

二零一五年九月二十三日，香港

取得積極進展 儘管截至二零一五年六月三十日止之全年錄得虧損

從財務角度看，一四/一五財政年度是特別充滿挑戰的一年

- 營業額下降（按本地貨幣計算為-11.5%）主要是由於總可控制面積下降（-8.8%）及歐洲異常不利的市場發展所致
- 毛利率及經常性經營開支保持穩定
- 除利息及稅項前虧損（3,683百萬港元）是由於銷售額減少，及受過往兩年與業務收縮相關的2,965百萬港元非經常性撥備及減值加劇所致；此等撥備及減值主要為非現金項目
- 資產負債表穩健，淨現金達50億港元及無負債，有賴於審慎的現金管理及過往幾年在減少經營開支及營運資金方面所付諸的特別努力

從策略角度看，一四/一五財政年度是取得重大成就的一年

- 成功建立基礎（通過垂直模式提升產品表現及通過全方位渠道模式提升各個渠道表現）對我們復甦計劃極其重要
- 留意到首個「垂直」產品系列自二零一五年二月起令人鼓舞的銷售趨勢
 - 零售營業額跌幅不斷收窄
 - 可比較零售店舖銷售於二零一五年六月、七月及八月最近三個月（「最近三個月」¹）期間按年上升+4.1%
 - Esprit店舖於德國（我們最大的市場）的銷售於最近三個月中每月的表現亦優於整體市場表現
 - 增長由Esprit女裝分部帶動，該分部於最近三個月錄得按年最大零售銷售增長
 - 在垂直模式下引入的快速反應產品之營業額持續增加，其表現優於上架時間較長的产品

本公司正踏入我們策略方案中的“增長”階段

- 產品及渠道表現優異，以推動銷售效率提升（通過完成實施垂直及全方位渠道模式）
- 通過品牌營銷活動的支持以吸引新顧客及顧客流量到品牌
- 輔以擴張計劃去發展現有及新的市場
- 依靠成本結構去提高營業額的同時又提升盈利能力

¹ 二零一五年七月及八月數據是基於最新未經審核的管理資料

ESPRIT

思捷環球控股有限公司（「思捷環球」，「本公司」或「本集團」；股份編號：00330）今日公佈截至二零一五年六月三十日止十二個月（「一四/一五財政年度」）之全年業績。

一四/一五財政年度是特別充滿挑戰的一年，本集團的財務表現受到內外因素的不利影響。儘管如此，從策略角度而言，本年度亦是本集團取得重大成就的一年，由於我們已完成復甦計劃中最高及要求最高的階段。我們成功建立了垂直及全方位渠道模式的基礎，令我們能夠提升我們的產品並優化所有渠道（線上、線下、零售及批發）的銷售表現。目睹我們新的「垂直產品」初現正面的銷售趨勢令人鼓舞，這令我們有信心正沿著正途去重拾思捷環球的競爭優勢。我們帶著這份信心踏入策略計劃的「增長」階段。

財務表現

本集團一四/一五財政年度財務表現主要受下列因素的影響而導致營業額下跌（一四/一五財政年度：19,421 百萬港元；按本地貨幣計算下降-11.5%或按港元計算下降-19.8%）：

- i) 總可控制面積減少（按年-8.8%）；
- ii) 在整個 2014 年秋/冬季期間，歐洲出現的異常和暖的冬季對銷售和價格帶來壓力；
- iii) 下半年不利的市場發展情況持續（根據 TextilWirtschaft 發佈的數據，德國服裝市場在回顧財政年度的十二個月中有九個月錄得負增長）；
- iv) 我們產品系列在引入垂直產品之前表現疲弱；
- v) 不利的匯率變動，尤其是歐元大幅貶值（在一四/一五財政年度中兌港元平均匯率貶值-11.4%）對本集團本財政年度的財務表現造成重大影響。

毛利率（二零一五年：49.9%；二零一四年：50.2%）及經常性經營開支（10,413 百萬港元，按本地貨幣計算下降-1.2%或按港元計算下降-10.3%）與上年相若，但銷售減少令經營困窘並導致經營虧損。過往兩年與業務收縮相關的 2,965 百萬港元非經常性撥備及減值（在二零一五年五月發佈的盈警公告中有詳細描述）令虧損除利息及稅項前虧損達 3,683 百萬港元進一步加劇。此等撥備及減值大多為非現金會計調整項目，對本集團現金流及營運無重大影響。

受惠於本集團早前對現金的審慎管理付諸的努力，尤其是在過往兩個財政年度中減少經營開支及令營運資金回復正常水平，思捷環球保持無負債，淨現金於二零一五年六月三十日達 50 億港元。

談及本集團此次財務表現時，集團財務總裁鄧永鏞先生表示：「...雖然充滿挑戰的市場對我們的營業額造成了巨大影響，但我們的毛利率保持穩定，而且我們在日常營運的多項開支中均獲得了節省。我們於過往兩年中注重保留現金，財務狀況穩健，我們將藉此堅決執行這些策略，於不久的將來帶動銷售增長。」

引入我們新的「垂直模式」提升產品質素

本集團在一四/一五財政年度全力以赴實施策略性計劃中要求最高但也是最關鍵部份的工作，即「轉型」期的工作。在此階段，思捷環球引入了垂直整合業務模式（「垂直模式」）以提升我們產品開發及供應鏈流程的速度和效率，從而大幅改善我們產品的設計及性價比。具體而言，我們實施了下列工作：

- 簡化供應鏈管理（供應商從超過 350 家降至 230 家以下）
- 產品類別管理團隊（轉化了所有產品分部）
- 新營銷模式（統一集中採購及營銷）

ESPRIT

- 減少產品系列（產品款式選擇減少 30%至 40%）
- 按季節推出產品（十二個月產品系列變為四季產品系列）
- 快速反應產品開發（Trend 分部兩到三個月推出產品，其他分部快速反應機制亦已就位）
- 優化庫存管理（我們中央分銷中心等待補充額外庫存的能力）

更為重要的是，在二零一五年二月推出於垂直模式下開發的第一個二零一五年春夏季產品系列後，本集團留意到產品銷售表現逐步取得積極進展：

- 零售營業額的下降在一四/一五財政年度期間按季逐步收窄（第一季:-15.0%；第二季:-10.3%；第三季:-8.3%；第四季:-6.8%）；
- 可比較零售店舖銷售在二零一五年六月、七月及八月最近三個月期間（「最近三個月」²）按年錄得+4.1%的增長；
- 德國（我們的最大市場）的銷售表現在最近三個月中每月均優於市場總體表現-我們德國的實體正價零售店舖於最近三個月的銷售分別高於來源於 TextilWirtschaft 的可比較市場數據+6.3 個百分點、+10.1 個百分點、+12.7 個百分點。
- Esprit 女裝分部的零售銷售自二零一五年二月以來累積正增長，並在最近三個月按年錄得+5.3%的增長；及
- 在垂直模式下建立並用以開發快速反應產品的 Trend 分部（佔本集團營業額 2.6%）於一四/一五財政年度的營業額按本地貨幣計算上升+29.7%。

發展「全方位渠道模式」以改善銷售渠道效益

為優化垂直模式下具有競爭力的產品的銷售，思捷環球一直在開發一個以顧客為中心的全方位渠道模式以充份發揮我們所有銷售渠道（線下及線上、零售和批發）的協同表現。在這一方面，我們在一四/一五財政年度中不斷將解決方案帶入思捷環球（如組織、流程、科技、基礎設施、獎勵等）使圍繞以下兩個主要目標搭建的各項具體方案得以實施：

- i) **發展並優化提供給我們忠誠客戶「Esprit Friends」的服務** – 例如加強忠誠客戶計劃的特色和優惠令「Esprit Friends」計劃下的活躍成員增加+13%，扭轉往年下滑的趨勢；及
- ii) **充份整合所有銷售渠道的商業活動（線上及線下、零售及批發）以獲取最大影響力** – 例如通過獨有的獎勵機制充份將我們的特許批發夥伴整合至我們的「Esprit Friends」計劃、商業計劃及 esprit.com 電子商店業務（逾 70%的潛在夥伴已經簽署協議）。

這種以顧客為中心的全方位渠道模式發揮了思捷環球的一些主要競爭優勢，即：

- **我們忠誠的客戶群：**有五百萬 Esprit Friends 於過往十二個月中購買 Esprit 的產品；
- **我們一流的客戶關係管理解決方案：**Esprit Friends 計劃在二零一四年十一月被 Deutsches Institut für Service-Qualität 列為德國各行業中消費者最滿意的最佳的三個忠誠客戶計劃之一；
- **我們完善的電子商務平台：**在二零一五年五月被 ServiceValue 評為德國“2015 年最佳時尚網上商店”；及

² 二零一五年七月及八月數據來源於最新未經審核管理信息

ESPRIT

- 我們能營運多種渠道以優化各個市場覆蓋、分銷及服務的能力。

談及此次業績時，思捷環球行政總裁 Jose Manuel Martínez Gutiérrez 先生（「Martínez 先生」）表示：「… 雖然本人對業績未能達標感到遺憾，但本人深信由於上一財政年度我們成功完成了我們策略計劃中要求最高的階段的工作，並為我們的未來發展建立基礎。我們垂直及全方位渠道模式的根基現已植入於集團內，過往三個月（二零一五年六月、七月及八月）的零售表現令我們對我們的產品和銷售實力更具信心。帶著這份信心，我們正在踏入我們計劃的「增長」期。」

展望：品牌發展及擴充達致增長

於未來幾年，我們將專注於營業額的增長。我們預期會看到在產品和渠道營運提升的推動下我們可控制面積的效益（每平方米銷售）會有所提高。另外，我們計劃通過更密集的品牌營銷和擴張方面的努力給予支持，這也許在短期內將為我們的盈利帶來壓力。採取這些行動的時間及其影響將有顯著不同。

- **可控制面積效益得到增加：**在我們持續優化垂直及全方位渠道模式的效益的同時，我們希望看到產品及渠道營運的提升推動每平方米銷售情況的改善。這是我們近期的首要任務，也是我們在日常營運中重新取得正面業績的關鍵。
- **通過新的品牌營銷活動重獲顧客聯繫：**本集團將進一步加強品牌營銷方面的努力，重建思捷環球品牌及其新顧客之間的聯繫。這些活動將通過更為顯而易見及青春的方式發展品牌傳統，並傳遞令我們與眾不同的價值。市場營銷活動開始時將集中於思捷環球的核心市場，並隨後在其他地區展開。
- **進一步追尋擴張機遇：**按序恢復我們於主要策略性市場的位置。本集團計劃選擇性追尋於現有及新的市場的擴張機會，尤其是在思捷環球品牌知名度較高但目前市場滲透有限的歐洲國家市場。在亞太區，本集團將重點放在以中國為主要成長的市場。而全球其他具有潛在吸引力的服裝市場將在日後根據各自實際情況進行評估。

思捷環球主席柯清輝先生指出：「…在一四/一五財政年度中，本集團繼續專注於執行我們轉型計劃中最为複雜及關鍵階段的工作，並在艱難的營運環境下取得了良好進展。我們現在開始的成長階段並非不無挑戰，但依靠過往兩年打下的堅實基礎，集團上下都充滿希望和興奮。每一個成功之旅均需時日，我們相信我們正接近終點 - 即重拾本集團的長遠競爭力。」

- 完 -

思捷環球控股有限公司經審計綜合財務資料

(單位：百萬港元)

	截至二零一五年	截至二零一四年
	六月三十日止十二個月	六月三十日止十二個月
營業額	19,421	24,227
毛利	9,695	12,156
經營溢利/(虧損)	(3,683)	361
純利/(淨虧損)	(3,696)	210
淨現金	5,017	5,771
每股盈利(港元)/(虧損)	(1.90)	0.11
每股中期股息(港仙)	1.5	3.0
每股末期股息(港仙)	無	4

思捷環球聯絡：

香港

羅祖寧

電話： +852 2765 4356

電郵： joeling.law@esprit.com

德國

Mona Schmadl

電話： +49 2102 123 46176

電郵： mona.schmadl@esprit.com

媒體查詢，請聯絡：

亞洲：安達信顧問有限公司

楊靖俊

電話： +852 2861 3234

電郵： jonathan.yang@artemisassociates.com

歐洲：Hartmut Schultz Kommunikation GmbH

Hartmut Schultz

電話： +49 89 99 24 96 20

電郵： hs@schultz-kommunikation.de

關於思捷環球

Esprit成立於一九六八年，是源於美國加州精神，展現輕鬆、陽光生活特色的國際時裝品牌。Esprit創立了引領潮流的女裝、男裝及童裝系列，用料講究，注重細節。所有Esprit的產品都體現了本集團讓消費者「感到因美而自在」的不懈追求。本集團的「esprit de corps精神」反映了以積極和關懷的態度去擁抱生活，關愛社區、家庭及朋友的生活態度，亦即是隨意自在的加州風格－思捷的風格。

Esprit各產品系列在全球超過40個國家、約900間直接管理零售店舖和逾7,500個包括專營店及在百貨公司內等的批發銷售點有售。本集團以兩個品牌向市場推廣其產品，即Esprit品牌和edc品牌。思捷環球於一九九三年在香港聯合交易所上市，總部位於德國及香港。

ESPRIT

本檔所含資訊並不是公開發行之證券。此等資訊並不包含或構成在美國境內或向任何「美國人士」（定義見一九三三年美國證券法（經修訂，「證券法」）S 條例）出售證券的要約。本文件所述的證券並未且將不會根據證券法登記，亦不可在未根據證券法登記或根據證券法獲得豁免的情況下在美國境內提呈或出售。

前瞻性陳述

本新聞發佈載有前瞻性陳述。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，相信本文件所述的預測、信念、估計、預期及／或計劃乃真實，但是實際事件及／或結果可能相差甚遠。本集團不能向閣下保證該等現時的預測、信念、估計、預期及或計劃會最終證實是正確，閣下亦不應過份倚賴該等陳述。除香港聯合交易所有限公司證券上市規則或任何其他適用的法律及規例所規定外，本集團並無責任公開地更新或修訂載於本檔的前瞻性陳述不論由於新資料、未來事件或其他情況的緣故。本文檔中所載的所有前瞻性陳述已為該等警示性陳述清楚表明。