



LI NING COMPANY LIMITED

李寧有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

(Stock Code: 2331)

2011

全年業績

让改变发生

让改变发生

议程

财务摘要

业务回顾

未来前景与战略

问答环节



财务摘要

让改变发生

利润表回顾



	FY2011	FY2010	变化
	截至12月31日止年度		
(人民币百万)			
收入	8,928.5	9,478.5	-5.8%
毛利	4,114.5	4,481.6	-8.2%
经营溢利	631.0	1,546.8	-59.2%
权益持有人应占溢利	385.8	1,108.5	-65.2%
每股基本盈利 (人民币分)	36.70	105.84	-65.3%
全年每股普通股股息总额 (人民币分)	11.13	42.12	-73.6%
包括：末期股息	无	19.97	不适用
中期股息	11.13	22.15	-49.8%

利润率与费用率指标



	FY2011	FY2010	变化
	截至12月31日止年度		
毛利率	46.1%	47.3%	-1.2p.p.
经营溢利率	7.1%	16.3%	-9.2p.p.
权益持有人应占溢利率	4.3%	11.7%	-7.4p.p.
研发支出占销售收入百分比	2.6%	2.6%	0
广告及市场推广支出占销售收入百分比	17.6%	15.1%	2.5p.p.
员工成本占销售收入百分比	8.7%	7.5%	1.2p.p.
有效税率	24.9%	25.0%	-0.1p.p.

重点经营性财务指标



	FY2011	FY2010	变化
	截至12月31日止年度		
存货周转天数	73	52	21
平均应收账款周转天数	76	52	24
平均应付账款周转天数	94	71	23
现金循环天数	55	33	22
股东权益回报率(ROE) (全年)			
	11.3%	36.7%	-25.4 p.p.
总资产回报率(ROA) (全年)			
	5.9%	19.0%	-13.1 p.p.
资本开支*(人民币百万)			
	387.8	272.3	42.4%

* 不包括收购支出

资产负债表回顾



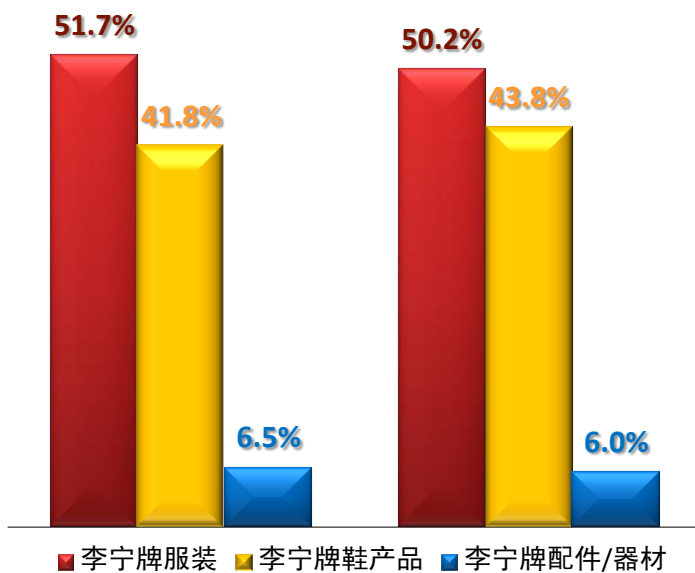
	2011-12-31	2010-12-31	变化
(人民币百万)			
现金及现金等价物	1,196.5	1,470.4	-18.6%
银行贷款	838.1	312.2	168.4%
净现金*	358.4	1,158.2	-69.1%
流动负债	3,063.1	2,371.6	29.2%
流动比率 (倍)	1.56	1.77	-0.21
资产负债率	50.0%	45.8%	4.2p.p.

* 净现金 = 现金及现金等价物 - 银行贷款

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

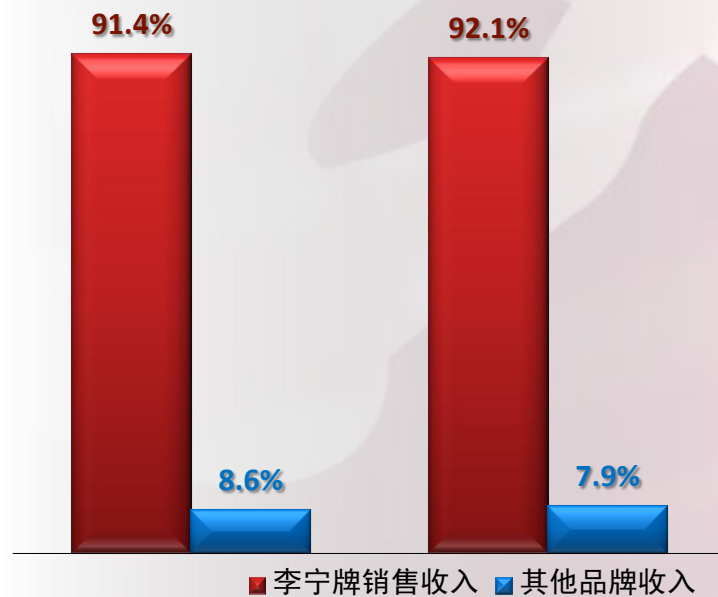


FY2011

FY2010

*从2012年第一季度开始，李宁牌鞋产品比例有恢复提升

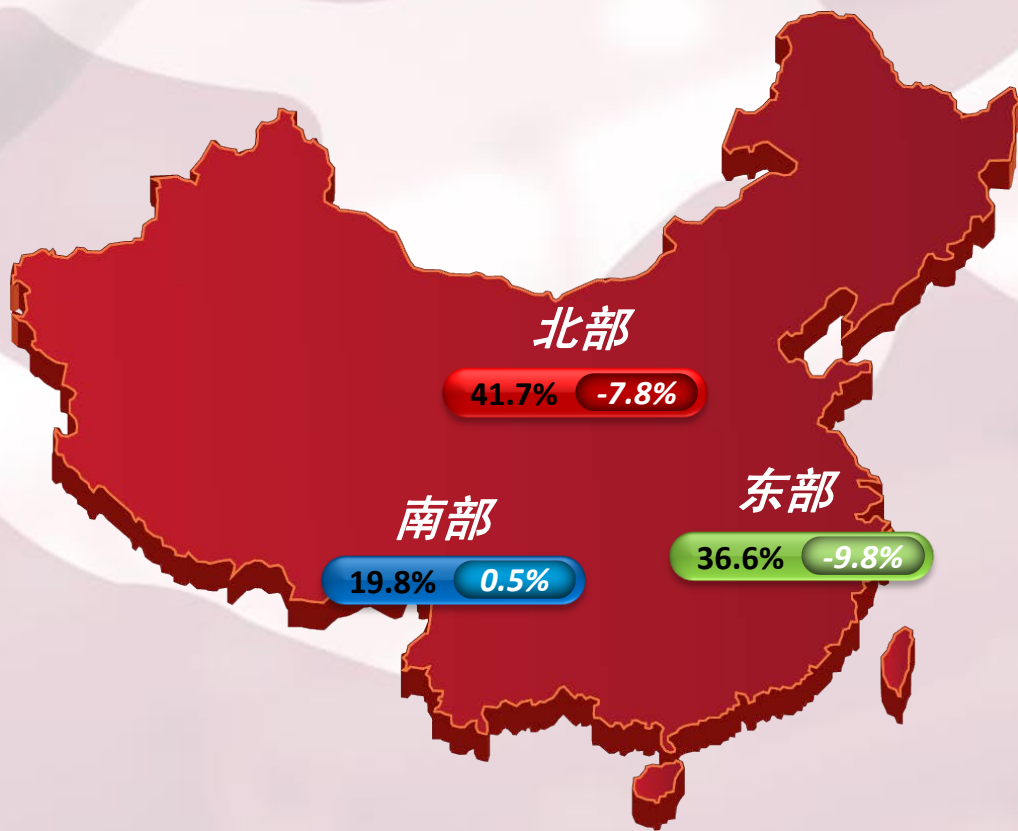
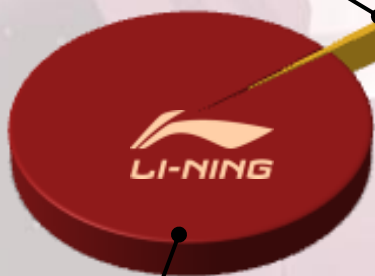
李宁牌销售收入占集团销售



FY2011

FY2010

李宁牌按地区划分收入分析



收入占比 变动率



业务回顾

业务回顾

让改变发生

体育用品行业分析

体育用品行业
商业模式发生改变

成本上升
消费升级

当前行业特点

- 鞋产品的占比越来越重要
- 中低价位段产品目前仍为最大的市场，但中高价位段产品增长速度更快

市场增长从“以分销驱动”转向“以品牌/产品驱动”

李宁的策略——以运动品类和品牌独特性强化与消费者的沟通

- 运动项目及产品品类
 - 继续推动羽毛球品类标杆运动项目
 - 持续发展跑步产品
 - 继续加大篮球品牌投入
- 品牌
 - 独特的品牌DNA，突出品牌的个性
 - 优质的运动营销资源
- 价格策略
 - 在最大的价位段市场中，以产品创新推动数量增长
 - 以跑步和篮球产品拉动中高价位段产品的占比

发挥品牌实力



广告营销推广活动

- ~ 跑步
- ~ 篮球

围绕金牌队的运动赛事营销

- ~ 世界羽联超级系列赛
- ~ 李宁杯「五羽轮比」羽毛球赛事
- ~ 世界泳联跳水锦标赛
- ~ 体操世界锦标赛
- ~ 乒乓球世界杯

市场推广活动

- ~ 李宁宁弧产品上市
- ~ 超轻第八代跑鞋上市
- ~ 「以强励强」篮球产品上市



2012年重点执行计划

- ~ 以奥运为主题的整合营销活动
- ~ 继续推动围绕产品科技平台的市场营销
- ~ 继续抓住羽毛球、跑步和篮球等重点品类，加强品牌营销执行力



顶尖的运动营销资源



	顶级运动员/运动队/运动俱乐部	赛事	其他重要运动资源
羽毛球	中国国家羽毛球队* 林丹	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	上海羽毛球队/八一羽毛球队/ 广东羽毛球队/新加坡国家羽毛球队 / 澳大利亚国家羽毛球队/ 新西兰国家羽毛球队/ 约根森/文萨·波萨纳
田径/跑步	阿萨法·鲍威尔 叶琳娜·伊辛巴耶娃 安德烈亚斯·托希尔德森 克里斯蒂安·泰勒 尼高尼·马库沙	北京国际长跑节	11个省级田径队 厄立特里亚田径队* 国内运动员
篮球	沙奎·奥尼尔 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*	NBL 李宁中国篮球后卫训练营	上海大鲨鱼篮球俱乐部 浙江广厦篮球俱乐部 中国国家少年篮球队 国内球员
奥林匹克冠军队	中国国家乒乓球队* /中国国家跳水队* / 中国国家射击队* /中国国家体操队*		美国国家跳水队* 瑞典奥运代表团* 美国跳水队员大卫·鲍迪亚
网球	马林·西里奇 伊万·柳比西奇 彭帅 晏紫	ATP	杨宗桦 Pliskova姐妹 郑赛赛
女子健身	莱美中国	李宁Yoga Workshop	青鸟瑜伽/中体倍力/ 深圳中航俱乐部
足球		中国大学生足球联赛	

*为即将身着李宁产品参加2012伦敦奥运会的团体

推进渠道变革



2011年执行情况

- 主动控制开店步伐，集中精力于渠道结构调整
- 进一步加大力度建设清货渠道
- 主动从经销商处回收部分库存
- 提高渠道管理效率，继续进行分销商整合及管理

2012年计划

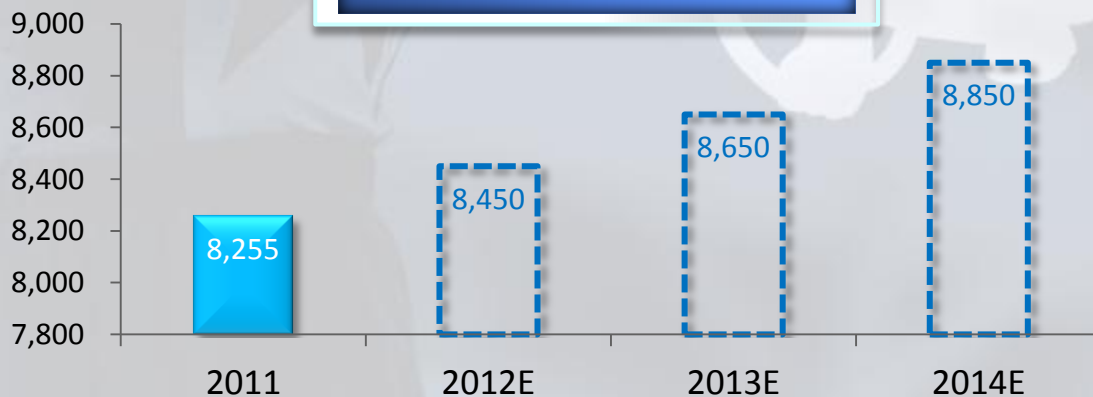
- 清货渠道的合理快速建设，达到合理有效的店铺结构
- 大力推广新版六代店
- 加快品牌形象店、标杆店建设
- 加大开发商场渠道
- 加强对分销商的业绩管理



数量	李宁牌工厂店	李宁牌折扣店	李宁牌第六代店铺	已完成整合的低效分销商数量
截至2011年12月31日	269	358	219	425



李宁牌店铺数量规划



提升产品竞争力



强化产品质量，结合创新元素及符合品牌定位与DNA

加强产品科技平台建设

以产品物有所值为导向，完善产品价格结构



- 在北京和香港有研发、设计中心
- 专业赞助产品——为专业运动员研制顶级运动装备系列
- 鞋产品
 - 加强科技平台创新
 - 发展产品家族
- 服装产品
 - AT科技平台
 - 优化面料整合，提升色彩和图案设计水平
- 羽毛球拍
 - 「立体风刃科技平台」和「风动导流科技平台」



供应链管理



湖北荆门生产基地

- 湖北荆门生产基地已形成较大规模
- 李宁荆门物流中心进入安装调试阶段，预计2012年上半年试运行



大力开展供应商教育

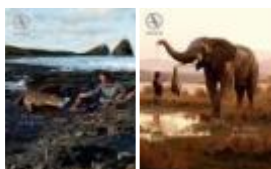
- 加大供应商企业社会责任和化学品使用的管理和监督
- 与多家国际品牌共同发布《到2020年有害化学物质零排放的承诺和路线图》
- 制定“服装、鞋和配件产品受限物质清单”



其他品牌



- 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



- 同店销售持续大幅度增长
- 加强户外及旅游媒体投放
- 加强零售端管理



AIGLE



- 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



- 差异化的整合营销提升品牌知名度
- 2012年将寻求调整业务模式，以配合集团的整体战略方向

- 集团决定停止新动品牌业务及红双喜鞋服的发展计划，把更多精力和资源集中在核心业务上





未来前景与战略 让改变发生



行业面临挑战

- 零售端库存问题依然严峻
- 转型期间，供应商、品牌商和经销商之间的博弈将影响价值分配

重点工作

- 调整销售及行政费用结构，提升运营效率
 - 节约人力成本
 - 节约日常运营费用和咨询费用等
 - 保持适当品牌营销费用投入
- 调整产品结构，提高产品毛利率
- 继续清理零售端库存
- 推进渠道改革，加强二至四线市场零售效率提升
- 抓住伦敦奥运会的市场契机，提升品牌形象



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

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





问答环节

让改变发生

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

Disclaimer

- This presentation incorporates information contained in the annual results announcement (the “Results Announcement”) for the period ended 31 December 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.