



佐丹奴**2026**年第一季度未經審核業務最新資料

2026年04月23日

第一季度亮點



✓ 集團報告年初至今收入增長 **+3.9%**

這是在 2025 財年衰退 1.7% 的背景下實現的，證明我們在 2025 年奠定的基礎正帶來永續增長



✓ 集團零售收入

+7.4%

✓ 集團零售收入(excl. GCC)

+10.8%

✓ 集團同店銷售

+8.2%



✓ 強勁增長來自於：

年初至今



中國內地電子商務

+46.7%



全球電子商務

+40.5%



東南亞及澳洲

+4.2%



✓ 對南韓合資企業的出貨量減少，加盟商批發業務面臨挑戰



地緣政治緊張局勢及持續中的中東衝突



收入分析

- 第一季銷售額顯著增長 3.9%，儘管中東地緣政治緊張局勢加劇，多數市場仍實現了增長。

(以百萬港元為單位)	截至3月31日止				
	2026年	貢獻	2025年	貢獻	按年變動
大中華	456	44.0%	423	42.4%	7.8%
東南亞及澳洲	398	38.4%	382	38.3%	4.2%
海灣阿拉伯國家合作委員會	182	17.6%	192	19.3%	(5.2%)
按市場劃分之本集團收入¹	1,036	100.0%	997	100.0%	3.9%
線下業務	767	74.1%	750	75.2%	2.3%
線上業務	163	15.7%	116	11.7%	40.5%
零售	930	89.8%	866	86.9%	7.4%
海外加盟商	82	7.9%	100	10.0%	(18.0%)
中國內地加盟商	24	2.3%	31	3.1%	(22.6%)
對加盟商之批發	106	10.2%	131	13.1%	(19.1%)
按渠道劃分之本集團收入¹	1,036	100.0%	997	100.0%	3.9%
本集團同店銷售額²	817		755		8.2%
全球品牌銷售額³	1,167		1,088		7.3%
期末門市數目	1,565		1,720		(155)

¹ 「本集團收入」指合併收入，包括直營店之零售銷售額及對加盟商之批發。

² 「本集團同店銷售額」指零售銷售額，但不包括收入來自新開和終止的門店以及因裝修或其他原因而暫時關閉超過可比期間營業天數10%之門店的零售銷售額，按現有匯率計算。

³ 「全球品牌銷售額」包括佐丹奴於直營店、加盟店和合營公司之門市之所有零售銷售額，按現有匯率計算。

展望

1. 地緣政治緊張局勢及持續中的中東衝突
2. 總體經濟挑戰



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

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

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
- GC by Giordano

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

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

2030 Vision, mission, corporate values

2030年之願景、使命、企業價值觀

Giordano

To be the best Asian apparel brand
成為最好的亞洲服裝品牌

To make people "Feel Good" and "Look Great"
讓人們賞心悅目("Feel Good" 和 "Look Great")

Quality
品質

Doing things right
做對的事

Knowledge
知識

Updating expertise and sharing knowledge
保持專業和分享知識

Innovation
創新

Thinking out of the box
打破常規地思考

Service
服務

Exceeding customer's expectations
超越顧客的期望

Simplicity
簡約

Less is more
少即是多

GIORDANO

**THANK
YOU.
謝謝**