

【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)

持續深化「單品牌、多品類、多渠道」策略 進一步增強品牌韌性

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨溢利上升約 13.3%，淨利率由 10.8% 提高至 11.7%。
- 按比較基準（扣除上年同期一次性與經營無關的損益），權益持有人應佔淨溢利上升約 34.2% 至 16.98 億元人民幣，淨利率由 9.1% 提高至 11.7%。
- 儘管受新型冠狀病毒病（「COVID-19」）影響，年內大部分時間零售環境面臨巨大挑戰：
 - 收入上升約 4.2% 至 144.57 億元人民幣
 - 毛利率與上年持平
 - 經營槓桿持續增強，帶動經營利潤率達 15.2%，上升 410 個基點
 - 雖然經營現金流下降 21.1%，仍實現淨流入 27.63 億元人民幣
 - 運營資金狀況持續改善：
 - 平均運營資金總額改善（下降）11%，收入上升約 4.2%
 - 現金循環週期進一步改善（縮短）6 天（2019：26 天 / 2020：20 天）
- 董事會建議派發截至 2020 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 20.46 分人民幣（2019 年：15.47 分人民幣）。

經營業績摘要

- 通過持續改善經營，在一定程度上降低 COVID-19 的負面影響。
- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得低單位數增長。
- 渠道庫存錄得中單位數增長，公司庫存錄得中單位數下降。
- 由於銷售量下降，新品線下零售流水錄得低單位數下跌：
 - 儘管零售環境面臨促銷壓力，但平均件單價取得中單位數增長
 - 售罄率：6 個月下跌超過 4 個百分點，3 個月下跌約 1 個百分點

【二零二一年三月十九日，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二零二零年十二月三十一日止十二個月（「年內」）之全年業績。

（轉下頁）

財務業績

二零二零年，集團嚴格執行有效的內外部管控，配合 COVID-19 疫情防控的同時加大力度開源節流，抓住每一個可能的生意機會，在這不平凡的一年，集團收入實現正增長，盈利能力持續提升，增長勢頭積極向好。年內，集團收入達 144.57 億元人民幣，較二零一九年同期上升 4.2%。毛利則較二零一九年的 68.05 億元人民幣上升 4.2% 至 70.94 億元人民幣，集團整體毛利率為 49.1%，與上年持平（二零一九年：49.1%）。

年內，集團銷售收入略有上升，毛利率較上年持平，通過有效的成本費用控制，費用率有所下降，因此，截至二零二零年十二月三十一日止年度之綜合盈利指標有明顯改善。年內，集團權益持有人應佔溢利為 16.98 億元人民幣（二零一九年：14.99 億元人民幣，扣除一次性與經營無關的損益後為 12.66 億元人民幣），同比上升 13.3%，扣除一次性與經營無關的損益後同比上升 34.2%；權益持有人應佔溢利率為 11.7%（二零一九年：10.8%，扣除一次性與經營無關的損益後為 9.1%）；權益持有人應佔權益回報率為 21.5%（二零一九年：23.2%，扣除一次性與經營無關的損益後為 19.9%）。

每股基本收益為 69.21 分人民幣（二零一九年：61.94 分人民幣）。本公司董事會決議派付截至二零二零年十二月三十一日止十二個月之末期股息 20.46 分人民幣（二零一九年：15.47 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 27.63 億元人民幣（二零一九年：35.03 億元人民幣），同比下跌 21.1%。於二零二零年十二月三十一日之現金及等同現金項目（包括銀行現金及手頭現金，以及原到期日不超過三個月的定期存款）為 71.87 億元人民幣，較二零一九年十二月三十一日淨增加 12.26 億元人民幣。加回被記錄在長期定期存款中的資金，現金餘額為 74.42 億元人民幣。年內，特許經銷商總體回款情況良好，但在疫情衝擊下線下實體門店銷售活動受到較大影響導致零售流水減緩，故整體經營活動現金同比下降。同時於二零二零年度收購廣西南寧土地以準備建立生產基地，並支付了部分投資款，帶來投資活動現金流出的增加。

經營概要

年內，集團聚焦「單品牌、多品類、多渠道」策略，持續優化升級產品、渠道與零售運營能力以及供應鏈，全面支持並深化李寧式體驗價值。

在產品方面，集團圍繞籃球、跑步、訓練、羽毛球及運動時尚五大核心品類，聚焦運動科學研究，開發產品專業功能屬性，深化品牌運動基因；挖掘中國文化和流行文化元素，傳遞獨特的品牌價值。年內，集團不斷投入於新科技、新材料的探索和應用，重視產品與科技相輔相成，以專業產品建立消費者認知，增強李寧品牌在專業運動領域的核心競爭力。同時結合熱點話題造勢，進一步擴大消費者群體；不斷豐富運動時尚品類的娛樂營銷資源，配合靈活多樣的跨界和數字化營銷資源，吸引年輕消費群體的關注，在時尚意見領袖的帶動下獲得更多主流消費者的認同，提升品牌形象與價值。

二零二零年，集團持續聚焦多渠道策略，加強與優質零售商合作，推動零售渠道效率優化，增強市場覆蓋質量。年內，為儘快緩解疫情影響，集團緊密與全國重點商業地產合作夥伴溝通租金減免事宜，同時加速關閉低效虧損店鋪。在後疫情時代，集團加速佈局新零售業務，整合線上線下平台優勢，有效提升差異化的消費互動與服務。

截至二零二零年十二月三十一日，於中國，李寧銷售點數量（不包括李寧 YOUNG）共計 5,912 個，

持續深化「單品牌、多品類、多渠道」策略

進一步增強品牌韌性

二零二一年三月十九日／第三頁（接上頁）

本年迄今淨減少 537 個。李寧 YOUNG 銷售點數量共計 1,021 個，本年迄今淨減少 80 個。

零售運營方面，集團繼續致力於商品運營模式的變革及優化，進一步促進渠道效率優化。集團通過持續推進可複製的高效單店盈利模型，提升門店經營效率，逐步完善零售運營平台功能，並在店鋪視覺形象方面持續升級，強化消費者認知。

供應鏈方面，集團完善以業務需求為導向的供應鏈管理體系，以供應鏈資源驅動生意增長，並繼續整合鞋服供應鏈資源，推動供應鏈實現由「被動生產」到「主動生產」的轉變，強化柔性供應和快速反應能力，打造精準、靈活、高效的供應鏈管理體系。

年內，集團加大力度佈局會員與全渠道領域，線上線下協同為業務發展助力，並致力搭建支持多種業務模式的物流服務體系，強化物流對於各業務單元的服務保障能力。

二零二零年，面對疫情引發的消費壓力與行業內部的庫存清理壓力，李寧電商依然實現了穩定的折扣以及優秀的利潤率表現，在競爭激烈的市場環境中保持著高水平的經營效率。年內，李寧電商配合集團重點營銷資源，針對運動時尚產品代言人開展了一系列營銷佈局，持續突破粉絲圈層，深挖明星帶貨能力，拉動女性消費者。同時，電商平台深入打造「李寧 CF·溯」(COUNTERFLOW BY LI-NING) 系列，又攜手敦煌博物館開展「絲路花開」活動，進一步強化品牌的中國文化形象和優質口碑。未來，李寧電商將立足於消費者大數據與商品數據分析體系，打造品牌口碑與產品競爭力，通過線上話題營銷進行消費者教育，繼續穩固電商平台出色的經營效率。

此外，集團持續推動新業務發展。二零二零年，李寧 YOUNG 圍繞公司願景和集團戰略，不斷探索並完善品牌形象。集團打造兒童專業運動產品，同時持續佈局並優化供應鏈資源，聚焦中高層級市場，深化購物中心和清貨渠道，及充分利用並整合現有宣傳資源，不斷拓展新的銷售渠道。未來，集團將繼續深入發展童裝業務，推動李寧 YOUNG 成為中國兒童首選的專業運動童裝品牌。

前景展望

二零二一年，我們將繼續貫徹「單品牌、多品類、多渠道」策略，圍繞李寧式體驗價值，全方位鞏固核心業務，推動集團業績持續成長：

- 產品方面，我們將繼續發力於產品功能和科技創新領域，同時強化對潮流和運動文化的精準解讀，為消費者提供多元化的消費體驗，增強消費者忠誠度，深化品牌影響力；
- 渠道發展方面，我們將以提升效率為核心，推動高效大店建設，搭建多元化渠道網絡，優化渠道結構，加速全渠道的協同發力，力求使渠道效率最大化；
- 零售運營和供應鏈方面，我們將立足於產品和消費體驗，優化店鋪運營標準，加強店務管理能力，完善線上線下一體化的經營模式；持續整合並優化供應鏈體系，繼續提升自有供應鏈管理和研發技術知識應用的能力；
- 營銷方面，我們將充分利用數字化手段，持續深化全方位的營銷佈局，擴大消費者觸達範圍。以消費者實際需求為出發點，把握熱點趨勢，提升品牌關注度並傳遞品牌價值；
- 新業務方面，我們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，為集團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：「二零二零年是不平凡且難忘的一年，中國經濟在 COVID-19 疫情中率先復甦，體育產業在疫情期間雖短期承壓，但在國家政策及各級政府的支持和推動下，中國體育消費市場繼續保持活躍。在此背景下，我們持續聚焦李寧式體驗價值，針對消費者的個性化需求優化營銷策略，持續提升消費者體驗。同時，我們強化品牌及產品內核，專注於打造專業口碑，並不斷地解讀潮流，與時俱進。

COVID-19 疫情雖仍未完結，但中國社會經濟和消費氣氛也漸趨好轉。面對消費者對身心健康及生活品質的多元化需求，體育產業不斷實現自身的突破與發展，集團作為中國專業運動領域的領軍企業之一，將持續跟隨行業發展腳步，不斷把握新的發展機遇和挑戰。在國家政策的大力支持下，我們將繼續積極尋找並開拓更多業務發展空間，打造更加專業、獨特的李寧品牌，腳踏實地，讓「一切皆有可能。」

—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，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，目前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

電話：(852) 3170 6753 / 2169 0467

電郵：lining@iprogilvy.com