

【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)

(港幣股份代號：2331；人民幣股份代號：82331)

強化「單品牌、多品類、多渠道」核心戰略
夯實品牌與產品競爭力，穩健經營，務實發展

財務業績摘要

- 本年，集團通過優化業務結構、提升運營效率，保持了穩健增長：
 - 收入上升3.9%至286.76億元人民幣；毛利率提升一個百分點至49.4%
 - 經營現金淨流入上升12.4%至52.68億元人民幣
- 權益持有人應佔淨溢利為30.13億元人民幣，淨利率為10.5%
- 運營資金保持健康水平：
 - 平均運營資金總額佔收入比為7.4%
 - 現金循環週期維持在35天
- 董事會建議派發截至2024年12月31日止年度之末期股息每股普通股20.73分人民幣，連同於2024年9月派付的中期股息每股普通股37.75分人民幣，截至2024年12月31日止年度之全年股息將為每股普通股58.48分人民幣，全年派息比率為50%

經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下）保持同比持平
- 渠道庫存同比上升高單位數，庫存周轉與庫齡結構保持在健康水平
- 線下新品零售流水在線下整體流水中佔比為85%，保持健康合理

2025 年 3 月 28 日 / 第2頁 (接上頁)

【2025年3月28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（港幣櫃台）及82331（人民幣櫃台））今天宣佈集團截至2024年12月31日止年度之經審核綜合業績。

財務業績

2024年，集團憑藉穩健的經營韌性和卓越的戰略執行力，全年業績基本符合預期。年內，集團收入達286.76億元人民幣，較2023年同期上升3.9%（2023年：275.98億元人民幣）。毛利為141.56億元人民幣，較2023年同期上升6.0%（2023年：133.52億元人民幣），集團整體毛利率為49.4%，較去年提升一個百分點（2023年：48.4%）。

年內，集團權益持有人應佔溢利為30.13億元人民幣（2023年：31.87億元人民幣）；權益持有人應佔溢利率為10.5%（2023年：11.5%）；權益持有人應佔權益回報率為11.9%（2023年：13.1%）。每股基本收益為116.98分人民幣（2023年：123.21分人民幣）。董事會建議派發截至2024年12月31日止年度之末期股息每股普通股20.73分人民幣，連同於2024年9月派付的中期股息每股普通股37.75分人民幣，截至2024年12月31日止年度之全年股息將為每股普通股58.48分人民幣，全年派息比率為50%（2023年：45%）。

現金流管理方面，年內經營活動產生之現金淨額為52.68億元人民幣（2023年：46.88億元人民幣）。於2024年12月31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74.99億元人民幣，較2023年12月31日增加20.55億元人民幣。加回被記錄在銀行定期存款中的金額，現金餘額為181.41億元人民幣，較2023年12月31日淨增加1.66億元人民幣。年內，集團運營資金保持在健康水平，經營活動產生之現金淨額增加，公司將繼續根據市場情況和資金需求，審慎評估資本運作計劃，確保資金使用效率最大化，並支持長期發展的目標。

經營概要

年內，集團繼續聚焦「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略，通過持續的研發和科技創新，推動產品力的升級，同時在產品創新、品牌建設、渠道優化等多方面取得顯著進展。

2024年，集團在科技研發領域實現多維突破。年內，集團推出全新中底科技「超靄」，這款科技不僅更輕、更彈，還擁有卓越的彈輕比，創造了超臨界發泡材料的性能巔峰。靄科技平台在六年時間內完成了4次應用突破，實現了從「單一技術」到「四大科技」的平台構建，不僅展現了集團對材料、工藝的極致探索和超強的應用能力，還進一步拓寬了運動科技的應用，提升了產品矩陣化和產品系列迭代能力。

專業產品與營銷方面，集團繼續專注於跑步、籃球、綜訓、羽毛球、乒乓球和運動生活六大大核心品類，同時積極拓展新興運動及細分品類，如戶外運動、高爾夫、網球和匹克球等，繼續以科技創新能力賦能產品力升級，並從夯實專業運動心智、展現運動時尚美學、傳承中國文化價值三大立足點出發，積極通過多元全域的市場營銷活動，強化差異化品牌優勢，提升

2025 年 3 月 28 日 / 第3頁 (接上頁)

品牌影響力。在體育大年的市場機遇下，集團挖掘品牌精神原點，洞察年輕一代消費者的運動態度，提出了「敢於想像，創造精彩，一切皆有可能」的品牌精神，並發起「以我為名」主題營銷活動，持續夯實李寧品牌的專業形象，與消費者進一步建立情感連接。

渠道方面，集團一方面鞏固和提升高層級市場的運營效能，另一方面加快新興市場的拓展步伐。在高層級市場，集團通過一系列精細化管理，致力於提升單店效率；有序關閉虧損嚴重的門店，使渠道佈局更趨合理，從而有效提升渠道整體效率。同時，集團積極擴張新興市場版圖，憑藉多元化的銷售策略和靈活的市場反應能力，逐步擴大新興市場佔有率。截至 2024 年 12 月 31 日，李寧牌（包含李寧核心品牌及李寧 YOUNG）常規店、旗艦店、中國李寧時尚店、工廠店、多品牌集合店的銷售點數量為 7,585 家，較 2023 年 12 月 31 日淨減少 83 家；經銷商 41 家（包括中國李寧時尚店渠道），較 2023 年 12 月 31 日淨減少 5 家。

在零售運營方面，集團深入推進高盈利、高效率的單店運營模式。構建各層級店型標準損益模型，將店鋪核心指標進行標準化與量化處理，並與各職能部門管理目標聯動，形成高效協同的管理體系，助力整體運營效率的提高。同時，集團強化庫存和銷售計劃的協同性，通過系統化的銷售庫存計劃，注重優化單店銷售庫存規劃能力，致力於實現運營效率和供應能力的雙重提升，確保了商品流轉的高效與精準，進一步增強了單店的盈利能力。

在新零售業務方面，集團持續深化終端新零售業務體系建設，着力增強數字化及全渠道運營能力，旨在高效轉化私域流量，穩步提升銷售業績。積極開拓多元商業模式，依託抖音等熱門社交平台精準引流，與核心渠道開展線上協同，拓寬銷售路徑，提升離店銷售佔比，推動新零售賦能終端門店。

在電商運營方面，面對市場競爭加劇和消費環境疲軟的雙重考驗，集團持續深化電商業務改革，通過線上線下互動拉通、多樣化的營銷活動和精準把握大促節點，全方位強化品牌在電商領域的核心競爭力。

在供應鏈方面，集團專注挖掘並匹配優質的供應資源，逐步完善了針對高端及戶外產品的供應商矩陣，確保產品與供應鏈資源的精確匹配。同時，集團實行柔性供應策略，緊密關注市場需求。通過信息數字化的精細管控，形成信息互通透明，提升自動化水平，全鏈路庫存效率大幅提升。集團在靈活應對市場變化的同時，着力實現生產效率與經濟效益的雙重提升。

2024年，集團在物流方面取得顯著成果，全國四大區域物流中心進行了全面的自動化改建並投入運營，南寧中心倉也將於2025年投入運營，助力西南地區的配送時效以及物流倉儲作業能力。集團還積極推動各事業部的精細化物流計劃管理，通過數字化工具優化，滿足銷售業務特點，提升貨品流轉效率並降低物流成本。

童裝業務方面，李寧YOUNG完成梳理青少年產品矩陣，挖掘服裝和配飾的核心競爭力，並積極拓展新興市場，同時致力提升單店效率、清貨渠道建設，促進產品流轉以及擴大客戶群。零售運營方面，李寧YOUNG持續強化運營效率，積極引流獲客並推動轉化成交，同時積極打造社群營銷體系，強化會員的互動和提供專屬福利，有效提升會員忠誠度及銷售轉化率。營銷方面，李寧YOUNG策劃一系列線下青少年活動及跨界合作，聚焦籃球、足球、

2025 年 3 月 28 日 / 第4頁 (接上頁)

跑步、戶外等多個熱門運動領域，展現了品牌的多元化魅力。此外，李寧YOUNG充分利用社交平台資源，使品牌信息能夠廣泛觸達目標受眾並實現深度互動，持續夯實「專業青少年運動品牌」的理念。截至2024年12月31日，李寧YOUNG銷售點數量共計1,468家，較2023年12月31日淨增加40家。

前景展望

展望未來，集團將繼續圍繞「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略開展執行工作，從強化運營體系和夯實基礎支撐兩大維度出發，確保戰略的有效實施。

- 一、加強核心戰略的執行：**在保持核心業務穩健發展的基礎上，集團將進一步整合資源，依託李寧科技平台，在跑步、籃球、綜訓、羽毛球、乒乓球和運動生活等細分領域中持續完善專業產品矩陣，並深化運動精神與品牌的融合，提升品牌在核心業務領域的競爭力與影響力。同時，集團將積極優化產品結構，在堅守單品牌戰略的同時，拓展多元的穿搭場景，深度融入運動潮流文化，推出集科技與時尚於一身的運動產品，並且率先佈局體育消費新賽道，特別是在女子、戶外和青少年市場方面，力求在這些新興領域實現突破性進展，推動業務的多元化拓展。另外，集團致力於實現對目標市場全面覆蓋，力求在每個渠道中創造生意機會，不斷提升品牌影響力，並推動業務的持續增長。
- 二、優化運營效率：**為確保「單品牌、多品類、多渠道」戰略的有效執行，集團將專注於運營提效。通過深化跨部門協同，精簡業務流程，實現商品管理、全渠道整合及供應鏈協同的高效運作。同時，採取精細化管理手段，嚴格把控成本與效益，確保資源得到最優配置。在組織層面，集團精簡管理層級，優化人才結構，培育高效團隊，促進組織協同，以加速決策進程，提升執行力，構建靈活且高效的運營架構。
- 三、夯實基礎支撐：**在基礎支撐方面，集團將確保財務體系的穩健運行，加強資金管理和優化資本結構，提高財務透明度，為長期發展提供堅實的財務基礎。同時，集團將深化數智賦能，利用數字化和智能化技術提升業務決策的科學性和市場響應的敏捷性。通過數據分析、人工智能和自動化工具，集團將增強對市場趨勢的洞察力和對消費者行為的理解，從而驅動產品和服務的創新，為持續發展提供強有力的支持。

集團執行主席兼聯席行政總裁李寧先生總結：「展望 2025 年，在政策的有力支持下，中國的居民消費將展現出較大增長潛力，作為一家長期紮根中國市場、專注於專業運動領域的企業，我們對未來的發展充滿信心，也將積極把握這一契機，推動業務的高質量增長。」

值得一提的是，李寧品牌於 2025-2028 年再度成為中國奧委會及中國體育代表團的合作夥伴，這不僅是國家體育總局、中國奧委會給予李寧品牌的充分信任和賦予的責任，也是對集團專業性和創新力的高度肯定。李寧品牌將始終秉持『以體育精神服務大眾』的核心價值觀，致力於成為源自中國並被世界認可的、具有時尚性的專業運動品牌，成為中國消費者的首選運動品牌。」

強化「單品牌、多品類、多渠道」核心戰略
夯實品牌與產品競爭力，穩健經營，務實發展

2025 年 3 月 28 日 / 第5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。本集團擁有完善的研發、設計、製造、市場營銷、經銷及零售管理能力，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。我們致力於成為源自中國並被世界認可的，具有時尚性的國際一流專業運動品牌企業。

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)戶外運動用品及 Kason (凱勝) 羽毛球產品。

如有垂詢，請聯絡：

匯思訊中國有限公司

陳敏芝

電話：852-2232-3921

郵件：stephanie.chen@christensencomms.com

陳曼莉

電話：852-5266-6994

郵件：mandy.chen@christensencomms.com