

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

截至二零一九年六月三十日止年度之全年業績公佈

全年業績

思捷環球控股有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）公佈本公司及其附屬公司（「本集團」或「思捷環球」）截至二零一九年六月三十日止年度之經審核綜合業績，連同截至二零一八年六月三十日止年度之比較數字。下列財務資料（包括比較數字）乃按照國際財務報告準則編製。

綜合收益表

	附註	截至六月三十日止年度	
		二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
收入	2	12,932	15,455
銷售成本		(6,431)	(7,534)
毛利		6,501	7,921
員工成本		(2,806)	(3,087)
租賃成本		(2,088)	(2,526)
物流開支		(821)	(1,029)
市場推廣及廣告開支		(634)	(900)
折舊		(455)	(528)
就店舖關閉及租賃作出的撥備淨額	10	(895)	(152)
物業、廠房及設備減值		(110)	(90)
就澳洲及新西蘭業務的關閉成本作出的撥備撥回/ (撥備增加)	11	25	(129)
商譽減值	3	-	(664)
客戶關係減值	3	-	(130)
出售物業的收益	12	-	16
其他經營成本		(797)	(955)
經營虧損 (除利息及稅項前虧損)	3	(2,080)	(2,253)
利息收入		49	58
融資成本	4	(35)	(31)
除稅前虧損		(2,066)	(2,226)
稅項支出	5	(78)	(328)
本公司股東應佔虧損		(2,144)	(2,554)
每股虧損			
— 基本及攤薄	7	(1.14)港元	(1.35)港元

綜合全面收益表

	截至六月三十日止年度	
	二零一九年	二零一八年
	百萬港元	百萬港元
本公司股東應佔虧損	(2,144)	(2,554)
其他全面收益		
不會重新分類至損益之項目：		
重新計量退休界定福利責任	(4)	(4)
其後可重新分類至損益之項目：		
現金流量對沖的公平值（虧損）／收益，除稅後淨額	(40)	152
換算差額	(130)	114
	(174)	262
本公司股東應佔年內全面收益總額，除稅後淨額	(2,318)	(2,292)

綜合財務狀況表

	附註	二零一九年 百萬港元	於六月三十日 二零一八年 百萬港元
非流動資產			
無形資產		2,050	2,063
物業、廠房及設備		1,128	1,571
投資物業		27	24
按公平值計入損益的金融資產		12	-
其他投資		-	7
應收賬款、按金及預付款項		120	140
遞延稅項資產		559	524
		<u>3,896</u>	<u>4,329</u>
流動資產			
存貨		1,845	2,296
應收賬款、按金及預付款項	8	1,499	1,418
應收稅項		80	143
現金、銀行結餘及存款		3,282	4,521
		<u>6,706</u>	<u>8,378</u>
流動負債			
應付賬款及應計費用	9	2,504	2,919
就店舖關閉及租賃作出的撥備	10	940	397
應付稅項		161	57
		<u>3,605</u>	<u>3,373</u>
流動資產淨值		<u>3,101</u>	<u>5,005</u>
總資產減流動負債		<u>6,997</u>	<u>9,334</u>
權益			
股本		189	189
儲備		6,524	8,837
權益總額		<u>6,713</u>	<u>9,026</u>
非流動負債			
退休界定福利責任		31	26
遞延稅項負債		253	282
		<u>284</u>	<u>308</u>
		<u>6,997</u>	<u>9,334</u>

綜合財務報表附註

1. 編製基準

本集團的綜合財務報表乃按照國際財務報告準則及香港《公司條例》的披露規定編製。

於本年度，本集團已採納以下於本集團自二零一八年七月一日開始之財政年度生效之國際會計準則及國際財務報告準則：

國際會計準則第 40 號（修訂）	投資物業之轉換
國際財務報告詮釋委員會詮釋第 22 號	外幣交易與預收（付）對價
國際財務報告準則第 2 號（修訂）	以股份為基礎的支付交易之分類及計量
國際財務報告準則第 4 號（修訂）	採用國際財務報告準則第 4 號「保險合約」同時一併應用國際財務報告準則第 9 號「金融工具」
國際財務報告準則第 9 號	金融工具
國際財務報告準則第 15 號	來自客戶合同的收入
國際財務報告準則第 15 號（修訂）	國際財務報告準則第 15 號之澄清
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則二零一四年至二零一六年週期之年度改進

除國際財務報告準則第 9 號及國際財務報告準則第 15 號外，採納上述新生效的詮釋及現有準則的修訂並未對本集團的會計政策或財務業績構成重大變動。下文說明採納國際財務報告準則第 9 號及國際財務報告準則第 15 號其對本集團綜合財務報表的影響所產生的主要變動。

本集團選擇採納國際財務報告準則第 9 號及國際財務報告準則第 15 號而未重列比較數字並自二零一八年七月一日起變更其會計政策。因此，初次採納國際財務報告準則第 9 號及國際財務報告準則第 15 號的重新分類及調整並未於二零一八年六月三十日的綜合財務狀況表中反映，但已於二零一八年七月一日的年初綜合財務狀況表中確認。

1. 編製基準 (續)

下表列示於受影響的各財務報表項目的年初結餘中確認的調整。

綜合財務狀況表 (摘錄)

	二零一八年 六月三十日 百萬港元 (如前申報)	初次採納 國際財務 報告準則 第 9 號 的影響 百萬港元	初次採納 國際財務 報告準則 第 15 號 的影響 百萬港元	二零一八年 七月一日 百萬港元 (重列)
非流動資產				
按公平值計入損益的金融資產	-	17	-	17
其他投資	7	(7)	-	-
流動資產				
應收賬款、按金及預付款項	1,418	-	38	1,456
流動負債				
應付賬款及應計費用	2,919	-	38	2,957
權益				
儲備	8,837	10	-	8,847

於二零一八年七月一日，因金融工具分類及計量而對本集團保留溢利的總影響如下：

	於二零一八年七月一日 百萬港元
年初保留溢利－採納國際會計準則第 39 號之後	846
採納國際財務報告準則第 9 號之後對保留溢利之調整	10
年初保留溢利－採納國際財務報告準則第 9 號之後	856

國際財務報告準則第 9 號「金融工具」

國際財務報告準則第 9 號取代國際會計準則第 39 號當中與金融資產和金融負債的確認、分類及計量、終止確認金融工具、金融資產減值及對沖會計有關的條文。

分類及計量

國際財務報告準則第 9 號將金融資產分為三個主要類別：按攤銷成本計量、按公平值計入其他全面收益及按公平值計入損益。根據國際財務報告準則第 9 號進行的金融資產分類乃基於金融資產管理的業務模式及其合約現金流量特徵。

本集團管理層已考慮適用於本集團所持有金融資產的業務模式，並於二零一八年七月一日初次應用國際財務報告準則第 9 號時將金融資產分為適當類別。

1. 編製基準（續）

國際財務報告準則第 9 號「金融工具」（續）

重新分類對綜合財務狀況表的影響如下：

	其他投資 百萬港元	於二零一八年七月一日 按公平值 計入損益的 金融資產 百萬港元
年初結餘－國際會計準則第 39 號	7	-
將會籍債券投資重新分類為按公平值計入損益的 金融資產	(6)	6
將股本證券投資重新分類為按公平值計入損益的 金融資產	(1)	1
年初結餘－採納國際財務報告準則第 9 號之後	-	7

本集團選擇於損益中呈列其所有會籍債券及股本證券投資的公平值變動，乃由於於國際財務報告準則第 9 號初次應用日，會籍債券及股本證券投資不合資格按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益進行分類及計量。

金融資產減值

新減值模型要求按預期信貸損失確認減值撥備，而非僅以發生的信貸損失（根據國際會計準則第 39 號）。其適用於按攤銷成本分類的金融資產、按公平值計入其他全面收益計量的債務工具、國際財務報告準則第 15 號「來自客戶合同的收入」下的合同資產、應收租賃款、貸款承擔、若干財務擔保合同和現金及現金等價物。本集團採用國際財務報告準則第 9 號簡化方法計量預期信貸損失，其對所有應收貿易賬款使用整個存續期的預期損失撥備。然而，其對本集團就應收貿易賬款減值的會計處理並無重大影響。因此，就採納簡化方法及計量預期信貸虧損而言，並未對二零一八年七月一日的保留盈利年初結餘作出調整。

對沖會計

本集團預期未來採用對沖會計。根據國際財務報告準則第 9 號，所有於先前的國際會計準則第 39 號下指定的對沖會計關係仍為有效的對沖會計關係。於過渡至國際財務報告準則第 9 號後，本集團繼續按公平值計入損益分類確認非有效對沖關係的衍生金融工具。

1. 編製基準 (續)

國際財務報告準則第 9 號「金融工具」(續)

本集團的風險管理策略及對沖文件與國際財務報告準則第 9 號的規定一致，因此該等關係被視為持續對沖。於二零一八年六月三十日已訂立的外匯遠期合約符合資格為國際財務報告準則第 9 號下的現金流量對沖。與前期做法一致，本集團繼續指定本集團現金流量對沖關係中完整遠期合約的公平值變動，因此，採納國際財務報告準則第 9 號的對沖會計規定對本集團的財務資料並無重大影響。

國際財務報告準則第 15 號「來自客戶合同的收入」

國際財務報告準則第 15 號取代國際會計準則第 18 號的條文，引致有關收入確認、合同成本以及合同資產及負債的呈列方式的會計政策出現變動。新準則乃基於收入於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認的原則。

本集團的收入產生自透過批發、零售（不包括電子商店）及電子商店渠道向客戶銷售產品以及批授經營權收入。本集團管理層已評估採納國際財務報告準則第 15 號對本集團的收入確認政策並無重大影響。

客戶忠誠度計劃的會計處理

於以往報告期間，本集團自銷售產品收取的代價已採用剩餘法分配予積分和已售商品。按照此方法，與積分公平值相等的代價部份被分配予積分。代價的剩餘部份被分配予已售商品。

根據國際財務報告準則第 15 號，總代價須按照相對的單獨售價分配至積分及商品。採用該方法並無導致重大影響。

銷售退貨的會計處理

本集團授予其零售及批發客戶於指定期限內的退貨權。採納國際財務報告準則第 15 號之前，本集團採用預期價值法估計退貨，並於綜合財務狀況表應付賬款及應計費用項下呈列淨負債。採納國際財務報告準則第 15 號後，本集團於綜合財務狀況表中單獨確認於退貨後的退貨負債及向客戶回收產品的權利為資產。

重新分類對綜合財務狀況表的影響如下：

	於二零一八年七月一日	
	應收賬款、 按金及 預付款項 百萬港元	應付賬款及 應計費用 百萬港元
年初結餘－國際會計準則第 18 號	1,418	2,919
採納國際財務報告準則第 15 號之後增加退貨資產權利 及退貨負債	38	38
年初結餘－採納國際財務報告準則第 15 號之後	1,456	2,957

1. 編製基準（續）

本集團並無提早採納以下已頒佈但尚未生效的國際會計準則、國際財務報告詮釋委員會詮釋及國際財務報告準則。

		於下列日期 或以後開始的 會計期間生效
國際會計準則第 1 號及國際會計準則第 8 號（修訂）	重要性的定義	二零二零年一月一日
國際會計準則第 19 號（修訂）	計劃修訂、縮減或結算	二零一九年一月一日
國際會計準則第 28 號（修訂）	於聯營公司及合營公司之長期權益	二零一九年一月一日
國際財務報告詮釋委員會詮釋第 23 號	不確定性的稅項處理	二零一九年一月一日
國際財務報告準則第 3 號（修訂）	企業的定義	二零二零年一月一日
國際財務報告準則第 9 號（修訂）	具有負補償之預付款項特性	二零一九年一月一日
國際財務報告準則第 10 號及國際會計準則第 28 號（修訂）	投資者與其聯營公司或合營公司之間的資產出售或投入	待定
國際財務報告準則第 16 號	租賃	二零一九年一月一日
國際財務報告準則第 17 號	保險合約	二零二一年一月一日
國際財務報告準則（修訂）	國際財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進	二零一九年一月一日

在該等新訂及經修訂準則及修訂中，國際財務報告準則第 16 號與本集團的業務較為相關。下文說明可能會影響本集團綜合財務報表的主要變動。

1. 編製基準（續）

國際財務報告準則第16號「租賃」

由於經營租賃及融資租賃的劃分被刪除，因此國際財務報告準則第16號規定幾乎所有承租人的租賃均於財務狀況表內確認。根據該項新準則，資產（租賃項目的使用權）及支付租金的金融負債均被確認。惟短期及低值租賃不在此列。出租人的會計處理將不會有重大變動。

本集團正在評估採納國際財務報告準則第16號的影響，預期將導致資產及負債於二零一九年七月一日大幅增加。於二零一九年六月三十日，本集團的營運租賃承擔為**5,578百萬港元**。根據現有資料，本集團預期於二零一九年七月一日分別確認使用權資產及租賃負債約**4,270**百萬港元及**5,092**百萬港元。採納國際財務報告準則第16號將不會對本集團的現金流量產生任何影響，惟將部分現金流出作為融資而非經營現金流量呈列除外。然而，初次採納該準則的實際影響可能有所不同，乃由於迄今為止的評估是基於本集團目前可獲得的資料作出，且可能在本集團於截至二零一九年十二月三十一日止六個月的中期財務報告初次採納該準則前確定進一步影響。

綜合收益表中的固定租賃開支將由折舊及利息支出取代。採納新準則將通過提高除利息、稅項、折舊及攤銷前溢利及除利息及稅項前溢利對本集團的財務業績產生影響，而與國際會計準則第17號相比，租賃期初將產生較高開支，但將在租賃期內逐漸減少，並將導致租賃後期的開支降低。

本集團無意在其生效日期前採納該準則。本集團擬採用經修訂追溯方法，且將不會重列首次採納前年度的比較金額。

2. 收入及分部資料

本集團主要於德國、歐洲其他地區*、亞太區及透過電子商店平台從事以其自有國際知名品牌 Esprit 設計的優質成衣與非服裝產品的零售、批發分銷及批授經營權業務。

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
來自外界客戶的收入		
德國	4,426	5,281
歐洲其他地區	3,559	4,199
亞太區	1,102	1,674
電子商店	3,728	4,169
批授經營權及其他	117	132
	<u>12,932</u>	<u>15,455</u>

經營分部匯報方式與提供給主要經營決策者的內部管理匯報方式一致。本集團之執行董事被認定為負責評估報告分部的表現及分配資源的主要經營決策者。本集團於過去數年正在轉型，而管理及報告結構已被重組。目前，主要經營決策者釐定經營分部為德國、歐洲其他地區、亞太區及全球電子商店，此分部與最新管理組織及報告結構一致。企業服務、採購及批授經營權活動亦釐定為獨立經營分部。此外，在這些地區內，主要經營決策者亦會以零售及批發渠道的角度（亦為經營分部）審視業務。德國、歐洲其他地區及亞太區的電子商店合併於全球電子商店的單一報告分部。

內部分部之間的交易乃根據適用於與無關連第三者的一般商業條款及條件進行。

* 歐洲其他地區包括我們於美洲的業務。

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一九年六月三十日止年度					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收入						
零售	2,226	1,805	1,003	3,728	-	8,762
批發	2,200	1,754	99	-	-	4,053
批授經營權及其他	-	-	-	-	5,776	5,776
總計	4,426	3,559	1,102	3,728	5,776	18,591
內部分部收入	-	-	-	-	(5,659)	(5,659)
來自外界客戶的收入						
零售	2,226	1,805	1,003	3,728	-	8,762
批發	2,200	1,754	99	-	-	4,053
批授經營權及其他	-	-	-	-	117	117
總計	4,426	3,559	1,102	3,728	117	12,932
分部業績						
零售	(150)	(132)	(101)	679	-	296
批發	477	122	5	-	-	604
批授經營權及其他	-	-	-	-	(1,487)	(1,487)
基礎業務的除利息及稅項 前溢利／（虧損）	327	(10)	(96)	679	(1,487)	(587)
就店舖關閉及租賃作出的 撥備淨額						
零售	(686)	(174)	(35)	-	-	(895)
有關精簡人手計劃的一次 性成本						
零售	(74)	9	(3)	(7)	-	(75)
批發	(1)	(5)	(1)	-	-	(7)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(272)	(272)
總計	(75)	4	(4)	(7)	(272)	(354)
存貨撥備						
零售	-	-	(4)	(1)	-	(5)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(154)	(154)
總計	-	-	(4)	(1)	(154)	(159)

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一九年六月三十日止年度					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
物業、廠房及設備減值						
零售	(66)	(33)	(5)	-	-	(104)
批發	-	(5)	-	-	-	(5)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(1)	(1)
總計	(66)	(38)	(5)	-	(1)	(110)
就澳洲及新西蘭業務的關 閉成本作出的撥備撥回						
零售	-	-	23	-	-	23
批授經營權及其他	-	-	-	-	2	2
總計	-	-	23	-	2	25
集團除利息及稅項前 （虧損）／溢利	(500)	(218)	(121)	671	(1,912)	(2,080)
利息收入						49
融資成本						(35)
除稅前虧損						(2,066)
資本開支						
零售	27	31	11	12	6	87
批發	6	5	9	-	4	24
批授經營權及其他	-	-	4	-	48	52
總計	33	36	24	12	58	163
折舊						
零售	52	52	26	12	-	142
批發	9	9	2	-	-	20
批授經營權及其他	-	-	-	-	293	293
總計	61	61	28	12	293	455

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一八年六月三十日止年度					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
總收入						
零售	2,660	2,031	1,560	4,169	-	10,420
批發	2,621	2,168	114	-	-	4,903
批授經營權及其他	-	-	-	-	7,144	7,144
總計	5,281	4,199	1,674	4,169	7,144	22,467
內部分部收入	-	-	-	-	(7,012)	(7,012)
來自外界客戶的收入						
零售	2,660	2,031	1,560	4,169	-	10,420
批發	2,621	2,168	114	-	-	4,903
批授經營權及其他	-	-	-	-	132	132
總計	5,281	4,199	1,674	4,169	132	15,455
分部業績						
零售	(349)	(181)	(258)	668	1	(119)
批發	628	211	15	-	-	854
批授經營權及其他	-	-	-	-	(1,644)	(1,644)
基礎業務的除利息及稅項 前溢利／（虧損）	279	30	(243)	668	(1,643)	(909)
就店舖關閉及租賃作出的 （撥備增加）／撥備 撥回淨額						
零售	(124)	1	(29)	-	-	(152)
有關精簡人手計劃的 一次性成本						
零售	(46)	(7)	(4)	-	(1)	(58)
批發	(4)	(9)	-	-	(1)	(14)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(47)	(47)
總計	(50)	(16)	(4)	-	(49)	(119)
存貨撥備						
零售	-	-	(15)	(6)	-	(21)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(55)	(55)
總計	-	-	(15)	(6)	(55)	(76)

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一八年六月三十日止年度					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
物業、廠房及設備減值						
零售	(50)	(17)	(8)	-	-	(75)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(15)	(15)
總計	(50)	(17)	(8)	-	(15)	(90)
就澳洲及新西蘭業務的 關閉成本作出的撥備						
零售	-	-	(122)	(2)	-	(124)
批授經營權及其他	-	-	-	-	(5)	(5)
總計	-	-	(122)	(2)	(5)	(129)
商譽減值						
零售	-	-	(37)	(511)	-	(548)
批發	-	-	(116)	-	-	(116)
總計	-	-	(153)	(511)	-	(664)
客戶關係減值						
批發	-	-	(130)	-	-	(130)
出售物業的收益						
零售	-	-	16	-	-	16

2. 收入及分部資料（續）

	截至二零一八年六月三十日止年度					
	德國 百萬港元	歐洲 其他地區 百萬港元	亞太區 百萬港元	電子商店 百萬港元	企業服務、 採購、 批授經營權 及其他 百萬港元	集團 百萬港元
集團除利息及稅項前 溢利／（虧損）	55	(2)	(688)	149	(1,767)	(2,253)
利息收入						58
融資成本						(31)
除稅前虧損						(2,226)
資本開支						
零售	32	69	31	21	10	163
批發	7	6	1	-	1	15
批授經營權及其他	-	1	8	-	118	127
總計	39	76	40	21	129	305
折舊						
零售	72	67	47	8	13	207
批發	12	13	2	-	1	28
批授經營權及其他	-	-	-	-	293	293
總計	84	80	49	8	307	528

2. 收入及分部資料（續）

來自外界客戶的收入乃根據銷售產生的地區按下列國家分類：

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
德國（附註 1）	4,426	5,281
歐洲其他地區		
比荷盧區域	1,113	1,332
瑞士	572	634
法國	531	675
奧地利	470	535
西班牙	189	211
芬蘭	173	196
瑞典	151	183
意大利	105	121
波蘭	55	65
英國	50	63
丹麥	34	52
其他（附註 2）	116	132
	3,559	4,199
亞太區		
中國	380	585
新加坡	185	222
馬來西亞	140	155
台灣	120	151
香港	102	173
澳門	59	73
澳洲及新西蘭	35	241
其他（附註 3）	81	74
	1,102	1,674
電子商店		
德國	2,232	2,479
比荷盧區域	509	562
法國	205	231
奧地利	199	207
瑞士	190	204
中國	101	175
英國	45	49
波蘭	35	28
丹麥	34	38
瑞典	32	36
芬蘭	27	28
西班牙	19	18
意大利	9	9
澳洲及新西蘭	1	21
其他	90	84
	3,728	4,169

2. 收入及分部資料（續）

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
批授經營權及其他		
歐洲其他地區（附註 4）	87	101
德國	30	31
	<u>117</u>	<u>132</u>
	<u>12,932</u>	<u>15,455</u>

附註 1：德國收入包括來自其他歐洲國家（主要為波斯尼亞和黑塞哥維那、斯洛文尼亞及俄羅斯）的批發收入。

附註 2：歐洲其他地區的其他收入包括來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞及加拿大）的收入。

附註 3：亞太區的其他收入包括來自其他國家（主要為泰國、印度及菲律賓）的批發收入。

附註 4：歐洲其他地區的收入代表來自亞太區、歐洲（德國除外）及美洲的批授經營權收入。

3. 經營虧損（除利息及稅項前虧損）

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
除利息及稅項前虧損已扣除及（計入）下列各項：		
員工成本（附註）	2,806	3,087
租賃成本		
－ 經營租賃開支（包括非固定租金 109 百萬港元 （二零一八年：177 百萬港元））	1,607	1,986
－ 其他租賃成本	481	540
就店舖關閉及租賃作出的撥備淨額（附註）	895	152
折舊	455	528
陳舊存貨撥備淨額	141	96
物業、廠房及設備減值（附註）	110	90
其他匯兌虧損／（收益）淨額	39	(31)
應收貿易賬款減值撥備淨額	20	54
核數師酬金	14	16
出售廠房及設備的虧損	6	11
按公平值計入損益的金融資產的公平值減少	5	-
就澳洲及新西蘭業務的關閉成本作出的（撥備撥回）／ 撥備增加（附註 11）	(25)	129
商譽減值（附註）	-	664
客戶關係減值（附註）	-	130
客戶關係攤銷	-	30
出售物業的收益（附註 12）	-	(16)

附註：年內，本集團執行了一個重組計劃，從而 i) 簡化本集團工作流程並改善問責制，以建立一個更精簡的架構及 ii) 逐步淘汰虧損業務，為未來打下更堅實的基礎。本集團確認有關精簡人手計劃的一次性成本 **354 百萬港元**（其中 **350 百萬港元** 於員工成本下匯報，**4 百萬港元** 於其他經營成本下匯報），就店舖關閉及虧損性租賃作出的額外撥備淨額 **895 百萬港元**（附註 10）以及物業、廠房及設備減值 **110 百萬港元**。

於上個財政年度，管理層根據經修訂的財務預測進行經更新的減值評估。根據該評估，確認截至二零一八年六月三十日止年度內與本集團中國業務有關的商譽及客戶關係減值開支分別為 **664 百萬港元** 及 **130 百萬港元**。

4. 融資成本

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
財務資產及財務負債的應計利息	35	31

5. 稅項

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
本年稅項		
香港利得稅		
本年度撥備	-	-
海外稅項		
本年度撥備	134	84
過往年度撥備不足	-	49
	134	133
遞延稅項		
本年度（收益）／支出淨額	(56)	195
稅項支出	78	328

香港利得稅乃按照年內的估計應課稅溢利按稅率 **16.5%**（二零一八年：16.5%），扣除結轉的稅項虧損（如適用）而計算。

海外（香港以外）稅項乃按照年內的估計應課稅溢利，以本集團旗下公司經營業務國家的現行稅率，扣除結轉的稅項虧損（如適用）而計算。

6. 股息

董事會不宣佈及不建議派發截至二零一九年六月三十日止年度之任何股息（二零一八年：無）。

7. 每股虧損

基本

每股基本虧損乃根據本公司股東應佔虧損除以年內已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份計算。

	二零一九年	二零一八年
本公司股東應佔虧損（百萬港元）	(2,144)	(2,554)
於七月一日已發行的普通股數目（百萬股）	1,887	1,944
就已購回股份作出的調整（百萬股）	-	(38)
就股份獎勵計劃而持有的股份作出的調整（百萬股）	(8)	(8)
已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份（百萬股）	1,879	1,898
每股基本虧損（每股港元）	(1.14)	(1.35)

攤薄

每股攤薄虧損乃根據本公司股東應佔虧損除以年內已發行普通股的加權平均股數（減去為股份獎勵計劃而持有的股份），經就購股權及獎勵股份的攤薄影響作出調整而計算。

	二零一九年	二零一八年
本公司股東應佔虧損（百萬港元）	(2,144)	(2,554)
已發行普通股的加權平均股數減去為股份獎勵計劃而持有的股份（百萬股）	1,879	1,898
就購股權及獎勵股份作出的調整（百萬股）	-	-
每股攤薄盈利的普通股加權平均股數（百萬股）	1,879	1,898
每股攤薄虧損（每股港元）	(1.14)	(1.35)

截至二零一九年六月三十日止年度內，由於購股權及獎勵股份會對每股攤薄虧損造成反攤薄影響，所以每股攤薄虧損與每股基本虧損一致。

8. 應收賬款、按金及預付款項

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
應收貿易賬款	1,205	1,178
減：應收貿易賬款減值撥備	(179)	(204)
	<u>1,026</u>	<u>974</u>
按金	92	123
預付款項	164	126
退貨資產之權利	88	-
其他應收賬款	249	335
	<u>1,619</u>	<u>1,558</u>
非流動按金部分	(68)	(82)
非流動預付款項部分	(38)	(46)
非流動其他應收賬款部分	(14)	(12)
	<u>1,499</u>	<u>1,418</u>

按應收貿易賬款（扣除減值撥備）發票日期劃分的賬齡分析如下：

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
0-30 天	725	628
31-60 天	113	126
61-90 天	74	79
超過 90 天	114	141
	<u>1,026</u>	<u>974</u>

於二零一九年六月三十日，應收貿易賬款（扣除減值撥備）**232 百萬港元**（二零一八年六月三十日：169 百萬港元）已逾期但並未減值。該等應收貿易賬款賬齡分析如下：

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
1-30 天	167	95
31-60 天	16	8
61-90 天	4	15
超過 90 天	45	51
	<u>232</u>	<u>169</u>

本集團向零售客戶作出的銷售以現金、銀行轉賬或信用卡交易。本集團亦授予若干批發商及特許權客戶一般為期 30 至 60 天的信貸期。

9. 應付賬款及應計費用

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
應付貿易賬款	425	722
應計費用	1,267	1,436
退貨負債	202	-
其他應付賬款	610	761
	<u>2,504</u>	<u>2,919</u>

按應付貿易賬款發票日期劃分的賬齡分析如下：

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
0-30 天	335	460
31-60 天	54	194
61-90 天	27	39
超過 90 天	9	29
	<u>425</u>	<u>722</u>

10. 就店舖關閉及租賃作出的撥備

就店舖關閉及租賃作出的撥備變動如下：

	二零一九年 百萬港元	二零一八年 百萬港元
於七月一日	397	393
就店舖關閉及租賃作出的撥備淨額	895	152
年內已動用金額	(348)	(152)
換算差額	(4)	4
	<u>940</u>	<u>397</u>

年內，本集團執行了一個重組計劃，從而i) 簡化本集團工作流程並改善問責制，以建立一個更精簡的架構及ii) 逐步淘汰虧損業務，為未來打下更堅實的基礎。本集團就店舖關閉及以歐洲及亞洲虧損店舖的虧損性租賃確認額外撥備淨額**895百萬港元**（二零一八年：152百萬港元）。

年內，本集團確認貼現計算回撥共**35百萬港元**（二零一八年：27百萬港元），於年內已動用金額下確認。

就店舖關閉及租賃作出的撥備乃與店舖關閉及就虧損店舖的虧損性租賃作出的撥備有關。

10. 就店舖關閉及租賃作出的撥備（續）

於二零一九年六月三十日，預期於財務狀況表結算日後十二個月內結算的撥備為 **783 百萬港元**（二零一八年：57 百萬港元），及預期於財務狀況表結算日後超過十二個月結算的撥備為 **157 百萬港元**（二零一八年：340 百萬港元）。

11. 就澳洲及新西蘭業務的關閉成本作出的撥備

為令管理層可集中精力及資源於發展未來具備盈利增長機遇的亞洲其他市場，同時避免自澳洲及新西蘭表現欠佳的業務產生進一步虧損，截至二零一八年六月三十日止年度內管理層已決定撤出在澳洲及新西蘭的業務。就此而言，本集團已確認總關閉成本 **129 百萬港元**，包括物業、廠房及設備減值 **18 百萬港元**、存貨撇減 **23 百萬港元**，以及就租賃責任、員工遣散及挽留、法律及專業費用作出的額外撥備共 **88 百萬港元**。澳洲及新西蘭業務已於二零一九年九月完全關閉。截至二零一九年六月三十日止年度內，本集團已於綜合收益表內確認就關閉成本作出的超額撥備 **25 百萬港元**。

12. 出售物業

於二零一七年九月二十日，本集團向獨立第三方出售在台灣物業，代價為 **34 百萬港元**。出售物業的收益（經扣除出售產生的相關開支後）為 **16 百萬港元**，並於截至二零一八年六月三十日止年度的綜合收益表內確認。年內收取的現金代價總額為 **34 百萬港元**。

主席函件

各位股東：

去年財政年度是本集團經歷重大變化的一年，也是思捷環球邁向轉虧為盈和恢復長期盈利能力目標的關鍵一年。

去年我們的使命是制定計劃以確立集團的策略方向及優先順序，確保我們擁有合適的人才及時有效地執行策略，以獲得正面成效。本人很高興向各位報告，於一八／一九財政年度，我們在各個方面均取得正面的初步進展。見證著這進展的是，我們目前已制定明確的策略計劃（「策略計劃」），並擁有合適的團隊，可令思捷環球恢復可持續業務增長及盈利能力。團隊在去年的不懈努力為我們未來的業務模式奠定堅實基礎，使我們的業務表現初現改善的曙光。

策略

隨著我們新上任的集團行政總裁 **Anders Kristiansen** 於二零一八年六月獲委任以來，管理團隊已在瞬息萬變的市場環境中檢討本公司的策略。我們意識到，要在未來數年間於市場上鞏固 **Esprit** 品牌定位，必須發展能提供優質產品、確立高性價比的市場定位及建立多元化的銷售渠道的能力。董事會及管理層一致認為集團最首要任務是需要作出重大變革，藉以減少虧損及合理地精簡組織規模，從而高質且具成本效益地執行我們的計劃，同時建立新的業務模式以強化我們的品牌、改善我們的產品及提升我們的客戶及品牌體驗，從而重拾消費者對集團的信心及集團於市場上的競爭力。我們樂見該等變化已取得成果，促成各項經營指標的改善，為集團業務的復興奠定了基礎。

業績及財務狀況

去年整體市況繼續充滿挑戰。一方面，受數字化驅動之下，服裝行業繼續廣泛轉型，價格競爭加劇，而我們的目標客戶群亦正快速變化。另一方面，在貿易衝突升級損害經濟增長及拖累消費者情緒和支出的情況下，宏觀經濟狀況依然不明朗。

在此充滿挑戰的經營環境下，我們已採取有效措施並已取得比去年為佳的財務業績表現。本集團的基礎業務錄得除特殊項目、利息及稅項前虧損（「**基礎業務的除利息及稅項前虧損**」）**(587)**百萬港元，而上一個財政年度為**(909)**百萬港元。同時值得注意的是，策略計劃及相關措施於下半年剛開始發揮作用，因此一八／一九財政年度下半年（「一八／一九財政年度下半年」）更能顯現策略計劃的利好影響。因此，一八／一九財政年度下半年，本集團錄得基礎業務的除利息及稅項前虧損**(255)**百萬港元，而去年同期為**(773)**百萬港元，反映出正面改善趨勢。

有關表現的改善主要由於我們積極果斷的成本控制措施，尤其是淘汰虧損店舖的行動和精簡公司架構及全球分銷網絡的重大行動，當中包括精簡公司辦事處，以使各主要成本項目均有所減省（「重組計劃」）。整體而言，該等措施已令常規經常開支按本地貨幣計算按年節省(1,742)百萬港元或-16.6%；因此，我們將會順利達成兩年內相較一七／一八財政年度節省20億港元年度開支的目標。這些節省項目已大幅縮減集團的成本基礎，並將為集團未來實現收入增長提供更精簡的平台。

如先前所公佈，本公司已就與重組計劃相關的一次性重組成本計提撥備，佔淨特殊項目開支的大部份，總額為(1,493)百萬港元。經計及淨特殊開支，本集團的除利息及稅項前虧損為(2,080)百萬港元。由於本集團在整個財政年度內錄得虧損，董事會不建議派付末期股息。

於二零一九年六月三十日，本集團並無負債，淨現金結餘為 3,282 百萬港元。在維持穩健財務狀況的同時，我們繼續把審慎現金管理視為首要任務，於年內，本集團已於重組計劃投入 563 百萬港元，此舉對減少虧損及建立穩健平台以實現未來增長實屬必要。

人力資源

我們的成功一直有賴任職於思捷環球的專業人士的熱情與投入。為此，我們欣然看到年內有大量新人才加入思捷環球這大家庭。此方面最值得一提的是，本人謹此歡迎在本年內加入本公司的新任產品及品牌總裁、新任歐洲及美洲區總裁及新任亞洲區總裁。他們均是在其各自領域具備豐富經驗及專長的專業人士，本人期待他們為公司效力勇往前行。

於本財政年度內，董事會亦有所變動。鄭明訓先生及 José María Castellano Ríos 博士已決定於本財政年度內自董事會退任。鄭先生自二零零二年十一月起一直擔任本公司獨立非執行董事（「獨立非執行董事」），並自二零零八年七月起獲委任為董事會副主席。不論公司處於輝煌或艱難時期，他都一直提供幫助及指導。他在任期內的幹勁、真誠付出、堅定支持及行業洞察力均獨樹一幟。本人謹此向鄭先生對思捷環球作出的貢獻，致以個人的衷心謝意，而我們全體同仁將會掛念他。本人亦向 Castellano 博士對思捷環球作出的積極貢獻，致以衷心謝意。我們非常感謝他在二零一四年十二月獲委任為獨立非執行董事以來的英明指導。

鑑於我們期望董事會組成更多元化、具備更多技能及經驗以支持我們的策略，我們將繼續調整董事會的組成，從而確保未來我們有能力取得增長及營運效益。

股東參與

董事會踴躍鼓勵和支持管理層與我們股東建立更緊密關係，以密切評估他們的期望，確保我們以集團及持份者的最佳利益作依歸。作為我們於投資者關係方面作出的持續努力，我們與投資者及市場保持定期持續對話，以向他們提供高透明度及適時的資料，尤其是在現時業務轉型期。本財政年度上半年，我們於二零一八年十一月舉行投資者日，已向市場提供我們策略重點的最新資料，而這策略計劃在股東、投資者及分析師均得到廣泛認同。

總結

最後，本人對全體僱員在去年財政年度的辛勤工作致以衷心謝意。本公司是全球化的大家庭，集團十分重視每名員工獨一無二的貢獻。同時，本人謹此感謝我們業務夥伴、客戶和股東在此艱難時期的忠誠與支持。

展望未來，經濟狀況預期仍將充滿挑戰，然而我們在去年所付出的努力已為我們未來的業務模式奠定堅實基礎，並已取得正面的初步進展。我們仍將堅定推行我們的策略計劃，因我們堅信此計劃是為全體利益相關人士創造長期價值的關鍵。本人對我們經優化的管理團隊充滿信心，並全心全意地實現我們的目標，而我們正順利邁向復興之路。

柯清輝博士

執行主席

二零一九年九月十八日

行政總裁函件

各位股東：

回顧在思捷環球任職的第一年，本人為我們的團隊以及我們在營運及財務指標方面取得的積極進展感到無比自豪。

二零一八年十一月，我們提出並制定了策略計劃（「策略計劃」），以重建我們的業務模式，創建一個高效率的架構，同時重組成本基礎並淘汰虧損店舖。我們的願景是重塑 **Esprit**，再次成為標誌性品牌。顯然我們需要重大變革，同時本人堅信我們的願景能夠隨着時間的推移通過以下措施而慢慢實現：(i) 強化 **Esprit** 品牌形象並凡事以客戶為中心；(ii) 優化公司推出市場的產品，更切合顧客的喜好及配合品牌定位；(iii) 簡化公司工作流程並改善問責制，建立一個更精簡及更高效率的架構；及 (iv) 逐步淘汰虧損業務，為未來打下更堅實的基礎。

在實施策略計劃的第一年，儘管面對零售環境艱難及全球宏觀經濟逆風，董事會及思捷環球管理團隊仍堅定不移地努力執行策略計劃。我們作出了艱難但必要的決定，在此過程中，我們十分遺憾地揮別了許多優秀的同事，但一路走來，我們已在短時間內取得了多項成果。本人非常欣慰地宣佈我們已取得積極進展，策略計劃已步入正軌。

今年的亮點包括：我們關閉了 169 間無盈利店舖，削減非店舖員工人數令相關開支減少近三分之一，當中包括為未來發展而投資的項目之新員工。我們已精簡組織架構並簡化工作流程，以便作出更快的決策。我們根據深入的消費者調查得出的結果重新界定了思捷環球的定位並推出了有觀點立場特色的新活動，帶出和強化新的品牌方向的訊息。產品方面，我們大幅減少產品選項並創造了新的當季系列，質量成為我們計劃中的首要任務，而最重要的是，我們有了一個突破性的新產品策略，引領我們以全新姿態從市場重新起步。具盈利能力的批發業務現正在本集團發展的新方向中發揮核心作用。我們目前努力通過採取多項措施為批發合作夥伴提供一流的服務。最後，我們在向前邁進的過程中也在恪守承諾，賦予我們的領導權力及培育以解決問題為本的心態，同時鼓勵對凡事保持積極向上的態度，於全球員工中推動快樂、喜悅、健康的文化。

儘管仍有許多任務有待完成並需要我們繼續努力不懈，在新領導層帶領下，我們看見新措施有助改善我們的整體業務表現，並已初見成效。

財務表現

儘管本集團收入因受到關閉無盈利店舖及退出澳洲及新西蘭（「澳新」）市場的重大決定影響，導致銷售面積及收入均有所下降，但我們欣喜地看到本集團收入按本地貨幣計算（「按本地貨幣計算」）按年（「按年」）減少-12.9%，相較總可控制面積相應按年減少-14.3%為佳。這是自一五／一六財政年度以來本集團首次錄得收入下降低於相應的面積減少。值得注意的另一個利好因素是，本財政年度收入減幅持續按季收窄（第一季度：-16.2%，第二季度：-12.5%，第三季度：-11.6%，第四季度：-10.8%），反映出積極的改善趨勢。該按季度表現改善主要受德國市場推動，而該地區的收入佔本集團收入的最大部分。

可比較店舖銷售亦有所改善。第四季度，我們在歐洲市場錄得正面的可比較店舖銷售增長（包括零售及電子商店），按年增加 +1.4%。就歐洲零售（不包括電子商店）而言，可比較店舖銷售增幅由一八／一九財政年度上半年的按本地貨幣計算按年減少-9.9%大幅改善為一八／一九財政年度下半年的按本地貨幣計算按年減少-1.1%；一八／一九財政年度下半年有所改善主要是由於二零一九年六月的業績表現十分良好，歐洲零售（不包括電子店舖）錄得正面的可比較店舖銷售增長+3.5%（德國：+4.8%，歐洲其他地區：+1.9%）。值得注意的是，此正面表現是在與去年同月相比少兩個營業日（由於五旬節於去年處於五月而在今年處於六月，致使多出一個星期天及一個公眾假日）的情況下實現。同樣，我們為歐洲電子商店銷售在第四季度錄得按本地貨幣計算按年增長+3.9%的良好表現而感到鼓舞（第一季度：-14.1%，第二季度：-3.8%，第三季度：-6.0%，第四季度：+3.9%）。

毛利率為 50.3%，按本地貨幣計算較去年下降-1.1 個百分點，主要是由於本集團在一八／一九財政年度上半年，因執行策略計劃而清理舊庫存所致。我們對半年度的良好表現感到鼓舞（一八／一九財政年度上半年：-1.6 個百分點，一八／一九財政年度下半年：-0.4 百分點）主要受惠於減少對新產品的降價及折扣，但部份效益被提升產品質量的投資所抵銷。

就成本而言，由於我們實踐重大決定以削減員工人數、關閉／調整無盈利店舖以及對減省成本措施的全面嚴格執行，我們成功實現常規經常開支（「常規經常開支」）按年節省 1,742 百萬港元或按本地貨幣計算按年減少 -16.6%。因此，我們目前的成本基礎更加健康，並將會順利達成宣佈的兩年內相較一七／一八財政年度節省 20 億港元年度開支的目標。

就盈利能力而言，收入減少及毛利率輕微下降帶來的壓力被常規經常開支大幅減少所抵銷。業績顯示**基礎業務的除利息及稅項前虧損**為(587)百萬港元（計入特殊項目前），與上一個財政年度一七／一八財政年度的(909)百萬港元相比大幅改善。

總結而言，我們對於看到策略計劃怎樣正在逐步落實，以及品牌已開始發揮核心競爭力及潛力深感鼓舞。

策略更新

如財務表現所示，我們在執行策略計劃的過程取得一個良好的開始。

強化 ESPRIT 品牌形象

策略計劃的出發點是 ESPRIT 品牌的新方向。根據深入的消費者調查及市場細分得出的結果，我們重新界定了 ESPRIT 品牌的定位以及目標客戶。ESPRIT 不是快時尚。ESPRIT 不是折扣店。ESPRIT 代表「進取積極－珍愛顧客－優質如一」。我們的目標是「帶來快樂」，我們的願景是「提供讓顧客時刻感覺良好的產品」。憑藉這一嶄新的品牌精神，我們的使命是擁有明確的獨特品牌標識可用於品牌、產品及各渠道上，為顧客提供貫徹一致的體驗。

提升客戶體驗

本集團正採用以品牌為本、以客戶為中心及以數據驅動的方法改善消費者在線上和線下的體驗。一方面，我們已啟動品牌活動（例如加入 UN Women Germany 參加 WE ALL 活動，提高賦予女性權力及性別平等的意識）及產品協同合作（例如聯同設計二人組 Craig & Karl 打造限量版系列，作品男女皆宜，以亮眼的色彩及大膽的圖案彰顯了「愛」、「平等」及「和諧」的概念），並發出支持品牌新方向的時尚宣言。另一方面，我們進一步努力通過社交媒體改善與客戶的直接溝通，並於重要的接觸點上引入經改良且更精準的以客戶為目標的交流體驗。我們的在線形象將會於一九／二零財政年度下半年進行刷新，增加客戶參與度。實體店零售方面，新店鋪的概念正在籌劃當中。第一間試點店鋪已於二零一九年八月在北京開業，測試運營新概念，預計將於一九／二零財政年度開始在其他國家推廣。我們還將客戶關係管理品牌忠誠計劃，從促銷模式改為由數據驅動兼具營銷功能的真正獎勵忠實客戶的平台。這一系列舉措清楚地表明我們如何做到凡事以客戶為本。

優化公司推出市場的產品

決定我們未來成功的關鍵在於我們能否優化公司推出市場的產品，確保凡事包括風格、價格及質量方面有關事項均以客戶為本。為確保品牌和產品的一致性，我們將所有產品的設計、開發及產品的分部和消費者接觸點與品牌戰略更緊密地整合。二零一九年三月，我們迎來新的產品及品牌總裁並領導這個新職能，她為我們帶來了產品設計、品牌打造以及市場通訊方面的寶貴經驗。在她的帶領下，本集團為思捷環球制訂了新的產品策略。根據重新定義的品牌方向，我們將樹立獨特且率性的品牌印象；建立清晰的分部策略；推出新商標及產品類別；在創造新系列時融入科學；而最重要的是，提升質量成為我們議題的重中之重。本人對這一新產品策略感到非常雀躍，因為這將會是對我們品牌的徹底革新。我們將重新向市場推出全新且令人振奮的概念。這是我們的又一個里程碑。

『最佳』之選的批發模式

目前我們具盈利能力的批發業務在本集團發展的新方向中發揮核心作用。本集團現正致力為批發合作夥伴提供更佳的服務，眾多措施仍在進行中。我們已對業務夥伴組合進行徹底細分，評估適用於每類客戶的改進服務。為此，我們已經在出貨時間表進行調整，以確保我們的業務夥伴獲得適當的優先權。我們還在籌備實施電子收費當中，並進展良好，希望提高效率並節省成本。我們電子訂購平台的試行已在北歐國家完成並推廣，且取得了初步成功。此外，我們正與第三方批發電子商務合作夥伴加強合作。為突顯我們的決心，我們於春季在德國舉辦「思捷環球夥伴日」大型活動，與我們的合作夥伴深度分享及討論我們的願景及新方向。他們的反饋非常積極，並表示了對我們的支持。獲選的合作夥伴最近提高了訂單量；歐洲批發（不包括電子商店）佔總批發（不包括電子商店）收入 **97.5%**，按本地貨幣計算下半年的按年跌幅較上半年收窄不少（一八／一九財政年度上半年：**-16.2%**，一八／一九財政年度下半年：**-11.1%**），反映出正面的改善趨勢。

重組成本基礎

本集團已對整個成本基礎進行深入檢討，以發掘潛在的節約成本的機會。鑑於目前的業務規模，顯然我們的成本基礎過於龐大，因此我們需要大膽決定淘汰虧損店舖，使經營更加合理化，力爭建立一個更精簡及高效率的組織架構。我們已對虧損零售店舖進行全面評估，考慮減租、減少面積或關閉店舖等不同措施。儘管我們仍在與部分業主進行磋商，但已就 **206** 間店舖達成協議，其中於本財政年度內 **169** 間關閉，**14** 間接受減租，**3** 間減少面積，餘下 **20** 間預期於一九／二零財政年度關閉或減租（優先選擇）。我們會繼續努力淘汰虧損店舖，以提高盈利能力。精簡人手方面，本集團已於本財政年度內在歐洲向非店舖員工推行自願離職計劃及社會計劃。在亞洲，香港辦事處裁員並縮減規模以及關閉澳新業務已經完成。總括而言，迄今為止，我們已精簡非店舖員工 **28%**（已扣除在部分地區為促進銷售增長而新招聘的員工），可望順利實現減少非店舖員工的目標。這些節省成本的效益已在租賃成本及人工成本之上顯現，為未來業務提供更大的營運效益。

構建一個強大的架構

本財政年度內，為了取得最佳表現及建立能制定及執行集團策略的團隊，我們重新確立了組織架構。更精簡的組織架構可簡化的決策流程並提高效率。目前我們擁有一支精簡的管理團隊，在品牌、產品及地域市場（即歐洲及亞洲）具有新的領導。我們在向前邁進的過程中也在恪守承諾，賦予我們的領導權力，鼓勵員工培養積極活躍的心態及培養以解決問題為本的文化。其次，思捷環球的未來完全取決於「進取積極」；因此，對本人而言沒有什麼比擁有一支具備這一特質的團隊更重要。有鑑於此，我們在團結如家庭般的架構內倡導保持積極向上的態度及以解決問題為本的心態，彼此扶持，恢復思捷環球的競爭力。

可持續發展是我們的根本

以可持續發展的方式並負責任地經營業務一直是思捷環球的核心文化，皆因這有利於保護地球及我們的下一代。這是自思捷環球成立以來一直重視的環節，而且思捷環球一直是這個課題的先行者。我們曾經做過許多不平凡的事情，但以往可能鮮有提及。因此我們正在努力向市場傳達這些倡議，藉以提高客戶的認知和熱誠，並啟發他們也為可持續發展出一分力。

由於我們繼續致力在時尚領域打造循環經濟，因此我們會考慮到環境保護、員工健康、資源效率與技術創新，我們亦關注可持續發展領域的最新發展、最佳實務守則、客戶關注的事項以及熱點課題，甚至超越時尚行業的範疇。我們非常高興我們的可持續棉花使用率剛超越了 50% 水平，朝向我們 2021 年 7 月達到 100% 的目標進發。更廣泛而言，我們看到全球各地的年輕人已站出來採取行動應對氣候變化而深受啟發，他們向我們所有人展示了怎樣才是真正的熱情，熱情能實現什麼。**#FridaysforFuture** 活動以及我們與客戶之間對可持續發展問題的日益關注令我們感到振奮。我們正在一起作出改變。

對於我們為可持續發展所付出的努力，本集團榮獲了由香港立信德豪會計師事務所有限公司 (Binder Dijker Otte) 主辦及由南華早報協辦的「ESG 年度公司大獎」、「ESG 最佳表現大獎」及「最佳 ESG 報告大獎」。此榮譽表彰本集團在堅持 ESG（環境、社會及管治）方面的最佳實踐作出的努力。

總結

總括而言，本人非常高興自策略計劃宣佈以來我們所取得的進展，並且我們已實現本財政年度的目標。本人深信，與 12 個月前相比，我們的處境已大大改善。從一開始，本人就對思捷環球員工高漲的熱誠與熱情印象深刻，沒有同仁們的勤奮與努力，過去一年的成績完全不可能實現。本人想對所有員工在過去一整年中投入的努力和作出的貢獻表達誠摯的感謝。本人亦謹此對董事會和執行管理團隊的同事給予的指導與支持表示感謝。

儘管任重道遠，但在剛過去的財政年度中取得的積極進展展示了策略計劃的作用和我們的執行力。本人相信思捷環球的未來充滿光明。我們一九／二零財政年度的目標是繼續轉型之路、貫徹一致且快速地執行策略計劃，並在認為必要時不斷完善策略計劃。如無意外的情況下，我們正在按計劃努力達成在二一／二二財政年度前除利息及稅項前溢利實現收支平衡的目標。我們的計劃雄心勃勃，時代充滿挑戰，但憑藉所有員工的齊心協力與熱誠以及其他利益相關人士的不斷支持，本人堅信思捷環球必能成功。我們的團隊願為未來的機遇不懈努力。

Anders Christian KRISTIANSEN

執行董事及集團行政總裁

二零一九年九月十八日

管理層討論及分析

概覽

於一八／一九財政年度內，本集團公佈並開始執行一項旨在恢復思捷環球可持續業務增長及盈利能力的策略計劃。誠如本年度的中期報告所述，於策略計劃的首兩個財政年度，其計劃的特點是將為建立更精簡的公司架構和優化零售店舖版圖，此舉將導致收入減少並產生一次性重組成本。相應地，於一八／一九財政年度，思捷環球的業務同時受到以下因素影響：(i)本集團作出重大決定以關閉無盈利店舖及優化零售店舖版圖，導致總可控制面積按年減少-14.3%；及(ii)特殊項目合共(1,493)百萬港元，主要與精簡人手計劃、關閉全球分銷網絡（包括公司辦事處）及撤銷陳舊存貨有關。

整體而言，不計及外匯影響，本集團的收入按年減少-12.9%，這對比相應的總可控制面積按年減少-14.3%較佳。就盈利能力而言，收入減少帶來的壓力被成功削減常規經常開支所抵銷。由於本集團作出重大決定以精簡人手及優化及關閉無盈利店舖、降低主要關鍵成本的嚴格措施，本集團實現常規經常開支按年節省(1,742)百萬港元或按本地貨幣計算按年減少 -16.6%。總結而言，本年度業績顯示基礎業務的除利息及稅項前虧損（不包括特殊項目）為(587)百萬港元，與上一個財政年度一七／一八財政年度的(909)百萬港元相比大幅改善。

值得注意的是，策略計劃及相關措施於本財政年度下半年才開始發揮作用，而基礎業務的各方面已按半年及按季度出現改善。業務表現初現改善的曙光，令管理層感到鼓舞，亦對集團業務步入正軌增添信心。

經營業績

下表概述本集團於一八／一九財政年度和一七／一八財政年度的業績，並將「常規經常開支」及「特殊項目」作出區分。常規經常開支包括基礎業務（「基礎業務」）的經常性開支。特殊項目為由本集團非經常性經營活動而產生的特殊收益及開支，包括就店舖關閉及虧損性租賃作出的淨撥備、有關精簡人手計劃的一次性成本撥備、存貨撥備、固定資產減值，以及有關關閉澳洲及新西蘭（「澳新」）業務的一次性成本撥回。

	截至六月三十日止年度			
	二零一九年	二零一八年	按港元 計算	變幅百分比 按本地貨幣 計算
	百萬港元	百萬港元		
收入	12,932	15,455	-16.3%	-12.9%
銷售成本	(6,431)	(7,534)	-14.6%	-11.1%
毛利	6,501	7,921	-17.9%	-14.7%
毛利率	50.3%	51.3%	-1.0%個百分點	-1.1%個百分點
常規經常開支				
員工成本	(2,456)	(2,968)	-17.2%	-13.9%
租賃成本	(2,088)	(2,526)	-17.4%	-14.2%
物流開支	(821)	(1,029)	-20.2%	-17.2%
市場推廣及廣告開支	(634)	(900)	-29.6%	-26.7%
折舊	(455)	(528)	-13.9%	-10.4%
其他經營成本	(634)	(879)	-27.8%	-24.9%
小計	(7,088)	(8,830)	-19.7%	-16.6%
基礎業務的除利息及稅項前虧損	(587)	(909)		
特殊項目				
i) 就店舖關閉及虧損性租賃作出的淨撥備	(895)	(152)		
ii) 有關精簡人手計劃的一次性成本	(354)	(119)		
iii) 存貨撥備	(159)	(76)		
iv) 物業、廠房及設備減值	(110)	(50)		
v) 有關關閉澳新業務的一次性成本撥備撥回 / (額外撥備)	25	(129)		
vi) 中國商譽及客戶關係減值	-	(794)		
vii) SAP系統的撥備	-	(26)		
viii) 虧損輕微的店舖固定資產減值	-	(14)		
ix) 出售物業的淨收益		16		
小計	(1,493)	(1,344)		
集團除利息及稅項前虧損	(2,080)	(2,253)		
淨利息收入	14	27		
除稅前虧損	(2,066)	(2,226)		
淨稅項	(78)	(328)		
淨虧損	(2,144)	(2,554)		

收入分析

截至二零一九年六月三十日止財政年度（「一八／一九財政年度」或「回顧期內」），本集團錄得收入 12,932 百萬港元（二零一八年：15,455 百萬港元），按本地貨幣計算按年減少 -12.9%，較可控制面積按年減少 -14.3% 為佳。這是自一五／一六財政年度以來，本集團的收入減幅首次較相應的面積減幅為低。

按港元計算的收入減幅相對較高（按年減少 -16.3%），是由於回顧期內歐元兌港元輕微走弱（與去年相比平均匯率下降 -4.2%）。

同時值得注意的是，儘管於一八／一九財政年度收入錄得下降，然而減幅已持續按季度收窄，反映出一個正面的改善趨勢，這持續改進主要受德國市場推動，而該地區的收入構成本集團總收入的最大佔比。值得強調的是，亞太區按季度收入比較呈現負面趨勢，主要是由於關閉澳新市場所致。

按地區 [^]	收入變幅百分比（按本地貨幣按年計算）					一八／一九 財政年度
	第一季度	第二季度	一八／一九 財政年度上半年	第三季度	第四季度	
德國	-16.8%	-11.1%	-13.9%	-8.6%	-4.4%	-10.4%
歐洲其他地區	-14.5%	-7.1%	-11.0%	-8.0%	-7.7%	-9.5%
亞太區	-20.0%	-31.2%	-26.6%	-35.2%	-44.9%	-33.2%
總計	-16.2%	-12.5%	-14.4%	-11.6%	-10.8%	-12.9%

[^] 整體地區包括零售（不包括電子商店）、電子商店、批發（不包括電子商店）及批發經營權業務

按地區及按分銷渠道劃分的收入

該業務分為四個經營分部：「德國」、「歐洲其他地區」（包括美洲及中東）、「亞太區」及「全球電子商店」。下表概述經營分部的收入分析，以及每個分部相較去年同期收入的變化。

截至六月三十日止年度							
	二零一九年		二零一八年		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	6,687	51.7%	7,791	50.4%	-14.2%	-10.4%	-11.6%
零售（不包括電子商店）	2,226	17.2%	2,660	17.2%	-16.3%	-12.8%	-14.8%
批發（不包括電子商店）	2,200	17.0%	2,621	17.0%	-16.1%	-12.3%	-9.3%
電子商店	2,232	17.2%	2,479	16.0%	-10.0%	-6.0%	n.a.
批授經營權	29	0.3%	31	0.2%	-3.1%	1.3%	n.a.
歐洲其他地區	5,012	38.8%	5,769	37.3%	-13.1%	-9.5%	-10.8%
零售（不包括電子商店）	1,805	14.0%	2,031	13.1%	-11.1%	-7.6%	-8.8%
批發（不包括電子商店）	1,754	13.6%	2,168	14.0%	-19.1%	-15.5%	-12.1%
電子商店	1,365	10.6%	1,469	9.5%	-7.1%	-2.8%	n.a.
批授經營權及其他	88	0.6%	101	0.7%	-14.1%	-13.8%	n.a.
亞太區	1,233	9.5%	1,895	12.3%	-34.9%	-33.2%	-33.3%
零售（不包括電子商店）	1,003	7.7%	1,560	10.1%	-35.7%	-34.0%	-35.5%
批發（不包括電子商店）	99	0.8%	114	0.7%	-12.7%	-12.1%	-20.7%
電子商店	131	1.0%	221	1.5%	-40.7%	-38.2%	n.a.
總計	12,932	100.0%	15,455	100.0%	-16.3%	-12.9%	-14.3%
零售（不包括電子商店）	5,034	38.9%	6,251	40.4%	-19.5%	-16.4%	-18.1%
批發（不包括電子商店）	4,053	31.4%	4,903	31.7%	-17.3%	-13.7%	-10.9%
電子商店	3,728	28.8%	4,169	27.0%	-10.6%	-6.6%	n.a.
批授經營權及其他	117	0.9%	132	0.9%	-11.5%	-10.3%	n.a.

[^] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

德國，是本集團最主要的市場，佔本集團總收入 **51.7%**，一八／一九財政年度錄得收入 **6,687** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少**-10.4%**。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）、電子商店及批授經營權業務分別佔德國收入的 **33.3%**、**32.9%**、**33.4%**及 **0.4%**。

- **德國零售（不包括電子商店）**錄得收入 **2,226** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少**-12.8%**，與淨銷售面積按年減少**-14.8%**相比較佳。淨銷售面積減少與本集團關閉無盈利店舖的策略計劃大體符合。值得注意的是，儘管整個財政年度的可比較店舖銷售按本地貨幣計算按年減少**-6.3%**，然而減幅已從上半年（「一八／一九財政年度上半年」）的按本地貨幣計算按年減少**-10.7%**大幅收窄至下半年（「一八／一九財政年度下半年」）的按本地貨幣計算按年減少**-1.2%**。此改善主要受惠於二零一九年六月份單月良好的表現，德國零售於該月份錄得可比較店舖銷售按本地貨幣計算按年正增長**+4.8%**。更令人鼓舞的是，儘管本年度六月份較去年少兩個營業日（去年五月份較今年六月份多出一個星期日及因五旬節轉移而多出一個公眾假日），但我們仍取得此良好表現。
- **德國批發（不包括電子商店）**錄得收入 **2,200** 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少**-12.3%**。雖然有所下降，但是我們於一八／一九財政年度下半年看見顯著改善，其中收入按本地貨幣計算按年減幅顯著收窄至**-6.8%**（一八／一九財政年度上半年：**-17.4%**），乃由於本集團正在推行多項措施以建立一個「最佳」之選的批發模式，務求為批發客戶提供更好的服務。

歐洲其他地區由德國以外的歐洲、美洲及中東國家組成，佔本集團總收入 38.8%。該地區於一八／一九財政年度錄得收入 5,012 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-9.5%。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）、電子商店及批授經營權業務分別佔該地區收入的 36.0%、35.0%、27.2%及 1.8%。

- **歐洲其他地區零售（不包括電子商店）**錄得收入 1,805 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -7.6%，與相應淨銷售面積減幅-8.8%較佳。與德國相似，儘管整個財政年度的可比較店舖錄得銷售按本地貨幣計算按年減少-5.3%，然而收入減幅已從一八／一九財政年度上半年的按本地貨幣計算按年減少-9.1%大幅收窄至一八／一九財政年度下半年的按本地貨幣計算按年減少 -1.0%。此半年的改善主要是受到於二零一九年六月份單月的好表現帶動，歐洲其他地區零售於該月錄得可比較店舖銷售按本地貨幣計算按年正增長+1.9%。
- **歐洲其他地區批發（不包括電子商店）**錄得收入 1,754 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-15.5%（一八／一九財政年度上半年：-14.8%，一八／一九財政年度下半年：-16.2%）。收入下降主要歸因於我們在比荷盧區域失去了一些客戶及錄得收入按本地貨幣計算按年減少-25.1%，而可控制面積則減少-23.4%。

亞太區主要由中國、新加坡、香港、馬來西亞、台灣、澳門、泰國、印度、緬甸及菲律賓組成，佔本集團總收入 9.5%。該地區錄得收入 1,233 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少 -33.2%。就分銷渠道而言，零售（不包括電子商店）、批發（不包括電子商店）及電子商店業務分別佔該地區收入的 81.3%、8.1%及 10.6%。

- **亞太區零售（不包括電子商店）**錄得收入 1,003 百萬港元，佔本集團總收入 7.7%，按本地貨幣計算按年減少-34.0%，主要由於(i)淨銷售面積按年減少-35.5%；及(ii)客流量減少導致撇除外匯影響的可比較店舖銷售按年減少-6.2%（中國：-15.8%、亞太區其他地區：-0.2%）。淨銷售面積大幅下降的原因主要包括管理層退出澳新市場的決定。撇除自二零一八年九月底關閉所有店舖的澳新市場，亞太區零售（不包括電子商店）的收入按本地貨幣計算按年減少-24.8%，而相應淨銷售面積則按年減少-28.4%。
- **亞太區批發（不包括電子商店）**錄得收入 99 百萬港元，佔本集團總收入 0.8%，按本地貨幣計算按年減少-12.1%。這對比相應可控制面積按年減少-20.7%是一個良好的發展，主要由於來自泰國批發合作夥伴的訂單量增多，但仍受到在其他地區預期的店舖關閉而減少訂單的影響而有所抵銷。

全球電子商店佔本集團總收入 28.8%（二零一八年：27.0%），由本集團在歐洲及亞太區國家直接管理的電子商務業務組成，包括在亞太區向第三方線上分銷商的銷售。於一八／一九財政年度，此渠道錄得收入 3,728 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-6.6%。

- 歐洲電子商店（德國及歐洲其他地區）的收入佔全球電子商店收入的 96.5%，撇除外匯影響按年減少-4.8%。儘管整個財政年度的收入有所減少，我們為第四季度的良好表現感到鼓舞，錄得按本地貨幣計算按年增長+3.9%。

歐洲電子商店

	變幅百分比（按本地貨幣按年計算）			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
歐洲電子商店	-14.1%	-3.8%	-6.0%	3.9%

- 亞太區電子商店錄得收入 131 百萬港元，按本地貨幣計算按年減少-38.2%，佔一八／一九財政年度全球電子商店收入的 3.5%。該跌幅主要是由於(i)二零一八年七月關閉澳新市場的電子商店；及(ii)於天貓平台的電子商店的消費者訪店流量下降所致。

盈利能力分析

毛利率為 50.3%，按本地貨幣計算較去年低-1.1 個百分點。雖然本財政年度毛利率按年下降，但跌幅主要是由於本集團因執行策略計劃而清理舊庫存，導致一八／一九財政年度上半年下降（-1.6 個百分點）。該情況於一八／一九財政年度下半年已經大幅改善，而毛利率降幅顯著收窄至-0.4 個百分點，受惠於對新產品減少折扣及降價，惟部分效益被投資於提升產品質量所抵銷。

常規經常開支（不包括特殊項目）包括員工成本、租賃成本、物流開支、市場推廣及廣告開支、折舊及其他經營成本。於一八／一九財政年度，常規經常開支為(7,088)百萬港元，按本地貨幣計算按年大幅減少-16.6%。受惠於重組計劃，本集團繼續削減經營開支，各主要成本項目均有所減省，包括員工成本（按本地貨幣計算按年減少-13.9%）、租賃成本（按本地貨幣計算按年減少-14.2%）、物流開支（按本地貨幣計算按年減少-17.2%）和市場推廣及廣告開支（按本地貨幣計算按年減少-26.7%）。現時本集團的成本結構更加穩健，並將會順利達成兩年內相較一七／一八財政年度節省 20 億港元年度開支的目標。

基礎業務的除利息及稅項前虧損（不包括特殊項目）為(587)百萬港元，較去年的(909)百萬港元大有改善。然而，收入減少及毛利率下降被常規經常開支大幅減少所抵銷。

特殊項目錄得 (1,493)百萬港元，誠如本「管理層討論及分析」一節開端所述，主要與一次性重組成本有關，包括：i) 就店舖關閉及虧損性租賃作出的額外撥備淨額及固定資產減值總額(1,005)百萬港元；ii) 有關精簡人手計劃的一次性成本(354)百萬港元；iii) 存貨撥備(159)百萬港元；及 iv) 有關關閉澳新業務的一次性成本撥備撥回 25 百萬港元。這些重組費用是對於減少虧損及為未來建立一個穩健增長平台是必需的。

如前所述，本集團於一八／一九財政年度的除利息及稅項前虧損仍受到特殊項目的不利影響。經計及特殊項目在內，本集團於一八／一九財政年度的除利息及稅項前虧損為(2,080)百萬港元，而去年同期的除利息及稅項前虧損為(2,253)百萬港元。

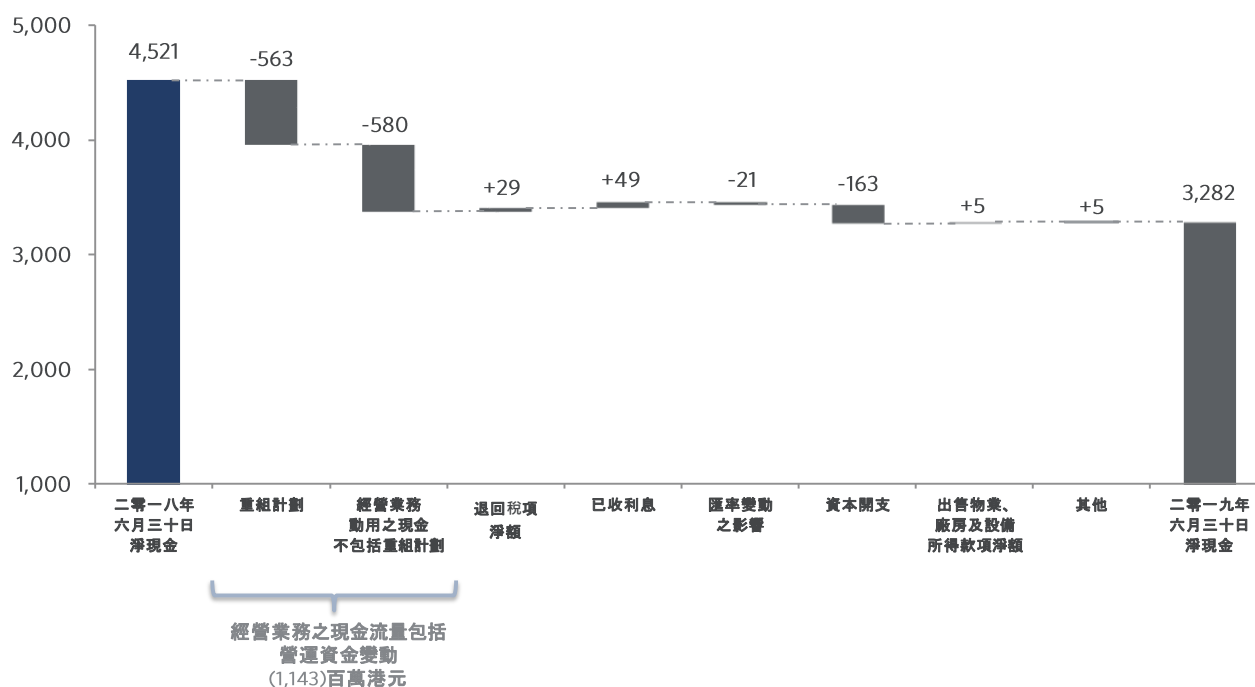
利息為淨收入 14 百萬港元（一七／一八財政年度：27 百萬港元），包括 i) 現金、銀行結餘及存款所賺取的利息 49 百萬港元（一七／一八財政年度：58 百萬港元），實際年利率為 1.4%（一七／一八財政年度：1.2%）及 ii) 就關閉店舖和出現虧損的租賃而作出的撥備相關的時間值的非現金利息開支所抵銷。

計及一八／一九財政年度的淨稅項開支(78)百萬港元（一七／一八財政年度：淨稅項開支(328)百萬港元），本集團的淨虧損為(2,144)百萬港元（一七／一八財政年度：淨虧損(2,554)百萬港元）。

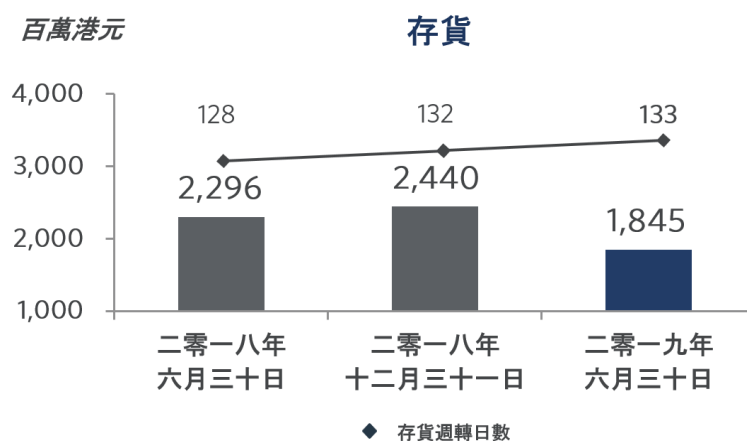
流動資金及財務資源分析

淨現金：於二零一九年六月三十日，本集團並無負債，淨現金為 3,282 百萬港元（二零一八年六月三十日：4,521 百萬港元），而一八／一九財政年度的淨現金消耗為(1,239)百萬港元，對比去年財政年度為(700)百萬港元。今年的現金消耗部份原因是由於重組計劃共計使用現金 563 百萬港元（精簡人手：123 百萬港元，店舖關閉計劃：383 百萬港元及退出澳新市場：57 百萬港元）。除去重組計劃動用的現金，經營業務所動用之淨現金為 580 百萬港元。

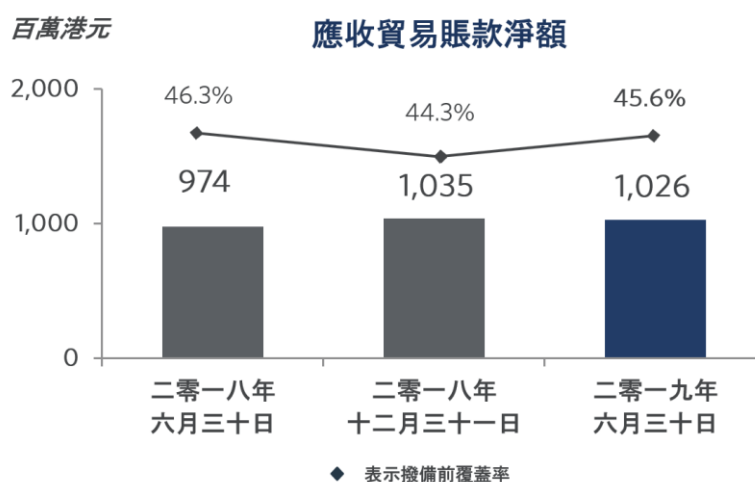
百萬港元



存貨：存貨結餘為 1,845 百萬港元（二零一八年六月三十日：2,296 百萬港元），經體現陳舊存貨的特別撇銷後按年減少-19.6%。以每件為單位計算，於二零一九年六月底，存貨總數為 28.3 百萬件，較於二零一八年六月底的 32.9 百萬件按年減少-14.1%，乃由於採取措施減少存貨採購以配合銷售。存貨週轉日數為 133 日，與一年前相比增加 5 日（二零一八年六月三十日：128 日）。



應收貿易賬款淨額為 1,026 百萬港元（二零一八年六月三十日：974 百萬港元），按年增加 5.4%，正如之前所述主要由於歐洲電子商店第四季錄得銷售增長所致。撥備前覆蓋率（有擔保及有抵押應收貿易賬款總額連增值稅佔總應收貿易賬款總額連增值稅的比率）減少至 45.6%（二零一八年六月三十日：46.3%）。



資本開支：由於本集團對管理現金流及成本監控保持警覺，因此在資本開支投資方面會保持謹慎。本集團於一八／一九財政年度投放 163 百萬港元（一七／一八財政年度：305 百萬港元）於資本開支，按年減少-46.6%，主要由於去年投資擴充 Mönchengladbach 的分銷中心現已完工，導致去年基數較高所致。

百萬港元	截至六月三十日止年度	
	二零一九年	二零一八年
新店舖	36	30
店舖翻新	31	76
資訊科技項目	30	45
辦公室及其他	66	154
購買物業、廠房及設備	163	305

外部計息借貸總額：於二零一九年六月三十日，本集團並無外部計息借貸（二零一八年六月三十日：無）。

外匯風險管理

本集團面對由多種貨幣產生的外匯風險，其中主要來自歐元。

儘管本集團大部分收入以歐元計值，本集團以港元匯報財務業績。因此，歐元兌港元的波動會影響我們以港元匯報的收入。此外，以歐元計算的製成品採購僅佔本集團製成品採購總額的一小部分，而本集團的收入主要以歐元計值，因此歐元兌其他貨幣（主要兌美元）的匯率波動均可能影響我們的利潤率及盈利能力。

一九／二零財政年度展望

展望未來，由於貿易緊張局勢升級，經濟增長因而受到打擊，並進一步壓抑消費者情緒，一九／二零財政年度的宏觀經濟環境將繼續面對挑戰及不確定因素。儘管宏觀經濟存在不利因素，但本集團的策略計劃正如期逐步執行，本集團管理層因去年取得了初步的積極進展而感到鼓舞，令管理層對本集團步入復甦正軌充滿信心。

於一九／二零財政年度，本集團的目標是堅持專注於加速落實策略計劃。首要任務是充分利用新品牌的精神象徵及強大而充滿活力公司架構帶來的優勢以改善產品及擁有明確的公司獨特辨識／品牌標識可提升各渠道上的**ESPRIT**品牌體驗。本集團將以品牌為本、以客戶為中心及以數據驅動的方法改善我們在線上和線下的經營及財務指標改善業務表現。

經考慮所有因素後，由於本集團重視建立良性及具盈利的銷售，因此預計於一九／二零財政年度期間**收入**將以低雙位數百分比下降。在**毛利率**方面，我們的目標是主要透過減少折扣同時維持零售價格穩定，從而實現毛利率按年輕微增長。至於**常規經營開支**方面，本集團預計一九／二零財政年度按年以高單位數百分比減少，主要是由於(i)去年實行的成本重組措施帶來的全年效應，及(ii)進一步關閉店舖所減省的支出，但部分效益將被為未來發展而作出的某些必要投資（比如電子商務內包、資訊科技、市場推廣等）所抵銷。

本集團仍將繼續選擇性地對**資本開支**投資，但與去年相比投資金額將有所增加，本集團將投資於相關技術，以發展簡便、快捷的數字化業務流程。

儘管本集團對其策略方向充滿信心，但雄圖大業並非能一蹴即至，加上充滿挑戰且嚴苛的市場環境，可能會為其短期表現帶來不確定性。在推進策略計劃的過程中，本集團將持續追蹤其進展與效益，以便在必要時靈活應對及作出適當調整。

附錄

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）

	截至六月三十日止年度										
	店舖數目				淨銷售面積（平方米）					可比較店舖 數目	可比較店舖 銷售額增長
	於二零一九年 六月三十日	開店	關閉	淨變幅 [△]	於二零一九年六 月三十日	開店	關閉	淨變幅 [△]			
							（平方米）	（百分比）			
德國	122	4	(22)	(18)	93,349	1,777	(17,943)	(16,166)	-14.8%	111	-6.3%
歐洲其他地區	130	4	(11)	(7)	71,684	1,525	(8,457)	(6,932)	-8.8%	100	-5.3%
亞太區	177	4	(136)	(132)	40,675	999	(23,400)	(22,401)	-35.5%	113	-6.2%
總計	429	12	(169)	(157)	205,708	4,301	(49,800)	(45,499)	-18.1%	324	-5.9%

[△] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

按地區劃分的批發（不包括電子商店）分銷渠道（僅可控制面積）

	截至六月三十日止年度									
	店舖數目				淨銷售面積（平方米）					淨變幅 [△]
	於二零一九年 六月三十日	開店	關閉	淨變幅 [△]	於二零一九年六 月三十日	開店	關閉	淨變幅 [△]		
							（平方米）	（百分比）		
德國	3,106	191	(441)	(250)	138,332	6,327	(20,493)	(14,166)	-9.3%	
專營店	201	6	(32)	(26)	44,527	1,008	(7,214)	(6,206)	-12.2%	
零售專櫃	1,887	80	(241)	(161)	72,806	2,789	(9,813)	(7,024)	-8.8%	
專營櫃位	1,018	105	(168)	(63)	20,999	2,530	(3,466)	(936)	-4.3%	
歐洲其他地區	1,767	87	(336)	(249)	107,856	5,382	(20,192)	(14,810)	-12.1%	
專營店	383	18	(56)	(38)	70,832	3,414	(11,588)	(8,174)	-10.3%	
零售專櫃	727	34	(85)	(51)	22,058	1,279	(3,858)	(2,579)	-10.5%	
專營櫃位	657	35	(195)	(160)	14,966	689	(4,746)	(4,057)	-21.3%	
亞太區	97	7	(20)	(13)	8,935	758	(3,096)	(2,338)	-20.7%	
專營店	97	7	(20)	(13)	8,935	758	(3,096)	(2,338)	-20.7%	
總計	4,970	285	(797)	(512)	255,123	12,467	(43,781)	(31,314)	-10.9%	
專營店	681	31	(108)	(77)	124,294	5,180	(21,898)	(16,718)	-11.9%	
零售專櫃	2,614	114	(326)	(212)	94,864	4,068	(13,671)	(9,603)	-9.2%	
專營櫃位	1,675	140	(363)	(223)	35,965	3,219	(8,212)	(4,993)	-12.2%	

[△] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

按季度劃分的收入發展

	收入變幅百分比 (按本地貨幣按年計算)				一八一九 財政年度
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	
按分銷渠道					
零售 (不包括電子商店)	-17.8%	-14.5%	-14.9%	-18.7%	-16.4%
批發 (不包括電子商店)	-15.5%	-16.5%	-11.0%	-11.6%	-13.7%
電子商店	-14.9%	-5.5%	-7.9%	1.2%	-6.6%
批授經營權及其他	-11.2%	-11.5%	-10.0%	-8.6%	-10.3%
總計	-16.2%	-12.5%	-11.6%	-10.8%	-12.9%
按地區 ^					
德國	-16.8%	-11.1%	-8.6%	-4.4%	-10.4%
歐洲其他地區	-14.5%	-7.1%	-8.0%	-7.7%	-9.5%
亞太區	-20.0%	-31.2%	-35.2%	-44.9%	-33.2%
總計	-16.2%	-12.5%	-11.6%	-10.8%	-12.9%

^ 整體地區包括零售 (不包括電子商店)、電子商店、批發 (不包括電子商店) 及批授經營權業務

按產品劃分的收入

產品分部	截至六月三十日止年度					
	二零一九年		二零一八年		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)	8,715	67.4%	10,220	66.1%	-14.7%	-11.2%
女裝 casual #	4,478	34.6%	5,347	34.6%	-16.3%	-12.8%
女裝 edc	2,429	18.8%	2,865	18.5%	-15.2%	-11.7%
女裝 collection	1,808	14.0%	2,008	13.0%	-10.0%	-6.0%
男裝 (Esprit及edc)	2,146	16.6%	2,525	16.3%	-15.0%	-11.6%
男裝 casual	1,319	10.2%	1,471	9.5%	-10.3%	-6.6%
男裝 edc	656	5.1%	769	5.0%	-14.8%	-11.4%
男裝 collection	171	1.3%	285	1.8%	-39.7%	-37.6%
生活時尚及其他 *	2,071	16.0%	2,710	17.6%	-23.6%	-20.4%
總計	12,932	100.0%	15,455	100.0%	-16.3%	-12.9%

於一八一九財政年度的數字，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，以測試本集團快銷產品的開發流程。本集團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、床上及沐浴用品和家品系列。

按國家劃分的收入

國家 ^{^^}	截至六月三十日止年度						
	二零一九年		二零一八年		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 [#]	6,687	51.7%	7,791	50.4%	-14.2%	-10.4%	-11.6%
歐洲其他地區	5,012	38.8%	5,769	37.3%	-13.1%	-9.5%	-10.8%
比荷盧區域 [#]	1,633	12.6%	1,910	12.4%	-14.6%	-10.9%	-15.4%
瑞士	762	5.9%	838	5.4%	-9.0%	-6.4%	-7.9%
法國	736	5.7%	906	5.9%	-18.8%	-15.3%	-6.7%
奧地利	668	5.2%	742	4.8%	-9.9%	-5.9%	-6.6%
西班牙	208	1.6%	229	1.5%	-9.4%	-5.3%	-3.6%
芬蘭	200	1.6%	224	1.5%	-10.5%	-6.8%	-5.2%
瑞典	183	1.4%	219	1.4%	-16.3%	-8.6%	-28.3%
意大利	114	0.9%	130	0.8%	-12.2%	-8.4%	-11.3%
英國	95	0.7%	112	0.7%	-15.1%	-11.9%	-10.2%
波蘭	90	0.7%	93	0.6%	-2.9%	2.3%	-8.3%
丹麥	68	0.5%	90	0.6%	-25.3%	-21.9%	-33.0%
愛爾蘭	7	0.1%	7	0.0%	0.2%	4.7%	-19.7%
挪威	2	0.0%	3	0.0%	-18.9%	-13.7%	-
葡萄牙	1	0.0%	1	0.0%	12.5%	18.0%	n.a.
其他 ^{##}	245	1.9%	265	1.7%	-7.5%	-5.1%	-9.5%
亞太區	1,233	9.5%	1,895	12.3%	-34.9%	-33.2%	-33.3%
中國	481	3.7%	760	4.9%	-36.7%	-33.8%	-30.6%
新加坡	208	1.6%	240	1.6%	-13.5%	-12.2%	-24.1%
馬來西亞	143	1.1%	158	1.0%	-9.3%	-8.2%	-19.3%
台灣	122	0.9%	154	1.0%	-20.8%	-18.3%	-30.2%
香港	104	0.8%	174	1.1%	-40.2%	-40.2%	-61.8%
澳門	58	0.5%	73	0.5%	-20.2%	-20.2%	-33.0%
澳洲及新西蘭	36	0.3%	262	1.7%	-86.4%	-85.5%	-100.0%
其他 [@]	81	0.6%	74	0.5%	10.3%	10.3%	-1.7%
總計	12,932	100.0%	15,455	100.0%	-16.3%	-12.9%	-14.3%

[^] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

^{^^} 國家包括零售（不包括電子商店）、電子商店、批發（不包括電子商店）及批授經營權業務

[#] 包括批授經營權

^{##} 歐洲其他地區的其他包括 i) 來自捷克共和國、匈牙利、斯洛伐克、拉脫維亞、斯洛文尼亞、愛沙尼亞、馬耳他、羅馬尼亞、希臘、克羅地亞及保加利亞的零售（包括電子商店）收入；ii) 來自其他國家（主要為智利、哥倫比亞及加拿大）的批發（不包括電子商店）收入，以及 iii) 來自亞太區、歐洲（德國除外）及美洲的第三方批授經營權收入

[@] 亞太區的其他包括來自其他國家（主要為泰國、印度及菲律賓）的批發（不包括電子商店）收入

n.a. 不適用

按國家劃分的零售（不包括電子商店）收入

國家	截至六月三十日止年度						
	二零一九年		二零一八年		收入變幅百分比		淨銷售面積 淨變幅 [^]
	百萬港元	佔總收入 之百分比	百萬港元	佔總收入 之百分比	按港元 計算	按本地貨幣 計算	
德國	2,226	44.2%	2,660	42.5%	-16.3%	-12.8%	-14.8%
歐洲其他地區	1,805	35.9%	2,031	32.5%	-11.1%	-7.6%	-8.8%
比荷盧區域	725	14.4%	792	12.7%	-8.5%	-4.6%	-8.3%
瑞士	468	9.3%	516	8.3%	-9.4%	-7.4%	-4.6%
奧地利	314	6.2%	346	5.5%	-9.2%	-5.3%	-3.3%
法國	140	2.8%	188	3.0%	-25.3%	-22.2%	-15.9%
瑞典	58	1.2%	61	1.0%	-4.2%	5.1%	-33.4%
波蘭	55	1.1%	65	1.0%	-14.4%	-9.5%	-8.3%
芬蘭	43	0.9%	49	0.8%	-11.9%	-8.4%	-
丹麥	2	0.0%	14	0.2%	-89.3%	-89.4%	-100.0%
亞太區	1,003	19.9%	1,560	25.0%	-35.7%	-34.0%	-35.5%
中國	362	7.2%	545	8.7%	-33.5%	-30.4%	-27.5%
新加坡	185	3.7%	222	3.6%	-17.1%	-15.9%	-24.1%
馬來西亞	140	2.8%	155	2.5%	-9.4%	-8.2%	-19.3%
台灣	120	2.4%	151	2.4%	-20.5%	-18.0%	-30.2%
香港	102	2.0%	173	2.8%	-40.9%	-40.9%	-61.8%
澳門	59	1.1%	73	1.2%	-20.2%	-20.2%	-33.0%
澳洲及新西蘭	35	0.7%	241	3.8%	-85.5%	-84.5%	-100.0%
總計	5,034	100.0%	6,251	100.0%	-19.5%	-16.4%	-18.1%

[^] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

按國家劃分的直接管理零售店舖－自二零一八年七月一日起的變動

國家	於二零一九年六月三十日					
	店舖 數目	淨開設 店舖 [^]	淨銷售面積 (平方米)	淨銷售面積 淨變幅 [^]	可比較店舖 (不包括 電子商店) 數目	可比較店舖 (不包括 電子商店) 銷售額增長
德國	122	(18)	93,349	-14.8%	111	-6.3%
歐洲其他地區	130	(7)	71,684	-8.8%	100	-5.3%
瑞士	35	(1)	15,478	-4.6%	30	-5.7%
荷蘭	24	-	14,442	-6.9%	16	-7.4%
比利時	21	(2)	13,996	-12.1%	16	-4.4%
奧地利	19	-	14,247	-3.3%	17	-4.4%
法國	10	(1)	4,490	-15.9%	8	-2.8%
波蘭	10	(1)	2,965	-8.3%	7	-5.6%
瑞典	5	(2)	2,376	-33.4%	2	-5.8%
盧森堡	4	1	2,109	12.8%	3	-5.7%
芬蘭	2	-	1,581	-	1	-8.3%
丹麥	-	(1)	-	-100.0%	-	n.a.
亞太區	177	(132)	40,675	-35.5%	113	-6.2%
中國	100	(45)	19,815	-27.5%	56	-15.8%
台灣	30	(22)	3,480	-30.2%	23	2.6%
馬來西亞	24	(5)	9,543	-19.3%	19	-2.0%
新加坡	15	(4)	4,634	-24.1%	10	-1.1%
香港	4	(5)	1,569	-61.8%	3	10.6%
澳門	4	(1)	1,634	-33.0%	2	-10.6%
澳洲	-	(45)	-	-100.0%	-	n.a.
新西蘭	-	(5)	-	-100.0%	-	n.a.
總計	429	(157)	205,708	-18.1%	324	-5.9%

[^] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

n.a. 不適用

按店舖類別劃分的直接管理零售店舖－自二零一八年七月一日起的變動

店舖類型	店舖數目					淨銷售面積 (平方米)				
	於	與二零一八年		於	淨變幅	於	與二零一八年		於	淨變幅
	二零一九年 六月三十日	開店	關閉	二零一八年 七月一日		二零一九年 六月三十日	開店	關閉	二零一八年 七月一日	
店舖	293	9	(69)	353	(60)	166,872	3,214	(36,852)	200,510	-16.8%
- 德國	105	2	(20)	123	(18)	78,927	962	(17,246)	95,211	-17.1%
- 歐洲其他地區	122	4	(10)	128	(6)	66,595	1,525	(7,882)	72,952	-8.7%
- 亞太區	66	3	(39)	102	(36)	21,350	727	(11,724)	32,347	-34.0%
特約店	89	-	(75)	164	(75)	12,382	102	(5,291)	17,571	-29.5%
- 德國	4	-	(1)	5	(1)	1,829	-	(228)	2,057	-11.1%
- 亞太區	85	-	(74)	159	(74)	10,553	102	(5,063)	15,514	-32.0%
特賣場	47	3	(25)	69	(22)	26,454	985	(7,657)	33,126	-20.1%
- 德國	13	2	(1)	12	1	12,593	815	(469)	12,247	2.8%
- 歐洲其他地區	8	-	(1)	9	(1)	5,089	-	(575)	5,664	-10.2%
- 亞太區	26	1	(23)	48	(22)	8,772	170	(6,613)	15,215	-42.3%
總計	429	12	(169)	586	(157)	205,708	4,301	(49,800)	251,207	-18.1%

按國家劃分的批發（不包括電子商店）收入

國家	截至六月三十日止年度						
	二零一九年		二零一八年		收入變幅百分比		
	百萬港元	佔總收入 之百分比	百萬港元	佔總收入 之百分比	按港元 計算	按本地貨幣 計算	淨銷售面積 淨變幅 [^]
德國	2,200	54.3%	2,621	53.5%	-16.1%	-12.3%	-9.3%
歐洲其他地區	1,754	43.3%	2,168	44.2%	-19.1%	-15.5%	-12.1%
法國	391	9.7%	487	9.9%	-19.7%	-16.3%	-5.1%
比荷盧區域	388	9.6%	540	11.0%	-28.2%	-25.1%	-23.4%
西班牙	189	4.7%	211	4.3%	-10.4%	-6.4%	-3.6%
奧地利	156	3.8%	189	3.8%	-17.6%	-13.9%	-10.6%
芬蘭	130	3.2%	147	3.0%	-10.9%	-7.2%	-6.1%
意大利	105	2.6%	121	2.5%	-13.2%	-9.4%	-11.3%
瑞士	104	2.5%	118	2.4%	-12.0%	-9.8%	-16.9%
瑞典	93	2.3%	122	2.5%	-23.8%	-15.8%	-23.8%
英國	50	1.2%	63	1.3%	-21.3%	-18.6%	-10.2%
丹麥	32	0.8%	38	0.8%	-17.1%	-13.1%	-10.9%
愛爾蘭	3	0.1%	3	0.1%	-8.1%	-4.1%	-19.7%
挪威	2	0.1%	3	0.0%	-18.9%	-13.7%	-
其他 [#]	111	2.7%	126	2.6%	-11.6%	-8.4%	-9.5%
亞太區	99	2.4%	114	2.3%	-12.7%	-12.1%	-20.7%
中國	18	0.4%	40	0.8%	-55.7%	-54.0%	-49.6%
其他 [@]	81	2.0%	74	1.5%	10.3%	10.3%	-1.7%
總計	4,053	100.0%	4,903	100.0%	-17.3%	-13.7%	-10.9%

[^] 自二零一八年七月一日起的淨變幅

[#] 歐洲其他地區的其他包括來自其他國家主要為智利、哥倫比亞及加拿大的批發（不包括電子商店）收入

[@] 亞太區的其他包括來自其他國家主要為泰國、印度及菲律賓的批發（不包括電子商店）收入

按國家劃分的批發分銷渠道（僅可控制面積）－自二零一八年七月一日起的變動

於二零一九年六月三十日																
國家	專營店				零售專櫃				專營櫃位				總計			
	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]	店舖 數目	淨銷售 面積 (平方米)	淨開設 店舖 [△]	淨銷售 面積 淨變幅 [△]
德國	201	44,527	(26)	-12.2%	1,887	72,806	(161)	-8.8%	1,018	20,999	(63)	-4.3%	3,106	138,332	(250)	-9.3%
歐洲其他地區	383	70,832	(38)	-10.3%	727	22,058	(51)	-10.5%	657	14,966	(160)	-21.3%	1,767	107,856	(249)	-12.1%
法國	112	19,507	(6)	-3.9%	254	5,558	(5)	-4.4%	120	3,488	(25)	-12.1%	486	28,553	(36)	-5.1%
比荷盧區域	67	19,063	(13)	-16.1%	36	1,806	(12)	-26.9%	55	1,578	(94)	-61.8%	158	22,447	(119)	-23.4%
奧地利	43	6,534	(6)	-15.4%	98	3,558	3	1.4%	19	505	(6)	-20.0%	160	10,597	(9)	-10.6%
瑞典	5	2,143	(4)	-28.9%	5	290	3	195.9%	25	630	(12)	-30.5%	35	3,063	(13)	-23.8%
芬蘭	21	4,798	-	-0.9%	45	1,785	(12)	-23.1%	93	2,622	-	-0.5%	159	9,205	(12)	-6.1%
瑞士	20	2,952	(1)	-10.8%	40	1,744	(5)	-24.1%	10	226	(5)	-28.7%	70	4,922	(11)	-16.9%
意大利	12	2,144	(2)	-15.5%	29	727	(5)	-29.1%	234	3,452	(2)	-3.3%	275	6,323	(9)	-11.3%
西班牙	26	3,156	-	5.7%	152	4,910	(11)	-6.5%	50	1,345	(3)	-11.6%	228	9,411	(14)	-3.6%
丹麥	5	1,395	(1)	-9.8%	2	28	-	-	10	269	(4)	-17.0%	17	1,692	(5)	-10.9%
挪威	1	242	-	-	-	-	-	n.a.	1	15	-	-	2	257	-	-
英國	2	152	-	1.3%	9	328	1	-0.6%	37	808	(7)	-15.4%	48	1,288	(6)	-10.2%
愛爾蘭	0	-	-	n.a.	1	78	-	-4.9%	3	28	(2)	-44.0%	4	106	(2)	-19.7%
其他 [*]	69	8,746	(5)	-9.2%	56	1,246	(8)	-11.4%	-	-	-	n.a.	125	9,992	(13)	-9.5%
亞太區	97	8,935	(13)	-20.7%	-	-	-	n.a.	-	-	-	n.a.	97	8,935	(13)	-20.7%
中國	16	2,261	(16)	-49.6%	-	-	-	n.a.	-	-	-	n.a.	16	2,261	(16)	-49.6%
泰國	57	3,789	1	-4.5%	-	-	-	n.a.	-	-	-	n.a.	57	3,789	1	-4.5%
菲律賓	14	1,541	(1)	-12.6%	-	-	-	n.a.	-	-	-	n.a.	14	1,541	(1)	-12.6%
其他	10	1,344	3	27.0%	-	-	-	n.a.	-	-	-	n.a.	10	1,344	3	27.0%
總計	681	124,294	(77)	-11.9%	2,614	94,864	(212)	-9.2%	1,675	35,965	(223)	-12.2%	4,970	255,123	(512)	-10.9%

△ 自二零一八年七月一日起的淨變幅

* 歐洲其他地區的其他包括歐洲以外國家的可控制批發銷售點及面積，主要為哥倫比亞及智利

人力資源

於二零一九年六月三十日，本集團在全球合共僱用相等於逾 4,900 名全職僱員（二零一八年六月三十日：逾 6,400 名）。本集團因應業務表現、市場慣例及市場競爭情況向僱員提供具競爭力之薪酬組合，以表彰彼等作出之貢獻。此外，本集團亦根據本集團及個別僱員之表現而授出購股權、獎勵股份及發放酌情花紅。遍佈世界各地之所有僱員均可透過本集團之全球內聯網互相聯繫。

股息

董事會維持派息比率為每股基本盈利之 60%。鑒於本集團截至二零一九年六月三十日止年度錄得虧損，董事會不建議派發截至二零一九年六月三十日止年度之末期股息（一七／一八財政年度：無）。

暫停辦理股份過戶登記手續

為確定股東出席本公司應屆股東週年大會並於會上投票的資格

交回股份過戶登記文件的最後時限 二零一九年十一月二十九日（星期五）下午四時半

暫停辦理股份過戶登記手續 二零一九年十二月二日（星期一）至
二零一九年十二月五日（星期四）
（包括首尾兩天）

記錄日期 二零一九年十二月五日（星期四）

本公司於上述期間內將暫停辦理股份過戶登記手續。如欲符合資格出席應屆股東週年大會並於會上投票，最遲須於上述最後時限前，將所有過戶文件連同有關股票交回本公司之香港股份過戶登記分處卓佳秘書商務有限公司，地址為香港皇后大道東 183 號合和中心 54 樓。

審核委員會

審核委員會現由三名非執行董事組成，其中兩名為獨立非執行董事。審核委員會已審閱本集團所採納之會計準則及慣例，並已討論核數、內部監控及財務報告事宜，包括審閱本集團季度資料、中期業績及全年業績。本集團截至二零一九年六月三十日止年度之綜合業績已由審核委員會審閱，並由本公司之獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所審核。

購買、出售或贖回本公司股份

於回顧年度內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何股份。

企業管治

本公司於截至二零一九年六月三十日止年度期間已應用有關原則並遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄 14 所載之《企業管治守則》及《企業管治報告》（「守則」），惟本公司非執行董事並無指定任期（守則之守則條文第 A.4.1 條）。然而，根據本公司之公司細則第 87 條，本公司全體董事（包括非執行董事）須於本公司股東週年大會上輪值告退及膺選連任，而每名董事的有效任期平均為不多於三年。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納一套條款不遜於上市規則附錄 10 所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）所載規定標準之守則，作為董事進行證券交易之行為守則。

本公司已向全體董事作出特定查詢，而彼等均確認於截至二零一九年六月三十日止年度一直遵守標準守則所載之規定標準。

董事會

於本公佈日期，本公司董事為：

執行董事： 柯清輝博士（執行主席）
Anders Christian KRISTIANSEN 先生（集團行政總裁）
鄧永鏞先生（集團財務總裁）

非執行董事： Jürgen Alfred Rudolf FRIEDRICH 先生

獨立非執行董事： Alexander Reid HAMILTON 先生
李嘉士先生
Norbert Adolf PLATT 先生

承董事會命
公司秘書
洪莉莉

香港，二零一九年九月十八日

前瞻性陳述

本公佈載有前瞻性陳述。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本公司業務轉型、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，相信本公佈所述之預測、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公佈的前瞻性陳述（不論由於新資料、未來事件或其他情況之緣故）。本公佈所載的所有前瞻性陳述已為該等警示性陳述清楚表明。