

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2014年12月31日止年度之 業績公布

- 綜合銷售額下降5%，就外幣換算調整後則下降3%；本年度之全球品牌銷售額及可比較門市銷售額均減少4%。在本年度上半年，大中華、新加坡及東南亞之銷售額皆大幅減少。在本年度下半年，中國大陸及台灣可比較門市銷售額回到低單位數增長，而東南亞在第四季度則出現復甦跡象。在本年度下半年，中東及韓國市場需求疲弱，銷售額亦見下降。
- 根據我們未經審核之內部數據，2014年下半年之銷售形勢在2015年首兩個月持續，中國大陸、香港、台灣、新加坡及泰國可比較門市銷售額錄得雙位數增長，惟受韓國及阿拉伯聯合酋長國可比較門市銷售額錄得雙位數下降所抵銷。本集團之整體可比較門市銷售額錄得中等個位數字的增長，而全球品牌銷售額與2014年首兩個月比較則持平。
- 毛利率由60.7%下降2.7個百分點至58.0%。此減少乃因為在價格競爭激烈之市場割價促銷，以及東南亞貨幣貶值導致採購成本上升。毛利率相比去年之降幅收窄，由上半年3.5個百分點至下半年2.0個百分點。
- 本年度經營費用減少3%，反映出嚴格控制經營開支及關閉表現不佳之店舖所致。
- 股東應佔溢利為4.08億港元，下降38%。下半年盈利能力下降28%，而上半年則下降49%。此改善反映關閉虧損店舖及下半年毛利率改善之影響。
- 存貨與去年持平。整體「系統存貨」，包括供應商及中國加盟店持有之商品，按年減少2,200萬港元。結果令人失望，因為上半年存貨減少之情況於下半年逆轉。令人失望之網上銷售額、應付寒冬之高價襪類積壓、給予中國加盟店之貨量減少，均導致年終存貨量多於預期。
- 從經營業務所得之自由現金流量為3.99億港元（2013年為5.99億港元），減少33%。鑑於上半年之強勁自由現金流量，原本預期下半年將比去年有更充裕之自由現金流量，但由於存貨水平提高，此現金流量令人失望。儘管如此，但存貨賬齡健康，而且此舉有助於應付相對暢旺之2015年農曆新年，尤其是存貨水平較高之中國大陸及台灣。
- 派付股息減少至每股25.0港仙（2013年為40.0港仙），佔股東應佔溢利96%，並反映出充裕現金狀況及本公司向股東回饋剩餘現金之政策。管理層抱持審慎樂觀態度，認為根據2015年首兩個月之業績，2015年之業績表現可望稍有改善。

業績

佐丹奴國際有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣布，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2014年12月31日止年度之經審核合併業績，連同去年之比較數字如下：

合併利潤表

(除每股盈利外，以百萬港元為單位)	附註	2014年	2013年
銷售額	2	5,545	5,848
銷售成本		(2,331)	(2,297)
毛利		3,214	3,551
其他收入及其他收益，淨額		77	113
分銷費用		(2,360)	(2,370)
行政費用		(389)	(466)
經營溢利	3	542	828
融資費用		(1)	(4)
應佔共同控制公司溢利		54	77
應佔聯營公司溢利		1	2
除稅前溢利	2	596	903
稅項	4	(130)	(173)
本年度溢利		466	730
應佔溢利：			
本公司股東		408	663
非控制性權益		58	67
		466	730
本公司股東應佔溢利之每股盈利	5		
基本(港仙)		26.0	42.6
攤薄(港仙)		25.9	42.1
股息	6	393	626

合併綜合收益表

(以百萬港元為單位)

	2014年	2013年
本年度溢利	466	730
其他綜合收益：		
或可轉移到損益賬之項目		
可出售金融資產公允值之變動	1	(10)
可出售金融資產減值虧損	4	–
應佔共同控制公司其他綜合收益	(2)	–
現金流量套期公允值之(虧損)/溢利	(3)	3
海外附屬公司、聯營公司、共同控制公司及 分公司換算之匯兌調整	(67)	(40)
本年度總綜合收益	399	683
應佔總綜合收益：		
本公司股東	343	645
非控制性權益	56	38
	399	683

合併資產負債表

(以百萬港為單位)

附註

2014年

2013年

資產

非流動資產

物業、機器及設備		281	284
商譽		535	535
共同控制公司權益		532	539
聯營公司權益		4	5
可出售之金融資產		15	14
於損益賬按公允值處理之金融資產		28	28
租賃土地及租金預付款項		228	246
租賃按金		136	153
遞延稅項資產		45	49
		1,804	1,853

流動資產

存貨		514	518
租賃土地及租金預付款項		45	44
應收賬款及其他應收款	7	579	614
衍生金融工具		-	3
現金及銀行結存		915	1,437
		2,053	2,616

資產總額

3,857 **4,469**

權益及負債

股本及儲備

股本		78	78
儲備		2,604	2,642
擬派股息		228	376
本公司股東應佔權益		2,910	3,096
非控制性權益		174	153

權益總額

3,084 **3,249**

非流動負債

授出認沽期權負債		-	102
遞延稅項負債		121	118
		121	220

流動負債

應付賬款及其他應付款	8	460	532
授出認沽期權負債		102	-
銀行貸款		-	332
稅項		90	136
		652	1,000

負債總額

773 **1,220**

權益及負債總額

3,857 **4,469**

淨流動資產

1,401 **1,616**

資產總額減流動負債

3,205 **3,469**

附註：

1. 主要會計政策

(a) 編製基準

本合併財務報表乃按照香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則（「HKFRS」）編製。本合併財務報表按照歷史成本法編製，再重估可供出售金融資產，於損益賬按公允值處理之金融資產，以及衍生金融工具之公允值計量而作出修訂。

(b) 新增及經修改之準則及詮釋的影響

本集團應用以下之修改準則，並於2014年1月1日或之後開始之本集團財政年度生效。

香港會計準則27（修改） 獨立財務報表
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

香港會計準則32（修改） 金融工具：呈報－金融資產和金融負債的對銷
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

香港會計準則36（修改） 資產減值披露
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

香港會計準則39（修改） 金融工具：確認及計量－衍生工具的更替
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

香港財務報告準則10 綜合財務報表
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

香港財務報告準則12 披露於其他實體之權益
（2014年1月1日或之後開始的年度期間生效）

採納以上之新增/修訂準則及對現行準則之修改並無對本集團之合併財務報表造成重大影響。

2. 營運分部

本集團按主要營運決策者所審閱並賴以作出決策的報告以釐定其營運分部。

本集團主要分兩個業務：零售及分銷分部之業務及批發方式銷售予海外加盟商之業務。主要營運決策者同時以地區及品牌之角度來評估零售及分銷分部之業務。根據地區之觀點，零售及分銷分部包含中國大陸及中東零售及加盟商業務、香港及台灣及亞太其他地區市場零售業務。根據品牌之觀點，零售及分銷分部細分為*Giordano*及*Giordano Junior*、*Giordano Ladies*、*BSX*及其他之表現。

分部溢利代表各分部所賺取之利潤未計融資費用、稅項、應佔共同控制公司與及應佔聯營公司溢利。並以此作計算基礎，向主要營運決策者匯報，以作資源分配及評估分部表現。

按照營運分部劃分，本集團之銷售額及經營溢利之分析如下：

(以百萬港元為單位)	2014年		2013年	
	銷售額	經營溢利	銷售額	經營溢利
中國大陸	1,580	59	1,727	112
香港及台灣	1,640	130	1,725	218
亞太其他地區	1,362	169	1,460	259
中東地區	617	107	632	124
零售及分銷合計	5,199	465	5,544	713
以批發方式銷售予海外加盟商	346	51	304	44
分部銷售/經營溢利	5,545	516	5,848	757
總部職能		26		71
融資費用		(1)		(4)
應佔共同控制公司溢利		54		77
應佔聯營公司溢利		1		2
除稅前溢利		596		903

以品牌劃分之零售及分銷之進一步分析如下：

(以百萬港元為單位)	2014年		2013年	
	銷售額	經營溢利	銷售額	經營溢利
品牌：				
<i>Giordano</i> 及 <i>Giordano Junior</i>	4,491	396	4,877	629
<i>Giordano Ladies</i>	391	40	374	51
<i>BSX</i>	207	14	220	24
其他	110	15	73	9
零售及分銷合計	5,199	465	5,544	713

本公司駐於香港，其於香港對外客戶之收入為13.25億港元（2013年：13.46億港元），其於中國大陸對外客戶之收入為15.8億港元（2013年：17.27億港元），而於其他國家對外客戶之收入為26.4億港元（2013年：27.75億港元）。

分部之間之收入10.21億港元（2013年：11.2億港元）已予合併對銷。

中國大陸折舊及攤銷費用為4,800萬港元（2013年：4,100萬港元），香港及台灣為3,700萬港元（2013年：3,900萬港元），亞太其他地區為4,000萬港元（2013年：3,300萬港元），中東地區為2,300萬港元（2013年：2,400萬港元）。

中國大陸稅項費用為1,100萬港元（2013年：2,400萬港元），香港及台灣為2,000萬港元（2013年：3,500萬港元），亞太其他地區為4,200萬港元（2013年：6,300萬港元），中東地區為800萬港元（2013年：1,100萬港元）。

按照地區分部劃分，本集團之分部資產之分析如下：

<i>(以百萬港元為單位)</i>	2014年	2013年
中國大陸	992	1,073
香港及台灣	763	1,283
亞太其他地區	623	587
中東地區	855	891
分部資產	3,233	3,834
共同控制公司權益	532	539
聯營公司權益	4	5
可出售之金融資產	15	14
於損益賬按公允值處理之金融資產	28	28
遞延稅項資產	45	49
資產總額	3,857	4,469

於香港不包括金融工具及遞延稅項資產之非流動資產總額為2.2億港元（2013年：2.34億港元），而於中國大陸為1.29億港元（2013年：1.64億港元），而於海外國家之該類非流動資產總額為13.68億港元（2013年：13.64億港元）。

3. 經營溢利

經營溢利已扣除下列各項：

(以百萬港元為單位)	2014年	2013年
租賃土地預付款項攤銷	8	9
核數師酬金	6	6
物業、機器及設備折舊	140	128
土地及樓宇之經營租賃費用		
—最低租金支出—寫字樓及貨倉	18	19
—最低租金支出—店舖	919	923
—或然租金費用	269	299
—管理費	56	28
陳舊存貨準備及存貨之(回撥)/撇銷	(9)	1
員工成本	874	942

4. 稅項

本公司及其香港附屬公司之稅項準備是根據本年度從香港賺取或源自香港之估計應課稅溢利按現稅率16.5% (2013年：16.5%) 計算。

其他於香港以外經營之附屬公司之利得稅項是根據適用於各司法權區之稅率而計算。

合併利潤表內之稅項支出為：

(以百萬港元為單位)	2014年	2013年
所得稅項		
本年度所得稅項		
—香港利得稅	21	28
—香港以外	71	118
—附屬公司及一共同控制公司之可分配扣繳稅項	27	36
遞延稅項		
關於短暫性差異之衍生及撥回	9	(2)
過往期間準備不足/(剩餘)		
—香港利得稅	1	(5)
—香港以外	1	(2)
稅項支出	130	173

5. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃按本年度股東應佔合併溢利4.08億港元(2013年：6.63億港元)計算。

每股基本盈利乃按本年度內已發行股份之加權平均股數1,569,176,929股(2013年：1,556,788,852股)計算。

每股攤薄盈利乃按截至2014年度內已發行股份之加權平均股數1,569,176,929股(2013年：1,556,788,852股)加上假設根據本公司購股權計劃授出之所有未行使購股權皆已行使而發行之股份之加權平均股數2,121,728股(2013年：18,834,471股)計算。

6. 股息

(a) 本年度股息如下：

<i>(以百萬港元為單位)</i>	2014年	2013年
已宣布及已派發之中期股息每股10.5港仙 (2013年：每股16.0港仙)	165	250
於結算日後建議之末期股息每股14.5港仙 (2013年：每股24.0港仙)	228	376
	393	626

於2015年3月3日舉行之董事會會議上，董事建議派發末期股息為每股14.5港仙。此項擬派息在結算當日並無確認負債。擬派股息之金額乃基於建議派息日之已發行股份數目計算。

(b) 屬於上一年度，並於本年度內通過及支付的股息：

<i>(以百萬港幣元為單位)</i>	2014年	2013年
已批准及派發2013年末期股息每股24.0港仙 (2012年：每股25.0港仙)	377	390

已支付股息金額乃基於股息支付日之已發行股份數目計算。

7. 應收賬款及其他應收款

(以百萬港元為單位)

	2014年	2013年
應收賬款	306	333
減：減值撥備	(15)	(17)
應收賬款淨值	291	316
其他應收款，包括訂金及預付款項	288	298
	579	614

除現金及信用卡銷售外，本集團在正常情況下給予其貿易客戶30至60日信貸期。

於結算日應收賬款(扣除呆賬撥備)之賬齡根據發票日分析如下：

(以百萬港元為單位)

	2014年	2013年
0至30日	212	233
31至60日	46	49
61至90日	17	19
逾90日	16	15
	291	316

8. 應付賬款及其他應付款

(以百萬港元為單位)

	2014年	2013年
應付賬款	167	160
其他應付款及應付費用	293	372
	460	532

以下為應付賬款之賬齡分析：

(以百萬港元為單位)

	2014年	2013年
0至30日	144	136
31至60日	8	11
61至90日	4	3
逾90日	11	10
	167	160

管理層之論述及分析

2014年業績概覽

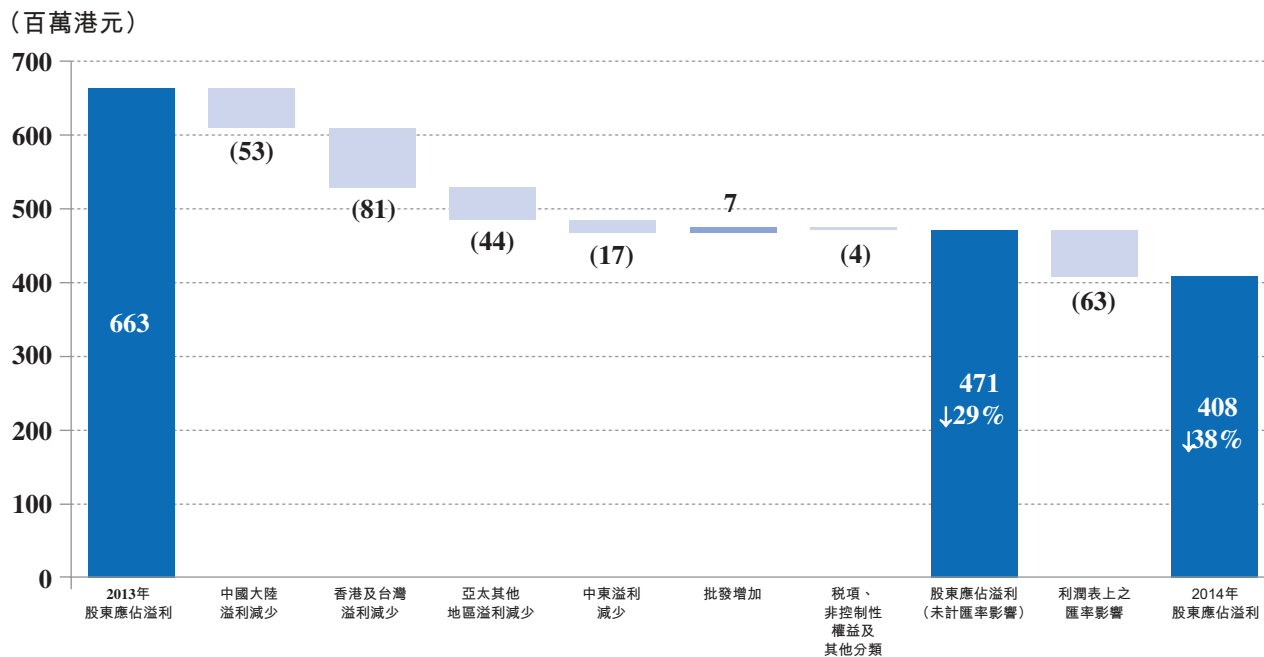
(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
銷售額	5,545	5,848	(5%)	2,873	3,007	(4%)	2,672	2,841	(6%)
毛利	3,214	3,551	(9%)	1,649	1,786	(8%)	1,565	1,765	(11%)
毛利率	58.0%	60.7%	(2.7百分點)	57.4%	59.4%	(2.0百分點)	58.6%	62.1%	(3.5百分點)
經營費用	(2,749)	(2,836)	(3%)	(1,384)	(1,444)	(4%)	(1,365)	(1,392)	(2%)
經營溢利	542	828	(35%)	309	402	(23%)	233	426	(45%)
經營溢利率	9.8%	14.2%	(4.4百分點)	10.8%	13.4%	(2.6百分點)	8.7%	15.0%	(6.3百分點)
EBITDA	760	1,066	(29%)	418	531	(21%)	342	535	(36%)
淨溢利	408	663	(38%)	234	323	(28%)	174	340	(49%)
淨溢利率	7.4%	11.3%	(3.9百分點)	8.1%	10.7%	(2.6百分點)	6.5%	12.0%	(5.5百分點)
從經營業務所得之 自由現金流量	399	599	(33%)	145	362	(60%)	254	237	7%
現金及銀行結存淨額 ¹	915	1,105	(17%)	915	1,105	(17%)	940	986	(5%)
存貨餘額 ¹	514	518	(1%)	514	518	(1%)	445	518	(14%)
存貨日數對成本之 流轉比率(日) ²	80	82	(2)	80	82	(2)	73	87	(14)
門市數目 ¹	2,452	2,642	(190)	2,452	2,642	(190)	2,553	2,622	(69)
年內/期內門市 數目變動淨額	(190)	(6)	(101)	(101)	20	(89)	(89)	(26)	

¹ 於年末/期末。

² 年末/期末所持存貨除以銷售成本乘以該年度/期間日數。

股東應佔溢利

年內，股東應佔溢利較去年6.63億港元減少38%至4.08億港元。撇除貨幣滙兌之影響，股東應佔溢利減少29%。



貨幣對利潤表之影響

外幣匯率變動影響對利潤表有以下影響：

(以百萬港元為單位)	已申報	換算差額	交易差額	採購時之 貨幣貶值 虧損	經調整
銷售額	5,545	114	—	—	5,659
毛利	3,214	67	—	42	3,323
其他收入	77	—	17	—	94
經營費用	(2,749)	(52)	—	—	(2,801)
股東應佔溢利	408	4	17	42	471

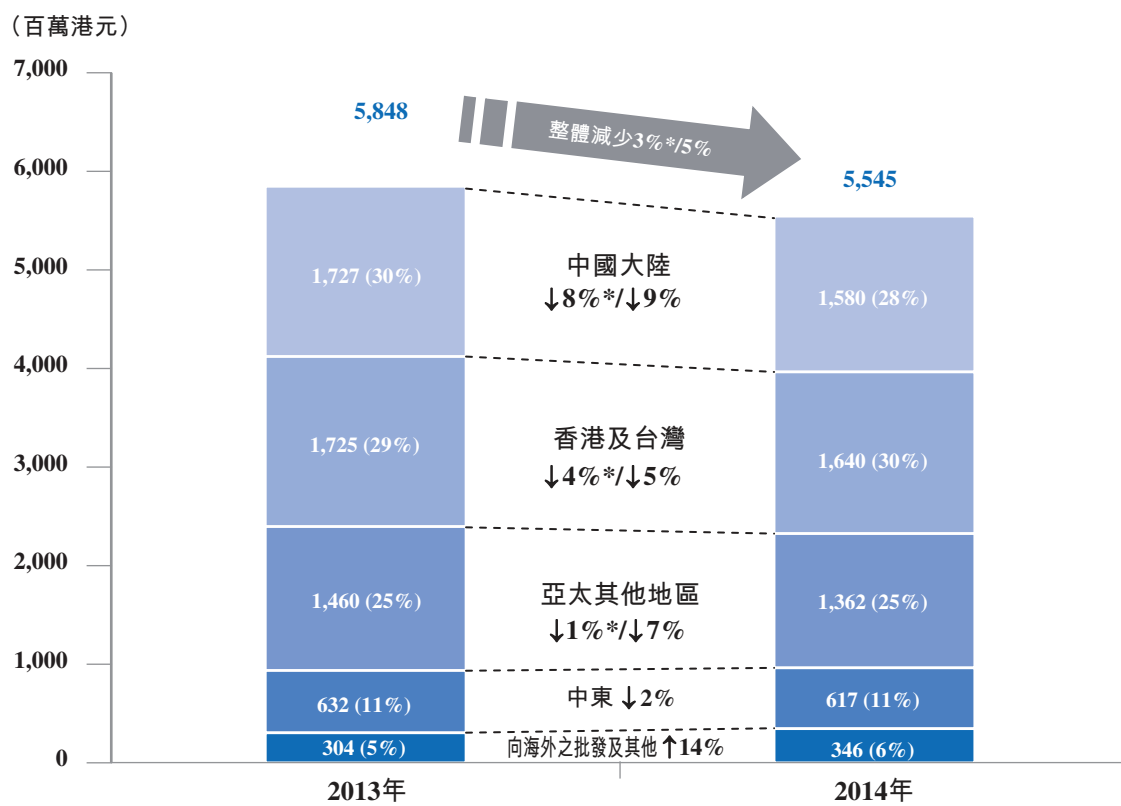
本集團於海外地區經營使用外幣。

- 由於換算東南亞貨幣(主要為印尼盾、馬來西亞幣及泰銖)之不利影響被韓圀升值所抵銷，故此於換算該等地區之業績為港元時，對股東應佔溢利造成很少虧損(400萬港元)。
- 人民幣貶值導致在香港持有之定期存款出現換算虧損。此等人民幣定期存款已於年內解除，並於下半年消除該方面之匯兌風險。
- 以港元購買商品成本上升(尤其購買印尼商品)，於年內產生毛利減少4,200萬港元。
- 整體而言，外幣匯率變動對本集團業績造成之影響為負6,300萬港元。
- 匯率變動在上半年(4,100萬港元)之影響比下半年(2,200萬港元)為大，反映2013年印尼盾及其他東南亞貨幣貶值之影響。上述貨幣兌美元之匯價亦於同年下半年大幅下降。

撇除上述貨幣之影響，2014年股東應佔溢利應為4.71億港元，比已申報之股東應佔溢利高15%。股東應佔溢利較去年同期減少38%，而實際股東應佔溢利之降幅則為29%。

銷售額

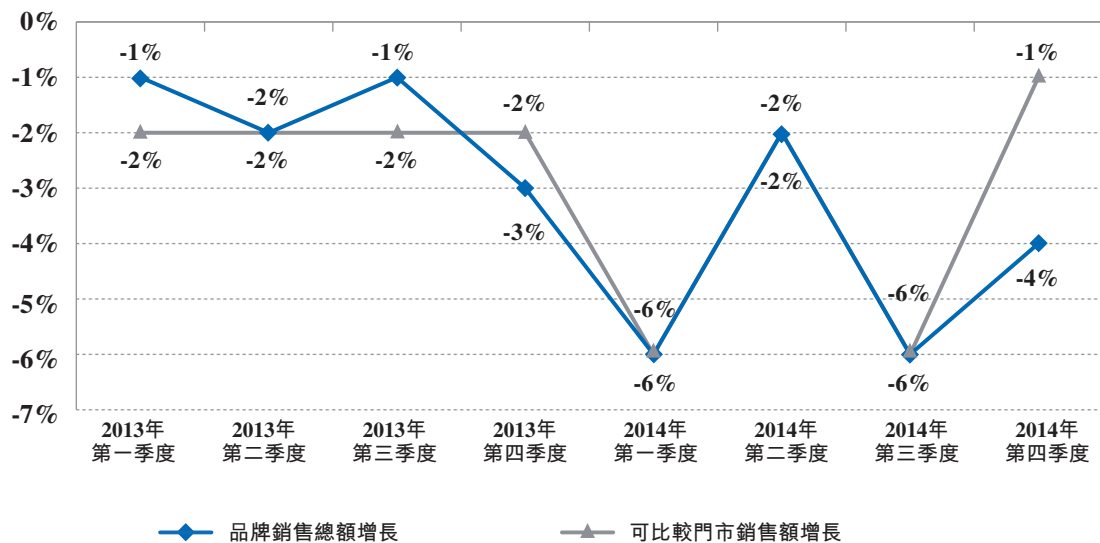
銷售額增長及貢獻



* 銷售額未計匯率影響

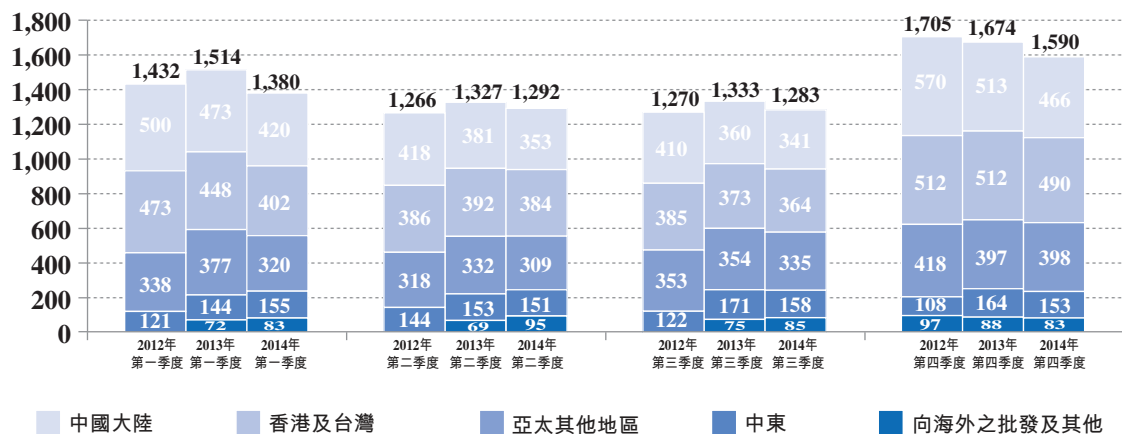
括號內為佔集團銷售額之百分比

最近八個季度品牌銷售額增長



最近十二個季度銷售額

(百萬港元)



(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	5,545	5,848	(5%)	2,873	3,007	(4%)	2,672	2,841	(6%)
全球品牌銷售額 ²	7,479	7,821	(4%)	3,876	4,071	(5%)	3,603	3,750	(4%)
可比較門市銷售額 ³ 減少	(4%)	(2%)		(4%)	(3%)		(4%)	(2%)	
毛利	3,214	3,551	(9%)	1,649	1,786	(8%)	1,565	1,765	(11%)
毛利率	58.0%	60.7%	(2.7百分點)	57.4%	59.4%	(2.0百分點)	58.6%	62.1%	(3.5百分點)
門市數目 ⁴	2,452	2,642	(190)	2,452	2,642	(190)	2,553	2,622	(69)
年內/期內門市數目 變動淨額	(190)	(6)		(101)	20		(89)	(26)	

- 本集團之銷售額由2013年之58.48億港元，減少5%至2014年55.45億港元。撇除將外幣銷售額換算為港元之影響，銷售額減少3%。
- 下半年中國大陸及台灣之可比較門市銷售額增長，當地銷售額亦較佳。東南亞第三季度之銷售額疲弱，但於第四季度復甦。香港仍然具挑戰性，至於中東之銷售額則於經過第一季度強勁增長後有所放緩。
- 中國大陸之銷售額年內減少9%。中國大陸服裝市場整體增長估計為11%。中國之網上銷售增長，加上大型基建項目使新高檔購物商場不斷增長之情況擴散，使競爭環境呈現極端價格競爭。2014年初農曆新年期間銷售額疲弱，惟於其後三個季度回升，帶動可比較門市銷售額略有增長。
- 香港之銷售額年內減少6%。可比較門市銷售額下降5%，反映年內中國大陸旅客消費性質改變造成之困難經營環境。年內，香港服裝市場銷售額增長4%，而於2013年則為8%。

¹ 總銷售額指自營店零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

² 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)。

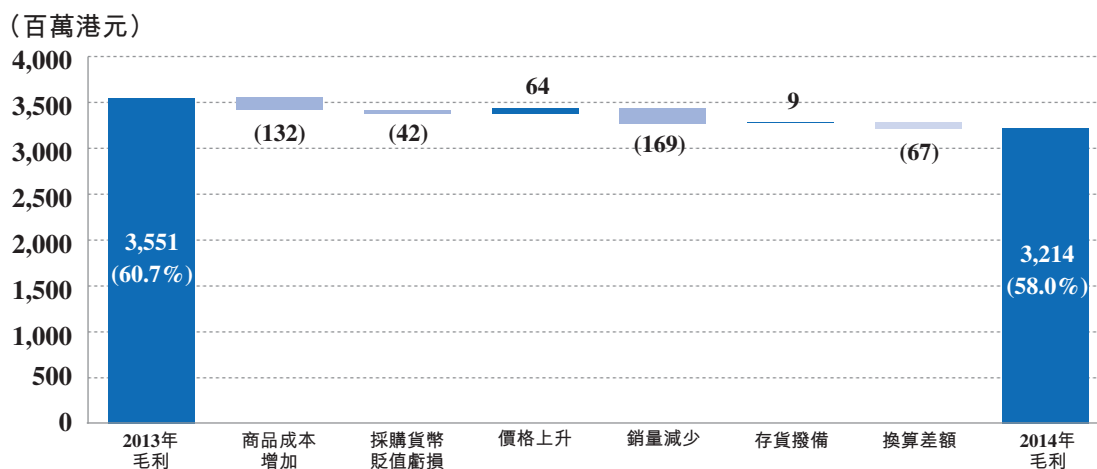
³ 可比較門市銷售額指過往同年/同期營業/經營之現有門市及網上商店之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

⁴ 於年末/期末。

- 台灣之銷售額年內下降3%，但可比較門市銷售額增長1%。2014年初令人失望的農曆新年過後，年內銷售頗佳。其後三個季度均有中單位數增長，反映配合本地休閒服風格之產品在本地市場推廣活動支持下奏效。
- 亞太其他市場(主要為新加坡、馬來西亞、泰國及印尼)之銷售額下降7%，可比較門市銷售額下降6%。
 - 新加坡之銷售額下降13%，這是由於觀光購物商店之需求疲弱及採購決策不當所致。商品組合現在得到更佳管理，銷售正在改善，於第四季度，可比較門市銷售額出現增長。
 - 馬來西亞之銷售額下降5%，這是由於政府實施財政緊縮政策(國家減少對日用品之補貼)，令消費者情緒疲弱。我們於該市場增設店舖，但其疲弱之可比較門市銷售額仍然使人憂慮，這將以改善商品營銷來應付。
 - 儘管已增設新店，印尼之銷售額與去年持平。2013年印尼盾貶值影響需求增長，成本顯著增加。總統選舉前後一段時間時局不明朗，同樣影響消費者情緒。銷售額於第四季度稍見回升。我們增設店舖以進一步進佔該市場，對當地市場長期前景仍有信心。
 - 泰國本年度之銷售額下降3%。上半年銷售額特別欠佳(下跌9%)，乃由於該國社會政治不穩所致。泰銖貶值亦影響銷售需求及增加成本。本年度下半年復甦強勁。我們增設店舖以進一步進佔該市場。
 - 澳洲本年度之銷售額下降20%。年內我們重組經營架構及關閉多間虧損店舖。可比較門市銷售額於下半年恢復增長。
- 中東地區本年度之銷售額減少2%，而可比較門市銷售額則減少6%。為配合富挑戰性的市場環境，商品已予改進。
 - 阿拉伯聯合酋長國本年度之銷售額下降2%。零售能力大幅上升，加上該國遊客人口改變，使市場競爭極為激烈，壓抑銷售增長。
 - 沙特阿拉伯本年度之銷售額下降3%。對朝聖者及遊客之銷售受到麥加及麥地那的建築工程及對遊客施加入境限制所影響。

毛利

毛利對比



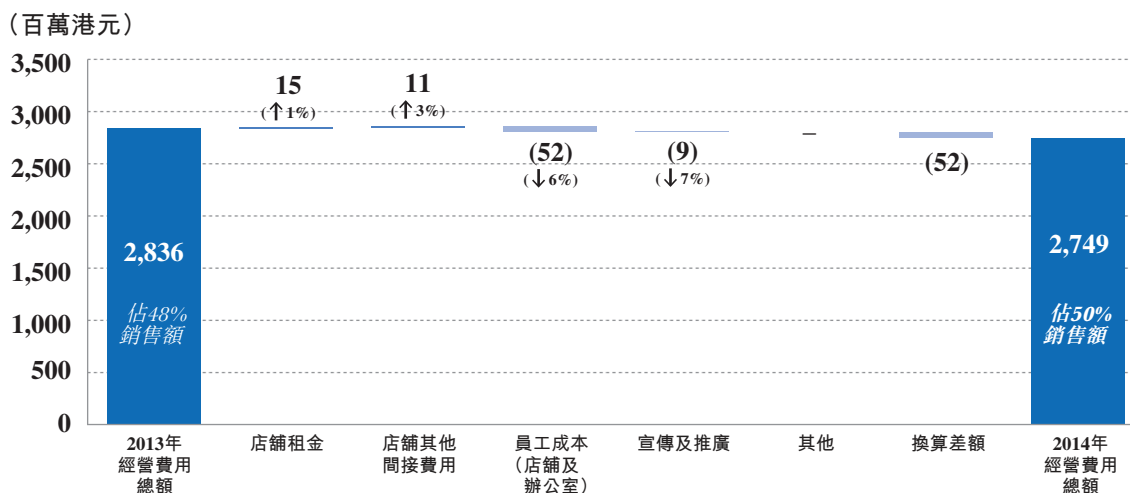
- 本集團之毛利由2013年35.51億港元減少3.37億港元(或9%)至32.14億港元，毛利率下降2.7個百分點至58.0%。上半年毛利率比去年下降3.5個百分點，至於下半年則略見改善，比去年的下降收窄至2.0個百分點。
- 匯率變動對銷售成本之影響(透過以港元採購商品)令全年毛利率減少0.7個百分點。(如與去年相比，印尼盾貶值12%、泰銖貶值5%及馬來西亞幣貶值3%)。
- 平均商品成本增加5.3%(撇除匯率變動引起之成本增加)。這反映產品組合調整，以致產品具有更多設計細節，品質亦有所改善。以後我們將理順產品細節，從而降低成本；另外，我們會在適當情況下投資改良品質。
- 平均價格僅上升1%，儘管產品組合成本上升。於價格競爭激烈之市場，我們未能就增加服裝細節及功能調高價格。於大部分市場，我們割價以保持競爭力及清理存貨。
- 本年度銷量下降4%，主要由於2014年初農曆新年銷情相當疲弱。下半年銷量下降2%，而於上半年則下降7%，是由於店舖內出售商品有所改善，加上正常折扣促銷以清理額外存貨所致。

品牌發展

- **Giordano Men**：佐丹奴品牌中，76%銷售額來自男裝。男裝品牌銷售額減少3%。此降幅影響我們的主要類別產品，部份反映店舖數量減少，其中以不分季節市場尤甚。廣泛地添加產品細節（尤其於polo恤及T恤）並無改善銷售額。
- **Giordano Women**佔佐丹奴店舖銷售的24%，銷售額下跌11%，較佐丹奴男裝之下跌幅度為大。
 - 增加服裝款式及系列選擇策略不成功，及減少重視核心產品之策略不當。
 - 糾正上述策略之行動於2014年進行，女裝產品系列正在重新構建，以專注於核心設計價值，如簡約及功能等。
 - 銷量已於下半年回升，第四季度銷量僅比去年輕微減少，反映大規模清理存貨及產品已予改良，有關的產品開發流程仍在改進。
 - 我們正在著手發展GW獨立專櫃。我們現時於中國大陸及泰國共有58個獨立專櫃，所產生之直接溢利共400萬港元。由於女裝產品系列業績疲弱，店舖數目年內減少11間。此策略於未來重新構建產品系列後將執行得更進取。
- 由於第一季度表現疲弱，管理層著重揀選產品分配到適當店舖，令本集團多元品牌之發展放緩。
- **Giordano Ladies**年內銷售額由3.74億港元增加5%至3.91億港元，但經營溢利由5,100萬港元下降至4,000萬港元。此品牌於香港表現良好，並已聚集其忠實客戶群。中國大陸、新加坡及印尼表現不佳，乃由於採購及執行不當所致。過剩存貨正在清理，而該品牌之新經營方法將於各地推行，可望會糾正上述情況。
- **BSX**銷售額下降6%，乃因關閉虧損店舖所致。經營溢利因此由2,400萬港元下降至1,400萬港元。年內，我們開始擴展該品牌之女裝。我們今年將轉回先前較側重男裝之組合。
- **Beau Monde**：我們亦已著手將新打造的廉價品牌*Beau Monde*取代大賣場的店舖，年內於華南地區、上海及台灣開設13間店舖。不斷調節原有概念，在上海及台灣帶來豐碩成果。我們將繼續以發展該品牌作為2015年首要工作。
- **Eula**：在華西地區推出之優質女裝品牌，有8間設於百貨公司之店舖。該品牌仍在試驗階段，但初期表現尚可接受，錄得微利。

經營費用

2014年經營費用總額對比



- 整體而言，本集團之經營費用由去年之28.36億港元減少3%至27.49億港元。
- 總租金成本增加1%，主要是因為平均店舖面積增加4%所致。每平方呎租金下降2%，主要反映在印尼及泰國等低成本發展中市場的增長，以及在中國大陸百貨公司的浮動租金。在香港租金的上漲壓力較強，可比較門市的租金上升18%。本集團整體之租金銷售比率從20.7%上升至22.4%。
- 店舖間接成本包括店舖折舊、倉庫、水電及信用卡費用。成本增加3%，主要由於我們為重新定位及提升品牌而在大中華區裝修店舖所致之額外折舊1,100萬港元，增加8%。
- 員工成本總額下降5,200萬港元(或6%)，平均人數持平。東南亞市場門市擴張所引起的人數增加，為大中華地區店舖關閉所引起的人數減少抵銷。平均薪金下降4%，主要是因為削減年終花紅4,500萬港元。
- 經營費用總額佔銷售額的比例從48%上升至50%。大致上，成本已控制良好，但仍受某些市場之租金壓力所影響，尤其是香港。

計及其他收入前之經營溢利

- 整體而言，本年度銷售額減少5%及毛利率減少2.7個百分點，以致毛利減少9%。經營費用下降3%，導致計及其他收入前之經營溢利為4.65億港元，較去年下跌35%（或2.5億港元）。

其他收入

- 其他收入由1.13億港元減少3,600萬港元至7,700萬港元。此減少主要是因為：
 - 年內由於外幣相對港元貶值而確認1,700萬港元之外匯虧損，而去年外匯收益為2,200萬港元。此後在香港已盡量減少人民幣結餘，及以港元計值的集團公司之間應付款現已在更短時間內結算，以盡量減低外匯風險。
 - 對其中一個主要供應商之投資，由於其市價下降，令本年度確認減值虧損600萬港元。
 - 一項與人民幣存款套戥之美元貸款解除，導致利息收入下降800萬港元。此機制在2013年及2014年均產生利潤，但為避免人民幣貶值之風險已被終止。
- 部分收入之減少被本年度確認於中國大陸出售員工宿舍之收益1,400萬港元所抵銷，對比去年確認出售設備項目之虧損200萬港元。

經營溢利

- 由於上述原因，本集團之經營溢利由2013年8.28億港元減少2.86億港元（或35%）至2014年5.42億港元。

所得稅

- 2014年所得稅開支為1.3億港元（2013年：1.73億港元），實際所得稅率¹為21.8%（2013年：19.2%）。實際稅率增加反映出溢利組合轉變，而香港、台灣及新加坡等低稅率市場所產生的溢利下降所致。

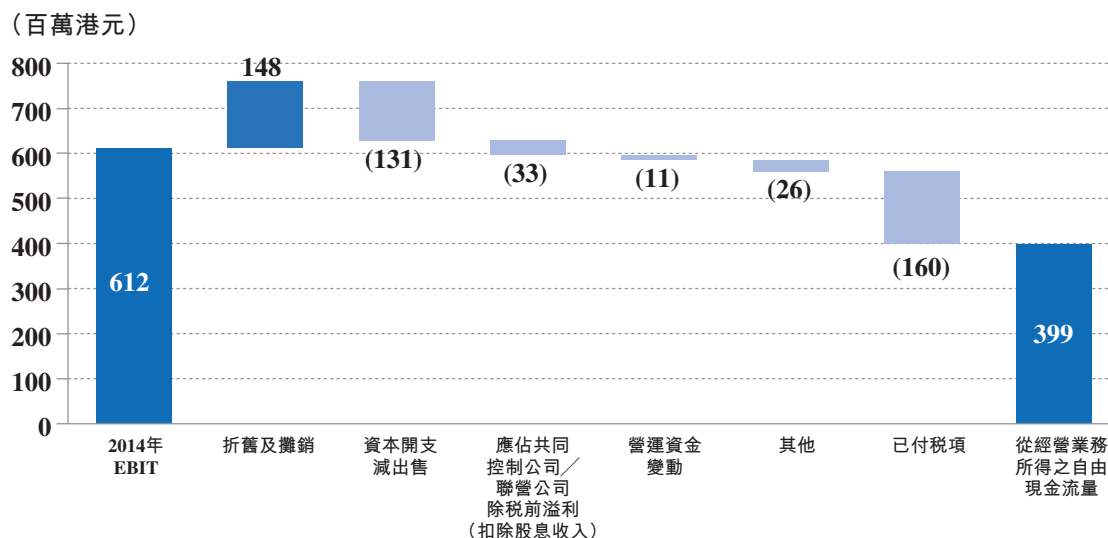
股東應佔溢利

- 2014年股東應佔溢利由去年6.63億港元，減少38%（或2.55億港元）至4.08億港元。淨溢利率由11.3%下降3.9個百分點至7.4%。
- 每股基本及攤薄盈利分別減少至26.0港仙（2013年：42.6港仙）及25.9港仙（2013年：42.1港仙）。

¹ 所得稅開支除以除稅前溢利。

從經營業務所得之自由現金流量

2014年EBIT及從經營業務所得之自由現金流量



- 2014年從經營業務所得之自由現金流量為3.99億港元，較去年5.99億港元減少2億港元(或33%)。除稅前自由現金流量轉化為EBIT之比率為91%，較去年84%增加7%。
- 上半年自由現金流量比去年增加7%，惟下半年則比去年減少60%。由於過度購買襪類之類的高價產品，加上「光棍節」網上銷售之表現遜於預期，上半年之存貨控制並無在第四季持續。過剩存貨之賬齡健康，將於2015年上半年先行清理。

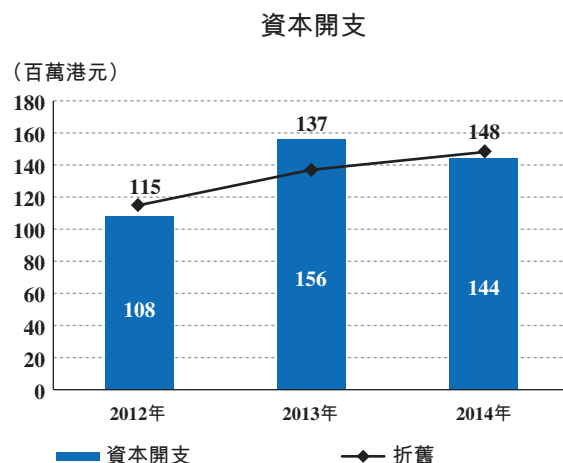
自由現金流量之簡單分析

(以百萬港元為單位)

	2014	2013	變動
除所得稅前溢利	596	903	(34%)
加：應佔共同控制公司/聯營公司稅項	15	22	(32%)
加：利息開支	1	4	(75%)
加：折舊及攤銷	148	137	8%
EBITDA	760	1,066	(29%)
可供出售金融資產之減值虧損	4	—	100%
聯營公司之減值虧損	2	—	100%
應佔共同控制公司/聯營公司除稅前溢利	(70)	(101)	(31%)
出售物業及租賃土地之收益淨額	(14)	—	(100%)
租金預付款項攤銷	49	57	(14%)
營運資金變動	(11)	(55)	(80%)
已付利息	(1)	(4)	(75%)
已付所得稅	(160)	(184)	(13%)
利息收入、匯兌及其他	(41)	(43)	(5%)
從經營業務所得之現金流入淨額	518	736	(30%)
來自共同控制公司/聯營公司之股息收入	37	60	(38%)
資本開支減出售所得款項	(131)	(156)	(16%)
租賃按金及租金預付款項增加	(41)	(65)	(37%)
已收利息	16	24	(33%)
從經營業務所得之自由現金流量	399	599	(33%)

資本開支

- 2014年資本開支較2013年減少1,200萬港元。資本開支的減少主要由於在東南亞市場的店舖擴展較去年有所放緩（於2014年間在東南亞增加35間店舖，在2013年間則增加53間）。店舖之升級主要於中國大陸及台灣進行，繼續在該等市場對品牌進行重新定位，以提升我們的競爭地位。
- 折舊增加1,100萬港元，反映去年於店舖升級方面的投資增加。



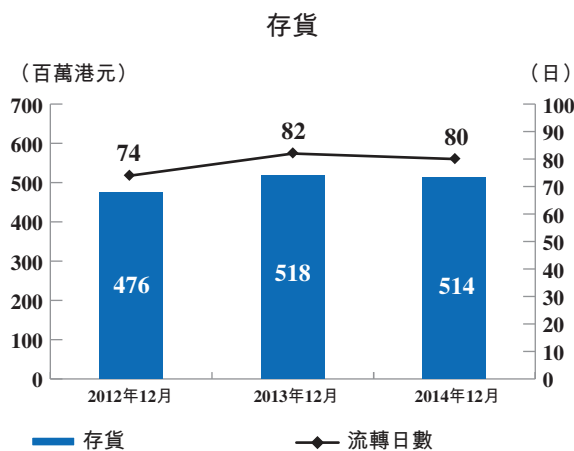
營運資金變動

本年度之營運資金增加1,100萬港元，如下列所示：

	2013	營運 資金變動	其他	2014
存貨	518	(4)	—	514
應收賬款	316	(25)	—	291
其他應收款	208	(32)	4	180
應付賬款	(160)	(7)	—	(167)
其他應付款	(372)	79	—	(293)
	510	11	4	525

存貨

- 於2014年，本集團之存貨由5.18億港元減少400萬港元至5.14億港元。
- 存貨對成本之流轉日數為80日，比去年減少2日。令人失望之線上銷售額、應付冷冬之高價外套存貨、給予中國加盟店之特意貨量減少均導致中國大陸及台灣之年終存貨量多於預期。如撇除這兩個高年終存貨的市場，本集團之流轉日數為68日（2013年為80日），反映其他地區之存貨控制有大幅改善。然而，庫存賬齡健康，其中81%為核心及本季存貨，我們計劃將這些存貨於2015年第一季度清理。



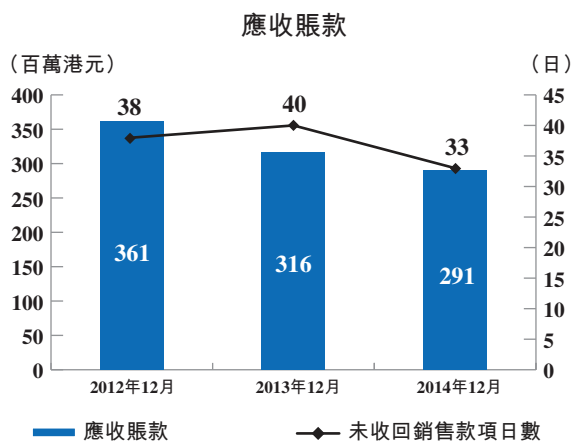
存貨總額 (包括於供應商之製成貨品)

(以百萬港元為單位)	2014年 12月	2013年 12月
本集團持有之剩餘存貨	514	518
中國大陸加盟店持有之剩餘存貨	80	94
供應商之製成貨品 (未付運)	23	27
系統存貨總額	617	639

- 本集團以綜合之基準管理存貨水平。我們監督供應商及並非由我們擁有之中國大陸加盟店之存貨。此舉確保我們不向供應商作出「資產負債表外」之存貨承擔，並使加盟店之存貨賬齡健康且穩定。有關存貨較去年同期減少3%。

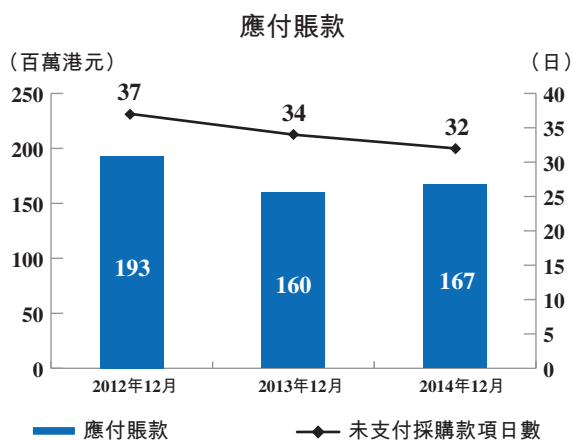
應收賬款

- 應收賬款於2014年減少2,500萬港元至2.91億港元。未收回銷售款項日數改善7日至33日。
- 不少百貨公司先向客戶收取現金，日後再向零售商及加盟店支付該等款項。我們亦選擇性為某些加盟商提供貿易信貸，在商品付運至市場之時間以及需求之季節性波動等方面為其提供協助。總體而言，此等賒賬期不會超過自貨物付運/產品出售之日起的60日。
- 於2014年12月31日，超過60日之應收賬款仍然佔應收賬款總額的11% (2013年：10%)。逾期款項總額佔應收賬款總額的27%，2013年則為26%。本集團密切監察未收回之信貸結餘，尤其是逾期款項，並在適當情況下限制及停止付運。



應付賬款

- 應付賬款增加700萬港元至1.67億港元。其原因為中國大陸於2014年12月的採購款項高於2013年同期所致。未支付採購款項日數為32日，而我們的正常信貸期為30日。



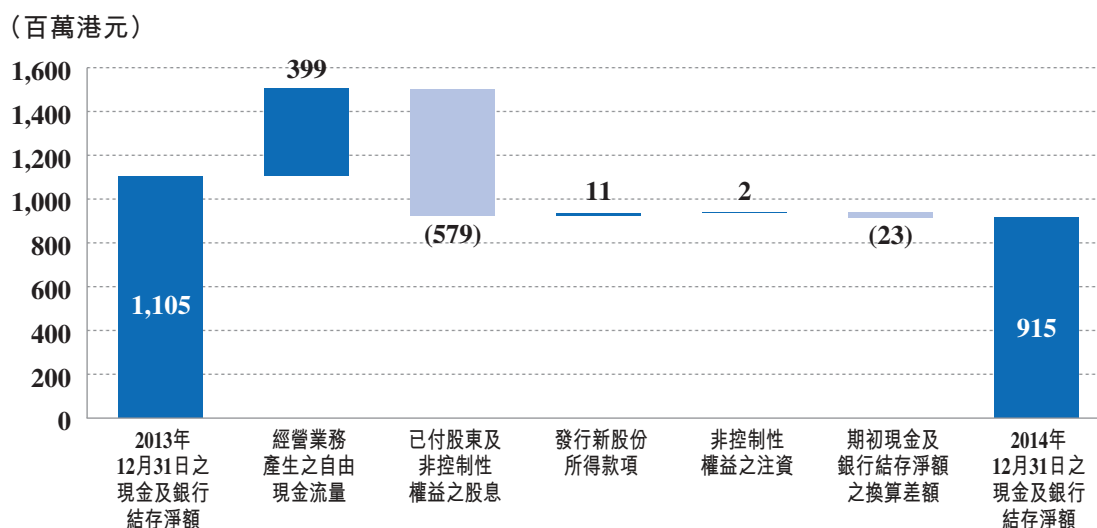
應佔共同控制及聯營公司之溢利及已收股息收入

(以百萬港元為單位)	南韓			中東			總計		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
應佔除稅前溢利	69	99	(30%)	1	2	(50%)	70	101	(31%)
已收股息 ¹	(37)	(60)	(38%)	-	-	不適用	(37)	(60)	(38%)
	32	39	(18%)	1	2	(50%)	33	41	(20%)

- 該項目指年內本集團應佔共同控制及聯營公司溢利與該等公司已向本集團支付股息之差額。其中的減低是由於韓國合營公司的溢利減少。
- 於2014年12月31日，韓國合營公司持有5.47億港元（2013年：5.63億港元）現金結餘。佐丹奴所佔(48.5%)之2.65億港元並無合併入我們的資產負債表。

本集團之淨現金狀況

2014年現金及銀行結存淨額變動



- 本集團之現金及銀行結存淨額減少1.9億港元至2014年12月31日之9.15億港元（2013年12月31日：11.05億港元），反映通過派股息將剩餘現金以股息退回予股東之政策。
- 從經營業務產生之自由現金流量為3.99億港元。如將已付稅款計算在內，除稅前自由現金流量為稅前盈利之91%，較2013年之轉化比率84%有所改善。

¹ 來自分派去年之溢利。

- 年內已付股息包括以下各項：

(以百萬港元為單位)	2014
2013年末期股息(全年股息達本集團全年溢利之95%)	377
2014年中期股息(達本集團2014年中期溢利之95%)	165
已付印尼附屬公司之非控制性權益之股息	37
已付股東及非控制性權益之股息	579

- 年內，因僱員購股權獲行使而籌集1,100萬港元。

庫務、外幣風險及現金管理

- 於年初時，本集團尚未償還之借貸如下：

	(百萬港元)
日元貸款	33
美元貸款(以人民幣存款抵押)	299
尚未償還借貸之總額	332

- 該等借貸已於2014年全數償還：
 - 年內美元貸款與人民幣抵押存款配對之安排已獲解除，消除人民幣/港元之匯兌風險。
 - 日圓貸款亦已結清，消除日圓/港元之匯兌風險。
- 於年初時，本集團於香港持有下列以外幣為單位之現金結餘及定期存款：

	(百萬港元)
用以抵押美元貸款之人民幣存款	311
其他人民幣現金及定期存款	146
於2013年12月31日在香港持有之外幣總額	457

- 誠如上文所述，解除美元貸款與人民幣抵押存款配對之機制，消除人民幣/港元之匯兌風險。
- 於2014年12月31日，本集團於香港並無持有非港元/美元現金或定期存款，並已將原有結餘兌換為港元。少量人民幣乃保留作營運資金用途，以結清人民幣應付貸款。

- 於2014年12月31日，本集團在香港境外持有下列外幣現金結餘：

	(百萬港元)
中國大陸之人民幣	349
阿拉伯聯合酋長國之迪拉姆	80
台灣之新台幣	22
印尼之印尼盾	54
新加坡之新加坡元	21
沙特阿拉伯之沙特里亞爾	54
澳門之澳門幣	28
馬來西亞之馬來西亞幣	20
澳洲之澳元	6
泰國之泰銖	14
香港境外持有之外幣總額	648

- 本集團之政策為由附屬公司持有足夠應付可見將來業務所需之現金，並將本集團之多餘資金匯出，並將之兌換為港元/美元。

股息

- 董事會議決派發末期股息每股14.5港仙（2013年：每股24.0港仙），全年股息合共為每股25.0港仙（2013年：每股40.0港仙）。派息金額為3.93億港元，為本年度股東應佔溢利之96%。
- 此反映強勁的自由現金流量，及董事會抱持之審慎樂觀態度，認為根據2015年首兩個月之業績，2015年之業績可望稍有改善。

各市場之經營表現

中國大陸

(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	1,580	1,727	(9%)	807	873	(8%)	773	854	(9%)
自營店銷售額	1,163	1,275	(9%)	589	646	(9%)	574	629	(9%)
向加盟店之批發	417	452	(8%)	218	227	(4%)	199	225	(12%)
品牌銷售總額 ²	1,887	2,096	(10%)	939	1,032	(9%)	948	1,064	(11%)
自營店	1,167	1,289	(9%)	593	652	(9%)	574	637	(10%)
加盟店	720	807	(11%)	346	380	(9%)	374	427	(12%)
可比較門市 銷售額 ³ (減少)/增加	(2%)	(6%)		1%	(6%)		(5%)	(7%)	
毛利	847	967	(12%)	420	467	(10%)	427	500	(15%)
毛利率	53.6%	56.0%	(2.4百分點)	52.0%	53.5%	(1.5百分點)	55.2%	58.5%	(3.3百分點)
經營費用	(823)	(879)	(6%)	(412)	(443)	(7%)	(411)	(436)	(6%)
經營溢利	59	112	(48%)	29	37	(22%)	30	75	(60%)
經營溢利率	3.7%	6.5%	(2.8百分點)	3.6%	4.2%	(0.6百分點)	3.9%	8.8%	(4.9百分點)
門市數目 ⁴	961	1,161	(200)	961	1,161	(200)	1,066	1,178	(112)
自營店	472	532	(60)	472	532	(60)	503	512	(9)
加盟店	489	629	(140)	489	629	(140)	563	666	(103)
年內/期內門市 數目變動淨額	(200)	(82)		(105)	(17)		(95)	(65)	
自營店	(60)	(2)		(31)	20		(29)	(22)	
加盟店	(140)	(80)		(74)	(37)		(66)	(43)	

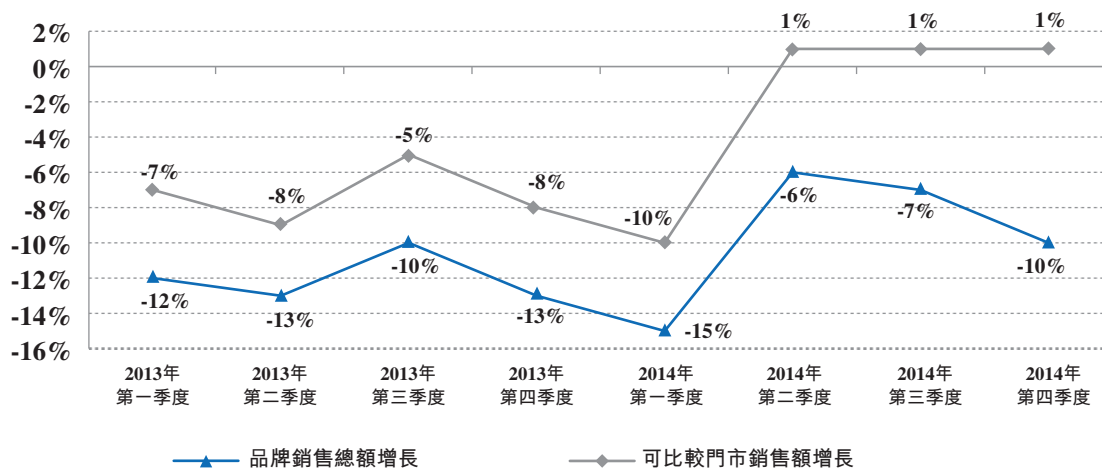
¹ 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

² 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)。

³ 可比較門市銷售額指過往年度/期間營業/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)。

⁴ 於年末/期末。

中國大陸最近八個季度品牌銷售額增長



- 中國大陸銷售額由2013年之17.27億港元，減少9% (或1.47億港元) 至2014年之15.8億港元。撇除從人民幣換算為港元之影響，本年度銷售額減少8%。
- 銷售額增長之主要基礎計量指標為品牌銷售額，反映商品透過佐丹奴門市 (自營及加盟店) 之最終銷售額。此計量指標並不包括貨幣匯率變動以及加盟店存貨變動之影響。2014年中國大陸品牌銷售額減少10%及可比較門市銷售額減少2%。
- 中國大陸銷售額減少之原因如下：
 - 第一季度之銷售特別疲弱，品牌銷售額下跌15%，但最近三個季度的銷售額已增強，錄得可比較門市銷售額的正增長。
 - 於本年度，我們進行店舖裝修以提升品牌及淘汰無利可圖之店舖。由於重組店舖組合，我們在中國大陸關閉的店舖比開設的多200間。
 - 加盟店數目淨關閉140間，反映市況疲弱，以及我們建立特許經營者群之際，淘汰需補助利潤的店舖。餘下虧損店舖之補助將於2015年剔除。
 - 我們在本年度關閉58間我們認為會損害品牌形象的店舖，另外將6間改造成「*Beau Monde*」門市。我們亦關閉無利可圖的街舖。
 - 佐丹奴女裝品牌於2014年之弱勢，使我們延遲在百貨公司的女裝專櫃的發展，年內數目由49個減少至36個，而且錄得虧蝕。將佐丹奴女裝品牌重新定位後，該等店舖將再次成為本集團的重點。
 - 對比2013年年末，我們已降低加盟商所持之1,400萬港元存貨水平。儘管此舉將減少銷售額，我們在中國大陸之存貨保持在健康水平且並無大量存貨堆積。並為2015年將推出之新產品做好準備。

- 我們已年內更新/開設208間自營門市及131間加盟店。每間店舖之投資額為上年度水平之兩倍多，顯示該等門店之規格有所提升。
- 我們改善網上業務，包括在我們本身之平台及虛擬網上商城(淘寶、jd.com、阿瑪遜中國等)，網上業務在2014年度的銷售額為1.83億港元，比2013年度的1.74億港元增長6%。對比此等銷售渠道在中國大陸的發展，業務表現失望，但反映其他國際品牌正經由阿里巴巴及其他平台進入這個市場。在11月「光棍節」的銷售額持平。儘管如此，中國大陸的網上銷售額佔我們的總銷售額11%，對比上年度的10%。
- 我們在店舖裡安裝318台終端機支援網上購物及提供社交媒體介面，此為「網上至網下」O2O新措施之一部份。我們在2015年將進一步發展技術，增進我們的數碼水平，以增進顧客的消費經驗。

五年業務摘要	2014	2013	2012	2011	2010
總銷售額 ¹ (以百萬港元為單位)	1,580	1,727	1,898	2,029	1,781
每平方呎銷售額 ² (以港元為單位)	1,900	1,900	1,900	2,100	2,100
可比較門市銷售額 ³ (減少)/增加	(2%)	(6%)	(6%)	6%	4%
零售面積 ⁴ (平方呎)	835,500	1,001,100	1,077,600	1,173,900	1,037,500
門市數目 ⁴	961	1,161	1,243	1,372	1,188

¹ 總銷售額指自營店零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

² 每平方呎銷售數字乃根據自營店及加盟店之品牌銷售額加權平均基準計算(按平均匯率計算)。

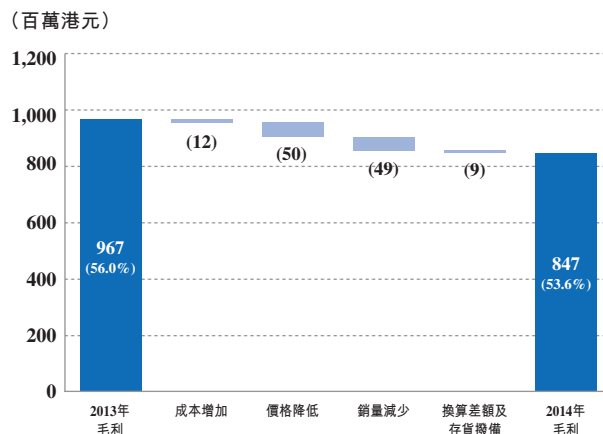
³ 可比較門市銷售額指往年營業/經營之現有門市及網上商店之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

⁴ 年末自營店及加盟店之總零售面積及門市數目。

毛利

- 中國大陸之毛利減少12%，毛利率減少2.4個百分點。此跌幅來自平均銷售價格下跌3%而商品成本增加2%。
- 加盟店的毛利率（透過我們的銷售點系統計量）增加1.2個百分點。由於中國大陸的經營成本上漲，此為特定策略以增加我們的特許經營者的盈利情況。在第四季度，加盟店的可比較門市銷售額增長，表示此策略已初見成效。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，毛利減少11.4%。
- 於本年度，商品組合令成本上升，此乃由於設計的細節及功能增加，就女裝產品而言，潮流元素增加。由於在大部份市場價格競爭激烈，以及部份產品不受市場歡迎，所增加的成本並未有成功轉移至產品價格上。未來我們將致力簡化產品細節，以降低成本。

毛利對比－中國大陸



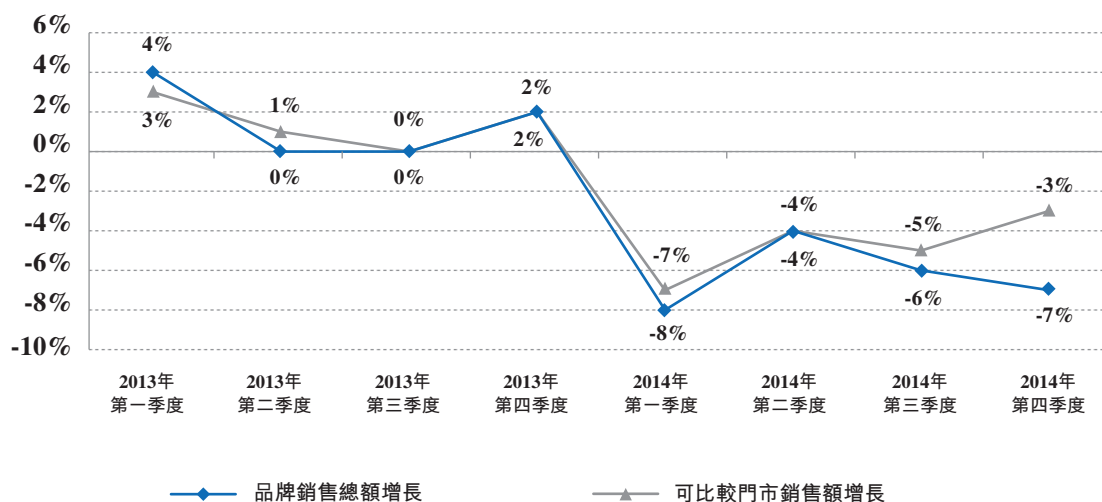
經營溢利

- 中國大陸之經營溢利從去年的1.12億港元減少5,300萬港元（降幅48%）至5,900萬港元，而經營溢利率則從6.5%下降至3.7%。
- 溢利減少是因為銷售額下降9%及毛利下降12%所致。當中部份被經營費用減少6%所抵銷，經營費用的下降來自每平方呎租金下降、店舖關閉及員工人數減少。
- 我們的店舖有53%是在百貨公司內，其租金以隨銷售額浮動的佣金支付，這令租金減少12%。本年度，我們的自營店網絡由532間淨減少60間，至472間，包括關閉117間虧損的店舖，包括在成都、深圳及武漢的主要街舖。關閉這些店舖後，預計可增進2015年的盈利情況。
- 由於員工人數減少6%，員工成本下降3%，反映效率改善及店舖數目減少。

香港

(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	978	1,042	(6%)	508	542	(6%)	470	500	(6%)
可比較門市銷售額 ² (減少)/增加	(5%)	2%		(5%)	1%		(6%)	2%	
毛利	658	704	(7%)	338	365	(7%)	320	339	(6%)
毛利率	67.3%	67.5%	(0.2百分點)	66.5%	67.3%	(0.8百分點)	68.1%	67.8%	0.3百分點
經營費用	(583)	(564)	3%	(292)	(292)	持平	(291)	(272)	7%
經營溢利	75	145	(48%)	45	74	(39%)	30	71	(58%)
經營溢利率	7.7%	13.9%	(6.2百分點)	8.9%	13.7%	(4.8百分點)	6.3%	14.1%	(7.8百分點)
門市數目 ³	79	88	(9)	79	88	(9)	83	83	持平
年內/期內門市數目 變動淨額	(9)	4		(4)	5		(5)	(1)	

香港最近八個季度品牌銷售額增長



- 香港銷售額由2013年的10.42億港元，減少6%或6,400萬港元至2014年9.78億港元。可比較相同門市銷售額減少5%。
- 這反映本年度香港營商環境困難。由於內地來港旅客消費性質改變，本地零售市場放緩，我們部份的店舖因而受到影響。本年度，香港服裝市場銷售額估計增長4%，而2013年度則增長8%。

¹ 總銷售額指零售總額。

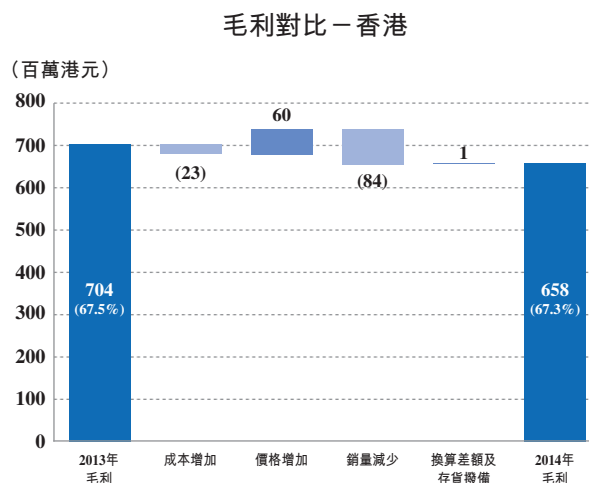
² 可比較門市銷售額指以往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額。

³ 於年末/期末。

- 本年度，本公司所關閉店舖數目比開設的多9間，乃因為審慎管理盈利能力及租金高昂使虧損的店舖關閉。由於遊客區營商環境變得困難，我們將集中於在住宅區發展業務。

毛利

- 香港的毛利由7.04億港元減少4,600萬港元，至6.58億港元，毛利率則由67.5%減少0.2個百分點至67.3%。
- 商品成本增加8%，反映產品（尤其是褲類、polo恤、內衣及襪類）包含更多細節及功能（例如Lowe Alpine x Giordano戶外服裝系列）。
- 為收回增加的成本及維持毛利率，銷售價格增加6%。這反映香港持續調整其品牌的市場定位，以在租金上升及地點供應下，增加其與業主的議價能力。



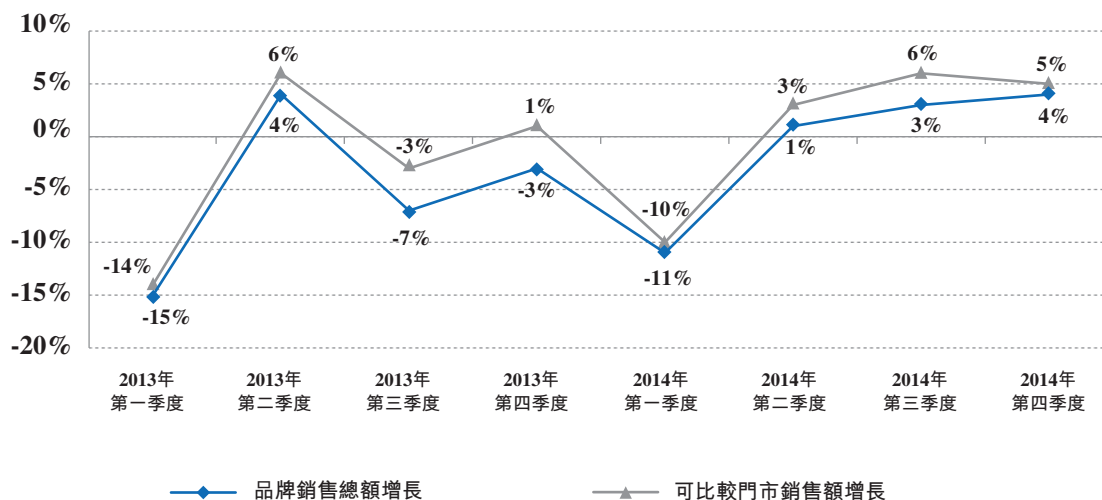
經營溢利

- 香港的經營溢利由去年的1.45億港元下降48%，或7,000萬港元，至本年度的7,500萬港元。經營溢利率則由13.9%下降至7.7%。
- 對比毛利下降6.5%，經營成本上升3%。這主要由於租金上升14%，即使已淨關閉9間門店。可比較門市的租金升18%，顯示出在優質地區的租金有上漲壓力。因此，我們改變門市的比重於銷售密度較低的住宅區。我們相信此為審慎策略，並從租金上升幅度太高，無利可圖的黃金地段撤離。我們預計租金壓力會在2015年度放緩，並計劃在租金壓力放緩後，重新進駐更多黃金地段。現階段，將繼續以更佳的商品及市場推廣策略突顯我們的品牌，增強我們與業主的地位。
- 由於嚴謹的成本控制，員工人數減少9%，以及減少銷售獎金和年終花紅，整體員工成本下降11%。

台灣

(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	662	683	(3%)	346	343	1%	316	340	(7%)
可比較門市銷售額 ² 增加/(減少)	1%	(4%)		6%	(1%)		(4%)	(6%)	
毛利	388	418	(7%)	203	206	(1%)	185	212	(13%)
毛利率	58.6%	61.2%	(2.6百分點)	58.7%	60.0%	(1.3百分點)	58.4%	62.4%	(4.0百分點)
經營費用	(335)	(347)	(4%)	(173)	(174)	(1%)	(162)	(173)	(6%)
經營溢利	55	73	(25%)	31	34	(9%)	24	39	(39%)
經營溢利率	8.2%	10.7%	(2.5百分點)	9.0%	9.9%	(0.9百分點)	7.6%	11.6%	(4.0百分點)
門市數目 ³	199	201	(2)	199	201	(2)	199	204	(5)
年內/期內門市數目 變動淨額	(2)	(13)		-	(3)		(2)	(10)	

台灣最近八個季度品牌銷售額增長



- 台灣銷售額由2013年之6.83億港元，減少3%（或2,100萬港元）至2014年之6.62億港元。同店銷售增加1%。撇除從新台幣換算為港元之影響，本年度銷售額減少1%。
- 本年度，台灣的銷售相對強勁，經過強差人意的農曆新年後，最近三個季度的銷售額均錄得中度個位數字的增幅。這反映本地開發產品及本地市場推廣計劃的成功，以及我們最新的Lowe Alpine x Giordano 戶外服裝系列帶來的正面影響。

¹ 總銷售額指零售總額（按平均匯率計算）。

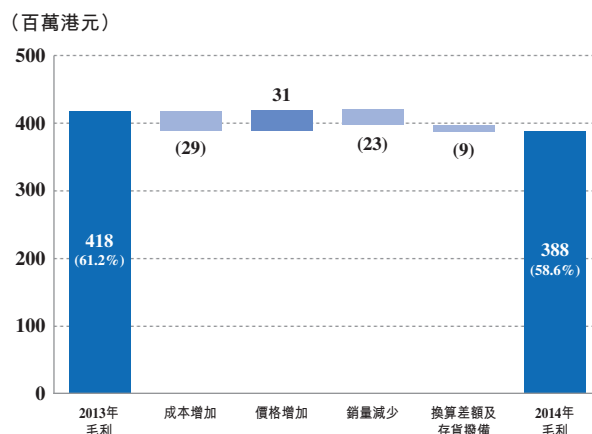
² 可比較門市銷售額指以往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額（按固定匯率計算）。

³ 於年末/期末。

毛利

- 台灣的毛利由4.18億港元下降7%（或3,000萬港元）至3.88億港元。毛利率由61.2%下降2.6個百分點至58.6%。
- 商品成本上升11%，反映本地產品原料價格上升，以及產品包含更多細節及功能。
- 銷售價格上升5%，比產品成本增加百分比低，導致毛利率下降；然而按金額計算，仍足以抵銷產品成本之增幅。

毛利對比－台灣



經營溢利

- 台灣之經營溢利從去年的7,300萬港元減少1,800萬港元至5,500萬港元，減幅為25%。經營溢利率從10.7%下降至8.2%。
- 該地區內，對比毛利之降幅7%，經營費用下降4%。租金下跌1%，與銷售變化大致相近，反映此市場上之扣點租金店舖較多。另外，員工成本控制良好，下降3%。市場推廣成本上升4%，反映對品牌的投資。

五年業務摘要

香港及台灣	2014	2013	2012	2011	2010
總銷售額 ¹ (以百萬港元為單位)	1,640	1,725	1,756	1,759	1,447
每平方呎銷售額 ² (以港元為單位)	5,600	5,900	5,900	6,300	5,300
可比較門市銷售額 ³ (減少)/增加	(3%)	持平	2%	18%	8%
零售面積 ⁴ (平方呎)	292,700	296,400	305,000	297,000	274,800
門市數目 ⁴	278	289	298	281	256

¹ 總銷售額指自營店零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

² 每平方呎銷售數字乃根據自營店及加盟店之品牌銷售額加權平均基準計算(按平均匯率計算)。

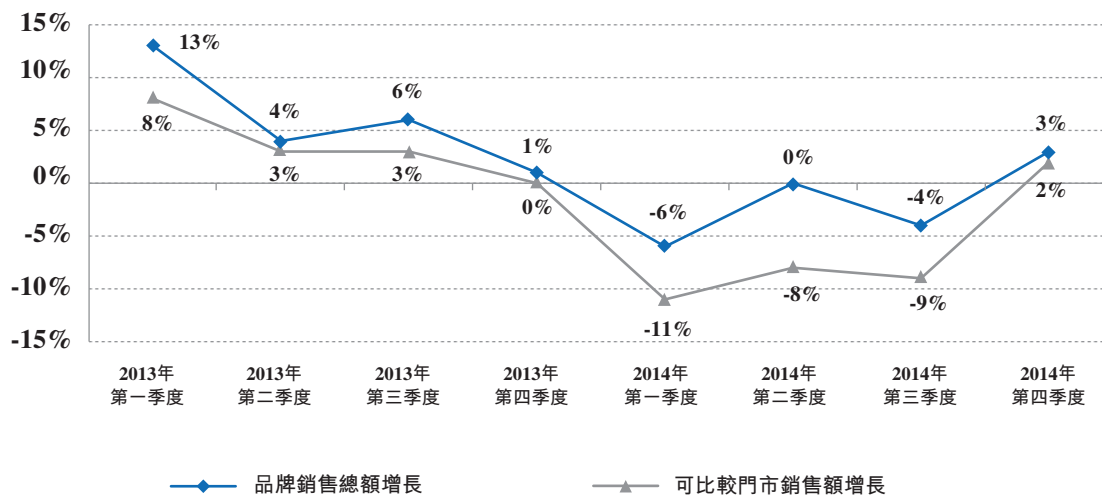
³ 可比較門市銷售額指往年營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

⁴ 於年末。

亞太其他地區

(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	1,362	1,460	(7%)	733	751	(2%)	629	709	(11%)
可比較門市銷售 ² (減少)/增加	(6%)	2%		(4%)	1%		(9%)	5%	
毛利	821	947	(13%)	433	477	(9%)	388	470	(17%)
毛利率	60.3%	64.9%	(4.6百分點)	59.2%	63.5%	(4.3百分點)	61.8%	66.3%	(4.5百分點)
經營費用	(655)	(682)	(4%)	(332)	(349)	(5%)	(323)	(333)	(3%)
經營溢利	169	259	(35%)	100	122	(18%)	69	137	(50%)
經營溢利率	12.4%	17.8%	(5.4百分點)	13.6%	16.2%	(2.6百分點)	10.9%	19.4%	(8.5百分點)
門市數目 ³	568	548	20	568	548	20	555	506	49
年內/期內門市數目 變動淨額	20	66		13	42		7	24	

亞太其他地區最近八個季度品牌銷售額增長



¹ 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

² 可比較門市銷售額指以往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

³ 於年末/期末。

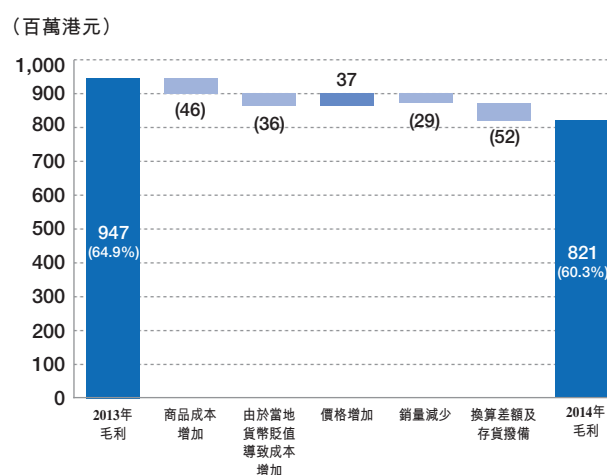
- 亞洲其他地區之銷售額，特別是新加坡、馬來西亞、泰國及印尼，由2013年的14.6億港元下降7%或9,800萬港元至13.62億港元。撇除從外幣換算為港元之影響，本年度銷售額減少1%。可比較門市銷售額下降6%。
- 本年度，新加坡的銷售額下降13%，撇除從新加坡元換算為港元之影響，本年度銷售額大幅減少12%。跌幅在上半年尤其顯著，達15%。由於商品選擇不佳，加上經濟疲弱，旅客的銷售減弱，導致銷售額下跌。為此，我們已採取行動改善商品選擇及定價，以及清理多餘存貨，令第四季銷售額跌幅縮窄至3%，可比較門市銷售額則增長4%。
- 本年度，印尼之銷售額持平。撇除從印尼盾換算為港元之影響，本年度銷售額增長14%。可比較門市銷售額下降3%，品牌銷售額增加11%。在這個快速增長的市場，我們在當地的門市數目於本年度淨增加24間，增長13%，現共有203間門市，包括38間我們為其他國際品牌在當地市場擔任特許經營者的門市。2013年8月印尼盾貶值及本年度總統大選期間的不明朗因素均明顯影響銷售需求。銷售額在第四季度復甦，銷售額增長達雙位數字，可比較門市銷售額亦錄得正增長。
- 本年度，馬來西亞之銷售額下降6%。撇除從馬來西亞幣換算為港元之影響，本年度銷售額下降3%，可比較門市銷售額下降8%，品牌銷售額下降4%。在本年度，我們在該市場新增了5家門市，增幅為6%，現有92間門市。馬來西亞的營商環境仍然困難，因為當地政府實施嚴控財政紀律之宏觀經濟政策。我們預計，將於2015年開始推行的一般銷售稅將進一步打擊該市場的需求。
- 本年度，泰國之銷售額下降3%。撇除從泰銖換算為港元之影響，本年度銷售額增長3%，可比較門市銷售額下降7%，但品牌銷售額增長3%。在本年度，我們新增了9間門市，增幅為7%，現有142間門市。由於國內社會政治不穩，銷售額在上半年特受壓抑，品牌銷售額持平。泰銖的貶值同樣壓抑銷售需求，並增加成本。下半年，品牌銷售額增加5%。
- 本年度，澳洲的之銷售額下降20%。撇除從澳元換算為港元之影響，本年度銷售額下跌15%。當地市場環境競爭激烈，我們已關閉多間虧損的門市，令當地市場的門市數目由32間下降至25間。本年度，管理層已經重組，業務亦見改善，可比較門市之銷售表現由上半年的下降17%，改善至下半年的增長4%。

五年業務摘要	2014	2013	2012	2011	2010
總銷售額 ¹ (以百萬港元為單位)	1,362	1,460	1,427	1,328	1,109
每平方呎銷售額 ² (以港元為單位)	2,800	3,300	3,500	3,700	3,300
可比較門市銷售額 ³ (減少)/增加	(6%)	2%	3%	8%	8%
零售面積 ⁴ (平方呎)	518,900	489,800	428,900	380,200	337,200
門市數目 ⁴	568	548	482	417	356

毛利

- 毛利下降13%，毛利率下降4.6個百分點。貨幣貶值導致成本增加7%，毛利率下降2.6個百分點。
- 東南亞各市場的宏觀經濟環境挑戰重重，特別是印尼及泰國，兩地貨幣貶值，令價格及成本上漲，侵蝕毛利率。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，平均成本增加10%，乃由於所選商品類別之設計細節增加及品質提高所致。
- 平均銷售價格增加3%。增幅不足以彌補成本增幅，亦反映大幅度的折扣，尤其在新加坡。由於市場環境挑戰重重，價格競爭激烈，導致出現清貨減價的情況。另外，尤其在新加坡，清貨減價行動是為了修正忽視傳統商品的錯誤採購決定而實行。

毛利對比－亞太其他地區



¹ 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

² 每平方呎銷售數字乃根據品牌銷售額加權平均基準計算(按平均匯率計算)。

³ 可比較門市銷售額指往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

⁴ 於年末。

經營溢利

- 在亞太其他地區的經營溢利由去年的2.59億港元下降9,000萬港元，至1.69億港元，降幅為35%。經營溢利率由17.8%降至12.4%。
- 與下降13%的毛利比較，區內的經營費用下降4%。在高成本國家關閉店舖，以及在低成本的新興市場擴張，均令整體每平方呎租金及員工成本下降。雖然開設更多店舖，員工人數增加5%，但員工成本下降了6%。由於減少年終花紅及銷售獎金，每名員工的平均成本下降10%。
- 於本年度期間，店舖租金上升5%，店舖面積增加14%，反映在新興市場的擴張。於亞太其他地區增加的20間門市主要集中於印尼、泰國及馬來西亞，我們在上述地區正在進行擴張，打入當地購物中心及百貨公司。

中東地區

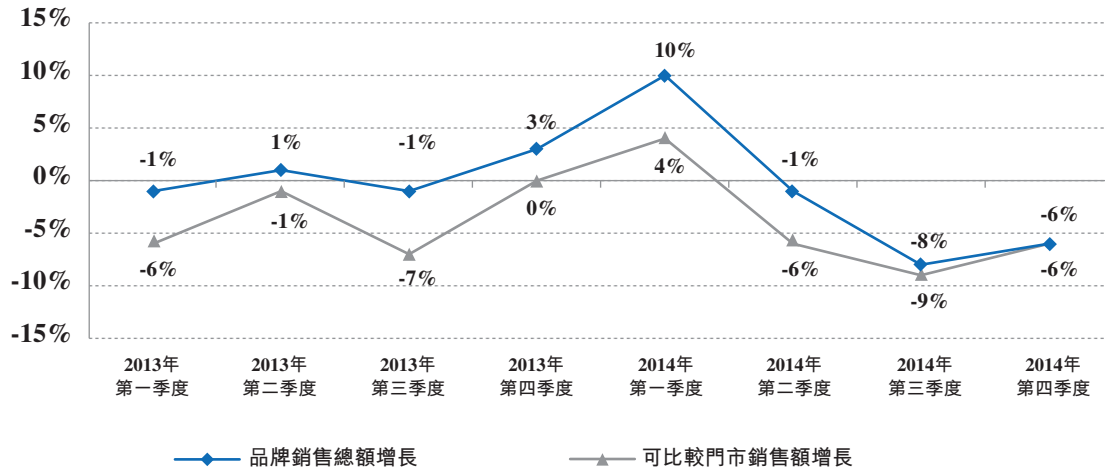
(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	617	632	(2%)	311	335	(7%)	306	297	3%
可比較門市銷售額 ² 減少	(6%)	(4%)		(8%)	(4%)		(2%)	(4%)	
毛利	387	395	(2%)	194	208	(7%)	193	187	3%
毛利率	62.8%	62.5%	0.3百分點	62.4%	62.1%	0.3百分點	63.1%	63.0%	0.1百分點
經營費用	(283)	(276)	2%	(140)	(145)	(3%)	(143)	(131)	9%
經營溢利	107	124	(14%)	56	66	(15%)	51	58	(12%)
經營溢利率	17.3%	19.6%	(2.3百分點)	18.0%	19.7%	(1.7百分點)	16.7%	19.5%	(2.8百分點)
門市數目 ³	203	195	8	203	195	8	201	192	9
年內/期內門市數目變動淨額	8	11		2	3		6	8	

¹ 總銷售額指零售總額(按平均匯率計算)。

² 可比較門市銷售額指以往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

³ 於年末/期末。

中東地區最近八個季度品牌銷售額增長

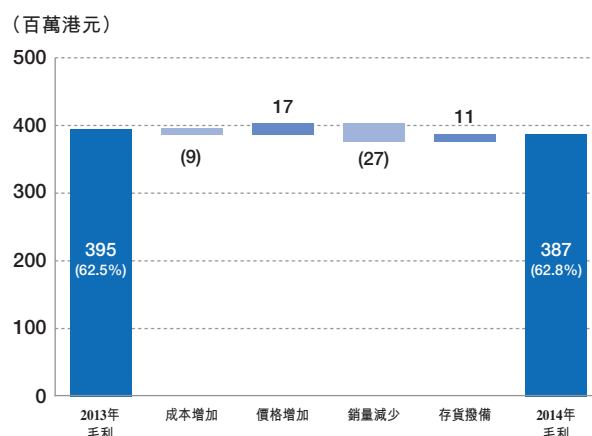


- 中東地區市場之銷售額從2013年的6.32億港元減少1,500萬港元至2014年的6.17億港元，年度減幅為2%。撇除從外幣換算為港元之影響，銷售額同樣減少2%。中東地區的可比較門市銷售額下降6%，品牌銷售額下降2%。
- 於阿拉伯聯合酋長國，可比較門市銷售額下降3%，品牌銷售額下降1%。阿聯酋的零售市場容量正在擴張，業務競爭激烈。當地顧客的人口分佈並不固定，俄羅斯旅客數目正在下降，而中國大陸的旅客正在增加。這對於我們在當地的銷售帶來負面影響。
- 於沙特阿拉伯，可比較門市銷售額下降7%，品牌銷售額下降2%。針對旅客與朝聖者的銷售被以下地區因素拖累：
 - 聖城麥加及麥地那的建築工程正在進行，預計到2016年年中竣工。完工後預計會增加朝聖者的數量。惟現時，上述工程使這些城市的旅客數目受到限制。2013年及2014年，前往朝聖的朝聖者數目相若，但比2013年以前大幅減少。
 - 由於當地區政局不穩及旅遊限制的影響，外來朝聖者於當地逗留的時間及地點均受限制。
 - 油價下跌減慢政府項目實施，經濟放緩。
- 其他市場的銷售額令人失望，可比較門市銷售額下降6%，品牌銷售下降5%，反映當地政局不穩。新市場的發展繼續進行，在該地區開設11間加盟店。

毛利

- 毛利下降2%，毛利率上升0.3個百分點。
- 由於採購組合改變，成本上升3%，反映產品包含更多設計細節。平均銷售價格上升3%，彌補上述成本加幅。
- 由於阿聯酋及沙特阿拉伯的銷售疲弱（尤其是T恤、襖類及polo恤），銷量減少5%，反映市場環境挑戰重重，地區消費者情緒低落。

毛利對比－中東地區



- 由於強硬的採購紀律，及清理舊存貨，該地區的存貨下跌2,900萬港元。由於已以折扣銷售清理舊存貨，滯銷存貨撥備降低了1,100萬港元。

經營溢利

- 中東地區的經營溢利由上年度的1.24億港元下降1,700萬港元至1.07億港元，降幅為14%。經營溢利率由19.6%下降至17.3%。
- 對比毛利下降2%，該地區的營運費用增加了2%。由於我們增加了自營店的數目，店舖租金上升8%。雖然開設了新店舖，但員工成本下降3%，平均員工數目減少2%，而每名員工平均成本亦下降1%。

售予海外特許經營者及合營企業的批發銷售額

(以百萬港元為單位)	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額	346	304	14%	168	163	3%	178	141	26%
門市數目 ¹	442	449	(7)	442	449	(7)	449	459	(10)
年內/期內門市 數目變動淨額	(7)	8		(7)	(10)		-	18	

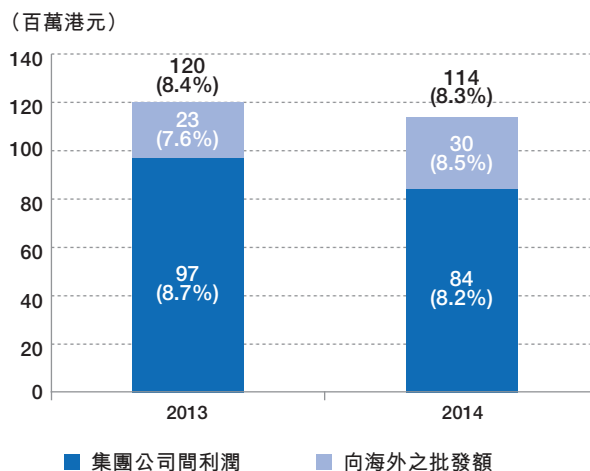
¹ 於年末/期末。

- 批發銷售額由2013年的3.04億港元上升4,200萬港元至3.46億港元，升幅為14%。
- 對韓國合營企業的銷售額增加4%，或800萬港元，輔以在菲律賓（上升28%）、緬甸（上升49%）及越南（上升77%）的強勁增長。

毛利

- 2014年的批發毛利上升30%。
- 另一方面，由於附屬公司銷售額下跌，公司間對附屬公司的銷售額亦因而下跌，令毛利下跌。
- 上述兩個因素的實際影響為毛利減少600萬港元。

毛利(率)一向海外特許經營者及其他分部的批發零售額



共同控制公司－南韓

	全年			下半年			上半年		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
總銷售額 ¹	1,743	1,756	(1%)	884	961	(8%)	859	795	8%
可比較門市銷售額 ² (減少)/增加	(5%)	(1%)	(10%)	(2%)	1%	(1%)	(1%)		
毛利	969	1,014	(4%)	487	544	(10%)	482	470	3%
毛利率	55.6%	57.8%	(2.2百分點)	55.1%	56.6%	(1.5百分點)	56.1%	59.1%	(3.0百分點)
淨溢利	110	158	(30%)	55	88	(38%)	55	70	(21%)
應佔共同控制公司 溢利 (持有股份權益：48.5%)	53	76	(30%)	26	42	(38%)	27	34	(21%)
門市數目 ³	219	244	(25)	219	244	(25)	232	263	(31)
年內/期內門市數目 變動淨額	(25)	(9)	(13)	(19)	(12)	10			

¹ 總銷售額指零售銷售總額(按平均匯率計算)。

² 可比較門市銷售額指以往年度/期間營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

³ 於年末/期末。

- 韓國之銷售額下跌1%。撇除從韓圓換算為港元之影響，本年度銷售額減少4%。毛利減少4%，毛利率下跌2.2個百分點。淨利潤下跌30%，營運溢利率由9.0%下跌至6.3%。
- 2014年，南韓的市場環境充滿挑戰。海外品牌湧入當地市場，加上網上購物的競爭，壓抑銷售需求，特別在百貨公司，我們大部份當地店舖都位於百貨公司內。另外，南韓世越號海難後，復甦一直停滯不前，導致消費者信心急劇疲弱。銷量一直受壓，為保持競爭力，須犧牲毛利率。

前景及策略

集團概覽

- 我們預期於2015年，本集團不同市場之需求將不穩定。我們看到中國大陸出現復甦跡象，可比較店舖銷售額在低基數基礎下自第二季度出現正增長。在市場推廣項目及本地產品開始獲客戶支持下，台灣銷售額亦出現溫和增長。東南亞業務在本年度第四季度略為加強，其中新加坡之商品組合亦開始回復正軌，而印尼及泰國之銷售則稍有提高。
- 儘管我們不少市場在2015年開始時有強勁的勢頭，然而，我們並無低估面前之挑戰。中國大陸加盟店之業績表現經過過去多年關閉大量店舖後有所改善，但仍缺乏信心開設新店。虧損店舖仍然侵蝕盈利能力，須設法轉盈或關閉。我們的多品牌策略進展緩慢。在香港，零售需求受壓抑，黃金地段租金高企。新加坡及馬來西亞面對宏觀經濟因素導致消費者情緒不振。地區性政治及經濟困局，使我們在中東地區爭取銷售增長之努力受到挫折。我們在韓國之合資企業面臨極為艱難之營商狀況。我們也需要改善網上銷售表現，並發展數碼策略帶領我們邁步向前。
- 在此環境下，本集團落實策略之能力正有改善。我們成立以中國大陸為重心之團隊，惟團隊仍有待改善。我們各指揮中心之表現亦有所差異。我們亦已成功開辦見習管理人員培訓計劃，有超過二十位來自香港及中國大陸之年輕畢業生，在中長期有助我們擴充業務。
- 我們的成功有賴於我們在正確位置、正確時間，以合宜價格及適當數量配合適當商品。我們稱之為「5R」，並正集中力量向下屬人員培訓及建立可優化5R的技術及紀律，並已增設可提升成本效益及價格競爭力之全球性計劃作為補充。
- 為進一步優化產品，我們推出品牌管理程序，建立「矩陣」或利潤問責體系，增進品牌及產品開發及本地市場之間的合作。我們將繼續發展此營運模式，改善中央產品開發團隊回應本地市場需求之效率。
- 我們於2014年改善存貨規劃方面之紀律，就採購成本及存貨水平進行嚴格監控。我們將繼續加強該等過程並進行微調，以進一步減低存貨，同時在日後更精準地挑選及分配產品。

- 在2014年，「*Giordano Women*」品牌、「*Giordano*」之附屬品牌均因為過去的設計決策失誤而使盈利能力大降。我們將於2015年將該品牌之設計重新建基於「時代基本」，回歸簡約，而功能產品則以優質布料製造。此品牌方向正由一專注女性服裝的團隊執行，我們希望此舉可望快速提升女裝產品系列之競爭力。

於2015年，管理層將專注於以下主要目標：

1. 中國大陸業務發展

- 中國大陸之客戶需求增長仍然疲弱。另一方面，網上及網下零售容量供應之增長並無減緩。新商家(尤其是國際品牌)陸續進入市場，將持續給服裝零售商帶來銷量及利潤下降之壓力。
- 自營店正在改良店舖格調、淘汰虧損店舖及採購適合商品等方面前進。發展加盟店網絡之進展因中國大陸的悲觀經濟展望而緩慢。在過去三年關閉338間店舖後，我們會集中穩固加盟商網絡，並恢復溫和增長。此乃中國大陸團隊之明確目標。我們會以銷量補貼及裝修與營銷活動津貼執行此策略。同時，我們會增加參與加盟商之採購商品及購貨事宜。
- 我們於2014年將我們認為損害品牌形象的店舖(「C」店)數目由358間減少至162間，此舉並會隨着我們撤出若干超市及街舖在2015年持續。
- 我們於2014年在廣東、上海及台灣以具吸引力價格推出新的基本休閒品牌「*Beau Monde*」，並在超市及不適合主要品牌之其他地方開設13間店舖。與其他新推出品牌無異，該品牌已予不斷及快速修訂，以改進店舖之外觀及感覺。為達致規模經濟效益，我們將平衡兩個品牌的供應鏈，集中於以共同「基本因素」生產及使用布料達至協同效益。我們將於2015年進一步發展此方針，並在中國大陸開設大量新店。

2. 香港及台灣

- 中國大陸旅客性質改變，使香港市場競爭變得激烈。作為黃金地段租金昂貴之因應，我們轉而將業務發展集中於住宅區。我們預期租金壓力將於2015年及2016年間減少，此前將繼續此一策略。因此，為保持盈利能力，我們在擴充至高租金黃金地段時將會極為審慎。

- 產品方面，香港將依循集團方向管理產品組合，並比2014年更偏向於具價格競爭力之基本產品。建立獨有產品及品牌形象之整體策略將會持續，但會通過加強核心品牌價值(簡約、品質及物有所值)予以平衡。
- 在具有獨特文化之市場，如台灣，我們將通過市場營銷項目及本地產品以發展品牌。台灣亦屬成熟市場，我們認為此方法大致上正確。儘管如此，我們會翻新品牌形象及風格，並構思新穎手法提升客戶體驗。

3. 東南亞

- 我們在新加坡之業務於2014年面臨不少挑戰，除了市況艱困，採購決策亦不當。我們已開始著手糾正，業績表現可望改進。誠如上文所述，新加坡旅客數字及人口現在同時出現變化，當地市況仍然艱困。
- 馬來西亞、印尼及泰國等其他主要市場方面，我們將繼續擴大至區內地區，實現「先行者優勢」。於2014年，管理層面對從沒遇上之新問題—店舖錄得虧損及可比較門市銷售額同時下降。彼等回應恰當，預期在2015年可見成果。雖然如此，我們發現，由於宏觀經濟因素使消費情緒轉弱，該等市場現時市況面臨挑戰。
- 越南市場在2014年發展良好，店舖數目由15間上升至21間，於柬埔寨亦新開一間店舖。我們對緬甸此一新興市場亦有興趣，將與當地加盟商合作物色商機。於2015年，我們將於越南開設子公司，並預期該市場及印支半島在發展之下，可望有進一步增長。

4. 中東

- 阿聯酋面對充滿挑戰一年，銷售額連續兩年下跌。消費者情緒良好，但零售面積大增，使市場競爭激烈。雖然如此，但是利潤仍然上升，存貨亦見下降。加強落實「5R」採購，將會是該市場之主要重點。
- 集團對沙特阿拉伯之中長線前景仍然樂觀。當地人口年輕，藉著全球朝聖者發展旅遊產業之商機亦會見強勁。現在市場易受打擊，反映短線區內政治問題，及現在所進行之基建工程所影響。我們將集中做好營運，關閉虧損店舖，以及發展我們近來開業之店舖。

- 由於區內政經形勢不穩，當地發展已見放緩。我們將設法發展中東以外之新市場，預期年內會在贊比亞有非洲首家店舖開業。該等舉措不會帶來大量收入，卻為此策略邁出第一步，從而將會在新興市場產生可持續增長。

5. 維持強勁現金流量

- 2014年下半年之存貨管理令人失望。我們預期在2015年進一步改善存貨管理，按年減少存貨。
- 應收賬款在2014年獲妥善監控，流轉日數減少。2015年會特別留意監控來自中國大陸百貨公司之風險。

6. 科技戰略

環球零售業之大環境已經改變。科技正改變客戶之行為方式，而零售商必須同樣改變其營商方式。以各自問責之渠道經營將逐漸變得不合時宜。於2014年，本集團推出318個店內終端機，使客戶可以在店舖內線上購物。此全方位的手法將延續至2015年。到現在為此，我們的重點是在中國大陸發展網上購物。在2015年，我們希望在本集團其他業務設立網上商店。另外，我們亦著重如何以科技取得顧客的喜好及購物習慣的資訊，並以此科技設立試點項目，以提升客戶服務。

人力資源

於2014年12月31日，本集團約有8,100名(2013年：8,200名)僱員。本集團為各級員工提供具競爭力之薪酬組合，並發放按目標為本計算之優厚花紅。高級管理人員亦可參與優厚且與表現掛鈎之花紅計劃及獲發購股權，以酬報及挽留優秀幹練之管理團隊。我們亦投放大量資源於基本銷售及客戶服務培訓、管理、規劃及領導才能發展，以挽留具有技術且主動貢獻的工作團隊。

見習管理人員培訓計劃

我們在香港開辦見習管理人員培訓計劃，乃為培訓可肩負全球業務責任之管理人員而設計。此計劃匯集來自不同背景之優秀畢業生，致力使彼等在短時間內累積一系列技術及經驗，使彼等可在日後為本集團作出重大貢獻。此計劃將使本集團實現在現有市場及日後我們可能擴充之範疇全球性發展業務之機會。

總銷售額、可比較門市銷售額增長及門市發展概況－按市場

按市場概況 (以百萬港元為單位)	總銷售額 ¹			可比較門市銷售額 ²	
	2014	2013	變動	2014	2013
中國大陸	1,580	1,727	(9%)	(2%)	(6%)
香港	978	1,042	(6%)	(5%)	2%
台灣	662	683	(3%)	1%	(4%)
新加坡	325	373	(13%)	(8%)	(5%)
印尼	436	435	持平	(3%)	14%
馬來西亞	227	240	(5%)	(8%)	2%
泰國	234	241	(3%)	(7%)	13%
澳洲	113	142	(20%)	(4%)	(13%)
印度	25	29	(14%)	1%	(4%)
柬埔寨	2	–	不適用	不適用	不適用
阿聯酋	241	246	(2%)	(3%)	(2%)
沙特阿拉伯	325	335	(3%)	(7%)	(4%)
其他中東地區	51	51	持平	(6%)	(8%)
零售及分銷總額	5,199	5,544	(6%)	(4%)	(2%)
向海外加盟店之 批發及其他	346	304	14%		
集團總額	5,545	5,848	(5%)		

門市數目，於	2014年 12月	2013年 12月
中國大陸	961	1,161
香港及澳門	79	88
台灣	199	201
新加坡	49	52
印尼	203	179
馬來西亞	92	87
泰國	142	133
澳洲	25	32
印度	56	65
柬埔寨	1	–
阿聯酋	45	44
沙特阿拉伯	95	99
其他中東地區	63	52
南韓	219	244
其他市場	223	205
集團總額	2,452	2,642

¹ 總銷售額指自營店零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

² 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)。

按品牌回顧

(以百萬港元為單位)	銷售額			經營溢利			經營溢利率		
	2014	2013	變動	2014	2013	變動	2014	2013	變動
<i>Giordano</i> 及									
<i>Giordano Junior</i>	4,491	4,877	(8%)	396	629	(37%)	8.8%	12.9%	(4.1百分點)
<i>BSX</i>	207	220	(6%)	14	24	(42%)	6.8%	10.9%	(4.1百分點)
<i>Giordano Ladies</i>	391	374	5%	40	51	(22%)	10.2%	13.6%	(3.4百分點)
其他	110	73	51%	15	9	67%	13.6%	12.3%	1.3百分點
零售及分銷	5,199	5,544	(6%)	465	713	(35%)	8.9%	12.9%	(4.0百分點)

門市數目	2014	2013
<i>Giordano</i> 及 <i>Giordano Junior</i>	1,833	2,026
<i>BSX</i>	55	71
<i>Giordano Ladies</i>	67	69
其他	55	27
零售及分銷總額	2,010	2,193

股息

本公司擬透過派發股息將現金盈餘回饋其股東，並一直根據本公司之股息政策派發約相當於大部份盈利的普通股股息、至於股息金額則經考慮現金結存水平、未來投資需要，以及流動資本因素後作決定。

經審慎考慮經濟前景、本集團之財務狀況、擴展計劃及其他因素後，本公司董事會議決建議向股東派發截至2014年12月31日止年度之末期股息每股14.5港仙（2013年：每股24.0港仙）。連同於2014年9月26日派付之中期股息每股10.5港仙（2013年：每股16.0港仙），2014年之股息合共為每股25.0港仙（2013年：每股40.0港仙）。待於應屆股東週年大會上取得股東批准後，末期股息約於2015年6月26日（星期五）派發予於2015年6月3日（星期三）名列於本公司股東名冊上之股東。

股東週年大會

本公司擬於2015年5月22日（星期五）舉行股東週年大會。股東週年大會通告將按上市規則之規定在適當時間刊登及寄發予股東。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於下列期間暫停辦理股份過戶登記手續：

- (a) 為決定合資格出席於2015年5月22日(星期五)舉行的2015年股東週年大會上(「2015年股東周年大會」)並於會上投票股東之身份，本公司將由2015年5月19日(星期二)至2015年5月22日(星期五)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股份過戶登記。如欲出席及在2015年股東週年大會上投票，所有過戶文件連同有關股票最遲須於2015年5月18日(星期一)下午4時30分前送達本公司於香港之股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓，辦理登記手續。
- (b) 為決定合資格享有建議派發末期股息股東之身份，本公司將由2015年6月1日(星期一)至2015年6月3日(星期三)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股份過戶登記手續。為確保享有獲派建議的末期股息之權利，所有過戶文件連同有關股票最遲須於2014年5月29日(星期五)下午4時30分前送達本公司於香港之股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓，辦理登記手續。

企業管治

本公司於2014年1月1日至2014年12月31日期間內已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄十四之企業管治守則《企業管治守則》的所有適用守則條文，除

- (i) 守則條文第A.2.1項—由同一人擔任主席及行政總裁之職位及守則條文第A.4.2項—主席及行政總裁毋須輪值告退。現時由劉國權博士(「劉博士」)同時出任主席及行政總裁之職位。由於劉博士在業界具有豐富經驗及對本集團業務有深厚認識，董事會認為由劉博士同時擔任主席及行政總裁之職位能為本集團提供強勢及貫徹之領導，並能更有效地策劃及推行長期商業策略以及提高決策的效率。董事會亦相信本公司已擁有配合公司實際情況的堅實企業管治架構，確保能有效地監管本公司之管理層。
- (ii) 守則條文第A.6.7項—獨立非執行董事及其他非執行董事應出席股東大會，對公司股東的意見有公正的了解。本公司非執行董事鄭志剛先生因於相關的時間有其他重要事務而未能出席本公司於2014年5月16日舉行的股東週年大會。

財務資料賬目審閱

審核委員會聯同本公司的外聘核數師已審閱截至2014年12月31日止年度之本集團經審核的合併財務報表，以及本集團所採納之會計政策及準則。

本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已同意本集團截至2014年12月31日止年度的初步業績公布中所列數字與本集團本年度經審核合併財務報表所載數字核對一致。羅兵咸永道會計師事務所此執行的工作不屬於核證聘用，因此羅兵咸永道會計師事務所並無對初步業績公布發出任何核證。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司及其任何附屬公司於本年度並無購買、出售或贖回任何本公司之上市證券。

承董事會命
主席
劉國權

香港，2015年3月3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：鄭志剛先生及陳世昌先生；及

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