

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布的内容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公布全部或任何部份内容而產生或因倚賴該等内容而引致的任何損失承擔任何責任。

# GIORDANO

## 佐丹奴國際有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：709)

### 2015年第三季度未經審核業務資料

#### 2015年第三季度未經審核業務資料－摘要

- 截至2015年9月30日止季度之銷售額為12.40億港元，較去年同期減少3%。按固定匯率計算，銷售額增加2%。東南亞地區、台灣及澳洲等地之貨幣兌美元之匯率貶值，使集團以港元報告銷售額增長受壓，並導致該等市場成本上升。
- 本集團已於2015年上半年完成收購科威特及卡塔爾之加盟店業務。撇除該等交易，銷售下降4%，而按固定匯率計算，銷售額則上升1%。
- 季度品牌銷售額較去年同期持平。本季度可比較門市銷售額上升4%，主要由於中國大陸、香港及新加坡之業績有所改善。本集團之門市總數減少19間至2,359間，主要由於關閉位於中國大陸表現不佳的門市。
- 儘管海外貨幣疲弱，令採購成本增加，使毛利率下降1.4個百分點，本季度之毛利率仍由57.9%升0.1個百分點至58.0%，上半年則比去年同期下降1.4個百分點。
- 本季度毛利為7.19億港元，較去年同期下降3%。
- 於2015年9月30日之存貨日數為76日，較去年減少10日。存貨總額(包括於供應商及中國加盟店之存貨)較2014年12月31日上升2%，與2014年9月30日相比則持平。
- 本季度之自由現金流量為1.45億港元，按年上升71%。截至2015年9月30日止9個月之自由現金流量為5.02億港元，較去年同期增加48%。
- 本季度內，於派付中期股息2.04億港元後，現金及銀行結存淨額減少7,900萬港元至9.50億港元，較去年同期增長10%。
- 本集團審慎調控其門市組合，門市數目因而減少19間。於中國大陸的自營店減少了37間，其中九間門市轉為加盟店，反映出我們把業務的重點放於有盈利之店舖。我們的加盟店數目已是連續第二季度持續擴張，一改近年下降的趨勢。於中國大陸發展我們的加盟店網絡依然為本集團主要策略目標。

為向金融市場及佐丹奴國際有限公司(「本公司」)之現有股東及準投資者作出更完備之披露，以便彼等能進一步評估本公司及其附屬公司(「本集團」)之財務表現，本公司董事會公布本集團截至2015年9月30日止9個月之未經審核業務資料。本公布乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)第13.09條以及香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部內幕消息條文(按上市規則所定義)而作出。本公司之股東及準投資者在買賣本公司股份時務須審慎行事。

## 集團表現概覽

| (以百萬港元為單位)                               | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動         | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動         |
|--|---------------|---------------|------------|----------------------------|----------------------------|------------|
| 銷售額 <sup>1</sup>                         | 1,240         | 1,283         | (3%)       | 3,976                      | 3,955                      | 1%         |
| 全球品牌銷售額 <sup>2</sup>                     | 1,609         | 1,614         | 持平         | 5,167                      | 5,114                      | 1%         |
| 可比較門市銷售額 <sup>3</sup>                    | 4%            | (6%)          |            | 5%                         | (5%)                       |            |
| 毛利                                       | 719           | 743           | (3%)       | 2,285                      | 2,308                      | (1%)       |
| 毛利率                                      | 58.0%         | 57.9%         | 0.1個百分點    | 57.5%                      | 58.4%                      | (0.9個百分點)  |
| 從經營業務所得之自由現金流量<br>現金及銀行結存淨額 <sup>4</sup> | 145<br>950    | 85<br>863     | 71%<br>10% | 502<br>950                 | 339<br>863                 | 48%<br>10% |
| 存貨餘額 <sup>4</sup>                        | 472           | 522           | (10%)      | 472                        | 522                        | (10%)      |
| 存貨對成本之流轉比率(日數) <sup>5</sup>              | 76            | 86            | (10)       | 76                         | 86                         | (10)       |
| 門市數目 <sup>4</sup>                        | 2,359         | 2,479         | (120)      | 2,359                      | 2,479                      | (120)      |
| 期內門市數目變動淨額                               | (19)          | (74)          |            | (93)                       | (163)                      |            |

<sup>1</sup> 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 全球品牌銷售額指自營店(包括網上商店)、加盟店及由附屬公司及聯營公司/共同控制公司經營之店舖之零售總額(按固定匯率計算)。

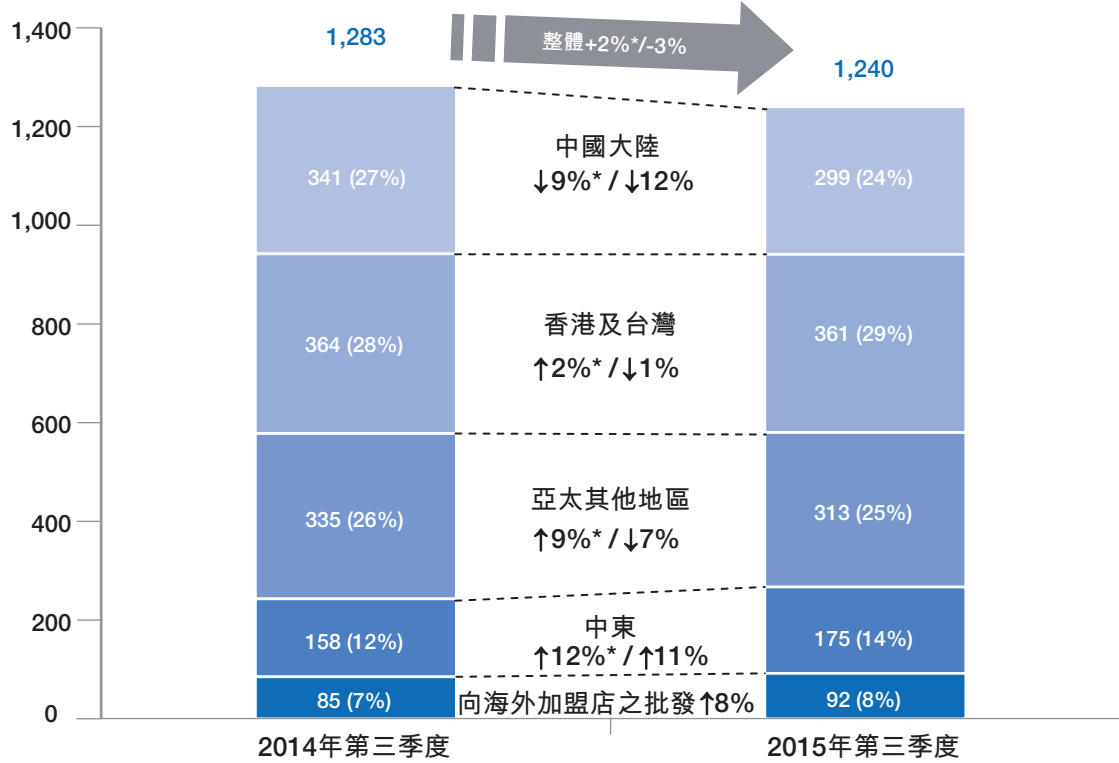
<sup>3</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市及網上商店之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>4</sup> 於期末。

<sup>5</sup> 期末所持存貨除以銷售成本乘以期內日數。

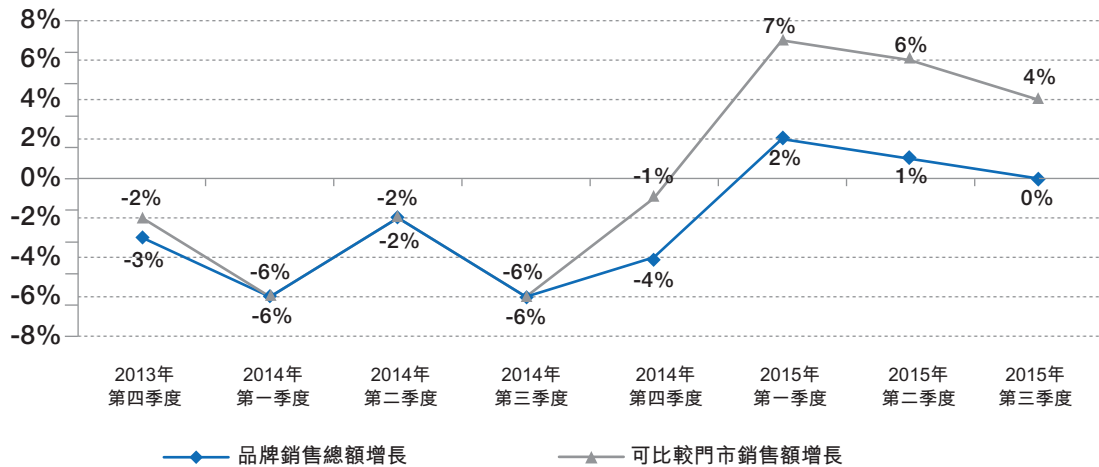
## 銷售額增長及貢獻

(百萬港元)

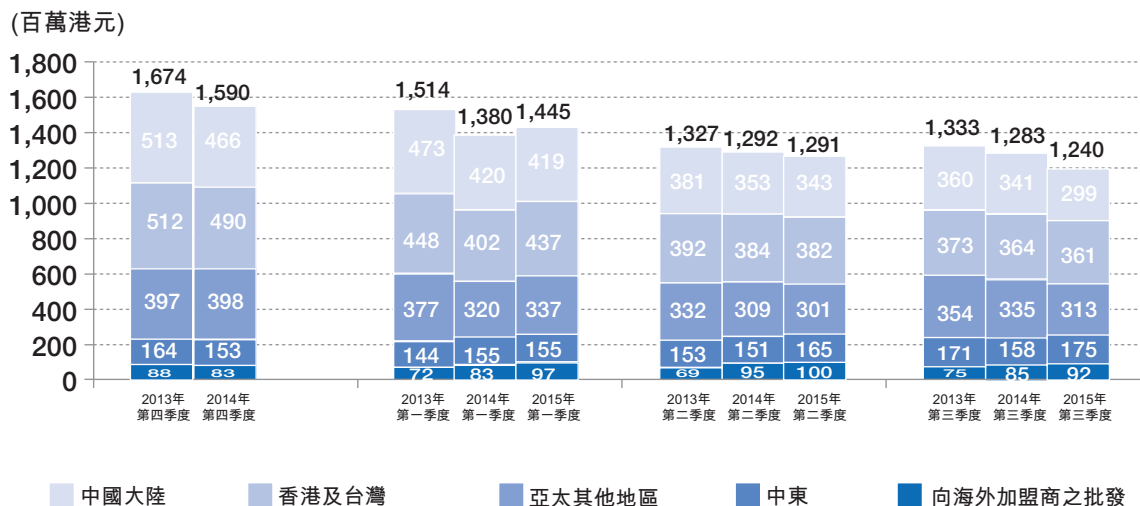


\* 銷售額增長 (撇除外匯影響)  
括號內為佔本集團銷售額之百分比

## 最近八個季度品牌銷售額增長



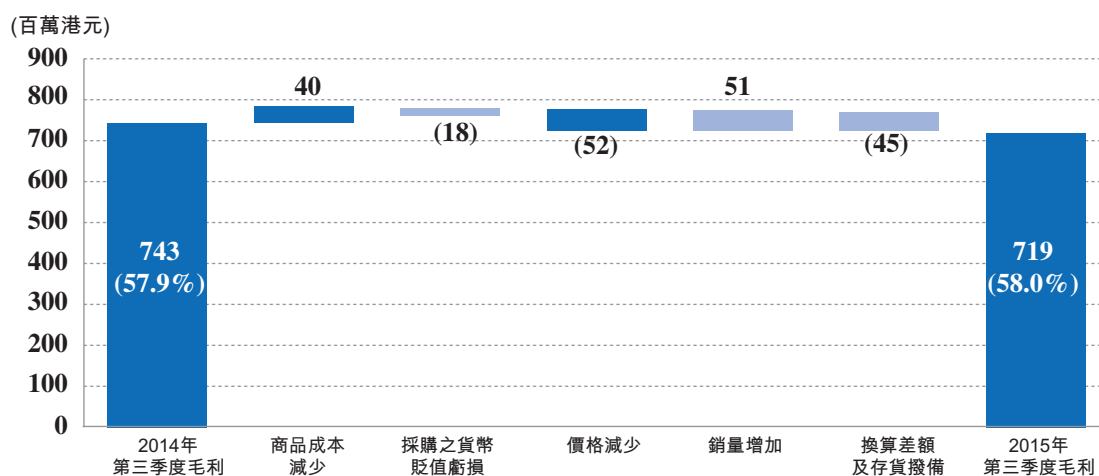
## 最近十一個季度銷售額



- 本集團銷售額按固定匯率計算與去年同期比較增加2%。當換算成港元，本集團於2015年第三季度之銷售額則由去年同期之12.83億港元減少3%至12.40億港元。
- 品牌銷售額(按固定匯率計算之總銷售額)與去年同期相若。可比較門市銷售額增長4%。
- 本集團在各區之銷售表現各異，如下：
  - 在中國大陸，銷售額下跌12%而可比較門市銷售額增加4%。門市數目減少90間，同比減少9%，當中88間為自營店，於第三季度我們減少了37間自營店以撤離表現欠佳之銷售點，其中九間轉讓予加盟店合作夥伴。中國大陸之經濟增長仍然緩慢，市場環境尤為挑戰重重。關閉店舖是為了應對過去幾年間的經濟下滑，而管理層相信大部份表現欠佳之店舖已妥善處理。至2016年底此問題將正常化。
  - 香港銷售額比去年同期增長4%，可比較門市銷售額上升12%。
  - 東南亞之銷售額下跌7%，反映當地貨幣疲弱之影響；當地貨幣兌港元之匯率於過去12個月平均下跌16%。但按固定匯率計算，本季度銷售額則增長9%，可比較門市銷售額則增長8%，可見銷售額與去年相比已出現強勢復甦，特別是新加坡及泰國。
  - 中東之銷售額攀升11%，阿拉伯聯合酋長國的銷售額增長強勁。完成收購科威特及卡塔爾之加盟店亦為銷售額增長帶來貢獻，若撇除該等收購，則中東銷售額之升幅為3%。

## 毛利

### 毛利對比



括號內為毛利率

- 本集團2015年第三季度之毛利率輕微增長0.1個百分點至58.0%，而本集團之毛利相比2014年第三季度之7.43億港元減少2,400萬港元至7.19億港元，下降3%。按固定匯率計算，毛利較去年同期增加3%。
- 平均產品成本下降3%，所節省成本當中，6%來自產品組合之變更及相關成本，當中3%因當地貨幣貶值而引起之成本上漲而被抵銷。成本上漲乃由於當地貨幣兌美元較為疲弱，令毛利率減少1.4個百分點。
- 平均售價下降3%，已調高價格以彌補匯率貶值，惟因產品組合中換入銷量較高的產品而被抵銷。
- 銷量上升6%，特別於香港及東南亞，此乃我們更重視基本產品，以及精簡產品系列之結果。
- 佐丹奴品牌中，74%銷售額來自男裝，品牌銷售額減少4%，而可比較門市銷售額則持平。佐丹奴女裝銷售額佔佐丹奴品牌銷售額的26%，較去年上升兩個百分點。由於我們正發展新功能性產品及清除舊存貨，品牌銷售額之增長為6%，而可比較門市銷售額則上升11%。
- 現時，我們於中國大陸及泰國擁有46個獨立女裝專櫃，本季度之可比較門市銷售額增長為3%。此等專櫃具有盈利能力，我們正研究於未來擴充此渠道。

## 中國大陸

| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動      | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|-----------------------|---------------|---------------|---------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 299           | 341           | (12%)   | 1,061                      | 1,114                      | (5%)      |
| 自營店零售額                | 200           | 234           | (15%)   | 763                        | 808                        | (6%)      |
| 向加盟店之批發               | 99            | 107           | (7%)    | 298                        | 306                        | (3%)      |
| 品牌銷售總額 <sup>2</sup>   | 337           | 375           | (10%)   | 1,262                      | 1,309                      | (4%)      |
| 自營店                   | 204           | 230           | (11%)   | 763                        | 799                        | (5%)      |
| 加盟店                   | 133           | 145           | (8%)    | 499                        | 510                        | (2%)      |
| 可比較門市銷售額 <sup>3</sup> | 4%            | 1%            |         | 9%                         | (3%)                       |           |
| 毛利                    | 161           | 180           | (11%)   | 562                        | 607                        | (7%)      |
| 毛利率                   | 53.8%         | 52.8%         | 1.0個百分點 | 53.0%                      | 54.5%                      | (1.5個百分點) |
| 門市數目 <sup>4</sup>     | 913           | 1,003         | (90)    | 913                        | 1,003                      | (90)      |
| 自營店                   | 398           | 486           | (88)    | 398                        | 486                        | (88)      |
| 加盟店                   | 515           | 517           | (2)     | 515                        | 517                        | (2)       |
| 期內門市數目變動淨額            | (15)          | (63)          |         | (48)                       | (158)                      |           |
| 自營店                   | (37)          | (17)          |         | (74)                       | (46)                       |           |
| 加盟店                   | 22            | (46)          |         | 26                         | (112)                      |           |

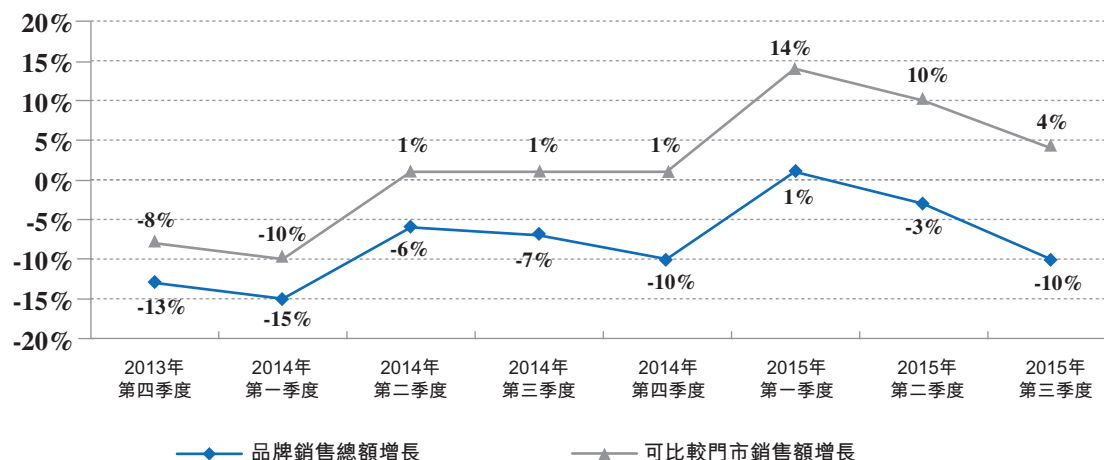
<sup>1</sup> 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 品牌銷售總額指自營店(包括網上商店)及加盟店之零售總額(按固定匯率計算)。

<sup>3</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市及網上商店之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>4</sup> 於期末。

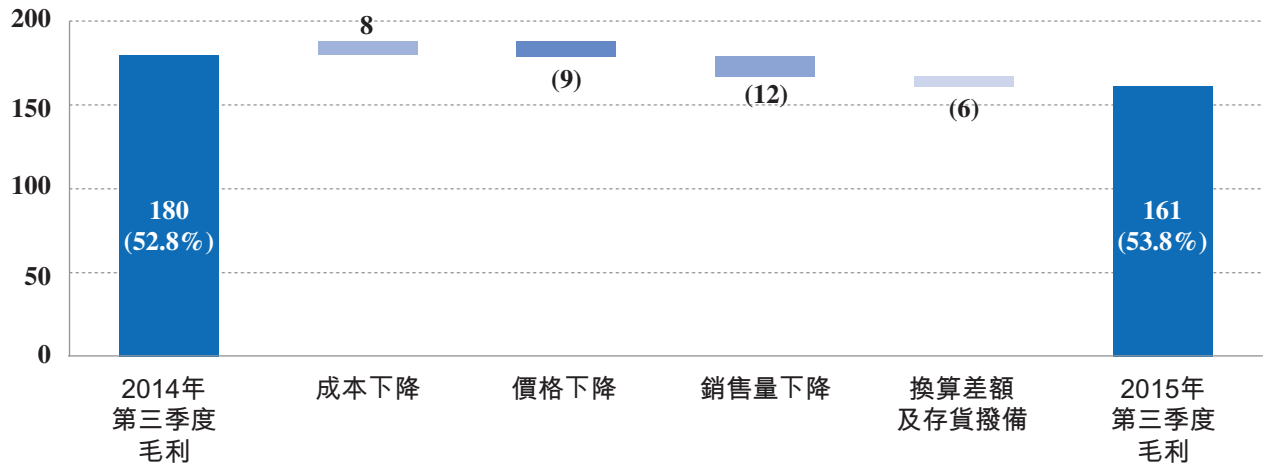
### 最近八個季度中國大陸品牌銷售額增長



- 中國大陸於第三季度之銷售額對比去年同期下跌12%。按固定匯率計算，銷售額則按年下跌9%。
- 於中國大陸的品牌銷售額(按固定匯率計算之總銷售額)於本季度下降10%，但可比較門市銷售額的增長則為4%。
  - 過去十二個月，我們於中國大陸淨關閉了90間門市，其中88間為自營店，2間為加盟店。減少自營店數目是為了持續實行關閉表現欠佳門市之策略，這對盈利有正面影響。
  - 季度內，我們的加盟店淨開設22間門市，反映對此銷售渠道信心增強，本年度首九個月，加盟店的可比較門市銷售額為正增長8%，毛利亦有見改善，增加0.9個百分點。
  - 新廉價品牌Beau Monde正處於發展階段。於本期末，我們已有14間門市，並預期將於年末增加至25間。由於我們正為此新品牌改善商品，我們預計將於2015年第四季或2016年第一季達至收支平衡，使我們得以於2016年加快建立品牌。
  - 由於我們正撤離表現欠佳之門市及較差位置，並投資為門市升級，為品牌重新定位，預計過往兩年的門市組合中三分之二的門市將於12月完成升級。於第三季度，我們已升級/開設39間自營店及51間加盟店。於2015年末，預計年度內升級/開設之門市共200間，而2014年則為397間。

## 毛利對比－中國大陸

(百萬港元)



括號內為毛利率

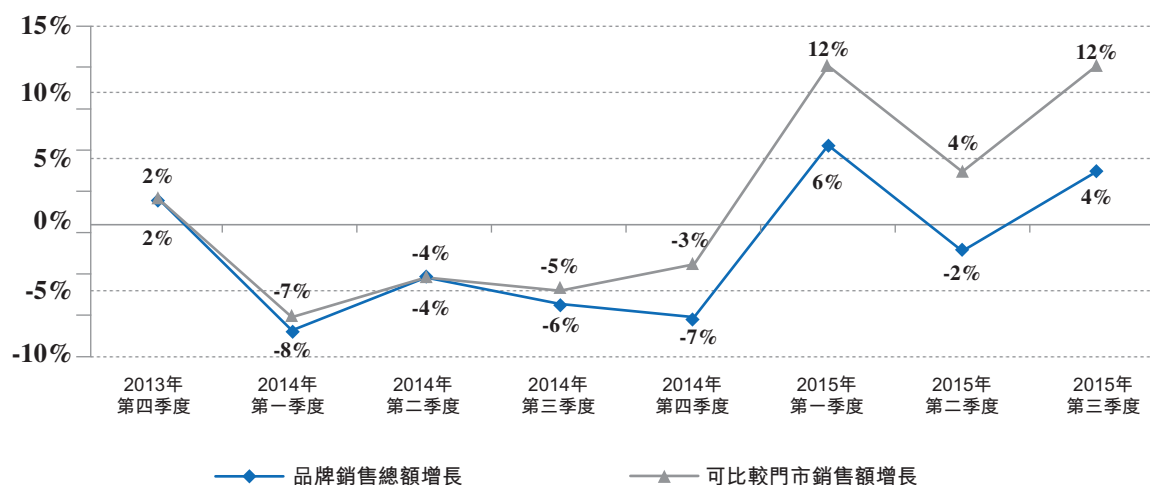
- 中國大陸之毛利減少11%，但毛利率增長1.0個百分點至53.8%。按固定匯率計算，毛利按年下降8%。
- 毛利率增長1.0個百分點，主要由於平均成本下降5%，平均價格下降3%，此乃因同類商品成本下降以及在產品組合中有較多低價位產品。另外由於門店關閉，銷量下跌7%。



## 香港及澳門

| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動        | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|-----------------------|---------------|---------------|-----------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 225           | 217           | 4%        | 704                        | 687                        | 2%        |
| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | 12%           | (5%)          |           | 11%                        | (6%)                       |           |
| 毛利                    | 148           | 146           | 1%        | 469                        | 466                        | 1%        |
| 毛利率                   | 65.8%         | 67.3%         | (1.5個百分點) | 66.6%                      | 67.8%                      | (1.2個百分點) |
| 門市數目 <sup>3</sup>     | 70            | 79            | (9)       | 70                         | 79                         | (9)       |
| 期內門市數目變動淨額            | (4)           | (4)           |           | (9)                        | (9)                        |           |

最近八個季度香港及澳門品牌銷售額增長



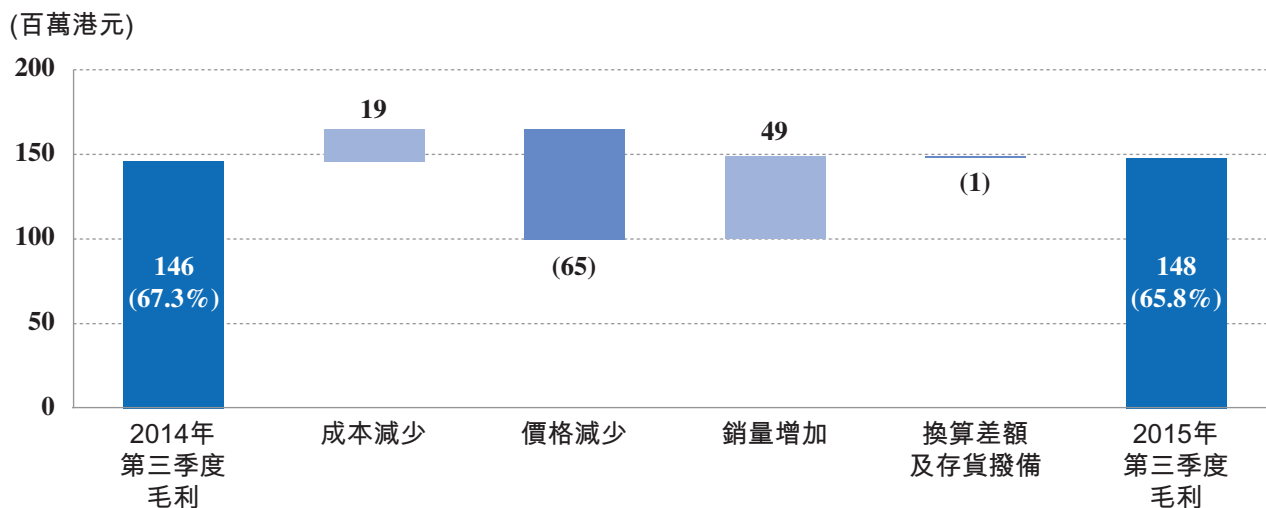
- 香港及澳門之銷售額於第三季度較去年同期上升4%，可比較門市銷售額則增長12%，部份受過去12個月內淨關閉九間門店之影響所抵銷。
- 面對香港零售市場的激烈競爭，內地來港旅客人數減少，其購物習慣亦見轉變，我們為商品系列重新定位，更集中於基本必需品，以致銷量較去年同期有強勁增長。

<sup>1</sup> 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>3</sup> 於期末。

## 毛利對比 – 香港及澳門



括號內為毛利率

- 香港及澳門之毛利較去年同期增加1%，但毛利率下降1.5個百分點。
- 由於日常性、功能性產品的銷售額增加，以及較高價位、以市場推廣活動為推動力之貨品的銷售額減少，使平均售價下降22%，平均成本亦下降20%，銷量則同比增長34%。

## 台灣

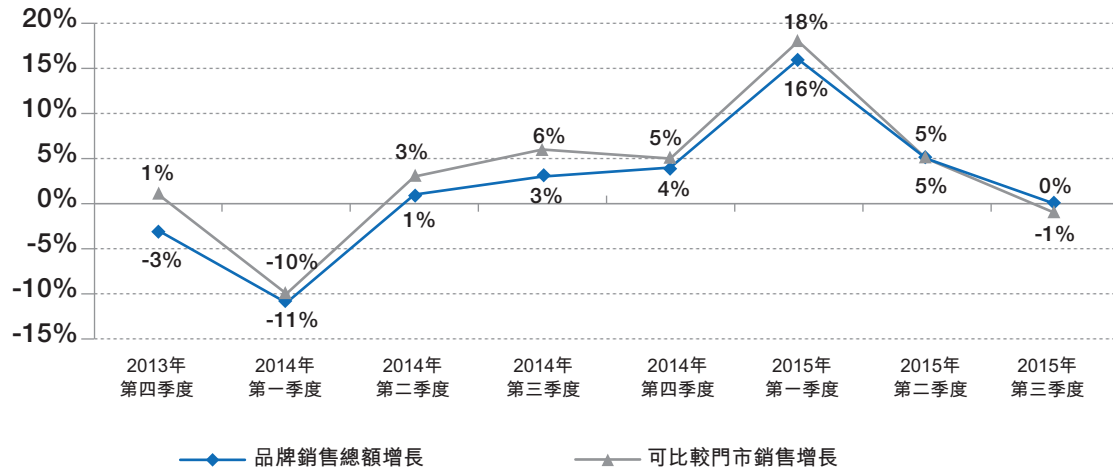
| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動      | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動      |
|-----------------------|---------------|---------------|---------|----------------------------|----------------------------|---------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 136           | 147           | (7%)    | 476                        | 463                        | 3%      |
| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | (1%)          | 6%            |         | 8%                         | (1%)                       |         |
| 毛利                    | 80            | 86            | (7%)    | 279                        | 271                        | 3%      |
| 毛利率                   | 58.8%         | 58.5%         | 0.3個百分點 | 58.6%                      | 58.5%                      | 0.1個百分點 |
| 門市數目 <sup>3</sup>     | 199           | 195           | 4       | 199                        | 195                        | 4       |
| 期內門市數目變動淨額            | (2)           | (4)           |         |                            | (6)                        |         |

<sup>1</sup> 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

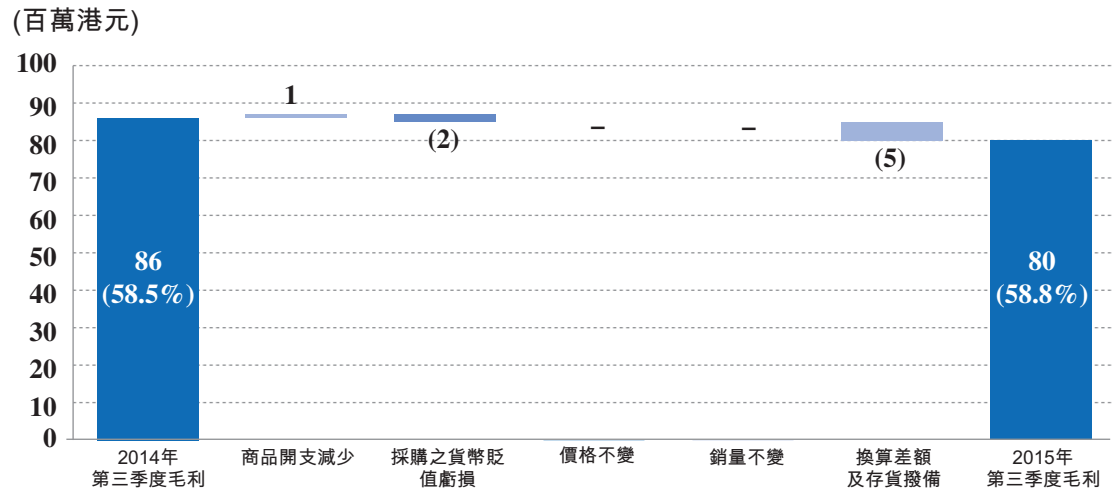
<sup>3</sup> 於期末。

### 最近八個季度台灣品牌銷售額增長



- 台灣於第三季度按固定匯率計算，銷售額持平，若換算成港元之銷售額則較去年同期下降7%。可比較門市銷售額微跌1%。
- 本季度內，一系列因素影響台灣之銷售額增長：
  - 台灣經濟繼續惡化，政府預測本年度經濟增長將明顯放緩，消費需求亦因此降低。
  - 於第三季度內有七個周末明顯受暴雨及颱風影響，去年同期則僅有四次同類情況。

### 毛利對比－台灣



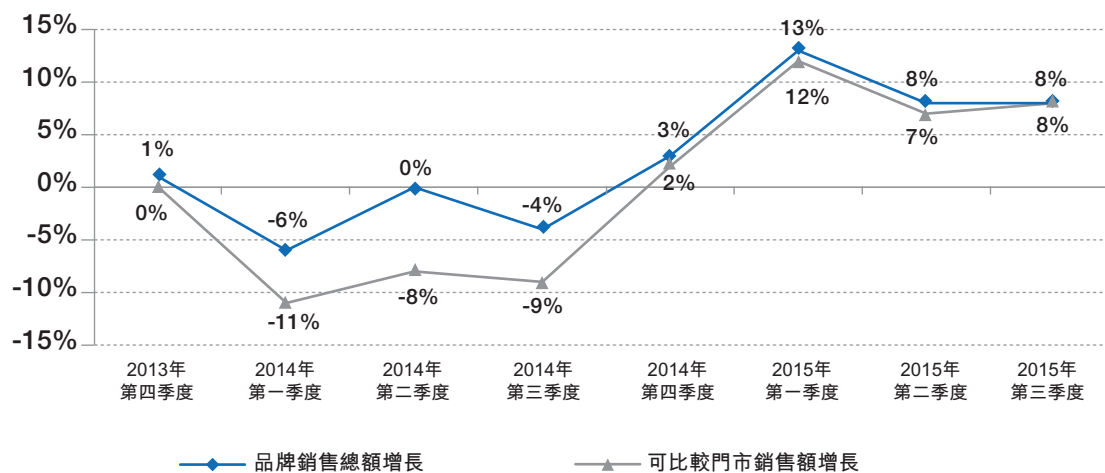
括號內為毛利率

- 由於當地貨幣貶值以致增加的成本被商品成本降低而抵銷。對比去年，產品組合維持穩定，平均售價並未有變動。

## 亞太其他地區

| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動        | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|-----------------------|---------------|---------------|-----------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 313           | 335           | (7%)      | 951                        | 964                        | (1%)      |
| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | 8%            | (9%)          |           | 9%                         | (9%)                       |           |
| 毛利                    | 185           | 201           | (8%)      | 567                        | 589                        | (4%)      |
| 毛利率                   | 59.1%         | 60.0%         | (0.9個百分點) | 59.6%                      | 61.1%                      | (1.5個百分點) |
| 門市數目 <sup>3</sup>     | 559           | 561           | (2)       | 559                        | 561                        | (2)       |
| 期內門市數目變動淨額            | -             | 6             |           | (9)                        | 13                         |           |

最近八個季度亞太其他地區品牌銷售額增長



- 按固定匯率計算，東南亞之銷售額增長9%，若換算成港元之銷售額則較去年同期下降7%。可比較門市銷售額增長8%。印尼森林大火的濃煙影響了印尼、新加坡及馬來西亞的9月份銷售額。
- 由於我們改善了採購及店舖經營，新加坡從2014年的低迷表現復甦，尤其是響應新加坡50週年慶典的當地採購產品使銷量上升，使可比較門市銷售額增長19%。

<sup>1</sup> 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

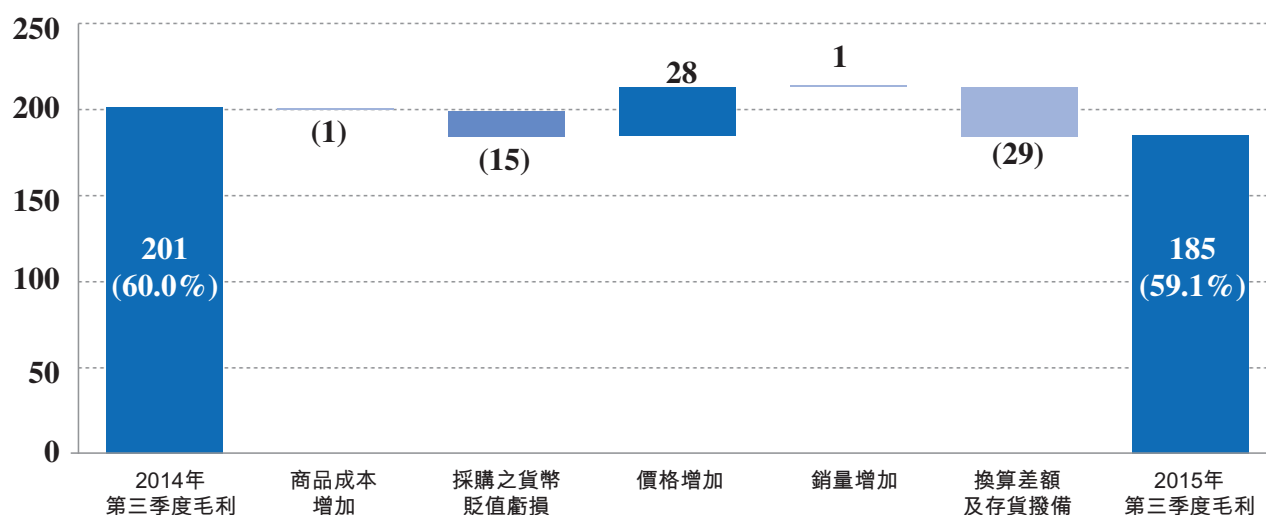
<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>3</sup> 於期末。

- 印尼盾兌美元於過去24個月貶值了21%，低迷的經濟使印尼的銷售額增長受壓。期內可比較門市銷售額增長10%，反映我們提高了價格以抵消上升的成本。
- 泰國及馬來西亞等新興市場則表現各異。泰國期內之可比較門市銷售額增長9%，而馬來西亞期內之可比較門市銷售額則減少9%。馬來西亞方面，於4月初實行消費稅後，消費者情緒較為疲弱。
- 澳洲方面，我們已經關閉表現欠佳的店舖，將店舖數量從25間減少至21間，品牌銷售額因而減少17%。可比較門市銷售額增長1%。

### 毛利對比－亞太其他地區

(百萬港元)



括號內為毛利率

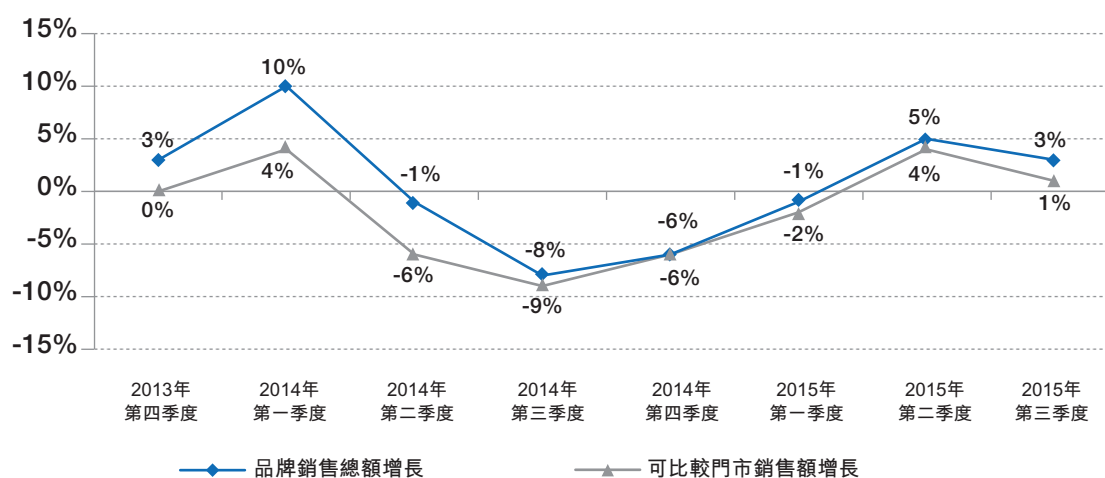
- 與去年第三季度相比，東南亞之毛利減少8%，毛利率下降0.9個百分點。
- 東南亞市場匯率變動之影響，繼續對業務構成重要影響，令產品成本增加12%。此對本集團有以下影響：
  - 本集團以港元購買大部分貨品；於東南亞之租金及薪金以當地貨幣支付。當地貨幣兌港元出現貶值，將增加當地成本。本集團並無透過遠期貨幣合約以管理差額風險，因為我們認為此乃投機活動；差額影響將會透過競爭及價格改變解決，情況就如解決原料商品價格上升一樣。

- 本集團把東南亞業務之業績與本集團之業績合併計算，並將以當地貨幣進行之銷售、成本及盈利換算為港元。當地貨幣兌港元貶值令綜合銷售額、成本及盈利減少。
- 貨幣貶值使本季度綜合銷售額於換算時減少5,300萬港元，而綜合毛利則減少3,100萬港元。
- 主要由於當地貨幣表現疲弱，期內之成本增加12%或1,600萬港元。期內之平均售價增加8%，但仍未能抵銷成本之增加，令毛利率有所減少。
- 銷量與去年同期持平，泰國及新加坡的強勁銷量抵銷了馬來西亞及澳洲的銷量下降。

## 中東

| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動      | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動      |
|-----------------------|---------------|---------------|---------|----------------------------|----------------------------|---------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 175           | 158           | 11%     | 495                        | 464                        | 7%      |
| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | 1%            | (9%)          |         | 1%                         | (5%)                       |         |
| 毛利                    | 116           | 102           | 14%     | 321                        | 295                        | 9%      |
| 毛利率                   | 66.3%         | 64.6%         | 1.7個百分點 | 64.8%                      | 63.6%                      | 1.2個百分點 |
| 門市數目 <sup>3</sup>     | 202           | 204           | (2)     | 202                        | 204                        | (2)     |
| 期內門市數目變動淨額            | -             | 3             |         | (1)                        | 9                          |         |

最近八個季度中東品牌銷售額增長



<sup>1</sup> 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

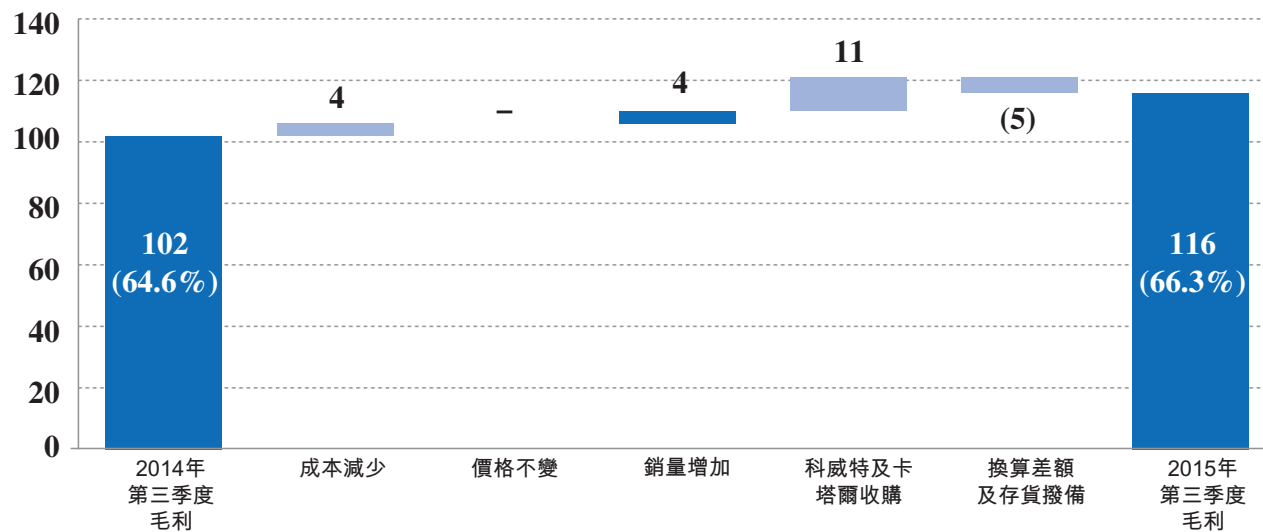
<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>3</sup> 於期末。

- 中東之銷售額較去年同期增加11%。可比較門市銷售額增長1%。
- 本集團於2015年4月完成了對科威特及卡塔爾業務之收購。若扣除收購之影響，銷售額則增長3%。
- 今年的齋月從6月中開始，而去年則從6月底開始，從而影響了第二及第三季度之銷售額比較。齋月期間，整體銷售額下降3%，而可比較門市銷售額則上升2%。結束BSX品牌、縮減Junior產品之規模以及女裝品牌銷售額減少令增長有所放緩。佐丹奴女裝方面，部分本地商品已到位，銷售額於8月及9月重拾升軌(+7%)。
- 阿拉伯聯合酋長國之第三季度銷售額較去年同期增長10%。假日期間來自鄰近國家的大量顧客，為商場提升客流量。
- 在沙地阿拉伯，銷售額於2015年第三季度較去年同期上升1%。齋月期間銷售額下降3%。該地區的油價下跌及其後暫停的大型基建項目打擊消費者情緒，令增長受到影響。此外，結束BSX品牌亦導致總銷售額減少5%。若扣除BSX之影響，銷售額則增長2%。
- 向加盟店之批發銷售額增加15%。巴基斯坦、斯里蘭卡及格魯吉亞市場之開發帶來更多之批發銷售額。

### 毛利對比－中東

(百萬港元)



括號內為毛利率

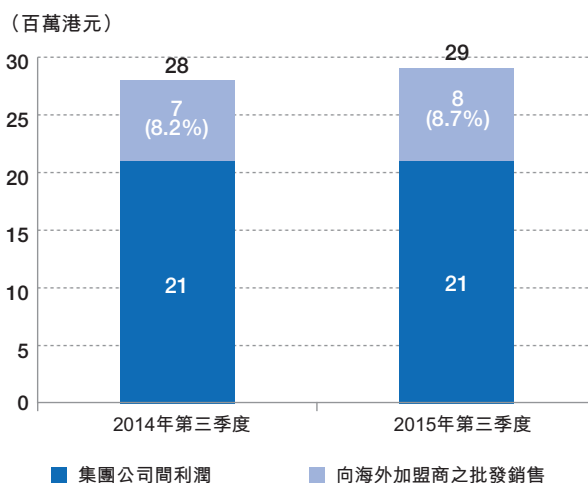
- 毛利增加14%，毛利率上升1.7個百分點。
- 科威特及卡塔爾之收購帶來了1,100萬港元之毛利。
- 由於採購效率提高以及較少減價清貨，平均成本下降11%，而平均售價則持平。庫存管理之改善令本季度之庫存撥備減少200萬港元，而去年則為庫存撥備減少700萬港元。

## 向海外加盟店之批發

| (以百萬港元為單位)        | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動      | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|-------------------|---------------|---------------|---------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 總銷售額              | 92            | 85            | 8%      | 289                        | 263                        | 10%       |
| 毛利                | 8             | 7             | 14%     | 21                         | 20                         | 5%        |
| 毛利率               | 8.7%          | 8.2%          | 0.5個百分點 | 7.3%                       | 7.6%                       | (0.3個百分點) |
| 門市數目 <sup>1</sup> | 416           | 437           | (21)    | 416                        | 437                        | (21)      |
| 期內門市數目變動淨額        | 2             | (12)          |         | (26)                       | (12)                       |           |

- 批發業務之銷售額較去年同期增加8%。
- 韓國、菲律賓、日本及越南市場之銷售額強勁增長。我們的韓國合營公司向本集團預訂更多低成本商品，反映其專注於透過具功能性、物有所值的產品，以應對艱難經營環境之戰略。
- 於季度內，批發業務之毛利率增長14%，而向附屬公司之集團公司間銷售額則持平。
- 上述兩個因素之淨影響為毛利增加100萬港元。

毛利（毛利率）－向海外加盟店及其他分類之批發銷售



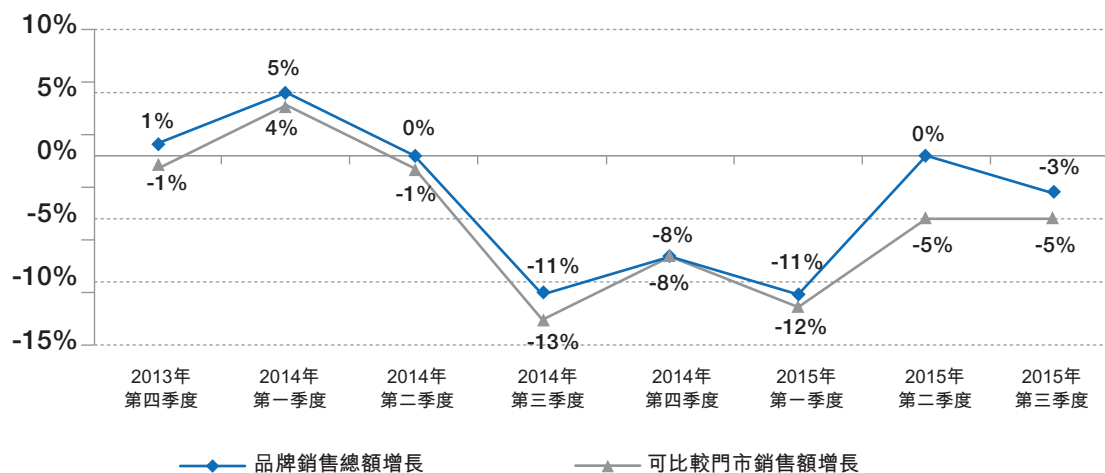
<sup>1</sup> 於期末。



## 共同控制公司－韓國

| (以百萬港元為單位)            | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動        | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|-----------------------|---------------|---------------|-----------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 總銷售額 <sup>1</sup>     | 329           | 392           | (16%)     | 1,074                      | 1,251                      | (14%)     |
| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | (3%)          | (13%)         |           | (5%)                       | (4%)                       |           |
| 毛利                    | 189           | 227           | (17%)     | 600                        | 709                        | (15%)     |
| 毛利率                   | 57.4%         | 57.9%         | (0.5個百分點) | 55.9%                      | 56.7%                      | (0.8個百分點) |
| 門市數目 <sup>3</sup>     | 202           | 220           | (18)      | 202                        | 220                        | (18)      |
| 期內門市數目變動淨額            | 2             | (12)          |           | (17)                       | (24)                       |           |

最近八個季度韓國品牌銷售額增長



- 按固定匯率計算，韓國合營公司之銷售額按年下降5%，若換算成港元之銷售額則較去年同期下跌16%。可比較門市銷售額下跌3%。
- 韓國經營環境艱難，在個別中東呼吸綜合症事件後旅客減少令疲弱的市場情緒進一步惡化。此外，此市場之價格競爭尤為激烈。首九個月內，我們關閉了17間表現欠佳之店舖；這部分抵銷了銷售額減少對利潤的影響。

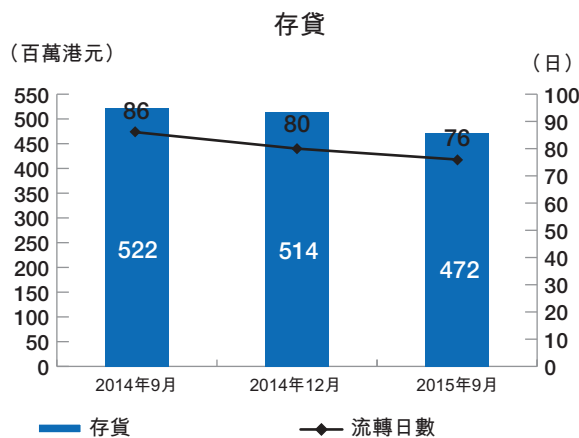
<sup>1</sup> 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

<sup>3</sup> 於期末。

## 存貨

- 本集團存貨由2014年9月30日之5.22億港元減少5,000萬港元或10%至2015年9月30日之4.72億港元。
- 存貨流轉日數為76日，而去年則為86日。年內，存貨已有大幅改善，東南亞及中東市場之存貨大為減少。



## 存貨總額(包括於供應商之製成貨品)

| (以百萬港元為單位)     | 2015年<br>9月 | 2014年<br>12月 | 2014年<br>9月 |
|----------------|-------------|--------------|-------------|
| 本集團持有之存貨餘額     | 472         | 514          | 522         |
| 中國大陸加盟店持有之存貨餘額 | 88          | 80           | 97          |
| 於供應商之製成貨品(未付運) | 69          | 23           | 13          |
| 系統存貨總額         | 629         | 617          | 632         |

- 我們透過嚴格控制貨物交付改善存貨，以更有效地將需求與供應對準。上表顯示了對於秋冬季之採購承諾以及用於支持Beau Monde品牌之發展的1,700萬港元存貨。

## 現金及銀行結存淨額

- 於派付中期股息2.04億港元後，本季度現金及銀行結存淨額減少7,900萬港元至9.50億港元。與去年同期現金結存淨額8.63億港元比較，數字按年上升10%。

## 從經營業務所得之自由現金流量

- 從經營業務所得之自由現金流量為1.45億港元，較去年同期增加71%。有效之營運資金管理使我們於本年度上半年所實現的營運資金改善情況得以維持。
- 年初至今之自由現金流量為5.02億港元，去年同期則為3.39億港元，按年上升48%。

## 銷售額表現及門市發展概況－按市場

| 總銷售額 <sup>1</sup><br>(以百萬港元為單位) | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動          | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動        |
|---------------------------------|---------------|---------------|-------------|----------------------------|----------------------------|-----------|
| 中國大陸                            | 299           | 341           | (12%)       | 1,061                      | 1,114                      | (5%)      |
| 香港及澳門                           | 225           | 217           | 4%          | 704                        | 687                        | 2%        |
| 台灣                              | 136           | 147           | (7%)        | 476                        | 463                        | 3%        |
| 新加坡                             | 74            | 71            | 4%          | 229                        | 233                        | (2%)      |
| 印尼                              | 119           | 118           | 1%          | 328                        | 315                        | 4%        |
| 馬來西亞                            | 40            | 54            | (26%)       | 132                        | 158                        | (16%)     |
| 泰國                              | 55            | 56            | (2%)        | 185                        | 158                        | 17%       |
| 澳洲                              | 19            | 28            | (32%)       | 59                         | 80                         | (26%)     |
| 印度                              | 5             | 7             | (29%)       | 14                         | 19                         | (26%)     |
| 柬埔寨                             | 1             | 1             | 持平          | 4                          | 1                          | 300%      |
| 阿聯酋                             | 58            | 53            | 9%          | 176                        | 177                        | (1%)      |
| 沙地阿拉伯                           | 92            | 92            | 持平          | 259                        | 249                        | 4%        |
| 其他中東地區                          | 25            | 13            | 92%         | 60                         | 38                         | 58%       |
| <b>零售及分銷總額</b>                  | <b>1,148</b>  | <b>1,198</b>  | <b>(4%)</b> | <b>3,687</b>               | <b>3,692</b>               | <b>持平</b> |
| 批發銷售額                           | 92            | 85            | 8%          | 289                        | 263                        | 10%       |
| <b>集團總額</b>                     | <b>1,240</b>  | <b>1,283</b>  | <b>(3%)</b> | <b>3,976</b>               | <b>3,955</b>               | <b>1%</b> |

| 可比較門市銷售額 <sup>2</sup> | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 |
|-----------------------|---------------|---------------|----------------------------|----------------------------|
| 中國大陸                  | 4%            | 1%            | 9%                         | (3%)                       |
| 香港                    | 12%           | (5%)          | 11%                        | (6%)                       |
| 台灣                    | (1%)          | 6%            | 8%                         | (1%)                       |
| 新加坡                   | 19%           | (12%)         | 12%                        | (12%)                      |
| 印尼                    | 10%           | (11%)         | 9%                         | (5%)                       |
| 馬來西亞                  | (9%)          | (12%)         | (6%)                       | (11%)                      |
| 泰國                    | 9%            | (6%)          | 18%                        | (9%)                       |
| 澳洲                    | 1%            | 8%            | 10%                        | (7%)                       |
| 印度                    | (25%)         | (17%)         | (10%)                      | (5%)                       |
| 柬埔寨                   | 8%            | 不適用           | 不適用                        | 不適用                        |
| 阿聯酋                   | 8%            | (13%)         | 持平                         | (4%)                       |
| 沙地阿拉伯                 | (3%)          | (7%)          | 1%                         | (4%)                       |
| 其他中東地區                | 7%            | (4%)          | 9%                         | (8%)                       |
| 韓國                    | (3%)          | (13%)         | (5%)                       | (4%)                       |
| <b>集團總額</b>           | <b>4%</b>     | <b>(6%)</b>   | <b>5%</b>                  | <b>(5%)</b>                |

<sup>1</sup> 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

<sup>2</sup> 可比較門市銷售額指過往同期營業/經營之現有門市及網上商店之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

| 門市數目，於      | 2015年<br>9月  | 2014年<br>12月 | 2014年<br>9月 |
|-------------|--------------|--------------|-------------|
| 中國大陸        | 913          | 961          | 1,003       |
| 香港          | 70           | 79           | 79          |
| 台灣          | 199          | 199          | 195         |
| 新加坡         | 47           | 49           | 48          |
| 印尼          | 208          | 203          | 201         |
| 馬來西亞        | 86           | 92           | 90          |
| 泰國          | 147          | 142          | 138         |
| 澳洲          | 21           | 25           | 25          |
| 印度          | 49           | 56           | 58          |
| 柬埔寨         | 1            | 1            | 1           |
| 阿聯酋         | 46           | 45           | 44          |
| 沙地阿拉伯       | 92           | 95           | 100         |
| 其他中東地區      | 64           | 63           | 60          |
| 韓國          | 202          | 219          | 220         |
| 其他市場        | 214          | 223          | 217         |
| <b>集團總額</b> | <b>2,359</b> | 2,452        | 2,479       |

#### 按品牌銷售回顧

| 總銷售額 <sup>1</sup><br>(以百萬港元為單位) | 2015年<br>第三季度 | 2014年<br>第三季度 | 變動    | 截至2015年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 截至2014年<br>9月30日止<br>9個月累計 | 變動    |
|---------------------------------|---------------|---------------|-------|----------------------------|----------------------------|-------|
| <i>Giordano及Giordano Junior</i> | 985           | 1,045         | (6%)  | 3,172                      | 3,205                      | (1%)  |
| <i>Giordano Ladies</i>          | 86            | 86            | 持平    | 282                        | 276                        | 2%    |
| <i>BSX</i>                      | 34            | 39            | (13%) | 119                        | 132                        | (10%) |
| 其他                              | 43            | 28            | 54%   | 114                        | 79                         | 44%   |
| <b>零售及分銷總額</b>                  | <b>1,148</b>  | 1,198         | (4%)  | <b>3,687</b>               | 3,692                      | 持平    |
| 批發銷售額                           | 92            | 85            | 8%    | 289                        | 263                        | 10%   |
| <b>集團總額</b>                     | <b>1,240</b>  | 1,283         | (3%)  | <b>3,976</b>               | 3,955                      | 1%    |

| 門市數目，於                          | 2015年<br>9月  | 2014年<br>12月 | 2014年<br>9月 |
|---------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| <i>Giordano及Giordano Junior</i> | 2,165        | 2,253        | 2,275       |
| <i>Giordano Ladies</i>          | 70           | 70           | 72          |
| <i>BSX</i>                      | 78           | 83           | 92          |
| 其他                              | 46           | 46           | 40          |
| <b>集團總額</b>                     | <b>2,359</b> | 2,452        | 2,479       |

<sup>1</sup> 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

本公布所載資料乃根據本集團管理賬目作出之初步評估，有關資料未經本公司核數師審核或審閱。

本公司股東及準投資者於買賣本公司股份時，務請小心謹慎行事。

承董事會命  
劉國權  
主席

香港，2015年11月11日

於本公布日期，本公司之董事如下：

執行董事：劉國權博士、Ishwar Bhagwandas CHUGANI先生、文道明先生及陳嘉緯先生；

非執行董事：鄭志剛博士及陳世昌先生；及

獨立非執行董事：畢滌凡博士、鄺其志先生及Simon Devilliers RUDOLPH先生。