

英皇钟表珠宝有限公司（「本公司」）连同其附属公司（统称「本集团」）主要销售享誉国际之欧洲制钟表及旗下「**英皇珠宝**」品牌之自家设计的高级珠宝首饰，为零售商之翹楚。本公司于 2008 年 7 月在联交所主板上市。

本集团之零售网络设有约 100 间店铺，遍及香港、澳门、中国内地、新加坡及马来西亚，亦设有数个在线购物平台。本公司拥有逾 75 载之历史，代理均衡而全面的钟表品牌。目标顾客群为遍及全球各地的中至高收入人士。本集团的核心策略为保持其于大中华地区作为领先钟表及珠宝零售集团的地位，同时放眼大中华以外地区以扩展业务。

市场回顾

新冠病毒疫情的爆发对全球所有国家而言乃一场大灾难。各国实施入境限制及检疫措施，使所有个人及商务旅行计划停顿。于本年度，访港旅客总数减少 93.6% 至仅约 3,600,000 人次，香港奢侈品行业遭受重创，香港的珠宝首饰、钟表及名贵礼品的零售销售按年下跌 54.0%。

相反，尽管 2020 年年初全国范围之工厂停工，新冠病毒疫情于中国内地相对受控，因此，国内生产总值于本年度录得 2.3% 的增长。随着中国内地的生活于本年度下半年逐渐恢复正常，而出境旅游则仍受限制，国内消费已逐渐重拾升势。

财务回顾

整体回顾

由于新冠病毒疫情，本集团面对艰难的经营环境。于本年度，本集团的总收入减少 36.1% 至 2,626,600,000 港元（2019 年：4,110,100,000 港元）。由于旅游业疲软导致零售市场仍然不景气，香港市场收入显著下降至 1,256,600,000 港元（2019 年：2,760,700,000 港元），占总收入 47.8%（2019 年：67.2%）。另一方面，中国内地很大程度上遏制了新冠病毒疫情，因此国内经济活动已恢复至相对合理的水平，且由于出境旅游的限制使境内消费扩大，致使本集团的中国内地业务录得强劲反弹。因此，中国内地市场收入增加 39.7% 至 783,300,000 港元（2019 年：560,600,000 港元），占总收入的 29.8%（2019 年：13.6%）。就产品分部而言，钟表及珠宝销售收入分别减少至 2,056,200,000 港元（2019 年：3,158,200,000 港元）及 570,400,000 港元（2019 年：951,900,000 港元），占总收入 78.3%（2019 年：76.8%）及 21.7%（2019 年：23.2%）。

毛利减少至 840,100,000 港元 (2019 年: 1,264,000,000 港元), 而毛利率则增加 1.2 个百分点至 32.0% (2019 年: 30.8%)。本集团已积极采取一切必要措施以减轻不利的财务影响, 包括但不限于降低租金、减少员工成本及透过多种方式推动销售。于本年度, 净利润减少至 34,000,000 港元 (2019 年: 90,000,000 港元), 而截至 2020 年 6 月 30 日止六个月则录得净亏损 113,700,000 港元, 显示于本年度下半年已转亏为盈。每股基本盈利为 0.50 港仙 (2019 年: 1.33 港仙)。本集团已建议派付末期股息每股 0.15 港仙 (2019 年: 无)。

资本架构、流动资金及财务资源

于 2020 年 12 月 31 日, 本集团之银行结余及手头现金为 405,100,000 港元 (2019 年: 239,900,000 港元), 主要以港元及人民币计值。于 2020 年 12 月 31 日, 本集团之总银行借贷约为 638,700,000 港元 (2019 年: 790,900,000 港元), 因此净负债比率 (以银行借贷减去现金和现金等价物除以资产净值之比率计算) 为 5.1% (2019 年: 12.3%)。本集团亦有可供动用之未动用银行融资约 948,300,000 港元。

于 2020 年 12 月 31 日, 本集团之流动资产及流动负债分别约为 3,585,300,000 港元 (2019 年: 3,539,400,000 港元) 及 1,027,300,000 港元 (2019 年: 659,300,000 港元)。本集团之流动比率及速动比率分别为 3.5 (2019 年: 5.4) 及 0.5 (2019 年: 0.6)。

鉴于本集团于 2020 年 12 月 31 日的财务状况, 董事认为本集团拥有充裕之营运资金以应付其营运及未来发展计划。

业务回顾

覆盖黄金零售地段

于 2020 年 12 月 31 日, 本集团于香港、澳门、中国内地、新加坡及马来西亚经营 101 (2019 年: 104) 间店铺, 其分布如下:

	店铺数目
香港	30
澳门	5
中国内地	57
新加坡	8
马来西亚	1
总数	101

该等店铺包括自有品牌「**英皇珠宝**」店、钟表专卖店及多品牌钟表店（附设或不设珠宝柜台）。

多年来，本集团已于香港、澳门以及中国内地的黄金购物地段及受欢迎之住宅区建立具策略性的销售网络。本集团亦成功延伸据点至新加坡及马来西亚，以扩大其在大中华地区以外的足迹及品牌曝光率。

巩固领导地位

凭借其悠久历史，本集团为主要瑞士钟表品牌供货商信赖的合作伙伴，并与该等供货商维持稳固的关系，从而继续拥有全面组合之钟表代理权，并维持其领导地位，尤其在香港。本集团积极参与与各大品牌合办之市场推广活动，重点宣传新产品并与顾客建立个人化联系。

加强珠宝业务

本集团坚持以优秀设计及工艺，为顾客提供优质「**英皇珠宝**」产品。富丽堂皇的「**英皇珠宝**」系列呈献多款珍贵宝石，当中以钻石及翡翠玉石为主。「**英皇珠宝**」推出之珠宝系列均设计精致、独一无二，以迎合及满足不同顾客群体。

于本年度，本集团推出「**米意传情**」产品，以米型足金手吊坠，配以传统绳艺手炼。每伙金米上精细地刻有「平安」、「健康」、「快乐」或「幸福」中文字样，代表爱与幸福，以及更好的未来。为加强与当地消费者的互动，本集团推出众多推广及尊贵客户活动。鉴于社交媒体在产品推广中的重要性，本集团将继续在手机应用程序及社交媒体平台上展示与推广其产品。

于新冠病毒疫情期间之业务发展概况

新冠病毒疫情为宏观经济带来了巨大的影响。本集团于新冠病毒疫情期间的业务发展概述如下：

- 于本年度，访港及访澳旅客总数分别下降了 93.6%及 85.0%，而本集团之香港及澳门市场的分部收入仅减少了 54.5%及 47.2%，展现了当地奢侈品消费的需求具抗跌力，及本集团的销售及营销策略奏效。
- 踏入本年度下半年，中国内地很大程度上遏制了新冠病毒疫情，本集团之中国内地业务录得强劲反弹，且收入按年增长 39.7%。
- 公共卫生措施扰乱了钟表及珠宝产品的生产，尤其于本年度第一季度。钟表及珠宝的供应其后大致恢复正常。

- 于本年度，店铺总数维持超过 100 间。本集团继续密切监控市况并评估个别店铺表现。尽管香港旅游业及零售业受到新冠病毒疫情的强烈冲击，香港仅有一间店铺于本年度关闭。
- 为应对新冠病毒疫情带来的挑战，本集团迅速实施一系列缓解措施，包括但不限于节省租金、减少员工成本及透过多种方式推动销售。本集团亦密切监控库存水平，并根据市场反应调整产品组合。
- 为保障顾客健康，本集团已投入额外力度及资源于店内的预防措施 — 例如监测体温及提供搓手液；且销售人员须不时填写健康声明表。
- 随着消费者于新冠病毒疫情期间增加使用网上平台进行购物，其改变了消费者的行为。有鉴于此，本集团正改善其珠宝产品的在线平台，并已进驻受欢迎的平台如京东、天猫及 Zalora。与此同时，本集团将继续与钟表供货商就潜在在线业务合作进行洽谈。
- 由于全球旅游限制存在不确定性，中国内地市场将于不久的将来成为本集团的重要增长动力。本集团将继续加强其于中国内地市场的战略覆盖范围及抓紧当前的机遇。

前景

于本年度之最后一个季度，本集团于香港、澳门及新加坡市场的业务略有改善，而中国内地市场则取得良好进展，从早前的低迷环境中复苏。与此同时，各政府一直推进疫苗接种计划，但实现普及接种将需要一定时间。因此，预计各国政府于不久将来会继续实施全球旅游限制。

经考虑上述限制，本集团认为，鉴于中国人民的强劲需求受压抑及高购买力，中国内地的本地消费将成为推动本集团业务发展的重要因素。为加强其于中国内地市场的据点，本集团将继续评估市场情况并探索发展机会。就香港、澳门及东南亚市场而言，本集团已建立战略网络，彼等依靠其于过去数十年建立的「英皇」声誉，本集团已准备就绪并将受惠于旅游业及消费情绪的复苏。

展望未来，本集团将坚持其审慎态度并致力于降低其面临的下行风险。本集团将密切监控库存水平并相应调整产品组合，严格控制成本开支，并随着机会的出现优化零售网络，从而在这前所未有、充满挑战的商业环境中保持业务的稳定发展。