

利邦二零一二年度中期錄得盈利增長

- 銷售、同店銷售額與盈利在疲弱的經濟環境下仍有穩定增長
- 持續拓展銷售網絡
- 成功收購 Gieves & Hawkes 成就「環球品牌、全球網絡」的策略

財務摘要

	2011年 上半年度	2012年 上半年度	變幅 (%)
收入 (百萬港元)	1,206.0	1,367.1	13.4%
毛利率 (%)	80.8%	79.2%	不適用
股東應佔溢利 (百萬港元)	240.1	265.3	10.5%
同店銷售增幅 (%)	19.7%	6.5%	不適用

香港，二零一二年八月二十二日 – 在大中華區具領導地位的高級至奢華男士服裝零售商之一**利邦控股有限公司**（下稱「利邦」或「集團」；聯交所股份代號：891；亦為私人擁有的馮氏集團成員之一），今天宣佈截至二零一二年六月三十日止六個月期間業績，集團雖處於整體經濟困難的環境下，惟其收入及盈利仍錄得增長。

二零一二年上半年，有賴同店銷售額溫和增長及大中華區店舖持續擴展以及來自歐洲的授權業務及零售業務的貢獻，收入增加 13.4%。中國內地以及香港及澳門的收入分別增加 9.3%及 10.1%，而台灣則下跌 4.8%。

中國內地於二零一二年上半年的同店銷售額增加 5.9%，而香港及澳門則增加 13.6%。

基於市場的週期性下滑，集團二零一二年首六個月的毛利率輕微下跌 1.6 百分點。股東應佔溢利由二零一一年上半年的 240.1 百萬港元增加至 265.3 百萬港元，增幅為 10.5%。

每股盈利由二零一一年上半年的 14.2 港仙增加至二零一二年同期的 15.5 港仙。

董事會宣派中期股息每股 8.0 港仙。

利邦集團董事總經理王日明先生表示：「期內環球市場挑戰重重，集團中期業績仍能符合市場預期。儘管面對短期的週期性下滑，我們仍然看好中國內地零售市場的長遠前景，相信會是集團未來發展的增長動力所在。下半年我們以審慎的步伐繼續投資擴展在中國內地的銷售網絡。預計集團本年度的店舖淨增長約為 30 家。」

完成收購 Gieves & Hawkes

自二零一二年五月完成了收購 Gieves & Hawkes，集團已透過重整其管理團隊以及將其設計和採購職能併入集團現有架構內，實踐協同效應，減少該品牌的虧損。與此同時，集團現正透過更新店舖設計來提升品牌形象，並著手增加毛利率及改善其零售管理。

為「環球品牌、全球網絡」策略奠下基礎

繼 Kent & Curwen 和 Cerruti 後，Gieves & Hawkes 亦正式成為利邦全資擁有的品牌。展望未來，集團將會逐步把這些傳統典雅歐洲品牌的業務拓展至全球。

王先生表示：「收購 Gieves & Hawkes 標誌集團展開其『環球品牌、全球網絡』的策略。我們會繼續在海外物色機會，收購或與在大中華區內潛力較高的高級奢華男士服裝品牌合作，而歐洲品牌尤其為投資目標。」

專注性策略和審慎的成本管理

有鑑於經濟復甦的跡象仍未顯著，利邦將推出若干紓緩措施，包括優化現有未符表現的店舖經營效率、控制和減少存貨藉以謹慎管理成本，及實行審慎招聘及薪酬調整政策等措施。儘管現時出現了短期的週期性下滑，中國內地仍是全球零售業的主要增長市場動力。

王先生總結：「我們短期內會維持嚴謹的成本控制，但同時亦會繼續投資，建立穩固的業務基礎，以掌握環球經濟復甦所帶來的機遇。憑藉穩健的長遠業務發展策略，我們對集團前景充滿信心。」

- 完 -

有關利邦控股有限公司

利邦控股有限公司為一家主要服務大中華市場、具領導地位的高級至奢華男士服裝零售商之一，亦在歐洲從事服裝零售及授權業務；於香港聯合交易所上市的公司（代號：891）；亦為私人擁有的馮氏集團成員。集團業務為管理五個國際男士服裝品牌 - Kent & Curwen、Cerruti、Gieves & Hawkes、D'URBAN 及 Intermezzo。集團擁有 Kent & Curwen、Cerruti 及 Gieves & Hawkes 的全球商標，並以長期特許權在大中華區經營其他品牌。集團亦與 Salvatore Ferragamo 在南韓以及多個東南亞國家成立了多家合營企業。集團的總部設於香港，目前利邦在大中華區經營 462 家零售店舖，另共有 60 家位於其他地區的店舖，當中大部份是合營企業營運。

如有查詢，請聯絡：

高誠公關

王廷珊

直線電話：(852) 2501 7905

手提電話：(852) 9683 3575

傳真：(852) 2810 4780

電郵：katherine.wang@golinharris.com

韋萊茵

直線電話：(852) 2501 7903

手提電話：(852) 9306 1632

傳真：(852) 2810 4780

電郵：madison.wai@golinharris.com