

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



六福集團(國際)有限公司

LUK FOOK HOLDINGS (INTERNATIONAL) LIMITED

(於百慕達註冊成立之有限公司)
(Incorporated in Bermuda with Limited Liability)
Stock Code 股份代號: 0590

截至 2024 年 3 月 31 日止財政年度第三季度⁽¹⁾之零售銷售表現

摘要

- 集團整體零售收入⁽²⁾顯著增長 75%，對比疫情前 2018/19 財年（「2019 財年」）第三季集團整體有近兩成升幅
- 集團整體零售值⁽³⁾按年上升 46%，並超越 2019 財年第三季水平四成
- 中國香港特別行政區⁽⁴⁾及中國澳門特別行政區⁽⁵⁾市場為集團零售業務主要增長動力，其同店銷售⁽⁶⁾在第三季為+80%，並已超越 2019 財年第三季水平超過一成
- 中國內地⁽⁷⁾同店銷售於低基數的情況下，於第三季有雙位數字升幅達+18%
- 黃金⁽⁸⁾及鉑金產品整體零售值佔比按年上升 1 個百分點至 79%，並較 2019 財年第三季佔比上升 15 個百分點，為集團零售業務增長的主要推動力

	集團整體	香港及澳門	內地
同店銷售	+67%	+80%	+18%
零售收入	+75%	+97%	+39%
零售值	+46%	+97%	+37%
產品佔比：	黃金及鉑金 : 79% 定價首飾 : 21%	黃金及鉑金 : 78% 定價首飾 : 22%	黃金及鉑金 : 80% 定價首飾 : 20%
淨增設店舖	+64	0	+62

備註：

- (1) 第三季度：往後稱為「第三季」或「季內」，涵蓋 10 月 1 日至 12 月 31 日期間
- (2) 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額
- (3) 零售值按自營店、品牌店、及電子商務業務平台向顧客銷售產品的最終零售價計算
- (4) 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」
- (5) 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」
- (6) 同店銷售為同一間自營店於可比較期內有完整日營運的銷售比較，有關數據並不包括品牌店及中國內地電子商務業務的銷售
- (7) 中國內地：往後稱為「內地」
- (8) 黃金是指根據國際市場價格按重量出售的黃金產品（即非定價）

六福集團（國際）有限公司（「本公司」）及其附屬公司（「本集團」）公佈截至2024年3月31日止財政年度（「2024財年」）第三季，涵蓋2023年10月1日至2023年12月31日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2024 財年第三季 比對 2023 財年第三季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季	2023 財年第三季 比對 2022 財年第三季
同店銷售			
整體	+67%	+31%	-10%
• 黃金	+80%	+30%	-5%
- 黃金（重量）	+55%	+15%	-1%
• 定價首飾	+37%	+36%	-21%
- 鑽石	+18%	+19%	-26%
- 定價黃金	+70%	+76%	-11%
零售收入 - 按年計			
整體	+75%	+47%	-11%
零售值 - 按年計			
整體	+46%	+9%	-28%
零售值 - 產品佔比	2024 財年第三季	2024 財年第二季	2023 財年第三季
• 黃金及鉑金	79%	78%	76%
• 定價首飾	21%	22%	24%

香港、澳門及內地自2023財年第四季全面通關後，港澳零售市場持續復甦並仍然保持理想增長勢頭，疊加11月及12月份的低基數效應，2024財年第三季整體同店銷售為+67%，即使季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升逾14%，但黃金產品的同店銷售仍有+80%，而定價首飾產品則為+37%，定價首飾中包含鑽石及定價黃金產品，其同店銷售分別為+18%及+70%，港澳市場為增長的主要動力。

對比疫情前的2019財年，集團整體同店銷售為+16%，主要依賴黃金產品的銷售，儘管平均金價較2019財年第三季升達61%。

季內平均人民幣兌港元匯率按年跌 2%，較 2019 財年則跌 4%。

集團整體零售收入（含自營店及電子商務業務）顯著增長 75%，對比 2019 財年第三季集團整體有近兩成升幅。

集團整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年上升 46%，並超越 2019 財年水平四成。

香港及澳門市場

	2024 財年第三季 比對 2023 財年第三季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季	2023 財年第三季 比對 2022 財年第三季
同店銷售			
整體	+80%	+41%	-8%
• 黃金	+94%	+39%	-1%
- 黃金(重量)	+65%	+22%	+3%
• 定價首飾	+46%	+52%	-23%
- 鑽石	+25%	+32%	-26%
- 定價黃金	+88%	+103%	-15%
零售收入 - 按年計			
整體	+97%	+63%	-6%
零售收入 - 產品佔比	2024 財年第三季	2024 財年第二季	2023 財年第三季
• 黃金及鉑金	78%	78%	73%
• 定價首飾	22%	22%	27%

通關後港澳零售市場到訪旅客持續回升，加上受惠低基數效應，本集團第三季在港澳市場的同店銷售仍保持亮麗增長，達+80%，其中澳門表現更為突出，其同店銷售為+165%，香港則為+55%。港澳整體的同店銷售已超越 2019 財年第三季水平，主要由黃金產品帶動，值得注意的是澳門市場的同店銷售較 2019 財年更有雙位數升幅。

按產品劃分，港澳市場黃金產品的同店銷售為+94%，而定價首飾產品則為+46%，定價首飾的升幅主要由定價黃金產品驅動，其同店銷售為+88%，而鑽石產品則為+25%。

集團港澳市場第三季的整體零售收入按年升近一倍，並超越 2019 財年同期近一成。

內地市場

	2024 財年第三季 比對 2023 財年第三季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季	2023 財年第三季 比對 2022 財年第三季
同店銷售			
整體	+18%	-8%	-35%
• 黃金	+22%	-5%	-33%
- 黃金(重量)	+3%	-21%	-38%
• 定價首飾	-2%	-20%	-38%
- 鑽石	-35%	-47%	-48%
- 定價黃金	+23%	+4%	-30%
電子商務業務銷售額			
整體	+36%	+43%	-2%
• 黃金	+43%	+56%	+1%
• 定價首飾	-11%	-13%	-20%
零售收入 - 按年計			
整體	+39%	+26%	-18%
零售值 - 按年計			
整體	+37%	+5%	-26%
零售值 - 產品佔比	2024 財年第三季	2024 財年第二季	2023 財年第三季
• 黃金及鉑金	80%	78%	77%
• 定價首飾	20%	22%	23%

儘管內地宏觀經濟未見起色，受惠低基數效應，其自營店於季內的整體同店銷售為+18%，其中黃金產品的同店銷售為+22%，定價首飾產品則為-2%，而內地電子商務業務第三季的銷售額增長仍然強勁，達36%。因此，內地零售收入（含自營店及電子商務業務的銷售金額）於季內按年升近四成，並較2019財年升逾五成。

佔內地店舖總數逾 97% 的品牌店於季內的同店銷售上升 19%，其中黃金產品及定價首飾產品分別上升 24% 及 4%，定價首飾產品中的定價黃金產品上升 27%，而鑽石產品則下跌 33%。對比 2019 財年第三季，品牌店的同店銷售只有高單位數差距。

另外，內地所有店舖（含自營店、品牌店及電子商務業務）在季內的整體零售值按年升 37%，其中黃金及定價首飾產品的零售值分別升 44% 及 17%，定價首飾產品中的定價黃金產品零售值按年計升 43%，而鑽石產品則跌 25%。對比 2019 財年第三季，內地整體零售值上升 6 成，主要來自黃金產品的銷售貢獻。

店舖數目

於 2023 年 12 月 31 日，本集團全球共有 146 間「六福」自營店，包括 68 間設於內地、50 間設於香港、16 間設於澳門及 12 間設於海外。於上述日期，連同 2,959 間內地及 9 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 3,114 間「六福」店舖，加上 239 間位於內地其他副品牌及/或產品線的店舖，全球共有 3,353 間店舖。

本集團於第三季在內地淨增加 62 間店舖，其中 44 間為「六福」店，18 間為「福滿傳家」店，2 間為「六福精品廊」店，4 間「Love LUKFOOK JEWELLERY」店，及減少 6 間「Goldstyle」店。於 2023 年 12 月 31 日，本集團於內地共有 3,266 間店舖，包括 3,027 間「六福」店、56 間「Goldstyle」店、139 間「福滿傳家」店、28 間「六福精品廊」店及 16 間「Love LUKFOOK JEWELLERY」店。本集團全球分銷網絡詳情如下：

全球分銷網絡

		國家及地區	2024 財年 第三季之變動	於 2023 年 12 月 31 日
「六福」店	自營店	• 內地	+1	68
		• 香港	0	50
		• 澳門	0	16
		• 其他地區	+2	12
		小計	+3	146
	品牌店	• 內地	+43	2,959
		• 其他地區	0	9
小計		+43	2,968	
	總計	+46	3,114	
內地副品牌/ 產品線	自營店	• 「Goldstyle」	0	1
		• 「六福精品廊」	+1	3
		• 「福滿傳家」	0	13
	品牌店	• 「Goldstyle」	-6	55
		• 「六福精品廊」	+1	25
		• 「福滿傳家」	+18	126
		• 「Love LUKFOOK JEWELLERY」	+4	16
	總計	+18	239	
	全球總計	+64	3,353	

展望

內地鑽石產品需求仍然疲弱，集團將繼續積極推廣鑽石類別以外的定價首飾產品，尤其定價黃金產品，以改善定價首飾產品的表現。另外，集團看好海外市場的龐大發展潛力，因此將投放更多資源積極拓展海外市場。在港澳的旅遊業及宏觀經濟持續改善下，預期可令其業務維持良好增長勢頭，加上受惠於營運槓桿效益，集團期望於本財年業績超越疫情前表現，並再闖高峰。

謹慎性陳述

本公司董事會謹此提醒投資者，上述的營運數據乃按本公司未經核數師審核的內部記錄作出。籲請股東及潛在投資者在買賣本公司股份時務必小心謹慎。

承董事會命
六福集團（國際）有限公司
主席兼行政總裁
黃偉常

香港，2024年1月18日

於本公告日期，本公司的執行董事為黃偉常先生（主席兼行政總裁）、王巧陽女士、黃蘭詩女士及陳素娟博士；非執行董事為黃浩龍先生（副主席）、謝滿全先生、許照中太平紳士及李漢雄 BBS, MH太平紳士；獨立非執行董事為葉澍堃 GBS太平紳士、麥永森先生、黃汝璞太平紳士及許競威先生。