

# 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 2021 財政年度全年業績及 由 2021 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	2021 百萬港元	2020 百萬港元	同比變化
營業額	70,164	56,751	23.6%
毛利	20,075	16,096	24.7%
毛利率	28.6%	28.4%	
經調整後的毛利率 <sup>(1)</sup>	28.2%	29.6%	
主要經營溢利 <sup>(2)</sup>	8,630	5,687	51.7%
主要經營溢利率 <sup>(2)</sup>	12.3%	10.0%	
本公司股東應佔溢利	6,026	2,901	107.7%
每股盈利 (港元)	0.60	0.29	107.7%
每股股息 <sup>(3)</sup> (港元)	0.40	0.24	

<sup>(1)</sup> 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

<sup>(2)</sup> 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業務的實際趨勢

<sup>(3)</sup> 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 0.24 港元。2021 財政年度按全年計算的派息率約為 66.4%

(中國香港，2021 年 6 月 8 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 2021 年 3 月 31 日止年度的全年業績 (「2021 財政年度」)。

2021 財政年度的營業額上升 23.6% 至 70,164 百萬港元 (2020 財政年度：56,751 百萬港元)。與 2019 財政年度相比，營業額較兩年前的同期上升 5.3%。毛利為 20,075 百萬港元 (2020 財政年度：16,096 百萬港元)。經調整後的毛利率於 2021 財政年度輕微下降至 28.2%，主要由於批發業務，以及零售業務當中黃金首飾及產品和鐘錶產品的銷售貢獻相比起 2020 財政年度上升。憑藉我們有效控制銷售及行政開支與營運效益，主要經營溢利率上升至 12.3%。於 2021 財政年度，集團的主要經營溢利按年上升 51.7%。

本公司股東應佔溢利增加 107.7% 至 6,026 百萬港元 (2020 財政年度：2,901 百萬港元)，每股盈利為 0.60 港元 (2020 財政年度：0.29 港元)。董事會建議派發每股末期股息 0.24 港元；全年股息共 0.40 港元。2021 財政年度派息率約為 66.4%。

2021 年 6 月 8 日

## 業務回顧

隨著疫情逐步緩和，中國內地的同店銷售於 2021 財政年度第二季反彈及回復正增長。由於需求回升及比較基數甚低，2021 財政年度第四季度的同店銷售增長擴大至 141.2%。因此，中國內地的同店銷售於 2021 財政年度上升 31.9%，而中國內地所有產品類別的同店平均售價於 2021 財政年度繼續呈現上升趨勢。中國香港及中國澳門的同店銷售於 2021 財政年度因客流量疲弱而下降 41.3%。然而，由於本地消費復甦，2021 財政年度第四季度同店銷售上升 31.2%。

截至 2021 年 3 月 31 日，集團的零售網絡擴展至 4,591 個零售點，2021 財政年度淨增加 741 個零售點。2021 財政年度，我們於中國內地淨開設 746 個零售點，當中 669 個為周大福珠寶零售點。新增零售點約半數位於三、四線及其他城市。於本財政年度內，三、四線及其他城市的零售值增長較一線及二線城市強勁，主要受新增零售點所帶動。於 2021 年 3 月 31 日，中國內地約 65% 的周大福珠寶零售點以加盟模式經營。

在香港，我們於 2021 財政年度整合零售網絡，淨關閉 5 個零售點，主要位於尖沙咀及銅鑼灣等遊客區。在其他市場，我們於海南開設 5 個免稅零售點，並在其他地點淨關閉 5 個零售點。海南免稅零售點的表現強勁，使其他市場的零售值跌幅較香港和澳門輕微。

於 2021 財政年度，周大福傳承系列佔我們黃金首飾及產品零售值的 39.5%。T MARK 產品則佔我們在鑽石產品零售值的 24.7%。

在「Smart+ 2020」策略框架的堅穩基礎上，我們欣然藉著雙動力策略昂首向前。雙動力策略由實動力 — 零售擴張和雲動力 — 智慧零售兩大未來增長動力建構而成。集團一方面推行零售擴張策略，持續加強品牌及產品系列，拓展中國內地業務版圖，使我們能更貼近顧客。另一方面以智慧零售策略，促進科技賦能，打造零售科技應用及智慧製造，為顧客提供快速、貼心的購物新體驗。

我們藉著各種零售科技應用進一步拉近與顧客的距離，例如雲商 365 和 D-ONE。於 2021 財政年度，超過 40,000 位直營店和加盟店的員工使用雲商 365，與逾 370 萬名顧客聯繫。它不僅吸引了新顧客，平均售價亦較電商平台高出約 80%，而其銷售轉化率則是電商平台約 10 倍。

另外，我們推出了珠寶數碼化定制平台 D-ONE，顧客已可透過此平台定制他們專屬的 HEARTS ON FIRE 及 T MARK 鑽石首飾。在 2021 年 2 月，我們亦在 D-ONE 上推出了周大福天荒地老系列。這系列的戒指融入了創新的衍光技術，能將光線反射出個性化信息。於 2021 財政年度，D-ONE 的零售值達 133 百萬港元。這些定制產品的平均售價比我們中國內地珠寶鑲嵌首飾同店平均售價高出一倍以上。

由於我們在 O2O 平台的銷售表現理想，電子商務與 O2O 相關業務的零售值於 2021 財政年度飆升 91.8%，其對中國內地的零售值及銷量貢獻分別為 7.1% 及 14.7%。

於 2021 年 3 月 31 日，集團在中國內地超過 300 萬名會員，會員再消費率為 29.4%；在香港及澳門超過 120 萬名會員，會員再消費率為 44.1%。

2021 年 6 月 8 日

## 業務展望與策略

於 2021 財政年度，儘管疫情為營商環境帶來挑戰，但我們於中國內地的業務表現繼續有強勁增長。周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示：「縱使過去一年市況波動，但危中有機，唯創新者方能保持競爭優勢。集團除了加快數碼轉型的步伐，在智慧零售的領域尋求突破，亦不斷拓展線上線下的業務新據點，藉此促進業務長遠而穩健的發展。」

憑藉中國政府的「雙循環」政策，我們相信珠寶行業可受惠於國內消費增長。有見及此，我們對中國內地市場的中長期前景保持樂觀，未來我們將專注於中國內地的業務發展。一方面，我們將繼續通過滲透較次級城市和借助加盟商的地方知識，實行我們的實動力 — 零售擴張策略。另一方面，我們將通過提升零售體驗和專注於打通線上線下渠道，推動我們的雲動力 — 智慧零售策略，以利用數字化轉型的優勢。

儘管港澳市場目前面臨重重挑戰，惟隨著疫情發展預期更趨穩定，我們深信本地市場已經觸底。待主要過境口岸重開，旅客人次及零售市場可望逐步復甦。其他市場方面，我們將著眼於內需較高的國家，待國際旅遊恢復後會繼續推進我們的拓展策略。

展望未來，我們相信雙動力策略能使顧客通過珠寶獲得幸福的生活體驗。

## 由 2021 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未經審核之主要經營數據

由 2021 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	77.0%	
	中國內地	香港、澳門及其他市場
零售值增長	74.7%	98.5%
佔集團零售值之百分比	89.1%	10.9%
	中國內地	香港及澳門
同店銷售增長	49.3%	159.7%
同店銷量增長	32.2%	125.9%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌、鉑金及 K 金首飾	4.0%	110.8%
— 黃金首飾及產品	73.6%	219.5%

備註：由 2021 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 -

2021 年 6 月 8 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」。

周大福憑藉差異化策略在不同顧客群的市場穩步發展，並提供貼身的消費體驗。透過提供多元化的產品、服務和銷售渠道，滿足其不同人生階段的需要。集團的差異化品牌策略以周大福旗艦品牌為核心，並相繼推出針對性的零售體驗，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 與 MONOLOGUE 等其他個性品牌，每個品牌都承載著不同顧客群的生活態度和個性。

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

吳海迪（Haide Ng）

投資者關係及企業傳訊經理

電話：（852）2138 8336

電郵：haideng@chowtaifook.com