

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

截至二零一六年十二月三十一日止六個月之中期業績公佈

中期業績

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」）截至二零一六年十二月三十一日止六個月之未經審核簡明綜合中期財務資料連同經挑選的附註如下：

簡明綜合收益表

	附註	未經審核	
		截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 百萬港元	二零一五年 百萬港元
收入	2	8,323	9,315
銷售成本		(3,952)	(4,615)
毛利		4,371	4,700
員工成本		(1,491)	(1,616)
租賃成本		(1,276)	(1,428)
物流開支		(473)	(516)
市場推廣及廣告開支		(402)	(535)
折舊		(260)	(302)
物業、廠房及設備減值		(2)	(4)
就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額		4	51
其他經營成本		(484)	(597)
經營虧損（除利息及稅項前虧損）	3	(13)	(247)
利息收入		19	21
融資成本	4	(19)	(16)
除稅前虧損		(13)	(242)
稅項收益	5	74	4
本公司股東應佔溢利／（虧損）		61	(238)
每股盈利／（虧損）			
－ 基本及攤薄	7	0.03 港元	(0.12)港元

簡明綜合全面收益表

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 百萬港元	二零一五年 百萬港元
本公司股東應佔溢利／（虧損）	61	(238)
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），除稅後淨額	171	(21)
換算差額	(339)	(415)
	(168)	(436)
本公司股東應佔期內全面收益總額，除稅後淨額	(107)	(674)

簡明綜合財務狀況表

		未經審核 二零一六年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一六年 六月三十日 百萬港元
非流動資產			
無形資產		2,812	2,902
物業、廠房及設備	8	1,853	2,159
投資物業		19	19
其他投資		7	7
應收賬款、按金及預付款項		250	220
遞延稅項資產		620	745
		<u>5,561</u>	<u>6,052</u>
流動資產			
存貨		2,656	2,745
應收賬款、按金及預付款項	9	1,666	1,571
應收稅項		393	331
現金、銀行結餘及存款	10	4,548	5,341
		<u>9,263</u>	<u>9,988</u>
流動負債			
應付賬款及應計費用	11	2,705	3,495
就店舖關閉及租賃作出的撥備	12	455	604
應付稅項		47	60
		<u>3,207</u>	<u>4,159</u>
流動資產淨值		<u>6,056</u>	<u>5,829</u>
總資產減流動負債		<u>11,617</u>	<u>11,881</u>
權益			
股本	13	194	194
儲備		11,088	11,203
權益總額		<u>11,282</u>	<u>11,397</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		335	484
		<u>11,617</u>	<u>11,881</u>

簡明綜合中期財務資料附註

1. 編製基準

在第 2 至 19 頁所列之截至二零一六年十二月三十一日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料（「中期財務資料」），乃按照國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第 34 號「中期財務報告」及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的附錄 16 編製。

本中期財務資料應與截至二零一六年六月三十日止年度的全年財務報表一併閱讀。編製本中期財務資料所用的會計政策及計算方法，乃與截至二零一六年六月三十日止年度的全年財務報表所採用者一致。

於本期間，本集團已採納以下於本集團自二零一六年七月一日開始之財政年度生效之國際會計準則及國際財務報告準則：

國際會計準則第 1 號（修訂）	披露動議
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
國際會計準則第 16 及 41 號（修訂）	農業：生產性植物
國際會計準則第 27 號（修訂）	獨立財務報表的權益方法
國際財務報告準則第 10、 國際財務報告準則第 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
國際財務報告準則第 11 號（修訂）	收購共同經營權益的會計法
國際財務報告準則第 14 號	監管遞延賬戶
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

採納該等新準則及準則修訂對本集團綜合財務報表並無任何重大影響。

1. 編製基準 (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、國際財務報告詮釋委員會詮釋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 7 號 (修訂)	披露動議	二零一七年一月一日
國際會計準則第 12 號 (修訂)	未實現損失之遞延所得稅資產 之認列	二零一七年一月一日
國際會計準則第 40 號 (修訂)	投資物業之轉換	二零一八年一月一日
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第 22 號	外幣交易與預收 (付) 對價	二零一八年一月一日
國際財務報告準則第 2 號 (修訂)	以股份為基礎的支付交易之分類 及計量	二零一八年一月一日
國際財務報告準則第 4 號 (修訂)	採用國際財務報告準則第 4 號 「保險合約」同時一併應用 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 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 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	待定
國際財務報告準則第 15 號	來自客戶合同的收入	二零一八年一月一日
國際財務報告準則第 16 號	租賃	二零一九年一月一日
國際財務報告準則 (修訂)	國際財務報告準則二零一四年 至二零一六年週期之年度改進	二零一八年一月一日

2. 收入及分部資料

本集團主要於德國、歐洲其他地區*、亞太區及透過電子商店平台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。

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 百萬港元	二零一五年 百萬港元 重列
來自外界客戶的收入		
德國	2,951	3,185
歐洲其他地區	2,294	2,648
亞太區	1,016	1,346
電子商店	1,993	2,062
批授經營權及其他	69	74
	<u>8,323</u>	<u>9,315</u>

經營分部匯報方式與提供給主要經營決策者的內部管理匯報方式一致。本集團之執行董事被認定為負責評估報告分部的表現及分配資源的主要經營決策者。本集團於過去數年正在轉型，而管理及報告結構已被重組。目前，主要經營決策者釐定經營分部為德國、歐洲其他地區、亞太區及全球電子商店，此分部與最新管理組織及報告結構一致。企業服務、採購及批授經營權活動亦釐定為獨立經營分部。此外，在這些地區內，主要經營決策者亦會以零售及批發渠道的角度（亦為經營分部）審視業務。德國、歐洲其他地區及亞太區的電子商店合併於全球電子商店的單一報告分部。因此，分部報告呈列已根據本期間的呈列作出變更，將比較數字重新分類，從而可作出比較。

內部分部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。

* 歐洲其他地區包括我們於美洲及中東的業務。

2. 收入及分部資料（續）

	未經審核截至二零一六年十二月三十一日止六個月					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收入						
零售	1,522	1,140	951	1,990	-	5,603
批發	1,429	1,154	65	3	-	2,651
批授經營權及其他	-	-	-	-	4,896	4,896
總計	<u>2,951</u>	<u>2,294</u>	<u>1,016</u>	<u>1,993</u>	<u>4,896</u>	<u>13,150</u>
內部分部收入	-	-	-	-	(4,827)	(4,827)
來自外界客戶的收入						
零售	1,522	1,140	951	1,990	-	5,603
批發	1,429	1,154	65	3	-	2,651
批授經營權及其他	-	-	-	-	69	69
總計	<u>2,951</u>	<u>2,294</u>	<u>1,016</u>	<u>1,993</u>	<u>69</u>	<u>8,323</u>
分部業績						
零售	(111)	24	(85)	470	(1)	297
批發	339	115	1	1	7	463
批授經營權及其他	-	-	-	-	(773)	(773)
除利息及稅項前 溢利／（虧損）	<u>228</u>	<u>139</u>	<u>(84)</u>	<u>471</u>	<u>(767)</u>	<u>(13)</u>
利息收入						19
融資成本						(19)
除稅前虧損						<u>(13)</u>

2. 收入及分部資料 (續)

	未經審核截至二零一六年十二月三十一日止六個月					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
資本開支						
零售	7	14	23	1	2	47
批發	-	3	1	-	-	4
批授經營權及其他	-	-	4	4	31	39
總計	<u>7</u>	<u>17</u>	<u>28</u>	<u>5</u>	<u>33</u>	<u>90</u>
折舊						
零售	42	32	26	1	7	108
批發	6	7	3	-	1	17
批授經營權及其他	-	-	-	-	135	135
總計	<u>48</u>	<u>39</u>	<u>29</u>	<u>1</u>	<u>143</u>	<u>260</u>
物業、廠房及設備減值						
零售	2	-	-	-	-	2
總計	<u>2</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>2</u>
就店舖關閉及租賃 作出的撥備撥回淨額						
零售	(3)	1	(2)	-	-	(4)
總計	<u>(3)</u>	<u>1</u>	<u>(2)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(4)</u>

2. 收入及分部資料（續）

未經審核截至二零一五年十二月三十一日止六個月
重列

	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收入						
零售	1,653	1,317	1,228	2,062	-	6,260
批發	1,532	1,331	118	-	-	2,981
批授經營權及其他	-	-	-	-	8,872	8,872
總計	<u>3,185</u>	<u>2,648</u>	<u>1,346</u>	<u>2,062</u>	<u>8,872</u>	<u>18,113</u>
內部分部收入	-	-	-	-	(8,798)	(8,798)
來自外界客戶的收入						
零售	1,653	1,317	1,228	2,062	-	6,260
批發	1,532	1,331	118	-	-	2,981
批授經營權及其他	-	-	-	-	74	74
總計	<u>3,185</u>	<u>2,648</u>	<u>1,346</u>	<u>2,062</u>	<u>74</u>	<u>9,315</u>
分部業績						
零售	(62)	4	(204)	504	(4)	238
批發	312	60	4	-	13	389
批授經營權及其他	-	-	-	-	(874)	(874)
除利息及稅項前 溢利／（虧損）	<u>250</u>	<u>64</u>	<u>(200)</u>	<u>504</u>	<u>(865)</u>	<u>(247)</u>
利息收入						21
融資成本						(16)
除稅前虧損						<u>(242)</u>

2. 收入及分部資料 (續)

未經審核截至二零一五年十二月三十一日止六個月
重列

	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
資本開支						
零售	30	13	55	-	3	101
批發	4	4	3	-	3	14
批授經營權及其他	-	-	2	1	24	27
總計	34	17	60	1	30	142
折舊						
零售	47	45	38	1	6	137
批發	7	9	3	-	1	20
批授經營權及其他	-	-	-	-	145	145
總計	54	54	41	1	152	302
物業、廠房及設備減值						
零售	-	4	-	-	-	4
總計	-	4	-	-	-	4
就店舖關閉及租賃 作出的撥備撥回淨額						
零售	8	(36)	-	-	-	(28)
批發	-	(16)	-	-	-	(16)
批授經營權及其他	-	(7)	-	-	-	(7)
總計	8	(59)	-	-	-	(51)

3. 經營虧損（除利息及稅項前虧損）

未經審核
截至十二月三十一日止六個月
二零一六年 二零一五年
百萬港元 百萬港元

除利息及稅項前虧損已扣除及（計入）下列各項：

員工成本	1,491	1,616
折舊	260	302
客戶關係攤銷	30	32
出售物業、廠房及設備的虧損	4	3
物業、廠房及設備減值	2	4
就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	(4)	(51)
匯兌虧損／（收益）淨額	67	(113)
陳舊存貨（撥備撥回）／額外撥備淨額	(5)	18
租賃成本		
－經營租賃開支	1,006	1,135
－其他租賃成本	270	293
應收貿易賬款減值撥備淨額	15	43
	<u>1,491</u>	<u>1,616</u>

4. 融資成本

未經審核
截至十二月三十一日止六個月
二零一六年 二零一五年
百萬港元 百萬港元

財務資產及財務負債的應計利息	19	16
	<u>19</u>	<u>16</u>

5. 稅項

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 百萬港元	二零一五年 百萬港元
本期稅項		
香港利得稅		
本期間撥備	1	1
海外稅項		
本期間撥備	54	70
過往年度超額撥備	(4)	(1)
	<u>51</u>	<u>70</u>
遞延稅項		
本期間收益淨額	(125)	(74)
稅項收益	<u>(74)</u>	<u>(4)</u>

香港利得稅乃按照期內的估計應課稅溢利按稅率 **16.5%**（二零一五年：16.5%），扣除結轉的稅項虧損（如適用）而計算。

海外（香港以外）稅項乃按照期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（如適用）而計算。

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. 中期股息

董事會已決議不宣派截至二零一六年十二月三十一日止六個月之中期股息（二零一五年：無）。

7. 每股盈利／（虧損）

基本

每股基本盈利或虧損乃根據本公司股東應佔溢利或虧損除以期內已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份計算。

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年	二零一五年
本公司股東應佔溢利／（虧損）（百萬港元）	61	(238)
於七月一日已發行普通股數目（百萬股）	1,944	1,944
就股份獎勵計劃而持有的股份作出的調整（百萬股）	(5)	-
已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份（百萬股）	1,939	1,944
每股基本盈利／（虧損）（每股港元）	0.03	(0.12)

攤薄

每股攤薄盈利或虧損乃根據本公司股東應佔溢利或虧損，及因假設轉換根據本公司購股權計劃及股份獎勵計劃授出的所有潛在具攤薄影響普通股而作出調整的期內已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份計算。就購股權而言，乃根據未行使購股權所附的認購權的貨幣價值，再按公平值（釐定為期內本公司股份的平均市場股價）來計算可購入的股份數目。以上述計算所得的股份數目，將與假設購股權獲行使及獎勵股份歸屬而因應發行的股份數目作出比較。

7. 每股盈利／（虧損）（續）

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年	二零一五年
本公司股東應佔溢利／（虧損）（百萬港元）	<u>61</u>	<u>(238)</u>
已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份（百萬股）	1,939	1,944
就購股權及獎勵股份作出的調整（百萬股）	-	-
每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股）	<u>1,939</u>	<u>1,944</u>
每股攤薄盈利／（虧損）（每股港元）	<u>0.03</u>	<u>(0.12)</u>

截至二零一五年十二月三十一日止六個月期內，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. 物業、廠房及設備

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 百萬港元	二零一五年 百萬港元
於七月一日	2,159	2,835
換算差額	(110)	(77)
添置	90	142
出售	(24)	(4)
折舊（附註 3）	(260)	(302)
減值開支（附註 3）	(2)	(4)
轉撥至分類為持作出售之資產	-	(181)
於十二月三十一日	<u>1,853</u>	<u>2,409</u>

9. 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）發票日期劃分的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一六年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一六年 六月三十日 百萬港元
0-30 天	722	839
31-60 天	232	157
61-90 天	80	80
超過 90 天	129	182
	<u>1,163</u>	<u>1,258</u>

於二零一六年十二月三十一日，應收貿易賬款（扣除減值撥備）**340 百萬港元**（二零一六年六月三十日：317 百萬港元）已逾期但未減值。該等應收貿易賬款賬齡分析如下：

	未經審核 二零一六年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一六年 六月三十日 百萬港元
1-30 天	196	148
31-60 天	33	31
61-90 天	8	15
超過 90 天	103	123
	<u>340</u>	<u>317</u>

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。

10. 現金、銀行結餘及存款

	未經審核 二零一六年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一六年 六月三十日 百萬港元
銀行結餘及現金	2,466	2,856
到期日為三個月以內的銀行存款	1,208	629
到期日為三個月以上的銀行存款	874	1,856
	<u>4,548</u>	<u>5,341</u>

11. 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。按應付貿易賬款發票日期劃分的賬齡分析如下：

	未經審核 二零一六年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一六年 六月三十日 百萬港元
0-30 天	343	681
31-60 天	176	203
61-90 天	45	80
超過 90 天	26	57
	<u>590</u>	<u>1,021</u>

12. 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：

	未經審核 截至十二月三十一日止六個月 二零一六年 二零一五年 百萬港元 百萬港元	
於七月一日	604	557
就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	(4)	(51)
期內已動用金額	(134)	(47)
換算差額	(11)	(17)
於十二月三十一日	<u>455</u>	<u>442</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。

13. 股本

	每股面值 0.10 港元 的股份數目 百萬股	未經審核 百萬港元
法定：		
於二零一六年七月一日及二零一六年十二月三十一日	3,000	300
	每股面值 0.10 港元 的股份數目 百萬股	未經審核 面值 百萬港元
已發行及繳足股本：		
於二零一六年七月一日及二零一六年十二月三十一日	1,944	194
於二零一五年七月一日及二零一五年十二月三十一日	1,944	194

附註：

(a) 購股權

本公司於二零零一年十一月二十六日採納一項購股權計劃（「二零零一年購股權計劃」）。二零零一年購股權計劃已於二零零九年十二月十日終止，惟截至當日已授出但尚未行使及／或已承諾授出之購股權須繼續遵守二零零一年購股權計劃之條文及上市規則之規定。

於二零零九年十二月十日，本公司採納新購股權計劃（「二零零九年購股權計劃」）。

(b) 獎勵股份

董事會於二零一六年三月十七日採納僱員股份獎勵計劃（「股份獎勵計劃」）。股份獎勵計劃的目的為激勵及挽留經揀選的本集團高級管理人員。

根據股份獎勵計劃的規則（「計劃規則」），董事會將揀選本集團任何僱員（「獲選僱員」）參加股份獎勵計劃，並釐定獎勵金額或獎勵股份數目。本公司已委任一名獨立受託人管理股份獎勵計劃。受託人將運用從本公司資金中已支付或將支付給受託人之現金在市場購入所需股份數目。受託人將以信託形式替相關獲選僱員持有該等股份，直至該等股份按計劃規則及授出該等獎勵股份（如有）之條件歸屬及交付為止。

13. 股本（續）

截至二零一六年十二月三十一日止六個月，以下獎勵股份已根據股份獎勵計劃授予獲選僱員：

授出日期	授出獎勵 股份數目	每股公平值 港元	歸屬日期
二零一六年十月三十一日	2,577,842	6.4	二零一八年十月三十一日
二零一六年十月三十一日	2,577,842	6.4	二零一九年十月三十一日
	<u>5,155,684</u>		

獎勵股份的公平值乃按本公司股份於授出日期之市場價格計算。

根據股份獎勵計劃，獎勵股份於期內之變動及於二零一六年十二月三十一日尚未授出之獎勵股份詳情如下：

	獎勵股份數目	
	二零一六年	二零一五年
於七月一日	3,383,572	-
期內授出	5,155,684	-
於十二月三十一日	8,539,256	-

於截至二零一六年十二月三十一日止六個月，受託人於香港聯合交易所有限公司購買本公司股份合共 **5,155,700** 股（二零一五年：無）。期內向受託人購入股份支付的總金額約為 **33 百萬港元**（二零一五年：無）。

管理層討論及分析

誠如去年年報所討論，本集團積極投入執行「策略計劃」以重拾 **Esprit** 長遠競爭力。此策略計劃之核心為(i)實行「垂直模式」以持續生產具競爭力的產品；(ii)透過「全方位渠道模式」以優化銷售渠道業務；及(iii)逐步提升「**Esprit** 品牌」的形象。最重要的是，策略計劃亦與推動我們轉虧為盈的其他工作（包括致力削減經營開支）相輔相成。綜合以上各項措施是改善本集團現時及日後業績的基石。

建基於我們上一財政年度（「一五／一六財政年度」）取得的正面進展，本集團截至二零一六年十二月三十一日止六個月（「一六／一七財政年度上半年」或「回顧期內」）的財務表現持續好轉，並錄得純利 **61** 百萬港元，相比去年同期所錄得的淨虧損 **-238** 百萬港元有顯著的改善。

本集團一五／一六財政年度業績的改善是由零售銷售效益的顯著增長所推動，然而一六／一七財政年度上半年業績的改善，則主要是由另外兩項對提升我們整體盈利能力極其重要的重大發展推動所致：

1. 持續精簡業務規模，包括關閉最無盈利的零售店舖及失去低績效的批發銷售點，兩者導致本集團的可控制面積顯著下降。
2. 管理層採取以提升本集團毛利率的措施，包括縮減促銷活動力度、降價幅度以及給予批發合作夥伴折扣。

一方面，上述措施為一六／一七財政年度上半年的營業額帶來明顯壓力，而此情況更因一六／一七財政年度第一季度（「第一季度」）歐洲異常和暖的天氣帶來的不利影響而加劇。因此，本集團於一六／一七財政年度上半年的營業額為 **8,323** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 **-9.9%**，低於總可控制面積相應的按年減幅 **-14.3%**。

另一方面，有關措施使我們能夠達致預期的盈利能力改善：於一六／一七財政年度上半年，毛利率按年上升 **2.0** 個百分點，而按本地貨幣計算的經常開支則按年下降 **-11.2%**。以上因素一併抵銷了收入下降的負面影響，令我們基礎業務於回顧期內錄得除利息及稅項前溢利 **2** 百萬港元（即除利息及稅項前溢利，不包括特殊項目），而較去年同期基礎業務錄得除利息及稅項前虧損為 **-252** 百萬港元。

總括而言，本集團的財務表現持續向好發展以及符合管理層的預期。本集團在大多方面持續取得進展，讓我們充滿信心，並繼續全面投入且專注於執行我們的策略計劃。

下文載列一六／一七財政年度上半年的業績摘要。

收入分析

一六／一七財政年度上半年，集團收入為 8,323 百萬港元（一五／一六財政年度上半年：9,315 百萬港元），按本地貨幣計算按年下降 -9.9%，並在一六／一七財政年度第二季度（「第二季度」）（按本地貨幣計算按年下降 -7.8%，總可控制面積按年下降 -14.3%）於各渠道（零售（不包括電子商店）、電子商店及批發，惟批授經營權業務受批授經營權特許人付款的時間所影響除外）和各市場（德國、歐洲其他地區及亞太區）中的進展，遠遠優於第一季度（下降 -11.8%，總可控制面積按年下降 -14.5%）。

按季度劃分的收入發展

	收入變幅百分比（按本地貨幣按年計算）		
	第一季度	第二季度	一六／一七財政年度 上半年
按分銷渠道			
零售（不包括電子商店）	-15.2%	-11.3%	-13.1%
電子商店	-7.0%	1.6%	-2.4%
批發（不包括電子商店）	-11.4%	-9.2%	-10.5%
批授經營權及其他	7.4%	-19.8%	-7.1%
總計	-11.8%	-7.8%	-9.9%
按地區[^]			
德國	-8.4%	-4.1%	-6.3%
歐洲其他地區	-11.9%	-9.5%	-10.8%
亞太區	-23.9%	-14.8%	-18.8%
總計	-11.8%	-7.8%	-9.9%

[^] 整體地區包括零售、電子商店、批發及批授經營權業務

收入之發展主要取決於下列因素：

(i) 可控制面積減少

由於本集團繼續整頓其分銷版圖，一六／一七財政年度上半年總可控制面積（零售及批發合計）減少 31,270 平方米，連同上六個月已減少的 71,431 平方米，合共按年減少 -14.3%。

從零售角度分析，關閉無盈利店舖是改善本集團業績和為此渠道日後之增長建立更穩健平台的關鍵。因此，於一六／一七財政年度上半年，本集團淨關閉零售店舖面積 9,412 平方米，連同上六個月淨關閉的 25,806 平方米，總共按年減少 -11.1%。

按地區劃分的零售（不包括電子商店）分銷渠道
（直接管理零售店舖）

	於二零一六年十二月三十一日						
	店舖 數目	店舖數目 淨變幅 ^	淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積淨變幅		淨銷售面積淨變幅	
				自二零一六年七月一日起 (平方米)	(百分比)	自二零一六年一月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	149	1	119,243	644	0.5%	(2,140)	-1.8%
歐洲其他地區	141	(48)	84,654	(1,836)	-2.1%	(15,330)	-15.3%
亞太區	408	(119)	78,263	(8,220)	-9.5%	(17,748)	-18.5%
總計	698	(166)	282,160	(9,412)	-3.2%	(35,218)	-11.1%

^ 自二零一六年一月一日起的淨變幅

至於批發方面，此渠道繼續面對持續的結構性壓力以及我們繼續看見合作夥伴逐漸退出低績效的銷售點。因此，於一六／一七財政年度上半年，批發可控制面積減少21,858平方米，連同上六個月淨關閉的45,625平方米，總共按年減少-16.8%。

按地區劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）

	於二零一六年十二月三十一日						
	店舖 數目	店舖數目 淨變幅 ^	淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積淨變幅		淨銷售面積淨變幅	
				自二零一六年七月一日起 (平方米)	(百分比)	自二零一六年一月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	3,757	(775)	175,292	(4,460)	-2.5%	(25,963)	-12.9%
專營店	255	(12)	59,401	(3,814)	-6.0%	(8,433)	-12.4%
零售專櫃	2,342	(548)	93,195	(1,567)	-1.7%	(14,419)	-13.4%
專營櫃位	1,160	(215)	22,696	921	4.2%	(3,111)	-12.1%
歐洲其他地區	2,246	(493)	142,414	(11,320)	-7.4%	(27,663)	-16.3%
專營店	465	(62)	93,085	(7,241)	-7.2%	(16,539)	-15.1%
零售專櫃	864	(178)	26,851	(2,566)	-8.7%	(6,168)	-18.7%
專營櫃位	917	(253)	22,478	(1,513)	-6.3%	(4,956)	-18.1%
亞太區	158	(108)	17,188	(6,078)	-26.1%	(13,857)	-44.6%
專營店	158	(108)	17,188	(6,078)	-26.1%	(13,857)	-44.6%
總計	6,161	(1,376)	334,894	(21,858)	-6.1%	(67,483)	-16.8%
專營店	878	(182)	169,674	(17,133)	-9.2%	(38,829)	-18.6%
零售專櫃	3,206	(726)	120,046	(4,133)	-3.3%	(20,587)	-14.6%
專營櫃位	2,077	(468)	45,174	(592)	-1.3%	(8,067)	-15.2%

^ 自二零一六年一月一日起的淨變幅

(ii) 縮減促銷活動、降價幅度及批發折扣

於回顧期內，管理層採取果斷的措施，致力提升各渠道及地區的毛利率。這些努力有效推動我們的盈利得到整體的改善，但對我們零售業務的銷售有負面影響，並在可比較店舖所錄得的負銷售增長中反映。

零售可比較店舖按本地貨幣計算的銷售增長（不包括電子商店）

	第一季度		第二季度		一六 / 一七財政年度上半年	
	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長
德國	128	-8.6%	126	-5.3%	126	-6.8%
歐洲其他地區	121	-1.9%	117	1.6%	117	0.1%
亞太區	253	-10.1%	233	-8.3%	233	-9.2%
總計	502	-6.6%	476	-3.5%	476	-4.9%

零售方面，我們降低促銷活動的力度，例如縮短季中促銷期的時間、延遲季尾促銷的開展期、取消部分國家及特定產品類別的折扣推廣，以及採取更溫和的手法進行某些推廣活動（如黑色星期五）。除此之外，我們調低實體正價店定期降價的次數，同時調高折扣特賣場的價格。

至於批發業務，我們採取較溫和的措施以改善毛利率，主要集中於取消給予經揀選合作夥伴過度的折扣。因此，對批發渠道的銷售表現的影響較低。

總括來說，我們上述對不同渠道所採取的策略與競爭對手進取的促銷及降價幅度大相徑庭；雖然這為我們的收入帶來壓力，但能夠達致預期改善利潤率及經營業績的效果。

(iii) 第一季度不利天氣

誠如我們未經審核一六 / 一七財政年度第一季度資料（「第一季度資料」）的公佈所述，第一季度歐洲的溫度遠高於上年同期的水平，這種異常和暖的天氣顯著影響店舖的客流量及我們秋季系列的銷售。

按產品劃分的收入

本集團分別以「Esprit」及「edc」兩個品牌對其產品進行營銷，並提供服飾及生活時尚產品給女士，男士以及兒童。就此管理層討論及分析而言，產品主要分為四類：Esprit 女裝（佔集團收入 47.4%），Esprit 男裝（佔集團收入 12.6%），生活時尚及其他（佔集團收入 17.1%），以及 edc（佔集團收入 22.9%）。

按產品劃分的收入

產品分部	截至十二月三十一日止六個月					
	二零一六年		二零一五年		變幅百分比	
	百萬港元	佔本集團收入之百分比	百萬港元	佔本集團收入之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算
Esprit 女裝	3,945	47.4%	4,216	45.3%	-6.4%	-5.6%
casual 女裝	2,731	32.8%	2,865	30.8%	-4.7%	-3.9%
collection 女裝	1,049	12.6%	1,124	12.1%	-6.6%	-5.8%
trend [#]	165	2.0%	227	2.4%	-27.4%	-27.0%
Esprit 男裝	1,048	12.6%	1,281	13.7%	-18.2%	-17.1%
casual 男裝	857	10.3%	1,046	11.2%	-18.1%	-17.1%
collection 男裝	191	2.3%	235	2.5%	-18.7%	-17.5%
生活時尚及其他 [*]	1,424	17.1%	1,762	18.9%	-19.1%	-18.6%
edc[^]	1,906	22.9%	2,056	22.1%	-7.3%	-6.4%
總計	8,323	100.0%	9,315	100.0%	-10.6%	-9.9%

[#] Trend 產品分部的成立是作為一個實驗室，以測試我們快速反應產品的開發流程。我們已將所學的知識應用於女裝的其他產品分部，因此綜合這些產品分部的表現來解讀會更具意義

^{*} 生活時尚及其他主要包括配飾、內衣、鞋具、以及批授經營權產品的銷售及批授經營權收入如童裝、手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品及家品系列

[^] 於截至二零一六年十二月三十一日止六個月，edc 品牌旗下的配飾、內衣及鞋具與於 Esprit 品牌生活時尚及其他旗下的配飾、內衣及鞋具合併在一起，然而它們於截至二零一五年十二月三十一日止六個月是被歸納於 edc 品牌。edc 的比較數字已予重列

Esprit 女裝及 edc

Esprit 女裝及 edc 合共佔集團收入 70.3%，收入按本地貨幣計算按年下降分別 -5.6% 及 -6.4%，而可比較零售店舖銷售額（包括電子商店）按本地貨幣計算按年下降分別 -2.6% 及 -1.4%。有關下降主要是由於此「收入分析」開端所述的因素所致，惟隨著我們持續受惠於垂直模式的效益，部分減幅因產品持續改善而被抵銷。

Esprit 男裝

於一六／一七財政年度上半年，Esprit 男裝錄得收入 1,048 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -17.1%。基於男裝分部表現疲弱，我們減少零售店舖內分配予有關產品的面積。此外，負責管理 Esprit 男裝的團隊於回顧期內曾進行重組及整固。

生活時尚及其他

生活時尚及其他於一六／一七財政年度上半年的收入為 1,424 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -18.6%。此產品類別主要包括配飾、內衣、鞋具以及批授經營權產品的銷售及批授經營權收入，如童裝、手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品、家品系列等。此產品類別收入最大減幅來自童裝分部（按本地貨幣計算按年減少 -62.8%），原因是自二零一六年一月將此業務批授予 Groupe Zannier，大部分淨銷售現由批授經營權的合作夥伴入賬，因此大大降低我們的營業額，而 Esprit 的收入大部分來自相關的批授經營權。儘管受到以上的影響，批授童裝業務長遠有利 Esprit 童裝的表現。撇除童裝分部，生活時尚及其他的銷售減幅按本地貨幣計算應按年減少 -11.0%。

按地區及按分銷渠道劃分的收入

按地區劃分，本集團大部分業務位於歐洲及亞太區。在我們的分析中，我們所經營的國家主要歸納為三個主要地區：「德國」、「歐洲其他地區」（包括美洲及中東）及「亞太區」。

以上市場的業務主要透過三個分銷渠道進行：「零售（不包括電子商店）」、「批發（不包括電子商店）」及「電子商店」。

在詳細分析按地區及按分銷渠道劃分的收入表現之前，我們先評論零售（不包括電子商店）及批發（不包括電子商店）的整體表現，並於本節較後部分再獨立闡述電子商店的表現。

零售（不包括電子商店）收入於回顧期內按本地貨幣計算按年下降 **-13.1%**，高於零售面積的按年減幅 **-11.1%**。不過，值得注意的是，儘管我們縮減促銷活動及降價幅度，實體正價店每平方米銷售水平維持穩定（按本地貨幣計算按年增加 **+0.3%**），而整體銷售效益的下降是由於折扣特賣場的銷售效益下降（按本地貨幣計算按年減少 **-14.9%**）。更重要的是，綜合每平方米銷售的輕微下降及毛利率改善，達致每正價零售平方米產生的毛利價值錄得淨增加（按本地貨幣計算按年增加 **+4.4%**）。換言之，我們正價零售面積的盈利能力於一六／一七財政年度上半年持續上升。

批發（不包括電子商店）方面，此渠道的盈利能力於回顧期內亦有所改善。關閉不良績效的銷售點正提升餘下可控制面積的平均銷售效益。因此，於一六／一七財政年度上半年按本地貨幣計算的銷售按年減少 **-10.5%**遠低於銷售面積的相應按年減幅 **-16.8%**。批發渠道的毛利率及經營開支亦於期內有所改善。

下表載列三個地區及不同分銷渠道的收入分析。

按地區及按分銷渠道劃分的收入

	截至十二月三十一日止六個月						
	二零一六年		二零一五年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	佔本集團收入		佔本集團收入		按港元	按本地	
百萬港元	之百分比	百萬港元	之百分比	計算	貨幣計算		
德國	4,140	49.7%	4,444	47.7%	-6.8%	-6.3%	-8.7%
零售（不包括電子商店）	1,522	18.3%	1,653	17.8%	-7.9%	-7.2%	-1.8%
電子商店	1,176	14.1%	1,253	13.4%	-6.1%	-5.4%	n.a.
批發	1,429	17.2%	1,532	16.4%	-6.7%	-6.4%	-12.9%
批授經營權	13	0.1%	6	0.1%	93.1%	93.8%	n.a.
歐洲其他地區	3,048	36.7%	3,446	37.0%	-11.5%	-10.8%	-15.9%
零售（不包括電子商店）	1,140	13.7%	1,317	14.1%	-13.4%	-12.5%	-15.3%
電子商店	698	8.4%	730	7.9%	-4.5%	-3.9%	n.a.
批發	1,154	13.9%	1,331	14.3%	-13.3%	-12.5%	-16.3%
批授經營權及其他 [*]	56	0.7%	68	0.7%	-16.8%	-16.8%	n.a.
亞太區	1,135	13.6%	1,425	15.3%	-20.3%	-18.8%	-24.9%
零售（不包括電子商店）	951	11.4%	1,228	13.2%	-22.6%	-21.5%	-18.5%
電子商店	119	1.5%	79	0.8%	51.1%	58.7%	n.a.
批發（不包括電子商店）	65	0.7%	118	1.3%	-44.5%	-42.6%	-44.6%
總計	8,323	100.0%	9,315	100.0%	-10.6%	-9.9%	-14.3%
零售（不包括電子商店）	3,613	43.4%	4,198	45.1%	-13.9%	-13.1%	-11.1%
電子商店	1,993	24.0%	2,062	22.1%	-3.3%	-2.4%	n.a.
批發（不包括電子商店）	2,648	31.8%	2,981	32.0%	-11.2%	-10.5%	-16.8%
批授經營權及其他	69	0.8%	74	0.8%	-7.1%	-7.1%	n.a.

[^] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

^{*} 截至二零一六年十二月三十一日止六個月，北美洲收入已重新歸納至歐洲其他地區，而截至二零一五年十二月三十一日止六個月北美洲收入是獨立披露的。比較數字已予重列

n.a. 不適用

德國

德國是本集團最大的市場（佔本集團總收入 49.7%），於一六／一七財政年度上半年錄得收入 4,140 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -6.3%（第一季度 -8.4%及第二季度 -4.1%）。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、電子商店、批發及批授經營權業務分別佔德國收入的 36.8%、28.4%、34.5%及 0.3%。

德國零售（不包括電子商店）錄得收入 1,522 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -7.2%。除此「收入分析」一節所述的三大因素外，收入下跌亦由於德國零售市場疲弱不穩所致。根據 TextilWirtschaft 發佈的數據，於回顧期內，德國服裝市場首三個月銷售按年下降，而餘下三個月按年發展不變。至於德國零售（不包括電子商店）的面積按年減少 -1.8%，低於我們預期，原因是該區的租約期相比其他市場要長，所以較難終止。

德國批發收入按本地貨幣計算按年減少 -6.4%，遠遠低於可控制面積的相應按年減幅 -12.9%。相關效益提升是由於線下及線上合作夥伴的訂單量改善所致。可控制面積減少部分是由於我們將童裝分部 713 個銷售點轉移予我們新的批授經營權合作夥伴所致。

歐洲其他地區

歐洲其他地區由德國以外的歐洲、美洲及中東國家組成（佔本集團總收入 36.7%），於一六／一七財政年度上半年的收入為 3,048 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -10.8%（第一季度減少 -11.9%及第二季度減少 -9.5%）。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、電子商店、批發及批授經營權業務分別佔該地區收入的 37.4%、22.9%、37.9% 及 1.8%。

歐洲其他地區零售（不包括電子商店）錄得收入 1,140 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -12.5%，表現優勝於零售面積相應的按年減幅 -15.3%。零售面積大大減少是因為成功淨關閉 17 間無盈利店舖，以及因一間位於荷蘭的百貨公司結業而關閉當地 31 間特約店。

歐洲其他地區批發收入按本地貨幣計算按年減少 -12.5%，亦低於可控制面積的相應按年減幅 -16.3%，反映合作夥伴的訂單量與德國批發的情況一樣有所改善。可控制面積減少部分是由於我們將童裝分部 150 個銷售點轉移予我們新的批授經營權合作夥伴所致。

亞太區

亞太區主要由中國、澳洲及新西蘭、香港、新加坡、馬來西亞、台灣及澳門組成（佔本集團總收入 13.6%）。該地區於一六／一七財政年度上半年的收入按本地貨幣計算按年減少 -18.8%（第一季度 -23.9%及第二季度 -14.8%）。

誠如上一份年報所討論，亞太區面對的挑戰與歐洲不同。從宏觀角度分析，中國經濟增長放緩削弱消費者情緒，減少了區內進入商場的人流，包括對 **Esprit** 來說十分重要的購物及旅遊熱點。從內部角度分析，我們於亞太區的分銷網絡存在與品牌相關的弱點，例如 **Esprit** 的零售面積集中於百貨公司及折扣特賣場。我們已實施清晰的行動計劃以應付這些挑戰，於回顧期內我們此計劃的執行持續取得良好進展，包括關閉虧損面積、電子商務銷售增長急速、毛利率正常化、零售營運得以改良、精簡當地結構及成本等。以上的正面發展令我們對恢復該地區內的長遠潛力充滿信心。

亞太區零售（不包括電子商店）佔該地區內總收入 83.8%，收入為 951 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -21.5%，而零售面積則按年減少 -18.5%。值得注意的是，我們於亞太區以最大力度縮減促銷活動及降價幅度，這可解釋可比較零售銷售（不包括電子商店）按年下降 -9.2%。儘管銷售顯著下降，但毛利率改善及經營開支減少導致此渠道的盈利取得正面發展。

亞太區批發（不包括電子商店）收入僅佔該地區內總收入 5.7%（佔本集團收入 0.7%），收入為 65 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -42.6%，而批發可控制面積按年減少 -44.6%。大多數被減少的面積位於中國，而我們在亞太區內一些新國家發現擴充批發業務的商機。就此，於第二季度，Esprit 與印度知名時裝及生活時尚產品的網上零售商 Myntra.com 建立獨家合作夥伴關係，再次涉足印度市場。

電子商店

電子商店包括歐洲及亞太區國家的直接管理電子商務業務及向亞太區第三方線上分銷商的銷售，（佔本集團總收入 24.0%）。於回顧期內，此渠道錄得收入 1,993 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -2.4%（第一季度 -7.0%及第二季度 +1.6%），而去年同期銷售表現相當理想（按本地貨幣計算按年增長 +15.9%）。

於一六／一七財政年度上半年，德國及歐洲其他地區電子商店佔電子商店總收入分別 59.0%及 35.0%。德國電子商店按本地貨幣計算按年減少 -5.4%，而歐洲其他地區電子商店按本地貨幣計算按年減少 -3.9%。淨銷售下降是由於該電子商店在二零一六年九月歐洲天氣和暖期間及二零一六年十一月和十二月節日假期的網上客流量下降所致。然而，此渠道繼續取得高效益及盈利，我們於本財政年度上半年持續開發全方位渠道解決方案，使到(i)活躍的 Esprit Friends 人數較去年增加 +20%；(ii)以智能手機推動銷售較去年迅速增長 +40%；(iii)消費者個人化體驗的水平得以提升；(iv)向客戶發貨的時間得以縮短；及(v)綜合線上／線下功能得以面世，包括點擊及於店舖取貨，以及能夠線上預留實體店產品及於實體店退還電子商店產品。

於一六／一七財政年度上半年，亞太區電子商店的收入為 119 百萬港元，按本地貨幣計算按年增長 +58.7%。中國佔該地區內電子商店銷售逾 80%，收入按本地貨幣計算按年增長 +54.9%，此乃由於我們將 Esprit Friends 忠誠計劃加入到電子商店、鞏固我們與天貓網的業務、透過微博或微信等當地平台擴大我們在中國的線上覆蓋，以及與名人和關鍵意見領袖合作以社交媒體提升我們的品牌實力等行動所致。

盈利能力分析

下表呈列本集團於截至二零一六年及二零一五年十二月三十一日止六個月的業績，並將經常開支及特殊項目如上一份年報所界定作出區分。

	截至十二月三十一日止六個月			
	二零一六年	二零一五年	按港元 計算	按本地貨幣 計算
	百萬港元	百萬港元		
收入	8,323	9,315	-10.6%	-9.9%
銷售成本	(3,952)	(4,615)	-14.4%	-13.5%
毛利	4,371	4,700	-7.0%	-6.2%
<i>毛利率</i>	52.5%	50.5%	2個百分點	2個百分點
經常開支				
員工成本	(1,474)	(1,574)	-6.3%	-5.7%
租賃成本	(1,276)	(1,428)	-10.6%	-9.9%
物流開支	(473)	(516)	-8.3%	-7.6%
市場推廣及廣告開支	(402)	(535)	-24.9%	-24.3%
折舊	(260)	(302)	-13.7%	-13.1%
其他經營成本	(484)	(597)	-19.2%	-18.9%
小計	(4,369)	(4,952)	-11.8%	-11.2%
基礎業務的除利息及稅項前溢利／（虧損）	2	(252)		
特殊項目				
i) 有關精簡人手計劃的一次性成本	(17)	(42)		
ii) 就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	4	51		
iii) 物業、廠房及設備減值	(2)	(4)		
小計	(15)	5		
集團除利息及稅項前虧損	(13)	(247)	94.6%	96.9%
淨利息收入	-	5		
除稅前虧損	(13)	(242)		
淨稅項收益	74	4		
純利／（淨虧損）	61	(238)		

於回顧期內，儘管歐元匯率表現疲弱，本集團錄得毛利 4,371 百萬港元，毛利率為 52.5%，按年增長 +2.0 個百分點。毛利改善主要是由於我們採取措施以減低促銷活動、降價幅度及批發折扣，詳見「收入分析」一節開端所述。我們在各渠道（除批授經營權及其他外）、地區及主要產品分部均取得毛利率改善。

於一六／一七財政年度上半年，經常開支（不包括特殊項目）為 4,369 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -11.2%。各主要成本項目均有所減少，主要通過我們加快關閉虧損店舖、推行經常性開支重組措施以及市場推廣及廣告開支經過去年的大規模宣傳活動後已降低至正常化水平。本集團仍按軌道達致於兩年內將經營開支由一五／一六財政年度的水平削減 10 億港元（不包括匯率影響）之目標。

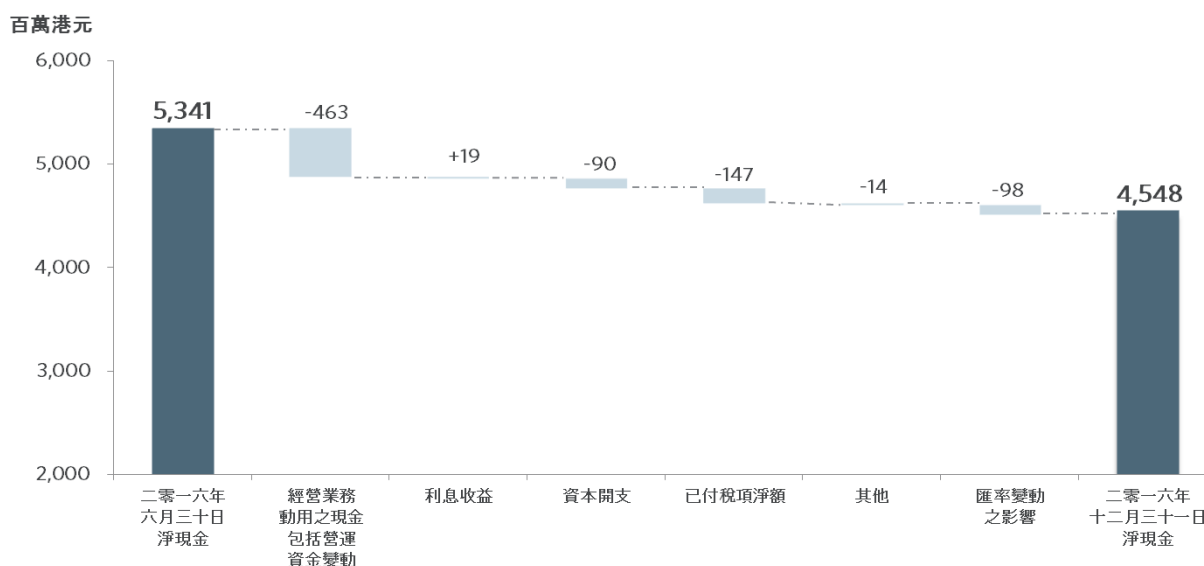
特殊項目指本集團從相關非經營活動產生的特殊收入及開支。誠如本節開端的列表所詳述，於一六／一七財政年度上半年淨特殊開支為 15 百萬港元，與精簡人手計劃、就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額以及物業、廠房及設備減值有關。

基礎業務的除利息及稅項前溢利（不包括特殊項目）為 2 百萬港元，而去年同期除利息及稅項前虧損為 -252 百萬港元。包括特殊項目後，於一六／一七財政年度上半年除利息及稅項前虧損為 -13 百萬港元，較去年同期除利息及稅項前虧損為 -247 百萬港元大幅改善。

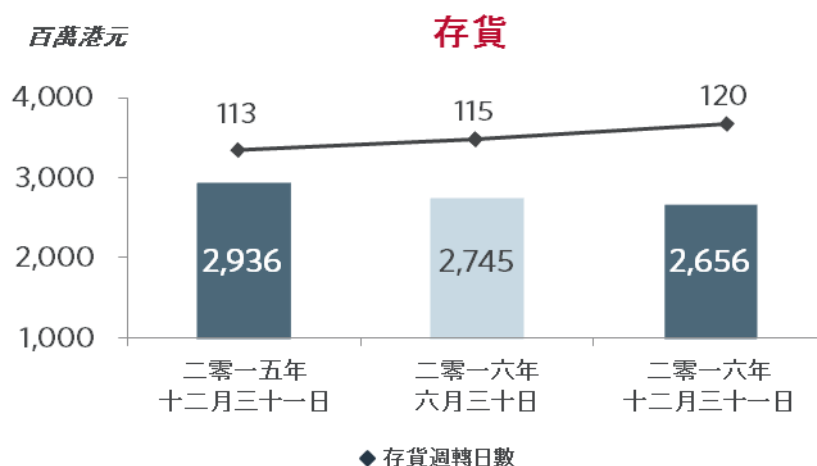
於一六／一七財政年度上半年**純利**為 61 百萬港元（包括淨稅項收益 74 百萬港元），而去年同期淨虧損為 -238 百萬港元。

流動資金及財務資源分析

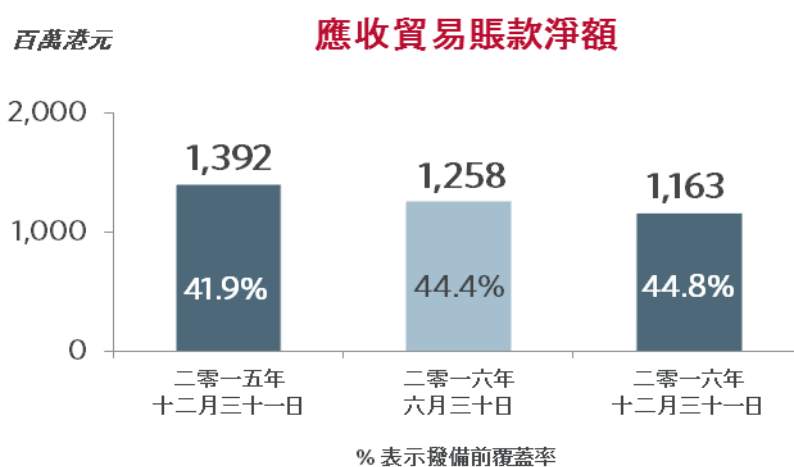
淨現金：本集團於二零一六年十二月三十一日並無負債，現金、銀行結餘及存款合計為 4,548 百萬港元（二零一六年六月三十日：5,341 百萬港元），一六／一七財政年度上半年的淨現金消耗為 793 百萬港元，少於去年同期的淨現金消耗 825 百萬港元。值得注意的是，十二月底的淨現金結餘一般低於六月底，原因是我們業務的季節性因素，導致囤積價值較高的冬季存貨。



存貨：存貨結餘為 2,656 百萬港元（二零一五年十二月三十一日：2,936 百萬港元），按年減少 -9.5%，因受歐元兌港元的收市匯率按年貶值 -4.0%幫助。存貨週轉日數為 120 日，較去年延長 7 日（二零一五年十二月三十一日：113 日），主要是由於零售業務相對批發業務的佔比上升、上一財政年度結轉的剩餘存貨，以及可比較零售店舖及電子商店收入下降所致。



應收貿易賬款淨額為1,163百萬港元（二零一五年十二月三十一日：1,392百萬港元），按年減少 -16.5%，與批發收入下降及歐元兌港元收市匯率按年貶值 -4.0%相符。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44.8%（二零一五年十二月三十一日：41.9%）。



資本開支：我們繼續保持嚴謹的現金管理政策，故對資本開支投資十分審慎。本集團於一六／一七財政年度上半年的資本開支為90百萬港元（一五／一六財政年度上半年：142百萬港元），按年減少36.2%，店舖開張及翻新相關的資本開支錄得最大減幅，原因是大型的裝修工程大致上已完成。

百萬港元	截至十二月三十一日止六個月	
	2016	2015
新店舖	26	42
店舖翻新	18	54
資訊科技項目	29	25
辦公室及其他	17	21
購買物業、廠房及設備	90	142

外部計息借貸總額：於二零一六年十二月三十一日，本集團並無外部計息借貸（二零一五年十二月三十一日：無）。

業務的季節性因素

本集團的業務受季節性趨勢所影響，主要是由於季節性地向批發業務客戶付運產品、主要節日銷售期及季節性產品的定價所致。由於銷售額及經營收入於任何報告期均有可能波動，故此半年度的財務資料未必能夠作為日後業務趨勢的指標，及不能用作推算以提供的可靠預測。

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，這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。

自一五／一六財政年度初起，歐元匯率維持疲弱。於二零一六年六月，英國公投脫離歐洲聯盟（「英國脫歐」）為歐洲經濟帶來很大的不確定性，同時令英鎊大幅貶值。由於我們於英國的業務佔本集團收入少於1%，英鎊貶值將對本集團收入的直接影響不大。不過，英國脫歐或會對歐元帶來壓力。鑑於此潛在風險，本集團已採取措施以主動管理歐元匯率的風險，尤其是已於較現市場匯率好的平均匯率提早對沖一六／一七財政年度的製成品採購成本，以保障我們本財政年度的毛利率。本集團將因應有關匯率之變動情況，持續監察並檢討製成品採購及潛在的價格調整。

一六／一七財政年度下半年展望

展望未來，我們預計本財政年度下半年（「一六／一七財政年度下半年」）的發展與本財政年度上半年相若。我們繼續推行策略計劃，主要重點投放於改善我們的盈利。短期來說，此策略或會因減少無盈利的可控制面積而令收入下降，但同時將提升銷售效益、改善利潤率及降低經營開支。

附錄

按國家劃分的收入

國家 ^{^^}	截至十二月三十一日止六個月						淨銷售面積 淨變幅 [^]
	二零一六年		二零一五年		收入變幅百分比		
	百萬元	佔本集團收入 之百分比	百萬元	佔本集團收入 之百分比	按港元 計算	按本地 貨幣計算	
德國 [#]	4,140	49.7%	4,444	47.7%	-6.8%	-6.3%	-8.7%
歐洲其他地區	3,048	36.7%	3,446	37.0%	-11.5%	-10.8%	-15.9%
比荷盧區域 [#]	976	11.7%	1,115	12.0%	-12.5%	-12.0%	-25.3%
法國	513	6.2%	602	6.5%	-14.9%	-14.5%	-12.5%
瑞士	471	5.7%	506	5.4%	-6.9%	-5.8%	-4.9%
奧地利	390	4.7%	436	4.7%	-10.7%	-10.1%	-10.4%
瑞典	119	1.4%	137	1.5%	-12.9%	-10.8%	-22.9%
芬蘭	112	1.4%	124	1.3%	-10.0%	-9.6%	-17.9%
西班牙	103	1.3%	109	1.2%	-5.0%	-4.8%	-4.0%
意大利	58	0.7%	68	0.7%	-13.5%	-13.4%	-8.5%
英國	50	0.6%	85	0.9%	-41.4%	-34.9%	-25.6%
丹麥	49	0.6%	57	0.6%	-13.8%	-13.5%	-36.9%
波蘭	38	0.5%	35	0.4%	8.9%	12.4%	20.6%
愛爾蘭	4	0.0%	4	0.0%	-1.4%	-1.1%	-0.4%
挪威	2	0.0%	2	0.0%	-8.0%	-7.9%	-
葡萄牙	-	0.0%	1	0.0%	1.5%	2.2%	-
其他 ^{##}	163	1.9%	165	1.8%	-1.4%	-1.3%	-5.3%
亞太區	1,135	13.6%	1,425	15.3%	-20.3%	-18.8%	-24.9%
中國	467	5.6%	655	7.0%	-28.7%	-24.1%	-38.0%
澳洲及新西蘭	161	2.0%	162	1.7%	-1.0%	-5.5%	-1.5%
香港	146	1.7%	185	2.0%	-21.3%	-21.3%	-10.7%
新加坡	116	1.4%	129	1.4%	-9.5%	-10.2%	-10.3%
馬來西亞	90	1.1%	97	1.0%	-6.9%	-5.6%	-9.1%
台灣	82	1.0%	98	1.1%	-16.6%	-18.2%	-6.5%
澳門	45	0.5%	56	0.6%	-18.4%	-18.4%	7.3%
其他 [@]	28	0.3%	43	0.5%	-35.7%	-35.7%	-24.4%
總計	8,323	100.0%	9,315	100.0%	-10.6%	-9.9%	-14.3%

[^] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

^{^^} 國家包括零售、電子商店、批發及批授經營權業務

[#] 包括批授經營權

^{##} 歐洲其他地區的其他包括 i) 來自捷克共和國、匈牙利、斯洛伐克、拉脫維亞、斯洛文尼亞、馬耳他、愛沙尼亞、希臘、羅馬尼亞、克羅地亞及保加利亞的零售（包括電子商店）收入；ii) 來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞、加拿大及中東）的批發收入，以及 iii) 來自亞太區、歐洲（德國除外）、美洲及中東的第三方批授經營權收入

^{*} 截至二零一六年十二月三十一日止六個月，北美洲收入已重新歸納至歐洲其他地區，而截至二零一五年十二月三十一日止六個月北美洲收入是獨立披露的。比較數字已予重列

[@] 亞太區的其他包括來自其他國家（主要為泰國及菲律賓）的批發收入

按國家劃分的零售（不包括電子商店）收入

國家	截至十二月三十一日止六個月						
	二零一六年		二零一五年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	百萬港元	佔總收入 之百分比	百萬港元	佔總收入 之百分比	按港元 計算	按本地 貨幣計算	
德國	1,522	42.1%	1,653	39.4%	-7.9%	-7.2%	-1.8%
歐洲其他地區	1,140	31.6%	1,317	31.3%	-13.4%	-12.5%	-15.3%
比荷盧區域	410	11.3%	491	11.7%	-16.6%	-16.0%	-19.1%
瑞士	309	8.6%	321	7.6%	-3.6%	-2.3%	-1.1%
奧地利	195	5.4%	218	5.2%	-10.7%	-10.1%	-11.8%
法國	134	3.7%	166	3.9%	-19.0%	-18.4%	-16.4%
波蘭	30	0.9%	33	0.8%	-7.7%	-4.2%	20.6%
瑞典	30	0.8%	47	1.1%	-37.1%	-35.1%	-56.2%
芬蘭	24	0.7%	29	0.7%	-16.3%	-15.7%	-18.1%
丹麥	8	0.2%	8	0.2%	1.3%	1.7%	-
英國	-	-	4	0.1%	-100.0%	-100.0%	-100.0%
亞太區	951	26.3%	1,228	29.3%	-22.6%	-21.5%	-18.5%
中國	331	9.2%	512	12.2%	-35.5%	-31.3%	-30.4%
澳洲及新西蘭	149	4.1%	154	3.7%	-3.5%	-7.9%	-1.5%
香港	145	4.0%	185	4.4%	-21.5%	-21.5%	-10.7%
新加坡	111	3.1%	128	3.1%	-12.7%	-13.5%	-10.3%
馬來西亞	89	2.4%	96	2.3%	-7.5%	-6.2%	-9.1%
台灣	81	2.2%	97	2.3%	-17.4%	-19.0%	-6.5%
澳門	45	1.3%	56	1.3%	-18.4%	-18.4%	7.3%
總計	3,613	100.0%	4,198	100.0%	-13.9%	-13.1%	-11.1%

[^] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

按國家劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一六年一月一日起的變動

國家	店舖 數目	淨開設 店舖 [^]	淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積 淨變幅 [^]	於二零一六年十二月三十一日	
					可比較店舖 (不包括電子商店) 數目	可比較店舖 (不包括電子商店) 銷售額增長
德國	149	1	119,243	-1.8%	126	-6.8%
歐洲其他地區	141	(48)	84,654	-15.3%	117	0.1%
瑞士	38	-	17,259	-1.1%	34	-1.8%
比利時	22	(3)	16,190	-9.9%	21	2.6%
荷蘭	20	(34)	14,492	-28.9%	18	5.3%
法國	19	(4)	11,145	-16.4%	18	-8.4%
奧地利	19	(1)	14,841	-11.8%	16	-1.2%
波蘭	13	2	3,946	20.6%	-	n.a.
瑞典	4	(6)	2,542	-56.2%	4	26.9%
盧森堡	3	-	1,869	-	3	-4.1%
芬蘭	2	(1)	1,745	-18.1%	2	4.1%
丹麥	1	-	625	-	1	1.7%
英國	-	(1)	-	-100.0%	-	n.a.
亞太區	408	(119)	78,263	-18.5%	233	-9.2%
中國	188	(108)	33,218	-30.4%	106	-10.8%
台灣	72	(2)	6,861	-6.5%	42	-19.5%
澳洲	69	-	8,582	0.7%	43	-5.2%
馬來西亞	32	(7)	12,445	-9.1%	20	-2.9%
新加坡	21	-	6,628	-10.3%	10	-7.3%
香港	13	(2)	6,410	-10.7%	4	-14.9%
新西蘭	8	(1)	1,564	-12.0%	6	0.4%
澳門	5	1	2,555	7.3%	2	-5.6%
總計	698	(166)	282,160	-11.1%	476	-4.9%

[^] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

按店舖類別劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一六年一月一日起的變動

店舖類型	銷售點數目					淨銷售面積 (平方米)				
	於 二零一六年 十二月三十一日	與二零一六年 一月一日比較		於 二零一六年 一月一日	淨變幅	於 二零一六年 十二月三十一日	與二零一六年 一月一日比較		於 二零一六年 一月一日	淨變幅
		開店	關閉				開店	關閉		
店舖	380	22	(56)	414	(34)	219,639	6,336	(27,811)	241,114	-8.9%
- 德國	134	3	(5)	136	(2)	105,337	1,556	(4,389)	108,170	-2.6%
- 歐洲其他地區	130	5	(22)	147	(17)	76,345	1,483	(13,393)	88,255	-13.5%
- 亞太區	116	14	(29)	131	(15)	37,957	3,297	(10,029)	44,689	-15.1%
特約店	233	11	(139)	361	(128)	22,069	1,997	(15,396)	35,468	-37.8%
- 德國	4	3	-	1	3	1,260	693	-	567	122.2%
- 歐洲其他地區	-	-	(31)	31	(31)	-	-	(3,420)	3,420	-100.0%
- 亞太區	229	8	(108)	329	(100)	20,809	1,304	(11,976)	31,481	-33.9%
特賣場	85	7	(11)	89	(4)	40,452	2,212	(2,556)	40,796	-0.8%
- 德國	11	-	-	11	-	12,646	-	-	12,646	-
- 歐洲其他地區	11	-	-	11	-	8,309	-	-	8,309	-
- 亞太區	63	7	(11)	67	(4)	19,497	2,212	(2,556)	19,841	-1.7%
總計	698	40	(206)	864	(166)	282,160	10,545	(45,763)	317,378	-11.1%

按國家劃分的批發 (不包括電子商店) 收入

國家	截至十二月三十一日止六個月						
	二零一六年		二零一五年		收入變幅百分比		
	百萬港元	佔總收入之百分比	百萬港元	佔總收入之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算	淨銷售面積淨變幅 [^]
德國	1,429	54.0%	1,532	51.4%	-6.7%	-6.4%	-12.9%
歐洲其他地區	1,154	43.6%	1,331	44.7%	-13.3%	-12.5%	-16.3%
比荷盧區域	285	10.8%	338	11.4%	-15.8%	-15.6%	-30.3%
法國	269	10.1%	309	10.4%	-13.0%	-12.8%	-11.1%
西班牙	96	3.7%	102	3.4%	-5.6%	-5.4%	-4.0%
奧地利	93	3.5%	119	4.0%	-21.8%	-21.5%	-8.9%
瑞典	74	2.8%	78	2.6%	-4.1%	-1.8%	0.2%
芬蘭	74	2.8%	80	2.7%	-8.4%	-8.0%	-17.8%
瑞士	62	2.3%	69	2.3%	-10.8%	-9.8%	-13.7%
意大利	55	2.1%	64	2.1%	-13.8%	-13.7%	-8.5%
英國	27	1.0%	52	1.7%	-48.1%	-37.8%	-15.0%
丹麥	23	0.9%	29	1.0%	-19.8%	-19.7%	-42.7%
愛爾蘭	2	0.1%	3	0.1%	-6.4%	-6.4%	-0.4%
挪威	2	0.0%	2	0.1%	-8.0%	-8.0%	-
葡萄牙	-	0.0%	-	0.0%	-100.0%	-100.0%	-
其他 [#]	92	3.5%	86	2.9%	6.7%	6.7%	-5.3%
亞太區	65	2.4%	118	3.9%	-44.5%	-42.6%	-44.6%
中國	37	1.4%	75	2.5%	-49.6%	-46.5%	-56.5%
其他 [@]	28	1.0%	43	1.4%	-35.7%	-35.7%	-24.4%
總計	2,648	100.0%	2,981	100.0%	-11.2%	-10.5%	-16.8%

[^] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

[#] 歐洲其他地區的其他包括來自其他國家 (主要為智利、哥倫比亞、加拿大及中東) 的批發收入

[@] 亞太區的其他包括來自其他國家 (主要為泰國及菲律賓) 的批發收入

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積） – 自二零一六年一月一日起的變動

國家	於二零一六年十二月三十一日															
	專營店				零售專櫃				專營櫃位				總計			
	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]
德國	255	59,401	(12)	-12.4%	2,342	93,195	(548)	-13.4%	1,160	22,696	(215)	-12.1%	3,757	175,292	(775)	-12.9%
歐洲其他地區	465	93,085	(62)	-15.1%	864	26,851	(178)	-18.7%	917	22,478	(253)	-18.1%	2,246	142,414	(493)	-16.3%
比荷盧區域	89	26,119	(33)	-28.3%	77	3,517	(72)	-42.3%	192	5,124	(128)	-30.1%	358	34,760	(233)	-30.3%
法國	126	22,063	(5)	-9.7%	261	5,875	(58)	-18.8%	158	4,497	(21)	-6.4%	545	32,435	(84)	-11.1%
奧地利	56	9,247	(7)	-11.4%	100	3,546	(3)	2.5%	40	936	(8)	-20.0%	196	13,729	(18)	-8.9%
瑞典	25	7,289	(1)	0.2%	-	-	-	-	43	1,077	(1)	-0.4%	68	8,366	(2)	0.2%
芬蘭	20	5,048	-	5.4%	60	2,435	(25)	-34.8%	91	2,869	(59)	-29.5%	171	10,352	(84)	-17.8%
瑞士	21	3,466	(2)	-5.1%	49	2,463	(7)	-23.8%	20	421	(3)	-10.6%	90	6,350	(12)	-13.7%
意大利	13	2,905	(6)	-20.6%	35	1,046	(6)	-16.0%	227	3,833	12	6.2%	275	7,784	-	-8.5%
西班牙	20	2,695	2	1.4%	179	5,485	5	7.8%	59	1,734	(30)	-32.8%	258	9,914	(23)	-4.0%
丹麥	7	1,685	(5)	-46.9%	2	28	-	-	21	549	(9)	-26.6%	30	2,262	(14)	-42.7%
挪威	1	242	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	242	-	-
英國	2	152	-	6.3%	11	438	(4)	-32.5%	57	1,298	(6)	-9.2%	70	1,888	(10)	-15.0%
葡萄牙	-	-	-	-	-	-	-	-	2	35	-	-	2	35	-	-
愛爾蘭	-	-	-	-	3	152	-	-	7	105	-	-0.9%	10	257	-	-0.4%
其他 [*]	85	12,174	(5)	-4.3%	87	1,866	(8)	-11.3%	-	-	-	-	172	14,040	(13)	-5.3%
亞太區	158	17,188	(108)	-44.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	158	17,188	(108)	-44.6%
中國	61	8,496	(78)	-56.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	61	8,496	(78)	-56.5%
泰國	76	5,727	(19)	-12.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	76	5,727	(19)	-12.4%
菲律賓	17	2,200	(4)	-23.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	17	2,200	(4)	-23.3%
其他	4	765	(7)	-63.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	4	765	(7)	-63.4%
總計	878	169,674	(182)	-18.6%	3,206	120,046	(726)	-14.6%	2,077	45,174	(468)	-15.2%	6,161	334,894	(1,376)	-16.8%

[△] 自二零一六年一月一日起的淨變幅

^{*} 歐洲其他地區的其他包括歐洲以外國家的可控制批發銷售點及面積，主要為哥倫比亞、智利、中東及加拿大

中期股息

董事會維持派息比率為每股基本盈利之 60%。鑒於本集團截至二零一六年十二月三十一日止六個月錄得之輕微純利，董事會已決議不派截至二零一六年十二月三十一日止六個月之中期股息（一五／一六財政年度上半年：無）。

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，並已討論核數、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。本集團截至二零一六年十二月三十一日止六個月之未經審核中期業績已由審核委員會與管理層審閱。

人力資源

於二零一六年十二月三十一日，本集團在全球合共僱用相等於約 7,800 名全職僱員（二零一五年十二月三十一日：逾 9,000 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，本集團亦會根據本集團及個別僱員之表現而授出購股權、獎勵股份及發放酌情花紅。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。

購買、出售或贖回本公司股份

於回顧期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何股份（除了已公佈有關就管理本公司僱員股份獎勵計劃所委任之受託人香港中央證券信託有限公司根據該股份獎勵計劃而購買現有股份外）。

企業管治

本公司於截至二零一六年十二月三十一日止六個月期間已應用有關原則並遵守上市規則附錄 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。

董事進行證券交易的標準守則

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二零一六年十二月三十一日止六個月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，二零一七年二月二十二日

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，相信本公佈所述的預測、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的緣故）。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。