

【請即時發放】

LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一七年中期業績
純利增長 1.6% 至人民幣 2.71 億元 利潤率改善
一、二綫城市發展進度理想

財務摘要:

人民幣百萬元	截至六月三十日止六個月		
	二零一七年	二零一六年	變動
收入	1,022.3	1,173.9	-12.9%
毛利	436.3	480.6	-9.2%
經營利潤	296.6	311.1	-4.7%
淨利潤	270.6	266.3	+1.6%
每股盈利			
- 基本 (人民幣分)	22.4	22.0	+1.8%
- 攤薄 (人民幣分)	22.4	22.0	+1.8%
每股中期股息			
- 中期股息	13 港仙	13 港仙	-
- 特別中期股息	5 港仙	5 港仙	-
總額	18 港仙	18 港仙	-
毛利率	42.7%	40.9%	+1.8 個百分點
經營利潤率	29.0%	26.5%	+2.5 個百分點
淨利潤率	26.5%	22.7%	+3.8 個百分點

(香港 — 二零一七年八月十五日) 中國利郎有限公司 (「中國利郎」或「本公司」, 及其附屬公司, 統稱「集團」; 股份編號: 1234) 今天公佈其二零一七年中期業績。

截至二零一七年六月三十日止六個月的收入為人民幣 1,022.3 百萬元, 純利上升 1.6% 至人民幣 270.6 百萬元。淨利潤率上升 3.8 個百分點至期內的 26.5%。集團保持財政健康, 現金流充足。

董事會建議派發中期股息每股 13 港仙及特別中期股息每股 5 港仙。

期內, 「LILANZ」品牌的收入減少 7.9% 至人民幣 1,008.1 百萬元, 主要反映集團為確保渠道庫存健康, 減少二零一七年春夏季產品銷售。集團的零售門店繼續錄得中單位數的同店銷售增長。

毛利率上升 1.8 個百分點至 42.7%, 上升主要反映毛利率較低的「L2」品牌的銷售下降, 以及「LILANZ」在提質不提價的同時, 因原創產品比例增加、供應鏈管理提升令銷售成本下降所致。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說: 「中國利郎繼續實現轉型創新, 集團貫徹『提質不提價』的策略, 透過提升產品的原創性和性價比, 加強競爭力, 並取得較理想的成績。二零一七年上半年, 原創產品的比例進一步上升至 70% 以上, 『LILANZ』的產品定位更清晰, 風格更突出, 充份體現出與其他品牌的差異。」

集團於期內對開店態度審慎，並務實地支持分銷商優化零售店網絡，重點提升店舖效益。同時，集團繼續在省會和地級市的購物商場開店，截至二零一七年六月底為止，數目已增至約 250 家，銷售表現合符預期。另外，集團透過輕商務系列發展一、二綫市場，進度良好。截至六月底門店達到約 50 家。

於二零一七年六月三十日，「LILANZ」品牌的店舖數量為 2,393 家，預期下半年會保持在這個水平。

集團在執行「提質不提價」的同時，亦專注做好成本控制，提高性價比，以推動產品的銷售和維持穩定的毛利率。二零一七年銷售產品中，原創產品的比例預計接近 68%，其中，應用由集團開發的獨有面料的產品比例約佔 36%。中長線而言，原創產品的比例會維持約 70%，而由集團開發的獨有面料的應用佔比目標是 50%。

王冬星主席總結說：「隨着中國整體經濟環境改善，消費者的信心回升，男裝行業穩中向好。雖然行業的整合仍然持續，但是經營狀況已回復至較正常的水平。」

「下半年，中國利郎將延續『提質不提價』策略，繼續在產品設計、工藝和用料方面下功夫。開店的計劃保持審慎，維持透過優化店舖的網絡，以實現零售門店的銷售增長。集團計劃繼續透過一級分銷商在合適地段開店，尤其是增加在省會和地級市購物商場開店，並會繼續擴展輕商務系列的專賣店網絡，在年底之前將門店的數目增加至約 100 家。集團有信心，下半年集團的零售門店繼續錄得中單位數的同店銷售增長。集團二零一八年春夏季訂貨會剛於八月十二日開始，管理層預期訂單總額可以達到低雙位數的增長。」

-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。集團設計、採購及生產優質男士商務休閒及時尚休閒服裝並以「LILANZ」品牌銷售，產品於中國 31 個省、自治區及直轄市的廣闊分銷網絡銷售。

若有垂詢，請聯絡：

丘倩瑜 / 譚寶瑩

直線：(852) 3511 6242 / 3511 6241

手機：(852) 9273 0293 / 9306 7346

電郵：charisyau@unicornfin.com / natalietam@unicornfin.com