

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## EVERGREEN INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

### 長興國際(集團)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：238)

#### 截至二零一六年六月三十日止六個月 中期業績公告

#### 財務摘要

	截至六月三十日止六個月		變動 %
	二零一六年 人民幣百萬元	二零一五年 人民幣百萬元	
收益	197.6	230.0	-14.1%
毛利	120.6	165.3	-27.0%
本公司普通權益擁有人應佔虧損	(38.7)	(34.6)	11.6%
每股基本及攤薄虧損(人民幣分)	(4.1)	(3.7)	10.8%
毛利率	61.1%	71.9%	
淨虧損率	-19.6%	-15.0%	
實際稅率	-6.0%	-10.4%	
	於二零一六年 六月三十日	於二零一五年 十二月三十一日	
存貨週轉天數	576	688	
貿易應收款項週轉天數	74	72	
貿易應付款項週轉天數	29	47	

長興國際(集團)控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零一六年六月三十日止六個月的未經審核綜合業績，連同去年同期比較數字如下：

**中期簡明綜合損益及其他全面收益表**  
截至二零一六年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一六年 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 人民幣千元 (未經審核)
收益	4	197,550	230,002
銷售成本		<u>(76,906)</u>	<u>(64,663)</u>
毛利		120,644	165,339
其他收入及收益	4	11,731	6,624
銷售及分銷開支		(132,576)	(139,974)
行政開支		(33,886)	(38,062)
其他開支		(293)	(22,793)
融資成本	6	<u>(6,738)</u>	<u>(9,786)</u>
除稅前虧損	5	(41,118)	(38,652)
所得稅抵免	7	<u>2,452</u>	<u>4,019</u>
本公司普通權益擁有人應佔虧損		<u><u>(38,666)</u></u>	<u><u>(34,633)</u></u>
於後續期間將會重新分類至損益的 其他全面虧損：			
換算中國內地以外經營業務產生的 匯兌差額		<u>(7,469)</u>	<u>(115)</u>
期內除稅後其他全面虧損		<u>(7,469)</u>	<u>(115)</u>
期內全面虧損總額		<u><u>(46,135)</u></u>	<u><u>(34,748)</u></u>
本公司普通權益擁有人應佔每股虧損 基本及攤薄	8	<u>人民幣(4.1)分</u>	<u>人民幣(3.7)分</u>

中期簡明綜合財務狀況表  
二零一六年六月三十日

	附註	二零一六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		390,810	398,385
可供出售投資		36,800	–
於一間聯營公司的投資		6,800	–
商譽		1,880	1,880
其他無形資產		3,943	3,855
長期租賃的預付款項		64,969	65,760
遞延稅項資產		21,571	17,945
非流動資產的預付款項		–	51,100
預付土地租賃款項		46,567	–
非流動資產總值		<u>573,340</u>	<u>538,925</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	10	222,812	263,683
貿易應收款項	11	75,440	84,900
預付款項、按金及其他應收款項		56,997	60,364
已抵押存款		24,500	145,572
現金及現金等價物		496,882	548,875
流動資產總值		<u>876,631</u>	<u>1,103,394</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	12	7,040	17,576
其他應付款項及應計費用		39,004	40,425
計息銀行及其他借款		188,444	349,767
應付稅項		442	1,397
流動負債總額		<u>234,930</u>	<u>409,165</u>
流動資產淨值		<u>641,701</u>	<u>694,229</u>
資產總值減流動負債		<u>1,215,041</u>	<u>1,233,154</u>
<b>非流動負債</b>			
計息銀行及其他借款		26,029	–
非流動負債總額		<u>26,029</u>	<u>–</u>
資產淨值		<u>1,189,012</u>	<u>1,233,154</u>
<b>權益</b>			
本公司普通權益擁有人應佔權益			
已發行股本		829	829
儲備		1,188,183	1,232,325
權益總值		<u>1,189,012</u>	<u>1,233,154</u>

## 中期簡明綜合財務報表附註

二零一六年六月三十日

### 1. 公司資料

本公司根據開曼群島法例第22章公司法於二零零八年六月二十六日在開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處的地址為Clifton House, 75 Fort Street, P.O. Box 1350, Grand Cayman KY1-1108, Cayman Islands。本公司主要業務為投資控股。

期內，本集團主要於中華人民共和國(「中國」)從事成衣及成衣配飾生產及買賣業務。

董事認為，本公司之控股公司及最終控股公司為Pacific Success Holdings Limited，該公司於英屬處女群島註冊成立。

### 2.1 編製基準及會計政策變動

#### 編製基準

本集團截至二零一六年六月三十日止六個月之該等未經審核中期簡明綜合財務報表乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄16之適用披露規定，以及根據國際會計準則理事會頒佈之國際會計準則(「國際會計準則」)第34號「中期財務報告」而編製。該等未經審核中期簡明綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，除另有註明外，所有數值均湊整至最接近的千位數。

編製該等未經審核中期簡明綜合財務報表所採納的會計政策及編製基準與本集團截至二零一五年十二月三十一日止年度的年度綜合財務報表所採納者一致，惟採納下文會計政策變動所披露之新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(亦包括國際會計準則及詮釋)除外。

該等未經審核中期簡明綜合財務報表並無包括本集團年度綜合財務報表所規定之全部資料及披露，且須與本集團截至二零一五年十二月三十一日止年度之年度綜合財務報表一併閱讀。

#### 會計政策變動及披露

本集團已就本期間之簡明綜合財務報表首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第12號及國際會計準則第28號修訂本	投資實體：應用綜合入賬之例外情況
國際財務報告準則第11號修訂本	收購合營業務的權益會計
國際財務報告準則第14號	監管遞延賬戶
國際會計準則第1號修訂本	披露計劃
國際會計準則第16號及國際會計準則第38號修訂本	可接受之折舊及攤銷方式的澄清
國際會計準則第16號及國際會計準則第41號修訂本	農業：生產性植物
國際會計準則第27號修訂本	獨立財務報表之權益方法
二零一二年至二零一四年週期的年度改進	多項國際財務報告準則的修訂

採納該等經修訂國際財務報告準則並無對該等未經審核中期簡明綜合財務報表產生重大財務影響。

## 2.2 已頒佈但未生效的國際財務報告準則

本集團並未於該等未經審核中期簡明綜合財務報表內應用下列已頒佈但未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則：

國際財務報告準則第9號	金融工具 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或 注資 <sup>4</sup>
國際財務報告準則第15號	客戶合約之收益 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第16號	租賃 <sup>3</sup>
國際會計準則第7號修訂本	披露計劃 <sup>1</sup>
國際會計準則第12號修訂本	就未變現虧損確認之遞延稅項資產 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第2號修訂本	以股份為基礎支付：分類及計量 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第15號修訂本	客戶合約之收益 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> 於二零一七年一月一日或之後開始的年度期間生效

<sup>2</sup> 於二零一八年一月一日或之後開始的年度期間生效

<sup>3</sup> 於二零一九年一月一日或之後開始的年度期間生效

<sup>4</sup> 原定擬於二零一六年一月一日或之後開始的年度期間生效，已被國際會計準則理事會於二零一五年十二月延後／撤銷。尚未釐定強制生效日期。

本集團正在評估該等新訂及經修訂國際財務報告準則於初步採用時的影響，然而尚無法說明該等新訂及經修訂國際財務報告準則是否會對本集團的經營業績及財務狀況構成重大影響。

## 3. 經營分部資料

本集團主要從事成衣及成衣配飾生產及買賣業務。就管理而言，本集團以單一業務單位營運，且只有一個可呈報經營分部，即生產及買賣男裝、童裝及其他配飾的成衣分部。

在組成上述可呈報經營分部時，並沒有合併計算任何經營分部。

由於本集團所有收益是來自中國的客戶，且本集團所有的可識別非流動資產都是位於中國，故並沒有根據國際財務報告準則第8號經營分部呈列地域資料。

#### 4. 收益、其他收入及收益

收益指售出貨品的發票淨值，已扣除退貨撥備及銷售折扣。

收益、其他收入及收益分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 人民幣千元 (未經審核)
收益		
銷售貨品	<u>197,550</u>	<u>230,002</u>
其他收入及收益		
匯兌收益	6,473	—
銀行利息收入	4,819	6,032
銷售原材料的收益	30	35
其他	<u>409</u>	<u>557</u>
	<u>11,731</u>	<u>6,624</u>

#### 5. 除稅前虧損

本集團除稅前虧損乃經扣除／(計入)下列各項：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 人民幣千元 (未經審核)
售出存貨成本	76,906	64,663
折舊	16,862	12,761
確認預付土地租賃款項	160	—
長期租賃的預付款項攤銷	791	743
經營租賃租金開支：		
最低租賃付款	11,762	8,391
或然租金	<u>56,660</u>	<u>66,752</u>
	<u>68,422</u>	<u>75,143</u>
僱員福利開支：		
工資及薪金	38,127	47,167
退休金計劃供款	4,109	4,992
股本結算的購股權開支	1,235	2,107
股本結算的股份獎勵開支	<u>1,171</u>	<u>3,368</u>
	<u>44,642</u>	<u>57,634</u>
撇減存貨*	—	22,335
出售物業、廠房及設備項目(收益)／虧損	(36)	193*
匯兌差額淨額	<u>(6,473)</u>	<u>5*</u>

\* 該等項目計入中期簡明綜合損益及其他全面收益表的「其他開支」。

## 6. 融資成本

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
計息銀行及其他借款利息	<u>6,738</u>	<u>9,786</u>

## 7. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期一期內支出		
中國內地	1,174	10,262
遞延	<u>(3,626)</u>	<u>(14,281)</u>
期內稅項抵免	<u>(2,452)</u>	<u>(4,019)</u>

本集團須就本集團成員公司註冊成立及經營業務的司法權區所產生或賺取的溢利，按實體基準繳納所得稅。

截至二零一六年及二零一五年六月三十日止六個月並無就來自開曼群島及英屬處女群島的溢利計提利得稅撥備，原因為適用利得稅稅率為零。

本集團須就其中國內地業務於截至二零一六年及二零一五年六月三十日止六個月內產生的應課稅溢利，根據有關現行法律、詮釋及慣例按稅率25%作出所得稅撥備。

由於期內本集團並無在香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅計提撥備。

由於期內本集團並無在澳門產生任何應課稅溢利，故並無就澳門利得稅計提撥備。

## 8. 本公司普通權益擁有人應佔每股虧損

每股基本虧損金額乃根據截至二零一六年六月三十日止六個月本公司普通權益擁有人應佔期內虧損及反映期內本公司股份獎勵計劃(「股份獎勵計劃」)持有之股份之已發行普通股加權平均數945,615,307股(截至二零一五年六月三十日止六個月：941,950,371股)計算。

每股攤薄虧損金額乃根據本公司普通權益擁有人應佔期內虧損計算。計算時所採用的普通股加權平均數為用於計算每股基本虧損的期內已發行普通股數目，以及假設於視作行使或轉換購股權計劃項下所有潛在攤薄普通股為普通股時無償發行的普通股加權平均數。

由於尚未行使的購股權的影響對所呈列的每股基本虧損金額有反攤薄效應，故並無就攤薄對截至二零一六年六月三十日止六個月所呈列的每股基本虧損金額作出調整。

## 8. 本公司普通權益擁有人應佔每股虧損(續)

每股基本及攤薄虧損乃根據下列方式計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一六年	二零一五年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
<b>虧損</b>		
本公司普通權益擁有人應佔虧損， 用以計算每股基本虧損	<u>38,666</u>	<u>34,633</u>
	股份數目	
	二零一六年	二零一五年
<b>股份</b>		
已發行普通股加權平均數	948,825,763	948,825,763
就股份獎勵計劃持有之股份加權平均數	<u>(3,210,456)</u>	<u>(6,875,392)</u>
經調整已發行普通股加權平均數， 用以計算每股基本虧損	<u>945,615,307</u>	<u>941,950,371</u>
攤薄影響－普通股加權平均數： 購股權	<u>333,422</u>	<u>4,301,064</u>
經調整已發行普通股加權平均數， 用以計算每股攤薄虧損	<u>945,948,729</u>	<u>946,251,435</u>

## 9. 股息

董事會並不建議向本公司權益擁有人派付截至二零一六年及二零一五年六月三十日止六個月的任何股息。

## 10. 存貨

	二零一六年	二零一五年
	六月三十日	十二月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(經審核)
原材料	7,207	9,072
在製品	6,851	3,604
製成品	<u>208,754</u>	<u>251,007</u>
	<u>222,812</u>	<u>263,683</u>

## 11. 貿易應收款項

零售銷售以現金或信用卡作出，而百貨店的銷售一般可於一至三個月內收回。向經銷商的銷售以信貸為主。信用期一般為一個月，可延長至三個月。本集團會向還款記錄良好的長期客戶給予較長信用期。

本集團致力嚴格監控未償還的應收款項。高級管理人員會定期審核逾期款項。基於上文所述，以及本集團的貿易應收款項來自眾多分散客戶，因此並無信貸過度集中的風險。貿易應收款項為不計息。

於期間結算日，貿易應收款項按發票日期的賬齡分析如下：

	二零一六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
一個月內	38,357	56,645
一至三個月	16,970	17,620
三至六個月	8,723	7,659
六個月至一年	8,873	2,192
一年以上	2,517	784
	<u>75,440</u>	<u>84,900</u>

## 12. 貿易應付款項

於期間結算日，貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	二零一六年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一五年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
一個月內	737	2,566
一至三個月	1,085	7,355
三至六個月	1,663	5,833
六個月至一年	2,236	627
一年以上	1,319	1,195
	<u>7,040</u>	<u>17,576</u>

本集團的貿易應付款項並不計息，一般於三個月期限(可獲長期合作的供應商給予較長期限)內結付。貿易應付款項的賬面值與其公平值相若。

## 管理層討論及分析

### 市場回顧

於二零一六年上半年，中華人民共和國（「中國」或「中國內地」）的經濟持續動盪不穩。根據中國國家統計局數字顯示，二零一六年上半年中國國內生產總值（「國內生產總值」）增長率放緩至6.7%，國內生產總值達人民幣34.1萬億元，標誌著自二零零九年以來最慢經濟增長。儘管如此，有關數字仍顯示經濟減速已穩定下來，並符合中國政府的估計目標增長率6.5%至7%的範圍內。

根據中華全國商業信息中心的統計，二零一六年上半年全國百家重點大型零售企業零售額較去年同期下降3.2%。其中，服飾產品零售額較去年同期下降3.3%。零售市場持續疲弱且缺乏勢頭。

有鑑於充滿挑戰的經濟及市場環境，本集團繼續調整其策略應對市場變化，以提高購物作自用的客戶的需求。期內，本集團繼續投放資源於加強品牌建設的營銷策略、舉辦市場推廣活動以加強客戶忠誠度、鞏固自營零售店網絡。其亦向其經銷商提供多項培訓，並致力改善營運效率及業務基礎架構。該等舉措旨在維持本集團穩健的財務狀況，長遠而言令本集團達致可持續發展。另一方面，本集團一直積極擴充其童裝業務並探尋其他投資機會，藉以擴大其收入來源及回報。

### 財務回顧

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團錄得總營業額約人民幣197,550,000元（截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣230,002,000元），較去年同期下跌約14.1%。期內毛利由截至二零一五年六月三十日止六個月的人民幣165,339,000元減少至人民幣120,644,000元，減幅約為27.0%，而毛利率則由截至二零一五年六月三十日止六個月的71.9%下跌至二零一六年同期的61.1%。截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團錄得本公司普通權益擁有人應佔虧損人民幣38,666,000元（截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣34,633,000元），而截至二零一六年六月三十日止六個月的淨虧損率為19.6%，截至二零一五年六月三十日止六個月的淨虧損率則為15.0%。虧損乃主要由於男裝分部的自家品牌收益下跌及本集團的新高檔童裝及配飾產品分部處於投資階段，產生經營虧損所致。

## 營業額

	截至六月三十日止六個月				變動 %
	二零一六年		二零一五年		
	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	
<b>迪萊</b>					
自營店	126,039	63.8%	159,232	69.2%	-20.8%
經銷商	29,174	14.8%	31,785	13.8%	-8.2%
企業銷售	-	0.0%	71	0.1%	-100.0%
	<u>155,213</u>	<u>78.6%</u>	<u>191,088</u>	<u>83.1%</u>	-18.8%
<b>鐵獅丹頓</b>					
自營店	13,373	6.8%	20,638	9.0%	-35.2%
經銷商	1,059	0.5%	2,105	0.9%	-49.7%
	<u>14,432</u>	<u>7.3%</u>	<u>22,743</u>	<u>9.9%</u>	-36.5%
特許品牌	<u>27,905</u>	<u>14.1%</u>	<u>16,171</u>	<u>7.0%</u>	72.6%
	<u><u>197,550</u></u>		<u><u>230,002</u></u>		-14.1%

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團的總營業額減少14.1%至約人民幣197,550,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣230,002,000元)。營業額減少主要由於整體零售市場疲弱不振，本集團向客戶提供更多折扣以促進產品(尤其是囤積產品)銷售，以致**迪萊**及**鐵獅丹頓**的銷售均有所減少所致。

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團營業額包括自營店銷售約人民幣139,412,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣179,870,000元)、向經銷商銷售人民幣30,233,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣33,890,000元)、無企業銷售(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣71,000元)及特許品牌業務銷售人民幣27,905,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣16,171,000元)。

截至二零一六年六月三十日止六個月，自營店的總銷售較去年同期減少22.5%，佔總營業額約70.6%(截至二零一五年六月三十日止六個月：78.2%)，主要由於現時零售環境充滿挑戰所致。截至二零一六年六月三十日止六個月，向經銷商的總銷售亦較去年同期減少10.8%，佔總營業額約15.3%(截至二零一五年六月三十日止六個月：14.7%)，此乃由於經銷商對中國零售市場仍有疑慮及持審慎態度所致。

## 按地區劃分營業額

	截至六月三十日止六個月				變動 %
	二零一六年		二零一五年		
	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	
<b>迪萊</b>					
華中	8,975	5.8%	20,847	10.9%	-56.9%
東北	9,125	5.9%	16,143	8.5%	-43.5%
華東	22,333	14.4%	23,886	12.5%	-6.5%
西北	22,600	14.6%	26,743	14.0%	-15.5%
華北	28,970	18.7%	35,558	18.6%	-18.5%
西南	20,677	13.3%	23,604	12.4%	-12.4%
華南	40,379	26.0%	41,742	21.8%	-3.3%
香港及澳門	2,154	1.3%	2,565	1.3%	-16.0%
總計	<u>155,213</u>		<u>191,088</u>		-18.8%

	截至六月三十日止六個月				變動 %
	二零一六年		二零一五年		
	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	
<b>鐵獅丹頓</b>					
華中	1,913	13.3%	2,971	13.0%	-35.6%
東北	1,450	10.0%	2,586	11.4%	-43.9%
華東	774	5.4%	1,483	6.5%	-47.8%
西北	2	0.0%	2,742	12.0%	-99.9%
華北	506	3.5%	501	2.2%	1.0%
西南	2,887	20.0%	4,565	20.1%	-36.8%
華南	5,547	38.4%	6,494	28.6%	-14.6%
香港及澳門	1,353	9.4%	1,401	6.2%	-3.4%
總計	<u>14,432</u>		<u>22,743</u>		-36.5%

截至二零一六年六月三十日止六個月，**迪萊**於中國華東、西北、華北及華南地區的銷售佔該品牌所產生總收益的73.7% (截至二零一五年六月三十日止六個月：66.9%)，主要因為**迪萊**零售店位於主要城市(如上海、北京及廣州)，而於該等城市的**迪萊**目標客戶相對較富裕並擁有強大購買力。

截至二零一六年六月三十日止六個月，**鐵獅丹頓**於中國華中、東北、西南及華南地區的銷售佔該品牌所產生總收益的81.7% (截至二零一五年六月三十日止六個月：73.1%)，因為大部分**鐵獅丹頓**零售店設於此等地區的二線及三線城市。

按產品劃分營業額(只計算自營店)

	截至六月三十日止六個月 二零一六年 人民幣千元	截至六月三十日止六個月 二零一五年 人民幣千元
<b>迪萊</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	120,810	153,519
配飾 <sup>(2)</sup>	5,229	5,713
	<u>126,039</u>	<u>159,232</u>
<b>鐵獅丹頓</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	12,989	20,056
配飾 <sup>(2)</sup>	384	582
	<u>13,373</u>	<u>20,638</u>
	截至六月三十日止六個月 二零一六年 已售單元 (件數)	截至六月三十日止六個月 二零一五年 已售單元 (件數)
<b>銷量</b>		
<b>迪萊</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	91,344	82,704
配飾 <sup>(2)</sup>	19,163	13,871
<b>鐵獅丹頓</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	29,799	19,583
配飾 <sup>(2)</sup>	2,583	4,493
	截至六月三十日止六個月 二零一六年 人民幣元	截至六月三十日止六個月 二零一五年 人民幣元
<b>平均售價</b>		
<b>迪萊</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	1,323	1,856
配飾 <sup>(2)</sup>	273	412
<b>鐵獅丹頓</b>		
服飾 <sup>(1)</sup>	436	1,024
配飾 <sup>(2)</sup>	149	129

附註：

(1) 服飾產品包括(其中包括)西裝、夾克、褲子、外套、襯衫及有領運動衫。

(2) 配飾產品包括(其中包括)領帶、袖扣、筆及皮具產品。

## 銷售成本

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團銷售成本增加18.9%至約人民幣76,906,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣64,663,000元)，該增幅與期內男裝及童裝產品的銷量增幅一致。期內，本集團繼續將其大部分服飾及配飾產品之產品加工工序外包。本集團亦採購特許品牌卡地亞的產品及向本集團的特許國際時裝品牌採購童裝及配飾。本集團為外包生產商生產的服飾產品進行抽樣、包裝及成品後期加工，以及於其工廠生產小部分服飾產品。

## 毛利及毛利率

本集團的毛利由截至二零一五年六月三十日止六個月的人民幣165,339,000元減少人民幣44,695,000元或27.0%至二零一六年同期的人民幣120,644,000元。

截至二零一六年六月三十日止六個月，由於消費意欲低迷，本集團向客戶提供更多折扣，推行多項措施推動囤積存貨的銷量，導致毛利率由截至二零一五年六月三十日止六個月的71.9%下跌10.8個百分點至二零一六年同期的61.1%。

## 其他收入及收益

截至二零一六年六月三十日止六個月，其他收入及收益主要包括匯兌收益人民幣6,473,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：無)及銀行利息收入人民幣4,819,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣6,032,000元)。

## 銷售及分銷開支

截至二零一六年六月三十日止六個月，銷售及分銷開支主要為付予購物商場及百貨店的特許權佣金約人民幣56,660,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣66,752,000元)、廣告及宣傳開支約人民幣5,824,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣9,461,000元)及員工成本約人民幣30,075,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣38,065,000元)。截至二零一六年六月三十日止六個月，總銷售及分銷開支佔總營業額約67.1%(截至二零一五年六月三十日止六個月：60.8%)，同比增加6.3個百分點，主要由於本集團的高檔童裝及配飾業務於投資階段所產生的經營開支增加所致。

## 行政開支

行政開支由截至二零一五年六月三十日止六個月的人民幣38,062,000元減少至截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣33,886,000元，較去年同期減少人民幣4,176,000元或11.0%。行政開支減少主要由於本集團成本控制措施導致員工成本減少所致。截至二零一六年六月三十日止六個月的行政開支佔營業額17.2% (截至二零一五年六月三十日止六個月：16.5%)。

## 融資成本

截至二零一六年六月三十日止六個月的融資成本主要包括計息銀行及其他借款的利息開支。

## 實際稅率

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團的實際稅率為-6.0% (截至二零一五年六月三十日止六個月：-10.4%)。

## 本公司普通權益擁有人應佔虧損

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團錄得本公司普通權益擁有人應佔虧損人民幣38,666,000元 (截至二零一五年六月三十日止六個月：本公司普通權益擁有人應佔虧損人民幣34,633,000元)，而截至二零一六年六月三十日止六個月的淨虧損率為19.6%，截至二零一五年六月三十日止六個月的淨虧損率則為15.0%。截至二零一六年六月三十日止六個月的每股基本及攤薄虧損為人民幣4.1分 (截至二零一五年六月三十日止六個月：每股基本及攤薄虧損人民幣3.7分)。虧損主要由於收益下跌及本集團的高檔童裝及配飾產品分部於投資階段產生經營虧損所致。

## 業務回顧

### 自家品牌

本集團現時於中國男裝市場設有兩個自家品牌，迎合客戶的不同需要、品味及消費模式。**迪萊**提供男士商務正裝及休閒服飾及配飾，品牌理念為「愛」，以富裕的成功男士為目標客戶；而**鐵獅丹頓**則提供時尚男士休閒服飾及配飾，品牌理念為「以簡約手法演繹藝術氣息」，以時尚觸覺敏銳的年輕男士為目標客戶。

本集團兩個自家品牌**迪萊**及**鐵獅丹頓**的自營店業務於二零一六年上半年分別錄得同店銷售負增長13.7%及23.4%。

## 零售及分銷網絡

### 按地區劃分自家品牌店舖數目

	於 二零一六年 六月三十日	於 二零一五年 十二月三十一日
華中	22	26
東北	20	24
華東	29	40
西北	24	28
華北	45	49
西南	29	35
華南	43	60
香港及澳門	2	2
	<u>214</u>	<u>264</u>

本集團因應不同目標市場的需求繼續優化零售及銷售網絡，以配合其過往年度的業務策略。本集團策略性採用在高級別城市開設自營店及在次級城市透過經銷商開設經銷商店的業務模式。開設自營店可讓本集團直接與目標顧客接觸及互動，以優化向顧客進行的市場推廣工作，令顧客直接對本集團致力營造及呈現的品牌形象和氣氛留下深刻印象。委聘經銷商開設經銷商店可讓本集團迅速擴充其零售網絡，利用經銷商對經營所在當地市場的深入認識及經驗，本集團可以藉較低的資本開支在此等城市拓展分散的男裝市場。

有鑑於零售環境艱難及消費意欲低迷，本集團於業務發展方面採取更審慎的態度，並因應充滿挑戰的市況及零售環境策略性調整店舖開業計劃及整合營運效益較低的店舖。

於二零一六年六月三十日，本集團於中國27個省及自治區合共擁有214間店舖，業務覆蓋124個中國城市。**迪萊**於37個中國城市擁有88間自營店，而**鐵獅丹頓**於8個中國城市擁有9間自營店。

此外，本集團的經銷商總數為50名，並分別於86個城市營運115間**迪萊**經銷商店及於2個城市營運2間**鐵獅丹頓**經銷商店。

按城市級別劃分的自家品牌店舖數目

	於 二零一六年 六月三十日	於 二零一五年 十二月三十一日	變動
<b>迪萊</b>			
<b>自營店</b>			
一線	13	19	-6
二線	54	60	-6
三線	18	22	-4
四線	3	3	-
	<u>88</u>	<u>104</u>	<u>-16</u>
<b>經銷商店</b>			
一線	-	-	-
二線	19	19	-
三線	73	79	-6
四線	23	26	-3
	<u>115</u>	<u>124</u>	<u>-9</u>
	<u>203</u>	<u>228</u>	<u>-25</u>
<b>鐵獅丹頓</b>			
<b>自營店</b>			
一線	2	6	-4
二線	4	6	-2
三線	2	4	-2
四線	1	1	-
	<u>9</u>	<u>17</u>	<u>-8</u>
<b>經銷商店</b>			
一線	-	-	-
二線	-	1	-1
三線	1	10	-9
四線	1	8	-7
	<u>2</u>	<u>19</u>	<u>-17</u>
	<u>11</u>	<u>36</u>	<u>-25</u>
<b>總計</b>	<u>214</u>	<u>264</u>	<u>-50</u>

一線城市：北京、上海、廣州、香港及澳門

二線城市：除北京、上海及廣州外的省會城市

三線城市：除省會城市外的地級市

四線城市：縣級市

於二零一六年六月三十日，因整合低效益店舖，故**迪萊**的自營店數目由二零一五年十二月三十一日的104間減少至88間。本集團經銷商營運的經銷商店舖由二零一五年十二月三十一日的124間減少至115間。於二零一六年六月三十日，**迪萊**的自營店總面積約為15,166平方米(二零一五年十二月三十一日：17,889平方米)，與於二零一五年十二月三十一日的自營店總面積相比減少15.2%。

於二零一六年六月三十日，**鐵獅丹頓**的自營店數目由二零一五年十二月三十一日的17間減少至9間，而經銷商店數目由二零一五年十二月三十一日的19間減少至2間。於二零一六年六月三十日，**鐵獅丹頓**的自營店總面積約為1,271平方米(二零一五年十二月三十一日：1,915平方米)，與於二零一五年十二月三十一日的自營店總面積相比減少33.6%。

### 特許國際品牌

除了特許品牌業務**卡地亞**外，本集團於二零一四年八月開設高檔童裝及配飾產品的新業務分部。於二零一六年六月三十日，本集團取得以下9個國際時裝品牌的分銷權：

### 品牌組合

品牌	地區
Diesel Kids	中國內地、香港、澳門
Dsquared2	中國內地、澳門
Fendi Kids	中國內地、澳門
Kenzo Kids	香港
Paul Smith Junior	中國內地、香港
Roberto Cavalli Junior	中國內地、香港、澳門
Sonia Rykiel Paris	中國內地、香港
Simonetta	中國內地、香港、澳門
Trussardi Junior	中國內地、香港、澳門

於本公告日期，本集團於香港、澳門及中國內地已開設13間單品牌零售店。

此外，為迎合日漸壯大的中產伴侶群體的消費喜好及取向，本集團開創新時尚概念店**Kissocool(奇趣酷)**。此新概念店充當一站式平台，為客戶提供來自知名國際品牌的童裝及配飾產品，並融合康樂、娛樂及小食區，以營造一個休閒無憂的購物環境。在休閒的購物環境下，本集團充分考慮每位家庭成員的購買需求，致力提升最終購物體驗。本集團從而可獲得更全面及忠誠的客戶群。本集團深信**Kissocool(奇趣酷)**將進一步提升品牌形象，並吸引更多品牌商建立策略性合作夥伴關係。於本公告日期，本集團於中國及香港已開設5間**Kissocool(奇趣酷)**概念店。

本集團按童裝及配飾品牌劃分的門店地點詳情如下：

品牌	門店地點
Diesel Kids	香港銅鑼灣崇光百貨( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國青島萬象城 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國杭州萬象城( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)
Dsquared2	香港銅鑼灣崇光百貨( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 澳門銀河時尚匯 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國杭州萬象城( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)
Fendi Kids	澳門銀河時尚匯 中國深圳萬象城 中國杭州萬象城 中國青島海信廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)
Kenzo Kids	香港銅鑼灣崇光百貨
Paul Smith Junior	香港銅鑼灣崇光百貨( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國杭州大廈 中國杭州萬象城( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國青島海信廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)
Roberto Cavalli Junior	香港海港城 香港銅鑼灣崇光百貨( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 澳門銀河時尚匯 中國成都國際金融中心 中國杭州萬象城 中國青島海信廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)
Sonia Rykiel Paris	香港銅鑼灣崇光百貨( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國青島海信廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國上海嘉里中心( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國杭州萬象城( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷) 中國廣州麗柏廣場( <i>Kissocool</i> ，奇趣酷)

## 品牌

## 門店地點

Simonetta

香港銅鑼灣崇光百貨(*Kissocool*，奇趣酷)  
澳門銀河時尚匯  
中國成都國際金融中心  
中國青島海信廣場(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國上海嘉里中心(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國杭州萬象城(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國廣州麗柏廣場(*Kissocool*，奇趣酷)

Trussardi Junior

香港銅鑼灣崇光百貨(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國上海嘉里中心(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國杭州萬象城(*Kissocool*，奇趣酷)  
中國廣州麗柏廣場(*Kissocool*，奇趣酷)

截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團的高檔童裝及配飾產品分部因業務仍處於投資階段而錄得收益人民幣16,363,000元及淨虧損人民幣15,782,000元。

## 訂貨會

**迪萊**二零一六年秋冬服裝訂貨會已於二零一六年二月舉行。來自本集團經銷商營運的經銷商店的訂購總金額較去年下跌57.9%。訂單於二零一六年八月開始交貨。

**迪萊**二零一七年春夏服裝訂貨會已於二零一六年八月舉行。來自本集團經銷商營運的經銷商店的訂購總金額較去年下跌25%，主要由於經銷商對零售市場仍然持不確定及謹慎態度。訂單將於二零一七年一月開始交貨。

## 庫存管理

本集團擁有有效的庫存管理制度。特別是，本集團採納只有一層分銷網絡的扁平化經銷商模式，不設子經銷商，從而確保本集團密切監察各經銷商店及經銷商的業務表現及庫存。此外，經銷商可採用一定比例分配其於訂貨會的首次下單及季節銷售開始後的補單。於二零一六年六月三十日，本集團的存貨週轉天數由二零一五年十二月三十一日的688天減少至576天。存貨週轉天數透過多項有效的存貨管理措施加快囤積存貨的銷售(如奧特萊斯店、短期特賣場及網上業務平台等渠道)而有所減少。存貨結餘由二零一五年十二月三十一日人民幣263,683,000元減少至二零一六年六月三十日人民幣222,812,000元。本集團將繼續實施一系列措施，以加快出售囤積存貨。

## 市場推廣及宣傳

本集團設有專責市場推廣之團隊，負責統籌及執行**迪萊**及**鐵獅丹頓**的市場推廣及宣傳活動。本集團專注於品牌的長遠發展，透過本集團各類型的市場推廣及宣傳活動，提高品牌知名度及價值，並同時宣揚其品牌理念。

於二零一六年上半年，本集團市場推廣及宣傳活動的開支總額約為人民幣5,824,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣9,461,000元)，約佔本集團總營業額的2.9%(截至二零一五年六月三十日止六個月：4.1%)。在有效推廣品牌的同時，本集團將致力把有關比率保持在5%以內。

期內，本集團透過各種渠道定期舉辦廣告及推廣活動，例如在時裝雜誌中刊登廣告、於互聯網及其他媒體上進行推廣活動，以及在機場及知名百貨店的廣告牌上刊登大型廣告。

本集團視零售店為宣傳及提升品牌資產的重要渠道之一。期內，**迪萊**及**鐵獅丹頓**持續提升店舖形象，擴闊陳列空間，進一步提升其高檔次品牌的形象，以更有效吸引客戶。

本集團繼續獨家贊助中國乒乓球及羽毛球國家隊的正式服飾，直至二零二零年。此外，本集團於二零一六年開始為男子及女子足球國家隊提供正式服飾，直至二零一九年。

## 產品設計及開發

在城市化加快、中產階級崛起等因素之下，中國市場消費需求與日俱增。消費者日益追求質料上乘、剪裁合適及款式獨特的產品。然而，供消費者選擇的產品種類繁多，本集團深明設計時尚創新的服飾產品不僅能吸引消費者，亦讓本集團擁有更佳的定價能力。

期內，本集團繼續致力於創新的產品設計，同時注重品質監控，為其兩個自有品牌**迪萊**及**鐵獅丹頓**推出別樹一幟的產品組合。

本集團亦倚賴經驗豐富的設計人才引入新的創作靈感，使其產品組合更多元化，提升產品競爭力。本集團擁有經驗與創意並重的**迪萊**及**鐵獅丹頓**的獨立設計團隊，由業界設計經驗豐富的資深主管帶領。

### 營運資金管理

本集團大部分存貨均為製成品。本集團定期對製成品作特定審查，而滯銷及陳舊存貨方面，本集團會對可變現淨值低於賬面值的存貨作出特別撥備。

於二零一六年六月三十日，存貨週轉天數為576天，較二零一五年十二月三十一日的688天減少112天，主要因為透過多項有效的存貨管理及銷售措施加快囤積存貨的銷售，致使存貨週轉天數逐步減少。

貿易應收款項指出售予經銷商的經銷商店的貨品應收款項，及就自營店來自百貨店及購物商場的應收款項。於二零一六年六月三十日，貿易應收款項週轉天數為74天，與二零一五年十二月三十一日的72天相近。

貿易應付款項指應付供應商及外包生產商款項。貿易應付款項週轉天數由二零一五年十二月三十一日的47天減至二零一六年六月三十日的29天。

### 所得款項用途

本公司股份(「股份」)於二零一零年十一月四日在聯交所主板掛牌。是次全球發售的所得款項淨額約人民幣1,017.4百萬元(相當於約1,167.0百萬港元)(扣除包銷佣金及相關費用後)。於二零一六年六月三十日，尚未使用的所得款項均存放於香港及中國內地的持牌銀行。

## 募資用途

	佔總金額 百分比	所得款項淨額 人民幣百萬元	已運用金額	未運用金額
			(於二零一六年 六月三十日) 人民幣百萬元	(於二零一六年 六月三十日) 人民幣百萬元
擴大及改善零售網絡	45%	457.8	457.8	–
就迪萊品牌開發獨立系列的 品牌服飾及配飾	10%	101.7	101.7	–
收購或以特許形式取得更多 品牌	20%	203.5	–	203.5
市場推廣及宣傳活動	7%	71.2	70.5	0.7
企業資源規劃系統及數據庫 管理系統升級	5%	50.9	4.3	46.6
聘請國際設計專才及設計顧 問公司、擴充本集團現有 的設計團隊以及自設研究 設計中心	5%	50.9	4.4	46.5
一般營運資金	8%	81.4	81.4	–
	<u>100%</u>	<u>1,017.4</u>	<u>720.1</u>	<u>297.3</u>

## 流動資金及財務資源

於二零一六年六月三十日，本集團的現金及現金等價物為人民幣496,882,000元(二零一五年十二月三十一日：人民幣548,875,000元)。此外，本集團的已抵押存款為人民幣24,500,000元(二零一五年十二月三十一日：人民幣145,572,000元)。期內，本公司發行未上市公司債券，本金總額為43,000,000港元(相當於約人民幣36,855,000元)，將於緊隨首個發行日12個月至96個月後當日到期，除非本公司要求提前贖回。債券以年票面利率介乎4.00厘至6.75厘計息，須於每半年期末支付。於二零一六年六月三十日，計息銀行及其他借款為人民幣214,473,000元(二零一五年十二月三十一日：人民幣349,767,000元)，乃以人民幣、港元及歐元列值，到期日介乎一年至八年或應要求償還，並以實際年利率介乎2.00厘至12.85厘(二零一五年十二月三十一日：年利率介乎1.89厘至6.30厘)計息。於二零一六年六月三十日，資本負債比率(按銀行及其他借款總額除以本公司普通權益擁有人應佔權益計算)達18.0%(二零一五年十二月三十一日：28.4%)。

## 或然負債

於二零一六年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

## 資產抵押

於二零一六年六月三十日，已抵押存款人民幣24,500,000元(二零一五年十二月三十一日：人民幣145,572,000元)已抵押作為本集團銀行借款的擔保。

## 外匯風險

本集團主要在香港及中國內地經營業務，大部分交易均以港元及人民幣列值及結算。因此，本集團並無重大外匯風險，且人民幣貶值概無對本集團造成任何重大影響。然而，本集團以歐元購買部分原材料及外包產品，故人民幣兌該等外幣貶值可能令本集團銷售成本增加，惟本集團認為此對其截至二零一六年六月三十日止六個月的經營業績造成的影響並不重大。

本集團並無就對沖人民幣兌港元的匯率波動訂立任何外匯合約。然而，本集團會定期監控外匯風險，並會考慮是否須於需要時對沖重大外匯風險。

## 僱員福利

本集團為員工提供具競爭力的薪酬計劃，以及培訓與發展機會。本集團亦提供內部銷售及服務教育發展人力資本。此外，本集團亦會根據個人及本集團的表現，向合資格員工授出酌情花紅、購股權及股份獎勵，作為獎勵及留聘優質員工。透過以上政策，本集團致力激勵員工，並承認其員工為本集團的重要資產。

期內，本集團繼續舉辦多項員工休閒、福利及慈善活動，以協助員工在工作與生活之間維持平衡，並提升對本集團的歸屬感。

於二零一六年六月三十日，本集團全職員工總人數為809位。截至二零一六年六月三十日止六個月的總員工成本約為人民幣44,642,000元(截至二零一五年六月三十日止六個月：人民幣57,634,000元)。

本集團為香港僱員採納定額供款退休福利計劃(強積金計劃)，按僱員基本薪金的若干百分比供款。供款於須支付款項時自收益表中扣除。在中國內地，本集團須根據中國相關法例，每月為其僱員向社會保障金作出供款，包括退休金保險、醫療保險、失業保險、受傷保險及生育保險。

## 前景

鑑於中國經濟持續重整及改革，二零一六年下半年的零售市場前景仍未明朗，依然艱難。男裝市場的經營環境預期於二零一六年下半年將會持續疲弱且缺乏增長勢頭。

為應付營商環境的重重挑戰，本集團將審慎提升零售網絡，為長遠發展作好準備。本集團計劃於二零一六年下半年開設約5間男士服裝業務的新自營店。另一方面，本集團將繼續整合低效益店舖，藉以改善整體營運效率。此外，在零售環境疲軟的情況下，庫存控制仍然是本集團的投放重點。我們於二零一六年上半年實施積極的庫存管理，使庫存水平由二零一五年十二月三十一日的人民幣263.7百萬元減少至二零一六年六月三十日的人民幣222.8百萬元，而存貨週轉天數則由二零一五年十二月三十一日的688天減少至二零一六年六月三十日的576天。本集團將繼續推行一系列措施(包括奧特萊斯店、短期特賣場及網上業務平台)以加快囤積存貨的銷售。鑑於國內消費仍為國內生產總值的核心增長動力，預計國內居民收入將不斷增加，中產階級消費者將繼續追求高品質產品，本集團將繼續執行穩健及靈活應變的業務戰略，保持在中國內地的高檔男裝市場的有利地位。長遠而言，本集團對中國男裝市場的穩健發展充滿信心，特別是中高檔分部。

自二零一六年一月一日開始，中國政府全面實施一對夫婦於中國可生育兩個孩子的政策。未來嬰兒及兒童數目預期將大幅增加，可為中國童裝及配飾市場帶來強勁增長動力。為抓緊這蓬勃發展的市場機遇，本集團已就其高檔童裝及配飾產品的新業務分部取得9個國際品牌商於香港、澳門及中國內地的分銷權。本集團將繼續探尋於其他童裝品牌的投資機會，以為本集團的產品組合繼續加入新品牌。於本公告日期，本集團已於香港、澳門及中國內地開設13間零售店及5間**Kissocool (奇趣酷)**門店，銷售高檔國際時裝品牌的童裝及配飾產品。於二零一六年下半年，本集團將持審慎樂觀的態度，與多個中國購物中心營運商商討及擴展其於中國的零售網絡。

本集團相信，高檔童裝及配飾的新業務分部將令本集團於服飾及配飾產品業務、產品及品牌組合更多元化，並將與本集團現有男裝業務產生協同效益。本集團將矢志成為中國高檔童裝及配飾產品行業的領先品牌營運商，並認為新業務分部將為本集團及其股東帶來長遠整體利益。

另一方面，除於二零一六年三月四日成立深圳前海復星長歌時尚產業投資基金(有限合夥)(有關詳情載於本公司日期為二零一六年三月四日的公告)及於本期間於杭州一間網上服飾項目公司20%權益的投資外，本集團將繼續在服飾、配飾產品及網上業務行業就發展及擴充探尋其他新的投資機會。

## 中期股息

截至二零一六年六月三十日止六個月，董事會並無建議派付中期股息。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

除股份獎勵計劃的受託人根據股份獎勵計劃的信託契據的條款，以總代價494,000港元於聯交所購買合共650,000股股份外，本公司或其任何附屬公司於截至二零一六年六月三十日止六個月內並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

## 企業管治

董事認為，於截至二零一六年六月三十日止六個月，本公司已遵守載於上市規則附錄14的企業管治守則所載一切守則條文。

## 進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為董事買賣本公司證券的操守守則。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事已確認，彼等於截至二零一六年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則。

本公司於截至二零一六年六月三十日止六個月並不知悉可能會擁有本公司內部資料的僱員違反進行證券交易的書面指引的事宜。

## 中期業績審閱

本公司遵照上市規則第3.21條之規定成立審核委員會(「審核委員會」)，以審閱及監督本集團財務申報程序及內部監控。審核委員會由三名成員組成，即吳榮輝先生(主席)、方和先生及鄭敬凱先生，彼等均為獨立非執行董事。審核委員會已審閱本集團截至二零一六年六月三十日止六個月的中期業績。

## 前瞻性陳述

本公告載有若干有關本集團財務狀況、經營業績及業務的前瞻性陳述。此等前瞻性陳述代表本公司對未來事件的預期或信念，並涉及可導致實際業績、表現或事件與有關陳述所表達或引申者有出現重大偏離的已知及未知風險和不明朗因素。

## 刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告已於香港交易及結算所有限公司網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.evergreen-intl.com](http://www.evergreen-intl.com))發佈。

二零一六年的中期報告亦會在香港交易及結算所有限公司網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.evergreen-intl.com](http://www.evergreen-intl.com))發佈，並將適時向本公司股東寄發。

代表董事會  
長興國際(集團)控股有限公司  
主席  
陳育明

香港，二零一六年八月三十日

於本公告日期，董事會包括執行董事陳育明先生、陳育南先生及陳敏文先生；以及獨立非執行董事方和先生、鄭敬凱先生及吳榮輝先生。