

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

截至二零一八年九月三十日止三個月
未經審核一八／一九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」）截至二零一八年九月三十日止三個月之未經審核一八／一九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。

按產品劃分的收入

產品分部	截至九月三十日止三個月					
	二零一八年		二零一七年		變幅百分比	
	百萬港元	佔本集團收入之百分比	百萬港元	佔本集團收入之百分比	按港元計算	按本地貨幣計算
女裝 (Esprit 及 edc)	2,254	67.6%	2,700	67.4%	-16.5%	-15.9%
女裝 casual #	1,175	35.3%	1,424	35.6%	-17.5%	-16.8%
女裝 edc	622	18.6%	765	19.1%	-18.7%	-18.3%
女裝 collection	457	13.7%	511	12.7%	-10.6%	-9.6%
男裝 (Esprit 及 edc)	549	16.5%	614	15.4%	-10.7%	-10.1%
男裝 casual	326	9.8%	352	8.8%	-7.5%	-6.8%
男裝 edc	169	5.1%	186	4.7%	-9.1%	-8.6%
男裝 collection	54	1.6%	76	1.9%	-29.3%	-28.8%
生活時尚及其他 *	531	15.9%	694	17.2%	-23.3%	-22.8%
總計	3,334	100.0%	4,008	100.0%	-16.8%	-16.2%

於一八／一九財政年度第一季度數字，女裝 casual 與 Trend 合併一起，然而它們於去年同期是獨立披露的。女裝 casual 的比較數字已予重列。Trend 產品分部的成立是作為一個實驗室，以測試我們快銷產品的開發流程。我們已將所學的知識應用於女裝的其他產品分部

* 生活時尚及其他主要包括內衣、配飾、鞋具、以及批授經營權產品的銷售及批授經營權收入，如童裝、手錶、眼鏡、首飾、床上及沐浴用品及家品系列

按地區及按分銷渠道劃分的收入

	截至九月三十日止三個月						
	二零一八年		二零一七年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	百萬港元	佔本集團收入 之百分比	百萬港元	佔本集團收入 之百分比	按港元 計算	按本地 貨幣計算	
德國	1,688	50.6%	2,039	50.9%	-17.2%	-16.8%	-8.8%
零售（不包括電子商店）	543	16.3%	679	16.9%	-19.9%	-19.6%	-7.3%
批發（不包括電子商店）	626	18.8%	752	18.8%	-16.7%	-16.1%	-9.9%
電子商店	512	15.3%	601	15.0%	-15.0%	-14.7%	n.a.
批授經營權	7	0.2%	7	0.2%	-1.3%	-0.8%	n.a.
歐洲其他地區	1,332	40.0%	1,573	39.2%	-15.3%	-14.5%	-6.2%
零售（不包括電子商店）	427	12.8%	505	12.6%	-15.4%	-14.5%	-3.8%
批發（不包括電子商店）	587	17.6%	700	17.4%	-16.2%	-15.1%	-7.7%
電子商店	298	9.0%	345	8.6%	-13.5%	-13.1%	n.a.
批授經營權及其他	20	0.6%	23	0.6%	-14.0%	-14.3%	n.a.
亞太區	314	9.4%	396	9.9%	-20.8%	-20.0%	-26.8%
零售（不包括電子商店）	261	7.9%	326	8.1%	-20.0%	-19.2%	-26.8%
批發（不包括電子商店）	32	0.9%	36	0.9%	-11.4%	-11.0%	-27.0%
電子商店	21	0.6%	34	0.9%	-37.6%	-36.7%	n.a.
總計	3,334	100.0%	4,008	100.0%	-16.8%	-16.2%	-10.6%
零售（不包括電子商店）	1,231	37.0%	1,510	37.6%	-18.4%	-17.8%	-11.5%
批發（不包括電子商店）	1,245	37.3%	1,488	37.1%	-16.3%	-15.5%	-9.8%
電子商店	831	24.9%	980	24.5%	-15.2%	-14.9%	n.a.
批授經營權及其他	27	0.8%	30	0.8%	-11.1%	-11.2%	n.a.

[^] 自二零一七年十月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

按地區劃分的零售（不包括電子商店）分銷渠道 （直接管理零售店舖）

	店舖 數目	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 銷售增長
			淨銷售面積 （平方米）	自二零一七年十月一日起 （平方米）	（百分比）		
德國	137	(8)	107,890	(8,522)	-7.3%	125	-16.3%
歐洲其他地區	134	2	76,311	(3,003)	-3.8%	111	-15.0%
亞太區	239	(126)	52,236	(19,127)	-26.8%	132	0.3%
總計	510	(132)	236,437	(30,652)	-11.5%	368	-14.1%

[^] 自二零一七年十月一日起的淨變幅

按地區劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）

於二零一八年九月三十日

	店舖 數目	店舖數目 淨變幅 ^	淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積淨變幅	
				自二零一七年十月一日起 (平方米)	(百分比)
德國	3,331	(306)	149,478	(16,421)	-9.9%
專營店	220	(21)	49,078	(5,645)	-10.3%
零售專櫃	2,032	(236)	78,607	(10,646)	-11.9%
專營櫃位	1,079	(49)	21,793	(130)	-0.6%
歐洲其他地區	1,922	(208)	119,653	(9,975)	-7.7%
專營店	423	(17)	78,857	(4,514)	-5.4%
零售專櫃	765	(65)	23,789	(1,903)	-7.4%
專營櫃位	734	(126)	17,007	(3,558)	-17.3%
亞太區	106	(27)	10,821	(4,005)	-27.0%
專營店	106	(27)	10,821	(4,005)	-27.0%
總計	5,359	(541)	279,952	(30,401)	-9.8%
專營店	749	(65)	138,756	(14,164)	-9.3%
零售專櫃	2,797	(301)	102,396	(12,549)	-10.9%
專營櫃位	1,813	(175)	38,800	(3,688)	-8.7%

^ 自二零一七年十月一日起的淨變幅

截至二零一八年九月三十日止三個月的摘要

於截至二零一八年九月三十日止第一季度（「一八／一九財政年度第一季度」），我們看到收入持續疲弱，這是由於綜合以下因素所影響，(i) 客戶流量持續下降的趨勢，以及(ii) 歐洲溫暖的夏季氣溫延長，影響了秋季商品的銷售。

收入分析

於一八／一九財政年度第一季度的**集團收入**總計為 **3,334** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-16.2%，相比總可控制面積相應按年減少 -10.6%。

零售（不包括電子商店）佔集團收入的 **37.0%**，按本地貨幣計算按年減少-17.8%。收入下降的原因是由於 (i) 持續的分銷版圖整頓，即零售銷售面積按年減少 -11.5%，當中包括於亞太區撤出澳洲及新西蘭（「澳新」）市場，及 (ii) 可比較店舖銷售（不包括電子商店）按本地貨幣計算按年減少-14.1%，主要由於到訪店舖的客戶流量持續下降及歐洲溫暖的夏季氣溫延長，影響了秋季商品的銷售。儘管我們在歐洲零售業務（不包括電子商店）出現負面發展，但亞太區（不包括電子商店）的可比較零售店舖銷售（不包括電子商店）按本地貨幣計算按年增長+0.3%，主要歸功於在該區實行了成功的促銷活動。

電子商店佔集團收入的 24.9%，按本地貨幣計算按年減少 -14.9%。歐洲電子商店（包括德國）的收入佔整體電子商店收入的 97.4% 並錄得收入按本地貨幣計算按年減少 -14.1%。與實體零售表現類似，此負面發展主要是由於消費者的流量減少。至於亞太區電子商店，佔整體電子商店收入的 2.6%，按本地貨幣計算按年減少 -36.7%。該下降主要是由於 (i) 澳新的電子商店已於二零一八年七月結業；及 (ii) 我們於天貓的電子商店的消費者到訪流量減少所致。

批發（不包括電子商店）方面，該渠道的收入佔集團收入的 37.3%，並按本地貨幣計算按年減少-15.5%，相比相應的可控制面積按年減少-9.8%。歐洲和亞太區的業績表現不一，德國及歐洲其他地區批發（不包括電子商店），佔整體批發收入（不包括電子商店）的 97.5%。受到批發合作夥伴的訂單減少影響，錄得收入下降（分別按本地貨幣計算按年減少-16.1%及-15.1%）高於相應的可控制面積按年減少（分別按年減少-9.9%及-7.7%）。至於亞太區批發（不包括電子商店），雖然它僅佔整體批發（不包括電子商店）收入的 2.5%，並且錄得收入按本地貨幣計算按年減少-11.0%，但是這區發展主要受到印度市場銷售增長的推動，與相應的可控制面積按年減少-27.0%相比較為佳。

誠如一七／一八財政年度年報所述，我們已採取糾正措施重新啟動銷售動力。策略計劃（「計劃」）的全部細節將於二零一八年十一月二十六日（星期一）舉行的投資者關係日呈現給市場。此計劃的主要措施包括：1）強化公司品牌形象並以客戶成為我們的中心點；2）優化公司推出市場的產品，更迎合顧客的喜好及配合品牌定位；3）簡化公司工作流程並改善問責制；4）建立一個更精簡的架構；以及 5）逐步淘汰虧損業務，為未來打下更堅實的基礎。

承董事會命
公司秘書
吳慧賢

香港，二零一八年十月二十六日

於本公佈日期，董事會由：(i) 執行董事柯清輝博士（執行主席）、Anders Christian Kristiansen 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) 獨立非執行董事鄭明訓先生（副主席）、José María Castellano Ríos 博士、Alexander Reid Hamilton 先生、李嘉士先生及 Norbert Adolf Platt 先生組成。