

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份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9月30日止六個月中期業績公告 及 由2020年10月1日至11月18日未經審核之主要經營數據

- 2021財政年度上半年的營業額下跌16.5%。中國內地業務隨著2019冠狀病毒病疫情於2021財政年度第二季有所放緩而穩步復甦，但香港、澳門及其他市場的表現仍然疲弱。
- 期內，中國內地的同店銷售⁽¹⁾維持平穩，香港及澳門的同店銷售下降65.7%。
- 受惠於國際金價急升使經調整後的毛利率有所改善，主要經營溢利⁽²⁾上升15.6%。2021財政年度上半年的主要經營溢利率⁽²⁾上升至16.5%。
- 於2020年9月30日，本集團的零售網絡擴展至4,153個零售點，2021財政年度上半年淨增加303個零售點。
- 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，引領我們擴充版圖，同時推動科技賦能，繼續締造非凡顧客體驗、長遠的品牌差異化和顧客忠誠度。

財務摘要

截至9月30日止六個月	2020年 百萬港元	2019年 百萬港元	同比變化
營業額	24,673	29,533	-16.5%
毛利	8,143	8,147	0.0%
毛利率	33.0%	27.6%	
經調整後的毛利率 ⁽³⁾	35.1%	30.7%	
主要經營溢利 ⁽²⁾	4,078	3,527	+15.6%
主要經營溢利率 ⁽²⁾	16.5%	11.9%	
除稅前溢利	3,284	2,200	+49.3%
本公司股東應佔溢利	2,232	1,533	+45.6%
每股盈利—基本(港元)	0.22	0.15	+45.6%
每股中期股息 ⁽⁴⁾ (港元)	0.16	0.12	

(1) 2021財政年度上半年「同店銷售」指來自於2019年4月1日前開業並於2020年9月30日仍然續存的周大福珠寶直營零售點的零售值，惟不包括加盟店及其他渠道的零售值

(2) 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(「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

(3) 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

(4) 2021財政年度上半年的派息率約為71.7%

截至2020年9月30日止六個月的中期業績

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9月30日止六個月(「2021財政年度上半年」)的未經審核中期業績，連同截至2019年9月30日止六個月(「2020財政年度上半年」)的比較數字如下：

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2020年9月30日止六個月

	附註	截至9月30日止六個月	
		2020年 百萬元 (未經審核)	2019年 百萬元 (未經審核)
營業額	2	24,673.4	29,533.2
銷售成本		<u>(16,530.8)</u>	<u>(21,386.7)</u>
毛利		8,142.6	8,146.5
其他收入		346.5	213.0
銷售及分銷成本		(3,643.0)	(4,318.4)
一般及行政開支		(1,284.9)	(1,431.1)
其他收益及虧損		189.5	(142.0)
其他開支		(296.0)	(52.2)
分佔一家聯營公司之溢利		1.3	2.0
利息收入		31.2	37.0
融資成本		<u>(203.4)</u>	<u>(255.1)</u>
除稅前溢利	3	3,283.8	2,199.7
稅項	4	<u>(989.4)</u>	<u>(620.3)</u>
期內溢利		<u>2,294.4</u>	<u>1,579.4</u>
其他全面收益/(開支)			
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>613.6</u>	<u>(798.0)</u>
期內其他全面收益/(開支)		<u>613.6</u>	<u>(798.0)</u>
期內全面收益總額		<u>2,908.0</u>	<u>781.4</u>

簡明綜合損益及其他全面收益表(續)

截至2020年9月30日止六個月

	截至9月30日止六個月	
	2020年	2019年
附註	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(未經審核)
以下各方應佔期內溢利：		
本公司股東	2,232.0	1,532.6
非控股權益	62.4	46.8
	<u>2,294.4</u>	<u>1,579.4</u>
以下各方應佔期內全面收益總額：		
本公司股東	2,819.5	766.7
非控股權益	88.5	14.7
	<u>2,908.0</u>	<u>781.4</u>
每股盈利－基本及攤薄	5 <u>22.3港仙</u>	<u>15.3港仙</u>

簡明綜合財務狀況表

於2020年9月30日

	附註	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,557.9	4,641.3
使用權資產		1,924.5	2,288.0
投資物業		217.9	225.4
商譽		231.5	231.5
其他無形資產		182.8	207.6
珠寶珍藏		1,520.1	1,520.1
預付款項及已付按金		214.7	248.3
按公允值計入損益之金融資產		21.8	21.0
於聯營公司之投資		19.7	11.7
應收聯營公司款項		53.0	57.5
應收貸款		15.7	15.6
遞延稅項資產		399.5	570.1
		9,359.1	10,038.1
流動資產			
存貨	7	43,409.7	42,538.4
貿易及其他應收款項		6,101.5	5,340.8
應收貸款		8.1	7.9
應收一家聯營公司款項		4.2	-
可收回稅項		159.1	99.0
現金及現金等價物		7,332.7	7,219.2
		57,015.3	55,205.3
流動負債			
貿易及其他應付款項		14,556.5	12,430.0
應付附屬公司非控股股東款項		69.1	97.9
應付稅項		722.1	388.6
銀行貸款		6,928.6	10,533.0
黃金借貸		10,539.7	11,280.4
租賃負債		802.3	896.8
		33,618.3	35,626.7
流動資產淨額		23,397.0	19,578.6
總資產減流動負債		32,756.1	29,616.7

簡明綜合財務狀況表(續)

於2020年9月30日

	附註	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
非流動負債			
銀行貸款		2,397.0	897.5
租賃負債		831.2	900.3
退休福利承擔		255.5	260.2
遞延稅項負債		552.7	505.1
其他負債		63.1	62.8
		<u>4,099.5</u>	<u>2,625.9</u>
資產淨額		<u>28,656.6</u>	<u>26,990.8</u>
股本		10,000.0	10,000.0
儲備		<u>17,962.8</u>	<u>16,343.3</u>
本公司股東應佔權益		27,962.8	26,343.3
非控股權益		<u>693.8</u>	<u>647.5</u>
		<u>28,656.6</u>	<u>26,990.8</u>

簡明綜合財務報表附註

截至2020年9月30日止六個月

1. 重大會計政策

除若干金融工具及負債按公允值計量外，簡明綜合財務報表按歷史成本基準並根據國際財務報告準則編製。

獲採納的會計政策與本集團截至2020年3月31日止年度之年度綜合財務報表所載者相同。若干準則修訂本已經頒佈且自2020年4月1日起生效。本集團於本期間首度應用該等修訂本，惟該等修訂本並無對本集團中期財務報表構成重大影響。

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的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年及2019年9月30日止六個月，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。

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

截至9月30日止六個月(未經審核)

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2020年 百萬港元	2019年 百萬港元	2020年 百萬港元	2019年 百萬港元	2020年 百萬港元	2019年 百萬港元
營業額						
外界銷售						
— 零售	13,516.0	13,765.4	3,159.6	8,803.8	16,675.6	22,569.2
— 批發(附註i)	7,700.0	6,458.7	297.8	505.3	7,997.8	6,964.0
分部/集團營業額	21,216.0	20,224.1	3,457.4	9,309.1	24,673.4	29,533.2
分部間銷售(附註ii)	—	—	591.9	1,506.8	591.9	1,506.8
	21,216.0	20,224.1	4,049.3	10,815.9	25,265.3	31,040.0
經調整毛利(撇銷前)	7,343.4	6,444.6	949.1	2,610.7	8,292.5	9,055.3
分部間撇銷	—	—	367.0	8.4	367.0	8.4
經調整毛利	7,343.4	6,444.6	1,316.1	2,619.1	8,659.5	9,063.7
其他收入	197.2	121.4	149.3	91.6	346.5	213.0
銷售及分銷成本與 一般及行政開支	(3,490.8)	(3,723.5)	(1,437.1)	(2,026.0)	(4,927.9)	(5,749.5)
主要經營溢利 (分部業績)	4,049.8	2,842.5	28.3	684.7	4,078.1	3,527.2
黃金未變現虧損 (附註iii)					(516.9)	(917.2)
其他(附註iv)					(105.2)	(192.2)
利息收入					31.2	37.0
融資成本					(203.4)	(255.1)
除稅前溢利					3,283.8	2,199.7
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	791.6	865.0	0.1	0.7	791.7	865.7
承租物業經營 租賃租金	35.3	76.8	56.4	41.1	91.7	117.9
員工成本	1,407.5	1,476.3	553.0	814.6	1,960.5	2,290.9
折舊及攤銷	518.8	452.5	622.2	693.5	1,141.0	1,146.0

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，由黃金借貸的公允值虧損錄得1,465.0百萬港元(2019年：1,944.1百萬港元)，當中516.9百萬港元(2019年：917.2百萬港元)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、其他收益及虧損、其他開支、分佔一家聯營公司之溢利、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

分部資產

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
物業、廠房及設備	3,479.4	3,437.8	1,078.5	1,203.5	4,557.9	4,641.3
使用權資產	585.5	589.5	1,339.0	1,698.5	1,924.5	2,288.0
投資物業	15.3	17.2	202.6	208.2	217.9	225.4
商譽	193.3	193.3	38.2	38.2	231.5	231.5
其他無形資產	127.3	142.8	42.4	47.6	169.7	190.4
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	98.4	96.5	116.3	151.8	214.7	248.3
存貨	26,432.8	24,547.8	16,976.9	17,990.6	43,409.7	42,538.4
貿易及其他 應收款項	5,376.4	4,698.2	725.1	642.6	6,101.5	5,340.8
可收回稅項	-	-	159.1	99.0	159.1	99.0
總分部資產	<u>36,308.4</u>	<u>33,723.1</u>	<u>22,198.2</u>	<u>23,600.1</u>	<u>58,506.6</u>	<u>57,323.2</u>

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)

分部負債

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
貿易及其他應付款項	(13,191.0)	(11,338.5)	(1,365.5)	(1,091.5)	(14,556.5)	(12,430.0)
應付稅項	(512.2)	(227.9)	(209.9)	(160.7)	(722.1)	(388.6)
租賃負債	(453.3)	(472.3)	(1,180.2)	(1,324.8)	(1,633.5)	(1,797.1)
總分部負債	<u>(14,156.5)</u>	<u>(12,038.7)</u>	<u>(2,755.6)</u>	<u>(2,577.0)</u>	<u>(16,912.1)</u>	<u>(14,615.7)</u>

(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2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
中國內地	4,875.8	4,853.9
香港、澳門及其他市場	<u>3,839.7</u>	<u>4,331.4</u>
	<u>8,715.5</u>	<u>9,185.3</u>

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9月30日止六個月	
	2020年 百萬港元 (未經審核)	2019年 百萬港元 (未經審核)
於某一時點		
零售銷售		
— 珠寶鑲嵌/ 鉑金/ K金首飾	5,069.5	6,592.4
— 黃金首飾及產品	9,414.6	14,104.9
— 鐘錶	2,191.5	1,871.9
	<u>16,675.6</u>	<u>22,569.2</u>
向加盟商/分銷商批發	7,759.1	6,750.2
珠寶貿易	92.7	102.7
	<u>146.0</u>	<u>111.1</u>
於一段時間內		
來自加盟商的服務收入	146.0	111.1
	<u>24,673.4</u>	<u>29,533.2</u>

3. 除稅前溢利

	截至9月30日止六個月	
	2020年 百萬港元 (未經審核)	2019年 百萬港元 (未經審核)
除稅前溢利已扣除/(計入)：		
員工成本	1,960.5	2,290.9
專櫃分成	791.7	865.7
承租物業經營租賃租金	91.7	117.9
物業、廠房及設備折舊	525.4	473.1
投資物業折舊	8.1	5.5
使用權資產折舊	582.7	642.7
其他無形資產攤銷	24.8	24.7
商譽減值(計入其他開支內)	—	26.3
應收一家聯營公司款項之減值	—	4.8
存貨撥備確認/(使用)(計入銷售成本內)	1.2	(45.9)
存貨損失(計入銷售成本內)	11.6	5.1
貿易及其他應收款項虧損撥備之撥回	(9.6)	(5.9)
黃金借貸的公允值虧損(計入銷售成本內)	1,465.0	1,944.1

4. 稅項

	截至9月30日止六個月	
	2020年	2019年
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(未經審核)
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	607.6	520.1
香港利得稅	20.1	65.6
澳門所得補充稅	—	19.5
其他司法地區之稅項	1.2	0.8
	<u>628.9</u>	<u>606.0</u>
過往年度撥備不足/(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	41.1	(9.5)
其他司法地區之稅項	3.4	—
	<u>44.5</u>	<u>(9.5)</u>
遞延稅項開支/(抵免)	266.7	(27.4)
預扣稅 ⁽¹⁾	49.3	51.2
	<u>989.4</u>	<u>620.3</u>

⁽¹⁾ 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。

香港利得稅乃按兩個期間的估計應課稅溢利按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，中國內地附屬公司於兩個期間的稅率均為25.0%。

本公司若干在中國內地的附屬公司享有中國內地西部大開發的相關稅項優惠，兩個期間的適用稅率均為15.0%。

澳門所得補充稅乃按兩個期間的估計應課稅溢利按最高累進稅率12.0%計算。

5. 每股盈利

期間每股基本盈利是基於本公司股東應佔期內綜合溢利，以及期內已發行股份10,000,000,000股(截至2019年9月30日止六個月：10,000,000,000股)計算。

由於兩個期間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

	截至9月30日止六個月			
	2020年		2019年	
	每股港仙	百萬港元	每股港仙	百萬港元
於本期間已付及確認為分派之股息：				
上年度：				
— 末期股息	12.0	1,200.0	20.0	2,000.0
— 特別股息	—	—	30.0	3,000.0
		<u>1,200.0</u>		<u>5,000.0</u>

於2020年11月24日，本公司董事決定宣派截至2020年9月30日止六個月中期股息每股16.0港仙，合共1,600.0百萬港元。

7. 存貨

	於2020年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2020年 3月31日 百萬港元 (經審核)
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾	7,700.9	7,252.3
黃金首飾及產品	2,095.4	2,114.6
	<u>9,796.3</u>	<u>9,366.9</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾	15,350.3	16,374.2
黃金首飾及產品	16,357.7	14,963.6
鐘錶	1,642.0	1,638.7
	<u>33,350.0</u>	<u>32,976.5</u>
包裝物料	<u>263.4</u>	<u>195.0</u>
	<u>43,409.7</u>	<u>42,538.4</u>

存貨撇減1.2百萬港元至可變現淨值(2019年9月30日：使用45.9百萬港元)，並於截至2020年9月30日止期間之簡明綜合損益表內確認為費用及計入「銷售成本」內。

管理層討論與分析

表現回顧

中國內地業務隨著2019冠狀病毒病疫情於2021財政年度第二季有所放緩而穩步復甦，但香港、澳門及其他市場的表現仍然疲弱。

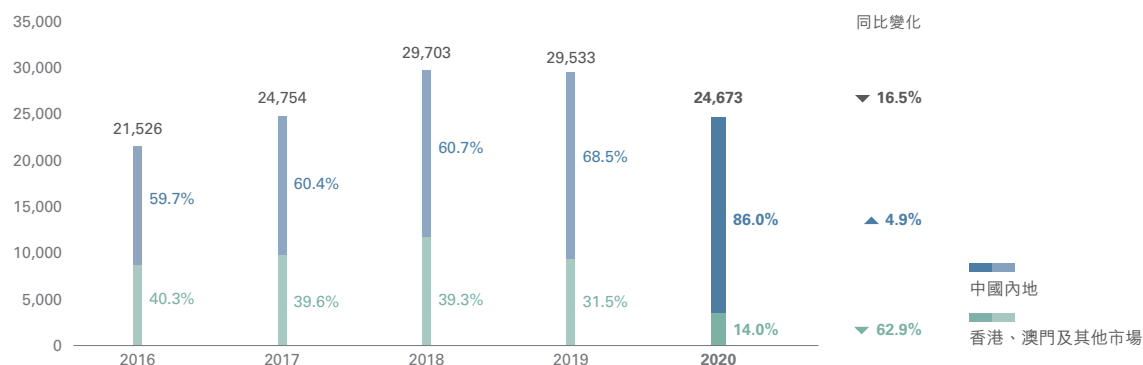
概覽

營業額

按可呈報分部劃分的營業額

截至9月30日止六個月

(百萬港元)

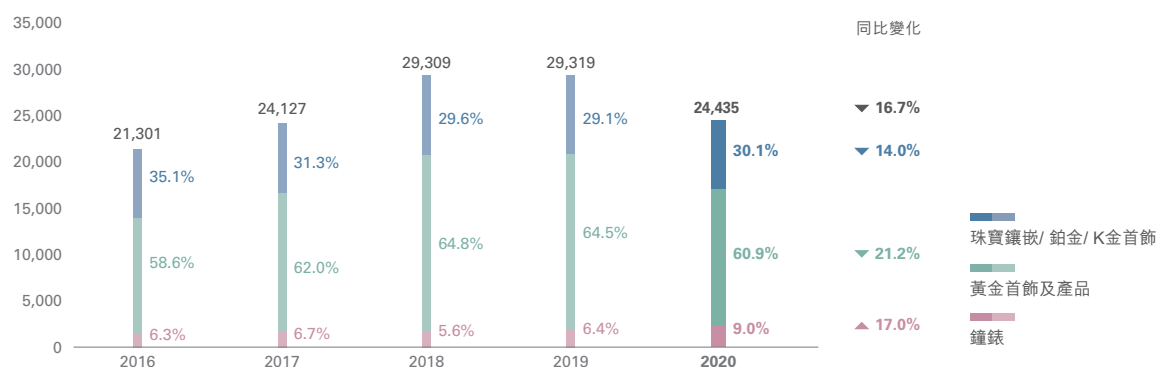


- 2021財政年度上半年，本集團的營業額下跌16.5%至24,673百萬港元。
- 隨著2019冠狀病毒病疫情放緩，中國內地2021財政年度上半年的營業額錄得4.9%的增長，其對本集團營業額貢獻佔比高達86.0%。
- 香港、澳門及其他市場的業務受宏觀環境挑戰及主要過境口岸關閉影響。因此，期內營業額按年下跌62.9%。

按產品⁽¹⁾劃分的營業額(不包括珠寶貿易及加盟商的服務收入)

截至9月30日止六個月

(百萬港元)



- 由於國際金價急升窒礙了黃金首飾的零售需求，黃金首飾及產品的營業額於2021財政年度上半年下降21.2%。因此，其對本集團營業額的佔比於期內下降至60.9%。
- 相反，中國內地及在國際旅遊限制下出現強大國內需求，促使期內鐘錶營業額錄得17.0%的強勁增長。

(1) 自2021財政年度起，我們將產品重新分類為3個類別，即珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾、黃金首飾及產品，以及鐘錶，本公司認為有關分類更能適切地反映其產品表現

同店銷售增長

按主要市場劃分的同店銷售增長



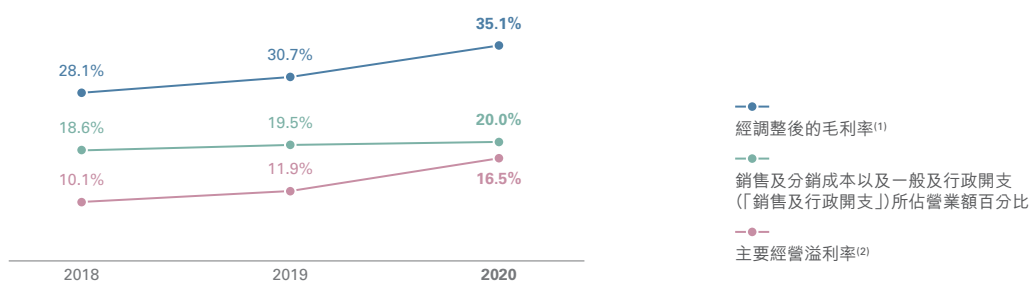
	2020財政年度 上半年 同店 銷售增長	2021財政年度 上半年 同店 銷售增長	同店 銷量增長
中國內地	▲ 1.8%	▼ 0.2%	▼ 15.4%
香港及澳門	▼ 27.5%	▼ 65.7%	▼ 66.9%

- 中國內地的同店銷售於2021財政年度上半年維持平穩。由於業務活動和消費氣氛復甦，同店銷售由2021財政年度第一季錄得11.2%的跌幅，反彈至第二季的11.0%正增長。
- 香港及澳門的同店銷售於期內因客流量仍然疲弱而下降65.7%。事實上，受惠於比較基數較低，同店銷售於2021財政年度第二季的跌幅有所收窄。

盈利能力

集團

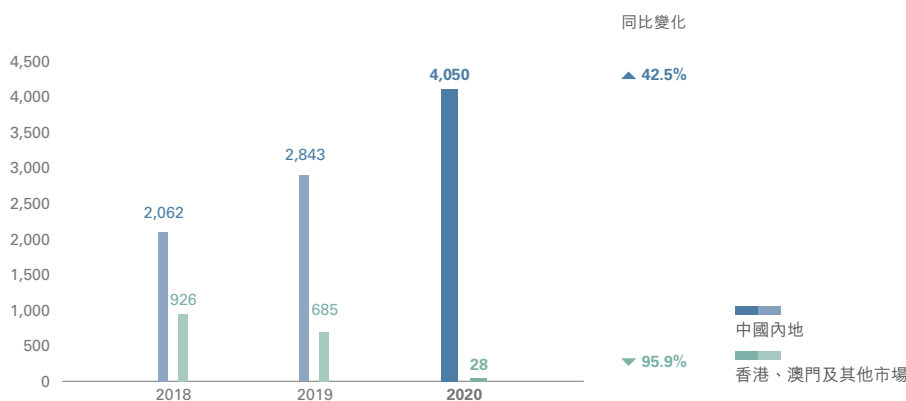
截至9月30日止六個月



按可呈報分部劃分的主要經營溢利⁽²⁾

截至9月30日止六個月

(百萬港元)



- (1) 經調整後的毛利及相應毛利率(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
- (2) 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

- 國際金價急升使黃金產品的毛利率有所改善，2021財政年度上半年的經調整後的毛利率錄得440個點子的升幅，達35.1%。主要經營溢利隨經調整後的毛利率改善而有所上升，2021財政年度上半年主要經營溢利率上升至16.5%。

- 中國內地繼續為本集團主要溢利來源，佔本集團主要經營溢利近100%，其主要經營溢利於期內躍升42.5%。
- 另一方面，受宏觀環境挑戰及主要過境口岸關閉影響，香港、澳門及其他市場的主要經營溢利錄得95.9%的顯著跌幅。然而，相較於2020財政年度下半年錄得94百萬港元的虧損，2021財政年度上半年的盈利能力受惠於金價上升而有所改善。
- 2021財政年度上半年，股東應佔溢利增加45.6%，主要受惠於我們的產品毛利率上升、一次性政府補貼及租金優惠，以及匯兌收益，再扣除資產減值。

毛利率

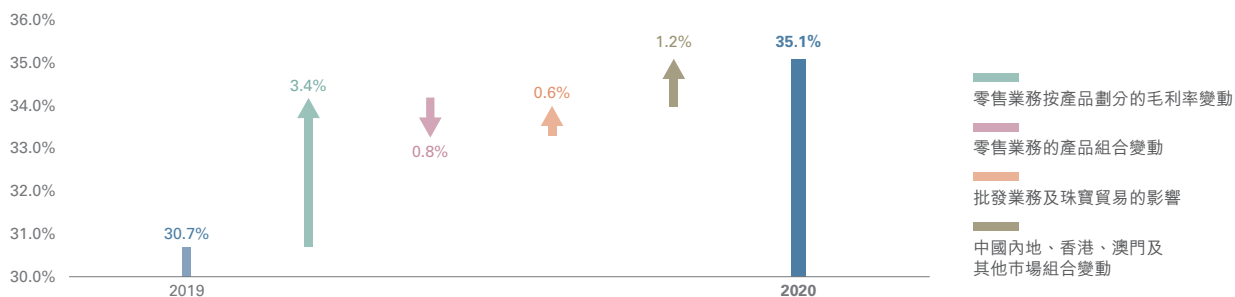
未變現虧損(收益)

截至9月30日止六個月	2018年	2019年	2020年
毛利率	28.7%	27.6%	33.0%
黃金借貸未變現虧損(收益)	(0.6)%	3.1%	2.1%
經調整後的毛利率	28.1%	30.7%	35.1%

- 期內黃金借貸未變現虧損的影響減少，此乃由於黃金借貸有所下降，惟部份影響被國際平均金價較去年同期急升30.1%而有所抵銷。
- 於2021財政年度上半年，已償還的黃金借貸錄得1,568百萬港元的公平值虧損，當中517百萬港元為未變現。
- 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)。
- 期內未變現虧損(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)於當前財政期間結算時，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

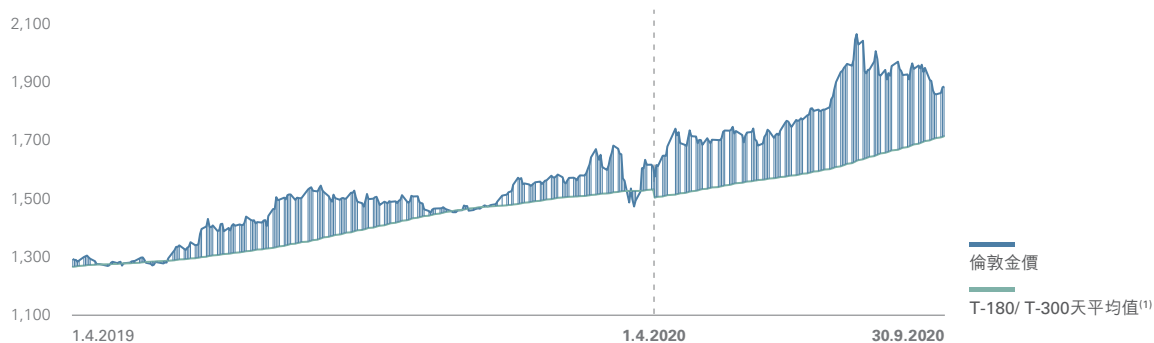
截至9月30日止六個月



- 於集團層面，2021財政年度上半年經調整後的毛利率按年上升440個點子。零售及批發業務按產品劃分的毛利率均有上升，使毛利率有所擴大。
- 批發業務按產品劃分的毛利率有所改善，抵銷了批發業務佔比增加的影響，使經調整後的毛利率上升60個點子。
- 鑒於中國內地業務復甦，較有利的市場組合使毛利率有所提升。

倫敦金價

(美元每盎司)



(1) T-180/T-300天平均值指過往連續180天或300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2021財政年度上半年的黃金存貨周轉延長，2020財政年度及2021財政年度上半年分別使用T-180天及T-300天平均值

30.9.2020 / 31.3.2020
收市價六個月變化

倫敦金價

▲ 17.3%

2021財政年度上半年與
2020財政年度上半年
平均價同比變化

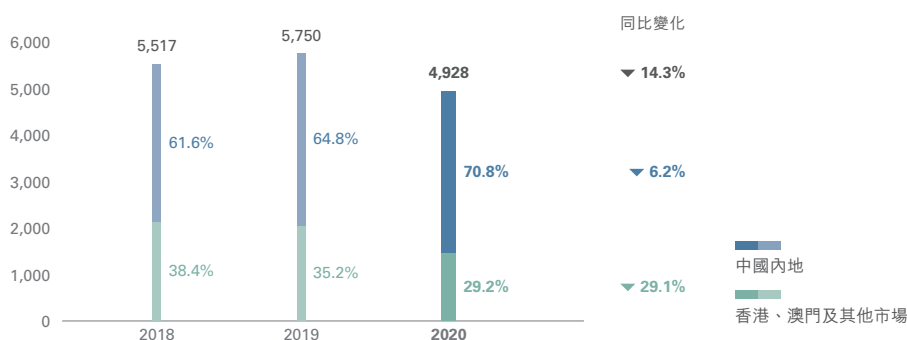
▲ 30.1%

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9月30日止六個月

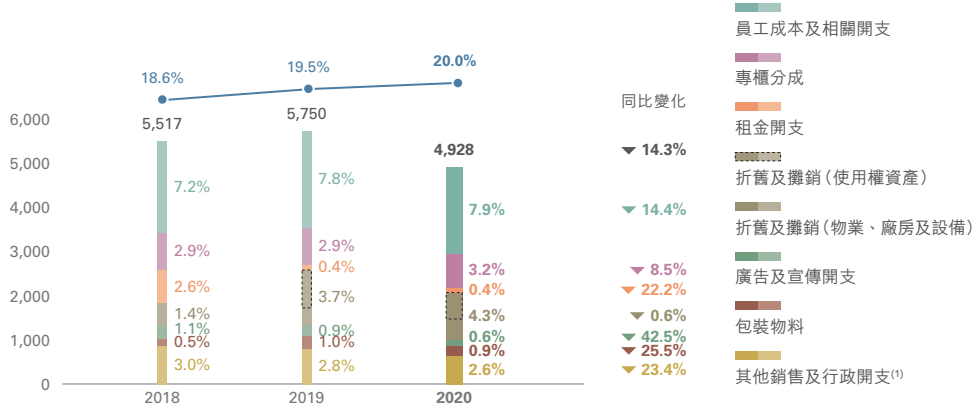
(百萬港元)



銷售及行政開支佔營業額比率

截至9月30日止六個月

(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

- 2021財政年度上半年，銷售及行政開支下降14.3%至4,928百萬港元，而銷售及行政開支比率則由於經營負槓桿效應上升50個點子至20.0%。
- 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22及第29頁。

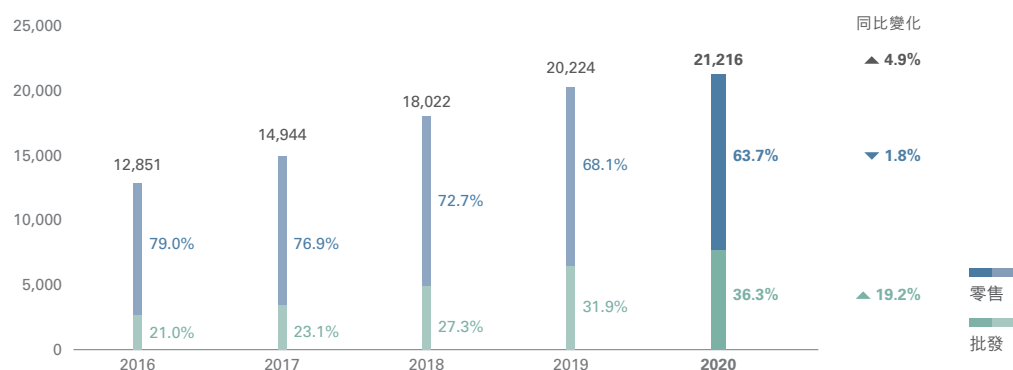
中國內地

營業額

按營運模式劃分的營業額

截至9月30日止六個月

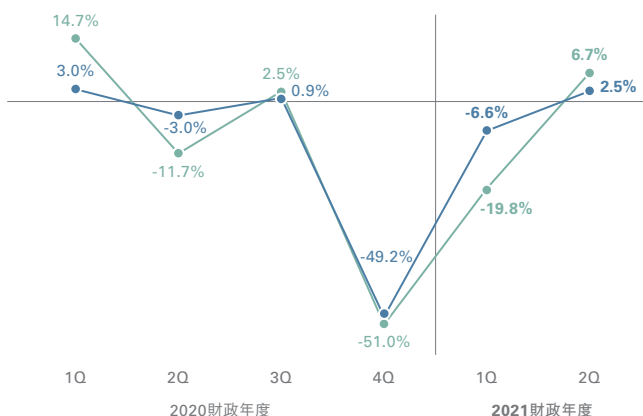
(百萬港元)



- 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。
- 2021財政年度上半年，中國內地的營業額增加4.9%至21,216百萬港元。按相同匯率計算，期內營業額增長7.7%。
- 受較次級城市和縣級城鎮的新增零售點所帶動，批發營業額於期內錄得19.2%的增長。期內批發業務的營業額佔比增加440個點子至36.3%。
- 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營運，當產品交付予我們的加盟商時便會確認銷售金額。至於餘下大部份在中國內地的周大福珠寶加盟零售點，當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9月30日，我們擁有2,267個周大福珠寶加盟零售點，當中38.1%採取批發賣斷模式營運，該等零售點佔中國內地批發營業額約33.5%。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



同店平均售價

2021 財政年度上半年

珠寶鑲嵌首飾

6,400 港元

(2020 財政年度上半年⁽¹⁾: 6,200 港元)

黃金首飾及產品

4,700 港元

(2020 財政年度上半年⁽¹⁾: 4,000 港元)

—●— 珠寶鑲嵌/ 鉑金/ K金首飾
—●— 黃金首飾及產品

	2021 財政年度上半年	
	同店銷售增長	同店銷量增長
珠寶鑲嵌/ 鉑金/ K金首飾	▼ 1.9%	▼ 7.7%
黃金首飾及產品	▼ 7.2%	▼ 19.9%
鐘錶	▲ 47.3%	0.0%
整體	▼ 0.2%	▼ 15.4%

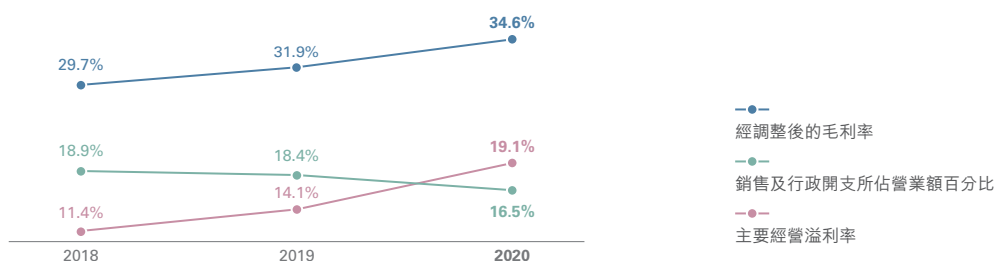
(1) 同店平均售價以2021財政年度上半年的同店作基準

- 2021 財政年度上半年，中國內地的所有產品類別的同店平均售價均呈現上升趨勢。
- 國際平均金價按年升幅達30.1%，窒礙了對黃金首飾及產品的零售需求，尤其在2021 財政年度第一季期間影響最深，因此，2021 財政年度上半年黃金首飾及產品的同店銷售下跌7.2%。然而，黃金首飾及產品的平均售價由2020 財政年度上半年的4,000 港元增至2021 財政年度上半年的4,700 港元。
- 珠寶鑲嵌/ 鉑金/ K金首飾的同店銷售增長於2021 財政年度上半年下降1.9%，而其平均售價則由2020 財政年度上半年的6,200 港元輕微上升至期內的6,400 港元。
- 另一方面，鐘錶的同店銷售增長於2021 財政年度上半年錄得47.3%的強勁升幅，此乃由於強大國內需求所致。

盈利能力

中國內地

截至9月30日止六個月



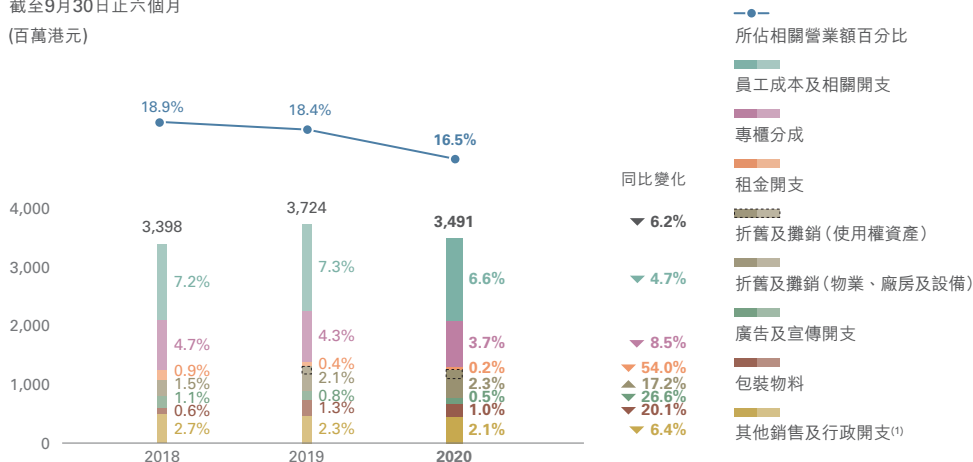
- 由於2021財政年度上半年的產品毛利率呈現按年增長，經調整後的毛利率上升270個點子，而銷售及行政開支比率亦因主要銷售及行政開支獲寬減、成本減省措施及營運效益而錄得190個點子的改善。
- 因此，2021財政年度上半年的主要經營溢利率增長500個點子至19.1%。

銷售及行政開支

銷售及行政開支佔營業額比率

截至9月30日止六個月

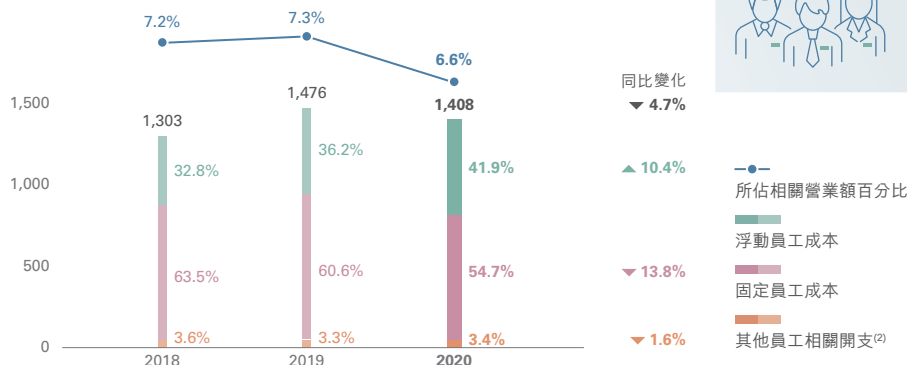
(百萬港元)



(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

員工成本及相關開支

截至9月30日止六個月
(百萬港元)



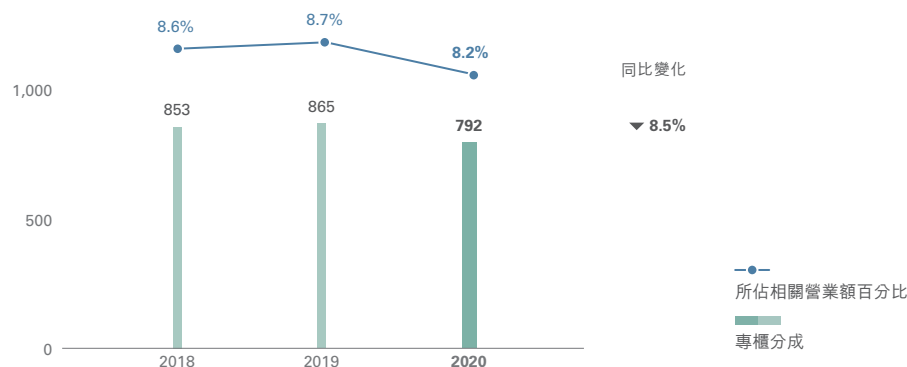
(1) 不包括生產部門的員工

(2) 其他員工相關開支主要包括員工膳食津貼、醫療費和教育經費等

- 2021財政年度上半年的員工成本及相關開支下降4.7%。
- 由於政府因應2019冠狀病毒病疫情提供共30百萬港元社會保險繳費的紓緩措施，固定員工成本於期內減少13.8%。此外，相比去年同期，政府亦向企業調低了有關社會保險繳費的計算基準。

專櫃分成

截至9月30日止六個月
(百萬港元)



- 於中國內地，專櫃分成於期內下降8.5%。專櫃分成比率輕微下降至8.2%，此乃主要由於購物中心或百貨公司下調收費所致。

零售點網絡

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾ — 中國內地

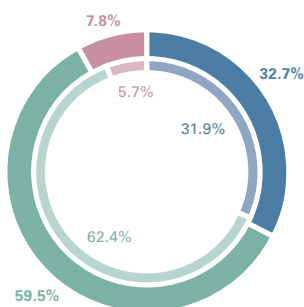
於	31.3.2019 總計	31.3.2020 總計	2021 財政年度上半年			30.9.2020 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶 ⁽²⁾	2,807	3,429	388	(102)	286	3,715
HEARTS ON FIRE	3	1	—	—	—	1
ENZO	—	59	10	(4)	6	65
SOINLOVE	27	43	9	(4)	5	48
MONOLOGUE	38	51	20	(4)	16	67

(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；不包括周大福鐘錶零售點

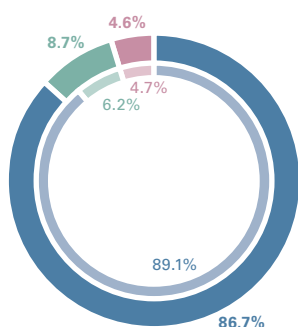
零售值分析

按產品劃分的零售值



	2020 財政年度 上半年	2021 財政年度 上半年	零售值 同比變化
珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾			▲ 12.9%
黃金首飾及產品			▲ 5.3%
鐘錶			▲ 52.1%
整體			▲ 10.4%

按銷售渠道劃分的零售值



	2020 財政年度 上半年	2021 財政年度 上半年	零售值 同比變化
周大福珠寶			▲ 7.5%
其他店舖品牌 ⁽¹⁾			▲ 53.6%
電子商務 ⁽²⁾			▲ 8.2%
整體			▲ 10.4%

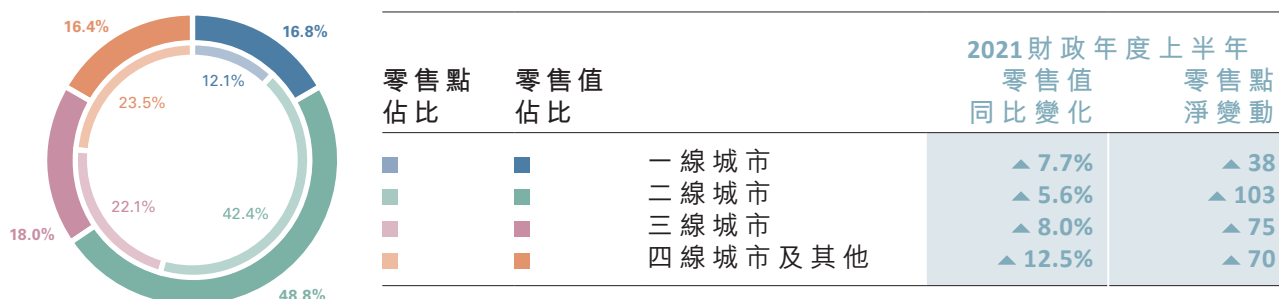
(1) 包括周大福鐘錶、HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE及MONOLOGUE

(2) 主要平台包括周大福網絡旗艦店、天貓、京東、唯品會，但不包括線上線下(「O2O」)配送(即將線上訂單發送至零售點以安排寄送服務)、雲商365及雲櫃台

周大福珠寶零售點佔中國內地零售值約90%，以下分析集中於該業務：

周大福珠寶零售點

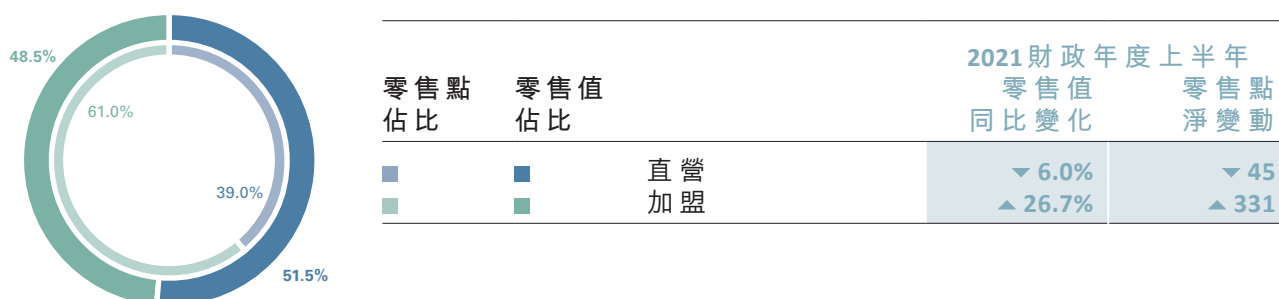
按城市級別劃分的零售值及零售點⁽¹⁾



(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2020年5月29日公佈的排名

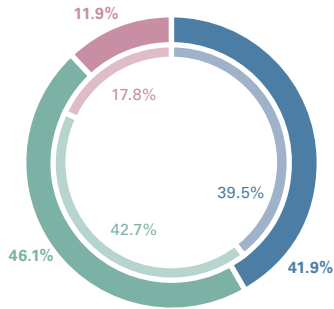
- 2021財政年度上半年期間，我們於中國內地繼續推行拓展策略，淨開設286個周大福珠寶零售點，當中約有51%位於三線、四線及其他城市。
- 三線、四線及其他城市的零售值增長在期內超越一線及二線城市，主要由新增零售點帶動。

按營運模式劃分的零售值及零售點



- 按營運模式劃分，所有2021財政年度上半年的淨開店均為加盟店，其中67%採取批發賣斷模式。於2020年9月30日，我們中國內地的零售點有61.0%為加盟店。
- 加盟零售點於2021財政年度上半年的零售值增長優於直營零售點，主要由於過往數年的新增零售點及同店銷售增長表現較佳所致。
- 然而，在期內，加盟零售點的單店銷售額一般較同級城市的直營零售點低。

按店舖類型劃分的零售值及零售點

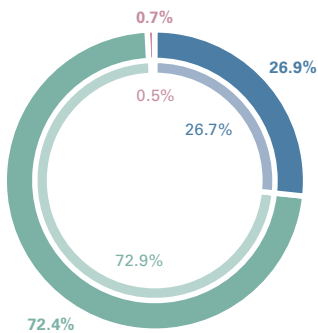


零售點佔比	零售值佔比		2021財政年度上半年	
			零售值 同比變化	零售點 淨變動
■	■	購物中心	▲ 16.7%	▲ 118
■	■	百貨公司	▼ 4.7%	▲ 44
■	■	其他	▲ 36.5%	▲ 124

- 2021財政年度上半年，專賣店及購物中心的零售點呈現穩定零售值增長，而百貨公司的零售點表現則繼續受壓。

電子商務⁽¹⁾與O2O相關業務⁽²⁾

按產品劃分的零售值



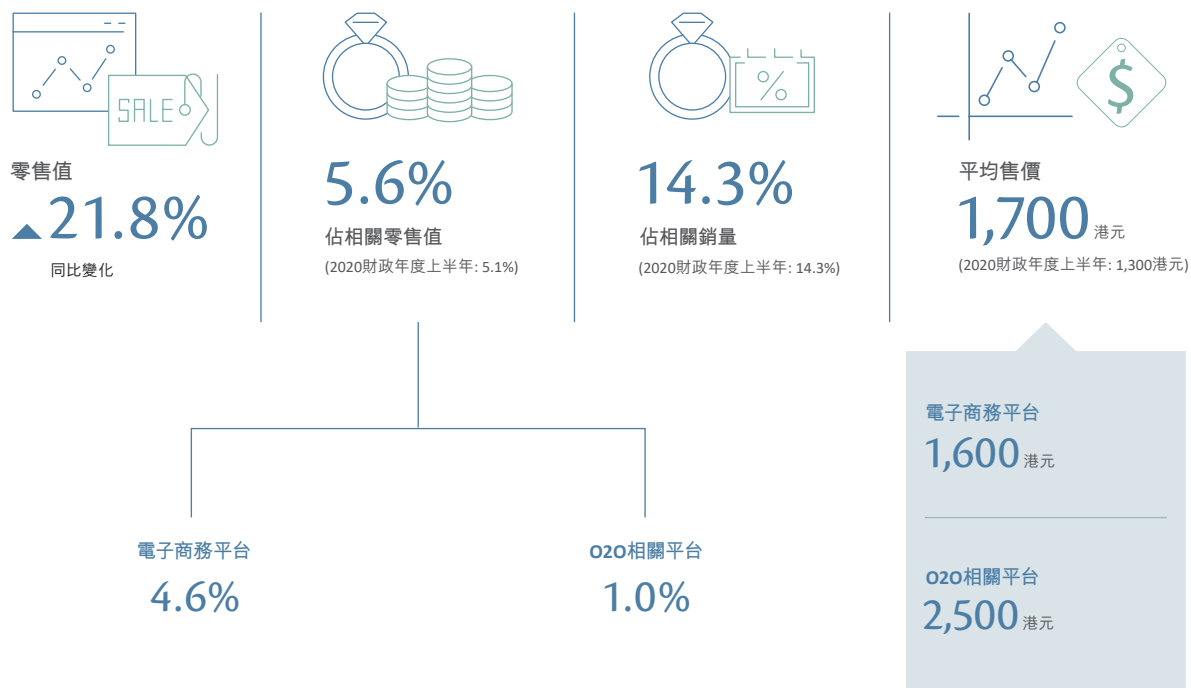
2020 財政年度 上半年	2021 財政年度 上半年		零售值 同比變化
■	■	珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾	▲ 22.9%
■	■	黃金首飾及產品	▲ 20.9%
■	■	鐘錶	▲ 79.3%
整體			▲ 21.8%

(1) 主要平台包括周大福網絡旗艦店、天貓、京東、唯品會

(2) 包括O2O配送(即將線上訂單發送至零售點以安排寄送服務)、雲商365及雲櫃台

電子商務與O2O相關業務的表現

2021財政年度上半年



- 電子商務與O2O相關業務的零售值於2021財政年度上半年大幅上升21.8%，此乃受惠於我們積極推動O2O零售，且此領域的平均售價一般較高，因營業員及顧客通過私域營銷建立更緊密的關係。期內，我們亦運用線上直播及短視頻，加強我們與顧客的互動。
- 電子商務與O2O相關業務對中國內地的零售值貢獻於期內上升至5.6%。就銷量而言，其於中國內地業務的佔比達14.3%。

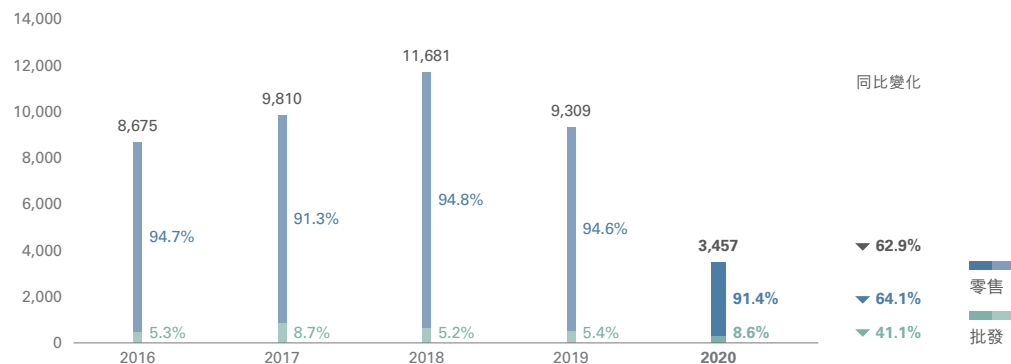
香港、澳門及其他市場

營業額

按營運模式劃分的營業額

截至9月30日止六個月

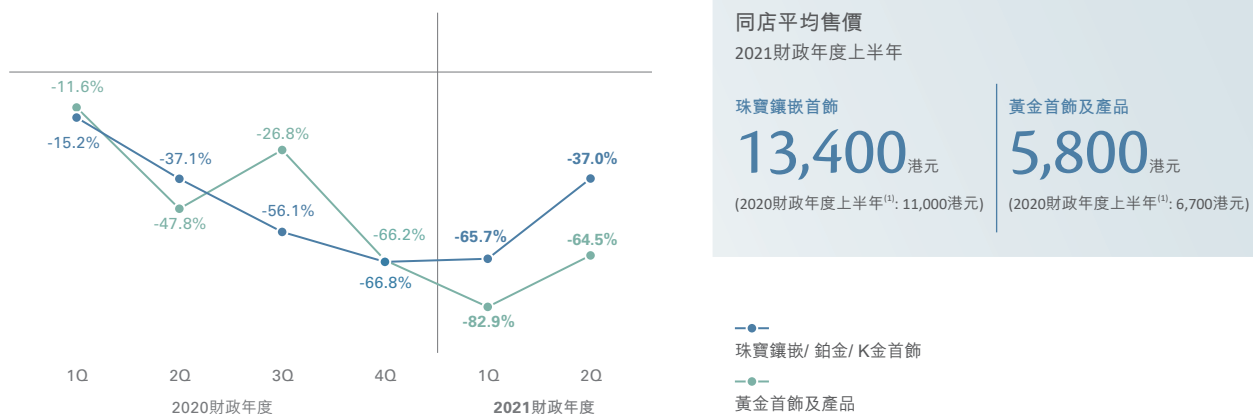
(百萬港元)



- 在香港、澳門及其他市場，我們的零售營業額指直營零售點、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、向零售商銷售貨品及來自珠寶貿易的銷售額。
- 由於營商環境依然充滿挑戰，期內零售營業額大幅下跌64.1%。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



	2021 財政年度上半年	
	同店銷售增長	同店銷量增長
珠寶鑲嵌/ 鉑金/ K金首飾	▼ 53.9%	▼ 58.6%
黃金首飾及產品	▼ 75.1%	▼ 71.2%
鐘錶	▼ 41.7%	▼ 53.5%
整體	▼ 65.7%	▼ 66.9%

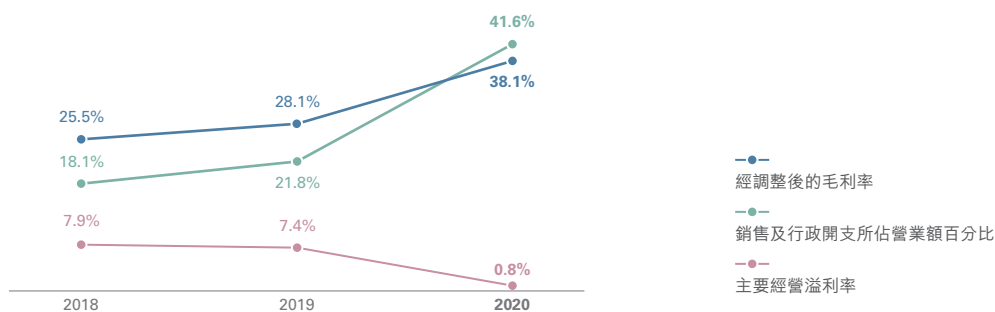
(1) 同店平均售價以2021財政年度上半年的同店作基準

- 2021財政年度上半年，香港及澳門所有產品類別的同店銷售持續受壓。
- 由於期內需求相對仍然疲弱，黃金首飾及產品的同店銷售下滑75.1%。黃金首飾及產品的平均售價由2020財政年度上半年的6,700港元減至2021財政年度上半年的5,800港元，此乃由於銷售組合轉向平均售價較低的黃金產品所致。
- 珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾的同店銷售於2021財政年度上半年下跌53.9%。然而，珠寶鑲嵌首飾的平均售價顯著增加21.2%至13,400港元。

盈利能力

香港、澳門及其他市場

截至9月30日止六個月

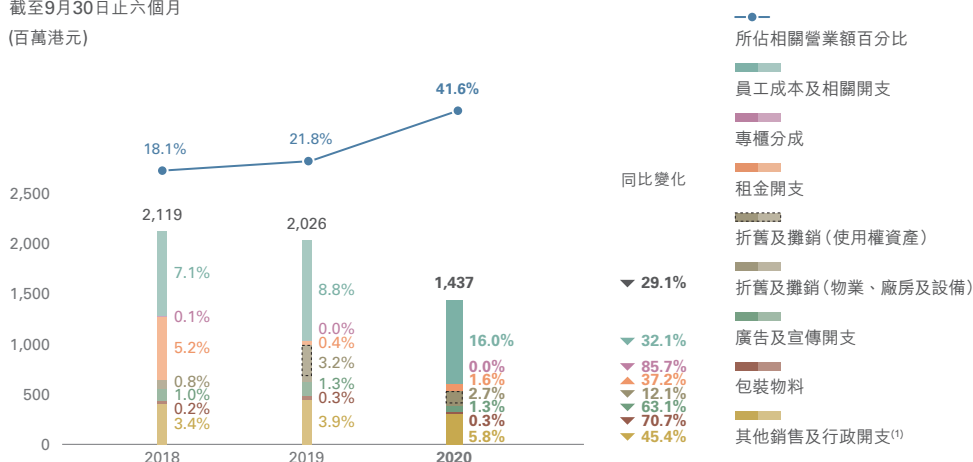


- 受金價急升及珠寶貿易業務毛利率改善所帶動，經調整後的毛利率顯著上升1,000個點子至38.1%。
- 銷售及行政開支比率因經營負槓桿效應而由21.8%大幅上升至41.6%。
- 主要經營溢利於2021年財政年度上半年大幅下跌95.9%。不過，受惠於記賬在其他收入中的政府補貼，主要經營溢利率回升至2021財政年度上半年的0.8%（2020財政年度下半年：負1.4%）。

銷售及行政開支

銷售及行政開支佔營業額比率

截至9月30日止六個月
(百萬港元)

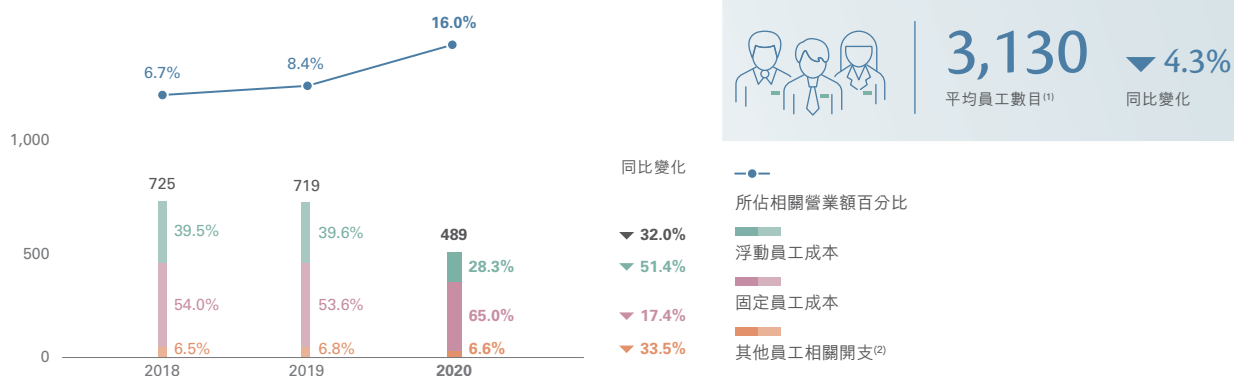


(1) 其他銷售及行政開支主要包括銷售交易結算產生的銀行手續費、銷售授權產品的專利費用、證書費及水電費

香港及澳門

員工成本及相關開支

截至9月30日止六個月
(百萬港元)



(1) 不包括生產部門的員工

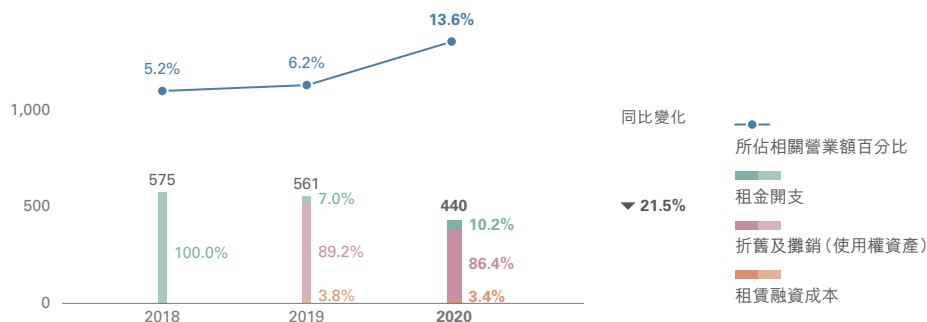
(2) 其他員工相關開支主要包括員工膳食津貼、醫療費和教育經費等

- 期內，香港及澳門的員工成本及相關開支減少32.0%。浮動員工成本按年減少51.4%，與營業額減幅大致相符。
- 由於員工流失以及加班津貼減少，固定員工成本亦因而減少17.4%。
- 2021財政年度上半年，我們獲「保就業」計劃發放107百萬港元，金額已確認為其他收入。

租賃相關開支⁽¹⁾

截至9月30日止六個月

(百萬港元)



(1) 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份租金開支，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

- 由於零售點整合及續租租金下調，租賃相關開支減少21.5%。然而，租賃相關開支佔比於2021財政年度上半年上升740個點子至13.6%。於2021財政年度上半年續租金額較上一個租約平均減幅為45%。
- 2021財政年度上半年，2019冠狀病毒病相關的租金優惠為76百萬港元，金額已確認為其他收益。

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	31.3.2019 總計	31.3.2020 總計	2021財政年度上半年			30.9.2020 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶 ⁽²⁾	131	138	2	(8)	(6)	132
中國香港	81	83	1	(5)	(4)	79
中國澳門	19	18	—	—	—	18
其他市場	31	37	1	(3)	(2)	35
HEARTS ON FIRE	15	10	—	(1)	(1)	9
SOINLOVE	—	1	—	—	—	1
MONOLOGUE	—	2	—	—	—	2

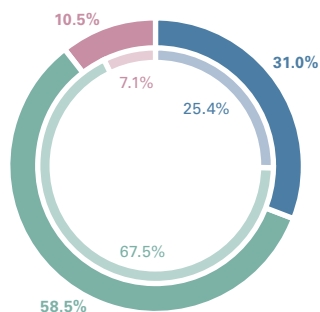
(1) 不包括店中店及店內專櫃

(2) 包括周大福藝堂零售點

零售值分析

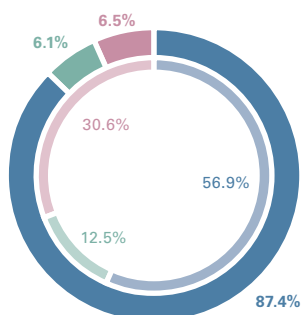
香港、澳門及其他市場

按產品劃分的零售值



2020 財政年度上半年	2021 財政年度上半年		零售值 同比變化
■	■	珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾	▼ 52.7%
■	■	黃金首飾及產品	▼ 66.5%
■	■	鐘錶	▼ 43.0%
整體			▼ 61.3%

按地區劃分的零售值及零售點



零售點佔比	零售值佔比		2021 財政年度上半年 零售值 同比變化	2021 財政年度上半年 零售點 淨變動
■	■	香港	▼ 56.5%	▼ 5
■	■	澳門	▼ 86.7%	-
■	■	其他市場	▼ 44.2%	▼ 2

- 受疫情持續影響，國際旅遊及遊客相關消費受壓，因此香港、澳門及其他市場於2021財政年度上半年的零售值顯著下滑。
- 港澳零售點客流量於期內按年下跌53.9%。港澳市場以中國銀聯、支付寶、微信支付或人民幣結算之零售值佔比由去年同期的39.7%下降至2021財政年度上半年的12.1%。
- 期內，澳門零售值錄得86.7%的顯著跌幅，此乃由於澳門對旅遊業依賴程度較高所致。
- 於2021財政年度上半年，我們對香港的零售網絡進行整合，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，我們於期內在日及韓國合共淨關閉2個周大福珠寶零售點。

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9月30日止六個月	2018 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	同比變化
其他收入	167	213	347	▲ 62.7%
其他收益及虧損	(334)	(142)	190	不適用
其他開支	(28)	(52)	(296)	▲ 467.0%

- 其他收入主要指來自中國內地及香港的政府補貼、回扣收入、來自加盟商的其他收入及其他利息收入。2021財政年度上半年的其他收入當中，約47.0%屬一次性。
- 其他收益及虧損主要指因人民幣升值而產生的匯兌淨收益127百萬港元（2020財政年度上半年：虧損142百萬港元）及2019冠狀病毒病相關的租金優惠76百萬港元。
- 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）270百萬港元，以及收購Hearts On Fire產生之其他無形資產攤銷20百萬港元。

利息收入、融資成本及稅項

截至9月30日止六個月	2018 百萬港元	2019 百萬港元	2020 百萬港元	同比變化
銀行利息收入	49	37	31	▼ 15.7%
其他利息收入	10	–	–	不適用
銀行貸款融資成本	(94)	(131)	(84)	▼ 35.8%
黃金借貸融資成本	(60)	(91)	(94)	▲ 2.6%
租賃負債融資成本	不適用	(33)	(26)	▼ 21.7%
稅項	(728)	(620)	(989)	▲ 59.5%

- 2021財政年度上半年，主要由於相對較低的平均銀行貸款利率，故銀行貸款融資成本減少35.8%。
- 由於中國內地分部於2021財政年度上半年對除稅前溢利的貢獻上升，故此實際稅率由2020財政年度上半年的28.2%升至2021財政年度上半年的30.1%。

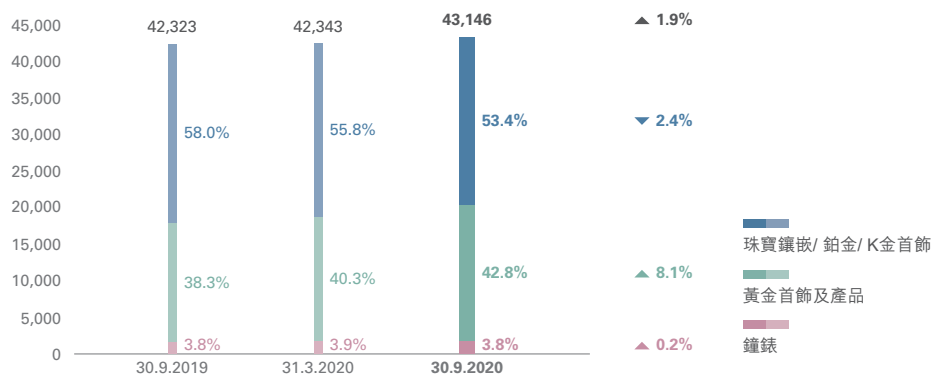
存貨結餘及周轉期

按產品劃分的存貨結餘⁽¹⁾

於

(百萬港元)

30.9.2020 / 31.3.2020
六個月變動

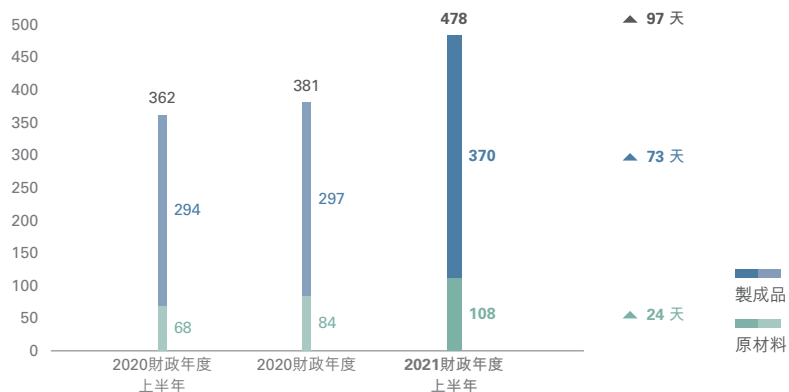


(1) 不包括包裝物料

按類別劃分的存貨周轉期⁽²⁾

(天數)

30.9.2020 / 31.3.2020
六個月變動



(2) 即報告期末存貨結餘(不包括包裝物料)除以期內銷售成本，再乘以366(就財政年度)/183(就財政年度上半年)

- 於2020年9月30日，存貨結餘(不包括包裝物料)上升1.9%至43,146百萬港元。
- 主要由於香港、澳門及其他市場需求疲弱，存貨周轉期較2020財政年度延長97天。
- 於2020年9月30日，加盟零售點持有我們總存貨結餘約7,500百萬港元或17.3%(2020年3月31日：加盟零售點持有約5,440百萬港元或12.8%)。
- 撇除加盟商持有的存貨結餘，2021財政年度上半年的存貨周轉期會下跌至395天(2020財政年度上半年：313天)。

資本架構

於	31.3.2020 百萬港元	佔權益總額 百分比	30.9.2020 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	10,038	37.2%	9,359	32.7%	(679)	不適用	不適用
存貨	42,538	157.6%	43,410	151.5%	872	不適用	不適用
現金及現金等價物 ⁽²⁾	7,219	26.7%	7,333	25.6%	114	主要為港元、 人民幣及美元	主要為 浮動利率
總貸款 ⁽³⁾	22,711	84.1%	19,866	69.3%	(2,845)		
銀行貸款	11,431	42.3%	9,326	32.5%	(2,105)	港元	浮動利率
黃金借貸	11,280	41.8%	10,540	36.8%	(740)	人民幣及美元	固定利率
債項淨額 ⁽⁴⁾	15,492	57.4%	12,533	43.7%	(2,959)	不適用	不適用
營運資金 ⁽⁵⁾	19,579	72.5%	23,397	81.6%	3,818	不適用	不適用
權益總額	26,991	100.0%	28,657	100.0%	1,666	不適用	不適用

(1) 有關計值貨幣及利率結構的資料為2020年9月30日的情況

(2) 包括銀行結餘及現金等價物

(3) 於2020年9月30日，6,929百萬港元的銀行貸款及所有黃金借貸將於12個月內到期，而2,097百萬港元的銀行貸款將於超過1年但不多於2年內到期及300百萬港元銀行貸款將於超過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於結算日以收市匯率換算。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：



截至9月30日止六個月	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	▼ 0.6%	▲ 2.6%	▼ 16.5%	▼ 14.5%
主要經營溢利同比變化	▲ 18.0%	▲ 22.4%	▲ 15.6%	▲ 18.7%
存貨結餘變化 (9月30日與3月31日相比)	▲ 7.7%	▲ 10.6%	▲ 2.0%	▼ 0.3%
現金及現金等價物變化 (9月30日與3月31日相比)	▼ 32.6%	▼ 30.9%	▼ 28.6%	▼ 31.2%

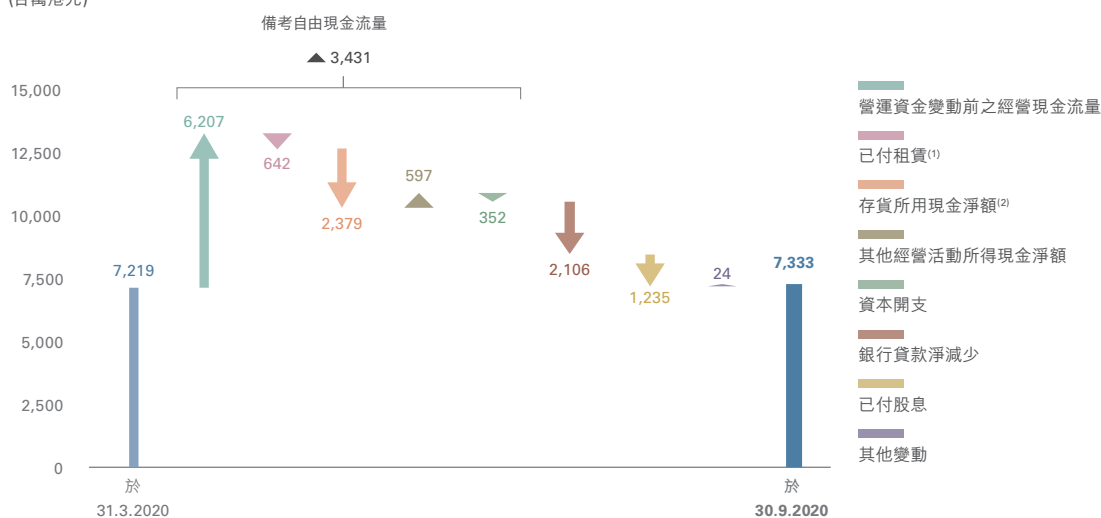
現金流量及其他

現金流量

截至9月30日止六個月	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	3,124	5,543	6,207
已付租賃 ⁽¹⁾	–	(621)	(642)
存貨所用現金淨額 ⁽²⁾	(2,992)	(3,342)	(2,379)
其他經營活動所得現金淨額	317	706	597
資本開支	(528)	(444)	(352)
備考自由現金流量	(79)	1,842	3,431
銀行貸款淨變動	1,860	1,023	(2,106)
已付股息	(4,561)	(5,038)	(1,235)
其他變動	(333)	(317)	24
現金及現金等價物增加(減少)淨額	(3,113)	(2,490)	114

2021財政年度上半年主要現金流量項目

(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

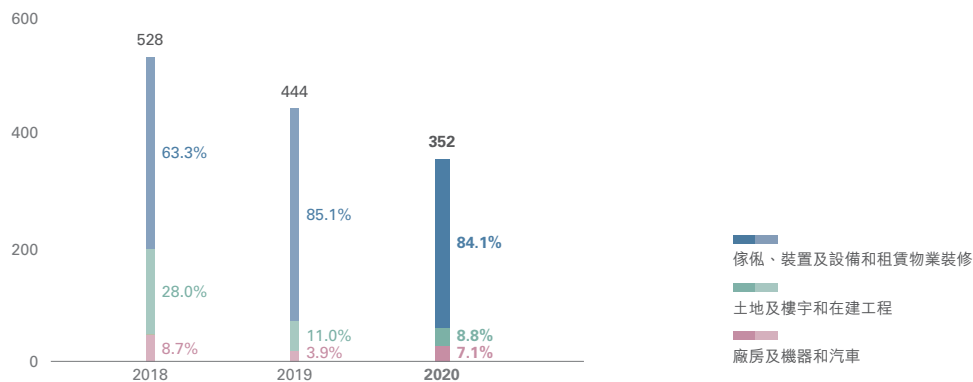
資本開支

- 本集團於2021財政年度上半年的資本開支為352百萬港元(2020財政年度上半年：444百萬港元)。

按性質劃分的資本開支

截至9月30日止六個月

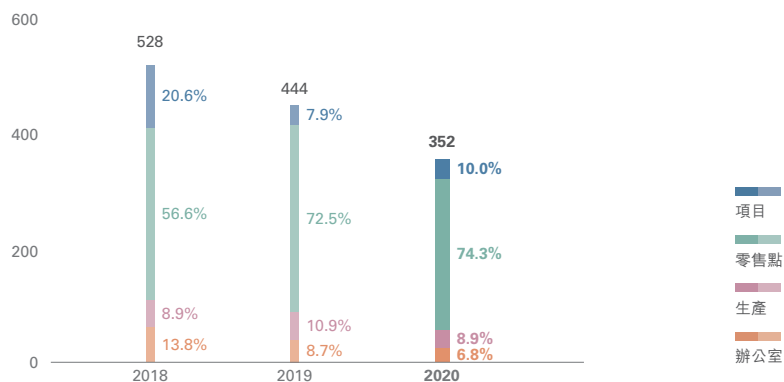
(百萬港元)



按功能劃分的資本開支

截至9月30日止六個月

(百萬港元)



企業策略

市場回顧

2021財政年度上半年，2019冠狀病毒病疫情反覆，加上地緣政治緊張局勢升溫，為全球經濟增添不明朗因素，對整個行業以至我們的業務都帶來相當的風險與挑戰。

中國內地

- 根據中國內地國家統計局的數據，2020年首九個月的社會消費品零售總額，比去年同期下降7.2%，而黃金、銀和珠寶零售額亦下降12.5%。惟2020年8月以來，這些類別的零售額均有改善跡象。
- 中國內地近日推出「雙循環」發展格局，為國家提供中長期規劃的指導方針，意味著國家以國內經濟為重心，並致力促進國內及環球經濟的融合。中國內地將要提振內需及進一步開放經濟，以達成上述目標。因此，我們預料未來的線上線下消費將強勢整合，而創新與傳統消費渠道的推廣亦將並行。

香港及澳門

- 行業數據顯示，由於主要過境口岸關閉，香港及澳門的中國內地遊客數目顯著減少，因而2020年4月至9月珠寶首飾零售額比去年同期下降56.7%。
- 隨著疫情漸趨穩定，我們相信本地市場已經觸底。待主要過境口岸重開後，市場可望逐漸復甦。

我們的雙動力策略

挑戰背後必定存在機遇。2019冠狀病毒病爆發，不單令全球的數碼化步伐加快，同時深入每個生活層面，徹底改變了消費者的購物習慣。我們相信，這個改變會發揮催化作用，加快行業的全渠道發展，尤其在實施社交距離的情況下，促使更多消費者於線上購物。實體店與線上購物平台應並存互容，為顧客提供更全面、多樣化的體驗，創造更大的協同效益。

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，一方面，靈活地擴展版圖，同時推動科技賦能，繼續締造非凡顧客體驗、長遠的品牌差異化和顧客忠誠度。

我們為滿足顧客不斷轉變的期望，藉著調整業務定位，回應顧客需求；並進一步完善現有業務，以不斷創造、提供和實現價值。作為市場領導者，我們致力創建周大福業務生態圈，與顧客及同業建立更緊密的聯繫和互動。

周大福業務生態圈



(1) 零售驅動板塊指通過實體零售網絡所提供的多元化產品和體驗

(2) 科技賦能板塊指借助全渠道零售和智能工具，使實體零售網絡更完善，以實現更大協同效益

(3) 競合板塊指通過合作和共創，重新定義珠寶行業業務生態圈的舉措

周大福業務生態圈的三大板塊，即零售驅動板塊、科技賦能板塊及競合板塊，必須透過與實體供應鏈；數據、資訊科技系統及基礎架構；以及人才等後勤配套加強整合，方能更趨完整。

以下各節將討論各板塊的詳情。

零售驅動板塊

我們為滿足現今顧客不斷轉變的期望，藉著差異化策略在不同顧客群的市場穩步發展，並為擁有不同生活態度和個性的顧客，提供貼心的消費體驗，滿足其不同人生階段的需要。我們相信，為每個獨特的顧客群締造更卓越的服務，以及建立長期的品牌差異化和忠誠度，對業務發展至關重要。

零售點

中國內地



4,009

零售點

旗艦品牌

周大福珠寶

3,828 零售點

其中

周大福藝堂

周大福薈館

周大福鐘錶

3 零售點

87 零售點

113 零售點

個性品牌

HEARTS ON FIRE

1 零售點

206 店中店/店內專櫃

ENZO

SOINLOVE

MONOLOGUE

65 零售點

48 零售點

67 零售點

香港及澳門



100

零售點

旗艦品牌

周大福珠寶

97 零售點

個性品牌

HEARTS ON FIRE

25 店中店/店內專櫃

SOINLOVE

MONOLOGUE

1 零售點

2 零售點

其他市場



44

零售點

旗艦品牌

周大福珠寶

35 零售點

個性品牌

HEARTS ON FIRE

9 零售點

旗艦品牌 — 周大福珠寶

- 我們會繼續為旗艦品牌的產品及體驗投入創意和資源。
- 在旗艦品牌下，我們提供各種具針對性的零售體驗，包括周大福藝堂、周大福薈館及周大福鐘錶。
- 期內，我們引入全新門店體驗，利用全渠道零售工具，為顧客提供有趣味又獨特的體驗，令購物旅程提升至更高層次。
- 2021財政年度上半年，周大福薈館佔中國內地周大福珠寶⁽¹⁾零售值的5.3%，其珠寶鑲嵌首飾的平均售價約9,500港元。為豐富顧客體驗，期內更推出了快閃店和具備時尚生活風格體驗的零售店。

(1) 不包括周大福鐘錶

產品

- 2021財政年度上半年，周大福傳承系列佔我們中國內地市場黃金首飾及產品零售值的35.6%。
- 2021財政年度上半年，T MARK在中國內地推出春雪系列。此系列主推卡數較小的鑽石，以滿足不同市場分部顧客的需求。
- 我們快將推出結合尖端人工智能及區塊鏈技術的「周大福人工智能鑽石鑒定證書」，為顧客提供高度一致性、唯真的鑽石評級新標準，更進一步展示天然鑽石的品質保證。此證書將於2021年上半年率先以T MARK的0.3卡或以下鑽石為試點，在香港市場推出。
- 2021財政年度上半年，T MARK分別佔我們在中國內地、香港和澳門鑽石產品零售值的22.3%及27.1%。其於中國內地零售值增加29.1%，而在香港及澳門則下降57.9%。
- 除了一些標誌性系列外，周大福薈館繼續為品味不凡的顧客呈獻更多精選國際設計師及珠寶品牌的產品。

零售網絡

中國內地

- 我們發展中國內地零售網絡時，繼續採取雙管齊下的策略。一方面在一、二線城市進行店舖升級及提升顧客體驗，藉著精心打造的零售體驗，滿足追求卓越生活品味顧客的需求。我們亦在較次級城市和縣級城鎮，充份借助加盟商合作夥伴的地方知識及人脈，進一步搶佔市場份額。期內，周大福珠寶⁽¹⁾淨開設286個零售點，當中28個零售點為周大福薈館。
- 鐘錶業務在強勁內需的支持下表現出色，我們將繼續物色商機，擴大高級鐘錶板塊的網絡。

(1) 不包括周大福鐘錶零售點

香港，澳門及其他市場

- 2021財政年度上半年，由於中國內地旅客數目下降，我們於香港及澳門旅遊區淨關閉4個周大福珠寶零售點。我們會為改善店舖生產力而持續整合零售點。
- 期內，其他市場因業務運作受疫情影響而淨關閉2個零售點。然而，我們會繼續於東南亞市場發掘機遇，待國際旅遊恢復時，可繼續推進我們的拓展策略。

個性品牌

HEARTS ON FIRE

- 新推出的LORELEI REVERIE系列是LORELEI系列的延續，以時裝的蕾絲圖案為設計靈感。
- 2021財政年度上半年，HEARTS ON FIRE分別佔我們在中國內地以及香港及澳門鑽石產品零售值的1.6%和5.4%。
- 期內，中國內地的零售值上升29.6%，而在香港及澳門的零售值則下降38.8%。

零售網絡

- HEARTS ON FIRE為了打入中國內地的高端市場，將集中在周大福薈館的店中店和店內專櫃進行拓展。

ENZO

- ENZO致力以天然彩寶專家的獨特市場為定位，以豐富集團的品牌組合。期內，ENZO結合集團資源，通過不同渠道推廣其品牌及產品。

零售網絡

- 期內，ENZO優化其在中國內地的零售點，並把握時機於一、二線城市擴充業務。

SOINLOVE及MONOLOGUE

- SOINLOVE及MONOLOGUE專注向其個別目標顧客群提供創新產品及體驗。我們亦致力加強在不同平台的數碼足跡，以滿足顧客所需。
- 我們會繼續與不同品牌合作，如名偵探柯南及芭比等，並通過快閃店及社交媒體推廣產品，務求在快速演變的中國內地零售市場上搶佔先機。

零售網絡

- 我們力求藉著鮮明的品牌個性吸引更多顧客。期內，我們在中國內地的拓展計劃，主要集中於較高級別城市，尤其是一線城市，並將繼續在2021財政年度下半年持續擴張。

科技賦能板塊

科技賦能指利用數碼化、全渠道零售和智能工具，與我們的實體零售網絡相輔相承，同時通過建立公域和私域流量，創造更大的協同效益。我們的目標是在科技和人性化之間取得最佳平衡，從而與顧客保持緊密關係。

電子商務

- 隨著電子商務在中國內地零售市場日趨成熟，我們將繼續開拓及改善自身的相關業務。
- 我們於電子商務平台上推出獨家線上產品及線下季節性產品，藉此與實體零售網絡互補，以滿足線上顧客不斷轉變的購物需要。
- 我們繼續與天貓、京東、唯品會等不同中國內地知名電商平台合作，以進一步強化電子商務業務的表現。

- 我們亦把握時下趨勢，於第三方平台通過直播帶貨及短視頻等，拓展及加強與顧客的連繫。

全渠道零售

- 我們借助自身的零售網絡分佈、員工，以及已開發的全渠道能力，為消費者提供無縫和全天候的購物體驗。
- 今年初推出的「雲商365」是把顧客引領到我們網絡旗艦店的小程式，讓員工可隨時隨地透過流動裝置，與顧客溝通及提供協助，提供快捷的購物體驗。
- 我們的員工及加盟商的營業員，均可通過「雲商365」向顧客發送產品訊息，藉此與顧客建立緊密的聯繫。
- 2021財政年度上半年，我們利用「雲商365」開拓私域市場，接觸逾200萬名顧客，成績斐然。透過此工具購物的顧客當中，大約50%是新顧客。「雲商365」的銷售轉化率，普遍比其他電子商務平台為高。
- 雲櫃台可讓顧客享受到更快捷的交易及更廣泛的產品選擇。於2020年9月30日，超過1,000個地點配置了雲櫃台，主要分佈於中國內地的零售點。

顧客主導製造

- 由於顧客日趨重視定制產品及獨特的體驗，我們推出了D-ONE作為顧客主導製造的其中一個措施，以滿足現今不斷變化的顧客期望。
- D-ONE提供獨特的個性化體驗，而且當顧客下單後，具高度個人化特色的產品可於24小時內準備發貨。
- 期內，我們把這項定制功能融入「雲商365」，從而提高D-ONE的曝光率，並取得出色的表現，反映了顧客對定制珠寶產品的需求。

顧客互動

- 我們明白顧客關係管理是成功的關鍵之一。
- 我們除了投放資源在品牌形象和大型產品推廣外，還會借助關鍵意見領袖和關鍵意見消費者的專長，吸引目標顧客注意。
- 目前，「雲商365」已跟我們的顧客關係管理系統接軌，前線員工可藉著及時獲取的訊息，為顧客提供更貼心的服務。



競合板塊

「競合」指結合互相合作及互相競爭兩種元素。這板塊的目標是藉著我們豐富的行業知識及生產能力，提升珠寶產品的價值，在珠寶行業內達致更大的協同效益。

- 我們開展了原廠委託製造及原廠設計製造業務及知識產權開發，藉此向業界提供生產支援，以提高盈利能力及強化珠寶零售業務。
- 位於美國波士頓的周大福北美辦事處，是推動原廠委託製造及原廠設計製造業務的基地之一。集團憑藉專業的行業知識和生產規模，結合北美團隊的當地知識及經驗，可向北美珠寶商提供更大價值。
- 在知識產權開發方面，我們的願景是在業內推廣知識產權的概念，以提升珠寶產品的價值。為此我們已與各方合作，積極促進有關發展。
- 我們亦致力培育年輕珠寶設計師。Loupe便是其中一項倡議，旨在為珠寶業界的人才提供一個共享設計培育空間。Loupe作為外部創新培育者，為設計師提供共享工作及展覽空間，讓他們展示作品，分享抱負。

營運

數碼化的應用不限於虛擬市場推廣。若未能與實體供應鏈及營運支援高度整合，便難以推進數碼化進程。

生產、物流、配貨

更靈活的生產程序，有助我們於供應鏈的每個環節，如產品設計、製造、物流及配貨上，與顧客緊密互動。

- 過去三年，我們積極實踐工業4.0策略並推出多個新項目或措施。
- 工業4.0是個新業務和營運模式，可支援大規模定制生產，讓我們能夠在準時交付的情況下，製作高度個性化的定制產品。
- 先進的生產設備可自動完成重複性的工作，以便我們把人力資源投放在其他講求創意及增值的工作。
- 集團內各部門亦與合作夥伴緊密合作，以分享最新數據和見解，作出更適切及迅速的決策。

數據、資訊科技系統及基礎架構

- 我們全力推進改革轉型，致力為集團的雙動力策略提供更全面的支援。2021財政年度上半年，我們推出多項提升數據及資訊科技基礎架構的措施，助我們加強競爭力及掌握新興技術。
- 為改良資訊系統基礎架構的系統靈活度及延展性，我們目前正把部份本地部署架構遷移至雲端部署平台。我們亦正在加強資訊科技、網絡保安，以及網絡對接能力，為未來的雲端策略打下基礎。
- 為配合集團的科技賦能板塊，我們現正發展一套內部應用程式介面及一個整合數據平台。我們亦正改進商業智能平台，為管理層更有效率地提供實用的資訊，助他們制定商業決策。
- 我們持續發掘、加速及部署新科技以促進集團核心營運。我們亦繼續致力於開發和部署智能存貨管理系統，以實現存貨配貨流程全面自動化。在內部營運方面，我們為了讓採購、付款及發還款項的流程更具效率，亦已架設了新的採購內部應用程式。

智力資本及企業文化

- 於2020年9月30日，本集團的員工總數達28,100人。
- 本集團為結合全體員工的智力資本及延續「內企業家」精神，推出「周大福環球能力」，助員工發展五大關鍵能力，讓所有團隊發揮協同效益，成為全渠道零售的強大後盾。
- 「周大福環球能力」與集團的願景、使命及價值一脈相承，旨在對應未來十年的發展路向及業務策略。其五大能力，包括國際視野、顧客思維、創新突破、成果責任和共享價值，將成為日後招聘、表現評估、獎勵、晉升及繼任策劃的環球標準。
- 這些能力將納入年度績效管理體制的評核基準，以推動全體員工由自身的優勢出發，自我增值。我們同時會積極推動跨界交流、以客為本的零售科技發展及數據分析，賦能員工的事業發展，支援集團拓展全球業務。

業務展望與策略

我們預計2019冠狀病毒病疫情在我們經營的市場將會逐步受控，相信2021財政年度下半年的業務表現將會穩步提升。

我們預期中國內地會繼續專注於國內消費增長，所以對中國內地珠寶市場的發展前景甚為樂觀。我們將會繼續利用加盟模式，以及順應數字化的趨勢整合線上線下渠道，落實市場擴張策略。我們亦會持續執行差異化策略，為各個獨特的顧客群提供貼心的服務。

儘管香港及澳門市場面臨多重挑戰，但隨著疫情趨向穩定，預期本地市場已經觸底。待主要過境口岸重開，市場可望逐步復甦。我們將會繼續提高營運效率及優化業務策略。

我們會繼續善用零售網絡、人才及已開發的全渠道能力，隨時隨地為顧客提供無縫的購物體驗，同時在科技和人性化之間取得最佳平衡。

在此，我們欣然報告正逐步實現四大長遠目標：(1)擴大市場滲透率以鞏固市場領導地位；(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。

展望未來，我們相信雙動力策略能夠使顧客能夠通過珠寶，獲得幸福生活體驗。

由2020年10月1日至11月18日未經審核之主要經營數據

由2020年10月1日至11月18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	▲ 17.7%	
	中國內地	香港、澳門及其他市場
零售值增長	▲ 25.7%	▼ 11.1%
佔集團零售值之百分比	83.6%	16.4%
	中國內地	香港及澳門
同店銷售增長	▲ 12.0%	▼ 24.3%
同店銷量增長	▼ 10.7%	▼ 28.1%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌/鉑金/K金首飾	▼ 6.2%	▲ 39.1%
— 黃金首飾及產品	▲ 13.3%	▼ 49.5%

由2020年10月1日至11月18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。

中期股息

董事會議決向於2020年12月9日(星期三)名列本公司股東名冊的股東宣派每股0.16港元的中期股息，合共約1,600百萬港元。預計在2020年12月23日(星期三)或前後派付中期股息。

審閱中期業績

本公司審核委員會已審閱截至2020年9月30日止六個月未經審核簡明綜合財務報表和中期報告，並已與管理層共同商討財務相關事宜。本集團截至2020年9月30日止六個月未經審核簡明綜合財務報表已經本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所按照國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

暫停辦理股東登記

為確定享有中期股息的權利和資格，本公司將於2020年12月9日(星期三)暫停辦理股東登記，當日將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和已填妥的過戶表格須不遲於2020年12月8日(星期二)下午4時30分一併送達本公司的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。

企業管治常規

截至2020年9月30日止六個月期間，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。

董事進行的證券交易

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。本公司向全體董事作出具體查詢後，董事確認截至2020年9月30日止六個月期間已遵守標準守則和本公司操守守則所載的規定標準。

購買、出售或贖回上市證券

本公司和其任何附屬公司於截至2020年9月30日止六個月期間均無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券。

承董事會命
周大福珠寶集團有限公司
主席
鄭家純博士

香港，2020年11月24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。