

統一
全球業務...
公司 煥然一新



致股東：

本人甫履任行政總裁一職，欣然報告集團今年在營業額和溢利方面再創有紀錄以來的佳績。雖然世界各地的零售業持續面對困境，但整體而言，全線業務均取得盈利。成功關鍵說來簡單：管理層先行釐訂周詳策略，然後由集團各部門落實貫徹執行。透過與我們目標顧客保持緊密聯繫，加強以市場作主導，繼續致力推出質優及取價公道的 Esprit 產品。不斷提升集團「世界級」形象的品牌知名度，加上靈活變通的分銷策略，均為集團成功的重要因素。

去年，我們在建立更強大的環球業務上邁進重要里程碑。我們把適用於不同地區的策略、系統和理念融合為一套環球營運架構：由零售以至採購等各個部門，全部納入一套以職能劃分的組織架構，而不再局限於某一地區或國家。集團的管理層增添人才，並加強旗下在亞洲區的零售和採購業務。現在，Esprit 成為一個全球品牌，紮根於歐洲、北美洲及亞洲。時至今日，集團的實力更為強大，策略更為靈活，足以支持和發展享譽全球的品牌。

去年的增長動力仍然來自歐洲。精心計算的三層定價策略、審慎進行的注入式訂貨程序、令店舖推陳出新的全年十二個產品系列，以及積極促銷正價貨品，均為成功因素。我們深入拓展歐洲市場，比利時及荷蘭、法國及北歐錄得超過50%的批發銷售額增長。在女裝以外產品的銷售改善令人鼓舞，引證集團迄今所達致的多元化程度。

我們在亞洲的定位將會與我們在國際間的定位連成一線，建立一個以銷量見稱的品牌。非常重要的一是我們的貨品種類可媲美在環球市場上銷售的產品，提供更多款式供顧客選擇；更重要的是在平衡貨價與品質上亦須採取相近標準，以擴闊顧客層面。為達到預期目標，採購工作必須集中處理，借助全球各地人員發揮的協同效益。全年推出十二個產品系列、注入式訂貨程序，以及取決於市場需求的定價和存貨管理等策略在歐洲取

得成果，並現正在亞洲實施。集團因應個別分店情況採取一套由下而上的存貨規劃方案，貨品定價則以取價公道為原則，毋須倚賴折扣促銷，藉以改善存貨的流轉速度和提高邊際利潤。亞洲業務革新的全面效益將於二零零三／零四財政年度顯現。

進軍美國的計劃繼續實行，年內一如計劃所料並無出現營運虧損，並只有少量資本開支。集團已與當地三間連鎖百貨店建立夥伴關係，現正與這些夥伴合作令 ESPRIT 品牌更添活力，並在產品和經營策略上加以調整，以迎合美國市場的獨特需要。

於上一個財政年度，歐元升值令集團盈利比預期理想。然而，我們在處理外匯風險上保持一貫審慎態度，並將繼續專注經營旗下的核心業務，同時盡量減輕集團所用各種貨幣因匯價波動而帶來的風險。

本人深信，集團能維持一貫的表現，全賴有幹勁和專心致志的優秀管理層。集團旗下遍佈世界各地的員工於年內努力不懈，本人衷心感謝。憑藉集團和其品牌的雄厚實力，擁有向全球拓展的商機，加上嶄新的全球管理架構和隊伍，令本人深信 Esprit 的業務將於今年及未來日子繼續蒸蒸日上。



Heinz KROGNER
副主席兼集團行政總裁
二零零三年九月十八日