

【請即時發放】

LILANZ 利郎

中國利郎宣佈二零一五年全年業績
純利上升 12.7%至人民幣 6.25 億元
「提質不提價」策略取得初步成績
在行業整合期間爭取更大的市場

財務摘要:

| 人民幣百萬元 | 截至十二月三十一日止年度 | | |
|-------------|--------------|---------|-----------|
| | 二零一五年 | 二零一四年 | 變動 |
| 收入 | 2,689.1 | 2,433.0 | +10.5% |
| 毛利 | 1,142.8 | 1,035.7 | +10.3% |
| 經營利潤 | 794.1 | 680.8 | +16.6% |
| 淨利潤 | 625.2 | 554.9 | +12.7% |
| 每股盈利 | | | |
| - 基本 (人民幣分) | 51.83 | 46.17 | +12.3% |
| - 攤薄 (人民幣分) | 51.77 | 46.06 | +12.4% |
| 每股末期股息 | | | |
| - 末期股息 | 17 港仙 | 17 港仙 | - |
| - 特別末期股息 | 7 港仙 | 6 港仙 | +16.7% |
| 總額 | 24 港仙 | 23 港仙 | +4.3% |
| 毛利率 | 42.5% | 42.6% | -0.1 個百分點 |
| 經營利潤率 | 29.5% | 28.0% | +1.5 個百分點 |
| 淨利潤率 | 23.2% | 22.8% | +0.4 個百分點 |

(香港 — 二零一六年三月九日) 中國利郎有限公司 (「中國利郎」或「本公司」, 及其附屬公司, 統稱「本集團」; 股份編號: 1234) 今天公佈其截至二零一五年十二月三十一日止之全年業績。

本集團於二零一五年穩步發展, 收入及利潤均錄得雙位數的增長, 多項經營指標的表現持續優於同業。集團淨利潤增加 12.7%至人民幣 6.25 億元。每股基本盈利上升 12.3%至人民幣 51.83 分。盈利增長主要來自營業額的增長及穩定的毛利率所致。年內營業額上升 10.5%至人民幣 26.89 億元, 反映本集團實施「提質不提價」的策略, 使「LILANZ」產品的整體競爭力持續提升。

董事會建議派發末期股息每股普通股 17 港仙及特別末期股息每股普通股 7 港仙。本年度總派息為每股普通股 43 港仙。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說:「本集團自二零一三年執行『提質不提價』的策略, 至目前, 此策略已取得初步成績, 原創產品的比例持續提升, 於二零一五年已接近 60%, 產品亦更受消費者歡迎, 正朝著在終端贏取市場的重要目標穩步推進。」

集團於二零一五年冬季試點式推出少量女裝產品在主品牌「LILANZ」的大店銷售，產品獲得市場接受。集團計劃在二零一六年秋季開始每季度推出一小系列女裝產品，增加大店的銷售效益的同時，測試新的市場。

此外，集團積極探討透過互聯網平台促進銷售的方法，並為二零一六年的發展策略展開部署。除了繼續以「天貓」作為主要網上銷售渠道外，集團亦正研究善用微信平台，提供客戶選購產品並直送門店供試身的服務，從而增加實體店的客戶人流及提升店舖效益，而無需店舖承擔額外的存貨訂單。新服務預計在二零一六年下半年推出。

於二零一五年，「LILANZ」銷售上升 11.4%至人民幣 24.50 億元；副品牌「L2」的銷售額上升 3.7%至人民幣 2.32 億元。上衣仍是主要銷售產品，佔總收入 66.9%。褲類和配件銷售增長迅速，其中皮帶、鞋類及袋類合共增長 22.7%，部份反映集團的配件設計師於二零一四年初加盟後，使配件系列更為完整，鞋類產品更獲得市場接受，帶動銷售增長。

於二零一五年十二月三十一日止，集團店舖數量共 2,985 家。年內，「LILANZ」店數目淨減少 123 家至 2,660 家，主要由於集團因應經營狀況調整低效店舖以及百貨商場店中店數目減少所致。「L2」店數目淨增加 29 家至 325 家。於二零一六年，集團會繼續將焦點投放於提升店舖的效益，目標是在市場調整期爭取更大的市場份額。「LILANZ」計劃淨開店，在店舖選址方面將繼續在各省會和地級市的購物商場開大店。集團對「L2」的開店計劃會更為審慎，預期店舖數目大致持平。

集團繼續重點投資於加強設計團隊和提高產品的原創性，提升產品之個性化設計，增強產品與競爭對手的差異性。集團二零一五年產品的原創比例已接近 60%，其中應用由集團開發的獨有面料的產品比例約佔 25%，針織及毛織產品在獨有面料應用方面做得特別好。中長線而言，集團希望將原創產品的佔比提升至 70%，而其中應用由集團開發的獨有面料的佔比目標是 50%。

王冬星主席總結時說：「踏入二零一六年，世界經濟未見明顯好轉，不明朗因素將繼續影響消費者信心，消費市道前景不容過份樂觀。中國男裝行業的回暖力度仍然不足，行業整合預期將會持續。

「中國利郎將延續過去幾年的發展方向，貫徹『提質不提價』的策略，我們有信心集團能持續實現優於同業的成績，爭取在行業整合期間獲得更大的市場。長遠發展方面，中國利郎將朝著多品牌策略發展，以及積極提高產品競爭力和性價比，進一步鞏固中國利郎在男裝行業的領導地位，實現可持續的長期增長。」

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

直線： 2254 8848

手機： 9273 0293

電郵： cyau@ycom.hk

游子行

直線： 2254 8853

手機： 9781 5898

電郵： myau@ycom.hk