

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2015年9月30日止六個月 中期業績公告

摘要

- 營業額為28,123.6百萬港元，較去年同期的29,319.5百萬港元減少4.1%。
- 整體同店銷售⁽¹⁾下降8.7%，其中中國內地珠寶業務及港澳地區同店銷售分別增加0.1%及減少18.2%。
- 毛利為7,856.8百萬港元，較去年同期的9,327.9百萬港元減少15.8%。
- 經調整經營溢利⁽²⁾為2,236.4百萬港元，較去年同期的3,045.1百萬港元減少26.6%。
- 本公司股東應佔溢利為1,557.4百萬港元，較去年同期的2,692.8百萬港元減少42.2%。
- 每股基本盈利為15.6港仙。
- 宣派中期股息及特別股息分別每股8.0港仙及42.0港仙。
- 截至2015年9月30日，零售網絡增至2,286個零售點，期內淨增加零售點為29個。

(1) 就2016財政年度上半年而言，「同店銷售」指於2014年4月1日前開業並於2015年9月30日仍然續存的直營零售點的營業額，惟不包括批發及其他渠道的營業額

(2) 非國際財務報告準則計算法，扣除黃金借貸未變現對沖虧損／(收益)的影響，本公司認為有助更全面了解其經營表現及業務的潛在趨勢

截至2015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」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2015年9月30日止六個月(「2016財政年度上半年」)的未經審核中期業績連同截至2014年9月30日止六個月(「2015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2015年9月30日止六個月

	附註	截至9月30日止六個月	
		2015 百萬元 (未經審核)	2014 百萬元 (未經審核)
營業額	2	28,123.6	29,319.5
銷售成本		<u>(20,266.8)</u>	<u>(19,991.6)</u>
毛利		7,856.8	9,327.9
其他收入		246.8	207.9
其他收益及虧損		(160.5)	(17.3)
銷售及分銷成本		(4,594.5)	(4,753.4)
行政開支		(1,207.2)	(1,046.9)
其他開支		(5.1)	(91.1)
融資成本		(111.9)	(183.5)
分佔一家合資企業之業績		<u>-</u>	<u>(2.9)</u>
除稅前溢利	3	2,024.4	3,440.7
稅項	4	<u>(463.2)</u>	<u>(704.4)</u>
期內溢利		1,561.2	2,736.3
其他全面(開支)收益：			
隨後可能會重新分類至損益的項目：			
換算產生的匯兌差額		(731.3)	17.6
分佔一家合資企業及一家聯營公司 之換算儲備		<u>-</u>	<u>1.5</u>
期內其他全面(開支)收益		<u>(731.3)</u>	<u>19.1</u>
期內全面收益總額		<u>829.9</u>	<u>2,755.4</u>

		截至9月30日止六個月	
		2015	2014
		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		1,557.4	2,692.8
非控股權益		<u>3.8</u>	<u>43.5</u>
		<u>1,561.2</u>	<u>2,736.3</u>
以下各方應佔期內全面收益總額：			
本公司股東		862.3	2,711.9
非控股權益		<u>(32.4)</u>	<u>43.5</u>
		<u>829.9</u>	<u>2,755.4</u>
每股盈利—基本	5	<u>15.6港仙</u>	<u>26.9港仙</u>

簡明綜合財務狀況表

於2015年9月30日

	附註	於2015年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2015年 3月31日 百萬港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,387.0	4,442.5
土地使用權		222.2	237.9
投資物業		431.7	508.9
商譽		257.8	257.8
其他無形資產		377.6	397.2
購買物業、廠房及設備已付按金		311.9	294.1
於一家合資企業之權益		-	-
於一家聯營公司之權益		13.2	-
應收貸款		41.0	39.8
遞延稅項資產		594.9	860.1
		<u>6,637.3</u>	<u>7,038.3</u>
流動資產			
存貨	7	37,417.2	39,797.6
貿易及其他應收款項		5,294.3	5,785.4
應收貸款		4.3	4.3
可兌換債券		16.2	17.9
已抵押銀行存款		-	0.4
銀行結餘及現金		10,419.9	8,477.1
		<u>53,151.9</u>	<u>54,082.7</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項		3,842.3	3,997.9
應付附屬公司非控股股東款項		190.1	197.3
應付稅項		438.5	595.8
銀行貸款		6,880.0	6,750.6
黃金借貸		8,110.8	8,338.3
		<u>19,461.7</u>	<u>19,879.9</u>
流動資產淨額		<u>33,690.2</u>	<u>34,202.8</u>
總資產減流動負債		<u>40,327.5</u>	<u>41,241.1</u>

	於2015年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2015年 3月31日 百萬港元 (經審核)
非流動負債		
退休福利承擔	239.1	243.3
遞延稅項負債	411.4	457.0
	<u>650.5</u>	<u>700.3</u>
資產淨額	<u>39,677.0</u>	<u>40,540.8</u>
股本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>28,792.1</u>	<u>29,429.5</u>
本公司股東應佔權益	38,792.1	39,429.5
非控股權益	<u>884.9</u>	<u>1,111.3</u>
	<u>39,677.0</u>	<u>40,540.8</u>

附註

1. 重大會計政策

除若干金融工具按公平值計量外，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。

除下文所述外，簡明綜合財務報表所採納之主要會計政策與本公司截至2015年3月31日止年度之年度綜合財務報表的編製基準一致。

本集團於本中期期間首次應用以下於本中期期間強制生效的國際財務報告準則之修訂。

國際會計準則第19號(修訂本)	定額福利計劃：僱員供款
國際財務報告準則(修訂本)	2010年至2012年週期之國際財務報告準則年度改進
國際財務報告準則(修訂本)	2011年至2013年週期之國際財務報告準則年度改進

本中期期間應用上述國際財務報告準則之修訂對該等簡明綜合財務報表所報告的金額及／或簡明綜合財務報表所載的披露資料並無重大影響。

2. 營業額及分部資料

營業額指已收及應收售出商品款項減退貨及交易折扣的淨額。

就資源分配及評估分部表現而向主要營運決策者(即本公司執行董事)報告的資料乃按經營所在地劃分(即「中國內地」分部及「香港、澳門及其他市場」分部)。此外，主要營運決策者在審閱時會進一步將各經營所在地所得營業額按零售及批發市場劃分進行分析。此亦為本集團進行安排及籌劃的基準。此外，「中國內地」分部細分為珠寶業務(包括珠寶鑲嵌首飾、黃金產品及鉑金／K金產品)及鐘錶業務，以達致更佳之資源分配及表現評核。因此，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的珠寶業務及鐘錶業務和位於香港、澳門及其他市場的業務經營(包括珠寶業務和鐘錶業務)。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) 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						總計	
	珠寶業務		鐘錶業務		香港、澳門及其他市場		2015 百萬元	2014 百萬元
	2015 百萬元	2014 百萬元	2015 百萬元	2014 百萬元	2015 百萬元	2014 百萬元		
營業額								
外界銷售								
—零售	12,055.3	11,599.4	895.0	1,022.6	11,079.4	12,187.4	24,029.7	24,809.4
—批發#	3,709.1	4,389.3	-	-	384.8	120.8	4,093.9	4,510.1
	<u>15,764.4</u>	<u>15,988.7</u>	<u>895.0</u>	<u>1,022.6</u>	<u>11,464.2</u>	<u>12,308.2</u>	<u>28,123.6</u>	<u>29,319.5</u>
分部/集團營業額								
分部間銷售*	215.4	267.8	-	-	1,010.6	2,060.3	1,226.0	2,328.1
	<u>15,979.8</u>	<u>16,256.5</u>	<u>895.0</u>	<u>1,022.6</u>	<u>12,474.8</u>	<u>14,368.5</u>	<u>29,349.6</u>	<u>31,647.6</u>
毛利	4,470.4	5,282.4	152.0	247.0	3,282.9	4,149.4	7,905.3	9,678.8
分部間撇銷	(23.8)	(29.6)	-	-	(24.7)	(321.3)	(48.5)	(350.9)
	<u>4,446.6</u>	<u>5,252.8</u>	<u>152.0</u>	<u>247.0</u>	<u>3,258.2</u>	<u>3,828.1</u>	<u>7,856.8</u>	<u>9,327.9</u>
銷售及分銷成本								
與行政開支	(3,090.8)	(3,405.7)	(235.4)	(223.7)	(2,475.5)	(2,170.9)	(5,801.7)	(5,800.3)
其他淨額 ^π	64.4	(0.6)	6.0	3.8	(70.1)	10.1	0.3	13.3
分部溢利(虧損)	<u>1,420.2</u>	<u>1,846.5</u>	<u>(77.4)</u>	<u>27.1</u>	<u>712.6</u>	<u>1,667.3</u>	<u>2,055.4</u>	<u>3,540.9</u>
利息收入							80.9	83.3
融資成本							(111.9)	(183.5)
除稅前溢利							<u>2,024.4</u>	<u>3,440.7</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。

π 該金額指未獲分配利息收入及融資成本前各可呈報分部的其他收入、其他收益及虧損、其他開支及分佔一家合資企業之業績。

分部溢利指在未有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作資源分配及表現評估的計量基準。

(b) 按產品劃分的本集團營業額分析如下：

	截至9月30日止六個月	
	2015	2014
	百萬港元 (未經審核)	百萬港元 (未經審核)
銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	7,548.3	8,287.3
— 黃金產品	15,591.4	14,528.1
— 鉑金/K金產品	3,571.0	4,726.1
— 鐘錶	1,412.9	1,778.0
	<u>28,123.6</u>	<u>29,319.5</u>

3. 除稅前溢利

	截至9月30日止六個月	
	2015	2014
	百萬港元 (未經審核)	百萬港元 (未經審核)
除稅前溢利已扣除(計入)：		
員工成本	1,951.1	2,003.2
壞賬準備	9.9	—
土地使用權攤銷	7.6	6.7
其他無形資產攤銷	19.6	—
專櫃分成	986.3	1,026.6
投資物業折舊	10.9	4.2
物業、廠房及設備折舊	422.3	365.1
黃金借貸的公平值收益(計入銷售成本內)	(11.9)	(374.5)
存貨減值(計入銷售成本內)	63.4	—
承租物業經營租賃租金	<u>1,044.6</u>	<u>859.3</u>

4. 稅項

	截至9月30日止六個月	
	2015	2014
	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	81.8	398.3
香港利得稅	111.2	274.4
澳門所得補充稅	27.1	37.7
	<u>220.1</u>	<u>710.4</u>
過往年度撥備不足(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	1.0	17.7
香港利得稅	(0.2)	(0.6)
澳門所得補充稅	-	(14.3)
	<u>0.8</u>	<u>2.8</u>
遞延稅項扣除(計入)	227.4	(24.8)
預扣稅*	14.9	16.0
	<u>463.2</u>	<u>704.4</u>

* 預扣稅主要指集團內公司間中國內地授權收入及利息收入的預扣稅。

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%。

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%。

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%計算。

由於台灣及美國於兩個期間的營運均無應課稅溢利，因此並無作出相關稅項撥備。

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數10,000,000,000股(截至2014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，故並無呈列每股攤薄盈利。

6. 股息

	截至9月30日止六個月	
	2015	2014
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(未經審核)
2015年末期：每股15.0港仙(2014年：19.0港仙)	<u>1,500.0</u>	<u>1,900.0</u>

於2015年11月24日，本公司董事決定宣派截至2015年9月30日止六個月中期股息每股8.0港仙及特別股息每股42.0港仙，合共5,000.0百萬港元。

7. 存貨

	於2015年 9月30日	於2015年 3月31日
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(經審核)
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	6,665.4	6,705.6
黃金產品	1,626.8	1,040.5
鉑金/K金產品	<u>152.5</u>	<u>174.6</u>
	<u>8,444.7</u>	<u>7,920.7</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	13,356.1	14,061.3
黃金產品	9,639.3	10,723.1
鉑金/K金產品	2,883.9	3,492.8
鐘錶(附註)	<u>2,929.9</u>	<u>3,447.2</u>
	<u>28,809.2</u>	<u>31,724.4</u>
包裝物料	<u>163.3</u>	<u>152.5</u>
	<u>37,417.2</u>	<u>39,797.6</u>

附註：於2015年9月30日，鐘錶存貨結餘包括於本中期期間確認的減值款項63.4百萬港元(2015年3月31日：無)。

管理層討論與分析

市場發展

面對顧客喜好的轉變及當前不明朗的市場環境，我們繼續專注於提高零售點效益，並抓住機遇採取務實方法開拓新銷售渠道。

整體

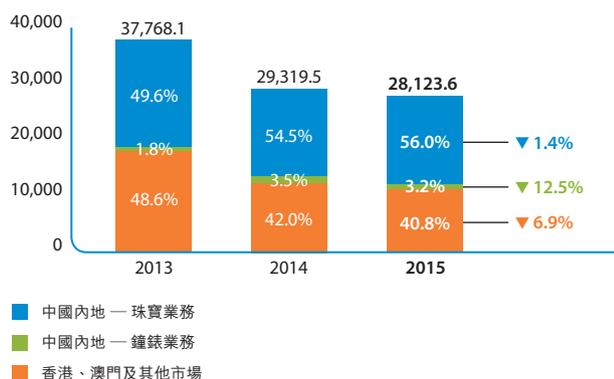
營業額

截至9月30日止六個月

按可呈報分部劃分的營業額

(百萬港元)

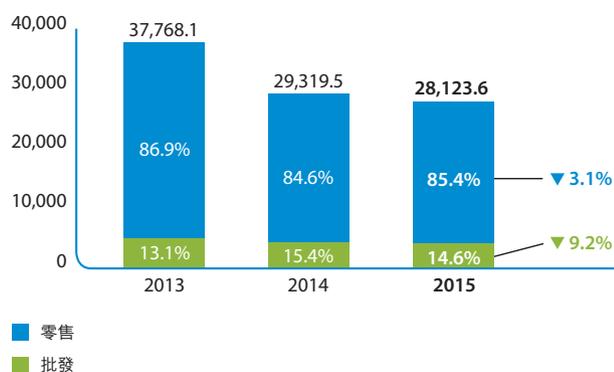
同比變化



按營運模式劃分的營業額

(百萬港元)

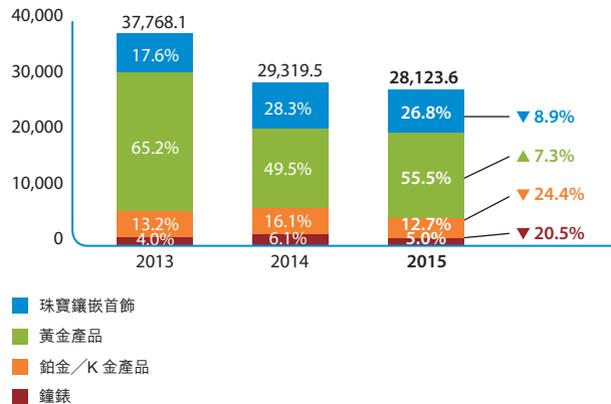
同比變化



按產品劃分的營業額

(百萬港元)

同比變化



附註：百分比計算結果或略有進位差異

按可呈報分部劃分的營業額

- 中國內地珠寶業務營業額佔比穩定增長，受惠於中國內地相對穩定的經營環境和新開設的零售點。
- 香港、澳門及其他市場營業額佔比持續下降，是由於香港及澳門市場消費意慾疲弱且來自中國內地的旅客量減少。

按營運模式劃分的營業額

- 批發營業額下降是由於期內加盟商取貨態度趨保守。

按產品劃分的營業額

- 黃金產品營業額錄得相當增幅，主要是由於今年7至8月黃金價格下跌引發黃金產品需求增加，且去年同期黃金產品的銷售佔比低於正常水平。
- 非黃金產品營業額同比有所下降，標誌著消費意慾持續疲弱。

零售點網絡

於	31.3.2015 總計	2016財政年度上半年			30.9.2015 總計
		增加	減少	淨增減	
中國內地	2,124	138	(112)	26	2,150
珠寶零售點	1,992	128	(92)	36	2,028
鐘錶零售點	132	10	(20)	(10)	122
香港、澳門及其他市場	<u>133</u>	<u>6</u>	<u>(3)</u>	<u>3</u>	<u>136</u>
總計	<u>2,257</u>	<u>144</u>	<u>(115)</u>	<u>29</u>	<u>2,286</u>

附註：Hearts On Fire專賣店計算為獨立零售點，而Hearts On Fire店中店或店內專櫃則不計算入獨立零售點

- 我們淨開設29個零售點，並持續關注中國內地市場。
- 我們於2016財政年度上半年關閉115個零售點，相當於我們總零售點約5%。期內我們關閉的店數高於過往平均數是由於中國內地越來越多百貨公司重組結業，以適應轉變中的零售業消費偏好。此外，我們於期內整合若干效益低的零售點，這些零售點主要位於華東及華南地區。
- 我們將繼續維持與領先零售企業的戰略夥伴關係，優化我們的零售網絡，以應對不斷變化的市況和顧客喜好。

中國內地 — 珠寶業務

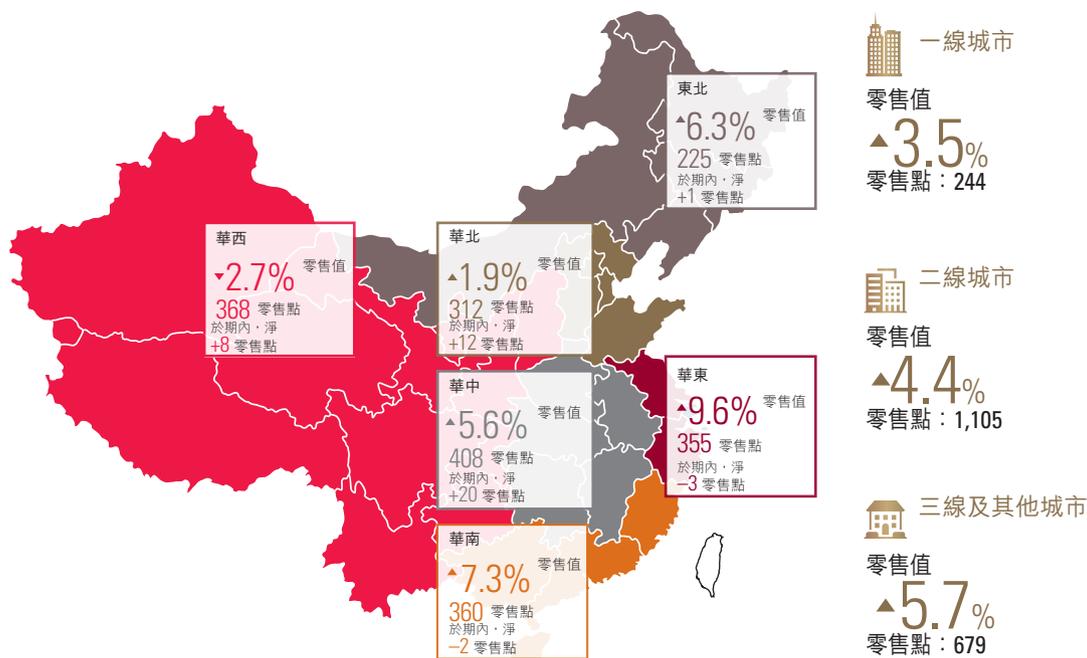
營業額與零售值

截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額				
零售	13,912.0	11,599.4	12,055.3	3.9%
批發	<u>4,820.1</u>	<u>4,389.3</u>	<u>3,709.1</u>	<u>(15.5)%</u>
總計	<u><u>18,732.1</u></u>	<u><u>15,988.7</u></u>	<u><u>15,764.4</u></u>	<u><u>(1.4)%</u></u>
零售值				
直營零售點	16,357.4	13,387.1	13,886.6	3.7%
加盟零售點	6,648.7	5,838.1	6,232.0	6.7%
電子商務	185.6	274.6	395.4	44.0%
其他	<u>33.4</u>	<u>7.8</u>	<u>51.3</u>	<u>557.7%</u>
總計	<u><u>23,225.1</u></u>	<u><u>19,507.6</u></u>	<u><u>20,565.3</u></u>	<u><u>5.4%</u></u>

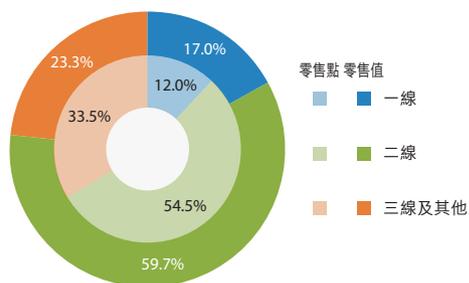
- 營業額減少主要是由於批發營業額下降。
- 我們的零售營業額(包括直營零售點、電子商務及其他直營渠道所得的營業額)與直營零售點零售值於期內均錄得穩定增長。
- 我們的批發營業額，大部份於存貨交付予加盟商後以批發價入賬確認。批發營業額雖有所下跌，但加盟零售點零售值增加6.7%，顯示期內加盟商取貨態度趨保守。自2015財政年度起，加盟商逐漸採取新的優化存貨管理機制，存貨擁有權由我們保留直至完成與零售客戶的銷售交易，批發營業額按當前價格確認。
- 電子商務零售值(包括透過網上銷售平台銷售產品所得收入)大幅增加是由於期內非重覆訪客的平均每日瀏覽量上升所致。
- 其他零售值包括珠寶展覽和婚慶展覽等特殊銷售活動所得收入。

按地區、城市級別及零售點營運模式劃分的零售值表現及零售點網絡

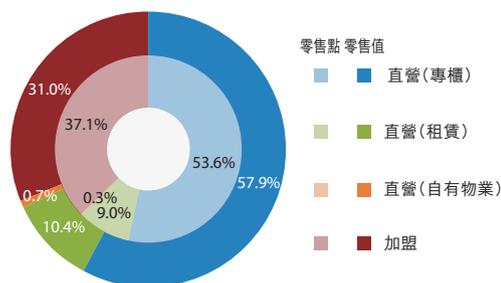
下圖列示按地區及城市級別劃分的中國內地珠寶零售點網絡零售值表現與去年同期的比較，於2015年9月30日之零售點網絡的覆蓋範圍以及於2016財政年度上半年淨開設／關閉的零售點。



按城市級別劃分的2016財政年度上半年零售值及零售點



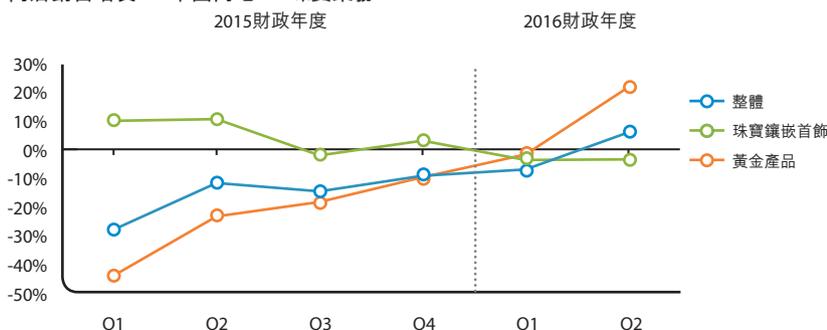
按零售點營運模式劃分的2016財政年度上半年零售值及零售點



- 按城市級別劃分的零售值而言，由於我們致力於三線及較次級城市拓展銷售網絡，故該等城市的增長勢頭強勁。
- 按地區劃分的零售值表現而言，因中國內地華東及華南地區的市場環境與消費意慾相對穩定，該等地區的零售點表現較佳。
- 期內，我們於中國內地淨開設36個珠寶零售點，包括兩家Hearts On Fire專賣店，即新開128個零售點(2015財政年度上半年：151個)及關閉92個零售點(2015財政年度上半年：52個)的淨影響。期內零售點的關閉主要由於中國內地百貨公司的重組。此外，我們於期內整合若干主要位於華東及華南地區低效益的零售點。

同店銷售增長

同店銷售增長 — 中國內地 — 珠寶業務



截至9月30日止六個月	2014	2015	同比變化
同店銷售增長	(21.3)%	0.1%	不適用
同店銷量增長	(18.8)%	1.8%	不適用
同店銷售增長 — 珠寶鑲嵌首飾	10.3%	(3.5)%	不適用
同店銷售增長 — 黃金產品	(35.2)%	10.0%	不適用
	港元	港元	
平均售價 ⁽¹⁾ — 珠寶鑲嵌首飾	6,651	6,156	(7.4)%
平均售價 ⁽¹⁾ — 黃金產品	3,284	3,240	(1.3)%

⁽¹⁾ 以2016財政年度上半年同店基準之平均售價，包含增值稅

- 整體同店銷售增長穩定不變，而同店銷量略有上升，主要是由於今年7月至8月國際黃金價格下跌導致黃金產品同店銷售表現強勁。
- 珠寶鑲嵌首飾同店銷售增長有所下降，主要是由於期內推廣活動的增加導致平均售價降低而抵銷了銷量增長所致。

中國內地 — 鐘錶業務

營業額與零售值

截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額	683.8	1,022.6	895.0	(12.5)%
零售值	763.8	1,185.9	1,047.1	(11.7)%

- 營業額減少是由於顧客喜好轉向價格相對較低的品牌鐘錶。

- 同店銷售增長為負5.8%，是由於平均售價減少23.7%與銷量增加23.4%的共同影響所致。
- 鑑於消費意慾疲弱及市場競爭激烈，我們通過整合較低效益的零售點以提升營運效率，導致期內淨減少10個零售點。

香港、澳門及其他市場

營業額與零售值

截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額				
零售	18,267.0	12,187.4	11,079.4	(9.1)%
批發	85.2	120.8	384.8	218.5%
總計	<u>18,352.2</u>	<u>12,308.2</u>	<u>11,464.2</u>	<u>(6.9)%</u>
零售值				
香港	15,165.3	10,333.0	9,244.4	(10.5)%
澳門	2,929.8	1,806.7	1,592.3	(11.9)%
台灣及其他亞洲市場	68.6	74.4	119.3	60.3%
美國	–	2.5	13.8	452.0%
總計	<u>18,163.7</u>	<u>12,216.6</u>	<u>10,969.8</u>	<u>(10.2)%</u>

按地區劃分的零售點網絡

於	31.3.2015 總計	2016財政年度上半年			30.9.2015 總計
		增加	減少	淨增減	
香港	93	–	(3)	(3)	90
澳門	19	1	–	1	20
台灣及其他亞洲市場	19	5	–	5	24
美國	2	–	–	–	2
總計	<u>133</u>	<u>6</u>	<u>(3)</u>	<u>3</u>	<u>136</u>

- 營業額與零售值下降主要是由於零售市場消費意慾持續疲弱與中國內地遊客到香港及澳門的人數減少。
- 香港、澳門及其他市場分部的營業額包括珠寶及鐘錶業務的銷售收入。

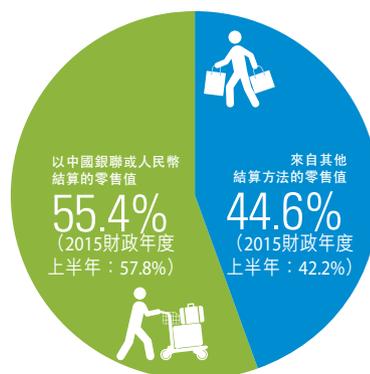
- 零售營業額即直營零售點、電子商務及其他直接銷售渠道的銷售額，較去年同期有所降低。
- 批發營業額包括向鑽石交易商非經常性批發所得營業額及對加盟商及Hearts On Fire零售夥伴銷售所得營業額，大部份於存貨交付予加盟商或零售夥伴時確認並以批發價入賬。由於2014年8月31日收購了Hearts On Fire，批發營業額增加218.5%。
- 零售值不包括金章、金條的銷售及Hearts On Fire零售夥伴與其零售客戶之間的銷售交易。來自Hearts On Fire零售夥伴批發營業額的可觀增長，導致營業額與零售值之間的差異擴大。
- 台灣及其他亞洲市場的零售值增長主要源自我們於2014年8月收購Hearts On Fire於台灣的零售點。
- 我們將持續監察香港及澳門零售點的效益，並抓住機遇採取務實方法拓展業務網絡至海外市場。

香港及澳門

按區域及零售點營運模式劃分的零售值表現及零售點網絡

零售點客流量同比變化

▼ 31.2%

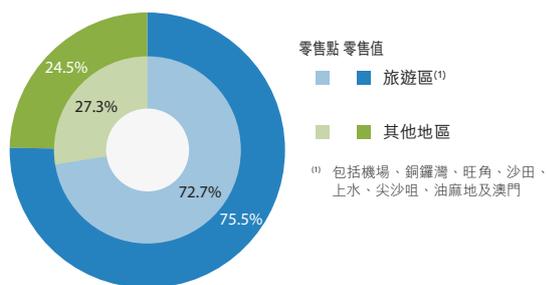


	同比變化
香港珠寶業銷貨價值*	▼ 13.5%
到訪下列地區的內地遊客人數**	
香港	▼ 3.4%
澳門	▼ 4.3%

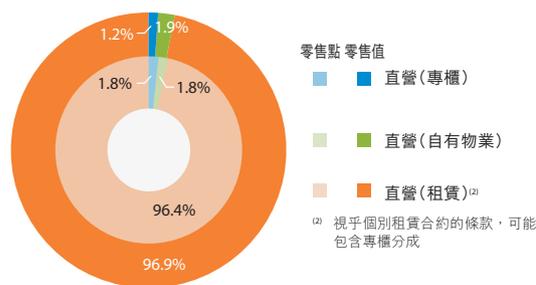
* 指有關珠寶首飾、鐘錶及名貴禮品於香港的零售業銷貨價值。數據源自香港政府統計處

** 數據源自香港商務及經濟發展局與澳門統計暨普查局

按區域劃分的2016財政年度 上半年零售值及零售點



按零售點營運模式劃分的2016 財政年度上半年零售值及零售點

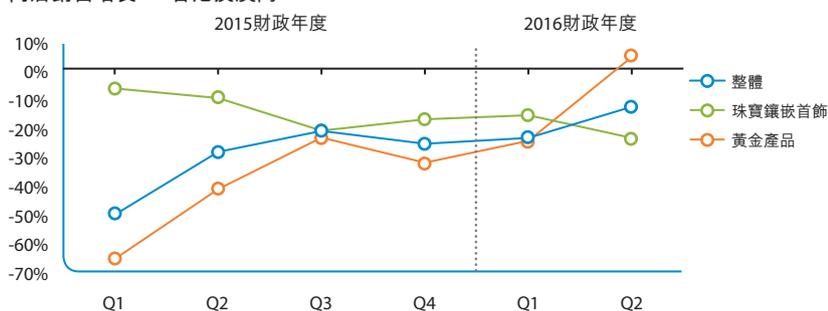


- 客流量的下降及消費意慾持續疲弱，加上中國內地遊客人數減少，削弱了港澳市場的銷售業績。
- 訪港澳的內地遊客人數減少，導致以中國銀聯或人民幣結算的內地遊客零售值佔比由2015財政年度上半年的57.8%減少至2016財政年度上半年的55.4%。
- 根據我們於特選零售點安裝的人流感應器，儘管我們的客流量同比下降31.2%及整體消費意慾持續疲弱的情況下，我們香港的零售值表現仍較香港珠寶業銷貨價值*為佳。

* 指有關珠寶首飾、鐘錶及名貴禮品於香港的零售業銷貨價值。數據源自香港政府統計處

同店銷售增長

同店銷售增長 — 香港及澳門



截至9月30日止六個月	2014	2015	同比變化
同店銷售增長	(41.0)%	(18.2)%	不適用
同店銷量增長	(34.4)%	(23.3)%	不適用
同店銷售增長—珠寶鑲嵌首飾	(8.5)%	(19.9)%	不適用
同店銷售增長—黃金產品	(56.2)%	(10.0)%	不適用
	港元	港元	
平均售價 ⁽¹⁾ —珠寶鑲嵌首飾	12,376	11,674	(5.7)%
平均售價 ⁽¹⁾ —黃金產品	5,196	5,587	7.5%

⁽¹⁾ 以2016財政年度上半年同店基準之平均售價

- 儘管本年7至8月金價下跌引致黃金銷售增加，但因消費意慾普遍低迷引致同店銷售負增長。
- 雖然平均國際金價同比下降約10%，但於期內所售黃金產品每件平均重量增加導致平均售價上升。
- 珠寶鑲嵌首飾平均售價下降，顯示珠寶產品的消費需求疲弱。

Hearts On Fire

於	31.3.2015 總計	2016財政年度上半年			30.9.2015 總計
		增加	減少	淨增減	
中國內地	2	2	—	2	4
台灣	8	2	—	2	10
美國	2	—	—	—	2
專賣店	12	4	—	4	16
中國內地	—	42	—	42	42
香港及澳門	—	11	—	11	11
店中店及店內專櫃	—	53	—	53	53
零售夥伴店鋪位置*	524	30	(17)	13	537

* 約70%的零售夥伴店鋪位置位於北美，而其餘的主要位於英國、愛爾蘭、加勒比地區及亞太區。

- 我們於2014年8月31日購入Hearts On Fire，一家銷售高端婚嫁及時尚珠寶產品的奢華品牌鑽飾公司。
- 我們Hearts On Fire的擴展計劃集中於大中華地區的店中店及店內專櫃。該零售點策略配以周大福品牌，有助豐富我們的產品種類及提升我們的品牌價值。

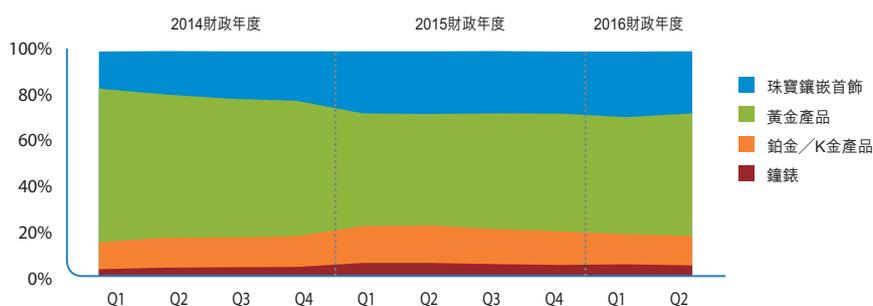
產品及生產

我們的業務成功與否視乎我們能否通過改良現有產品或開發新產品設計並及時推出迎合潛在客戶當時喜好的產品。我們會繼續專注提升中上游實力，迎合客戶喜好，滿足潛在客戶的需求。

產品組合及客戶喜好

按產品劃分的零售值

我們的主要產品為主流珠寶及名貴珠寶產品，包括珠寶鑲嵌首飾、黃金產品、鉑金/K金產品及鐘錶。下圖說明每個季度各種產品對總零售值貢獻之歷史趨勢：



- 儘管珠寶鑲嵌首飾的零售值佔比於2016財政年度第二季出現跌幅，但自2014財政年度第二季起其佔比一直穩定增長，反映我們持續致力推廣及成功拓展產品組合。

截至9月30日止六個月	2014	2015
婚嫁產品零售值佔總零售值百分比	35.4%	43.0%
永恆印記、力拓集團及迪士尼珠寶鑲嵌首飾零售值同比增長	50.6%	14.9%

- 婚嫁產品仍佔我們零售值的重要部分。
- 我們進一步加強與永恆印記、力拓集團和迪士尼等國際著名品牌的合作夥伴關係，以推出更多獨家及獨特的專利產品。

按價格範圍劃分的零售值

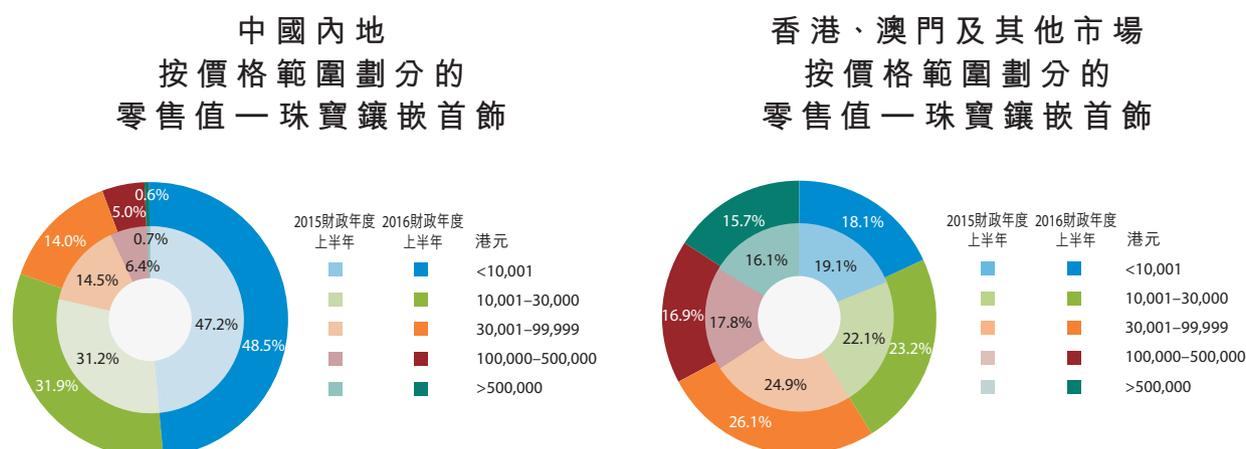
按價格範圍劃分的零售值—整體

雖然我們注意到中國內地及港澳地區消費意慾疲弱，但相比去年同期，我們按價格範圍劃分的零售值相對穩定。

截至9月30日止六個月	2014	2015
名貴珠寶零售值佔總零售值百分比	6.2%	6.0%

按價格範圍劃分的零售值—珠寶鑲嵌首飾

珠寶鑲嵌首飾為高利潤產品，尤其受消費意慾影響，其按價格範圍劃分的零售值與去年同期呈現類似走勢。下圖顯示我們按價格範圍劃分的珠寶鑲嵌首飾零售值明細：



採購及生產

採購及鑽石切割及打磨

截至9月30日止六個月	2014	2015
鑽石切割及打磨(以卡拉計)	121,000	113,000
於	31.3.2015	30.9.2015
鑽石切割及打磨基地的員工人數	2,100	1,800

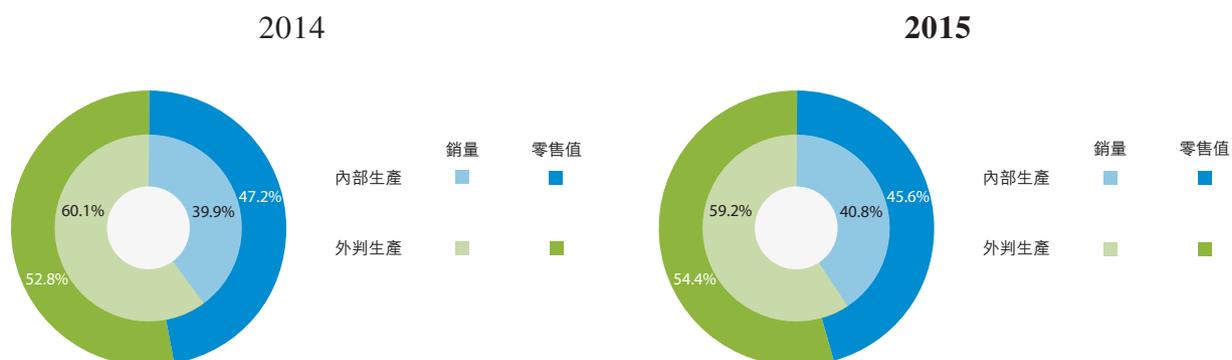
我們的鑽石切割及打磨基地位於中國內地順德、南非及博茲瓦納。

我們的鑽石加工實力，加上我們與De Beers、力拓集團及ALROSA的穩固關係，確保我們較其他競爭對手優先選購多名供應商的存貨，並確保供應符合市場要求的優質產品。

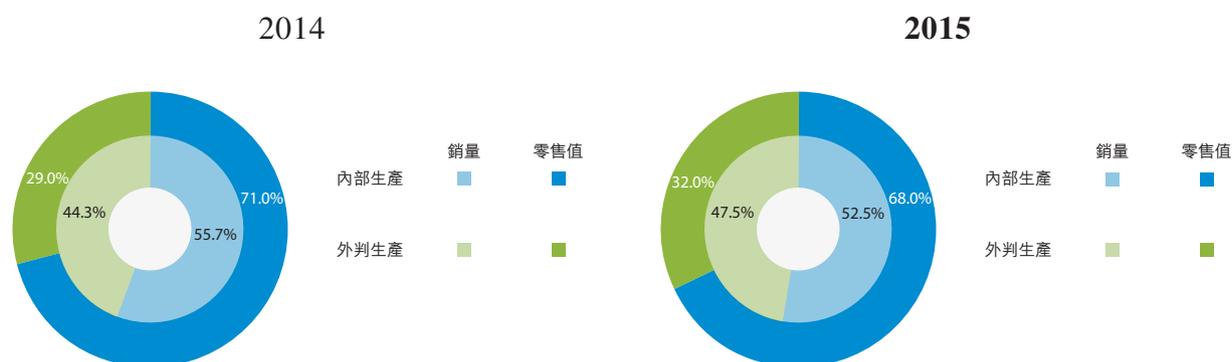
珠寶生產

截至9月30日止六個月

內部生產／外判生產產品佔已售產品比例－珠寶產品



內部生產／外判生產產品佔已售產品比例－珠寶鑲嵌首飾



於

31.3.2015

30.9.2015

研發團隊成員數目

790

700

珠寶生產基地員工數目

5,800

5,100

我們強大的研發專業人士構想出豐富多樣的產品，並與生產管理部門及銷售管理部門密切合作，確保產品設計方向與市場需求一致。我們於香港及深圳的生產基地主要生產珠寶鑲嵌首飾，順德的生產基地則主要生產珠寶鑲嵌首飾、黃金及鉑金／K金產品，而武漢的生產基地主要生產黃金產品。

客戶服務及市場推廣

我們相信「周大福」品牌是我們最重要的資產之一。經過86年來的傳承和推廣，品牌的尊貴形象深受客戶推崇，我們藉此更進一步，在把握新興市場機會的同時，亦將繼續加強現有的客戶服務及市場推廣。

Smart+ 計劃

我們推出Smart+計劃以應對全渠道零售新趨勢。在堅守零售本業的前提下，我們將充份運用互聯網及科技工具，通過創新的產品、銷售平台、奉客模式，滿足每位顧客個性化需求，實現科技化零售和智能服務。

透過Smart+計劃，我們於顧客的消費流程中尋求創新：

1. 吸引客流 — 善用社交媒體和移動平台與潛在客戶接觸
2. 銷售／服務 — 利用互聯網、創新工具和獨特產品帶來個性化購物體驗
3. 支付 — 支持方便快捷的移動支付服務為O2O建立運作基礎
4. 取貨 — 提供覆蓋更廣及便捷的寄送服務

我們在期內推出多個相關項目，包括與攜程網及阿里巴巴於「全球購」及「喵街」項目合作，以及透過運用我們零售點的iBeacon與「滴滴出行」推出互動宣傳。

此計劃亦旨在提升客戶關係管理質素及數據分析：

客戶關係管理 — 我們一直致力瞭解客戶喜好及其消費行為，從而更有效地滿足客戶需要並加強客戶關係管理，以提升他們對我們品牌的忠誠度。

數據分析 — 我們於整個客戶購物流程中收集數據並作商業分析，為未來策略的制定提供相關依據。

電子商務

為應對年青一代的需求，我們於電子商務渠道獨家供應若干產品，亦會更加注重快速增長的移動平台。下表載列有關我們電子商務的數據：

截至9月30日止六個月	2014	2015
整體		
零售值同比變化	48.4%	44.3%
平均每日瀏覽量—非重覆訪客 (周大福網絡旗艦店、天貓及京東)	153,000	225,000
中國內地—珠寶業務		
電子商務零售值佔零售值百分比	1.4%	1.9%
於	31.3.2015	30.9.2015
關注人數 (新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶)	1,722,000	1,403,000

- 隨着我們的電子商務平台日漸成熟並維持良好信譽，我們通過專注提升店鋪瀏覽量和把握節日購物，以維持電商業務的穩定增長。
- 期內，我們著重於與各大網絡平台的緊密合作，透過宣傳及推廣以增加曝光。我們亦致力優化顧客體驗以提升網絡店鋪之轉化率。
- 我們於期內作出策略性調整，將工作重點轉至更有人氣及以銷售為導向的平台。此調整策略導致整體社交媒體的關注人數有所下降。

跨境電子商務發展

我們與新世界發展有限公司(其股份於聯交所主板上市) (「新世界發展」) 及周大福企業有限公司(分別為本集團的關聯方及同系附屬公司)的全資附屬公司於2015年8月25日共同簽訂協議，發展及經營位於深圳前海的購物中心(「CTF HOKO」)。該購物中心結合跨境電子商務及實體商店，為顧客提供多元化購物及消閒體驗。預期購物中心於2015年12月開業。

中國政府透過推動跨境電子商務，促進通過合法渠道向中國內地消費者銷售進口產品，以引導部分境外消費回流至中國內地。預期此新成立之公司將可從中受益。

本集團實際持有該公司30.0%權益，通過該投資我們將獲得新的商機及珠寶零售機會。

有關協議的內容，詳細請參閱本集團與新世界發展於2015年8月25日的聯合公告。

周大福會員計劃

我們的會員計劃對於鼓勵客戶再消費及吸引新客戶以維持業務增長攸關重要。下表載列有關我們會員計劃的數據：

於	31.3.2015	30.9.2015
中國內地		
會員數目	1,504,000	1,029,000
鑽石、鉑金及黃金會員%	10.4%	7.8%
基本會員%	89.6%	92.2%
「Fans members」數目	4,694,000	6,551,000
截至9月30日止六個月	2014	2015
會員再消費佔零售值之%	30.5%	29.0%
於	31.3.2015	30.9.2015
港澳地區		
會員數目	202,000	218,000
鑽石、鉑金及黃金會員%	6.6%	5.6%
準會員%	93.4%	94.4%
截至9月30日止六個月	2014	2015
會員再消費佔零售值之%	17.6%	18.8%

- 為加強會員計劃以建立更穩固的中國內地的客戶基礎，我們修改了會員計劃中對會員入會資格的要求。因此，中國內地的會員數目下降31.6%。
- 儘管中國內地的會員數目下降，期內會員再消費的比率與2015財政年度上半年比較基本維持相若水平，主要是由於我們實施有效的策略，致力與現有會員加強互動。

廣告及宣傳

以下為期內我們的重點廣告及宣傳：



「裕世鑽芳華」



2015 米蘭世博會



「絲路任我行」



Hearts On Fire
市場推廣活動
「點燃這一刻」

營運及管理

藉着維持行業領先的營運能力與保持我們優良的傳統與人力資本的優勢，我們提供物有所值之產品與優質之服務，致力為客戶帶來最大的價值。

統一存貨擁有權

為了更及時滿足客戶需求及加強零售網絡穩定性，我們正優化存貨管理機制，於收取與指定存貨量對等的按金後向特許零售點發送存貨，而我們保留存貨擁有權，直至與零售客戶完成銷售交易為止，然後按當時價格確認批發收益。

- 預計將於2017財政年度完結前完成優化機制。
- 截至2015年9月30日，採用新機制的185個零售點所持存貨約為600百萬港元，相當於本集團2015年9月30日存貨總額的1.6%。

發展項目

為配合集團未來業務增長，我們已開展湖北省武漢市的周大福珠寶文化產業園與順德的物流及配貨中心發展項目。

周大福珠寶文化產業園

- 第一期發展項目佔地面積約221,000平方米，建築面積約450,000平方米，於2013年10月開始動工。
- 建築面積約180,000平方米的八棟建築於2015財政年度內竣工。
- 自2015財政年度起已逐步投產，預計截至2016財政年度底年產能達1.9百萬件首飾。
- 2014年10月再購入另一幅面積約165,000平方米的土地，計劃開始進行第二期發展項目。

物流及配貨中心

- 系統組裝已大致完成。
- 系統調試正在進行。

人力資源管理

員工數目

於	31.3.2015	30.9.2015
員工數目(不包括加盟商員工)	36,800	33,500
按職能劃分：		
銷售(於零售點)	23,000	21,200
研發及生產	6,600	5,800
採購及鑽石切割及打磨	2,200	1,900
管理、一般及行政	5,000	4,600

- 我們致力於優化人力資源，因此員工總數減少9.0%。

周大福培訓學院

- 於2015年6月開辦，周大福培訓學院致力提升員工的專業知識及個人質素，以促進全面發展。
- 學院設有五個學系，為我們的員工提供各類課程：
 - 珠寶學系

- 鐘錶學系
- 營銷學系
- 管理學系
- 專業學系

財務

我們致力為股東創造長期價值，透過謹慎地制訂派息政策以及執行最佳的投資策略和融資計劃，以維持合適的資本架構，提供資源予有合理利潤的營運和有前景的發展計劃。

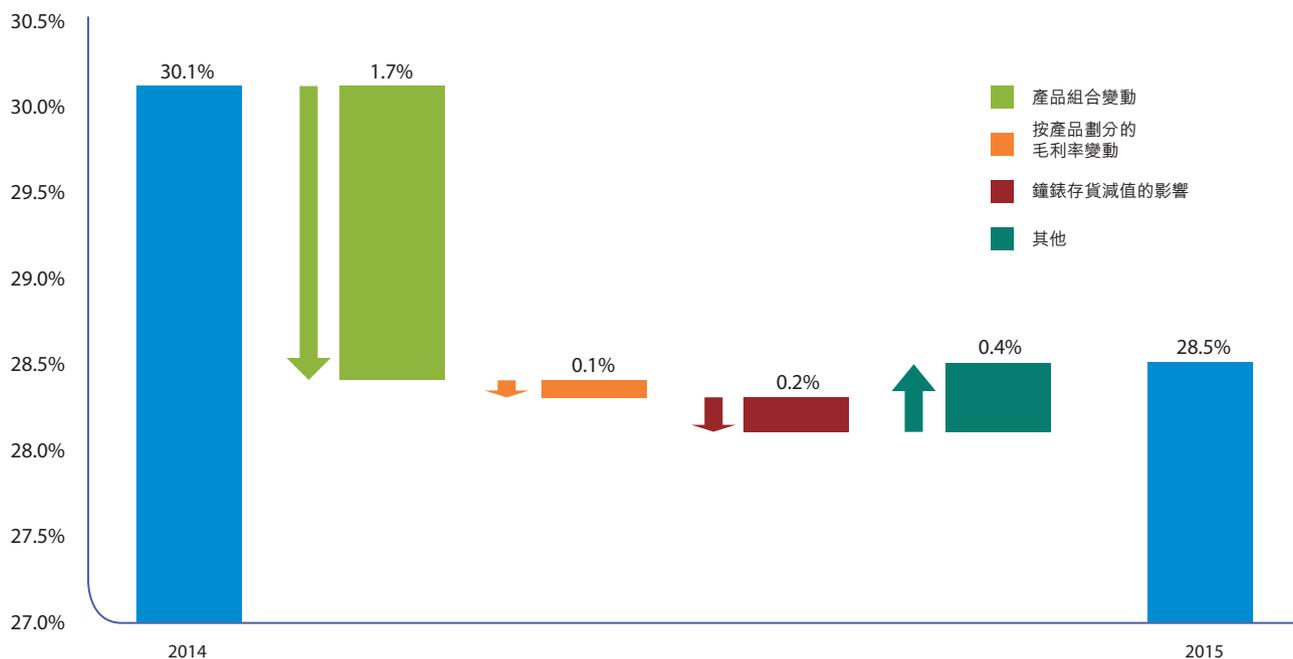
毛利率

未變現對沖收益／虧損

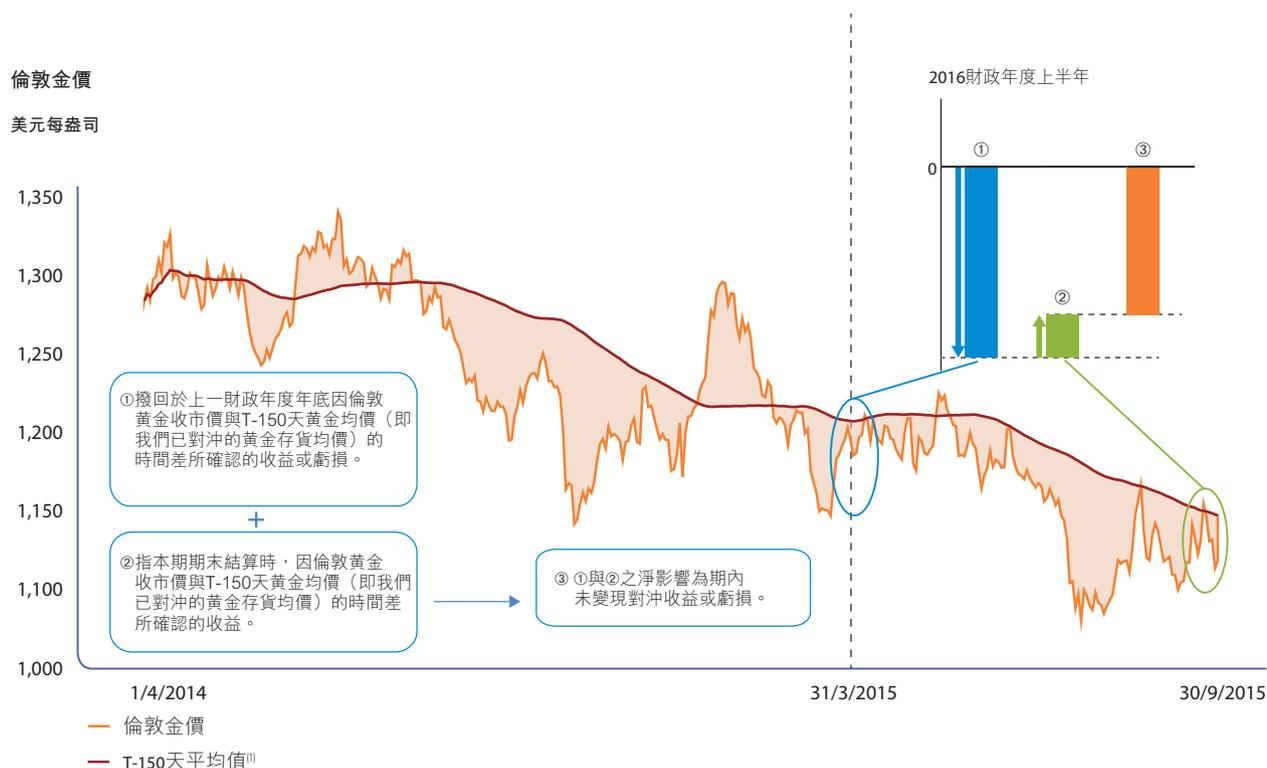
截至9月30日止六個月	2013	2014	2015
毛利率	26.4%	31.8%	27.9%
黃金借貸未變現對沖 虧損／(收益)	0.4%	(1.7)%	0.6%
經調整後的毛利率	26.8%	30.1%	28.5%

經調整後的毛利率變動

截至9月30日止六個月



- 經調整後的毛利率降至28.5%，主要是由於產品組合轉向利潤較低的黃金產品所致。
- 我們因應激烈的市場競爭對部分產品加大力度進行推廣活動及促銷，令按產品劃分的毛利率稍微下降10個基點。
- 我們考慮鐘錶存貨的狀況及其最近的市場價值後，就部份鐘錶存貨計提減值準備63.4百萬港元，令經調整後的毛利率下降20個基點。



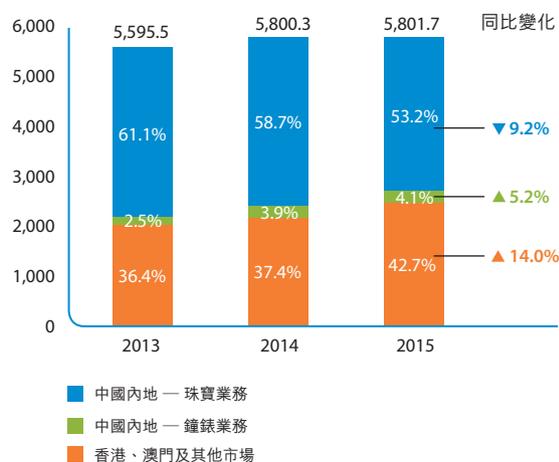
(1) T-150天平均值指過往連續150日的黃金均價，用作代表我們已對沖黃金存貨的平均價格

- 期內未變現對沖收益／虧損指(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的時間差所產生的收益／虧損與(ii)於本期期末結算時，因相關的時間差而產生的收益／虧損的淨影響(如上圖所示)。
- 我們利用黃金借貸(黃金淡倉)對沖黃金存貨(黃金好倉)的價格波動。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收益與已對沖黃金存貨的銷售之間或會有短暫的時差，令報告期末錄得收益。

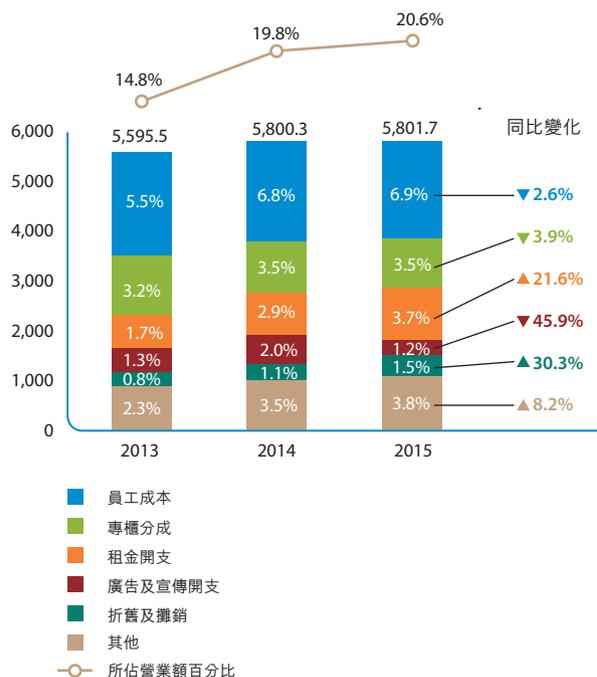
銷售及分銷成本以及行政開支／（「銷售及行政開支」）

截至9月30日止六個月

按可呈報分部劃分的銷售及行政開支
（百萬港元）



銷售及行政開支佔營業額比率
（百萬港元）



附註：百分比計算結果或略有進位差異

- 我們的銷售及行政開支與去年同期水平大致相同。由於開支的顯著部分為固定性質(包括固定員工成本、租金開支、折舊及攤銷)，同比下降幅度少於營業額同比下降的幅度，導致銷售及行政開支比率稍微上升。
- 銷售及行政開支的其他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、包裝物料，雜項及員工福利。這些費用稍微上升主要是由於授權產品專利費用及證書費用增加所致。

中國內地 — 珠寶業務

截至9月30日止六個月

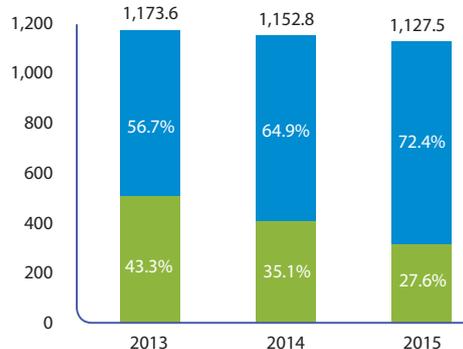
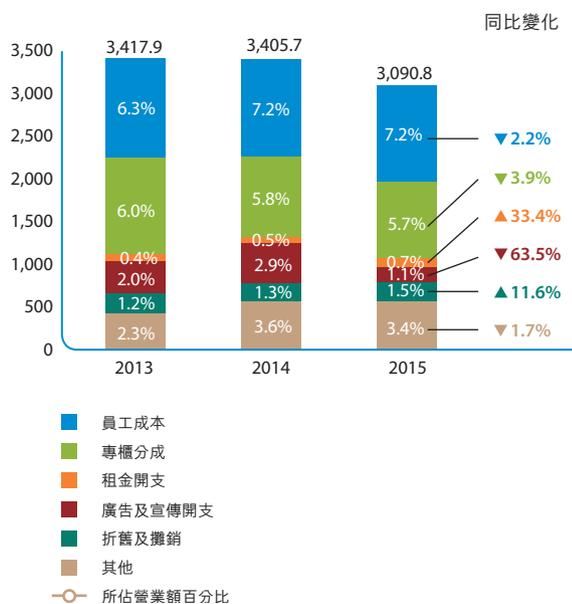
銷售及行政開支佔營業額比率

(百萬港元)



員工成本

(百萬港元)



附註：百分比計算結果或略有進位差異

- 員工成本下降2.2%，而平均人數則減少5.4%。員工成本的固定部分增加主要是由於期內修訂員工薪酬待遇的固定部分所致。
- 專櫃分成比率按專櫃分成除以相關營業額計算，由2015財政年度上半年的9.9%下降至2016財政年度上半年的9.1%。其跌幅乃由於銷售組合轉向一般專櫃分成比率較低的黃金產品及按產品劃分的專櫃分成變動所致。

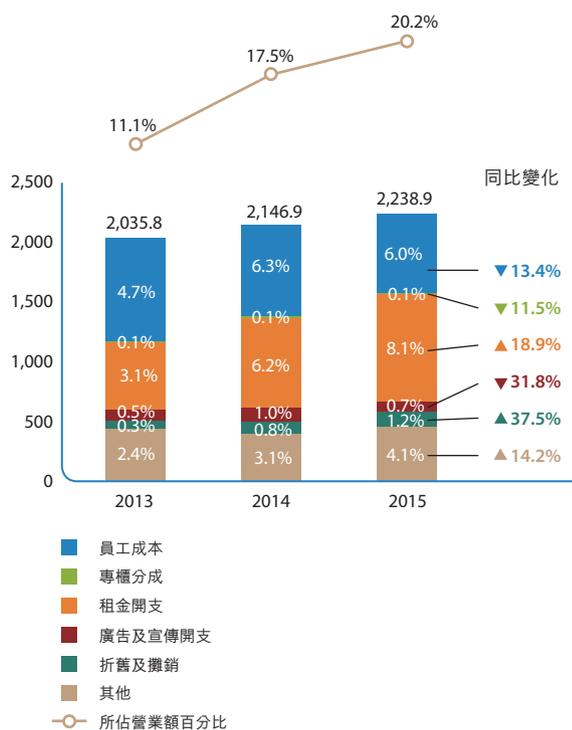
香港、澳門及其他市場

如不包括Hearts On Fire的相關開支(2016財政年度上半年：236.6百萬港元；2015財政年度上半年：24.0百萬港元)，銷售及行政開支的分析如下：

截至9月30日止六個月

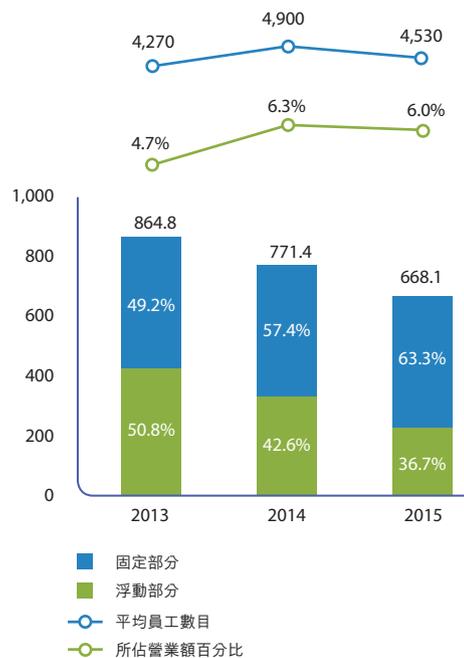
銷售及行政開支佔營業額比率

(百萬港元)



員工成本

(百萬港元)



附註：百分比計算結果或略有進位差異

- 員工成本減少主要由於透過自然流失令平均人數減少7.6%，加上銷售較去年同期下跌令員工成本的浮動部分減少。
- 租金開支增加18.9%，主要是由於2015財政年度新開零售點所致。加上負面經營槓桿效應，租金開支比率進一步上升190個基點至8.1%。
- 因整體消費意慾疲弱，故對不產生銷售額之活動採取成本節約措施，導致廣告及宣傳開支下降。
- 折舊和攤銷隨着2015財政年度上半年末新零售點開張及收購新營運中心而有相當幅度的增加。
- 其他銷售及行政開支增加主要是由於授權產品專利費用及證書費增加所致。

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	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
其他收入	150.1	207.9	246.8	18.7%
其他收益及虧損	78.5	(17.3)	(160.5)	827.7%
其他開支	(2.1)	(91.1)	(5.1)	(94.4)%

- 其他收入增長主要是由於加盟費收入、政府補貼及租金收入增長所致。
- 其他收益及虧損主要包括由於近期人民幣貶值而產生的外匯虧損淨額155.1百萬港元(2015財政年度上半年：3.0百萬港元)。
- 2015財政年度上半年的其他開支主要為一次性的慈善捐贈及收購Hearts On Fire相關交易成本。

融資成本及稅項

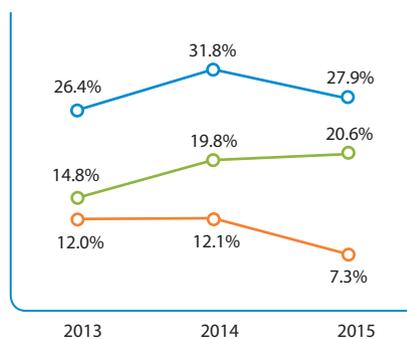
截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
融資成本	77.7	183.5	111.9	(39.0)%
稅項	927.7	704.4	463.2	(34.2)%

- 融資成本下降主要是由於期內於香港的平均銀行貸款及黃金借貸佔比增加，而其利率普遍相對較低所致。
- 實際稅率由2015財政年度上半年的20.5%升至2016財政年度上半年的22.9%，主要是由於中國內地業務的溢利貢獻增加而稅率普遍較高所致。

盈利能力、每股基本盈利及每股股息

截至9月30日止六個月

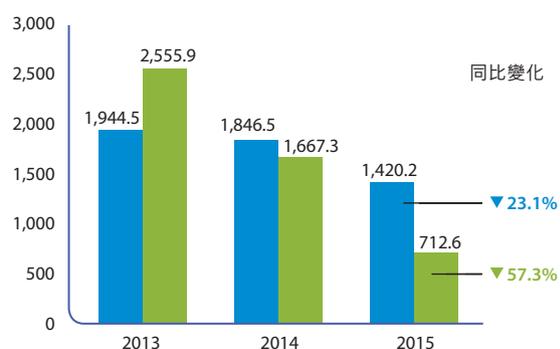
整體



—○— 毛利率
—○— 銷售及行政開支佔營業額百分比
—○— 經營溢利率

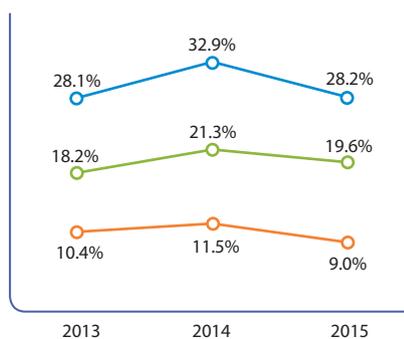
按可呈報分部劃分的經營溢利

(百萬港元)



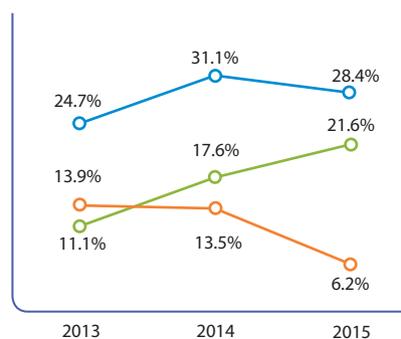
■ 中國內地 — 珠寶業務
■ 香港、澳門及其他市場

中國內地 — 珠寶業務



—○— 毛利率
—○— 銷售及行政開支佔營業額百分比
—○— 經營溢利率

香港、澳門及其他市場



—○— 毛利率
—○— 銷售及行政開支佔營業額百分比
—○— 經營溢利率

截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
經營溢利	4,550.0	3,540.9	2,055.4	(42.0)%
經調整後的經營溢利 ⁽¹⁾	4,685.1	3,045.1	2,236.4	(26.6)%
淨溢利	3,602.7	2,736.3	1,561.2	(42.9)%
本公司股東應佔溢利	3,509.1	2,692.8	1,557.4	(42.2)%
每股基本盈利(港仙)	35.1	26.9	15.6	(42.2)%
每股股息(港仙)	17.0	13.0	50.0	284.6%
中期股息(港仙)	17.0	13.0	8.0	(38.5)%
特別股息(港仙)	—	—	42.0	不適用

⁽¹⁾ 經調整後的經營溢利並非按國際財務報告準則計算，扣除了黃金借貸的未變現對沖虧損／(收益)的影響，本公司相信此等有助更透徹了解其經營表現及其業務的實際趨勢

- 中國內地的珠寶業務分部與香港、澳門及其他市場分部的經營溢利貢獻百分比分別為69.1% (2015財政年度上半年：52.1%)及34.7% (2015財政年度上半年：47.1%)；而於中國內地的鐘錶業務則主要因期內營業額及毛利率下跌而導致錄得77.4百萬港元經營虧損(2015財政年度上半年：27.1百萬港元經營溢利)。
- 經調整後的經營溢利減少26.6%，而經調整後的經營溢利率由2015財政年度上半年的10.4%下跌至2016財政年度上半年的7.9%。
- 經調整後的經營溢利率下降，主要是由於黃金產品銷售佔比增加使經調整後的毛利率減少，加上銷售及行政開支比率因負面經營槓桿而上升所致。
- 儘管銷售及行政開支比率有所改善，中國內地的珠寶業務主要受毛利率下降拖累而導致經營溢利率下跌。
- 倘不計Hearts On Fire (於2014年8月收購)的銷售及行政開支及基於近期人民幣波動而剔除的淨外匯差異，香港、澳門及其他市場的經營溢利率分別上升190及110個基點。
- 特別股息於考慮營運資金需要及短期業務增長前景後，以把額外的現金回報股東而宣佈派發。

資產及負債

資本架構

於	31.3.2015 百萬港元	佔權益總額 百分比	30.9.2015 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⁾	到期日 ⁽¹⁾
非流動資產	<u>7,038.3</u>	<u>17.4%</u>	<u>6,637.3</u>	<u>16.7%</u>	<u>(401.0)</u>	不適用	不適用	不適用
存貨	<u>39,797.6</u>	<u>98.2%</u>	<u>37,417.2</u>	<u>94.3%</u>	<u>(2,380.4)</u>	不適用	不適用	不適用
銀行存款及現金等價物 ⁽²⁾	<u>8,477.5</u>	<u>20.9%</u>	<u>10,419.9</u>	<u>26.3%</u>	<u>1,942.4</u>	港元、 人民幣 及美元	浮動利率	不適用
總貸款	<u>15,088.9</u>	<u>37.2%</u>	<u>14,990.8</u>	<u>37.8%</u>	<u>(98.1)</u>			
銀行貸款	<u>6,750.6</u>	<u>16.7%</u>	<u>6,880.0</u>	<u>17.4%</u>	<u>129.4</u>	港元	浮動利率	12個月內
黃金借貸	<u>8,338.3</u>	<u>20.5%</u>	<u>8,110.8</u>	<u>20.4%</u>	<u>(227.5)</u>	人民幣 及美元	固定利率	12個月內
債項淨額 ⁽³⁾	<u>6,611.4</u>	<u>16.3%</u> ⁽⁴⁾	<u>4,570.9</u>	<u>11.5%</u> ⁽⁴⁾	<u>(2,040.5)</u>	不適用	不適用	不適用
營運資金 ⁽⁵⁾	<u>34,202.8</u>	<u>84.4%</u>	<u>33,690.2</u>	<u>84.9%</u>	<u>(512.6)</u>	不適用	不適用	不適用
權益總額	<u>40,540.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>39,677.0</u>	<u>100.0%</u>	<u>(863.8)</u>	不適用	不適用	不適用

附註：百分比計算結果或略有進位差異

- (1) 有關計值貨幣、利率結構及到期日為2015年9月30日的情況
- (2) 包括銀行結餘及現金及已抵押銀行存款
- (3) 銀行貸款及黃金借貸之總額(已扣除銀行存款及現金等價物)
- (4) 即淨資本負債比率
- (5) 即淨流動資產

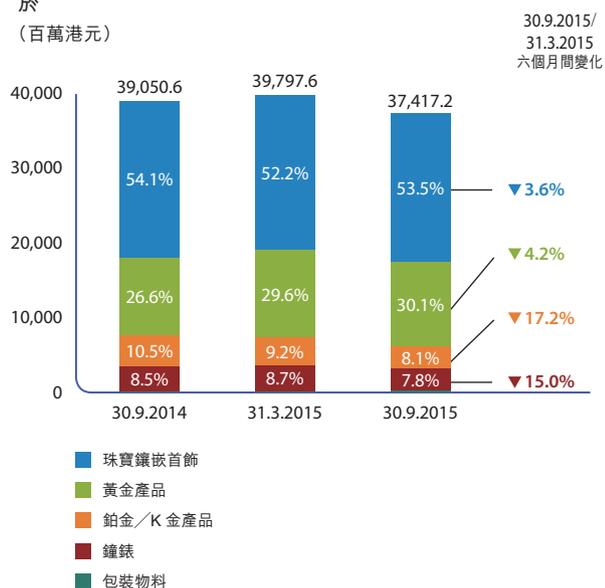
- 本集團主要透過來自經營現金流量、銀行貸款及黃金借貸的資本來源應付營運資金及其他流動資金需求。黃金借貸用作對沖本集團黃金存貨價格波動的財務影響。
- 本集團日常業務所需資金主要來自經營現金流量，亦會以短期借貸滿足旺季時的存貨資金需求、未來擴展計劃所需營運資金及預計之外的需求。本集團於償還貸款方面並無任何困難。
- 本集團之收入及開支主要以港元及人民幣計值，而資產及負債則主要以港元、人民幣及美元計值。

存貨結餘及周轉期

按產品劃分的存貨結餘

於

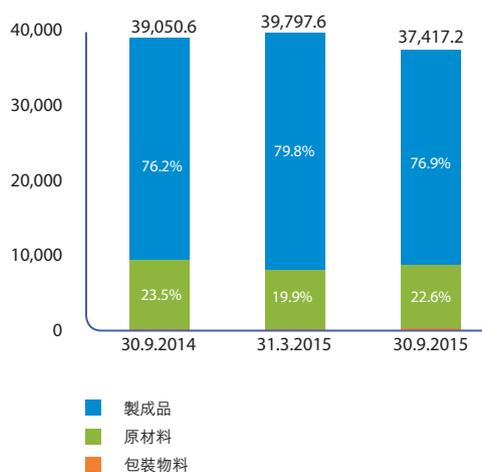
(百萬港元)



按類別劃分的存貨結餘

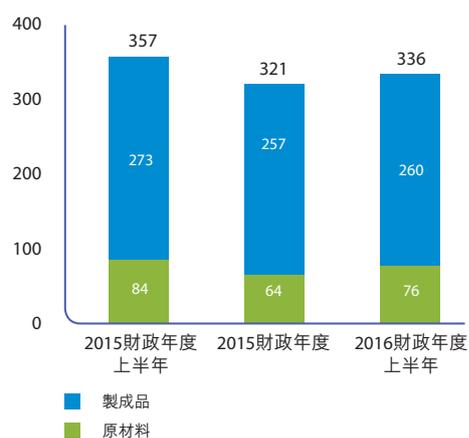
於

(百萬港元)



按類別劃分的存貨周轉期⁽¹⁾

(日數)



⁽¹⁾ 即期末存貨結餘(不包括包裝物料)除以期內銷售成本,再乘以365(用於財政年度)/183(用於財政年度上半年)

附註:百分比計算結果或略有進位差異

- 我們的存貨由2015年3月31日的39,797.6百萬港元減少6.0%至2015年9月30日的37,417.2百萬港元,主要是由於珠寶鑲嵌首飾及鉑金/K金產品減少所致。
- 存貨周轉期較2014年9月30日縮短21天,主要是由於珠寶鑲嵌首飾及鉑金/K金產品的存貨結餘減少所致。

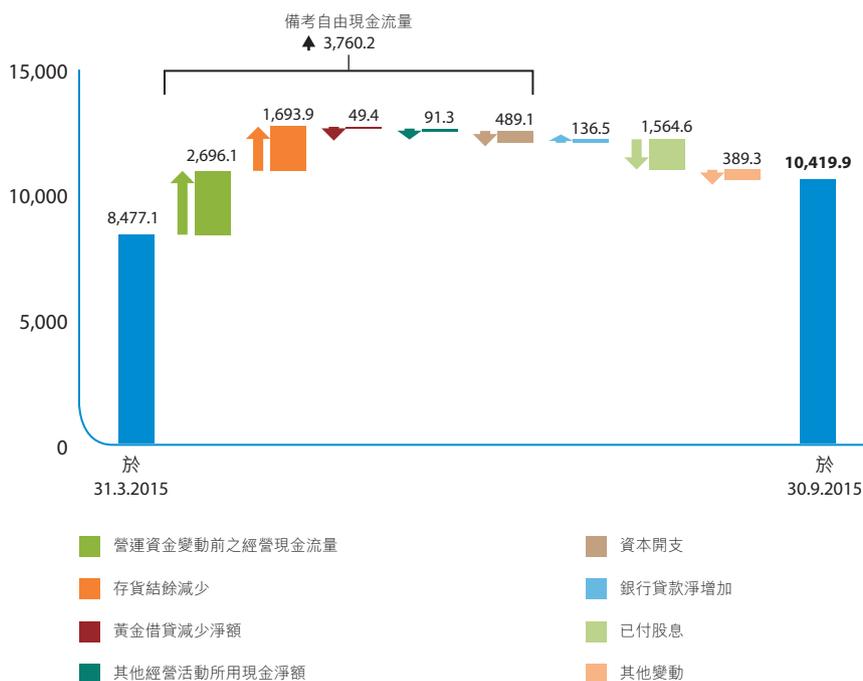
現金流量

截至9月30日止六個月	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量	4,389.7	3,553.1	2,696.1
存貨減少／(增加)	(8,104.0)	3,846.9	1,693.9
黃金借貸淨變動	4,276.8	(3,583.4)	(49.4)
其他經營活動所得／(所用) 現金淨額	1,100.0	(1,270.0)	(91.3)
資本開支	(835.0)	(1,696.8) ⁽¹⁾	(489.1)
備考自由現金流量	827.5	849.8	3,760.2
銀行貸款淨變動	2,270.0	1,043.8	136.5
已付股息	(1,618.3)	(2,090.1)	(1,564.6)
收購附屬公司所用現金流出淨額	–	(1,106.3) ⁽¹⁾	–
其他變動	58.0	520.0	(389.3)
銀行結餘及現金增加／(減少)淨額	<u>1,537.2</u>	<u>(782.8)</u>	<u>1,942.8</u>

⁽¹⁾ 於收購附屬公司時，用於購入相關固定資產的現金包含在「資本開支」

2016財政年度上半年主要現金流量項目

(百萬港元)



資本開支

本集團於2016財政年度上半年產生的資本開支為489.1百萬港元(2015財政年度上半年：1,696.8百萬港元)。

中期股息與特別股息

董事會議決向於2015年12月9日名列本公司股東名冊之股東宣派每股8.0港仙的中期股息及每股42.0港仙的特別股息，合共每股50.0港仙。預計於2015年12月14日或前後派付中期股息及特別股息。

審閱中期業績

審核委員會已對截至2015年9月30日止六個月未經審核簡明綜合財務報表及中期報告作出審閱，並已與管理層共同商討財務相關事宜。本集團截至2015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德勤•關黃陳方會計師行按照國際審閱委聘準則第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。

企業管治常規

截至2015年9月30日止六個月，除下文所提及的偏離外，本公司一直全面遵守香港聯合交易所「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。

根據企業管治守則第E.1.2條的守則條文，董事會主席須出席本公司股東週年大會。由於另有會議安排，董事會主席鄭家純博士未能出席2015年7月31日舉辦的本公司股東週年大會(「2015年股東週年大會」)。主持2015年股東週年大會的董事總經理黃紹基先生及出席的其他董事會成員足以於2015年股東週年大會回答問題。

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，董事確認彼等於截至2015年9月30日止六個月已遵守標準守則及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

本公司及其任何附屬公司於截至2015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。

暫停辦理股東登記

為確定享有中期股息及特別股息的權利及資格，本公司將於2015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。所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須不遲於2015年12月8日(星期二)下午4時30分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183號合和中心22樓)辦理登記手續。

代表董事會
主席
鄭家純博士

香港，2015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、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博士。