



周大福 (股份代號：1929) • 香港主板上市公司

即時發佈

周大福公佈令人鼓舞的 2017/18 財政年度中期業績

市場重返復甦軌道 帶動營業額及盈利上升

財務摘要

截至 9 月 30 日止六個月 (百萬港元)	2017 財政年度 上半年	2018 財政年度 上半年	同比變化
營業額	21,526	24,754	+15.0%
毛利	6,828	7,166	+4.9%
毛利率 (%)	31.7	28.9	-2.8 個百分點
經調整後的毛利率 ¹ (%)	30.1	28.7	-1.4 個百分點
主要經營溢利 ²	1,708	2,396	+40.3%
主要經營溢利率 ² (%)	7.9	9.7	+1.8 個百分點
本公司股東應佔溢利	1,222	1,779	+45.6%
每股基本盈利 (港仙)	12.2	17.8	+45.6%
每股股息 (港仙)			
中期	6.0	12.0	+100.0%
特別	15.0	-	不適用
合共	21.0	12.0	-42.9%

¹ 經調整後的毛利率並非按國際財務報告準則計算，扣除了黃金借貸的未變現對沖收益的影響，本公司相信此數據有助更透徹了解其經營表現及業務的實際趨勢

² 主要經營溢利及主要經營溢利率並非按國際財務報告準則計算，指經調整後的毛利及其他收益的合計，減銷售及分銷成本以及一般及行政開支，本公司相信此等數據有助更透徹了解其經營表現及核心業務的實際趨勢

(中國香港，2017 年 11 月 21 日) 周大福珠寶集團有限公司 (「周大福」或「公司」；及其附屬公司，「集團」；香港聯交所股份代號：1929) 為擁有 88 年歷史之香港主板上市公司，今天宣佈截至 2017 年 9 月 30 日止六個月的中期業績 (「2018 財政年度上半年」)。

在 2018 財政年度上半年，集團錄得營業額 24,754 百萬港元（2017 財政年度上半年：21,526 百萬港元），按年增加 15.0%。毛利達 7,166 百萬港元（2017 財政年度上半年：6,828 百萬港元）。所呈報的毛利率較去年同期減少 280 個點子，主要由於去年同期錄得 357 百萬港元黃金未變現對沖的龐大收益，而期內卻只有 69 百萬港元黃金未變現對沖的較少收益所致。受惠於銷售增長動力及營運效益持續改善，主要經營溢利按年大幅增加 40.3%至 2,396 百萬港元（2017 財政年度上半年：1,708 百萬港元）。本公司股東應佔溢利顯著上升 45.6%至 1,779 百萬港元（2017 財政年度上半年：1,222 百萬港元），每股基本盈利為 17.8 港仙（2017 財政年度上半年：12.2 港仙）。董事會宣派中期股息每股 12.0 港仙。2018 財政年度上半年的派息率約 67.4%。

業務回顧

珠寶行業於 2017 財政年度下半年開始呈現復甦跡象，並且延續至 2018 財政年度上半年。市場重返復甦軌道亦帶動了集團的經營業務，使集團於 2018 財政年度上半年錄得令人鼓舞的業績。兩個可呈報分部的同店銷售增長繼續回升。中國內地市場的同店銷售主要受平均售價帶動而增加 10.3%；中國香港及中國澳門市場的同店銷售則主要由銷量帶動而增加 9.5%。

在 2018 財政年度上半年，集團淨開設 107 個零售點。於 2017 年 9 月 30 日，零售點總數達 2,488 個。由於中國內地的珠寶市場整體重拾增長步伐，加上傳統百貨公司整合趨勢有所舒緩，期內在中國內地淨開設了 112 個零售點。於香港及澳門，集團在 2018 財政年度上半年繼續整合零售網絡，關店集中於旅遊區，並同時於民生區開設新店，致使淨關閉 7 個零售點。集團亦於美國開設 1 個零售點及於日本開設 2 個零售點，以把握當地顧客及旅客需求所帶來的商機。

於 2018 財政年度上半年，中國內地珠寶業務的電子商務發展進一步快速增長，零售值錄得 120.4%的強勁升幅，主要由於加強了與主要線上平台夥伴的合作。電子商務佔中國內地珠寶業務的零售值 5.4%及銷量 13.4%。

集團顛覆創新的周大福 T MARK 鑽石品牌自去年 8 月推出以來，已取得不俗的進展，反映這個獨特創新產品能為顧客創造嶄新的體驗。於 2017 年 9 月 30 日，周大福 T MARK 產品已遍佈中國內地 198 個零售點，以及香港及澳門 33 個零售點。

集團主要透過其龐大零售網絡，以店中店及店內專櫃的形式拓展 Hearts On Fire 的版圖。於 2017 年 9 月 30 日，超過 180 個中國內地的零售點及 20 個香港及澳門的零售點有出售 Hearts On Fire 首飾。為提高 Hearts On Fire 在大中華的品牌關注度，集團邀請了中國著名女演員趙麗穎與當代藝術家程然合作，於 2017 年 11 月在上海 K11 購物藝術中心舉行以「火」為題的攝影展，並於活動內展出 Hearts On Fire 的系列產品。

集團近年持續進行店舖場景差異化，以迎合顧客追求獨特及個性化購物體驗的需求。集團於去年推出的 Monologue，具展現真我個性及突出型格的獨特品牌基因，吸引千禧一代。於 2017 年 9 月 30 日，集團在中國內地設有 6 個 Monologue 零售點。而 SOINLOVE 的產品及店舖設計則充滿浪漫氛圍，切合婚慶市場。於 2018 財政年度上半年，集團集中在中國內地一線及二線城市開設 6 個 SOINLOVE 零售點。

周大福珠寶品牌零售點在中國內地市場會以多變的店舖形象，滿足不同的顧客群，並亦正展開更多翻新店舖設計的計劃。在香港及澳門市場，集團於期內在荃灣及元朗開設了共 2 個具有全新場景及主題的零售點，以迎合各個購物中心的本地客源和定位。

於 2017 年 9 月 30 日，集團的會員人數超過 173 萬。中國內地的會員再消費率達 30.5%，香港及澳門則達 32.5%。

前景與策略

由於珠寶市場剛步入復甦期，2018 財政年度將會是集團業務的轉捩點。雖然復甦的步伐緩步溫和，但集團預計整個行業將返回穩健且可持續的增長。

為捕捉此復甦的機遇，隨著中國內地整體消費氣氛改善，集團會繼續在中國內地拓展零售網絡；同時，在香港及澳門，集團會繼續提升旅遊區的零售點效益，以及選擇性地在民生區開設新店。集團在美國亦正逐步與知名品牌零售商拓展批發業務。

集團會加強顧客體驗，以支持其可持續發展，透過創新科技、精湛工藝及受人注目的設計，使到產品組合更多元化，並繼續推行店舖場景差異化，以提升各個品牌的獨特性。集團會從顧客為本的角度，優化生產及營運，同時亦會優化會員計劃，加強與顧客的關係。

周大福主席鄭家純博士表示：「雖然經濟格局時有興衰，但市場對珠寶的殷切需求不變，於不同的重要場合總對珠寶有著情感需求和渴求。因此，我們對珠寶市場長遠的前景仍抱樂觀的態度。透過保留、傳承及推廣工藝和創新的精神，我們矢志提升普羅大眾的文化水平，為社會營造更美好將來。同時，我們在該方面的努力亦有助推動集團的可持續發展。」

圖片說明



周大福珠寶集團執行董事鄭志剛 (中)、董事總經理黃紹基 (左) 及財務董事鄭炳熙 (右)
宣佈 2018 財政年度之中期業績

關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠寶集團有限公司（「集團」；香港聯交所股份代號：1929）於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，被廣獲認同為信譽及正貨的象徵，並以產品設計、品質及價值聞名。集團及其標誌性品牌的悠久歷史植根於創新、工藝及傳承，集團旗下亦擁有珠寶品牌 Hearts On Fire、Monologue 以及 SOINLOVE。

集團對可持續發展的承諾以「Smart+」計劃為基礎，圍繞其業務、員工及文化推動創新。發展成熟的垂直整合業務模式為支撐集團可持續發展的另一優勢，支持集團在整個價值鏈中追求卓越以及延伸商機。集團擁有龐大的零售網絡，設有逾 2,400 個零售點遍佈大中華、韓國、日本、新加坡、馬來西亞與美國，並經營發展迅速的電子商務業務，能有效地執行線上線下策略以及實現全渠道零售。

傳媒垂詢，請聯絡：

周大福珠寶集團有限公司

安殷霖（Danita On）

投資者關係及企業傳訊總監

電話：（852）2138 8501

電郵：danitaon@chowtaifook.com

施慧貞（Peony Sze）

投資者關係及企業傳訊經理

電話：（852）2138 8337

電郵：peonysze@chowtaifook.com