



Li Ning Company Limited

(李寧有限公司)

2005 年全年业绩
企业推介

2006年3月23日

Remarkable
Strides
超凡 跨越



议程



- ◆ 2005年主要成就
- ◆ 财务摘要
- ◆ 企业管制
- ◆ 业务回顾
- ◆ 未来策略及展望
- ◆ 问答时间



2005 年主要成就

— 超凡跨越的一年



主要成就



◆ 投资界的认同

- 被纳入 MSCI 中国指数系列成份股
- 被纳入恒生综合指数系列及恒生流通指数系列



◆ 屡获殊荣的李宁品牌

- 成功当选「2005年CCTV最受消费者喜爱的中国品牌」



◆ 肩负社会责任的企业

- 荣获2005年度「卓越雇主——中国最适宜工作的公司」称号



◆ 卓越的市场推广

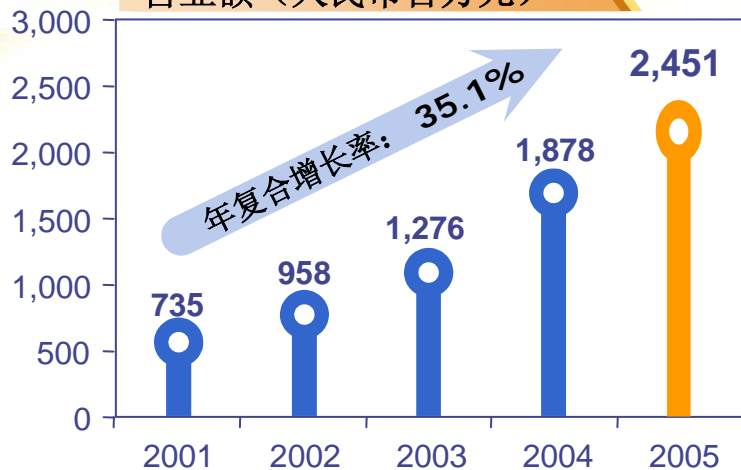
- 荣获2005体育营销经典案例颁奖典礼组委会颁布的「最具领先奖」



主要成就——连续五年强劲增长



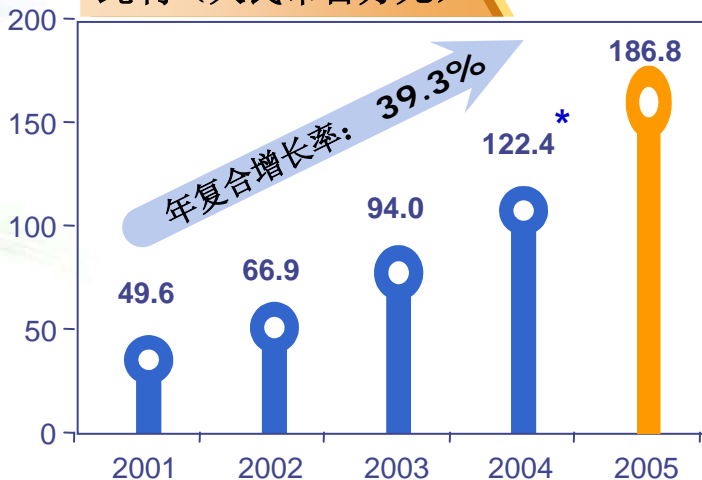
营业额（人民币百万元）



◆ 持续高速增长主要因为：

- 著名的李宁牌带来的效益
- 优良的产品设计及研发能力
- 灵活及有效的供应链管理
- 广泛的经销商及零售网络
- 卓越的管理团队及良好的企业管治

纯利（人民币百万元）



*按于二零零五年生效的已颁布准则及修订调整



财务回顾



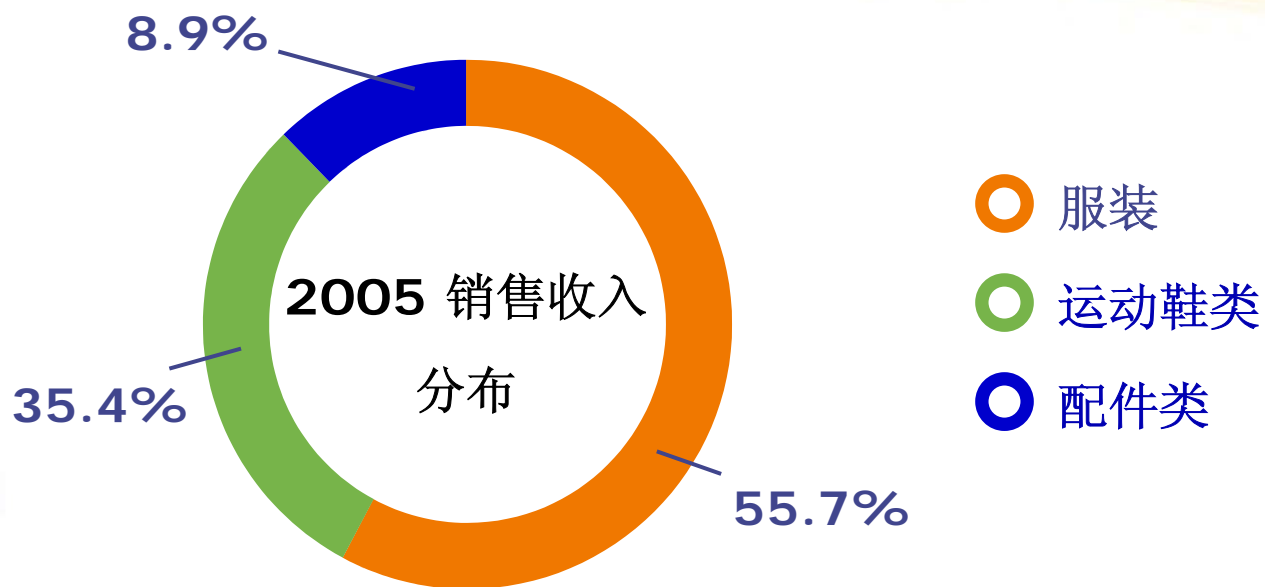
财务摘要



截至12月31日止年度	2005 (人民币百万元)	2004 (人民币百万元) (经重列)*	变动
营业额	2,450.5	1,878.1	30.5%
毛利	1,152.5	873.5	31.9%
毛利率 (%)	47.0%	46.5%	0.5%
经营溢利	271.5	180.4	50.5%
经营溢利率 (%)	11.1%	9.6%	1.5%
税前溢利	273.5	181.2	50.9%
权益持有人应占溢利	186.8	122.4	52.6%
纯利率 (%)	7.6%	6.5%	1.1%
每股基本盈利 (人民币分)	18.25	13.78	32.4%
每股股息 (人民币分)			
— 中期	2.30	Nil	
— 末期	5.00	4.57	9.4%

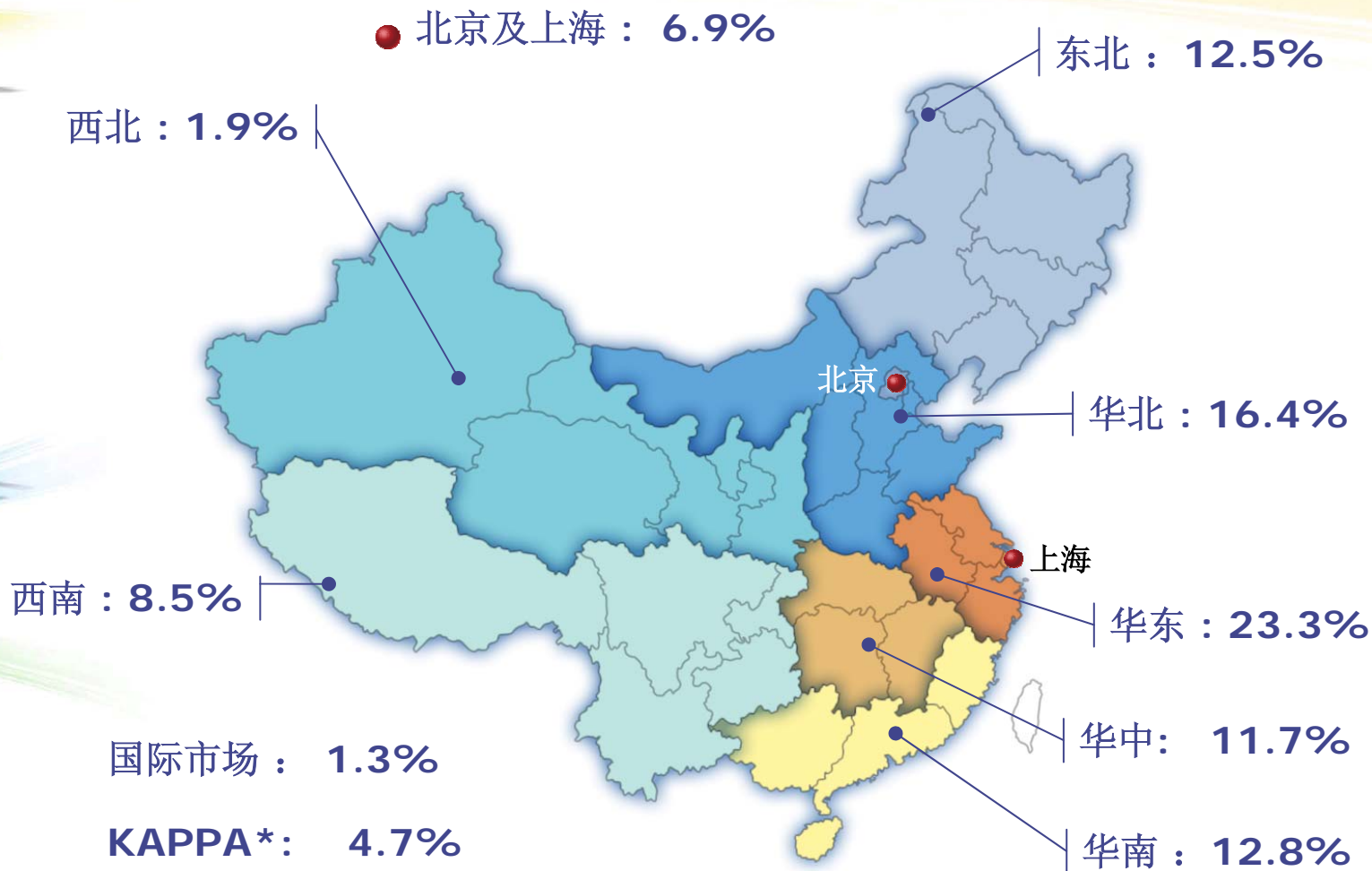
*按于二零零五年生效的已颁布准则及修订调整

营业额分析 按产品种类划分



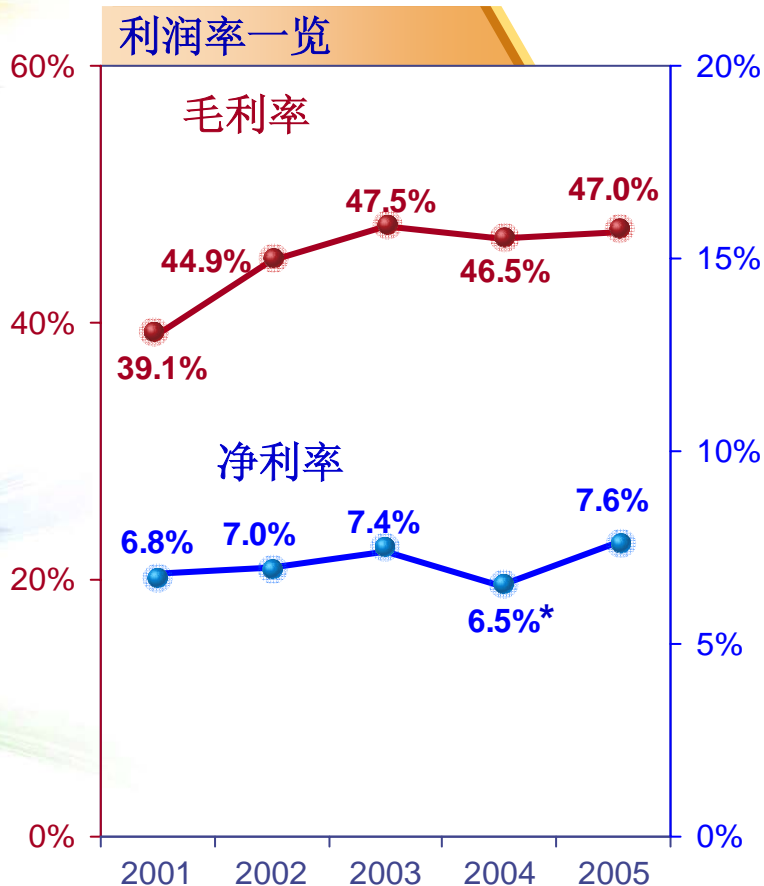
截至12月31日止年度	2005 (人民币百万元)	2004 (人民币百万元)	变动
服装	1,365.8	1,083.1	26.1%
运动鞋	866.7	562.9	54.0%
配件	218.0	232.1	-6.1%

营业额分析 按地区划分



* KAPPA 业务已于2005年8月出售

稳定的盈利能力



◆ 利润率保持稳定，因为

- 强大的产品设计及开发能力，不断推出具增值功能的产品，令利润率保持在高水平
- 受惠于规模效益
- 持续提升存货及供应链管理
- 实施E-POS系统，提高营运效率

*按于二零零五年生效的已颁布准则及修订调整



主要财务指标



于 12 月 31 日	2005	2004	变动
存货 (人民币百万元)	290.6	318.3	-8.7%
存货周期 (天)	86	112	-23.2%
应收账周期 (天)	44	33	33.3%
应付账周期 (天)	68	77	11.7%
研发开支 (销售成本之百分比)	3.4%	3.6%	-0.2%
广告及宣传开支 (营业额之百分比)	15.4%	14.3%	1.1%
有效税率	31.1%	31.7%	-0.6%



稳健的财务状况



于 12 月 31 日 (人民币百万元)	2005	2004	变动
现金及等同现金项目*	731.5	761.3	-3.9%
流动比率 (倍)	3.6	3.0	20%
短期借贷	0	40	-100%
长期借贷	n/a	n/a	n/a
净现金**	731.5	721.3	1.4%
资产负债率	25.6%	30.7%	-5.1%
资本性开支	52	42	23.8%

* 注：包括定期存款

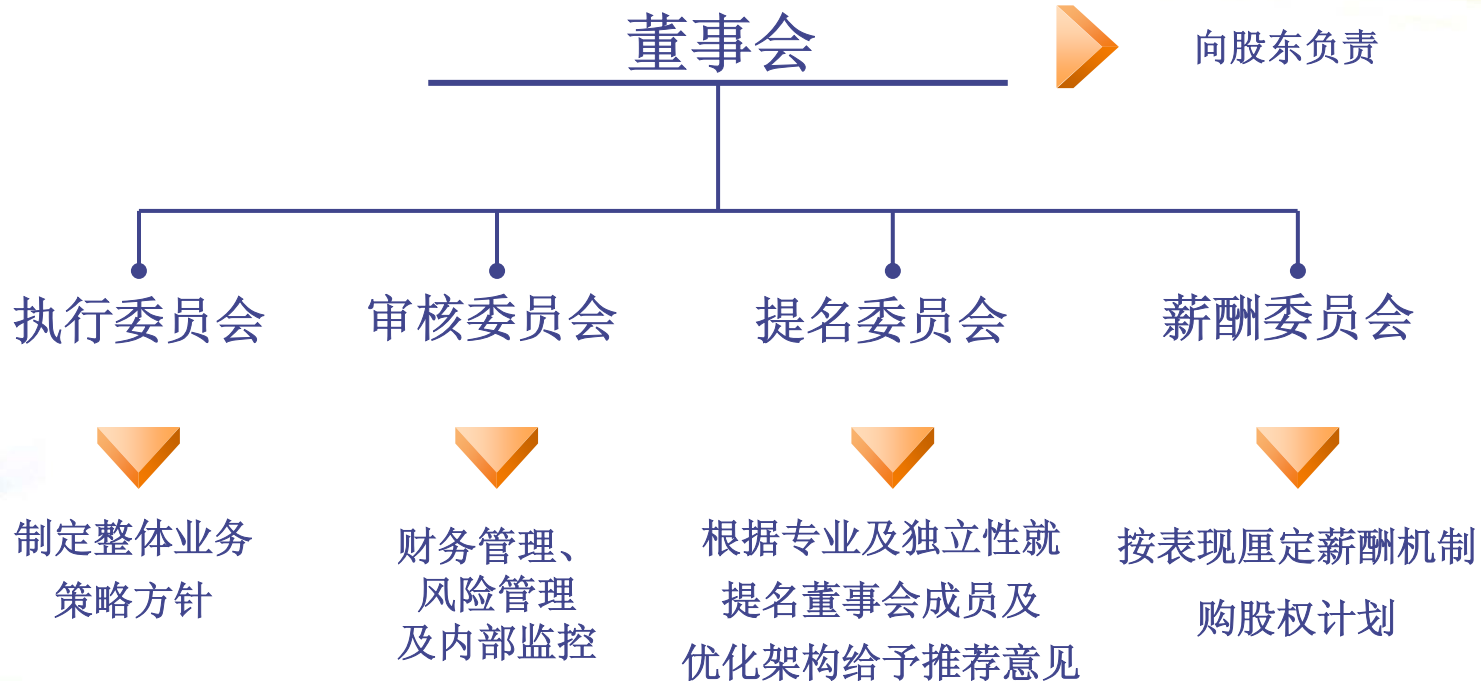
** 净现金 = 现金及等同现金项目 - 银行借款



企业管治



企业管治架构



业务回顾



NBA市场推广战略合作



建立李宁牌的国际知名度

- ◆ 与 NBA 签订为期三年的市场推广战略合作伙伴合作协议
- ◆ 与 NBA Jam Van 在中国合作巡演，共同进行营销推广
- ◆ 于 2006 年 1 月与 NBA 球员达蒙琼斯签约，成为首个于 NBA 赛事亮相的中国品牌



与CUBA建立策略联盟



于本地篮球界提升知名度

- ◆ 成为中国三大篮球联赛之一 —— 中国大学生篮球联赛(CUBA)之指定赞助及产品赞助商
- ◆ 于刚过去的球季中，超过700家大学参加共2,700多场赛事



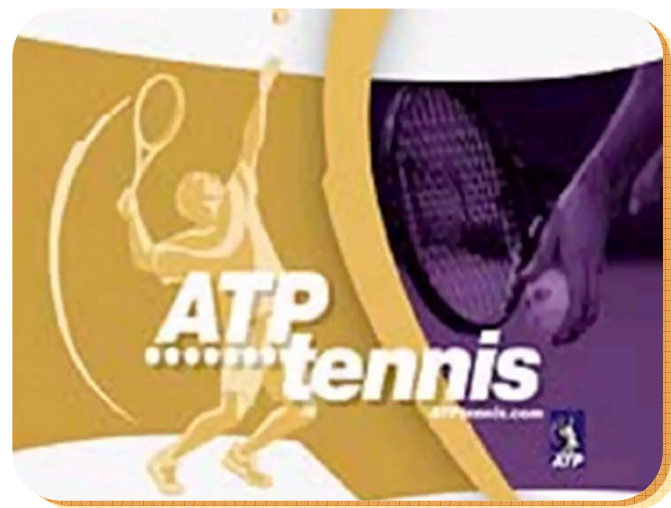
与ATP建立市场推广合作



与专业机构合作，强化产品的专业形象

与Associate Tennis Professional (“ATP”)签订为期七年的市场推广计划，成为ATP在中国市场（包括港/台湾/澳门）的官方战略合作伙伴

- ◆排它特许产品权益
- ◆共同组织各类型的市场推广活动
- ◆ATP协助李宁进行球员的签约赞助



与 **AIGLE** 成立合资企业



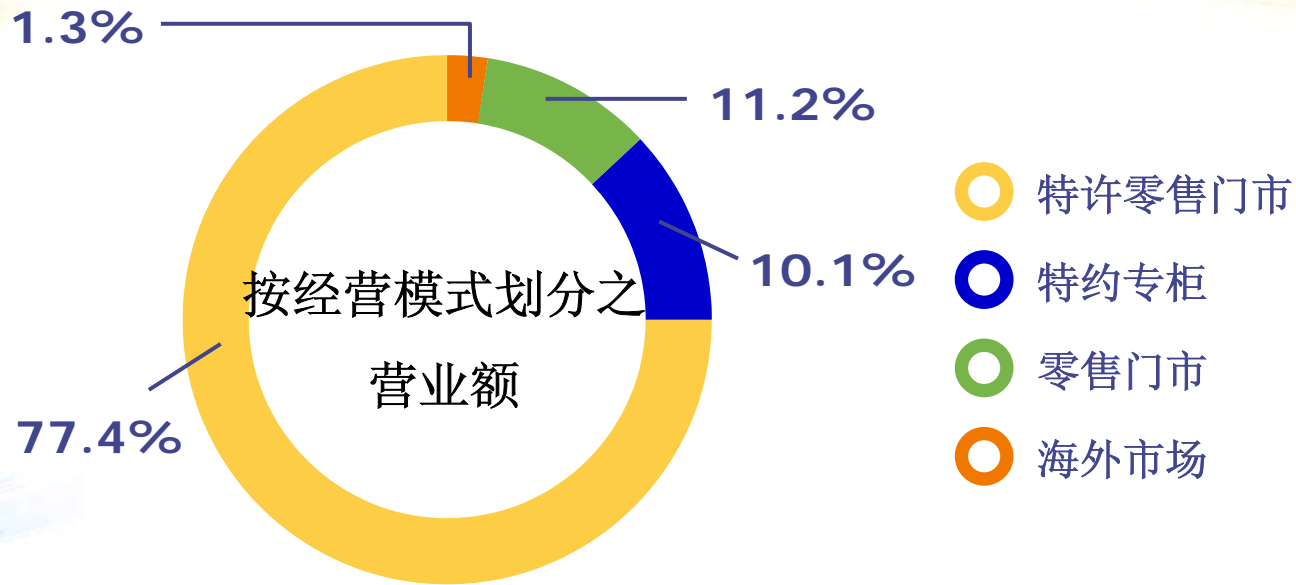
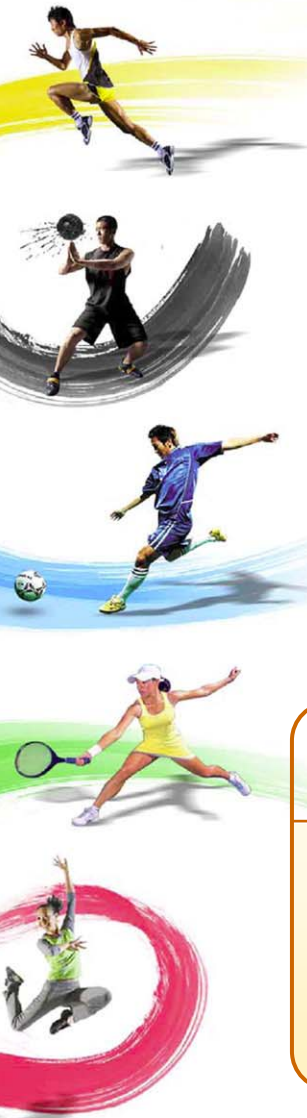
与国际著名户外品牌建立长期战略性联盟

- ◆ 与 AIGLE 达成战略合作，携手成立合资公司，拥有在中国独家销售 AIGLE 品牌户外体育用品之专营权，为期 50 年





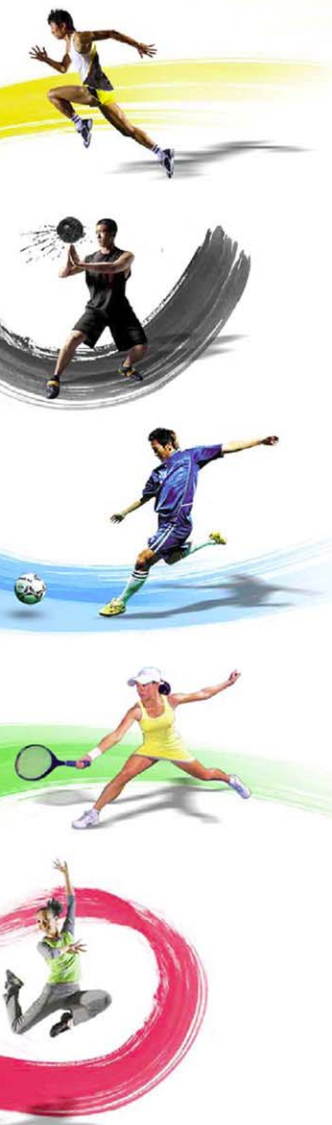
经销商及零售网络迅速增长



李宁牌店铺 截至十二月三十一日	2005	变动 (店铺数目)
特许零售门市	3,005	733
直接经营之零售店	111	-6
直接经营之特约专柜	257	24
总计	3,373	751

注：
• 集团于2005年8月出售KAPPA业务。于2005年6月30日，共有324家KAPPA店铺

产品开发 五大主要产品系列



系列	新产品及特性		
跑步			
篮球			
足球			
网球			
健身			

全方位的市场营销活动



一切皆有可能

怎么跑 怎么炫

李宁跑步鞋

李宁跑步鞋系列

1. 轻量化设计, 减轻跑鞋重量, 提升跑步效率。
2. 透气网面设计, 提升透气性能, 保持双脚干爽。
3. 防滑耐磨鞋底, 提升抓地力, 保障跑步安全。

www.lining.com

一切皆有可能

赢自己! 大师新轨迹

Professional 大师本色
大师本色, 专业品质, 大师风范。
李宁大师本色系列, 采用高品质材料, 结合精湛工艺, 打造专业级品质。
轻盈透气, 减震回弹, 提升运动表现。
时尚百搭, 彰显个性。
李宁大师本色系列, 是专业运动员的首选, 也是时尚爱好者的最爱。

Fashion 大师风格
大师风格, 时尚潮流, 彰显个性。
李宁大师风格系列, 采用高品质材料, 结合精湛工艺, 打造时尚级品质。
轻盈透气, 减震回弹, 提升运动表现。
时尚百搭, 彰显个性。
李宁大师风格系列, 是专业运动员的首选, 也是时尚爱好者的最爱。

林皓月 18P
国际青少年网球冠军
中国首位“大满贯”得主

抓地

李宁抓地鞋

新一代 一切皆有可能

新一代 一切皆有可能

新生力量, 势不可挡

邵琳

新一代国家队主力球员

第四代形象店





未来展望及策略



前景及发展策略



前景

- ◆ 中国体育用品市场将在未来保持高速增长，因为：
 - 国民消费力提升
 - 2008年北京奥运将带动运动热潮
 - 目前二、三线城市的市场渗透率较低
- ◆ 中国二、三线市场的未来将持续高速增长

发展策略

- ◆ 拓展零售网络以加强市场渗透率
- ◆ 提升产品研发及设计，以满足专业运动员及运动爱好者的需求
- ◆ 多品牌发展策略以增加产品类别



拓展零售网络



- ◆ 于二零零八年增加李宁牌零售网点至5,100个
- ◆ 在特大、一线城市开设「旗舰店」
- ◆ 增加中国二、三线城市的市场渗透率

李宁牌 新增零售网点计划

	总数
2006	4,100
2007	4,600
2008	5,100

产品发展方向



- ◆ 继续强化研究及开发团队，以开发专业、创新、时尚的运动用品系列
- ◆ 与本地及海外供货商及制造商合作，使用新物料及科技，以提升产品素质



多品牌营运商



- ◆ 透过创新及高效的市场推广策略进一步推广李宁牌
- ◆ 与国际知名品牌建立并保持长期合作关系，发展多品牌发展策略



公司远景、使命与价值观



问答时间



投资者关系



如欲进一步了解李宁有限公司的最新发展，请浏览下列网站：

<http://www.lining.com>

<http://www.irasia.com/listco/hk/lining/>

<http://www.hkex.com.hk>

如有垂询，请联络：

王勇

投资者关系经理

电话： +86 21 5879 7298

电邮： yong.wang@lining.com

