

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內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)

截至2016年3月31日止季度之未經審核業務最新資料

摘要

- 與去年同一季度相比，毛利率增加2.5個百分點至57.7%，但由於銷售額減少，毛利減少6%至7.54億港元(2015年：7.98億港元)。
- 本季度，本集團之銷售額按年錄得10%之減幅至13.06億港元(2015年：14.45億港元)。東南亞市場貨幣弱勢於10%之減幅當中佔約3%。由於中國大陸的加盟店表現改善，全球品牌銷售額錄得4%之較少減幅。
- 儘管可比較門市銷售額減少2%，由於毛利率改善，可比較門市毛利上升1%。
- 存貨對成本之流轉日數(「存貨流轉日數」)從年終之78日減少至季末之72日(2015年：63日)。三月份不合時令的清涼天氣推遲了春季商品的銷售。
- 於季末，現金及銀行結存淨額為11.92億港元，較年終增加1.16億港元，主要來自從經營業務所得之現金流量。
- 於本季度，門市數目沒有實質上的淨變動，於季末為2,372間。

股東及本公司潛在股東於買賣本公司股份時務必審慎行事。

為向金融市場及佐丹奴國際有限公司(「本公司」)之現有股東及潛在股東作出更完備之披露，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，本公司董事會公布下列本集團截至2016年3月31日止三個月之未經審核業務最新資料。本公布乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

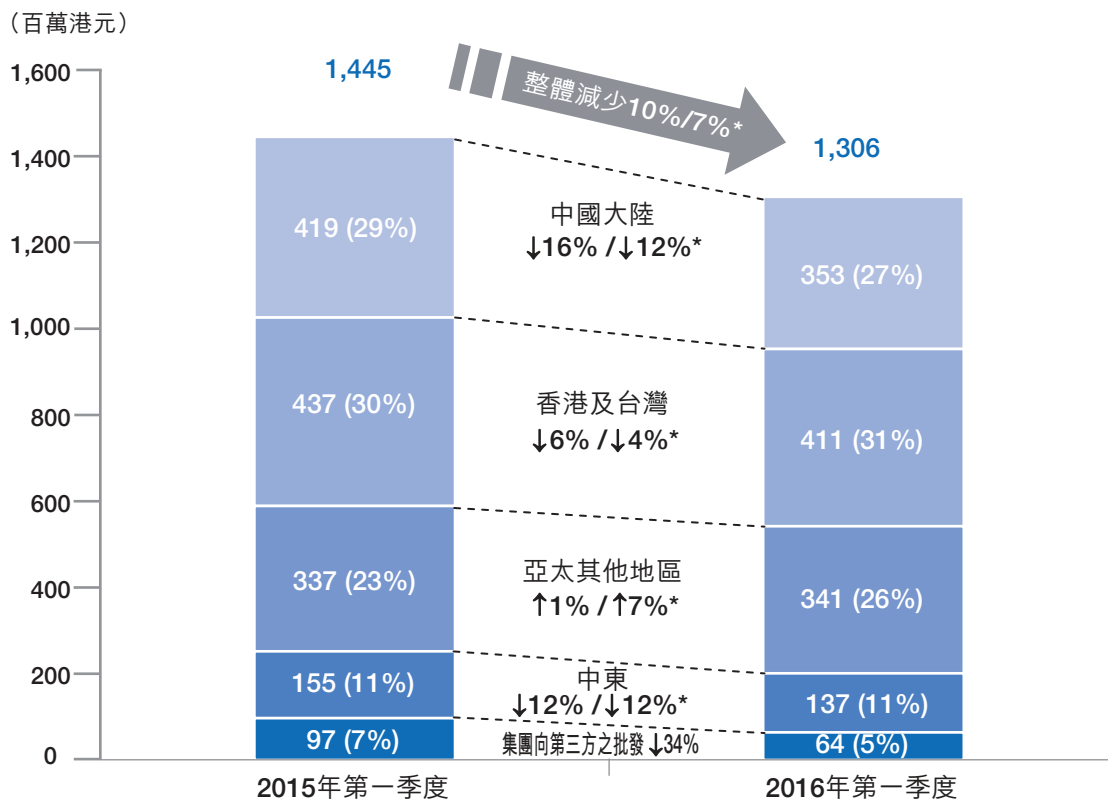
管理層對本集團銷售額及毛利，以及全球品牌銷售額及毛利之意見如下（除非另行說明，下文所有意見均指按年比較）：

- 本集團之第一季度銷售額減少10%至13.06億港元（2015年：14.45億港元）。按2015年匯率換算，銷售額下降7%。春季消費意欲疲弱及較為清涼的天氣壓制了大中華區之銷售額。東南亞市場推出之新商品錄得銷售增長。受地區經濟狀況疲弱及商品因素之影響，中東市場表現不佳，但商品情況已獲糾正。
- 本集團之毛利下降4,400萬港元或6%至7.54億港元（2015年：7.98億港元）。毛利率上升2.5個百分點至57.7%。
 - 由於清理存貨之壓力減少，平均售價上漲3%。由於消費意欲疲弱，銷量下降10%。
 - 平均根本產品成本減少7%，此乃由於原材料成本下降、擴展策略性供應商網絡及產品組合變化所致。部分節省的成本被優質產品之成本增加及東南亞市場貨幣貶值而抵銷，導致產品成本整體減少4%。
 - 加上產品組合變化及更嚴格之定價政策，毛利率上升2.5個百分點。倘若撇除若干市場按年貨幣貶值之影響，毛利率應該增加3.3個百分點。

表1：集團表現概覽

(以百萬港元為單位)	截至3月31日止季度		
	2016年	2015年	變動
集團銷售額 ¹	1,306	1,445	(10%)
毛利	754	798	(6%)
毛利率	57.7%	55.2%	2.5個百分點
從經營業務所得之自由現金流量 ²	107	232	(54%)
季末現金及銀行結存淨額	1,192	1,149	4%
季末存貨餘額	442	452	
存貨流轉日數(日數) ³	72	63	9
季末門市數目	2,372	2,412	(40)
門市變動淨額	1	(40)	

圖表1：按地區劃分之集團銷售額



括號內為佔本集團銷售額之百分比
*按2015年匯率換算之銷售額增長

- 於佐丹奴核心品牌中，76%銷售額來自男裝，而24%則來自女裝。男裝品牌銷售額減少3%，但由於具價格競爭力之全球性產品，配合優質及簡約「易於穿搭」之產品，品牌毛利有1%的改善。
- 女裝品牌銷售額減少2%，而品牌毛利改善了1%。除透過多線路門市銷售外，我們現在於中國大陸及泰國擁有47個獨立女裝專櫃。該等專櫃整體上皆有盈利並會繼續擴展。

圖表2：集團季度毛利率及按年變動

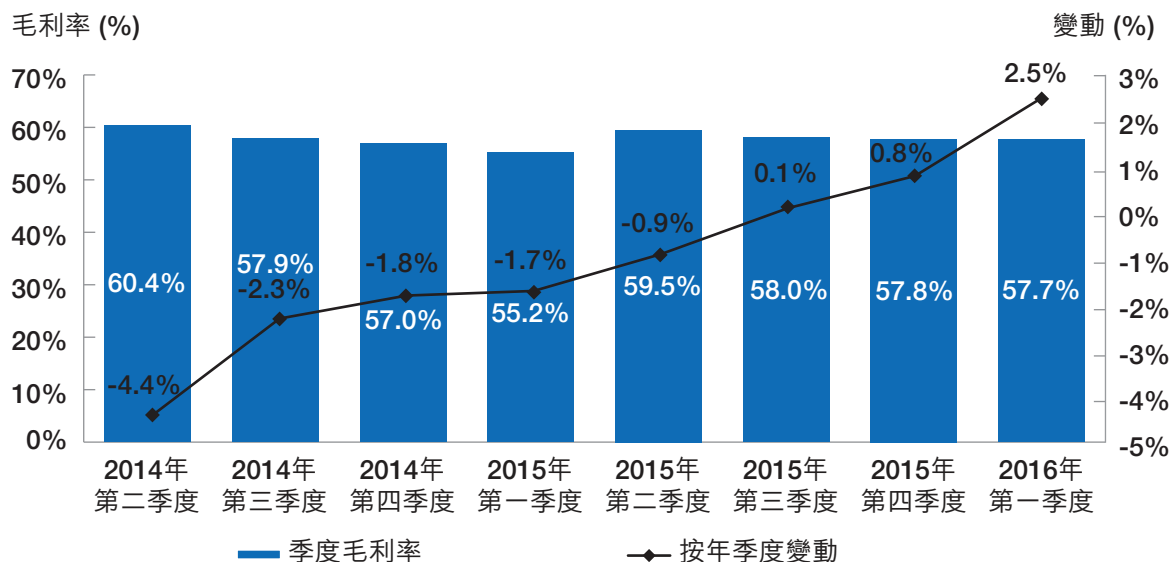


表2：按集團及地區劃分之集團毛利差異分析

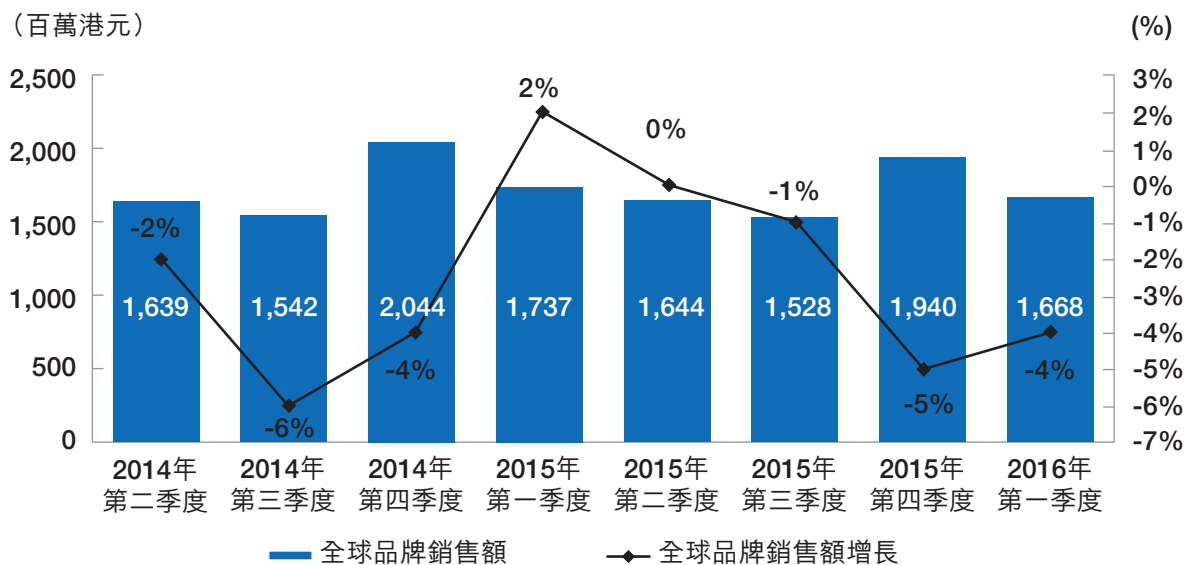
(以百萬港元為單位)	2015年						2016年 第一季度 毛利
	第一季度 毛利	平均產品 成本	平均售價	銷量	匯率影響	其他	
中國大陸	204	11	4	(28)	(8)	-	183
香港及澳門	164	7	(15)	2	-	(2)	156
台灣	103	5	(2)	1	(8)	(1)	98
亞太其他地區	200	(9)	41	(10)	(19)	(3)	200
中東	96	12	(11)	(13)	-	7	91
批發及集團公司間	31	11	(8)	(8)	-	-	26
市場組合差異	-	(2)	22	(21)	-	1	-
集團	798	35	31	(77)	(35)	2	754

備註：上述差異包括其他組合影響，如產品組合及銷售渠道組合。

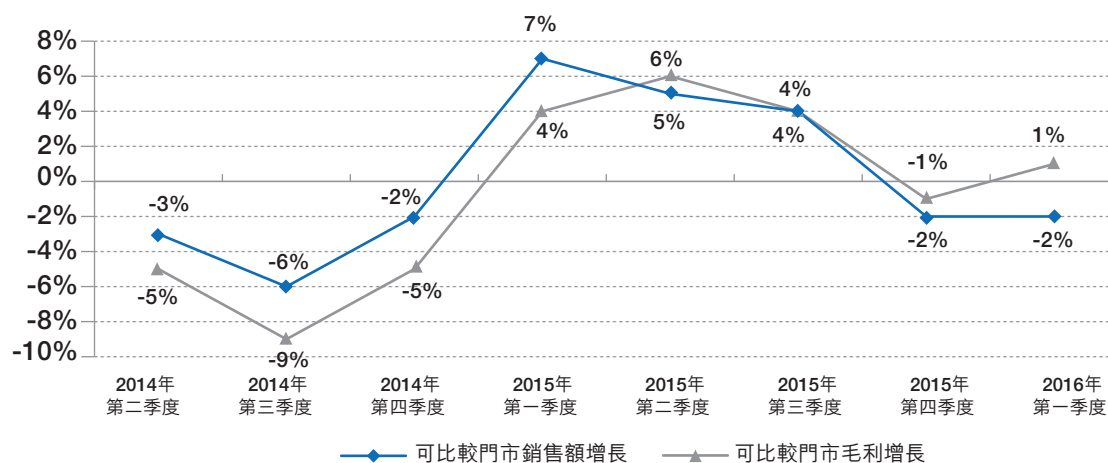
表3：品牌、可比較門市銷售額及可比較門市毛利表現之概覽

(以百萬港元為單位)	截至3月31日止季度		
	2016年	2015年	變動
全球品牌銷售額 ⁴	1,668	1,737	(4%)
可比較門市銷售額 ⁵	(2%)	7%	
全球品牌毛利	982	988	(1%)
可比較門市毛利 ⁵	1%	4%	

圖表3：季度全球品牌銷售額及按年變動



圖表4：按季度劃分之可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



以下管理層作出之具體市場意見以當地貨幣為單位，倘若是以港元，則根據2015年匯率，以撇除貨幣換算之影響。

有關按地區劃分之毛利變動詳細分析，請另行參考上文表2。

中國大陸

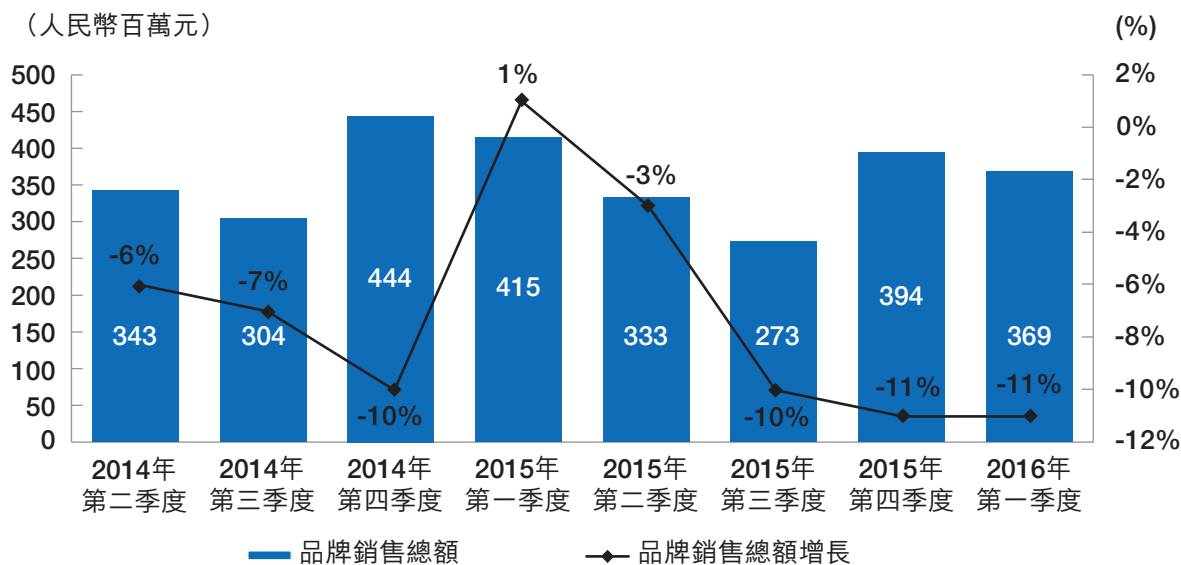
- 中國大陸之銷售額從2015年相同季度錄得之人民幣3.38億元（按2015年匯率換算為4.19億港元）下降12%至人民幣2.97億元（按2015年匯率換算為3.68億港元）。儘管可比較門市毛利上升2%，品牌銷售額於過去一年減少11%。
- 於過去十二個月，我們淨關閉51間門市，影響總銷售額之比較。儘管加盟店錄得淨增加39間，但直接經營店舖（「直營店」）數目減少90間。直營店淨關閉是由於一直實行關閉表現較差門市的方案所致。

- 於本季度，由於我們的戰略重點是於三四線城市發展加盟店網絡，我們的加盟店增加10間。由於更好之產品組合及降低平均根本產品成本，加盟店之毛利上升2.1個百分點。
- 於季末，廉價品牌「Beau Monde」有21間門市以及於本季度整體上有盈利。憑藉本集團之採購槓桿作用，「Beau Monde」於接下來的季節將會有更具價格競爭力的產品。
- 我們的電子商務繼續增長並佔本季度中國品牌銷售額之10%。憑藉更佳之定價規則，與去年同一季度相比，該業務貢獻34%之毛利增長。
- 於中國大陸之整體毛利減少7%，主要由於直營店淨關閉，多數是表現不佳。然而，毛利率上升3.1個百分點至51.9%。
- 平均產品成本減少5%，而平均售價上升2%。優質產品提高售價及毛利率。

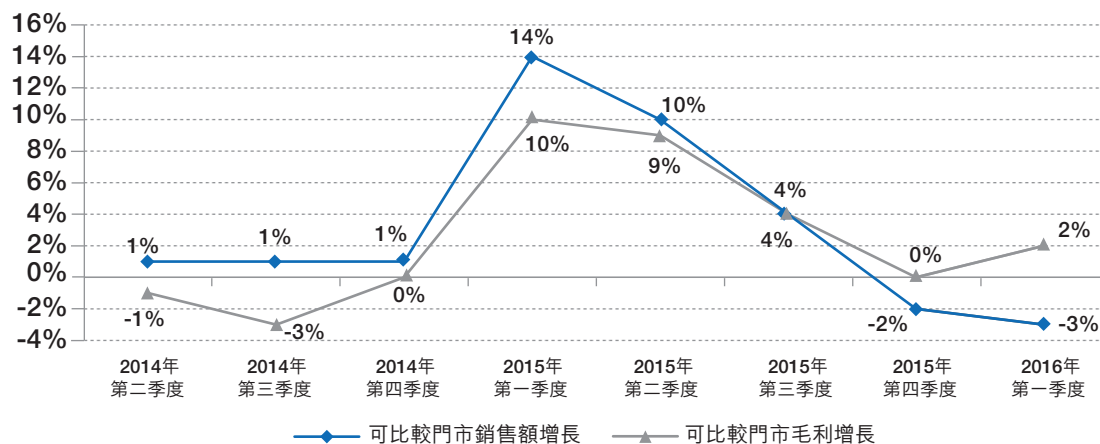
表4：中國大陸表現概覽

(以人民幣百萬元為單位)	截至3月31日止季度		
	2016年	2015年	變動
總銷售額	297	338	(12%)
直營店	212	243	(13%)
向加盟店之批發	85	95	(11%)
品牌銷售總額	369	415	(11%)
直營店	212	243	(13%)
加盟店	157	172	(9%)
可比較門市銷售額 ⁵	(3%)	14%	
毛利	154	165	(7%)
毛利率	51.9%	48.8%	3.1個百分點
可比較門市毛利 ⁵	2%	10%	
季末門市數目	894	945	(51)
直營店	367	457	(90)
加盟店	527	488	39
門市變動淨額	3	(16)	
直營店	(7)	(15)	
加盟店	10	(1)	

圖表5：中國大陸季度品牌銷售額及按年變動



圖表6：按季度劃分之中國大陸可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



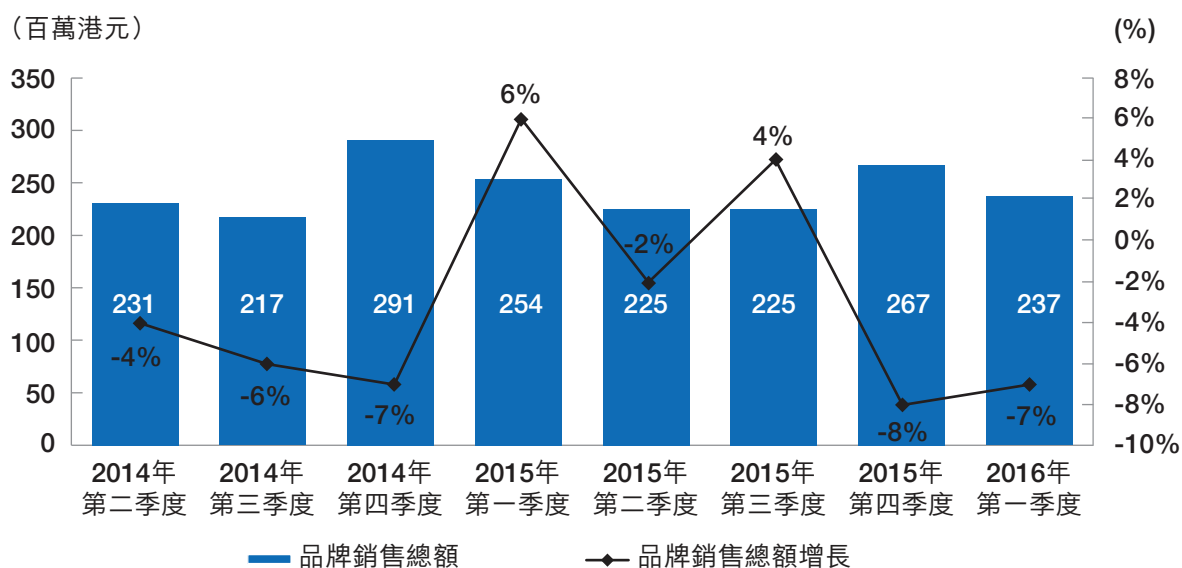
香港及澳門

- 香港及澳門錄得銷售額減少7%。儘管政府統計報告2016年頭兩個月香港服裝銷售價值按年減少11%，但香港及澳門之可比較門市銷售額仍上升1%。可比較門市毛利亦上升2%乃由於產品成本降低，惟部分被售價降低及品牌組合變動所抵銷。
- 由於門市關閉，香港及澳門之毛利減少5%，但毛利率上升1.2個百分點。
- 平均售價減少8%，反映了香港及澳門更加保守的消費習慣。平均產品成本減少10%。由於我們關閉表現不佳之門市，門市數目減少5間至71間。然而，當香港租金降到合理水平時，我們將會尋找機會重開門市。
- 儘管按年基數較高，頭兩個月之銷售額仍能顯示個位數之低增長。然而，由於三月份不合時令的清涼天氣，消費者推遲購買春季商品。

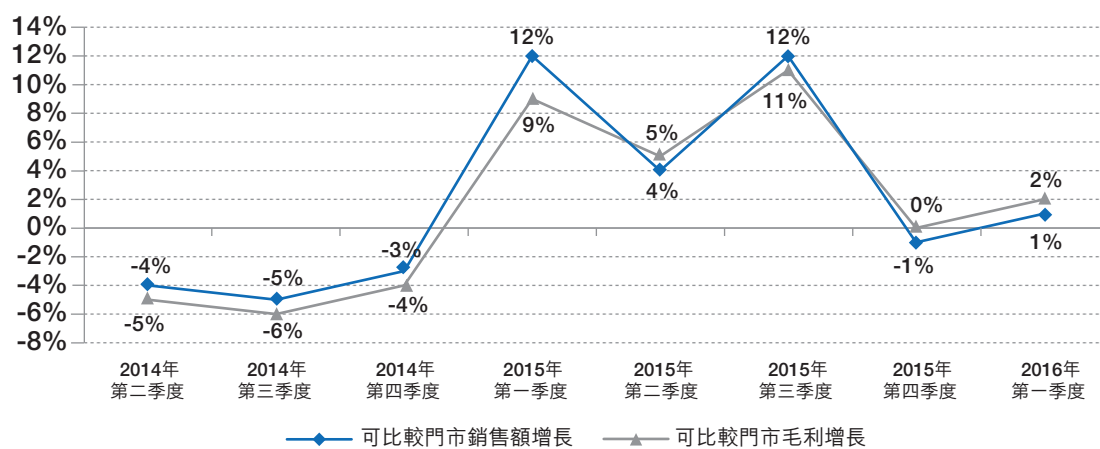
表5：香港及澳門表現概覽

(以百萬港元為單位)	截至3月31日止季度		變動
	2016年	2015年	
總銷售額	237	254	(7%)
可比較門市銷售額 ⁵	1%	12%	
毛利	156	164	(5%)
毛利率	65.8%	64.6%	1.2個百分點
可比較門市毛利 ⁵	2%	9%	
季末門市數目	71	76	(5)
門市變動淨額	-	(3)	

圖表7：香港及澳門季度品牌銷售額及按年變動



圖表8：按季度劃分之香港及澳門可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



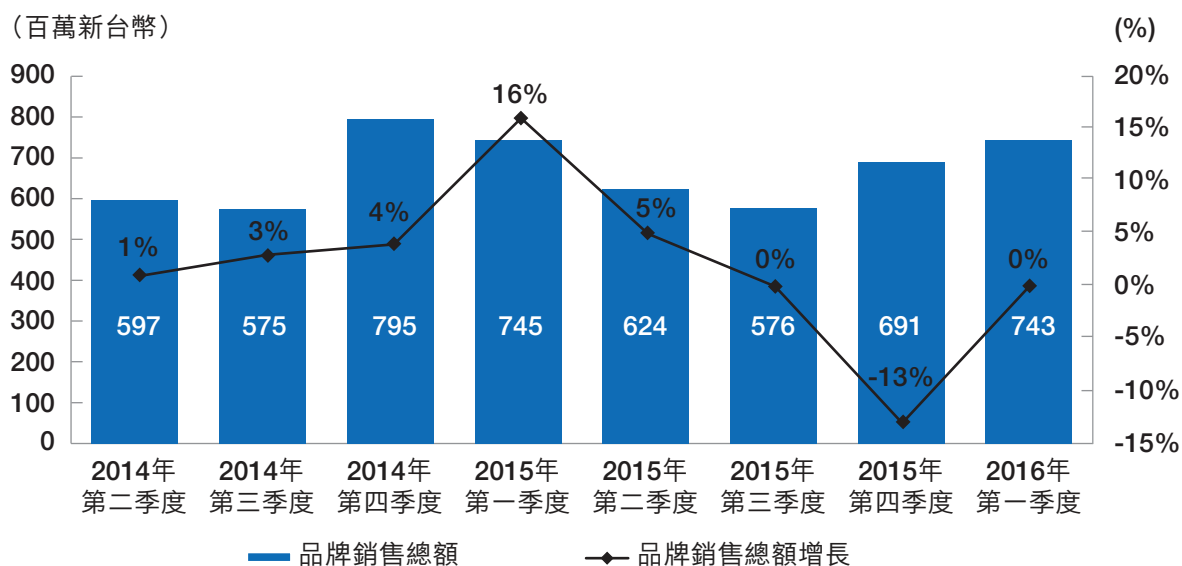
台灣

- 在去年同一季度之可比較門市銷售額增長18%的高基數下，台灣之銷售額為7.43億新台幣（按2015年匯率換算為1.82億港元）與2015年相同季度之7.45億新台幣（按2015年匯率換算為1.83億港元）持平。儘管基數高，頭兩個月之銷售額顯示個位數之低增長。然而，跟香港之情況相似，三月份不合時令的清涼天氣使消費者推遲購買春季商品。
- 毛利持平。平均售價下降1%及平均產品成本下降2%（若不計匯率影響，平均根本產品成本減少6%）。

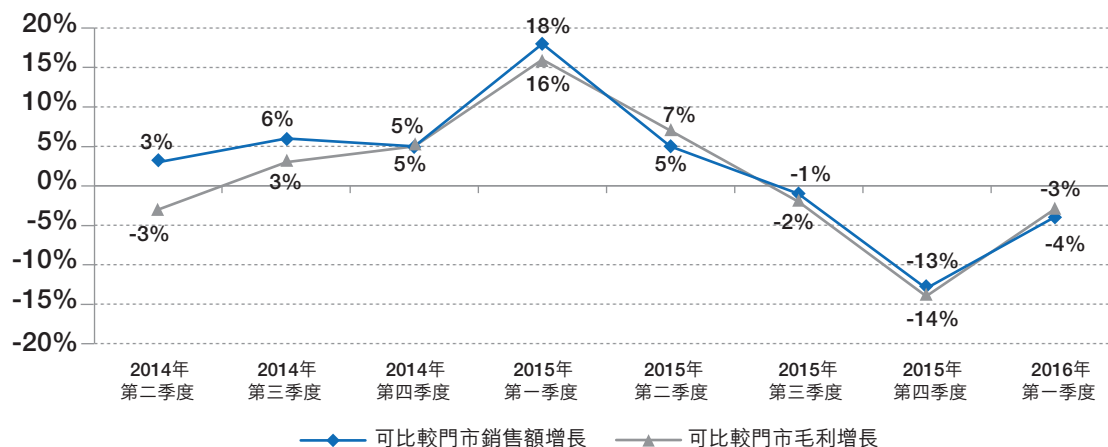
表6：台灣表現概覽

(以百萬新台幣為單位)	截至3月31日止季度		變動
	2016年	2015年	
總銷售額	743	745	持平
可比較門市銷售額 ⁵	(4%)	18%	
毛利	420	422	持平
毛利率	56.5%	56.6%	(0.1個百分點)
可比較門市毛利 ⁵	(3%)	16%	
季末門市數目	211	197	14
門市變動淨額	6	(2)	

圖表9：台灣季度品牌銷售額及按年變動



圖表10：按季度劃分之台灣可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



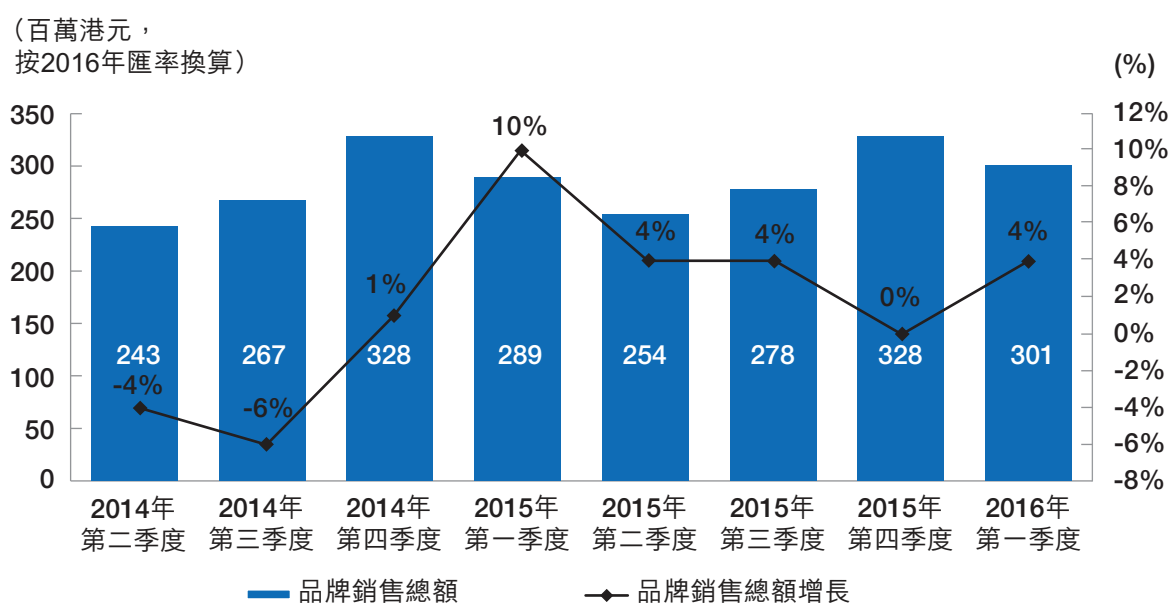
亞太其他地區

- 該區域之業績普遍受到當地貨幣貶值影響。按年計算，泰銖、印尼盾及馬來西亞幣分別貶值8%、5%及10%。這導致進口產品（主要來自中國大陸）之成本增加。
- 該區域之銷售額增加7%。可比較門市銷售額及可比較門市毛利均亦增加4%。
- 新加坡之銷售額減少1%，而可比較門市銷售額則增加1%。根據新加坡統計局之數據，2016年頭兩個月之服裝及鞋類之零售額按年跌13%。在新加坡零售環境艱難之情況下，選擇性折扣使毛利率減少1.5個百分點。
- 印尼之銷售額因本季度新增5間門市而增加17%以及可比較門市銷售額增加4%。佐丹奴品牌之可比較門市銷售額上升10%，而特許品牌之銷售額則減少11%。中國農曆新年促銷及亞麻布系列的成功促使佐丹奴品牌之銷售額增長。特許品牌銷售額之倒退乃由於價格上漲及交貨延遲所致。發展佐丹奴品牌仍是來年的重點。
- 泰國之銷售額增加18%以及可比較門市銷售額增加15%。儘管貨幣貶值，成功之產品宣傳活動使可比較門市毛利增加16%及毛利率增加0.3個百分點。
- 於2015年4月實施商品及服務稅之前，馬來西亞於去年第一季度之銷售需求高企。本季度，可比較門市銷售額及可比較門市毛利分別減少5%及3%。
- 澳洲之銷售額減少18%。可比較門市銷售額及可比較門市毛利分別減少14%及16%。銷售額下降乃主要由於商品管理水平不如理想所致，儘管後來此狀況得到糾正。澳洲之經營環境仍然存在問題，管理層正重新審查其經營模式。與此同時，公司總部將會對澳洲市場施以更加嚴格之控制。
- 從整個區域來看，毛利增加6%。部分由於授權品牌，平均根本產品成本增加7%及平均售價增加13%。

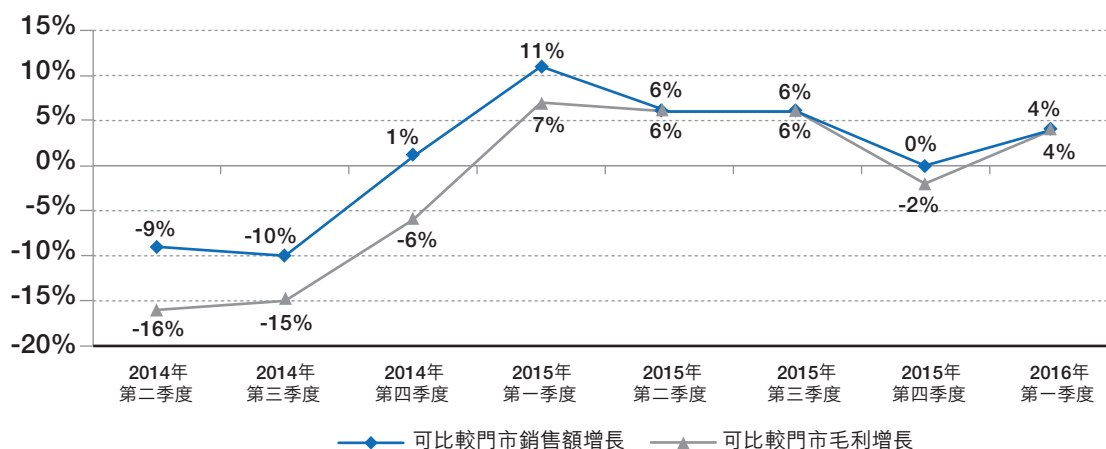
表7：亞太其他地區表現概覽

(以百萬港元為單位，按2015年匯率換算)	截至3月31日止季度		變動
	2016年	2015年	
總銷售額	362	337	7%
可比較門市銷售額 ⁵	4%	11%	
毛利	211	200	6%
毛利率	58.3%	59.3%	(1.0個百分點)
可比較門市毛利 ⁵	4%	7%	
季末門市數目	585	564	21
門市變動淨額	(1)	(4)	

圖表11：亞太其他地區季度品牌銷售額及按年變動



圖表12：按季度劃分之亞太其他地區可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



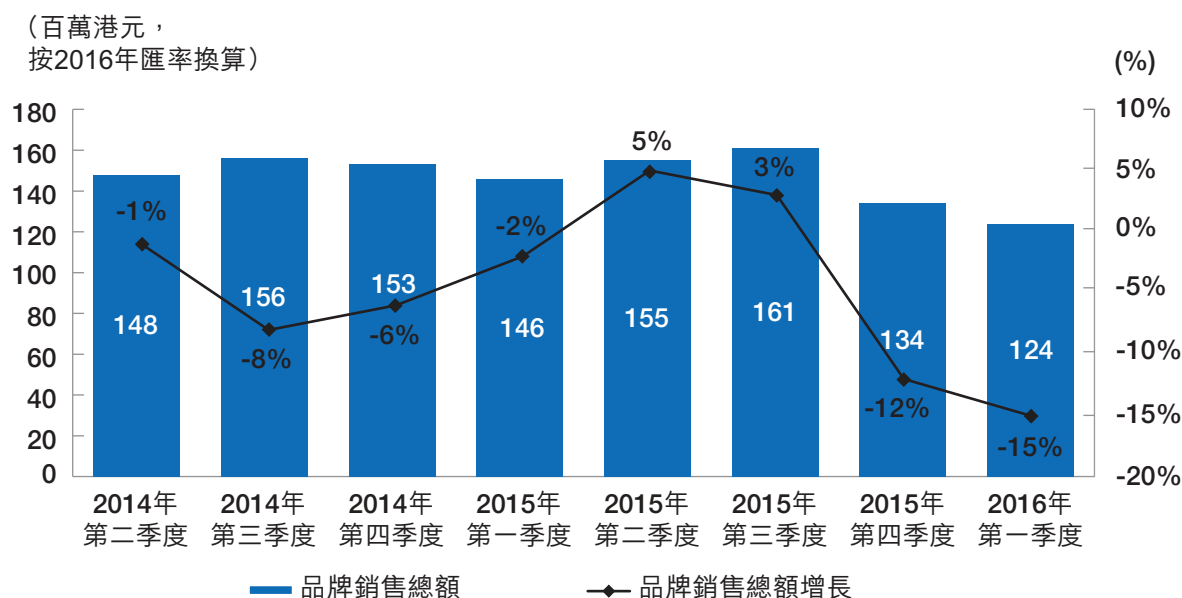
中東

- 中東之銷售額減少12%至1.37億港元(2015年：1.55億港元)。撇除完成收購科威特及卡塔爾業務合併之影響，銷售額減少17%。
- 儘管毛利率上升4.5個百分點，由於銷量減少，毛利錄得5%之降幅。儘管當地受暫時經濟不穩影響，為保護該地區之品牌價值，價格一直維持。與此同時，大型基建項目一直繼續到2020年。
- 批發銷售額從1,400萬港元減少34%至9百萬港元。管理層認為銷售下滑是暫時性的，並將繼續於該地區發展合適的批發客戶。

表8：中東表現概覽

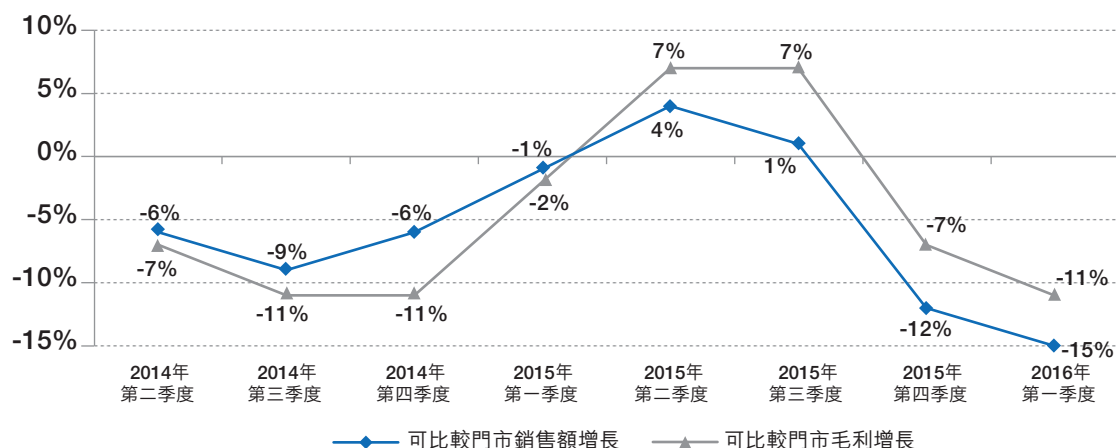
(以百萬港元為單位，按2015年匯率換算)	截至3月31日止季度		變動
	2016年	2015年	
總銷售額	137	155	(12%)
可比較門市銷售額 ⁵	(15%)	(1%)	
毛利	91	96	(5%)
毛利率	66.4%	61.9%	4.5個百分點
可比較門市毛利 ⁵	(11%)	(2%)	
季末門市數目	196	199	(3)
門市變動淨額	(6)	(4)	

圖表13：中東季度品牌銷售額及按年變動



附註：中東品牌銷售額包括直營店之零售額，但不包括加盟店市場之零售額。

圖表14：按季度劃分之中東可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



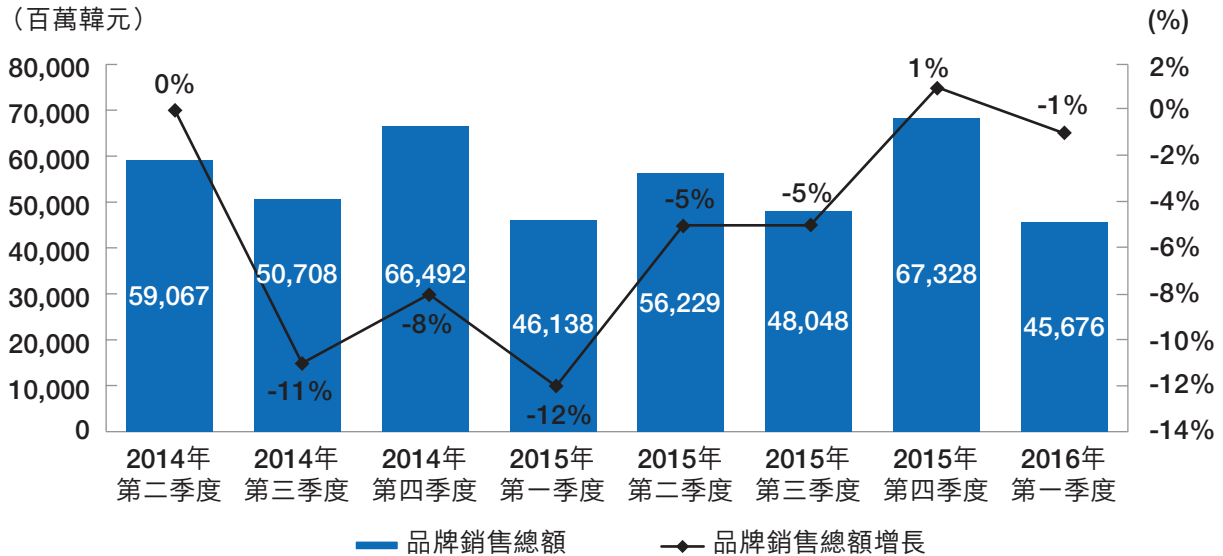
南韓(一間合營公司)

- 南韓經濟改善及因中東呼吸綜合症的恐慌導致2015年第二季度之基數較低，加上存貨管理及產品分類有所改善，管理層相信，該市場之表現將會改善。

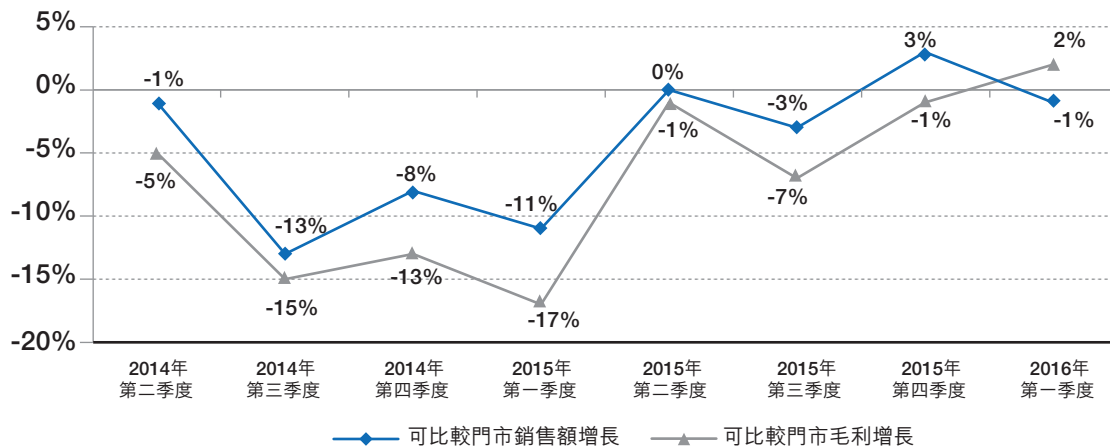
表9：南韓表現概覽

(以百萬韓元為單位)	截至3月31日止季度		變動
	2016年	2015年	
總銷售額	45,676	46,138	(1%)
可比較門市銷售額 ⁵	(1%)	(11%)	
毛利	24,356	24,077	1%
毛利率	53.3%	52.2%	1.1個百分點
可比較門市毛利 ⁵	2%	(17%)	
季末門市數目	197	208	(11)
門市變動淨額	(1)	(11)	

圖表15：南韓季度品牌銷售額及按年變動



圖表16：按季度劃分之南韓可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長



集團向第三方之批發

- 集團向第三方之批發減少34%至6,400萬港元。我們規範之存貨管理已延伸至加盟店市場，因此，向批發市場（包括韓國、菲律賓及緬甸）之出貨金額有意暫時減低以控制加盟商之存貨。

集團存貨

- 我們秉持產品優質之商品方向已有助區別以價格為中心的競爭者。簡約之產品設計降低存貨陳舊過時之風險。
- 三月份不合時令的清涼天氣推遲於大中華區推出春季/夏季商品，導致供應商之製成品結餘過高。此後，各間店舖已接收並推出該等系列商品。

- 集團存貨由2015年12月31日之4.91億港元減少至2016年3月31日之4.42億港元。
- 於2016年3月31日之存貨流轉日數為72日，較2015年3月31日之63日增加9日，但較2015年12月31日之78日減少6日。

表10：系統存貨

(以百萬港元為單位)	於		
	2016年 3月31日	2015年 12月31日	2015年 3月31日
本集團持有之存貨結餘	442	491	452
中國大陸加盟店持有之存貨結餘	75	75	52
於供應商之製成貨品(未付運)	79	67	16
系統存貨總額	596	633	520

從經營業務所得之自由現金流量以及現金及銀行結存淨額

- 現金及銀行結存淨額增加1.16億港元至11.92億港元，主要來自本季度所產生之自由現金流量1.07億港元。自由現金流量減少54%，主要由於營運資金流出2,100萬港元，大部分是於本季度向供應商還款，而去年則流入1億港元。
- 由於本年度之中國農曆新年較早，供中國農曆新年銷售之存貨於年終前接收，而付款則於年終後進行。這影響了接收存貨及向供應商付款之時間，從而導致2016年第一季度重大營運資金流出。

表11：營運資金變動概要

(以百萬港元為單位)	截至3月31日止季度	
	2016年	2015年
存貨	49	62
應收賬款及其他應收款項	37	30
應付賬款及其他應付款項	(107)	8
營運資金變動	(21)	100

¹ 集團銷售額是來自直營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額，按平均匯率換算。

² 從經營業務所得之自由現金流量指從經營業務所得之現金流量減資本開支。

³ 於期末持有之存貨除以銷售成本乘以期內日數。

⁴ 全球品牌銷售額是直營店、加盟店及合營公司經營之佐丹奴店舖零售總額，按2016年匯率換算。

⁵ 可比較門市銷售額/可比較門市毛利指來自現有直營店、加盟店及前期由合營公司經營之佐丹奴品牌店舖之銷售/毛利總額，按固定貨幣計算。

展望

本集團優化採購實現之成本節約被美元兌東南亞市場之貨幣升值抵銷。由於兌美元之貨幣貶值，該等市場的銷售及毛利轉換成以港元計算之集團報告毛利亦受影響。儘管近幾個月該等貨幣兌美元之匯率稍為維持穩定，但管理層無法預測本財政年度餘下時間相關匯率之走勢。

中國經濟發展放緩對全球經濟及零售有重大影響，這種下滑趨勢於近幾週似乎有所減輕，但管理層已做好準備適應缺乏中國超高經濟增長的經營環境。管理層將會加強努力提高供應商之生產效率、改善產品質量使售價提高、撇除不必要之設計細節以減少時尚風險及落實更加嚴格之存貨控制。由於進行了以上努力，管理層預計本集團之整體毛利率於本年度餘下時間將得以保持或有輕微增加。

管理層對中國大陸之展望保持樂觀態度。中國大陸之消費者似乎已適應緩慢但仍相當大的經濟增長。憑藉中國大陸管理層在擴展加盟店上取得的成績及實現更好的利潤率，管理層預計可比較門市銷售額及可比較門市毛利，尤其是網上業務方面，將優於集團之平均水平。

來自本集團中東地區之銷售額較其他地區跌幅更加明顯，但管理層相信商品問題得到糾正後銷售額及毛利將會改善。

在與本集團協調一致採購工作下，管理層預計南韓之合營公司將於未來產生更好之毛利率。

管理層認為從中期而言，區域經濟環境不利整體銷售額增長，因此，我們將重點放在提升可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長。

最後，管理層相信，通過妥善管理本集團之營運資金及從經營業務所得之現金流量，本集團能夠維持良好之現金結餘。本集團近期並無大額資本開支計劃。

附表

表A1：銷售總額、可比較門市銷售額及可比較門市毛利增長概況

(以百萬港元為單位)	銷售總額			可比較門市銷售額 ⁵		可比較門市毛利 ⁵	
	截至3月31日止季度			截至3月31日止季度			
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	2016年	2015年
中國大陸	368	419	(12%)	(3%)	14%	2%	10%
香港及澳門	237	254	(7%)	1%	12%	2%	9%
台灣	182	183	持平	(4%)	18%	(3%)	16%
亞太其他地區	362	337	7%	4%	11%	4%	7%
新加坡	86	87	(1%)	1%	18%	持平	15%
印尼	118	101	17%	10%	1%	8%	(6%)
馬來西亞	55	56	(2%)	(5%)	持平	(3%)	(3%)
泰國	78	66	18%	15%	24%	16%	20%
澳洲	18	21	(18%)	(14%)	20%	(16%)	19%
印度	5	5	(3%)	(38%)	9%	(21%)	(13%)
柬埔寨	2	1	40%	40%	不適用	36%	不適用
中東	137	155	(12%)	(15%)	(1%)	(11%)	(2%)
阿拉伯聯合酋長國	49	59	(17%)	(17%)	(4%)	(10%)	(4%)
沙特阿拉伯	68	82	(17%)	(13%)	持平	(11%)	持平
其他	20	14	43%	(16%)	6%	(11%)	持平
零售及分銷	1,286	1,348	(5%)	(2%)	7%	1%	4%
集團向第三方之批發	64	97	(34%)				
按2015年匯率換算之總額	1,350	1,445	(7%)				
換算差額	(44)						
總額	1,306	1,445	(10%)				

表A2：按市場劃分之門市數目

門市數目，於	於		
	2016年 3月31日	2015年 12月31日	2015年 3月31日
中國大陸	894	891	945
印尼	229	224	204
台灣	211	205	197
南韓	197	198	208
中東	196	202	199
泰國	153	153	144
緬甸	112	112	117
馬來西亞	90	90	93
香港及澳門	71	71	76
菲律賓	68	68	70
新加坡	48	47	49
印度	42	49	49
越南	25	25	21
澳洲	22	22	24
日本	9	9	6
其他市場	5	5	10
總額	2,372	2,371	2,412

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。

承董事會命
主席
劉國權

香港，2016年5月4日

於本公布日期，本公司的董事如下：

執行董事：劉國權博士、Ishwar Bhagwandas CHUGANI先生及陳嘉緯博士；

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、黃旭教授及Simon Devilliers RUDOLPH先生。