

【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)

深化落實「單品牌、多品類、多渠道」策略
盈利能力持續提升，進一步增強品牌力

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨溢利上升約**110%**至**14.99億元**人民幣，淨利率由**6.8%**提高至**10.8%**；扣除一次性與經營無關的損益後權益持有人應佔淨溢利上升約**77%**至**12.66億元**人民幣，淨利率為**9.1%**：
 - 收入上升**32%**至**138.70億元**人民幣
 - 毛利率擴張**1個百分點**
 - 雖然集團投資新舉措和組織成本增加，運營效益仍得到加強
- 經營現金流增加**110%**至**35.03億元**人民幣。
- 運營資金狀況持續顯著改善：
 - 收入上升**32%**，同期平均運營資金（撥備前金額）改善（下降）**16%**
 - 現金循環週期進一步改善（縮短）**14天**（2018：40天／2019：26天）
- 董事會建議派發截至**2019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**15.47分**人民幣（2018年：8.78分人民幣）。

經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得**20%-30%**高段增長。
- 渠道庫銷比持續改善。
- 整體同店銷售**2019年**加速錄得**10%-20%**高段增長。
- 新品線下零售流水加速錄得 **20%-30%**低段增長：
 - 平均件單價取得高單位數增長
 - 新品毛利率改善超過 **1 個百分點**
 - 售罄率：**6 個月**改善超過 **4 個百分點**，**3 個月**改善超過 **2 個百分點**

【二零二零年三月二十七日，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二零一九年十二月三十一日止年度（「年內」）之全年業績。

（轉下頁）

財務業績

二零一九年，本公司盈利能力持續加強，經營效益穩步提升。年內，集團收入達 138.70 億元人民幣，較二零一八年上升 32.0%。毛利則較二零一八年的 50.53 億元人民幣上升 34.7%至 68.05 億元人民幣。集團整體毛利率改善至 49.1%（二零一八年：48.1%），增幅主要由於隨著品牌認同度的提升，集團給予特許經銷商的發貨折扣有所提高，自營渠道新舊品的銷售折扣有所改善，同時吊牌成本比進一步優化。

年內，集團經營溢利為 15.43 億元人民幣，較二零一八年的 7.77 億元人民幣上升 98.6%。權益持有人應佔溢利為 14.99 億元人民幣（二零一八年：7.15 億元人民幣），同比上升 109.6%，扣除一次性與經營無關的損益後權益持有人應佔溢利為 12.66 億元人民幣，同比上升 76.9%。權益持有人應佔溢利率為 10.8%（二零一八年：6.8%），扣除一次性與經營無關的損益後權益持有人應佔溢利率為 9.1%。權益持有人應佔權益回報率為 23.2%（二零一八年：13.1%），扣除一次性與經營無關的損益後權益持有人應佔權益回報率為 19.9%。

每股基本收益為 61.94 分人民幣（二零一八年：29.63 分人民幣）。董事會建議派發截至二零一九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 15.47 分人民幣（二零一八年：8.78 分人民幣）。

現金流管理方面，集團年內經營活動產生之現金淨額為 35.03 億元人民幣（二零一八年：16.72 億元人民幣），同比上升 109.6%。於二零一九年十二月三十一日之現金及等同現金項目為 59.61 億元人民幣，較二零一八年十二月三十一日淨增加 22.90 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。

經營概要

年內，集團深化落實「單品牌、多品類、多渠道」的發展策略，產品力和品牌力進一步提升，全方位佈局營銷資源，加速提升渠道效率及運營效率，鞏固並優化李寧式體驗價值。

在產品方面，集團繼續聚焦籃球、跑步、訓練、羽毛球及運動時尚五大核心品類，深挖產品的核心競爭力，繼續強化品牌的專業運動屬性，加大力度投入於運動科技研發及產品性能優化，強化產品口碑。同時，集團積極展示富有創造力的品牌形象，精準捕捉並提煉潮流元素。集團陸續通過「中國李寧」、時裝周，與設計師合作及跨界聯名等方式吸引消費者目光，有效擴大消費者群體，進一步提升產品力和品牌力。

年內，李寧以科技為專業產品賦能，不斷成長發展，獲得消費者高度認可。集團成功推出自主研发的「李寧靚」輕彈科技，旨在打造比肩世界一流的專業跑鞋矩陣。2019 適逢國慶 70 週年，李寧作為領先的民族品牌，為大閱兵的群眾方陣隊伍提供運動裝備，品牌形象及好感度大幅提升。此外，李寧也成為第七屆世界軍人運動會中國代表團運動裝備獨家合作夥伴，在世界級舞台上展現品牌風采。

在渠道方面，集團基於零售轉型方向，升級零售商合作政策，以增強市場覆蓋質量，優化渠道結構，提升渠道效率。年內集團注重多元化的渠道發展策略，在傳統商業街、百貨、運動城發展的基礎上，聚焦購物中心和奧特萊斯渠道的突破，並在購物中心渠道重點開設全品類標桿店和中國李寧時尚店，積極進行新渠道類型的探索。同時，為提升渠道效率，優化店鋪結構，公司持續加速關閉虧損店鋪，升級改造低效店鋪。

截至二零一九年十二月三十一日，於中國，李寧銷售點數量（不包括李寧 YOUNG）共計 6,449 個，2019 年初迄今淨增加 105 個。李寧 YOUNG 銷售點數量共計 1,101 個，本年迄今淨增加 308 個。

零售運營方面，集團不斷鞏固並完善零售運營平台，加強店鋪零售運營標準，提升店鋪零售效率。集團通過注重單店商品運營管理效率提升，加強單店商品銷售計劃管理，探索高效大店零售運營標準，打造店鋪全新視覺形象和持續進行終端零售人才培養等手段全方位多角度地優化運營效率。

供應鏈方面，集團建立以業務需求為導向的供應鏈管理體系，並繼續強化自身反應的速度和彈性，深化「因需而動」的業務模式，在不斷追求「精準、靈活、高效」的同時，持續優化供應鏈資源，打造良性的動態供應鏈平台。

年內，李寧電商在激烈的競爭環境下持續增長，收入與盈利能力進一步提升。電商平台繼續打造獨立產品線「Counterflow—溯」系列，專注於中高價位的運動生活和中國文化特色鞋服，推出包括「ALIEN 星際」、「璃」、「光輪」、「飛簷斗拱」等兼具銷售表現及市場口碑的人氣產品，拉動生意持續增長，不斷穩固並擴大消費群體，突破品牌影響力，深化李寧品牌價值。

此外，集團積極推動新業務發展。二零一九年，李寧 YOUNG 穩健發展，塑造童裝專業運動品牌形象，穩步提升品牌影響力。在產品方面，聚焦消費者主流需求，從營銷及零售層面帶動整體產品的銷售貢獻；供應鏈方面，佈局優質供應鏈資源，繼續完善童裝業務專屬的供應鏈體系；渠道發展方面，推進多元化的渠道建設；品牌營銷方面，持續優化數字營銷矩陣，與消費者保持互動，增強用戶黏性。

前景展望

邁入二零二零年，在李寧品牌成立 30 週年之際，集團將繼續以「單品牌、多品類、多渠道」策略為指導方向，鞏固和加強以下核心業務重點，不斷增強李寧式體驗價值，以優化產品及提升效率為核心，實現公司未來盈利的健康及可持續發展：

- **產品方面**，集團將為文化創意與專業運動融合發掘更多靈感，緊密把握時尚趨勢，強化專業運動產品時尚屬性，進一步擴大消費者群體，深化品牌影響力；加大力度投入於運動科學研究與開發，提升專業運動產品的科技性能，優化消費者穿著與使用體驗，持續提升產品力；
- **渠道方面**，集團仍以提升渠道效率為核心，持續推動渠道多元化發展，並穩步落實高效店及標桿店策略，同時繼續整改或關閉低效及虧損店鋪，促進渠道結構優化；
- 持續優化**零售運營平台和供應鏈管理體系**仍是重點工作之一。加強店鋪消費體驗，優化店鋪運營標準，改善店務管理能力；持續探索新零售業務，鞏固並完善線上線下一體化的經營模式；加強應鏈管理體系建設，繼續提升自有供應鏈管理和研發技術知識應用的能力；
- 集團將充分利用**數字化手段**，持續深化線上線下全方位的營銷佈局。以實際消費需求為出發點，精準把握時下熱點，增強與消費者的互動體驗，深化品牌認同感和忠誠度，增強品牌價值；
- **新業務方面**，集團仍將以提升單店盈利能力為核心發展目標，將資源合理及謹慎地運用

於開拓商機及市場潛力，為公司長遠持續增長盈利培育新機遇。

集團執行主席兼聯席行政總裁李寧先生總結：「二零一九年，面對體育消費需求日益細分，我們繼續聚焦於打造及鞏固李寧式體驗價值。通過多元化策略手段，整合線上線下平台優勢，並利用數字化營銷策略，進一步打通品牌與不同消費群體的聯繫，增強李寧品牌形象與價值。年內，集團主要運營指標進一步優化，集團收入穩步增長，盈利能力繼續提升。

未來，我們將踏實走好每一步，將主要資源投入到運動知識學習和科技研發中，積極尋找並開拓更多業務發展空間。此外，我很高興高坂武史先生於二零一九年正式加入李寧大家庭，任集團聯席行政總裁職務，我相信高坂先生的加入將會為集團增添更強的發展動力，他豐富的經驗將帶領公司實現新的跨越。

二零二零年初，COVID-19 病毒的肆虐使得二零二零年的整體展望或將面臨嚴峻的考驗。自疫情爆發至今，本集團持續密切關注著疫情趨勢及市場情況，面對危機快速響應，發動全體員工共同『戰疫』，盡可能地減少疫情造成的影響。我們相信，疫情之後人們將更加關注體育鍛煉及體魄強健，行業潛力仍待釋放，我們對本集團的長遠發展仍然保持充足的信心。」

—完—

深化落實「單品牌、多品類、多渠道」策略
盈利能力持續提升，進一步增強品牌力
二零二零年三月二十七日／第五頁（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，以經營李寧品牌專業及休閒運動鞋、服裝、器材和配件產品為主。本集團總部位於北京，擁有品牌營銷、研發、設計、製造、經銷及零售能力，其已於中國建立龐大的零售分銷網絡以及供應鏈管理體系。

除核心品牌李寧牌外，本集團亦生產、開發、推廣、分銷、銷售多個自有、特許或與本集團第三方設立的合資／聯營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（凱勝）羽毛球產品。

如有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

李安健 / 陸詠詩 / 侯叢然 / 黃曉晴 / 何詩敏

電話：(852) 3170 6753/ 2169 0467/ 3920 7655 / 3920 7656 / 3920 7634

電郵：lining@iprogilvy.com