

Colin Currie

行政总裁



尊敬的各位股东：

我们今天公布了 2024 年的中期业绩，以及佐丹奴的五年策略 - 「Beyond Boundaries (超越界限)」，我也很荣幸首次向投资者和传媒朋友正式介绍了这策略。在这里跟大家再次分享此策略之前，我想先报告一下我上任至今的工作情况：我今年 4 月加入佐丹奴时，我对股东、董事会和佐丹奴团队的承诺是，我会尽快进行全面的业务评估，找出在什么方面需要重置，在什么方面需要提振；以及如何把我们的品牌带到另一个高峰。

在过去的几个月，我到访了我们在 12 个国家的业务，会见了我们市场的所有高级领导，探访了不同市场及门店，与前线团队进行了交谈。以下是一些重要的观察：我们的员工忠诚、敬业、有热忱。我们的产品为客户提供最高的品质和价值。佐丹奴的品牌拥有 40 年的悠久历史，在许多市场上都是家喻户晓的名字。而我们策略性地进军不同新兴市场，也为业务提供了成长动力。此外，公司整体财务状况依然稳健。

然而，进行了全面的业务审视后，我们发现佐丹奴过往对品牌、产品和市场营销的投资不足。我们侧重通过提高价格和削减成本来获取利润，这导致我们的业务自 2013 年历史高位以来持续下滑。

过去的策略，再加上目前零售业面临的不利因素，导致我们在大中华区 2024 年上半年的同比销售额和利润下降、库存累积，并拖慢了我们在新兴市场的成长速度。然而，我们必须向前看。时代在变，消费者行为也在变。我们必须创新，开辟可持续增长的新道路。

因此，我很高兴与大家分享名为「Beyond Boundaries (超越界限)」的五年策略，该策略旨在帮助佐丹奴重获大中华区市场地位，加速扩展海湾阿拉伯国家合作委员会和东南亚市场，并重新成为一家增长型公司。

策略命名为「Beyond Boundaries (超越界限)」，不仅因为我们的目标是让佐丹奴回到历史的高位，更是要超越过去，我们将于总部开设一个中央职能部门，打破界限，促进跨市场合作和创新。

作为一项以消费者为中心的策略，「Beyond Boundaries (超越界限)」为我们未来几年制定了明确的路线图——首先，(reset) 重整基础、(revitalize) 重振品牌、(recalibrate) 重配渠道为数字先导模式，并通过优质产品和引人入胜的品牌故事与消费者重建连系 (reconnect)，提升他们的整体体验。

我们于今年 5 月推出了一系列「速效措施」，以支持这项策略。这一系列「速效措施」的成绩令人鼓舞，我们预计 2024 年下半年将出现正增长。

我必须强调，虽然东南亚和海湾阿拉伯国家合作委员会市场对我们的成长至关重要，但我们未来五年的首要重点必须是重振大中华区业务。尽管目前大中华区市场不景气，但它是我们最大的市场，占整体业务的 42.1%，因此，赢得大中华区市场至关重要，我们将于品牌定位方面投入更多资源，并将顾客视为业务的核心，以推动增长。此外，香港本地市场对佐丹奴也至关重要。我们将投入不同资源，满足香港消费者的需求，以确保我们于主场实现收入增长。

此外，数码转型是五年策略中不可或缺的。我们目标加速电子商务的增长，而这并不局限于大中华区，更包括我们目前渗透率较低的市场。如今，超过 9 成的消费都涉及某程度上的数码服务。无论是实体零售还是线上零售，我们都明白数码化的必要性。因此，我们的策略将在数据洞察和数据分析的带动下，透过创新而高效的 CRM 计划，给予客人个性化的互动，让我们能够与客户建立更深的联系，并提供真正适合他们的定制体验。

我相信佐丹奴有能力成为亚洲服饰零售中最好的品牌。「Beyond Boundaries（超越界限）」将让我们团结起来，齐心协力，努力做到最好。我不仅有信心，而且对我们眼前的机会感到兴奋。我们的条件优越，有能力再次成为一家增长型公司，为股东带来更高的回报。

Colin

行政总裁 Colin Currie