

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 2022 財政年度全年業績及 由 2022 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	2022 百萬港元	2021 百萬港元	同比變化
營業額	98,938	70,164	+41.0%
毛利	22,340	20,075	+11.3%
毛利率	22.6%	28.6%	
經調整後的毛利率 ⁽¹⁾	23.4%	28.2%	
主要經營溢利 ⁽²⁾	10,002	8,630	+15.9%
主要經營溢利率 ⁽²⁾	10.1%	12.3%	
本公司股東應佔溢利	6,712	6,026	+11.4%
每股盈利 (港元)	0.67	0.60	+11.4%
每股股息 ⁽³⁾ (港元)	0.50	0.40	N/A

⁽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

⁽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 0.28 港元。2022 財政年度按全年計算的派息率約為 74.5%

(中國香港，2022 年 6 月 9 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) 今天宣佈截至 2022 年 3 月 31 日止年度的全年業績 (「2022 財政年度」)。

2022 財政年度的營業額增加 41.0% 至 98,938 百萬港元 (2021 財政年度：70,164 百萬港元)。與 2019 財政年度相比，營業額的複合年均增長率約為 14%。毛利增加 11.3% 至 22,340 百萬港元 (2021 財政年度：20,075 百萬港元)。經調整後的毛利率於 2022 財政年度下跌至 23.4% (2021 財政年度：28.2%)，主要由於批發業務，以及黃金首飾及產品的銷售貢獻上升。2022 財政年度的主要經營溢利率為 10.1%，而主要經營溢利則按年上升 15.9% 至 10,002 百萬港元。

本公司股東應佔溢利增加 11.4% 至 6,712 百萬港元 (2021 財政年度：6,026 百萬港元)，每股盈利為 0.67 港元 (2021 財政年度：0.60 港元)。董事會建議派發每股末期股息 0.28 港元；全年股息共 0.50 港元。2022 財政年度派息率約為 74.5%。

業務回顧

2022 財政年度首三個季度，中國內地與中國香港及中國澳門保持正增長勢頭。內地的全年同店銷售錄得 11.1% 的可觀增長，而香港及澳門的同店銷售在 2022 財政年度躍升 24.7%。雖自 2022 年 2 月以來疫情肆虐，香港的同店銷售在本財政年度仍上升 7.0%。澳門方面，由於旅客消費復甦及本地消費穩定，2022 財政年度的同店銷售增長強勁，達到 96.9%。

2022 年 6 月 9 日

集團於 2022 財政年度貫徹落實雙動力策略的兩大方針。實動力方面，我們持續拓展中國內地的業務版圖，致力優化分店形象及加強產品差異化。截至 2022 年 3 月 31 日，集團的零售網絡擴展至 5,902 個零售點。2022 財政年度，我們於中國內地淨開設 1,361 個周大福珠寶零售點。於 2022 年 3 月 31 日，中國內地約 74% 的周大福珠寶零售點以加盟模式經營。

在香港，我們於 2022 財政年度整合零售網絡，淨關閉 6 個零售點；而在馬來西亞及新加坡等其他本地零售增長潛力較高的地區，則淨開設 5 個零售點。此外，我們亦專注發展海南省免稅店的零售網絡，藉此加強服務受國際旅遊暫停所影響的內地旅客。

雲動力方面，我們聚焦於發掘線上新渠道，推出更多爆款及電商專屬產品系列，以及建立完善的私域經營生態，提升顧客體驗。因此，我們於本財政年度加入了抖音及拼多多等的新渠道。截至 2022 年 3 月 31 日為止，我們的雲商 365 成功與超過 8 百萬顧客聯繫。2022 財政年度，由於電子商務及零售科技應用業務所推動，智慧零售業務的零售值上升 62.7%，其對內地的零售值貢獻亦由去年的 7.2% 進一步擴大至 8.6%。

同時，我們積極提高智慧製造的產能，推動數字化管理，促進集團業務快速增長。我們將生產線的自動化比例由 2020 財政年度約 14% 提升到本財政年度約 35%；而工匠人均產能對比上年同期亦提升約 40%。

面對珠寶市場近年不斷變遷，我們將繼續執行差異化策略，在不同顧客群的市場穩步發展。有見顧客對高度個性化的珠寶定制服務需求日增，我們於內地的珠寶數碼化定制平台 D-ONE 加入 T MARK 私人定制服務，限量讓顧客自訂 T MARK 印記上的編號，為鑽石賦予獨一無二的意義。

另一方面，我們致力將以卓越鑽石切割工藝聞名的 HEARTS ON FIRE 打造成國際高級珠寶品牌。為此，我們於 2022 財政年度展開了全球品牌更新計劃，專注於鞏固我們的基礎並通過產品為品牌重新注入活力。

業務展望與策略

縱使新冠變異病毒持續肆虐，加上環球經濟不確定因素，集團仍然保持審慎樂觀，抱著穩中求進的積極態度，落實執行雙動力策略。中國內地的經濟狀況短期內或會受到影響，但在國家持續推進鄉村振興及共同富裕等政策的支持下，我們對內地市場的中長期發展甚表樂觀。有見及此，我們與加盟商將繼續加強相互合作，進一步開拓低線市場，並會擴大產品差異化，以吸引不同群客群。

香港方面，估計業務仍需要一段時間才達至正常化，未來零售點發展將取決於個別店舖的零售表現及租賃情況。而澳門的業務過去一年因疫情受控，整體鐘錶及珠寶零售業銷售額已大致回復至疫情前水平。我們仍需密切關注疫情帶來的各種不確定因素，靈活制定業務策略。此外，我們會繼續藉著舉行不同的會員活動深化與顧客的互動，同時在各個市場充份善用零售科技應用，致力為顧客帶來非凡體驗，並透過數據分析，以了解和掌握顧客的需要。

面對多變的市場和顧客的消費喜好，集團必須進一步提升競爭力，鞏固我們作為市場領導者的地位。為此我們制定了三大策略方針，包括品牌管理、企業文化與智力資本，以及可持續發展。首先，我們秉承著優良的品牌基因，藉著重塑周大福珠寶的品牌形象，令其成為新一代的標誌性珠寶品牌。此外，我們會繼續深化企業文化，並致力把集團打造成學習型組織，積極培育創新人才。

2022 年 6 月 9 日

而可持續發展方面，我們致力實現良好的企業管治，提高管治和問責機制的有效性。因為這一切都能為集團增添業務的韌性，是發展的路道上不可或缺的基石。集團將繼續在各營運範疇上，肩負起社會責任，並引領各行業聯盟和合作夥伴，為人類和地球締造更美好的未來。

周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示：「面對日新月異的商業環境，我們已做好準備在共創的基業上，將業務推向新高度。董事會藉著委任現任執行董事鄭志恒先生和鄭志雯女士為副主席，引進更多創新管理制度的新思維，以加強領導和推行覆蓋集團所有業務領域的整體改革戰略及執行計劃。鄭志恒先生和鄭志雯女士除負責現時的管理職務外，將會更投入參與集團的策略方針及改革項目，以鞏固本集團未來的持續發展。」

2022 年 6 月 9 日

由 2022 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未經審核之主要經營數據

由 2022 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	-13.0%	
	中國內地	中國香港、中國澳門及其他市場
零售值增長	-12.8%	-14.2%
佔集團零售值之百分比	89.2%	10.8%
	中國內地	中國香港及中國澳門
同店銷售增長	-28.2%	-5.9%
同店銷量增長	-29.5%	-7.6%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌、鉑金及 K 金首飾	-24.5%	-17.3%
— 黃金首飾及產品	-25.1%	-0.3%

備註：由 2022 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 -

2022 年 6 月 9 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，遍及中國、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高級總監

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高級經理

電話：（852）2138 8336

電郵：haideng@chowtaifook.com