

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（港幣櫃台）及82331（人民幣櫃台）

截至2024年6月30日止六個月之 中期業績公告

財務業績摘要

- 上半年，本集團錄得以下經營成果：
 - 收入上升2.3%至143.45億元人民幣；毛利率上升1.6個百分點至50.4%
 - 經營現金淨流入上升40.6%至27.30億元人民幣
 - 本公司權益持有人應佔淨溢利為19.52億元人民幣，淨利率為13.6%，息稅前利潤加折舊及攤銷率為24.0%
- 運營資金保持健康水平：
 - 平均運營資金總額佔收入比為7.1%
 - 現金循環週期為31天，比去年同期增加1天
- 董事會決議宣派截至2024年6月30日止六個月之中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37.75分人民幣。

經營業績摘要

- 整體零售流水（包括線上及線下）錄得低單位數下降。
- 渠道庫存同比上升中單位數，庫存周轉與庫齡結構保持在健康水平。
- 新品線下零售流水錄得中單位數下降。

中期業績

李寧有限公司(「本公司」或「李寧公司」)董事會(「董事會」)宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「集團」)截至2024年6月30日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績連同2023年的比較數字如下：

中期簡明綜合資產負債表

	附註	未經審核 2024年 6月30日 千元人民幣	經審核 2023年 12月31日 千元人民幣
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		4,473,019	4,123,948
使用權資產		1,850,452	2,184,054
投資性房地產		3,296,840	1,560,455
土地使用權		152,759	154,654
無形資產		255,955	220,867
遞延所得稅資產		917,054	800,960
其他資產		4,954	203,074
按權益法入賬之投資		1,716,037	1,606,601
以公允價值計量且變動計入當期損益的投資		430,874	428,189
其他應收款項		198,292	234,876
長期銀行存款		4,841,169	9,037,142
非流動資產總額		18,137,405	20,554,820
流動資產			
存貨	4	2,312,826	2,493,206
其他資產—即期部分		902,894	838,175
應收貿易款項	5	1,210,616	1,205,532
其他應收款項—即期部分		232,135	177,694
受限制之銀行存款		23,909	806
短期銀行存款		6,569,642	3,493,687
現金及等同現金項目		6,146,726	5,443,883
流動資產總額		17,398,748	13,652,983
資產總額		35,536,153	34,207,803

	附註	未經審核 2024年 6月30日 千元人民幣	經審核 2023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		235,823	239,546
股份溢價		9,012,759	10,172,638
庫藏股		(312,739)	(1,037,927)
其他儲備		2,007,049	2,021,513
保留溢利		<u>14,962,903</u>	<u>13,010,871</u>
權益總額		<u>25,905,795</u>	<u>24,406,641</u>
負債			
非流動負債			
應付特許使用費		30,397	8,581
租賃負債		1,547,294	1,825,288
遞延所得稅負債		609,217	627,231
遞延收入		<u>60,159</u>	<u>71,586</u>
非流動負債總額		<u>2,247,067</u>	<u>2,532,686</u>
流動負債			
應付貿易款項	6	1,706,036	1,789,796
合同負債		217,468	552,537
租賃負債—即期部分		622,944	716,665
其他應付款項及應計費用		3,991,093	3,255,710
應付特許使用費—即期部分		74,498	38,484
當期所得稅負債		<u>771,252</u>	<u>915,284</u>
流動負債總額		<u>7,383,291</u>	<u>7,268,476</u>
負債總額		<u>9,630,358</u>	<u>9,801,162</u>
權益及負債總額		<u><u>35,536,153</u></u>	<u><u>34,207,803</u></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 2024年 千元人民幣	2023年 千元人民幣
收入	3	14,345,288	14,018,947
銷售成本	7	(7,109,686)	(7,180,183)
毛利		7,235,602	6,838,764
銷售及經銷開支	7	(4,326,883)	(3,948,420)
行政開支	7	(680,297)	(590,757)
金融資產預期信貸虧損撥備(計提)／轉回—淨額		(10,268)	10,806
其他收入及其他收益—淨額	8	183,741	164,831
經營溢利		2,401,895	2,475,224
融資收入	9	221,238	305,070
融資開支	9	(120,863)	(81,366)
融資收入—淨額	9	100,375	223,704
享有按權益法入賬之投資的溢利份額		110,860	101,873
除所得稅前溢利		2,613,130	2,800,801
所得稅開支	10	(661,098)	(679,518)
期內溢利		1,952,032	2,121,283
由下列各方應佔溢利：			
本公司權益持有人		1,952,032	2,121,231
非控制性權益		—	52
		1,952,032	2,121,283
本公司權益持有人應佔期內溢利之每股收益 (每股以分人民幣列示)			
每股基本收益	11	75.80	80.63
每股攤薄收益	11	75.49	80.34

中期簡明綜合全面收益表

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
期內溢利	1,952,032	2,121,283
其他全面收益：		
有機會重分類至損益的項目		
外幣折算差額	<u>12,493</u>	<u>3,281</u>
期內全面收益總額	<u><u>1,964,525</u></u>	<u><u>2,124,564</u></u>
由下列各方應佔：		
本公司權益持有人	1,964,525	2,124,512
非控制性權益	<u>-</u>	<u>52</u>
期內全面收益總額	<u><u>1,964,525</u></u>	<u><u>2,124,564</u></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，此等簡明綜合中期業績以人民幣(「人民幣」)呈報。董事會於2024年8月15日批准刊發此等簡明綜合中期業績。

此等簡明綜合中期業績未經審核。

當前報告期內主要事項

於2023年12月10日，本集團與獨立第三方訂立買賣協議(「買賣協議」)，據此，本集團同意有條件地(1)收購 Vansittart Investment Limited (「目標公司」，一家於香港註冊成立之有限公司)的全部股本(「出售股份」)及(2)承接轉讓目標公司於上述收購完成日期欠其關聯方之一的貸款額(「出售貸款」)(統稱「收購事項」)。目標公司主要從事物業投資，並為一處位於香港之物業(「該物業」)的唯一法定及實益擁有人，該物業為目標公司之主要資產。

根據買賣協議，收購事項已於2024年1月28日以22.21億港元(相當於約20.13億元人民幣)的總代價落實。除於2023年12月支付的預付款項2.21億港元(相當於約2.00億元人民幣)外，本集團已於2024年1月支付了代價的剩餘金額20.00億港元(相當於約18.13億元人民幣)。

收購事項完成後，目標公司成為本公司的一間間接全資附屬公司，其財務業績已合併入本集團財務報表中。本公司管理層(「管理層」)認為本集團通過收購事項實質上獲得了該物業。因此，本集團已採用集中度測試並根據國際財務報告準則第3號將收購事項作為一項資產收購，主要表現為收購了該物業，分別包括16.99億元人民幣的投資性房地產以及3.22億元人民幣的物業、機器及設備。

2. 會計政策

除了採納下列經修改的準則之外，編製此等簡明綜合中期業績所採用之會計政策與截至2023年12月31日止年度之年度財務報表所採用的會計政策一致：

本集團已採納的經修改的準則

本集團已經自2024年1月1日開始首次應用下列經修改的準則：

國際會計準則第1號(修改)	負債分類為流動或非流動
國際會計準則第1號(修改)	附帶契諾之非流動負債
國際財務報告準則第16號(修改)	售後租回的租賃負債
國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號(修改)	供應商融資安排

上文所列的修改並無對過往期間確認的金額造成任何影響，且預期將不會對當期或未來期間產生重大影響。

本集團尚未採納的已頒佈準則的影響

某些已頒佈的新訂和經修改的會計準則毋須於自2024年1月1日起的報告期間強制採納，因此本集團未提早採納。預計這些新訂和經修改的會計準則在當前或未來報告期內不會對本集團或可預見的未來交易產生重大影響。

	修改和解釋	生效日期
國際會計準則第21號(修改)	缺乏可交換性	2025年1月1日或之後開始的年度期間
國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號 (修改)	金融工具分類與計量	2026年1月1日或之後開始的年度期間
國際財務報告準則第18號	財務報表的列報和披露	2027年1月1日或之後開始的年度期間
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司的披露	2027年1月1日或之後開始的年度期間

3. 分部資料及收入

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。

本集團主要從事體育用品相關的單一業務，管理層審閱本集團的整體表現，因此只有一個可報告分部，並無呈列分部資料。

本集團的主要市場為中國（包括香港特別行政區和澳門特別行政區），銷往海外客戶的收入佔比不高於10%。另外，本集團無位於中國以外的非流動資產。因此，並無地理區域信息呈列。

本集團的收入按以下主要產品種類及銷售渠道劃分：

按產品種類劃分之收入明細：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
鞋類	7,844,159	7,514,672
服裝	5,375,222	5,639,911
器材及配件	1,125,907	864,364
總計	14,345,288	14,018,947

按銷售渠道劃分之收入明細：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
中國市場		
銷售予特許經銷商	6,590,009	6,724,040
直接經營銷售	3,502,705	3,409,502
電子商務渠道銷售	4,004,262	3,595,353
其他地區	248,312	290,052
總計	14,345,288	14,018,947

上述分地區收入以裝運／交貨目的地為基準。

本集團擁有大量客戶。截至2024年及2023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 2024年 6月30日 千元人民幣	經審核 2023年 12月31日 千元人民幣
原料	21,616	32,009
在製品	20,041	17,812
製成品	2,415,083	2,578,112
	<u>2,456,740</u>	<u>2,627,933</u>
減：撇減存貨至可變現淨值之撥備	<u>(143,914)</u>	<u>(134,727)</u>
	<u><u>2,312,826</u></u>	<u><u>2,493,206</u></u>

截至2024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6,911,525,000元人民幣（2023年6月30日：7,002,447,000元人民幣），包括存貨撥備9,187,000元人民幣（2023年6月30日：22,857,000元人民幣）。

5. 應收貿易款項

	未經審核 2024年 6月30日 千元人民幣	經審核 2023年 12月31日 千元人民幣
應收賬款	1,259,010	1,243,747
減：應收貿易款項預期信貸虧損撥備	<u>(48,394)</u>	<u>(38,215)</u>
	<u><u>1,210,616</u></u>	<u><u>1,205,532</u></u>

客戶所獲之信貸期一般為90天以內。於2024年6月30日及2023年12月31日，基於發票日期的應收貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核 2024年 6月30日 千元人民幣	經審核 2023年 12月31日 千元人民幣
0至30天	627,894	581,522
31至60天	400,027	384,449
61至90天	41,085	99,505
91至180天	152,387	157,530
180天以上	<u>37,617</u>	<u>20,741</u>
	<u><u>1,259,010</u></u>	<u><u>1,243,747</u></u>

應收貿易款項預期信貸虧損撥備期內變動如下：

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
於1月1日	38,215	152,511
應收貿易款項預期信貸虧損撥備計提／(轉回)	10,282	(7,891)
期內撇銷之不可收回應收貿易款項	(121)	(2,872)
匯率變動影響	18	680
	<u>48,394</u>	<u>142,428</u>
於6月30日	<u><u>48,394</u></u>	<u><u>142,428</u></u>

6. 應付貿易款項

應付貿易款項主要以人民幣計價。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基於發票日期的應付貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核	經審核
	2024年	2023年
	6月30日	12月31日
	千元人民幣	千元人民幣
0至30天	1,647,323	1,507,160
31至60天	57,250	274,316
61至90天	573	4,661
91至180天	119	930
181至365天	127	1,759
365天以上	644	970
	<u>1,706,036</u>	<u>1,789,796</u>

7. 按性質列示之開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
於銷售成本確認為開支之存貨成本	6,911,525	7,002,447
物業、機器及設備折舊 (附註a)	470,250	427,779
土地使用權及無形資產攤銷	31,145	26,958
使用權資產折舊	319,210	363,257
使用權資產減值	50,820	—
物業、機器及設備減值	18,389	—
廣告及市場推廣開支	1,248,791	1,042,091
佣金及訂貨會相關費用	446,240	386,394
員工成本開支，包括董事薪酬 (附註a)	1,217,301	1,160,851
未包含在租賃負債之中的短期租約租金、可變租賃 付款額及租金相關費用	646,688	584,424
研究及產品開發開支 (附註a)	317,257	290,764
運輸及物流開支	422,698	391,806
核數師酬金		
—核數服務	3,340	3,200
—非核數服務	1,614	1,207
管理諮詢費	78,075	47,099

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開支及員工成本開支中。

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	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
政府補助(附註)	141,552	110,094
租金收入	47,198	22,185
經營租出的投資性房地產的折舊及相關支出	(53,286)	(36,427)
特許使用費收入	30,621	26,009
以公允價值計量且變動計入損益的理財產品公允價值收益	14,971	38,063
以公允價值計量且變動計入損益的投資公允價值收益	2,685	4,907
	<u>183,741</u>	<u>164,831</u>

附註：

政府補助是來自於已收若干地方政府當局的款項，以作為本集團對當地經濟發展的貢獻的認可。在截至2024年6月30日止六個月內確認的政府補助中，總金額為129,125,000元人民幣(2023年6月30日：97,662,000元人民幣)是無條件的，由相關部門酌情決定，而剩餘金額12,427,000元人民幣(2023年6月30日：12,432,000元人民幣)是根據政府補助所附各項條件的履行情況從遞延收益中貸記入損益。

9. 融資收入及開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023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	221,238	240,317
外幣匯兌收益淨額	—	64,753
	<u>221,238</u>	<u>305,070</u>
融資開支		
貼現攤銷—租賃負債	(68,606)	(67,319)
外幣匯兌損失淨額	(27,446)	—
借款利息	(12,525)	(3,993)
貼現攤銷—應付特許使用費	(681)	(997)
其他	(11,605)	(9,057)
	<u>(120,863)</u>	<u>(81,366)</u>
融資收入—淨額	<u>100,375</u>	<u>223,704</u>

10. 所得稅開支

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
即期所得稅		
—企業所得稅(b)	789,200	751,019
—已取得中國內地附屬公司利息之預提所得稅(c)	6,006	—
遞延所得稅	(134,108)	(71,501)
所得稅開支	<u>661,098</u>	<u>679,518</u>

所得稅開支是基於管理層對整個財政年度的預計加權平均有效年度所得稅率的估計而確認的。

附註：

- (a) 本公司於開曼群島註冊成立。根據開曼群島現時法律，本公司毋須繳付收入、財產、公司、資本收益或其他應繳付之稅款。本公司之附屬公司RealSports Pte Ltd.乃根據英屬處女群島之國際商業公司法成立，獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- (b) 截至2024年6月30日止六個月，中國內地企業所得稅撥備乃根據集團內各公司之應納稅所得額按25%（2023年6月30日：25%）之法定稅率計算。香港利得稅乃根據源自香港之估計應課稅溢利按16.5%之稅率（2023年6月30日：16.5%）作出撥備。
- (c) 這主要來自於截至2024年6月30日止六個月本公司一間中國內地附屬公司對本公司之利息，須按7%的比例繳納預提稅項。

11. 每股收益

基本

每股基本收益乃按本公司權益持有人應佔溢利除以期內已發行股份減就本公司於2016年7月14日採納的限制性股份獎勵計劃（「限制性股份獎勵計劃」）持有股份及本公司為註銷而回購的股份之加權平均數計算。上述發行在外的加權平均股數應當根據諸如獎勵和股票紅利等事項進行調整。

於2013年4月，本公司完成了可換股證券的發行。於2015年1月，本公司完成了發售證券的發行，包括發行普通股及可換股證券。此兩次低於市場價的認購價實質上相當於將於轉換時以零代價發行245,000股本公司普通股（2023年6月30日：248,000股本公司普通股）股份（即獎勵因素），因此在為每股基本收益計算加權平均股數時，該影響已加以考慮。因發行可換股證券產生的以零代價發行的股份已追溯調整，並視同為於2023年初發行的已發行股份。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
本公司權益持有人應佔溢利(千元人民幣)	<u>1,952,032</u>	<u>2,121,231</u>
視同每股基本收益之加權平均股數及 調整相關獎勵因素後的可換股證券(千股)	<u>2,575,186</u>	<u>2,630,863</u>
每股基本收益(分人民幣)	<u>75.80</u>	<u>80.63</u>

攤薄

每股攤薄收益是通過將已發行股份的加權平均數調整至假設具潛在攤薄影響的股份全部兌換計算的。本公司具潛在攤薄影響的股份包括根據購股權計劃和限制性股份獎勵計劃而發行的股份。對於根據購股權計劃而發行的股份，本公司會作出計算，以確定根據未行使購股權所附認購權的幣值按公允價值（按本公司股份期內平均股份市價計算）所能收購之股份數目。按上述方法計算的股份數目與假設行使購股權而發行的股份數目會進行比較。

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
本公司權益持有人應佔溢利，用於釐定每股攤薄收益(千元人民幣)	<u>1,952,032</u>	<u>2,121,231</u>
視同每股基本收益之加權平均股數及 調整相關獎勵因素後的可換股證券(千股)	<u>2,575,186</u>	2,630,863
限制性股份因素調整(千股)	<u>10,362</u>	6,252
購股權計劃因素調整(千股)	<u>182</u>	3,251
視同每股攤薄收益之加權平均股數(千股)	<u>2,585,730</u>	<u>2,640,366</u>
每股攤薄收益(分人民幣)	<u>75.49</u>	<u>80.34</u>

12. 股息

(a) 本財政期間應支付予本公司權益持有人之股息

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
中期後宣派之中期股息，每股本公司普通股37.75分人民幣 (2023年6月30日：每股本公司普通股36.20分人民幣)， 從本公司保留溢利中應付／支付	976,016	954,636

中期股息於報告期末並未確認為負債。

截至2024年6月30日止期間應付／已支付的中期股息佔本公司權益持有人應佔溢利的百分比為50%
(2023年6月30日：45%)。

(b) 屬過往財政年度之應派付予本公司權益持有人之股息

	未經審核	
	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	千元人民幣	千元人民幣
於報告期內獲批准及支付之截至2023年12月31日止年度末期股息， 每股本公司普通股18.54分人民幣(2022年：每股本公司普通股 46.27分人民幣)，從本公司股份溢價中支付	473,560	1,220,193

股息

董事會決議宣派截至2024年6月30日止六個月之中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37.75分人民幣(2023年6月30日：36.20分人民幣)。該中期股息將按2024年8月15日之中國人民銀行所報人民幣兌港元的官方基準匯率換算成港元派發及將毋須繳納任何預提稅項。該中期股息將於：

- (i) 2024年9月11日派付予於2024年9月3日登記在本公司股東名冊上之普通股股東；
- (ii) 2024年9月11日派付予於根據本公司日期為2015年1月9日的上市文件中載列之本公司公開發售發售證券而發行及於2024年9月3日仍尚餘的可換股證券持有人；及
- (iii) 2024年9月16日(即2024年9月11日後第三個工作日)派付予於根據本公司日期為2013年3月27日的上市文件中載列之本公司公開發售可換股證券而發行及於2024年9月3日仍尚餘的可換股證券持有人。

為釋疑慮，任何在中期股息記錄日期(即2024年9月3日)或之前完成、執行及寄存兌換通知的可換股證券將有權享有分派本公司的該等中期股息。有關可換股證券獲派中期股息的計算方法詳情，請參閱本公司日期分別為2013年3月27日及2015年1月9日之上市文件。

於截至2023年12月31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18.54分人民幣)獲宣派並已於2024年6月13日之本公司股東週年大會上獲得股東批准及隨後於2024年6月支付。

暫停辦理股份及可換股證券過戶登記

為釐定符合資格收取中期股息之本公司股東及可換股證券持有人，本公司將暫停辦理股份及可換股證券過戶登記手續，詳情載列如下：

遞交過戶文件之最後時限	2024年8月30日(星期五)下午4時30分
暫停辦理股份及可換股證券過戶登記手續期限	2024年9月2日(星期一)至2024年9月3日(星期二)(首尾兩日包括在內)
中期股息記錄日期	2024年9月3日(星期二)

為符合資格收取中期股息，所有過戶文件必須於上述遞交過戶文件之最後時限前，送達本公司之香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理過戶登記手續。於上述暫停期間將不會登記任何本公司股份或可換股證券之轉讓。

管理層討論與分析

財務回顧

本集團截至2024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 2024年	2023年	
收益表項目 (除特別注明外，所有金額均以千元人民幣列示)			
收入	14,345,288	14,018,947	2.3
毛利	7,235,602	6,838,764	5.8
經營利潤	2,401,895	2,475,224	(3.0)
息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA) (附註1)	3,443,608	3,425,450	0.5
權益持有人應佔溢利	1,952,032	2,121,231	(8.0)
每股基本收益 (分人民幣) (附註2)	75.80	80.63	(6.0)
主要財務比率			
盈利能力比率			
毛利率 (%)	50.4	48.8	
經營利潤率 (%)	16.7	17.7	
實際稅率 (%)	25.3	24.3	
權益持有人應佔溢利率 (%)	13.6	15.1	
權益持有人應佔權益回報率 (%) (附註3)	7.8	8.5	
開支佔收入比率			
員工成本開支 (%)	8.5	8.3	
廣告及市場推廣開支 (%)	8.7	7.4	
研究及產品開發開支 (%)	2.2	2.1	
資產效率			
平均存貨周轉期 (天) (附註4)	62	57	
平均應收貿易款項周轉期 (天) (附註5)	15	14	
平均應付貿易款項周轉期 (天) (附註6)	46	41	
	2024年 6月30日	2023年 12月31日	
負債對權益比率 (%) (附註7)	37.2	40.2	
每股資產淨值 (分人民幣) (附註8)	1,006.27	948.27	

附註：

1. 息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)乃按期內溢利撇除所得稅開支、融資收入—淨額、物業、機器及設備折舊及減值、經營租出的投資性房地產的折舊、土地使用權及無形資產攤銷及使用權資產折舊及減值之總和計算。
 2. 每股基本收益乃按本公司權益持有人應佔溢利除以期內已發行股份減就限制性股份獎勵計劃持有股份及本公司為註銷而回購的股份之加權平均數計算。該等發行在外的加權平均股數應當根據諸如獎勵和股票紅利等事項進行調整。
 3. 權益持有人應佔權益回報率乃按本公司權益持有人應佔本期溢利除以本期本公司權益持有人應佔股本及儲備之期初及期末平均結餘計算。
 4. 平均存貨周轉期(天)乃按存貨之期初及期末平均結餘除以銷售成本再乘以期內總天數計算。
 5. 平均應收貿易款項周轉期(天)乃按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總天數計算。
 6. 平均應付貿易款項周轉期(天)乃按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總天數計算。
 7. 負債對權益比率乃按期末／年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. 每股資產淨值乃按期末／年末資產淨值除以已發行股份減就限制性股份獎勵計劃持有股份及本公司為註銷而回購的股份之股份數計算。
- * 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。
- ** 本集團使用上述非公認會計準則財務指標例如息稅前利潤加折舊及攤銷，權益持有人應佔溢利率，權益持有人應佔權益回報率，費用(員工成本開支／廣告及市場推廣開支／研究及產品開發開支)佔收入比率，平均存貨／應收貿易款項／應付貿易款項周轉天數，負債對權益比率和每股資產淨值之理由在於本集團所在行業之同類公司使用上述通用指標作為衡量經營業績的補充計量方法，並被投資者廣泛使用以衡量同類公司的經營業績。

收入

本集團截至2024年6月30日止六個月的收入達14,345,288,000元人民幣，較2023年同期上升2.3%。2024年，本集團傾力支持國家體育賽事發展，「以我為名」，鼓勵每個人參與體育運動，養成積極、健康的生活方式。本集團堅持以科技創新服務運動者，致力通過提供專業運動裝備幫助賽事人員和消費者在運動中獲得樂趣和力量。本期各渠道收入變動情況如下：(1)本期持續對直營店舖佈局進行調整，整體零售流水趨於穩定，直營收入同比略增2.7%；(2)電子商務渠道發力新媒體、新平台，取得較好成果，同時線上消費環境逐步回暖，客流回升，電商渠道收入同比增長11.4%；及(3)結合整體市場情況，為保證渠道存貨的健康，本集團強化經銷商發貨節奏管理，銷售予特許經銷商收入同比略降2.0%。

按產品種類劃分之收入明細

	截至6月30日止六個月				收入變動 (%)
	2024年		2023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	
鞋類	7,844,159	54.7	7,514,672	53.6	4.4
服裝	5,375,222	37.5	5,639,911	40.2	(4.7)
器材及配件	1,125,907	7.8	864,364	6.2	30.3
總計	14,345,288	100.0	14,018,947	100.0	2.3

各銷售渠道佔收入之百分比

	截至6月30日止六個月		變動 (%)
	2024年 佔收入 之百分比	2023年 佔收入 之百分比	
中國市場			
銷售予特許經銷商	46.0	48.0	(2.0)
直接經營銷售	24.4	24.3	0.1
電子商務渠道銷售	27.9	25.6	2.3
其他地區	1.7	2.1	(0.4)
總計	100.0	100.0	-

按地區劃分之收入明細

	附註	截至6月30日止六個月		收入變動 (%)		
		2024年 估總收入 之百分比	2023年 估總收入 之百分比			
中國市場						
北部	1	6,841,952	47.7	6,655,059	47.4	2.8
南部	2	7,255,024	50.6	7,073,836	50.5	2.6
其他地區		248,312	1.7	290,052	2.1	(14.4)
總計		14,345,288	100.0	14,018,947	100.0	2.3

附註：

1. 北部包括以下省份、直轄市及自治區：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、新疆及青海。
2. 南部包括以下省份、直轄市、自治區及特別行政區：雲南、貴州、四川、江西、重慶、西藏、上海、浙江、江蘇、湖南、湖北、安徽、廣東、廣西、福建、海南、澳門及香港。

銷售成本及毛利

本集團截至2024年6月30日止六個月之整體銷售成本為7,109,686,000元人民幣（2023年：7,180,183,000元人民幣），整體毛利率為50.4%（2023年：48.8%）。本期，毛利率較去年同期上升1.6個百分點，主要是本期新品折扣改善；毛利率較高的直面消費者渠道收入佔比同比上升；以及存貨撥備計提較去年同期減少。以上因素均帶動本期毛利率上升。

銷售及經銷開支

本集團截至2024年6月30日止六個月之整體銷售及經銷開支為4,326,883,000元人民幣（2023年：3,948,420,000元人民幣），佔本集團總收入30.2%（2023年：28.2%）。

銷售及經銷開支比去年同期增加9.6%，佔收入比較去年同期上升2.0個百分點。本期，本集團增加了在市場推廣、產品宣傳方面的投入，尤其是在更受消費者歡迎的直播渠道方面增加更多內容推廣以挖掘潛在消費者，廣告及市場推廣開支有所增加。直營店舖的持續調整佈局帶來租金的上升。由於收入上升（尤其是直面消費者渠道收入上升），與收入相關的佣金、物流費用均有不同幅度的上升。

行政開支

本集團截至2024年6月30日止六個月之整體行政開支為680,297,000元人民幣（2023年：590,757,000元人民幣），佔本集團總收入4.7%（2023年：4.2%），同比上升0.5個百分點。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、研究及產品開發開支、稅金以及其他日常開支。

行政開支的增加主要是工資薪金的增長、信息系統建設方面的投入，以及折舊及攤銷增長帶來的影響。

享有按權益法入賬之投資的溢利份額

本集團截至2024年6月30日止六個月之享有按權益法入賬之投資的溢利份額為110,860,000元人民幣（2023年：101,873,000元人民幣）。

息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)

本集團截至2024年6月30日止六個月之息稅前利潤加折舊及攤銷為3,443,608,000元人民幣(2023年：3,425,450,000元人民幣)，同比上升0.5%。

息稅前利潤加折舊及攤銷與期內溢利之調節項如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千元人民幣	2023年 千元人民幣
從期內溢利調節至息稅前利潤加折舊及攤銷：		
期內溢利	1,952,032	2,121,283
所得稅開支	661,098	679,518
融資收入	(221,238)	(305,070)
融資開支(包括租賃負債之貼現攤銷)	120,863	81,366
物業、機器及設備折舊	470,250	427,779
物業、機器及設備減值*	18,389	—
土地使用權及無形資產攤銷	31,145	26,958
使用權資產折舊	319,210	363,257
使用權資產減值*	50,820	—
經營租出的投資性房地產的折舊	41,039	30,359
	<u>3,443,608</u>	<u>3,425,450</u>

* 作為調整項目計入EBITDA的減值費用主要是由於我們當事件或情況發生變化表明資產賬面金額可能無法收回時，對非流動資產的減值情況評估所產生的。如果這些非流動資產未減值，則該資產的折舊將作為EBITDA的調整項目。因此，減值費用是一項與非流動資產折舊及攤銷類似的非現金項目。

融資收入—淨額

本集團截至2024年6月30日止六個月之融資收入淨額為100,375,000元人民幣(2023年：223,704,000元人民幣)。融資收入淨額同比減少主要是由於本期匯兌損失增加，以及定期存款減少帶來的利息收入降低影響。

所得稅開支

本集團截至2024年6月30日止六個月之所得稅開支為661,098,000元人民幣（2023年：679,518,000元人民幣），實際稅率為25.3%（2023年：24.3%），目前本集團的所得稅開支已趨於標準水平。

綜合盈利指標

本期，本集團收入保持緩慢增長，毛利率同比改善，但費用率有所增長，權益持有人應佔溢利率有所下降。本期，本集團權益持有人應佔溢利為1,952,032,000元人民幣（2023年：2,121,231,000元人民幣）；權益持有人應佔溢利率為13.6%（2023年：15.1%）；權益持有人應佔權益回報率為7.8%（2023年：8.5%）。

存貨撥備

本集團2024年上半年之存貨撥備政策與2023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2024年6月30日，累計計提的存貨撥備為143,914,000元人民幣（2023年12月31日：134,727,000元人民幣）。本集團將持續對庫齡結構及庫存周轉率方面進行把控，使其維持在合理的水平。

預期信貸虧損撥備

本集團2024年上半年之預期信貸虧損撥備政策與2023年相同。對於不含重大融資成分的應收貿易款項，按照整個存續期內預期信貸虧損的金額計量預期信貸虧損撥備，對於其他應收款項，根據其信用風險自初始確認後是否顯著增加，按照12個月的預期信貸虧損或整個存續期內預期信貸虧損的金額計量預期信貸虧損撥備。

於2024年6月30日，累計計提的預期信貸虧損撥備為55,977,000元人民幣（2023年12月31日：45,738,000元人民幣），其中，應收貿易款項累計計提的預期信貸虧損撥備為48,394,000元人民幣（2023年12月31日：38,215,000元人民幣），其他應收款項累計計提的預期信貸虧損撥備為7,583,000元人民幣（2023年12月31日：7,523,000元人民幣）。截至2024年6月30日止六個月，本集團撇銷不可收回應收貿易款項及其他應收款項和匯率變動影響金額為29,000元人民幣（2023年：1,859,000元人民幣）。本集團將持續關注賬齡結構及回款情況，維持應收賬款周轉率的良好表現。

資金流動性及財政資源

本集團截至2024年6月30日止六個月之經營活動產生之現金淨額為2,730,305,000元人民幣（2023年：1,942,431,000元人民幣）。於2024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6,146,726,000元人民幣，較2023年12月31日淨增加702,843,000元人民幣。加回被記錄在銀行定期存款中的金額，現金餘額為17,557,537,000元人民幣，較2023年12月31日淨減少417,175,000元人民幣。該減少由以下各項組成：

	未經審核 截至2024年 6月30日 止六個月 千元人民幣
項目	
經營活動：	
經營活動產生之現金淨額	2,730,305
投資活動：	
投資活動所用之現金淨額（包括存入及贖回短期及長期銀行存款）	(1,084,184)
融資活動：	
融資活動所用之現金淨額	(928,615)
加：現金及等同現金項目匯兌損失	(14,663)
現金及等同現金項目淨增加	702,843
加：短期及長期銀行存款淨減少	(1,120,018)
現金餘額淨減少	<u>(417,175)</u>

本期，收入同比增長，回款效率保持穩定，同時合理安排採購及付款計劃，促成經營活動產生之現金淨額同比上升；支付收購事項款項導致大額投資活動的支出。本集團將持續把現金流管理作為重點工作，以保證本公司長期穩定發展。

於2021年10月27日，本公司、非凡中國控股有限公司（後續更名為非凡領越有限公司）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120,000,000股本公司股份。於2021年11月3日，雙方完成了先舊後新配售及認購。先舊後新配售股份所得款項淨額為10,433,042,000港元，相當於約8,571,787,000元人民幣。詳情請參閱本公司日期分別為2021年10月28日及2021年11月3日之公告。

截至2024年6月30日止六個月，先進後新配售所得款項淨額已使用2,129,282,000元人民幣。於2024年6月30日，先舊後新配售所得款項淨額有1,466,282,000元人民幣尚未被使用，其使用計劃如下：

所得款項淨額使用計劃	佔全部 所得款項 淨額百分比 (大約)	於2023年 12月31日 未使用的 所得款項淨額 (大約 千元人民幣)	截至2024 年6月30日 止六個月已 使用的金額 ⁽²⁾ (大約 千元人民幣)	於2024年 6月30日 未使用的 所得款項淨額 (大約 千元人民幣)	未使用的 所得款項淨額 預期使用時間 ⁽¹⁾
投資新推出的產品品類及 於機會出現時作未來業務 投資，包括國際業務擴張 ⁽³⁾	40%	1,421,939	1,421,939	-	-
投資重組基礎設施和進一步 提升供應鏈系統	30%	1,497,223	312,513	1,184,710	2026年12月31日以前
品牌、IT系統建設	20%	407,800	223,836	183,964	2024年12月31日以前
一般營運資金	10%	268,602	170,994	97,608	2024年12月31日以前
合計	100%	3,595,564	2,129,282	1,466,282	2026年12月31日以前

附註：

- 有關所得款項淨額的使用方式與本公司於2021年11月3日發出的公告所披露的用途一致。未使用的所得款項淨額預期使用時間隨着目前和將來的市場發展情況及本集團潛在的市場機會有所改變。
- 本期支付收購事項的資金由本集團先舊後新配售股份所得款項淨額以及內部資源撥付。
- 於2024年6月30日，所得款項淨額用於投資新推出的產品品類及於機會出現時作未來業務投資，包括國際擴張的計劃已使用完畢。

於2024年6月30日，本集團之信貸額度為8,743,000,000元人民幣，並無未償還借貸。

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，本集團的呈報貨幣為人民幣。本集團韓國附屬公司、香港附屬公司、澳門附屬公司和新加坡附屬公司分別以韓元、港元、澳門元和新加坡元作為各自的功能性貨幣。本集團有部分現金及銀行存款以港元、美元、歐元、韓元、英鎊、澳門元及新加坡元計值。本公司以港元派付股息，以美元或歐元支付若干特許使用費、贊助費和諮詢費，亦以港元或美元支付若干投資款項。

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。

重大投資

為滿足本集團商業化佈局需要，立足香港擴展國際業務，探索國際商機，本集團的一間附屬公司（「買方」）與恒基兆業地產有限公司的一間附屬公司（「賣方」）於2023年12月10日簽訂了一項買賣協議（「買賣協議」）。據董事作出一切合理查詢後所理解、知曉及相信，賣方及其最終實益擁有人為本公司及其關連人士的獨立第三方。根據買賣協議，買方同意有條件地(1)收購Vansittart Investment Limited（「目標公司」，一間在香港註冊成立的有限責任公司）的全部股本，以及(2)承擔目標公司截至上述收購（「收購事項」）完成之日欠其關聯方之一的貸款金額的轉讓。收購事項經調整的總代價為22.21億港元（相當於約20.13億元人民幣）。目標公司主要從事物業投資，是一處位於香港的包含22層商業／辦公空間及兩層零售區域的物業（「該物業」）的唯一合法實益擁有人。該物業是目標公司的主要資產。更多詳情請參閱本公司日期為2023年12月10日的公告。

收購事項於2024年1月28日落實完成。收購完成後，目標公司成為本公司的一間間接全資附屬公司，其財務業績合併入本集團財務報表中。收購事項完成後，本集團將繼續履行該物業主要部分的原租約，而該物業的其餘部分將用作本集團的香港總部。截至本公告日，收購事項之代價已全額支付。收購事項的資金由本集團先舊後新配售股份所得款項淨額以及內部資源撥付。

該物業的投資成本為2,021,450,000元人民幣，本集團以成本法對該物業中被分類為投資性房地產的部分進行後續計量。於2024年6月30日，該物業計提折舊後的賬面價值為2,004,605,000元人民幣，佔本集團總資產的比例約為5.6%。

重大收購和處置附屬公司、聯營公司和合資企業

截至2024年6月30日止六個月，除「重大投資」所述事項外，本集團並未進行其他任何對附屬公司、聯營公司和合資企業的重大收購或處置。

重大投資和資本資產的未來計劃

為滿足本集團未來發展需要，打造高端智慧製造及柔性供應鏈基地以及高水準研發及體驗中心，本集團的一家附屬公司（「該附屬公司」）與中國廣西壯族自治區的一個地方政府機關於2019年11月8日和2023年5月23日分別簽訂及更新了一項投資協議，據此，該附屬公司同意透過招拍掛收購一處工業用地之土地使用權，並於該土地之上建設供應鏈基地以生產和包裝高端運動裝備（包括但不限於運動鞋、運動服裝及運動裝備），以提高其差異化運動產品之產能及產量，同時重點投放資源進行研發和體驗，以提高本集團的技術研發能力，為消費者提供更好的產品體驗、運動體驗及消費體驗。

根據投資協議，最高投資額估計約為33億元人民幣，該金額是指項目全部建成、投入運營所投入的費用總和，包含收購土地使用權之成本、建設供應鏈基地所涉及之開支、購置機器設備投資、運營資金等。

截至2024年6月30日，該附屬公司已成功收購相關土地之土地使用權，並已就建設供應鏈基地作出投資。以上支出總額尚未超過本集團於2024年6月30日總資產比例之5%。剩餘投資金額將由本集團之尚未使用的先舊後新配售股份所得款項淨額以及內部資源撥付。

資產抵押

於2024年6月30日及2023年12月31日，本集團並無任何在抵押中資產。

或然負債

於2024年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

業務回顧

2024年上半年，中國經濟展現出有序的復甦態勢，國家政策利好持續為市場注入活力。國民健康意識不斷提升大背景，伴隨多項國際性及國家級體育賽事的到來，催化了民眾運動熱情。目前，整體消費信心仍具恢復空間，市場正在逐步良性調整中。

作為行業的領先者，本集團秉持「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略，聚焦七大業務變革賽道，持續強化運動基因，明確品牌專業運動定位。本集團依託品牌的專業運動基因，充分發揮運動行業洞察力、運動品類理解力及科技創新研發力，專注於跑步、籃球、健身、羽毛球和運動生活五大核心品類。通過持續的研發投入和科技創新，公司不斷推動產品力的升級，優化消費者體驗，確保集團在保持業務擴展的同時，實現長期可持續的發展。2024年上半年，集團整體業績平穩，務實發展。其中，收入錄得2.3%增長，利潤率表現基本符合預期。

二零二四年第二季度最新運營情況

截至2024年6月30日止第二季度，李寧銷售點（不包括李寧YOUNG）於整個平台之零售流水按年錄得低單位數下降。就渠道而言，線下渠道（包括零售及批發）錄得中單位數下降，其中零售（直接經營）渠道持平，批發（特許經銷商）渠道錄得高單位數下降；電子商務虛擬店鋪業務錄得高單位數增長。

截至2024年6月30日，於中國，李寧銷售點數量（不包括李寧YOUNG）共計6,239個，較上一季末淨增加25個，本年迄今淨減少1個。在淨減少的1個銷售點中，零售業務淨減少3個，批發業務淨增加2個。

截至2024年6月30日，於中國，李寧YOUNG銷售點數量共計1,438個，較上一季末淨增加33個，本年迄今淨增加10個。

研發創新賦能產品實力，科技進步驅動未來成長

經過多年的投入和積累，本集團在科技創新方面已形成系統化、平台化的實力，具備從運動洞察到科技創新，再轉化為產品實力的能力。圍繞運動科技應用，公司已擁有成熟的運動品類擴容、品類產品矩陣化、以及產品系列迭代三大能力。得益於此，李寧科技創新成果在助力運動員賽場表現的同時，更能實現在大眾層面的廣泛應用，成為企業經營發展的核心競爭力。

2024年5月，本集團成功舉辦「以我為名，科技李寧」主題科技大會，展現集團在長期科技創新積累之下，形成的科技研發及運動科學研究兩大產品研發創新支柱，並展示集團的六大創新科技：「碳核芯」、「最速曲線系統」、「超級弓」、「GCU」、「超級靚」、「極限靚絲」，同時亦首次發佈三大創新成果：「絕影3」跑鞋、頂級競速跑鞋「龍雀」、防暴雨雙透納米科技。此外，現場展示了本集團在鞋環保科技上取得的創新突破，將推出全降解的專業運動鞋，以科技創新支持環保實踐。

在鞋類科技精進方面，本集團構建了中底、大底、鞋面和結構四大科技平台。在原有的「李寧靚」科技上繼續升級，推出「超級靚」科技，實現輕量化與外觀上的創新改進。同時，亦將鞋面科技「靚絲」升級至「極限靚絲」，在「輕、透、韌」的基礎上，融合「耐切割、高強度、超耐磨」的特性。此外，打破常規中底設計的「碳核芯科技」已應用於「韋德之道」、「馭帥」、「吉米·巴特勒」、「伽馬」四款旗艦籃球鞋，「最速曲線系統」也已應用於李寧頂級競速跑鞋「飛電」系列，搭載「GCU地面控制系統」的專業越野跑鞋「的盧」系列亦於2023年8月面世，科技研發的突破不斷賦能本集團的產品實力進步。

本集團不僅深耕鞋類科技的革新前沿，更以前瞻性的視野，全面推動全品類產品更新換代。集團最新引入的5D功能立體版型技術與ATC自適應溫控科技，為跑步、籃球及健身等服裝面料帶來革命性的舒適度改善。在戶外科技領域，集團突破性地採用防暴雨雙透納米膜，極大增強戶外運動裝備的舒適性與保護性能。此外，集團將速乾與冰感科技應用於短裝類產品，滿足消費者對高性能運動裝備日益增長的需求。

2024年上半年，集團加快金屬3D打印技術在鞋產品生產過程中的使用，大大提升產品精細度和質感。該技術的使用率到2025年預計將達到60-70%，進一步推動科技與可持續發展的深度融合。

通過在科技與產品上的創新與佈局，本集團得以鞏固在行業內的領先地位與競爭優勢，進一步為消費者打造專業、高效、舒適的「李寧式體驗價值」。

專注「單品牌、多品類、多渠道」策略，全方位提升李寧式體驗價值

夯實品牌科技驅動形象，積極佈局全域營銷

2024年上半年，本集團繼續專注於跑步、籃球、羽毛球、健身和運動生活五大核心品類，持續在運動科技創新方面發力，同時亦積極與運動潮流文化接軌，推出兼具科技與時尚屬性的運動產品，不斷增強產品的核心競爭力。此外，本集團積極佈局全域營銷，加強消費者對公司產品的認知，不斷提升品牌影響力，擴大消費者基礎。

體育大年背景下，本集團推出「以我為名」主題活動，鼓勵每個人成為運動主角，從傳遞品牌主張和精神，到國家金牌隊運動員、多品類頂級運動員及運動KOL的運動者故事，再到李寧科技實力的整體展現、主題系列產品推出、終端主題氛圍打造，夯實李寧品牌的專業形象，實現從品牌主張到產品體驗的全鏈路，深度鏈接品牌與每一個消費者。

跑步品類

本集團繼續針對專業跑鞋矩陣進行深耕，以「李寧靄」高性能中底科技為核心打造的三大核心跑鞋IP「超輕」、「赤兔」、「飛電」依次推出迭代升級產品，三大系列的迭代跑鞋上半年累計售賣達500萬雙，為集團的業務增長提供了強有力的支撐。期內，推出了代表品牌最前沿科技創新和設計水平的旗艦產品「龍雀」以及全新迭代升級的「絕影3」，以具前瞻性的運動洞察、最新科技研發和應用水平以及最具特色的設計理念，傳遞品牌對於跑步品類發展的追求以及產品的理念。截至2024年6月30日止，跑步品類流水同比增長25%，彰顯公司的強大產品力和深受消費者的認可。

此外，為滿足女性消費者需求，上半年亦推出了第一款女性專屬跑鞋「驚鴻」，成為市場上鮮有為女性專供跑鞋IP的品牌，獲得大量女性消費者的青睞。跑步服裝方面，本集團針對不同跑步場景，聚焦馬拉松賽場和日常路跑跑者需求，依託李寧自有「SHELL」科技平台中的「AT」服裝科技系統，從材料、版型、功能科技方面進行深入的優化與創新，尤其在防曬和透氣速乾性能上進行細緻改良，大幅提升消費者的穿著舒適度。

營銷方面，本集團積極佈局全域營銷，並通過體育明星代言以及馬拉松等頂級賽事合作為產品專業性背書，強化專業跑鞋系列的品類認知，積累李寧跑步產品的專業口碑。期內，李寧專業產品助力簽約選手共奪得30個馬拉松及越野賽冠軍，累計登台56次，創造多項國家記錄及個人最佳成績。基於跑鞋矩陣，集團整合線上線下資源，打造如「跑到心花開」等線下主題跑系列活動，聯動天貓和小紅書等熱門平台共同營銷，引發高度互動參與，同時收穫了優異的生意表現。

籃球品類

本集團深化籃球領域的戰略佈局，發佈包括均衡、跑動、啟動、衝擊的四大功能矩陣，精準對應全新四大家族產品線：「馭帥」、「音速」、「閃擊」、「空襲」，確立產品的專業定位。

期內，集團逐漸完成搭載高端科技「碳核芯」的產品矩陣，現有的「專業籃球」、「韋德」與「反伍」三大系列精準滿足市場需求，並先後推出均衡型「馭帥ULTRA」、均衡型「韋德之道」簽名鞋及啟動型產品「伽馬」。韋德系列作為李寧籃球的重要組成部分，通過重點產品「韋德之道」和「全城」以及球鞋故事與消費者建立溝通，借助韋德中國行活動，持續提升系列熱度，保持高曝光率。「反伍」系列在2024年進一步滲透外場籃球市場。「反伍3 Low」的高訂高銷，以及「狂怒2代」在街頭賽事的頻頻亮相，均獲得年輕消費者和球鞋媒體的高度關注。

期內，韋德系列在阿那亞以「韋德之道11」為核心舉辦發佈會，傳達了韋德系列高端、先鋒的風格。「韋德之道11」設計融合了未來與復古元素，搭載李寧籃球鞋最頂級的「碳核芯科技平台」，在全球多國同時發售，受到了消費者的強烈追捧。韋德服裝持續從籃球和球星文化出發，通過NBA和CBA球星持續曝光、鞋服整合及藝術家合作，為消費者帶來籃球文化衝擊和新鮮感，在獲得高銷量的基礎上進一步提升李寧籃球品類在業界的品牌形象和地位。

本集團在籃球領域的營銷策略展現出精準的市場定位和創新的品牌溝通。期內，集團延續並且升級推出「籃球短褲牆」產品矩陣，利用球星資源和高端賽事的曝光，結合創新的社交媒體營銷和數字化工具，強化籃球功能類產品市場份額。此外，「反伍」系列通過跨界合作與產品設計，拓寬服飾與造型的適配場景。旗下「城市」系列更是通過講述各地年輕籃球愛好者的真實故事，與消費者進行多維度、深層次的交流互動，激發並強化與目標客群的情感共鳴，進一步鞏固了李寧品牌在籃球文化領域的領導地位。

健身品類

健身品類持續以科技為核心，不斷精進「AIRSHELL氣動科技」、「COOLSHELL涼爽科技」與「DYNAMIC SHELL防護科技」三大功能科技創新，打造具有專業、運動、品質的產品風格，覆蓋多種人群、多樣場景的穿著需求。

女子健身方面，本集團深入研究女性消費者偏好，明確運動場景及穿著需求，打磨兼具運動功能和細膩觸感的專業類產品。2024年上半年，本集團積極豐富產品矩陣，在推出女子瑜伽服裝IP「柔感」系列的基礎上，不斷開發兼具女性化功能科技與運動剪裁屬性的多場景健身套裝，持續打造女性消費者認知。

男子健身方面，堅持「專業功能+運動基因」的產品設計方向，持續打造功能感的運動單品。期內，本集團基於「AT」科技平台，推出以速乾、涼感、高彈為核心賣點的功能服裝，成功升級迭代爆款產品，強化男子健身品類在消費者心智的獨特定位。

營銷方面，本集團借勢熱門社交話題，發起與線下健身垂類社團、俱樂部合作的多場景運動體驗活動，佈局線上多場景產品種草和專業測評，逐步建立起專業且多場景可穿的品類心智，並在各運動場景下，持續傳遞「體會自在」的差異化理念。期內，品類在小紅書平台的搜索量和曝光量較同期均有大幅增長，並進一步實現品牌在健身人群中認知度與喜愛度同步提升。

羽毛球品類

羽毛球品類的產品矩陣進一步完善，銷量持續突破歷史新高。器材方面，集團始終致力於前沿科技的探索與應用，不斷研發並引入更高級別的碳纖維材料，上半年推出低風阻拍框「鋒影900NEW」，持續提升速度型球拍的產品專業度；服飾方面，本集團運用「AT-DRY」速乾科技平台和「SEAMLESS」工藝，推出以「多彩春夏，多彩羽球」為主題的系列大賽服，持續為世界頂尖球隊和球星打造兼具專業和時尚的賽場頂尖專業產品。

羽毛球鞋方面，對全面均衡系列旗艦款「刀鋒MAX」做出全新升級，使專業產品兼具顏值與科技感；「貼地飛行2SE」系列憑藉其獨特的外觀設計和獨立於行業常規的配色，塑造了李寧羽毛球鞋產品的獨有特色；此外，「雷霆」、「雲霆」、「鵝鷹」等經典系列通過引入全新配色方案，為消費者持續提供更多個性化選擇。

營銷方面，李寧羽毛球繼續以「羽你更合拍」作為品類傳播主題，塑造以專業性為核心的產品形象，圍繞贊助資源、國際重點賽事、品牌活動宣傳及產品上市推廣，並整合媒體平台資源，提升品牌知名度與影響力。

期內，本集團簽約冠名贊助2024-2026李寧香港公開羽毛球錦標賽，持續擴大李寧羽毛球國際賽事贊助資源；李寧羽毛球亦積極打造品牌IP，其中「鋒影900NEW」新品體驗官招募活動與中羽在線合作發起主題活動，進行全平台營銷，累計互動人次達90萬，新品「鋒影900NEW」未上市已經成為市場熱捧的主流高端球拍。此外，本集團亦探索激活資源的多元可能，通過李寧運動潮流產品全球代言人肖戰和羽毛球世界冠軍諶龍的跨界聯動，展示創新科技帶來的超強運動表現。李寧羽毛球正不斷深化其營銷策略，以專業性為基石，融合更多創新元素與互動玩法，提升品牌影響力與美譽度，引領羽毛球運動裝備行業的新風尚。

運動生活品類

運動生活品類從既有的李寧品牌優勢出發，以運動元素為靈感、運動精神為追求，持續挖掘消費者日常生活與運動精神之關聯，同時圍繞「傳承中國文化價值」的品牌願景，為消費者呈現豐富多元且獨具特色的運動時尚產品。

在中國文化系列方面，本集團繼續針對以傳統春節為主題的「日進斗金」系列推出全新款式，不斷豐富產品寬度；與此同時，本集團推出以「纏枝紋」為設計靈感的服配新品，聚焦中國文化及年輕消費者的需求，豐富中國文化系列產品矩陣。基於符合時代環境及消費者情緒的深刻洞察，本集團打造「妙會新願，日進斗金」等營銷主題，並借助肖戰、時代少年團等簽約娛樂資源影響力，有效觸達並吸引更多廣泛的消費群體。

運動生活鞋方面，本集團聚焦大眾日常的健步、通勤場景，持續發力「SOFT」系列，上市一年以來該系列產品在線下渠道銷量已超過260萬雙。為進一步提升產品舒適度，上半年亦推出「COMFOAM Max」底部配方科技，鞏固該系列「舒適，好穿」的產品心智，夯實「SOFT」系列作為生活品類持續穩健的生意增長點。

在年輕消費者的鏈接與洞察方面，本集團通過與迪士尼系列形象和LPL的聯名，以及在娛樂、街舞、極限運動、電競等行業持續發力，不斷建設與新一代消費者的情感關聯；同時，本集團積極借助小紅書平台IP合作及科學種草等營銷手段，助力營銷效果的最大化，為品牌的長遠發展奠定了堅實的基礎。

期內，本集團繼續打造高端運動潮流支線「中國李寧」的經典IP，先後推出ICECREAM、CRC家族、BILLIONAIRE BOYS CLUB聯名等多系列潮流產品，結合滑板、衝浪、越野跑等多項潮流運動及賽事，通過潮流媒體內容合作、時尚街區快閃店鋪等營銷形式，走入年輕時尚人群。其中，與滑板品牌ICECREAM聯合發起的「Keep it cool」環保倡議以及「24H街頭不打烊」系列主題故事，在以街頭方式倡導地球守護責任的同時，進一步塑造了「中國李寧」IP的運動潮流屬性和形象。

「LI-NING 1990」持續聚焦高級運動，明確品牌定位，以高爾夫系列為核心，佈局從場上到場下、打通專業高爾夫和運動經典之間的穿著場景。上半年，首次推出高爾夫鞋款，李寧專業科技平台加持「LI-NING 1990」的時尚設計語言，獲得了一眾高爾夫球愛好者的支持，2個月售罄率達到50%。上半年亦陸續推出了「璿璣」復古跑鞋、「篤行」城市通勤跑鞋以及延續款「掠影」時尚跑鞋等，獲得廣泛消費者喜愛，鞋類銷售佔比持續提升，產品矩陣進一步完善。服裝方面延續「金牌」系列，繼續透過三色獎牌織帶，配合復古運動設計，以運動套裝、編織衫等核心類目，充分發揮李寧品牌的復古運動設計，繼續沉澱經典的運動精神。

供應鏈整合增效，零售渠道創新優化

2024年上半年，本集團在供應鏈管理、物流平台、渠道拓展以及門店升級方面高效賦能，共同構築了集團整體銷售的堅實基礎。

本集團在供應鏈管理方面深耕細作，構建全方位、高效能的供應鏈生態體系，不僅深度挖掘並擴充了高端運動與戶外產品的優質供應商資源，形成強大的供應商矩陣，更以柔性供應策略為核心，靈活應對市場變化。供應鏈自今年擴充產能以來，打通上下游鏈條，不僅滿足訂單增長的需求，並且有效提升整體效率，為產品質量提供堅實的保障。集團嚴格篩選供應商，結合信息數字化建設，公司實現對生產流程、產品質量的精細化管理。同時，通過整合材料、規模化採購和錯峰生產等策略，有效控制成本支出，並提升生產效率與經濟效益，推動了公司在產品力、成本控制及運營效率上的穩健進步。

集團秉承創新與可持續的發展理念，與供應商共同履行環境與社會責任，推進環境友好產品的開發。期內，通過採用環保材料和工藝，有效推動了ESG戰略的實施。3D數字化技術的快速融入，不但可以減少材料浪費，而且縮短產品開發週期，還通過數字化，加速概念到實物的轉換，為品牌贏得了市場先機。

物流管理平台效率持續提升，隨著華東智慧物流中心高效運行，華中、華北及華南物流中心將於短期內投入使用，進一步加速貨品流轉速度。公司採用精細化物流計劃管理，根據事業部特點定制策略，優化貨品入倉與發貨流程。同時，物流信息化平台賦能經銷商，實時共享信息，提高門店配貨效率，物流服務的質量進一步提升。

渠道拓展與形象升級方面，公司積極優化渠道佈局，通過關閉低效店舖並強化優質店舖的改造與拓展，鞏固並擴大在高層級市場的競爭優勢。同時，新興市場的積極開拓，九代店舖的全新升級，以及超級奧萊的成功打造，均進一步提升品牌形象與市場影響力。為了營造沉浸式的關鍵賽事體驗，上半年已有4,238家門店引入「以我為名」主題活動和核心運動資源的關鍵視覺陳列設計，進一步增強消費者的視覺感受和品牌認知。此外，公司還積極探索新渠道形式，如校園店、新型快閃店等，以更加靈活多樣的方式觸達廣大消費者。

截至2024年6月30日，李寧牌（包含李寧核心品牌及李寧YOUNG）常規店、旗艦店、中國李寧時尚店、LI-NING 1990店、工廠店、品牌集合店的銷售點數量為7,677家，較2023年12月31日淨增加9家；經銷商44家（包括中國李寧時尚店渠道），較2023年12月31日淨減少2家，展現公司在渠道佈局上的精準和高效。以下是截至2024年6月30日的銷售點數量細分：

李寧牌	2024年 6月30日	2023年 12月31日	變動
特許經銷商	4,744	4,742	0.0%
直接經營零售	1,495	1,498	(0.2%)
李寧YOUNG	1,438	1,428	0.7%
合計	7,677	7,668	0.1%

李寧牌按地區劃分銷售點數量

大區	2024年6月30日			2023年12月31日			變動
	李寧 核心品牌	李寧 YOUNG	總計	李寧 核心品牌	李寧 YOUNG	總計	
北部 (附註1)	3,158	852	4,010	3,163	845	4,008	0.0%
南部 (附註2)	3,081	586	3,667	3,077	583	3,660	0.2%
總計	6,239	1,438	7,677	6,240	1,428	7,668	0.1%

附註：

1. 北部包括：北京、天津、河北、山西、內蒙古、山東、河南、黑龍江、吉林、遼寧、陝西、寧夏、青海、甘肅和新疆等省、直轄市和自治區。

2. 南部包括：上海、江蘇、浙江、安徽、江西、湖北、湖南、重慶、四川、雲南、貴州、西藏、廣東、廣西、福建、海南、澳門和香港等省、直轄市、自治區和特別行政區。

在零售運營方面，上半年公司深化單店經營模式的創新與實踐，有效推動零售運營標準的全面落地。通過終端門店銷售計劃系統的全面推進與核心門店的系統落地，實現門店管理效率的顯著提升。公司在強化渠道零售效率的同時，借助數字化實現破局。通過線上管理平台，大幅提升標準執行的效率與一致性。以大店管理體系為核心，公司推動了零售運營的全方位升級。此外，推行項目化管理，針對新店業務管控、終端調撥流程等關鍵經營課題進行專項推進，完成構建從總部管控到終端自主執行的業務機制。

在新零售業務方面，公司通過數字化轉型，強化社群運營和內容創造，實現私域流量的高效轉化，銷售額與轉換效率均實現有效提升。核心門店的直播業務和人才培養體系的完善，進一步豐富門店內容產出的多樣性。此外，公司積極探索多元化商業模式，包括通過抖音等社交平台引流及與核心渠道的線上業務合作，不斷為終端銷售注入新動力，提升門店的離店銷售佔比，進一步增強門店經營效率。

在電商運營方面，儘管整體線上行業市場競爭激烈，集團通過精細化運營和管理，上半年電商業務最終獲得穩健增長。李寧電商繼續專注於專業功能類產品的突破，尤其在跑步鞋領域實現快速增長，專業實戰籃球鞋產品亦鞏固了市場領先地位，集團核心IP類產品，如「赤兔」家族和「飛電」家族，持續刷新銷售記錄。此外，在線上專供單品領域，集團成功打造多款在業界獲得體量與口碑的單品，如「利刃」、「伽馬」、「吾適」家族等產品。隨著戶外產品線的不斷擴展，集團預計將有多款重要鞋服單品投入市場，並結合精心策劃的市場推廣活動，實現戶外產品領域的市場突破。期內，集團通過線上線下渠道的有效整合與創新實踐，實現電商業務與零售運營的協同增長，推動銷售業績的顯著提升和市場份額的進一步加強。

李寧YOUNG

2024年上半年，李寧YOUNG秉承集團專業運動基因，明確產品策略，完善產品結構，並通過開展多渠道營銷來強化李寧YOUNG的品牌影響力。產品方面，李寧YOUNG對青少年產品矩陣進行深入梳理，明確服裝和配飾的核心競爭力，並完善鞋類產品矩陣。同時，集團亦在戶外、綜合體能、泳裝以及配件新品類等各項細分產品持續發力，積極拓展新品類及增長點。此外，本集團持續在產品科技、材料等方面進行創新，緊貼市場需求推出新產品，不斷增強產品競爭力。

營銷方面，李寧YOUNG整合市場營銷資源，積極探索全渠道營銷及社群運營。在六一兒童節期間，通過舉辦「李寧運動科技親子日」主題活動，將產品的科技創新科普與遊戲任務結合，在推廣產品的同時增加了與消費者的互動。此外，李寧YOUNG還積極與籃球明星韋德合作，與韋德父子開展線下親子派對，品牌影響力進一步提升。李寧YOUNG還積極開展各類會員社群活動，上半年共計完成561場，並打造全新的運動明星進店開業活動，不斷提升消費者體驗，助力門店引流。線上方面，李寧YOUNG積極在社交媒體推廣品牌，形成了覆蓋各大社交平台的全域營銷矩陣。

本集團將繼續深入發展李寧YOUNG業務，聚焦產品，提升產品核心科技與設計，深耕市場需求及品類規劃，同時強化品牌推廣，推動李寧YOUNG成為中國兒童首選的專業運動童裝品牌。

人力資源

基於公司的戰略目標和業務發展需求，人力資源部門不斷優化組織架構及協同模式，持續打造精簡敏捷、高效協同的「肌肉型」組織。

組織發展方面，為提升組織競爭力，本集團持續優化組織運營職能，發揮總部標準制定、事業部獨立閉環管理生意以及批零整合業務模式探索；持續提升公司產品力，強化產品規劃職能在鞋、服體系的橫向拉通，同時加強戶外產品及能力建設，統籌整合戶外產品策略、規劃等職能，助力公司中、長期戰略目標的實現。

人才培養發展方面，本集團持續加大投入力度，優化人才結構。通過搭建多維的人才培養體系，強化管理者發展團隊的能力建設，重視年輕人才的培養，特別是管培生群體的成長，不斷推動專業力的沉澱與學習；同時，完善人才發展機制，圍繞人才標準，優化人才評價、盤點與考察任用的機制流程，支持人才穩步成長。

績效激勵管理方面，切實推動公司戰略重點任務與各級組織績效目標有機關聯，強調員工與組織雙向溝通的績效管理動作，穩步推進績效制度文化建設；同時持續完善薪酬福利體系，一方面加強福利保障，另一方面設計差異化的短中長期激勵項目，以最大化激勵不同崗位員工。

文化與員工關係方面，本集團增設獎懲委員會，推出季度榮譽激勵和即時認可勳章計劃，對員工優秀行為進行獎勵與激勵，樹立榜樣帶動作用，不斷營造全員參與、共同踐行的文化氛圍，持續推動企業文化核心價值觀由知到行。此外，公司積極協同工會組織員工植樹、觀影、俱樂部比賽、節日活動等豐富員工生活，並通過增設文化郵箱、運營線上社區等方式積極傾聽員工聲音，不斷提升員工滿意度和敬業度，增強員工歸屬感。

於2024年6月30日，本集團有僱員5,003名（2023年12月31日：4,845名）。其中集團總部、廣西供應基地及零售附屬公司僱員4,806名（2023年12月31日：4,662名），其他附屬公司僱員197名（2023年12月31日：183名）。

前景展望

伴隨供給側改革的持續深化與新質生產力的不斷培育加強，本集團積極擁抱國家促進高質量發展的倡導，不斷增強創新能力，並深諳此契機對於產業升級的重要性。在全民健身意識日益增強的背景下，運動消費正逐步演變為一種必需的生活方式。本集團秉承以科技驅動產品創新的理念，致力於為消費者提供專業且高質量的產品體驗和運動體驗。公司將繼續踐行「單品牌、多品類、多渠道」的核心戰略，不斷強化產品力，並通過整合營運資源，務求以高效的企業組織能力，推動集團實現穩健且持續的增長。

展望未來，隨著國家一系列深化市場改革的政策紮實推進，將為本集團提供更有活力的市場環境、開關更為廣闊成長空間。本集團將恪守既定的發展戰略，並通過以下戰略舉措，進一步鞏固公司在運動消費市場的領先地位。

- **基本盤生意穩健發展：**公司將持續深化李寧品牌的市場影響力，重點發展跑步、籃球、健身、羽毛球和運動生活五大核心品類。通過研發創新投入，實現產品矩陣的持續升級，以滿足消費者對高質量、個性化運動裝備日益增長的需求，鞏固並擴大公司在核心領域的市場領導地位。
- **產品結構優化升級：**公司將進一步升級單品牌戰略下多元化的產品矩陣，順應市場趨勢和消費者偏好的演變，充分發揮「中國李寧」及「LI-NING 1990」在運動生活領域的補充作用，拓展多元的穿搭場景，增強品牌在多元場景下的競爭力。
- **放眼未來擇機破局：**公司將積極探索破局，率先切入體育消費新賽道，挖掘女子、戶外和青少年市場的巨大潛力，制定針對性的營銷策略，推出符合目標群體需求的產品，力求在這些新領域取得突破。
- **優化市場拓展策略：**為了實現全面的市場覆蓋，公司將優化現有高層級市場的資源分配，提高市場效率。同時，積極開拓新興市場，並制定針對海外市場的策略，力求在保持穩健步伐的同時，海外市場可實現破局。

購買、出售或贖回本公司股份

截至2024年6月30日止六個月內，本公司概無贖回其任何股份。除由本公司限制性股份獎勵計劃（「限制性股份獎勵計劃」）受託人根據信託契約以及限制性股份獎勵計劃的規則購買股份外，本公司或其任何附屬公司於期內概無購買、出售或贖回其任何上市證券。

報告期後事項

於2024年6月30日後及直至本公告日期，本集團並無任何根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）須予以披露的重大事項。

企業管治

除企業管治守則守則條文第C.2.1條外，本公司於2024年1月1日至2024年6月30日期間一直遵守上市規則附錄C1所載之《企業管治守則》（「企業管治守則」）的守則條文。

根據企業管治守則守則條文第C.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。於2024年6月30日止六個月期間，執行主席兼聯席行政總裁（「聯席行政總裁」）李寧先生及執行董事兼聯席行政總裁高坂武史先生共同履行本公司行政總裁的職責。由於期內主席及行政總裁的職位同時均由李寧先生擔任，因此有關職位並無分開。儘管如此，董事會認為，鑑於李寧先生熟悉本集團的業務運營和管理，由李寧先生出任執行主席兼聯席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，李寧先生和高坂武史先生能在履行聯席行政總裁的角色時互補，且產生協同效應，整體對本公司及其股東有利。

本公司已採納上市規則附錄C3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，亦定期提醒各本公司董事於標準守則下須履行的責任。經本公司作出特定查詢後，所有本公司董事均確認在截至2024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(其三位成員均為本公司獨立非執行董事)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2024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2024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
聯席行政總裁
李寧

香港，2024年8月15日

於本公告日期，本公司的執行董事為李寧先生、高坂武史先生和李麒麟先生；本公司的獨立非執行董事為顧福身先生、王亞非女士、陳振彬博士和王雅娟女士。