

【請即時發佈】



LI NING COMPANY LIMITED

李寧有限公司

(於開曼群島注册成立之有限公司)

(股份代號：2331)

**收入穩步增長和利潤率提升
零售運營能力持續增強**

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨溢利達 6.43 億元人民幣，其中包括：
 - 出售紅雙喜 10%股權的淨收益 3.13 億元人民幣
- 不包括出售紅雙喜 10%股權淨收益的淨利率由盈虧平衡提高至 4.1%：
 - 收入上升 13%至 80.15 億元人民幣
 - 毛利率提升 1.2 個百分點
- 經營現金流進一步增加至 9.95 億元人民幣。
- 現金循環周期改善（縮短）17 天（二零一五年：76 天/二零一六年：59 天）。

經營業績摘要

- 業務持續擴張：
 - 整體零售流水連續兩年錄得低雙位數增長
 - 渠道庫存庫銷比進一步改善
- 零售運營能力持續改善：
 - 線上及線下的整體同店銷售加速增長
 - 新品售罄率持續提升，上升 2 個百分點
 - 新品銷售佔比提升，尤其直營零售業務，帶動零售折扣率改善約 2 個百分點

【二零一七年三月二十三日，香港】李寧有限公司（「李寧」或本「公司」，連同附屬公司，總稱本「集團」；香港聯交所股份代號：2331）今天欣然宣佈集團二零一六年全年業績。

二零一六年，本公司繼續保持增長趨勢，並在財務及營運方面取得顯著的成績。截至二零一六年十二月三十一日止年度，集團收入達人民幣 80.15 億元，較二零一五年上升 13%。毛利較二零一五年的人民幣 31.93 億元上升 16%至人民幣 37.05 億元。集團整體毛利率改善，由二零一五年的 45.0%提升至 46.2%。1.2 個百分點的增幅主要來自新品於零售流水佔比的增加及收入層面渠道組合的優化。

年內經營溢利為人民幣 3.86 億元，較二零一五年的人民幣 1.57 億元大幅上升 146%。本

(轉下頁)

(接上頁)

公司權益持有人應佔溢利(包括出售紅雙喜 10%股權之淨收益人民幣 3.13 億元)上升至人民幣 6.43 億元,而二零一五年則為人民幣 1,400 萬元。權益持有人應佔溢利率為 8.0% (二零一五年: 0.2%), 權益持有人應佔權益回報率為 17.9% (二零一五年: 0.6%)。撇除出售紅雙喜 10%股權之淨收益, 權益持有人應佔淨溢利為人民幣 3.30 億元, 權益持有人應佔溢利率為 4.1%, 權益持有人應佔權益回報率為 9.2%。

每股基本收益為人民幣 29.03 分,二零一五年為人民幣 0.66 分。本公司董事會決議不宣派截至二零一六年十二月三十一日止年度之末期股息。

本集團核心品牌李寧牌的收入佔集團總收入 98.9%, 達人民幣 79.25 億元, 較去年同比上升 14%。主要品類包括跑步、籃球和訓練產品均錄得明顯銷售增長。就銷售渠道而言, 李寧電商業務仍然保持不俗的增長勢頭, 全年收入同比上升約 90%, 於李寧品牌收入佔比提升至 14%。訂貨會訂單方面, 以吊牌價計算, 來自特許經銷商的李寧品牌產品連續十三個季度錄得按年增長, 最近一期訂貨會簽訂的二零一七年第三季度訂單, 按照集團訂貨會訂單精準化的策略, 按年錄得低單位數增長。


年內, 集團以主要品類(包括跑步、籃球及運動休閒等)為出發點, 不斷在產品和零售終端深化產品體驗、運動體驗及購買體驗。產品仍是公司核心發展重點。智能產品方面, 集團延續自身研發優勢, 推陳出新地將智能元素融入李寧固有科技平台。憑藉李寧品牌專業運動 DNA 傳承, 集團推出「李寧弧」、「李寧雲」及「超輕十三代」等跑鞋, 均得到消費者的正評和認可。

集團的銷售渠道仍然保持健康拓展趨勢, 並完成年初制定的銷售點擴張計劃, 淨增銷售點 307 個。同時, 管理團隊依據品類特點, 細化渠道分類, 提升店鋪形象及零售終端的運動體驗及購買體驗, 完善以品類特色為核心的產品設計、組貨及銷售流程。整體零售流水連續兩年錄得低雙位數增長, 零售折扣率持續改善, 包括線上及線下的整體同店銷售加速增長。

現金流管理方面, 集團二零一六年的經營活動產生之現金淨額為人民幣 9.95 億元(二零一五年: 人民幣 6.87 億元)。於二零一六年十二月三十一日之現金及等同現金項目為人民幣 19.54 億元, 較二零一五年十二月三十一日淨增加人民幣 1.41 億元。由於渠道合作夥伴業績整體呈穩定上升趨勢, 應收貿易款項回收大幅增加, 從而大幅改善了本集團的現金流情況。

消費者在休閒、運動和健康生活態度方面追求新的生活方式, 為未來運動用品產業發展帶來巨大的潛力。年內, 集團已採取措施, 合理謹慎地在不同領域進行一些新投資, 實現品牌組合和產品多樣化。二零一六年十月, 公司宣布攜手美國專業舞蹈運動品牌 Danskin, 獨家經營該品牌在中國大陸及澳門地區的業務。

李寧品牌將結合公司在運動休閒領域對於中國消費需求的洞悉, 與 Danskin 品牌合作並逐步推出以專業舞蹈和瑜伽為基礎的時尚健身產品。集團預計將在二零一七年下半年於主要及一線城市的核心商圈開設 5-10 家試點店鋪, 旨在為中國女性消費者帶來更多選擇和專屬生活方式體驗。

彈簧標「」是定位運動休閒風格的快時尚品牌, 兼顧運動品牌的大眾功能需求。品牌通過在產品、渠道等方面的探索性測試, 對業務進行調整及優化。該銷售渠道以二三線城市的有影響力商場及核心商圈購物中心為主, 風格以現代創意生活概念為主導。截至二零一六年十二月底, 品牌已經在北京、上海、深圳、合肥、南寧、武漢、重慶等

(接上頁)

20 多個城市共開設約 40 個銷售點。今後，品牌將繼續根據業務調整梳理出的方向和成果，優化銷售渠道發展。

二零一六年下半年，公司亦開始對原有李寧童裝品牌 LI-NING KIDS 重新規劃發展策略。新童裝針對 3-12 歲的青少年目標客群，在保留原有 LI-NING KIDS 的基礎上，著重推出李寧青少年品牌 logo: LI-NING YOUNG。公司始終相信體育運動可以幫助孩子更加健康活力的成長，將為其提供舒適安全、時尚炫彩的活力運動產品和運動體驗。未來，集團會在現有的批發渠道基礎上發展零售運營。

集團始創人兼執行主席李寧先生說：「在盈利和品牌年輕化方面取得成功的基礎上，我們將繼續專注可進一步加強的領域，以便為公司未來保持健康和可持續的利潤增長。我們會推進零售運營支持平台建設，持續提升終端銷售點盈利能力。以品類為歸屬，細化與之匹配的產品及渠道等主要業務環節，緊密配合，優化整體零售業務模式。

集團繼續以建設李寧品牌體驗價值為核心。以消費者實際需求為出發點，我們細化產品體驗、購買體驗和運動體驗，提升品牌價值及影響力。我們亦會以大數據為依託，分析及把握消費群體的消費習慣及差異化需求，成為公司未來長遠發展提供趨勢預測支撐。同時，我們會合理及謹慎地運用資源開拓具有市場潛力的新業務，為公司未來長遠盈利增長培育新機遇。」

— 完 —

關於李寧有限公司

李寧有限公司為中國領先的體育品牌企業之一，主要以李寧品牌提供專業及休閒運動鞋、服裝、器材和配件產品。本集團擁有品牌營銷、研發、設計、製造、經銷及零售能力，總部位於北京，已於中國建立龐大的供應鏈管理體系以及零售分銷網絡。

除核心品牌李寧牌外，本集團亦生產、開發、推廣、分銷及／或銷售自有、特許或與本集團第三方設立的合資企業經營的其他品牌體育產品，包括紅雙喜乒乓球產品、AIGLE（艾高）戶外運動用品、Danskin 舞蹈和瑜伽時尚健身產品、Kason 羽毛球產品及 Lotto（樂途）運動時尚產品。

如有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

譚寶瑩／李安健／譚卓敏／周湑／俞果

電話：(852) 2136 6182／3170 6753／3920 7626／39207649／39207637

傳真：(852) 3170 6606

電郵：lining@iprogilvy.com