

【供即時發送】



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)

李寧公司公佈二零一四中期業績

變革計劃進入攻堅階段，並為穩定增長作好準備

財務及經營業績摘要

- 集團收入為 31.37 億元人民幣，同期上升 8.0%，主要由於新品零售額上升及集團自營零售店鋪網絡的擴張
- 截至 2014 年 6 月 30 日止，六個月的息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)為虧損 3.51 億元人民幣；截至 2014 年 6 月 30 日止，六個月權益持有人應佔虧損為 5.86 億元人民幣
- 集團的平台費用(不包括一次性費用)相對收入規模偏高，對公司盈利仍造成顯著的負槓桿作用，並帶來經營活動負現金流
- 變革計劃在多方面取得了預期成績，包括提升新品的零售銷售力度和優化店鋪網絡及供應鏈

前景

- 集團將堅定不移地推進變革計劃，但其成效尚需時日方可反映在財務表現上，而全面推動利潤增長及實現長期可持續發展亦需循序漸進
- 本集團將繼續著重通過核心運動資源提升品牌形象、優化渠道效率及成本結構、改善產品性價比、及提升消費者店內購物體驗，為股東創造價值

2014 年 8 月 14 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）今天宣佈其截至 2014 年 6 月 30 日止年度中期業績。報告期內，集團收入為 31.37 億元人民幣，同比增加 8.0%，主要歸因為新品零售額上升及集團自營店網絡的擴張。由於不同零售門店採取不同的成本結構，毛利較同期相比上漲 10.5%，達 14 億元人民幣。權益持有人應佔虧損為 5.86 億元人民幣，相比去年同期錄得的 1.84 億元人民幣虧損。虧損主要由於以下因素：i) 該期間，虧損淨額除呆賬撥備及其他項目外與去年同期相符，集團執行變革計劃時進行的前期投資，及於清理渠道庫存過後減少批發銷售；ii) 呆賬撥備以進一步去除集團復甦面臨的風險，及 iii) 其他主要為一次性的項目。但是，去除

這些因素，公司核心運營虧損較去年同期有所下降。董事會相信，此乃實施變革計劃的關鍵舉措，變革計劃的財務效益及集團的全部盈利潛力尚需時日體現。

2014 年上半年，隨著 2012 年 7 月開始實施的變革計劃持續推行，集團繼續推進前期投資，包括擴張直營網絡以填補渠道空白，投入獨特的核心體育營銷資源，以及為李寧品牌建立新的平台。同時，集團於渠道庫存清理期間仍密切監測對經銷商的發貨，以確保舊庫存清理與新品發貨量的平衡。長遠來看，這些關鍵舉措將幫助集團逐漸釋放全部盈利潛力。但是，集團仍面臨一些挑戰，包括約有 10% 渠道夥伴仍然積聚舊庫存，加上在消化舊庫存的同時，健康業務帶來的收入仍未足以支持平台的開支，因此，全面恢復尚需時日。短期內集團財務指標仍存在較大壓力。於 2014 年 6 月 30 日，集團淨負債為 2.67 億元人民幣（扣除銀行借貸及可換股債券）。

集團創始人兼執行主席李寧先生表示：「中國消費者日益成熟，而且越來越重視商品價值。有鑒於此，集團進一步調整市場營銷策略，集中資源與核心運動品類消費者進行互動。同時，我們也優化非核心運動品類營銷資源，使得集團能夠投資於關鍵領域，在目標消費群體中樹立更強大的品牌形象。儘管公司的變革仍需時間才能體現在業績表現上，但我們堅信基於真實、獨特的市場資源將李寧品牌樹立為中國領先的體育品牌這一路線是正確的。我們將繼續追求在核心資產領域佔據主導地位，充分實現李寧牌的品牌價值，為消費者提供創新的產品，提升整體零售體驗。」

就變革計畫進程，集團執行副主席兼代理行政總裁金珍君先生指出：「公司變革計劃步入正軌，目前正進入攻堅階段並初見成效。今年上半年我們拓寬了在不同價位的產品市場覆蓋範圍。公司新品的市場表現令人振奮，高性價比的品牌價值主張也逐步得到加強，實現更高的零售流水率及利潤率。這些成果驗證了我們過去兩年來在供應鏈、供貨模式、零售網絡以及市場營銷方面為強化零售平台及運營能力而採取的各項舉措，再次堅定了我們對變革進展的信心。」

就推進差異化產品策略方面，今年上半年集團在產品設計、供應鏈及零售推廣的各項改革舉措為新產品銷售表現帶來持續改善，銷售價格及銷售速度均有所提升，且毛利率更高的新品佔比顯著增加。

2014 年上半年，我們繼續推動訂貨會、A+、快速補貨/快速反應銷售模式相結合的產品上市流程。指導性訂單的貢獻比重持續穩步上升。同時，公司亦已在所有自營門店和部分經銷商門店實施 IT 整合的全零售平台。為縮短供應及補貨時間，我們為供應商推出統一的規劃工具以確保可根據市場需求變化作出快速反應。

在品牌營銷方面，集團繼續集中投放資源於李寧品牌。嚴格的成本控制措施令公司可在針對核心體育資源展開的策略行銷方面做出大膽的投資。集團針對日益成熟的中產階級消費群體，繼

續加強與目標消費者群體的互動，聚焦最流行的五大核心運動品類（籃球、跑步、羽毛球、訓練及運動生活）。除了利用頂尖國內資源加強體育賽事的運動體驗，集團亦通過校園平台以及數字營銷平台，進一步加強品牌忠誠度，使李寧牌更貼近不斷壯大的年輕消費者市場。

集團執行副主席兼代理行政總裁金珍君先生總結道：「我們相信集團變革計劃的所有舉措與持續投資將逐步體現在公司財務業績上。對於集團的變革策略方向以及打造中國領先零售品牌的願景我倍感驕傲，並相信這一變革將是中長期內為股東提供最高投資價值的最佳方式。」

-- 完 --

關於李寧

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。本公司擁有品牌行銷、研發、設計、製造、經銷及零售能力，總部位於北京，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絡。

除自有核心李寧品牌，本集團亦通過自營、授權或成立合資公司等方式生產、開發、推廣、分銷及/或銷售其他品牌運動用品，包括紅雙喜（乒乓球）、艾高（戶外運動用品）以及樂途（運動時尚產品）。

媒體查詢請聯繫：

博然思維集團

LNC@brunswickgroup.com

鄭小暉

電話：+852 3512 5000

手機：+852 9131 5202

黃雯嘉

電話：+852 3512 5000

手機：+852 6323 3681