



Li Ning Company Limited

(李寧有限公司)

Stock code: 2331

Branding China Reaching Global



公司推介

2007年4月



议程



- 业务概览
- 财务摘要
- 营运回顾
- 市场概览
- 未来展望及策略
- 问答时间



业务概览



业务概览



- 中国领先的体育用品品牌企业之一
- 李宁品牌运动产品：
 - 品牌建立，营销
 - 产品设计，研究开发
 - 利用特许加盟经销商，建立覆盖全国的零售网络
 - 供应链管理
- 运动及休闲用途产品：
 - 鞋类
 - 服装
 - 配件
- 与国际品牌在中国市场建立合作

经营成就



2006 CCTV 年度雇主



2006 最佳企业公众形象奖



最佳创意机构



2005 年度中国最受尊敬企业



集团CFO，陈伟成先生荣获“2005年度中国杰出CFO”

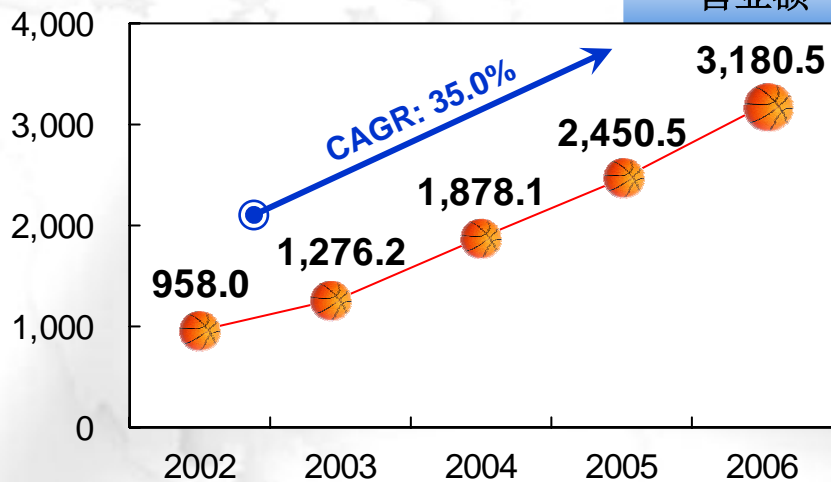


凭借在中国体育用品市场成功的营销与运作被录入哈佛商学院案例库

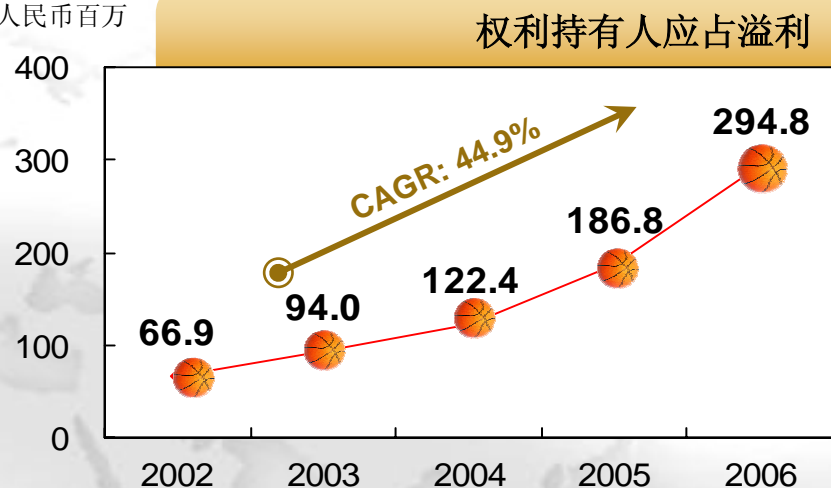
持续快速的业务增长



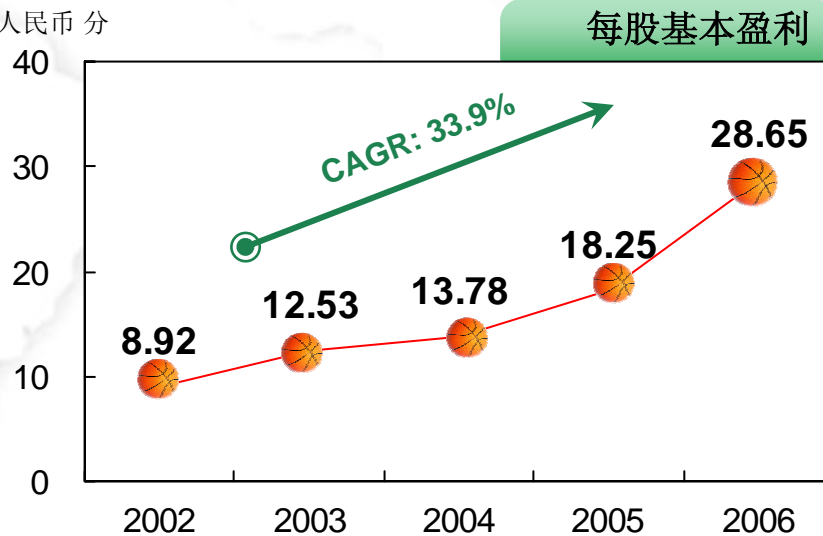
人民币百万



人民币百万



人民币分





财务回顾



财务摘要



截至12月31日

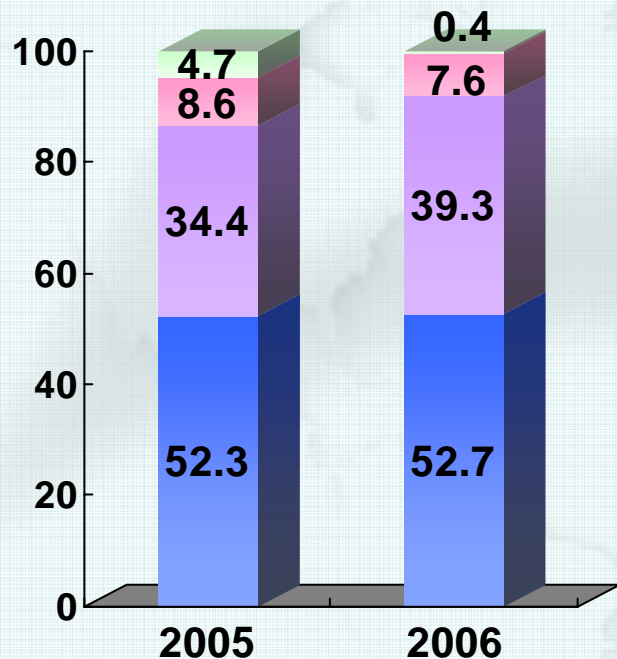
	2006 (RMB Mn)	2005 (RMB Mn)	变化
营业额*	3,180.5	2,450.5	29.8%
毛利	1,508.6	1,126.2	34.0%
毛利率	47.4%	46.0%	1.4%
经营溢利	402.5	271.5	48.3%
经营溢利率	12.7%	11.1%	1.6%
权益持有人应占溢利	294.8	186.8	57.8%
权益持有人应占溢利率	9.3%	7.6%	1.7%
每股基本盈利 (人民币分)	28.65	18.25	57.0%
每股股息 (人民币分)			
- 末期	7.64	5.00	52.8%
- 中期	3.80	2.30	65.2%

* 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



占营业额百分比



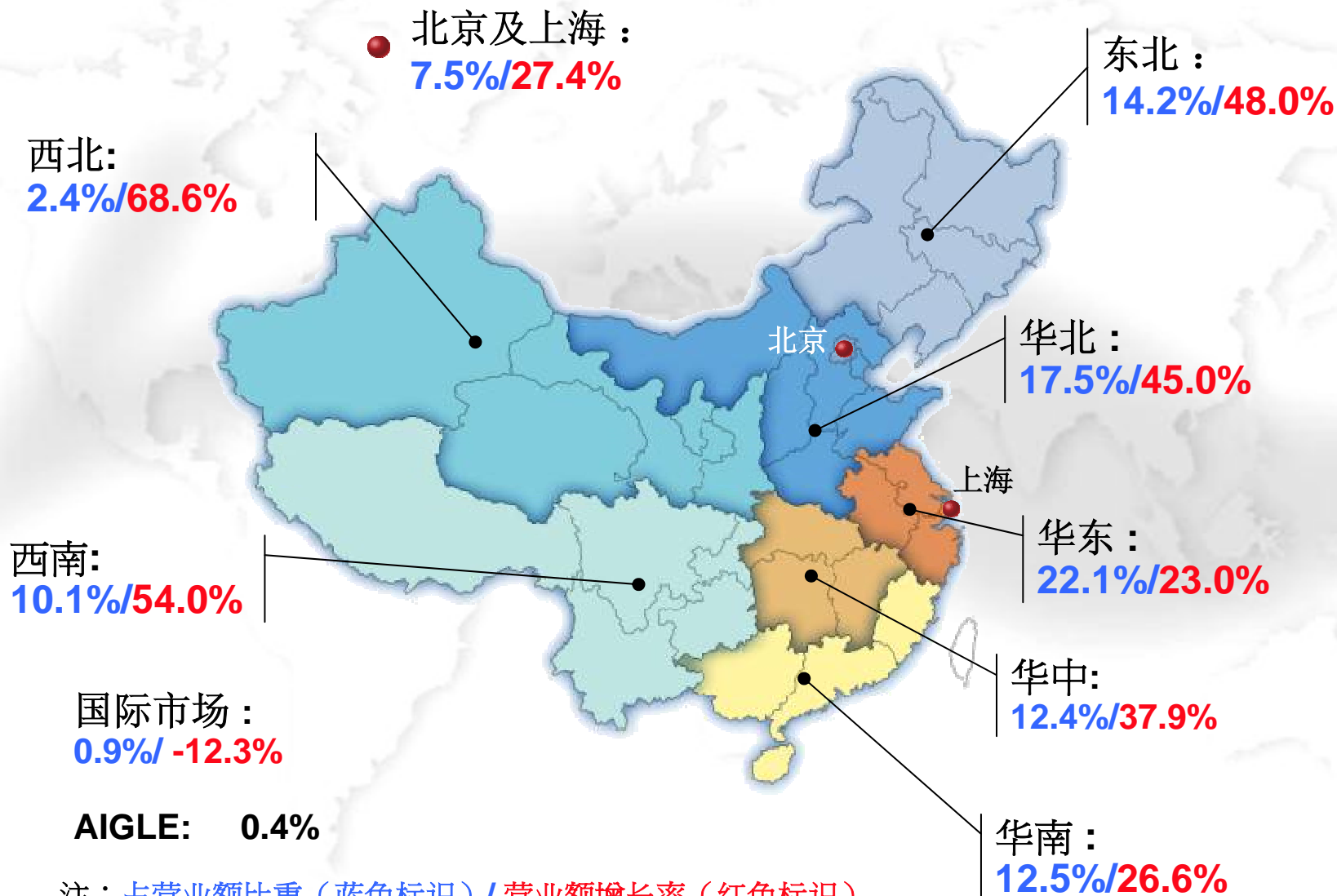
- 其他品牌
- 李宁牌配件
- 李宁牌鞋类
- 李宁牌服装

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。二零零五年數據為KAPPA品牌（已於二零零五年八月出售），二零零六年為AIGLE品牌。

营业额分析—地区

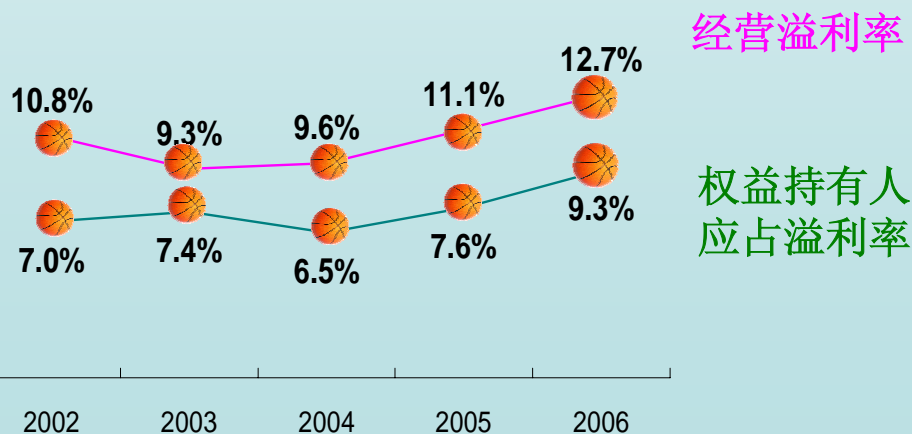
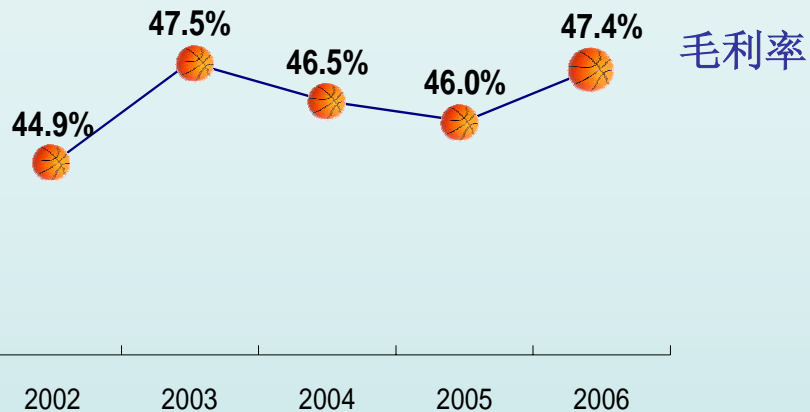


注：占营业额比重（蓝色标识）/ 营业额增长率（红色标识）

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
现金周转期（天数）	58	60	-2
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%
净资产收益率	23.0%	17.2%	5.8%
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



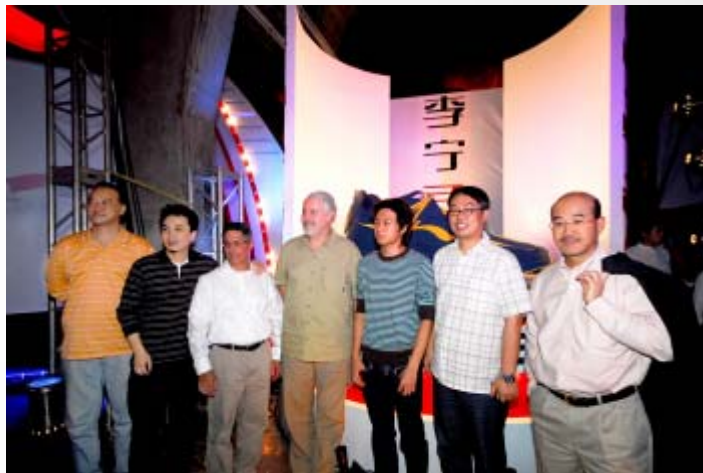
李宁牌 五大类产品发展重心



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



足球与网球

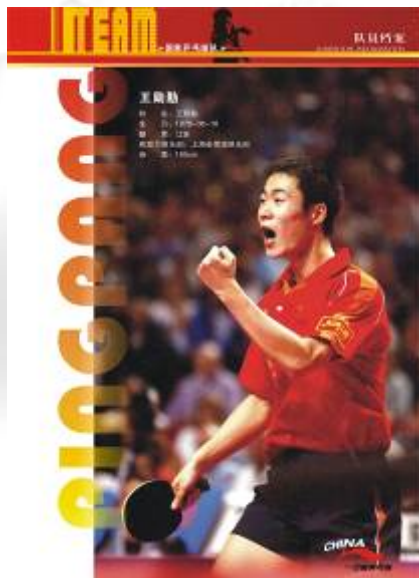


- 与中国大学体育联合会签订了十年的合作协议
- 携手推出新的李宁中国大学足球联赛（“CUFL”），拥有最多的高校及非常高的水平，在中国具有相当广泛的影响力



- 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

贊助四支中国金牌国家体育代表队

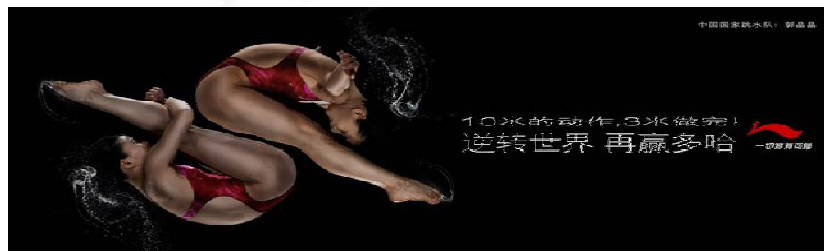


- 乒乓球
- 跳水
- 体操
- 射击



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



- 四年期限
 - 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
特许经销商店铺	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



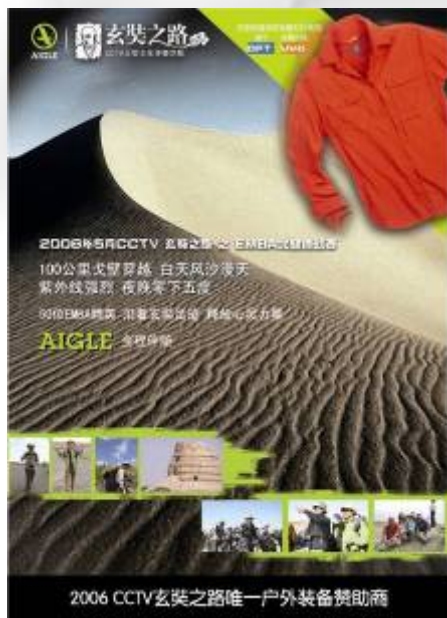
- 为经销商举办四次大型订货会，以加速产品开发及订货周期。
- 实现主要经销商100%期货，加大了供应链的效率
- 以先进的IT系列取代传统供应链模式，有效实施E-POS系统，实施严谨存货控制，快速应变市场反应
- 透过销售管理系统建立实时平台，监察销售表现及收集数据



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

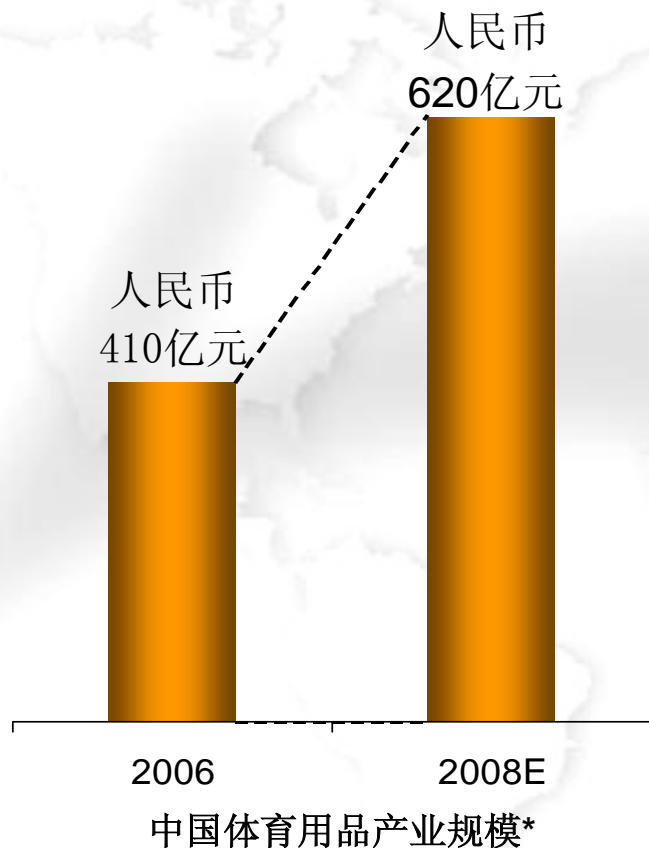




市场概览



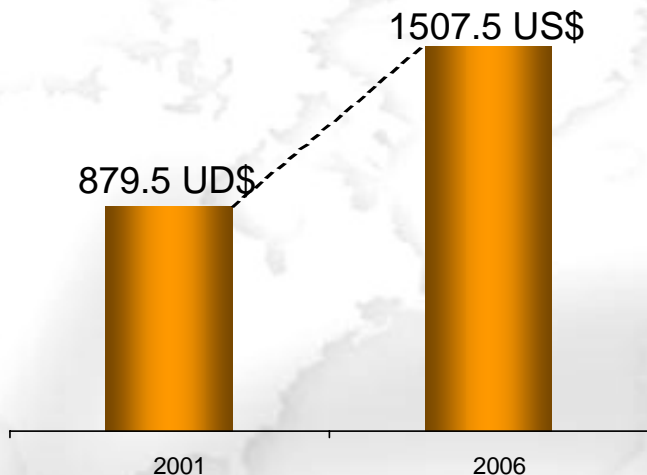
市场分析



- 市场在不断增长的消费水平和2008北京奥运等因素影响下迅速增长
- 根据分析，在今后几年，中国二、三线城市将会面临几何级数的增长。
- 跑步、篮球、足球、网球和健身产品将随着这些运动人口的增长进一步提升在市场上的重要性。

资料来源：公司调研，投行与咨询公司预测
*注：包括鞋类与服装，不包括器材

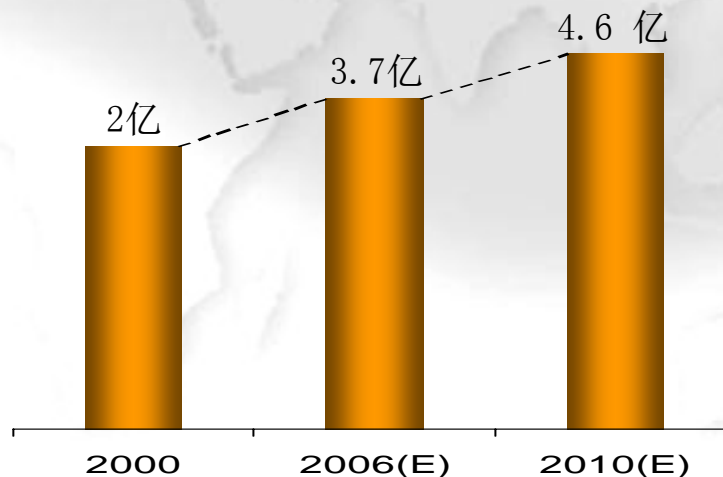
市场驱动力



中国城镇居民人均可支配收入*

- 今后几年可支配收入的增长率将接近9%*
- 不断提升的消费能力将刺激中高端产品的消费

- 随着中国城市化发展，运动人口不断增涨，商业中心数量不断增加，体育用品市场预计将会维持强劲的增长



中国城市非农人口*

*资料来源：国家发改委
国家统计局
公司预测



未来展望及策略



未来策略



多品牌运营商



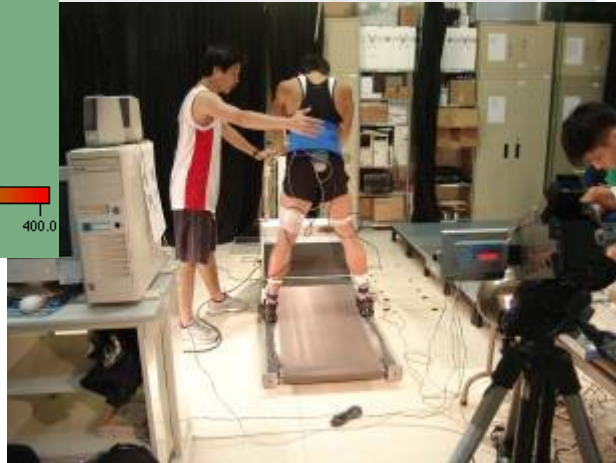
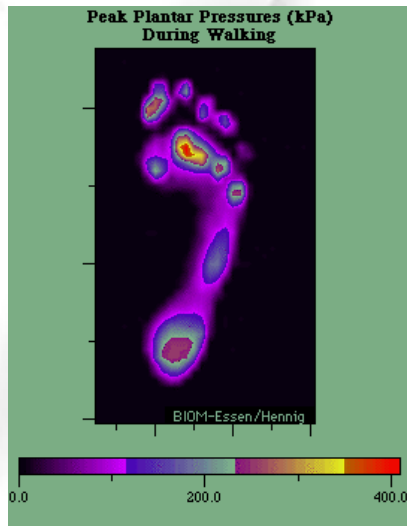
- 与国际知名品牌建立并保持长期合作关系，发展多品牌发展策略
- 协助国际品牌打入中国市场



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	5,000
2008	5,600
2009	6,100

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

崇尚运动、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