

即時發佈

佐丹奴公布 2025 年未經審核之中期業績

佐丹奴收入升 1.6%，線上業務強勁增長 26.1%

大中華區銷售增長 9.5%，香港及澳門於第二季度顯著復甦

2025 年業務穩步推進，聚焦於「超越界限」五年策略
推出新品牌 GC (Giordano Concepts)，升級 Giordano Ladies 品牌定位，
並宣布佐丹奴新品牌代言人盧正義 (Roh Jeong Eui)

- 集團於 2025 年上半年錄得**收入增長 1.6%**，主要受惠於線上業務的強勁表現。
- 數位變革及以客為本的措施推動與顧客互動及銷售增長。集團的整體**電子商務業務**按年增長 26.1%，其中在第二季度加速增長至 32.3%。
- **大中華區**收入增長 9.5%，**海灣阿拉伯國家合作委員會**市場保持穩定，錄得 1.7%的增長；**東南亞**的電子商務業務實現了 4.8%的增長，令人鼓舞。
- 毛利率下降 3.3 個百分點至 55.6%，因線上和批發業務的銷售佔比提高、清理陳舊存貨及商品成本上升。
- **香港及澳門**的銷售於**第二季度反彈**，錄得 2.2%的增長（第一季度：-6.5%），主要受惠於新推出的「Minions」聯乘系列，成功吸引本地及年輕客群。
- 存貨對成本流轉日數大幅改善，按年減少 11 天至 108 天（2024 年：119 天），反映出卓有成效的存貨管理。
- **股東應佔淨溢利上升 0.8%至 1.21 億港元**（2024 年：1.20 億港元）。
- 截至 2025 年 6 月 30 日，集團的淨現金結餘為 7.22 億港元（2024 年：7.20 億港元），**財務狀況保持穩健**。
- 每股基本盈利為 7.5 港仙（2024 年：7.4 港仙）。
- 董事會已宣派中期股息為每股 7.5 港仙，派息率維持在 100%，與上次派息比例一致。
- 2025 年作為「超越界限」五年策略中的業務重整之年，下半年將聚焦執行四大策略選擇：1) **重振品牌組合**；2) **加強數位先導策略**；3) **贏在大中華**；4) 推進「One Giordano」策略。
- 下半年亮點包括：推出全新品牌 GC (Giordano Concepts)；升級 Giordano Ladies 品牌定位；宣布佐丹奴新品牌代言人、韓國女演員盧正義 (Roh Jeong Eui) 的亮相，旨在進一步吸引新世代消費者。

(2025 年 8 月 29 日，香港) 佐丹奴國際有限公司(「佐丹奴」、「集團」或「公司」；香港聯合交易所有限公司股份代號：0709) 今日公佈截至 2025 年 6 月 30 日止六個月的未經審核中期業績(「2025 年上半年」)。

集團在 2025 年上半年的收入增長 1.6%，儘管面對宏觀經濟挑戰，線上業務表現強勁，按年增長達到 26.1%，批發及加盟業務亦顯著改善。此外，集團同店銷售額同比增長 1.1%，進一步印證了運營策略及顧客互動舉措的成效。

股東應佔淨溢利為 1.21 億港元，較 2024 年的 1.20 億港元上升 0.8%。

此外，集團的存貨對成本流轉日數由 2024 年的 119 天顯著減少至 108 天，突顯了更有效的存貨管理及策略性價格促銷的成效，為未來提供更健康及貼近顧客需求的產品組合。

中國內地錄得穩健線上銷售增長及同店銷售改善 (以固定匯率計算)

中國內地總收入增長 13.0%，銷售勢頭於上半年加速增長。第二季度的增長接近 18.0%，遠超第一季度 8.0% 的增長。此反彈主要得益於線上業務的卓越表現，該業務實現了按年約 30.0% 的顯著增長。

線下業務的重整計劃亦有進展跡象，透過優化門店數量並聚焦於華南地區，第二季度線下同店銷售接近持平，較第一季度錄得的 3.6% 跌幅有顯著改善。

毛利率亦按季增長近 12 個百分點，反映集團專注於在推動增長的同時提升盈利能力的努力。

香港及澳門通過優化客戶互動、品牌故事及卓越零售實現復甦 (以固定匯率計算)

香港及澳門的收入由第一季度的 6.5% 跌幅扭轉為第二季度增長 2.2%，表現優於香港特區政府公佈的整體服裝零售業銷售數據。此結果正面，反映了「超越界限」五年策略的初步成效——得益於更具吸引力的故事敘述、產品設計及質量提升，以及持續專注於卓越的營運。因此，2025 年上半年的收入按年僅輕微下跌 2.2%。

集團對香港及澳門的持續復甦及未來增長前景持審慎樂觀態度。即將推出的新商品系列，包括擴展受歡迎的「韓國系列」，將繼續展示我們的品牌故事敘述能力及卓越零售，進一步加強與消費者的聯繫，推動銷售及毛利率的改善，把握未來的增長機遇。

海灣阿拉伯國家合作委員會市場穩步增長；東南亞電子商務錄得正增長 (以固定匯率計算)

儘管阿拉伯國家合作委員會鄰近地區的地緣政治局勢持續緊張，該市場業務按年增長 1.9%，並保持穩定的盈利能力。即使在動盪的環境中，穩健的產品供應及成功的目標市場營銷活動仍然推動了當地消費者的共鳴。

東南亞及澳洲的收入按年下降 8.0%，主要由於印尼市場表現不佳。然而，值得鼓舞的是，根據集團的「數位先導」策略，東南亞的電子商務渠道於回顧期內實現了 4.8% 的按年增長。

對於中期業績，佐丹奴國際有限公司行政總裁 Colin Currie 先生表示：「自從我們宣布『超越界限』五年策略以來，已有一年時間。在此期間，我們成功地執行了一系列『速效』措施，為

2025 年及未來奠定了堅實的基礎。在『超越界限』的框架下，2025 年被定位為一個『重整之年』，這一年我們將專注於強化『數位先導』策略、簡化品牌組合以及贏在大中華。我很高興地分享，我們在這些重要事項上均取得了良好的進展，並努力地轉型，令佐丹奴再次成為一家增長型公司。」

「我們視中國內地為『必贏』的戰略市場，線上業務展現出強勁的動能，這得益於策略的重整以及對華南地區的聚焦，我們的品牌在該地區的認知度更高。在香港，我們的新產品及於中環與又一城的快閃店均獲得了非常正面的回響。」

「儘管這些成果都令人感到鼓舞，我們仍不斷反思和重新調整需要改善的地方，尤其是毛利率方面。我們正在積極審查流程並提升採購效率，以支持更佳的業績表現。」

進展與 2025 年的重點目標：「超越界限」五年策略

集團於 2024 年 8 月宣布了其「超越界限」五年策略，制定了一個清晰的路線圖，以從 2025 年開始為佐丹奴創造可持續的增長。該策略聚焦於四大策略選擇，幫助集團重整基礎、重振品牌組合、以數位先導模式重配渠道，並通過優質產品和引人入勝的品牌故事與消費者重建連繫，提升其整體體驗。

1. 重振品牌：GC (Giordano Concepts)、Giordano Ladies 與新品牌代言人

作為重振品牌組合計劃的一部分，集團將首先於中國內地線上推出新品牌 GC (Giordano Concepts)。該品牌主要面向女性消費者，並以縮寫「GC」為標誌，將於 2025 年 9 月推出，目標是介乎 20 至 35 歲、精通數位技術、追求價格合理及品質優良的最新時尚潮流的女性消費者。

此外，Giordano Ladies 的品牌定位將進一步升級，轉向「臻致優雅」 (premium elegance) 的定位，專注於現代、輕鬆的商務休閒服裝風格。此策略反映現代工作服裝不斷變化的面貌、職場中年輕一代的興起，以及年輕女性對舒適性與個性化的更高需求。

同時，集團很高興地宣布韓國演員盧正義 (Roh Jeong Eui) 正式成為佐丹奴新品牌代言人。盧正義因其於串流平台 Netflix 的《烏有之地》 (Badland Hunters) 與《名校的階梯》 (Hierarchy) 中的出色表現而聞名，現已成為一位破格的演員及全球時尚偶像。作為佐丹奴的新代言人，盧正義將於令人期待的 2025 秋冬及 2026 春夏女裝與韓國系列中亮相，覆蓋大中華及亞太地區。盧正義的加入，標誌著佐丹奴作為一個現代化、以客為本的品牌邁出了重要一步，同時也突顯了集團通過品牌故事及不同合作，與消費者建立更深層次聯繫的願景。

2. 數位先導：提升全渠道生態系統，實現無縫且吸引人的購物體驗

「數位先導」是集團「超越界限」五年策略的第二大策略選擇。在 2025 年，集團將繼續加速其數位化轉型，讓我們更能滿足客戶群的多樣化需求。這包括於 7 月在中國內地的電子商務平台推出 Giordano Ladies 產品、Giordano Ladies 與韓國系列等線上產品，以及推出 GC (Giordano Concepts)，為了在數碼時代建立充滿活力的社群。在運營層面，集團正將數碼工具及數據驅動流程嵌入日常營運中——從人工智能驅動的需求預測到個人化市場營銷——創造一個全方位的生態系統，使線上與線下體驗完美結合，讓佐丹奴的購物變得簡單、吸引且令人難忘。」

3. 雙管齊下的策略推動中國內地重整計劃

集團的第三大策略選擇是「贏在大中華」。在 2025 年上半年，我們針對中國內地的重整計劃採取了雙管齊下的策略：

1. 加速電子商務業務：專注於在熱門平台（如天貓及抖音）上為消費者提供時尚高品質且價格實惠的產品。此舉不僅推動了收入增長，同時改善了毛利率。
2. 重整線下零售業務：將業務模式重組為基於渠道的結構，聚焦於全國的直營店及加盟店。通過策略性地關閉虧損及地點不佳的店鋪，集團將專注於品牌認知度較高的華南地區，並開始加大对品牌發展的投資力度。

4. 重塑組織架構，實現未來準備的「One Giordano」

佐丹奴的轉型不只是新的過程及產品，而是培養靈活、合作及持續學習的文化。在新管理層的領導下，我們的新組織架構旨在賦能跨部門團隊，加速決策，並使我們能夠對新機會作出快速回應。

後端運營將進一步精簡，供應鏈及採購功能將重新結構以提升效率。在 2025 年，重點將放在專業化採購工作流程上，推動跨部門計劃並改善產品定價。同時，我們將繼續通過有針對性的培訓及鼓勵創意與適應力的文化，對我們的員工進行投資。

展望未來計劃與前景，Currie 先生續道：「2025 年的目標是播下種子之年，我們將投資於系統、團隊及文化，讓佐丹奴在未來數年蓬勃發展。我們穩健的財務狀況讓我們能夠自信地進行這些策略性投資，在短期回報與長期增長之間取得平衡。憑藉清晰的方向、專注度與熱情，我們準備好『超越界限』，共同塑造佐丹奴的新篇章。」

Giordano Korea Collection: <https://we.tl/t-tBORdhHGpF>

Giordano GC Collection: <https://we.tl/t-A2bFgVbhc2>

- 完 -

關於佐丹奴

佐丹奴是一家國際服裝零售商，擁有包括佐丹奴及其男裝、女裝和童裝部門、Giordano Ladies、Beau Monde 及其他擁有和授權品牌的品牌組合。成立於 1981 年，佐丹奴現時在全球三十多個國家擁有接近一千七百間門市。佐丹奴在香港聯合交易所有限公司主板上市（股票代碼：0709）。