

(請即時發放)

LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一一年中期業績
股東應佔利潤增長 **63.1%** 至約人民幣 **2.28** 億元
提升品牌價值 提高產品附加值

財務摘要:

人民幣百萬元	截至六月三十日止六個月		
	二零一一年	二零一零年	變動 (%)
營業額	1,032.1	786.8	+31.2
毛利	375.9	272.9	+37.7
毛利率	36.4%	34.7%	+1.7 百分點
股東應佔利潤	228.2	139.9	+63.1
每股盈利 - 基本 (人民幣分)	19.0	11.7	+62.4
每股盈利 - 攤薄 (人民幣分)	18.9	11.6	+62.9
每股中期股息	港幣 11 仙	人民幣 5 分	約+82.0
每股中期特別股息	港幣 5 仙	無	不適用

(香港 - 二零一一年八月二十二日) 中國領先的男裝品牌公司之一，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)欣然公佈截至二零一一年六月三十日止六個月之中期業績。

回顧期內，集團錄得營業額約人民幣 1,032.1 百萬元，與去年同期比較，增加 31.2%。毛利約人民幣 375.9 百萬元，上升 37.7%。毛利率為 36.4%，增加 1.7 個百分點，主要反映品牌價值及產品組合提升，集中發展高增值產品以及提高平均售價，抵銷成本的增長。股東應佔利潤達人民幣 228.2 百萬元，增長 63.1%。每股基本盈利為人民幣 19.0 分，上升 62.4%。董事會建議派發中期股息每股港幣 11 仙及中期特別股息每股港幣 5 仙。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說：「中國利郎乘著中國商務休閒男裝市場的發展，繼續提升品牌實力，並運用在品牌上的優勢，調整產品組合以及提高產品附加值。今年三月，『LILANZ』及『L2』品牌便首次一同參加北京的時裝周，正式向業界介紹『L2』品牌為中國利郎旗下的新品牌，是集團多品牌戰略的重要一步。

在市場追求品牌及品質產品的大環境下，消費者持續增加中高端的男裝消費。集團把機握這市場機會，積極發展時尚及優質品牌服裝，回應市場需求。同時，集團亦繼續通過整合供應鏈控制原材料上升的壓力，使集團的營業額及淨利潤錄得理想增長。」

回顧期內，集團的營業額顯著提升。與去年同期比較，平均銷售單價上升**13.2%**，產品的銷售數量提高**15.8%**。產品均價上升，反映集團有效轉嫁成本，以及產品組合及設計均有所提升。

於去年七月推出市場的副品牌「L2」，於期內的營業額約為人民幣**35.6**百萬元，佔集團營業額約**3.4%**。

按區域分布，華東及中南地區仍然是主要營業額貢獻區域，兩區合共佔總銷售的**58.6%**。受惠於中央政府的西部大開發計劃，西北部的銷售增長達**48.7%**。「L2」品牌的銷售亦相對集中在華東及中南地區，合共佔其總銷售約**68.2%**。

回顧期內，集團平均存貨週轉天數為**49**天、應收賬款平均週轉天數為**70**天、平均貿易應付賬款週轉天數為**96**天。上述營運資金周轉比率均處於健康水平。

集團繼續優化零售及銷售網絡，以配合業務拓展需要，提高營運效益。於二零一一年六月三十日，「LILANZ」品牌有**63**家分銷商及**1,352**家二級分銷商，合共經營**2,888**家零售店，總店舖面積約為**309,700**平方米，於期內增加**3.6%**。「L2」品牌於去年下半年推出市場，於今年六月三十日底共有**49**家分銷商及**24**家二級分銷商，合共經營**137**家零售店，總店舖面積約為**14,400**平方米。

回顧期內，集團致力加強零售管理，不斷強化銷售渠道，包括店舖的選址及面積均因應當地市場而調整。集團自二零零九年底開始投入開發軟件系統，計劃在二零一二年底把各零售店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。於二零一一年六月底，集團的分銷商倉庫的庫存系統已連網，連接約**700**家「LILANZ」店舖的庫存系統亦在試運行，下半年的目標是將系統網絡覆蓋至**900**家店舖。

展望未來，王冬星主席指出：「溫和的通脹，為具有品牌優勢的中高端服裝企業提供更大的發展空間。集團在中高端男裝市場極具知名度，預期將繼續受惠。下半年是商務休閒男裝行業的銷售旺季，從秋冬訂單的情況來看，預期增長情況良好。集團會繼續鞏固『LILANZ』的市場領導地位，並優化及加強『L2』品牌的發展，爭取透過提升產品設計及豐富產品系列，增強分銷商對品牌的信心，按計劃在各區開設新店以加強分銷網路。我們有信心年初訂下的店舖擴張計劃可如期實現，我們亦有信心『L2』品牌將達致全年收支平衡的目標。」

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進行銷售。

集團以「LILANZ」及「L2」品牌向顧客提供不同季節的設計產品，其男裝產品專為迎合商務休閒需求而設計。公司的產品包括西裝、夾克、襯衫、褲裝、毛衣和配飾。於二零一一年六月三十日，集團的產品在全國 91 家分銷商經營及分包經營的 3,025 家零售店銷售。

若有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

譚寶瑩/ 丘倩瑜/ 許庭芝/ 陳藍姬/ 勞子穎

電話： (852) 2136 6182/ 2136 6183/ 3170 6752/ 3920 7645/ 3920 7625

傳真： (852) 3170 6606

電郵： natalie.tam@iprogilvy.com/ charis.yau@iprogilvy.com/

veronica.hui@iprogilvy.com/ athena.chan@iprogilvy.com/ demi.lo@iprogilvy.com