

**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 2022 年度全年業績****持續經營業務的綜合營業額下跌 7%至 20,557 百萬港元****持續經營業務的總分部業績下降 15%至 829 百萬港元****淨溢利下降 30%至 452 百萬港元**

[2023 年 3 月 23 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」)欣然宣布截至 2022 年 12 月 31 日止年度(「本年度」)之綜合業績。

2022 年上半年度，內地許多地方都採取了大規模的人群管控措施，連續數週不允許任何公共活動。及至 6 月前後出現了喘息的機會，珠寶和鐘錶銷售在第三季度開始回升。然而，在第四季度，大範圍的感染再次封城。而在香港，儘管第一季度的銷售因疫情而受到影響，但從 4 月開始，受到消費券的推動，銷售大幅反彈。在該年度餘下的大部分月份中，銷售均錄得增長。

本集團 2022 年持續經營業務的綜合營業額減少 7%至 20,557 百萬港元。人民幣貶值和國際金價在第四季度反彈，導致 2022 年出現重大匯兌虧損和貴金屬借貸的未變現公平價值淨虧損。就合併分部貢獻而言，如果剔除重大特殊影響，持續經營業務的總分部業績下降 15%至 829 百萬港元。本公司擁有人應佔溢利減少 30%至 452 百萬港元。來自持續經營業務的本公司擁有人應佔溢利減少 35%至 486 百萬港元。

董事會建議派發本年度之末期股息每普通股 15.0 港仙，連同本公司已派發之中期股息每普通股 15.0 港仙，全年每普通股合共派息 30.0 港仙。

**珠寶及鐘錶零售**

在中國大陸，上半年度受到疫情的嚴重影響，於華東地區影響尤甚。黃金飾品銷售在下半年度重回增長軌道，部分原因是受國際金價下調的帶動。鑲嵌珠寶市場持續疲弱，尤其是高單價鑽石飾品。下半年度銷售反彈和新店所產生的銷售，無法抵消疫情和人民幣下跌的影響。2022 年的總銷售額按年下跌 1%（以人民幣計算）和 4%（以港幣計算），而同店銷售增長按年下跌 5%。由於較高的黃金銷售佔比和經營性去槓桿化，分部業績下跌 31%。

香港和澳門業務於 2022 年中國新年後受疫情嚴重打擊，消費人流稀疏及分店不得不間歇性地休業。自 4 月開始社交距離措施逐步放寬，派發消費券及國際金價回落，對零售消費產生正面刺激。整體同店銷售增長上升 8%，2022 年度營業額按年上升 8%，而分部業績上升 53%。

## 分店網絡

截至 2022 年 12 月 31 日，分店總數達到 977 家，本年度淨增加 105 家分店。本年度中國大陸、香港、澳門和台灣地區的分店數目淨變化分別為+99、0、+3 和+3 家。

在中國大陸，淨增加 62 家周生生品牌分店，並繼續拓展分店網絡，增加生生·活字、MINTYGREEN 及 PROMESSA 分店。

在香港，本集團在尖沙咀新增 2 家分店，其中一家新分店位於 K11 MUSEA : V&A 周生生，此乃我們首次與英國倫敦維多利亞與阿爾伯特博物館 (Victoria and Albert Museum) 聯手打造的分店。而另一家位於海港城的分店有着奪目的海洋氛圍。本集團在澳門及台灣分別增加 3 家點睛品分店。

## 周生生全渠道零售

儘管中國大陸實體店銷售受疫情影響而下跌，但線上銷售繼續快速增長，上升 22%。香港、台灣及其他地區的線上銷售保持強勁升幅，上升 75%。於香港周生生官方網站、香港及其他國際購物網站的銷售都錄得顯著增長。

## 產品發展及營銷推廣

黃金飾品銷售顯示出強大抗跌力，本集團的「文化祝福」系列足金飾品仍是客人的黃金飾品首選。新推出的產品系列「亮鏡金」金飾及「鑽之頌」鑽飾廣受客人歡迎。

2022 年疫情反覆，不利於進行實體市場推廣活動，但我們仍適時推出多項引人注目活動，包括「全愛鑽鑽石萬花筒隧道展覽」、「PROMESSA 互動巡展」、國潮黃金飾品展及新品沙龍等等。

## 展望

踏入 2023 年第一季度，2019 冠狀病毒的嚴重影響似乎已經過去。這使我們的珠寶和鐘錶零售有強勁復甦的基礎。香港和澳門以及中國大陸於 2023 年 1 月 1 日至 3 月 15 日期間的銷售分別按年增長約 89%和 26%。本集團繼續致力於我們的長期策略，包括(1) 穩步拓展珠寶和鐘錶分店網絡；(2) 周生生全渠道零售；及(3) 持續的產品開發和加強與客戶交流。本集團繼續穩步增加珠寶和鐘錶分店的數量，使用多品牌策略和不同的店面風格來提高購物體驗和鞏固品牌地位。本集團預計 2023 年淨增加分店數目約為 100 家。

儘管面對嚴峻的地緣政治局勢和令人擔憂的經濟數據，但憑藉我們堅實而有效的自營零售網絡、嚴格的庫存機制和我們對數碼化的投入，我們有信心把握增長的趨勢。

\* 僅供識別

註：更多詳情，請參考於 2023 年 3 月 23 日刊發的業績公告。除文義另有所指外，本新聞稿所用詞彙具有該業績公告所界定的相同涵義。

## **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 990 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](http://www.chowsangsang.com)。