

【請即時發放】

LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一四年全年業績
年度利潤上升 **7.5%**至人民幣 **5.55 億元**
連同特別股息 末期每股派息增至 **23 港仙**

財務摘要:

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一三年	變動
營業額	2,433.0	2,298.6	+5.8%
毛利	1,035.7	979.8	+5.7%
毛利率	42.6%	42.6%	-
年度利潤	554.9	516.1	+7.5%
每股盈利			
- 基本 (人民幣分)	46.17	42.97	+7.4%
- 攤薄 (人民幣分)	46.06	42.88	+7.4%
每股末期股息			
- 末期股息	17 港仙	16 港仙	+6.3%
- 特別末期股息	6 港仙	5 港仙	+20.0%
總額	23 港仙	21 港仙	+9.5%

(香港 — 二零一五年三月九日) 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) 今天公佈其截至二零一四年十二月三十一日止年度之全年業績。

截至二零一四年十二月三十一日止年度, 集團錄得年度利潤為人民幣 5.55 億元, 增加 7.5%。二零一四年, 世界經濟形勢仍然複雜, 中國的經濟進入了「新常態」, 加上中國政府倡節儉而反奢侈浪費的政策, 對消費氣氛有一定的影響。然而, 中國利郎於年內的業績回復增長, 營業額上升 5.8% 至人民幣 24.33 億元, 反映提升品牌形象和產品設計的措施得宜, 加上性價比提升大大加強產品的競爭力, 使消費者對集團產品保持穩定需求。

集團年內毛利率維持在 42.6%; 經營利潤率上升 2.7 個百分點至 28.0%; 淨利潤率上升 0.3 個百分點至 22.8%。

集團保持財政充裕, 截至二零一四年十二月三十一日止擁有淨現金餘額人民幣 19.37 億元, 每股淨現金為人民幣 1.61 元。

集團全年每股基本盈利為人民幣 46.17 分。董事會建議派發末期股息每股 17 港仙及特別末期股息每股 6 港仙, 連同中期股息, 全年派息比例約 69.3%。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說:「二零一四年, 中國男裝行業的銷售仍然疲弱。男裝行業過往粗放型的擴張, 側重『品牌批發』而忽略『品牌零售』, 在零售消費放緩期間問

題湧現,引致行業的庫存積壓和關店潮。然而,集團相信行業整體的渠道存貨清理已接近尾聲,中國男裝行業的整體經營環境已有所好轉。」

他續說:「年內,中國利郎繼續轉型創新,針對性地處理核心競爭力的問題,堅持『提質不提價』的策略,加強產品研發及供應鏈管理,並提升渠道管理,繼續『LILANZ』門店裝修整改計劃,以及關閉低效益的店舖,這些措施推動集團的各項經營指標持續改善。集團產品的原創比例和性價比均有所提高,致使產品更具個性化,品牌形象亦更鮮明;在零售渠道方面,全國性低效益店舖的調整已大致完成,渠道存貨亦回復健康水平,零售折扣持續收窄,平均同店銷售保持增長。」

二零一四年,主品牌「LILANZ」銷售為人民幣 22.0 億元,上升 5.2%;副品牌「L2」銷售為人民幣 2.24 億元,上升 17.3%。上衣仍是主要銷售產品,佔總營業額 69.6%,銷售額增長 11.5%。

截至十二月底止,集團店舖數目共 3,079 家。「LILANZ」店數目全年淨減少 397 家至 2,783 家。「L2」店數目淨增加 21 家至 296 家。「LILANZ」店舖數量的減少,主要反映中國利郎繼續支持分銷商優化店舖網絡,因應經營環境關閉不盈利的店舖,以及就低效益的店舖進行合併或重置。在銷售渠道方面,集團因應消費模式的轉變,改變在省會及地級市的開店策略,從街邊店轉至購物商場開設大店。於二零一四年下半年,分銷商已在各區購物商場開設 10 家大店,銷售情況令人滿意。

集團於二零一五年的開店仍會較為審慎,「LILANZ」整體店舖數目將維持與二零一四年底的數目相若,在省會和地級市的購物商場開大店的計劃將繼續,預計此類店舖數目在二零一五年增加 20 至 30 家。「L2」方面,集團會繼續擴充店舖網絡,全年預計淨開店 20 至 30 家,繼續集中發展河南、陝西、湖南、湖北四個較具潛力的省份。

另外,「LILANZ」店舖裝修整改項目繼續,於二零一四年完成整改裝修約 680 家「LILANZ」店。預計餘下的 250 至 300 家將於二零一五年完成裝修整改。

王冬星主席總結時說:「二零一四年是中國利郎在香港上市五週年。自上市以來,集團營業額的各項經營指標持續增長,雖然過去三年經營情況有變,但是中國利郎仍然展現出品牌優勢,克服經濟和行業的衝擊。從二零零九年至二零一四年,集團營業額錄得年均複合增長率為 9.3%,淨利潤複合增長率更達 12.9%,淨利率一直維持高於 20.0%的水平,可見公司即使在零售市道低迷期間,仍可憑著提升自身的競爭力和優勢,保持公司的盈利能力。」

「中國的男裝行業在經歷過去幾年的重大調整後,已步入以產品和零售管理為首的理性消費年代。作為行業的先驅,中國利郎將繼續專注於鞏固自身競爭優勢,將產品打造成集團的核心競爭力,繼續貫徹『提質不提價』的策略,並加強全國零售渠道的管理。二零一五年秋季訂貨會將在這星期開始,我們有信心於訂貨會上訂貨金額繼續保持理想的增長。」

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及時尚休閒服裝，其產品以主品牌「LILANZ」及副品牌「L2」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。集團的男裝產品包括西裝、夾克、襯衫、褲裝、毛衣和配飾等。

若有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

丘倩瑜 / 譚珩 / 鄧穎童

電話：(852) 2136 6183 / 3920 7656 / 3920 7640

傳真：(852) 3170 6606

電郵：lilang@iprogilvy.com