

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。



(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 2025 年 3 月 31 日止財政年度第一季度之零售銷售表現⁽¹⁾

摘要

- 集團第一季度⁽²⁾整體零售值⁽³⁾按年下跌 18%，主要受高基數效應及金價屢創新高影響
- 集團第一季整體零售收入⁽⁴⁾按年下跌 23%，其中中國香港特別行政區⁽⁵⁾及中國澳門特別行政區⁽⁶⁾市場第一季零售收入按年下跌 31%，中國內地⁽⁷⁾市場則跌 3%
- 集團第一季整體同店銷售⁽⁸⁾為-34%，其中香港及澳門市場為-36%，內地市場為-24%
- 集團本季淨減少 99 間店舖

	集團整體	香港及澳門	內地
零售值	-18%	-31%	-13%
產品佔比：	黃金 ⁽⁹⁾ 及鉑金 : 78% 定價首飾 : 22%	黃金及鉑金 : 73% 定價首飾 : 27%	黃金及鉑金 : 79% 定價首飾 : 21%
零售收入	-23%	-31%	-3%
同店銷售	-34%	-36%	-24%
店舖數目	3,484	74	3,388

備註：

- ⁽¹⁾ 零售銷售數據已包含集團完成收購香港資源後其集團的零售銷售數據
- ⁽²⁾ 第一季度：往後稱為「第一季」或「季內」，涵蓋4月1日至6月30日期間
- ⁽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⁾ 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額
- ⁽⁵⁾ 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」
- ⁽⁶⁾ 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」
- ⁽⁷⁾ 中國內地：往後稱為「內地」
- ⁽⁸⁾ 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
- ⁽⁹⁾ 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2025年3月31日止財政年度（「2025財年」）第一季，涵蓋2024年4月1日至2024年6月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	-18%	+5%	+24%
零售值 - 產品佔比			
	2025 財年第一季	2024 財年第四季	2023 財年第一季
• 黃金及鉑金	78%	80%	75%
• 定價首飾	22%	20%	25%
零售收入 - 按年計			
整體	-23%	+12%	+62%
同店銷售			
整體	-34%	-5%	+62%
• 黃金	-33%	+4%	+67%
- 黃金（重量）	-44%	-6%	+58%
• 定價首飾	-36%	-24%	+54%
- 鑽石	-52%	-37%	+42%
- 定價黃金	-7%	+1%	+97%

多國央行增持黃金儲備及國際地緣政治持續緊張，令金價自 2024 年 3 月起飆升並屢創新高。此情況在 4 月份加劇，加上高基數效應，進一步影響黃金產品銷售表現。

集團 2025 財年第一季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年下跌 18%。整體零售收入（含自營店及電子商務業務）則下跌 23%。

集團季內整體同店銷售為-34%。季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升18%，金價高企削弱消費情緒，故黃金產品的同店銷售跌33%，而定價首飾產品的同店銷售則下跌36%，定價首飾中包含定價黃金及鑽石產品，其同店銷售分別為-7%及-52%。

季內平均人民幣兌港元匯率按年跌 3%。

香港及澳門市場

	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季
零售收入 - 按年計			
整體	-31%	+10%	+92%
零售收入 - 產品佔比	2025 財年第一季	2024 財年第四季	2023 財年第一季
• 黃金及鉑金	73%	77%	73%
• 定價首飾	27%	23%	27%
同店銷售			
整體	-36%	-4%	+75%
• 黃金	-35%	+5%	+81%
- 黃金(重量)	-46%	-6%	+70%
• 定價首飾	-38%	-24%	+65%
- 鑽石	-53%	-38%	+52%
- 定價黃金	-6%	+4%	+117%

在高基數效應及金價高企的情況下，本集團港澳市場首季的整體零售收入按年錄得 31% 跌幅。

集團季內港澳市場的第一季同店銷售為-36%，其中香港的同店銷售為-37%，澳門則為-34%。

按產品劃分，港澳市場黃金產品的同店銷售為-35%，而定價首飾產品則為-38%，其中定價黃金產品為-6%，而鑽石產品則為-53%。

內地市場

	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	-13%	+9%	+21%
零售值 - 產品佔比			
	2025 財年第一季	2024 財年第四季	2023 財年第一季
• 黃金及鉑金	79%	81%	76%
• 定價首飾	21%	19%	24%
零售收入 - 按年計			
整體	-3%	+7%	+38%
電子商務業務銷售額			
整體	-12%	+15%	+40%
• 黃金	-12%	+18%	+51%
• 定價首飾	-13%	-12%	-4%
同店銷售			
整體	-24%	-10%	+3%
• 黃金	-19%	-3%	+6%
- 黃金(重量)	-36%	-17%	-6%
• 定價首飾	-41%	-39%	-3%
- 鑽石	-51%	-60%	-30%
- 定價黃金	-34%	-26%	+26%

內地宏觀經濟未見起色，加上金價持續破頂，集團內地所有店舖（含自營店、品牌店及電子商務業務）在第一季的整體零售值按年跌 13%。其中黃金及定價首飾產品的零售值分別跌 9%及 24%，定價首飾產品中的定價黃金產品零售值按年計跌 17%，而鑽石產品則跌 44%。

內地零售收入（含自營店及電子商務業務的銷售金額）於季內按年跌近3%。內地電子商務業務第一季的銷售額跌12%，主要受高基數效應及高金價影響。

內地自營店於季內的整體同店銷售為-24%，其中黃金產品的同店銷售為-19%，定價首飾產品則為-41%。

佔內地店舖總數逾 95%的品牌店於季內的同店銷售下跌 21%，其中黃金產品及定價首飾產品分別下跌 18%及 31%，定價首飾產品中的定價黃金產品下跌 25%，而鑽石產品則下跌 49%。

店舖數目

於 2024 年 6 月 30 日，集團全球共有 3,484 間店舖，於第一季淨減少 99 間店舖。

本集團全球共有 148 間「六福」自營店，包括 69 間設於內地、51 間設於香港、17 間設於澳門及 11 間設於海外。於上述日期，連同 2,854 間內地及 10 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 3,012 間「六福」店舖。

本集團全球共有 78 間「金至尊」自營店，包括 72 間設於內地、5 間設於香港及 1 間設於澳門。於上述日期，連同 141 間內地品牌店，本集團在世界各地合共設有 219 間「金至尊」店舖。

本集團於第一季在內地淨減少 102 間店舖，其中淨增加 8 間「福滿傳家」店、5 間「六福精品廊」店及 2 間「Love LUKFOOK JEWELLERY」店，淨減少 107 間「六福」店及 10 間「Goldstyle」店。於 2024 年 6 月 30 日，本集團於內地共有 3,388 間店舖，包括 2,923 間「六福」店、213 間「金至尊」店、154 間「福滿傳家」店、46 間「Goldstyle」店、32 間「六福精品廊」店及 20 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	主品牌/副品牌/產品線	2025 財年 第一季之變動	於 2024 年 6 月 30 日	
自營店	內地	• 「六福」	+1	69	
		• 「金至尊」	+9	72	
		• 「Goldstyle」	-	1	
		• 「六福精品廊」	-	3	
		• 「福滿傳家」	-	15	
			小計	+10	160
	香港	• 「六福」	+1	51	
		• 「金至尊」	+1	5	
	澳門	• 「六福」	-	17	
		• 「金至尊」	-	1	
	其他地區	• 「六福」	-	11	
		• 「六福精品廊」	-	1	
			小計	+2	86
	總計			+12	246
品牌店	內地	• 「六福」	-108	2,854	
		• 「金至尊」	-9	141	
		• 「Goldstyle」	-10	45	
		• 「六福精品廊」	+5	29	
		• 「福滿傳家」	+8	139	
			小計	-114	3,208
	其他地區	• 「六福」	+1	10	
		小計	+1	10	
總計			-113	3,218	
專門店	內地	• 「Love LUKFOOK JEWELLERY」	+2	20	
			小計	+2	20
總計			+2	20	
全球總計			-99	3,484	
按品牌劃分	「六福」	小計	-105	3,012	
	「金至尊」	小計	+1	219	
	其他副品牌/產品線	小計	+5	253	

展望

短期金價急升雖然會影響銷售，但毛利率的提升將有助減低銷售下跌的影響。在消費者適應高金價後，黃金銷售有望回復正常。另一方面，鑽石產品需求仍然疲弱，本集團將繼續積極推廣鑽石類別以外的定價首飾產品。另外，內地政府正著力促進內需，有助市場逐漸復甦，期望在宏觀經濟及零售氣氛有所改善下，零售業務得以重拾升軌，本集團因此對於中長線業務前景仍感樂觀，未來仍將會擴展內地市場。

儘管面對宏觀經濟不明朗、金價持續攀升及消費者保守情緒等種種挑戰，本集團海外市場於第一季仍保持相對較好的表現，其零售值及零售收入按年均升約兩成，季內同店銷售則持平。因此，本集團看好海外市場的龐大發展潛力，將投放更多資源積極拓展海外市場，並計劃於年內在海外市場將約淨增長 15 間店舖。

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 7 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）、黃浩龍先生（副主席）、黃蘭詩女士、王巧陽女士及陳素娟博士；非執行董事為謝滿全先生、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。