



LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)



2012年 中期业绩发布

2012年8月

讓改變發生

议程

- 财务摘要
- 业务回顾
- 运营回顾及未来战略
- 问答环节



LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)



讓改變發生



LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)

财务摘要



讓改變發生

利润表回顾



1H2012

1H2011

变化

截至6月30日止半年度

(人民币百万)

收入	3,880.1	4,289.3	-9.5%
毛利	1,715.5	2,029.1	-15.5%
经销成本	-1,152.9	-1,323.9	-12.9%
行政开支*	-503.9	-336.6	49.7%
其他收入及其他收益-净额**	125.0	73.6	69.8%
经营溢利***	183.6	442.3	-58.5%
权益持有人应占溢利	44.3	293.7	-84.9%
每股基本盈利 (人民币分)	4.21	27.94	-84.9%
中期股息 (人民币分)	-	11.13	-

*由于今年发生的特殊性费用，包括调整乐途品牌特许权协议并计提全额无形资产减值拨备（约1.28亿元）、优化组织结构引起的人力费用等；以及计提的应收贸易款减值拨备增加，导致2012上半年行政开支增加较多

**其他收益增加主要来自于“终止确认与乐途品牌特许权协议修改相关之无形资产及应付特许使用费之收益”（约6,830万元）

***尽管毛利下降，行政开支增加，但集团通过效率管理，节约经销成本，实现整体费用支出的平稳。未来将致力于进一步改善运营效率。

利润率与费用率指标



	1H2012	1H2011	变化
	截至6月30日止半年度		
毛利率	44.2%	47.3%	-3.1p.p.
经营溢利率	4.7%	10.3%	-5.6p.p.
权益持有人应占溢利率	1.1%	6.8%	-5.7p.p.
研发支出占销售收入百分比	2.4%	2.6%	-0.2p.p.
广告及市场推广支出占销售收入百分比	13.0%	15.9%	-2.9p.p.
人力成本占销售收入百分比	9.6%	8.7%	0.9p.p.

重点经营性财务指标



	1H2012	1H2011	变化
截至6月30日止半年度			
存货周转天数	95	72	23
平均应收账款周转天数	108	63	45
平均应付账款周转天数	112	91	21
现金循环天数	91	44	47
股东权益回报率 (ROE) (半年)	1.2%	8.6%	-7.4p.p.
总资产回报率 (ROA) (半年)	0.6%	4.4%	-3.8p.p.
资本开支* (人民币百万)	125.0	150.7	-17.0%

* 不包括收购支出

资产负债表回顾



	2012-6-30	2012-12-31	变化
(人民币百万)			
现金及现金等价物	1,326.9	1,196.5	10.9%
银行贷款	1,024.0	838.1	22.2%
可换股债券负债	653.6	-	-
净现金*	-350.7	358.4	-197.9%
流动负债	2,814.5	3,063.1	-8.1%
流动比率 (倍)	1.92	1.56	0.36
资产负债率	49.4%	50.0%	-0.6p.p.

* 净现金 = 现金及现金等价物 - 银行贷款 - 可换股债券负债

李宁牌按产品种类划分收入分析

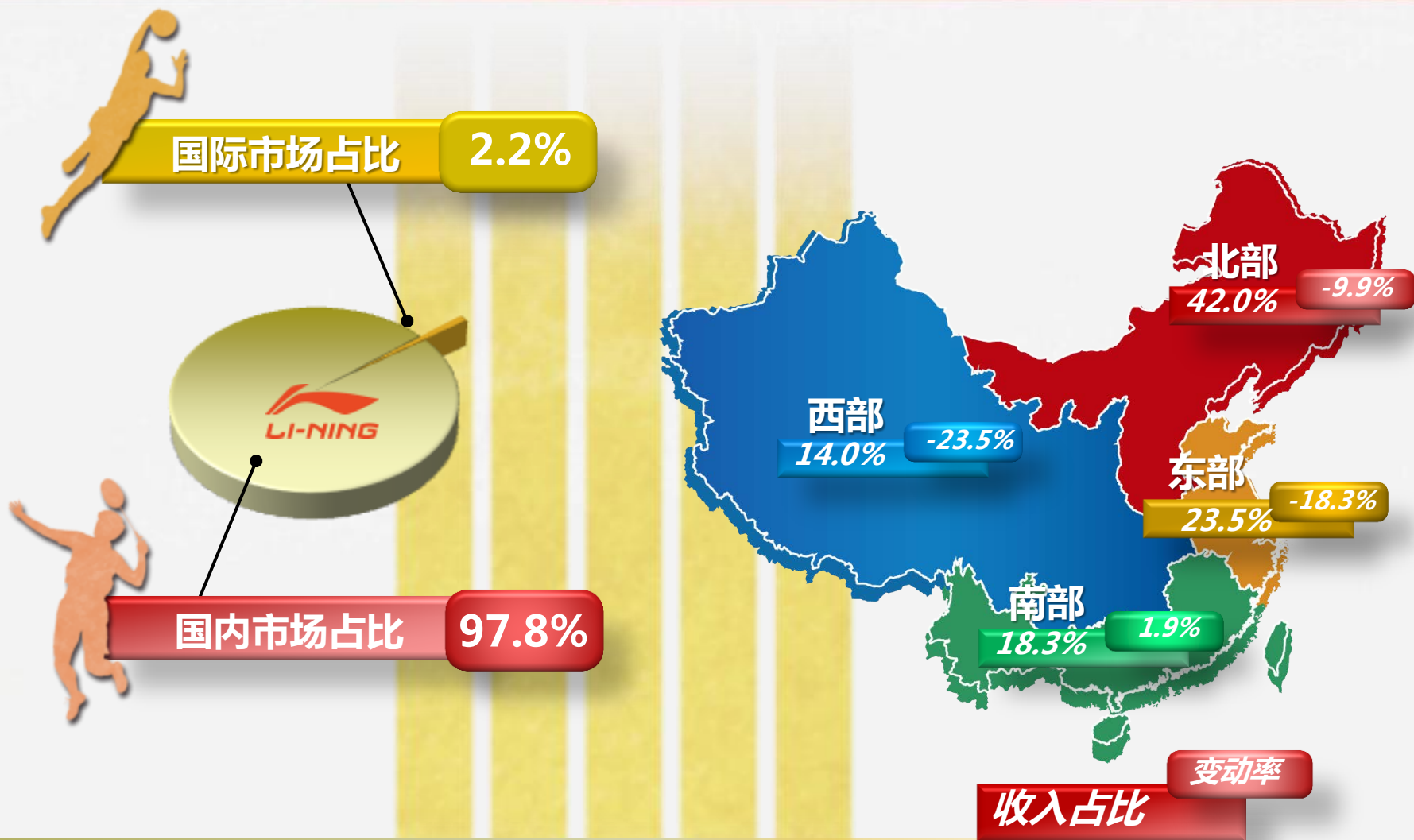
李宁牌按产品种类划分收入



李宁牌销售收入占集团销售



李宁牌按地区划分收入分析



集团对李宁品牌销售大区组织结构与管辖区进行调整，增加了西部区域，务求优化区域渠道布局，从而加强区域管理、提升区域零售表现，以提高客户管理能力。



LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)

业务回顾



讓改變發生

短期挑战

- 竞争、过度扩张、销售渠道库存过剩、成本压力、批发模式

复合年增长率：低至中双位数百分比

40.0
30.0
20.0
10.0
0.0



2011年估计 2012年估计 2013年估计 2014年估计 2015年估计

长期动力

- 城市化 → 城市化进程继续，每年约有1-2%的农村人口迁移到城市居住
- 购买频率 → 随着人均可支配支出增加和消费意识日趋成熟(不同运动或场合有不同的需求)，消费者会继续购买更多产品
- 消费升级 → 长远而言，跨品牌(转用更高端的品牌)及同品牌(转用更好的设计/科技/功能)的消费升级，令拥有良好品牌和产品的公司受惠
- 通胀 → 即使最近折扣率因为市场调整而增加，但通胀仍会继续带动价格增长

长远行业潜力

围绕核心运动项目进行品牌营销

篮球

- 市场容量大
- 保持较快速的增长
- 国内主流最受欢迎运动项目
- 影响青少年消费群



- 赞助「中国男子篮球职业联赛 (CBA)」
- 赞助「全国男子篮球联赛」 (「NBL」)
- 推广「ET001上市及龙年特别版」
- 赞助西班牙国家篮球队
- 赞助阿根廷国家篮球队

田径/跑步

- 利用高端赛事突出专业性
- 草根营销活动
- 构建中国跑步文化及专业形象



- 国际田径钻石联赛
- 「北京国际长跑节」
- 「李宁中国10公里路跑联赛」
- 各类草根性跑步营销活动，「Mini FunRun」李宁iRUN」
- 「跑掉压力 轻呼吸」超轻第九代跑鞋 上市活动

羽毛球

- 多品牌、多渠道、多平台整合推广
- 强化品牌与羽毛球项目的关联度



- 「2012汤尤杯」
- 「2012新加坡公开赛」

2012年伦敦奥运会大放异彩

— 雅典奥运圣火传递

— 「见证改变 龙耀伦敦」，金牌队赞助装备发布

— 集团赞助的中国五支金牌队伍及海外顶尖运动员及团队在奥运赛场大放异彩

- 五支金牌队伍勇夺22面金牌，包揽中国国家代表团近六成的金牌
- 羽毛球队和乒乓球队首次包揽各自项目全部奥运金牌
- 林丹成功卫冕男子羽毛球单打冠军
- 美国男子三级跳远运动员克里斯蒂安·泰勒夺得金牌
- 西班牙国家男子篮球队获得银牌
- 世界女子撑杆跳第一人叶琳娜·伊辛巴耶娃获得铜牌



持续提升产品竞争力

以顶级装备帮助优秀运动员在赛场上发挥卓越表现

林丹

克里斯蒂安 泰勒

叶琳娜 伊辛巴耶娃

阿萨法 鲍威尔

鞋产品新产品推出

超轻第九代

宁弧减震跑鞋

李宁弓箭球鞋

服装产品

AT科技平台

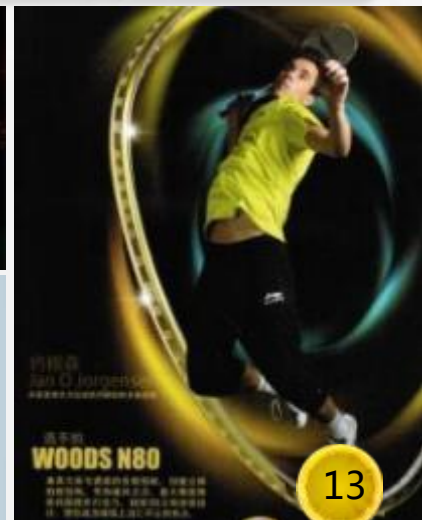
Eco-Circle
环保科技面料

超轻薄运动风衣

羽毛球拍产品

「立体风刃」科技平台

「风洞导流」科技平台



其他品牌



- 为2012伦敦奥运会提供乒乓球和羽毛球赛事独特的场地器材
- 继续强化在乒乓球领域的优势地位，与顶尖乒乓球运动员、俱乐部及赛事保持合作
- 加强产品研发

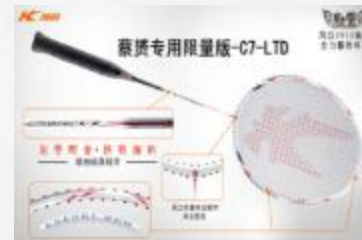


AIGLE

- 业务发展稳定，零售销售持续增长
- 品牌知名度和认同度不断提升



- 持续对品牌定位、产品结构、研发及销售渠道等方面进行全面提升
- 产品销售获得快速增长



- 加强零售管理
- 修改特许权协议，降低财务费用





LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)

运营回顾及 未来战略



讓改變發生

提升能力，打造未来

- 改善店效
- 通过零售分类分析合理化网络覆盖
- 加强工厂店和直营店
- 提高零售和渠道合作伙伴的能力

- 在产品和运营上建立有竞争力的成本结构
- 提高营销及渠道费用的投资效率
- 实施精细化和高效运营（特别是产品和销售）



- 聚焦于中国的核心品牌运动服装产品
- 对品牌开展战略投资（如CBA）
- 开发具有先进设计和技术的具有竞争力的产品，缩短开发周期以跟上市场需求

- 更加以零售和消费者为导向
- 通过产品规划和门店运营提供统一的品牌体验
- 改善供应链和订货模式以降低成本和上市时间

愿景：通过世界级的品牌和零售管理能力巩固李宁作为国内运动服装行业领先品牌的地位

三阶段蓝图

现在 - 未来12个月

重点关注零售流水和渠道库存的清理

改善产品和运营的成本结构

加强组织和执行能力

改善渠道效率、盈利能力和业绩表现

集中精力发展核心产品和国内市场

加强品牌投入和改善营销效率

正在进行的
措施

2013至2014年

改善供应链、上市和产品规划模式

创造更多一流的产品和客户体验，巩固在中国运动服装市场的领先地位

已经开展试
点和产品
概念设计

未来2到4年

改造业务模式以达到：1)改善李宁公司和渠道的利润结构；2)在产品和消费者品牌体验上接近市场需求；3)在提高零售端销售、零售效率和现金/投资回报率上打造良性循环

已经开始
规划

推进渠道变革

上半年执行情况

- 持续推进零售库存清理：提升清货渠道的零售销售收入占比
- 提升零售店铺盈利状况管理：精简店铺数量，控制渠道管理新开店成本及效率
- 加大分销


下半年变革方向

- 继续建设清货渠道：加强高效率工厂店建设，以提升清货能力
- 坚持以确保店铺盈利为前提进行拓展计划，着重同店增长表现
- 拓展第六代店铺：进行六代形象整理，利用系统化提升店铺零售运营效益
- 上半年已完成全年精简店铺的大部份工作，下半年关店将会少于上半年

李宁牌店铺数量


	总店铺	工厂店	折扣店	第六代店铺
2012-6-30	7,303	271	394	499





致力于构建以需求驱动，灵活应对市场变化的供应链体系

- 李宁荆门物流中心已经开始试运行
- 探索和尝试海外供应商
- 改善物流体系



企业社会责任及环保管理

- 加大供应商企业社会责任和化学品使用的管理和监督
- 继续与推进“有害物质零排放联合路线图”

强健的领导团队推进公司变革

董事会架构

4名执行董事

3名非执行董事

4名独立非执行董事

独立非执行董事人数超过所有董事的三分之一
充分体现良好的企业管治水平

引入优秀人才建立强健的管理团队

首席供应链官
(已任命)

- 拥有逾19年供应链及营运经验
- 曾任职于供应链管理非常优秀的领先跨国公司

首席销售官
(已任命)

- 拥有丰富的行业经验
- 曾任职于领先体育用品跨国公司

首席产品官
(即将到任)

- 已有目标人选
- 曾任职于领先体育用品跨国公司

产品设计总经理
(即将到任)

- 已有目标人选
- 曾任职于领先体育用品跨国公司

完善董事会，加强管理层执行力，紧密合作，积极推进公司改革

加强公司内部沟通，提升执行力

- 执行主席和执行副主席积极参与每周运营会议，定期进行业务回顾，充分掌握改革的进度，并提供适当的指导
- 注重零售层的管理

调整供应链和订货会管理模式

- 供应链增加灵活性
- 开始调整订货会模式

提升营销活动管理

- 强化营销统筹管理能力及效率，有助成本控制
- 加强奥运期间的营销活动管理，增加曝光率及强化品牌形象

致力推进渠道改革

- 通过增大销售促销活动力度，加快零售端去库存

推一步提升产品竞争力

- 不断优化产品设计和完善采购流程



愿景、使命和核心价值观



愿景

全球领先的体育
用品品牌公司



使命

我们以体育激发
人们突破的渴望
和力量



核心价值观

赢得梦想

- ~ 诚信守诺
- ~ 「我们」文化
- ~ 卓越绩效
- ~ 消费者导向
- ~ 突破



LI NING COMPANY LIMITED
(李寧有限公司)



问答环节

讓改變發生

投资者关系部

电话 : +86 21 2326 7366

电邮 : investor@li-ning.com.cn

欢迎访问我们的网站 :

<http://www.lining.com>

<http://www.li-ning.com.cn>

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

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



Disclaimer

- This presentation incorporates information contained in the annual results announcement (the “Results Announcement”) for the period ended 30 June 2012 of Li Ning Company Limited (the “Company”). This presentation should be read in conjunction with the Results Announcement and is qualified in its entirety by the more detailed information and financial information contained in the Results Announcement.
- Other than the information contained in the Results Announcement, you may not reproduce or distribute this presentation, in whole or in part, and you may not disclose any of the contents of this presentation or use any information herein for any purpose without the Company’ s prior written consent. You hereby agree to the foregoing by accepting delivery of this presentation.
- The contents of this presentation have not been reviewed or approved by any regulatory authority in Hong Kong or elsewhere. The contents of this presentation are not investment, legal or tax advice. You are advised to exercise caution in perusing the contents of this presentation. If you are in any doubt about any of the contents of this presentation, you should obtain independent professional advice.

