



Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：2331)

2008 年度业绩发布

2009年3月

燃點

激情
綻放生命



- 08年主要成就
- 财务摘要
- 业务回顾
- 未来前景与战略
- 问答环节





Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2331)

08年主要成就



燃點

激情
綻放生命



五年战略圆满结束

品牌营销

- 成功的奥运营销执行
- 多品牌战略

产品研发设计

- 成立李宁科技研发中心
- 产品创新

扩张销售网络

- 店铺扩张达到目标
- 同店增长明显

供应链优化

- 李宁工业园



连续五年持续稳定增长



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)

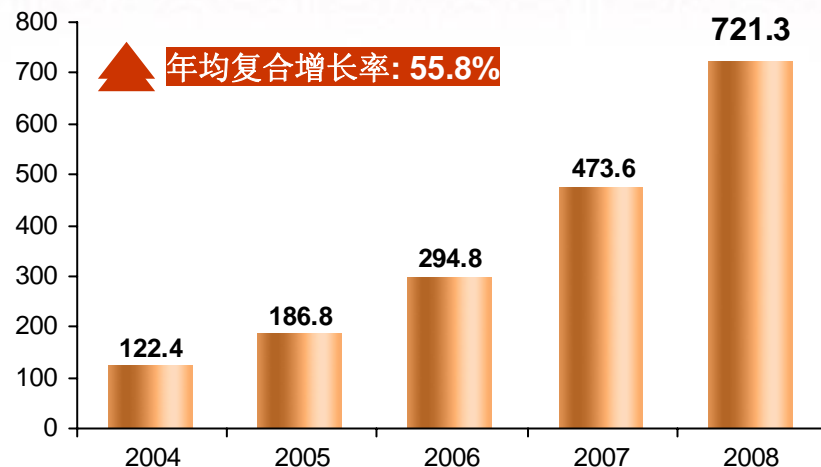
RMB百万元

销售收入



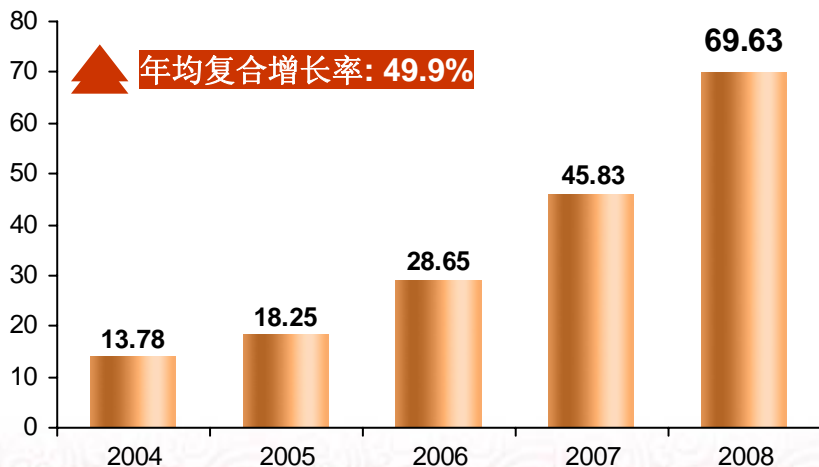
RMB百万元

权益持有人应占溢利



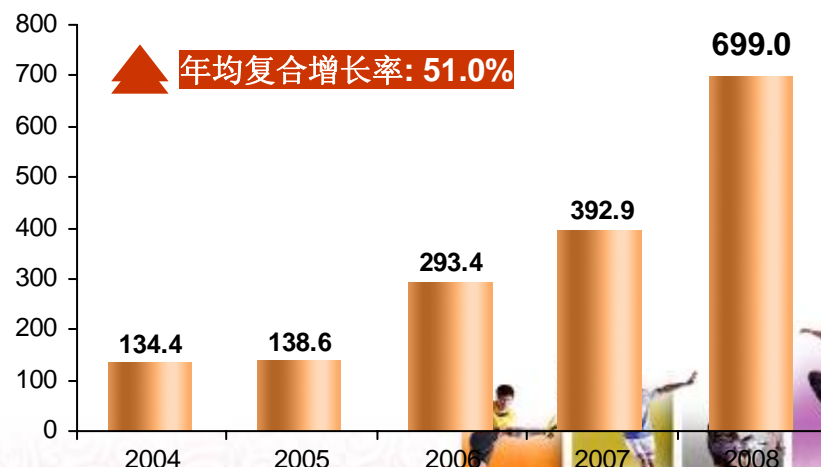
RMB百万元

每股基本盈利



RMB百万元

经营活动产生现金流





Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2331)

財務摘要



燃點

激情
綻放生命

财务回顾



Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

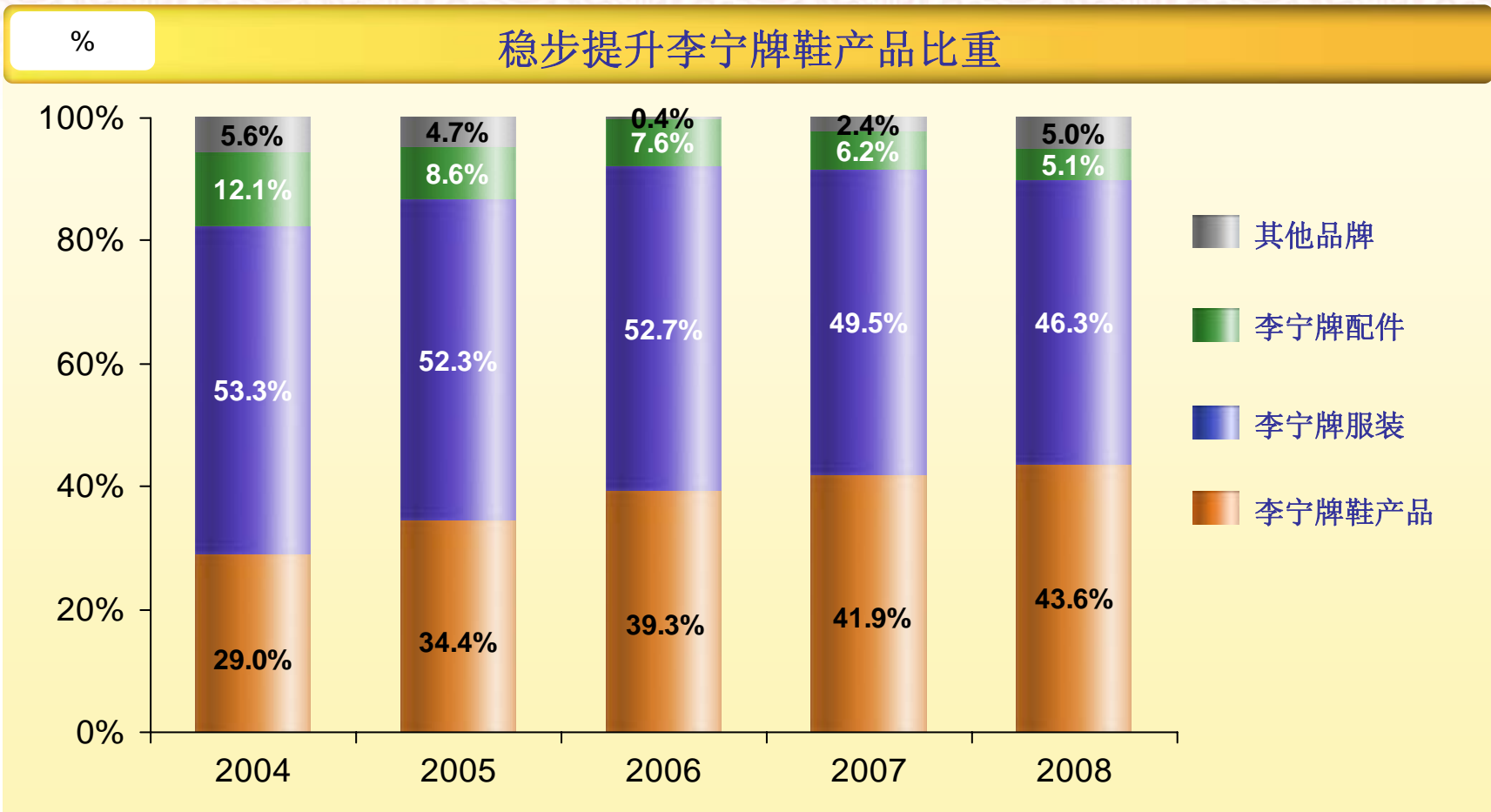
	2008	2007	变化
(RMB 百万元)	截至12月31日止		
收入	6,690.1	4,348.7	53.8%
毛利	3,220.4	2,082.8	54.6%
经营溢利	960.2	609.9	57.4%
息税前利润加折旧及摊销 (EBITDA)	1,070.5	681.8	57.0%
权益持有人应占溢利	721.3	473.6	52.3%
每股基本盈利(人民币分)	69.63	45.83	51.9%
全年每股普通股股息总额(人民币分)	49.67	22.85	117.4%
包括:			
末期股息	11.14	7.96	39.9%
特别股息	28.90	9.13	216.5%
中期股息	9.63	5.76	67.2%



按产品种类划分收入分析



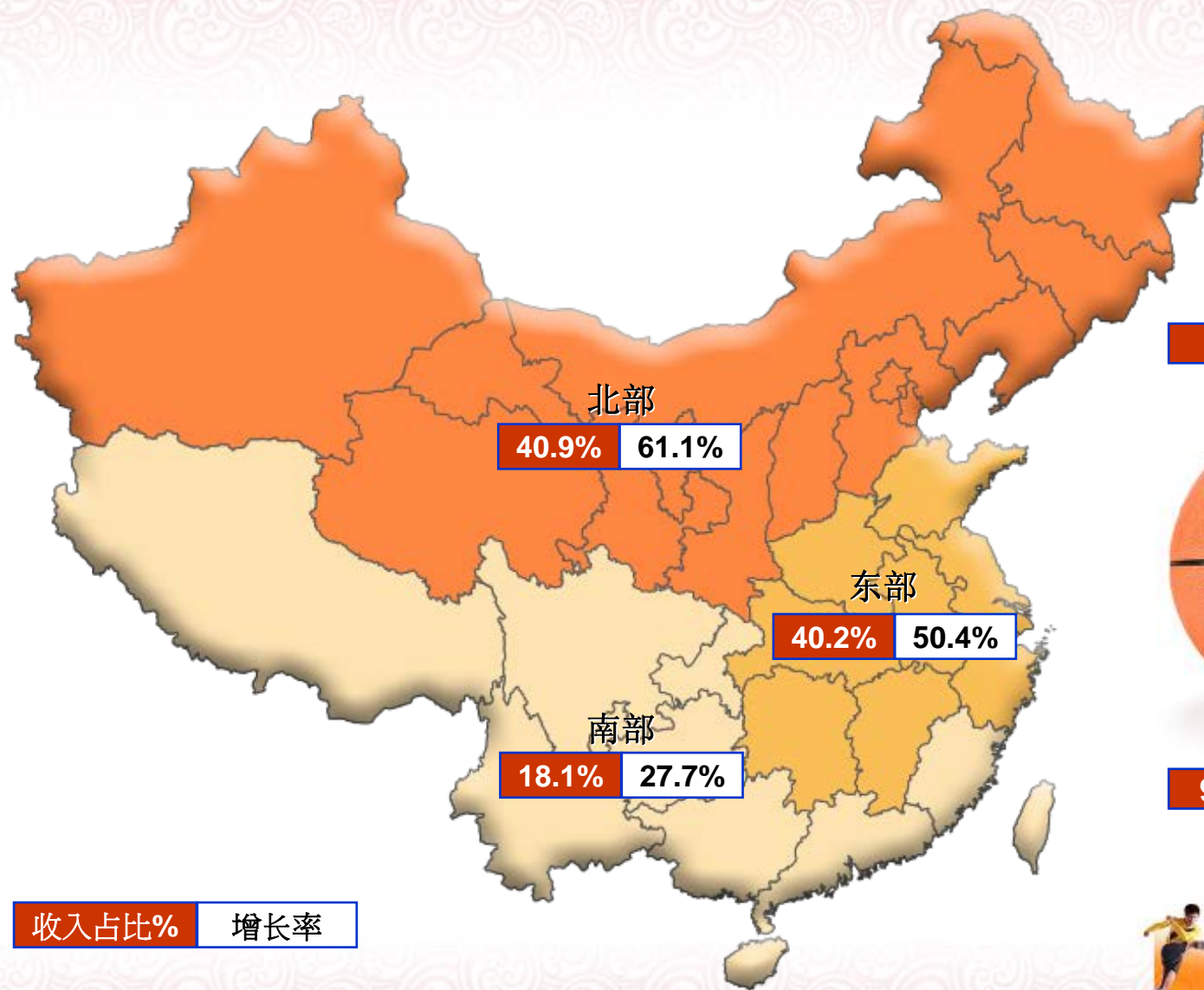
Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)



李宁牌按地区划分收入分析



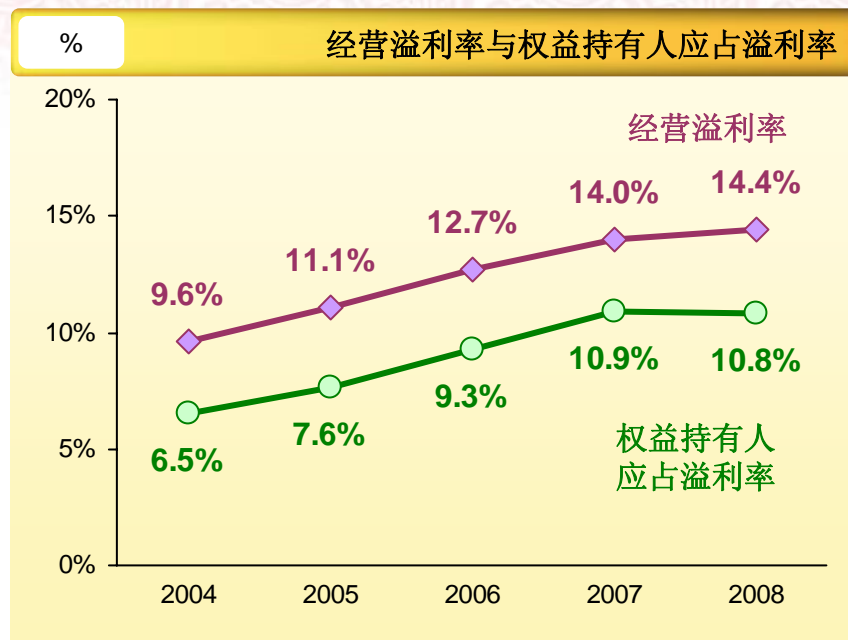
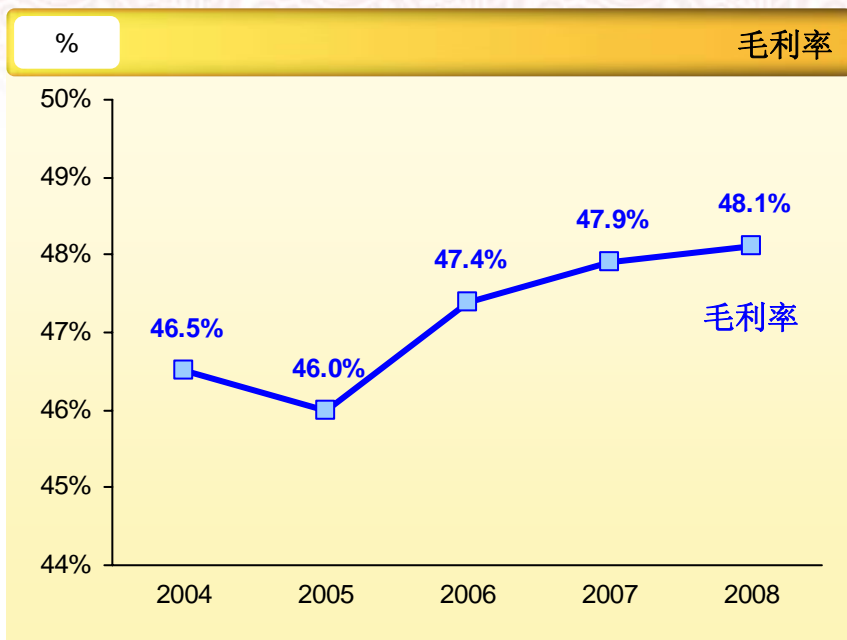
Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)



利润率指标



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)



李宁牌产品毛利率水平	2008	2007	变化
截至 12 月 31 日止			
李宁牌鞋产品	45.6%	46.0%	-0.4 百分点
李宁牌服装产品	51.7%	49.3%	2.4 百分点
李宁牌配件产品	51.4%	51.4%	0 百分点
李宁牌综合	48.9%	48.0%	0.9 百分点



主要财务指标



Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

	2008	2007	变化
	截至12月31日		
存货周转天数	61	70	-9
平均应收账款周转天数	48	53	-5
平均应付账款周转天数	69	69	0
现金循环天数	40	54	-14
研发成本(占销售收入百分比)	2.7%	3.2%	-0.5百分点
市场推广费用(占销售收入百分比)	17.5%	16.0%	+1.5百分点
人工成本(占销售收入百分比)	7.1%	7.5%	-0.4百分点
有效税率(%)	21.7%	23.4%	-1.7百分点



健康的资产负债表



Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

	2008	2007	变化
	截至 12月31日		
现金及现金等价物*	893.7	861.1	3.8%
流动负债	2,086.8	977.4	113.5%
资产负债率	51.8%	37.3%	14.5百分点
股东权益回报率(年度)	39.6%	30.1%	9.5百分点
资本开支**	260.4	243.1	7.1%

*包括银行存款与限制性存款

**不包含收购支出





Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2331)

业务回顾



燃點

激情
綻放生命

成功的奥运整合营销



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)

One Team



奥运战略发布



英雄会英雄
—大篷车



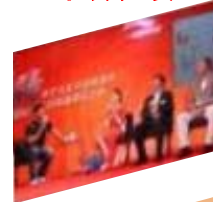
给全球运动员
—封信



发布奥运
赞助装备



四支中国金牌队
取得佳绩



英雄荣归



与中央电视台5
套节目合作



奥运主题旗
舰店旗舰店



全国重点商
场奥运主题
活动



牵手护圣火



奥运圣火
登珠峰



叱咤世界



李宁赞助的
国际运动队
取得优异成绩



重生



其它营销赞助活动



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)



● 篮球

- 继续与NBA球员合作，奥尼尔，海耶斯
- 签约新队员——洛杉矶快船队全明星后位球员巴朗·戴维斯(Baron Davis)
- 中国大学生篮球联赛(CUBA)
- 李宁中国初中篮球联赛等比赛



● 网球

- ATP 的中国官方市场合作伙伴
- 上海网球大师杯，推出“李宁- ATP FEEL IT”推广活动

● 女子健身

- 与中国健身市场中最具发展潜力的北京青鸟瑜伽合作

● 室内运动

- 二零零八年十一月，2008李宁杯中国羽毛球公开赛在上海成功举行
- 同月，本公司签约的女子羽毛球选手王晨夺得香港羽毛球公开赛冠军；



● 足球

- 中国大学生足球联赛(CUFL)



● 注重基础研发与设计

- 于中国内地、香港及美国俄勒岗州波特兰市设有设计研发中心
- 与著名学府及专业机构进行研发合作
- 李宁运动科学研究中心正式揭牌

● 把科技创新与时尚设计和中国体验相结合

- 与米其林品牌在运动鞋领域开展合作
- 李宁牌多款篮球鞋先后荣获“iF中国工业设计大奖”、“中国创新设计红星奖”、“《财富》杂志最成功产品设计奖”等多项国内外知名奖项
- 李宁弓
- “回鞋”
- AT DRY SMART科技



有效的销售渠道管理



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)

- 致力最具发展潜力之二、三线城市
- 持续通过零售运营与服务能力的提升，促进同店增长
- 积极觅选有利地点开设旗舰店，特别是在奥运城市
- 继续进行店铺整改，并于期内推出了第五代形象店

店铺数量	2008-12-31	2007-12-31
李宁品牌	6,245	5,233
其他品牌*	672	443

*包括AIGLE、Z-DO和Lotto





- 持续优化供应链，改善库存
- 为经销商举办4次李宁品牌大型订货会，艾高和新动品牌订货会合共5次
- 优化采购体系，提升采购效率，带来成本和费用的节省
- 组织供应商向内地转移生产基地，降低生产成本
- 在中部地区设立物流中心提高物流效率



其他品牌



Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)



AIGLE

- 加强对零售终端的效率管理，注重与消费者的沟通
- 改善产品线，适合中国消费者的特点



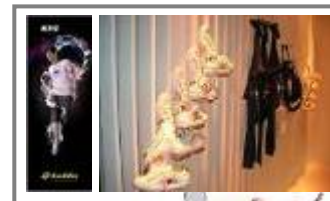
- 与大卖场公司合作完善终端销售数据管理
- 逐步以快速反应链为模式调整生产与物流体系
- 长青款，满足基本运动休闲需要，性价比高



- 2008年7月完成收购
- 专注于乒乓球器材
- 利用集团在服装和鞋产品方面的研发设计能力以及供应链体系，协助发展红双喜乒乓球运动装备



- 20年中国区独家代理权
- 在策略上强调生意导向
- 以服装和生活时尚为目标
- 充分利用集团在供应链管理 and 分销管理的经验与优势





Li Ning Company Limited

(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2331)

未来前景与战略



燃點

激情
綻放生命

市场环境

2009年经济形势不稳定给短期的市场增长带来一些压力

- 奥运结束后，市场增长进入新一轮的周期，增速相对减缓
- 在全球金融危机的背景下，中国经济面临各种挑战，不确定性因素在增加，市场形势不容乐观
- 全行业的零售层存货压力较大，折扣销售仍将持续一段时间

有利因素

中国体育用品行业仍处于快速增长大趋势中

- 生活方式的变化为体育用品创造巨大商机
 - 人均收入水平增长
 - 对健康的重视程度
 - 城市化
- 运动赛事的普及与传播更加广泛

中国市场有其自身的特点

- 市场区域差异明显，二、三线城市具有更大的市场潜力
- 运动休闲类产品仍将比专业运动空间更大
- 与欧美市场不同，中国的室内运动项目的受欢迎程度非常高



品牌创新和产品创新



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)

➤ 强化整合营销战略

➤ 重新塑造品牌 DNA，清晰化集团的品牌定位和目标消费群体

➤ 结合公司战略与品牌战略，拓展新的运动目以及运动营销资源

➤ 李宁品牌依然是集团核心品牌

➤ 多品牌策略是保持集团稳定、持续发展的一个补充

➤ 继续加强产品研发与设计能力

品牌创新

产品创新





- 加强分销管理，提高效率
 - 加强对零售层经营数据的监控与信息收集
 - 提升同店增长为主要目标
 - 加大在二、三线城市之店铺渗透率
 - 分销服务更加贴近各地区的客户
- 整合供应链，降低风险
 - 供应链向内地转移，实现采购成本与物流成本的优化
 - 供应链管理更加灵活，缩短生产时间，化解风险
 - 结合集团内不同的品牌和产品特点进一步完善供应链体系
 - 打造国际供应链，为国际化市场开拓做好准备

店铺扩张计划

截止年末	店铺数量
2009	7,000
2010	7,800
2011	8,600
2013	超过 10,000





● 2009-2013 为开拓国际市场做好准备

- 人才
- 供应链
- 产品设计
- 品牌影响
- 国际化方式

● 冀望 2018 年成为世界前五大体育用品品牌，20% 以上的收入来自海外



使命、愿景及核心价值观



Li Ning Company Limited
(李宁有限公司)





Li Ning Company Limited
(李寧有限公司)

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2331)

问答环节



燃點

激情
綻放生命



联系我们



- <http://www.lining.com>
- <http://www.li-ning.com>
- <http://www.irasia.com/listco/hk/lining/>
- <http://www.hkex.com.hk>

投资者关系部

- 电话 : +86 21 2326 7366
- 电邮 : investor@li-ning.com.cn

