

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2018年3月31日止年度 全年業績公告

- 受惠於大中華市場基本因素復甦，營業額按年穩健增長15.4%
- 中國內地以及香港及澳門的同店銷售⁽¹⁾分別錄得8.0%及10.2%之升幅
- 由於業務表現令人鼓舞，加上營運效益，主要經營溢利⁽²⁾上升20.6%
- 我們致力以創新、科技和可持續發展的承諾為基礎，開展「Smart+ 2020」為期三年的策略性工作計劃，以提供卓越的顧客體驗
- 於2018年3月31日，零售網絡覆蓋2,585個零售點，2018財政年度內淨增加204個零售點

財務摘要

| 截至3月31日止年度 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 同比變化 |
|-------------------------|--------------|---------------|--------|
| 營業額 | 51,246 | 59,156 | +15.4% |
| 毛利 | 14,963 | 16,213 | +8.4% |
| 毛利率 | 29.2% | 27.4% | |
| 經調整後的毛利率 ⁽³⁾ | 28.5% | 27.2% | |
| 主要經營溢利 ⁽²⁾ | 4,649 | 5,606 | +20.6% |
| 主要經營溢利率 ⁽²⁾ | 9.1% | 9.5% | |
| 本公司股東應佔溢利 | 3,055 | 4,095 | +34.0% |
| 每股盈利—基本 | 30.6港仙 | 40.9港仙 | +34.0% |
| 每股股息 ⁽⁴⁾ | 51.0港仙 | 57.0港仙 | |
| 全年股息 | 16.0港仙 | 27.0港仙 | |
| 特別股息 | 35.0港仙 | 30.0港仙 | |

- (1) 2018財政年度的「同店銷售」指於2016年4月1日前開業並於2018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對沖虧損/(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對沖虧損/(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15.0港仙及30.0港仙。2018財政年度按全年計算的派息率(不包括特別股息)約為66%

截至2018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2018年3月31日止年度(「2018財政年度」)的經審核全年業績連同截至2017年3月31日止年度(「2017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2018年3月31日止年度

| | 附註 | 2018 百萬元 | 2017 百萬元 |
|---------------|----|-------------------|-------------------|
| 營業額 | 2 | 59,156.4 | 51,245.5 |
| 銷售成本 | | <u>(42,943.0)</u> | <u>(36,282.8)</u> |
| 毛利 | | 16,213.4 | 14,962.7 |
| 其他收入 | | 407.9 | 329.5 |
| 銷售及分銷成本 | | (8,238.7) | (8,011.3) |
| 一般及行政開支 | | (2,681.6) | (2,296.0) |
| 其他收益及虧損 | | 342.4 | (285.8) |
| 其他開支 | | (48.1) | (214.5) |
| 分佔聯營公司之業績 | | - | (9.6) |
| 利息收入 | | 80.3 | 140.0 |
| 融資成本 | | <u>(243.7)</u> | <u>(236.6)</u> |
| 除稅前溢利 | 3 | 5,831.9 | 4,378.4 |
| 稅項 | 4 | <u>(1,628.6)</u> | <u>(1,227.3)</u> |
| 年度溢利 | | <u>4,203.3</u> | <u>3,151.1</u> |
| 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>(5.4)</u> | <u>15.8</u> |

綜合損益及其他全面收益表(續)
截至2018年3月31日止年度

| | 附註 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|------------------|----|-----------------------|-----------------------|
| 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 | | 1,814.9 | (1,094.6) |
| 一 分佔聯營公司之換算儲備 | | — | 1.9 |
| | | <u>1,814.9</u> | <u>(1,092.7)</u> |
| 年度其他全面收益(開支) | | <u>1,809.5</u> | <u>(1,076.9)</u> |
| 年度全面收益總額 | | <u><u>6,012.8</u></u> | <u><u>2,074.2</u></u> |
| 以下各方應佔年度溢利： | | | |
| 本公司股東 | | 4,094.9 | 3,055.3 |
| 非控股權益 | | 108.4 | 95.8 |
| | | <u><u>4,203.3</u></u> | <u><u>3,151.1</u></u> |
| 以下各方應佔年度全面收益總額： | | | |
| 本公司股東 | | 5,834.8 | 2,030.1 |
| 非控股權益 | | 178.0 | 44.1 |
| | | <u><u>6,012.8</u></u> | <u><u>2,074.2</u></u> |
| 每股盈利—基本 | 5 | <u><u>40.9港仙</u></u> | <u><u>30.6港仙</u></u> |

綜合財務狀況表
於2018年3月31日

| | 附註 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|-----------------|----|-----------------|-----------------|
| 非流動資產 | | | |
| 物業、廠房及設備 | | 5,340.7 | 4,666.3 |
| 土地使用權 | | 189.8 | 184.9 |
| 投資物業 | | 233.5 | 250.0 |
| 商譽 | | 257.8 | 257.8 |
| 其他無形資產 | | 306.4 | 356.3 |
| 珠寶珍藏 | | 1,520.1 | 967.1 |
| 購買物業、廠房及設備已付按金 | | 27.6 | 52.7 |
| 於聯營公司之權益 | | — | — |
| 應收聯營公司款項 | | 62.2 | 19.7 |
| 應收貸款 | | 26.9 | 65.9 |
| 遞延稅項資產 | | 293.1 | 312.7 |
| | | <u>8,258.1</u> | <u>7,133.4</u> |
| 流動資產 | | | |
| 存貨 | 7 | 34,929.4 | 29,259.3 |
| 貿易及其他應收款項 | | 6,410.0 | 5,057.3 |
| 應收貸款 | | 28.4 | 8.5 |
| 銀行結餘及現金 | | 7,944.0 | 7,943.4 |
| | | <u>49,311.8</u> | <u>42,268.5</u> |
| 流動負債 | | | |
| 貿易及其他應付款項 | | 8,358.6 | 5,693.4 |
| 應付附屬公司非控股股東款項 | | 100.5 | 89.9 |
| 應付稅項 | | 1,101.5 | 596.4 |
| 銀行貸款 | | 5,823.0 | 6,192.5 |
| 黃金借貸 | | 5,335.4 | 3,215.9 |
| | | <u>20,719.0</u> | <u>15,788.1</u> |
| 流動資產淨額 | | <u>28,592.8</u> | <u>26,480.4</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>36,850.9</u> | <u>33,613.8</u> |

綜合財務狀況表(續)
於2018年3月31日

| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|-----------|-----------------|-----------------|
| 非流動負債 | | |
| 銀行貸款 | 2,100.0 | 600.0 |
| 退休福利承擔 | 232.2 | 226.6 |
| 遞延稅項負債 | 421.1 | 285.7 |
| | <u>2,753.3</u> | <u>1,112.3</u> |
| 資產淨額 | <u>34,097.6</u> | <u>32,501.5</u> |
| 股本 | 10,000.0 | 10,000.0 |
| 儲備 | <u>23,423.4</u> | <u>21,798.8</u> |
| 本公司股東應佔權益 | 33,423.4 | 31,798.8 |
| 非控股權益 | <u>674.2</u> | <u>702.7</u> |
| | <u>34,097.6</u> | <u>32,501.5</u> |

綜合財務報表附註

截至2018年3月31日止年度

1. 編製基準

於本年度強制生效之國際財務報告準則修訂本

本集團於本年度首次應用下列已生效的國際財務報告準則修訂本：

| | |
|-------------------|-----------------------------------|
| 國際會計準則第7號(修訂本) | 披露計劃 |
| 國際會計準則第12號(修訂本) | 就未變現虧損確認遞延稅項資產 |
| 國際財務報告準則第12號(修訂本) | 2014年至2016年週期之國際財務報告準則年度 改進的部分 |

除下文所述者外，於本年度應用上列國際財務報告準則修訂本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。

國際會計準則第7號(修訂本)「披露計劃」

本集團於本年度首次應用此等修訂。該等修訂要求實體提供披露資料，使財務報表使用者能夠評估融資活動產生的負債變動，包括現金及非現金變動。此外，倘若此等金融資產的現金流量或將來的現金流量將計入融資活動的現金流量，則此等修訂亦要求披露金融資產的變動。

具體而言，修訂要求披露以下各項：(i)融資現金流量的變動；(ii)因取得或失去附屬公司或其他業務的控制權而產生的變動；(iii)匯率變動的影響；(iv)公平值變動；及(v)其他變動。

根據修訂本之過渡條文，本集團並無披露去年的比較資料。除額外披露外，應用該等修訂並無對本集團綜合財務報表造成影響。

2. 營業額及分部資料

營業額指已收及應收售出商品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2018年3月31日及2017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) 本集團營業額及業績的可呈報分部分析：

截至3月31日止年度

| | 中國內地 | | 香港、澳門及其他市場 | | 總計 | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
| 營業額 | | | | | | |
| 外界銷售(附註i) | | | | | | |
| —零售 | 28,096.2 | 24,313.7 | 20,632.7 | 19,299.2 | 48,728.9 | 43,612.9 |
| —批發(附註ii) | 8,708.3 | 6,705.4 | 1,719.2 | 927.2 | 10,427.5 | 7,632.6 |
| 分部/集團營業額 | 36,804.5 | 31,019.1 | 22,351.9 | 20,226.4 | 59,156.4 | 51,245.5 |
| 分部間銷售(附註iii) | 25.9 | 384.8 | 3,122.2 | 2,241.2 | 3,148.1 | 2,626.0 |
| | <u>36,830.4</u> | <u>31,403.9</u> | <u>25,474.1</u> | <u>22,467.6</u> | <u>62,304.5</u> | <u>53,871.5</u> |
| 經調整毛利(撇銷前) | 10,574.4 | 9,217.3 | 5,697.2 | 5,467.3 | 16,271.6 | 14,684.6 |
| 分部間撇銷 | (1.3) | 0.3 | (151.5) | (57.8) | (152.8) | (57.5) |
| 經調整毛利(附註i) | 10,573.1 | 9,217.6 | 5,545.7 | 5,409.5 | 16,118.8 | 14,627.1 |
| 其他收入 | 292.7 | 211.5 | 115.2 | 118.0 | 407.9 | 329.5 |
| 銷售及分銷成本與一般 及行政開支 | (6,598.8) | (5,853.8) | (4,321.5) | (4,453.5) | (10,920.3) | (10,307.3) |
| 主要經營溢利(分部業績) | <u>4,267.0</u> | <u>3,575.3</u> | <u>1,339.4</u> | <u>1,074.0</u> | <u>5,606.4</u> | <u>4,649.3</u> |
| 黃金未變現對沖收益 | | | | | 94.6 | 335.6 |
| 其他(附註iv) | | | | | 294.3 | (509.9) |
| 利息收入 | | | | | 80.3 | 140.0 |
| 融資成本 | | | | | (243.7) | (236.6) |
| 除稅前溢利 | | | | | <u>5,831.9</u> | <u>4,378.4</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 | 1,872.0 | 1,699.5 | 16.4 | 16.9 | 1,888.4 | 1,716.4 |
| 承租物業經營租賃款項 | 276.3 | 249.5 | 1,306.1 | 1,580.7 | 1,582.4 | 1,830.2 |
| 員工成本 | 2,471.0 | 2,119.0 | 1,465.2 | 1,430.5 | 3,936.2 | 3,549.5 |

附註：

- (i) 來自Hearts On Fire Company, LLC的外界銷售及經調整毛利為661.9百萬港元(2017年：657.0百萬港元)及270.2百萬港元(2017年：290.8百萬港元)。
- (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) 該金額指其他收益及虧損、其他開支與分佔聯營公司之業績。

2. 營業額及分部資料(續)

(a) 本集團營業額及業績的可呈報分部分析：(續)

經調整毛利指在未分配黃金未變現對沖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對沖收益、其他收益及虧損、其他開支、分佔聯營公司之業績、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) 本集團物業、廠房及設備、投資物業、珠寶珍藏及存貨的可呈報分部分析：

於3月31日

| | 中國內地 | | 香港、澳門及其他市場 | | 總計 | |
|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
| 物業、廠房及設備 | 3,958.4 | 3,349.4 | 1,382.3 | 1,316.9 | 5,340.7 | 4,666.3 |
| 投資物業 | - | - | 233.5 | 250.0 | 233.5 | 250.0 |
| 珠寶珍藏 | - | - | 1,520.1 | 967.1 | 1,520.1 | 967.1 |
| 存貨 | 18,387.8 | 13,480.5 | 16,541.6 | 15,778.8 | 34,929.4 | 29,259.3 |

分部資產及負債

除以上所述外，主要營運決策者審閱的本集團分部呈報計量並無計入其他資產及負債，因此並無呈列分部資產及負債。

(c) 本集團營業額分析如下：

| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|------------|--------------|--------------|
| 零售銷售 | | |
| — 珠寶鑲嵌首飾 | 11,659.1 | 11,075.6 |
| — 黃金產品 | 28,159.3 | 24,524.0 |
| — 鉑金/K金產品 | 5,463.2 | 5,098.8 |
| — 鐘錶 | 3,447.3 | 2,914.5 |
| | 48,728.9 | 43,612.9 |
| 向加盟商/分銷商批發 | 9,163.0 | 7,208.4 |
| 珠寶貿易 | 1,144.1 | 352.4 |
| 來自加盟商的服務收入 | 120.4 | 71.8 |
| | 59,156.4 | 51,245.5 |

兩個年度內，概無個別顧客佔本集團每年總營業額10%以上。

2. 營業額及分部資料(續)

按地域位置劃分的本集團非流動資產(不包括應收貸款、於聯營公司之權益、應收聯營公司款項及遞延稅項資產)分析如下:

| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|------------|----------------|----------------|
| 中國內地 | 4,161.6 | 3,572.5 |
| 香港、澳門及其他市場 | 3,714.3 | 3,162.6 |
| | <u>7,875.9</u> | <u>6,735.1</u> |

3. 除稅前溢利

| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|------------------------------|----------------|----------------|
| 除稅前溢利已扣除(計入): | | |
| 董事酬金 | 62.4 | 49.6 |
| 員工退休福利計劃供款 | 546.2 | 531.7 |
| 員工成本 | 3,327.6 | 2,968.2 |
| | <u>3,936.2</u> | <u>3,549.5</u> |
| 存貨成本確認為開支 | 41,579.9 | 35,327.0 |
| 專櫃分成 | 1,888.4 | 1,716.4 |
| 承租物業經營租賃租金 | 1,582.4 | 1,830.2 |
| 物業、廠房及設備折舊 | 806.6 | 788.8 |
| 投資物業折舊 | 14.3 | 14.4 |
| 土地使用權攤銷 | 14.3 | 14.0 |
| 其他無形資產攤銷 | 49.9 | 51.2 |
| 存貨準備(計入銷售成本內) | 207.7 | 39.8 |
| 壞賬準備 | 18.3 | 3.7 |
| 黃金借貸的公平值虧損(收益)(計入銷售成本內) | 35.3 | (107.2) |
| 捐款(計入其他開支內) | 8.3 | 10.8 |
| 核數師酬金 | | |
| — 核數服務 | 8.7 | 8.8 |
| — 非核數服務 | 3.1 | 3.5 |
| 一家聯營公司權益之減值虧損 (計入其他開支內) | — | 32.0 |
| 應收一家聯營公司款項之減值虧損 (計入其他開支內) | — | 79.6 |
| 應收一家合資企業款項之減值虧損 (計入其他開支內) | — | 52.3 |

4. 稅項

| | 2018 百萬港元 | 2017 百萬港元 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|
| 稅項開支包括： | | |
| 即期稅項： | | |
| 中國內地企業所得稅 | 941.1 | 720.9 |
| 香港利得稅 | 401.2 | 150.5 |
| 澳門所得補充稅 | 44.5 | 36.3 |
| 其他司法地區之稅項 | 1.1 | 0.7 |
| | <u>1,387.9</u> | <u>908.4</u> |
| 過往年度(超額撥備)撥備不足： | | |
| 中國內地企業所得稅 | (17.5) | (11.8) |
| 香港利得稅 | 0.2 | 0.3 |
| 澳門所得補充稅 | - | 1.9 |
| | <u>(17.3)</u> | <u>(9.6)</u> |
| 遞延稅項開支 | <u>230.9</u> | <u>300.2</u> |
| 預扣稅* | <u>27.1</u> | <u>28.3</u> |
| | <u><u>1,628.6</u></u> | <u><u>1,227.3</u></u> |

* 預扣稅主要指集團內公司間中國內地授權收入及利息收入預扣稅。

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(2017年：10,000,000,000股)計算。

由於兩個年度並無潛在普通股，故並無呈列每股攤薄盈利。

6. 股息

| | 2018 | | 2017 | |
|-----------------|------|----------------|------|----------------|
| | 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 | 12.0 | 1,200.0 | 6.0 | 600.0 |
| 特別 | - | - | 15.0 | 1,500.0 |
| 上年度： | | | | |
| 末期 | 10.0 | 1,000.0 | 8.0 | 800.0 |
| 特別 | 20.0 | 2,000.0 | 22.0 | 2,200.0 |
| | | <u>4,200.0</u> | | <u>5,100.0</u> |

於報告期末後，本公司董事建議就截至2018年3月31日止年度派付末期股息每股15.0港仙及特別股息每股30.0港仙，合共4,500.0百萬港元(2017年：末期股息每股10.0港仙及特別股息每股20.0港仙，合共3,000.0百萬港元)，惟須待股東於應屆股東週年大會上批准方告作實。

7. 存貨

| | 2018 | 2017 |
|-------------|-----------------|-----------------|
| | 百萬港元 | 百萬港元 |
| 生產以下產品的原材料： | | |
| 珠寶鑲嵌首飾 | 5,064.2 | 5,059.1 |
| 黃金產品 | 1,187.1 | 632.8 |
| 鉑金/K金產品 | 308.4 | 126.2 |
| | <u>6,559.7</u> | <u>5,818.1</u> |
| 製成品： | | |
| 珠寶鑲嵌首飾 | 13,114.4 | 11,140.6 |
| 黃金產品 | 10,632.2 | 7,826.3 |
| 鉑金/K金產品 | 2,414.6 | 2,166.5 |
| 鐘錶 | 2,096.7 | 2,224.0 |
| | <u>28,257.9</u> | <u>23,357.4</u> |
| 包裝物料 | <u>111.8</u> | <u>83.8</u> |
| | <u>34,929.4</u> | <u>29,259.3</u> |

管理層討論與分析

業務回顧

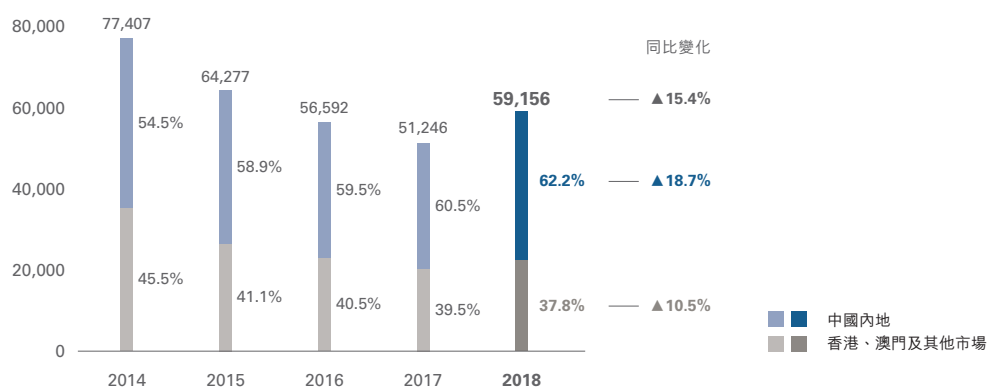
2018財政年度迎來復甦之年。隨著宏觀經濟環境持續改善，消費需求上揚，帶動我們的經營業務顯著回升。

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)

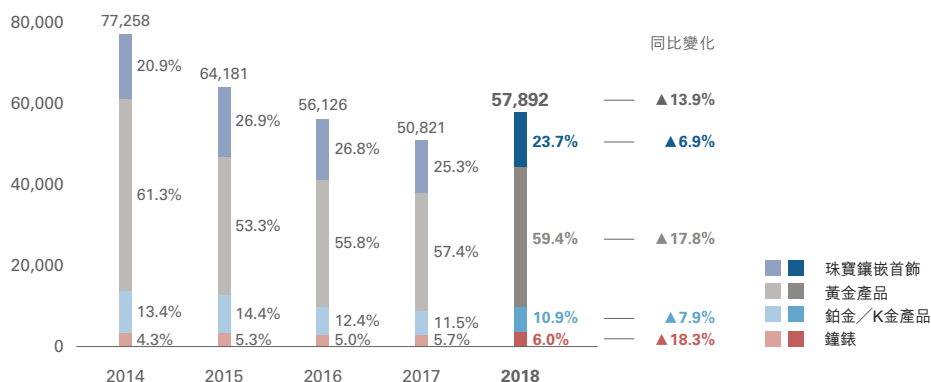


| 營業額(百萬港元) | 2017 財政年度 上半年 | 2017 財政年度 下半年 | 2018 財政年度 上半年 | 2018 財政年度 下半年 | 財政年度 上半年 同比變化 | 財政年度 下半年 同比變化 |
|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 中國內地 | 12,851 | 18,169 | 14,944 | 21,860 | ▲ 16.3% | ▲ 20.3% |
| 香港、澳門及 其他市場 | 8,675 | 11,551 | 9,810 | 12,542 | ▲ 13.1% | ▲ 8.6% |
| 整體 | 21,526 | 29,720 | 24,754 | 34,402 | ▲ 15.0% | ▲ 15.8% |

- 過去數年中國內地的營業額貢獻穩步上升，於2018財政年度佔集團營業額62.2%。
- 全年營業額按年上升15.4%至59,156百萬港元。
- 兩個可呈報分部於2018財政年度的經營業務皆呈回升之勢。中國內地的營業額增長18.7%，而香港、澳門及其他市場則上升10.5%。
- 中國內地於2018財政年度下半年的營業額增長加快，由2018財政年度上半年的16.3%升至20.3%，主要受惠於人民幣升值。而香港、澳門及其他市場的營業額增長則由2018財政年度上半年錄得13.1%的升幅平穩放緩至2018財政年度下半年8.6%的升幅。

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)



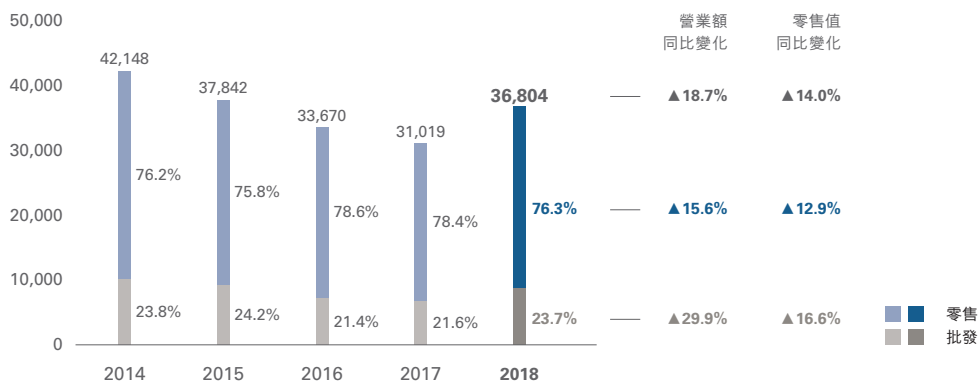
| 營業額佔比 | 2017財政年度 上半年 | 2017財政年度 下半年 | 2018財政年度 上半年 | 2018財政年度 下半年 |
|---------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 珠寶鑲嵌首飾 | 27.2% | 24.0% | 24.2% | 23.4% |
| 黃金產品 | 53.6% | 60.1% | 57.8% | 60.5% |
| 鉑金/K金產品 | 12.9% | 10.6% | 11.3% | 10.6% |
| 鐘錶 | 6.3% | 5.4% | 6.7% | 5.4% |

- 2018財政年度，黃金產品的營業額貢獻按年上升200個點子至59.4%，反映尤其於2018財政年度上半年黃金產品的強勁消費需求。2018財政年度下半年的黃金產品佔比與2017財政年度下半年相若，穩定維持於約60%。
- 鐘錶市場持續復甦，於2018財政年度，鐘錶業務繼續展現韌力，錄得18.3%的營業額增長。

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)

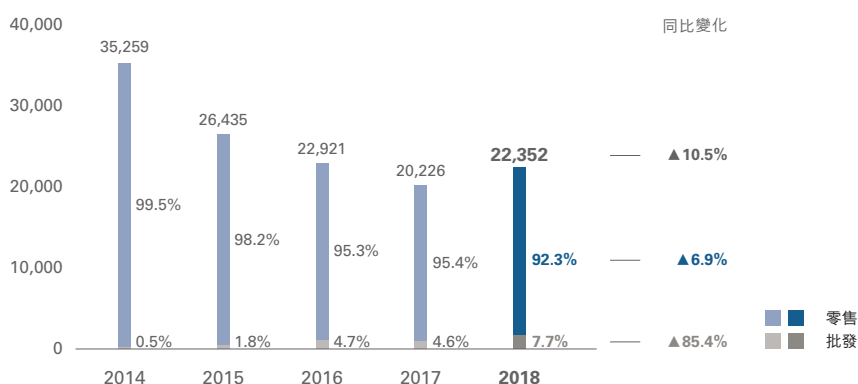


- 於中國內地，我們的零售營業額指來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品及於統一存貨擁有權計劃下向加盟商提供服務的收入。
- 自各加盟商先後採納統一存貨擁有權計劃後，使過往年度比較基數處於低水平，致使2018財政年度的批發營業額的增長高於零售值。待全面採用統一存貨擁有權計劃後，預計批發營業額與零售值的走勢將大致相同。

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)

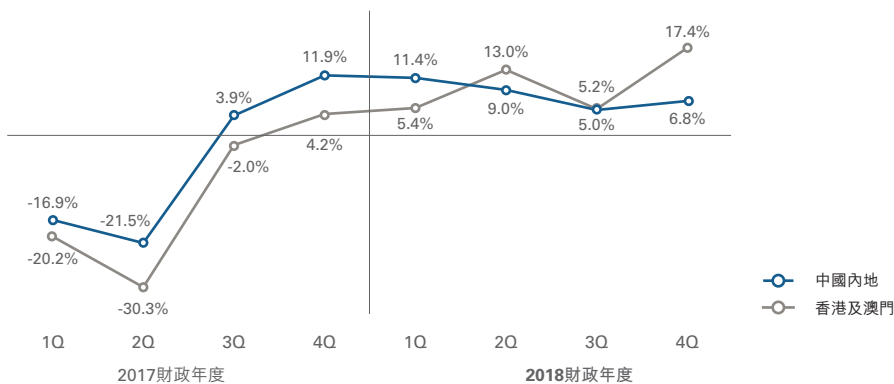


- 於香港、澳門及其他市場，我們的零售營業額指來自直營零售點、電子商務及其他直接渠道的銷售額，而批發營業額則指向加盟商銷售貨品、向分銷商銷售貨品以及來自珠寶貿易的銷售額。
- 2018財政年度，批發營業額貢獻上升310個點子至7.7%，主要由於珠寶貿易業務的銷售額增長所致。

同店銷售增長

集團

按主要市場劃分的同店銷售增長

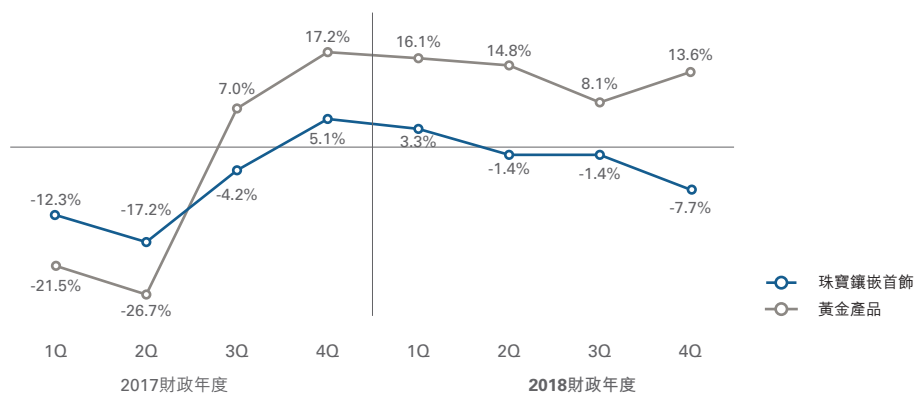


| | 2017 財政年度 | 2018 財政年度 | |
|-------|-----------|-----------|--------|
| | 同店銷售增長 | 同店銷售增長 | 同店銷量增長 |
| 中國內地 | ▼ 5.2% | ▲ 8.0% | ▲ 1.2% |
| 香港及澳門 | ▼ 12.4% | ▲ 10.2% | ▲ 6.1% |

- 於中國內地以及香港及澳門，兩者的同店銷售增長自2017財政年度下半年均開始回升，並於2018財政年度延續其復甦之勢。
- 兩大市場於年內的同店銷售增長均受平均售價及銷量增長所帶動。惟香港及澳門的銷量增長較中國內地強勁。
- 2018財政年度，香港及澳門的同店銷售增長為10.2%。受惠於消費意欲持續改善，內地旅客到訪人次回升，即使比較基數高，香港及澳門於2018財政年度下半年的增長動力依然強勁。
- 2018財政年度，中國內地同店銷售增長8.0%。如計入我們的電子商務業務，中國內地的同店銷售增長則為10.8%。

中國內地

主要產品的同店銷售增長



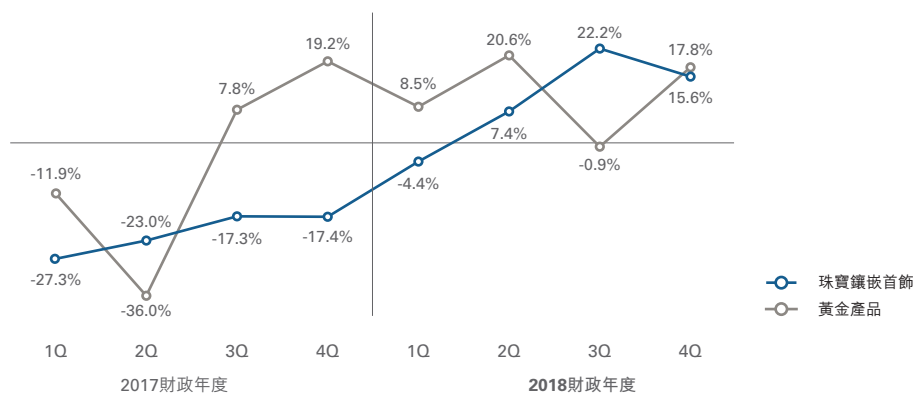
| | 2018 財政年度 | | 2017 財政年度 同店平均售價 ⁽¹⁾ | 2018 財政年度 同店平均售價 |
|---------|-----------|--------|------------------------------------|---------------------|
| | 同店銷售增長 | 同店銷量增長 | | |
| 珠寶鑲嵌首飾 | ▼ 2.0% | ▼ 8.2% | 6,300 港元 | 6,700 港元 |
| 黃金產品 | ▲ 13.0% | ▲ 1.0% | 3,500 港元 | 4,000 港元 |
| 鉑金/K金產品 | ▲ 1.9% | ▲ 7.6% | 1,900 港元 | 1,800 港元 |
| 鐘錶 | ▲ 17.9% | ▲ 0.3% | 12,600 港元 | 14,800 港元 |
| 整體 | ▲ 8.0% | ▲ 1.2% | | |

(1) 同店平均售價以2018財政年度的同店作基準

- 2018財政年度，中國內地的同店銷售增長基本上由錄得13.0%升幅的黃金產品所帶動。
- 2018財政年度，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11.9%。2018財政年度，國際平均金價則按年上升2.1%。
- 2018財政年度，珠寶鑲嵌首飾的同店銷售增長隨銷量下降而錄得2.0%的負增長。然而，平均售價則按年上升6.8%至6,700港元，原因是我們著力向顧客推銷價格較高的珠寶產品。

香港及澳門

主要產品的同店銷售增長



| | 2018 財政年度 | | 2017 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 ⁽¹⁾ | 同店平均售價 |
| 珠寶鑲嵌首飾 | ▲ 11.6% | ▲ 17.6% | 12,300 港元 | 11,600 港元 |
| 黃金產品 | ▲ 10.3% | ▲ 2.7% | 6,800 港元 | 7,300 港元 |
| 鉑金/K金產品 | ▲ 4.5% | ▲ 6.9% | 1,700 港元 | 1,700 港元 |
| 鐘錶 | ▲ 13.1% | ▲ 6.1% | 47,900 港元 | 51,100 港元 |
| 整體 | ▲ 10.2% | ▲ 6.1% | | |

(1) 同店平均售價以2018財政年度的同店作基準

- 2018財政年度，香港及澳門的同店銷售增長動力源自珠寶鑲嵌首飾及黃金產品。
- 由於黃金產品的表現於2017財政年度第三季度始呈顯著復甦，致使比較基數較高，因此2018財政年度下半年，黃金產品的同店銷售增長溫和上升7.3%。
- 香港及澳門珠寶鑲嵌首飾的同店銷售增長自2018財政年度第二季度開始強勁回升，主要因為消費情緒持續改善，以及有利的比較基數和我們實行有效的推廣活動。

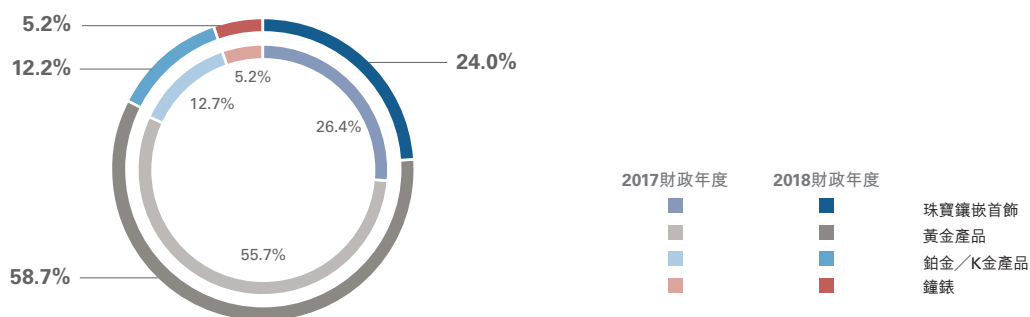
中國內地的業務發展

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾ — 中國內地

| 於 | 31.3.2016 | 31.3.2017 | 2018 財政年度 | | | 31.3.2018 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|------|------|-----------|
| | 總計 | 總計 | 增加 | 減少 | 淨增減 | 總計 |
| 周大福珠寶 | 2,052 | 2,118 | 296 | (97) | 199 | 2,317 |
| 周大福鐘錶 | 122 | 117 | 4 | (15) | (11) | 106 |
| Hearts On Fire | 5 | 8 | — | (2) | (2) | 6 |
| SOINLOVE | — | — | 9 | — | 9 | 9 |
| MONOLOGUE | — | 3 | 8 | — | 8 | 11 |

(1) 不包括店中店及店內專櫃

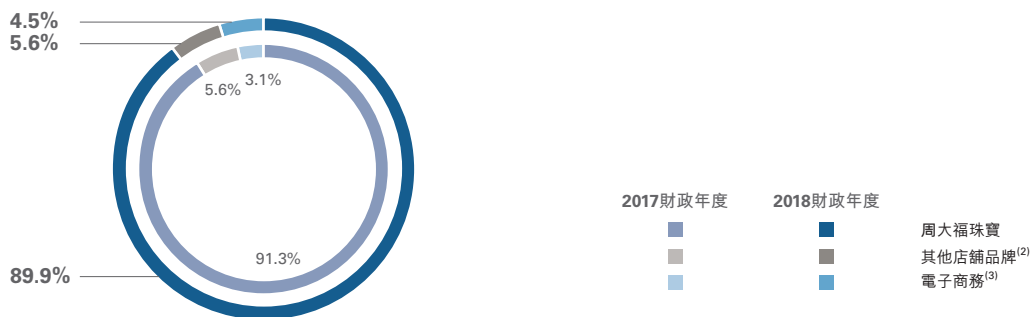
按產品劃分的零售值



零售值同比變化

| | |
|---------|---------|
| 珠寶鑲嵌首飾 | ▲ 3.5% |
| 黃金產品 | ▲ 20.1% |
| 鉑金/K金產品 | ▲ 9.0% |
| 鐘錶 | ▲ 13.7% |
| 整體 | ▲ 14.0% |

按銷售渠道劃分的零售值



零售值同比變化

| | |
|-----------------------|---------|
| 周大福珠寶 | ▲ 12.3% |
| 其他店舖品牌 ⁽²⁾ | ▲ 13.1% |
| 電子商務 ⁽³⁾ | ▲ 66.8% |
| 整體 | ▲ 14.0% |

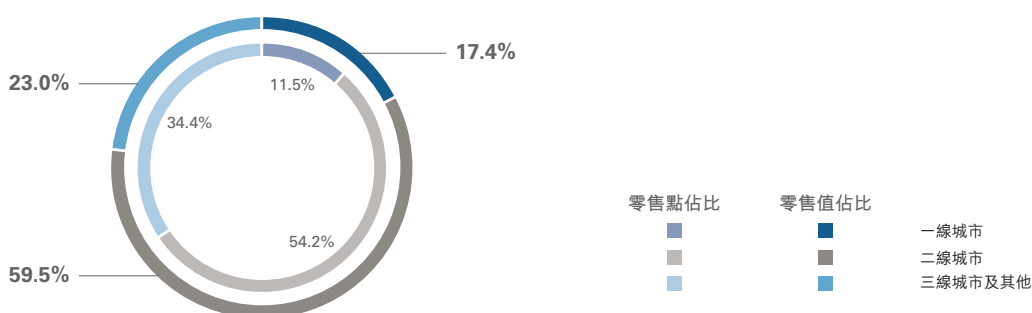
(2) 包括周大福鐘錶、Hearts On Fire、SOINLOVE及MONOLOGUE

(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

2018財政年度，我們中國內地的業務絕大部分源自周大福珠寶零售點，佔零售值約90%，以下將集中該業務作分析：

周大福珠寶零售點

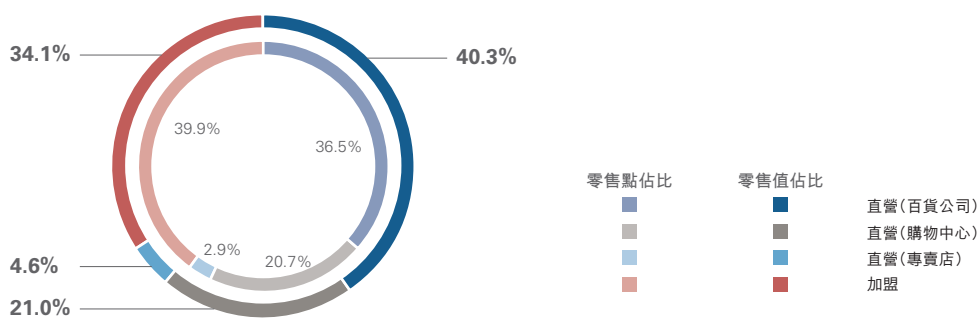
按城市級別劃分的零售值及零售點



| | 零售值 同比變化 | 2018 財政年度 零售點淨變動 |
|---------|-------------|---------------------|
| 一線城市 | ▲ 12.4% | ▲ 19 |
| 二線城市 | ▲ 12.9% | ▲ 119 |
| 三線城市及其他 | ▲ 10.5% | ▲ 61 |

- 2018財政年度，所有城市級別均錄得零售值正增長，反映中國內地復甦狀況遍及全國。一線及二線城市的零售值繼續優於三線城市及其他。
- 然而，三線城市及其他於2018財政年度下半年已取得前進動力，期內的零售值表現與一線及二線城市相若。

按營運模式劃分的零售值及零售點

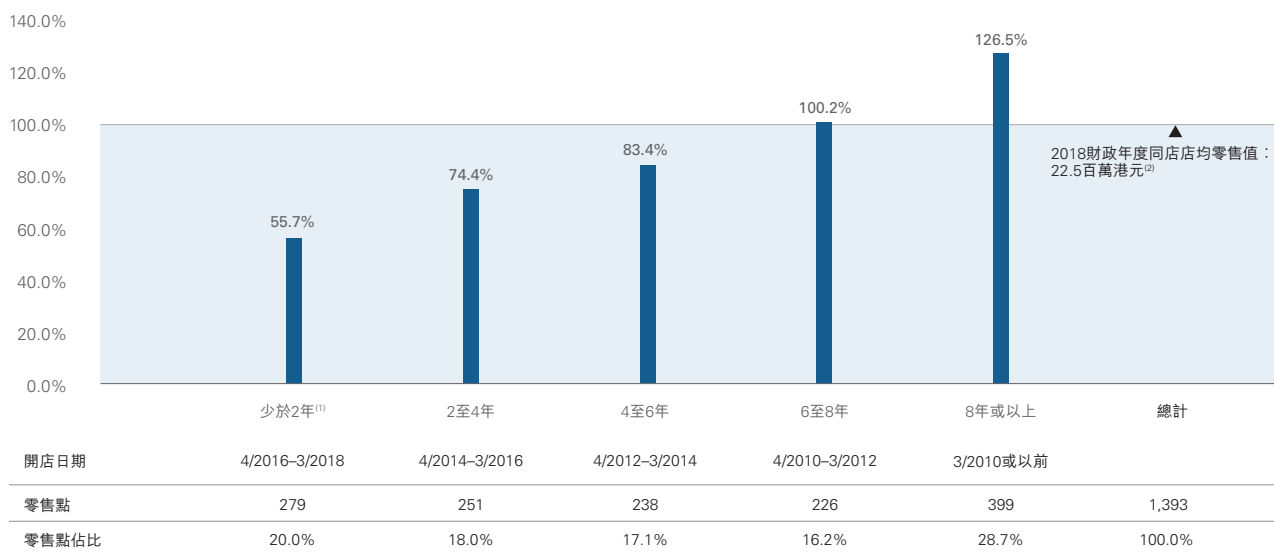


| | 零售值 同比變化 | 2018財政年度 零售點淨變動 |
|----------|-------------|--------------------|
| 直營(百貨公司) | ▲ 3.0% | ▼ 32 |
| 直營(購物中心) | ▲ 30.1% | ▲ 119 |
| 直營(專賣店) | ▲ 1.3% | ▼ 2 |
| 加盟 | ▲ 16.6% | ▲ 114 |

- 2018財政年度，所有營運模式的零售值均有改善，而購物中心仍為其中表現最佳的營運模式。
- 2018財政年度，淨開店主要位於購物中心，淨開設零售點數目為119個。同時，我們於2018財政年度繼續關閉百貨公司的零售點，惟隨著零售市場的格局回穩，宏觀經濟環境改善，淨關店數目收窄至32個零售點。

直營周大福珠寶零售點

按店齡劃分的每店零售值

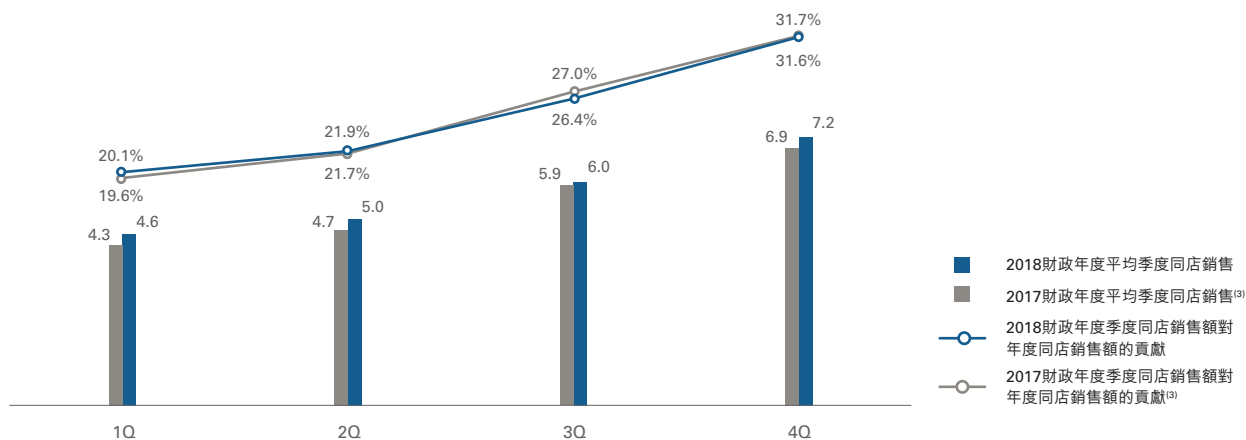


■ 每店年度零售值與同店均零售值之比例

(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)

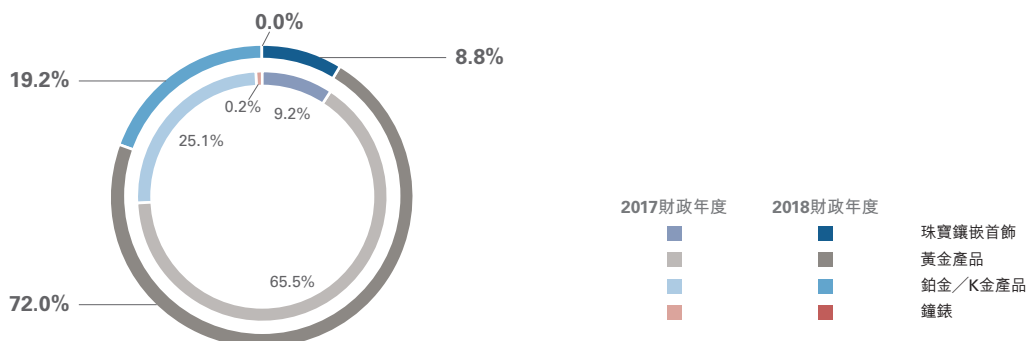


(3) 同店銷售以2018財政年度的同店作基準

- 2018財政年度下半年錄得的同店銷售佔全年同店銷售約58%，有關佔比與2017財政年度下半年相若。
- 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



| | 2018 財政年度 零售值同比變化 | 2017 財政年度 平均售價 | 2018 財政年度 平均售價 |
|---------|----------------------|-------------------|-------------------|
| 珠寶鑲嵌首飾 | ▲65.4% | 1,400 港元 | 1,500 港元 |
| 黃金產品 | ▲90.3% | 1,400 港元 | 1,600 港元 |
| 鉑金/K金產品 | ▲32.5% | 900 港元 | 900 港元 |
| 鐘錶 | ▼51.0% | 500 港元 | 900 港元 |
| 整體 | ▲73.2% | 1,200 港元 | 1,400 港元 |

2018財政年度

▲ **73.2%** 同比變化
零售值

4.8%
佔相關零售值
(2017 財政年度：3.2%)

50+
電子商務平台

相關銷量佔比

電子商務
(包括線上訂單分配)
12.5%
(2017 財政年度：9.2%)

385,000
平均每日瀏覽量 — 不重複訪客⁽¹⁾

電子商務平台
11.7%
(2017 財政年度：9.0%)

線上訂單分配
0.8%
(2017 財政年度：0.2%)

3,985,000+
關注人數⁽²⁾

- (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帳戶

- 於2018財政年度，電子商務業務進一步快速增長，錄得73.2%的強勁升幅，此乃受惠於我們加強與主要線上平台夥伴的合作。
- 2018財政年度，電子商務業務佔中國內地零售值4.8%，包括來自電子商務平台及線上訂單分配的銷售。

其他店舖品牌

- 於本財政年度內，中國內地淨關閉11個周大福鐘錶零售點。儘管出現淨關店的情況，惟由於名貴鐘錶市場復甦，鐘錶的零售值錄得13.7%的可觀增長。
- 我們一直借助自身於中國內地龐大的零售網絡拓展Hearts On Fire，形式以店中店及店內專櫃為主。展望未來，透過優化零售網絡以提升店舖生產力將為我們發展Hearts On Fire的首要工作。
- 2018財政年度，我們開設9個SOINLOVE零售點及8個MONOLOGUE零售點。2019財政年度，我們將繼續發掘推廣該等品牌的商機。

香港、澳門及其他市場的業務發展

按店舖品牌劃分的零售點變動⁽¹⁾ — 香港、澳門及其他市場

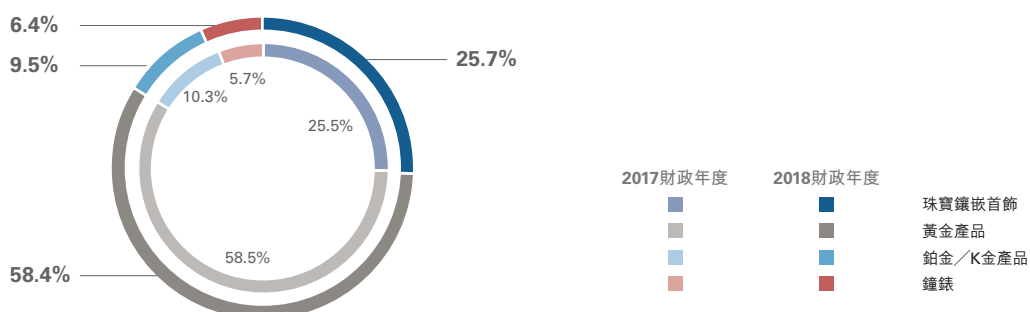
| 於 | 31.3.2016 | 31.3.2017 | 2018財政年度 | | | 31.3.2018 |
|----------------|-----------|-----------|----------|------|-----|-----------|
| | 總計 | 總計 | 增加 | 減少 | 淨增減 | 總計 |
| 周大福珠寶 | 123 | 118 | 15 | (14) | 1 | 119 |
| 香港 | 86 | 80 | 8 | (10) | (2) | 78 |
| 澳門 | 20 | 18 | 1 | (1) | — | 18 |
| 其他市場 | 17 | 20 | 6 | (3) | 3 | 23 |
| 周大福鐘錶 | 3 | 4 | — | (1) | (1) | 3 |
| Hearts On Fire | 14 | 13 | 1 | — | 1 | 14 |

(1) 不包括店中店及店內專櫃

- 於香港及澳門，旅遊區的零售點持續整合，而新增零售點則主要位於民生區，致使2018財政年度淨關閉3個零售點。關閉的分店大多位於旺角及銅鑼灣等旅遊區。同時，新增零售點主要位於荃灣及元朗等其他地區。
- 我們亦分別於韓國開設2個及於日本開設2個周大福珠寶零售點，以滿足當地華人顧客的需求。

香港及澳門的業務發展

按產品劃分的零售值



零售值同比變化

| | |
|---------|--------|
| 珠寶鑲嵌首飾 | ▲8.0% |
| 黃金產品 | ▲6.7% |
| 鉑金/K金產品 | ▼0.8% |
| 鐘錶 | ▲19.3% |
| 整體 | ▲7.0% |

香港及澳門的行業表現

2018財政年度

▲ **10.5%** 同比變化

香港珠寶業銷貨價值⁽¹⁾

▲ **6.1%** 同比變化

內地訪客人數⁽²⁾(香港)

▲ **10.0%** 同比變化

內地訪客人數⁽²⁾(澳門)

我們香港及澳門的表現

2018財政年度

▼ **7.2%** 同比變化

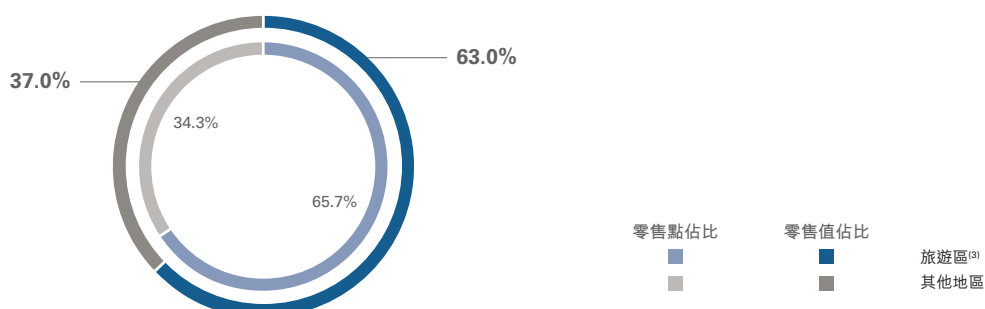
零售點客流量

44.6% (2017 財政年度：43.9%)

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

按區域劃分的零售值及零售點



| | 零售值 同比變化 | 2018 財政年度 零售點淨變動 |
|--------------------|-------------|---------------------|
| 旅遊區 ⁽³⁾ | ▲ 4.1% | ▼ 6 |
| 其他地區 | ▲ 11.0% | ▲ 3 |

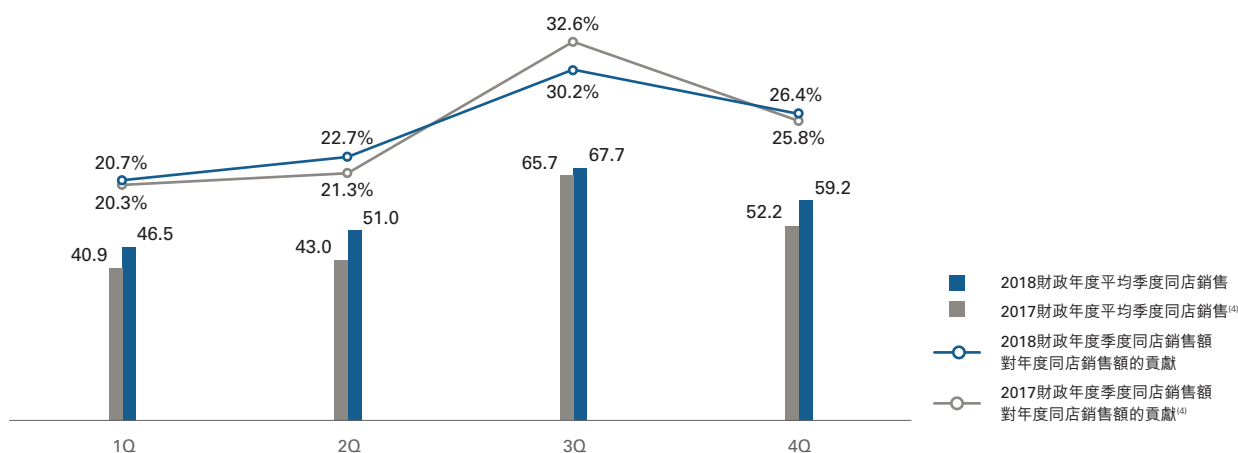
- (3) 旅遊區包括銅鑼灣、尖沙咀、旺角、油麻地、沙田、上水、香港國際機場、香港迪士尼樂園及澳門

- 旅遊區的零售值表現自2018財政年度上半年回升，錄得4.1%增長。隨著中國內地旅客訪港數目回升，零售值增長由2018財政年度上半年的1.8%升至2018財政年度下半年的5.6%。

- 2018財政年度客流量按年的跌幅收窄至7.2%。客流量跌幅持續改善，由2018財政年度上半年的8.4%降至2018財政年度下半年的2.5%。
- 2018財政年度，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43.9%微升至44.6%。2018財政年度上半年及2018財政年度下半年的百分比分別為42.6%及46.1%。

平均季度銷售額

(百萬港元)



(4) 同店銷售以2018財政年度的同店作基準

- 2018財政年度下半年錄得的同店銷售佔全年同店銷售約57%，有關佔比與2017財政年度下半年相若。
- 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。

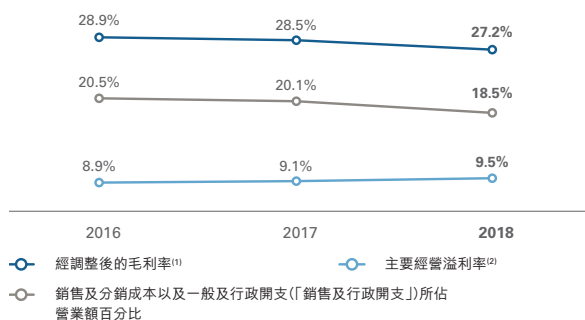
財務狀況

受惠於市場的基本因素回穩和經營業務改善，我們過去三年的盈利能力持續提升。

盈利能力

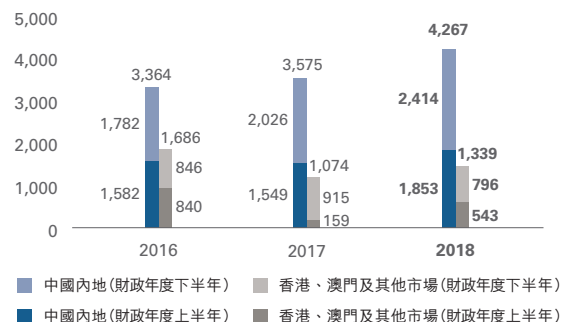
整體

截至3月31日止年度



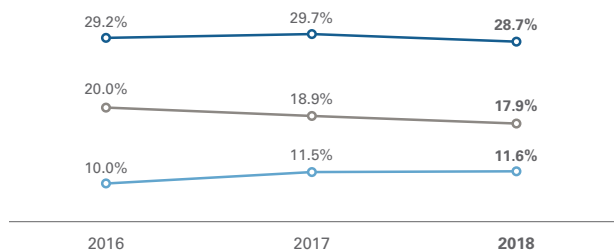
按可呈報分部劃分的主要經營溢利⁽²⁾

截至3月31日止年度
(百萬港元)



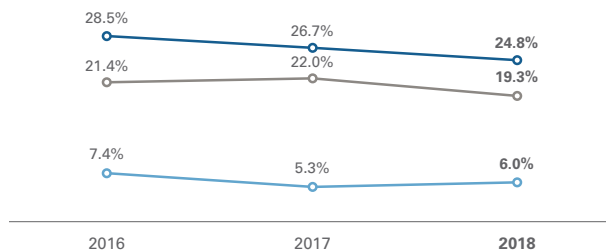
中國內地

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對沖虧損／(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) | 2017財政年度 上半年 | 2017財政年度 下半年 | 2018財政年度 上半年 | 2018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 | 21,526 | 29,720 | 24,754 | 34,402 | ▲15.0% | ▲15.8% |
| 經調整後的毛利 | 6,471 | 8,156 | 7,097 | 9,022 | ▲9.7% | ▲10.6% |
| 經調整後的毛利率 | 30.1% | 27.4% | 28.7% | 26.2% | ▼1.4% 個百分點 | ▼1.2% 個百分點 |
| 其他收入 | 178 | 152 | 186 | 222 | ▲4.8% | ▲45.9% |
| 銷售及行政開支 | (4,941) | (5,367) | (4,887) | (6,033) | ▼1.1% | ▲12.4% |
| 銷售及行政開支所佔營業額百分比 | 23.0% | 18.1% | 19.7% | 17.5% | ▼3.3% 個百分點 | ▼0.6% 個百分點 |
| 主要經營溢利 | 1,708 | 2,942 | 2,396 | 3,211 | ▲40.3% | ▲9.1% |
| 主要經營溢利率 | 7.9% | 9.9% | 9.7% | 9.3% | ▲1.8% 個百分點 | ▼0.6% 個百分點 |

- 隨著黃金產品及批發業務銷售額貢獻不斷擴大，經調整後的毛利率於過去數年輕微下降，惟主要經營溢利率於過去三年持續上升。
- 我們的兩大業務分部中，中國內地繼續為主要溢利來源，於2018財政年度佔本集團主要經營溢利超過75%。

中國內地

| (百萬港元) | 2017財政年度 上半年 | 2017財政年度 下半年 | 2018財政年度 上半年 | 2018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 | 12,851 | 18,169 | 14,944 | 21,860 | ▲16.3% | ▲20.3% |
| 經調整後的毛利 | 4,229 | 4,988 | 4,593 | 5,980 | ▲8.6% | ▲19.9% |
| 經調整後的毛利率 | 32.9% | 27.5% | 30.7% | 27.4% | ▼2.2% 個百分點 | ▼0.1% 個百分點 |
| 其他收入 | 123 | 89 | 131 | 161 | ▲7.1% | ▲81.6% |
| 銷售及行政開支 | (2,803) | (3,051) | (2,872) | (3,727) | ▲2.4% | ▲22.2% |
| 銷售及行政開支所佔營業額百分比 | 21.8% | 16.8% | 19.2% | 17.1% | ▼2.6% 個百分點 | ▲0.3% 個百分點 |
| 主要經營溢利 | 1,549 | 2,026 | 1,853 | 2,414 | ▲19.6% | ▲19.1% |
| 主要經營溢利率 | 12.1% | 11.2% | 12.4% | 11.0% | ▲0.3% 個百分點 | ▼0.2% 個百分點 |

- 由於中國消費者需求回穩，中國內地於2018財政年度的營業額上升18.7%而主要經營溢利則錄得19.3%的可觀增長。
- 2018財政年度經調整後的毛利率下降100個點子，主要由於零售層面有較高的黃金產品銷售貢獻以及批發貢獻上升所致。
- 銷售及行政開支比率隨業務經營改善而下降100個點子。2018財政年度主要經營溢利率穩定維持於11.6%。

香港、澳門及其他市場

| (百萬港元) | 2017財政年度 上半年 | 2017財政年度 下半年 | 2018財政年度 上半年 | 2018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 | 8,675 | 11,551 | 9,810 | 12,542 | ▲13.1% | ▲8.6% |
| 經調整後的毛利 | 2,242 | 3,168 | 2,504 | 3,042 | ▲11.7% | ▼4.0% |
| 經調整後的毛利率 | 25.8% | 27.4% | 25.5% | 24.3% | ▼0.3 個百分點 | ▼3.1 個百分點 |
| 其他收入 | 55 | 63 | 55 | 61 | ▼0.2% | ▼4.3% |
| 銷售及行政開支 | (2,138) | (2,316) | (2,016) | (2,306) | ▼5.7% | ▼0.4% |
| 銷售及行政開支所佔營業額百分比 | 24.6% | 20.0% | 20.5% | 18.4% | ▼4.1 個百分點 | ▼1.6 個百分點 |
| 主要經營溢利 | 159 | 915 | 543 | 796 | ▲242.2% | ▼13.0% |
| 主要經營溢利率 | 1.8% | 7.9% | 5.5% | 6.3% | ▲3.7 個百分點 | ▼1.6 個百分點 |

- 2018財政年度，香港、澳門及其他市場的主要經營溢利上升24.7%。
- 經調整後毛利率較2017財政年度下降190個點子，惟受惠於營運效益，2018財政年度主要經營溢利率上升70個點子至6.0%。
- 經調整後毛利率由2018財政年度上半年的25.5%下降120個點子至2018財政年度下半年的24.3%，此乃由於毛利率較低的珠寶貿易業務銷售增加及就珠寶鑲嵌首飾存貨最新市值而對相關存貨作出一次性減值的負影響所致。如扣除一次性減值的影響，2018財政年度下半年經調整後的毛利率將為25.8%，主要經營溢利則按年增長約8%。

毛利率

未變現對沖虧損／(收益)

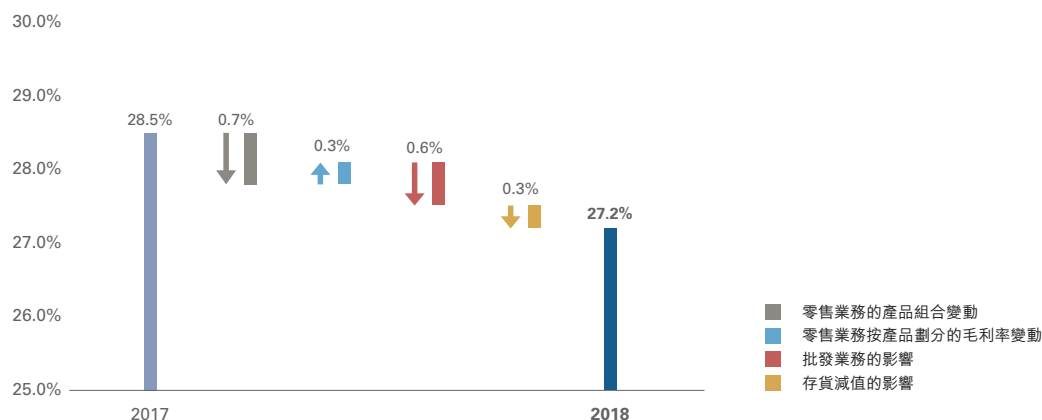
| 截至3月31日止年度 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------|-------|--------|--------|
| 毛利率 | 27.6% | 29.2% | 27.4% |
| 黃金借貸未變現對沖虧損／(收益) | 1.3% | (0.7)% | (0.2)% |
| 經調整後的毛利率 | 28.9% | 28.5% | 27.2% |

- 年內未變現對沖虧損／(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)對沖黃金存貨(黃金好倉)的價格波動。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



- 2018財政年度，經調整後的毛利率下降130個點子。儘管零售層面的毛利率有所改善，惟兩個可呈報分部的批發業務的貢獻上升、產品組合未如理想及珠寶鑲嵌首飾存貨的一次性減值導致毛利率下降。

倫敦金價

(美元每盎司)

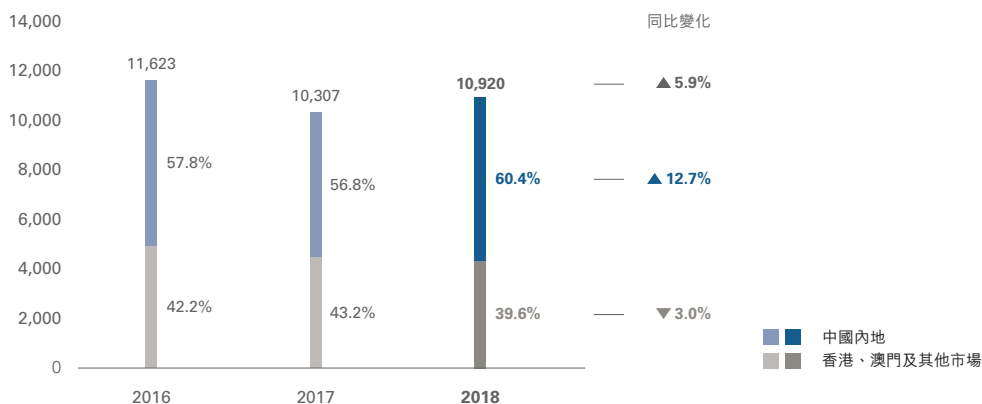


- (1) T-120天平均值指過往連續120天的黃金均價，用作代表我們已對沖黃金存貨的平均價格。2017財政年度及2018財政年度均使用T-120天平均值

銷售及行政開支

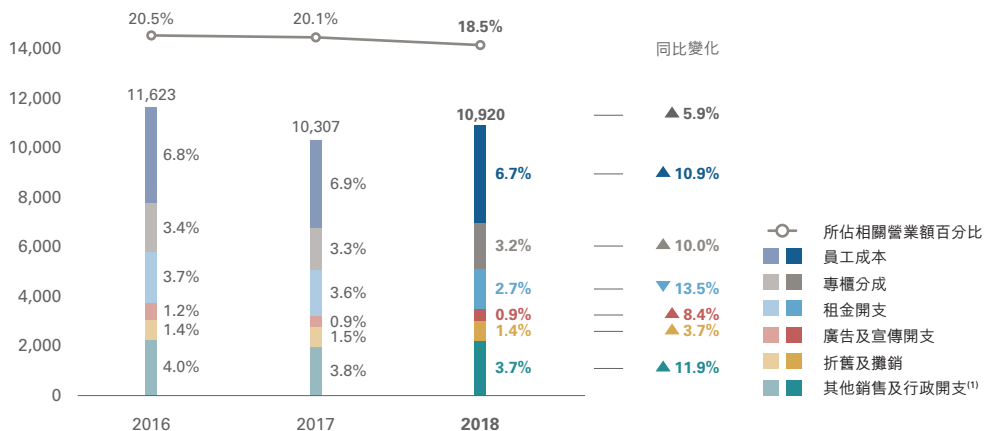
按可呈報分部劃分的銷售及行政開支

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、水電費及其他員工相關開支

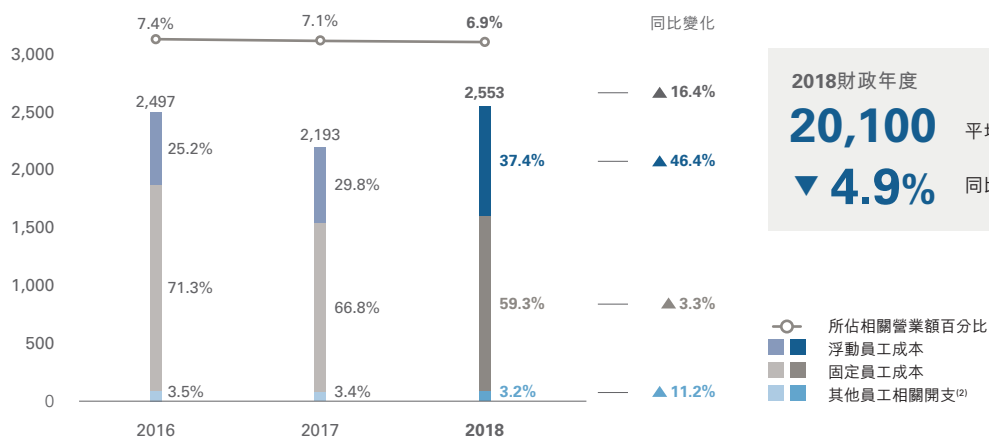
- 過去三年，我們中國內地分部佔銷售及行政開支超過一半。
- 2018財政年度，銷售及行政開支上升5.9%至10,920百萬港元，此乃由於我們的銷售及行政開支大部份主要項目均上升所致，惟租金開支則錄得13.5%的降幅。
- 由於營運效益，故銷售及行政開支佔比由2018財政年度上半年的19.7%降至2018財政年度下半年的17.5%。於財政年度內，銷售及行政開支佔比進一步下降160個點子至18.5%。

銷售及行政開支的主要項目

員工成本及相關開支

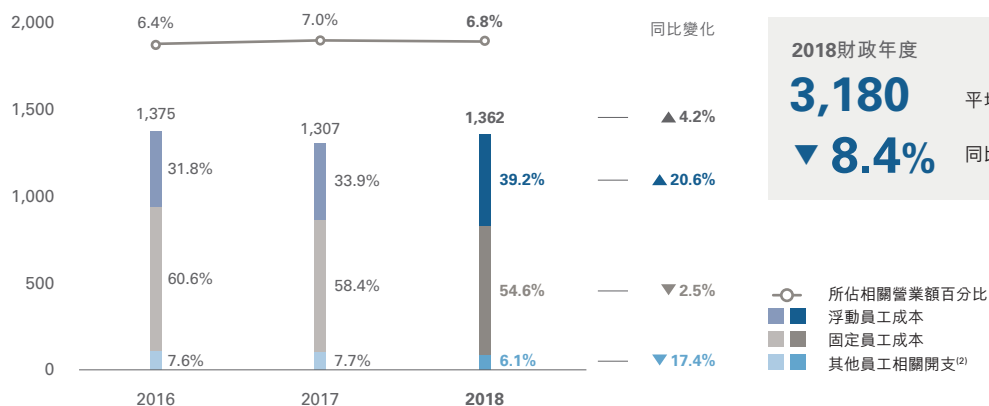
中國內地

截至3月31日止年度
(百萬港元)



香港及澳門

截至3月31日止年度
(百萬港元)



(1) 不包括生產部門的員工

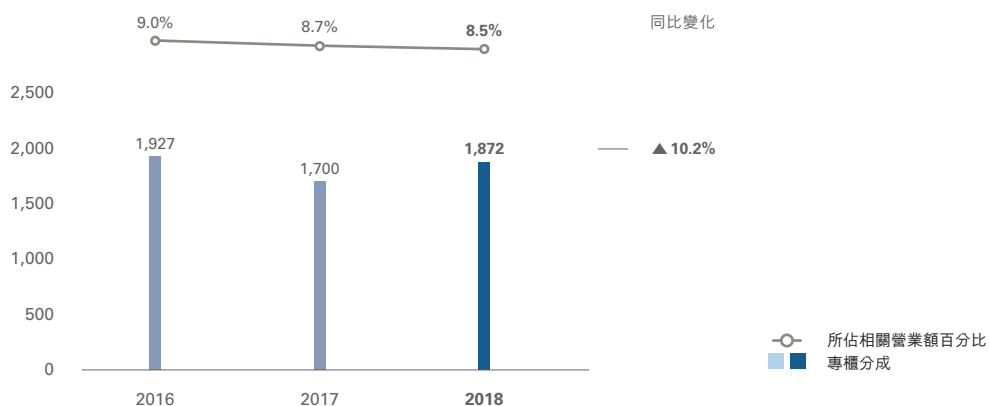
(2) 其他員工相關開支主要包括員工福食、醫療費和教育經費等

- 2018財政年度，中國內地的員工成本及相關開支上升16.4%。有關升幅主要由於我們按市場標準釐定員工薪酬，致使與員工表現掛鈎的浮動薪金增加。
- 2018財政年度，香港及澳門的員工成本及相關開支上升4.2%。固定員工成本下降2.5%，惟隨著業務回升，浮動員工成本上升20.6%。

專櫃分成及租金開支

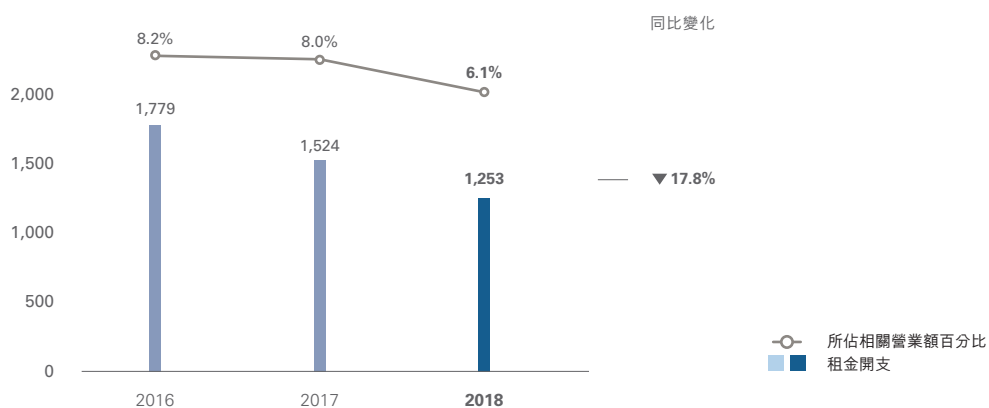
中國內地

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10.2%。專櫃分成比率微降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，零售點整合及續租減租使租金開支削減17.8%。加上營商環境回穩，2018財政年度的租金開支比率進一步下降190個點子至6.1%。2018財政年度，我們續租的租金平均減幅約為29%。

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 | 2016 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2018 vs 2017 同比變化 |
|------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| 其他收入 | 306 | 330 | 408 | ▲ 23.8% |
| 其他收益及虧損 | (245) | (286) | 342 | 不適用 |
| 其他開支 | (51) | (215) | (48) | ▼ 77.6% |

- 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升值而產生的外匯淨收益343百萬港元(2017財政年度：外匯淨虧損273百萬港元)。
- 其他開支下降77.6%乃由於2017財政年度確認且於「其他開支」內計入投資減值虧損、應收一家聯營公司款項及應收一家合資企業款項合計164百萬港元。

利息收入、融資成本及稅項

| 截至3月31日止年度 | 2016 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 | 2018 vs 2017 同比變化 |
|------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| 銀行利息收入 | 112 | 122 | 67 | ▼ 45.1% |
| 其他利息收入 | 43 | 18 | 13 | ▼ 26.0% |
| 銀行貸款融資成本 | 69 | 93 | 111 | ▲ 18.6% |
| 黃金借貸融資成本 | 174 | 143 | 133 | ▼ 7.2% |
| 稅項 | 957 | 1,227 | 1,629 | ▲ 32.7% |

- 黃金借貸融資成本微降，乃由於本財政年度內全面實施新對沖機制。平均對沖比率由2017財政年度約65%降至2018財政年度約47%。
- 2018財政年度及2017財政年度的實際稅率均維持於約28%。2018財政年度的預扣稅開支增加乃來自中國內地附屬公司將分派的股息，因我們預計中國內地溢利貢獻將繼續對集團有較高佔比。然而，2017財政年度預扣稅增加乃來自宣派較高的特別股息。如撇除兩年的預扣稅影響，實際稅率將維持於約24%。

股本回報率

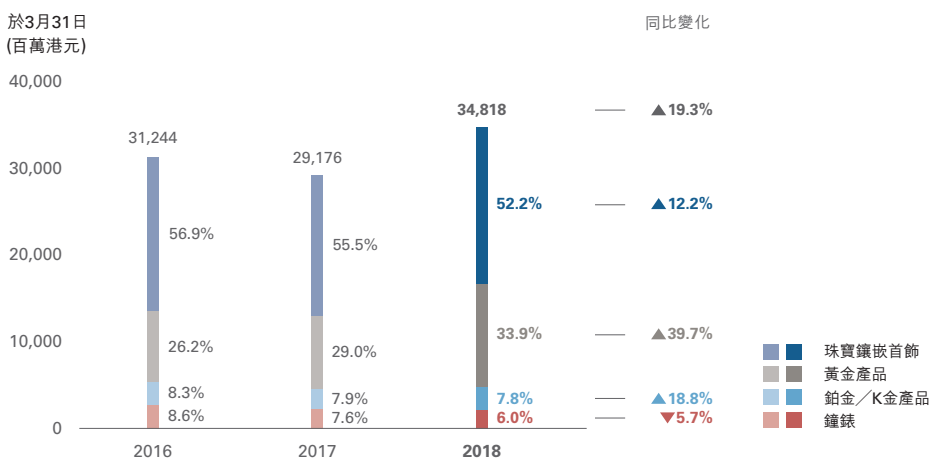
- 我們使用股本回報率計量自每股股東權益獲取溢利的效率。
- 淨溢利率上升100個點子至7.1%乃由於主要經營溢利率上升以及人民幣變動的正面影響所致。因此，股本回報率上升260個點子至12.3%。



存貨周轉及資本架構

存貨結餘及周轉期

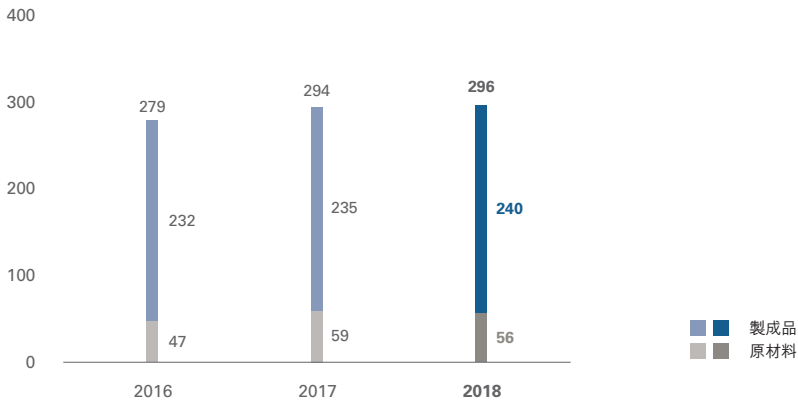
按產品劃分的存貨結餘⁽¹⁾



(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365/366

- 於2018年3月31日，存貨結餘(不包括包裝物料)上升19.3%至34,818百萬港元，主要由於黃金存貨增加以滿足消費者的強勁需求。
- 於2018年3月31日，712個加盟零售點持有我們總存貨結餘約3,290百萬港元(或9.4%)(2017年3月31日：517個加盟零售點持有約1,870百萬港元(或6.4%))。
- 撇除加盟商持有的存貨結餘，存貨周轉期為268天，較去年少約7天。

資本架構

| 於 | 31.3.2017 百萬港元 | 佔權益總額 百分比 | 31.3.2018 百萬港元 | 佔權益總額 百分比 | 增加 百萬港元 | 計值貨幣 ⁽¹⁾ | 利率架構 ⁽¹⁾ |
|-------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|---------------|------------|--------------------------|---------------------|
| 非流動資產 | 7,133 | 21.9% | 8,258 | 24.2% | 1,125 | 不適用 | 不適用 |
| 存貨 | 29,259 | 90.0% | 34,929 | 102.4% | 5,670 | 不適用 | 不適用 |
| 銀行存款及現金 等價物 ⁽²⁾ | 7,943 | 24.4% | 7,944 | 23.3% | 1 | 主要為 港元、 人民幣及 美元 | 主要為 浮動利率 |
| 總貸款 ⁽³⁾ | 10,009 | 30.8% | 13,258 | 38.9% | 3,249 | | |
| 銀行貸款 | 6,793 | 20.9% | 7,923 | 23.3% | 1,130 | 港元 | 浮動利率 |
| 黃金借貸 | 3,216 | 9.9% | 5,335 | 15.6% | 2,119 | 人民幣及 美元 | 固定利率 |
| 債項淨額 ⁽⁴⁾ | 2,066 | 6.4% | 5,314 | 15.6% | 3,248 | 不適用 | 不適用 |
| 營運資金 ⁽⁵⁾ | 26,480 | 81.5% | 28,593 | 83.9% | 2,113 | 不適用 | 不適用 |
| 權益總額 | 32,502 | 100.0% | 34,098 | 100.0% | 1,596 | 不適用 | 不適用 |

(1) 有關計值貨幣及利率結構的資料為2018年3月31日的情況

(2) 包括銀行結餘及現金

(3) 於2018年3月31日，5,823百萬港元的銀行貸款及所有黃金借貸將於12個月內到期，而2,100百萬港元的銀行貸款將於超過2年但不多於5年內到期

(4) 銀行貸款、黃金借貸之總額(已扣除銀行存款及現金等價物)

(5) 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。黃金借貸亦用作對沖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

2018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

▲ 11%

▲ 2%

- 由於我們有部分業務在中國內地經營，人民幣升值對我們中國內地營運的表現及資產和負債的結餘以及人民幣計值的集團間墊款餘額帶來影響，因而對年內淨溢利有所影響。
- 下表列示人民幣波動對我們財務表現的影響：

| 截至3月31日止年度 | 2017 | | 2018 | |
|------------|---------|---------|---------|---------|
| | 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 | ▼ 9.4% | ▼ 6.0% | ▲ 15.4% | ▲ 14.0% |
| 主要經營溢利同比變化 | ▼ 7.9% | ▼ 3.5% | ▲ 20.6% | ▲ 18.7% |
| 存貨結餘變化 | ▼ 6.7% | ▼ 6.4% | ▲ 19.4% | ▲ 13.6% |
| 銀行結餘及現金變化 | ▼ 38.9% | ▼ 37.3% | ▲ 0.0% | ▼ 7.5% |

- 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。

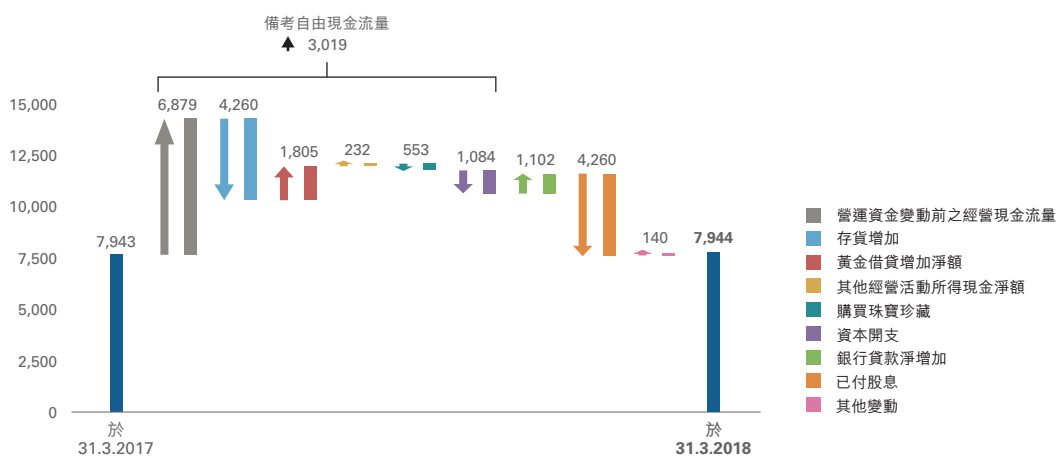
現金流量及其他

現金流量

| 截至3月31日止年度 | 2016 百萬港元 | 2017 百萬港元 | 2018 百萬港元 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|
| 營運資金變動前之經營現金流量 | 5,787 | 5,702 | 6,879 |
| 存貨減少／(增加) | 7,499 | 599 | (4,260) |
| 黃金借貸淨變動 | (2,161) | (3,023) | 1,805 |
| 其他經營活動所得／(所用) 現金淨額 | 611 | (49) | 232 |
| 購買珠寶珍藏 | – | (378) | (553) |
| 資本開支 | (1,046) | (862) | (1,084) |
| 備考自由現金流量 | 10,690 | 1,989 | 3,019 |
| 銀行貸款淨變動 | 1,192 | (1,112) | 1,102 |
| 已付股息 | (6,582) | (5,148) | (4,260) |
| 其他變動 | (776) | (787) | 140 |
| 銀行結餘及現金增加／(減少)淨額 | 4,524 | (5,058) | 1 |

2018財政年度主要現金流量項目

(百萬港元)

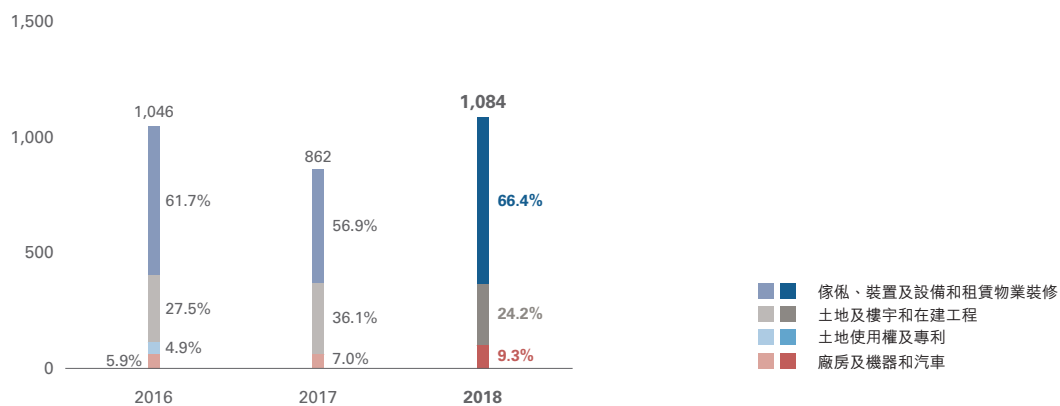


資本開支

- 本集團於2018財政年度的資本開支為1,084百萬港元(2017財政年度：862百萬港元)。

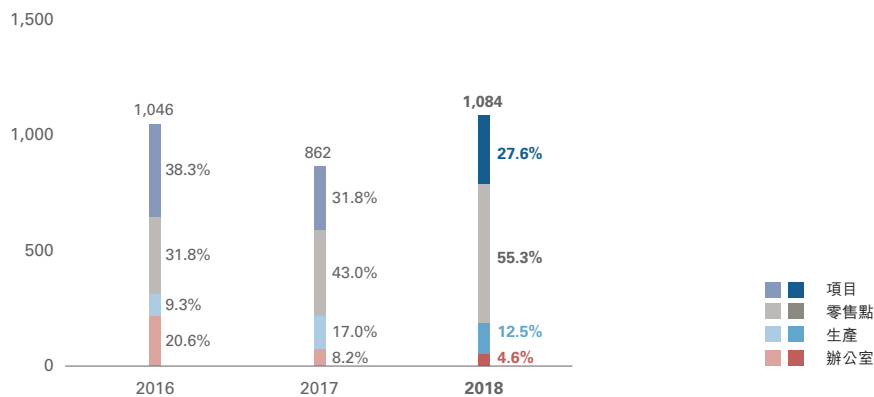
按性質劃分的資本開支

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)



營運狀況

受惠於穩定的基本因素和消費氣氛的改善，大中華零售市場在過去一年逐步回暖，與此同時，突破性的創新與科技持續令市場轉型。顧客亦正在不斷演變，中產階層和千禧世代的興起及城鎮化發展持續，促進需求穩定增長，同時顧客喜好亦見快速改變。

面對上述種種動態，加強與顧客之間的互動已是整體行業持續增長不可或缺的。作為業界舉足輕重的珠寶商，我們堅持藉著創新、科技與可持續發展，致力創造無縫且獨特的顧客體驗。

業務發展

中國內地

- 於2018財政年度，大部份的淨開店均位於購物中心內，務求藉其普及化和與日俱增的客流，增進商機。
- 我們採取雙線發展策略，在不同級別城市拓展業務。在一、二線城市選擇性開設新店，著重提升平均售價；在較次級城市則以擴大市場滲透為首要。我們將會加快相關拓展，把握這些地方的城鎮化和基建發展所帶來的機遇。
- 我們採取多品牌策略，針對新的顧客群，於2018財政年度推出兩個新品牌 MONOLOGUE 和 SOINLOVE，使產品更多樣化及進一步擴大市場佔有率。



香港、澳門及其他市場

香港及澳門

- 2018財政年度關閉的零售點主要位於旅遊區。
- 於民生區開設了五家體驗店，滿足本地顧客不斷演變的期望。
- 我們將繼續優化零售網絡，提供煥然一新的購物體驗，致力與相對穩定的本地顧客群維繫良好的關係。



其他市場

- 於本財政年度內，我們在日本和韓國均開設新店。
- 我們正籌備於東南亞等其他市場拓展業務，把握華人顧客於該等地區所帶來的潛在商機。

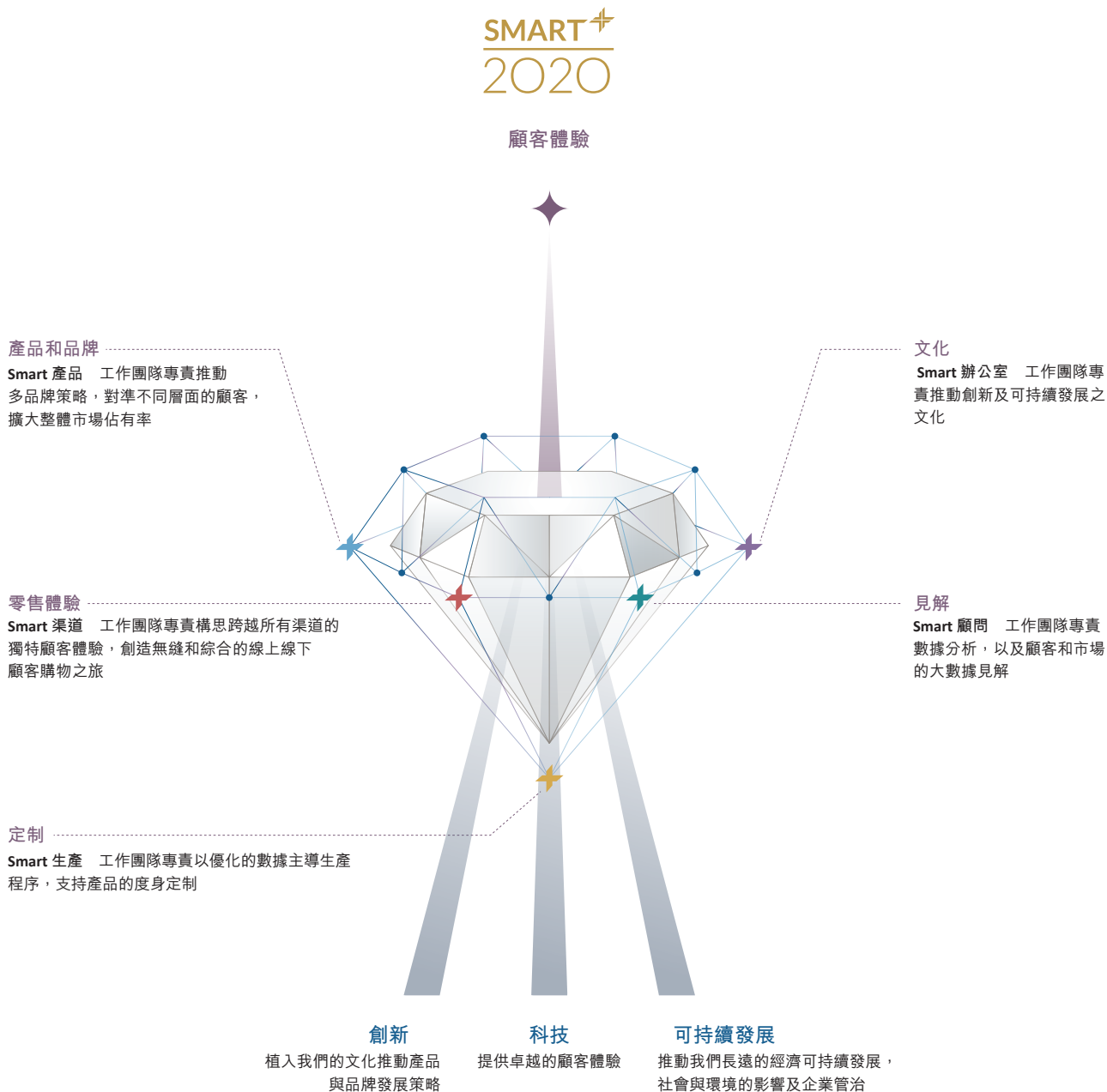


批發業務

- 我們借助自身業務模式的固有優勢和Hearts On Fire全球強大的零售網絡，加強拓展批發業務，尤其針對與美國珠寶零售商的合作。
- 我們希望借助本身的產品、零售經驗與科技，為其他零售商增值，最終輔助我們業務的可持續增長。

「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。



Smart 產品

我們透過多品牌策略，滿足廣泛的顧客需求。

周大福珠寶及周大福薈館

- 我們的標誌性品牌周大福珠寶，以經典的產品組合和合理的價格，為我們業務的主要部分。
- 針對愈趨有品味的顧客，我們去年將部分零售點升格為周大福薈館，以不一樣的門店裝潢提供更多珠寶鑲嵌首飾系列。

周大福薈館零售網絡

於2018年3月31日

7

零售點

House 1929

- House 1929是我們今年創立的高端珠寶品牌。
- 以品質卓越的寶石和超凡的工藝，打造獨一無二的藝術珠寶珍品，僅為尊尚的顧客及獲邀的珠寶愛好者而設。
- House 1929首個高端珠寶系列「夢縈尚藝」於2018年4月在北京舉行的尊貴顧客獨家鑒賞會中展出，當天展出13套珠寶予在場超過700位賓客預覽。大部分珠寶將於今年11月在香港進行拍賣，其中2套則為博物館珍藏僅供展出欣賞。

周大福 T MARK

- 2016年面世的自家鑽石品牌，滿足顧客對追溯鑽石真品來源的需求與期望。
- 每顆周大福T MARK鑽石均刻有一組獨特編號的印記作為保證，讓顧客可追溯鑽石從採購至生產的生命旅程。2018年4月，該印記之納米刻字專利技術於第46屆日內瓦國際發明展中獲得金獎殊榮。
- 我們亦與行業領先的獨立鑽石鑒定機構美國寶石研究院(「GIA」)合作，首次應用區塊鏈技術向顧客提供安全的數碼鑽石鑒定證書。顧客將獲取關於其鑽石的GIA鑒定訊息的永久、不可改變的區塊鏈記錄。是項創新將於2018年在香港的特選零售點率先試行。
- 首家周大福T MARK鑽石專門店於今年4月在香港開幕，我們預計將在中國內地以及香港及澳門陸續增設專門店。

周大福 T MARK零售網絡

於2018年3月31日

中國內地

香港及澳門

258

店內專櫃

41

店內專櫃

平均售價

HK\$ 13,100

中國內地

HK\$ 17,700

香港及澳門

- 本財政年度內，周大福T MARK產品佔我們在中國內地以及香港及澳門已售鑽石產品零售值分別為11.5%及15.6%。

Hearts On Fire

- 2014年收購的美國高級鑽石品牌，以富設計元素的婚嫁與時尚珠寶及精巧工藝見稱。
- 2018財政年度，Hearts On Fire產品佔我們在中國內地以及香港及澳門已售鑽石產品零售值分別為2.6%及3.7%。
- 於中國內地以及香港及澳門的零售值增長分別為21.5%及16.8%。



SOINLOVE

- 我們對準中國內地輕奢侈婚嫁市場，去年4月推出SOINLOVE品牌，其產品和門店布置均以浪漫甜蜜為主調。
- 我們會繼續發掘商機，於2019財政年度進一步推廣該品牌。



MONOLOGUE

- 針對中國內地崇尚潮流品味的千禧一代的需求，我們於2016年推出MONOLOGUE品牌。
- 我們舉辦主題展覽及贊助中國內地真人秀節目，由參賽者佩戴展示系列產品，以提升品牌認知度。



Smart 渠道

顧客對於零售品牌與消費者互動持續演變的期望，推動我們不斷創新線上和門店的顧客體驗。

嶄新門店體驗

- 我們在香港新開了五家體驗店，以滿足不同顧客及社區的需求。每一家體驗店都按不同的主題裝潢，務求為區內顧客營造獨一無二的貼心購物體驗。
- 繼香港體驗店開業後，我們預計於2019財政年度開始，逐步在中國內地開設同類或其他主題新穎的體驗店。

全渠道零售

- 我們採用先進科技，與業務夥伴合作，設立綜合銷售渠道，持續為顧客打造更多無縫全渠道購物旅程。

智能手機作為銷售渠道

- 我們順應銳不可擋的手機線上購物熱潮，借助社交媒體即時上載分享的威力，提升系列產品的銷量。
- 例如我們邀請中國紅星趙麗穎擔任品牌代言人，在微信等社交媒體平台推廣情人節線上獨家版珠寶吊飾。其粉絲可隨時隨地通過手機內周大福微信官方帳號的小程序購買吊飾。

自助體驗區

- 為提升顧客體驗，我們致力投資於科技創新，並於2018財政年度在中國內地成功推出自助珠寶販賣體驗區。
- 自助體驗區進一步發揮「grab-and-go」的概念，為顧客帶來更快捷的付款過程及更加便利的購物體驗。
- 自助體驗區可以流動地擺放在不同位置，有助於在戲院、商場等不同公眾地點，接觸更多潛在顧客。

顧客關係管理

周大福會員計劃

- 我們深化與業務夥伴的合作，特別為中國內地之會員，提供更多生活優閒獎賞與優惠，以鞏固會員根基和增強顧客忠誠度。

中國內地

於2018年3月31日

1,300,000

會員數目



2018財政年度

30.7%

會員再消費佔相關零售值之百分比



香港及澳門

於2018年3月31日

817,000

會員數目



2018財政年度

32.8%

會員再消費佔相關零售值之百分比



Smart 生產

我們採取更加以「顧客主導」的生產及營運模式，務求提供最優越的顧客體驗。

顧客對工廠

- 我們的生產框架，使我們的生產更有彈性，最終能實現顧客對工廠的業務模式，讓顧客可以參與從設計至生產整個供應鏈環節。
- 我們去年於中國內地首度推出「D-ONE」珠寶定制線上平台。顧客可透過平台，根據自己的喜好挑選鑽石和款式，製作更個性化的珠寶首飾，為顧客提供獨特的體驗。
- 今後，我們計劃進一步提升顧客體驗，讓他們親臨生產基地，見證定制珠寶的製作工藝，由設計、製作、包裝至付運，整個購物歷程將會更趨個性化。

生產框架

- 應對不斷演變的市場動態，我們最終以為顧客提供個性化的購物歷程為目標。為此，我們圍繞四大方針構建生產框架：

標準化

- 我們整合、精簡和規範相關營運、程序與規格，以提升品質監控和效率。
- 綜合管理體系認證，有助於規範生產管理，促進持續改善。
- 獲取中國國家認可委員會貴金屬檢測實驗室認證，證明我們達到管理體系的準確性、穩定性和水平。
- 我們在中國內地所有貴金屬檢測化驗所於2017年12月已全面獲得此認證。

自動化

- 實現標準化後，自動化設施作業效率將會提升，縮減運作時間及提升可靠度。
- 武漢智造生產中心於2018財政年度成功啟用自動稱重系統及自動導引車，生產線逐步實現無人化物流操作。

- 順德物流及配貨中心第一期已於2017財政年度營運。我們預計第二期將於2019財政年度開始營運，屆時配貨能力將會進一步提升。

數據化

- 與此同時，我們廣泛採用數據分析，以加強生產規劃與供應鏈管理。
- 武漢智造生產中心廣泛應用無線射頻識別技術，以監察生產狀態，訂單追蹤時間減少約40%。
- 位於深圳研發中心的數據智能空間，為管理層提供綜合數據平台對生產過程實時監察及就生產數據進行分析。

智能化

- 我們通過數碼化和精深數學運算，實現業務決策過程自動化，生產營運更加穩定可靠。
- 2018年3月，生產仿真系統在武漢智造生產中心其中一條生產線啟動作試驗運行。
- 該系統能夠對生產流程樽頸、產能作出預測估算，我們可以在此基礎上調配資源，優化生產線的規劃，提升實際生產效益。

Smart顧問

科技創新不單推動「Smart+ 2020」框架的策略，同時透過數據分析與見解，讓我們營運效率得以提升，以提供卓越的顧客體驗。

數據分析與見解

- 自三年前成功推出無線射頻識別智能奉客盤後，我們一直致力於提升其功能和體驗。
- 我們不單希望顧客的銷售過程更加順暢，還為了以更加系統化和科學化的方法分析顧客的喜好及品味。
- 數據經過分析後整理出有用的見解，有助我們為各類業務策略提供方針，以作出明智決策。

應用數據分析的案例：

- 我們對各類項目實行預測分析，以科學方法獲取業務資訊，支持業務決策。譬如推出新款系列產品或進行推廣活動時，我們會為這些項目設定測試，然後對比測試組別與選定的對照組別的績效。通過預測分析，有助我們有效地識別如何推動績效及評估其對盈利的影響。
- 根據對收集資料(譬如產品瀏覽次數、頻率和缺貨比率等)的分析，了解顧客喜好，從而對特定門店作更有效的存貨組合及配貨。
- 收集的資料也有助於我們了解銷售人員的績效表現，據此作出評核，制訂針對性的培訓，提升員工的銷售技巧與策略。

Smart辦公室

我們相信，文化是持續創新的主要動力，也有助於我們招攬及保留合適人才，為本集團以至整個珠寶行業的可持續發展作出貢獻。

內部的創新培育

可持續發展及創新中心

- 我們於主要業務營運中致力利用創新科技，提升顧客體驗。
- 我們於2018年4月設立可持續發展及創新中心，聚焦文化藝術、工藝和創意三大領域，冀能更有效地分配資源及支持傳統珠寶零售業務。
- 我們已委派專責管理團隊，負責創新、品牌管理、文化藝術、工藝、科技與數據應用等領域的投資，以支持集團的可持續增長。

外部的創新培育

香港中環元創方Loupe

- 去年12月設立共享設計培育空間，藉以推動創意，並為本地與國際設計師提供一個互動交流的平台。
- 我們旨在以互動的方式培養年輕珠寶業人才，譬如提供共享工作間，讓他們交流設計意念、學習工藝技巧及參與由業界專才舉辦的工作坊等。

中國內地武漢「C+創意園」

- 我們響應中國政府倡導的創新與創業精神，配合「Smart+ 2020」策略框架，在中國內地武漢的周大福珠寶文化產業園內設立「C+創意園」，目的在於支持科技發展的人才，促進創業文化，以及鼓勵尋求各類長遠商機。

文化保存與傳承

我們創業近90年，一向以保存、傳承、推廣文化與工藝為己任。

中法品牌高峰論壇

- 繼去年參加法國巴黎第三屆中法品牌高峰論壇，與傑出的西方設計師交流後，我們邀請了6位法國設計師前來進行文化交流，並於2018財政年度夥伴合作推出「宮廷」系列。
- 集團經挑選的高級管理人員和設計師亦參與了今年5月舉行的高峰論壇，活動包括珠寶市場研討會、工藝工作坊和博物館參觀等，以促進設計靈感的交流。

中國古代黃金工藝展覽

- 我們非常重視推廣珠寶行業的可持續發展，以及傳統珠寶工藝的傳承。
- 我們支持中國古代黃金工藝的傳承，贊助一項為期三年的研究項目，項目以中國古代金銀器具的展覽作為總結，以展示傳統黃金工藝之美。

業務展望與策略

回顧年度內，中國內地以及香港及澳門的業務均見復甦，業績展現韌力，我們對此深感欣慰。儘管零售行業面貌不斷轉變，我們對大中華珠寶市場於2019財政年度和未來的前景依然充滿信心，因為變化有利於開拓新客源，充分發揮我們的潛力。

為此，我們於2018財政年度開展「Smart+ 2020」為期三年的策略性工作計劃，長期致力於以下五大範疇提供無縫顧客體驗：

- (1) 推出更多產品與創新項目以及推行多品牌策略；
- (2) 提升門店體驗，促進全渠道零售；
- (3) 培養以顧客為主導的生產能力和靈活的供應鏈，加強打造個性化的購物旅程；
- (4) 投資大數據分析，利用見解建立更高效率的營運模式，迅速應對消費者的喜好；及
- (5) 啟導創新及創業文化，配合集團及整個珠寶行業人才發展。

末期股息、特別股息及股東週年大會

董事會建議派付2018財政年度每股15.0港仙的末期股息(2017財政年度：每股10.0港仙)及每股30.0港仙的特別股息(2017財政年度：每股20.0港仙)，合共約4,500百萬港元(2017財政年度：3,000百萬港元)。派付該等股息須待股東在本公司將於2018年7月26日(星期四)舉行的應屆股東週年大會上批准，並應向於2018年8月2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。預期建議末期股息及特別股息將於2018年8月15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2018財政年度的綜合財務報表。

本公告所載有關本集團截至2018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德勤•關黃陳方會計師行與本集團本年度經審核綜合財務報表內的金額核對一致。德勤•關黃陳方會計師行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，故德勤•關黃陳方會計師行概不就本公告發表保證意見。

企業管治常規

截至2018年3月31日止年度，除下述偏離者外，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。

根據企業管治守則的守則條文第E.1.2條，董事會主席應出席本公司股東週年大會。董事會主席鄭家純博士因健康理由，沒有出席本公司於2017年7月26日舉行的股東週年大會(「2017年股東週年大會」)。擔任2017年股東週年大會主席的董事總經理黃紹基先生與其他出席大會的董事會成員，已具備足夠能力於2017年股東週年大會上回答提問。

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2018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2018年7月23日(星期一)至2018年7月26日(星期四)(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2018年7月20日(星期五)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2018年8月2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2018年8月1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22樓，以辦理登記手續。

代表董事會
主席
鄭家純博士

香港，2018年6月7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、陳曉生先生及廖振為先生；非執行董事為鄭錦標先生；及獨立非執行董事為鄭明訓先生、馮國經博士、鄺志強先生、林健鋒先生及柯清輝博士。