

【即時發放】

六福集團(00590.HK)公布
截至 2022 年 3 月 31 日止年度全年業績公告
收入及權益持有人應佔溢利分別為 117 億港元及 14 億港元
建議末期股息為每股各 0.55 港元 全年合共每股 1.1 港元

財務摘要：

- 全年收入增加 32.5%至約 117 億港元
- 香港特別行政區¹及澳門特別行政區²市場的同店銷售增長³為+42.0%，而中國內地⁴市場則為+40.1%
- 經營溢利增加 32.1%至約 16 億港元，權益持有人應佔溢利則增加 36.9%至約 14 億港元
- 建議末期股息為每股 0.55 港元，全年共派股息每股 1.1 港元，派息比率為 46.4%
- 於 2022 年 3 月 31 日，本集團於全球共有 2,809 間店舖，淨增長為 443 間

	截至 3 月 31 日止年度		
	2022	2021	
	千港元	千港元	按年變化
收入	11,737,803	8,861,335	+32.5%
毛利	3,233,827	2,632,315	+22.9%
權益持有人應佔溢利	1,392,364	1,017,335	+36.9%
每股基本盈利	2.37 港元	1.73 港元	+37.0%
每股末期股息	0.55 港元	0.50 港元	+10.0%
每股特別股息	-	0.50 港元	不適用
每股全年股息	1.10 港元	1.50 港元	-26.7%

(2022 年 6 月 28 日)—六福集團(國際)有限公司(「本公司」)(股份代號：00590.HK)董事會(「董事會」)欣然公布本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至 2022 年 3 月 31 日止年度(「回顧年度」)之全年業績。在低基數效應、零售氣氛恢復良好及黃金銷情暢旺下，本集團於回顧年度的收入增加 32.5%至 11,737,803,000 港元(2021 年：8,861,335,000 港元)，而黃金產品毛利率因漸趨正常化而下調，總毛利因此增加 22.9%至 3,233,827,000 港元(2021 年：2,632,315,000 港元)。受惠於營運槓桿的改善，經營溢利增加 32.1%至 1,643,224,000 港元(2021 年：1,244,113,000 港元)，經營溢利率得以持平於 14.0%(2021 年：14.0%)。此外，加上淨利息收入的增加及因過往年度過度撥備的回撥而令實際稅率下降，淨利潤上升 36.6%至 1,392,337,000 港元(2021 年：1,019,134,000 港元)，淨利率為 11.9%(2021 年：11.5%)。權益持有人應佔溢利增加 36.9%至 1,392,364,000 港元(2021 年：1,017,335,000 港元)，每股基本盈利則增加 37.0%至 2.37 港元(2021 年：1.73 港元)。

董事會建議就截至 2022 年 3 月 31 日止年度派付末期每股普通股 0.55 港元(2021 年：末期及特別股息每股普通股各 0.50 港元，合共每股普通股 1.00 港元)，連同已派付的中期股息，本年度股息合共為每股普通股 1.1 港元。

¹ 香港特別行政區：往後稱為「香港」

² 澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

³ 同店銷售增長(「同店銷售增長」)為同一間自營店於可比較期內有完整日營運的銷售額比較，有關數據並不包括品牌店及中國內地的電子商務業務銷售額。

⁴ 中國內地：往後稱為「內地」

六福集團

LUKFOOK GROUP

六福集團主席兼行政總裁黃偉常先生表示：「於回顧年度內，由於低基數效應，本集團的同店銷售已全面轉負為正。但是，香港及內地分別於 2022 年 2 月及 3 月經歷疫情反覆，本集團於 2022 年 3 月份至 4 月份的整體同店銷售因此再度錄得下滑。然而，香港市場在疫情控制得以改善及在新一輪消費券的幫助下，從 2022 年 4 月份開始，銷情理想。再者，視乎疫情的發展，在零售網絡的進一步擴展及隨著內地封城措施陸續放寬，及政府銳意落實推動經濟措施及消費支持政策下，來年我們以收入達雙位數字升幅為目標，並期望於三年內利潤可創新高。」

零售業務為本集團主要收入來源，集團總零售收入因低基數效應、零售氣氛逐步恢復及黃金銷售表現亮麗而按年增加 49.6% 至 7,407,905,000 港元 (2021 年：4,953,317,000 港元)，佔本集團總收入 63.1% (2021 年：55.9%)。其分部溢利在營運槓桿的改善下增加 84.9% 至 361,768,000 港元 (2021 年：195,692,000 港元)，佔比為 20.7% (2021 年：14.8%)，其分部溢利率為 4.9% (2021 年：4.0%)。雖然品牌店有所增加，但內地零售銷售增長主要由黃金產品銷售帶動，鑽石產品銷售表現一般。本集團批發業務主要涵蓋銷售鑽石產品，其收入較去年同期因此只增加了 3.9% 至 3,076,720,000 港元 (2021 年：2,961,827,000 港元)，佔本集團總收入的 26.2% (2021 年：33.4%)。其分部溢利則增加 3.6% 至 423,676,000 港元 (2021 年：408,894,000 港元)，佔比為 24.2% (2021 年：30.9%)，其分部溢利率為 13.8% (2021 年：13.8%)。回顧年度內，品牌業務收入因應品牌店舖數目增加而上升 32.4% 至 1,253,178,000 港元 (2021 年：946,191,000 港元)，佔本集團總收入的 10.7% (2021 年：10.7%)。其分部溢利率為 77.0% (2021 年：76.0%)，其分部溢利則增加 34.2% 至 964,435,000 港元 (2021 年：718,683,000 港元)，佔比為 55.1% (2021 年：54.3%)。

黃金及鉑金產品銷售額增加 48.6% 至 5,526,978,000 港元 (2021 年：3,720,143,000 港元)，佔整體銷售額 (本集團收入減去品牌業務收入) 的 52.7% (2021 年：47.0%)。黃金及鉑金產品因黃金產品毛利率漸趨正常化而下降至 17.7% (2021 年：22.0%)，其毛利因此只增加 19.9% 至 980,728,000 港元 (2021 年：818,089,000 港元)，佔整體毛利 (本集團綜合毛利減去品牌業務收入毛利) 的 43.8% (2021 年：43.1%)。另外，定價首飾產品的銷售額增加 18.2% 至 4,957,648,000 港元 (2021 年：4,195,001,000 港元)，佔整體銷售額的 47.3% (2021 年：53.0%)。定價首飾產品毛利率則近乎持平於 25.4% (2021 年：25.8%)，其毛利因此增加 16.4% 至 1,258,395,000 港元 (2021 年：1,080,964,000 港元)，佔整體毛利的 56.2% (2021 年：56.9%)。

於回顧年度內，本集團整體同店銷售增長轉負為正至 +45.4% (2021 年：-39.9%)。香港及澳門市場的同店銷售增長為 +42.0% (2021 年：-47.1%)，而內地市場則為 +40.1% (2021 年：-4.7%)。黃金及鉑金產品的同店銷售增長為 +51.5% (2021 年：-31.9%)，定價首飾產品則為 +33.8% (2021 年：-50.7%)。

由於年內大部份時間香港疫情控制較佳，加上受惠於政府消費券之推出，本土消費氣氛逐步恢復，本集團於回顧年度在香港的零售收入因此增加 27.6% 至 2,684,577,000 港元 (2021 年：2,103,657,000 港元)。2021 年訪澳內地旅客較去年增加 48.2% 至 7 百萬人次，全年來自內地的旅客人均消費同比則上升 44.7%。在低基數效應下，回顧年度內，本集團來自澳門的收入大幅增加 85.8% 至 1,734,715,000 港元 (2021 年：933,455,000 港元)。香港、澳門及海外市場的零售收入增加 50.4% 至 4,880,879,000 港元 (2021 年：3,245,173,000 港元)。大部份時間內地疫情亦控制理想，加上黃金銷情暢旺，內地市場零售收入大幅增加 47.9% 至 2,527,026,000 港元 (2021 年：1,708,144,000 港元)，而且內地品牌業務收入因品牌店數目增加而上升，及內地電子商務業務收入上升，來自內地市場的收入增加 26.3% 至 6,705,611,000 港元 (2021 年：5,310,301,000 港元)。

於回顧年度內，在多品牌策略下，本集團合共經營 1 個品牌及 4 個副品牌/產品線——「六福」、「Goldstyle」、「Dear Q」、「六福精品廊」及「福滿傳家」，淨增設了 443 間店舖，其中主要為「六福」店舖。「六福」店舖於回顧年度內全球淨增

六福集團

LUKFOOK GROUP

設 435 間，包括於內地淨增設 434 間品牌店。於 2022 年 3 月 31 日，本集團於全球共有 2,809 間店舖 (2021 年：2,366 間)，其中包括 2,719 間「六福」店舖 (2021 年：2,284 間)，遍及香港、澳門、內地、新加坡、馬來西亞、柬埔寨、菲律賓、老撾、美國、加拿大及澳洲，以及在內地經營 84 間「Goldstyle」店舖 (2021 年：80 間)、1 間「Dear Q」店舖 (2021 年：2 間)、2 間「六福精品廊」店舖 (2021 年：0 間) 及 3 間「福滿傳家」店舖 (2021 年：0 間)。

六福集團主席兼行政總裁黃偉常先生表示：「本集團訂立全新的三年企業策略，以『內地市場拓展』、『品牌推廣策略』及『營運效益』作為三大重心，以助推進集團業務的未來增長。在內地政府持續推出穩定經濟增長措施，尤其聚焦促進消費及投資增長政策下，本集團對於其中長線業務前景仍感樂觀，因此未來擴展仍將集中於內地市場，尤其四、五線城市。內地來年「六福」店舖目標淨增長每年約為 500 間。另外，藉助創新方法，同時運用各種媒體，本集團將進一步強化品牌形象及定位。本集團亦將強化產品質量保證、優化服務質素、完善對品牌商的支援，並提供符合市場需求的產品。為提升集團對環境保護的貢獻，本集團將訂立碳中和長遠目標並會推行減少產品碳足印的措施。此外，為提升競爭優勢，本集團將透過重新規劃供應鏈管理，應用全自動化、大數據管理及數據分析系統以改善其營運效益。」

~完~

有關六福集團(國際)有限公司(股份代號：00590.HK)

六福集團主要從事各類黃白金首飾及珠寶首飾產品之採購、設計、批發、商標授權及零售業務，現時在十個國家及地區共擁有逾 2,840 個零售點。集團將繼續於國際市場物色新商機，以配合「香港名牌•國際演繹」之企業願景。

更多資訊，請流覽六福集團官方網站：www.lukfook.com

新聞垂詢，請聯絡：

六福集團企業傳訊部

電話：(852) 2783 2441

傳真：(852) 3009 7509

電郵：corporate@lukfook.com

溢星傳播有限公司楊瑩瑩

電話：(852) 2669 2987

傳真：(852) 2669 2980

電郵：lukfook@joviancomm.com