

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**ESPRIT**

**ESPRIT HOLDINGS LIMITED**

**思捷環球控股有限公司**

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00330)

## 截至二零一五年六月三十日止年度之全年業績公佈

### 全年業績

思捷環球控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）公佈本公司及其附屬公司（「本集團」或「思捷環球」）截至二零一五年六月三十日止年度之經審核綜合業績，連同截至二零一四年六月三十日止年度之比較數字。下列財務資料（包括比較數字）乃按照國際財務報告準則編製。

## 綜合收益表

	附註	截至六月三十日止年度	
		二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
營業額	2	19,421	24,227
銷售成本		(9,726)	(12,071)
毛利		9,695	12,156
員工成本		(3,562)	(3,851)
租賃成本		(3,160)	(3,585)
物流開支		(1,048)	(1,317)
市場推廣及廣告開支		(820)	(792)
折舊		(713)	(833)
物業、廠房及設備減值		(171)	(80)
商譽減值	2	(2,512)	-
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	10	(282)	(106)
其他經營成本		(1,110)	(1,231)
經營（虧損）／溢利（除利息及 稅項前（虧損）／溢利）	3	(3,683)	361
利息收入		45	55
融資成本	4	(29)	(37)
除稅前（虧損）／溢利		(3,667)	379
稅項	5	(29)	(169)
本公司股東應佔（虧損）／溢利		(3,696)	210
每股（虧損）／盈利 — 基本及攤薄	7	(1.90) 港元	0.11 港元

## 綜合全面收益表

	截至六月三十日止年度	
	二零一五年	二零一四年
	百萬港元	百萬港元
本公司股東應佔（虧損）／溢利	<b>(3,696)</b>	210
其他全面收益		
其後可重新分類至損益之項目：		
現金流量對沖的公平值收益／（虧損）	<b>164</b>	(123)
換算差額	<b>(1,452)</b>	207
	<b>(1,288)</b>	84
本公司股東應佔年內全面收益總額	<b>(4,984)</b>	294

## 綜合財務狀況表

		二零一五年 百萬港元	於六月三十日 二零一四年 百萬港元
	附註		
<b>非流動資產</b>			
無形資產		3,031	5,670
物業、廠房及設備		2,835	3,972
投資物業		17	16
其他投資		7	7
應收賬款、按金及預付款項		240	312
遞延稅項資產		649	615
		<u>6,779</u>	<u>10,592</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		2,969	3,254
應收賬款、按金及預付款項	8	2,008	2,723
應收稅項		640	559
現金、銀行結餘及存款		5,017	6,031
		<u>10,634</u>	<u>12,567</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款及應計費用	9	3,672	4,120
就店舖關閉及租賃作出的撥備	10	557	508
應付稅項		687	700
銀行貸款	11	-	260
		<u>4,916</u>	<u>5,588</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>5,718</u>	<u>6,979</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>12,497</u>	<u>17,571</u>
<b>權益</b>			
股本		194	194
儲備		11,704	16,717
<b>權益總額</b>		<u>11,898</u>	<u>16,911</u>
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債		599	660
		<u>12,497</u>	<u>17,571</u>

## 綜合財務報表附註

### 1. 編製基準

本集團的綜合財務報表乃按照國際財務報告準則編製。

本財政年度和比較期間的綜合財務報表已根據前身《公司條例》（第 32 章）的適用規定編製。

於本年度，本集團已採納以下於本集團自二零一四年七月一日開始之財政年度生效之國際會計準則、國際財務報告準則及國際財務報告詮釋委員會詮釋：

國際會計準則第19號（修訂）	界定福利計劃－僱員供款
國際會計準則第32號（修訂）	抵銷金融資產及金融負債
國際會計準則第36號（修訂）	非金融資產可收回金額之披露
國際會計準則第39號（修訂）	衍生工具之更替及對沖會計之延續
國際財務報告準則第10、12號及 國際會計準則第27號（修訂）	投資實體
國際財務報告詮釋委員會第21號	徵費
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則二零一零年至二零一二年週期 之年度改進
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則二零一一年至二零一三年週期 之年度改進

採納該等新準則、準則修訂及詮釋對本集團綜合財務報表並無任何重大影響。

## 1. 編制基準（續）

本集團並無提早採納以下已頒佈但尚未生效的國際會計準則及國際財務報告準則。

		於下列日期 或以後開始的 會計期間生效
國際會計準則第1號（修訂）	披露動議	二零一六年一月一日
國際會計準則第16及38號 （修訂）	對可接受的折舊和攤銷方法 的澄清	二零一六年一月一日
國際會計準則第16及41號 （修訂）	農業：生產性植物	二零一六年一月一日
國際會計準則第27號（修訂）	獨立財務報表的權益方法	二零一六年一月一日
國際財務報告準則第9號	金融工具	二零一八年一月一日
國際財務報告準則第10、12號及 國際會計準則第28號（修訂）	投資實體：合併豁免的應用	二零一六年一月一日
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號（修訂）	投資者與其聯營公司或合營 公司之間的資產出售或投入	二零一六年一月一日
國際財務報告準則第11號 （修訂）	收購共同經營中的權益的會計法	二零一六年一月一日
國際財務報告準則第14號	監管遞延賬戶	二零一六年一月一日
國際財務報告準則第15號	與客戶之間的合同產生的收入	二零一七年一月一日
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則 二零一二年至二零一四年週期 之年度改進	二零一六年一月一日

本集團將會在起初應用期間採納該等新訂及經修訂準則及修訂。本集團現正評估採納上述新訂及經修訂準則及修訂之影響，目前未能表示會否對本集團經營業績及財務狀況有重大影響。

## 2. 營業額及分類資料

本集團主要從事以其自有國際知名品牌 **Esprit** 設計的優質成衣與非服裝產品的零售、批發分銷及批授經營權業務。

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
來自外界客戶的收益		
零售	<b>12,425</b>	15,220
批發	<b>6,845</b>	8,835
批授經營權及其他收入	<b>151</b>	172
	<hr/>	<hr/>
	<b>19,421</b>	24,227
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

本集團執行董事（「執行董事」）被認定為主要經營決策者。

管理層根據經執行董事審閱用於評估表現及分配資源的報告釐定經營分類。

執行董事由經營性質角度（包括以其自有國際知名品牌 **Esprit** 設計的優質成衣及非服裝產品的零售、批發分銷及批授經營權業務）來評估其業務。

內部分類之間的交易乃根據適用於與無關連第三者的一般商業條款及條件進行。

## 2. 營業額及分類資料 (續)

	截至二零一五年六月三十日止年度				
	零售	批發	批授	企業服務、	集團
	百萬港元	百萬港元	經營權	採購及其他	百萬港元
	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元
總收益	12,425	6,845	151	17,502	36,923
內部分類收益	-	-	-	(17,502)	(17,502)
來自外界客戶的收益	12,425	6,845	151	-	19,421
分類業績	(575)	608	120	(1,324)	(1,171)
商譽減值 (附註)	(1,324)	(1,188)	-	-	(2,512)
除利息及稅項前虧損					(3,683)
利息收入					45
融資成本					(29)
除稅前虧損					(3,667)
資本開支	189	45	-	115	349
折舊	342	53	-	318	713
物業、廠房及設備減值	169	2	-	-	171
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	282	-	-	-	282

附註：已於本財政年度就中國商譽確認 2,512 百萬港元減值開支。



## 2. 營業額及分類資料 (續)

	截至二零一四年六月三十日止年度				
	零售	批發	批授	企業服務、	集團
	百萬港元	百萬港元	經營權	採購及其他	百萬港元
	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元
總收益	15,220	8,835	170	20,736	44,961
內部分類收益	-	-	-	(20,734)	(20,734)
來自外界客戶的收益	15,220	8,835	170	2	24,227
分類業績	610	968	137	(1,354)	361
商譽減值	-	-	-	-	-
除利息及稅項前溢利					361
利息收入					55
融資成本					(37)
除稅前溢利					379
資本開支	199	57	-	119	375
折舊	418	57	-	358	833
物業、廠房及設備減值	79	1	-	-	80
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	106	-	-	-	106

## 2. 營業額及分類資料（續）

來自外界客戶的營業額乃根據銷售產生的地區按下列國家分類：

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
歐洲		
德國	8,961	11,342
歐洲其他地區		
比荷盧區域	2,410	3,084
法國	1,221	1,583
瑞士	1,010	1,158
奧地利	864	1,127
北歐地區	692	910
西班牙	223	229
英國	203	287
意大利	137	149
愛爾蘭	6	9
葡萄牙	5	10
其他（附註 1）	347	505
	7,118	9,051
	16,079	20,393
亞太區		
中國	1,500	1,764
香港	386	401
澳洲及新西蘭	375	466
新加坡	301	348
馬來西亞	239	251
台灣	200	201
澳門	132	123
其他（附註 2）	83	140
	3,216	3,694
北美洲		
美國	126	140
	126	140
	19,421	24,227

附註 1：歐洲其他地區的其他銷售包括向其他國家（主要為智利、哥倫比亞、波斯尼亞和黑塞哥維那、中東、俄羅斯及羅馬尼亞）作出的批發銷售。

附註 2：亞太區的其他銷售包括向其他國家（主要為泰國、菲律賓及印尼）作出的批發銷售。

### 3. 經營（虧損）／溢利（除利息及稅項前（虧損）／溢利）

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
除利息及稅項前（虧損）／溢利已扣除及（計入） 下列各項：		
核數師酬金	14	14
折舊	713	833
客戶關係攤銷	65	66
商譽減值	2,512	-
物業、廠房及設備減值	171	80
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	282	106
出售物業、廠房及設備的（收益）／虧損	(15)	5
租賃成本		
— 經營租賃開支（包括非固定租金 <b>340</b> 百萬港元 （二零一四年：395 百萬港元））	2,516	2,841
— 其他租賃成本	644	744
現金流量對沖：		
— 由權益轉撥至遠期外匯合約的匯兌（收益）／虧損的 無效部份	(19)	4
— 不適用於對沖會計於遠期外匯合約的匯兌收益 確認的無效部份	(5)	(46)
公平值對沖：		
— 遠期外匯合約的匯兌虧損	-	1
— 對沖項目的匯兌虧損	1	-
其他匯兌虧損／（收益）淨額	49	(107)
陳舊存貨撥備撥回淨額	(266)	(67)
應收貿易賬款減值撥備淨額	134	176
	<u>          </u>	<u>          </u>

#### 4. 融資成本

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
須於五年內悉數償還的銀行貸款利息	1	4
財務資產及財務負債的應計利息	28	33
	<u>29</u>	<u>37</u>

#### 5. 稅項

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
<b>本年稅項</b>		
香港利得稅		
本年度撥備	2	4
海外稅項		
本年度撥備	127	160
過往年度撥備不足	49	34
	<u>178</u>	<u>198</u>
<b>遞延稅項</b>		
本年度收益淨額	(150)	(33)
稅率變動的影響	1	4
	<u>29</u>	<u>169</u>

## 5. 稅項（續）

香港利得稅乃按照年內的估計應課稅溢利按稅率 **16.5%**（二零一四年：**16.5%**），扣除結轉的稅項虧損（如有）而計算。

海外（香港以外）稅項乃按照年內的估計應課稅溢利，以本集團旗下公司經營業務國家的現行稅率，扣除結轉的稅項虧損（如有）而計算。

香港稅務局（「稅務局」）就一間從事本集團分銷業務的附屬公司所產生的收入應否納稅而進行稅務查詢。於二零一二／二零一三、二零一三／二零一四及二零一四／二零一五財政年度內，稅務局就二零零六／二零零七、二零零七／二零零八及二零零八／二零零九之課稅年度分別發出合共約 **449** 百萬港元、**550** 百萬港元及 **665** 百萬港元額外評稅通知單。就此額外評稅已提出反對及申請暫緩。稅務局同意暫緩二零零六／二零零七、二零零七／二零零八及二零零八／二零零九之課稅年度的額外稅款，但須購買分別為 **99** 百萬港元、**118** 百萬港元及 **102** 百萬港元的儲稅券。本集團已購買此儲稅券。因為現時此稅務問題還沒有最終結果，而且經考慮本集團稅務顧問的建議及基於目前的事實及情況，本公司董事認為已於本集團的綜合財務報表作出了適當的撥備。

於二零一四年六月，本集團的一間德國附屬公司收到一封由稅務機關發出的信件，與增值稅爭議的事件中牽涉合共約 **780** 百萬港元利息付款有關，此附屬公司已提出反對。根據本集團稅務顧問的建議，董事會考慮到利息付款的機會不大，所以並無需要增加撥備。

## 6. 股息

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
已派中期股息每股 <b>0.015 港元</b> (二零一四年：0.03 港元)	<b>29*</b>	58
無擬派末期股息 (二零一四年：每股 0.04 港元)	-	78**
	<b>29</b>	<b>136</b>

\* 截至二零一五年六月三十日止年度的實際已以現金支付中期股息為 23 百萬港元。截至二零一五年六月三十日止年度的中期股息總值 6 百萬港元的部分以繳足股款新股份的方式支付，並於年內從保留溢利撥出支付。就計算為中期股息配發的代息股份數目而言，代息股份的市值為 7.922 港元，為本公司股份緊接二零一五年三月六日前連續五個交易日在香港聯合交易所有限公司的平均收市價。

\*\* 截至二零一四年六月三十日止年度的實際已以現金支付末期股息為 72 百萬港元。截至二零一四年六月三十日止年度的實際已付末期股息金額已計入二零一四年九月二十四日至二零一四年十二月十一日（暫停辦理股份過戶登記手續日期）期間發行的額外股份，而末期股息總值 6 百萬港元的部分以繳足股款新股份的方式支付，並於年內從保留溢利撥出支付。就計算為末期股息配發的代息股份數目而言，代息股份的市值為 9.582 港元，為本公司股份緊接二零一四年十二月九日前連續五個交易日在香港聯合交易所有限公司的平均收市價。

## 7. 每股（虧損）／盈利

### 基本

每股基本虧損或盈利乃根據本公司股東應佔虧損或溢利除以年內已發行普通股的加權平均股數計算。

	二零一五年	二零一四年
本公司股東應佔（虧損）／溢利（百萬港元）	<b>(3,696)</b>	210
已發行普通股的加權平均股數（百萬股）	<b>1,943</b>	1,940
每股基本（虧損）／盈利（每股港元）	<b>(1.90)</b>	0.11

## 7. 每股（虧損）／盈利（續）

### 攤薄

每股攤薄虧損或盈利乃根據本公司股東應佔虧損或溢利，及因假設轉換根據本公司購股權計劃授出的所有潛在具攤薄影響普通股而作出調整的年內已發行普通股的加權平均股數計算。就購股權而言，按公平值（釐定為年內本公司股份的平均年度市場股價）可購入的股份數目乃根據未行使購股權所附的認購權的貨幣價值作出計算而釐定。上述計算所得的股份數目，將與假設購股權獲行使而可能發行的股份數目作比較。

	二零一五年	二零一四年
本公司股東應佔（虧損）／溢利（百萬港元）	<b>(3,696)</b>	210
已發行普通股的加權平均股數（百萬股）	<b>1,943</b>	1,940
購股權的調整（百萬股）	<b>1</b>	5
每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股）	<b>1,944</b>	1,945
每股攤薄（虧損）／盈利（每股港元）	<b>(1.90)</b>	0.11

截至二零一五年六月三十日止年度，由於購股權會對每股攤薄虧損造成反攤薄影響，所以每股攤薄虧損與每股基本虧損一致。

## 8. 應收賬款、按金及預付款項

應收賬款、按金及預付款項包括應收貿易賬款。按應收貿易賬款（扣除減值撥備）到期日劃分的賬齡分析如下：

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
即期部分	1,117	1,488
1-30 天	93	139
31-60 天	46	78
61-90 天	25	58
超過 90 天	162	291
已逾期但未減值的款項	326	566
	<b>1,443</b>	<b>2,054</b>

本集團向零售客戶作出的銷售以現金、銀行轉賬或信用卡交易。本集團亦授予若干批發商及特許權客戶一般為期 30 至 60 天的信貸期。

## 9. 應付賬款及應計費用

應付賬款及應計費用包括應付貿易賬款。按應付貿易賬款到期日劃分的賬齡分析如下：

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
0-30 天	1,461	1,424
31-60 天	14	31
61-90 天	6	7
超過 90 天	20	18
	<b>1,501</b>	<b>1,480</b>



## 10. 就店舖關閉及租賃作出的撥備

就店舖關閉及租賃作出的撥備變動如下：

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
於七月一日	508	591
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	282	106
年內已動用金額	(169)	(215)
換算差額	(64)	26
於六月三十日	<u>557</u>	<u>508</u>

就店舖關閉及租賃作出的撥備乃與店舖關閉及就虧損店舖的虧損性租賃作出的撥備有關。

於二零一五年六月三十日，預期於財務狀況表結算日後十二個月內結算的撥備為 **98 百萬港元**（二零一四年：203 百萬港元），及預期於財務狀況表結算日後超過十二個月結算的撥備為 **459 百萬港元**（二零一四年：305 百萬港元）。

## 11. 銀行貸款

於二零一五年六月三十日，本集團之應付銀行貸款如下：

	二零一五年 百萬港元	二零一四年 百萬港元
須於一年內償還的無抵押銀行貸款	<u>-</u>	<u>260</u>

此銀行貸款已於二零一五年二月悉數償還。

## 主席函件

各位股東：

在過去的十二個月，本集團繼續專注於執行我們策略計劃中最為複雜及關鍵的階段，以重拾思捷環球的長遠競爭力。我們通過實施垂直模式，去縮減產品開發所需的時間及簡化我們的供應鏈，使之更具成本效益。一切在我們垂直模式背後措施，最終目標是為了令本集團能夠持續為顧客提供物超所值的產品。此外，我們已開始著手為我們的分銷引入必要的改變來開發一個進取的全方位渠道模式，目標以最大限度提升我們所有渠道（包括線下及線上）的銷售表現。

儘管在垂直模式及全方位渠道模式上仍有更多工作，但我們在過去的一年中所付出的巨大努力不僅為我們的未來業務模式奠定了基礎，而且更帶來積極進展，為我們正沿著建造一個穩健增長平台的正確軌道上前行給予我們信心。我們對推進我們策略計劃的承諾保持不變，因為我們堅信，這計劃對創造長遠股東價值而言至為重要。

於本財政年度（一四／一五財政年度），嚴峻的整體市況對本集團的業績產生不利影響。在歐洲 — 我們最大的業務地區，異常和暖的冬季對我們秋／冬系列的銷售構成壓力，導致整季產生一個高度促銷及以減價為主導的市場環境。在亞太區，中國經濟增長放緩廣泛地影響該區的消費支出。歐元兌我們的記帳貨幣港元出現顯著貶值，都對本集團的財務業績構成重大壓力。

在這困難的經營環境下，本集團的營業額下降至 19,421 百萬港元，按本地貨幣計算按年下降-11.5%（按港元計算-19.8%），導致錄得經營虧損 3,683 百萬港元。這包括非經常性撥備及減值，其中大部分屬非現金，合共 2,965 百萬港元（包括誠如二零一五年五月的盈利警告中公佈的中國商譽減值 2,512 百萬港元及就表現欠佳店舖作出的撥備及減值 453 百萬港元）。鑒於本集團錄得全年虧損，董事會並不建議派發末期股息。

在業務表現嚴峻的同時，董事會一直密切監察策略計劃的執行情況，並對在此非常艱巨的任務中取得良好的進展已掌握到第一手資訊。儘管一四／一五財政年度的業績並未如我們所期望，但首批二零一五年春／夏季系列推出後的改善趨勢，使我們深受鼓舞，此首批在垂直模式下開發。由於該新系列僅於本財政年度後期在我們的店舖銷售，故該新系列對本集團一四／一五財政年度的業績，並未反映如我們於下一財政年度及以後日子預期所見的正面影響。

同時，本集團的資產負債表保持穩健，淨現金為 5,017 百萬港元而負債為零。目前，思捷環球正處於一個更穩固的基礎，並預期產品表現將有所改善，我們已準備動用部分現金儲備來資助我們復甦策略的最後階段，而此階段將著重推動營業收入的可持續增長。為準備進入此新階段，董事會已通過一項計劃，預期此計劃會以加大市場推廣的力度及積極推進全方位渠道的策略來輔助我們已改良的產品。我們有信心，我們持續專注及決心執行策略重點，將會逐步反映於本集團的財務業績上。

另外，我們今年很幸運能擴大董事會的成員人數，為思捷環球帶來更多專長、見解及價值。本人很高興告訴大家，董事會已於二零一四年十二月委任 **José María Castellano Ríos** 博士為獨立非執行董事。**José María Castellano Ríos** 博士在國際時尚服飾行業擁有逾 30 年豐富經驗。董事會深信，其深厚的行業知識及專長將為本集團帶來寶貴的見解。此外，董事會向前邁進一步，成立風險管理委員會，於二零一五年七月一日生效。儘管風險監察責任仍然由董事會全體負責，但我們希望能夠通過成立此委員會以提升本集團在識別及管理潛在重大風險方面的效能及效率，從而降低我們整體的風險。本人亦欣然公佈，今年將刊發我們的第一份可持續發展報告，加大了我們在企業社會責任方面的披露。作為肩負責任感的企業公民，思捷環球一直以專注於社會、環境及道德方面的事項為我們企業文化的一個核心部分。我們相信，這做法將為我們業務的長遠成功作出巨大貢獻。

最後，本人謹代表董事會向股東致以衷心謝意，感謝彼等在我們的復甦過程中繼續給予支持及耐性。本人亦特別感謝我們全體僱員在思捷環球面對重大變革的困難時期作出的努力及承擔。我們目前正踏上的增長期並非沒有挑戰，但憑藉我們於過去兩年奠定的堅實基礎，集團上下均充滿希望及感到興奮。每個成功的旅程都需要假以時日。我們深信，我們正接近重拾本集團長遠競爭力這最終目標。

柯清輝博士//獨立非執行主席  
二零一五年九月二十三日

## 集團行政總裁函件

各位股東：

我於二零一三年九月十日致閣下的首份函件中提出思捷環球的復甦策略計劃，而該計劃分為三個不同階段：穩定期、轉型期及增長期。繼二零一四年六月完成「穩定期」後，我們在上一個財政年度專注於我們策略計劃中最具挑戰性的階段：「轉型期」。

在思捷環球進行內部調整的這幾個月，我們看見兩種並排但截然不同的發展趨勢：財務表現於回顧期內出現虧損，但我們的策略計劃卻取得積極的進展。

一方面，**財務表現極之嚴峻**。截至二零一五年六月三十日止財政年度（「一四／一五財政年度」）受內外多種因素影響令營業額下跌，按本地貨幣計算為**-11.5%**。毛利率及經常性經營開支（「業務營運開支」）與往年相若，惟較低的銷售導致經營虧損，再加上相關的非經常性的減值及撥備令虧損情況加劇。

因此，我們錄得低於我們預期的虧損業績。然而，我要強調，我們於過往兩年審慎的現金管理，包括於一三／一四財政年度致力減少業務營運開支及營運資金，都有助思捷環球更好地去克服預期於一四／一五財政年度因轉型期的複雜性及營運風險所帶來的困難。因此，本集團於二零一五年六月三十日並無負債，有**50**億港元的淨現金。

另一方面，從策略上看，一四／一五財政年度在**實施基本面**已取得決定性的進展，這對思捷環球不久的將來至為**關鍵**：

- **透過引入「垂直模式」來改善產品**：於二零一四年七月，我們在思捷環球內啟動了一個更為垂直綜合的模式。這表示我們開始實施更快及更具成本效益的產品開發及供應鏈流程，以大幅提升我們產品的設計及性價比。我們肯定，為了令思捷環球再次成功，這產品改善是必須的。

引入一種全新的工作方式對整個機構及我們的業務夥伴（例如供應商及批發合作夥伴）是我們復甦計劃中最大及最具風險的一步。在這方面，令我深受感動及欣喜的是，有賴強大的團隊合作，我們得以成功推行新的業務模式，同時把對營運的影響減至最小。

我們亦對在垂直模式下開發的第一批產品（「垂直產品」）的初步銷售表現感到十分鼓舞。

- **通過發展我們的「全方位渠道模式」去改善銷售渠道效益**：我們正以一種進取的銷售方式去補助產品的改善，其目的是優化我們所有渠道的表現：線下及線上、零售及批發。該銷售方式主要基於兩大原則：專注於我們最忠誠的顧客（「**Esprit Friends**」）及全面調整及整合所有渠道的商業活動，以盡量提升每個市場的銷售潛力及協同效應。

這全方位渠道模式發揮了思捷環球的主要競爭優勢（即是忠誠的顧客、客戶關係管理、電子商務及多渠道操作經營），而我們亦已開始在該領域見到正面的成果。

從各方面來看，我們已渡過我們策略計劃中要求最高的階段。轉型改革當然尚未完成，因為營運上仍有很多地方有改善的空間。然而，垂直模式及全方位渠道模式的基礎已根深蒂固於集團內部，這令我們對自己的產品及銷售能力有很大的信心。帶著這份信心，我們進入我們策略計劃中的「增長期」。

**增長將會逐步浮現，然而我們已正在啟動將帶動未來幾年收入增長的最重要措施。**銷售增長將主要取決於我們能否在產品及渠道方面有優異的表現，因此，主要重點仍然是完成垂直模式及全方位渠道模式的項目。另外，我們將推動兩大措施：部署更廣泛的品牌推廣活動及施行一個擴充計劃，以有秩序地加深我們在現有及新的策略市場中大眾對我們的認知。我們知悉市場推廣活動及新店開張是不會有即時的影響，但它們是未來幾年擴大我們增長潛力的關鍵。

因此，我們預期於短期內（12 至 18 個月）會出現一個銷售效益增長期，連同增加「投資」（經營開支及資本開支）於我們的策略措施，這主要是與全方位渠道模式及品牌營銷相關的舉措。該等「投資」可能對我們短期的盈利能力帶來壓力。其後我們將進入更快速增長的第二階段，而這快速增長將會是透過銷售收益持續提升及可控制面積增加的組合以達致，再加上積極發揮我們成本基礎來推動盈利的持續改善。因此，我們中期的展望是使思捷環球能在卓越的產品及銷售模式上運行（垂直及全方位渠道模式），並使銷售及盈利有快速的增長。

經過近兩年的穩定期及轉型期，思捷環球上下都期待踏入我們復甦計劃的這一階段。

\* \* \* \* \*

上述強調的主要方面（即財務表現、垂直模式、全方位渠道模式及增長期）是我們在剛過去及未來計劃的主要部份，及值得更詳細的說明。

#### 一四／一五財政年度財務表現

一四／一五財政年度是充滿挑戰的一年。如上所述，本集團營業額按本地貨幣計算按年錄得-11.5%的跌幅。由於歐元兌我們的記帳貨幣出現大幅貶值，我們的營業額為 19,421 百萬港元，按港元計算下降-19.8%。

本人對於業績未能達至預期感到遺憾。我們觀察到以下對營業額造成不利影響的內部及外部因素：(i)總可控制面積按年減少-8.8%；(ii)歐洲異常和暖的冬季對整個二零一四年秋／冬季的銷售及價格造成壓力；(iii)不利的市場發展於下半年持續（例如，據 *TextilWirtschaft* 公佈，德國服裝市場於回顧財政年度內的十二個月中有九個月均錄得負增長）；及(iv)我們產品系列於引入垂直產品前的疲弱表現。

本財政年度出現以減價為主導的市場環境引致需要推行促銷及減價為毛利率帶來壓力。持續實施令我們供應鏈更精簡的措施，使我們毛利率較上一年度相對平穩（二零一五年：49.9%；二零一四年：50.2%）。由於我們預期在更有利的匯率作出對沖，歐元／美元匯率的急跌對我們一四／一五財政年度的毛利率並無明顯的影響。

雖然節約空間在於一四／一五財政年度在對等的基礎上大幅減少業務營運開支-21.4%及鑑於我們內部營運於本年度有複雜的轉變後變得更為有限，但思捷環球的管理團隊仍繼續尋找削減成本的措施。我們日常運營的成本項目大多數都取得節省，經營開支按本地貨幣計算減少-1.2%，按港元計算減少-10.3%。

然而，對我們開支構成很大的影響是來自與過往幾年業務收縮相關的非經常性減值及撥備（「特殊開支」）。該等開支總額為 2,965 百萬港元，大部份為非現金，包括與中國業務相關的商譽減值為 2,512 百萬港元。在顯著拖累我們業績的同時，這是過往兩年在中國關閉零售及批發空間的結果。儘管中國的業務依然嚴峻，但我們認為大部份重組工作已經完成。

這些特殊開支主要為會計調整，對本集團現金流及營運無重大影響，但它們嚴重影響我們的年結業績。在集團層面，思捷環球於一四／一五財政年度錄得除利息及稅項前虧損為 3,683 百萬港元（一三／一四財政年度：除利息及稅項前溢利為 361 百萬港元）。

### 引入新「垂直模式」以改善產品

許多有關新垂直模式的主要部份已經介紹過，因此我會參照去年於二零一四年九月二十三日致股東的函件，簡單說明當時所列出的大部份項目已經完成，或進展順利。具體而言，有以下項目：

- 簡化供應鏈管理（供應商由超過 350 家降至 230 家以下）
- 類別管理團隊（轉化了所有產品分部）
- 新營銷模式（完全集中採購及營銷）
- 縮窄產品範圍（產品款式選擇減少 30%至 40%）
- 季節性產品時間表（由 12 個月產品系列變為 4 季產品系列）
- 快銷產品開發（Trend 分部產品及其他所有分部的快速反應產品由設計至上架時間為 2 至 3 個月）
- 優化庫存管理（我們中央分銷中心正等待所需的額外庫存補充的容量和能力）

儘管我們會繼續致力改進上述項目的解決方案，但有一項垂直模式的措施仍處於開發階段，就是實施一種垂直批發模式，讓思捷環球於批發合作夥伴同意下代他們負責商品及庫存管理。這是一個令零售及批發全面邁向垂直模式重要的一步，這仍需要內部解決方案（如改寫思捷環球的資訊科技系統）及對外獲得合作夥伴的接納。

垂直模式的實施進展順利，而更重要的是我們開始見到垂直產品表現有正面的趨勢。由於零售店舖最能反映產品於終端消費者的表現，因此我們以零售銷售來進行評估。就此而言，自二零一五年二月引入在垂直模式下開發的首個二零一五年春／夏季系列以來，我們留意到逐漸正面的發展：

- **零售營業額的下跌持續收窄**—本集團按年的零售營業額按本地貨幣計算的跌幅於四個季度中逐步放緩（第一季度=-15.0%；第二季度=-10.3%；第三季度=-8.3%；第四季度=-6.8%），尤其是可比較店舖的表現（第一季度=-11.6%；第二季度=-5.9%；第三季度=-7.7%；第四季度=-3.3%）。二零一五年春／夏季系列的影響於它們在店內銷售期間（二零一五年二月至六月）更為明顯。期內我們的可比較店舖錄得營業額下降-2.4%，而相對過去七個月（二零一四年七月至二零一五年一月）為-10.0%。
- **可比較零售店舖銷售於近三個月錄得按年正增長**—二零一五年六月、七月及八月<sup>1</sup>三個月的零售可比較店舖銷售上升+4.1%。
- **我們於德國（我們最大的國家市場）的店舖銷售表現於近三個月的每一個月均優於市場**—根據 *TextilWirtschaft* 的可比較市場資料，我們在德國的實體正價店的銷售於二零一五年六月、七月及八月分別高於市場+6.3 個百分點、+10.1 個百分點及+12.7 個百分點。
- **Esprit 女裝分部的零售銷售自二零一五年二月起的按年發展平穩向好**—零售銷售近月的整體正面發展主要是由女裝分部（我們核心業務）的表現所帶動。女裝分部自二零一五年二月起累積正增長，並於二零一五年六月、七月及八月期內錄得+5.3%的按年增長。我們預期集團的其他產品分部於不久的將來會有正面的貢獻。
- **在垂直模式下推出的快速反應產品的營業額持續增長並優於其他上架時間較長的產品**—Trend 分部的成立是為思捷環球開發快速反應產品，該分部於一四／一五財政年度錄得按本地貨幣計算營業額增長+29.7%。其他快速反應產品類別的銷量亦正在增長並較我們的常規主流產品更有系統地取得較好的銷售率。

這些於新垂直模式的初期階段中所取得的初步成果給予我們信心，我們是在正確的軌道上去恢復我們產品的吸引力。它們亦加強我們對 **Esprit** 品牌目前上升潛力的信心。由於新模式的好處會隨時間整固及優化，我們預期銷售會有更明顯的改善。

---

1 二零一五年七月及八月的數字是基於未經審核的管理資料

## 開發「全方位渠道模式」以改善我們銷售渠道的成效

我們垂直模式的最終目標是為確保我們能無間斷推出具競爭力的產品，這必須用一個進取的策略來優化那些產品的銷售以作互補。思捷環球管理層於差不多兩年前已開始為該計劃展開工作，這不久促成我們全方位渠道模式的設計，換言之，一個可盡量提升所有銷售渠道整體表現的策略。

我們明白「全方位渠道」乃本行業的行話，含義廣泛，但在一四／一五財政年度，我們在思捷環球引入一些解決方案（如組織、流程、科技、基礎設施、獎勵等），使我們能夠執行一些非常針對性的措施以改善我們的銷售。這些措施是圍繞兩個主要目標：

- **壯大及優化管理我們的忠誠客戶基礎「Esprit Friends」** – 思捷環球的業務主要是由我們「Esprit Friends」計劃的忠誠客戶所帶動，是一種成功直接面向消費者方式的中心部份。我們有 5 百萬名 Esprit Friends 曾於過往十二個月購買 Esprit 產品，其銷售佔我們零售銷售額逾 60%。因此，積極壯大忠誠客戶基礎及為這些客戶提供周到的服務對我們至為重要。以下為於一四／一五財政年度在該方面所取得的進展：
  - 加強招募、挽留及重新振興計劃令「Esprit Friends」的活躍會員人數增加 +13%，有效地扭轉往年的跌勢
  - 通過增加新功能及優惠來改善計劃；並投資於客戶關係管理及大數據平台來改善我們內部能力
  - 可透過手機裝置進入「Esprit Friends」，包括 Esprit App 及中國的微信帳戶
  - 在所有接觸點（如電子商店、網站、流動電話、社交媒體、會員通訊及數碼化市場推廣等）引入個人化的特點
- **充份整合所有銷售渠道（線上及線下、零售及批發）的商業活動以取得最大影響力** – 思捷環球的業務明顯是多渠道，涵蓋所有零售及批發、線下及線上等一切可行的組合。我們有可靠的證據顯示，從品牌及銷售角度來看，當客戶透過不同渠道購物時，我們可取得最佳的結果。因此，我們正加強零售店舖與電子商務，以及批發合作夥伴之間的協調去促進銷售活動與銷售運作。於一四／一五財政年度取得進展的例子如下：
  - 設立專責團隊去開發在整合歐洲及亞洲各渠道活動
  - 為所有銷售渠道調整一個單一商務計劃（如通訊、推廣及產品活動等）
  - 引入獨有的獎勵機制，將我們的批發專營夥伴全面納入「Esprit Friends」計劃、商業計劃及 esprit.com 電子商店業務（逾 70% 的所有潛在夥伴已經簽署協議）
  - 裝置一個可開啟全方位渠道經營的系統架構（如實時庫存、接入客戶關係管理的銷售點系統、連接線下線上系統前端等）
  - 開發解決方案以推動線上銷售，如店內通訊、店內 Wi-Fi 及 Scan & Shop 等
  - 開發解決方案來推動線下客流量及電子商店的銷售，例如 Click & Collect、Click & Reserve、Return-At-Store、網上店舖資料、網上店舖現有庫存查詢
  - 開發以手機先行的策略（例如在 11 個歐洲國家及中國推出手機電子商店、開發一個匯合品牌+Friends+電子商務的應用程式、把數碼內容改編至適宜手機閱讀等），於一四／一五財政年度前帶動以智能手機作出的銷售增長 +63% 及把手機客流量推至佔電子商店的總客流量的 47%



這些大部份並非市場上的新事物，但對思捷環球而言非常重要，以建立一個「以顧客為主」的全方位渠道模式，有效地發揮我們的一些主要競爭優勢，即龐大的忠誠客戶群、最佳客戶關係管理方案（「Esprit Friends」計劃於二零一四年十一月被 **Deutsches Institut für Services - Qualität** 評選為於德國各行業中消費者最滿意的最佳三個忠誠客戶計劃之一），我們十分完善的電子商務平台（於二零一五年五月獲 **ServiceValue** 評選為德國「二零一五年最佳時尚網上商店」）及我們營運多重渠道以優化於各個市場的覆蓋範圍、分銷及服務能力。邏輯上，全方位渠道方案是我們未來幾年增長計劃的關鍵。

### 增長期－品牌建設及擴張

增長將明顯取決於我們能否在推行上述產品及銷售渠道模式取得成功，但如上所述，我們計劃透過加強品牌推廣及擴張的力度以支持表現。因此，我們預見會出現一種由三個並排但於不同時間出現的動態而產生出來的增長模式：

- **我們可控制面積（每平方米銷售額）的生產效率增加**－在我們鞏固垂直模式及全方位渠道模式的效益的同時，在短期內提升生產效率是我們的首要任務，這是抵銷持續縮減無盈利店舖的面積及在日常營運中取得正面業績至為關鍵。
- **通過新的品牌營銷活動來重獲客戶聯繫**－我們現時對自己的產品充滿信心，將提升宣傳活動的目標。以方向而言，我們將在我們品牌承傳上發展，並繼續傳遞一些令 **Esprit** 與眾不同的價值（譬如有趣及休閒的品牌，真實個性及社會價值等），但會採用更為顯而易見及更青春的方式來吸引新顧客對我們的品牌興趣。為此，第一步是我們二零一五年秋／冬季宣傳活動「不完美的完美」（可讀作「並不完美」或「我是完美」）。在宣傳力度上，我們現在將於核心市場增加更多市場推廣支出，並隨後於其他地區展開，於推廣後減少這方面的支出。
- **進一步追尋擴張機會**－中期而言，我們會選擇性擴充分銷版圖。我們認為在品牌認知度較高但滲透率有限的歐洲國家有增長潛力，因此，各個市場的團隊已為我們零售及批發網絡制定詳細的開店計劃。在亞太區，我們將重點放在以中國為主要增長市場。儘管中國面臨經濟放緩及競爭加劇的問題，我們正制定一個計劃以進一步拓展中國業務。最後，即使目前不會立即實行，但我們將放眼於全球一些最具吸引力的服裝市場，如北美、東歐及亞洲一些最大的國家等，我們認為，我們的品牌和產品在這些市場有確實取得成功的機會。

結合上述三種動態描繪出一個短期內提升生產力的狀況，這將連同全方位渠道模式以及品牌推廣方面加大的開支，這正如前面提及的可能影響短期盈利；而中期的狀況是我們會以擴充去達致較快的銷售增長，當我們開始發揮成本及已投入資本的槓桿時，盈利能力會逐步改善。

## 一五／一六財政年度展望

展望一五／一六財政年度，由於已宣佈關閉或縮減無盈利的店舖，零售銷售面積（零售淨銷售面積）可能輕微下降。更可能的是由於批發渠道的市場壓力持續，批發可控制面積將會下降，但我們預計其下降的幅度會較上一財政年度細。

不同的是，如上文所說明，由於產品、渠道操作及市場推廣會有改善，我們預計零售及批發的每平方米銷售額將會改善。藉我們產品推動的銷售改善動力持續伸延至二零一五年七月及八月。此生產效益的增加應可大致上抵消或克服銷售面積對比一四／一五財政年度的下跌。

我們預計一五／一六財政年度的毛利率會平穩或輕微上升。儘管我們早前就製成品採購作出匯率對沖，但我們將受到歐元持續疲弱的影響。然而，我們已採取預防措施，如果產品表現於年內持續有改善，我們將可以降低減價的水平去彌補這負面的貨幣影響。

在經營開支方面，兩個明顯的趨勢必須分別說明。大部份經常性成本項目將隨著我們直接管理零售面積及我們的批發業務量下降繼續下調。然而，各方面的節省將遠遠受全方位渠道及品牌營銷的相關的開支上升所抵消。我們認為該等開支屬必要「投資」以支持未來增長。

同樣地，由於全方位渠道的措施，加快零售店舖翻新及提升我們的倉庫以便改進補充庫存能力，我們預期在未來的財政年度資本開支會上升。

經營開支及資本開支上升的發展與我們策略計劃完全吻合。在我們於最初兩年以保存現金為優先任務後，這是動用於供股中（二零一二年十一月）募集得到的資金之時，因為踏入我們復甦計劃中的增長期意味著我們將運用我們的資金去果斷執行策略以推動營業額增長。

誠如本函件開始所述，倘若我們的策略及執行成功，思捷環球將很快營運我們認為於行業內卓越的產品及渠道模式 - 垂直模式及全方位渠道模式 - 使我們得以保持長遠競爭力。

最後，本人衷心感謝董事會，管理團隊及世界各地所有的思捷環球員工，你們重大的承諾、耐性及精力令這一宏大計劃得以實現。本人亦謹此衷心感謝各位股東在本集團面對嚴峻挑戰之際，對本公司表現出的耐心及給予不斷支持。經營環境可能存在不明朗因素，但對我來說，有一點是非常明確的：就是我們正朝著正確的方向邁進，憑藉適當的策略為思捷環球的長遠增長和盈利能力奠定堅實的基礎。

**Jose Manuel MARTINEZ GUTIERREZ**//執行董事兼集團行政總裁

二零一五年九月二十三日

## 管理層討論及分析

### 收入分析

截至二零一五年六月三十日止的財政年度（「一四／一五財政年度」）確實是充滿挑戰。集團營業額為 19,421 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-11.5%。由於歐元兌港元的平均匯率按年貶值-11.4%所帶來不利的貨幣影響，營業額跌幅按港元計算按年為-19.8%。

這份業績令人失望，並低於我們的預期。誠如於二零一五年五月發佈的盈利警告及一四／一五財政年度第三季度資料所披露，本財政年度受到一些內在及外在因素的不利影響：

- **總可控制面積減少（零售及批發合計）。**總可控制面積按年減少-8.8%，是由於(i)批發合作夥伴關閉表現欠佳的店舖；及(ii)我們策略性決定關閉無盈利的零售店舖，以提升銷售面積的盈利能力及為未來分銷重新建立一個更為健康的平台。
- **歐洲天氣異常和暖（「歐洲的不利天氣狀況」）。**歐洲大部分地區的天氣長時間異常和暖，這對二零一四年秋／冬季產品的銷售造成十分重大影響。此外，這情況亦引發一個高度促銷及以減價為主導的市場環境，進一步影響價格及銷售，繼而導致二零一五年一月的季末銷售表現十分疲弱。
- **不利的市場發展於下半年持續。**（如：根據 *TextilWirtschaft* 刊發的數據，德國服裝市場在回顧財政年度內的十二個月中有九個月錄得負增長。）
- **我們的服裝系列在引入垂直模式開發的首個服裝系列（「垂直產品」）之前表現疲弱。**
- **重大不利的匯率變動。**歐元匯率貶值（於一四／一五財政年度兌港元貶值為-11.4%）對本集團於一四／一五財政年度的財務業績造成重大影響，因為歐元收入佔我們總收入近 80%。

從正面來看，我們認為垂直產品在設計、品質及性價比方面均有大幅的改善，而自引入該等產品以來，我們見到銷售有正面的發展跡象。儘管仍需作進一步調整才可優化垂直模式的可觀潛力，但思捷環球目前已處於更佳的位置，為我們的店舖及批發合作夥伴帶來更強的服裝系列。這是我們業務能夠成功復甦的重要基礎。由於完全在垂直模式下所開發的垂直產品僅於一四／一五財政年度後期在店舖上架，因此對我們一四／一五財政年度的表現貢獻有限。

### 按產品分部劃分的營業額

本集團分別以 **Esprit** 及 **edc** 兩個品牌對其產品進行營銷。於一四／一五財政年度，**Esprit** 及 **edc** 品牌產品的營業額分別佔本集團營業額 77.0%（二零一四年：76.8%）及 23.0%（二零一四年：23.2%）。該兩個品牌的銷售表現因可控制面積減少而受到影響。

## 按產品分部劃分的營業額

產品分部	截至六月三十日止年度				變幅百分比	
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算
	百萬元	佔本集團 營業額之 百分比	百萬元	佔本集團 營業額之 百分比		
<b>女裝</b>	<b>8,584</b>	<b>44.2%</b>	<b>10,439</b>	<b>43.0%</b>	<b>-17.8%</b>	<b>-8.9%</b>
casual 女裝 <sup>#</sup>	5,754	29.6%	7,205	29.7%	-20.1%	-11.6%
collection 女裝	2,323	12.0%	2,799	11.5%	-17.0%	-7.8%
trend	507	2.6%	435	1.8%	16.5%	29.7%
<b>男裝</b>	<b>2,773</b>	<b>14.3%</b>	<b>3,601</b>	<b>14.9%</b>	<b>-23.0%</b>	<b>-16.2%</b>
casual 男裝	2,235	11.5%	2,852	11.8%	-21.6%	-14.8%
collection 男裝	538	2.8%	749	3.1%	-28.1%	-21.6%
<b>其他</b>	<b>3,596</b>	<b>18.5%</b>	<b>4,562</b>	<b>18.9%</b>	<b>-21.2%</b>	<b>-12.6%</b>
配飾	870	4.5%	1,060	4.4%	-17.8%	-9.7%
bodywear	832	4.3%	1,078	4.5%	-22.8%	-13.0%
鞋具	746	3.8%	1,005	4.1%	-25.8%	-16.8%
童裝	622	3.2%	801	3.3%	-22.3%	-14.2%
其他 <sup>*</sup>	526	2.7%	618	2.6%	-14.9%	-8.2%
<b>Esprit 總計</b>	<b>14,953</b>	<b>77.0%</b>	<b>18,602</b>	<b>76.8%</b>	<b>-19.6%</b>	<b>-11.2%</b>
edc 女裝	3,359	17.3%	4,337	17.9%	-22.6%	-14.2%
edc 男裝	878	4.5%	1,022	4.2%	-14.1%	-5.8%
edc 其他 <sup>^</sup>	231	1.2%	266	1.1%	-13.3%	-3.9%
<b>edc 總計</b>	<b>4,468</b>	<b>23.0%</b>	<b>5,625</b>	<b>23.2%</b>	<b>-20.6%</b>	<b>-12.2%</b>
<b>集團總計</b>	<b>19,421</b>	<b>100.0%</b>	<b>24,227</b>	<b>100.0%</b>	<b>-19.8%</b>	<b>-11.5%</b>

<sup>#</sup> sports 的營業額於一四／一五財政年度被重新歸納至 casual 女裝。比較數字已予重列

<sup>\*</sup> de. corp 的營業額被重新歸納至 Esprit 品牌下的其他。比較數字已予重列。其他主要包括批授經營權收入及批授經營權產品，如手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品、家品系列等

<sup>^</sup> edc 其他包括 edc 鞋具、edc 配飾及 edc bodywear

自我們於二零一五年二月推出首批垂直產品以來，我們已看到更正面的銷售發展，這主要是由 Esprit 品牌下女裝分部（「女裝分部」）的改善所帶動。這是本集團最大的產品分部，基於其規模及策略上的重要性，它是我們轉型及啟動垂直模式開始以來一直所專注的重點。女裝分部按年的營業額下降在四個季度內逐漸收窄（第一季度：-15.0%；第二季度：-6.4%；第三季度：-11.8%；第四季度：-1.2%），這對比於整個財政年度按本地貨幣計算的下降為-8.9%。

同時值得一提的，是 Trend 產品分部開發的快速反應產品為我們女裝分部的產品作出正面貢獻（+29.7%）。

Esprit 品牌旗下的男裝分部（「男裝分部」）及 edc 品牌產品（「edc」）尚未受惠於垂直模式，按本地貨幣計算按年營業額變幅分別為-16.2%及-12.2%。我們已在較後的階段於該等產品分部推行垂直模式，並預期該產品分部的銷售表現將於隨後的財政週期得到改善。

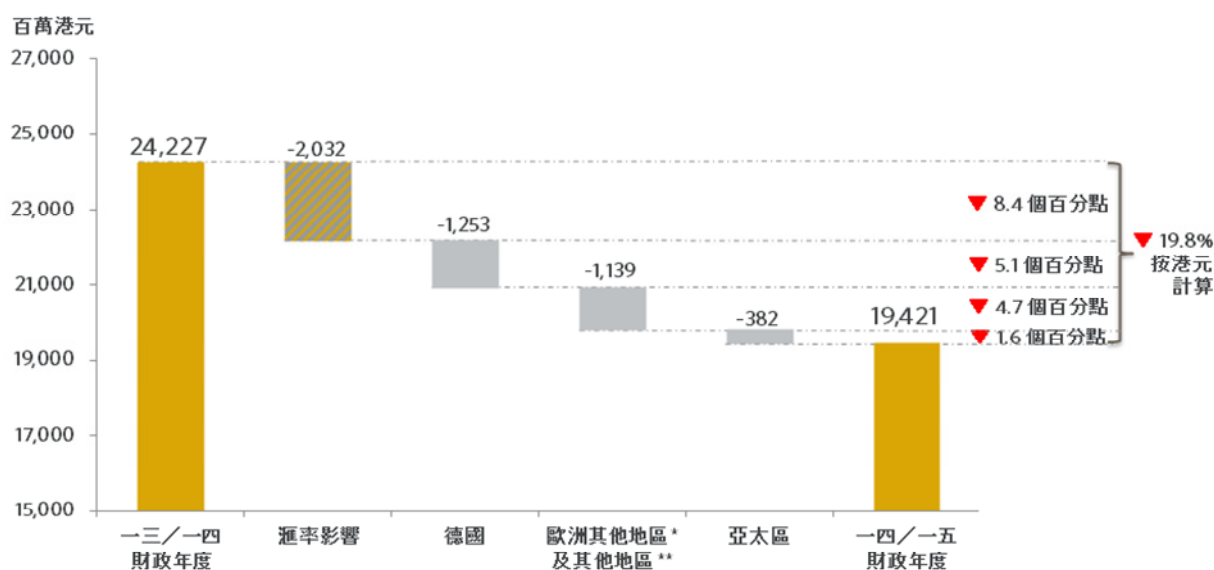
Esprit 品牌下其他產品類別主要包括配飾、bodywear、鞋具及童裝，該等產品合共佔本集團營業額 18.5%，於一四／一五財政年度按本地貨幣計算錄得營業額下降-12.6%。由於該等產品類別的業務性質不同，該等分部尚未實行垂直模式。就童裝而言，我們最近宣佈與 Groupe Zannier 建立合作夥伴關係，並根據批授經營權協議為這產品類別於歐洲及中東市場重建相關規模。兩家強大國際從業者的聯盟為 Esprit 童裝提供一個機遇，去有效地擴張其優質分銷網絡、推動營業額增長及爭取成本效益。此外，憑藉 Groupe Zannier 的強大產品、供應及分銷能力，思捷環球的顧客也將受惠於改良的產品。預期 Groupe Zannier 將於二零一六年一月開始全面推行 Esprit 童裝，而合作開發的首個系列將為二零一六年秋／冬季。

儘管我們承認上述所有產品分部的表現低於預期，然而我們亦認為於一四／一五財政年度引入的產品組織及工作方式（垂直模式）的變動，對我們的產品表現會於不久的將來作出積極貢獻。

### 按地區劃分的營業額

本集團大部分業務位於歐洲及亞太區。我們所經營的國家主要歸納為三個地區：「德國」、「歐洲其他地區」及「亞太區」。於一四／一五財政年度，來自德國、歐洲其他地區及亞太區的營業額分別佔本集團營業額 46.2%（二零一四年：46.8%）、36.6%（二零一四年：37.4%）及 16.5%（二零一四年：15.2%）。本集團營業額餘下 0.7%（二零一四年：0.6%）主要為第三方批授經營權收入，大部分來自亞太區及歐洲其他地區。

下圖載列本集團一四／一五財政年度營業額的發展。



\* 歐洲其他地區包括 (i)德國以外的所有歐洲國家；(ii)拉丁美洲；及(iii)中東

\*\* 其他地區代表北美洲

▲ / ▼ 按年變幅

## 按國家劃分的營業額

國家 #	截至六月三十日止年度				營業額變幅百分比		
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算	淨銷售面積 淨變幅 <sup>^</sup>
	百萬元	佔本集團 營業額之 百分比	百萬元	佔本集團 營業額之 百分比			
<b>德國 *</b>	<b>8,961</b>	<b>46.2%</b>	11,342	46.8%	-21.0%	-11.1%	-5.0%
<b>歐洲其他地區</b>	<b>7,118</b>	<b>36.6%</b>	9,051	37.4%	-21.4%	-12.4%	-9.8%
比荷盧區域 *	2,410	12.4%	3,084	12.7%	-21.9%	-12.4%	-5.8%
法國	1,221	6.3%	1,583	6.5%	-22.9%	-13.7%	-8.2%
瑞士	1,010	5.2%	1,158	4.8%	-12.8%	-6.9%	-0.8%
奧地利	864	4.5%	1,127	4.7%	-23.3%	-13.8%	-5.3%
北歐地區	692	3.6%	910	3.8%	-24.0%	-13.2%	-14.1%
西班牙	223	1.1%	229	1.0%	-2.9%	10.0%	9.1%
英國	203	1.0%	287	1.2%	-29.4%	-26.2%	-52.4%
意大利	137	0.7%	149	0.6%	-8.0%	2.4%	7.3%
愛爾蘭	6	0.0%	9	0.0%	-28.3%	-20.0%	-28.3%
葡萄牙	5	0.0%	10	0.0%	-51.4%	-47.7%	-94.7%
其他 <sup>##</sup>	347	1.8%	505	2.1%	-31.3%	-22.7%	-32.1%
<b>亞太區</b>	<b>3,216</b>	<b>16.5%</b>	3,694	15.2%	-13.0%	-10.3%	-15.2%
中國 <sup>@</sup>	1,500	7.7%	1,764	7.3%	-15.0%	-14.2%	-22.5%
香港	386	2.0%	401	1.7%	-3.7%	-3.7%	1.4%
澳洲及新西蘭	375	1.9%	466	1.9%	-19.5%	-11.5%	-13.1%
新加坡	301	1.6%	348	1.4%	-13.6%	-9.8%	-6.5%
馬來西亞	239	1.2%	251	1.0%	-4.8%	1.5%	9.1%
台灣	200	1.0%	201	0.8%	-0.2%	2.9%	5.4%
澳門	132	0.7%	123	0.5%	7.3%	7.3%	-
其他 <sup>@@</sup>	83	0.4%	140	0.6%	-40.9%	-33.6%	-16.7%
<b>北美洲</b>	<b>126</b>	<b>0.7%</b>	140	0.6%	-9.4%	-9.4%	n.a.
美國 <sup>**</sup>	126	0.7%	140	0.6%	-9.4%	-9.4%	n.a.
<b>總計</b>	<b>19,421</b>	<b>100.0%</b>	24,227	100.0%	-19.8%	-11.5%	-8.8%

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

<sup>#</sup> 國家包括零售、批發及批授經營權業務

<sup>##</sup> 歐洲其他地區的其他包括向其他國家（主要為智利、哥倫比亞、波斯尼亞和黑塞哥維那、中東、俄羅斯及羅馬尼亞）作出的批發銷售

<sup>@</sup> 包括髮廊

<sup>@@</sup> 亞太區的其他包括向其他國家（主要為泰國、菲律賓及印尼）作出的批發銷售

<sup>\*</sup> 包括批授經營權

<sup>\*\*</sup> 美國的營業額主要是來自亞太區及歐洲其他地區的第三方批授經營權收入

n.a. 不適用

## 德國

作為本集團最大的市場，德國錄得營業額 8,961 百萬港元（二零一四年：11,342 百萬港元），按本地貨幣計算按年下跌-11.1%。就分銷渠道而言，零售、批發及批授經營權業務分別佔德國營業額的 62.3%、37.5%及 0.2%。

下表載列按分銷渠道劃分的德國營業額。

分銷渠道	截至六月三十日止年度				營業額變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 <sup>^</sup>
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算	
	百萬元	佔總營業額 之百分比	百萬元	佔總營業額 之百分比			
零售 <sup>#</sup>	5,586	62.3%	7,152	63.0%	-21.9%	-11.8%	-2.8%
批發	3,361	37.5%	4,170	36.8%	-19.4%	-9.7%	-6.3%
批授經營權及其他	14	0.2%	20	0.2%	-29.6%	-20.4%	n.a.
<b>總計</b>	<b>8,961</b>	<b>100.0%</b>	<b>11,342</b>	<b>100.0%</b>	<b>-21.0%</b>	<b>-11.1%</b>	<b>-5.0%</b>

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

<sup>#</sup> 零售銷售包括來自電子商店的銷售

n.a. 不適用

德國零售業務錄得營業額按本地貨幣計算按年下降-11.8%，對比相應的淨銷售面積按年減少-2.8%。零售淨銷售面積的下降乃主要由於關閉七間包括在過往財政年度宣佈的店舖關閉及有虧損性租賃的店舖。營業額的下降大於零售淨銷售面積的跌幅大致上是由於上節所述的歐洲不利天氣狀況及持續不利的市場發展所致。德國批發業務錄得營業額按本地貨幣計算按年下降-9.7%，而可控制面積相應減少-6.3%。營業額的下降高於可控制面積的減幅，與零售業的發展相符，而部份亦是由於給予批發合作夥伴一次性的特別折扣及退貨所致。該特別折扣及退貨是鑒於本財政年度上半年銷售表現疲弱而實施的支援措施。

自第三季推出垂直產品以來，德國零售及德國批發業務的營業額下降幅度呈現顯著減少。就德國零售業務而言，可比較店舖銷售額的按年下降收窄至第四季度的-3.2%，與淨銷售面積減少-2.8%相符。就德國批發業務而言，營業額按本地貨幣計算的下降於第四季度收窄至-5.6%，優於相應的可控制批發面積按年減少-6.3%。

## 歐洲其他地區

歐洲其他地區包括(i)德國以外的所有歐洲國家；(ii) 拉丁美洲；及(iii) 中東。該地區錄得營業額 7,118 百萬港元（二零一四年：9,051 百萬港元），按本地貨幣計算按年減少-12.4%。就分銷渠道而言，零售、批發及批授經營權業務分別佔該地區營業額 55.3%、44.5%及 0.2%。

下表載列按分銷渠道及按國家劃分的歐洲其他地區營業額。

分銷渠道	截至六月三十日止年度				營業額變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 <sup>^</sup>
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算	
	百萬元	佔總營業額 之百分比	百萬元	佔總營業額 之百分比			
<b>零售<sup>#</sup></b>	<b>3,936</b>	<b>55.3%</b>	4,900	54.1%	-19.7%	-10.4%	1.1%
比荷盧區域	1,490	21.0%	1,869	20.7%	-20.3%	-10.2%	-1.4%
瑞士	843	11.9%	969	10.7%	-13.0%	-6.7%	-0.7%
法國	625	8.8%	828	9.1%	-24.5%	-14.9%	-16.4%
奧地利	595	8.3%	779	8.6%	-23.6%	-13.8%	-6.6%
芬蘭	96	1.4%	133	1.4%	-27.7%	-18.7%	-
英國	95	1.3%	180	2.0%	-47.5%	-43.5%	-89.2%
瑞典	70	1.0%	16	0.2%	357.5%	457.1%	n.a.
丹麥	53	0.7%	66	0.7%	-20.6%	-10.1%	-
挪威	10	0.1%	17	0.2%	-40.7%	-33.7%	-100.0%
西班牙	10	0.1%	7	0.1%	31.1%	49.9%	n.a.
意大利	6	0.1%	5	0.1%	18.6%	35.0%	n.a.
愛爾蘭	2	0.0%	4	0.0%	-40.1%	-32.3%	n.a.
葡萄牙	1	0.0%	1	0.0%	-11.3%	-0.3%	n.a.
其他 <sup>*</sup>	40	0.6%	26	0.3%	55.0%	79.6%	n.a.
<b>批發</b>	<b>3,171</b>	<b>44.5%</b>	4,141	45.8%	-23.4%	-15.0%	-15.1%
比荷盧區域	909	12.7%	1,205	13.3%	-24.6%	-16.1%	-8.9%
法國	596	8.4%	755	8.4%	-21.1%	-12.3%	-4.4%
北歐地區	463	6.5%	678	7.5%	-31.7%	-22.5%	-29.1%
奧地利	269	3.8%	348	3.8%	-22.8%	-13.7%	-3.7%
西班牙	213	3.0%	222	2.4%	-4.0%	8.7%	9.1%
瑞士	167	2.3%	189	2.1%	-11.7%	-8.5%	-1.0%
意大利	131	1.8%	144	1.6%	-9.0%	1.3%	7.3%
英國	108	1.5%	107	1.2%	1.2%	3.1%	-5.0%
葡萄牙	4	0.1%	9	0.1%	-54.9%	-51.8%	-94.7%
愛爾蘭	4	0.1%	5	0.1%	-19.7%	-11.1%	-28.3%
其他 <sup>**</sup>	307	4.3%	479	5.3%	-36.0%	-28.4%	-42.5%
<b>批授經營權及其他<sup>***</sup></b>	<b>11</b>	<b>0.2%</b>	10	0.1%	0.9%	15.6%	n.a.
<b>總計</b>	<b>7,118</b>	<b>100.0%</b>	9,051	100.0%	-21.4%	-12.4%	-9.8%

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

<sup>#</sup> 零售銷售包括來自有關國家電子商店的銷售

<sup>\*</sup> 其他零售營業額包括來自波蘭、捷克共和國、匈牙利、斯洛伐克、拉脫維亞、馬耳他、斯洛文尼亞、希臘及愛沙尼亞的零售營業額

<sup>\*\*</sup> 其他批發營業額代表向其他國家（主要為智利、哥倫比亞、波斯尼亞和黑塞哥維那、中東、俄羅斯及羅馬尼亞）作出的批發銷售

<sup>\*\*\*</sup> 大部分代表來自美國的第三方批授經營權收入

n.a. 不適用

歐洲其他地區零售業務的營業額錄得按本地貨幣計算按年下降-10.4%，對比零售淨銷售面積按年增加+1.1%。與德國相若，淨零售銷售面積效益受到歐洲的不利天氣狀況所影響。因此，該地區的零售可比較的店舖銷售額錄得按年下降-8.1%，為該地區零售表現增添壓力。在瑞典（按本地貨幣計算為+457.1%）及波蘭（包含在「其他」）的異常營業額增長是由於



批發專營店轉變為零售格式所致。回顧本財政年度，分別位於瑞典及波蘭的 10 間及 11 間批發專營店被轉變為零售格式，涉及總可控制面積為 9,551 平方米。不計此 21 間店舖，該地區的零售淨銷售面積將減少-8.2%，歸因於關閉 8 間包括在過往財政年度宣佈的店舖關閉及有虧損性租賃關閉的店舖。這解釋了我們關閉在倫敦的店舖令英國的零售營業額有較大的跌幅（按本地貨幣計算為-43.5%）。

歐洲其他地區批發業務的營業額錄得按本地貨幣計算按年下降-15.0%，這與可控制批發面積按年減少-15.1%相若，儘管因本財政年度上半年銷售表現疲弱而給予批發合作夥伴特別折扣及退貨作為支援措施。該地區的可控制批發面積減少乃主要由於我們在瑞典及波蘭進行店舖轉型；我們於俄羅斯的批發合作夥伴之退出；以及我們批發合作夥伴主要在比荷盧區域及中東關閉表現欠佳的店舖所致。不計在瑞典及波蘭店舖轉型的影響，該地區的可控制批發面積錄得按年減少-10.5%。

同樣在歐洲其他地區，自垂直產品的推出以來，我們注意到銷售表現有明顯改善，尤其在第四季度。就零售業務而言，可比較店舖銷售額的按年跌幅收窄至第四季度的-4.2%。就批發業務而言，營業額按本地貨幣計算的下降於第四季度大幅收窄至-6.1%，優於相應的可控制批發面積相對按年減少-15.1%。

## 亞太區

亞太區錄得營業額為 3,216 百萬港元（二零一四年：3,694 百萬港元），按本地貨幣計算按年下降-10.3%。就分銷渠道而言，零售及批發業務分別為該地區營業額貢獻 90.3%及 9.7%。

下表載列分別按分銷渠道及按國家劃分的亞太區營業額。

分銷渠道	截至六月三十日止年度				營業額變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 <sup>^</sup>
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算	
	百萬港元	佔總營業額 之百分比	百萬港元	佔總營業額 之百分比			
<b>零售<sup>#</sup></b>	<b>2,903</b>	<b>90.3%</b>	3,168	85.8%	-8.4%	-5.7%	-0.4%
中國	1,270	39.5%	1,383	37.5%	-8.2%	-7.3%	0.4%
香港	386	12.0%	401	10.9%	-3.7%	-3.7%	1.4%
澳洲及新西蘭	375	11.7%	461	12.5%	-18.6%	-10.5%	-13.1%
新加坡	301	9.4%	348	9.4%	-13.6%	-9.8%	-6.5%
馬來西亞	239	7.4%	251	6.8%	-4.8%	1.5%	9.1%
台灣	200	6.2%	201	5.4%	-0.2%	2.9%	5.4%
澳門	132	4.1%	123	3.3%	7.3%	7.3%	-
<b>批發</b>	<b>313</b>	<b>9.7%</b>	524	14.2%	-40.4%	-38.1%	-40.2%
中國	230	7.1%	379	10.3%	-39.4%	-39.0%	-47.9%
澳洲	-	-	5	0.1%	-100.0%	-100.0%	-
其他 <sup>*</sup>	83	2.6%	140	3.8%	-40.9%	-33.6%	-16.7%
<b>其他</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	2	0.0%	-100.0%	-100.0%	n.a.
<b>總計</b>	<b>3,216</b>	<b>100.0%</b>	3,694	100.0%	-13.0%	-10.3%	-15.2%

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

<sup>#</sup> 零售銷售包括來自有關國家電子商店的銷售

<sup>\*</sup> 其他代表向其他國家（主要為泰國、菲律賓及印尼）作出的批發銷售

n.a. 不適用

亞太區零售及批發業務錄得營業額按本地貨幣計算分別按年下降-5.7%及-38.1%，而可控制面積分別按年相應減少-0.4%及-40.2%。

中國為亞太區最大的國家，於一四／一五財政年度佔該地區營業額的 46.6%。本集團在中國的營業額錄得按本地貨幣計算按年下降-14.2%，相對可控制面積則減少-22.5%。中國零售業務錄得營業額按本地貨幣計算按年下降-7.3%（相對零售淨銷售面積按年增加+0.4%）。我們能夠通過增加新銷售面積以彌補關閉無盈利零售店舖去穩定該國的零售淨銷售面積。然而，這些新面積是逐漸於年內加上，故此，零售淨銷售面積的減少仍拖累了整個財政年度的營業額發展。我們在中國的可比較零售店舖錄得+1.8%（二零一四年：-3.4%）的正銷售增長，主要受獨立店舖及特賣場的改善表現推動所致。然而，可比較店舖僅佔我們在該國的總零售淨銷售面積的 50.4%，餘下的零售淨銷售面積主要包括於百貨商場內搬遷頻繁的特約店。於一四／一五財政年度，該等非可比較店舖所錄得的營業額按本地貨幣計算下降-16.1%，這主要由於該國的整體百貨商場客流量減少及其業績表現疲弱所致。

中國批發業務錄得營業額按本地貨幣計算按年下降-39.0%，歸咎於可控制批發面積按年減少-47.9%，這是由於(i)我們的批發合作夥伴於本財政年度較早期關閉表現欠佳的店舖；及(ii)為解決批發渠道所面對的陳舊存貨問題的特別退貨協議，其已於第一季度完成。令人鼓舞的是我們的批發合作夥伴已於上述的特別退貨協議完結後重新補上 Esprit 產品。這於本財政年度下半年轉化為改善的訂單量及較好的銷售表現，而批發營業額按本地貨幣計算按年大幅收窄至-8.1%，較上半年的-51.5%大幅改善。

亞太區不計中國（「其他亞太區」），零售營業額按本地貨幣計算按年下降-4.4%（相對零售淨銷售面積按年減少-1.2%），與中國的情況相若，因為大部份新舖開張於本財政年度內逐步發生。可比較店舖銷售額輕微下跌-0.8%，主要是由於(i)香港佔領中環行動；及(ii)馬來西亞於二零一五年四月引入新消費稅，抑制消費開支及打擊店舖客流量。其他亞太區的批發業務營業額按本地貨幣計算按年下跌-35.9%，（相對可控制批發面積按年減少-16.7%）。鑒於它們僅佔亞太區營業額的 2.6%，故其實際影響有限。

## 按分銷渠道劃分的營業額

### 按分銷渠道劃分的營業額

主要分銷渠道	截至六月三十日止年度				營業額變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 <sup>^</sup>
	二零一五年		二零一四年		按港元 計算	按本地 貨幣計算	
	估本集團 營業額 百萬元	之百分比	估本集團 營業額 百萬元	之百分比			
零售 <sup>#</sup>	12,425	64.0%	15,220	62.8%	-18.4%	-10.1%	-0.9%
批發	6,845	35.2%	8,835	36.5%	-22.5%	-13.9%	-14.2%
批授經營權及其他	151	0.8%	172	0.7%	-12.0%	-10.0%	n.a.
<b>總計</b>	<b>19,421</b>	<b>100.0%</b>	<b>24,227</b>	<b>100.0%</b>	<b>-19.8%</b>	<b>-11.5%</b>	<b>-8.8%</b>

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

<sup>#</sup> 零售銷售包括來自有關國家電子商店的銷售

n.a. 不適用

本集團主要透過直接管理零售店舖及第三方管理下的銷售點分銷產品。直接管理零售店舖包括獨立店舖、百貨公司內特約店、網上商店（「電子商店」）及特賣場，並於零售渠道下一併呈報。第三方管理的銷售點包括專營店、零售專櫃及售賣多種商標產品的專營櫃位，並於批發渠道下一併呈報。於一四／一五財政年度，零售及批發渠道的營業額分別佔本集團營業額**64.0%**（二零一四年：**62.8%**）及**35.2%**（二零一四年：**36.5%**）。

本集團的**零售營業額**為 **12,425** 百萬港元（二零一四年：**15,220** 百萬港元），按本地貨幣計算按年下降**-10.1%**。

於二零一五年六月三十日，本集團的總零售淨銷售面積為 **327,345** 平方米，按年輕微減少**-0.9%**。店舖關閉（包括關閉 **15** 間包括在店舖關閉及有虧損性租賃的店舖）引致的面積流失被新店舖開張及於瑞典及波蘭的店舖轉型所抵消。可惜，綜合上文「收入分析」一節所述的各項因素對我們零售淨銷售面積的效益產生了不利影響，並反映於零售可比較店舖銷售額按本地貨幣計算按年下跌**-7.0%**。

從積極方面看，自推出垂直產品以來，零售可比較店舖銷售額於近月已顯現正面的發展。二零一五年六月、七月及八月三個月合計的零售可比較店舖銷售額上升**+4.1%**。這正面的發展在我們的最大的地區市場歐洲，尤其是德國更為顯著。根據 **TextilWirtschaft** 的可比較的市場數據，我們在德國的實體正價零售店銷售持續於二零一五年六月、七月及八月各三個月分別優於市場**+6.3** 個百分點、**+10.1** 個百分點及**+12.7** 個百分點。

#### 按地區劃分的零售營業額

地區 #	截至六月三十日止年度		二零一四年		營業額變幅百分比		淨銷售面積淨變幅 <sup>^</sup>	可比較店舖銷售額增長
	二零一五年		二零一四年		按港元計算	按本地貨幣計算		
	佔本集團零售營業額之百分比	佔本集團零售營業額之百分比	佔本集團零售營業額之百分比	佔本集團零售營業額之百分比				
德國	<b>5,586</b>	<b>44.9%</b>	7,152	47.0%	-21.9%	-11.8%	-2.8%	-8.4%
歐洲其他地區	<b>3,936</b>	<b>31.7%</b>	4,900	32.2%	-19.7%	-10.4%	1.1%	-8.1%
亞太區	<b>2,903</b>	<b>23.4%</b>	3,168	20.8%	-8.4%	-5.7%	-0.4%	0.4%
<b>總計</b>	<b>12,425</b>	<b>100.0%</b>	15,220	100.0%	-18.4%	-10.1%	-0.9%	-7.0%

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅  
<sup>#</sup> 零售銷售包括來自有關國家電子商店的銷售

按國家劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一四年七月一日起的變動

國家	店舖數目	淨開設店舖*	於二零一五年六月三十日		可比較店舖數目	可比較店舖銷售額增長
			淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積淨變幅*		
<b>德國**</b>	<b>150</b>	<b>(12)</b>	<b>122,744</b>	<b>-2.8%</b>	<b>121</b>	<b>-8.4%</b>
<b>歐洲其他地區</b>	<b>197</b>	<b>9</b>	<b>103,973</b>	<b>1.1%</b>	<b>121</b>	<b>-8.1%</b>
荷蘭	55	1	21,129	-1.3%	33	-9.5%
瑞士	39	(1)	18,081	-0.7%	32	-6.4%
比利時	26	(2)	18,259	-1.7%	25	-10.7%
法國	26	(7)	14,370	-16.4%	16	-6.6%
奧地利	20	-	16,752	-6.6%	10	-11.7%
波蘭	11	11	3,265	n.a.	-	-16.3%
瑞典	10	10	6,286	n.a.	-	29.2%
芬蘭	5	-	3,020	-	2	-11.1%
盧森堡	3	-	1,869	0.2%	3	-6.7%
英國	1	(2)	317	-89.2%	-	1.8%
丹麥	1	-	625	-	-	-13.0%
挪威	-	(1)	-	-100.0%	-	n.a.
<b>亞太區</b>	<b>543</b>	<b>(12)</b>	<b>100,628</b>	<b>-0.4%</b>	<b>281</b>	<b>0.4%</b>
中國**	308	(11)	50,245	0.4%	138	1.8%
台灣	74	2	7,623	5.4%	34	1.4%
澳洲	70	(9)	9,121	-15.3%	58	5.5%
馬來西亞	39	4	13,555	9.1%	21	-2.5%
新加坡	23	1	7,932	-6.5%	15	-6.8%
香港	15	1	7,186	1.4%	6	-2.8%
新西蘭	9	-	1,977	-1.3%	6	6.3%
澳門	5	-	2,989	-	3	0.4%
<b>總計</b>	<b>890</b>	<b>(15)</b>	<b>327,345</b>	<b>-0.9%</b>	<b>523</b>	<b>-7.0%</b>

\* 自二零一四年七月一日起的淨變幅

\*\* 歐洲的所有電子商店和中國的電子商店分別顯示為一間德國可比較店舖和一間中國可比較店舖

n.a. 不適用

按店舖類型劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一四年七月一日起的變動

店舖類型	銷售點數目					淨銷售面積 (平方米)				
	於二零一五年六月三十日	與二零一四年七月一日比較		於二零一四年七月一日	淨變幅	於二零一五年六月三十日	與二零一四年七月一日比較		於二零一四年七月一日	淨變幅
		開店	關閉				開店	關閉		
<b>店舖 / 特約店</b>	<b>804</b>	<b>84</b>	<b>(103)</b>	<b>823</b>	<b>(19)</b>	<b>286,636</b>	<b>22,284</b>	<b>(26,493)</b>	<b>290,845</b>	<b>-1.4%</b>
- 德國	140	2	(15)	153	(13)	110,500	1,279	(5,614)	114,835	-3.8%
- 歐洲其他地區	186	25	(17)	178	8	95,564	11,127	(10,433)	94,870	0.7%
- 亞太區	478	57	(71)	492	(14)	80,572	9,878	(10,446)	81,140	-0.7%
<b>特賣場</b>	<b>86</b>	<b>9</b>	<b>(5)</b>	<b>82</b>	<b>4</b>	<b>40,709</b>	<b>2,890</b>	<b>(1,569)</b>	<b>39,388</b>	<b>3.4%</b>
- 德國	10	1	-	9	1	12,244	791	(38)	11,491	6.6%
- 歐洲其他地區	11	1	-	10	1	8,409	615	(197)	7,991	5.2%
- 亞太區	65	7	(5)	63	2	20,056	1,484	(1,334)	19,906	0.8%
<b>總計</b>	<b>890</b>	<b>93</b>	<b>(108)</b>	<b>905</b>	<b>(15)</b>	<b>327,345</b>	<b>25,174</b>	<b>(28,062)</b>	<b>330,233</b>	<b>-0.9%</b>

零售表現數據

	截至六月三十日止年度	
	二零一五年	二零一四年
銷售點數目	890	905
淨銷售面積 (平方米)	327,345	330,233
淨銷售面積按年變幅	-0.9%	-5.7%
按本地貨幣計算的按年營業額增長	-10.1%	-6.0%
可比較店舖銷售額增長	-7.0%	-4.1%

本集團的批發營業額為 6,845 百萬港元（二零一四年：8,835 百萬港元），按本地貨幣計算按年下降-13.9%（按港元計算-22.5%）。此下降大致上與相應的可控制批發面積按年減少-14.2%的跌幅相符，亦是影響我們批發業務的主要因素。可控制批發面積減少是由多種因素所致，當中包括：(i)我們的批發合作夥伴因批發渠道整體的市場壓力而關閉表現欠佳的店舖；(ii)將 21 間專營店（10 間位於瑞典及 11 間位於波蘭）轉型為零售格式；及(iii)我們在俄羅斯的批發合作夥伴的退出。

#### 按地區劃分的批發營業額

地區	截至六月三十日止年度						
	二零一五年		二零一四年		營業額變幅百分比		
	百萬港元	佔本集團批發營業額之百分比	百萬港元	佔本集團批發營業額之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算	淨銷售面積淨變幅 <sup>^</sup>
德國	3,361	49.1%	4,170	47.2%	-19.4%	-9.7%	-6.3%
歐洲其他地區	3,171	46.3%	4,141	46.9%	-23.4%	-15.0%	-15.1%
亞太區	313	4.6%	524	5.9%	-40.4%	-38.1%	-40.2%
<b>總計</b>	<b>6,845</b>	<b>100.0%</b>	<b>8,835</b>	<b>100.0%</b>	<b>-22.5%</b>	<b>-13.9%</b>	<b>-14.2%</b>

<sup>^</sup> 自二零一四年七月一日起的淨變幅

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）－自二零一四年七月一日起的變動

國家	專營店**				零售專櫃**				專營櫃位**				於二零一五年六月三十日 總計**			
	淨銷售		淨開設 店舖	淨銷售面積 淨變幅*	淨銷售		淨開設 店舖	淨銷售面積 淨變幅*	淨銷售		淨開設 店舖	淨銷售面積 淨變幅*	淨銷售		淨開設 店舖	淨銷售面積 淨變幅*
	店舖 數目	面積 (平方米)			店舖 數目	面積 (平方米)			店舖 數目	面積 (平方米)			店舖 數目	面積 (平方米)		
德國	264	66,958	(27)	-8.7%	2,949	111,747	(121)	-6.0%	1,432	27,155	(64)	-1.0%	4,645	205,860	(212)	-6.3%
歐洲其他地區	556	118,084	(84)	-20.6%	1,018	31,647	(17)	-2.1%	1,163	27,858	21	-0.6%	2,737	177,589	(80)	-15.1%
比荷盧區域	132	39,157	(7)	-11.6%	150	6,150	2	0.9%	327	7,734	-	-1.3%	609	53,041	(5)	-8.9%
法國	129	24,307	(5)	-2.8%	316	7,086	(4)	-2.8%	144	4,281	(20)	-14.8%	589	35,674	(29)	-4.4%
奧地利	63	10,523	(2)	-2.6%	83	2,871	(7)	-8.9%	51	1,298	1	0.1%	197	14,692	(8)	-3.7%
瑞典	31	9,007	(20)	-49.1%	-	-	-	-	51	1,227	5	-3.0%	82	10,234	(15)	-46.1%
芬蘭	21	5,081	(2)	-17.2%	87	3,845	(2)	-1.1%	154	4,146	(27)	-12.2%	262	13,072	(31)	-11.3%
瑞士	26	4,299	(1)	-4.4%	56	2,543	1	4.7%	24	472	(1)	2.8%	106	7,314	(1)	-1.0%
意大利	19	3,635	(3)	-7.1%	38	1,216	6	6.5%	192	3,223	42	30.4%	249	8,074	45	7.3%
丹麥	12	3,208	(3)	-22.7%	-	-	-	-	33	828	1	1.3%	45	4,036	(2)	-18.7%
西班牙	19	2,908	4	43.0%	174	5,039	(11)	-7.1%	101	2,769	16	17.1%	294	10,716	9	9.1%
挪威	1	242	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	242	-	-
英國	2	143	(1)	-33.2%	14	607	-	15.8%	61	1,419	(7)	-8.1%	77	2,169	(8)	-5.0%
葡萄牙	-	-	(2)	-100.0%	-	-	-	-	2	35	(3)	-58.8%	2	35	(5)	-94.7%
愛爾蘭	-	-	-	-	3	152	(2)	-35.0%	7	106	(1)	-15.9%	10	258	(3)	-28.3%
其他 ^	101	15,574	(42)	-46.7%	97	2,138	-	0.0%	16	320	15	3100.0%	214	18,032	(27)	-42.5%
亞太區	297	35,576	(159)	-40.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	297	35,576	(159)	-40.2%
中國	165	23,364	(140)	-47.9%	-	-	-	-	-	-	-	-	165	23,364	(140)	-47.9%
泰國	92	6,234	(7)	-3.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	92	6,234	(7)	-3.2%
菲律賓	21	2,867	(6)	-21.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	21	2,867	(6)	-21.5%
其他	19	3,111	(6)	-31.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	19	3,111	(6)	-31.8%
總計	1,117	220,618	(270)	-21.7%	3,967	143,394	(138)	-5.1%	2,595	55,013	(43)	-0.8%	7,679	419,025	(451)	-14.2%

\* 自二零一四年七月一日起的淨變幅

\*\* 不包括髮廊

^ 於歐洲其他地區的可控制批發銷售點及面積主要包括哥倫比亞、智利、中東及保加利亞等國家的可控制批發銷售點及面積

## 批發表現數據

	截至六月三十日止年度	
	二零一五年	二零一四年
Esprit 可控制面積銷售點	7,679	8,130
Esprit 可控制面積（平方米）	419,025	488,270
Esprit 可控制面積按年變幅	-14.2%	-13.8%
按本地貨幣計算的按年營業額增長	-13.9%	-16.1%

## 盈利能力分析

毛利為 9,695 百萬港元（二零一四年：12,156 百萬港元）。毛利率為 49.9%（二零一四年：50.2%）。於本財政年度，因應以減價為主導的市場環境而有必要推行更多促銷及減價，這對我們的毛利率施加相當大的壓力。幸好，我們從更精簡的供應鏈上持續取得節省，使我們得以抵消此大部份壓力。因此，我們能夠保持相對平穩的毛利率。於一四／一五財政年度，我們亦須應付歐元兌美元大幅貶值的問題。然而，該情況亦對我們的毛利率並無明顯影響，因為我們就二零一五年採購製成品已於本年較早的時間在較現有市場匯率為佳的匯率上作出對沖。

經營開支於本財政年度繼續受到嚴格管理。於本財政年度，管理團隊繼續尋求節省成本的措施。因為業務營運開支於上一財政年度已經大幅降低（按可比基準以本地貨幣計算下降-21.4%）以及鑒於本年度我們內部運作處於複雜過渡期，所以進一步節省成本尤其具挑戰性。下表載列按主要成本項目劃分的經營開支。

	截至六月三十日止年度			
	二零一五年	二零一四年	變幅百分比	
	百萬港元	百萬港元	按港元計算	按本地貨幣計算
<b>業務營運開支</b>	<b>10,413</b>	<b>11,609</b>	<b>-10.3%</b>	<b>-1.2%</b>
員工成本	3,562	3,851	-7.5%	1.3%
租賃成本	3,160	3,585	-11.9%	-4.0%
物流開支	1,048	1,317	-20.5%	-10.4%
市場推廣及廣告開支	820	792	3.6%	17.3%
折舊	713	833	-14.5%	-5.2%
其他經營成本	1,110	1,231	-9.9%	-0.4%
<b>特殊開支</b>	<b>2,965</b>	<b>186</b>		
中國商譽減值	2,512	-		
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加	282	106		
固定資產減值	171	80		
<b>總經營開支</b>	<b>13,378</b>	<b>11,795</b>	<b>13.4%</b>	<b>23.1%</b>

儘管我們相關業務的大多數成本項目能夠取得節省（即總經營開支不包括二零一五年五月的盈利警告所強調的減值及撥備或「業務營運開支」），業務營運開支僅按本地貨幣計算減少-1.2%（或以港元計算為-10.3%）至 10,413 百萬港元（二零一四年：11,609 百萬港元），主要是由於下列的費用增加所致：

- (i) 員工成本按本地貨幣計算按年上升+1.3%，主要是由於不同零售市場的強制性工資增加所致；

- (ii) 市場推廣及廣告開支按本地貨幣計算增加+17.3%，主要是由於我們為應對極具嚴峻的市場形勢而加大市場推廣力度，以帶動銷售額及客流量；
- (iii) 一四／一五財政年度的匯兌虧損淨額為 26 百萬港元，一三／一四財政年度為匯兌收益淨額 148 百萬港元，這匯兌收益淨額是由於重估集團內公司之間的貸款所致。不計入該等匯兌損益淨額，「其他經營成本」按本地貨幣計算錄得下降為-13.3%。

誠如二零一五年五月發佈的盈利警告所披露，由於我們業務於過去幾年出現收縮，因而出現非經常性減值及撥備。該等費用總額為 2,965 百萬港元，其中大部分屬非現金，並包括下列項目：

- 固定資產減值為 171 百萬港元，其中大部分與直接管理零售店舖有關；
- 店舖關閉及有虧損性租賃的撥備為 282 百萬港元；及
- 因收購中國聯營公司餘下權益產生的非現金商譽減值為 2,512 百萬港元，是最為顯著拖累本集團一四／一五財政年度財務業績。

此減值反映過去兩年於中國發生的情況，期間我們失去了部分批發客戶，關閉無望轉虧為盈的店舖，並通過特別退貨協議清理了該國批發渠道的陳舊存貨。我們認為，中國的重組工作大部分已完成，而管理團隊正為中國的業務增長發展而努力。

儘管上述撥備及減值巨大，惟主要是屬於會計調整，而且大部分屬非現金，因此不會對我們的現金流或營運產生重大影響。

除利息及稅項前溢利為虧損 3,683 百萬港元（二零一四年：除利息及稅項前溢利 361 百萬港元）。不計入特殊開支，我們的相關業務除利息及稅項前虧損為 718 百萬港元。除稅前虧損為 3,667 百萬港元（二零一四年：除稅前溢利 379 百萬港元）。

稅項為 29 百萬港元（二零一四年：169 百萬港元），其中包括於美國若干費用項目獲成功扣除所帶來約 155 百萬港元的非經常性稅項收益。

淨虧損為 3,696 百萬港元，而上一年度錄得純利 210 百萬港元。

### 流動資金及財務資源分析

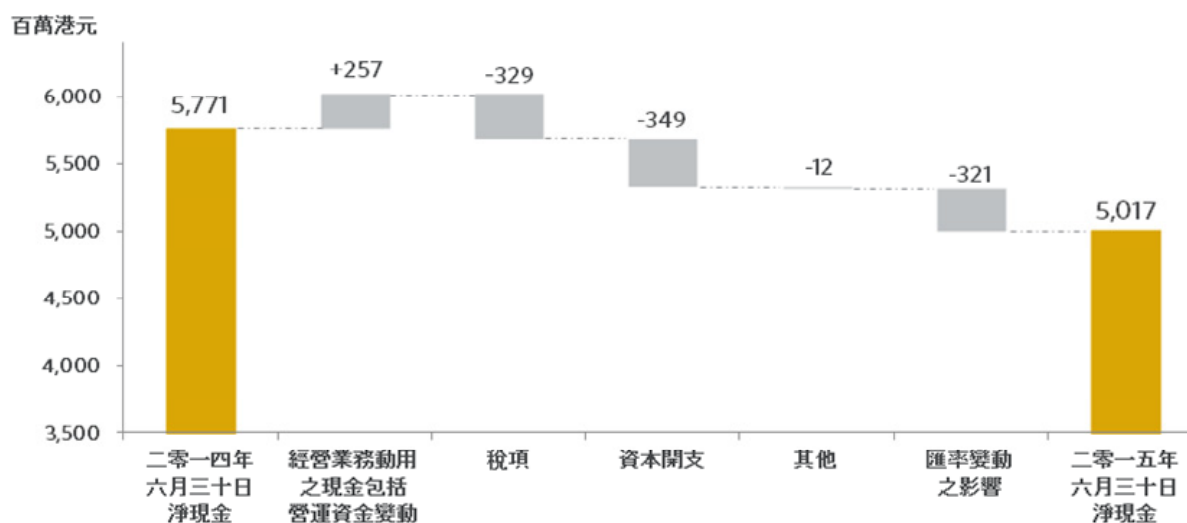
儘管業績出現虧損，但本集團的財務狀況仍然穩健。於過去幾年，我們努力降低經營開支及營運資金，加上我們謹慎的現金管理，均有助我們於本財政年度應對有關轉型期涉及的複雜性和營運風險所帶來的預期挑戰。

本集團的現金、銀行結餘及存款於二零一五年六月三十日為 5,017 百萬港元（二零一四年六月三十日：6,031 百萬港元），零負債。淨現金為 5,017 百萬港元（二零一四年六月三十日：5,771 百萬港元），與我們二零一二年十一月供股之後的水平相若（二零一二年十二月三十一日：4,974 百萬港元）。歐元匯率的不利變動（我們記帳貨幣歐元兌港元的收市匯

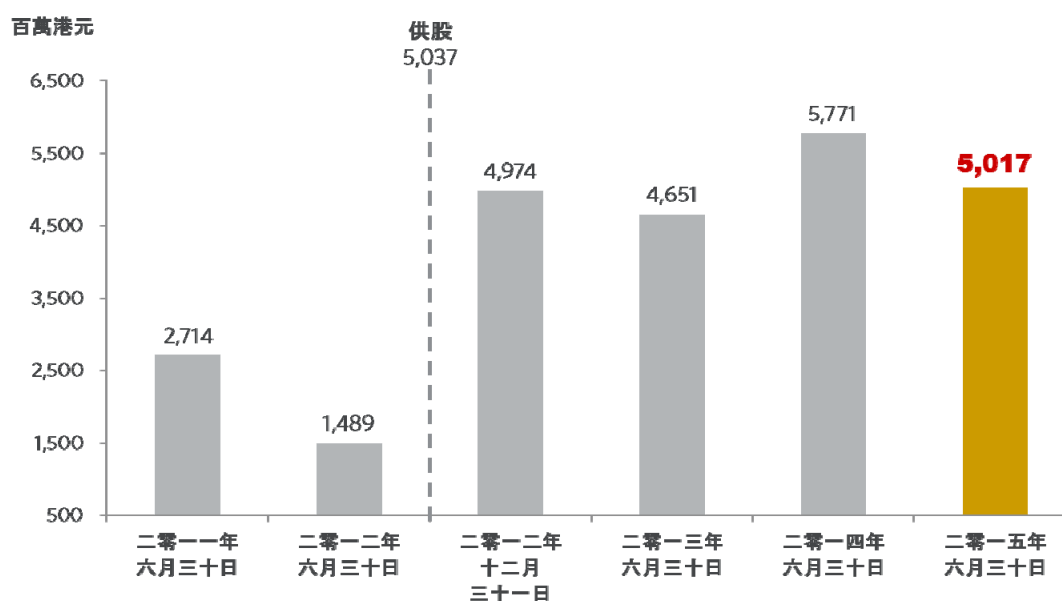


率按年貶值-17.7%) 主要佔-321 百萬港元或佔本財政年度淨現金減少-754 百萬港元的差不多一半。

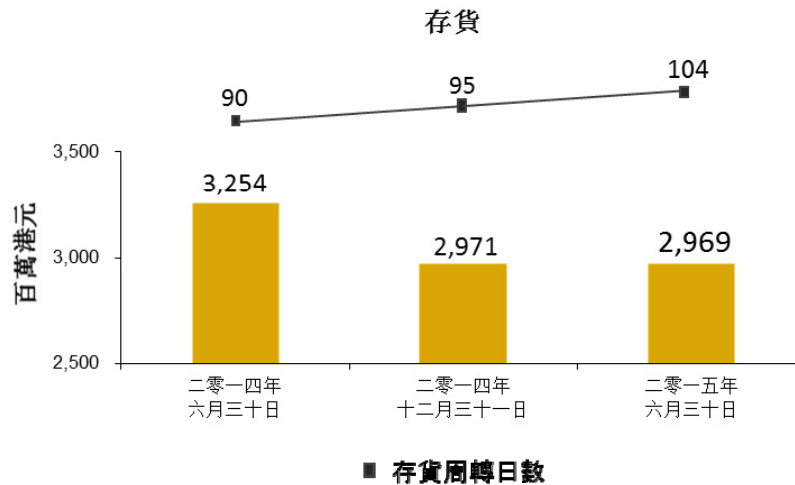
### 資金流動及淨現金狀況



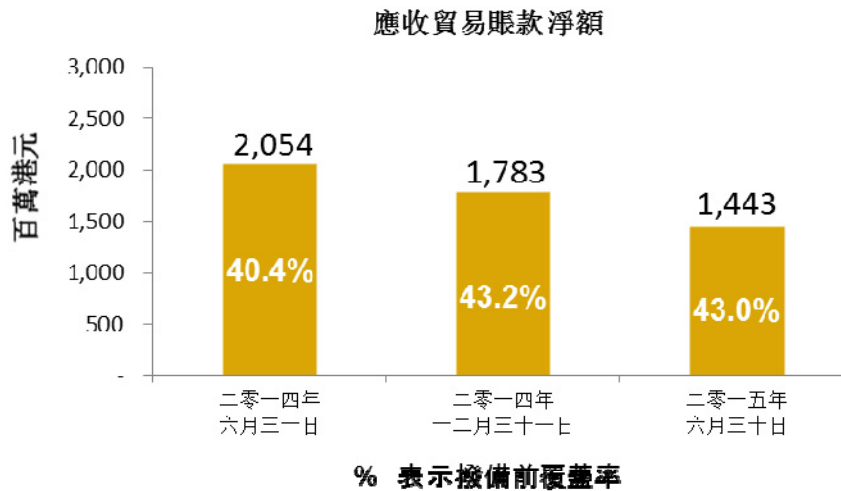
### 淨現金狀況的近期發展



存貨於二零一五年六月三十日為 2,969 百萬港元（二零一四年六月三十日：3,254 百萬港元），按年減少-8.8%。該減少的主要是由於以下因素的綜合影響：(i) 製成品的單位數目按年輕微減少-0.2%；(ii) 歐元兌港元收市匯率按年貶值-17.7%；部分被抵銷因 (iii) 我們清理陳舊存貨而令存貨賬齡改善從而使存貨撥備減少。於二零一五年六月底，賬齡超過六個月的製成品存貨（按單位計）的比例減至 18.3%（二零一四年六月三十日：22.6%）。一四／一五財政年度的存貨周轉日數為 104 日（一三／一四財政年度：90 日），而存貨周轉日數的增加主要是由於營業額下降。



應收貿易賬款淨額為 1,443 百萬港元（二零一四年六月三十日：2,054 百萬港元），按年減少-29.8%，主要由於批發銷售水平較低以及上文所述歐元兌港元收市匯率按年貶值所致。賬齡逾 90 日的應收貿易賬款淨額下降至 162 百萬港元（二零一四年六月三十日：291 百萬港元）。撥備前覆蓋率（有擔保及有抵押應收貿易賬款連增值稅佔總應收貿易賬款總額連增值稅的比率）增加至 43.0%（二零一四年六月三十日：40.4%）。



**資本開支：**本集團繼續維持選擇性擴充，並適度作出合乎業務發展需要的資本開支。一四／一五財政年度的資本開支為 349 百萬港元（二零一四年：375 百萬港元），按年減少-7.0%。新店舖資本開支增加主要是由於在香港開設旗艦店所致。

百萬港元	截至六月三十日止年度	
	二零一五年	二零一四年
新店舖	96	92
店舖翻新	92	102
資訊科技項目	77	78
辦公室及其他	84	103
<b>購買物業、廠房及設備</b>	<b>349</b>	<b>375</b>

**外部計息借貸總額：**於二零一五年二月，由於本集團已償還用於資助收購中國合營公司餘下權益的最後一期銀行貸款。因此，於二零一五年六月三十日，本集團並無外部計息借貸（二零一四年六月三十日：260 百萬港元）。

## 外匯風險管理

本集團面對由多種不同貨幣而產生的外匯風險，主要來自歐元。

儘管本集團的大部分收入以歐元計值，我們以港元匯報財務業績。因此，歐元兌港元的波動會對我們以港元匯報的營業額造成不利影響。此外，以歐元計算的製成品採購僅佔我們製成品採購總額的一小部分，而我們主要以歐元產生的淨銷售額可能會對我們的毛利率造成重大壓力。雖然我們現時使用遠期外匯合約來對沖採購的相關外匯風險，但歐元兌其他貨幣（主要兌美元）的匯率波動會影響我們的利潤率及盈利能力。

於一四／一五財政年度下半年，歐元兌美元的匯率進一步疲弱（歐元兌港元平均匯率按年貶值-18.5%）。為應對歐元下跌趨勢，本集團已採取措施以主動管理歐元匯率的風險：(i) 所有與一五／一六財政年度相關的製成品採購已於較現市場匯率稍為好的匯率全部作出對沖；及(ii)將剩餘的歐羅轉換為美元以降低來自持有歐元現金的風險。雖然一五／一六財政年度的製成品採購已全部按比現有市場匯率為佳的匯率作出對沖，但訂立合約匯率是較去年的匯率為低，這將會對我們於一五／一六財政年度的毛利率帶來壓力。本集團因應有關匯率之變動情況以持續檢討製成品採購及潛在的價格調整。

## 一五／一六財政年度的重點及優先項目

一四／一五財政年度是我們取得成就的一年。本集團已成功奠下基礎（垂直及全方位渠道模式），讓我們在所有渠道（線上、線下、零售及批發）上顯著改善我們的產品及優化銷售表現，這對我們的復甦計劃至為重要。更令人鼓舞的是，我們看到新垂直產品的銷售趨勢出現了正面的跡象，給予我們信心，我們已踏上恢復思捷環球競爭力的正軌。我們深信，於新財政年度，我們將進入策略計劃的「增長」期。

展望一五／一六財政年度，我們於這年度有一個好的開始，因為以垂直產品推動銷售改善的動力延續至二零一五年七月及八月。在取得更好的產品表現、渠道營運的改善及加大市場營銷力度的基礎上，我們預期零售及批發的每平方米銷售表現會有所增加，而該增加應

有助抵消銷售空間減少的影響 i)在零售渠道，是由於已經宣佈關閉或縮減無盈利店舖及 ii)在批發渠道，是由於此渠道持續受壓。

預期一五／一六財政年度的毛利率將保持穩定或會輕微上升。雖然我們已於較早時已為採購成品進行貨幣對沖，但歐元持續疲弱將為毛利率相比去年造成壓力。然而，倘產品表現於本年度持續改善，預計該影響將以較低的減價水平作為彌補。

預期產品表現改善及我們淨現金狀況，本集團已準備就緒動用部份現金儲備以資助我們復甦策略中之增長期的工作。就經營開支而言，大部份的經常性成本項目將繼續因應直接管理零售面積及批發業務量的減少而下跌。然而，潛在的節省將遠遠受全方位渠道及品牌營銷的相關的開支上升所抵消，本集團認為該等開支是至必要的以支持主要的未來增長措施。同樣地，預計資本開支亦將於新財政年度增加。由於我們加大投資全方位渠道的措施、加快零售店舖翻新及提升我們的倉庫以改善補充庫存能力，我們預期在下一個財政年度資本開支會上升至約 500 百萬港元。

我們目前踏上的增長期並非沒有挑戰，但憑藉我們於過往兩年奠定堅實基礎，集團上下均充滿希望及感到興奮。每個成功旅程都需要時日。我們深信，我們正接近重拾本集團長遠競爭力這最終目標。

## 人力資源

於二零一五年六月三十日，本集團在全球合共僱用相等於逾 9,100 名全職僱員（二零一四年六月三十日：逾 9,600 名）。本集團因應業務表現、市場慣例及市場競爭情況向僱員提供具競爭力之薪酬組合，以表彰彼等作出之貢獻。此外，本集團亦根據本集團及個別僱員之表現而授出購股權及發放酌情花紅。遍佈世界各地之所有僱員均可透過本集團之快訊及全球內聯網互相聯繫。

## 股息

董事會維持派息比率為每股基本盈利之 60%。由於本集團截至二零一五年六月三十日止年度業績錄得虧損，董事會不建議派發截至二零一五年六月三十日止年度之末期股息（一三／一四財政年度：每股 0.04 港元）。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零一五年十一月三十日（星期一）至二零一五年十二月二日（星期三）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，以確定股東出席本公司應屆股東週年大會及於會上投票的資格，在此期間將不會辦理本公司股份過戶登記手續。如欲符合資格出席應屆股東週年大會及於會上投票，最遲須於二零一五年十一月二十七日（星期五）下午四時正，將所有過戶文件連同有關股票交回本公司香港股份過戶登記分處卓佳秘書商務有限公司，地址為香港皇后大道東 183 號合和中心 22 樓。

## 審核委員會

審核委員會現由三名獨立非執行董事組成。審核委員會已審閱本集團所採納之會計準則及慣例，亦已討論核數、內部監控及財務報告事宜，包括審閱本集團季度資料、中期業績及全年業績。本集團截至二零一五年六月三十日止年度之綜合業績已由審核委員會審閱，並由本公司之獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所審核。

## 購買、出售或贖回本公司股份

本公司或其任何附屬公司於年內概無購買、出售或贖回本公司股份。

## 企業管治

本公司於截至二零一五年六月三十日止年度期間已應用有關原則並遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄 14 所載之《企業管治守則》及《企業管治報告》（「守則」），惟本公司非執行董事並無指定任期（守則之守則條文第 A.4.1 條）。然而，根據本公司之公司細則第 87 條，本公司全體董事（包括非執行董事）須於本公司股東週年大會上輪值告退及膺選連任，而每名董事的有效任期平均為不多於三年。

## 董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納一套條款不遜於上市規則附錄 10 所載之上市公司董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）所載規定標準之守則，作為董事進行證券交易之行為守則。

本公司已向全體董事作出特定查詢，而彼等均確認於截至二零一五年六月三十日止年度一直遵守標準守則所載之規定標準。

## 董事會

於本公佈日期，本公司董事為：

執行董事：  
Jose Manuel MARTINEZ GUTIERREZ 先生（集團行政總裁）  
鄧永鏞先生（集團財務總裁）

非執行董事：  
Jürgen Alfred Rudolf FRIEDRICH 先生

獨立非執行董事：  
柯清輝博士（主席）  
鄭明訓先生（副主席）  
José María CASTELLANO RIOS 博士  
Alexander Reid HAMILTON 先生  
李嘉士先生  
Norbert Adolf PLATT 先生

承董事會命  
公司秘書  
吳慧賢

香港，二零一五年九月二十三日

### 前瞻性陳述

本公佈載有前瞻性陳述。該等前瞻性陳述受多種風險和不確定因素影響，包括但不限於我們將本公司業務轉型、對本公司業務作出重大投資及在日後達到可持續利潤等計劃的多項陳述，以及我們不時所識別的風險與因素。雖然就本集團所知，相信本公佈所述之預測、信念、估計、預期及／或計劃乃真實，但是實際事件及／或結果可能相差甚遠。本集團不能向閣下保證該等現時的預測、信念、估計、預期及／或計劃會最終證實是正確，閣下亦不應過份倚賴該等陳述。除香港聯合交易所有限公司證券上市規則或任何其他適用的法律及規例所規定外，本集團並無責任公開地更新或修訂載於本公佈的前瞻性陳述（不論由於新資料、未來事件或其他情況之緣故）。本公佈所載的所有前瞻性陳述已為該等警示性陳述清楚表明。