(請即時發放)

中國利郎宣佈二零一零年度全年業績
股東應佔利潤增長 38.2%至約人民幣 4.19 億元
優化產品組合，提升品牌價值

財務摘要:

人民幣億元	**截至十二月三十一日止年度**		
	二零一零年	二零零九年	變動(%)
營業額	**20.53**	15.60	31.6
毛利	**7.78**	5.51	41.2
毛利率	**37.9%**	35.3%	+2.6 百分點
股東應佔利潤	**4.19**	3.03	+38.2
每股盈利 – 基本(人民幣分)	**34.89**	30.87	+13.0
全年每股股息(人民幣分)	**17**	11	+54.5
- 中期股息	**5**	不適用	不適用
- 末期股息	**12**	11	+9.1

(香港 – 二零一一年三月二十一日) 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）欣然公佈截至二零一零年十二月三十一日止年度之全年業績。

回顧年內，集團乘著現時市場對時尚及優質品牌服裝的需求增加之契機，繼續積極推廣及優化「LILANZ」的品牌形象，將產品組合向更高端發展，效果理想。與此同時，集團把握市場年青男士對時尚服裝的需求，於年度內推出副品牌「L2」，初步進展滿意。這些策略，使集團於二零一零年取得理想的業務表現。

二零一零年，集團錄得營業額約人民幣 20.53 億元，較去年增加 31.6%。毛利約人民幣 7.78 億元，較去年同期上升 41.2%。營業額的增長，較銷售成本的增長爲高，使毛利率持續改善。二零一零年集團毛利率爲 37.9%，增加 2.6 個百分點。股東應佔利潤達人民幣 4.19 億元，較去年同期增長 38.2%。每股基本盈利爲人民幣 34.89 分，較去年同期上升 13.0%。董事局建議派發每股末期股息人民幣 12 分。

談及集團全年業績，中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說：「良好的市場氛圍，配合集團品牌『LILANZ』及『L2』優質的產品及準確的市場定位，令集團於年內繼續取得令人鼓舞的業績表現。年內，集團繼續以『LILANZ』作爲主品牌，並正式推出副品牌『L2』，並以優化產品質素及提升品牌定位爲首要策略目標，爭取更佳的業績。」

- 續 -

回顧年來，集團乘著市場對時尚及優質品牌服裝的需求增加之契機，以提高產品質量及創新產品設計作爲業務重點，又進一步優化「LILANZ」的產品組合，成功增加高附加值及高價位產品佔比，特別是秋冬季貴價產品，如皮褸、尼克服等，銷售大幅上升，致使平均銷售單價較去年顯著提高 23.2%。另外，集團整體產品銷售數量亦錄得 6.9%的增幅。

按產品類別劃分，上衣仍然爲集團的主要銷售產品類別，佔總銷售額 75.3%，其銷售額較去年同期增加 31.4%。西服套裝銷售同比增加 66.7%，增長在各產品類別中最爲顯著，主要由於集團於年內推出以多樣面料製成且款式更爲休閑之西服套裝，廣受歡迎。產品平均售價增長 23.2%至約人民幣 191 元，主要由於產品結構轉變，高附加值及高價位產品銷售有所上升，加上將成本上升轉嫁至銷售價格所致。各類產品的平均售價增長 3.6%至 12.4%，配飾產品售價則下降 5.0%。

按區域分佈，華東及中南地區仍然爲主要營業額貢獻區域，合供佔總銷售 60.7%。受惠於政府的西部大開發計劃，西南區域延續上半年的勢頭，成爲增長最快的區域，年度增幅高達 45.2%。西北區增長亦高達 38.0%。華北地區經過二零零九年下半年及二零一零年上半年的店舖整合，銷售已經回復增長，同比增長 36.1%。

「L2」於去年正式推出市場，首家「L2」店舖已於七月底於湖南開業，年內共開店 80 家，於二零一零年，「L2」的營業額約爲人民幣 4,140 萬元，佔集團營業額約 2%。華東及中南地區合共佔「L2」的總銷售約 70%。集團對「L2」這個全新品牌能於短短數月間獲得此成績非常滿意，預期未來「L2」將爲集團帶來更大貢獻。

回顧期內，集團平均存貨週轉天數爲 47 天、應收賬款平均週轉天數爲 65 天、平均貿易應付賬款週轉天數爲 86 天。上述營運資金周轉比率均處於健康水準。

零售及分銷網絡方面，經過過去幾年進行的店舖整合，集團目前店舖遍及中國 31 個省、自治區及直轄市等二、三、四線城市，大部分店舖都位於商業黃金地段。於二零一零年十二月三十一日，集團主品牌「LILANZ」擁有 59 家分銷商及 1,321 家二級分銷商，合共經營 2,805 家零售店；總店舖面積約爲 299,000 平方米。另外，「L2」共有 38 家分銷商及 9 家二級分銷商，合共經營 80 家店；總店舖面積約爲 8,200 平方米。集團因應市場情況，調整「L2」分銷策略，利用「LILANZ」品牌現有分銷商的資源，拓展「L2」的銷售網路，以確保「L2」能更快速在目標市場拓展。

- 續 -

產能擴充方面，集團於福建省的五裡及長汀均設有生產廠房，共有 82 條生產線。截至二零一零年十二月三十一日年度止，生產廠房的平均利用率超過 90%。爲支持迅速增長的市場需求及業務發展，集團除了委託外包生產（「OEM 採購」）外，還增加分包加工的比例，因此更有較控制產品的主要布料，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及安排生產。同時，爲減輕原材料成本上漲的壓力，集團約 60% 的生產布料是直接由向生產商採購的。

展望未來，王冬星主席指出：「隨著中國經濟的穩定發展、城市化進程的不斷推進，國民消費力提升的同時，消費模式亦持續轉變，每每追求優質時尚的產品，對品牌形象的敏感度亦日漸提升。我們亦將繼續優化銷售網路及其管理，目標是在二零一一年淨增加約200至250家『LILANZ』店舖，及開設約150至200家『L2』店舖。有見網上銷售平臺潛力龐大，我們將繼續發展『L2』的網上銷售平臺，並在下半年推出『LILANZ』的網上銷售平臺。作爲中國領先的男裝品牌之一，利郎將不斷致力提升品牌形象及產品質素，爲消費者帶來更佳的消費經驗，以抓緊市場發展的機遇，以回饋股東、員工及客戶等各方的支持。」

- 完 -

關於中國利郎

中國利郎是中國領先的男裝品牌之一。作爲一家綜合時裝企業，集團設計、採購、生產並銷售優質男士商務和休閒服裝。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。

集團以利郎品牌向顧客提供不同季節設計的產品，其男裝產品專爲迎合商務及休閒需求而設計。公司的產品包括西裝、夾克、襯衫、褲裝、毛衣和配飾，大致上可分爲商務正裝、商務休閒、時尚休閒以及運動服裝。截至 2010 年 12 月 31 日，集團的產品在全國 87 家分銷商經營及分包經營的 2,885 家零售店銷售。

集團的副品牌「L2」已正式推出，首家店舖已於二零一零年七月底於湖南開業。

若有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

譚寶瑩/ 丘倩瑜/ 李永然/ 陳藍姬/ 勞子穎

電話：（852）2136 6182/ 2136 6183/ 2136 6956/ 3920 7645/ 3920 7625

傳真：（852）3170 6606

電郵：natalie.tam@iprogilvy.com/ charis.yau@iprogilvy.com/ nelson.lee@iprogilvy.com/ athena.chan@iprogilvy.com/ demi.lo@iprogilvy.com