



周大福 ( 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令人鼓舞的 2019 財政年度中期業績

消費氣氛持續改善 帶動強勁銷售增長

### 財務摘要

截至 9 月 30 日止六個月	2018 年 百萬港元	2017 年 百萬港元	同比變化
營業額	29,703	24,754	+20.0%
毛利	8,529	7,166	+19.0%
毛利率	28.7%	28.9%	
經調整後的毛利率 <sup>(1)</sup>	28.1%	28.7%	
主要經營溢利 <sup>(2)</sup>	2,989	2,396	+24.7%
主要經營溢利率 <sup>(2)</sup>	10.1%	9.7%	
本公司股東應佔溢利	1,936	1,779	+8.8%
每股盈利—基本 ( 港元 )	0.19	0.18	+8.8%
每股中期股息 <sup>(3)</sup> ( 港元 )	0.15	0.12	

<sup>(1)</sup> 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並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、一般及行政開支以及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

<sup>(3)</sup> 2019 財政年度上半年的派息率約為 77.5%

( 中國香港，2018 年 11 月 29 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 89 年歷史之香港主板上市公司，今天公佈截至 2018 年 9 月 30 日止六個月的中期業績 ( 「2019 財政年度上半年」 ) 。

在 2019 財政年度上半年，鑑於消費者需求日趨穩定，中國內地旅客到訪人次回升，為珠寶市場提供動力，集團錄得營業額 29,703 百萬港元 ( 2018 財政年度上半年：24,754 百萬港元 )，按年增加 20.0%。毛利達 8,529 百萬港元 ( 2018 財政年度上半年：7,166 百萬港元 )。經調整後的毛利率下降 60 個點子至 28.1%，主要由於黃金產品及批發業務銷售額貢獻較多。主要經營溢利按年增加 24.7%，主要經營溢利率輕微上升至 10.1%。

本公司股東應佔溢利上升 8.8% 至 1,936 百萬港元 ( 2018 財政年度上半年：1,779 百萬港元 )，此乃由於人民幣貶值導致匯兌淨虧損 326 百萬港元 ( 2018 財政年度上半年：匯兌淨收益 115 百萬港元 )。每股基本盈利為 0.19 港元 ( 2018 財政年度上半年：0.18 港元 )。董事會宣派中期股息每股 0.15 港元。2019 財政年度上半年的派息率約相等於 77.5%。

## 業務回顧

隨著經濟穩步復甦，消費意欲持續回升，期內大中華區的珠寶零售業展現強韌的增長動力。受惠於本地消費需求穩健上揚，中國內地旅客外遊數字重回升軌，令集團於中國香港及中國澳門的經營業務在 2019 財政年度上半年錄得強勁增長。香港及澳門的同店銷售增長在 2019 財政年度上半年受平均售價和銷量的強勁增長而急增至 24.4%。而受平均售價上升所帶動，中國內地的同店銷售於 2019 財政年度上半年上升 4.9%。

在 2019 財政年度上半年，集團淨開設 237 個零售點。於 2018 年 9 月 30 日，零售點總數達 2,822 個。為把握較次級城市及購物中心的市場潛力，集團在 2019 財政年度上半年於中國內地淨開設 233 個零售點，於 2018 年 9 月 30 日共有 2,682 個零售點；在香港及澳門市場方面，零售點數目則維持於 99 個。期內，集團亦分別於韓國、日本、馬來西亞及新加坡共開設了 4 個零售點。

在過去幾年，為迎合不同的顧客群、提供體驗導向的零售方式，集團在推行多品牌策略上取得不俗的進展。集團標誌性品牌周大福珠寶將部分零售點優化及進行升級，以提供獨特的店舖形象及產品選擇。在 2019 財政年度上半年，集團繼續在店舖形象上進行差異化，並推出了周大福藝堂（ARTRIUM），以匠心工藝打造的珠寶珍品為定位，期內已在長沙及上海開設了兩個周大福藝堂零售點。而主打薈萃國際珠寶品牌的周大福薈館（JEWELRIA）在 2019 財政年度上半年共新增或升格了 18 個零售點，於 2018 年 9 月 30 日，於中國內地共有 25 個零售點。

集團追溯鑽石真品及來源的突破性鑽石品牌 T MARK 在中國內地以及香港及澳門分別錄得按年 134.8%及 156.7%強勁的零售值增長。T MARK 產品分別佔集團在中國內地已售鑽石產品的零售值 18.6%，以及佔香港及澳門的 25.2%。於 2018 年 9 月 30 日，在中國內地有 405 個 T MARK 店內專櫃，以及在香港、澳門及其他市場有 51 個店內專櫃均有售 T MARK 產品。在 2019 財政年度上半年，T MARK 在香港和上海開設了兩間專門店。

於 2018 年 9 月 30 日，HEARTS ON FIRE 在全球共設有 21 個零售點、192 個店中店及店內專櫃，以及超過 500 個分銷店。在 2019 財政年度上半年，集團亦開設了香港首間 HEARTS ON FIRE 分店。以成為千禧一代女生送禮首選珠寶品牌的 SOINLOVE，在 2019 財政年度上半年開設了六個零售點，於 2018 年 9 月 30 日，共有 15 個零售點。而為年輕一代而設的型格時尚珠寶品牌 MONOLOGUE，於 2019 財政年度上半年淨開設了五個零售點，零售點總數為 16 個。

在 2019 財政年度上半年，電子商務業務錄得 12.7%的零售值增長，佔中國內地零售值 5.1%及銷量 14.0%。線上平台每日平均錄得 405,000 個不重覆訪客。在新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶，關注人數增加至約 490 萬人。

於 2018 年 9 月 30 日，集團在中國內地約有 1,744,000 名會員，會員再消費率為 22.3%；在香港及澳門有 932,000 名會員，會員再消費率保持在 32.6%。

## 前景與策略

集團於 2019 財政年度上半年錄得強勁的銷售增長，可見消費意欲不斷改善，以及致力執行的策略奏效。儘管如此，集團預期此增長趨勢將在 2019 財政年度下半年放緩，因為比較基數續升、中美貿易磨擦及外匯波動將影響表現。然而，鑑於此宏觀經濟的不利因素，中國政府已加大力度採取一系列措施，以刺激內需和紓解經濟放緩。因此，在可見的未來，集團對大中華的珠寶市場前景持審慎樂觀的態度。

周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示：「集團一直致力透過對創新及科技的投資，為人才、產品及營運注入源源動力，引領我們在瞬息萬變的時代中茁壯成長，成功制定及落實顧客體驗的致勝之道。與此同時，受惠於中國內地的持續改革，我們對珠寶市場的中長遠前景仍然抱持樂觀態度。」

就此，集團時刻保持警覺，並致力執行「Smart+ 2020」策略框架，以提供卓越的顧客體驗，其中致力於 1) 推出多品牌策略和創新零售體驗；2) 轉型至靈活的顧客對工廠的業務模式，讓顧客可以參與整個供應鏈環節；3) 投資於數據分析，以了解業務營運各個工序，從而提升當中的價值；以及 4) 於集團及珠寶業培育創新和創業文化。

- 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。

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、品質與價值聞名。集團及其標誌性品牌的成功植根於創新、工藝與傳承。集團亦制定長線多品牌發展策略，旗下擁有其他珠寶品牌包括 T MARK、HEARTS ON FIRE、MONOLOGUE 與 SOINLOVE 等首批具代表性品牌。

集團對可持續增長的承諾以「Smart+」策略為基礎，致力於業務、員工和文化推動長遠的創新發展。發展成熟的垂直整合業務模式為支撐集團可持續增長的另一優勢，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行業合作夥伴。

集團擁有龐大的零售網絡，遍及大中華、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，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經理  
電話：(852) 2138 8337  
電郵：peonysze@chowtaifook.com