

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

周大福珠寶集團上半年核心盈利增三成八至近 60 億 更高增值轉型見成效



周大福珠寶集團公佈 2024 財政年度的中期業績

業績重點

- 集團為邁向更高價值增長，全力落實五大策略方針，並取得顯著成果。這些策略方針包括：重塑品牌、優化產品、加速數字化轉型、提升營運效率及強化人才培育。
- 我們在整合產品組合及優化產品規劃過程方面取得重要進展。期內，我們成功推出了傳承系列的新產品，而我們的 HEARTS ON FIRE 品牌亦推出了 VELA 系列。
- 2024 財政年度上半年，我們注意到主要市場的人員流動及零售活動有所改善。2024 財政年度上半年的營業額為 49,526 百萬港元，按年上升 6.4%。若按相同匯率計算，增長則為 11.3%。由於內地入境旅客逐步重臨，香港、澳門及其他市場營業額於期內上升 57.7%。
- 主要經營溢利上升 37.7%至 5,989 百萬港元，升幅高於營業額。此乃由於我們持續推動優化定價策略及提升營運效率，加上受惠於黃金價格上漲所致。若按相同匯率計算，即按年增長 44.3%。

- 期內，經調整後的毛利率按年上升 140 個點子至 23.8%，而主要經營溢利率則上升 280 個點子至 12.1%。與我們致力提升盈利質量的承諾相符。這印證了我們正專注於穩步邁向更高價值增長，為持份者創造可持續的長遠價值。

財務摘要

截至 9 月 30 日止六個月	2023 百萬港元	2022 百萬港元	同比變化
營業額	49,526	46,535	+6.4%
毛利	12,344	10,962	+12.6%
毛利率	24.9%	23.6%	
經調整後的毛利率 ⁽¹⁾	23.8%	22.4%	
主要經營溢利 ⁽²⁾	5,989	4,349	+37.7%
主要經營溢利率 ⁽²⁾	12.1%	9.3%	
本公司股東應佔溢利	4,551	3,336	+36.4%
每股盈利（港元）	0.46	0.33	+36.4%
每股中期股息 ⁽³⁾ （港元）	0.25	0.22	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於更透徹了解其經營表現及業務的實際趨勢

⁽³⁾ 2024 財政年度上半年的派息率約為 54.9%

（中國香港，2023 年 11 月 23 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 2023 年 9 月 30 日止六個月的中期業績（「2024 財政年度上半年」）。

營運表現穩定復甦

我們致力優化定價策略及提升營運效率，加上受惠於黃金價格上漲，於 2024 財政年度上半年取得強韌的業務表現。2024 財政年度上半年的營業額為 49,526 百萬港元，按年上升 6.4%（2023 財政年度上半年：46,535 百萬港元）。毛利上升 12.6%至 12,344 百萬港元（2023 財政年度上半年：10,962 百萬港元）。經調整後毛利率由去年同期的 22.4%上升至 23.8%。期內，主要經營溢利同比增加 37.7%，增幅高於營業額。若按相同匯率計算，則按年上漲 44.3%。

期內，股東應佔溢利增加 36.4%至 4,551 百萬港元（2023 財政年度上半年：3,336 百萬港元），每股盈利 0.46 港元（2023 財政年度上半年：0.33 港元）。董事會宣佈 2024 財政年度上半年，派中期股息每股 0.25 港元，派息率約為 54.9%。

周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示：「我們樂見轉型成效進一步顯現，並有信心在踏入更高價值增長的新階段之際，透過積極投放資源落實五大策略方針，進一步增強競爭力和盈利質量。」

人員流動及零售活動持續改善 零售值錄得強韌增長

2024 財政年度上半年，內地以及香港及澳門的人員流動及零售活動持續改善。在香港、澳門及其他市場的表現帶動下，集團期內的整體零售值錄得 15.6% 的增長。內地旅客重臨為集團業務提供支持，香港、澳門及其他市場的零售值於 2024 財政年度上半年上升 58.5%。

儘管受高基數所影響，內地零售值仍上升 10.8%。我們亦觀察到零售值於勞動節、中國情人節（七夕）、中秋節及國慶等節慶及假日期間錄得雙位數的強韌增長。另外，在剛過去的雙十一，我們在天貓及京東珠寶類別均名列第一，成交總額按年強勁增長近 90%。

受惠於內地入境旅客回升，2024 財政年度上半年香港及澳門的同店銷售增長達 59.6%。香港方面，同店銷售於期內大幅增長 52.5%；澳門方面，同店銷售更躍升 87.3%。內地同店銷售則輕微下跌 3.5%，主要受高基數效應影響。

集中化統籌營銷策略以支持目標增長

我們於 2024 財政年度上半年藉著由集團集中化統籌的營銷策略，確保品牌的一致性及發揮最大的協同效應。我們於 8 月發起了首個 360 度全球市場營銷活動，推出了傳承系列的新產品，設計靈感源於唐代的文物，並以歷史悠久的黃金工藝精心打造而成。我們除了在西安陝西歷史博物館舉行了一場沉浸式發佈會，亦在上海前灘太古里舉辦了「GOLD IS CHIC：鎊光時代」美學藝術展，華麗型格的活動空間為參觀者帶來沉浸式的官感體驗。傳承系列的零售值繼續錄得約 8% 的增長，其對內地黃金銷售的貢獻亦穩定於約 37%。香港及澳門市場方面，傳承系列的零售值大幅增長超過 350%。

除了傳承系列取得圓滿成功，我們的 ING 系列及流金歲月系列均取得極佳的回響，特別受年青消費者喜愛。這兩個黃金首飾系列共佔內地整體黃金產品零售值約 18%。

為弘揚周大福在工藝與天然鑽石首飾設計的開創性領導地位，我們持續深化鑽石策略方針及推出標誌性鑽石系列。2024 財政年度上半年，我們的 HEARTS ON FIRE 品牌推出全新鑽石系列：VELA 系列採用了法式切割密鑲技術，配以標誌性的鑽石車工，展現出無與倫比的閃耀光芒。周大福亦於期內成功開發另一重點鑽石系列，名為周大福鈴蘭系列。

我們的全球鑽石市場營銷活動於 9 月揭開序幕，並以香港大館舉辦的「Beyond Time」鑽石主題展覽打響頭陣。該展覽展示了絢麗炫彩的鑽石藏品，以及演繹鑽石閃爍魅力的沉浸式藝術裝置，藉此有效提升消費者對天然鑽石的喜愛。繼鑽石主題展覽在香港成功舉辦及廣受好評後，我們將會於 2023 年 12 月移師到北京舉辦，藉此連繫內地廣大的顧客群。

優化店舖生產力及顧客體驗以提升盈利質量

集團正採取精準的擴展策略，於不同市場需求強勁的地區開設新店，並專注提升店舖生產力及顧客體驗。作為重塑品牌的措施之一，我們亦正檢視在門店層面的市場細分策略。於 2023 年 9 月 30 日，我們的零售網絡已達 7,838 個零售點。2024 財政年度上半年，我們在內地淨開設 189 個周大福珠寶零售點。在香港及澳門，我們於期內調整店舖位置，淨開設 1 個零售點。其他市場方面，我們開設了 5 間門店，包括 3 家位於內地的免稅店以及在泰國及加拿大的 2 個零售點，務求把握當地零售市場增長所帶來的新機遇。

業務展望

我們繼續預計 2024 財政年度在零售值及整體盈利能力穩步恢復下，將會是逐步復甦及復常的一年。

政府積極刺激內需、振興消費，將為內地、香港及澳門的零售及經濟活動注入動力。集團亦欣然見證我們的各主要市場穩步復甦。2023 年 4 月至 9 月，內地及香港珠寶行業的銷售額增長均較整體零售額為佳。這現象增強了我們對持續復甦的信心。我們預計內地、香港及澳門的同店銷售將回復正增長。

內地方面，政府繼續重申透過調整經濟政策擴大內需及改善就業的重要性。在全球經濟不明朗的情況下，我們預期內地的復甦或需循序漸進及出現各地復甦速度不勻的情況，但我們對內地珠寶市場和經濟的中長期增長前景仍充滿信心。

港澳方面，入境旅遊及勞動市場狀況持續改善，繼續支持消費需求及增長。我們預料客流量改善及該等有利措施出台，營運槓桿將會持續向好。

其他市場方面，內地旅客的人員流動增加，預計可進一步刺激旅遊消費。東盟國家正值經濟復甦，預計其市場會受旅遊消費及強勁的本地需求所支持。我們正評估零售需求強勁的市場及探索相關機遇。

儘管市場存在不確定性及不可控的外部挑戰，我們依然採取由下而上的執行模式，繼續專注於執行五大策略方針，令增長趨勢得以延續。隨著我們邁向更高價值增長的新階段，以及專注於提升盈利質量、股本及資本回報，集團的競爭優勢將與日俱增。

- 完 -

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、美國及加拿大，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

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

陳綺雯（Acky Chan）

投資者關係及企業傳訊高級經理

電話：（852）2138 8338

電郵：ackychan@chowtaifook.com