



Li Ning Company Limited
李寧有限公司



Corporate
Presentation

企业推介

目录

- 二零零四年主要成就
- 财务摘要
- 营运回顾
- 未来计划及战略
- 问答时间
- 附录

二零零四年主要成就

二零零四年主要成就

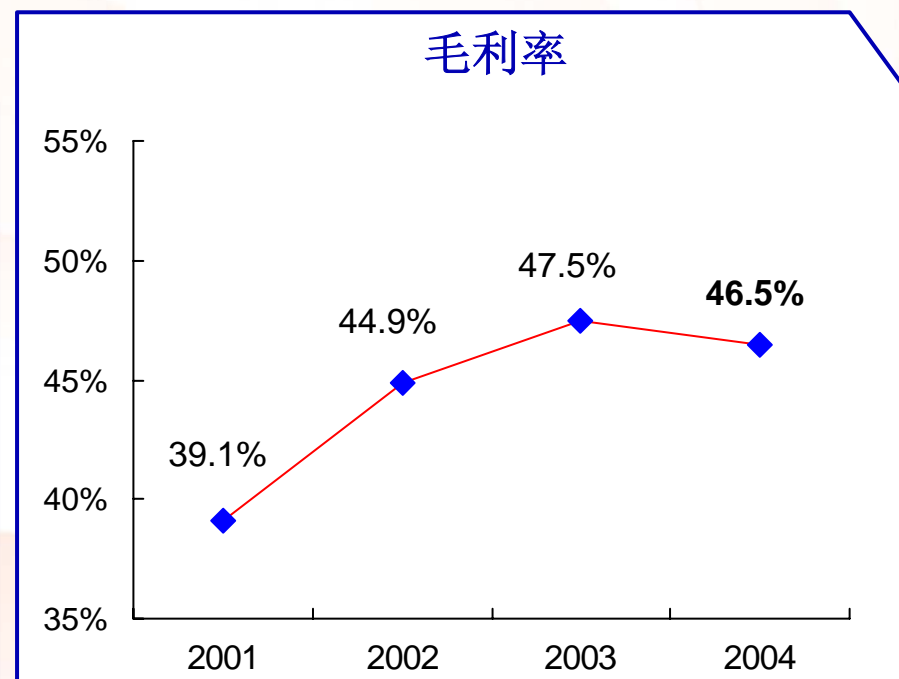
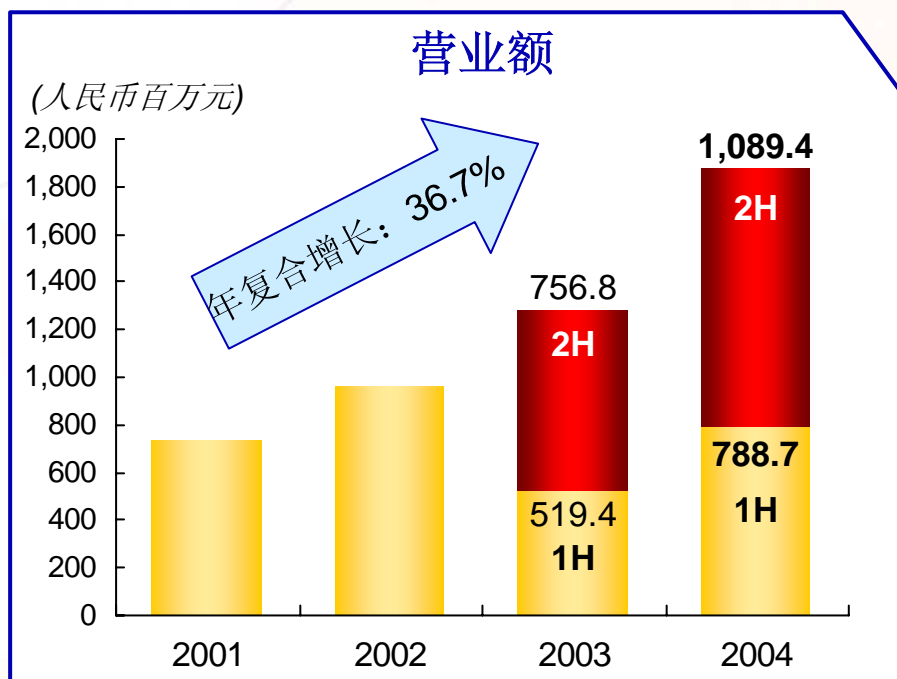
- 成功于二零零四年六月在香港联交所主板上市，筹募净集资金额超过港币**5.59**亿元，以强化公司资本基础
 - 2005年1月，被纳入恒生综合指数系列及恒生流通综合指数系列之内
- 透过一系统国内及海外的体育赞助活动，加强品牌认知及客户忠诚
 - 赞助二零零四年雅典奥运会中国国家队
 - 与**NBA**建立市场推广战略合作
- 于二零零四年十一月在香港设立设计研发中心，以提升研发能力
- 推出一系列专业及专用产品，如「铁系列」足球鞋及篮球鞋系列等
- 进一步拓展全国性零售网络至 **2,887**家

财务摘要

财务摘要

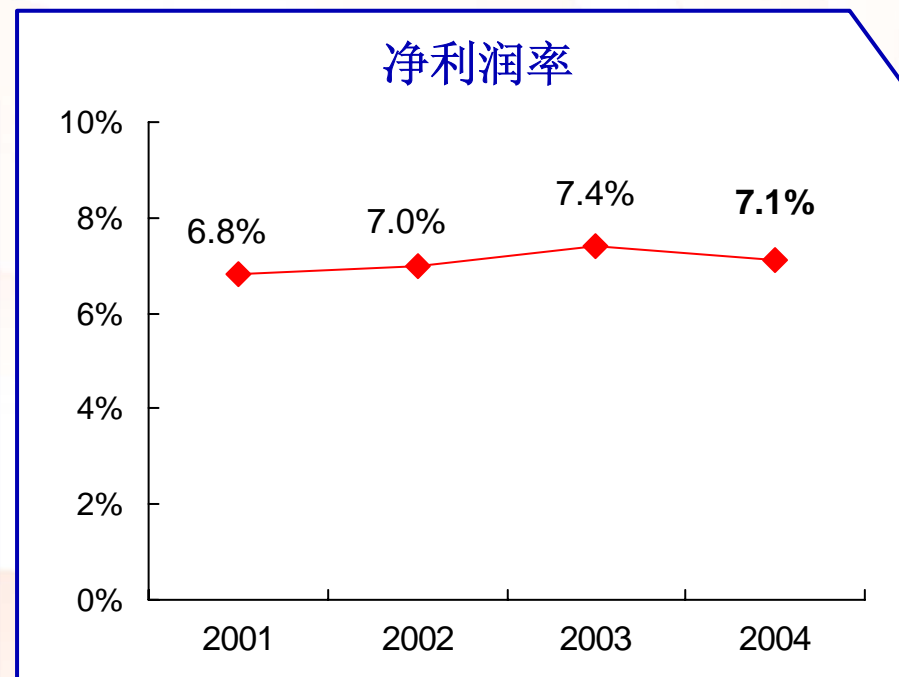
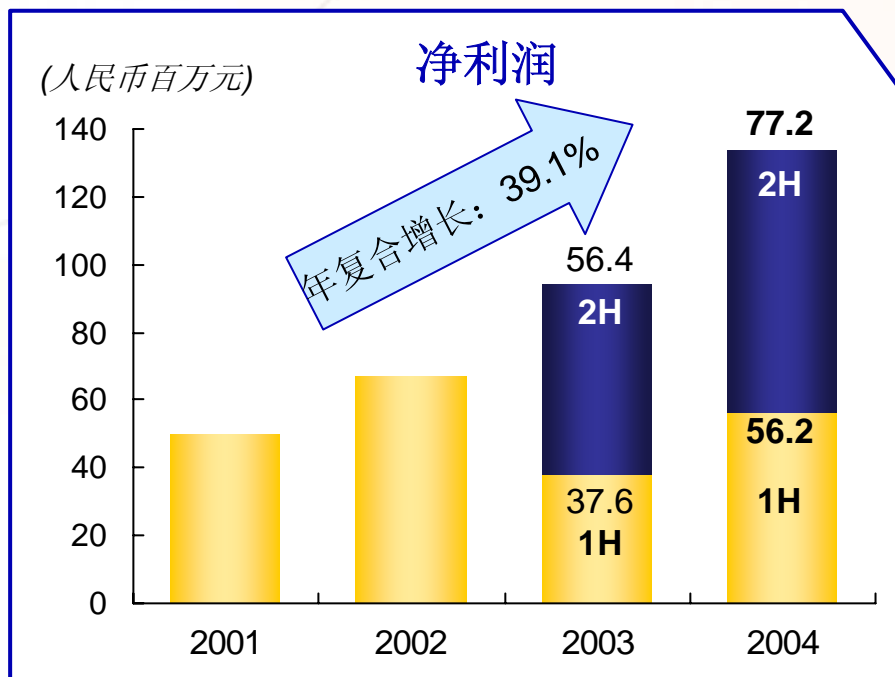
(人民币千元)	截至十二月三十一日止年度		变动
	二零零三年	二零零四年	
营业额	1,276,224	1,878,102	+47.2%
毛利	605,919	873,524	+44.2%
经营溢利	119,109	191,443	+60.7%
税前溢利	114,563	192,264	+67.8%
净利润	93,960	133,439	+42.0%
每股基本盈利 (人民币分)	12.53	15.02	+19.9%
每股末期股息 (人民币分)	不适用	4.57	不适用

营业额高速增长



- 营业额高速增长，主要由于成功扩展市场覆盖及销售渠道，以及丰富产品组合
- 持续受惠于经济规模效益及较强的议价能力，令毛利率维持平稳水平

可观净利增长



- ➡ 二零零一至二零零四年之年复合净利增长为**39.1%**
- ➡ 二零零四年实际净利润超越盈利预测
- ➡ 实际所得税率提高引致净利率轻微下跌

按产品和品牌划分之营业额

(人民币百万元)

截至十二月三十一日止年度

二零零三年

二零零四年

变动

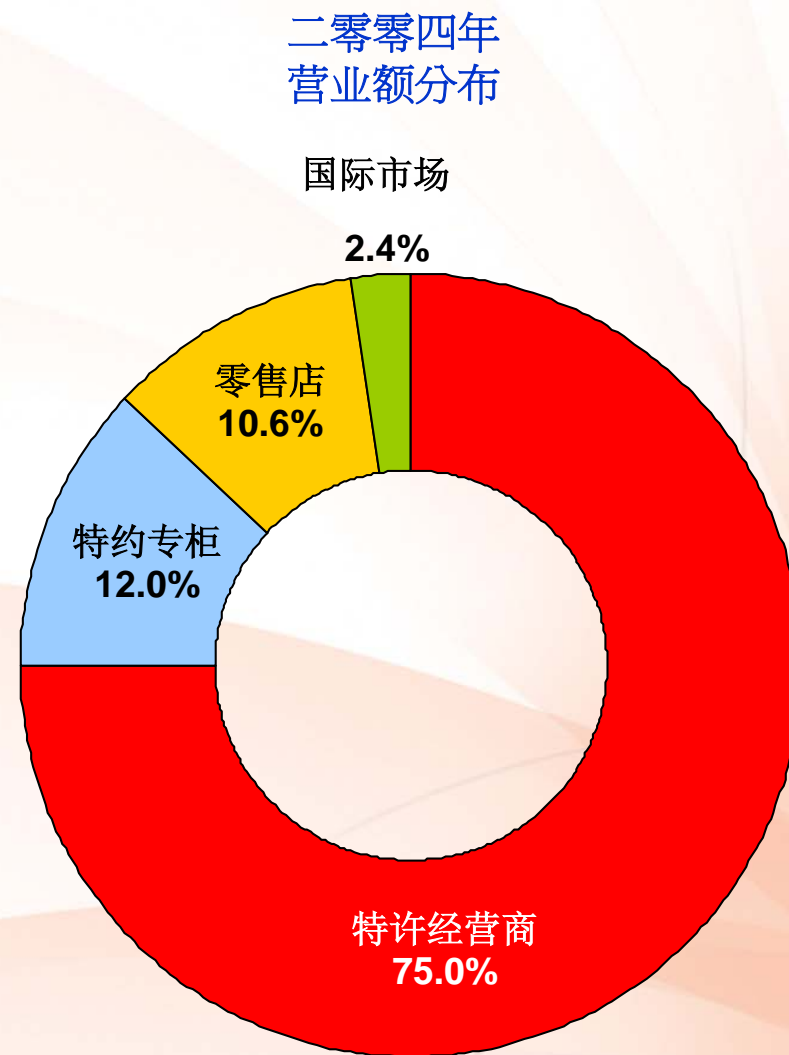
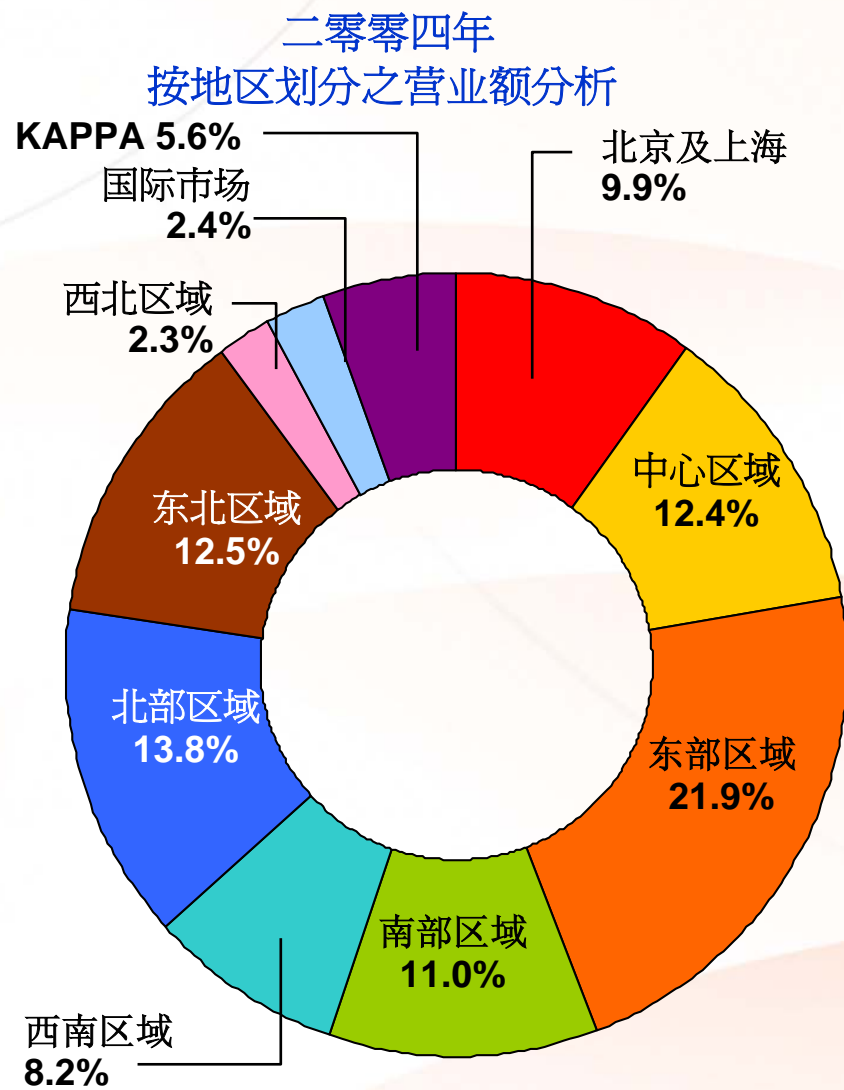
按产品种类划分:

服装	658.6	1,083.1	+64.4%
运动鞋类	443.8	562.9	+26.8%
配件类	173.8	232.1	+33.6%

按品牌划分:

李宁牌	1,236.2	1,772.6	+43.4%
KAPPA牌	40.1	105.5	+163.5%

营业额分析



其它财务数据

(人民币百万元)	二零零三年 十二月三十一日	二零零四年 十二月三十一日	变动
存货	296.2	318.3	+7.5%
平均存货周期 (天)	143	112	-31
平均应收账周期 (天)	29	33	+4
平均应付账周期 (天)	75	77	+2
短期贷款	85	40	-52.9%
长期贷款	无	无	无
现金及等同现金项目	224.5	322.6	+43.7%

营运回顾

广泛的经销商及零售网络

李宁牌	二零零三年 十二月三十一日	二零零四年 十二月三十一日	变动
■ 特许经营零售门市	1,722	2,272	+31.9%
■ 自营零售店	87	117	+34.5%
■ 自营特约专柜	176	233	+32.4%
店铺总数	1,985	2,622	+32.1%
KAPPA 牌			
■ 特许经营零售门市	144	254	+76.4%
■ 自营零售店	3	3	+0.0%
■ 自营特约专柜	13	8	-38.5%
店铺总数	160	265	+65.6%
整体			
■ 特许经营零售门市	1,866	2,526	+35.4%
■ 自营零售店	90	120	+33.3%
■ 自营特约专柜	189	241	+27.5%
店铺总数	2,145	2,887	+34.6%

位于北京及上海之新旗舰店



多样化的产品类别

➤ 推出及宣传新专用运动鞋系列

- 足球
- 篮球
- 网球
- 跑步
- 健美操

➤ 推出为著名足球球星李铁设计的专业「铁系列」足球鞋

➤ 最新篮球鞋系列广受市场欢迎



鞋类



运动服饰



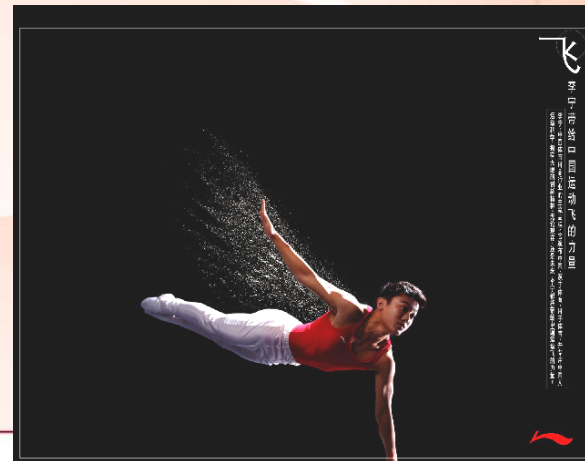
休闲服系列



运动配件类

有效的市场营销活动

- 市场推广及宣传费用：
 - 二零零四年： 占总营业额**14.3%**
 - 未来每年市场推广及宣传费用预算为约占总营业额之**13%-15%**
- 李宁广告口号「一切皆有可能」深被市场认同
- 于二零零四年四月推出全新的广告系列「李宁带给中国运动飞的力量」主题广告，反应理想



参与二零零四年雅典奥运会

- 被委任为中国奥委会合作伙伴
- 赞助二零零四年雅典奥运会中国国家队及四个国家运动代表队
- 奥运备受传媒广泛报导，穿上李宁牌赞助运动服之运动员曝光率增加，大大提高品牌于国际的知名度



于体育赞助方面之最新消息

- 取得第廿九届二零零八年北京奥运会四个国家运动代表队之赞助权
 - 乒乓球
 - 跳水
 - 体操
 - 射击

- 常规赞助以下国际体育队伍
 - 法国体操协会
 - 西班牙国家男子篮球队
 - 西班牙国家女子篮球队

与NBA建立市场推广战略合作

- 与 NBA Properties Inc. 签订为期三年的市场推广战略合作伙伴合作协议
- 根据协议：
 - 有权使用由NBA Properties 拥有的标记及名称，并可以在中国市场使用「NBA指定赞助商」的称号
 - 签署合适的NBA 签约球员及赞助相关的推广活动及计划
 - 于中央电视台转播的赛事中播放广告时间

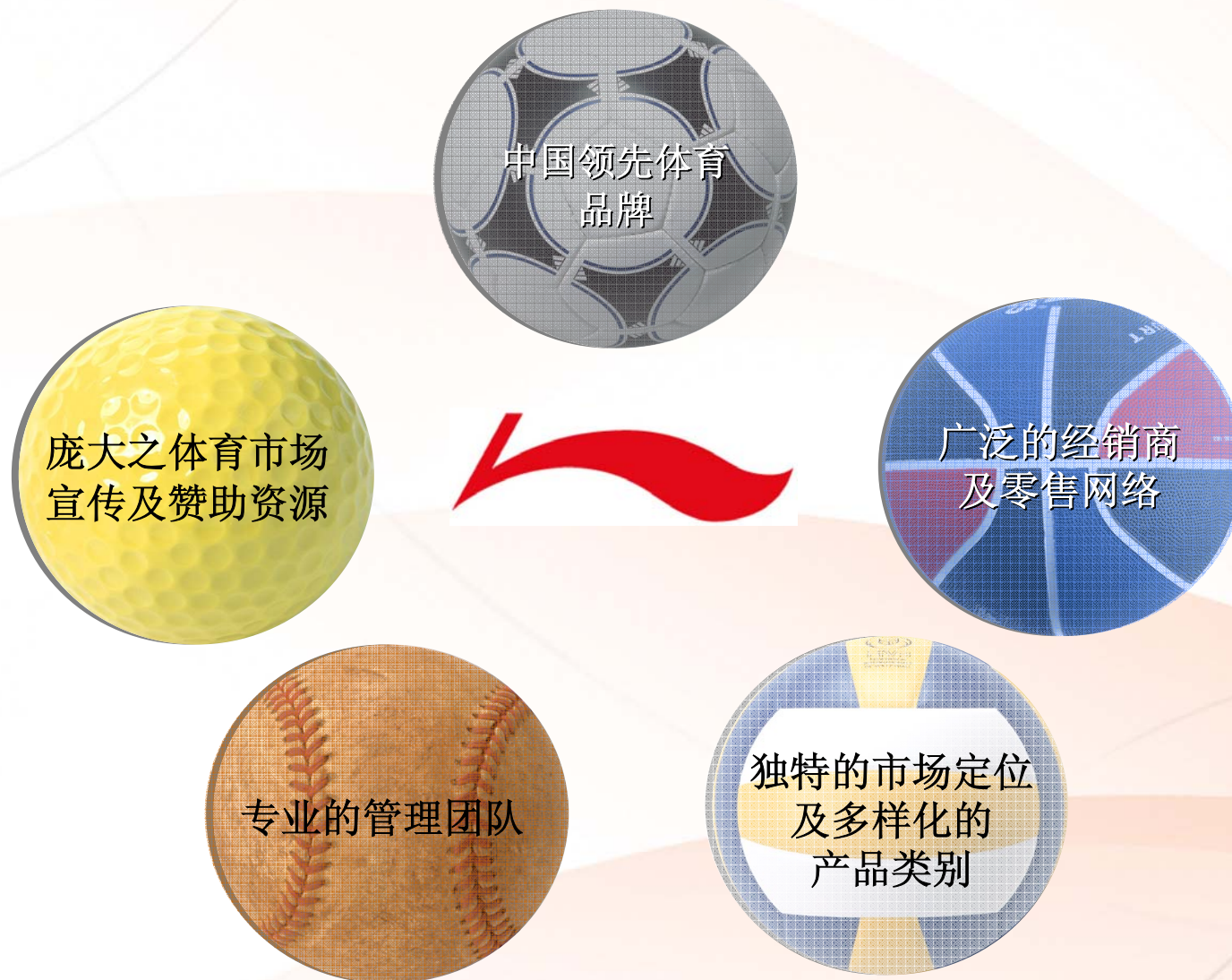


一流的研发设计实力

- 研发开支约占总销售成本的**3.6%**
- 于二零零四年十一月在香港设立设计研发中心
- 拥有经验丰富之研究及产品开发队伍
 - **69名**研发人员专注于新产品开发
 - 聘用欧洲顶级设计师
- 合作多个国际专业机构，致力改进产品性能
 - 如：香港多间大学及美国专业户运动鞋设计及研发企业



李宁的竞争优势



未来计划及策略

未来展望

零售及体育相关之产业将受惠于前所未有之庞大市场机遇

- 零售行业将继续成为中国经济增长之火车头
- 二零零四年消费品零售总额增长率超越国内生产总值的增长率，并预期将维持此势头
- 二零零八年北京奥运会
 - 政府对于体育运动的态度积极，开展全民健身运动
 - 北京奥运会的到来激发了中国公众对于体育运动的热情和动力

未来策略

加强零售渠道及经销基础

新增零售网点计划

	总数
2005	3,200
2006	3,500
2007	3,900

- 于二零零七年增加零售网点至3,900个
- 优化零售店面位置及一线城市开设「旗舰店」
- 提升门市形象、陈列及装修
- 装设电子零售点 (EPOS) 系统

提升产品设计、开发及研究平台

- 建立自己的基本研究团队
- 与本地及海外供货商及制造商合作，使用新物料及技术，为专业运动员生产专业运动用品(跑步、篮球、足球及网球)

进一步强化集团的使命及价值观

未来策略

提高品牌知名度及忠诚度

- 推出跑步、足球、篮球、网球等之专用鞋类系列
- 制定广告策略，提高大众知名度
- 抓住北京二零零八年奥运会举办的商机高速发展

抓紧高增长潜力的零售网络以提升销售及盈利

- 扩大现有品牌在中国之市场占有率
- 通过多种方式建立基于市场细分的多品牌组合

加强对供应链的管理

- 对市场变化有更快之应变能力，并致力提升效率
- 在所有零售网点安装 / 升级EPOS系统，直接连接到总部
- 装设持续接受订单系统

公司远景、使命与价值观

远景

创造及提供高品质的体育产品，使人们形成健康的生活方式，并享受运动

使命

成为中国体育产业的领导者，并努力成为国际体育品牌的经营者与拥有者

价值观

追求更高的目标、专业化、创新

问答时间

如欲进一步了解本公司业务，请到下列网站浏览：

<http://www.lining.com/>

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



附录

有关「李宁」

- ➡ 高增长的中国体育用品市场领先者：
 - 中国最知名品牌之一
 - 广泛的销售网络
 - 有效的市场推广及赞助体育活动策略
 - 稳健的财务基础及强劲的盈利增长

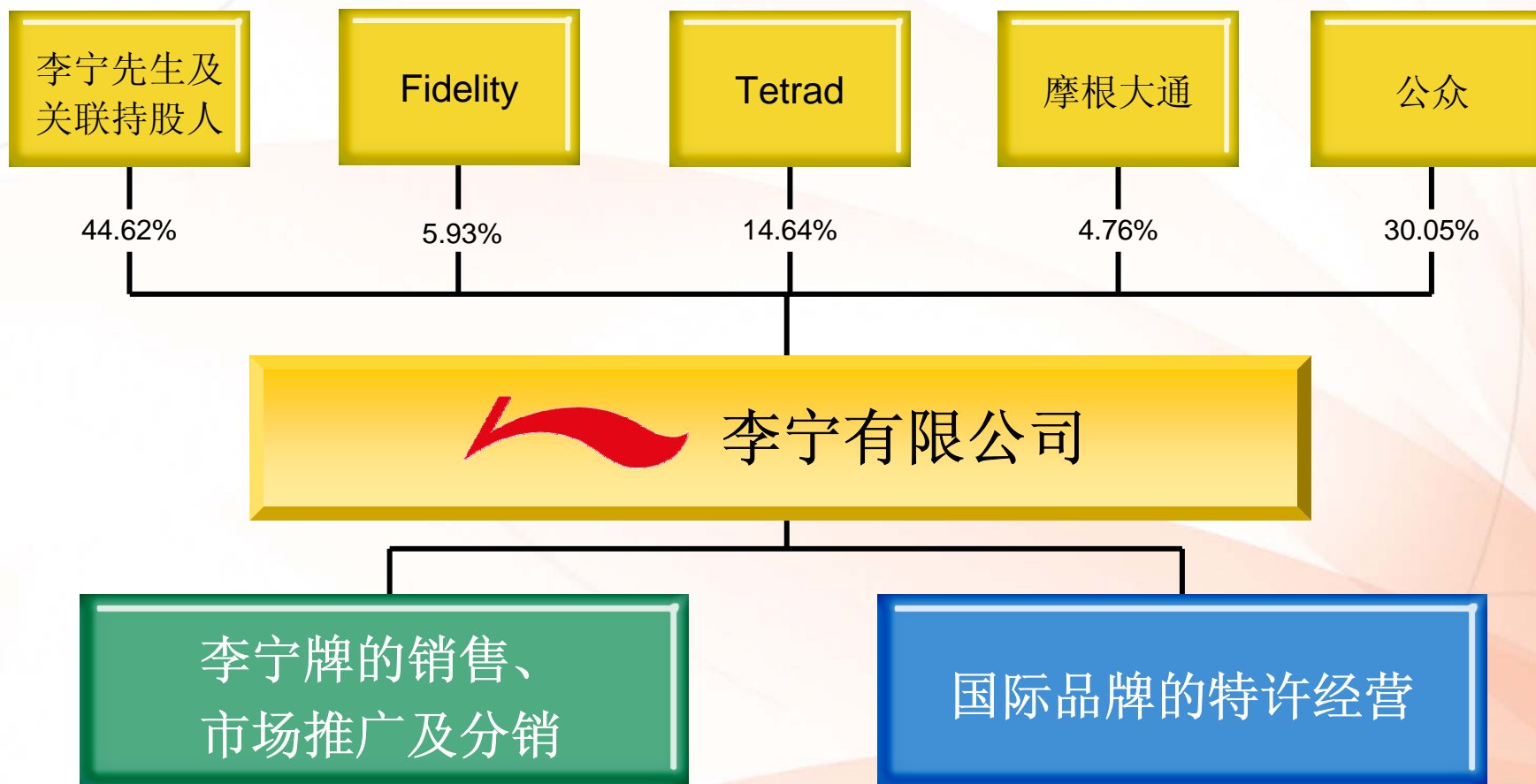
业务简介

- 销售及推广李宁牌的相关体育产品：
 - 产品设计、市场推广和研发
 - 供应链管理及分销
 - 零售

- 产品系列包括：
 - 运动鞋
 - 运动服及休闲服
 - 运动配件

- 于国内销售及推广国际体育品牌

股权结构(于二零零五年一月)



公司历程



- 1989年**
- 于广东成立并注册「李宁牌」商标



- 1990年8月**
- 于亚运会赞助中国国家队



- 1998年3月**
- 于广东佛山成立第一所设计及研发中心



- 2001年10月**
- 于西班牙开设第一家海外形象店

- 1997年**
- 建立全国性零售网络



- 2004年11月**
- 于香港设立设计及研发中心



- 2004年6月**
- 于香港联交所主板上市

- 2005年1月**
- 成为恒生综合指数系列及恒生流通综合指数系列成份股
 - 成为NBA战略合作伙伴