

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之有限公司)

股份代號：1929

截至2013年3月31日止年度 全年業績公告

財務摘要

- 營業額為57,433.9百萬港元，較2012財政年度的56,571.1百萬港元溫和上升1.5%。
- 整體同店銷售⁽¹⁾下跌3.3%，其中中國內地及港澳台地區同店銷售分別錄得3.0%及3.7%跌幅。
- 毛利由2012財政年度的16,447.9百萬港元下降1.0%至16,283.1百萬港元。
- 本公司股東應佔溢利為5,505.3百萬港元，較2012財政年度的6,340.6百萬港元下降13.2%。
- 每股基本盈利為55.1港仙。
- 建議末期股息為每股16.0港仙⁽²⁾。
- 截至2013年3月31日，零售網絡擴展至1,836個零售點，於2013財政年度內淨增加209個零售點。

(1) 「同店銷售」指就2013財政年度而言，於2011年4月1日前開業並於2013年3月31日仍然存續的直營零售點(包括我們的獨立店、專櫃及合資零售點)的營業額。同店銷售不包括批發渠道(即向加盟商的銷售)及其他直銷(如推廣活動的銷售)的營業額。

(2) 2013財政年度派息率(包括建議末期股息)按全年計約為40.0%。

截至2013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2013年3月31日止年度(「2013財政年度」)的經審核全年業績連同截至2012年3月31日止年度(「2012財政年度」)的比較數字如下：

綜合全面收益表

截至2013年3月31日止年度

	附註	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
營業額	2	57,433.9	56,571.1
銷售成本		(41,150.8)	(40,123.2)
毛利		16,283.1	16,447.9
其他收入		296.2	227.2
其他收益及虧損		27.4	17.4
銷售及分銷成本		(7,444.8)	(6,319.9)
行政開支		(1,736.2)	(1,714.6)
其他開支		(1.2)	(129.0)
融資成本		(329.5)	(363.1)
除稅前溢利	3	7,095.0	8,165.9
稅項	4	(1,416.6)	(1,595.0)
年度溢利		5,678.4	6,570.9
其他全面收益			
— 換算產生的匯兌差額		59.1	352.7
— 分佔一家聯營公司之換算儲備		—	1.5
		59.1	354.2
年度全面收益總額		5,737.5	6,925.1
以下各方應佔年度溢利：			
本公司股東		5,505.3	6,340.6
非控股權益		173.1	230.3
		5,678.4	6,570.9
以下各方應佔全面收益總額：			
本公司股東		5,561.9	6,678.4
非控股權益		175.6	246.7
		5,737.5	6,925.1
每股盈利 — 基本	5	55.1港仙	68.5港仙

綜合財務狀況表

於2013年3月31日

	附註	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		2,155.1	1,687.5
預付租賃款項		172.1	95.7
收購物業、廠房及設備已付按金		464.0	349.7
於一家聯營公司之權益		–	10.1
於一家共同控制實體之權益		14.0	–
應收貸款		23.0	13.0
遞延稅項資產		613.4	–
		<u>3,441.6</u>	<u>2,156.0</u>
流動資產			
存貨	7	27,314.8	29,694.2
貿易及其他應收款項		3,972.5	5,323.4
應收貸款		134.9	163.8
可兌換債券		24.3	24.8
衍生金融工具		–	47.3
已抵押銀行存款		25.7	17.0
銀行結餘及現金		8,304.8	9,987.8
		<u>39,777.0</u>	<u>45,258.3</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項		1,753.8	1,838.4
應付附屬公司非控股股東款項		351.1	400.3
應付稅項		472.2	598.5
銀行貸款——一年內到期		1,000.0	5,574.2
黃金借貸		4,835.7	5,806.6
		<u>8,412.8</u>	<u>14,218.0</u>
流動資產淨額		<u>31,364.2</u>	<u>31,040.3</u>
總資產減流動負債		<u>34,805.8</u>	<u>33,196.3</u>

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
非流動負債		
退休福利承擔	251.3	196.9
銀行貸款—一年後到期	—	3,426.4
遞延稅項負債	693.8	—
	<u>945.1</u>	<u>3,623.3</u>
資產淨額	<u>33,860.7</u>	<u>29,573.0</u>
股本／實繳資本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>22,925.5</u>	<u>18,978.3</u>
本公司股東應佔權益	32,925.5	28,978.3
非控股權益	<u>935.2</u>	<u>594.7</u>
	<u>33,860.7</u>	<u>29,573.0</u>

附註

1. 編製基準

本公司的綜合財務報表乃根據國際會計準則委員會頒佈的國際財務報告準則編製。

為籌備本公司股份於香港聯合交易所有限公司上市，通過集團重組精簡本集團的架構(「集團重組」)，本公司於2011年9月30日成為本集團的控股公司。

集團重組後構成的本集團視作持續經營實體。因此，載有組成現時本集團各公司業績及現金流量，包括澳門珠寶業務(該業務持有者是為本集團於澳門從事珠寶業務及澳門其他業務的同系附屬公司，並非本集團珠寶業務之一部分、與本集團珠寶業務並無關連，並已轉入本公司之一間附屬公司)之綜合全面收益表及綜合現金流量表乃應用合併會計原則編製，猶如現時集團架構於截至2012年3月31日止年度或自彼等各自註冊成立／成立／收購日期以來(以較短期間為準)一直存在。已編製的本集團於2011年3月31日之綜合財務狀況表，旨在呈列現時組成本集團的各公司之資產及負債，猶如現時集團架構於該日期已存在。

本集團已應用國際會計準則委員會頒佈於本集團2012年4月1日開始的財政年度生效的所有準則、修訂本及詮釋。

本集團並未提早應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則：

國際財務報告準則(修訂本)	國際財務報告準則年度改進 (2009年至2011年周期) ¹
國際財務報告準則第7號(修訂本)	披露一抵銷金融資產及金融負債 ¹
國際財務報告準則第7及 第9號(修訂本)	國際財務報告準則第9號之 強制生效日期及過渡披露 ³
國際財務報告準則第10號、 第11號及第12號(修訂本)	綜合財務報表、合營安排及於其他實體 之權益披露：過渡指引 ¹
國際財務報告準則第10號、第12號及 國際會計準則第27號(修訂本)	投資實體 ²
國際財務報告準則第9號	金融工具 ³
國際財務報告準則第10號	綜合財務報表 ¹
國際財務報告準則第11號	合營安排 ¹
國際財務報告準則第12號	對其他實體之權益披露 ¹
國際財務報告準則第13號	公平值計量 ¹
國際會計準則第19號(2011年經修訂)	僱員福利 ¹
國際會計準則第27號(2011年經修訂)	獨立財務報表 ¹
國際會計準則第28號(2011年經修訂)	聯營公司及合資企業投資 ¹
國際會計準則第1號(修訂本)	其他全面收益項目之呈列 ⁴
國際會計準則第32號(修訂本)	抵銷金融資產及金融負債 ²
國際會計準則第36號(修訂本)	非金融資產可收回金額之披露 ²
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第20號	露天礦場生產階段之剝採成本 ¹
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第21號	徵費 ²

¹ 自2013年1月1日或之後開始的年度期間生效。

² 自2014年1月1日或之後開始的年度期間生效。

³ 自2015年1月1日或之後開始的年度期間生效。

⁴ 自2012年7月1日或之後開始的年度期間生效。

本公司董事現正評估應用該等新訂或經修訂準則及修訂本的影響。

2. 營業額及分部資料

營業額指已收及應收售出商品款項減退貨及交易折扣的淨額。

主要營運決策者(「主要營運決策者」,即本公司執行董事)就資源分配及評估分部表現所獲匯報的資料集中於業務所在地。此外,零售及批發市場之營業額由主要營運決策者審閱。此亦為本集團進行安排及籌劃的基準。根據國際財務報告準則第8號,本集團的營運及可呈報分部為位於中國內地和香港、澳門及其他亞洲市場的業務經營。每一經營分部所產生的營業額主要來自銷售珠寶產品及鐘錶。釐定本集團可呈報分部時,概無將主要營運決策者所辨識的營運分部合併計算。

(a) 本集團營業額及業績的可呈報分部分析

截至2013年3月31日止年度

	中國內地 百萬港元	香港、澳門 及其他 亞洲市場 百萬港元	小計 百萬港元	撇銷 百萬港元	總計 百萬港元
營業額					
外界銷售					
— 零售	24,262.7	26,041.7	50,304.4	—	50,304.4
— 批發 [#]	6,045.7	1,083.8	7,129.5	—	7,129.5
	<u>30,308.4</u>	<u>27,125.5</u>	<u>57,433.9</u>	—	<u>57,433.9</u>
分部間銷售*	594.8	1,645.5	2,240.3	(2,240.3)	—
	<u>30,903.2</u>	<u>28,771.0</u>	<u>59,674.2</u>	<u>(2,240.3)</u>	<u>57,433.9</u>
分部溢利	<u>3,668.5</u>	<u>3,679.5</u>	<u>7,348.0</u>	<u>(31.3)</u>	7,316.7
利息收入					107.8
融資成本					<u>(329.5)</u>
除稅前溢利					<u>7,095.0</u>

* 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。

[#] 批發主要代表向加盟商的銷售。

截至2012年3月31日止年度

	香港、澳門 及其他		小計 百萬港元	撇銷 百萬港元	總計 百萬港元
	中國內地 百萬港元	亞洲市場 百萬港元			
營業額					
外界銷售					
— 零售	23,266.3	23,976.3	47,242.6	—	47,242.6
— 批發 [#]	<u>8,750.1</u>	<u>578.4</u>	<u>9,328.5</u>	—	<u>9,328.5</u>
分部間銷售*	<u>32,016.4</u>	<u>24,554.7</u>	<u>56,571.1</u>	—	<u>56,571.1</u>
	<u>240.1</u>	<u>4,398.3</u>	<u>4,638.4</u>	<u>(4,638.4)</u>	<u>—</u>
	<u><u>32,256.5</u></u>	<u><u>28,953.0</u></u>	<u><u>61,209.5</u></u>	<u><u>(4,638.4)</u></u>	<u><u>56,571.1</u></u>
分部溢利	<u>4,605.0</u>	<u>3,851.8</u>	<u>8,456.8</u>	<u>(16.7)</u>	8,440.1
利息收入					88.9
融資成本					<u>(363.1)</u>
除稅前溢利					<u><u>8,165.9</u></u>

分部溢利指在未分配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分配資源及評估表現的計量基準。

* 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。

批發主要代表向加盟商的銷售。

(b) 按產品劃分的本集團營業額分析如下：

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	13,164.8	15,378.1
— 黃金產品	32,954.6	29,742.1
— 鉑金/K金產品	8,339.0	7,813.4
— 鐘錶	<u>2,975.5</u>	<u>3,637.5</u>
	<u><u>57,433.9</u></u>	<u><u>56,571.1</u></u>

概無個別客戶佔本集團各年總營業額10%以上。

3. 除稅前溢利

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
除稅前溢利已扣除(計入)：		
董事酬金	57.3	90.2
員工退休福利計劃供款	484.7	311.7
員工成本	<u>2,708.8</u>	<u>2,728.9</u>
	<u>3,250.8</u>	<u>3,130.8</u>
預付租賃款項攤銷	12.1	11.0
核數師酬金		
— 核數相關服務	9.3	5.1
— 非核數服務	1.1	10.1
專櫃分成	2,109.7	2,193.9
存貨成本確認為開支	40,722.1	39,080.3
折舊	494.7	390.5
捐獻(計入其他開支內)	1.2	17.6
黃金借貸的公平值(收益)虧損(計入銷售成本內)， 包括未變現公平值收益230.4百萬港元 (2012年：0.7百萬港元)	(272.3)	345.8
黃金遠期合約的公平值(收益)虧損(計入銷售成本內)， 包括未變現公平值收益零港元(2012年：47.3百萬港元)	(4.1)	174.8
承租物業經營租賃租金	1,015.2	672.8
發行股份應佔專業費用(計入其他開支內)	<u>-</u>	<u>111.4</u>

4. 稅項

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅(「企業所得稅」)	749.5	976.2
香港利得稅	463.4	563.0
澳門補充稅	85.3	111.7
	<u>1,298.2</u>	<u>1,650.9</u>
過往年度撥備不足(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	14.1	10.7
香港利得稅	4.6	(87.3)
澳門補充稅	-	(0.7)
	<u>18.7</u>	<u>(77.3)</u>
遞延稅項	<u>79.4</u>	-
中國內地授權收入預扣稅	<u>20.3</u>	<u>21.4</u>
	<u>1,416.6</u>	<u>1,595.0</u>

香港利得稅乃按兩個年度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(「企業所得稅法」)及其實施細則，中國內地附屬公司的稅率自2008年1月1日起為25%，周大福珠寶金行(深圳)有限公司則按累進稅率計算稅項，自2008年1月1日起於5年間由18%升至25%。

根據中國內地的相關法律法規，利達貴金屬工藝技術開發(深圳)有限公司及佛山市順德區裕達珠寶首飾製造有限公司分別自截至2007年12月31日及2008年12月31日止年度(彼等首個獲利年度)起兩年可獲豁免中國所得稅，並分別自截至2009年12月31日及2010年12月31日止年度起在其後三年獲減半稅率。

澳門補充稅乃按兩個年度的估計應課稅溢利按最高累進稅率12%計算。

由於年內並無應課稅溢利，因此並無就台灣的營運作出稅項撥備。

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(2012年：加權平均數為9,259,836,066股)計算。

由於兩個年度並無潛在攤薄股份，故並無呈列每股攤薄盈利。

6. 股息

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
於本年度確認為分派之股息：		
2013年中期—每股6.0港仙(2012年：零元)	600.0	—
2012年末期—每股10.0港仙(2011年：零元)	1,000.0	—
於集團重組前向股東派付股息(附註)	—	4,550.3
	<u>1,600.0</u>	<u>4,550.3</u>

附註：截至2012年3月31日止年度，本集團向其集團重組前的股東派付合共4,550.3百萬港元的中期股息，其中7.1百萬港元計入應付附屬公司非控股股東款項。

於報告期末後，本公司董事建議就截至2013年3月31日止年度派付末期股息每股16.0港仙(2012年：每股10.0港仙)，惟須待股東於應屆週年大會上批准方告作實。

7. 存貨

	2013年 百萬港元	2012年 百萬港元
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	4,861.6	7,387.5
黃金產品	2,241.4	896.9
鉑金/K金產品	216.8	589.6
	<u>7,319.8</u>	<u>8,874.0</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	10,806.8	8,537.5
黃金產品	4,685.6	7,909.8
鉑金/K金產品	2,078.7	2,289.6
鐘錶	2,399.8	2,055.0
	<u>19,970.9</u>	<u>20,791.9</u>
包裝材料	24.1	28.3
	<u>27,314.8</u>	<u>29,694.2</u>

管理層討論與分析

財務回顧

儘管大中華地區消費氣氛偏淡，本集團仍錄得營業額57,433.9百萬港元(2012財政年度：56,571.1百萬港元)，較上一年度溫和上升1.5%。營業額增加主要由於本集團擴大零售網絡及主流珠寶產品需求不斷上升，帶動零售營業額較上一年度增加3,061.8百萬港元或6.5%。批發營業額則較上一年度減少2,199.0百萬港元或23.6%，抵銷了零售營業額的增幅。

中國內地業務錄得營業額30,308.4百萬港元(2012財政年度：32,016.4百萬港元)，較2012財政年度微跌5.3%，而港澳地區及亞洲其他市場則錄得營業額27,125.5百萬港元(2012財政年度：24,554.7百萬港元)，較2012財政年度增加10.5%。

中國內地市場仍為本集團營業額的主要來源，佔總營業額的52.8%(2012財政年度：56.6%)。隨著港澳地區的內地遊客數目不斷增加，再加上他們的人均可支配收入穩定增長，本集團相信，內地遊客已成為本集團產品於港澳地區最大的單一客戶群，從透過中國銀聯或以人民幣付款佔港澳地區總營業額之53.1%(2012財政年度：48.3%)便可見一斑。由此顯示源自中國內地客戶的營業額佔我們總營業額約77.9%(2012財政年度：77.6%)。

於2013財政年度，本集團錄得整體同店銷售下降3.3%(2012財政年度：增長40.3%)。其中，中國內地的同店銷售下跌3.0%(2012財政年度：增長32.0%)，港澳地區及台灣的同店銷售則下跌3.7%(2012財政年度：增長48.4%)。

本集團主要產品珠寶鑲嵌首飾及黃金產品的銷售額分別佔總營業額22.9%(2012財政年度：27.2%)及57.4%(2012財政年度：52.6%)。珠寶鑲嵌首飾的銷售額下跌14.4%至13,164.8百萬港元(2012財政年度：15,378.1百萬港元)，而黃金產品的銷售額則增長10.8%至32,954.6百萬港元(2012財政年度：29,742.1百萬港元)。本集團相信，黃金產品所佔比例增加，乃由於消費氣氛較為保守所致。

我們的毛利由2012財政年度的16,447.9百萬港元減少1.0%至2013財政年度的16,283.1百萬港元，而毛利率則微跌至28.4%(2012財政年度：29.1%)。黃金借貸及黃金遠期合約的未變現對沖收益對於2013年3月31日及2012年3月31日的毛利率影響相對輕微。倘排除有關影響，則2013財政年度的毛利率應為28.1%(2012財政年度：28.4%)。

本集團於2013財政年度的銷售及分銷成本以及行政開支增至9,181.0百萬港元(2012財政年度：8,034.5百萬港元)，佔總營業額16.0%(2012財政年度：14.2%)。於2013財政年度，廣告及宣傳開支增至797.2百萬港元(2012財政年度：448.3百萬港元)，佔總營業額1.4%(2012財政年度：0.8%)。管理層相信，市場推廣將有助本集團

於市場復蘇之際擴大市場佔有率，因此本集團有策略地增加廣告及宣傳活動。2013財政年度的租金開支亦增至1,015.2百萬港元(2012財政年度：672.8百萬港元)，佔總營業額1.8%(2012財政年度：1.2%)。租金開支增加乃主要由於在優越地段開設新零售點，以及於2013財政年度續簽港澳地區多份租約所致。相關租金的升幅大致符合市場趨勢。然而，租金成本佔總營業額的百分比仍處於較低的水平。

基於上述因素，本集團的年內溢利從2012財政年度的6,570.9百萬港元減少13.6%至2013財政年度的5,678.4百萬港元。淨利潤率由2012財政年度的11.6%降至2013財政年度的9.9%。

本公司股東應佔溢利合共為5,505.3百萬港元(2012財政年度：6,340.6百萬港元)，較上一年度減少835.3百萬港元或13.2%。

2013財政年度的每股基本盈利為55.1港仙(2012財政年度：68.5港仙)。董事會建議派付末期股息每股16.0港仙(2012財政年度：10.0港仙)。按全年基準計算之派息率約為40.0%。

業務回顧

概覽

於2013財政年度全球經濟持續衰退下，本集團仍錄得溫和銷售增長，較上一年度同期上升1.5%。於2013財政年度，珠寶業面對重重挑戰及不明朗因素。珠寶業本身性質令該行業對經濟狀況及消費者信心轉變尤其敏感。大中華地區本地消費者信心下滑，對本集團實行業務增長策略造成一定程度影響，令本集團銷售增長緩慢，其盈利能力亦面對下跌壓力。然而，憑藉其一直以來所建立競爭優勢，本集團繼續於大中華地區的珠寶市場保持領先地位。

本集團是已成立逾80年的傳統品牌，擁有提供優質珠寶首飾正貨的信譽，為持續成功及廣泛品牌認知的關鍵因素。本集團提供多元化產品組合，包括佔其銷售額相當部分的主流珠寶產品、名貴珠寶首飾，以及為年青一代而設的時尚珠寶產品。主流珠寶產品絕對是本集團的核心業務，並佔中國內地珠寶市場絕大部分；而名貴珠寶分部專為富裕且有要求的客戶而設。本集團憑藉出色設計及精湛工藝，致力迎合華人消費者對珠寶首飾精品的日益增加需求。此外，本集團亦推出針對年青一代的產品，以捕捉他們不斷提升的消費力和對珠寶首飾的需求。本集團藉此三條產品線提供各式各樣的珠寶首飾，以囊括不同年齡層的廣泛客源。

本集團按計劃繼續於大中華地區擴展零售網絡，涵蓋範圍包括更多內陸及較次級城市。於2013年3月31日，本集團設有合共1,836個零售點(2012年3月31日：1,627個)，其中1,743個為珠寶零售點及93個為鐘錶零售點，而於2013財政年度已淨開設209個新零售點。

於2013財政年度，本集團的同店銷售下跌3.3%(2012財政年度：增長40.3%)，此乃由於年內經濟放緩及出現不明朗因素，以及去年的較高基數所致。

於3月31日	2013年	2012年	淨變動
珠寶零售點	1,743	1,541	202
中國內地 ¹	1,640	1,448	192
一線城市	227	207	20
二線城市	786	726	60
三線及其他城市	627	515	112
香港、澳門及其他亞洲城市 ^{2,3}	103	93	10
鐘錶零售點 ⁴	93	86	7
零售點總計	<u>1,836</u>	<u>1,627</u>	<u>209</u>

附註：

- (1) 分別包括於2012年及2013年3月31日同時進行珠寶及鐘錶產品零售業務的15個及0個零售點。
- (2) 分別包括於2012年及2013年3月31日同時進行珠寶及鐘錶產品零售業務的32個及33個零售點。
- (3) 分別包括於2012年及2013年3月31日於台灣、新加坡及馬來西亞合共8個及10個零售點。
- (4) 包括於2012年及2013年3月31日位於中國內地分別84個及91個零售點以及位於香港、澳門及其他亞洲市場分別2個及2個零售點。

2013財政年度 2012財政年度

同店銷售增長(%)		
中國內地	(3.0)	32.0
香港、澳門及台灣	(3.7)	48.4
總計	<u>(3.3)</u>	<u>40.3</u>

中國內地

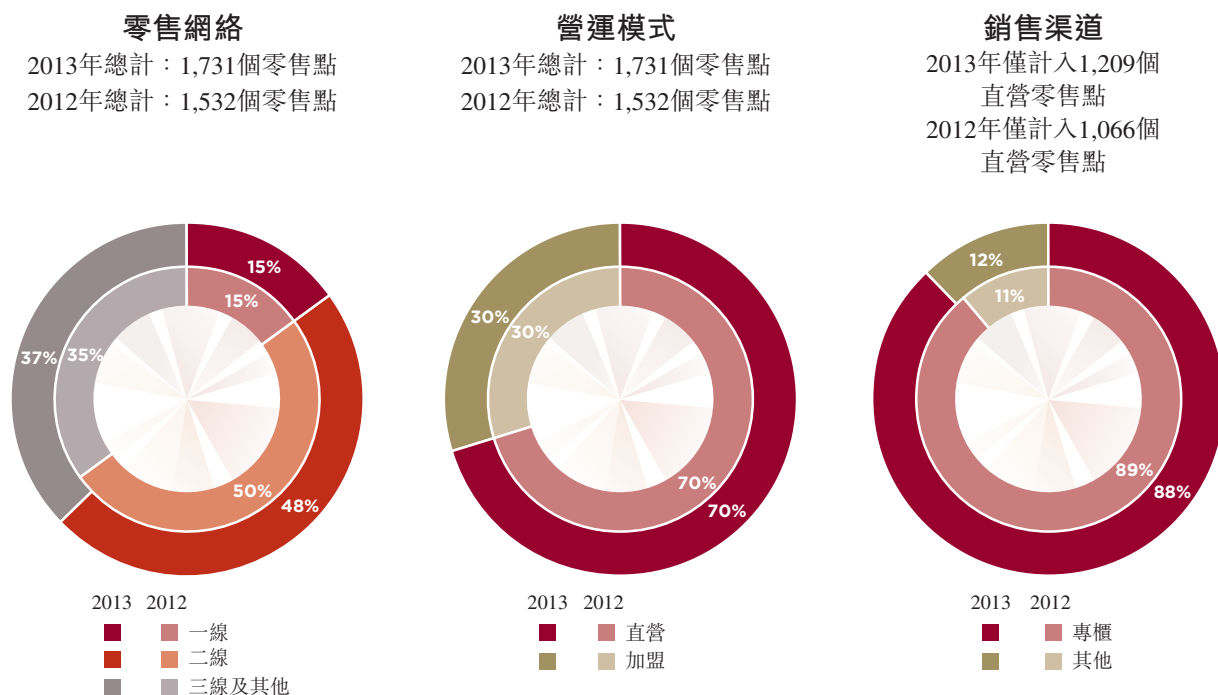
於2013財政年度，中國內地的營業額佔本集團總營業額的52.8%(2012財政年度：56.6%)，金額達30,308.4百萬港元(2012財政年度：32,016.4百萬港元)，反映營業額於2013財政年度下跌5.3%(2012財政年度：增加64.4%)。中國內地銷售額下跌主要由於零售業消費意欲薄弱，以及批發業務(特別是珠寶鑲嵌首飾)放緩所致。

加上國慶假期銷售業績遜於預期，且2013財政年度全年經濟表現呆滯，令本集團零售客戶及加盟商的信心下降。中國內地政策上的新改變，亦可能導致名貴商品市場消費者抱持保守態度。

於2013財政年度，直營零售店的營業額合共為24,262.7百萬港元(2012財政年度：23,266.3百萬港元)，有關增加主要為開設新零售點所帶動。於2013財政年度，本集團的中國內地同店銷售下跌3.0%(2012財政年度：增加32.0%)，此乃主要由於去年較高基數及銷量下跌所致。

儘管如此，本集團預期，來自中國內地的營業額比例長遠而言將有所增加。此乃歸因於全國各地持續城鎮化，加上人均可支配收入有所上升，反映國民日益富裕，而對名貴商品的需求亦不斷增加。近年，本集團集中於三線及較次級城市擴展零售點，以更快捷地達到更廣泛覆蓋範圍。此等城市享有較高經濟增長，一般而言對全球經濟波動的抗禦力較高，其珠寶市場拓展亦較快。同時，本集團繼續提升其於一線及二線城市的零售點定位及品牌形象，以迎合該等城市的高品味消費者。

於3月31日



為配合本集團不斷提升市場佔有率的策略，本集團於2013財政年度在中國內地淨開設192個新珠寶首飾零售點(2012財政年度：242個)。在於中國內地開設的新珠寶首飾零售點中，58.3%(2012財政年度：44.6%)位於三線及較次級城市，顯示本集團矢志進一步滲透至其他較次級內陸城市。截至2013年3月31日，本集團於中國內地開設的珠寶首飾零售點總數增至1,640個(2012年3月31日：1,448個)，佔本集團旗下珠寶首飾零售點總數94.1%(2012年3月31日：94.0%)。

於2013財政年度，本集團於中國內地淨開設7個新鐘錶零售點(2012財政年度：16個)。截至2013年3月31日，本集團於中國內地的鐘錶零售點總數增至91個(2012年3月31日：84個)，相當於其鐘錶零售點總數的97.8%(2012年3月31日：97.7%)。

本集團的零售點網絡包括零售及批發渠道，藉此分銷產品。於2013年3月31日，本集團於中國內地設有1,209個直營零售點(2012年3月31日：1,066個)，維持直營店與加盟店比例約為70：30。

本集團於中國內地百貨公司開設專櫃數目佔中國內地直營零售點數目88.2%(2012年3月31日：88.6%)。該等百貨公司大多位處熱門購物區，聚集眾多購物人士，人流暢旺。於百貨公司設立專櫃享有額外的好處，讓本集團可借助百貨公司規模較大的市場推廣活動吸納新客戶。

香港、澳門及其他亞洲市場

於2013財政年度，香港、澳門及其他亞洲市場的營業額佔本集團總營業額47.2%(2012財政年度：43.4%)，達到27,125.5百萬港元(2012財政年度：24,554.7百萬港元)。儘管全球經濟放緩影響了對名貴商品的消費意欲，尤其是名貴珠寶鑲嵌首飾類別，再加上2012財政年度的比較基數較高，本集團於2013財政年度仍取得10.5%的平穩銷售增長(2012財政年度：57.7%)。銷售增長來自穩健的銷量增長及於港澳地區開設的新零售點所作貢獻。

於2013財政年度，本集團就香港、澳門及其他亞洲市場錄得同店銷售下跌3.7%(2012財政年度：增加48.4%)，此乃由於近期經濟放緩，以致港澳地區業務於2013財政年度難免遇上重重挑戰。一般而言，經濟環境欠佳，令香港本地消費者與中國內地遊客整體的消費意欲減弱，消費者的消費態度變得更為審慎，因此，消費者選購的珠寶產品以慶祝喜慶盛事及節日所必需者佔較高比例，例如婚嫁金器。亦有部分消費者從名貴珠寶首飾轉投平均售價介乎2千港元至10萬港元的主流珠寶產品。於2013財政年度，主流珠寶鑲嵌首飾銷售持續增長。主流珠寶產品銷量的增幅成為2013財政年度內營業額增長的主要動力。

與此同時，營業額的結算貨幣分佈反映了中國內地客戶比重已超出本地客戶，成為港澳地區主要營業額來源。港澳地區市場的中國內地訪客銷售比例上升，主要由於中國高資產值及中產人數不斷增長，港澳地區店舖產品更豐富齊全，港澳地區免繳消費稅令產品價格相對較低及人民幣兌港元持續升值。根據香港商務及經濟發展局及澳門統計暨普查局的資料所示，於2012年，訪港旅客

人數增加16.0%至48.6百萬人，訪澳旅客人數則增加0.3%至28.1百萬人。鑒於中國內地訪客人數上升，本集團仍將實行一貫策略，於熱門購物區開設新零售點，以方便地理位置吸引人流及購物人士。

於2013年3月31日，本集團於香港、澳門及其他亞洲市場的珠寶零售網絡共有103個珠寶首飾零售點(2012年3月31日：93個)，淨開設10個零售點。我們亦於港澳地區的主要遊客區淨開設6個零售點。本集團繼續整合香港的零售點網絡，選擇性擴充具有龐大增長潛力的指定零售點之店面，並將部分零售點調遷至人流較旺的地區，以爭取更多銷售機會及提升零售點的表現及效率。

於2013年3月31日，本集團於港澳地區及其他亞洲市場設有2個鐘錶零售點(2012年3月31日：2個)，相當於其鐘錶零售點總數2.2%(2012年3月31日：2.3%)。為切合港澳地區的一站式購物文化，於2013年3月31日，本集團於旗下33個零售點同時零售珠寶首飾及鐘錶產品(2012年3月31日：32個)。

產品選擇

本集團提供多元化的珠寶首飾產品，從主流珠寶以至名貴珠寶，以滿足不同的市場需求。我們的產品設計除黃金嫁妝等經典首飾外，亦有時尚首飾以供選購，如鉑金或18K金鑲嵌鑽石及寶石之首飾。我們多元化的產品選擇能迎合客戶人生不同階段的需要，包括生日、結婚及週年紀念等。

我們亦推出針對年輕一代的年青系列，在協助我們擴大客戶層之餘，亦可與未來最具價值的客戶培養客戶關係。

本集團多元化的產品由我們強大的產品發展(「研發」)部構思，位於香港及中國內地的研發部門由超過150名專業人員組成。研發部門包括珠寶設計師及金匠，他們與生產管理部門及銷售管理部門緊密合作，確保產品設計方針貫徹迎合市場需求。

強大的品牌及市場推廣工作帶動增長

本集團的成功有賴其於各地建立統一的雄厚品牌形象，且具備能力迎合中國內地及港澳地區客戶對珠寶首飾需求及消費習慣的轉變。近年，本集團留意到客戶對珠寶鑲嵌首飾的需求日見殷切，特別是對設計現代時尚且手工精湛的珠寶首飾的需求預期將大幅增加。為迎合顧客喜好逐漸改變，本集團已開始推出更多元化的珠寶首飾系列，包括珠寶鑲嵌首飾、鉑金及K金產品。本集

團亦透過為尊貴客戶群舉辦珠寶拍賣活動，推出獨一無二的名貴珠寶首飾，藉以有策略地提升其於大中華地區的品牌認知，並鞏固我們作為首屈一指珠寶商的領先地位。

除透過傳統廣告渠道宣傳外，本集團亦致力推行市場推廣及宣傳工作，以接觸更廣大客戶群，特別是新一代年青客戶。例如，本集團於2012年9月在中國內地舉行的中秋節推廣活動中，使用二維碼(QR code)進行流動電話市場推廣，現有會員及其親友的反應相當理想。

我們向客戶提供的珠寶系列分為三類：主流珠寶、名貴珠寶及年青珠寶產品。

主流珠寶類別

婚嫁系列

婚嫁市場蓬勃，本集團致力加強市場推廣工作以捕捉寶貴商機，並透過各式各樣的廣告渠道大力推廣於2012年5月推出的「The Perfect One完美婚嫁系列」，包括印刷及網上媒體、電視廣告及戶外廣告牌等，成效顯著，顧客反應理想。婚嫁珠寶首飾及鑽飾的銷售於本集團2013財政年度的總銷售額佔有重要的比重。此外，為進一步實現本集團成為最值得信賴的鑽石專家之抱負，我們已於2013年4月推出創新一爪鑲嵌鑽石系列「The Entire One系列」。

於2013年5月，本集團推出周大福婚嫁策劃iPhone及Android應用程式，方便顧客取得婚禮資訊及順利舉行婚禮的小提示。

[色彩人生天然彩寶巡展]

作為業內先驅，本集團於2012年12月6日至2013年1月6日舉辦「色彩人生天然彩寶巡展」，展出獨家珍貴珠寶系列，藉以展現稀有天然寶石珠寶優雅、時尚與迷人一面。該系列獨特珠寶首飾僅於指定零售點發售。

名貴珠寶類別

[Ombre di Milano] 珠寶拍賣及預覽會

「Ombre di Milano系列」於2013年1月舉行的一個私人珠寶鑑賞會中首度亮相，並於K11舉辦的「Fascination/Imagination」時裝及藝術展中展出。於2013年5月，本集團於香港舉辦「Ombre di Milano」珠寶拍賣及私人預覽會，會上拍賣15套珠寶藝術珍品。此項一年一度的拍賣會旨在推廣周大福的尊貴形象，僅中國內地及港澳地區的周大福特選會員及尊貴賓客方獲邀出席是次輝煌盛會。

「L'histoire de Couleurs」 稀世珍寶私人預覽會

2012年8月，本集團在香港舉行「L'histoire de Couleurs」稀世珍寶私人預覽會，展出本集團名譽主席拿督鄭裕彤博士GBM價值約達30億港元的私人珠寶首飾珍藏。此私人預覽會活動專為周大福的特選會員及尊貴賓客而設。藉展示世間難求的高級彩鑽收藏品，本集團進一步彰顯在大中華珠寶市場的雄厚實力及領導地位。

年青產品類別

福星寶寶10周年

為慶祝本集團備受歡迎的自創「福星寶寶」系列10周年紀念，本集團推出了50套特別版彩鑽寶石系列，並捐出其中一套予在北京舉行的「2012芭莎明星慈善夜」作慈善拍賣，為中國內地一家慈善機構籌得善款人民幣800,000元。

周大福會員計劃

本集團的會員計劃有助我們更詳盡了解消費者的消費行為及喜好，以預測市場走勢。本集團於中國內地的會員人數由2012年3月31日約700,000人大幅增加逾50%至2013年3月31日超過1,000,000人。於2013年3月31日，港澳地區新會員計劃下的會員人數已接近100,000人。

本集團的會員計劃對於鼓勵客戶重臨光顧及吸引新客戶以維持同店銷售水平攸關重要。於2013財政年度，來自內地的會員再消費金額佔中國內地零售營業額約22.0%，而來自港澳地區的會員再消費金額則佔該區零售營業額約15.0%。

為建立顧客忠誠度並吸引新顧客，本集團於2012年9月10日在港澳地區推出嶄新的會員計劃，首次引入「回贈禮券」獎賞制度，並為尊貴會員提供最尊尚的待遇與服務，以鼓勵他們重臨光顧。為能向不同地域之客戶提供一致的消費體驗，本集團已於2013年4月提升中國內地會員計劃，為會員提供更多服務及優惠。

顧客按其消費金額而符合資格參與不同級別的會員計劃。尊貴會員可享有現金券等優惠。我們最高級別的尊貴會員會獲邀參加珠寶拍賣等特別盛會及獲邀請到海外旅遊。例如，本集團於2013年3月為特選會員舉辦巴黎榮譽之旅，邀請他們出席K11時裝及藝術展「Fascination／Imagination」以及巴黎時裝週活動。有關的市場推廣及公關活動，讓周大福在中國內地名貴珠寶首飾市場上享有更超然地位。

電子商貿

本集團的電子商貿業務於2013財政年度內高速增長，與2012財政年度相比，營業額增長近3倍。於2013財政年度，本集團的主要電子商貿平台包括周大福網絡旗艦店、天貓及京東商城，平均每日瀏覽量錄得超過81,000次點擊，而於2013年3月31日，我們的新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶合共擁有接近750,000名關注人數。周大福更連續獲選為天貓「最暢銷珠寶品牌」，而根據L2與紐約大學Stern於2013年2月共同發表的數碼智商指數，周大福被評為於中國內地市場的鐘錶及珠寶品牌電子商貿能力排行榜第一位。

本集團相信，電子商貿渠道將有助持續擴闊客源，尤其是較年輕的客戶，有助本集團日後得享在綫及實店業務的協同效益，本集團亦透過電子商貿平台銷售部分特別系列產品，從而增加網上訪客流量。

垂直整合經營的業務模式

過去80多年，我們逐步建立一套全面的垂直整合經營業務模式。此模式能使本集團對完整價值鏈作出有效及嚴謹監控，包括原材料採購、設計、生產及市場推廣方面，以通過龐大的零售網絡進行銷售。

採購

除與本集團合作多時的首選業務夥伴DTC及Rio Tinto外，我們亦於2012年11月與全球三大鑽石採礦商及生產商之一俄羅斯的Alrosa建立策略性夥伴關係，以取得其他鑽石毛坯供應來源。

本集團自1973年起一直獲選為DTC特約配售商，並自2009年開始成為Rio Tinto的特選鑽石商。本集團與DTC、Rio Tinto及Alrosa的穩固關係，可確保我們能獲得優質的產品供應，並可較其他競爭對手優先選購多名供應商的存貨。此等優勢是本集團得以在競爭力方面脫穎而出的主要因素。

於2013年3月31日，我們設有四所鑽石切割打磨工廠，其中兩所工廠位於南非，一所位於中國順德，並於近期在博茲瓦納開設第四所廠房。本集團會因應當地市況，以靈活策略採購鑽石。

生產

於2013年3月31日，本集團的珠寶首飾工廠共聘有約4,800名僱員。本集團的香港工廠負責生產珠寶鑲嵌首飾；深圳工廠生產珠寶鑲嵌首飾、黃金及K金產品；而順德工廠則生產珠寶鑲嵌首飾、黃金及鉑金/K金產品。

本集團保持恰當的內部與外判生產的比重，尤其是在主流珠寶產品方面。由於珠寶鑲嵌首飾需要更高超的工藝與技巧，故此主要由本集團的內部珠寶工藝師負責生產。本集團著重質控，並於中國深圳設立貴金屬測試化驗室專責進行質控工作，確保珠寶產品符合所有質量檢測要求。

為配合珠寶零售市場的變化及增長，以及支持集團未來業務增長，本集團已展開湖北武漢市的周大福珠寶文化產業園(「珠寶文化產業園」)及深圳鹽田區的全新中國內地總部大樓兩個發展項目。周大福珠寶文化產業園的奠基儀式已於2012年8月舉行，此生產物流一體化中心，將建設成為周大福規模龐大的生產基地，包含生產廠房、全國配貨中心、展銷旅遊中心、工藝培訓中心，以及其他配套設施。珠寶文化產業園之第一期工程預計於2016年竣工，屆時將有助提升生產效率與產能，並進一步加大珠寶自產比例。為於珠寶文化產業園內向技師及工藝師提供在職技能培訓，園內將設有主要供培訓用途的臨時生產廠房，預計於2013年年底成立。

位於中國深圳的新總部大樓預期將於2013年年底前落成。

改革發展委員會

本集團於2011年成立「改革發展委員會」，旨在通過改善製造、銷售、一般及行政開支及IT基建各方面的效率，以進一步提升盈利水平。委員會成員包括本集團高級行政人員。委員會持續檢討業務營運，並向董事會提呈多項推薦意見，旨在提升本集團整體營運效率。

風險管理委員會

於2012年，本集團成立由集團高級行政人員組成的風險管理委員會，致力建立及維持一套健全、務實的風險管理架構，以管理營運、財務及合規風險。委員會旨在確保實施有效內部監控及持續改善措施以減輕本集團業務的風險。

人力資源管理

於2013年3月31日，我們在中國內地、香港、澳門、台灣、南非及博茲瓦納合共約有31,700名僱員(不包括加盟商的員工)(2012年3月31日：約29,600名)。

人力資源乃我們最寶貴的資產，我們非常重視員工個人發展與福祉。故此，我們銳意為僱員營造團隊合作精神及互相推動的環境，加強員工發展及歸屬感。我們為僱員提供明確的職途計劃，給予他們晉升及提升技能的機會，藉以鼓勵他們。

此外，本集團會為僱員提供度身訂造的培訓課程，舉例而言，本集團為新聘的大專畢業生提供管理培訓；銷售員工須參與有關客戶服務及我們產品知識的培訓課程；技術員及工匠則須接受持續技術培訓，確保我們的產品保持卓越品質；我們的管理人員亦獲邀參與管理課程，進修業務管理技巧。於2013財政年度，本集團提供約3,000個員工培訓課程，而年內出席培訓課程時數超過1,000,000小時。於2013年3月31日，我們在中國內地、香港及澳門分別設有八個專業珠寶培訓中心。

本公司首次公開發售所得款項用途

經扣除相關發行開支，我們於2011年12月首次公開發售所得款項淨額為15,387.3百萬港元。我們已於2012財政年度動用10,081.2百萬港元。於2013財政年度，本集團動用4,084.6百萬港元採購原材料及存貨，並撥出903.7百萬港元作資本開支，以拓展本集團零售點網絡、為零售點進行裝修、購置生產及研發設備以及興建我們於深圳的新總部大樓及武漢的珠寶文化產業園。

流動資金、財務資源及資本架構

於2013年3月31日，本集團的現金及現金等價物為8,330.5百萬港元(2012年3月31日：10,004.8百萬港元)，乃主要以港元、人民幣及美元列值。本集團的貸款總額為6,186.8百萬港元(2012年3月31日：15,207.5百萬港元)。長期貸款的即期部分、短期貸款、黃金借貸及應付附屬公司非控股股東款項為6,186.8百萬港元(2012年3月31日：11,781.1百萬港元)。

本集團主要透過結合資本貢獻、經營現金流量、銀行貸款及黃金借貸的方式應付其營運資金及其他流動資金需求。黃金借貸及黃金遠期合約亦用作對沖本集團黃金存貨價格波動構成的財務影響。於2013財政年度，本集團的營運資金變動前之經營現金流量為7,662.6百萬港元(2012財政年度：9,189.6百萬港元)。於2013年3月31日，本集團的銀行貸款、黃金借貸及黃金遠期合約本金額分別為1,000.0百萬港元(2012年3月31日：9,000.6百萬港元)、4,835.7百萬港元(2012年3月31日：5,806.6百萬港元)及零港元(2012年3月31日：1,896.2百萬港元)。於2013年3月31日，銀行貸款、黃金借貸及黃金遠期合約以港元、人民幣及美元列值並於12個月內到期。銀行借貸按浮動利率計息，而黃金借貸則按固定利率計息。

本集團的債項主要以港元、人民幣及美元計值。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。

本集團之日常業務所需資金主要來自營運現金流量，並以短期借貸撥付旺季時存貨的資金需求、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。

淨資本負債比率定義為銀行貸款、黃金借貸、應付關聯公司款項淨額之總額(扣除已抵押銀行存款以及銀行結餘及現金)並除以權益總額。於2012年3月31日，本集團之淨資本負債比率為16.2%。本集團於2013年3月31日處於淨現金狀況。現金狀況有所改善主要由於本集團於年內較保守的存貨採購策略所致。

於2013年3月31日，本集團的權益總額增至33,860.7百萬港元，而2012年3月31日則為29,573.0百萬港元。本集團於2013年3月31日的營運資金(即流動資產淨值)為31,364.2百萬港元(2012年3月31日：31,040.3百萬港元)。

前景及策略

前景

2014財政年度內，短期宏觀經濟環境仍未明朗，然而，管理層已觀察到經濟逐漸復蘇的跡象，有信心可在此經濟逆境中穩步前進，並對本集團的中長期業務發展仍然樂觀。

中國內地經濟將繼續增長，此乃由於政府持續推出利好的貨幣及信貸政策，加上城鎮化加快、可支配收入提高，以及國內的奢侈品消費增加所致。國內中產階級及高淨值人口急增，顯示這個全球最大零售市場及第二大奢侈品市場對珠寶的需求會不斷增長，而珠寶擁有數量亦有上升趨勢。尤其是中國內地數千萬對新人將於2013年及未來數年嫁娶，婚嫁珠寶首飾的需求仍將殷切，本集團將受惠於這龐大的婚嫁市場，繼續為本集團營業額作出相當的貢獻。

香港零售市場已呈現復蘇跡象，旅客人數穩定增長，尤其是來自內地次級城市的旅客已成為本地零售市場增長及發展的動力。隨著越來越多國際品牌紛紛在港開設旗艦店，將進一步鞏固香港為購物天堂的美譽及奢侈品中心的重要地位。香港成為國際品牌宣傳產品及提升品牌知名度的示範窗櫺，以促進在中國內地的業務發展。

最近在4月中旬，國際金價大幅下跌，推高中國內地及港澳地區在此非旺季內對黃金產品的需求。相對於去年同期，本集團於2013年4月的銷售表現非常突出，黃金產品銷售的佔比在2013年4月及5月有所增加，帶動本集團的同店銷售增長大幅上升。然而，管理層認為，由於客戶提前購買黃金產品所引致的黃金搶購熱潮僅屬短暫性質。

策略

為實踐長遠增長發展計劃，本集團採取全面的措施及透過以下的策略，以抓緊新機遇、捕捉現有及嶄新市場的潛力：

1. 提升同店銷售增長及加強市場滲透

為促進可持續發展，本集團致力擴大產品組合及在優越地段甄選部份零售點增加零售面積，為有眼光及有要求的顧客提供更優質的一站式購物便利及非凡購物體驗；加上目標明確的市場推廣策略及深受歡迎的尊貴會員計劃，本集團相信，有關措施將有效迎合不同的珠寶需求，並吸引顧客再次消費，從而提高零售點生產力及同店銷售增長。本集團預期中國內地及港澳地區的同店銷售增長將於2014財政年度逐漸改善。

本集團仍將繼續放眼中國內地具市場潛力的三線及較次級城市，以擴展零售網絡，支持本集團業務的長遠增長及擴展。本集團亦將繼續與百貨公司建立策略夥伴關係及充分利用在購物商場的發展商機，同時並透過不同的分銷渠道，例如獨立店舖及網上平台，帶動銷售及營業額增長。在繼續致力達成於2014財政年內開設合共2,000個零售點的網絡擴展目標的同時，本集團並會兼顧經濟環境及市場情況的短暫性波動與變化，而適時審慎檢討擴充零售點的計劃。

2. 提升品牌形象及客戶滿意度

為提升「周大福」品牌形象及更高的客戶滿意程度，本集團加強致力追求卓越的產品品質、設計及工藝，並增加在生產及物流技術方面的投資，進一步提高產能及營運效率。最重要的是，本集團將繼續推出獨一無二的名貴珠寶，提高在名貴珠寶首飾市場的品牌知名度，不但藉此展示周大福的精美設計及精湛工藝，亦讓本集團得以領先本地同業，成為大中華地區首屈一指的世界級珠寶商。

本集團一向專注於主流珠寶首飾產品市場，其中以婚嫁及時尚珠寶首飾兩個在增長中的市場為既定目標。本集團已擴大珠寶鑲嵌首飾的產品組合，並加強與Rio Tinto、FOREVERMARK及迪士尼等國際品牌的夥伴關係，開發特許珠寶產品來迎合多元化的顧客需求。

為進一步提高顧客的忠誠度，本集團亦致力提升會員專享的特權，例如為尊貴會員舉辦獨家活動以及提供多項優惠，包括最新推出可於再次消費時使用的回贈禮券。本集團亦已開設一所客戶服務中心，為會員提供多項附加的服務。

此外，本集團相信其電子商貿業務將繼續增長，透過使用二維碼及其他互動平台(例如微博及微信)進行電子市場推廣，可以接觸更多年輕顧客。為吸引及留住網上訪客，本集團提供多項個人化服務，例如網上預約於店舖瀏覽產品實物、度身訂制送貨服務及推出於網上商店獨家發售的珠寶首飾等。長遠而言，本集團預期電子商貿業務及實體店舖銷售均可受惠於綫上與實體店互動的協同效益。

3. 加強垂直整合業務模式

本集團的垂直整合業務模式，為集團賴以成功並在今時今日瞬息萬變的市場中仍能保持競爭力的重要一環。在上游業務方面，周大福為唯一及首家與全球三大鑽石採礦商Alrosa、DTC及Rio Tinto建立夥伴關係的中國公司，加強集團的採購能力，確保鑽石毛坯的供應穩定可靠。此外，本集團於深圳投資興建的新總部大樓預期將於2013年年底落成，而於武漢興建的周大福珠寶文化產業園亦預期於2016年起分階段竣工，有關投資將有利本集團的長遠可持續發展。就下游業務而言，本集團將加強市場研究以分析顧客購物行為及辨識市場需要，從而預測需求及珠寶產品趨勢。

本集團亦致力在垂直整合業務模式各個層面開拓策略性的夥伴關係、投資及業務擴展，長遠而言，將進一步加強整個價值鏈的生產、營運及管理效率及表現。

4. 投資發展人才

本集團相信，員工為一間公司的最寶貴資產，故本集團悉心制定及執行人力資源政策，以招攬、培養及保留人才。本集團致力投放資源提升員工發展，為員工提供度身訂造的培訓課程，加強他們的工作知識、實用技能及軟性技巧。此外並協助高級行政人員進一步發展領導才能及管理技巧，推薦修讀大學或專上學院的管理實用課程及行政人員工商管理碩士課程。本集

團亦於全公司推行績效評估制度，以評核員工的工作表現及能否達成指定的目標及目的。有關表現評估將用作評定個別僱員的表現及考核部門的生產力及效率，以配合本集團的業務拓展策略。

於2013年3月31日，本集團已於中國內地及港澳地區共有八個專門珠寶培訓中心。我們計劃於未來五年擴大培訓中心的規模，協助員工為未來的發展及晉升作好準備。

末期股息及股東週年大會

董事會建議派付每股16.0港仙(2012財政年度：每股10.0港仙)合共約1,600.0百萬港元(2012財政年度：1,000.0百萬港元)的末期股息。派付該等股息須待股東在本公司將於2013年9月2日(星期一)舉行之應屆股東週年大會上批准，並應向於2013年9月9日(星期一)營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東派付該等股息。預期建議末期股息將於2013年9月18日或前後派付。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」)規定的方式適時向其股東刊發及寄發股東週年大會通告。

購買、出售或贖回上市證券

年內，本公司並無贖回其任何上市證券。年內，本公司及其任何附屬公司均無購買或出售本公司之任何上市證券。

企業管治常規

本公司致力維持高水準的企業管治常規及程序。上市規則附錄14所載企業管治常規守則已於2012年4月1日修改及修訂為企業管治守則(「企業管治守則」)。本公司已自2012年4月1日企業管治守則生效以來一直採納有關守則。於回顧年度內，本公司已遵守企業管治守則所有適用守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

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2013財政年度內，彼等已遵守標準守則所載規定標準。

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2013財政年度的綜合財務報表。

本公告所載有關本集團截至2013年3月31日止年度綜合財務狀況表及綜合全面收益表連同相關附註的數字金額，已經由本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行將其與本集團本年度綜合財務報表內的金額核對一致。德勤•關黃陳方會計師行就此所進行之工作並不構成根據香港會計師公會頒佈之香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港保證委聘準則所進行之保證委聘，故德勤•關黃陳方會計師行概不就本公告發表保證意見。

建議修訂組織章程細則

董事會建議就細則作出若干修訂，以確保細則符合於2012年1月1日及2012年4月1日生效之經修訂上市規則規定。據此，董事擬於即將在2013年9月2日舉行之股東週年大會上以特別決議案尋求股東批准該等修訂。

主要建議修訂如下：

1. 容許股東大會主席以舉手投票方式就程序及行政事宜進行表決；
2. 在考慮董事是否在交易中擁有重大權益而令其不得計算在法定人數內或於董事會會議投票時，不再容許董事不計算低於5%之權益；及
3. 倘董事或主要股東於董事會將考慮的事宜中擁有董事會認為屬重大之利益衝突，則須實際舉行董事會會議而非以書面決議案決定。

載有(其中包括)建議修訂細則詳情及股東週年大會通告之通函，將於2013年7月5日或前後寄發予本公司股東。

暫停辦理股東登記

本公司將自2013年8月29日(星期四)起至2013年9月2日(星期一)(首尾兩天包括在內)止期間暫停辦理股東登記，期間將不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。為確定享有出席本公司應屆股東週年大會的權利及資格，並於會上投票的股東身份，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2013年8月28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，地址為香港灣仔皇后大道東28號金鐘匯中心26樓，以辦理登記手續。

本公司將於2013年9月6日(星期五)至2013年9月9日(星期一)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股東登記，期間將不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。為確定享有建議末期股息的權利及資格，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2013年9月5日(星期四)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，地址為香港灣仔皇后大道東28號金鐘匯中心26樓，以辦理登記手續。

代表董事會
主席
鄭家純博士

香港，2013年6月18日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、黃紹基先生、鄭志剛先生、鄭志恒先生、陳世昌先生、陳曉生先生、鄭炳熙先生及孫志強先生；非執行董事為鄭錦標先生及古堂發先生；及獨立非執行董事為鄭明訓先生、馮國經博士、鄺志強先生、林健鋒先生及柯清輝先生。