

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。



(於百慕達註冊成立之有限公司)
(Incorporated in Bermuda with Limited Liability)
Stock Code 股份代號: 0590

截至 2023 年 3 月 31 日止財政年度第一季度 之零售銷售表現

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2023年3月31日止財政年度（「2023財政年度」）第一季度（「首季」），涵蓋2022年4月1日至2022年6月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

整體同店銷售增長（「同店銷售增長」）⁽¹⁾

	2023 財政年度首季 比對 2022 財政年度首季	2022 財政年度第四季 比對 2021 財政年度第四季	2022 財政年度首季 比對 2021 財政年度首季
整體	-1%	-8%	+118%
黃金 ⁽²⁾	+9%	-6%	+143%
黃金(重量)	+4%	-11%	+123%
定價首飾	-19%	-13%	+94%

儘管在高基數效應及疫情反覆下，黃金產品於香港⁽³⁾市場銷情暢旺，本集團零售業務於2023財政年度首季之整體同店銷售增長因此接近持平於-1%，對比上一季度跌幅稍為收窄，黃金產品及定價首飾產品的同店銷售增長分別為+9%及-19%。

備註：

⁽¹⁾ 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⁾ 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）

⁽³⁾ 香港特別行政區：往後稱為「香港」

香港及澳門⁽⁴⁾市場同店銷售增長

	2023 財政年度首季 比對 2022 財政年度首季	2022 財政年度第四季 比對 2021 財政年度第四季	2022 財政年度首季 比對 2021 財政年度首季
整體	+2%	-17%	+111%
黃金	+15%	-17%	+124%
黃金(重量)	+10%	-20%	+106%
定價首飾	-21%	-18%	+108%
零售收入按 年計⁽⁵⁾	-1%	-22%	+163%

本集團於首季在港澳市場的同店銷售增長為+2%，其黃金產品及定價首飾產品的同店銷售增長分別為+15%及-21%。香港在疫情控制得以改善及新一輪消費券的幫助下，季內銷情理想，其首季同店銷售增長為+40%，主要因黃金產品同店銷售增長達+54%，而大部份其他產品包括鑽石產品皆錄得雙位數字升幅。另一方面，澳門受內地疫情反覆影響，4月及5月皆錄得重大跌幅，而6月份則錄得明顯升幅，因此其首季同店銷售增長為-43%。此外，香港及澳門市場於季內的零售收入按年計錄得約1%跌幅。

由於金價下跌導致黃金產品需求急增，香港於2022年7月1日至7日的同店銷售增長為+116%，其中黃金產品的同店銷售增長為+161%，而定價首飾產品則錄得雙位數字升幅。澳門則在防疫措施加強下，同店銷售增長於此期間再次轉負至-76%。

⁽⁴⁾ 澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

⁽⁵⁾ 包括港澳市場自營店的零售銷售金額

內地⁽⁶⁾市場

	2023 財政年度首季 比對 2022 財政年度首季	2022 財政年度第四季 比對 2021 財政年度第四季	2022 財政年度首季 比對 2021 財政年度首季
自營店之 同店銷售增長 整體	-28%	+5%	+124%
黃金	-26%	+12%	+197%
黃金(重量)	-30%	+8%	+201%
定價首飾	-34%	-14%	+29%
電子商務業務 銷售額增長 整體	+30%	+50%	+39%
黃金	+38%	+55%	+69%
黃金(重量)	+32%	+56%	+67%
定價首飾	-3%	+34%	+3%
零售收入按年 計⁽⁷⁾	-5%	+24%	+44%

由於疫情於 2022 年 3 月中旬急劇惡化，個別地區逐步實施封城措施，加上高基數效應，及內地自營店多處於疫情比較嚴重的華東及華中區域，其整體同店銷售增長於季內為-28%，其黃金產品及定價首飾產品的同店銷售增長分別為-26%及-34%。然而，其於 2022 年 7 月 1 日至 7 日的整體同店銷售增長跌幅則進一步收窄至約-11%。

此外，內地電子商務業務首季的銷售金額仍維持良好的增長勢頭，按年計錄得 30%的升幅，而內地零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額於季內按年計因此有約 5%跌幅。

佔比為內地店舖總數約 97%的品牌店於季內的同店銷售增長約為-15%，其中黃金產品的同店銷售增長約為-13%，而定價首飾產品則約為-20%。其整體同店銷售跌幅從 2022 年 4 月份的-36%，收窄至 5 月份的-13%，並於 6 月份轉正為+3%，而其於 2022 年 7 月 1 日至 7 日的同店銷售亦錄得輕微升幅。

另外，內地店舖包括自營店及品牌店在季內的整體零售銷售值按年計約有 10%跌幅，其中黃金產品及定價首飾產品的零售銷售值按年計分別錄得約 7%及 14%跌幅，定價首飾產品包含定價黃金產品，其零售銷售值按年計升幅約為 3%，而鑽石產品則約有 24%跌幅。於 2022 年 7 月 1 日至 7 日，內地店舖包括自營店及品牌店的整體零售銷售值按年計在 4 月及 5 月份跌幅逐步收窄下，延續 6 月份的升勢，錄得低雙位數字升幅，主要由黃金產品銷售帶動。

⁽⁶⁾ 中國內地：往後稱為「內地」

⁽⁷⁾ 包括內地自營店及電子商務業務的銷售金額

店舖數目

本集團於首季在內地淨增加 36 間店舖。於 2022 年 6 月 30 日，本集團於內地共有 2,772 間店舖，包括 2,670 間「六福」店、87 間「Goldstyle」店、1 間「Dear Q」店、4 間「六福精品廊」店及、10 間「福滿傳家」店。內地分銷網絡詳情如下：

內地分銷網絡

各品牌／產品線店舖數目		2023 財政年度 首季之變動	於 2022 年 6 月 30 日
「六福」	自營店	-3	74
	品牌店	+27	2,596
	小計	+24	2,670
「Goldstyle」	自營店	-1	4
	品牌店	+4	83
	小計	+3	87
「Dear Q」	自營店	-	1
「六福精品廊」	品牌店	+2	4
「福滿傳家」	品牌店	+7	10
總數	自營店	-4	79
	品牌店	+40	2,693
	總數	+36	2,772

雖然季內店舖擴展因疫情被耽延，隨著疫情逐漸得到控制，預期增長勢頭將於未來季度可追回進度，因此仍維持全年淨增長 500 間「六福」店舖及 50 間副品牌／產品線的店舖增長目標。

於 2022 年 6 月 30 日，本集團全球共有 142 間「六福」自營店，包括 74 間設於內地、44 間設於香港、16 間設於澳門及 8 間設於海外。於上述日期，連同 2,596 間內地、2 間柬埔寨、2 間菲律賓及 1 間老撾的品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,743 間「六福」店舖，加上 102 間位於內地其他副品牌及/或產品線的店舖，全球共有 2,845 間店舖。本集團全球分銷網絡詳情如下：

全球分銷網絡

	2023 財政年度 首季之變動	於 2022 年 6 月 30 日
「六福」：		
自營店		
香港	-	44
澳門	+1	16
內地	-3	74
其他地區	-1	8
小計	-3	142
品牌店		
內地	+27	2,596
其他地區	-	5
小計	+27	2,601
「六福」店舖總數	+24	2,743
其他副品牌／產品線 (包括「Goldstyle」、「Dear Q」、「六福精品廊」及「福滿傳家」)：		
內地	+12	102
總共	+36	2,845

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，2022年7月14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。