

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份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

- 營業額按本地貨幣計算按年增加1.6%，於第二季大幅改善
- 零售營業額按本地貨幣計算按年增加8.7%
- 第二季批發業務增長強勁
- 加強產品獨特性的策略取得成效
- 毛利率上升 0.9個百分點至55.6%
- 實際稅率下調2.5個百分點至19.1%
- 現金狀況強勁，達73億港元
- 中國業務增長開始與五年計劃一致
  - 銷售點數目增加7.6%至1,002個
  - 城市總數由169個增加至183個
  - 中國EBIT溢利率上升5.0個百分點至19.7%
- 亞太區的營業額佔集團營業額的比重由12%增至17%

## 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)

截至二零一零年十二月三十一日止六個月中期業績公佈  
董事會主席變更及非執行董事辭任

## 中期業績

思捷環球控股有限公司（「本公司」）董事會欣然公佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一零年十二月三十一日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料連同經挑選的附註如下：

### 簡明綜合收益表

	附註	未經審核	
		截至十二月三十一日止六個月 二零一零年 百萬港元	二零零九年 百萬港元 (重列)
營業額	2	17,693	18,475
銷售成本		(7,855)	(8,377)
毛利		9,838	10,098
員工成本		(2,407)	(2,251)
租賃成本		(2,148)	(1,881)
物流開支		(685)	(692)
廣告開支		(446)	(338)
折舊		(403)	(433)
其他經營成本		(1,114)	(1,136)
經營溢利	3	2,635	3,367
利息收入		23	16
融資成本	4	(14)	-
所佔聯營公司業績		-	65
除稅前溢利	2	2,644	3,448
稅項	5	(504)	(743)
股東應佔溢利		2,140	2,705
中期股息	6	1,289	946
每股盈利			
— 基本	7	1.66 港元	2.12 港元
— 攤薄	7	1.66 港元	2.11 港元

## 簡明綜合全面收益表

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	百萬港元	百萬港元
股東應佔溢利	2,140	2,705
其他全面收益		
現金流量對沖的公平值收益	19	4
換算差額	1,056	196
股東應佔期內全面收益總額	<u>3,215</u>	<u>2,905</u>

## 簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 二零一零年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一零年 六月三十日 百萬港元
<b>非流動資產</b>			
無形資產		7,523	7,345
物業、廠房及設備	8	4,472	3,976
投資物業		12	12
其他投資		8	7
按金及預付款項		480	440
遞延稅項資產		592	532
		<u>13,087</u>	<u>12,312</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		3,163	2,455
應收賬款、按金及預付款項	9	3,671	3,043
現金及現金等值		7,302	6,748
		<u>14,136</u>	<u>12,246</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款及應計費用	10	4,415	4,146
稅項		792	918
銀行貸款－即期部分		520	520
		<u>5,727</u>	<u>5,584</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>8,409</u>	<u>6,662</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>21,496</u>	<u>18,974</u>
<b>權益</b>			
股本	11	129	129
儲備		18,445	15,943
<b>權益總額</b>		<u>18,574</u>	<u>16,072</u>
<b>非流動負債</b>			
銀行貸款		2,080	2,080
遞延稅項負債		842	822
		<u>2,922</u>	<u>2,902</u>
		<u>21,496</u>	<u>18,974</u>

## 簡明綜合中期財務資料附註

### 1. 編製基準

在第 2 至 14 頁所列之截至二零一零年十二月三十一日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料（「中期財務資料」），乃按照國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第 34 號「中期財務報告」及香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的附錄 16 編製。

本中期財務資料應與截至二零一零年六月三十日止年度的全年財務報表一併閱讀。編製本中期財務資料所用的會計政策及計算方法，乃與截至二零一零年六月三十日止年度的全年財務報表所採用者一致。

於截至二零一零年六月三十日止年度，本集團已採納國際財務報告準則第 8 號（修訂）「經營分類」及國際會計準則第 17 號（修訂）「經營租賃」。

由於採納國際財務報告準則第 8 號（修訂），分類資產並無於綜合財務報表中披露，理由是本集團並無向主要經營決策者匯報分類資產。

由於採納國際會計準則第 17 號（修訂），香港租賃土地的折舊乃歸類為預付租賃款項攤銷，並計入上年度的其他經營成本及歸類為折舊以作比較用途。

本集團並無提早採納下列於二零一零年七月一日至二零一零年十二月三十一日期間已頒佈的國際會計準則及國際財務報告準則。採納該等準則預計不會導致本集團會計政策出現重大變動。

於下列日期  
或以後開始  
的會計期間生效

---

國際會計準則 第 12 號（修訂）	遞延稅項：收回相關資產	二零一二年一月一日
國際財務報告準則 第 1 號（修訂）	嚴重高通脹及剔除首次採納者 之固定日期	二零一一年七月一日
國際財務報告準則 第 7 號（修訂）	披露－金融資產之轉讓	二零一一年七月一日
國際財務報告準則 第 9 號（修訂）	就金融負債會計方法對國際財 務報告準則第 9 號之補充	二零一三年一月一日

## 2. 營業額及分類資料

本集團主要從事以其自有國際知名品牌Esprit設計的優質成衣與生活品味產品的批發、零售分銷及批授經營權業務。

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	百萬港元	百萬港元
營業額		
銷售產品	17,576	18,362
批授經營權及其他收入	117	113
	<u>17,693</u>	<u>18,475</u>

本集團執行董事（「執行董事」）被認定為主要經營決策者。

管理層根據經執行董事審閱用於評估表現及分配資源的報告釐定經營分類。

執行董事由經營性質角度（包括以其自有國際知名品牌 Esprit 設計的優質成衣及生活品味產品的批發、零售分銷及批授經營權業務）來評估其業務。

內部分類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。

2. 營業額及分類資料（續）

未經審核  
截至二零一零年十二月三十一日止六個月

	批發 百萬港元	零售 百萬港元	批授 經營權 百萬港元	企業服務、 採購 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收益	7,621	9,955	93	14,412	32,081
內部分類收益	-	-	-	(14,388)	(14,388)
來自外界客戶的收益	<u>7,621</u>	<u>9,955</u>	<u>93</u>	<u>24</u>	<u>17,693</u>
分類業績	<u>2,049</u>	<u>1,221</u>	<u>83</u>	<u>(718)</u>	<u>2,635</u>
利息收入					23
融資成本					(14)
除稅前溢利					<u>2,644</u>
資本開支	19	288	-	283	590
折舊	<u>30</u>	<u>313</u>	<u>2</u>	<u>58</u>	<u>403</u>

## 2. 營業額及分類資料（續）

未經審核  
截至二零零九年十二月三十一日止六個月（重列）

	批發 百萬港元	零售 百萬港元	批授 經營權 百萬港元	企業服務、 採購 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收益	8,738	9,642	92	14,041	32,513
內部分類收益	-	(18)	-	(14,020)	(14,038)
來自外界客戶的收益	<u>8,738</u>	<u>9,624</u>	<u>92</u>	<u>21</u>	<u>18,475</u>
分類業績	<u>2,210</u>	<u>1,467</u>	<u>83</u>	<u>(393)</u>	<u>3,367</u>
利息收入					16
所佔聯營公司業績					65
除稅前溢利					<u>3,448</u>
資本開支	15	403	-	325	743
折舊	<u>31</u>	<u>353</u>	<u>2</u>	<u>47</u>	<u>433</u>



### 3. 經營溢利

未經審核  
截至十二月三十一日止六個月  
二零一零年 二零零九年  
百萬港元 百萬港元  
(重列)

經營溢利已扣除及(計入)下列各項：

折舊	403	433
出售物業、廠房及設備的虧損	14	6
物業、廠房及設備減值	2	10
匯兌收益淨額	(36)	(76)
陳舊存貨撥備(撥回)/開支淨額	(35)	25
租賃成本		
經營租賃開支	1,673	1,439
其他租賃成本	475	442
應收貿易賬款減值撥備	52	151
	<u>          </u>	<u>          </u>

### 4. 融資成本

未經審核  
截至十二月三十一日止六個月  
二零一零年 二零零九年  
百萬港元 百萬港元

須於五年內悉數償還的銀行貸款利息	12	-
財務資產及財務負債的應計利息	2	-
	<u>          </u>	<u>          </u>
	14	-
	<u>          </u>	<u>          </u>

## 5. 稅項

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一零年 百萬港元	二零零九年 百萬港元
本期稅項		
香港利得稅		
本期間撥備	2	1
過往年度撥備不足	1	54
海外稅項		
本期間撥備	527	724
過往年度（超額撥備）／撥備不足	(18)	7
	<u>512</u>	<u>786</u>
遞延稅項		
本期間收益淨額	(8)	(43)
稅項	<u>504</u>	<u>743</u>

香港利得稅乃按照期內的估計應課稅溢利依稅率 **16.5%**（二零零九年：16.5%），扣除結轉的稅項虧損（如有）而計算。

海外（香港以外）稅項乃按照期內的估計應課稅溢利，以本集團旗下公司經營業務國家的現行稅率，扣除結轉的稅項虧損（如有）而計算。

截至二零一零年十二月三十一日止六個月，本集團並無於簡明綜合收益表的所佔聯營公司業績中錄得分佔聯營公司稅項（二零零九年：稅項支出淨額 23 百萬港元）。本集團已收購聯營公司餘下權益，該等聯營公司自二零一零年二月起成為本集團附屬公司。

## 6. 中期股息

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一零年 百萬港元	二零零九年 百萬港元
已宣派中期股息每股 <b>1.00港元</b> （二零零九年：0.74港元）	<b>1,289</b>	946

中期股息乃根據於二零一一年二月十日的已發行股份 **1,289,477,475** 股（二零零九年：於二零一零年二月三日的已發行股份 1,278,934,879 股）計算。

## 7. 每股盈利

### 基本

每股基本盈利乃根據期內的股東應佔溢利除以根據以股代息計劃（附註）被視為於期初已發行的普通股數作出調整的期內已發行普通股的加權平均股數計算。

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月 二零一零年	二零零九年
股東應佔溢利（百萬港元）	<b>2,140</b>	2,705
已發行普通股的加權平均股數（百萬股）	<b>1,288</b>	1,246
就代息股份作出調整（百萬股）（附註）	-	31
	<b>1,288</b>	1,277
每股基本盈利（每股港元）	<b>1.66</b>	2.12

## 7. 每股盈利（續）

### 攤薄

每股攤薄盈利乃根據期內的股東應佔溢利及根據以股代息計劃（附註）被視為於期初已發行的普通股數和根據本公司購股權計劃授出的購股權而產生的潛在具攤薄影響普通股股數作出調整的期內已發行股份的加權平均股數計算。

	未經審核	
	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
股東應佔溢利（百萬港元）	<b>2,140</b>	2,705
已發行普通股的加權平均股數（百萬股）	<b>1,288</b>	1,246
就代息股份作出調整（百萬股）（附註）	-	31
購股權的調整（百萬股）	-	3
每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股）	<b>1,288</b>	1,280
每股攤薄盈利（每股港元）	<b>1.66</b>	2.11

附註：於二零零九年十二月十日，股東批准以繳足股款新股份（「代息股份」）的方式支付截至二零零九年六月三十日止年度之特別股息每股 1.33 港元。約 31 百萬股代息股份已於二零一零年一月十五日發行。

## 8. 物業、廠房及設備

	未經審核 百萬港元
二零一零年七月一日結存	3,976
換算差額	327
添置	590
出售	(16)
折舊（附註 3）	(403)
減值開支（附註 3）	(2)
二零一零年十二月三十一日結存	<b>4,472</b>

## 9. 應收賬款、按金及預付款項

應收賬款、按金及預付款項包括應收貿易賬款。按應收貿易賬款到期日劃分的賬齡分析（扣除減值撥備）如下：

	未經審核 二零一零年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一零年 六月三十日 百萬港元
即期	2,238	1,873
1-30 天	308	165
31-60 天	151	98
61-90 天	68	56
超過 90 天	254	197
已逾期但未減值的款額	781	516
	<u>3,019</u>	<u>2,389</u>

本集團向零售客戶作出的銷售以現金、銀行轉賬或信用卡交易。本集團亦授予若干批發商及特許權客戶一般為期30至60天的信貸期。

## 10. 應付賬款及應計費用

應付賬款及應計費用包括應付貿易賬款，其賬齡分析如下：

	未經審核 二零一零年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一零年 六月三十日 百萬港元
0-30 天	848	934
31-60 天	40	35
61-90 天	10	6
超過 90 天	6	17
	<u>904</u>	<u>992</u>

## 11. 股本

	未經審核 二零一零年 十二月三十一日 百萬港元	經審核 二零一零年 六月三十日 百萬港元
法定股本 2,000,000,000 股，每股面值 0.10 港元	200	200
	每股面 值 0.10 港元的 股份數目 百萬股	面值 百萬港元
已發行及繳足股本		
二零一零年七月一日結存	1,288	129
行使購股權（附註 1）	-	-
發行代息股份（附註 2）	1	-
二零一零年十二月三十一日結存	1,289	129

附註 1：於期內，本公司因董事及僱員根據購股權計劃以行使價每股 24.20 港元至 24.45 港元行使購股權（乃溢價每股 24.10 港元至 24.35 港元）而發行每股面值 0.1 港元的普通股 345,000 股。

附註 2：於二零一零年十一月二十四日，股東批准截至二零一零年六月三十日止年度末期股息每股 0.67 港元。股東獲提供以繳足股款新股份代替現金的方式收取末期股息的選擇。於二零一零年十二月二十九日，904,515 股股份就末期股息發行。

## 管理層討論及分析

本集團的營業額為177億港元（零九／一零年財政年度上半年：185億港元），按本地貨幣計算，營業額上升1.6%，乃受到第二季營業額按本地貨幣計算增長5.9%及來自中國附屬公司的營業額貢獻所推動。毛利率上升0.9個百分點至55.6%，主要受惠於零售營業額在集團總營業額中的貢獻比重上升至56%。總現金狀況保持強勁，於二零一零年十二月三十一日達73億港元。董事會已宣派中期股息每股1.00港元（零九／一零年財政年度上半年：每股0.74港元），乃根據定期派息比率為每股基本盈利的60%計算。

## 策略性措施最新情況

我們現正為建設一個更穩健、更強大的 ESPRIT 而振奮。我們的六項策略性措施進展良好，我們得到許多新意念並在積極實施當中。這包括優化品牌定位來塑造一個在產品、店舖及溝通方面更清晰、更一致的方向，以新程序打造產品系列，使用新採購策略達到協同效益和成本節省，以及透過嶄新的全球多渠道銷售組織來推動增長。雖然我們的努力成果尚未盡現，但我們正在鞏固既有的盈利增長平台。我們深信策略性措施內的成效會在中期內實現。

### **(1)環球品牌：增加人流及顧客忠誠度** **增強品牌價值及提升購物體驗**

在全球進行的消費者研究顯示，我們的品牌受消費者高度信任，而且在產品質量評分亦相當高，然而我們需要注入更多價值於產品中以提升物有所值的觀念。此外，我們透過在產品、店舖及客戶溝通方面使用更清晰的方向來進一步加強 Esprit 的品牌形象。我們正在優化 Esprit 的品牌定位，充份利用品牌的偉大承傳和精神。這將由產品、店舖以至於客戶溝通各方面出現明顯影響。為了推行上述計劃，我們新增了兩個職位：品牌總監 Jörgen Andersson 及創作總監 Jan Nord 已於二零一零年十月履新，負責 Esprit 的全球品牌、創作及營銷溝通策略。有關激活和優化品牌形象的方向已正作出定案，我們將把策略落實到集團內各個組織，逐步在各方面貫徹執行。

### **(2)產品：提高每平方米銷售額** **加強產品獨特性及新鮮感**

我們持續加強產品獨特性的策略已漸見成效。Edc 和 Collection 分部營業額以本地貨幣計算按年分別增長 6.1%和 15.4%。我們已開始執行制定產品線的新機制，籍此於店舖建立全球一致的品牌形象及產生採購協同效益。根據每半年一

次的全球產品線的量化劃分，其中三分之一所開發的產品系列界定為全球產品線 – 所有零售店舖均須跟從的特定每月一次編排、主調外觀及產品系列主題，設定全球一致的品牌形象。特定系列將由產品分部經理及各洲買手跟進，他們會選定個別國家及地區產品及主調外觀的配搭風格。

全球產品線的概念已率先在 **Casual** 女裝實施。採購組織由地區層面轉化成全球層面使我們的採購和市場推廣更具效力。現時，產品款式重疊不足 5%，而我們計劃在全球產品線內有 30% 的產品重疊。我們初次實施於 **Casual** 女裝的情況令人鼓舞，全球產品線覆蓋所推出的 **Casual** 女裝款式超過 40%，這新措施亦廣受批發客戶歡迎。

### **(3)銷售渠道及國家：促進增長及盈利能力** **確保多渠道分銷策略更有效執行**

如去年底所公佈，經過對現有店舖的全面檢討後，我們決定在全球關閉33間虧損店舖。我們於關閉行動取得進展，截至二零一零年十二月三十一日已關閉8間店舖，分別為歐洲5間及亞洲3間。

要成為真正的環球品牌及地域性分散的公司，中國是**Esprit**長遠策略的核心。我們在中國實行的增長計劃正取得良好進展，此有助擴展我們在這個全球最大及增長最迅速的成衣市場的領導地位。繼我們成功收購和整治中國業務，我們現正集中加快中國業務的增長。如需更多資料，請參閱關於中國業務的部分。

### **(4)銷售成本：跨產品分部採購達到節省效果**

我們在T恤分部的優先供應商計劃效果理想，現正將此方案擴大至其他產品類別。我們將會把毛衣採購的供應商數目由48個整合至13個，而外衣的供應商數目會由117個減至11個。除這次供應商整合行動外，我們的中期採購策略進展亦非常理想，使**Esprit**的各個採購市場發揮最佳效益。在開設新採購辦事處不久的孟加拉，過去六個月業務飆升兩倍。關於自發展中國家進口歐洲的貨品實施普及優惠制（「GSP」）稅項對我們極為有利。我們會於二零一一年春天於中國中部及北部開設新採購辦事處。我們亦已與主要布廠及配飾供應商建立直接採購關係，現正直接與他們洽商。雖然在來年截至二零一一年六月三十日止年度採購市場面臨各種挑戰，例如原材料成本大幅上漲，工資上揚，各地的零售商均面對技術勞工短缺等，但憑著以上措施，我們有信心能夠至少將部分成本上升抵銷，從而我們能處於更強的位置為顧客帶來更高價值。



## (5)支援功能：建立最佳支援 以促進增長

為加強本公司的全球人力資源組織的技術及能力，新的全球人力資源主管於二零一零年十二月上任。其中一項措施是針對企業內職級最高的 100 名領導人員實施一項周詳的人力資源策略及人才管理項目。同時實施一套高透明度的業績掛鈎激勵制度。SAP/EPG 項目亦在實行中，並已在 EDC 女裝部運作，隨後 EDC 男裝部將實行新 SAP 系統，目前的預備工作正進行得如火如荼。

## (6)組織及架構：確保產品分部、區域及渠道之間緊密配合及在全球有效執行

為了達到成為真正的全球化公司及品牌的願景，本集團的銷售組織從二零一零年十一月起已由地區和地域性轉型為全球性和多渠道型。這轉型將可優化品牌及確保行之有效的多渠道概念在全球一致執行。集團已新設零售總監、全球零售營運總監及全球擴充主管以鞏固環球零售組織。新設的批發總監亦會於二零一一年五月上任。於最近十二個月內，有多名擁有豐富經驗的國際管理人才加入管理層，大大加強高級管理層的架構，進而捉緊已識別的全球增長機會。

### 中國擴張計劃的最新情況

我們的中國增長計劃是策略議程的其中一部分 – 策略性措施三，不過有鑑於中國對思捷長期策略的重要性，我們在這一節突顯中國的進展。

	截至二零一零年 十二月三十一日止六個月			截至二零零九年 十二月三十一日止六個月	
	營業額 百萬港元	佔總計百分比	按年增長	營業額 百萬港元	佔總計百分比
零售	847	59.8%	2.0%	830	61.8%
批發	570	40.2%	11.0%	513	38.2%
<b>總計*</b>	<b>1,417</b>	<b>100.0%</b>	<b>5.4%</b>	<b>1,343</b>	<b>100.0%</b>

\* 不包括髮廊

隨著收購前中國聯營公司餘下的51%權益，中國成為集團的新增長動力。順利完成整合階段後，我們改善了中國業務的銷售及盈利能力方面的表現，並正進入增長階段。我們亦正在實行詳細的擴展計劃。於本財政年度首六個月內，我們在遵行去年年底呈報的五年計劃。

中國的營業額以本地貨幣計算按年增長3.2%至1,429百萬港元，佔本集團截至二零一零年十二月三十一日止六個月營業額8.1%。中國的零售及批發營業額分別為847百萬港元及570百萬港元。批發營業額按年增長11%，零售可比較店舖銷售於截至二零一零年十二月三十一日止六個月回復到0.5%的正增長(零九／一零年財政年度下半年：-4.2%及零九／一零年財政年度上半年：-8.5%)。EBIT溢利率於截至二零一零年十二月三十一日止六個月上升5.0個百分點至19.7%。我們於中國的據點已由二零一零年六月三十日的169個城市擴大至二零一零年十二月三十一日的183個城市，銷售點總數則由二零一零年六月三十日的931個增加至二零一零年十二月三十一日的1,002個。

於二零一零年十二月三十一日，我們在中國的零售分銷渠道覆蓋 6 個城市。本財政年度上半年直接管理店舖增加了 11 間，於二零一零年十二月三十一日達到 299 間，其中 244 間為特約店。

我們亦透過特許經營方式進軍 14 個新城市，總覆蓋城市達 177 個，主要為 3 至 5 線城市。可控制面積批發銷售點數目增加 60 個至二零一零年十二月三十一日的 703 個，其中 77 個為獨立店舖。中國的可控制批發面積於截至二零一零年十二月三十一日止六個月增長 6.3%。

## 收入分析

本集團的營業額為177億港元（零九／一零年財政年度上半年：185億港元），按本地貨幣計算上升1.6%，乃受到第二季營業額大增5.9%(一零／一一年財政年度第一季:-2.6%)及來自中國的營業額貢獻所推動。

營業額在第二季恢復增長，主要受到批發營業額按本地貨幣計算增長 3.2%所帶動，而零售營業額的增長則因歐洲及北美洲在二零一零年十二月的惡劣天氣而放緩。

按照我們的長遠策略，由於營業額增長較高及綜合來自中國的貢獻，亞太區的營業額佔本集團營業額的比重增至 17%。北美洲的營業額佔本集團營業額的比重亦微升至約 4%。因此，歐洲的營業額佔本集團營業額的比重下降至 79%。

## 按國家劃分的營業額

國家 <sup>#</sup>	截至十二月三十一日止六個月					
	二零一零年		二零零九年		變幅百分比	
	百萬元	佔本集團營業額之百分比	百萬元	佔本集團營業額之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算
<b>歐洲</b>	<b>14,014</b>	<b>79.2%</b>	<b>15,705</b>	<b>85.0%</b>	<b>-10.8%</b>	<b>-3.3%</b>
德國 <sup>*##</sup>	7,496	42.4%	8,317	45.0%	-9.9%	-1.5%
比荷盧區域*	2,372	13.4%	2,741	14.8%	-13.4%	-5.3%
法國	1,347	7.6%	1,613	8.7%	-16.5%	-8.7%
北歐地區	784	4.4%	797	4.3%	-1.6%	2.5%
瑞士	770	4.4%	775	4.2%	-0.7%	-3.2%
奧地利	739	4.2%	833	4.5%	-11.2%	-2.9%
英國	208	1.2%	252	1.4%	-17.3%	-13.4%
西班牙	148	0.8%	165	0.9%	-10.5%	-2.4%
意大利	118	0.7%	174	1.0%	-32.3%	-26.2%
愛爾蘭	18	0.1%	19	0.1%	-2.8%	5.7%
葡萄牙	7	0.0%	16	0.1%	-52.8%	-48.1%
其他	7	0.0%	3	0.0%	n.a.	n.a.
<b>亞太區</b>	<b>3,022</b>	<b>17.1%</b>	<b>2,178</b>	<b>11.8%</b>	<b>38.8%</b>	<b>35.2%</b>
中國 <sup>**</sup>	1,429	8.1%	-	-	n.a.	n.a.
澳洲及新西蘭	495	2.8%	494	2.7%	0.3%	-7.7%
香港 <sup>**</sup>	304	1.7%	362	1.9%	-16.2%	-16.2%
澳門 <sup>###</sup>	299	1.7%	882	4.8%	-66.1%	-63.4%
新加坡	216	1.2%	200	1.1%	8.4%	1.4%
台灣	154	0.9%	134	0.7%	14.6%	9.0%
馬來西亞	125	0.7%	106	0.6%	17.6%	6.3%
<b>北美洲及其他</b>	<b>657</b>	<b>3.7%</b>	<b>592</b>	<b>3.2%</b>	<b>10.8%</b>	<b>8.1%</b>
美國*	334	1.9%	282	1.5%	18.2%	18.0%
加拿大	323	1.8%	310	1.7%	4.1%	-0.8%
<b>總計</b>	<b>17,693</b>	<b>100.0%</b>	<b>18,475</b>	<b>100.0%</b>	<b>-4.2%</b>	<b>1.6%</b>

n.a. 即不適用

# 國家包括零售店舖、特賣場、edc獨立店舖及電子商店

## 德國銷售包括向其他歐洲國家（主要為俄羅斯、波蘭、希臘、捷克共和國及斯洛文尼亞）的批發銷售

### 截至二零一零年十二月三十一日止六個月的澳門銷售包括向其他國家（主要為中東、泰國及印度）的批發銷售；截至二零零九年十二月三十一日止六個月的澳門銷售亦包括來自前中國聯營公司的批發銷售

\* 包括批授經營權

\*\* 包括髮廊

## 按產品劃分的營業額

產品分部	截至十二月三十一日止六個月					
	二零一零年		二零零九年		變幅百分比	
	百萬元	佔本集團營業額之百分比	百萬元	佔本集團營業額之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算
<b>casual</b>	<b>8,260</b>	<b>46.7%</b>	<b>8,939</b>	<b>48.4%</b>	<b>-7.6%</b>	<b>-2.4%</b>
casual 女裝	5,943	33.6%	6,515	35.3%	-8.8%	-3.5%
casual 男裝	2,317	13.1%	2,424	13.1%	-4.4%	0.8%
<b>edc</b>	<b>4,344</b>	<b>24.6%</b>	<b>4,378</b>	<b>23.7%</b>	<b>-0.8%</b>	<b>6.1%</b>
edc 女裝	3,137	17.7%	3,129	17.0%	0.2%	6.8%
edc 男裝	683	3.9%	704	3.8%	-2.9%	4.0%
edc 其他 <sup>^</sup>	524	3.0%	545	2.9%	-3.9%	4.9%
<b>collection</b>	<b>1,876</b>	<b>10.6%</b>	<b>1,716</b>	<b>9.3%</b>	<b>9.3%</b>	<b>15.4%</b>
collection 女裝	1,353	7.6%	1,277	6.9%	6.0%	12.0%
collection 男裝	523	3.0%	439	2.4%	19.2%	25.2%
<b>其他</b>	<b>3,213</b>	<b>18.1%</b>	<b>3,442</b>	<b>18.6%</b>	<b>-6.7%</b>	<b>-0.5%</b>
配飾	881	5.0%	919	5.0%	-4.2%	1.3%
童裝	497	2.8%	595	3.2%	-16.5%	-11.4%
鞋具	459	2.6%	473	2.6%	-2.9%	5.6%
bodywear	484	2.7%	464	2.5%	4.2%	12.3%
sports	285	1.6%	355	1.9%	-19.8%	-14.9%
de. corp	201	1.1%	193	1.0%	4.3%	12.2%
red earth	35	0.2%	7	0.0%	368.0%	359.0%
其他 <sup>*</sup>	371	2.1%	436	2.4%	-14.9%	-10.0%
<b>總計</b>	<b>17,693</b>	<b>100.0%</b>	<b>18,475</b>	<b>100.0%</b>	<b>-4.2%</b>	<b>1.6%</b>

<sup>^</sup> edc 其他包括 edc 童裝、edc 鞋具、edc 配飾及 edc bodywear

<sup>\*</sup> 其他包括髮廊、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、家居系列等

我們致力於加強產品獨特性正帶來成效。按本地貨幣計算，Edc 及 Collection 的營業額增長分別達至高於平均值的 6.1% 及 15.4%。此外，鞋具分部亦錄得按本地貨幣計算 5.6% 的穩健營業額增長。

## 按分銷渠道劃分之營業額

主要分銷渠道	截至十二月三十一日止六個月					
	二零一零年		二零零九年		變幅百分比	
	百萬元	佔本集團營業額之百分比	百萬元	佔本集團營業額之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算
<b>零售<sup>#</sup></b>	<b>9,955</b>	<b>56.3%</b>	<b>9,624</b>	<b>52.1%</b>	<b>3.4%</b>	<b>8.7%</b>
歐洲	7,315	41.3%	7,905	42.8%	-7.5%	0.3%
亞太區	2,149	12.2%	1,287	7.0%	67.0%	60.2%
北美洲	491	2.8%	432	2.3%	13.5%	10.8%
<b>批發</b>	<b>7,621</b>	<b>43.1%</b>	<b>8,738</b>	<b>47.3%</b>	<b>-12.8%</b>	<b>-6.2%</b>
歐洲	6,684	37.8%	7,783	42.1%	-14.1%	-6.9%
亞太區	849	4.8%	872	4.7%	-2.6%	-1.5%
北美洲及其他	88	0.5%	83	0.5%	6.6%	1.8%
<b>批授經營權及其他</b>	<b>117</b>	<b>0.6%</b>	<b>113</b>	<b>0.6%</b>	<b>3.8%</b>	<b>4.8%</b>
批授經營權	93	0.5%	92	0.5%	1.1%	2.6%
髮廊	24	0.1%	18	0.1%	29.8%	28.5%
其他	0	0.0%	3	0.0%	-83.4%	-83.6%
<b>總計</b>	<b>17,693</b>	<b>100.0%</b>	<b>18,475</b>	<b>100.0%</b>	<b>-4.2%</b>	<b>1.6%</b>

<sup>#</sup> 零售銷售包括來自有關國家電子商店的銷售

## 零售

零售營業額攀升至 9,955 百萬港元(零九／一零年財政年度上半年：9,624 百萬港元)，佔本集團營業額比重上升至 56.3% (零九／一零年財政年度上半年：52.1%)。零售營業額按本地貨幣計算上升 8.7%。可比較店舖銷售下降 1.5%。自二零一零年六月三十日起，零售銷售面積增加 2.3%至 394,676 平方米。若不計特殊店舖關閉，零售面積增長 3.1%。

零售銷售增長主要由於中國零售營業額的貢獻(佔零售營業額 8.5%)，以及零售面積增加所帶動。若不計中國，零售營業額按本地貨幣計算增長大致持平，而可比較店舖銷售則下降 1.6%。

撇除二零一零年十二月，可比較店舖銷售按年增長近乎持平。二零一零年十二月的惡劣天氣狀況對可比較店舖的人流造成打擊，尤其在歐洲及北美洲。因此，歐洲的零售營業額在第二季度的增長按本地貨幣計算放緩至-1.6%。縱使歐洲的零售營業額整體增長動力減慢，法國及北歐地區的零售營業額於截至二零一零年十二月三十一日止六個月內，按本地貨幣計算按年增長分別達致 6.8%及 13.0%，高於整體零售營業額的增長。在亞太區(中國除外)，零售營業額按本地貨幣計算下降 4.3%，主要由於香港的零售銷售面積按年下降 28.3%以及澳洲的利率上升削弱消費者信心。在北美洲，零售營業額增長受惠於零售銷售面積按年上升 20.4%。

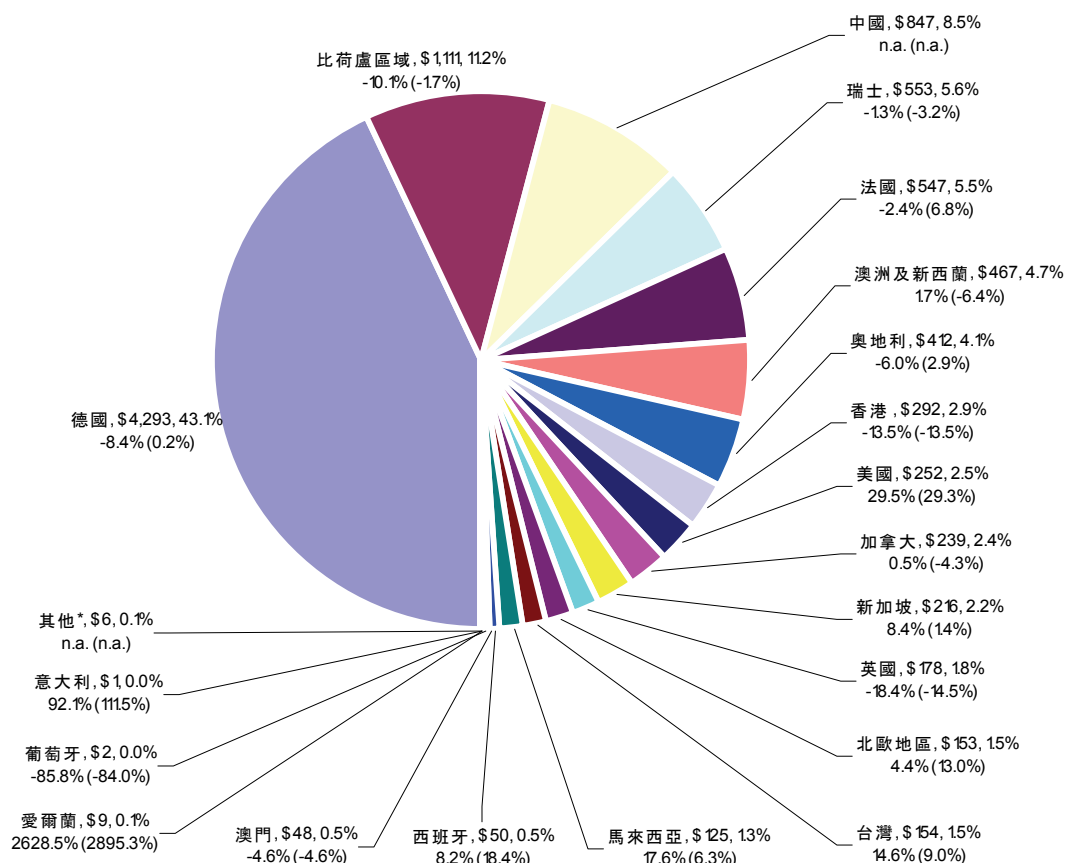
### 零售表現數據

	截至十二月三十一日止六個月		
	二零一零年	二零零九年	
	總計 不包括中國		
以本地貨幣計算的按年營業額增長	8.7%	0.1%	5.5%
分類未扣除利息及稅項前的溢利(EBIT)率	12.3%	12.3%	15.2%
Esprit 銷售點數目	1,154	855	829
Esprit 淨銷售面積 (平方米)	394,676	344,474	332,053
Esprit 銷售面積按年變幅	18.9%	3.7%	10.2%
Esprit 每間店舖的平均銷售面積* (平方米)	342	403	401
可比較店舖銷售額增長	-1.5%	-1.6%	-1.2%

\* 按二零一零年十二月三十一日及二零零九年十二月三十一日 Esprit 淨銷售面積除以銷售點數目計算

## 按國家劃分之零售營業額

零售營業總額：9,955 百萬港元



國家，百萬港元，佔零售營業額的百分比

按港元計算的增長百分比（按本地貨幣計算的增長百分比）

\* 其他零售營業額代表在捷克共和國、波蘭、斯洛伐克、匈牙利、斯洛文尼亞、拉脫維亞和希臘推出電子商店的零售營業額

n.a. 即不適用

截至二零一零年十二月三十一日止六個月，我們的零售業務擴張符預期，而中國以及於歐洲內的核心市場仍然是擴張的重點。而在增強我們的擴展力度的同時，我們更重視質量而非數量。本集團淨增加 31 直接管理零售店舖，包括開設 73 家新店、35 家於正常情況下關閉的店舖及 7 家包含在 33 家店舖關閉計劃中的特殊關閉店舖。在 7 家特殊店舖關閉中，5 家位於歐洲及 2 家位於亞太區。我們重點擴展北美洲特賣場業務方面已略有成績，現已開設 14 家新的特賣場。於二零一零年十二月三十一日，直接管理零售店舖的總數增至 1,154 家（二零一

零年六月三十日：1,123)。若不計關閉店舖計劃的影響，零售銷售面積由二零一零年六月三十日起增加 3.1%。新增面積包括於二零一零年九月中在法蘭克福重新開幕的最大旗艦店，其銷售面積為 3,600 平方米。在電子商務方面，我們於本財政年度上半年於拉脫維亞及斯洛文尼亞引入電子商店，電子商店服務所覆蓋的國家總數因而增至 26 個。

### 按國家劃分的直接管理店舖

國家			於二零一零年十二月三十一日		可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售額增長
	店舖數目	淨開設店舖*	淨銷售面積 平方米	淨銷售面積 變幅*		
<b>歐洲</b>	<b>419</b>	<b>-</b>	<b>244,322</b>	<b>0.4%</b>	<b>291</b>	<b>-1.7%</b>
德國**	173	-	125,895	2.3%	132	-0.7%
比荷盧區域	88	2	38,139	0.0%	58	-4.7%
法國	49	-	23,989	0.0%	39	-1.7%
瑞士	39	-	17,030	0.1%	30	-5.1%
英國	33	(1)	9,219	-11.4%	14	-4.6%
奧地利	15	1	15,226	3.7%	11	-3.0%
北歐地區	14	1	9,386	4.9%	6	12.7%
西班牙	6	(1)	4,913	-1.3%	1	8.7%
愛爾蘭	2	-	525	-6.6%	-	n.a.
葡萄牙	-	(2)	-	-100.0%	-	n.a.
<b>亞太區</b>	<b>640</b>	<b>18</b>	<b>115,532</b>	<b>3.3%</b>	<b>354</b>	<b>0.6%</b>
中國	299	11	50,202	3.7%	126	0.5%
澳洲	168	11	24,423	6.9%	106	-10.6%
台灣	88	(2)	8,382	0.3%	65	10.2%
馬來西亞	31	2	9,296	9.7%	23	4.7%
新加坡	21	(1)	9,195	2.2%	16	0.2%
香港	17	(3)	9,356	-7.3%	9	15.2%
新西蘭	13	-	3,004	0.0%	7	-5.9%
澳門	3	-	1,674	-1.6%	2	-1.7%
<b>北美洲</b>	<b>95</b>	<b>13</b>	<b>34,822</b>	<b>14.0%</b>	<b>66</b>	<b>-4.9%</b>
加拿大	52	4	17,766	8.4%	39	-7.4%
美國**	43	9	17,056	20.6%	27	-2.2%
<b>總計</b>	<b>1,154</b>	<b>31</b>	<b>394,676</b>	<b>2.3%</b>	<b>711</b>	<b>-1.5%</b>

\* 與二零一零年六月三十日比較的淨變幅

\*\* 所有歐洲電子商店顯示為 1 間德國可比較店舖，而美國電子商店顯示為 1 間美國可比較店舖

n.a. 即不適用



## 批發

批發營業額為 7,621 百萬港元（零九／一零年財政年度上半年：8,738 百萬港元），佔本集團營業額 43.1%（零九／一零年財政年度上半年：47.3%）。按本地貨幣計算，批發營業額按年下降 6.2%（一零／一一年財政年度第一季：-12.8%）或 5.7%（不包括中國）。於二零一零年十二月三十一日，可控制批發面積達 722,118 平方米。

與第一季相比，批發營業額的跌幅收窄，主要由於週期較短的訂單（如 Specials 及永不缺貨訂單）於第二季增長強勁所帶動。因此，按本地貨幣計算，第二季的批發營業額按年增加 3.2%。在歐洲，第二季的批發營業額按本地貨幣計算增長 1.8%。此為自二零零八年六月三十日以來，首次錄得正批發營業額增長。縱使歐洲的消費者開支依然疲弱，但第二季的批發銷售相當暢旺。

於歐洲及亞太區的新興市場錄得高於整體批發營業額增長。按本地貨幣計算，俄羅斯、波蘭、哥倫比亞、泰國、印度及中東的批發營業額分別按年增加 20.6%、13.2%、175.2%、70.2%、40.8%及 12.5%。由於新興市場的批發營業額增長強勁，按本地貨幣計算，亞太區（不包括中國）的批發營業額按年攀升 29.8%。

## 批發表現數據

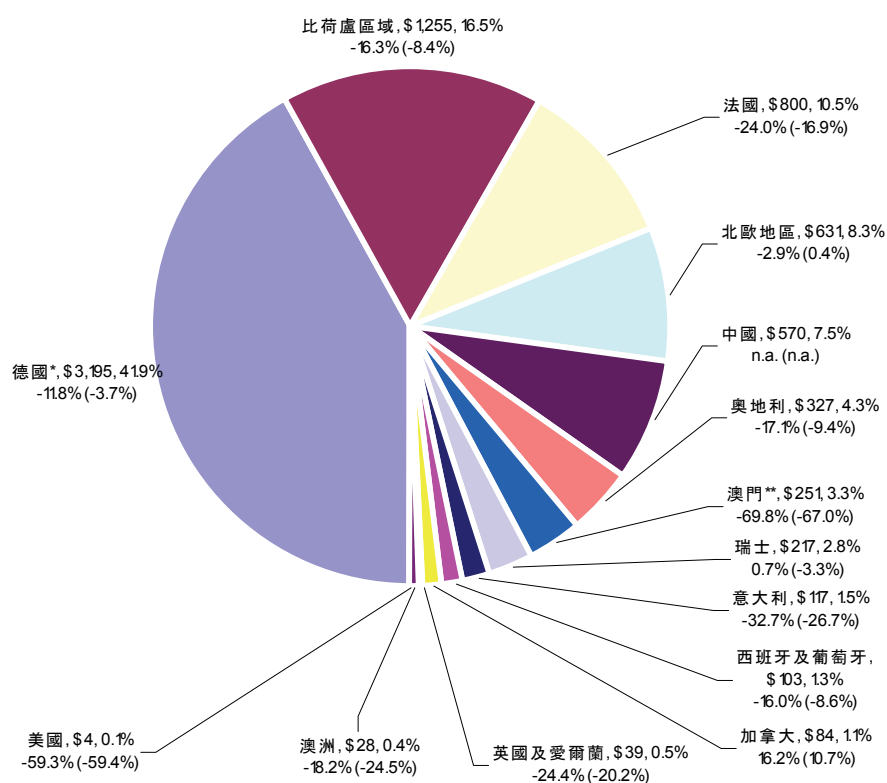
	截至十二月三十一日止六個月		
	二零一零年		二零零九年
	總計	不包括中國	
按本地貨幣計算的按年營業額增長	-6.2%	-5.7%	-15.4%
分類未扣除利息及稅項前的溢利(EBIT)率	26.9%	25.4%	25.3%
Esprit 可控制面積銷售點 <sup>^</sup>	12,056	11,353	13,034
Esprit 可控制面積 (平方米) <sup>^</sup>	722,118	636,221	765,756
Esprit 可控制面積按年變幅	-5.7%	-0.2%	1.4%
Esprit 每間可控制面積銷售點的平均銷售面積* (平方米)	60	56	59

\* 按二零一零年十二月三十一日及二零零九年十二月三十一日 Esprit 可控制面積除以 Esprit 可控制銷售點數目計算

<sup>^</sup> 透過就批發業務推出的 SAP 計劃，本集團已收窄不活躍賬戶的定義，以致重列批發銷售點及可控制面積

## 按國家劃分之批發營業額

批發營業總額：7,621 百萬港元



國家，百萬港元，佔批發營業額的百分比

按港元計算的增長百分比（按本地貨幣計算的增長百分比）

\* 德國批發銷售額包括向其他歐洲國家（主要為俄羅斯、波蘭、希臘、捷克共和國及斯洛文尼亞）作出的銷售

\*\* 澳門批發銷售額包括向其他國家（主要為中東、泰國及印度）作出的銷售；截至二零零九年十二月三十一日止六個月的澳門銷售亦包括來自前中國聯營公司的批發銷售

n.a. 即不適用

我們繼續透過專注專營店業務及優化零售專櫃和專營櫃位銷售點，以加強整體批發分銷渠道。於二零一零年十二月三十一日，批發銷售點數目下降至 12,056 個，包括開設 672 個及關閉 902 個批發銷售點。批發銷售點數目減少主要由於淨關閉 217 個歐洲專營櫃位。專營店數目增至 2,151 家，主要是因為於中國淨增加 60 家專營店，以及 118 個於泰國、印度、印尼、越南、中東及蒙古的零售專櫃被重新分類為專營店。透過收購前中國聯營公司餘下權益，先前被視為批

發面積之特約店面積重新分類為零售及專營店引致上述的重新分類。因此，上述 118 個零售專櫃於期內被重新分類為專營店與本集團其餘批發店舖的做法一致。批發可控制總面積由二零一零年六月三十日起大致持平，主要由於亞太區可控制批發面積增加 4.1%，被歐洲專營櫃位的淨關閉引致可控制批發面積輕微下跌所抵銷。

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）

於二零一零年十二月三十一日																
國家	專營店**				零售專櫃**				專營櫃位**				總計**			
	店舖 數目	銷售 面積 平方米	淨開設 店舖/ 重新分類*	淨銷售 面積 變幅*	店舖 數目	銷售 面積 平方米	淨開設 店舖/ 重新分類*	淨銷售 面積 變幅*	店舖 數目	銷售 面積 平方米	淨開設 店舖/ 重新分類*	淨銷售 面積 變幅*	店舖 數目	銷售 面積 平方米	淨開設 店舖/ 重新分類*	
<b>Esprit 歐洲<sup>#</sup></b>	<b>1,149</b>	<b>286,008</b>	<b>-</b>	<b>1.3%</b>	<b>4,943</b>	<b>196,365</b>	<b>(74)</b>	<b>-1.7%</b>	<b>4,827</b>	<b>109,311</b>	<b>(217)</b>	<b>-4.3%</b>	<b>10,919</b>	<b>591,684</b>	<b>(291)</b>	<b>-0.8%</b>
德國***	424	119,603	7	3.3%	3,785	157,393	(47)	-1.5%	2,700	53,357	(95)	-4.3%	6,909	330,353	(135)	-0.3%
比荷盧區域	175	51,754	-	0.1%	164	6,906	(2)	-0.5%	660	16,977	(82)	-9.2%	999	75,637	(84)	-2.2%
法國	222	37,352	(6)	-1.2%	403	10,541	(8)	-5.7%	381	10,646	(24)	-3.0%	1,006	58,539	(38)	-2.4%
北歐地區	125	36,906	1	2.8%	101	4,796	5	4.0%	580	14,644	22	3.3%	806	56,346	28	3.0%
奧地利	88	16,802	-	-1.8%	144	5,218	5	5.3%	186	4,399	(21)	-9.8%	418	26,419	(16)	-2.0%
意大利	44	9,120	(4)	-6.0%	34	1,617	3	6.7%	130	3,355	3	6.3%	208	14,092	2	-2.0%
瑞士	46	8,699	(2)	-5.7%	50	2,836	2	2.1%	76	1,578	(10)	-17.9%	172	13,113	(10)	-5.9%
西班牙	17	4,467	5	26.7%	216	5,395	(26)	-11.0%	11	193	(1)	-14.6%	244	10,055	(22)	2.5%
英國及愛爾蘭	8	1,305	(1)	-16.6%	46	1,663	(6)	-12.9%	103	4,162	(9)	-4.8%	157	7,130	(16)	-9.1%
<b>Esprit 亞太區</b>	<b>1,002</b>	<b>126,842</b>	<b>180</b>	<b>9.8%</b>	<b>135</b>	<b>3,592</b>	<b>(116)</b>	<b>-63.2%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(3)</b>	<b>-100.0%</b>	<b>1,137</b>	<b>130,434</b>	<b>61</b>	<b>4.1%</b>
中國	703	85,897	60	6.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	703	85,897	60	6.3%
中東	47	12,530	-	2.5%	-	-	(4)	-100.0%	-	-	-	-	47	12,530	(4)	-4.3%
印度	53	7,870	33	48.1%	-	-	(27)	-100.0%	-	-	-	-	53	7,870	6	15.9%
泰國	93	5,915	70	101.1%	-	-	(71)	-100.0%	-	-	-	-	93	5,915	(1)	3.4%
菲律賓	16	2,389	-	0.5%	-	-	-	-	-	-	-	-	16	2,389	-	0.5%
澳洲	-	-	-	-	55	1,938	(3)	-4.5%	-	-	-	-	55	1,938	(3)	-4.5%
其他	90	12,241	17	3.3%	80	1,654	(11)	-36.8%	-	-	(3)	-100.0%	170	13,895	3	-4.4%
<b>總計<sup>#</sup></b>	<b>2,151</b>	<b>412,850</b>	<b>180</b>	<b>3.8%</b>	<b>5,078</b>	<b>199,957</b>	<b>(190)</b>	<b>-4.5%</b>	<b>4,827</b>	<b>109,311</b>	<b>(220)</b>	<b>-4.3%</b>	<b>12,056</b>	<b>722,118</b>	<b>(230)</b>	<b>0.1%</b>

\* 與二零一零年六月三十日比較的淨變幅

\*\* 不包括 Red Earth 及髮廊

\*\*\* 德國可控制面積批發銷售點包括德國以外（主要為俄羅斯、波蘭、希臘、捷克共和國及克羅地亞）的可控制面積批發銷售點

# 歐洲的專營店、零售專櫃及專營櫃位的期初銷售點數目分別重列為 1,149 個、5,017 個及 5,044 個，而歐洲的專營店、零售專櫃及專營櫃位的期初批發可控制面積分別重列為 282,297 平方米、199,722 平方米及 114,166 平方米

因此，本集團的專營店、零售專櫃及專營櫃位期初數目分別重列為 1,971 個、5,268 個及 5,047 個，而本集團的專營店、零售專櫃及專營櫃位的期初批發可控制面積分別重列為 397,787 平方米、209,487 平方米及 114,226 平方米

透過就批發業務推出的 SAP 計劃，本集團已收窄不活躍賬戶的定義，以致重列批發銷售點及可控制面積

## 批授經營權

批授經營權營業額(主要為版權費)為 93 百萬港元(零九/一零年財政年度上半年：92 百萬港元)，以本地貨幣計算按年增長 2.6%。

於本財政年度上半年，我們致力完善三個批授經營權產品類別所提供的產品。於二零一零年十一月，Esprit home 舉行二零一一年系列的媒體預展，產品的主要風格為五個新生活主題 – Colour Splash、Bright Bazaar、Selected Nature、Modern Poetry 及 Sunny Blossom，以及推出兩個全新家居產品系列：Esprit 家居廚房及方塊地毯。上述五個 Esprit home 全新主題系列將於二零一一年在多個國際貿易展覽推介給業內人士。

Esprit 與訂造廚房的最大國際生產商之一，Alno 合作推出廚房產品系列 – Esprit home 廚房家具。Esprit home 廚房家具於二零一一年一月在科隆的「living kitchen」貿易展覽首次亮相。首個 Esprit home 廚房系列將於由二零一一年三月起，可於德國廚房零售商發現。

此外，通過與擁有悠久傳統及新穎創意的 Vorwerk Carpets 建立批授經營權合作關係，Esprit home 推出嶄新的自由組合方塊地毯系列，並由 Vorwerk 註冊專利。該等地毯有五種顏色及三種質料可供選擇，並於二零一一年一月開始發售。

Accessories' World 則繼續努力設計精緻配飾，以配合我們的主要產品系列。為了慶祝回歸 Esprit 歡樂及無憂無慮的時尚風格，我們將於二零一一年春季推出新香薰「Esprit Jeans Style」，並於二零一一年二月在超過 70 家 Esprit 店舖試售。我們會在店舖內及網上舉辦宣傳活動，甚至在電視上作推廣。此外，二零一一年 edc 及 Esprit collection 的全新手錶及首飾系列，已於二零一零年十月於我們在迪拜的手錶及首飾批授經營權夥伴 MYWA 的年度分銷商會議中展出。

Babies' and Kids' World 推出首本產品目錄，為準父母介紹 Esprit 嬰兒系列產品，由嬰兒服飾以至家具、牆紙、地毯、家居紡織品、玩具、嬰兒車及輕便袋應有盡有。上述產品目錄於二零一零年八月至十二月由助產士在產前課程中派發，亦在 Esprit 零售店內售賣孕婦服裝的地方可供取閱。此外，Esprit 亦推出多個全新產品系列，包括兒童牆紙系列、全新床單被套系列、全新「Route 68」嬰兒車系列及全新 Esprit 嬰兒系列「Classic Bear」及「Summer Love」。

## 盈利能力分析

毛利為 9,838 百萬港元(零九／一零年財政年度上半年: 10,098 百萬港元)。毛利率上升至 55.6% (零九／一零年財政年度上半年: 54.7%)，乃受惠於零售營業額比例較高及綜合中國業務所致。

經營開支為 7,203 百萬港元 (零九／一零年財政年度上半年: 6,731 百萬港元)。增加主要由於綜合中國經營開支。撇除中國，經營開支按年大致持平。

經營溢利為 2,635 百萬港元 (零九／一零年財政年度上半年: 3,367 百萬港元)，而本集團的經營溢利率為 14.9% (零九／一零年財政年度上半年: 18.2%)。本集團經營溢利率變動主要由於營業額組合持續轉移至零售方面，零售 EBIT 溢利率的下跌，而部分下跌被批發 EBIT 溢利率改善所抵銷。

批發 EBIT 溢利率為 26.9% (零九／一零年財政年度上半年: 25.3%)。批發 EBIT 溢利率上升主要因綜合中國業務所致，退貨減少及壞賬撥備減少都有正面影響。

零售 EBIT 溢利率為 12.3% (零九／一零年財政年度上半年: 15.2%)。零售 EBIT 溢利率下跌主要由於降價稍高及折扣和商品成本輕微上升，導致零售毛利率下降。可比較店舖銷售的負增長及較高廣告開支亦為導致零售毛利率下降的原因之一。撇除即將關閉店舖 (作為關閉店舖計劃的一部分)的虧損，零售 EBIT 溢利率為 13.4%。

除稅前溢利為 2,644 百萬港元 (零九／一零年財政年度上半年: 3,448 百萬港元)。

實際稅率減至 19.1% (零九／一零年財政年度上半年: 21.6%)，部分由於去年同期產生一次性過往年度撥備不足，而截至二零一零年十二月三十一日止六個月則有過往年度超額撥備撥回淨額。撇除一次性過往年度撥備不足及超額撥備撥回的影響，一零／一一年財政年度上半年的實際稅率將與零九／一零年財政年度上半年的實際稅率大致相同。

純利為 2,140 百萬港元 (零九／一零年財政年度上半年: 2,705 百萬港元)，而純利率為 12.1% (零九／一零年財政年度上半年: 14.6%)。

## 資產負債表回顧

### 流動資金及財務資源

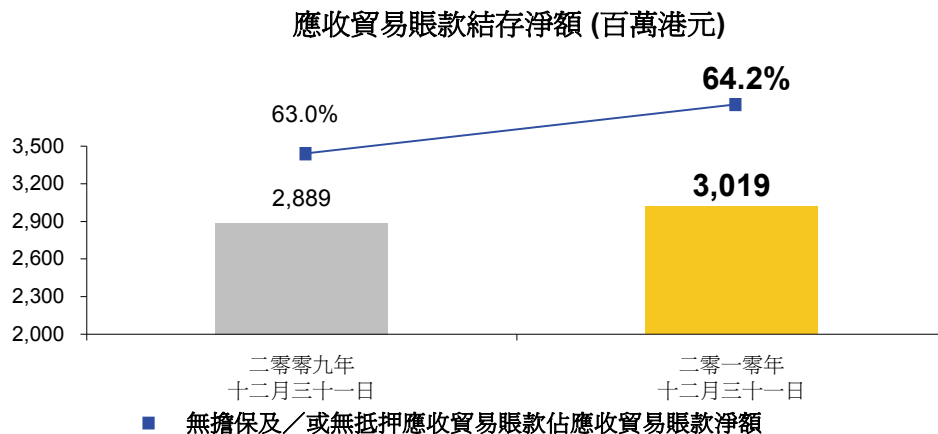
於二零一零年十二月三十一日，本集團的現金及銀行結存為 7,302 百萬港元（二零一零年六月三十日：6,748 百萬港元），而現金結存淨額為 4,702 百萬港元（二零一零年六月三十日：4,148 百萬港元）。於截至二零一零年十二月三十一日止六個月，本集團自經營業務產生現金流入淨額 1,854 百萬港元（零九／一零年財政年度上半年：3,768 百萬港元）。經營業務之現金流入淨額下降，部分由於歐元兌港元之平均匯率貶值、盈利能力下跌及營運資金上升所致。

百萬港元	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
於七月一日之現金及現金等值	6,748	4,840
經營業務之現金流入淨額	1,854	3,768
投資活動動用之現金淨額	(715)	(858)
收購聯營公司餘下權益之現金流出淨額	(150)	-
收購聯營公司餘下權益之已付按金	-	(388)
購買物業、廠房及設備	(590)	(743)
出售物業、廠房及設備所得款項	2	10
已收利息	23	18
已收聯營公司股息	-	245
融資活動(動用)/流入之現金淨額	(830)	61
發行股份所得之現金款額淨額	8	61
已付銀行貸款利息	(12)	-
已派股息	(826)	-
現金及現金等值之增加淨額	309	2,971
匯率變動之影響	245	52
於十二月三十一日之現金及現金等值	7,302	7,863
減：		
銀行貸款	2,600	-
淨現金	4,702	7,863

本集團資本開支為 590 百萬港元（零九／一零年財政年度上半年：743 百萬港元）。資訊科技項目投資達 241 百萬港元，大部分用於 SAP/ERP 項目。

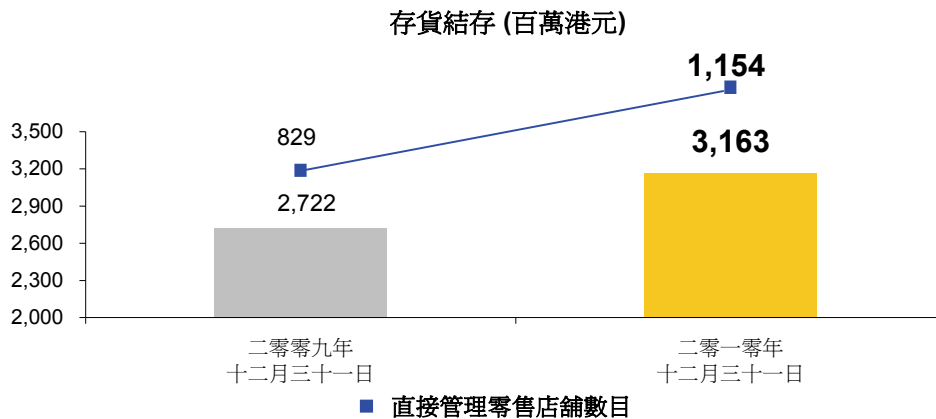
百萬港元	截至十二月三十一日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
新開店舖及店舖擴張	187	320
現有店舖	97	99
資訊科技項目	241	299
辦公室及其他	65	25
<b>購買物業、廠房及設備</b>	<b>590</b>	<b>743</b>

於二零一零年十二月三十一日，本集團的應收貿易賬款結存淨額為 3,019 百萬港元 (二零零九年十二月三十一日: 2,889 百萬港元)。部分的增加乃由於截至二零一零年十二月三十一日止第二季批發營業額增加所致。逾 90 日的應收貿易賬款淨額佔總應收貿易賬款淨額的百分比下降至 8.4% (二零零九年十二月三十一日: 9.0%)。無擔保及/或無抵押應收貿易賬款淨額佔應收貿易賬款淨額的百分比為 64.2% (二零零九年十二月三十一日: 63.0%)。



於二零一零年十二月三十一日，本集團的存貨結存為 3,163 百萬港元 (二零零九年十二月三十一日: 2,722 百萬港元)。部分增加乃由於綜合中國的存貨及直接管理零售店舖數目增加所致。於截至二零一零年十二月三十一日止六個月，存貨週轉日數為 63 日 (零九/一零年財政年度上半年: 60 日)。





於二零一零年十二月三十一日，本集團外部計息借貸總額為 26 億港元（二零一零年六月三十日：26 億港元），所得資金用以收購中國聯營公司餘下權益。本集團並無抵押任何資產作為透支或短期循環信貸的擔保。

### 業務的季節性波動

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

### 外匯風險管理

過去，本集團要求大部分亞洲供應商以歐元報價及結算。為盡量減少於亞洲生產供應至歐洲及北美洲的貨品採購成本而涉及的外匯風險，於本財政年度上半年起，本集團以部份產品分部作試點，要求部分亞洲供應商以美元報價及結算。此外，本集團與知名金融機構訂立外匯遠期合約，以對沖外匯風險。

### 展望

預期本財政年度下半年的資本開支總額為約 13 億港元。我們計劃投資約 600 百萬港元，用於開設新店舖及翻新現有店舖，預計開設一共約 70 間新直接管理店舖。於整個財政年度內，我們預期零售銷售面積將按年擴大 5% 至 10%。

儘管復甦跡象已呈現，然而我們的批發業務仍然受到於核心市場的審慎消費氣氛及開支所影響。因此，我們的批發客戶對發出訂單的態度依然保守。批發訂單持續改善，而二零一一年一月至五月期間錄得低單位數百分比的跌幅。

我們增加對提升系統及程序的投資，反映出我們對提供業內最佳支援的承諾。於本財政年度下半年，我們將投資逾250百萬港元於資訊科技項目，主要用於SAP／EPS項目，而逾260百萬港元則投放於歐洲的分銷中心。

原材料價格及勞工成本增加將對我們的銷售成本構成壓力。透過實施採購措施，我們有信心可於短期內至少將部分成本上升抵銷。

## 企業社會責任

Esprit 繼續回饋社會。SOS 兒童村與 Esprit 已建立長期的合作關係，專注為於村落新建家庭提供所需服務如教育、醫療護理及各種生活上的支援。為慶祝 SOS 兒童村開幕，Esprit 籌劃了 BIG BANG「敲響您的愛心」全球慈善活動，讓更多人認識該慈善計劃。榮獲奧斯卡提名的女星 Maggie Gyllenhaal 與丈夫 Peter Sarsgaard 擔任全球親善大使。顧客可蒞臨 Esprit 位於全球 11 家門市敲響愛心鼓聲，亦可透過網上參與響應。於二零一零年十一月，Esprit 已就該慈善活動捐款 50 萬歐元給予 SOS 兒童村。

## 中期股息

董事會已宣派截至二零一零年十二月三十一日止六個月之中期股息每股1.00港元（二零零九／二零一零年財政年度：0.74港元）。

此外，董事會已向股東提供一項選擇，可以繳足股款之新股份代替現金之方式收取中期股息。股息再投資價將根據緊接二零一一年三月七日前5個交易日本公司股份之平均收市價計算。有關以股代息再投資計劃之進一步詳情及選擇表格將約於二零一一年三月十一日寄發，而選擇期將由二零一一年三月十一日起至二零一一年三月二十五日止（包括首尾兩日）。

股息將約於二零一一年四月十二日派付予於二零一一年三月四日辦公時間結束時名列本公司股東名冊之股東（「股東」）。有關股息單及／或新股份之股票將約於二零一一年四月十二日寄發予股東。

以股代息再投資計劃須待香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）上市委員會批准根據以股代息再投資計劃將予發行之新股份上市及買賣後，方可作實。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零一一年三月七日至二零一一年三月八日（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，在此期間不會登記任何股份轉讓。

股東如欲符合資格獲派上述中期股息，最遲須於二零一一年三月四日下午四時正前，將所有過戶文件連同有關股票一併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，地址為香港灣仔皇后大道東 28 號金鐘匯中心 26 樓。

## 人力資源

於二零一零年十二月三十一日，本集團在全球合共僱用相等於逾14,500名全職僱員（二零零九年十二月三十一日：逾11,500名）。本集團會因應業務表現、市場慣例及市場競爭情況向僱員提供具競爭力之薪酬組合，以表彰彼等作出之貢獻。此外，本集團亦會根據本身及個別僱員之表現而授出購股權及發放酌情花紅。遍布世界各地之所有僱員均可透過本集團之季度快信及全球內聯網互相聯繫。

## 購買、出售或贖回本公司股份

於回顧期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何股份。

## 審核委員會

審核委員會現由五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原則及慣例，並與管理層討論審核、內部控制及財務報告事宜，包括審閱本集團截至二零一零年十二月三十一日止六個月之未經審核中期業績。

## 企業管治

本公司於截至二零一零年十二月三十一日止六個月期間一直遵守聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載之企業管治常規守則（「守則」）之守則條文，惟下列偏離者除外：

根據守則之守則條文第A.4.1條，非執行董事的委任應有指定任期，並須待重選連任。本公司非執行董事並無指定任期。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重選連任，而每名董事的實際平均任期為三年。

## 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」）所載規定標準的守則，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二零一零年十二月三十一日止六個月一直遵守標準守則之規定。

## 董事會主席變更及非執行董事辭任

董事會欣然宣佈，董事會之非執行主席及本公司之非執行董事 **Heinz Jürgen Krogner-Kornalik** 先生（「Krogner 先生」）因有意發展其他私人事務而提出辭呈，由二零一一年二月十一日起生效。

緊隨 Krogner 先生辭任，董事會一致推選 **Hans-Joachim Körber** 博士（「Körber 博士」）為 Krogner 先生之繼任人，自二零一一年二月十一日起擔任獨立非執行主席。Körber 博士自二零零八年五月起為本公司獨立非執行董事。直至二零零七年退休為止，Körber 博士曾為麥德龍公司（**Metro AG**）之前行政總裁多年。在他的領導下，麥德龍成為全球其中一間最大零售商。Körber 博士為國際商業社會著名的行政人員，並於財務及會計、管理、物流及資訊科技方面擁有豐富經驗，當中包括 23 年零售業務經驗。

Krogner 先生確認與董事會並無任何意見分歧，亦無任何與其辭任有關之事宜需要知會本公司股東。

董事會謹藉此機會對 Krogner 先生於任內對本公司之發展及成功作出之寶貴貢獻致以衷心感謝，以及祝賀 Körber 博士之委任。

## 董事會

於本公佈日期，本公司董事為：

執行董事：

Ronald VAN DER VIS先生(集團行政總裁)  
周福安先生(集團財務總裁)

非執行董事：

Heinz Jürgen KROGNER-KORNALIK先生  
(非執行主席)  
Jürgen Alfred Rudolf FRIEDRICH先生

獨立非執行董事：

鄭明訓先生(副主席)  
Alexander Reid HAMILTON先生  
柯清輝先生  
Hans-Joachim KÖRBER博士  
Francesco TRAPANI先生

承董事會命  
公司秘書  
蔡碧林

香港，二零一一年二月十日