

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9月30日止季度之未經審核業務最新資料

摘要

- 於2016年第三季度，本集團之綜合銷售額為11.97億港元（2015年：12.40億港元），減少3%。本集團可比較門市銷售額減少3%。於2016年，部分市場宗教假期提前使得銷售高峰月份由7月轉變為6月。
- 綜合毛利亦減少3%，而毛利率增加0.3個百分點至58.3%。此乃由於以人民幣計值之原材料供應成本減少及產品組合變動。
- 儘管本集團之可比較門市銷售額減少3%，本集團於第三季度之可比較門市毛利僅減少2%。
- 於季末，存貨對成本之流轉日數為76日（2015年9月30日：76日；2015年12月31日：78日）。
- 於季末，現金及銀行結存淨額為10.26億港元（2015年9月30日：9.50億港元；2015年12月31日：10.76億港元）。

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9月30日止三個月及九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。

除非另行說明，以下論述均指截至2016年及2015年9月30日止三個月之按年（「按年」）比較。

概覽

- 本集團為國際服裝零售商，擁有眾多品牌，包括專有之Giordano及Giordano Junior、Giordano Ladies、BSX、其他規模較小品牌及非專有之第三方授權經營品牌。
- 於2016年9月30日，我們於逾30個國家經營2,388間門市（相當於2,292,900平方呎零售空間），其中1,155間為獨立門市。絕大多數門市位於大中華地區、南韓、東南亞及中東。我們按地區及渠道管理門市組合。我們的地區擴張重心為中國大陸之三線及四線城市以及東南亞，過去12個月，我們在該等地區之零售空間增加7%。
- 於2016年第三季度之合併集團銷售額¹為11.97億港元。毛利率為58.3%。本集團之可比較門市毛利²（「可比較門市毛利」）（僅計算附屬公司）減少2%，而本集團可比較門市銷售額²（「可比較門市銷售額」）則減少3%。
- 現金及銀行結存淨額為10.26億港元。

表1：門市組合

按地區	於9月30日之門市數目		於9月30日之零售空間 (千平方呎)	
	2016年	2015年	2016年	2015年
零售及分銷				
中國大陸				
直營店	358	398	301	354
加盟店	546	515	441	417
香港及澳門	68	70	79	89
台灣	206	199	202	199
亞太其他地區	583	559	571	530
中東	195	202	227	248
海外加盟商	432	416	472	446
總額	2,388	2,359	2,293	2,283

經營業績

表2：本集團經營業績概覽

(以百萬港元為單位)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
本集團銷售額	1,197	1,240	(3%)	3,729	3,976	(6%)
毛利	698	719	(3%)	2,206	2,285	(3%)
毛利率	58.3%	58.0%	0.3個百分點	59.2%	57.5%	1.7個百分點
全球品牌銷售額 ³	1,482	1,525	(3%)	4,793	4,907	(2%)
全球品牌毛利 ³	913	920	(1%)	2,916	2,925	持平
本集團可比較門市銷售額	(3%)	5%		(1%)	8%	
本集團可比較門市毛利	(2%)	6%		持平	8%	
從經營業務所得之自由現金流量 ⁴	157	145	8%	416	502	(17%)
期末現金及銀行結存	1,026	950	8%	1,026	950	8%
期末存貨				424	472	(10%)
存貨對成本之流轉日數 (「存貨流轉日數」)(日) ⁵				76	76	持平

表3：本集團按地區劃分之銷售額

(以百萬港元為單位)	截至9月30日止 三個月		變動 (按固定匯率 計算)	截至9月30日止 九個月		變動 (按固定匯率 計算)
	2016年	2015年		2016年	2015年	
中國大陸	270	299	(10%)	907	1,061	(15%)
香港及澳門	217	225	(4%)	674	704	(4%)
台灣	135	136	(1%)	458	476	(4%)
亞太其他地區	334	313	7%	992	951	4%
中東	159	175	(9%)	474	495	(4%)
零售及分銷	1,115	1,148	(3%)	3,505	3,687	(5%)
對海外加盟商之批發銷售額	82	92	(11%)	224	289	(22%)
總額	1,197	1,240	(3%)	3,729	3,976	(6%)

銷售額

本集團第三季度之銷售額減少3%至11.97億港元(2015年：12.40億港元)。東南亞當地貨幣兌港元升值提高了本集團之報告銷售額，但其增幅被人民幣兌港元貶值，使中國大陸之換算銷售額造成不利影響所大部分抵銷。不同的齋月期扭曲了若干主要市場表現之可比性。於6月至9月期間，本集團之可比較門市銷售額及可比較門市毛利按年持平，而本集團銷售額少幅減少2%。

於大中華地區，關閉表現較差之門市，區內天氣狀況不穩定及減少於一個中國主要線上平台促銷，導致所報告銷售額減少6%。管理層認為，於中國大陸之三線及四線城市增設加盟店以及改善產品組合，將有助於提升中國大陸之銷售額。儘管零售環境仍然困難，香港繼續其增長氣勢至第三季度。由於政府更替，台灣之表現減弱。遊客人數(尤其來自中國大陸之遊客)減少，及天氣狀況不穩定，導致當地銷售額減少。

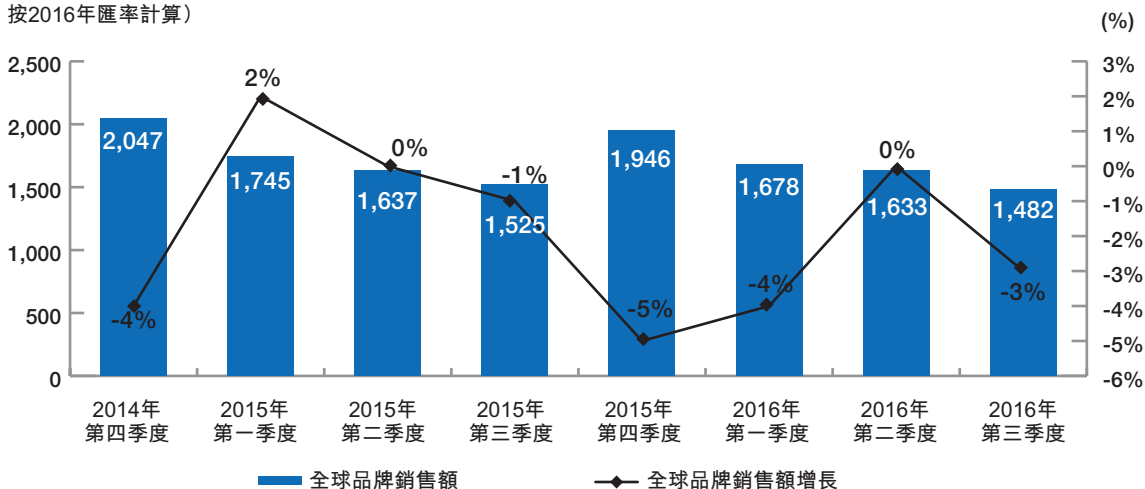
亞太其他地區之銷售額錄得7%增長，若按固定匯率換算，將錄得3%之較少銷售額增幅，升幅主要由泰國強勁增長所帶動，同時被亞太其他地區下降(受不同齋月期影響)所抵銷。本季度可比較門市毛利持平。於6月至9月期間，可比較門市銷售額及可比較門市毛利均按年增加3%。

中東第三季度之可比較門市銷售額減少8%，但若不計齋月之時間差異，於6月至9月期間將增加1%。商品改善繼續支持該地區銷售額增長。

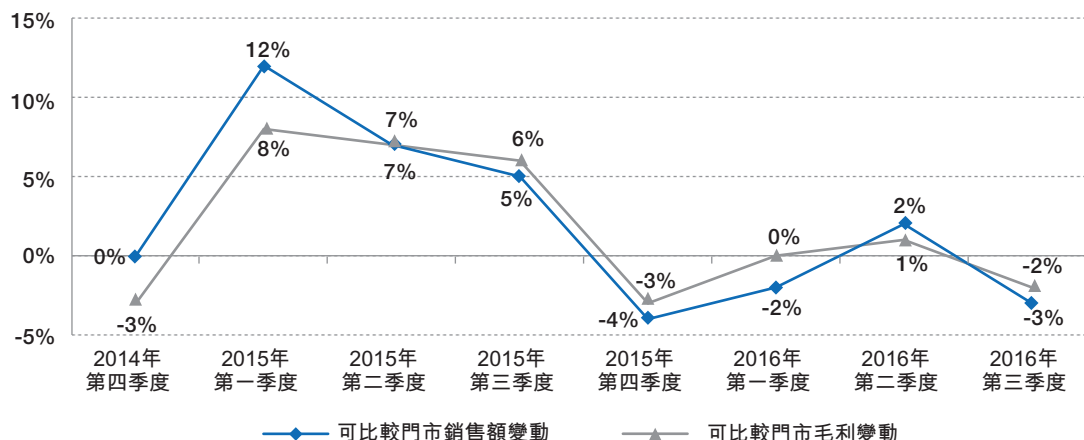
於佐丹奴核心品牌中，77%銷售額來自男裝，23%來自女裝。男裝品牌之可比較門市銷售額及可比較門市毛利分別增加2%及3%。由於若干主要商品延遲付運，女裝之可比較門市銷售額及可比較門市毛利均出現雙位數下降。於9月，此情況得到改善，其可比較門市銷售額及可比較門市毛利之降幅收窄至個位數。我們的高檔女裝品牌Giordano Ladies之表現超過其他品牌，其可比較門市銷售額增加2%，而可比較門市毛利增加5%。於過去季度，我們有三間Giordano Ladies門市開業，其中兩間位於我們有意繼續擴展版圖的東南亞。

圖表1：季度全球品牌銷售額及按年變動

(以百萬港元為單位，
按2016年匯率計算)



圖表2：本集團季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



毛利

綜合毛利減少3%至6.98億港元（2015年：7.19億港元）。本集團之毛利率增長0.3個百分點至58.3%。本集團之平均售價持平。本集團之平均產品成本減少2%，主要由於人民幣貶值導致原材料成本下降。

圖表3：本集團季度毛利率及按年變動

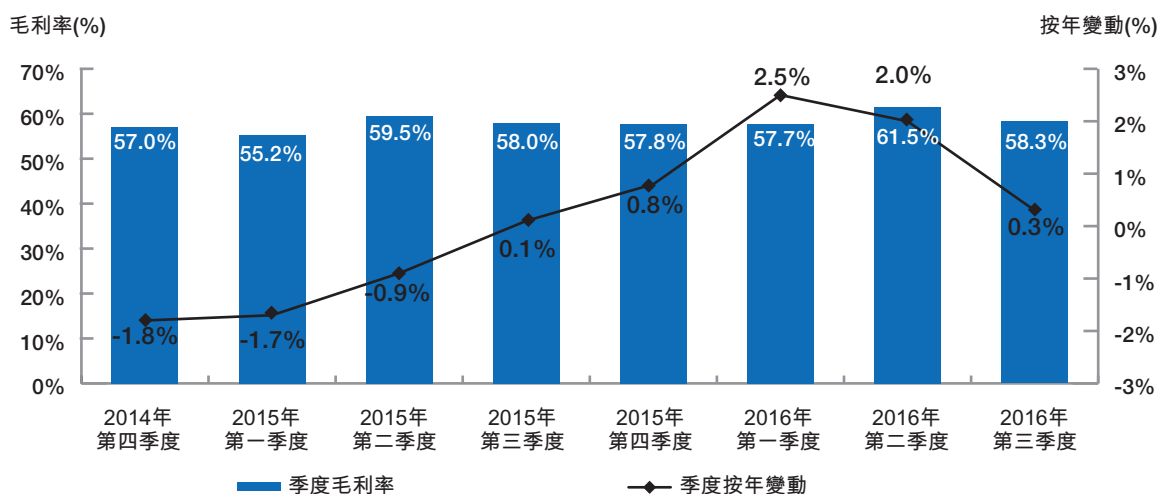


表4：按地區劃分之毛利差異分析

(以百萬港元為單位)	2015年						2016年 第三季度 毛利
	第三季度 毛利	平均 產品成本	平均售價	銷量	匯率影響	其他	
中國大陸	161	(7)	3	(10)	(7)	-	140
香港及澳門	148	1	10	(12)	-	-	147
台灣	80	1	(1)	(2)	3	-	81
亞太其他地區	185	(12)	17	(5)	15	3	203
中東	115	8	(7)	(13)	-	-	103
批發及集團公司間	30	15	(16)	(1)	-	(4)	24
市場組合	-	(3)	(4)	7	-	-	-
本集團	719	3	2	(36)	11	(1)	698

備註：以上差異已包括產品及渠道組合之改變。

本集團向以人民幣計值之供應鏈採購，其市場零售收益則以當地貨幣計值。各市場當地貨幣兌人民幣升值或貶值將相應提升或降低各市場之毛利及毛利率。

由於本集團以港元報告其業績，將各市場經營業績換算為港元時，當地貨幣兌港元升值或貶值將相應增加或減少本集團所報告之收益表。

以下管理層作出之具體市場意見以當地貨幣為單位，倘若是以港元為單位，則根據固定匯率，以撇除將經營業績及財務狀況由當地貨幣換算為港元所產生之扭曲。有關數字尚未撇除以當地貨幣進口產品成本之影響。

中國大陸

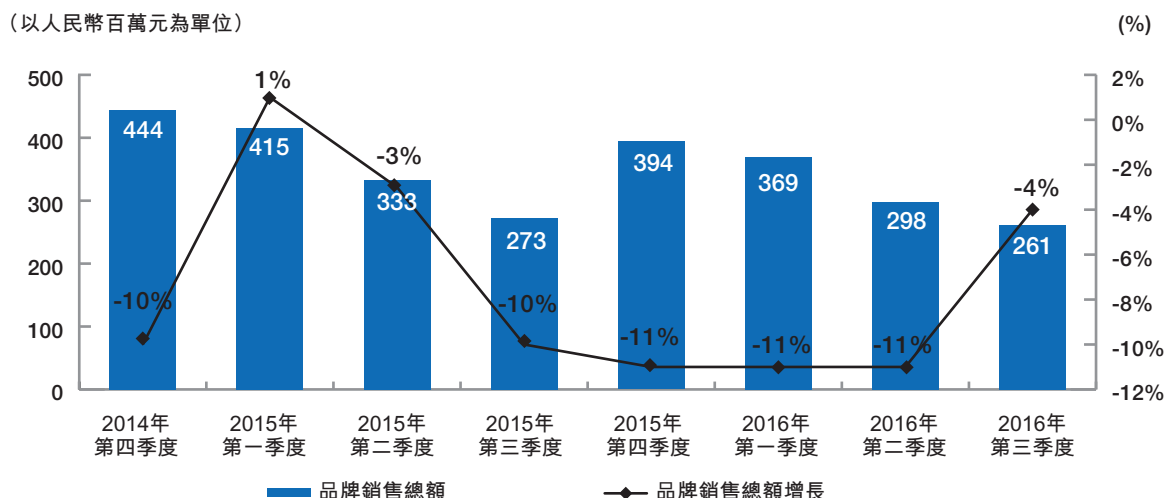
表5：中國大陸概覽

(以人民幣百萬元為單位)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	233	246	(5%)	772	858	(10%)
直營店	157	166	(5%)	551	626	(12%)
向加盟商之批發	76	80	(5%)	221	232	(5%)
品牌銷售總額	261	273	(4%)	928	1,021	(9%)
直營店	157	166	(5%)	551	626	(12%)
加盟店	104	107	(3%)	377	395	(5%)
可比較門市銷售額	(6%)	4%		(3%)	9%	
毛利	120	132	(9%)	414	454	(9%)
毛利率	51.5%	53.7%	(2.2個百分點)	53.6%	52.9%	0.7個百分點
可比較門市毛利	(6%)	4%		(2%)	9%	
期末門市數目	904	913	(9)			
直營店	358	398	(40)			
加盟店	546	515	31			

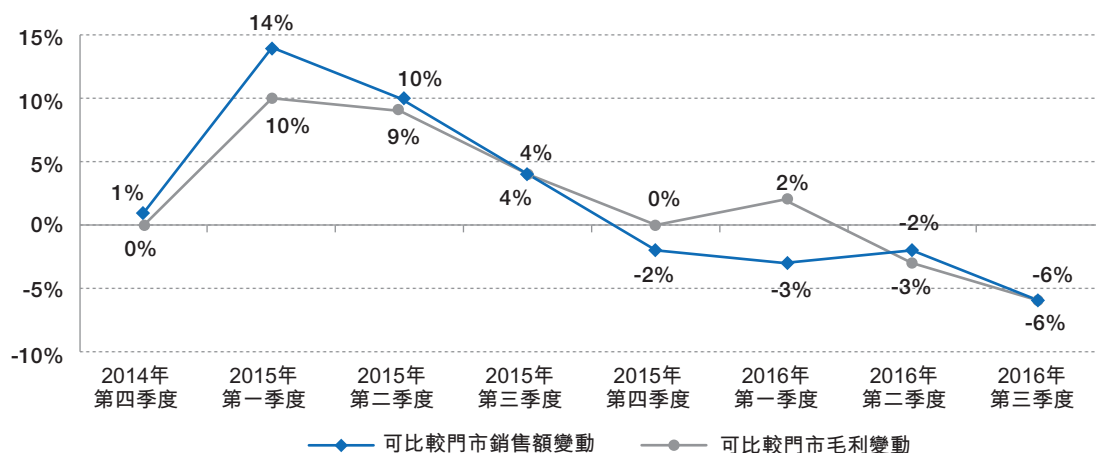
第三季度之銷售額減少5%，主要由於一個主要電子商務平台之促銷活動減少以及8月華南及華中水災導致可比較門市銷售額減少6%。由於向加盟商之銷售組合佔比增加，以及因9月份天氣反常溫暖而對夏季產品進行策略性打折銷售，毛利率減少2.2個百分點。平均產品成本持平，而平均售價增長1%。

過往12個月，我們淨減少9間門市。直營店（「直營店」）數目減少40間，主要為表現較差之門市，而加盟店則增加31間。這與一直倡議關閉表現較差之高租金店舖的方案、於百貨公司渠道擴充直營店及將我們的加盟店網絡擴大至三線及四線城市之策略重心相符。由於優化產品組合及降低平均產品成本，加盟店之毛利率持續改善。

圖表4：中國大陸季度品牌銷售額及按年變動



圖表5：中國大陸季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



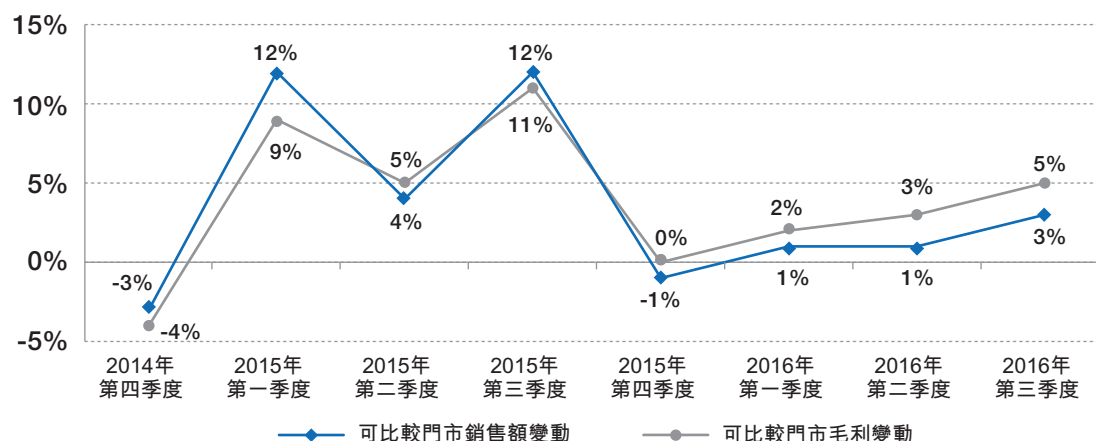
香港及澳門

表6：香港及澳門概覽

(以百萬港元為單位)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	217	225	(4%)	674	704	(4%)
可比較門市銷售額	3%	12%		1%	11%	
毛利	147	148	(1%)	460	469	(2%)
毛利率	67.7%	65.8%	1.9個百分點	68.2%	66.6%	1.6個百分點
可比較門市毛利	5%	11%		2%	10%	
期末門市數目	68	70	(2)			

第三季度之銷售額錄得4%之下降，主要由於2015年關閉高租金店舖。相較去年第三季度可比較門市毛利11%之高增長，今年第三季度可比較門市毛利增長5%。香港政府統計報告2016年首九個月服裝銷售價值減少5.9%，但我們同期的可比較門市銷售額增長1%。毛利率增長1.9個百分點，乃由於產品組合改善令平均售價增長5%。

圖表6：香港及澳門季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



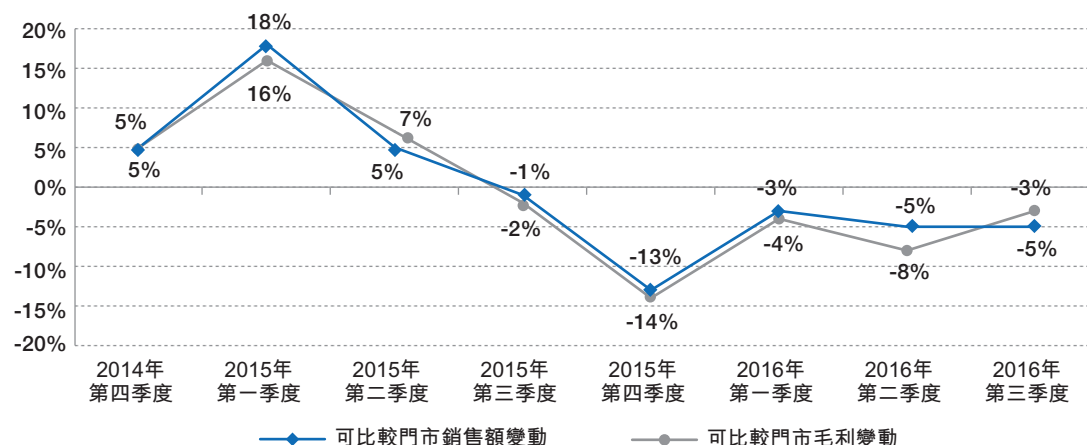
台灣

表7：台灣概覽

(以百萬新台幣為單位)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	553	576	(4%)	1,920	1,946	(1%)
可比較門市銷售額	(5%)	(1%)		(4%)	8%	
毛利	330	338	(2%)	1,116	1,139	(2%)
毛利率	59.7%	58.7%	1.0個百分點	58.1%	58.5%	(0.4個百分點)
可比較門市毛利	(3%)	(2%)		(4%)	7%	
期末門市數目	206	199	7			

此地區由於政府有變而導致表現轉弱。銷售額減少4%。可比較門市銷售額減少5%，而新增門市未能實現預期銷售額。經濟增長受壓、天氣狀況不穩定及中國遊客減少導致銷售表現不佳。毛利率於第三季度增長1.0個百分點，並較本年度上半年有所改善，當時毛利率按年減少1.2個百分點。此乃由於價格及產品組合改進所致。平均售價降幅由本年度上半年之4%收窄至1%。管理層將繼續評估表現較差之門市及其擴展計劃，因為當地經濟並未有復甦跡象。

圖表7：台灣季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



亞太其他地區

表8：亞太其他地區概覽

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	321	313	3%	1,006	951	6%
可比較門市銷售額	(1%)	6%		3%	8%	
毛利	194	185	5%	600	567	6%
毛利率	60.4%	59.1%	1.3個百分點	59.6%	59.6%	持平
可比較門市毛利	持平	6%		3%	6%	
期末門市數目	583	559	24			

若按固定匯率換算，第三季度之地區銷售額增加3%。當地貨幣兌港元升值令所報告銷售額增加，按年增長7%。因若干全球性因素，該地區貨幣走勢仍然難以預測。地區管理團隊執行策略性營銷活動提高售價以保護我們於當地的品牌價值。平均售價於第三季度增加5%，使毛利率增加1.3個百分點，較上半年減少0.9個百分點有所改善。

表9：亞太其他地區市場門市數目

	於	
	2016年 9月30日	2015年 9月30日
印尼	235	208
泰國	154	147
馬來西亞	88	86
新加坡	48	47
印度	35	49
澳洲	22	21
柬埔寨	1	1
門市總數	583	559
總零售空間(平方呎)	571,400	530,000

在新加坡，相較去年五十週年慶典使可比較門市銷售額激增19%，第三季度之可比較門市銷售額及可比較門市毛利分別減少3%及1%。

齋月提前影響馬來西亞及印尼第三季度之銷售表現。按年比較6月至9月相關銷售表現應為最佳評估。在馬來西亞，按年比較6月至9月可比較門市銷售額減少4%，而可比較門市毛利持平。由於產品組合改善，毛利率增加3.9個百分點。於印尼，佐丹奴品牌可比較門市銷售額增長4%，乃因為商品組合改善及當地成功進行市場推廣活動所致。9月按年銷售額亦因該地區森林火災並不嚴重而獲益。儘管特許方於第三季度已下調售價，但特許品牌未有明顯復甦跡象。

於第三季度，泰國之可比較門市銷售額及可比較門市毛利繼續錄得強勁增長，分別增加16%及17%。此乃由於成功進行市場推廣活動，尤其是polo衫類之銷量得以提高。最近，國民為表達對泰國王室之悲痛及尊敬，對喪悼顏色產品之需求增加，導致銷售額增加。

澳洲可比較門市銷售額降幅由上半年之雙位數收窄至第三季度之8%。我們已重組當地之產品組合及營運團隊。管理層將繼續評估該市場是否符合本集團之地區策略。

表10：亞太其他地區按市場劃分之銷售額

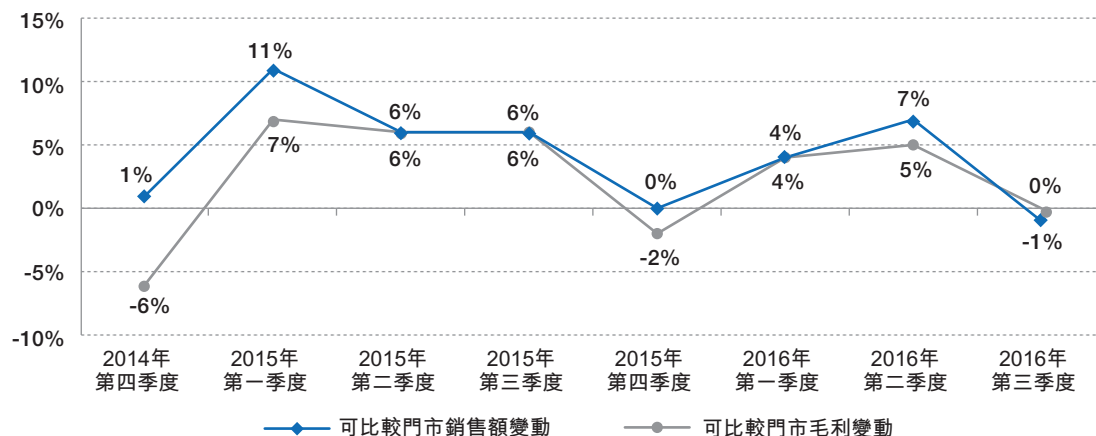
(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	截至9月30日止 三個月			截至9月30日止 九個月		
	2016年	2015年	變動*	2016年	2015年	變動*
	新加坡	71	74	(4%)	226	229
印尼	121	119	2%	359	328	9%
馬來西亞	37	40	(7%)	132	132	持平
泰國	68	55	24%	221	185	20%
澳洲	18	19	(2%)	53	59	(10%)
印度	4	5	(34%)	10	14	(29%)
柬埔寨	2	1	46%	5	4	36%
總計	321	313	3%	1,006	951	6%

* 百分比變動以最接近的整數計算。

表11：亞太其他地區按市場劃分之可比較門市銷售額及可比較門市毛利

	可比較門市銷售額		可比較門市毛利		可比較門市銷售額		可比較門市毛利	
	截至9月30日止三個月				截至9月30日止九個月			
	2016年	2015年	2016年	2015年	2016年	2015年	2016年	2015年
新加坡	(3%)	19%	(1%)	18%	1%	12%	持平	13%
印尼	(5%)	5%	(6%)	2%	3%	5%	2%	持平
馬來西亞	(8%)	(9%)	(5%)	(6%)	(3%)	(6%)	持平	(7%)
泰國	16%	9%	17%	12%	15%	18%	15%	18%
澳洲	(8%)	1%	(14%)	(2%)	(11%)	10%	(16%)	9%
印度	(29%)	(25%)	(35%)	(24%)	(41%)	(10%)	(41%)	(16%)
柬埔寨	46%	8%	45%	9%	36%	不適用	32%	不適用
總計	(1%)	6%	持平	6%	3%	8%	3%	6%

圖表8：亞太其他地區季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



中東

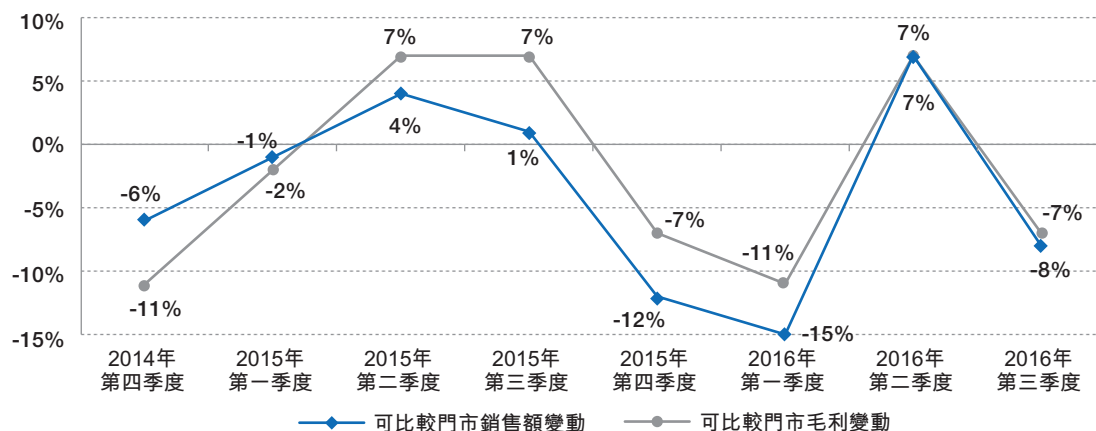
表12：中東概覽

(以百萬港元為單位，
按固定匯率換算)

	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	159	175	(9%)	474	495	(4%)
可比較門市銷售額	(8%)	1%		(5%)	1%	
毛利	103	115	(10%)	314	318	(1%)
毛利率	64.8%	65.7%	(0.9個百分點)	66.2%	64.2%	2.0個百分點
可比較門市毛利	(7%)	7%		(3%)	4%	
期末門市數目	195	202	(7)			

若不計齋月期差異，6月至9月之地區可比較門市銷售額及可比較門市毛利分別增加1%及3%。商品改善及推廣活動於第三季度仍然是我們的銷售動力。油價下跌及當地貨幣兌強勢美元貶值不利於在批發市場擴建門市，但管理層將繼續提高當地之經營效率，並將於經濟出現轉機時增加我們的覆蓋範圍。

圖表9：中東季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



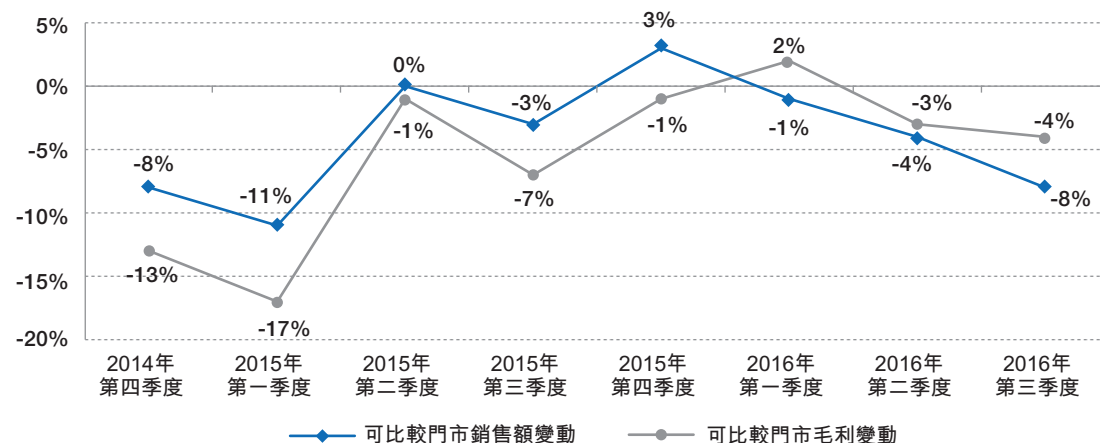
南韓（一間合營公司）

表13：南韓概覽

(以百萬韓圓為單位)	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2016年	2015年	變動	2016年	2015年	變動
總銷售額	45,812	48,128	(5%)	147,331	150,592	(2%)
可比較門市銷售額	(8%)	(3%)		(4%)	(5%)	
毛利	27,508	27,566	持平	83,878	84,056	持平
毛利率	60.0%	57.3%	2.7個百分點	56.9%	55.8%	1.1個百分點
可比較門市毛利	(4%)	(7%)		(1%)	(8%)	
期末門市數目	195	202	(7)			

一間由南韓獨立管理團隊管理之擁有48.5%權益的合營公司分別錄得可比較門市銷售額減少8%及可比較門市毛利減少4%。當地秋季較暖對我們於當地之銷售額造成不利影響。由於在清理去年之過剩庫存後存貨回復合理水平，毛利率增加2.7個百分點。展望未來，利用本集團之採購槓桿作用，管理層預期南韓將繼續改善產品利潤。

圖表10：南韓季度可比較門市銷售額及可比較門市毛利變動



本集團對海外加盟商及非合併實體之批發

表14：海外加盟商及非合併附屬公司門市數目

按市場劃分	於	
	2016年 9月30日	2015年 9月30日
南韓	195	202
緬甸	114	104
菲律賓	81	72
越南	26	22
日本	11	9
其他市場	5	7
門市總數	432	416
總零售空間(平方呎)	472,400	445,700

第三季度之批發銷售額減少11%至8,200萬港元(2015年：9,200萬港元)。南韓秋季較暖對當地銷售額及從我們的採購造成負面影響。在菲律賓、緬甸及越南等地方，零售空間於過往12個月錄得雙位數增長，及可比較門市毛利於報告期內上升15%。這令該等市場的批發銷售額於第三季度增加11%。

財務狀況

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對創造股東價值至關重要，而這在內部一直是主要關鍵績效指標。自由現金流量於第三季度增加1,200萬港元或8%至1.57億港元。此乃主要由於營運資金淨減少所致。管理層認為現有現金及銀行結存以及從經營業務所得之自由現金流量足以支持我們的業務營運並為我們的發展及行動提供資金。

存貨

存貨控制是採購效率的重要指標，也是本集團的核心競爭力。本集團於2016年9月30日之存貨減少6,700萬港元或14%至4.24億港元(2015年12月31日：4.91億港元)。由於我們進行有效存貨控制，截至2016年9月30日止九個月之存貨流轉日數為76日，與上年同期持平。

本集團監督供應商及中國大陸加盟商的存貨以及我們擁有的綜合存貨(統稱「系統存貨」)。儘管供應商及中國大陸加盟商的存貨並非我們的法定責任，但此規則可確保我們不會作出資產負債表外存貨，此將危害本集團於未來數月的經營靈活性及批發業務。系統存貨較2015年12月31日減少17%。供應商之製成貨品減少乃由於我們提前收到及推出秋季商品。

表15：系統存貨

(以百萬港元為單位)	於		
	2016年 9月30日	2015年 12月31日	2015年 9月30日
本集團持有之存貨	424	491	472
中國大陸加盟商持有之存貨	79	75	88
供應商之製成貨品(未付運)	22	67	69
系統存貨總額	525	633	629

展望

對全球經濟增長之持續憂慮及經濟發展之不確定性繼續阻礙消費零售行業及消費意欲，但管理層已經並將繼續透過不懈地追求卓越的營運水平及規範抵銷有關影響。

由於人民幣貶值，本集團於本季度從平均產品成本減少而獲利。然而，這對中國大陸之換算銷售額造成不利影響，並抵銷了因東南亞當地貨幣反彈而增加之報告銷售額。管理層無法預測相關匯率之間的變動，但我們將繼續監測持續變動，並於預期存在威脅或機會時採取必要措施。

於目前至短期內，由於受若干地區政治事件所影響，我們所經營之少數市場可能產生波動。中國大陸與台灣之關係恢復緊張已導致大陸遊客赴台意願下挫。管理層將持續監測風險狀況，並採取必要措施。

管理層對中國大陸的展望保持審慎樂觀。中國國內生產總值於第三季度增長6.7%，但從中國人民銀行於人民幣疲弱及物業價格高漲之情況下採取緊縮貨幣政策，反映了挑戰將接踵而至。換言之，我們相信，我們的中國大陸管理團隊在擴展加盟店及實現更高利潤上創造的動力能夠持續，而可比較門市銷售額及可比較門市毛利將從我們大陸加盟店網絡及電子商務之擴張及改善中獲益。管理層將向加盟商提供進一步專業及營運協助，以及營銷及推廣資源，並同時繼續執行其地區網上商店及移動應用程式用戶擴展計劃。

儘管經濟環境不利，透過積極的租金節省計劃，專注於改善其零售店舖之翻新，審慎擴張其零售網絡及振興營銷活動，我們的香港營運及管理團隊持續達到業績改善。我們預期於不久的未來將繼續自該等行動中獲益。

中東繼續展現復甦跡象。換言之，中東經濟於本年度已急劇減慢，且由於低油價調整持續，短期內可能仍然增長乏力。沙特阿拉伯於9月史無前例地宣佈其公共部門降薪令，由於近三分之二沙特人受僱於公共部門，此舉將可能抑制增長。於不久的未來，規模宏大的基建項目(迪拜運河)竣工後可能吸引更多遊客訪問阿聯酋，但仍有待觀察。管理層繼續監督其成本，同時進一步強化其商品規範。

儘管南韓合營公司似乎已走出中東呼吸綜合症之陰影，但復甦之路充滿挑戰，且其經濟嚴重依賴中國大陸。我們9月份之可比較門市毛利按年持平，不尋常的溫暖天氣影響秋季商品的初始銷售，但隨著天氣開始轉涼、改良店舖陳列及新款季節性商品之推出，管理團隊審慎樂觀地認為，銷售額及毛利將持續改善。

管理層認為，從中期而言，地區經濟環境不利於整體銷售額增長，因此，我們將專注於改善可比較門市銷售額及可比較門市毛利之增長。最後，管理層堅信，透過妥善管理來自本集團經營業務之營運資金及現金流量，可維持良好之現金結存。預期短期內無大量資本開支。

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11月10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。

-
- 1 本集團銷售額指綜合銷售額，並包括來自直營店的零售銷售額及向所有加盟商之批發銷售額。
 - 2 本集團可比較門市銷售額／可比較門市毛利為於去年同期一直營運之現有直營店及加盟店，按固定匯率計算下合併附屬公司的佐丹奴品牌銷售額／毛利。
 - 3 全球品牌銷售額／毛利乃按2016年匯率換算，其包括佐丹奴於直營店、加盟店及合營公司之門市之零售銷售額／毛利總額，因此高於本集團銷售額／毛利。
 - 4 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。
 - 5 存貨流轉日數指於期末持有之存貨除以銷售成本乘以期內日數。