



让改变发生

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)



2011

2011年8月

中期业绩推介

# 议程



- ~ 财务摘要
- ~ 业务回顾
- ~ 未来前景与战略
- ~ 问答环节

让改变发生



# 财务摘要

# 利润表回顾



1H2011

1H2010

变化

截至6月30日止6个月

(人民币百万)			
收入	4,289.3	4,504.6	-4.8%
毛利	2,029.1	2,158.4	-6.0%
经营溢利	442.3	813.3	-45.6%
权益持有人应占溢利	293.7	581.6	-49.5%
每股基本盈利 (人民币分)	27.94	55.58	-49.7%
中期股息(人民币分)	11.13	22.15	-49.8%

让改变发生



# 利润率与费用率指标



	1H2011	1H2010	变化
	截至6月30日止6个月		
毛利率	47.3%	47.9%	-0.6p.p.
经营溢利率	10.3%	18.1%	-7.8p.p.
权益持有人应占溢利率	6.8%	12.9%	-6.1p.p.
研发费用率 (占销售收入百分比)	2.6%	2.5%	+0.1p.p.
广告营销费用率 (占销售收入百分比)	15.9%	13.2%	+2.7p.p.
人力资源费用率 (占销售收入百分比)	8.7%	7.7%	+1.0p.p.
有效税率	24.8%	25.0%	-0.2p.p.

让改变发生

# 重点经营性财务指标



	1H2011	1H2010	变化
	截至6月30日止6个月		
存货周转天数	72	48	24
平均应收账款周转天数	63	48	15
平均应付账款周转天数	91	70	21
现金循环天数	44	26	18
股东权益回报率(ROE) (半年)	8.6%	20.3%	-11.7 p.p.
总资产回报率(ROA) (半年)	4.4%	10.4%	-6.0 p.p.
资本开支*(人民币百万)	150.7	74.0	+103.7%

\* 不包括收购支出

让改变发生

# 稳健的资产负债表



	2011-6-30	2010-12-31	变化
(人民币百万)			
现金及现金等价物	1,648.0	1,470.4	12.1%
银行贷款	472.1	312.2	51.2%
净现金*	1,175.9	1,158.2	1.5%
流动负债	2,401.6	2,371.6	1.3%
流动比率 (倍)	1.80	1.77	+0.03
资产负债率	45.0%	45.8%	-0.8p.p.

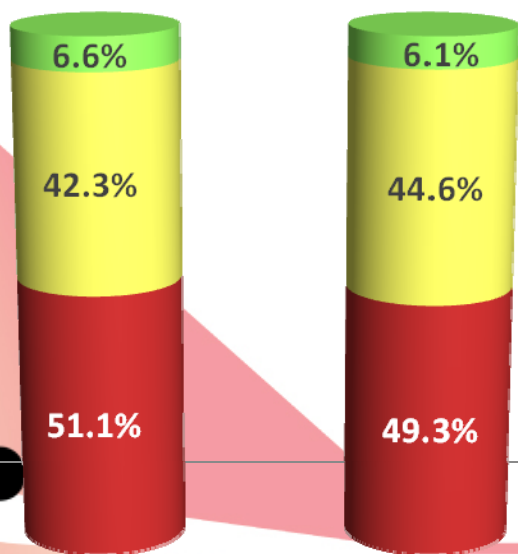
\* 净现金 = 现金及现金等价物 - 银行贷款

让改变发生

# 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

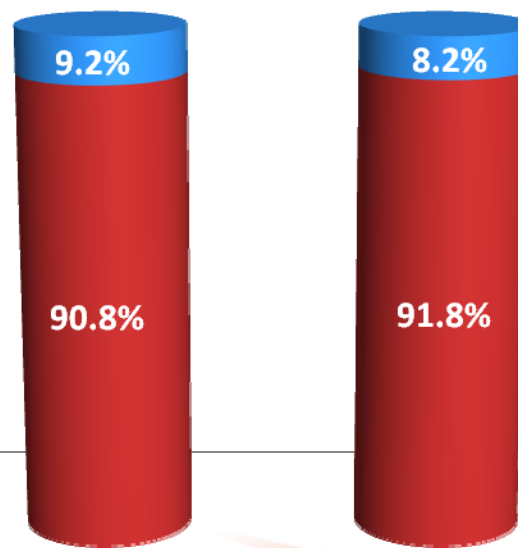


- 李宁牌服装
- 李宁牌鞋产品
- 李宁牌配件/器材

1H2011

1H2010

## 李宁牌销售收入占集团销售



- 李宁牌销售收入
- 其他品牌收入

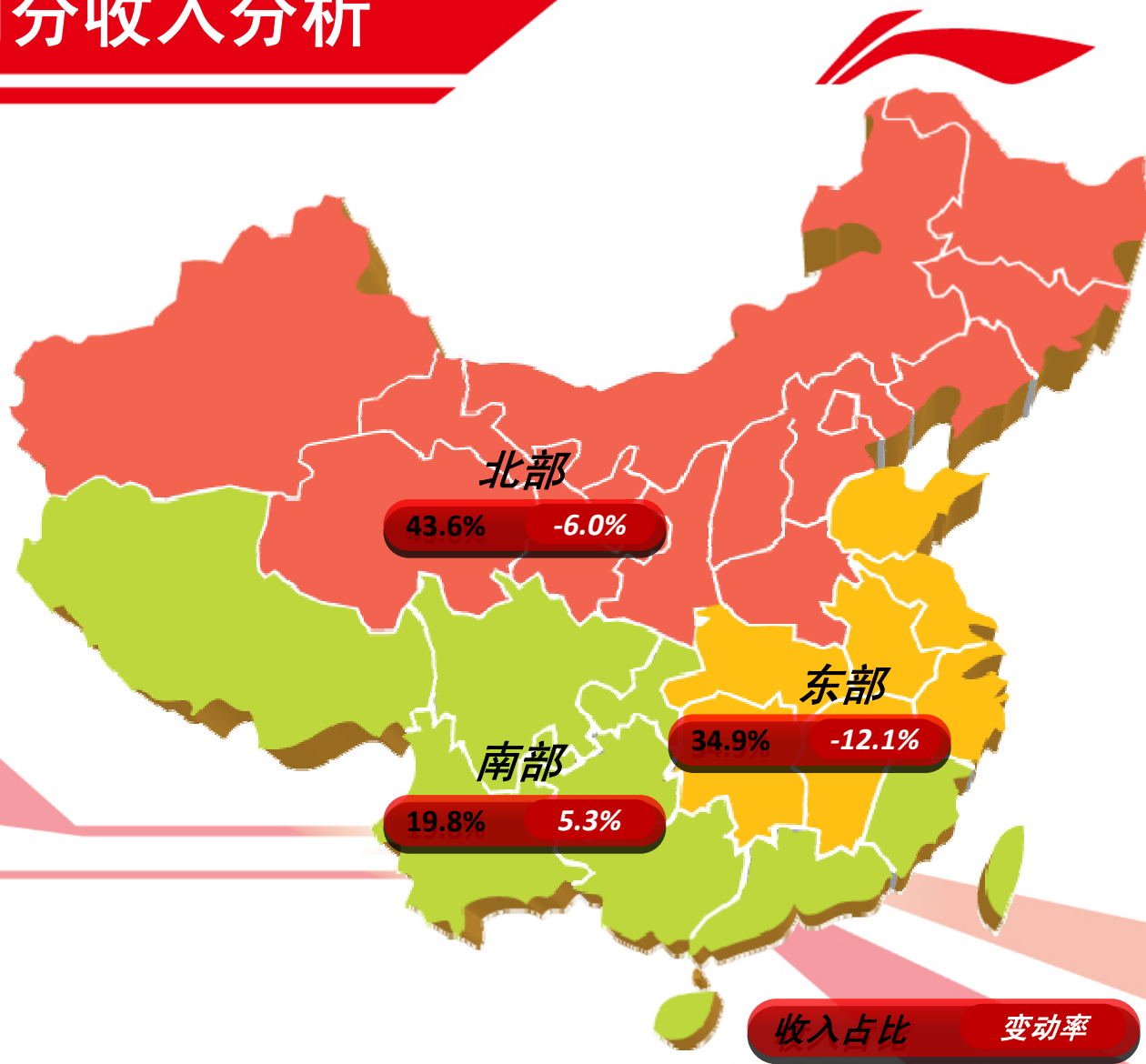
1H2011

1H2010

让改变发生



# 李宁牌按地区划分收入分析



让改变发生



# 业务回顾



# 体育用品行业及公司现状分析



## 行业转型期，机遇与挑战并存，集团选择主动变革

行业竞争日益加剧

行业仍保持双位数增长

尽管受到休闲品牌竞争，  
消费者对于品牌体验和运动功能的需求在提升

产业链面临成本压力

2012伦敦奥运会

### 公司目前面临的问题

- 在低层级市场，分销商的运营效率偏低
- 零售端的存货
- 中低价格段的产品性价比不显著

阵痛期内  
转变不会一蹴而就

## 短期策略

- 加快零售端去库存化
- 2011年开始调整批发折扣率，改善经销商与分销商盈利空间，并推进分销市场改革，提高效率
- 加强品牌宣传的创意转化执行，围绕中国国家队赛事资源，整合媒体，网络，公关资源，加强李宁牌与中国冠军的联系，强化品牌资产
- 改善设计和开发，加强中低价格段产品性价比，驱动数量增长

## 持续性策略

- 围绕体育营销和品牌定位，实现差异化竞争
- 进一步推进渠道整合
- 强化产品创新，进一步提升400元以上价格段产品的竞争力
- 进一步改善供应链效率，实现规模化，提高灵活性

让改变发生



# 短期策略—渠道



## 2011年上半年执行情况

- 店铺开设进度符合预期，清货渠道销售收入占整体零售端收入比重约10%左右
- 多给经销商3个百分点的批发折扣率
- 整合低效率分销商进展符合预期

## 目标

- 到2011年底，完成400家低效率的分销商整合
- 搭建合理店铺结构，至2012年中期，清货渠道的销售收入占整体零售端销售收入的15%左右
- 到2012年把零售端库存降至合理水平

数量	李宁牌店铺	其中：李宁牌工厂店	其中：李宁牌第六代店铺	已整合低效率分销商
截至2011年6月30日	8,163	191	71	256



# 短期策略一品牌



## 广告营销推广活动

- 「以强砺强」篮球产品
- 新一代超轻透气跑鞋
- 「贴地飞行」高端羽毛球鞋产品
- 李宁弓减震推广

## 运动赛事营销

- 第14届国际泳联世界游泳锦标赛
- 苏迪曼杯羽毛球公开赛
- 新加坡公开赛
- 北京长跑节
- 全国男子篮球联赛
- 第51届鹿特丹世界乒乓球锦标赛

## 市场推广活动

- 大篷车
- iRUN跑步俱乐部

## 目标

- 优化品牌战略管理体系
- 有效利用集团现有资源，加强品牌营销执行力，准确传达品牌定位
- 巩固和加强在二、三线城市的品牌影响力





# 品牌优势



BrandZ最具价值中国品牌50强



《福布斯》中文版及Interbrand  
「2010中国品牌价值排行榜」  
首二十位之一



专业丰富的赞助资源

	羽毛球	田径/跑步	篮球	奥林匹克冠军队	网球	女子健身	足球
顶级运动员/ 运动队/ 运动俱乐部	中国国家羽毛球队 林丹	叶琳娜· 伊辛巴耶娃 阿萨法· 鲍威尔 安德烈亚斯· 托希尔德森	巴朗·戴维斯 何塞·卡尔德隆 埃文·特纳 西班牙国家篮球队 阿根廷国家篮球队	中国乒乓球队 中国跳水队 中国射击队 中国体操队	马林·西里奇 伊万·柳比西奇 彭帅 晏紫 天津网球队	莱美中国	西班牙人俱乐部 塞维利亚
赛事	中国公开赛 中国大师赛 中国羽毛球俱乐部 超级联赛 全国羽毛球赛 新加坡羽毛球公开赛	北京长跑节	NBL 李宁篮球训练营		ATP		大学生 足球联赛
其他重要运动资源	上海羽毛球队 八一羽毛球队 广东羽毛球队 新加坡羽毛球队 澳大利亚羽毛球队 文萨·波萨纳	12个省级田径队	中国青奥会三对三篮球队 中国篮球男女国少队	美国跳水队	杨宗桦 郑赛赛 Pliskova姐妹	青鸟瑜伽 中体倍力 深圳中航	

# 短期策略—产品



## 调整产品价格策略，更加适合消费者需求，突出产品性价比

- 分析与梳理之前的产品定价结构
- 在新产品设计规划中，自2012Q1开始，适当增加「GOOD Level」，更高性价比的产品线

## 推动产品科技平台应用和产品家族系列

- 李宁弓科技平台
- AT科技平台
- 超轻透气系列跑鞋

## 推出有创新概念、中国元素的产品

- MIX全新轻运动鞋
  - 中国概念：卯榫结构
  - 创新主题：兼顾时尚与环保
- 驭帅6代篮球鞋
  - 中国元素：泼墨式设计风格
  - 主题：传承与创新

## 顶级运动装备推动品牌专业形象

- 林丹「贴地飞行」鞋产品
- 托希尔德森专业标枪比赛服
- 伊辛巴耶娃专业撑杆跳鞋服
- 鲍威尔专业比赛装备

## 目标

- 产品设计更加适合消费者的需求，符合品牌的定位与DNA
- 增加中低价格段产品的设计与开发





- 对生产成本进行稳定性控制和管理
- 荆门生产基地产能初具规模
- 荆门物流中心动工，计划明年上半年试运行



让改变发生

# 其他品牌



- 强大的研发和设计实力，于上半年推出150余款新产品



AIGLE

- 品牌认知度不断提高
- 同店销售持续增长



- 差异化整合营销与产品差异化结合



新动 及红双喜鞋服

- 将进一步调整产品结构和运营模式，以更好地适合大卖场消费者的需求
- 筹备引入红双喜鞋服，拓展超市和中低层级市场



- 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的提升



让改变发生





# 未来前景 与战略





# 坚持长期战略



## 品牌

- 坚持品牌定位，坚持运动本质
- 结合品牌定位，有效利用好运动营销资源，实现品牌差异化
- 加强创意转换，突出品牌个性，强调中国概念

## 渠道

- 加大力度推进渠道改革，加强经销商/分销商零售管理能力
- 推进以“同店增长”为主的增长模式
- 加强对sell-through的管理，推动sell-in的增长

## 产品

- 持续改善产品研发与设计
- 以提升产品性价比为主要目标

## 供应链

- 提高供应链效率
- 实现供应链的规模化，提高灵活性



正在改变发生

# 未来展望



## 市场展望

- 全年行业增速预计还是低双位数
- 预计2012年，受奥运会推动，行业增速预计还将提升
- 行业竞争仍将加剧，成本继续上涨
- 未来2-3年是转型期

## 财务指标

- 2011年下半年毛利率同比仍将下降
- 2011年全年权益持有应占溢利率预计将比上半年下降1-2个百分点

## 李宁牌店铺数量规划

- 2011年底，8,300间
- 2012年底，8,650间
- 2013年底，9,000间



让改变发生

# 愿景、使命和价值观



## 愿景

在体育产品行业成为领先全球的体育品牌

## 使命

以体育激发运动员突破的渴望及潜能

## 价值观

赢得梦想

- 突破
- 消费者导向
- 诚信守诺
- 卓越绩效
- 「我们」文化



让改变发生





# 问答环节



# 投资者关系

<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](mailto:investor@li-ning.com.cn)**



让改变发生



# Disclaimer



- This presentation incorporates information contained in the interim results announcement (the “Results Announcement”) for the period ended 30 June 2011 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.

让改变发生