LILANZ 利郎
CHINA LILANG LIMITED
中國利郎有限公司

中国利郎有限公司
2010年中期业绩发布

2010年8月

免责声明

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

LILANZ 利郎

业绩亮点

- 营业额按年上升**31.1%**至人民币**786.8**百万元
- 权益股东应占利润增长为**55.6%**，约人民币**139.9**百万元
  每股盈利约人民币**11.7**分，较去年同期增加**16.6%**
- 集团的零售店增加**4.4%**至**2,674**家
- 平均每店进货比去年同期增长**24%**
- 产品平均单价增长**15.2%**
- 副品牌「**L2**」的首次订货会已于五月中在上海举行，首家店铺在七月底于湖南开业
- 董事会建议派发中期股息每股普通股人民币**5**分

我们的目标是巩固利郎作为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

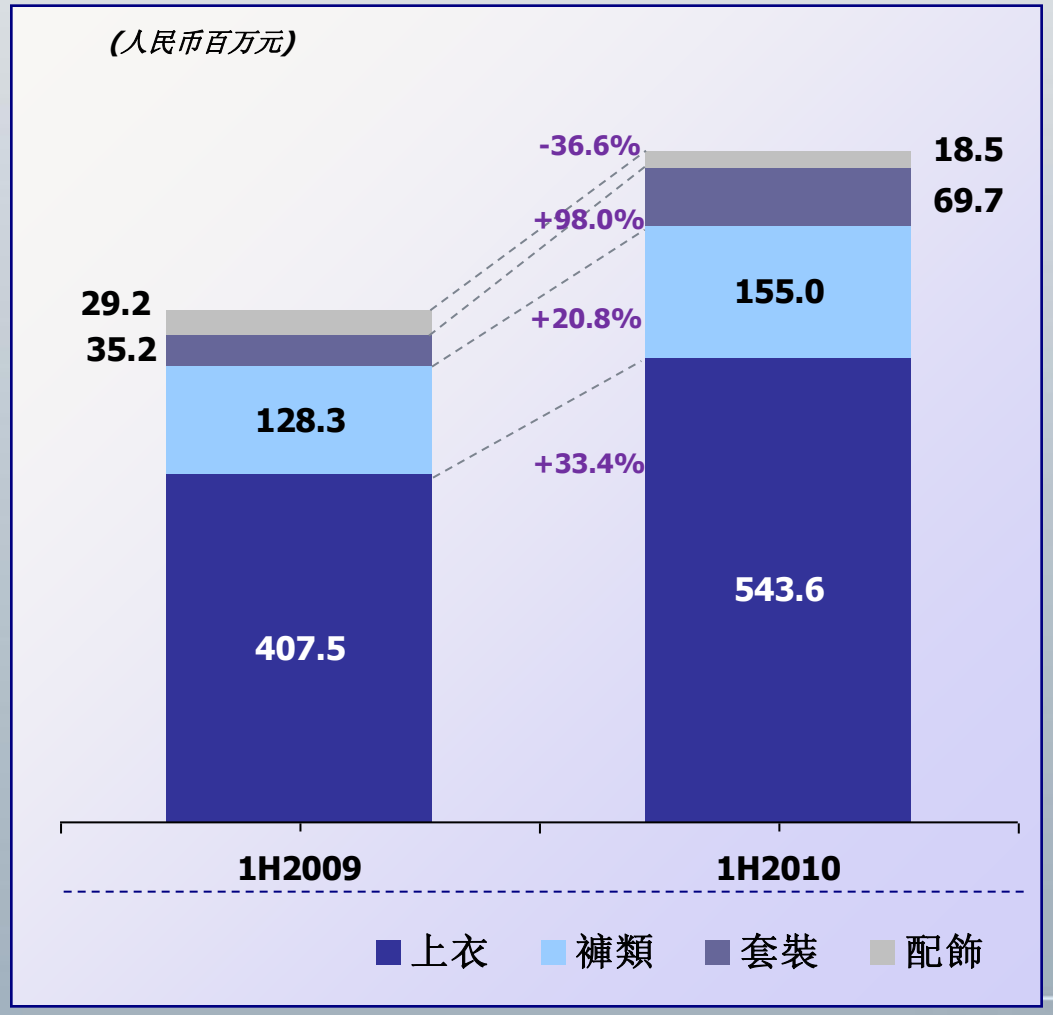
LILANZ 利郎

财务摘要

(人民币百万元)	截至6月30日止6个月 1H2010	1H2009	变化
营业额	**786.8**	600.2	**+31.1%**
毛利	**272.9**	176.8	**+54.3%**
毛利率	**34.7%**	29.5%	**+5.2**百分点
经营利润	**159.6**	108.0	**+47.8%**
经营利润率	**20.3%**	18.0%	**+2.3**百分点
息税前利润加折旧及摊销 **(EBITDA)**	**167.1**	113.7	**+47.0%**
集团权益股东应占利润	**139.9**	90.0	**+55.6%**
净利润率	**17.8%**	15.0%	**+2.8**百分点
每股基本盈利(人民币分)	**11.7**	10.00	**+16.6%**
中期每股股息(人民币分)	**5**	不适用	不适用

强劲销售增长

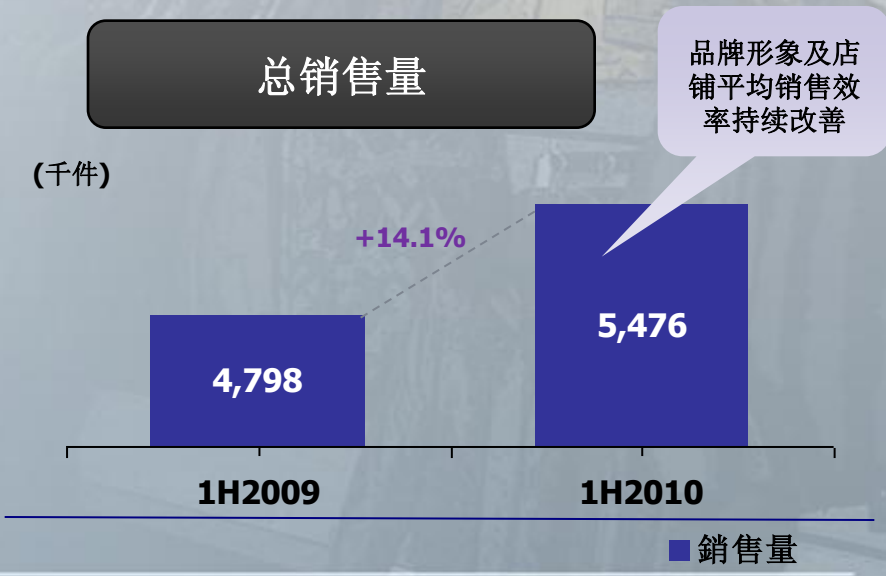
营业额



平均售价

	1H2009	1H2010	变化
上衣	138	155	12.3%
裤类	92	97	5.4%
套装	364	401	10.2%
配饰	86	102	18.6%
集团平均售价	**125**	**144**	15.2%

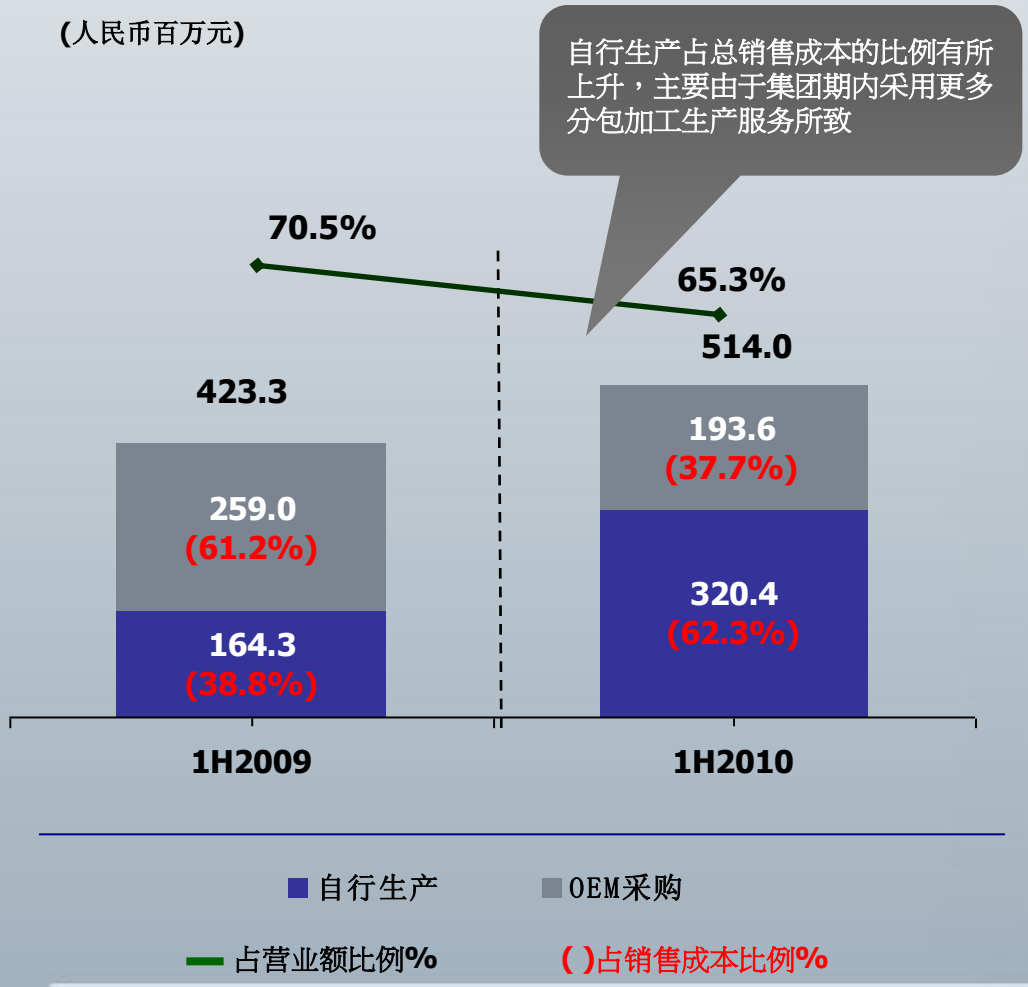
总销售量



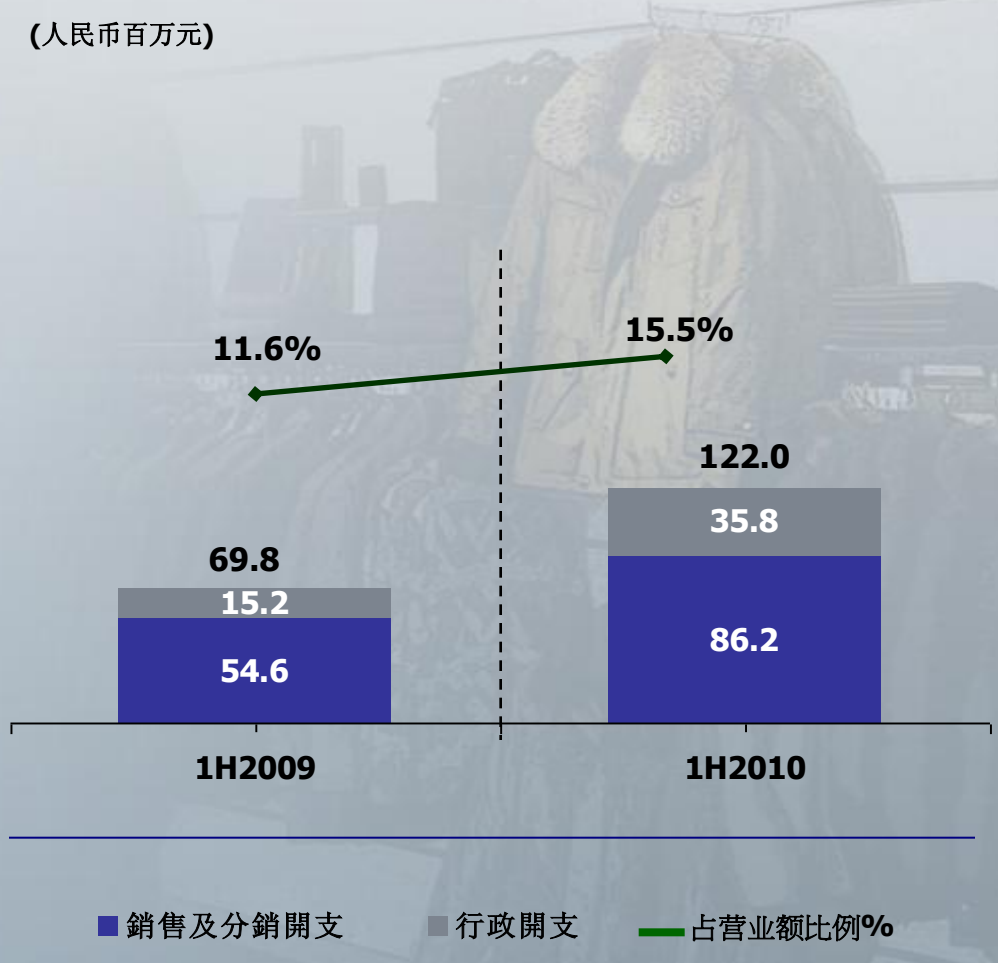
LILANZ 利郎

具竞争力的成本结构

销售成本



销售、分销和行政开支

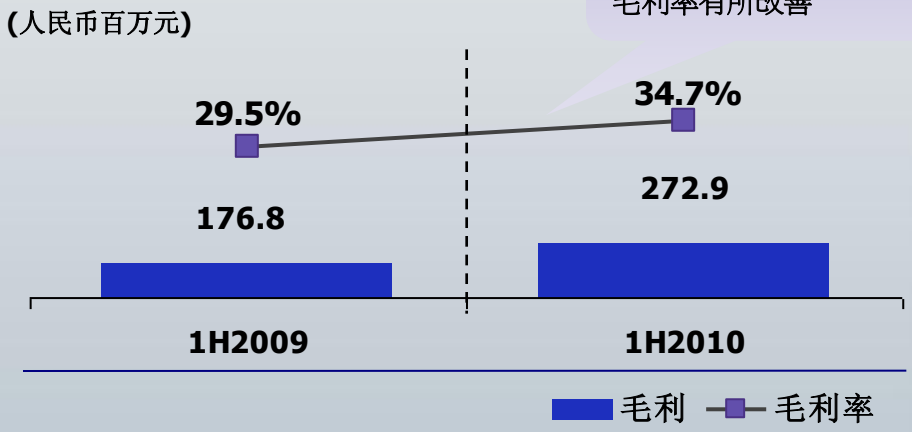


LILANZ 利郎

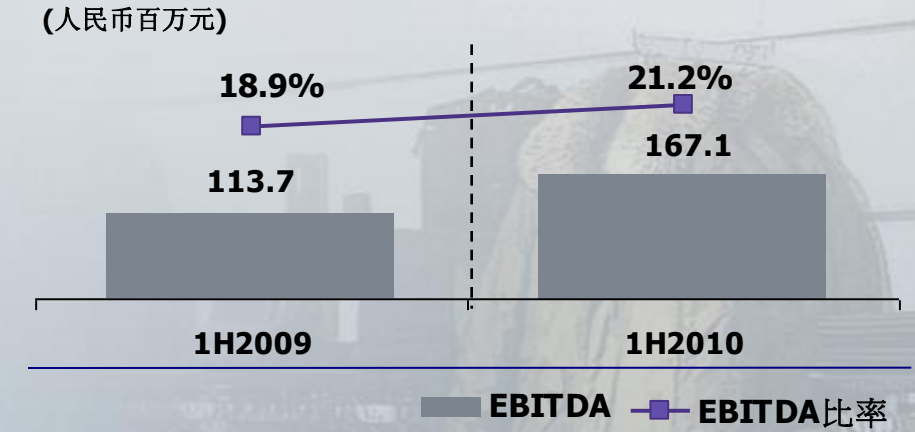
利润率大幅上升及盈利能力超卓

毛利及毛利率

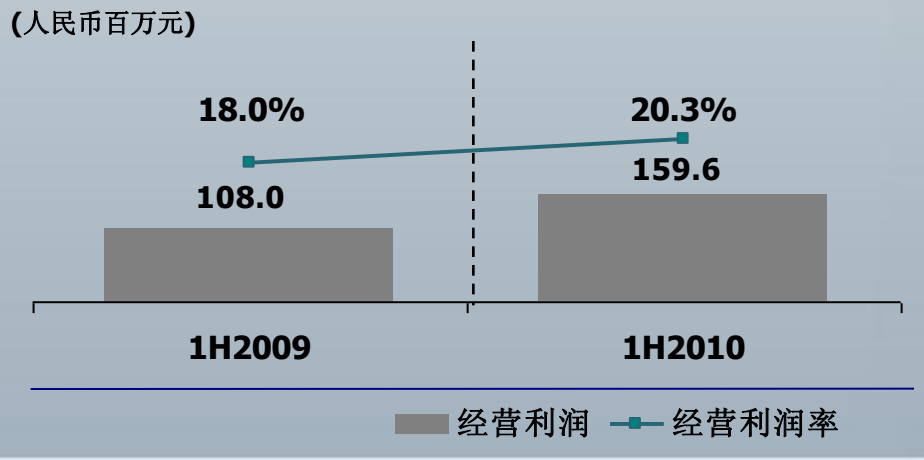
销售成本的增长，较平均售价的增长为低，使毛利率有所改善



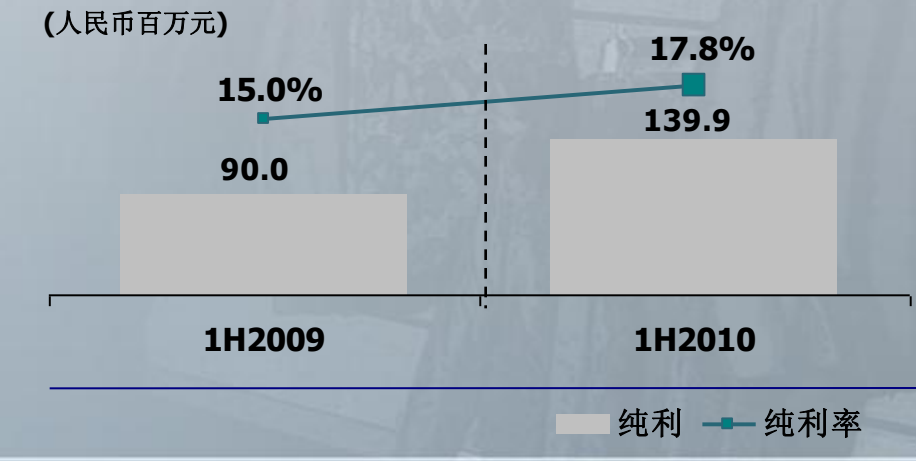
EBITDA和EBITDA比率



经营利润及经营利润率



纯利与纯利率



LILANZ 利郎

有效流动资金管理

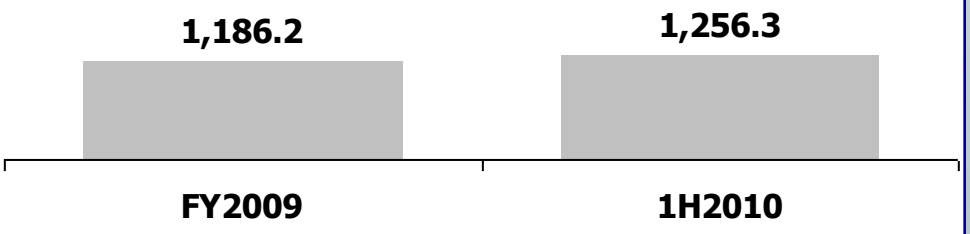
	FY2009	1H2010
平均存货周转天数(1)	58	53
平均应收贸易帐款及票据周转天数(2)	66	71
平均应付贸易账款及票据周转天数(3)	72	81

(1) 期初与期末存货平均结余除以销售成本，再乘以181天
(2) 期初与期末应收贸易账款及票据平均结余除以营业额（加上增值税项），再乘以181天
(3) 期初与期末应付贸易账款及票据平均结余除以销售成本，再乘以181天

稳健现金水平

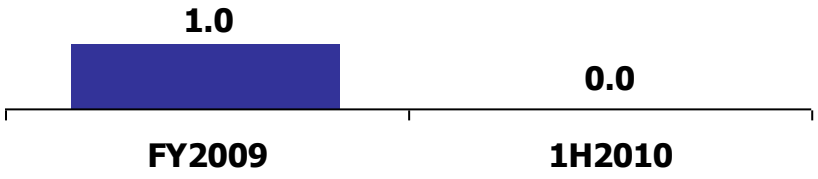
银行及现金结余

(人民币百万元)



计息负债

(人民币百万元)



- 集团拥有稳健的银行及现金结余水平达人民币12.56亿元
- 集团利用部份上市募集所得资金，偿还所有银行贷款，维持净现金水平

上市所得资金用途

(百万港元)			于2010年6月30日	
	计划%	所得款项净额	已用金额	剩余金额
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**	12.3	149.9
发展(L2)副品牌	15%	**162.2**	16.6	145.6
承租及翻新旗舰店供分销商经营用	15%	**162.2**	-	162.2
推广及品牌塑造活动	20%	**216.3**	60.2	156.1
扩张于晋江五里工业园的生产厂房	5%	**54.1**	7.0	47.1
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谘询服务及系统软件	10%	**108.1**	10.1	98.0
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**	**322.4**	**758.9**

1.财务摘要

2.业务回顾

3.未来前景及策略

4.问答时间

LILANZ 利郎

独特的营销与宣传策略

提升品牌形象

- 將「LILANZ」店鋪形象及設計作爲加强品牌形象的重要工具，資助整改部份分店門面及設計，統一並提升店面形象
- 適度投放於廣告宣傳

代言人策略

- 陳道明先生繼續擔任「LILANZ」品牌的代言人
- 吳彥祖先生擔任集團新「L2」品牌的代言人
- 兩名代言人各有特質，分別代表兩個品牌的理念，令品牌形象更突出

庞大和管理良好的全国性分销网络

LILANZ

59家分销商

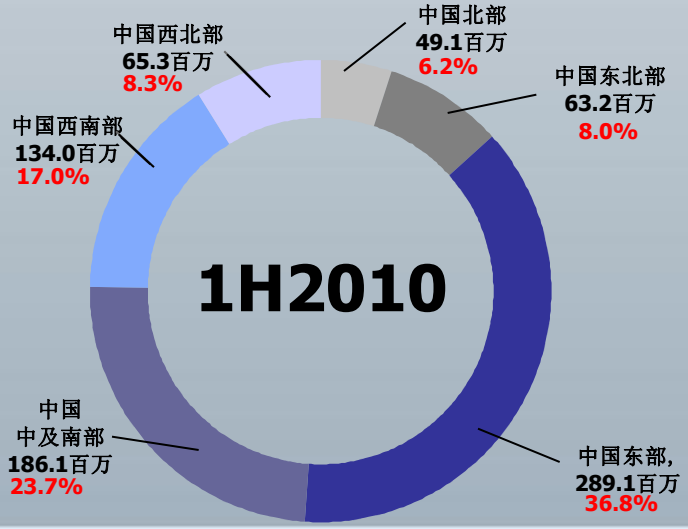
1,263家二级分销商

31個省、自治區及直轄市經营2,674家零售店

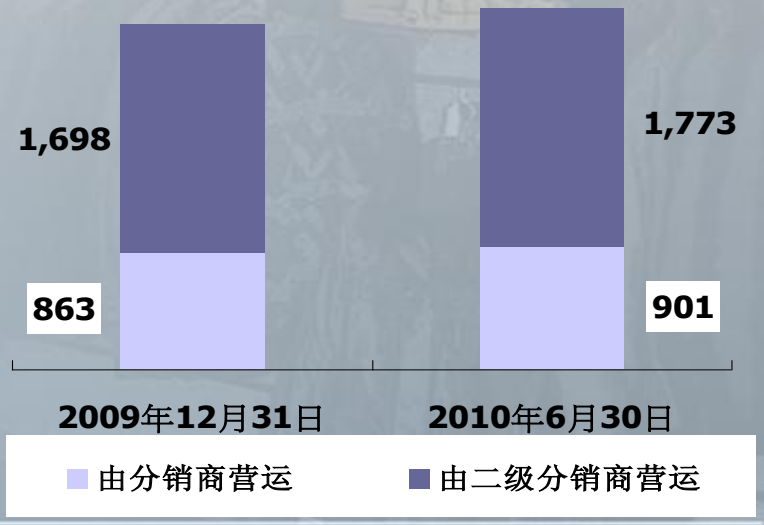
地区	零售店总数
东部	856
中南部	567
西北部	203
西南部	475
北部	226
东北部	347
总数	**2,674**

地区占营业额比例

(人民币)



以运营权划分分店数目



LILANZ 利郎

銷售渠道管理

改善零售管理系統

- 去年底開始投入開發軟件，把各分銷商及二級分銷商經營的零售店的銷售及庫存狀況連網

2010年底前
- 所有一級分銷商的庫存系統連網

三年後
- 所有店舖點連網

提高單店的銷售效率

- 協助分銷商設計並推行導購員銷售激勵傭金計劃
- 加快產品的出貨及上架流程以改善各產品系列的銷售
- 期內，平均每店的進貨爲人民幣301,000元，對比去年同期增長24%

继续优化设计及产品开发能力

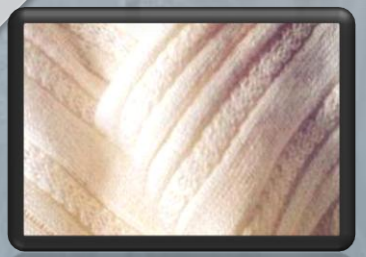
產品設計及品質

- 與供應商共同開發獨有的面料，以優質的裁縫技術製作簡約精緻的男裝，造就別樹一幟風格的衣服
- 主品牌「LILANZ」產品由國內知名設計師計文波先生帶領，設計及開發團隊超過100人
- 副品牌「L2」的產品設計及開發部門設於上海全新的產品開發中心，由曾經勇奪中國時尚大獎中國最佳男裝設計師的王玉濤先生率領設計團隊，由約30名成員組成

改善生产及供应链效率

生產及供應鏈

- 除了委托外包生產(「OEM採購」)外，還增加分包加工的比例，好處在於可控制所用之主要布料，並可彈性地將複雜工序轉爲自行生產，有效增强對產品質素的監控
- 積極加强對原材料供應鏈的控制，直接向供應商採購生產布料原材料
  - 減低布料成本，有效抵銷棉花價格等大幅上升對成本的影響外
  - 能直接與供應商研究及開發獨特的優質面料，以協助集團產品創新，擴大品牌的差異性



1.财务摘要

2.业务回顾

3.未来前景及策略

4.问答时间

LILANZ 利郎

未来前景与战略

產品

- 繼續優化及創新產品設計
- 積極與面料供應商的合作共同開發更時尚更高檔的優質面料
- 提供更高性價比的產品

銷售網絡

- 繼續優化銷售網絡
- 加強管理，提升各個銷售點的效益
- 目標全年增加300家「LILANZ」分店及開設100家L2店鋪

產能擴充

- 在五里的廠房增添一條生產批量較少、難度較大和創新性高的西服產品生產綫
  - 預計於第四季度投產
  - 每天最多可生產300套西服產能擴充

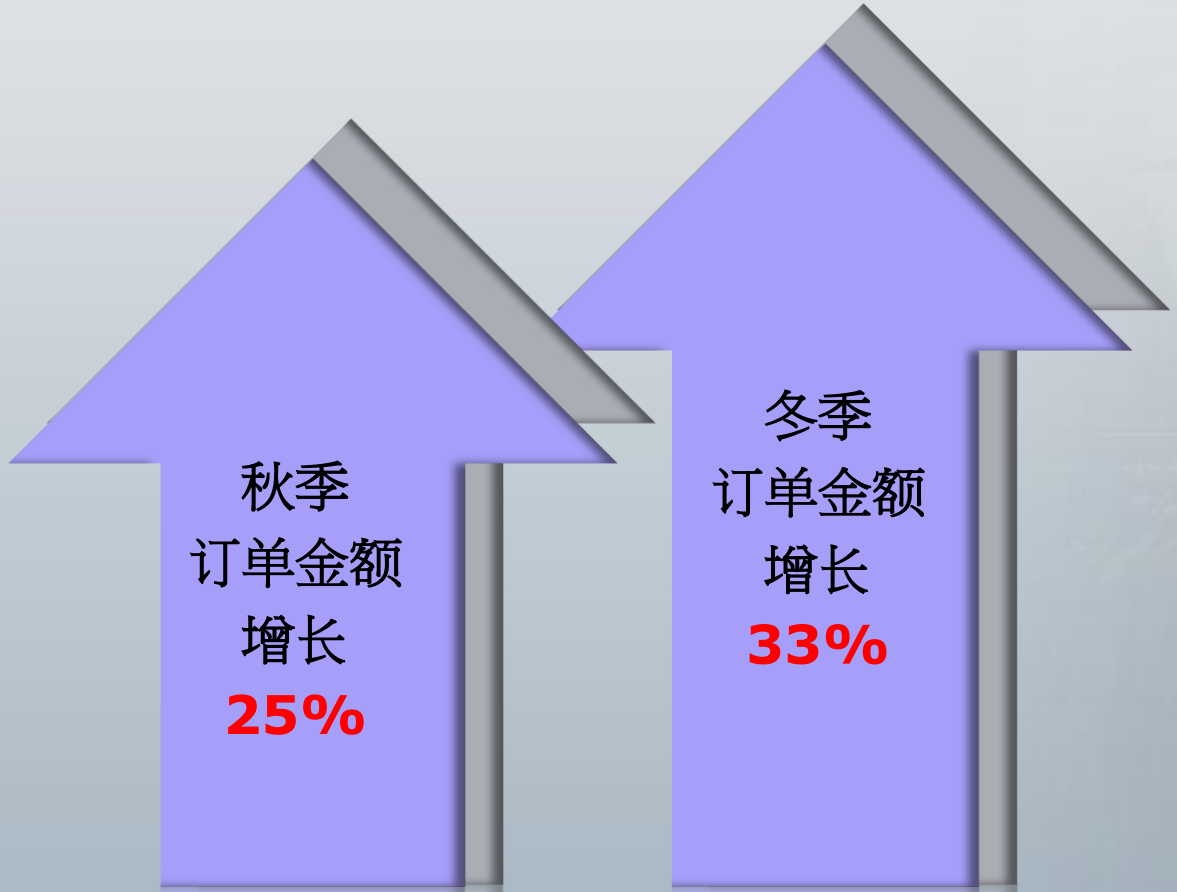
品牌管理

- 以提升品牌形象作為重點，推廣「LILANZ」品牌的核心理念及價值
- 適度投放於廣告宣傳，同時，統一並提升「LILANZ」店鋪形象

新品牌– L2

- 「L2」的首次订货会已于五月中于上海举行，展示了「L2」秋冬装、鞋类及配饰在内的完整系列产品
- 「L2」首家门店已于在湖南七月开业
- 目标在二零一零年底前在全国开设100家L2店铺

订货会



- 「LILANZ」的2010年秋、冬季订货会已分别于4月及6月举行
- 秋季的订单已于6月开始付运，冬季的订单将于8月开始付运

1.财务摘要

2.业务回顾

3.未来前景及策略

4.问答时间

LILANZ 利郎