

【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 (港幣櫃台) 及 82331 (人民幣櫃台)

秉承「單品牌、多品類、多渠道」核心戰略

科技賦能產品力升級，夯實基礎，穩健為先

財務業績摘要

- 上半年，集團錄得以下經營成果：
 - 收入上升 2.3%至 143.45 億元人民幣；毛利率上升 1.6 個百分點至 50.4%
 - 經營現金淨流入上升 40.6%至 27.30 億元人民幣
 - 本公司權益持有人應佔淨溢利為 19.52 億元人民幣，淨利率為 13.6%，息稅前利潤加折舊及攤銷率為 24.0%
- 運營資金保持健康水平：
 - 平均運營資金總額佔收入比為 7.1%
 - 現金循環週期為 31 天，比去年同期增加 1 天
- 董事會決議宣派截至 2024 年 6 月 30 日止六個月之中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 37.75 分人民幣

經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得低單位數下降
- 渠道庫存同比上升中單位數，庫存周轉與庫齡結構保持在健康水平
- 新品線下零售流水錄得中單位數下降

(轉下頁)

2024年8月16日 / 第2頁 (接上頁)

【2024年8月16日，香港】李寧有限公司（「李寧」或「公司」，連同附屬公司，總稱「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6月30日止六個月（「期內」）之中期業績。

財務業績

2024年上半年，中國經濟展現出有序的復甦態勢，國家政策利好持續為市場注入活力。國民健康意識不斷提升大背景，伴隨多項國際性及國家級體育賽事的到來，催化了民眾運動熱情。目前，整體消費信心仍具恢復空間，市場正在逐步良性調整中。

期內，集團依託品牌的專業運動基因，充分發揮運動行業洞察力、運動品類理解力及科技創新研發力，專注於跑步、籃球、健身、羽毛球和運動生活五大核心品類。通過持續的研發投入和科技創新，不斷推動產品力的升級，優化消費者體驗，確保集團在保持業務擴展的同時，實現長期可持續的發展。

2024年上半年，集團整體業績平穩，務實發展。期內，集團收入達143.45億元人民幣，較2023年同期上升2.3%（2023年上半年：140.19億元人民幣）。毛利較2023年同期的68.39億元人民幣上升5.8%至72.36億元人民幣，集團整體毛利率為50.4%，較去年同期上升1.6個百分點（2023年上半年：48.8%）。每股基本收益為75.80分人民幣（2023年上半年：80.63分人民幣）。董事會決議宣派截至2024年6月30日止六個月之中期股息，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37.75分人民幣（2023年上半年：36.20分人民幣），中期派息比率為50%。

現金流管理方面，期內經營活動產生之現金淨額為27.30億元人民幣（2023年上半年：19.42億元人民幣）。於2024年6月30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61.47億元人民幣，較2023年12月31日淨增加7.03億元人民幣。加回被記錄在銀行定期存款中的金額，現金餘額為175.58億元人民幣，較2023年12月31日淨減少4.17億元人民幣。期內，收入同比增長，回款效率保持穩定，同時集團合理安排採購及付款計劃，促成經營活動產生之現金淨額同比上升，集團將持續以現金流管理作為重點工作，以保證公司長期穩定的發展。

經營概要

期內，集團秉持「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略，聚焦七大業務變革賽道，持續強化運動基因，明確品牌專業運動定位，並在供應鏈管理、物流平台、渠道拓展以及門店升級方面高效賦能，共同構築了集團整體銷售的堅實基礎。

在科技創新方面，2024年5月，集團成功舉辦「以我為名，科技李寧」主題科技大會，展現集團在長期科技創新積累之下，形成的科技研發及運動科學研究兩大產品研發創新支柱，並展示集團的六大創新科技：「碳核芯」、「最速曲線系統」、「超級弓」、「GCU」、「超級韌」、「極限韌絲」，同時亦首次發佈三大創新成果：「絕影3」跑鞋、頂級競速跑鞋「龍雀」、防暴雨雙透納米科技。

2024年8月16日 / 第3頁 (接上頁)

專業產品與營銷方面，集團繼續專注於跑步、籃球、羽毛球、健身和運動生活五大核心品類，持續在運動科技創新方面發力，同時亦積極與運動潮流文化接軌，推出兼具科技與時尚屬性的運動產品，不斷增強產品的核心競爭力。此外，集團積極佈局全域營銷，加強消費者對集團產品的認知，不斷提升品牌影響力，擴大消費者基礎。

體育大年背景下，集團推出「以我為名」主題活動，鼓勵每個人成為運動主角，從傳遞品牌主張和精神，到國家金牌隊運動員、多品類頂級運動員及運動 KOL 的運動者故事，再到李寧科技實力的整體展現、主題系列產品推出、終端主題氛圍打造，夯實李寧品牌的專業形象，實現從品牌主張到產品體驗的全鏈路，深度連接品牌與每一個消費者。

供應鏈管理方面，集團構建了全方位、高效能的供應鏈生態體系，不僅深度挖掘並擴充了高端運動與戶外產品的優質供應商資源，形成強大的供應商矩陣，更以柔性供應策略為核心，靈活應對市場變化。

物流管理方面，集團採用精細化物流計劃管理，根據事業部特點定制策略，優化貨品入倉與發貨流程。同時，物流信息化平台賦能經銷商，實時共享信息，提高門店配貨效率，物流服務的質量進一步提升。

渠道拓展與形象升級方面，集團積極優化渠道佈局，通過關閉低效店舖並強化優質店舖的改造與拓展，鞏固並擴大在高層級市場的競爭優勢。同時，新興市場的積極開拓，九代店舖的全新升級，以及超級奧萊的成功打造，均進一步提升品牌形象與市場影響力。為了營造沉浸式的關鍵賽事體驗，上半年已有 4,238 家門店引入「以我為名」主題活動和核心運動資源的關鍵視覺陳列設計，進一步增強消費者的視覺感受和品牌認知。

截至 2024 年 6 月 30 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、LI-NING 1990 店、工廠店、品牌集合店的銷售點數量為 7,677 家，較 2023 年 12 月 31 日淨增加 9 家；經銷商 44 家（包括中國李寧時尚店渠道），較 2023 年 12 月 31 日淨減少 2 家，展現集團在渠道佈局上的精準和高效。

在零售運營方面，上半年集團深化單店經營模式的創新與實踐，有效推動零售運營標準的全面落地。通過終端門店銷售計劃系統的全面推進與核心門店的系統落地，實現門店管理效率的顯著提升。

在新零售業務方面，集團通過數字化轉型，強化社群運營和內容創造，實現私域流量的高效轉化，銷售額與轉換效率均實現有效提升。此外，集團積極探索多元化商業模式，包括通過抖音等社交平台引流及與核心渠道的線上業務合作，不斷為終端銷售注入新動力，提升門店的離店銷售佔比，進一步增強門店經營效率。

在電商運營方面，李寧電商繼續專注於專業功能類產品的突破，尤其在跑步鞋領域實現快速增長，專業實戰籃球鞋產品亦鞏固了市場領先地位；此外，在線上專供單品領域，集團成功打造多款在業界獲得體量與口碑的單品。期內，集團通過線上線下渠道的有效整合與創新實踐，實現電商業務與零售運營的協同增長，推動銷售業績的顯著提升和市場份額的進一步加強。

童裝業務方面，李寧YOUNG對青少年產品矩陣進行深入梳理，明確服裝和配飾的核心競爭力，完善鞋類產品矩陣。營銷方面，李寧YOUNG整合市場營銷資源，積極探索全渠道營銷及社群運營，並通過與籃球明星韋德合作，提升品牌影響力；積極開展各類會員社群活動、打造全新的運動明星進店開業活動，助力門店引流。截至2024年6月30日，於中國，李寧YOUNG銷售點數量共計1,438個，較上一季末淨增加33個，本年迄今淨增加10個。集團將繼續深入發展李寧YOUNG業務，聚焦產品，提升產品核心科技與設計，深耕市場需求及品類規劃，同時強化品牌推廣，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

集團將繼續踐行「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略，不斷強化產品力，並通過整合營運資源，務求以高效的企業組織能力，推動集團實現穩健且持續的增長：

- **基本面業務穩健發展：**集團將持續深化李寧品牌的市場影響力，重點發展跑步、籃球、健身、羽毛球和運動生活五大核心品類。通過研發創新投入，實現產品矩陣的持續升級，以滿足消費者對高質量、個性化運動裝備日益增長的需求，鞏固並擴大集團在核心領域的市場領導地位；
- **產品結構優化升級：**集團將進一步升級單品牌戰略下多元化的產品矩陣，順應市場趨勢和消費者偏好的演變，充分發揮「中國李寧」及「LI-NING 1990」在運動生活領域的補充作用，拓展多元的穿搭場景，增強品牌在多元場景下的競爭力；
- **放眼未來擇機破局：**集團將積極探索破局，率先切入體育消費新賽道，挖掘女子、戶外和青少年市場的巨大潛力，制定針對性的營銷策略，推出符合目標群體需求的產品，力求在這些新領域取得突破；
- **優化市場拓展策略：**為了實現全面的市場覆蓋，集團將優化現有高層級市場的資源分配，提高市場效率。同時，積極開拓新興市場，並制定針對海外市場的策略，力求在保持穩健步伐的同時，海外市場可實現破局。

集團執行主席兼聯席行政總裁李寧先生總結：「國家一系列深化市場改革政策扎實推進將為集團提供公平且更有活力的市場環境、開闢更為廣闊成長空間。集團將恪守既定的發展戰略，依託品牌的專業運動基因，持續為大眾推出優質的體育用品。與此同時，集團將繼續深耕中國市場，並乘奧運東風，秉持『一切皆有可能』的精神，推動中國體育產業走向國際舞台。」

秉承「單品牌、多品類、多渠道」核心戰略
科技賦能產品力升級，夯實基礎，穩健為先

2024年8月16日 / 第5頁（接上頁）

關於李寧有限公司

李寧有限公司是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。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。集團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，集團亦生產、開發、推廣、分銷、銷售多個自有、特許或與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：

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