



謝瑞麟珠寶(國際)有限公司

公佈二零一二/一三年度全年業績

財務摘要

	截至二零一三年 二月二十八日 止年度 港幣百萬元 (經審核)	截至二零一二年 二月二十九日 止年度 港幣百萬元 (經審核)	變動
營業額	3,563	3,359	+6.1%
毛利	1,668	1,609	+3.7%
本公司擁有人應佔盈利	72.2	162.3	-55.5%
每股基本盈利(港仙)	34.3	77.2	-55.5%
全年每股股息(港仙)	8	15.2	-47.4%
- 每股中期股息 (港仙)	1	2.7	
- 每股末期股息 (港仙)	7	12.5	

(二零一三年五月三十日 - 香港) 亞洲最具規模的珠寶商之一謝瑞麟珠寶(國際)有限公司(「TSL | 謝瑞麟」或本「集團」, 股份代號: 417) 今天宣佈其截至二零一三年二月二十八日止全年業績。

截至二零一三年二月二十八日, 儘管全球經濟前景不明朗及香港和中國內地之珠寶零售市場出現需求顯著放緩, 集團的營業額仍然增長 6.1%, 由 33.59 億港元上升至 35.63 億港元。本公司擁有人應佔盈利下跌 55.5% 至港幣 72,200,000 元。每股盈利為港幣 34.3 仙。董事會建議派發末期股息每股 7 港仙, 連同中期股息每股 1 港仙, 回顧年內全年每股股息為 8 港仙。

談及二零一二/一三年財政年度的全年業績, 集團主席及行政總裁謝邱安儀女士表示:「於回顧期內, 集團為達致中長線業務策略而定下了一些策略性的部署。集團對市場之長遠發展繼續持樂觀態度, 在拓展銷售網絡、細化產品分類、重塑品牌及加強團隊實力方面不斷作出投資。」

謝太續：「我們去年於香港增加足金及鉑金首飾品種，成功加強集團的產品分類。與此同時，集團亦為中國大陸足金業務之未來發展作好準備，以進一步拓展大眾化市場。本集團亦不斷在全國各地積極物色機會擴展網絡，冀於未來數年爭佔更高市場佔有率及提升品牌知名度。」

在過去十多年來，本集團較少利用大眾媒體廣告。至去年最後一季，集團借助電視平台、互聯網、影院、印刷媒體、戶外廣告及公共交通工具等大眾媒體，推出以「要愛，就要愛下去」為主題之品牌宣傳攻勢。本集團以「Trend-setting Craftsmanship『非凡工藝 潮流演繹』」作為品牌定位之核心，並以新標語「the Artisan of Love」，加強客戶對品牌的情意連繫。調查研究證實此廣告大大提升本集團之品牌知名度。配合與國際知名時裝設計師 Vivienne Tam 合作推出 Vivienne Tam for TSL Fine Jewellery Collection 的策略部署，TSL | 謝瑞麟 之知名度跨越傳統珠寶行業，亦在時裝界開創新局面，吸引追求時裝潮流之顧客開始對惠顧 TSL | 謝瑞麟珠寶店產生興趣。

謝太說：「在企業層面上，本人於本年度聯同管理團隊檢討了中長線的企業發展策略，旨在將本集團之業務推向更高層次。」

對於本集團的前景，謝太總結：「展望未來，鑒於本集團經營業務所在地區之消費意欲疲弱，加上中國內地通脹持續升溫，預料本集團將繼續面對艱困之經營環境。由於全球經濟動向仍欠明朗，且近期金價波動，本集團將在降低風險上繼續採取審慎態度。儘管如此，本集團深信中國內地之本土消費於中長期仍有增長，並堅決建立強大平台，盡量提高來自此市場之回報。為了實現營業額的顯著增長，本集團決心推動擴展銷售網絡。因此，本集團在業務拓展上將維持一貫審慎而積極之取向。」

-完-

關於 TSL | 謝瑞麟

TSL | 謝瑞麟 為目前亞洲最具規模的珠寶商之一，主要從事珠寶首飾設計、零售、出口及製造。TSL | 謝瑞麟 於 1971 年成立，並於 1987 年於香港聯合交易所上市。集團於亞洲主要城市，包括北京、上海、廣州、香港、澳門、吉隆坡及日本經營超過二百間珠寶分店。