

## 產品

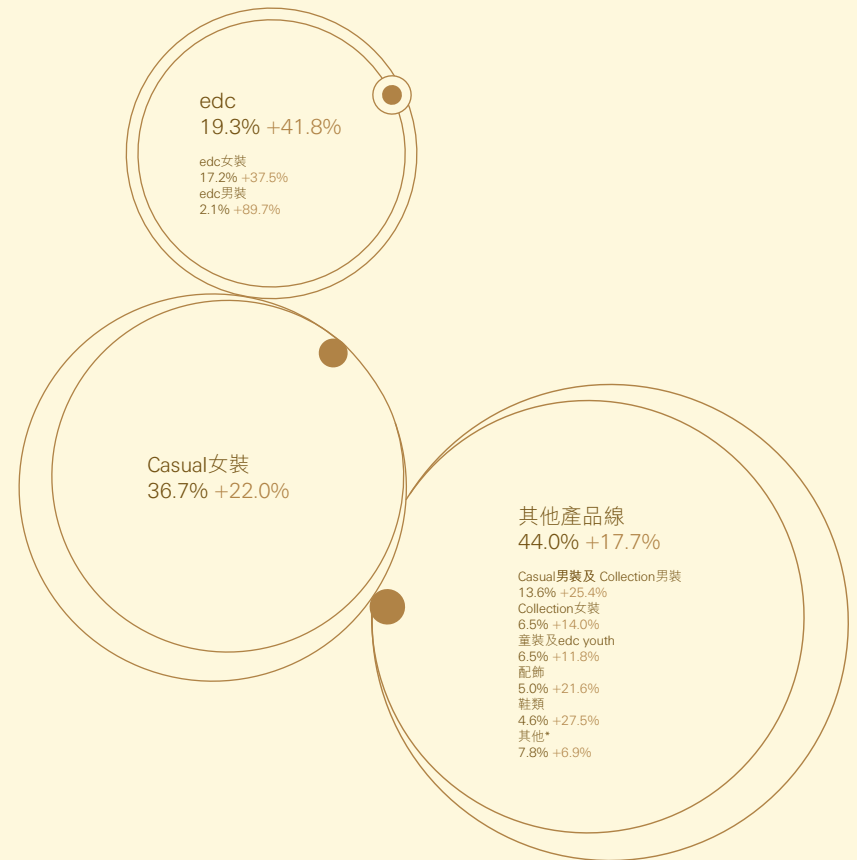
本集團穩固的品牌形像，及以相宜價格提供多元化優質產品的能力，使本集團能維持於國際市場的競爭力。目前，本集團的產品以**Esprit**及**Red Earth**兩個品牌出售。**Esprit**品牌的產品系列由便服至鞋類及配飾不等，而**Red Earth**品牌則主要提供化妝品及美容護膚產品。由於本集團採用嚴謹的採購策略，以及本集團的產品越趨流行，故於二零零六年十二月三十一日，本集團的存貨周轉期縮短至**50**天，較於二零零六年六月三十日的**54**天減少**4**天。

**Casual**女裝繼續成為最大產品系列，貢獻本集團營業額**36.7%**，穩健增長**22.0%**。本集團增長最迅速的產品線**edc**錄得突出表現，營業額增長為**41.8%**。**edc**產品線中，**edc**女裝及**edc**男裝分別佔本集團營業額**17.2%**及**2.1%**，增長率分別為**37.5%**及**89.7%**。



其他產品系列亦顯示強勁增長。Casual男裝及Collection男裝合共佔本集團營業額13.6%，總增長為25.4%。Collection女裝錄得14.0%增長，佔本集團營業額6.5%。雖然童裝及edc youth(6.5%)、鞋類(4.6%)及配飾(5.0%)佔本集團營業額的比率較低，然而營業額增長率卻令人鼓舞，分別為11.8%、27.5%及21.6%。其他系列，主要為Sports、Bodywear及Red Earth，合共佔本集團總營業額7.8%，亦增長6.9%。

## 集團營業額分析 — 產品



營業總額百分比 較去年度增長百分比

\* 其他主要包括Sports、Bodywear及Red Earth



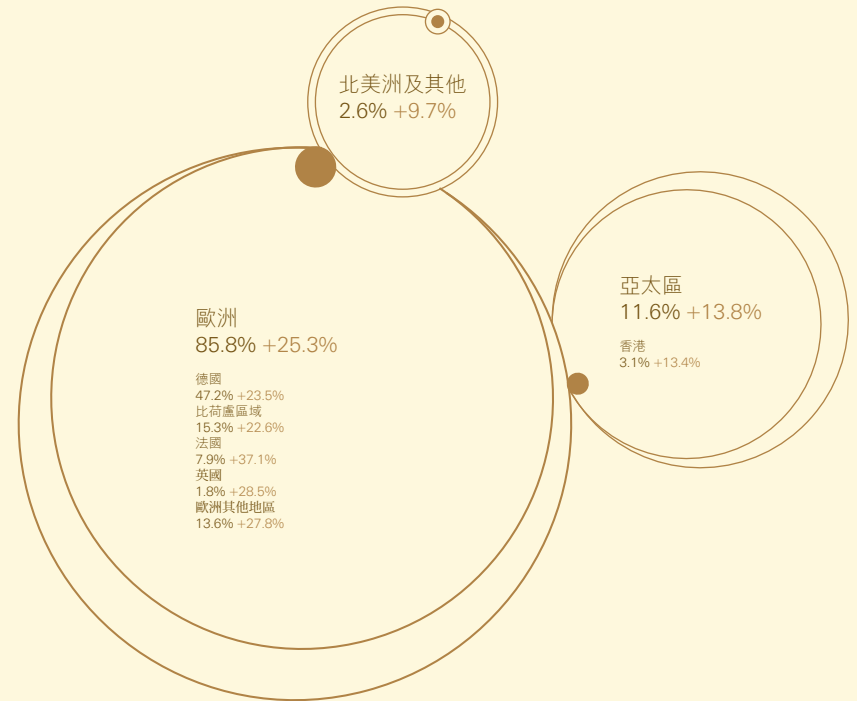
## 地區

於二零零六年十二月三十一日止六個月期間，歐洲營業額錄得**25.3%**強勁增長至**125.238**億港元，佔本集團營業額**85.8%**。德國及比荷盧區域仍為本集團主要的歐洲市場，分別佔本集團營業額**47.2%**及**15.3%**，它們的營業額分別錄得**23.5%**及**22.6%**增長。本集團其他重點歐洲市場西班牙、意大利及英國亦分別錄得**66.7%**、**56.4%**及**28.5%**的顯著營業額增長。

於二零零六年十二月三十一日止六個月期間，亞太區營業額增加**13.8%**至**16.970**億港元，佔本集團營業額的**11.6%**。受惠於香港及馬來西亞經濟強勁復甦及消費信心回升，兩地分別錄得**13.4%**及**42.5%**的營業額增長。亞洲零售業務的盈利亦持續上升。澳洲及紐西蘭的營業額錄得負增長**11.4%**至**317.1**百萬港元，該等地區的業務重組仍在進行中。

於二零零六年十二月三十一日止六個月期間，北美洲的營業額增長**9.7%**至**369.2**百萬港元，佔本集團營業額約**2.6%**。本集團不斷提升生產力及強化分銷網絡，已逐步帶來成效，經營溢利率正在改善。

## 集團營業額分析 — 地區



營業總額百分比 較去年增長百分比

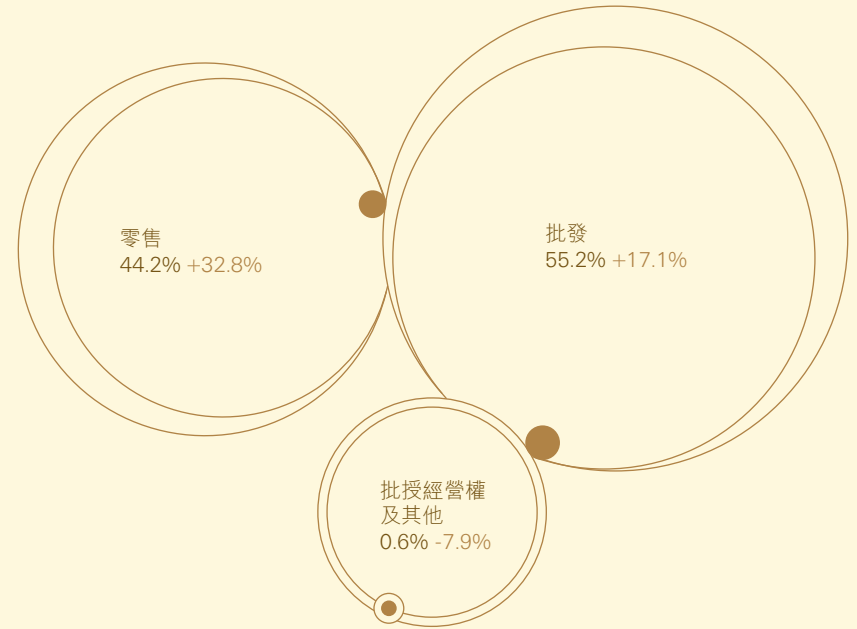


### 分銷渠道

本集團透過批發、零售及批授經營權三個主要分銷渠道接觸客戶。截至二零零六年十二月三十一日止六個月，本集團按批發、零售及批授經營權劃分的營業額分別為**55.2%**、**44.2%**及**0.6%**。

本集團整體EBIT上升**27.1%**至**30.610**億港元。零售盈利能力提升為本集團帶來新策略發展空間。生產力提升使零售EBIT溢利率增加，而批發EBIT溢利率一直維持穩健水平以推動長期增長。綜合而言，本集團的EBIT溢利率維持相對穩定，增長**0.6**個百份點至**21.0%**。

### 集團營業額分析 — 分銷渠道



營業總額百分比 較去年增長百分比

## 批發

截至二零零六年十二月三十一日止六個月，批發業務的營業額增長**17.1%**至**80.598**億港元，佔本集團營業額**55.2%**。

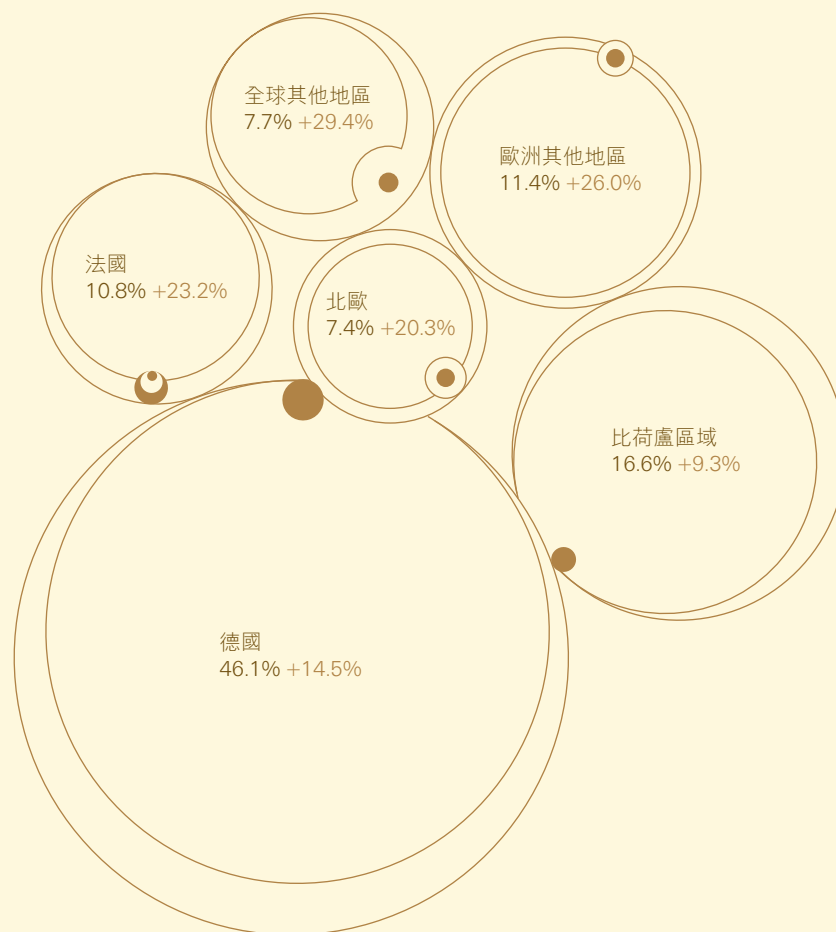
歐洲佔本集團批發營業額**92.3%**，營業額增加**16.2%**至**74.402**億元。歐洲營業額的穩定增長主要由**492**個Esprit可控制批發面積銷售點或**36,992**平方米可控制批發面積的淨增加所帶動。

本集團核心批發市場—德國佔本集團批發營業額**46.1%**，營業額錄得穩健增長**14.5%**。歐洲除德國外佔本集團批發營業額**46.2%**，批發營業額增長達**18.0%**。本集團透過夥拍百貨店及開設特許經營店，於意大利及西班牙均錄得亮麗佳績，批發營業額分別錄得令人鼓舞的**56.4%**及**66.7%**增長。

截至二零零六年十二月三十一日止六個月，亞太區的營業額上升**35.2%**至**557.9**百萬港元，佔本集團批發營業額**6.9%**。批發營業額增加主要受惠於中國及中東的業務持續增長。

於二零零六年十二月三十一日，本集團擁有逾**590,000**平方米可控制批發面積，較二零零六年六月三十日淨增加逾**50,000**平方米或**9%**，此乃由於淨新增了**631**個可控制批發面積銷售點，包括**126**間新專營店、**210**個新零售專櫃及**295**個新專營櫃位，使本集團可控制批發面積銷售點總數增至**12,090**個。此增長部份由於能在新市場成功擴展所致。於意大利、中東及西班牙增加的Esprit可控制批發面積銷售點淨額分別為**45**個、**10**個及**4**個，較二零零六年六月三十日的可控制批發面積淨增加**26%**、**35%**及**8%**。

## 集團按市場劃分的批發營業額分析



佔批發營業總額百分比 較去年增長百分比

主要批發分銷渠道 (僅包括可控制面積)

(於二零零六年十二月三十一日)	專營店*			零售專櫃*			專營櫃位   其他*		
	店鋪數目	銷售面積平方米	銷售面積淨變幅**	店鋪數目	銷售面積平方米	銷售面積淨變幅**	店鋪數目	銷售面積平方米	銷售面積淨變幅**
歐洲 <sup>^</sup>	829	171,685	15%	3,553	149,245	6%	6,364	142,341	4%
德國	281	65,528	15%	2,826	123,728	7%	3,836	86,449	6%
法國	176	23,162	27%	298	8,285	-1%	354	9,314	11%
北歐	58	18,463	22%	93	3,967	-7%	749	11,708	11%
奧地利	92	17,363	5%	52	2,545	27%	145	3,437	15%
荷蘭	73	16,830	8%	18	687	73%	426	10,317	-4%
比利時	58	13,587	不變	84	3,825	2%	415	9,895	-3%
瑞士	41	8,498	19%	21	1,085	4%	96	2,470	-49%
意大利	34	4,920	47%	8	492	8%	265	6,898	15%
英國	12	2,534	38%	39	2,032	4%	63	1,487	3%
西班牙	4	800	36%	114	2,599	3%	15	366	不變
亞太區	242	50,274	14%	133	6,505	1%	748	70,019	11%
中國 <sup>***</sup>	69	26,201	8%	8	141	-56%	655	69,186	11%
中東	62	10,337	34%	6	1,141	15%	8	78	63%
泰國	30	3,866	8%	85	3,274	-5%	20	279	-3%
菲律賓	18	2,658	5%	-	-	-	-	-	-
日本	2	117	不變	-	-	-	-	-	-
韓國	-	-	-	2	275	n.a. <sup>##</sup>	26	182	18%
澳洲及紐西蘭	-	-	-	-	-	-	15	46	n.a. <sup>##</sup>
其他	61	7,095	16%	32	1,674	1%	24	248	12%
北美洲	-	-	-	32	-#	-#	189	-#	-#
加拿大	-	-	-	32	-#	-#	189	-#	-#
集團總計	1,071	221,959	15%	3,718	155,750	6%	7,301	212,360	6%

\* 包括 Esprit及Red Earth店鋪/櫃位  
 \*\* 自二零零六年六月三十日的淨變幅  
 \*\*\* 由中國聯營公司或其專營夥伴管理  
 # 未能提供銷售面積的資料  
 ## n.a.即不適用

<sup>^</sup> 歐洲的Esprit可控制批發面積銷售點及Esprit可控制批發銷售面積淨變更分別為492個及36,992平方米



## 零售

截至二零零六年十二月三十一日止六個月，零售營業額增加**32.8%**至**64.414**億港元，佔本集團營業額**44.2%**，此乃由於可比較店舖銷售額強勁增長**20.2%**。由於營業額高度增長及成本架構穩定，本集團的零售生產力持續改善，因此推動零售EBIT溢利率上升**5.8**個百分點至**18.0%**。

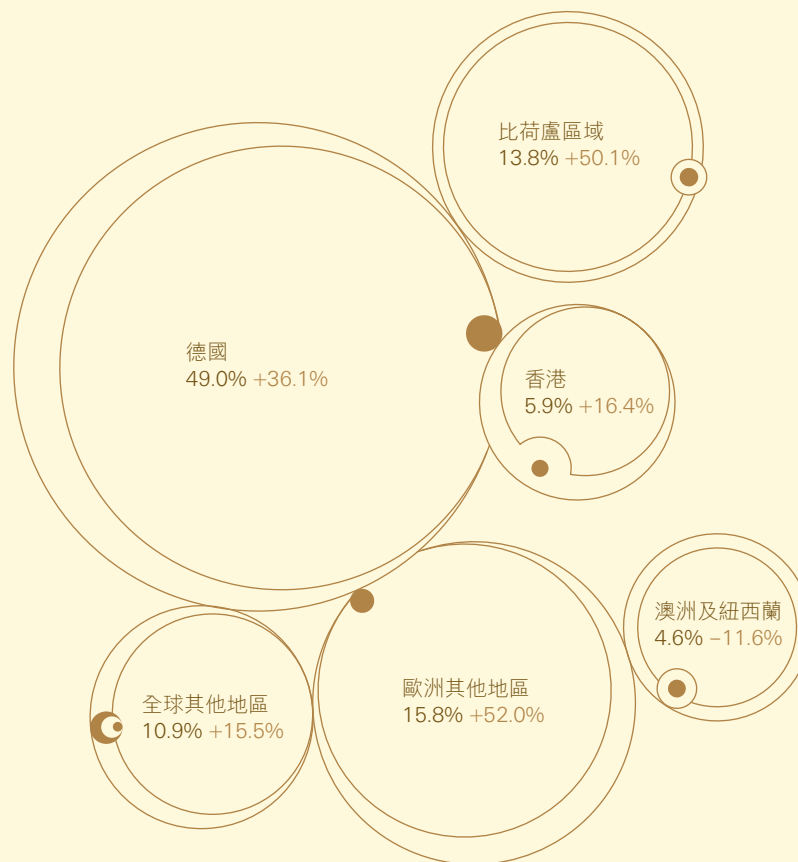
歐洲佔本集團零售營業額**78.6%**，於匯報期間的營業額大幅上升**41.4%**，主要由可比較店舖銷售額強勁增長**25.6%**所帶動。絕大部份歐洲零售市場，尤其是德國、比荷盧區域及法國均有強勁增長勢頭。

亞太區及北美洲合共佔本集團零售營業額**21.4%**，營業額分別增加**6.6%**及**16.8%**。可比較店舖銷售額分別溫和上升**1.1%**及**8.2%**。

截至二零零六年十二月三十一日止六個月，本集團投資**207.9**百萬港元用作開設**56**間新店舖及翻新現有零售店舖。該等新店舖當中**40**間開設於亞太區，**12**及**4**間分別於歐洲及北美洲。另外，**86**間（亞太區**81**間、歐洲**4**間及北美洲**1**間）零售店於期內關閉，主要由於在澳洲的零售店轉為批發銷售點及台灣Red Earth專櫃結業所致。總括計算，本集團共有**638**間零售店，及零售面積逾**227,000**平方米，較二零零六年六月三十日溫和淨上升**1.6%**。

本集團相信，網上電子店舖可為客戶帶來新鮮的購物體驗。於匯報期間，本集團於北歐設立網上電子店舖。預期集團將設立更多網上電子店舖，以配合本集團的零售分銷網絡。

## 集團按市場劃分的零售營業額分析



佔零售營業總額百分比 較去年增長百分比

## 零售分銷渠道

直接管理零售店			
(於二零零六年十二月三十一日)			
	店舖數目*	銷售面積平方米	銷售面積淨變幅**
<b>歐洲</b>	<b>251</b>	<b>149,928</b>	<b>4%</b>
德國	117	85,774	4%
荷蘭	42	14,840	19%
比利時	19	14,000	0%
法國	25	9,869	4%
瑞士	27	8,695	-3%
奧地利	8	8,358	不變
英國	9	5,962	0%
丹麥	2	1,281	不變
盧森堡	2	1,149	130%
<b>亞太區</b>	<b>324</b>	<b>54,784</b>	<b>-6%</b>
澳洲及紐西蘭	113	19,607	-23%
香港 (包括澳門)	43	14,736	0%
台灣	82	7,589	-4%
新加坡	47	7,518	36%
馬來西亞	39	5,334	13%
<b>北美洲</b>	<b>63</b>	<b>22,908</b>	<b>4%</b>
加拿大	48	16,483	3%
美國	15	6,425	8%
<b>集團總計</b>	<b>638</b>	<b>227,620</b>	<b>2%</b>

\* 包括 Esprit 及 Red Earth 店舖／櫃位，但不包括髮廊  
 \*\* 自二零零六年六月三十日的淨變幅





#### 批授經營權

於匯報期間，本集團錄得來自第三方專營權的**50.6**百萬港元收入，佔本集團總營業額約**0.3%**。於二零零六年十二月三十一日，本集團與超過**35**個獲授權經營者合作，共同向全球客戶提供超過**30**種Esprit經營權產品。日後，本集團將加強經營權產品系列，並專注發展擁有良好市場反應的香水、手錶、珠寶、太陽眼鏡及家居產品。

主要專營產品種類

(於二零零六年十二月三十一日)	歐洲	亞太區	北美洲
嬰兒車	○	○	
嬰兒傢俬	○		
沐浴紡織品	○	○	
沐浴用品	○		
床上用品	○	○	○
皮帶			○
地毯	○		
edc訂製首飾	○		○
羽絨	○	○	
眼鏡	○	○	○
香水	○	○	○
傢俬	○		
玻璃器皿	○		
高爾夫球用品		○	
家具用品	○	○	
首飾	○	○	
童裝配飾用品			○
兒童床上用品	○		
童裝鞋履		○	○
童裝			○
照明產品	○		
孕婦裝	○		
外衣			○
校園用品	○		
鞋具		○	
睡衣／家居服			○
edc襪及緊身衣	○		
Esprit襪及緊身衣	○	○	○
布偶玩具	○		
文具	○		
泳裝			○
手錶	○	○	○
毛巾	○	○	
雨傘	○	○	
牆紙	○		

