CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED
周大福珠寶集團有限公司

股份代號：1929 • 香港主板上市公司

即時發佈

周大福珠寶集團公佈 2020 財政年度全年業績及 由 2020 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未經審核之主要經營數據

財務摘要

截至 3 月 31 日止年度	**2020** 百萬港元	2019 百萬港元	同比變化
營業額	**56,751**	66,661	-14.9%
毛利	**16,096**	18,602	-13.5%
毛利率	***28.4%***	*27.9%*	
經調整後的毛利率[(1)]	***29.6%***	*27.9%*	
主要經營溢利[(2)]	**5,687**	6,972	-18.4%
主要經營溢利率[(2)]	***10.0%***	*10.5%*	
本公司股東應佔溢利	**2,901**	4,577	-36.6%
每股盈利（港元）	**0.29**	0.46	-36.6%
每股股息[(3)] **（港元）**	**0.24**	0.65	
全年股息（港元）	***0.24***	*0.35*	
特別股息（港元）	—	*0.30*	

(1) 經調整後的毛利率（非按國際財務報告準則計算），扣除了黃金借貸的未變現虧損（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) 主要經營溢利及相應溢利率（非按國際財務報告準則計算），指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與黃金借貸的未變現虧損（收益），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

(3) 須待股東在應屆股東週年大會上批准之建議每股末期股息為 0.12 港元。2020 財政年度按全年計算的派息率約為 82.7%

（中國香港，2020 年 6 月 11 日）**周大福珠寶集團有限公司**（「周大福珠寶集團」、「集團」或「公司」；香港聯交所股份代號：1929）為擁有逾 90 年歷史之香港主板上市公司，今天宣佈截至 2020 年 3 月 31 日止年度的全年業績（「2020 財政年度」）。

在 2020 財政年度，集團錄得營業額 56,751 百萬港元（2019 財政年度：66,661 百萬港元），按年下降 14.9%，主要由於 2020 財政年度第四季度出現 2019 冠狀病毒疫情、國際金價飆升壓抑了黃金產品的零售需求，以及中國香港的表現疲弱所致。毛利為 16,096 百萬港元（2019 財政年度：18,602 百萬港元）。而受惠於零售業務與批發業務按產品劃分的毛利率上升，經調整後的毛利率於 2020 財政年度升至 29.6%。儘管主要業務營運所處的環境極具挑戰，令主要經營溢利按年下降 18.4%，但我們的主要經營溢利率仍維持於 10.0%。

本公司股東應佔溢利下跌 36.6%至 2,901 百萬港元（2019 財政年度：4,577 百萬港元），每股盈利為 0.29 港元（2019 財政年度：0.46 港元）。董事會建議派發每股末期股息 0.12 港元。2020 財政年度的全年派息率約相等於 82.7%。

2020 年 6 月 11 日

業務回顧

疫情及不穩的宏觀經濟環境難免會影響集團的業務，尤其是在 2020 財政年度第四季度。因此，中國內地於 2020 財政年度全年的同店銷售下降 15.1%。然而，財政年度內的同店平均售價持續向好，並增長 11.7%。受香港經營環境疲弱的影響，導致中國香港及中國澳門的同店銷售於 2020 財政年度內減少 38.7%。

截至 2020 年 3 月 31 日，集團的零售網絡擴展至 3,850 個零售點，2020 財政年度淨增加 716 個零售點。2020 財政年度，我們於中國內地淨開設 711 個零售點，當中 623 個為周大福珠寶零售點。在周大福珠寶零售點的淨開店中，約 53%是位於三、四線及其他城市。該等城市於財政年度內的增長較一線及二線城市強勁，主要受新開店所帶動。於 2020 年 3 月 31 日，中國內地有 56.5%的周大福珠寶零售點屬加盟店。

在香港及澳門市場方面，集團在 2020 財政年度淨開設 4 個零售點，包括在多品牌策略下開設的 1 個周大福珠寶零售點、2 個 MONOLOGUE 零售點及 1 個 SOINLOVE 零售點。集團亦在其他市場淨開設 1 個零售點，包括在鄰近國家（如韓國、菲律賓、新加坡及泰國）淨開設 6 個周大福珠寶零售點。

我們憑藉多品牌策略豐富產品組合及打入不同市場分部。於 2020 財政年度，集團通過收購 ENZO 進一步拓展彩寶首飾市場。截至 2020 年 3 月 31 日，在中國內地共有 59 個 ENZO 零售點。

T MARK 在中國內地以及香港及澳門的零售值分別按年下跌 9.2%及 41.0%。T MARK 產品佔我們在中國內地的鑽石產品零售值保持於 19.3%，而佔香港及澳門的鑽石產品零售值則增加至 27.8%。截至 2020 年 3 月 31 日，在中國內地共有 3 間 T MARK 專門店及 865 個店內專櫃，而在香港、澳門及其他市場則有 1 間專門店和 64 個店內專櫃出售 T MARK 鑽石產品。

「Smart+ 2020」策略框架自 2018 財政年度推出以來，一直助我們更專注於提升顧客體驗。當 2019 冠狀病毒疫情肆虐時，更證明我們專注發展全渠道實力的策略是正確的，有助我們透過「雲商 365」及線上直播與顧客保持緊密連繫。「雲商 365」是建基於企業微信上的小程序，連接至我們的網絡旗艦店，為員工提供更簡易的顧客管理工具，讓顧客及員工可以隨時隨地，簡單透過手機享有一站式體驗。我們亦借助線上直播的潮流，與顧客實時交流，例如我們與內地著名網紅李佳琦合作的慈善公益直播活動反應熱烈，在 30 秒內賣出約 5,000 件珠寶。

在 2020 財政年度，電子商務業務錄得 3.4%的零售值增長，佔中國內地零售值 5.2%及銷量 14.4%。

於 2020 年 3 月 31 日，集團在中國內地約有 249 萬名會員，會員再消費率為 24.9%；在香港及澳門有 118 萬名會員，會員再消費率為 35.5%。

業務展望與策略

2020 財政年度尤其是第四季度是充滿挑戰的一年。香港及澳門市場在可見的未來仍然充滿挑戰。而中國內地隨著業務恢復正常營業後，我們已看到市場復甦的跡象。在 2020 年 4 月至 5 月，中國內地的同店銷售逐步回升，同店銷售跌幅收窄至 15.4%的負增長。此期間，集團零售值下跌 22.6%，中國內地對集團零售值貢獻的佔比為 89.4%。我們對短期業務前景持審慎樂觀態度，但我們對中國內地珠寶市場的中長期展望仍然樂觀。

在香港及澳門市場，我們會繼續整合港澳的零售網絡、精簡成本架構，以及優化我們的業務策略。我們亦重視藉著創新和科技，改革現有業務模式，以提升零售體驗及營運效率，以及鞏固我們的市場領導地位。

另一方面，在市況穩定後，我們會在中國內地繼續以加盟模式，以及把握數碼化大趨勢把線上線下渠道整合，以實行市場拓展策略。同時，以創新渠道及多品牌策略提供更多元化的顧客體驗。

展望未來，我們將繼續落實以客為本的策略，以達成我們的四大長遠目標：1）擴大市場滲透率以保持市場領導地位；2）建立全方位的珠寶生態圈；3）成為一間具備創新能力及精通科技的珠寶公司；4）透過數碼轉型提升營運效率，從而改善業務模式的靈活性和組織架構。因此，我們不但要善用科技、賦能授權予員工，還要透過精簡流程、自動化和數據分析，提升供應鏈能力。這樣才能應對市場環境的轉變和加強我們的競爭優勢，達致長遠的可持續增長。

周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示：「展望未來，我們將會制訂、執行更全面的策略，延續滿載豐碩成果的旅程，以實現可持續業務發展與增長。我們將會推陳出新，鼓勵多方探索，務求制訂以客為本的方案，提升本集團創造價值的能力，以實現成為『全球最值得信賴的珠寶集團』的願景。」

由 2020 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未經審核之主要經營數據

由 2020 年 4 月 1 日至 5 月 31 日，零售值和同店銷售的按年變動如下：

	(與去年同期相比的百分比變動)
集團零售值增長	-22.6%

	中國內地	**香港、澳門及其他市場**
零售值增長	-3.2%	-71.2%
佔集團零售值之百分比	89.4%	10.6%

	中國內地	**香港及澳門**
同店銷售增長	-15.4%	-80.2%
同店銷量增長	-25.5%	-77.3%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌首飾	-7.9%	-78.4%
— 黃金產品	-25.2%	-86.0%

備註: 由 2020 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未經審核之主要經營數據乃按最近期可得管理賬目和本集團現時可得的資料編製。有關數據仍待本公司核數師、其審核委員會及董事會審閱。

- 完 -

2020 年 6 月 11 日

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，以成為全球最值得信賴的珠寶集團為願景。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，廣獲認同為信譽及正貨的象徵，並以產品設計、品質與價值聞名。集團及其標誌性品牌的成功，從過去 90 多年的悠久歷史，體現出對創新和工藝的持久堅持，以及恒久抱持的核心價值「真誠・永恒」。

周大福實踐多品牌發展策略，以周大福核心品牌為主軸，相繼推出多元化的零售體驗，包括周大福藝堂、周大福薈館、體驗店和周大福鐘錶，以及 HEARTS ON FIRE、T MARK、ENZO、SOINLOVE 與 MONOLOGUE 等其他品牌，以迎合顧客需要之多樣化。

集團借助以客為本的重點及其策略為基礎，實踐業務可持續增長的承諾，致力於業務、員工和文化方面推動長遠的創新發展。發展成熟的靈活業務模式是推動集團可持續增長的一大優勢，在整個價值鏈中支持集團追求卓越，以及延伸商機至不同社區和全球的行業合作夥伴。

集團擁有龐大的零售網絡，遍及大中華、日本、韓國、東南亞與美國，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，在現今的全渠道零售環境下成功突圍而出。

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高級經理
電話：（852）2138 8337
電郵：peonysze@chowtaifook.com