



GIORDANO
World without strangers



GIORDANO

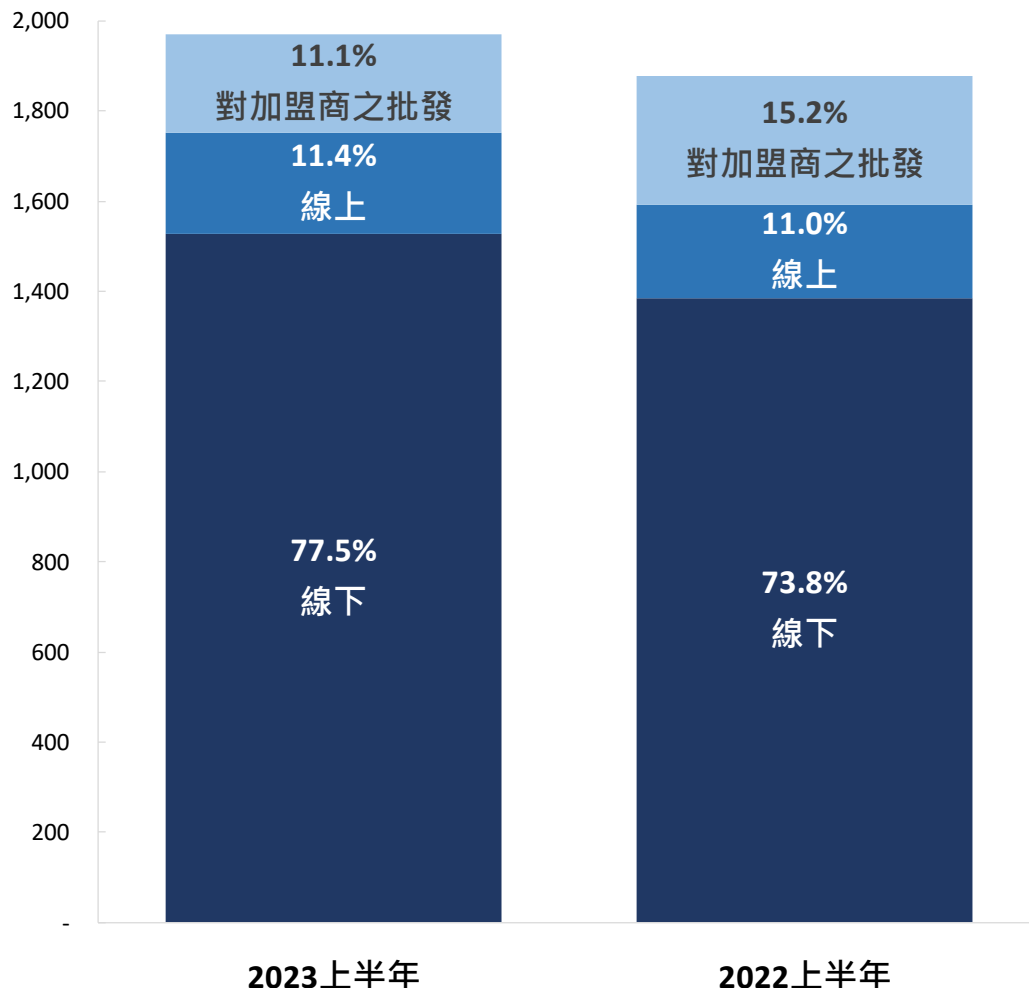
2023 年中期業績 | 2023 年 8 月 10 日

概覽

- 本集團銷售額增長 5.0% 至 19.70 億港元（2022 年：18.77 億港元）。大中華（+2.5%）、東南亞（+5.5%）及海灣阿拉伯國家合作委員會（+10.4%）這三大主要市場均錄得增長。全球門市數目為 1,798 間（2022 年：1,940 間）。
- 毛利率上升 3.6 個百分點至 58.7%（2022 年：55.1%），歸因於售價提升及折扣減少。毛利增長 11.7%。
- 由於銷售額增長，可變經營費用略有上升。經營費用佔銷售額的比率下降 0.9 個百分點至 46.6%。
- 股東應佔溢利為 1.90 億港元（2022 年：9,700 萬港元），淨利潤率為 9.6%（2022 年：5.2%）。
- 每股基本盈利為 12.0 港仙（2022 年：6.1 港仙）。
- 本集團存貨為 5.01 億港元（2022 年：5.41 億港元）。基於審慎的採購管理，存貨對成本流轉日數減少 5 天至 111 天。
- 於 2023 年 6 月 30 日，淨現金增至 10.14 億港元（2022 年：9.10 億港元）。
- 董事會宣派中期股息為每股 17.0 港仙（2022 年：每股 8.5 港仙）。

按渠道劃分之銷售額

(以百萬港元為單位)



線下

- +10.3%
- 每平方英尺的銷售額 +12.8%

線上

- +8.2%
- 中國大陸所帶動

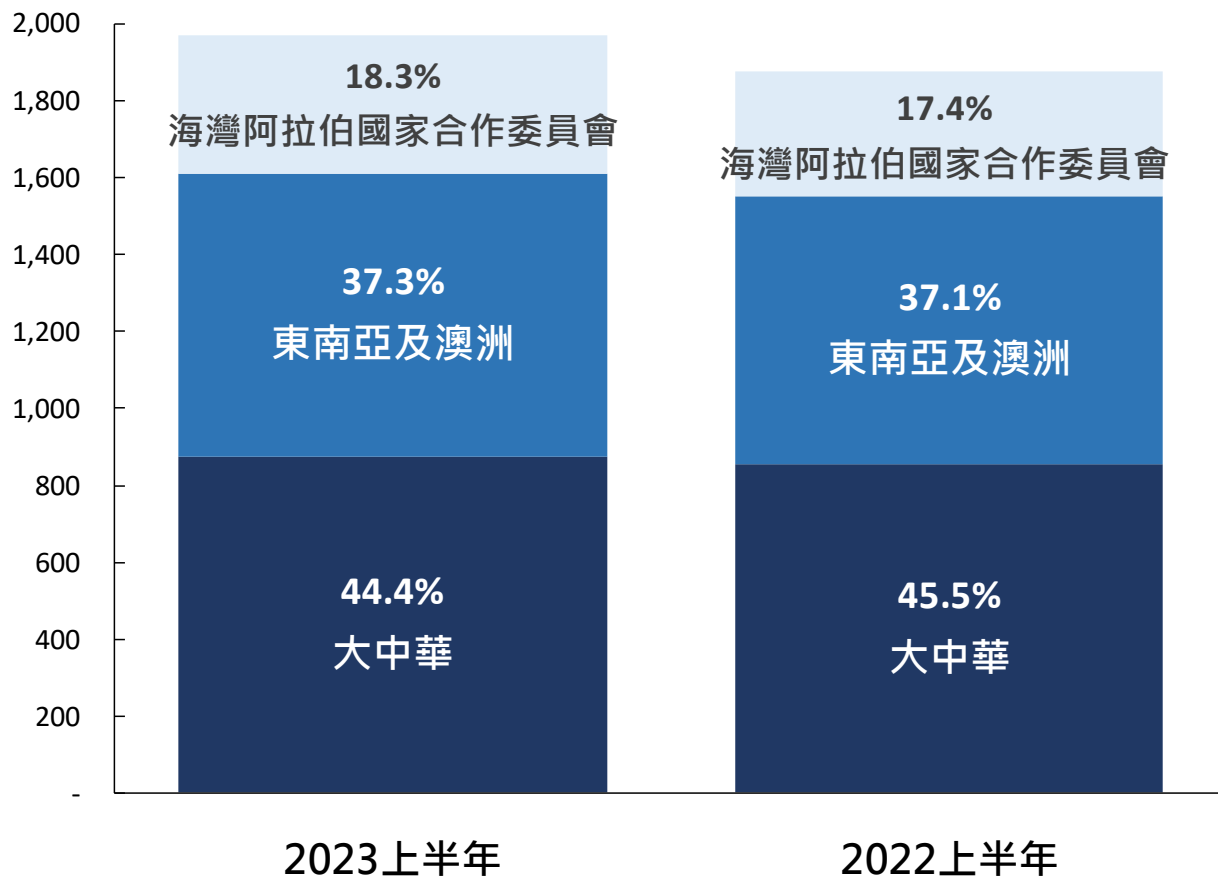
批發業務

- -23.2%
- 2022 年底向海外市場大量出貨
- Covid-19 期間減少中國大陸加盟店

按地區劃分之銷售額

本集團銷售額增長 5.0% 至 19.70 億港元（2022 年上半年：18.77 億港元），或按固定匯率計算增長 7.9%。

（以百萬港元為單位）



毛利

售價提升及折扣減少推動了本集團毛利的增長。

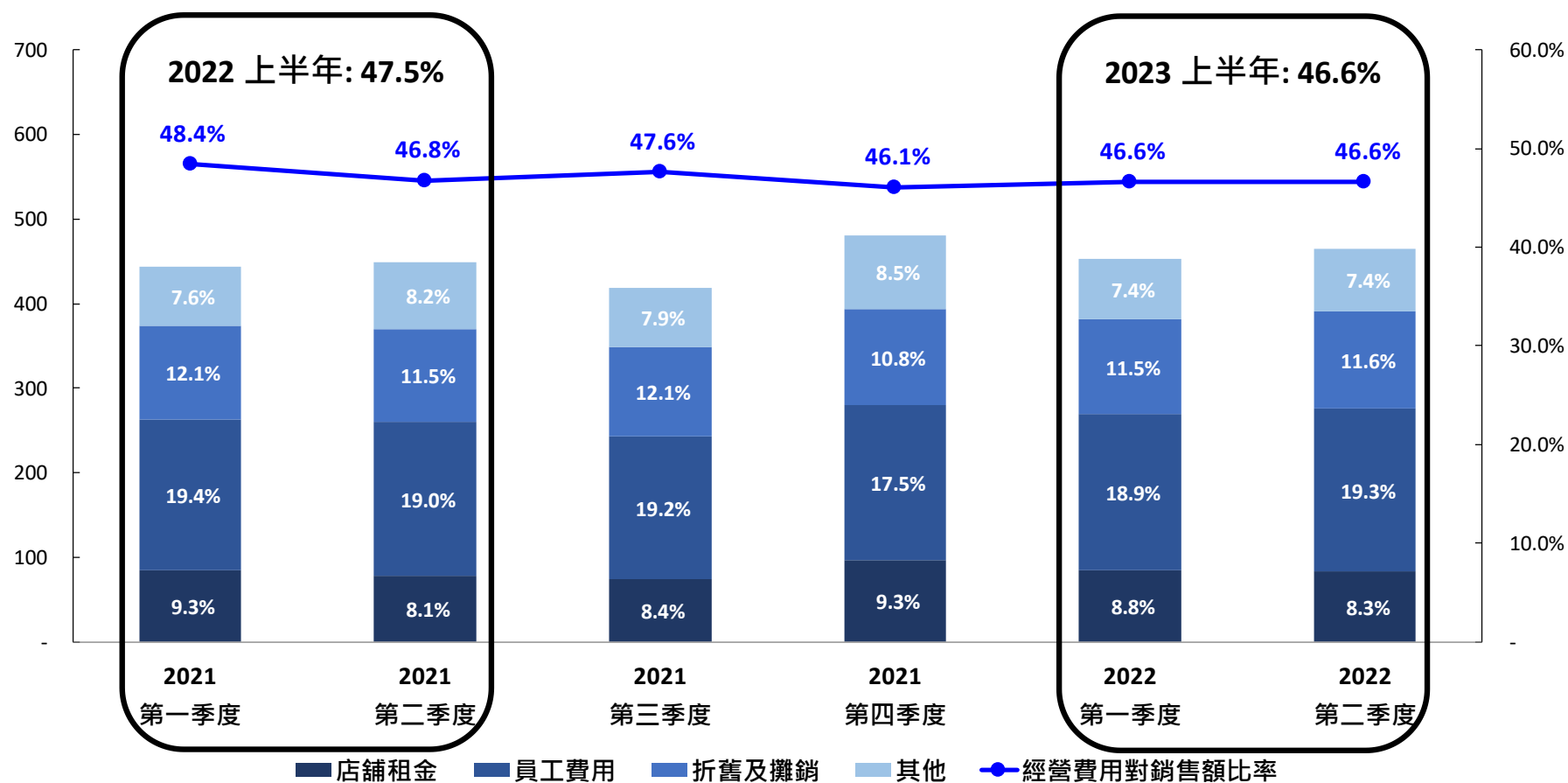
(以百萬港元為單位)	2022	產品 成本	售價	銷量	匯率換 算影響	其他	2023
	上半年 毛利						上半年 毛利
東南亞及澳洲	416	(9)	36	11	(10)	2	446
海灣阿拉伯國家合作委員會	201	10	(13)	29	-	-	227
中國大陸	154	(35)	77	(26)	(12)	6	164
台灣	131	(5)	29	(4)	(9)	2	144
香港及澳門	93	(3)	42	11	-	-	143
市場組合	-	(2)	26	(24)	-	-	-
零售及分銷	995	(44)	197	(3)	(31)	10	1,124
海外加盟商／附屬公司之批發	40						32
總額	1,035						1,156

經營費用

經營費用佔銷售額的比率為 46.6%（2022 年上半年：47.5%），反映了效率的提高。

（以百萬港元為單位）

經營費用對銷售額比率



股東應佔溢利變動

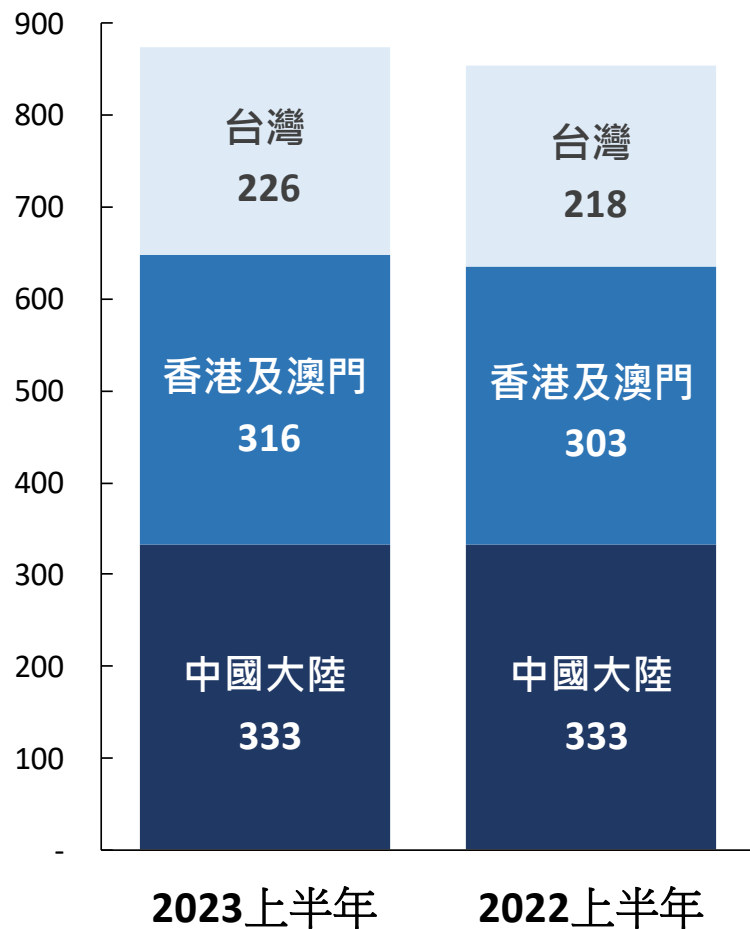
淨利潤率達 9.6%（2022 年上半年：5.2%）。

（以百萬港元為單位）

截至2022 年6 月30 日止六個月已報告之股東應佔溢利	97
中國大陸	38
香港及澳門	36
台灣	21
海灣阿拉伯國家合作委員會	13
東南亞及澳洲	12
南韓	4
所得稅、非控制性權益、融資費用及總部費用	(6)
對海外加盟商／附屬公司之批發	(20)
截至2023 年6 月30 日止六個月按固定匯率換算之股東應佔溢利	195
貨幣換算差額	(5)
截至2023 年6 月30 日止六個月已報告之股東應佔溢利	190

市場動態: 大中華

(以百萬港元為單位) 銷售額



中國大陸

- 轉虧為微利
- 線上 → 可持續增長
- 線下 → 減少經營費用
- 加盟店 → 減少店鋪

香港及澳門

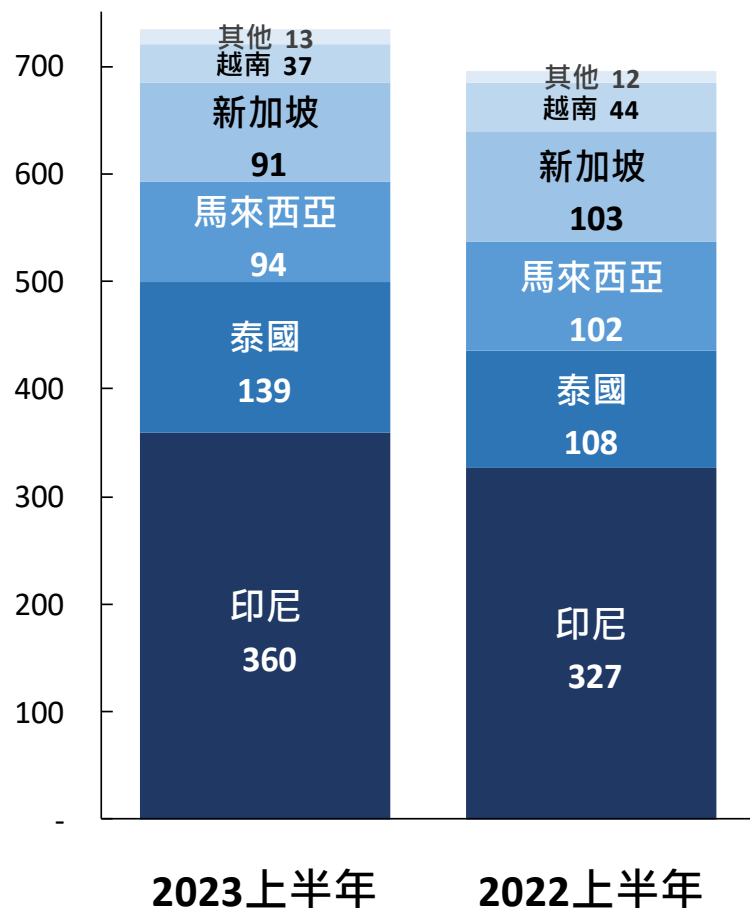
- 轉虧為盈
- 銷售額強勁復甦
- 毛利率提高
- 成功的營銷活動
- 有效的獎勵計劃

台灣

- 利潤激增
- 第二季度強勁復甦
- 平均售價上升

市場動態: 東南亞及澳洲

(以百萬港元為單位) 銷售額



印尼

- 增長勢頭持續
- 成功的多品牌策略

泰國

- 強勁的銷售增長
- 受惠於遊客人數增加

其他

- 表現有所放緩
- 預期在通脹衝擊之後，積極的消費者情緒將會恢復

市場動態: 海灣阿拉伯國家合作委員會

銷售額及利潤持續增長。

(以百萬港元為單位)	2023 上半年	2022 上半年
銷售額	361	327
加盟店	38	36
直營店	134	137
期末門市數目	172	173

- 品牌形象提升
- 成功的本地營銷活動
- 較早的朝覲日期
- 增長勢頭持續

存貨

- 本集團存貨及存貨對成本流轉日數減少
- 系統庫存健康

(以百萬港元為單位)	於		
	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2022 年 6 月 30 日
本集團擁有之存貨	501	612	541
擁有 48.5% 權益的南韓合營公司持有之存貨	205	202	222
中國大陸加盟商持有之存貨	35	53	51
供應商之製成貨品	53	26	21
非本集團擁有之存貨	293	281	294
系統存貨總額	794	893	835

淨現金變化

現金轉換率為 109%。

(以百萬港元為單位)

	2023 上半年	2022 上半年
於 1 月 1 日淨現金	948	875
經營業務之現金流量	288	211
已付非控制性權益股息	(9)	(2)
已付股東股息	(240)	(158)
發行股本所得款項	27	1
匯兌調整	-	(17)
於 6 月 30 日淨現金	1,014	910

展望

- 假設全球通脹持續到 2024 年中期，集團銷售額增長將依靠定價及營銷策略。
- 線下零售毛利率將維持在當前水平，但整體毛利率可能會受到渠道組合的影響。
- 由於銷售額增長，可變經營費用將略有上升。使用生成式人工智能將減少固定經營費用。
- 由於售價上升 >> 訂單數量減少，本集團存貨將進一步減少。
- 海外加盟店增長令人滿意，主要是非洲及南亞。先付款後出貨的政策仍在繼續。
- 營銷及媒體廣告資源將會增加。
- 九月派息後，淨現金將維持在健康水平。

本集團銷售額

(以百萬港元為單位)	2023 上半年	2022 上半年
中國大陸	333	333
香港及澳門	316	303
台灣	226	218
大中華	875	854
印尼	360	327
泰國	139	108
馬來西亞	94	102
新加坡	91	103
越南	37	44
澳洲	10	7
柬埔寨	3	5
東南亞及澳洲	734	696
海灣阿拉伯國家合作委員會	361	327
本集團銷售額	1,970	1,877
線下	1,527	1,385
線上	224	207
零售	1,751	1,592
對海外加盟商之批發	150	192
對中國大陸加盟商之批發	69	93
本集團銷售額	1,970	1,877

門市組合

	門市數目		零售空間 (千平方呎)	
	於 6 月 30 日		於 6 月 30 日	
	2023	2022	2023	2022
台灣	171	183	165	175
中國大陸	145	165	113	129
香港及澳門	39	44	51	58
大中華	355	392	329	362
印尼	241	232	313	295
泰國	154	153	110	109
馬來西亞	86	87	84	82
越南	46	49	60	66
新加坡	28	32	30	33
澳洲	6	6	9	9
柬埔寨	3	2	9	6
東南亞及澳洲	564	561	615	600
海灣阿拉伯國家合作委員會	134	137	167	175
直營店	1,053	1,090	1,111	1,137
中國大陸	335	477	249	339
海外加盟店	410	373	431	412
加盟店	745	850	680	751
總額	1,798	1,940	1,791	1,888