

【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)

**夯實「單品牌、多品類、多渠道」策略
持續提升品牌影響力及盈利能力**

財務業績摘要

- 權益持有人應佔淨溢利上升 136%至 40.11 億元人民幣，淨利率由 11.7%提高至 17.8%：
 - 收入上升 56%至 225.72 億元人民幣
 - 毛利率上升 3.9 個百分點至 53.0%
 - 經營槓桿增強，帶動經營利潤率上升 7.6 個百分點至 22.8%
- 經營現金流增長超過 136%至 65.25 億元人民幣；
- 運營資金狀況穩定改善：
 - 平均運營資金總額佔收入比重改善（下降）超過 2 個百分點
 - 現金循環週期維持在20天的健康水平
- 董事會建議派發截至二零二一年十二月三十一日止年度之末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 45.97 分人民幣（二零二零年：20.46 分人民幣）

經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下渠道）錄得 50%-60%高段增長。
- 渠道庫存周轉持續改善，庫齡結構大幅優化。
- 新品線下零售流水加速錄得 60%-70%高段增長：
 - 新品流水佔比提升約7個百分點
 - 終端零售折扣改善超過3.5個百分點
 - 售罄率：6個月改善約14個百分點，3個月改善約13個百分點

【二零二二年三月十八日，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二零二一年十二月三十一日止年度（「年內」）之全年業績。

（轉下頁）

財務業績

二零二一年，得益於中國政府對疫情有效防控，中國社會經濟總量及生產力總體持續呈現上升狀態，國民健康意識增強，且國內消費者對國產運動品牌愈加肯定與支持。集團抓住機遇，各主要財務和營運指標呈現蓬勃發展勢頭，收入顯著增長，盈利能力持續提升。年內，集團收入達 225.72 億元人民幣，較二零二零年上升 56.1%。毛利則較二零二零年的 70.94 億元人民幣上升 68.7%至 119.69 億元人民幣，集團整體毛利率為 53.0%，較去年上升 3.9 個百分點（二零二零年：49.1%）。

年內，集團銷售收入和毛利率較去年均有較大幅度提升，同時通過有效的成本費用控制，費用率有所下降，因此綜合盈利指標有明顯改善。年內，集團權益持有人應佔溢利為 40.11 億元人民幣（二零二零年：16.98 億元人民幣），同比上升 136.1%；權益持有人應佔溢利率為 17.8%（二零二零年：11.7%）；權益持有人應佔權益回報率為 26.9%（二零二零年：21.5%）。

每股基本收益為 160.10 分人民幣（二零二零年：69.21 分人民幣）。本集團董事會建議派發截至二零二一年十二月三十一日止年度之末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份 45.97 分人民幣（二零二零年：20.46 分人民幣）。

現金流管理方面，集團年內經營活動產生之現金淨額為 65.25 億元人民幣（二零二零年：27.63 億元人民幣），同比上升 136%。於二零二一年十二月三十一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 147.45 億元人民幣，較二零二零年十二月三十一日淨增加 75.58 億元人民幣。加回被記錄在銀行定期存款中的資金，現金餘額為 184.81 億元人民幣，較二零二零年十二月三十一日淨增加 110.39 億元人民幣。年內，集團經營活動現金流量同比顯著提升，這與各渠道收入顯著增長、特許經銷商回款情況大幅改善相關。此外，年內集團完成了對目標股份及轉讓之債權人權利之收購，以及對收購上海總部新樓宇的預付款支出，使投資活動現金支出亦同比大幅增加。

此外，於二零二一年十月二十七日，本集團、非凡中國控股有限公司的一家全資附屬公司及配售代理訂立配售及認購協議，據此聯合發出先舊後新配售本公司現有股份及根據一般授權認購本公司新股份，約定按每股 87.50 港元先舊後新配售及認購 1.2 億股本公司股份。於二零二一年十一月三日，雙方完成了此次配售及認購計劃。先舊後新配售股份所得款項淨額為 104.33 億港元，相當於約 85.72 億元人民幣。

經營概要

年內，集團繼續深化落實「單品牌、多品類、多渠道」策略，持續從「產品體驗、運動體驗和購買體驗」三個維度打磨李寧式體驗價值。同時，集團持續聚焦產品的優化與升級，提升經營效率與零售運營能力，提高渠道效率，加強供應鏈管理體系建設。

在產品方面，集團持續圍繞籃球、跑步、健身、羽毛球以及運動生活五大核心品類，堅持運動科技創新，致力於專業產品研發，不斷強化品牌運動基因；持續以運動的視角表達對中國文化和運動潮流的理解，為消費者帶來更加多元化的運動生活方式新選擇。年內，針對專業功能與運動生活品類特性，持續深化全方位的營銷資源佈局。專業產品依託運動明星及專業賽事持續曝光，同時結合熱點話題造勢，進一步擴大消費者群體。運動時尚品類的娛樂營銷模式更趨多元化，聚焦年輕消費者熱愛的運動潮流領域，全面展開綜藝類合作，綁定各大平台資源，提供年輕化、多元化的營銷資源支持，實現產品多維度曝光。

二零二一年，集團繼續以優化渠道結構和效率為核心，促進與優質零售商溝通合作，推動零售渠道效率優化，增強市場覆蓋質量。年內，集團繼續優化渠道建設和佈局，完善高效大店矩陣，持續推

動高效大店策略落地，全面提升店效表現，同時繼續推行店舖結構優化，加速處理虧損、低效和微型面積店舖。

截至二零二一年十二月三十一日，於中國，李寧銷售點數量（不包括李寧 YOUNG）共計 5,935 個，較上一季末淨增加 132 個，本年迄今淨增加 23 個。

零售運營方面，集團持續完善商品規劃，按照店舖類型建立月度庫存目標管理機制，同時重點聚焦功能性產品，深化並完善以「李寧靚」科技為核心的鞋產品矩陣，強化李寧品牌的專業產品驅動力。年內，集團以探索高效率、可盈利的單店運營模式為核心，深耕終端業務，推動實現終端店舖運營的標準化、專業化、簡單化。

供應鏈方面，集團的供應鏈系統持續聚焦「價值供應鏈」管理模式，協同合作夥伴推進「杜絕浪費，提升效率」的策略，實現更高的生產力及產品力。同時，致力整合供應鏈資源，加速推進供應鏈實現由「被動生產」到「主動生產」的轉變，強化柔性供應和快速反應能力，加強規劃、產能管理、資源調控與風險管理，打造精準、靈活、高效、安全的供應鏈管理體系。

年內，集團持續完善物流服務體系，推動物流網絡向區域中心倉模式轉型，並嘗試物流管理信息化及數字化，以提升物流服務體系的效率，為零售管理提供強大的物流支持。

二零二一年，李寧電商在各層面獲得超卓表現，圍繞電商核心戰略，團隊持續進行人群洞察與消費者互動，在追求高效經營效率的同時，兼顧可持續增長的穩定性，夯實品牌核心競爭力。年內，李寧電商堅持突破與創新，持續透過電商節日、新品發售、時裝周等方式，開展一系列創意性營銷活動；同時配合集團重點營銷戰略展開推廣，佈局抖音等直播平台。年內，電商平台持續建設「李寧 CF」（COUNTERFLOW BY LI-NING）系列，基於運動時尚打造以文化為主旨的獨立產品線。未來，電商事業部將持續洞察目標消費人群，在消費者教育以及創意能力等方面建立核心競爭力。同時，我們將繼續關注線上經營生態、消費者體驗標準、商品流通、價格管理與戰略協同，在大電商戰略與生態治理領域重點投入，將電商生態優化作為結構性管理的戰略重點，推進電商生意健康、可持續地成長。

此外，集團持續推動新業務發展。二零二一年，李寧 YOUNG 明確未來業務發展目標及經營規劃，以「源自中國、具有時尚性的專業運動童裝品牌」為定位，持續優化生意模式，推動童裝品牌不斷成長。集團持續擴大兒童專業運動品類投入，同時加速進行大店及優質標桿店舖的開設與佈局，進一步優化渠道結構，並結合重點產品及重要事件與時間節點進行整合營銷。未來，集團將繼續深入發展童裝業務，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

未來，我們將繼續貫徹「單品牌、多品類、多渠道」的戰略方向，鞏固業務發展，強化零售運營能力，全方位實現李寧式體驗價值，帶領公司業績持續增長：

- 產品方面，我們將繼續專注研究產品功能及科技創新等領域，進一步關注運動生活方式與運動潮流文化的發展趨勢，藉以提供多元化的消費體驗予消費者，增強顧客對李寧品牌的忠誠度，提升品牌影響力；
- 渠道發展方面，我們將主力提升運營效率，進一步加快建設高效大店，升級多元化渠道網絡，加強全渠道協同運作，推動渠道效率進一步優化；
- 零售運營和供應鏈方面，我們將聚焦於優化產品結構及消費體驗，提升店舖運營標準與店

務管理能力，加速推進零售思維的轉變；繼續整合併優化供應鏈體系，提升自有供應鏈管理和研發技術知識的應用能力；

- 營銷方面，我們將充分利用大數據和資訊科技，以數字化方式持續加強全方位營銷佈局，觸達多層次消費者。我們著眼於消費者實際需求，結合發展趨勢以傳遞品牌價值，不斷提升大眾對品牌的關注度；
- 新業務方面，我們將繼續以提升單店盈利能力和店效為主要發展目標，謹慎運用資源，開拓商機和市場潛力，為公司長遠盈利增長締造新機遇。

集團執行主席兼聯席行政總裁李寧先生總結：「二零二一年，於中國政府持續嚴緊的疫情防控政策下，經濟逐漸復蘇，加上在國家相關政策支持及推動下，國民健康意識增強，對體育用品消費熱情不減。在此背景下，我們繼續堅持聚焦李寧式體驗價值，積極強化產品競爭力，深耕品牌形象，鞏固品牌專業口碑，並緊跟市場步伐，不斷探索新的流行趨勢，按照消費者的個性化需求優化營銷策略，滿足消費者體驗，展現更強的品牌韌性。

我們堅信，體育產業前景明朗，並擁有巨大的發展潛力。集團作為中國專業運動領域的領軍企業之一，將順應行業發展態勢，不斷把握新的機遇，不懼挑戰。在國家政策的大力支持下，我們將積極開拓商機及市場潛力，打造更專業、更獨特、更時尚的李寧品牌，讓『一切皆有可能』。」

—完—

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。

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、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：

IPR 奧美公關

李安健 / 陸詠詩 / 詹秀慧 / 曾嘉琳

電話：(852) 3170 6753 / 2169 0467 / 3920 7648 / 3920 7637

電郵：lining@iprogilvy.com