



2026 中期業績

INTERIM RESULTS

LI NING COMPANY LIMITED

李寧有限公司



中國射擊隊

中國跳水隊

中國乒乓球隊

中國擊劍隊

中國水球隊

(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)

DISCLAIMER

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 2026 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.



目錄

01 業績摘要

02 財務回顧

03 戰略方向

04 運營進展

05 附錄



01

業績摘要



2026中期業績摘要：積極佈局，穩健經營

財務摘要 (人民幣)

收入

152.35
億元

↑ 2.8%

毛利率

50.9%

↑ 同比上升
0.9個百分點

淨溢利¹

18.16
億元

淨利率 11.9%

經營現金淨流入

9.54
億元

↓ 60.4%

平均運營資金總額佔總收入

7.8%

現金循環週期：35日
較去年同期增加4天

中期派息²

35.12
分/股

派息率 50%

經營摘要

全渠道零售流水³

同比 ↑ 低單位數

線下新品零售流水

佔比83%

保持健康
合理水平

渠道庫存

庫銷比：4個月

庫存水平與庫齡結構保持健康

註1：指權益持有人應佔淨溢利。

註2：董事會決議宣派截至2026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35.12分人民幣。

註3：包括線上及線下。

02

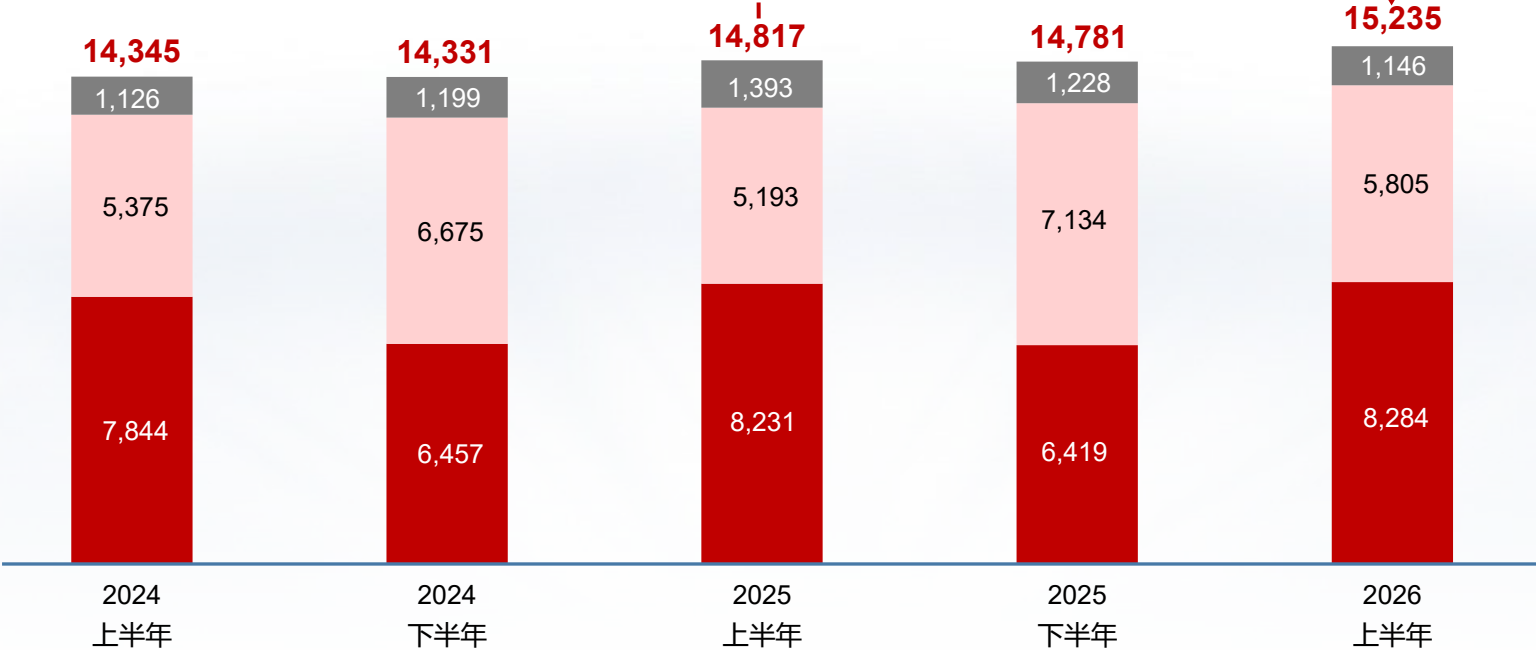
財務回顧



收入：多品類持續佈局，驅動業績穩健增長

■ 鞋 ■ 服裝 ■ 配件和器材
(百萬元人民幣)

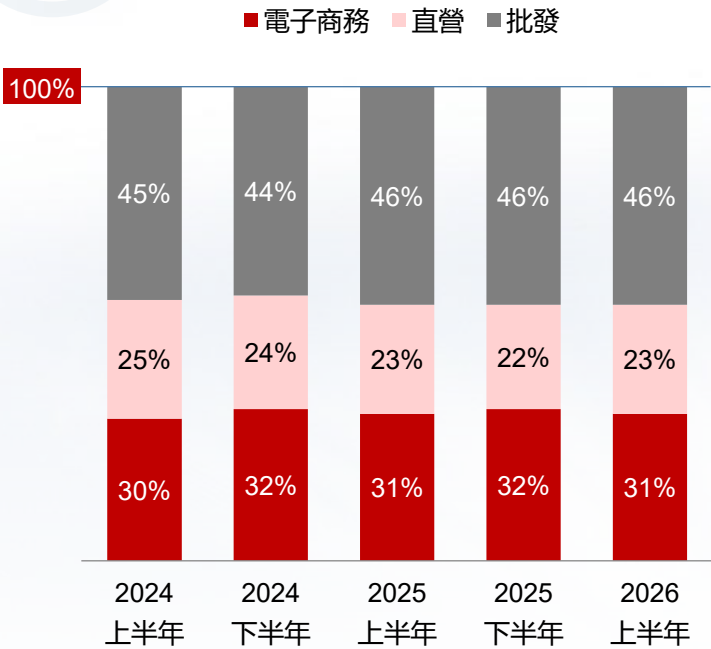
集團整體按年變動 2.8% ↗



收入：集團整體

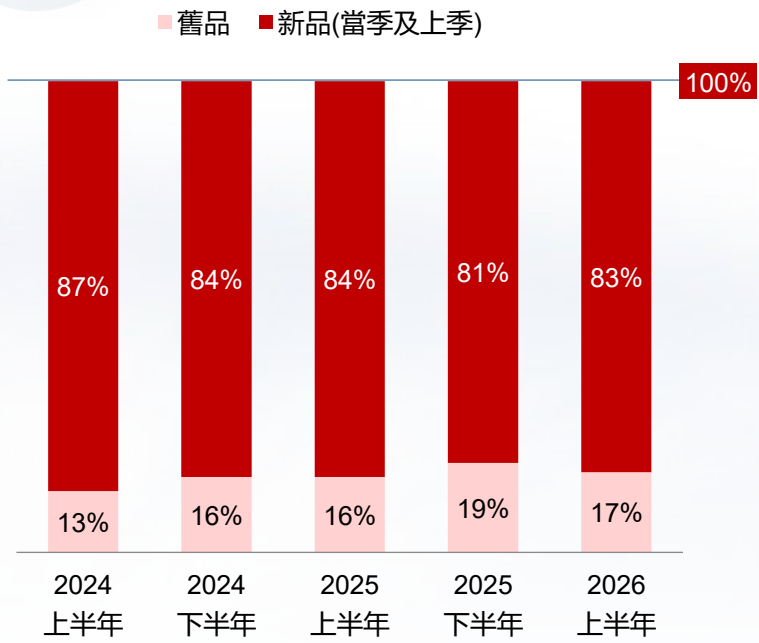
收入及流水結構：渠道佔比穩定均衡，商品效率有待提升

按銷售渠道收入佔比



按新舊品零售流水佔比

(包含直營及批發)



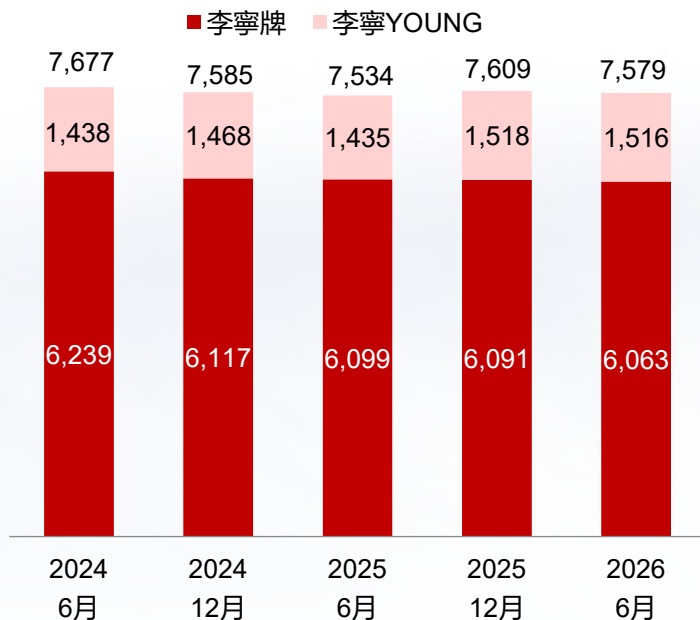
收入及流水：僅李寧牌（含中國李寧及李寧1990），不含國際市場和李寧YOUNG



線上線下業務：終端經營環境承壓

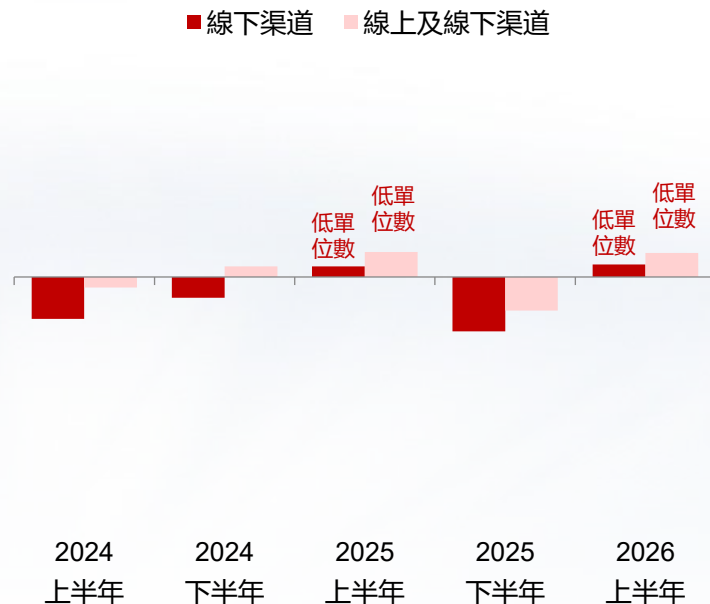
銷售點總數

(期末)



流水增長率，按年變動

(不包含李寧YOUNG)



流水增長率：僅李寧牌（含中國李寧及李寧1990），不含國際市場和李寧YOUNG

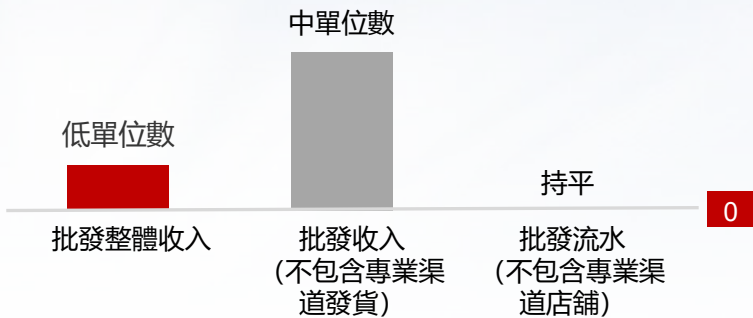
批發業務：折扣加深拖累流水表現

業務表現



流水和收入，按年變動

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



批發業務：僅李寧牌（含中國李寧，及於專業渠道銷售之羽毛球、乒乓球等系列產品），不含國際市場和李寧YOUNG

直營業務：優化門店結構，鞏固渠道效率

業務表現



收入變動分析



直營業務：直接經營銷售，僅李寧牌（含中國李寧及李寧1990），不含李寧YOUNG

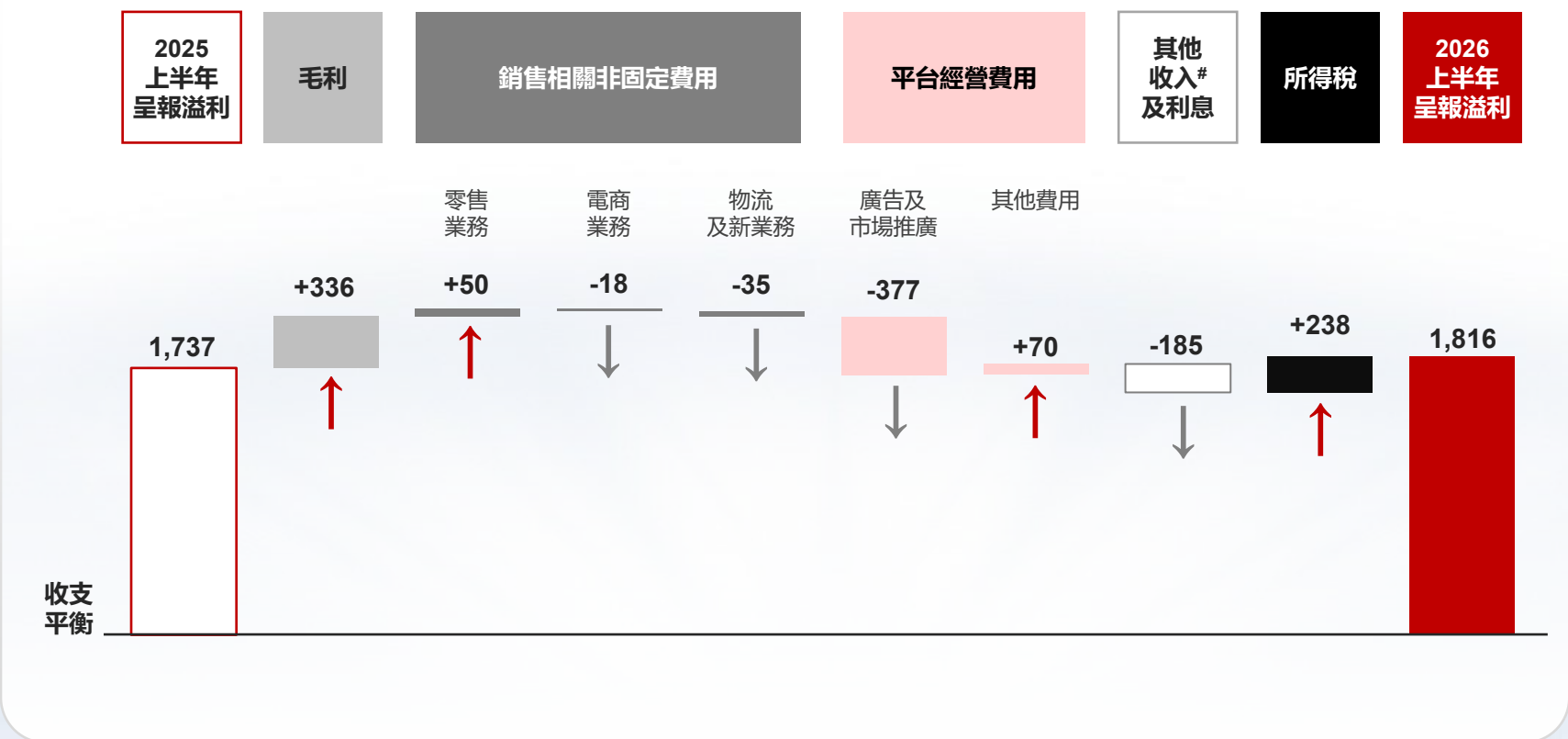
毛利率分析：成本優化推動毛利率上升



毛利率：主要項目淨變動

盈利能力分析：積極佈局品牌資源，為企業長期價值蓄能

(百萬元人民幣)



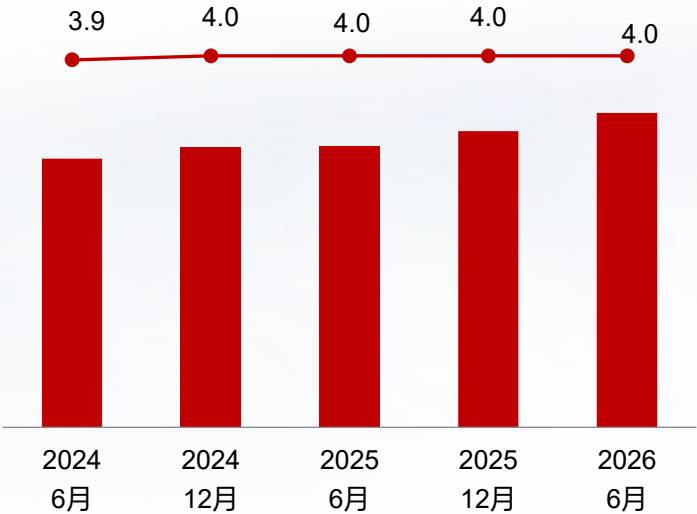
盈利能力分析：主要損益表項目淨變動

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

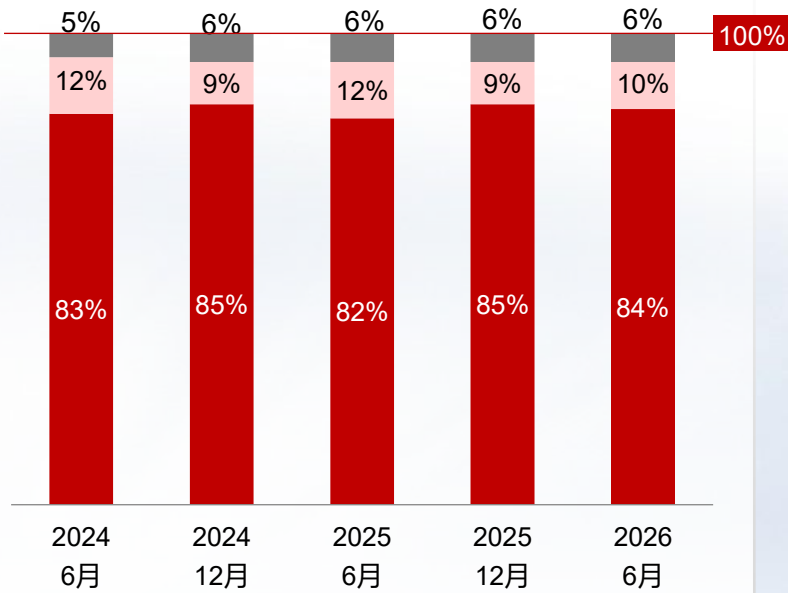


渠道存貨：存貨周轉率和存貨結構保持健康

■ 期內存貨值 (吊牌價)
● 整體存貨周轉月 (包括線下、電商及倉庫)



■ 6個月或以下 (新品) ■ 7-12個月 ■ 12個月以上



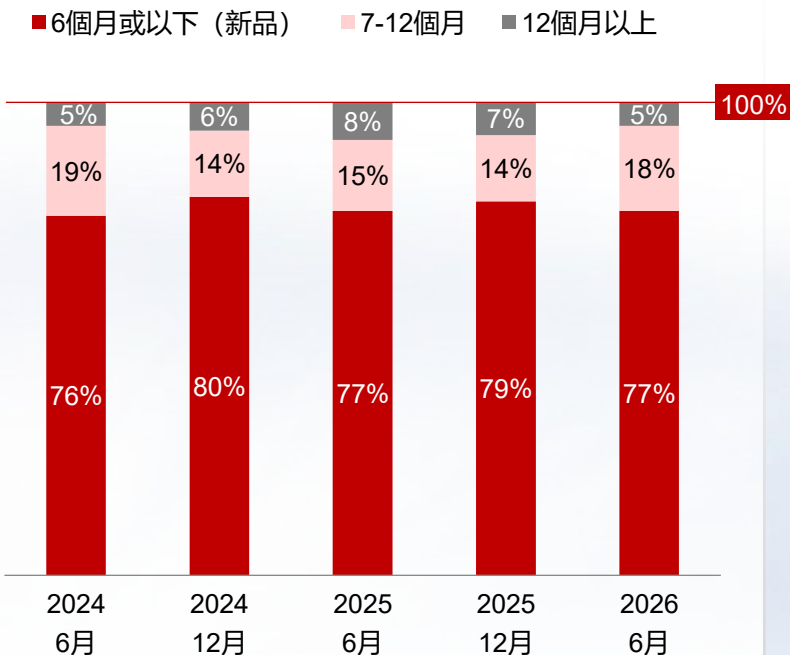
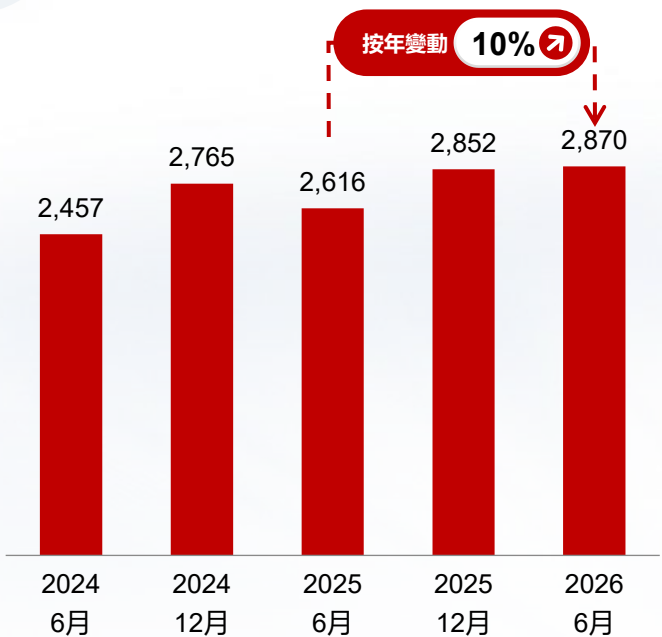
渠道存貨：包括線上及線下



公司存貨：存貨水平及庫齡結構可控

撥備前成本金額

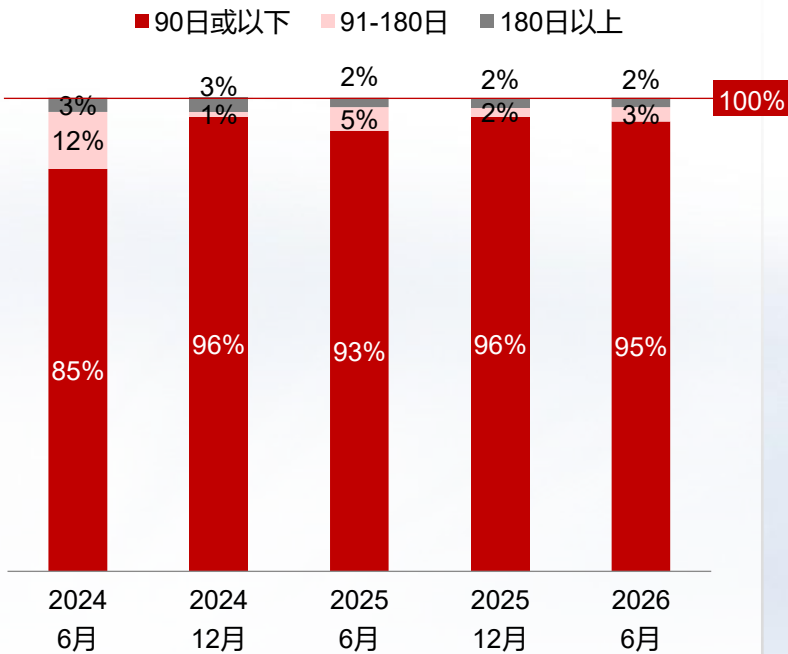
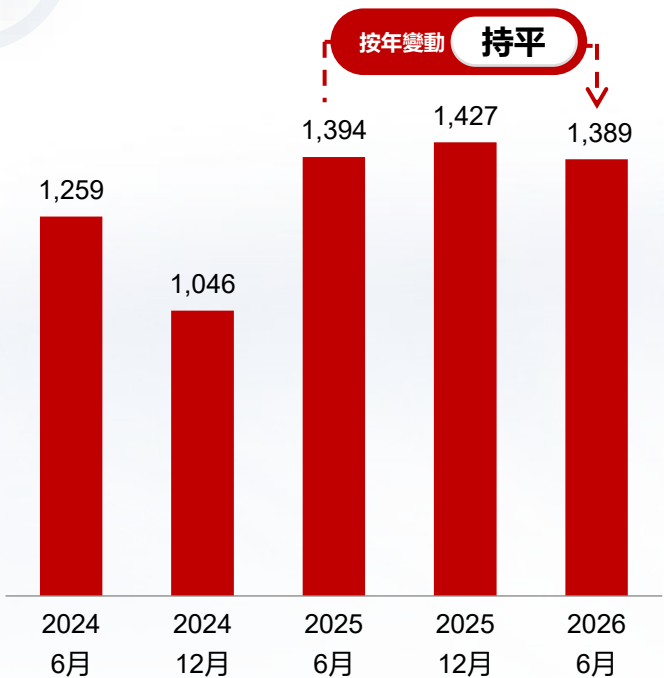
(百萬元人民幣)



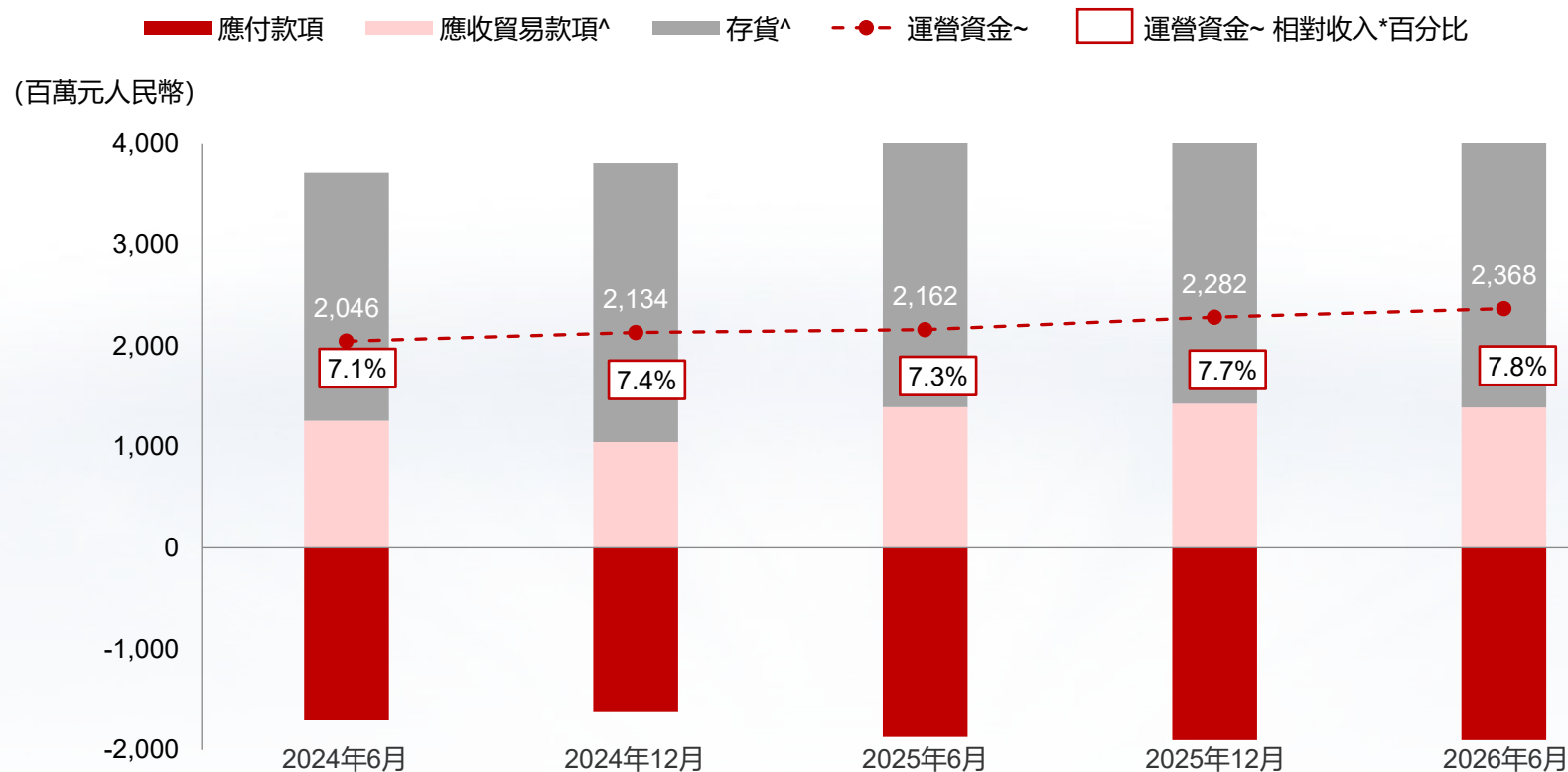
應收貿易款項：處於健康合理水平

撥備前原值金額

(百萬元人民幣)



運營資金效率：保持健康水平



~ 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

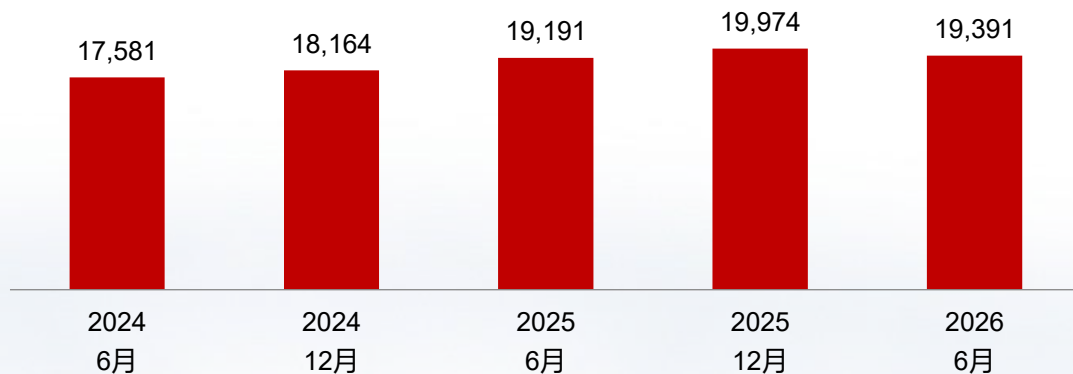
* 年化收入



資產負債表概要：現金充裕，分紅持續

淨現金^

(百萬元人民幣)



現金循環週期 (日)

31 35 31 37 35

經營活動產生之現金淨額

2,730 5,268# 2,411 4,852# 954

股息分紅

976 1,506* 869 1,468* 908

^淨現金 = 現金及等同現金項目 + 受限制之銀行存款 + 定期存款 - 借貸

全年度經營活動產生之現金淨額

* 包含中期股息和末期股息

03

戰略方向



借勢政策紅利驅動李寧式體驗價值



資料來源：國家體育總局

1 全民健身政策持續推進

全民健身政策持續落地，運動參與基礎不斷鞏固，為運動裝備需求提供長期支撐

2 消費政策新紅利

《擴大消費十五五規劃》明確將體育消費列為專項行動，促進賽事經濟、戶外及冰雪運動發展

3 奧運勢能新征程

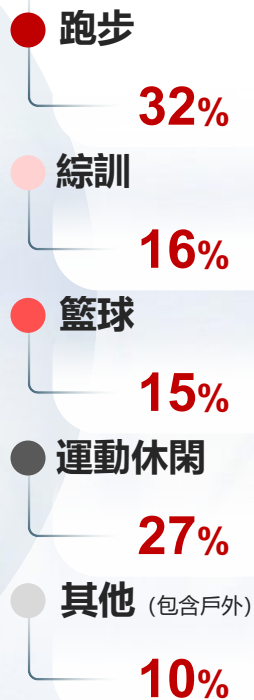
以中國奧委會體育服裝合作夥伴身份護航中國體育代表團參與國際體育盛事，品牌聲量持續躍升

持續推進「單品牌、多品類、多渠道」策略



聚焦專業，拓展細分，驅動生意增長

零售流水 — 品類佔比



零售流水* — 按年變動 (2026年上半年)

總額

↑ 2%



↓ 3%



↑ 5%



↓ 13%



持平



*包括線上及線下

跑步 — 百強領跑，穩進爭先

百強破速 領跑未來



2026上半年中國馬拉松男子百強榜單中，李寧以28席榮膺品牌**佔有率第一**，實現跨越式突破。



李寧龍雀計劃簽約運動員王文傑、毛金虎分別刷新**中國半程馬拉松記錄**和**中國男子首馬記錄**，飛電家族助力運動員改寫歷史。



期內，專業跑鞋總銷量突破**1,480萬雙**。**飛電6 ULTRA**與**飛電6 ELITE**憑藉卓越性能，在頂級賽事中助力精英跑者屢創PB，**破3跑鞋品牌佔有率持續攀升**，鞏固李寧跑步在碳板競速賽道的**絕對領先地位**。

靈弧聚合 緩震穩進



15年鑽研創新，**9次**迭代升級，推出全新進化的**李寧弧PRO**緩震跑鞋
搭載全新

靈弧科技-緩震與回彈兼備

材料賦能

全掌靈材料+靈絲鞋面

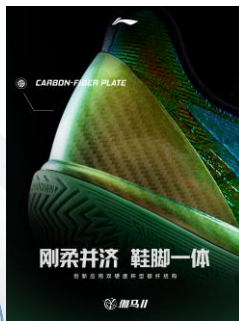
靈科技鞋底釋放優異緩震回彈，靈絲鞋面強韌透氣兼備

結構加持

獨創弧結構

觸地瞬間形變儲能，蹬伸快速釋放高能

籃球 — 全維佈局，進階致勝



- 與美國籃球運動員**斯蒂芬·庫里**及**庫里品牌**達成長期合作。雙方將以品牌共建為基礎，共同探索李寧品牌與庫里品牌全球化發展的更多可能。
- 作為**CBA聯賽官方戰略合作夥伴**，見證上海久事大鯊魚榮膺2025-2026賽季CBA聯賽總冠軍。14年來李寧公司陪伴並見證了CBA聯賽的成長，始終致力於創造更好的籃球產品、賽事及運動體驗。
- 反伍系列**承載李寧籃球實戰及反伍潮流街籃文化產品體驗，以全國**24個省級賽區107座城市**的規模，打造中國第一消費者參與體量的街頭籃球潮流賽事IP。

- 深化李寧**專業籃球心智**，升級頂級實戰籃球鞋天花板**伽馬2**，搭載**超韌鞋墊引力系統**和**突破型碳核芯**，二者以嵌套形式首次連結為一體，蹬地響應零延遲，助力運動員賽場更好表現。

綜訓 — 航天科技賦能，精準適配多樣化場景需求



基于李寧科技平台背書，聚焦核心面料功能科技，為夏季不同穿著場景提供多樣化解決方案：

- 李寧**航天涼感溫控科技**革新問世，將航天控溫、航天防曬、航天速幹聚焦於運動訓練場景，精準控溫，專業防護。
- 李寧**LN COOL 沁涼科技**，風洞透氣結構，快速帶走濕熱，直面暴汗燃脂強訓練。



- 男子綜訓打造具有專業、運動、品質的產品風格，以功能科技為驅動，提升產品體驗，鞏固市場份額。
- 全新IP**純動褲**，主打「動態胯」設計，結合功能面料、運動剪裁、豐富版型，覆蓋輕運動、綜合訓練、日常出行等全場景大IP褲裝矩陣。
- 女子綜訓以功能面料結合簡約版型，同時關注女性時尚，專注提升產品個性化與差異化，為女性消費者提供更豐富多元的產品選擇，挖掘銷售潛力。
- **躍動褲**使用全新推出的“一褲三穿”概念版型，以可調節變換版型的靈活設計，滿足消費者多樣化穿搭風格。

運動休閒 — 佈局女子生意，挖掘文化潛力



白鹿 x 菲林女孩

以菲林復古薄底鞋為核心單品，相容多元穿搭，詮釋「美得自由、不被定義」的風格態度，實現品牌聲量、女性消費者佔比、系列營收三大維度同步大幅增長；拉動同款服飾成為二季度排名第一款式。



日進門金系列

在原有日進門金系列外，通過不同資源跨圈層營銷，聯合故宮百年時刻與成龍獻禮《故宮百年》MV，代言人肖戰新春直播等內容，進一步提升消費者認知，打造新年期間高增長產品系列。



中國李寧功夫系列

圍繞中華武術精神，融合東方哲學與現代運動設計，搭配功能面料強化產品實用價值。持續探索新的市場定位與機會，全新推出功夫女子產品綫，進一步佈局女性市場，有效拓寬受眾圈層，進一步延展東方功夫美學的表達。

品牌營銷 — 深耕專業賽道，搭建頂級賽事資源矩陣

COC



亞運會中國體育代表團領獎裝備



米蘭冬奧會開幕式中國體育代表團出場服裝



第六屆亞洲沙灘運動會

跑步



無錫馬拉松



杭州馬拉松



深圳馬拉松



成都馬拉松



北京半程馬拉松



李寧全國中學生校園跑接力賽 (U15/U18)

籃球



CBA聯賽



中國初中籃球聯賽



反伍街頭籃球聯賽



中國小學生籃球聯賽

乒羽匹網足球



WTT 乒乓球賽事



全國乒乓球錦標賽



全國羽毛球團體冠軍賽



全國青年羽毛球錦標賽



中國匹克球巡迴賽



李寧杯匹克球公開邀請賽



李寧杯青少年網球挑戰賽



大學生足球體育聯合會世界盃 (大連)

品牌營銷 — 頂尖運動員矩陣，鑄就精英陣容

國家隊



中國射擊隊



中國跳水隊



中國乒乓球隊



中國擊劍隊



中國水球隊

跑步



王文傑



毛金虎



夏雨雨



劉德助



大迫傑



巴雷加

籃球



庫里



韋德



巴特勒



楊翰森



曾凡博

乒乓球



王楚欽



孫穎莎



梁靖崑



王曼昱

羽毛球



諶龍



王適嫻



志田千陽

網球



張帥



王廣茂

04

運營進展



中期業績基本符合預期，經營承壓



2026上半年收入

152.4 億元

同比增長2.8%

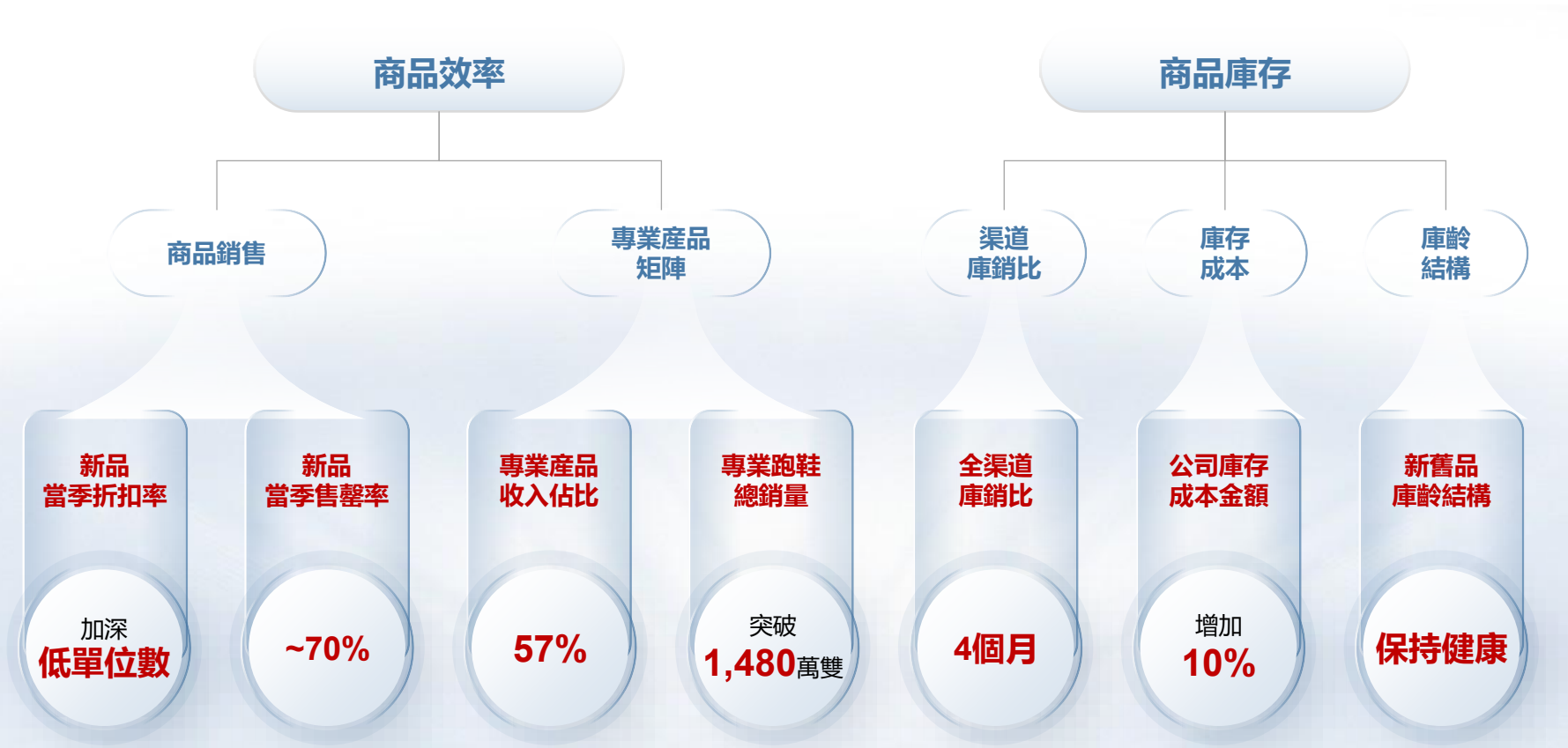
2026上半年淨利潤率

11.9 %

符合經營預期



商品運營：效率仍需提升



零售運營：線下經營壓力加劇



*不包含線上渠道



渠道：渠道結構持續調整

店舖表現

店舖總面積
基本持平

平均面積
238平方米

平均月店效
**28.4萬元
人民幣**

流水結構

高層級市場[#]流水貢獻
60%

核心商業體進駐率
93%

大店*保有量

大店數量
1,401家

平均面積
401平方米

九代店升級

九代店數量
2,134家

* 店舖面積超過300平方米

包含超大及一綫城市



電商：經營指標基本符合預期



童裝業務：整體符合預期，經營效率持續提升

零售 效率

零售流水*同比增長

10%-20%中段

綫下折扣同比

改善0.6個百分點

平均件單價

提升低單位數

渠道 效率

門店數量

1,516家

平均月店效

約16萬元人民幣



*不包含線上渠道

05 附錄



附錄1—收益表及資產負債表摘要

(人民幣百萬)	2026年 截至6月30日止六個月	2025年 止六個月	轉好/ (轉差)
收入	15,235	14,817	2.8%
毛利	7,751	7,415	4.5%
銷售及經銷開支	(4,640)	(4,293)	(8.1%)
行政開支	(720)	(777)	7.3%
其他收入及其他收益–淨額	70	94	(25.0%)
經營溢利	2,452	2,438	0.5%
息稅前利潤加折舊及攤銷 (EBITDA)	3,370	3,512	(4.1%)
權益持有人應佔溢利	1,816	1,737	4.5 %
每股基本溢利 (人民幣:分)	70.4	67.4	4.4%

(人民幣百萬)	2026年 6月30日	2025年 12月31日	轉好/ (轉差)
現金及等同現金項目	13,003	16,717	(22.2%)
定期存款	6,385	3,257	96.0%
借貸	0	0	N/A
淨現金*	19,391	19,974	(2.9%)
流動負債	7,393	8,061	8.3%
流動比率 (倍)	2.82	2.85	(0.03)
總負債佔總資產比率	25.4%	26.7%	1.3p.p.

*淨現金 = 現金及等同現金項目 + 受限制之銀行存款 + 定期存款 – 借貸



附錄2—利潤率及關鍵經營指標

(人民幣百萬)	2026年 截至6月30日止六個月	2025年 截至6月30日止六個月	轉好/ (轉差)
毛利率	50.9%	50.0%	0.9p.p.
經營溢利率	16.1%	16.5%	(0.4p.p.)
息稅前利潤加折舊及攤銷率 (EBITDA Margin)	22.1%	23.7%	(1.6p.p.)
權益持有人應佔溢利率	11.9%	11.7%	0.2p.p.
研究及產品開發開支 (佔收入%)	2.4%	2.3%	(0.1p.p.)
廣告及市場推廣開支 (佔收入%)	11.2%	9.0%	(2.2p.p.)
員工成本開支 (佔收入%)	7.6%	7.7%	0.1p.p.

(人民幣百萬)	2026年 截至6月30日止六個月	2025年 截至6月30日止六個月	轉好/ (轉差)
存貨周轉期 (天)	65	61	(4)
應收貿易款周轉期 (天)	16	14	(2)
應付貿易款周轉期 (天)	46	44	2
現金周轉期 (天)	35	31	(4)
權益持有人應佔權益回報率 (ROE)	6.5%	6.5%	-
資產回報率 (ROA)	4.8%	4.8%	-
淨資本性支出 (百萬元人民幣)	644	557	(15.6%)

