

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内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)

### 2012年第三季度未經審核業務資料

#### 2012年第三季度未經審核業務資料－摘要

- 截至2012年9月30日止季度之銷售額為12.7億港元，較去年同期減少5%。
- 消費者需求疲弱持續影響我們於中國大陸及台灣之銷售額。中國天氣異常溫暖，導致延遲刺激消費者對秋冬新設計之產品需求。
- 品牌銷售額反映透過自營店及加盟店向客戶之銷售額(按固定匯率計算)，數字與去年同期比較屬持平。本季度可比較門市銷售額增長下跌2%。
- 本季度毛利為7.33億港元，較去年同期減少4%。本季度毛利率由去年同期之57.5%微升0.2個百分點至57.7%。第三季度之購貨成本減少，預期購貨成本將進一步下降，此乃由於棉花價格下調及供應商正面對一直下降的需求。
- 於2012年9月30日之存貨對成本流轉比率為73日，較2011年12月31日所持存貨95日減少22日，並較去年同日所持存貨82日減少9日，反映我們較過往年度更嚴格地控制存貨，並且對供應商作出更審慎之採購承擔。
- 本季度內，現金及銀行結存淨額減少6,600萬港元至13.42億港元。此乃由於本季度內派付中期股息2.31億港元抵銷業務產生之額外現金流所致。有效管理營運資金令現金流得以保持強勢。
- 於本季度，本集團減少其19個門市據點，但於中國大陸以外增加16間店舖以拓寬銷售網絡，與2011年9月30日之2,496間門市相比，集團全球銷售網絡於2012年9月30日達到2,704間門市。

本公司股東及準投資者於買賣本公司股份時，務請小心謹慎行事。

為向金融市場及佐丹奴國際有限公司(「本公司」)之現有股東及準投資者作出更完備之披露，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，本公司董事會公布本集團截至2012年9月30日止三個月之未經審核業務資料。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。

## 集團表現概覽

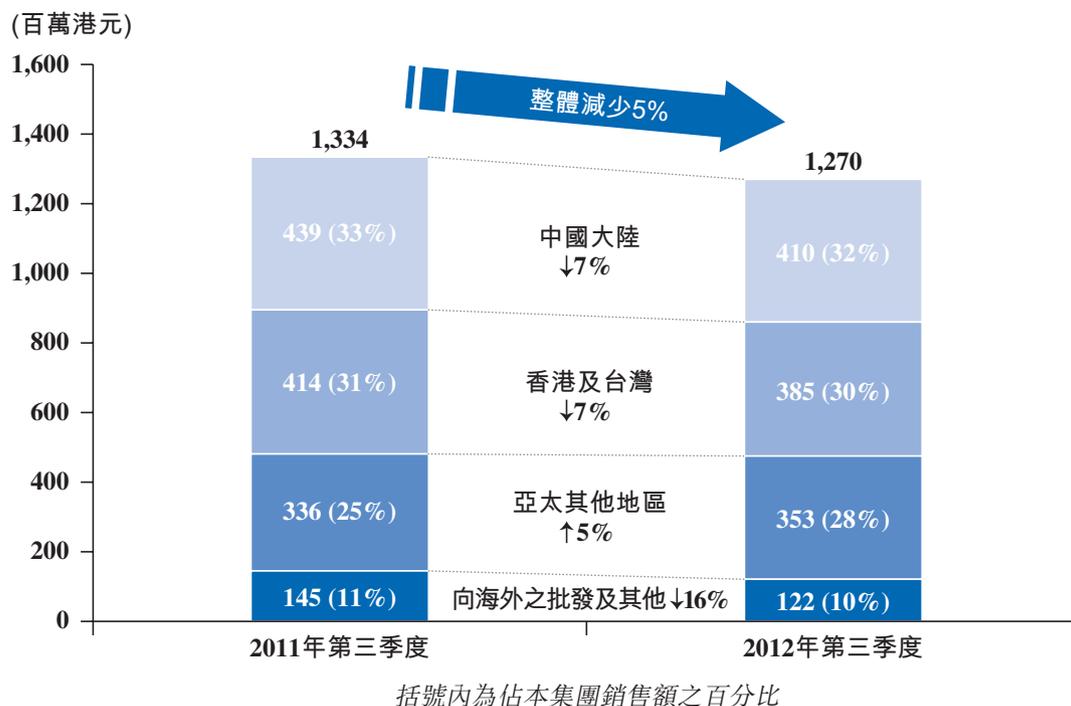
(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
銷售額	1,270	1,334	(5%)	3,968	3,983	-
毛利	733	767	(4%)	2,299	2,348	(2%)
毛利率	57.7%	57.5%	0.2百分點	57.9%	59.0%	(1.1百分點)
全球品牌銷售額 <sup>1</sup>	1,743	1,745	-	5,464	5,351	2%
可比較門市銷售額 <sup>2</sup> (減少)/增加	(2%)	11%	(13百分點)	(1%)	13%	(14百分點)
現金及銀行結存淨額 <sup>3</sup>	1,342	1,110	21%	1,342	1,110	21%
存貨對成本之流轉比率(日數)	73	82	(9)	73	82	(9)
門市數目 <sup>3</sup>	2,704	2,496	208	2,704	2,496	208
期內門市數目淨變動	(19)	54	(73)	33	143	(110)

1 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)。

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)。

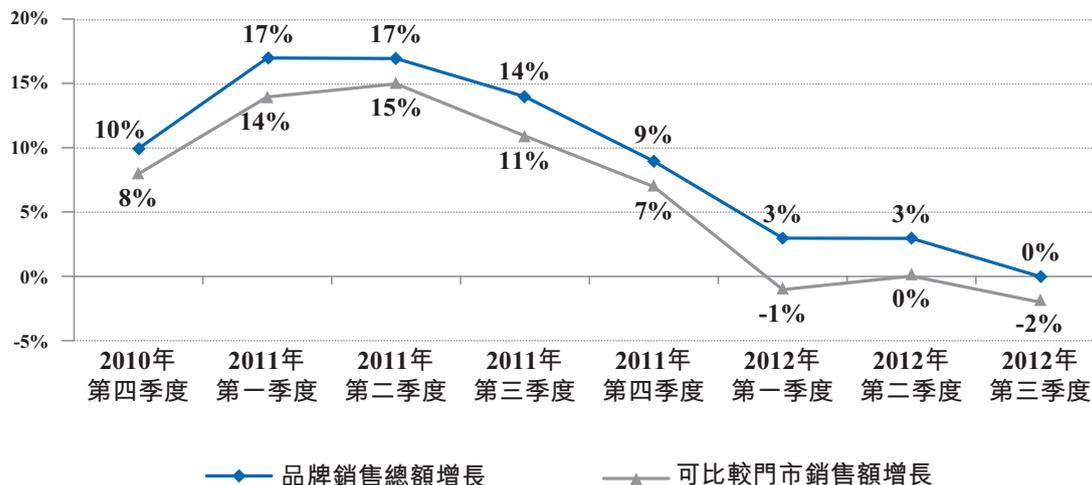
3 於期末。

## 銷售額增長及貢獻



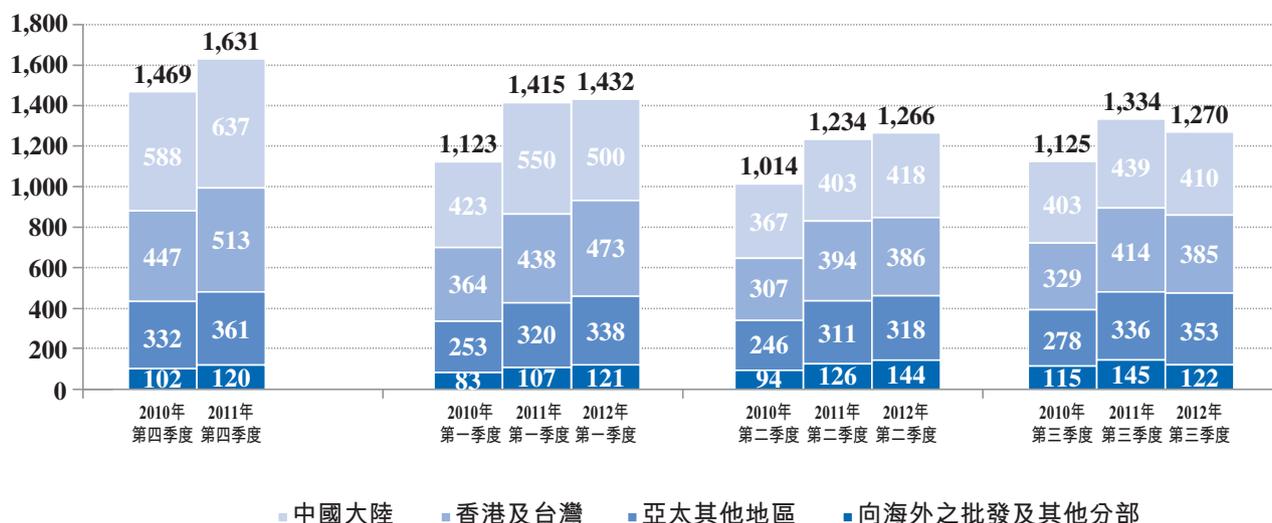
- 2012年第三季度，本集團之銷售額由去年同期之13.34億港元，減少5%至12.7億港元。撇除從外幣換算為港元之影響，銷售額較去年同期減少4%。
- 與去年同期比較，中國大陸之銷售額減少7%，而已發展市場(包括香港及台灣)之銷售額亦減少7%。
- 亞太其他地區之市場(主要為新加坡、馬來西亞、印尼及泰國之市場)銷售額較去年同期增加5%。

## 最近八個季度品牌銷售額增長



## 最近十一個季度銷售額

(百萬港元)

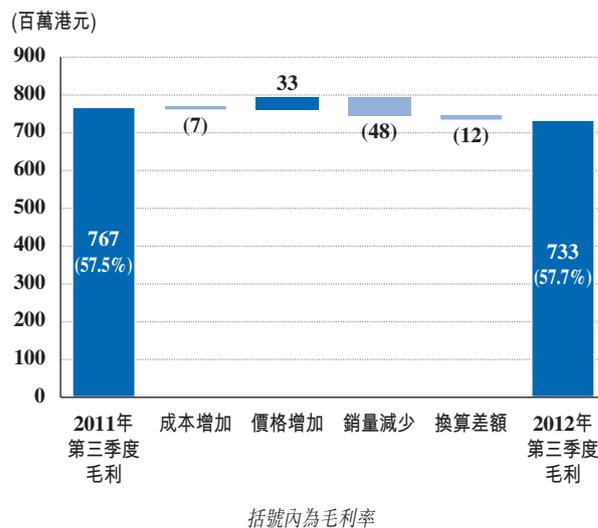


- 與去年相比，本季度之品牌銷售總額持平，而可比較門市銷售額增長則下降2%。此乃由於多項因素所致。競爭激烈及消費者需求疲弱導致於中國大陸之銷售額下跌。於香港，隨著於去年7月及8月就關閉一間主要店舖進行促銷，去年之銷售額基底異常地高。於台灣，天氣極度惡劣加上持續疲弱之消費者需求亦影響當地之銷售額。此等不利因素部份被東南亞市場之持續增長及改善所抵銷。

## 毛利

- 於本季度，本集團之毛利率較去年同期之57.5%微升0.2個百分點至57.7%，而本集團之毛利由2011年第三季度之7.67億港元，下降3,400萬港元或4%至7.33億港元。
- 本季度購貨成本上升2%，較第二季度11%之成本上升幅度為低。於本季度，相類產品之成本減少，但由於改變產品組合令成本及銷售之產品質素相對較去年高，導致平均成本整體增加。預期成本將進一步減少，此乃由於棉花價格下調及我們的供應商正面對一直下降的需求。
- 銷量下降7%，反映中國大陸及台灣之消費者需求下降，以及隨著於去年就關閉一間主要店舖進行促銷，去年香港之銷售額基底相對較高。

## 毛利對比



## 中國大陸

(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額 <sup>1</sup>	410	439	(7%)	1,328	1,392	(5%)
自營店零售額	263	287	(8%)	954	927	3%
向加盟店之批發	147	152	(3%)	374	465	(20%)
品牌銷售總額 <sup>2</sup>	447	493	(9%)	1,636	1,721	(5%)
自營店	264	286	(8%)	958	953	1%
加盟店	183	207	(12%)	678	768	(12%)
可比較門市銷售額 <sup>3</sup> (減少)/增加	(8%)	1%	(9百分點)	(7%)	10%	(17百分點)
毛利	223	237	(6%)	751	780	(4%)
毛利率	54.4%	54.0%	0.4百分點	56.6%	56.0%	0.6百分點
門市數目 <sup>4</sup>	1,323	1,295	28	1,323	1,295	28
自營店	547	520	27	547	520	27
加盟店	776	775	1	776	775	1
期內門市數目淨變動	(35)	33	(68)	(49)	107	(156)
自營店	(2)	25	(27)	2	72	(70)
加盟店	(33)	8	(41)	(51)	35	(86)

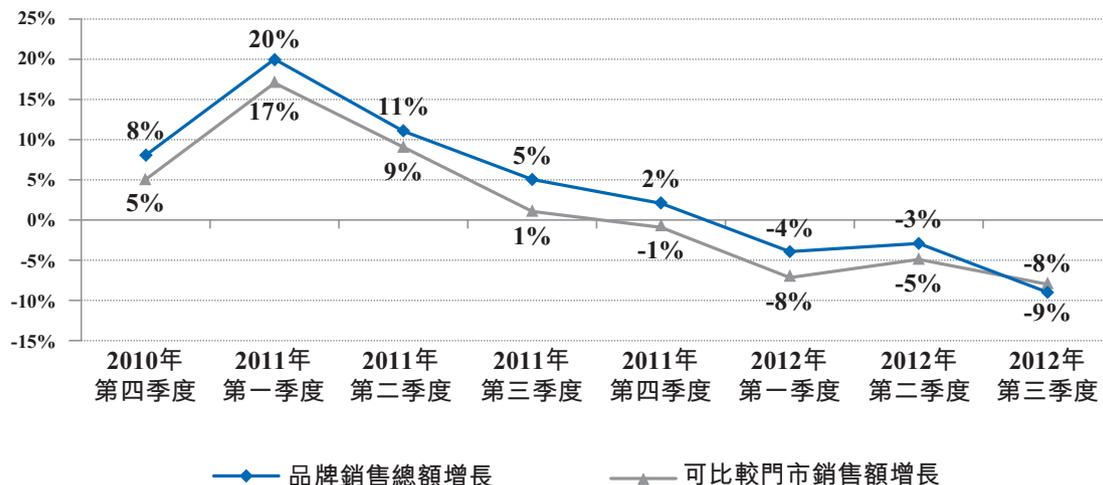
1 總銷售額指自營店之零售總額及向加盟店之批發銷售總額(按平均匯率計算)。

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 於期末。

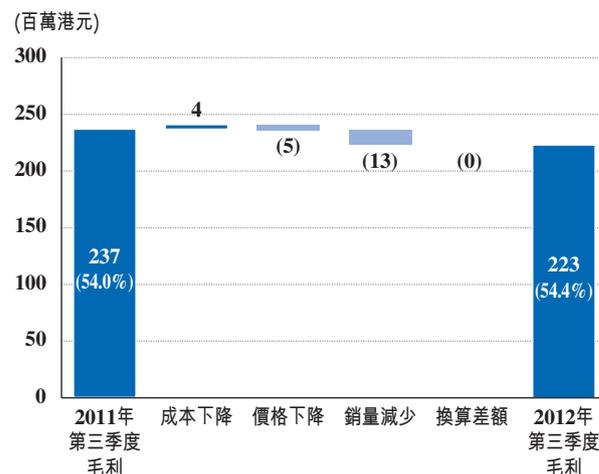
## 最近八個季度中國大陸品牌銷售額增長



- 2012年第三季度，中國大陸之銷售額由2011年第三季度之4.39億港元下降7%或2,900萬港元至4.1億港元。撇除從人民幣換算為港元之影響，2012年第三季度銷售額亦減少7%。
- 銷售額增長之主要基礎計量指標為品牌銷售額。此並不包括貨幣匯兌變動以及加盟店存貨變動之影響。2012年第三季度之品牌銷售額下降9%，可比較門市銷售額下降8%。
- 銷售額下降之部份原因為關閉表現未如理想之店舖所致。此外，9月之天氣異常溫暖，打擊我們為秋涼的氣候所設計之新產品之銷情。另外，中秋節之三天假期於本年度並不復現(本年度之中秋節為10月國慶假期之一部份)。撇除三天假期銷售額之影響，2012年第三季度之可比較門市銷售額應為下降6%而非8%。
- 整體零售氣氛疲弱，商場及百貨公司人流減少。同時，於中國大陸市場，世界各地品牌蜂擁而至，形成競爭相當激烈之經營環境。為應付此等艱難情況，管理層將繼續專注於以產品當地化作為特色、繼續分散管理架構、推出切合當地顧客需求之產品，以及制訂當地營銷策略。此外，多個地區已開展「快速市場推廣」策略，透過與當地知名人士、主題公園及組織進行跨界推廣，以提升我們品牌在顧客中之知名度。至目前為止，此對顧客及業主而言均帶來正面成效，顯示此方法具有潛力。

- 中國大陸毛利下降6%，而毛利率較去年同期則上升0.4個百分點。毛利率改善主要由於採購成本下降及本集團於來自競爭對手之強大價格壓力下維持品牌定位之政策。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，毛利亦下降6%。
- 平均售價(撇除匯率影響)下降1%，而成本亦降低1%。本季度銷量較去年同期減少6%。

## 毛利對比－中國大陸



括號內為毛利率

## 香港及台灣

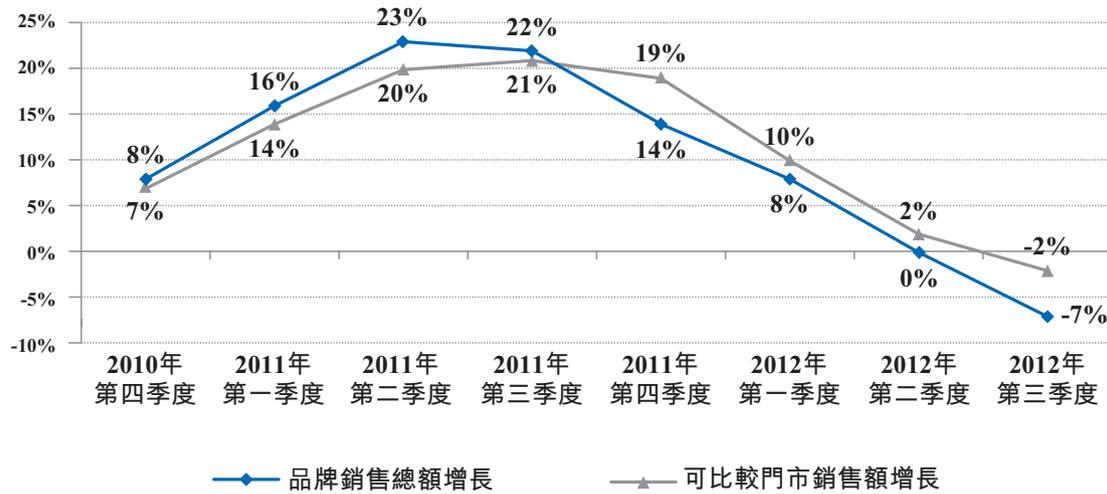
(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額 <sup>1</sup>	385	414	(7%)	1,244	1,246	-
可比較門市銷售額 <sup>2</sup> (減少)/增加	(2%)	21%	(23百分點)	4%	18%	(14百分點)
毛利	252	273	(8%)	806	837	(4%)
毛利率	65.5%	65.9%	(0.4百分點)	64.8%	67.2%	(2.4百分點)
門市數目 <sup>3</sup>	292	266	26	292	266	26
期內門市數目淨變動	(3)	5	(8)	11	10	1

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過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

3 於期末。

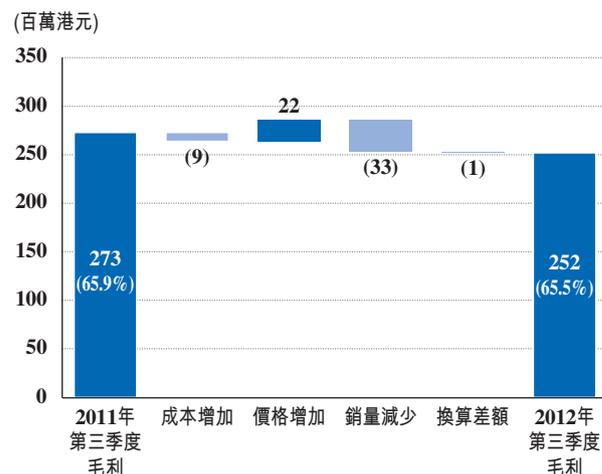
## 最近八個季度香港及台灣品牌銷售額增長



- 2012年第三季度，香港及台灣市場之銷售額較去年減少7%。撇除從新台幣換算為港元之影響，香港及台灣之銷售額亦減少7%。
- 2012年第三季度，香港之銷售額減少5%，而可比較門市銷售額則較去年同期增加8%。品牌銷售額下降乃由於去年就關閉一間主要店舖進行促銷使銷售額基底較高所致。此乃一次性之下降，我們於香港之強大市場推廣團隊將繼續制定創新市場推廣計劃(包括與本地知名人士及組織進行跨界推廣活動)，並推動在此競爭激烈市場之銷售增長。
- 2012年第三季度，台灣之銷售額減少10%，此乃由於天氣惡劣及持續疲弱之消費者需求所致。於第三季度之颱風及大雨氣候使顧客遠離購物場所，加上自2011年年初起台灣生產總值大幅下降，導致銷售額減少。

- 與去年第三季度比較，香港及台灣之毛利減少8%，而毛利率減少0.4個百分點。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，毛利下降7%。受品牌建立及強大市場推廣活動帶動，2012年第三季度平均售價（撇除匯率影響）增加5%，而成本增加6%。銷量減少11%。由於主要店舖推出「結業減價」之強大推廣折扣，去年第三季度之銷售額異常地高。

## 毛利對比－香港及台灣



括號內為毛利率

## 亞太其他地區

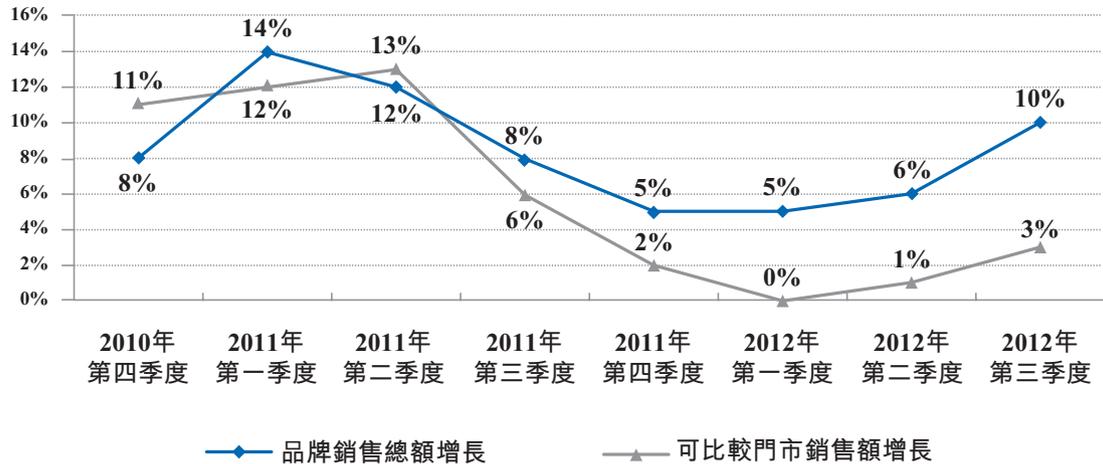
(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額 <sup>1</sup>	353	336	5%	1,009	967	4%
可比較門市銷售額 <sup>2</sup> 增加	3%	6%	(3百分點)	2%	10%	(8百分點)
毛利	233	226	3%	665	647	3%
毛利率	66.0%	67.3%	(1.3百分點)	65.9%	66.9%	(1.0百分點)
門市數目 <sup>3</sup>	467	403	64	467	403	64
期內門市數目淨變動	13	12	1	50	47	3

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過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

3 於期末。

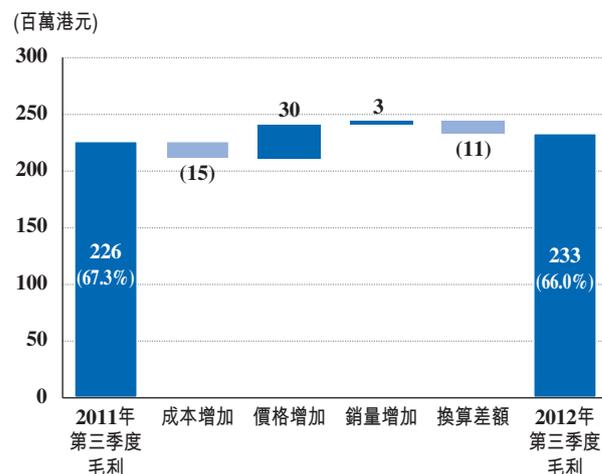
## 最近八個季度亞太其他地區品牌銷售額增長



- 亞洲其他市場(尤其是新加坡、馬來西亞、泰國、印尼及澳洲)之銷售額由去年同期之3.36億港元增長5%或1,700萬港元至3.53億港元。該等市場現佔本集團銷售額之28%，將進一步帶來增長之機遇。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，第三季度銷售額增長10%。可比較相同門市銷售額較去年同期增長3%。
- 新加坡之銷售於本季度逐漸改善；本季度銷售額下降3%，而2012年上半年則下降6%，反映管理層努力推出富新鮮感之貨品及進行店舖翻新。與2012年7月及8月之銷售額負增長比較，2012年9月之銷售額增加4%，反映此等措施之成效。
- 印尼繼續呈現強勁增長，第三季度之銷售額較去年同期增長11% (已就貨幣作出調整)。第三季度泰國及馬來西亞之品牌銷售額增長16%。該等市場尤其於穆斯林賴買丹(Muslim Ramadan)假期期間呈現強勁增長。澳洲之銷售額於第三季度微升4%。

- 第三季度亞太其他地區市場之毛利增長3%，但毛利率則下降1.3個百分點。
- 撇除從外幣換算為港元之影響，毛利增加8%。
- 產品組合、採購及店舖管理之強勢使平均售價增加10%。
- 第三季度平均成本增加13%，此乃由於產品組合變動(以推出更優質產品)所致。平均售價增加已能抵銷此等成本增加之增幅有餘。

## 毛利對比－亞太其他地區



括號內為毛利率

## 向海外加盟店之批發

(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額	122	145	(16%)	376	378	(1%)
毛利	12	15	(20%)	38	38	-
毛利率	9.8%	10.3%	(0.5百分點)	10.1%	10.1%	-
門市數目 <sup>1</sup>	622	532	90	622	532	90
期內門市數目淨變動	6	4	2	21	(21)	42

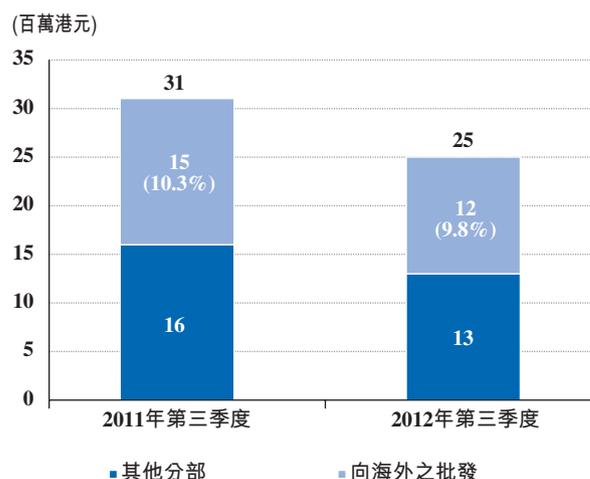
- 本集團向海外加盟店之批發主要由對韓國及中東合營公司之銷售額組成，其佔向加盟店批發之銷售額之76%。
- 佐丹奴韓國及中東向香港之採購下降25%，此乃由於增加向韓國及印度供應商採購。儘管銷售額減少，但當地供應商之特許權收入彌補此等加盟店所產生之溢利。此等加盟店所產生之溢利總額增加1%。
- 其他加盟店(如菲律賓及日本)增加採購抵銷佐丹奴韓國及中東銷售額之部份下降。

<sup>1</sup> 於期末。

## 其他

向海外加盟店之批發產生之毛利較去年同期微跌，乃由於銷量下降所致。集團旗下公司之間銷售產生之毛利持平。去年第三季度製衣業務產生之溢利於本年度並不復現，此乃由於製衣業務於2012年5月剝離所致。

## 毛利(率) – 向海外加盟店之批發及其他分部



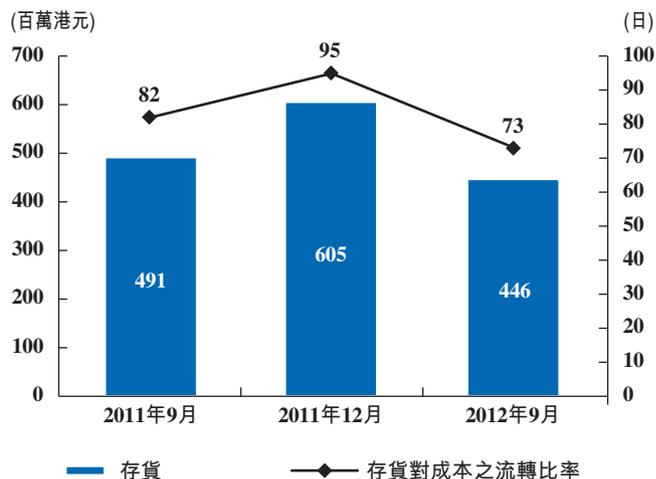
## 現金及銀行結存淨額

- 本季度內，現金及銀行結存淨額減少6,600萬港元至13.42億港元。此乃由於本季度內派付中期股息2.31億港元抵銷業務產生之額外現金流所致。有效管理營運資金令現金流得以保持強勢。

## 存貨

- 本集團於2012年第三季度期末之存貨為4.46億港元，較於2011年12月31日之6.05億港元大幅減少，亦較2011年第三季度期末之存貨水平減少4,500萬港元。存貨對成本<sup>1</sup>之流轉比率為73日，較去年之日數減少9日，反映購貨成本下跌以及嚴格控制存貨購入及採購承擔。

## 存貨



<sup>1</sup> 期末所持存貨除以銷售成本乘以期內日數。

## 共同控制公司－南韓

(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額 <sup>1</sup>	396	369	7%	1,141	1,093	4%
可比較門市銷售額 <sup>2</sup> 增加/(減少)	2%	13%	(11百分點)	(1%)	11%	(12百分點)
門市數目 <sup>3</sup>	248	213	35	248	213	35
期內門市數目淨變動	8	(2)	10	16	(1)	17

- 撇除從韓圓換算為港元之影響，韓國銷售額於第三季度增加11%。可比較門市銷售額則較去年同期增加2%。在新增兩間「Giordano Concepts」之新店舖帶動下，該市場之銷售額增長有所加快。而南韓之該等門市銳變為全新大型門市之規模，著重高檔次貨品銷售及門市格調，有別於其他市場之「Concepts」品牌。

## 聯營公司－中東

(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
總銷售額 <sup>1</sup>	188	189	(1%)	515	467	10%
可比較門市銷售額 <sup>2</sup> (減少)/增加	(2%)	22%	(24百分點)	7%	30%	(23百分點)
門市數目 <sup>3</sup>	187	168	19	187	168	19
期內門市數目淨變動	(2)	4	(6)	3	6	(3)

- 撇除從外幣換算為港元之影響，中東地區之銷售額表現平穩。可比較門市銷售額較去年同期減少2%，此乃反映消費者對敘利亞政局動蕩及印度盧比貶值削弱於中東印度消費者購買力之反應。預期中東之銷售額將於來季宰牲節(Eid)及朝覲(Haj)假期期間得以收復，有關反彈應尤以阿拉伯聯合酋長國為甚，此乃由於其地方政府已宣佈推出為期16天之購物節作慶祝。

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過往同期營業/經營之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

3 於期末。

## 總銷售額、可比較門市銷售額增長及門市發展概況－按市場

### 總銷售額<sup>1</sup>

(以百萬港元為單位)	2012年 第三季度	2011年 第三季度	變動	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月	變動
中國大陸	410	439	(7%)	1,328	1,392	(5%)
香港	230	242	(5%)	720	714	1%
台灣	155	172	(10%)	524	532	(2%)
新加坡	94	97	(3%)	290	305	(5%)
印尼	105	95	11%	272	237	15%
馬來西亞	59	55	7%	167	157	6%
泰國	45	37	22%	134	117	15%
澳洲	43	43	-	127	131	(3%)
印度	7	9	(22%)	19	20	(5%)
零售及分銷總額	1,148	1,189	(3%)	3,581	3,605	(1%)
向海外加盟店之批發及其他	122	145	(16%)	387	378	2%
集團總額	1,270	1,334	(5%)	3,968	3,983	-

### 可比較門市銷售額<sup>2</sup>

	2012年 第三季度	2011年 第三季度	截至 2012年 9月30日止 9個月	截至 2011年 9月30日止 9個月
中國大陸	(8%)	1%	(7%)	10%
香港	8%	29%	12%	23%
台灣	(14%)	11%	(6%)	13%
新加坡	(5%)	2%	(7%)	4%
印尼	14%	16%	15%	16%
馬來西亞	2%	-	1%	8%
泰國	10%	7%	7%	16%
澳洲	1%	1%	(1%)	13%
印度	(11%)	35%	(3%)	24%
零售及分銷總額	(3%)	8%	(1%)	12%
南韓	2%	13%	(1%)	11%
中東	(2%)	22%	7%	30%
集團總額	(2%)	11%	(1%)	13%

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 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零售之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

門市數目，於	2012年9月	2011年12月	2011年9月
中國大陸	1,323	1,372	1,295
香港	77	73	73
台灣	215	208	193
新加坡	56	56	55
印尼	135	119	113
馬來西亞	83	78	73
泰國	108	99	96
澳洲	32	35	34
印度	53	30	32
<b>零售及分銷總額</b>	<b>2,082</b>	<b>2,070</b>	<b>1,964</b>
南韓	248	232	213
中東	187	184	168
其他市場	187	185	151
<b>海外加盟店總額</b>	<b>622</b>	<b>601</b>	<b>532</b>
<b>集團總額</b>	<b>2,704</b>	<b>2,671</b>	<b>2,496</b>

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。

本公司股東及準投資者於買賣本公司股份時，務請小心謹慎行事。

承董事會命  
主席  
劉國權

香港，2012年10月31日

於本公布日期，本公司之董事如下：

執行董事：劉國權博士及馬灼安先生；

非執行董事：鄭志剛先生及陳世昌先生；及

獨立非執行董事：畢滌凡先生、鄺其志先生、李鵬飛博士及梁覺教授。