



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)

李寧公佈二零一零年全年業績

收入增長 **13.0%** 至人民幣 **94.785 億元**

權益持有人應佔溢利增長 **17.4%** 至人民幣 **11.085 億元**

* * *

實施積極改革推動長遠持續增長

財務摘要

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		變化
	二零一零	二零零九	
收入	9,478.5	8,386.9	+13.0%
毛利	4,481.6	3,969.9	+12.9%
經營溢利	1,546.8	1,341.9	+15.3%
權益持有人應佔溢利	1,108.5	944.5	+17.4%
每股基本盈利 (人民幣分)	105.84	90.75	+16.6%
全年每股普通股股息 (人民幣分)	42.12	36.12	+16.6%
包括：末期股息 (建議) (人民幣分)	19.97	22.54	-11.4%
中期股息 (已派) (人民幣分)	22.15	13.58	+63.1%

(二零一一年三月十六日 — 香港) — 中國領先的體育品牌企業之一 **李寧有限公司** (「**李寧**」或「**集團**」；香港聯交所股份代號：2331)，宣佈其二零一零年全年業績。截至二零一零年十二月三十一日止年度，集團的收入上升 13.0% 至人民幣 94.785 億元。權益持有人應佔溢利亦按年增長 17.4% 至人民幣 11.085 億元，而每股基本盈利上升 16.6% 至人民幣 105.84 分。董事會議決建議派發末期股息每股普通股人民幣 19.97 分，連同已派發的中期股息每股普通股人民幣 22.15 分，全年合共派發股息每股普通股人民幣 42.12 分 (二零零九年：人民幣 36.12 分)。

二零一零年，集團核心品牌李寧牌的收入佔集團總收入 92.1%，達人民幣 8,734,294,000 元，較二零零九年增長 13.5%，基本接近行業年內整體增長速度。各類別產品中，器材產品的增長較快，得益於羽毛球產品增長高於行業平均增長。

集團董事長李寧先生表示：「二零一零年，我們繼續加強集團品牌、產品、渠道和供應鏈等各方面的核心競爭力。儘管如此，日趨激烈的市場競爭、日益成熟的消費者以及快速的城市化發展均推動了中國體育用品行業的變革，為品牌持有者所帶來挑戰，亦促使其運營模式的革新。為了面對今天的消費需求，捕捉主流城市價值消費市場，基於我們對中國體育用品行業發展趨勢的分析，集團必須採取主動，積極變革，來實現集團的長遠穩定增長。」

品牌建設是集團的業務重點，也是集團核心能力的體現。品牌重塑是一項關係到李寧牌未來長遠發展的戰略性舉措。二零零七年以來，經數年的策劃籌備，集團藉李寧牌創立二十周年之際，於二零一零年七月正式啟動李寧牌重塑。集團相信，在消費升級的今天，這是一個最佳的時機和舉措。從截至二零一零年年底的品牌檢測看到，消費者對李寧牌新商標及新口號的認識等品牌偏好度指標，亦保持在行業領先位置。

年內，集團繼續加強其豐富的專業運動贊助資源，宣佈贊助包括牙買加飛人阿薩法·鮑威爾以及頂級的挪威標槍運動員安德烈亞斯·托希爾德森等在內的世界田徑巨星。二零一零年八月，集團亦與 NBA 新秀埃文·特納簽約。集團將繼續與更多國際頂級運動員以及嶄露頭角的運動員簽約，來提升其運動贊助資源陣容。

截至二零一零年十二月三十一日，李寧牌於中國的零售店鋪達 7,915 間，年內淨增加 666 間。集團認為，過去依賴分銷商開店推動增長的模式已經不可持續。各層級市場已經逐漸由快速的規模化增長，轉變成結構化增長。因此，集團及早正視這些問題和挑戰。年內，集團實施了渠道體系變革，通過增強在超大、一線城市商場和運動城渠道的開發和管理，在這些更具競爭力的通路中，增強李寧牌於國內品牌中的領先地位。

年內，集團繼續加強產品設計及研發能力，力求提供切合專業和一般消費者需要的產品。除了提供專業裝備予受贊助運動員及運動隊伍，包括中國國家羽毛球隊、乒乓球隊、體操隊、射擊隊、跳水隊，以及西班牙國家籃球隊和阿根廷國家籃球隊，集團的產品亦為廣大運動愛好者帶來廣闊的選擇空間。集團設計的田徑短跑鞋「Razine 銳勁」，獲得 iF Design Award China 2010（二零一零年 iF 中國設計大獎）的最高榮譽—金質獎。

本集團致力構建需求驅動、靈活有效的供應鏈體系，使其有效地配合業務成長。年內，集團持續致力於優化供應鏈及存貨管理，使得平均存貨周轉天數縮短至 52 天，較二零零九年同期減少 1 天。為對市場作出更快的反應，集團在荊門工業園計劃建設的 5 萬多平方米自動化立體倉庫——「李寧物流中心」已完成建築設計，計劃於二零一一年底試運行。該物流中心建成後，可以對所覆蓋區域的零售配送需求快速反應，使荊門生產基地成為一體化的生產和配送基地。

展望二零一一年，在行業層面，在運動人口增長、收入增加和中國經濟由投資驅動向消費驅動轉型的大環境下，體育用品行業將一定程度受惠；然而消費者信心仍顯不足，收入水平的增長並未為體育用品市場帶來相應持續增強的購買力。此外，休閒品牌對體育用品行業細分領域的衝擊，加上缺乏重大體育賽事，預期二零一一年體育用品行業的增長速度仍會受到一定程度的影響。

集團將著眼於主流市場，通過品牌建設和產品創新，給消費者提供更佳的品牌體驗和產品體驗，品牌商同時獲得溢價，以解決產業鏈各環節的成本要求。這將是未來市場的主體，其目標消費者是更加成熟和價值導向的群體。集團將會進一步加大品牌及產品創新投入，有效提升品牌形象為品牌注入更多價值，同時進一步深化渠道改革，提升零售效率，追求更健康的增長模式。集團將以目標管理和高績效為企業文化導向。

李先生說：「十多年前，集團也曾經歷需要就其發展方向作出重要選擇的時刻，過程中儘管也歷盡波折，但是改變的成功支撐了集團超過十年的快速成長，成就今天李寧品牌的市場地位。今天，面對中國和國際巨變的市場，我們又走到了需要把握機會、迎接挑戰的歷史契機。」

「二零一一年是集團戰略執行調整的開始，這將是一個追求改變的開始，一個面對發展新機會和新挑戰的開始。儘管前路可能有著無數困難和巨大的挑戰，但是只要明確戰略目標，並堅定地去執行，在團隊的繼續奮鬥下，我們堅信集團未來幾年執行變革的所有投入、付出和努力，會為下一個高速增長週期奠定堅實的根基。同時實現成為『世界級體育品牌』的夢想。讓我們一起『讓改變發生』！」

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，擁有品牌行銷、研發、設計、製造、經銷及零售能力，產品主要包括自有李寧品牌之運動及休閒鞋類、服裝、器材和配件產品。本集團主要採用外包生產和特許分銷商模式，已於中國建立龐大的供應鏈管理體系以及分銷和零售網路。本集團亦自行經營李寧牌零售店。

本集團採取多品牌業務發展策略，除自有核心李寧品牌，還(i)以Z-DO（新動）品牌在大賣場渠道分銷運動產品；(ii)與Aigle International S.A成立合資經營，並獲授予專營權在中國生產、推廣、分銷及銷售法國AIGLE（艾高）品牌戶外運動用品；(iii)透過持有57.5%權益的附屬公司從事生產、研發、推廣及銷售紅雙喜品牌乒乓球及其它體育器材；(iv)獲Lotto Sport Italia S.p.A旗下公司授予獨家特許權，在中國開發、製造、推廣、分銷及銷售義大利運動時尚Lotto（樂途）品牌特許產品；及(v)從事Kason（凱勝）品牌羽毛球專業產品的研發、製造及銷售。

如有垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

勞子穎／李永然／陳君柏／羅啓琳

電話： (852) 3920 7625/ 2136 6956/ 2136 6955 / 3170 6753

傳真： (852) 3170 6606

電郵： demi.lo@iprogilvy.com/ nelson.lee@iprogilvy.com/
peter.chan@iprogilvy.com / canny.lo@iprogilvy.com