

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)

2011年第三季度未經審核業務資料

2011年第三季度未經審核業務資料－摘要

- 截至2011年9月30日止季度銷售額較去年同期增加18.6%至13.34億港元。截至9月30日止九個月累計，銷售額增加22.1%至39.83億港元。撇除外幣換算為港元之影響，本季度銷售額增加13.0%，而截至9月30日止九個月累計，銷售額較去年同期增加16.2%。
- 本季度毛利較去年同期增加20.2%至7.67億港元。截至9月30日止九個月累計，毛利增加25.2%至23.48億港元。
- 本季度毛利率較去年同期增加0.8個百分點至57.5%，而截至9月30日止九個月累計，毛利率增加1.5個百分點至59.0%。
- 於2011年9月30日，存貨對銷售流轉比率為34日，較去年同日存貨水平減少1日。
- 於本季度，現金及銀行結存淨額減少2,200萬港元至11.1億港元。此乃由於期內派付中期股息2.28億港元抵銷從經營業務及獲發還租賃按金所得之現金流入後所致。
- 於本季度，本集團門市數目淨新增54間，當中33間位於中國大陸，令本集團截至2011年9月30日之全球門市網絡達至2,496間。

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。

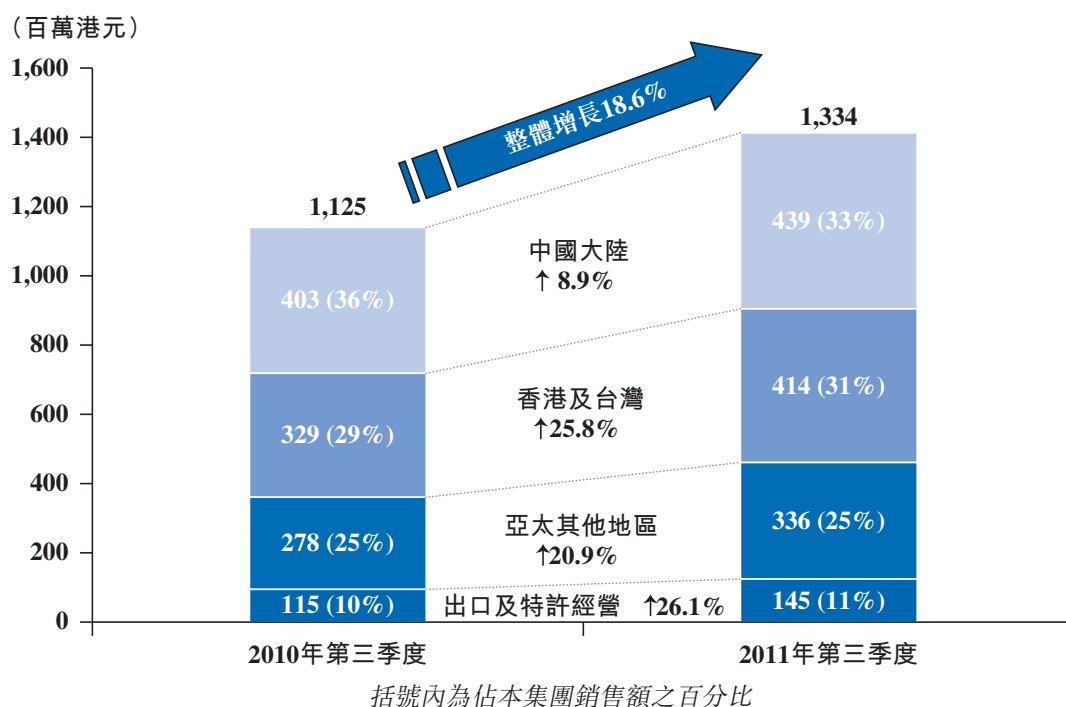
為向金融市場及佐丹奴國際有限公司(「本公司」)之現有股東及準投資者作出更完備之披露，以便彼等能進一步評估本公司及其附屬公司(「本集團」)之財務表現，本公司董事會公布本集團截至2011年9月30日止九個月之未經審核業務資料。本公布乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

集團表現概覽

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加/ (減少) | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加/ (減少) |
|---------------------|---------------|---------------|-------------|------------------------------|------------------------------|-------------|
| 銷售額 | 1,334 | 1,125 | 18.6% | 3,983 | 3,262 | 22.1% |
| 毛利 | 767 | 638 | 20.2% | 2,348 | 1,875 | 25.2% |
| 毛利率 | 57.5% | 56.7% | 0.8 百分點 | 59.0% | 57.5% | 1.5 百分點 |
| 全球品牌銷售額(附註1) | 1,762 | 1,548 | 13.8% | 5,393 | 4,656 | 15.8% |
| 可比較門市銷售額 增加(附註2) | 8.3% | 8.2% | | 12.4% | 6.0% | |
| 現金及銀行結存淨額(附註3) | 1,110 | 756 | 46.8% | 1,110 | 756 | 46.8% |
| 存貨對銷售之流轉比率(日數) | 34 | 35 | (1) | 34 | 35 | (1) |
| 門市數目(附註3) | 2,496 | 2,249 | 247 | 2,496 | 2,249 | 247 |

銷售額

2011年第三季度銷售額增長及貢獻

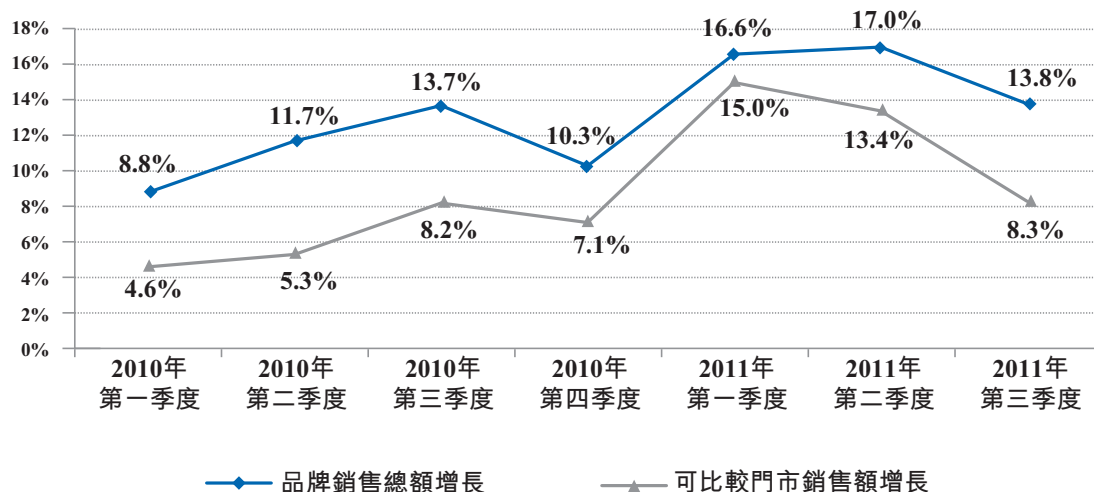


附註1：全球品牌銷售額指由附屬公司及聯營公司/共同控制公司經營之自營店及加盟店之零售總額(按固定匯率計算)。

附註2：可比較門市銷售額指過往同期營業之現有門市及網上零售之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。於本公布內，網上零售業務已列入於可比較門市銷售額，且所有相關數據均已予重列。

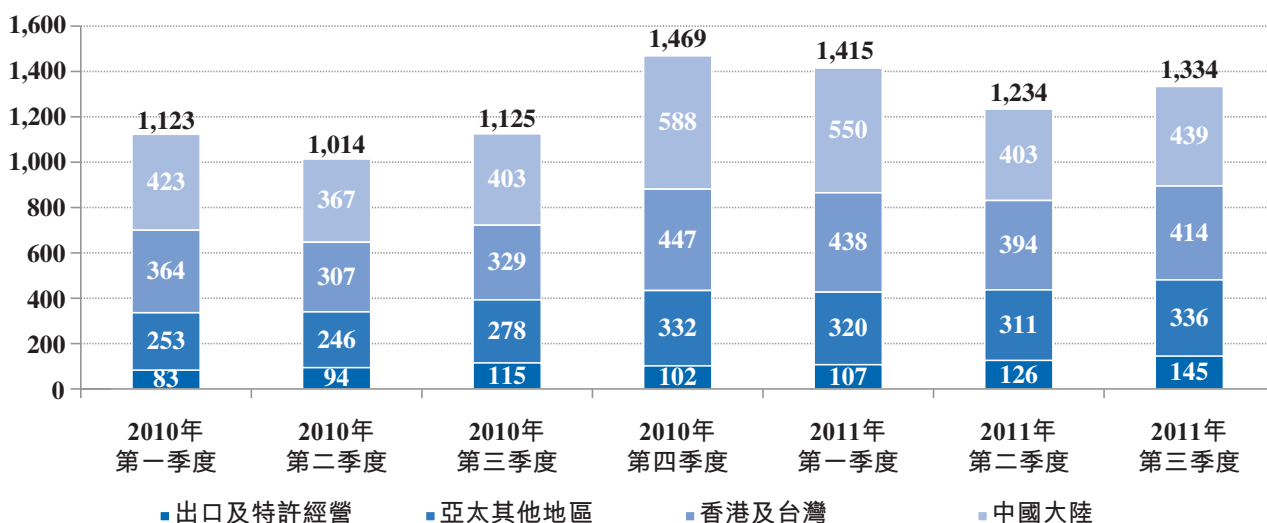
附註3：於期末。

最近七個季度品牌銷售總額增長及可比較門市銷售額增長



最近七個季度銷售額

(百萬港元)

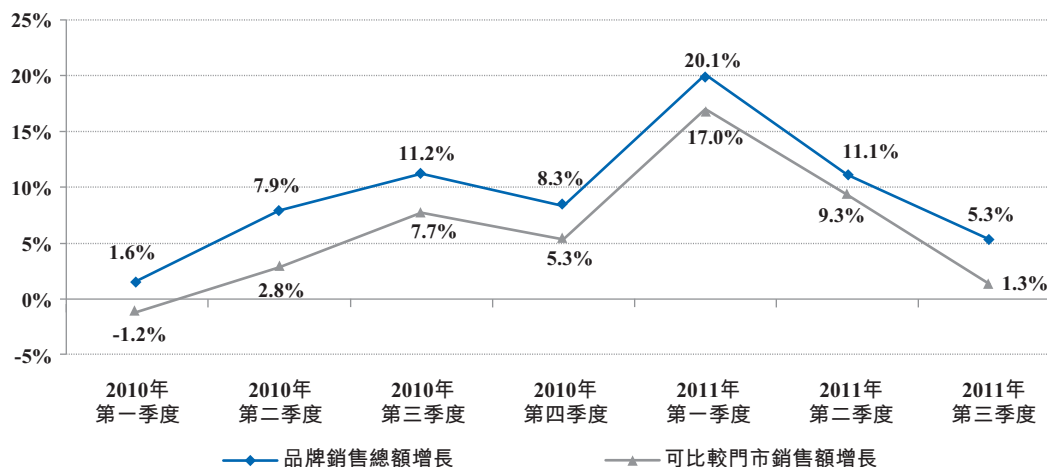


- 與去年同期銷售額增長相比，2011年第三季度增長為18.6%，較尤其強勁的第一季度之26.0%（因秋冬季活動非常成功及農曆新年銷售帶動所致）及第二季度之21.7%為低。中國大陸出現銷售逆轉，於本季度，中國大陸銷售額增長8.9%，可比較門市銷售額增長1.3%。隨著政府推出樓市降溫措施後，經濟逐步放緩，出口行業亦隨之轉弱，對消費者信心帶來負面影響。
- 然而，本集團其他市場業績表現持續強勁，當中以香港及印尼尤為顯著，抵銷部分因中國大陸增長放緩之影響。

中國大陸

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 |
|---------------------|---------------|---------------|------|------------------------------|------------------------------|-------|
| 總銷售額(附註1) | 439 | 403 | 8.9% | 1,392 | 1,193 | 16.7% |
| 自營店零售額 | 263 | 240 | 9.6% | 896 | 761 | 17.7% |
| 向加盟店之批發 | 176 | 163 | 8.0% | 496 | 432 | 14.8% |
| 品牌銷售總額(附註2) | 481 | 457 | 5.3% | 1,686 | 1,495 | 12.8% |
| 可比較門市銷售額 增加(附註3) | 1.3% | 7.7% | | 9.9% | 3.0% | |
| 門市數目(附註4) | 1,295 | 1,127 | 168 | 1,295 | 1,127 | 168 |
| 自營店 | 520 | 433 | 87 | 520 | 433 | 87 |
| 加盟店 | 775 | 694 | 81 | 775 | 694 | 81 |

最近七個季度中國大陸品牌銷售總額增長及可比較門市銷售額增長



- 於2011年第一季度集團銷售表現非常強勁，受惠於中國冬季的寒冷天氣，加上農曆新年銷售表現強勁，品牌銷售增長20.1%。2011年第二季度品牌銷售增長已有所放緩，增長率為11.1%，此乃因地方政府嚴格實施反欺詐措施令百貨公司減少推廣活動所致。
- 於2011年第三季度，中國大陸銷售額由去年同期4.03億港元增長3,600萬港元至4.39億港元，增幅為8.9%。撇除人民幣換算為港元之影響，銷售額增加4.0%。
- 於本季度，市場及消費者信心下調。此乃由於政府竭力為過熱房地產市場降溫，出口萎縮及全球經濟低迷所致。儘管面對此逆境，本集團仍能迎難而上，維持毛利率穩定策略，鞏固品牌地位並加以提升。
- 因此，本季度總銷售額增加8.9%，主要來自新增門市銷售及因貨幣升值所致，與去年同期相比，可比較相同門市銷售額增長1.3%。

附註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)。

附註2：品牌銷售總額指自營店及加盟店之零售總額(按固定匯率計算)。

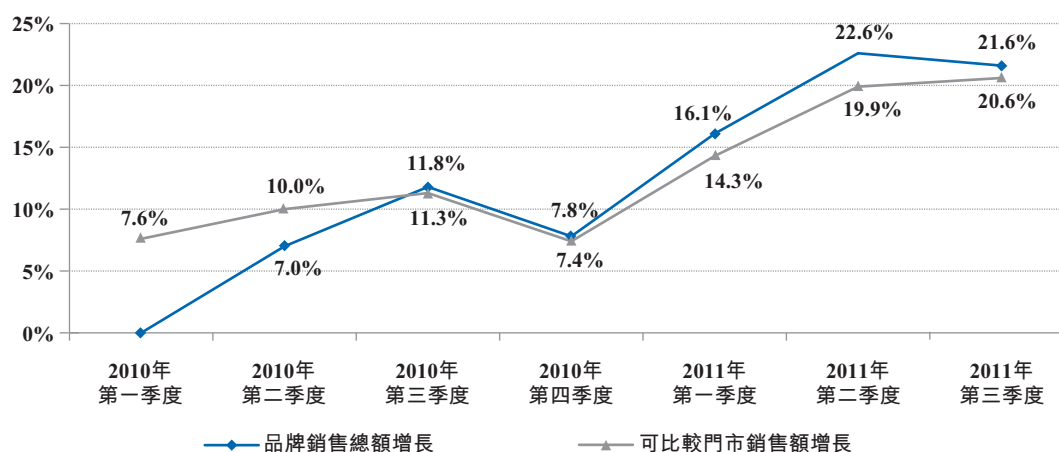
附註3：可比較門市銷售額指過往同期營業之現有門市及網上零售之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。於本公布內，網上零售業務已列入於可比較門市銷售額，且所有相關數據均已予重列。

附註4：於期末。

香港及台灣

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 |
|---------------------|---------------|---------------|-------|------------------------------|------------------------------|-------|
| 總銷售額(附註1) | 414 | 329 | 25.8% | 1,246 | 1,000 | 24.6% |
| 可比較門市銷售額 增加(附註2) | 20.6% | 11.3% | | 18.2% | 9.2% | |
| 門市數目(附註3) | 266 | 250 | 16 | 266 | 250 | 16 |

最近七個季度香港及台灣品牌銷售總額增長及可比較門市銷售額增長



- 於2011年第三季度，香港及台灣銷售額由去年同期3.29億港元增長8,500萬港元至4.14億港元，增幅為25.8%。撇除新台幣換算為港元之影響，銷售額增加21.3%。
- 香港市場表現突出，主要受產品組合具吸引力及市場推廣活動有所成效所推動。隨著本季度租金顯著上漲，本集團決定關閉一間主要門市。該門市亦於七月及八月期間舉行清貨促銷活動，令銷售額表現尤為理想，有助帶動其他網絡之銷售，減低因該門市關閉而令銷售下降之影響。另外，本集團現正積極物色若干新零售店鋪，促使香港未來銷售業務穩步增長。新穎的市場推廣活動，不但令Giordano品牌之公眾知名度得以加強及能繼續提升，亦有助強化其在香港的品牌地位。
- 於本季度，台灣旅遊業蓬勃，致銷售額有極佳增長。此外，於本年度內，台灣颱風數目減少及其良好天氣，有助改善業務表現。

附註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)。

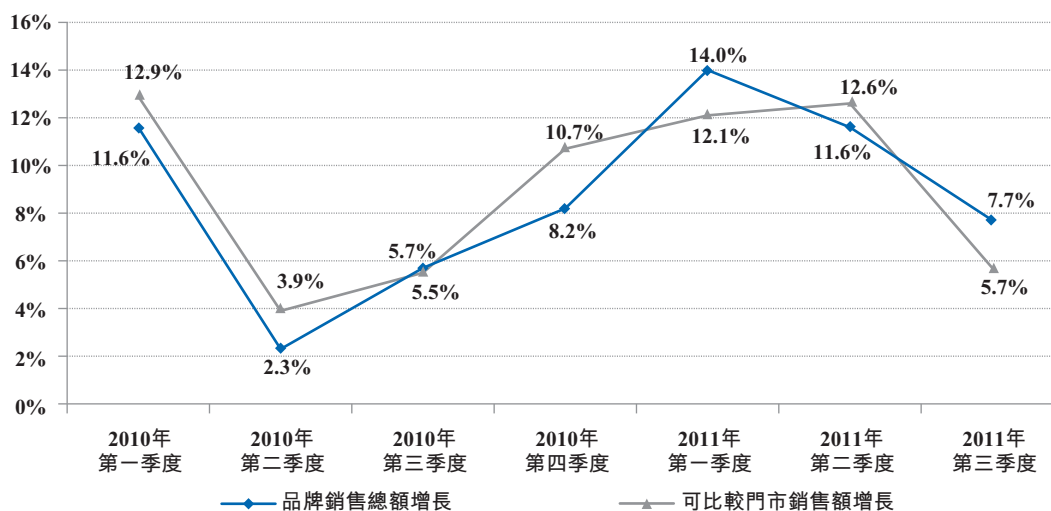
附註2：可比較門市銷售額指過往同期營業之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

附註3：於期末。

亞太其他地區

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 |
|---------------------|---------------|---------------|-------|------------------------------|------------------------------|-------|
| 總銷售額(附註1) | 336 | 278 | 20.9% | 967 | 777 | 24.5% |
| 可比較門市銷售額 增加(附註2) | 5.7% | 5.5% | | 10.2% | 7.4% | |
| 門市數目(附註3) | 403 | 349 | 54 | 403 | 349 | 54 |

最近七個季度亞太其他地區
品牌銷售總額增長及可比較門市銷售額增長



- 於2011年第三季度，亞洲其他市場主要包括新加坡、馬來西亞、泰國及印尼，銷售額增加5,800萬港元至3.36億港元，增幅為20.9%，而去年同期則為2.78億港元。撇除外幣換算為港元之影響，銷售額增長10.8%。
- 印尼銷售額增長強勁，增幅為28.6%（撇除匯兌影響）。於其他國家，銷售額持續增長，惟其增長速度較本年度上半年非凡增速已見輕微放緩。

附註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）。

附註2：可比較門市銷售額指過往同期營業之現有門市之品牌銷售總額（按固定匯率計算）。

附註3：於期末。

- 新加坡市場整體波動受制於歐洲金融危機。新加坡旅遊人士消費力減弱及當地人持謹慎消費態度。另外，雨季持續，均削弱本季度銷售表現。
- 馬來西亞市場增長較去年同期減弱，因適逢穆斯林新年及國慶節為同一日，致假日慶典較去年減少一日。
- 泰國門市業務於2010年受曼谷示威抗議影響，2011年第二季度銷售額增長相對去年同期較強。但於第三季度，風雨持續不斷，水災肆虐泰國，打擊銷售額增長。本集團預期，未來數月，水災將持續影響泰國市場表現。
- 印尼市場表現增強，主要受助於優化之產品組合，加上去年增開8間門市之新增銷售以及2011年穆斯林新年銷售表現強勁所致。

出口及特許經營

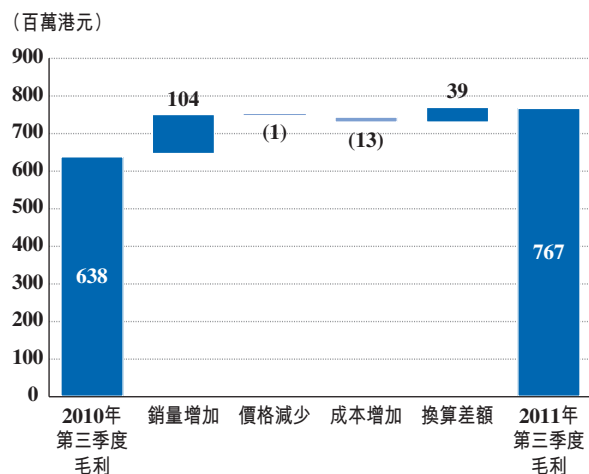
| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 |
|------------|---------------|---------------|-------|------------------------------|------------------------------|-------|
| 總銷售額 | 157 | 126 | 24.6% | 411 | 321 | 28.0% |
| 門市數目 | 532 | 523 | 9 | 532 | 523 | 9 |

- 本集團出口及特許經營分部主要由對南韓合營公司及中東聯營公司之銷售組成，其佔季度出口及特許經營銷售之80%。
- 於本季度，南韓及中東銷售額較去年同期分別增加25.5%及24.3%。
- 於本季度，日本新加盟商開設2間門市。

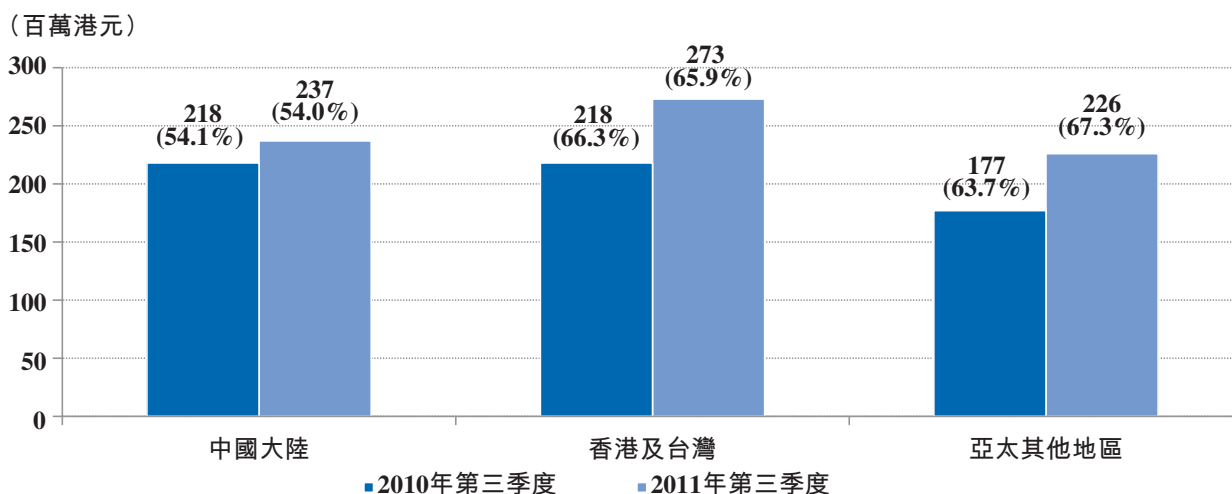
毛利

- 本集團之毛利率較去年同期上升0.8個百分點至57.5%，本集團之毛利由去年同期之6.38億港元增加1.29億港元至7.67億港元，增幅為20.2%。
- 毛利改善主要由銷量增加、更具吸引力之產品及價格組合、產品折扣控制得宜及有效宣傳及市場推廣活動所帶動。
- 上述措施有助減低原材料及生產成本上漲之影響。

2011年第三季度毛利對比



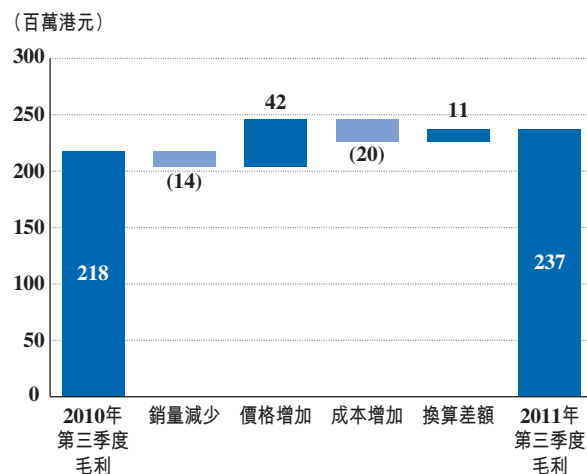
2011年第三季度按地區毛利(率)



中國大陸

- 中國大陸之毛利增加8.7%，毛利率下降0.1個百分點。
- 撇除外幣換算為港元之影響，毛利增加3.7%。
- 為令品牌於競爭激烈市場環境中脫穎而出，並保持毛利率，本集團減少促銷活動，因此本季度毛利率維持與去年相近水平。另外，價格上漲有助抵銷產品成本上升之影響。

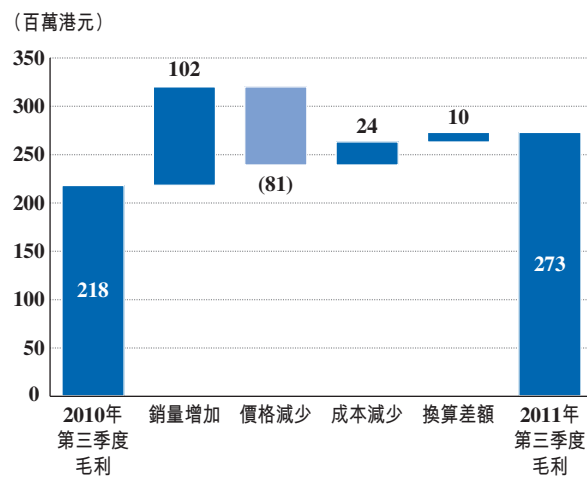
中國大陸



香港及台灣

- 香港及台灣之毛利增加25.2%，毛利率下降0.4個百分點。
- 撇除外幣換算為港元之影響，毛利增加20.6%。
- 受惠於香港一間主要門市關閉之折扣促銷活動，令銷量大幅提升，以致因折扣產生較低毛利率之影響得以抵銷。

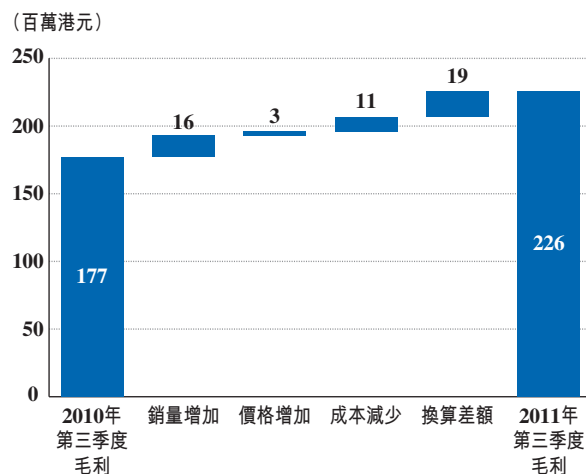
香港及台灣



亞太其他地區

- 亞太地區其他市場增長尤為突出，毛利增加27.7%，毛利率上升3.6個百分點。
- 撇除外幣換算為港元之影響，毛利增加16.9%。
- 與其他地區不同，亞太其他地區市場之毛利增加，乃受銷量、價格及有利產品組合推動。總銷售數量增加7.7%，平均價格上升2.4%，而平均成本減少8.2%。

亞太其他地區



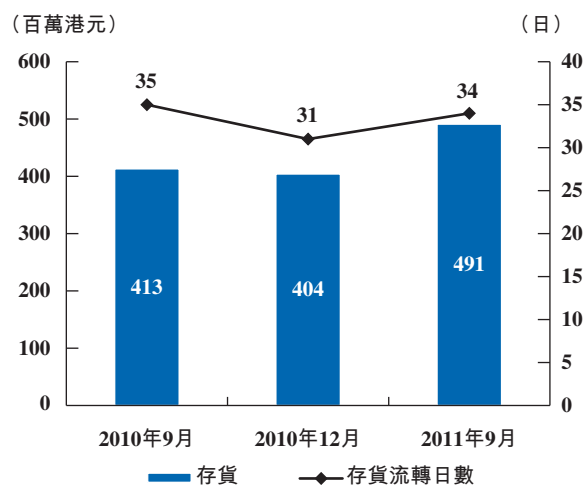
現金及銀行結存淨額

- 於本季度，現金及銀行結存淨額減少2,200萬港元至11.1億港元(2011年6月30日：11.32億港元)，此乃由於期內派付中期股息2.28億港元抵銷從經營業務及獲發還租賃按金所得之現金流入後所致。
- 由於相關現金流量強勁，本集團充份準備為不同市場業務擴張及其他增長機遇提供資金所需。

存貨

- 本集團存貨較去年同期增加7,800萬港元至4.91億港元。存貨對銷售之流轉比率¹為34日，較去年少一日。
- 存貨水平增加反映存貨成本上漲及新開門市之存貨量需求。

存貨



¹ 期末所持存貨除以銷售額乘以期內日數

共同控制及聯營公司

南韓

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加/ (減少) | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加/ (減少) |
|---------------------|---------------|---------------|-------------|------------------------------|------------------------------|-------------|
| 總銷售額(附註1) | 369 | 294 | 25.5% | 1,093 | 887 | 23.2% |
| 可比較門市銷售額 增加(附註2) | 13.4% | 14.1% | | 10.5% | 24.5% | |
| 門市數目(附註3) | 213 | 215 | (2) | 213 | 215 | (2) |

- 撇除匯率影響，南韓銷售額增加17.4%。
- 產品設計精益求精，種類與日俱增，並配合市場推廣活動優勢，為南韓市場成功主要因素。

中東

| (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 |
|--------------------------|---------------|---------------|-------|------------------------------|------------------------------|-------|
| 總銷售額(附註1) | 189 | 152 | 24.3% | 467 | 359 | 30.1% |
| 可比較門市銷售額 增加/(減少)(附註2) | 22.2% | 15.2% | | 29.9% | (1.3%) | |
| 門市數目(附註3) | 168 | 158 | 10 | 168 | 158 | 10 |

- 中東市場表現持續強勁。部分銷售額增加乃因穆斯林新年表現強勁所致。

附註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)。

附註2：可比較門市銷售額指過往同期營業之現有門市之品牌銷售總額(按固定匯率計算)。

附註3：於期末。

銷售額、可比較門市銷售額增長及門市發展按市場概況

| 按市場概況 (以百萬港元為單位) | 總銷售額 | | | 可比較門市銷售額 | |
|---------------------|------------------------------|------------------------------|--------------|------------------------------|------------------------------|
| | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加 | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 |
| 中國大陸 | 1,392 | 1,193 | 16.7% | 9.9% | 3.0% |
| 香港 | 714 | 586 | 21.8% | 23.1% | 10.3% |
| 台灣 | 532 | 414 | 28.5% | 12.8% | 7.7% |
| 新加坡 | 305 | 258 | 18.2% | 4.4% | 3.3% |
| 印尼、馬來西亞及泰國 | 511 | 403 | 26.8% | 13.2% | 16.8% |
| 澳洲 | 131 | 113 | 15.9% | 12.7% | (8.6%) |
| 其他市場 | 20 | 3 | 566.7% | 24.4% | 不適用 |
| 零售及分銷總額 | 3,605 | 2,970 | 21.4% | 12.4% | 6.0% |
| 出口及特許經營總額 | 411 | 321 | 28.0% | | |
| 分部間銷售額 | (33) | (29) | 13.8% | | |
| 集團總額 | 3,983 | 3,262 | 22.1% | | |

| 門市數目 | 2011年 9月30日 | 2011年 6月30日 | 2010年 12月31日 |
|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 中國大陸 | 1,295 | 1,262 | 1,188 |
| 香港 | 73 | 75 | 75 |
| 台灣 | 193 | 186 | 181 |
| 新加坡 | 55 | 55 | 52 |
| 印尼、馬來西亞及泰國 | 282 | 272 | 268 |
| 澳洲 | 34 | 33 | 36 |
| 印度(附註1) | 32 | 31 | — |
| 零售及分銷總額 | 1,964 | 1,914 | 1,800 |
| 南韓 | 213 | 215 | 214 |
| 中東 | 168 | 164 | 162 |
| 其他市場 | 151 | 149 | 177 |
| 出口及特許經營總額 | 532 | 528 | 553 |
| 集團總額 | 2,496 | 2,442 | 2,353 |

附註1：包括2010年出口及特許經營。

按品牌銷售回顧

| 總銷售額(附註1) (以百萬港元為單位) | 2011年 第三季度 | 2010年 第三季度 | 增加/ (減少) | 截至 2011年 9月30日止 九個月 | 截至 2010年 9月30日止 九個月 | 增加/ (減少) |
|---------------------------------------|---------------|---------------|-------------|------------------------------|------------------------------|-------------|
| <i>Giordano & Giordano Junior</i> | 1,007 | 876 | 15.0% | 3,109 | 2,578 | 20.6% |
| <i>BSX</i> | 76 | 42 | 81.0% | 187 | 123 | 52.0% |
| <i>Giordano Ladies</i> | 84 | 70 | 20.0% | 243 | 199 | 22.1% |
| <i>Concepts One</i> | 10 | 15 | (33.3%) | 36 | 51 | (29.4%) |
| 其他 | 12 | 7 | 71.4% | 30 | 19 | 57.9% |
| 零售及分銷總額 | 1,189 | 1,010 | 17.7% | 3,605 | 2,970 | 21.4% |
| 出口及特許經營總額 | 157 | 126 | 24.6% | 411 | 321 | 28.0% |
| 分部間銷售額 | (12) | (11) | 9.1% | (33) | (29) | 13.8% |
| 集團總額 | 1,334 | 1,125 | 18.6% | 3,983 | 3,262 | 22.1% |

附註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)。

| 門市數目 | 2011年 9月30日 | 2011年 6月30日 | 2010年 12月31日 |
|---------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|
| <i>Giordano & Giordano Junior</i> | 2,242 | 2,206 | 2,127 |
| <i>BSX</i> | 161 | 150 | 146 |
| <i>Giordano Ladies</i> | 51 | 50 | 46 |
| <i>Concepts One</i> | 32 | 27 | 25 |
| 其他 | 10 | 9 | 9 |
| 集團總額 | 2,496 | 2,442 | 2,353 |

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，2011年11月17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；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。