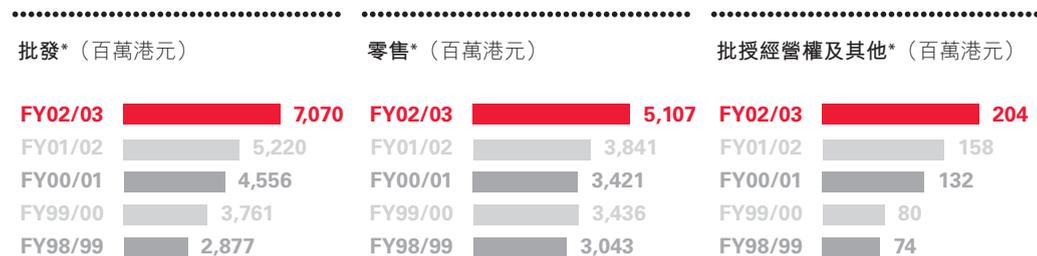


全線業務取得盈利， 銷售增長達雙位數字

本集團連續第十年錄得增長。本集團營業額較上年度增加34.3%至123.8億港元。經營溢利（未扣除利息及稅項之溢利）增加30.7%至17.2億港元，股東應佔溢利較上年度增加27.9%至11.9億港元。以主要產品類別、各類業務及營運地區劃分的營業額均錄得增長。



* 向第三者銷售不包括內部分類收益

批發

年內本集團的批發業務繼續錄得雙位數字增長。營業額增加35.4%至70.7億港元（二零零一／零二年財政年度：52.2億港元）。德國仍然是本集團的最大批發市場，錄得25.8%增長。本集團亦成功將業務擴展至比利時及荷蘭、法國及北歐，來自該等地區的營業額均增加超過50%。批發業務強勁增長主要由於 ESPRIT 商品具有穩定的盈利能力，因而贏得批發夥伴的信任所致。男裝批發營業額增加56.2%，證明將不斷增加之不同產品同時銷售的策略取得成功，同時亦對二零零二／零三年財政年度的優秀業績帶來貢獻。

年內，百貨公司內的零售專櫃、專營店及綜合品牌商店的專營櫃位數目增加至超過1,700、400及3,300，分別合共超過78,000平方米、64,000平方米及68,000平方米銷售面積。另一個批發渠道涉及國家分銷商，例如中國及瑞士均錄得相當理想的業績。本集團的中國合營夥伴擁有超過600個銷售點，合共逾53,000平方米。透過各種不同的批發形式，本集團得以在毋須投入大額資本開支的情況下，靈活迅速地進軍不同地點及市場。

批發營業額明細表

市場	德國	比利時 及荷蘭	法國	北歐	奧地利	其他
佔批發營業額百分比	55.9%	20.2%	6.6%	5.1%	5.0%	7.2%
百分點差（二零零二／零三年財政年度與二零零一／零二年財政年度之比較）	-4.3百分點	+2.2百分點	+1.7百分點	+0.8百分點	-0.1百分點	-0.3百分點
較去年增長百分比(%)	+25.8%	+52.1%	+80.2%	+61.8%	+33.8%	+29.8%

主要批發分銷渠道

(於二零零三年六月三十日)

	專營店			零售專櫃			專營櫃位／其他		
	店舖 數目*	銷售面積 (平方米)	銷售面積 淨增長 (%)	專櫃 數目*	銷售面積 (平方米)	銷售面積 淨增長 (%)	櫃位 數目	銷售面積 (平方米)	銷售面積 淨增長 (%)
歐洲									
德國	106	23,253	+71.6%	1,189	60,822	+16.1%	2,264	45,352	+29.0%
比利時	29	5,368	+153.0%	33	1,451	n.a.	282	6,336	+22.9%
荷蘭	55	8,847	+30.9%	8	329	+8.6%	272	6,159	+34.4%
法國	33	3,340	+175.4%	180	4,948	+85.7%	134	3,303	+65.2%
奧地利	55	8,981	+36.0%	38	2,261	-0.7%	63	1,309	-13.1%
北歐	5	1,998	n.a.	57	2,573	+22.9%	359	5,268	+42.0%
其他	-	-	-	-	-	-	14	387	-11.6%
亞洲									
泰國	19	1,317	-54.4%	52	1,443	-13.5%	-	-	-
菲律賓	12	1,114	+13.3%	20	791	-2.8%	-	-	-
韓國	4	385	n.a.	17	1,050	+42.9%	-	-	-
日本	17	440	-16.8%	36	111	不變	-	-	-
杜拜	14	701	+8.5%	-	-	-	-	-	-
中東	31	4,655	+94.4%	15	1,306	+6.6%	-	-	-
其他	34	3,858	+9.0%	73	1,466	+6.9%	-	-	-
北美									
美國	-	-	-	2	77	n.a.	264	-**	-
中國***	89	14,306	-11.7%	584	39,533	+29.2%	-	-	-

* 包括Esprit及Red Earth店舖

** 並無銷售面積的資料

*** 由中國聯營公司或其專營夥伴管理

n.a. = 不適用，店舖於二零零二／零三財政年度開業

批發營業額增加 35%...

歐洲市場 取得重大增長

零售

儘管經營環境困難，本集團的零售業務取得營業額增長33.0%至51.1億港元（二零零一／零二年財政年度：38.4億港元），增幅主要來自可比較店舖銷售額增加6.9%及本集團每平方米銷售淨額增加9.2%。歐洲在可比較店舖增長中領先所有其他地區，較去年增加14.1%。儘管重整香港、英國及加拿大的零售空間而產生開支及撥備，該業務分類的經營溢利保持平穩。於二零零二／零三年財政年度，本集團透過更有效的採購、按需求釐定價格及存貨管理，成功改善存貨週轉期及減少減價促銷。

年內，本集團投資2.311億港元資本開支，將本集團的直接管理零售樓面淨面積增加11,049平方米至152,108平方米，增幅為7.8%。於財政年度年結日，本集團於全球的直接管理零售店舖合共有569間。絕大部分新開店舖位於德國，由於當地市況疲弱，本集團因此能夠以合理成本取得有利位置。

零售營業額明細表

市場	德國	比利時 及荷蘭	澳大利亞	香港	其他
佔零售營業額百分比	45.9%	11.8%	11.4%	11.2%	19.7%
百分點差（二零零二／ 零三年財政年度與 二零零一／零二年 財政年度之比較）	+11.0百分點	+0.4百分點	-2.1百分點	-4.8百分點	-4.5百分點
較去年增長百分比(%)	+74.8%	+36.8%	+12.5%	-6.8%	+8.5%

零售分銷渠道

(於二零零三年六月三十日)

直接管理店舖

	店舖數目*	銷售面積** (平方米)	銷售面積 淨增長*** (%)
歐洲			
德國	85	53,323	+26.8%
荷蘭	24	8,716	+16.9%
比利時	10	6,089	-1.9%
奧地利	3	3,090	+52.1%
法國	9	2,636	+12.9%
英國	1	2,094	-39.9%
丹麥	2	1,281	不變
亞洲			
香港 (包括澳門)	65	18,363	+10.1%
台灣	110	7,360	-16.7%
新加坡	35	5,391	-20.2%
馬來西亞	15	2,481	-23.3%
澳大利亞			
澳洲 (包括新西蘭)	158	23,627	+4.2%
北美			
加拿大	52	17,657	-2.0%

* 包括Esprit及Red Earth店舖

** 為統一全球申報制度，本集團重新界定銷售面積及店舖數目，並開始採用平方米作為銷售面積的量度單位

*** 與二零零二年六月三十日的結餘比較

在富挑戰環境中
零售銷售額
上升33%

批授經營權業務 加快品牌進軍全球

批授經營權

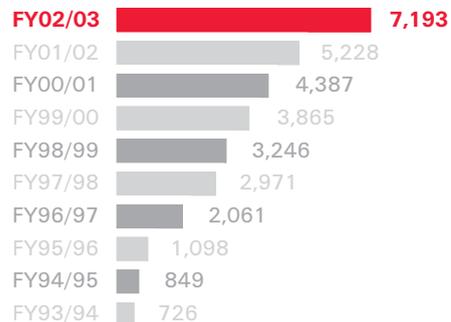
自統一全球品牌以來，本集團已投入額外資源拓展批授經營權業務，增長的批授經營權活動進一步加快本集團品牌在全球的滲透度。產品經營權夥伴透過彼等的分銷渠道（例如百貨商店及專營商店）分銷 ESPRIT 專營產品，其中有些渠道亦分銷本集團其他產品系列，例如女裝或童裝。美國市場為此業務分類的主要增長來源，本集團於二零零二年五月至二零零三年六月期間已在美國授出五個新經營權。

批授經營權已成為本集團未來計劃的策略性一環。本集團現時有超過20個產品專營夥伴，發售超過20種商品，包括眼鏡、首飾、手錶及鞋具。本集團亦招攬具豐富品牌及批授經營權經驗的人員組成實力雄厚的隊伍，執行有助提升本集團全球形象的策略。

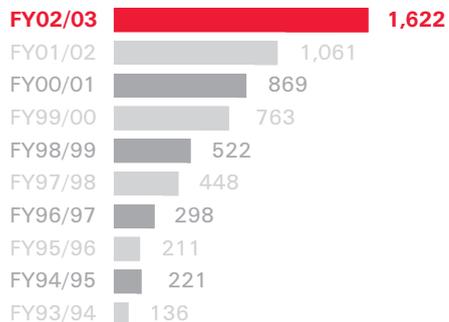
主要專營產品種類	覆蓋地區			
	歐洲	亞洲	澳大利亞	北美
嬰兒車	√			
袋類				√
床上及沐浴用品	√	√		
皮帶				√
被芯	√			
眼鏡	√	√	√	√
餐具	√			
鞋具				√
香水	√	√	√	√
高爾夫球用品		√		
家居用品	√			
童裝				√
首飾	√	√	√	√
外衣				√
睡衣				√
襪	√			√
泳裝				√
手錶	√	√	√	√
雨傘	√			
冬季配飾				√

業務回顧

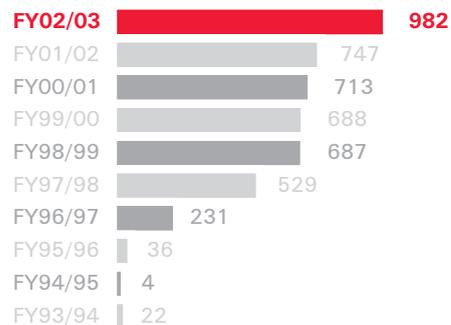
女裝 (百萬港元)



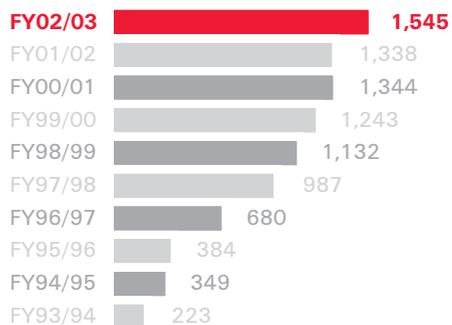
男裝 (百萬港元)



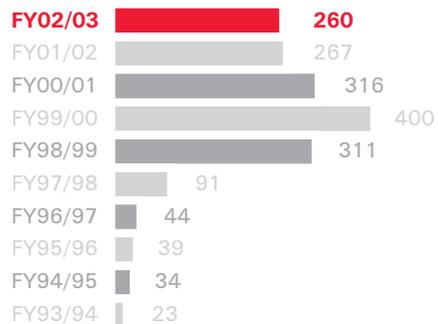
童裝 (百萬港元)



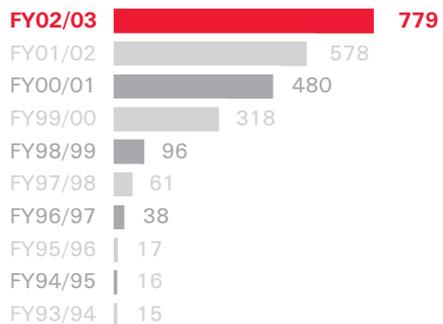
鞋具及配飾用品 (百萬港元)



RED EARTH (百萬港元)



其他 (百萬港元)



主要產品類別

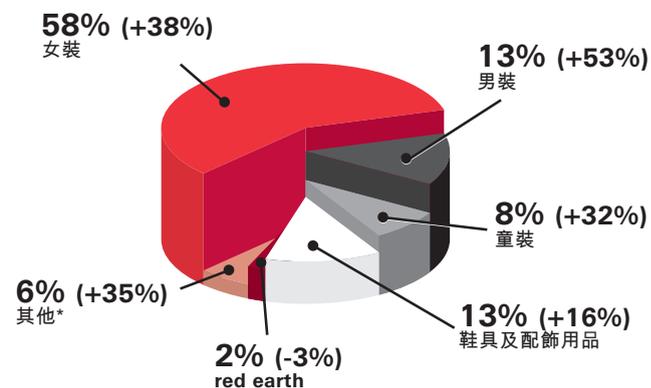
營業額錄得雙位數字增長

產品

主要產品類別均錄得雙位數字之營業額增長，女裝繼續為本集團的主要營業產品，佔本集團總營業額58.1%及較上年度增長37.9%。在所有類別產品中，男裝在銷售增長率方面表現最突出，較上年度增加52.9%及佔本集團營業額13.1%。

銷售表現突出乃由於本地管理層隊伍一致執行全球產品策略及實施每年12季及注入訂單制度，使產品能更按市場導向合時推出，減少不良的銷售情況。本集團仍集中以合理價格提供優質產品。在強勁歐元的支持下，本集團藉降低價格或以提高產品質量，將採購所節約的成本回饋客戶。

以產品類別劃分的本集團營業額
截至二零零三年六月三十日



() 與去年同期比較之銷售增長

* 包括髮廊、咖啡室、貼身衣物系列、床上及沐浴用品、家居用品及其他專營產品系列如手錶、眼鏡及首飾等

本集團的營業額明細表*

截至六月三十日止年度

	2003	2002	2001	2000	1999
業務組合 (百分比)					
批發	57	57	56	52	48
零售	41	42	42	47	51
批授經營權及其他	2	1	2	1	1
產品組合 (百分比)					
女裝	58	57	54	53	54
男裝	13	11	11	11	9
童裝	8	8	9	10	11
鞋具及配飾用品	13	15	16	17	19
red earth	2	3	4	6	5
其他**	6	6	6	3	2
市場組合 (百分比)					
歐洲	80	74	70	65	63
亞洲	13	18	21	24	24
澳大利亞	5	6	7	9	10
北美及其他	2	2	2	2	3

* 不包括內部分類收益

**包括髮廊、咖啡室、貼身衣物系列、床上及沐浴用品、家居用品及其他專營產品系列如手錶、眼鏡及首飾等

...採取正確策略... 業務繼續增長...

前景

本集團於二零零三／零四年財政年度的目標是繼續爭取營業額及純利有雙位數字的增長。為達致上述目標，本集團將繼續利用歐洲業務的成功經驗，將香港、英國及加拿大的零售虧損減半，以及深入進軍北美市場。

ESPRIT 品牌及產品，以及本集團的全球分銷渠道繼續為本集團的焦點。於二零零三年九月，本集團推出全球形象活動，為本集團最寶貴的資產增值。此外，本集團將繼續加強品牌在歐洲大陸的優勢。

在產品方面，本集團致力將合適產品在適當時間在適當地點推出。本集團將繼續擴大全球發售產品的深度和品質，以切合市場需要及改善產品價格與質量。本集團已新設國際產品董事職位，以協調該等計劃。另一項措施為於二零零三年九月在香港展開的產品重新推出行動，除提升產品質素外，本集團將協助本集團的成功經營權夥伴進軍其他市場、進一步擴大本集團於全球市場的發售產品類別。

本集團的其他發展重點為擴展全球分銷網絡。歐洲將仍然是二零零三／零四年財政年度的增長動力。本集團已預訂額外空間以便在二零零三／零四年財政年度投入營運，包括百貨商店內的500個新零售專櫃、100間新專營店及約24,000平方米的直接管理零售銷售面積。本集團認為已對英國市場累積足夠知識，故加速其零售及批發業務發展。本集團將會於倫敦中部地區開設新店，並已著手在英國進行批發。

開發北美渠道的下一階段已展開，除百貨公司外，本集團將其美國分銷網絡拓展至經營獨立零售店。本集團將加快拓展零售業務的步伐，並計劃於二零零四年底在美國開設大約5間零售店，但須視乎是否有合適的店舖位置。本集團會繼續經營批發業務渠道內的零售專櫃及拓展其他渠道，包括美國的獨立及連鎖店。此外，本集團亦計劃於二零零四年下半年在美國引入電子商店，亦即本集團的網上商店（現已為歐洲業務帶來可觀回報）。本集團亦計劃於二零零三／零四年財政年度開始在加拿大進行批發。

在亞洲方面，本集團將繼續重組零售空間，以及改善店舖陳列及擺設。本集團亦加快拓展區內之批發業務。此外，Esprit在中國的合營業務正逐步脫離嚴重呼吸系統綜合症（「SARS」）的影響，準備進一步發展。

澳大利亞方面，本集團將專注提高新西蘭的可比較店舖增長及加強品牌的滲透度。

本集團二零零三／零四年財政年度的財政預算資本開支為約6億港元，其中約4億港元主要用作在歐洲開設新商舖及翻新現有商舖。本集團亦將投入約9千萬港元用作落實採購規劃及零售管理的電腦系統，以加快本集團的全球一體化及提升生產力及效率。另外1億港元已撥作裝修新陳列室及即將於二零零三年十月在德國Ratingen啟用的全球業務總部。

憑藉各主要市場不同程度的發展，以及該等市場在未來的潛在商機，本集團相信本集團無論在國際市場之發展及品牌知名度方面均將會繼續增長。