

【請即時發放】



安莉芳控股有限公司
公佈二零一九年全年業績

*** **

致力鞏固優勢 深化全渠道銷售策略
提升品牌形象及知名度 穩步發展網購市場

(2020年3月31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二零一九年十二月三十一日止年度 (「本年度」) 之全年業績。

截至二零一九年十二月三十一日止年度, 本集團收益較二零一八年十二月三十一日止年度 (「上年度」) 下跌 7.55% 至 2,266,867,000 港元, 毛利率下跌 2.18 個百分點至 77.76%, 主要受經濟增長放緩, 消費者對次必需品的消費變得相對保守所影響。本公司擁有人應佔溢利為 80,322,000 港元, 純利率為 3.54%。每股盈利為 19.01 港仙 (二零一八年: 35.79 港仙)。本公司董事會議決就本年度派付末期股息每股 3 港仙 (二零一八年: 7 港仙)。連同已派發中期股息每股 2 港仙 (二零一八年: 3.5 港仙), 全年派息為每股 5 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:「過去一年, 中國內衣行業的增長受到環球經濟增長放緩及中美貿易衝突影響, 面對消費兩極化的市場發展趨勢, 集團除了鞏固和提升其中高端市場的競爭力, 更針對消費者對高性價比商品的需求, 投放資源重點培育品牌 **安朵**。集團亦繼續審視及調整零售點的分布及發展網購市場, 優化全渠道佈局。」

二零一九年, 本集團貫徹多品牌策略, 經營七個品牌, 各品牌針對不同偏好消費能力的顧客, 以滿足瞬息萬變的市場需求。憑藉精準的市場定位及高性價比的優質產品, 集團重點發展的 **安朵** 實現持續增長。集團的旗艦品牌 **安莉芳** 和年輕品牌 **芬狄詩** 主要應對整體高中檔市場需求, 而 **COMFIT**、**E-BRA**、**IVU**、**安朵** 及 **LIZA CHENG** 五個品牌則針對性地滿足市場上的多元化需求。近年, 集團在中國多個城市開設多品牌複合店, 提供多元化的優質產品及一站式購物體驗, 全面滿足消費者的需求。

安莉芳 及 **芬狄詩** 是本集團最主要收入來源, 分別佔整體收入 45.53% 及 24.66%。**安莉芳** 的營業額為 1,032,245,000 港元, 較上年度減少 7.31%; **芬狄詩** 的營業額為 558,942,000 港元, 較上年度減少 9.23%, 兩個品牌的變動幅度, 與整體銷售的變動水平相若, 下跌主要由於零售景氣持續疲弱, 以及面對環球宏觀經濟環境的不明朗因素, 消費氣氛仍然審慎。然而, 得益於集團有效的營銷策略及精準的市場定位, **安朵** 及 **IVU** 營業額保持增長。其他品牌 **COMFIT**、**E-BRA**、**IVU**、**安朵** 及 **LIZA CHENG** 於本年度的收入為 670,465,000 港元, 共佔整體收入的 29.58%。

本年度來自零售的營業額為 1,846,655,000 港元，佔本集團總收益 81.47%，較上年度減少 10.29%。網上及批發業務的營業額由 388,632,000 港元上升 6.78%至 414,997,000 港元，佔總收益 18.31%。

於本年度，銷售及分銷開支下跌 6.63%至 1,413,639,000 港元(二零一八年：1,514,093,000 港元)，佔本集團收益 62.36% (二零一八年：61.75%)。銷售及分銷開支佔整體銷售的比率上升，主要由於整體收入下降，以及加強投入各個品牌的針對性線上推廣及宣傳所致。

為配合市場及消費氣氛的轉變，本集團於本年度持續審視其銷售網絡覆蓋點，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營運效益。於二零一九年十二月三十一日，本集團經營合共 1,664 個零售點，其中銷售專櫃及專門店數目分別為 1,382 個及 282 個。於本年度，本集團零售點數目淨減少 173 個。集團繼續發展網購市場，線上線下拓展品牌知名度及市場佔有率。

展望二零二零年，中美貿易拉鋸持續及地緣政治緊張為環球經濟帶來不確定性。新型冠狀病毒疫情全球範圍迅速擴散，為配合國家控制疫情，集團於二月初暫停位於受疫情影響省份多家店舖的營運，預料今年業績將因此受到極沉重打擊。由於目前難以預計疫情所造成的影響，今年國內經濟增長及集團業務表現均充滿不確定性，集團已積極採取成本節約措施以應對市場挑戰，藉此減少疫情對業務的負面影響。

作為中國知名的內衣品牌，集團於是次全國防疫抗疫工作中配合及支援國家、社會。集團為武漢醫護人員在寒風中送暖，捐贈了等值約人民幣 100 萬元之保暖內衣支持武漢醫護照顧病患。此外，集團深切關顧國內員工，成立了一個人民幣 100 萬元的防疫基金，用作支援因疫情有急切需要之員工。

集團將繼續提升營運效益，包括嚴格管控新店開點，同時加速清理低效益店舖，致力提升銷售效益。儘管集團廠房已陸續有序復工，疫情仍嚴重影響今年銷售，集團會配合市場需求調低產量。集團預期，已投入營運的山東智能立體倉庫及正進行調試的智能物料倉將有效整合集團的供應鏈，長遠有助提高生產效益及管理生產成本，緩解不斷上升的人力資源成本壓力。

鄭女士總結說：「在充滿挑戰的經營環境下，集團致力鞏固優勢，務求在逆境中沉着應對。集團期望整合線上線下的銷售策略，全渠道銷售及推廣產品，提升品牌形象及知名度。本集團將秉持因時制宜的業務策略，靈活應對市場的挑戰與機遇，致力為股東帶來可持續的回報。」

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 1,600 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 / 蕭杏藍 / 吳天苻

電話： (852) 2136 6181 / 2169 0467 / 2169 0646 / 3920 7651

傳真： (852) 3170 6606

電郵： embry@iproqilvy.com