

**CHOW SANG SANG HOLDINGS INTERNATIONAL LIMITED**

周生生集團國際有限公司*
(於百慕達註冊成立之有限公司)
股份代號：116

周生生宣布 2021 年全年業績
各地區之珠寶及鐘錶銷售均錄得增長
淨溢利按年增加 18%至 643 百萬港元

[2022 年 3 月 22 日，香港] 周生生集團國際有限公司(「本公司」，及其附屬公司，簡稱「本集團」)欣然公布截至 2021 年 12 月 31 日止年度(「本年度」)之綜合業績。

黃金飾品及鐘錶繼續是銷售增長的兩大火車頭。本集團本年度持續經營業務的綜合營業額增加 47%至 21,988 百萬港元。本公司擁有人應佔溢利增加 18%至 643 百萬港元。來自持續經營業務之本公司擁有人應佔溢利增加 16%至 744 百萬港元。

董事會建議派發本年度之末期股息每普通股 28.0 港仙，連同本公司已派發之中期股息每普通股 14.0 港仙，全年每普通股合共派息 42.0 港仙。

珠寶及鐘錶零售

在中國大陸，由於受疫情影響的低基數及新開店舖之影響，上半年度收益按年強勁增長 94%。隨著下半年度收益溫和上升 43%，全年分部收益增加 65%。由於整體毛利率因黃金飾品銷售比例的增加而下降，而且失卻 2020 年金價飆升帶來的額外毛利，使本年度分部業績減少 40%。整體同店銷售增長上升 44%。雖然專屬訂製服務業務維持強勁，及佔鑽石飾品銷售的 42%，但市場對鑲嵌珠寶需求相對疲弱。勞力士和帝舵的本土銷情持續強勁。

在香港和澳門，收益按年上升 27%。在嚴格邊境管制下，香港和澳門業務主要依賴本地消費。疫情在第二、三季開始緩和，以及於 8 月和 10 月發放之消費券，有利本地消費。整體同店銷售增長上升 30%。

分店網絡

截至 2021 年 12 月 31 日，分店總數達到 872 家，本年度淨增加 124 家分店。本年度中國大陸、香港、澳門和臺灣地區的分店數目淨變化分別為+122、-4、+1 和+5 家。

* 僅供識別

在中國大陸，「周生生 生生•活字」成為我們拓展分店網絡及擴大社區覆蓋範圍的主要動力。於本年度末，分店總數增加了五倍多，達到 55 家。我們越來越多分店的店面風格是以現代手法演繹中國傳統主題。

在香港，本集團繼續調整位於遊客及本土民生區域分店網絡的覆蓋範圍。本集團與英國倫敦維多利亞與阿爾伯特博物館 (Victoria & Albert Museum) 聯手打造全球第一所 V&A 周生生珠寶概念店。2022 年初，分別在香港及澳門各開設 1 家新店。

為著力增加 PROMESSA 品牌的覆蓋率及知名度，本集團在中國大陸開設了 16 家 PROMESSA 新店。同時由於臺灣顧客對訂製珠寶的青睞，在臺灣亦新開了 3 家分店。

產品發展及營銷推廣

本集團的“文化祝福系列”足金飾品銷售顯著增長。新的“mini-Charme”產品亦廣受客人歡迎，推動“Charme”系列的整體銷售。

本集團繼續推出新設計、新產品類別和與眾不同的服務以加強我們的專屬訂製服務。專屬訂製服務的總銷售增長 71% 至約 1,183 百萬港元。

證券及期貨經紀—終止經營業務

除了處理尚待客戶認領的資產外，證券及期貨經紀業務自 2021 年 5 月初已停止營運。當全部歸還這些資產或交由法院保管後，屆時將會全面停業。

展望

本集團將繼續多品牌和全渠道零售策略，並以謹慎態度及選擇性地拓展分店網絡。近期嚴格的防疫措施影響了我們在中國大陸和香港的零售業務，我們許多分店不得不繼續經營。我們循序地推出了不同的分店品牌和產品類型，以迎合不同客戶群的需求，同時，我們亦不斷加強相關服務和分店氛圍，以提升客戶體驗。在中國大陸，儘管 2019 冠狀病毒仍然肆虐，我們相信經濟正重回增長軌道，而我們的全渠道零售策略使我們做好了準備加入增長的行列。在香港和澳門，顯著的復甦不得不等待邊境的重新開通。本集團預計 2022 年淨增加分店數目約為 100 家。

-完-

關於周生生

周生生是一家以服務殷勤專業、產品優質精良見稱的知名珠寶零售企業。目前，周生生在大中華區經營超過 880 家珠寶及鐘錶店。除了其自營網店，更在多個網上交易平台設立官方商店，讓全球超過 40 個目的地的顧客均可以在周生生購物。

欲瞭解更多關於周生生的資訊，請瀏覽 www.chowsangsang.com。