

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)

### 截至二零一四年九月三十日止三個月 未經審核一四/一五年財政年度第一季度資料

#### 第一季度資料

思捷環球控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）提呈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一四年九月三十日止三個月之未經審核一四/一五年財政年度第一季度資料。本公佈乃根據證券及期貨條例（香港法例第571章）第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

#### 按產品分部劃分之營業額

產品分部	截至九月三十日止三個月					
	二零一四年		二零一三年		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>女裝</b>	<b>2,361</b>	<b>43.1%</b>	<b>2,785</b>	<b>42.5%</b>	<b>-15.2%</b>	<b>-15.0%</b>
casual女裝 <sup>^</sup>	1,576	28.8%	1,968	30.1%	-19.9%	-19.8%
collection女裝 <sup>^</sup>	643	11.7%	742	11.3%	-13.4%	-13.2%
trend	142	2.6%	75	1.1%	89.8%	90.2%
<b>男裝</b>	<b>763</b>	<b>13.9%</b>	<b>945</b>	<b>14.4%</b>	<b>-19.3%</b>	<b>-19.3%</b>
casual男裝 <sup>^</sup>	609	11.1%	752	11.5%	-19.0%	-19.0%
collection男裝 <sup>^</sup>	154	2.8%	193	2.9%	-20.5%	-20.4%
<b>其他*</b>	<b>1,052</b>	<b>19.2%</b>	<b>1,246</b>	<b>19.0%</b>	<b>-15.5%</b>	<b>-15.8%</b>
<b>Esprit 總計</b>	<b>4,176</b>	<b>76.2%</b>	<b>4,976</b>	<b>75.9%</b>	<b>-16.1%</b>	<b>-16.0%</b>
<b>edc</b>	<b>1,302</b>	<b>23.8%</b>	<b>1,576</b>	<b>24.1%</b>	<b>-17.4%</b>	<b>-17.1%</b>
<b>集團總計</b>	<b>5,478</b>	<b>100.0%</b>	<b>6,552</b>	<b>100.0%</b>	<b>-16.4%</b>	<b>-16.3%</b>

<sup>^</sup> 截至二零一四年九月三十日止三個月，denim的營業額已由其他被重新歸納於casual女裝及casual男裝。此外，sports的營業額已由其他被重新歸納於casual女裝。因此，比較數字已予重列

\* 其他包括鞋具、配飾、bodywear、童裝、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

## 按主要分銷渠道劃分之營業額

主要分銷渠道	截至九月三十日止三個月					
	二零一四年		二零一三年		營業額變幅百分比	
	百萬港元	佔本集團營業額之百分比	百萬港元	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 #</b>	<b>3,035</b>	<b>55.4%</b>	3,570	54.5%	-15.0%	-15.0%
德國	1,441	26.3%	1,728	26.4%	-16.6%	-16.3%
歐洲其他地區	971	17.7%	1,147	17.5%	-15.3%	-15.6%
亞太區	623	11.4%	695	10.6%	-10.4%	-10.5%
<b>批發</b>	<b>2,403</b>	<b>43.9%</b>	2,904	44.3%	-17.2%	-17.0%
德國	1,151	21.0%	1,287	19.6%	-10.5%	-10.2%
歐洲其他地區 *	1,169	21.4%	1,405	21.5%	-16.8%	-16.6%
亞太區	83	1.5%	212	3.2%	-61.0%	-60.9%
<b>批授經營權</b>	<b>40</b>	<b>0.7%</b>	45	0.7%	-11.1%	-10.9%
<b>其他</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	33	0.5%	-99.7%	-99.7%
<b>總計</b>	<b>5,478</b>	<b>100.0%</b>	6,552	100.0%	-16.4%	-16.3%

# 零售銷售額包括來自有關國家電子商店的銷售

\* 截至二零一四年九月三十日止三個月，向智利、哥倫比亞及中東作出的批發銷售由亞太區重新歸納至歐洲其他地區。因此，比較數字已予重列

## 按地區劃分之零售分銷渠道（直接管理零售店舖）

地區	於二零一四年九月三十日		與二零一三年十月一日比較		與二零一四年七月一日比較		於二零一四年九月三十日	
	店舖數目	淨銷售面積 (平方米)	店舖數目按年變幅	淨銷售面積按年變幅	店舖數目淨變幅	淨銷售面積淨變幅	可比較店舖數目*	可比較店舖銷售額增長
德國	154	123,869	(15)	-4.5%	(8)	-1.9%	118	-13.5%
歐洲其他地區	185	100,964	(29)	-6.1%	(3)	-1.8%	143	-12.6%
亞太區	545	99,035	(65)	-8.5%	(10)	-2.0%	326	-2.5%
<b>總計</b>	<b>884</b>	<b>323,868</b>	<b>(109)</b>	<b>-6.3%</b>	<b>(21)</b>	<b>-1.9%</b>	<b>587</b>	<b>-11.6%</b>

\* 所有歐洲（即是德國及歐洲其他地區）及中國電子商店分別顯示為一間德國可比較店舖及一間亞太區可比較店舖

## 按地區劃分之批發分銷渠道（僅可控制面積）

	於二零一四年 九月三十日		與二零一三年十月一日 比較		與二零一四年七月一日 比較	
	店舖數目	淨銷售面積 (平方米)	店舖數目 按年變幅	淨銷售面積 按年變幅	店舖數目 淨變幅	淨銷售面積 淨變幅
<b>專營店</b>	<b>1,308</b>	<b>263,812</b>	<b>(308)</b>	<b>-18.0%</b>	<b>(79)</b>	<b>-6.3%</b>
德國	285	73,151	6	6.3%	(6)	-0.3%
歐洲其他地區*	614	137,880	(123)	-21.5%	(26)	-7.3%
亞太區	409	52,781	(191)	-31.7%	(47)	-11.3%
<b>零售專櫃</b>	<b>4,054</b>	<b>148,549</b>	<b>(303)</b>	<b>-7.9%</b>	<b>(51)</b>	<b>-1.7%</b>
德國	3,028	116,558	(221)	-7.8%	(42)	-1.9%
歐洲其他地區*	1,026	31,991	(64)	-6.6%	(9)	-1.0%
亞太區	-	-	(18)	-100.0%	-	-
<b>專營櫃位</b>	<b>2,644</b>	<b>55,607</b>	<b>(400)</b>	<b>-13.9%</b>	<b>6</b>	<b>0.3%</b>
德國	1,485	27,470	(300)	-17.5%	(11)	0.1%
歐洲其他地區*	1,159	28,137	(100)	-10.1%	17	0.4%
亞太區	-	-	-	-	-	-
<b>總計</b>	<b>8,006</b>	<b>467,968</b>	<b>(1,011)</b>	<b>-14.5%</b>	<b>(124)</b>	<b>-4.2%</b>
德國	4,798	217,179	(515)	-5.0%	(59)	-1.1%
歐洲其他地區*	2,799	198,008	(287)	-17.9%	(18)	-5.3%
亞太區	409	52,781	(209)	-32.3%	(47)	-11.3%

\* 於二零一四年九月三十日，智利、哥倫比亞及中東可控制批發銷售點及面積由亞太區重新歸納至歐洲其他地區。因此，比較數字已予重列

## 按地理劃分之營業額

地區	截至九月三十日止三個月					
	二零一四年		二零一三年		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
德國	2,596	47.4%	3,018	46.0%	-14.0%	-13.7%
歐洲其他地區 <sup>#</sup>	2,143	39.1%	2,587	39.5%	-17.2%	-17.2%
亞太區	706	12.9%	909	13.9%	-22.3%	-22.4%
北美洲	33	0.6%	38	0.6%	-11.4%	-11.4%
<b>總計</b>	<b>5,478</b>	<b>100.0%</b>	<b>6,552</b>	<b>100.0%</b>	<b>-16.4%</b>	<b>-16.3%</b>

<sup>#</sup> 截至二零一四年九月三十日止三個月，向智利、哥倫比亞及中東作出的批發銷售由亞太區重新歸納至歐洲其他地區。因此，比較數字已予重列

## 截至二零一四年九月三十日止三個月（「一四/一五年財政年度第一季度」）概要

本集團於截至二零一四年九月三十日止季度與去年同期相比錄得按本地貨幣計算-16.3%的營業額下降。本季度銷售表現受以下因素的不利影響：

- **總可控制面積減少（零售和批發合計）**

誠如最近我們在一三/一四年財政年度全年業績報導，總可控制面積正在減少，主要是因為我們策略性決定關閉無盈利的零售店舖和整頓我們的批發客戶群，以改善銷售面積效益。這些措施為銷售渠道於將來重新建立更健康的平台是必要的，因此，新的一四/一五年財政年度伊始，分銷網絡已較為精簡（於一四/一五年財政年度第一季度內，零售淨銷售面積按年下降-6.3%及批發可控制面積按年下降-14.5%）。歐洲其他地區批發業務錄得相對較高的專營店可控制面積下降（按年下降-21.5%），主要是因為失去在俄羅斯之業務。於亞太區，其-32.3%的總可控制面積按年下降主要是由於一三/一四年財政年度面積減少的結果。

- **歐洲出現不尋常的和暖天氣**

歐洲大部分地區出現長時間的和暖天氣，對店舖人流造成十分顯著的影響，導致本季度秋/冬產品的銷售較預期為低。此情況在我們最大的市場德國更為明顯，當地行業整體銷售錄得按年下跌（根據 *Textilwirtschaft - Test Club* 報導）。

- **中國的特別退貨協議**

誠如本集團於一三/一四年財政年度全年業績披露，大型退貨協議對解決中國批發渠道長久以來面對的陳舊存貨問題是必要的。於一四/一五年財政年度第一季度，相關的退貨是導致亞太區批發營業額之跌幅（按本地貨幣計算-60.9%）高於相關可控制面積按年下降之幅度（-32.3%）的關鍵原因。該等特別退貨協議已於本季度內完結，故此於本財政年度餘下時間對本集團在中國的表現將不會有進一步的影響。

- **可供促銷的商品減少**

鑑於我們庫存水平正常化的措施取得成果，本季度可供促銷之商品數量較去年同期減少。雖然較少促銷商品數量會在短期內對營業額構成壓力，但降低以前的庫存水平是有必要，以改善我們的營運資金並逐步建立一個更健康的銷售組合，包括一個較大的正價零售銷售比例。

儘管一四/一五年財政年度第一季度之銷售表現負面，我們繼續於轉型階段的各個方面取得良好進展，尤其在以下幾個範疇：

### **新垂直業務模式獲得正面反應**

落實新垂直業務模式需要我們整個組織及批發伙伴在運作上作出改變，自二零一四年七月起完成的兩次訂購流程中，此新模式對訂單沒有產生任何可見的負面影響。更重要的是沒有任何批發夥伴因此改變而流失。事實上，我們已經取得批發夥伴對新的季節性時間表及於新業務模式下開發的產品之正面回響，該等產品是我們新的春/夏季系列，將大約於二零一五年一月起到達零售店舖。

### 簡化供應鏈管理的初步正面影響

我們繼續從速度及效率方面專注加強供應鏈管理，並開始於採購成本上看到正面影響，預期的減省正在實現並逐步優化。當達到減省的目標後，相關資源將被重新投入以改善產品質量和價格，有助改善盈利。

我們對於本財政年度內成功完成推出新垂直業務模式仍然有信心，從而為思捷環球帶來轉機，並為本公司未來增長奠定堅實基礎。

承董事會命  
公司秘書  
吳慧賢

香港，二零一四年十月三十日

於本公佈日期，董事會由：(i) 執行董事 *Jose Manuel Martínez Gutiérrez* 先生(集團行政總裁)及鄧永鏞先生(集團財務總裁)；(ii) 非執行董事 *Jürgen Alfred Rudolf Friedrich* 先生；及(iii) 獨立非執行董事柯清輝先生(主席)、鄭明訓先生(副主席)、*Alexander Reid Hamilton* 先生、李嘉士先生及 *Norbert Adolf Platt* 先生組成。