

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

截至二零一七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」）截至二零一七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 二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
收入	2	8,039	8,323
銷售成本		(3,787)	(3,952)
毛利		4,252	4,371
員工成本		(1,516)	(1,491)
租賃成本		(1,278)	(1,276)
物流開支		(501)	(473)
市場推廣及廣告開支		(437)	(402)
折舊		(263)	(260)
物業、廠房及設備減值		(13)	(2)
商譽減值	3	(664)	-
客戶關係減值	3	(130)	-
就店鋪關閉及租賃作出的撥備撥回淨額		3	4
出售物業的收益	14	16	-
其他經營成本		(427)	(484)
經營虧損（除利息及稅項前虧損）	3	(958)	(13)
利息收入		26	19
融資成本	4	(17)	(19)
除稅前虧損		(949)	(13)
稅項（支出）／收益	5	(5)	74
本公司股東應佔（虧損）／溢利		(954)	61
每股（虧損）／盈利			
— 基本及攤薄	7	(0.50)港元	0.03 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 二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
本公司股東應佔（虧損）／溢利	(954)	61
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，除稅後淨額	23	171
換算差額	229	(339)
	252	(168)
本公司股東應佔期內全面收益總額，除稅後淨額	(702)	(107)

簡明綜合財務狀況表

	附註	未經審核 二零一七年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一七年 六月三十日 百萬港元
非流動資產			
無形資產		2,066	2,851
物業、廠房及設備	8	1,833	1,900
投資物業		23	23
其他投資		7	7
應收賬款、按金及預付款項		157	174
遞延稅項資產		837	822
		<u>4,923</u>	<u>5,777</u>
流動資產			
存貨		2,795	2,540
應收賬款、按金及預付款項	9	1,598	1,438
應收稅項		246	359
現金、銀行結餘及存款	10	4,575	5,221
		<u>9,214</u>	<u>9,558</u>
流動負債			
應付賬款及應計費用	11	2,807	3,046
就店舖關閉及租賃作出的撥備	12	316	393
應付稅項		38	28
		<u>3,161</u>	<u>3,467</u>
流動資產淨值		<u>6,053</u>	<u>6,091</u>
總資產減流動負債		<u>10,976</u>	<u>11,868</u>
權益			
股本	13	190	194
儲備		10,471	11,349
權益總額		<u>10,661</u>	<u>11,543</u>
非流動負債			
退休福利責任		21	-
遞延稅項負債		294	325
		<u>315</u>	<u>325</u>
		<u>10,976</u>	<u>11,868</u>

簡明綜合中期財務資料附註

1. 編製基準

在第 2 頁至 21 頁所列之截至二零一七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二零一七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，乃與截至二零一七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二零一七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 7 號（修訂）	披露動議
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
國際財務報告準則第 12 號（修訂）	披露於其他實體之權益

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 28 號（修訂）	於聯營公司及合營公司之長期權益	二零一九年一月一日
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
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第 23 號	不確定性的稅項處理	二零一九年一月一日
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 9 號（修訂）	具有負補償之預付款項特性	二零一九年一月一日
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 15 號（修訂）	國際財務報告準則第 15 號之澄清	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
國際財務報告準則第 17 號	保險合約	二零二一年一月一日
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

在該等新訂及經修訂準則及修訂中，國際財務報告準則第 9 號、國際財務報告準則第 15 號及國際財務報告準則第 16 號與本集團的業務較為相關。下文說明可能會影響本集團綜合財務報表的主要變動。

國際財務報告準則第 9 號「金融工具」

新準則針對金融資產和金融負債的分類、計量和終止確認，並引入對沖會計的新規定和金融資產的新減值模型。

新對沖會計規則將對沖工具之會計法更緊密配合本集團的風險管理實務。作為一般性規則，因準則引入更多原則為本的方針，故更多對沖關係可能符合對沖會計。

1. 編製基準（續）

國際財務報告準則第 9 號「金融工具」（續）

新減值模型要求按預期信貸損失確認減值撥備，而非僅以發生的信貸損失（根據國際會計準則第 39 號）。其適用於按攤銷成本分類的金融資產、按公平值計入其他全面收益計量的債務工具、國際財務報告準則第 15 號「來自客戶合同的收入」下的合同資產、應收租賃款、貸款承擔和若干財務擔保合同。本集團尚未詳細評估新模型將如何影響其減值撥備，惟管理層預期可能會導致提早確認信貸虧損。

新準則亦增加了披露規定和呈列的變動。預期此將改變本集團有關其金融工具的披露性質和範圍，尤其是在新準則採納的年度內。

本集團現正評估採納該新準則的影響，且並無意在其生效日期前採納該準則。

國際財務報告準則第 15 號「來自客戶合同的收入」

國際財務報告準則第 15 號將取代國際會計準則第 18 號「收入」及國際會計準則第 11 號「建造合同」以及相關詮釋。新準則是建基於收入於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認的原則。新準則容許全面追溯採納或經修改追溯方式採納。

本集團現正評估採納該新準則的影響，且並無意在其生效日期前採納該準則。

國際財務報告準則第 16 號「租賃」

由於經營租賃及融資租賃的劃分被刪除，因此國際財務報告準則第 16 號規定幾乎所有承租人的租賃均於財務狀況表內確認。根據該項新準則，資產（租賃項目的使用權）及支付租金的金融負債均被確認。惟短期及低值租賃不在此列。出租人的會計處理將不會有重大變動。

該準則將主要影響本集團對營業租賃的會計處理。於報告日期，本集團不能撤銷的營業租賃承擔為 **7,114 百萬港元**。然而，本集團尚未釐定此等承擔對資產及負債就未來付款確認的影響程度，以及其將如何影響本集團的溢利和現金流量分類。

本集團現正評估採納該新準則的影響，且並無意在其生效日期前採納該準則。

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 二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
來自外界客戶的收入		
德國	2,822	2,951
歐洲其他地區	2,201	2,294
亞太區	859	1,016
電子商店	2,092	1,993
批授經營權及其他	65	69
	<u>8,039</u>	<u>8,323</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。

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）

	未經審核截至二零一七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	1,453	1,074	795	2,092	-	5,414
批發	1,369	1,127	64	-	-	2,560
批授經營權及其他	-	-	-	-	3,877	3,877
總計	2,822	2,201	859	2,092	3,877	11,851
內部分部收入	-	-	-	-	(3,812)	(3,812)
來自外界客戶的收入						
零售	1,453	1,074	795	2,092	-	5,414
批發	1,369	1,127	64	-	-	2,560
批授經營權及其他	-	-	-	-	65	65
總計	2,822	2,201	859	2,092	65	8,039
分部業績						
零售	(108)	(50)	(90)	397	12	161
批發	338	129	11	-	3	481
批授經營權及其他	-	-	-	-	(806)	(806)
	230	79	(79)	397	(791)	(164)
商譽減值（附註）						
零售	-	-	(37)	(511)	-	(548)
批發	-	-	(116)	-	-	(116)
總計	-	-	(153)	(511)	-	(664)
客戶關係減值（附註）						
批發	-	-	(130)	-	-	(130)
除利息及稅項前 溢利／（虧損）	230	79	(362)	(114)	(791)	(958)
利息收入						26
融資成本						(17)
除稅前虧損						(949)

附註：截至二零一七年十二月三十一日止六個月，已就中國商譽確認 664 百萬港元減值開支及就客戶關係確認 130 百萬港元減值開支（附註 3）。

2. 收入及分部資料（續）

	未經審核截至二零一七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	14	31	21	8	3	77
批發	4	4	1	-	-	9
批授經營權及其他	-	-	4	-	65	69
總計	18	35	26	8	68	155
折舊						
零售	36	34	24	-	8	102
批發	6	7	1	-	1	15
批授經營權及其他	-	-	-	-	146	146
總計	42	41	25	-	155	263
物業、廠房及設備減值						
零售	13	-	-	-	-	13
總計	13	-	-	-	-	13
就店舖關閉及租賃 作出的撥備撥回淨額						
零售	-	(3)	-	-	-	(3)
總計	-	(3)	-	-	-	(3)
出售物業的收益						
零售	-	-	(16)	-	-	(16)
總計	-	-	(16)	-	-	(16)

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）／增加淨額						
零售	(3)	1	(2)	-	-	(4)
總計	<u>(3)</u>	<u>1</u>	<u>(2)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(4)</u>

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
二零一七年 二零一六年
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	1,516	1,491
折舊	263	260
客戶關係攤銷	30	30
出售廠房及設備的虧損	3	4
出售物業的收益	(16)	-
物業、廠房及設備減值	13	2
商譽減值（附註）	664	-
客戶關係減值（附註）	130	-
就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	(3)	(4)
匯兌（收益）／虧損淨額	(30)	67
陳舊存貨額外撥備／（撥備撥回）淨額	34	(5)
租賃成本		
－ 經營租賃開支	1,006	1,006
－ 其他租賃成本	271	270
應收貿易賬款減值撥備淨額	27	15

附註：中國的經營環境繼續具有非常大的挑戰性。近年來中國業務經歷大幅下滑。管理層根據經修訂的財務預測更新減值評估。根據該評估，就本集團中國業務相關的商譽及客戶關係分別確認為 **664 百萬港元** 及 **130 百萬港元** 減值開支。

4. 融資成本

未經審核
截至十二月三十一日止六個月
二零一七年 二零一六年
百萬港元 百萬港元

財務資產及財務負債的應計利息	17	19
----------------	----	----

5. 稅項

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
本期稅項		
香港利得稅		
本期間撥備	-	1
海外稅項		
本期間撥備	37	54
過往年度超額撥備	(1)	(4)
	<u>36</u>	<u>51</u>
遞延稅項		
本期間收益淨額	(31)	(125)
稅項支出／（收益）	<u>5</u>	<u>(74)</u>

香港利得稅乃按照期內的估計應課稅溢利按稅率 **16.5%**（二零一六年：**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二零一七年十二月三十一日止六個月之中期股息（二零一六年：無）。

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 二零一七年	二零一六年
本公司股東應佔（虧損）／溢利（百萬港元）	(954)	61
於七月一日已發行的普通股數目（百萬股）	1,944	1,944
就已購回股份作出的調整（百萬股）	(22)	-
就股份獎勵計劃而持有的股份作出的調整（百萬股）	(8)	(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）	1,914	1,939
每股基本（虧損）／盈利（每股港元）	(0.50)	0.03

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（虧損）／盈利（續）

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一七年	二零一六年
本公司股東應佔（虧損）／溢利（百萬港元）	(954)	61
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）	1,914	1,939
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）	1,914	1,939
每股攤薄（虧損）／盈利（每股港元）	(0.50)	0.03

截至二零一七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 二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
於七月一日	1,900	2,159
換算差額	78	(110)
添置	155	90
出售	(24)	(24)
折舊（附註 3）	(263)	(260)
減值開支（附註 3）	(13)	(2)
於十二月三十一日	1,833	1,853

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 二零一七年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一七年 六月三十日 百萬港元
0-30 天	716	790
31-60 天	256	196
61-90 天	104	54
超過 90 天	149	147
	<u>1,225</u>	<u>1,187</u>

於二零一七年十二月三十一日，應收貿易賬款（扣除減值撥備）**324 百萬港元**（二零一七年六月三十日：268 百萬港元）已逾期但並未減值。該等應收貿易賬款賬齡分析如下：

	未經審核 二零一七年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一七年 六月三十日 百萬港元
1-30 天	207	173
31-60 天	40	6
61-90 天	13	14
超過 90 天	64	75
已逾期但未減值的款項	<u>324</u>	<u>268</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 二零一七年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一七年 六月三十日 百萬港元
銀行結餘及現金	2,204	3,216
到期日為三個月以內的銀行存款	625	1,854
到期日為三個月以上的銀行存款	1,746	151
	<u>4,575</u>	<u>5,221</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 二零一七年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一七年 六月三十日 百萬港元
0-30 天	424	583
31-60 天	274	100
61-90 天	43	39
超過 90 天	18	13
	<u>759</u>	<u>735</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	
	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
於七月一日	393	604
就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	(3)	(4)
期內已動用金額	(81)	(134)
換算差額	7	(11)
於十二月三十一日	<u>316</u>	<u>455</u>

截至二零一七年十二月三十一日止六個月，本集團確認貼現計算回撥共 **16 百萬港元**（二零一六年：17 百萬港元），於期內已動用金額下確認。

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：		
於二零一七年七月一日及二零一七年十二月三十一日	<u>3,000</u>	<u>300</u>
	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：		
於二零一七年七月一日	1,944	194
已購回及註銷的股份（附註(a)）	(42)	(4)
於二零一七年十二月三十一日	<u>1,902</u>	<u>190</u>
於二零一六年七月一日及二零一六年十二月三十一日	<u>1,944</u>	<u>194</u>

附註：

(a) 截至二零一七年十二月三十一日止六個月內，本公司於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）購回其 **42,537,700** 股普通股，總代價（包括開支）為 **186** 百萬港元。為數 **184** 百萬港元的 **42,078,300** 股已購回股份已被註銷。為數 **2** 百萬港元的其餘 **459,400** 股股份隨後於二零一八年一月被註銷。

(b) 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」）。

13. 股本（續）

附註：

(c) 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，包括本公司執行董事（「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。

根據股份獎勵計劃，獎勵股份於期內之變動及於二零一七年十二月三十一日已授出且尚未歸屬之獎勵股份詳情如下：

	獎勵股份數目	
	二零一七年	二零一六年
於七月一日	8,539,256	3,383,572
期內已授出（附註(i)）	2,429,966	5,155,684
期內已歸屬（附註(ii)）	(3,073,675)	-
期內已失效	(716,737)	-
於十二月三十一日	<u>7,178,810</u>	<u>8,539,256</u>

(i) 截至二零一七年十二月三十一日止六個月內，以下獎勵股份已根據股份獎勵計劃授出予獲選僱員：

授出日期	授出獎勵 股份數目	每股公平值 港元	歸屬日期
二零一七年十月三日	1,214,983	4.30	二零一九年十月三日
二零一七年十月三日	1,214,983	4.30	二零二零年十月三日
	<u>2,429,966</u>		

獎勵股份的公平值乃按本公司股份於授出日期的市場價格計算。

13. 股本（續）

附註：

(c) 獎勵股份（續）

(ii) 截至二零一七年十二月三十一日止六個月內，本公司合共 **3,073,675 股** 股份（二零一六年：無）於歸屬後被轉讓予相關獲選僱員。該等歸屬股份的總成本為 **21 百萬港元**（包括開支）（二零一六年：無）。期內，**0.1 百萬港元**（二零一六年：無）已就其公平值低於該等成本的股份獲歸屬而計入保留溢利。

於截至二零一七年十二月三十一日止六個月，受託人於聯交所收購本公司股份合共 **1,713,200 股**（二零一六年：5,155,700 股）。期內因購入股份向受託人支付的總金額約為 **7 百萬港元**（包括開支）（二零一六年：33 百萬港元）。

14. 出售物業

於二零一七年九月二十日，本集團向獨立第三方出售於台灣的物業，代價為 **34 百萬港元**。出售物業的收益（經扣除出售產生的相關開支後）為 **16 百萬港元**，並於綜合收益表內確認。截至二零一七年十二月三十一日止六個月收取的現金代價總額為 **34 百萬港元**。

管理層討論及分析

二零一八年是 **Esprit** 成立 **50** 週年及在聯交所上市的 **25** 週年。我們謹藉此機會感謝一直陪伴並參與打造我們這個卓越品牌的所有客戶、股東、業務夥伴、僱員及其他相關人士。

截至二零一七年十二月三十一日止六個月中期業績期間（「一七／一八財政年度上半年」或「回顧期內」），貿易環境繼續充滿挑戰。在瞬息萬變的行業內，我們注意到我們的實體零售店舖客流量減少，同時電子商務渠道的競爭亦日趨激烈。因此，本集團於一七／一八財政年度上半年的業績表現未達管理層預期。於回顧期內，本集團收入按本地貨幣計算按年減少 **-9.6%**，高於相應總可控制面積（零售及批發合計）按年減幅 **-7.4%**。受惠於歐元兌港元的平均匯率按年升值帶來正面的影響，集團以港元計算的收入按年減少 **-3.4%**。

在盈利能力方面，毛利率上升 **+0.4** 個百分點。集團一直努力不懈，進一步重整我們的成本基礎，成功帶動所有主要經營開支不包括特殊開支成本按本地貨幣計算按年減少 **-5.5%**。然而，盈利能力改善仍未能抵銷一七／一八財政年度上半年因收入減少所帶來的負面影響，故集團錄得基礎業務除利息及稅項前虧損（**136**）百萬港元（一六／一七財政年度上半年：除利息及稅項前盈利為 **2** 百萬港元）。

除了受到基礎業務影響外，集團的盈利亦大幅度受到總計 **822** 百萬港元的非經常性開支（「特殊項目」）所影響。該開支大部分為非現金項目，包括與中國業務相關之商譽及客戶關係餘額全面減值為 **794** 百萬港元。誠如我們上一份年報所討論，我們在中國的零售業務版圖未達理想水平，因此，集團近年積極重整店舖網絡，然而卻導致我們於中國之業務收縮並引致減值。該等特殊項目主要為一項會計調整，對集團的現金流及營運並無重大影響，但卻嚴重衝擊我們的中期業績財務表現。於集團層面，思捷環球於一七／一八財政年度上半年錄得除利息及稅項前虧損（**958**）百萬港元（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）。

最後，計及一七／一八財政年度上半年錄得的淨利息收入 **9** 百萬港元及淨稅項支出 **5** 百萬港元（相對去年同期錄得淨稅項收益 **74** 百萬港元）後，集團於一七／一八財政年度上半年錄得淨虧損（**954**）百萬港元（一六／一七財政年度上半年純利：**61** 百萬港元）。

儘管錄得上述虧損，集團的財政狀況仍保持強勁，於二零一七年十二月三十一日維持 **4,575** 百萬港元（二零一六年十二月三十一日：**4,548** 百萬港元）的穩健淨現金狀況。值得一提的是，我們於回顧期內錄得 **186** 百萬港元現金流出，是用於股份回購之上。

展望未來，我們將繼續作出必要的分銷網絡整合，並專注於提高線下及線上渠道的銷售效益。

有鑑於此，本集團會繼續依循上一份年報呈列的策略措施，即品牌年輕化、產品升級、新一代渠道、市場規模優化及擴張和降低成本（「五項重要措施」）。我們將不會在此重複每項措施的主要內容，但需強調的是，管理層正為各項措施制訂分別用於兩個不同領域的具體解決方案，使措施能發揮最大效能。更準確而言，我們提出下列內容：

- **核心業務：針對歐洲核心客戶提供的現有產品** — 我們對核心業務的主要目標為 (i) 設計緊貼現有消費者群需求的產品系列，以穩定銷售表現，及 (ii) 通過快速改善現有業務的營運，致力提高盈利能力。
- **新業務：按完全垂直業務模式為線上渠道及新一代消費者（尤其是中國市場）開發新產品線** — 我們的主要目標是藉著集團的垂直業務模式加速業務增長，從而 (i) 提高我們線上業務的銷售，及 (ii) 為 **Esprit** 贏取年輕一代消費者（初期將專注於中國及亞洲市場）。採用完全垂直業務模式可使我們大幅縮短對市場需求的反應時間，並透過更嚴格控制毛利率，積極改善我們產品的性價比。為此，我們組成兩支完全垂直產品團隊，以發展上述具較高增長潛力的業務分部。其中一隊將專門服務線上渠道的客戶需求，而另一隊則如上所言，將針對年輕消費族群開發新產品線，特別是迎合中國市場的需求。此外，我們亦將引進新技術以確保 **Esprit** 於產品開發、供應鏈管理，以及市場推廣與銷售方面，均採用最快速及最高效的工具。

我們於實踐五項重要措施所作之努力，有助支持上述兩個主要目標。儘管若干措施可能涉及一些短期支出及投資，但我們確信，這些都是全面釋放 **Esprit** 品牌潛力至關重要的改變。

數碼渠道、新的零售參與者及具有不同喜好的新一代消費者之增長，正共同推動我們的行業進入基礎轉型。儘管此改變為我們帶來嚴峻的挑戰，但同時亦為我們創造重大機遇。我們的使命是令 **Esprit** 歷久常新，並在這新世代環境下取得成功。

收入分析

於回顧期內，本集團錄得收入 8,039 百萬港元（一六／一七財政年度上半年：8,323 百萬港元），按本地貨幣計算按年減少 -9.6%。導致收入下跌的兩個主要因素為：

(i) 可控制面積減少

關閉無盈利零售店舖及低績效批發面積以整頓分銷版圖，繼續成為集團提高盈利重點實施的舉措。截至二零一七年十二月三十一日止六個月期間，本集團減少總可控制面積（零售及批發合計）21,766 平方米，連同前六個月已減少的 24,122 平方米，按年合共減少-7.4%。

零售（不包括電子商店）方面，本集團於一七／一八財政年度上半年，淨關閉零售銷售面積 6,237 平方米，連同前六個月淨關閉的 9,664 平方米，按年合共減少 -5.6%。

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）

於二零一七年十二月三十一日							
	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 自二零一七年七月一日起		淨銷售面積淨變幅 自二零一七年一月一日起	
				(平方米)	(百分比)	(平方米)	(百分比)
德國	145	(4)	115,701	(604)	-0.5%	(3,542)	-3.0%
歐洲其他地區	134	(7)	80,295	(1,862)	-2.3%	(4,359)	-5.1%
亞太區	357	(51)	70,263	(3,771)	-5.1%	(8,000)	-10.2%
總計	636	(62)	266,259	(6,237)	-2.3%	(15,901)	-5.6%

^ 自二零一七年一月一日起的淨變幅

批發（不包括電子商店）方面，此渠道仍然面對持續的壓力，而且我們觀察到合作夥伴逐漸退出低績效的銷售點。因此，於一七／一八財政年度上半年，批發可控制面積減少 15,529 平方米，連同前六個月淨關閉的 14,458 平方米，按年合共減少 -9.0%。

按地區劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）

於二零一七年十二月三十一日							
	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	
				自二零一七年七月一日起 (平方米)	(百分比)	自二零一七年一月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	3,576	(181)	163,380	(7,844)	-4.6%	(11,912)	-6.8%
專營店	238	(17)	54,579	(2,213)	-3.9%	(4,822)	-8.1%
零售專櫃	2,226	(116)	87,278	(4,052)	-4.4%	(5,917)	-6.3%
專營櫃位	1,112	(48)	21,523	(1,579)	-6.8%	(1,173)	-5.2%
歐洲其他地區	2,144	(102)	128,952	(4,812)	-3.6%	(13,462)	-9.5%
專營店	440	(25)	82,641	(4,667)	-5.3%	(10,444)	-11.2%
零售專櫃	822	(42)	25,600	74	0.3%	(1,251)	-4.7%
專營櫃位	882	(35)	20,711	(219)	-1.0%	(1,767)	-7.9%
亞太區	118	(40)	12,575	(2,873)	-18.6%	(4,613)	-26.8%
專營店	118	(40)	12,575	(2,873)	-18.6%	(4,613)	-26.8%
總計	5,838	(323)	304,907	(15,529)	-4.8%	(29,987)	-9.0%
專營店	796	(82)	149,795	(9,753)	-6.1%	(19,879)	-11.7%
零售專櫃	3,048	(158)	112,878	(3,978)	-3.4%	(7,168)	-6.0%
專營櫃位	1,994	(83)	42,234	(1,798)	-4.1%	(2,940)	-6.5%

^ 自二零一七年一月一日起的淨變幅

(ii) 第二季度零售銷售表現低於預期

從季度角度分析，本集團收入於截至二零一七年九月三十日止三個月（「第一季度」）按本地貨幣計算按年下降 -7.4%；於截至二零一七年十二月三十一日止三個月（「第二季度」）按本地貨幣計算按年下降 -11.7%。第二季度跌幅大於預期主要由於實體零售店舖銷售表現疲弱（第一季度：按本地貨幣計算按年下降 -8.9%；第二季度：按本地貨幣計算按年下降 -17.0%）所致。上述負面發展主要由店舖客流量減少所致。

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	一七/一八財政年度 上半年
按分銷渠道			
零售（不包括電子商店）	-8.9%	-17.0%	-13.5%
批發（不包括電子商店）	-10.6%	-8.0%	-9.6%
電子商店	1.2%	-5.7%	-2.5%
批授經營權及其他	-20.8%	5.5%	-8.7%
總計	-7.4%	-11.7%	-9.6%
按地區 ^			
德國	-6.3%	-10.1%	-8.2%
歐洲其他地區	-6.1%	-11.5%	-8.7%
亞太區	-17.1%	-16.9%	-17.0%
總計	-7.4%	-11.7%	-9.6%

^ 整體地區包括零售（不包括電子商店）、電子商店、批發（不包括電子商店）及批授經營權業務

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予女士、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 47.8%），edc（佔集團收入 23.9%）、Esprit 男裝（佔集團收入 11.4%）以及生活時尚及其他（佔集團收入 16.9%）。

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					
	二零一七年		二零一六年		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
Esprit 女裝	3,844	47.8%	3,945	47.4%	-2.6%	-8.7%
casual 女裝	2,698	33.5%	2,731	32.8%	-1.2%	-7.4%
collection 女裝	1,019	12.7%	1,049	12.6%	-2.8%	-9.1%
trend [#]	127	1.6%	165	2.0%	-23.2%	-28.6%
Esprit 男裝	916	11.4%	1,048	12.6%	-12.5%	-17.8%
casual 男裝	763	9.5%	857	10.3%	-10.9%	-16.3%
collection 男裝	153	1.9%	191	2.3%	-19.7%	-24.8%
生活時尚及其他 [*]	1,361	16.9%	1,424	17.1%	-4.6%	-10.8%
edc	1,918	23.9%	1,906	22.9%	0.7%	-5.8%
總計	8,039	100.0%	8,323	100.0%	-3.4%	-9.6%

[#] 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。我們已將所汲取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內衣、配飾、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、床上及沐浴用品和家品系列

Esprit 女裝及 edc

Esprit 女裝及 edc 合共佔本集團收入 71.7%，收入按本地貨幣計算按年下降 -7.8%，與可控制面積減少表現一致。Esprit 女裝的可比較零售銷售（包括電子商店）按本地貨幣計算按年減少 -7.3%，相對 edc 的表現較好，按本地貨幣計算按年發展持平。

誠如上個財年年報所述，為達改善集團產品表現此目標，我們已對產品團隊架構作出兩項相關變動。首先，我們已將 Esprit 女裝與 edc 女裝產品線合併成隸屬單一主管及團隊。這將促進更多協同商業策略（如減少產品類別重疊），及更高效的產品開發流程與團隊（如兩個產品分部之間的營運協同效益）。新合併的團隊將完全集中關注我們於歐洲的核心客戶，並將致力於提升產品的質量標準（如使用更好的布料），同時縮減產品系列的規模。如上文所述，我們亦已成立兩支新產品團隊，並將在真正的垂直業務模式下工作，以在網上渠道及亞洲增加供應快速反應產品。該兩支垂直團隊將由單一主管協調。作出有關變動後的新產品預期將於二零一八年春季／夏季起投入市場。

Esprit 男裝

Esprit 男裝佔本集團收入 11.4%，按本地貨幣計算按年減少 -17.8%。除在「收入分析」開首所述的因素外，由於男裝產品的表現持續疲弱，我們減少了零售店舖中男裝產品的面積分配，因而加劇該收入減少。

與女裝分部類似，我們亦已將 Esprit 男裝與 edc 男裝產品線合併成隸屬單一個主管及團隊。

生活時尚及其他

生活時尚及其他佔本集團收入 16.9%，按本地貨幣計算按年減少 -10.8%。此產品類別主要包括內衣、配飾、鞋具以及批授經營權產品的銷售及批授經營費收入，如童裝、手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品和家品系列等。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 -83.2%）。由於此業務已批授予 Kidiliz Group（前稱 Groupe Zannier），大部分收入現由批授經營權的合作夥伴入賬，與此同時，Esprit 的收入大部分來自相關的批授經營費，因此這變動大大降低我們的營業額。儘管如此，批授業務明顯有利 Esprit 童裝的盈利表現。撇除童裝分部，來自生活時尚及其他分部的收入按本地貨幣計算按年減少 -5.3%。

我們知悉集團所有分部於一七／一八財政年度上半年的表現均低於預期，然而我們仍有信心產品團隊架構的變動將於未來對我們的產品表現產生積極影響。

按地區及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。按分析，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，我們先討論零售（不包括電子商店）及批發（不包括電子商店）的整體表現，並於本節後半部分再獨立討論電子商店的表現。

零售（不包括電子商店）收入於一七／一八財政年度上半年按本地貨幣計算按年減少 -13.5%。導致有關收入下跌的兩項主要因素已於「收入分析」一節的開首交代。可比較零售店舖收入於一七／一八財政年度上半年的跌幅（按本地貨幣計算按年減少 -8.9%）因下列各項而有所加劇：(i) 折扣特賣場（可比較零售店舖銷售按本地貨幣計算按年減少 -11.1%）受我們採取減少專為特賣場開發產品比例的新措施影響；及(ii) 集中於中國百貨公司的特約店（可比較零售店舖銷售按本地貨幣計算按年減少 -11.0%）受客流量快速減少所影響。關閉無盈利店舖及削減經營開支等計劃進展順利並達我們預期。

批發（不包括電子商店）的銷售、毛利率及經營開支發展基本上與我們的預期一致。於一七／一八財政年度上半年的收入按本地貨幣計算按年減少 -9.6%，與相應批發可控制面積按年減幅 -9.0%類近，而毛利率與經營開支亦一如預期於回顧期內有所改善。毛利率增加及經營開支減少抵銷了大部分由收入下跌所帶來的負面影響，令此渠道的除利息及稅項前溢利按本地貨幣計算錄溫和下降，但其盈利能力有所改善。

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						
	二零一七年		二零一六年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	佔本集團		佔本集團		按港元	按本地貨幣	
百萬港元	收入之百分比	百萬港元	收入之百分比	計算	計算		
德國	4,098	51.0%	4,140	49.7%	-1.0%	-8.2%	-5.2%
零售（不包括電子商店）	1,453	18.1%	1,522	18.3%	-4.5%	-11.7%	-3.0%
批發（不包括電子商店）	1,369	17.0%	1,429	17.2%	-4.2%	-10.9%	-6.8%
電子商店	1,260	15.7%	1,176	14.1%	7.1%	-0.6%	n.a.
批授經營權	16	0.2%	13	0.1%	23.8%	14.5%	n.a.
歐洲其他地區	2,975	37.0%	3,048	36.7%	-2.4%	-8.7%	-7.8%
零售（不包括電子商店）	1,074	13.4%	1,140	13.7%	-5.8%	-11.6%	-5.1%
批發（不包括電子商店）	1,127	14.0%	1,154	13.9%	-2.4%	-8.3%	-9.5%
電子商店	725	9.0%	698	8.4%	3.9%	-4.0%	n.a.
批授經營權及其他	49	0.6%	56	0.7%	-12.3%	-14.0%	n.a.
亞太區	966	12.0%	1,135	13.6%	-14.9%	-17.0%	-13.2%
零售（不包括電子商店）	795	9.9%	951	11.4%	-16.3%	-18.4%	-10.2%
批發（不包括電子商店）	64	0.8%	65	0.7%	-2.5%	-3.4%	-26.8%
電子商店	107	1.3%	119	1.5%	-10.2%	-13.2%	n.a.
總計	8,039	100.0%	8,323	100.0%	-3.4%	-9.6%	-7.4%
零售（不包括電子商店）	3,322	41.4%	3,613	43.4%	-8.1%	-13.5%	-5.6%
批發（不包括電子商店）	2,560	31.8%	2,648	31.8%	-3.3%	-9.6%	-9.0%
電子商店	2,092	26.0%	1,993	24.0%	5.0%	-2.5%	n.a.
批授經營權及其他	65	0.8%	69	0.8%	-5.6%	-8.7%	n.a.

[^] 自二零一七年一月一日起的淨變幅

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 51.0%，於一七／一八財政年度上半年錄得收入 4,098 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -8.2%，而總可控制面積則相應按年減少 -5.2%。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）、電子商店及批授經營權業務分別佔集團於德國收入的 35.5%、33.4%、30.7%及 0.4%。

德國零售（不包括電子商店）錄得收入 1,453 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -11.7%（於第一季度及第二季度按本地貨幣計算分別按年減少 -5.0%及 -17.0%）。如「收入分析」一節開首所述，第二季度收入的減幅大幅超出管理層的預期。德國零售（不包括電子商店）下的淨銷售面積按年減少 -3.0%。

德國批發（不包括電子商店）錄得收入 1,369 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -10.9%（第一季度及第二季度按本地貨幣計算分別按年減少 -13.7%及 -7.0%），而可控制面積則相應按年減少 -6.8%。誠如截至二零一七年九月止三個月第一季度資料公佈（「第一季度資料」）所述，由於集團在二零一七年九月受到二零一七年九月末至十月初送貨時間變動的不利影響，致使第二季度表現較第一季度為好。整體而言，我們持續觀察到來自傳統線下合作夥伴的訂單減少，因彼等繼續承受渠道結構性壓力，反之來自線上批發合作夥伴的訂單則持續增加。

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 37.0%。該地區於一七／一八財政年度上半年錄得收入 2,975 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -8.7%。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）、電子商店及批授經營權業務分別佔該地區收入的 36.1%、37.9%、24.4%及 1.6%。

歐洲其他地區零售（不包括電子商店）錄得收入 1,074 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -11.6%（第一季度及第二季度按本地貨幣計算分別按年減少 -5.1%及 -16.9%），收入下跌由於「收入分析」一節開首所述的兩項主要因素所致。就該地區的零售面積發展而言，淨銷售面積於一七／一八財政年度上半年按年減少 -5.1%，反映我們加快關閉低績效零售店舖所得的成果。

歐洲其他地區批發（不包括電子商店）收入按本地貨幣計算按年減少 -8.3%（第一季度及第二季度按本地貨幣計算分別按年減少 -7.8%及 -9.2%），較相應可控制面積按年減少 -9.5%為低，反映關閉不良績效銷售點後我們的批發合作夥伴的平均銷售效益有所改善。

亞太區

亞太區主要由中國、澳洲及新西蘭、新加坡、香港、台灣、馬來西亞及澳門組成（佔本集團總收入 12.0%）。該地區錄得收入 966 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -17.0%。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）及電子商店分別佔該地區收入的 82.4%、6.6%及 11.0%。

亞太區零售（不包括電子商店）佔本集團總收入 9.9%，按本地貨幣計算按年減少 -18.4%（第一季度及第二季度按本地貨幣計算分別按年減少 -20.3%及 -17.1%），而相應淨銷售面積則按年減少 -10.2%。這減幅符合我們加快重整該地區店舖網絡的計劃。銷售表現明顯受中國百貨公司內特約店表現欠佳拖累（可比較店舖銷售按本地貨幣計算按年減少 -13.5%）。

亞太區批發（不包括電子商店）佔本集團總收入 0.8%，按本地貨幣計算按年減少 -3.4%。受惠於我們新的批發合作夥伴（印度、緬甸及新疆），以及我們於菲律賓的現有批發合作夥伴的訂單量增多，集團的收入表現相較可控制面積按年減少 -26.8% 為佳。

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 26.0%（一六／一七財政年度上半年：24.0%）。於回顧期內，此渠道產生收入 2,092 百萬港元，錄輕微下降（按本地貨幣計算按年減少 -2.5%）。儘管如此，來自我們最大市場－歐洲的電子商店客戶訂單於一七／一八財政年度上半年按年計算增加 +4.4%。

德國及歐洲其他地區電子商店於一七／一八財政年度上半年分別佔電子商店總收入 60.2%及 34.7%。德國及歐洲其他地區電子商店的收入按本地貨幣計算分別按年大體持平及按年減少 -4.0%。誠如我們上一份年報所述，鑒於電子商店的戰略重要性，我們正投放更多資源於電子商店，以確保集團的線上發展緊貼電子商務領域快速創新的步伐。上述電子商務的發展，加上針對電子商務特定需求所創立的快速反應產品線，均為集團於不久將來推動銷售增長的根本性計劃之一。

亞太區電子商店於一七／一八財政年度上半年佔電子商店總收入 5.1%。於過往數年，由於亞太區電子商店正處發展初期，其增長較歐洲地區的電子商店為快但盈利能力較低。現時，亞太區電子商店的業務已達一定規模（收入於一六／一七財政年度及一五／一六財政年度按本地貨幣計算分別按年增長 43.1%及 72.2%），管理層正將焦點由業務增長轉向透過下調折扣水平改善盈利能力。此舉會在短期內影響我們的業務，尤其在中國與天貓網的業務。因此，亞太區電子商店的收入按本地貨幣計算按年減少 -13.2%。

盈利能力分析

下表呈列本集團分別於截至二零一七年及二零一六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按上一份年報的定義作出區分，以作更佳分析。

	截至十二月三十一日止六個月			
	二零一七年	二零一六年	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
收入	8,039	8,323	-3.4%	-9.6%
銷售成本	(3,787)	(3,952)	-4.2%	-10.3%
毛利	4,252	4,371	-2.7%	-8.9%
<i>毛利率</i>	52.9%	52.5%	0.4 個百分點	0.4 個百分點
經常開支				
員工成本	(1,482)	(1,474)	0.5%	-5.2%
租賃成本	(1,278)	(1,276)	0.1%	-5.4%
物流開支	(501)	(473)	5.9%	-1.4%
市場推廣及廣告開支	(437)	(402)	8.9%	1.3%
折舊	(263)	(260)	0.9%	-5.6%
其他經營成本	(427)	(484)	-11.4%	-16.4%
小計	(4,388)	(4,369)	0.4%	-5.5%
基礎業務的除利息及稅項前（虧損）／溢利	(136)	2		
特殊項目				
i) 有關精簡人手計劃的一次性成本	(34)	(17)		
ii) 就店舖關閉及租賃作出的撥備撥回淨額	3	4		
iii) 物業、廠房及設備減值	(13)	(2)		
iv) 中國商譽及客戶關係減值	(794)	-		
v) 出售台灣物業的淨收益	16	-		
小計	(822)	(15)		
集團除利息及稅項前虧損	(958)	(13)		
淨利息收入	9	-		
除稅前虧損	(949)	(13)		
淨（稅項）／稅項收益	(5)	74		
淨（虧損）／純利	(954)	61		

於回顧期內，本集團錄得毛利 4,252 百萬港元，毛利率為 52.9%，按年溫和增長+0.4 個百分點。此正面發展主要由供應鏈效率進一步提升所致，其中部分被零售（不包括電子商店）收入佔本集團收入份額下降所抵銷（一七／一八財政年度上半年為 41.4%；一六／一七財政年度上半年則為 43.4%）。

於一七／一八財政年度上半年，經常開支（不包括特殊項目）為 4,388 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -5.5%。管理層對重整集團成本基礎方面仍保持嚴謹，在所有主要成本項目上均有所節省；惟市場推廣及廣告開支略有增長（按本地貨幣計算按年增長+1.3%），以加強我們的客戶關係管理（「客戶關係管理」）計劃。

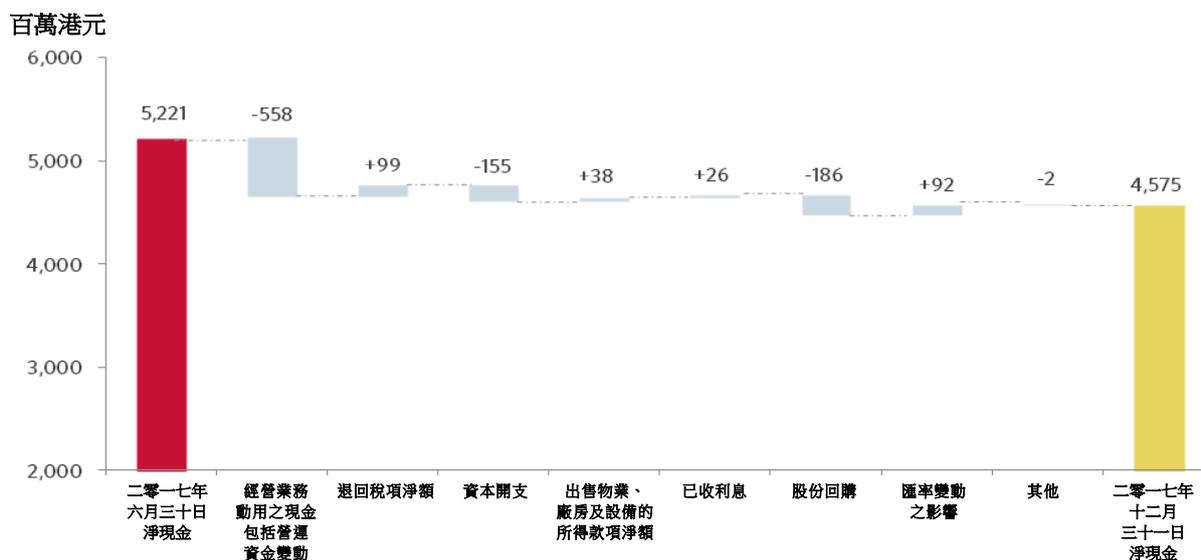
可是，毛利率及經營開支改善未足以抵銷高於預期的收入下跌及其帶來的負面影響。因此，基礎業務的除利息及稅項前虧損（即不包括特殊項目）為（136）百萬港元（一六／一七財政年度上半年：除利息及稅項前溢利為 2 百萬港元）。

特殊項目指本集團從相關非經營活動產生的特殊收益及開支。誠如本節開端的列表所詳述，於一七／一八財政年度上半年淨特殊開支為 822 百萬港元，主要由於集團近年中國業務出現倒退，導致有關中國業務之商譽及客戶關係減值餘額為 794 百萬港元。包括特殊項目後，本集團於一七／一八財政年度上半年的**除利息及稅項前虧損**為（958）百萬港元，而去年同期的除利息及稅項前虧損則為（13）百萬港元。

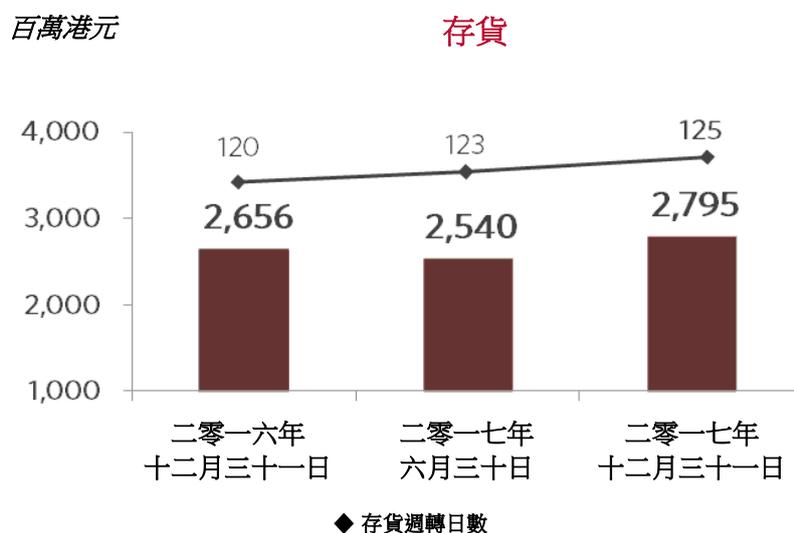
計及一七／一八財政年度上半年的**淨稅項**開支 5 百萬港元，相較去年同期的淨稅項收益 74 百萬港元，本集團的**淨虧損**為（954）百萬港元（一六／一七財政年度上半年：純利 61 百萬港元）。

流動資金及財務資源分析

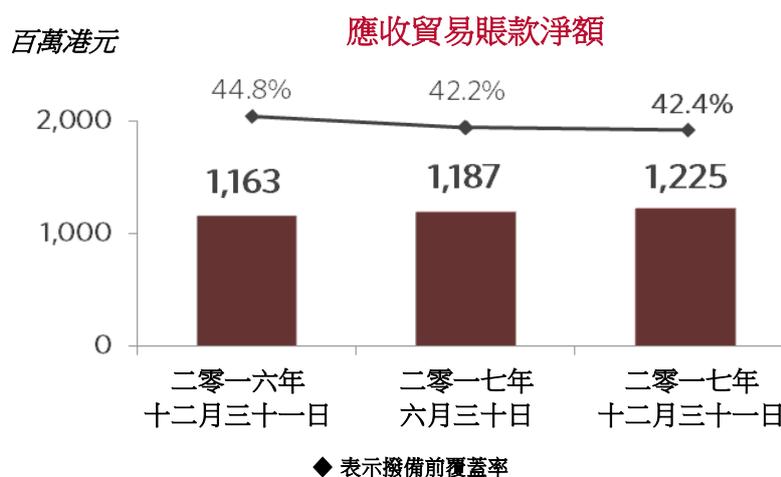
淨現金：儘管於回顧期內集團曾動用 186 百萬港元回購股份，本集團於截至二零一七年十二月三十一日並無負債，現金、銀行結餘及存款合計為 4,575 百萬港元（二零一七年六月三十日：5,221 百萬港元），一七／一八財政年度上半年的淨現金消耗為 646 百萬港元，較去年同期淨現金消耗 793 百萬港元為少。值得注意的是，十二月底的淨現金結餘一般較六月底的為低，因為我們的業務受季節性因素影響，冬季存貨價值較高。



存貨：我們的存貨結餘為 2,795 百萬港元（二零一六年十二月三十一日：2,656 百萬港元），按年增加 +5.2%，主要由於歐元兌港元的收市匯率按年升值 +14.7%。以每件為單位計，於二零一七年十二月底，存貨總數為 35.6 百萬件，較於二零一六年十二月底的 36.9 百萬件按年減少 -3.6%。以存貨週轉日數計，我們的存貨週轉日數為 125 日，與一年前相比增加 5 日（二零一六年十二月三十一日：120 日），主要由於我們的零售（不包括電子商店）及電子商店渠道銷售表現低於預期所致。



應收貿易賬款淨額為 1,225 百萬港元（二零一六年十二月三十一日：1,163 百萬港元），儘管批發收入減少，但主要由於歐元兌港元的收市匯率按年升值 +14.7%，應收貿易賬款淨額亦按年增加 +5.4%。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）下降至 42.4%（二零一六年十二月三十一日：44.8%）。



資本開支：本集團於一七／一八財政年度上半年投放 155 百萬港元（一六／一七財政年度上半年：90 百萬港元）於資本開支，按年增加 71.3%，主要由於需要擴充 Mönchengladbach 的分銷中心而投資整合我們在歐洲的分銷中心（一七／一八財政年度上半年：45 百萬港元；一六／一七財政年度上半年：5 百萬港元），以及在店舖推行全方位渠道服務，如安裝店內無線網絡。

百萬港元	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一七年	二零一六年
新店舖	23	26
店舖翻新	36	18
資訊科技項目	18	29
辦公室及其他	78	17
購買物業、廠房及設備	155	90

外部計息借貸總額：於二零一七年十二月三十一日，本集團並無外部計息借貸（二零一六年十二月三十一日：無）。

業務的季節性因素

本集團業務受季節性趨勢影響，主要由於我們季節性向批發業務之客戶付運產品、重要節日銷售期及季節性產品的定價所致。由於收入及經營收入於任何報告期內均有可能波動，故此半年度的財務資料未必能作為業務日後趨勢的指標，及不應用作推算以提供可靠預測。

外匯風險管理

本集團面對由多種貨幣產生的外匯風險，其中主要來自歐元。

儘管本集團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影響我們以港元匯報的收入。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收入。雖然我們現時使用遠期外匯合約來對沖採購相關的外匯風險，但歐元兌其他貨幣（主要兌美元）的匯率波動均可能影響我們的利潤率及盈利能力。

鑑於此潛在風險，本集團已採取措施主動管理歐元匯率的風險，尤其是提早對沖一七／一八財政年度幾乎全部製成品之採購成本。過往 12 個月歐元兌美元走強，故就一七／一八財政年度下半年對沖的歐元兌美元平均匯率低於現時的市場匯率。本集團將因應有關匯率的變動情況，持續監察並檢討製成品採購及潛在的價格調整。

一七／一八財政年度下半年展望

鑑於一七／一八財政年度上半年的銷售表現低於預期，加上我們有關產品團隊架構的最重要措施的效能將僅於接近本財政年度結束（春夏季結束），當快速反應產品團隊首批產品投入電子商店及亞洲市場時，方會在店舖中顯現出來，故此我們對本財政年度下半年的預期維持審慎。

具體而言，管理層對業務表現關鍵要素的觀點如下：

就**收入驅動**因素而言，我們預期**可控制面積**會以過往財政年度一般的幅度下降，與一七／一八財政年度上半年一致，並因而承受壓力，並預期**銷售效益**發展的不確定性（每平方米銷售與上一年度水平相比）。

毛利率方面，我們擬維持於一七／一八財政年度上半年的增長水平，及在我們零售（不包括電子商店）的收入更穩定時取得潛在的更大增長。

就**經營開支**而言，儘管本集團可能著手就部分主要策略措施（如在產品開發中引入新技術、升級電子商店等）花費及投入更多資源，我們預期將繼續削減大部分成本項目。

關於**資本開支**，由於我們對管理現金流及成本監控方面都保持警覺，我們將適度配置與一七／一八財政年度上半年類近的金額。

附錄

按國家劃分的收入

截至十二月三十一日止六個月							
國家 ^{^^}	二零一七年		二零一六年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	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	
德國 [#]	4,098	51.0%	4,140	49.7%	-1.0%	-8.2%	-5.2%
歐洲其他地區	2,975	37.0%	3,048	36.7%	-2.4%	-8.7%	-7.8%
比荷盧區域 [#]	980	12.2%	976	11.7%	0.4%	-6.8%	-5.5%
法國	488	6.1%	513	6.2%	-4.8%	-11.6%	-11.7%
瑞士	427	5.3%	471	5.7%	-9.4%	-12.6%	-2.3%
奧地利	391	4.9%	390	4.7%	0.3%	-7.3%	-2.5%
芬蘭	119	1.5%	112	1.4%	5.6%	-2.0%	-5.5%
瑞典	109	1.3%	119	1.4%	-8.4%	-14.7%	-31.0%
西班牙	109	1.3%	103	1.3%	5.3%	-1.8%	0.6%
意大利	62	0.8%	58	0.7%	6.1%	-0.8%	-4.8%
英國	58	0.7%	50	0.6%	16.1%	9.9%	-17.4%
波蘭	48	0.6%	38	0.5%	24.9%	13.2%	-18.0%
丹麥	46	0.6%	49	0.6%	-5.1%	-12.1%	-1.8%
愛爾蘭	4	0.0%	4	0.0%	-11.4%	-17.8%	-48.6%
挪威	1	0.0%	2	0.0%	-20.3%	-23.6%	-
葡萄牙	-	0.0%	-	0.0%	12.5%	4.0%	-100.0%
其他 ^{##}	133	1.7%	163	1.9%	-18.2%	-19.9%	-15.2%
亞太區	966	12.0%	1,135	13.6%	-14.9%	-17.0%	-13.2%
中國	388	4.8%	467	5.6%	-16.9%	-19.2%	-18.4%
澳洲及新西蘭	137	1.7%	161	2.0%	-15.0%	-17.9%	-15.3%
新加坡	115	1.4%	116	1.4%	-1.0%	-4.0%	-0.4%
香港	95	1.2%	146	1.7%	-35.1%	-35.1%	-15.9%
台灣	80	1.0%	82	1.0%	-2.3%	-7.8%	-10.4%
馬來西亞	76	0.9%	90	1.1%	-14.7%	-16.0%	-1.7%
澳門	37	0.5%	45	0.5%	-17.4%	-17.4%	-20.0%
其他 [®]	38	0.5%	28	0.3%	34.9%	34.9%	-10.5%
總計	8,039	100.0%	8,323	100.0%	-3.4%	-9.6%	-7.4%

[^] 自二零一七年一月一日起的淨變幅

^{^^} 國家包括零售（不包括電子商店）、電子商店、批發（不包括電子商店）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、羅馬尼亞、希臘、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（主要為加拿大、智利、哥倫比亞及中東）的批發（不包括電子商店）收入，以及 iii) 來自亞太區、歐洲（德國除外）及美洲的第三方批授經營權收入

[®] 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（不包括電子商店）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						
	二零一七年		二零一六年		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	1,453	43.7%	1,522	42.1%	-4.5%	-11.7%	-3.0%
歐洲其他地區	1,074	32.3%	1,140	31.6%	-5.8%	-11.6%	-5.1%
比荷盧區域	409	12.4%	410	11.3%	0.0%	-7.4%	2.1%
瑞士	276	8.3%	309	8.6%	-10.9%	-12.8%	-1.6%
奧地利	189	5.7%	195	5.4%	-3.0%	-10.4%	-0.7%
法國	101	3.0%	134	3.7%	-25.2%	-30.7%	-34.1%
波蘭	35	1.0%	30	0.9%	13.6%	2.2%	-18.0%
瑞典	30	0.9%	30	0.8%	2.8%	-4.4%	-
芬蘭	27	0.8%	24	0.7%	8.0%	0.0%	-9.4%
丹麥	7	0.2%	8	0.2%	-1.2%	-8.4%	-
亞太區	795	24.0%	951	26.3%	-16.3%	-18.4%	-10.2%
中國	279	8.5%	331	9.2%	-15.8%	-18.0%	-11.9%
澳洲及新西蘭	126	3.8%	149	4.1%	-15.1%	-17.9%	-15.3%
新加坡	106	3.2%	111	3.1%	-4.8%	-7.6%	-0.4%
香港	94	2.8%	145	4.0%	-35.3%	-35.3%	-15.9%
台灣	78	2.3%	81	2.2%	-2.8%	-8.3%	-10.4%
馬來西亞	75	2.3%	89	2.4%	-15.3%	-16.6%	-1.7%
澳門	37	1.1%	45	1.3%	-17.4%	-17.4%	-20.0%
總計	3,322	100.0%	3,613	100.0%	-8.1%	-13.5%	-5.6%

[^] 自二零一七年一月一日起的淨變幅

按國家劃分的直接管理零售店舖—自二零一七年一月一日起的變動

國家	於二零一七年十二月三十一日						
	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 [^]	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	145	(4)	115,701	-3.0%	133	-9.2%	
歐洲其他地區	134	(7)	80,295	-5.1%	109	-8.5%	
瑞士	38	-	16,987	-1.6%	31	-12.8%	
比利時	22	-	16,482	-1.8%	18	-9.3%	
荷蘭	22	2	14,897	2.8%	19	-7.9%	
奧地利	19	-	14,735	-0.7%	17	-10.0%	
法國	12	(7)	7,342	-34.1%	10	-2.3%	
波蘭	11	(2)	3,235	-18.0%	5	16.2%	
瑞典	4	-	2,542	-	4	5.4%	
盧森堡	3	-	1,869	-	3	0.1%	
芬蘭	2	-	1,581	-9.4%	1	4.5%	
丹麥	1	-	625	-	1	-8.4%	
亞太區	357	(51)	70,263	-10.2%	183	-9.4%	
中國	158	(30)	29,256	-11.9%	79	-8.3%	
台灣	64	(8)	6,146	-10.4%	36	-4.6%	
澳洲	62	(7)	7,032	-18.1%	31	-8.7%	
馬來西亞	30	(2)	12,233	-1.7%	19	-16.0%	
新加坡	21	-	6,600	-0.4%	5	-13.0%	
香港	10	(3)	5,391	-15.9%	5	-10.8%	
新西蘭	8	-	1,560	-0.3%	5	-9.2%	
澳門	4	(1)	2,045	-20.0%	3	-5.5%	
總計	636	(62)	266,259	-5.6%	425	-8.9%	

[^] 自二零一七年一月一日起的淨變幅

按店舖類別劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一七年一月一日起的變動

店舖類型	店舖數目					淨銷售面積 (平方米)				
	於	與二零一七年		於	淨變幅	於	與二零一七年		於	淨變幅
	二零一七年	開店	關閉	二零一七年		二零一七年	開店	關閉	二零一七年	
	十二月三十一日	一月一日比較	一月一日	一月一日	十二月三十一日	一月一日比較	一月一日	一月一日	十二月三十一日	
店舖	366	22	(36)	380	(14)	209,964	6,215	(15,890)	219,639	-4.4%
- 德國	128	1	(7)	134	(6)	101,188	360	(4,509)	105,337	-3.9%
- 歐洲其他地區	124	5	(11)	130	(6)	72,631	2,018	(5,732)	76,345	-4.9%
- 亞太區	114	16	(18)	116	(2)	36,145	3,837	(5,649)	37,957	-4.8%
特約店	194	5	(44)	233	(39)	19,798	1,729	(4,000)	22,069	-10.3%
- 德國	6	2	-	4	2	2,578	1,318	-	1,260	104.6%
- 亞太區	188	3	(44)	229	(41)	17,220	411	(4,000)	20,809	-17.2%
特賣場	76	2	(11)	85	(9)	36,497	805	(4,760)	40,452	-9.8%
- 德國	11	-	-	11	-	11,935	-	(711)	12,646	-5.6%
- 歐洲其他地區	10	1	(2)	11	(1)	7,664	390	(1,035)	8,309	-7.8%
- 亞太區	55	1	(9)	63	(8)	16,898	415	(3,014)	19,497	-13.3%
總計	636	29	(91)	698	(62)	266,259	8,749	(24,650)	282,160	-5.6%

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						
	二零一七年		二零一六年		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	1,369	53.5%	1,429	54.0%	-4.2%	-10.9%	-6.8%
歐洲其他地區	1,127	44.0%	1,154	43.6%	-2.4%	-8.3%	-9.5%
比荷盧區域	279	10.9%	285	10.8%	-2.4%	-9.1%	-12.7%
法國	272	10.6%	269	10.1%	1.2%	-5.7%	-4.0%
西班牙	100	3.9%	96	3.7%	3.7%	-3.2%	0.6%
奧地利	96	3.8%	93	3.5%	3.3%	-4.0%	-4.4%
芬蘭	78	3.1%	74	2.8%	5.6%	-1.8%	-4.9%
瑞典	62	2.4%	74	2.8%	-17.1%	-22.5%	-40.4%
意大利	58	2.2%	55	2.1%	5.3%	-1.4%	-4.8%
瑞士	57	2.2%	62	2.3%	-6.9%	-8.6%	-4.2%
英國	33	1.3%	27	1.0%	22.0%	17.7%	-17.4%
丹麥	21	0.8%	23	0.9%	-9.3%	-15.5%	-2.3%
愛爾蘭	2	0.1%	2	0.1%	-25.2%	-30.3%	-48.6%
挪威	1	0.0%	2	0.0%	-20.4%	-23.7%	-
其他 [#]	68	2.7%	92	3.5%	-25.7%	-26.1%	-15.2%
亞太區	64	2.5%	65	2.4%	-2.5%	-3.4%	-26.8%
中國	26	1.0%	37	1.4%	-30.3%	-31.8%	-43.6%
其他 [@]	38	1.5%	28	1.0%	34.9%	34.9%	-10.5%
總計	2,560	100.0%	2,648	100.0%	-3.3%	-9.6%	-9.0%

[^] 自二零一七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 (主要為加拿大、智利、哥倫比亞及中東) 的批發 (不包括電子商店) 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 (不包括電子商店) 收入

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）－自二零一七年一月一日起的變動

於二零一七年十二月三十一日														
國家	零售店			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 [^]										
德國	238	54,579	(17)	2,226	87,278	(116)	1,112	21,523	(48)	3,576	163,380	(181)	-6.8%	
歐洲其他地區	440	82,641	(25)	822	25,600	(42)	882	20,711	(35)	2,144	128,952	(102)	-9.5%	
比荷盧區域	84	23,411	(5)	51	2,596	(26)	159	4,339	(33)	294	30,346	(64)	-12.7%	
法國	125	21,179	(1)	259	5,816	(2)	154	4,157	(4)	538	31,152	(7)	-4.0%	
奧地利	52	8,441	(4)	104	3,782	4	38	896	(2)	194	13,119	(2)	-4.4%	
瑞典	13	4,011	(12)	1	38	1	n.a.	41	933	(2)	9,982	(13)	-40.4%	
芬蘭	20	4,790	-	59	2,354	(1)	94	2,701	3	173	9,845	2	-4.9%	
瑞士	22	3,429	1	45	2,281	(4)	17	374	(3)	84	6,084	(6)	-4.2%	
意大利	13	2,367	-	35	1,057	-	250	3,987	23	298	7,411	23	-4.8%	
西班牙	25	2,879	5	170	5,370	(9)	59	1,721	-	254	9,970	(4)	0.6%	
丹麥	7	1,707	-	2	28	-	18	474	(3)	27	2,209	(3)	-2.3%	
挪威	1	242	-	-	-	-	-	-	-	1	242	-	-	
英國	2	150	-	8	330	(3)	47	1,079	(10)	57	1,559	(13)	-17.4%	
葡萄牙	-	-	-	-	-	-	-	-	(2)	-	-	(2)	-100.0%	
愛爾蘭	-	-	-	1	82	(2)	5	50	(2)	6	132	(4)	-48.6%	
其他 [*]	76	10,035	(9)	87	1,866	-	-	-	-	163	11,901	(9)	-15.2%	
亞太區	118	12,575	(40)	-	-	-	-	-	-	118	12,575	(40)	-26.8%	
中國	34	4,793	(27)	-	-	-	-	-	-	34	4,793	(27)	-43.6%	
泰國	62	4,760	(14)	-	-	-	-	-	-	62	4,760	(14)	-16.9%	
菲律賓	16	1,972	(1)	-	-	-	-	-	-	16	1,972	(1)	-10.4%	
其他	6	1,050	2	-	-	-	-	-	-	6	1,050	2	37.3%	
總計	796	149,795	(82)	3,048	112,878	(158)	1,994	42,234	(83)	5,838	304,907	(323)	-9.0%	

[^] 自二零一七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、加拿大及中東

n.a. 不適用

中期股息

董事會維持派息比率為每股基本盈利之 60%。由於本集團截至二零一七年十二月三十一日止六個月錄得虧損，董事會已決議不宣派截至二零一七年十二月三十一日止六個月之中期股息（一六／一七財政年度上半年：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。本集團截至二零一七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

於二零一七年十二月三十一日，本集團在全球僱用約 7,100 名全職僱員（二零一六年十二月三十一日：約 7,800 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、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

於截至二零一七年十二月三十一日止六個月，本公司於聯交所回購合共 42,537,700 股本公司股份，總代價（不包括開支）為約 184 百萬港元。所有回購股份其後已被註銷。

回購的詳情如下：

	回購股份數目	每股股份的購買價	
		最高 (港元)	最低 (港元)
二零一七年			
八月	13,351,400	4.47	4.06
九月	11,563,800	4.80	4.35
十月	7,182,200	4.30	4.15
十一月	6,421,200	4.30	3.97
十二月	4,019,100	4.23	3.97

除上文所披露以及已公佈就有關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的現有股份外，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。

企業管治

本公司於截至二零一七年十二月三十一日止六個月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所載之上市發行人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二零一七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，二零一八年二月二十八日

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。