

(請即時發放)



安莉芳控股有限公司
公佈二零一八年中期業績

*** **

公司擁有人應佔溢利為 1.16 億港元 增長逾 30%
受惠於銷售增長及營運效率改善 毛利率上升至 79.91%
多品牌策略行之有效 實行全渠道覆蓋
鄭敏泰先生獲委任為執行董事兼主席

財務摘要：

千港元	截至六月三十日止六個月		
	二零一八年	二零一七年	變動
收益	1,354,425	1,183,171	14.47%
毛利	1,082,288	916,892	18.04%
毛利率	79.91%	77.49%	2.42 個百分點
公司擁有人應佔溢利	116,195	88,213	31.72%
每股基本盈利 (港仙)	27.51	21.17	29.95%
每股中期股息 (港仙)	3.50	2.50	40.00%

(2018年8月23日 - 香港) 中國主要的女性內衣品牌及零售企業 — **安莉芳控股有限公司** (「安莉芳集團」或「本集團」; 股票編號: 1388), 今天欣然公佈其截至二零一八年六月三十日止六個月 (「本期間」) 之中期業績。

截至二零一八年六月三十日止六個月, 本集團收益較二零一七年六月三十日止六個月 (「上一個期間」) 上升 14.47% 至 1,354,425,000 港元, 毛利率上升 2.42 個百分點至 79.91%。本公司擁有人應佔溢利為 116,195,000 港元, 較上一個期間上升 31.72%。每股盈利為 27.51 港仙 (二零一七年: 21.17 港仙)。本公司董事會議決就本期間派付中期股息每股 3.50 港仙 (二零一七年: 2.50 港仙)。

談及本集團的業績表現, 安莉芳集團行政總裁及執行董事鄭碧浩女士表示:「人均支配收入水平不斷提高, 消費升級、消費觀念和消費習慣的改變仍是中國內衣市場的發展關鍵, 而內衣企業的創新能力、產品的細分、終端客戶體驗的提升等為整體行業帶來增長助力。電子商貿規模進一步擴大, 本集團於本期間更加注重增加品牌在熱門社交媒體的曝光, 並透過線上線下的互動, 促進門店人流, 從而提高銷售。」

二零一八年上半年，本集團貫徹多品牌策略，實行全渠道的覆蓋，致力廣泛而深入地發展內衣市場。本集團根據國內消費環境，把 **E-BRA** 調整為網絡品牌，專注線上市場；並把 **安朵** 品牌調整為線下批發品牌，把握三四線市場快速上升的購買力。**E-BRA** 及 **安朵** 銷售額亦分別錄得 16.27% 及 13.88% 的增長，憑藉本集團的研發、生產及渠道優勢，繼續強化在各細分市場的品牌形象，從而提升市場佔有率。

旗艦品牌 **安莉芳** 是本集團最主要收入來源，上升 11.91% 至 622,365,000 港元，佔本期間總收入 45.95%。**芬狄詩** 營業額為 333,903,000 港元，較上一個期間上升 9.20%，佔本期間總收入 24.66%。**COMFIT** 營業額較上一個期間上升 26.00% 至 125,309,000 港元，佔本期間總收入 9.25%。**E-BRA** 營業額較上一個期間上升 16.27% 至 145,070,000 港元，佔本期間總收入 10.71%。至於 **LIZA CHENG** 於本期間營業額上升 22.10% 至 27,234,000 港元。**安朵** 營業額較上一個期間上升 13.88% 至 38,380,000 港元，佔本期間總收入 2.83%。**IVU** 營業額較上一個期間上升 58.77% 至 59,194,000 港元，佔本期間總收入 4.37%。各品牌收益佔比，主要反映本集團因應市場發展而調節各品牌發展重點的結果。

本期間來自零售的營業額為 1,122,648,000 港元，佔本集團總收益 82.89%，較上一個期間增加 8.96%。網上及批發業務的營業額由 149,081,000 港元上升 53.48% 至 228,807,000 港元，佔總收益 16.89%。

銷售及分銷開支增加 16.91% 至 818,469,000 港元（二零一七年：700,087,000 港元），佔本集團收益 60.43%（二零一七年：59.17%）。銷售及分銷開支佔整體銷售的比率上升，主要由於廣告及櫃位裝飾開支增加所致。

為提升營運效益，本集團於本期間繼續推行網絡優化策略，透過關閉或重置效益偏低的門店，適當地調整零售點的分布，以提升銷售網絡的整體效益。於二零一八年六月三十日，本集團經營合共 1,867 個零售點，其中銷售專櫃及專門店數目分別為 1,632 個及 235 個。於本期間，本集團零售點數目淨減少 58 個。集團的產品亦於不同的網上平台銷售，以接觸更多網上潛在顧客。

展望二零一八年下半年，貿易保護主義持續升溫，加上英國脫離歐盟談判的不確定性，及人民幣匯率波動加劇，為全球經濟增長帶來風險，或導致消費者的消費意欲轉趨審慎。然而，中國經濟將持續推進以消費主導的轉型與改革，有助國內消費品市場規模進一步擴大，同時城鎮化進程加快及消費結構升級提速，長遠將為零售行業迎來巨大的發展機遇。

隨著消費市場規模快速增長，本集團將持續加強批發及電商的投入和開發，並針對市場需要開發專屬產品。本集團的產品亦透過訂貨會及不同網上平台銷售，以提升品牌知名度及拓展顧客群。同時，集團將繼續優化銷售網點結構，關閉低效益門店及整合店舖網絡，從而提升整體營運效益。透過線上線下雙線發展，互相配合，致力做好全渠道銷售，提升業務競爭力。

此外，為優化生產力及提高供應鏈效率，本集團位於山東濟南生產基地的智能立體倉庫現正安裝第二期自動化供應鏈物流設備；其江蘇省常州市的生產基地，亦正在如期建設第二期廠房物業及附屬設施。

鄭女士總結說：「雖然市場環境多變，但憑藉穩固的業務基礎、多品牌的經營策略、豐富多元的產品組合、以及優秀卓越的品質，本集團有信心抓緊市場趨勢，以多元有效的策略推動業務穩健發展，長遠為股東帶來理想的回報。」

於董事會批准本集團本期間之中期業績後，鄭敏泰先生獲委任為本公司執行董事兼主席，自二零一八年八月二十三日起生效，負責本集團的企業策略。鄭先生為本集團創辦人，於女性內衣行業擁有逾 40 年經驗。鄭先生於二零零六年八月至二零一四年三月期間出任執行董事兼主席。鄭先生於二零一四年三月辭任執行董事兼主席後，一直擔任本公司顧問。鄭先生獲委任為執行董事兼主席後，將不再擔任本公司顧問。於鄭先生獲委任為執行董事兼主席後，岳明珠女士將不再擔任本公司主席，但將繼續擔任執行董事。

- 完 -

有關安莉芳集團：

安莉芳是中國主要的內衣品牌及零售企業。集團建立了廣泛的零售網絡，覆蓋中國各主要城市包括香港及澳門，零售點超過 1,800 個。安莉芳旗下經營的七個品牌，**安莉芳**、**芬狄詩**、**COMFIT**、**E-BRA**、**LIZA CHENG**、**安朵**及 **IVU**，各針對不同的客戶群。

如有垂詢，請聯絡：

IPR 奧美公關

羅雅婷 / 陸詠詩 / 黃景怡 / 蕭杏藍

電話： (852) 2136 6181 / 2169 0467 / 3920 7676 / 2169 0646

傳真： (852) 3170 6606

電郵： embry@iproqilvy.com