

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倚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2024年9月30日止三個月 未經審核主要經營數據 及 上半年財務表現的初步資料

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」)連同其附屬公司(「本集團」)謹此宣佈本集團截至2024年9月30日止三個月(「第二季度」或「季內」)若干未經審核主要經營數據及本集團截至2024年9月30日止六個月(「上半年」)財務表現的初步資料。本公告所載的未經審核主要經營數據及財務表現的初步資料應與本公司的2024財政年度年報及本公司就本集團截至2024年6月30日止三個月未經審核主要經營數據刊發的公告一併閱覽。

主要經營數據

截至2024年9月30日止三個月

(與去年同期相比的百分比變動)

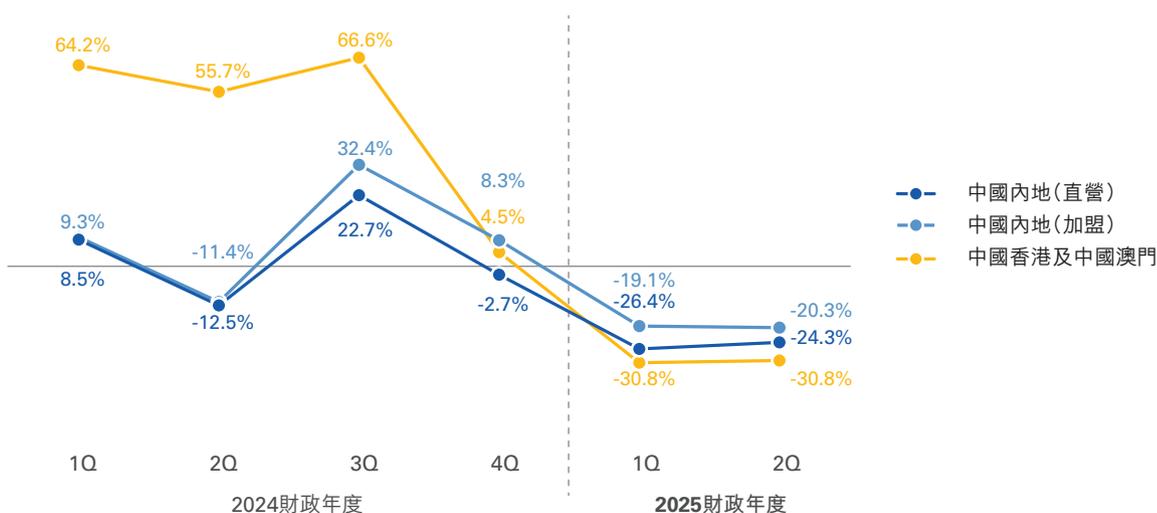
集團

零售值 ⁽¹⁾ 增長	-21.0%	
	中國內地	中國香港、 中國澳門及 其他市場
零售值增長	-19.4%	-31.0%
佔集團零售值之百分比	87.8%	12.2%
	中國內地	中國香港及 中國澳門
同店銷售 ⁽²⁾ 增長	-24.3%	-30.8%
同店銷量增長	-33.3%	-36.1%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	-27.6%	-16.6%
— 黃金首飾及產品	-24.7%	-36.3%

⁽¹⁾ 「零售值」按於零售點網絡和其他渠道以相應功能貨幣計值向顧客銷售產品的最終零售價(包括增值稅，如有)計算。

⁽²⁾ 第二季度的「同店銷售」指來自於2023年4月1日前開業並於2024年9月30日仍然續存的周大福珠寶直營零售點的零售值，惟不包括加盟零售點及其他渠道的零售值。

同店銷售增長

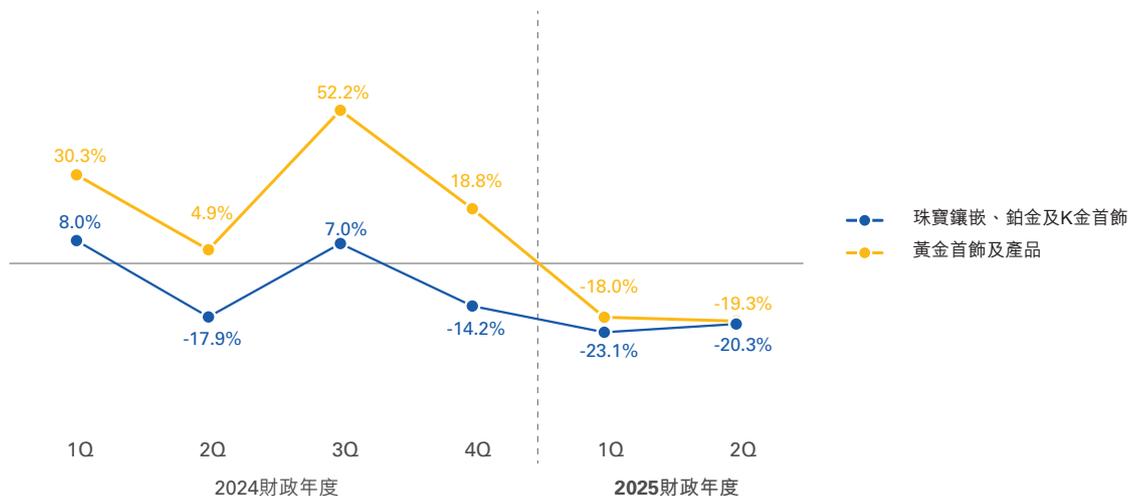


- 於第二季度，宏觀經濟外部因素，尤其是黃金價格屢創新高，持續影響消費意慾，這屬整體行業的現象。然而，季內中國內地(「內地」)的同店銷售跌幅收窄，而香港及澳門的同店銷售跌幅則與上一季度相約。在剛過去的十一黃金周，內地延續了同店銷售跌幅收窄的趨勢。
- 季內，內地直營店及加盟店的同店銷售分別同比下降24.3%及20.3%。香港及澳門市場受到市民暑假外遊以及內地旅客消費模式和喜好轉變所影響，同店銷售同比減少30.8%。香港的同店銷售下跌27.8%，而澳門則減少40.2%。
- 黃金首飾及產品類別包括按重量及固定價格出售的黃金產品。該產品類別的同店平均售價(「平均售價」)於季內維持韌性。內地的平均售價上升至6,400港元(2024財政年度第二季度：5,600港元)，香港及澳門的平均售價則上升至9,400港元(2024財政年度第二季度：8,800港元)。
- 儘管珠寶鑲嵌首飾屬非必需消費品，但是內地以及香港及澳門的同店銷售跌幅均有所收窄。內地珠寶鑲嵌首飾的平均售價上升至9,200港元(2024財政年度第二季度：8,200港元)，而香港及澳門的平均售價則為15,400港元(2024財政年度第二季度：17,000港元)。
- 季內，集團位於香港中環的全新概念店正式開幕。店內採用展覽式佈局展示各產品系列，讓顧客沉浸於當代中華文化和時尚設計的氛圍中。此煥然一新的門店風格和升級的顧客體驗，標誌著集團品牌轉型的重要里程碑。

零售值分析

中國內地

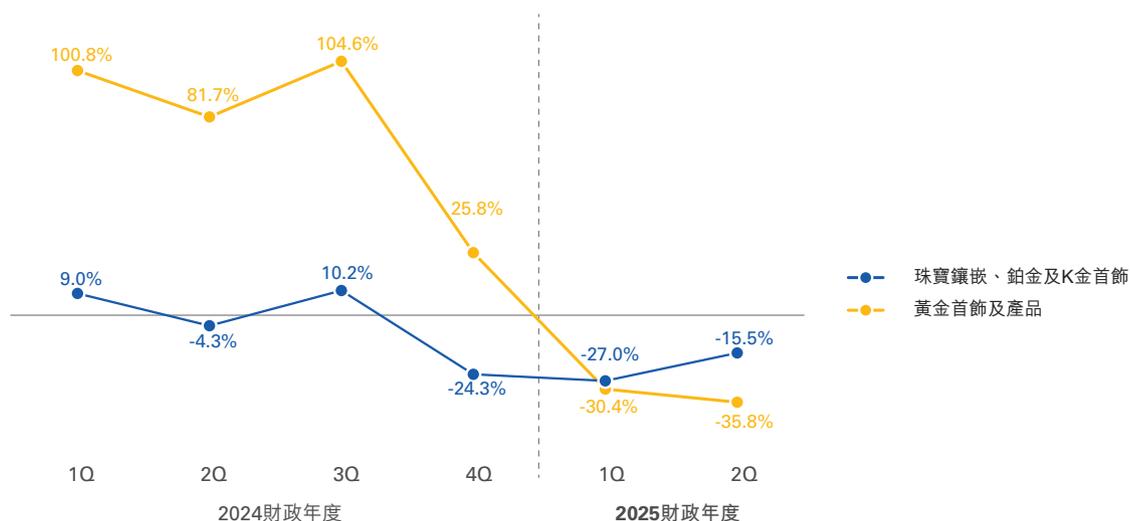
按產品劃分的零售值同比變化



- 季內，珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的零售值貢獻為14.4%，而黃金首飾及產品的零售值貢獻為81.4%，均與2024財政年度第二季度的水平相若。我們繼續優化定價，提供不同定位的產品以滿足各顧客群的喜好。在黃金首飾及產品類別中，毛利率較高的定價產品的銷售佔比由去年同期的5.0%上升至季內的12.8%，支持集團季內的毛利率保持韌性。
- 周大福珠寶加盟店於季內對內地相關的零售值貢獻略為擴大至70.9% (2024財政年度二季度：69.8%)。
- 季內，電子商務對中國內地的零售值貢獻為5.4%，而銷量佔比則為13.1%。我們持續加強與顧客的線上互動，並通過靈活的產品規劃滿足線上消費群的需求。

中國香港、中國澳門及其他市場

按產品劃分的零售值同比變化



附註：百分比計算結果或略有進位差異。

一 季內，珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的零售值貢獻為18.0%，而黃金首飾及產品的零售值貢獻為74.5%，較2024財政年度第二季度的80.0%有所改善。

零售點網絡

於	31.3.2024 總計	30.6.2024 總計	增加	減少	淨增減	30.9.2024 總計
周大福珠寶	7,352	7,258	85	(230)	(145)	7,113
中國內地 ⁽¹⁾	7,207 ⁽²⁾	7,113 ⁽²⁾	82	(227)	(145)	6,968 ⁽³⁾
中國香港及中國澳門	87	87	–	(3)	(3)	84
其他市場	58	58	3	–	3	61
其他品牌	234	230	13	(10)	3	233
中國內地	224	220	13	(10)	3	223
其他市場	10	10	–	–	–	10
總計	7,586	7,488	98	(240)	(142)	7,346

(1) 不包括周大福鐘錶

(2) 數據經重列以反映合併傳承系列專區

(3) 76.7%的周大福珠寶零售點為加盟店形式

一 在零售網絡管理方面，我們專注於透過提升店舖生產力和盈利能力，優化門店組合的整體財務健康狀況，以保持我們的市場領導地位。季內，集團優化了零售網絡，在內地淨關閉145個周大福珠寶零售點。

上半年財務表現的初步資料
截至2024年9月30日止六個月，未經審核

集團

(與去年同期相比的百分比變動)

營業額	下降18%至22%
淨溢利	下降42%至46%
— 倘兩個期間均不計及黃金借貸重估的影響，則經調整後的淨溢利	下降12%至16%

- 根據最新未經審核綜合管理賬目及現時所得的其他資料，本公司預計本集團上半年的營業額較去年同期下降約18%至22%，而淨溢利則下降約42%至46%。在分析上半年及去年同期的實際經營表現時應剔除黃金借貸重估的影響，這樣經調整後上半年的淨溢利降幅將會收窄至約12%至16%。由於毛利率受益於上半年所出售黃金產品的平均售價較高以及產品優化及定價策略，加上本公司靈活執行各項措施增強業務韌性和競爭力，從而緩減了上半年外部環境挑戰所帶來的影響，令經調整後淨溢利的跌幅縮少。
- 由於最近幾個月國際金價大幅波動，本集團於2024年9月30日按黃金市價重估未償還的黃金借貸時產生非現金的未變現虧損，而去年同期的黃金借貸市價重估則錄得收益，這是本集團上半年淨溢利下降的主要原因。
- 本公司利用黃金借貸(黃金淡倉)以對沖及減輕黃金價格波動對黃金存貨(黃金好倉)的影響。黃金好淡倉的作用會隨著出售黃金存貨時互相抵銷。然而，按照法定財務報告的規定，未償還的黃金借貸合約於財務報告期末須按市場價格進行重估，而黃金存貨並不會進行重估，這一差異造成了會計上的暫時性未變現收益或虧損。
- 因此，黃金借貸重估並不直接影響本集團的現金流及上半年的實際表現。

謹慎性陳述

董事會謹此提醒投資者，上述未經審核經營數據及財務表現初步資料乃根據本公司的內部記錄及最新的管理賬目，有關數據仍有待本公司核數師、審核委員會及董事會審閱。本公司正在編製並將於十一月份公佈本集團截至2024年9月30日止期間的中期業績。

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務須審慎行事。

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，2024年10月22日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、鄭志恒先生、鄭志雯女士、黃紹基先生、鄭錦標先生、鄭炳熙先生、孫志強先生及廖振為先生；及獨立非執行董事為鄺志強先生、林健鋒先生、柯清輝博士、鄭嘉麗女士、車品覺先生、馮詠儀女士及鄧迎章先生。