

(請即時發放)



安莉芳控股有限公司
公佈二零一七年全年業績

*** **

公司擁有人應佔溢利為 4.95 億港元
撇除搬遷安排影響 純利上升 60.38%
銷售及品牌策略奏效 持續提升整體營運效率

財務摘要：

千港元	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一六年	變動
收益	2,339,524	2,216,082	5.57%
毛利	1,825,492	1,744,551	4.64%
毛利率	78.03%	78.72%	-0.69 個百分點
公司擁有人應佔溢利	495,299	98,402	403.34%
公司擁有人應佔溢利 (撇除搬遷安排而產生之收益及 相關所得稅開支)	157,814	98,402	60.38%
每股基本盈利 (港仙)	118.21	23.62	400.47%
每股基本盈利 (港仙) (撇除搬遷安排而產生之收益及 相關所得稅開支)	37.66	23.62	59.44%
每股末期股息 (港仙)	8.00	4.30	86.05%

(2018年3月22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二零一七年十二月三十一日止年度 (「本年度」) 之全年業績。

截至二零一七年十二月三十一日止年度, 本集團收益較二零一六年十二月三十一日止年度 (「上年度」) 增加 5.57% 至 2,339,524,000 港元, 毛利率微跌 0.69 個百分點至 78.03%。本公司擁有人應佔溢利為 495,299,000 港元, 較上年度大幅上升 403.34%。誠如集團於二零一七年十月二十五日發出之公告所述, 本集團與發展商訂立搬遷補償協議及其補充協議 (「搬遷協議」)。根據本集團所採納之適用會計準則確認按搬遷協議的搬遷安排而產生之收益為 449,980,000 港元, 溢利因而大幅上升。撇除搬遷安排而產生之收益及相關所得稅開支, 本公司擁有人應佔溢利達 157,814,000 港元, 同比增加 60.38%, 主要由於集團致力控制成本及其多品牌策略行之有效。純利率由上年度的 4.44% 上升至 6.75%。每股盈利為 118.21 港仙 (二零一六年: 23.62 港仙)。本公司董事會議決就本年度派付末期股息每股 8.00 港仙 (二零一六年: 4.30 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：「隨著消費者收入水平及購買力提升、消費觀念和消費習慣的改變，整體內衣市場正處於持續變革的階段。大眾更注重內在生活品質，推動中國內衣產品細分化，而消費者的品牌意識日趨成熟，促使行業競爭加劇，市場日益頻繁的促銷活動令毛利率受壓。本集團於二零一七年的整體銷售錄得增長，毛利率則受到促銷活動影響而輕微下跌。」

二零一七年，本集團繼續善用多品牌策略的優勢，靈活地調配內部資源。針對廣大的中高端消費市場，本集團積極調整策略，一方面繼續強化**安莉芳**及**芬狄詩**的品牌形象，同時重點培養**IVU**、**E-BRA**及**Comfit**作為集團的增長動力。透過不斷鞏固市場地位，提升市場佔有率，同時以**E-BRA**品牌作為網絡品牌，**安朵**品牌作為線下批發品牌，致力實行全管道的覆蓋。

旗艦品牌**安莉芳**是本集團最主要收入來源，營業額 1,082,048,000 港元，佔整體收入佔比增加至 46.25%，主要由於本年度**安莉芳**產品折扣率較高，吸引更多消費者購買此中高檔旗艦品牌。**芬狄詩**營業額為 615,487,000 港元，較上年度上升 3.65%，佔本年度總收入 26.31%。**COMFIT**營業額較上年度上升 6.49%至 205,825,000 港元，佔本年度總收入 8.80%。至於**E-BRA**營業額較上年度上升 8.81%至 249,664,000 港元，佔本年度總收入 10.67%。**LIZA CHENG**，於本年度營業額增加 7.49%至 41,861,000 港元。**安朵**營業額較上年度上升 9.85%至 62,196,000 港元，佔本年度總收入 2.66%。**IVU**營業額較上年度上升 10.10%至 75,941,000 港元，佔本年度總收入 3.25%。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。

本年度來自零售的營業額為 1,993,924,000 港元，佔本集團總收益 85.23%，較上年度增加 7.18%。網上及批發業務的營業額由 350,649,000 港元下降 3.29%至 339,098,000 港元，佔總收益 14.49%。

銷售及分銷開支增加3.09%至1,420,233,000港元（二零一六年：1,377,636,000港元），佔本集團收益60.71%（二零一六年：62.17%）。銷售及分銷開支佔整體銷售的比率下跌，反映集團在現時的經營環境下，致力控制成本。

為提升營運效益，本集團於本年度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。於二零一七年十二月三十一日，本集團經營合共 1,925 個零售點，其中銷售專櫃及專門店數目分別為 1,705 個及 220 個。於本年度，本集團零售點數目淨減少 142 個。集團的產品亦於不同網上平台銷售，以接觸更多網上潛在顧客。

展望二零一八年，儘管環球政治及經濟的不確定性持續，預期國內經濟將保持平穩增長，長遠有助支持消費者信心。作為中國女性內衣行業的主要品牌經營者，本集團會時刻密切關注市場動態，採取謹慎而靈活的發展策略，積極把握市場的發展機遇及應對挑戰。

隨著網絡及物流基礎設施的發展和完善，電商消費市場增長迅速。為迎合市場發展及客戶消費需求，本集團將加強電商的投入和開發，持續開發專屬高品質產品。為滿足市場對優質服務及產品的需求，本集團在於二零一八年繼續執行多品牌策略，針對各個消費水平的消費者推出細分化產品，提升集團的行業影響力。同時，集團將繼續優化銷售網點結構，關閉低效益門店，從而提升整體營運效益。

此外，本集團位於山東濟南生產基地的智能立體倉庫現正在安裝第二期自動化供應鏈物流設備，可望提高供應鏈的效率、優化生產力及營運績效，並提升本集團的整體競爭力。為配合集團的未來業務發展需要，集團已在江蘇省常州市的生產基地，建設第二期廠房物業及附屬設施。

鄭女士總結說：「憑藉多年來建立的穩固業務基礎、多品牌的經營策略、不斷推陳出新的產品組合、以及毫不妥協的品質，本集團有信心在不斷變化的市場上繼續發揮自身的優勢。本集團將謹慎執行及不時檢討經營方針，務求推動業務的長遠穩定發展，為股東帶來理想的回報。」

- 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、香港及澳門，零售點超過 1,900 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 / 2136 6176 / 2169 0646

傳真： (852) 3170 6606

電郵： embry@iproqilvy.com