

LILANZ 利郎

中国利郎有限公司

2009年年度业绩发布

2010年3月

The information contained in this presentation is intended solely for your personal reference. Such information is subject to change without notice, its accuracy is not guaranteed and it may not contain all material information concerning China Lilang Limited (the "Company"). The Company makes no representation regarding, and assumes no responsibility or liability for, the accuracy or completeness of, or any errors or omissions in, any information contained herein.

In addition, the information contains projections and forward-looking statements that reflect the Company's current views with respect to future events and financial performance. These views are based on current assumptions which are subject to various risks and which may change over time. No assurance can be given that future events will occur, that projections will be achieved, or that the Company's assumptions are correct. It is not the intention to provide, and you may not rely on this presentation as providing, a complete or comprehensive analysis of the Company's financial or trading position or prospects.

This presentation does not constitute an offer or invitation to purchase or subscribe for any securities or financial instruments or to provide any investment service or investment advice, and no part of it shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract, commitment or investment decision in relation thereto.

议程

1. 财务摘要
2. 业务回顾
3. 未来前景及策略
4. 问答时间



业绩亮点

LILANZ 利郎

营业额按年上升**37.4%**至人民币**15.6**亿

集团的权益持有人应占溢利跃升**96.6%**，达人民币**3.03**亿

董事会建议派发全年股息每股普通股人民币**11**分

集团现时拥有**54**个分销商，经营**2,561**家零售店

于去年**9**月成功于香港上市，集资淨额达**10.8**亿港元(**1.4**亿美元)

我们的目标是巩固利郎於中国领先男装品牌之一的地位



1. 财务摘要

2. 业务回顾

3. 未来前景及策略

4. 问答时间

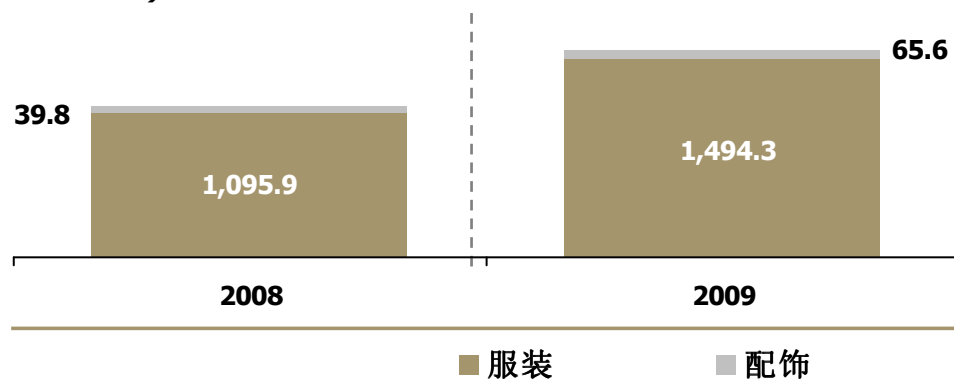


截至12月31日止12个月			
(人民币千元)	2009	2008	变化
营业额	1,559,874	1,135,684	+37.4%
毛利	551,136	344,057	+60.2%
毛利率	35.3%	30.3%	+5.0ppt
经营溢利	338,796	171,044	+98.1%
经营溢利率	21.7%	15.1%	+6.6ppt
息税前利润加折旧及摊销 (EBITDA)	332,409	159,493	+108.4%
集团权益持有人应占溢利	302,994	154,132	+96.6%
净利润率	19.4%	13.6%	+5.8ppt
每股基本盈利(人民币分)	30.87	17.13	+80.2%
全年每股股息	人民币 11 分	N/A	N/A

强劲销售增长

营业额

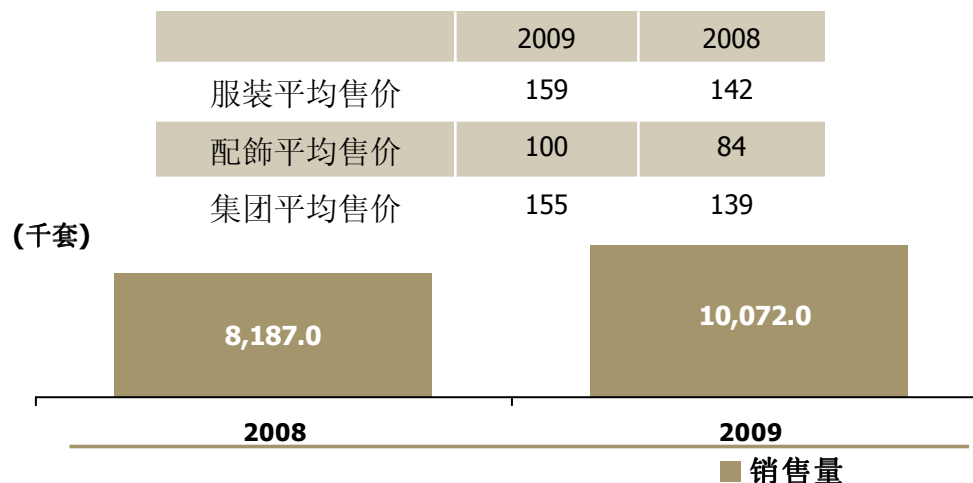
(人民币百万元)



- 服装及配饰的销售量分别录得**36.4%**及**64.8%**增长

总销售量及平均售价

- 总销售量及平均售价录得增长
- 平均售价增长**11.5%**主要因为寒冬早到刺激冬装於第四季的销量及产品单价按年提升

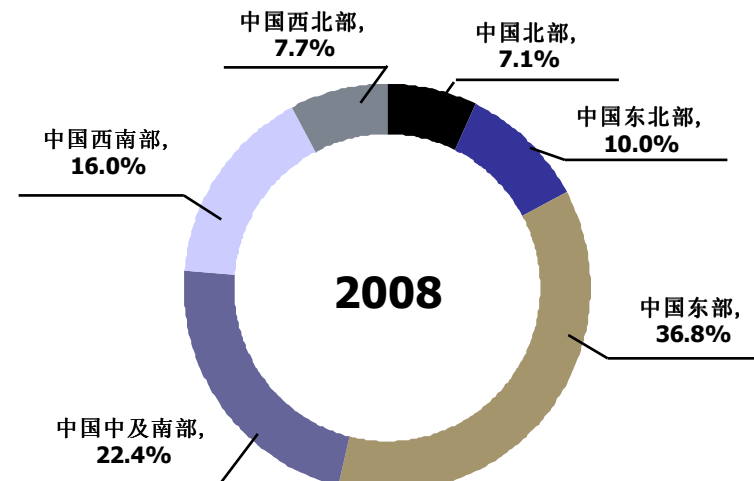
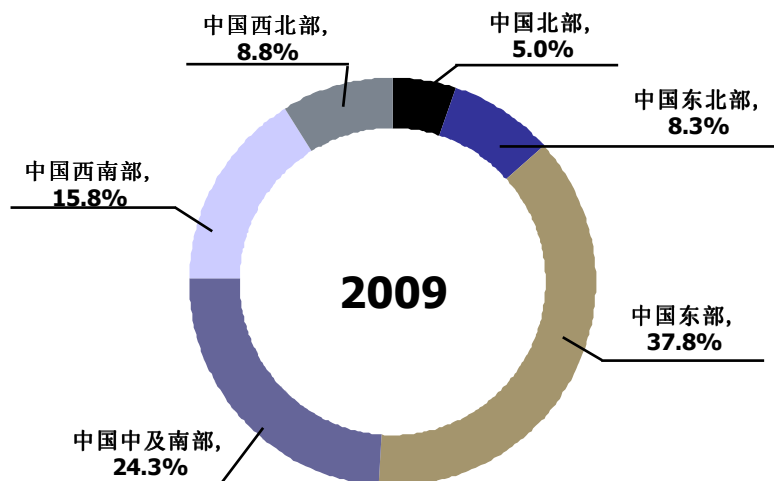


以地区分营业额

LILANZ 利郎

以地区分营业额及占营业额比例

地区	2009年全年		2008年全年	
	营业额 (人民币百万)	占营业额比例%	营业额 (人民币百万)	占营业额比例%
中国北部	77.9	5.0	80.5	7.1
中国东北部	129.2	8.3	114.2	10.0
中国东部	589.9	37.8	417.6	36.8
中国中及南部	378.4	24.3	254.9	22.4
中国西南部	247.1	15.8	181.2	16.0
中国西北部	137.4	8.8	87.3	7.7
总计:	1,559.9	100.0	1,135.7	100.0

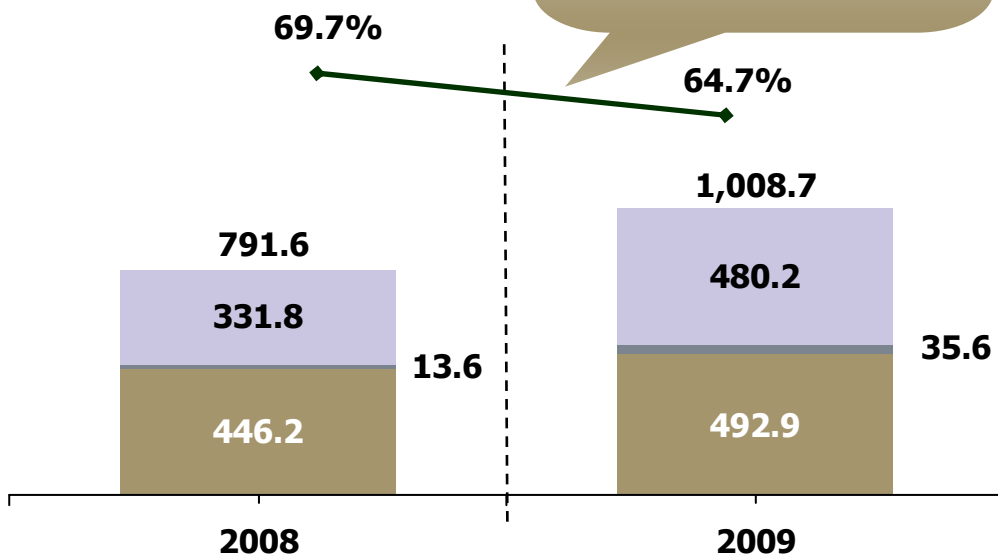


具竞争力的成本结构

销售成本

(人民币百万元)

由于利润率较高产品销售的增加及更大的规模经济效应

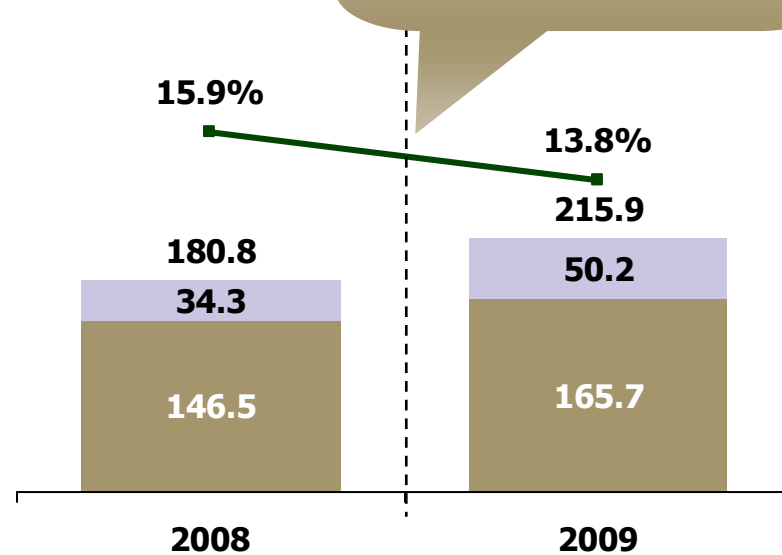


■ 自主生产 ■ 分包开支 ■ 外包生产

销售、分销和行政开支

(人民币百万元)

增长的原因是广告和促销活动减少，并相对于较大的营业额基数



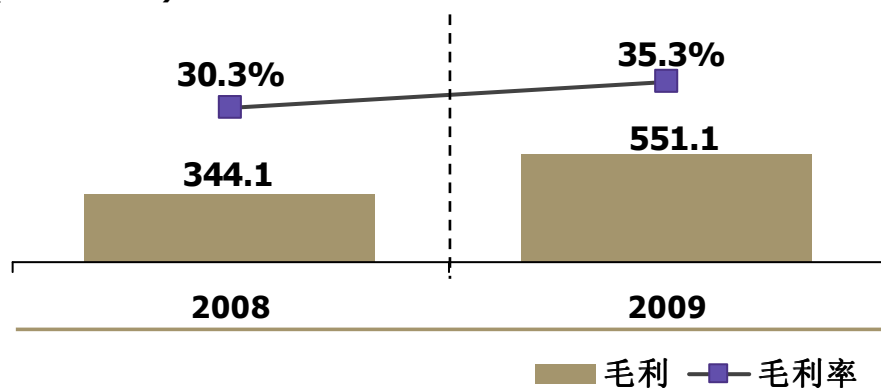
■ 销售和分销开支 ■ 行政开支 — 占收入比例%

利润率大幅上升及盈利能力超卓

LILANZ 利郎

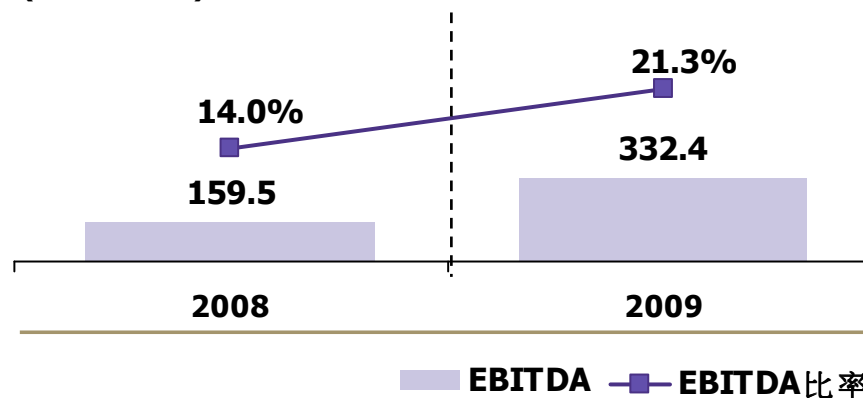
毛利及毛利率

(人民币百万元)



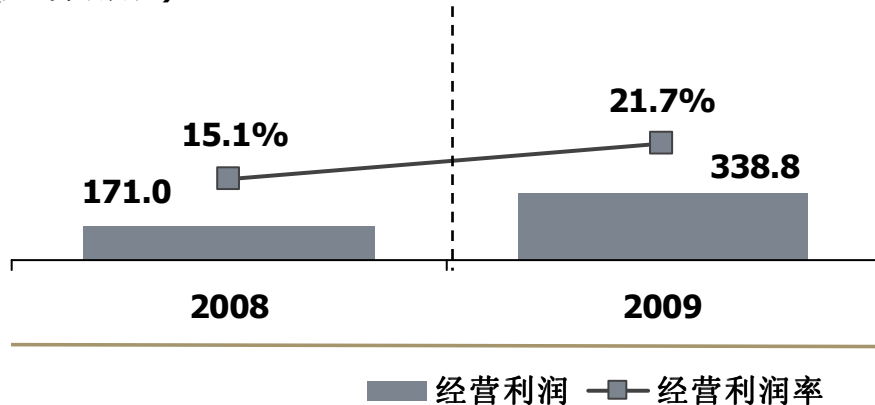
EBITDA和EBITDA比率

(人民币百万元)



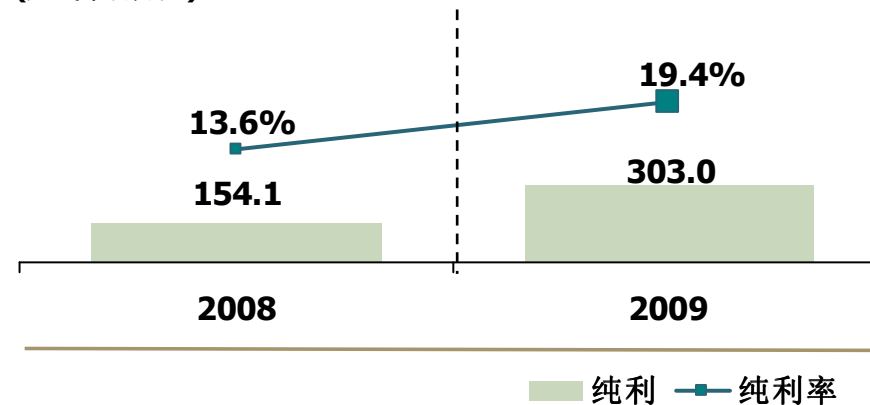
经营利润及经营利润率

(人民币百万元)



纯利与纯利率

(人民币百万元)



有效管理流动资金周转天数

LILANZ 利郎

平均存货周转天数⁽¹⁾

(天数)

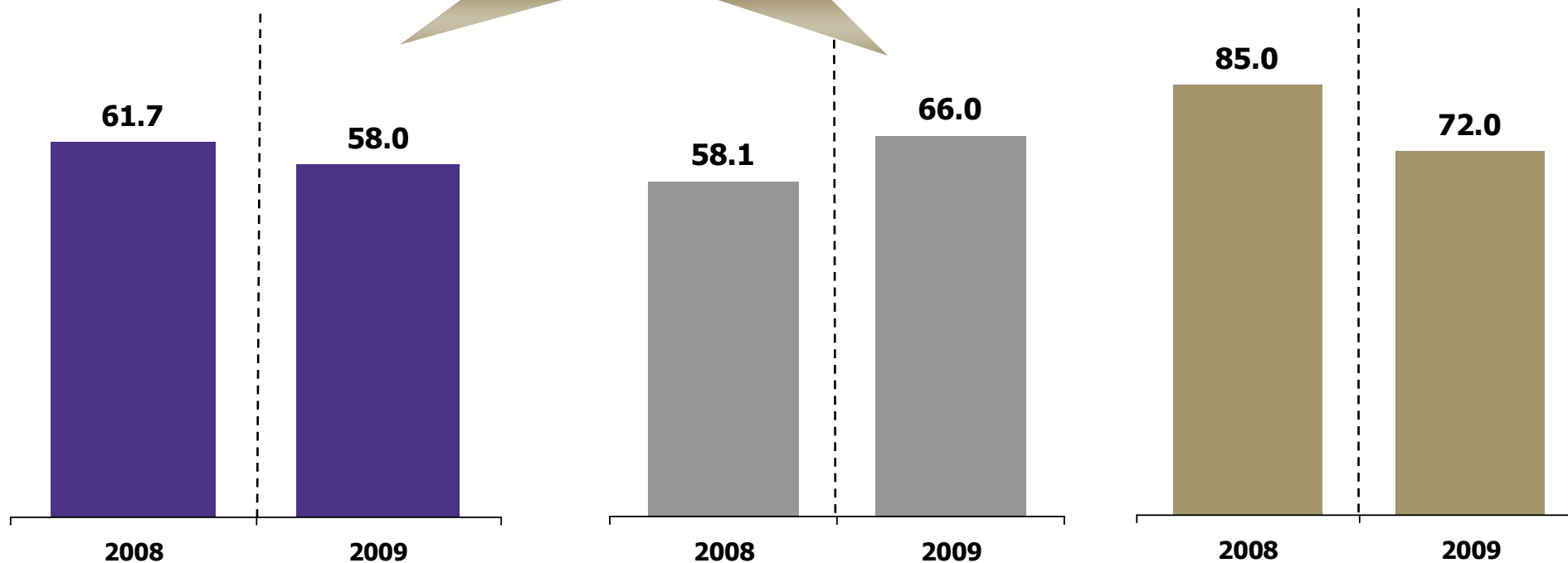
平均应收贸易帐款及票据周转天数⁽²⁾

(天数)

平均应付贸易账款及票据周转天数⁽³⁾

(天数)

冬装提早發貨

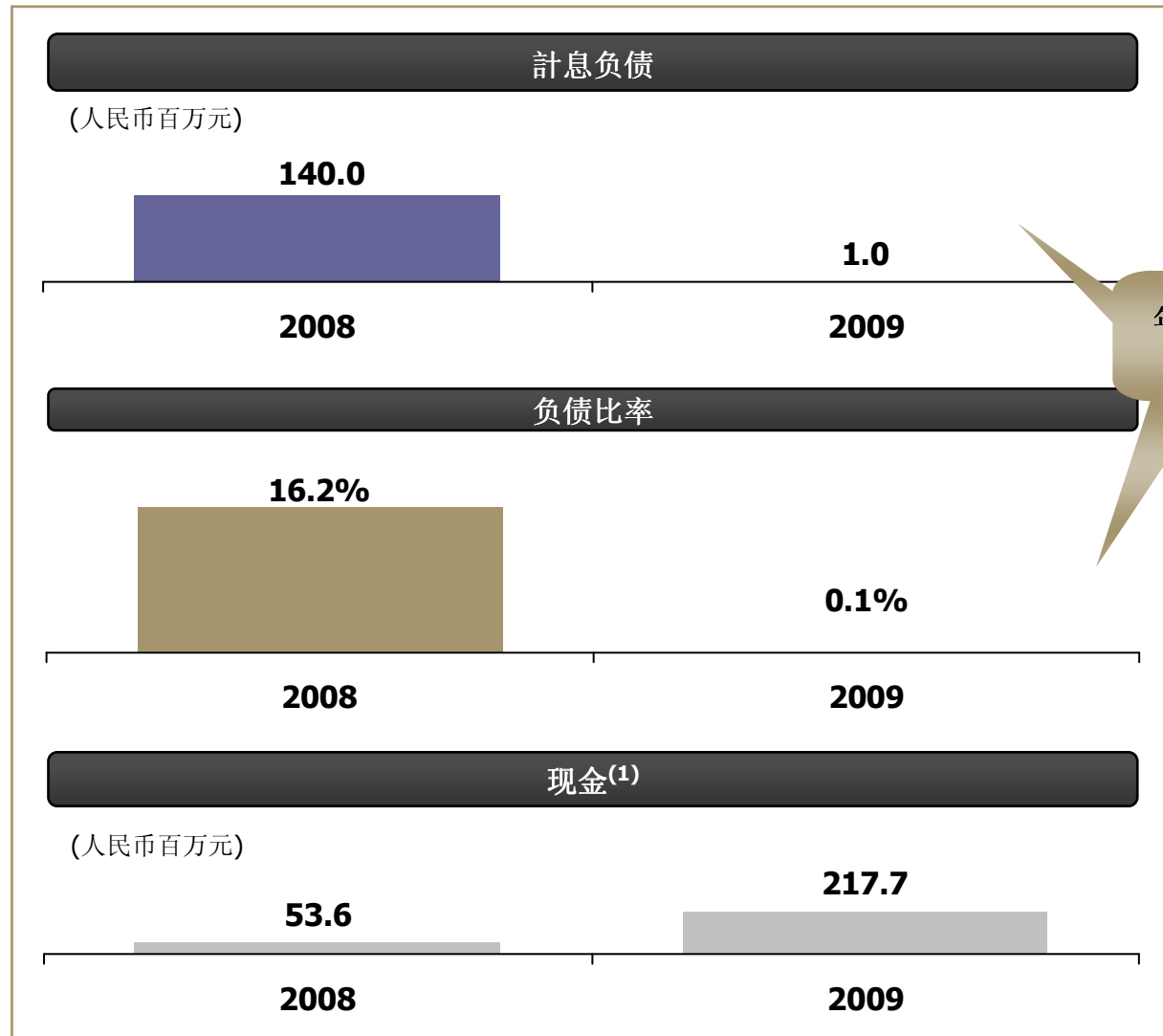


(1) 平均存货除以销售成本,再乘以365天

(2) 平均应收贸易账款及票据除以营业额(加上增值税项),再乘以365天

(3) 平均应付贸易账款及票据(不包括与广告及宣传开支及在建工程有关的应付票据)除以销售成本,再乘以365天

债务情况



年终前大量
偿还贷款

(1) 包括上市集资所得的9.685亿港元，公司共有现金或现金等价物人民币11.862亿

上市所得资金用途

LILANZ 利郎

(百万港元)	计划%	所得款项净额	已用金额	剩余金额
进一步扩大我们在上海的产品开发工作室及发展厦门的设施	15%	162.2	0.3	161.9
开发(L2)副品牌	15%	162.2	4.4	157.8
承租及翻新旗舰店供分销商经营运营	15%	162.2	-	162.2
参与推广活动及品牌塑造活动	20%	216.3	-	216.3
扩张我们位于晋江五里工业园的生产厂房	5%	54.1	-	54.1
建立一个企业资源规划系统、开发所需的资讯技术网络及取得必要的咨询服务及系统软件	10%	108.1	-	108.1
偿还银行贷款	10%	108.1	108.1	-
营运资金及公司其他一般用途	10%	108.1	-	108.1
总计:	100%	1,081.3	112.8	968.5



1. 财务摘要

2. 业务回顾

3. 未来前景及策略

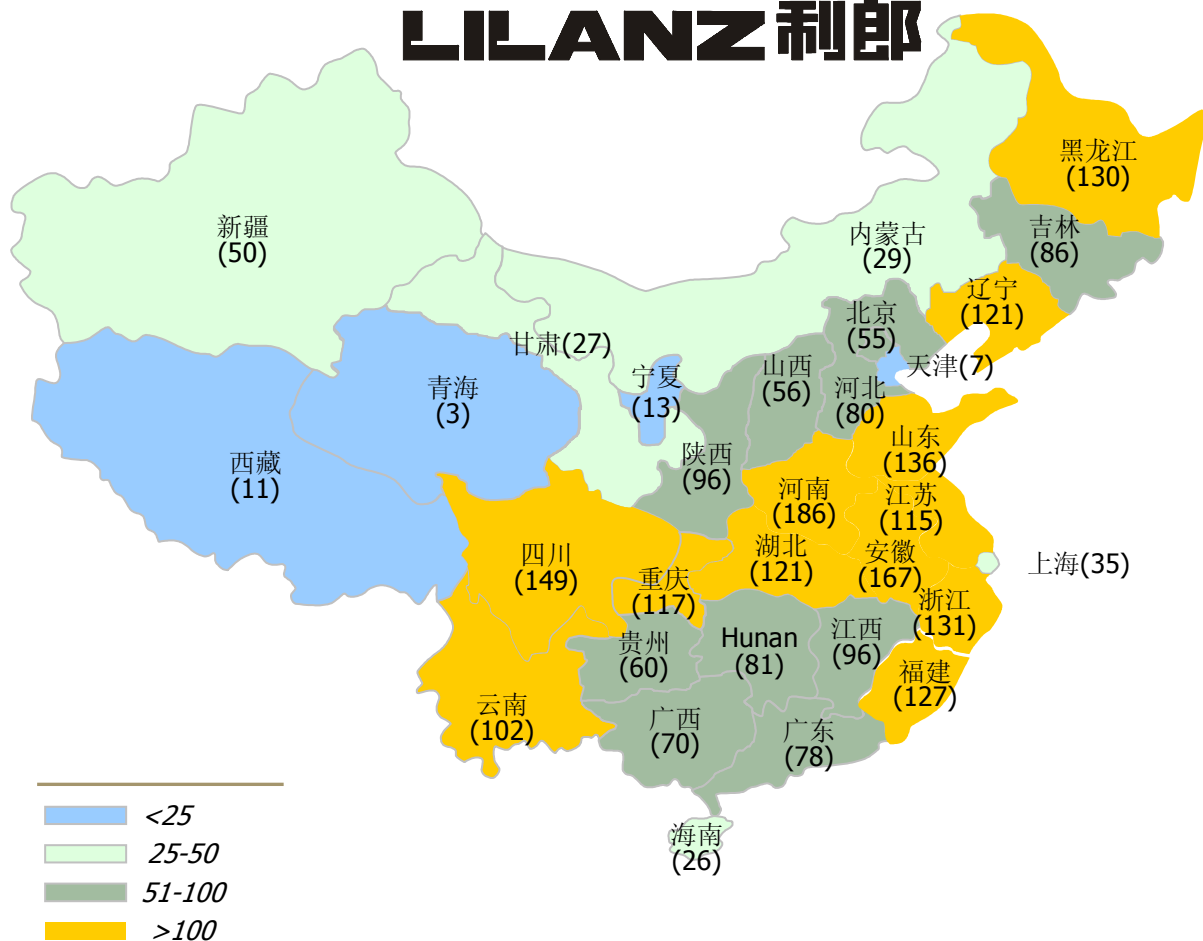
4. 问答时间

庞大和管理良好的全国性分销网络

LILANZ 利郎

分布范围

LILANZ 利郎



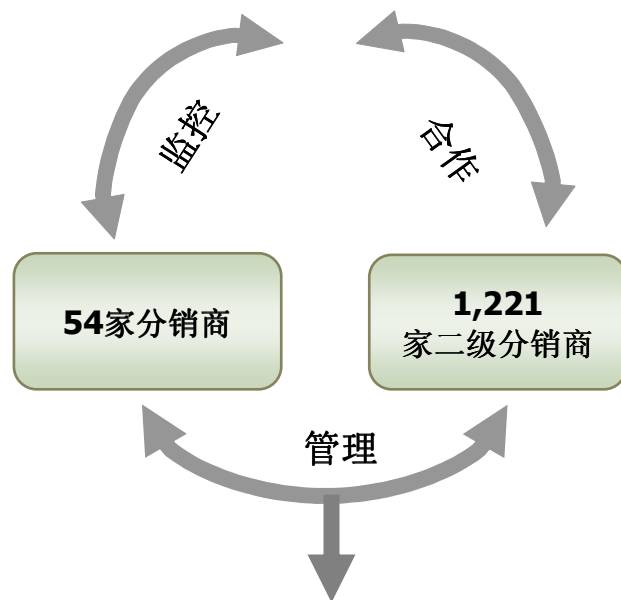
地区	零售店总数
东部	807
中南部	562
西北部	189
西北南部	439
北部	227
东北部	337
总数	2,561

庞大网络遍布全国

庞大和管理良好的全国性分销网络

LILANZ 利郎

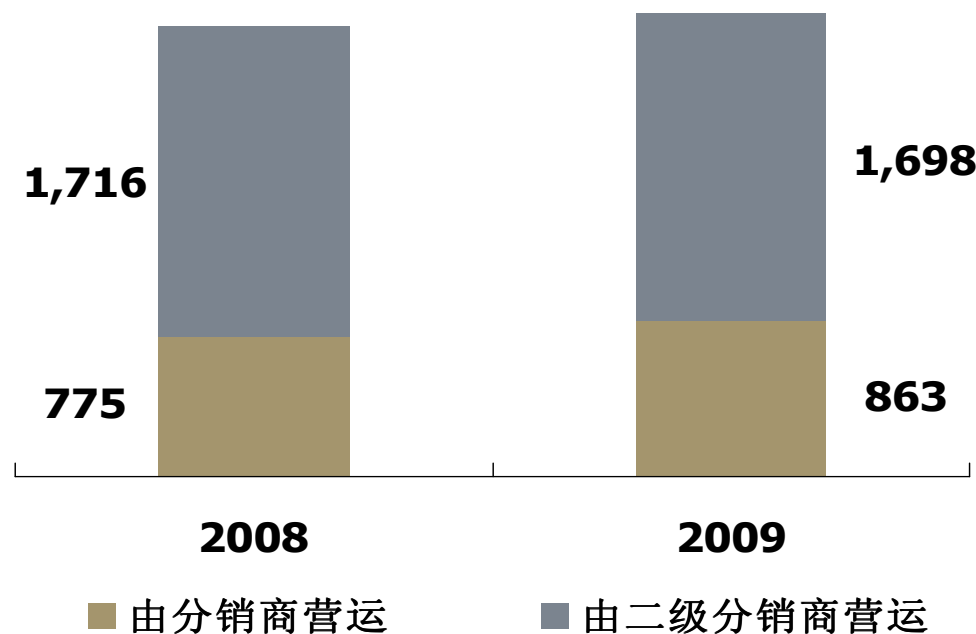
LILANZ 利郎



- 在中国**31**个省、自治区及直辖市经营**2,561**家零售店



以运营权划分分店数目

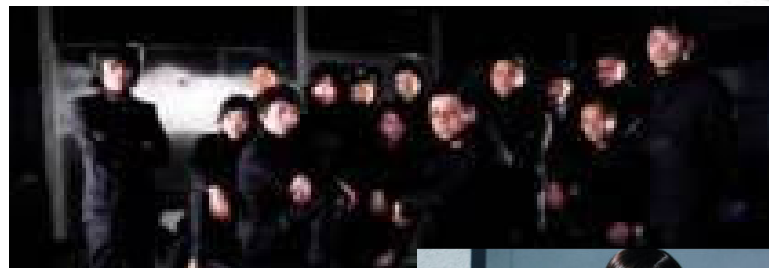


强大的设计及产品开发能力

LILANZ 利郎

由中国首屈一指的时装设计师
计文波先生带领的内部设计及
产品开发团队

129名成员组成的设计及产品
开发团队



改善生产及供应链效率

LILANZ 利郎

采取严谨的品质监控措施，确保以最低成本获得最高质素的原材料

建立供应商管理委员会，建构合资格供应商名单

减少采用中层供应商，正接向面料供应商购货

加大订单数目，追求规模效应



独特的营销与宣传策略以增加曝光

LILANZ 利郎

两位知名品牌代言人陈道明先生及吴彦祖先生

成为首个中国品牌参加「米兰男装周」

于**2008**年参加「日本东京时装周」

荣获「**2007—2008**中国服装品牌年度大奖」策划大奖

荣获「**2009**亚洲服装最具影响力十大驰名品牌」





1. 财务摘要

2. 业务回顾

3. 未来前景及策略

4. 问答时间

未来前景与战略

LILANZ 利郎

环境

- 连串政策稳住经济增长
- 经济迅速发展、城市化进程不断加快、持续上升的可支配收入及日渐富裕的中国城市消费者的消费模式转变，未来国内对男装的需求将会更为殷切

战略

积极部署推出由上海首席设计师、中国十大设计师之一的王玉涛先生及意大利设计师**Mr. Michelangelo Bombino**独立设计团负责的副品牌 — 「L2」

会进一步巩固和拓展我们的分销网络扩大我们的零售业务覆盖范围，目标于未来三年增加**300-400**家零售店

致力提高营运和生产管理能力

推动同店销售的提升或单价提升，增加高毛利产品销售比例



充分利用我们的品牌知名度，增强竞争力并实现可持续销售增长

扩大及多元化我们的产品供应

扩大我们的零售业务覆盖范围，提高营运和生产管理能力，并进一步加强我们的产品设计和开发能力

当充分利用品牌知名度及增强竞争力以捕捉市场增长所带来的庞大机遇

1. 财务摘要

2. 业务回顾

3. 未来前景及策略

4. 问答时间

