

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1929

截至2020年3月31日止年度全年業績公告 及

由2020年4月1日至5月31日未經審核之主要經營數據

- 營業額按年減少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，以及香港的表現疲弱所致。
- 中國內地以及香港及澳門的同店銷售⁽¹⁾分別錄得15.1%及38.7%之減幅。
- 由於營業額減少，故主要經營溢利⁽²⁾急降18.4%，儘管我們主要業務營運所處的環境極具挑戰，但我們的主要經營溢利率⁽²⁾仍維持於10.0%。
- 截至2020年3月31日，零售網絡擴展至3,850個零售點，2020財政年度內淨增加716個零售點。
- 過去三年，我們執行「Smart+ 2020」策略框架，為業務奠定了穩固的基礎，我們已蓄勢待發為開創增長的新篇章準備就緒，堅持以客為本的策略，提供卓越的顧客體驗。

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 ⁽³⁾	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 ⁽⁴⁾ (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) 2020財政年度的「同店銷售」指於2018年4月1日前開業並於2020年3月31日仍然續存的直營零售點的營業額(按相同匯率計算)，惟不包括批發及其他渠道的營業額

(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) 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

(4) 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%

截至2020年3月31日止年度的全年業績

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」、「我們」或「周大福」)董事會(「董事會」或「董事」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2020年3月31日止年度(「2020財政年度」)的經審核全年業績連同截至2019年3月31日止年度(「2019財政年度」)的比較數字如下：

綜合損益及其他全面收益表

截至2020年3月31日止年度

	附註	2020 百萬港元	2019 百萬港元
營業額	2	56,750.8	66,660.9
銷售成本		(40,654.6)	(48,059.1)
毛利		16,096.2	18,601.8
其他收入		436.6	395.8
銷售及分銷成本		(8,689.7)	(9,037.8)
一般及行政開支		(2,867.1)	(2,986.7)
其他收益及虧損		(147.1)	(276.2)
其他開支		(146.3)	(57.3)
分佔一家聯營公司之溢利		3.5	-
利息收入		78.0	82.7
融資成本		(559.6)	(370.3)
除稅前溢利	3	4,204.5	6,352.0
稅項	4	(1,221.4)	(1,668.0)
年度溢利		2,983.1	4,684.0

綜合損益及其他全面收益表(續)

截至2020年3月31日止年度

	附註	2020 百萬元	2019 百萬元
其他全面開支			
不會重新分類至損益的項目：			
— 重新計算定額福利計劃		<u>(24.0)</u>	<u>(7.5)</u>
隨後可能會重新分類至損益的項目：			
— 換算境外業務所產生之匯兌差額		<u>(980.6)</u>	<u>(1,288.1)</u>
年度其他全面開支		<u>(1,004.6)</u>	<u>(1,295.6)</u>
年度全面收益總額		<u><u>1,978.5</u></u>	<u><u>3,388.4</u></u>
以下各方應佔年度溢利：			
本公司股東		2,901.0	4,576.8
非控股權益		<u>82.1</u>	<u>107.2</u>
		<u><u>2,983.1</u></u>	<u><u>4,684.0</u></u>
以下各方應佔年度全面收益總額：			
本公司股東		1,937.2	3,327.3
非控股權益		<u>41.3</u>	<u>61.1</u>
		<u><u>1,978.5</u></u>	<u><u>3,388.4</u></u>
每股盈利—基本及攤薄	5	<u><u>29.0港仙</u></u>	<u><u>45.8港仙</u></u>

綜合財務狀況表

於2020年3月31日

	附註	2020 百萬港元	2019 百萬港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,641.3	5,488.0
土地使用權		–	177.2
使用權資產		2,288.0	–
投資物業		225.4	219.2
商譽		231.5	257.8
其他無形資產		207.6	253.7
珠寶珍藏		1,520.1	1,520.1
預付款項及已付按金		248.3	38.7
按公允值計入損益的金融資產		21.0	11.2
於聯營公司之投資		11.7	–
應收聯營公司款項		57.5	54.7
應收貸款		15.6	18.7
遞延稅項資產		570.1	420.1
		10,038.1	8,459.4
流動資產			
存貨	7	42,538.4	39,486.1
貿易及其他應收款項	8	5,340.8	6,638.7
應收貸款		7.9	12.3
可收回稅項		99.0	–
現金及現金等價物		7,219.2	7,640.6
		55,205.3	53,777.7
流動負債			
貿易及其他應付款項	9	12,430.0	10,684.3
應付附屬公司非控股股東款項		97.9	136.7
應付稅項		388.6	1,178.4
銀行貸款		10,533.0	7,460.0
黃金借貸		11,280.4	8,011.5
租賃負債		896.8	–
		35,626.7	27,470.9
流動資產淨額		19,578.6	26,306.8
總資產減流動負債		29,616.7	34,766.2

綜合財務狀況表(續)

於2020年3月31日

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
非流動負債		
銀行貸款	897.5	2,596.7
租賃負債	900.3	—
退休福利承擔	260.2	238.8
遞延稅項負債	505.1	456.4
其他負債	62.8	71.3
	<u>2,625.9</u>	<u>3,363.2</u>
資產淨額	<u>26,990.8</u>	<u>31,403.0</u>
股本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>16,343.3</u>	<u>20,750.7</u>
本公司股東應佔權益	26,343.3	30,750.7
非控股權益	<u>647.5</u>	<u>652.3</u>
	<u>26,990.8</u>	<u>31,403.0</u>

綜合財務報表附註

截至2020年3月31日止年度

1. 編制基準

本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團已應用以下於2019年4月1日開始的年度報告期間首次生效的準則及修訂本。

國際財務報告準則第16號	租賃
國際財務報告詮釋公告第23號	所得稅處理之不確定性
國際財務報告準則第9號(修訂本)	具有負補償之提前還款特點
國際會計準則第19號(修訂本)	計劃修改、削減或結算
國際會計準則第28號(修訂本)	於聯營公司及合資企業之長期權益
國際財務報告準則(修訂本)	2015年至2017年週期之國際財務報告準則年度改進

除下文所述者外，於本年度應用其他新訂及經修訂國際財務報告準則對於本年度及過往年度本集團之財務業績及財務狀況及／或於該等綜合財務報表載列之披露資料並無構成重大影響。

本集團提前採納的經修訂準則

本集團已提前採納以下與其業務經營有關的國際財務報告準則的修訂本。

國際財務報告準則第16號(修訂本) 2019冠狀病毒相關的租金優惠

國際財務報告準則第16號(修訂本)「2019冠狀病毒相關的租金優惠」允許承租人選擇不評核直接由於2019冠狀病毒疫情產生的租金優惠是否屬租賃修改。此可行權宜之計僅適用於直接由於2019冠狀病毒疫情產生的租金優惠並且須達成下列所有條件：

- 租賃付款的變動使租賃代價有所修改，而經修改的代價與緊接變動前租賃代價大致相同，或少於緊接變動前租賃代價；
- 租賃付款的任何減幅僅影響原到期日為2021年6月30日或之前的付款；
- 租賃的其他條款及條件並無實質變動。

國際財務報告準則第16號租賃

本集團自2019年4月1日起追溯採納國際財務報告準則第16號租賃，惟根據該準則特定過渡條文允許，並無重列2019年報告期間的比較數字。因此，新租賃規則產生的重新分類及調整於2019年4月1日在資產負債表期初結餘予以確認。

採納國際財務報告準則第16號之時，本集團對之前曾根據國際會計準則第17號租賃原則項下分類為「經營租賃」之租賃確認租賃負債。該等負債按餘下租賃付款的現值計量，並利用2019年4月1日的承租人遞增借貸利率作貼現。於2019年4月1日應用至租賃負債的加權平均承租人遞增借貸利率為2.93%。

1. 編制基準(續)

國際財務報告準則第16號租賃(續)

(a) 採用的可行權宜方法

本集團於首次應用國際財務報告準則第16號時，已使用下列準則允許的可行權宜方法：

- 對具有合理相似特徵之租賃組合採用劃一貼現率；
- 於2019年4月1日，剩餘租賃期少於12個月的經營租賃入賬為短期租賃；
- 對低價值資產的租賃應用確認豁免；
- 就計量於初始應用日期之使用權資產而言不把初始直接成本計算在內；及
- 當合約包含可延續或終止租賃之選擇權時，以事後分析結果釐定租賃期。

採納國際財務報告準則第16號之後，本集團就呈列目的，將租賃土地由物業、廠房及設備以及土地使用權重新分類為使用權資產。

(b) 計算租賃負債

下表闡釋2019年3月31日應用國際會計準則第17號披露經營租賃承擔與2019年4月1日應用國際財務報告準則第16號確認的租賃負債之差異：

	百萬港元
於2019年3月31日披露的經營租賃承擔	2,741.1
減：	
重新評估為服務協議的合同	(116.8)
以直線基礎確認為費用的短期租賃	(82.6)
	<u>2,541.7</u>
於2019年3月31日貼現前的經營租賃負債	2,541.7
於2019年4月1日以遞增借貸利率貼現之影響*	(210.7)
	<u>2,331.0</u>
於2019年4月1日確認的租賃負債	<u>2,331.0</u>
其中：	
流動租賃負債	1,056.4
非流動租賃負債	1,274.6
	<u>2,331.0</u>

* 加權平均遞增借貸利率為2.93%。

1. 編制基準(續)

國際財務報告準則第16號租賃(續)

(c) 計算使用權資產

租賃相關的使用權資產按追溯基礎計算，猶如一直應用新規則。

獲確認使用權資產與下列資產類別有關：

	於2020年 3月31日 百萬港元	於2019年 4月1日 百萬港元
租賃土地／土地使用權	592.4	648.8
零售店	1,592.3	2,104.7
辦公室、倉庫及其他	103.3	114.8
使用權資產總值	<u>2,288.0</u>	<u>2,868.3</u>

(d) 於2019年4月1日綜合財務狀況表內確認的調整

會計政策變動影響下列2019年4月1日綜合財務狀況表的項目：

	於2019年3月31日 (之前已呈列) 百萬港元	於採納國際財務 報告準則 第16號的影響 百萬港元	於2019年4月1日 (經調整) 百萬港元
非流動資產			
物業、廠房及設備	5,488.0	(471.6)	5,016.4
土地使用權	177.2	(177.2)	–
使用權資產	–	2,868.3	2,868.3
遞延稅項資產	420.1	23.4	443.5
流動資產			
貿易及其他應收款項	6,638.7	(26.6)	6,612.1
流動負債			
貿易及其他應付款項	(10,684.3)	(29.9)	(10,714.2)
租賃負債	–	(1,056.4)	(1,056.4)
非流動負債			
租賃負債	–	(1,274.6)	(1,274.6)
權益			
保留溢利	(11,547.3)	144.6	(11,402.7)
	<u>(9,507.6)</u>	<u>–</u>	<u>(9,507.6)</u>

(e) 出租人會計處理

採納國際財務報告準則第16號之後，本集團無需對經營租賃項下以出租人身份持有資產的會計處理作任何調整。

2. 營業額及分部資料

營業額指已收及應收售出商品及提供服務款項減退貨及交易折扣的淨額。

就資源分配及表現評估而向主要營運決策者(即本公司執行董事)報告的資料主要按管理所在地劃分。主要營運決策者在審閱時會進一步將各管理所在地所得營業額按零售及批發市場劃分進行分析。截至2020年3月31日及2019年3月31日止年度，本集團的可呈報營運分部包括兩個分部，即(i)位於中國內地的業務及(ii)位於香港、澳門及其他市場的業務。

(a) 按可呈報分部劃分的本集團營業額及業績分析

截至3月31日止年度

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元
營業額						
外界銷售						
—零售	26,796.0	30,423.7	14,875.3	23,058.3	41,671.3	53,482.0
—批發(附註i)	13,966.8	12,008.3	1,112.7	1,170.6	15,079.5	13,178.9
分部/集團營業額	40,762.8	42,432.0	15,988.0	24,228.9	56,750.8	66,660.9
分部間銷售(附註ii)	—	—	2,126.3	3,405.3	2,126.3	3,405.3
	40,762.8	42,432.0	18,114.3	27,634.2	58,877.1	70,066.2
經調整毛利(撇銷前)	12,432.2	12,237.2	4,244.3	6,524.0	16,676.5	18,761.2
分部間撇銷	—	1.3	130.5	(161.7)	130.5	(160.4)
經調整毛利	12,432.2	12,238.5	4,374.8	6,362.3	16,807.0	18,600.8
其他收入	279.4	252.7	157.2	143.1	436.6	395.8
銷售及分銷成本與一般及行政開支	(7,615.7)	(7,486.7)	(3,941.1)	(4,537.8)	(11,556.8)	(12,024.5)
主要經營溢利(分部業績)	5,095.9	5,004.5	590.9	1,967.6	5,686.8	6,972.1
黃金未變現(虧損)/收益(附註iii)					(710.8)	1.0
其他(附註iv)					(289.9)	(333.5)
利息收入					78.0	82.7
融資成本					(559.6)	(370.3)
除稅前溢利					4,204.5	6,352.0
計入主要經營溢利(分部業績)計量的其他分部資料：						
專櫃分成	1,583.3	1,891.7	1.4	16.3	1,584.7	1,908.0
承租物業經營租賃租金	135.6	353.8	116.0	1,204.1	251.6	1,557.9
員工成本	3,027.7	2,852.4	1,532.8	1,769.3	4,560.5	4,621.7
折舊及攤銷	964.2	616.5	1,405.7	349.9	2,369.9	966.4

2. 營業額及分部資料(續)

(a) 按可呈報分部劃分的本集團營業額及業績分析(續)

附註：

- (i) 批發營業額指珠寶貿易、銷售予加盟商及分銷商的營業額及提供服務予加盟商的收入。
- (ii) 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。
- (iii) 如附註3披露，黃金借貸的公允值虧損錄得1,276.1百萬港元(2019年：117.2百萬港元)，當中710.8百萬港元(2019年：公允值收益1.0百萬港元)為因確認金價變動對黃金借貸(黃金淡倉)與黃金存貨(黃金好倉)的影響之間有時間差而仍未變現。
- (iv) 其他指其他收益及虧損、其他開支及分佔一家聯營公司之溢利。

經調整毛利指在未分配黃金未變現(虧損)/收益前各分部所產生的毛利。主要經營溢利指在未分配黃金未變現(虧損)/收益、其他收益及虧損、其他開支、分佔一家聯營公司溢利、利息收入及融資成本前各分部所產生的溢利。此為向主要營運決策者匯報以作資源分配及表現評估的計量基準。

(b) 按可呈報分部劃分的本集團資產及負債分析

於3月31日

分部資產

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元
物業、廠房及設備	3,437.8	3,769.8	1,203.5	1,718.2	4,641.3	5,488.0
土地使用權	-	153.8	-	23.4	-	177.2
使用權資產	589.5	-	1,698.5	-	2,288.0	-
投資物業	17.2	-	208.2	219.2	225.4	219.2
商譽	193.3	193.3	38.2	64.5	231.5	257.8
其他無形資產	142.8	171.2	47.6	57.0	190.4	228.2
珠寶珍藏	-	-	1,520.1	1,520.1	1,520.1	1,520.1
預付款項及已付按金	96.5	32.1	151.8	6.6	248.3	38.7
存貨	24,547.8	20,838.1	17,990.6	18,648.0	42,538.4	39,486.1
貿易及其他應收款項	4,698.2	5,830.4	642.6	808.3	5,340.8	6,638.7
可收回稅項	-	-	99.0	-	99.0	-
總分部資產	33,723.1	30,988.7	23,600.1	23,065.3	57,323.2	54,054.0
未分配：						
其他無形資產					17.2	25.5
按公允值計入損益的金融資產					21.0	11.2
於聯營公司之投資及應收 聯營公司款項					69.2	54.7
應收貸款					23.5	31.0
遞延稅項資產					570.1	420.1
現金及現金等價物					7,219.2	7,640.6
總資產					65,243.4	62,237.1

2. 營業額及分部資料(續)

(b) 按可呈報分部劃分的本集團資產及負債分析(續)

於3月31日

分部負債

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2019 百萬港元
貿易及其他應付款項	(11,338.5)	(9,364.1)	(1,091.5)	(1,320.2)	(12,430.0)	(10,684.3)
應付稅項	(227.9)	(489.3)	(160.7)	(689.1)	(388.6)	(1,178.4)
租賃負債	(472.3)	-	(1,324.8)	-	(1,797.1)	-
總分部負債	(12,038.7)	(9,853.4)	(2,577.0)	(2,009.3)	(14,615.7)	(11,862.7)
未分配：						
應付附屬公司非控股股東款項					(97.9)	(136.7)
銀行貸款					(11,430.5)	(10,056.7)
黃金借貸					(11,280.4)	(8,011.5)
退休福利承擔					(260.2)	(238.8)
遞延稅項負債					(505.1)	(456.4)
其他負債					(62.8)	(71.3)
總負債					(38,252.6)	(30,834.1)

(c) 按地域位置劃分的本集團資產分析

按地域位置劃分的本集團非流動資產(不包括應收貸款、已付按金、應收聯營公司款項、按公允值計入損益的金融資產及遞延稅項資產)分析如下：

於3月31日

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
中國內地	4,853.9	4,766.9
香港、澳門及其他市場	4,331.4	3,187.8
	9,185.3	7,954.7

2. 營業額及分部資料(續)

(d) 客戶合約營業額細分

本集團從轉讓貨品及服務於某一時點及於一段時間內所衍生的營業額，主要產品類別如下：

截至3月31日止年度

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
於某一時點		
零售銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	9,346.8	12,187.7
— 黃金產品	24,003.4	31,892.3
— 鉑金/K金產品	4,908.0	5,756.6
— 鐘錶	3,413.1	3,645.4
	<u>41,671.3</u>	<u>53,482.0</u>
向加盟商/分銷商批發	14,578.9	12,484.2
珠寶貿易	245.2	494.7
於一段時間內		
來自加盟商的服務收入	255.4	200.0
	<u>56,750.8</u>	<u>66,660.9</u>

兩個年度內，概無個別顧客佔本集團總營業額10%以上。

3. 除稅前溢利

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
除稅前溢利已扣除/(計入)：		
董事酬金	97.1	92.6
員工退休福利計劃供款	606.2	613.3
員工成本	3,857.2	3,915.8
	<u>4,560.5</u>	<u>4,621.7</u>
存貨成本確認為開支	38,333.7	46,723.5
專櫃分成	1,584.7	1,908.0
承租物業經營租賃租金	251.6	1,557.9
物業、廠房及設備折舊	975.0	885.1
使用權資產折舊	1,337.5	-
投資物業折舊	11.3	14.3
土地使用權攤銷	-	14.3
其他無形資產攤銷	46.1	52.7
存貨撥備使用(計入銷售成本內)	(24.1)	(113.5)
貿易及其他應收款項虧損撥備之(撥回)/確認	(3.2)	27.5
黃金借貸的公允值虧損(計入銷售成本內)		
— 黃金已變現虧損	565.3	118.2
— 黃金未變現虧損/(收益)(附註2)	710.8	(1.0)
	<u>1,276.1</u>	<u>117.2</u>
收購ENZO之收益(計入其他收益及虧損內)	18.0	-
捐款(計入其他開支內)	20.1	9.9
核數師酬金予本公司核數師		
— 核數及相關服務	6.2	5.0
— 非核數服務	2.2	1.7
核數師酬金予其他核數師		
— 核數及相關服務	3.9	4.2
— 非核數服務	-	0.9

4. 稅項

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	789.9	1,035.8
香港利得稅	129.8	289.7
澳門所得補充稅	31.6	60.5
其他司法地區之稅項	3.3	3.5
	<u>954.6</u>	<u>1,389.5</u>
過往年度(超額撥備)/撥備不足：		
中國內地企業所得稅	(6.8)	25.7
香港利得稅	0.1	111.5
其他司法地區之稅項	1.5	2.4
	<u>(5.2)</u>	<u>139.6</u>
遞延稅項開支	<u>149.3</u>	<u>114.8</u>
預扣稅*	<u>122.7</u>	<u>24.1</u>
	<u><u>1,221.4</u></u>	<u><u>1,668.0</u></u>

* 預扣稅主要指集團內公司間的授權收入及中國內地附屬公司的利息收入的預扣稅。

兩個年度內，香港利得稅乃按估計應課稅溢利按16.5%稅率計算。

根據中華人民共和國(「中國」)企業所得稅法及其實施細則，中國內地附屬公司的稅率兩年均為25%。

本公司若干中國內地附屬公司獲有關中國內地西部發展的稅項優惠。兩個年度的適用稅率均為15%。

兩個年度內，澳門所得補充稅乃按估計應課稅溢利按最高累進稅率12%計算。

5. 每股盈利

年度每股基本盈利是基於本公司股東應佔年內綜合溢利，以及年內已發行股份10,000,000,000股(2019年：10,000,000,000股)計算。

由於兩個年度並無潛在普通股攤薄效應，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

6. 股息

	2020		2019	
	每股港仙	百萬港元	每股港仙	百萬港元
於年內支付及確認為分派之股息				
本年度：				
— 中期股息	12.0	1,200.0	15.0	1,500.0
上年度：				
— 末期股息	20.0	2,000.0	15.0	1,500.0
— 特別股息	30.0	3,000.0	30.0	3,000.0
		<u>6,200.0</u>		<u>6,000.0</u>

於報告期末後，本公司董事建議就截至2020年3月31日止年度派付末期股息每股12.0港仙(2019年：末期股息每股20.0港仙及特別股息每股30.0港仙)，合共1,200.0百萬港元(2019年：5,000.0百萬港元)，惟須待股東於應屆股東週年大會上批准方告作實。

7. 存貨

	2020	2019
	百萬港元	百萬港元
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	6,888.3	5,810.6
黃金產品	2,114.2	1,719.0
鉑金/K金產品	364.4	391.6
	<u>9,366.9</u>	<u>7,921.2</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	14,827.1	15,583.5
黃金產品	13,471.1	11,706.6
鉑金/K金產品	3,039.6	2,443.7
鐘錶	1,638.7	1,672.2
	<u>32,976.5</u>	<u>31,406.0</u>
包裝物料	<u>195.0</u>	<u>158.9</u>
	<u>42,538.4</u>	<u>39,486.1</u>

8. 貿易及其他應收款項

貿易及其他應收款項包括貿易應收款項2,683.8百萬港元(2019年：3,883.4百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
0至30日	2,206.8	3,128.3
31至90日	382.4	603.6
91至180日	54.2	88.1
180日以上	40.4	63.4
	<u>2,683.8</u>	<u>3,883.4</u>

9. 貿易及其他應付款項

貿易及其他應付款項包括貿易應付款項253.4百萬港元(2019年：574.1百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2020 百萬港元	2019 百萬港元
0至30日	200.7	542.0
31至90日	36.9	19.2
91至180日	12.6	3.8
180日以上	3.2	9.1
	<u>253.4</u>	<u>574.1</u>

10. 期後事項

本集團截至2020年3月31日止第四季度的業務受2020年初爆發2019冠狀病毒疫情的嚴重打擊。本集團自爆發以來一直密切留意2019冠狀病毒疫情的發展和影響，並適時採取適當的應對措施，以減低對本集團業務的影響。本集團中國內地以及香港及澳門的零售點大部份已於2020年4月恢復營運。

截至獲授權刊發本綜合財務報表當日止，本集團的業務已呈復甦跡象，尤其是中國內地市場。兩個可呈報分部的近期銷售表現均符合管理層的預期。請參閱第61頁的未經審核主要經營數據。

詳情請參閱第60頁的「業務展望與策略」。

除上文所述外，報告期後並無期後事項對本集團綜合財務報表構成重大影響。

管理層討論與分析

表現回顧

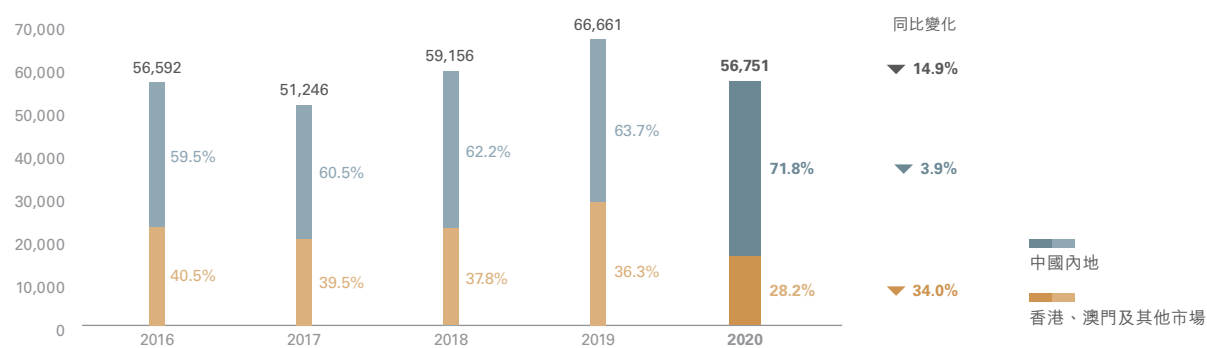
本集團的中國內地業務穩步增長，令2020財政年度上半年整體表現穩定，惟宏觀不明朗因素和2019冠狀病毒疫情對下半年表現帶來不利影響。

概覽

營業額

按可呈報分部劃分的營業額

截至3月31日止年度
(百萬港元)

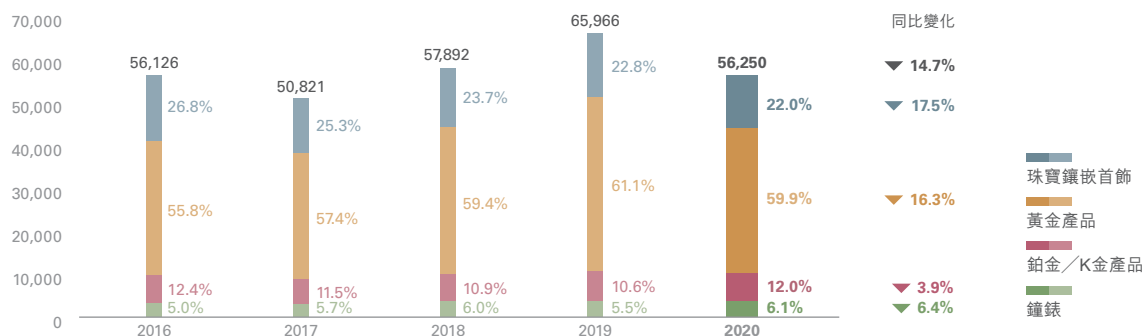


營業額(百萬港元)	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
中國內地	18,022	24,410	20,224	20,539	▲ 12.2%	▼ 15.9%
香港、澳門及其他市場	11,681	12,548	9,309	6,679	▼ 20.3%	▼ 46.8%
整體	29,703	36,958	29,533	27,218	▼ 0.6%	▼ 26.4%

- 2020財政年度本集團的營業額下降14.9%至56,751百萬港元，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，以及香港的表現疲弱所致。
- 中國內地於2020財政年度的營業額輕微下跌3.9%。店舖拓展策略和穩定的同店銷售增長帶動中國內地於2020財政年度上半年的營業額錄得12.2%的不俗增長，緩和了2020財政年度下半年因疫情而錄得15.9%跌幅的影響。於2020財政年度，中國內地對本集團營業額貢獻佔比上升至71.8%。
- 香港、澳門及其他市場於2020財政年度的營業額下降34.0%。受病毒疫情的影響，2020財政年度下半年的營業額按年急降46.8%。

按產品劃分的營業額(不包括珠寶貿易及加盟商的服務收入)

截至3月31日止年度
(百萬港元)

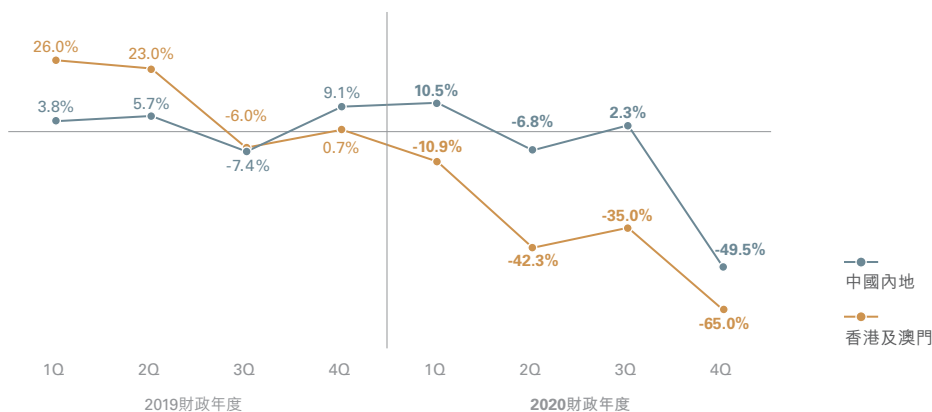


營業額佔比	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年
珠寶鑲嵌首飾	23.4%	22.2%	23.3%	20.6%
黃金產品	60.5%	61.5%	58.9%	61.1%
鉑金/K金產品	10.5%	10.7%	11.4%	12.6%
鐘錶	5.6%	5.5%	6.4%	5.7%

- 黃金產品於2020財政年度的營業額下降16.3%，此乃由於比較基數較高及金價波動所致。黃金產品對本集團營業額貢獻按年下降120個點子至59.9%。
- 珠寶鑲嵌首飾於財政年度內的營業額因嚴峻的宏觀經濟因素亦下跌17.5%。
- 另一方面，於2020財政年度新推出的時尚產品系列及定價黃金珠寶帶動鉑金/K金產品有相對較佳的表現。

同店銷售增長

按主要市場劃分的同店銷售增長



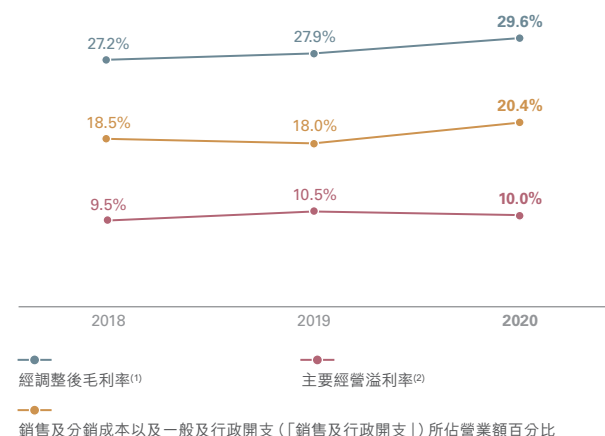
	2019 財政年度 同店銷售增長	2020 財政年度 同店銷售增長	2020 財政年度 同店銷量增長
中國內地	▲ 3.4%	▼ 15.1%	▼ 24.0%
香港及澳門	▲ 8.7%	▼ 38.7%	▼ 43.5%

- 疫情及不穩的宏觀經濟環境難免會影響中國內地以及香港及澳門的業務，尤其是2020財政年度第四季度。這情況導致中國內地以及香港及澳門的銷量跌幅顯著。
- 於2020財政年度首九個月，中國內地的同店銷售保持正增長2.0%，而2020財政年度第四季度則急跌至負增長49.5%。因此，中國內地2020財政年度全年的同店銷售下降15.1%。然而，2020財政年度的同店平均售價持續向好並增長11.7%。若計入電子商務，我們的中國內地同店銷售下跌約14.0%，同店銷量則減少約21.0%。
- 2020財政年度，香港的經營環境疲弱亦影響香港及澳門的表現，導致同店銷售於財政年度內減少38.7%。

盈利能力

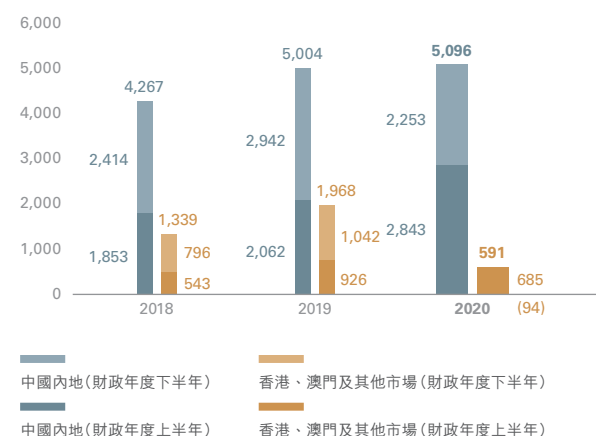
集團

截至3月31日止年度



按可呈報分部劃分的主要經營溢利⁽²⁾

截至3月31日止年度
(百萬港元)



- (1) 經調整後的毛利率及相應毛利率(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核心業務的實際趨勢

(百萬港元)	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
營業額	29,703	36,958	29,533	27,218	▼ 0.6%	▼ 26.4%
經調整後的毛利	8,338	10,263	9,064	7,743	▲ 8.7%	▼ 24.5%
經調整後的毛利率	28.1%	27.8%	30.7%	28.4%	▲ 2.6 個百分點	▲ 0.6 個百分點
其他收入	167	229	213	224	▲ 27.4%	▼ 2.2%
銷售及行政開支	(5,517)	(6,508)	(5,750)	(5,807)	▲ 4.2%	▼ 10.8%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	18.6%	17.6%	19.5%	21.3%	▲ 0.9 個百分點	▲ 3.7 個百分點
主要經營溢利	2,989	3,984	3,527	2,160	▲ 18.0%	▼ 45.8%
主要經營溢利率	10.1%	10.8%	11.9%	7.9%	▲ 1.8 個百分點	▼ 2.9 個百分點

- 受惠於國際金價急升使黃金產品的毛利率有所改善，2020財政年度的經調整後的毛利率錄得增長。儘管我們主要業務營運所處的環境極具挑戰，但我們的主要經營溢利率仍維持於10.0%。
- 2020財政年度，本集團主要經營溢利按年下降18.4%。
- 兩個分部中，中國內地繼續為主要溢利來源，於2020財政年度佔本集團主要經營溢利接近90%，其主要經營溢利於財政年度內增長1.8%。
- 另一方面，2020財政年度下半年香港、澳門及其他市場的主要經營溢利轉為虧損。因此，此分部全年的主要經營溢利錄得70.0%的跌幅。

毛利率

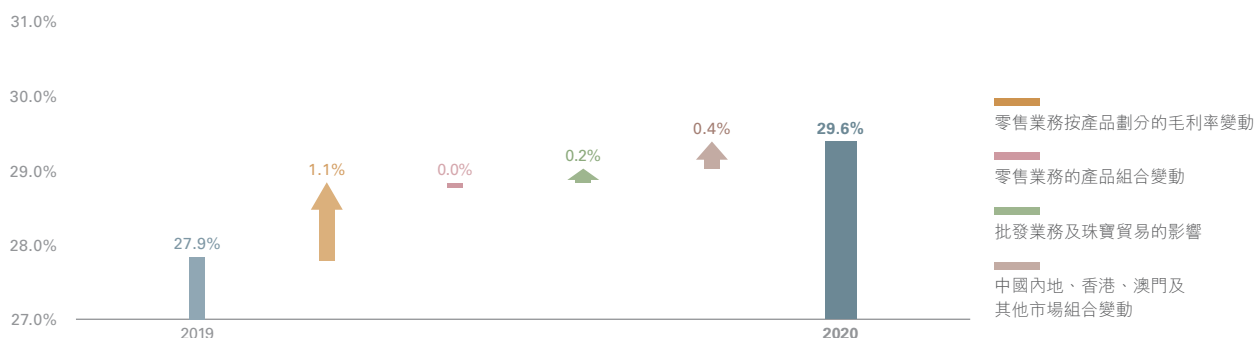
未變現虧損(收益)

截至3月31日止年度	2018	2019	2020
毛利率	27.4%	27.9%	28.4%
黃金借貸未變現虧損(收益)	(0.2)%	0.0%	1.2%
經調整後的毛利率	27.2%	27.9%	29.6%

- 由於國際金價急升，平均國際金價較上一個財政年度上升15.9%，故黃金借貸未變現虧損的影響有所擴大。
- 黃金借貸的增加亦對未變現虧損構成重大影響。我們於農曆新年前已增加存貨以應付節日需求。然而，2020財政年度第四季度期間，顧客消費氣氛轉弱及需求下滑，故存貨及黃金借貸都高於正常水平。
- 2020財政年度，黃金借貸錄得1,276百萬港元的公允值虧損，當中711百萬港元為未變現虧損。
- 我們利用黃金借貸(黃金淡倉)為經濟避險目的，以減輕黃金存貨(黃金好倉)價格波動的財務影響。雖然黃金好淡倉的長線影響預期將會在出售黃金產品時互相抵銷，惟對報告期末的持倉狀況而言，計入銷售成本的黃金借貸虧損(收益)與已對沖黃金存貨的銷售之間或會有短暫的時間差，從而可能產生虧損(收益)。
- 年內未變現虧損(收益)指(i)撥回於上一個財政年度完結時因確認黃金好倉與淡倉影響之時間差所產生的虧損(收益)與(ii)於當前財政年度結算時，因相關的時間差而產生的虧損(收益)的淨影響。

經調整後的毛利率變動

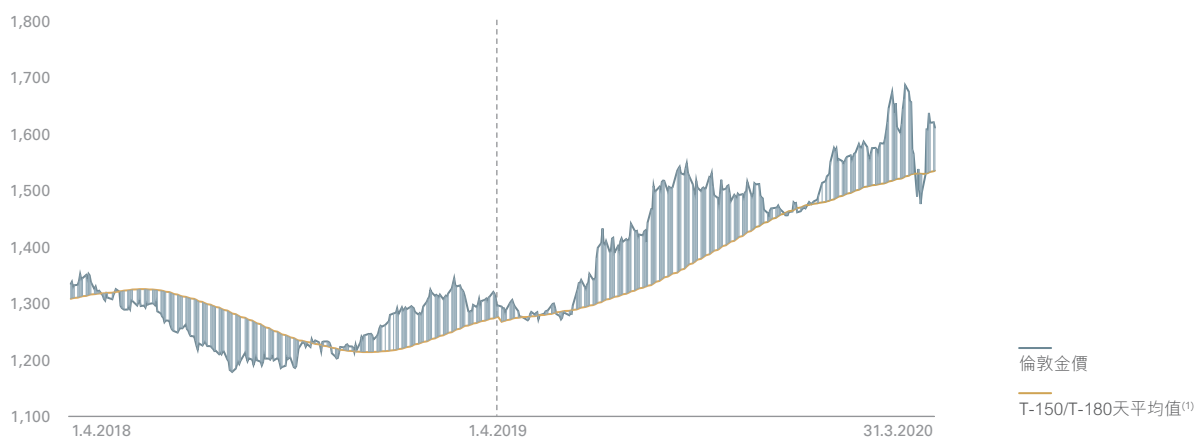
截至3月31日止年度



- 於集團層面，2020財政年度經調整後的毛利率按年上升170個點子。零售業務與批發業務按產品劃分的毛利率上升使整體毛利率有所增長。
- 批發業務的貢獻上升導致毛利率下降，不過其影響被批發業務及珠寶貿易按產品的毛利率改善而有所抵銷。

倫敦金價

(美元每盎司)



- (1) T-150/T-180天平均值指過往連續150天或180天的黃金均價，用作代表我們已對沖黃金存貨的平均價格。由於2020財政年度的黃金存貨周轉延長，2019財政年度及2020財政年度分別使用T-150天及T-180天平均值

2020財政年度

收市價同比變化

平均價同比變化

倫敦金價

▲ 24.2%

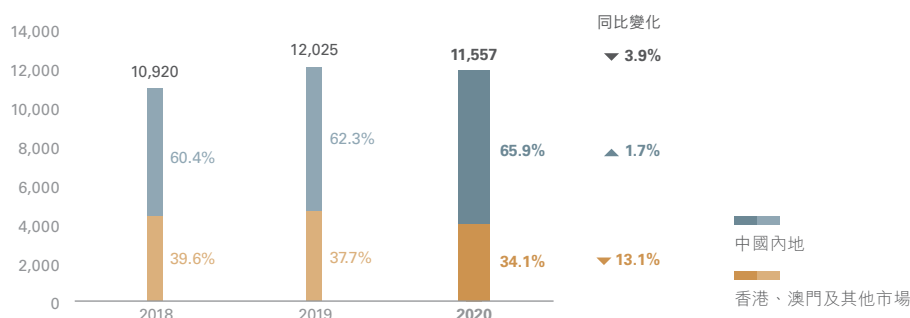
▲ 15.9%

銷售及行政開支

按可呈報分部劃分的銷售及行政開支

截至3月31日止年度

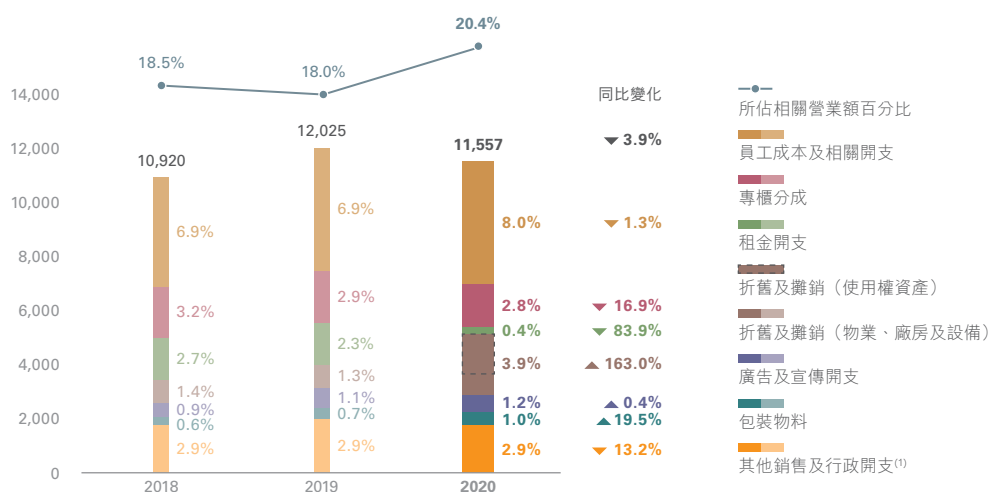
(百萬港元)



銷售及行政開支佔營業額比率

截至3月31日止年度

(百萬港元)



(1) 其他銷售及行政開支主要包括銷售交易結算產生的銀行手續費、銷售授權產品的專利費用、證書費及水電費

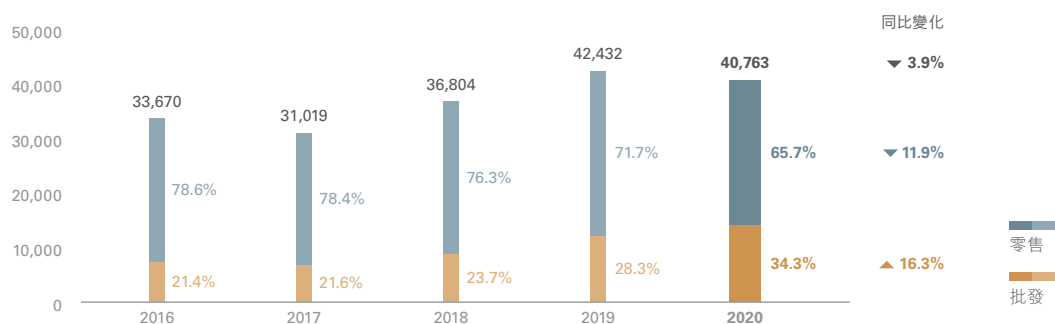
- 2020財政年度，銷售及行政開支減少3.9%至11,557百萬港元，而2020財政年度下半年的部分則按年下降10.8%。然而，全年銷售及行政開支比率則由於經營負槓桿效應而上升240點子至20.4%。
- 有關銷售及行政開支主要組成項目(包括員工成本及相關開支、專櫃分成及租賃相關開支)的分析載於本公告第26及第35頁。
- 採納國際財務報告準則第16號之後，折舊及攤銷增加，租金開支則下降，兩者較2019財政年度的變化亦相當顯著。如扣除國際財務報告準則第16號的影響，折舊及攤銷上升8.8%，其佔營業額的相應比率為1.6%。
- 由於我們改良了產品包裝，以提升品牌價值及提供最佳的顧客體驗，故包裝物料開支按年上升19.5%。

中國內地

營業額

按營運模式劃分的營業額

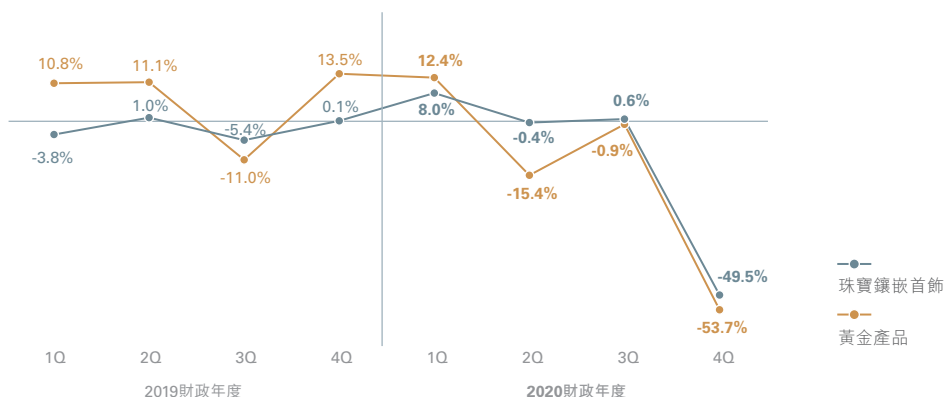
截至3月31日止年度
(百萬港元)



- 於中國內地，我們的零售營業額指來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品及向加盟商提供服務的收入。
- 2020財政年度，中國內地的營業額下降3.9%至40,763百萬港元。按相同匯率計算，營業額基本持平，於財政年度內下降0.1%。
- 我們借助加盟商在較次級城市和縣級城鎮拓展加盟零售點，帶動批發營業額繼續錄得16.3%的強勁增長。批發業務於財政年度內的營業額佔比進一步增加600個點子至34.3%。
- 於縣級城鎮的周大福珠寶加盟零售點，大多以批發賣斷模式經營，當產品交付予我們的加盟商時便會確認銷售金額。至於餘下大部分在中國內地的周大福珠寶加盟零售點，均以寄售模式營運。與零售消費者完成銷售交易前，我們保留存貨擁有權，當交易完成時會確認批發營業額。
- 於2020年3月31日，我們擁有1,936個周大福珠寶加盟零售點，當中34.0%採取批發賣斷模式經營，該等零售點的營業額佔中國內地批發營業額約31.9%。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



	2020 財政年度 同店銷售 增長	2020 財政年度 同店銷量 增長	同店平均 售價	2019 財政年度 同店平均 售價 ⁽¹⁾
珠寶鑲嵌首飾	▼ 12.4%	▼ 13.9%	6,400 港元	6,300 港元
黃金產品	▼ 20.1%	▼ 31.8%	5,000 港元	4,200 港元
鉑金/K金產品	▼ 5.0%	▼ 15.0%	1,800 港元	1,600 港元
鐘錶	▼ 1.4%	▼ 13.9%	18,100 港元	15,800 港元
整體	▼ 15.1%	▼ 24.0%		

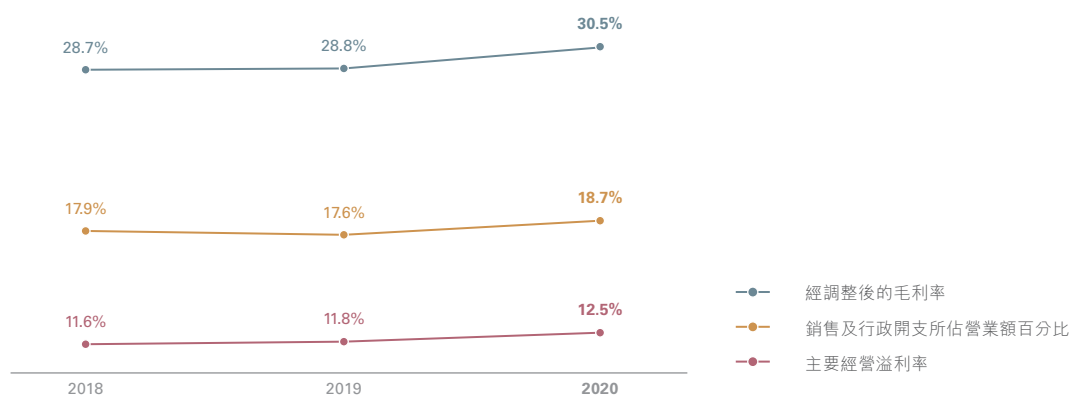
(1) 同店平均售價以2020財政年度的同店作基準

- 於中國內地，所有產品類別於2020財政年度的同店平均售價皆呈升勢。
- 2020財政年度國際平均金價按年飆升15.9%，壓抑黃金產品的零售需求。黃金產品的同店銷量於財政年度內下降31.8%。然而，受惠於金價上升，再加上周大福傳承系列廣受市場歡迎，帶動黃金產品平均售價由2019財政年度的4,200港元上漲至5,000港元。
- 珠寶鑲嵌首飾的同店銷售增長於2020財政年度首九個月表現相對穩定。然而，2020財政年度第四季度在疫情蔓延下同店銷售大幅下滑49.5%，使2020財政年度珠寶鑲嵌首飾整體的同店銷售下降12.4%。同店平均售價則由2019財政年度的6,300港元微升至2020財政年度的6,400港元。

盈利能力

中國內地

截至3月31日止年度



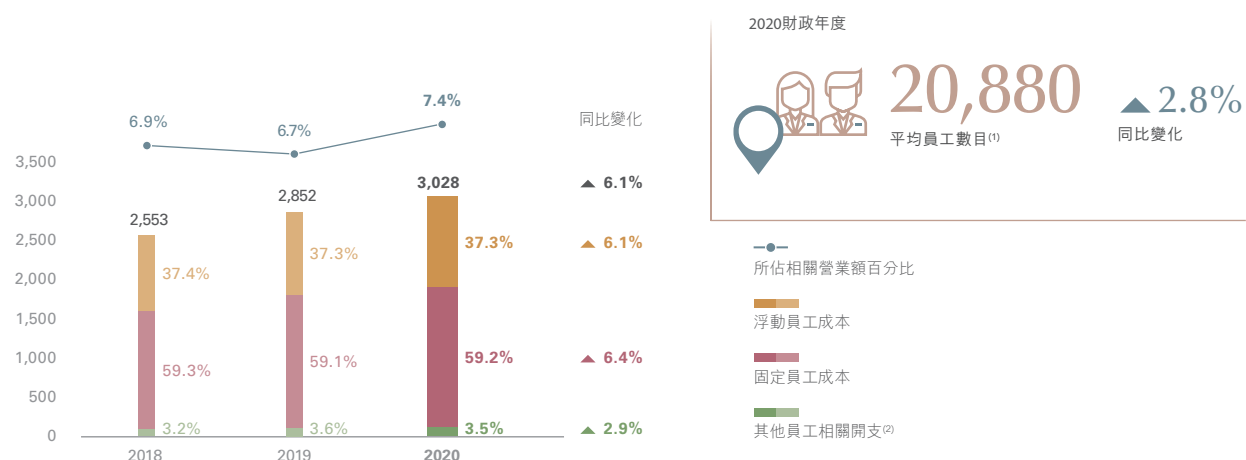
(百萬港元)	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
營業額	18,022	24,410	20,224	20,539	▲ 12.2%	▼ 15.9%
經調整後的毛利	5,358	6,881	6,445	5,988	▲ 20.3%	▼ 13.0%
經調整後的毛利率	29.7%	28.2%	31.9%	29.2%	▲ 2.2 個百分點	▲ 1.0 個百分點
其他收入	102	151	121	158	▲ 18.9%	▲ 4.9%
銷售及行政開支	(3,398)	(4,089)	(3,724)	(3,892)	▲ 9.6%	▼ 4.8%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	18.9%	16.8%	18.4%	19.0%	▼ 0.5 個百分點	▲ 2.2 個百分點
主要經營溢利	2,062	2,942	2,843	2,253	▲ 37.8%	▼ 23.4%
主要經營溢利率	11.4%	12.1%	14.1%	11.0%	▲ 2.7 個百分點	▼ 1.1 個百分點

- 由於產品毛利率較上一個財政年度有所改善，2020財政年度的經調整後的毛利率急升170個點子至30.5%。
- 銷售及行政開支比率因2020財政年度下半年的經營負槓桿效應而上升110個點子至18.7%。
- 因此，主要經營溢利率由2020財政年度上半年的14.1%下降至2020財政年度下半年的11.0%。按年計算，2020財政年度下半年的主要經營溢利率則下跌110個點子。然而，全年主要經營溢利率按年仍增長70個點子，在過去三個財政年度錄得持續改善。

銷售及行政開支的主要項目

員工成本及相關開支

截至3月31日止年度
(百萬港元)

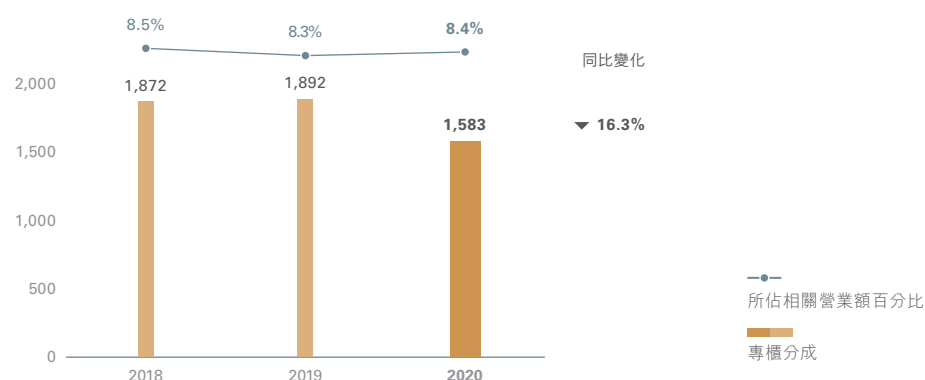


- (1) 不包括生產部門的員工
(2) 其他員工相關開支主要包括員工福食、醫療費和教育經費等

- 2020財政年度的員工成本及相關開支上升6.1%。開支增加主要由於2020財政年度首九個月內與表現掛鈎的浮動組成部分因期內業務錄得增長而上升。由於第四季度的業務受疫情的不利影響，該浮動組成部分按年下降超過40%。

專櫃分成

截至3月31日止年度
(百萬港元)



- 專櫃分成隨零售營業額下跌而下調16.3%。專櫃分成比率略為上升，主要由於銷售組合轉向專櫃分成比率一般較高的珠寶鑲嵌首飾所致。

零售點網絡

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾ — 中國內地

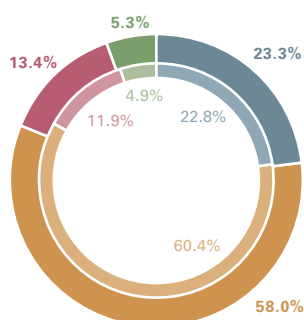
於	31.3.2018 總計	31.3.2019 總計	2020財政年度			31.3.2020 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶 ⁽²⁾	2,317	2,803	761	(138)	623	3,426
周大福鐘錶	106	113	8	(5)	3	116
T MARK	—	4	—	(1)	(1)	3
HEARTS ON FIRE	6	3	—	(2)	(2)	1
ENZO	—	—	60	(1)	59	59
SOINLOVE	9	27	18	(2)	16	43
MONOLOGUE	11	38	19	(6)	13	51

(1) 不包括店中店及店內專櫃

(2) 包括周大福藝堂及周大福薈館零售點

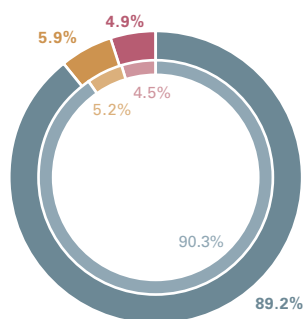
零售值分析

按產品劃分的零售值



2019 財政年度	2020 財政年度		零售值 同比變化
■	■	珠寶鑲嵌首飾	▼ 2.8%
■	■	黃金產品	▼ 8.6%
■	■	鉑金/K金產品	▲ 7.0%
■	■	鐘錶	▲ 3.1%
整體			▼ 4.9%

按銷售渠道劃分的零售值



2019 財政年度	2020 財政年度		零售值 同比變化
■	■	周大福珠寶	▼ 6.0%
■	■	其他店舖品牌 ⁽¹⁾	▲ 8.6%
■	■	電子商務 ⁽²⁾	▲ 2.4%
整體			▼ 4.9%

(1) 包括周大福鐘錶、T MARK、HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE及MONOLOGUE

(2) 主要平台包括周大福網絡旗艦店、天貓、京東、唯品會，但不包括O2O配送(即將線上訂單發送至零售點以安排寄送服務)

周大福珠寶零售點佔中國內地零售值約90%，以下將集中該業務作分析：

周大福珠寶零售點

按城市級別劃分的零售值及零售點⁽¹⁾



(1) 為更合適地反映中國內地城市的經濟發展和戰略意義，我們從2020財政年度上半年開始採用《第一財經》發佈的城市等級排名。新一線城市於我們的分析中被分類為二線城市。請參閱2019年5月24日公佈的排名

- 2020財政年度，我們於中國內地淨開設623個周大福珠寶零售點，以擴大我們於較次級城市及縣級城市的業務據點。
- 2020財政年度，約53%的淨開店位於三、四線及其他城市。該等城市於財政年度的增長較一線及二線城市強勁，主要受新開店所帶動。

按營運模式劃分的零售值及零售點



- 按營運模式劃分，所有淨開店為加盟店，而當中約一半採取批發賣斷模式。於2020年3月31日，中國內地有56.5%的零售點屬加盟店。
- 2020財政年度，加盟店的表現一般與相同等級城市的直營零售點之表現相若或略低。

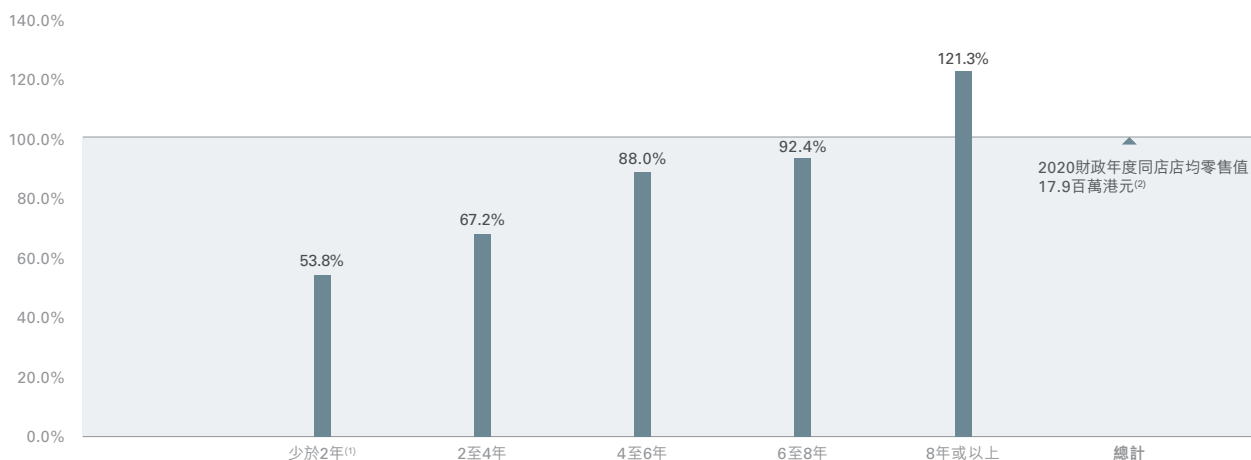
按直營模式劃分的零售值及零售點



- 2020 財政年度，位於購物中心的直營零售點表現優於其他直營模式，因為該等零售點一般提供較吸引的購物體驗，而我們於財政年內亦有在購物中心新增零售點。
- 我們於2020 財政年度淨整合了42個專賣店及位於百貨公司的零售點。

直營周大福珠寶零售點

按店齡劃分的每店零售值



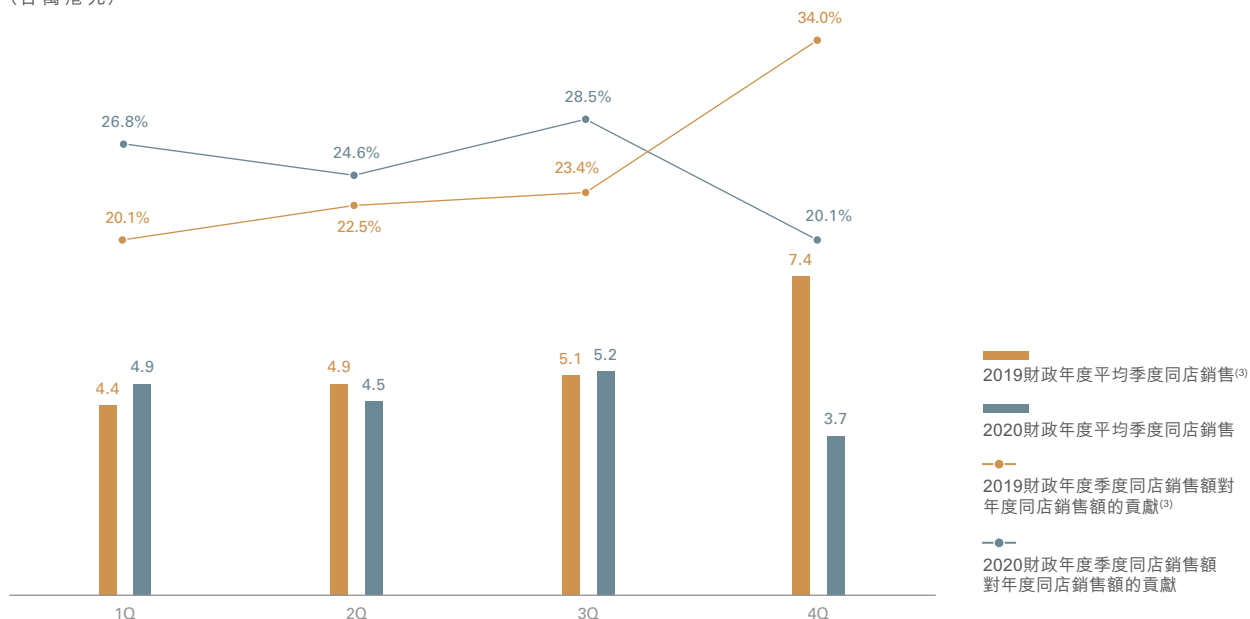
開店日期	4/2018–3/2020	4/2016–3/2018	4/2014–3/2016	4/2012–3/2014	3/2012 或以前	總計
零售點	254	242	218	201	575	1,490
零售點佔比	17.0%	16.3%	14.6%	13.5%	38.6%	100.0%

每店年度零售值與同店均零售值之比例

- 店齡不足1年的零售點之零售值按年化基準調整
- 包括增值稅

平均季度銷售額

(百萬港元)

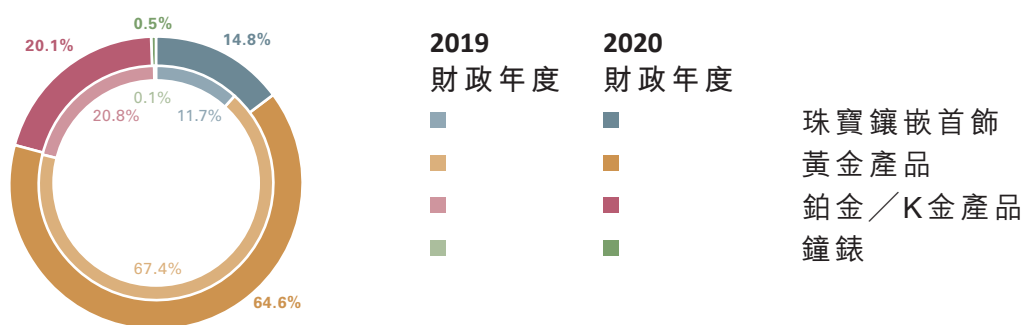


(3) 同店銷售以2020財政年度的同店作基準

- 2020財政年度下半年錄得的平均同店銷售佔全年同店銷售約49%，比2019財政年度下半年的57%佔比為低。
- 第四季度適逢農曆新年及情人節等節慶活動，故屬我們的旺季，該季度通常在我們同店銷售中有最高的季度貢獻。然而，受疫情影響，2020財政年度第四季度的同店銷售貢獻降至20.1%，遠低於我們往常業務的水平。

電子商務業務

按產品劃分的零售值



	2020 財政年度 零售值 同比變動	2020 財政年度 平均售價	2019 財政年度 平均售價
珠寶鑲嵌首飾	▲ 30.7%	1,600 港元	1,500 港元
黃金產品	▼ 0.8%	1,600 港元	1,500 港元
鉑金/K金產品	▲ 0.1%	900 港元	800 港元
整體	▲ 3.4%	1,400 港元	1,300 港元

電子商務業務的表現

2020財政年度

零售值



2020財政年度	2019財政年度	2020財政年度	2019財政年度
5.2%	4.8%	14.4%	13.6%
佔相關零售值		佔相關銷量	

平均售價



1,400港元

2019財政年度: 1,300港元

電子商務平台



80+

平均每日瀏覽量 — 不重複訪客⁽¹⁾



739,000

關注人數⁽²⁾



10,631,000+

(1) 數據來源：周大福網絡旗艦店、天貓及京東

(2) 數據來源：新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶

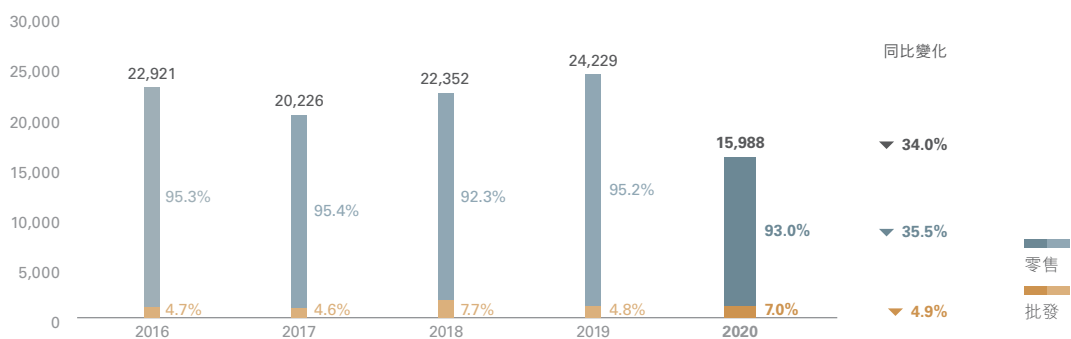
- 2020財政年度，由於我們加強了時尚珠寶的線上推廣，珠寶鑲嵌首飾銷售上升30.7%，帶動電子商務業務錄得3.4%的零售值增長。
- 於本財政年度，電子商務業務對中國內地的零售值貢獻微升至5.2%。按照銷量計算，電子商務業務於2020財政年度佔中國內地的業務進一步升至14.4%，其中13.6%來自電子商務平台，其餘0.8%則來自O2O配送。

香港、澳門及其他市場

營業額

按營運模式劃分的營業額

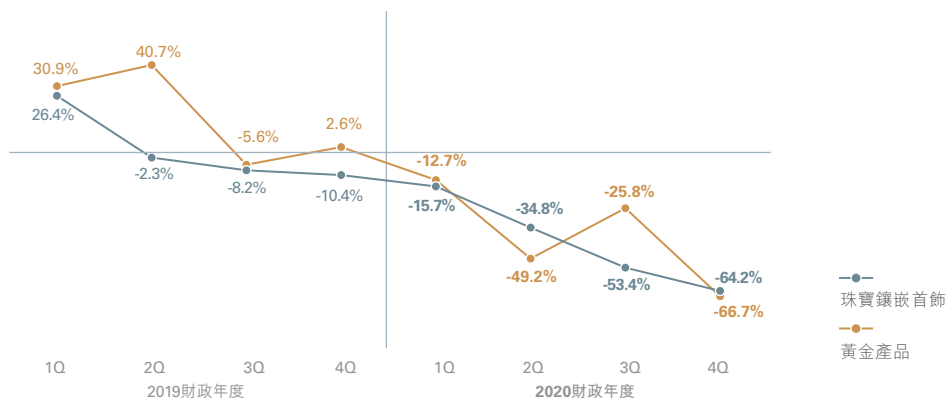
截至3月31日止年度
(百萬港元)



- 我們於香港、澳門及其他市場的零售營業額來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品、向分銷商銷售貨品以及來自珠寶貿易的銷售額。
- 2020財政年度，零售營業額下跌35.5%，主要受香港經營環境疲弱所影響。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



	同店銷售增長	2020 財政年度 同店銷量增長	同店平均售價	2019 財政年度 同店平均售價 ⁽¹⁾
珠寶鑲嵌首飾	▼ 42.4%	▼ 41.6%	10,900 港元	11,100 港元
黃金產品	▼ 39.4%	▼ 47.0%	9,400 港元	8,200 港元
鉑金/K金產品	▼ 40.5%	▼ 40.0%	1,800 港元	1,800 港元
鐘錶	▼ 16.5%	▼ 27.9%	66,700 港元	57,500 港元
整體	▼ 38.7%	▼ 43.5%		

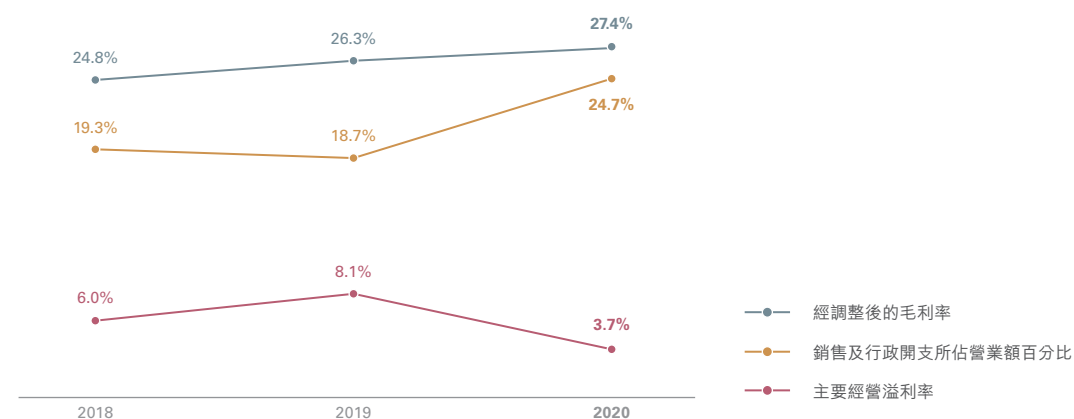
(1) 同店平均售價以2020財政年度的同店作基準

- 2020財政年度，宏觀不利因素和香港狀況，再加上2019冠狀病毒疫情，壓抑了消費者需求。
- 由於金價波動，黃金產品的同店銷量進一步轉弱，拖低黃金產品的同店銷售。然而，黃金產品的平均售價由8,200港元急升至9,400港元。
- 珠寶鑲嵌首飾於2020財政年度的同店銷售因消費者審慎消費的影響而下降42.4%，平均售價則維持在10,900港元，與去年的水平相若。

盈利能力

香港、澳門及其他市場

截至3月31日止年度



(百萬港元)	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
營業額	11,681	12,548	9,309	6,679	▼ 20.3%	▼ 46.8%
經調整後的毛利	2,980	3,382	2,619	1,756	▼ 12.1%	▼ 48.1%
經調整後的毛利率	25.5%	27.0%	28.1%	26.3%	▲ 2.6 個百分點	▼ 0.7 個百分點
其他收入	65	78	92	66	▲ 40.7%	▼ 15.9%
銷售及行政開支	(2,119)	(2,419)	(2,026)	(1,915)	▼ 4.4%	▼ 20.8%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	18.1%	19.3%	21.8%	28.7%	▲ 3.7 個百分點	▲ 9.4 個百分點
主要經營溢利	926	1,042	685	(94)	▼ 26.1%	不適用
主要經營溢利率	7.9%	8.3%	7.4%	(1.4)%	▼ 0.5 個百分點	▼ 9.7 個百分點

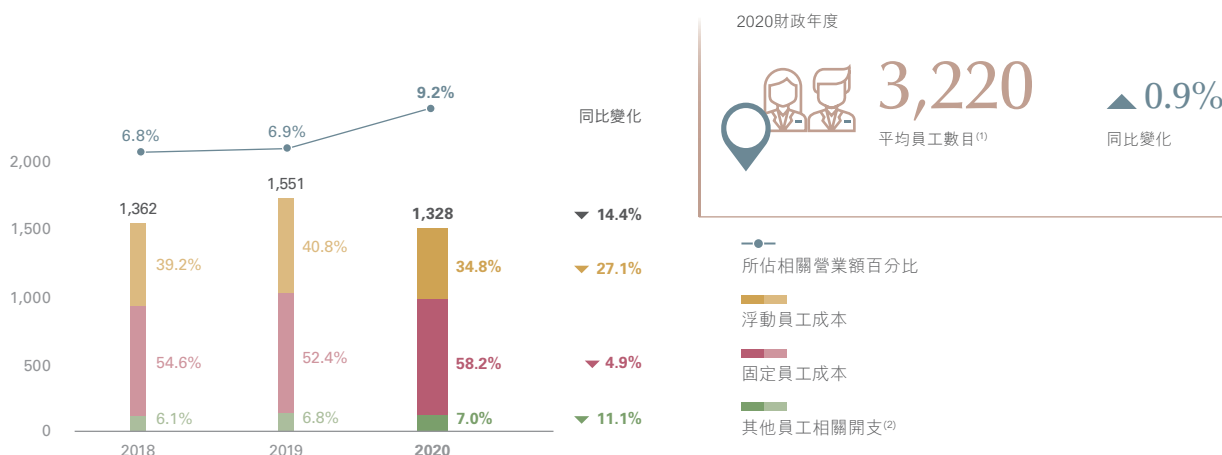
- 2020財政年度，受金價急升及珠寶貿易業務毛利率上升所帶動，經調整後的毛利率上升110個點子至27.4%。
- 銷售及行政開支比率因經營負槓桿效應(特別是2020財政年度第四季)而上升600個點子至24.7%。
- 因此，2020財政年度下半年錄得94百萬港元的主要經營虧損。
- 2020財政年度，主要經營溢利顯著下跌70.0%，其相應的溢利率則下降440個點子至3.7%。

銷售及行政開支的主要項目

香港及澳門

員工成本及相關開支

截至3月31日止年度
(百萬港元)

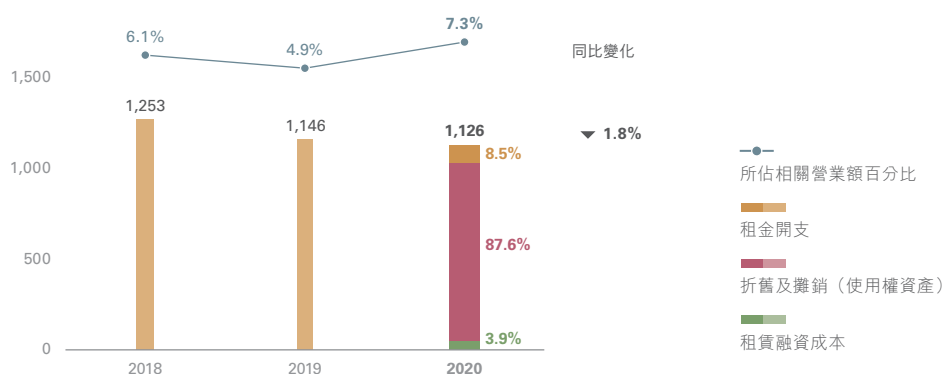


- (1) 不包括生產部門的員工
(2) 其他員工相關開支主要包括員工福食、醫療費和教育經費等

- 員工成本及相關開支下降14.4%。浮動員工成本於2020財政年度按年減少27.1%，有關浮動員工成本於2020財政年度下半年更按年下跌接近50%。

租賃相關開支⁽³⁾

截至3月31日止年度
(百萬港元)



- (3) 根據國際財務報告準則第16號—租賃、折舊及攤銷(使用權資產)及租賃融資成本取代大部分租金開支，我們就此將三個項目合併，以進行香港及澳門的租賃相關開支之分析

- 2020財政年度的租賃相關開支佔比因經營負槓桿效應而上升240個點子至7.3%。於財政年度內，我們有約20個零售點續租，有關金額佔比於我們整體的租賃組合相對較小，因此續租對整體租賃相關開支的影響不大。

零售點網絡

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾ — 香港、澳門及其他市場

於	31.3.2018 總計	31.3.2019 總計	2020 財政年度			31.3.2020 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶 ⁽²⁾	122	130	17	(10)	7	137
中國香港	80	80	8	(6)	2	82
中國澳門	19	19	1	(2)	(1)	18
其他市場	23	31	8	(2)	6	37
T MARK	—	1	—	—	—	1
HEARTS ON FIRE	14	15	—	(5)	(5)	10
SOINLOVE	—	—	1	—	1	1
MONOLOGUE	—	—	2	—	2	2

(1) 不包括店中店及店內專櫃

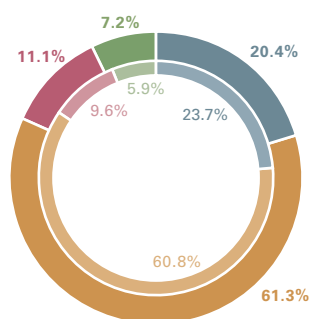
(2) 包括周大福藝堂零售點

- 2020財政年度，我們在香港及澳門淨開設1個周大福珠寶零售點，位於購物中心。
- 在本財政年度內，香港亦開設2個MONOLOGUE零售點及1個SOINLOVE零售點，此乃我們實行多品牌策略之一環。

零售值分析

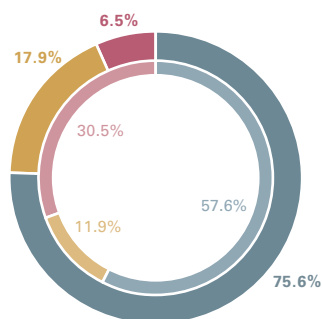
香港、澳門及其他市場

按產品劃分的零售值



2019 財政年度	2020 財政年度	零售值 同比變化	
■	■	珠寶鑲嵌首飾	▼ 43.2%
■	■	黃金產品	▼ 33.7%
■	■	鉑金/K金產品	▼ 24.1%
■	■	鐘錶	▼ 19.9%
■		整體	▼ 34.2%

按地區劃分的零售值及零售點



零售點佔比	零售值佔比	2020 財政年度	
		零售值 同比變化	零售點 淨變動
■ 香港	■ 香港	▼40.3%	▲5
■ 澳門	■ 澳門	▼12.7%	▼1
■ 其他市場	■ 其他市場	▲81.7%	▲1

香港及澳門業務

香港及澳門的行業表現

2020財政年度

香港珠寶業銷貨價值⁽¹⁾



▼38.6%
同比變化

內地訪客人數⁽²⁾



香港
▼40.4%
同比變化

澳門
▼14.7%
同比變化

我們在香港及澳門的表現

2020財政年度

零售點客流量



▼32.1%
同比變化

以中國銀聯、支付寶、微信支付或人民幣結算之零售值

36.9%
2020財政年度

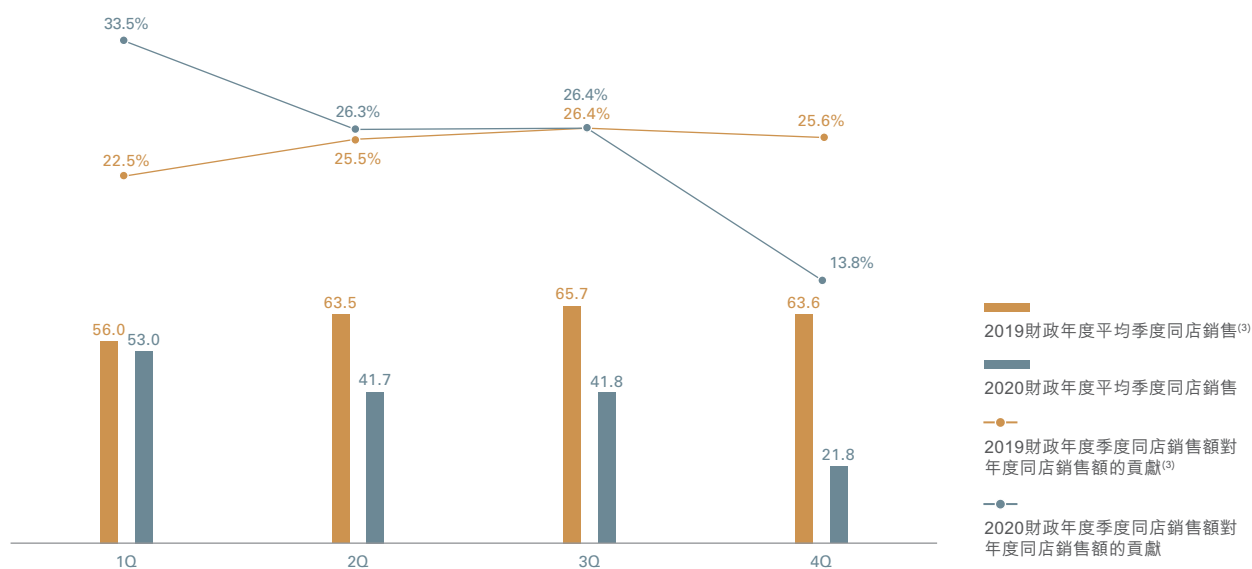
46.5%
2019財政年度

(1) 珠寶首飾、鐘錶及名貴禮品於香港的零售業銷貨價值，源自香港特別行政區政府統計處
(2) 數據來源：香港特別行政區政府商務及經濟發展局與澳門統計暨普查局

- 2020財政年度，香港及澳門客流量按年下跌32.1%。
- 澳門於財政年度內表現優於香港，零售值的跌幅相對較少。
- 鑒於香港的狀況以及為防疫實行的跨境限制，於2020財政年度下半年，內地訪客人數急挫，以中國銀聯、支付寶、微信支付或人民幣結算之零售值佔香港及澳門市場總零售值的百分比(代表中國內地旅客的銷售貢獻)，由2019財政年度的46.5%降至2020財政年度的36.9%。

平均季度銷售額

(百萬港元)



(3) 同店銷售以2020財政年度的同店作基準

- 第三季度適逢聖誕節，屬業內旺季，我們香港及澳門市場的季度同店銷售貢獻和平均同店銷售通常為全年最高。
- 香港自2020財政年度第二季度的狀況和第四季度出現疫情對我們的業務表現構成嚴重影響，令季度的同店銷售貢獻比重偏向2020財政年度第一季度。2020財政年度下半年的同店銷售佔全年的貢獻為40.2%，遠低於我們正常業務的水平。

其他市場業務

- 2020財政年度，我們在其他市場淨開設1個零售點，包括在鄰近國家(如韓國、菲律賓、新加坡及泰國)淨開設的6個周大福珠寶零售點。於財政年度內，其他市場的零售值錄得81.7%的增長。
- 海外市場仍為我們市場發展計劃的策略性的一環。我們透過加盟模式繼續擴充亞洲業務版圖，以善用加盟商的當地知識和人脈。

其他財務回顧

其他收入、其他收益及虧損以及其他開支

截至3月31日止年度	2018 百萬元	2019 百萬元	2020 百萬元	同比變化
其他收入	408	396	437	▲ 10.3%
其他收益及虧損	342	(276)	(147)	▼ 46.7%
其他開支	(48)	(57)	(146)	▲ 155.3%

- 其他收入主要指來自中國內地附屬公司獲得的政府補貼、回扣收入、來自加盟商的其他收入及其他利息收入。
- 其他收益及虧損主要指因人民幣貶值而產生的匯兌淨虧損234百萬元(2019財政年度：241百萬元)及處置使用權資產的收益79百萬元。
- 其他開支主要為資產減值(包括物業、廠房及設備及使用權資產)63百萬元，以及收購Hearts On Fire產生之商譽減值26百萬元及其他無形資產攤銷36百萬元。

利息收入、融資成本及稅項

截至3月31日止年度	2018 百萬元	2019 百萬元	2020 百萬元	同比變化
銀行利息收入	67	83	78	▼ 5.7%
其他利息收入	13	–	–	不適用
銀行貸款融資成本	(111)	(209)	(284)	▲ 36.0%
黃金借貸融資成本	(133)	(161)	(207)	▲ 28.0%
租賃負債融資成本	–	–	(69)	不適用
稅項	(1,629)	(1,668)	(1,221)	▼ 26.8%

- 黃金借貸融資成本上升28.0%，主要由於我們於2020財政年度為應對中國內地開設零售點而增加黃金存貨，故平均黃金借貸較2019財政年度高。
- 2020財政年度，主要由於相對較高的平均銀行貸款，故銀行貸款融資成本增加36.0%。
- 由於預扣稅開支增加以及中國內地分部於2020財政年度對除稅前溢利的貢獻上升，故此2020財政年度的實際稅率由2019財政年度的26.3%升至29.0%。

國際財務報告準則第16號租賃的影響

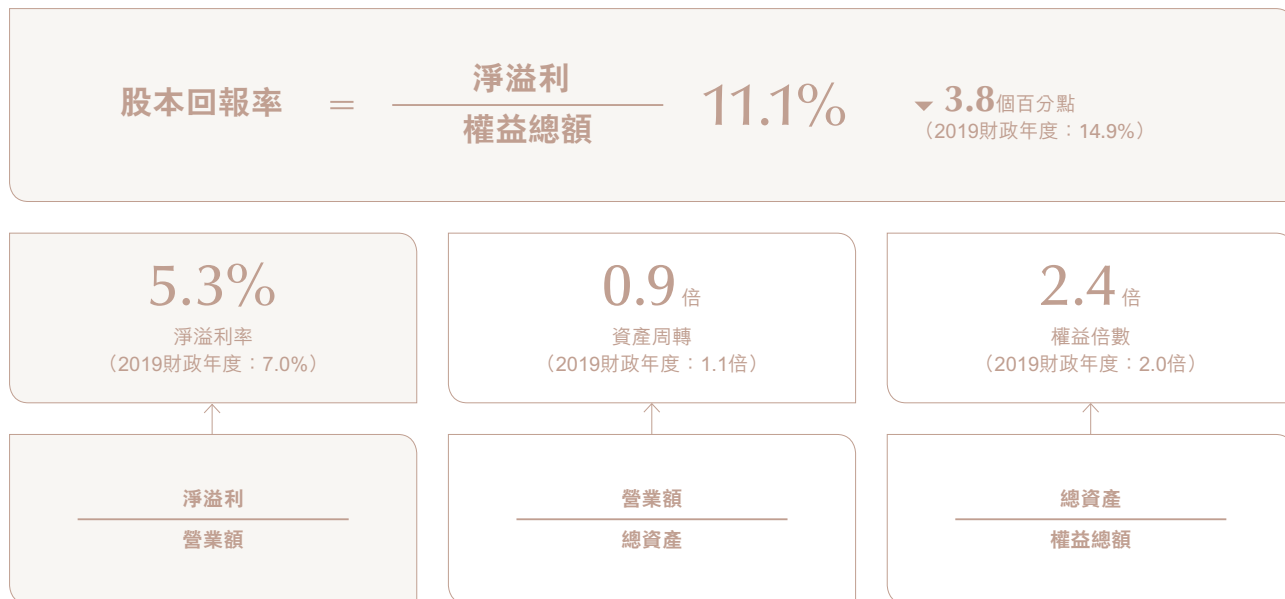
- 我們截至2020年3月31日止年度首次於綜合財務報表應用國際財務報告準則第16號－租賃，以取代國際會計準則第17號－租賃。
- 我們就過渡至國際財務報告準則第16號選擇採納「經修改追溯方式」，據此，過往期間可比財務資料並無重列。
- 此新準則對本集團的業務經營或現金流量並無構成任何影響。
- 下表列示新準則對集團財務表現的影響：

截至3月31日止年度 (百萬港元)	2020 (採納國際 財務報告 準則第16號 租賃前)		同比變化	採納國際 財務報告 準則第16號 後/採納 國際財務 報告準則 第16號前	2020 (採納國際 財務報告 準則第16號 租賃後)	同比變化
	2019					
營業額	66,661	56,751	▼ 14.9%	–	56,751	▼ 14.9%
經調整後的毛利	18,601	16,807	▼ 9.6%	–	16,807	▼ 9.6%
經調整後的毛利率	27.9%	29.6%	▲ 1.7 個百分點	–	29.6%	▲ 1.7 個百分點
銷售及行政開支	12,025	11,567	▼ 3.8%	(10)	11,557	▼ 3.9%
銷售及行政開支 佔營業額比率	18.0%	20.4%	▲ 2.4 個百分點	–	20.4%	▲ 2.4 個百分點
折舊及攤銷	847	921	▲ 8.8%	1,307	2,228	▲ 163.0%
租金開支	1,558	1,507	▼ 3.2%	(1,255)	252	▼ 83.9%
主要經營溢利	6,972	5,676	▼ 18.6%	11	5,687	▼ 18.4%
主要經營溢利率	10.5%	10.0%	▼ 0.5 個百分點	–	10.0%	▼ 0.5 個百分點
融資成本	370	491	▲ 32.5%	69	560	▲ 51.1%
租賃負債融資成本	不適用	不適用	不適用	69	69	不適用
除稅前溢利	6,352	4,188	▼ 34.1%	17	4,205	▼ 33.8%

- 營業額於國際財務報告準則第16號下維持不變。
- 對於銷售及行政開支，出租資產的折舊開支顯著上升，其中大部分的增幅被租金開支的減幅所抵銷。
- 對主要經營溢利並無重大影響。

股本回報率

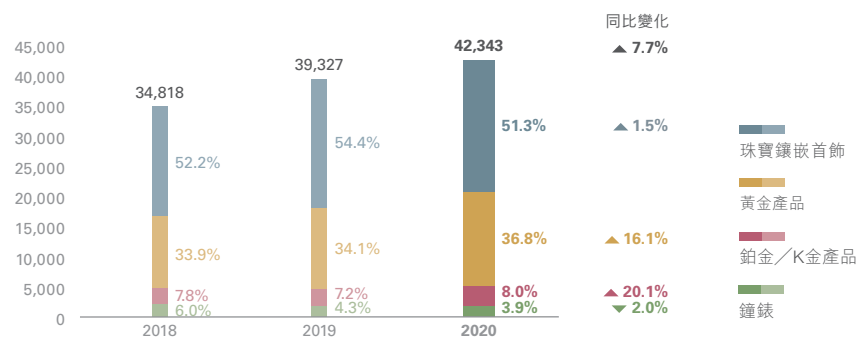
- 我們使用股本回報率計量自每股股東權益獲取溢利的效率。
- 淨溢利率降至5.3%。股本回報率下降380個點子至11.1%，而權益倍數則增加。



存貨結餘及周轉期

按產品劃分的存貨結餘⁽¹⁾

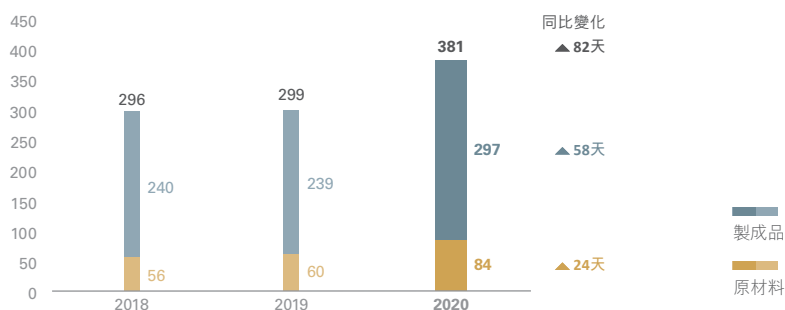
於3月31日
(百萬港元)



(1) 不包括包裝物料

按類別劃分的存貨周轉期⁽²⁾

截至3月31日止年度
(天數)



(2) 即報告期末存貨結餘(不包括包裝物料)除以年內銷售成本，再乘以365或366

- 於2020年3月31日，存貨結餘(不包括包裝物料)上升7.7%至42,343百萬港元，主要由於業務在2020財政年度第四季受影響。
- 存貨周轉期較2019財政年度延長82天。
- 於2020年3月31日，加盟零售點持有我們總存貨結餘約5,440百萬港元(或12.8%)(2019年3月31日：加盟零售點持有約4,590百萬港元(或11.6%))。
- 撇除加盟商持有的存貨結餘，2020財政年度的存貨周轉期會下跌至332天(2019財政年度：264天)。

資本架構

於	31.3.2019 百萬港元	佔權益總額 百分比	31.3.2020 百萬港元	佔權益總額 百分比	增加(減少) 百萬港元	計值貨幣 ⁽¹⁾	利率架構 ⁽¹⁾
非流動資產	8,459	26.9%	10,038	37.2%	1,579	不適用	不適用
存貨	39,486	125.7%	42,538	157.6%	3,052	不適用	不適用
現金及現金 等價物 ⁽²⁾	7,641	24.3%	7,219	26.7%	(422)	主要為 港元、 人民幣及 美元	主要為 浮動利率
總貸款 ⁽³⁾	18,069	57.5%	22,711	84.1%	4,642		
銀行貸款	10,057	32.0%	11,431	42.3%	1,374	港元	固定及 浮動利率
黃金借貸	8,012	25.5%	11,280	41.8%	3,268	人民幣及 美元	固定利率
債項淨額 ⁽⁴⁾	10,428	33.2%	15,492	57.4%	5,064	不適用	不適用
營運資金 ⁽⁵⁾	26,307	83.8%	19,579	72.5%	(6,728)	不適用	不適用
權益總額	31,403	100.0%	26,991	100.0%	(4,412)	不適用	不適用

(1) 有關計值貨幣及利率結構的資料為2020年3月31日的情況

(2) 包括銀行結餘及現金等價物

(3) 於2020年3月31日，10,533百萬港元的銀行貸款及所有黃金借貸將於12個月內到期，而598百萬港元的銀行貸款將於超過1年但不多於2年內到期及300百萬港元將於超過2年但不多於5年內到期

(4) 銀行貸款、黃金借貸之總額(已扣除現金及現金等價物)

(5) 流動資產淨額

- 我們主要透過來自經營現金流量、銀行貸款及黃金借貸的資本來源應付營運資金及其他流動資金需求。黃金借貸亦用作經濟避險目的以減輕本集團黃金存貨價格波動的財務影響。
- 本集團日常業務所需資金主要來自經營現金流量，亦會主要以短期借貸滿足旺季時的存貨資金需求、未來擴展計劃所需營運資金及預計之外的需求。本集團於償還貸款方面並無任何困難。
- 本集團之收入及開支主要以港元及人民幣計值，而資產及負債則主要以港元、人民幣及美元計值。由於我們中國內地日常業務營運的收支大多以人民幣結算，對我們的業務並無構成重大的貨幣風險，因而未有針對人民幣波動動用任何對沖工具。
- 我們的庫務政策旨在保持較高的流動資金，以應付營運現金流量的需求；同時緊守審慎的財務政策，避免涉及高槓桿或投機性衍生產品。

人民幣波動的影響

- 由於我們有部分業務在中國內地經營，人民幣的波動對我們的表現構成若干影響。
- 香港公司以人民幣計值的交易(包括與中國內地附屬公司進行的集團間交易)會按交易當天的現貨匯率兌換為港元，即本集團的功能貨幣，而未結算的交易則會以收市匯率於結算日換算。現貨匯率與收市匯率的匯兌收益或虧損於損益賬中確認，而人民幣貶值會對我們的年內溢利構成負面影響。
- 此外，匯兌差異源於i)中國內地分部的收支按平均匯率換算為港元，即本集團呈列貨幣，而相應的資產及負債按收市匯率換算；及ii)中國內地分部的資產淨值於本財政年度的收市匯率較上個財政年度的收市匯率有所變動。有關差異於權益中的換算儲備內確認入賬。
- 下表分別列示人民幣波動以及其對我們財務表現的影響：

2020財政年度	收市匯率同比變化	平均匯率同比變化
人民幣兌港元	▼ 6.1%	▼ 3.9%

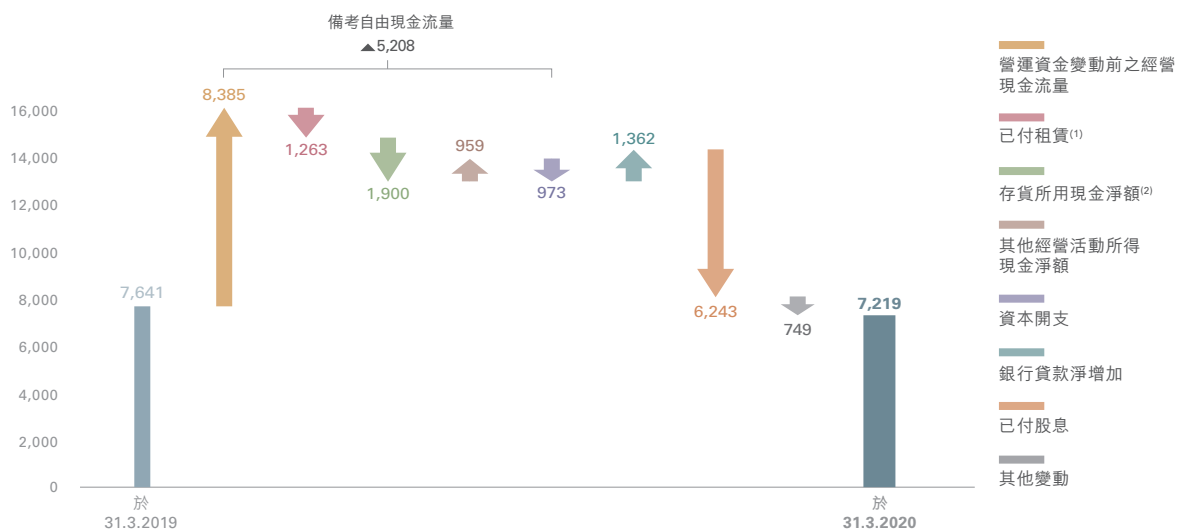
截至3月31日止年度	2019		2020	
	所呈報	按相同匯率計算	所呈報	按相同匯率計算
營業額同比變化	▲12.7%	▲13.2%	▼14.9%	▼12.4%
主要經營溢利同比變化	▲24.4%	▲24.9%	▼18.4%	▼15.5%
存貨結餘變化	▲13.0%	▲16.7%	▲7.7%	▲11.4%
現金及現金等價物變化	▼3.8%	▲0.7%	▼5.5%	▼3.4%

現金流量及其他

現金流量

截至3月31日止年度	2018 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量	6,879	7,774	8,385
已付租賃 ⁽¹⁾	–	–	(1,263)
存貨所用現金淨額 ⁽²⁾	(2,455)	(2,911)	(1,900)
其他經營活動所得現金淨額	232	629	959
購買珠寶珍藏	(553)	–	–
資本開支	(1,084)	(1,392)	(973)
備考自由現金流量	3,019	4,100	5,208
銀行貸款淨變動	1,102	2,133	1,362
已付股息	(4,260)	(6,081)	(6,243)
其他變動	140	(455)	(749)
現金及現金等價物增加(減少)淨額	1	(303)	(422)

2020財政年度主要現金流量項目 (百萬港元)



(1) 採納國際財務報告準則第16號後，已付租賃計入融資活動

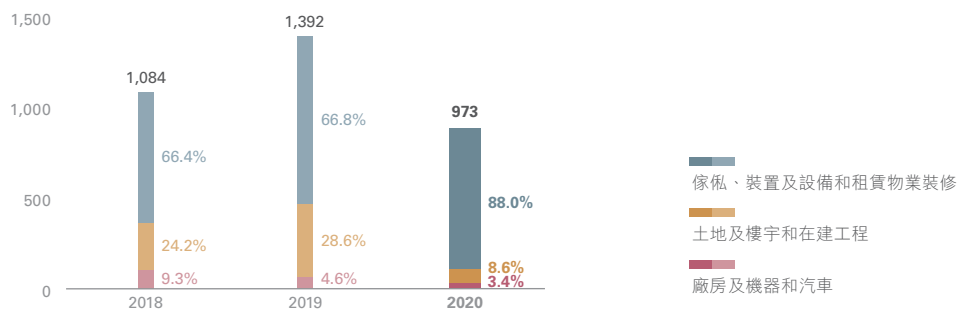
(2) 存貨所用現金淨額包括存貨淨變動、已籌集黃金借貸及償還黃金借貸

資本開支

- 本集團於2020財政年度的資本開支為973百萬港元(2019財政年度：1,392百萬港元)。

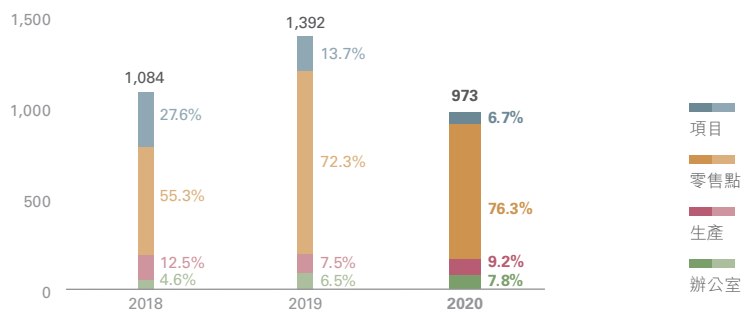
按性質劃分的資本開支

截至3月31日止年度
(百萬港元)



按功能劃分的資本開支

截至3月31日止年度
(百萬港元)



企業策略

在2020財政年度，環球經濟及市況不穩，帶來了嚴峻的風險和挑戰。面對這些宏觀不明朗因素，我們時刻保持警惕，做好審慎的業務規劃和風險管理。憑藉我們擁抱變化、轉危為機的精神，使我們進一步鞏固市場領導地位，支持我們實現成為「全球最值得信賴的珠寶集團」的願景。

「Smart+ 2020」策略框架自2018財政年度推出以來，此三年期的策略計劃一直助我們更專注於提升顧客體驗。回顧今天的業務範疇及版圖，我們喜見過去三年的努力結出了豐碩的成果。有了這穩固的基礎，我們已蓄勢待發為開創增長的新篇章準備就緒，繼續提供卓越的顧客體驗，締造長期的品牌獨特性和忠誠度。

業務發展

中國內地

儘管中國內地的宏觀經濟存在不明朗因素，內地顧客的消費能力仍展現出較強的抗逆力。

據目前的經濟趨勢及人口數據顯示，較次級城市(如縣級城鎮)的消費增長率比一線城市強，而較次級城市與一線城市之家庭入息差距亦持續收窄。由於中國內地較次級城市的生活開支相對較低，加上基礎設施的連通性持續改善，預期這些城市將成為推動消費增長的新動力。

我們關注較次級城市消費升級的同時，亦察覺到消費者對所購買的產品有更深入了解，令他們更著重產品價值及實用性。他們亦愈趨注重個性化產品及專屬體驗。為了在不斷轉變的市場中取得成功，以客為本的策略是滿足各獨特客戶群的不二法門，亦促使我們完善在中國內地市場採取的策略。

零售網絡

中國內地零售網絡

於2020年3月31日

周大福品牌

周大福珠寶
3,364 零售點

周大福藝堂
3 零售點

周大福薈館
59 零售點

周大福鐘錶
116 零售點

其他品牌

HEARTS ON FIRE
1 零售點 **184** 店中店／店內專櫃

T MARK
3 零售點 **865** 店內專櫃

ENZO
59 零售點

SOINLOVE
43 零售點

MONOLOGUE
51 零售點

中國內地總零售點

3,699 零售點

- 我們於中國內地的零售網絡發展採取雙線策略。
- 首先，我們藉著店舖升級提升顧客體驗，在一線及二線城市的周大福珠寶零售網絡中開設周大福藝堂及周大福薈館，針對追求獨特體驗的顧客。
- 此外，我們近年在較次級城市和縣級城鎮以加盟模式進一步擴大市場份額，以把握消費升級的增長潛力。我們充分利用加盟商合作夥伴的地區知識和人脈達致此目標。
- 於2020年3月31日，三線及較次級城市的周大福珠寶零售點數目對比於2017年3月31日的33.3%，已佔中國內地總零售點的45.7%。
- 多品牌策略在中國內地繼續取得成功，有助我們豐富產品組合及打入不同市場分部，以擴大市場佔有率。
- 過去三年，我們加強推廣擁有精湛切割及打磨工藝的高級鑽石品牌HEARTS ON FIRE，以及獨有具可追溯性的專屬鑽石品牌T MARK。我們亦於2018財政年度推出SOINLOVE及MONOLOGUE兩個主要針對年輕顧客的品牌。
- 我們持續發掘新業務機遇，包括藉收購其他品牌拓展業務據點。於2020財政年度，我們通過收購ENZO進一步拓展彩寶首飾市場。

全渠道零售

- 除拓展實體店外，我們明白到現今顧客重視結合線上與線下渠道的無縫購物體驗。
- 有見及此，我們加倍注重渠道整合，從而建立品牌認知度，務求吸納更多年輕新顧客，並提升整體購物體驗。

香港、澳門及其他市場

香港及澳門為相對成熟的市場。據行業數據顯示，香港珠寶業零售銷貨價值⁽¹⁾及中國內地訪港人數⁽²⁾在2020財政年度與去年相比，均錄得約40%的跌幅。我們認為在可預見的未來，市場仍將充滿挑戰。

在亞洲市場方面，我們預期市場將隨着2019冠狀病毒疫情的影響逐漸減退後復甦，其中以東盟市場的增長潛力較佳。主要經濟指標亦顯示，東盟國家正處於增長的軌道上。鑒於有關國家的中產階層冒起，消費能力提高，相信對優質產品及服務的需求將更加殷切。除當地經濟增長外，中國的出境旅遊亦迅速增長。根據中國旅遊研究院的數據，2018年中國旅客海外旅遊達1.49億人次，按年增加14.7%，東盟國家更是這批旅客的首選目的地之一。我們可拓展業務至有關市場，藉此把握增長機遇。

美國市場方面，其鑽石珠寶需求繼續佔全球鑽石總需求約50%，美國於2018年⁽³⁾的需求增加了5%至360億美元。然而，全球疫情對市場帶來額外的挑戰。

(1) 珠寶首飾、鐘錶及名貴禮品於香港的零售業銷貨價值，源自香港特別行政區政府統計處

(2) 資料來源：香港特別行政區政府商務及經濟發展局

(3) 資料來源：De Beers集團2019鑽石行業洞察報告

零售網絡



香港及澳門

- 我們會繼續選擇性開設及整合零售點(尤其在旅遊區)。我們的首要任務是改善店舖生產力。
- 然而，我們相信建構獨特的顧客體驗對於滿足不同顧客的期望至關重要，因此，我們推出周大福藝堂主打高端客戶，並推出SOINLOVE及MONOLOGUE以吸引年輕顧客。
- 除此以外，我們亦將店舖設計翻新升級及開設體驗店，營造更佳、更舒適的購物體驗。

亞洲

- 我們為把握亞洲市場的增長機遇，運用加盟模式與當地零售商合作藉此拓展業務據點，並借助其當地知識及專長，共同創造更高價值。
- 截至2020年3月31日，我們在亞洲市場共有44個零售點，與三年前相比，淨增加14個零售點，當中包括柬埔寨、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、越南等市場。
- 我們將繼續於東南亞發掘商機，尤其是增長潛力高、且受惠於中國出境旅遊及當地中產階層冒起的國家。我們將推出具當地特色的地區性專屬產品，創造獨有的產品差異性。

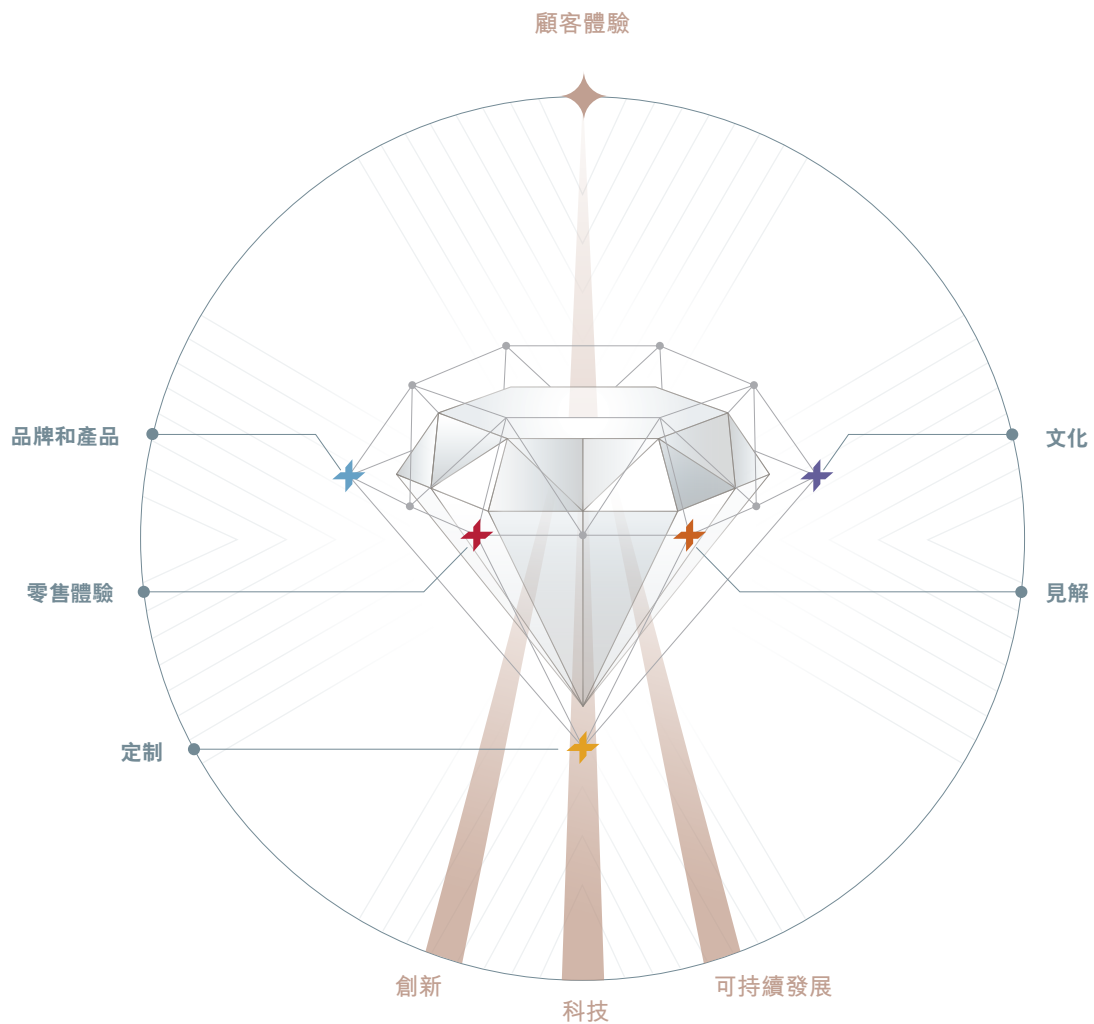
北美洲

- 我們在美國波士頓成立周大福北美辦事處(「周大福北美」)，以成為市場領先的一站式批發供應商為定位，為該市場的珠寶零售商提供產品、服務及尤其在科技創新方面的專業知識，協助帶動北美市場的珠寶零售商的盈利能力和加強該市場的珠寶零售業務的發展。
- 周大福北美會在鑽石和高級珠寶市場提供定制的特色系列，並發展自家品牌產品，迎合消費者不斷變化的需求。
- 憑藉集團的專業知識和規模，加上北美團隊對當地市場的深入了解和經驗，我們能夠為北美珠寶零售商創造重大價值。

「SMART+ 2020」策略框架

我們的「Smart+ 2020」策略框架是一個為期三年的策略性工作計劃，由Smart工作團隊推動，負責構思以至執行各項策略。回顧今天的業務範疇及版圖，我們喜見過去三年的努力結出了豐碩的成果。

SMART+ 2020



品牌和產品

多品牌策略

中產階層冒起及消費結構改變，帶動更具個性的產品及服務需求不斷上升，消費者已再不滿足於傳統的購物體驗。為迎合現今顧客不斷變化的期望，我們推出多品牌策略，為各獨特的客戶群提供更適切的服務，以締造長期的品牌獨特性和忠誠度。

周大福珠寶及關聯品牌

周大福珠寶

- 集團標誌性品牌「周大福」創立於1929年，一直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。
- 周大福珠寶在產品組合及特性上不斷作出投資和創新。於眾多成果當中，以突出文化、傳承和現代美學自然平衡之美的知名珠寶系列一周大福傳承系列最為矚目，於2020財政年度佔我們中國內地市場的黃金產品零售值32.2%。其另一款以純金鑲嵌寶玉的國玉•傳承系列，同樣展現出中國古代文化的精巧工藝。
- 我們亦推出以22K金打造的17916系列，旨在滿足顧客對多樣化珠寶產品的需求。
- 自2018財政年度起，在香港開設的體驗店漸上軌道，其煥然一新的購物體驗與優雅的店舖氛圍廣受顧客青睞。我們藉此成功經驗，正循序漸進在中國內地開設體驗店。於2020年3月31日，在周大福珠寶的零售點當中，在港澳擁有5個周大福體驗店，在中國內地則擁有6個周大福體驗店。

周大福藝堂

- 歷經九十年歷史沉澱，周大福珠寶集團推出旗下高級珠寶尊貴體驗周大福藝堂，為承襲近一個世紀的至臻工藝，注入五千年中華文化靈魂，令當代高級珠寶美學散發別具一格的古典魅力。

周大福薈館

- 周大福薈館薈萃來自全球的精選珠寶品牌與設計師系列，旨在滿足愈來愈有品味的顧客需求，把中西方的珠寶設計及國際品牌珠寶兼收並蓄。
- 去年加入周大福薈館的兩大國際品牌Annoushka和Kagayoi，為品味超卓的顧客提供獨特非凡的珠寶作品，帶來愉悅新意。
- Annoushka為曾獲頒授大英帝國勳章的知名設計師Annoushka Ducas創立的品牌，以大膽鮮明的色彩搭配，展現跳脫玩味、舒適且切合日常配戴的閃爍魅力。
- 源自日本的Kagayoi品牌始創於1861年，體現京都獨特美感和深厚的文化傳統。

T MARK

- 我們於2016年推出鑽石品牌T MARK，以我們首創的「4Ts」概念(可尋、可知、可信及可頌)徹底改變百年以來的鑽石認證過程。
- 我們與美國寶石研究院合作，利用區塊鏈技術，向顧客提供安全的數碼鑽石鑒定證書，為T MARK鑽石的質素提供額外保證。
- 我們亦與大型保險公司合作，於2020財政年度為顧客提供特選T MARK鑽石產品增值保障。此舉進一步贏得顧客的信任，亦為行業訂立了新標準。
- 於2020財政年度，T MARK產品佔我們在中國內地以及香港及澳門鑽石產品零售值分別19.3%及27.8%。
- 中國內地以及香港及澳門零售值分別下跌9.2%及41.0%。

HEARTS ON FIRE

- HEARTS ON FIRE是全球第一個以追求至完美車工為目標而享負盛名的鑽石品牌。HEARTS ON FIRE嚴格挑選最純淨無瑕的鑽石毛坯，由工匠大師精心打造。
- 於2020財政年度，品牌欣然邀得美國人氣婚紗設計師Hayley Paige設計嶄新珠寶系列，於2019年10月推出全新的HEARTS ON FIRE x Hayley Paige聯名系列，與Paige設計的婚紗風格一脈相承把新奇別緻的元素和現代美學，轉化為獨特而迷人的婚嫁珠寶系列。
- 於2020財政年度，HEARTS ON FIRE佔我們在中國內地以及香港及澳門鑽石產品零售值分別1.4%及3.6%。
- 中國內地以及香港及澳門零售值分別下跌34.8%及53.3%。HEARTS ON FIRE於中國內地的零售網絡於年內進行重整，並將繼續瞄準具品味的顧客，以店中店及店內專櫃滲透高端市場。

ENZO

- 於2020財政年度，我們很高興ENZO加入了周大福的大家庭。於2004年成立的ENZO以超卓的工藝和創意見稱，將延續其天然彩寶大師的獨特市場定位，豐富集團的多品牌策略，使我們進一步拓展彩寶首飾的市場。
- 於2020年3月31日，ENZO在中國內地有59個零售點，主要位於一線及二線城市。

SOINLOVE 及 MONOLOGUE

- 我們立志探索創新的推廣渠道，讓SOINLOVE及MONOLOGUE與年輕顧客建立聯繫。
- 兩個新品牌推出短短兩年內已獲得年輕顧客的關注，在品牌認知及收益方面均有所增長。
- 我們通過與其他各大品牌如可口可樂及《權力遊戲》等合作，來提升自身品牌認知度及影響力，同時把創意和玩味融入產品開發，如採用復古黃金及粉紅色黃金，以及借助限時快閃店及社交媒體進行推廣。

零售體驗

全渠道零售

- 集團為應對不斷變化的環境，在過去幾年積極把科技融入零售點的營運當中，解決消費者的痛點，打造無縫購物體驗。
- 有見及此，我們於過去三年專注發展全渠道實力。當2019冠狀病毒疫情肆虐，加快了全球在各生活層面的數碼化步伐，徹底改變了顧客的購買習慣時，全渠道策略更顯重要。疫情在中國內地爆發時，我們借助「雲商365」及線上直播，在保持社交距離之時，亦能與顧客維持緊密連繫。
- 「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。
- 線上直播在中國內地大行其道，我們利用此潮流推動與顧客的實時交流，讓他們即時回饋意見。
- 我們於2020年3月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秒內賣出了約5,000件珠寶。
- 雲櫃台將實體店的線上訂單連結至電商平台，是線上線下樞紐的另一典範。由於雲櫃台配置靈活，於2020年3月31日，已有超過700個銷售點添加此裝置，主要集中在中國內地，藉此縮短交易時間，以及隨時隨地為顧客提供更廣泛的產品選擇。
- 為提升品牌曝光率和認知度，我們在中國內地多個城市開設不同主題的限時快閃店，並融匯科技元素，為顧客帶來嶄新的互動體驗。

顧客關係管理

- 我們致力優化會員計劃，以增強顧客的忠誠度。自2018年4月起，中國內地會員於購物時可賺取積分。隨着會員計劃數碼化，會員在集團旗下任何品牌的尊享禮遇均歸納於一個帳號內以便於管理。
- 計劃推出以來獲多個業務夥伴接連加盟，會員可經微信手機應用程式，兌換更多生活品味獎賞與專享禮遇。藉著這獎賞兌換我們增強了顧客關係計劃的吸引力。



定制

我們的生產及營運採取顧客主導的方式，推動優越的顧客體驗。

生產框架

- 為向顧客提供更個性化的購物體驗，我們於2018財政年度制定圍繞標準化、自動化、數據化和智能化四大主要原則的生產框架。
- 程序標準化及精簡後，我們更注重於自動化，以提高生產效率及可靠度。舉例而言，第二期的順德物流及配貨中心自2018年8月開始營運，使每日配貨量增加了一倍，為我們的運營提供足夠的支援。

- 數碼化及智能化有助提升我們供應鏈主要領域的可靠性及一致性發展。無線射頻識別技術已於武漢、深圳及順德三大生產基地應用，監察生產狀況及加快訂單追蹤的流程。指定生產線亦已安裝智能設備監察系統，實時監察機器的效率。
- 更靈活的製造過程有助我們在供應鏈上各個環節，不論是產品設計、製造及物流以至分銷，均可讓顧客參與其中。
- 在這鞏固基礎上，我們準備好實現顧客對工廠(「C2M」)業務模式。

C2M

- 我們於2017年在中國內地試行推出名為「D-ONE」的珠寶定制線上平台，讓顧客按個人喜好挑選鑽石及款式，專享自訂珠寶首飾的獨有體驗。
- 於深圳設立C2M智定隨心中心，讓顧客親身體驗D-ONE之定制服務，進一步提升顧客體驗。
- 借助自有的強大生產實力，定制產品可於顧客下達訂單後24小時內準備交付。

見解

顧客

- 我們進一步加強使用智能奉客盤的功能，提升顧客滿意度，包括供會員於中國內地選定個別零售點經智能奉客盤簽到。此舉有助我們識別忠實會員，從而提供更合心意的產品與服務，以協助制定產品設計和配貨策略。

營運

- 我們持續借助大數據分析，評估顧客對產品與服務的滿意度，匯集成為精關的見解，助我們加強員工培訓、提升產品質素，以及優化存貨補充的管理。

文化

我們相信，文化是推動我們持續創新和能夠吸納和挽留人才的關鍵要素，從而推動本集團和整體珠寶業持續發展。

孵化員工的創新意念

成立可持續發展及創新中心

- 我們致力於核心業務中以創新和科技提升顧客體驗。
- 為更有效分配資源以及支持我們的傳統珠寶零售業務，我們於2018年4月成立可持續發展及創新中心，聚焦文化藝術、工藝和原創性三大範圍。
- 我們已委派專責管理團隊，負責在創新、品牌管理、文化藝術、工藝、科技及數據應用等領域的投資，以支持本集團的可持續增長。

創新人才發展：實踐內企業家精神

- 儘管2019年冠狀病毒疫情令零售點暫停營業，但我們動員了前線及後勤員工，把中國內地、香港及澳門的顧客引導到我們的手機購物平台。員工憑藉此平台，可透過社交媒體與顧客連繫，分享最切合他們需要的產品資訊。此平台不僅為我們開拓新收入來源，更可貴的是可透過此平台向親友傳達個人化的訊息。

無拘束的工作環境

- 「Slash」共享工作空間為我們的辦公室推廣靈活自主的工作模式，以打破部門與職能的界限，讓各團隊可就不同的項目無縫協作。通過意念交流可激發年輕一代發展成T型人才。同時，我們採納用家為本的員工體驗，例如提供彈性工作安排和體驗學習，使員工更投入工作，加強協作。
- 今年集團的年度峰會首次以網上形式舉行，我們的管理層與超過10,000名員工互動，了解我們的最新策略和發展路向。

Loupe 珠寶研學院

- 集團為培養人才不遺餘力，更榮幸於2019年與世界權威珠寶學院Haute École de Joaillerie合作，成立Loupe珠寶研學院。

外間創新培育

Loupe

- 於2017年12月創立的共享設計培育空間，旨在培育原創性，為本地和國際珠寶業人才提供交流平台。
- 我們旨在提供共享工作空間等互動方式培育年輕珠寶業人才，參與者可分享設計概念、獲取工藝技術以及參與由業內專才舉辦的工作坊。

C+ 創意園

- 為倡導中國政府主張的創新和創業精神，我們在中國內地武漢的珠寶文化產業園設立「C+創意園」，透過支持有關領域的創業家促進創業文化，協助他們解決初創企業一般遇到的挑戰和障礙。

業務展望與策略

2020財年尤其是第四季度是充滿挑戰的一年。在這段前所未見的時期，我們堅守「以人為本」的價值，繼續推行人才發展，助員工釋放潛能。我們視這段時期為發揮創意及繼續重塑業務模式的好機會，可為市場復甦時的業務反彈作好準備。憑藉過往穩固的基礎，我們已蓄勢待發為開創下一個增長的新篇章準備就緒。

儘管我們的中國內地業務於2020財政年度第四季度的表現受到疫情嚴重打擊，惟隨著業務恢復正常營業後，我們已看到市場復甦的跡象。政府的政策和措施先後出台，支援各行各業及助他們復工復產。我們對短期業務前景持審慎樂觀態度。在市況穩定後，我們會繼續以加盟模式，以及把握數碼化大趨勢的優勢，把線上線下渠道整合，以實行市場拓展策略。與此同時，我們會繼續以多品牌策略滿足各獨特客戶群。縱使最近面對不利因素，但我們對中國內地珠寶市場的中長期展望仍然樂觀。

港澳市場方面，相信在可見的未來仍然充滿挑戰。面對顧客群基礎的轉變，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。

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。

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%

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。

末期股息及股東週年大會

董事會建議派付2020財政年度每股0.12港元的末期股息，合共約1,200百萬港元（2019財政年度：末期股息每股0.20港元及特別股息每股0.30港元，合共約5,000百萬港元）。派付該等股息須待股東在本公司將於2020年7月30日（星期四）舉行的應屆股東週年大會上批准，並應向於2020年8月6日（星期四）營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東派付該等股息。預期建議末期股息將於2020年8月21日（星期五）或前後派付。本公司將以香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）規定的方式適時刊發及向本公司股東寄發股東週年大會通告。

審閱全年業績

本公司審核委員會已審閱本集團採納的會計原則與實務及本集團2020財政年度的綜合財務報表。

本集團的核數師，羅兵咸永道會計師事務所已就本集團截至2020年3月31日止年度的初步業績公告中有關本集團截至2020年3月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註所列數字與本集團該年度的草擬綜合財務報表所列載數額核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒布的《香港審計準則》、《香港審閱準則》或《香港鑒證準則》而執行的鑒證業務，因此羅兵咸永道會計師事務所並未對初步業績公告發出任何鑒證意見。

企業管治常規

截至2020年3月31日止年度，本公司一直全面遵守上市規則附錄14所載企業管治守則的所有適用原則及守則條文。

董事進行證券交易

本公司已就董事進行證券交易採納條款不遜於上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）的操守守則。經向全體董事作出具體查詢後，董事確認於2020財政年度，彼等一直遵守標準守則和本公司操守守則所載規定標準。

購買、出售或贖回上市證券

年內，本公司及其任何附屬公司均無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

暫停辦理股東登記

為確定出席本公司應屆股東週年大會並於會上投票的權利及資格，本公司將自2020年7月27日(星期一)至2020年7月30日(星期四)(包括首尾兩天)止期間暫停辦理股東登記，期間不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。所有本公司過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2020年7月24日(星期五)下午4時30分前一併送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

為確定享有建議末期股息的權利及資格，本公司將於2020年8月6日(星期四)暫停辦理股東登記，當日不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。所有本公司過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2020年8月5日(星期三)下午4時30分前一併送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

代表董事會
主席
鄭家純博士

香港，2020年6月11日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、黃紹基先生、鄭志剛博士、鄭志恒先生、鄭炳熙先生、陳世昌先生、孫志強先生、陳曉生先生、廖振為先生及鄭錦標先生；非執行董事為鄭志雯女士；及獨立非執行董事為馮國經博士、柯清輝博士、鄺志強先生、鄭明訓先生、林健鋒先生及鄭嘉麗女士。