

【請即時發放】

LILANZ 利郎

中國利郎公佈二零一七年全年業績
純利上升 13.2% 股息增加
二零一八年借力消費市場回暖 實現擴充計劃

業績摘要

- 年度利潤上升 13.2%至人民幣 6.11 億元，淨利潤率增加至 25.0%。
- 總收入上升 1.2%至人民幣 24.41 億元；「LILANZ」品牌收入增長 7.9%至人民幣 24.14 億元。
- 毛利率上升 0.2 個百分點至 41.5%。
- 每股盈利增加 13.5%至人民幣 50.71 分。
- 建議末期股息每股港幣 18 仙及特別末期股息每股港幣 8 仙。本年度總派息額增加 10%至每股港幣 44 仙。
- 零售渠道經營效益提升，第四季同店銷售提升接近 10%的增長。
- 「LILANZ」於全國共有 2,410 家零售店，年內增加 10 家，總店舖面積約 309,600 平方米，增加 6.8%。
- 針對一、二綫市場的輕商務系列專賣店網絡持續擴張，於二零一七年底門店數目為 89 家。

（香港 — 二零一八年三月六日）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全年業績。

截至二零一七年十二月三十一日止年度收入上升 1.2%至人民幣 2,441.1 百萬元，其中「LILANZ」品牌收入上升 7.9%至人民幣 2,413.9 百萬元，主要反映秋冬季訂單改善，以及二零一六年推出的輕商務系列銷售錄得可觀的增長。年度利潤上升 13.2%至人民幣 611.0 百萬元。淨利潤率上升 2.6 個百分點至 25.0%。

集團保持財政健康，現金流充足。董事會建議派發末期股息每股 18 港仙及特別末期股息每股 8 港仙。本年度總派息額增加 10%至每股港幣 44 仙。

毛利率上升 0.2 個百分點至 41.5%，主要反映「LILANZ」在「提質不提價」的同時，因為原創產品比例增加及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：「二零一七年全球經濟環境逐步向好，中國經濟平穩增長。整體消費意欲增強，經營狀況趨於健康，均有利中國男裝行業的整體發展。中國利郎繼續專注於提升自身的競爭優勢，並成功發揮創業三十年所累積的品牌力和經營實力，鞏固在中國男裝行業的市場地位，在下半年市場回暖的環境之中，取得健康的業績增長。」

年內，集團繼續協助分銷商規劃門店的分佈、位置和數量，務實地支持分銷商優化零售網絡，按需要將店舖移遷至更佳的位置，以實現更高的店舖效益。同店銷售從年初中單位數的增長提升至第四季度接近 10%的增長，零售經營效益提升。

於二零一七年十二月三十一日，「LILANZ」於全國共有 2,410 家零售店，年內增加 10 家，總店舖面積約為 309,600 平方米，增加 6.8%。分銷商繼續在省會和地級市的購物商場開大店，二零一七年底商場店數目已超過 300 家，佔門店總數目超過 10%，銷售表現合符預期。集團自二零一六年底開始拓展針對一、二綫市場的輕商務系列以來，市場反應良好，支持專賣店網絡持續擴張，於二零一七年底門店數目為 89 家。

由於「LILANZ」的零售情況保持優於同業，渠道庫存回復健康水平，分銷商對集團的產品充滿信心，「LILANZ」品牌於二零一七年秋、冬季及二零一八年春夏季的三次訂貨會均錄得理想的表現。其中在二零一七年八月份舉行的二零一八年春夏季訂貨會，訂單總金額（按批發價計算）按年增加 21%。

集團貫徹「提質不提價」的策略，減少代工之採購比例及提高原創產品比例之同時，增強產品的性價比，與消費者分享整合供應鏈所帶來的成果。二零一七年銷售按產品款式分類，原創的比例約佔 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%。

展望二零一八年，集團將借力消費市場回暖，實現一系列的擴充計劃。集團會繼續投資於「LILANZ」品牌，除了提升同店效益、鞏固現有市場，亦會爭取進佔新市場。「LILANZ」主系列將於今年內進佔目前空白的市場，包括在膠東半島、大連地區和蘇南開店，「LILANZ」輕商務系列亦會推展至鄭州、合肥、西安、江西、福建等地區具潛力的一、二綫市場落戶。同時，集團會更好把握市場機會，加快輕商務系列發展步伐，採用代銷模式推動分銷商加快開店，全年開店目標 150 家；連同輕商務，「LILANZ」的門店總數目計劃增加不少於 200 家。

集團將於今年夏季推出新零售業務，利用「LILANZ」的品牌優勢，輕商務系列適合綫上發展的定位和綫下零售網絡，結合綫上服務和綫下體驗，將同款同價在綫上綫下同時銷售輕商務的產品，期望二零一八年下半年開始帶來銷售增長。

集團將進一步以為消費者提供物超所值的產品為目標，繼續在設計、產品工藝和用料方面下功夫，贏取更大的市場。隨着上海的輕商務系列設計及營運中心和福建的新總部將在今、明兩年陸續投入運作，集團從研發設計、生產到銷售的全線業務，將會提升至一個新階段，為中國利郎的長遠更快速增長提供更紮實的基礎。

王冬星主席總結說：「常言道，三十而立，中國利郎的整個團隊在過去三十年之中，經過拼搏、堅持、突破而略有所成，中國利郎成為了一個有溫度、有氣度的品牌，集團的定位更加清晰，競爭優勢更加明顯。本集團將把握二零一八年這個新起點，繼續『深耕主品牌，着力輕商務，布局新零售，開拓多品牌，延伸多系列』，朝着多品牌策略發展，積極提高產品競爭力和性價比，開辟市場，成就利郎百年男裝品牌，並實現可持續的長期增長。二零一八年秋季訂貨會已於三月三日開始，我們有信心訂單總額將不少於低雙位數的增長。」

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：

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