



利郎 LILANZ

CHINA LILANG LIMITED

中國利郎有限公司

Stock Code 股份代號 : 1234

2025 全年業績

利郎 LESS IS MORE

利郎 LESS IS MORE

议程



- 01 业绩亮点
- 02 财务表现回顾
- 03 业务及营运回顾
- 04 前景及策略
- 05 问答时间

01

业绩亮点



利郎 LESS IS MORE

业绩亮点



年度收入

人民币 **40.70** 亿元
按年 **↑ 11.5%**

权益股东 应占利润

人民币
5.02 亿元

毛利率

达 **49.6%**
同比 **↑ 1.9p.p.**

主系列自去年起从分销商收回分销权转以DTC模式经营后，于年内初步产生经营效益

收入增长 **6.0%**

LESS IS MORE轻商务系列凭借全直营模式与购物中心门店布局

实现 **28.4%** 收入增长



新零售渠道从库存清理转型为新品销售主力，年内电商业务表现优于整体
同比增长 **25%**



持续推进“多品牌、国际化”战略
高尔夫品牌“万星威 MUNSINGWEAR”线上线业务同步落地拓展；
国际化端，迈出全球拓展实质步伐，于马来西亚开设 4 家海外门店

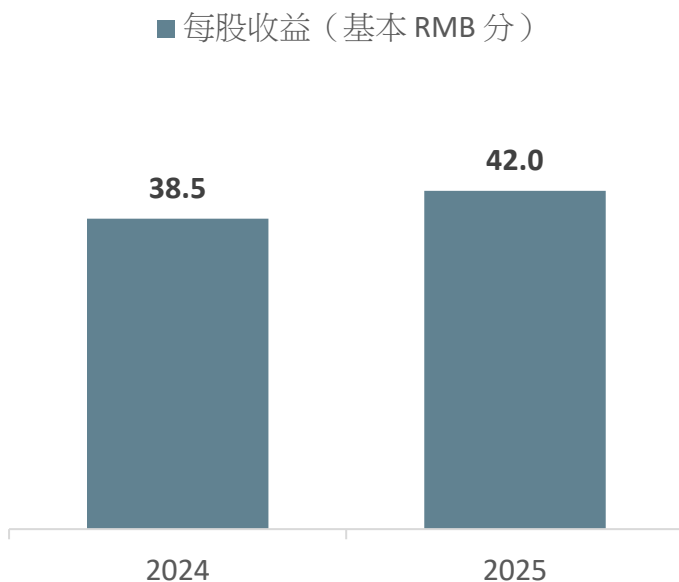


ESG 管理升级
明晟 (MSCI) 将集团的 ESG 评级提升至 **BB** 级

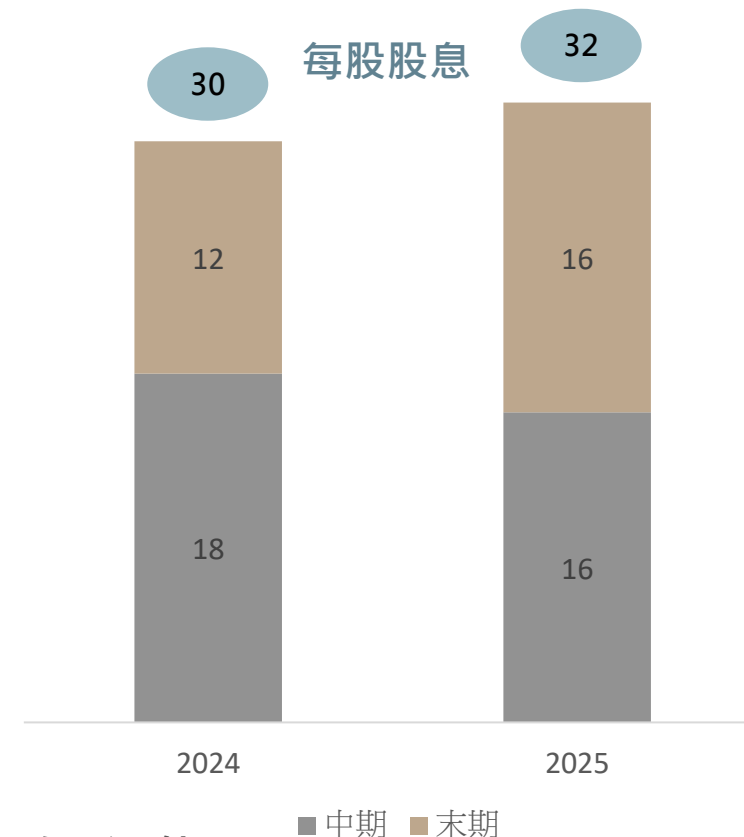
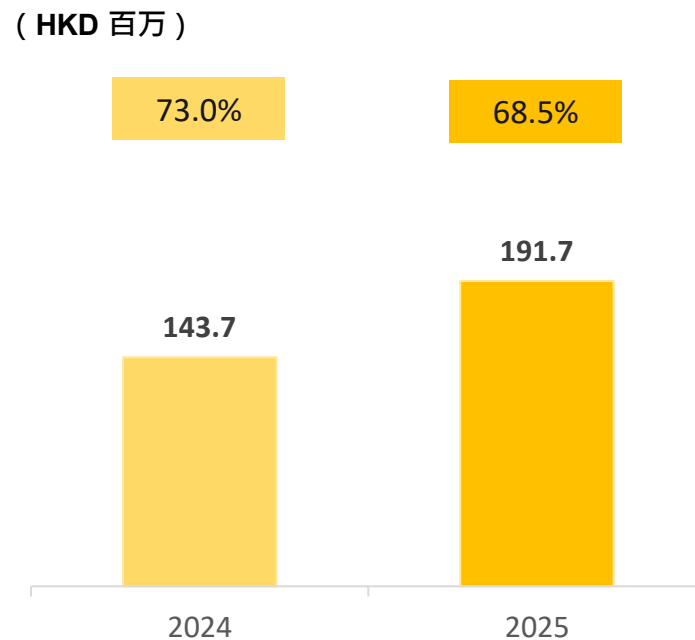


业绩亮点

每股收益 (基本)



派息 (HKD 亿元) 及 派息率



- 末期股息每股13港仙 (2024年9港仙) 及特别末期股息每股3港仙 (2024年3港仙)
- 合共派息港币191.6百万元 (约人民币172.2百万元)
- 上市至今已累计派息77亿港元, 每股派息已达到每股6.42港元

02

财务表现回顾



无 惧 寒 冷

拒 水 更 保 暖

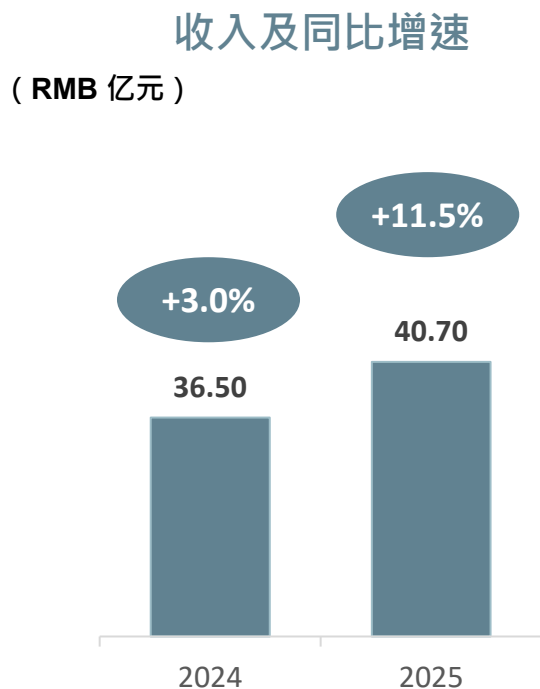
演员
模特
张亮

利 郎 LESS IS MORE

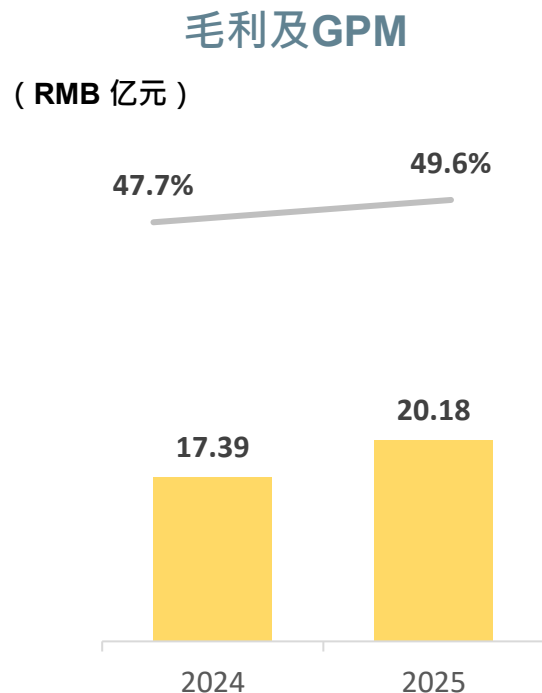
利 郎 LESS IS MORE

经营业绩-收入毛利利润

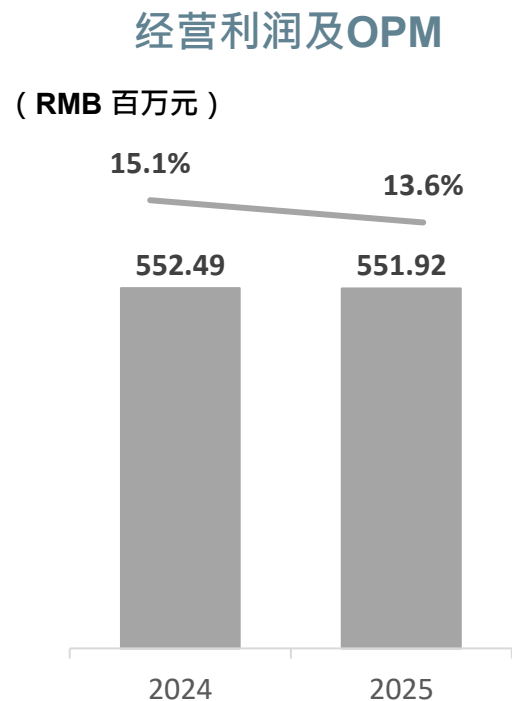
收入毛利双增，DTC及新零售投入加大致经营利润率有所调整



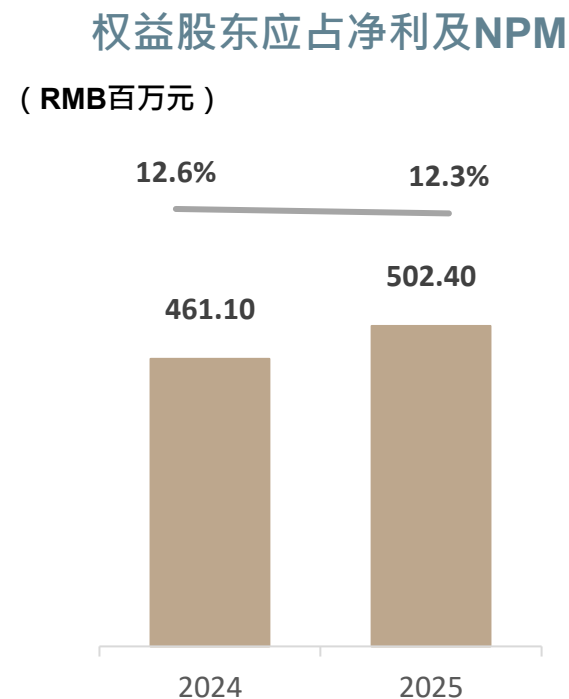
- 收入增加11.5%
- 达到40.70亿元



- 毛利率增加1.9p.p
- 达到49.6%



- 经营利润减少0.1 p.p.
- OPM下降至13.6%



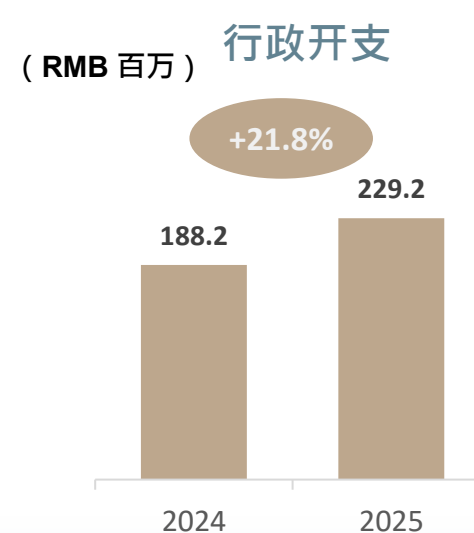
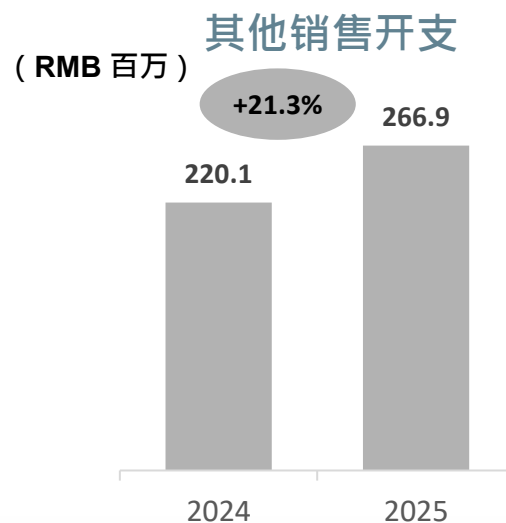
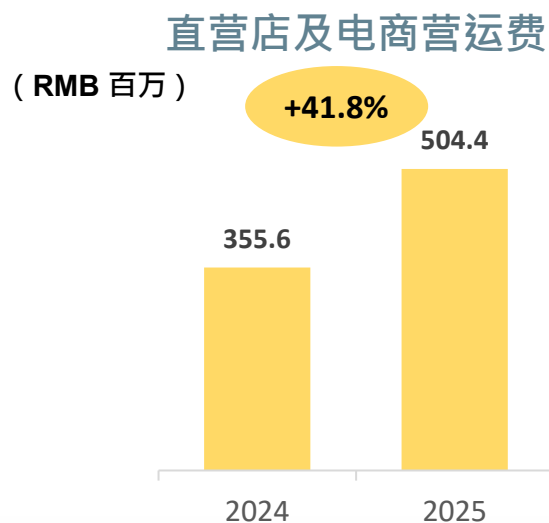
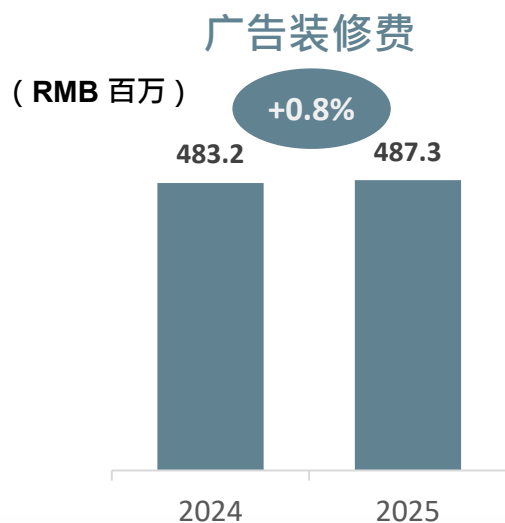
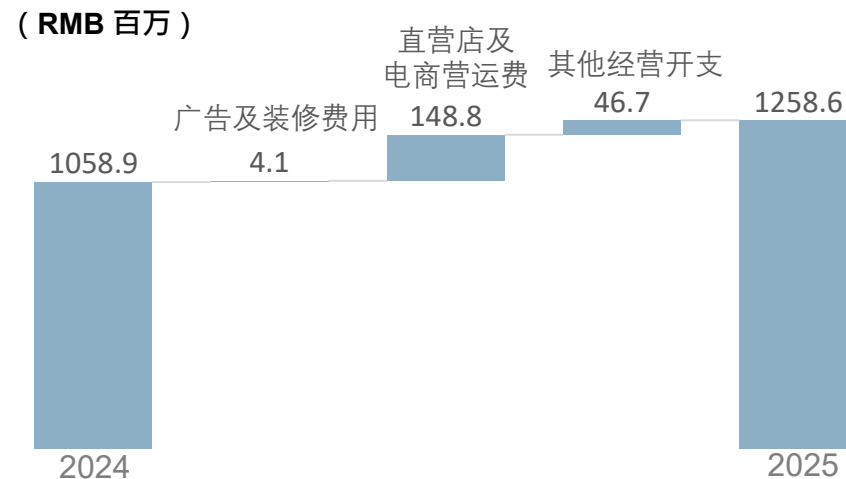
- 权益股东应占利润上升9.0%
- NPM下降至12.3%

经营业绩-成本费用

销售、分销及行政开支

- 销售及分销开支总计1,258.6百万，较2024年增加199.6百万：
 - A. 广告及装修费用占收入12.0%，增加4.1百万至487.3百万元
 - B. 直营店及电商营运费用占收入12.4%，增加148.8百万元至504.4百万元
 - C. 其他销售及分销开支占收入6.5%，增加46.7百万元至266.9百万元
- 行政开支为人民币229.2百万元，占销售比率至5.6%

销售及分销费用开支同比增减

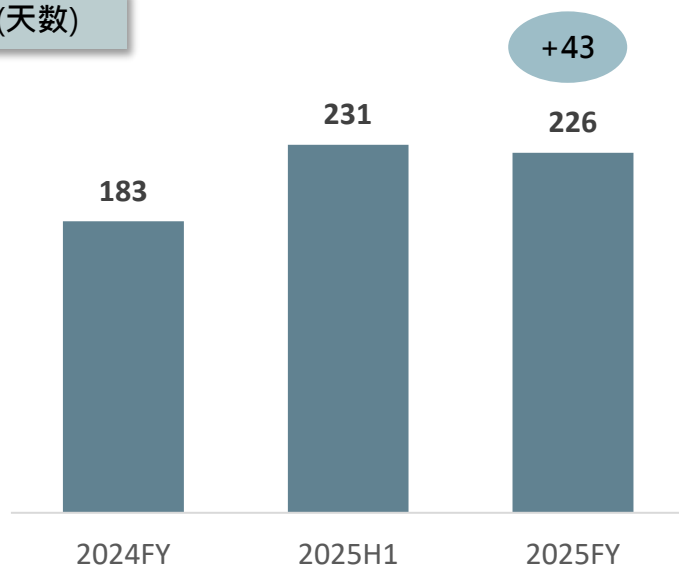


存货及运营指标

营运资金周转天数

存货周转天数

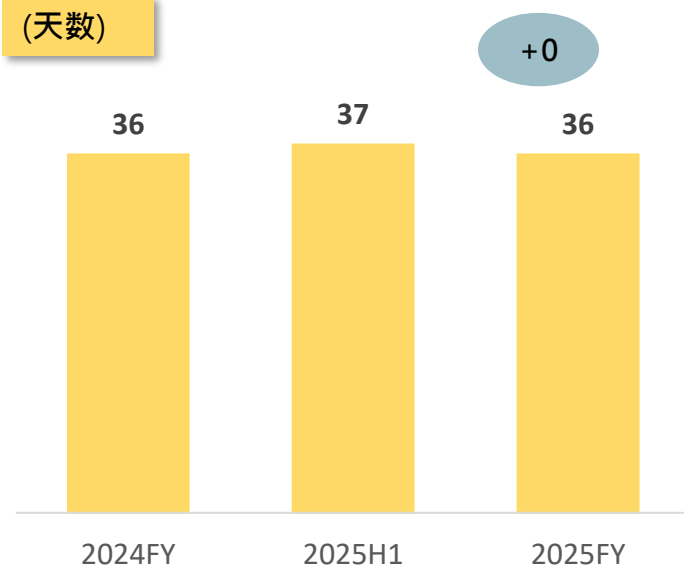
(天数)



- 平均存货周转天数增加乃主要由于年内直营及代销的销售比例增加。总存货结余增加人民币365.3百万元
- 存货拨备：人民币56.3百万元

应收账款周转天数

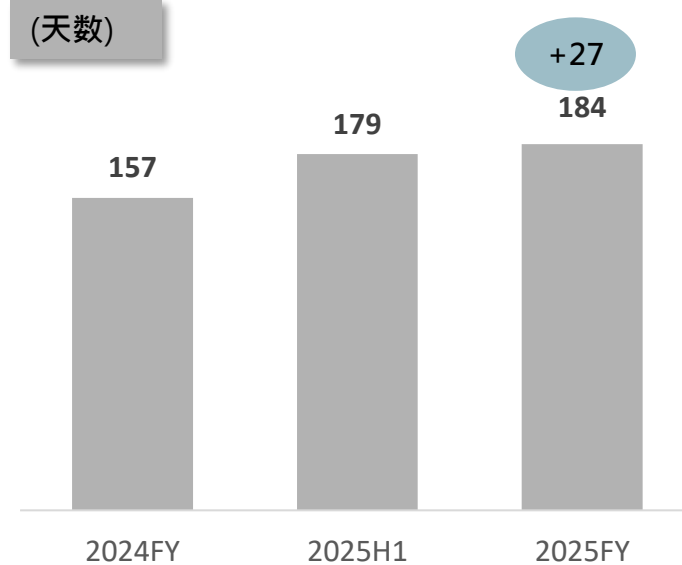
(天数)



- 应收账款拨备：人民币13.8百万元

应付账款周转天数

(天数)

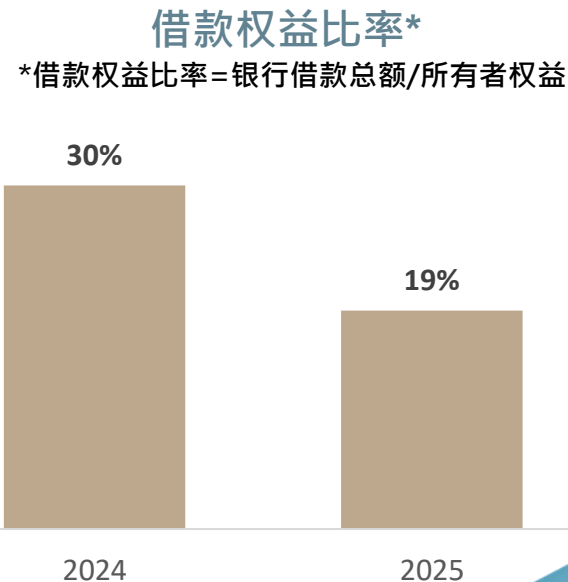
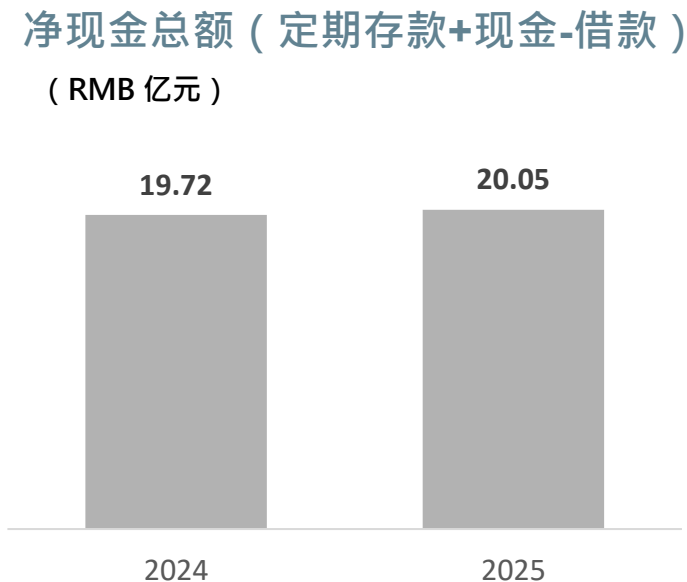
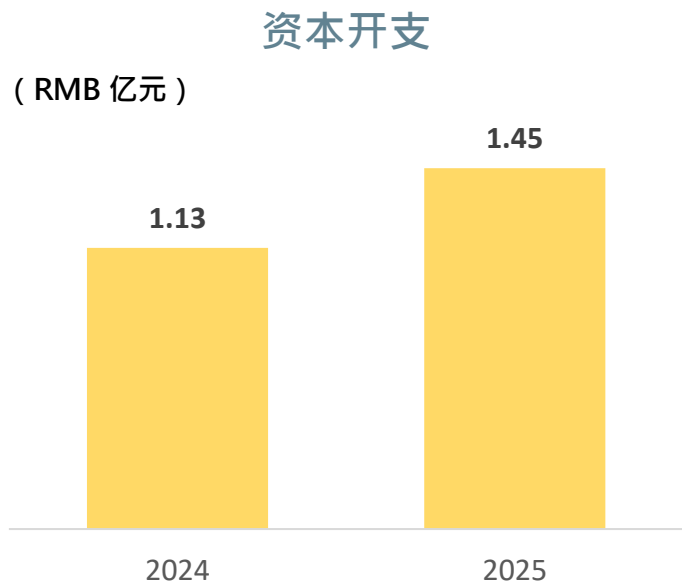


- 应付贸易账款周转天数增加乃由于将于稍后阶段偿还的贸易票据用量增加

资金健康度

现金流

(RMB亿元)	2024	2025
经营活动所得现金净额	5.27	5.38
投资活动所用现金净额	(3.06)	5.70
融资活动所用现金净额	(4.71)	(8.16)
现金余额	8.26	11.17



03

业务及营运回顾



利郎 LESS IS MORE

分品牌收入情况



FY2025收入
↑ 11.5%
达人民币 40.49亿元

LILANZ

主系列

营收 ↑ 6.0%

DTC模式效益显现;
补偿金扣减同比减少

利郎 LESS IS MORE

轻商务

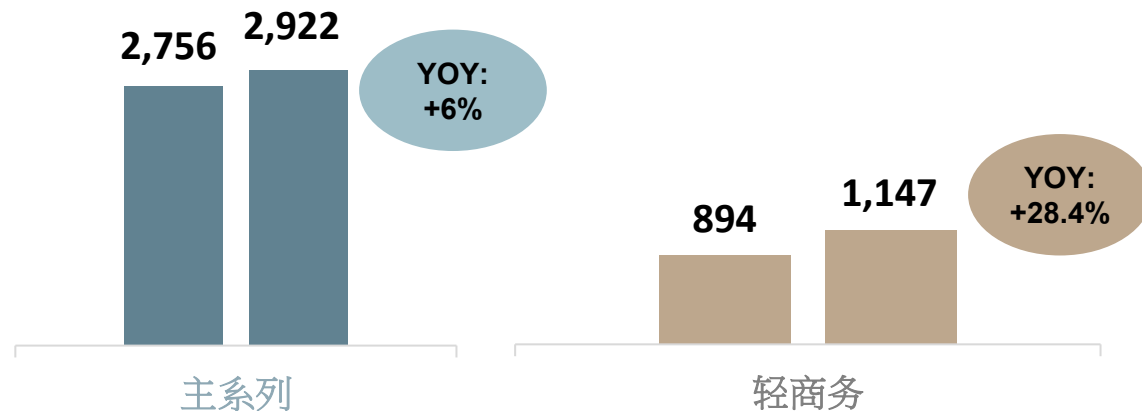
营收 ↑ 28.3%

单店平均销售额强劲提升;
新零售渠道现显著成效

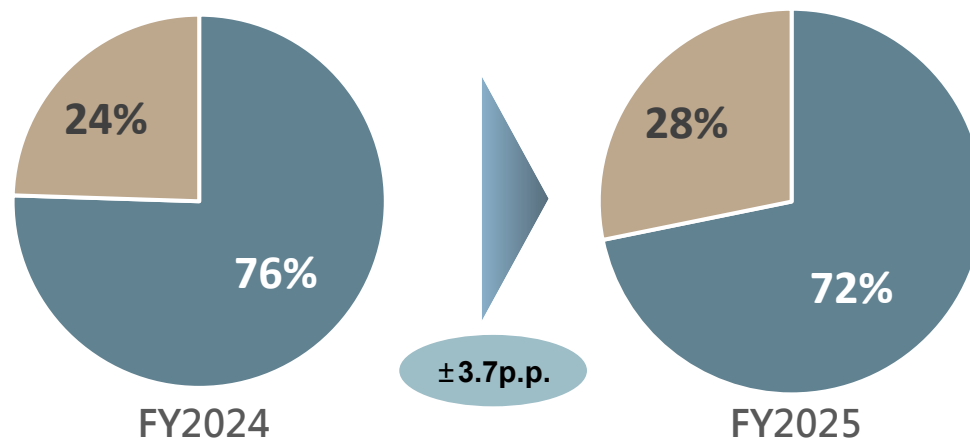
利郎 LESS IS MORE

品牌收入规模变化

(RMB 百万)



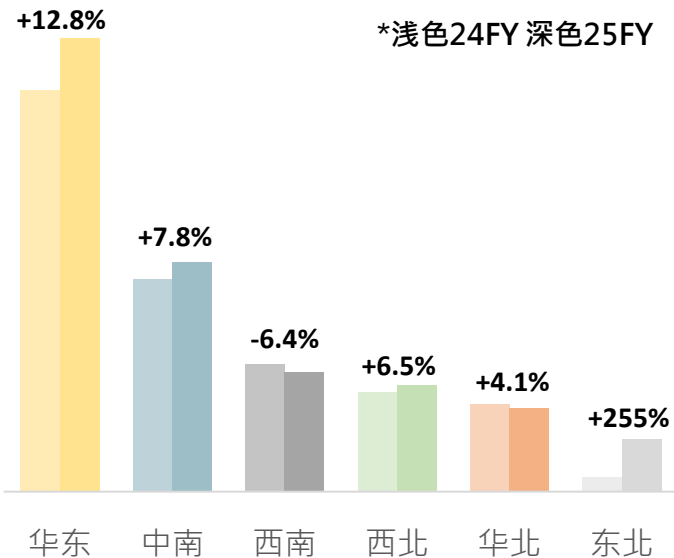
品牌收入结构变化



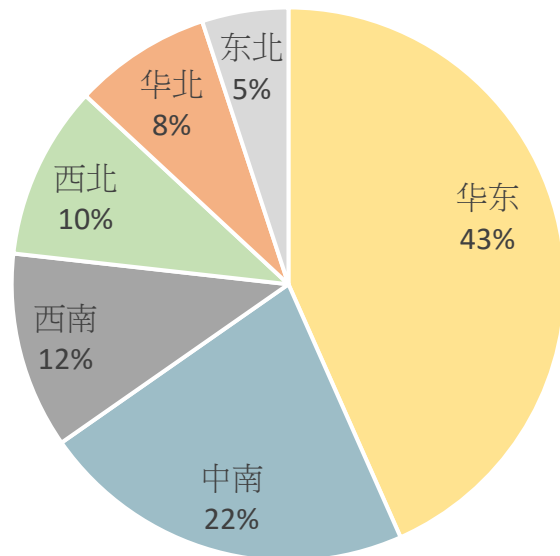
分区域收入及门店情况



区域FY25营收及增速



区域FY25营收结构



区域FY25店数变化

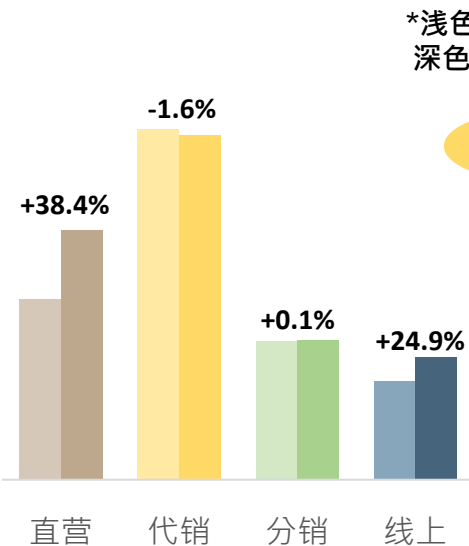
截止2025年12月31日	店数	变动
华东	812	23
中南	755	30
西南	445	-43
西北	330	10
华北	324	14
东北	147	6
海外	4	4
合计	2,817	44

- 各区域中，东北地区增长最为突出，收入超过2.5倍，主要因为去年收回分销商的补偿金从销售收入中产生一次性扣除，以及年内转以DTC模式经营的效益于年内初步体现所致。
- 华东地区继续是集团最大销售区域，年内销售增长12.8%。由于集团大部分电商销售归属于华东经营区域，而且轻商务的销售大部分来自华东，故新零售及轻商务两项业务的强劲表现，为该区销售造成直接的正面影响。
- 中南、华北和西北地区的销售录得单位数增长，主要由该地区门店数目的增加，以及奥特莱斯的良好销售表现所致
- 西南地区的销售录得单位数跌幅，主要由于重庆地区年内转以DTC模式经营，导致该区门店数目下跌，以及在过渡期间对销售造成短暂影响，加上收回分销商的补偿金从销售收入中产生一次性扣除所致。

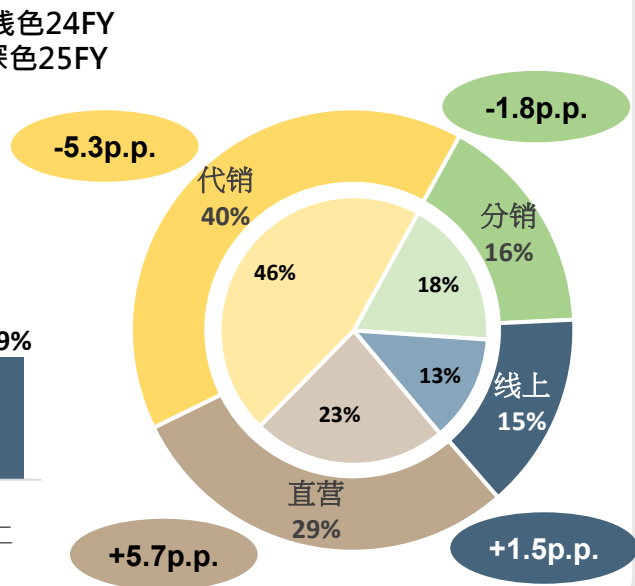
分渠道收入及门店情况



渠道营收变化



渠道结构变化



- 在重庆和山东推进DTC转型，持续提高直营营收占比
- 持续深耕各线上渠道，其中抖音营收同比大幅增长39%



各品牌渠道门店数变化

渠道结构	年末店数	变动	主系列年末	变动	轻商务及其他年末	变动
直营	457	75	92	28	365	47
代销	983	-11	983	-11	0	-
分销	1,377	-20	1,371	-22	6	2
街边店	1,311	-119	1,303	-112	8	-7
购物中心及奥特莱斯店	1,135	99	813	49	322	50
百货店中店	371	64	330	58	41	6
合计	2,817	44	2,446	-5	371	49

- 门店数增长44家，总面积增加27,690平米。其中直营门店增加75家，代销减少11家，分销减少20家
 - 主系列直营门店增加28家，代销减少11家，分销减少22家
 - 轻商务及其他系列直营增加47家，分销增加2家

新品与推广

深化品牌年轻化，聚焦“创新、品质”，借势多元营销组合，触达各线城市及不同年龄层消费者



场景化营销深化品牌理念

- 新春及情人节推出“#喜欢你 SO SMART# 婚礼季”，将西服产品融入婚庆场景
- 联合《新周刊》打造《南方忠告》品牌短片，强化文化共鸣与品牌温度
- 李光洁实验室直播揭秘科技面料提升产品专业形象与功能认知



跨界&IP联动 拓展品牌影响力

- 携程商旅合作 + 闫佩伦担任耐洗 POLO 推荐官，精准触达商务人群
- 与 PRONOUNCE、周翔宇等设计师品牌联名，注入当代时尚语汇

首创“湿冷分级系统”，联手中国天气网及张亮走秀，展示拒水羽绒 4.0，强化产品技术差异化



线下体验与多品牌渠道同步升级

- LESS IS MORE：吴克群、王赫野、戴佩妮等艺人见面会，传递“青年商务，本该轻松”
- 利郎简约男装：胡夏“一日店长”沉浸式互动，深化“简约不简单”品牌哲学

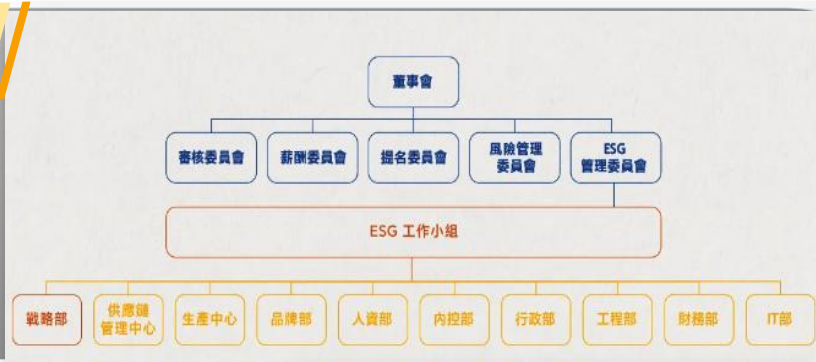
高端高尔夫品牌万星威在中国市场启动线上销售，并开设首批实体门店

吉隆坡未来感形象店营运，完善多品牌线下布局

ESG – 共创美好生活

治理架构升级

- ◆ 正式成立ESG管理委员会，负责制订ESG战略目标、监督执行进度及管理相关风险
- ◆ 确保可持续发展理念深度融入长期规划与日常营运



坚定落实ESG实践体系

- ◆ 公司实现关键突破——首次发布独立编制的《共创美好生活》ESG报告，标志着集团ESG实践从年报附属内容正式升级为战略级专项议题
- ◆ ESG评级跃升至BB级，较此前评级连升两级，创下集团历史最佳水平



绿色初心 责任同行

- ◆ 集团致力将绿色理念贯穿产品设计、生产制造至终端零售各环节，致力降低营运全周期环境足迹，引领行业可持续发展变革



利郎 LESS IS MORE

取之于社会，回报于社会

美育社团支持活动

覆盖学校数量	88所
累计捐赠金额	逾773万元
覆盖省份/直辖市	25个

医疗设备捐赠

向晋江市医院（上海六院福建医院）捐赠：

设备价值	美国爱尔康Centurion超乳仪设备
150万元	助力提高眼科手术水准

大埔宏福苑灾情援助

救援物资	现金援助
300万元	200万元

全力支持受灾市民即时救援、过渡安置及生活复建

教育发展专项基金

“晋江市青阳和善教育发展基金会”成立典礼

1,500万元

现场捐赠并成立“利郎教育发展专项基金”

承诺每年向晋江市第二实验小学捐赠100万元

04

前景及策略



利郎 LESS IS MORE

前景及策略

渠道升级

- 精准门店网络
- 探索快闪店等灵活业态
- 净开**50-100家**门店

DTC转型

- 巩固已转型区域经营成果
- 拓展模式至更多潜力市场

新零售

- 深耕现有渠道，拓展新兴渠道
- 内容电商 + 社交营销 + 精准直播
- 线上线下深度融合
- 全年**增长15%**

多品牌、国际化

- 深化东南亚市场布局
- 万星威：继续拓展内地门店

零售额目标：
全年同比**10+%**



Munsingwear 



05

问答时间



利郎 LESS IS MORE

DISCLAIMER

The information contained in this presentation is intended solely for your personal reference. Such information is subject to change without notice, its accuracy is not guaranteed and it may not contain all material information concerning China Lilang Limited (the “Company”). The Company makes no representation regarding, and assumes no responsibility or liability for, the accuracy or completeness of, or any errors or omissions in, any information contained herein.

In addition, the information contains projections and forward-looking statements that reflect the Company’s current views with respect to future events and financial performance. These views are based on current assumptions which are subject to various risks and which may change over time. No assurance can be given that future events will occur, that projections will be achieved, or that the Company’s assumptions are correct. It is not the intention to provide, and you may not rely on this presentation as providing, a complete or comprehensive analysis of the Company's financial or trading position or prospects.

This presentation does not constitute an offer or invitation to purchase or subscribe for any securities or financial instruments or to provide any investment service or investment advice, and no part of it shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract, commitment or investment decision in relation thereto.