

# 零售商變陣 佐丹奴推新品牌攻年輕女性

## 下月率先內地線上推出 韓女星盧正義任代言人

時裝品牌佐丹奴 Giordano (0709) 昨舉行中期業績發布會，並公布未來發展策略，集團行政總裁 Colin Currie 在業績發布會上指出，為加快「品牌重振」，佐丹奴計劃於下半年推出全新品牌 GC (Giordano Concepts)，專注 20 至 35 歲、數位敏感、追求時尚與高性價比的女性市場，將於 9 月率先在中國內地線上推出，並升級 Giordano Ladies 品牌定位至「臻致優雅」(premium elegance)，專注於現代、輕鬆的商務休閒風格，以迎合新一代職場女性對舒適與個性化的需求。此外，集團邀得韓國女演員盧正義 (Roh Jeong Eui) 出任新品牌代言人。

●香港文匯報記者 孫曉旭

佐丹奴核心業務上半年錄得 3.8% 升幅，他認為正好印證集團「超越界限」五年戰略的初步成效。今年被定義為「重整之年」，集團聚焦四大方向——重振品牌組合、推進數位先導策略、贏在大中華及落實「One Giordano」。他強調，中國內地是集團的「必勝戰場」，線上銷售增長近三成，帶動總收入增長 13%，同店銷售於第二季度顯著改善，展現出線上線下並行策略的成果。

### 二季度內地線上銷售增約三成

面對競爭激烈的時裝零售市場，佐丹奴正積極展開品牌重振與年輕化策略，期望以全新產品線與多元化的品牌組合，進一步鞏固市場地位，並吸引新一代消費群。在品牌重振方面，管理層介紹，預計 9 月將正式推出新品牌 GC (Giordano Concepts)，定位為 20 至 30 歲的時尚先鋒群體，主打日常潮流服飾，價格略低於高端女裝線 Giordano Ladies。GC 的設計靈感源於佐丹奴 2005 年前後的復古元素，以全新姿態打入內地市場，並將以線上渠道作為首發平台。管理層表示，GC 將成為集團品牌組合中的重要一環，結合復古與現代潮流，旨在與數位原生代消費者建立深層次連結。

管理層表示，中國內地市場表現尤為強勁，第二季度收入增速接近 18%，線上銷售更錄得約三成增長，推動整體收入顯著改善。集團因而認為，隨着消費者日益轉向「高性價比」產品，與佐丹奴一貫的品牌定位高度契合，這一增長動能有望延續至 2026 年。對於海外市場，管理層坦言印尼業務短期內面臨挑戰，正與特許經營商合作清理庫存，以恢復健康的營運基礎。另一方面，韓國市場已於 7 至 8 月錄得正增長，帶動集團對當地業務復甦持審慎樂觀態度。

### 海外電商拓東南亞及中東市場

除內地市場外，佐丹奴的電商策略亦將向海外推進。Colin Currie 透露，目前海外電商僅佔集團淨銷售約 3%，但上半年東南亞電商業務已錄得 4.8% 增長，顯示潛力可觀。集團計劃借鑑中國內地市場的經驗，進一步拓展東南亞及中東市場，鞏固增長動能。在組織建設方面，集團將持續推進「One Giordano」策略，通過精簡後端營運、重組供應鏈及採購流程以提升效率，並持續投資員工培訓及新能力建設，營造靈活、合作及持續學習的企業文化。

談及時裝行業的可持續發展，管理層強調，佐丹奴將 ESG 視為集團的核心戰略，而非僅僅滿足監管要求。公司通過供應鏈管理、社區志願活動及減少環境足跡等舉措，致力實踐「超越標準」的承諾，並已在企業社會責任報告中詳細披露。

管理層指出，隨着年輕消費群體對可持續發展的關注度上升，集團將持續加大投入，以確保在經營增長與環境責任之間取得平衡，並以此進一步強化品牌價值。



▲佐丹奴「韓風系列」於中期業績發布會展示。

香港文匯報記者孫曉旭 攝

▲佐丹奴集團管理層出席中期業績發布會，圖中為佐丹奴行政總裁 Colin Currie。

香港文匯報記者孫曉旭 攝

## 佐丹奴上季內地收入增近 18%

香港文匯報訊 (記者 孫曉旭) 佐丹奴上半年錄得股東應佔淨溢利微升 0.8% 至 1.21 億元，每股基本盈利 7.5 港仙，派息比率維持 100%。上半年錄得收入按年增長 1.6%，線上業務增幅高達 26.1%，大中華區收入上升 9.5%，內地市場增長尤為顯著，第二季度更錄得近 18% 的升幅，反映策略重整初見成效。香港及澳門市場亦於第二季度扭轉跌勢，錄得 2.2% 增長。

### 港澳市場二季度銷售由跌轉升

期內，集團的存貨對成本流轉日數按年減少 11 天，顯示存貨管理成效顯著。不過，受線上及批發業務佔比增加、清理舊存貨及商品成本上升影響，毛利率下跌 3.3 個百分點至 55.6%。集團行政總裁 Colin Currie 坦言，毛利率仍有改善空間，集團正審視採購流程並

提升效率，以支撐未來盈利能力。

香港及澳門市場方面，集團透過加強品牌故事敘述、產品設計及零售體驗，帶動第二季度銷售由首季下跌 6.5% 轉為錄得 2.2% 增長，表現優於行業整體。該反彈主要得益於新推出的「迷你兵團 (Minions)」聯乘系列及韓國系列快閃店，有效吸引本地及年輕消費客群。

展望未來，Colin Currie 重申 2025 年全年核心業務收入目標為增長 3% 至 5%，並期望盈利增速快於收入增速。他同時強調，公司已制定 2030 年長期增長藍圖，目標為實現高單位數至低雙位數的收入年均增長，並將淨利率恢復至歷史水平。他表示：「2025 年是播下種子的一年，集團將投資於系統、團隊與文化，為佐丹奴再度成為增長型企業奠定基礎。」

## 富途首設「私人財富中心」吸高淨值客

香港文匯報訊 (記者 莊程敏) 在內地 A 股、港股表現回勇之際，有券商看好前景趁機擴張。富途證券位於銅鑼灣的旗艦店昨正式開幕，橫跨兩層空間並首設「私人財富中心」，為高淨值客戶而設，配備貴賓諮詢室，由客戶經理提供一對一的理財諮詢與深度交流，協助客戶制定個人化的投資方案。富途機構及私人財富部執行董事付凱表示，第二季富途在港的私人財富服務客戶人數按年增近 90%，資產管理規模第二季較去年同期增 74%，預計私人財富管理中心落實後，能為客戶提供更全面多元化投資方案，對業務前景有信心。

### 富途在港已有 8 間門店

旗艦店位於銅鑼灣羅素街 38 號、時代廣場對出，是富途在香港的第 8 間實體店。該複式地舖面積約 7,000 呎，一樓全層用作私人財富中心。付凱指，除了可以為相關客戶提供一對一財務規劃與資產配置服務外，亦留出空間舉辦研討會等活動，打造讓高淨值人士訊息互通的圈子。

富途證券董事總經理謝志堅表示，富途旗下已有多個財富產品，包括基金、債券、對沖基金、固定收益類現金產品，現時富途在港已有 8 間門店，未來再開店與否要視乎顧客需求。他留意到，隨着科技發達，高淨值投資者更希望透過 App 來自行操盤，亦要求整個投資過程透明，認為富途可提供滿足他們需求的服務和體驗。

### 入場門檻較私人銀行大幅降低

據介紹，成為富途私人財富業務的客戶的入場門檻為 500 萬元資產，按照不同的資產規模，可以享有教育規劃服務、法稅專家諮詢等服務。若資產規模超過 3,000 萬元，則可以在熱門國際配售或者頂尖私募預留額度、投研團隊定製電話會議等，入場門檻較一般傳統私人銀行大幅降低。為進一步提升客戶體驗，富途旗艦店特別推出全新預約諮詢服務「投資新手 App 操作班」，客戶可透過富途牛牛 App 便捷預約時段，由實體店客戶服務大使以小組形式深入講解操作技巧



●富途證券全港最大旗艦店正式進駐銅鑼灣。

香港文匯報記者莊程敏 攝

及投資功能，並即時解答互聯網投資工具的使用疑問，針對不同投資需求提供個人化支援。為慶祝旗艦店隆重開幕，富途特別推出「開幕限定尊享禮遇」，進一步加強與客戶之間的互動及品牌連結。凡於開幕期間 (由即日起至 9 月 30 日) 親臨任何一間實體店成功開戶之新客戶，即可獲贈 200 元超市禮券；完成入金等指定任務後，亦可額外獲贈精選牛牛主題周邊禮品乙份。

## 香港中旅：善用灣區互聯互通擴大客運業務

香港文匯報訊 (記者 岑健樂) 香港中旅 (0308) 前日放榜，受投資物業公允值下跌，及行政開支增加所影響，期內股東應佔虧損為 8,685.3 萬元，至於去年同期則錄得純利 6,323 萬元。近月港人北上消費熱潮持續，香港中旅總經理及執行董事馮剛表示，集團將善用大灣區內不同城市互聯互通的趨勢，擴大客運業務，同時善用新媒體制定多樣化的營銷策略，藉以增加集團的收入。

香港中旅主要有四大經營分部，包括旅遊景區及相關業務、旅遊證件及相關業務、酒店業務、客運業務。公司上半年收入為 19.74 億元，按年跌 7.6%。每股虧損 1.57 元，不派中期息。

展望未來，香港中旅表示，儘管零售租金可能因營商環境挑戰而面臨壓力，但近期香港消費及金融市場的復甦，加上近期特區政府推出多項支持發展旅遊業的措施 (例如加大力度宣傳本地盛事)，預期將有助穩定營運環境。此外，集團表示在致力締造經常性盈利持續增長的同時，亦施行嚴謹和審慎的財務、流動資金及現金流管理，以維持穩健的財務狀況。

香港中旅又指，將持續發揮科技創新的驅動效能，深入開展客戶洞察與需求挖掘，搭建大數據分析與預測體系，加大「目的地 AI 旅遊」等智能體的應用與宣傳推廣，提升服務質量和遊客滿意度。此



●右二為香港中旅總經理及執行董事馮剛。香港文匯報記者岑健樂 攝

外，集團會統籌開展新媒體營銷體系建設與專題營銷活動，藉以提升整體品牌影響力與驅動銷售增長。香港中旅周四收市後放榜，昨先升後回，收報 1.51 元，跌 0.66%。

## 中原投資收購西半山物業打造學生公寓

香港文匯報訊 (記者 馬翠媚) 香港致力打造「留學品牌」之際，中原投資昨宣布，收購位於香港西半山般咸道 38C 號的「般咸軒」，物業將納入中原投資旗下學生公寓品牌「壹社」(CampusOne Communities)，並計劃改建為現代化學生宿舍，初步規劃提供約 200 個床位。雖然新聞稿未有披露作價，惟早前有報道指，YWCA 西半山般咸軒，全幢以 3.35 億沽出。

### 床位數量將增加至 3000 個

中原投資董事總經理兼首席投資總監江若雯表示，項目地理位置優越，為港大及周邊院校的學生提供極具便利的住宿選擇，她看好隨着香港非本地學生人口持續增長，學生住宿租務需求強勁。是次收購亦為中原投資繼「壹社」品牌旗下「一步居 117」項目後另一重點發展，而「一步居 117」於短短兩個月內實現百分之百入住率，反映市場對優質學生住宿的殷切需求。

中原投資行政總裁葉明慧亦認為，學生宿舍是香港房地產市場中具韌性且增長迅速的板塊，尤其在非本地學生人數持續增加的驅動下，這類投資不僅帶來穩定回報，亦具資產增值潛力。該行在美國、英國及香港積累的學生公寓投資與營運經驗，充分體現其對市場的洞察及管理能力的。是次新增項目是中原投資拓展香港學生住宿市場的重要一步，目標是在短期內將床位數量增加至至少 3,000 個。