

【請即時發佈】



**LI NING COMPANY LIMITED**

**李寧有限公司**

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號: 2331)

**採取「單品牌、多品類、多渠道」策略  
改善運營效率 提升盈利能力**

#### 財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨利潤上升**39%**至**7.15億元**人民幣，淨利率由**5.8%**提高至**6.8%**:
  - 收入上升**18%**至**105.11億元**人民幣
  - 毛利率擴張**1個百分點**
  - 雖然投資新舉措和組織成本增加，運營效益仍得到提升
- 經營現金流增加**44%**至**16.72億元**人民幣。
- 運營資金狀況持續顯著改善：
  - 收入上升**18%**，同期平均運營資金（撥備前金額）改善（下降）**12%**
  - 現金循環週期進一步改善（縮短）**9天**（**2017: 49天 / 2018: 40天**）
- 董事會建議派發截至**2018年12月31日**止年度之末期股息每股已發行或於可換股證券轉換後將予發行的本公司普通股**8.78分**人民幣（**2017年: 無**）。

#### 經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得**10%-20%**中段增長。
- 渠道庫銷比持續改善。
- 整體同店銷售錄得**10%-20%**低段增長。
- 新品線下零售流水錄得**10%-20%**中段增長，新品佔比提升**2個百分點**:
  - 直營零售新品毛利率改善超過**1個百分點**

【二零一九年三月二十二日，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**）今天欣然宣佈集團截至二零一八年十二月三十一日止年度（「年內」）之全年業績。

二零一八年，本公司盈利能力進一步增強，運營效率持續改善。年內，集團收入達**105.11億元**人民幣，較二零一七年上升**18.4%**。毛利則較二零一七年的**41.76億元**人民幣上升**21.0%**至**50.53億元**人民幣。集團整體毛利率改善至**48.1%**（二零一七年：**47.1%**），增幅主要由於毛利率較高的電商渠道業務佔比持續上升、自營渠道銷售折扣上升、新品銷售佔比有所增長，以及吊牌成本比有所改善（部分是由於吊牌價的提升所致）。年內，經營溢利為**7.77億元**人民幣，較二零一七年的**4.46億元**人民幣上升**74.4%**。權益持有

(轉下頁)

(接上頁)

人應佔溢利為 7.15 億元人民幣，較二零一七年的 5.15 億元人民幣上升 38.8%，而權益持有人應佔溢利率為 6.8% (二零一七年: 5.8%)。權益持有人應佔權益回報率為 13.1% (二零一七年: 11.4%)。

每股基本收益為 29.63 分人民幣 (二零一七年: 21.47 分人民幣)。本公司董事會建議派發截至二零一八年十二月三十一日止年度之末期股息每股已發行或於可換股證券轉換後將予發行的本公司普通股 8.78 分人民幣 (二零一七年: 無)。

現金流管理方面，集團年內經營活動產生之現金淨額為 16.72 億元人民幣 (2017 年: 11.59 億元人民幣)，同比上升 44.2%。於二零一八年十二月三十一日之現金及等同現金項目為 36.72 億元人民幣，較二零一七年十二月三十一日淨增加 11.42 億元人民幣。集團經營活動現金流量同比明顯改善，同時進行了合理的投資安排，使資金運營更為合理及高效。

年內，集團採取「單品牌、多品類、多渠道」的發展策略，在「李寧」這一核心主品牌下進行多運動品類的經營，使得每個品類形成自己的生意平台。同時充分運用在產品、渠道與零售運營、供應鏈管理等方面共同發力的協同效應，打造及鞏固李寧式體驗價值。

在產品方面，集團繼續強調專業運動屬性，同時重視體育運動的研究和專業產品研發設計的投入，不斷為運動員和運動愛好者推陳出新，強大的創造力又讓李寧品牌突破傳統，將專業運動與時尚潮流和創意文化有機融合，為消費者提供更多的消費選擇和更精準的消費體驗。年內，集團通過亮相國際時裝周及跨界聯名合作等進一步擴大消費者群體，提升品牌力與產品力。

截至二零一八年十二月三十一日，于中國，李寧銷售點數量 (不包含李寧 YOUNG) 共計 6,344 個，年度迄今淨增加 82 個，在淨增加的 82 個銷售點中，零售業務淨減少 35 個，批發業務淨增加 117 個。經銷商信心持續增強，最新於 2018 年 12 月份舉辦之 2019 年第三季度訂貨會，以吊牌價計算，特許經銷商於訂貨會之李寧品牌產品訂單 (不包括李寧 YOUNG) 按年錄得 10%-20% 低段增長。

年內，集團積極優化渠道結構，提升渠道效率。採取多元化發展策略，關閉和改造低效以及虧損店，增加高效店數目。同時，集團繼續創新店舖形象矩陣，全新形象的中國李寧時尚店首度面世，主要佈局在超大至二線城市的高端商圈，吸引年輕時尚的消費群體。截至二零一八年十二月三十一日，中國李寧時尚店的總店數目達 23 家店舖。

零售運營方面，集團繼續優化零售運營支持平台，以創造購買體驗為導向，強化店內運動體驗，不斷改造店面的零售體驗；並且持續加強各層級市場商業結構的商圈分析，結合消費者結構群體的發展，完善店舖形像類型矩陣，針對不同運動品類及城市層級，差異化布局產品覆蓋；此外，集團也注重強化店舖零售運營標準，通過細化各類型店舖的運營標準流程，優化統一店舖形像，完善線上線下一體化的培訓系統，加強終端銷售人員培訓及運動顧問團隊建設，提升員工的專業產品知識和顧客服務水平，為客戶提供快捷舒適的消費體驗。

年內，集團實行以業務需求為導向的供應鏈管理。目標高效、高質量地響應渠道和產品需求，加快優化與改進材料使用、供應商准入和質量標準等方面，同時成立供應商監控部門，控制供應。同時，集團關注自動化發展，優化供應商資源儲備，保持供應鏈活力。

(接上頁)

此外，集團積極整合上游資源，提升自有供應鏈能力。年內，集團於廣西省南寧市租賃鞋產品生產廠，藉此提升自有供應鏈管理和研發技術應用的能力，逐步將行業內的核心能力沉澱至自有供應鏈體系。

年內，集團端渠道整體流水增長、新品銷售佔比、同店銷售增長、客單價等零售指標都得以持續提升，庫銷比得到明顯改善。

二零一八年，李寧電商在盈利能力上繼續錄得穩健增長，銷售收入持續上升，佔總收入 21.1%，同比上升 2.3 個百分點。年內，李寧電商對於內容營銷與事件性營銷持續投入資源進行佈局。通過攜手天貓成功策劃了中國李寧紐約時裝周項目，重新定義國潮文化。在數字運營領域，李寧電商不斷完善建立相關數據運營體系，在商品流管理的數據模型建立上初獲成效。在供應鏈領域，集團單獨成立新業務鞋供應中心，針對逐步加快的電商業務節奏，重構對於電商平台的供應鏈體系。年內，李寧電商打造專供產品線「Counterflow-溯」系列，將產品定位為中高價位的兼具街頭潮流與中國文化特色的運動鞋服，致力於將其打造為業界最具文化故事渲染能力的獨立產品線。

除了李寧品牌外，集團同時積極拓展新業務，令旗下品牌組合更多元化。二零一八年是李寧 YOUNG 規模增長及加強精細化管理的一年，搭建以滿足消費者需求的產品為核心，以零售盈利為驅動，建立健康發展的零售生意模型。在產品方面，李寧 YOUNG 繼續在產品主題和科技性能上不斷投入與創新，推出了包括時裝周親子款、BADFIVE、迪士尼合作款等潮流類產品，同時推出蘊含科技性能的季節性產品，加強產品的科技屬性。渠道零售方面，繼續加快渠道客戶及店舖的拓展速度，持續進行店舖形象升級。市場營銷方面，李寧 YOUNG 逐步建立起自有的數字營銷矩陣，並借助母嬰圈 KOL、運動達人、明星名人等宣傳渠道，與消費者保持互動，增強用戶黏性。截至二零一八年十二月三十一日，李寧 YOUNG 已覆蓋 30 個省份，共有店舖 793 間 (二零一七年: 173 間)。

集團始創人兼執行主席李寧先生總結：「二零一八年，我們仍聚焦於打造及鞏固李寧式體驗價值，通過數字化加強與消費者的溝通和互動體驗，同時精準把握時下熱點，吸引更多年輕消費者，加深消費者對品牌的認同。展望未來，我們將持續推進「單品牌、多品類、多渠道」策略，鞏固和完善核心業務重點，繼續聚焦李寧式體驗價值，以提升效率為核心，實現公司未來盈利的健康及可持續發展。在產品方面，我們會繼續將專業運動和潮流文化有機結合，進一步鞏固品牌實力。我們將繼續提升渠道效率，尋求多元化發展與高效店策略的落實，同時完善線上線下一體化的經營模式。此外，我們將繼續推進數字化策略的發展，進一步鞏固全方位的營銷佈局。新業務方面，我們仍聚焦以單店盈利能力的提升為基礎，將資源合理及謹慎地運用於開拓商機及市場潛力，為公司長遠發展盈利增長培育新機遇。

在消費結構日趨優化的進程下，我們預期民眾的消費需求更趨精細和多元化，為順應行業趨勢，在多變的市場環境中創造成功的生意機會，我們將繼續以產品為核心，鞏固品牌力，深化李寧體驗價值。未來，我們仍將主要資源投入到運動知識學習、運動科技研發和打造李寧品牌體驗上，積極尋找及拓展更多業務發展空間。」

—完—

(接上頁)

## 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及 Kason 羽毛球產品。

如有垂詢，請聯絡：

### iPR 奧美公關

李安健 / 陸詠詩 / 譚穎欣 / 高曉琪 / 黃曉晴

電話：(852) 3170 6753/ 2169 0467/ 3920 7626/ 3920 7634/3920 7656

傳真：(852) 3170 6606

電郵：[lining@iprogilvy.com](mailto:lining@iprogilvy.com)