

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 2025 年 3 月 31 日止財政年度第四季度之零售銷售表現⁽¹⁾

摘要

- 集團第四季度⁽²⁾各地區表現均優於前三季
- 中國內地⁽³⁾市場全面轉正，其零售值⁽⁴⁾、零售收入⁽⁵⁾及同店銷售⁽⁶⁾分別為+1%、+20%及+2%
- 集團第四季整體零售值及零售收入均大致持平，分別為-2%及-1%
- 在定價黃金產品逐步取代鑽石產品的成功策略下，集團定價首飾產品的銷售扭轉跌勢，其同店銷售增長 12%
- 集團第四季淨減少店舖 56 間，整體店舖調整速度較前三季有所緩和

	集團整體	中國香港特別行政區 ⁽⁷⁾ 及中國澳門特別行政區 ⁽⁸⁾		內地
零售值	-2%	-11%		+1%
產品佔比：	黃金及鉑金 ⁽⁹⁾ : 77% 定價首飾 : 23%	黃金及鉑金 : 68% 定價首飾 : 32%	黃金及鉑金 : 79% 定價首飾 : 21%	
零售收入	-1%	-11%		+20%
同店銷售	-10%	-14%		+2%
店舖數目	3,287	77		3,179

備註：

⁽¹⁾ 零售銷售數據已包含集團完成收購金至尊後其集團的零售銷售數據

⁽²⁾ 第四季度：往後稱為「第四季」或「季內」，涵蓋1月1日至3月31日期間

⁽³⁾ 中國內地：往後稱為「內地」

⁽⁴⁾ 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

⁽⁵⁾ 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額

⁽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，有關數據不包括品牌店及電子商務業務的銷售

⁽⁷⁾ 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」

⁽⁸⁾ 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

⁽⁹⁾ 黃金及鉑金是指根據國際市場價格按重量出售的黃金及鉑金產品（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」）第四季，涵蓋2025年1月1日至2025年3月31日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季
零售值 - 按年計			
整體	-2%	-6%	+5%
零售值 - 產品佔比			
	2025 財年第四季	2025 財年第三季	2024 財年第四季
• 黃金及鉑金	77%	79%	80%
• 定價首飾	23%	21%	20%
零售收入 - 按年計			
整體	-1%	-9%	+12%
同店銷售			
整體	-10%	-22%	-5%
• 黃金	-17%	-26%	+4%
- 黃金（重量）	-39%	-44%	-6%
• 定價首飾	+12%	-7%	-24%
- 鑽石	-36%	-46%	-37%
- 定價黃金	+79%	+58%	+1%

儘管季內金價繼續破頂，各地表現保持了第三季的勢頭，疊加低基數效應，第四季整體零售銷售表現優於前三個季度。

集團 2025 財年第四季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）及零售收入（含自營店及電子商務業務）按年變化大致持平。

集團季內整體同店銷售為-10%。季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升 38%，引致黃金產品的同店銷售跌 17%。

定價首飾產品的同店銷售自 2024 年 12 月起開始轉負為正，於本季更大幅改善至+12%，其中定價黃金產品同店銷售在第二季度已經轉正，而本季在高基數下仍有 79%增長，顯示集團銳意以其他定價產品，尤其以定價黃金產品逐步取代鑽石產品的策略非常成功。

季內人民幣兌港元平均匯率按年跌 2%。

香港及澳門市場

	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季
零售收入 - 按年計			
整體	-11%	-20%	+10%
零售收入 - 產品佔比			
	2025 財年第四季	2025 財年第三季	2024 財年第四季
• 黃金及鉑金	68%	73%	77%
• 定價首飾	32%	27%	23%
同店銷售			
整體	-14%	-24%	-4%
• 黃金	-22%	-29%	+5%
- 黃金(重量)	-43%	-46%	-6%
• 定價首飾	+13%	-9%	-24%
- 鑽石	-36%	-47%	-38%
- 定價黃金	+87%	+62%	+4%

定價黃金產品銷售出色，造就本集團港澳市場第四季的整體零售收入按年跌幅收窄至近一成，令定價首飾產品佔比提升至 32%。

港澳市場整體同店銷售的跌幅大幅收窄至-14%，其中香港的同店銷售為-9%，澳門則為-22%。

港澳市場的黃金產品的同店銷售跌幅收窄至近兩成，而定價首飾產品亦見明顯改善，由上季的-9%轉正至+13%，其中定價黃金產品更大升 87%。

內地市場

	2025 財年第四季 比對 2024 財年第四季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季	2024 財年第四季 比對 2023 財年第四季
零售值 - 按年計			
整體	+1%	-2%	+9%
零售值 - 產品佔比			
	2025 財年第四季	2025 財年第三季	2024 財年第四季
• 黃金及鉑金	79%	81%	81%
• 定價首飾	21%	19%	19%
零售收入 - 按年計			
整體	+20%	+27%	+7%
電子商務業務銷售額			
整體	+11%	+19%	+15%
• 黃金	+9%	+19%	+18%
• 定價首飾	+10%	+11%	-12%
同店銷售			
整體	+2%	-11%	-10%
• 黃金	+1%	-12%	-3%
- 黃金(重量)	-26%	-33%	-17%
• 定價首飾	+14%	-1%	-39%
- 鑽石	-25%	-46%	-60%
- 定價黃金	+51%	+47%	-26%

在定價黃金產品的推動下，內地市場大部份數據於季內均見正增長。第四季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年轉跌為升，其中定價首飾產品的零售值升近一成，黃金產品則持平。定價首飾產品中的定價黃金產品零售值升幅為+28%，而鑽石產品則下跌 31%。

第四季內地零售收入（含自營店及電子商務業務）按年升兩成，而內地電子商務業務第四季銷售額在高基數下亦按年升11%。

內地自營店的整體同店銷售轉正至+2%，其中定價首飾產品的同店銷售為+14%，黃金產品則持平。

佔內地店舖總數約 91%的品牌店於季內的同店銷售為持平，其中黃金產品及定價首飾產品分別為持平及+12%，定價首飾產品中的定價黃金產品為+30%，而鑽石產品則為-29%。

店舖數目

於 2025 年 3 月 31 日，集團全球共有 3,287 間店舖，於第四季淨減少 56 間店舖，跌幅較前三季有所緩和。

本集團全球共有 159 間「六福」自營店，包括 74 間設於內地、51 間設於香港、18 間設於澳門及 16 間設於海外。於上述日期，連同 2,633 間內地及 13 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,805 間「六福」店舖。

除此之外，本集團全球共有 106 間「金至尊」自營店，包括 99 間設於內地及 7 間設於香港。於上述日期，連同 132 間內地及 1 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 239 間「金至尊」店舖。本集團截至 2025 年 3 月 31 日止的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 第四季之變動	於 2025 年 3 月 31 日	
自營店	內地	• 六福	+1	74	
		• 金至尊	+6	99	
		• Goldstyle	-	1	
		• 六福精品廊	+1	7	
		• 福滿傳家	-1	12	
			小計	+7	193
	香港	• 六福	+1	51	
		• 金至尊	-	7	
	澳門	• 六福	+1	18	
		• 六福精品廊	-	1	
		• 金至尊	-1	0	
	其他地區	• 六福	+2	16	
		• 六福精品廊	-	1	
		小計	+3	94	
總計			+10	287	
品牌店	內地	• 六福	-48	2,633	
		• 金至尊	-7	132	
		• Goldstyle	-7	26	
		• 六福精品廊	-	30	
		• 福滿傳家	-3	148	
			小計	-65	2,969
	其他地區	• 六福	+1	13	
		• 金至尊	-	1	
		小計	+1	14	
總計			-64	2,983	
專門店	內地	• Love LUKFOOK JEWELLERY	-2	17	
			小計	-2	17
總計			-2	17	
全球總計			-56	3,287	

按品牌劃分	六福	小計	-42	2,805
	金至尊	小計	-2	239
	其他副品牌/產品線	小計	-12	243

展望

本年4月份首週，集團整體同店銷售進一步改善，其中內地市場更見雙位數升幅，港澳市場亦見單位數升幅。

國際平均金價（每盎司兌美元）於2025年3月31日較2024年9月30日上升18%，加上金價於2025年3月底急升，固除上半財年錄得2.3億港元的對沖損失外，預期下半財年黃金對沖損失將高達約3億港元。在基數較低及業務持續改善的情況下，預計2025下半年財年較上半財年有較佳業務表現，惟因下半財年黃金對沖損失擴大，集團全年表現將會遜於預期。

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。另外，儘管鑽石產品的需求仍然疲弱，本集團在成功實施逐步以定價黃金產品取代鑽石產品的策略後，將繼續積極推廣非鑽石類別的定價珠寶產品。

美國關稅政策持續影響全球經濟，令中美關係更見緊張，內地政府正著力構建「雙循環」戰略佈局，大力促進內需和推出多項政策扶持樓市及資本市場。本集團因此對於內地中長線業務前景仍感審慎樂觀，未來仍將會擴展內地市場。再者，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，並積極於海外市場開店。

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，2025年4月17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。