

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



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)

截至二零零九年六月三十日止六個月之中期業績公告

中期業績摘要

- 收入增長32.4%至40.52億元人民幣
- 息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)上升56.1%至7.73億元人民幣
- 權益持有人應佔溢利增長41.6%至4.73億元人民幣
- 權益持有人應佔溢利率增長0.8個百分點至11.7%
- 每股基本盈利增長41.2%至45.53分人民幣
- 宣派中期股息每股普通股13.58分人民幣，增長41.0%
- 李寧牌零售店舖達6,809間，期內淨增加564間

中期業績

李寧有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣布本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零零九年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合中期業績連同比較數字如下：

簡明綜合中期資產負債表

	附註	未經審核 於二零零九年 六月三十日 千元人民幣	經審核 於二零零八年 十二月三十一日 千元人民幣
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		617,463	629,305
土地使用權		391,431	324,764
無形資產		894,197	329,035
遞延所得稅資產		73,006	69,441
其他非流動資產		<u>126,880</u>	<u>166,440</u>
非流動資產總額		<u>2,102,977</u>	<u>1,518,985</u>
流動資產			
存貨		649,351	650,715
應收貿易款項	4	1,003,109	1,090,576
其他應收款項及預付款項		171,057	182,938
受限制之銀行存款		6,448	105,675
現金及等同現金項目		<u>1,041,597</u>	<u>788,040</u>
流動資產總額		<u>2,871,562</u>	<u>2,817,944</u>
資產總額		<u>4,974,539</u>	<u>4,336,929</u>

	附註	未經審核 於二零零九年 六月三十日 千元人民幣	經審核 於二零零八年 十二月三十一日 千元人民幣
權益			
本公司權益持有人應佔權益			
股本		110,552	110,323
股份溢價		218,006	200,758
就限制性股份獎勵計劃持有之股份		(83,853)	(84,118)
其他儲備		283,386	257,610
保留溢利			
- 宣派／擬派股息	11	141,761	115,941
- 其他		1,628,111	1,295,899
		<u>2,297,963</u>	<u>1,896,413</u>
少數股東權益		<u>205,030</u>	<u>192,535</u>
		<u>2,502,993</u>	<u>2,088,948</u>
負債			
非流動負債			
遞延收入		64,589	—
應付特許使用費		503,033	81,997
遞延所得稅負債		94,760	79,141
		<u>662,382</u>	<u>161,138</u>
非流動負債總額			
		<u>662,382</u>	<u>161,138</u>
流動負債			
應付貿易款項	5	736,259	863,470
其他應付款項及應計費用		631,298	541,865
應付特許使用費 - 即期部分		58,999	28,747
當期所得稅負債		71,198	45,281
借貸		311,410	607,480
		<u>1,809,164</u>	<u>2,086,843</u>
流動負債總額		<u>1,809,164</u>	<u>2,086,843</u>
負債總額		<u>2,471,546</u>	<u>2,247,981</u>
權益及負債總額		<u>4,974,539</u>	<u>4,336,929</u>
流動資產淨值		<u>1,062,398</u>	<u>731,101</u>
資產總額減流動負債		<u>3,165,375</u>	<u>2,250,086</u>

簡明綜合中期收益表

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
收入	3	4,051,855	3,060,768
銷售成本	6	<u>(2,115,295)</u>	<u>(1,578,574)</u>
毛利		1,936,560	1,482,194
經銷成本	6	(1,038,764)	(898,410)
行政開支	6	(281,165)	(191,257)
其他收入	7	<u>69,212</u>	<u>60,029</u>
經營溢利		685,843	452,556
融資收入	8	3,340	9,772
融資成本	8	<u>(38,927)</u>	<u>(15,147)</u>
融資成本 - 淨額		<u>(35,587)</u>	<u>(5,375)</u>
除所得稅前溢利		650,256	447,181
所得稅開支	9	<u>(165,221)</u>	<u>(113,449)</u>
期內溢利		<u>485,035</u>	<u>333,732</u>
由下列各方應佔：			
本公司權益持有人		472,540	333,732
少數股東權益		<u>12,495</u>	<u>—</u>
		<u>485,035</u>	<u>333,732</u>
本公司權益持有人應佔溢利之每股盈利（分人民幣）			
— 基本	10	<u>45.53</u>	<u>32.24</u>
— 攤薄	10	<u>44.98</u>	<u>31.75</u>
股息	11	<u>141,761</u>	<u>100,071</u>

簡明綜合中期全面收益報表

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月 二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
期內溢利	485,035	333,732
其他全面收益：		
外幣報表折算差額	(41)	—
期內全面收益總額	<u>484,994</u>	<u>333,732</u>
由下列各方應佔：		
本公司權益持有人	472,499	333,732
少數股東權益	<u>12,495</u>	—
	<u>484,994</u>	<u>333,732</u>

附註

1. 一般資料

李寧有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)主要從事品牌發展、設計、製造、零售及批發體育相關鞋類、服裝、器材及配件。本集團業務主要於中華人民共和國(「中國」)進行。

本公司於二零零四年二月二十六日根據開曼群島一九六一年第3號法例(經綜合及修訂)第二十二章公司法在開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司。本公司之註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

本公司股份在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有註明者外，本簡明綜合中期財務資料以人民幣呈報。本公司董事會於二零零九年八月二十六日批准刊發本簡明綜合中期財務資料。

本簡明綜合中期財務資料為未經審核。

2. 編製基準及會計政策

截至二零零九年六月三十日止六個月的本簡明綜合中期財務資料乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。本簡明綜合中期財務資料應與截至二零零八年十二月三十一日止年度之年度財務報表一併閱讀，後者乃根據國際財務報告準則編製。

除下文所述者外，所應用之會計政策與截至二零零八年十二月三十一日止年度之年度財務報表所述者一致。

中期期間所產生收入的稅項乃按適用於預期年度盈利總額的稅率預提。

以下為須於二零零九年一月一日開始的財政年度首次強制應用並與本集團相關的新準則及準則修訂。

- 國際會計準則第1號(經修訂)「財務報表的呈報」。此項經修訂準則禁止在權益變動表中呈列收支項目(即「非擁有人的權益變動」)，並規定「非擁有人的權益變動」必須與擁有人的權益變動分開呈列。所有「非擁有人的權益變動」均須在業績報表中呈列。

實體可選擇以一份業績報表(全面收益報表)或兩份報表(收益表及全面收益報表)呈列。

本集團選擇以收益表及全面收益報表兩份報表呈列。中期財務報表已根據相關披露規定編製。

- 國際財務報告準則第8號「營運分部」。國際財務報告準則第8號取代國際會計準則第14號「分部報告」，規定採用「管理方法」，據此分部資料須按照與內部報告所採用的相同基準呈報。此項準則導致須予報告的分部數量由一個增加為以下四個分部，即為李寧牌、紅雙喜牌、Lotto(樂途)牌及所有其他品牌分部。

營運分部乃按與提供予本集團首席經營決策者的內部申報一致的方式申報。

商譽乃由管理層於分部層面分配至各組現金產生單位。與先前收購紅雙喜品牌分部相關的商譽繼續計入該分部。收購凱勝體育(香港)有限公司(「凱勝」)相關的商譽則有待分配，目前該商譽暫時分配至所有其他品牌分部。報告分部的變動並無導致任何額外商譽減值。本集團計量資產及負債的方法並無受進一步影響。二零零八年比較數字已予提供。

- 國際財務報告準則第7號「金融工具：披露」(修訂本)。此項修訂增加對公平值計量方面的披露要求，並修訂有關流動性風險的披露。此項修訂就金融工具的公平值計量引入三層披露系統，並要求就分類為最低層的金融工具作出特定定量披露。此等披露將有助比較各實體的公平值計量影響。此外，此項修訂釐清並改善流動性風險的現有披露規定，主要規定須分開呈列衍生與非衍生金融負債的流動性風險分析。此項修訂亦要求如有信息有助於理解流動性風險的性質及內容，則須披露金融資產的到期資料分析。本集團將會於其截至二零零九年十二月三十一日止的財務報表內作出相關額外披露。

其他須於二零零九年一月一日開始的財政年度首次強制應用的新準則、準則修訂及詮釋目前與本集團無關，或對本集團截至二零零九年六月三十日止期間並無構成重大影響。

3. 收入及分部資料

首席經營決策者(「管理層」)定期檢討本集團的內部申報，以評估業績及分配資源。管理層已根據此等報告判定經營分部。

管理層會從品牌的觀點衡量其業務。本集團擁有以下四個可報告分部，即李寧牌、紅雙喜牌、Lotto(樂途)牌和所有其他品牌分部。管理層根據經營溢利評估經營分部的表現。提供給管理層決策之用的分部資料均與財務報表計量一致。

截至二零零九年六月三十日止六個月源自李寧牌、紅雙喜牌、Lotto(樂途)牌和所有其他品牌之銷售收入分別為3,736,874,000元人民幣、219,037,000元人民幣、15,436,000元人民幣及80,508,000元人民幣，而截至二零零八年六月三十日止六個月則分別為3,002,421,000元人民幣、零、零及58,347,000元人民幣。

分部間之銷售乃公平交易採用之相同條款進行。向管理層匯報之外部客戶收入按簡明綜合中期收益表貫徹一致之方式計量。

	未經審核				總計 千元人民幣
	李寧牌 千元人民幣	紅雙喜牌 千元人民幣	Lotto (樂途)牌 千元人民幣	所有 其他品牌 千元人民幣	
截至二零零九年六月三十日止六個月					
總收入	3,736,874	220,495	23,493	85,820	4,066,682
分部間收入	—	(1,458)	(8,057)	(5,312)	(14,827)
外部客戶收入	<u>3,736,874</u>	<u>219,037</u>	<u>15,436</u>	<u>80,508</u>	<u>4,051,855</u>
經營溢利／(虧損)	<u>673,516</u>	<u>44,240</u>	<u>(35,474)</u>	<u>3,561</u>	<u>685,843</u>
經銷成本及行政開支	1,214,081	48,086	35,029	22,733	1,319,929
其中：					
- 折舊及攤銷	52,610	7,175	9,933	1,210	70,928
截至二零零八年六月三十日止六個月					
總收入	3,002,421	—	—	58,347	3,060,768
分部間收入	—	—	—	—	—
外部客戶收入	<u>3,002,421</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>58,347</u>	<u>3,060,768</u>
經營溢利／(虧損)	<u>453,723</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(1,167)</u>	<u>452,556</u>
經銷成本及行政開支	1,063,306	—	—	26,361	1,089,667
其中：					
- 折舊及攤銷	27,334	—	—	110	27,444

	李寧牌 千元人民幣	紅雙喜牌 千元人民幣	Lotto (樂途)牌 千元人民幣	所有 其他品牌 千元人民幣	總計 千元人民幣
於二零零九年六月三十日(未經審核)					
總資產	3,443,302	867,400	492,810	266,520	5,070,032
分部間撇銷	<u>(66,431)</u>	<u>(11)</u>	<u>(8,950)</u>	<u>(20,101)</u>	<u>(95,493)</u>
分部資產	<u>3,376,871</u>	<u>867,389</u>	<u>483,860</u>	<u>246,419</u>	<u>4,974,539</u>
於二零零八年十二月三十一日(經審核)					
總資產	3,496,215	841,108	—	101,148	4,438,471
分部間撇銷	<u>(101,542)</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(101,542)</u>
分部資產	<u>3,394,673</u>	<u>841,108</u>	<u>—</u>	<u>101,148</u>	<u>4,336,929</u>

經營溢利和除所得稅前溢利的調節如下：

	未經審核 截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
經營溢利	685,843	452,556
融資收入	3,340	9,772
融資成本	<u>(38,927)</u>	<u>(15,147)</u>
除所得稅前溢利	<u>650,256</u>	<u>447,181</u>

地區資料	收入		非流動資產	
	未經審核		未經審核	經審核
	截至六月三十日止六個月		二零零九年 六月三十日	二零零八年 十二月三十一日
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣	千元人民幣	千元人民幣
中國(包含香港特別行政區)	3,996,669	3,027,917	2,027,381	1,449,131
其他地區	<u>55,186</u>	<u>32,851</u>	<u>2,590</u>	<u>413</u>
總計	<u>4,051,855</u>	<u>3,060,768</u>	<u>2,029,971</u>	<u>1,449,544</u>

分地區收入以發貨目的地為基準。

分地區非流動資產不包括遞延所得稅資產(本集團並無金融工具和保險合約下產生的僱員福利資產及權利)，且以相關資產所在地為基準。

本集團擁有大量客戶。截至二零零九年六月三十日止六個月內，本集團並無任何一個單獨外部客戶產生的銷售收入達到或超過本集團總銷售收入的10%。

4. 應收貿易款項

	未經審核 二零零九年 六月三十日 千元人民幣	經審核 二零零八年 十二月三十一日 千元人民幣
應收賬款	912,229	1,055,171
應收票據	<u>93,123</u>	<u>40,710</u>
	1,005,352	1,095,881
減：應收款項減值撥備	<u>(2,243)</u>	<u>(5,305)</u>
	<u>1,003,109</u>	<u>1,090,576</u>

客戶所獲之信貸期一般為90天以內。於二零零九年六月三十日，應收貿易款項967,482,000元人民幣(二零零八年十二月三十一日：941,481,000元人民幣)未逾期也未減值。於二零零九年六月三十日，應收貿易款項35,627,000元人民幣(二零零八年十二月三十一日：149,095,000元人民幣)已逾期但未減值，此乃與數名近期並無拖欠記錄的獨立客戶有關，而於二零零九年六月三十日尚未收訖款項之賬齡介乎91至180天。

於各結算日之應收貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核 二零零九年 六月三十日 千元人民幣	經審核 二零零八年 十二月三十一日 千元人民幣
零至30天	438,478	382,364
31至60天	253,765	301,836
61至90天	275,239	257,281
91至180天	35,627	149,095
181至365天	1,441	2,708
365天以上	<u>802</u>	<u>2,597</u>
	<u>1,005,352</u>	<u>1,095,881</u>

於二零零九年六月三十日，應收貿易款項2,243,000元人民幣(二零零八年十二月三十一日：5,305,000元人民幣)已減值，並已計提全數減值撥備。減值乃首先就重大或賬齡較長的結餘進行個別評定，其他結餘根據賬齡及過往拖欠情況組合以整體評定(皆因該等客戶的信貸風險相若)。

應收貿易款項減值撥備變動分析如下：

	未經審核	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
於一月一日	5,305	4,809
應收款項減值撥備	1,530	2,333
期內撇銷為不可收回之應收款項	(1,109)	(448)
撥回未動用金額	<u>(3,483)</u>	<u>—</u>
於六月三十日	<u><u>2,243</u></u>	<u><u>6,694</u></u>

增設及解除已減值應收貿易款項撥備已於綜合收益表內計入行政開支。倘預期不能收回額外現金，一般會撇銷計入撥備賬目的款項。

於結算日，信貸風險的最高額為上述各類應收貿易款項的賬面值。本集團並無持有任何抵押品以作擔保。

5. 應付貿易款項

應付貿易款項之正常信貸期一般介乎30至60天。於各結算日之應付貿易款項賬齡分析如下：

	未經審核	經審核
	二零零九年 六月三十日 千元人民幣	二零零八年 十二月三十一日 千元人民幣
零至30天	670,284	652,739
31至60天	40,855	175,007
61至90天	4,219	27,587
91至180天	6,466	1,506
181至365天	10,761	3,618
365天以上	<u>3,674</u>	<u>3,013</u>
	<u><u>736,259</u></u>	<u><u>863,470</u></u>

6. 按性質列示開支

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
於銷售成本確認為開支之存貨成本	1,987,945	1,482,962
物業、機器及設備折舊	46,390	31,707
土地使用權及無形資產攤銷	41,023	11,007
廣告及市場推廣開支	622,697	571,037
董事及僱員福利開支	314,776	202,834
有關土地及樓宇之經營租約租金	118,739	107,179
研究及產品開發開支	94,089	91,027
運輸及物流開支	56,327	45,819
(轉回)／計提應收款項減值撥備	(1,953)	2,333
撇減存貨至可變現淨值	6,335	16,703
核數師酬金	2,032	2,110
管理諮詢費	42,065	27,228
差旅及業務招待費	50,813	38,656
其他開支	53,946	37,639
	<u>3,435,224</u>	<u>2,668,241</u>
銷售成本、經銷成本及行政開支總額		

7. 其他收入

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
政府補助(附註a)	<u>69,212</u>	<u>60,029</u>

附註：

- (a) 截至二零零九年六月三十日止六個月，本集團取得中國多個地方政府補助為69,212,000元人民幣(二零零八年六月三十日：60,029,000元人民幣)。

8. 融資收入及成本

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
銀行結餘及存款之利息收入	3,340	5,198
外幣匯兌收益淨額	—	4,574
融資收入	3,340	9,772
貼現攤銷 - 應付特許使用費	(20,019)	(2,336)
銀行借貸利息開支	(14,458)	(12,811)
外幣匯兌虧損淨額	(1,548)	—
銀行及其他開支	(2,902)	—
融資成本	(38,927)	(15,147)
融資成本 - 淨額	(35,587)	(5,375)

9. 所得稅

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
當期所得稅		
- 香港利得稅 (附註b)	786	639
- 中國企業所得稅 (附註c)	172,416	124,052
	173,202	124,691
遞延所得稅	(7,981)	(11,242)
	165,221	113,449

附註：

- (a) 本公司於開曼群島註冊成立。根據開曼群島現時法律，本公司毋須繳付收入、財產、公司、資本收益或其他應繳付之稅款。本公司之附屬公司RealSports Pte Ltd.乃根據英屬處女群島之國際商業公司法註冊成立，獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- (b) 截至二零零九年六月三十日止六個月，香港利得稅乃根據源自香港之估計應課稅溢利按16.5%之稅率(二零零八年六月三十日：16.5%)作出撥備。
- (c) 中國企業所得稅撥備乃根據本集團現時屬下各中國公司之應課稅收入按25%之法定稅率(二零零八年六月三十日：25%)計算，惟本公司若干附屬公司乃根據有關中國稅務法則及規定而按20%之優惠稅率繳稅。

10. 每股盈利

基本

每股基本盈利乃按本公司權益持有人應佔溢利除以期內已發行普通股扣除就限制性股份獎勵計劃持有股份之加權平均數計算。

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
本公司權益持有人應佔溢利	<u>472,540</u>	<u>333,732</u>
已發行普通股減就限制性股份獎勵計劃持有股份 之加權平均數(千股)	<u>1,037,926</u>	<u>1,035,285</u>
每股基本盈利(分人民幣)	<u>45.53</u>	<u>32.24</u>

攤薄

每股攤薄盈利乃按調整已發行普通股之加權平均數以假設全數兌換具攤薄影響之潛在普通股計算。本公司具攤薄影響之潛在普通股包括根據購股權計劃而發行之股份及就限制性股份獎勵計劃持有之股份。本公司會作出計算，以釐定根據未行使購股權所附認購權及未歸屬獎勵股份之幣值按公平值(按本公司股份之期內平均股份市價計算)所能收購之股份數目。按上述方法計算之股份數目與假設行使購股權及授出獎勵股份而發行之股份數目作比較，就其差異作出調整以得出計算每股攤薄盈利之加權平均股份數目，詳情如下：

	未經審核	
	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 千元人民幣	二零零八年 千元人民幣
本公司權益持有人應佔溢利，用於釐定每股攤薄盈利	<u>472,540</u>	<u>333,732</u>
已發行普通股減就限制性股份獎勵計劃持有股份 之加權平均數(千股)	<u>1,037,926</u>	<u>1,035,285</u>
就購股權及獎勵股份作出調整(千股)	<u>12,641</u>	<u>15,948</u>
每股攤薄盈利之普通股加權平均數(千股)	<u>1,050,567</u>	<u>1,051,233</u>
每股攤薄盈利(分人民幣)	<u>44.98</u>	<u>31.75</u>

11. 股息

截至二零零八年十二月三十一日止年度之末期股息合共114,508,000元人民幣(截至二零零七年十二月三十一日止年度之末期及特別股息：175,407,000元人民幣)已於二零零九年五月派付。

此外，董事會於二零零九年八月二十六日宣派截至二零零九年六月三十日止六個月之中期股息每股普通股13.58分人民幣(二零零八年六月三十日：9.63分人民幣)。該股息將於二零零九年九月二十五日或前後派付予於二零零九年九月十八日名列本公司股東名冊之股東。此項為數141,761,000元人民幣(二零零八年六月三十日：100,071,000元人民幣)之中期股息並未於本中期財務資料中被確認為負債，而將於截至二零零九年十二月三十一日止年度之本集團及本公司財務報表中確認為可供分派儲備之分配。

中期股息

董事會決議宣派截至二零零九年六月三十日止六個月之中期股息每股普通股13.58分人民幣(二零零八年：9.63分人民幣)，較去年同期增加41.0%。該股息將按本公告日中國人民銀行所報人民幣兌港元的官方基準匯率1.00港元兌0.8814元人民幣換算成港元，於二零零九年九月二十五日或前後派付予於二零零九年九月十八日登記在本公司股東名冊上之股東。

截止過戶日期

為確定享有中期股息的權利，本公司將於二零零九年九月十七日(星期四)至二零零九年九月十八日(星期五)(首尾兩日包括在內)暫停辦理股份過戶手續。如欲符合資格以獲派中期股息，所有過戶文件連同有關股票須於二零零九年九月十六日(星期三)下午四時三十分前送達本公司之股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理股份過戶登記手續。

管理層討論與分析

二零零九年上半年，全球經濟危機的影響持續，中國經濟乃至全球經濟仍處於動盪中調整的局面。國內經濟在中央政府推出的一系列經濟刺激計劃作用下，從二季度開始逐步出現回暖跡象。但是，相關數據顯示當前出現的經濟回暖主要依靠政府推動，社會投資帶動消費的效果尚不明顯，經濟回升基礎還不穩定。加上全球經濟仍未走出金融危機的陰影，中國經濟回升的外部環境仍有較大的不確定因素。

在此複雜的經濟環境下，本集團立足於增強自身實力，一方面著重提升核心競爭力，另一方面加大新業務開發力度，搭建多品牌架構，同時通過穩健有效的管理措施，使二零零九年上半年各項業績指標表現良好。

財務回顧

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月的主要業績及財務指標呈列如下：

	未經審核		變動 (%)
	截至六月三十日止六個月 二零零九年	二零零八年	
收益表項目			
(除特別註明外，所有金額均以千元人民幣列示)			
收入	4,051,855	3,060,768	32.4
毛利	1,936,560	1,482,194	30.7
經營溢利	685,843	452,556	51.5
息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)	773,256	495,270	56.1
權益持有人應佔溢利	472,540	333,732	41.6
每股基本盈利(分人民幣)(附註1)	45.53	32.24	41.2
主要財務比率			
盈利能力比率			
毛利率(%)	47.8	48.4	
經營溢利率(%)	16.9	14.8	
實際稅率(%)	25.4	25.4	
權益持有人應佔溢利率(%)	11.7	10.9	
權益持有人應佔權益回報率 - 半年(%)	22.5	18.3	
資產效率比率			
平均存貨周轉期(天)(附註2)	56	61	
平均應收貿易款項周轉期(天)(附註3)	47	47	
平均應付貿易款項周轉期(天)(附註4)	68	71	
	未經審核	經審核	
	二零零九年	二零零八年	
	六月三十日	十二月三十一日	
資產比率			
負債對權益比率(%) (附註5)	107.6	118.5	
每股資產淨值(分人民幣)	240.85	201.51	

附註：

1. 每股基本盈利乃根據期內本公司權益持有人應佔溢利除以已發行普通股股份扣除就限制性股份獎勵計劃持有之普通股股份之加權平均股數計算。
2. 平均存貨周轉期(天)乃按存貨之期初及期末平均結餘除以銷售成本再乘以期內天數計算。
3. 平均應收貿易款項周轉期(天)乃按應收貿易款項之期初及期末平均結餘除以收入再乘以期內天數計算。
4. 平均應付貿易款項周轉期(天)乃按應付貿易款項之期初及期末平均結餘除以總採購額再乘以期內天數計算。
5. 負債對權益比率乃按期末負債總值除以本公司權益持有人應佔權益計算。

收入

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月的收入達4,051,855,000元人民幣，較去年同期增長32.4%。

按品牌和產品種類劃分之收入明細

	截至六月三十日止六個月				收入增長 (%)
	二零零九年		二零零八年		
	千元人民幣	佔總收入 之百分比	千元人民幣	佔總收入 之百分比	
李寧牌					
鞋類	1,716,824	42.4	1,385,329	45.3	23.9
服裝	1,812,696	44.7	1,448,690	47.3	25.1
器材／配件	207,354	5.1	168,402	5.5	23.1
總計	3,736,874	92.2	3,002,421	98.1	24.5
紅雙喜牌					
器材／配件	219,037	5.4	不適用	不適用	不適用
總計	219,037	5.4	不適用	不適用	不適用
Lotto (樂途) 牌					
鞋類	6,153	0.2	不適用	不適用	不適用
服裝	8,939	0.2	不適用	不適用	不適用
配件	344	0.0	不適用	不適用	不適用
總計	15,436	0.4	不適用	不適用	不適用
其他品牌*					
鞋類	24,947	0.6	18,973	0.6	31.5
服裝	46,826	1.2	37,358	1.2	25.3
器材／配件	8,735	0.2	2,016	0.1	333.4
總計	80,508	2.0	58,347	1.9	38.0
整體					
鞋類	1,747,924	43.2	1,404,302	45.9	24.5
服裝	1,868,461	46.1	1,486,048	48.5	25.7
器材／配件	435,470	10.7	170,418	5.6	155.5
總計	4,051,855	100.0	3,060,768	100.0	32.4

* 包括AIGLE(艾高)、Z-DO(新動)和Kason(凱勝)。

本集團核心品牌李寧牌的收入佔集團總收入92.2%，達3,736,874,000元人民幣，較去年同期增長24.5%，其中，鞋類產品增長23.9%，服裝產品增長25.1%，器材和配件產品增長23.1%。受全球金融危機的影響，二零零九年上半年體育用品行業增長壓力依然較大。儘管經濟環境充滿挑戰，本集團仍透過加大以下方面的投入，實現收入持續穩定增長，包括：(i)加強渠道支持，不斷擴大銷售渠道覆蓋，同時重點加強零售終端管理和提升零售服務水平；(ii)迎合細分市場與消費者偏好的產品研發和設計，重點推出新業務－李寧牌羽毛球產品；以及(iii)推進靈活有效的供應鏈體系建設，持續提升運營效率。

去年下半年新加入本集團旗下的紅雙喜牌和Lotto(樂途)牌的收入分別為219,037,000元人民幣及15,436,000元人民幣，分別佔集團總收入的5.4%和0.4%。AIGLE(艾高)、Z-DO(新動)和Kason(凱勝)牌於期內的收入合共80,508,000元人民幣，佔集團總收入比例較小。

各銷售渠道佔收入之百分比

	截至六月三十日止六個月	
	二零零九年 佔總收入 之百分比	二零零八年 佔總收入 之百分比
李寧牌		
中國市場		
銷售予特許經銷商	81.3	84.5
直接經營零售店舖銷售	10.1	12.5
國際市場	0.8	1.1
紅雙喜牌		
中國市場		
批發和綜合體育用品商店銷售	4.8	不適用
國際市場	0.6	不適用
Lotto(樂途)牌		
中國市場		
銷售予特許經銷商	0.2	不適用
直接經營零售店舖銷售	0.2	不適用
其他品牌*		
中國市場	2.0	1.9
總計	100.0	100.0

* 包括AIGLE(艾高)、Z-DO(新動)和Kason(凱勝)。

李寧牌產品的主要銷售渠道為特許經銷，亦通過直接經營之零售店舖進行銷售。李寧牌期內銷售予特許經銷商的收入達3,293,055,000元人民幣，同比增長27.3%，佔李寧牌期內總收入88.1%；通過直接經營零售店舖的銷售收入達412,631,000元人民幣，同比增長7.8%，佔李寧牌期內總收入11.0%。上述收入增長趨勢符合李寧牌以特許經銷方式為主的銷售模式。

紅雙喜牌產品主要通過批發和綜合體育用品商店進行銷售。

Lotto(樂途)牌產品則通過特許經銷商和直接經營零售店舖銷售其產品，期內銷售予特許經銷商的收入為8,281,000元人民幣，通過直接經營零售店舖的銷售收入為7,155,000元人民幣，分別佔Lotto(樂途)牌期內總收入的53.6%和46.4%。

按地區劃分之收入明細

	附註	截至六月三十日止六個月				收入增長 (%)
		二零零九年		二零零八年		
		千元人民幣	佔總收入 之百分比	千元人民幣	佔總收入 之百分比	
李寧牌						
中國市場						
東部	1	1,460,464	36.0	1,191,725	38.9	22.6
北部	2	1,574,544	38.9	1,246,381	40.7	26.3
南部	3	670,678	16.5	531,464	17.4	26.2
國際市場		31,188	0.8	32,851	1.1	-5.1
紅雙喜牌						
中國市場		195,039	4.8	不適用	不適用	不適用
國際市場		23,998	0.6	不適用	不適用	不適用
Lotto(樂途)牌						
中國市場		15,436	0.4	不適用	不適用	不適用
其他品牌*						
中國市場		80,508	2.0	58,347	1.9	38.0
總計		4,051,855	100.0	3,060,768	100.0	32.4

* 包括AIGLE(艾高)、Z-DO(新動)和Kason(凱勝)。

附註：

1. 東部包括上海、浙江、江蘇、安徽、湖北、湖南、江西及山東。
2. 北部包括北京、陝西、新疆、甘肅、青海、寧夏、河北、河南、天津、山西、內蒙古、遼寧、吉林及黑龍江。
3. 南部包括廣東、廣西、福建、海南、四川、重慶、貴州、雲南及西藏。

期內，李寧牌東部區域收入同比增長22.6%，較北部和南部區域的增長略緩，主要是該區域受經濟危機影響較大以及相對較高的市場飽和度所致。本集團正致力於渠道市場監察和加強對店舖零售能力的管控，保持該區域未來收入的持續穩定增長。受全球金融危機的直接影響，國際市場收入同比下降5.1%。

銷售成本及毛利

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之銷售成本為2,115,295,000元人民幣(二零零八年：1,578,574,000元人民幣)，整體毛利率為47.8%(二零零八年：48.4%)。整體毛利率略低於去年，主要是受集團新品牌產品定位差異和折價清理部分Lotto(樂途)牌舊貨的影響。

其中，李寧牌的銷售成本為1,915,445,000元人民幣(二零零八年：1,545,421,000元人民幣)，毛利率為48.7%(二零零八年：48.5%)。上半年，在宏觀經濟回暖趨勢不明顯、消費信心不足的情況下，本集團通過合理控制成本以及合乎品牌競爭力的定價策略，維持穩定毛利率水平。

紅雙喜牌的銷售成本為129,754,000元人民幣，毛利率為40.8%，紅雙喜牌毛利率符合該品牌定位預期。

Lotto(樂途)牌的銷售成本為15,881,000元人民幣，毛利率為-2.9%。毛利率水平呈現負數，主要原因是將較高的產品開發費用計入期內的銷售成本，該會計處理在本集團根據國際會計準則編製的財務報表中一貫應用，剔除該費用的毛利率則為42.0%。根據本集團於二零零八年七月三十一日與Lotto(樂途)商標特許協議一併簽訂的相關協議，本集團須接收Lotto(樂途)牌在國內的存貨，本集團於期內折價清理該等舊貨，毛利率亦因此受到影響。

經銷成本

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之經銷成本為1,038,764,000元人民幣(二零零八年：898,410,000元人民幣)，佔本集團總收入25.6%(二零零八年：29.4%)。

其中，李寧牌的經銷成本為969,028,000元人民幣(二零零八年：879,552,000元人民幣)，佔李寧牌收入的25.9%，較去年同期29.3%下降3.4個百分點。期內，集團在廣告開支方面低於去年同期奧運營銷大幅投入的水平，贊助、店舖裝修費以及運輸物流費等開支增長保持穩定；同時，有賴於整體有效的開支管

理，營銷人員薪金及福利費用上升平穩，折舊及其他日常費用等保持穩定，使整體經銷成本佔總收入比例較去年同期有所下降。

紅雙喜牌的經銷成本為18,207,000元人民幣，佔紅雙喜牌收入的8.3%，主要包括廣告開支、贊助等市場費用以及營銷人員薪金福利。

Lotto(樂途)牌的經銷成本為32,285,000元人民幣，佔Lotto(樂途)牌收入的209.2%，其中包含期內分攤的特許使用費9,845,000元人民幣，剔除該分攤特許使用費的經銷成本佔Lotto(樂途)牌收入的145.4%。自本年度開始，有關Lotto(樂途)商標為期20年的特許使用權(「樂途特許權」)依照國際會計準則以折現後的價值393,798,000元人民幣作為「無形資產—特許使用權」確認，並按直線法平均攤銷至每個受益期內。經銷成本還主要包含廣告開支、商場促銷以及日常經營費用。本集團於二零零九年就Lotto(樂途)品牌進行全方位的渠道拓展和品牌推廣，期內廣告開支、商場促銷、渠道建設等市場費用因而較高。

行政開支

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之行政開支為281,165,000元人民幣(二零零八年：191,257,000元人民幣)，佔本集團總收入6.9%(二零零八年：6.2%)。

其中，李寧牌的行政開支為245,053,000元人民幣(二零零八年：183,754,000元人民幣)，主要包括董事及員工成本、管理諮詢費用、基礎研發費用、辦公室租金、資產減值準備、折舊及攤銷以及各類日常費用。行政開支佔李寧牌收入的6.6%，較去年同期6.1%上升0.5個百分點。由於集團業務快速發展和戰略需要，本集團期內在人力資源及諮詢方面加大了投入。隨著市場價格的上升，辦公室租金以及其他各類日常費用等亦隨之上漲。

紅雙喜牌的行政開支為29,879,000元人民幣，佔紅雙喜牌收入的13.6%，主要包括員工成本、折舊與攤銷以及其他日常費用。

Lotto(樂途)牌的行政開支為2,744,000元人民幣，佔Lotto(樂途)牌收入的17.8%，主要包括員工成本、基礎研發、折舊與攤銷以及其他日常費用。

息稅前利潤加折舊及攤銷(EBITDA)

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之息稅前利潤加折舊及攤銷為773,256,000元人民幣(二零零八年：495,270,000元人民幣)，較去年同期增長56.1%。

其中，李寧牌的息稅前利潤加折舊及攤銷為740,447,000元人民幣(二零零八年：496,327,000元人民幣)，較去年同期增長49.2%，主要獲益於穩定的毛利率以及經銷成本率的顯著降低。

紅雙喜牌的息稅前利潤加折舊及攤銷為53,256,000元人民幣。

Lotto(樂途)品牌尚處於前期開發和推廣階段，承擔了較高的產品開發費用和品牌推廣費，因此期內息稅前利潤加折舊及攤銷為-25,218,000元人民幣。

融資成本

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之融資成本淨額為35,587,000元人民幣(二零零八年：5,375,000元人民幣)，佔本集團總收入0.9%，其中包含樂途特許權應付特許使用費依照國際會計準則折現後按實際利率法在期內確認的利息支出15,208,000元人民幣。

所得稅開支

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之所得稅開支為165,221,000人民幣(二零零八年：113,449,000元人民幣)，實際稅率為25.4%(二零零八年：25.4%)。

綜合盈利能力

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月之權益持有人應佔溢利為472,540,000元人民幣(二零零八年：333,732,000元人民幣)，較去年同期增長41.6%。期內權益持有人應佔溢利率為11.7%(二零零八年：10.9%)，較去年同期增長0.8個百分點。

期內，本集團權益回報率為22.5%(二零零八年：18.3%)，較去年同期增長4.2個百分點。管理層秉承股東利益最大化的目標，充分利用資源、專業化組織經營以及合理管控費用，使本集團獲得較高的權益回報率。

存貨撥備

本集團二零零九年上半年之存貨撥備政策與二零零八年相同。本集團存貨核算按成本與可變現淨值較低者入賬。若可變現淨值低於成本，本集團即按其差額計提存貨撥備。

於二零零九年六月三十日，累計計提的存貨撥備為74,486,000元人民幣(二零零八年十二月三十一日：68,151,000元人民幣)。

呆賬撥備

本集團二零零九年上半年之呆賬撥備政策與二零零八年相同。

於二零零九年六月三十日，累計計提的呆賬撥備為2,243,000元人民幣(二零零八年十二月三十一日：5,305,000元人民幣)。

資金流動性及財政資源

本集團截至二零零九年六月三十日止六個月來自經營活動之現金淨流入為723,323,000元人民幣(二零零八年：574,986,000元人民幣)。於二零零九年六月三十日之現金及等同現金項目(包括銀行現金及手頭現金，以及原到期日不超過三個月的定期存款)為1,041,597,000元人民幣，較二零零八年十二月三十一日淨增加253,557,000元人民幣。該增加由以下各項組成：

項目	截至二零零九年 六月三十日止六個月 千元人民幣
經營活動產生之現金淨流入	723,323
淨資本性支出*	(77,803)
收購凱勝支付之款項	(79,080)
派付股息	(114,508)
銀行借貸所得淨額	(296,030)
受限制之銀行存款淨減少	99,227
其他現金淨流出	(1,572)
	<hr/>
現金及等同現金項目淨增加	<u>253,557</u>

* 淨資本性支出中已扣減購買土地收到的政府返還款。

本集團一向採取審慎的資金管理政策，以保障資金的安全和流動性為基本原則，流動資金充裕。通過有效的融資管理，期末銀行借貸餘額從期初的607,480,000元人民幣減少至311,410,000元人民幣，節約了銀行借貸利息開支。未償還銀行借貸對權益持有人應佔權益比率為13.6%(二零零八年十二月三十一日：32.0%)。

本集團同時備有足夠的銀行信貸額度，以應付日常運營以及未來發展的資金需求。於二零零九年六月三十日，本集團之備用銀行信貸總額為1,510,560,000元人民幣，其中未償還銀行借貸已佔用311,410,000元人民幣。

於二零零九年六月三十日，本集團並無利用掉期安排對沖利率風險。

外匯風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。期內，集團為開拓國際業務設立新加坡子公司，以新加坡元作為當地功能性貨幣，隨著國際業務的不斷發展，以新加坡元結算的交易將逐步增加。本集團有少量現金及銀行存款以港元、美元、歐元及新加坡元計值。本公司宣派股息時亦以港元派付。此外，本集團以美元或歐元支付若干特許使用費和贊助費，及以港元償還若干銀行借貸。

期內，本集團並無就匯率波動風險進行對沖安排，外幣兌換人民幣之任何重大匯率波動可能會對本集團造成財務影響。

資產抵押

於二零零九年六月三十日，本集團有賬面淨值為42,410,000元人民幣的樓宇(二零零八年十二月三十一日：45,469,000元人民幣)和賬面淨值為78,600,000元人民幣的土地使用權(二零零八年十二月三十一日：79,525,000元人民幣)用於抵押以獲取本集團若干銀行借貸。

或然負債

期內，本集團終止了就一家關聯公司的銀行借款提供的財務擔保。於二零零九年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

經營回顧

二零零九年上半年，受經濟環境和上年庫存壓力影響，各主要競爭品牌促銷頻繁。同時，上半年多雨及高溫的氣候也影響了客流。在不利的市場環境下，本集團積極應對挑戰，通過品牌整合營銷及推廣、產品設計與研發、銷售渠道拓展及管理以及供應鏈管理各方面措施，實現業務持續穩定發展。

在重點健康發展李寧品牌核心業務的同時，本集團亦不斷開拓新業務，進入新的市場細分，力求為集團長遠發展帶來新的增長點。

李寧品牌

品牌營銷及推廣

品牌建設是本集團業務重點，也是集團核心能力的體現。二零零九年八月，在中央電視台主辦的「新中國成立60周年－推動中國經濟·影響民眾生活的60個品牌」評選活動中，李寧品牌與多個國內知名品牌一同獲選，充分顯示李寧品牌具有深遠的品牌影響力和良好的品牌形象。

本集團長期積累的各项運動營銷資源以及不斷增強的整合營銷能力，在後奧運時代繼續提升李寧品牌形象和品牌資產。二零零九年三月，本集團宣布贊助兩屆奧運冠軍、三次國際田聯年度最佳女運動員得主、26次打破世界記錄的俄羅斯女子撐杆跳運動員葉琳娜·伊辛巴耶娃(Elena Isinbayeva)。本集團旗下其他出色的運動營銷資源，包括中國國家羽毛球、乒乓球、跳水、體操和射擊五支金牌國家隊、西班牙國家籃球隊以及阿根廷國家籃球隊等，帶著過往的輝煌戰績，繼續向2012年倫敦奧運會進發。

本集團期內各運動項目的重點營銷舉措如下：

羽毛球

二零零九年四月，本集團正式簽約中國國家羽毛球隊，並就此項贊助進行了一系列整合市場、產品及零售的營銷活動。

本集團於今年四月份在北京舉行「簽約中國國家羽毛球隊發布會」，繼而於五月份在廣州天河城舉行「中國國家羽毛球隊出征蘇迪曼杯暨裝備發布儀式」。此外，由眾多羽毛球明星參與的消費者互動活動，以及以中國國家羽毛球隊為主題的戶外和媒體廣告投放，顯著提升了李寧牌羽毛球產品在消費者心目中的地位以及李寧牌與羽毛球運動的關聯度。

本集團除為中國國家羽毛球隊提供全套專業裝備外，更為林丹、蔡贇等重點球星打造個性化產品。今年五月份中國羽毛球隊以李寧牌全套專業裝備出戰蘇迪曼杯，連續三次蟬聯、第七次捧起蘇迪曼杯，李寧牌羽毛球球拍、服裝及鞋等全套裝備首次登上國際賽場。

羽毛球運動在中國正處於蓬勃發展的黃金時期。羽毛球在中國參與人數眾多，是增長速度最快的運動之一。羽毛球項目在近三屆奧運會上的電視報道量和觀眾人數快速攀升，北京奧運期間更是達到了全新的高度。踏足羽毛球市場，是本集團在運動項目差異化方面的重要戰略，羽毛球產品將作為集團未來戰略規劃中重點發展的項目。

期內，李寧牌羽毛球產品亦開始了世界最大羽毛球市場之一的東南亞區域的拓展。本公司在今年六月份宣布贊助新加坡國家羽毛球隊及新加坡公開賽，並於七月份在新加坡ION Orchard商場開設首間羽毛球旗艦店。這是集團品牌國際化的一個重要里程碑，為集團拓展海外市場奠定良好的基礎。

跑步

跑步在中國亦是一項大眾普及性很高的運動，本集團跑步運動的推廣贊助也著重覆蓋更多群眾。

- 本集團國內首家跑步互動平台—李寧iRUN跑步俱樂部成立將近三年，該俱樂部組織會員廣泛參與國內多項賽事，建立融合跑步專業知識、會員社區與論壇、跑步產品介紹、娛樂和活動等多項功能的網站(www.irun.cn)，為跑步項目產品發展的一個綜合資源平台。

- 配合全新第六代超輕「蟬影」跑鞋的上市，本集團於期內推出「撒開跑、就快活」的「Fun Run」理念，並正式與新浪網合作，加強廣大消費者對跑步的認識。今年五月份在北京舉辦以夜跑為主題的「李寧FUNRUN超級晚」跑步活動，近五千名參加者在六公里夜跑、明星演唱會玩樂中體驗跑步的樂趣，進一步增強了品牌的時尚性與消費者好感。
- 本集團贊助了國內17支省級田徑隊，並已就短跑、中跑、長跑、投擲、400米跨欄、馬拉松多個田徑項目進行產品專項開發設計，在即將召開的第十一屆全國運動會上，多個田徑項目將有李寧牌產品的曝光。

健身

- 本集團在健身運動的推廣方面力求突出品牌差異化和個性，強調東方女性獨有的魅力，期內首推「Inner Shine」主題，結合電視、互聯網絡、戶外廣告等傳播工具，突出東方美和李寧品牌的個性，演譯「Inner Shine」理念，引起女性消費者的廣泛迴響。
- 繼與北京青島瑜伽的合作，本集團於二零零九年六月與中國第一家體育上市公司一中體產業集團股份有限公司設立的北京中體健身投資管理有限公司(「中體」)簽署合作協議。此次合作囊括了中體旗下「中體健身會」(社區健身俱樂部)以及「中體倍力健身俱樂部」(商業健身俱樂部)兩個俱樂部品牌。本集團將與中體在全國多個城市的俱樂部就員工制服、專業裝備、專業課程、市場活動、健身大會及業內教練培訓等多個領域進行合作。

籃球

本集團目前共簽約三位NBA球星，包括沙奎·奧尼爾(Shaquille O'Neal)、巴朗·戴維斯(Baron Davis)和何塞·卡爾德隆(Jose Calderon)。期內，本集團推出一系列推廣活動，如於旗艦店限量發售奧尼爾的全明星MVP紀念鞋、在今年一季度的「鬥硬 誰怕誰」品牌營銷中，吸引眾多消費者參與。這既是本集團籃球運動的寶貴營銷資源，亦是集團推進國際化和專業化戰略的成果。

網球

二零零九年二月，本集團宣布贊助澳洲網球公開賽、溫布爾登(Wimbledon)網球公開賽二零零六年女子雙打冠軍以及二零零八年北京奧運會女子網球雙打銅牌得主晏紫。法國網球公開賽青少年組男子單打冠軍華人選手楊宗樞亦是以李寧牌網球裝備出戰。此外，作為職業網球選手聯合會(ATP)的中國官方市場合作夥伴，本集團在本賽季「ATP球員球衣贊助計劃」下贊助約20名ATP球員，包括伊萬·柳比西奇(Ivan Ljubicic)和榮獲二零零九年法國網球公開賽男子雙打亞軍的斯里·穆迪(Wesley Moodie)。這些在網球領域的贊助與推廣，積極推進了本集團網球產品及整個李寧品牌的發展。

社區營銷活動

本集團亦廣泛舉辦以普及大眾為目標的營銷活動，贊助和舉辦面向廣大運動愛好者和青少年的活動，如贊助中國大學生足球聯賽(CUFL)、舉辦李寧中國籃球選秀營等。由本集團精心策劃，旨在鼓勵廣大運動愛好者參加體育運動、享受運動樂趣的「李寧英雄大篷車」活動將於年內舉辦為期175天的活動，穿梭於中國的大江南北，足跡到達70個大中城市，直接參與人數將超過25萬人。此外，「李寧運動天地」網頁亦在中央電視台官方網站的體育社區上線。將營銷活動大範圍植根於現時體育運動用品主要消費群及未來的消費主力軍，對品牌建設與本集團長期發展均具有深遠和正面的影響。

為更清晰地定位目標消費群，樹立品牌的獨特定位與個性，本集團於期內繼續展開李寧品牌重塑的籌備工作，其中品牌策略與產品規劃的籌備已基本完成，後續將重點訂定進行零售終端消費者溝通策略。

產品設計和研發

作為中國體育行業領先的運動品牌，本集團致力於產品研發，提升產品科技含量，力求為消費者提供專業與切合其需求的產品。

本集團於中國內地、香港及美國俄勒崗州波特蘭市設有設計研發中心，具備優秀的專業團隊，並一直與多個著名學府及專業機構進行研發合作。於二零零八年十一月落成的李寧運動科學研究中心，致力於運動科學研究、產品測試、核心科技的研發以及提高產品功能等領域，有利於進一步提高本集團的研發水平，同時為中國體育用品的科技創新作出貢獻。

本集團國內外各項運動贊助必須以強大的產品設計和研發實力作後盾：

- 期內本集團簽約中國國家羽毛球隊。羽毛球運動對裝備的技術要求非常高。本集團研發團隊對羽毛球運動技術發展的最前線趨勢進行深入充分的瞭解，針對運動特點，使用特殊工藝，為運動員提供專業、全面、度身定制的產品。鞋產品方面，進行專項產品橡膠配方的研發以及專項配方止滑及耐久性改良等，僅在六個月內完成設計／開發／量產，比傳統流程節省50%時間；服裝工藝方面，運用無縫貼合、無縫一體織和四針六線等先進工藝；而以「風」、「火」、「山」、「林」命名的四類不同屬性的球拍，更是中國傳統兵法精髓與現代運動科技發展的結合。二零零九年五月，中國國

家羽毛球隊使用李寧牌全套羽毛球裝備問鼎蘇迪曼杯，無論是球拍的手感和攻擊力、球鞋的舒適度和保護性以及服裝的合體和吸濕排汗，李寧牌羽毛球產品的技術表現和應用體驗均滿足了國家羽毛球隊的專業需求。

- 本集團專項設計開發著名撐杆跳運動員葉琳娜·伊辛巴耶娃(Elena Isinbayeva)的比賽鞋，配合服裝產品，獲得伊辛巴耶娃的高度認可。NBA球星沙奎·奧尼爾(Shaquille O’Neal)全明星賽產品、伊萬·柳比西奇(Ivan Ljubicic)澳網、晏紫法網專業比賽產品、中國足球明星俱樂部聯賽專業產品等，均彰顯本集團的設計與研發實力。

超輕跑鞋是本集團產品亮點，目前包括突出時尚舒適的「Superlight」和注重運動功能的「Functionlight」兩個系列。本集團特意將產品細分，突出產品定位，使跑鞋產品更加完善和專業，讓消費者選擇適合自己需要的跑鞋。期內上市的第六代超輕系列跑鞋「蟬影」隸屬「Superlight」系列，利用仿生學原理，設計時最大程度的考慮減輕鞋重和保持超凡透氣性，同時兼顧鞋面的支撐保護性和鞋底足夠的抓地力，廣受消費者歡迎。同期上市的「Functionlight」系列城市漫步跑鞋，簡單實用的結構同時顯現了高科技含量。從首款「Runfree」超輕跑鞋到第六代的「蟬影」，每一代李寧超輕跑鞋都給消費者帶來輕盈舒適的穿著體驗，同時具有專業級別的輕質與穩定，體現本集團的創新概念和研發實力。

完善的產品需要強大的研發支持。本集團繼續進行核心專利「李寧弓」減震科技的深度開發、研製符合大多數中國人腳型的「李寧楦」體系以及鞋底部科技體系的發展與改良等。服裝材料科技方面，本集團聯同核心材料供應商開發一系列AT DRY SMART材料應用於功能性產品，改善吸濕、快速排汗等功能，為消費者帶來舒適的穿著體驗。

本集團亦非常重視提升產品設計與研發的效率，不斷優化研發流程，利用內部產品生命周期管理系統，設立版型數據、縫製工藝數據等多個資料數據庫，讓不同部門在同一平台實現資源共享，讓流程更專業及工作更具效率。同時，本集團在北京、佛山、香港三地設立服裝材料圖書館，分享最新科技資訊，貼近潮流新趨勢。

渠道拓展和管理

期內，李寧牌零售店舖數量保持了穩定增長。截至二零零九年六月三十日，李寧牌於中國的零售店舖達6,809間，期內淨增加564間，經銷及零售網絡包括：

- 130名經銷商，在中國各地經營合共6,464間李寧牌特許零售店舖；及
- 在中國北京、上海及15個省份擁有合共345間李寧牌直接經營零售店舖。

特許及直接經營之店舖數目

李寧牌店舖	二零零九年 六月三十日	二零零八年 十二月三十一日	變動 (%)
特許經銷零售店舖	6,464	5,935	8.9
直接經營零售店舖	<u>345</u>	<u>310</u>	11.3
總計	<u>6,809</u>	<u>6,245</u>	9.0

本集團認為二、三線市場為中國最具潛力之增長市場，李寧牌期內新開店超過80%集中在該等層級市場。除以二、三線市場為重點的策略性渠道滲透外，李寧牌產品已在中國建立廣泛具規模之經銷和零售網絡，銷售點遍及所有省份和直轄市。

按地區劃分之店舖數目

李寧牌店舖	二零零九年 六月三十日	二零零八年 十二月三十一日	變動 (%)
東部(附註1)	2,918	2,587	12.8
北部(附註2)	2,373	2,204	7.7
南部(附註3)	<u>1,518</u>	<u>1,454</u>	4.4
總計	<u>6,809</u>	<u>6,245</u>	9.0

附註：

1. 東部包括上海、浙江、江蘇、安徽、湖北、湖南、江西及山東。
2. 北部包括北京、陝西、新疆、甘肅、青海、寧夏、河北、河南、天津、山西、內蒙古、遼寧、吉林及黑龍江。
3. 南部包括廣東、廣西、福建、海南、四川、重慶、貴州、雲南及西藏。

於二零零九年上半年，李寧牌在渠道拓展和管理方面的各項措施如下：

- 致力拓展銷售渠道覆蓋，店舖增長速度理想；
- 積極覓選有利地點開設旗艦店。李寧牌在中國超大及多個一線城市的黃金地段，均設有面積大、環境好、貨品陳列齊全的旗艦店，提升李寧品牌的市場影響力並促進產品銷售。截至二零零九年六月三十日，李寧牌旗艦店總數達11家；
- 繼續提升現有店舖，店面裝修更趨時尚，突出專業體育屬性和東方元素，體現李寧品牌的個性、主張和精神，提升消費者運動及消費體驗；及
- 著重提升銷售渠道控制力，包括對經銷商、分銷商以及零售終端的管控能力，致力提升店效。

供應鏈管理

本集團致力改革傳統供應鏈模式，構建需求驅動以及靈活有效的供應鏈體系。於二零零九年上半年，本集團於供應鏈管理方面的舉措如下：

- 為經銷商舉辦了兩次李寧牌新產品大型訂貨會；
- 持續優化供應鏈規劃，按需而出，量出為入，降低最小存貨在庫數量及時間，推進期貨物流直發，緩解物流運作壓力，同時優化訂單工作機制，理順供應鏈運作；
- 針對零售需求及產品屬性，採取差異化物流配送模式，整合物流資源，提高物流運作效率，控制物流支出及縮短在庫及運輸時間；
- 建設供應商信息庫，對各交貨期的定單需求數量、累計完成數量、在製品數量以及未上線數量等實施監測，為日後需求調整提供支持；
- 優化採購體系及成本管理，建立採購中心，整合資源，提升採購效率和降低採購成本；
- 為使供應鏈布局更貼合市場以及對市場做出更快的反應，同時減低成本上漲的壓力，本集團邀請核心供應商到湖北省荊門市工業園建立生產基地，並正於該工業園建立「李寧物流中心」，發展一體化的生產和配送基地；
- 持續優化的供應鏈及庫存管理凸顯優勢，平均存貨周轉期由去年同期的61天縮短至56天，顯示資產周轉能力的不斷提升；及

- 實施良好的信貸控制，有效管理應收帳款，平均應收貿易款項周轉期為47天，與去年同期持平。

未來，本集團將繼續優化供應鏈，使其有效地配合生意成長。

紅雙喜品牌

本集團於二零零八年七月完成收購上海紅雙喜股份有限公司57.5%股權。該公司及其附屬公司(統稱「紅雙喜」)主要從事生產、研發、市場推廣及銷售乒乓球、羽毛球和其他體育器材，旗下品牌包括以高質量乒乓球類產品聞名於世的紅雙喜品牌。

截至二零零九年六月三十日止六個月，紅雙喜實現收入219,037,000元人民幣。受經濟形勢的影響，紅雙喜牌的銷售較預訂目標為低。

回顧期內，秉承「明星造市、賽事推廣」的營銷理念，紅雙喜簽約王皓、馬琳、王勵勤、馬龍等優秀乒乓球國手及西班牙國家乒乓球隊等球隊，積極參與國內外各類專業賽事贊助，包括全球17站職業巡迴賽、男子世界杯、女子世界杯、中國乒乓球俱樂部超級聯賽、世界舉重少年錦標賽和全國舉重青年錦標賽等。年初，紅雙喜與國際乒聯簽署一攬子賽事合作協議，向包括2010年新加坡青年奧運會和2012年倫敦奧運會在內的十多項國際重大比賽提供專業乒乓器材。

紅雙喜擁有強大產品研發和設計實力。順應國際乒聯改革趨勢，紅雙喜自二零零七年開始研發無機膠水，歷時兩年左右，紅雙喜新一代無機膠水和配套個人器材系列取得突破性成功，通過國際乒聯審查，成為首批合格的國際比賽專用產品之一，並在今年舉行的第50屆橫濱世乒賽上經歷實戰檢測，獲得中國國家乒乓球隊認可。除專業比賽裝備外，紅雙喜於二零零九年推出適應無機時代的多款新款個人器材，填補了無機膠水市場的空隙。

紅雙喜同樣重視器材設備的外觀改革，在原有「彩虹」球枱基礎上推陳出新，期內推出「金彩虹」球枱，已經用於今年六月份中國乒乓球公開賽。

紅雙喜牌產品主要通過批發和綜合體育用品商店渠道銷售。國內業務實行批發模式，於中國近30個省市擁有相對穩定的客戶，同時亦採用代理形式開展國際業務。

為滿足市場需求，建立具競爭力的供應鏈，紅雙喜採取了如下措施：

- 投建SAP-R/3軟件系統，讓業務流程更連貫，縮短供貨周期；
- 優化存貨結構，提供充足的貨物供應，滿足客戶需求；
- 調整業務模式，採用OEM形式外包生產低附加值產品，降低生產成本；及
- 每年於國際體育用品博覽會推出新品，以提升市場份額。

中國參與室內運動項目人數眾多，具世界一流運動水平。本集團相信，紅雙喜品牌在乒乓球領域的優勢有助加強本集團於中國乒乓球市場的地位。李寧和紅雙喜兩個品牌將繼續在品牌營銷、市場推廣、賽事贊助和銷售渠道拓展方面產生協同效應。

Lotto (樂途) 品牌

本公司一全資附屬公司於二零零八年七月與意大利Lotto Sport Italia S.p.A.最終實益擁有的Lotto Sport H.K. Limited (「Lotto Sport」)訂立特許協議，獲Lotto Sport授予為期20年的獨家特許權，在中國就特許產品的開發、製造、營銷、分銷及銷售使用指定Lotto (樂途)商標。

Lotto (樂途)為歐洲頂級運動品牌之一，在足球和網球專業領域擁有輝煌的歷史。憑藉雙方敏銳的時尚洞察力和銳意的產品創新，本集團現已完成Lotto (樂途)品牌市場定位和產品定位的整體策略，在中國市場推出以品味與性感定位的時尚產品系列，為品牌注入全新的活力。

於二零零九年上半年，本集團就Lotto (樂途)品牌進行全方位的品牌宣傳推廣，包括圍繞「型隨意動」(即有型、隨性、創意、動感)的品牌啟動新聞發布會、前期網絡熱身活動以及會後調動新聞、電視、網絡多個媒體形式進行後續報道、積極進行包括電視欄目服裝、明星、活動等多種形式的贊助，品牌宣傳效果顯著，提升了品牌的影響力和知名度。

基於品牌的定位，Lotto (樂途)品牌店舖拓展側重超大、一線城市重點商場的店中店，同時輔以重點商業街區的地舖。

截至二零零九年六月三十日止的六個月，Lotto (樂途)牌實現收入15,436,000元人民幣，超越預定目標，期內舉辦的訂貨會訂貨情況理想。截至二零零九年六月三十日，Lotto (樂途)牌共設店舖55家，期內新開店49家，低於預期目標，主要是商場渠道拓展的進度受宏觀經濟形勢的影響受到拖延。

二零零九年是本集團進入Lotto(樂途)品牌新業務的初始階段。Lotto(樂途)品牌未來將繼續通過優化產品結構和設計，建立獨特品牌個性。隨著消費者生活方式的多樣化和休閒化，中國運動時尚市場近幾年發展迅速。本集團相信宏觀經濟形勢的影響是暫時的，依託本集團良好的渠道平台和對中國市場的深入洞察，Lotto(樂途)品牌計劃在2-3年內取得突破性發展。

其他品牌

Kason(凱勝)品牌

本集團已完成以1.65億元人民幣收購凱勝體育(香港)有限公司的全部已發行股份，該公司及其附屬公司(統稱「凱勝」)自二零零九年五月起併入本公司賬目。凱勝主要從事Kason(凱勝)牌羽毛球拍、羽線、羽毛球、羽毛球運動服裝、鞋及配件等專業產品的研發、製造及營銷。Kason(凱勝)品牌創立於一九九一年，目前為中國羽毛球器材市場中的主要品牌之一，旗下贊助資源包括中國國家青年羽毛球隊和數支省級羽毛球強隊。

收購凱勝是本集團羽毛球戰略的重要組成部分。通過收購凱勝，本集團將自身的核心競爭優勢與凱勝在行業領先的生產技術及研發能力相結合，充分利用兩者於運動營銷資源方面的優勢，增加集團於羽毛球領域中的市場份額。

目前，本集團已對凱勝進行了全面的業務整合和梳理，完成了對凱勝的職能整合、組織機構調整、人員穩定及安排，保留原有凱勝主要專業管理和技術人員。在凱勝技術研發中心和工廠的基礎上，組建李寧牌羽毛球技術研發生產基地。本集團將繼續對Kason(凱勝)的品牌定位、產品結構、研發及銷售渠道等方面進行全面規劃和整合。

Z-DO(新動)品牌

Z-DO(新動)為李寧牌屬下品牌，以大賣場為銷售渠道。Z-DO(新動)牌業務與李寧牌資源共享，達致規模效應，但在銷售模式、銷售網絡、產品組合方面，與李寧牌區別較大。Z-DO(新動)牌業務的運營模式已漸趨成熟，期內主要措施包括：

- 由原來經銷商於大賣場中開設店中店銷售的單一模式，逐步進入大賣場貨架，迎合大賣場消費者的需求特性及購物習慣，並獲取大賣場第一手銷售信息，做出快速反應；
- 從供應商選擇、進入大賣場普通貨架直營等各方面降低成本，緊貼大賣場價格區域；及
- 在發揮與李寧品牌互補的作用下，開發適合大賣場渠道的產品組合。

Z-DO(新動)牌業務多為李寧牌現有資源的開發利用，本集團未有投入較大資金，是集團進行的低風險業務嘗試。

AIGLE(艾高)品牌

AIGLE(艾高)品牌專營高端戶外運動及休閒服裝和鞋類產品，為本集團踏足戶外運動用品領域的嘗試。期內，AIGLE(艾高)品牌採取的經營措施如下：

- 以功能性休閒產品為主，同時強調產品時尚外觀，建立競爭力；
- 持續於時尚旅游及其他戶外雜誌投放廣告，提高品牌形象及知名度；
- 啟動會員制，建立核心消費客戶群，並通過促銷活動、搭配商品組合，推動銷售業績；
- 開設折扣店及舉辦會員活動等，處理庫存；
- 與法國及香港AIGLE(艾高)亞洲產品線合作，提升產品組合及降低成本，同時利用法國及香港的供應商，推行本地化生產供應鏈；及
- 複製超大城市直營零售店舖及策略性重點店舖的管理模式和經驗至經銷商店舖，推動未來渠道和市場拓展。

高端戶外運動產品的消費習慣需要長時間培育。目前，AIGLE(艾高)牌單店銷售正逐漸提升，商業模式亦逐步成熟。本集團將繼續強化AIGLE(艾高)的獨特品牌定位與優勢、提升知名度、優化品質和降低成本、加強銷售渠道拓展和管理，將AIGLE(艾高)品牌培育成對李寧品牌有益的補充。

人力資源

於二零零九年六月三十日，本集團有4,409名僱員(二零零八年十二月三十一日：4,001名)，其中包括新收購的凱勝的289名僱員。期內，除產品系統和銷售系統隨業務發展增加人數外，其他人員數目保持穩定。

本集團視人才為企業發展之基石，一向重視人才的選用、培育、激勵與保留。期內，配合集團戰略發展需求，集團於人力資源方面重點投入組織結構及組織效率監控體系建設、招聘體系建設、人才發展體系和激勵體系建設、人力資源信息體系建設以及專業力和領導力建設，致力成為值得信賴的、能夠滿足員工職業發展需要的僱主。

本集團推行以數字化主要業績指標為核心的考核激勵制度，將集團戰略目標量化並分解至個人。個人薪酬與公司績效、部門績效及個人績效三者有效結合，旨在獎勵表現優秀者，激發員工工作熱情和創造力，促進整個組織的戰略協同。除基本薪金外，優秀的核心員工可獲得以現金、限制性股票、期權、個人獎項或綜合獎勵，有效地將僱員與公司的利益看齊。

展望

二零零九年為本集團新一個五年計劃戰略的第一年，本集團在二零零九年下半年將繼續執行以下的戰略重點：

- 進行李寧品牌重塑的籌備工作，針對目標消費群，全面提升品牌核心競爭力；
- 採取有效策略提升店效以及持續拓展銷售網絡，鞏固和提升市場地位；
- 建設靈活有效的供應鏈體系，提升供應鏈驅動業務增長的能力；及
- 推進新業務成長，帶來更多增長點。

就宏觀經濟看，二零零九年首季度中國經濟增速繼續放緩，但在中央政府種種經濟措施的刺激下，經濟下滑得到初步遏制。然而，環球經濟危機仍然持續，中國經濟亦面臨結構性轉變，宏觀經濟環境不確定性仍在。

本集團所處的快速消費品行業易受到經濟危機的直接影響。基於目前對宏觀經濟發展以及對行業增速的研究，本集團認為二零零九年體育用品行業全年增長壓力依然較大，品牌間競爭將日趨激烈，價格競爭將貫穿全年。從本集團上半年舉行的第三、四季度訂貨會情況來看，整體訂單金額分別較去年同期增長12.7%和14.5%，可見受經濟危機影響，經銷商普遍出現信心不足的現象。

但從行業中長期發展看，隨著城市化建設的加速，城鎮人口比重的穩步提升，城鎮人口人均可支配收入也相應增長，國民消費能力不斷提升，運動休閒需求日益增加，將有力推動體育用品市場中長期發展。北京奧運會的成功舉辦也加強了中國政府發展體育強國的決心，為體育品牌的發展提供了政策保障。繼二零零八年北京奧運會後，二零零九年底又將在山東舉行第十一屆全國運動會、在香港舉行東亞運動會以及二零一零年在廣州舉行亞運會，連串的體育盛事將令體育用品市場繼續受到關注，中國體育用品行業仍處於快速增長的大趨勢中，具備較大發展空間。

在體育用品行業價值鏈中，品牌運營現階段具充分優勢，引領整個行業的發展。行業優勢企業均投入更多資源，品牌集中度不斷攀升，品牌替代性越來越強，競爭日趨激烈。從市場層級緯度看，過去幾年中國各層級市場都保持了較高的增長水平，其中二、三線市場仍具有較大拓展空間，預計將成為未來行業市場的重要競爭戰場。

挑戰與機遇並存，宏觀經濟的不利局面，加大了對包括本集團在內的整個零售業的挑戰。面臨目前中國經濟、乃至世界經濟的壓力以及宏觀經濟環境的變數，本集團將繼續採取積極穩健的策略，確保集團的平穩運營和可持續發展，為股東和投資者創造更大價值。

購買、出售及贖回本公司之股份

於截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司概無贖回其任何股份。除限制性股份獎勵計劃信託外，本公司或其任何附屬公司於期內概無購買或出售本公司股份。

企業管治

本公司於回顧期內一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄十四所載之《企業管治常規守則》的所有守則條文。有關本公司企業管治的詳情，可參見本公司截至二零零八年十二月三十一日止年度報告內所載的《企業管治報告》。

本公司審核委員會（其成員包括三名非執行董事，其中兩位為獨立非執行董事）已審閱本集團採納的會計原則及慣例，並已檢討核數、內部監控及財務報告事宜，包括審閱截至二零零九年六月三十日止六個月的中期業績。

本公司外聘核數師羅兵咸永道會計師事務所已根據國際審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」，對本集團截至二零零九年六月三十日止六個月的中期財務資料進行審閱。羅兵咸永道會計師事務所已確認，按照他們的審閱，並無發現任何事項，令他們相信中期財務資料在各重大方面未有根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。

承董事會命
李寧有限公司
主席
李寧

香港，二零零九年八月二十六日

於本公告日期，本公司的執行董事為李寧先生、張志勇先生和鍾奕祺先生；非執行董事為林明安先生、Stuart Schonberger先生、朱華煦先生和韋俊賢先生；獨立非執行董事為顧福身先生、王亞非女士和陳振彬先生。

本業績公告刊登在本公司網站www.lining.com和www.irasia.com/listco/hk/lining以及香港聯合交易所有限公司網站www.hkex.com.hk。