

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」）截至二零一六年六月三十日止年度之經審核綜合業績，連同截至二零一五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 | |
|------------------------|----|----------------|---------------|
| | | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
| 收入 | 2 | 17,788 | 19,421 |
| 銷售成本 | | (8,859) | (9,726) |
| 毛利 | | 8,929 | 9,695 |
| 員工成本 | | (3,480) | (3,562) |
| 租賃成本 | | (2,793) | (3,160) |
| 物流開支 | | (1,022) | (1,048) |
| 市場推廣及廣告開支 | | (1,015) | (820) |
| 折舊 | | (591) | (713) |
| 物業、廠房及設備減值 | | (107) | (171) |
| 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 | (186) | (282) |
| 出售附屬公司的收益 | 11 | 731 | - |
| 其他經營成本 | | (1,062) | (1,110) |
| 經營虧損（除利息及稅項前虧損） | 3 | (596) | (3,683) |
| 利息收入 | | 40 | 45 |
| 融資成本 | 4 | (29) | (29) |
| 除稅前虧損 | | (585) | (3,667) |
| 稅項（收益／（支出）） | 5 | 606 | (29) |
| 本公司股東應佔溢利／（虧損） | | 21 | (3,696) |
| 每股盈利／（虧損） | | | |
| — 基本及攤薄 | 7 | 0.01 港元 | (1.90)港元 |

綜合全面收益表

| | 截至六月三十日止年度 | |
|-------------------------|---------------|----------------|
| | 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） | 21 | (3,696) |
| 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（虧損）／收益，除稅後淨額 | (152) | 164 |
| 換算差額 | (373) | (1,452) |
| | (525) | (1,288) |
| 本公司股東應佔年內全面收益總額，除稅後淨額 | (504) | (4,984) |

綜合財務狀況表

| | 附註 | 二零一六年 百萬港元 | 於六月三十日 二零一五年 百萬港元 |
|-----------------|----|---------------|-------------------------|
| 非流動資產 | | | |
| 無形資產 | | 2,902 | 3,031 |
| 物業、廠房及設備 | | 2,159 | 2,835 |
| 投資物業 | | 19 | 17 |
| 其他投資 | | 7 | 7 |
| 應收賬款、按金及預付款項 | | 220 | 240 |
| 遞延稅項資產 | | 745 | 649 |
| | | <u>6,052</u> | <u>6,779</u> |
| 流動資產 | | | |
| 存貨 | | 2,745 | 2,969 |
| 應收賬款、按金及預付款項 | 8 | 1,571 | 2,008 |
| 應收稅項 | | 331 | 640 |
| 現金、銀行結餘及存款 | | 5,341 | 5,017 |
| | | <u>9,988</u> | <u>10,634</u> |
| 流動負債 | | | |
| 應付賬款及應計費用 | 9 | 3,495 | 3,672 |
| 就店舖關閉及租賃作出的撥備 | 10 | 604 | 557 |
| 應付稅項 | | 60 | 687 |
| | | <u>4,159</u> | <u>4,916</u> |
| 流動資產淨值 | | <u>5,829</u> | <u>5,718</u> |
| 總資產減流動負債 | | <u>11,881</u> | <u>12,497</u> |
| 權益 | | | |
| 股本 | | 194 | 194 |
| 儲備 | | 11,203 | 11,704 |
| 權益總額 | | <u>11,397</u> | <u>11,898</u> |
| 非流動負債 | | | |
| 遞延稅項負債 | | 484 | 599 |
| | | <u>484</u> | <u>599</u> |
| | | <u>11,881</u> | <u>12,497</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。

由於本公司於香港上市，因此須編製綜合財務報表並符合香港《公司條例》的披露規定。新香港《公司條例》（第 622 章）第 9 部「賬目及審計」之規定已於本財政年度內生效，因此，綜合財務報表內的若干資料的呈報和披露有所變動。

於截至二零一六年六月三十日止財政年度，概無採納將對本集團綜合財務報表造成任何重大影響的新訂準則、準則修訂及詮釋。

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 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 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 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 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 | 待定 |
| 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 | 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 | 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 二零一二年至二零一四年週期 之年度改進 | 二零一六年一月一日 |

1. 編製基準 (續)

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. 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。

| | 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 | 6,057 | 6,683 |
| 歐洲其他地區 | 4,939 | 5,586 |
| 亞太區 | 2,487 | 3,117 |
| 電子商店 | 4,153 | 3,884 |
| 批授經營權及其他 | 152 | 151 |
| | <u>17,788</u> | <u>19,421</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年度的呈列作出變更，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)

| | 截至二零一六年六月三十日止年度 | | | | | |
|--------------------|-----------------|--------------|-------|-------|------------------------------|----------|
| | 德國 | 歐洲 | 亞太區 | 電子商店 | 企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 | 集團 |
| | 百萬港元 | 其他地區 百萬港元 | 百萬港元 | 百萬港元 | 百萬港元 | 百萬港元 |
| 總收入 | | | | | | |
| 零售 | 3,079 | 2,440 | 2,306 | 4,153 | - | 11,978 |
| 批發 | 2,978 | 2,499 | 181 | - | - | 5,658 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 15,072 | 15,072 |
| 總計 | 6,057 | 4,939 | 2,487 | 4,153 | 15,072 | 32,708 |
| 內部分部收入 | - | - | - | - | (14,920) | (14,920) |
| 來自外界客戶的收入 | | | | | | |
| 零售 | 3,079 | 2,440 | 2,306 | 4,153 | - | 11,978 |
| 批發 | 2,978 | 2,499 | 181 | - | - | 5,658 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 152 | 152 |
| 總計 | 6,057 | 4,939 | 2,487 | 4,153 | 152 | 17,788 |
| 分部業績 | | | | | | |
| 零售 | (366) | (150) | (667) | 1,058 | 11 | (114) |
| 批發 | 608 | 67 | (13) | - | 29 | 691 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | (1,173) | (1,173) |
| 除利息及稅項前 溢利／(虧損) | 242 | (83) | (680) | 1,058 | (1,133) | (596) |
| 利息收入 | | | | | | 40 |
| 融資成本 | | | | | | (29) |
| 除稅前虧損 | | | | | | (585) |

2. 收入及分部資料 (續)

| | 截至二零一六年六月三十日止年度 | | | | | |
|-----------------------|-----------------|--------------------|-------------|--------------|--------------------------------------|--------------|
| | 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 | 46 | 29 | 75 | 3 | 4 | 157 |
| 批發 | 9 | 8 | 4 | - | 4 | 25 |
| 批授經營權及其他 | 1 | 1 | 3 | 13 | 62 | 80 |
| 總計 | <u>56</u> | <u>38</u> | <u>82</u> | <u>16</u> | <u>70</u> | <u>262</u> |
| 折舊 | | | | | | |
| 零售 | 93 | 81 | 73 | 1 | 13 | 261 |
| 批發 | 13 | 16 | 7 | - | 3 | 39 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 291 | 291 |
| 總計 | <u>106</u> | <u>97</u> | <u>80</u> | <u>1</u> | <u>307</u> | <u>591</u> |
| 物業、廠房及設備減值 | | | | | | |
| 零售 | 6 | 22 | 31 | - | - | 59 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 48 | 48 |
| 總計 | <u>6</u> | <u>22</u> | <u>31</u> | <u>-</u> | <u>48</u> | <u>107</u> |
| 就店舖關閉及租賃 作出的撥備增加淨額 | | | | | | |
| 零售 | (52) | (102) | 200 | - | - | 46 |
| 批發 | - | (16) | - | - | - | (16) |
| 批授經營權及其他 | - | (6) | - | - | 162 | 156 |
| 總計 | <u>(52)</u> | <u>(124)</u> | <u>200</u> | <u>-</u> | <u>162</u> | <u>186</u> |
| 出售附屬公司的收益 | | | | | | |
| 其他 | - | - | - | - | (731) | (731) |
| 總計 | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>-</u> | <u>(731)</u> | <u>(731)</u> |

2. 收入及分部資料 (續)

截至二零一五年六月三十日止年度
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 | 3,186 | 2,551 | 2,804 | 3,884 | - | 12,425 |
| 批發 | 3,497 | 3,035 | 313 | - | - | 6,845 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 17,653 | 17,653 |
| 總計 | 6,683 | 5,586 | 3,117 | 3,884 | 17,653 | 36,923 |
| 內部分部收入 | - | - | - | - | (17,502) | (17,502) |
| 來自外界客戶的收入 | | | | | | |
| 零售 | 3,186 | 2,551 | 2,804 | 3,884 | - | 12,425 |
| 批發 | 3,497 | 3,035 | 313 | - | - | 6,845 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 151 | 151 |
| 總計 | 6,683 | 5,586 | 3,117 | 3,884 | 151 | 19,421 |
| 分部業績 | | | | | | |
| 零售 | (635) | (570) | (315) | 946 | (1) | (575) |
| 批發 | 611 | (75) | 42 | - | 30 | 608 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | (1,204) | (1,204) |
| 總計 | (24) | (645) | (273) | 946 | (1,175) | (1,171) |
| 商譽減值 (附註) | | | | | | |
| 零售 | - | - | (1,324) | - | - | (1,324) |
| 批發 | - | - | (1,188) | - | - | (1,188) |
| 總計 | - | - | (2,512) | - | - | (2,512) |
| 除利息及稅項前 溢利 / (虧損) | (24) | (645) | (2,785) | 946 | (1,175) | (3,683) |
| 利息收入 | | | | | | 45 |
| 融資成本 | | | | | | (29) |
| 除稅前虧損 | | | | | | (3,667) |

附註：已於截至二零一五年六月三十日止年度就中國商譽確認 2,512 百萬港元減值開支。

2. 收入及分部資料 (續)

截至二零一五年六月三十日止年度
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 | 47 | 43 | 96 | 2 | 1 | 189 |
| 批發 | 14 | 19 | 12 | - | - | 45 |
| 批授經營權及其他 | 3 | 11 | 8 | 1 | 92 | 115 |
| 總計 | 64 | 73 | 116 | 3 | 93 | 349 |
| 折舊 | | | | | | |
| 零售 | 122 | 110 | 100 | 1 | 9 | 342 |
| 批發 | 17 | 24 | 12 | - | - | 53 |
| 批授經營權及其他 | - | - | - | - | 318 | 318 |
| 總計 | 139 | 134 | 112 | 1 | 327 | 713 |
| 物業、廠房及設備減值 | | | | | | |
| 零售 | 54 | 107 | 8 | - | - | 169 |
| 批發 | - | 2 | - | - | - | 2 |
| 總計 | 54 | 109 | 8 | - | - | 171 |
| 就店舖關閉及租賃 作出的撥備增加淨額 | | | | | | |
| 零售 | 81 | 179 | - | - | - | 260 |
| 批發 | - | 16 | - | - | - | 16 |
| 批授經營權及其他 | - | 6 | - | - | - | 6 |
| 總計 | 81 | 201 | - | - | - | 282 |

2. 收入及分部資料 (續)

來自外界客戶的收入乃根據銷售產生的地區按下列國家分類：

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 重列 |
|--------------|---------------|---------------------|
| 德國 (附註 1) | 6,057 | 6,683 |
| 歐洲其他地區 | | |
| 比荷盧區域 | 1,542 | 1,862 |
| 法國 | 866 | 979 |
| 瑞士 | 734 | 771 |
| 奧地利 | 629 | 680 |
| 瑞典 | 233 | 252 |
| 西班牙 | 202 | 213 |
| 芬蘭 | 201 | 255 |
| 意大利 | 123 | 131 |
| 英國 | 96 | 153 |
| 丹麥 | 68 | 84 |
| 波蘭 | 65 | 11 |
| 其他 (附註 1, 2) | 180 | 195 |
| | 4,939 | 5,586 |
| 亞太區 | | |
| 中國 | 1,048 | 1,419 |
| 香港 | 331 | 386 |
| 澳洲及新西蘭 | 304 | 358 |
| 新加坡 | 253 | 300 |
| 馬來西亞 | 191 | 239 |
| 台灣 | 186 | 200 |
| 澳門 | 102 | 132 |
| 其他 (附註 3) | 72 | 83 |
| | 2,487 | 3,117 |
| 電子商店 | | |
| 德國 | 2,480 | 2,400 |
| 比荷盧區域 | 568 | 537 |
| 法國 | 262 | 242 |
| 瑞士 | 250 | 239 |
| 奧地利 | 203 | 184 |
| 中國 | 134 | 81 |
| 英國 | 55 | 50 |
| 丹麥 | 43 | 39 |
| 芬蘭 | 32 | 29 |
| 瑞典 | 29 | 17 |
| 澳洲及新西蘭 | 20 | 17 |
| 西班牙 | 14 | 10 |
| 其他 | 63 | 39 |
| | 4,153 | 3,884 |

2. 收入及分部資料（續）

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 重列 |
|--------------|---------------|---------------------|
| 批授經營權及其他 | | |
| 歐洲其他地區（附註 4） | 130 | 137 |
| 德國 | 22 | 14 |
| | 152 | 151 |
| | 17,788 | 19,421 |

附註 1：截至二零一六年六月三十日止年度，德國來自其他歐洲國家（主要為斯洛文尼亞、波斯尼亞和黑塞哥維那及羅馬尼亞）的批發收入已由歐洲其他地區的其他收入重新歸納至德國。比較數字相應呈列。

附註 2：歐洲其他地區的其他收入包括來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞及中東）的收入。

附註 3：亞太區的其他收入包括來自其他國家（主要為泰國及菲律賓）的批發收入。

附註 4：歐洲其他地區的收入代表來自亞太區、歐洲（德國除外）、美洲及中東的批授經營權收入。

3. 經營虧損（除利息及稅項前虧損）

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 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（附註 a） | 3,480 | 3,562 |
| 核數師酬金 | 15 | 14 |
| 折舊 | 591 | 713 |
| 客戶關係攤銷 | 62 | 65 |
| 商譽減值 | - | 2,512 |
| 物業、廠房及設備減值（附註 b） | 107 | 171 |
| 出售附屬公司的收益（附註 11） | (731) | - |
| 就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額（附註 c） | 186 | 282 |
| 出售物業、廠房及設備的虧損／（收益） | 16 | (15) |
| 租賃成本 | | |
| －經營租賃開支（包括非固定租金 264 百萬港元 （二零一五年：340 百萬港元）） | 2,199 | 2,516 |
| －其他租賃成本 | 594 | 644 |
| 現金流量對沖： | | |
| －由權益轉撥至遠期外匯合約的匯兌收益的無效部份 | (22) | (19) |
| －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 | (3) | (5) |
| 公平值對沖： | | |
| －對沖項目的匯兌虧損 | 6 | 1 |
| 其他匯兌（收益）／虧損淨額 | (131) | 49 |
| 陳舊存貨額外撥備／（撥備撥回）淨額 | 45 | (266) |
| 應收貿易賬款減值撥備淨額 | 98 | 134 |

附註 a： 年內，本集團實行精簡人手計劃以降低經常性開支，引發於本財政年度就員工成本確認一次性相關費用合共 **462 百萬港元**。

附註 b： 年內，由於與 Groupe Zannier 訂立的批授經營權協議以有效地開發 Esprit 童裝業務，需要為 Esprit 童裝分部相關的 IT 應用程式確認減值達 **48 百萬港元**。

附註 c： 年內，本集團確認額外撥備淨額達 **186 百萬港元**，包括有關亞太區虧損店舖的店舖關閉及虧損性租賃作出的撥備達 **198 百萬港元**、有關紐約第 34 街店舖的分租協議作出的額外撥備達 **162 百萬港元**，並部份被過往年度就店舖關閉及虧損性租賃所作出的淨撥備撥回 **174 百萬港元**所抵銷，主要因歐洲零售表現改善。

4. 融資成本

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|----------------|---------------|---------------|
| 銀行貸款利息 | - | 1 |
| 財務資產及財務負債的應計利息 | 29 | 28 |
| | <u>29</u> | <u>29</u> |

5. 稅項

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|-----------------|---------------|---------------|
| 本年稅項 | | |
| 香港利得稅 | | |
| 本年度撥備 | 2 | 2 |
| 過往年度超額撥備 | (404) | - |
| 海外稅項 | | |
| 本年度撥備 | 53 | 127 |
| 過往年度（超額撥備）／撥備不足 | (52) | 49 |
| | <u>(401)</u> | <u>178</u> |
| 遞延稅項 | | |
| 本年度收益淨額 | (204) | (150) |
| 稅率變動的影響 | (1) | 1 |
| | <u>(606)</u> | <u>29</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（如適用）而計算。

香港稅務局（「稅務局」）就從事本集團分銷業務的附屬公司於二零零六／二零零七至二零零八／二零零九之課稅年度所產生的收入應否納稅而進行稅務查詢。本集團收到就檢討年度發出合共約**1,664**百萬港元額外評稅通知單，而本集團已向稅務局提出反對。稅務局同意暫緩該稅項申索，但須就該等課稅年度購買約**319**百萬港元的儲稅券。本集團已於過往年度購買這些儲稅券。於本年度，本集團已完成稅務局的稅務查詢。本集團已收到經修訂評稅通知書以及相應的現金退款合共約**134**百萬港元。根據稅務查詢的結果，剩下未用的稅項撥備約**409**百萬港元已撥回於收益表內。

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

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|--------------------------|---------------|---------------|
| 無中期股息（二零一五年：每股 0.015 港元） | - | 29 |
| 無擬派末期股息（二零一五年：無） | - | - |
| | <u>-</u> | <u>29</u> |

董事會不建議派發截至二零一六年六月三十日止年度之末期股息（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年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。

| | 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>21</u> | <u>(3,696)</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） | <u>1,944</u> | <u>1,943</u> |
| 每股基本盈利／（虧損）（每股港元） | <u>0.01</u> | <u>(1.90)</u> |

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年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（釐定為年內本公司股份的平均年度市場股價）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。

| | 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>21</u> | <u>(3,696)</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） | <u>1,944</u> | <u>1,943</u> |
| 就購股權及獎勵股份作出的調整（百萬股） | <u>-</u> | <u>1</u> |
| 每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股） | <u>1,944</u> | <u>1,944</u> |
| 每股攤薄盈利／（虧損）（每股港元） | <u>0.01</u> | <u>(1.90)</u> |

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

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|--------------|---------------|---------------|
| 應收貿易賬款 | 1,487 | 1,741 |
| 減：應收貿易賬款減值撥備 | (229) | (298) |
| | <u>1,258</u> | <u>1,443</u> |
| 按金 | 166 | 188 |
| 預付款項 | 188 | 221 |
| 其他應收賬款 | 179 | 396 |
| | <u>1,791</u> | <u>2,248</u> |
| 非流動按金部份 | (125) | (150) |
| 非流動預付款項部份 | (67) | (74) |
| 非流動其他應收賬款部份 | (28) | (16) |
| | <u>1,571</u> | <u>2,008</u> |

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：

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|---------|---------------|---------------|
| 0-30 天 | 839 | 916 |
| 31-60 天 | 157 | 171 |
| 61-90 天 | 80 | 117 |
| 超過 90 天 | 182 | 239 |
| | <u>1,258</u> | <u>1,443</u> |

* 香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄16第4（2）段的修訂說明，列載賬齡分析一般應按發票日期計算。本集團於過往財政年度按到期日列載賬齡分析。本集團已更改為按發票日期列載賬齡分析。比較數字相應呈列。

8. 應收賬款、按金及預付款項（續）

於二零一六年六月三十日，應收貿易賬款（扣除減值撥備）**317 百萬港元**（二零一五年六月三十日：326 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：

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|------------|---------------|---------------|
| 1-30 天 | 148 | 93 |
| 31-60 天 | 31 | 46 |
| 61-90 天 | 15 | 25 |
| 超過 90 天 | 123 | 162 |
| 已逾期但未減值的款項 | <u>317</u> | <u>326</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。

9. 應付賬款及應計費用

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|--------|---------------|---------------|
| 應付貿易賬款 | 1,021 | 1,501 |
| 應計費用 | 1,827 | 1,496 |
| 其他應付賬款 | 647 | 675 |
| | <u>3,495</u> | <u>3,672</u> |

按應付貿易賬款發票日期*劃分的賬齡分析如下：

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|---------|---------------|---------------|
| 0-30 天 | 681 | 1,032 |
| 31-60 天 | 203 | 302 |
| 61-90 天 | 80 | 107 |
| 超過 90 天 | 57 | 60 |
| | <u>1,021</u> | <u>1,501</u> |

* 上市規則附錄16第4（2）段的修訂說明，列載賬齡分析一般應按發票日期計算。本集團於過往財政年度按到期日列載賬齡分析。本集團已更改為按發票日期列載賬齡分析。比較數字相應呈列。

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：

| | 二零一六年 百萬港元 | 二零一五年 百萬港元 |
|-------------------|---------------|---------------|
| 於七月一日 | 557 | 508 |
| 就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額 | 186 | 282 |
| 年內已動用金額 | (130) | (169) |
| 換算差額 | (9) | (64) |
| 於六月三十日 | <u>604</u> | <u>557</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。

年內，本集團確認額外撥備淨額達 **186 百萬港元**，包括有關亞太區虧損店舖的店舖關閉及虧損性租賃作出的撥備達 **198 百萬港元**、有關紐約第 34 街店舖的分租協議作出的額外撥備達 **162 百萬港元**，並部份被過往年度就店舖關閉及虧損性租賃所作出的淨撥備撥回 **174 百萬港元** 所抵銷，主要因歐洲零售表現改善。

於二零一六年六月三十日，預期於財務狀況表結算日後十二個月內結算的撥備為 **145 百萬港元**（二零一五年：**98 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**（二零一五年：**459 百萬港元**）。

11. 出售附屬公司

於二零一六年三月二十一日，本集團向獨立第三方完成出售六間擁有本集團香港辦公室物業的全資附屬公司。於出售事項完成後，本集團租回大部分物業，首三年每月租金總額約為 2.4 百萬港元及其後三年每月租金總額約為 2.9 百萬港元。本公司同意就買賣協議及租賃下的若干責任提供擔保。

| | 二零一六年 百萬港元 |
|------------------|---------------|
| 於出售日期的資產淨值如下： | |
| 物業、廠房及設備 | 181 |
| 應收賬款、按金及預付款項 | 1 |
| | <hr/> |
| 出售資產淨額 | 182 |
| | <hr/> <hr/> |
| 已收現金代價 | 919 |
| 出售資產淨額 | (182) |
| 就出售產生的開支 | (6) |
| | <hr/> |
| 出售附屬公司的收益 | 731 |
| | <hr/> <hr/> |
| 就出售所產生的現金流入淨額分析： | |
| 已收現金代價 | 919 |
| 就出售產生的開支 | (6) |
| | <hr/> |
| | 913 |
| | <hr/> <hr/> |

主席函件

各位股東：

在過去的一個財政年度，思捷環球在策略和財務上均取得良好進展，反映我們的產品及分銷渠道之競爭力受惠策略計劃而有所提高。我們喜見這些營運上的改進亦有助改善財務指標，同時再次肯定思捷環球的潛力，並為我們的復甦之路奠定基礎。

一五／一六財政年度回顧

業績

整體市況仍然充滿挑戰。一方面，我們的行業正經歷由開發網上渠道及日益激烈的價格競爭所帶動的重大改變。另一方面，歐洲的宏觀經濟不明朗，而亞洲市場因中國經濟放緩和人民幣貶值的綜合影響，使消費者情緒受到顯著打擊，令當地市況轉弱。歐元兌記帳貨幣港元之疲弱，亦對本集團的財務業績構成重大壓力。

儘管如此，本人欣然報告，受到零售渠道（線下及線上）的強勁表現、經營成本下跌及有利的淨稅項收益所帶動，本集團於一五／一六財政年度錄得**+21** 百萬港元的純利。本集團亦因出售香港辦公室而獲得重大特殊收益，惟此收益卻被因加速成本重組措施（例如在歐洲推出的自願離職計劃）而引致的特殊開支所抵銷。

對於零售渠道的積極進展，我們見到於一四／一五財政年度推行的垂直全方位渠道模式是如何提升我們產品的吸引力，以及改善我們的零售店舖和電子商店之銷售效率。因此，我們於九年以來首次達成零售面積效益增長，並能一直於全年內維持這趨勢。此增長是由於歐洲市場的進展非常積極，惟亞洲消費者信心疲弱卻對我們於該地區的銷售表現造成影響。可惜的是，本集團的批發渠道收入因可控制面積減少而有所下跌。整體而言，本集團的收入為 **17,788** 百萬港元，按年近乎持平，按本地貨幣計算輕微下降**-1.1%**。

至於盈利能力方面，我們的毛利率略有改善，而經營開支（不包括特殊非經常性項目），在我們決定大幅增加市場推廣及廣告開支情況下，按本地貨幣計算按年減少**-1.9%**。因此，基礎業務的虧損（不包括特殊項目）削減至未扣除利息及稅項前虧損**-572** 百萬港元。誠如上文所述，淨稅項收益於回顧財政年度為我們的盈利作出輔助，純利達 **21** 百萬港元。

財務狀況

通過謹慎的現金管理以保持穩健的財務狀況仍是這一年的首要任務。因此，於二零一六年六月三十日，本集團維持健康的淨現金 5,341 百萬港元。誠如本人去年致閣下的函件所闡述，董事會決定動用部分現金儲備於業務措施（例如市場推廣及全方位渠道措施），從而支持產品表現的改善。鑒於回顧財政年度的積極進展，我們明年將繼續採取相同方針。

由於本財政年度之純利非常小，董事會這次並不建議派發股息。

董事會於年內的主要決定

業務

在這一年，董事會一直積極監控策略計劃的進展。鑒於銷售表現呈令人鼓舞的趨勢，董事會倡議實施有助加快恢復本集團之整體盈利能力的措施：在執行新垂直全方位渠道模式時做到精益求精，應付於批發渠道和亞太區面對的挑戰，並透過關閉無盈利的店舖和精簡各項經營開支至最低水平，以持續削減結構性成本。這些綜合措施將為本集團未來數年的業績帶來改善，一旦公司盈利能力回穩，我們將把目標轉移至加速增長。

管理層

我們深知要成功把業務扭虧為盈與管理層團隊的付出和努力息息相關。因此，董事會一直在機構內奉行薪酬與表現掛鈎的方案，當中結合採用與主要表現指標掛鈎之短期及長期的激勵。今年，董事會批准採納僱員股份獎勵計劃，為激勵和挽留經揀選的高級管理人員提供更大的靈活性。董事會堅信這計劃有助確保行政人員的薪酬與股東利益更為一致。

可持續發展

為所有持份者負責任地經營業務，一直都是思捷環球文化不可或缺的一部分。今年，我們繼續致力於社會及環境之可持續發展，在使用可持續物料及於整個供應鏈中盡量減低水污染方面，採取更積極主動的措施。在其他措施方面，我們設立了一個計劃，以確保我們製造黏膠膠布料所用的木材並非來自古老或瀕危的森林。我們亦加入 **Better Cotton Initiative** 組織，協助我們在使用棉花方面減少對環境的影響。可持續舉措為思捷環球的核心信念，更是我們取得長遠成功的根本要素。

股東

作為我們於投資者關係方面作出的持續努力，我們與股東維持定期和持續的對話，以密切了解他們的期望，並確保我們作出的判斷符合公司及持份者的最佳利益。今年，為回應我們股東及投資者的回饋，本公司於今年透過修改分類報告方法，大幅提高財務披露資料的質量。鑒於電子商務越趨重要，其表現已作為獨立經營分部單獨呈報。我們相信，此舉將使投資者更理解和易於評估本集團的財務表現。

總結

展望一六／一七財政年度，我們預期於本函件開初說明的市場動態轉變將繼續對行內同儕構成壓力。董事會認為，能夠靈活迅速回應產品趨勢，並有能力在不同渠道中無縫地服務消費者的公司，方能沉著地跨越這些挑戰。為此，董事會仍然有信心，策略計劃令我們佔得先機，而我們會繼續以全力秉承策略計劃為向股東帶來長遠價值的最佳方法。

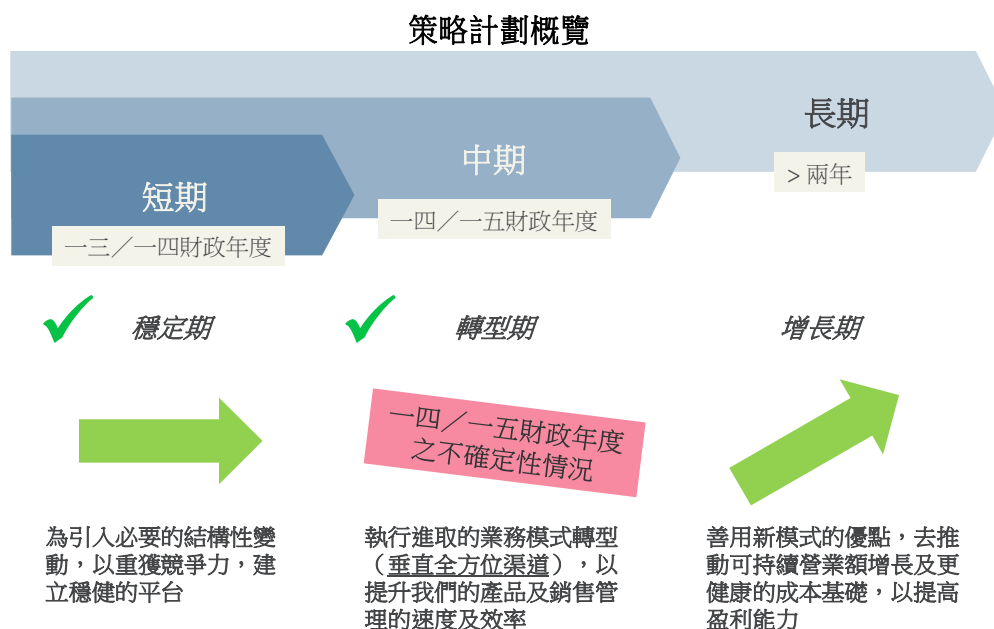
最後，本人謹代表董事會，就股東對我們的持續信任、顧客對我們的忠誠，及全球超過**8,300**名僱員的熱誠和付出，令我們於回顧財政年度能達成積極進展，致以衷心謝意。雖然復甦之路仍挑戰重重，我們已取得的進展令我們有更多的信心，我們已朝著重拾本集團長遠競爭力的正確的路徑前進。

柯清輝博士 // 獨立非執行主席
二零一六年九月二十日

集團行政總裁函件

各位股東：

誠如我於往年表示，思捷環球的復甦策略計劃（「策略計劃」）一直沿著三個不同階段進行：穩定期、轉型期及增長期，詳情於下圖說明。



於截至二零一四年六月三十日止財政年度的**穩定期**有效遏止本集團自二零零七年以來業績持續下跌的狀況，這段時期亦有助本公司為下一年將至的巨大轉變做好準備。

於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」）進行的**轉型期**是我們的策略計劃中要求最高及極具風險之階段，因為我們為整個機構及我們的業務夥伴（包括供應商及批發合作夥伴）引入一種全新的工作方式。具體而言，本集團於一四/一五財政年度實施更快及更具成本效益的產品開發及供應鏈流程（「垂直模式」），以大幅提升我們的產品之設計及性價比。與此同時，我們亦開始開發一個進取的项目，以全面整合及充分發揮各銷售渠道，包括零售及批發、線下及線上（「全方位渠道模式」）的整體表現。

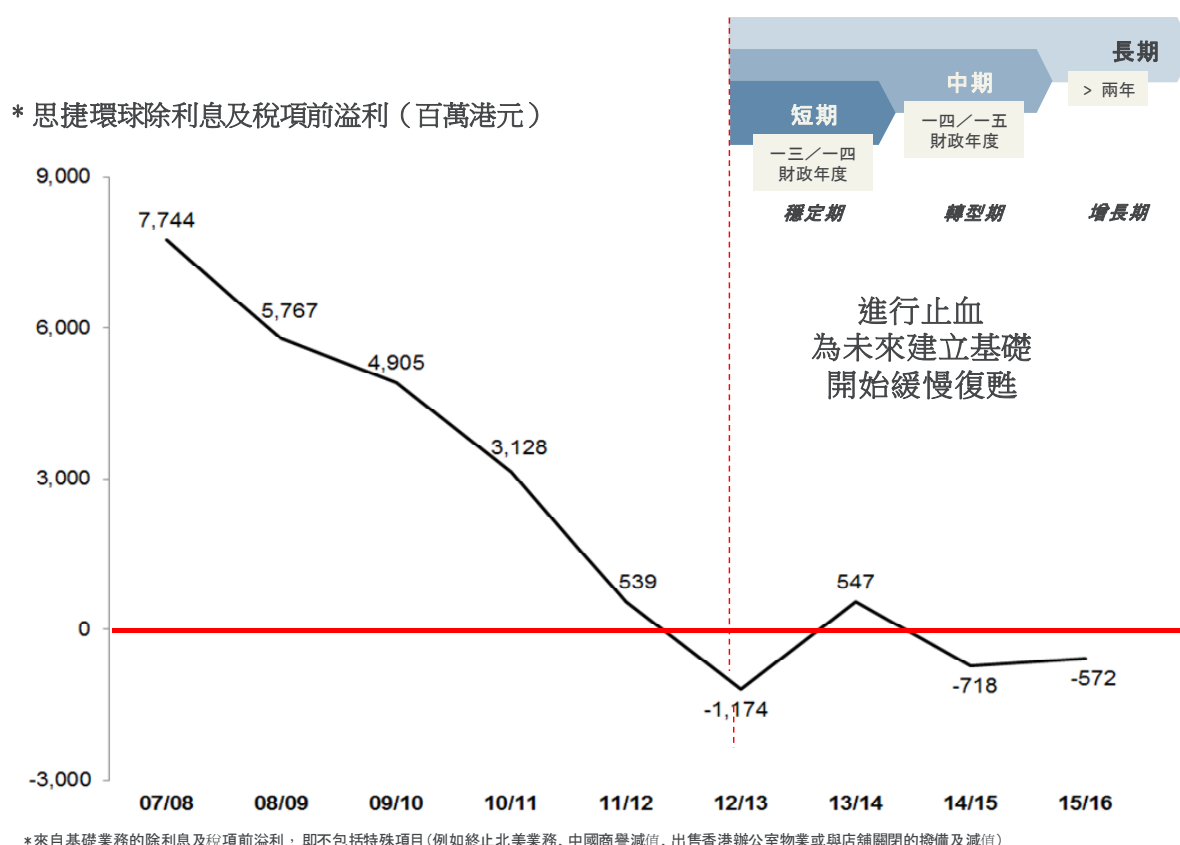
我們預期於截至二零一六年六月三十日止財政年度（「一五/一六財政年度」）開始的**增長期**會見到在垂直模式下開發的第一批產品系列（「垂直產品」）之表現有所改善，以及全方位渠道方案的初步成效。因此，我們對於零售店舖及電子商店之銷售表現於一五/一六財政年度的顯著改善感到尤其鼓舞。這進展為我們的整體財務表現帶來積極作用，亦令我們更加深信我們的策略措施正帶領思捷環球往正確的軌道。

綜上所述，在過去三年，我們執行策略計劃有三個主要目的：

- 中斷本集團盈利的下降趨勢（「止血」）
- 施行新工作方式，為日後的成功奠下基礎
- 開拓逐步恢復思捷環球盈利能力的道路

這三個目的均反映本集團基礎業務的除利息及稅項前溢利的近期發展（即不包括所有特殊項目的除利息及稅項前溢利，例如終止北美業務、中國商譽減值、主要自願離職計劃的一次性成本或與關閉嚴重虧損店舖的不同撥備及減值），如下圖所呈列：

基礎業務之除利息及稅項前溢利的近期發展



儘管取得這積極進展，本集團於短期內仍面對重大挑戰。一方面，我們仍必須全面發展和整合策略計劃的核心元素（主要是垂直和全方位渠道模式），去維持未來幾年的銷售效益增長。另一方面，我們必須為兩個表現仍在下跌的主要業務範疇（即批發渠道和亞太區）找出具體解決方法。這些範疇對我們的銷售和盈利構成巨大壓力。最後，我們必須繼續通過成本削減去提高業務的盈利能力。倘所有此等因素繼續如一五／一六財政年度般有所改善，我們將有機會在我們的市場及新的國家重燃擴張。抓緊這個機遇，會為我們中期的增長帶來巨大的潛力。

經過三年來於思捷環球全力推行新工作方式後，我們認為主要目標已經達成，並且我們清楚理解未來面對的主要挑戰，以及處理這些挑戰的重要行動。這函件的餘下部份就有關我們的表現、策略及短期前景之主要方面提供進一步詳情。

一五／一六財政年度的財務表現有所改善

經去年錄得淨虧損 3,696 百萬港元後，本集團於一五／一六財政年度實現純利+21 百萬港元。這是綜合三個主要因素的結果：

i) 基礎業務之業績（撇除特殊項目）為-572 百萬港元，較預期為佳－基礎業務之除利息及稅項前虧損較去年明顯改善。有關改善的主要動力為零售業務的效益增加，包括電子商店，對不同的財務指標產生非常正面的影響：

本集團收入按年近乎持平，按本地貨幣計算輕微下跌-1.1%。在總可控制面積按年減少-13.1%的情況下，這是一個非常理想的發展，反映零售業務九年來首次錄得顯著的銷售效益增加（每平方米銷售額上升）。

毛利率為 50.2%，較去年上升 0.3 個百分點。本集團受惠零售收入佔集團收入比例增加至 67.3%（二零一五年：64.0%），其部分的影響被輕微增加的降價及歐元疲弱的負面影響所抵銷。

基礎業務之經營開支（撇除特殊項目）為 9,501 百萬港元，按本地貨幣計按年減少-1.9%。這減少結合兩種不同影響的結果：有效削減我們大部份的成本，尤其是最相關的成本（即員工及租賃分別按本地貨幣計算按年減少-9.8%及-5.4%），部分削減被新的品牌活動導致市場推廣及廣告開支增加（按本地貨幣計算+33.6%）、電子商務強勁增長導致物流開支增加（按本地貨幣計算+5.5%）和去年出現特殊的撥備撥回導致其他經營成本增加（按本地貨幣計算+5.9%）所抵銷。我們的經常開支發展積極，而且全年推行的結構性成本減省措施在未來幾年會將成本進一步降低至更健康的水平。此等重組措施於財政年度下半年觸發了撥備和減值變動，我們於下文「特殊非經常性支出」一節會有進一步的闡述。

ii) 特殊非經常性開支 755 百萬港元－此等開支主要為有關加快成本重組措施的一次性撥備及減值。雖然此等開支對我們一五／一六財政年度的財務表現構成不利的影響，惟它們是由下列的舉動衍生，將於下一個財政年度起為我們的成本基礎帶來正面貢獻：

- a. 精簡人手計劃以降低經常性開支，引發一次性成本 462 百萬港元；
- b. 向 Groupe Zannier 批授 Esprit 童裝業務的經營權，導致要為 Esprit 童裝分部相關的 IT 應用程式作出 48 百萬港元的減值；
- c. 店舖關閉及虧損性租賃作出的淨撥備 186 百萬港元，其中：
 - i. 根據紐約第 34 街空置店舖的分租協議，需要作出 162 百萬港元的撥備；
 - ii. 由於亞太區經濟放緩，要關閉當地若干虧損店舖，為此要作出 198 百萬港元的撥備；
 - iii. 174 百萬港元的淨撥備回撥，主要因為歐洲零售表現改善；
- d. 虧損店舖之固定資產減值 59 百萬港元。

iii) 特殊淨收益 1,337 百萬港元—此乃來自非經營性活動的一次性之淨收益，包括：

- a. 來自出售我們的香港辦公室物業的淨收益 731 百萬港元；
- b. 由於香港稅務局就本集團數間附屬公司所產生的收入應否納稅而作出的評估結果，故作出稅項撥備回撥 409 百萬港元；及
- c. 淨稅項收益 197 百萬港元，主要由於上述的特殊非經常性支出可作扣稅，及回撥過往年度之稅項撥備。

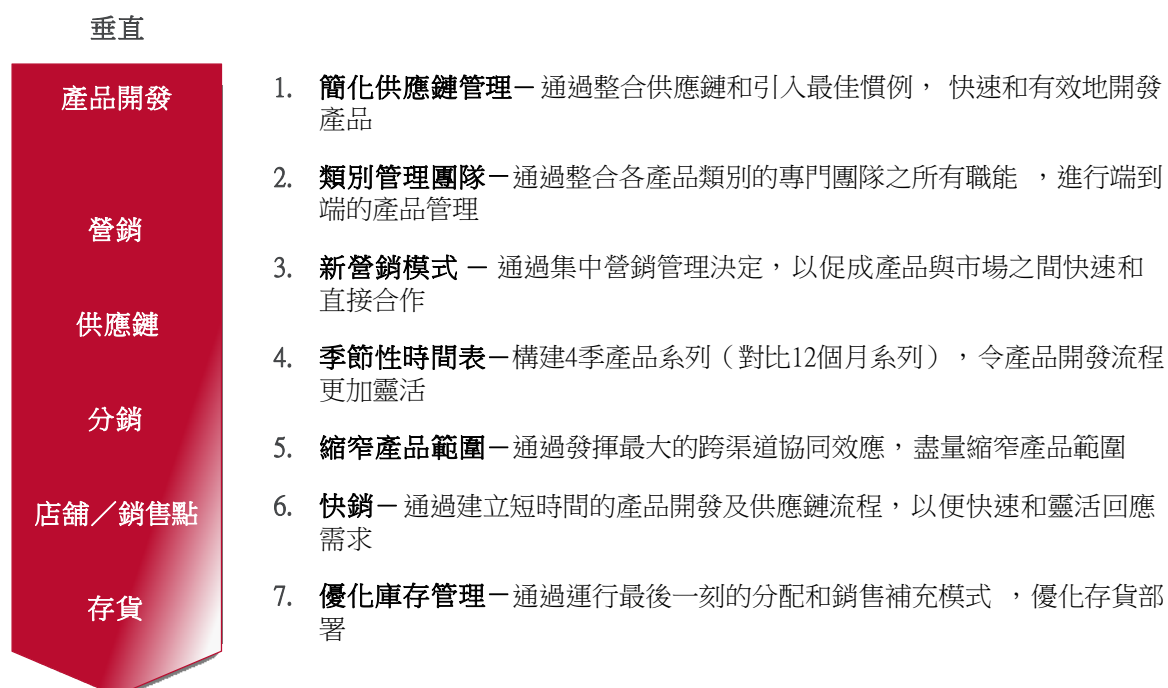
就資產負債表而言，本集團維持健全的財務狀況，讓我們能於未來完成我們的策略計劃及實施增長措施。我們於二零一六年六月三十日之淨現金保持於 53 億港元（二零一五年六月三十日：50 億港元）。

策略計劃的正面成果

誠如上文所討論，我們的策略計劃之核心為施行垂直模式以持續生產具競爭力的產品，及透過全方位渠道模式優化銷售渠道表現。透過重新打造的品牌活動和強化管理層及團隊，使這兩個支柱得到補足。今年的發展開始顯示這四個要素已開始取得成效。

i) 透過新垂直模式改善產品—在過去兩年，管理層付出他們大部分的時間及精力，去設計和推行所有產品相關領域的新工作方式，因為我們過去和現在仍確信，產品改善是令思捷環球再次成功的關鍵。下圖概述垂直模式的主要組成部分和推行情況。

垂直模式之概述



注：措施8“垂直批發模式”作為今後一個獨立的项目處理

整體而言，垂直模式的大部分要素均已到位，並在機構內充分發揮作用，然而，最後一個要素仍在進行中。「優化庫存管理」指把存貨作最好分配之決定能力，主要通過一些可對銷售作即時反應的措施（例如最後一刻之分配及存貨補充系統）落實。該等措施取決於靈活的物流，而這點將依靠德國 Mönchengladbach 的分銷中心之擴充。建築工程已展開，並應於二零一七年年中完成。

自二零一五年春／夏季首度推行垂直產品以來，我們觀察到我們零售銷售的正面趨勢，而這趨勢並得到一五／一六財政年度之表現所確定：

- 雖然零售淨銷售面積按年減少-10.9%，在可比較店舖銷售按本地貨幣計算增長+8.1%的帶動下，包括電子商店在內的零售收入（佔本集團收入的 67.3%）按本地貨幣計按年增長+3.8%
- 從產品角度來看，增長是由率先推行垂直模式的分部，即 Esprit 女裝及 edc 所推動，它們包括電子商店在內的可比較零售店舖銷售分別錄得按本地貨幣計算+10.3%及+11.2%的增長
- 從地域角度來看，包括電子商店在內的零售收入於歐洲國家按本地貨幣計算按年增長更為強勁，達+8.0%，而可比較店舖銷售按本地貨幣計算的增長為+9.2%
- 於我們最大市場德國，我們的可比較店舖*之表現於整個年度（除了一個月外）都較市場為佳，平均優於市場+9.5 個百分點（根據 TextilWirtschaft 公佈的可比較市場數據）

* 僅指實體正價店，因為 TextilWirtschaft 以此店舖類型來呈列德國零售市場表現。

ii) 通過全方位渠道模式改善渠道管理—我們深知當市場上充滿大量具有競爭力的產品時，單靠生產更強的產品系列並不足夠。我們相信，成功管理與消費者的關係是重要的，而這就是我們用以開發全方位渠道模式的三大原則：(1) 直接面向消費者，以擴大忠誠客戶基礎為目標，並為他們塑造最佳計劃；(2) 跨渠道業務，藉以在客戶選擇的任何渠道中提供靈活的客戶互動：零售或批發、線下或線上；及(3) 此等渠道的綜合商業活動，以完美一致的方式取得最佳客戶體驗。此方法發揮了思捷環球的主要競爭優勢（例如廣泛的忠誠客戶基礎、強大的客戶關係管理能力、最強的電子商務營運等），我們預期這有助於短期及中期取得增長。下圖概括全方位渠道模式的三大要素。

全方位渠道模式之概述



1. **直接面向消費者**—通過開發最佳忠誠計劃「Esprit Friends」，並將其作為所有銷售業務的基礎，為所有渠道奉行以消費者為中心的模式
2. **跨渠道業務**—藉開發一流的數碼能力，對零售及批發、線下及線上業務進行最佳的整合
3. **綜合業務活動**—通過協調所有市場推廣的舉措和管理，以達致無縫的消費者體驗：
產品—價格—推廣—地點—人力

雖然我們認為全方位渠道模式仍處於推行初期的階段，不過以下一五／一六財政年度的發展卻令我們感到鼓舞：

- 活躍的 Esprit Friends（即於過去 12 個月曾購買我們產品的該計劃會員）人數按年上升 27%
- 來自 Esprit Friends 的銷售佔本集團零售淨銷售的比例增加至 70%（一四／一五財政年度: 63%）
- 跨渠道 Esprit Friends 會員人數（即於線下和線上購買我們產品的會員）按年上升 12%
- 獲邀加入全方位渠道模式的批發夥伴中有 95% 簽署協議參與一項計劃，該計劃將全面納入「Esprit Friends」計劃、思捷環球商業計劃及我們的電子商店「esprit.com」業務
- 來自智能手機的銷售按年增加+84%

iii) 進取的品牌市場推廣活動 (#ImPerfect)—我們在一五／一六財政年度決定增加品牌市場推廣開支，並令我們的活動更加「破格」。自二零一五年九月起，受垂直產品的正面表現所推動，我們已著手開展「#ImPerfect」活動，加強和振興我們的品牌形象。此活動的設計是要以更充滿色彩、生動和年輕的概念向新世代消費者呈現思捷環球的永恆價值，並更專注於電子媒體。此活動推出後市場反應正面，尤其是通過社交媒體吸引新消費者這方面。

iv) 增強管理層及專業團隊—所有上述進展都是在我們的全球團隊傾力付出和熱誠的情況下方可成事。我們的行政管理層團隊成員均極為熟悉垂直模式的原理及日常運作，並有推動業務表現的往績。我們亦依賴經驗豐富和成功的管理層以建立我們的全方位渠道模式。在市場方面，我們今年歡迎兩名相當能幹的行政人員加入成為歐洲其他地區和亞太區的總經理。整體而言，我很榮幸能目睹我們平常能依靠作為主要資產的傑出專業團隊，帶領思捷環球重拾盈利和增長。

未來主要挑戰

要令思捷環球成功的最重要因素仍然是通過完成策略計劃的四個要素之所有發展，去繼續改善我們的銷售表現，該四個要素是品牌、垂直模式、全方位渠道模式和人力。

此外，誠如本函件首部分所闡述，本集團在兩個重要的範疇面對逆境：批發渠道及亞太區。

在**批發渠道**方面，我們正遭遇到兩方面的困難。在外而言，該渠道正面對來自廉價垂直零售商、銷售持續轉移至線上、客流量下降等持續增加的壓力，而這壓力為眾多市場參與者增添業務及財務方面的困難，這對我們的批發版圖施加巨大壓力，導致可控制面積和批發收入逐漸減少。在內而言，如先前所說明，我們仍須完善好的解決方案，將垂直及全方位渠道模式的好處充分延伸至我們的批發夥伴，讓我們能達成與零售相似的改善。此等解決方案成效並不明顯，因為垂直業務的原則往往與我們合作夥伴的業務有衝突（例如完全集中營銷決定）。我們已於過去兩年對不同方法進行測試，而結果卻好壞參半，令我們的進展較預期更慢。為此，思捷環球的專門項目團隊正在努力，根據我們對各類型的合作夥伴的專有解決方案，去界定我們的新批發模式。現時我們正處於與選定的合作夥伴測試最有可為的方法之階段。

對於**亞太區**，該地區的困難也是由於外部及內部問題。從宏觀經濟的角度來看，受到金融市場波動和中國經濟放緩的綜合影響，消費者意慾受挫，並減少了區內進入商場的人流，這導致一個高度促銷的市場，對銷售及利潤率構成負面影響。從內部角度來看，我們在亞太區的分銷網絡存在與品牌相關的弱點，就是跟於亞洲的主要國際品牌不一樣（即 **Esprit** 的零售面積集中於百貨公司及折扣特賣場）。去糾正這情況的策略及行動計劃，對我們來說是清晰的，惟正需要時間推行所有必要的措施。然而，我們在急速的電子商務銷售增長、經改善的零售營運、毛利率正常化、精簡當地結構等方面經已看到進展，令我們對恢復該地區內長遠的潛力充滿信心。

前景

總括來說，一五／一六財政年度是積極的一年，財務表現有所改善，而在我們策略計劃的關鍵要素方面取得成功的發展。展望未來，我們須繼續專注於改善盈利並加倍努力，以加快推動去年的正面趨勢，並同時處理未決事項及上述問題，以便所有業務領域都能對思捷環球的復甦有積極的貢獻。

誠如我於去年致股東的函件所闡述，增長僅會逐步到來，因為本集團仍要面對批發面積及零售面積的減少（因仍需關閉虧損零售店舖）。我們必須繼續以提升銷售效益及盈利能力的措施去應付面積減少。我們一六／一七財政年度的短期前景是基於本函件所呈列的當務之急。

零售的**可控制面積**預期將會有高單位數的下降，因為我們決定加快關閉虧損零售面積。我們的批發可控制面積亦可能會跟過去幾年的下降速度相若。

透過有系統地加強執行垂直及全方位渠道模式，**面積效益**（每平方米銷售額）仍是我們的主要重點工作。一六／一七財政年度的改善可能會較一五／一六財政年度會更溫和，因為我們大部分店舖的每平方米銷售額水平都比較高。我們仍預計持續提高效益，必會推動全年的盈利改善。

由於全方位渠道的舉措，預期**電子商店**的強勁增長勢頭將會延續。在一六／一七財政年度，歐洲的電子商店收入增長可能會在單個位數，因為我們與一個非常大的基數作比較，而在亞太地區的增長預計將保持高雙位數。

毛利率應可保持穩定的水平或會有少許的上升。

經營開支將通過加速關閉虧損店舖及已推行的成本重組措施而明顯減少，這些成本重組措施是我們目標的一部份，作為於未來兩年（於上一次投資者關係日通報）減少 10 億港元經營開支。同時，繼一五／一六財政年度加大力度於品牌推廣後，我們擬於一六／一七財政年度將市場推廣及廣告開支降至一個較低的水平。

資本開支預期會跟一五／一六財政年度的水平相若。我們將繼續在零售店舖翻新、全方位渠道措施，以及歐洲分銷中心的擴充及升級上作適度投資。

結尾

思捷環球所身處的行業正經歷重大變動。消費者喜好的轉變、日益相關的電子商務和競爭加劇均對行內大部分企業構成巨大壓力。

我相信，垂直及全方位渠道模式提供了最佳方式去面對這些挑戰。雖然轉型可能會較投資者、僱員和其他持份者初時預期的長，但思捷環球的長遠競爭能力正在提升。鑒於過去三年的積極進展，我們有信心此策略計劃已取得成效。

最後，我謹就董事會、管理層團隊及所有思捷環球的僱員在這個關鍵時刻對思捷環球的信任、奉獻和付出致以衷心謝意。我亦十分感謝股東在這個復甦過程中持續給予支持及耐力。我們現在經已更進一步及處於一個更強的位置去全面恢復 **Esprit** 的潛能。

Jose Manuel MARTINEZ GUTIERREZ // 執行董事及集團行政總裁

二零一六年九月二十日

管理層討論及分析

收入分析

截至二零一六年六月三十日止財政年度（「一五／一六財政年度」或「回顧財政年度」），本集團收入為 17,788 百萬港元（二零一五年：19,421 百萬港元），按本地貨幣計算按年大致持平，輕微下降 -1.1%。這對比相應的總可控制面積減少-13.1%是一個良好的發展，並反映零售業務九年來首次有重大的效益提升（每平方米銷售額增加）。這銷售表現，是繼過往連續四年收入按本地貨幣計算按年減少（於一四／一五財政年度、一三／一四財政年度、一二／一三財政年度及一一／一二財政年度分別為-11.5%、-9.9%、-11.5%及-10.5%）後，一個大幅的銷售表現改善。由於歐元兌港元平均匯率按年貶值-7.6%所導致的不利貨幣影響，本集團按港元計算的收入之按年下降為-8.4%。

於一五／一六財政年度下半年的銷售之整體發展與我們於一五／一六財政年度上半年所目睹的情況十分相似。更具體而言，在我們的核心市場——歐洲，及核心產品類別——女裝分部和 edc 分部所帶動下，我們見到零售銷售及可比較零售店舖銷售持續有正增長。然而，批發渠道及亞太區的持續疲弱，繼續是我們業務上兩個最具挑戰性的範疇。

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予女士，男士以及兒童。就這管理層討論及分析章節而言，產品主要分為四類：**Esprit** 女裝，**Esprit** 男裝，生活時尚及 **edc**。

按產品劃分的收入

| 產品分部 | 截至六月三十日止年度 | | | | | |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 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 | 8,083 | 45.4% | 8,584 | 44.2% | -5.8% | 1.7% |
| casual 女裝 | 5,462 | 30.7% | 5,754 | 29.6% | -5.1% | 2.6% |
| collection 女裝 | 2,184 | 12.3% | 2,323 | 12.0% | -6.0% | -1.5% |
| trend [#] | 437 | 2.4% | 507 | 2.6% | -13.9% | -6.9% |
| Esprit 男裝 | 2,374 | 13.4% | 2,773 | 14.3% | -14.4% | -7.6% |
| casual 男裝 | 1,932 | 10.9% | 2,235 | 11.5% | -13.6% | -6.7% |
| collection 男裝 | 442 | 2.5% | 538 | 2.8% | -17.8% | -11.3% |
| 生活時尚及其他 | 3,457 | 19.4% | 3,827 | 19.7% | -9.7% | -2.4% |
| bodywear [^] | 921 | 5.2% | 919 | 4.8% | 0.2% | 8.0% |
| 配飾 [^] | 888 | 5.0% | 1,014 | 5.2% | -12.4% | -4.7% |
| 鞋具 [^] | 704 | 3.9% | 746 | 3.8% | -5.7% | 1.8% |
| 童裝 | 465 | 2.6% | 622 | 3.2% | -25.2% | -18.0% |
| 其他 [*] | 479 | 2.7% | 526 | 2.7% | -8.9% | -3.8% |
| edc | 3,874 | 21.8% | 4,237 | 21.8% | -8.6% | -1.2% |
| edc 女裝 | 3,059 | 17.2% | 3,359 | 17.3% | -8.9% | -1.5% |
| edc 男裝 | 815 | 4.6% | 878 | 4.5% | -7.3% | 0.1% |
| 集團總計 | 17,788 | 100.0% | 19,421 | 100.0% | -8.4% | -1.1% |

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

[^] 於一五／一六財政年度，**edc** 品牌旗下的 **bodywear**，配飾及鞋具與於 **Esprit** 品牌旗下的 **bodywear**、配飾及鞋具合併在一起，然而它們於一四／一五財政年度是被歸納於 **edc** 其他。**Bodywear**，配飾及鞋具的比較數字已予重列

^{*} 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

於上一財政年度，本集團將大部分精力投放於推行垂直模式上，以開發在設計、質量及性價比方面均有所改善的產品（「垂直產品」），因管理層認為產品是令本集團成功扭虧為盈的最關鍵要素。**Esprit** 女裝及 **edc** 是兩個最大的產品組別，佔本集團收入的 **67.2%**（二零一五年：**66.0%**），它們是首批推行垂直模式及於一五／一六財政年度錄得較好表現之分部。

Esprit 女裝

- 佔本集團收入的 **45.4%**（二零一五年：**44.2%**）
- 最大產品組別主要包括 **casual** 女裝（帶清新和自然風格之日常休閒裝扮）及 **collection** 女裝（日常商務或特殊場合之裝扮）
- 收入按本地貨幣計算按年增長**+1.7%**

由於其規模及策略的重要性，Esprit 女裝為首個採用垂直模式的產品組別。今年是垂直模式首次全年運作，並對改善此產品組別的銷售表現有正面影響。收入按本地貨幣計算按年增長+1.7%。就收納於此產品組別下的產品線而言，Casual 女裝和 Collection 女裝按本地貨幣計算分別錄得+2.6%及-1.5%的按年銷售增長。兩個分部於零售渠道（包括電子商店）均呈現改善，Esprit 女裝的零售收入按本地貨幣計算按年增長+6.7%（Casual 女裝：+7.7%及 Collection 女裝：+8.8%）。

Esprit 男裝

- 佔本集團收入的 13.4%（二零一五年：14.3%）
- 包括 casual 男裝及 collection 男裝
- 收入按本地貨幣計算按年減少-7.6%

此產品組別是於較後階段才引入垂直模式，而其產品團隊已於回顧財政年度內進行重組及加強。故此，這些變動的正面影響於年內較後的時間才浮現，並有助把一五／一六財政年度下半年的按本地貨幣計算的按年跌幅收窄至-6.6%，對比一五／一六財政年度上半年按年的-8.4%，全年按本地貨幣計算合共按年減少-7.6%。就產品線而言，casual 男裝及 collection 男裝經歷相似的發展，它們的收入按本地貨幣計算的按年下降幅度分別收窄至-6.7%及-11.3%。

生活時尚及其他

- 佔本集團收入的 19.4%（二零一五年：19.7%）
- 主要包括 bodywear、配飾、鞋具、童裝、批授經營權產品，如手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品、家品系列等以及來自批授經營權業務的批授經營權收入
- 收入按本地貨幣計算按年下降-2.4%

Bodywear、配飾、鞋具及童裝為生活時尚及其他組別下的最大分部，合計佔此產品組別收入的 86.1%。於一五／一六財政年度，Bodywear 及鞋具表現優於其他分部，而其收入按本地貨幣計算分別按年增加+8.0%及+1.8%。此良好的表現被以下各項所抵銷：i) 配飾收入按本地貨幣計算按年下降-4.7%，及ii) 童裝分部有較大的按年收入下跌，按本地貨幣計算為-18.0%，我們為籌備與Groupe Zannier批授經營權合作夥伴關係而把童裝規模縮減。該合作夥伴關係是為重建童裝分部於大部份歐洲市場的相關規模而設，此合作夥伴關係已於二零一六年一月開始全面啟動，而二零一六年秋／冬季將會是其首個產品系列。

edc

- 佔本集團收入的 21.8%（二零一五年：21.8%）
- 為第二大產品組別，包括 edc 女裝及 edc 男裝，提供進取、前衛、都市及年輕之風格
- 收入按本地貨幣計算按年下降-1.2%

繼 Esprit 女裝後，edc 產品組別亦引入垂直模式，而垂直模式的優點正逐漸於其銷售表現中反映。雖然其收入仍然錄得輕微下降，惟其按年下跌幅度按本地貨幣計算已收窄至-1.2%。就此產品組別下的產品線而言，edc 女裝及 edc 男裝分別錄得按本地貨幣計算-1.5%及+0.1%的按年銷售表現。情況與 Esprit 女裝相若，零售渠道（包括電子商店）的改善更為明顯，其收入按本地貨幣計算按年增長+6.5%（edc 女裝：+6.7%及 edc 男裝：+5.8%）。

按地區劃分的收入

本集團大部分的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主要地區：「德國」、「歐洲其他地區」及「亞太區」。歐洲其他地區包括我們於美洲及中東的業務。

按國家劃分的收入

| 國家 ^{^^} | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
| | 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 | 淨銷售面積淨變幅 [^] |
| 德國[*] | 8,559 | 48.1% | 9,097 | 46.9% | -5.9% | 2.1% | -10.1% |
| 歐洲其他地區 | 6,581 | 37.0% | 7,108 | 36.6% | -7.4% | 0.1% | -13.7% |
| 比荷盧區域 [#] | 2,121 | 11.9% | 2,410 | 12.4% | -12.0% | -4.1% | -21.8% |
| 法國 | 1,128 | 6.4% | 1,221 | 6.3% | -7.7% | 0.9% | -7.2% |
| 瑞士 | 984 | 5.5% | 1,010 | 5.2% | -2.5% | 2.1% | -6.9% |
| 奧地利 | 832 | 4.7% | 864 | 4.5% | -3.8% | 4.5% | -6.8% |
| 瑞典 | 262 | 1.5% | 269 | 1.4% | -2.5% | 6.7% | -25.8% |
| 芬蘭 | 233 | 1.3% | 284 | 1.5% | -17.9% | -10.4% | -17.6% |
| 西班牙 | 216 | 1.2% | 223 | 1.1% | -3.0% | 5.4% | -4.6% |
| 英國 | 151 | 0.8% | 203 | 1.0% | -25.5% | -20.2% | -14.2% |
| 意大利 | 131 | 0.7% | 137 | 0.7% | -4.5% | 4.7% | -2.8% |
| 丹麥 | 111 | 0.7% | 123 | 0.6% | -9.5% | -1.7% | -31.5% |
| 波蘭 | 73 | 0.4% | 14 | 0.1% | 404.9% | 456.7% | 0.2% |
| 愛爾蘭 | 7 | 0.0% | 6 | 0.0% | 13.6% | 24.1% | -4.3% |
| 挪威 | 4 | 0.0% | 16 | 0.1% | -76.7% | -72.7% | - |
| 葡萄牙 | 1 | 0.0% | 5 | 0.0% | -79.9% | -78.4% | - |
| 其他 ^{##} | 327 | 1.9% | 323 | 1.7% | 1.1% | 6.5% | -2.9% |
| 亞太區 | 2,648 | 14.9% | 3,216 | 16.5% | -17.6% | -12.5% | -19.4% |
| 中國 | 1,182 | 6.6% | 1,500 | 7.7% | -21.2% | -18.0% | -24.7% |
| 香港 | 332 | 1.9% | 386 | 2.0% | -14.1% | -14.1% | -9.9% |
| 澳洲及新西蘭 | 324 | 1.8% | 375 | 1.9% | -13.7% | -1.2% | -13.0% |
| 新加坡 | 256 | 1.4% | 301 | 1.6% | -14.7% | -9.6% | -16.4% |
| 馬來西亞 | 192 | 1.1% | 239 | 1.2% | -19.4% | -3.3% | -4.8% |
| 台灣 | 188 | 1.1% | 200 | 1.0% | -6.1% | -0.9% | -13.2% |
| 澳門 | 102 | 0.6% | 132 | 0.7% | -23.0% | -23.0% | -20.3% |
| 其他 [@] | 72 | 0.4% | 83 | 0.4% | -12.9% | -4.0% | -21.0% |
| 總計 | 17,788 | 100.0% | 19,421 | 100.0% | -8.4% | -1.1% | -13.1% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

^{^^} 國家包括零售、批發及批授經營權業務

^{*} 自一五/一六財政年度起，本集團的德國批發業務團隊已接管其他歐洲國家（主要為斯洛文尼亞、波斯尼亞和黑塞哥維那及羅馬尼亞）的批發業務。因此，截至二零一六年六月三十日止年度，來自該等歐洲國家的批發收入已從歐洲其他地區重新歸納至德國。比較數字已予重列

[#] 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、馬耳他、斯洛文尼亞、愛沙尼亞和希臘的零售收入；ii) 來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞及中東）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

[@] 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

德國

- 佔本集團收入的 **48.1%** (二零一五年：**46.9%**)
- 收入按本地貨幣計算按年增長**+2.1%**，對比總可控制面積按年下降**-10.1%**
- **零售**收入（不包括電子商店）佔德國收入的 **36.0%**，按本地貨幣計算按年增長**+5.0%**
- **電子商店**收入佔德國收入的 **28.9%**，按本地貨幣計算按年增長**+11.5%**
- **批發**收入佔德國收入的 **34.8%**，按本地貨幣計算按年下降**-7.4%**

| 分銷渠道 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|-----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-------------|-----------------------|
| | 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 [^] |
| 零售（不包括電子商店） | 3,079 | 36.0% | 3,186 | 35.0% | -3.3% | 5.0% | -3.4% |
| 電子商店 | 2,480 | 28.9% | 2,400 | 26.4% | 3.3% | 11.5% | n.a. |
| 批發 [#] | 2,978 | 34.8% | 3,497 | 38.4% | -14.9% | -7.4% | -14.0% |
| 批授經營權 | 22 | 0.3% | 14 | 0.2% | 62.9% | 70.8% | n.a. |
| 總計 | 8,559 | 100.0% | 9,097 | 100.0% | -5.9% | 2.1% | -10.1% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

[#] 自一五/一六財政年度起，本集團的德國批發業務團隊已接管其他歐洲國家（主要為斯洛文尼亞、波斯尼亞和黑塞哥維那及羅馬尼亞）的批發業務。因此，截至二零一六年六月三十日止年度，來自該等歐洲國家的批發收入已從歐洲其他地區重新歸納至德國。比較數字已予重列

n.a. 不適用

由於電子商店的規模顯著及具策略重要性，和本集團的最新管理報告結構，管理層視其為一個主要經營分部，故從零售渠道把其劃分出來並作獨立報告。德國、歐洲其他地區及亞太區的電子商店合併為全球電子商店作為一個報告分部。全球電子商店表現的詳情於以下「按分銷渠道劃分的收入」一節中獨立討論。

德國零售（不包括電子商店）表現改善反映我們於產品提供，渠道管理及市場推廣營運的改良。這些改善帶動我們於德國的零售面積效益有所增加，並導致可比較店舖銷售按年增加**+5.8%**。於當地的可比較實體正價店¹於整個年度的表現幾乎每月都較市場為佳，平均優於市場**+9.5%**百分點（基於 **TextilWirtschaft** 發佈的可比較市場數據）。此正面發展部分被當地零售淨銷售面積按年的減少**-3.4%**所抵銷，乃歸因於我們策略決定加快關閉若干無盈利的零售店舖。零售（不包括電子商店）的收入因而按本地貨幣計算增長**+5.0%**。

德國批發仍然充滿挑戰。我們於批發渠道面對的困難分為兩方面。一方面，該渠道正面對來自廉價垂直零售商、銷售持續轉移至線上、客流量下降等之壓力，為眾多市場同儕在業務及財務方面造成困難，對我們於德國的批發版圖構成相當大的壓力，並導致年內可控制批發面積按年減少**-14.0%**和批發收入按本地貨幣計算減少**-7.4%**。然而，值得留意是部份可控制批發面積的減少是因為我們要為與 **Groupe Zannier** 的批授經營權合作夥伴關係作準備，把 **713** 個童裝分部的銷售點轉移。撇除該等童裝銷售點，可控制批發面積則按年減少**-8.5%**。另一方面，我們尚未為不同類型的合作夥伴找出切實的解決方案，藉此把思捷環球之垂直模式的最大優點給予我們的批發夥伴。

歐洲其他地區

- 佔本集團收入的 **37.0%** (二零一五年：**36.6%**)；包括歐洲（德國除外）的國家、美洲及中東
- 收入按本地貨幣計算增長**+0.1%**，對比總可控制面積按年減少**-13.7%**
- **零售**收入（不包括電子商店）佔區內收入的 **37.1%**，按本地貨幣計算按年增長**+3.0%**
- **電子商店**收入佔區內收入的 **22.9%**，按本地貨幣計算按年增長**+17.7%**
- **批發**收入佔區內收入的 **38.0%**，按本地貨幣計算按年下降**-10.1%**

¹ 僅指實體正價店因為**TextilWirtschaft**使用該類型的店舖以顯示德國零售市場的發展。

| 分銷渠道 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|-------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-------------|-----------------------|
| | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 收入變幅百分比 | | |
| | 百萬元 | 佔總收入之百分比 | 百萬元 | 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 [^] |
| 零售（不包括電子商店） | 2,440 | 37.1% | 2,551 | 35.9% | -4.4% | 3.0% | -16.8% |
| 電子商店 | 1,512 | 22.9% | 1,385 | 19.5% | 9.1% | 17.7% | n.a. |
| 批發 | 2,499 | 38.0% | 3,035 | 42.7% | -17.6% | -10.1% | -11.8% |
| 批授經營權及其他 | 130 | 2.0% | 137 | 1.9% | -5.4% | -4.8% | n.a. |
| 總計 | 6,581 | 100.0% | 7,108 | 100.0% | -7.4% | 0.1% | -13.7% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

由於電子商店的規模顯著及具策略重要性，和本集團的最新管理報告結構，管理層現視其為一個主要經營分部，故從零售渠道把其劃分出來並作獨立報告。德國、歐洲其他地區及亞太區的電子商店合併為全球電子商店作為一個報告分部。全球電子商店表現的詳情於以下「按分銷渠道劃分的收入」一節中獨立討論。

與德國的情況相似，產品提供、渠道管理及市場推廣營運的改善帶動我們於歐洲其他地區的零售面積效益增加，這點可由其零售可比較店舖銷售按本地貨幣計算按年增長+6.9%有所反映。部分零售面積效益的增加被區內零售淨銷售面積按年減少-16.8%所抵銷，零售淨銷售面積的減少主要是由於 i) 有一間荷蘭百貨公司破產，導致要關閉當地 31 間特約店，及 ii) 關閉 12 間歸納於店舖閉關及虧損性租賃的無盈利店舖。整體而言，零售（不包括電子商店）之收入按本地貨幣計算按年增長+3.0%。

區內批發表現繼續充滿挑戰，而當中的理由就與在討論德國的表現相同，並於年內導致區內批發收入按本地貨幣計算按年下降-10.1%，與相應的可控制批發面積減少-11.8%大致相符。此外，與德國相似，部分可控制批發面積之減少乃歸因於為我們與 Groupe Zannier 的批授經營權合作夥伴關係作準備，把 150 個童裝分部批發銷售點轉移。撇除該等童裝銷售點，可控制批發面積則按年減少-9.9%。

亞太區

- 佔本集團收入的 14.9%（二零一五年：16.5%）；主要包括中國、香港、澳洲及新西蘭、新加坡、馬來西亞、台灣及澳門
- 收入按本地貨幣計算按年下降-12.5%，對比總可控制面積按年減少-19.4%
- 零售收入（不包括電子商店）佔區內收入的 87.1%，按本地貨幣計算按年減少-12.6%
- 電子商店收入佔區內收入的 6.1%，按本地貨幣計算按年增長+72.2%
- 批發收入佔區內收入的 6.8%，按本地貨幣計算按年下降-38.4%

| 分銷渠道 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|-------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
| | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 收入變幅百分比 | | |
| | 百萬元 | 佔總收入之百分比 | 百萬元 | 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 [^] |
| 零售（不包括電子商店） | 2,306 | 87.1% | 2,804 | 87.2% | -17.8% | -12.6% | -14.1% |
| 電子商店 | 161 | 6.1% | 99 | 3.1% | 63.5% | 72.2% | n.a. |
| 批發 | 181 | 6.8% | 313 | 9.7% | -42.1% | -38.4% | -34.6% |
| 總計 | 2,648 | 100.0% | 3,216 | 100.0% | -17.6% | -12.5% | -19.4% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

由於電子商店的規模顯著及具策略重要性，和本集團的最新管理報告結構，管理層現視其為一個主要經營分部，故從零售渠道把其劃分出來並作獨立報告。德國、歐洲其他地區及亞太區的電子商店合併為全球電子商店作為一個報告分部。全球電子商店表現的詳情於以下「按分銷渠道劃分的收入」一節中獨立討論。

亞太區表現欠佳受外部及內部因素的綜合影響所致。從外部來看，不利的宏觀因素，包括金融市場波動和中國經濟放緩，削弱消費者情緒，並減少了區內進入商場的人流，這導致出現一個高度促銷的市場，對銷售及利潤率構成負面影響。從內部來看，我們的分銷網絡存在與品牌相關的弱點（例如零售面積集中於百貨公司及折扣特賣場）。雖然我們已實行策略及行動計劃去糾正這情況，但推行所有必要的措施需時。然而，我們在急速的電子商務銷售增長、改良的零售營運、毛利率正常化、精簡當地結構等方面經已見到進展，令我們對恢復該地區內的長遠潛力充滿信心。

我們於亞太區的業務主要是**零售（不包括電子商店）**，佔區內總收入的**87.1%**。管理層已開始透過關閉個別銷售點去矯正我們分銷網絡的弱點，這解釋了年內零售淨銷售面積按年減少**-14.1%**及零售（不包括電子商店）收入按本地貨幣計算相應下降**-12.6%**。這壓力部份被區內電子商店（按本地貨幣計算錄得收入按年增長**+72.2%**）成功擴張所抵銷。

批發收入僅佔區內收入的**6.8%**，並按本地貨幣計算按年下降**-38.4%**。該下降與可控制批發面積相應減少**-34.6%**大致相符，而可控制批發面積的減少主要由於中國批發客戶終止業務所致。鑒於亞太區批發僅佔本集團收入的**1.0%**，其對本集團整體銷售表現的實際影響有限。

按分銷渠道劃分的收入

本集團透過直接管理零售店舖（「零售（不包括電子商店）」）及線上（「電子商店」）將產品直接分銷至終端消費者，亦有透過第三方於線下及線上（「批發」）進行分銷。

按分銷渠道劃分的收入

| 分銷渠道 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------------|
| | 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 | 淨銷售面積淨變幅 [^] |
| 零售（不包括電子商店） | 7,825 | 44.0% | 8,541 | 44.0% | -8.4% | -1.3% | -10.9% |
| 電子商店 | 4,153 | 23.3% | 3,884 | 20.0% | 6.9% | 15.3% | n.a. |
| 批發 | 5,658 | 31.8% | 6,845 | 35.2% | -17.3% | -10.0% | -14.9% |
| 批授經營權及其他 | 152 | 0.9% | 151 | 0.8% | 0.9% | 2.1% | n.a. |
| 總計 | 17,788 | 100.0% | 19,421 | 100.0% | -8.4% | -1.1% | -13.1% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

零售（不包括電子商店）

- 佔本集團收入的**44.0%**（二零一五年：**44.0%**）
- 分銷網絡包括**761**間直接管理零售店舖（二零一五年：**890**個銷售點），包括**384**間獨立店舖、**288**間主要位於百貨公司內的特約店及**89**間折扣特賣場
- 收入按本地貨幣計算按年下降**-1.3%**，對比淨銷售面積減少**-10.9%**
- 可比較店舖銷售按年增長**+4.3%**

按國家劃分的零售（不包括電子商店）之收入

| 國家 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | |
|---------------|--------------|---------------|-------|--------------|-----------|-------------|---------------------------|
| | 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 | 3,079 | 39.4% | 3,186 | 37.3% | -3.3% | 5.0% | -3.4% |
| 歐洲其他地區 | 2,440 | 31.2% | 2,551 | 29.9% | -4.4% | 3.0% | -16.8% |
| 比荷盧區域 | 891 | 11.4% | 953 | 11.2% | -6.5% | 2.1% | -21.1% |
| 瑞士 | 602 | 7.7% | 604 | 7.1% | -0.2% | 3.5% | -5.3% |
| 奧地利 | 402 | 5.1% | 411 | 4.8% | -2.2% | 6.3% | -8.7% |
| 法國 | 321 | 4.1% | 383 | 4.5% | -16.2% | -8.9% | -15.5% |
| 瑞典 | 85 | 1.1% | 53 | 0.6% | 62.4% | 77.6% | -40.6% |
| 波蘭 | 65 | 0.8% | 11 | 0.1% | 463.8% | 526.6% | 0.2% |
| 芬蘭 | 54 | 0.7% | 67 | 0.8% | -19.3% | -11.9% | -42.2% |
| 丹麥 | 15 | 0.2% | 14 | 0.2% | 1.7% | 9.9% | - |
| 英國 | 5 | 0.1% | 45 | 0.5% | -88.9% | -88.3% | -100.0% |
| 挪威 | - | - | 10 | 0.1% | -100.0% | -100.0% | - |
| 亞太區 | 2,306 | 29.4% | 2,804 | 32.8% | -17.8% | -12.6% | -14.1% |
| 中國 | 939 | 12.0% | 1,189 | 13.9% | -21.0% | -17.9% | -16.8% |
| 香港 | 331 | 4.2% | 386 | 4.5% | -14.2% | -14.2% | -9.9% |
| 澳洲及新西蘭 | 304 | 3.9% | 358 | 4.2% | -15.3% | -2.9% | -13.0% |
| 新加坡 | 253 | 3.2% | 300 | 3.5% | -15.4% | -10.3% | -16.4% |
| 馬來西亞 | 191 | 2.4% | 239 | 2.8% | -20.0% | -3.9% | -4.8% |
| 台灣 | 186 | 2.4% | 200 | 2.3% | -7.1% | -1.9% | -13.2% |
| 澳門 | 102 | 1.3% | 132 | 1.6% | -23.0% | -23.0% | -20.3% |
| 總計 | 7,825 | 100.0% | 8,541 | 100.0% | -8.4% | -1.3% | -10.9% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

對我們的零售業務來說，一五／一六財政年度是一年充滿積極進展的一年。最重要的是，零售淨銷售面積效益（每平方米銷售額）恢復正增長，扭轉自零七／零八財政年度起的下跌趨勢。該改善是由德國以及歐洲其他地區所推動，當地的零售（不包括電子商店）銷售分別按本地貨幣計算按年上升+5.0%及+3.0%；考慮到零售淨銷售面積分別按年減少-3.4%及-16.8%，這是一個有利的發展。誠如較早前所討論，歐洲之令人鼓舞的零售銷售表現反映我們提供的產品深受好評，再加上全方位渠道措施的見效和我們品牌市場推廣活動的努力。可惜的是，歐洲的積極進展被亞太區零售（不包括電子商店）的按本地貨幣計算按年銷售下降-12.6%所抵銷。

按國家劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一五年七月一日的變動

於二零一六年六月三十日

| 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* | 可比較店舖 | 可比較店舖 |
|---------------|------------|--------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|
| | | | | | (不包括電子商店) 數目 | (不包括電子商店) 銷售額增長 |
| 德國 | 147 | (3) | 118,599 | -3.4% | 125 | 5.8% |
| 歐洲其他地區 | 143 | (54) | 86,490 | -16.8% | 112 | 6.9% |
| 瑞士 | 37 | (2) | 17,123 | -5.3% | 34 | 6.0% |
| 比利時 | 22 | (4) | 16,190 | -11.3% | 22 | 5.8% |
| 法國 | 21 | (5) | 12,138 | -15.5% | 19 | 3.3% |
| 荷蘭 | 20 | (35) | 14,492 | -31.4% | 17 | 8.4% |
| 奧地利 | 19 | (1) | 15,299 | -8.7% | 14 | 10.8% |
| 波蘭 | 11 | - | 3,273 | 0.2% | - | n.a. |
| 瑞典 | 7 | (3) | 3,736 | -40.6% | - | n.a. |
| 盧森堡 | 3 | - | 1,869 | - | 3 | 8.6% |
| 芬蘭 | 2 | (3) | 1,745 | -42.2% | 2 | 17.5% |
| 丹麥 | 1 | - | 625 | - | 1 | 9.7% |
| 英國 | - | (1) | - | -100.0% | - | n.a. |
| 亞太區 | 471 | (72) | 86,483 | -14.1% | 222 | -4.1% |
| 中國 | 250 | (58) | 41,821 | -16.8% | 115 | -11.1% |
| 台灣 | 73 | (1) | 6,617 | -13.2% | 25 | -6.6% |
| 澳洲 | 66 | (4) | 8,080 | -11.4% | 42 | 7.3% |
| 馬來西亞 | 35 | (4) | 12,909 | -4.8% | 20 | -3.0% |
| 新加坡 | 21 | (2) | 6,630 | -16.4% | 11 | 4.7% |
| 香港 | 14 | (1) | 6,473 | -9.9% | 2 | 4.2% |
| 新西蘭 | 8 | (1) | 1,571 | -20.5% | 3 | 9.9% |
| 澳門 | 4 | (1) | 2,382 | -20.3% | 4 | -1.8% |
| 總計 | 761 | (129) | 291,572 | -10.9% | 459 | 4.3% |

* 自二零一五年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

按店舖類型劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一五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) | | | | |
|------------|-----------------|------------------|--------------|----------------|--------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|---------------|
| | 於二零一六年 六月三十日 | 與二零一五年 七月一日比較 | | 於二零一五年 七月一日 | 淨變幅 | 於二零一六年 六月三十日 | 與二零一五年 七月一日比較 | | 於二零一五年 七月一日 | 淨變幅 |
| | | 開店 | 關閉 | | | | 開店 | 關閉 | | |
| 店舖 | 384 | 22 | (66) | 428 | (44) | 222,983 | 6,293 | (32,818) | 249,508 | -10.6% |
| - 德國 | 134 | 4 | (10) | 140 | (6) | 105,159 | 1,176 | (6,517) | 110,500 | -4.8% |
| - 歐洲其他地區 | 132 | 2 | (25) | 155 | (23) | 78,181 | 728 | (14,673) | 92,126 | -15.1% |
| - 亞太區 | 118 | 16 | (31) | 133 | (15) | 39,643 | 4,389 | (11,628) | 46,882 | -15.4% |
| 特約店 | 288 | 19 | (107) | 376 | (88) | 27,633 | 2,664 | (12,159) | 37,128 | -25.6% |
| - 德國 | 2 | 2 | - | - | 2 | 794 | 794 | - | - | n.a. |
| - 歐洲其他地區 | - | - | (31) | 31 | (31) | - | 1 | (3,439) | 3,438 | -100.0% |
| - 亞太區 | 286 | 17 | (76) | 345 | (59) | 26,839 | 1,869 | (8,720) | 33,690 | -20.3% |
| 特賣場 | 89 | 15 | (12) | 86 | 3 | 40,956 | 3,893 | (3,646) | 40,709 | 0.6% |
| - 德國 | 11 | 1 | - | 10 | 1 | 12,646 | 405 | (3) | 12,244 | 3.3% |
| - 歐洲其他地區 | 11 | 1 | (1) | 11 | - | 8,309 | 181 | (281) | 8,409 | -1.2% |
| - 亞太區 | 67 | 13 | (11) | 65 | 2 | 20,001 | 3,307 | (3,362) | 20,056 | -0.3% |
| 總計 | 761 | 56 | (185) | 890 | (129) | 291,572 | 12,850 | (48,623) | 327,345 | -10.9% |

n.a. 不適用

就零售面積發展而言，面積按年減少-10.9%，與我們為整合店舖網絡以盡量提升該渠道的面積效益的策略方向一致。此下降很大程度上歸因於獨立店舖面積按年減少-10.6%及特約店面積按年減少-25.6%所致，然而，折扣特賣場面積保持穩定，有+0.6%的增長。在過去十二個月已關閉的 185 間店舖中，15 間為早前公佈店舖關閉及有虧損性租賃的店舖，31 間為因一間荷蘭百貨公司破產而關閉當地的特約店，及 68 間設於中國的百貨公司內表現不佳的特約店，它們在租約屆滿後已被關閉。

電子商店

- 佔本集團收入的 23.3% (二零一五年：20.0%)
- 收入按本地貨幣計算按年增長+15.3%
- 德國，佔電子商店收入的 59.7%，按本地貨幣計算按年增長+11.5%
- 歐洲其他地區，佔電子商店收入的 36.4%，按本地貨幣計算按年增長+17.7%
- 亞太區，佔電子商店收入的 3.9%，按本地貨幣計算按年增長+72.2%

於一九九九年，在德國開始，我們的全球電子商店現時於超過 20 個國家經營，包括：德國、比利時、荷蘭、盧森堡、法國、瑞士、奧地利、英國、丹麥、芬蘭、瑞典、捷克共和國、中國、香港、台灣、新加坡及馬來西亞。於一五／一六財政年度，此渠道的銷售已增長至 4,153 百萬港元，佔本集團收入的 23.3%。儘管其已甚具規模，電子商店繼續按雙位數增長，收入於回顧年度內按本地貨幣計算按年增長+15.3%。電子商店的強勁增長為今年業績帶來非常積極的貢獻。我們相信，我們的電子商店擁有下列競爭優勢，推動我們迄今取得的成功，並將繼續令我們在競爭中脫穎而出。

- 在「Esprit Friends」忠誠客戶計劃下，廣泛的忠誠客戶基礎
- 籍著豐富的內部專有知識，提供簡易及便利的購物經驗
- 強大的客戶關係管理系統，令我們能通過個人化的通訊以推動需求
- 特定國家的線上地點及手機應用程式以針對各市場的客戶之不同需要和喜好
- 位於歐洲的最先進物流中心

德國及歐洲其他地區分別佔一五／一六財政年度的全球電子商店收入的 59.7% 及 36.4%，其收入增長的動力持續，並按本地貨幣計算分別按年增長+11.5% 及 +17.7%。我們相信，此增長是由推行全方位渠道措施所推動，並善用思捷環球的主要競爭優勢。為此，我們對本年度內的以下發展而感到鼓舞：i) 90% 電子商店銷售來自 Esprit Friends 會員，而活躍的 Esprit Friends 會員² 數目按年增加 27%；ii) 於線下及線上購物之跨渠道 Esprit Friends 會員，按年增加+12%；iii) 歐洲網站於每年吸引 193 百萬人次，按年上升+5%；及 iv) 來自智能手機的銷售按年增加+84%。全方位渠道措施的發展將繼續有助促進我們電子商店（以及線下銷售）短期及中期的增長。

至於亞太區，我們正處於發展區內電子商店的初期階段。電子商店最初於二零一二年／二零一三年引入中國及澳洲，而我們僅於近期才加速擴展至亞太區其他地方，包括香港、台灣、馬來西亞及新加坡。經過僅僅數年經營後，區內電子商店收入已增長至 161 百萬港元，佔全球電子商店收入的 3.9%。隨著今年引入我們的全方位渠道措施，亞太區電子商店收入按本地貨幣計算取得+72.2% 的強勁按年增長。有見區內電子商店的巨大增長潛力，我們的地區電子商店團隊已增加資源去抓緊這機遇。

批發

- 佔本集團收入的 31.8% (二零一五年：35.2%)
- 分銷網絡包括 6,332 個銷售點（包括 945 間專營店、3,298 個百貨公司的零售專櫃及 2,089 個售賣多種商標產品店舖內的專營櫃位）
- 收入按本地貨幣計算按年下降-10.0%，相對可控制面積按年減少-14.9%

² 於過往十二個月期間曾至少下一次訂單的客戶

按國家劃分的批發收入

| 國家 | 截至六月三十日止年度 | | | | | | 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 | 佔總收入之 百分比 | 百萬元 | 佔總收入之 百分比 | 按港元 計算 | 按本地 貨幣計算 | |
| 德國* | 2,978 | 52.6% | 3,497 | 51.1% | -14.9% | -7.4% | -14.0% |
| 歐洲其他地區 | 2,499 | 44.2% | 3,035 | 44.3% | -17.6% | -10.1% | -11.8% |
| 比荷盧區域 | 651 | 11.5% | 909 | 13.3% | -28.4% | -21.7% | -22.3% |
| 法國 | 545 | 9.7% | 596 | 8.7% | -8.5% | 0.7% | -3.9% |
| 奧地利 | 227 | 4.0% | 269 | 3.9% | -15.7% | -7.8% | -4.7% |
| 西班牙 | 202 | 3.6% | 213 | 3.1% | -5.1% | 3.2% | -4.6% |
| 瑞典 | 148 | 2.6% | 199 | 2.9% | -25.7% | -18.2% | -16.7% |
| 芬蘭 | 147 | 2.6% | 188 | 2.7% | -21.4% | -13.8% | -11.9% |
| 瑞士 | 132 | 2.3% | 167 | 2.4% | -20.8% | -17.6% | -10.8% |
| 意大利 | 123 | 2.2% | 131 | 1.9% | -6.6% | 2.6% | -2.8% |
| 英國 | 91 | 1.6% | 108 | 1.6% | -15.6% | -10.4% | -1.7% |
| 丹麥 | 53 | 0.9% | 70 | 1.0% | -24.3% | -17.0% | -36.3% |
| 愛爾蘭 | 5 | 0.1% | 4 | 0.1% | 12.4% | 23.8% | -4.3% |
| 挪威 | 4 | 0.1% | 6 | 0.1% | -41.1% | -31.0% | - |
| 葡萄牙 | - | 0.0% | 4 | 0.1% | -100.0% | -100.0% | - |
| 其他 [#] | 171 | 3.0% | 171 | 2.5% | 0.7% | 9.5% | -2.9% |
| 亞太區 | 181 | 3.2% | 313 | 4.6% | -42.1% | -38.4% | -34.6% |
| 中國 | 109 | 1.9% | 230 | 3.4% | -52.6% | -50.8% | -41.7% |
| 其他 [@] | 72 | 1.3% | 83 | 1.2% | -12.9% | -4.0% | -21.0% |
| 總計 | 5,658 | 100.0% | 6,845 | 100.0% | -17.3% | -10.0% | -14.9% |

[^] 自二零一五年七月一日起的淨變幅

* 自一五/一六財政年度起，本集團的德國批發業務團隊已接管其他歐洲國家（主要為斯洛文尼亞、波斯尼亞和黑塞哥維那及羅馬尼亞）的批發業務。因此，截至二零一六年六月三十日止年度，來自該等歐洲國家的批發收入已從歐洲其他地區重新歸納至德國。比較數字已予重列

歐洲其他地區的其他包括來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞和中東）的批發收入

@ 亞太區的其他包括來自其他國家（主要為泰國和菲律賓）的批發收入

誠如前幾頁所說明，我們於批發渠道正面對困難。首先，該渠道存在結構性的壓力：來自廉價垂直零售商的激烈競爭、銷售持續轉移至線上、客流量下降等，為眾多市場同儕在業務及財務方面造成困難。其次，思捷環球尚未完全建立實際的解決方案，為我們的批發夥伴帶來垂直模式的最大優點。我們為部分專營店合作夥伴引入新垂直模式方面已取得進展，而且我們已成功推出一項激勵計劃，可將我們的專營店合作夥伴全面融入「Esprit Friends」計劃、思捷環球商業計劃及我們電子商店「esprit.com」的業務，然而，要為所有類型的批發夥伴找出全面的解決方案是仍有待完成。

結果，於一五/一六財政年度期間有 1,347 個可控制批發銷售點的淨減少，如前節所討論，當中大部分的減少是因為向 Groupe Zannier 批授童裝分部相關的經營權而轉移 863 個位於歐洲的童裝分部零售專櫃及專營櫃位有關。在亞太區，我們淨關閉 95 間專營店，主要是因為中國批發客戶終止業務。

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）－ 自二零一五年七月一日起的變動

| 國家 | 於二零一六年六月三十日 | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|-------------|--------------------|------------|---------------|----------|--------------------|------------|---------------|----------|--------------------|------------|---------------|----------|--------------------|------------|---------------|
| | 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 # | 258 | 63,215 | (17) | -9.4% | 2,370 | 94,762 | (581) | -15.2% | 1,068 | 21,775 | (380) | -20.7% | 3,696 | 179,752 | (978) | -14.0% |
| 歐洲其他地區 | 485 | 100,326 | (60) | -12.9% | 928 | 29,417 | (88) | -6.9% | 1,021 | 23,991 | (126) | -12.9% | 2,434 | 153,734 | (274) | -11.8% |
| 比荷盧區域 | 99 | 30,180 | (33) | -22.9% | 130 | 5,364 | (20) | -12.8% | 260 | 5,650 | (67) | -26.9% | 489 | 41,194 | (120) | -22.3% |
| 法國 | 129 | 23,795 | - | -2.1% | 261 | 5,875 | (55) | -17.1% | 167 | 4,611 | 23 | 7.7% | 557 | 34,281 | (32) | -3.9% |
| 奧地利 | 58 | 9,800 | (5) | -6.9% | 93 | 3,275 | 10 | 14.1% | 39 | 926 | (12) | -28.7% | 190 | 14,001 | (7) | -4.7% |
| 瑞典 | 26 | 7,419 | (5) | -17.6% | - | - | - | - | 44 | 1,103 | (7) | -10.1% | 70 | 8,522 | (12) | -16.7% |
| 芬蘭 | 19 | 4,842 | (2) | -4.7% | 78 | 3,513 | (9) | -8.6% | 100 | 3,157 | (54) | -23.9% | 197 | 11,512 | (65) | -11.9% |
| 瑞士 | 23 | 3,657 | (3) | -14.9% | 48 | 2,443 | (8) | -3.9% | 20 | 421 | (4) | -10.8% | 91 | 6,521 | (15) | -10.8% |
| 意大利 | 15 | 3,160 | (4) | -13.1% | 35 | 1,046 | (3) | -14.0% | 214 | 3,643 | 22 | 13.0% | 264 | 7,849 | 15 | -2.8% |
| 西班牙 | 19 | 2,866 | - | -1.4% | 177 | 5,276 | 3 | 4.7% | 70 | 2,085 | (31) | -24.7% | 266 | 10,227 | (28) | -4.6% |
| 丹麥 | 7 | 1,687 | (5) | -47.4% | 2 | 28 | 2 | 100.0% | 36 | 855 | 3 | 3.3% | 45 | 2,570 | - | -36.3% |
| 挪威 | 1 | 242 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 242 | - | - |
| 英國 | 2 | 143 | - | - | 14 | 579 | - | -4.6% | 63 | 1,410 | 2 | -0.6% | 79 | 2,132 | 2 | -1.7% |
| 葡萄牙 | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 35 | - | - | 2 | 35 | - | - |
| 愛爾蘭 | - | - | - | - | 3 | 152 | - | - | 6 | 95 | (1) | -10.4% | 9 | 247 | (1) | -4.3% |
| 其他 ^ | 87 | 12,535 | (3) | -1.5% | 87 | 1,866 | (8) | -11.3% | - | - | - | - | 174 | 14,401 | (11) | -2.9% |
| 亞太區 | 202 | 23,266 | (95) | -34.6% | - | - | - | - | - | - | - | - | 202 | 23,266 | (95) | -34.6% |
| 中國 | 93 | 13,622 | (72) | -41.7% | - | - | - | - | - | - | - | - | 93 | 13,622 | (72) | -41.7% |
| 泰國 | 85 | 6,151 | (7) | -1.3% | - | - | - | - | - | - | - | - | 85 | 6,151 | (7) | -1.3% |
| 菲律賓 | 21 | 2,867 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 21 | 2,867 | - | - |
| 其他 | 3 | 626 | (16) | -79.9% | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 626 | (16) | -79.9% |
| 總計 | 945 | 186,807 | (172) | -15.3% | 3,298 | 124,179 | (669) | -13.4% | 2,089 | 45,766 | (506) | -16.8% | 6,332 | 356,752 | (1,347) | -14.9% |

* 自二零一五年七月一日起的淨變幅

** 不包括髮廊

截至二零一六年六月三十日止年度，於其他歐洲國家（主要為斯洛文尼亞、保加利亞及波斯尼亞和黑塞哥維那）的可控制批發銷售點及面積已從歐洲其他地區的其他國家重新歸納至德國。比較數字已予重列

^ 於歐洲其他地區的可控制批發銷售點及面積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、智利及中東

盈利能力分析

由於本集團正進行轉型，本集團會由非經營活動而產生一些特殊收益及開支（「特殊項目」）。管理層認為，為更有效評估基礎業務的表現，將這些特殊項目劃分出來是更具意義。因此，就這盈利能力分析章節而言，我們已將開支分為兩類：「經常開支」及「特殊項目」，特殊項目包括為店舖關閉及虧損性租賃作出的淨撥備、與虧損店舖相關的固定資產減值，以及預期為非經常性的開支／收益。

在此基礎上，以下項目於一五／一六財政年度被分類為特殊項目：

1. 特殊非經常性開支為 **755** 百萬港元，與我們最近加快成本重組的措施相關，如下：
 - a. 主要位於歐洲總部及分支機構，相關的精簡人手計劃之一次性成本為 **462** 百萬港元，以減少經常性成本；
 - b. 為店舖關閉及虧損性租賃作出的淨撥備為 **186** 百萬港元，其中：
 - i. 與紐約第 **34** 街店舖租賃相關的 **162** 百萬港元的撥備，此撥備為因分租此空置店舖對比租賃負債而產生的差額；
 - ii. 由於業務發展負面，而關閉亞太區若干虧損店舖所作出的 **198** 百萬港元撥備；
 - iii. **174** 百萬港元的淨撥備回撥，主要為歐洲零售表現有所改善；
 - c. 虧損店舖的固定資產減值為 **59** 百萬港元；
 - d. 因向 **Groupe Zannier** 批授童裝業務的經營權，而導致停用與童裝分部相關的 IT 應用程式，並就此作出 **48** 百萬港元的減值。
2. 特殊淨收益為 **1,337** 百萬港元，包括下列各項：
 - a. 來自出售香港辦公室的淨收益為 **731** 百萬港元；
 - b. 由於香港稅務局就從事本集團分銷業務之附屬公司所產生的收入應否納稅而作出的評估結果，故作出稅項撥備回撥 **409** 百萬港元；
 - c. 淨稅項收益為 **197** 百萬港元，主要由於上述的特殊非經常性支出可作扣稅，及回撥過往年度之稅項撥備。

綜合基礎業務業績及所有上述的特殊項目後，本集團有 **21** 百萬港元的純利。

下表呈列本集團於一五／一六財政年度及一四／一五財政年度的業績，並把經常開支及特殊項目如上文所討論作出區分。

| | 截至六月三十日止年度 | | | |
|-----------------------|------------|----------|-----------|-------------|
| | 二零一六年 | 二零一五年 | 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 | 17,788 | 19,421 | -8.4% | -1.1% |
| 銷售成本 | (8,859) | (9,726) | -8.9% | -1.6% |
| 毛利 | 8,929 | 9,695 | -7.9% | -0.5% |
| <i>毛利率</i> | 50.2% | 49.9% | 0.3 個百分點 | 0.3 個百分點 |
| 經常開支 | | | | |
| 員工成本 | (3,018) | (3,562) | -15.3% | -9.8% |
| 租賃成本 | (2,793) | (3,160) | -11.6% | -5.4% |
| 物流開支 | (1,022) | (1,048) | -2.5% | 5.5% |
| 市場推廣及廣告開支 | (1,015) | (820) | 23.7% | 33.6% |
| 折舊 | (591) | (713) | -17.0% | -10.6% |
| 其他經營成本 | (1,062) | (1,110) | -4.1% | 5.9% |
| 小計 | (9,501) | (10,413) | -8.7% | -1.9% |
| 基礎業務的除利息及稅項前虧損 | (572) | (718) | -20.3% | -20.7% |
| 特殊項目 | | | | |
| 有關精簡人手計劃的一次性成本 | (462) | - | | |
| 店舖閉關及有虧損性租賃的淨撥備 | (186) | (282) | | |
| 固定資產減值 | (59) | (171) | | |
| 童裝分部的IT應用程式減值 | (48) | - | | |
| 中國商譽減值 | - | (2,512) | | |
| 出售香港辦公室的淨收益 | 731 | - | | |
| 小計 | (24) | (2,965) | | |
| 集團除利息及稅項前虧損 | (596) | (3,683) | -83.8% | -83.2% |
| 淨利息收入 | 11 | 16 | | |
| 除稅前虧損 | (585) | (3,667) | | |
| 稅項（收益／（支出））* | 606 | (29) | | |
| 純利／（淨虧損） | 21 | (3,696) | | |

* 主要包括來自稅項撥備回撥，特殊項目可作扣稅產生的特殊淨收益及回撥過往年度之稅項撥備分別為 409 百萬港元及 197 百萬港元，詳情載於本盈利能力分析章節的開首

毛利為 8,929 百萬港元（二零一五年：9,695 百萬港元）。毛利率為 50.2%，保持平穩，與去年對比微升+0.3 個百分點（二零一五年：49.9%）。本年度包括電子商店的零售收入佔比增加，（本年度佔集團收入 67.3%，去年則只佔 64.0%），抵銷了由歐元疲弱及略為提升降價幅度所帶來的壓力。

儘管我們決定增加 33.6%（按本地貨幣計算）的市場推廣及廣告開支，經常開支（撇除特殊項目）減少至 9,501 百萬港元（二零一五年：10,413 百萬港元），按年按港元計算下跌-8.7%或按本地貨幣計算下跌-1.9%。撇除市場推廣及廣告開支，經常開支按本地貨幣計算減少-4.9%，這是由於我們在控制成本方面保持警惕，並在大部分經常性開支項目上獲得節省。我們電子商店業務的正增長（按本地貨幣計算按年為+15.3%）則直接令物流開支的上升（按本地貨幣計算按年為+5.5%）。至於市場推廣及廣告開支的增加（按本地貨幣計算按年為+33.6%），則與我們策略性決定增加品牌活動及全方位渠道模式的措施以推動未來增長有關。

本集團已於本年度施行節省成本措施去作出結構上的改變（例如法人實體、資訊科技系統、商業模式、核心操作流程等），以便於未來數年將經營開支降低至一個較健康的水平。這些改變引致部分撥備及減值費用於本年度被分類為特殊項目。預期相應的節省將於未來兩年內全面實現，但部分的節省已於一五／一六財政年度下半年開始浮現，令我們能於一五／一六財政年度下半年把經常開支按本地貨幣計算按年減少-10.4%，相對一五／一六財政年度上半年則增加+6.1%。下表載列我們的經常開支於一五／一六財政年度上半年及一五／一六財政年度下半年發展之對比。

| | | | 按年變幅 | |
|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 一五／一六 財政年度上半年 | 一五／一六 財政年度下半年 | 一五／一六 財政年度上半年 | 一五／一六 財政年度下半年 |
| | 百萬港元 | 百萬港元 | 按本地 貨幣計算 | 按本地 貨幣計算 |
| 員工成本 | 1,616 | 1,402 | -3.4% | -17.1% |
| 租賃成本 | 1,428 | 1,365 | -4.9% | -6.0% |
| 市場推廣及廣告開支 | 535 | 480 | 46.8% | 19.7% |
| 物流開支 | 516 | 506 | 5.4% | 5.6% |
| 折舊 | 302 | 289 | -7.0% | -14.6% |
| 其他經營成本 | 597 | 465 | 63.9% | -30.2% |
| 經常開支 | 4,994 | 4,507 | 6.1% | -10.4% |

對比一五／一六財政年度上半年與一五／一六財政年度下半年的發展，兩個最大的成本項目（即員工成本及租賃成本）錄得顯著節省，於一五／一六財政年度下半年分別錄得按本地貨幣計算按年下跌-17.1%及-6.0%，分別高於一五／一六財政年度上半年按本地貨幣計算的-3.4%及-4.9%。這些額外的節省反映我們就加快關閉某部份無盈利的分銷，以及透過精簡我們的組織架構以減低分支機構及總部所有經常性開支所作的努力。在市場推廣及廣告開支方面，於一五／一六財政年度上半年大力推行品牌活動後，我們於一五／一六財政年度下半年在品牌推廣方面繼續有策略性的開支，惟力度稍為降低。因此，與一五／一六財政年度上半年的市場推廣及廣告開支535百萬港元對比，一五／一六財政年度下半年減少至480百萬港元。

其他經營開支主要包括資訊科技開支、樣本製作成本、法律及專業費用、匯兌收益或虧損，以及撥備及減值（就存貨及應收貿易賬款而言）。其他經營開支於一五／一六財政年度下半年的按年大幅減少（按本地貨幣計算為-30.2%）是由於實行成本節約措施而令大部分成本項目均錄得節省所引致。

特殊項目指來自本集團非經營活動產生的特殊收益及開支。誠如本節開首所詳述，本集團有淨特殊非經常性開支755百萬港元，這是有關我們近日加快執行成本重整措施，以及因出售香港辦事處物業所得的淨特殊收益731百萬港元。

計及以上各項，本集團的**除利息及稅項前溢利**為虧損596百萬港元（二零一五年：虧損3,683百萬港元）。撇除特殊項目，基礎業務的**除利息及稅項前溢利**為虧損-572百萬港元（二零一五年：虧損-718百萬港元）。

淨利息收入為11百萬港元（二零一五年：16百萬港元），包括從現金、銀行結餘及存款所賺取的利息，實際年利率為0.8%（二零一五年：0.6%）。因此，**除稅前虧損**為585百萬港元（二零一五年：除稅前虧損3,667百萬港元）。

稅項為淨稅項收益 606 百萬港元（二零一五年：淨稅項支出 29 百萬港元），這是由於有稅項撥備回撥（409 百萬港元），以及特殊項目可作扣稅和回撥過往年度之稅項撥備（197 百萬港元）所致，詳情載於如本節盈利能力分析開端。

純利為 21 百萬港元，而去年則有 3,696 百萬港元的淨虧損。這是受惠於零售表現積極改善、經營成本減少，以及來自特殊項目的淨收益之綜合結果。

流動資金及財務資源分析

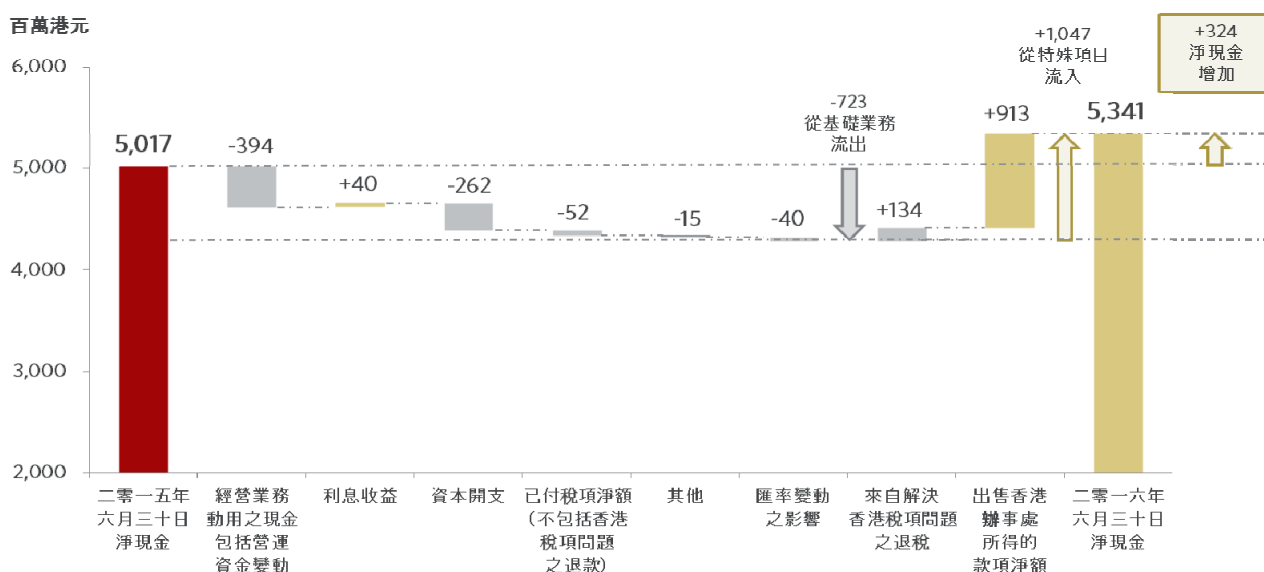
本集團持謹慎的態度以維持穩健的財務狀況，令我們能於未來數年實施策略計劃及達成增長。

現金：於二零一六年六月三十日，現金、銀行結餘及存款達到 5,341 百萬港元（二零一五年六月三十日：5,017 百萬港元），按年增加 324 百萬港元。淨現金增加乃結合下列各項所致：

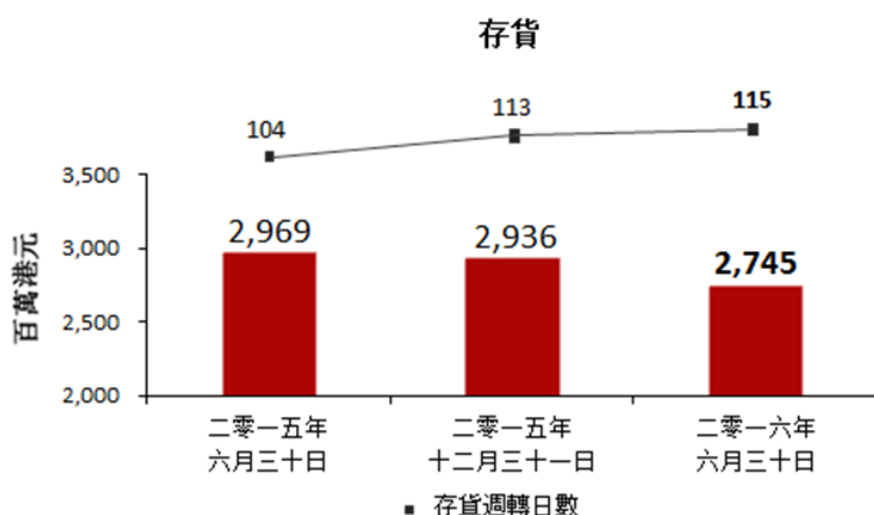
- i) 來自出售香港辦事處物業所得的款項淨額為 913 百萬港元；
- ii) 有關 82 百萬港元的退稅淨額：i) 香港稅務局發出的評估（134 百萬港元）；及 ii) 已付稅項淨額（52 百萬港元）；

部份被以下項目所抵銷：

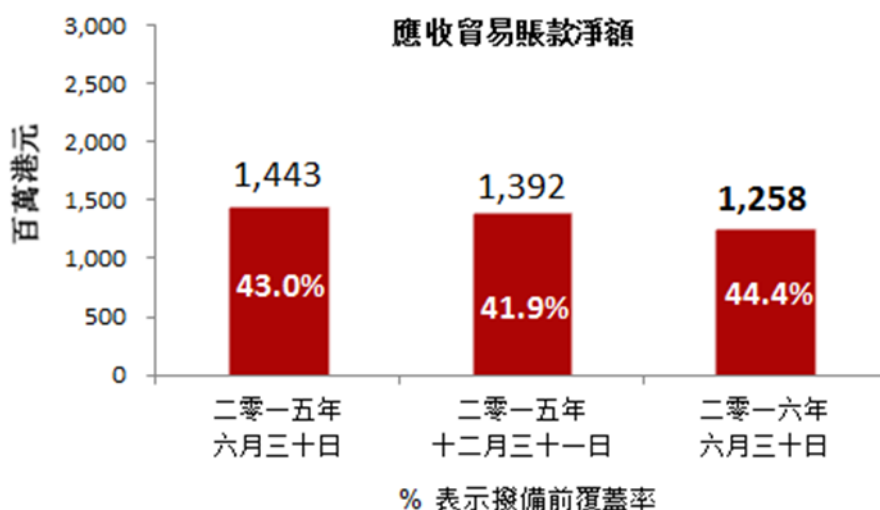
- iii) 262 百萬港元的資本開支的投資；及
- iv) 經營業務所動用之現金為 394 百萬港元，包括有關精簡人手計劃。



存貨：我們的存貨結餘為 2,745 百萬港元（二零一五年六月三十日：2,969 百萬港元），按年減少-7.5%，此改善主要受零售業務的正面銷售發展所帶動，而歐元兌港元的收市匯率按年貶值-0.9%對有關下跌的影響輕微。存貨週轉日數為 115 日，與一年前對比增加 11 日（二零一五年六月三十日：104 日），主要由於我們於回顧年度增加購買存貨以推動零售銷售增長的策略性決定所導致。就存貨賬齡而言，賬齡超過六個月的存貨（按件數計）上升至 20.6%（二零一五年六月三十日：18.3%），主要由於亞太區零售表現疲弱，而歐洲的存貨賬齡則相對穩定。



應收貿易賬款淨額為 1,258 百萬港元（二零一五年六月三十日：1,443 百萬港元），按年下降-12.8%，其大致上與批發收入變動及歐元兌港元的收市匯率輕微貶值-0.9%一致。由於我們致力收緊信貸監控，逾期超過 90 日的應收貿易賬款淨額按年減少-24.1%至 123 百萬港元（二零一五年六月三十日：162 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）上升至 44.4%（二零一五年六月三十日：43.0%）。



資本開支：由於我們對管理現金流及成本監控保持警覺，在資本開支投資方面保持謹慎。本集團於一五／一六財政年度投資 262 百萬港元（二零一五年：349 百萬港元）於資本開支，按年減少 24.9%。我們投資 71 百萬港元於新店舖開張、75 百萬港元於店舖翻新、44 百萬港元於資訊科技項目及 72 百萬港元於辦公室及其他，這包括投資約 8.6 百萬港元於擴充我們在 Mönchengladbach 的分銷中心，以提供補充庫存能力。

| 百萬港元 | 截至六月三十日止年度 | |
|-------------------|------------|------------|
| | 二零一六年 | 二零一五年 |
| 新店舖 | 71 | 96 |
| 店舖翻新 | 75 | 92 |
| 資訊科技項目 | 44 | 77 |
| 辦公室及其他 | 72 | 84 |
| 購買物業、廠房及設備 | 262 | 349 |

外部計息借貸總額：於二零一六年六月三十日，本集團並無外部計息借貸（二零一五年六月三十日：無）。

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收入造成不利的影響。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。

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」）導致歐洲經濟出現許多不確定性及英鎊大幅貶值。由於我們於英國的業務佔本集團收入少於 1%，故英鎊貶值將對本集團收入的直接影響很小。話雖如此，英國脫歐可能對歐元貨幣構成壓力。鑒於此潛在風險，本集團已採取措施以主動管理其歐元風險，具體來說，幾乎將所有有關一六／一七財政年度的製成品採購已於較現市場匯率好的平均匯率提早作出對沖，以保障我們於未來 12 個月的毛利率。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。

一六／一七財政年度展望

總而言之，一五／一六財政年度對本集團而言是積極的一年，財務表現有所改善，而我們在策略計劃之最關鍵要素方面亦取得成功的發展。展望未來，我們須繼續專注於改善盈利，並加倍努力去以加快去年積極的趨勢，並同時處理未決事項及批發渠道和亞太區的問題，以便所有業務領域都能對思捷環球的復甦有積極的貢獻。

誠如去年「集團行政總裁函件」所述，增長僅會逐步到來，因為本集團仍要面對批發面積及零售面積的減少（因仍需關閉虧損零售店舖）。我們必須繼續以提升銷售效益及盈利能力的措施去應付這情況。本集團於一六／一七財政年度的前景是基於本業績公告內的「集團行政總裁函件」所呈列的當務之急。

可控制面積發展方面，零售銷售面積預期將會有高單位數的下降，這是由於我們決定加速關閉虧損零售面積。在批發方面，可控制面積亦可能會以過去幾年下跌的速度下降。

透過有系統地加強執行垂直及全方位渠道模式，**面積效益**（每平方米銷售額）仍是我們的主要重點工作。一六／一七財政年度的改善可能會較一五／一六財政年度更溫和，因為我們與大部分店舖有較高的每平方米銷售額水平作比較。我們仍預計持續的效益增加將必會為推動整個年度的盈利改善。

由於全方位渠道的舉措，預期**電子商店**的強勁增長勢頭將會延續。在一六／一七財政年度，歐洲的電子商店收入增長可能會在單個位數，因為我們與一個非常大的基數作比較，而在亞太地區的增长預計將保持高雙位數。

毛利率可能受歐元疲弱影響，但我們目標是維持一個平穩水平或有少許的上升。

就經營開支而言，我們預期由於通過加速關閉虧損店舖及已推行的成本重組措施而明顯減少經營開支，這些成本重組措施是作為我們的目標的一部分，於未來兩年（於上一次投資者關係日通報）減少 10 億港元經營開支（不包括匯率影響）。同時，繼一五／一六財政年度加大力度於品牌推广後，我們擬於一六／一七財政年度將市場推廣及廣告開支降至一個較低水平。

資本開支預期與一五／一六財政年度的水平相若。我們將繼續在零售店舖翻新、全方位渠道措施，以及歐洲分銷中心的擴充及升級上作出適中的投資。

人力資源

於二零一六年六月三十日，本集團在全球合共僱用相等於逾 8,300 名全職僱員（二零一五年六月三十日：逾 9,100 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。

股息

鑒於截至二零一六年六月三十日止年度之輕微純利，董事會不建議派發末期股息（一四／一五財政年度：無）。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零一六年十二月二日（星期五）至二零一六年十二月六日（星期二）（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，最遲須於二零一六年十二月一日（星期四）下午四時半，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。本集團截至二零一六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

於本年度內，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（除了已公佈管理本公司之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）。

企業管治

本公司於截至二零一六年六月三十日止年度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二零一六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，二零一六年九月二十日

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。