



Giordano 2025 Full Year Results – Media Day
佐丹奴2025全年業績發佈 – 媒體發佈會

24 MARCH 2026

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 were 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

2025 A Year of Reset 重整之年

Laying the groundwork for sustainable growth 為持續增長奠立基礎

P&L Overview – Full Year 2025 利潤及成本概覽 – 2025全年



Group Revenue
本集團收入

FLAT **Net Sales**
持平 淨銷售
(Core Business 核心業務)

-1.7% **Net Sales**
淨銷售
(All Brands 所有品牌)



Improved performance in 4 Key Strategic Choices

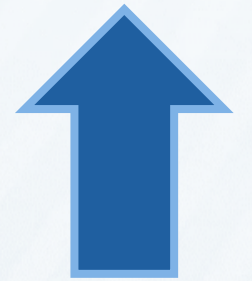
在4個核心策略方向上取得顯著的積效改善



Gross profit margin saw notable improvement in 2H vs 1H
下半年毛利率較上半年有顯著提高



Net Profit to Shareholders
淨溢利
HK\$217m
(vs. 2024 HK\$216m)
(對比2024 HK\$2.16億港元)



Final dividend of 6.4 HK Cents
末期股息
港仙
Per share 每股
108.5%
At 為

Robust Growth in our Markets showing results from our 2025 key initiatives

市場強勁增長，展現了我們2025年關鍵措施的成果

	FY 全年	1H 上半年	2H 下半年
GCC 海灣阿拉伯國家合作委員會	+4.6%	+1.7%	+7.8%
Singapore 新加坡	+6.7%	+7.0%	+6.4%
Malaysia 馬來西亞	+2.5%	Flat 持平	+5.3%
Thailand 泰國	+4.8%	-0.8%	+9.6%

Growth in our Digital First strategy

數位先導取得增長



Mainland China
中國內地

+9%



Rest of the World (Core Business)
世界其他各地(核心業務)

+25%



**Rest of the World
(Non-Core Business)**
世界其他各地(非核心業務)

-47%

FY全年

+10%

2024 vs 2025
2024 對比 2025

**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

FY全年

Q4

Giordano

-1.4%

+3.4%

Apparel Industry*
服飾行業*

-3.4%

**Source: HK Census and Statistics Department*

**來源: 香港政府統計處*



giordano/ladies

Hong Kong / Macau 香港/澳門

+5%

FY 2025

全年

+1.8%

1H

上半年

+8.1%

2H

下半年

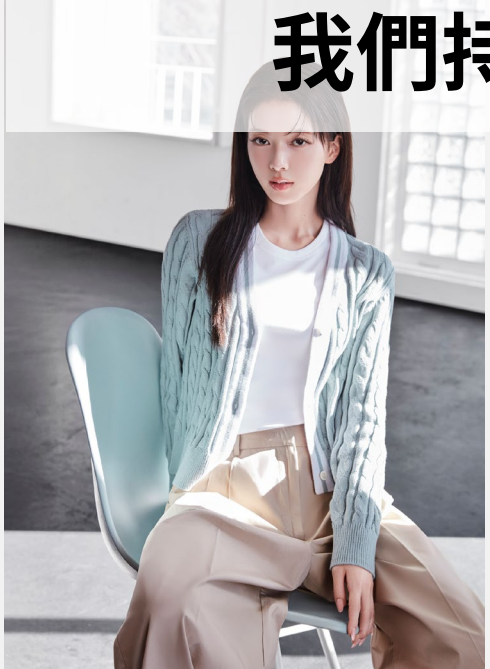




Success Stories 成功品牌故事

**We continue to build our Korea Collection in
Mainland China online and in Hong Kong**

我們持續在中國內地線上和香港市場建立韓國系列



Units Sold 銷售數量: 88,240
Top Seller at 89.6% STR
最暢銷商品於89.6%售罄率

Success Stories: Minions 成功故事: 迷你兵團

Minions 1: May
迷你兵團1: 5月

Units Sold 銷售數量
232,000

Sell through 售罄率
89.9%

GP% 毛利率
67.3%

Minions 2: Sept
迷你兵團2: 9月

Units Sold 銷售數量
97,000

Sell through 售罄率
61.5%

GP% 毛利率
71.3%

Success Stories 成功故事

Harry Potter: Oct
哈利波特: 10月

Units Sold 銷售數量
213,000

Sell through 售罄率
72.5%

GP% 毛利率
67.5%

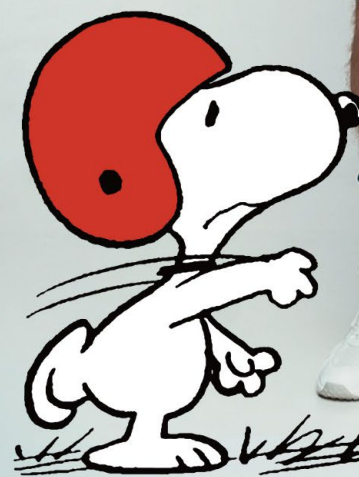


Snoopy: Oct
史諾比: 10月

Units Sold 銷售數量
201,000

Sell through 售罄率
86.8%

GP% 毛利率
68.1%





Success Stories 成功故事

Liquid Touch in 2025 液氨系列2025

Units Sold銷售數量:
2,000,000

Sell Through售罄率:
74.3%

GP%毛利率:
66.6%



New Product Launch: Air Double Knit **全新產品推出: 空氣三文治**

Launched in end Sept 於9月底發佈

Units Sold 銷售數量: 277,000

Sell Through 售罄率: 60.8%



New Product Launch: Zippered Polo **全新產品推出: 拉鏈POLO衫**

Launched in Jan '26 於2026年1月推出

Units Sold銷售數量: 12,000

GP%毛利率: 75.9%



We launched GC in September

我們於9月發佈GC

1.05 million UV and \$2M demand sales generated
1.05百萬不重複訪客並產生了2百萬港元需求銷售額

by

GIORDANO

佐丹奴

概覽

- 本集團收入按年減少 1.7% 至 38.54 億港元（2024 年：39.19 億港元）
撇除非佐丹奴品牌的影響，核心業務收入與去年持平
- 毛利率下降 1.2 個百分點至 55.8% → 下半年顯著改善 0.6 個百分點 → 強化價格管控並推進供應鏈重組
- 經營費用佔收入比率增加 2.0 個百分點至 50.7%（2024 年：48.7%）→ 投資於「超越界限」五年策略藍圖以實現長期永續發展，特別是透過推動數碼化廣告及推廣
- 股東應佔溢利增長 0.5% 至 2.17 億港元（2024 年：2.16 億港元），淨利潤率為 5.6%（2024 年：5.5%）。撇除非佐丹奴品牌及南韓合營公司的影響，股東應佔溢利大幅增長 25.4%，淨利潤率提升至 6.3%（2024 年：5.0%）
- 每股基本盈利為 13.4 港仙（2024 年：13.4 港仙）
- 本集團存貨為 5.56 億港元（2024 年：5.08 億港元）→ 存貨對成本流轉日數增加 9 天至 119 天（2024 年：110 天）→ 主因為針對 2026 年較早到來的齋戒月進行提早備貨 → 存貨狀況保持穩健
- 淨現金為 6.98 億港元（2024 年：8.10 億港元），按年減少主要由於上述提到的存貨增加。財務狀況穩健，現金管理成效顯著。
- 擬派發末期股息每股 6.4 港仙（2024 年：6.0 港仙）→ 派息率：108.5%

按地區劃分之收入

大中華區零售 -1.6%

- 中國內地實體零售執行重整計劃
- 第四季氣候異常偏暖影響銷售
- 線上表現→按年增長接近 10%
- 2026 年年初至今呈現正增長趨勢

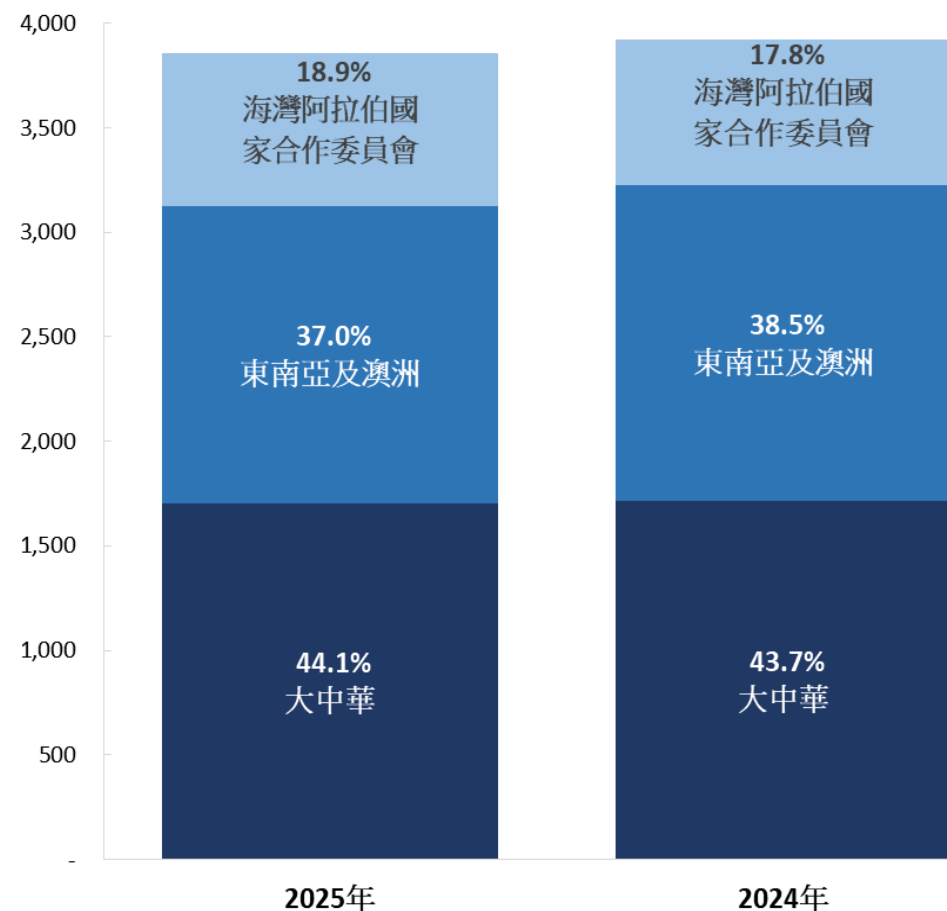
東南亞及澳洲 -5.6%

- 撇除非佐丹奴品牌的影響，收窄至 -1.8%
- 其他市場：下半年增長勢頭強勁
(泰國 +9.6%、新加坡 +6.4%、馬來西亞 +5.3%)
主要受惠於商品規劃改善及靈活的季度產品管理

海灣阿拉伯國家合作委員會 +4.6%

- 下半年表現強勁，收入+7.8%
- 強化了產品供應，並配合精準執行且度身訂造的行銷策略

(以百萬港元為單位)



按渠道劃分之收入

線下 -4.0%

- 大中華區：在中國內地執行戰略性店舖重整，關閉表現不佳的門市
- 東南亞及澳洲 -6.0% → 主要受印尼非佐丹奴品牌的阻力影響
撇除此影響，跌幅收窄至 -2.8% → 優先發展核心業務
- 海灣阿拉伯國家合作委員會 +3.1% → 銷售增長勢頭在年內持續加速，下半年+5.3%

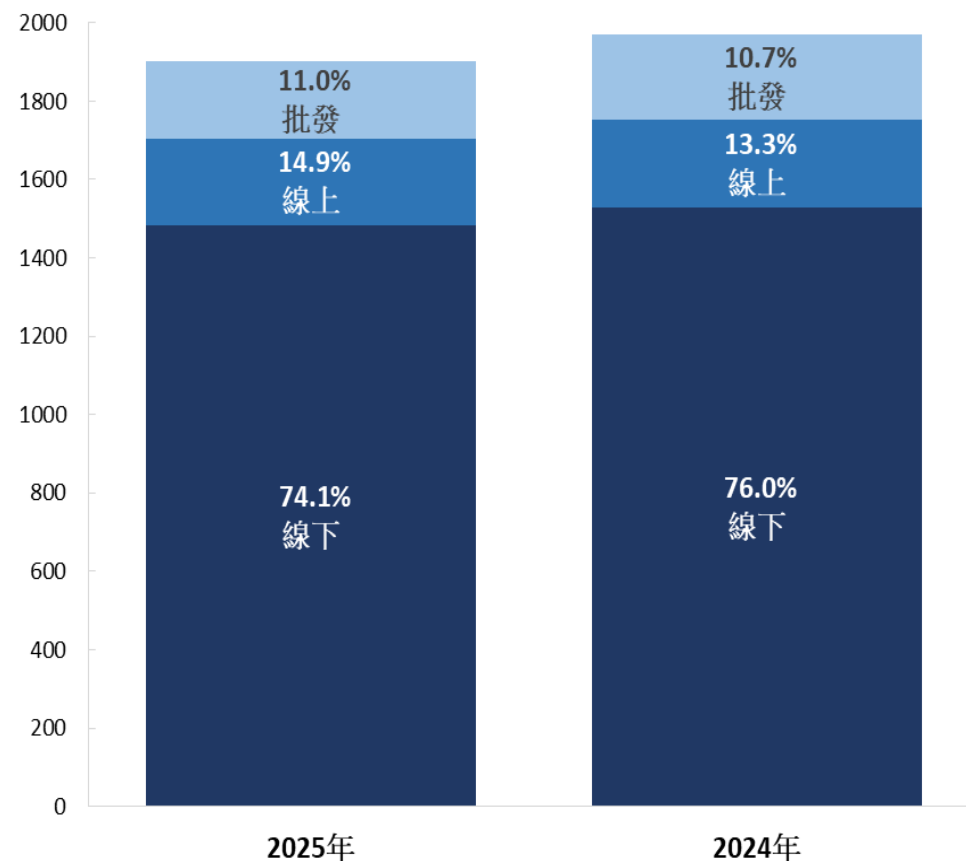
線上 +9.9%

- 執行「數位先導」策略
- 中國內地 +9.1%
- 非中國內地 +13.5% (撇除非佐丹奴品牌+25.3%)

批發 +0.7%

- 海外市場批發實現 5.3% 的增長，儘管對南韓合資企業 (JV) 的發貨量有所減少 → 菲律賓+27.4% 及緬甸+12.5%

(以百萬港元為單位)



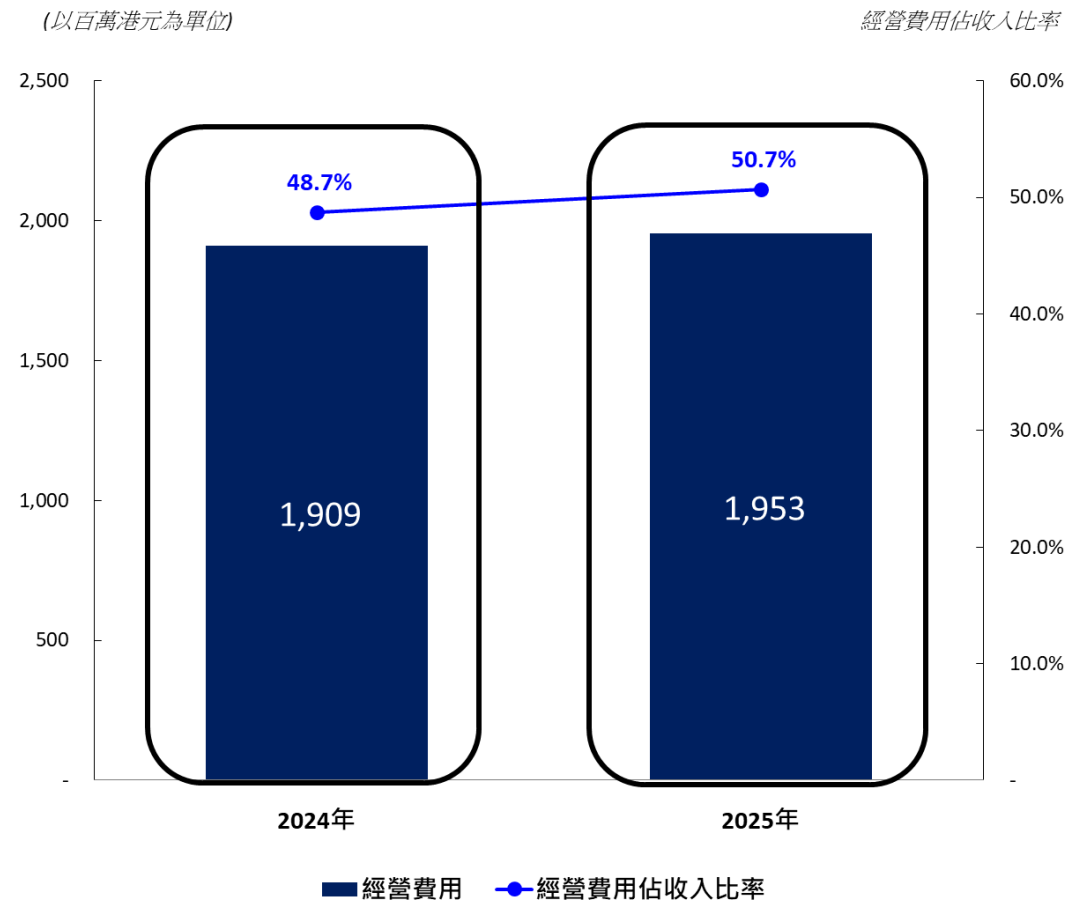
毛利

- 下半年毛利率有所改善
- 全年毛利率 -1.2 個百分點至 55.8% (2024 年 : 57.0%)

2025 vs 2024	本集團	核心業務
上半年	-3.3個百分點	-2.9個百分點
下半年	+0.6個百分點	+1.2個百分點
全年	-1.2個百分點	-0.8個百分點

經營費用

- 經營費用佔收入比率 +2.0 個百分點
- 投資於廣告及推廣，以加速中國內地電子商務的增長
- 持續執行集團的「超越界限」五年策略藍圖



股東應佔溢利

2024年

2025年

股東應佔溢利

2.16億港元



2.17億港元

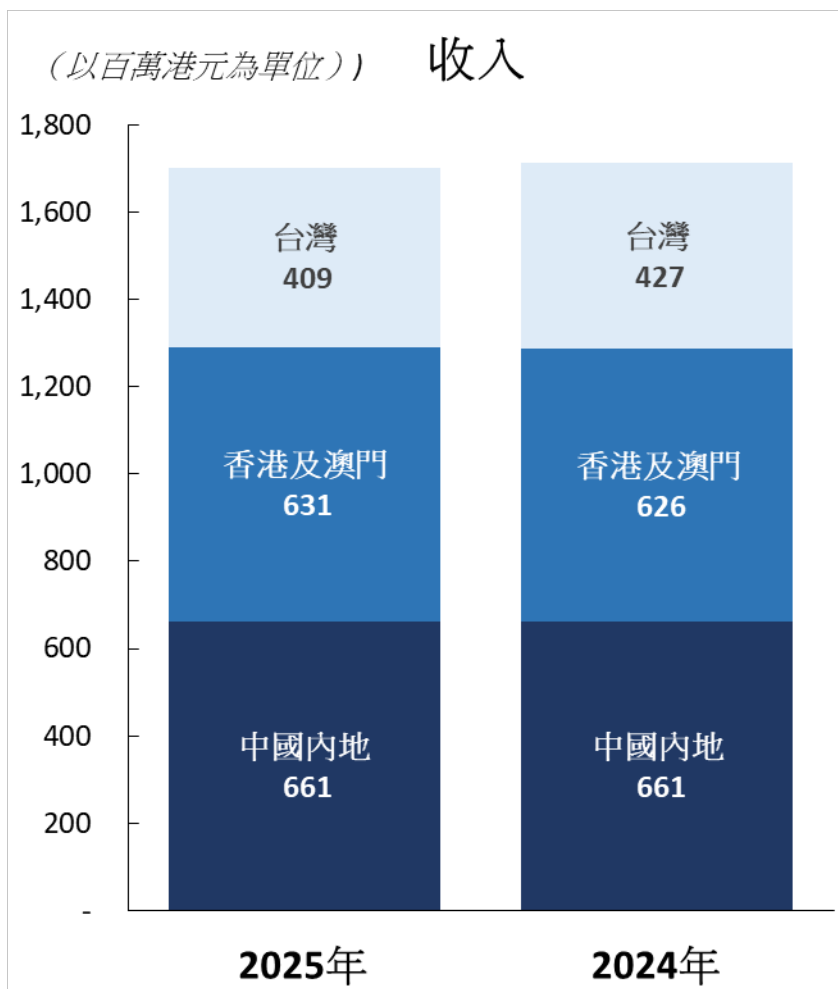
淨利率

5.5%



5.6%

市場更新: 大中華區



中國內地

- 全年收入接近持平
- 線上業務 **+9.1%**
- 線下業務 **-16.1%** 主因是執行門市重整計劃

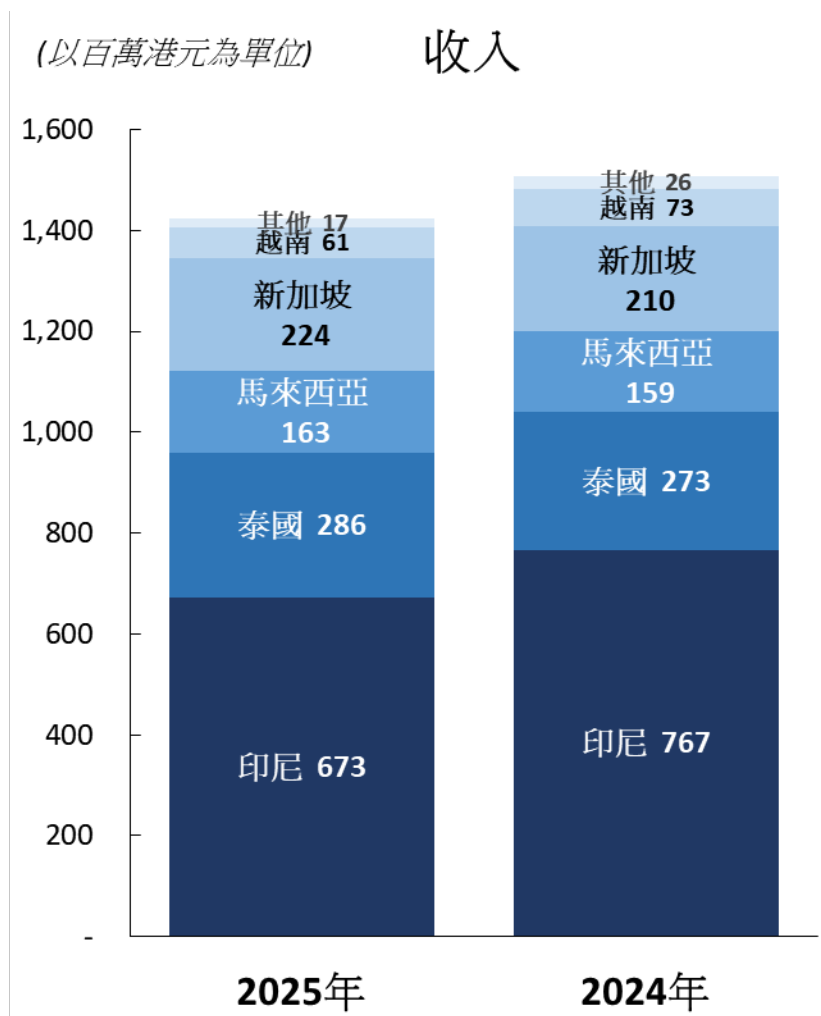
香港及澳門

- 積極的發展趨勢 → 10月及11月分別錄得 **21%** 及 **7%** 的強勁增長
- 線上銷售 **+18.2%**
- 全年收入收窄至 **-1.4%**
- 表現優於整體服裝市場

台灣

- 全年收入 **-4.2%**；線上銷售 **+3.7%**
- 受經濟放緩、氣候反常偏暖 → 2026年年初至今已出現正增長趨勢

市場更新: 東南亞及澳洲 「“東南亞”」



東南亞

- 全年收入 -5.6%，主要受印尼非佐丹奴品牌的逆風影響
- 撇除非佐丹奴品牌，跌幅收窄至 -1.8%
- 線上業務 +8.7%；撇除非佐丹奴品牌 **+41.4%**
- 優先發展核心業務

其他市場 – 收入

- 印尼：全年 -12.3%，主因受非佐丹奴品牌（-19.6%）影響
- 新加坡：全年 **+6.7%**（表現穩健：上半年 **+7.0%**，下半年 **+6.4%**）
- 泰國：全年 **+4.8%**（增長勢頭：下半年 **+9.6%**）
- 馬來西亞：全年 **+2.5%**（穩健增長：下半年 **+5.3%**）
- 受惠於「超越界限」五年策略的實施，令產品種類持續改良及故事敘述成效顯著

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	2024年
收入	729	697
加盟店	45	44
直營店	144	139
年末門市數目	189	183

- 儘管持續受地緣政治挑戰，海灣阿拉伯國家合作委員會市場仍實現了 **+4.6%** 的強勁收入增長
- 增長勢頭：下半年表現優於上半年，維持強勁的增長趨勢，下半年收入 **+7.8%**
- 強化產品供應能力，並結合精準執行且度身訂造的行銷活動

存貨

(以百萬港元為單位)	於12月31日	
	2025年	2024年
本集團擁有之存貨	556	508
擁有48.5%權益的南韓合營公司持有之存貨	273	178
中國內地加盟商持有之存貨	34	34
供應商之製成貨品	18	28
非本集團擁有之存貨	325	240
系統存貨總額	881	748

- 存貨對成本流轉日數增加 9 天
- 由於 2026 年齋戒月時間較早，因而提前進行策略性備貨

展望

- 加速數位化／全方位發展：重新推出自營網站並推向全球；實施客戶關係管理個人化；擴展電商平台
- 贏在大中華：推動在地地位的產品組合與行銷活動；全力衝刺電商業務；執行零售重整以提升門市坪效與生產力
- 「One Giordano」執行力：強化跨部門協作、提升前線員工技能、推動採購流程專業化
- 地緣政治緊張局勢加劇：可能導致產品與物流成本上升 → 重點轉向價格管理
- 建立韌性：多元化採購來源與物流航線、縮短交貨週期、嚴格控管庫存、降低成本／匯率／物流風險
- 提升敏捷性：頻繁進行跨市場與跨部門溝通，以提高執行與決策的靈活性與速度

A woman with long black hair and bangs, wearing a light blue top and a dark grey cardigan, stands on the left. A man with dark hair, wearing a white turtleneck and a red cardigan, stands on the right. The background is a solid, vibrant red. The text 'Looking Ahead' is written in a large, white, sans-serif font across the center, with the Chinese characters '展望未來' below it in the same style.

Looking Ahead
展望未來



**2026 YTD seeing a positive
growth in 2026 across all
markets**

2026年初至今，所有市場均呈現正增長

In April, we will launch new products in our Touch Series



1 LUXE TOUCH



2 SILK TOUCH



3 QUICK DRY

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

Brand Portfolio

品牌組合

1

Reposition重新定位
Giordano Ladies



gl

2

Relaunch重新發佈
Giordano 2.0



GIORDANO

gl



Queen's Road Central Flagship April 17th

皇后大道中旗艦店4月17日

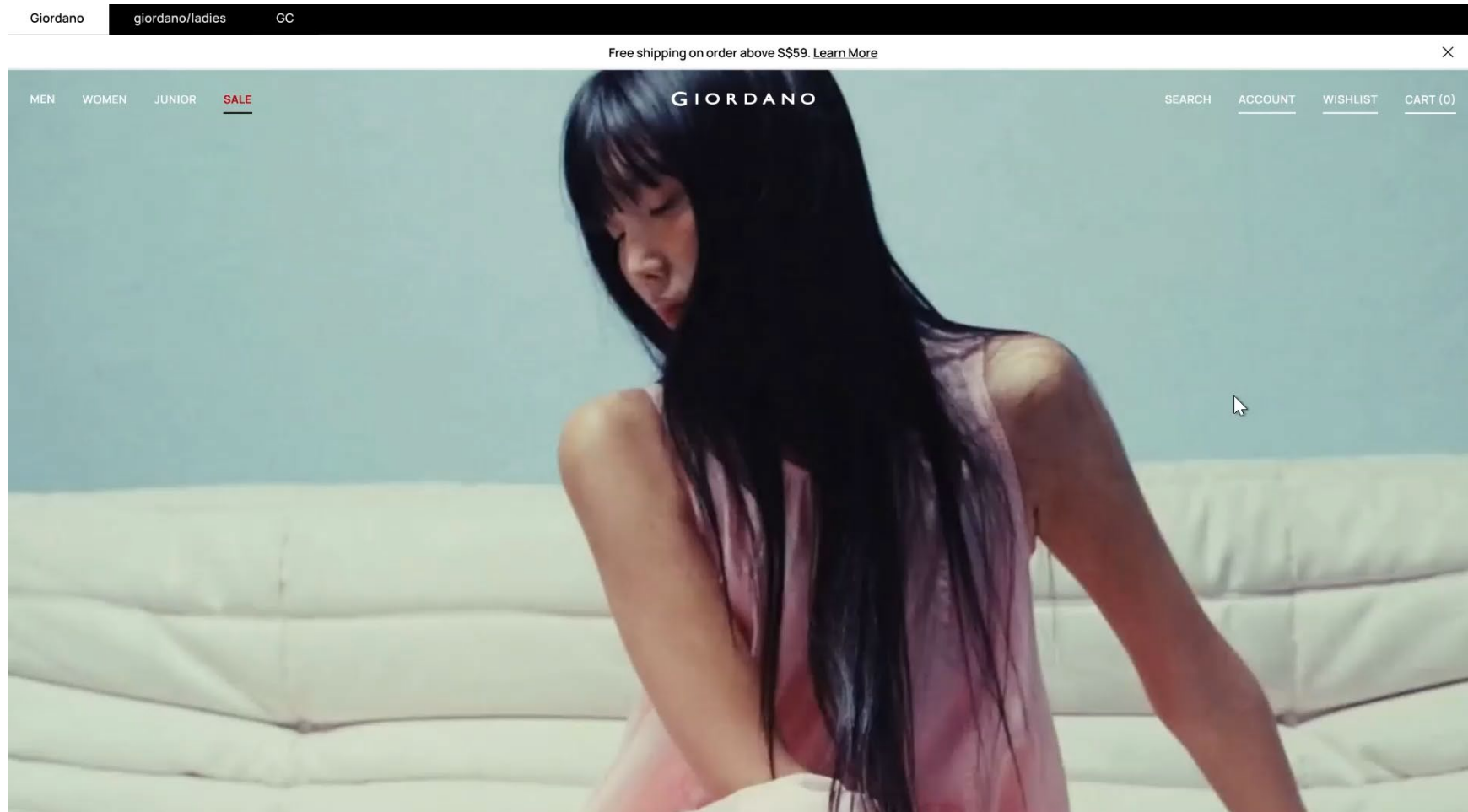




**Giordano
For Everyone,
For Every You.**

Digital First 數位先導

Launch of our proprietary site globally April 2026
我們的專屬網站即將於2026年4月全球上線



Continue to build our strategic choices in..

持續建立我們策略選擇...

Brand Portfolio 品牌組合

GC

- Launched our new brand, GC by Giordano
- 發佈全新品牌, GC by Giordano

Digital First 數位先導



- eCommerce Acceleration to North America, Europe, India and other opportunities
加速電子商務在北美、歐洲、印度等地區的拓展

Greater China 大中華區



- Mainland China Brand revitalisation
中國內地品牌煥新
- Winning in Hong Kong
在香港取得成功

One Giordano



- Build our Global <> Market operating model
建立我們的全球<>市場營運模式
- Develop our competencies and capabilities
發展我們的核心能力與實力



Brand Ambassador
Roh Jeong Eui

Korea Collection SS26
韓國系列春夏26

Mario Lands in April 2026

超級瑪利歐於2026年4月推出



CHIIKAWA | GIORDANO

Coming Soon.
即將到來。





Coming Soon. 即將到來.



by

GIORDANO
佐丹奴



2026 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 SET IN 2025

我們為2025設立的願景

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