

【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)

**盈利能力持續提升 運營效益改善
進一步強化李寧式體驗價值**

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨溢利上升 42%至 2.69 億元人民幣，淨利率由 4.7%提高至 5.7%:
 - 收入上升約 17.9%至 47.13 億元人民幣
 - 毛利率擴張 1 個百分點
 - 雖然新舉措產生投入，運營效益仍維持
- 經營現金流增加約 12%至 6.60 億元人民幣。
- 運營資金狀況持續顯著改善：
 - 收入上升約 17.9%，同期平均運營資金（撥備前金額）改善（下降）8%
 - 現金循環週期進一步改善（縮短）11 天（二零一七年：56 天/二零一八年：45 天）

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。
- 整體同店銷售二零一八年上半年錄得高單位數增長。
- 新品線下零售流水錄得10%-20%中段增長，毛利率改善：
 - 新品佔比提升 3 個百分點

【二零一八年八月十三日，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）今天欣然宣佈集團截至二零一八年六月三十日止六個月（「期內」）之中期業績。

二零一八年上半年，本公司的主要運營指標持續優化，盈利能力進一步提升。期內，集團收入達 47.13 億元人民幣，較二零一七年同期上升 17.9%。毛利則較二零一七年同期的 19.04 億元人民幣上升 20.5%至 22.94 億元人民幣。集團整體毛利率改善至 48.7%（二零一七年上半年：47.7%），增幅主要由於毛利率較高的零售及電商業務佔比提升，零售渠道的新品銷售佔比有所增長及新品的吊牌成本比亦有所改善（部分是由於吊牌價的提升）。期內，經營溢利為 2.94 億元人民幣，較二零一七年同期的 2.02 億元人民幣上升 45.6%。權益持有人應佔溢利為 2.69 億元人民幣，而權益持有人應佔溢利率為 5.7%

(轉下頁)

(接上頁)

(二零一七年上半年：4.7%)。權益持有人應佔權益回報率為 5.1% (二零一七年上半年：4.3%)。

每股基本收益為 11.10 分人民幣 (二零一七年上半年：7.93 分人民幣)。本公司董事會決議不派付截至二零一八年六月三十日止六個月之中期股息 (二零一七年上半年：無)。

李寧電商業務持續擴展，收入佔總收入的比重持續上升，於集團總收入佔比達 20.8%。產品種類方面，服裝錄得顯著增長，增幅達 30.7% 至 23.0 億元，佔集團收入的 48.8%。此外，按地區收入表現中國北部市場錄得 21.8% 的增長，佔集團總收入的 54.5%。訂貨會訂單方面，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) 連續十九個季度錄得按年增長，最新於二零一八年六月舉辦之二零一九年第一季訂貨會訂單，按年錄得高單位數增長。

期內，集團繼續通過產品、渠道和零售運營能力的提升作為三大支柱全方位打造李寧式體驗價值。專業運動仍是品牌產品的基調與定位。與生俱來的體育 DNA 使集團更加重視體育運動的研究和產品研發設計的投入，不斷為運動員和運動愛好者在專業產品方面推陳出新；想像力又使得李寧產品更趨時尚化、潮流化，為享受生活的人們創造更專業、更酷的產品和運動體驗。期內，品牌兩次通過國際時裝周活動展示產品力，贏得不俗的反饋和口碑，進一步鞏固品牌在消費者心目中及國產品牌在國際舞台上的影響力。

截至二零一八年六月三十日，於中國，李寧銷售點 (包含李寧 YOUNG 銷售點) 數量共計 6,898 個，較上一季末淨增加 168 個，本年迄今淨增加 463 個。期內，集團繼續關閉虧損店鋪和升級改造低效店鋪，強化銷售網絡覆蓋，積極優化渠道結構。以消費者需求的區域化差異為出發點，細分高低層級市場，根據品類屬性提供靈活多樣的運動體驗和購買體驗方式，不斷提升渠道效率。

現金流管理方面，集團期內經營活動產生之現金淨額為 6.60 億元人民幣 (二零一七年上半年：5.89 億元人民幣)。於二零一八年六月三十日之現金及等同現金項目為 26.93 億元人民幣，較二零一七年十二月三十一日淨增加 1.63 億元人民幣。集團經營活動現金流量同比穩步改善，同時進行了合理的投資安排，使資金運營更為合理及高效。

二零一八年上半年，李寧電商在收入和盈利能力上，進一步取得了穩健的增長和提升。李寧電商繼續完善數據分析與預測體系，加大細分人群的深挖，新開天貓跑步旗艦店、天貓籃球旗艦店等針對專業運動人群的線上店鋪。同時，李寧電商對於內容營銷與事件性營銷層面投入了更多的資源進行佈局。在前端運營層面涵蓋了包括直播、專訪視頻、產品故事、傳統文化的包裝，例如紐約時裝周事件、巴黎時裝周事件營銷、「中國新輕年」主題的天貓歡聚日活動、以及部分核心話題商品與電商專供款的故事與文化精神層面的深挖，例如「悟道」等。在用戶體驗端，開通微信小程序平台，方便用戶在事件性營銷的傳播與購買的迅速落地。

除了李寧品牌外，集團通過投資具龐大發展潛力的運動用品行業，令旗下品牌組合更多元化。二零一八年是李寧 YOUNG 在產品、渠道、市場營銷等各方面搭建體系、全面開展運營的一年。

在產品方面，集團進一步完善鞋服產品結構並不斷提升產品設計。今年，在拓展業務渠道種類方面，集團不斷完善店鋪分級管理、店鋪形象升級、標杆店項目建立。上半年建

(接上頁)

設了上海世博源品牌體驗店等標杆店項目，下半年將擴大標杆店項目推廣，拉動和影響消費者對李寧童裝品牌的認知和認可；在市場營銷方面，集團投入更多營銷資源，為產品和品牌賦予更多話題性和故事性，持續提升產品溢價能力。集團更與迪士尼跨界合作，利用米奇、星球大戰、玩具總動員及無敵破壞王等國際知名 IP 創作爆款產品，為中國青少年帶來更優質專業時尚的產品體驗。通過明星寶貝的產品體驗和宣傳推廣，引領中國運動潮流童裝新風尚。

截至二零一八年六月三十日，李寧 YOUNG 業務已覆蓋 29 個省份，共有店鋪 631 間。國內童裝市場競爭仍然激烈。未來，集團將以單店盈利為基礎，穩步發展。將搭建以滿足消費者需求的產品為核心，以零售盈利為驅動，健康發展的零售生意模型；塑造產品體驗、購買體驗、運動體驗價值。

Danskin 品牌在中國市場的定位為高端女子時尚運動品牌，至二零一八年六月底已開設店鋪 10 家，均採用直營模式。已開設的店鋪分佈在中國北、中、南等不同區域，以一綫城市為主，進駐當地地標性質的百貨商場和 shopping Mall 等不同業態，以更大範圍的接觸不同類型消費者。品牌已摸索出適合品牌發展的商品系列和主力品類，並已對供應商進行了一輪的甄選和匹配，保證商品的專業度和品質。

二零一八年下半年，Danskin 品牌會進一步完善產品結構和提升終端購物體驗，預計至年底渠道將發展至 15-20 家店鋪。

集團始創人兼執行主席李寧先生總結：「二零一八年上半年，我們持續鞏固和完善核心業務重點，鞏固李寧式體驗價值，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。展望未來，在產品方面，我們將把專業運動與時尚、娛樂和休閒更好地結合起來，提升產品力。在渠道和零售運營方面，我們將持續改造李寧渠道效率及形象，並視構建和優化零售運營支持平台為重點工作。另外，我們亦會持續推進數字化策略的發展，提升效率，針對不同熱點話題，以靈活營銷方式加深品牌在消費者心目中的影響力及產品力，通過不同渠道的影響力彼此引流，開拓和鞏固銷售機會。在新業務方面，我們仍將合理及謹慎的運用資源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。

伴隨著城鎮化發展以及消費升級的影響，我們預期，消費者的消費結構將朝更精細化及更趨成熟的方向轉型，為迎接多變的市場環境，鞏固品牌價值，深化李寧體驗價值之路仍將是公司長遠發展的主題，使得品牌擁有更强的生命力以及創造力。未來，我們仍將主要資源投入到運動知識學習、科技研發和打造李寧品牌體驗上，積極尋找及拓展業務發展空間。」

— 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、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

李安健／陸詠詩／周焜／譚穎欣／梁思欣

電話：(852) 3170 6753/ 2169 0467/ 3920 7649/3920 7626/ 3920 7625

傳真：(852) 3170 6606

電郵：lining@iprogilvy.com