

# 2007 Annual Results Corporate Presentation

*March 2008*



**Li Ning Company Limited**

李宁有限公司

Stock code: 2331

## 议程

- 2007年摘要
- 财务摘要
- 营运回顾
- 未来展望及策略
- 问答时间



2007年摘要



## 2007 年业务更上一层楼

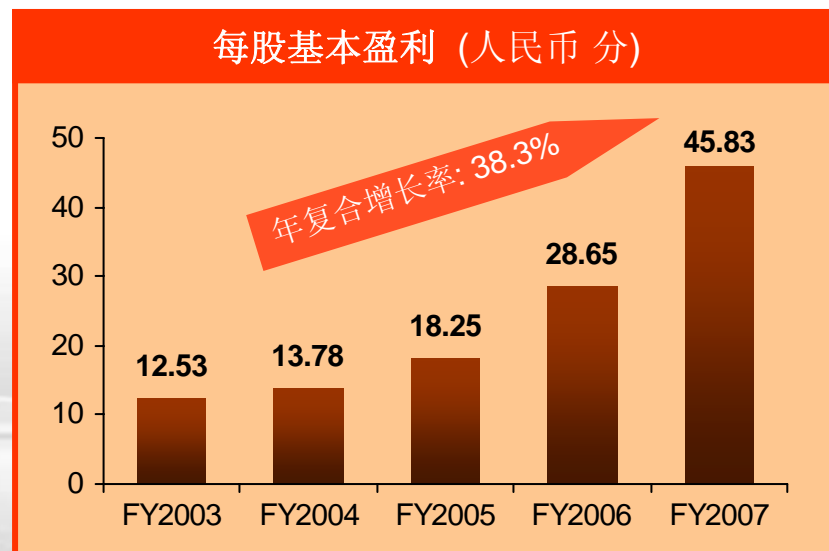
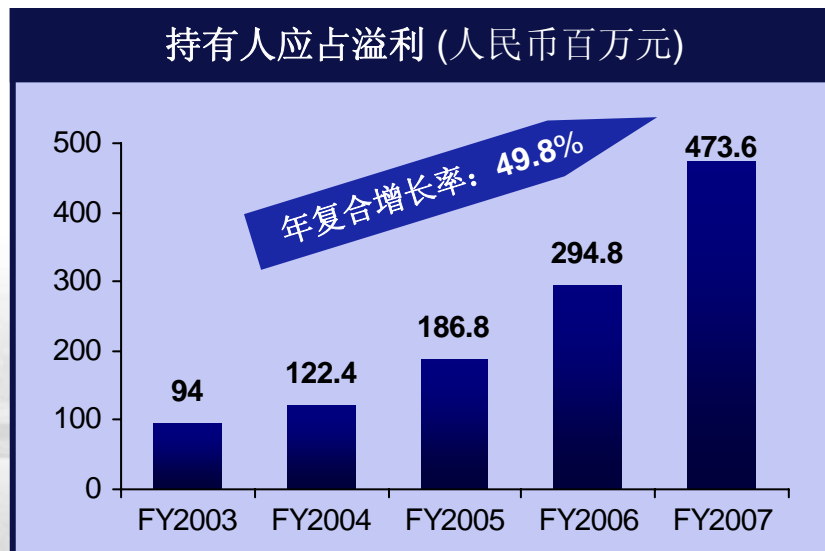
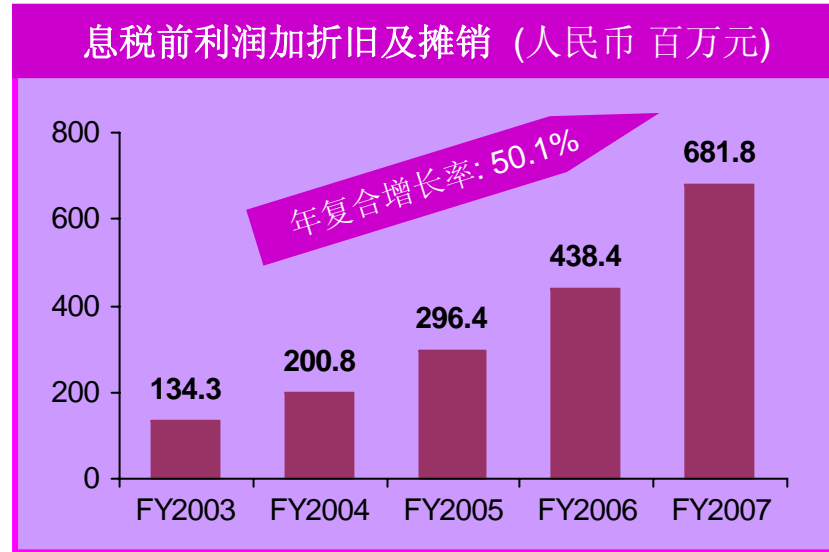
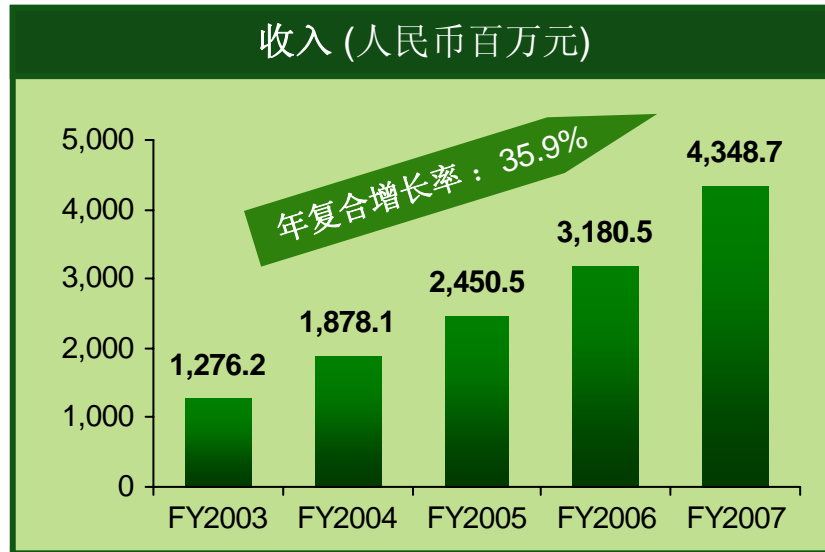
加强整合营销

提升店铺效率、  
追求同店增长

专注于二、三线城市的  
增长

增强李宁品牌的  
核心竞争力

## 连续五年维持强劲增长



截至12月31日止全年

# 2007年屡获殊荣

荣获  
「2006  
CCTV年  
度雇主」



3月

获香港董  
事学会颁  
发「杰出  
董事奖—  
集体董事  
会类别」



11月

1月

蝉联  
「最佳  
企业公  
众形象  
奖」



4月



连续第二年再度荣膺  
「2006年度中国最受  
尊敬企业」

11月



荣获CIMA颁发「2007  
最佳中国合作雇主企业」

2007



Li Ning Company Limited (李寧有限公司)

财务回顾

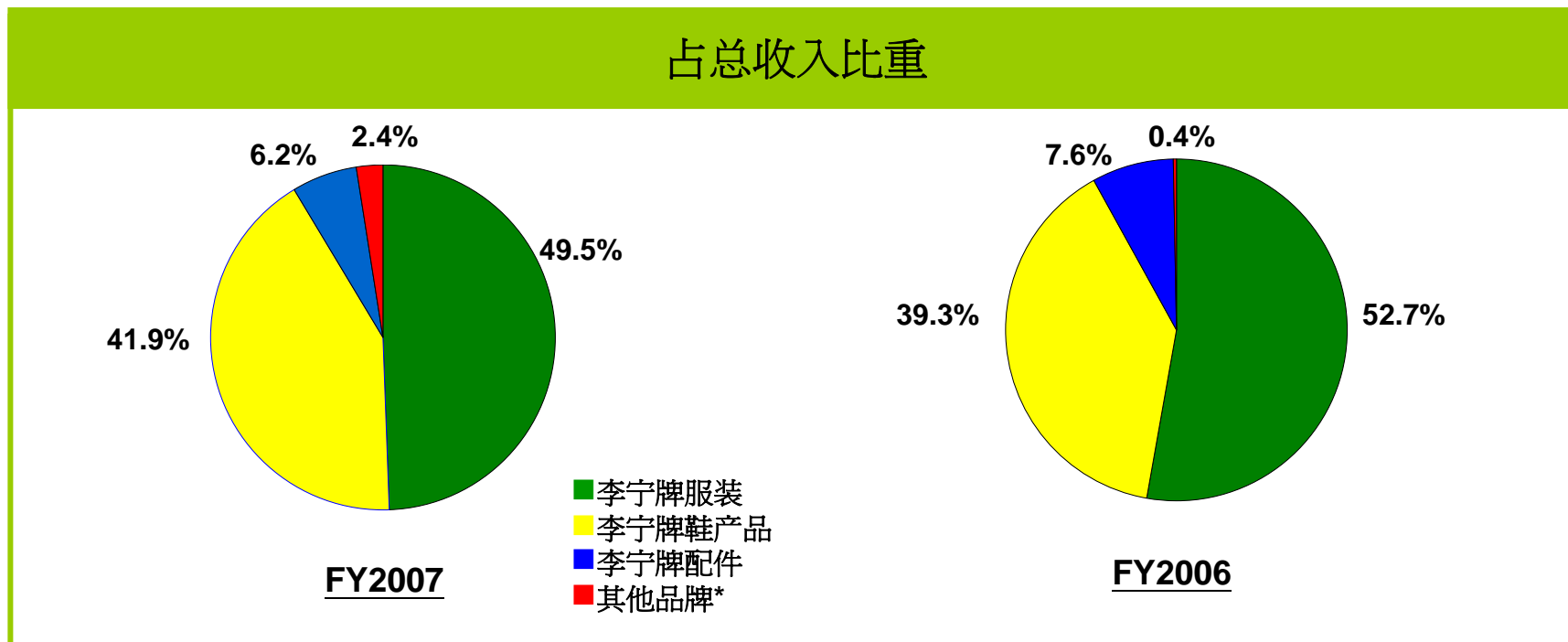
## 财务回顾

(人民币 百万)	2007	2006	变化
收入	<b>4,348.7</b>	3,180.5	36.7%
毛利	<b>2,082.8</b>	1,508.6	38.1%
经营溢利	<b>609.9</b>	402.5	51.5%
<b>EBITDA</b>	<b>681.8</b>	438.4	55.5%
权益持有人应占溢利	<b>473.6</b>	294.8	60.6%
毛利率	<b>47.9%</b>	47.4%	0.5百分点
经营溢利率	<b>14.0%</b>	12.7%	1.3百分点
净利润率	<b>10.9%</b>	9.3%	1.6百分点
每股基本盈利 (人民币 分)	<b>45.83</b>	28.65	60.0%
末期股息 (人民币 分)	<b>7.96</b>	4.79	66.2%
特别股息 (人民币 分)	<b>9.13</b>	2.85	220.4%



## 按产品种类划分之收入分析

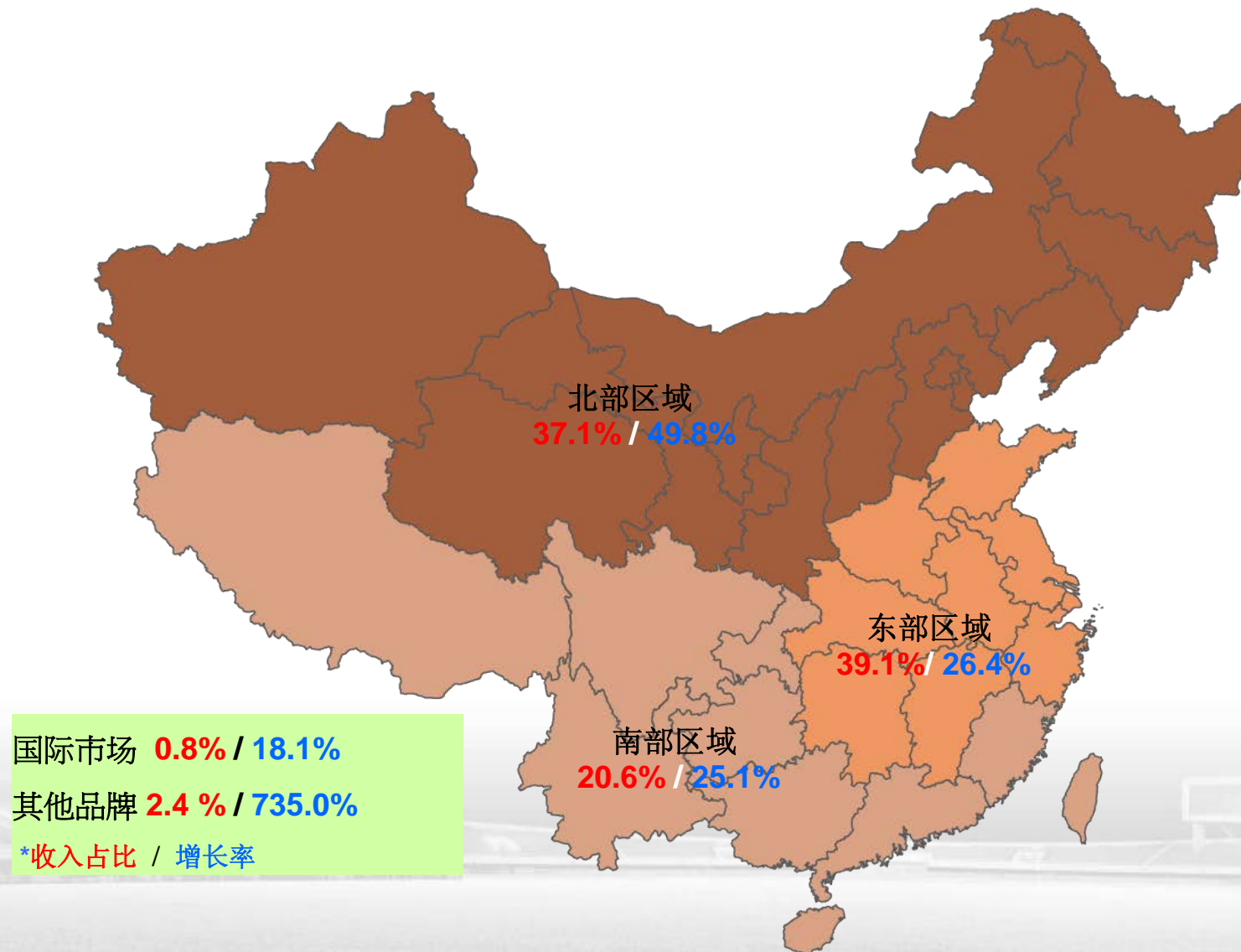
占总收入比重



(人民币百万元)	2007	2006	变化
李宁牌服装	2,151.6	1,673.9	28.5%
李宁牌鞋产品	1,823.1	1,251.0	45.7%
李宁牌配件	269.7	243.1	10.9%
其他品牌*	104.4	12.5	735.0%
总计	4,348.7	3,180.5	36.7%

\*其他品牌包括: 新动和艾高

## 按地区划分之收入分析



## 稳健的基本因素及有效的监控，加强高获利能力



- 持续提升产品的销售和有效的成本管理，將毛利率保持在稳定水平
- 有效控制经销开支和行政开支，令经营溢利率节节上升
- 经营溢利率上升及有效的税务筹划，令权益持有人应占溢利率增加

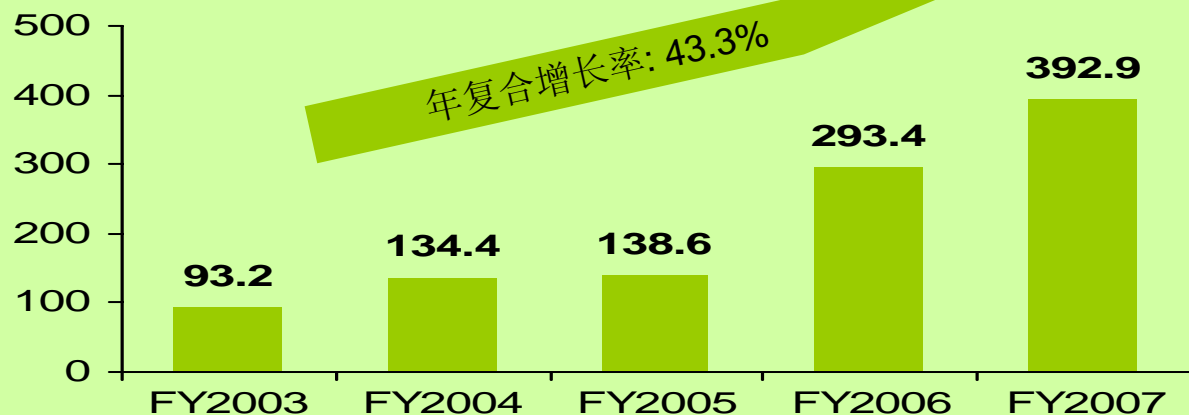
## 主要财务指标

(人民币 百万元)	2007	2006	变化
存货周转天数	<b>70</b>	70	-
平均应收帐款周转 (天数)	<b>53</b>	55	-2
平均应付贸易款项周转 (天数)	<b>69</b>	67	+2
资金周转周期(天数)	<b>54</b>	58	-4
研发成本 (占销售成本百分比)	<b>6.1%</b>	4.7%	1.4百分点
广告营销费用 (占收入百分比)	<b>16.0%</b>	16.4%	-0.4百分点
实际税率(%)	<b>23.4%</b>	26.4%	3.0百分点

## 稳健的财务状况和现金流

(人民币百万元)	2007	2006	变化
现金及现金等价物(包括定期存款)	<b>861.1</b>	849.2	1.4%
流动比率(倍)	<b>2.2</b>	2.7	-18.9%
流动负债	<b>977.4</b>	688.5	42.0%
非流动负债	<b>58.8</b>	59.8	-1.6%
资本开支	<b>243.1</b>	107.5	126.2%
资产负债率	<b>37.3%</b>	34.6%	2.7p.p.
股东权益回报率	<b>30.1%</b>	23.0%	7.1p.p.

经营活动现金净流量 (人民币百万元)





Li Ning Company Limited (李寧有限公司)



业务回顾

## 积极把握2008奥运契机



## 与奥运有关的宣传活动

- 公布了以「英雄」为主题的奥运战略
  - “英雄团队，英雄手势，英雄荣归”三大重要计划
  - 一系列以「英雄」为主题的销售及市场营销活动，彰显本集团作为中国体育品牌领跑者的胸怀。
- 李宁公司「冠军荣耀，一路有你」奥运主题巡展
  - 在长春启动，稍后在北京、上海、广州等15个重要城市和奥运主办城市举行
  - 将李宁品牌带到消费者身边





## 与美国乒乓球协会携手合作

- 利用世界各国对乒乓球持续不断的狂热
- 宣布收购「红双喜」後的一项极具策略性的举措
- 美国国家队历史上首次身穿中国品牌服装征战奥运会



## 赞助国际奥运代表团

- 西班牙奥运代表团
  - 西班牙奥委会官方合作伙伴
  - 西班牙奥运代表团于**2008年**期间的官方运动装备供应商
- 瑞典奥运代表团
  - 瑞典奥运代表团官方合作伙伴
  - 成为瑞典**2008年**北京奥运会代表团和**2010年**温哥华冬季奥运会代表团指定体育装备合作伙伴
  - 获授权在瑞典境内销售奥运相关产品



## 赞助海外体育项目国家队及运动员

### ■ 篮球:

- 西班牙国家篮球队
- 阿根廷篮球协会
- 查克·海耶斯



### ■ 网球

- 网球名将伊万·柳比西奇



### ■ 田径

- 世界马拉松名将特罗沙
- 坦桑尼亚国家田径队
- 苏丹国家田径队



## 赞助四支金牌国家队伍

- 乒乓球队
- 跳水队
- 体操队
- 射击队



## 与中央电视台体育频道携手合作

- 与中央电视台体育频道携手合作，展示李宁品牌国际及专业形象
  - 所有节目的主持人、新闻报导员和出境记者均会穿上李宁品牌服装、鞋及配件产品
  - 为「奥运频道」节目的独家服装赞助商



## 亚洲室内运动会的指定赞助商

- 李宁—为2007年10月在澳门举行的第二届亚洲室内运动会的指定赞助商以及运动服装独家赞助商
- 属于具体闲和娱乐性的综合性运动会，有助加强亚洲体育发展



## 社区营销活动

- 持续赞助中国大学生篮球联赛 (CUBA) 和中国大学生足球联赛 (CUFL)
- 李宁中国篮球选秀营
- 李宁3+1篮球挑战赛
- 「iRun 无规矩自由跑」



## 优秀的产品研发设计能力

- 于中国内地、香港及美国俄勒岗州波特兰市均设有产品设计研发中心
- 与美国新罕布什尔州(New Hampshire)的两家专业研发公司对鞋产品科技进行合作
- 专注于将先进科技应用在产品物料
  - 开发AT DRY SMART科技
  - 与供应商合作
  - 与世界著名轮胎制造商米其林开展技术合作，共同为中国市场带来高性能运动鞋
- 专注于融合了高科技与东方元素的运动鞋产品
  - 将「李宁弓」减震科技成功运用至跑鞋、蓝球鞋及网球鞋产品上
  - 「半坡」专业蓝球鞋荣获「2007中国创新设计红星奖」和「2007 iF 工业设计大奖」





## 有效的销售渠道管理

- 积极开设店铺
- 开设旗舰店增加李宁品牌的渗透率及对市场的影响力，同时促进销售
- 继续在二、三线城市拓展销售渠道覆盖
- 组建店铺销售代表（DSR）团队，并建立起针对全国店铺的拜访机制
- 通过提升零售能力，令零售管理团队结构更臻完善，以提升店效。

店铺数	2007-12-31	2006-12-31	2005-12-31
李宁牌	<b>5,233</b>	4,297	3,373
其他品牌	<b>443</b>	36	-

其他品牌包括：新动和艾高

# 新旗舰店



## 供应链管理

- 透过以需求为导向，理顺供应链管理模式
- 灵活有效的供应链管理策略：
  - 举办各品牌十次大型订货会，以缩短产品开发至订货的周期；
  - 于广东设立服装样品技术和供应链快速反应中心；
- 提升采购效率和降低采购成本

## 新总部及营运中心



# 多品牌运营商



# 与ATP及SHAQ的联合品牌产品



## 新推出子品牌—新动

- 於2007年4月新推出
- 主要销售渠道：  
超市大卖场
- 网络：截至2007年全年，店铺数量  
达400间
- 产品：鞋、服装及配件
- 价格范围：100 – 300元人民币
- 未来策略：
  - 加強品牌形象和定位
  - 令产品组合更加丰富
  - 扩大销售网络



## 与AIGLE成立合资企业

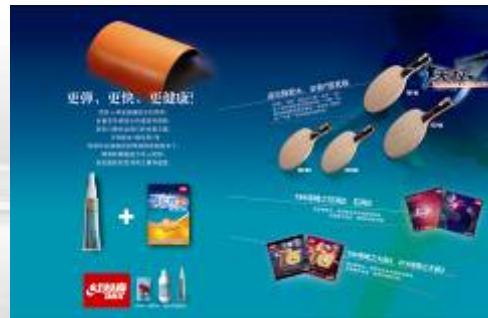
- 截至2007年12月31日，共43间AIGLE店铺已于中国开始营业
- 未来业务发展着重于调整产品组合与定价以及供应链本地化。





## 收购「红双喜」

- 于2007年11月，公告收购全球著名乒乓球品牌—「红双喜」
- 收购的好处：
  - 加强李宁于中国快速增长的乒乓球市场的地位
  - 进一步提升李宁品牌专业形象
  - 支持本集团多品牌的策略
  - 将在品牌营销、市场推广、赛事赞助和提升销售渠道方面产生协同效应





Li Ning Company Limited (李寧有限公司)

未来展望  
及策略



## 全力实践未来策略

品牌

零售网络扩展

产品

供应链管理

# 成功之路

利用2008年北京奥运会大大提高品牌知名度

整合营销

多品牌策略

## 拓展网络

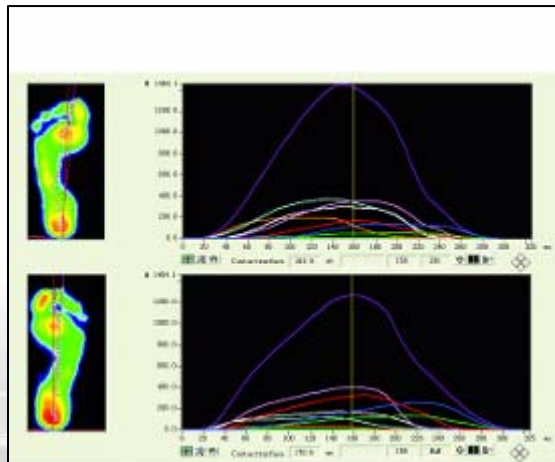
- 于2008年底前，将李宁零售店铺数目进一步增加至6,100间
- 利用2008年北京奧運會的機會，在超大及一线城市加强销售力度並增加旗艦店
- 增加李宁于二、三线城市的网络渗透率，把握这些增长高速的市场所带来的商机。

李宁牌零售店铺拓展计划	
于年底	店铺数
2008	6,100
2009	6,900
2010	7,700
2013	10,000



## 产品研发及设计

- 特别着重产品设计和技术应用
- 将东方元素融入国际设计及技术
- 采用区域性产品规划，有策略地针对不同地区市场客户的需要及偏好



## 公司愿景、使命与核心价值观

### 愿景

以体育激发运动员突破  
的渴望及潜能

### 使命

在体育产品行业成为领  
先全球的体育品牌  
——2018年成为  
全球五大

### 核心价值观

崇尚运动  
诚信、专业、激情  
突破、信任



Li Ning Company Limited (李寧有限公司)



答问时间



## 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.li-ning.com>

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

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

如有垂询，请联络：

李川 先生

投资者关系部门

电话： +86 21 5879 7298

电邮： [chuan.li@lining.com](mailto:chuan.li@lining.com)