

Colin Currie

行政總裁



尊敬的各位股東：

我們今天公佈了 2024 年的中期業績，以及佐丹奴的五年策略 - 「Beyond Boundaries (超越界限)」，我也很榮幸首次向投資者和傳媒朋友正式介紹了這策略。在這裡跟大家再次分享此策略之前，我想先報告一下我上任至今的工作情況：我今年 4 月加入佐丹奴時，我對股東、董事會和佐丹奴團隊的承諾是，我會盡快進行全面的業務評估，找出在什麼方面需要重置，在什麼方面需要提振；以及如何把我們的品牌帶到另一個高峰。

在過去的幾個月，我到訪了我們在 12 個國家的業務，會見了我們市場的所有高級領導，並走訪各個市場及門店，與前線團隊進行了交談。以下是一些重要的觀察：我們的員工忠誠、敬業、有熱忱。我們的產品為客戶提供最高的品質和價值。佐丹奴的品牌擁有 40 年的悠久歷史，在許多市場上都是家喻戶曉的名字。而我們策略性地進軍不同新興市場，也為業務提供了增長動力。此外，公司整體財務狀況依然穩健。

然而，進行了全面的業務審視後，我們發現佐丹奴過往對品牌、產品和市場營銷的投資不足。我們側重通過提高價格和削減成本來獲取利潤，這導致我們的業務自 2013 年歷史高位以來持續下滑。

過去的策略，再加上目前零售業面臨的不利因素，導致我們在大中華區 2024 年上半年的同比銷售額和利潤下降、庫存累積，並拖慢了我們在新興市場的成長速度。然而，我們必須向前看。時代在變，消費者行為也在變。我們必須創新，開闢可持續增長的新道路。

因此，我很高興與大家分享名為「Beyond Boundaries (超越界限)」的五年策略，該策略旨在幫助佐丹奴重獲大中華區市場地位，加速擴展海灣阿拉伯國家合作委員會和東南亞市場，並重新成為一家增長型公司。

策略命名為「Beyond Boundaries (超越界限)」，不僅因為我們的目標是讓佐丹奴回到歷史的高位，更是要超越過去，我們將於總部開設一個中央職能部門，打破界限，促進跨市場合作和創新。

作為一項以消費者為中心的策略，「Beyond Boundaries (超越界限)」為我們未來幾年制定了明確的路線圖——首先，(reset) 重整基礎、(revitalize) 重振品牌、(recalibrate) 重配渠

道為數字先導模式，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（reconnect），提升他們的整體體驗。

我們於今年 5 月推出了一系列「速效措施」，以支持這項策略。這一系列「速效措施」的成績令人鼓舞，我們預計 2024 年下半年將出現正增長。

我必須強調，雖然東南亞和海灣阿拉伯國家合作委員會市場對我們的成長至關重要，但我們未來五年的首要重點必須是重振大中華區業務。儘管目前大中華區市場不明朗，但它是我們最大的市場，占整體業務的 42.1%，因此，贏得大中華區市場至關重要，我們將於品牌定位方面投入更多資源，並將顧客視為業務的核心，以推動增長。此外，香港本地市場對佐丹奴也至關重要。我們將投入不同資源，滿足香港消費者的需求，以確保我們於主場實現收入增長。

此外，數碼轉型是五年策略中不可或缺的。我們目標加速電子商務的增長，而這並不局限於大中華區，更包括我們目前滲透率較低的市場。如今，超過 9 成的消費都涉及某程度上的數碼服務。無論是實體零售還是線上零售，我們都明白數碼化的必要性。因此，我們的策略將在數據洞察和數據分析的帶動下，透過創新而高效的 CRM 計劃，給予客人個性化的互動，讓我們能夠與客戶建立更深的聯繫，並提供真正適合他們的定制體驗。

我相信佐丹奴有能力成為亞洲服飾零售中最好的品牌。「Beyond Boundaries（超越界限）」將讓我們團結起來，齊心協力，努力做到最好。我不僅有信心，而且對我們眼前的機會感到興奮。我們的條件優越，有能力再次成為一家增長型公司，為股東帶來更高的回報。

Colin

行政總裁 Colin Currie