



Giordano 2026 1H Results – Analyst Day

2026 Aug 26



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 the second year of our strategic 5 year cycle

「超越界限」五年策略週期的第二年

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
- **Channel Focus** 專注我們的渠道
- **Capability building** 強化核心能力

WORK IN
PROGRESS

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 lever of growth with a focus on brand transition

超越界限策略設有 4 個主要的策略性增長槓桿，並以品牌過渡為重點

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

2026 1H Results

2026年上半年業績

Stable Revenue amidst challenging market conditions 在充滿挑戰的市場環境下收入維持穩定

P&L Overview – First Half 2026

利潤及成本概覽 – 2026上半年

1

Group Revenue
本集團收入

+0.4% Net Sales
淨銷售

(Excluding GCC)
(不包括海灣阿拉伯國家
合作委員會地區)

-1.0% Net Sales
淨銷售

(Including GCC)
(包括海灣阿拉伯國家合作委員會地區)

2

Gross Profit Improvement
毛利提升

+5.8%

(Excluding GCC)
(不包括海灣阿拉伯國家
合作委員會地區)

+1.7%

(Including GCC)
(包括海灣阿拉伯國家合作委
員會地區)

3

OPEX to revenue slight increase
經營費用

Inventory increase due to risk management
因風險管理所需而增加存貨

YOY
按年

4

Net Profit (PATs)
淨溢利

HK\$108m
1.08億港元

(vs. 2025 HK\$121m)
(對比2025年1.21億港元)

5

Interim dividend of
中期股息

6.7 HK Cents
港仙

Per share 每股

at
為

100%
dividend payout ratio 派息率

(In current rate)
(按當前匯率計算)

1H Success Markets

1H 成功市場



1H Success Digital First 上半年成功推進數位先導

+12.5%



Mainland China
中國內地

+11.9%



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

+24.5%



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

-80.0%

(In current rate)
(按當前匯率計算)

1H Challenges in ... 上半年挑戰...



Import License Issue
進口限制



Middle East Crisis
中東危機

Our 2 largest markets GCC and Indonesia

Represent a combined 36% of our revenue and 65% of our PATs in 2025

我們最大的兩個市場海灣阿拉伯國家合作委員會和印尼
在 2025 年共佔我們收入的 36% 及股東應佔溢利的 65%

GCC



海灣阿拉伯國家合
作委員會地區

	2025 FY	2024 FY
Revenue	19%	18%
PATs	50%	50%



Indonesia

	2025 FY	2024 FY
Revenue	18%	20%
PATs	15%	32%

Brand Transformation Progress 品牌轉型進展

Launch of our new Giordano Ladies store to engage with a younger female consumer
推出全新Giordano Ladies門市，吸引更年輕的女性顧客群



Central Store, Hong Kong

Since April, our Hong Kong Business has grown
自四月起，香港業務錄得增長

+5%

Revenue
1H 2026

收入
2026年上半年



gl

Key Achievements since launch of QRC flagship (Since Opening 17 April to 30 Jun)

皇后大道中旗艦店開幕以來的關鍵成效 (自4月17日開幕至6月30日)

+20%

Sales vs Last Year Performance
銷售額按年表現

+3pp

Gross Profit
毛利

+17%

ATV
平均交易金額

+15%

ASP
平均售價

Customer Profile

顧客檔案

Under 20
20歲以下



20-29



30 - 39



+15%

Traffic
客流量

12%

Conversion
轉化率

概覽

- 本集團收入按年輕微下降 1.0% 至 19.14 億港元（2025 年上半年：19.34 億港元）。撇除海灣阿拉伯國家合作委員會（GCC）的影響，收入按年上升 0.4%
- 毛利率上升 1.6 個百分點至 57.2%（2025 年上半年：55.6%） → 渠道組合、定價策略及優化採購流程
- 經營費用對收入比率上升 1.6 個百分點至 50.5%（2025 年上半年：48.9%） → 「數位先導」策略令電子平台相關開支增加
- 股東應佔溢利為 1.08 億港元（2025 年上半年：1.21 億港元），純利率下降 0.7 個百分點至 5.6%（2025 年上半年：6.3%）。撇除 GCC 的影響，純利率收窄至下降 0.1 個百分點
- 每股基本盈利為 6.7 港仙（2025 年上半年：7.5 港仙）
- 本集團存貨為 5.80 億港元（2025 年上半年：5.13 億港元） → 存貨對成本流轉日數增加 20 日至 128 日（2025 年上半年：108 日） → 部分原因要提前向 GCC 市場發貨，以減輕潛在物流中斷的影響
- 淨現金為 6.50 億港元（2025 年上半年：7.22 億港元） → 主要由於 GCC 市場的存貨措施
- 董事會已宣派中期股息每股 6.7 港仙 → 派息比率：100.0%

按地區劃分之收入

集團收入	零售收入	(不包括 GCC) 集團收入	(不包括 GCC) 零售收入
-1.0%	+0.5%	+0.4%	+2.9%

🌐 大中華區 **-0.6%** (不包括批發業務: **+4.2%**)

- ✓ 正增長市場：中國內地 **+5.0%**；台灣 **+6.4%**
- ✓ 中國內地電子商貿強勁增長 **+11.9%**

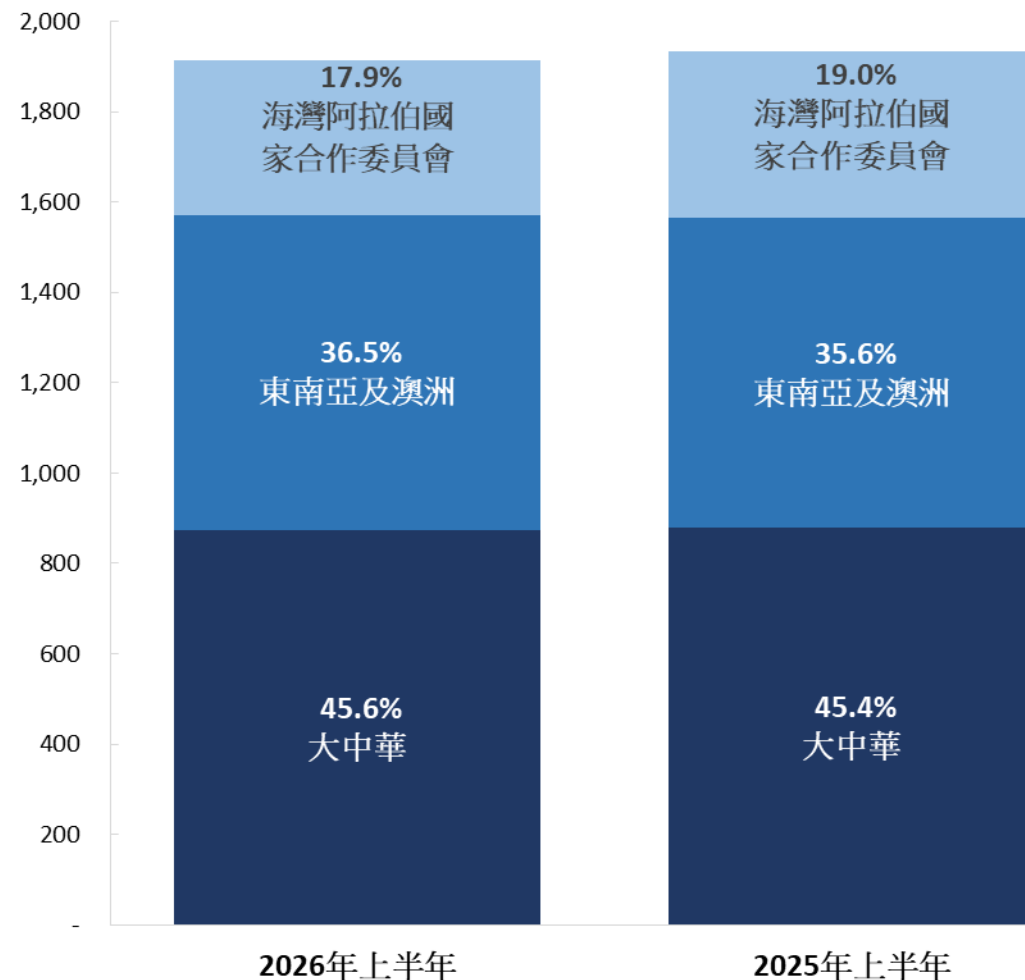
🌐 東南亞及澳洲 **+1.6%**

- ✓ 增長動力市場：馬來西亞 **+7.1%**；泰國 **+8.7%**；新加坡 **+8.4%**；越南 **+6.7%**
- ⚠️ 進口限制：印尼 **-5.1%**

🌐 海灣阿拉伯國家合作委員會 **-7.1%**

- ⚠️ 地緣政治局勢緊張加劇

(以百萬港元為單位)



按渠道劃分之收入

🕒 線下 **-1.8%** (不包括 GCC : **+0.7%**)

- ✓ 大中華區 **+0.7%** (台灣反彈 **+7.9%**)
- ✓ 東南亞及澳洲 **+0.8%**
(馬來西亞 **+3.7%**; 泰國 **+4.9%**; 新加坡 **+7.7%**; 越南 **+7.1%**)
- ⚠ 海灣阿拉伯國家合作委員會 **-10.1%**: 地緣政治局勢緊張加劇

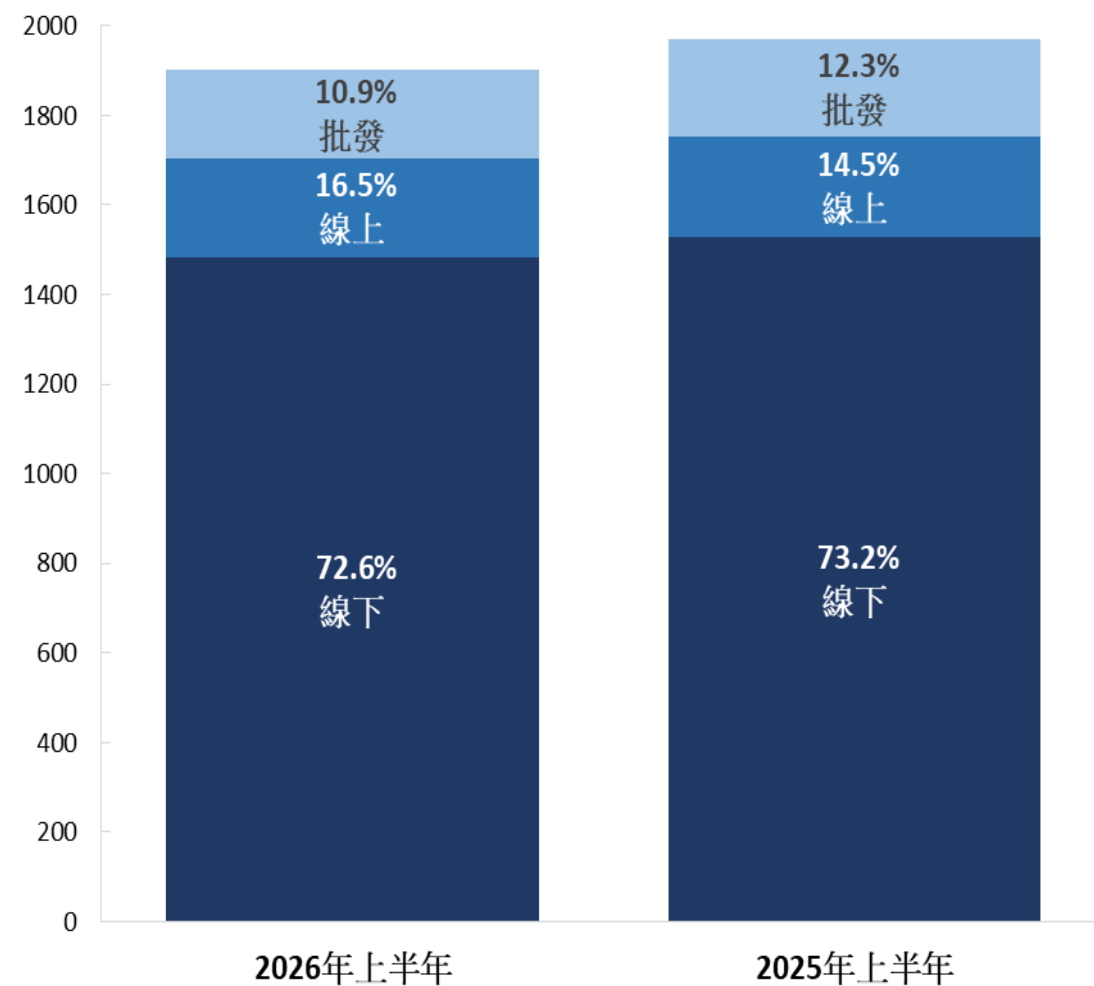
🕒 線上 **+12.5%**

- ✓ 中國內地 **+11.9%**
- ✓ 核心業務 (Giordano 品牌) : **+14.2%**
- ✓ 非中國內地 **+14.8%**
- ✓ 非中國內地 (Giordano 品牌) **+24.5%**

🕒 批發 **-12.2%**

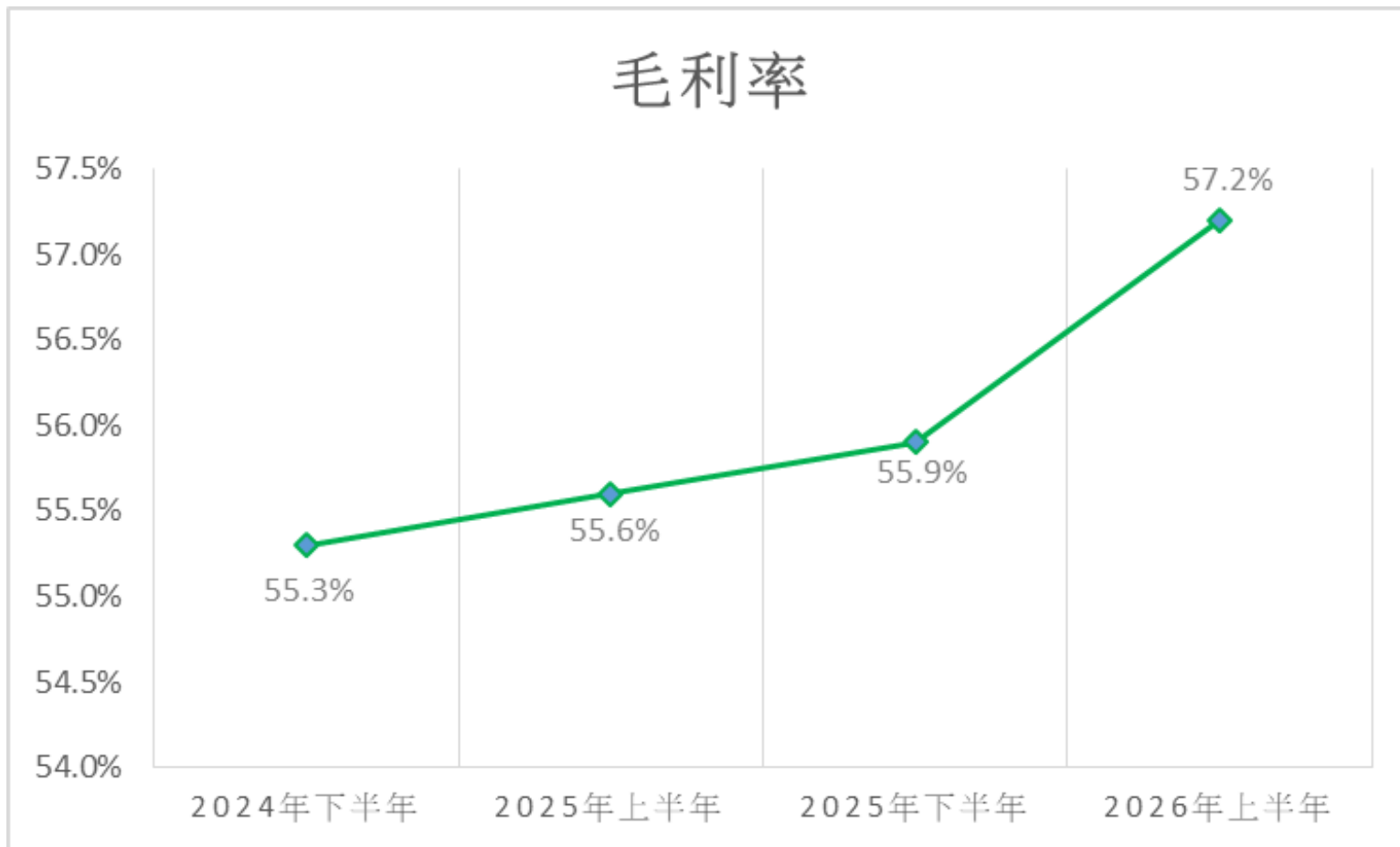
- ✓ 向海外加盟商批發 (不包括南韓合營企業) 增長 **+9.8%**

(以百萬港元為單位)



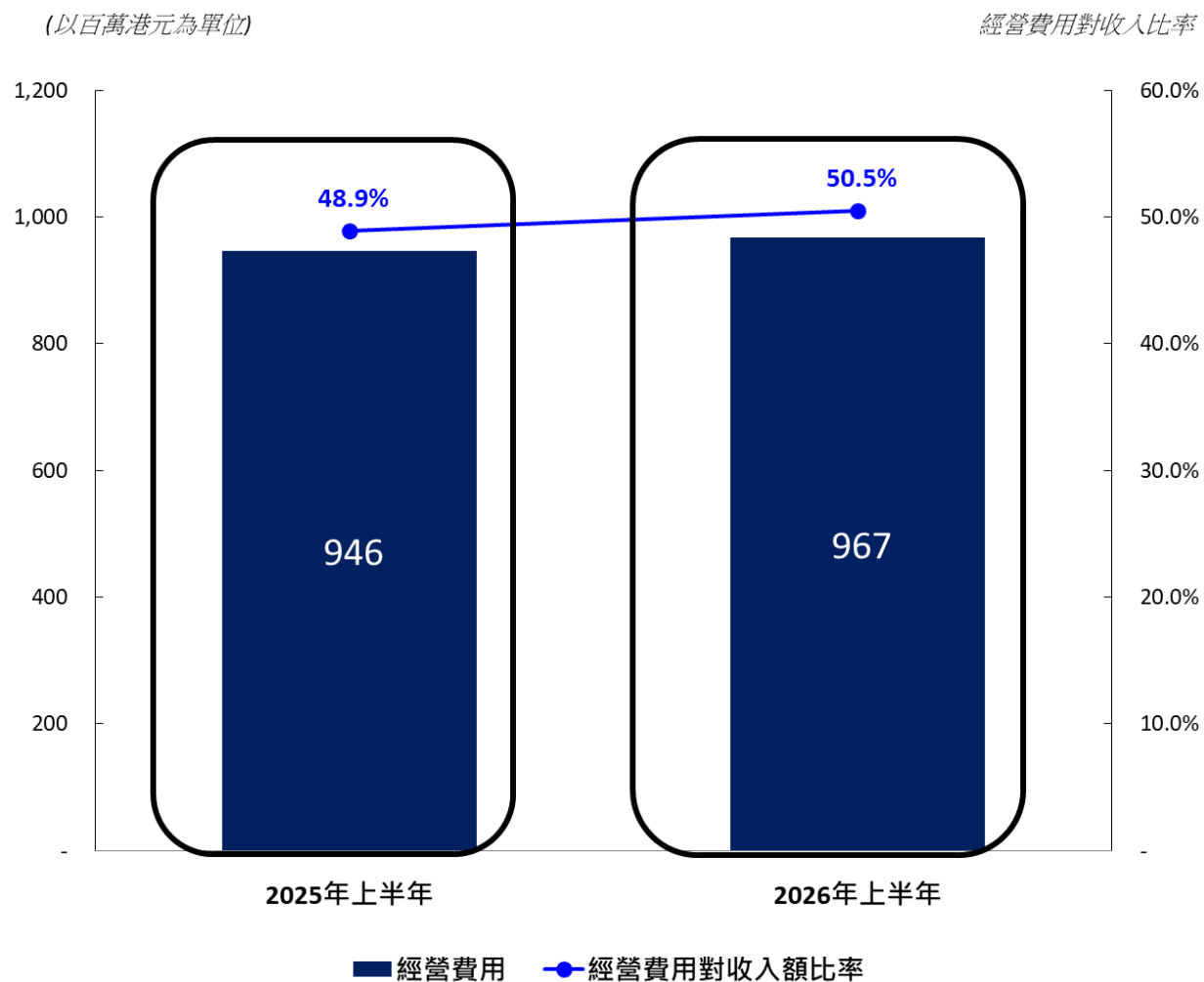
毛利率

- 2026 年上半年毛利率按年上升 1.6 個百分點至 57.2% (2025 年上半年 : 55.6%)
→ 渠道組合轉變、定價策略及優化採購流程



經營費用

- 經營費用佔收入比率上升 1.6 個百分點
- 較高的電子平台費用及物流成本與「數位先導」策略一致



股東應佔溢利

- 股東應佔溢利為 1.08 億港元（2025 年上半年：1.21 億港元），純利率下降 0.7 個百分點至 5.6%（2025 年上半年：6.3%）。撇除 GCC 的影響，純利率收窄至下降 0.1 個百分點

2025 年上半年

2026 年上半年

股東應佔溢利

1.21億港元



1.08億港元

純利率

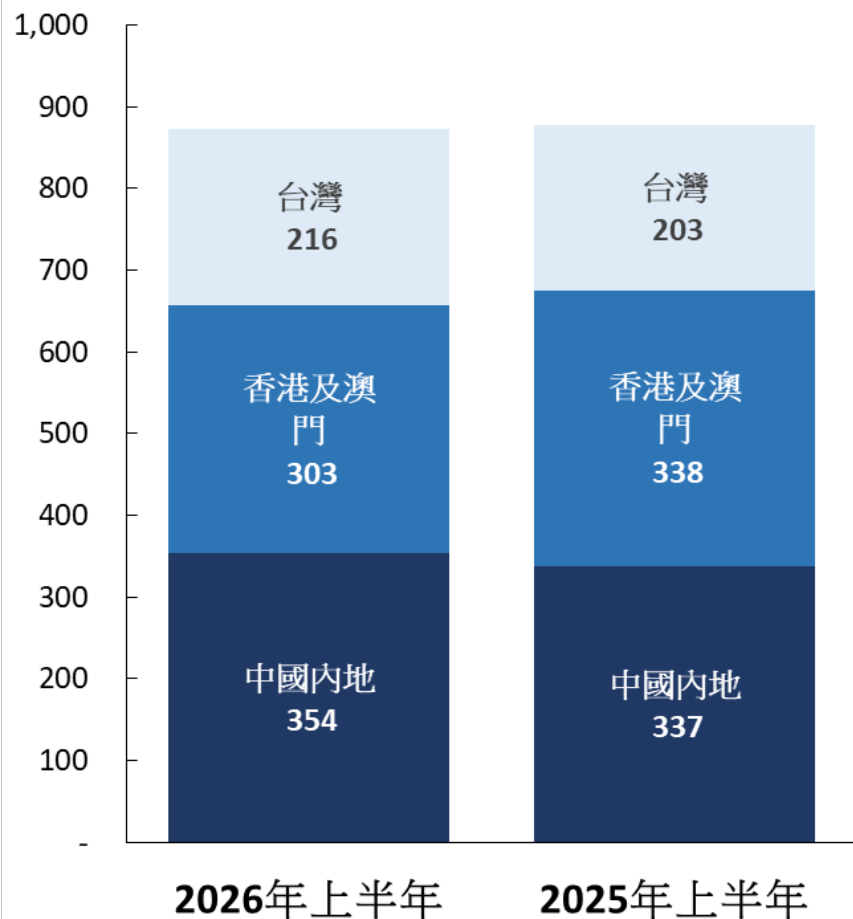
6.3%



5.6%

市場更新：大中華區

(以百萬港元為單位) 收入



中國內地 **+5.0%**

- 線上業務 **+11.9%**
- 線下業務 **-8.2%** → 重置措施

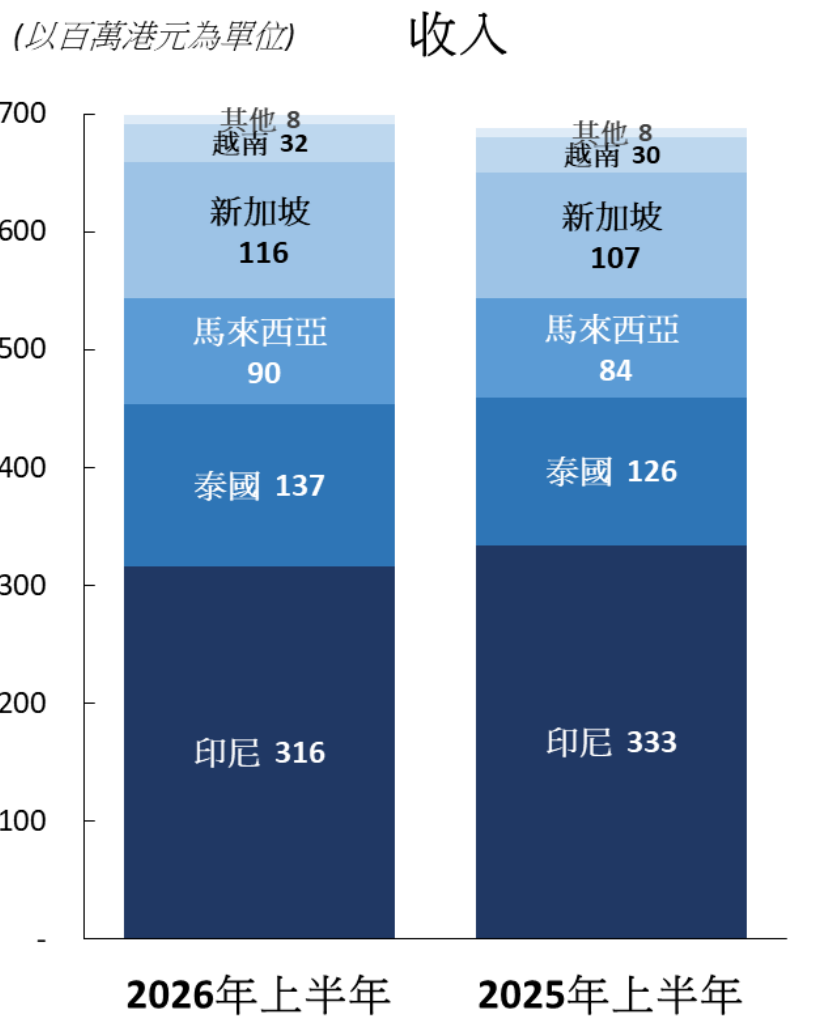
香港及澳門零售 **持平**

- 中環重新開幕的「gl」旗艦店
- Giordano Ladies 在香港的收入 **+5%**
- Giordano 2.0 計劃

台灣 **+6.4%**

- 更新領導架構
- 專注零售卓越

市場更新：東南亞及澳洲（「東南亞」）



東南亞 **+1.6%**

- 印尼：**-5.1%** → 進口限制
- 市場再次受惠於產品組合及品牌故事呈現成效改善，以及「超越界限」五年策略

新加坡：**+8.4%**

泰國：**+8.7%**

馬來西亞：**+7.1%**

越南：**+6.7%**

市場更新：海灣阿拉伯國家合作委員會

(以百萬港元為單位)	2026年上半年	2025年上半年	變動
收入	342	368	(7.1%)
加盟店	48	44	4
直營店	143	142	1
期末門市數目	191	186	5

- 二月底地區局勢升溫，以及中東危機持續
- 對海灣阿拉伯國家合作委員會的長期潛力及我們應對短期波動的能力充滿信心

存貨

	於		
(以百萬港元為單位)	2026年 6月30日	2025年 12月31日	2025年 6月30日
本集團擁有之存貨	580	556	513
擁有48.5%權益的南韓合營公司持有之存貨	235	273	293
中國內地加盟商持有之存貨	30	34	34
供應商之製成貨品	9	18	6
非本集團擁有之存貨	274	325	333
系統存貨總額	854	881	846

- 存貨對成本流轉日數增加 20 日至 128 日
- 為應對供應鏈風險而向海灣阿拉伯國家合作委員會提前備貨
- 系統存貨按年上升+1% → 保持穩健



BRAND TRANSFORMATION PROGRESS

品牌轉型進展

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



Brand Transformation Progress

品牌轉型進展

2nd Flagship: Manson House, Tsim Sha Tsui
2Q2027

第二間旗艦店：尖沙咀文遜大廈
2027年第二季



Giordano Ladies

Brand Transformation Progress

品牌轉型進展

Hong Kong 香港

In Progress
進行中

Mainland China 中國內地

2027

Singapore 新加坡

Q4 2026

Thailand 泰國

2027

Malaysia 馬來西亞

2027

Indonesia 印尼

2027/2028

**GCC 海灣阿拉伯國家
合作委員會地區**

2027



2.0 **GIORDANO**

Brand Relaunch in 2H / 1Q 2027

**2026年下半年 / 2027年第一季度
重新推出品牌**

BECOME AN ICONIC BRAND AGAIN

重塑經典品牌



Target Audience 目標受眾

INCLUSIVITY CORE ACROSS ALL CONSUMER SEGMENTS

包容性貫穿所有消費群體



All Races: diverse presentation in design & campaigns

所有族裔：在設計與宣傳活動中呈現多元面貌

All Genders: gender-neutral basics plus tailored fits

所有性別：無性別日常基本款及量體裁衣的版型

All Ages: timeless staples for young & mature shoppers alike

所有年齡：適合年輕及熟齡顧客的經典百搭單品

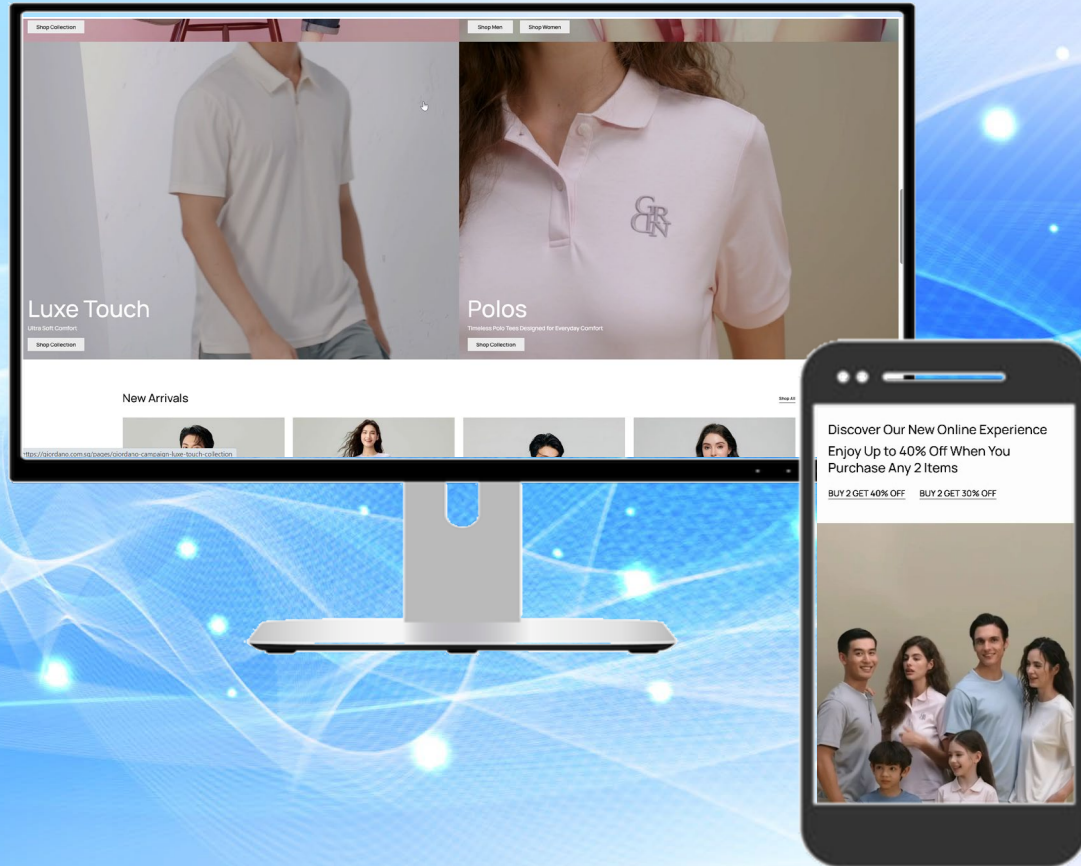
All Sizes: extended sizing as standard, not an afterthought

所有尺碼：提供更寬泛的尺碼選擇作為標準配置，而非事後補充



Global Launch Q4 2026

2026年第四季全球發布



Global Proprietary Website
全球自營網站



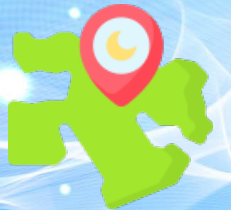
Mainland China
中國內地



Indonesia
印尼



Taiwan
台灣



GCC
海灣阿拉伯
國家合作委
員會地區



Singapore
新加坡



Thailand
泰國



Malaysia
馬來西亞

The image shows the exterior of the Ngee Ann City shopping mall in Singapore. The building is a multi-story structure with a mix of brick and glass facades. In the foreground, there are several storefronts, including Chanel, Louis Vuitton, and Kinokuniya. A large, semi-transparent white box is overlaid on the center of the image, containing the main text. The sky is blue with some clouds, and there are green trees and plants in the foreground.

**Giordano 2.0 retail experience
launches in Singapore
@Ngee Ann City, Takashimaya**

**Giordano 2.0 零售新體驗登陸新加坡
@ 義安城高島屋**



**Giordano 2.0 retail experience
launches in Malaysia
@118 Mall**

**Giordano 2.0 零售新體驗登陸馬來西亞
@ 118 Mall**

Giordano 2.0 Global Flagship Relaunch in 2027 Q2

Giordano 2.0 將於2027年第二季全球旗艦店重塑推出



Manson House, Hong Kong

Winning in Mainland China 於中國內地取勝



Resetting



Resetting current portfolio
Closing under-performing stores
重組現有店舖網絡; 關閉表現欠佳店舖

GIORDANO

Relaunch in 2027
2027年重塑登場

We're going global – more markets, better execution, bigger impact.

我們正走向全球—開拓更多市場、展現更佳執行力、發揮更大影響。



Taiwan台灣



Thailand泰國



Malaysia馬來西亞



Indonesia印尼



GCC
海灣阿拉伯國家合作
委員會地區



NEW MARKETS新市場

Driving Digital Commerce Beyond Boundaries 全面驅動數位電子商務



North America 北美洲



Europe 歐洲

A wide-angle photograph of the Taj Mahal in Agra, India, taken during the 'golden hour' of sunset. The white marble mausoleum is centrally located, reflecting in the calm waters of the reflecting pool. The sky is a vibrant mix of orange, yellow, and blue, with scattered clouds catching the low sun. The foreground shows the polished stone walkway of the mausoleum complex.

Relaunching in India

重啟印度業務

2H Outlook

下半年展望



(In current rate)
(以當前匯率計算)

**August, we see
improvement in
our underlying
business**
**八月，我們的基礎業
務呈現改善**

	Hong Kong 香港	+12.1%
	Taiwan 台灣	+5.3%
	Thailand 泰國	+1.4%
	Singapore 新加坡	+7.6%
	Malaysia 馬來西亞	+5.4%
	Vietnam 越南	+8.5%
	Cambodia 柬埔寨	+1.6%
	UAE 阿聯酋	+0.2%
	Saudi Arabia 沙特阿拉伯	+6.8%
	Indonesia (Core Business) 印尼 (主要核心業務)	-1.8% +7.0%*



A deeper look into our Home Market, Hong Kong in Aug (Comp Store)

進一步檢視我們的本土市場香港
八月份的同店表現

Flagship



Cluster A



Cluster B



Cluster C



Sales + Outlet



Continue to Elevate Product Launches 持續提升產品 發布水平



New Product Launched
全新產品推出
Chiikawa

Launched in July
於7月底發佈

Units Sold銷售數量
79,000

Sell Through售罄率
56.8%

CHiiKAWA | GIORDANO

©nagano

POKÉMON™

GIORDANO



Outlook 展望

1. **Uncertainty in Middle East 中東局勢的不確定性**
2. **Macro-economic challenges 宏觀經濟挑戰**

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



GIORDANO

**THANK
YOU.**