

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」）截至二零一七年六月三十日止年度之經審核綜合業績，連同截至二零一六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	
		二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
收入	2	15,942	17,788
銷售成本		(7,712)	(8,859)
毛利		8,230	8,929
員工成本		(2,896)	(3,480)
租賃成本		(2,496)	(2,793)
物流開支		(957)	(1,022)
市場推廣及廣告開支		(814)	(1,015)
折舊		(518)	(591)
物業、廠房及設備減值撥回／（減值）		8	(107)
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	10	(12)	(186)
出售附屬公司的收益	11	33	731
出售物業的收益	12	100	-
其他經營成本		(780)	(1,062)
經營虧損（除利息及稅項前虧損）	3	(102)	(596)
利息收入		44	40
融資成本	4	(48)	(29)
除稅前虧損		(106)	(585)
稅項收益	5	173	606
本公司股東應佔溢利		67	21
每股盈利			
— 基本及攤薄	7	0.03 港元	0.01 港元

綜合全面收益表

	截至六月三十日止年度	
	二零一七年	二零一六年
	百萬港元	百萬港元
本公司股東應佔溢利	67	21
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，除稅後淨額	(77)	(152)
換算差額	138	(373)
	61	(525)
本公司股東應佔年內全面收益總額，除稅後淨額	128	(504)

綜合財務狀況表

	附註	二零一七年 百萬港元	於六月三十日 二零一六年 百萬港元
非流動資產			
無形資產		2,851	2,902
物業、廠房及設備		1,900	2,159
投資物業		23	19
其他投資		7	7
應收賬款、按金及預付款項		174	220
遞延稅項資產		822	745
		<u>5,777</u>	<u>6,052</u>
流動資產			
存貨		2,540	2,745
應收賬款、按金及預付款項	8	1,438	1,571
應收稅項		359	331
現金、銀行結餘及存款		5,221	5,341
		<u>9,558</u>	<u>9,988</u>
流動負債			
應付賬款及應計費用	9	3,046	3,495
就店舖關閉及租賃作出的撥備	10	393	604
應付稅項		28	60
		<u>3,467</u>	<u>4,159</u>
流動資產淨值		<u>6,091</u>	<u>5,829</u>
總資產減流動負債		<u>11,868</u>	<u>11,881</u>
權益			
股本		194	194
儲備		11,349	11,203
權益總額		<u>11,543</u>	<u>11,397</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		325	484
		<u>11,868</u>	<u>11,881</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及香港《公司條例》的披露規定編製。

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

國際會計準則第 1 號（修訂）	披露動議
國際會計準則第 16 及 38 號（修訂）	對可接受的折舊和攤銷方法的澄清
國際會計準則第 16 及 41 號（修訂）	農業：生產性植物
國際會計準則第 27 號（修訂）	獨立財務報表的權益方法
國際財務報告準則第 10、12 號及 國際會計準則第 28 號（修訂）	投資實體：合併豁免的應用
國際財務報告準則第 11 號（修訂）	收購共同經營權益的會計法
國際財務報告準則第 14 號	監管遞延賬戶
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則二零一二年至二零一四年週期 之年度改進

採納該等新準則及準則修訂對本集團綜合財務報表並無任何重大影響。

1. 編製基準（續）

本集團並無提早採納以下已頒佈但尚未生效的國際會計準則、國際財務報告詮釋委員會詮釋及國際財務報告準則。

		於下列日期 或以後開始的 會計期間生效
國際會計準則第 7 號（修訂）	披露動議	二零一七年一月一日
國際會計準則第 12 號（修訂）	未實現損失之遞延所得稅資產 之認列	二零一七年一月一日
國際會計準則第 40 號（修訂）	投資物業之轉換	二零一八年一月一日
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第 22 號	外幣交易與預收（付）對價	二零一八年一月一日
國際財務報告詮釋委員會 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 10 號及 國際會計準則第 28 號（修訂）	投資者與其聯營公司或合營公司 之間的資產出售或投入	待定
國際財務報告準則第 15 號	來自客戶合同的收入	二零一八年一月一日
國際財務報告準則第 16 號	租賃	二零一九年一月一日
國際財務報告準則第 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

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。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。

1. 編製基準（續）

國際財務報告準則第9號「金融工具」（續）

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。

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**7,205百萬港元**。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。

	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	5,522	6,057
歐洲其他地區	4,337	4,939
亞太區	1,923	2,487
電子商店	4,032	4,153
批授經營權及其他	128	152
	<u>15,942</u>	<u>17,788</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）

	截至二零一七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
總收入						
零售	2,781	2,133	1,804	4,025	-	10,743
批發	2,741	2,204	119	7	-	5,071
批授經營權及其他	-	-	-	-	8,801	8,801
總計	5,522	4,337	1,923	4,032	8,801	24,615
內部分部收入	-	-	-	-	(8,673)	(8,673)
來自外界客戶的收入						
零售	2,781	2,133	1,804	4,025	-	10,743
批發	2,741	2,204	119	7	-	5,071
批授經營權及其他	-	-	-	-	128	128
總計	5,522	4,337	1,923	4,032	128	15,942
分部業績						
零售	(438)	(31)	(77)	913	1	368
批發	646	202	(5)	2	4	849
批授經營權及其他	-	-	-	-	(1,319)	(1,319)
除利息及稅項前 溢利／（虧損）	208	171	(82)	915	(1,314)	(102)
利息收入						44
融資成本						(48)
除稅前虧損						(106)

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一七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	20	31	51	1	5	108
批發	2	8	1	-	1	12
批授經營權及其他	-	-	5	10	122	137
總計	22	39	57	11	128	257
折舊						
零售	81	66	50	2	15	214
批發	12	13	4	-	3	32
批授經營權及其他	-	-	-	-	272	272
總計	93	79	54	2	290	518
物業、廠房及設備 (減值撥回) / 減值						
零售	(2)	(7)	1	-	-	(8)
總計	(2)	(7)	1	-	-	(8)
就店舖關閉及租賃 作出的撥備增加 / (撥回) 淨額						
零售	13	7	(8)	-	-	12
總計	13	7	(8)	-	-	12
出售附屬公司的收益						
其他	-	-	-	-	(33)	(33)
總計	-	-	-	-	(33)	(33)
出售物業的收益						
零售	-	-	(100)	-	-	(100)
總計	-	-	(100)	-	-	(100)

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
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	<u>6,057</u>	<u>4,939</u>	<u>2,487</u>	<u>4,153</u>	<u>15,072</u>	<u>32,708</u>
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	<u>6,057</u>	<u>4,939</u>	<u>2,487</u>	<u>4,153</u>	<u>152</u>	<u>17,788</u>
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）	<u>242</u>	<u>(83)</u>	<u>(680)</u>	<u>1,058</u>	<u>(1,133)</u>	<u>(596)</u>
利息收入						40
融資成本						(29)
除稅前虧損						<u>(585)</u>

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	56	38	82	16	70	262
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	106	97	80	1	307	591
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	6	22	31	-	48	107
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	(52)	(124)	200	-	162	186
出售附屬公司的收益						
其他	-	-	-	-	(731)	(731)
總計	-	-	-	-	(731)	(731)

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：

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
德國（附註 1）	5,522	6,057
歐洲其他地區		
比荷盧區域	1,335	1,542
法國	753	866
瑞士	699	734
奧地利	536	629
西班牙	201	202
瑞典	193	233
芬蘭	182	201
意大利	108	123
波蘭	58	65
丹麥	53	68
英國	48	96
其他（附註 2）	171	180
	<u>4,337</u>	<u>4,939</u>
亞太區		
中國	691	1,048
澳洲及新西蘭	272	304
香港	264	331
新加坡	216	253
馬來西亞	167	191
台灣	163	186
澳門	86	102
其他（附註 3）	64	72
	<u>1,923</u>	<u>2,487</u>
電子商店		
德國	2,385	2,480
比荷盧區域	550	568
瑞士	227	250
法國	224	262
奧地利	199	203
中國	180	134
英國	46	55
丹麥	36	43
瑞典	32	29
芬蘭	27	32
澳洲及新西蘭	25	20
西班牙	15	14
其他	86	63
	<u>4,032</u>	<u>4,153</u>

2. 收入及分部資料（續）

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
批授經營權及其他		
歐洲其他地區（附註 4）	103	130
德國	25	22
	128	152
	15,942	17,788

附註 1：德國收入包括來自其他歐洲國家（主要為波斯尼亞和黑塞哥維那、斯洛文尼亞及羅馬尼亞）的批發收入。

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、哥倫比亞及加拿大）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）

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 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	2,896	3,480
核數師酬金	15	15
折舊	518	591
客戶關係攤銷	59	62
物業、廠房及設備（減值撥回）／減值	(8)	107
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	12	186
出售附屬公司的收益（附註 11）	(33)	(731)
出售廠房及設備的虧損	12	16
出售物業的收益（附註 12）	(100)	-
租賃成本		
－經營租賃開支（包括非固定租金 184 百萬港元 （二零一六年：264 百萬港元））	1,968	2,199
－其他租賃成本	528	594
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)
－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)
公平值對沖：		
－對沖項目的匯兌虧損	1	6
其他匯兌收益淨額	(37)	(131)
陳舊存貨（撥備撥回）／額外撥備淨額	(49)	45
應收貿易賬款減值撥備淨額	73	98
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

4. 融資成本

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
財務資產及財務負債的應計利息	48	29
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

5. 稅項

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 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	24	53
過往年度超額撥備	(10)	(52)
	<u>16</u>	<u>(401)</u>
遞延稅項		
本年度收益淨額	(198)	(204)
稅率變動的影響	9	(1)
	<u>(173)</u>	<u>(606)</u>
稅項收益	<u>(173)</u>	<u>(606)</u>

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。

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

董事會不宣佈及不建議派發截至二零一七年六月三十日止年度之任何股息（二零一六年：無）。

7. 每股盈利

基本

每股基本盈利乃根據本公司股東應佔溢利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。

	二零一七年	二零一六年
本公司股東應佔溢利（百萬港元）	67	21
於七月一日已發行的普通股數目（百萬股）	1,944	1,944
就股份獎勵計劃而持有的股份作出的調整（百萬股）	(6)	-
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）	1,938	1,944
每股基本盈利（每股港元）	0.03	0.01

攤薄

每股攤薄盈利乃根據本公司股東應佔溢利，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。

	二零一七年	二零一六年
本公司股東應佔溢利（百萬港元）	67	21
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）	1,938	1,944
就購股權及獎勵股份作出的調整（百萬股）	3	-
每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股）	1,941	1,944
每股攤薄盈利（每股港元）	0.03	0.01

8. 應收賬款、按金及預付款項

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
應收貿易賬款	1,426	1,487
減：應收貿易賬款減值撥備	(239)	(229)
	<u>1,187</u>	<u>1,258</u>
按金	144	166
預付款項	159	188
其他應收賬款	122	179
	<u>1,612</u>	<u>1,791</u>
非流動按金部份	(100)	(125)
非流動預付款項部份	(48)	(67)
非流動其他應收賬款部份	(26)	(28)
	<u>1,438</u>	<u>1,571</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：

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
0-30 天	790	839
31-60 天	196	157
61-90 天	54	80
超過 90 天	147	182
	<u>1,187</u>	<u>1,258</u>

8. 應收賬款、按金及預付款項（續）

於二零一七年六月三十日，應收貿易賬款（扣除減值撥備）**268 百萬港元**（二零一六年六月三十日：317 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：

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
1-30 天	173	148
31-60 天	6	31
61-90 天	14	15
超過 90 天	75	123
已逾期但並未減值的款項	268	317

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

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
應付貿易賬款	735	1,021
應計費用	1,547	1,827
其他應付賬款	764	647
	3,046	3,495

按應付貿易賬款發票日期劃分的賬齡分析如下：

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
0-30 天	583	681
31-60 天	100	203
61-90 天	39	80
超過 90 天	13	57
	735	1,021

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：

	二零一七年 百萬港元	二零一六年 百萬港元
於七月一日	604	557
就店舖關閉及租賃作出的撥備增加淨額	12	186
年內已動用金額	(227)	(130)
換算差額	4	(9)
於六月三十日	<u>393</u>	<u>604</u>

年內，本集團確認貼現計算回撥共 **43 百萬港元**（二零一六年：25 百萬港元），於年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性租賃作出的撥備有關。

於二零一七年六月三十日，預期於財務狀況表結算日後十二個月內結算的撥備為 **95 百萬港元**（二零一六年：145 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 **298 百萬港元**（二零一六年：459 百萬港元）。

11. 出售附屬公司

於二零一七年五月二十四日，本集團向獨立第三方完成出售一間擁有本集團深圳物業的全資附屬公司。

	二零一七年 百萬港元
於出售日期的資產淨值如下：	
物業、廠房及設備	<u>2</u>
出售資產淨額	<u>2</u>
已收現金代價	39
出售資產淨額	(2)
就出售產生的開支	(4)
出售附屬公司的收益	<u>33</u>
就出售所產生的現金流入淨額分析：	
已收現金代價	39
就出售產生的開支	(4)
	<u>35</u>

11. 出售附屬公司（續）

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
出售資產淨額	<u>182</u>
已收現金代價	919
出售資產淨額	(182)
就出售產生的開支	(6)
出售附屬公司的收益	<u>731</u>
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)
	<u>913</u>

12. 出售物業

於二零一七年六月二十八日，本集團向獨立第三方出售於香港的物業，代價為 123 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 100 百萬港元，並於綜合收益表內確認。年內收取的現金代價總額為 122 百萬港元。

主席函件

各位股東：

本人欣然為各位呈上思捷環球集團截至二零一七年六月三十日止財政年度（「一六／一七財政年度」）的全年業績。一六／一七財政年度是進展良好的一年，並標誌著在二零一三年公佈的策略計劃的完成。回顧過去，這些年來的轉變令本集團能夠生產更好的產品及更高效地經營我們的銷售渠道。最終這些改善對推動本集團的盈利能力穩步回升發揮重要作用。更重要的是，這為思捷環球的未來增長創造了一個更穩固的平台。

從一開始，我們知道要扭轉業務表現並不容易，但我們深信改革本集團是在一個亦正在深度改變的市場上重拾競爭力的正確方法。在我們仍努力朝著這目標進發的同時，我們現在已變得更穩健和具備更好條件以抓緊增長機遇。

回顧一六／一七財政年度

由於電子商貿激增及由純數碼從業者及完全垂直零售商加劇推動價格競爭，使我們的行業正面臨巨變。在全球各地大部分市場的服裝消費欠缺生氣之時，數碼和垂直零售商的快速增長意味著其他渠道及眾多其他公司的相關市場份額流失。

因此，行業內經營情況仍處於困境中，尤其對實體店舖。思捷環球亦未能倖免於這情況，並持續減少其總可控制面積（按年減少 **-8.5%**）及相應銷售（按本地貨幣計算按年減少 **-8.7%**）。但是，除了必要的店舖網絡整合外，我們已於過去一年成功採取措施達致比去年好的業績。這些措施集中於盈利能力並包括為提高毛利率而採取的果斷措施以及嚴謹地削減成本。整體而言，這些措施導致本集團純利達 **67** 百萬港元。考慮到本財政年度之純利相對較少，董事會現時不建議派發末期股息。

儘管純利的金額絕對值不多，但重要的是本集團本年度業績好轉的主要因素是基礎業務得到大幅改善所致，即除利息及稅項前溢利不包括所有特殊項目增加 **+386** 百萬港元。

最後，由於審慎的現金管理，我們的現金於一六／一七財政年度的發展仍保持穩定。於本財政年末，本集團錄得淨現金結餘 **52** 億港元，並無負債。我們很高興看見這些年來策略計劃在沒有花費大筆現金下已順利完成，剩餘足夠資金讓我們投資於銷售增長及進一步成本重整措施。

展望未來

思捷環球董事會不時會有系統地審視各種最佳方案以利用我們的現金儲備為股東創造長遠價值。過去幾年來，現金儲備一直被保留以確保策略計劃的順利執行。展望未來，確保本集團擁有必要資金完成扭轉業務過程仍是我們的首要任務。思捷環球仍須達到一個可持續增長及有可觀經營利潤率的狀態，我們才會認為本集團已完全步入正軌。

為此，我們維持全面專注於年輕化我們的品牌、提升我們的產品及完善我們的分銷網絡，同時推行更進取的措施來構建一個更精簡的組織。

然而，隨著盈利及來自經營業務的現金流發展均有所改善，董事會認為回饋本集團部分現金儲備給股東是合適的。因此，本公司於二零一七年八月九日展開了股份回購行動，並可能會按現行市況及其他相關考慮因素不時繼續進行回購。股份回購行動反映出本集團對長遠業務前景抱有信心，並將最終惠及股東和為股東創造價值。

可持續發展

對我們而言，可持續發展主要是做有益於人類及地球的事，但並不局限於此。可持續發展亦是關於我們行業及業務的未來。我們認為可持續的產品及可持續的營運是必要的，及最終會成為中長期的主要競爭優勢，因為只有能夠在保護環境情況下營運的公司才可在未來生存。對此，成為一個在不同方面可持續發展的領先品牌是我們的目標，我們會努力降低碳足跡、提高我們的能源效益、減少用水量並循環再用及再造我們的物料。

於一六／一七財政年度，我們決定將聯合國永續發展目標加入到我們的可持續發展策略中。聯合國永續發展目標是一個國際認可的框架，旨在針對經濟增長、社會包容性和環境保護三個範疇，作為更廣泛地消除貧窮和促進和平及自由的一部分。為了在二零三零年之前達成該框架的宏大目標，企業和政府機構都被鼓勵實行各種措施以支持這些目標。我們思捷環球已決定接受這項挑戰。我們已將以上原則轉化為具體的可持續發展承諾，並融入我們日常的實踐中。如欲了解更多關於我們的措施，敬請參閱我們最近發佈的可持續發展報告。

總結

本集團的實力乃建基於超過 7,300 位員工的努力及貢獻，他們的熱誠和付出亦是多年來集團改革的推動力。本人謹此衷心感謝各位員工的付出。展望未來，本人仍然充滿信心，同時感激每位股東對我們堅定不移的信心，以及全球各地每位客戶及消費者對我們不懈的支持。

儘管來年經營環境將繼續充滿挑戰，本人深信，只要專注發展我們的核心重點及核心優勢，我們將看見思捷環球變得比以往更強大。

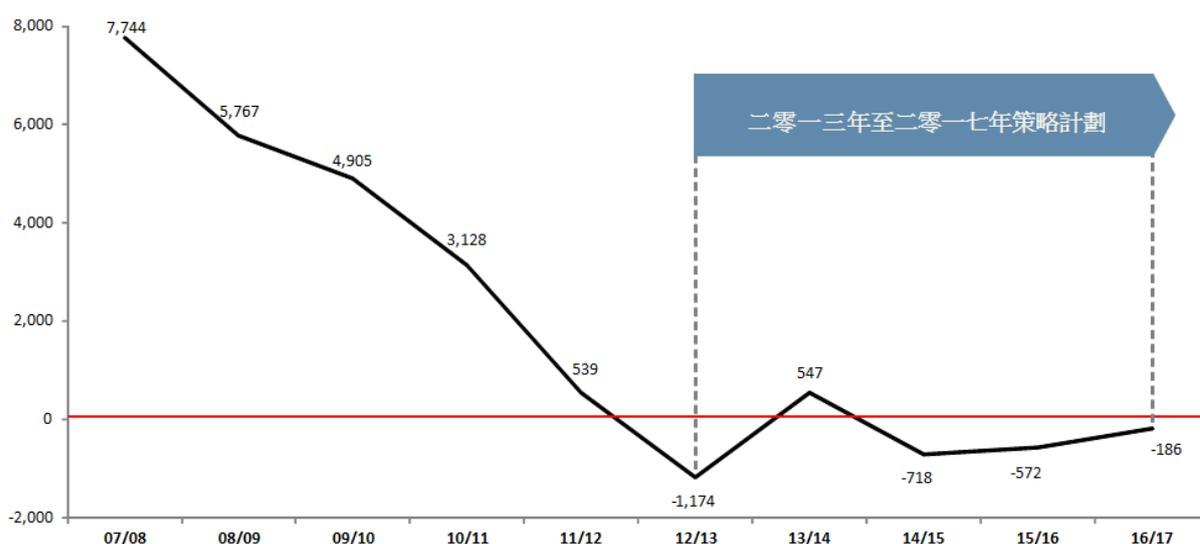
集團行政總裁函件

各位股東：

於截至二零一七年六月三十日止財政年度（「一六／一七財政年度」），我們已根據時間表完成自二零一三年開始推行的策略計劃。無疑，於過去四年間，思捷環球一直處於轉型階段，而現在我們已經向前跨進了一大步。有見及此，我謹藉此機會扼要重述我們已取得的成就以及未來我們將要面臨的主要挑戰及機遇。

誠然，我們最重要的成就是成功扭轉了本集團急速下滑的業績。基礎業務的改善，停止了策略計劃施行前連續五年的下降趨勢。這一點在本集團除利息及稅項前溢利（不包括任何特殊項目）的發展中得以體現，如下圖所呈列：

思捷環球除利息及稅項前溢利／（虧損）（不包括特殊項目*）－百萬港元



* 數值撇除特殊項目如中國商譽減值、店舖關閉及虧損性租賃作出的撥備、固定資產減值、有關精簡人手計劃的一次性成本以及出售香港辦公室及其他非核心物業的淨收益等項目

如我們在二零一三年至二零一六年的各報告中所述，經營業績的改善乃受惠於多重結構性調整。第一，是以「垂直模式」推出新的產品結構、產品開發流程及供應鏈管理。其次，透過「全方位渠道模式」綜合商業活動及經營所有分銷渠道（零售及批發、線上及線下）。第三，是我們朝著「品牌年輕化」的目標邁出第一步，旨在向年輕一代消費者推廣 Esprit 品牌。最後一項調整為相應削減經營開支以精簡集團架構。

同樣重要的是我們在沒有花費大筆現金下完成了四年計劃。截至二零一七年六月底，我們的現金水平非常穩健，維持於 52.2 億港元，而並無負債，而我們於二零一二年十二月三十一日之淨現金為 49.7 億港元。總而言之，思捷環球如今在財務及經營方面的表現均更為強勁，並且已準備好把握機遇。

展望未來，我們的主要重點將投放於兩個將同時實行的目標，包括：

- 創造更堅實的基礎以重燃持續增長；及
- 進一步重整我們業務的成本基礎

然而，在談及未來計劃前，我謹藉此機會簡要評述本集團一六／一七財政年度的財務表現。

一六／一七財政年度的財務表現持續改善

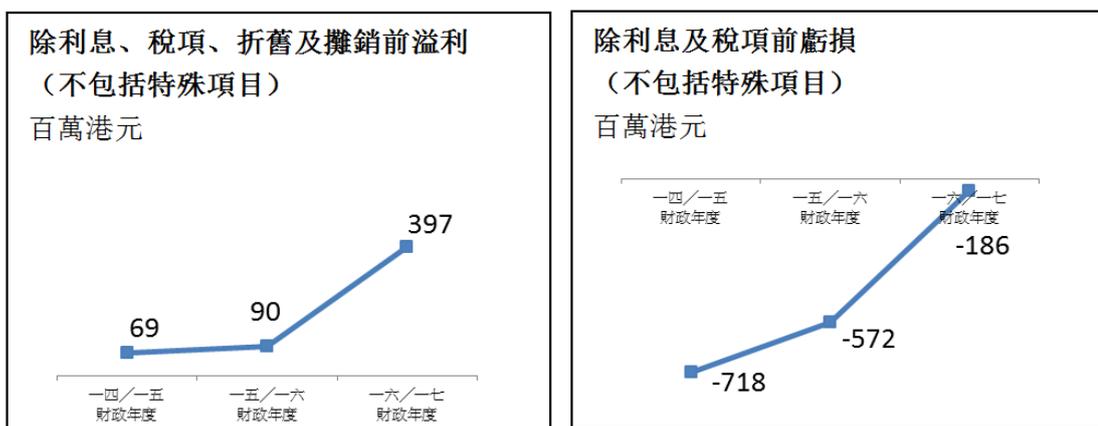
於一六／一七財政年度，本集團錄得**純利 67 百萬港元**，較去年（二零一六年：21 百萬港元）有所增長。此乃主要由以下兩個因素的綜合影響所致：

- i) 基礎業務所得溢利（即不包括特殊項目）有所改善：**於一六／一七財政年度，基礎業務的業績大幅改善，乃受惠於年內三大方面的發展：
- a. 加快消除無盈利面積，即關閉錄得虧損的零售店舖及減少低績效的批發地點
 - b. 採取商業行動以保障毛利率，包括縮減促銷活動力度、降價幅度以及給予批發夥伴的折扣
 - c. 果斷減少經常性成本，加上加快了關閉錄得虧損的店舖步伐，令集團得以較原定計劃提前一年達致節省 10 億港元成本的目標

上述措施同時為我們的銷售帶來明顯壓力，因此，本集團於一六／一七財政年度錄得**收入 15,942 百萬港元**，按本地貨幣計算按年減少 **-8.7%**，與總可控制面積相應的按年減幅 **-8.5%**一致。

儘管歐元於本財政年度大部分時間內走弱，本集團的**毛利率**仍然增至 **51.6%**，較去年上升 **+1.4 個百分點**。本集團的**經常開支**（不包括特殊項目）改善至 **8,416 百萬港元**，按本地貨幣計算按年減少 **-9.9%**，由於各主要成本項目均有所減少。

於一六／一七財政年度我們所採取的各項措施的綜合影響使我們盈利能力改善，以及加快基礎業務所得**除利息、稅項、折舊及攤銷前溢利**（按年增加 **+307 百萬港元**）及**除利息及稅項前溢利**（按年增加 **+386 百萬港元**）的復甦，如下圖所呈列：



ii) 來自與基本業務非直接相關項目的正面影響。其中兩個值得提及的項目如下：

- a. 特殊淨收益為 84 百萬港元，主要來自出售非核心物業 (+133 百萬港元)，而該收益部分被有關精簡人手計劃的一次性成本所抵銷 (-45 百萬港元)
- b. 淨稅項收益為 173 百萬港元，主要是由於(i)根據收到相關稅務機關的通訊，減少不再需要的遞延稅項負債；及(ii)因稅項虧損產生的遞延稅項收益抵銷未來潛在溢利所致

整體而言，一六/一七財政年度的財務表現顯示出集團業績正在穩步復甦。

展望未來的首要重點

集團在經營及財務表現方面的改善令人鼓舞，然而，思捷環球仍未達致目標的盈利水平。就此而言，如上文所述，於不久將來，我們將主力專注於創造更堅實的基礎以保持持續增長，以及進一步重整我們的成本基礎。

為達致上述目標，本集團將投放更多資源於對成功推動增長及提升盈利能力有關鍵作用的領域。具體而言，我們將依循以下五個主要措施構建未來計劃：

1. 品牌年輕化
2. 產品升級
3. 新一代渠道
4. 市場規模優化及擴張
5. 降低成本

上述各方面的內容較為廣泛，我們未能於本函件中盡述其中內容；因此，本章僅載述主要理念及措施。

1. 品牌年輕化

Esprit 品牌是我們其中一項最寶貴的資產。我們擁有獲核心消費者鍾愛而且獨一無二的品牌及傳統，並具備吸引新消費者的非凡潛力。

我們現今面臨的主要挑戰及最大機遇，是要成為一個對全新一代消費者具備參考價值的品牌。過去數年，思捷環球的消費群一直高度集中在一群忠誠度高的消費者，並是我們的核心服務對象。我們短期的主要目標是吸引新消費者，藉此壯大同樣喜愛我們品牌的消費群。我們明白，要達到此目標，集團須在產品、店舖、數碼、市場推廣及通訊等各項業務的關鍵要素入手，使品牌形象顯著年輕化。

於過去兩年間，我們已於此方向著手，例如與年輕時尚品牌 **Opening Ceremony** 合作、推出產品選購錦囊以更新 **Esprit** 部分最成功的原創設計、開展創新的 **#ImPerfect** 活動以現代方式呈現 **Esprit** 由來已久的價值等。未來數年，我們將加倍努力，務求使集團上下一心，以實現此目標。

2. 產品升級

自二零一五年以來，我們的產品及產品系列開始受惠於垂直模式於產品開發及供應鏈管理中的優勢。於過去兩個財政年度，這優勢為正價零售店舖及電子商店，即我們直接向終端消費者分銷的渠道，達到更高的銷售及毛利效益作出貢獻。

儘管如此，我們僅將此表現視為我們追求卓越表現中的第一步。因此，我們計劃加大對產品的投入，特別是針對三大目標：(i) 增強我們的設計辨識度，(ii) 提升產品的內在品質，及(iii) 增加可持續產品的比例。

除以上想法外，我們在其他幾個方面亦看到繼續改進的空間，這也是我們最近已重組產品團隊以更好地把握這些機遇的原因。具體而言，我們已作出兩大相關調整：

- a. 將 **Esprit** 及 **edc** 的產品線合併至一個單獨團隊管理，更好地從價格、主題、設計等方面協調我們的全部產品，以及提高內部資源的整體效率。
- b. 新設一支獨立團隊，專門負責全部快速反應產品。這將容許集團透過以下不同方式發揮供應鏈加快後的好處：(i) 按照當季銷售反應而投入更大比例的產品分類；(ii) 更早融合最新的市場趨勢；(iii) 針對亞太區市場的特定需求；及(iv) 為網上渠道的快速需求而建立新的「產品引擎」，此亦被集團視之為思捷環球未來的重要項目。

3. 新一代渠道

如之前多次所示，全方位渠道模式是使我們充分發揮所有分銷渠道整體表現最重要的項目。我將不再重複其主要組成部分，但希望在此強調我們持續看到與該模式有關的重要措施的主要表現指標取得如下正面進展：

- 活躍的 **Esprit Friends**（即於過去 12 個月曾購買我們產品的忠誠計劃會員）人數自二零一五年六月以來增加 **+36%**
- 來自 **Esprit Friends** 的銷售佔本集團零售收入的比例為 **74%**（較一四／一五財政年度增加 **+12%**）
- **14%**的跨渠道 **Esprit Friends**（即於線下和線上購買我們產品的會員）
- 來自智能手機的銷售自一四／一五財政年度以來增加 **+164%**

除全方位渠道模式取得進展外，我們各種分銷渠道的現有營運亦逐漸邁向現代化。這一過程與我們的品牌年輕化計劃緊密相關，旨在為我們的電子商店、零售店舖及批發模式建立新一代概念。

電子商店佔我們的總收入約 **25%**，並錄得雙位數的經營利潤率。鑒於其戰略重要性，我們正投放更多資源於電子商店，以確保線上概念發展緊貼電子商務領域快速創新的步伐。我們無法與此領域的電商巨頭直接競爭，所以把目標定在盡快從市場中採納最相關的做法。在此理念的指引下，我們相信新一代的電子商店將主要針對移動設備設計。

我們的零售店舖隨著引入新的、有價值的元素（如數碼屏幕、全方位渠道服務）而不斷革新。儘管如此，我們認為仍有需要以全新的概念取代自二零一一年起一直沿用至今的店舖概念。新概念將更符合新的品牌形象，而更重要的是，融入現代元素後能積極帶動店舖及電子商店的客流量。出於這一考慮，我們深信新一代的店舖將圍繞為顧客及訪客創造更精彩的空間。

最後，我們不斷為批發模式引入創新元素，而這一過程更被視為一種進化而非一場革新。將特許經營夥伴納入全方位渠道模式後，我們繼續測試針對效益增長的不同解決方案。我們了解該渠道在大部分核心市場存在結構性挑戰，但是我們完全確信它無論是現在或將來都是集團業務的關鍵支柱。因此，我們將堅持測試及採納必要的改進措施，以更好地支持合作夥伴，同時保持該渠道的正面貢獻。

4. 市場規模優化及擴張

我們的分銷網絡在集團的核心市場仍在縮減規模，特別是零售面積。在歐洲，特別是德國，我們正積極重新協商租期，或加快關閉嚴重虧損的店舖，這些店舖多位於優越地段但規模過大及租金昂貴。

在亞太區，我們面對不同的挑戰。與亞洲的主要國際品牌相比，思捷環球的零售面積過分集中於百貨公司及折扣特賣場。為糾正這情況，我們選擇性捨棄了低績效的地點，升級了最具價值的店舖外觀及風格，並逐漸減少折扣特賣場在該區總收入所佔的比重。在盈利能力方面，幸運的是，店舖的經營虧損僅是由為數不多的旗艦店造成的，而大多數虧損旗艦店將於未來 2 至 3 年租期屆滿時關閉。

在這情況下，顯著擴張將帶來挑戰，因為我們的新店開張數目或會被需要關閉的店舖數目所抵銷，關閉店舖面積可能最多佔現有零售面積的 15%。儘管如此，我們在現已經營業務但遠未飽和的國家，比如南歐、東歐或印度，看到了開新零售或批發店舖的機會。總體而言，短期內擴張只會逐漸體現。

5. 降低成本

不斷減少經營開支有助思捷環球轉虧為盈和發展可持續的經營。如早前所述，我們已提前一年實現較一五／一六財政年度減少 10 億港元經營開支的目標。

展望未來，我們預期不僅關閉店舖會顯著節省成本，亦存在進一步優化經常性開支的機會。即使目前尚未有關於日後節約成本的詳情，我們仍將這一重要工作視為策略不可或缺的一部分。

上述五大措施共同構成了當前工作的基礎。我們完全有信心這些措施將提升思捷環球的品牌、產品及渠道，贏取新一代消費者，並精簡本集團的組織架構以在未來取得最佳的財務表現。

一七／一八財政年度展望及總結

總括而言，一六／一七財政年度是進展良好的一年。在這階段，在盈利及經營現金流的發展情況均有改善下，我們正在評估現金的最佳可能用途以推動增長、提高盈利能力及為股東創造長遠價值。

短期而言，我們將繼續縮減規模，因為大部分無盈利店舖尚未完成關閉，並會繼續減少低績效的批發空間。儘管如此，收入的相應壓力預期會因選擇性擴張及面積效益改善（每平方米銷售額及毛利）而得到部分舒緩。總體而言，本集團的收入預期將於一七／一八財政年度出現溫和下跌。

與此同時，我們繼續關注改善盈利能力。目標是實現毛利率輕微上升，同時進一步減少經營開支。預期毛利率及經營開支的改善帶來的正面影響將大於收入下降的負面影響，並使除利息及稅項前溢利（不包括特殊項目）出現一六／一七財政年度經歷過的類似提升。

最後，我們的股東、業務夥伴及員工分享本公司的信念，在面對充滿挑戰的環境下給予不斷支持，我謹就此致以衷心謝意。思捷環球已經來到了關鍵時刻，只要我們銳意進取、快速發揮品牌在市場中的巨大潛能，就能擁有光明前景。我期待在這段征途中與各位一起分享我們的成功。

管理層討論及分析

收入分析

截至二零一七年六月三十日止財政年度（「一六／一七財政年度」或「回顧財政年度」），本集團收入為 15,942 百萬港元（二零一六年：17,788 百萬港元），按本地貨幣計算按年下降 -8.7%，與總可控制面積按年相應減少 -8.5% 相符。三項主要因素影響本財政年度的收入發展。

(i) 可控制面積減少

由於本集團繼續整合其分銷版圖，本集團於一六／一七財政年度的總可控制面積（零售及批發合計）減少 55,392 平方米，按年減少 -8.5%。

從零售（不包括電子商店）角度分析，關閉無盈利店舖是改善本集團業績和創造一個更健康的平台從而實現此渠道未來增長的關鍵。因此，於本財政年度，本集團淨關閉零售店舖面積 19,076 平方米，按年減少 -6.5%。於二零一七年六月三十日，在我們總零售面積中仍有約 15% 待關閉，我們預期當中約一半的面積將於下兩個財政年度內關閉。

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）

於二零一七年六月三十日

	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	
				自二零一六年七月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	146	(1)	116,305	(2,294)	-1.9%
歐洲其他地區	136	(7)	82,157	(4,333)	-5.0%
亞太區	384	(87)	74,034	(12,449)	-14.4%
總計	666	(95)	272,496	(19,076)	-6.5%

^ 自二零一六年七月一日起的淨變幅

至於批發（不包括電子商店）方面，此渠道繼續面對持續的壓力以及我們繼續看見合作夥伴逐漸退出低績效的銷售點。因此，於一六／一七財政年度，批發可控制面積合共減少 36,316 平方米，按年減少 -10.2%。然而，相應收入跌幅較小（按本地貨幣計算按年下降 -8.8%），反映了從線下及線上合作夥伴接獲的訂單有所改善的推動下生產效率相應提升。雖然我們可採取商業措施減緩這渠道可控制面積的減少（例如增加對合作夥伴的財務支持或提高思捷環球的存貨風險），但本集團選擇一個更專注的做法，即集中我們的力量去改善那些有潛力地點的表現，而對那些發展潛力高度不明朗的銷售點則嚴格控制投資、成本及財務風險。

按地區劃分的批發（不包括電子商店）分銷渠道（僅可控制面積）

於二零一七年六月三十日

	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	
				自二零一六年七月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	3,743	47	171,224	(8,528)	-4.7%
專營店	247	(11)	56,792	(6,423)	-10.2%
零售專櫃	2,314	(56)	91,330	(3,432)	-3.6%
專營櫃位	1,182	114	23,102	1,327	6.1%
歐洲其他地區	2,155	(279)	133,764	(19,970)	-13.0%
專營店	451	(34)	87,308	(13,018)	-13.0%
零售專櫃	830	(98)	25,526	(3,891)	-13.2%
專營櫃位	874	(147)	20,930	(3,061)	-12.8%
亞太區	139	(63)	15,448	(7,818)	-33.6%
專營店	139	(63)	15,448	(7,818)	-33.6%
總計	6,037	(295)	320,436	(36,316)	-10.2%
專營店	837	(108)	159,548	(27,259)	-14.6%
零售專櫃	3,144	(154)	116,856	(7,323)	-5.9%
專營櫃位	2,056	(33)	44,032	(1,734)	-3.8%

^ 自二零一六年七月一日起的淨變幅

(ii) 縮減促銷活動、降價幅度及批發折扣

於上個財政年度內，作為我們恢復品牌實力及增強本集團盈利能力措施的一部分，管理層採取果斷的措施，致力提升各渠道及地區的毛利率。儘管對我們的銷售發展有負面影響，但這些行動已有效推動我們於一六／一七財政年度的盈利得到整體改善。

零售（不包括電子商店）方面，我們在很多方面降低促銷活動的力度，例如縮短季中促銷期的時間、延遲季尾促銷的開展期、取消部分國家及特定產品類別的折扣推廣，以及採取更溫和的手法進行某些推廣活動，如黑色星期五。除此之外，我們亦調低實體正價店定期降價的幅度，同時調高折扣特賣場的價格。上述這些對銷售有明顯影響而我們亦看到可比較店舖銷售按年下跌。

零售可比較店舖按本地貨幣計算的銷售增長（不包括電子商店）

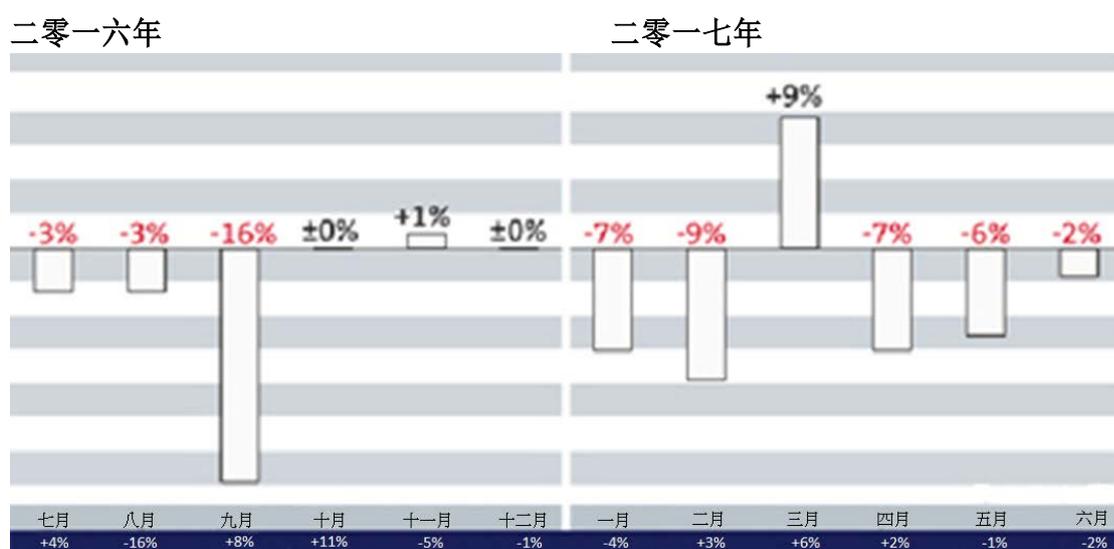
	一六／一七財政年度上半年		一六／一七財政年度下半年		一六／一七財政年度	
	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長	可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售增長
德國	126	-6.8%	118	-7.8%	118	-7.1%
歐洲其他地區	117	0.1%	114	-1.7%	114	-0.6%
亞太區	233	-9.2%	209	-9.6%	209	-9.3%
總計	476	-4.9%	441	-6.0%	441	-5.2%

至於批發（不包括電子商店）業務，我們採取較溫和的措施以改善毛利率，主要集中於取消給予特選合作夥伴的過量折扣。因此，對批發渠道的銷售表現的影響較低。

總括來說，我們上述對不同渠道所採取的做法相對於競爭對手越加進取的促銷及降價幅度大相逕庭；但我們認為這些措施的益處明顯超越其負面影響。

(iii) 我們的最大市場市況疲弱

於上個財政年度內，德國服裝市場整體的銷售表現遠低於去年的水平。除二零一七年三月因復活節假期影響了送貨時間外，幾乎每個月（基於 **TextilWirtschaft** 發佈的市場數據）的表現都較去年同期有負面發展或與去年同期持平。



儘管我們沒有每個國家類同的市場表現參考指標，但我們觀察到大部分歐洲主要國家的客流量及銷售發展十分相似。

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 47.2%），Esprit 男裝（佔集團收入 12.1%），生活時尚及其他（佔集團收入 17.7%），以及 edc（佔集團收入 23.0%）。

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	7,528	47.2%	8,083	45.4%	-6.9%	-5.2%
casual 女裝	5,141	32.2%	5,462	30.7%	-5.9%	-4.2%
collection 女裝	2,072	13.0%	2,184	12.3%	-5.1%	-3.3%
trend [#]	315	2.0%	437	2.4%	-27.8%	-26.6%
Esprit 男裝	1,930	12.1%	2,374	13.4%	-18.7%	-17.0%
casual 男裝	1,582	9.9%	1,932	10.9%	-18.1%	-16.5%
collection 男裝	348	2.2%	442	2.5%	-21.2%	-19.4%
生活時尚及其他 [*]	2,822	17.7%	3,457	19.4%	-18.4%	-17.0%
edc	3,662	23.0%	3,874	21.8%	-5.5%	-3.7%
總計	15,942	100.0%	17,788	100.0%	-10.4%	-8.7%

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

* 生活時尚及其他主要包括內衣、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、床上用品及沐浴用品及家品系列

Esprit 女裝及 edc

Esprit 女裝及 edc 合共佔集團收入 70.2%，收入按本地貨幣計算按年分別下降 -5.2%及 -3.7%。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 -3.1%，而 edc 的可比較零售銷售（包括電子商店）按本地貨幣計算按年增加 +1.6%。值得一提的是，儘管於本節「收入分析」開首描述的所有因素，我們的女裝分部仍持續實現正面進展（明顯好於總面積發展）。

為達到進一步改善這些分部表現的目標，我們近期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 女裝產品線合併並隸屬於一個主管及團隊。其次，我們已成立一支新而強的團隊，充分發揮開發快速反應產品及相應供應鏈的潛力。

Esprit 男裝

Esprit 男裝佔本集團收入的 12.1%，按本地貨幣計算按年減少 -17.0%。不幸地，我們的男裝分部並未與女裝分部一樣受惠於垂直模式。由於這分部表現疲弱，於一六／一七財政年度我們零售店舖分配至男裝產品的面積按年減少 -4.1%。從團隊架構角度來看，我們也已將 Esprit 男裝與 edc 男裝產品線合併並隸屬於一個主管及團隊。

生活時尚及其他

生活時尚及其他佔本集團收入的 **17.7%**，按本地貨幣計算按年減少 **-17.0%**。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、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 **-68.9%**），原因是自二零一六年一月起此業務已批授予 **Groupe Zannier**。這個變動大大降低我們的營業額，因大部分收入現由批授經營權的合作夥伴入賬，而 **Esprit** 的收入大部分來自相關的批授經營費。儘管如此，批授這個業務明顯有利 **Esprit** 童裝的盈利表現。撇除童裝分部，生活時尚及其他的收入減幅按本地貨幣計算按年減少 **-8.9%**。

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洲。在我們的分析中，我們所經營的國家主要歸納為三個主要地區：「德國」、「歐洲其他地區」（包括美洲及中東）及「亞太區」。

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

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

零售（不包括電子商店）收入於一六／一七財政年度按本地貨幣計算按年減少 **-12.7%**，這結果是由於「收入分析」一節開首所述的三項主要因素所致。值得注意的是，儘管我們縮減促銷活動及降價幅度，實體正價零售店每平方米銷售水平按本地貨幣計算只按年減少 **-1.3%**，而於一六／一七財政年度銷售效益的下降大部分是由於折扣特賣場的銷售效益下降所致（按本地貨幣計算按年減少 **-10.6%**）。此外，毛利率增加的效益超越每平方米銷售下跌帶來的負面影響，從而達致每正價零售平方米產生的毛利價值提高（按本地貨幣計算按年增加 **+5.4%**）。換言之，我們正價零售面積的盈利能力於一六／一七財政年度持續增長。

關於我們的折扣特賣場，收入大幅減少是因我們對這渠道採取的方案作出深度改變。更具體來說，我們提高了往季產品的售價及減少了為特賣場開發的產品比例。

批發（不包括電子商店）方面，此渠道的盈利能力於一六／一七財政年度亦有所改善。關閉不良績效的銷售點正提升餘下可控制面積的平均銷售效益。因此，按本地貨幣計算的收入按年減少 **-8.8%**，低於批發可控制面積的相應按年減幅 **-10.2%**。批發（不包括電子商店）渠道的毛利率亦於本財政年度內有所改善。

這些於零售（不包括電子商店）及批發（不包括電子商店）的動態，於我們於一六／一七財政年度在我們所有市場都一樣，因此，我們在本節其他部分描述各渠道在各地區的發展情況時不會重複作出相同解釋。

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

	截至六月三十日止年度						
	二零一七年		二零一六年		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	7,932	49.8%	8,559	48.1%	-7.3%	-5.6%	-3.6%
零售（不包括電子商店）	2,781	17.4%	3,079	17.3%	-9.7%	-8.1%	-1.9%
批發（不包括電子商店）	2,741	17.2%	2,978	16.8%	-8.0%	-6.3%	-4.7%
電子商店	2,385	15.0%	2,480	13.9%	-3.8%	-2.0%	n.a.
批授經營權	25	0.2%	22	0.1%	9.6%	11.4%	n.a.
歐洲其他地區	5,866	36.8%	6,581	37.0%	-10.9%	-9.2%	-10.1%
零售（不包括電子商店）	2,133	13.4%	2,440	13.7%	-12.6%	-11.1%	-5.0%
批發（不包括電子商店）	2,204	13.9%	2,499	14.0%	-11.8%	-10.0%	-13.0%
電子商店	1,426	8.9%	1,512	8.5%	-5.7%	-4.0%	n.a.
批授經營權及其他	103	0.6%	130	0.8%	-20.4%	-20.3%	n.a.
亞太區	2,144	13.4%	2,648	14.9%	-19.0%	-17.5%	-18.5%
零售（不包括電子商店）	1,804	11.3%	2,306	13.0%	-21.8%	-20.6%	-14.4%
批發（不包括電子商店）	119	0.7%	181	1.0%	-34.2%	-32.4%	-33.6%
電子商店	221	1.4%	161	0.9%	36.9%	43.1%	n.a.
總計	15,942	100.0%	17,788	100.0%	-10.4%	-8.7%	-8.5%
零售（不包括電子商店）	6,718	42.1%	7,825	44.0%	-14.1%	-12.7%	-6.5%
批發（不包括電子商店）	5,064	31.8%	5,658	31.8%	-10.5%	-8.8%	-10.2%
電子商店	4,032	25.3%	4,153	23.3%	-2.9%	-1.0%	n.a.
批授經營權及其他	128	0.8%	152	0.9%	-16.0%	-15.6%	n.a.

[^] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

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 49.8%），於一六／一七財政年度錄得收入 7,932 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -5.6%（上半年減少 -6.3%及下半年減少 -5.0%）。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）、電子商店及批授經營權業務分別佔其收入的 35.1%、34.5%、30.1%及 0.3%。

德國零售（不包括電子商店）錄得收入 2,781 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -8.1%，而銷售面積按年減少 -1.9%，低於我們預期，原因是德國的租約期相比其他市場要長，所以較難終止。

德國批發（不包括電子商店）錄得收入 2,741 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -6.3%。可控制面積的下降速度已收窄至按年減少 -4.7%，而去年按年減少 -8.5%（不包括將童裝分部 713 個銷售點轉移予我們新的批授經營權合作夥伴）。儘管傳統批發合作夥伴繼續承受渠道結構性壓力，但我們觀察到線上批發合作夥伴的單量大幅增加。

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 **36.8%**）。於一六／一七財政年度的收入為 **5,866** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 **-9.2%**（上半年減少 **-10.8%**及下半年減少 **-7.5%**）。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 **36.3%**、**37.6%**、**24.3%**及 **1.8%**。

歐洲其他地區零售（不包括電子商店）錄得收入 **2,133** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 **-11.1%**。至於歐洲其他地區零售（不包括電子商店）的銷售面積按年減少 **-5.0%**是主要因為成功在法國關閉低績效店舖所致。

歐洲其他地區批發（不包括電子商店）的收入按本地貨幣計算按年減少 **-10.0%**，對比面積按年減少 **-13.0%**較佳。銷售效益的改善反映了該地區線上及線下合作夥伴的訂單量增加。

亞太區

亞太區主要由中國、澳洲及新西蘭、香港、新加坡、馬來西亞、台灣及澳門組成（佔本集團總收入 **13.4%**）。該地區於一六／一七財政年度的收入按本地貨幣計算按年減少 **-17.5%**（上半年減少 **-18.8%**及下半年減少 **-16.0%**）。

誠如我們上一份年報所討論，**Esprit** 在亞太區面對的挑戰與歐洲不同。首先，中國是我們在該地區的最大市場，其零售面積集中於遭受客流量逐漸減少的百貨公司銷售點，及於通常會攤薄品牌形象的折扣特賣場。為此，我們正積極重組我們在中國的網絡及取得良好進展，並於一六／一七財政年度按年關閉 **-29.7%**總可控制面積（零售及批發合計）。此外，我們已發展新概念以適應這些銷售點的狹小空間。其次，與歐洲相比，亞太區有特定的產品需求，我們會透過在亞太區推出針對性的產品線來補充我們的全球產品系列。

亞太區零售（不包括電子商店）佔本集團總收入 **11.3%**，按本地貨幣計算按年減少 **-20.6%**，而銷售面積則按年減少 **-14.4%**。銷售面積減少與我們加快店舖網絡重組計劃一致。幸運的是，亞太區的租約期通常較短，及大部分重大虧損店舖的租約將於未來兩個財政年度內屆滿。要強調的是，我們在亞太區縮減促銷活動的力度最大，這可解釋可比較零售店舖收入按本地貨幣計算按年下降 **-9.3%**。儘管收入顯著下降，由於我們受惠於毛利率恢復及經營開支減少，此渠道的盈利取得正面發展。

亞太區批發（不包括電子商店）佔本集團總收入 0.7%，按本地貨幣計算按年減少 -32.4%，是由於可控制面積按年減少 -33.6%。大部分被削減的面積位於中國，而我們在亞太區內一些新國家發現擴充批發業務的商機。重要的是，於一六／一七財政年度，Esprit 透過與印度知名時裝及生活時尚產品的網上零售商為合作夥伴，再次涉足印度市場。本集團亦於本年度進軍新市場，包括尼泊爾（二零一六年十一月）及緬甸（二零一七年三月）。這些新業務為我們在該地區下半年的批發銷售表現貢獻不少（上半年：按本地貨幣計算按年減少 -42.6%；下半年：按本地貨幣計算按年減少 -13.7%）。

電子商店

電子商店包括我們在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平台的銷售。於一六／一七財政年度，此渠道錄得收入 4,032 百萬港元，並在已佔較大收入比例的基礎上繼續增長（佔本集團總收入 25.3%）。此渠道的收入基本持平（按本地貨幣計算按年減少 -1.0%），雖然去年已取得非常成功發展（按本地貨幣計算按年增長 +15.3%）。

德國及歐洲其他地區電子商店於一六／一七財政年度佔本集團電子商店總收入 94.5%，按本地貨幣計算按年減少 -2.8%。收入下降主要是由於非常疲弱的上半年（上半年：按本地貨幣計算按年減少 -4.8%；下半年：按本地貨幣計算按年減少 -0.7%）所致。然而，此渠道繼續取得高效益及高利潤，我們於本財政年度繼續開發全方位渠道解決方案並取得正面成果。

- 活躍的 Esprit Friends（即於過去 12 個月內曾經進行購買的會員）人數較去年增加 +7.0%
- 以智能手機啟動的銷售較去年迅速增長 43%
- 在我們新自動化分銷中心過渡階段完成後向客戶發貨的時間得以縮短
- 提高消費者個人化體驗水平
- 綜合線上／線下功能面世後向客戶的服務得以提升，包括點擊及於店舖取貨，以及能夠線上預留實體店產品及於實體店退還電子商店產品。

亞太區電子商店於一六／一七財政年度的收入為 221 百萬港元，按本地貨幣計算按年增長 +43.1%（儘管去年基數較高，為按本地貨幣計算按年增長 +72.2%）。中國佔該地區內電子商店收入逾 80%，收入按本地貨幣計算按年增長 +42.1%，此乃由於我們將 Esprit Friends 忠誠計劃加入到電子商店、鞏固我們與天貓網的業務、透過微博或微信等當地平台擴大我們在中國的線上覆蓋，以及透過我們的社交媒體與名人和主流意見領袖合作等活動所致。

盈利能力分析

下表呈列本集團於一六／一七財政年度及一五／一六財政年度的業績，並將「經常開支」及「特殊項目」作出區分。經常開支包括基礎業務的經常性開支。特殊項目為由本集團非經常性經營活動而產生的特殊收益及開支，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相關開支／收益（例如有關精簡人手計劃的一次性成本）。

	截至六月三十日止年度			
	二零一七年	二零一六年	按港元 計算	變幅百分比 按本地貨幣 計算
	百萬港元	百萬港元		
收入	15,942	17,788	-10.4%	-8.7%
銷售成本	(7,712)	(8,859)	-12.9%	-11.3%
毛利	8,230	8,929	-7.8%	-6.2%
<i>毛利率</i>	51.6%	50.2%	1.4個百分點	1.4個百分點
經常開支				
員工成本	(2,851)	(3,018)	-5.5%	-4.1%
租賃成本	(2,496)	(2,793)	-10.6%	-9.2%
物流開支	(957)	(1,022)	-6.4%	-4.6%
市場推廣及廣告開支	(814)	(1,015)	-19.7%	-18.1%
折舊	(518)	(591)	-12.5%	-10.9%
其他經營成本	(780)	(1,062)	-26.5%	-25.2%
小計	(8,416)	(9,501)	-11.4%	-9.9%
基礎業務的除利息及稅項前虧損	(186)	(572)		
特殊項目				
i) 有關精簡人手計劃的一次性成本	(45)	(462)		
ii) 店舖關閉及租賃作出的淨撥備	(12)	(186)		
iii) 固定資產減值撥備撥回 / (減值)	8	(59)		
iv) 童裝分部的資訊科技應用程式減值	-	(48)		
v) 出售香港辦公室的淨收益	-	731		
vi) 出售深圳及香港物業的淨收益	133	-		
小計	84	(24)		
集團除利息及稅項前虧損	(102)	(596)	82.9%	83.4%
淨利息（開支） / 收入	(4)	11		
除稅前虧損	(106)	(585)		
淨稅項收益	173	606		
純利	67	21		

於一六／一七財政年度，本集團錄得*毛利率*為 51.6%，按年增長 +1.4 個百分點，產生毛利 8,230 百萬港元（二零一六年：8,929 百萬港元）。*毛利率*在各渠道、地區及主要產品分部均取得改善，主要是由於管理層採取措施以減低促銷活動、降價幅度及批發折扣，詳見「收入分析」一節開首所述。這些行動的益處部分由本財政年度大部分時間歐元匯率表現疲弱的壓力所抵銷。

經常開支（不包括特殊項目）減至 8,416 百萬港元（二零一六年：9,501 百萬港元），按本地貨幣計算按年減少 -9.9%。本集團已較計劃提前一年達致將經營開支削減 10 億港元（不包括匯率影響）的目標。各主要成本項目均有所節省，主要通過我們加快關閉虧損店舖、推行經常性開支重組措施以及市場推廣及廣告開支經過去年的大規模宣傳活動後已降低至正常化水平。

特殊項目指本集團從非經常性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，於本財政年度淨特殊收益為 84 百萬港元，主要與出售非核心物業（+133 百萬港元）有關，部分被有關精簡人手的一次性成本（-45 百萬港元）以減少經常性成本所抵銷。

基礎業務的除利息及稅項前溢利（不包括特殊項目）為虧損 -186 百萬港元，較去年同期除利息及稅項前虧損 -572 百萬港元有所改善。包括特殊項目後，於一六／一七財政年度除利息及稅項前虧損為 -102 百萬港元，較去年同期除利息及稅項前虧損 -596 百萬港元亦有所改善。

利息為淨開支 4 百萬港元（二零一六年：淨利息收入 11 百萬港元），主要由於 i) 現金、銀行結餘及存款所賺取的利息 44 百萬港元，實際年利率為 0.8%（二零一六年：0.8%），被 ii) 主要與就虧損性合約及店舖關閉作出的撥備時間值有關的非現金利息開支所抵銷的綜合影響所致。因此，**除稅前虧損**為 106 百萬港元（二零一六年：除稅前虧損 585 百萬港元）。

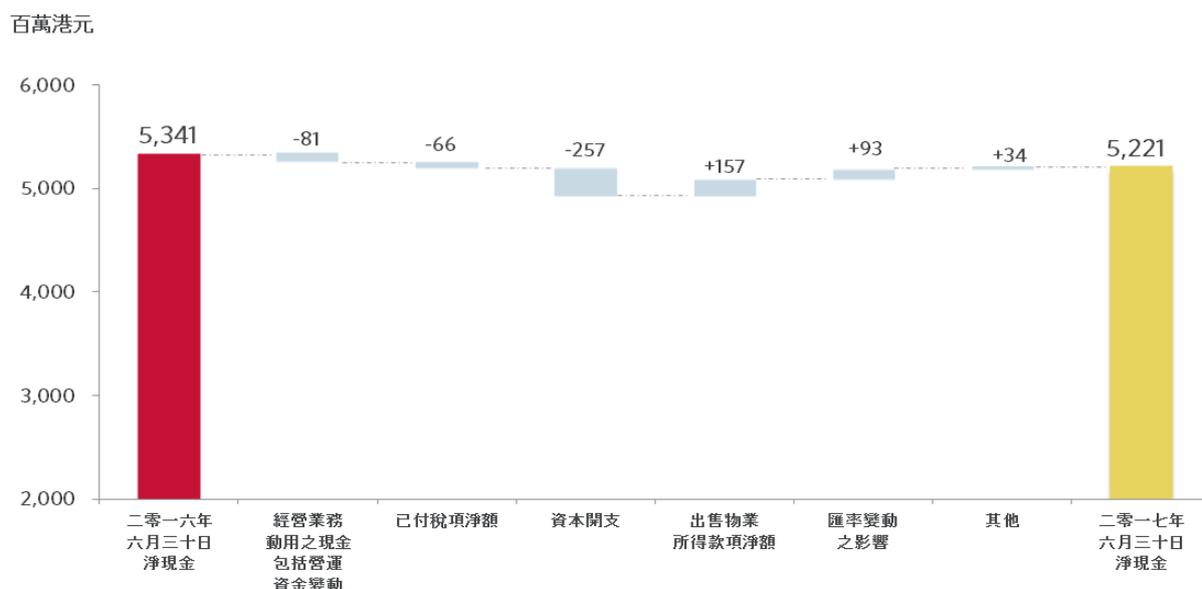
稅項為淨稅項收益 173 百萬港元，較去年 606 百萬港元大幅減少。稅項收益主要由於 i) 根據收到相關稅務機關的通訊，減少不再需要的遞延稅項負債；及 ii) 因稅項虧損產生的遞延稅項收益抵銷未來潛在溢利所致。

純利為 67 百萬港元，較去年 21 百萬港元有所改善，是由本集團基礎業務財務表現改善，及較去年較少的稅項收益部分抵銷所致。

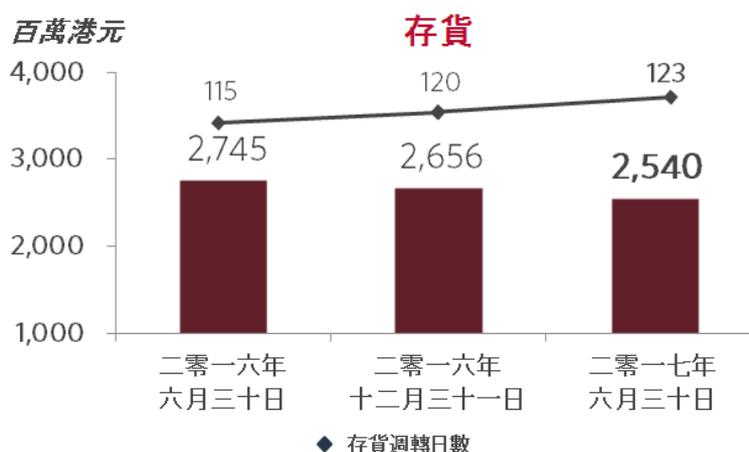
流動資金及財務資源分析

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達成增長。

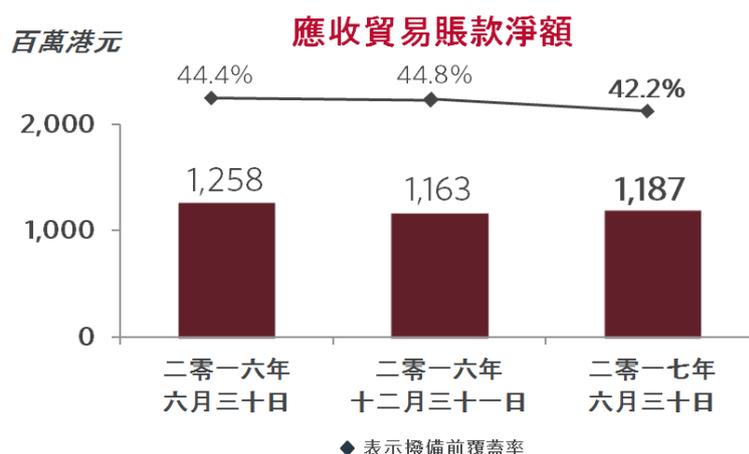
現金：於二零一七年六月三十日，**現金、銀行結餘及存款**達到 5,221 百萬港元，較財務年度開始 5,341 百萬港元幾乎持平。營運資金變動前經營業務的現金流量為流入 405 百萬港元。淨現金減少主要由於 i) 主要與動用精簡人手計劃撥備有關的應付賬款及應計費用減少及 ii) 為滿足相關租賃責任而動用撥備引致店舖關閉及虧損性租賃撥備減少導致營運資金增加所致。



存貨： 我們的存貨結餘為 2,540 百萬港元（二零一六年六月三十日：2,745 百萬港元），按年減少 -7.4%，儘管歐元兌港元的收市匯率按年升值 +3.4%。存貨週轉日數為 123 日，與一年前對比增加 8 日（二零一六年六月三十日：115 日），主要由於我們零售渠道（零售店舖及電子商店）佔比較去年高及本集團於本年度的較低收入所致。管理層注意到此增加並已採取措施迅速使存貨水平與銷售一致。就存貨賬齡而言，賬齡超過六個月的存貨（按件數計）略微上升至 22.9%（二零一六年六月三十日：20.6%）。



應收貿易賬款淨額為 1,187 百萬港元（二零一六年六月三十日：1,258 百萬港元），按年下降 -5.6%，儘管歐元兌港元的收市匯率按年升值 +3.4%。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 42.2%（二零一六年六月三十日：44.4%）。



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。本集團於一六／一七財政年度投資 257 百萬港元（二零一六年：262 百萬港元）於資本開支，大致與去年相同。我們投資 50 百萬港元於新店舖開張、48 百萬港元於店舖翻新、48 百萬港元於資訊科技項目及 111 百萬港元於辦公室及其他。這些資本開支包括投資約 9.1 百萬歐元於擴充我們在 Mönchengladbach 的分銷中心，以提供補充庫存能力。分銷中心於二零一七年五月竣工。其目前處於測試階段並將於二零一七年秋／冬季全面營運。

百萬港元	截至六月三十日止年度	
	二零一七年	二零一六年
新店舖	50	71
店舖翻新	48	75
資訊科技項目	48	44
辦公室及其他	111	72
購買物業、廠房及設備	257	262

外部計息借貸總額：於二零一七年六月三十日，本集團並無外部計息借貸（二零一六年六月三十日：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影響。此外，我們主要以歐元產生收入，而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，因此歐元兌港元價值的波動亦可能影響我們的毛利率。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。

一七／一八財政年度展望

一六／一七財政年度是盈利改善良好的一年。在目前這個階段，隨著盈利有所改善及經營現金流增長，我們正重新評估現金的最佳可能用途，透過銷售增長及進一步降低結構性成本為股東創造長遠價值。

誠如先前所述，由於本集團仍面臨其批發及零售面積逐步減少的情況（因錄得虧損的零售店舖仍需關閉），增長只能逐步實現。我們預期可透過網上渠道的增長、促使現有店舖增加銷售及／或提升毛利效益、選擇性地開設零售店舖及透過新的批發夥伴，以部分抵銷上述情況。

總而言之，我們預計**可控制面積**將會以單位數減少及**總收入**有溫和下跌。

在**毛利率**方面，我們繼續果斷地減少降價及促銷以達致溫和增長。

而**經營開支**方面，我們相信存有進一步削減成本的空間，儘管未能如一六／一七財政年度一樣快速。因此，我們預計經營開支將有單位數減少。

總體而言，毛利率及經營開支的改善預計將大於收入減少的負面影響，從而產生與一六／一七財政年度類似的除利息及稅項前溢利（不包括特殊項目）的改善。

附錄

按國家劃分的收入

國家 ^{^^}	截至六月三十日止年度						
	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[#]	7,932	49.8%	8,559	48.1%	-7.3%	-5.6%	-3.6%
歐洲其他地區	5,866	36.8%	6,581	37.0%	-10.9%	-9.2%	-10.1%
比荷盧區域 [#]	1,895	11.9%	2,121	11.9%	-10.6%	-9.0%	-10.2%
法國	977	6.1%	1,128	6.4%	-13.4%	-11.9%	-11.2%
瑞士	926	5.8%	984	5.5%	-5.9%	-4.6%	-3.0%
奧地利	735	4.6%	832	4.7%	-11.6%	-10.0%	-4.4%
瑞典	225	1.4%	262	1.5%	-14.3%	-10.9%	-28.7%
西班牙	216	1.4%	216	1.2%	-0.2%	1.7%	-6.6%
芬蘭	209	1.3%	233	1.3%	-10.0%	-8.5%	-12.6%
意大利	116	0.7%	131	0.7%	-11.8%	-10.4%	-10.1%
英國	94	0.6%	151	0.8%	-37.8%	-31.7%	-19.8%
丹麥	89	0.6%	111	0.7%	-20.0%	-18.7%	-15.2%
波蘭	75	0.5%	73	0.4%	2.6%	4.8%	-0.9%
愛爾蘭	7	0.0%	7	0.0%	-13.2%	-11.8%	-46.6%
挪威	3	0.0%	4	0.0%	-24.4%	-24.4%	-
葡萄牙	1	0.0%	1	0.0%	-9.2%	-7.5%	-
其他 ^{##}	298	1.9%	327	1.9%	-8.5%	-8.2%	-12.8%
亞太區	2,144	13.4%	2,648	14.9%	-19.0%	-17.5%	-18.5%
中國	871	5.4%	1,182	6.6%	-26.3%	-22.0%	-29.7%
澳洲及新西蘭	297	1.9%	324	1.8%	-8.2%	-11.6%	-8.1%
香港	265	1.7%	332	1.9%	-20.3%	-20.3%	-16.7%
新加坡	227	1.4%	256	1.4%	-11.4%	-11.1%	-0.1%
馬來西亞	169	1.1%	192	1.1%	-12.3%	-9.1%	-3.0%
台灣	165	1.0%	188	1.1%	-12.0%	-15.5%	-0.4%
澳門	86	0.5%	102	0.6%	-15.5%	-15.5%	-14.5%
其他 [@]	64	0.4%	72	0.4%	-11.1%	-11.1%	-12.0%
總計	15,942	100.0%	17,788	100.0%	-10.4%	-8.7%	-8.5%

[^] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

^{^^} 國家包括零售、電子商店、批發及批授經營權業務

[#] 包括批授經營權

^{##} 歐洲其他地區的其他包括 i) 來自捷克共和國、匈牙利、斯洛伐克、拉脫維亞、斯洛文尼亞、馬耳他、愛沙尼亞、希臘、羅馬尼亞、克羅地亞及保加利亞的零售（包括電子商店）收入；ii) 來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞、加拿大及中東）的批發（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	截至六月三十日止年度						
	二零一七年		二零一六年		收入變幅百分比		
	百萬港元	佔總收入之百分比	百萬港元	佔總收入之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算	淨銷售面積淨變幅 [^]
德國	2,781	41.4%	3,079	39.4%	-9.7%	-8.1%	-1.9%
歐洲其他地區	2,133	31.7%	2,440	31.2%	-12.6%	-11.1%	-5.0%
比荷盧區域	769	11.4%	891	11.4%	-13.6%	-12.1%	-0.9%
瑞士	579	8.6%	602	7.7%	-3.9%	-2.7%	0.4%
奧地利	351	5.2%	402	5.1%	-12.7%	-11.2%	-3.0%
法國	260	3.9%	321	4.1%	-18.9%	-17.4%	-20.0%
波蘭	58	0.9%	65	0.8%	-10.3%	-8.2%	-0.9%
瑞典	54	0.8%	85	1.1%	-37.1%	-34.2%	-32.0%
芬蘭	47	0.7%	54	0.7%	-12.4%	-10.9%	-
丹麥	15	0.2%	15	0.2%	-1.0%	0.5%	-
英國	-	-	5	0.1%	-100.0%	-100.0%	-
亞太區	1,804	26.9%	2,306	29.4%	-21.8%	-20.6%	-14.4%
中國	636	9.6%	939	12.0%	-32.3%	-28.3%	-23.5%
澳洲及新西蘭	272	4.0%	304	3.9%	-10.4%	-13.7%	-8.1%
香港	264	3.9%	331	4.2%	-20.4%	-20.4%	-16.7%
新加坡	216	3.2%	253	3.2%	-14.6%	-14.2%	-0.1%
馬來西亞	167	2.5%	191	2.4%	-12.7%	-9.5%	-3.0%
台灣	163	2.4%	186	2.4%	-12.3%	-15.9%	-0.4%
澳門	86	1.3%	102	1.3%	-15.5%	-15.5%	-14.5%
總計	6,718	100.0%	7,825	100.0%	-14.1%	-12.7%	-6.5%

[^] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

按國家劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一六年七月一日起的變動

於二零一七年六月三十日

國家	店舖數目	淨開設店舖 [^]	淨銷售面積（平方米）	淨銷售面積（不包括電子商店）淨變幅 [^]	可比較店舖	可比較店舖
					數目	（不包括電子商店）銷售額增長
德國	146	(1)	116,305	-1.9%	118	-7.1%
歐洲其他地區	136	(7)	82,157	-5.0%	114	-0.6%
瑞士	38	1	17,186	0.4%	34	-2.9%
比利時	22	-	16,190	-	21	4.2%
荷蘭	20	-	14,202	-2.0%	18	0.4%
奧地利	19	-	14,841	-3.0%	16	-2.6%
法國	16	(5)	9,712	-20.0%	15	-6.2%
波蘭	11	-	3,245	-0.9%	-	n.a.
瑞典	4	(3)	2,542	-32.0%	4	19.8%
盧森堡	3	-	1,869	-	3	-2.5%
芬蘭	2	-	1,745	-	2	3.3%
丹麥	1	-	625	-	1	0.5%
亞太區	384	(87)	74,034	-14.4%	209	-9.3%
中國	178	(72)	31,999	-23.5%	92	-7.9%
台灣	68	(5)	6,593	-0.4%	40	-16.5%
澳洲	63	(3)	7,306	-9.6%	37	-10.8%
馬來西亞	32	(3)	12,523	-3.0%	19	-5.5%
新加坡	21	-	6,622	-0.1%	10	-9.7%
香港	10	(4)	5,391	-16.7%	3	-10.6%
新西蘭	8	-	1,564	-0.4%	6	-9.1%
澳門	4	-	2,036	-14.5%	2	-4.1%
總計	666	(95)	272,496	-6.5%	441	-5.2%

[^] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

按店舖類別劃分的直接管理零售店舖 – 自二零一六年七月一日起的變動

店舖類型	銷售點數目					淨銷售面積 (平方米)				
	於 二零一七年 六月三十日	與二零一六年 七月一日比較		於 二零一六年 七月一日	淨變幅	於 二零一七年 六月三十日	與二零一六年 七月一日比較		於 二零一六年 七月一日	淨變幅
		開店	關閉				開店	關閉		
店舖	370	27	(41)	384	(14)	212,326	7,378	(18,035)	222,983	-4.8%
- 德國	130	2	(6)	134	(4)	101,878	1,361	(4,642)	105,159	-3.1%
- 歐洲其他地區	125	3	(10)	132	(7)	73,848	975	(5,308)	78,181	-5.5%
- 亞太區	115	22	(25)	118	(3)	36,600	5,042	(8,085)	39,643	-7.7%
特約店	216	9	(81)	288	(72)	21,491	2,010	(8,152)	27,633	-22.2%
- 德國	5	3	-	2	3	1,781	987	-	794	124.3%
- 亞太區	211	6	(81)	286	(75)	19,710	1,023	(8,152)	26,839	-26.6%
特賣場	80	3	(12)	89	(9)	38,679	1,138	(3,415)	40,956	-5.6%
- 德國	11	-	-	11	-	12,646	-	-	12,646	-
- 歐洲其他地區	11	-	-	11	-	8,309	-	-	8,309	-
- 亞太區	58	3	(12)	67	(9)	17,724	1,138	(3,415)	20,001	-11.4%
總計	666	39	(134)	761	(95)	272,496	10,526	(29,602)	291,572	-6.5%

按國家劃分的批發 (不包括電子商店) 收入

國家	截至六月三十日止年度							
	百萬元	二零一七年		百萬元	二零一六年	收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [△]
		佔總收入之 百分比	佔總收入之 百分比			按港元 計算	按本地 貨幣計算	
德國	2,741	54.1%	2,978	52.6%	-8.0%	-6.3%	-4.7%	
歐洲其他地區	2,204	43.5%	2,499	44.2%	-11.8%	-10.0%	-13.0%	
比荷盧區域	566	11.2%	651	11.5%	-13.0%	-11.4%	-17.6%	
法國	493	9.7%	545	9.7%	-9.6%	-8.1%	-8.1%	
西班牙	201	4.0%	202	3.6%	-0.4%	1.5%	-6.6%	
奧地利	185	3.6%	227	4.0%	-18.5%	-17.0%	-6.0%	
瑞典	139	2.7%	148	2.6%	-5.8%	-1.9%	-27.3%	
芬蘭	135	2.7%	147	2.6%	-8.7%	-7.2%	-14.5%	
瑞士	120	2.4%	132	2.3%	-8.8%	-7.7%	-11.8%	
意大利	108	2.1%	123	2.2%	-12.2%	-10.8%	-10.1%	
英國	48	1.0%	91	1.6%	-47.1%	-37.9%	-19.8%	
丹麥	38	0.7%	53	0.9%	-28.0%	-26.9%	-18.9%	
愛爾蘭	4	0.1%	5	0.1%	-24.7%	-23.7%	-46.6%	
挪威	3	0.1%	4	0.1%	-24.5%	-24.5%	-	
其他 [#]	164	3.2%	171	3.0%	-4.2%	-4.0%	-12.8%	
亞太區	119	2.4%	181	3.2%	-34.2%	-32.4%	-33.6%	
中國	55	1.1%	109	1.9%	-49.4%	-46.5%	-48.9%	
其他 [@]	64	1.3%	72	1.3%	-11.1%	-11.1%	-12.0%	
總計	5,064	100.0%	5,658	100.0%	-10.5%	-8.8%	-10.2%	

[△] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

[#] 歐洲其他地區的其他包括來自其他國家 (主要為智利、哥倫比亞、加拿大及中東) 的批發 (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）－自二零一六年七月一日起的變動

於二零一七年六月三十日

國家	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	247	56,792	(11)	-10.2%	2,314	91,330	(56)	-3.6%	1,182	23,102	114	6.1%	3,743	171,224	47	-4.7%
歐洲其他地區	451	87,308	(34)	-13.0%	830	25,526	(98)	-13.2%	874	20,930	(147)	-12.8%	2,155	133,764	(279)	-13.0%
比荷盧區域	90	26,178	(9)	-13.3%	69	3,136	(61)	-41.5%	173	4,650	(67)	-17.7%	332	33,964	(157)	-17.6%
法國	126	21,411	(3)	-10.0%	259	5,816	(2)	-1.0%	156	4,262	(11)	-7.6%	541	31,489	(16)	-8.1%
奧地利	55	8,900	(3)	-9.2%	95	3,363	2	2.7%	38	896	(1)	-3.2%	188	13,159	(2)	-6.0%
瑞典	19	5,471	(7)	-26.3%	-	-	-	-	27	723	(17)	-34.5%	46	6,194	(24)	-27.3%
芬蘭	20	4,790	1	-1.1%	56	2,331	(22)	-33.6%	94	2,721	(6)	-13.8%	170	9,842	(27)	-14.5%
瑞士	20	3,207	(3)	-12.3%	45	2,148	(3)	-12.1%	18	395	(2)	-6.2%	83	5,750	(8)	-11.8%
意大利	12	2,313	(3)	-26.8%	35	1,046	-	-	229	3,697	15	1.5%	276	7,056	12	-10.1%
西班牙	21	2,419	2	-15.6%	172	5,361	(5)	1.6%	61	1,769	(9)	-15.2%	254	9,549	(12)	-6.6%
丹麥	6	1,532	(1)	-9.2%	2	28	-	-	19	524	(17)	-38.7%	27	2,084	(18)	-18.9%
挪威	1	242	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	242	-	-
英國	2	152	-	6.3%	9	349	(5)	-39.7%	52	1,208	(11)	-14.3%	63	1,709	(16)	-19.8%
葡萄牙	-	-	-	-	-	-	-	-	2	35	-	-	2	35	-	-
愛爾蘭	-	-	-	-	1	82	(2)	-46.1%	5	50	(1)	-47.4%	6	132	(3)	-46.6%
其他*	79	10,693	(8)	-14.7%	87	1,866	-	-	-	-	-	-	166	12,559	(8)	-12.8%
亞太區	139	15,448	(63)	-33.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	139	15,448	(63)	-33.6%
中國	52	6,963	(41)	-48.9%	-	-	-	-	-	-	-	-	52	6,963	(41)	-48.9%
泰國	65	5,219	(20)	-15.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	65	5,219	(20)	-15.2%
菲律賓	16	2,150	(5)	-25.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	16	2,150	(5)	-25.0%
其他	6	1,116	3	78.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	6	1,116	3	78.3%
總計	837	159,548	(108)	-14.6%	3,144	116,856	(154)	-5.9%	2,056	44,032	(33)	-3.8%	6,037	320,436	(295)	-10.2%

[△] 自二零一六年七月一日起的淨變幅

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

人力資源

於二零一七年六月三十日，本集團在全球合共僱用相等於逾 7,300 名全職僱員（二零一六年六月三十日：逾 8,300 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

董事會維持派息比率為每股基本盈利之 60%。鑒於本集團截至二零一七年六月三十日止年度錄得輕微純利，董事會不建議派發截至二零一七年六月三十日止年度之末期股息（一五／一六財政年度：無）。

暫停辦理股份過戶登記手續

為確定股東出席應屆股東週年大會並於會上投票的資格

交回股份過戶登記文件的最後時限 二零一七年十一月十七日（星期五）
下午四時半

暫停辦理股份過戶登記手續 二零一七年十一月二十日（星期一）至
二零一七年十一月二十三日（星期四）
（包括首尾兩天）

記錄日期 二零一七年十一月二十三日（星期四）

本公司於上述期間內將暫停辦理股份過戶登記手續。如欲符合資格出席應屆股東週年大會並於會上投票，最遲須於上述最後時限前，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，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

於回顧年度內，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）。

於財政年度末後，由二零一七年八月九日至二零一七年八月十八日，本公司於香港聯合交易所有限公司回購合共 13,351,400 股本公司普通股，總代價為約 57 百萬港元。

企業管治

本公司於截至二零一七年六月三十日止年度期間已應用有關原則並遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄 14 所載之《企業管治守則》及《企業管治報告》（「守則」），惟本公司非執行董事並無指定任期（守則之守則條文第 A.4.1 條）。然而，根據本公司之公司細則第 87 條，本公司全體董事（包括非執行董事）須於本公司股東週年大會上輪值告退及膺選連任，而每名董事的有效任期平均為不多於三年。

董事進行證券交易的標準守則

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，二零一七年九月二十日

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。