

【請即時發放】

# LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一二年中期業績  
股東應佔利潤增長 21.8%至約人民幣 2.78 億元  
鞏固競爭優勢 部署長遠健康發展

## 財務摘要:

人民幣百萬元	截至六月三十日止六個月		
	二零一二年	二零一一年	變動
營業額	1,259.3	1,032.1	+22.0%
毛利	499.4	375.9	+32.9%
毛利率	39.7%	36.4%	+3.3 百分點
股東應佔利潤	278.0	228.2	+21.8%
每股盈利			
- 基本 (人民幣分)	23.2	19.0	+22.1%
- 攤薄 (人民幣分)	23.1	18.9	+22.2%
每股股息			
- 中期股息	港幣 13 仙	港幣 11 仙	+18.2%
- 特別中期股息	港幣 6 仙	港幣 5 仙	+20.0%

(香港 — 二零一二年八月十五日) 中國領先的男裝品牌公司之一，中國利郎有限公司(「中國利郎」或「公司」，及其附屬公司，統稱「集團」；股份編號：1234)欣然公佈其截至二零一二年六月三十日止六個月之中期業績。

二零一二年上半年，集團錄得營業額約人民幣 1,259.3 百萬元，與去年同期比較增加 22.0%。毛利約人民幣 499.4 百萬元，上升 32.9%。股東應佔利潤達人民幣 278.0 百萬元，增長 21.8%。每股基本盈利為人民幣 23.2 分，上升 22.1%。董事會建議派發中期股息每股 13 港仙及中期特別股息每股 6 港仙。

回顧期內，集團的經營利潤狀況持續改善，毛利率增加 3.3 個百分點至 39.7%。經營利潤率則由 24.0% 增加至 27.3%。毛利率擴闊是由於集團通過整合供應鏈，包括篩選較具成本效益的廠商進行外包生產、要求更多外包生產廠商使用指定的布料供應商、以及改變供應商的支付條款等，成功降低銷售成本並增加毛利。經營利潤率改善，主要反映營業額上升，以及銷售成本及經營費用控制得宜。

回顧上半年業績，中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說：「歐洲債務危機不斷惡化並肆虐歐洲各國，環球經濟不穩，中國同受衝擊。不明朗的經濟環境，削弱消費意欲，對一、二線市場的衝擊尤為顯著。因應市場環境，中國利郎審慎地規劃業務發展，適當調整全年的開店步伐，又修訂分銷商的訂貨安排，與分銷商共同靈活應對市場的變化，以先鞏固自身競爭優勢為目標，部署長遠的健康發展。」

期內, 受到經濟環境的影響, 加上去年第四季度以至今年的上半年的天氣都不配合, 拖累春夏季產品的銷售及補單, 使上半年銷售增長較去年放緩, 但總體銷售量及平均售價仍保持平穩增長, 營業額增長亦保持較中國零售消費增速更快。

上半年, 銷售單價同比增長 6.1%至人民幣 173 元; 產品銷售數量增長 14.5%。「LILANZ」和「L2」的銷售分別佔總營業額約 93.6%及 6.4%。主品牌「LILANZ」銷售保持健康增長, 平均單價上升 8.2%, 銷售數量增加 9.3%; 副品牌「L2」營業額較去年同期增加 127.5%, 至人民幣 81.0 百萬元。

按區域分布, 華東及中南地區仍然是主要營業額貢獻區域, 兩個區域合共佔總營業額 59.3%。中南、西南和西北區域的銷售繼續保持良好的增長勢頭, 預計增長趨勢將能保持。「L2」同樣偏重發展華東及中南地區, 該等區域合共佔「L2」總銷售約 73.3%。在各類產品中, 上衣仍然是最主要的銷售產品, 佔總營業額 66.1%。

「LILANZ」及「L2」的二零一二年度秋季及冬季訂貨會已分別在二零一二年三月及五月舉行。「LILANZ」秋季及冬季訂貨會的訂單總金額分別同比增長 16% 及 11.5%; 而「L2」秋季及冬季訂貨會的訂單總金額同比分別上升 61%及 40.5%。此外, 集團從二零一二年秋季訂貨會開始實施新訂貨政策, 將分銷商的訂貨率由 85%至 90%, 降低至 80%。

開設新店方面, 中國利郎以審慎的態度, 按市場情況調節開店節奏, 減低店鋪擴張帶來的風險。至於每年在主要城市開設 10 家新店, 以及於二零一二年年底增設兩家自營旗艦店的目標, 則按計劃進行。河南的旗艦店預計在今年第四季開業, 西安萬達廣場的旗艦店將在第四度交付, 期望於同一季度開業。

於二零一二年六月三十日, 「LILANZ」品牌有 66 家分銷商及 1,441 家二級分銷商, 合共經營 3,113 家零售店, 總店鋪面積約 337,000 平方米, 較去年底增加 3.4%。「L2」品牌共有 52 家分銷商及 67 家二級分銷商, 合共經營 273 家零售店, 總店鋪面積約為 29,600 平方米, 較去年底增加 17.0%。

新的第三代店鋪設計已於七月份推出。從店面、牆身背板和配件擺設均統一以竹葉為設計概念, 感覺時尚且高雅大方。集團計劃下半年起重新裝修 300 至 350 家店, 預計整個店鋪整改計劃歷時約三年半, 至二零一五年完成。在裝修前, 集團將在該等店鋪進行特賣促銷, 重點處理由於去年晚冬及今年春夏季多雨及氣溫較低的天氣而引起渠道存貨較往年稍高的情況, 紓緩存貨積壓對秋冬來季銷售的影響, 使未來的銷售有健康增長。

截至二零一二年六月三十日, 集團營運資金週轉比率保持在健康水平, 集團平均存貨週轉天數為 59 天、平均應收貿易賬款週轉天數為 76 天、平均應付貿易賬款週轉天數為 58 天。

王冬星主席總結時說：「作為中國領先的男裝商務及休閒服企業，集團對未來半年的發展前景審慎樂觀。面對充滿挑戰的經營環境，集團在下半年會以謹慎的態度，鞏固並優化業務經營，以為長遠的增長打好更穩固的發展平臺。開店方面，為減低在不穩定的經濟情況下店舖擴張帶來的風險，我們已經調整開店目標，「LILANZ」全年淨開店 200 至 250 家；「L2」全年開店約 80 家，目前進度理想。

隨著第三代店舖形象陸續推出，總部工程籌備展開，集團的發展亦開始進入另一個新的台階。展望未來，集團會繼續在加強零售、管道及庫存管理方面努力不懈，在提升品牌形象及優化產品設計方面精益求精，為消費者帶來更佳的产品，以繼續鞏固中國利郎在男裝市場的領導地位，以實現長期的增長。」

-完-

#### 關於中國利郎

中國利郎是中國領先的男裝品牌企業之一。作為一家綜合時裝企業，集團設計、採購、生產並銷售優質男士商務休閒服裝。其產品於遍佈中國 31 個省、自治區及直轄市的廣闊分銷網絡進行銷售。

集團以「LILANZ」及「L2」品牌向顧客提供不同季節的設計產品，其男裝產品專為迎合商務休閒需求而設計。公司的產品包括西裝、夾克、襯衫、褲裝、毛衣和配飾。於二零一二年六月三十日，集團的產品在全國 97 家分銷商經營及分包經營的 3,386 家零售店銷售。

若有垂詢，請聯絡：

#### **iPR 奧美公關**

譚寶瑩/ 丘倩瑜/ 許庭芝/ 勞子穎/ 姚青邁

電話： (852) 2136 6182/ 2136 6183/ 3170 6752/ 3920 7625/ 3920 7678

傳真： (852) 3170 6606

電郵： natalie.tam@iprogilvy.com/ charis.yau@iprogilvy.com/

veronica.hui@iprogilvy.com/ demi.lo@iprogilvy.com/

zoe.yiu@iprogilvy.com