

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2021年3月31日止年度全年業績公告 及

由2021年4月1日至5月31日未經審核之主要經營數據

- 有賴我們於中國內地的零售擴張及當地業務在2021財政年度下半年有顯著復甦，推動本集團的營業額於2021財政年度上升23.6%。與2019財政年度相比，營業額較兩年前的同期上升5.3%。
- 年內，中國內地的同店銷售⁽¹⁾增長31.9%，而香港及澳門同店銷售則下降41.3%。
- 本集團的主要經營溢利⁽²⁾按年上升51.7%。憑藉我們有效控制銷售及行政開支與營運效益，主要經營溢利率⁽²⁾提升至12.3%。
- 於2021財政年度，股東應佔溢利增加107.7%，主要受惠於一次性租金優惠、黃金借貸未變現收益以及匯兌收益，再扣除資產和商譽減值。
- 截至2021年3月31日，零售網絡擴展至4,591個零售點，2021財政年度內淨增加741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。雙動力策略將引導我們持續擴展實體店的版圖，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3月31日止年度	2021 百萬港元	2020 百萬港元	同比變化
營業額	70,164	56,751	23.6%
毛利	20,075	16,096	24.7%
毛利率	28.6%	28.4%	
經調整後的毛利率 ⁽³⁾	28.2%	29.6%	
主要經營溢利 ⁽²⁾	8,630	5,687	51.7%
主要經營溢利率 ⁽²⁾	12.3%	10.0%	
本公司股東應佔溢利	6,026	2,901	107.7%
每股盈利(港元)	0.60	0.29	107.7%
每股股息 ⁽⁴⁾ (港元)	0.40	0.24	

(1) 就2021財政年度「同店銷售」而言，指來自於2019年4月1日前開業並於2021年3月31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

(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，本公司相信此等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0.24港元。2021財政年度按全年計算的派息率約為66.4%

截至2021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2021年3月31日止年度(「2021財政年度」)的經審核全年業績連同截至2020年3月31日止年度(「2020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2021年3月31日止年度

	附註	2021 百萬港元	2020 百萬港元
營業額	2	70,163.8	56,750.8
銷售成本		(50,089.1)	(40,654.6)
毛利		20,074.7	16,096.2
其他收入	3	691.7	436.6
銷售及分銷成本		(8,634.9)	(8,689.7)
一般及行政開支		(3,213.7)	(2,867.1)
其他收益及虧損	4	430.8	(147.1)
其他開支	5	(664.1)	(146.3)
分佔一家聯營公司之溢利		4.6	3.5
利息收入		81.5	78.0
融資成本		(376.0)	(559.6)
除稅前溢利	6	8,394.6	4,204.5
稅項	7	(2,218.5)	(1,221.4)
年度溢利		6,176.1	2,983.1

綜合損益及其他全面收益表(續)

截至2021年3月31日止年度

	附註	2021 百萬港元	2020 百萬港元
其他全面收益／(開支)			
不會重新分類至損益的項目：			
一 重新計算定額福利計劃		<u>18.1</u>	<u>(24.0)</u>
隨後可能會重新分類至損益的項目：			
一 換算境外業務所產生之匯兌差額		<u>1,235.1</u>	<u>(980.6)</u>
年度其他全面收益／(開支)		<u>1,253.2</u>	<u>(1,004.6)</u>
年度全面收益總額		<u><u>7,429.3</u></u>	<u><u>1,978.5</u></u>
以下各方應佔年度溢利：			
本公司股東		6,026.4	2,901.0
非控股權益		<u>149.7</u>	<u>82.1</u>
		<u><u>6,176.1</u></u>	<u><u>2,983.1</u></u>
以下各方應佔年度全面收益總額：			
本公司股東		7,223.8	1,937.2
非控股權益		<u>205.5</u>	<u>41.3</u>
		<u><u>7,429.3</u></u>	<u><u>1,978.5</u></u>
每股盈利－基本及攤薄	8	<u><u>60.3 港仙</u></u>	<u><u>29.0 港仙</u></u>

綜合財務狀況表

於2021年3月31日

	附註	2021 百萬港元	2020 百萬港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,614.6	4,641.3
使用權資產		1,792.8	2,288.0
投資物業		214.9	225.4
商譽		–	231.5
其他無形資產		158.0	207.6
珠寶珍藏		1,520.1	1,520.1
預付款項及已付按金		229.8	248.3
按公允值計入損益的金融資產		22.0	21.0
於聯營公司之投資		23.8	11.7
應收聯營公司款項		51.1	57.5
應收貸款		11.8	15.6
遞延稅項資產		426.3	570.1
		9,065.2	10,038.1
流動資產			
存貨	10	43,011.4	42,538.4
貿易及其他應收款項	11	6,180.4	5,340.8
應收聯營公司款項		4.6	–
應收貸款		8.9	7.9
可收回稅項		5.8	99.0
現金及現金等價物		6,031.9	7,219.2
		55,243.0	55,205.3
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	17,240.0	12,430.0
應付附屬公司非控股股東款項		66.0	97.9
應付稅項		721.8	388.6
銀行貸款		4,619.0	10,533.0
黃金借貸		5,725.4	11,280.4
租賃負債		770.0	896.8
		29,142.2	35,626.7
流動資產淨額		26,100.8	19,578.6
總資產減流動負債		35,166.0	29,616.7

綜合財務狀況表(續)

於2021年3月31日

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
非流動負債		
銀行貸款	1,798.9	897.5
租賃負債	726.0	900.3
退休福利承擔	238.8	260.2
遞延稅項負債	764.0	505.1
其他負債	70.7	62.8
	<u>3,598.4</u>	<u>2,625.9</u>
資產淨額	<u>31,567.6</u>	<u>26,990.8</u>
股本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>20,767.1</u>	<u>16,343.3</u>
本公司股東應佔權益	30,767.1	26,343.3
非控股權益	<u>800.5</u>	<u>647.5</u>
	<u>31,567.6</u>	<u>26,990.8</u>

綜合財務報表附註

截至2021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2020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3號(修訂本)	業務的定義
國際會計準則第1號及國際會計準則第8號(修訂本)	重大的定義
財務報告概念框架2018	經修訂財務報告概念框架

於本年度應用上列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。

尚未採納的新訂準則及詮釋

若干新會計準則及詮釋經已頒佈，但於2021年3月31日報告期間尚未生效，本集團亦無提早採納。該等準則預計不會對本報告期或未來報告期的有關實體或對可見未來的交易構成重大影響。

新訂準則、現有準則的修訂本及改進

年度改進項目	2018年至2020年之香港財務報告準則年度改進 ¹
國際財務報告準則第3號、國際會計準則第16號及國際會計準則第37號(修訂本)	狹義修訂 ¹
國際會計準則第1號(修訂本)	負債分類為流動或非流動 ²
國際財務報告準則第17號	保險合約 ²
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入 ³

¹ 自2022年1月1日或之後開始的會計期間生效

² 自2023年1月1日或之後開始的會計期間生效

³ 自待定日期或之後開始的會計期間生效

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2021年3月31日及2020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。

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3月31日止年度

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元
營業額						
外界銷售						
— 零售	35,716.1	26,796.0	9,122.8	14,875.3	44,838.9	41,671.3
— 批發(附註i)	23,982.1	13,966.8	1,342.8	1,112.7	25,324.9	15,079.5
分部/集團營業額	59,698.2	40,762.8	10,465.6	15,988.0	70,163.8	56,750.8
分部間銷售(附註ii)	—	—	2,772.8	2,126.3	2,772.8	2,126.3
	59,698.2	40,762.8	13,238.4	18,114.3	72,936.6	58,877.1
經調整毛利(撇銷前)	16,710.9	12,432.2	2,743.5	4,244.3	19,454.4	16,676.5
分部間撇銷	—	—	332.2	130.5	332.2	130.5
經調整毛利	16,710.9	12,432.2	3,075.7	4,374.8	19,786.6	16,807.0
其他收入	425.6	279.4	266.1	157.2	691.7	436.6
銷售及分銷成本與一般及 行政開支	(8,910.3)	(7,615.7)	(2,938.3)	(3,941.1)	(11,848.6)	(11,556.8)
主要經營溢利(分部業績)	8,226.2	5,095.9	403.5	590.9	8,629.7	5,686.8
黃金未變現收益/(虧損)(附註iii)					288.1	(710.8)
其他(附註iv)					(228.7)	(289.9)
利息收入					81.5	78.0
融資成本					(376.0)	(559.6)
除稅前溢利					8,394.6	4,204.5
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	1,990.5	1,583.3	0.3	1.4	1,990.8	1,584.7
承租物業經營租賃租金	145.9	135.6	155.7	116.0	301.6	251.6
員工成本	3,454.5	3,027.7	1,185.2	1,532.8	4,639.7	4,560.5
折舊及攤銷	1,036.3	964.2	1,082.8	1,405.7	2,119.1	2,369.9

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) 公允值收益288.1百萬港元(2020年：虧損710.8百萬港元)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	
	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元
物業、廠房及設備	3,603.0	3,437.8	1,011.6	1,203.5	4,614.6	4,641.3
使用權資產	634.2	589.5	1,158.6	1,698.5	1,792.8	2,288.0
投資物業	17.7	17.2	197.2	208.2	214.9	225.4
商譽	-	193.3	-	38.2	-	231.5
其他無形資產	111.8	142.8	37.3	47.6	149.1	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	97.9	96.5	131.9	151.8	229.8	248.3
存貨	26,681.8	24,547.8	16,329.6	17,990.6	43,011.4	42,538.4
貿易及其他應收款項	5,538.7	4,698.2	641.7	642.6	6,180.4	5,340.8
可收回稅項	-	-	5.8	99.0	5.8	99.0
總分部資產	36,685.1	33,723.1	21,033.8	23,600.1	57,718.9	57,323.2
未分配：						
其他無形資產					8.9	17.2
按公允值計入損益的金融資產					22.0	21.0
於聯營公司之投資及 應收聯營公司款項					79.5	69.2
應收貸款					20.7	23.5
遞延稅項資產					426.3	570.1
現金及現金等價物					6,031.9	7,219.2
總資產					64,308.2	65,243.4

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	
	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	2020 百萬港元
貿易及其他應付款項	(15,891.4)	(11,338.5)	(1,348.6)	(1,091.5)	(17,240.0)	(12,430.0)
應付稅項	(554.6)	(227.9)	(167.2)	(160.7)	(721.8)	(388.6)
租賃負債	(500.4)	(472.3)	(995.6)	(1,324.8)	(1,496.0)	(1,797.1)
總分部負債	(16,946.4)	(12,038.7)	(2,511.4)	(2,577.0)	(19,457.8)	(14,615.7)
未分配：						
應付附屬公司非控股股東款項					(66.0)	(97.9)
銀行貸款					(6,417.9)	(11,430.5)
黃金借貸					(5,725.4)	(11,280.4)
退休福利承擔					(238.8)	(260.2)
遞延稅項負債					(764.0)	(505.1)
其他負債					(70.7)	(62.8)
總負債					(32,740.6)	(38,252.6)

(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

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
中國內地	4,843.8	4,853.9
香港、澳門及其他市場	3,528.8	4,331.4
	8,372.6	9,185.3

2. 營業額及分部資料(續)

(d) 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

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
於某一時點		
零售銷售		
— 珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	11,213.9	11,596.8
— 黃金首飾及產品	28,320.0	26,661.4
— 鐘錶	5,305.0	3,413.1
	44,838.9	41,671.3
向加盟商／分銷商批發	24,449.8	14,578.9
珠寶貿易	575.8	245.2
於一段時間內		
來自加盟商的服務收入	299.3	255.4
	70,163.8	56,750.8

兩個年度內，概無個別顧客佔本集團總營業額10%以上。

3. 其他收入

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
回扣收入	69.2	111.9
政府補貼(附註)	353.7	81.0
來自加盟商的其他收入	109.5	67.3
租金收入	34.6	35.3
貿易應收款項的利息收入	57.4	56.0
應收貸款的利息收入	2.3	4.8
其他	65.0	80.3
	691.7	436.6

附註：根據香港特區政府推出的「防疫抗疫基金」，截至2021年3月31日止年度，就「保就業計劃」確認的工資補貼為159.6百萬港元，就一次性「零售業資助計劃」確認的資助為3.2百萬港元。授予香港附屬公司的其他政府補貼為1.0百萬港元(2020年：0.6百萬港元)。

截至2021年3月31日止年度，已確認授予中國內地附屬公司的政府補貼185.3百萬港元(2020年：80.4百萬港元)以及授予其他司法地區附屬公司的政府補貼4.6百萬港元。

4. 其他收益及虧損

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
匯兌收益／(虧損)淨額	336.4	(234.0)
出售物業、廠房及設備的虧損	(32.3)	(37.7)
處置使用權資產的收益	1.8	78.8
2019冠狀病毒病相關的租金優惠	127.6	16.2
收購附屬公司收益	-	18.0
其他	(2.7)	11.6
	<u>430.8</u>	<u>(147.1)</u>

5. 其他開支

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
捐款	11.3	20.1
其他無形資產攤銷	39.8	36.3
應收一家聯營公司款項之減值	-	0.2
商譽減值	231.5	26.3
物業、廠房及設備減值	66.6	13.0
使用權資產減值	314.9	50.4
	<u>664.1</u>	<u>146.3</u>

6. 除稅前溢利

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
除稅前溢利已扣除／(計入)：		
董事酬金	87.5	97.1
員工退休福利計劃供款	497.1	606.2
員工成本	4,055.1	3,857.2
	<u>4,639.7</u>	<u>4,560.5</u>
存貨成本確認為開支	48,702.8	38,333.7
專櫃分成	1,990.8	1,584.7
承租物業經營租賃租金	301.6	251.6
物業、廠房及設備折舊	1,024.1	975.0
使用權資產折舊	1,033.5	1,337.5
投資物業折舊	11.9	11.3
其他無形資產攤銷(附註)	49.6	46.1
存貨撥備確認／(使用)(計入銷售成本內)	21.5	(24.1)
貿易及其他應收款項虧損撥備之確認／(撥回)	149.7	(3.2)
黃金借貸的公允值虧損(計入銷售成本內)	168.4	2,803.8
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)	11.3	20.1
核數師酬金予本公司核數師		
—核數及相關服務	6.3	6.2
—非核數服務	2.1	2.2
核數師酬金予其他核數師		
—核數及相關服務	6.6	3.9

附註：與HEARTS ON FIRE有關的攤銷39.8百萬港元(2020年：36.3百萬港元)計入附註5「其他開支」，而餘額則計入一般及行政開支。

7. 稅項

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	1,314.5	789.9
香港利得稅	163.1	129.8
澳門所得補充稅	5.0	31.6
其他司法地區之稅項	3.6	3.3
	<u>1,486.2</u>	<u>954.6</u>
過往年度撥備不足／(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	42.4	(6.8)
香港利得稅	21.5	0.1
其他司法地區之稅項	3.4	1.5
	<u>67.3</u>	<u>(5.2)</u>
遞延稅項開支	<u>526.4</u>	<u>149.3</u>
預扣稅*	<u>138.6</u>	<u>122.7</u>
	<u><u>2,218.5</u></u>	<u><u>1,221.4</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25.0%。

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15.0%。

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12.0%計算。

8. 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(2020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。

9. 股息

	2021		2020	
	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	16.0	1,600.0	12.0	1,200.0
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>2,800.0</u>		<u>6,200.0</u>

於報告期末後，本公司董事建議就截至2021年3月31日止年度派付末期股息每股24.0港仙(2020年：12.0港仙)，合共2,400.0百萬港元(2020年：1,200.0百萬港元)，惟須待股東於應屆股東週年大會上批准方告作實。

10. 存貨

	2021	2020
	百萬港元	百萬港元
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	7,627.5	7,252.3
黃金首飾及產品	<u>3,017.5</u>	<u>2,114.6</u>
	<u>10,645.0</u>	<u>9,366.9</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	16,004.1	16,374.2
黃金首飾及產品	14,376.9	14,963.6
鐘錶	<u>1,765.5</u>	<u>1,638.7</u>
	<u>32,146.5</u>	<u>32,976.5</u>
包裝物料	<u>219.9</u>	<u>195.0</u>
	<u>43,011.4</u>	<u>42,538.4</u>

11. 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4,580.6百萬港元(2020年：2,744.8百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
0至30日	4,380.6	2,206.8
31至90日	79.7	382.4
91至180日	22.2	54.2
180日以上	98.1	101.4
	<u>4,580.6</u>	<u>2,744.8</u>

12. 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819.4百萬港元(2020年：253.4百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2021 百萬港元	2020 百萬港元
0至30日	800.6	200.7
31至90日	12.0	36.9
91至180日	0.4	12.6
180日以上	6.4	3.2
	<u>819.4</u>	<u>253.4</u>

管理層討論與分析

表現回顧

概覽

於2021財政年度，疫情和宏觀經濟不明朗因素為營商環境帶來挑戰。然而，本集團業務得以保持穩健增長，實有賴我們在中國內地藉零售擴張淨開了746個零售點，加上當地業務在2021財政年度下半年因消費意欲有所改善和金價回軟而有顯著復甦。本財政年度內，我們在智慧零售方面的策略性措施也加深我們與顧客的溝通互動，並提高我們在中國內地的電子商務和線上線下(「O2O」)相關銷售額。另一方面，由於主要過境口岸仍然關閉，香港、澳門和其他市場的業務停滯不前。

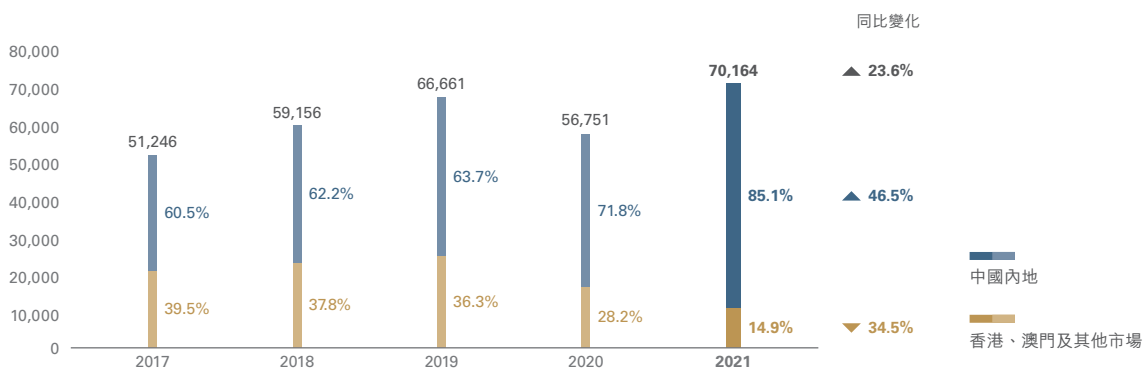
本集團經調整後的毛利率在2021財政年度上半年因金價飆升而受惠。然而，有關影響於2021財政年度下半年消退。加上，中國內地批發業務的銷售貢獻較高，以及產品組合未如理想，經調整後的毛利率於本財政年度內按年下降。儘管如此，憑藉我們有效控制銷售及行政開支、營運效益以及政府給予的補貼和紓緩措施，本集團的主要經營溢利於2021財政年度按年增長51.7%。

計入2019冠狀病毒病相關的租金優惠、黃金借貸未變現收益以及匯兌收益，再扣除資產和商譽減值後，股東應佔溢利在2020財政年度低基數下提升107.7%，而與2019財政年度相比，有關溢利較兩年前的同期上升31.3%。

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)

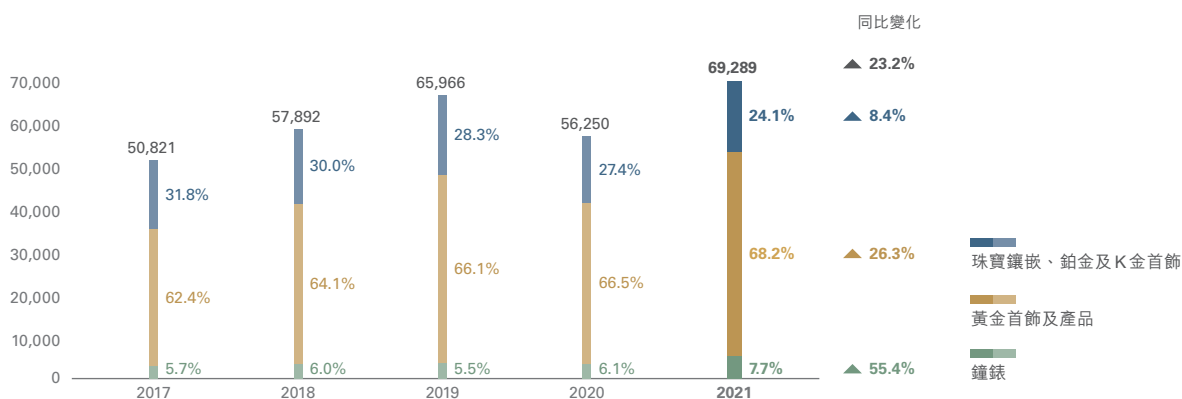


營業額(百萬港元)	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	2021 財政年度 上半年	2021 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
中國內地	20,224	20,539	21,216	38,482	▲ 4.9%	▲ 87.4%
香港、澳門及其他市場	9,309	6,679	3,457	7,009	▼ 62.9%	▲ 4.9%
整體	29,533	27,218	24,673	45,491	▼ 16.5%	▲ 67.1%

- 2021財政年度，本集團的營業額上升23.6%至70,164百萬港元。與2019財政年度相比，營業額較兩年前的同期上升5.3%。
- 在新增零售點、2021財政年度下半年消費氣氛好轉和金價回軟，以及低比較基數的支持下，中國內地的營業額於本財政年度急升46.5%。年內，中國內地對本集團營業額貢獻為85.1%。
- 宏觀環境挑戰、疫情及主要過境口岸關閉均令消費意欲受壓，香港、澳門及其他市場的營業額按年下降34.5%。

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3月31日止年度
(百萬港元)



營業額佔比	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	2021 財政年度 上半年	2021 財政年度 下半年
珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	29.1%	25.5%	30.1%	20.9%
黃金首飾及產品	64.5%	68.7%	60.9%	72.2%
鐘錶	6.4%	5.7%	9.0%	6.9%

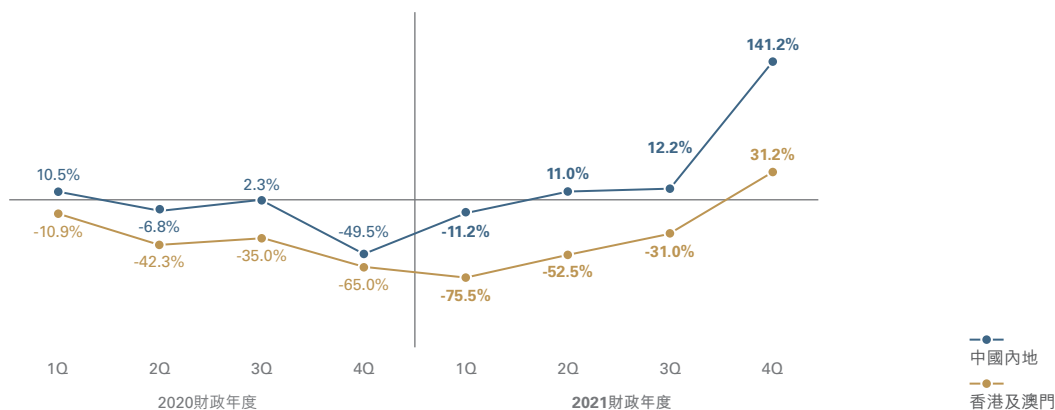
- 黃金首飾及產品的營業額於2021財政年度上升26.3%。儘管國際金價於2021財政年度上半年急升，窒礙了零售需求，此產品類別的銷售於2021財政年度下半年回升74.9%。於本財政年度，黃金首飾及產品對本集團營業額貢獻上升170個點子至68.2%。此產品類別當中，定價黃金產品佔比為9.1%(2020財政年度：10.9%)。

- 同時，中國內地及在國際旅遊限制下出現殷切的國內需求，帶動鐘錶的營業額於2021財政年度強勁增長55.4%。

(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、鉑金及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



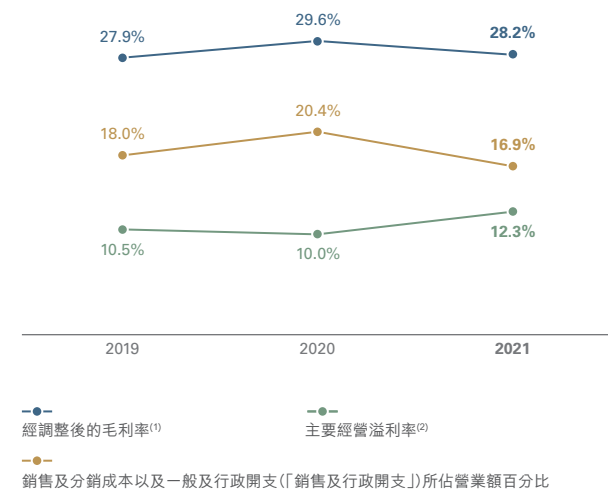
	2020 財政年度 同店銷售增長	2021 財政年度 同店銷售增長	2021 財政年度 同店銷量增長
中國內地	▼ 15.1%	▲ 31.9%	▲ 8.2%
香港及澳門	▼ 38.7%	▼ 41.3%	▼ 42.9%

- 隨著疫情逐步緩和，中國內地的同店銷售於2021財政年度第二季反彈及回復正增長。由於需求回升及比較基數甚低，同店銷售增長於2021財政年度第四季度擴大至141.2%。因此，中國內地的同店銷售於2021財政年度上升31.9%。
- 香港及澳門的同店銷售於2021財政年度因客流量疲弱而下降41.3%。然而，由於本地消費復甦，同店銷售於2021財政年度第四季度上升31.2%。

盈利能力

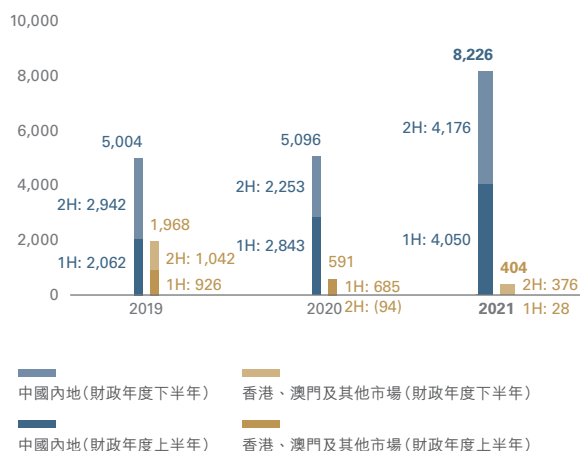
集團

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業務的實際趨勢

(百萬港元)	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	2021 財政年度 上半年	2021 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	29,533	27,218	24,673	45,491	▼ 16.5%	▲ 67.1%
經調整後的毛利	9,064	7,743	8,660	11,127	▼ 4.5%	▲ 43.7%
經調整後的毛利率	30.7%	28.4%	35.1%	24.5%	▲ 4.4 個百分點	▼ 3.9 個百分點
其他收入	213	224	347	345	▲ 62.7%	▲ 54.4%
銷售及行政開支	(5,750)	(5,807)	(4,928)	(6,921)	▼ 14.3%	▲ 19.2%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	19.5%	21.3%	20.0%	15.2%	▲ 0.5 個百分點	▼ 6.1 個百分點
主要經營溢利	3,527	2,160	4,078	4,552	▲ 15.6%	▲ 110.8%
主要經營溢利率	11.9%	7.9%	16.5%	10.0%	▲ 4.6 個百分點	▲ 2.1 個百分點

- 經調整後的毛利率於2021財政年度下降140個點子，主要由於批發業務，以及零售業務當中黃金首飾及產品和鐘錶產品的銷售貢獻相比起2020財政年度有所上升。
- 然而，憑藉我們有效控制銷售及行政開支與營運效益，主要經營溢利率提升至12.3%。於2021財政年度，本集團的主要經營溢利按年上升51.7%。

- 兩個分部中，中國內地繼續為主要溢利來源，於2021財政年度佔本集團主要經營溢利超過95%，其主要經營溢利於本財政年度錄得61.4%的強勁增長。
- 另一方面，2021財政年度香港、澳門及其他市場的主要經營溢利錄得31.7%的跌幅，然而於2021財政年度上半年開始呈復甦趨勢。
- 於2021財政年度，股東應佔溢利增加107.7%，主要受惠於一次性租金優惠、黃金借貸未變現收益以及匯兌收益，再扣除資產及商譽減值。與2019財政年度相比，股東應佔溢利較兩年前的同期上升31.3%。

經調整後的毛利率

- 我們以經調整後的毛利率(非國際財務報告準則計算)作分析，相當於由業務所得的毛利率扣除黃金借貸的未變現虧損(收益)的影響，我們相信此數據更能反映集團的經營表現及有助了解業務的實際趨勢。

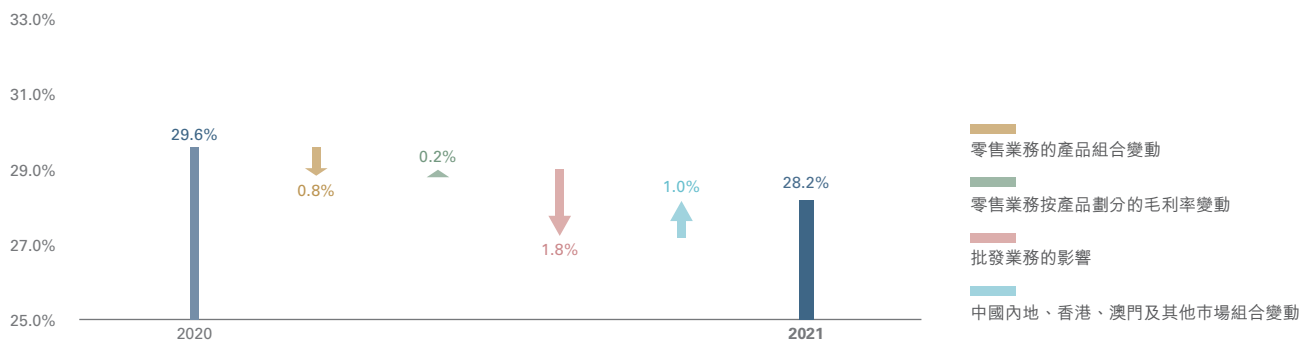
未變現虧損(收益)

截至3月31日止年度	2019	2020	2021
毛利率	27.9%	28.4%	28.6%
黃金借貸未變現虧損(收益)	0.0%	1.2%	(0.4)%
經調整後的毛利率	27.9%	29.6%	28.2%

- 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。黃金好淡倉的長線影響預期將會在出售黃金存貨時互相抵銷，惟對報告期末的持倉狀況而言，或會產生短暫的時間差。於報告期末，未償還的黃金借貸合約會就市場價格進行重估，而除非出現減值跡象，以加權平均成本計量的黃金存貨並不會進行重估。
- 於2021年3月31日，因相關的時間差產生的未變現收益為288百萬港元。

經調整後的毛利率變動

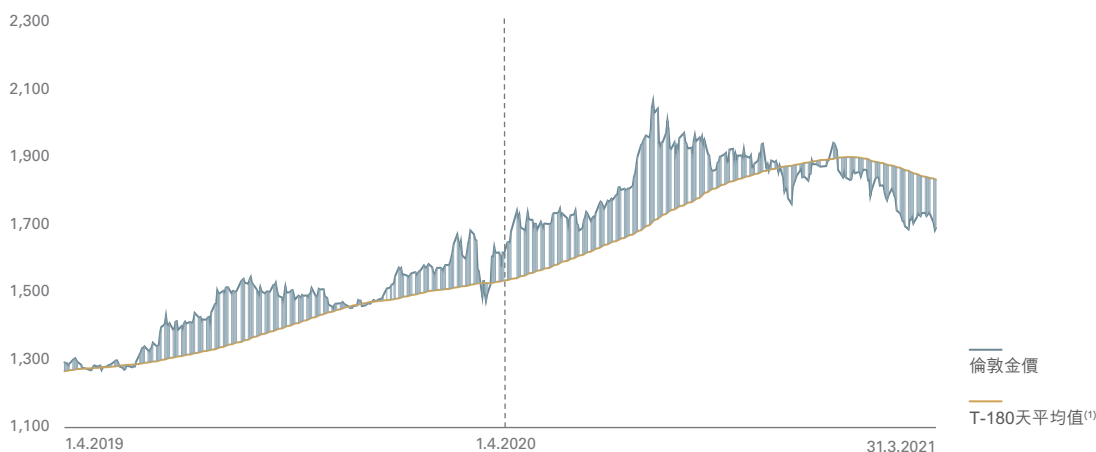
截至3月31日止年度



- 於集團層面，2021財政年度經調整後的毛利率按年下跌140個點子。
- 批發業務與零售業務的黃金首飾及產品以及鐘錶產品的貢獻上升導致毛利率下降，不過，部份影響隨著中國內地錄得可觀增長下出現的較有利市場組合而有所抵銷。

倫敦金價

(美元每盎司)



(1) T-180天平均值指過往連續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。2020財政年度及2021財政年度均使用T-180天平均值

2021財政年度

倫敦金價

收市價同比變化

▲ 5.1%

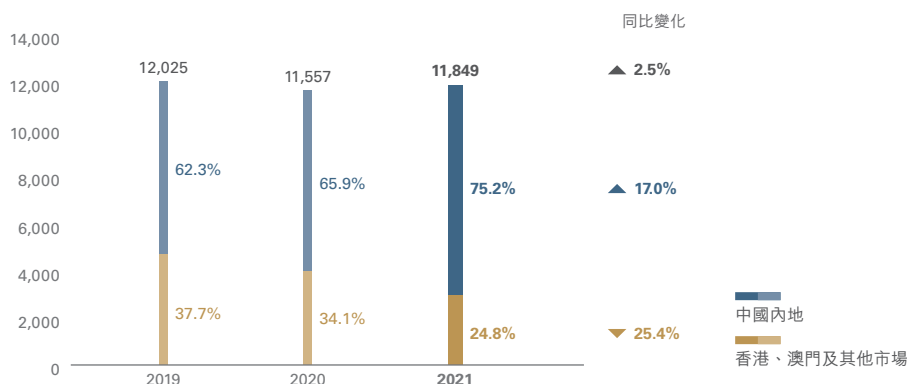
平均價同比變化

▲ 24.6%

銷售及行政開支

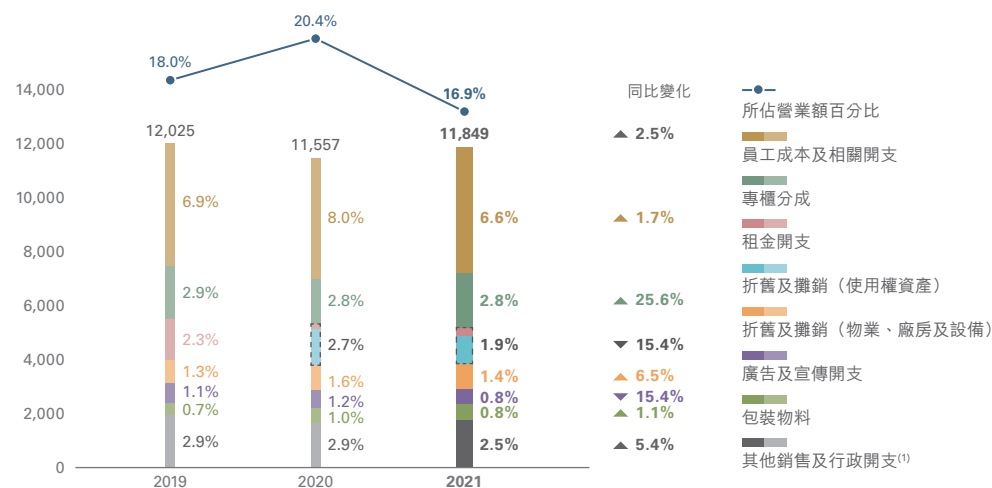
按可呈報分部劃分的銷售及行政開支

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

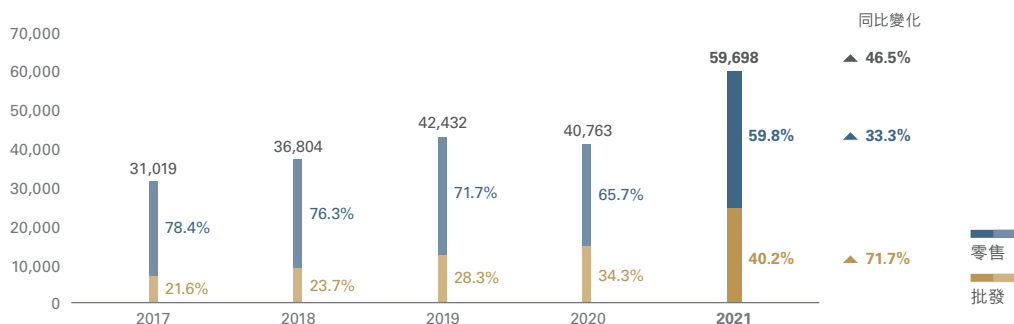
- 銷售及行政開支因管理得宜上升2.5%至11,849百萬港元。
- 銷售及行政開支比率亦由於營運效益及有效的成本控制而下跌350個點子至16.9%。尤其是年內的廣告及宣傳開支減少15.4%，而包裝物料則基本持平。
- 有關銷售及行政開支主要組成項目(包括員工成本及相關開支、專櫃分成及租賃相關開支)的分析載於本公告第25至26頁及35至36頁。

中國內地

營業額

按營運模式劃分的營業額

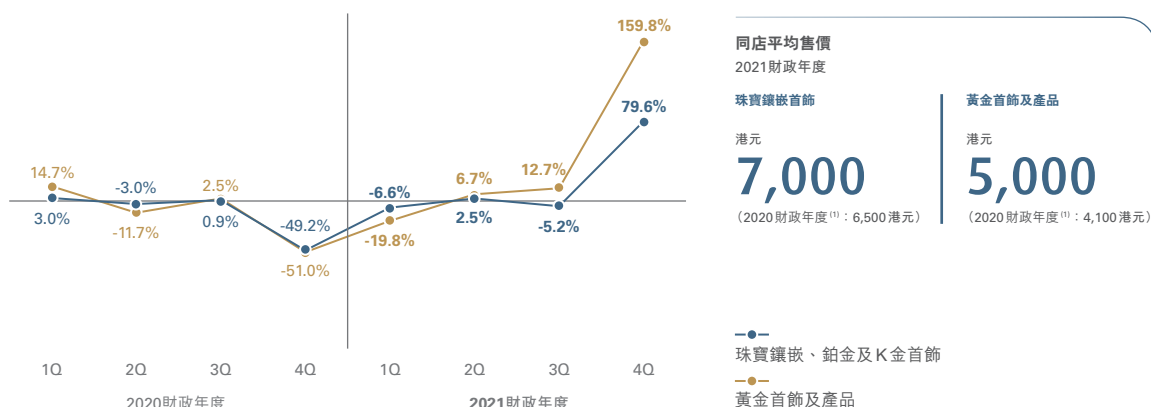
截至3月31日止年度
(百萬港元)



- 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，而批發營業額則主要指向加盟商銷售貨品及向加盟商提供服務的收入。
- 於2021財政年度，中國內地的營業額急升46.5%至59,698百萬港元。按相同匯率計算，於本財政年度營業額增長44.5%。
- 受較次級城市和縣級城鎮的新增零售點所帶動，批發營業額於本財政年度飆升71.7%。於本財政年度批發業務的營業額佔比增加590個點子至40.2%。於2021財政年度上半年和2021財政年度下半年，中國內地的批發營業額佔比分別為36.3%和42.3%。
- 於2021年3月31日，我們設有2,659個周大福珠寶加盟零售點。於大部份周大福珠寶加盟零售點，我們在零售消費者完成銷售交易前保留存貨擁有權，待交易完成後，則會確認批發營業額。此類加盟零售點的營業額佔中國內地批發營業額約64.1%。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



2021 財政年度 同店銷售增長 同店銷量增長

珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	▲ 11.2%	▲ 0.4%
黃金首飾及產品	▲ 35.3%	▲ 11.3%
鐘錶	▲ 76.0%	▲ 21.8%
整體	▲ 31.9%	▲ 8.2%

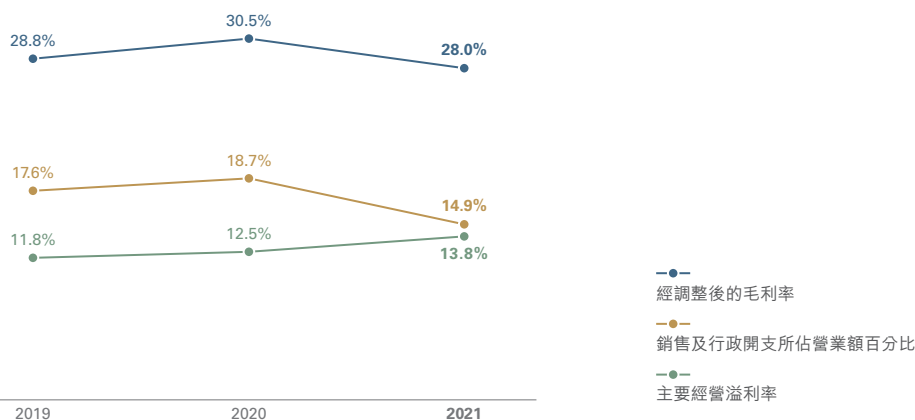
(1) 同店平均售價以2021財政年度的同店作基準

- 於中國內地，所有產品類別的同店平均售價於2021財政年度繼續呈現上升趨勢。
- 2021財政年度上半年黃金首飾及產品的零售需求疲弱。然而，其需求於2021財政年度下半年因金價回軟以及人民幣升值帶來的有利影響而回升，帶動全年同店銷售增長35.3%。黃金首飾及產品平均售價由2020財政年度的4,100港元上漲至2021財政年度的5,000港元，主要受惠於周大福傳承系列持續熱賣。
- 珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的同店銷售於本財政年度上升11.2%。珠寶鑲嵌首飾的平均售價由2020財政年度的6,500港元上升至2021財政年度的7,000港元。
- 在國內殷切需求的支持下，鐘錶表現強勁，2021財政年度同店銷售增長為76.0%。

盈利能力

中國內地

截至3月31日止年度



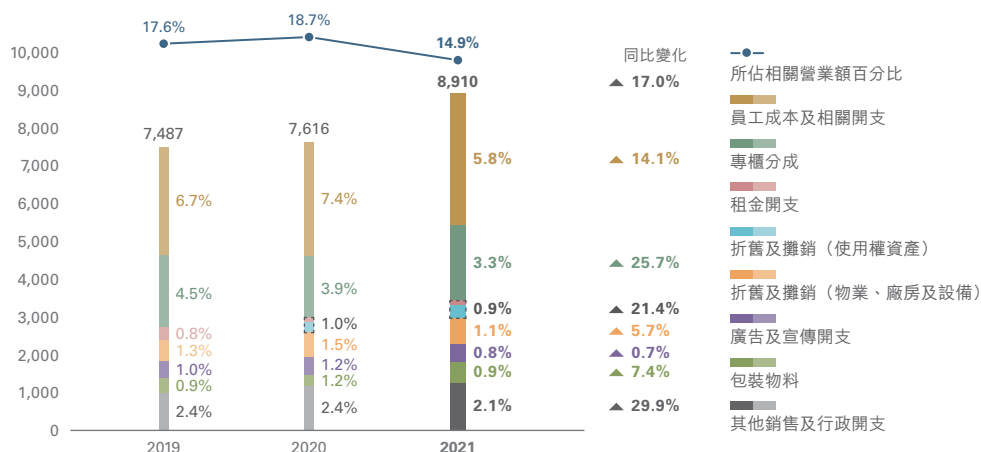
(百萬港元)	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	2021 財政年度 上半年	2021 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
營業額	20,224	20,539	21,216	38,482	▲ 4.9%	▲ 87.4%
經調整後的毛利	6,445	5,988	7,343	9,368	▲ 13.9%	▲ 56.4%
經調整後的毛利率	31.9%	29.2%	34.6%	24.3%	▲ 2.7 個百分點	▼ 4.9 個百分點
其他收入	121	158	197	228	▲ 62.4%	▲ 44.6%
銷售及行政開支	(3,724)	(3,892)	(3,491)	(5,420)	▼ 6.2%	▲ 39.2%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	18.4%	19.0%	16.5%	14.1%	▼ 1.9 個百分點	▼ 4.9 個百分點
主要經營溢利	2,843	2,253	4,050	4,176	▲ 42.5%	▲ 85.3%
主要經營溢利率	14.1%	11.0%	19.1%	10.9%	▲ 5.0 個百分點	▼ 0.1 個百分點

- 隨著產品(特別是黃金首飾及產品)毛利率有所改善，中國內地經調整後的毛利率於2021財政年度上半年上升270個點子至34.6%。但因零售業務中的黃金首飾和產品和鐘錶產品貢獻增加、黃金首飾和產品毛利率下降及批發業務帶來的影響，經調整後的毛利率於2021財政年度下半年下降490個點子至24.3%。
- 然而，主要經營溢利率於2021財政年度下半年維持約11%，與2020財政年度下半年水平相若。
- 整體而言，相比2020財政年度，2021財政年度經調整後的毛利率下降250個點子至28.0%，由於批發業務與零售業務的黃金首飾及產品與鐘錶產品的銷售貢獻有所增長。
- 受惠於我們的成本減省措施、政府在主要開支項目上的紓緩措施及營運效益，2021財政年度銷售及行政開支比率下跌380個點子至14.9%。
- 全年主要經營溢利率按年增長130個點子，在過去三個財政年度持續改善。

銷售及行政開支

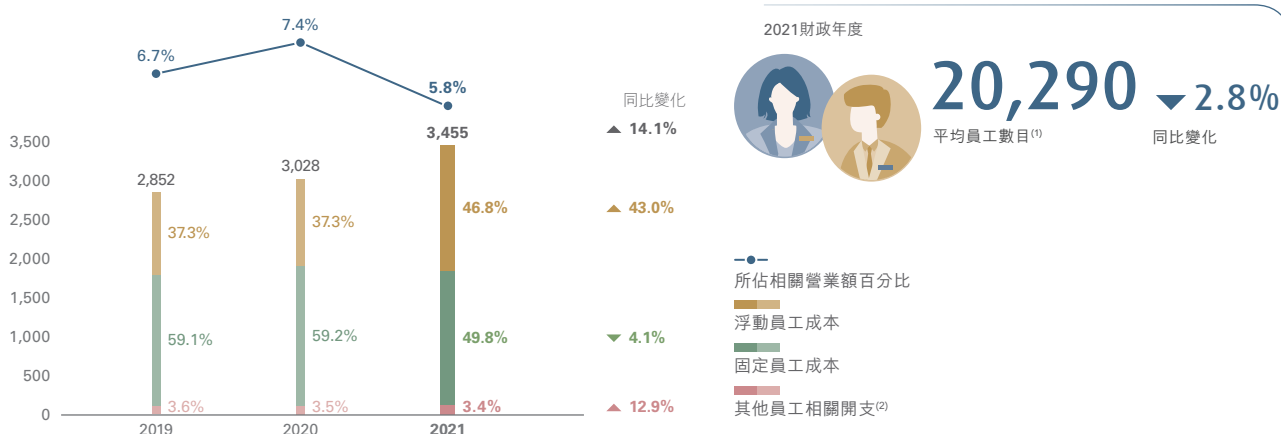
銷售及行政開支佔營業額比率

截至3月31日止年度
(百萬港元)



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

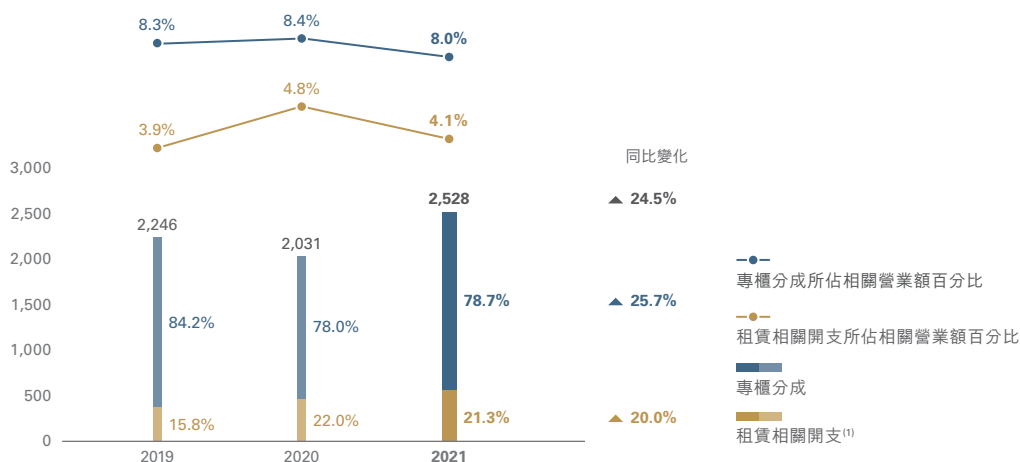
(2) 其他員工相關開支主要包括員工膳食津貼、醫療費和教育經費等

- 2021財政年度的員工成本及相關開支上升14.1%。開支增加主要由於與表現掛鈎的浮動組成部份上升，與業務增長相符。
- 由於政府因應2019冠狀病毒病疫情而提供約4,000萬港元社會保險繳費的紓緩措施，固定員工成本於本財政年度減少4.1%。此外，相比去年同期，政府亦調低了向企業徵收的社會保險繳費的計算基準。

專櫃分成及租賃相關開支⁽¹⁾

截至3月31日止年度

(百萬港元)



- 專櫃分成隨零售營業額增加而上調25.7%。專櫃分成比率下降至8.0%，主要由於銷售組合轉向專櫃分成比率一般較低的黃金首飾及產品。
- 營運效益使租賃相關開支比率亦降至4.1%。

(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，以進行租賃相關開支之分析

零售點網絡

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾－中國內地

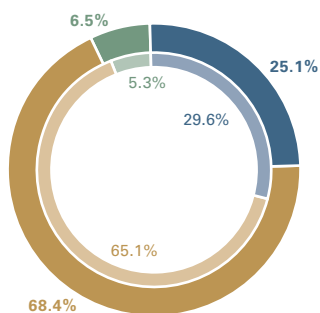
於	31.3.2019 總計	31.3.2020 總計	2021 財政年度			31.3.2021 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶 ⁽²⁾	2,807	3,429	833	(164)	669	4,098
周大福鐘錶	113	116	22	(10)	12	128
HEARTS ON FIRE	3	1	–	–	–	1
ENZO	–	59	25	(9)	16	75
SOINLOVE	27	43	31	(8)	23	66
MONOLOGUE	38	51	34	(8)	26	77

(1) 不包括店中店及店內專櫃

(2) 不包括周大福鐘錶零售點

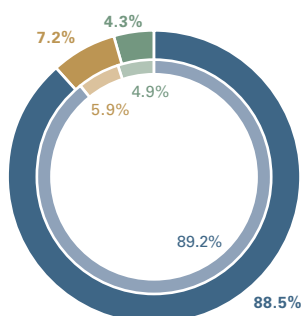
零售值分析

按產品劃分的零售值



2020 財政年度	2021 財政年度		零售值 同比變化
		珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	▲ 27.4%
		黃金首飾及產品	▲ 57.7%
		鐘錶	▲ 84.0%
整體			▲ 50.1%

按銷售渠道劃分的零售值



2020 財政年度	2021 財政年度		零售值 同比變化
		周大福珠寶	▲ 49.0%
		其他店舖品牌 ⁽¹⁾	▲ 83.4%
		電子商務 ⁽²⁾	▲ 30.9%
整體			▲ 50.1%

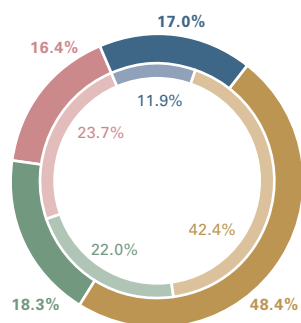
(1) 包括周大福鐘錶、HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE及MONOLOGUE

(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⁾

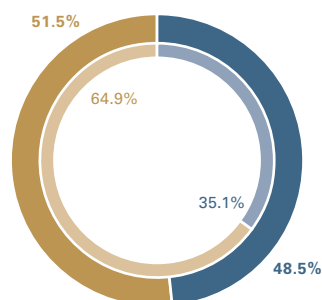


零售點佔比	零售值佔比	2021財政年度	
		零售值同比變化	零售點淨變動
■	■ 一線城市	▲ 45.4%	▲ 77
■	■ 二線城市	▲ 47.3%	▲ 268
■	■ 三線城市	▲ 52.7%	▲ 156
■	■ 四線城市及其他	▲ 54.1%	▲ 168

(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

- 於2021財政年度，我們繼續落實執行拓展策略，於中國內地淨開設669個周大福珠寶零售點。開店約半數位於三、四線及其他城市。
- 於本財政年度內，三、四線及其他城市的零售值增長較一線及二線城市強勁，主要受新增零售點所帶動。

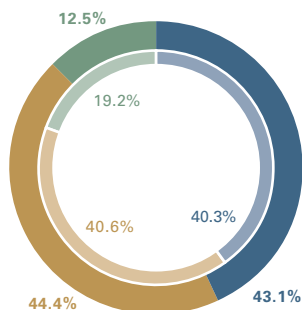
按營運模式劃分的零售值及零售點



零售點佔比	零售值佔比	2021財政年度	
		零售值同比變化	零售點淨變動
■	■ 直營	▲ 26.6%	▼ 54
■	■ 加盟	▲ 78.8%	▲ 723

- 按營運模式劃分，2021財政年度所有淨開店為加盟店。於2021年3月31日，中國內地約有65%的零售點以加盟模式經營。
- 於2021財政年度，加盟零售點的零售值增長優於直營零售點，並佔中國內地51.5%的零售值，主要受過去兩年新增零售點的支持。於2021財政年度，按同店計算的加盟零售點的銷售增長為32.8%。
- 加盟零售點的單店銷售額於本財政年度內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

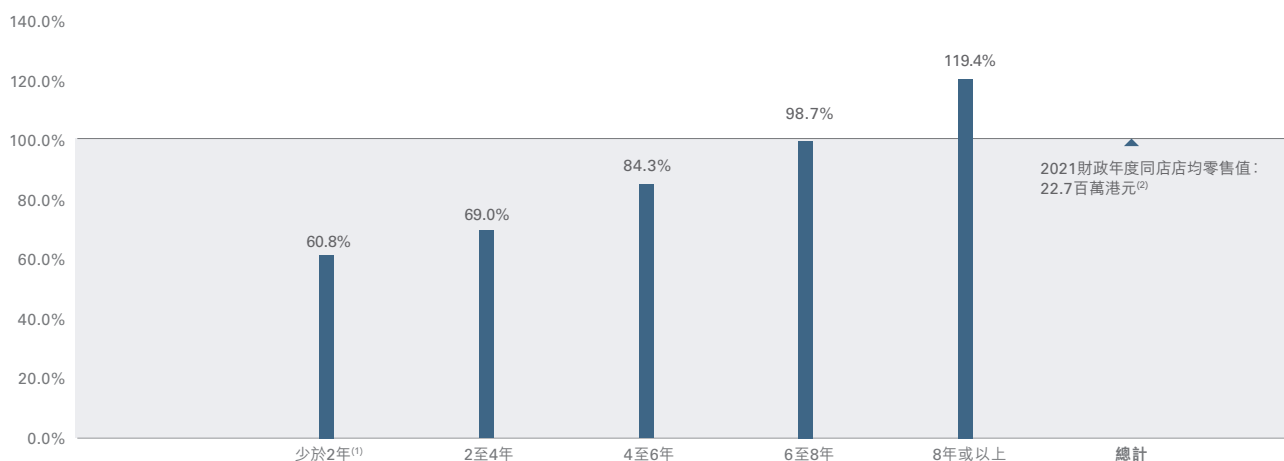


零售點佔比	零售值佔比		2021財政年度	
			零售值同比變化	零售點淨變動
■	■	購物中心	▲62.8%	▲301
■	■	百貨公司	▲31.0%	▲121
■	■	其他	▲84.9%	▲247

- 於2021財政年度，街舖和購物中心的零售值增長繼續優於百貨公司的零售點。

周大福珠寶直營零售點

按店齡劃分的每店零售值

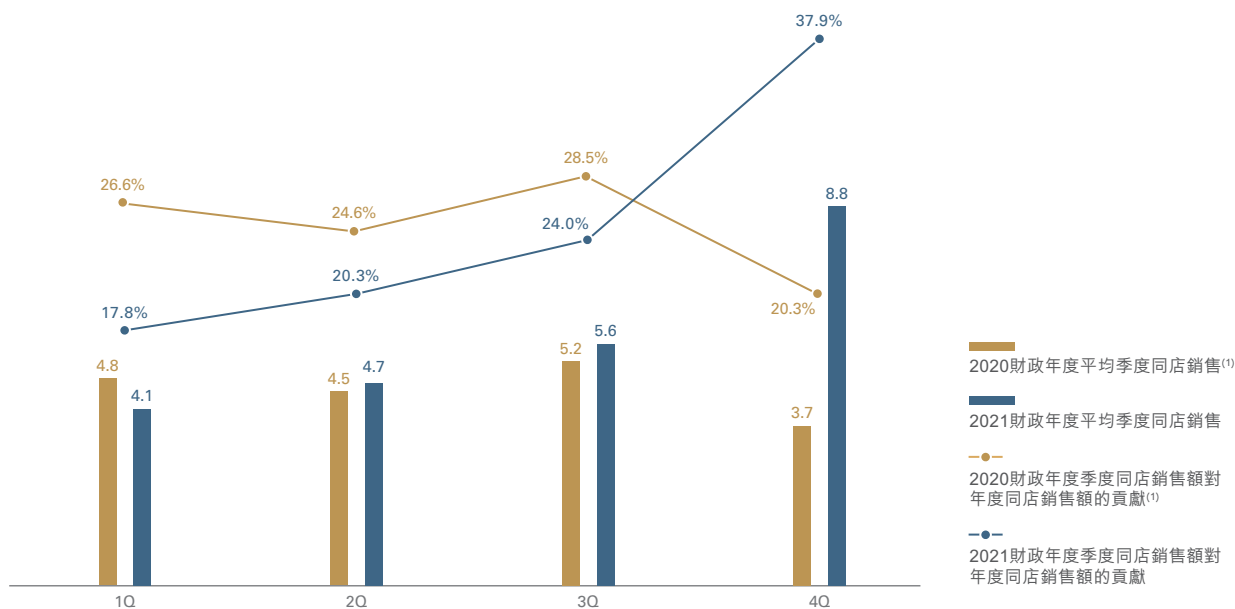


開店日期	4/2019–3/2021	4/2017–3/2019	4/2015–3/2017	4/2013–3/2015	3/2013或以前	總計
零售點	115	292	205	177	650	1,439
零售點佔比	8.0%	20.3%	14.2%	12.3%	45.2%	100.0%

每店年度零售值與同店均零售值之比例

- (1) 店齡不足1年的零售點之零售值按年化基準調整
(2) 包括增值稅

平均季度銷售額 (百萬港元)

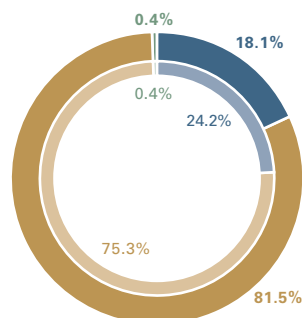


(1) 同店銷售以2021財政年度的同店作基準

- 由於2021財政年度上半年的業務正從2019冠狀病毒病疫情中復甦，2021財政年度下半年的平均同店銷售額貢獻達到全年同店銷售額的約62%，略高於我們正常業務下的季節性水平。
- 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，該季度通常於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20.3%，形成反常的季節性模式。

電子商務⁽¹⁾與O2O相關業務⁽²⁾

按產品劃分的零售值



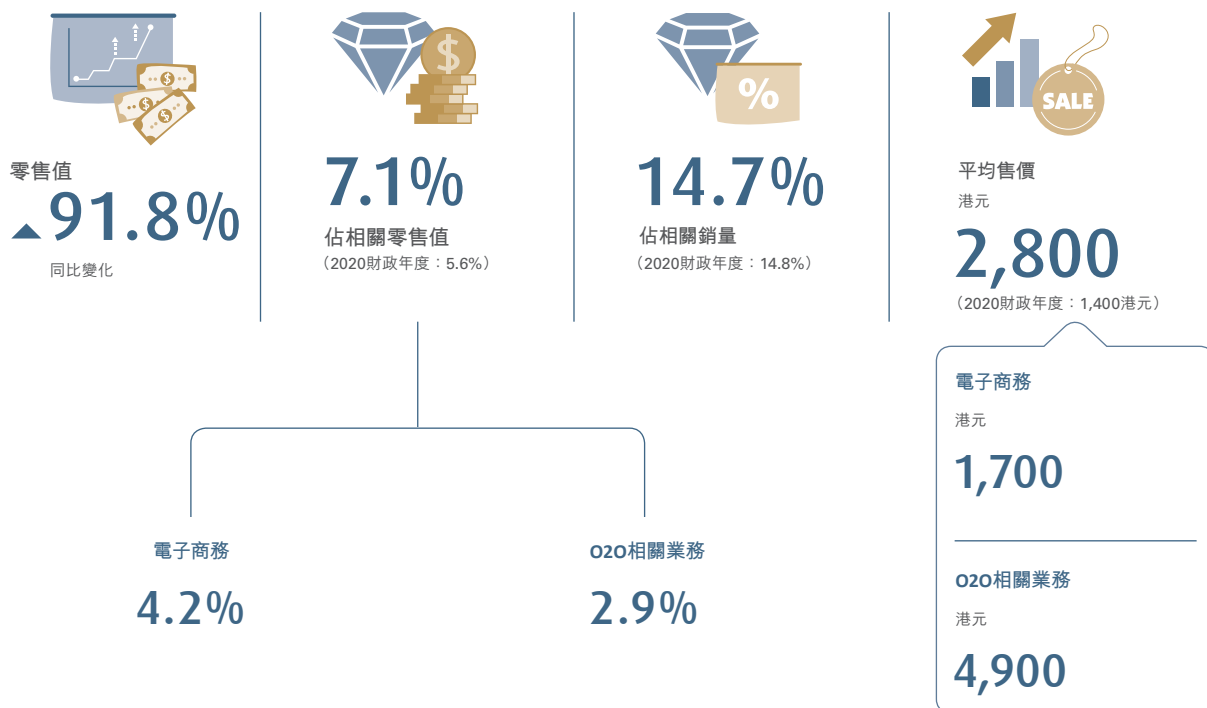
2020 財政年度	2021 財政年度	零售值 同比變化
■	■	珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾 ▲ 43.0%
■	■	黃金首飾及產品 ▲ 107.4%
■	■	鐘錶 ▲ 95.0%
整體		▲ 91.8%

(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



- 電子商務與O2O相關業務的零售值於2021財政年度飆升91.8%，主要歸功於我們在O2O平台的銷售。
- 受惠於我們的私域零售科技應用，電子商務與O2O相關業務於本財政年度內對中國內地的零售值貢獻為7.1%。由於該等應用使我們與客戶建立更緊密的聯繫和增強信任，因此其平均售價是電子商務平台的三倍。
- 按銷量而言，電子商務與O2O相關業務於中國內地業務的佔比與上一財政年度相若。

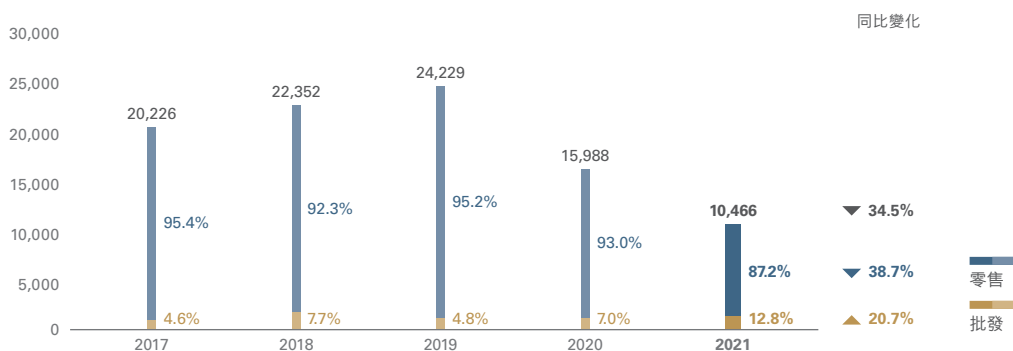
香港、澳門及其他市場

營業額

按營運模式劃分的營業額

截至3月31日止年度

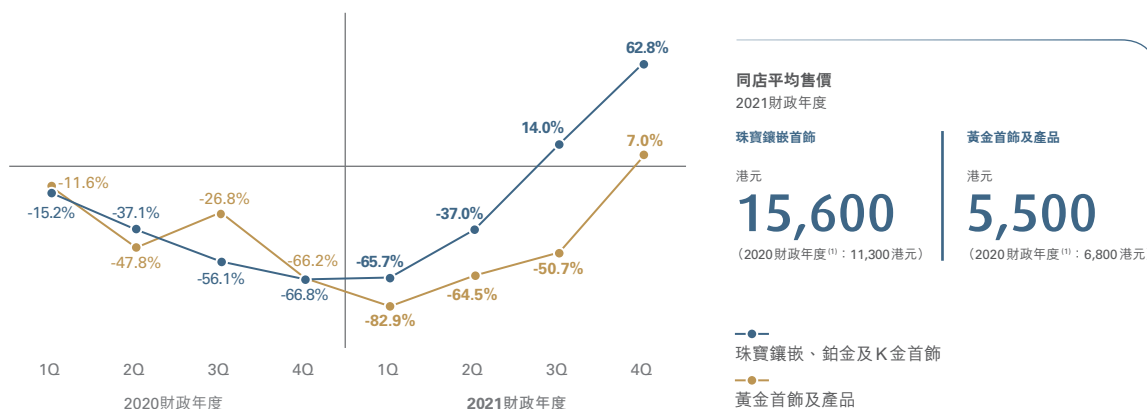
(百萬港元)



- 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、向零售商銷售貨品及來自珠寶貿易的銷售額。
- 由於客流量仍然偏低，2021財政年度的零售營業額下降38.7%。

同店銷售增長

主要產品同店銷售增長



2021 財政年度 同店銷售增長 同店銷量增長

珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	▼ 19.3%	▼ 38.7%
黃金首飾及產品	▼ 55.7%	▼ 45.0%
鐘錶	▼ 7.6%	▼ 20.0%
整體	▼ 41.3%	▼ 42.9%

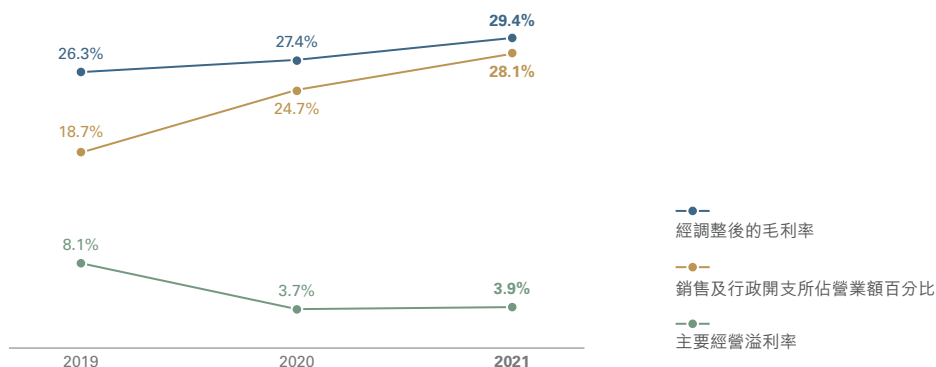
(1) 同店平均售價以2021財政年度的同店作基準

- 於2021財政年度，黃金首飾及產品的同店銷售下跌約56%。該產品類別的平均售價由2020財政年度的6,800港元減至5,500港元，此乃由於定價黃金產品的銷售組合增加所致。
- 儘管營商環境充滿挑戰，但我們藉著促銷活動，令珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的同店銷售增長自2021財政年度第三季度起回復至正數水平。這些活動同時成功促成不少大額銷售，使本財政年度內珠寶鑲嵌首飾的平均售價增加38.7%。

盈利能力

香港、澳門及其他市場

截至3月31日止年度



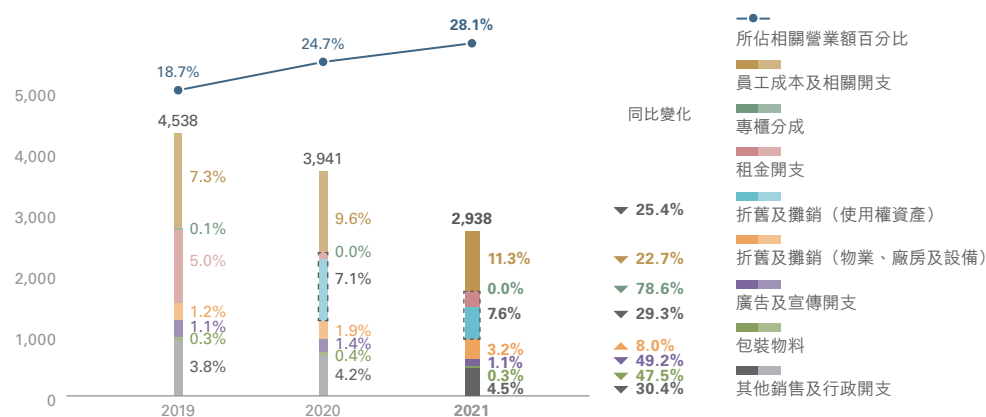
(百萬港元)	2020 財政年度 上半年	2020 財政年度 下半年	2021 財政年度 上半年	2021 財政年度 下半年	財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
營業額	9,309	6,679	3,457	7,009	▼ 62.9%	▲ 4.9%
經調整後的毛利	2,619	1,756	1,316	1,760	▼ 49.7%	▲ 0.2%
經調整後的毛利率	28.1%	26.3%	38.1%	25.1%	▲ 10.0 個百分點	▼ 1.2 個百分點
其他收入	92	66	149	117	▲ 63.0%	▲ 78.0%
銷售及行政開支	(2,026)	(1,915)	(1,437)	(1,501)	▼ 29.1%	▼ 21.6%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	21.8%	28.7%	41.6%	21.4%	▲ 19.8 個百分點	▼ 7.3 個百分點
主要經營溢利	685	(94)	28	376	▼ 95.9%	不適用
主要經營溢利率	7.4%	(1.4)%	0.8%	5.4%	▼ 6.6 個百分點	不適用

- 2021財政年度上半年，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%。2021財政年度下半年經調整後的毛利率由26.3%降至25.1%，由於批發業務帶來影響，但部份影響因零售業務的產品毛利率有所改善以及其較有利的產品組合而抵銷。
- 因此，2021財政年度經調整後的毛利率增長200個點子至29.4%。
- 於本財政年度內，尤其於2021財政年度上半年因經營負槓桿效應，令銷售及行政開支比率上升340個點子至28.1%，但有效的成本控制使銷售及行政開支比率於2021財政年度下半年回落至21.4%。
- 主要經營溢利於2021財政年度大幅下跌31.7%。然而，2021財政年度下半年錄得主要經營溢利376百萬港元，反映自2020財政年度下半年及2021財政年度上半年連續錄得改善。受惠於我們在其他收入中記賬的政府補貼，其相應溢利率於本財政年度微升20個點子至3.9%。

銷售及行政開支

銷售及行政開支佔營業額比率

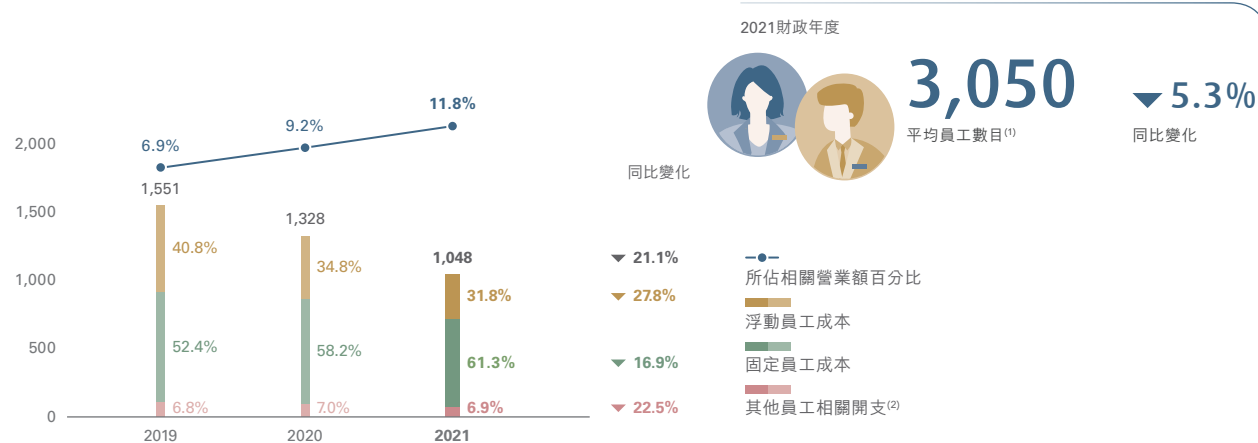
截至3月31日止年度
(百萬港元)



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

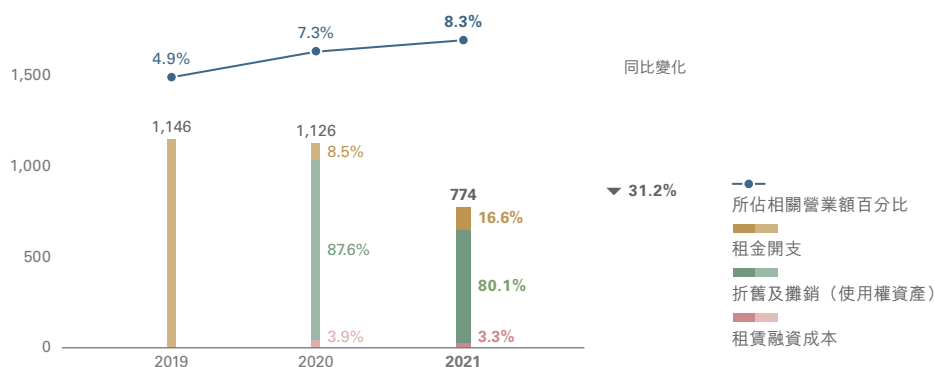
(2) 其他員工相關開支主要包括員工膳食津貼、醫療費和教育經費等

- 員工成本及相關開支減少21.1%。浮動員工成本於2021財政年度按年減少27.8%，與營業額減幅大致相符。
- 由於員工流失以及若干津貼減少，固定員工成本亦因而減少16.9%。
- 於2021財政年度，我們獲「保就業」計劃發放160百萬港元，金額已確認為其他收入。

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份租金開支，我們就此將三個項目合併，以進行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31.2%。然而，其相應開支佔比因經營負槓桿效應於2021財政年度上升100個點子至8.3%。2021財政年度續租金額較上一個租約之平均跌幅約為40%。
- 於2021財政年度，2019冠狀病毒病相關的租金優惠為128百萬港元，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

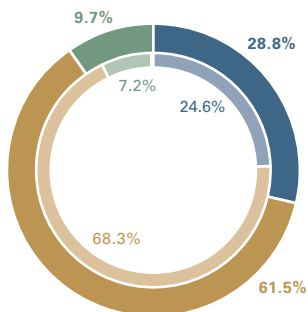
於	31.3.2019 總計	31.3.2020 總計	2021財政年度			31.3.2021 總計
			增加	減少	淨增減	
周大福珠寶	131	138	8	(12)	(4)	134
中國香港	81	83	3	(7)	(4)	79
中國澳門	19	18	1	(1)	–	18
其他市場	31	37	4	(4)	–	37
HEARTS ON FIRE	15	10	1	(3)	(2)	8
SOINLOVE	–	1	–	–	–	1
MONOLOGUE	–	2	1	–	1	3

(1) 不包括店中店及店內專櫃

零售值分析

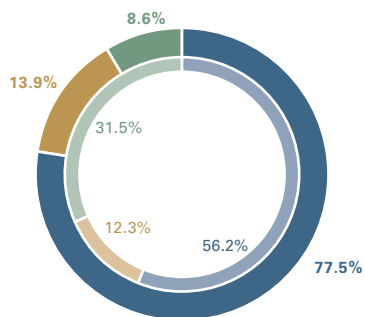
香港、澳門及其他市場

按產品劃分的零售值



2020 財政年度	2021 財政年度	零售值 同比變化
■	■	珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾
■	■	黃金首飾及產品
■	■	鐘錶
		整體
		▼ 21.0%
		▼ 39.3%
		▼ 8.6%
		▼ 32.6%

按地區劃分的零售值及零售點

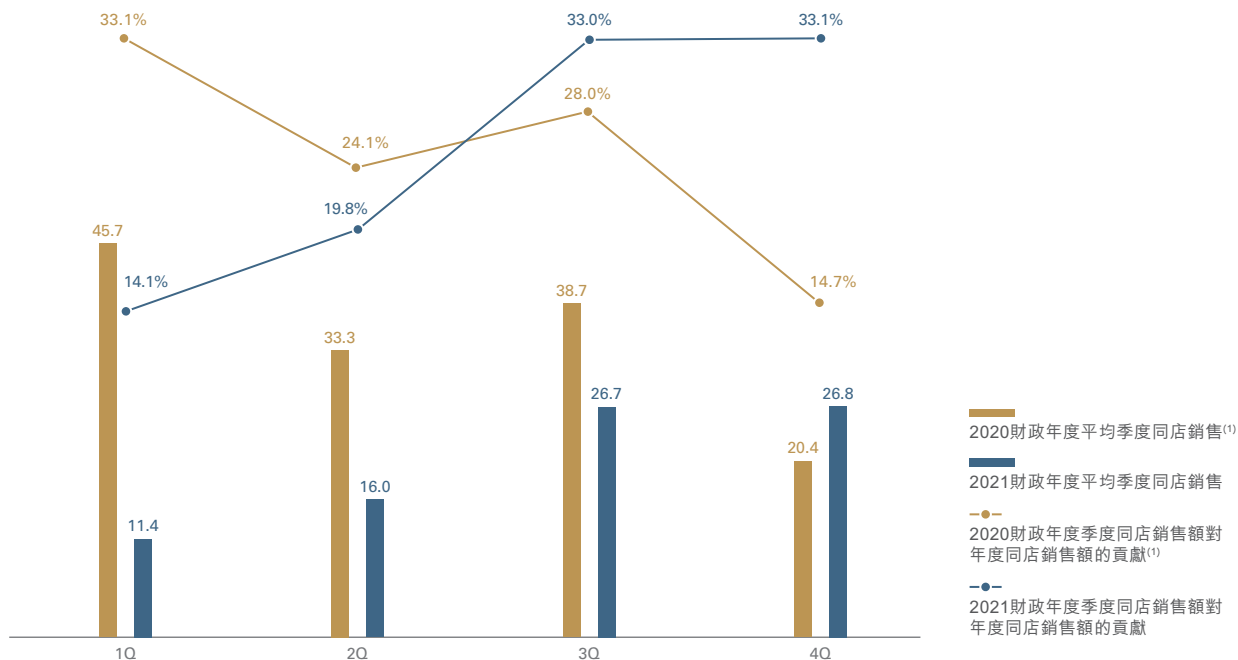


零售點 佔比	零售值 佔比	2021 財政年度		
		零售值 同比變化	零售點 淨變動	
■	■	香港	▼ 30.9%	▼ 5
■	■	澳門	▼ 47.7%	—
■	■	其他市場	▼ 9.6%	—

- 於2021財政年度，疫情使國際旅遊及遊客相關消費受壓，因此香港、澳門及其他市場的零售值下滑32.6%。
- 港澳零售點的客流量於本財政年度內按年下跌40.3%。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2020財政年度的36.9%下降至2021財政年度的18.2%。
- 在香港，我們於2021財政年度整合零售網絡，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，我們在中國內地的海南開設5個免稅零售點，並在其他地點淨關閉5個零售點。海南免稅零售點的表現強勁，使其他市場的零售值跌幅較香港和澳門輕微。

香港及澳門

平均季度銷售額 (百萬港元)



(1) 同店銷售以2021財政年度的同店作基準

- 第三季度適逢聖誕節，屬業內旺季，其對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。
- 然而，2021財政年度和2020財政年度的銷售情況偏離了我們正常業務的季節性模式。疫情持續嚴重影響我們於2021財政年度上半年的業務，而我們努力促銷有助提高2021財政年度下半年的銷售額，令2021財政年度下半年的同店銷售貢獻提升至全年同店銷售的66.1%。
- 香港自2020財政年度第二季度的狀況和2020財政年度第四季度的疫情對我們的業務表現構成嚴重影響，令2020財政年度季度同店銷售貢獻比重偏向於第一季度。

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	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	同比變化
其他收入	396	437	692	▲ 58.4%
其他收益及虧損	(276)	(147)	431	不適用
其他開支	(57)	(146)	(664)	▲ 353.9%

- 其他收入主要指來自中國內地及香港獲得的政府補貼、回扣收入、來自加盟商的其他收入及其他利息收入。於2021財政年度，約34%的其他收入屬一次性。
- 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336百萬港元(2020財政年度：虧損234百萬港元)、2019冠狀病毒病相關的租金優惠128百萬港元(2020財政年度：16百萬港元)及處置使用權資產的收益2百萬港元(2020財政年度：79百萬港元)。
- 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)382百萬港元(2020財政年度：63百萬港元)，以及數年前收購Hearts On Fire Company, LLC產生之商譽減值232百萬港元(2020財政年度：26百萬港元)及其他無形資產攤銷約40百萬港元(2020財政年度：36百萬港元)。我們決定重新定位HEARTS ON FIRE，以保持該品牌的特性和傳統，同時更滿足我們滲透高端市場的需要。

利息收入、融資成本及稅項

截至3月31日止年度	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元	同比變化
銀行利息收入	83	78	82	▲ 4.5%
銀行貸款融資成本	(209)	(284)	(132)	▼ 53.7%
黃金借貸融資成本	(161)	(207)	(197)	▼ 4.6%
租賃負債融資成本	—	(69)	(48)	▼ 30.8%
稅項	(1,668)	(1,221)	(2,219)	▲ 81.6%

- 於2021財政年度，主要由於相對較低的平均銀行貸款利率及銀行貸款結餘，故銀行貸款融資成本減少53.7%。
- 由於相對較低稅率的香港、澳門及其他市場於2021財政年度的盈利能力改善，故此2021財政年度的實際稅率由2020財政年度的29.0%減至26.4%。

股本回報率

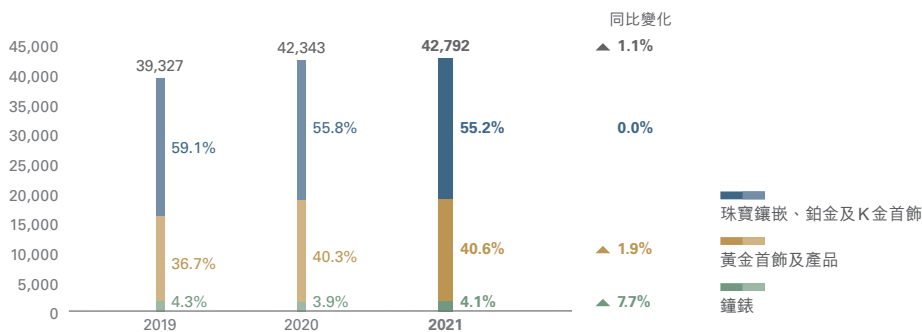
- 我們使用股本回報率計量自每股股東權益獲取溢利的效率。
- 淨溢利率升至8.8%。股本回報率上升850個點子至19.6%，而權益倍數則減少。



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)

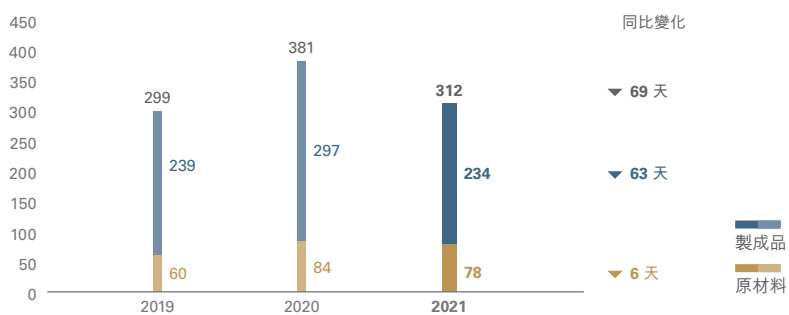


(1) 不包括包裝物料

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2021年3月31日，存貨結餘(不包括包裝物料)上升1.1%至42,792百萬港元。
- 存貨周轉期較2020財政年度縮短69天。
- 於2021年3月31日，加盟零售點持有我們總存貨結餘約7,280百萬港元或16.9%(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財政年度的存貨周轉期會下跌至259天(2020財政年度：322天)。

資本架構

於	31.3.2020 百萬港元	佔權益總額 百分比	31.3.2021 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%	9,065	28.7%	(973)	不適用	不適用
存貨	42,538	157.6%	43,011	136.3%	473	不適用	不適用
現金及現金 等價物 ⁽²⁾	7,219	26.7%	6,032	19.1%	(1,187)	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%	12,143	38.5%	(10,568)		
銀行貸款	11,431	42.3%	6,418	20.3%	(5,013)	港元	浮動利率
黃金借貸	11,280	41.8%	5,725	18.2%	(5,555)	人民幣及 美元	固定利率
債項淨額 ⁽⁴⁾	15,492	57.4%	6,111	19.4%	(9,381)	不適用	不適用
營運資金 ⁽⁵⁾	19,579	72.5%	26,101	82.7%	6,522	不適用	不適用
權益總額	26,991	100.0%	31,568	100.0%	4,577	不適用	不適用

(1) 有關計值貨幣及利率結構的資料為2021年3月31日的情況

(2) 包括銀行結餘及現金

(3) 於2021年3月31日，4,619百萬港元的銀行貸款及所有黃金借貸將於12個月內到期，而1,799百萬港元的銀行貸款將於超過1年但不多於2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

- 由於我們有部份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重新換算。現貨匯率與收市匯率的換算差異於損益賬中確認，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：



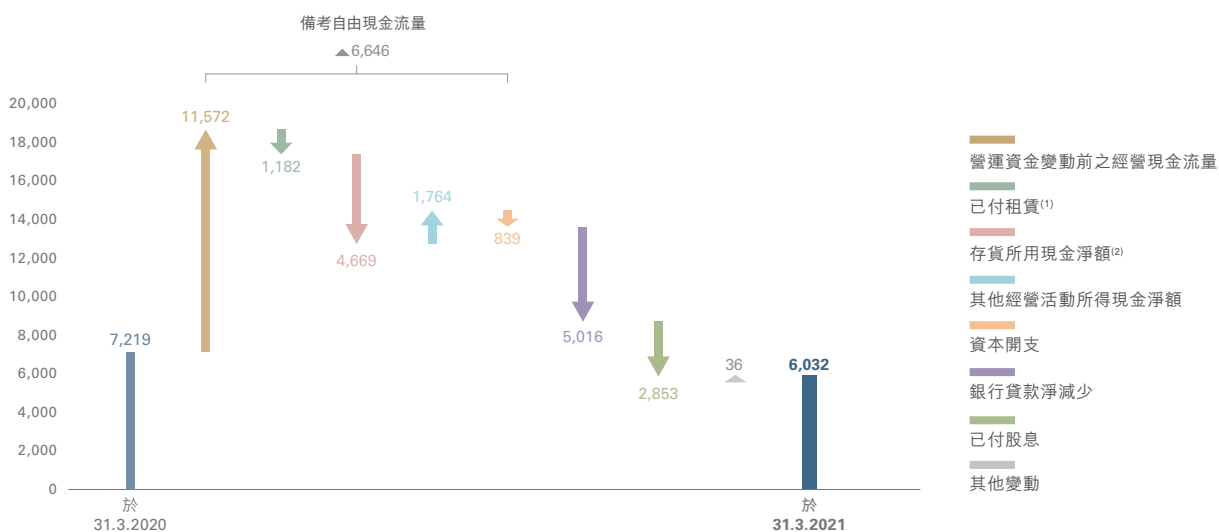
截至3月31日止年度	2020		2021	
	所呈報	按相同匯率計算	所呈報	按相同匯率計算
營業額同比變化	▼ 14.9%	▼ 12.4%	▲ 23.6%	▲ 22.2%
主要經營溢利同比變化	▼ 18.4%	▼ 15.5%	▲ 51.7%	▲ 49.8%
存貨結餘變化	▲ 7.7%	▲ 11.4%	▲ 1.1%	▼ 3.6%
現金及現金等價物變化	▼ 5.5%	▼ 3.4%	▼ 16.4%	▼ 20.1%

現金流量及其他

現金流量

截至3月31日止年度	2019 百萬港元	2020 百萬港元	2021 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量	7,774	9,912	11,572
已付租賃 ⁽¹⁾	–	(1,263)	(1,182)
存貨所用現金淨額 ⁽²⁾	(2,911)	(3,427)	(4,669)
其他經營活動所得現金淨額	629	959	1,764
資本開支	(1,392)	(973)	(839)
備考自由現金流量	4,100	5,208	6,646
銀行貸款淨變動	2,133	1,362	(5,016)
已付股息	(6,081)	(6,243)	(2,853)
其他變動	(455)	(749)	36
現金及現金等價物減少淨額	(303)	(422)	(1,187)

2021財政年度主要現金流量項目
(百萬港元)



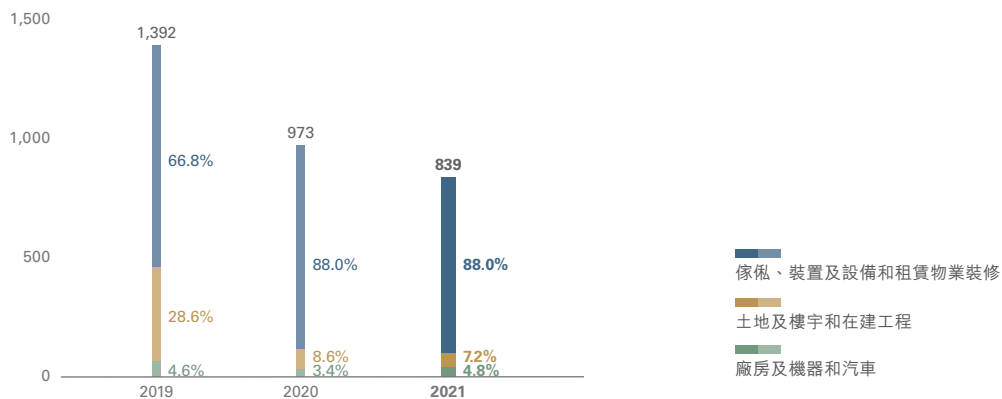
- (1) 採納國際財務報告準則第16號後，已付租賃計入融資活動
(2) 存貨所用現金淨額包括存貨淨變動及償還黃金借貸

資本開支

- 本集團於2021財政年度的資本開支為839百萬港元(2020財政年度：973百萬港元)。

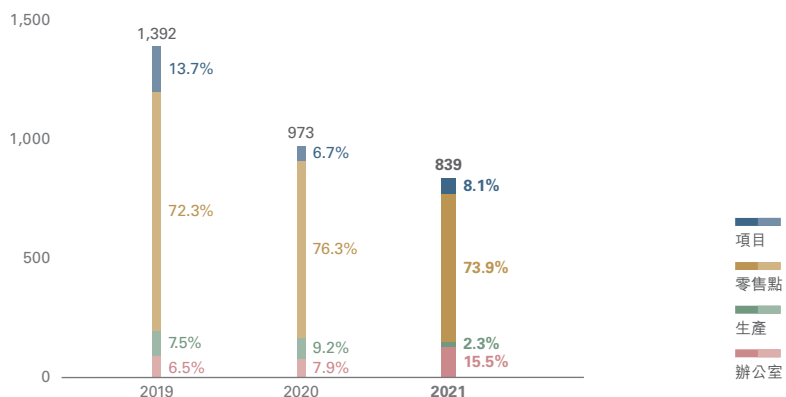
按性質劃分的資本開支

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

2021財政年度充斥著前所未有的挑戰，同時亦帶來無比的機遇。2019冠狀病毒病疫情，不但加快了全球在各生活層面的數碼化步伐，亦徹底改變了消費者的購物習慣。我們相信，實體店與線上平台應並存互容，為顧客提供更全面、多元化的體驗，創造更大的協同效益。

從強調以科技創新提升零售體驗的「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。雙動力策略將引導我們持續擴展實體店的版圖，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。

市場回顧

中國內地

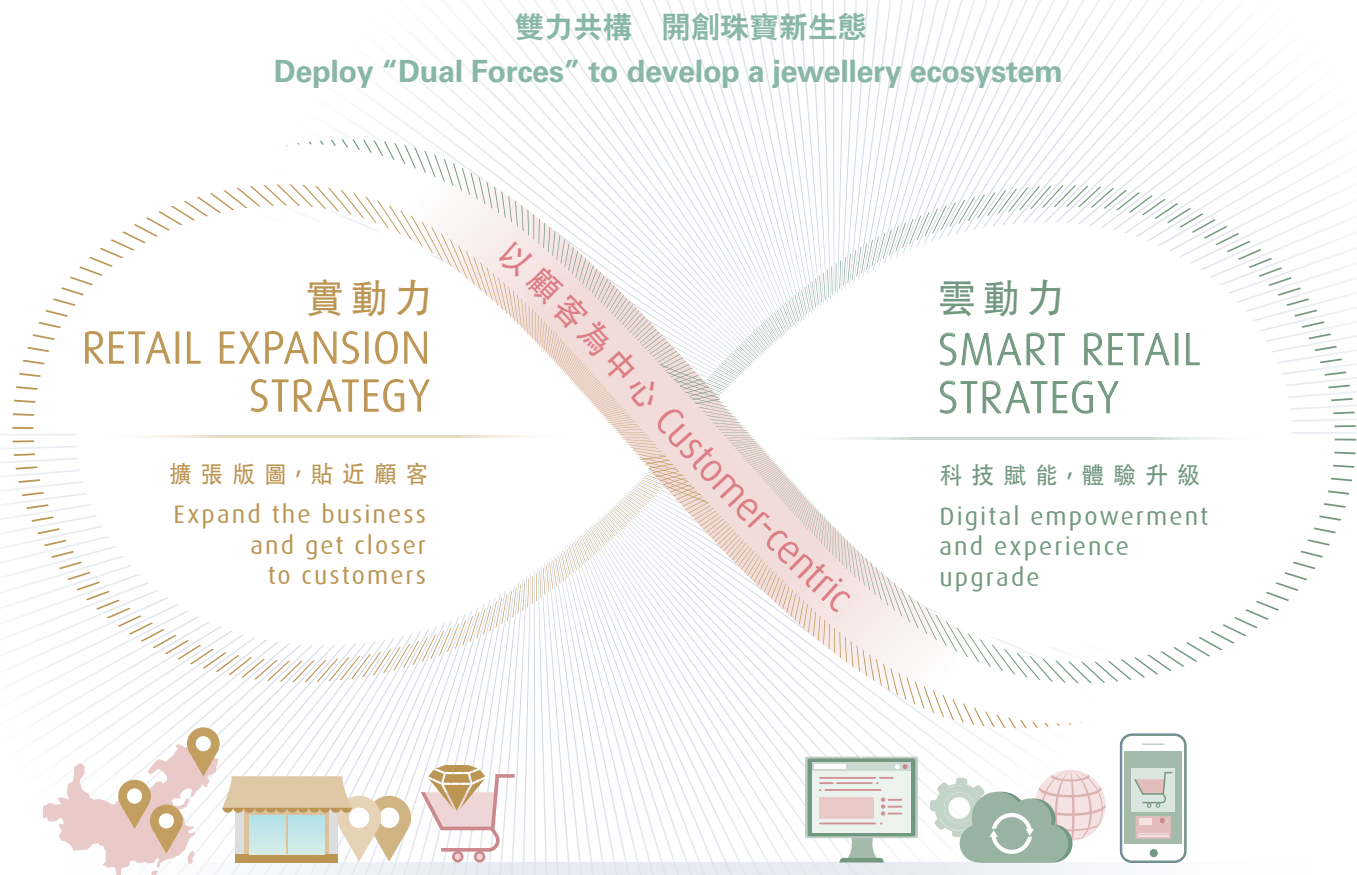
- 中國採取了有效的公共衛生措施，成為最早走出2019冠狀病毒病負面影響的國家之一。
- 根據中國國家統計局的統計數據，2020年的社會消費品零售總額比去年同期下降3.9%，而黃金、銀和珠寶零售額亦下降4.7%。然而，自2020年8月以來，這些類別的零售額均有改善。於2021年首三個月，由於2020年的比較基數低，這兩個零售額均錄得強勁增長。與2019年同期相比，亦錄得增長。
- 在「雙循環」策略及「十四五」規劃指導方針的背景下，尤其是在五年規劃中提出「全面促進消費」的指引下，我們預計中國內地的消費市場將在未來數年迅速增長。
- 我們預計政府政策及基礎建設改善，將有利較次級城市和農村地區的發展，帶來龐大的消費潛力。
- 消費升級乃增長的主要推動力，而直播和線上社交網絡等不同的消費模式預期將快速增長。在中國新免稅零售策略的推動下，免稅購物亦將在未來數年蓬勃發展。
- 基於城鎮化、中上階層的增長及政府政策支持等利好因素，我們預計將帶動零售和珠寶市場在未來數年持續增長。

香港、澳門及其他市場

- 於2021財政年度，香港及澳門的零售環境受主要過境口岸關閉所影響。行業數據顯示，2020年4月至2021年3月香港珠寶首飾零售額比去年同期下降38.4%。
- 自2021財政年度第二季開始我們的業務表現已錄得改善，我們相信本地市場已經觸底。待主要過境口岸重開，旅客人次及零售市場可望逐步復甦。

- 由於國際旅遊停擺，各亞太國家的旅遊零售業務於年內大受影響。然而，隨著中國與亞太國家在2020年簽署《區域全面經濟夥伴關係協定》，以及香港與東盟簽署的《自由貿易協定》和《投資協定》在2021年2月全面生效，我們相信這些地區將有更大發展潛力。我們將繼續密切留意其發展，及時採取行動。

雙動力策略



我們將更專注於中國內地市場。集團一方面推行實動力，即零售擴張策略，持續加強品牌及產品系列，拓展中國內地業務版圖，使我們能更貼近顧客。另一方面以雲動力，即智慧零售策略，促進科技賦能，進一步精簡定制流程，以迎合顧客的需求。我們透過打造零售科技應用及智慧製造，為顧客提供快速、貼心的購物新體驗。我們希望雙動力策略，不單為顧客締造更全面、多元化及無縫的購物旅程，更能令顧客通過珠寶獲得更幸福的生活體驗。

零售點網絡

中國內地

4,445
零售點



旗艦品牌

周大福珠寶

周大福鐘錶

4,098 零售點

128 零售點

個性品牌

HEARTS ON FIRE

1 零售點

239 店中店/店內專櫃

ENZO

SOINLOVE

MONOLOGUE

75 零售點

66 零售點

77 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

24 店中店/店內專櫃

SOINLOVE

MONOLOGUE

1 零售點

2 零售點

其他市場

46
零售點



旗艦品牌

周大福珠寶

37 零售點

個性品牌

HEARTS ON FIRE

MONOLOGUE

8 零售點

1 零售點

中國內地

實動力 — 零售擴張策略

品牌及產品

- 面對中國內地珠寶市場近年不斷調整，我們將繼續執行差異化策略，在不同顧客群的市場穩步發展。
- 我們在旗艦品牌下提供各種具針對性的零售店舖體驗，例如周大福薈館、周大福鐘錶和體驗店，以配合不同的購物環境和消費者的需求，而HEARTS ON FIRE、ENZO、MONOLOGUE與SOINLOVE等個性品牌則為擁有不同生活態度和個性的消費者而設。
- 周大福薈館，作為我們提升零售店舖體驗的措施之一，除了自家設計的標誌性系列，繼續為品味不凡的顧客呈獻精選國際設計師及珠寶品牌的更多產品。於2021財政年度，周大福薈館佔中國內地周大福珠寶⁽¹⁾零售值的6.0%，其珠寶鑲嵌首飾的平均售價約為10,000港元。這較中國內地珠寶鑲嵌首飾的整體同店平均售價高大約40%。
- 我們不但要提升產品質素、工藝和創意，亦銳意加推有故事題材的產品系列。
- 於2021財政年度，周大福傳承系列佔我們黃金首飾及產品零售值的39.5%。
- 守護一生系列助我們在鑽石訂婚戒指市場上增加市場份額，其於2021財政年度佔我們鑽石產品零售值的8.7%。
- 於2021財政年度，T MARK產品佔我們在鑽石產品零售值的24.7%，其於中國內地零售值增加60.7%。我們將在中國內地分銷更多T MARK產品，以連繫追求天然鑽石和擁抱科技的尊貴顧客。

(1) 不包括周大福鐘錶

零售網絡

- 我們致力增加中國內地市場的市場份額。因此，我們全力落實雙管齊下的策略。
- 我們提供多元化產品，為擴展中國內地不同城市的零售網絡奠定基礎。城市經濟指標、政府政策及同業的零售網絡，都是我們推行零售擴張策略的關鍵要素。
- 我們在一、二線城市進行旗艦品牌的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。我們亦在切合品牌形象定位的地點拓展我們的個性品牌，以連繫個性或價值觀相近的顧客。
- 我們在較次級城市和縣級城鎮，充分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。
- 於2021財政年度，周大福珠寶⁽¹⁾淨開設669個零售點，當中64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，擴大高級鐘錶業務的網絡。

(1) 不包括周大福鐘錶

雲動力 — 智慧零售策略

每個客戶都期望獲我們視為唯一最重要的人。為此，我們的全渠道零售旨在為顧客提供更廣泛及方便的選擇。我們的員工通過智慧工具和數據與顧客互動，提供有溫度的一對一服務，並協助他們享受無縫的購物體驗。

我們亦繼續擴大公域流量，提高曝光率。更多的接觸點，加上更多樣化的智慧零售體驗，可為我們帶來新顧客和商機。

同時，精簡的供應鏈是我們智慧零售策略的關鍵。這不僅可提升我們的定制化能力，更提高營運效率，使我們在珠寶行業中傲視同儕。

電子商務

- 我們正持續深化與天貓、京東、唯品會等多個中國內地知名電商平台的合作，藉此接觸更廣泛的顧客。我們在中國內地零售市場的電子商務日趨成熟，是公域流量的主要門戶。

- 我們亦把握時下趨勢，於抖音等第三方平台通過直播帶貨及短視頻，拓展及加強與顧客的連繫。這亦可讓我們更了解顧客對產品的需求、喜好及消費模式，有助我們往後推出更成功的產品。
- 我們正在積極探索銷售模式的轉變以應對線上直播的新趨勢。例如我們於2020年12月於電商平台引入翡翠成品及定制產品直播，以滿足多樣化的顧客需求。

零售科技應用

- 我們借助以往積極建立的全渠道能力及龐大的零售網絡，繼續推動我們的零售科技應用。
- 我們的員工藉著使用手機智慧工具雲商365創出佳績。於2021財政年度，超過40,000位直營店和加盟店的員工使用雲商365與逾370萬名顧客聯繫。它不僅吸引了新顧客，平均售價亦比電商平台高出約80%，而其銷售轉化率則是電商平台的約10倍。
- 於2021年3月31日，超過40%的中國內地零售點已配置了雲櫃台。在實體店中，顧客可以使用雲櫃台瀏覽或尋找廣泛的線上產品選擇，並縮短交易時間。雲櫃台亦提供遊戲化的體驗。
- 我們推出了珠寶數碼化定制平台D-ONE，作為我們的顧客主導製造的措施之一，以滿足顧客追求定制產品和獨家體驗的需求。
- 通過D-ONE，大部份的定制款式可按承諾於24小時內發貨。快速完成產品定制的能力是這平台的賣點。
- 於2021財政年度，我們將不同品牌及產品，例如HEARTS ON FIRE和T MARK，引入D-ONE。在2021年2月，我們亦在D-ONE上推出了周大福天荒地老系列。這系列的戒指融入了創新的衍光技術，能利用光線反射出個性化信息。
- 於2021財政年度，D-ONE的零售值達133百萬港元。令人鼓舞的是，這些定制產品的平均售價比我們中國內地珠寶鑲嵌首飾同店平均售價高出一倍以上。
- 我們通過各項提升供應鏈自動化水平和建立數碼化平台的舉措，致力打造無與倫比的客戶體驗。

顧客互動



- 我們明白顧客關係管理是業務成功的關鍵之一。
- 我們除了投放資源在品牌形象和大型產品推廣外，還會借助社交媒體影響者(亦即關鍵意見領袖和關鍵意見消費者)的專長，吸引目標顧客。
- 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，隨時隨地為顧客提供更貼心的服務。

香港、澳門及其他市場

實動力 — 零售擴張策略

品牌及產品

- 在香港、澳門和其他市場，我們將專注於通過旗艦品牌推廣我們的服務和產品。
- 我們繼續提供迎合不同細分市場的產品，滿足顧客在整個人生旅程中的需求。我們亦推出具當地特色的專屬產品，以創造產品差異性。
- 於2021財政年度，T MARK產品佔我們在鑽石產品零售值的31.6%，其於香港及澳門的零售值下跌13.8%。

零售網絡

- 於2021財政年度，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6個周大福珠寶零售點。至於會否進一步整合零售點，將取決於口岸重開和零售商舖租賃市場的狀況。然而，我們仍致力維持在這兩個市場的領導地位，有鑑於此，我們將毫不猶豫在策略性地點擴充業務。例如，我們最近在香港迪士尼樂園的奇妙夢想城堡開設新零售點。
- 於2021財政年度，亞太區業務因受疫情影響而淨關閉4個零售點。然而，我們會繼續於亞太區發掘機遇，待國際旅遊恢復時，將有機會繼續推進我們的拓展策略。
- 本財政年度，我們在中國內地海南開設5個免稅零售點，以服務受國際旅行暫停影響的旅遊零售顧客。隨著中國內地免稅購物政策的發展，我們將繼續拓展此市場。

雲動力 — 智慧零售策略

- 我們亦會按不同的地域需要調整零售科技應用的推行策略。
- 在香港、澳門及其他市場，充滿挑戰的營商環境促使我們更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。
- 於2021年3月31日，大約22%的港澳零售點已設置雲櫃台。
- 我們亦正於港澳市場優化智慧工具，希望有助員工與顧客建立更緊密的聯繫，強化線上線下互相引流的能力。
- 為更迎合港澳顧客的生活品味及購物喜好，我們於2021財政年度嘗試於不同商場放置智能售賣機作為試點，打造獨特的購物場景及體驗，成功吸引不同顧客群。
- 於2021財政年度，我們亦開始與新世界發展的K Dollar回贈計劃攜手合作，擴大顧客群及鼓勵再消費。

香港及澳門

於2021年3月31日

2021財政年度

1,225,000

會員數目

44.1%

會員再消費佔相關零售值之百分比

智慧製造

智慧製造的目標是提高整體供應鏈的運作速度。有鑑於此，我們實行顧客主導製造，令生產與顧客以及前線無縫接軌。與此同時，我們集中提升產品開發能力，為我們的實動力－零售擴張策略提供更好支援。

顧客主導製造

- 我們採用工業4.0框架，將傳統的製造模式轉變為顧客主導製造，而D-ONE就是顧客主導製造的其中一個實踐措施。
- 我們在生產過程中充分借助物聯網技術，讓設備互聯互通，把人手處理的工作減至最低。我們藉D-ONE把高度自動化的生產線與顧客無縫對接，提供滿足顧客定制產品需求的極速服務。
- 我們並應用「數字孿生」模型，透過生產仿真系統建立數字化的虛擬工廠，以便進行幾何級數的模擬，從而確定最佳的生產安排及資源配置，同時在實體工廠透過各工序及設備的傳感器，實時掌握生產的實際進度，與模擬的預估作比對，讓管理人員能即時對異常情況作出處理。

產品發展能力

- 我們重視產品與服務，致力保存及傳承傳統工藝，同時通過促進業界內的跨代工藝、創新及技術交流，培養匠心精神。周大福大師工作室的工匠團隊，擁有超過20年研究及生產經驗。他們通過結合傳統工藝與創新技術，力求產品進步。
- C+創意園為初創企業家創造有利業務孵化的環境，探索與投資者、政府和其他持份者合作的機會。這個座落於中國內地武漢周大福珠寶文化產業園的培育空間，用作支援四個主要行業的初創企業，包括文創設計、電子商務、創新技術及材料，以及教育與培訓。C+創意園旨在推動珠寶業界的生態發展，助他們發揮協同效應。與此同時，我們亦與多間成功的初創企業合作，於集團營運中應用他們的創新技術產品。

業務展望與策略

於2021財政年度，儘管疫情為營商環境帶來挑戰，但我們於中國內地的業務表現繼續有強勁增長。

有賴中國政府的「雙循環」政策，我們相信珠寶行業可受惠於國內消費增長。有見及此，我們對中國內地市場的中長期前景保持樂觀，未來我們將專注於中國內地的業務發展。一方面，我們將繼續通過滲透較次級城市和借助加盟商的地方知識，實行我們的實動力—零售擴張策略。另一方面，我們將通過提升零售體驗和專注於打通線上線下渠道，推動我們的雲動力—智慧零售策略，以利用數字化轉型的優勢。

儘管港澳市場目前面臨重重挑戰，惟隨著疫情發展預期更趨穩定，我們深信本地市場已經觸底。待主要過境口岸重開，旅客人次及零售市場可望逐步復甦。

於其他市場方面，我們將著眼於內需較高的國家，待國際旅遊恢復後會繼續推進我們的拓展策略。

智慧製造方面，為應對未來的發展，我們將進一步提高自動化水平，以滿足產品需求，尤其是針對顧客主導製造方面。我們未來亦會加強武漢園區發展，利用其地理優勢加快整體物流，以支持前線的高速發展。

在此，我們欣然報告正逐步實現四大長遠目標：(1)進一步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。

展望未來，我們相信雙動力策略使顧客能夠通過珠寶獲得幸福生活體驗。

由2021年4月1日至5月31日未經審核之主要經營數據

由2021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	▲ 77.0%	
	中國內地	香港、澳門及其他市場
零售值增長	▲ 74.7%	▲ 98.5%
佔集團零售值之百分比	89.1%	10.9%
	中國內地	香港及澳門
同店銷售增長	▲ 49.3%	▲ 159.7%
同店銷量增長	▲ 32.2%	▲ 125.9%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	▲ 4.0%	▲ 110.8%
— 黃金首飾及產品	▲ 73.6%	▲ 219.5%

由2021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2021財政年度每股0.24港元的末期股息，合共約2,400百萬港元(2020財政年度：末期股息每股0.12港元，合共約1,200百萬港元)。派付該等股息須待股東在本公司將於2021年7月28日(星期三)舉行的應屆股東週年大會上批准，並應向於2021年8月5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2021年8月20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2021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2021年3月31日止年度的初步業績公告中有關本集團截至2021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2021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2021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2021年7月23日(星期五)至2021年7月28日(星期三)(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2021年7月22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2021年8月5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2021年8月4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，2021年6月8日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、黃紹基先生、陳世昌先生、鄭志剛博士、鄭志恒先生、鄭志雯女士、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、車品覺先生及鄭嘉麗女士。