

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

LILANZ 利郎

CHINA LILANG LIMITED

中國利郎有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1234)

截至二零一零年十二月三十一日止年度
全年業績公告

營業額增加31.6%至人民幣2,053.0百萬元

權益股東應佔利潤增加38.2%至人民幣418.7百萬元

每股基本盈利為人民幣34.89分

建議派付股息每股人民幣12分

中國利郎有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零一零年十二月三十一日止年度之綜合業績。

行業回顧

二零一零年，中國的經濟保持著擴張趨勢，零售市場保持興旺。根據中國國家統計局數據，全年國內生產總值人民幣398千億元，較去年增長10.3%，增長步伐加快。經濟蓬勃發展，人均收入提升，國民消費力持續攀升，推動整體零售消費。儘管政府在下半年推出多項政策，壓抑物價上漲，消費增長速度仍得以保持，全年社會消費品零售總額達人民幣155千億元，同比增長18.4%。

回顧年內，原材料價格顯著上升，勞動力成本隨工資上升而增加，對生產行業構成壓力。然而，國民消費力提升，對具有品牌知名度的高端產品需求更為熱切，有利品牌服裝行業的健康發展。

從二零零八年起，集團的產品及終端形象的設計風格及定位向更個性化及時尚化的方向發展，短短數年間已獲得廣泛消費者的認同和追捧。回顧年內，集團乘著現時市場對時尚及優質品牌服裝的需求增加之契機，繼續積極推廣及優化「LILANZ」的品牌形象，將產品組合向更高端發展，效果理想。與此同時，集團把握市場年青男士對時尚服裝的需求，於年度內推出副品牌「L2」，初步進展滿意。這些策略，使集團於二零一零年取得理想的業務表現。

本集團欣然宣佈，截至二零一零年十二月三十一日止年度，權益股東應佔利潤錄得人民幣418.7百萬元，較二零零九年同期的人民幣303.0百萬元增長38.2%。董事會建議派發末期股息每股人民幣12分。連同已派發中期股息每股人民幣5分，全年共派息17分，派息比率為48.7%。

財務回顧

營業額

回顧年內，集團銷售快速增長，營業額約人民幣2,053.0百萬元，較去年約人民幣1,559.9百萬元，增加31.6%。集團乘著市場對時尚及優質品牌服裝的需求增加之契機，以提高產品質量及創新產品設計作為業務重點，進一步優化「LILANZ」的產品組合，成功增加高附加值及高價位產品佔比，特別是秋冬季貴價產品，如皮褸、尼克服等，銷售大幅上升，致使平均銷售單價較去年顯著提高23.2%。這反映「LILANZ」品牌價值成功提升，消費者對「LILANZ」產品更加有信心，增加產品定價能力。

於二零一零年，「L2」的營業額約為人民幣41.4百萬元，佔集團營業額約2%。「L2」於去年七月正式推出市場。

按區域劃分營業額

華東及中南地區仍然為主要營業額貢獻區域，合共佔總銷售60.7%(二零零九年：62.1%)。受惠於政府的西部大開發計劃，西南區域延續上半年的勢頭，成為增長最快的區域，年度增幅高達45.2%，西北區增長亦高達38.0%。華北地區經過二零零九年下半年及二零一零年上半年的店舖整合，銷售已經回復增長，同比增長36.1%。

「L2」同樣偏重發展華東及中南地區，該等區域合共佔「L2」的總銷售約70%。

下表按區域劃分年內的營業額：

區域	截至十二月三十一日止年度				變幅 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	
華北 ⁽¹⁾	106.0	5.2	77.9	5.0	36.1
東北 ⁽²⁾	153.1	7.4	129.2	8.3	18.5
華東 ⁽³⁾	756.7	36.9	589.9	37.8	28.3
中南 ⁽⁴⁾	488.7	23.8	378.4	24.3	29.1
西南 ⁽⁵⁾	358.9	17.5	247.1	15.8	45.2
西北 ⁽⁶⁾	189.6	9.2	137.4	8.8	38.0
總數	<u>2,053.0</u>	<u>100.0</u>	<u>1,559.9</u>	<u>100.0</u>	<u>31.6</u>

- (1) 華北包括北京、河北、山西、天津和內蒙古。
- (2) 東北包括黑龍江、吉林、遼寧。
- (3) 華東包括江蘇、浙江、上海、安徽、福建、山東和江西。
- (4) 中南包括河南、湖北、湖南、廣東、廣西及海南。
- (5) 西南包括重慶、四川、貴州、雲南和西藏。
- (6) 西北包括陝西、甘肅、青海、寧夏和新疆。

按產品類別劃分營業額

以產品分類計算，上衣仍然為主要銷售產品，佔總營業額75.3%，營業額同比上升31.4%。其次為褲類，佔總營業額約15.3%，同比增加29.3%。西服套裝銷售同比增加66.7%，增長在各產品類別中最為顯著，主要由於集團於年內推出以多樣面料製成且款式更為休閒之西服套裝，廣受歡迎。

下表按產品類別劃分年內的營業額：

	截至十二月三十一日止年度				變幅 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	(人民幣 百萬元)	佔營業額的 %	
上衣	1,545.2	75.3	1,176.3	75.4	31.4
褲類	314.5	15.3	243.3	15.6	29.3
西服套裝	124.5	6.1	74.7	4.8	66.7
配件	68.8	3.3	65.6	4.2	4.9
	2,053.0	100.0	1,559.9	100.0	31.6

按產品類別劃分銷售數量及平均售價

本年度產品平均售價增長23.2%，主要原因是產品結構轉變，高附加值及高價位產品銷售有所上升，加上將成本上升轉嫁至銷售價格所致。隨著集團的品牌形象不斷提升，集團減少推出低附加值的產品，而增加推出高附加值及較高價位的產品，特別是上衣產品，使上衣的平均售價上升28.4%。整體銷售數量錄得6.9%增長。

下表按產品類別劃分年內的銷售數量及平均售價：

	截至十二月三十一日止年度				變幅	
	二零一零年		二零零九年		銷售數量	平均售價
	銷售數量 (件數'000)	平均售價 (人民幣)	銷售數量 (件數'000)	平均售價 (人民幣)	(%)	(%)
上衣	6,845	226	6,711	176	2.0	28.4
褲類	2,874	109	2,500	97	15.0	12.4
西服套裝	330	377	206	364	60.2	3.6
配件	723	95	655	100	10.4	-5.0
總計	10,772	191	10,072	155	6.9	23.2

銷售成本

本年度，自行生產及外包生產成本比例與所佔銷售額比例大致相若。自行生產佔總銷售成本約61.0%，比去年同期約52.4%增加8.6個百分點。比例上升的主要原因是集團將自行生產的產品中多個生產工序分包予其他加工廠，使分包費用及相關輔料成本由去年同期的人民幣35.6百萬元增加至二零一零年的人民幣114.9百萬元。有別於外包生產採購，集團會向各分包加工廠提供生產產品用的主要原材料。分包生產有助集團利用分包加工廠的專長及資源，令緊密的生產安排更有彈性之餘，亦可增強集團對當中涉及的主要原材料及生產工序的控制。

下表按自產及外包生產採購劃分本集團年內的銷售成本：

	截至十二月三十一日止年度				變幅 (%)
	二零一零年	二零零九年	二零一零年	二零零九年	
	(人民幣 百萬元)	佔銷售 成本的%	(人民幣 百萬元)	佔銷售 成本的%	
自行生產					
原材料	581.4	45.6	425.2	42.2	36.7
直接工資	43.3	3.4	41.8	4.1	3.6
間接開支	38.1	3.0	25.9	2.6	47.1
分包費用	114.9	9.0	35.6	3.5	222.8
	<u>777.7</u>	<u>61.0</u>	<u>528.5</u>	<u>52.4</u>	<u>47.2</u>
外包生產					
外包生產採購	<u>497.3</u>	<u>39.0</u>	<u>480.2</u>	<u>47.6</u>	<u>3.6</u>
合計	<u><u>1,275.0</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>1,008.7</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>26.4</u></u>

毛利率

集團銷售成本由二零零九年約人民幣1,008.7百萬元，增加26.4%至本年度約人民幣1,275.0百萬元。營業額的增長，較銷售成本的增長為高，使毛利率持續改善。二零一零年集團毛利率為37.9%，較去年同期的35.3%增加2.6個百分點。毛利率上升，主要反映品牌提升以及產品組合改變所致。此外，集團繼續透過優化物料供應鏈及加強與布料供應商的合作，提升成本效益，成功控制銷售成本的增長。

其他收入

年內的其他收入為人民幣19.2百萬元，對比去年同期增加人民幣13.3百萬元，主要因為利息收入及政府補貼的增加。

銷售及分銷開支

集團本年度的銷售及分銷開支為人民幣224.0百萬元，佔總營業額約10.9%，與去年同期的10.6%相若。

本年度的銷售及分銷開支包括宣傳及市場推廣開支及裝修補貼合共人民幣181.2百萬元，有關開支佔總營業額約8.8%，較去年的9.0%輕微下降0.2個百分點。費用率低於預算主要由於廣州亞運期間的廣告投放費用較預期低所致。

行政開支

集團本年度的行政開支為人民幣80.6百萬元，較二零零九年同期增加人民幣30.4百萬元，佔營業額約3.9%，增加0.7個百分點。行政開支增加主要因為上市後相關行政費用增加，加上發展「L2」的開支，以及國內員工工資年內上調約20%，各項因素使行政開支大幅增加。

其他經營開支

本年度的其他經營開支較二零零九年增加人民幣1.9百萬元，主要因為匯兌損失及慈善捐贈開支增加。

經營利潤

經營利潤由去年同期人民幣338.8百萬元增加44.2%至二零一零年的人民幣488.4百萬元，主要反映集團營業額上升及銷售成本控制得宜。經營利潤率則由21.7%增加至23.8%。

財務成本

財務成本自二零零九年約人民幣6.4百萬元下降至本年度約人民幣0.3百萬元，此乃由於公司利用上市募集所得部分資金，於二零一零年初償還所有銀行貸款，利息開支因此有所減少。

所得稅

本年度的所得稅有效稅率為14.2%，較二零零九年的8.8%增加5.4個百分點，這主要因為去年集團其中一家在國內享受免稅的附屬公司，今年需要按優惠稅率繳納中國所得稅。此外，集團在本年度亦就國內子公司在可見未來分配利潤而要繳納的扣繳稅，計提遞延稅項負債撥備。

本公司權益股東應佔利潤

本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度權益股東應佔利潤約人民幣418.7百萬元，增長為38.2%。純利率增加1個百分點至20.4%(二零零九年：19.4%)。每股盈利約人民幣34.89分，較去年同期增加13.0%。

副品牌「L2」推出首年的淨虧損約人民幣20.5百萬元。

股息

董事會建議就本財政年度派發末期股息每股普通股人民幣12分，連同已派付的中期股息每股人民幣5分，全年總派息為每股人民幣17分，派息比率為48.7%。

業務回顧

營銷與宣傳

集團重視品牌的長遠發展，積極透過各類型的營銷與宣傳，增強品牌價值。

主品牌「LILANZ」方面，年內，集團除了慣常的宣傳推廣活動，亦於上海虹橋機場刊登大型廣告牌，又配合冬季產品的推出，於廣州亞運期間在中央電視台加大廣告投放，作為提升品牌形象的宣傳。同時，集團的分銷商亦配合業務需要進行地區推廣活動，如新店開幕的VIP購物優惠、投放地區路標及區域雜誌廣告等。

本集團視店舖為宣傳及提升品牌形象的重要渠道之一。從二零零八年起，集團分階段資助分銷商整改分店門面設計，以統一並提升店面形象。於二零一零年底，所有店面整改工作經已順利完成。在二零一一年將會對第一批整改的店進行升級，擴闊分店的陳列空間，進一步提升終端的形象。

年內，「L2」的宣傳推廣活動對準年青的客戶群，主要投放在雜誌和互聯網上，以確保宣傳效益。與主品牌「LILANZ」一樣，「L2」亦有資助分銷商店舖裝修，以統一店面形象。

集團繼續貫徹代言人策略，由陳道明先生繼續擔任「LILANZ」品牌的代言人，吳彥祖先生擔任「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。

零售及分銷網絡

集團繼續優化零售及銷售網絡，以配合業務擴展，增加營運效益。按銷售貢獻計算，華東及中南地區仍然是主要銷售地區，店舖數目佔集團總數51.5%，銷售佔比更達60.7%。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，「LILANZ」零售店淨增加244家，至年底達2,805家。受惠於國家的西部發展計劃，西南部增長最高，淨增加84家。「L2」剛於年內推出市場，於年底共開設80家店，集中在華東及中南區域，佔54家。

於二零一零年十二月三十一日，「LILANZ」有59家分銷商及1,321家二級分銷商，合共經營2,805家零售店，其中938家由分銷商直接經營，1,867家由其二級分銷商經營。按店舖類別劃分，1,933家店舖為獨立店舖，餘下872家設於百貨商場的店中店。總店舖面積約為299,000平方米。

副品牌「L2」有38家分銷商及9家二級分銷商，合共經營80家店。店舖分為48家獨立店舖和32家設於百貨商場的店中店，其中71家店由分銷商直接經營，9家店由其二級分銷商經營；總店舖面積約為8,200平方米。「L2」於年中推出後，集團因應市場情況，調整其分銷策略，利用「LILANZ」品牌現有分銷商的資源，拓展「L2」的銷售網絡，以確保「L2」能更快速在目標市場拓展。目前，「L2」的38家分銷商中，有10家是主品牌「LILANZ」現有的分銷商。

集團非常注重開店選址，店舖位址尤其影響品牌定位及形象。經過過去幾年進行的店舖整合，目前店舖遍及中國31個省、自治區及直轄市等二、三、四線城市，大部分店舖都位於商業黃金地段，有助集團實踐品牌升級計劃。

本年內各區店舖的數量變動如下：

區域	店舖數量			於二零一零年 十二月三十一日
	於二零一零年 一月一日	本年內開店	本年內關店	
華北	227	67	28	266
東北	337	55	16	376
華東	807	174	122	859
中南	562	111	47	626
西南	439	100	7	532
西北	189	37	0	226
合計	2,561	544	220	2,885

銷售渠道管理

集團致力加強零售管理，自二零零九年底開始投入開發軟件系統，計劃於二零一二年底把各零售店的銷售及庫存狀況連網，使集團可更迅速獲得銷售數據，並針對不同問題作出改善。於二零一零年底，第一期的系統開發已按計劃完成，所有「LILANZ」的分銷商倉庫的庫存系統已連網，而連接部份一級分銷商經營店舖的庫存系統亦已開始試運行。所有「L2」店舖的庫存系統都已連網。

此外，為提高單店的銷售效率，集團於年內協助分銷商設計並推出導購員銷售激勵備金計劃，以鼓勵增加每客戶的銷售單價／量，並且對不同季節產品的推出時間有更緊密的控制，透過加快產品的出貨及上架流程改善各產品系列的銷售。

設計及產品開發

設計時尚獨特創新的服裝產品，能吸引消費者之餘，亦可增加產品的附加值以及定價能力，集團深明此道，致力創新產品設計，與供應商共同開發獨有的面料，同時注重生產過程的品質監控，以優質的裁縫技術製作簡約精緻的男裝，推出別樹一幟風格的優質衣服。集團主品牌「LILANZ」產品的設計及開發團隊超過100人，由國內知名設計師計文波先生帶領；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，設計團隊由約30名成員組成，由曾經奪得中國時尚大獎中國最佳男裝設計師的王玉濤先生率領。此外，集團為培養設計人才，於二零一零年下半年在廣州設立產品研發中心，目前已有超過20名員工接受設計培訓。

訂貨會

「LILANZ」的二零一一年春夏季訂貨會已在二零一零年九月舉行，訂單金額較去年同期增長26.5%。其中產品平均售價與訂單數量均有雙位數字增長。春夏季的訂單已於二零一一年一月開始付運。而二零一一年秋季訂貨會已於三月八日開始，較以往提早半個月，目的是預留更充裕的時間安排生產及提早發貨給分銷商。

副品牌「L2」於二零一零年十一月及二零一一年一月分別舉行了二零一一年春夏季和秋季訂貨會，取得滿意的銷售訂單。

生產及供應鏈

集團於福建省的五里及長汀均設有生產廠房，該等廠房的總建築面積約為42,000平方米。目前生產設施共有83條生產線。截至二零一零年十二月三十一日止年度，生產廠房的平均利用率超過90%。

為支持迅速增長的市場需求及業務發展，集團除了委託外包生產（「OEM採購」）外，還增加分包加工的比例，分包加工生產的好處為可控制產品的主要布料，並可彈性地安排複雜工序自行生產，有效增強對產品質素的監控及安排生產。

集團於二零零九年初開始直接向生產商採購布料，於二零一零年底，該等直接採購約佔總採購60%。除了能減低原材料成本，有效抵銷原材料價格上升對成本的影響外，更重要是集團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，擴大產品的差異性。

為提高生產效率，集團在二零一一年第一季開始在自有的工廠生產線進行改組，推行精益生產模式(「Toyota Production System」)，將以往的大批量包流改成一個單件流，相信能有效提升生產力及進行品質監控。

集團目前的原材料供應商、外包生產商以及分包加工廠家合共約450家，集團計劃在未來兩年，整合供應鏈，與具規模且產品品質較好的供應商鞏固長期合作夥伴關係，務求進一步加強對集團產品的品質及生產安排的控制。

前景

隨著中國國民經濟的穩定發展、城市化進程的不斷推進，國民消費力提升的同時，消費模式亦持續轉變，消費者追求優質時尚的產品的同時，對品牌形象的敏感度亦日漸提升。此外，在政府力圖降低出口倚賴的前提下，政策將扶持相關內需行業，將進一步釋放國內市場的巨大潛力，推動男裝行業的發展。本集團作為商務休閒男裝的領軍企業，將繼續致力於品牌推廣及質素提升，並提高產品的差異化及附加值。與此同時，集團亦配合品牌形象的提升，持續改變產品的結構，增加高附加值產品的比例，務求達致最佳的盈利能力。

儘管市場預期原材料成本高漲、通脹壓力增加，企業面對經營成本壓力上升，然而本集團相信，落實以上形象及產品結構提升的策略，將有效提高集團的競爭力，駕馭成本上漲的壓力，務求在業務擴展的同時，帶來更佳的利潤回報。

於二零一一年，集團將繼續投資於「LILANZ」品牌的發展，延續產品時尚風格及個性化方向。集團目標在全國淨增加200至250個零售店，當中以省會城市及地級市為主，並計劃於其商業地段開設20家面積約300至500平方米的旗艦店，以進一步提升品牌形象。與此同時，集團將繼續優化店面設計，提升終端形象。

副品牌「L2」方面，集團於二零一一年會持續提升產品質素及豐富產品系列，繼續增強分銷商對品牌的信心，並計劃於在各區新開設150至200家新店，加強分銷網絡。

有鑑於國內的網上消費逐漸普及，集團在二零一零年與專業網站合作推出副品牌「L2」的網上銷售平臺，並計劃於二零一一年下半年開拓「LILANZ」產品網上銷售平臺，為集團提供另一個收入來源。

本集團將繼續憑著其品牌、設計、質量及渠道優勢，以及對中國男裝市場的認識，貫徹提升產品結構及推動品牌形象升級，爭取更佳業務表現，以回饋股東、員工及客戶等各方的支持。

流動資金及財務資源

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣百萬元	二零零九年 人民幣百萬元
經營活動所產生的現金淨額	517.6	387.1
資本開支	(57.9)	(25.7)
自由現金流入額	459.7	361.4
現金及銀行結餘(包括已抵押銀行存款)	1,461.2	1,186.2

於二零一零年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物總額為人民幣847.5百萬元(存放存款期超過三個月的銀行定期存款總數人民幣575.6百萬元，於綜合現金流量表內被視為投資活動)，較二零零九年十二月三十一日的現金及現金等價物結餘人民幣844.1百萬元增加人民幣3.4百萬元。主要原因為：

- 經營活動現金流入淨額人民幣517.6百萬元，代表著營運資金管理的改善以及卓越的經營業績。
- 投資活動現金流出淨額人民幣311.4百萬元，主要包括存款期超過三個月的銀行定期存款增加淨額人民幣267.5百萬元，及合共人民幣57.9百萬元的資本開支，用以添置物業、廠房及設備，以及電腦系統及軟件。
- 融資活動現金流出淨額人民幣191.6百萬元，主要為支付截至二零零九年十二月三十一日止年度之末期股息合共人民幣132.0百萬元、截至二零一零年十二月三十一日止年度之中期股息合共人民幣60.0百萬元，以及償還人民幣1.0百萬元的銀行借貸。

於二零一零年十二月三十一日，本集團總資產達人民幣2,407.9百萬元，其中流動資產佔人民幣2,143.8百萬元。總負債達人民幣547.7百萬元，而權益總額則為人民幣1,860.1百萬元。本集團概無未償還銀行貸款。

貿易營運資金週轉率

	截至十二月三十一日至年度	
	二零一零年 (日)	二零零九年 (日)
存貨平均週轉日數	47	58
應收貿易賬款及票據平均週轉日數	65	66
應付貿易賬款及票據平均週轉日數	(86)	(72)
貿易營運資金淨額平均週轉日數	26	52

於回顧年度，本集團貿易營運資金平均週轉日數由二零零九年52日減少至本年度26日，這是由於本年度應付貿易賬款及票據平均週轉日數上升及存貨平均週轉日數下降所致。

由於本年度冬季較遲來臨，導致大部分冬季的補單產品均於十二月內送抵，故應付貿易賬款及票據平均週轉日數由二零零九年72日增加至本年度86日。

本集團本年度存貨平均週轉日數為47日(二零零九年：58日)。存貨平均週轉日數減少主要是因為二零零八年部分冬季產品延遲付運，使二零零九年初的存貨水平相對高企。於二零一零年，以年底存貨結餘為基準的存貨週轉日數為52日，與二零零九年53日相若。

本年度應收貿易賬款及票據平均週轉日數為65日，與二零零九年水平相若。按二零一零年十一月及十二月的實際銷售額計算的應收賬款週轉日數為54日。

資產抵押

於二零一零年十二月三十一日，總額人民幣38.1百萬元(二零零九年：人民幣34.1百萬元)的銀行存款已被抵押，用作擔保應付票據。已抵押銀行存款將於清償相關應付票據後獲解除抵押。

資本承擔及或然負債

截至二零一零年十二月三十一日，本集團資本承擔總額為人民幣160.9百萬元，主要關於建議成立的營運中心、開發ERP系統，以及生產廠房設備的提升。營運中心現時正處於規劃及設計階段。

於二零一零年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債。

財務管理政策

本集團繼續審慎監控財務風險。本公司的功能貨幣是港元，而本公司的財務報表因匯報和編製綜合賬目時需要換算為人民幣。因換算而產生的匯兌差額直接於權益中之獨立儲備賬內確認。由於本集團主要以人民幣進行業務交易，本集團於營運上的匯率風險輕微。因此，並無採用金融工具對沖有關風險。

人力資源

於二零一零年十二月三十一日，本集團擁有2,830名員工。回顧年度內的員工成本總額約為人民幣109.0百萬元(二零零九年：人民幣81.3百萬元)。

本集團非常重視高素質人才的招聘及培訓，從大學和技術學院招募人才，並為員工提供受僱前及持續的培訓和發展機會。培訓課程包括銷售與生產、客戶服務、質量控制、訂貨會規劃、工作操守及其他產業相關領域的培訓。

本集團根據市場薪酬、工作責任、工作難度和集團表現等因素，為其僱員提供具競爭力的薪酬計劃。本集團亦採納了購股權計劃，以表揚和獎勵集團各員工對集團成長與發展的貢獻。

所得款項用途

本公司股份於二零零九年九月二十五日在香港聯合交易所主板上市，是次全球發售所得的款項淨額約1,081.3百萬港元(扣除包銷佣金及相關費用後)。截至二零一零年十二月三十一日，該金額之運用如下：

所得款項用途	百分比	所得款項淨額 (百萬港元)	截至二零一零年 十二月三十一日	
			已運用 (百萬港元)	剩餘款項 (百萬港元)
擴大在上海的產品 開發工作室及發展廈門 的設施	15%	162.2	17.6	144.6
發展副品牌	15%	162.2	28.4	133.8
承租及翻新旗艦店 供分銷商經營用	15%	162.2	—	162.2
推廣及品牌塑造活動	20%	216.3	193.0	23.3
擴張生產廠房	5%	54.1	19.8	34.3
建立企業資源規劃系統， 開發資訊技術網絡 及取得必要的諮詢服務 及系統軟件	10%	108.1	10.5	97.6
償還本集團部分銀行貸款	10%	108.1	108.1	—
營運資金及 其他一般用途	10%	108.1	108.1	—
	<u>100%</u>	<u>1,081.3</u>	<u>485.5</u>	<u>595.8</u>

董事有意按本公司日期為二零零九年九月十一日的招股章程所載方式使用餘下所得款項淨額。

綜合全面收益表
截至二零一零年十二月三十一日止年度
(以人民幣為單位)

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
營業額	3	2,053,007	1,559,874
銷售成本		<u>(1,275,015)</u>	<u>(1,008,738)</u>
毛利		777,992	551,136
其他收入		19,228	5,888
銷售及分銷開支		(224,015)	(165,705)
行政開支		(80,603)	(50,232)
其他經營開支		<u>(4,187)</u>	<u>(2,291)</u>
經營利潤		488,415	338,796
財務成本	4()	<u>(311)</u>	<u>(6,387)</u>
除稅前利潤	4	488,104	332,409
所得稅	5	<u>(69,376)</u>	<u>(29,415)</u>
本公司權益股東應佔利潤		418,728	302,994
本年度的其他全面收益			
換算中華人民共和國(「中國」) 大陸境外附屬公司財務報表的換算差額		<u>(14,164)</u>	<u>(1,191)</u>
本年度的全面收益總額		<u><u>404,564</u></u>	<u><u>301,803</u></u>
每股盈利	6		
基本(分)		<u><u>34.89</u></u>	<u><u>30.87</u></u>
攤薄(分)		<u><u>34.72</u></u>	<u><u>30.85</u></u>

綜合資產負債表
於二零一零年十二月三十一日
(以人民幣為單位)

	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		180,061	151,420
投資物業		30,035	30,963
租賃預付款項		38,233	39,047
無形資產		7,737	—
遞延稅項資產		8,031	1,060
		<u>264,097</u>	<u>222,490</u>
流動資產			
存貨		181,549	146,342
應收貿易賬款及其他應收款項	7	500,838	458,379
應收關連公司款項		—	214
可收回的即期稅項		221	793
已抵押銀行存款	8	38,105	34,065
存放於銀行而到期日為三個月以上 的定期存款		575,594	308,070
現金及現金等價物		847,457	844,051
		<u>2,143,764</u>	<u>1,791,914</u>
流動負債			
銀行貸款		—	1,000
應付貿易賬款及其他應付款項	9	508,973	359,435
應付關連公司款項		330	—
應付即期稅項		26,344	11,139
		<u>535,647</u>	<u>371,574</u>
流動資產淨值		<u>1,608,117</u>	<u>1,420,340</u>
資產總值減流動負債		<u>1,872,214</u>	<u>1,642,830</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		11,351	—
應付質保金		726	726
		<u>12,077</u>	<u>726</u>
資產淨值		<u>1,860,137</u>	<u>1,642,104</u>
資本及儲備			
股本		105,775	105,731
儲備		1,754,362	1,536,373
權益總額		<u>1,860,137</u>	<u>1,642,104</u>

附註：

1 編製基準

本集團財務報表乃按照全部適用之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製，國際財務報告準則的統稱包括全部適用個別國際財務報告準則、國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際會計準則(「國際會計準則」)及相關詮釋，亦遵守了香港公司條例的披露要求及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則的適用披露條文。

國際會計準則委員會已頒佈於本集團及本公司當前會計期間首次生效或可供提早採用的若干新訂及經修訂國際財務報告準則。因初次採用與本集團有關，並反映於本財務報表之當前及過往會計期間的該等修訂而引致會計政策的任何變動的資料載於附註2。

2 會計政策變更

國際會計準則委員會頒佈了兩項經修訂的《國際財務報告準則》、多項《國際財務報告準則》修訂及兩項新詮釋，這些準則、修訂和新詮釋在本集團和本公司的當前會計年度首度生效。其中，以下項目的發展與本集團的財務報表有關：

國際財務報告準則第3號(經修訂)，業務合併

國際會計準則第27號修訂本，綜合及獨立財務報表

本集團並無採納任何於本會計年度並未生效的新準則或詮釋。

國際財務報告準則第3號及國際會計準則第27號的絕大部分修訂的影響並無對本集團當前或比較期間的財務報表構成重大影響，因為該等變更將於本集團訂立相關交易(例如，業務合併或出售附屬公司)時首度生效，亦無重列過往該等交易錄得的金額的要求。

國際財務報告準則第3號(關於被收購方的遞延稅項資產的確認)及國際會計準則第27號(關於對非控股股東權益分配虧損)的修訂的影響尚未構成重大影響，因為並無重列過往期間所錄得金額的要求，於當前年度亦無產生該等遞延稅項資產或虧損。

3 營業額

本集團主要於中國從事製造及批發品牌男裝及相關配飾的業務。營業額指已售貨品銷售額扣除退貨、折扣、增值稅及其他銷售稅。

4 除稅前利潤

除稅前利潤已扣除：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
(a) 財務成本：		
銀行借貸利息	6	6,109
銀行收費	305	278
	<u>311</u>	<u>6,387</u>
(b) 員工成本(附註())：		
薪金、工資及其他福利	103,023	74,973
定額供款退休計劃的供款	1,847	4,990
以股份為基礎的股權結算開支	4,101	1,293
	<u>108,971</u>	<u>81,256</u>
(c) 其他項目：		
租賃預付款項攤銷(附註())	814	828
無形資產攤銷	963	—
折舊(附註())	14,182	10,977
核數師酬金	2,007	1,465
存貨成本(附註())	1,275,015	1,008,738
出售物業、廠房及設備的虧損	1,318	112
關於物業的經營租賃租金(附註())	7,568	5,989
研發成本(附註())及())	15,688	7,453
分包費用(附註())及())	114,940	35,617

附註：

- (i) 已售存貨成本包括上文所披露項目內的研發成本及分包費用，以及相關員工成本、折舊、租賃預付款項攤銷及關於物業的經營租賃租金。
- (ii) 研發成本包括設計及研發部僱員薪金及其他福利合共人民幣8,650,000元(二零零九年：人民幣6,186,000元)，該等費用已計入附註4(b)所披露之員工成本。
- (iii) 分包費用包括向分包商支付的服務費用及相關輔助原材料成本。

5 綜合全面收益表內的所得稅

綜合全面收益表內的所得稅指以下各項：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
即期稅項		
年內中國所得稅撥備	64,835	31,014
上年度中國所得稅撥備不足	161	7
	<u>64,996</u>	<u>31,021</u>
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	4,380	(1,606)
	<u>69,376</u>	<u>29,415</u>

附註：

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的條例及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島的所得稅。
- (ii) 由於本集團於截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度並無須繳納香港利得稅的應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出任何撥備。
- (iii) 根據相關中國公司所得稅法、條例及實施指引，若干於中國的附屬公司享有稅務優惠，該等附屬公司之溢利以優惠稅率繳稅。本集團於中國的附屬公司的稅項以該等附屬公司所適用之相關稅率計算。
- (iv) 根據企業所得稅法及其實施守則，非中國居民企業獲中國企業派發源自二零零八年一月一日後賺取的溢利的股息時，除非按稅務條約或協議減免，其應收股息將按10%稅率繳付扣繳稅。此外，根據國內與香港的避免雙重徵稅安排及其相關法規，合資格香港稅務居民如屬中國公司的「實益擁有人」及擁有其25%或以上的權益，該香港稅務居民將須承擔源自中國的股息收入之5%扣繳稅。由於本集團所有於中國的附屬公司是直接由香港註冊成立的附屬公司所擁有，扣繳稅應以5%稅率計算。以這些附屬公司在可預見之將來會派發二零零七年十二月三十一日後之溢利的預期股息為基礎的遞延稅項負債已作撥備。

6 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按年內本公司普通股權益股東應佔利潤人民幣418,728,000元(二零零九年：人民幣302,994,000元)，以及已發行股份的年內加權平均股數1,200,119,000股(二零零九年：981,370,000股)計算。

普通股加權平均股數

	二零一零年 千股	二零零九年 千股
於一月一日的已發行普通股 / 依法成立時資本化	1,200,000	900,000
行使購股權的影響	119	—
於二零零九年九月二十五日根據配售及 公開發售發行股份的影響	—	81,370
於十二月三十一日普通股加權平均股數	<u>1,200,119</u>	<u>981,370</u>

(b) 每股攤薄盈利

截至二零一零年十二月三十一日止年度的每股攤薄盈利乃按本公司普通股權益股東應佔利潤人民幣418,728,000元(二零零九年：人民幣302,994,000元)，以及經本公司所授出購股權導致的潛在攤薄影響而調整的已發行普通股加權平均股數(其計算如下)而計算。

普通股加權平均股數(攤薄)

	二零一零年 千股	二零零九年 千股
於十二月三十一日普通股加權平均股數	1,200,119	981,370
根據本公司購股權計劃並視作以零代價 發行股份的影響	<u>6,065</u>	<u>696</u>
於十二月三十一日普通股加權平均股數(攤薄)	<u>1,206,184</u>	<u>982,066</u>

7 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
應收貿易賬款	451,241	406,603
應收票據	60	—
應收貿易賬款及票據	451,301	406,603
預付供應商款項	36,578	38,264
預付廣告開支	1,112	4,006
可抵扣增值稅	4,545	—
其他訂金、預付款項及應收款項	7,302	9,506
	500,838	458,379

預期所有應收貿易賬款及其他應收款項將於一年內收回。

應收貿易賬款及票據的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
三個月內	420,120	373,992
三個月至六個月	31,181	32,076
六個月至一年	—	535
	451,301	406,603

本集團通常給予其貿易客戶90日至180日之信貸期。

8 已抵押銀行存款

銀行存款已抵押予銀行作為應付票據的抵押品。已抵押銀行存款將待結清有關應付票據時獲解除。

9 應付貿易賬款及其他應付款項

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
應付貿易賬款	219,802	133,612
應付票據(附註())	156,680	113,550
應付貿易賬款及票據(附註())	376,482	247,162
預收款項	29,560	26,816
應計薪金及工資	12,665	10,830
購買固定資產應付款項	5,280	6,871
應付退休福利供款	25,629	25,237
應付增值稅	358	15,245
其他應付及應計款項	58,999	27,274
	508,973	359,435

所有應付貿易賬款及其他應付款項預期於一年內結清。

- (a) 於二零一零年及二零零九年十二月三十一日的應付票據如附註8所披露以已抵押銀行存款作擔保。
- (b) 應付貿易賬款及票據的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
三個月內	348,373	218,414
三個月至六個月	16,422	21,372
六個月至一年	4,675	3,593
超過一年	7,012	3,783
	376,482	247,162

10 股息

(a) 屬本年度應付予本公司權益股東股息：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
宣派及派付中期股息每股人民幣5分 (二零零九年：每股人民幣零分)	60,000	—
年內宣派及派付股息	—	53,040
於結算日後擬派的末期股息每股人民幣12分 (二零零九年：每股人民幣11分)	144,062	132,000
	<u>204,062</u>	<u>185,040</u>

二零零九年內宣派及派付的股息指本公司上市前所宣派的股息。

結算日後擬派的末期股息於結算日尚未確認為負債。

(b) 屬上一財政年度並於本年度批准及派付予本公司權益股東的股息：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於本年度批准及派付之上一財政年度末期股息 每股人民幣11分(二零零九年：每股人民幣零分)	132,000	—
	<u>132,000</u>	<u>—</u>

全年業績的審閱

審核委員會已審閱了截至二零一零年十二月三十一日止年度的業績。

企業管治

本公司已採納其特有的企業管治守則，該守則涵蓋香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四《企業管治常規守則》(「企業管治守則」)所載的全部守則條文，以及一部分的建議最佳常規。本公司於截至二零一零年十二月三十一日止年度內一直遵從企業管治守則內的所有守則條文。

本公司已採納上市規則附錄十所載的《上市公司董事進行證券交易的標準守則》作為本公司有關董事進行證券交易守則(「證券交易守則」)。經作出特別徵詢，所有董事均已確認彼等於年內一直遵守證券交易守則有關的規定。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

截至二零一零年十二月三十一日止年度內，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司之任何上市證券。

暫停股份過戶登記

為確定股東收取本年度擬派末期股息的資格，本公司將於二零一一年四月二十七日(星期三)至二零一一年五月三日(星期二)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取擬派末期股息，股東須最遲於二零一一年四月二十六日(星期二)下午四時三十分，將所有過戶文件連同有關股票一併送達本公司之股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理有關過戶手續。

一般事項

於本公告日期，本公司董事會由下列成員組成：

執行董事：

王冬星先生(主席)
王良星先生(行政總裁)
王聰星先生
蔡榮華先生
胡誠初先生
王如平先生
潘榮彬先生

獨立非執行董事：

呂鴻德博士
陳天堆先生
聶星先生

承董事會命
公司秘書
高玉蘭

香港，二零一一年三月二十一日

本公告可於本公司網站(<http://www.lilanz.com>)查閱。