

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



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)

截至2016年6月30日止六個月之 中期業績公告

財務業績摘要

- 本公司權益持有人應佔淨溢利達1.13億元人民幣，較去年同期虧蝕2,900萬元人民幣有所改善：
 - 收入上升13%，達35.96億元人民幣
 - 毛利率提高1.5個百分點
 - 成本結構越趨合理，撇除撥備影響更為顯著
- 經營現金流倍增至3.46億元人民幣。
- 運營資金狀況逐步改善：
 - 縱使收入按年上升，然而運營資金(撥備前金額)仍能改善(下降)8%
 - 現金循環週期改善(縮短)15天(2015年: 90天/2016年: 75天)

經營業績摘要

- 包括線上及線下在內的整體渠道銷售流水錄得低雙位數增長。
- 整體同店銷售2016年上半年度錄得中單位數增長。
- 新品售罄率持續提升，上升2個百分點。
- 新品銷售佔比提升，尤其直營零售業務，帶動零售折扣率改善逾2個百分點。

中期業績

李寧有限公司(「本公司」或「李寧公司」)董事會(「董事會」)謹此宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「集團」)截至2016年6月30日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績連同比較數字如下：

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 於2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 於2015年 12月31日 千元人民幣
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		782,322	740,305
土地使用權		78,837	79,788
無形資產		260,636	265,570
遞延所得稅資產		228,687	230,868
可供出售之金融資產		14,000	26,000
按權益法入賬之投資		33,219	27,796
其他應收款項及預付款項		65,341	43,615
		<u>1,463,042</u>	<u>1,413,942</u>
非流動資產總額			
流動資產			
存貨	4	1,028,603	959,652
應收貿易款項	5	1,406,384	1,439,513
其他應收款項及預付款項－即期部分		324,012	309,389
受限制之銀行存款		855	495
現金及等同現金項目		1,544,570	1,812,572
		<u>4,304,424</u>	<u>4,521,621</u>
劃分至持有待售的處置組的資產	12	1,070,012	961,895
		<u>5,374,436</u>	<u>5,483,516</u>
流動資產總額			
資產總額		<u><u>6,837,478</u></u>	<u><u>6,897,458</u></u>

	附註	未經審核 於2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 於2015年 12月31日 千元人民幣
權益			
本公司權益持有人應佔股本及儲備			
普通股		177,492	177,492
股份溢價		2,170,335	2,168,867
就限制性股份獎勵計劃持有之股份		(7,449)	(2,084)
其他儲備		1,336,255	1,308,230
累計虧損		<u>(382,994)</u>	<u>(472,602)</u>
		3,293,639	3,179,903
非控制性權益		<u>262,921</u>	<u>230,637</u>
權益總額		<u>3,556,560</u>	<u>3,410,540</u>
負債			
非流動負債			
應付特許使用費		24,846	27,886
借貸		200,000	200,000
可換股債券		728,436	710,033
遞延所得稅負債		8,724	11,503
遞延收入		<u>59,843</u>	<u>65,710</u>
非流動負債總額		<u>1,021,849</u>	<u>1,015,132</u>
流動負債			
應付貿易款項	6	995,136	997,473
其他應付款項及應計費用		825,857	696,168
應付特許使用費－即期部分		45,183	63,357
當期所得稅負債		6,671	3,777
借貸		10,000	366,499
可換股債券－應付利息		<u>12,500</u>	<u>12,500</u>
		1,895,347	2,139,774
劃分至持有待售的處置組的負債	12	<u>363,722</u>	<u>332,012</u>
流動負債總額		<u>2,259,069</u>	<u>2,471,786</u>
負債總額		<u>3,280,918</u>	<u>3,486,918</u>
權益及負債總額		<u>6,837,478</u>	<u>6,897,458</u>

中期簡明綜合收益表

	附註	未經審核	
		截至6月30日止六個月 2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
持續經營業務			
收入	3	3,595,635	3,186,507
銷售成本	7	<u>(1,918,094)</u>	<u>(1,745,259)</u>
毛利		1,677,541	1,441,248
經銷開支	7	(1,355,081)	(1,243,733)
行政開支	7	(202,996)	(157,674)
其他收入及其他收益－淨額	8	<u>33,183</u>	<u>17,362</u>
經營溢利		152,647	57,203
融資收入	9	4,343	13,943
融資開支	9	<u>(71,825)</u>	<u>(76,359)</u>
融資開支－淨額	9	(67,482)	(62,416)
享有按權益法入賬之投資的溢利份額		<u>3,423</u>	<u>3,325</u>
除所得稅前溢利／(虧損)		88,588	(1,888)
所得稅開支	10	<u>(20,279)</u>	<u>(61,558)</u>
持續經營業務的期內溢利／(虧損)		68,309	(63,446)
終止經營業務			
終止經營業務的期內溢利	12	<u>80,018</u>	<u>63,204</u>
期內溢利／(虧損)		<u>148,327</u>	<u>(242)</u>
由下列各方應佔：			
本公司權益持有人		113,421	(29,407)
非控制性權益		<u>34,906</u>	<u>29,165</u>
		<u>148,327</u>	<u>(242)</u>

		未經審核	
		截至6月30日止六個月	
附註		2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
本公司權益持有人應佔溢利／(虧損)產生於：			
	持續經營業務	68,309	(63,446)
	終止經營業務	45,112	34,039
12		<u>45,112</u>	<u>34,039</u>
		<u>113,421</u>	<u>(29,407)</u>
本公司權益持有人應佔每股收益／(虧損)(分人民幣)			
每股基本收益／(虧損)			
	來自持續經營業務	3.11	(3.35)
	來自終止經營業務	2.05	1.80
		<u>2.05</u>	<u>1.80</u>
		<u>5.16</u>	<u>(1.55)</u>
每股攤薄收益／(虧損)			
	來自持續經營業務	3.11	(3.35)
	來自終止經營業務	2.05	1.80
		<u>2.05</u>	<u>1.80</u>
		<u>5.16</u>	<u>(1.55)</u>

中期簡明綜合全面收益報表

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年	2015年
	千元人民幣	千元人民幣
期內溢利／(虧損)	148,327	(242)
其他全面收益：		
有機會重分類至損益的項目		
外幣折算差額	292	5
	<u>148,619</u>	<u>(237)</u>
期內全面收益／(虧損)總額	<u>148,619</u>	<u>(237)</u>
由下列各方應佔：		
本公司權益持有人	113,713	(29,402)
非控制性權益	34,906	29,165
	<u>148,619</u>	<u>(237)</u>
本公司權益持有人應佔全面收益／(虧損)總額產生於：		
持續經營業務	68,601	(63,441)
終止經營業務	45,112	34,039
	<u>113,713</u>	<u>(29,402)</u>

附註：

1. 一般資料

李寧有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)境內從事體育相關鞋類、服裝、器材及配件的品牌發展、設計、製造、零售及批發。

本公司於2004年2月26日根據開曼群島1961年第3號法例(經綜合及修訂)第二十二章公司法在開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司。本公司之註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

本公司股份在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有註明者外，本簡明綜合中期財務資料以人民幣呈報。董事會於2016年8月10日批准刊發本簡明綜合中期財務資料。

本簡明綜合中期財務資料未經審核。

2. 編製基準和主要會計政策

截至2016年6月30日止六個月的本簡明綜合中期財務資料乃根據國際會計準則(「國際會計準則」)第34號「中期財務報告」編製。本簡明綜合中期財務資料應與截至2015年12月31日止年度之年度財務報表一併閱讀，後者乃根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

(a) 截至二零一六年十二月三十一日止財政年度生效的國際財務報告準則的修訂，對本集團沒有重大影響。

(b) 已發出但主體尚未應用的準則的影響

(i) 國際財務報告準則第9號「金融工具」

國際財務報告準則第9號「金融工具」針對金融資產和金融負債的分類、計量和取消確認，引入套期會計的新規則和金融資產的新減值模型。此準則不需要在二零一八年一月一日之前應用，但可提早採納。本集團目前正在評估其應否在其強制採納日期前採納。

(ii) 國際財務報告準則第15號「與客戶之間的合同產生的收入」

國際會計準則理事會已發佈收入確認的新準則。此將取代國際會計準則第18號(涵蓋出售貨品和提供服務產生的收入)和國際會計準則第11號(涵蓋建造合同)。新準則建基的原則為收入在貨品或服務的控制權轉移至客戶後確認。

管理層目前正在評估應用新準則對集團財務報表的影響。

本集團管理層及股東分別於2015年10月23日及2015年12月4日批准出售上海紅雙喜股份有限公司(「紅雙喜」；本公司擁有57.5%股權之附屬公司)10%的股權。紅雙喜已相應被作為終止經營業務，相關的收入、開支及其他經營業績在收益表中單獨列示為「終止經營業務的期內溢利」。為保持一致，比較數字亦被重新列示。紅雙喜相關的資產及負債在資產負債表中列示為「持有待售」。

3. 收入及分部資料

本公司管理層(「管理層」)是本集團的主要經營決策者。管理層定期檢討本集團之內部申報，以評估業績及分配資源。管理層已根據此等報告判定經營分部。

管理層從品牌之觀點衡量其業務。截至2015年6月30日止六個月，本集團擁有如下三個可報告分部，即李寧牌、紅雙喜牌和所有其他品牌分部。截至2015年12月31日止年度，本集團決定出售上海紅雙喜股份有限公司(「紅雙喜」) 10%股權並於2015年10月23日公佈了出售計劃。出售交易完成後，本集團將不再將紅雙喜納入合併範圍而是轉為聯營公司，因此今後其將不再為本集團的可報告分部。於2016年6月30日及截至2016年6月30日止六個月，紅雙喜被劃分至持有待售及終止經營業務。

管理層根據經營溢利／(虧損)評估經營分部之表現。提供給管理層決策之分部資料均與本財務資料計量一致。

截至2016年6月30日止六個月，源自持續經營業務的李寧牌和所有其他品牌及源自終止經營業務的紅雙喜牌之銷售收入分別為3,552,656,000元人民幣、42,979,000元人民幣及409,455,000元人民幣，而截至2015年6月30日止六個月分別為3,127,276,000元人民幣、59,231,000元人民幣及454,161,000元人民幣。

分部間之銷售乃按公平交易採用之相同條款進行。向管理層匯報之外部客戶收入按中期簡明綜合收益表貫徹一致之方式計量。

截至2016年及2015年6月30日止六個月，就可報告分部向管理層提供之分部數據如下：

	李寧牌 千元人民幣	持續經營業務 其他品牌 千元人民幣	未經審核		總計 千元人民幣
			小計 千元人民幣	終止經營業務 紅雙喜牌* 千元人民幣	
截至2016年6月30日止六個月					
總收入	3,552,656	58,358	3,611,014	409,455	4,020,469
分部間收入	—	(15,379)	(15,379)	—	(15,379)
外部客戶收入	<u>3,552,656</u>	<u>42,979</u>	<u>3,595,635</u>	<u>409,455</u>	<u>4,005,090</u>
經營溢利	138,515	14,132	152,647	103,291	255,938
經銷及行政開支	1,552,528	5,549	1,558,077	81,562	1,639,639
折舊及攤銷	149,097	2,413	151,510	—	151,510
截至2015年6月30日止六個月					
總收入	3,127,276	75,802	3,203,078	454,173	3,657,251
分部間收入	—	(16,571)	(16,571)	(12)	(16,583)
外部客戶收入	<u>3,127,276</u>	<u>59,231</u>	<u>3,186,507</u>	<u>454,161</u>	<u>3,640,668</u>
經營溢利	42,376	14,827	57,203	84,373	141,576
經銷及行政開支	1,391,315	10,092	1,401,407	111,763	1,513,170
折舊及攤銷	97,542	5,082	102,624	12,121	114,745

* 紅雙喜牌已被劃分至終止經營業務，相關的收入、開支及稅項在中期簡明綜合收益表中單獨列示為「終止經營業務的期內溢利」。

經營溢利和除所得稅前溢利／(虧損)的調節如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
持續經營的經營溢利	152,647	57,203
融資收入	4,343	13,943
融資開支	(71,825)	(76,359)
享有按權益法入賬之投資溢利份額	3,423	3,325
持續經營的除所得稅前溢利／(虧損)	<u>88,588</u>	<u>(1,888)</u>
終止經營的經營溢利	103,291	84,373
融資收入	1,043	447
融資開支	(79)	(869)
終止經營的除所得稅前溢利	<u>104,255</u>	<u>83,951</u>

收入的地區資料

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
持續經營業務		
中國(包含香港特別行政區)	3,512,229	3,120,632
其他地區	83,406	65,875
來自持續經營業務的收入	<u>3,595,635</u>	<u>3,186,507</u>
終止經營業務		
中國(包含香港特別行政區)	387,416	427,081
其他地區	22,039	27,080
來自終止經營業務的收入	<u>409,455</u>	<u>454,161</u>
總計	<u>4,005,090</u>	<u>3,640,668</u>

分地區收入以裝運／交貨目的地為基準。

本集團擁有大量客戶。截至2016年及2015年6月30日止六個月內，本集團並無與任何單一外部客戶交易產生之收入達到或超過本集團總收入之10%。

4. 存貨

	未經審核 2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 2015年 12月31日 千元人民幣
原料	1,645	1,319
在製品	2,990	3,172
製成品	1,200,807	1,124,858
	1,205,442	1,129,349
減：撇減存貨至可變現淨值之撥備	(176,839)	(169,697)
	1,028,603	959,652

截至2016年6月30日止六個月，確認為開支並計入銷售成本之存貨成本為1,871,053,000元人民幣(2015年6月30日：1,685,055,000元人民幣)。計提及轉回存貨撥備已計入截至2016年及2015年6月30日止六個月之中期簡明綜合收益表之銷售成本項下。

5. 應收貿易款項

	未經審核 2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 2015年 12月31日 千元人民幣
應收賬款	1,872,220	1,889,870
應收票據	6,538	25,400
	1,878,758	1,915,270
減：應收貿易款項減值撥備	(472,374)	(475,757)
	1,406,384	1,439,513

於各資產負債表日之應收貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核 2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 2015年 12月31日 千元人民幣
零至30天	418,445	539,433
31至60天	237,163	242,387
61至90天	319,405	251,607
91至180天	431,371	509,786
180天以上	472,374	372,057
	1,878,758	1,915,270

客戶所獲之信貸期一般為90天以內。於2016年6月30日，應收貿易款項903,745,000元人民幣(2015年12月31日：881,843,000元人民幣)已逾期。本公司關於應收貿易款項和其他應收款項減值的撥備金額反映了本公司對於可能無法收回金額的最佳估計。這一決定的形成需要作出重大判斷。在判斷過程中，本公司需要評估每個客戶的若干個別經濟因素及其他因素，其中包括：每個客戶的過往還款情況和誠信度、過往幾年的違約次數、應收貿易款項的賬齡和最近與每個客戶的協商情況。管理層已緊密關注客戶的信用風險並竭盡全力跟進應收貿易款項的回收。於2016年6月30日，本集團已作出472,374,000元人民幣(2015年12月31日：475,757,000元人民幣)的減值撥備。

減值乃首先就重大結餘進行個別評定，其他結餘根據賬齡組合及過往拖欠情況進行組合以整體評定(皆因該等客戶的信貸風險相若)。

於2016年6月30日，應收貿易款項431,371,000元人民幣(2015年12月31日：406,086,000元人民幣)已逾期但未減值。該等款項與數名並無重大財務困難之獨立客戶有關。根據過往經驗，逾期金額可被收回。該等應收貿易款項之賬齡分析如下：

	未經審核 2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 2015年 12月31日 千元人民幣
91至180天	<u>431,371</u>	<u>406,086</u>

應收貿易款項減值撥備變動列示如下：

	未經審核 截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
於1月1日	475,757	596,766
轉回應收貿易款項減值撥備	(3,241)	(50,941)
期內撤銷之不可收回應收貿易款項	<u>(142)</u>	<u>(169)</u>
於6月30日	<u>472,374</u>	<u>545,656</u>

增加及解除應收貿易款項減值撥備已於中期簡明綜合收益表內計入行政開支項下。倘預期不能收回額外現金，一般會撤銷計入撥備賬目的款項。

於資產負債表日，信貸風險的最高額為上述各類應收貿易款項的賬面值。

6. 應付貿易款項

應付貿易款項之正常信貸期一般介乎30至60天。於各資產負債表日之應付貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核 2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 2015年 12月31日 千元人民幣
零至30天	547,698	665,265
31至60天	349,338	240,779
61至90天	83,058	82,316
91至180天	9,109	4,708
181至365天	2,369	1,935
365天以上	<u>3,564</u>	<u>2,470</u>
	<u>995,136</u>	<u>997,473</u>

7. 按性質列示開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
於銷售成本確認為開支之存貨成本	1,871,053	1,685,055
物業、機器及設備折舊(附註a)	128,853	77,748
土地使用權及無形資產攤銷	22,657	24,876
廣告及市場推廣開支	433,918	471,797
佣金及訂貨會相關費用	50,664	23,478
員工成本開支，包括董事薪酬	351,745	321,440
有關土地及樓宇之經營租約租金及相關費用	370,181	381,749
研究及產品開發開支(附註a)	58,819	71,687
運輸及物流開支	135,445	119,817
轉回應收貿易款項減值撥備	(3,241)	(50,941)
核數師酬金	2,840	2,610
— 核數服務	2,500	2,400
— 非核數服務	340	210
管理諮詢費	22,018	23,475
差旅及業務招待費	16,879	15,082

附註：

- (a) 研究及產品開發開支包括研究開發部門物業、機器及設備折舊及員工成本開支，該等金額也包含於如上披露的折舊費用及員工成本開支中。

8. 其他收入及其他收益－淨額

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
政府補助	22,725	10,911
特許使用費收入	8,980	6,451
可供出售金融資產處置收益	1,478	—
	<u>33,183</u>	<u>17,362</u>

9. 融資收入及開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年	2015年
	千元人民幣	千元人民幣
融資收入		
銀行結餘及存款之利息收入	4,343	3,127
外幣匯兌收益淨額	—	10,816
	<u>4,343</u>	<u>13,943</u>
融資開支		
貼現攤銷－應付特許使用費	(3,894)	(6,893)
銀行和其他借貸利息開支	(10,173)	(20,561)
可換股債券利息開支	(33,403)	(31,806)
外幣匯兌損失淨額	(4,081)	—
其他	(20,274)	(17,099)
	<u>(71,825)</u>	<u>(76,359)</u>
融資開支－淨額	<u>(67,482)</u>	<u>(62,416)</u>

10. 所得稅開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2016年	2015年
	千元人民幣	千元人民幣
即期所得稅		
— 香港利得稅	2,677	2,016
— 中國企業所得稅	15,209	777
— 中國境內附屬公司取得的利息收入之預提所得稅	2,991	1,687
	<u>20,877</u>	<u>4,480</u>
遞延所得稅	<u>(598)</u>	<u>57,078</u>
所得稅開支	<u>20,279</u>	<u>61,558</u>

11. 股息

董事會建議不派發截至2016年及2015年6月30日止六個月之中期股息。

12. 持有待售非流動資產及終止經營

隨著本集團管理層及股東分別於2015年10月23日及2015年12月4日批准以代價124,992,000元人民幣出售紅雙喜10%股權予非凡中國控股有限公司(「非凡中國」)後，與紅雙喜有關之資產及負債被列作持有待售資產。鑒於紅雙喜被劃分至終止經營業務，其在收益表中單獨列示，且為達到披露一致性將比較數據也進行了重分類。該宗出售交易預期將於2016年下半年完成。

(a) 持有待售的處置組的資產

	未經審核 於2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 於2015年 12月31日 千元人民幣
物業、機器及設備／土地使用權	482,994	470,884
無形資產	159,808	159,808
遞延所得稅資產	17,908	16,173
存貨	107,878	123,842
應收貿易款項	95,092	10,894
其他應收款項及預付款項	2,063	3,601
現金及等同現金項目	204,269	176,693
總計	1,070,012	961,895

(b) 持有待售的處置組的負債

	未經審核 於2016年 6月30日 千元人民幣	經審核 於2015年 12月31日 千元人民幣
遞延所得稅負債	60,009	60,009
應付貿易款項	124,061	76,792
其他應付款項及應計費用	168,670	184,694
即期所得稅負債	10,982	10,517
總計	363,722	332,012

終止經營業務的業績分析如下：

	未經審核 截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
收入	409,455	454,161
開支	(305,200)	(370,210)
除所得稅前利潤	104,255	83,951
所得稅開支	(24,237)	(20,747)
終止經營業務的期內溢利	80,018	63,204
由下列各方應佔：		
— 本公司權益持有人	45,112	34,039
— 非控制性權益	34,906	29,165
終止經營業務的期內溢利	80,018	63,204

(c) 現金流量

	未經審核 截至6月30日止六個月	
	2016年 千元人民幣	2015年 千元人民幣
經營活動之現金流量	41,925	81,595
投資活動之現金流量	(12,529)	(2,790)
融資活動之現金流量	(2,623)	(2,603)
現金及等同現金項目淨增加	26,773	76,202

中期股息

董事會決議不派付截至2016年6月30日止六個月之中期股息(2015年：無)。

管理層討論與分析

財務回顧

本集團截至2016年6月30日止六個月之主要經營及財務指標呈列如下：

	未經審核		變動 (%)
	截至6月30日止六個月		
	2016年	2015年	
收益表項目			
(除特別註明外，所有金額均以千元人民幣列示)			
收入	3,595,635	3,186,507	12.8
毛利	1,677,541	1,441,248	16.4
經營利潤	152,647	57,203	166.9
息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)(附註1)	307,580	163,152	88.5
權益持有人應佔溢利／(虧損)(附註2)	113,421	(29,407)	(485.7)
每股基本收益／(虧損)(分人民幣)(附註3)	5.16	(1.55)	(432.9)

主要財務比率

盈利能力比率

毛利率(%)	46.7	45.2
經營利潤率(%)	4.2	1.8
實際稅率(%)	22.9	(3,260.5)
權益持有人應佔溢利／(虧損)率(%)	3.2	(0.9)
權益持有人應佔權益回報率(%)	3.5	(1.2)

開支佔收入比率

員工成本開支(%)	9.8	10.1
廣告及市場推廣開支(%)	12.1	14.8
研究及產品開發開支(%)	1.6	2.2

資產效率

平均存貨周轉期(天)(附註4)	94	112
平均應收貿易款項周轉期(天)(附註5)	72	71
平均應付貿易款項周轉期(天)(附註6)	91	93

未經審核
2016年6月30日

經審核
2015年12月31日

資產比率

負債對權益比率(%) (附註7)	99.6	109.7
有息負債對權益比率(%) (附註8)	28.9	40.5
每股資產淨值(分人民幣)	188.85	180.91

附註：

1. 息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)乃按持續經營業務的期內溢利／(虧損)、所得稅開支、融資開支－淨額、物業、機器及設備折舊及土地使用權及無形資產攤銷之總和計算。
 2. 其中，2016年1月1日至3月31日權益持有人應佔溢利為：41,495,000元人民幣。
 3. 每股基本收益／(虧損)乃根據期內本公司權益持有人應佔溢利／(虧損)除以已發行股份扣除就限制性股份獎勵計劃持有之普通股股份之加權平均股數計算。
 4. 平均存貨周轉期(天)乃按剔除紅雙喜的存貨之期初及期末平均結餘除以銷售成本再乘以期內天數計算。
 5. 平均應收貿易款項周轉期(天)乃按剔除紅雙喜的應收貿易款項之期初及期末平均結餘除以收入再乘以期內天數計算。
 6. 平均應付貿易款項周轉期(天)乃按剔除紅雙喜的應付貿易款項之期初及期末平均結餘除以總採購額再乘以期內天數計算。
 7. 負債對權益比率乃按期末負債總額除以本公司權益持有人應佔股本及儲備計算。
 8. 有息負債對權益比率乃按期末有息借貸總額及可換股債券除以本公司權益持有人應佔股本及儲備計算。
- * 本集團提供的上述指標未必與其他發行人具相同名稱的指標計量方法相一致。

收入

本集團截至2016年6月30日止六個月的收入達3,595,635,000元人民幣，較2015年同期上升12.8%。

按品牌和產品種類劃分之收入明細

	截至6月30日止六個月		2015年		收入變動 (%)
	2016年 千元人民幣	佔總收入之 百分比	千元人民幣	佔總收入 之百分比	
李寧牌					
鞋類	1,827,921	50.8	1,585,214	49.7	15.3
服裝	1,538,450	42.8	1,345,443	42.2	14.3
器材／配件	186,285	5.2	196,619	6.2	(5.3)
總計	3,552,656	98.8	3,127,276	98.1	13.6
其他品牌*					
總計	42,979	1.2	59,231	1.9	(27.4)
總計	3,595,635	100.0	3,186,507	100.0	12.8

* 包括Lotto(樂途)、Kason(凱勝)和Aigle(艾高)。

本集團核心品牌李寧牌的收入佔集團總收入98.8%，達3,552,656,000元人民幣，較去年同比上升13.6%。本集團業務已經處於穩步上升的階段，主要由於以下因素：(a)本公司重點投入的5大品類得到市場認同，跑步、籃球、健身訓練產品的增幅尤為顯著。經銷商信心逐步恢復，銷售予特許經銷商的收入同比增長；(b)本公司持續致力於移動互聯網業務的發展，電子商務渠道發展迅速，銷售同比增幅超過一倍；及(c)自營銷售點的同店銷售亦有所增長。這些因素均使本集團在收入方面保持穩定的增長。

各銷售渠道佔李寧牌收入之百分比

	截至6月30日止六個月		變動 (%)
	2016年 佔李寧牌收入 之百分比	2015年 佔李寧牌收入 之百分比	
李寧牌			
中國市場			
銷售予特許經銷商	49.4	51.3	(1.9)
直接經營銷售	35.5	39.6	(4.1)
電子商務渠道銷售	12.8	7.0	5.8
國際市場	2.3	2.1	0.2
總計	100.0	100.0	

李寧牌按地區劃分之收入明細

	附註	截至6月30日止六個月		2015年 佔李寧牌 收入之百分比	收入變動 (%)	
		2016年 佔李寧牌 收入之百分比	2015年 佔李寧牌 收入之百分比			
李寧牌						
中國市場						
北部	2	1,837,120	51.8	1,671,767	53.5	9.9
南部	3	1,632,130	45.9	1,389,634	44.4	17.5
國際市場		83,406	2.3	65,875	2.1	26.6
總計		3,552,656	100.0	3,127,276	100.0	13.6

附註：

- 2016年，集團對銷售系統及相關組織結構進行規劃和調整，將原業務分區調整為北部、南部兩大區域，以進一步推動生意模式向零售轉型，提升商品運營和投入產出效率以及單店運營質量和盈利能力。為達到披露一致性，將比較數據也進行了重述。
- 北部包括北京、天津、山西、山東、河北、內蒙古、河南、黑龍江、吉林、遼寧、陝西、甘肅、寧夏回族自治區、新疆維吾爾自治區及青海。
- 南部包括廣東、廣西、福建、海南、雲南、貴州、四川、江西、重慶、西藏、上海、浙江、江蘇、湖南、湖北及安徽。

與去年同期相比，南部及國際市場增幅較為顯著；北部市場增幅放緩。

銷售成本及毛利

本集團截至2016年6月30日止六個月之整體銷售成本為1,918,094,000元人民幣(2015年：1,745,259,000元人民幣)，整體毛利率為46.7%(2015年：45.2%)。本期，毛利率有所提升，主要由於毛利率較高的新品銷售佔比上升。

李寧牌的銷售成本為1,894,796,000元人民幣(2015年：1,710,947,000元人民幣)，毛利率為46.7%(2015年：45.3%)。本期，本公司對採購成本進行了有效的控制，吊牌成本比有所改善。同時，零售及批發新舊品銷售佔比結構均改善，電商業務的顯著增長也對毛利率帶來有利的影響。然而，本期隨存貨餘額較年初的上升補提了存貨撥備，而去年同期隨著舊庫存的清理而轉回了相應存貨撥備，因此抵銷了部分有利影響。綜合上述因素，李寧牌2016年上半年的毛利率較上年同期仍上升了1.4個百分點。

經銷開支

本集團截至2016年6月30日止六個月之整體經銷開支為1,355,081,000元人民幣(2015年：1,243,733,000元人民幣)，佔本集團總收入37.7%(2015年：39.0%)。

李寧牌的經銷開支為1,352,335,000元人民幣(2015年：1,239,504,000元人民幣)，佔李寧牌收入的38.1%(2015年：39.6%)。本期集團將資源著重於渠道拓展，自營銷售點的數量較去年同期明顯增加，銷售點相關員工成本、運維成本和資產折舊開支隨之增加；電商渠道業務發展迅速，伴隨相關佣金費用大幅上升；此外銷售增長使得物流費用也隨之增加。但同時，集團對相關廣告及市場推廣開支進行嚴格控制。綜合上述因素，李寧牌的經銷開支雖然較上年同期有所增加，但佔收入比重下降了1.5個百分點。

行政開支

本集團截至2016年6月30日止六個月之整體行政開支為202,996,000元人民幣(2015年：157,674,000元人民幣)，佔本集團總收入5.6%(2015年：4.9%)。

李寧牌的行政開支為200,193,000元人民幣(2015年：151,811,000元人民幣)，佔李寧牌收入的5.6%，較2015年同期的4.9%同比上升0.7個百分點。李寧牌行政開支主要包括員工成本、管理諮詢開支、辦公室租金、折舊及攤銷、稅金、應收貿易款項減值撥備以及其他日常開支。本期行政開支有所上升，主要受應收貿易款項減值撥備的影響。本期經銷商業務穩定，應收貿易款項減值撥備與期初相比保持穩定，但上年同期，隨經銷商業務的改善，減值撥備大幅沖回。因此，李寧牌的行政開支較上年同期有所上升。

息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)

本集團截至2016年6月30日止六個月之息稅前利潤加折舊及攤銷為307,580,000元人民幣(2015年：163,152,000元人民幣)，同比上升88.5%，主要受李寧牌業績改善的影響。

李寧牌的息稅前利潤加折舊及攤銷為287,565,000元人民幣(2015年：139,918,000元人民幣)，主要受本公司收入與毛利上升且同時對各項費用開支進行控制，費用率下降的影響。

融資開支

本集團截至2016年6月30日止六個月之融資開支淨額為67,482,000元人民幣(2015年：62,416,000元人民幣)，佔本集團總收入1.9%(2015年：2.0%)，其中包含可換股債券的利息開支33,403,000元人民幣(2015年：31,806,000元人民幣)。

所得稅開支

本集團截至2016年6月30日止六個月之所得稅開支為20,279,000元人民幣(2015年：61,558,000元人民幣)，實際稅率為22.9%(2015年：-3,260.5%，主要是由於遞延所得稅資產轉回而產生的遞延所得稅開支)。

終止經營業務的期內利潤

於2015年10月23日，本集團與非凡中國訂立股份轉讓協議，同意以124,992,000元人民幣為代價出售紅雙喜之10%股權於非凡中國。股權轉讓完成後，本集團將間接持有紅雙喜之47.5%股權，而非凡中國將間接持有紅雙喜之10%股權，紅雙喜將不再為本集團之附屬公司。

根據國際財務報告準則第5號：持有待售非流動資產和終止經營的規定，於本集團而言，紅雙喜已符合劃分至持有待售資產和終止經營的要求，因此將紅雙喜(主營紅雙喜品牌)產生的淨利潤劃分至終止經營業務的期內溢利中。截至2016年6月30日止六個月，紅雙喜產生的淨利潤為80,018,000元人民幣(2015年：63,204,000元人民幣)，主要得益於經銷及行政開支的有效控制。

綜合盈利指標

本集團本期銷售收入和毛利均有所上升，且費用率下降，因此截至2016年6月30日止六個月之綜合盈利指標有所改善。本集團權益持有人應佔溢利為113,421,000元人民幣(2015年：權益持有人應佔虧損29,407,000元人民幣)；期內權益持有人應佔溢利率為3.2%(2015年：-0.9%)，同比上升4.1個百分點；權益持有人應佔權益回報率為3.5%(2015年：-1.2%)，同比上升4.7個百分點。

存貨撥備

本集團2016年上半年之存貨撥備政策與2015年相同。本集團存貨核算按成本與可變現淨值較低者入賬。若可變現淨值低於成本，本集團即按其差額計提存貨撥備。本集團認為，上述政策可保證本集團存貨撥備合理計提。

於2016年6月30日，累計計提的存貨撥備為176,839,000元人民幣(2015年12月31日：169,697,000元人民幣)。與2015年12月31日相比，期末存貨原值有所增加，使整體存貨撥備餘額小幅上升。

呆賬撥備

本集團2016年上半年之呆賬撥備政策與2015年相同。

於2016年6月30日，累計計提的呆賬撥備為472,374,000元人民幣(2015年12月31日：475,757,000元人民幣)。本期隨著貿易渠道夥伴經營狀況的穩定，呆賬撥備餘額亦保持穩定。

資金流動性及財政資源

本集團截至2016年6月30日止六個月之經營活動產生之現金淨額為淨流入345,869,000元人民幣(2015年：166,642,000元人民幣)。於2016年6月30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1,544,570,000元人民幣，較2015年12月31日淨減少268,002,000元人民幣。該減少由以下各項組成：

	未經審核 截至 2016年6月30日 止六個月 千元人民幣
項目	
經營活動：	
經營活動所產生之現金淨額	345,869
投資活動：	
淨資本性支出	(205,101)
出售可供出售金融資產所得款項	13,478
投資聯營公司支付款項	(2,000)
已收合營企業償還之貸款	5,238
其他投資活動產生之現金淨額	4,582
融資活動：	
借貸所償還款項淨額	(354,819)
其他融資活動所用之現金淨額	(50,881)
	<u>(243,634)</u>
加：現金及等同現金項目匯兌收益	3,208
減：劃分至持有待售的現金淨增加	27,576
現金及等同現金項目淨增加	<u><u>(268,002)</u></u>

由於渠道合作夥伴業績整體呈穩定上升趨勢，應收貿易款項回收情況良好，從而大幅改善了本集團的現金流情況。

於2014年12月17日，本公司發出實施權益融資計劃之公告。於2015年1月30日，本公司完成了此次融資計劃。公開發售所得款項淨額為1,515,030,000港元，相當於每股發售證券淨價為2.54港元。截至2016年6月30日，本公司已將有關所得款項淨額的37%用於支付本集團債務，44%投資於店舖網絡擴張及零售能力優化，16%用於產品研發，餘款則用於一般運營資金。

於2016年6月30日，本集團之信貸額度為700,000,000元人民幣，其中未償還借貸已佔用210,000,000元人民幣。於期末，未償還借貸及可換股債券對權益持有人應佔權益比率(即資產負債比率)為28.9% (2015年12月31日：40.5%)。

期內，本集團並無利用掉期安排對沖利率風險。

外匯風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。本集團韓國子公司和香港子公司分別以韓元和港元作為各自的功能性貨幣。本集團有少量現金及銀行存款以港元、美元、歐元及韓元計值。本公司亦以港元派付股息。此外，本集團以美元或歐元支付若干特許使用費和贊助費，及以美元償還若干銀行借貸。

期內，本集團並無就匯率波動風險進行對沖安排，外幣兌換人民幣之任何重大匯率波動可能會對本集團造成財務影響。

資產抵押

於2016年6月30日，賬面淨值為377,919,000元人民幣(2015年12月31日：386,548,000元人民幣)的樓宇和78,733,000元人民幣(2015年12月31日：79,661,000元人民幣)的土地使用權已抵押作為獲得本集團借貸之抵押品。

或然負債

於2016年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

業務回顧

2016年，國家政策的扶持、消費者對健康生活理念的不斷追求及運動參與熱情的增長，繼續對國內體育用品行業提供支持。與此同時，宏觀經濟的疲軟等因素所帶來的挑戰仍不可忽視。對李寧公司而言，在2015年成功落實各項舉措的基礎上，繼續把握市場機遇，鞏固成果，借助品牌影響力，多渠道、跨平台提升用戶體驗，培育品牌忠誠度成為2016年上半年的主要工作重點。

2016年上半年，產品仍是本公司發展核心之一。在運動休閒產品方面，把握當前流行元素融入產品中，不斷推陳出新，迎合消費者多變的喜好及需求；在運動專業產品方面，延續李寧品牌專有的運動功能基因，持續優化更新，例如在第一季度推出的「李寧雲三代跑鞋」中添加智能科技，傳統與創新的結合獲得了市場的積極反饋。「超輕十三代跑鞋」沿用一貫的輕量特色，融入時下流行的一體織技術，搭配多彩配色方案，成功吸引消費者注意。在渠道方面，繼續落實品牌細化的政策，保持全年增長目標不變。與此同時，本公司繼續強化商品運作、銷售運營及店面零售，以持續鞏固提升零售運營能力。

李寧品牌

籃球

為CBA球員打造的高性能籃球鞋：「幻影」

於2016年第一季度上市的「幻影」採用全新升級「李寧雲三代」中底配方，在減震回彈方面有極大提升。同時提供多種配色，包括適合春節的紅金配色、水墨黑白及多彩夏威夷配色。

創造球迷、鞋販瘋搶的簽名鞋：「韋德四代」全明星限量款

全球限量100雙的「韋德四代」全明星配色，透過韋德吧網友預熱，配以多倫多、邁阿密、中國多地點循序限量發售的模式，造成盛況空前的排隊哄搶，各大網絡／平面媒體爭相報導，創造了可觀的媒介價值。

引領設計中國風：CBA全明星服裝

2016年CBA全明星比賽服、出場服，將中國字體元素帶上了全明星戰袍，比賽服上的南北字樣以篆書形式表現，加之圖元化迷彩元素搭配，深受消費者歡迎。

創新銷售模式：韋德定制T恤和「綠幽靈」球鞋

李寧籃球在2016年嘗試多種創新銷售模式，包括直接與韋德粉絲合作韋德定制T恤，以及配合淘寶聚划算獨家發售的「綠幽靈」球鞋。其中韋德定制T恤，借力全明星熱度，與韋德粉絲共同創作，之後透過網上預售模式，創造「零庫存」一周狂售800單的銷售佳績；此外「綠幽靈」球鞋，配色靈感源自夜中鬼火，配合合作夥伴淘寶採取聚划算獨家發售模式，在首發當日創造了2,000雙的銷售佳績。

草根籃球營銷：「壹戰成名」夏季聯賽

李寧籃球在2016年第二季度舉辦「壹戰成名」夏季聯賽，透過14所城市、100處籃球核心人群聚集球場的草根籃球高手尋訪，經三階段（尋訪—對決—稱霸）爭奪「壹戰成名」總冠軍，截至5月底，已現場接觸超過15,000人次，微博傳播超過二百萬人次，活動在七月韋德中國行期間達到高潮，決出總冠軍。

羽毛球

李寧羽毛球產品於中國市場歷來主要通過專業渠道銷售。羽毛球產品電商平台於2016上半年建立，其於線下渠道夥伴的並存模式仍在探索階段。因此，零售流水及收入均受到負面影響。

有賴於以下解決方案，此負面影響已在2016下半年消除：

- 加強電商平台業務管理。我們從電商渠道產品分佈、加強零售價格管控等方面進行梳理和規劃，力求羽毛球產品在不同渠道銷售的有序競爭和發展；
- 根據全國業務區域的重要程度，有針對性的在各區域分配產品、市場、渠道管理等職能部門相關人員，從產品、市場和業務服務角度支援區域業務，在銷售環節幫助客戶快速解決問題，協助實體店提升銷售技能，加快零售流轉。同時，直接接觸各個專業俱樂部和消費人群中具有影響力的羽毛球愛好者，有效推動銷售和市場推廣工作。

2016年上半年，李寧品牌羽毛球業務不斷強化新產品研發，同時配合賽事推廣和贊助資源，擴大品牌影響力。重點舉措包括：

- 李寧羽毛球拍在2016年上半年繼續在「李寧羽拍科技平台」的基礎上開發新品，保持高端產品的市場關注度和銷售勢頭，推出了為世界冠軍諶龍量身打造的N99和全新的贊助產品N80二代。結合產品推廣，N99和N80二代在羽毛球愛好者中廣受歡迎和好評；
- 2016年5月，借助在羽毛球頂級賽事昆山湯尤杯期間的產品賽場曝光，具有創新設計的服鞋產品迅速得到市場的廣泛認可，高端服裝產品銷售表現突出。同時，市場持續暢銷的中價位經典款繼續擴大市場口碑和銷售量；
- 以微信、微博為核心溝通平台的數字營銷，持續提升李寧羽毛球品牌的專業度。我們的主推產品包括風動導流科技平台新品N99球拍、國羽全英賽、湯尤杯比賽服、球員版贊助款比賽鞋以及國羽贊助款拍包。以湯尤杯為重要傳播事件，官方微信的閱讀量超過50萬次，官方微博的閱讀量超過千萬次；
- 2016年4月，李寧品牌簽約世界冠軍、前國手鮑春來，進一步豐富了李寧品牌羽毛球項目中的運動資源。完成簽約後，世界冠軍鮑春來即參與了湯尤杯賽事的傳播推廣活動，借助其個人影響力，李寧湯尤杯服裝賽事新品發佈的內容在社交媒體上閱讀量過萬。

Kason (凱勝) 品牌作為一個擁有20年以上歷史的知名羽毛球器材品牌，是本集團羽毛球業務的重要組成部分。2016年上半年Kason (凱勝) 品牌業務保持穩定。Kason (凱勝) 品牌通過優化產品結構、推出球拍產品經典型號、優化生產成本以及產品性價比不斷強化在消費者頭腦中「經典」的品牌定位。經典球拍產品持續暢銷的同時，新開發的服裝、鞋等品類在產品設計和價格方面亦繼續保持市場競爭力；

本集團將持續通過差異化李寧、Kason (凱勝) 品牌定位，強化產品競爭力，合理利用品牌頂級運動營銷資源，以增加本集團在羽毛球領域的市場份額。

跑步

跑步專業明星產品

— 「李寧雲三代」

產品於2016年首季度推出。首次在「李寧雲」科技中搭載智能概念，中底晶片可有效記錄跑步數據，為跑者提升運動表現。在減震回彈性能方面更加優越，可協助減少運動損傷。

— 「超輕十三代」

產品於2016年第二季度推出。產品設計從東方織錦中汲取靈感，將柔性紗線和透氣MONO紗線結合，一體成型，極致輕量。同時FoamEVALite超輕中底，給予至輕的運動體驗。產品上市3個月銷量約50萬雙。

— 酷風

產品於2016年第二季度推出，採用Cool Shell科技，同時360度透氣結構結合內裡冰紗，為跑者帶來更加清涼透氣的夏日清爽體驗。

跑步文化明星產品

— Heather

產品採用一片式設計及新型雙色網布應用，具有較強的時尚感。同時提供多種配色方案，針對消費者多變的穿著需求，提供百搭宜穿的選擇。

— Easy City

產品採用潮流風格跑鞋設計。IP中底及後掌Bubble 108°氣墊的彈性支撐可提供舒適的穿著體驗。同時，透氣網布設計更加適宜夏季穿著。

創新型營銷

打造李寧跑步產品矩陣+智能生態平台雙引擎，並輔以線上線下全面有效的整合營銷，重新樹立李寧跑步的專業產品形象，從而加深跑者對李寧跑步產品的認知和選擇。

- 核心產品的創新性整合營銷效果顯著。針對「超輕十三代」跑鞋，通過創新性廣告創意\微信朋友圈廣告媒體結合，利用大數據分析方式精準投放約1,400萬目標跑步人群，視頻播放總量約4,514萬次。輔以線上線下全面有效的整合營銷，最大化提高投入產出比。

- 深化李寧跑步智能生態系統，將智能產品、專業實體體驗渠道、移動互聯網溝通和使用者大數據融合，目前已有超過70萬的跑者使用智能跑鞋，並通過線上和線下不同方式實現溝通互動；
- 繼續做大做強李寧10公里跑步聯賽，與多品牌聯合舉辦李寧10公里線上跑步聯賽，擴大影響力和參與度；並通過線上營銷活動直接拉動跑者進入電商購買，有效帶動銷售。

體驗創新

持續推動旗艦店內跑步Corner、李寧iRun俱樂部和李寧跑步品類店的開設，並配合銷售部門的多店型策略進行針對性產品規劃和鋪貨。截至目前，全國已開設北京上海兩家iRun俱樂部，向數萬名跑者提供專業授課、體能訓練、跑姿測試、跑團聚會、約跑等體驗。同時開設了第一家位於上海的跑步品類店，集專業跑步裝備、跑姿測試、運動社交為一體，為跑友帶來專業的跑步服務，打造上海跑友之家新地標。

運動生活

彈簧標「」

品牌定位於運動休閒，採用快時尚模式，渠道以二三線城市的核心商圈、購物中心為主。目標為提供易於穿著的休閒運動服飾，倡導使用簡單基礎的款式穿搭出不同風格，體現配搭的樂趣。

截至2016年6月底，品牌已經在北京、上海、深圳、合肥、南寧、重慶、武漢等30多個城市開設銷售點。2016年上半年，銷售點淨增19個。

作為集團新業務發展，彈簧標「」仍處於運營模式的測試階段。2016年下半年仍將維持謹慎的渠道拓展計劃，主要任務為基於新開店進行產品測試、渠道測試及於李寧標銷售點的配合模式測試。

LNG

LNG品牌以時尚、動感及品位為出發點，以都市時尚白領人士為目標客群，為其提供具潮流設計的品質運動時裝產品。品牌立足於超大城市包括北上廣深及一線城市包括成都及鄭州等的大型購物中心和中高端商場的時尚樓層區域為主。

LNG主要提供以戶外運動、高爾夫等高端運動為靈感設計的時尚運動休閒產品。源自韓國的設計團隊提供集潮流設計、高品質感、高舒適度為一體的產品，讓精英們時刻保持年輕活力與創造力，彰顯個人品位又不失親切舒適感。

截至2016年6月底，LNG已經在北京、天津、上海、成都、南京、瀋陽等30多個城市開設銷售點，受到都市新青年的廣泛歡迎。2016年上半年，銷售點淨增21個。未來，公司將不斷細化LNG品牌背書，強化市場宣傳推廣，提升LNG運營能力，全面提升店舖效率。

健身訓練

服裝產品

我們持續推出功能產品，全面滿足初學者、業餘愛好者和專業健身人群對產品的功能需求。

— 室內健身訓練

室內專業緊身產品是2016年第一季及第二季度主推產品並得到良好的市場回饋。根據不同運動項目及強度推出不同梯度類型產品(如Power Shell 1.0, 2.0)，同時根據季節差異推出適宜當季的Legging，短袖，背心及Bra等產品。

— 室外健身訓練

室外防潑水衛衣套產品具備外層防水，內層透氣和防污、防油的功能特點。貼合工藝兼具室外防小雨功能的基礎上保持良好的挺括外觀，結合立體3D版型，作為健身訓練常青款產品得到市場的認可和良好的銷售表現。

鞋產品

健身訓練鞋產品聚焦於全民健身，以輕質、舒適為基礎，搭配炫彩或百搭風格，以及適合各季節屬性的產品材料、圖案細節，打造適合多場合的運動鞋款。

— 大眾健身鞋

集散步、跑步、羽量級有氧運動功能於一身，以輕質柔軟、易彎折性強為特點，結合高質感流行一體織材料和花色團，並且以針對性價位推出潮流科技的親民款。

— 女子健身訓練鞋

鞋身多處女性喜歡的細節設計，充分抓住天生愛美的女性消費者的購買點，做到運動保護性能的同時，最大化的發揮出產品對於女性的吸引力。

健步鞋產品

聚焦於國內最專業的健步鞋產品研發，提升健步科技功能與設計外觀，以健康、舒適為核心打造專業健步鞋，並給終端客戶呈現統一專業化健步概念性鞋款的理念。

— 專業健步走鞋

自主研發Air-Fluid「輕呼吸」大底，內部設置透氣渠道結構+雙密設計，每走一步令足部感受空氣流動，清爽舒適，彈性十足。

戶外產品

— 衝鋒衣

戶外必備單品，李寧戶外推出防水透濕指數在5000/5000以上的衝鋒衣。全身壓膠工藝，有效抵抗大雨侵襲。面料採用耐撕裂滌綸材料；防水帽簷，前胸防水拉鍊，增加收納屬性。

銷售渠道拓展及管理

截至2016年6月30日，李寧牌(包括LNG及彈簧標「)常規店、旗艦店、工廠店及折扣店的銷售點數量為6,169個，較2015年12月31日淨增加36個。經銷商50家，較2015年12月31日淨減少6家。以下是截至2016年6月30日的銷售點數量細分：

特許及直接經營銷售點數量

李寧牌	2016年 6月30日	2015年 12月31日	變動
特許經銷商	4,671	4,618	1.1%
直接經營銷售	1,498	1,515	(1.1%)
合計	<u>6,169</u>	<u>6,133</u>	0.6%

按地區劃分銷售點數量

李寧牌	2016年 6月30日	2015年 12月31日	變動
北部(附註1)	3,082	2,999	2.8%
南部(附註2)	3,087	3,134	(1.5%)
合計	<u>6,169</u>	<u>6,133</u>	0.6%

附註：

1. 北部包括：北京、河北、河南、天津、山西、內蒙古、遼寧、甘肅、寧夏回族自治區、青海、陝西、新疆維吾爾自治區、吉林、黑龍江、山東。
2. 南部包括：廣東、廣西、福建、海南、雲南、四川、重慶、西藏、貴州、江西、上海、浙江、江蘇、安徽、湖南及湖北。

視覺形象(Visual Identity)

配合新的渠道識別及產品單店組貨原則，區分不同店舖的視覺形象，更加與商圈定位、消費人群特性和產品特點相匹配。同時通過旗艦店、體驗店，韋德店，跑步店的建立，細分化市場及消費者人群，著重打造消費者對李寧品牌的產品體驗，功能科技體驗和購物體驗的溝通互動空間，樹立李寧品牌的整體市場形象。

視覺營銷(Visual Merchandising)

重新梳理整合營銷流程，通過商品決策平台，建立終端與品類的溝通渠道，最大化整合各品類的市場營銷資源，並有效投放到各類店鋪終端，同時靈活有效的根據店鋪形象和級別制訂店內推廣方案及陳列指引，達到店鋪類型、產品組貨、市場推廣及店面陳列高度匹配，突出主題，強調色彩、系列和搭配，帶動新品銷售的最大化。

以吊牌價計算，來自特許經銷商的李寧品牌產品訂貨會訂單連續十一個季度錄得按年增長、最近一期訂貨會簽訂的2017年第一季度訂單，按年錄得高單位數增長。

促銷推廣及會員平台建設

完成線上線下會員一體化建設，通過會員整合和積極尋求多渠道的跨界合作，從而引進更多的營銷資源和多種時尚元素，增加並設計更多靈活、有趣與市場相匹和更多互動體驗的促銷活動方案，使零售點與顧客的交流方式更加豐富多彩，推動新商品的銷售佔比和售罄。

零售終端培訓

重新定義銷售終端培訓的職責和意義，在強化產品知識培訓和基礎服務技能的基礎上，更多的在服務、銷售和管理技巧的培訓上給予課程和工具的輸出，通過TTT課程的複製不斷提升終端帶教能力及終端零售管理能力，提高終端運營水準。

提升店鋪運營水準、加強終端執行

- 制訂子公司評估標準，並按月按季度進行考核，對評估結果實行末位淘汰制。同時加強對廠商評估的執行力度和重要性，最終通過建立完整的考核評估體系來提升終端運營水準；
- 與培訓相結合，規範子公司對區長、區長對店長的管理方法和標準化管理流程，不斷提升店鋪運營能力；
- 根據不同渠道識別，制訂不同店鋪類型的運營標準；
- 2016年上半年，公司零售效率得到有效改善。李寧牌銷售點(自去年第二季度初開始經營)方面，截至2016年6月30日止季度，李寧品牌產品於整個平台(包括電子商務)的同店銷售增長按年錄得高單位數升幅。就渠道而言，零售(直接經營)及批發(特許經銷商)渠道按年均錄得中單位數升幅，電子商務虛擬店鋪業務按年增長為70%至80%低段。

全渠道運營測試

通過O2O全渠道庫存一體化系統平台的建立，真正實現線上下單區域性物流中心(RDC)、全國性物流中心(NDC)或者門店發貨和線下某店下單，RDC、NDC或者其他線下店發貨的運營模式，打通庫存壁壘，實現商品歸屬從以物理位置為標準向以銷售實現為標準的轉化，這對於改善公司庫存結構，庫銷比，提高產品周轉速度和運營效率有著重大意義，同時未來可以通過一體化的商品管理和營銷活動完成線上線下統一的品牌營銷行動，增加品牌整體影響力。

庫存清理

2016年上半年在庫存改善的同時，新品銷售佔比明顯得到改善，毛利率因此明顯提升，在提升產品、人力效能的同時，有效改善了產品結構和現金流。

電子商務

2016年，李寧電商業務不再僅作為線上銷售及營銷渠道，而是向數位化運營方向探索和實踐。

電商團隊逐步摸索和建立起對於市場趨勢分析的體系，通過運營經營數位化分析，以此來對產品方向結構策略進行決策、對運營策略進行決策。

同時2016年也是李寧全渠道業務的重點突破階段，全渠道業務已經在上半年正式開始試運營，從試運營狀態來看，業務穩定，希望未來可協助提升集團整體運營效率。

基於電商業務在數位化運營的探索與實踐，2016年上半年在整體電商行業增長率大幅度放緩的情況下，李寧電商業務銷售額仍舊維持高位增長，上半年銷售同比增長超過一倍。

縱觀整體2016年，電商業務仍將保持增長，未來維持相對持續穩定的健康成長趨勢，不斷對集團的業務模式帶來新的變革性嘗試。

紅雙喜品牌

紅雙喜品牌(「紅雙喜」)主要從事生產、研發、市場推廣及銷售乒乓器材和其他體育器材。

秉承「明星造市、賽事推廣」的營銷理念，紅雙喜在2016年繼續簽約王皓、王勵勤、馬龍、丁寧、李曉霞、樊振東、方博、閆安、朱雨玲、陳夢等優秀乒乓球國手為紅雙喜乒乓球器材代言人。同時，紅雙喜積極參與國內外各類專業賽事贊助，在2016年，紅雙喜成功完成馬來西亞世乒賽的贊助和營銷推廣，馬龍、丁寧等紅雙喜代言人在內的中國乒乓球隊奪得世乒賽團體冠軍；繼續為國際乒聯全球職業巡迴賽、乒乓球世界盃等賽事提供專業比賽器材；下半年為2016年里約奧運會提供賽事器材。

除專業比賽裝備外，紅雙喜於2016年陸續推出百餘款新產品並成功上市，藉此完善了產品線，並顯示出強大的產品研發和設計實力。

紅雙喜牌產品主要通過批發和體育用品商店銷售。國內業務實行批發模式，於中國近30個省和直轄市擁有相對穩定的客戶。2016年，紅雙喜繼續對客戶行為和銷售政策進行細化和規範管理。繼續實施「電商專項開拓」項目，開發電商專供產品，為電商實施專項政策和推廣支持。

其他品牌

AIGLE(艾高)品牌

2016年零售環境仍非常艱巨，國內外宏觀經濟環境向下，這些不利因素使AIGLE(艾高)在拉動業績和成本管理方面都面臨著空前的挑戰。然而，另一方面，AIGLE(艾高)憑藉其準確的品牌市場定位，精準的開店策略，兼顧設計性和功能性為一體的高品質產品，以及專業的零售管理等，持續在戶外及休閒品類保持領先地位。

下半年，AIGLE(艾高)品牌仍將持續採取以下主要經營策略，以不斷提高消費者對品牌的認同感和忠實度，推動業績持續增長：

- 在省會等一線城市持續開設全球統一的品牌形象店；
- 掌握購物中心，奧萊和電商市場的拓展機會；
- 密切關注並跟進經銷商回饋，確保分銷業務穩中求進；
- 提升消費者購物體驗，關注個性化產品功能，增加與VIP的互動；
- 有效管理通路及商場之間合作條件，增加長期的零售利潤回報率；
- 提升商品採購效率，持續加強庫存管理，提升售罄率；
- 繼續加強零售端管理和培訓，強化面向消費者的客戶關係經營。

人力資源

2016年公司進一步推動生意模式向零售轉型，提升產品運營和投入產出效率，以實現零售轉型，改善現金流，保留優秀核心人才為目標，人力資源部協同業務部門在優化組織結構，控制人力成本，優化人才結構，提高員工薪酬市場競爭力等方面制訂重要舉措，取得良好效果。

在組織優化方面，通過內部人員評估，削減低效職能和崗位，合理管理人力成本。

在人才管理方面，建立核心產品和零售人才的識別、評估和培養體系，以支援公司提升產品運營能力和零售運營能力的戰略方向。

在薪酬方面，對高級管理人員和核心專業技術人才實施有業績條件的限制性股票計劃，提高核心人才薪酬的市場競爭力。

在績效管理方面，建立基於產品線和零售終端的績效評估和獎懲體系，以支援產品運營效率和零售運營效率的提升。

在僱主品牌建設方面，以「李寧人」官方微信號為視窗，通過司慶、創意大賽等活動，生動展示本公司在僱主品牌建設方面的活動與成果。今年上半年，公司蟬聯2016中國最具吸引力僱主Top 100獎項，位列該獎項國內運動品服裝行業第一名。

未來，我們將圍繞創造李寧品牌專業運動屬性和時尚性的方向，提升產品和服務體驗價值，來加強組織績效管理和建設。希望在有效管理人力資源投入的同時，持續增強組織能力和人員的績效表現，提升運營效率。以充分支持公司的戰略方向，提升各業務單元的管理和運作能力。

於2016年6月30日，本集團有僱員2,890名(2015年12月31日：2,962名)。其中集團總部及零售子公司僱員1,770名(2015年12月31日：1,762名)，其他附屬公司僱員1,120名(2015年12月31日：1,200名)。

前景展望

在過去各項重點工作的基礎上，未來我們將圍繞以下幾個方面持續提升和鞏固：

- 通過利用移動端網絡平台貼近目標消費群體，研發更具競爭力的特色產品，優化線上及線下購物體驗，全面提升多渠道、跨平台的整體用戶體驗；
- 繼續推進多品牌發展策略；優化銷售網絡渠道，維持2016年計劃淨增銷售點300-500個目標不變；

- 以地區為單位，根據其消費差異化特色，細化銷售渠道類別以及產品組貨與佈局。目標通過專業化渠道+專屬特色產品的方式貼近本地消費需求，提升零售運營能力；
- 維持成本控制力度，繼續提升公司盈利能力。

國家政策的支持將持續促進運動用品行業發展。打造李寧價值之路仍是公司在可見未來的發展方向。未來，公司將從多方面提升運營能力，努力超越以「性價比」取勝的局限，通以「性能」及「功用」吸引愛好運動消費者。以體育運動為DNA，將技術、文化等元素融入產品中，宣導體育作為教育和快樂生活方式的理念，推動「體育+」概念的發展。

購買、出售或贖回本公司股份

於截至2016年6月30日止六個月，本公司概無贖回其任何股份。本公司或其任何附屬公司概無於期內購買或出售本公司任何股份。

企業管治

除守則條文第A.2.1條外，本公司於2016年1月1日至2016年6月30日期間一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載之《企業管治守則》的所有守則條文（「守則條文」）。

根據守則條文第A.2.1條，上市發行人的主席與行政總裁的角色應有區分並不應由一人同時擔任。由於本公司仍未物色到擔任行政總裁（「行政總裁」）的合適人選，於截至2016年6月30日期間內，本公司執行主席兼代理行政總裁李寧先生履行行政總裁的職責。由於主席及行政總裁的職位現時均由李寧先生擔任，因此有關職位並無分開。儘管如此，董事會相信，由李寧先生出任執行主席兼代理行政總裁，能為本集團提供穩健一致之領導，並尤其有利於本集團規劃及執行業務策略。董事會亦相信，現行安排整體對本公司及股東有利。

本公司已採納上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為董事進行證券交易的操守守則。經本公司作出特定查詢後，所有董事均確認在截至2016年6月30日止六個月內已遵守標準守則所載的規定準則。

本公司審核委員會（其三位成員均為獨立非執行董事）已審閱本集團採納的會計原則及慣例，並已檢討核數、風險管理、內部監控及財務報告事宜，包括審閱截至2016年6月30日止六個月的中期業績。

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據國際審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」，對本集團截至2016年6月30日止六個月的中期財務資料進行審閱。羅兵咸永道會計師事務所已確認，按照他們的審閱，並無發現任何事項致令他們相信中期財務資料在各重大方面未有根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

承董事會命
李寧有限公司
執行主席兼
代理行政總裁
李寧

香港，2016年8月10日

於本公告日期，本公司的執行董事為李寧先生；本公司的非執行董事為陳悅先生和吳人偉先生；本公司的獨立非執行董事為顧福身先生、王亞非女士、陳振彬博士和蘇敬軾先生。