

[即時發佈]

LILANZ 利郎

中國利郎公佈二零二零年中期業績

* * * *
收入人民幣 **10.93 億元** 純利人民幣 **2.69 億元**
中期每股派息 **17 港仙**

(香港 — 二零二零年八月十九日) 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) 今天公佈其二零二零年中期業績。

業績重點

- 收入為人民幣 10.93 億元
- 純利為人民幣 2.69 億元
- 每股盈利為人民幣 22.5 分
- 中期每股派息合共 17 港仙
- 維持下半年總零售額不低於中單位數增長的目標

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說:

「隨著新型冠狀病毒疫情 (「疫情」) 於三月開始緩和, 中國服裝零售店舖陸續恢復營業。有見消費者愈來愈重視購物的便利及安全, 中國利郎加大力度推動電商業務, 帶動期內線上零售額有可觀增長。中國利郎亦繼續優化實體零售網絡及執行『提供物超所值產品』的策略, 確保產品設計及質量能獲得顧客青睞。」

截至二零二零年六月三十日止上半年, 集團收入同比下降 29.0% 至人民幣 10.93 億元。經營利潤減少 34.0% 至人民幣 3.07 億元。純利減少 30.8% 至人民幣 2.69 億元。每股盈利為人民幣 22.5 分, 下降 30.8%。

集團保持財政穩健, 並預期經營現金流於下半年可以改善。董事會決議派發中期股息每股 12 港仙 (2019 年中期: 18 港仙) 及特別中期股息每股 5 港仙 (2019 年中期: 8 港仙), 繼續維持較高的派息比率。

回顧期內, 中國利郎積極應對疫情為業務帶來的挑戰。雖然自三月份開始店舖逐步恢復營業, 但實體店客流量需要較長時間恢復。為減低實體店人流下滑對零售及分銷商的影響, 集團加大力度推動電商業務, 通過增加網上推廣活動, 加強電商引流, 並組織網上促銷活動, 帶動期內線上零售額較去年同期增長超過 1.5 倍, 實體店通過微信客戶關係管理系統進行的 VIP 客戶銷售亦有可觀增長。

另一方面, 集團繼續優化實體零售網絡, 關閉若干經營效益未如理想的店舖, 並謹慎挑選優質商場開設門店, 以提高店舖銷售。期內零售門店減少 98 家至 2,717 家, 其中購物商場店為 768 家, 佔門店總數的 28% 及總面積約 31%; 輕商務系列的獨立專門店有 268 家。

同時, 集團採取積極措施, 支持分銷商, 減輕庫存壓力, 以確保渠道健康。除了延長分銷商的賬期, 集團取消部分春、夏季訂單, 以及按計劃減少秋季產品以配合春季庫存在下半年的消化。在第二季度舉行的二零二零年秋、冬季訂貨會, 集團嚴謹控制訂單, 減低庫存進一步積壓風險。

在品牌管理及宣傳方面，集團於二零二零年春、夏季，推出多個 IP 聯名系列，並配合產品上市進行推廣。其中為配合 LILANZ × CHINA DAILY / 利郎×中國日報聯名產品上市，集團聘用了多位網紅在抖音、小紅書、微博、鬥魚等平台演繹新品，引領市場關注，提升品牌價值。

展望未來，保持渠道健康、降低庫存至合理水平將是下半年的業務重點。集團除了繼續利用網店以及在總部年終舉行的福利會清理庫存，亦已落實減少秋季產品，以配合二零二零年春季產品在下半年的消化，並已降低二零二零年秋、冬季訂貨會預訂比例，及準備充足的生產能力以應付補單，以免庫存進一步積壓。集團亦將會在奧特萊斯商場增加開店，以加快庫存清理。此外，集團亦將繼續通過 ERP 系統監控庫存水平，期望通過以上措施以及必要時推出適當的營銷手段，減低庫存至更合理水平。

集團於下半年對店舖網絡拓展方面將會維持謹慎，預期二零二零年底整體店舖總數與二零一九年底基本持平。除了於下半年落實推動分銷商在奧特萊斯商場開店的計劃，集團亦繼續推動分銷商增加在優質購物商場開店，但同時預期部分經營效益較低的店舖將會結業。

輕商務系列方面，集團於二零一九年報公佈計劃以直營模式取代代銷模式，以加強管理庫存、市場開拓、品牌營銷、以及零售人才培訓等。於二零二零年七月一日，228 家現有輕商務店舖已轉為直營，餘下 40 家店舖將繼續由分銷商經營，預期其中部分店舖將於現有銷售合同終止時關閉。

新零售及品牌推廣方面，集團將繼續在百度、微博，抖音等網站進行品牌推廣，並將策劃不同的促銷活動，加強網店的引流。集團於下半年將推出不同的聯名產品系列，包括與美國塗鴉藝術家 Jean Michel Basquiat 等合作的聯名產品，並已聘用新的代言人，在第四季度進行新一輪的品牌推廣。主系列的店舖門面升級工作將會分階段展開，二零二零年第七代店舖裝修推廣至現有店舖的計劃調整為 10 至 20 家店舖，裝修用料將根據其市場定位而調整，以收更佳的成本效益。

位於福建的新總部裝修工程於年初因疫情而暫停，目前工程再續，預計明年初啟用，二零二一年秋季訂貨會亦有望在新總部舉行。新的物流園第一期目標維持於二零二一年底前開始營運。

王冬星主席總結說：

「中美貿易問題懸而未決，加上疫情反覆，為全球經濟增添不確定因素，中國零售市場亦會受到一定影響。中國利郎作為具實力的男裝企業，在產品、零售管理、費用控制、財務狀況各方面都具備明顯優勢，我們將不斷提升營運效益、庫存管理、電子商貿業務及品牌推廣，有信心業務表現繼續優於同業，並維持下半年『LILANZ』產品總零售額不低於中單位數增長的目標。」

-完-

關於中國利郎

中國利郎是中國領先的男裝企業之一。作為一家綜合時裝企業，集團設計、採購、生產並以品牌「LILANZ」銷售優質男士商務及休閒服裝。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銷售。

若有垂詢，請聯絡：

梁麗明 / 梁家儀 / 劉玉華

直線：(852) 2864 4863 / 2114 4172 / 2864 4824

電郵：chinalilang@sprg.com.hk