



中國利郎公佈二零二三年全年業績

* * * *

收入按年上升 **14.8%**至人民幣 **35.44** 億元

純利按年增長 **18.4%**至人民幣 **5.30** 億元

全年派息每股 **36** 港仙

(香港 — 二零二四年三月十八日) 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) 今天公佈其二零二三年全年業績。

中國利郎主席兼非執行董事王冬星先生說:

「二零二三年, 中國經歷過三年疫情後, 迎來復蘇的第一年。雖然全球局勢依舊複雜多變, 但內地經濟展現韌性, 在中央政府促消費政策引導下, 零售市場逐漸回暖, 於下半年度實現溫和增長。集團年內推進利郎品牌戰略的升級工作, 並取得收入、利潤雙增長, 為未來可持續發展奠定堅實的基礎。」

截至二零二三年十二月三十一日止年度, 集團收入同比增長**14.8%**至人民幣**35.44**億元。銷售額增長主要因為隨著社會活動復常, 所有門市恢復正常營業。此外, 輕商務加上新開店舖較多, 且在單店銷售額、平均單價等均見提升, 輕商務的營業額大幅增長**35.2%**; 主系列分銷商年內則需要消化二零二二年的庫存, 以致二零二三年的訂貨增長受壓抑, 主系列的營業額增長為**10.7%**。

毛利率為**48.2%**, 同比增加**2.2**個百分點, 得益於自營模式的輕商務年內銷售明顯增長, 且在優質優價的策略下, 高端系列產品佔總銷售額比重因而增加。淨利潤同比上升**18.4%**至人民幣**5.30**億元。淨利潤率上升**0.5**百分點至**15.0%**。每股基本盈利為人民幣**44.30**分, 同比增長**18.4%**。

集團於年內保持財政穩健, 現金流充足。董事會建議派發末期股息每股 **13** 港仙及特別末期股息每股 **5** 港仙, 連同已派發的中期股息, 全年每股派息合共 **36** 港仙, 較去年上升 **12.5%**, 維持穩定的派息比率。

集團積極回應新零售發展趨勢, 大力發展兼具互動性和娛樂性的直播帶貨銷售模式, 提升消費者的網上消費體驗, 並增強購買意慾, 疊加自營網店和微商城業務發揮線上線下的互補優勢, 年內電商實現優於整體的 **17.6%**增長。

集團銷售渠道改革取得顯著成效，經過三年的努力，年內已確立四個銷售渠道：主系列的分銷及代銷模式、輕商務的自營模式及自營的電商銷售模式，產品和服務得以更緊貼中國男裝消費者的購買模式，帶動銷售提升。年內，各渠道均錄得盈利，店效明顯增長，進一步體現銷售渠道改革的成果。截至二零二三年十二月底，集團輕商務門店共 302 家，主系列店舖共 2,393 家，合計共 2,695 家，同比淨增加 51 家。

在庫存管理方面，集團年內增開22間奧特萊斯店，並銷售其他門市未出售的當季產品，主系列和輕商務店舖的售罄率有所提升。新物流園的投入運作，配合智慧化物流系統，有效加快鋪貨節奏，提升庫存控制的效率，實現降本增效。截至二零二三年年底，集團的平均存貨周轉天數較二零二二年年底減少25天至170天，反映了更高效的庫存管理水平。

品牌推廣方面，集團通過主系列及輕商務系列銷售男裝產品，持續為消費者提供高品質的簡約男裝及時尚穿搭新體驗，以「簡約設計、卓越品質」的理念深化品牌魅力。年內，集團推出重新設計的標徽，在原有標識的基礎上，優化標誌的視覺比例和圖案設計，旨在提升品牌活力及時尚感。店舖空間採用科技沉浸式裝置，創造出適合當代年輕人的時尚環境。

展望二零二四年，在面對持續變化的國際環境和國內經濟挑戰之際，中央政府為提振市場信心，刺激零售業的活力將二零二四年定為「消費促進年」。中國利郎作出積極回應，計劃通過創新的產品研發和差異化的品牌策略，進一步升級「利郎簡約男裝」品牌形象，配以更面向年青消費群體的銷售渠道，迎合與引領消費者需求，進一步提升銷售業績。

集團計劃淨增加 100-200 家門店，特別注重在省會和地級市的優質購物中心以及奧特萊斯商場開店，同時，大力發展新零售業務，如通過抖音直播等方式提供個性化購物體驗，以實現與消費者的緊密聯繫。集團力求新零售業務在二零二四年實現 20% 同比增長，整體銷售增長 15%。此外，集團計劃完成 400 家門店的第七代裝修工程，以加強品牌形象並提升消費者的購物體驗。

在產品定位方面，集團將繼續執行「優質優價」的策略，不斷推出具有創新性和差異化的新產品，滿足消費者對個性化衣著的追求。隨著集團成功去庫存，淡季庫存進一步降低，集團加強推出新品，將提升售價較高的新品佔比，繼而增加平均售價及整體產品的盈利能力。

為了豐富中國利郎產品組合，策略性提升現有品牌檔次，集團落實新的「多品牌、國際化」發展策略，現正積極物色品牌合作，為消費者提供多元化的選擇，滿足他們對服裝的不同追求。中國利郎在內地已建立鞏固的銷售網絡，隨著全球市場的互聯互通日益緊密，集團正計劃把品牌推向國際舞台，開拓海外市場。集團相信，品牌國際化既為集團帶來新風格，為產品設計增添豐富元素，亦為集團拓闊收入來源，迎接更多市場機遇。

中國利郎公佈二零二三年全年業績

二零二四年三月十八日

王冬星先生總結說：

「長遠而言，中國利郎將繼續以帶給客戶設計時尚、質價比高的男士服裝為己任，透過獨特的產品設計和宣傳推廣，提升品牌競爭力，進一步鞏固在男裝行業的領導地位，實現可持續的長期增長，回饋股東、員工及客戶的支持。」

關於中國利郎

中國利郎是中國領先的男裝企業之一。作為一家綜合時裝企業，集團設計、採購、生產並以品牌「利郎 LILANZ」及「利郎 LESS IS MORE」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零售及分銷網絡銷售。

若有垂詢，請聯絡：

梁麗明 / 梁家儀

直線：(852) 2864 4863 / 2114 4172

電郵：chinalilang@sprg.com.hk