

【請即時發放】

LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一六年全年業績
淨利潤下降 13.6%至人民幣 5.40 億元
首推「LILANZ」休閒時尚系列專門店 向一、二綫市場發展

財務摘要:

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一五年	變動
收入	2,411.6	2,689.1	-10.3%
毛利	995.9	1,142.8	-12.9%
經營利潤	663.4	794.1	-16.5%
淨利潤	539.9	625.2	-13.6%
每股盈利			
- 基本 (人民幣分)	44.66	51.83	-13.8%
- 攤薄 (人民幣分)	44.66	51.77	-13.7%
每股末期股息			
- 末期股息	16 港仙	17 港仙	
- 特別末期股息	6 港仙	7 港仙	
總額	22 港仙	24 港仙	
毛利率	41.3%	42.5%	-1.2 個百分點
經營利潤率	27.5%	29.5%	-2.0 個百分點
淨利潤率	22.4%	23.2%	-0.8 個百分點

(香港 — 二零一七年三月十三日) 中國利郎有限公司 (「中國利郎」, 及其附屬公司統稱「集團」; 股份編號: 1234) 今天公佈其截至二零一六年十二月三十一日止之全年業績。

二零一六年的收入及利潤有所下降, 收入同比下降 10.3%至 24.12 億元 (人民幣, 下同), 淨利潤減少 13.6%至 5.40 億元。集團順應經濟環境, 在確保渠道健康、保持整體實力的原則下, 調低分銷商二零一六年秋冬季的訂單, 並繼續調整零售店舖網絡, 雖然令業績有所倒退, 但是鞏固了集團的業務實力, 並持續表現優於同業。

董事會建議派發末期股息每股普通股港幣 16 仙及特別末期股息每股普通股港幣 6 仙。本年度總派息額為每股港幣 40 仙。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說:「面對不明朗的經濟前景, 消費意欲持續疲弱, 服裝行業繼續受到影響, 男裝行業氣氛沒有明顯復蘇。我們繼續實現轉型創新, 貫徹『提質不提價』的策略, 使店舖效率有所提升, 渠道健康得以保持, 零售門店錄得中單位數的同店銷售增長。」

於年內, 主品牌「LILANZ」延伸市場定位, 重點拓展一、二綫市場。集團於二零一六年下半年在北京、上海及天津等城市試點推出「LILANZ」休閒時尚產品系列專門店, 市場反應

令人鼓舞。有見及此，集團計劃繼續增加該系列的產品設計及市場拓展投入，並於二零一七年下半年在上海建立獨立的休閒時尚產品系列設計及營運中心，以做到貼近市場，更好推動休閒時尚產品系列的全面發展，並有效地搶佔市場。

副品牌「L2」面對消費疲弱和競爭激烈，業務強差人意。集團在評估「L2」的發展前景及投資效益後，決定於二零一七年秋季開始停止「L2」的業務。

於二零一六年，「LILANZ」銷售額減少 8.7%至 22.38 億元，淨利潤減少 10.9%至 6.01 億元。「L2」的銷售額減少 25.2%至 1.74 億元，就將停止業務計提撥備後，淨虧損為 4,960 萬元。

高端系列的銷售持續上升，銷售佔比從數年前約 5%增至二零一六年約 13%，在一、二綫城市購物商場店舖的銷售佔比增幅尤為顯著。上衣仍是主要銷售產品，佔總收入 66.0%。

於二零一六年十二月三十一日，集團店舖數量共 2,575 家。「LILANZ」品牌的零售店數目淨減少 260 家至 2,400 家，主要是因應實際經營狀況關閉低效店舖以及百貨商場店中店數目減少所致。二零一七年的「LILANZ」店舖總數會大致平穩。「L2」品牌的零售店數目淨減少 150 家至 175 家。

集團亦計劃在今年下半年建立網上銷售的獨立團隊，部署更積極發展網上銷售業務。

展望二零一七年，王冬星主席表示：「我們會將資源集中發展『LILANZ』品牌。休閒時尚產品系列將會是我們未來數年的重點發展之一，特別是以此系列拓展一、二綫市場。同時，我們期望通過提升產品力、有效的渠道管理及優化店舖網絡，使零售門店能繼續錄得同店銷售增長。

「二零一七年秋季訂貨會剛於三月初結束，我們樂見訂單情況改善，訂單金額錄得高單位數增長。我們將延續過去幾年的發展方向，貫徹『提質不提價』的策略，我們有信心持續實現優於同業的成績，並尋求在行業整合期間爭取更大的市場。」

-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。作為綜合時裝企業，集團設計、採購及生產優質男士商務休閒及時尚休閒服裝並以主品牌「LILANZ」及副品牌「L2」銷售。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 / 鄧穎童

直線：(852) 2254 8848 / 2254 8838

手機：(852) 9273 0293 / 6021 6644

電郵：cyau@ycom.hk / ntang@ycom.hk