



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED
腕錶及珠寶首飾零售商之翹楚

公司架構

持股分佈:

英皇集團 (約63%)

公眾 (約37%)

英皇鐘錶珠寶有限公司 (股份編號: 887.HK)



收入分佈:

鐘錶業務
(82%)

珠寶業務
(18%)

國際鐘錶品牌之
特許經銷商

設計與銷售旗下  品牌，
產品包括鑽石、寶石、翡翠、
珍珠、足金及其他珠寶產品

競爭優勢

- 👑 覆蓋全面之鐘錶品牌組合
- 👑  品牌獲廣泛認同
- 👑 於零售黃金地段擁有強大銷售網絡
- 👑 與集團聯屬公司發揮協同效益
- 👑 卓越的直銷渠道
- 👑 專業的管理團隊



中式足金婚嫁珠寶系列, 2020



One Vow Two Love 系列, 2020



英皇珠寶 x 容祖兒 Heartbeat 心動系列, 2018



矢志不渝系列, 2022



結婚對戒系列



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED
鐘錶業務

全面的鐘錶品牌組合

香港：共20個品牌代理

名士 (Baume & Mercier)
寶達日內瓦 (Bedat & Co)
伯萊士 (Bell & Ross)
寶珀 (Blancpain)
寶璣 (Breguet)
百年靈 (Breitling)
卡地亞 (Cartier)
蕭邦 (Chopard)
芝柏表 (Girard-Perregaux)
IWC萬國錶 (IWC Schaffhausen)

積家 (Jaeger-LeCoultre)
萬寶龍 (Montblanc)
歐米茄 (Omega)
沛納海 (Officine Panerai)
帕瑪強尼 (Parmigiani)
百達翡麗 (Patek Philippe)
伯爵 (Piaget)
勞力士 (Rolex)
泰格豪雅 (Tag Heuer)
帝舵表 (Tudor)

中國內地：共7個品牌代理

名士 (Baume & Mercier)
寶齊萊 (Carl F. Bucherer)
法穆蘭 (Franck Muller)
伯爵 (Piaget)
勞力士 (Rolex)
帝舵表 (Tudor)
真力時 (Zenith)

新加坡：共7個品牌代理

寶珀 (Blancpain)
寶璣 (Breguet)
卡地亞 (Cartier)
崑崙表 (Corum)
百達翡麗 (Patek Philippe)
勞力士 (Rolex)
帝舵表 (Tudor)

與鐘錶品牌供應商保持緊密關係



百達翡麗總裁Thierry Stern先生 (右2)
百達翡麗榮譽總裁Philippe Stern先生及太太 (左3及左4)



勞力士(香港)有限公司執行董事
Matthias Wacker 先生(左)



卡地亞行政總裁
Cyrille Vigneron先生(左)



勞力士(香港)有限公司董事總經理 Daniel Neidhart先生(左1)
MONTRES TUDOR S.A 董事Eric Pirson先生(左2)



與鐘錶品牌供應商共同打造
廣告宣傳活動

鐘錶的區域性價格



勞力士
“Cosmograph
Daytona”
蠔式鋼

港幣115,500元
人民幣115,500元
新加坡幣20,650元



勞力士
“GMT-Master II”
蠔式鋼

港幣85,200元
人民幣85,200元
新加坡幣15,250元



勞力士
“星期日曆型”
黃金

港幣301,400元
人民幣301,400元
新加坡幣53,900元



卡地亞
“藍氣球”
玫瑰金(中號)

港幣304,000元
人民幣300,000元
新加坡幣55,000元



百達翡麗
“超級複雜功能”
玫瑰金

港幣740,500元
人民幣802,200元
新加坡幣137,000元



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED

珠寶業務 

優質鑽石及翡翠首飾，著重設計

- 👑 打造旗下  品牌，全面的產品系列以優質鑽石及翡翠為重點，還包括珍珠、彩色寶石及黃金
- 👑 重視精湛的工藝、細緻及時尚的設計

嚴謹監控品質及服務水平

產品質素

👑 寶石質量及正貨保證

- ➔ 約90%重量達1卡或以上之鑽石顏色屬上等級別(即顏色D級至J級)



- ➔ 超過90%重量達1卡或以上之鑽石獲美國寶石學院評鑑證書(GIA)認證

服務水平

👑 重視員工的產品知識及專業的客戶服務

- ➔ 透過全面培訓 (包括產品知識、時裝潮流、服務水平及待客技巧) 提升員工發展
- ➔ 對珠寶日常的保養及維護提供指引
- ➔ 提供全面售後服務



香港旅遊發展局
「優質旅遊服務」認可商戶

恆久魅力的系列

- 👑 推出多款具代表性及吸引力之珠寶系列，有助打造品牌忠誠度
- 👑 針對消費者的需求，不斷推出符合當下潮流且時尚的珠寶首飾
- 👑 體現瑰麗精緻，綻放女性魅力



風姿卓韻系列



命中注定及萬花千媚系列



繁星系列

品牌知名度獲廣泛認同

- 👑 任用名人代言產品，並刊載於印刷廣告及專題文章
- 👑 透過流行的網站及社交媒體加強線上曝光
- 👑 定期邀請網絡紅人探店，透過其於社交媒體的分享，增加品牌曝光度



容祖兒演繹
Heartbeat 心動系列



湯怡及陳家樂演繹
One Vow Two Love系列



張敬軒演繹
Sunray系列



Instagram



微博 - 網絡紅人探店

於社交媒體平台廣泛曝光



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED
財務概覽

財務回顧

港幣 (百萬元)	2020年全年	2021年全年	2022年全年	按年變動
收入	2,627	3,927	3,684	- 6.2%
毛利	840	1,230	1,177	- 4.3%
毛利率	32.0%	31.3%	31.9%	+ 0.6個百分點
經調整 EBITD *	160	365	376	+ 3.0%
淨利潤	34	205	222	+ 8.3%
每股基本盈利 (港仙)	0.50	3.02	3.28	+ 8.6%

*經調整 EBITD 為利息、稅項及自家擁有旗艦店的折舊費用前之盈利，以反映本集團之核心營運表現。本集團已全面採納香港財務報告準則第16號，已包括與租賃合約有關的使用權資產攤銷。

英皇鐘錶珠寶建議派付末期股息每股0.62港仙(2021年:0.35港仙)。連同中期股息每股0.38港仙(2021年:0.55港仙)，本年度合計每股股息1.0港仙(2021年:0.9港仙)。

收入明細表

總收入	2020年全年		2021年全年		2022年全年		變動 (%)
	港幣 (百萬元)	佔比 (%)	港幣 (百萬元)	佔比 (%)	港幣 (百萬元)	佔比 (%)	
按產品分部							
腕錶	2,056	78	3,269	83	3,017	82	- 7.7
珠寶	571	22	658	17	667	18	+ 1.4
鑽石及翡翠	189	7	202	5	207	6	+ 2.5
其他 *	382	15	456	12	460	12	+ 0.9
合共	2,627	100	3,927	100	3,684	100	- 6.2
按地區分部							
香港	1,257	48	1,739	45	1,653	45	- 4.9
澳門	161	6	373	9	217	6	- 41.8
中國內地	783	30	1,228	31	1,186	32	- 3.4
東南亞 **	426	16	587	15	628	17	+ 7.0
合共	2,627	100	3,927	100	3,684	100	- 6.2

* 其他包括彩色寶石、珍珠及黃金首飾

** 東南亞包括新加坡及馬來西亞



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED

財務概覽

銷量與平均價

		2020年全年	2021年全年	2022年全年
腕錶	銷量 (件)	21,213	32,507	29,956
	平均價 (港幣)	\$96,929	\$100,561	\$100,736
珠寶 (鑽石及翡翠)	銷量 (件)	10,892	10,909	12,173
	平均價 (港幣)	\$17,369	\$18,558	\$16,933
珠寶 (其他*)	銷量 (件)	92,834	104,480	84,338
	平均價 (港幣)	\$4,107	\$4,369	\$5,460

*其他包括彩色寶石、珍珠及黃金首飾

其他表現指標

	2020年全年	2021年全年	2022年全年
同店銷售 (整體) *	- 36.6%	+ 41.9%	- 7.5%
同店銷售 (香港) *	- 57.2%	+ 46.7%	- 4.5%
店舖租金收入佔比	11.4%	8.9%	8.8%
店舖員工成本收入佔比	5.6%	5.7%	5.2%
市場推廣費用收入佔比	0.5%	0.4%	0.6%
	截至2020年 年底	截至2021年 年底	截至2022年 年底
存貨 (港幣百萬元)	\$3,030	\$2,711	\$2,703
存貨周轉天數	619天	367天	395天
手頭現金 (港幣百萬元)	\$405	\$556	\$664
負債(港幣百萬元)	\$639	\$165	無
淨負債比率 (淨負債/資產淨值)	5.1%	零**	零**

* 同店銷售代表同店按年之總銷售變動

** 由於本集團處於淨現金狀況，因此淨負債比率為零



英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED

零售網絡

零售網絡分佈於香港、澳門、中國內地、新加坡及馬來西亞

	於2022年12月31日					
	店舖數目				總樓面面積	
	多品牌鐘錶店(附設或不設珠寶櫃檯)	特定品牌之鐘錶專賣店	英皇珠寶店	總數	合共(平方呎)	平均(平方呎)
香港	7	5	17	29	58,540	2,019
澳門	2	1	2	5	9,451	1,890
中國內地	1	8	41	50	38,569	771
新加坡	2	5	1	8	6,333	792
馬來西亞	-	-	1	1	2,013	2,013
總數	12	19	62	93	114,906	1,236





英皇鐘錶珠寶有限公司
EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED

零售網絡

於中國內地之策略網絡

一線城市： 28

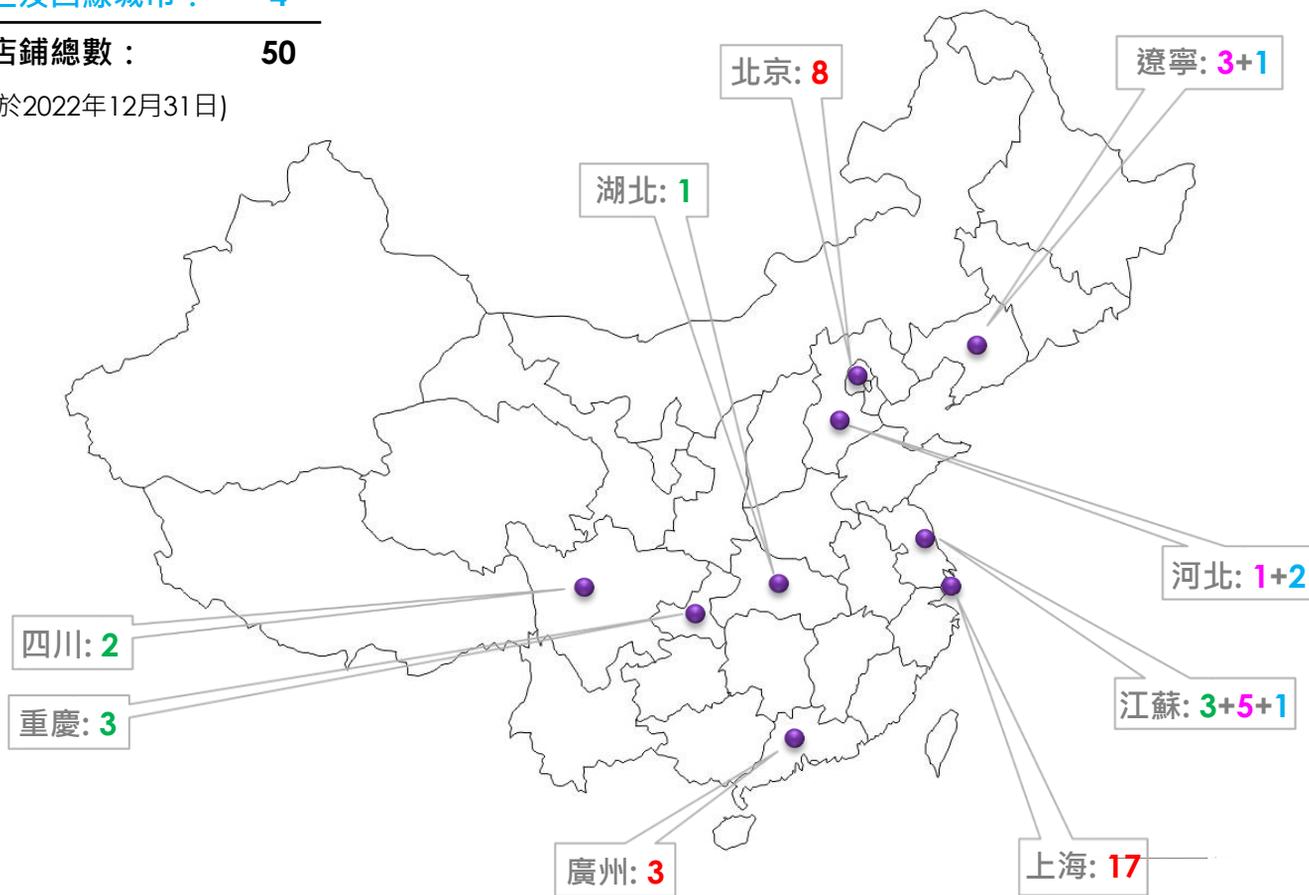
新一線城市： 9

二線城市： 9

三及四線城市： 4

店鋪總數： 50

(於2022年12月31日)



2023年開店計劃

開店日期		店鋪資料
 香港		
1	2023年第二季	英皇珠寶店 - 大圍
2	2023年第二季	英皇珠寶店 - 觀塘
 中國內地		
3	2023年第一季	英皇珠寶店 - 河北保定
4	2023年第一季	英皇珠寶店 - 成都



英皇鐘錶珠寶有限公司 EMPEROR WATCH & JEWELLERY LIMITED

未來策略

加強珠寶業務

擴充珠寶業務以提升整體毛利表現

- 透過推出新系列及定期舉行直銷活動以提升銷售額
- 中至長期之目標收入佔比為50%

強化 品牌定位

- 將「英皇珠寶」定位為輕奢華
- 實施品牌建設項目及提升品牌曝光率
- 積極參與展覽及與其他媒體合作
- 參加區域及國際性時裝展及珠寶展

深化市場滲透率

- 因應黃金需求上升，增加黃金存量及款式，推動銷售
- 開發新產品及款式，吸納不同客戶群組
- 繼續按自身擴張的模式進行開店計劃
- 革新店鋪形象及建立煥然一新之環境以提升消費者體驗及有效管理顧客分層

發掘電子商貿商機

- 加強線上線下互動，定期推出促銷活動，鼓勵線上購物和線下兌換優惠，促進與目標客戶的雙向溝通
- 通過網上商店平台(如HKTV mall、Zalora、天貓、京東)進行電子商貿，以捕捉互聯網及手機用戶之龐大商機，為其電子商貿及社交媒體打下堅實的基礎
- 透過於不同網站增強品牌曝光，把目標客戶從線上引到線下
- 擴充用戶資料庫，以分析客戶資料及制訂有效的市場策略



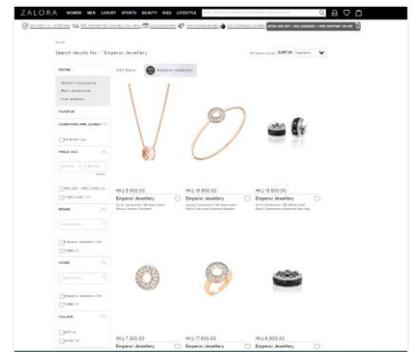
抖音



京東



HKTV mall 網上購物



Zalora

其他資訊

分析員名單

信達國際	彭日飛 (Lewis Pang)	852-2235 7847	lewis.pang@cinda.com.hk
招銀國際	胡永匡 (Walter Woo)	852-3761 8776	walterwoo@cmbi.com.hk
麥格理證券	黃曉齡 (Linda Huang)	852-3922 4068	linda.huang@macquarie.com
元大證券	朱家傑 (Peter Chu)	852-3969 9521	peter.kk.chu@yuanta.com

投資者關係聯絡

陸文靜(Anna Luk), 集團投資者關係總監
直線: (852) 2835 6783
電郵: annaluk@emperorgroup.com

區雪瑩(Janice Au), 集團投資者關係經理
直線: (852) 2835 6799
電郵: janiceau@emperorgroup.com