

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。



(於百慕達成立之有限公司)  
(Incorporated in Bermuda with Limited Liability)  
Stock Code 股份代號：590

## 截至 2024 年 3 月 31 日止財政年度第一季度 之零售銷售表現

### 摘要

	集團整體	中國香港特別行政區 <sup>(3)</sup> 及中國澳門特別行政區 <sup>(4)</sup>	中國內地 <sup>(5)</sup>
同店銷售 <sup>(1)</sup>	+62%	+75%	+3%
零售值	+24% <sup>(2)</sup>	+92%	+21% <sup>(2)</sup>
產品佔比：	黃金及鉑金：75% 定價首飾：25%	黃金及鉑金：73% 定價首飾：27%	黃金及鉑金：76% 定價首飾：24%
淨增設店鋪	+74	+3	+69

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2024年3月31日止財政年度（「2024財年」）第一季度（「第一季」或「季內」），涵蓋2023年4月1日至2023年6月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

### 備註：

- (1) 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
- (2) 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。
- (3) 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」
- (4) 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」
- (5) 中國內地：往後稱為「內地」

## 集團整體

	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季	2023 財年第四季 比對 2022 財年第四季	2023 財年第一季 比對 2022 財年第一季
<b>同店銷售</b>			
<b>整體</b>	+62%	+83%	-1%
• 黃金 <sup>(6)</sup>	+67%	+92%	+9%
- 黃金 (重量)	+58%	+87%	+4%
• 定價首飾	+54%	+66%	-19%
- 鑽石	+42%	+57%	-21%
- 定價黃金	+97%	+89%	-17%
<b>零售值 - 按年計</b>			
<b>整體</b>	+24%	+19%	-7%
<b>零售值 - 產品佔比</b>	2024 財年第一季	2023 財年第四季	2023 財年第一季
• 黃金及鉑金	75%	74%	71%
• 定價首飾	25%	26%	29%

香港、澳門及內地自2023財年第四季全面通關後，港澳市場的復甦勢頭持續，加上低基數效應，本集團零售業務於2024財年第一季度之表現優秀，整體同店銷售為+62%，黃金產品的同店銷售為+67%，而定價首飾產品則為+54%，定價首飾中包含鑽石及定價黃金產品，其同店銷售分別為+42%及+97%，主要由港澳市場的復甦帶動。

對比疫情前的2018／19財年（「2019財年」），集團整體同店銷售約持平，惟主要由黃金產品的銷售支撐。

集團整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年上升 24%，並超越 2019 財年水平近四成。

	按年變化	國際金價 (每盎司兌美元)
當季收市價		+5%
當季平均價		+5%

<sup>(6)</sup> 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）

## 香港及澳門市場

	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季	2023 財年第四季 比對 2022 財年第四季	2023 財年第一季 比對 2022 財年第一季
<b>同店銷售</b>			
<b>整體</b>	+75%	+124%	+2%
• 黃金	+81%	+145%	+15%
- 黃金(重量)	+70%	+135%	+10%
• 定價首飾	+65%	+88%	-21%
- 鑽石	+52%	+76%	-22%
- 定價黃金	+117%	+125%	-19%
<b>零售值 - 按年計</b>			
<b>整體</b>	+92%	+140%	-1%
<b>零售值 - 產品佔比</b>	<b>2024 財年第一季</b>	<b>2023 財年第四季</b>	<b>2023 財年第一季</b>
• 黃金及鉑金	73%	70%	72%
• 定價首飾	27%	30%	28%

通關後到訪港澳的旅客人流持續上升，加上受惠於低基數效應，本集團第一季在港澳市場的同店銷售保持顯著升勢，達+75%，其中澳門的同店銷售為+90%，香港則為+70%。若與 2019 財年比較，港澳整體的同店銷售大致持平。

按產品劃分，港澳市場黃金產品的同店銷售為+81%，而定價首飾產品的同店銷售亦增長理想，達+65%，其中鑽石及定價黃金產品的同店銷售皆有良好表現，分別達+52%及+117%。

為了把握通關機遇及做好準備迎接內地訪港旅客重臨，集團早於全面通關前已積極在香港優質遊客地段部署店舖，並於季內在香港淨增加 3 間店舖，成功幫助季內港澳市場的整體零售值按年升近一倍，並已接近 2019 財年水平。另外，定價首飾產品的平均售價在季內按年錄得雙位數升幅，而銷量更見大幅增長。

## 內地市場

	2024 財年第一季 比對 2023 財年第一季	2023 財年第四季 比對 2022 財年第四季	2023 財年第一季 比對 2022 財年第一季
<b>同店銷售</b>			
<b>整體</b>	+3%	-6%	-28%
• 黃金	+6%	-3%	-26%
- 黃金(重量)	-6%	-13%	-30%
• 定價首飾	-3%	-15%	-34%
- 鑽石	-30%	-33%	-36%
- 定價黃金	+26%	-2%	-32%
<b>電子商務業務銷售額</b>			
<b>整體</b>	+40%	+23%	+30%
• 黃金	+51%	+33%	+38%
• 定價首飾	-4%	-21%	-3%
<b>零售值- 按年計</b>			
<b>整體</b>	+21%	+16%	-8%
<b>零售值 - 產品佔比</b>	<b>2024 財年第一季</b>	<b>2023 財年第四季</b>	<b>2023 財年第一季</b>
• 黃金及鉑金	76%	75%	71%
• 定價首飾	24%	25%	29%

內地市場的消費情緒恢復較港澳緩慢，其自營店於季內的整體同店銷售為+3%，其中黃金產品的同店銷售為+6%，定價首飾產品則為-3%，而內地電子商務業務第一季的銷售額增長理想，達40%。因此，內地零售銷售收入（含自營店及電子商務業務的銷售金額）於季內按年升38%，並超越2019財年水平約三成。

佔內地店舖總數逾 97%的品牌店於季內的同店銷售上升 6%，其中黃金產品及定價首飾產品分別上升 14%及下跌 10%，定價首飾產品中的鑽石產品下跌 35%，而定價黃金產品則上升 5%。

另外，內地所有店舖（含自營店、品牌店及電子商務業務）在季內的整體零售值按年升 21%，其中黃金及定價首飾產品的零售值按年計分別升 33%及 3%，定價首飾產品中的定價黃金產品零售值按年計升 20%，而鑽石產品則跌 27%。對比 2019 財年，內地整體零售值上升接近七成，雖然定價首飾產品有雙位數字的升幅，但整體升幅主要依賴黃金產品的銷售帶動。另外，定價首飾產品的銷量在季內按年計錄得顯著升幅，惟受定價黃金產品的佔比上升影響，平均售價則按年錄得單位數跌幅。

## 店舖數目

於 2023 年 6 月 30 日，本集團全球共有 141 間「六福」自營店，包括 67 間設於內地、48 間設於香港、16 間設於澳門及 10 間設於海外。於上述日期，連同 2,841 間內地及 7 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,989 間「六福」店舖，加上 190 間位於內地其他副品牌及/或產品線的店舖，全球共有 3,179 間店舖。

本集團於第一季在內地淨增加 69 間店舖，其中 46 間為「六福」店，17 間為「福滿傳家」店，8 間為「六福精品廊」店，4 間「Love LUKFOOK JEWELLERY」店，及減少 6 間「Goldstyle」店。於 2023 年 6 月 30 日，本集團於內地共有 3,098 間店舖，包括 2,908 間「六福」店、67 間「Goldstyle」店、98 間「福滿傳家」店、21 間「六福精品廊」店及 4 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	2024 財年 第一季之變動	於 2023 年 6 月 30 日
「六福」店	自營店	• 內地	-2	67
		• 香港	+3	48
		• 澳門	0	16
		• 其他地區	+1	10
	小計		+2	141
	品牌店	• 內地	+48	2,841
		• 其他地區	+1	7
		小計	+49	2,848
總計		+51	2,989	
內地副品牌/ 產品線	自營店	• 「Goldstyle」	0	1
		• 「六福精品廊」	+1	2
		• 「福滿傳家」	+1	13
	品牌店	• 「Goldstyle」	-6	66
		• 「六福精品廊」	+7	19
		• 「福滿傳家」	+16	85
		• 「Love LUKFOOK JEWELLERY」	+4	4
	總計		+23	190
全球總計		+74	3,179	

## 展望

有鑒於鑽石產品的需求減少，而在內地的定價黃金產品佔比正逐步超越鑽石產品，集團將繼續積極推廣鑽石類別以外的定價首飾產品，尤其定價黃金產品，以減低鑽石產品需求疲軟的影響。港澳的旅遊業和本地需求復甦強勁，將帶動宏觀經濟的持續改善，預期可令港澳市場的業務維持良好增長勢頭，疊加低基數效應，集團期望於本財年恢復並超越2019財年的表現。

## 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，2023年7月13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）、謝滿全先生（副主席）、王巧陽女士、黃蘭詩女士及陳素娟博士；非執行董事為黃浩龍先生（副主席）、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。