



親愛的股東，

我們於上星期五公布了 2025 年中期業績，而本人非常榮幸能夠藉此機會介紹我們在一年前向大家呈獻的「超越界限」五年策略之初期成果。

最初制定我們的策略之時，我強調 2024 年將會是透過推出「速效」措施以奠定基礎及穩固業務的一年而 2025 年則被定位為重整之年。於 2025 年上半年，在「超越界限」五年策略的四大策略選擇 - 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 - 框架之下，策略的實踐已獲得令人鼓舞的佳績。

集團於 2025 年上半年錄得 1.6% 的收入增長，主要受惠於線上業務的強勁表現。我們持續的數位變革及以客為本的措施推動長久的互動及銷售增長。集團的整體電子商務業務錄得達 26.1% 的按年增長，於第二季度更蓬勃增長至 32.3%。我們的大中華區取得卓越成績，收入增長 9.5%，海灣阿拉伯國家合作委員會市場則繼續表現穩定，錄得 1.7% 的增長，而東南亞的電子商務業務亦錄得令人振奮的 4.8% 增長。

於贏在大中華方面，我們不僅見證了線上業務取得優秀成績，特別是於中國內地，我們更透過重整業務，制定重心由地區性轉移至基於渠道的方案，優化門店數量並聚焦於華南地區，逐漸穩固我們在區域內的實體零售業務。中國內地於上半年總收入增長 13.0%，銷售勢頭加速增長。線下同店銷售於第二季度維持平穩，錄得顯著改善。

香港及澳門的收入亦於第二季度有著明顯改善，錄得 2.2% 的增長，主要受惠於獲得驕人成績的聯乘系列如「Minions」，銷售表現領先正處於低潮的香港整體服裝零售業。

面對海灣阿拉伯國家合作委員會市場鄰近地區持續的地緣政治張力，我們於逆境中收入錄得 1.9% 的按年增長並保持穩定盈利。主要由於印尼市場表現疲弱，東南亞及澳洲的收入按年下降 8.0%。值得鼓舞的是，我們透過於回顧期內實現了 4.8% 按年增長的東南亞電子商務渠道及表現卓越的批發和特許經營業務，逆流而上。

我們亦於 2025 年上半年為品牌項目注入新氣息並效果顯著，為提升品牌全球定位奠定基礎，與消費者品牌追隨者重建連繫並吸引新世代顧客。於 2025 年下半年，大家將會見證佐丹奴新品牌「GC」(Giordano Concepts) 誕生; Giordano Ladies 的品牌定位進一步升級以及韓國女演員**盧正義 (Roh Jeong Eui)** 成為佐丹奴新品牌代言人。當以上項目全面落實時，我熱切期待聆聽你們寶貴的意見。

佐丹奴振奮人心的成功故事背後是忠誠及熱心服務的團隊、提供卓越價值的優質產品及值得信賴及擁有超過 40 年跨越市場文化歷史和肯定的品牌。卓越營運至關重要，而我們將繼續定睛於我們的穩健基石上。亮點包括集團存貨對成本流轉日數的大幅改善，按年由 2024 年的 119 天減少至 108 天。此顯然減幅反映了集團對卓有成效的存貨管理及策略性價格促銷的承諾，為顧客提供更健康及貼心的產品選擇。

這些策略一氣呵成地成就了股東應佔淨溢利於回顧期由 2024 年的 1.20 億港元上升至 1.21 億港元，錄得 0.8% 的按年增長。

綜上所述，佐丹奴具備優秀人才、文化歷史及策略等條件，能夠再一次成為亞洲舞台上的頂尖服裝零售品牌。在充滿經濟及政治挑戰的大氣候下，我將聯同我的管理團隊繼續努力不懈地迎難而上，而我亦深信我們擁有雄厚實力去解鎖此獨一無二品牌的所有潛能，並再一次將佐丹奴打造成一家增長型公司。

我自信能帶領團隊達到新里程碑，更重要的是，我對未來機會感到雄心壯志。

Colin

Colin Currie

行政總裁

謹啓