



2022


中期業績

LI NING COMPANY LIMITED
李寧有限公司

LI-NING
2022 Interim Report



D I S C L A I M E R



免責聲明

This presentation incorporates information contained in the interim results announcement (the “Results Announcement”) for the six months period ended 30 June 2022 of Li Ning Company Limited (the “Company”). This presentation should be read in conjunction with the Results Announcement and is qualified in its entirety by the more detailed information and financial information contained in the Results Announcement.

Other than the information contained in the Results Announcement, you shall not reproduce or distribute this presentation, in whole or in part, and you shall not disclose any of the contents of this presentation or use any information herein for any purpose without the Company’s prior written consent. You hereby agree to the foregoing by accepting delivery of this presentation.

The contents of this presentation have not been reviewed or approved by any regulatory authority in Hong Kong or elsewhere. The contents of this presentation are not investment, legal or tax advice. You are advised to exercise caution in perusing the contents of this presentation. If you are in any doubt about any of the contents of this presentation, you should obtain independent professional advice.



LI-NING

2022 Interim Report



CONTENTS

目錄



01
業績摘要
RESULTS
HIGHLIGHTS

02
財務回顧
FINANCIAL
REVIEW

03
戰略方向
STRATEGIC
DIRECTION

04
運營進展
OPERATIONAL
PROGRESS

05
附錄
APPENDIX



LI-NING
2022 Interim Report

業績摘要

01

LN RUNNING
LN RUNNING
李宁防泼水科技跑步风衣



AT PROOF SMART



AT PROOF SMART

RESULTS HIGHLIGHTS

LI-NING

財務業績摘要：

- 受到COVID-19疫情反覆及原材料成本大幅上升的影響，期內經營環境受到一定的挑戰：
 - 收入仍上升21.7%至124.09億元人民幣
 - 權益持有人應佔淨溢利上升11.6%至21.89億元人民幣，淨利率由19.2%下降至17.6%
 - 實現經營現金淨流入15.83億元人民幣
 - 毛利率下降5.9個百分點至50.0%
- 運營資金處於健康水平：
 - 平均運營資金總額佔收入比重持平為6%
 - 現金循環週期為21天，同比增加8天（其中應付貿易款周轉天數影響5天）

經營業績摘要：

- 經營效率的改善在一定程度上降低COVID-19的負面影響。
- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得高單位數增長。
- 渠道庫存錄得40%-50%中段增長，主要由於生意規模擴大，公司為抓住生意的持續增長機會，按計劃進行提前佈局。庫存周轉保持在健康水平，庫齡結構持續改善。
- 新品線下零售流水錄得10%-20%中段增長：
 - 新品流水佔比提升6個百分點
 - 售罄率：6個月下跌約7個百分點，3個月下跌約9個百分點



SKATEBOARDING

LI-NING
2022 Interim Report

LI-NING

財務回顧

SKATEBOARDING

LI-NING

WAVE

WAVE PRO

LI-NING



N39/48'56 28"
E116/32'55 36"

李宁滑板文化鞋
惟吾180&惟吾PRO

FINANCIAL REVIEW

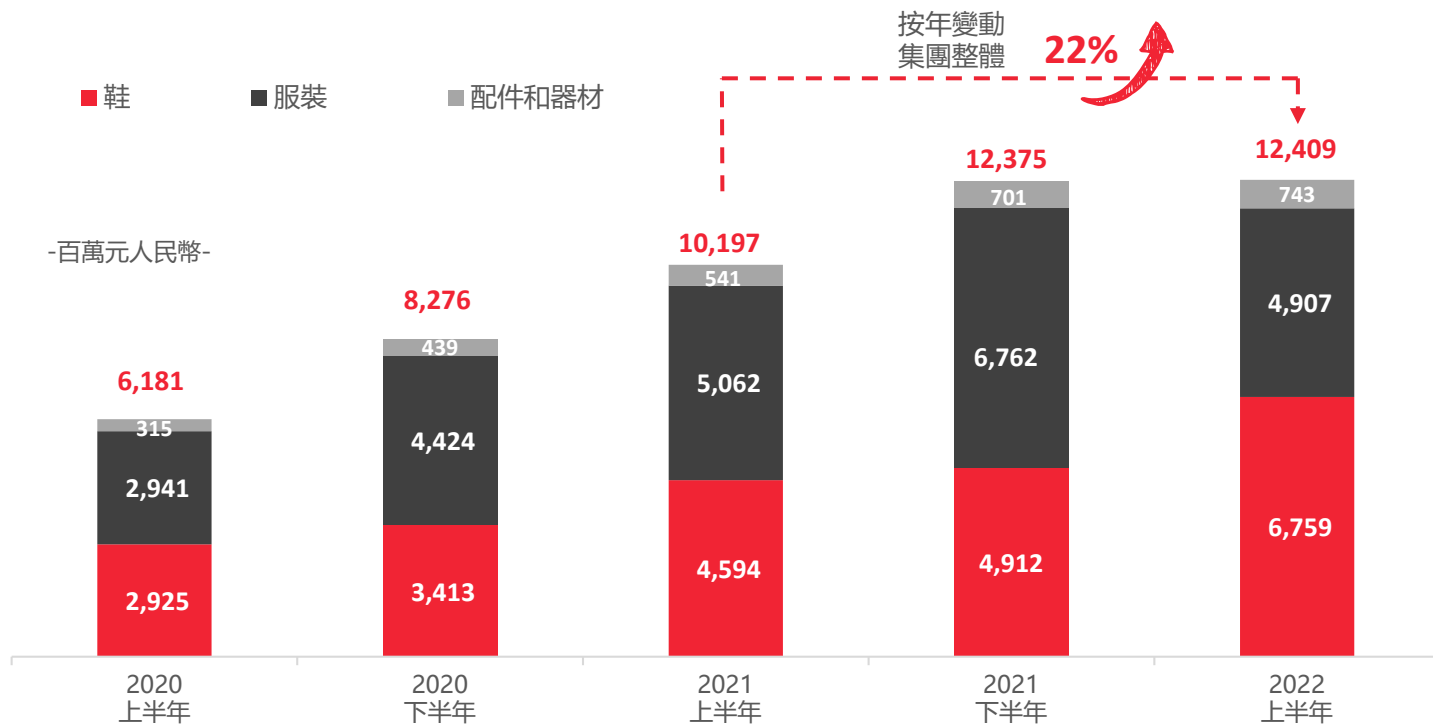
李宁滑板文化鞋

80&惟吾



收入

集團整體



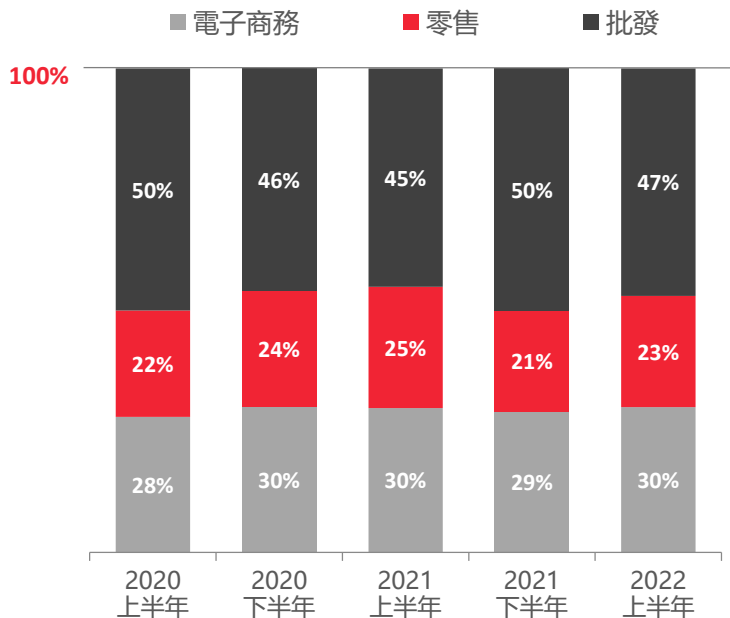
功能性品類帶動收入增長



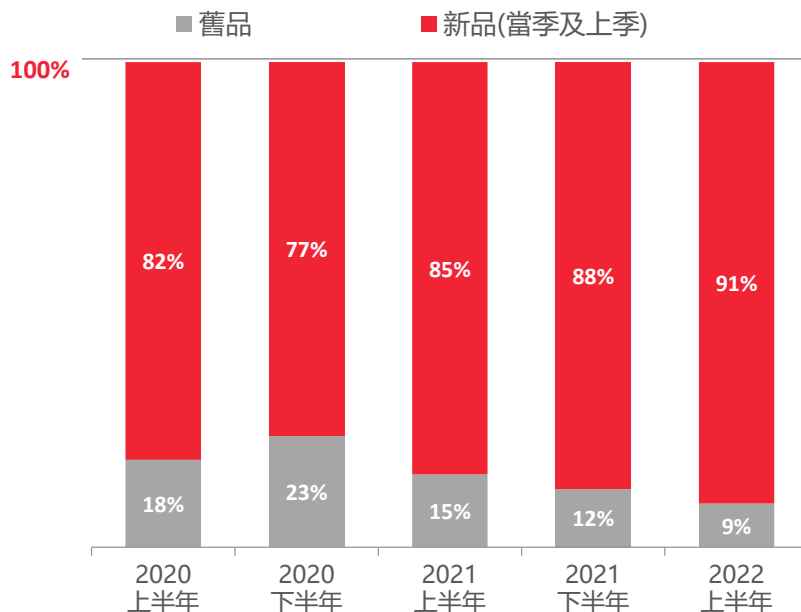
收入及流水佔比

李寧牌，國際市場和李寧YOUNG除外

按銷售渠道收入佔比



產品零售流水佔比 (包含零售及批發)



DTC 和批發平衡的收入及流水佔比有助於降低財務風險

同店銷售增長 (SSSG) 率

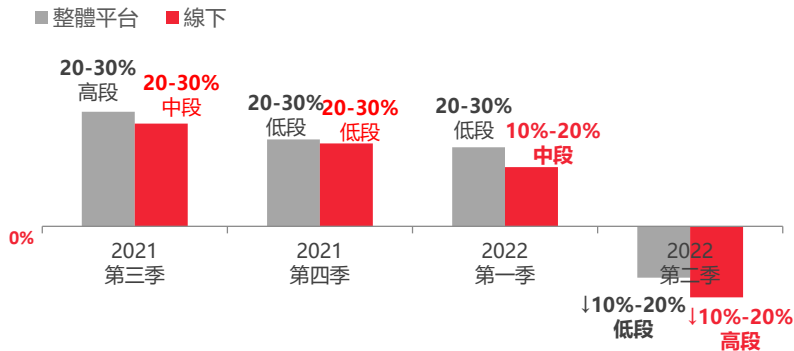
李寧牌，國際市場和李寧YOUNG除外

整體平台

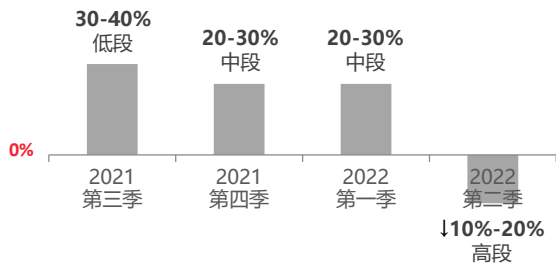
SSSG (2022 H1 vs 2021 H1)

整體平台

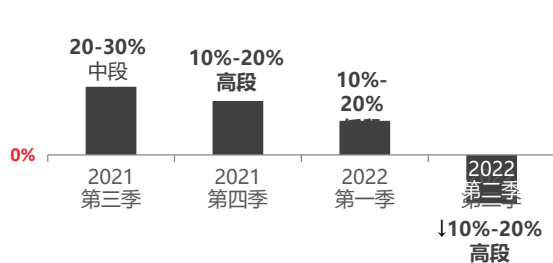
- 零售 低單位數
- 批發 低單位數
- 電子商務 10%-20%中段



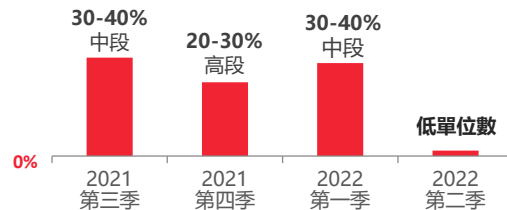
零售



批發



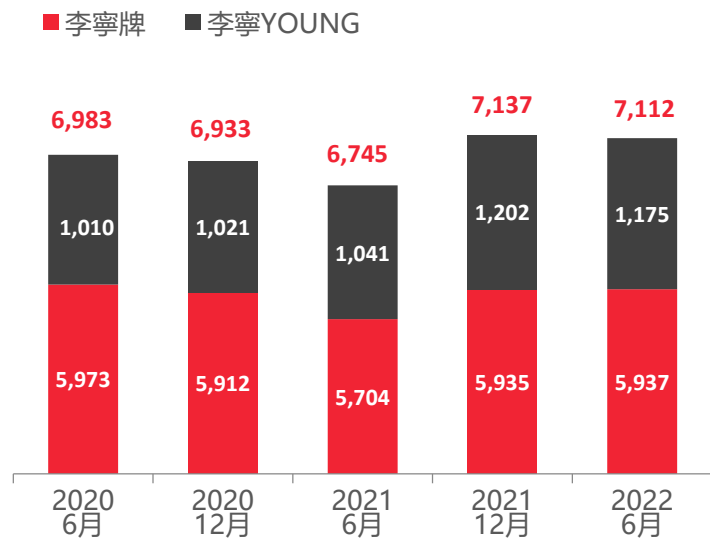
電子商務



線上線下業務擴張

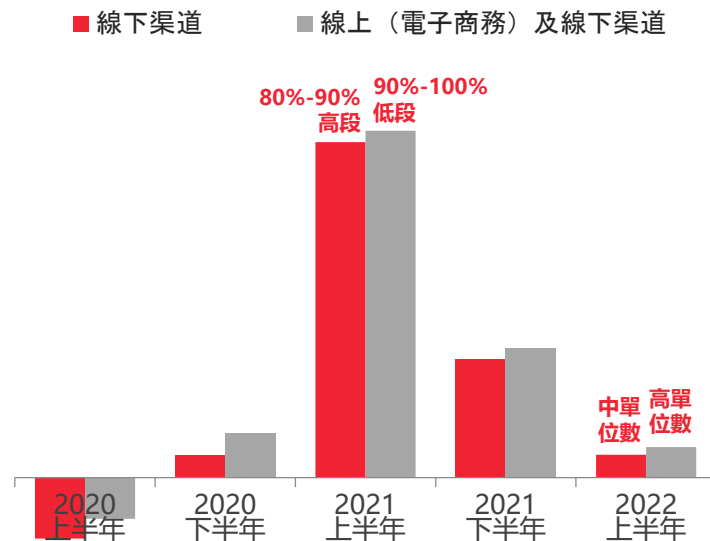
李寧牌，國際市場除外

銷售點總數 (期末)



流水增長率，按年變動

(不包含李寧YOUNG)

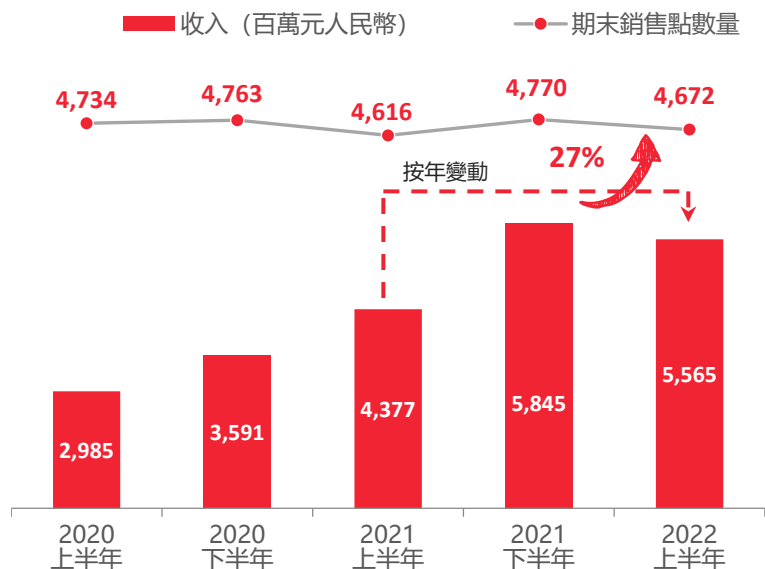


COVID-19疫情影響開店節奏和流水增長勢頭

批發業務[^]

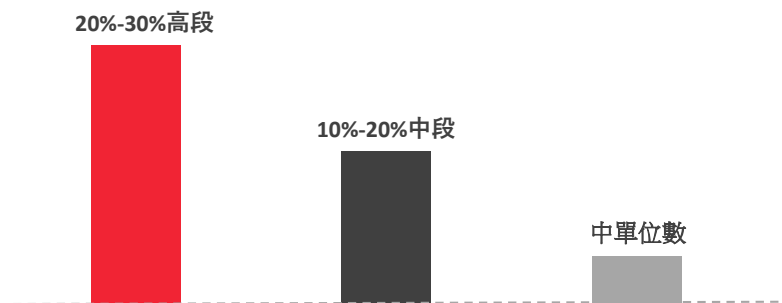
李寧牌，國際市場及李寧YOUNG除外

業務表現



流水和收入，按年變動

- 批發整體收入
- 批發整體收入 (不包含專業渠道發貨)
- 流水 (不包含專業渠道店舖)



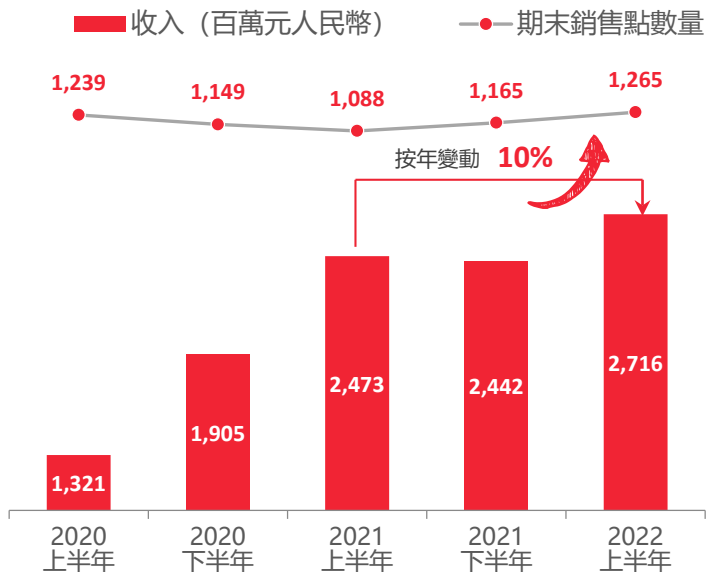
批發收入引領銷售流水復蘇

[^] 包含於專業渠道銷售之羽毛球、乒乓球等系列產品

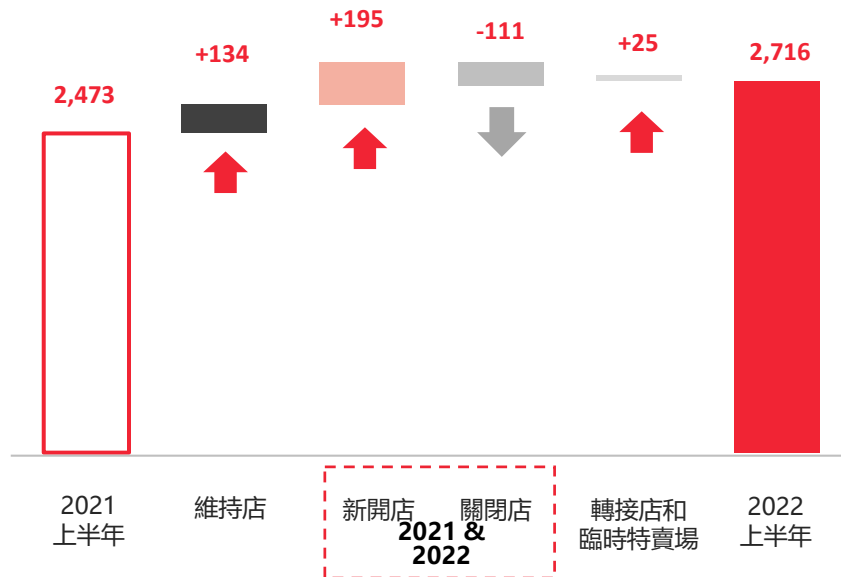
零售業務[^]

李寧牌，李寧YOUNG除外

業務表現



收入變動分析

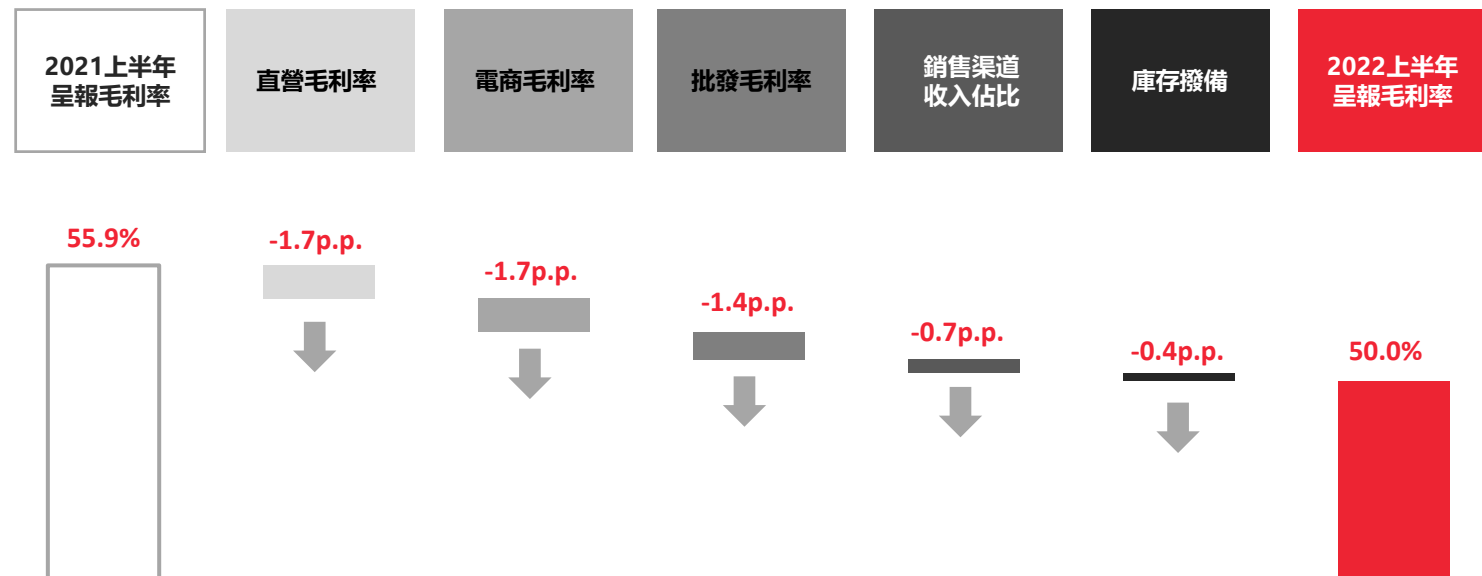


COVID-19疫情影響零售增長勢頭

[^] 零售業務：直接經營銷售

毛利率分析

主要項目淨變動

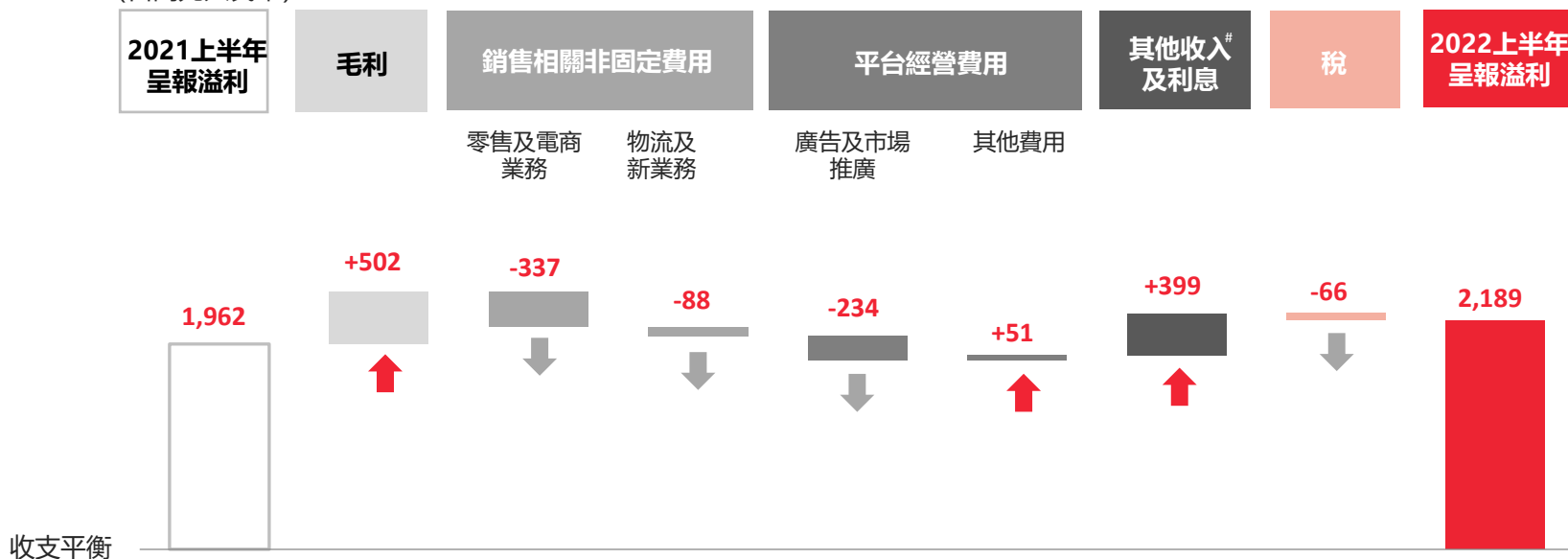


成本上漲和折扣加深導致毛利率下降

盈利能力分析

主要損益表項目淨變動

(百萬元人民幣)

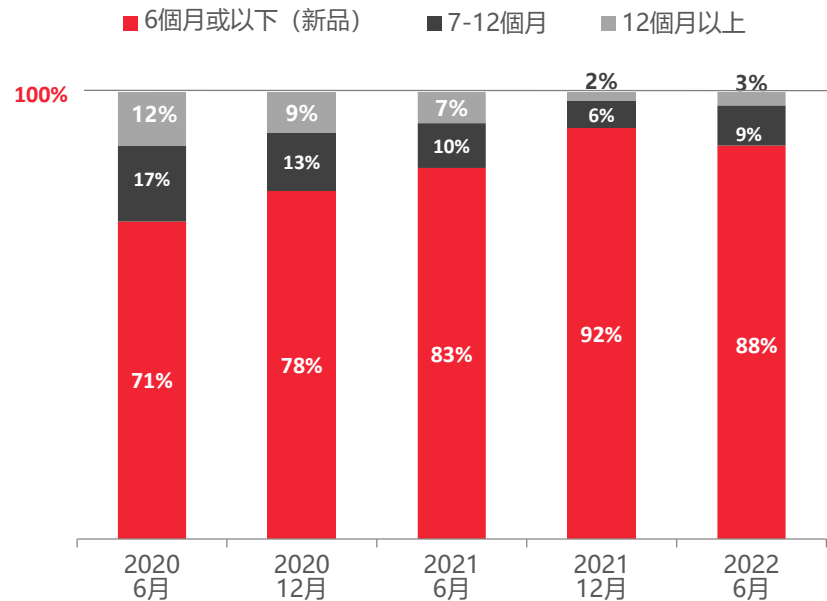
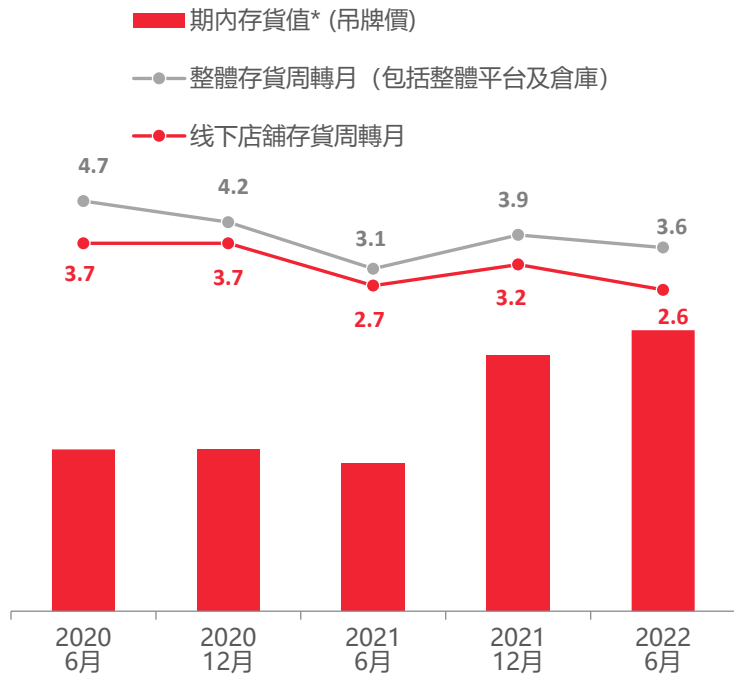


有效的投入以實現更好的投資回報

其他收入包括 (i) 其他收入及其他收益 (淨額), (ii) 聯營及合營公司的溢利份額

渠道存貨

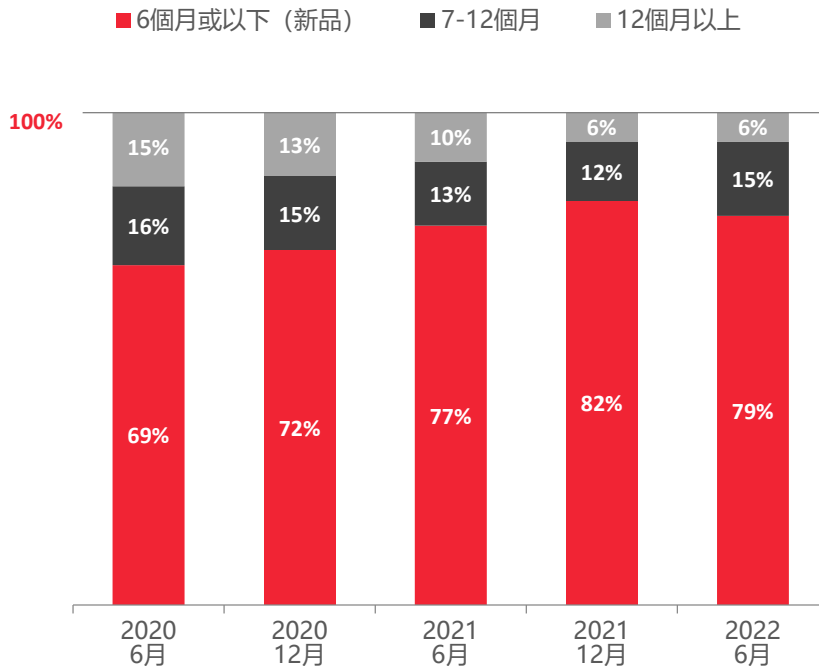
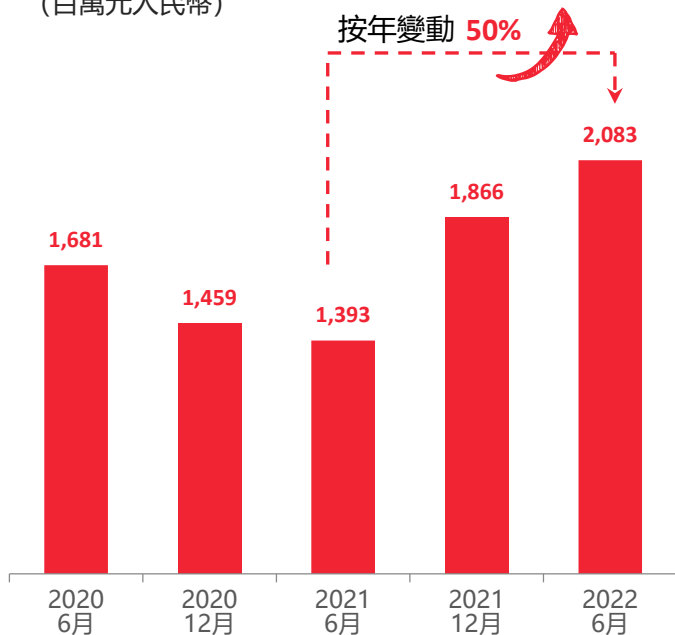
包括線上及線下



透過嚴謹的存貨管理，存貨周轉效率和存貨結構保持健康

* 包括整體平台及倉庫

撥備前成本金額
(百萬元人民幣)

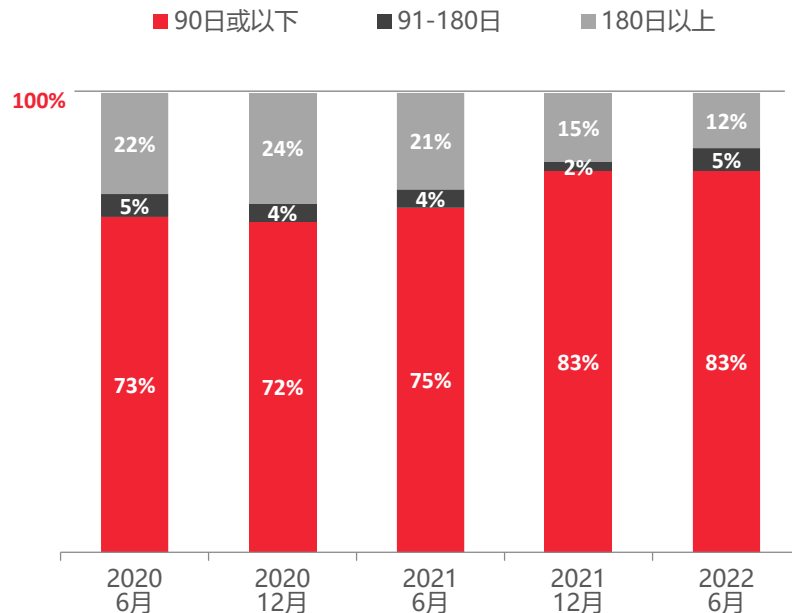
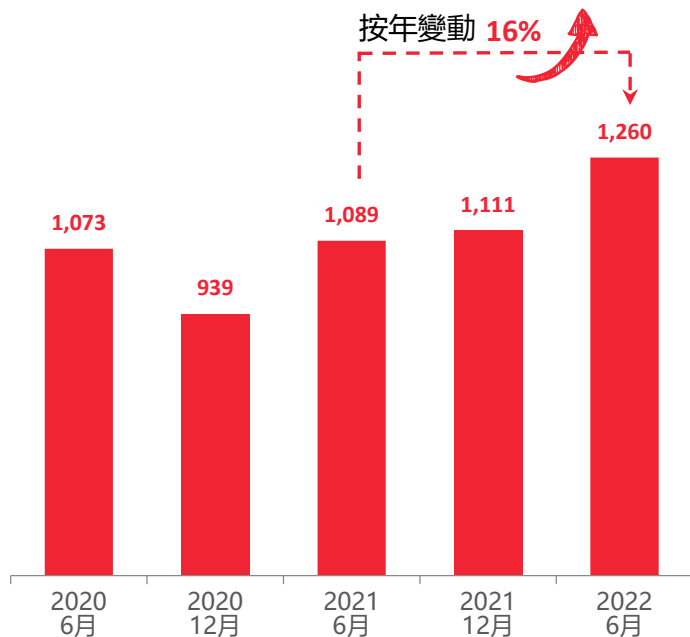


存貨結構保持合理與可控



應收貿易款項

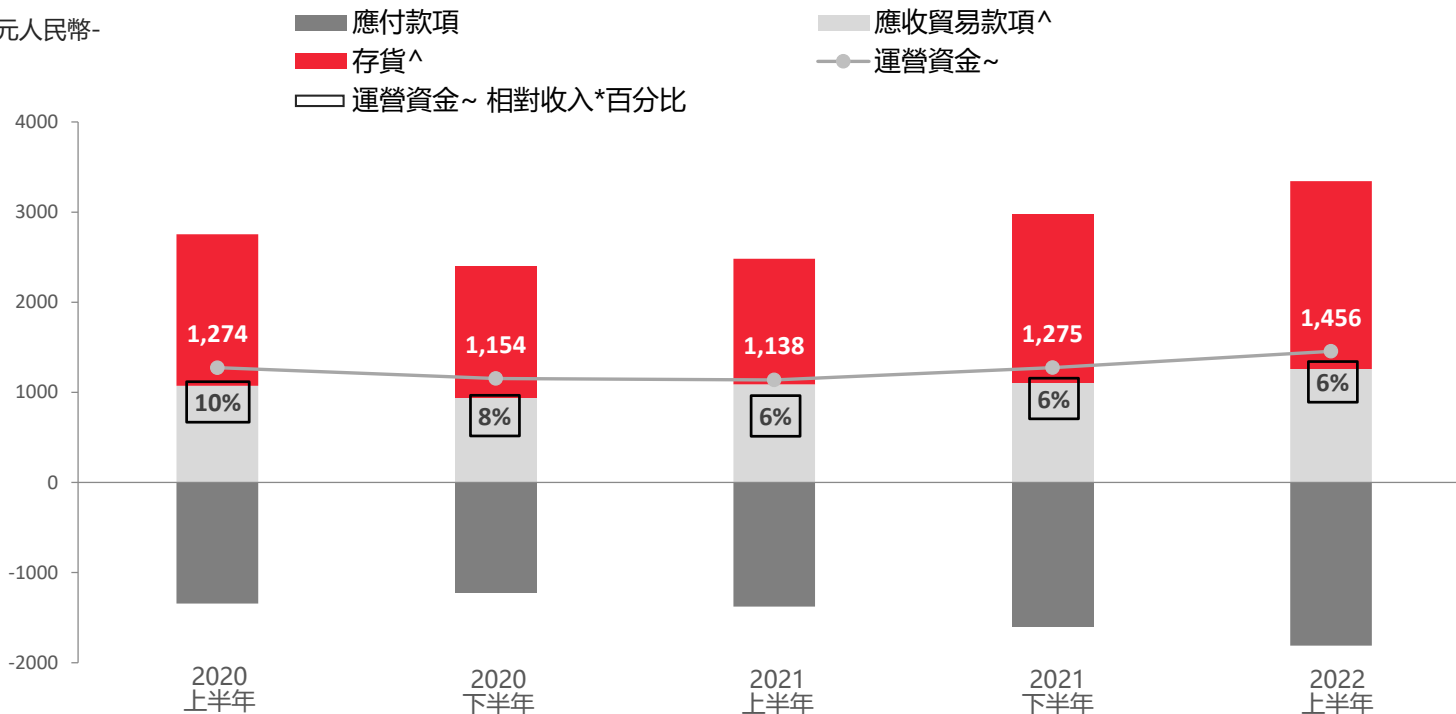
撥備前原值金額
(百萬元人民幣)



應收貿易款項處於合理的健康水平

運營資金效率

-百萬元人民幣-



健康的運營資金效率為生意復蘇提供充足的動力

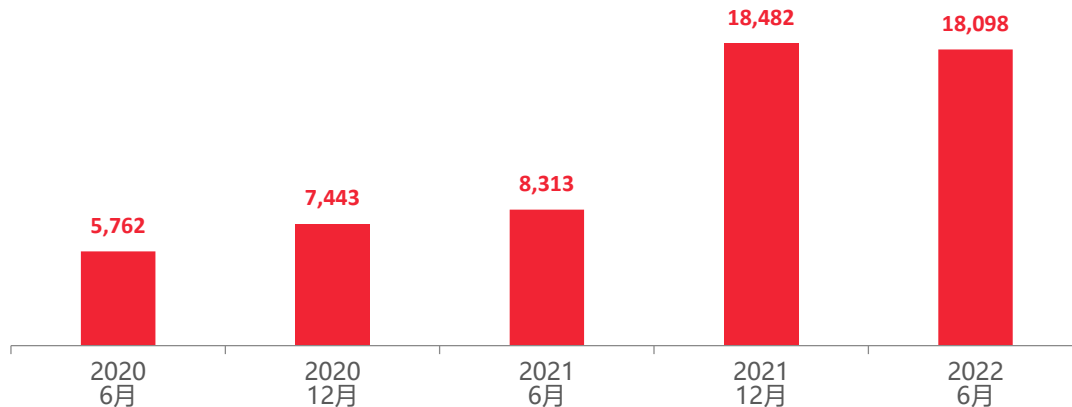
~ 按照期初及期末簡單平均法計算
 ^ 存貨和應收貿易款項為撥備前金額
 * 年化收入



資產負債表及現金狀況

(百萬元人民幣)

淨現金[^]



現金循環週期 (日)

30

20

13

20

21

經營活動產生之現金淨額

479

2,763[#]

3,325

6,525[#]

1,583

[^]淨現金 = 現金及等同現金項目 (包含受限制之銀行存款及長短期銀行存款) - 借貸

[#] 全年度經營活動產生之現金淨額

LI-NING
2022 Interim Report

戰略方向

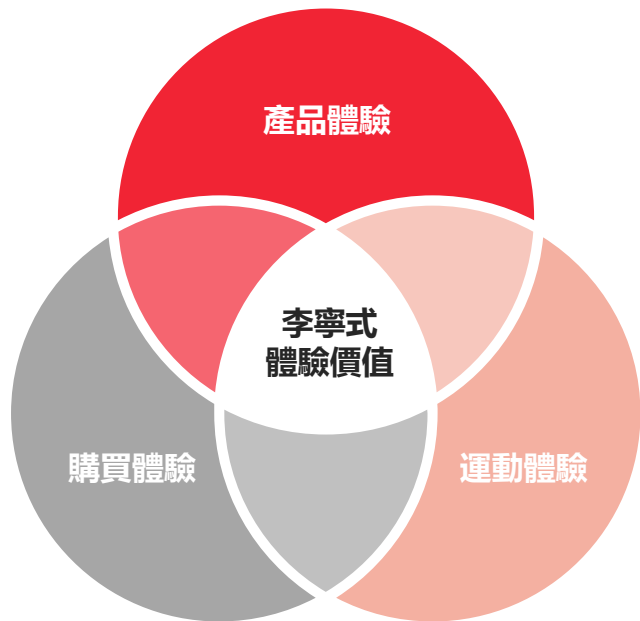
03



STRATEGIC DIRECTION

LI-NING

積極把握行業發展機遇，全方位打磨李寧式體驗價值



經濟發展促進消費市場擴容升級，數字經濟激活新消費動能

- 中國經濟長期穩中向好，消費市場擴容升級趨勢持續，疊加數字科技豐富消費場境。
- 把握消費者日益多元化、高端化及個性化的需求，持續深化落實「單品牌、多品類、多渠道」策略，提升產品力及李寧式體驗價值，深化品牌影響力。

國策法規大力推動體育產業發展，進一步釋放巨大消費需求

- 繼《“十四五”體育發展規劃》出台之後，《中華人民共和國體育法》進一步助力體育產業發展，實施全民健身戰略，推動青少年和學校體育活動開展和普及，促進體育消費。
- 國家採取財政支持、幫助建設體育設施等措施，扶持地區體育事業發展。在國策大力支持下，全國體育人口增長可望提速，進一步釋放體育消費潛力。

加速佈局年輕群體及細分市場，鞏固李寧品牌差異化優勢

- 年輕群體漸成消費主力軍，消費者越來越追求個性化體驗及專業與時尚兼備的運動產品。
- 李寧品牌持續加強產品功能及設計，不斷完善產品矩陣，以全新高級運動時尚子品牌「李寧1990」進一步滲透高端市場和細分領域的佈局。
- 關注零售終端消費體驗，更全面地優化店內服務，提升顧客購物時的舒適度和體驗感。

資料來源

中華人民共和國國務院、中華人民共和國中央人民政府、國家體育總局。

持續優化「單品牌、多品類、多渠道」策略



旗艦店



LI-NING 1990



中國李寧



李寧
YOUNG



奧特萊斯店



籃球



跑步



健身



運動生活



羽毛球

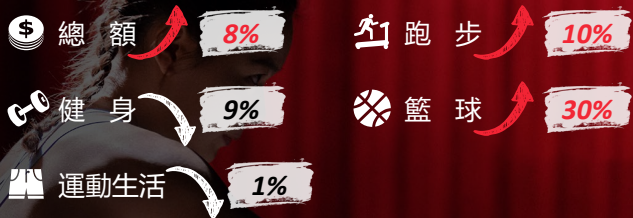


童裝

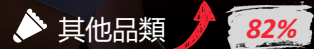


以專業品類為引領，強化核心品類韌性

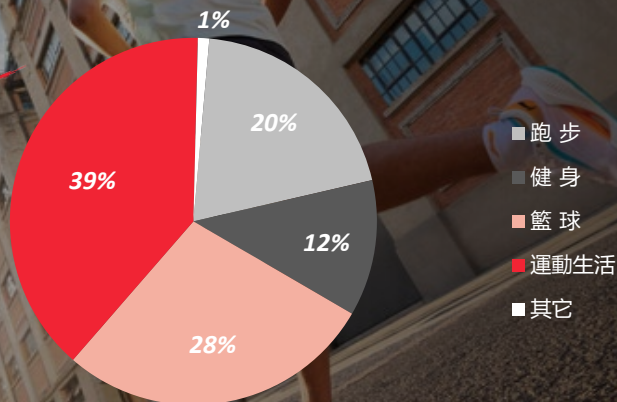
零售流水—按年變動 (2022年上半年)



收入—按年變動 (2022年上半年)



零售流水—佔比



LI-NING
2022 Interim Report



籃球—
 聚焦專業籃球，
 打磨產品性能



韋德之道10—
 探索籃球極致性能，進化不止



全城10—
 搭載全掌韜科技，腳底動能全開



反伍II—
 高性能外場籃球鞋，助力馳聘賽場



跑步—科技進化，加倍爆發，實力加碼

- 以李寧輕彈科技為核心，聚焦競速、彈速、保護、超輕四大產品系列，鞏固全場景的專業跑鞋矩陣。
- 高端跑鞋向上探索，持續與精英核心跑者溝通；大眾跑鞋強化性能，帶動跑鞋生意規模式增長。

全新鞋面科技亮相

BOOM FIBER
李宁䨻丝鞋面科技

轻 透 韧

BOOM FIBER
轻如发丝

BOOM FIBER
丝丝入透

BOOM FIBER
束而不缚

紗線密度比人體髮絲
密度低**17%**
較傳統MONO紗線輕
24%

較上一代飛電透氣性
提升**35%**

搭配創新性熱熔技術
保證穩固不緊繃

鞏固專業跑鞋矩陣

超輕系列
初級跑者



超輕19 -
經典延續
歷久彌新



保護系列
進階跑者
初級跑者



烈駿6 -
步步扎實
穩定至上



彈速系列
進階跑者
初級跑者



絕影 -
緩震回彈
提升效率



競速系列
競速跑者
進階跑者



飛電 2.0 ELITE -
䨻絲加持
顛覆跑感



健身—深耕核心服裝科技，締造最佳運動體驗



AT AIR—透氣速乾科技
 針對跑者需求，透氣性提升**1倍**
 暢爽通透零負擔

AT DRY ULTRA—智能排濕速乾科技
 速乾率提升**55%**
 疾速乾爽，盡情灑汗



AT DRY FREEZE—涼感科技
 涼感效果提升**60%**
 瞬間帶走熱量，體感溫度立降**9度**

女子健身系列—重新定義 LEGGINGS
 針對瑜伽及健身熱汗人群打造各具針對性的LEGGINGS
 分別搭載**裸感**及**塑型**面料
 豐富產品使用場景



2022 Interim Report



櫻花限定系列

初春時節全新回歸
多樣搭配，演繹春日盛放



滑板系列

在黑夜帶上滑板
向探索未知出發



功夫系列

靈感源自孫子兵法
融合富含哲學的方圓之美
傳遞順其自然的生活態度





吉米·巴特勒

史蒂芬·库里

凯文·杜兰特

杰森·塔图姆

LI-NING 2022 全明星之队

籃球

跑步



干就完了
干就完了
干就完了

李景亮
综合格斗运动员

綜合格鬥

乒乓球



羽毛球

品牌營銷——依託核心品類，持續挖掘專業運動資源機會



品牌營銷一 勇於破圈，玩法多樣

李寧 X 李小龍聯名系列-

首次有中國運動品牌與李小龍基金會正式聯名合作，傳遞李小龍的武學修為與功夫哲學



無聊猿潮流運動俱樂部-

跨界NFT，邀請無聊猿遊艇俱樂部成員#4120號，打造像素風線下快閃店



藝術家聯名潮玩-

攜手STEVEN HARRINGTON推出OLLIE鼠手辦，玩偶腳穿李寧惟吾PRO，手捧象征環保與自然的棕櫚樹，獨具藝術家天馬行空的特色



LI-NING
2022 Interim Report

運營進展

04

LI-NING | WADE



EVOLUTION

进化不止

韦德之道10

OPERATIONAL PROGRESS

LI-NING

基於業務發展戰略，聚焦經營效率提升，支持業績穩步增長

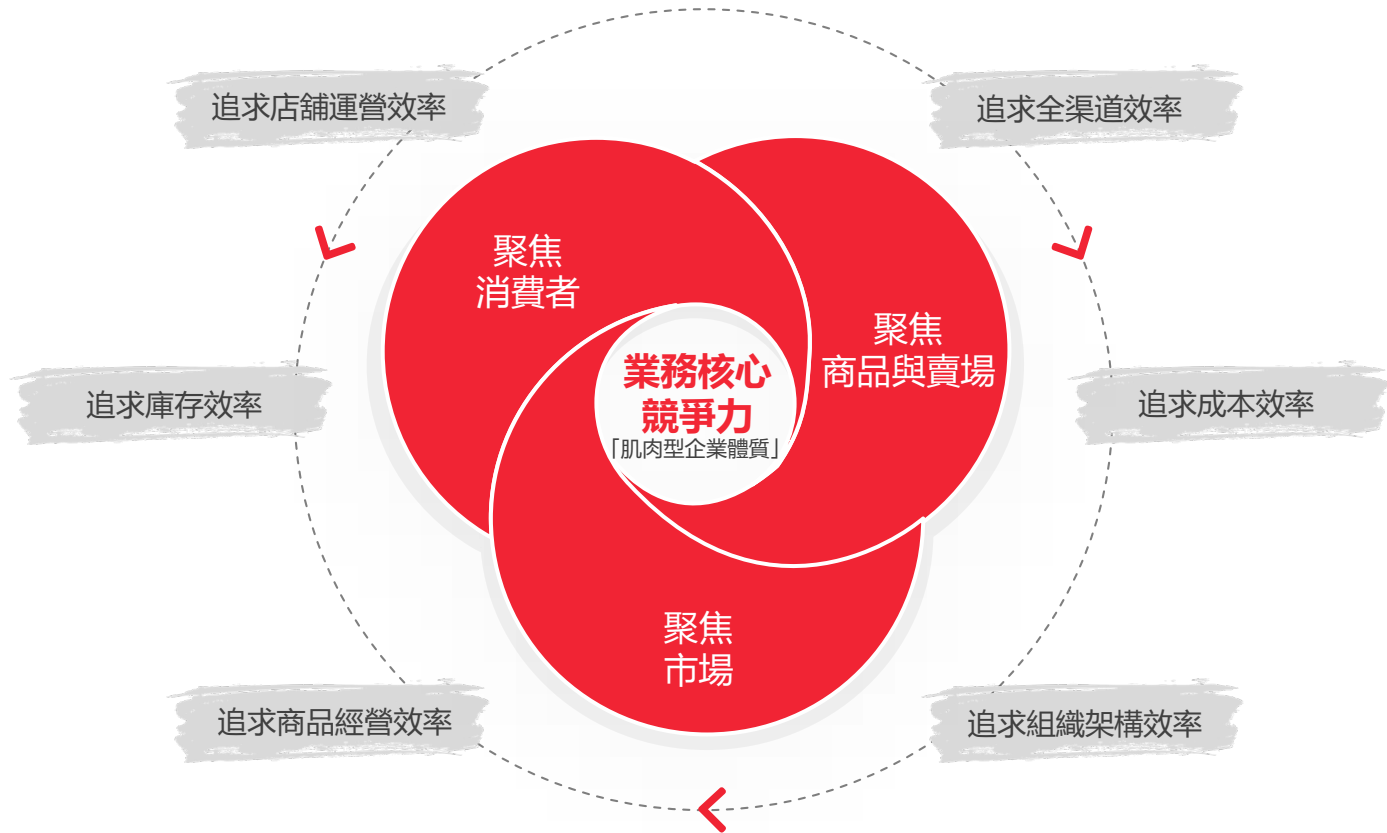


業務發展戰略

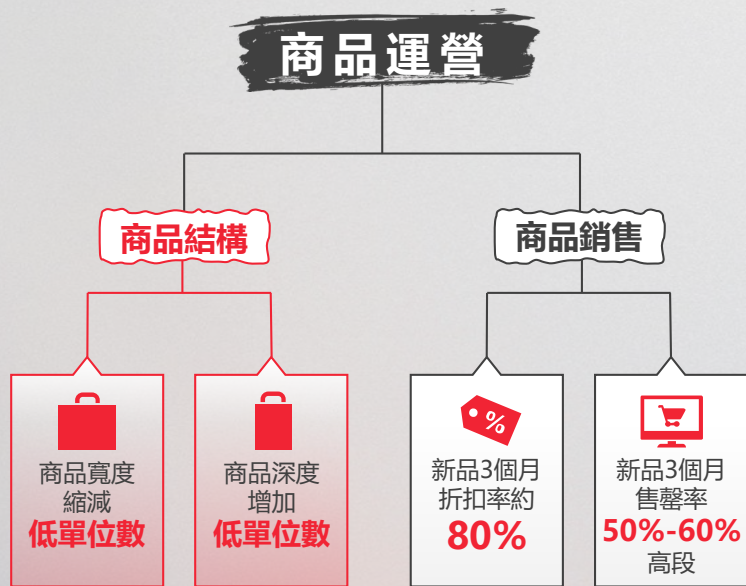


- 收入穩步增長
- 經營利潤率和淨利潤率達成預期

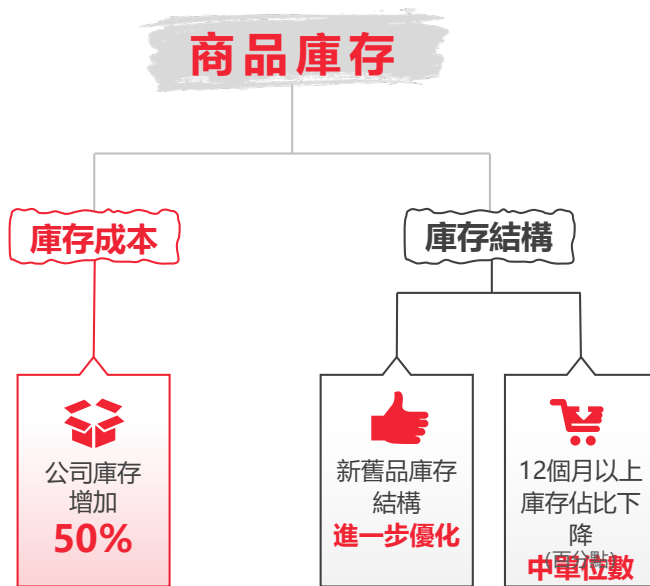




商品運營：持續強化商品運營管理能力，完善商品計劃體系



实现以“**商品和賣場**”為核心的商品經營



用合理庫存做更好的生意

零售運營：有序推進單店業務模式，提升終端零售表現



以“商品和賣場”以及“效率”為核心，發展零售人才，打造零售文化

*不包含線上渠道



渠道：持續優化新開店質量，大店生意佔比進一步提升

拓展高質量可盈利店舖，加速優質店舖開設

店舖保有量



店舖總面積增加
20-30%低段

平均面積約**220**平方米

平均月店效提升、
10%-20%低段

新開店



上半年新開店
超過**240**家

平均面積達**320**平方米

平均月店效
約**45**萬元人民幣

流水結構



大店*流水佔比提升
高單位數 (百分點)

高層級市場#
流水貢獻保持穩定

購物中心
流水貢獻提升
高單位數 (百分點)

* 店舖面積超過300平方米
包含超大及一線城市



電商：推動建設李寧大電商業務模式

電商業務



零售流水

線上直營流水
增加
10%-20%
高段



零售指標

平均折扣加深
高單位數
(百分點)



渠道結構

線上直營流水
佔比上升
低單位數
(百分點)



會員發展

會員數量突破
4,600萬

會員銷售貢獻提升
高單位數
(百分點)

建立電商與線下業務的跨職能溝通機制，強化全渠道業務整合協同



童裝業務：明確童裝專業定位，推動效率與業績增長

零售效率

- 零售流水提升
40%-50%中段
- 平均件單價提升
10%-20%低段
- 零售折扣改善約**1**個百分點
- 連帶率提升**10-20%中段**
- 同店銷售增長達
10%-20%低段

01

商品效率

- 新品3個月折扣率加深
單位數 (百分點) **中**
- 新品3個月售罄率下跌
單位數 (百分點) **中**

02

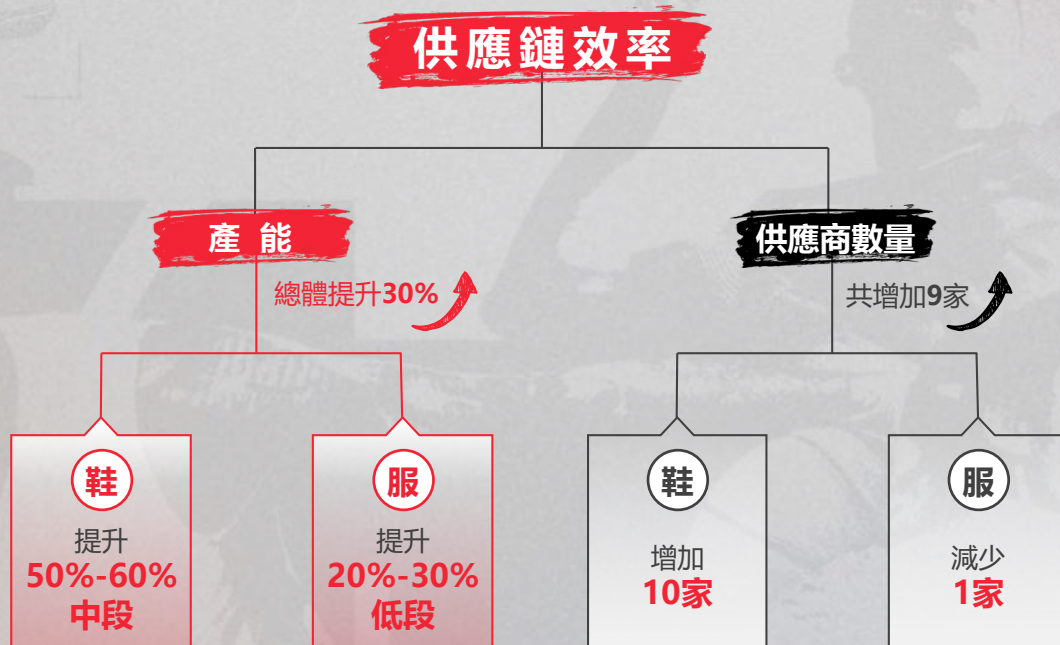
渠道效率

- 門店數量**1,175家**
- 平均月店效提升
40%低段 **30-**

03

以專業運動童裝為核心，加強產品矩陣與渠道結構的優化升級

供應鏈：持續整合與優化供應鏈組織



變被動生產為主動生產，整合優勢資源，加強柔性供應



Disney
LI-NING
2022 Interim Report

05

附錄

Disney

TIGGER!
LET'S GO EXPLORE!



APPENDIX


LI-NING

附錄1—收益表及資產負債表摘要

(人民幣百萬)	2022年	2021年	轉好/ (轉差)
	截至6月30日止		
收入	12,409	10,197	21.7%
毛利	6,201	5,699	8.8%
經銷成本	-3,383	-2,857	(18.4%)
行政開支	-518	-437	(18.5%)
其他收入及其他收益—淨額	336	140	140%
經營溢利	2,643	2,538	4.1%
息稅前利潤加折舊及攤銷 (EBITDA)	3,421	3,158	8.4%
權益持有人應佔溢利	2,189	1,962	11.6%
每股基本溢利 (人民幣:分)	83.77	79.04	6.0%

(人民幣百萬)	2022年 6月30日	2021年 12月31日	轉好/ (轉差)
	現金及等同現金項目	10,575	
借貸	0	0	N/A
淨現金*	18,098	18,482	(2.1%)
流動負債	7,187	7,704	6.7%
流動比率 (倍)	2.07	2.42	(0.35)
總負債佔總資產比率	29%	30%	1.0p.p

*淨現金 = 現金及等同現金項目 (包含受限制之銀行存款及長短期銀行存款) - 借貸

附錄2—毛利率及關鍵經營指標

	2022年	2021年	轉好/ (轉差)
	截至6月30日止		
毛利率	50%	55.9%	(5.9p.p)
經營溢利率	21.3%	24.9%	(3.6p.p)
息稅前利潤加折舊及攤銷率 (EBITDA Margin)	27.6%	31.0%	(3.4p.p)
權益持有人應佔溢利率	17.6%	19.2%	(1.6p.p)
研究及產品開發開支 (佔收入%)	1.9%	1.8%	(0.1p.p)
廣告及市場推廣開支 (佔收入%)	7.9%	7.3%	(0.6p.p)
員工成本開支 (佔收入%)	7.3%	8.2%	(0.9p.p)

	2022年	2021年	轉好/ (轉差)
	截至6月30日止		
存貨周轉期 (天)	55	53	(2)
應收貿易款周轉期 (天)	14	13	(1)
應付貿易款周轉期 (天)	48	53	(5)
現金周轉期 (天)	21	13	(8)
權益持有人應佔權益回報率 (ROE)	10.1%	20.6%	(10.5p.p)
資產回報率 (ROA)	7.1%	12.2%	(5.1p.p)
淨資本性支出 (百萬元人民幣)	683	415	(268)

