



Li Ning Company Limited

(李寧有限公司)

股票代碼：2331

Branding China Reaching Global



2006 年度业绩
公司推介

2007年3月



议程



- 概览
- 财务摘要
- 营运回顾
- 未来展望及策略
- 问答时间



概览



主要发展



品牌

- 丰富的运动营销资源
- 引入新品牌
- 寻求国际化发展

产品

- 东方元素
- 时尚设计
- 研发与科技

网络拓展

- 覆盖全国的零售网络
- 提高市场渗透

供应链管理

- 与经销商、供应商合作
- IT系统的应用

业务殊荣

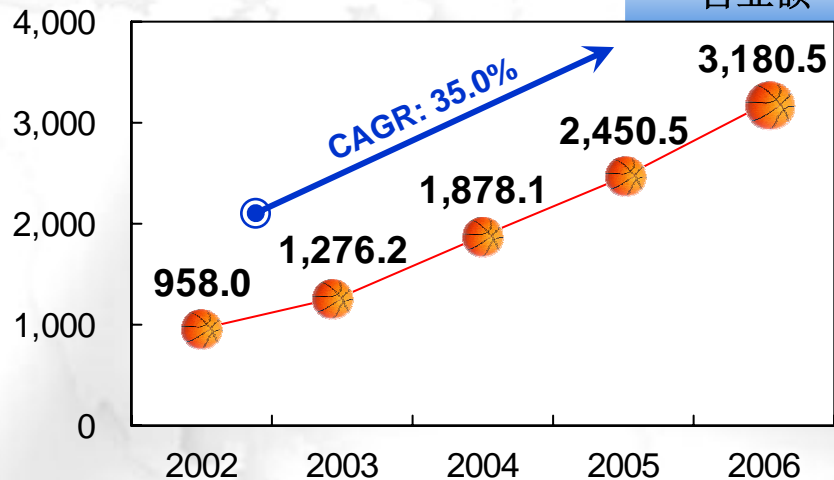


- 年度中国最受尊敬企业
- 最佳创意机构
- 影响中国—2006腾讯网络盛典——运动服饰大奖
- 2006 年最佳企业公众形象奖
- 2006年再次入选CCTV年度最佳雇主调查20强

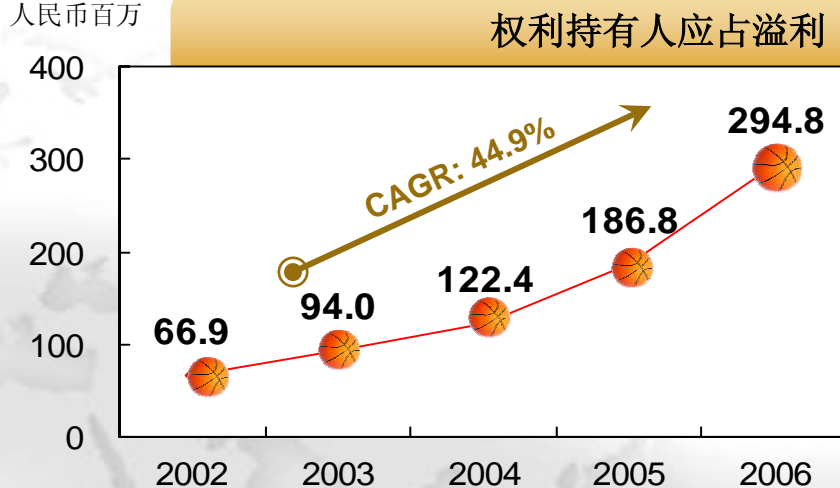
持续快速的业务增长



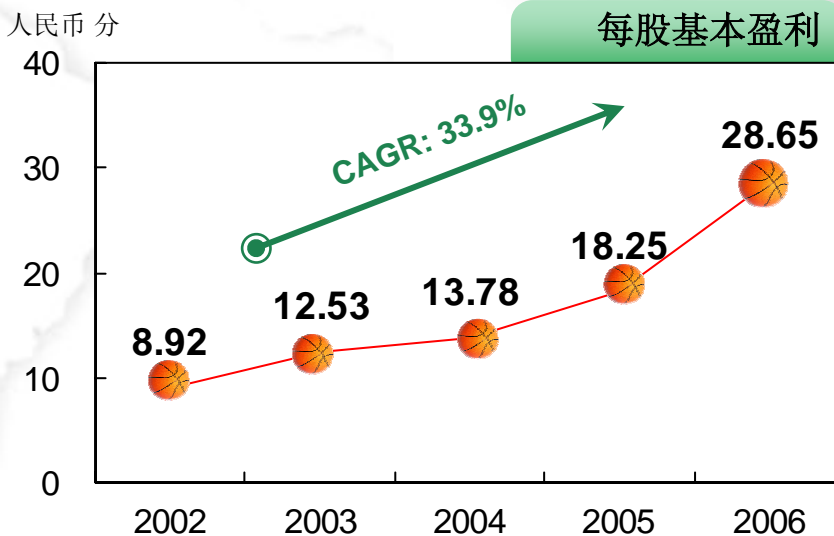
人民币百万



人民币百万



人民币分





财务回顾 🏆



财务摘要

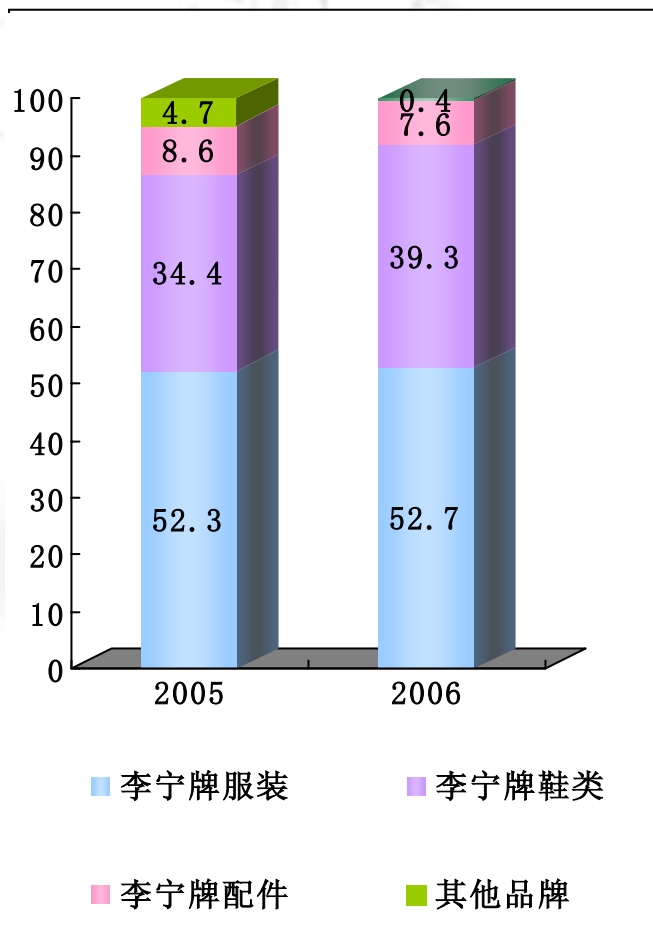


截至12月31日

	2006 (RMB Mn)	2005 (RMB Mn)	变化
营业额*	3,180.5	2,450.5	29.8%
毛利	1,508.6	1,126.2	34.0%
毛利率	47.4%	46.0%	1.4%
经营溢利	402.5	271.5	48.3%
经营溢利率	12.7%	11.1%	1.6%
权益持有人应占溢利	294.8	186.8	57.8%
权益持有人应占溢利率	9.3%	7.6%	1.7%
每股基本盈利 (人民币分)	28.65	18.25	57.0%
每股股息 (人民币分)			
- 末期	7.64	5.00	52.8%
- 中期	3.80	2.30	65.2%

* 占总营业额 99.6%的李宁品牌营业额增长了35.7%至人民币31.68亿元。

营业额分析—产品类别

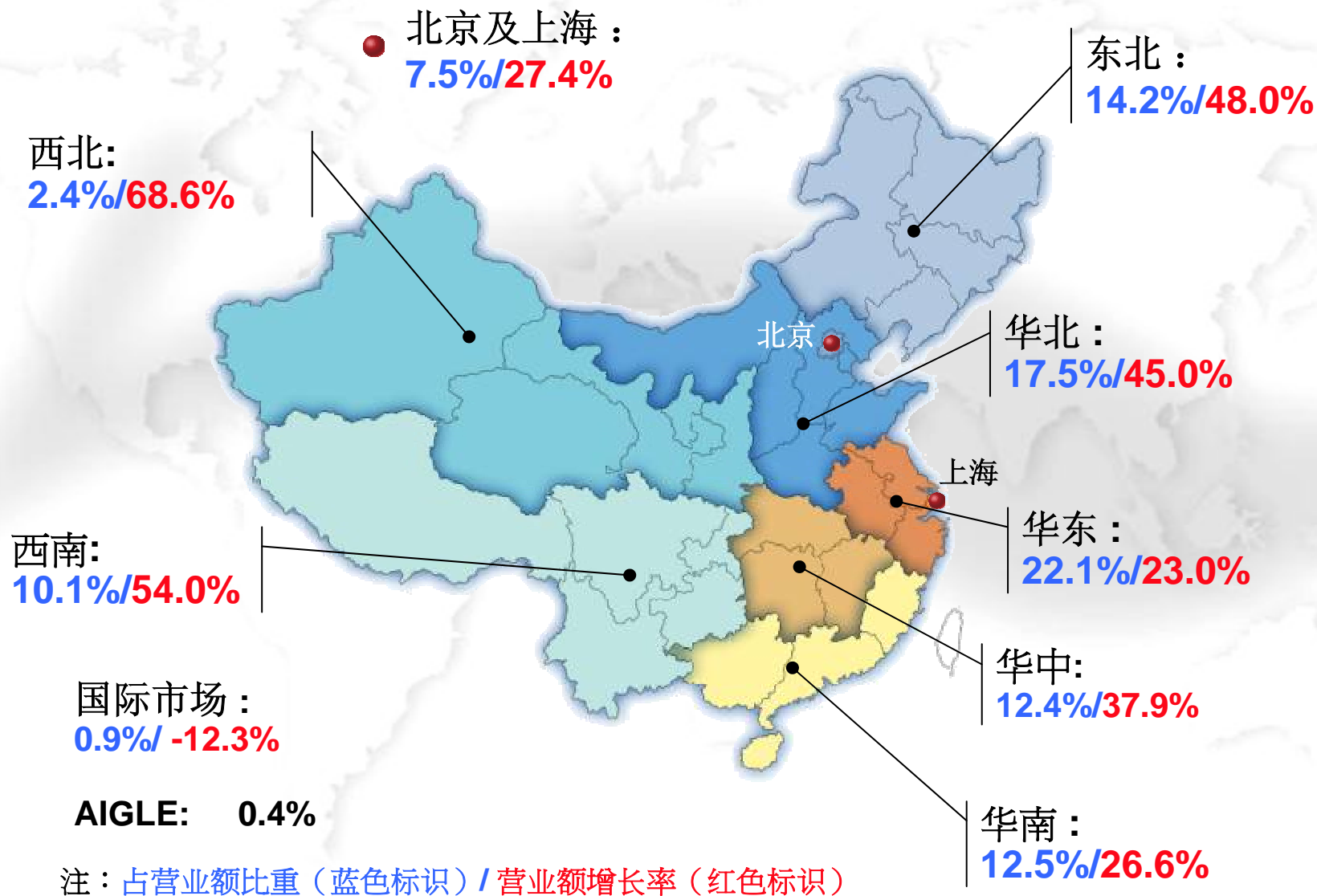


人民币百万

	2006	2005	变化
李宁牌服装	1,673.9	1,280.6	30.7%
李宁牌鞋类	1,251.0	843.3	48.3%
李宁牌配件	243.1	210.8	15.3%
其他品牌*	12.5	115.8	-89.2%
总计	3,180.5	2,450.5	29.8%

* 其他品牌包括KAPPA和AIGLE。二零零五年数据为KAPPA品牌（已于二零零五年八月出售），二零零六年为AIGLE品牌。

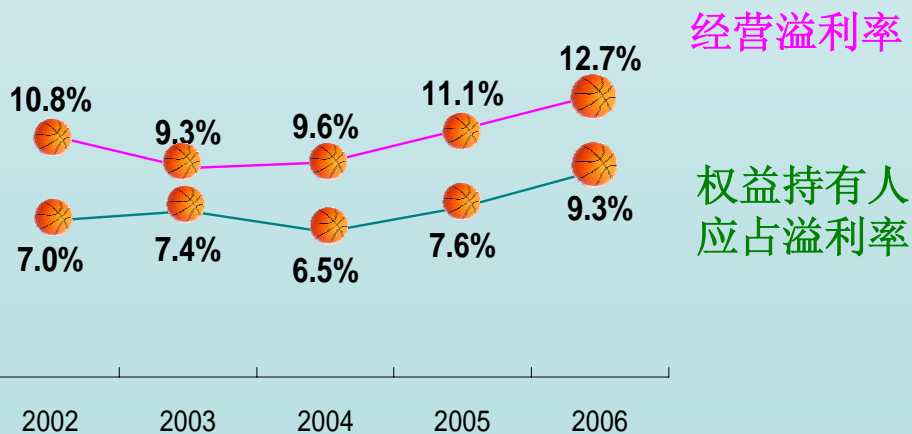
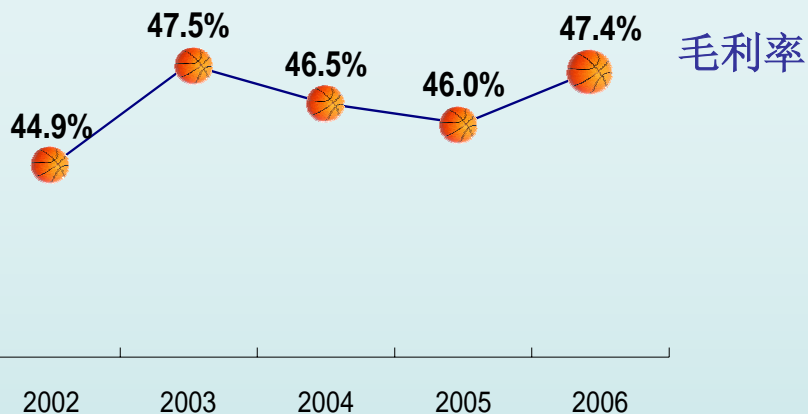
营业额分析—地区



高盈利能力



利润率一览



- 毛利率相对稳定：
 - 持续优化产品设计以保持较高毛利率
- 经营溢利率逐步提升
 - 有效的经销开支和行政开支的管理
- 权益持有人应占溢利率增长
 - 经营溢利率提升
 - 有效的税务筹划

主要财务指标



截至12月31日

	2006	2005	变化
存货周转（天数）	70	84	-14
平均应收帐款周转（天数）	55	44	11
平均应付帐款周转（天数）	67	68	-1
研发成本（占销售成本比例）	4.7%	5.3%	-0.6%
广告营销费用（占营业额比例）	16.4%	15.3%	1.1%
有效税率	26.4%	31.1%	-4.7%

稳健的财务状况



(人民币 百万)

	2006	2005	变化
现金及银行存款*	849.2	731.5	16.1%
流动比率 (倍)	2.7	3.6	-25.0%
短期负债	688.5	404.5	70.2%
长期负债	59.8	0.0	N/A
资产负债率	34.6%	25.6%	9.0%
资本支出	107.5	51.9	107.1%

*含定期存款



营运回顾



多品牌运营商



合资公司 联营品牌



主要品牌



李宁牌 五大类产品发展重心



优秀的研发设计能力



- 香港设有一支20人的研发团队，4位拥有国际经验及视野设计师



- 与位于美国New Hampshire的两家公司建立伙伴合作，共同研发鞋类产品技术及其应用
- 推出一系列应用新科技的新产品
 - “李宁弓”
 - “天羽”跑步鞋
 - “飞甲”篮球鞋系列

跑步 — 赞助专业队伍和运动员



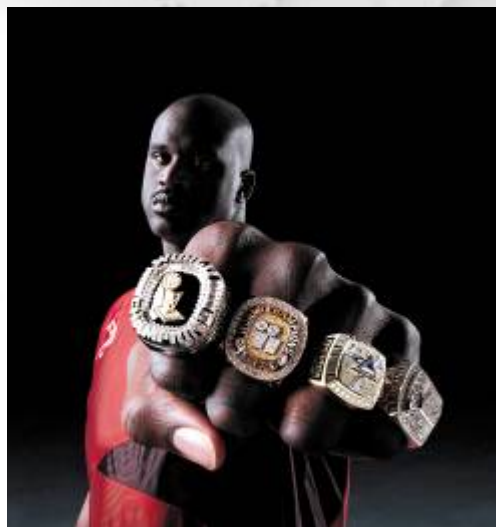
- 提升跑步系列产品的专业形象
- 赞助国内外的专业队伍和运动员
 - 苏丹共和国国家田径队
 - 山东省、甘肃省田径队
 - 著名埃塞俄比亚马拉松运动员 安贝瑟·特罗沙
- 正式启动中国第一个有关跑步运动的互动专业网站www.irun.cn



篮球 — 与NBA的策略性联盟



- 提升「李宁牌」于国际市场的知名度及专业的品牌形象
- 与 NBA Jam Van在中国合作巡演，共同进行营销推广
- 与沙奎·奥尼尔签订为期五年的大中华地区合作计划，进一步强化「李宁牌」于中、高档市场的竞争力，同时，建立品牌于国际市场的知名度
- 签署另外两名 NBA球员达蒙·琼斯及查克·海耶斯，成为中国首个运动品牌于NBA赛事亮相



篮球 — 与中国大学生篮球协会 及知名国家队伍合作



- 与中国大学生篮球协会合作
- 赞助阿根廷国家男、女篮球队
- 赞助西班牙国家男、女篮球队
- “KFC 3+3 青年篮球赛” 合作伙伴



足球 — 赞助中国大学足球联赛



- 与中国大学体育联合会签订了十年的合作协议
- 携手推出新的李宁中国大学足球联赛（“CUFL”），拥有最多的高校及非常高的水平，在中国具有相当广泛的影响力



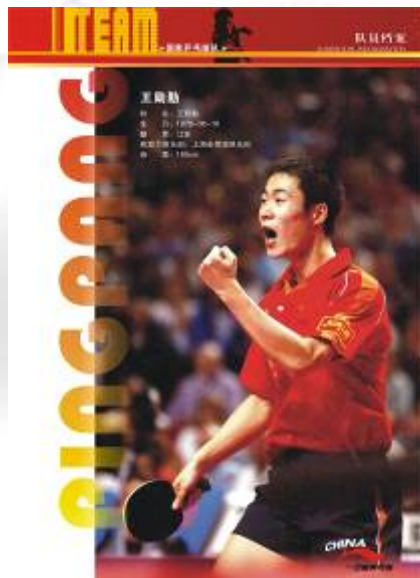
网球 — 与ATP合作



- 加强有关网球产品专业性的推广
- 与国际男子职业网球选手联合会（“ATP”）签署了七年的合作协议，成为ATP在大中华地区（包括香港、澳门和台湾）的官方合作伙伴



赞助四支中国金牌国家体育代表队

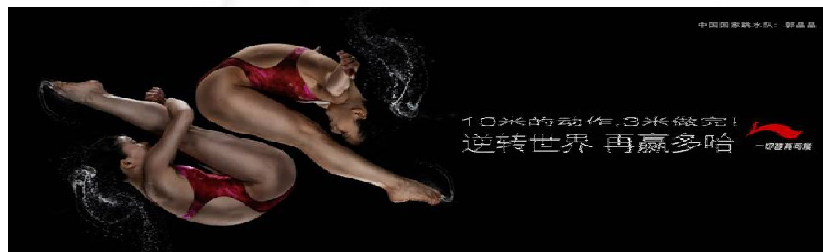


- 乒乓球
- 跳水
- 体操
- 射击



主要国际赛事：

- 2008年北京奥运会
- 2006年多哈亚运会



与瑞典奥委会合作



- 4年期限
 - 2008年北京奥运会
 - 2010年温哥华冬季奥运会
- 提供专门设计运动装备
 - 领奖服
 - 比赛用装备
- 获授权在瑞典境内售卖相关奥运产品



与中央电视台体育频道携手合作



- 与中央电视台体育频道（**CCTV-5**）签订赞助协议，以强化品牌形象
 - 所有节目的主持人和出镜记者均会穿上赞助产品出镜，当中包括二零零八年北京奥运会期间「奥运频道」的所有节目
 - 合作时段：2007年1月至2008年12月



李宁品牌网络拓展



	2006	占2006店铺 总数比重	2005	2004
特许经营店铺	3,860	89.8%	3,005	2,272
直接经营零售店	138	3.2%	111	117
直接经营特约专柜	299	7.0%	257	233
总计	4,297	100.0%	3,373	2,622

第四代李宁店铺



供应链管理



- 为经销商举办四次大型订货会，以加速产品开发及订货周期。
- 实现主要经销商100%期货，加大了供应链的效率
- 以先进的IT系列取代传统供应链模式，有效实施E-POS系统，实施严谨存货控制，快速应变市场反应
- 透过销售管理系统建立实时平台，监察销售表现及收集数据



与 **AIGLE** 成立合资企业



- 建立多品牌业务发展策略，提升整体竞争力
- 与 AIGLE 达成策略性合作，携手成立合资公司，拥有在中国独家生产、推广、分销及销售 AIGLE 品牌产品之专营权，为期50年



与 ATP及Shaq发展联合品牌





未来展望及策略



未来策略



多品牌运营商



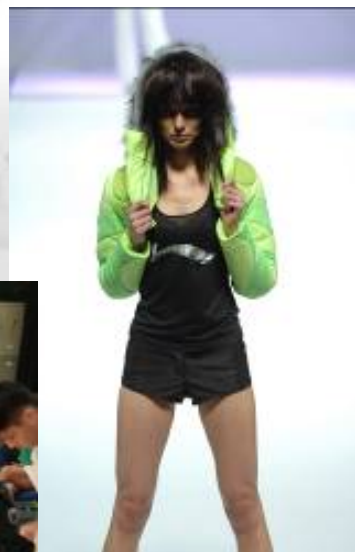
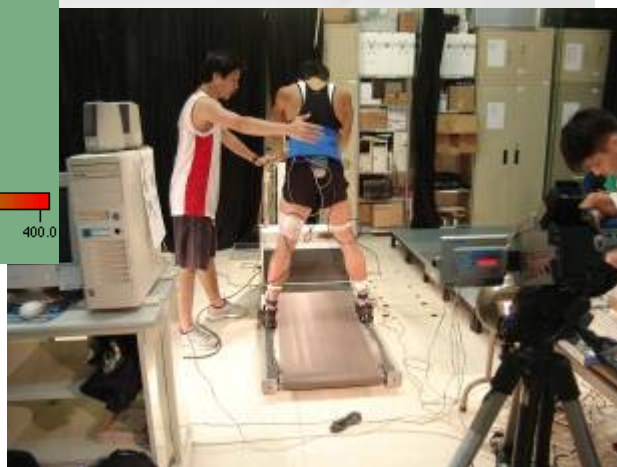
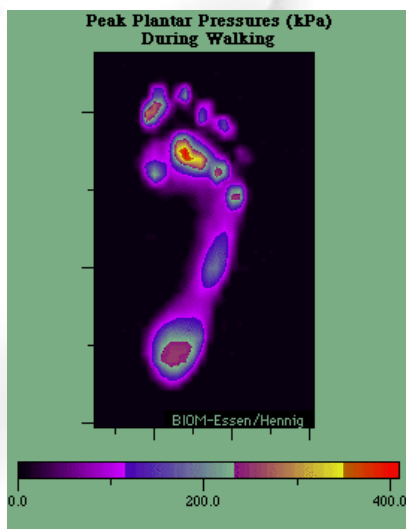
- 与国际知名品牌建立并保持长期合作关系，发展多品牌发展策略
- 协助国际品牌打入中国市场



产品研发



- 重点提升产品设计加强科技应用



拓展零售网络



- 超大及一线城市
 - 加强品牌推广
 - 在黄金地段开设「旗舰店」
 - 改善店貌、优化产品、增加销售效益，以提高同店增长
- 二、三线城市
 - 提高市场渗透率及网店覆盖率

李宁牌未来年度末 零售网点计划

于年底	Total
2007	4,800
2008	5,300
2009	5,700

公司远景、使命与价值观



远景

全球领先的
体育用品
品牌公司

使命

以体育
激发人们
突破的渴望

价值观

诚信、专业、
激情、突破、信任

Branding China Reaching Global



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：

投资者关系部门

电话： +86 21 5879 7298

电邮： investor@lining.com