

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本通告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明不會就本通告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

LILANZ 利郎

CHINA LILANG LIMITED

中國利郎有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1234)

截至二零一零年六月三十日止六個月 中期業績公佈

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		變幅 (%)
	二零一零年 (人民幣百萬元)	二零零九年 (人民幣百萬元)	
營業額	786.8	600.2	+31.1
毛利	272.9	176.8	+54.3
經營利潤	159.6	108.0	+47.8
權益股東應佔利潤	139.9	90.0	+55.6
自由現金流入	212.0	94.1	+125.3
	(人民幣分)	(人民幣分)	(%)
每股盈利			
— 基本	11.7	10.0	+16.6
— 攤薄	11.6	不適用	不適用
每股股東權益	137.3	58.8	+133.4
每股中期股息	5.0	—	不適用
	(%)	(%)	(百分點)
毛利率	34.7	29.5	+5.2
經營利潤率	20.3	18.0	+2.3
純利率	17.8	15.0	+2.8
實際稅率	12.3	13.3	-1.0
廣告及宣傳開支(佔營業額百分比)	8.5	7.3	+1.2
		於二零一零年 六月三十日	於二零零九年 十二月三十一日
平均存貨週轉天數		53	58
平均應收貿易賬款週轉天數		71	66
平均應付貿易賬款週轉天數		81	72

中期業績

中國利郎有限公司（「本公司」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核綜合業績，連同去年同期的比較數字。

管理層討論及分析

行業回顧

中國經濟穩步增長，城市化步伐持續，國民收入不斷提升，零售市場亦持續擴張。根據中國國家統計局的初步測算，上半年中國國內生產總值增長11.1%，城鄉居民收入亦繼續增加，生活消費支出增勢平穩。同期，內部消費市場暢旺，社會消費品零售總額同比更增長18.2%。

良好的市場基調，持續支持中國男裝需求。中國利郎繼續把握市場提供的機會，按計劃擴展業務，發揮品牌優勢，積極鞏固及拓展銷售網絡及改善分店銷售效率，優化供應鏈中各個環節，並取得理想的成績。本集團欣然宣佈，截至二零一零年六月三十日止六個月，權益股東應佔利潤錄得人民幣139.9百萬元，較二零零九年六月三十日止上半年的人民幣90.0百萬元增長55.6%。董事會建議派發中期股息每股人民幣5分。

財務回顧

營業額

二零一零年上半年，集團銷售保持強勁增長，營業額約人民幣786.8百萬元，較去年同期約人民幣600.2百萬元，增加31.1%。期內，產品的平均售價上升15.2%，產品的銷售數量則增加14.1%，除了反映集團將上漲的生產成本轉嫁而提高產品價格外，亦反映集團品牌知名度和產品質素有所提升，銷售網絡的擴張，獲得市場的正面回應，帶動營業額的增長。

回顧期內，集團仍主要以主流品牌「LILANZ」銷售產品，新推出的「L2」品牌在上半年暫未有營業額入賬。

按區域劃分營業額

下表按區域劃分期內的營業額：

	截至六月三十日止六個月				變幅 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	
中國北部 ⁽¹⁾	49.1	6.2	40.6	6.8	20.9
中國東北部 ⁽²⁾	63.2	8.0	53.9	9.0	17.3
中國東部 ⁽³⁾	289.1	36.8	217.0	36.2	33.2
中國中南部 ⁽⁴⁾	186.1	23.7	144.9	24.1	28.4
中國西南部 ⁽⁵⁾	134.0	17.0	92.2	15.3	45.3
中國西北部 ⁽⁶⁾	65.3	8.3	51.6	8.6	26.5
總數	786.8	100.0	600.2	100.0	31.1

(1) 中國北部包括北京、河北、山西、天津和內蒙古。

(2) 中國東北部包括黑龍江、吉林、遼寧。

(3) 中國東部包括江蘇、浙江、上海、安徽、福建、山東和江西。

(4) 中國中南部包括河南、湖北、湖南、廣東、廣西及海南。

(5) 中國西南部包括重慶、四川、貴州、雲南和西藏。

(6) 中國西北部包括陝西、甘肅、青海、寧夏和新疆。

東部及中南部仍然為集團的主要營業額貢獻區域。受惠於政府的西部大開發計劃，期內西南部的銷售錄得45.3%的可觀增長。

按產品類別劃分營業額

下表按產品類別劃分期內的營業額：

	截至六月三十日止六個月				變幅 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	
上衣	543.6	69.1	407.5	67.9	33.4
褲類	155.0	19.7	128.3	21.4	20.8
西服套裝	69.7	8.9	35.2	5.8	98.0
配飾	18.5	2.3	29.2	4.9	-36.6
	786.8	100.0	600.2	100.0	31.1

期內營業額增加31.1%至人民幣786.8百萬元。其中西服套裝銷售較去年同期增加98.0%，急升主要由於集團於期內推出以多樣面料製成且款式更為休閒之西服套裝，廣受歡迎。而且，集團品牌形象持續提升，亦帶動企業制服的銷售由去年同期的人民幣4.5百萬元顯著增加超過兩倍至人民幣16.2百萬元。考慮到配飾產品每平方米銷售效率相對較低，集團期內推出較少配件產品，使其銷售較去年同期下跌36.6%，期內佔總營業額約2.3%。上衣仍然為集團的主要營業額貢獻產品。

按產品類別劃分銷售數量及平均售價

下表按產品類別劃分期內的銷售數量及平均售價：

	截至六月三十日止六個月					
	二零一零年		二零零九年		變幅	
	銷售數量 (件數)	平均售價 (人民幣元)	銷售數量 (件數)	平均售價 (件數)	銷售數量 (%)	平均售價 (%)
上衣	3,522,000	155	2,967,000	138	18.7	12.3
褲類	1,598,000	97	1,394,000	92	14.6	5.4
西服套裝	174,000	401	97,000	364	79.3	10.2
配飾	182,000	102	340,000	86	-46.5	18.6
總計	5,476,000	144	4,798,000	125	14.1	15.2

品牌形象及店舖平均銷售效率持續改善，使整體銷售數量及平均售價分別錄得14.1%及15.2%的健康增長。

服裝及配飾的總銷售量由二零零九年上半年的4,798,000件，上升至本年上半年的5,476,000件。平均售價上漲15.2%至人民幣144元，各類產品的平均售價錄得5.4%至18.6%的增長，褲類產品售價較為平穩，其他產品類別平均售價均錄得雙位數字增長。

銷售成本

下表按自產及外包生產採購劃分本集團期內的銷售成本：

	截至六月三十日止六個月				
	二零一零年		二零零九年		變幅 (%)
	(人民幣 百萬元)	佔銷售成本的 %	(人民幣百 萬元)	佔銷售成本的 %	
自行生產					
原材料	217.6	42.3	134.2	31.7	62.1
直接工資	22.5	4.4	13.2	3.1	70.5
間接開支	17.8	3.5	11.1	2.6	60.4
分包費用	62.5	12.1	5.8	1.4	977.6
	320.4	62.3	164.3	38.8	95.0
外包生產					
外包生產採購	193.6	37.7	259.0	61.2	(25.3)
合計	514.0	100.0	423.3	100.0	21.4

期內，自行生產佔總銷售成本的比例62.3%，比去年同期38.8%有所上升，這與其對總營業額的貢獻一致，其增加主要由於集團期內採用更多分包加工生產服務所致。集團將自行生產的產品中多個生產工序分包予其他生產商加工，使分包費用及相關原材料成本由去年同期的人民幣5.8百萬元增加至上半年的人民幣62.5百萬元。有別於外包生產（「OEM採購」），集團會向各分包加工生產商提供生產產品用的主要原材料。分包加工生產有助集團利用分包生產商的專長及資源，令緊密的生產排程更有彈性之餘，亦可增強集團對當中涉及的主要原材料及生產步驟的控制。

毛利率

集團銷售成本由去年同期約人民幣423.3百萬元，增加21.4%至約人民幣514.0百萬元。銷售成本的增長比例，較營業額的增長為低，使毛利率有所改善。集團上半年毛利率為34.7%，較去年同期的29.5%增加5.2個百分點。毛利率顯著提升，主要由於二零零八年金融風暴沖擊全球經濟，集團考慮到經濟形勢，二零零九年春夏季產品定價傾向保守，使二零零九年同期的毛利率比對基數較低。二零零九年下半年開始，經濟增長保持強勢，集團藉此機會適度調整產品售價，以反映市場的實際需求。與此同時，集團繼續透過優化物料供應鏈及加強與布料供應商的合作，提升效率，成功控制平均銷售成本的增長。

其他收入

本期內的其他收入為人民幣11.3百萬元，對比去年同期增加人民幣10.1百萬元，主要因為政府補貼以及利息收入的增加。

銷售及分銷開支

集團期內的銷售及分銷開支為人民幣86.2百萬元，較去年同期增加57.8%，主要用於提升品牌知名度及形象，作為集團長期發展之重要基礎。

廣告及宣傳開支佔總營業額比例由去年同期的7.3%增至8.5%。集團預期下半年的廣告及宣傳開支將會進一步增加，但整體營銷與宣傳仍會維持於佔總營業額的9%至11%。

行政開支

集團上半年的行政開支為人民幣35.8百萬元，較二零零九年同期增加人民幣20.6百萬元，主要因為上市後香港辦公室的支出增加，以及配合「L2」的發展需要開設上海分公司的開支所致。

經營利潤

經營利潤由去年同期約人民幣108.0百萬元增加47.8%至二零一零年上半年的人民幣159.6百萬元，主要反映集團營業額及毛利率上升，經營利潤率則由18.0%增加至20.3%。

財務成本

財務成本自二零零九年上半年約人民幣4.3百萬元下降至本年上半年約人民幣0.1百萬元，此乃由於集團利用上市募集所得資金，償還所有銀行貸款，利息開支因此有所減少。

權益股東應佔利潤

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團權益股東應佔利潤約人民幣139.9百萬元，增長55.6%。純利率增加2.8個百分點至17.8%（二零零九年上半年：15.0%）。每股盈利約人民幣11.7分，較去年同期增加16.6%。

中期股息

董事會建議就財政年度派發中期股息每股普通股人民幣5分，合共派息人民幣60.0百萬元。

業務回顧

營銷與宣傳

集團重視品牌的長遠發展，積極透過各類的營銷與宣傳，增強品牌價值。隨著主流品牌「LILANZ」知名度日漸增強，集團現階段的營銷及宣傳的策略，以提升品牌形象作為重點，推廣「LILANZ」品牌的核心理念及價值，使其持續滲透至各消費者階層。

上半年，集團按這個策略方向，適度投放於廣告宣傳，同時，集團繼續將「LILANZ」店鋪形象及設計作為加強品牌形象的重要工具，並資助整改部份分店門面及設計，以統一並提升店面形象，令消費者從分店形象上已可感受到「LILANZ」簡約而不簡單的獨特的品牌理念。

集團繼續貫徹代言人策略，由陳道明先生繼續擔任「LILANZ」品牌的代言人，吳彥祖先生擔任集團新「L2」品牌的代言人。兩名代言人各有特質，分別代表兩個品牌的理念，令品牌形象更突出。

零售及分銷網絡

本期內各區店鋪的數量變動如下：

	於二零一零年 一月一日	店鋪數量*		於二零一零年 六月三十日
		本期內開店	本期內關店	
中國北部	227	11	12	226
中國東北部	337	14	4	347
中國東部	807	66	17	856
中國中南部	562	42	37	567
中國西南部	439	36	0	475
中國西北部	189	14	0	203
合計	<u>2,561</u>	<u>183</u>	<u>70</u>	<u>2,674</u>

* 包括獨立店鋪及設於百貨商場的店中店。

集團繼續優化零售及銷售網絡，以配合業務擴展，並增加營運效益。於二零一零年六月三十日止，集團擁有59家分銷商，而該等分銷商則擁有1,263家二級分銷商。

於二零一零年六月三十日，59家分銷商及1,263家二級分銷商在中國31個省、自治區及直轄市經營2,674家零售店，較二零零九年底增加113間，受惠於國家的西部發展計劃，西南部和西北部的開店數量增幅較大，而東部仍然佔集團總店鋪數量超過30%。

店鋪可分為1,850家獨立店鋪和824家設於百貨商場的店中店；其中901家由分銷商直接經營，1,773家由其二級分銷商經營。總店鋪面積約為289,000平方米。

銷售渠道管理

集團致力加強零售管理，自去年底開始投入開發軟件系統，計劃把各分銷商的網點的銷售及庫存狀況連網，使集團可更迅速獲得銷售數據，並針對不同問題作出改善。集團目標是年底前能把一級分銷商的庫存系統連網，三年後系統能覆蓋所有分銷網點。

此外，為提高單店的銷售效率，集團協助分銷商設計並推出導購員銷售激勵佣金計劃，以鼓勵增加每客戶的單價，並且對不同季節產品的推出時間有更緊密的控制，透過加快產品的出貨及上架流程改善各產品系列的銷售。於本期間，每店採購集團的產品平均金額為人民幣301,000元，對比去年同期增長24%。

設計及產品開發

集團相信產品設計及品質乃奠定品牌成功的關鍵因素。集團與供應商共同開發獨有的面料，以優質的裁縫技術製作簡約精緻的男裝，造就別樹一幟風格的衣服。透過獨有的面料及創新的產品設計，集團旨在成為中國商務休閒男裝市場上的時裝潮流先鋒。

集團主品牌「LILANZ」產品的設計及開發團隊超過100人，由國內知名設計師計文波先生帶領；副品牌「L2」的產品設計及開發部門設於上海全新的產品開發中心，設計團隊由約30名成員組成，由曾經勇奪中國時尚大獎中國最佳男裝設計師的王玉濤先生率領。

訂貨會

「LILANZ」的二零一零年秋、冬季訂貨會已分別於四月及六月舉行，訂單金額較去年同期分別增長25%及33%。秋季的訂單已於六月開始付運，冬季的訂單將於二零一零年八月開始付運。公司的品牌的認知度及美譽度不斷提高，令期內訂貨會取得空前成功。未來集團會持續提升產品質素，繼續增強分銷商對集團產品的信心。

「LILANZ」每年舉辦三次訂貨會，以向現有及準分銷商展示秋、冬及春／夏服裝款式及接收訂單。集團一般於四月舉辦秋季訂貨會、於六月舉辦冬季訂貨會及於九月舉辦春季／夏季訂貨會。

副品牌「L2」的首次訂貨會已於五月中於上海舉行，銷售訂單令人滿意。訂貨會展示了「L2」秋冬裝、鞋類及配飾在內的完整系列產品。分銷商對產品的款式及定位均表示非常滿意，同時對「L2」的品牌理念有了進一步的瞭解和體會。各分銷商信心十足，並表示希望可與公司共創「L2」、共享「L2」。

生產及供應鏈

集團於福建省的五里及長汀均設有生產廠房，該等廠房的總建築面積約為42,000平方米。目前生產設施共有82條生產線。截至二零一零年六月三十日止上半年，生產廠房的平均利用率逾90%。

於本期內，集團除了委託外包生產（「OEM採購」）外，還增加分包加工的比例，分包加工生產的好處在於集團可控制所用之主要布料，並可彈性地安排複雜工序自行生產，有效增強對產品質素的監控，符合集團重視產品質素的原則。

布料質量是男裝產品成功的關鍵之一。因此，集團繼續積極加強對原材料供應鏈的控制。集團於二零零九年初開始直接向生產商採購布料原材料，除了能減低布料成本，有效降低棉花價格等大幅上升對成本的影響外，更重要是集團能直接與供應商研究及開發獨特的優質面料，以協助集團產品創新，擴大品牌的差異性。集團積極開發新的供應商，於本期間，新的原材料供應商的數量約為100家。

前景

隨著城鎮化進程不斷加快，中國城市消費者日漸富裕，其消費模式亦開始轉變，每追求更質優時尚的產品，對品牌的形象及定位更加敏感。集團對未來中國男裝市場的發展仍然充滿信心，將不斷致力提升品牌形象及產品質素，為消費者帶來更佳消費經驗，以抓緊市場發展的機遇。

產品方面，集團將貫徹設計創新及提升質素的方向，繼續優化產品設計及生產。集團會繼續加強與面料生產商的合作，共同開發更時尚更高檔的優質面料，在提供更高性價比的產品，增加集團產品的差異性之餘，更能減低成本上漲所帶來的影響。同時，集團亦將按計劃投入改善零售管理系統，以更迅速回應市場需要，取得更佳成果。

隨著男裝市場的細化，集團為吸納市場不同需求，推出副品牌「L2」，主打適合二十歲至三十歲的男士服裝，冀發展「L2」成為「LILANZ」以外另一成功品牌。「L2」首家門店已於七月在湖南開業，目標是在二零一零年底前在全國開設100家L2店鋪。

至於「LILANZ」品牌，集團亦會繼續優化銷售網絡及其管理，提升各個銷售點的效益，並按計劃透過分銷商在全國拓展銷售店，並有信心達到全年新開300家分店的目標。

產能擴充方面，集團已計劃在五里的廠房增添一條西服的生產綫，以生產批量較少、難度較大和創新性高的西服產品，這生產綫的總投資約為人民幣8.7百萬元，預計於第四季度投產，完成後每天可生產300套西服。

作為中國領先的男裝品牌之一，集團會繼續發展迎合市場潮流的產品，採用創新的設計，貫徹一直以來對產品質素的堅持，同時爭取更佳表現，以回饋股東、員工及客戶等各方的支持。

流動資金及財務資源

於二零一零年六月三十日，本集團之現金及銀行結餘(包括已抵押銀行存款)為人民幣1,256.3百萬元。總資產達人民幣2,015.3百萬元，其中流動資產佔人民幣1,775.8百萬元。總負債達人民幣368.2百萬元，而股東資金則為人民幣1,647.2百萬元，並沒有未償還銀行貸款。

營運資金比率

回顧期內，集團的整體貿易營運資金週轉天數為43天，較二零零九年十二月三十一日止年度週轉天數52天減少9天。

期內平均存貨週轉天數為53天，較去年二零零九年十二月三十一日之平均週轉天數58天減少5天，主要由於年初的庫存較低。於二零一零年六月三十日，為了準備秋冬季的銷售，庫存餘額由去年底的人民幣146.3百萬元增加至人民幣154.5百萬元。秋冬季銷售一般合共佔集團年度總銷售約70%，秋季產品已於6月份開始付運。

截至二零一零年六月三十日止六個月，集團的應收賬款平均週轉天數為71天，按五月及六月實際銷售數字計算的應收賬款週轉天數為62天，與給予分銷商的平均信用期限一致。

集團的平均貿易應付賬款週轉天數為81天，較截至二零零九年十二月三十一日止年度的72天增加9天，與上述庫存餘額增加一致。

資產抵押

於二零一零年六月三十日，總額人民幣20.9百萬元(二零零九年十二月三十一日：人民幣34.1百萬元)的銀行存款已被抵押，用作擔保應付票據。已抵押銀行存款將於清償相關應付票據後獲解除抵押。

資本承擔及或然負債

於二零一零年六月三十日，本集團的資本承擔為人民幣141.9百萬元，主要與擬於廈門興建營運中心、開設旗艦店、以及於五里廠房增加一條生產綫及設備提升的開支相關。擬在廈門興建的營運中心目前在設計策劃階段。

於二零一零年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

財務管理政策

本集團繼續審慎監控財務風險，並積極採納國際認可的企業管理準則以保障股東的權益。由於本公司的功能貨幣是港元，而本公司的財務報表因匯報和編製綜合賬目時需要換算為人民幣，故此，因換算而產生的匯兌差額直接於權益中之獨立儲備項目內確認。由於本集團主要以人民幣進行業務交易，本集團於營運上的匯率風險輕微。因此，並無採用金融工具對沖有關風險。

所得款項用途

本公司股份於二零零九年九月二十五日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板掛牌，是次全球發售所得的款項淨額約1,081,300,000港元（扣除包銷佣金及相關費用後）。截止二零一零年六月三十日止使用情況如下：

所得款項用途	百分比	所得款項淨額 (百萬港元)	截至二零一零年 六月三十日止	
			已運用 (百萬港元)	剩餘款項 (百萬港元)
擴大在上海的產品開發				
工作室及發展廈門的設施	15%	162.2	12.3	149.9
發展副品牌(L2)	15%	162.2	16.6	145.6
承租及翻新旗艦店供				
分銷商經營用	15%	162.2	—	162.2
推廣及品牌塑造活動	20%	216.3	60.2	156.1
擴張在晉江五里工業園				
的生產廠房	5%	54.1	7.0	47.1
建立企業資源規劃系統， 開發資訊技術網絡及 取得必要的諮詢服務及 系統軟件	10%	108.1	10.1	98.0
償還本集團部分銀行貸款	10%	108.1	108.1	—
營運資金及公司其他一般用途	10%	108.1	108.1	—
	<u>100%</u>	<u>1,081.3</u>	<u>322.4</u>	<u>758.9</u>

董事有意按本公司日期為二零零九年九月十一日之招股章程所載方式使用餘下所得款項淨額。

綜合損益表

截至二零一零年六月三十日止六個月 — 未經審核

(以人民幣為單位)

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (經審核)
營業額	3	786,823	600,176
銷售成本		<u>(513,952)</u>	<u>(423,341)</u>
毛利		272,871	176,835
其他收入		11,335	1,227
銷售及分銷開支		(86,242)	(54,662)
行政開支		(35,770)	(15,183)
其他經營開支		<u>(2,545)</u>	<u>(183)</u>
經營利潤		159,649	108,034
財務成本		<u>(110)</u>	<u>(4,295)</u>
除稅前利潤	4	159,539	103,739
所得稅	5	<u>(19,590)</u>	<u>(13,775)</u>
權益股東應佔利潤		<u>139,949</u>	<u>89,964</u>
每股盈利	6		
基本(分)		<u>11.7</u>	<u>10.0</u>
攤薄(分)		<u>11.6</u>	<u>不適用</u>

截至二零一零年六月三十日止六個月的利潤應向本公司權益股東派付的股息詳情載於附註11。

綜合全面收益表

截至二零一零年六月三十日止六個月 — 未經審核

(以人民幣為單位)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (經審核)
期內利潤	139,949	89,964
期內其他全面收益		
換算中國境外附屬公司財務報表 扣除零稅項後的換算差額	<u>(5,251)</u>	<u>19</u>
期內全面收益總額	<u><u>134,698</u></u>	<u><u>89,983</u></u>

綜合資產負債表

於二零一零年六月三十日 — 未經審核

(以人民幣為單位)

	附註	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		164,701	151,420
投資物業		30,499	30,963
租賃預付款項		38,640	39,047
遞延稅項資產		5,660	1,060
		<u>239,500</u>	<u>222,490</u>
流動資產			
存貨		154,454	146,342
應收貿易賬款及其他應收款項	7	364,046	458,379
應收關連公司款項		214	214
可收回的即期稅項		793	793
已抵押銀行存款	8	20,877	34,065
存放於銀行而到期日為三個月以上的定期存款	9	320,790	308,070
現金及現金等價物	9	914,671	844,051
		<u>1,775,845</u>	<u>1,791,914</u>
流動負債			
銀行貸款		—	1,000
應付貿易賬款及其他應付款項	10	354,816	359,435
應付即期稅項		12,618	11,139
		<u>367,434</u>	<u>371,574</u>
流動資產淨值		<u>1,408,411</u>	<u>1,420,340</u>
資產總值減流動負債		<u>1,647,911</u>	<u>1,642,830</u>
非流動負債			
在建工程應付款項		726	726
資產淨值		<u>1,647,185</u>	<u>1,642,104</u>
資本及儲備			
股本		105,731	105,731
儲備		1,541,454	1,536,373
權益總額		<u>1,647,185</u>	<u>1,642,104</u>

附註

(以人民幣為單位)

1. 編製基準

本中期財務報告乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則適用披露條文，並按照國際會計準則委員會所頒佈之國際會計準則第34號「中期財務報告」之規定而編製。

編製本中期財務報告所採納之會計政策與編製二零零九年年度財務報表所採納者相同，惟預期於二零一零年年度財務報表內反映之會計政策除外。此等會計政策變動之詳情載於附註2。

2. 會計政策變更

國際會計準則委員會頒佈了兩項經修訂的《國際財務報告準則》、多項《國際財務報告準則》修訂及一項新詮釋，這些準則、修訂和新詮釋在本集團和本公司的當前會計期間首度生效。其中，以下項目的發展與本集團的財務報表有關：

- 國際財務報告準則第3號(經修訂)，業務合併
- 國際會計準則第27號修訂本，綜合及獨立財務報表

本集團並無採納任何於本會計期間並未生效的新準則或詮釋。

該等項目的發展導致會計政策變更，但該等政策變更並未對當前或比較期間構成重大影響，原因如下：

- 國際財務報告準則第3號及國際會計準則第27號的絕大部分修訂的影響尚未對本集團的財務報表構成重大影響，因為該等變更將於本集團訂立相關交易(例如，業務合併或出售附屬公司)時首度生效，亦無重列過往該等交易錄得的金額的要求。
- 國際財務報告準則第3號(關於被收購方的遞延稅項資產的確認)及國際會計準則第27號(關於對非控股股東權益(前稱少數股東權益)分配虧損)的修訂的影響尚未構成重大影響，因為並無重列過往期間所錄得金額的要求，於當前期間亦無產生該等遞延稅項資產或虧損。

3. 營業額

本集團之主要業務為於中華人民共和國(「中國」)製造及批發品牌男裝及相關配飾。營業額指已售貨品銷售額扣除退貨、折扣、增值稅及其他銷售稅。

4. 除稅前利潤

除稅前利潤已扣除：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (經審核)
財務成本：		
須於一年內全數償還的銀行借貸利息	6	4,169
銀行收費	104	126
	<u>110</u>	<u>4,295</u>
員工成本 (附註(i))：		
定額供款退休計劃的供款	1,379	4,378
薪金、工資及其他福利	43,565	22,498
以股份為基礎的補償	2,383	—
	<u>47,327</u>	<u>26,876</u>
租賃預付款項攤銷 (附註(i))	407	420
核數師酬金	894	34
存貨成本 (附註(i))	513,952	423,341
折舊 (附註(i))	7,037	5,228
出售物業、廠房及設備的虧損	1,251	79
關於物業的經營租賃租金 (附註(i))	3,997	2,670
研發成本 (附註(i)及(ii))	7,663	2,997

附註：

- (i) 已售存貨成本包括上文所披露的研發成本以及上文所披露項目所包含的相關員工成本、折舊、租賃預付款項攤銷及關於物業的經營租賃租金。
- (ii) 研發成本包括設計及研發部僱員員工薪金、工資及其他福利合共人民幣3,140,000元(二零零九年：人民幣2,298,000元)，已計入上文所披露的員工成本。

5. 綜合損益表內的所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (經審核)
即期稅項		
期內中國所得稅撥備	24,190	11,776
上期中國所得稅不足撥備	—	7
	24,190	11,783
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(4,600)	1,992
	19,590	13,775

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的條例及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島的所得稅。
- (ii) 由於本集團於截至二零一零年及二零零九年六月三十日止六個月並無賺取任何須繳納香港利得稅的收入，故並無就香港利得稅作出任何撥備。
- (iii) 根據相關中國所得稅法、條例及實施指引，某些於中國的附屬公司享有稅務優惠及免稅，該等附屬公司之溢利以優惠稅率徵稅。本集團於中國的附屬公司的稅項以該等附屬公司所適用之稅率計算。

此外，本集團於中國的附屬公司派發自二零零七年十二月三十一日後所產生之溢利，將按10%稅率徵收扣繳稅(除非按稅務條約減免)。由於本集團所有於中國的附屬公司均直接及全部由一家香港註冊成立之附屬公司所擁有，扣繳稅應以5%稅率計算。就此而言，已按該等中國附屬公司預期將於可見將來派發於二零零七年十二月三十一日後產生的利潤作為股息撥備遞延稅項負債。

6. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至二零一零年六月三十日止六個月的每股基本盈利乃按期內本公司普通股權益股東應佔利潤人民幣139,949,000元(截至二零零九年六月三十日止六個月：人民幣89,964,000元)，以及期內已發行的加權平均股數1,200,000,000股(二零零九年：900,000,000股)普通股而計算。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零一零年六月三十日止期間的每股攤薄盈利乃按本公司普通股權益股東應佔利潤人民幣139,949,000元，以及經本公司所授出購股權導致的潛在攤薄影響而調整的已發行普通股加權平均股數而計算，其計算如下：

	截至二零一零年 六月三十日 止六個月 千股 (未經審核)
普通股加權平均股數	1,200,000
根據本公司購股權計劃視作以零代價方式發行股份的影響	5,575
普通股加權平均股數(攤薄)	<u>1,205,575</u>

由於截至二零零九年六月三十日止期間並無任何潛在攤薄股份，故並無披露期內的每股攤薄盈利。

7. 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
應收貿易賬款	309,755	406,603
應收票據	4,000	—
	<u>313,755</u>	<u>406,603</u>
預付供應商款項	34,100	38,264
預付廣告開支及裝修津貼	3,770	4,006
應退增值稅	5,160	—
其他存款、預付款項及應收款項	7,261	9,506
	<u>364,046</u>	<u>458,379</u>

預期所有應收貿易賬款及其他應收款項將於一年內收回。應收貿易賬款及應收票據的賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
即期	283,555	393,064
逾期少於一個月	12,509	11,524
逾期一至三個月	13,934	2,002
逾期三個月以上	3,757	13
	<u>313,755</u>	<u>406,603</u>

本集團一般會授予其貿易客戶的信貸期為90至180天。

8. 已抵押銀行存款

銀行存款已被抵押，用作擔保應付票據。已抵押銀行存款將於清償相關應付票據後獲解除抵押。

9. 現金及現金等價物以及存放於銀行的定期存款

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
存放於銀行而到期日為三個月以內的定期存款	375,349	224,755
銀行及手頭現金	539,322	619,296
綜合資產負債表內的現金及現金等價物	914,671	844,051
存放於銀行而到期日為三個月以上的定期存款	320,790	308,070
	<u>1,235,461</u>	<u>1,152,121</u>

10. 應付貿易賬款及其他應付款項

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
應付貿易賬款	145,286	133,612
應付票據	92,220	113,550
	<u>237,506</u>	<u>247,162</u>
預收款項	26,832	26,816
應計薪金及工資	9,820	10,830
購買固定資產應付款項	13,715	6,871
應付退休福利供款	25,678	25,237
應付增值稅	7,864	15,245
其他應付及應計款項	33,401	27,274
	<u>354,816</u>	<u>359,435</u>

預期所有應付貿易賬款及其他應付款項將於一年內結清或確認為收入或應要求償還。本集團應付貿易賬款及應付票據按發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	210,361	218,414
三個月至六個月	13,643	21,372
超過六個月	13,502	7,376
	<u>237,506</u>	<u>247,162</u>

11. 股息

(i) 本公司權益股東期內應佔應付股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於中期期後宣派及應付中期股息 每股普通股人民幣5分 (二零零九年：每股人民幣零分)	<u>60,000</u>	<u>—</u>

中期股息於二零一零年六月三十日尚未確認為負債。

(ii) 已於期內批准及派付本公司權益股東過往財政年度應佔應付股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
已於期內批准及派付過往財政年度的末期股息 每股普通股人民幣11分 (二零零九年：每股人民幣零分)	<u>132,000</u>	<u>—</u>

企業管治

本公司已採納其企業管治守則，其守則涵蓋聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄十四《企業管治常規守則》（「守則」）所載的全部守則條文，以及大部分的建議最佳常規守則。本公司定期檢閱其企業管治守則，並於截至二零一零年六月三十日止六個月內一直遵從守則內的所有條文。

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為本公司董事進行證券交易的守則。本公司已向全體董事作出特別徵詢，全體董事均已確認彼等於截至二零一零年六月三十日止六個月內一直遵守載於標準守則內所要求的準則。

中期業績審閱

本公司已遵照上市規則成立審核委員會，審核委員會成員包括三名獨立非執行董事。審核委員會的主要責任是檢閱及監督本集團的財務報告程序及內部監控系統。本集團截至二零一零年六月三十日止六個月的中期業績未經審核，但已由本公司的核數師畢馬威會計師事務所及審核委員會審閱。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於截至二零一零年六月三十日止六個月內，本公司或其任何附屬公司均無購買、贖回或出售任何本公司上市證券。

暫停股份過戶登記

為確定股東收取本年度擬派中期股息的資格，本公司將於二零一零年十月五日（星期二）至二零一零年十月八日（星期五）（首尾兩天包括在內）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取擬派中期股息，股東須最遲於二零一零年十月四日（星期一）下午四時三十分，將所有過戶文件連同有關股票一併送達本公司之股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理有關過戶手續。

刊登中期業績公佈及中期報告

本公司的二零一零年中期報告將盡快寄發予股東，並於聯交所網站 (www.hkexnews.hk) 及本公司網站 (www.lilanz.com) 刊登。本公佈亦可於上述網站查閱。

於本公佈日期，董事會由下列人士組成：

執行董事：

王冬星先生 (主席)
王良星先生 (行政總裁)
王聰星先生
蔡榮華先生
胡誠初先生
王如平先生
潘榮彬先生

獨立非執行董事：

呂鴻德博士
陳天堆先生
聶星先生

承董事會命
中國利郎有限公司
公司秘書
余致力

香港，二零一零年八月二十三日