

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

GIORDANO

佐丹奴國際有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)
(股份代號：709)

截至2025年12月31日止年度 之業績公佈

概覽

- 2025年是佐丹奴「超越界限」五年策略計劃的第一年。本年度，本集團重整業務營運，並在其所制定的四大策略選擇上建立能力與競爭力，為於2026年及其後加速增長奠定基礎。
- 全年而言，本集團錄得收入按年輕微下降1.7%；在地緣政治不確定性及宏觀經濟挑戰並存的環境下，核心業務收入則按年持平。本年度業績主要受印尼非佐丹奴品牌表現疲弱所影響；若撇除這些非核心品牌的影響，核心業務收入按年保持穩定，展現出在市場挑戰下的韌性。於下半年，我們觀察到大部分東南亞市場的表現有所改善，包括新加坡、馬來西亞及泰國，均錄得較上半年更強勁的高單位數按年增長。海灣阿拉伯國家合作委員會市場亦持續保持強勢，相比上半年錄得更佳的銷售動力。此外，儘管香港服裝零售環境具挑戰性，本集團於香港的銷售表現仍跑贏市場平均水平，並於下半年維持正面增長勢頭。
- 本集團的電子商務平台於本年度錄得令人鼓舞的雙位數增長，達10%。中國內地的電商收入按年增長9.1%，增速高於線下銷售。於其他市場，我們的電商平台表現更為強勁，銷售額按年上升13.5%；撇除印尼非佐丹奴品牌的影響，增幅更可達到顯著的25.3%。值得一提的是，香港及澳門的線上業務於下半年強勢反彈，全年線上銷售按年增長18.2%。此外，東南亞及澳洲(不包括印尼)電商收入按年大幅增長45%，進一步印證本集團「數位先導」策略的正面成效。我們持續拓展數碼版圖，運用數據智能提升個人化產品推薦，並透過數位品牌故事深化與顧客的連結。

- 本集團的毛利率於下半年錄得顯著改善，按年上升0.6個百分點，與上半年按年下降3.3個百分點形成鮮明對比。全年毛利率最終僅錄得1.2個百分點的輕微下降；若撇除印尼非佐丹奴品牌的影響，降幅將進一步收窄至僅0.8個百分點。毛利率的改善主要受惠於本集團有效管理售價，以及持續重組採購流程以降低產品離岸成本。展望未來，我們將於不同銷售渠道之間審慎平衡價格策略，確保收入增長與健康毛利率並行，全面配合本集團的全渠道發展方向。
- 本年度經營費用按年輕微上升2.3%，部分原因為中國內地的線上業務增加廣告及推廣投放。此舉與本集團「超越界限」五年策略計劃一致，旨在推動數碼擴展及品牌發展。經營費用佔收入比率為50.7% (2024年：48.7%)。隨着本集團持續轉型為增長導向企業，我們將繼續按照五年策略計劃進行品牌的策略性投資。同時，我們亦保持審慎的成本管理紀律，確保資源得到有效分配，以支持可持續增長。
- 儘管面對印尼市場及本集團於南韓持有48.5%權益之合營業務的挑戰，股東應佔淨溢利仍達2.17億港元，按年增加100萬港元(2024年：2.16億港元)。倘上述業務的盈利能力維持去年水平，股東應佔淨溢利將可達至2.62億港元，進一步突顯核心業務的穩健實力，以及本集團即使在外部環境嚴峻下，仍能為股東創造價值的能力。每股基本盈利為13.4港仙(2024年：13.4港仙)。
- *Giordano Ladies* 作為本集團的高端女裝系列，自2025年展開品牌重塑以來，香港市場銷售按年增長5%，並正式踏入令人振奮的增長階段。隨着香港全新*Giordano Ladies* 旗艦店正籌備開幕，*Giordano Ladies* 於下半年在香港及澳門錄得顯著的8%增長，主要受惠於產品設計及品牌形象的全面提升。此發展為本集團於2026年在香港市場率先展開核心品牌Giordano的品牌更新奠定堅實基礎，旨在重新定義品牌敘事，塑造更具吸引力及說服力的品牌體驗。

- 本集團於年末的存貨結餘為5.56億港元(2024年：5.08億港元)，存貨對成本流轉日數為119天(2024年：110天)。存貨增加主要由於2026年齋戒月較往年提早，需於年底前提前出貨所致。整體而言，本集團的存貨水平維持穩定，反映出我們有效的存貨管理措施及前瞻性的供應鏈規劃。
- 於年末，本集團扣除銀行貸款後的現金及銀行結存總額為6.98億港元(2024年：8.10億港元)。減幅主要由於存貨水平上升，以及前述提前出貨安排所致。儘管如此，本集團的財務狀況仍然穩健，為我們把握未來增長機遇及投資策略性項目提供堅實基礎。
- 董事會建議派發末期股息每股6.4港仙(2024年：每股6.0港仙)。如獲批准，末期股息總額將約為1.03億港元，派息比率為108.5%(2024年：100.0%)。此舉反映本集團在維持靈活度以投資未來增長及創新之同時，亦持續致力回饋股東。

目錄表

合併利潤表.....	5
合併綜合收益表.....	5
合併資產負債表.....	6
財務報表附註.....	7
管理層對本集團經營業績及財務狀況之論述及分析.....	16
展望.....	35
其他資料.....	39

表格清單：

1. 本集團經營業績.....	18
2. 收入分析.....	21
3. 毛利分析.....	22
4. 大中華之除所得稅前溢利.....	25
5. 大中華之收入及門市統計.....	28
6. 東南亞及澳洲之除所得稅前溢利.....	29
7. 東南亞及澳洲之收入及門市統計.....	30
8. 海灣阿拉伯國家合作委員會之除所得稅前溢利及門市統計.....	30
9. 南韓之應佔淨溢利及門市統計.....	31
10. 海外加盟商之門市統計.....	32
11. 系統存貨.....	34

佐丹奴國際有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)提呈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2025年12月31日止年度經審核之年度業績，連同比較數字及說明附註如下。

合併利潤表

(除每股盈利外，以百萬港元為單位)	附註	2025年	2024年
收入	2	3,854	3,919
銷售成本	4	(1,705)	(1,685)
毛利		2,149	2,234
其他收入及其他收益，淨額	3	117	52
分銷費用	4	(1,734)	(1,670)
行政費用	4	(219)	(239)
經營溢利	4	313	377
融資費用	5	(45)	(46)
應佔一間合營公司溢利		1	20
除所得稅前溢利		269	351
所得稅	6	(30)	(99)
本年度除所得稅後溢利		239	252
應佔：			
本公司股東		217	216
非控制性權益		22	36
		239	252
本公司股東應佔之每股盈利	7		
基本(港仙)		13.4	13.4
攤薄(港仙)		13.4	13.3

合併綜合收益表

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
本年度除所得稅後溢利	239	252
其他綜合收益：		
不會重新分類至損益賬之項目：		
於其他綜合收益按公允值處理之 金融資產公允值變動	-	2
海外附屬公司非控制性權益應佔之 換算匯兌調整	(7)	(5)
或可重新分類至損益賬之項目：		
海外附屬公司、一間合營公司及分公司之 換算匯兌調整	25	(66)
本年度總綜合收益	257	183
應佔：		
本公司股東	242	152
非控制性權益	15	31
	257	183

合併資產負債表

(以百萬港元為單位)

	附註	2025年	2024年
資產			
流動資產			
現金及銀行結存		723	836
應收賬款及其他應收款	9	369	342
存貨		556	508
租金預付款項		5	2
可收回所得稅款		18	4
流動資產總額		1,671	1,692
非流動資產			
於其他綜合收益按公允值處理之金融資產		3	3
於損益賬按公允值處理之金融資產		28	28
按金及其他應收款	9	79	88
一間合營公司權益		389	414
投資物業		14	14
物業、機器及設備		159	160
使用權資產		723	805
商譽		541	541
遞延稅項資產		18	21
非流動資產總額		1,954	2,074
資產總額		3,625	3,766
負債及權益			
流動負債			
銀行貸款		25	26
應付賬款及其他應付款	10	523	611
租賃負債		321	328
授出認沽期權負債		81	81
應付所得稅		76	88
流動負債總額		1,026	1,134
非流動負債			
租賃負債		330	390
遞延稅項負債		92	95
其他負債		24	27
非流動負債總額		446	512
負債總額		1,472	1,646
股本及儲備			
股本		81	81
儲備		1,838	1,820
擬派股息	8	103	97
本公司股東應佔權益		2,022	1,998
非控制性權益		131	122
權益總額		2,153	2,120
權益及負債總額		3,625	3,766
淨流動資產		645	558
資產總額減流動負債		2,599	2,632

財務報表附註

1. 重大會計政策

(a) 編製基準

本合併財務報表乃按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)編製。此外，合併財務報表包括香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)及香港公司條例規定的適用披露資料。本合併財務報表按照歷史成本法編製，惟若干金融資產及負債(包括衍生工具)按公允值計量。

(b) 新增及經修訂之準則的影響

本集團已應用以下香港會計師公會頒佈之經修訂之準則，並於2025年1月1日或之後開始之本集團財政年度生效：

- 香港會計準則第21號及
香港財務報告準則第1號之修訂本
- 缺乏可交換性

對採納上文經修訂的準則不會導致本集團的會計政策或財務業績或狀況出現重大變動。

(c) 已頒佈但尚未生效的新訂，經修訂之準則及詮釋

本集團並無提前採納於年內已頒佈但尚未生效之新訂準則、對準則之經修訂本及詮釋。

香港財務報告準則第18號—財務報表的呈報及披露將取代香港會計準則第1號—財務報表的呈報，並引入新要求，有助對照類似實體的財務表現，為使用者提供更多相關資料及提升透明度。儘管香港財務報告準則第18號並不影響財務報表項目的確認或計量，但預期會對呈報及披露的影響廣泛，尤其是與財務表現報表及在財務報表內提供管理層定義的業績指標相關的影響。管理層目前正在評估應用新訂準則對本集團財務業績或狀況的詳細影響。

除香港財務報告準則第18號外，本集團正評估新訂準則、對準則之經修訂本及詮釋之影響，仍未能確定有關準則對本集團之財務業績或狀況會否造成重大影響。

2. 銷售額及營運分部

本集團按發展策略以及營運控制以釐定其營運分部。主要分為兩個營運分部：零售及分銷分部及對海外加盟商之批發業務。管理層以地區及品牌之角度來管理零售及分銷之營運分部。

按照地區，零售及分銷營運分部於中國內地及海灣阿拉伯國家合作委員會包含直營店及加盟店。香港及澳門、台灣，東南亞及澳洲地區市場並沒有重大之當地加盟店。本集團門市遍佈在大部分東南亞以及海灣阿拉伯國家合作委員會地區。

品牌方面，本集團現時經營 *Giordano* 及 *Giordano Junior*、*Giordano Ladies*、*BSX* 以及其他自有及授權經營之品牌。

經調整EBITDA乃指未扣除融資費用、所得稅、使用權資產與物業、機器及設備之減值、折舊及攤銷、應佔一間合營公司溢利以及未分配之總部職能項目前的溢利。分部業績乃未扣除融資費用、應佔一間合營公司溢利、所得稅及未分配之總部職能項目。此乃向管理層及高級決策者匯報以作資源分配及評估分部表現的計量基準。

本集團之營運分部銷售額及經營溢利(虧損)按地區之分析如下。

(以百萬港元為單位)	2025年						合計
	中國內地	香港及澳門	台灣	東南亞及澳洲	海灣阿拉伯國家合作委員會	對海外加盟商之批發	
銷售額	661	361	409	1,424	729	270	3,854
經調整EBITDA	(21)	96	73	377	267	11	803
折舊及攤銷							
—使用權資產	(22)	(77)	(41)	(175)	(112)	-	(427)
—物業、機器及設備和投資物業	(5)	(5)	(7)	(31)	(16)	-	(64)
減值							
—使用權資產	(1)	-	-	(4)	-	-	(5)
—物業、機器及設備	-	-	-	-	-	-	-
分部業績	(49)	14	25	167	139	11	307
總部職能							6
融資費用							(45)
應佔一間合營公司溢利							1
除所得稅前溢利							269

2. 銷售額及營運分部(續)

(以百萬港元為單位)	2024年						合計
	中國內地	香港及 澳門	台灣	東南亞及 澳洲	海灣阿拉伯 國家合作 委員會	對海外 加盟商 之批發	
銷售額	661	366	427	1,508	697	260	3,919
經調整EBITDA	(6)	122	86	443	264	28	937
折舊及攤銷							
– 使用權資產	(26)	(77)	(41)	(170)	(106)	–	(420)
– 物業、機器及設備 和投資物業	(6)	(4)	(6)	(31)	(15)	–	(62)
減值							
– 使用權資產	(1)	–	–	–	(2)	–	(3)
– 物業、機器及設備	–	–	–	(1)	–	–	(1)
分部業績	(39)	41	39	241	141	28	451
總部職能							(74)
融資費用							(46)
應佔一間合營公司溢利							20
除所得稅前溢利							351

以品牌劃分之零售及分銷營運分部之進一步分析如下。

(以百萬港元為單位)	2025年		2024年	
	銷售額	經營溢利 (虧損)	銷售額	經營溢利 (虧損)
零售及分銷				
<i>Giordano</i> 及 <i>Giordano Junior</i>	3,060	285	3,064	367
<i>Giordano Ladies</i>	249	29	248	35
<i>BSX</i>	9	(1)	8	(1)
其他	266	(17)	339	22
	3,584	296	3,659	423

本公司駐於香港。其於香港及澳門(包括零售及批發銷售)錄得對外客戶之銷售額為6.31億港元(2024年：6.26億港元)；於中國內地為6.61億港元(2024年：6.61億港元)，而於其他市場對外客戶之銷售額為25.62億港元(2024年：26.32億港元)。

分部之間之銷售額為8.95億港元(2024年：8.76億港元)已予合併對銷。

2. 銷售額及營運分部(續)

中國內地之所得稅抵免為100萬港元(2024年：所得稅費用200萬港元)。香港及澳門之所得稅費用為400萬港元(2024年：1,400萬港元)，台灣為500萬港元(2024年：700萬港元)，東南亞及澳洲為2,000萬港元(2024年：5,500萬港元)，而海灣阿拉伯國家合作委員會為900萬港元(2024年：1,100萬港元)。

本集團之資產按地區劃分之分析如下。

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
東南亞及澳洲	965	974
海灣阿拉伯國家合作委員會	1,094	1,094
香港及澳門	467	549
中國內地	481	474
台灣	180	209
分部資產	3,187	3,300
一間合營公司權益	389	414
於其他綜合收益按公允值處理之金融資產	3	3
於損益賬按公允值處理之金融資產	28	28
遞延稅項資產	18	21
資產總額	3,625	3,766

除金融工具及遞延稅項資產外，於香港及澳門之非流動資產總額為1.87億港元(2024年：2.25億港元)，於中國內地為1.01億港元(2024年：1.04億港元)；及於其他市場為16.17億港元(2024年：16.96億港元)。

3. 其他收入及其他收益，淨額

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
利息收入	10	15
特許權及授權收入	21	23
租金及分租收入	9	9
股息收入	3	3
政府補貼	1	3
出售物業、機器及設備之淨收益(虧損)*	48	(4)
匯兌收益(虧損)淨額	9	(11)
出售附屬公司之虧損	(1)	–
租賃負債撥回	2	–
其他	15	14
	117	52

- * 於本年度本集團已與一名獨立第三方訂立買賣協議，以總代價6,000萬港元(扣除相關開支前)出售一項物業。據此，相關物業、廠房及設備以及使用權資產的賬面淨值合共1,100萬港元，已重新分類為持作出售物業。該交易已完成，本集團錄得出售該物業的收益為4,900萬港元。

4. 經營溢利

經營溢利已扣除(計入)：

(以百萬港元為單位)

	2025年	2024年
銷售成本		
存貨銷售成本	1,706	1,683
陳舊存貨(撥回)撥備及存貨撇銷淨額	(1)	2
	1,705	1,685
分銷費用		
員工成本	623	608
折舊支出		
—使用權資產	410	404
—物業、機器及設備	58	56
土地及樓宇之租賃費用		
—最低租金支出	31	25
—或然租金費用	195	194
物業管理費、政府地租及差餉及公用事業費用	101	103
廣告宣傳、推廣及激勵措施	113	92
包裝及運輸	68	63
銀行及信用卡收費	29	29
減值		
—使用權資產	5	3
—物業、機器及設備	—	1
應收賬款虧損撥備變動	1	3
其他	100	89
	1,734	1,670
行政費用		
員工成本	143	157
折舊支出		
—使用權資產	17	16
—物業、機器及設備和投資物業	6	6
法律及專業費用	20	24
核數師酬金	7	7
電腦及通訊	6	6
差旅費	4	4
營業及其他稅項	1	1
其他應收款虧損撥備之變動	2	—
其他	13	18
	219	239

5. 融資費用

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
租賃負債利息	44	45
銀行貸款利息	1	1
	45	46

6. 所得稅

香港利得稅是根據本年度內之估計應課稅溢利按16.5% (2024年：16.5%)之稅率計算。香港以外溢利之應繳所得稅乃按個別司法地區適用之稅率計算。

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
本年度所得稅		
香港	5	4
香港以外	43	61
過往年度超額撥備	(28)	–
扣繳稅項	13	22
	33	87
遞延所得稅		
短暫性差異之衍生及撥回	(3)	12
	30	99

此支出不包括應佔合營公司之所得稅，本年度該合營公司並無該支出(2024年：500萬港元)。於合併利潤表中之應佔一間合營公司溢利乃扣除該司法地區適當之所得稅計提。

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃按本年度公司股東應佔除所得稅後盈利2.17億港元(2024年：2.16億港元)計算。

每股基本盈利乃按本年度內已發行股份之加權平均股數1,616,264,989股(2024年：1,614,555,002股)計算。

每股攤薄盈利乃按年內已發行股份之加權平均股數1,616,264,989股(2024年：1,614,555,002股)加上假設根據本公司購股權計劃授出之所有尚未行使購股權皆獲行使而發行之股份之加權平均股數1,791,044股(2024年：6,807,881股)計算。

8. 股息

本年度股息：

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
已宣派之中期股息為每股7.5港仙 (2024年：每股8.0港仙)	121	129
於結算日後建議之末期股息為每股6.4港仙 (2024年：每股6.0港仙)	103	97
	224	226

於2026年3月24日，董事會建議末期股息為每股6.4港仙，須待於應屆本公司股東周年大會上取得股東批准。此項擬派股息在結算當日並無確認為負債。擬派股息之金額乃基於報告日之本公司已發行股份數目計算。

9. 應收賬款及其他應收款

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
應收賬款	273	249
減：虧損撥備	(41)	(40)
應收賬款淨值	232	209
其他應收款，包括訂金及預付款項	137	133
應收賬款及其他應收款	369	342
按金及其他應收款	79	88

應收賬款主要來自加盟商、授權經營商，百貨公司之零售及線上銷售收入。本集團在正常情況下給予30至90日信貸期。應收賬款及其他應收款之賬面值與其公允值相若。

9. 應收賬款及其他應收款(續)

從發票日計已扣除虧損撥備之賬齡分析如下：

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
0至30日	136	142
31至60日	66	48
61至90日	12	13
逾90日	18	6
	232	209

10. 應付賬款及其他應付款

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
應付賬款	238	292
退休金責任	42	36
其他應付款及應付費用	243	283
	523	611

以下為從發票日計之應付賬款賬齡分析：

(以百萬港元為單位)	2025年	2024年
0至30日	185	262
31至60日	41	19
61至90日	4	4
逾90日	8	7
	238	292

應付賬款及其他應付款之賬面值與其公允值相若。

管理層對本集團經營業績及財務狀況之論述及分析

除非另行說明，以下論述均指本集團截至2025年及2024年12月31日止年度之按年比較。

概覽

- 2025年是佐丹奴「超越界限」五年策略計劃的第一年。本年度，本集團重整業務營運，並在其所制定的四大策略選擇上建立能力與競爭力，為於2026年及其後加速增長奠定基礎。
- 全年而言，本集團錄得收入按年輕微下降1.7%；在地緣政治不確定性及宏觀經濟挑戰並存的環境下，核心業務收入則按年持平。本年度業績主要受印尼非佐丹奴品牌表現疲弱所影響；若撇除這些非核心品牌的影響，核心業務收入按年保持穩定，展現出在市場挑戰下的韌性。於下半年，我們觀察到大部分東南亞市場的表現有所改善，包括新加坡、馬來西亞及泰國，均錄得較上半年更強勁的高單位數按年增長。海灣阿拉伯國家合作委員會市場亦持續保持強勢，相比上半年錄得更佳的銷售動力。此外，儘管香港服裝零售環境具挑戰性，本集團於香港的銷售表現仍跑贏市場平均水平，並於下半年維持正面增長勢頭。
- 本集團的電子商務平台於本年度錄得令人鼓舞的雙位數增長，達10%。中國內地的電商收入按年增長9.1%，增速高於線下銷售。於其他市場，我們的電商平台表現更為強勁，銷售額按年上升13.5%；撇除印尼非佐丹奴品牌的影響，增幅更可達到顯著的25.3%。值得一提的是，香港及澳門的線上業務於下半年強勢反彈，全年線上銷售按年增長18.2%。此外，東南亞及澳洲(不包括印尼)電商收入按年大幅增長45%，進一步印證本集團「數位先導」策略的正面成效。我們持續拓展數碼版圖，運用數據智能提升個人化產品推薦，並透過數位品牌故事深化與顧客的連結。
- 本集團的毛利率於下半年錄得顯著改善，按年上升0.6個百分點，與上半年按年下降3.3個百分點形成鮮明對比。全年毛利率最終僅錄得1.2個百分點的輕微下降；若撇除印尼非佐丹奴品牌的影響，降幅將進一步收窄至僅0.8個百分點。毛利率的改善主要受惠於本集團有效管理售價，以及持續重組採購流程以降低產品離岸成本。展望未來，我們將於不同銷售渠道之間審慎平衡價格策略，確保收入增長與健康毛利率並行，全面配合本集團的全渠道發展方向。

- 本年度經營費用按年輕微上升2.3%，部分原因為中國內地的線上業務增加廣告及推廣投放。此舉與本集團「超越界限」五年策略計劃一致，旨在推動數碼擴展及品牌發展。經營費用佔收入比率為50.7% (2024年：48.7%)。隨着本集團持續轉型為增長導向企業，我們將繼續按照五年策略計劃進行品牌的策略性投資。同時，我們亦保持審慎的成本管理紀律，確保資源得到有效分配，以支持可持續增長。
- 儘管面對印尼市場及本集團於南韓持有48.5%權益之合營業務的挑戰，股東應佔淨溢利仍達2.17億港元，按年增加100萬港元(2024年：2.16億港元)。倘上述業務的盈利能力維持去年水平，股東應佔淨溢利將可達至2.62億港元，進一步突顯核心業務的穩健實力，以及本集團即使在外部環境嚴峻下，仍能為股東創造價值的能力。每股基本盈利為13.4港仙(2024年：13.4港仙)。
- *Giordano Ladies* 作為本集團的高端女裝系列，自2025年展開品牌重塑以來，香港市場銷售按年增長5%，並正式踏入令人振奮的增長階段。隨着香港全新*Giordano Ladies* 旗艦店正籌備開幕，*Giordano Ladies* 於下半年在香港及澳門錄得顯著的8%增長，主要受惠於產品設計及品牌形象的全面提升。此發展為本集團於2026年在香港市場率先展開核心品牌*Giordano* 的品牌更新奠定堅實基礎，旨在重新定義品牌敘事，塑造更具吸引力及說服力的品牌體驗。
- 本集團於年末的存貨結餘為5.56億港元(2024年：5.08億港元)，存貨對成本流轉日數為119天(2024年：110天)。存貨增加主要由於2026年齋戒月較往年提早，需於年底前提前出貨所致。整體而言，本集團的存貨水平維持穩定，反映出我們有效的存貨管理措施及前瞻性的供應鏈規劃。
- 於年末，本集團扣除銀行貸款後的現金及銀行結存總額為6.98億港元(2024年：8.10億港元)。減幅主要由於存貨水平上升，以及前述提前出貨安排所致。儘管如此，本集團的財務狀況仍然穩健，為我們把握未來增長機遇及投資策略性項目提供堅實基礎。
- 董事會建議派發末期股息每股6.4港仙(2024年：每股6.0港仙)。如獲批准，末期股息總額將約為1.03億港元，派息比率為108.5%(2024年：100.0%)。此舉反映本集團在維持靈活度以投資未來增長及創新之同時，亦持續致力回饋股東。

經營業績

表1：本集團經營業績

(以百萬港元為單位)	2025年	佔收入 百分比	2024年	佔收入 百分比	變動
本集團收入 ¹	3,854	100.0%	3,919	100.0%	(1.7%)
毛利	2,149	55.8%	2,234	57.0%	(3.8%)
其他收入及其他收益，淨額	117	3.0%	52	1.3%	125.0%
經營費用	(1,953)	(50.7%)	(1,909)	(48.7%)	2.3%
經營溢利	313	8.1%	377	9.6%	(17.0%)
應佔一間合營公司溢利	1	0.1%	20	0.5%	(95.0%)
融資費用	(45)	(1.2%)	(46)	(1.2%)	(2.2%)
所得稅	(30)	(0.8%)	(99)	(2.5%)	(69.7%)
非控制性權益應佔除 所得稅後溢利	(22)	(0.6%)	(36)	(0.9%)	(38.9%)
股東應佔除所得稅後溢利	217	5.6%	216	5.5%	0.5%
本集團同店銷售額 ²	2,791		2,826		(1.2%)
全球品牌銷售額 ³	4,494		4,571		(1.7%)
全球品牌毛利 ³	2,701		2,773		(2.6%)
年末現金及銀行結存淨額	698		810		(13.8%)
年末存貨	556		508		9.4%
存貨對成本流轉日數 ⁴	119		110		9
年末門市數目	1,609		1,732		(123)

收入及毛利

本集團於2025財政年度錄得相對穩定的收入表現，按年輕微下跌1.7%。是次溫和的下降主要由於印尼非佐丹奴品牌組合的表現較弱所致。值得鼓舞的是，若撇除這些非核心品牌的影響，本集團核心業務單位的收入將按年持平。此結果反映核心分部在多個市場面對宏觀經濟及地緣政治不確定性下，仍具備相當韌性。於下半年，我們在大部分東南亞市場錄得明顯的收入改善—尤其是新加坡、馬來西亞及泰國—其按年增長均較上半年為佳。海灣阿拉伯國家合作委員會市場亦延續正面走勢，相比上半年錄得更強的銷售動能。儘管香港服裝零售環境具挑戰性，本集團銷售仍持續跑贏大市，並於下半年維持增長勢頭。整體而言，這些成果反映本集團商業模式具備高度適應性，能靈活應對不斷變化的市場環境。核心業務的同店銷售額僅錄得1.2%的輕微下降，主要受大中華區及印尼艱難經營環境所拖累，而其他市場則維持相對穩定的表現。

展望未來，本集團將繼續堅定執行「超越界限2030」策略下的四大策略選擇，包括：

1. 重振我們的品牌組合
2. 數位先導
3. 贏在大中華
4. One Giordano

上述策略選擇將透過確保我們在適當時機提供合適產品，以及講述具吸引力的品牌與產品故事，從而加強我們與顧客的互動，並推動門店流量及參與度。我們持續致力於提升品牌差異化及優化顧客體驗，這些努力持續獲得消費者共鳴，使我們能更有效應對零售市場的複雜性。

重振品牌組合是我們的首要策略選擇。在2025年，我們開始重新定位*Giordano Ladies*品牌，意識到必須與年輕女性客群建立連結，並迎合她們在職場上更偏好休閒、舒適穿搭的趨勢。於2025年，我們透過調整產品設計及品牌形象，使香港及澳門市場於下半年錄得8%的增長。我們將於2026年第二季重新推出*Giordano Ladies*品牌，並於年內推展至其他市場。

至於*Beau Monde by Giordano*品牌，我們錄得29%的按年增長，主要受惠於「數位先導」策略，迎合消費者對高品質及高性價比產品的需求。

於印尼的非佐丹奴品牌業務方面，受Nike於全球面對的挑戰及其自身轉型影響，我們持續面對逆風。為減輕相關不利影響並確保在市場變化下仍能靈活及有效管理，我們正採取針對性及前瞻性的措施，包括強化團隊能力及專業技能。

大中華區錄得相對穩定的表現，收入僅按年輕微下跌0.8%，反映在行業環境具挑戰下仍具韌性。大中華區的線上渠道繼續優於實體店表現；惟第四季異常溫暖的天氣限制了冬季厚身產品(尤其是外套)的銷售，而此類產品一向是冬季業績的重要貢獻來源。東南亞及澳洲(「東南亞」)地區的銷售按年下跌5.6%，主要受印尼業務拖累。

然而，其他東南亞市場錄得1.3%的收入增長，下半年表現尤為強勁，按年反彈3.1%，相比上半年輕微下跌0.6%有明顯改善。我們於2025年下半年在泰國錄得9.6%增長，新加坡6.4%，馬來西亞5.3%，均呈加速勢頭。海灣阿拉伯國家合作委員會市場亦展現健康增長，收入上升4.6%，進一步印證我們因地制宜的本地化策略有效地迎合不同市場的消費者特性。

於零售收入方面，本集團錄得按年輕微下跌1.9%。儘管如此，我們的線上渠道仍錄得亮眼的雙位數增長，達10%。即使中國內地於下半年因異常溫暖天氣導致對厚身外套需求疲弱，拖慢了線上銷售增長，我們的整體電商業務仍保持穩健表現。於其他市場，我們的電商平台表現更為強勁，銷售按年上升13.5%；若撇除印尼非佐丹奴品牌的影響，增長更可達到顯著的25.3%。我們的「數位先導」策略強調將電商發展為未來增長引擎，因我們目前的線上滲透率仍低於行業基準。團隊在數碼營銷、用戶體驗優化，以及與主要電商平台的合作方面的針對性投入，均推動了此增長。我們將繼續全力加速數碼化發展，包括優化營銷、擴大產品組合及深化採購能力，作為「超越界限」五年策略計劃的核心支柱。相反，線下銷售按年下跌4%，主要由於印尼非佐丹奴品牌表現欠佳所致。若撇除此不利因素，跌幅將收窄至2.4%，主要反映中國內地的重整計劃，專注精簡門店組合及加強我們於華南地區的布局。大中華區異常溫暖的天氣亦影響客流量及冬季服裝銷售。儘管如此，我們於其他地區的零售團隊仍保持穩健表現。

批發渠道錄得按年增長0.7%。若非中國內地因精簡業務、聚焦重點客戶而刻意減少批發出貨量，以及南韓市場需求轉弱下我們審慎控制出貨以維持穩健財務狀況，整體表現本可更為強勁。相反，海外市場(不包括南韓)的批發收入則大幅上升近20%，主要受菲律賓及緬甸的強勁動能帶動。若宏觀環境未出現重大逆轉，這一積極趨勢預期將延續至2026年。透過與主要特許經營商及被授權商建立穩固合作關係、擴展產品組合，以及提升供應鏈效率，我們已具備良好條件，能在這些市場持續發展及演變的過程中把握更多增長機遇。

表2：收入分析

(以百萬港元為單位)	2025年	貢獻	2024年	貢獻	變動
大中華	1,701	44.1%	1,714	43.7%	(0.8%)
東南亞及澳洲	1,424	37.0%	1,508	38.5%	(5.6%)
海灣阿拉伯國家合作委員會	729	18.9%	697	17.8%	4.6%
按市場劃分之本集團收入	3,854	100.0%	3,919	100.0%	(1.7%)
線下業務	2,856	74.1%	2,976	76.0%	(4.0%)
線上業務	575	14.9%	523	13.3%	9.9%
零售	3,431	89.0%	3,499	89.3%	(1.9%)
海外加盟商	317	8.2%	301	7.7%	5.3%
中國內地加盟商	106	2.8%	119	3.0%	(10.9%)
加盟商之批發	423	11.0%	420	10.7%	0.7%
按渠道劃分之本集團收入	3,854	100.0%	3,919	100.0%	(1.7%)

本集團的毛利率於下半年顯著反彈，按年上升0.6個百分點，扭轉上半年錄得3.3個百分點跌幅的情況。受惠於此強勁回升，本集團全年毛利率僅錄得1.2個百分點的輕微下降。若撇除印尼非佐丹奴品牌分部的影響，整體毛利率跌幅將進一步收窄至僅0.8個百分點。此正面發展反映我們在主動管理售價及持續重整採購模式方面的成效，兩者均旨在降低產品成本。展望未來，我們將於線上及線下渠道維持審慎平衡的定價策略，與我們的全渠道策略方向完全一致，以支持可持續增長並確保健康的毛利水平。

正如我們於中期業績公告中所強調，加強供應鏈及提升採購管理仍然是本集團的首要工作，核心目標是降低產品成本。我們在這方面的持續努力已取得實質成果，於下半年產品成本對毛利的影響已大幅減輕，主要得益於更嚴謹的成本控制及採購效率的提升。我們有信心，這些改善將可延續至2026年，為未來的盈利能力及降低成本波動奠定穩固基礎。

此外，本集團的渠道組合亦出現變化，線上業務佔比按計劃持續上升。雖然線上渠道的毛利率一般較線下為低，但此增長方向與我們加速數碼轉型的策略完全一致。同時，我們有策略地清理往年陳舊存貨，亦對平均售價帶來一定壓力。儘管如此，我們未來的定價策略將繼續著重在推動收入增長與維持健康毛利之間取得適當平衡，並在所有渠道一致執行，以支持本集團及持份者的長期可持續價值創造。

表3：毛利分析

(以百萬港元為單位)	2024年 毛利	產品成本	售價	銷量	其他	匯率換算 影響	2025年 毛利
東南亞及澳洲	883	3	(102)	7	1	8	800
海灣阿拉伯國家 合作委員會	447	(3)	(11)	28	-	-	461
中國內地	300	(7)	(4)	1	1	-	291
台灣	264	(5)	7	(23)	-	8	251
香港及澳門	262	(6)	6	(8)	(1)	-	253
市場組合	-	3	(9)	6	-	-	-
零售及分銷	2,156	(15)	(113)	11	1	16	2,056
海外加盟商/ 附屬公司之批發	78						93
本集團	2,234						2,149

其他收入及其他收益，淨額

其他收入及收益來自多項來源，包括資產出售、特許權收入、授權收入、利息收入、租金收入、政府援助及匯兌差額。於2025年，本集團的其他收入錄得顯著增加，主要由於出售一項位於香港的自置物業。該交易已於2025年12月完成，錄得淨收益4,900萬港元。

此項收益為本年度其他收入的改善作出貢獻，並反映本集團在資產管理及投資組合優化方面持續進行的相關工作。

經營費用及經營溢利

本年度的經營費用按年上升2.3%，部分原因是為支持中國內地線上業務增長而增加的廣告及推廣開支。此外，本集團在推行「超越界限」五年策略計劃期間所產生的額外經營成本亦帶來一定影響。這些投入與我們的長期策略重點一致，旨在推動數碼化拓展及強化品牌定位。於本年度，經營費用佔收入比率為50.7%，較2024年的48.7%為高。本集團將繼續致力於進行具針對性的投資，以推動品牌增長，同時確保審慎及高效的資源管理，配合我們向增長導向型組織轉型的方向。

因此，本集團錄得經營溢利3.13億港元，按年下降17.0%，經營溢利率為8.1%。值得注意的是，若印尼非佐丹奴品牌的表現與去年相若，核心佐丹奴品牌應佔的經營溢利將達3.61億港元，按年僅錄得4.2%的較溫和跌幅。此主要反映大中華區表現較為疲弱，而該區於下半年受異常溫暖天氣影響，對業績造成一定壓力。

展望未來，本集團將繼續堅定致力於優化成本結構，並持續提升各業務單位的營運效率。我們亦會繼續秉持審慎及以價值為本的投資原則，推動品牌發展、強化數碼能力及提升市場競爭力。透過持續落實五年策略計劃，我們旨在進一步提升盈利能力，並為長期可持續增長奠定穩固基礎。

使用權資產與物業、機器及設備之淨減值

根據香港會計準則第36號的規定，本集團於本年度就使用權資產及物業、機器及設備作出減值撥備500萬港元(2024年：400萬港元)。

融資費用

融資費用減少至4,500萬港元(2024年：4,600萬港元)，主要由於租賃負債的推算利息下降所致。

股東應佔除所得稅後溢利

本年度本公司股東應佔除所得稅後溢利(「股東應佔溢利」)按年上升100萬港元至2.17億港元，較2024年的2.16億港元呈現穩定表現。即使零售環境日益嚴峻，加上宏觀經濟不確定性持續，我們仍能維持穩健的盈利水平。值得一提的是，本集團的淨利率按年改善0.1個百分點至5.6%(2024年：5.5%)，進一步印證我們持續專注提升營運效率及審慎管理開支的成效。

雖然本年度的股東應佔溢利輕微按年上升，但值得注意的是，若非部分業務分部出現短暫挫折，本集團的基礎盈利能力本可更為理想。印尼非佐丹奴品牌的表現欠佳，以及我們於南韓合營公司(持股48.5%)所面對的逆風，抵銷了其他核心業務單位的改善及增長。若上述分部能維持去年相若的盈利水平，本集團本年度的股東應佔溢利將可達2.62億港元。此情況突顯我們核心佐丹奴業務的持續韌性及強勁執行力，尤其是在東南亞及海灣阿拉伯國家合作委員會市場，於外部環境充滿挑戰的情況下仍能錄得穩健的財務表現。

就我們於南韓合營公司而言，長期的競爭壓力及經濟環境疲弱持續影響其表現，令本年度應佔溢利降至100萬港元，較去年減少1,900萬港元(2024年：2,000萬港元)。儘管面對上述逆風，本集團仍然全力與其他股東保持緊密合作，積極尋找策略性機遇，並推行多項措施以減輕當前市場環境所帶來的影響。管理層有信心，透過這些共同努力，合營公司將能在經濟環境逐步穩定後受惠於市場復甦，並把握未來的增長機遇。

實際稅率下降至11.2%，反映稅務轄區組合出現有利變化。同時，透過退稅措施及在定期稅務合規審查後撥回部分撥備，亦有助提升稅後盈利水平。

展望未來，本集團將繼續全力推動「超越界限」五年策略計劃的落實，重點聚焦審慎的成本管理及可持續的長期增長。憑藉積極主動的策略部署、對卓越營運的持續投資，以及在核心市場的既有優勢，我們有信心在市場環境持續改善的情況下，進一步提升盈利能力，並為股東及持份者創造長遠價值。

市場分析

以下意見以當地貨幣為單位，倘若是以港元為單位，則按固定匯率計算，以撇除因換算財務報表所產生之扭曲。

大中華

表4：大中華之除所得稅前溢利

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	2025年	佔收入 百分比	2024年	佔收入 百分比	變動
收入	1,417	100.0%	1,454	100.0%	(2.5%)
毛利	787	55.6%	826	56.8%	(4.7%)
其他收入及其他收益，淨額	9	0.6%	12	0.8%	(25.0%)
經營費用	(807)	(57.0%)	(797)	(54.8%)	1.3%
經營(虧損)溢利	(11)	(0.8%)	41	2.8%	(126.8%)
融資費用	(10)	(0.7%)	(10)	(0.7%)	持平
除所得稅前溢利	(21)	(1.5%)	31	2.1%	(167.7%)

香港和澳門

香港及澳門市場於下半年呈現正面走勢，尤其在10月及11月分別錄得21%及7%的增長，使跌幅由上半年的-2.2%明顯收窄至-0.5%。全年計，市場按年僅錄得-1.4%的輕微下降。市場表現受極端天氣不利影響，包括更頻繁的颱風、暴雨，以及12月異常溫暖的氣溫，而香港整體服裝市場按年下跌10%。儘管如此，兩地市場的相對韌性反映我們聚焦策略及卓越營運能力的成效。

這一令人鼓舞的成果主要受惠於成功的產品策劃，包括推出「哈利波特」聯乘系列，深受消費者歡迎，並大幅提升兩地市場的互動度及參與度。即使面對消費者消費模式持續轉向中國內地的挑戰，我們仍成功取得上述佳績。此外，香港及澳門的線上業務於下半年強勢反彈，由上半年按年持平，轉為下半年錄得顯著的40%增長，帶動全年線上銷售按年上升18.2%。這進一步印證我們針對性的數碼策略及持續優化電商營運的成效。

值得強調的是，我們於香港市場的表現優於香港特區政府所公布的整體服裝零售業。這項超越大市的成果，突顯「超越界限」五年策略計劃的成效、品牌的長期價值，以及團隊在營運紀律方面的卓越表現。我們以具吸引力的品牌及產品故事、一貫的產品創新，以及對零售卓越的堅定承諾為核心的策略，持續鞏固我們的市場領導地位。雖然隨着市場步入後疫情時代，租金回復至疫情前水平對盈利能力帶來一定壓力，但我們對香港及澳門市場的持續復甦及未來增長潛力仍充滿信心。

本集團的高端女裝系列 *Giordano Ladies* 已進入令人振奮的增長階段，全年銷售按年上升 5%。品牌憑藉其在智慧辦公服飾領域的穩固聲譽，正逐步演變為更具現代感、輕鬆及商務休閒風格的形象，體現我們所倡導的「臻致優雅」(premium elegance) 概念。此品牌重塑回應了現代職場對舒適度、個性化及多功能性的需求轉變，而這些趨勢亦受到遙距工作普及及年輕消費者影響所推動。為進一步強化品牌煥新的形象，我們計劃翻新位於香港中環的旗艦店，以提升整體零售體驗，並更有效展示我們升級後的產品系列。

就核心佐丹奴品牌而言，即將推出的一系列全新產品組合——包括備受期待的「湯姆與傑利」系列，以及農曆新年主題活動「馬到成功」——將有助深化我們與顧客的連結，推動銷售增長，並進一步提升毛利率。此外，韓國系列的引入持續為品牌帶來跨市場協同效應，進一步強化品牌活力，並提升其於香港市場的吸引力。

整體而言，我們將繼續專注落實策略重點，持續投資於產品創新，並提升顧客體驗，以確保在這些關鍵市場中實現可持續的長期成功。

中國內地

於中國內地，可比同店銷售按年錄得 5.2% 的顯著增長。這一進展反映我們中國復甦計劃及「數位先導」策略的有效執行，兩者均為本集團轉型藍圖的核心。雖然總收入大致持平，但這是我們策略性店舖整合的預期結果，重點關閉實體零售渠道中表現欠佳的店舖。此舉不僅優化了整體組合，亦提升了業務的質素及可持續性。

我們的線上渠道繼續優於線下業務，電商收入按年上升 8.8%。儘管下半年增速有所放緩——主要受異常溫暖天氣影響冬季產品銷售，以及去年同期因清貨活動而形成的高基數所致——但線上業務的盈利能力有所改善，反映我們在增長與利潤提升之間取得更佳平衡。此成果與「超越界限」五年策略計劃高度一致，該計劃將數碼化視為業務演進的核心動力。透過優先推動數碼轉型，我們有效利用電商平台迅速回應消費者偏好轉變，同時擴大市場覆蓋並提升營運靈活性。本集團於唯品會及天貓平台的線上業務分別錄得 25% 及 23% 的加速增長，進一步鞏固我們在中國內地的數碼競爭力。

我們透過為不同線上平台度身訂造的商品分層策略，進一步強化營運卓越。此針對性策略使我們能更精準地回應多元化客群的需求——將*Giordano Ladies*及韓國系列等高端產品系列定位於追求品味的消費者，同時利用唯品會等渠道有效管理舊季存貨。清晰的產品分層不僅提升收入潛力，亦有助改善毛利率，維持健康的商業平衡。隨着我們持續優化數碼及商品策略，我們深信，專注於差異化的消費體驗將推動強勁且可持續的增長。

受惠於上述策略措施，線上銷售對整體業務的貢獻大幅提升，由2024年的63%上升至69%，進一步突顯本集團於中國內地的線上業務日益重要且具備強大競爭力。惟因針對性折扣以清理舊季存貨，以及部分貨品周轉較慢，導致整體毛利率有所下降。這些短期影響屬我們為業務奠定長遠成功基礎所作出的必要調整。

在線下業務方面，我們亦意識到持續存在的挑戰。早前因舊季存貨及品牌形象受損所導致的下跌，突顯了推行針對性重振措施的必要性。過去一段時間品牌投資相對有限，加上策略重點有所調整，促使我們重新聚焦並重建增長動能。於2025年，我們已精簡組織架構，以提升成本效益，並為線下業務的重整奠定基礎。在「超越界限」五年策略計劃下，我們現將發展重點放在中國南部市場，藉此充分利用品牌既有認知度及營運效率。待此策略取得成效後，我們將把相關模式推展至其他地區，並進一步加大品牌及產品創新的投入。

展望未來，中國內地仍是本集團五年策略藍圖中的關鍵及「必勝」市場。我們將致力重新調整及重振線上與線下渠道，推動業務重回可持續盈利軌道，並支持本集團的長期增長目標。透過嚴謹的策略執行及持續投資，我們有信心在這個具策略性的重要市場中把握新機遇，並為本集團創造長遠價值。

台灣

台灣市場於本年度面臨停滯，收入按年下降7.0%。此走勢與整體經濟放緩一致，並於第四季因異常溫暖天氣而進一步受壓。儘管面對上述宏觀挑戰，我們的線上渠道仍錄得近4%的按年增長，反映本集團持續推動電商能力擴展及強化策略的成效。

雖然線下業務因經濟因素及不利天氣而面臨壓力，但我們對未來增長前景仍保持樂觀。隨着我們於2026年完成管理團隊重組，預期線下零售表現將重新獲得動能。展望未來，我們的策略重點將放在提升零售卓越，尤其是採購及商品管理這兩個關鍵範疇。透過優化產品組合及加強店鋪分配策略，我們期望更有效地回應消費者偏好轉變，並最大化店鋪層面的銷售潛力。

我們深信，這些針對性的措施將提升營運效率並改善顧客體驗，使本集團在經濟復甦時能夠把握更大的市場份額。作為我們對長期成功承諾的一部分，我們將繼續投資於數碼及實體零售業務，並運用數據驅動的決策模式，以確保在不斷變化的市場環境中保持敏捷及具回應性。透過這些前瞻性的行動，我們有信心在台灣市場抓緊新機遇，推動可持續增長。

表5：大中華之收入及門市統計

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	年末門市數目								
	收入			加盟店		直營店		總數	
	2025年	2024年	變動	2025年	2024年	2025年	2024年	2025年	2024年
中國內地	659	661	(0.3%)	236	294	76	107	312	401
台灣	397	427	(7.0%)	-	-	166	167	166	167
香港及澳門	361	366	(1.4%)	-	-	47	41	47	41
總數	1,417	1,454	(2.5%)	236	294	289	315	525	609

總結而言，本集團於大中華區的近期表現反映過去一段時間在產品及品牌發展方面的優先次序下降及投資不足，導致業績未達長期預期。然而，在「超越界限」五年策略計劃下，大中華區已重新確立為優先發展市場，並成為推動本集團增長的重要引擎。我們將繼續推行線下業務重整計劃，以及線上業務的「數位先導」策略。

鑑於該區具備龐大潛力及策略重要性，我們將全力於重整、重配及重振於中國內地、香港、澳門及台灣的整體業務。為此，我們將投放更多資源及管理層關注，以加快增長步伐並把握新機遇。

展望未來，我們的策略將聚焦於強化品牌資產、提升門市生產力及優化存貨管理等針對性措施。這些行動有望有效應對傳統挑戰，並為在這個關鍵且「必勝」的市場奠定長遠、可持續增長的穩固基礎。隨着重新聚焦及加大投資，我們深信大中華區將成為推動本集團未來成功的強大增長引擎。

東南亞及澳洲

表6：東南亞及澳洲之除所得稅前溢利

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	2025年	佔收入 百分比	2024年	佔收入 百分比	變動
收入	1,418	100.0%	1,508	100.0%	(6.0%)
毛利	792	55.8%	883	58.6%	(10.3%)
其他收入及其他收益，淨額	8	0.6%	6	0.4%	33.3%
經營費用	(635)	(44.8%)	(648)	(43.0%)	(2.0%)
經營溢利	165	11.6%	241	16.0%	(31.5%)
融資費用	(21)	(1.4%)	(21)	(1.4%)	持平
除所得稅前溢利	144	10.2%	220	14.6%	(34.5%)

本區域的收入按年下降6.0%，主要受印尼業務的逆風所拖累。若撇除印尼，該區收入僅按年下降3%，展現更強的韌性。值得注意的是，新加坡市場錄得4.3%的穩健按年增長。更令人鼓舞的是，除印尼外的所有主要市場於下半年均呈現正面走勢，顯示復甦勢頭持續並鞏固市場地位。

泰國於下半年錄得顯著反彈，恢復至3.4%的增長。這一迅速改善反映我們在採購方面的靈活性，以及成功把握重大國家事件後市場對「黑色商品」需求急升的契機。馬來西亞的業務於下半年亦見動能，銷售按年上升1.3%。上述趨勢印證我們因地制宜的市場策略成效，以及我們持續提升零售營運能力的努力。

我們對數碼加速的投入亦取得強勁成果，該區(不包括印尼)的電商收入按年增長35%。展望2026年，我們將進一步利用這股動能，推出電商專屬系列(如韓國系列)，以吸引並滿足愈趨數碼原生的消費者群。

在印尼，業績主要受非佐丹奴品牌拖累。我們已採取果斷措施重塑品牌組合，逐步淘汰部分非策略性的第三方品牌，包括Timberland及North Face，同時保留Nike，而Nike正在全球範圍內重新定位其業務。我們預期Nike將於短期內恢復增長，尤其是在配合2026世界盃等全球體育盛事推出創新產品後。從長遠而言，我們將集中整合資源，並優先推動自家品牌於整個東南亞(包括印尼)的擴展。

整體而言，本區域仍具備吸引力十足的增長機遇。我們正積極提升產品組合並提高營運標準，以應對各市場的特定挑戰，同時推行本地化策略以釋放更大潛力。展望未來，我們對東南亞及澳洲市場的長期前景充滿信心。透過推動關鍵策略舉措——尤其是擴大數碼版圖及強化核心品牌組合——我們有能力在這個充滿活力的區域內，於所有業務板塊實現持續增長及盈利能力提升。

表7：東南亞及澳洲之收入及門市統計

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	收入			年末門市數目	
	2025年	2024年	變動	2025年	2024年
印尼#	699	767	(8.9%)	195	210
泰國	267	273	(2.2%)	158	155
新加坡	219	210	4.3%	32	31
馬來西亞	153	159	(3.8%)	84	86
越南	64	73	(12.3%)	27	30
澳洲	12	22	(45.5%)	3	5
柬埔寨	4	4	持平	2	2
總數	1,418	1,508	(6.0%)	501	519

除佐丹奴品牌外，佐丹奴印尼亦根據加盟或授權經營協議經營世界知名的服裝及運動品牌，主要包括Nike，但亦包括The North Face、Timberland及Keds（各為「非佐丹奴品牌」，統稱為「非佐丹奴品牌」）。195 (2024年: 210)家商店中有42 (2024年: 58)家是非佐丹奴品牌商店。

海灣阿拉伯國家合作委員會

表8：海灣阿拉伯國家合作委員會之除所得稅前溢利及門市統計

(以百萬港元為單位， 按固定匯率換算)	2025年		2024年		變動
	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	
收入	730	100.0%	697	100.0%	4.7%
毛利	461	63.1%	447	64.1%	3.1%
其他收入及其他收益，淨額	6	0.8%	5	0.7%	20.0%
經營費用	(328)	(44.9%)	(311)	(44.6%)	5.5%
經營溢利	139	19.0%	141	20.2%	(1.4%)
融資費用	(14)	(1.9%)	(16)	(2.3%)	(12.5%)
除所得稅前溢利	125	17.1%	125	17.9%	持平
加盟店	45		44		1
直營店	144		139		5
年末門市數目	189		183		6

儘管鄰近地區持續面對地緣政治挑戰，本集團於海灣阿拉伯國家合作委員會市場的業務仍錄得穩健的按年收入增長4.7%，並維持穩定的盈利能力。全年銷售動能持續加速，下半年收入按年增長達7.5%，遠高於上半年的2.2%。

線上渠道是推動增長的主要動力，下半年電商收入按年大幅上升36.4%，延續上半年33.3%的強勁增長。整體而言，海灣阿拉伯國家合作委員會地區全年電商收入按年上升35%。此卓越表現反映我們自家數碼平台的成功擴展，以及與主要第三方電商夥伴的緊密合作，同時亦突顯區內消費者購物行為正加速向數碼渠道轉移。

海灣阿拉伯國家合作委員會市場的整體成功亦受惠於更佳的产品供應，以及因應當地消費者偏好而制定的精準市場推廣策略。我們深知海灣阿拉伯國家合作委員會市場的特性與大中華區及東南亞市場有所不同，因此我們持續透過本地化產品創新及度身訂造的營銷策略，深化市場相關性及消費者參與度。

展望未來，我們相信以數碼轉型、產品卓越及市場導向參與為核心的策略，將持續帶動增長，並鞏固我們在海灣阿拉伯國家合作委員會市場的領導地位。透過持續投資於數碼基建及創新產品組合，我們已具備良好條件把握市場機遇，並於該區域實現可持續的價值增長。

南韓(一間由獨立管理團隊管理之擁有48.5%權益的合營公司)

表9：南韓之應佔淨溢利及門市統計

(以百萬韓圓為單位)	2025年	佔收入百分比	2024年	佔收入百分比	變動
收入	131,955	100.0%	147,825	100.0%	(10.7%)
毛利	68,269	51.7%	77,826	52.6%	(12.3%)
淨溢利	441	0.3%	7,356	5.0%	(94.0%)
應佔淨溢利	214		3,571		(94.0%)
年末門市數目	97		123		(26)

我們於南韓的合營企業在年內面對嚴峻的市場環境，導致盈利顯著下跌，並大幅減少本集團應佔溢利。業績表現主要受政治局勢持續不穩及競爭格局快速變化所影響，抑制消費需求，並為市場參與者帶來額外壓力。

雖然本集團僅持有該合營企業48.5%的非控股權益，但我們正積極與合作夥伴緊密協作，以共同應對當前挑戰。雙方致力識別並落實策略性方案，以穩定營運並釋放未來增長潛力。我們的協同策略將充分發揮合營企業強大的品牌資產及市場推廣能力，重拾增長動能，並在經濟環境正常化後為業務奠定長遠成功的基礎。

此外，我們於南韓的業務亦為本集團帶來寶貴的市場洞察及最佳實務。例如，韓國系列於大中華區推出後獲得消費者的高度正面反饋，印證我們跨市場創新策略的有效性。鑑於顧客興趣上升及潮流演變，我們計劃將此系列進一步推展至東南亞市場。

總結而言，儘管南韓合營企業於短期內面對挑戰，我們對其復甦及擴展前景仍保持樂觀。憑藉穩固的品牌基礎及與合營夥伴的深化合作，我們深信相關主動措施將帶來新的增長機遇，並為本集團持續創造長遠價值。

海外(大中華以外)加盟商及授權經營商

表10：海外加盟商之門市統計

	2025年	2024年
東南亞	188	190
南韓*	97	123
南亞	102	102
非洲	29	27
其他市場	23	23
總數	439	465

* 本集團擁有48.5%權益的南韓合營公司，同時是本集團其中一個加盟商。

本集團的海外加盟商及授權經營商網絡於年內錄得卓越增長，充分展現我們與合作夥伴的協作成效，以及本集團所提供的全面支援。向相關市場的批發收入按年上升近20%，其中菲律賓市場表現尤為強勁。此增長反映品牌及產品需求持續加速，並突顯我們於主要國際市場建立的穩固基礎。

如前文所述，儘管南韓的批發業務因短期市場挑戰而按預期放緩，但我們對其他成熟市場的增長前景仍充滿信心，尤其是菲律賓及緬甸。展望未來，我們預期門市數量將進一步增加，並將持續拓展至具高增長潛力的新興市場，包括非洲及南亞。當中，印度因其龐大市場規模及充滿活力的消費者結構，尤具長期增長吸引力。

這股持續的增長動能，印證了我們在拓展國際版圖及協助加盟商與授權經營商於多元市場環境中取得成功的策略方向是正確的。我們致力為合作夥伴提供一流的資源、營運專業知識及品牌支援，確保他們能持續繁榮發展。透過建立一個充滿活力且具自主性的全球合作夥伴網絡，我們已具備良好條件，在海外市場推動可持續增長並把握未來機遇。

財務狀況

流動資金及財務資源

於2025年12月31日，本集團的現金及銀行結存(扣除銀行貸款後)總額為6.98億港元(2024年：8.10億港元)。該按年減少主要由於經營現金流入放緩，當中主要由於為應對早前齋戒月節日期間需求增長而增加的存貨持有量。管理層持續積極檢討派息框架，以更貼近現行市場慣例及優化股東價值。儘管現金流有所減少，本公司仍維持強健且具韌性的財務狀況，為持續推動增長計劃及營運需求奠定堅實基礎。

銀行貸款為2,500萬港元(2024年：2,600萬港元)。本集團之槓桿比率(按銀行借貸總額與權益總額之比率計算)為1.2%(2024年：1.2%)。本集團的流動比率為1.6(2024年：1.5)，以流動資產16.71億港元(2024年：16.92億港元)及流動負債10.26億港元(2024年：11.34億港元)計算。

物業、機器及設備

本年度資本開支為6,600萬港元(2024年：6,600萬港元)，大部分用於店舖升級及店舖搬遷。

商譽及授出認沽期權負債

商譽及授出認沽期權負債來自2012年及2015年收購海灣阿拉伯國家合作委員會業務。本集團已進行所須的減值測試，並確認商譽無須減值。

於南韓合營公司之權益

我們佔股48.5%的南韓合營公司的賬面價值，按權益法計算，下跌6%至3.89億港元。變化主要由於韓圓匯率波動及股息收入所致。

存貨

於年末，本集團的存貨結餘為5.56億港元(2024年：5.08億港元)，存貨對成本流轉日數為119天(2024年：110天)。存貨增加的主要因為2026年齋戒月較早開始，需於年末前安排運送。因此，存放於供應商的製成品按年大幅減少。儘管有這些策略性安排，本集團的整體存貨水平仍保持穩定，突顯了存貨管理及前瞻性供應鏈規劃的有效性。

為維持最佳存貨狀況及降低潛在的資產負債表外風險，本集團持續監控供應商及加盟商持有的存貨。誠如先前所述，存放於供應商的製成品存貨低於去年，反映出為配合2026年第一季度較早的齋戒月而提前運送。在南韓合營公司方面，儘管面臨市場逆風，我們仍觀察到存貨累積；然而，當地管理層已迅速實施措施調節未來運送，確保存貨水平與預期需求保持一致。

管理層持續致力於提升本集團的採購及供應鏈能力。目前正進行全面持續檢討，以進一步提高存貨週轉、精簡營運流程，並加強我們因應不斷變化的市場需求之靈活性。預期這些措施將支持本集團的未來增長、強化供應鏈韌性，並鞏固我們在審慎且高效存貨管理方面的聲譽。

表11：系統存貨

(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

應收及應付賬款

應收及應付賬款流轉日數分別為48天(2024年：44天)及51天(2024年：63天)。

股息

於2018年11月8日，本公司採納股息政策(「股息政策」)。股息政策旨在為透過派付股息向其股東回饋剩餘現金。根據股息政策，本公司一直將其大部分盈餘用於派付普通股息，至於派息金額則經考慮手頭現金、未來投資需要以及營運資金等因素而有所不同。

管理層持續審慎檢視股息派付安排，以更符合市場慣例，同時兼顧長遠可持續性及未來發展所需的均衡資金分配。因此，董事會建議派發之末期股息為每股6.4港仙(2024年：每股6.0港仙)。連同於2025年10月3日(星期五)派發之中期股息每股7.5港仙(2024年：每股8.0港仙)，全年股息將達每股13.9港仙(2024年：每股14.0港仙)，派息比率為103.7%。待我們的股東於本公司應屆股東周年大會上批准後，末期股息將於2026年6月18日(星期四)派發予於2026年6月8日(星期一)名列本公司股東名冊的股東。

展望

踏入2026年及其後的發展旅程，佐丹奴不僅站在轉折點上，更正處於品牌重塑的新起點。

與此同時，我們亦審慎關注日益複雜的外部環境。我們於中東地區的業務可能受地緣政治不確定性影響，從而對消費情緒及成本構成潛在壓力。團隊已採取短期措施，以確保業務韌性及營運連續性；然而，我們對佐丹奴品牌的重振，反映的是更長遠的承諾—致力提升品牌相關性、靈活性及可持續增長能力。

重塑新篇章—致敬根源，擁抱未來

佐丹奴的傳承，一直建立於其與時並進、迎難而上並持續茁壯的能力。隨着全球環境不斷變化、消費者期望及風格持續演進，服裝行業正面臨重塑，而品牌唯有不斷蛻變，方能保持長久的市場競爭力。

Giordano Ladies 的成功煥新，進一步強化我們的信念—現在正是重振佐丹奴核心品牌的最佳時機，既重新連結忠實顧客，同時吸引跨世代的新受眾。此革新將重新定義我們的敘事方向，塑造一個更真誠、現代且具吸引力的品牌體驗。透過更細膩的設計、更強的故事力，以及在每件服飾、每個宣傳活動及每個數碼接觸點上建立更深層的顧客互動，我們致力確保佐丹奴能持續融入未來世代的日常生活與願景之中，從亞洲走向世界。

為明天播下種子 — 以客為中心的轉型

我們不再把顧客視為交易的終點，而是品牌故事的共同創造者。從充滿創意與玩味的 *Giordano Concepts* (「GC」)，到展現優雅精緻的 *Giordano Ladies*，每一條產品線都在邀請顧客一同分享我們對自信、舒適與自我表達的願景。

我們的承諾亦延伸至每一個日常接觸點 — 無論是實體店的親切體驗、線上平台的直覺便利，抑或每個品牌故事所帶來的情感連結。我們正把顧客洞察與數碼工具融入營運核心，令每一次互動變得更精明、更具意義、更令人難忘。

超越界限 — 我們的四大策略支柱

我們的策略選擇一直為本集團帶來明確方向，而踏入2026年，我們正以更深層次的思考與更清晰的使命感重新詮釋這些策略。

「超越界限」五年策略藍圖仍然是我們的北極星，但我們的實踐方式正不斷演進。我們正重新調整並重新激活本集團的基礎，務求不僅與行業同步，更要引領步伐，重新連結顧客。擁抱變革、保持靈活、迅速應對的決心比以往更強，而我們致力成為一間增長型企業、為所有持份者創造長遠價值的承諾亦始終如一。

1. 重振我們的品牌組合：

我們轉型的核心，是持續推動佐丹奴品牌產品的演進。我們深信，優秀的產品是成功品牌的心臟 — 從設計、研發到採購，我們將繼續為市場帶來高品質、高價值的產品。品牌故事將在細節中呈現 — 包括布料的質感、服飾的剪裁、宣傳活動的活力，皆是我們與顧客連結的語言。打造品牌熱度，不僅是追隨潮流，而是引領潮流。透過加強研發、設計及跨市場靈感交流，我們致力打造令人驚喜、令人喜愛的系列。我們亦正積極拓展觸及面，吸引新一代受眾，尤其是具數碼敏感度、年輕及女性的消費群 — 她們正是未來零售創意脈搏的核心。

2026：品牌重塑之年

Giordano Ladies

於2026年，我們將以重振品牌宣傳、簡潔現代的短版標誌，以及位於香港中環的旗艦店重新開幕，正式啟動 *Giordano Ladies* 的品牌重塑。全新的店舖設計旨在吸引更多年輕的客群，並以更輕鬆、休閒的風格重新詮釋都會女性的日常穿搭。我們已於2025年下半年看到積極成果：銅鑼灣新店開幕後銷售表現改善，而品牌形象煥新及更輕鬆、休閒的辦公室服飾系列推出後，店舖生產力亦有所提升。這些成果印證了我們品牌重塑策略的有效性，並為未來增長奠定更堅實的基礎。

佐丹奴(核心品牌)

於2026年第四季度，我們將在香港重新推出核心品牌佐丹奴。

全新的品牌概念旨在重新連結長期支持我們的顧客，同時加強品牌的跨世代吸引力，提供以可靠品質與卓越價值為核心的日常服飾。

品牌轉型亦將延伸至零售體驗。全新的店舖格式以「簡約之美」為設計理念，營造煥然一新、親切易達的購物空間，並將進駐香港主要購物商場。同時，我們將於4月推出全新網站，把所有品牌整合至同一數碼平台，為顧客帶來更一致、更流暢的品牌體驗。

我們亦會持續發展去年十月於中國內地推出的全新品牌*GC by Giordano*。*GC*將於2026年陸續擴展至其他市場，成為佐丹奴旗下專為年輕、時尚前衛消費者而設的品牌。

至於*Beau Monde by Giordano*，將繼續作為我們在中國內地推動業務增長的主要品牌。該品牌延續佐丹奴的品質，但以更親民的價格定位，並於過去數年持續錄得穩健增長。

2. 數位先導躍進：

「數位先導」是我們的第二大策略支柱，我們將持續加速數碼化進程，確保品牌能在電商領域中於顧客所在的平台與其接軌。零售世界已無疆界，我們的品牌亦必須如此。我們正大步推進數碼版圖的轉型，運用數據智能為顧客提供更個人化的產品選擇，並透過數碼化的品牌敘事深化情感連結。線上與線下的無縫融合是我們的目標——打造一個讓佐丹奴不僅是一家店舖，而是一個目的地的生態系統。無論顧客在何處接觸品牌，我們都希望他們感受到被理解、被重視、被啟發。

目前，我們的電商收入佔比仍低於行業水平，因此我們將繼續專注加速中國內地及全球其他市場的電商業務發展。

我們將於4月推出香港及新加坡專屬網站的全新版本，其後陸續覆蓋所有市場。新網站將與佐丹奴的品牌重塑定位保持一致，並整合所有品牌，同時提供獨家產品及合作系列，進一步提升顧客的數碼體驗。

3. 贏在大中華及全球市場：

我們的第三項策略選擇為「贏在大中華」，同時亦包括我們的本土市場香港。我們視大中華區為必勝之地，並將在此加速電商業務發展，同時重塑實體零售模式。我們的旅程扎根於品牌的原點，但我們的視野已放眼全球。透過在中國內地、香港及台灣三大關鍵市場加倍投入，並以因地制宜的策略及本地化品牌推廣，我們正重新奪回市場份額，並建立新的增長動能。渠道模式的重整及加速的數碼化部署已開始展現令人鼓舞的成果。在東南亞及海灣阿拉伯國家合作委員會市場，我們靈活的營運策略亦持續帶來機遇與盈利能力，進一步鞏固本集團的區域競爭力。

4. One Giordano 一團結、賦能、敏捷：

「One Giordano」是我們的第四大策略支柱。真正的轉型始於內部。我們正重塑整個組織，使其成為一個由賦權創造者、敏捷的思考者，以及充滿熱誠的品牌大使所組成的團隊。透過更專業化的採購流程、跨部門協作，以及對持續學習的堅定投入，我們正建立推動創新所需的文化與能力，並透過全球與本地並行的營運模式，將我們的願景有效地在各市場落地。

勇於投資 — 創造超越數字的價值

我們深知，真正的轉型需要時間、願景與堅定不移的承諾。我們正有策略地把資源投放於一系列大膽的舉措，包括品牌重塑、產品創新、科技整合及營運卓越。雖然短期財務指標或會因此出現變化，但我們的重點始終如一——強化品牌資產、鞏固市場地位，並提升可持續增長的能力。這是一項面向未來的投資，是為明天播下的種子，其成果將在未來多年持續綻放。

我們視當前階段為對自身、對顧客、以及對零售業未來的一項投資——一種真正的價值創造。我們亦正投資於學習、協作及領導力發展，確保每一位員工都能獲得啟發，並共同書寫品牌的下一個篇章。

故事敘述的新時代 — 創造生動標誌

當我們首次提出「超越界限」五年策略時，其核心正是推動可持續增長，並打造一個具標誌性、歷久常新的品牌。

我們的願景十分清晰：讓佐丹奴不僅是一個品牌，更能成為亞洲服裝界一個生動、有生命力的標誌——體現舒適、自信及創意。

致股東與持份者的誠意邀請 — 一同踏上這段旅程

我們誠邀股東、合作夥伴、員工及顧客與我們一同踏上這段探險旅程。前路或會充滿挑戰，但同時亦將令人振奮。我們今天共同作出的投資、選擇與變革，將在未來多年持續產生深遠影響，為一個更具活力、更具創新精神、真正走向全球的佐丹奴奠定基礎。

感謝各位一直以來的信任、支持與信念。讓我們攜手超越界限——超越時尚、超越市場、超越期望。

其他資料

人力資源

截至2025年12月31日，本集團有約5,237名員工。本集團針對不同級別的員工提供具有競爭力的薪酬待遇，並發放目標為本之優厚花紅。我們為高級管理人員提供基於按業績計算／酌情性的獎金計劃以及購股權及股份獎勵，以獎勵和保留一支高素質的領導團隊。我們還大力投資於銷售和客戶服務、管理、計劃和領導力發展方面的培訓，以保持熟練和積極進取的團隊。本集團協助年輕的行政人員擔任管理職務。於2025年12月31日，本集團的管理團隊的平均年齡為49歲。

股東周年大會

本公司擬將於2026年5月28日(星期四)舉行股東周年大會(「2026年股東周年大會」)。召開2026年股東周年大會之通告(該通告構成致股東通函的一部份)，將連同本公司2025年年報寄發予股東。2026年股東周年大會通告及代表委任表格亦將於本公司及香港交易及結算所有限公司網站刊登。

暫停辦理股東登記手續

股東周年大會

為確定符合資格出席2026年股東周年大會並於會上投票，本公司將由2026年5月22日(星期五)至2026年5月28日(星期四)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股東登記手續，該期間將不會辦理股份過戶登記。確定符合資格出席2026股東周年大會並於會上投票的記錄日期為2026年5月28日(星期四)。為符合資格出席2026年股東周年大會並於會上投票，所有已填妥之過戶文件連同相關股票須於2026年5月21日(星期四)下午4時30分前送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，辦理登記手續。

末期股息

為確定獲派建議末期股息之權利，本公司將由2026年6月4日(星期四)至2026年6月8日(星期一)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股東登記手續，該期間將不會辦理股份過戶登記。確定獲派建議末期股息之權利的記錄日期為2026年6月8日(星期一)。為符合資格獲取末期股息，所有已填妥之過戶文件連同相關股票須於2026年6月3日(星期三)下午4時30分前送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，辦理登記手續。

企業管治守則

截至2025年12月31日止年度內，本公司已遵守上市規則附錄C1所載之企業管治守則內的所有適用守則條文，惟偏離以下守則條文除外：

守則條文第B.2.2條

守則條文第B.2.2條規定，每名董事(包括有指定任期之董事)應輪值告退，至少每三年一次。根據本公司之公司細則，三分之一董事(主席或董事總經理除外)須於每屆股東周年大會上輪值告退。董事會認為，穩定性和持續性是成功實施業務計劃的關鍵因素。董事會相信，主席及董事總經理的角色具連續性是對本集團有利。因此，董事會認為目前主席及董事總經理應獲豁免遵守這項安排。

董事進行證券交易

本公司已採納本身有關董事進行證券交易的行為守則(「證券交易的行為守則」)。該守則條款不遜於上市規則附錄C3所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)之必守準則，並已不時更新。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事均確認截至2025年12月31日止年度內已遵守標準守則及證券交易的行為守則之必守準則。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

截至2025年12月31日止年度內，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱財務資料

審核委員會聯同本公司的外聘核數師已審閱截至2025年12月31日止年度之本集團經審核合併財務報表，包括所採納之會計原則及慣例。

本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已同意於初步業績公佈中所列有關本集團截至2025年12月31日止年度的合併資產負債表、合併利潤表、合併綜合收益表以及其相關附註之數字，與本集團本年度經審核合併財務報表所載之數值相符。由於羅兵咸永道會計師事務所就此履行的工作並不構成核證聘用，故此羅兵咸永道會計師事務所並無就初步業績公佈發出任何核證。

承董事會命
行政總裁兼執行董事
Colin Melville Kennedy CURRIE

香港，2026年3月24日

於本公佈日期，董事會包括四位執行董事為Colin Melville Kennedy CURRIE先生(行政總裁)、陳嘉緯博士、羅學文先生及李志軒先生；三位非執行董事為曾安業先生(主席)、鄭志雯女士及鄭志亮先生；及四位獨立非執行董事為黃旭教授、Alison Elizabeth LLOYD博士、黃偉德先生及周國榮先生。

-
- 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理由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，按固定匯率計算。
 - 3 「全球品牌銷售額／毛利」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／毛利，按固定匯率計算。
 - 4 「存貨對成本流轉日數」指計算年末持有之存貨除以銷售成本乘以該年度日數。