



Giordano 2025 1H Results – Analyst Day
佐丹奴**2025**中期業績- 投資者發布會

29 AUGUST 2025



BEYOND BOUNDARIES

STRATEGY 2030

To transition Giordano into a growth company

「超越界限」5年策略

轉型為一家增長型公司

Beyond Boundaries

We are in our first year of our strategic 5 year cycle

「超越界限」五年策略週期的第一年

2024
A year of
transition
過渡和轉型之年

RESET

重整

2025

- ✓ **Enhancing Fundamentals** 鞏固基本實力
- ✓ **Strengthening our Go-To-Market Strategy** 強化進入市場策略
- ✓ **Building Internal Capabilities** 打造企業內部實力
- ✓ **SS'25:**
 - **Freshness in Product** 保持產品的新鮮度
 - **One Brand, 3 divisions** 一個品牌, 3個分部
 - **Correct OTB to support growth** 精確採購預算以支持增長
 - **Less is more** 精簡為優
- ✓ **Generating Market Excitement** 營造市場熱度

REVITALIZE & RECALIBRATE

重振及重配

2026-2027

- **Revitalize the brand portfolio** 重振品牌
- **Deliver great & quality products to different consumer segments** 為不同的消費群提供卓越和優質的產品
- **Digital First** 數位先導
- **eCommerce Acceleration** 加速電子商務發展
- **Our Channel Focus** 專注我們的渠道
- **Capability building** 強化核心能力

RECONNECT

重建連繫

2027+

- **Regain our position in Greater China (ML China + HK)** 重獲我們於大中華區的地位 (中國內地 + 香港)
- **Accelerate growth in South East Asia & Gulf Cooperation Council** 加速東南亞和海灣阿拉伯國家合作委員會的業務增長

Beyond Boundaries strategy has 4 key strategic choices

超越界限的4個關鍵策略選擇

Brand Portfolio

品牌組合

GIORDANO
Men, Women, Junior
Beau Monde
giordano/ladies

- Revitalize Giordano 重振佐丹奴
- Beau Monde by Giordano
- Giordano Ladies
- New Label 新品牌

Digital First

數位先導



- Digital Transformation 數碼轉型
- eCom Acceleration 加速電子商務發展
- Digital First 數位先導
- Leverage Digital Insights 善用數據洞察
- Future Product Creation 未來產品創新

Greater China

大中華區



- Mainland China Brand revitalisation 於中國內地重振品牌
- Winning in Hong Kong 於香港市場取勝

One Giordano



- Centralized HQ Functions 集中總部職能
- Marketing & Brand Effectiveness 市場營銷及品牌效益
- Sourcing Strategy 採購策略
- Shared Services 共享服務
- Operation Excellence 卓越經營

2025 A Year of Reset

Laying the groundwork for sustainable growth

2025重整之年

為持續增長奠立基礎

P&L Overview – First Half 2025

利潤及成本概覽 – 2025上半年

1

Group Revenue
本集團收入

+3.8% Net Sales
淨銷售
(Core Business 核心業務)

+1.6% Net Sales
淨銷售
(All Brands 所有品牌)

2

Improved performance in 4 Key Strategic Choices

在4個核心策略方向上取得顯著的積效改善

3

OPEX to sales ratio down
經營費用對銷售比率下降

Inventory down
存貨下降

YOY
按年

4

Net Profit
淨溢利

HK\$121m
1.21億港元

(vs. 2024 HK\$120m)
(對比2024年1.20億港元)

5

Interim dividend of
中期股息

at
為

7.5 HK Cents
港仙

Per share 每股

100%

Net Sales growth by Region (Core Business)

按市場淨銷售增長 (核心業務)

Total Revenue

總收入

+3.8%

Mainland China 中國內地 +12%↑

Physical 線下 -11%

Online 線上 +29%

GCC

海灣阿拉伯國家
合作委員會地區

↑+2%

-2% Hong Kong
香港

Taiwan -2%
台灣

Wholesale to overseas
franchisees

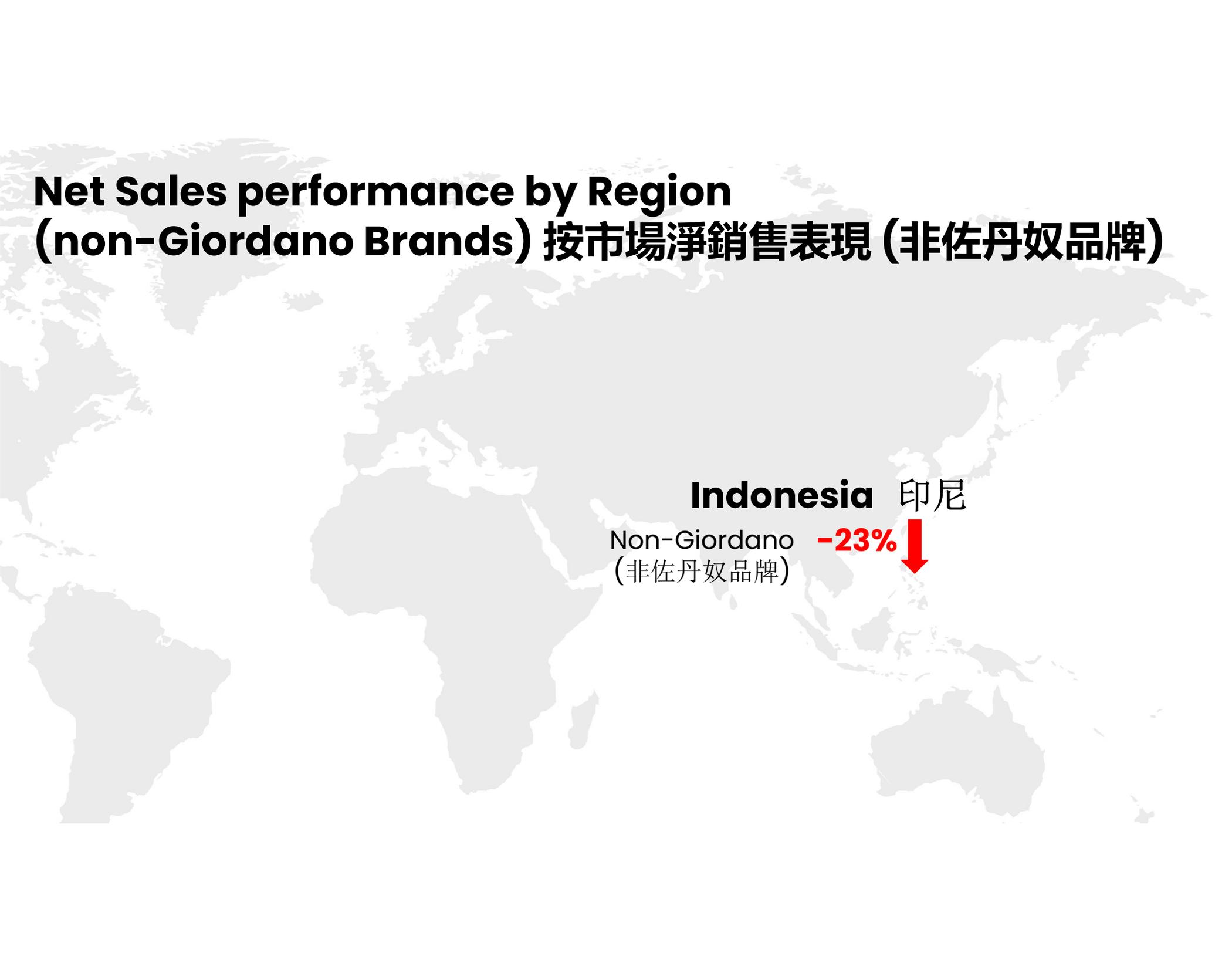
海外加盟商之批發

↑+34%

Southeast Asia and Australia
(exclude Indonesia)
東南亞及澳洲 (印尼除外)

↓-1%

Indonesia 印尼
Giordano
佐丹奴品牌 -6%



Net Sales performance by Region (non-Giordano Brands) 按市場淨銷售表現 (非佐丹奴品牌)

Indonesia 印尼

Non-Giordano (非佐丹奴品牌) **-23%** ↓

Growth in 1st Half in Strategic Growth Areas

上半年策略成長領域實現增長



**Digital First
(Online)**
數字先導(線上)

1H
上半年

+26%

Q1
第一季度

+18%

Q2
第二季度

+32%



**Mainland
China**
中國內地

+13%

+8%

+18%

Hong Kong, our Home Market, is improving performance against a retail environment which is declining
儘管香港零售大環境下滑，我們香港本土市場的業績正持續改善

Q1
第一季度

Q2
第二季度

Giordano

-6.5%

+2.2%

Apparel Industry*
服飾行業*

-9.7%

-1.4%

**Source: HK Census and Statistics Department*

**來源 政府統計處*

Difficulties in.. 挑戰在於...

**Indonesia
印尼**

**Non-Giordano
Brands
(非佐丹奴品牌)**

**South Korea
南韓**



1H Revenue Growth by Brands

(in HKD million)
(以港幣百萬元計算)

上半年各品牌收入增長

GIORDANO

Men 男裝	1,127	-0.7%
Women 女裝	380	+10.5%
Junior 童裝	86	+16.2%
<hr/>		
	1,593	+2.6%

giordano/ladies

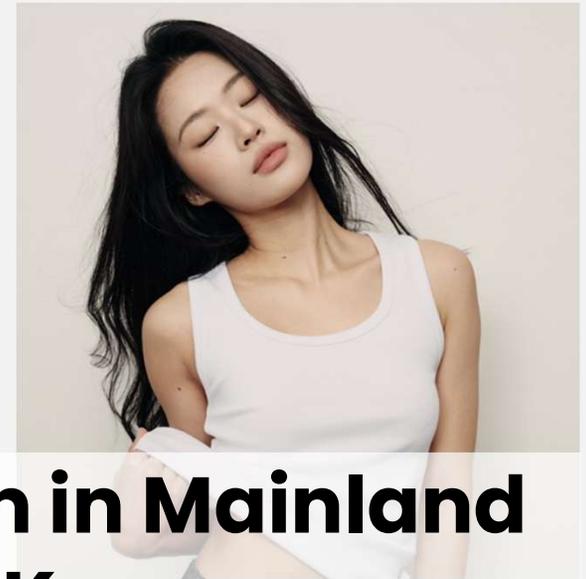
122 Flat 持平

Beau Monde

93 +49.7%

GIORDANO
eShop

154 +18.5%



Success Stories成功品牌故事

**We launched our Korea Collection in Mainland
China online and in Hong Kong**

韓國系列於中國內地線上及香港推出



Success Stories

成功故事

Minions in May
五月的Minions

Units sold
銷售數量
132,271

Sell through
售罄率
71%

© UCS LLC

IORDANO

ILLUMINATION'S
MINIONS





Success Stories 成功故事

GIORDANO LIQUID TOUCH

Liquid Touch in April
四月的Liquid Touch

Units Sold 銷售數量:
456,425

Sell Through 售罄率:
55%



giordano/ladies

Opening of
Giordano
Ladies in
Causeway
Bay

Giordano Ladies
於銅鑼灣開幕



Our Focus Areas for 2025 核心策略聚焦方向2025

Year 1 of Beyond Boundaries – Reset

超越界限第一年 – 重整



**Mainland China
Reset
重整中國內地業務**



**eCommerce
Acceleration
加速全球電子商務**



**Investment into
Brand & Product
品牌與產品投資**



**Sourcing
採購來源**



**People & Culture
人才與文化**

概覽

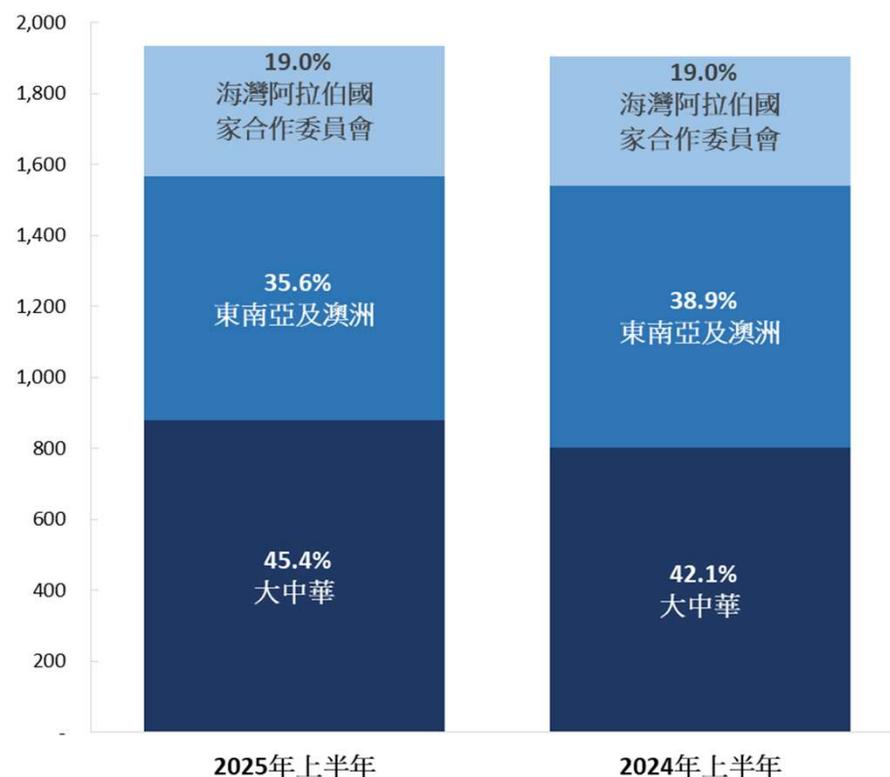
- 本集團收入增加1.6%至19.34億港元 (2024年上半年: 19.03億港元)
 - 線上業務按年增長達到26.1%
 - 撇除於印尼的非佐丹奴品牌之不利影響，本集團收入應將增長3.8%
- 毛利率下降3.3個百分點至55.6% (2024年上半年: 58.9%)
 - 原因包括：1. 渠道組合變化，線上和批發業務貢獻增加；2. 清理陳舊存貨，包括非佐丹奴品牌；3. 產品成本上升
- 經營費用對收入比率 -0.6個百分點至 48.9% (2024年上半年: 49.5%)
- 股東應佔溢利為1.21億港元 (2024年上半年: 1.20億港元)，淨利潤率為 6.3% (2024年上半年: 6.3%)
 - 若南韓合營公司和印尼非佐丹奴品牌的盈利能力保持在去年同期的水平，股東應佔溢利將達到1.46億港元
- 每股基本盈利為7.5港仙 (2024年上半年: 7.4 港仙)
- 本集團存貨為 5.13億港元 (2024年上半年: 5.14億港元)，存貨對成本流轉日數減少11天至108天(2024年上半年: 119天) → 有效管理存貨
- 淨現金為7.22億港元 (2024年上半年: 7.20億港元) → 財務狀況保持穩健
- 董事會已宣派中期股息每股7.5港仙 (2024年上半年: 每股8.0港仙) → 派息率100.0% (2024年上半年: 108.1%)

按地區劃分之收入

+ 1.6%至19.34億港元 (2024年上半年: 19.03億港元)

- 若撇除非佐丹奴品牌之不利影響，本集團收入應將增長3.8%
- 大中華地區零售 +4.4% → 中國內地線上業務按年激增+29.1% → 「數位先導」策略
- 東南亞及澳洲 -6.9% → 若撇除非佐丹奴品牌之不利影響，收入跌幅將縮窄至-2.7%
- 海灣阿拉伯國家合作委員會 +1.7% → 儘管地緣政治緊張加劇，表現仍然穩定
- 專注於確保在適當的時間提供適當的產品給消費者，並打造品牌和產品故事，以增加門市的客流量
- 與「超越邊界」五年策略計劃一致

(以百萬港元為單位)



按渠道劃分之收入

線下

- -4.5% (若不包括非佐丹奴品牌 -2.7%)
- 中國內地重整計劃→重點放在華南地區

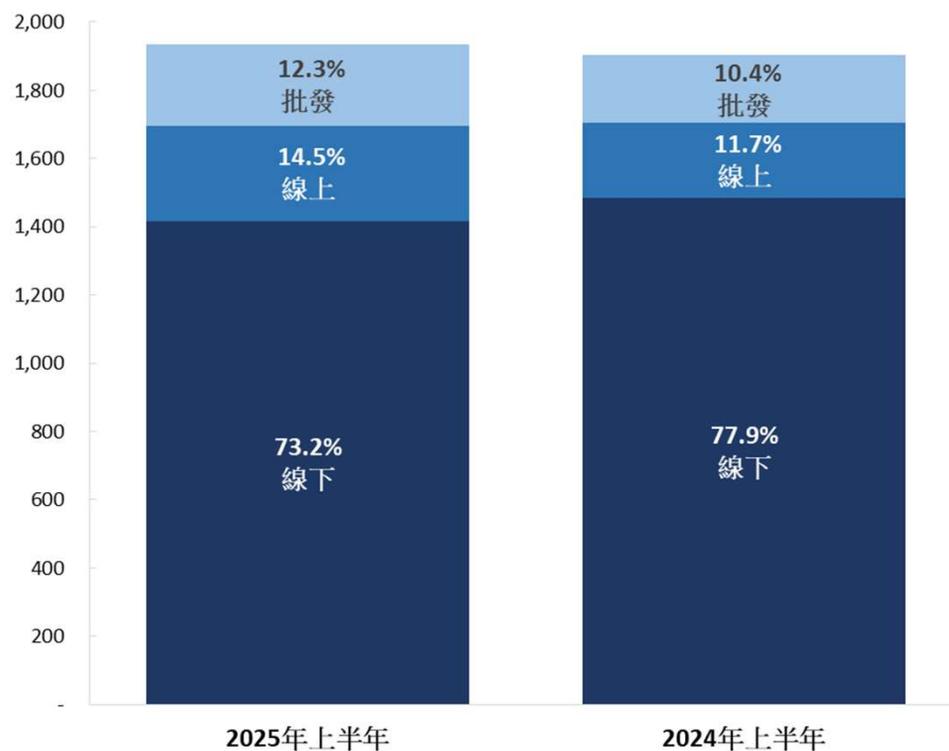
線上

- 激增 +26.1% → 第二季度 +32.3%
- 中國內地+29.1%
- 於全球其他地區+14.9% (若不包括非佐丹奴品牌 +28.9%)

批發

- +20.2% → 部分受惠於菲律賓業務表現強勁

(以百萬港元為單位)



毛利

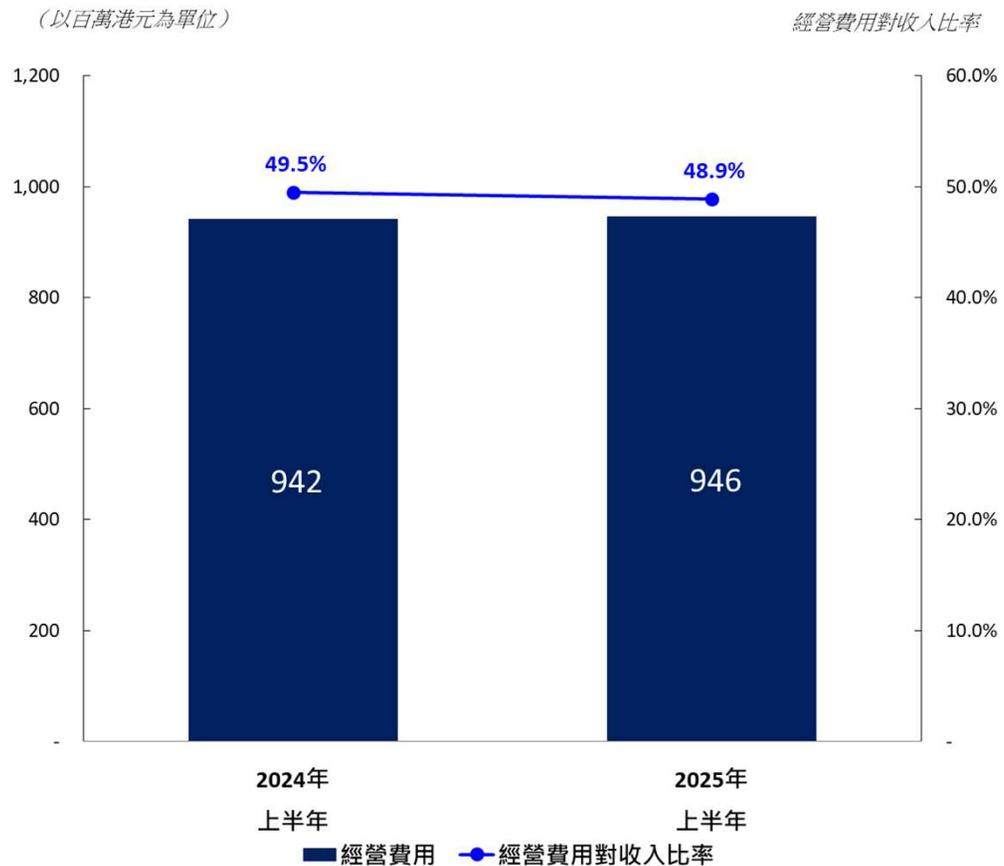
- 毛利按年-3.9%; 毛利率 -3.3個百分點至 55.6% (2024年上半年: 58.9%)
- 線上和批發業務貢獻了更顯著的增長
- 策略性清理陳舊存貨, 包括非佐丹奴品牌

(以百萬港元為單位)	截至2024年				匯率換算 影響	截至2025年
	6月30日止 六個月毛利	產品成本	售價	銷量		6月30日止 六個月毛利
零售及分銷	1,087	(24)	(63)	24	6	1,030
海外加盟商/ 附屬公司之批發	33					46
總額	1,120					1,076

經營費用

- 經營費用對收入比率-0.6個百分點

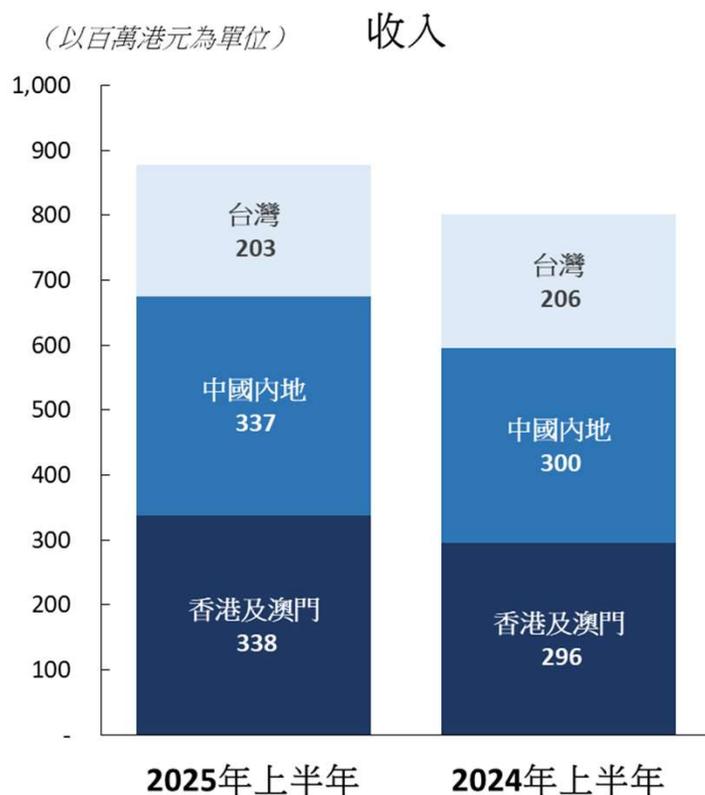
(以百萬港元為單位)



股東應佔溢利變動

	2024年 上半年		2025年 上半年
股東應佔溢利	1.20億港元	➤➤➤	1.21億港元
淨利率	6.3%	➤➤➤	6.3%

市場更新: 大中華區



中國內地

- 收入總額 +12.3%
 - 第一季度 +5.6%; 第二季度+18.4%
- 強勁線上業務 +29.1%
 - 第一季度 +20.0%; 第二季度+36.0%
 - 「數位先導」策略
 - 多元線上平台 — 抖音和唯品會
- 線下業務 -14.3%
 - 中國內地重整計劃
 - 關閉虧損門市及重點放在華南地區
 - 第二季同店銷售幾乎持平
 - 與「超越邊界」五年策略計劃一致

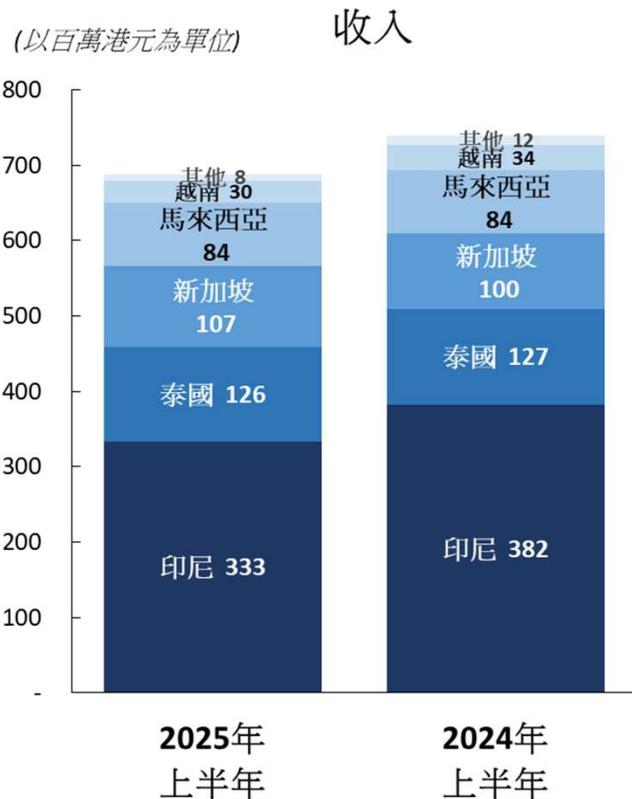
香港及澳門

- 香港及澳門零售 -2.2%
- 第一季下跌6.5%，第二季扭轉為正增長2.2% → 卓越零售
- 「Minions」和「韓國系列」
- 領先於香港整體服裝零售業銷售表現

台灣

- 收入總額 -1.5%
 - 第一季度 -4.7%; 第二季度 +2.0%
- → 經濟放緩的廣泛影響 → 專注於卓越零售

市場更新: 東南亞及澳洲「“東南亞”」



東南亞收入

- 收入-6.9%，主要由於非佐丹奴品牌的表現不佳
- 若撇除非佐丹奴品牌之不利影響，收入跌幅將縮窄至-2.7%
- 積極**啟動**品牌組合重塑策略
- 線上業務 +4.8%，若撇除非佐丹奴品牌之不利影響 +41.7%
- 擴展數位渠道並加強品牌組合

新加坡市場

- 收入 +7.0%；第2季度 +16.7%
- 穩健增長和有效的本地市場營銷

市場更新: 海灣阿拉伯國家合作委員會

(以百萬港元為單位)	2025年 上半年	2024年 上半年
收入	368	362
加盟店	44	41
直營店	142	138
期末門市數目	186	179

- 海灣阿拉伯國家合作委員會收入上升 1.7%
- 地緣政治局勢緊張，表現仍持續增長
- 海灣阿拉伯國家合作委員會推動增長: 產品供應改善及有效的市場營銷策略
- 線上銷售激增 33.3% → 消費者偏好轉變 → 商機

存貨

- 本集團存貨為 5.13億港元 (2024年上半年: 5.14億港元)
- 存貨對成本流轉日數按年減少11天至108天(2024年上半年: 119 天) →有效管理存貨
- 戰略性價格促銷以清理陳舊庫存
- 於供應商的存貨減少近一半 →減少資產負債表外的負債
- 系統存貨按年增長 14.3%→主要歸因於南韓合營公司

(以百萬港元為單位)	於		
	2025年 6月30日	2024年 12月31日	2024年 6月30日
本集團擁有之存貨	513	508	514
擁有48.5%權益的南韓合營公司持有之存貨	293	178	181
中國內地加盟商持有之存貨	34	34	34
供應商之製成貨品	6	28	11
非本集團擁有之存貨	333	240	226
系統存貨總額	846	748	740

A photograph of four people (two men and two women) standing on a balcony with a green metal railing. They are all smiling and laughing, looking towards each other. The background shows a blurred outdoor setting with a body of water and some structures. The text 'Looking Ahead' and '展望未來' is overlaid in the center.

Looking Ahead
展望未來



BEYOND BOUNDARIES

STRATEGY 2030

「超越界限」策略 2030

A hand in a dark suit jacket points towards a glowing blue line graph that trends upwards from left to right. The background is dark with a faint bar chart and some light bokeh effects.

Transform into a growth company

轉型為一家增長型公司

Beyond Boundaries strategy has 4 key strategic choices

超越界限的4個關鍵策略選擇

Brand Portfolio

品牌組合

GIORDANO
Men, Women, Junior
Beau Monde
giordano/ladies

- Revitalize Giordano 重振 佐丹奴
- Beau Monde by Giordano
- Giordano Ladies
- New Label 新品牌

Digital First

數位先導



- Digital Transformation 數碼轉型
- eCom Acceleration 加速電子商務發展
- Digital First 數位先導
- Leverage Digital Insights 善用數據洞察
- Future Product Creation 未來產品創新

Greater China

大中華區



- Mainland China Brand revitalisation 於中國內地重振品牌
- Winning in Hong Kong 於香港市場取勝

One Giordano



- Centralized HQ Functions 集中總部職能
- Marketing & Brand Effectiveness 市場營銷及品牌效益
- Sourcing Strategy 採購策略
- Shared Services 共享服務
- Operation Excellence 卓越經營

Our Core Brands 我們的核心品牌



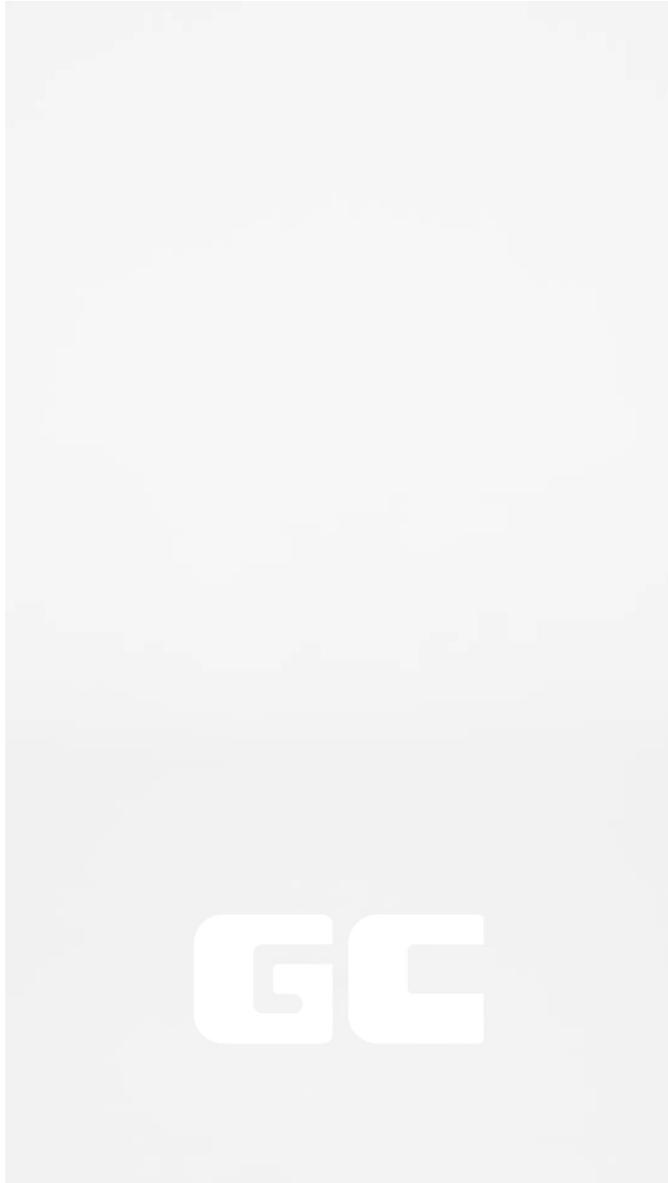
Launching GC

發佈GC



Our brand for young consumers. Land first in Mainland China (Online)

面向年輕消費者的品牌。率先在中國內地（線上）登陸





**To start to drive brand heat, we
have signed our new brand
ambassador**

為推動品牌熱度，
我們簽約了全新品牌大使

Welcome 歡迎！
Roh Jeong Eui 盧正義

To the Giordano family
加入 Giordano 大家庭

We have started to rejuvenate Giordano Ladies to be younger and more relaxed in imagery

我們已開始為Giordano Ladies 注入新活力，使品牌呈現更年輕更活力



**Before
之前**



**Now
現在**

Digital First 數字先導

1H 2025
2025年上半年

Mainland China
中國內地

+29%

Rest of the World
世界其他地區

+15%

**Rest of the World
eCommerce is our next
wave of growth**
世界其他地區的電子商務是我們的
下一波成長點

***3% of Net Sales only**
***僅佔淨銷售額的 3%**

Our Digital growth strategy to boost the business growth

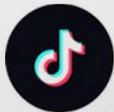
1H 2025 vs 1H 2024

我們的數位成長策略以推動業務增長為目標
2025年上半年 vs 2024年上半年

Social 社交媒體

Engage with Young and New Customers
與年輕及新客群的互動

+32%



Core 核心業務

Enhance the launch of new products and nurture the development of fresh collections.
加強新產品推出並培育新商品系列發展

+22%



Liquidation 清貨策略

Concentrate on budget-friendly products and clear out excess inventory.
專注於具價格競爭力的產品並有效清理過剩庫存

+37%

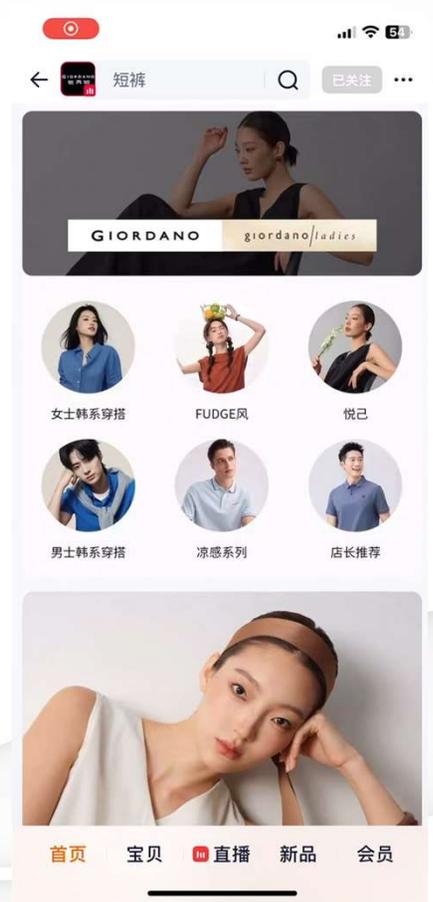
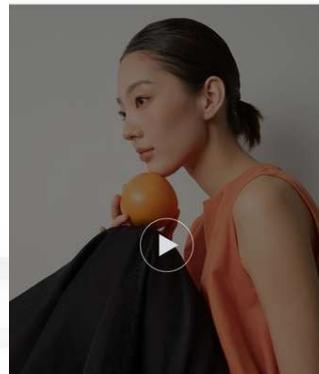


Launch of the 'Giordano Universe' template designed to accommodate multiple brands.

推出「Giordano Universe」範本，以支持多個品牌協同發展。



giordano/ladies | 悦己



Improving Competency and Capabilities 提升能力與才能



Chief Design Consultant 首席
設計顧問



Chief Product Officer
首席產品總監



Chief Sales Officer (eCommerce)
首席銷售總監 (電子商務)



Director, Retail and GM Hong Kong
全球零售總監及香港及澳門 — 總經理



Chief Sourcing Officer 首席
採購官



Director, eCom (ROW) and GM Singapore
電子商務總監 (世界其他地區) 及總經理 — 新加坡



2025 Outlook 展望

- ☑ 3-5% Positive Growth Full Year
3-5% 全年正增長
(Core Business核心業務)
- ☑ Profit to grow faster than top line
利潤增長速度快於收入增長

Beyond Boundaries is a growth & investment strategy

超越界限為一項增長及投資策略

OUR AMBITIONS FOR 2025

我們對2025年的願景

2025

NET SALES GROWTH

淨銷售額增長

Strive to achieve revenue at a **high single to low double-digit** compound annual growth rate (CAGR)

努力實現
高單位到低雙位數
收入複合年均增長率 (CAGR)

2030

PROFIT AFTER TAX

除所得稅後溢利

Endeavour to achieve profit after tax margins trending towards **historic levels**

努力實現
除所得稅後溢利率趨於歷史水平

Q&A



THANK YOU!

謝謝

GIORDANO