【請即時發放】

中國利郎宣佈二零一一年度全年業績
股東應佔利潤增長 48.8%至約人民幣 6.23 億元
「LILANZ」持續健康增長　「L2」首次作出盈利貢獻

財務摘要:

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一零年	變動
營業額	**2,708.0**	2,053.0	+31.9%
毛利	**1,055.5**	778.0	+35.7%
毛利率	**39.0%**	37.9%	+1.1 百分點
股東應佔利潤	**623.1**	418.7	+48.8%
淨利潤率	**23.0%**	20.4%	+2.6 百分點
每股盈利 - 基本（人民幣分） - 攤薄（人民幣分）	 **51.90** **51.66**	 34.89 34.72	 + 48.8% + 48.8%
每股股息 - 末期股息 - 特別末期股息	 **港幣 19 仙** **港幣 6 仙**	 人民幣 12 分 無	 +28.3% 不適用

（香港 — 二零一二年三月十四日）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十二月三十一日止年度之全年業績。

回顧年內，集團錄得營業額約人民幣 2,708.0 百萬元，與去年同期比較，增加 31.9%。毛利約人民幣 1,055.5 百萬元，上升 35.7%。毛利率增加 1.1 個百分點至 39.0%，主要反映集團成功提高品牌價值、提升產品質量，使產品平均售價提升，抵銷成本上升。股東應佔利潤達人民幣 623.1 百萬元，增長 48.8%。每股基本盈利為人民幣 51.90 分，上升 48.8%。董事會建議派發末期股息每股港幣 19 仙及特別末期股息每股港幣 6 仙。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說：「作為中國商務休閒男裝的領先品牌企業，中國利郎繼續憑藉其品牌優勢、個性化的產品設計和不斷完善的渠道管理，把握中國消費者追求優質時尚產品的需求，年內業務繼續快速健康增長。

縱使二零一一年底的晚冬天氣對秋冬系列的銷售帶來一定影響，然而集團整體銷售量及平均售價仍然保持理想的增長。此外，集團副品牌『L2』自二零一零年推出後至今僅一年多，業務表現令人滿意。於二零一一年，『L2』更錄得稅後盈利人民幣 1.7 百萬元，首次為集團帶來盈利貢獻。」

回顧期內，集團經營利潤由二零一零年人民幣 479.6 百萬元增加 46.7%至二零一一年的人民幣 703.7 百萬元，主要反映營業額上升，以及銷售成本及經營費用控制得宜。經營利潤率則由 23.4%增加至 26.0%。

年內，產品平均銷售單價上升 13.6%，產品銷售數量則提高 15.9%；其中主品牌「LILANZ」的平均單價增加 15.5%，銷售數量增加 11.0%。回顧年內，集團重點提升個別產品類別（如褲類，鞋類等）的用料及品質，帶動平均售價上升，亦成功發揮品牌知名度效益，通過提價將成本漲價轉嫁予客戶。

於二零一一年，主品牌「LILANZ」的銷售佔總營業額逾 95%。於二零一零年中推出市場的副品牌「L2」亦取得理想銷售成績，年內營業額達人民幣 129.0 百萬元，較去年增加超過兩倍，佔總營業額約 4.8%，收入貢獻增長符合集團預期。

按區域分布，華東及中南地區仍然是主要營業額貢獻區域，兩區域合共佔總銷售的 59.7%。「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 70.6%。按產品類別計算，上衣則為最主要的銷售產品，佔總營業額 72.2%。作為重點提升用料和質量的產品，褲類和配件銷售佔比分別上升 2.3 個百分點至 17.6%和 0.9 個百分點至 4.3%。

集團致力優化零售及銷售網絡。於二零一一年底，本集團大部分店舖均已位於商業黃金地段，以達到更佳的店舖效益。於二零一一年底，「LILANZ」品牌有 65 家分銷商及 1,416 家二級分銷商，合共經營 3,032 家零售店，總店舖面積約 326,000 平方米，同比增加 9%。「L2」品牌於二零一零年中推出市場後持續擴張，於二零一一年十二月底共有 52 家分銷商及 51 家二級分銷商，合共經營 236 家零售店，總店舖面積約為 25,300 平方米。

另外，本集團按計劃在二零一一年增加面積 300 至 500 平方米的大店，於本年度共 21 家大店開業，其中 6 家位於省會城市上海、昆明、武漢和鄭州，6 家位於河北、湖北和湖南的地級市。

集團致力加強零售管理，不斷強化銷售渠道。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（除百貨商場的店舖外）的銷售及庫存狀況連網，有助集團更掌握前線銷售數據，以適時針對不同問題作出改善，從而加強研發更適應市場需求產品的能力。截至二零一一年底，已連網的「LILANZ」店舖約 1,000 家，而所有「L2」的店舖都已連網。

集團營運資金週轉比率保持在健康水平。截至二零一一年十二月三十一日止年度，集團平均存貨週轉天數為 45 天、平均應收貿易賬款週轉天數為 63 天、平均應付貿易賬款週轉天數為 65 天。

展望未來，王冬星主席指出：「國際金融危機的陰霾將在一段時間內繼續影響全球，對中國經濟帶來挑戰。中央政府在今年三月將二零一二年經濟增長目標調整為 7.5%，但重申擴內需促消費的工作重點。隨著國內經濟的發展，人民生活改善繼續為市場具實力的經營者提供良好機遇。

有見部分地區的店舖租金開始有回調的跡象，今年，我們將稍微調高『LILANZ』開店目標至 250 至 300 家，『L2』的開店目標維持約 150 家，以把握市場機遇。此外，除設於晉江總部的自營『LILANZ』旗艦店以外，集團亦計劃於二零一二年增設兩家『LILANZ』自營旗艦店。在現有店舖方面，為進一步提升品牌形象，我們將於二零一二年下本年推出新的第三代店面設計，並計劃分三年將所有店舖升級。中國利郎將堅守「簡約而不簡單」的時尚哲學，策略性地推進品牌的完善及提升、優化產品組合、提高利潤水平，鞏固集團於男士服裝行業的領導地位。」

-完-

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。於二零一一年十二月三十一日，集團的產品在全國 96 家分銷商經營及分包經營的 3,268 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