

LILANZ 利郎

中國利郎公佈二零二二年全年業績

* * * *

錄得收入人民幣 **30.86** 億元 純利人民幣 **4.48** 億元
全年派息每股 **32** 港仙

(香港 — 二零二三年三月十七日) 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) 今天公佈其二零二二年全年業績。

中國利郎主席兼執行董事王冬星先生說:

「二零二二年, 新型冠狀病毒疫情反復, 封控措施此起彼落, 經濟發展放緩。同時, 疫情下居民外出購物、社交活動減少, 消費意欲下降, 服裝行業首當其衝, 全年服裝零售銷售出現負增長。面對充滿挑戰的營商環境, 集團積極應對市場變化, 持續推動新零售業務, 推廣促銷、帶動店效。」

二零二二年, 集團收入同比下降8.7%至人民幣30.86億元。淨利潤按年下跌4.3%至人民幣4.48億元, 主要由於年內疫情重創線下零售業務, 部份門店因應防控措施暫停營業, 加上集團為支持分銷商而提供返利, 以致整體收入有所下跌。毛利率為46.0%, 同比增加4.1個百分點, 主要由於二零二一年計提存貨撥備人民幣1.2億元, 而年內存貨撥備回撥2,226萬元所致。每股盈利為人民幣37.42分, 按年減少4.3%。

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 9 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 32 港仙, 維持穩定的派息比率。

集團於年內積極發展微商城業務, 既利用社交平台互動特點, 又發揮線上線下互補的優勢, 帶動店效增長。集團逐步將線上銷售從以往清理過季庫存的渠道, 轉型成宣揚品牌形象為主的平台, 並透過產品促銷、直播帶貨等活動, 推動銷售。於 6.18 電商購物節, 集團在電商平台推出褲類爆款產品, 在雙 11 電商節前, 則率先在網上推出極致單品拒水羽絨。縱使受市場不景氣影響零售額輕微減少 0.4%, 但毛利因新產品較高銷售單價及增加新品銷售比例而大幅提升, 新零售業務開始錄得純利。

然而, 實體店舖銷售備受疫情影響, 集團果斷關閉若干經營效益未如理想的店舖, 並且放緩開店計劃, 以致未能達到全年門店總數與年初數目持平的目標。截至去年底, 集團有 2,644 家店舖, 較二零二一年底少 89 家。集團進一步優化全國銷售網絡, 促成約 50 家門店搬遷往一、二線城市優越位置, 以提升店效及店舖空間的利用。

目前已有近四成主系列店舖以代銷模式經營。年內, 集團繼續透過與分銷商的長期合作, 鞏固和開拓全國性的銷售網路, 為中國消費者服務, 同時務實地推動分銷商優化零售網路, 優越的店舖位置增加門店, 並推動實體店、增加利用微信平台, 以實現更高的店舖效益。另一方面, 輕商務和網店於二零二零年和

二零二一年先後轉為自營，於二零二二年十二月底，輕商務自營店鋪共 251 家，其他店鋪分別由一級分銷商或二級分銷商經營。

庫存管理方面，儘管疫情反覆，銷售偏軟，惟集團清理庫存工作已見成效，而且在新物流園9月投入運作後，庫存控制及物流配送的效益再獲提升，年內庫存餘額與去年相若。

品牌推廣方面，集團走在服裝業前沿，創作虛擬人勵 LI，以其推廣重點產品，展示中國利郎簡約男裝的品牌精神，吸引年青消費者對集團的關注。此外，集團繼續和品牌代言人韓寒合作，除成為韓寒新作電影《四海》官方男裝合作夥伴外，亦與他及《中國國家地理》雜誌攜手打造聯名產品。中國利郎亦和藝術家曹羽 Leo 達成聯名合作，LESS IS MORE 與科幻小說《三體》達成聯名合作店鋪形象。

展望二零二三年，隨著疫情防控優化調整措施有序落實，人民流動性大幅提升，社會經濟活動預計將正在復蘇得以恢復。此外，多個省市密集出台促消費政策，為提振市場信心、推升消費層次提供有力支撐。集團對來年上半年零售市道維持觀望態度，但全年審慎樂觀。

中國利郎將以審慎的開店策略加強銷售網路，未來一年，集團目標店鋪淨增長約 100 家，並計劃持續於各省會及地級市優質的購物商場增加店鋪，同時將增加在奧特萊斯商場開店，以作為清理庫存的常設渠道。集團於二零二三年的目標總零售金額定為增長 10% 以上。

集團將大力推動新零售業務，深耕「線上賣貨、線下發貨」模式，加入更多更好的服務模式，為顧客提供更便捷和貼心的購物體驗。網店不僅是集團清庫存的渠道，亦將是集團推出新產品的橋頭堡，預計二零二三年，電商銷售的產品中新貨比例進一步提高，配合精準的網上推廣，推動流量及培養顧客的忠誠度，從而推動網上銷售增長，爭取於年內在電商業務方面實現顯著銷售增長。

王冬星主席總結說：

「疫情加快了零售行業的整合，汰劣存優。中國利郎作為具實力的男裝企業，未來一年將秉持『提供物超所值產品』戰略，致力提高產品競爭力，經過過去幾年努力，對內建構了強大供應鏈和庫存管理能力，對外在原有分銷渠道外，新增了代銷、零售以及電商渠道，現在新渠道已經全部上了軌道並錄得盈利。長遠而言，集團銳意進一步鞏固中國利郎在男裝行業的領導地位，實現可持續增長，回饋持份者對集團的長期支持。」

-完-

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「LILANZ」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分銷網路銷售。

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