

【即時發放】

六福集團 (00590.HK) 公布
截至 2023 年 9 月 30 日止六個月之中期業績
收入及權益持有人應佔溢利分別為 75 億港元及 9 億港元
宣派中期股息每股 0.72 港元

財務摘要

- 收入達 75 億港元，較去年同期上升 34.3%，主要受惠於中國香港特別行政區¹及中國澳門特別行政區²與中國內地³的全面通關，刺激香港及澳門零售業務的復甦，成為集團增長的主要推動力
- 集團零售收入大幅上升 55.7% 至 60 億港元，佔本集團總收入 80.5% (2022 年：69.5%)，主要由黃金產品銷售帶動
- 零售收入佔比增加令整體毛利率上升 1.7 個百分點至 27.8%，毛利金額因而上升 42.9%
- 儘管香港及內地政府補貼大幅減少，但由於總經營開支佔收入比率改善 0.8 個百分點至 14.3% (2022 年：15.1%)，經營溢利因而增加 39.3% 至 11 億港元
- 權益持有人應佔溢利增加 43.3% 至 9 億港元，為集團中期業績歷史第二高

	截至 9 月 30 日止六個月		
	2023	2022	
	千港元	千港元	按年變化
收入	7,486,031	5,573,184	+34.3%
毛利	2,081,444	1,456,237	+42.9%
權益持有人應佔溢利	942,651	657,618	+43.3%
每股基本盈利	1.61 港元	1.12 港元	+43.8%
每股中期股息	0.72 港元	0.55 港元	+30.9%

(2023 年 11 月 29 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 2023 年 9 月 30 日止六個月 (「回顧期」) 之中期業績。在國際地緣政治風險上升及宏觀經濟不明朗下，全球市場仍充滿挑戰，猶幸香港、澳門及內地全面通關後，香港及澳門市場零售氣氛持續改善，零售業務得以復常，帶動本集團總收入錄得雙位數的理想增長。於回顧期內，集團的總收入大幅上升 34.3% 至 7,486,031,000 港元 (2022 年：5,573,184,000 港元)。因零售業務佔比從去年的 69.5% 增加至 80.5%，令本集團整體毛利率上升 1.7 個百分點至 27.8% (2022 年：26.1%)。因此，本集團的毛利上升 42.9% 至 2,081,444,000 港元 (2022 年：1,456,237,000 港元)。另一方面，儘管香港及內地政府補貼大幅減少，但由於經營開支佔收入比率改善 0.8 個百分點至

¹ 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」

² 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

³ 中國內地：往後稱為「內地」

六福集團

LUKFOOK GROUP

14.3% (2022年: 15.1%)，令經營溢利增加 39.3% 至 1,140,331,000 港元 (2022年: 818,463,000 港元)，經營溢利率因此增加至 15.2% (2022年: 14.7%)。此外，期內溢利大幅上升 43.3% 至 942,631,000 港元 (2022年: 657,598,000 港元)。淨利率則增加 0.8 個百分點至 12.6% (2022年: 11.8%)。權益持有人應佔溢利亦上升 43.3% 至 942,651,000 港元 (2022年: 657,618,000 港元)，為集團中期業績歷史第二高，僅次於搶金潮的 2013/14 財年。因此，每股基本盈利增加 43.8% 至 1.61 港元 (2022年: 1.12 港元)。

董事會就回顧期內宣派中期股息每股普通股 0.72 港元 (2022年: 每股普通股 0.55 港元)，派息比率為 45% (2022年: 49%)。

六福集團主席兼行政總裁黃偉常先生表示：「回顧期內，儘管第二季度在相對高基數效應下，本集團整體同店銷售⁴仍保持雙位數增幅，其中由於香港及澳門與內地通關後帶動旅客人流，令香港及澳門市場同店銷售大幅改善。另一方面，縱然內地宏觀經濟未見起色，其同店銷售仍有跌幅，幸而其電子商務業務增長理想，成功抵銷其同店銷售的負增長。」

受惠於通關後港澳的旅客人流及消費大幅增加，加上黃金銷情暢旺，本集團零售收入增長 55.7% 至 6,029,948,000 港元 (2022年: 3,871,756,000 港元)，佔本集團總收入 80.5% (2022年: 69.5%)。其分部溢利大幅增加 137.0% 至 662,548,000 港元 (2022年: 279,606,000 港元)，佔比為 53.9% (2022年: 32.7%)。其分部溢利率為 11.0% (2022年: 7.2%)。雖然品牌店有所增加，但由於內地鑽石產品需求仍然疲軟，本集團批發收入因此減少 21.4% 至 910,558,000 港元 (2022年: 1,158,626,000 港元)，佔本集團總收入的 12.2% (2022年: 20.8%)。其分部溢利則減少 6.2% 至 173,871,000 港元 (2022年: 185,419,000 港元)，佔比為 14.2% (2022年: 21.6%)。其分部溢利率為 19.1% (2022年: 16.0%)。由於批發業務的分部溢利包含分部間銷售至自營店的利潤，倘分母計入分部間銷售，其分部溢利率為 7.5% (2022年: 9.2%)。回顧期內，品牌業務的收入大致持平於 545,525,000 港元 (2022年: 542,802,000 港元)，佔本集團總收入的 7.3% (2022年: 9.7%)。其分部溢利率為 71.8% (2022年: 72.1%)。其分部溢利則持平於 391,888,000 港元 (2022年: 391,322,000 港元)，佔比為 31.9% (2022年: 45.7%)。

本集團整體同店銷售為+44.2% (2022年: +19.0%)，黃金及鉑金產品的同店銷售為+43.9% (2022年: +35.0%)，定價首飾產品則為+45.1% (2022年: -14.4%)。

於回顧期內，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，全球淨增設了 184 間店舖，包括淨增設 130 間「六福」店及於內地淨增設 54 間副品牌/產品線的店舖。於 2023 年 9 月 30 日，本集團於全球共有 3,289 間店舖 (2022年: 2,966 間)，其中包括 3,068 間「六福」店舖 (2022年: 2,838 間)，遍及香港、澳門、內地、馬來西亞、柬埔寨、菲律賓、老撾、泰國、美國、加拿大及澳洲，以及在內地經營 62 間「Goldstyle」店舖 (2022年: 80 間)、26 間「六福精品廊」店舖 (2022年: 7 間)、121

⁴ 同店銷售 (「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

六福集團

LUKFOOK GROUP

間「福滿傳家」店舖 (2022 年 : 41 間) 及 12 間「Love LUKFOOK JEWELLERY」店舖 (2022 年 : 0 間)。

六福集團主席兼行政總裁黃偉常先生總括：「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，以改善定價首飾產品的表現。另外，集團看好海外市場的龐大發展潛力，因此將投放更多資源積極拓展海外市場。在港澳的旅遊業及宏觀經濟持續改善下，預期可令其業務維持良好增長勢頭，疊加本財年第三季度的低基數效應及預期受惠於營運槓桿效益，集團期望於本財年業績超越疫情前表現，並再闢高峰。」

~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，現時在十一個國家和地區共擁有約 3,300 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」之企業發展。

更多資訊，請瀏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