

【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)

收入及利潤率穩步增長 提升運營能力
透過體驗強化李寧式品牌價值

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨利潤按年上升 56%至 5.15 億元人民幣，淨利潤率由 4.1% 提升至 5.8%（同比數據已扣除出售紅雙喜 10%股權之淨收益）：
 - 收入上升 11%至 88.74 億元人民幣
 - 毛利率擴張 0.9 個百分點
 - 透過嚴謹的開支管理，提升運營效益
- 經營現金流增加約 40%至 11.59 億元人民幣（僅與持續經營業務相關）。
- 運營資金狀況持續顯著改善：
 - 收入上升 11%，同期平均運營資金（撥備前金額）改善(下降)超過 10%
 - 現金循環週期進一步改善(縮短)10 天(二零一六年：59 天 / 二零一七年：49 天)
 - 應收貿易款項(撥備前金額)改善(下降)14%

經營業績摘要

- 整體零售流水(包括線上及線下)錄得高單位數增長。
- 渠道庫銷比進一步改善至六個月。
- 整體同店銷售錄得中單位數增長。
- 零售能力持續改善：
 - 售罄率上升約 4 個百分點
 - 零售折扣率改善超過 1 個百分點

【二零一八年三月二十二日，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二零一七年十二月三十一日止年度（「年內」）之全年業績。

二零一七年，本公司繼續保持穩固增長勢頭，並在主要運營指標取得顯著改善。年內，集團收入達 88.74 億元人民幣，較二零一六年上升 11%。毛利則較二零一六年的 37.05 億元人民幣上升 13%至 41.76 億元人民幣。集團整體毛利率改善至 47.1%（二零一六年：46.2%），增幅主要由於直營零售及批發新品銷售表現持續提升，以及毛利率較高的直接經營銷售及電商業務合計佔比提升。年內，經營溢利為 4.46 億元人民幣，較二零一六年的 3.86 億元人民幣上升 16%。權益持有人應佔溢利為 5.15 億元人民幣，而權益持有人應佔溢利率為 5.8%（二零一六年：4.1%，同比數據已扣除出售紅雙喜 10%股權之淨收益）。權益持有人應佔權益回報率為 11.4%（二零一六年：9.2%，同比數據已扣

（轉下頁）

(接上頁)

除出售紅雙喜 10%股權之淨收益)。

每股基本收益為 21.47 分人民幣 (二零一六年：14.89 分人民幣，同比數據已扣除出售紅雙喜 10%股權之淨收益)。本公司董事會決議不派發截至二零一七年十二月三十一日止年度之末期股息。

本集團核心品牌李寧牌的收入佔集團總收入 99%，達 88.19 億元人民幣，較去年同比上升 11%。就銷售渠道而言，李寧電商業務持續擴展，收入佔總收入的比重持續上升，於李寧品牌收入佔比達 19%。訂貨會訂單方面，以吊牌價計算，來自特許經銷商的李寧品牌產品連續 17 個季度錄得按年增長，最近一期訂貨會簽訂的二零一八年第三季度訂單，按年錄得低雙位數增長。

年內，集團繼續通過提升產品、渠道及零售運營能力三大支柱，全方位打造李寧式體驗價值。李寧與生俱來的體育 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，不斷為運動員和體育愛好者研發設計和推出專業產品。無窮的想像又引導李寧品牌更加潮，將專業運動與時尚、娛樂、休閒緊密結合，為熱愛運動、享受生活的人們創造更專業、更酷的產品和運動體驗。為提升零售運營能力，我們繼續在提升自身商品規劃精準度方面深耕細作，優化供應模式，力爭「快速+精準」地滿足終端需求。而在終端店鋪層面，我們以顧客主導，不斷優化改造店面零售體驗。

截至二零一七年十二月三十一日，不包含李寧 YOUNG 銷售點，于中國李寧銷售點數量共計 6,262 個，較 2017 年初淨減少 178 個。集團積極優化渠道結構，不斷提升渠道效率，關閉和改造低效以及虧損店，增開高效的、或具有體驗概念的大型店鋪。年內，整體零售流水錄得高單位數增長，零售折扣及售罄率持續改善。

現金流管理方面，集團年內經營活動產生之現金淨額為 11.59 億元人民幣 (2016 年：9.95 億元人民幣，包括來自持續經營業務的 8.36 億元人民幣及終止經營業務的 1.59 億元人民幣)。於二零一七年十二月三十一日之現金及等同現金項目為 25.29 億元人民幣，較二零一六年十二月三十一日淨增加 5.76 億元人民幣。由於渠道合作夥伴業績整體呈穩定上升趨勢，應收貿易款項回收大幅增加，從而使本集團的現金流情況進一步改善。

二零一七年，李寧電商的業務維持穩健增長。同時，李寧電商進一步在數字化運營和店鋪「自媒體」化的工作進一步取得突破。通過建立比較完整的數據運營模型體系，同時搭建大量內容，電商店鋪不單是產品的銷售平台，更進化成全方位線上體驗平台，讓用戶與品牌的產品、市場活動、明星及賽事進行互動。

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。二零一七年，DANSKIN 以品牌塑造及市場渠道測試與推廣為核心業務重點。品牌細化產品線，包括主打運動健身理念的 STUIDO 系列、時尚潮流定位的 U-RHYTHM 系列、以及針對職場白領日常需求、可針對不同穿著場合提供多樣化簡約選擇的 O-LEISURE 系列。同時，附以品牌起源 DNA 的美國 DANCE 系列以及日本的中高端瑜伽系列，形成 3+2 的產品線。

DANSKIN 品牌渠道拓展現階段仍以測試為主，二零一七年已於上海萬象城及 K11 開設兩家店鋪；二零一八年一月於上海八佰伴新開一家店鋪；同時在上海來福士及寶山萬達推廣快閃店活動。附以數字化推廣方式，以及店內會員互動體驗式營銷，該品牌意在為消

(接上頁)

費者提供更加多樣化及精準化的消費體驗，獲得消費者好評。

未來，DANSKIN 品牌將以數字化渠道推廣為主，傳遞品牌價值觀，通過日常聯繫加強與消費者溝通。該品牌渠道仍將以測試性拓展為方向，聚焦北京、廣東及其他發達一線城市具有影響力的地標性商場。

年內，彈簧標「」品牌聚焦品牌核心品類，關注季節性差異，鎖定發展長青產品。在渠道方面，集團採取更加多樣化的發展策略，以結合購物中心、百貨及特賣場的零售模式，同步發力。與此同時，集團著力於店鋪形象的更新升級，使之與產品更加匹配，增強品牌調性，提升消費者的進店體驗。

截至二零一七年十二月三十一日，彈簧標「」品牌已於北京、上海、杭州、合肥、青島、大連等城市，開設 11 個概念店銷售點。

運動休閒市場競爭依然激烈。因此，彈簧標「」品牌業務維持審慎的拓展計劃。未來，我們將根據彈簧標「」品牌的發展情況和多變的外部市場環境，在運營模式及渠道等方面繼續深入研究和探索。

截至二零一七年末，李寧 YOUNG 業務在全國 26 個省份已開設 173 個銷售點。渠道覆蓋地鋪、百貨、運動城、購物中心及特賣場。李寧 YOUNG 的主要宣傳渠道為數字營銷，其官方微信服務號於二零一七年六月一日正式啟動，內容以產品介紹、品牌介紹及互動活動為主。同時，李寧 YOUNG 積極參與李寧韋德中國行（杭州站、西安站）、李寧 10K 路跑聯賽（北京站）等重要活動，從而更有效的進行品牌傳播與產品推廣。

二零一八年，李寧 YOUNG 業務將持續以單店盈利為核心，穩步發展，並繼續搭建以滿足消費者需求的產品為主導，以零售盈利為驅動，維持健康發展的零售生意模型，以塑造產品體驗、購買體驗和運動體驗價值。

集團始創人兼執行主席李寧先生總結：「二零一七年，我們不斷提升產品、渠道和零售運營能力，於運營和盈利能力方面均保持穩健增長。展望未來，在產品方面，我們將聚焦深度打造和鞏固李寧式體驗價值，同時把專業運動與時尚、娛樂、休閒更好的結合起來。在渠道和零售運營支持平台方面，我們將遵循「一切以業務為導向」的原則，以提升效率為核心。我們亦會持續加大在數字化運營改造的投入，合理及謹慎的運用資源開拓商機及市場潛力。

運動行業的蓬勃發展為未來同時帶來新機遇和挑戰。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，同時深化品牌影響力及品牌價值。未來，我們會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／譚卓敏／周滄

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

傳真：(852) 3170 6606

電郵：lining@iprogilvy.com