

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。



六福集團(國際)有限公司

LUK FOOK HOLDINGS (INTERNATIONAL) LIMITED

(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 2025 年 3 月 31 日止財政年度第二季度及 10 月首兩周之零售銷售表現⁽¹⁾

摘要

- 集團第二季度⁽²⁾整體零售值⁽³⁾按年下跌 16%，主要受高基數效應及金價屢創新高影響
- 集團第二季整體零售收入⁽⁴⁾按年下跌 25%，其中中國香港特別行政區⁽⁵⁾及中國澳門特別行政區⁽⁶⁾市場第二季零售收入按年下跌 31%，中國內地⁽⁷⁾市場則跌 9%
- 集團第二季整體同店銷售⁽⁸⁾為-35%，其中香港及澳門市場為-38%，內地市場為-29%
- 集團本季淨減少 76 間店舖

	集團整體	香港及澳門	內地
零售值	-16%	-31%	-13%
產品佔比：	黃金 ⁽⁹⁾ 及鉑金 : 79% 定價首飾 : 21%	黃金及鉑金 : 74% 定價首飾 : 26%	黃金及鉑金 : 80% 定價首飾 : 20%
零售收入	-25%	-31%	-9%
同店銷售	-35%	-38%	-29%
店舖數目	3,408	74	3,311

備註：

⁽¹⁾ 零售銷售數據已包含集團完成收購金至尊後其集團的零售銷售數據

⁽²⁾ 第二季度：往後稱為「第二季」或「季內」，涵蓋7月1日至9月30日期間

⁽³⁾ 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

⁽⁴⁾ 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額

⁽⁵⁾ 中國香港特別行政區：往後稱為「香港」

⁽⁶⁾ 中國澳門特別行政區：往後稱為「澳門」

⁽⁷⁾ 中國內地：往後稱為「內地」

⁽⁸⁾ 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

⁽⁹⁾ 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）

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2025年3月31日止財政年度（「2025財年」）第二季，涵蓋2024年7月1日至2024年9月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2025 財年第二季 比對 2024 財年第二季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季
零售值 - 按年計			
整體	-16%	-18%	+9%
零售值 - 產品佔比	2025 財年第二季	2025 財年第一季	2024 財年第二季
• 黃金及鉑金	79%	78%	78%
• 定價首飾	21%	22%	22%
零售收入 - 按年計			
整體	-25%	-23%	+47%
同店銷售			
整體	-35%	-34%	+31%
• 黃金	-38%	-33%	+30%
- 黃金（重量）	-52%	-44%	+15%
• 定價首飾	-24%	-36%	+36%
- 鑽石	-45%	-52%	+19%
- 定價黃金	+11%	-7%	+76%

金價於季內屢創新高，影響銷情，疊加高基數效應，使季內表現與上一季度相若。

集團 2025 財年第二季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年下跌 16%。整體零售收入（含自營店及電子商務業務）則下跌 25%。

集團季內整體同店銷售為-35%。季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升29%，金價高企削弱消費情緒，故黃金產品的同店銷售跌38%，而定價首飾產品的同店銷售則下跌24%。值得注意的是，定價首飾中的定價黃金產品同店銷售在高基數下仍有11%增長，鑽石產品的同店銷售則為-45%。

季內人民幣兌港元平均匯率按年升 1%。

香港及澳門市場

	2025 財年第二季 比對 2024 財年第二季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季
零售收入 - 按年計			
整體	-31%	-31%	+63%
零售收入 - 產品佔比	2025 財年第二季	2025 財年第一季	2024 財年第二季
• 黃金及鉑金	74%	73%	78%
• 定價首飾	26%	27%	22%
同店銷售			
整體	-38%	-36%	+41%
• 黃金	-41%	-35%	+39%
- 黃金(重量)	-54%	-46%	+22%
• 定價首飾	-25%	-38%	+52%
- 鑽石	-47%	-53%	+32%
- 定價黃金	+12%	-6%	+103%

本集團港澳市場第二季的整體零售收入按年錄得 31%跌幅，同店銷售為-38%，其中香港的同店銷售為-36%，澳門則為-42%。

另外，港澳市場黃金產品的同店銷售為-41%，而定價首飾產品則為-25%，其中定價黃金產品為+12%，而鑽石產品則為-47%。

內地市場

	2025 財年第二季 比對 2024 財年第二季	2025 財年第一季 比對 2024 財年第一季	2024 財年第二季 比對 2023 財年第二季
零售值 - 按年計			
整體	-13%	-13%	+5%
零售值 - 產品佔比			
	2025 財年第二季	2025 財年第一季	2024 財年第二季
• 黃金及鉑金	80%	79%	78%
• 定價首飾	20%	21%	22%
零售收入 - 按年計			
整體	-9%	-3%	+26%
電子商務業務銷售額			
整體	-25%	-12%	+43%
• 黃金	-26%	-12%	+56%
• 定價首飾	-13%	-13%	-13%
同店銷售			
整體	-29%	-24%	-8%
• 黃金	-27%	-19%	-5%
- 黃金(重量)	-41%	-36%	-21%
• 定價首飾	-37%	-41%	-20%
- 鑽石	-47%	-51%	-47%
- 定價黃金	-22%	-34%	+4%

內地宏觀經濟仍然疲弱，加上金價持續破頂，內地店舖（含自營店、品牌店及電子商務業務）在第二季的整體零售值按年跌 13%。其中黃金及定價首飾產品的零售值分別跌 11% 及 18%，定價首飾產品中的定價黃金產品零售值跌 6%，而鑽石產品則跌 40%。

內地零售收入（含自營店及電子商務業務的銷售金額）於季內按年跌近9%。在高基數效應及金價高企下，內地電子商務業務第二季的銷售額跌25%。

內地自營店於季內的整體同店銷售為-29%，其中黃金產品的同店銷售為-27%，定價首飾產品則為-37%。

佔內地店舖總數逾 94% 的品牌店於季內的同店銷售下跌 18%，其中黃金產品及定價首飾產品分別下跌 16%及 23%，定價首飾產品中的定價黃金產品下跌 11%，而鑽石產品則下跌 43%。

店舖數目

於 2024 年 9 月 30 日，集團全球共有 3,408 間店舖，於第二季淨減少 76 間店舖。

本集團全球共有 151 間「六福」自營店，包括 73 間設於內地、50 間設於香港、17 間設於澳門及 11 間設於海外。於上述日期，連同 2,769 間內地及 11 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,931 間「六福」店舖。

除此之外，本集團全球共有 85 間「金至尊」自營店，包括 79 間設於內地、5 間設於香港及 1 間設於澳門。於上述日期，連同 140 間內地品牌店，本集團在世界各地合共設有 225 間「金至尊」店舖。本集團全球分銷網絡詳情如下：

全球分銷網絡

	國家及地區	主品牌/副品牌/產品線	2025 財年 第二季之變動	於 2024 年 9 月 30 日
自營店	內地	• 「六福」	+4	73
		• 「金至尊」	+7	79
		• 「Goldstyle」	-	1
		• 「六福精品廊」	+1	4
		• 「福滿傳家」	-1	14
	小計		+11	171
	香港	• 「六福」	-1	50
		• 「金至尊」	-	5
	澳門	• 「六福」	-	17
		• 「六福精品廊」	+1	1
		• 「金至尊」	-	1
	其他地區	• 「六福」	-	11
		• 「六福精品廊」	-	1
小計		-	86	
總計		+11	257	
品牌店	內地	• 「六福」	-85	2,769
		• 「金至尊」	-1	140
		• 「Goldstyle」	-11	34
		• 「六福精品廊」	-	29
		• 「福滿傳家」	+12	151
	小計		-85	3,123
	其他地區	• 「六福」	+1	11
小計		+1	11	
總計		-84	3,134	
專門店	內地	• 「Love LUKFOOK JEWELLERY」	-3	17
	小計		-3	17
總計		-3	17	
全球總計		-76	3,408	

按品牌劃分	「六福」	小計	-81	2,931
	「金至尊」	小計	+6	225
	其他副品牌/產品線	小計	-1	252

展望

內地市場（包含自營店及品牌店）及香港市場的同店銷售跌幅自 9 月起開始收窄。於 2024 年 10 月 1 日至 10 月 14 日期間，集團整體的同店銷售表現較第二季因此略有改善。

短期金價急升雖然會影響銷售，但毛利率的提升將有助減低銷售下跌的影響。在消費者適應高金價後，黃金銷售有望回復正常。另外，鑽石產品需求仍然疲弱，本集團將繼續積極推廣鑽石類別以外的定價首飾產品。

內地政府正著力促進內需，並推出多項政策扶持樓市及資本市場。期望在宏觀經濟及零售氣氛恢復下，零售業務得以重拾升軌，本集團因此對於中長線業務前景仍感樂觀，未來仍將會擴展內地市場。

再者，本集團看好海外市場的龐大發展潛力，將投放更多資源積極拓展海外市場，並計劃於年內在海外市場淨增長約 15 間店舖。在低基數效應下，集團期望下半財年有較佳銷售表現。

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，2024 年 10 月 17 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）、黃浩龍先生（副主席）、黃蘭詩女士、王巧陽女士及陳素娟博士；非執行董事為謝滿全先生、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。