



亲爱的股东，

我们于上星期五公布了2025年中期业绩，而本人非常荣幸能够借此机会介绍我们在一年前向大家呈献的「超越界限」五年策略之初期成果。

最初制定我们的策略之时，我强调2024年将会是透过推出「速效」措施以奠定基础及稳固业务的一年而2025年则被定位为重整之年。于2025年上半年，在「超越界限」五年策略的四大策略选择 - 1) 重振品牌组合；2) 加强数位先导策略；3) 赢在大中华；4) 推进「One Giordano」策略 - 框架之下，策略的实践已获得令人鼓舞的佳绩。

集团于2025年上半年录得1.6%的收入增长，主要受惠于线上业务的强劲表现。我们持续的数位变革及以客为本的措施推动长久的互动及销售增长。集团的整体电子商务业务录得达26.1%的按年增长，于第二季度更蓬勃增长至32.3%。我们的大中华区取得卓越成绩，收入增长9.5%，海湾阿拉伯国家合作委员会市场则继续表现稳定，录得1.7%的增长，而东南亚的电子商务业务亦录得令人振奋的4.8%增长。

于赢在大中华方面，我们不仅见证了线上业务取得优秀成绩，特别是于中国内地，我们更透过重整业务，制定重心由地区性转移至基于渠道的方案，优化门店数量并聚焦于华南地区，逐渐稳固我们在区域内的实体零售业务。中国内地于上半年总收入增长13.0%，销售势头加速增长。线下同店销售于第二季度维持平稳，录得显著改善。

香港及澳门的收入亦于第二季度有着明显改善，录得2.2%的增长，主要受惠于获得骄人成绩的联乘系列如「Minions」，销售表现领先正处于低潮的香港整体服装零售业。

面对海湾阿拉伯国家合作委员会市场邻近地区持续的地缘政治张力，我们于逆境中收入录得1.9%的按年增长并保持稳定盈利。主要由于印尼市场表现疲弱，东南亚及澳洲的收入按年下降8.0%。值得鼓舞的是，我们透过于回顾期内实现了4.8%按年增长的东南亚电子商务渠道及表现卓越的批发和特许经营业务，逆流而上。

我们亦于 2025 年上半年为品牌项目注入新气息并效果显著，为提升品牌全球定位奠定基础，与消费者品牌追随者重建连系并吸引新世代顾客。于 2025 年下半年，大家将会见证佐丹奴新品牌「GC」(Giordano Concepts) 诞生; Giordano Ladies 的品牌定位进一步升级以及韩国女演员**卢正义 (Roh Jeong Eui)** 成为佐丹奴新品牌代言人。当以上项目全面落实时，我热切期待聆听你们宝贵的意见。

佐丹奴振奋人心的成功故事背后是忠诚及热心服务的团队、提供卓越价值的优质产品及值得信赖及拥有超过 40 年跨越市场文化和肯定的品牌。卓越营运至关重要，而我们将继续定睛于我们的稳健基石上。亮点包括集团存货对成本流转日数的大幅改善，按年由 2024 年的 119 天减少至 108 天。此显然减幅反映了集团对卓有成效的存货管理及策略性价格促销的承诺，为顾客提供更健康及贴心的产品选择。

这些策略一气呵成地成就了股东应占净溢利于回顾期由 2024 年的 1.20 亿港元上升至 1.21 亿港元，录得 0.8% 的按年增长。

综上所述，佐丹奴具备优秀人才、文化历史及策略等条件，能够再一次成为亚洲舞台上的顶尖服装零售品牌。在充满经济及政治挑战的大气候下，我将联同我的管理团队继续努力不懈地迎难而上，而我亦深信我们拥有雄厚实力去解锁此独一无二品牌的所有潜能，并再一次将佐丹奴打造成一家增长型公司。

我自信能带领团队达到新里程碑，更重要的是，我对未来机会感到雄心壮志。

Colin

Colin Currie

行政总裁

谨启