

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分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2019年3月31日止年度 全年業績公告

- 受惠於新增零售點及黃金產品表現強勁，營業額按年穩健增長12.7%
- 中國內地以及香港及澳門的同店銷售<sup>(1)</sup>分別錄得3.4%及8.7%之升幅
- 由於經調整後的毛利率上升，加上受惠於營運效益，主要經營溢利<sup>(2)</sup>上升24.4%
- 於2019年3月31日，零售網絡擴展至3,134個零售點，2019財政年度內淨增加549個零售點
- 本集團堅持不懈地執行「Smart+ 2020」策略框架，為顧客提供無縫且非凡的購物體驗

#### 財務摘要

截至3月31日止年度	2019 百萬港元	2018 百萬港元	同比變化
營業額	66,661	59,156	+12.7%
毛利	18,602	16,213	+14.7%
毛利率	27.9%	27.4%	
經調整後的毛利率 <sup>(3)</sup>	27.9%	27.2%	
主要經營溢利 <sup>(2)</sup>	6,972	5,606	+24.4%
主要經營溢利率 <sup>(2)</sup>	10.5%	9.5%	
本公司股東應佔溢利	4,577	4,095	+11.8%
每股盈利－基本(港元)	0.46	0.41	+11.8%
每股股息 <sup>(4)</sup> (港元)	0.65	0.57	
全年股息(港元)	0.35	0.27	
特別股息(港元)	0.30	0.30	

(1) 2019財政年度的「同店銷售」指於2017年4月1日前開業並於2019年3月31日仍然續存的直營零售點的營業額(按相同匯率計算)，惟不包括批發及其他渠道的營業額

(2) 主要經營溢利及相應溢利率並非按國際財務報告準則計算，指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與黃金借貸的未變現虧損(收益)，本公司相信此等數據有助更透徹了解其經營表現及核心業務的實際趨勢

(3) 經調整後的毛利率並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

(4) 須待股東在應屆股東週年大會上批准之建議每股末期及每股特別股息分別為0.20港元及0.30港元。2019財政年度按全年計算的派息率(不包括特別股息)約為76.5%

## 截至2019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2019年3月31日止年度(「2019財政年度」)的經審核全年業績連同截至2018年3月31日止年度(「2018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2019年3月31日止年度

	附註	2019 百萬港元	2018 百萬港元
營業額	2	66,660.9	59,156.4
銷售成本		<u>(48,059.1)</u>	<u>(42,943.0)</u>
毛利		18,601.8	16,213.4
其他收入		395.8	407.9
銷售及分銷成本		(9,037.8)	(8,238.7)
一般及行政開支		(2,986.7)	(2,681.6)
其他收益及虧損		(276.2)	342.4
其他開支		(57.3)	(48.1)
利息收入		82.7	80.3
融資成本		<u>(370.3)</u>	<u>(243.7)</u>
除稅前溢利	3	6,352.0	5,831.9
稅項	4	<u>(1,668.0)</u>	<u>(1,628.6)</u>
年度溢利		<u>4,684.0</u>	<u>4,203.3</u>

綜合損益及其他全面收益表(續)  
截至2019年3月31日止年度

	附註	2019 百萬港元	2018 百萬港元
其他全面(開支)/收益			
不會重新分類至損益的項目：			
一重新計算定額福利計劃		<u>(7.5)</u>	<u>(5.4)</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>(1,288.1)</u>	<u>1,814.9</u>
年度其他全面(開支)/收益		<u>(1,295.6)</u>	<u>1,809.5</u>
年度全面收益總額		<u><u>3,388.4</u></u>	<u><u>6,012.8</u></u>
以下各方應佔年度溢利：			
本公司股東		<u>4,576.8</u>	<u>4,094.9</u>
非控股權益		<u>107.2</u>	<u>108.4</u>
		<u><u>4,684.0</u></u>	<u><u>4,203.3</u></u>
以下各方應佔年度全面收益總額：			
本公司股東		<u>3,327.3</u>	<u>5,834.8</u>
非控股權益		<u>61.1</u>	<u>178.0</u>
		<u><u>3,388.4</u></u>	<u><u>6,012.8</u></u>
每股盈利—基本及攤薄	5	<u><u>45.8港仙</u></u>	<u><u>40.9港仙</u></u>

綜合財務狀況表  
於2019年3月31日

	附註	2019 百萬元	2018 百萬元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		<b>5,488.0</b>	5,340.7
土地使用權		<b>177.2</b>	189.8
投資物業		<b>219.2</b>	233.5
商譽		<b>257.8</b>	257.8
其他無形資產		<b>253.7</b>	306.4
珠寶珍藏		<b>1,520.1</b>	1,520.1
購買物業、廠房及設備已付按金		<b>38.7</b>	27.6
按公平值計入損益的金融資產		<b>11.2</b>	–
於聯營公司之投資		–	–
應收聯營公司款項		<b>54.7</b>	62.2
應收貸款		<b>18.7</b>	26.9
遞延稅項資產		<b>420.1</b>	293.1
		<b>8,459.4</b>	8,258.1
<b>流動資產</b>			
存貨	7	<b>39,486.1</b>	34,929.4
貿易及其他應收款項	8	<b>6,638.7</b>	6,410.0
應收貸款		<b>12.3</b>	28.4
現金及現金等價物		<b>7,640.6</b>	7,944.0
		<b>53,777.7</b>	49,311.8
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項	9	<b>10,684.3</b>	8,358.6
應付附屬公司非控股股東款項		<b>136.7</b>	100.5
應付稅項		<b>1,178.4</b>	1,101.5
銀行貸款		<b>7,460.0</b>	5,823.0
黃金借貸		<b>8,011.5</b>	5,335.4
		<b>27,470.9</b>	20,719.0
<b>流動資產淨額</b>		<b>26,306.8</b>	28,592.8
<b>總資產減流動負債</b>		<b>34,766.2</b>	36,850.9

綜合財務狀況表(續)  
於2019年3月31日

	2019 百萬港元	2018 百萬港元
非流動負債		
銀行貸款	2,596.7	2,100.0
退休福利承擔	238.8	232.2
遞延稅項負債	456.4	421.1
其他負債	71.3	-
	<u>3,363.2</u>	<u>2,753.3</u>
資產淨額	<u>31,403.0</u>	<u>34,097.6</u>
股本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>20,750.7</u>	<u>23,423.4</u>
本公司股東應佔權益	30,750.7	33,423.4
非控股權益	<u>652.3</u>	<u>674.2</u>
	<u>31,403.0</u>	<u>34,097.6</u>

## 綜合財務報表附註

### 截至2019年3月31日止年度

#### 1. 編製基準

本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團已採納以下於2018年4月1日開始的年度報告期間首次生效的準則及修訂：

國際財務報告準則第9號	金融工具
國際財務報告準則第15號	客戶合約收入
國際財務報告詮釋公告第22號	外幣交易和預付代價
國際財務報告準則第2號(修訂本)	以股份為基礎支付的交易之分類和計量
國際財務報告準則第4號(修訂本)	應用國際財務報告準則第4號保險合約時一併應用國際財務報告準則第9號金融工具
國際財務報告準則第15號(修訂本)	對國際財務報告準則第15號的澄清
國際會計準則第40號(修訂本)	轉撥投資物業
國際財務報告準則(修訂本)	2014年至2016年週期之國際財務報告準則年度改進

除下文所述者外，於本年度應用其他新訂及經修定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。

#### 國際財務報告準則第9號金融工具

國際財務報告準則第9號取代國際會計準則第39號有關金融資產及金融負債確認、分類及計量、金融工具終止確認、金融資產減值及對沖會計之條文。

自2018年4月1日開始應用國際財務報告準則第9號金融工具後，會計政策有所改變，亦需對綜合財務報表內確認的金額作出調整。根據國際財務報告準則第9號的過渡條文，比較數字並無重述。

本集團已審閱其金融資產及負債，並無對有關分類、計量及終止確認構成重大影響。由於本集團現時並無任何對沖關係，應用國際財務報告準則第9號不會對本集團綜合財務報表構成任何影響。

以現金償還的黃金借貸分類為按公平值計入損益的金融負債。除由本集團自身信用風險變動引起的公平值變動計入其他全面收益且期後不能重分類至綜合損益表之外，按公平值計入損益的金融負債的損益計入當期綜合損益表。綜合損益表中公平值變動損益不包括金融負債的利息支出。

新訂減值模式要求根據預期信貸虧損確認減值撥備，而非按國際會計準則第39號只確認已發生的信貸虧損。於2018年4月1日及2019年3月31日，本集團評定根據國際財務報告準則第9號所作虧損撥備的影響並不重大。

## 1. 編製基準(續)

### 國際財務報告準則第15號客戶合約收入

國際財務報告準則第15號建立確認客戶合約收入的全面框架。此準則取代國際會計準則第11號「建造合約」(涵蓋建造合約)及國際會計準則第18號「收入」(涵蓋商品及服務合約及有關事宜)。應用國際財務報告準則第15號後，會計政策有所改變，亦需對綜合財務報表內確認的收入金額作出調整。本集團於截至2019年3月31日止年度綜合財務報表就過渡應用經修改追溯方式，允許本集團將初次應用國際財務報告準則第15號的累計影響確認為2018年4月1日期初權益結餘之調整，而之前期間的比較數字則並無重述。於2018年4月1日，本集團就其合約選擇應用國際財務報告準則第15號。

### 客戶忠誠度計劃

根據本集團客戶忠誠度計劃，顧客於若干次數購物後會獲贈現金禮券或積分，此計劃向顧客授出重大的權利，使本公司須承擔獨立的履約責任。採納國際財務報告準則第15號前，交易價格的部分使用現金禮券或積分的公平值分配至相關客戶權利，並就已授出但未贖回或未逾期的現金禮券或積分確認遞延營業額。根據國際財務報告準則第15號，交易價格的部分根據相關獨立售價分配予相關客戶權利。營業額於額外商品或服務轉移至客戶時確認。未行使的權利被視為「未用量」。本集團將根據客戶行使權利模式的比例確認預期末用量金額為營業額。

上述應用對本集團於2018年4月1日的保留溢利並無重大影響。

### 與客戶合約有關的負債的呈列

與客戶忠誠度計劃有關的合約負債及預收款項過往計入貿易及其他應付款項(於2019年3月31日分別為181.0百萬港元及1,037.4百萬港元；於2018年4月1日分別為68.3百萬港元及798.7百萬港元)。

## 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2019年3月31日及2018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	
	2019 百萬元	2018 百萬元	2019 百萬元	2018 百萬元	2019 百萬元	2018 百萬元
營業額						
外界銷售(附註i)						
— 零售	30,423.7	28,096.2	23,058.3	20,632.7	53,482.0	48,728.9
— 批發(附註ii)	12,008.3	8,708.3	1,170.6	1,719.2	13,178.9	10,427.5
分部/集團營業額	42,432.0	36,804.5	24,228.9	22,351.9	66,660.9	59,156.4
分部間銷售(附註iii)	—	25.9	3,405.3	3,122.2	3,405.3	3,148.1
	<u>42,432.0</u>	<u>36,830.4</u>	<u>27,634.2</u>	<u>25,474.1</u>	<u>70,066.2</u>	<u>62,304.5</u>
經調整毛利(撇銷前)	12,237.2	10,574.4	6,524.0	5,697.2	18,761.2	16,271.6
分部間撇銷	1.3	(1.3)	(161.7)	(151.5)	(160.4)	(152.8)
經調整毛利(附註i)	12,238.5	10,573.1	6,362.3	5,545.7	18,600.8	16,118.8
其他收入	252.7	292.7	143.1	115.2	395.8	407.9
銷售及分銷成本與一般及行政開支	(7,486.7)	(6,598.8)	(4,537.8)	(4,321.5)	(12,024.5)	(10,920.3)
主要經營溢利(分部業績)	<u>5,004.5</u>	<u>4,267.0</u>	<u>1,967.6</u>	<u>1,339.4</u>	<u>6,972.1</u>	<u>5,606.4</u>
黃金未變現收益					1.0	94.6
其他(附註iv)					(333.5)	294.3
利息收入					82.7	80.3
融資成本					(370.3)	(243.7)
除稅前溢利					<u>6,352.0</u>	<u>5,831.9</u>
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	1,891.7	1,872.0	16.3	16.4	1,908.0	1,888.4
承租物業經營租賃款項	353.8	276.3	1,204.1	1,306.1	1,557.9	1,582.4
員工成本	2,852.4	2,471.0	1,769.3	1,465.2	4,621.7	3,936.2
折舊及攤銷	616.5	530.8	349.9	354.3	966.4	885.1

附註：

- (i) 來自Hearts On Fire Company, LLC的外界銷售及經調整毛利為725.2百萬港元(2018年：661.9百萬港元)及275.4百萬港元(2018年：270.2百萬港元)。
- (ii) 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。
- (iii) 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。
- (iv) 其他指其他收益及虧損及其他開支。



## 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)

經調整毛利指在未分配黃金未變現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收益、其他收益及虧損、其他開支、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分析

於3月31日

	中國內地		香港、澳門及其他市場		總計	
	2019 百萬港元	2018 百萬港元	2019 百萬港元	2018 百萬港元	2019 百萬港元	2018 百萬港元
物業、廠房及設備	3,769.8	3,958.4	1,718.2	1,382.3	5,488.0	5,340.7
投資物業	-	-	219.2	233.5	219.2	233.5
珠寶珍藏	-	-	1,520.1	1,520.1	1,520.1	1,520.1
存貨	20,838.1	18,387.8	18,648.0	16,541.6	39,486.1	34,929.4
<b>總分部資產</b>	<b>24,607.9</b>	<b>22,346.2</b>	<b>22,105.5</b>	<b>19,677.5</b>	<b>46,713.4</b>	<b>42,023.7</b>
未分配：						
土地使用的權					177.2	189.8
商譽及其他無形資產					511.5	564.2
購買物業、廠房及設備 已付按金					38.7	27.6
按公平值計入損益的 金融資產					11.2	-
於聯營公司之投資及 應收聯營公司款項					54.7	62.2
應收貸款					31.0	55.3
遞延稅項資產					420.1	293.1
貿易及其他應收款項					6,638.7	6,410.0
現金及現金等價物					7,640.6	7,944.0
<b>總資產</b>					<b>62,237.1</b>	<b>57,569.9</b>

### 分部負債

主要營運決策者審閱的本集團分部呈報計量並無計入負債，因此並無呈列分部負債。

## 2. 營業額及分部資料(續)

### (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、應收聯營公司款項、按公平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	2019 百萬港元	2018 百萬港元
中國內地	4,402.4	4,161.6
香港、澳門及其他市場	<u>3,552.3</u>	<u>3,714.3</u>
	<u><b>7,954.7</b></u>	<u><b>7,875.9</b></u>

### (d) 客戶合約營業額細分

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，主要產品線如下：

截至3月31日止年度	2019 百萬港元	2018 百萬港元
於某一時點		
零售銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	12,187.7	11,659.1
— 黃金產品	31,892.3	28,159.3
— 鉑金/K金產品	5,756.6	5,463.2
— 鐘錶	<u>3,645.4</u>	<u>3,447.3</u>
	<b>53,482.0</b>	48,728.9
向加盟商/分銷商批發	12,484.2	9,163.0
珠寶貿易	494.7	1,144.1
於一段時間內		
來自加盟商的服務收入	<u>200.0</u>	<u>120.4</u>
	<u><b>66,660.9</b></u>	<u><b>59,156.4</b></u>

兩個年度內，概無個別顧客佔本集團每年總營業額10%以上。

### 3. 除稅前溢利

	2019 百萬港元	2018 百萬港元
除稅前溢利已扣除／(計入)：		
董事酬金	92.6	62.4
員工退休福利計劃供款	613.3	546.2
員工成本	<u>3,915.8</u>	<u>3,327.6</u>
	<u>4,621.7</u>	<u>3,936.2</u>
存貨成本確認為開支	46,723.5	41,579.9
專櫃分成	1,908.0	1,888.4
承租物業經營租賃租金	1,557.9	1,582.4
物業、廠房及設備折舊	885.1	806.6
投資物業折舊	14.3	14.3
土地使用權攤銷	14.3	14.3
其他無形資產攤銷	52.7	49.9
存貨(撥回)／準備(計入銷售成本內)	(113.5)	207.7
壞賬準備	27.5	18.3
應收一家聯營公司款項之減值虧損(計入其他開支)	5.0	-
黃金借貸的公平值虧損(計入銷售成本內)	117.2	35.3
捐款(計入其他開支內)	9.9	8.3
核數師酬金		
— 核數服務	6.6	8.7
— 非核數服務	<u>5.2</u>	<u>3.1</u>

#### 4. 稅項

	2019 百萬港元	2018 百萬港元
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	1,035.8	941.1
香港利得稅	289.7	401.2
澳門所得補充稅	60.5	44.5
其他司法地區之稅項	3.5	1.1
	<u>1,389.5</u>	<u>1,387.9</u>
過往年度撥備不足／(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	25.7	(17.5)
香港利得稅	111.5	0.2
其他司法地區之稅項	2.4	-
	<u>139.6</u>	<u>(17.3)</u>
遞延稅項開支	<u>114.8</u>	230.9
預扣稅*	<u>24.1</u>	<u>27.1</u>
	<u><u>1,668.0</u></u>	<u><u>1,628.6</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%。

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%。

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%計算。

#### 5. 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(2018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。

## 6. 股息

	2019		2018	
	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	15.0	1,500.0	12.0	1,200.0
上年度：				
— 末期股息	15.0	1,500.0	10.0	1,000.0
— 特別股息	30.0	3,000.0	20.0	2,000.0
		<u>6,000.0</u>		<u>4,200.0</u>

於報告期末後，本公司董事建議就截至2019年3月31日止年度派付末期股息每股20.0港仙(2018年：每股15.0港仙)及特別股息每股30.0港仙(2018年：每股30.0港仙)，合共5,000.0百萬港元(2018年：4,500.0百萬港元)，惟須待股東於應屆股東週年大會上批准方告作實。

## 7. 存貨

	2019	2018
	百萬港元	百萬港元
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	5,810.6	5,064.2
黃金產品	1,719.0	1,187.1
鉑金／K金產品	391.6	308.4
	<u>7,921.2</u>	<u>6,559.7</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	15,583.5	13,114.4
黃金產品	11,706.6	10,632.2
鉑金／K金產品	2,443.7	2,414.6
鐘錶	1,672.2	2,096.7
	<u>31,406.0</u>	<u>28,257.9</u>
包裝物料	158.9	111.8
	<u>39,486.1</u>	<u>34,929.4</u>

## 8. 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3,883.4百萬港元(2018年：3,351.4百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2019 百萬港元	2018 百萬港元
0至30日	3,128.3	2,759.3
31至90日	603.6	405.4
91至180日	88.1	170.1
180日以上	63.4	16.6
	<u>3,883.4</u>	<u>3,351.4</u>

## 9. 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574.1百萬港元(2018年：470.6百萬港元)，根據發票日期呈列的賬齡分析如下：

	2019 百萬港元	2018 百萬港元
0至30日	542.0	440.3
31至90日	19.2	12.7
91至180日	3.8	7.0
180日以上	9.1	10.6
	<u>574.1</u>	<u>470.6</u>

## 管理層討論與分析

### 業務回顧

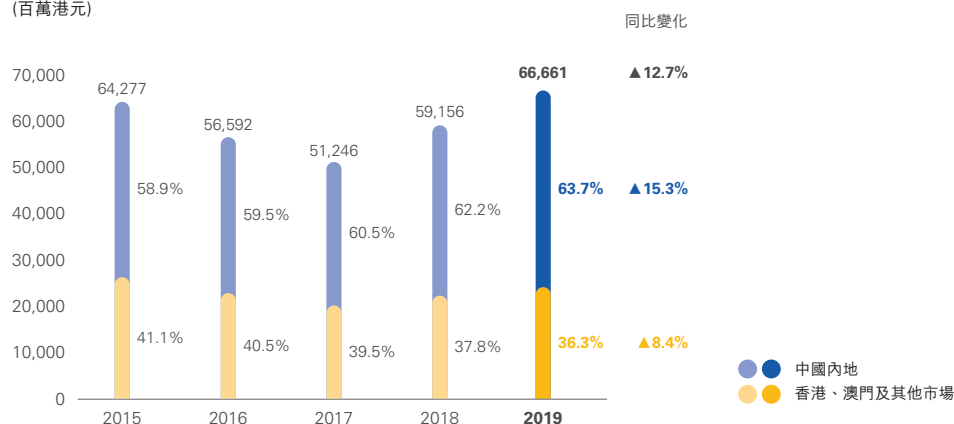
2019財政年度，我們業務經營所得的營業額及主要經營溢利均錄得強勁的增長。所有產品類別於財政年度內均呈正增長，其中黃金產品的表現尤其突出。

### 營業額明細分析

#### 集團

#### 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)

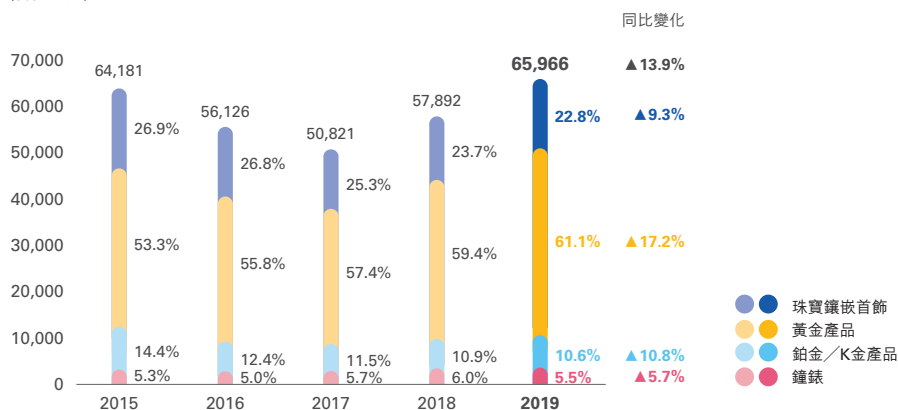


營業額(百萬港元)	2018		2019		財政年度 上半年 同比變化	財政年度 下半年 同比變化
	財政年度 上半年	財政年度 下半年	財政年度 上半年	財政年度 下半年		
中國內地	14,944	21,860	18,022	24,410	▲20.6%	▲11.7%
香港、澳門及其他市場	9,810	12,542	11,681	12,548	▲19.1%	0.0%
整體	24,754	34,402	29,703	36,958	▲20.0%	▲7.4%

- 隨著中國內地與香港、澳門及其他市場的復甦，本集團於2019財政年度營業額增長12.7%。
- 2019財政年度，中國內地的營業額主要由新開的零售點帶動而攀升15.3%。2019財政年度開設的零售點大部份屬加盟模式，反映本集團著力提高在較次級城市的市場滲透率。
- 2019財政年度，香港、澳門及其他市場的營業額按年增長8.4%。2019財政年度上半年的營業額錄得19.1%的強勁增長，惟下半年因宏觀不明朗因素致消費意欲轉弱，再加上比較基數較高的影響下，下半年度的營業額增幅持平。

## 按產品劃分的營業額(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)



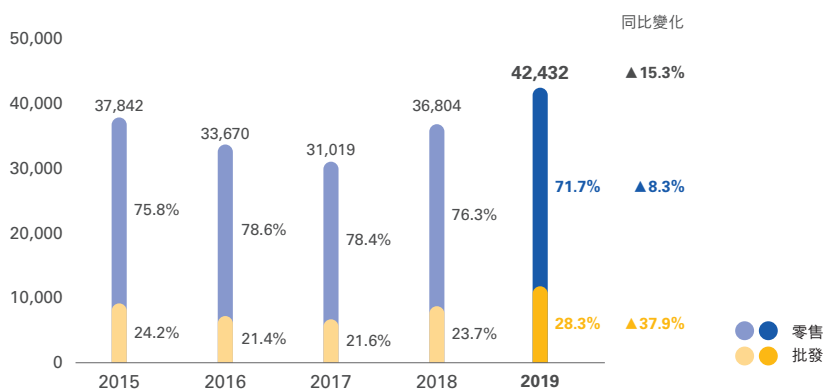
營業額佔比	2018 財政年度 上半年	2018 財政年度 下半年	2019 財政年度 上半年	2019 財政年度 下半年
珠寶鑲嵌首飾	24.2%	23.4%	23.4%	22.2%
黃金產品	57.8%	60.5%	60.5%	61.5%
鉑金/K金產品	11.3%	10.6%	10.5%	10.7%
鐘錶	6.7%	5.4%	5.6%	5.5%

- 所有產品類別於2019財政年度表現均呈正增長，其中黃金產品的表現尤其突出。因此，黃金產品的營業額貢獻上升170個點子至61.1%。

## 中國內地

### 按營運模式劃分的營業額

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



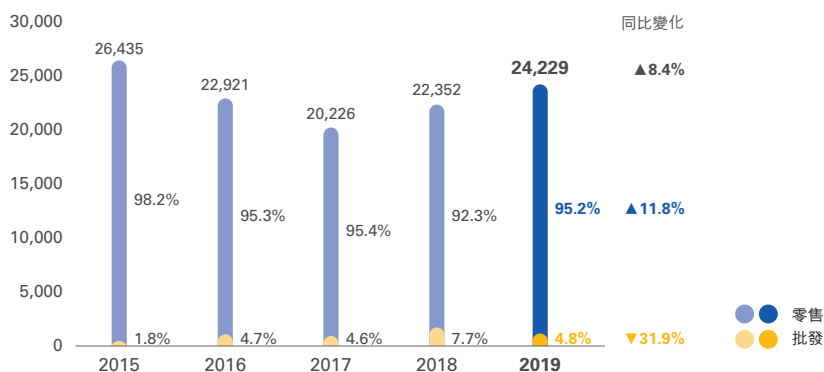


- 於中國內地，我們的零售營業額指來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品及向加盟商提供服務的收入。
- 2019財政年度，中國內地的營業額增長15.3%。按相同匯率計算，年內營業額上升16.1%。
- 2019財政年度，由於我們提高於較次級城市和縣級城鎮的市場滲透率致新開設的加盟零售點數目增加，批發營業額大幅上升37.9%。於縣級城鎮的加盟零售點，當產品交付予我們的加盟商時便會確認銷售金額。至於餘下大部份的加盟零售點，均以寄售模式營運。與零售消費者完成銷售交易前，我們保留存貨擁有權，而交易完成時會確認批發營業額。

## 香港、澳門及其他市場

### 按營運模式劃分的營業額

截至3月31日止年度  
(百萬港元)

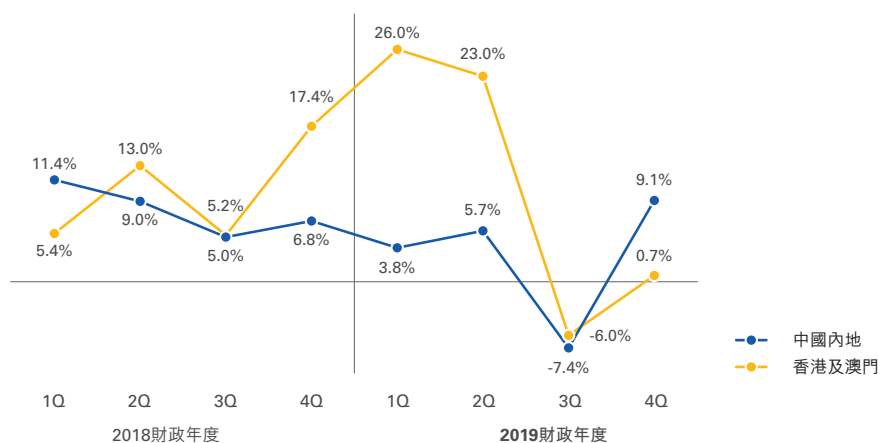


- 於香港、澳門及其他市場，我們的零售營業額指來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品、向分銷商銷售貨品以及來自珠寶貿易的銷售額。
- 2019財政年度，受惠於市場復甦而錄得穩健的同店銷售增長，零售營業額亦按年上升11.8%。
- 另一方面，因2019財政年度珠寶貿易銷售額下降，批發營業額按年下滑31.9%，其營業額貢獻亦減少290個點子。

## 同店銷售增長

### 集團

#### 按主要市場劃分的同店銷售增長

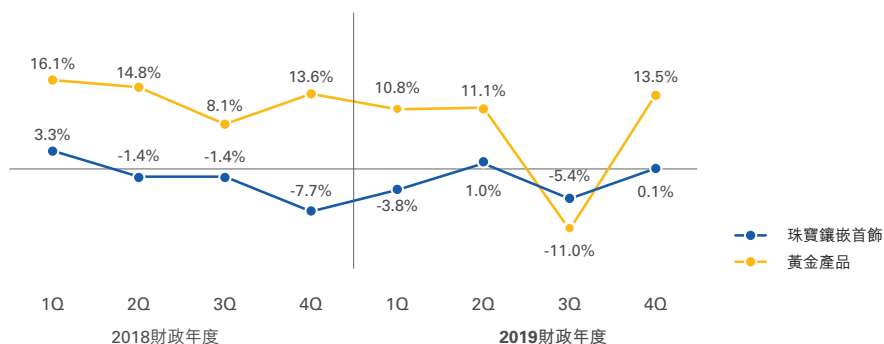


	2018 財政年度 同店銷售增長		2019 財政年度	
			同店銷售增長	同店銷量增長
中國內地	▲ 8.0%		▲ 3.4%	▼ 3.3%
香港及澳門	▲ 10.2%		▲ 8.7%	▲ 1.3%

- 中國內地以及香港及澳門的同店銷售增長動力自2017財政年度下半年開始的復甦升勢以來一直延續至2019財政年度上半年。然而，2019財政年度下半年的宏觀經濟環境較為波動，使兩大市場的表現呈轉弱之勢。在比較基數較高的情況下，香港及澳門的增長動力不及中國內地。
- 2019財政年度，中國內地的同店銷售增長3.4%，主要受平均售價上升所帶動。同店銷量增長亦因客流轉往線上渠道而有所放緩。計入我們的電子商務業務，中國內地的同店銷量的降幅收窄至2.4%，同店銷售增長則為3.0%。
- 2019財政年度，香港及澳門市場獲平均售價及銷量增長的支持，其同店銷售增長8.7%。

## 中國內地

### 主要產品的同店銷售增長



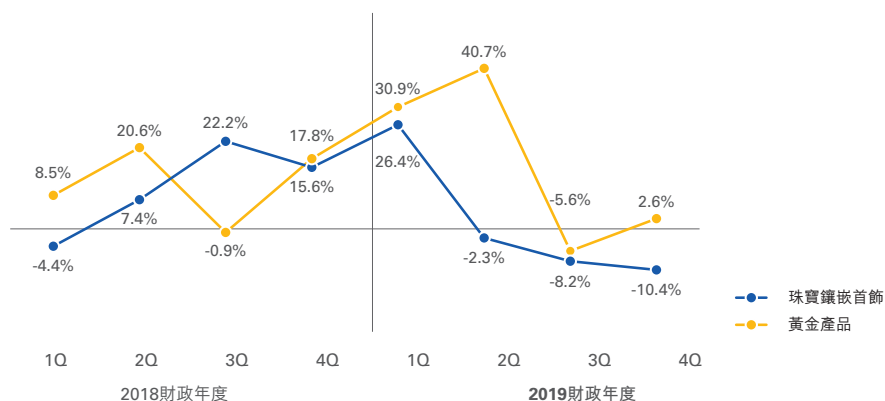
	2019 財政年度			2018 財政年度
	同店銷售增長	同店銷量增長	同店平均售價	同店平均售價 <sup>(1)</sup>
珠寶鑲嵌首飾	▼ 1.4%	▼ 1.6%	6,700 港元	6,600 港元
黃金產品	▲ 6.2%	▼ 6.2%	4,400 港元	3,900 港元
鉑金/K金產品	▼ 0.8%	▲ 2.3%	1,700 港元	1,700 港元
鐘錶	▲ 4.7%	▼ 6.6%	16,300 港元	14,600 港元
整體	▲ 3.4%	▼ 3.3%		

(1) 同店平均售價以2019財政年度的同店作基準

- 於中國內地，黃金產品的同店銷售於2019財政年度錄得6.2%的升幅，支持整個市場的同店銷售增長。
- 2019財政年度，主要受惠於已售黃金產品平均單件重量增加，黃金產品的平均售價上升13.2%。而周大福傳承系列的成功亦發揮了一定的作用。年內，國際平均金價按年下降1.8%。
- 2019財政年度，珠寶鑲嵌首飾的同店銷售輕微下跌1.4%。然而，其相關的零售值穩健增長7.7%。珠寶鑲嵌首飾的同店平均售價則稍微上升至6,700港元。
- 2019財政年度，鐘錶同店銷售因平均售價升至16,300港元而增長4.7%，繼續展現韌力。

## 香港及澳門

### 主要產品的同店銷售增長



	2019 財政年度			2018 財政年度
	同店銷售增長	同店銷量增長	同店平均售價	同店平均售價 <sup>(1)</sup>
珠寶鑲嵌首飾	▼ 0.8%	▲ 5.4%	11,000 港元	11,600 港元
黃金產品	▲ 14.4%	▲ 2.5%	8,200 港元	7,300 港元
鉑金/K金產品	▲ 3.8%	▼ 2.0%	1,800 港元	1,700 港元
鐘錶	▲ 5.2%	▲ 6.1%	57,500 港元	58,000 港元
整體	▲ 8.7%	▲ 1.3%		

(1) 同店平均售價以2019財政年度的同店作基準

- 2019財政年度，受黃金產品的銷量和平均售價俱升所帶動，黃金產品錄得14.4%的同店銷售增長。2019財政年度，由於已售每件產品的平均重量增加，故此同店平均售價上升11.6%。
- 2019財政年度，香港及澳門珠寶鑲嵌首飾的同店銷量錄得5.4%的健康增長。然而，自2019財政年度第二季度開始，宏觀經濟環境逆轉，削弱了高端產品的消費意欲，故此珠寶鑲嵌首飾的平均售價呈下滑趨勢。

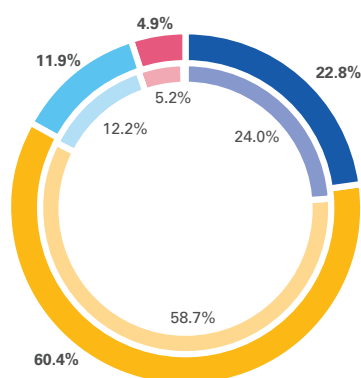
## 中國內地的業務

### 按店舖品牌劃分的零售點變動<sup>(1)</sup> — 中國內地

於	31.3.2017	31.3.2018	2019 財政年度			31.3.2019
			增加	減少	淨增減	
	總計	總計				總計
周大福珠寶	2,118	2,317	603	(117)	486	2,803
周大福鐘錶	117	106	11	(4)	7	113
T MARK	—	—	4	—	4	4
HEARTS ON FIRE	8	6	1	(4)	(3)	3
SOINLOVE	—	9	19	(1)	18	27
MONOLOGUE	3	11	30	(3)	27	38

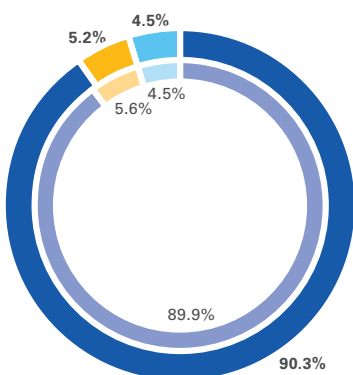
(1) 不包括店中店及店內專櫃

### 按產品劃分的零售值



2018 財政年度	2019 財政年度	零售值 同比變化
●	●	珠寶鑲嵌首飾 ▲7.7%
●	●	黃金產品 ▲16.5%
●	●	鉑金/K金產品 ▲10.9%
●	●	鐘錶 ▲7.4%
●		整體 ▲13.3%

### 按銷售渠道劃分的零售值



2018 財政年度	2019 財政年度	零售值 同比變化
●	●	周大福珠寶 ▲13.6%
●	●	其他店舖品牌 <sup>(2)</sup> ▲6.6%
●	●	電子商務 <sup>(3)</sup> ▲13.7%
●		整體 ▲13.3%

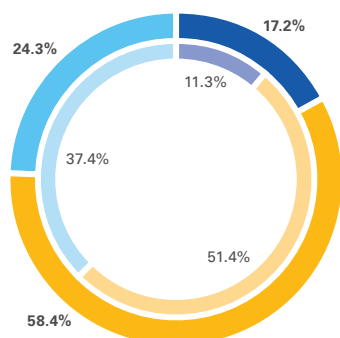
(2) 包括周大福鐘錶、T MARK、HEARTS ON FIRE、SOINLOVE及MONOLOGUE

(3) 主要平台包括周大福網絡旗艦店、天貓、京東、唯品會，但不包括線上訂單分配(即將線上訂單發送至零售點以安排寄送服務)

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

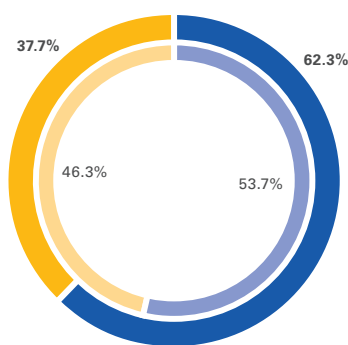
按城市級別劃分的零售值及零售點



零售點佔比	零售值佔比	零售值 同比變化	2019 財政年度 零售點 淨變動
●	●	▲13.7%	▲50
●	●	▲11.5%	▲185
●	●	▲19.0%	▲251

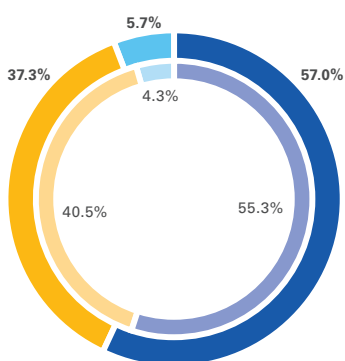
- 為拓展我們的業務據點，擴大於縣級城鎮的市場佔有率，我們一直借助加盟商以具效率且有效的方式提高我們於當地的市場滲透率。因此，我們於2019財政年度加快了三線及較次級城市的擴充步伐。於2019財政年度的淨開店達到251個零售點。
- 加上城鎮化逐步推進及基建持續發展等增長動力，三線及其他城市於2019財政年度的零售值按年增長達19.0%並超越一線及二線城市。其貢獻由2018財政年度的23.0%上升至2019財政年度的24.3%。

## 按營運模式劃分的零售值及零售點



零售點 零售值 佔比 佔比		2019 財政年度	
		零售值 同比變化	零售點 淨變動
● 直營	● 直營	▲ 7.4%	▲ 111
● 加盟	● 加盟	▲ 25.8%	▲ 375

## 按直營模式劃分的零售值及零售點

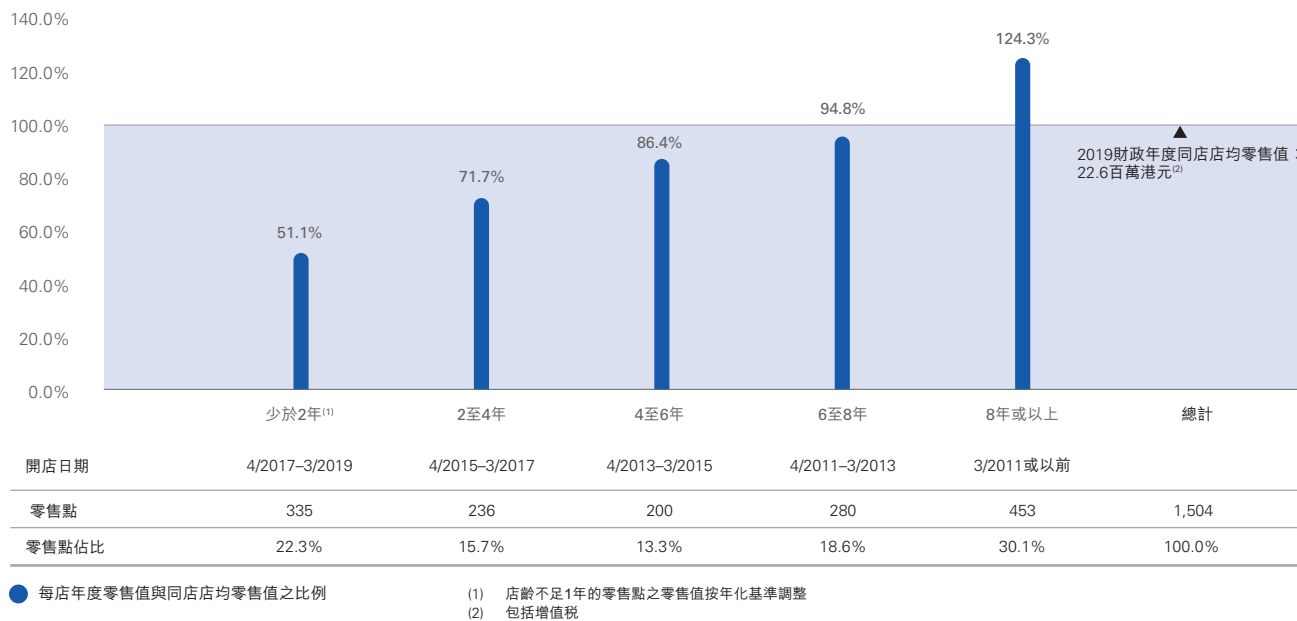


零售點 零售值 佔比 佔比		2019 財政年度	
		零售值 同比變化	零售點 淨變動
● 直營(百貨公司)	● 直營(百貨公司)	▲ 0.5%	▼ 15
● 直營(購物中心)	● 直營(購物中心)	▲ 24.3%	▲ 129
● 直營(專賣店)	● 直營(專賣店)	▼ 11.4%	▼ 3

- 由於時尚的購物中心持續受富裕且具品味的顧客所歡迎，故此2019財政年度，帶動位於購物中心的直營零售點之零售值錄得24.3%的增長，成績令人鼓舞。
- 於2019財政年度，我們淨整合了18個專賣店及位於百貨公司的零售點。

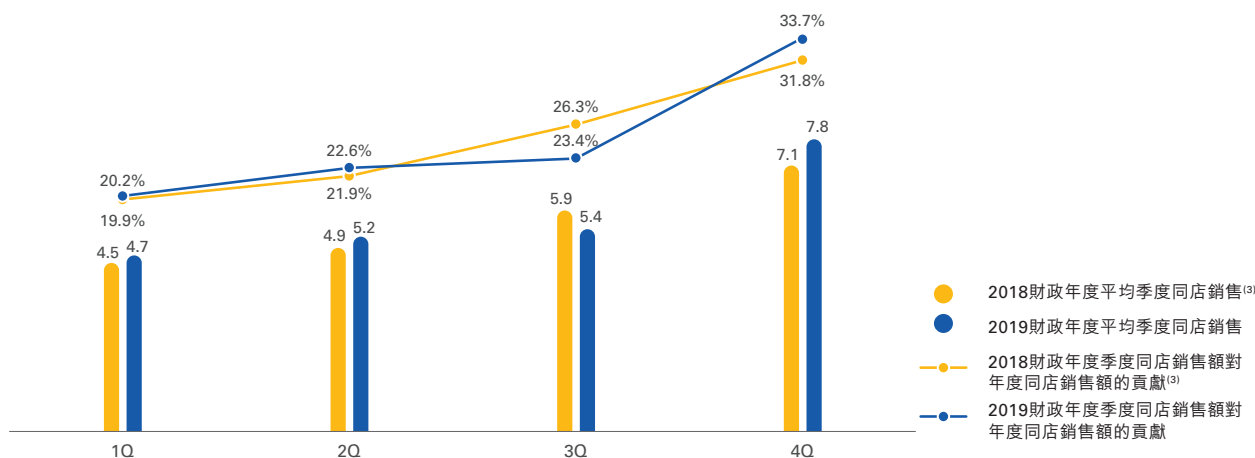
## 直營周大福珠寶零售點

### 按店齡劃分的每店零售值



### 平均季度銷售額

(百萬港元)



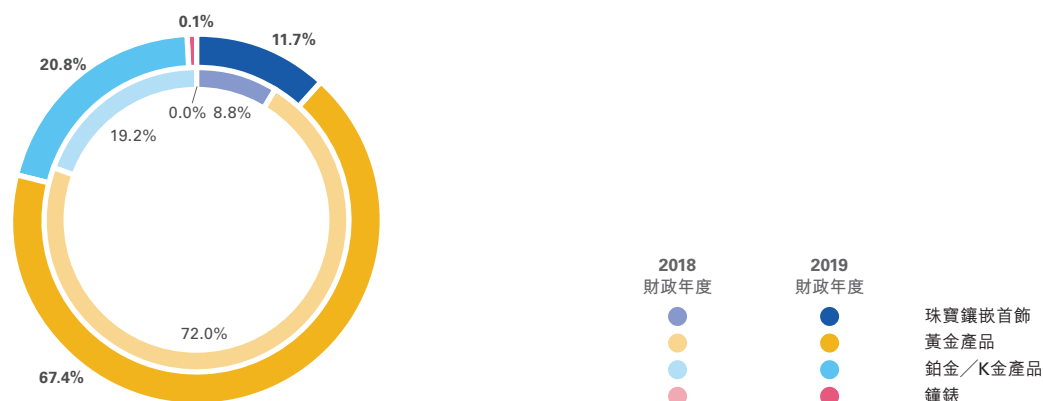
(3) 同店銷售以2019財政年度的同店作基準

- 2019財政年度下半年錄得的平均同店銷售佔全年同店銷售約57%，整體與正常的季節性表現相若。
- 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，該季度通常在我們同店銷售中有最高的季度貢獻。



## 電子商務業務

### 按產品劃分的零售值



	2019 財政年度		2018 財政年度
	零售值 同比變化	平均售價	平均售價
珠寶鑲嵌首飾	▲ 51.4%	1,600 港元	1,500 港元
黃金產品	▲ 6.0%	1,500 港元	1,600 港元
鉑金/K金產品	▲ 22.4%	800 港元	900 港元
整體	▲ 13.2%	1,300 港元	1,400 港元

### 電子商務業務的表現

2019 財政年度

零售值



平均售價



2018 財政年度

4.8%  
佔相關零售值

2019 財政年度

**4.8%**

2018 財政年度

12.5%  
佔相關銷量

2019 財政年度

**13.6%**

電子商務平台



平均每日測覽量—不重複訪客<sup>(1)</sup>



關注人數<sup>(2)</sup>



(1) 數據來源：周大福網絡旗艦店、天貓及京東

(2) 數據來源：新浪微博、騰訊微博及微信官方賬戶

- 於2019財政年度，我們的電子商務業務錄得13.2%的零售值增長，增幅因基數較高而較2018財政年度為低。
- 毛利率較高的珠寶鑲嵌首飾及鉑金／K金產品則分別錄得51.4%及22.4%的顯著零售值增長。
- 於本財政年度，電子商務業務佔中國內地的零售值維持於4.8%。按銷量計算，電子商務業務於2019財政年度佔中國內地的業務進一步升至13.6%，其中電子商務平台佔12.8%，而線上訂單分配佔0.8%。

## 香港、澳門及其他市場的業務

### 按店舖品牌劃分的零售點變動<sup>(1)</sup> — 香港、澳門及其他市場

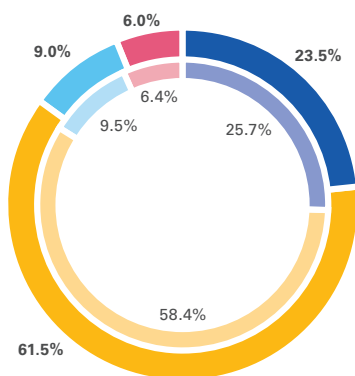
於	31.3.2017	31.3.2018	2019財政年度			31.3.2019
			增加	減少	淨增減	
	總計	總計				總計
周大福珠寶	122	122	12	(4)	8	130
香港	83	80	3	(3)	—	80
澳門	19	19	—	—	—	19
其他市場	20	23	9	(1)	8	31
T MARK	—	—	1	—	1	1
HEARTS ON FIRE	13	14	1	—	1	15

(1) 不包括店中店及店內專櫃

- 就周大福珠寶而言，我們於2019財政年度在其他市場淨開設8個零售點。而香港及澳門的零售網絡則大致保持有99個零售點。
- 此外，我們於2019財政年度在香港開設首間T MARK專門店以及首個HEARTS ON FIRE零售點。

## 香港及澳門的業務

### 按產品劃分的零售值



2018 財政年度	2019 財政年度	零售值 同比變化
●	●	珠寶鑲嵌首飾 ▲1.8%
●	●	黃金產品 ▲17.6%
●	●	鉑金／K金產品 ▲4.9%
●	●	鐘錶 ▲5.5%
●		整體 ▲11.6%

## 香港及澳門的行業表現

2019財政年度

香港珠寶業銷貨價值<sup>(1)</sup>



內地訪客人數<sup>(2)</sup>



## 我們香港及澳門的表現

2019財政年度

零售點客流量



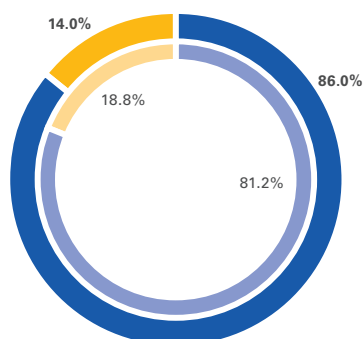
以中國銀聯、支付寶、微信支付或人民幣結算之零售值



(1) 珠寶首飾、鐘錶及名貴禮品於香港的零售業銷貨價值，源自香港特別行政區政府統計處

(2) 數據來源：香港特別行政區商務及經濟發展局與澳門統計暨普查局

## 按地區劃分的零售值及零售點

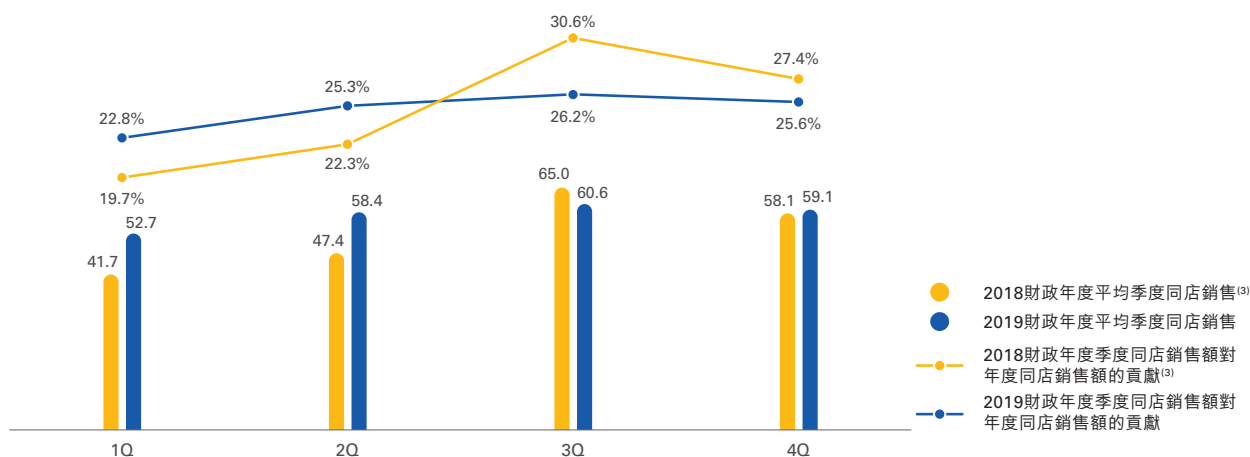


零售點佔比	零售值佔比	2019 財政年度	
		零售值 同比變化	零售點 淨變動
● 香港	● 香港	▲ 11.8%	▲ 2
● 澳門	● 澳門	▲ 9.2%	-

- 2019財政年度，客流量按年錄得4.8%的正增長，惟下半年的增長有所放緩。
- 以中國銀聯、支付寶、微信支付或人民幣結算之零售值佔香港及澳門市場總零售值的百分比(代表來自中國內地旅客的銷售貢獻)由2018財政年度的44.6%升至2019財政年度的46.5%。

## 平均季度銷售額

(百萬港元)



(3) 同店銷售以2019財政年度的同店作基準

- 2019財政年度下半年錄得的同店銷售佔全年同店銷售之百分比由2018財政年度下半年的58%降至52%，此乃由於期內尤其於第三季度受到不穩的宏觀經濟環境的影響而減低了消費者的需求。
- 第三季度適逢聖誕節及我們的年度大減價活動，故屬我們的旺季，該季度通常佔香港及澳門市場同店銷售中最高的季度貢獻。

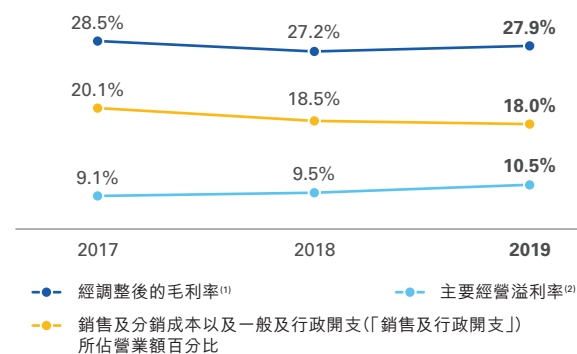
## 財務狀況

儘管2019財政年度下半年充滿宏觀不明朗因素，但我們的固有實力依然強勁，在過往三個財政年度的盈利持續錄得增長。

## 盈利能力

### 整體

截至3月31日止年度



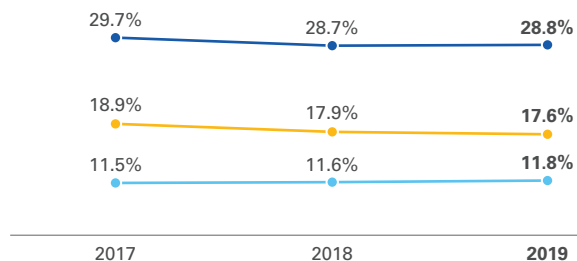
### 按可呈報分部劃分的主要經營溢利<sup>(2)</sup>

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



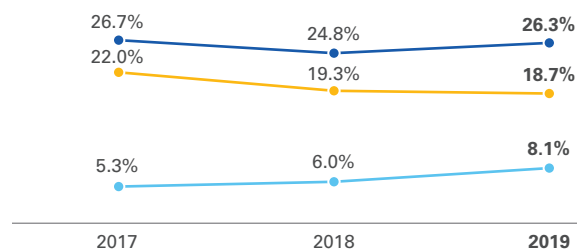
### 中國內地

截至3月31日止年度



### 香港、澳門及其他市場

截至3月31日止年度



(1) 經調整後的毛利及相應毛利率並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並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核心業務的實際趨勢

## 集團

(百萬港元)	2018 財政年度 上半年	2018 財政年度 下半年	2019 財政年度 上半年	2019 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	24,754	34,402	29,703	36,958	▲ 20.0%	▲ 7.4%
經調整後的毛利	7,097	9,022	8,338	10,263	▲ 17.5%	▲ 13.7%
經調整後的毛利率	28.7%	26.2%	28.1%	27.8%	▼ 0.6個百分點	▲ 1.6個百分點
其他收入	186	222	167	229	▼ 10.2%	▲ 3.1%
銷售及行政開支	(4,887)	(6,033)	(5,517)	(6,508)	▲ 12.9%	▲ 7.9%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	19.7%	17.5%	18.6%	17.6%	▼ 1.1個百分點	▲ 0.1個百分點
主要經營溢利	2,396	3,211	2,989	3,984	▲ 24.7%	▲ 24.1%
主要經營溢利率	9.7%	9.3%	10.1%	10.8%	▲ 0.4個百分點	▲ 1.5個百分點

- 主要經營溢利率於過往三個財政年度持續攀升。
- 於2019財政年度，主要經營溢利強勁增長24.4%及其相應溢利率亦上升100個點子。此乃由於經調整後的毛利率上升以及受惠於營運效益帶動。
- 我們的兩大業務分部中，中國內地繼續為主要溢利來源，於2019財政年度佔本集團主要經營溢利超過70%。

## 中國內地

(百萬港元)	2018 財政年度 上半年	2018 財政年度 下半年	2019 財政年度 上半年	2019 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	14,944	21,860	18,022	24,410	▲ 20.6%	▲ 11.7%
經調整後的毛利	4,593	5,980	5,358	6,881	▲ 16.7%	▲ 15.1%
經調整後的毛利率	30.7%	27.4%	29.7%	28.2%	▼ 1.0個百分點	▲ 0.8個百分點
其他收入	131	161	102	151	▼ 22.3%	▼ 6.6%
銷售及行政開支	(2,872)	(3,727)	(3,398)	(4,089)	▲ 18.3%	▲ 9.7%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	19.2%	17.1%	18.9%	16.8%	▼ 0.3個百分點	▼ 0.3個百分點
主要經營溢利	1,853	2,414	2,062	2,942	▲ 11.3%	▲ 21.9%
主要經營溢利率	12.4%	11.0%	11.4%	12.1%	▼ 1.0個百分點	▲ 1.1個百分點

- 主要經營溢利率於三個財政年度持續上升。受惠於營運效益，主要經營溢利率由2019財政年度上半年的11.4%繼續升至2019財政年度下半年的12.1%。
- 於2019財政年度，主要經營溢利上升17.3%及其相應溢利率增長20個點子。

- 於2019財政年度，經調整後的毛利率微升10個點子至28.8%。零售層面按產品劃分的毛利率上升，惟部份升幅因產品組合未如理想及批發業務貢獻上升所抵銷。
- 受惠於零售層面按產品劃分的經調整後的毛利率上升以及營運效益，2019財政年度下半年的主要經營溢利上升21.9%，而其相應溢利率則增加110個點子。

### 香港、澳門及其他市場

(百萬港元)	2018 財政年度 上半年	2018 財政年度 下半年	2019 財政年度 上半年	2019 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	9,810	12,542	11,681	12,548	▲ 19.1%	▲ 0.0%
經調整後的毛利	2,504	3,042	2,980	3,382	▲ 19.0%	▲ 11.2%
經調整後的毛利率	25.5%	24.3%	25.5%	27.0%	-	▲ 2.7個百分點
其他收入	55	61	65	78	▲ 19.0%	▲ 28.9%
銷售及行政開支	(2,016)	(2,306)	(2,119)	(2,419)	▲ 5.1%	▲ 4.9%
銷售及行政開支所佔 營業額百分比	20.5%	18.4%	18.1%	19.3%	▼ 2.4個百分點	▲ 0.9個百分點
主要經營溢利	543	796	926	1,042	▲ 70.5%	▲ 30.8%
主要經營溢利率	5.5%	6.3%	7.9%	8.3%	▲ 2.4個百分點	▲ 2.0個百分點

- 於2019財政年度，主要經營溢利增加46.9%及其相應溢利率於三個財政年度持續上升，其中更由2018財政年度上半年的5.5%持續改善至2019財政年度下半年的8.3%。
- 於2019財政年度，經調整後的毛利率回升至正常水平，使其上升150個點子至26.3%。此乃由於2018財政年度曾作一次性存貨減值撥備以及2019財政年度的批發貢獻減少。儘管零售層面按產品劃分的毛利率上升，此升幅被黃金產品銷售佔比增加所抵銷。
- 於2019財政年度下半年，經調整後的毛利率上升，再加上銷售及行政開支比率有所改善，主要經營溢利率按年大幅增加200個點子至8.3%。

## 毛利率

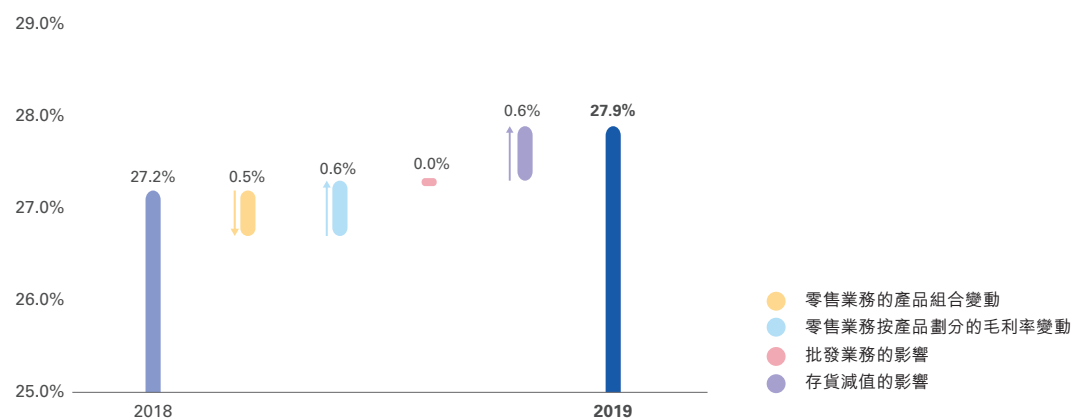
### 未變現虧損(收益)

截至3月31日止年度	2017	2018	2019
毛利率	29.2%	27.4%	27.9%
黃金借貸未變現虧損(收益)	(0.7)%	(0.2)%	0.0%
經調整後的毛利率	28.5%	27.2%	27.9%

- 年內未變現虧損(收益)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之時間差所產生的虧損(收益)與(ii)於當前財政年度結算時，因相關的時間差而產生的虧損(收益)的淨影響。
- 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。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虧損(收益)與已對沖黃金存貨的銷售之間或會有短暫的時間差，從而可能產生虧損(收益)。

### 經調整後的毛利率變動

截至3月31日止年度

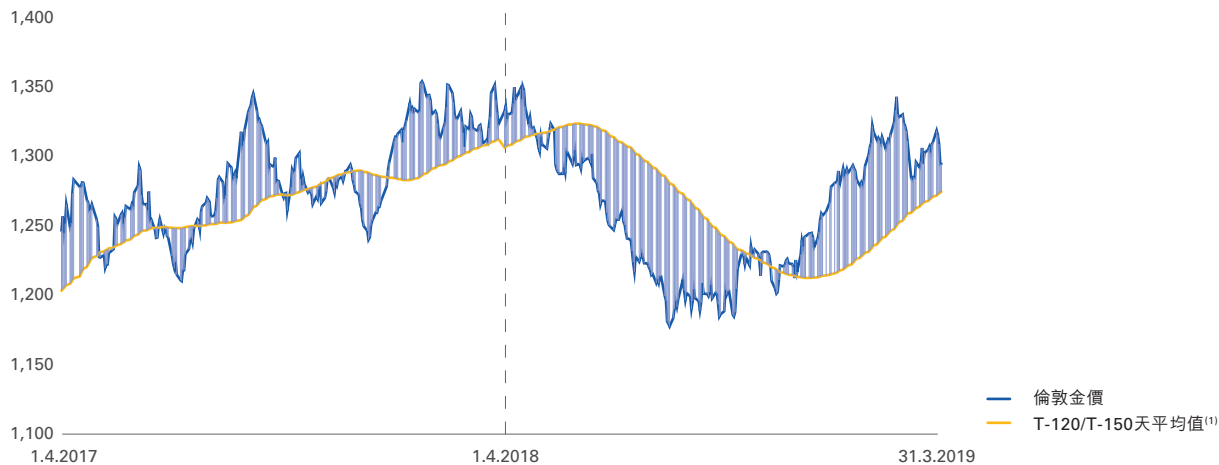


- 於集團層面，經調整後的毛利率較2018財政年度上升70個點子。2018財政年度毛利率較低乃受該財政年度所作的一次性存貨減值撥備的影響。
- 於零售層面，受惠於我們具差異化的產品選擇，按產品劃分的毛利率有所上升，惟部份升幅因產品組合未如理想所抵銷。
- 批發業務的影響對經調整後的毛利率影響相當輕微，此乃由於批發毛利率的升幅被批發業務貢獻的增加所抵銷。



## 倫敦金價

(美元每盎司)

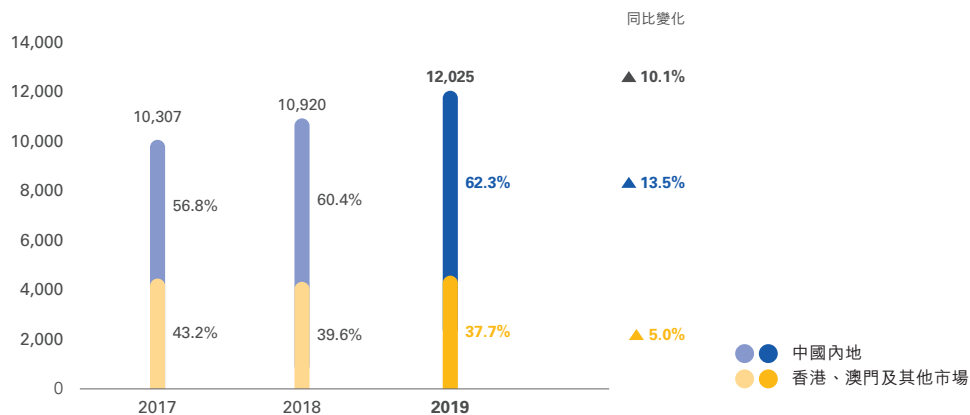


(1) T-120/T-150天平均值指過往連續120天或150天的黃金均價，用作代表我們已對沖黃金存貨的平均價格。由於2019財政年度的黃金存貨周轉延長，2018財政年度及2019財政年度分別使用T-120天及T-150天平均值

## 銷售及行政開支

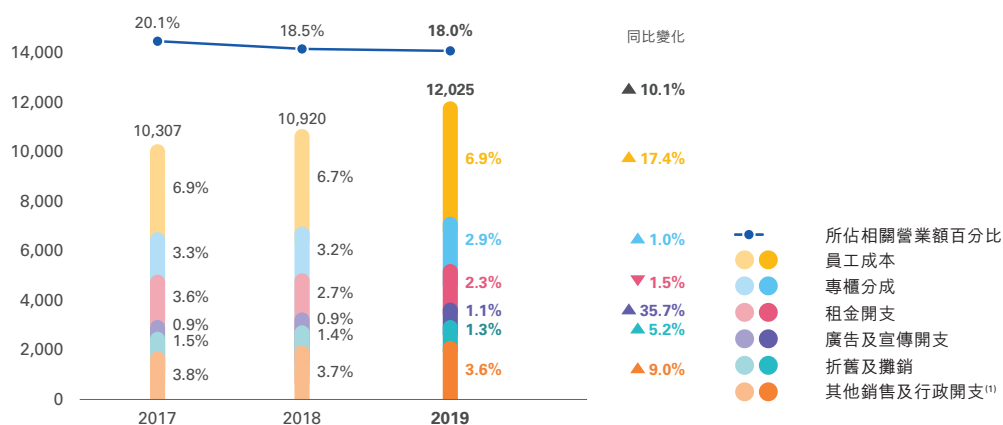
### 按可呈報分部劃分的銷售及行政開支

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、包裝物料及水電費

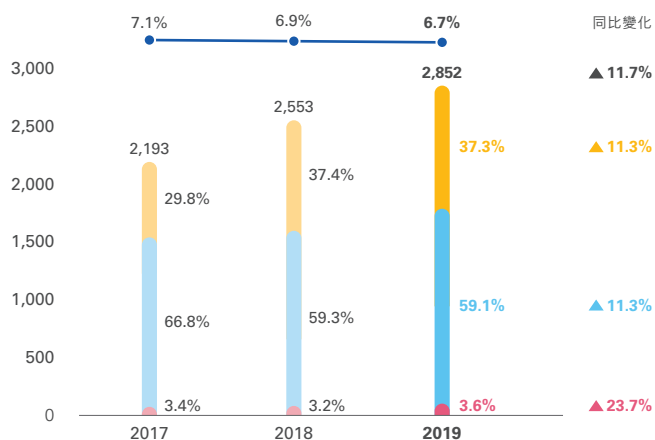
- 中國內地分部於過往三個財政年度佔銷售及行政開支超過一半。
- 於2019財政年度，銷售及行政開支增加10.1%至12,025百萬港元，此乃由於我們的銷售及行政開支主要項目俱升，惟租金開支下降1.5%。
- 由於我們投入更多資源增加品牌曝光率及提升品牌價值，廣告及宣傳開支增加35.7%及其相對營業額的比率已回復1.1%的正常水平。
- 受惠於營運效益，銷售及行政開支比率下降50個點子至18.0%。

## 銷售及行政開支的主要項目

### 員工成本及相關開支

#### 中國內地

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



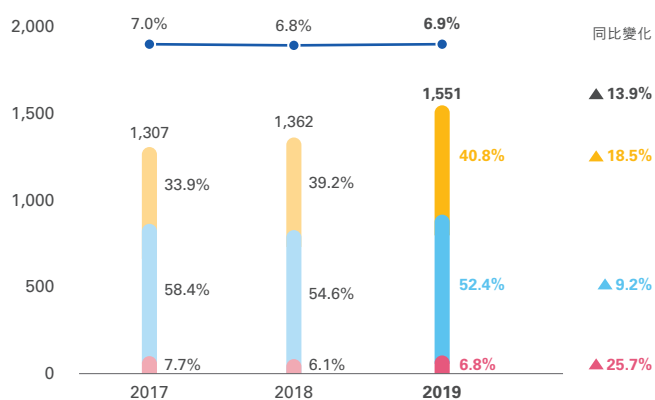
2019財政年度



● 所佔相關營業額百分比  
● 浮動員工成本  
● 固定員工成本  
● 其他員工相關開支<sup>(2)</sup>

#### 香港及澳門

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



2019財政年度



● 所佔相關營業額百分比  
● 浮動員工成本  
● 固定員工成本  
● 其他員工相關開支<sup>(2)</sup>

(1) 不包括生產部門的員工

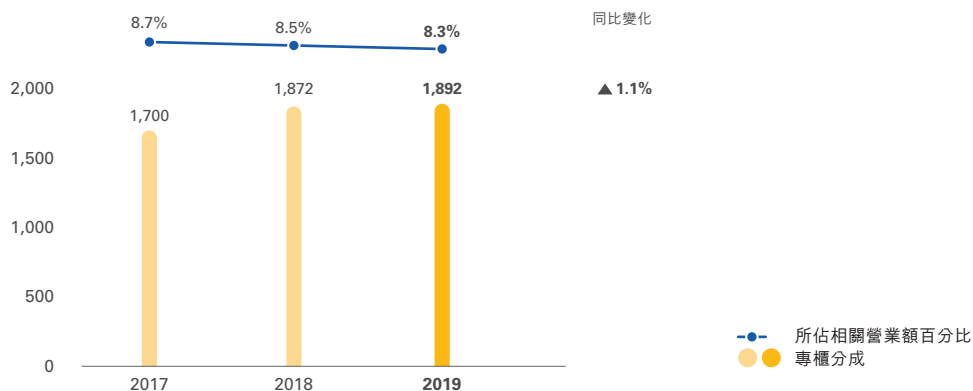
(2) 其他員工相關開支主要包括員工膳食津貼、醫療費和教育經費等

- 於2019財政年度，兩個可呈報分部的員工成本及相關開支均有上升，我們旨在於固定及浮動部分之間取得平衡以激勵表現。
- 於中國內地，員工成本的增幅基本上與業務增長相符。
- 於香港及澳門，員工成本增加主要為多個企業功能增聘富經驗的專才，以加強集團的實力為長線可持續增長作準備。

## 專櫃分成及租金開支

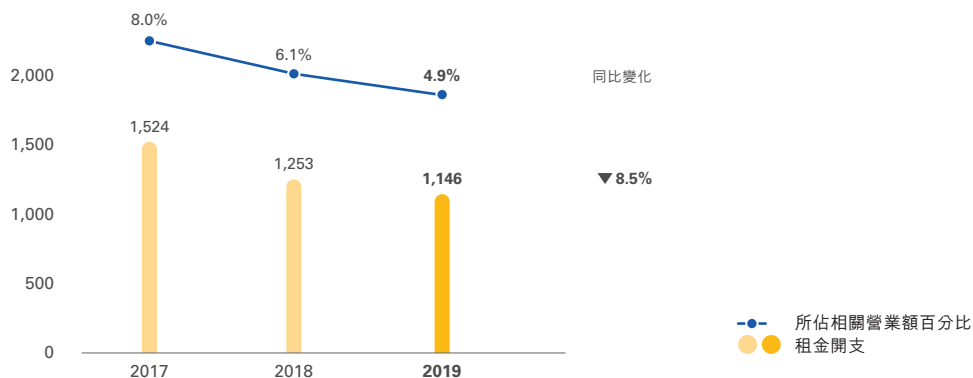
### 中國內地

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



### 香港及澳門

截至3月31日止年度  
(百萬港元)



- 於中國內地，專櫃分成隨銷售上升而增加1.1%。專櫃分成比率微降乃主要由於銷售組合轉向專櫃分成比率一般較低的黃金產品所致。
- 於香港及澳門，2019財政年度的租金開支削減8.5%而租金開支比率下降120個點子至4.9%，主要由於2018財政年度店舖續租及關店所帶來的影響。我們於2019財政年度續租的租金平均減幅約為3%。

## 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	2017	2018	2019	
	百萬元	百萬元	百萬元	同比變化
其他收入	330	408	396	▼3.0%
其他收益及虧損	(286)	342	(276)	不適用
其他開支	(215)	(48)	(57)	▲19.1%

- 其他收入主要指來自中國內地附屬公司獲得的政府補貼。
- 其他收益及虧損主要指因人民幣貶值而產生的匯兌淨虧損241百萬元(2018財政年度：匯兌淨收益343百萬元)。
- 其他開支主要為收購Hearts On Fire產生之其他無形資產攤銷。

## 利息收入、融資成本及稅項

截至3月31日止年度	2017	2018	2019	
	百萬元	百萬元	百萬元	同比變化
銀行利息收入	122	67	83	▲23.6%
其他利息收入	18	13	-	▼100.0%
銀行貸款融資成本	(93)	(111)	(209)	▲88.7%
黃金借貸融資成本	(143)	(133)	(161)	▲21.4%
稅項	(1,227)	(1,629)	(1,668)	▲2.4%

- 黃金借貸融資成本上升21.4%，主要由於我們於2019財政年度為應付顧客殷切的需求而增加黃金存貨，故此平均黃金借貸與黃金存貨之比率相較2018財政年度為高。
- 於2019財政年度，銀行貸款融資成本上升88.7%，此乃由於銀行貸款及相應的利率上升所致。
- 由於2018財政年度產生的預扣稅較多，實際稅率由2018年財政年度的27.9%降至2019財政年度的26.3%。

## 股本回報率

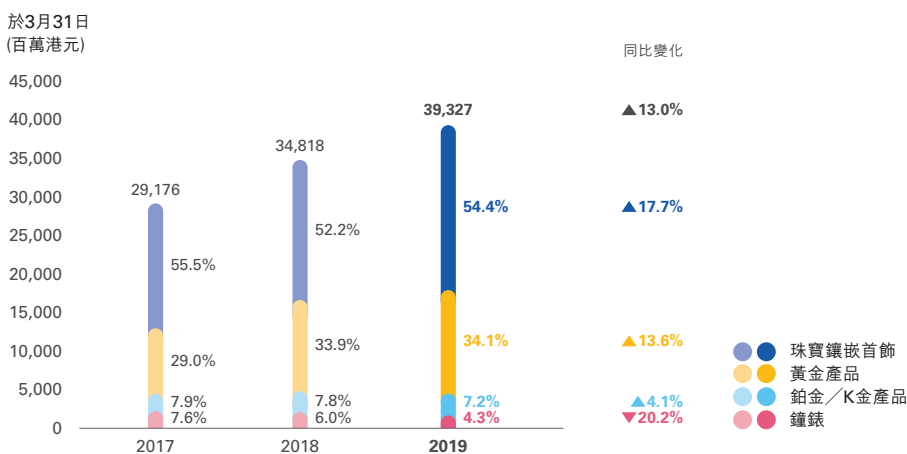
- 我們使用股本回報率計量自每股股東權益獲取溢利的效率。
- 淨溢利率維持於7.0%。股本回報率隨權益倍數增加而上升260個點子至14.9%。



## 存貨周轉及資本架構

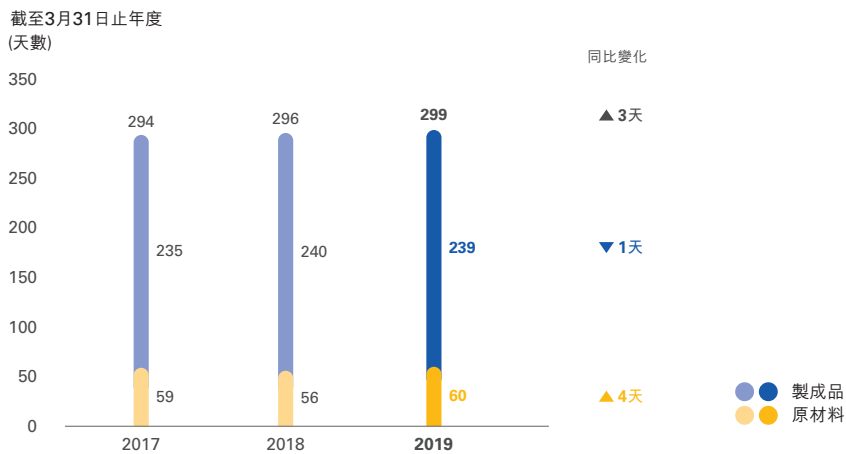
### 存貨結餘及周轉期

#### 按產品劃分的存貨結餘<sup>(1)</sup>



(1) 不包括包裝物料

## 按類別劃分的存貨周轉期<sup>(2)</sup>



(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

- 於2019年3月31日，存貨結餘(不包括包裝物料)上升13.0%至39,327百萬港元。
- 存貨周轉期較2018財政年度多3天。
- 於2019年3月31日，加盟零售點持有我們總存貨結餘約4,590百萬港元(或11.6%)(2018年3月31日：加盟零售點持有約3,290百萬港元(或9.4%))。

## 資本架構

於	31.3.2018 百萬港元	佔權益總額 百分比	31.3.2019 百萬港元	佔權益總額 百分比	增加(減少) 百萬港元	計值貨幣 <sup>(1)</sup>	利率架構 <sup>(1)</sup>
非流動資產	8,258	24.2%	8,459	26.9%	201	不適用	不適用
存貨	34,929	102.4%	39,486	125.7%	4,557	不適用	不適用
現金及 現金等價物 <sup>(2)</sup>	7,944	23.3%	7,641	24.3%	(303)	主要為港元、 人民幣及美元	主要為 浮動利率
總貸款 <sup>(3)</sup>	13,258	38.9%	18,069	57.5%	4,811		
銀行貸款	7,923	23.3%	10,057	32.0%	2,134	港元	浮動利率
黃金借貸	5,335	15.6%	8,012	25.5%	2,677	人民幣及美元	固定利率
債項淨額 <sup>(4)</sup>	5,314	15.6%	10,428	33.2%	5,114	不適用	不適用
營運資金 <sup>(5)</sup>	28,593	83.9%	26,307	83.8%	(2,286)	不適用	不適用
權益總額	34,098	100.0%	31,403	100.0%	(2,695)	不適用	不適用

(1) 有關計值貨幣及利率結構的資料為2019年3月31日的情況

(2) 包括銀行結餘及現金等價物

(3) 於2019年3月31日，7,460百萬港元的銀行貸款及所有黃金借貸將於12個月內到期，而1,999百萬港元的銀行貸款將於超過1年但不多於2年內到期及598百萬港元將於超過2年但不多於5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) 即淨流動資產

- 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。



## 人民幣波動的影響

- 由於我們有部分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換算。現貨匯率與收市匯率的匯兌收益或虧損於損益賬中確認，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。
- 下表列示人民幣波動及對我們財務表現的影響：

2019財政年度	收市匯率同比變化	平均匯率同比變化
人民幣兌港元	▼ 7%	▼ 1%

截至3月31日止年度	2018		2019	
	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	▲ 15.4%	▲ 14.0%	▲ 12.7%	▲ 13.2%
主要經營溢利同比變化	▲ 20.6%	▲ 18.7%	▲ 24.4%	▲ 24.9%
存貨結餘變化	▲ 19.4%	▲ 13.6%	▲ 13.0%	▲ 16.7%
現金及現金等價物變化	▲ 0.0%	▼ 7.5%	▼ 3.8%	▲ 0.7%

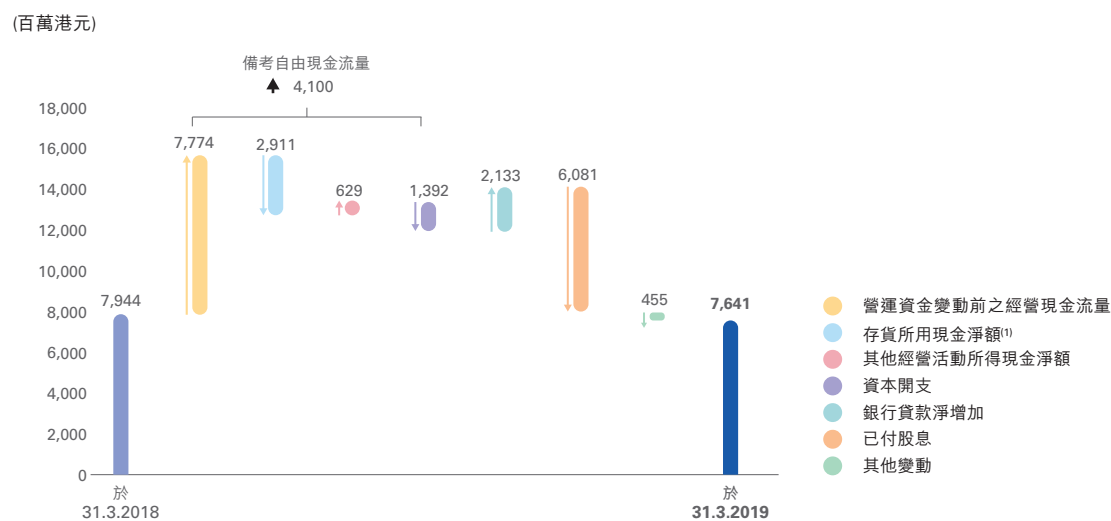
- 按相同匯率計算的營業額及主要經營溢利乃使用中國內地分部於本年度以人民幣計值的營業額及主要經營溢利以上一年度之人民幣兌港元平均匯率換算為港元，我們相信使用相同匯率基準有助提高兩個財政年度的可比較性。

## 現金流量及其他

### 現金流量

截至3月31日止年度	2017 百萬港元	2018 百萬港元	2019 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量	5,702	6,879	<b>7,774</b>
存貨所用現金淨額 <sup>(1)</sup>	(2,424)	(2,455)	<b>(2,911)</b>
其他經營活動所得(所用)現金淨額	(49)	232	<b>629</b>
購買珠寶珍藏	(378)	(553)	-
資本開支	(862)	(1,084)	<b>(1,392)</b>
備考自由現金流量	1,989	3,019	<b>4,100</b>
銀行貸款淨變動	(1,112)	1,102	<b>2,133</b>
已付股息	(5,148)	(4,260)	<b>(6,081)</b>
其他變動	(787)	140	<b>(455)</b>
現金及現金等價物增加(減少)淨額	(5,058)	1	<b>(303)</b>

### 2019財政年度主要現金流量項目



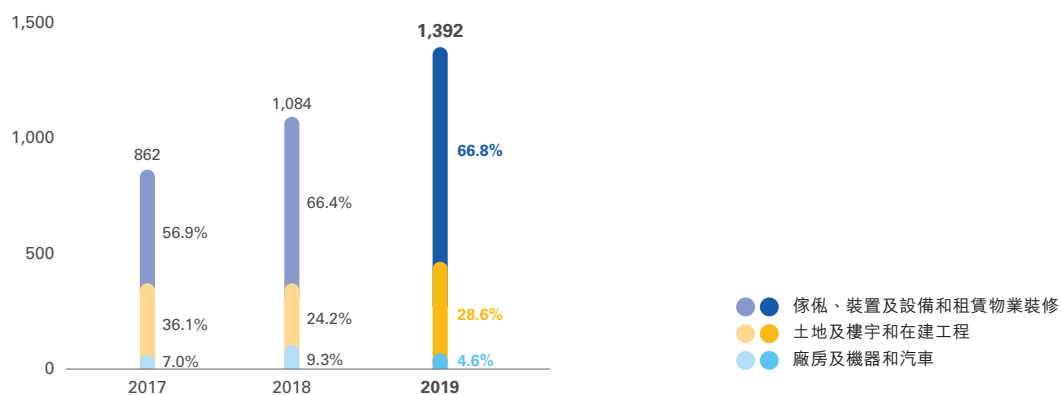
(1) 存貨所用現金淨額包括存貨淨變動、所得黃金貸款及黃金貸款還款。

## 資本開支

- 本集團於2019財政年度的資本開支為1,392百萬港元(2018財政年度：1,084百萬港元)。

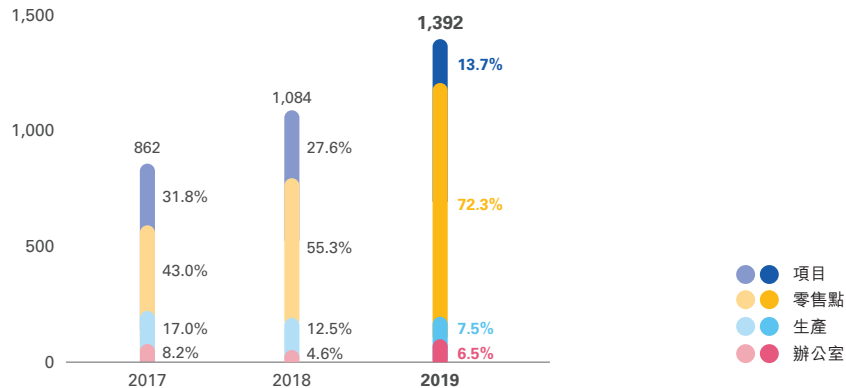
### 按性質劃分的資本開支

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

我們的業務於2019財政年度繼續錄得增長。儘管2019財政年度下半年中美貿易緊張局勢持續，動搖了宏觀經濟前景，但作為創新靈活的行業領導者，在我們自身優勢及核心競爭力下，取得不俗的成果。

我們有三大長遠目標，分別為擴大市場佔有率、提升顧客體驗，以及為股東提供穩健回報。為達成上述目標，我們制定了相關策略及計劃，於整個集團貫徹實行。

我們於2018財政年度推行的「Smart+ 2020」策略框架，為我們提供強大的增長動力，「Smart+ 2020」策略框架是一個為期三年的策略性工作計劃，專注於提升顧客體驗。自策略框架執行後，我們成功締造多項令人雀躍的新里程碑。通過堅持不懈地執行「Smart+ 2020」策略框架，我們定能為顧客提供無縫且非凡的購物體驗，為股東創造長遠價值。

## 業務發展

過去五年，我們主要市場的顧客喜好變化相當迅速，部份原因是環境大趨勢，而部份個別因素則於相關特定市場才出現。迄今，隨著消費者品味越見提升，他們對個性化產品和專屬體驗的需求均有所提高，此情況於相對富裕的顧客群而言更為明顯。至於年輕顧客群，他們選擇品牌時會以手機、社交媒體及網上的體驗為重要基準。基本上，上述兩種情況均可見於我們所有主要市場。

中國內地除出現上述普遍情況外，由於地域廣泛及市場多元化，使到零售渠道較為分散，為該市場帶來額外的挑戰，迫使品牌及零售商需不時檢視其網絡和渠道策略，做到與時並進，才可緊貼市場的步伐。

於香港及澳門，零售商必須應對較深遠的挑戰，如在這兩個相對成熟的市場爭取持續的增長，以及同時應對入境旅客旅遊和消費喜好的轉變。

至於海外市場，尤其東南亞地區，我們看到正待全面開發的潛在商機。東南亞國家從全球化趨勢中獲益匪淺。過去數年，該等國家的產能迅速增加，以應對中國內地不斷上漲的勞工成本。鑒於有愈來愈多且富裕的中產階級在這些亞洲經濟體系中冒起，我們相信當地對優質產品及服務的需求將會相當殷切。

環顧2017年全球鑽石珠寶市場的市值達到820億美元<sup>(1)</sup>，美國已佔了全球50%的市場佔有率。縱觀美國鑽石市場的價值鏈，主要圍繞功能性且高度分散，因此我們相信仍有充裕的空間供我們通過固有的能力為上、中、下游增值。

(1) 資源來源：戴比爾斯2018年鑽石行業洞察報告

## 中國內地

### 周大福珠寶及關聯品牌

- 於我們發展成熟的周大福珠寶零售網絡中，我們精心挑選個別零售點，將之升格為周大福薈館及周大福藝堂，針對追求國際名貴珠寶及獨特體驗的有品味顧客。我們將策略性地將店舖進行差異化升級，為不同的顧客群提供更貼心的產品、環境及購物體驗。
- 擴大市場滲透將為我們未來三至五年重點關注範疇之一。我們會進一步利用加盟模式開拓較次級城市，尤其是縣級城鎮的市場，以善用加盟商的當地知識和人脈。

### 其他品牌

- 多品牌策略於中國內地發展迅速，我們不斷豐富產品選擇和其差異化，以開拓更廣闊的顧客群。
- 擁有精湛切割及打磨工藝的高級鑽石品牌HEARTS ON FIRE，憑藉我們現有的零售網絡，於相對成熟的市場以店中店及店內專櫃形式經營。
- 獨有具可追溯性的專屬鑽石品牌T MARK以店內專櫃形式迅速滲透中國內地市場。
- SOINLOVE及MONOLOGUE針對千禧一代的特定需求。兩大品牌將繼續以線上與線下渠道發展，吸納更多年輕新顧客，從而建立品牌知名度。

#### 中國內地零售網絡

於2019年3月31日

周大福珠寶

**2,769** 零售點

HEARTS ON FIRE

**3** 零售點

**159** 店中店/店內專櫃

周大福藝堂

**2** 零售點

T MARK

**4** 零售點

**500** 店內專櫃

周大福薈館

**32** 零售點

周大福鐘錶

**113** 零售點

SOINLOVE

**27** 零售點

MONOLOGUE

**38** 零售點

中國內地總零售點

**2,988** 零售點

## 香港、澳門及其他市場

### 香港及澳門

#### 周大福珠寶及關聯品牌

- 計劃於2020財政年度選擇性開設周大福珠寶零售點。
- 香港首間周大福藝堂陳列室正式開業，為我們的高端顧客提供精美的珠寶產品和締造獨有的體驗。

#### 其他品牌

- 我們將視乎市場需求，計劃於2020財政年度推出其他品牌吸納較年輕顧客。

#### 其他市場

- 我們將專注發展周大福珠寶，與當地零售商合作，進一步提升市場滲透率。
- 2019財政年度新開的店舖覆蓋柬埔寨、日本、韓國、馬來西亞、新加坡及越南。
- 我們將繼續於東南亞發掘商機，尤其看好中國內地旅客和當地顧客的增長潛力。
- 我們推出具當地特色的地區性專屬產品，創造產品差異化。

#### 香港、澳門及其他市場零售網絡

於2019年3月31日

周大福珠寶  
香港及澳門

**98** 零售點

其他市場

**31** 零售點

HEARTS ON FIRE

**15** 零售點

**27** 店中店/店內專櫃

周大福藝堂

**1** 零售點

T MARK

**1** 零售點

**55** 店內專櫃

香港、澳門及其他市場總零售點

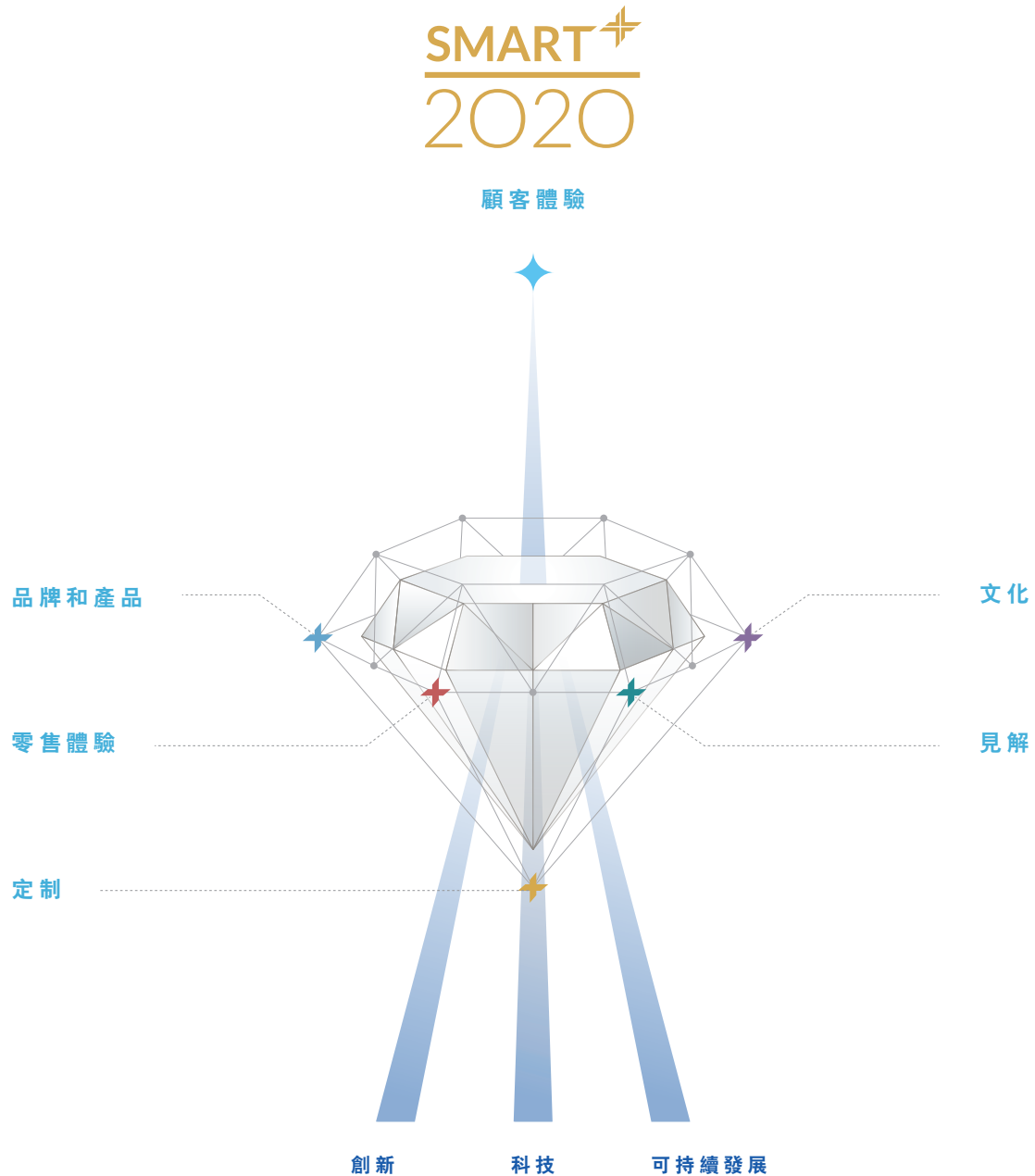
**146** 零售點

## 批發業務

- 我們在美國波士頓成立周大福北美辦事處(「周大福北美」)，其定位為於北美市場中擔任領先的一站式批發供應商，為該市場的珠寶零售商提供產品、服務以及尤其在科技創新方面的專業知識，協助帶動北美市場的珠寶零售商的盈利能力和加強該市場的珠寶零售業務的發展。
- 周大福北美將會在鑽石和高級珠寶市場提供定制的特色系列，並發展自家品牌產品，迎合消費者不斷變化的需求。
- 憑藉集團的專業知識和規模，加上北美團隊對當地市場的深入了解和多年經驗，為北美珠寶零售商提供深厚的價值。

## 「Smart+ 2020」策略框架

我們的「Smart+ 2020」策略框架是一個為期三年的策略性工作計劃，由專責Smart工作團隊推動，負責各項策略的構思以至執行。





## 品牌和產品

### 周大福珠寶及關聯品牌

#### 周大福珠寶

- 擁有90年歷史的標誌性品牌周大福珠寶，在產品組合及特性上不斷作出投資和創新。
- 持續於特選的周大福珠寶零售點進行店舖優化，以提供不同的門店裝潢、購物體驗及多元化的產品選擇。

#### 周大福珠寶的產品系列推介

- 周大福傳承系列及17916系列，分別為純金及22K金產品系列，其工藝及原創性均獲顧客青睞。
- 周大福傳承系列彰顯出文化精髓與現代美學之間的自然融合。周大福傳承專門店於2019年4月在中國內地順德開幕。

#### 周大福藝堂

- 我們於2019年3月在香港開設首間周大福藝堂陳列室，旨在為顧客提供前所未有的奢華珠寶體驗。顧客可於高雅的私人陳列室挑選合其品味和需要的珠寶款式。顧客除可於周大福藝堂享受卓越的服務外，更可鑒賞華麗悅目的珠寶珍品。
- 幻響高級珠寶系列榮獲中國內地2019年胡潤百富至尚優品獎項的「高級珠寶新秀獎」，以表彰其匠心工藝的完美結合。

#### 周大福薈館

- 周大福薈館繼續從海外引入更多新品牌，以豐富其國際珠寶品牌組合。

## T MARK

- T MARK自2016年推出以來一直顛覆著整個珠寶業。我們徹底改變了行業的最佳慣例，以創新的「4Ts」概念和區塊鏈技術，確保了T MARK產品天然唯真。
- 於2019財政年度，T MARK產品佔我們在中國內地以及香港及澳門的鑽石產品零售值佔比分別為19.4%及25.9%。
- 於中國內地以及香港及澳門的零售值增長分別為75.8%及72.8%。

### *應用創新技術及增值服務提升4Ts的市場吸引力*

#### T MARK鑽石增值保障

- 我們與大型保險公司合作，為顧客提供特選T MARK鑽石產品增值服務，有關服務將於2020財政年度推出市場。

#### 數碼鑽石鑒定證書

- 我們與美國寶石研究院(「GIA」)合作應用區塊鏈技術，為顧客提供永久及不可改變的GIA鑽石鑒定認證。
- 於2019年3月31日，香港有10個零售點提供GIA數碼鑽石鑒定證書，並將於2020財政年度於中國內地推行。

#### 具防偽功能的珠寶鑒證卡

- 為進一步提升T MARK鑽石的來源可追溯性，我們於T MARK珠寶鑒證卡附加防偽特徵。利用掃描器對準珠寶鑒證卡的獨有編碼，隨即可顯示相配T MARK鑽石的可追溯記錄。

#### 第三方認證

- 於2019年4月，T MARK的可靠性和可追溯性獲SGS的認證，SGS為全球領先檢驗、查證、測試和認證機構的第三方認可。

## HEARTS ON FIRE

- 於中國內地以及香港及澳門，HEARTS ON FIRE於2019財政年度的零售值增長分別為-21.9%及18.6%。
- HEARTS ON FIRE銷售額佔我們在中國內地以及香港及澳門的鑽石產品零售值佔比分別為2.0%及4.3%。

## SOINLOVE及MONOLOGUE

- SOINLOVE及MONOLOGUE一直以來透過線上與線下平台的互動，成功吸引一眾較年輕的顧客。
- SOINLOVE及MONOLOGUE獲社交媒體的關鍵意見領袖(KOL)擁戴，為各產品系列撰寫吸引讀者的故事，成功將品牌推廣至我們的目標顧客。

## 零售體驗

### 融匯科技的店舖

- 為迎合顧客購物模式的轉變，特別是較年輕的一代，我們於中國內地一、二線城市特選一些店舖率先在店內加入創新科技應用。
- 店內設置雲櫃台以提供嶄新的購物體驗，提供更多不再只限於店內的產品選擇，又大大提升了交易效率。於2019財政年度，我們在廣州開設這類融匯了科技的店舖。

### 體驗店

- 自2018財政年度於香港開設的體驗店取得成功後，我們於中國內地個別地點開設主題式設計的體驗店。每間體驗店均融入當地的文化，交融出獨特的購物體驗。

### 自助體驗區

- 於特定地點增設自助體驗區，伸延grab-and-go概念，有助我們更易接觸更廣大的目標顧客群，於不同的場景發掘更多商機。於2019財政年度，我們於中國內地不同地點包括酒店、大型火車站的貴賓室等，共設置26個自助體驗區。
- 自助體驗區推出新主題且專屬的珠寶首飾系列，從而吸引更多顧客光顧。

## 顧客關係管理

- 於中國內地，顧客可利用流動裝置管理其會員賬戶，亦可隨時透過微信小程序兌換積分，獲享生活休閒獎賞與優惠。
- 此外，我們的會員亦獲邀參加Good Living Plus (GLP+)會員計劃，以享受額外的獎賞優惠，包括獲享與我們合夥的商戶之休閒、酒店及旅遊優惠。

### 周大福會員計劃

#### 中國內地

於2019年3月31日

**2,200,000**

會員數目

2019財政年度

**22.2%**

會員再消費佔相關零售值之百分比

#### 香港及澳門

於2019年3月31日

**1,050,000**

會員數目

2019財政年度

**34.5%**

會員再消費佔相關零售值之百分比

## 定制

- 位於深圳的C2M智定隨心中心是一個與顧客互動的平台，促進顧客在D-ONE定制訂購系統的體驗。
- 當顧客選購心儀的鑽石和款式後，我們便隨即開始定制工序。智能化的Smart生產框架有助我們於24小時內完成定制訂單以備交付。C2M智定隨心中心預計於2020財政年度正式開幕。

## 見解

- 自2019財政年度之初，我們就香港及澳門黃金產品之存貨管理系統使用分析程式以來，配貨效率持續提升。由於配貨工序更數碼化及有效率，我們大大減少了人手調貨的需要。待香港及澳門全面採用該分析程式後，將會套用到中國內地的存貨管理系統上。
- 我們於中國內地選定個別零售點，率先試行利用智能奉客盤助會員到店簽到，助我們識別忠實會員，從而提供更合心意的產品與服務，以協助制定產品設計和配貨策略。

## 文化

### 90周年誌慶

#### 董事總經理黃紹基現場直播演說

- 董事總經理黃紹基於今年3月首次向本集團全體員工現場直播演說，為周大福90周年誌慶掀開序幕。
- 為共同分享是次重要的里程碑，我們特別邀請創作2008年北京奧運吉祥物福娃的著名藝術家韓美林為我們90周年慶典設計一款限量版金章。為答謝員工的辛勞付出，每名員工可額外享有一天休假及一枚90周年紀念金章。

#### 企業短片

- 於今年4月推出「傳•創•共享」為題的全新企業短片展示我們的優勢。

#### 周大福品牌館

- 設於我們深圳總部的周大福品牌館於今年5月開幕，呈獻集團過去90年歷史及珠寶文化的重要里程碑。

#### 內部創新培育

#### 無拘束的工作環境

- 實踐「Slash」工作空間概念，旨在提供無拘束且方便使用的工作環境，以激發構想見解的交流。全新的工作模式為團隊和員工提供工作靈活性和灌輸創造力。
- 我們於2019財政年度在中國內地試行內部線上溝通工具，可為各項目及行政工作實行數碼化進度追蹤，從而精簡工序。它亦可用作有效且具效率的虛擬溝通平台。

## 外間的創新培育

### *Loupe*

- Loupe推行的設計師駐場計劃目的是為培育珠寶業界的設計人才。計劃會給予本地及國際設計師不同的機會，包括透過參與不同的展覽以展出他們的珠寶作品。
- 為使我們設計人才的發展更加全面，我們協助他們掌握額外技能，包括珠寶製作特別技巧、營商實務知識及銷售技巧，更會透過與業界互動與他們分享市場的最新資訊。

### 業務展望與策略

鑒於宏觀不明朗因素，加上2020財政年度上半年有較高的比較基數效應，故此我們對2020財政年度的業務展望持審慎樂觀的態度。我們相信中美貿易談判解決需時。不過，中國政府推出多項振興經濟措施，如降低存款儲備金率、推出各項減稅措施，增加尤其是對中小企的貸款以及加大基建開支，相信會有助舒緩對經濟和消費意欲之影響。為了爭取更大的市場份額和優化集團在中國內地的品牌競爭力，我們將在未來三至五年內繼續在中國內地較次級城市和縣級城鎮策略性地深化市場滲透。

為期三年的「Smart+ 2020」策略框架乃為我們業務發展和轉型的支柱。至今，我們以科技、創新與可持續發展為基礎的支持下，我們喜見獲各方認同。我們將繼續加強以下範疇：(1)實行多品牌策略，豐富零售體驗，以打破顧客對珠寶店固有的期望；(2)透過顧客主導的顧客對工廠業務模式，讓顧客親身參與珠寶製造過程，加強顧客的體驗；(3)利用大數據分析得出有用的見解，從而建立有效的營運模式；及(4)通過推廣創新及企業家文化，為人才開拓更廣闊的視野，讓他們盡情發揮創意及才能，為集團內部以至整個珠寶業界培育更多人才。

我們有決心以可持續發展為未來十年的首要原則，我們的可持續發展策略圍繞四大重點範圍：(1)致力於供應鏈全面進行負責任的採購，達至行內最佳的標準和實踐；(2)按照工藝、創新與科技三大發展方針，培育傳承和工藝技巧，並且推廣產品創新；(3)按照資源效益及減碳的原則下，透過可持續的業務營運保護我們的環境；及(4)建立以人為本的理想工作環境，在創造社區福祉上堅守我們以人為本的態度。種種可計量的目標將引領本集團邁向百周年。

## 末期股息、特別股息及股東週年大會

董事會建議派付2019財政年度每股0.20港元的末期股息(2018財政年度：每股0.15港元)及每股0.30港元的特別股息(2018財政年度：每股0.30港元)，合共約5,000百萬港元(2018財政年度：4,500百萬港元)。派付該等股息須待股東在本公司將於2019年8月2日(星期五)舉行的應屆股東週年大會上批准，並應向於2019年8月9日(星期五)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。預期建議末期股息及特別股息將於2019年8月21日(星期三)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」)規定的方式適時向股東刊發及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2019財政年度的綜合財務報表。

本公告所載有關本集團截至2019年3月31日止年度綜合財務狀況表及綜合損益及其他全面收益表連同相關附註的數字金額，已經由本集團核數師羅兵咸永道會計師事務所與本集團本年度經審核綜合財務報表內的金額核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此所進行之工作並不構成根據香港會計師公會頒佈之香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港保證委聘準則所進行之保證委聘，故羅兵咸永道會計師事務所概不就本公告發表保證意見。

## 企業管治常規

截至2019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(「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2019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2019年7月30日(星期二)至2019年8月2日(星期五)(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2019年7月29日(星期一)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22樓，以辦理登記手續。

為確定享有建議末期及特別股息的權利及資格，本公司將於2019年8月9日(星期五)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2019年8月8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22樓，以辦理登記手續。

代表董事會  
主席  
鄭家純博士

香港，2019年6月6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、鄭炳熙先生、陳世昌先生、孫志強先生、陳曉生先生、廖振為先生及鄭錦標先生；非執行董事為鄭志雯女士；及獨立非執行董事為馮國經博士、柯清輝博士、鄭志強先生、鄭明訓先生、林健鋒先生及鄭嘉麗女士。