

转身奇才

李宁

从「体操王子」到「产业巨子」，
凭借着对体育事业的热爱和忠诚，凭借着「一切皆有可能」
的信念，他点亮了中国体育品牌历史的新纪元！他是谁？他便是「李宁」！
一个在中国家喻户晓的名字！

王虎学◎编著

《李宁》王虎学著

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

《李宁》王虎学著 北京 中国文联出版社 2008年1月 320页 32开 29.80元

转身奇才

李宁

王虎学◎编著

从“体操王子”到“产业巨子”，
凭借对体育事业的热爱和忠诚，凭借“一切皆有可能”
的信念，他点亮了中国体育品牌历史的新纪元！他是谁？他便是——李宁！
一个在中国家喻户晓的名字！

李宁

李宁，一个在中国家喻户晓的名字！
从“体操王子”到“产业巨子”，
凭借对体育事业的热爱和忠诚，
凭借“一切皆有可能”的信念，
他点亮了中国体育品牌历史的新纪元！
他是谁？他便是——李宁！
一个在中国家喻户晓的名字！

图书在版编目 (CIP) 数据

转身奇才李宁/王虎学编著. —北京: 现代出版社, 2009. 12

(创新年代系列)

ISBN 978 - 7 - 80244 - 642 - 7

I. 转… II. 王… III. 李宁—生平事迹 IV. K825. 47

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 214595 号

作 者: 王虎学

责任编辑: 张桂玲

出版发行: 现代出版社

地 址: 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码: 100011

电 话: 010 - 64267325 010 - 64245264 (兼传真)

网 址: www.xiandaibook.com

电子信箱: xiandai@cnpitc.com.cn

印 刷: 北京牛山世兴印刷厂

开 本: 720 × 1040 1/16

印 张: 18

版 次: 2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 80244 - 642 - 7

定 价: 32.00 元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

作者序

转身奇才李宁：永远的冠军

他是飞人，不仅仅是飞天英雄，更是在不同行业间自由飞跃的“王子”。

从体育界到商界，从国内到国外——他飞梭自如，一次次成功地诠释了永远的冠军那不朽的神话！

因此，在中国，很少有人不知道“李宁”这个名字。

从偏远的县城走来，他以超人的技艺和刚健优美的动作飞跃在双杠、鞍马等体操器械上，征服了观众，也震惊了体坛。这位 106 块金牌的获得者，这位世界的“体操王子”享誉全世界。

从一个只有十几个人的小公司发展而来，他和他的“李宁”最终飞越鸿沟、发展壮大，成长为中国体育用品行业第一品牌。这个著名的体育用品品牌，这个享誉国际的“李宁”正在震撼着全球。

从赛场到商海，李宁所实现的不仅仅是一个人生的飞跃，更是一个民族梦想的飞跃。他用闪闪的金牌，在市场经济刚刚复苏的中国，创造了一个企业成长的奇迹，在世界体育用品市场上，亮出了中国的旗帜——

“IPO 体育用品中国第一家！”

于是，昔日的“体操王子”成为了资本市场上一颗耀眼的“财富新星”。李宁，这个身价百亿的商界领袖，实现了他人生中一个华丽的转身，创造了两个辉煌的人生世界。

飞人的世界是广阔的，飞人的世界也是孤独的。要知道，赛场上完美

的动作背后，是伤病带来的痛楚，是在冷冰冰的训练器械上反复练习的枯燥乏味；要知道，当体操生涯以一个并不完美的句号结束时，其中的苦涩和痛苦，比身上的伤痛更要高出许多倍。

然而，飞人毕竟是飞人，即便把他打入山谷，只要没有失去翅膀，疗伤后的他又能飞上云端，傲视世界。

于是，并不完美的结局，又为他的下一个完美的人生之旅，开启了一扇崭新的大门。

一切归零，飞人重新起飞。这一次他选择了在商业的天空征服世界。

只见，在陌生的天空里，他艰难探索，抓住商机，创新商业经营模式，用过人的智慧、丰厚的人格带领着一个全新的“李宁”品牌快速发展；

只见，面对国际品牌在中国市场的围追堵截，他以中国人特有的智慧，学习、创新，然后不断“飞”出让市场惊叹的高度；

只见，面对危机，他沉着改革家族企业，建立现代企业管理制度，确定了专业化的飞翔战略，不仅征服风雨，反而变得更加强大，带领着“李宁”在香港上市翱翔；

……

于是，他一直在飞，不愿停止。他心中总有一个声音在响起：不要停，要做就做世界的“李宁”！

终于，他再次腾跃了。这一次，他要一飞冲天，上演“夸父”般的神话与激情。

这一刻发生在2008年8月8日晚。在这个中国人等了千百年的日子，他更是以一个完美的“飞天”点火，点燃了奥运圣火，点燃了中国历史的新纪元。

这位举世瞩目的火炬手，用他那轻盈的步伐，在那火种之处轻轻一碰，点燃的不仅仅是奥运圣火，也是“李宁”品牌的腾飞之火、胜利之火，也成为足以载入史册的奥运营销经典案例。

如今，飞人仍在继续。然而，继续的历史我们拭目以待，过去的辉煌与智慧我们亟须挖掘，这是我们的使命，也是我们追随这位“永远的冠军”的最虔诚的方式……

目录 Contents

作者序 转身奇才李宁：永远的冠军 001

第一章 从王子到巨人：一个缔造国内体育品牌传奇的王者 001

2008年8月8日夜，鸟巢，在万众瞩目的第29届北京奥运会开幕式上，他点燃了主会场火炬。一个世界级飞天英雄，一个中国品牌影响世界的象征就此诞生。

他被称为中国的“体操王子”，这一称号至今无人取代。

他从8岁就开始体操生涯，17年中，共获得106块金牌。他是当之无愧的世界冠军和20世纪的最佳运动员。

20年前，他从冠军的领奖台上退役，如今，他又站在人生的另一个领奖台上——作为一个成功的企业家。

毫无疑问，李宁是个可以激荡中国人勇气和激情的名字。很多人至今铭记1984年第23届洛杉矶奥运会上，共获3枚金牌的李宁曾经带给中国人的无比自豪和感动。当年为国争光是在体育赛事的舞台上，如今，“李宁”品牌又在另一个舞台上打出了一仗漂亮的“中国赢”。

1999年起，李宁将“品牌国际化”提到了战略议程上。他把“国际化”看做是一种有明确方向的内在行为过程，而并非是一个简简单单的目标或标志性的符号。终于，在2004年，他实现了这个全中国的梦想，成为了“中国第一人”，“李宁”也成为IPO中国体育用品第一家。

20年前，李宁为国争光激励亿万国人，让世界为中国喝彩。20年后，李宁品牌同样令世界瞩目中国。

至此，从“体操王子”到产业巨子，那句著名的“李宁”品牌广告语——“一切皆有可能”——亦深刻地印证在李宁这位缔造中国体育品牌传奇王者的人生路上。

第一节 “体操王子”：从“野小子”到“20 世纪最佳运动员” 003

第二节 天才商人：中国体育用品市场当之无愧的领跑者 006

第三节 “中国第一人”：IPO 体育用品中国第一家 009

第四节 世界级“点火英雄”：一个中国品牌影响世界的象征 012

第二章 人生腾飞：发迹体坛，纵横全球 015

美国哲学家爱默生的一句话：“每一次成功的背后，都一定有颗热忱的心。”李宁的人生腾飞来源于一种对体操的梦想与热爱。

发迹体坛，这位广西壮族小伙子的故事连同那个时代的躁动、激情与理想一并成为不朽的传奇。

纵横全球，106 块金牌的闪耀，更是让他足以在 20 世纪的最后一天，被世界最权威的体育新闻组织送上“20 世纪最伟大的运动员”的宝座！

这一切，来得是那样的出乎意料，又是那么的意料之中……

第一节 壮乡童年：一路歌声一路梦 017

第二节 广西体操队：长于斯，发迹于斯 025

第三节 来到国家队：峥嵘岁月，是苦是乐总是福 033

第四节 享誉全球：那是一个不朽的神话 041

第三章 跨界重飞：英雄转身，一个传奇品牌在他手中诞生 047

李宁的事业开始于一般人都认为应该结束的时候。

1988 年，李宁饮恨汉城奥运会。失败并没有压垮他。而面对当官员、挣大钱的诱惑，李宁更是保持了十二分的冷静。

如果说李宁成为全世界家喻户晓的“体操王子”很大程度上取决于他的天赋的话，那么退役后投身商业则完全取决于他的理智、他的智慧和他对体育事业的挚爱。

于是，今天，人们既忘不了那个赛场上生龙活虎的李宁，又看到了这个在商界朝气蓬勃的李宁。“李宁模式”告诉世人，一个真正了解自己，知道自己兴趣所在、潜力所在的人才有可能在人生的转折点面前做出明智的选择。

- 第一节 败走汉城：跌落在偶像之巅 049
- 第二节 开创先河：首创中国体育用品品牌 056
- 第三节 发力：自立门户，冲塞于天地之间 062

第四章 “雄鹰”展翅：“因为专业，一切皆有可能” 069

探索者总是能得到更多的发展机会。这是市场对杀出荆棘的先行者的嘉奖。

突如其来的滑坡，让李宁再次将眼光投入到了企业更为现实而又长久的发展之计。

一切从头开始！于是，“因为专业，一切皆有可能”！

踏上征程，雄鹰展翅，中国诞生了创始人缺席而公司治理最为完善的公司！

- 第一节 腹内手术：为了更好的明天 071
- 第二节 E 蛹成蝶：打造无敌“金刚之躯” 075
- 第三节 精彩之作：以专业化追求更高境界的突破 082

第五章 独上顶峰：梦想是比战略更锋利的刀锋 091

一边实行专业化，一边打造品牌。梦想是比战略更锋利的刀锋，李宁以圆梦者的坚持，不断探索着如何将“李宁”从制造商向品牌商的蜕化。

2004年6月，独上顶峰，“托马斯全旋”下，“李宁”终于成功上市！至此，“IPO 体育用品中国第一家”——“李宁”，创造了又一个传奇。

于是，从本土名牌到品牌国际化，昔日的“体操王子”，这一次成为了资本市场上的一颗耀眼的“财富新星”，也终于完成了人生角色的彻底转变。

然而，这一切，都是为了更高的梦想！

- 第一节 行动派的坚持：一波三折上市路 093
- 第二节 一朝梦圆：中国体育用品企业海外上市第一家 098
- 第三节 归零：为了更好的梦想 104

第六章 飞冲“圣火”：点亮一个民族品牌的现在和未来 109

2008年，李宁再一次震撼了世界！

北京奥运会，他飞冲“圣火”，点燃了主火炬——“高举火炬，腾空，在逐渐展开的祥云画卷上，李宁在鸟巢上空逐日而奔……”

“飞天”英雄，这一次重新站在了世界的冠军领奖台上！

象征意义无须过分渲染，只需一句：奥运圣火，真实地点亮了一个民族品牌的现在和未来。

- 第一节 “硝烟大战”下四两拨千斤的智慧 111
- 第二节 迂回包抄：“英雄”发威下的漂亮战役 115
- 第三节 魔方游戏：短期目标沉淀为长线品牌忠诚 120
- 第四节 点亮奥运：在一个令世界瞩目的新起点重新起飞 126
- 第五节 梦想在继续：“21 世纪最伟大的体育品牌” 132

第七章 危机求存之道：浴火重生 赢回自己 137

一个伟大的公司之所以伟大，并不是源于它的不断成功，而是其在遭遇困难与挫折时依然能够不断拼搏，最终实现对自我的超越。

一个“打不死”的公司远比一个“大公司”更有存在的价值。李宁在其自己的企业发展历程中，就几次经历了这样自我变革、自我超越的凤凰涅槃。

好在多年竞争，利用西方常规思维方式所不可能预料的典型东方智慧，浴火重生中，李宁不仅积累了丰富的“斗争”经验，也最终赢回了自己。

“当你面对不可跨越的障碍时，倘若你能咬紧牙关，千方百计去突破它，你就会长大很多……”正是这样一份坚定，李宁才得以从成功的巅峰走出，也得以从失败的沼泽走出，积极迈向新的成功。

- 第一节 商海初呛：“让我们重新再来” 139
- 第二节 危机骤现：成长即超越 逆势也扩张 144
- 第三节 “山坳里”的尴尬：中国元素 细节为王 150
- 第四节 海啸已至：CSR 开道 厚土共生 157

第八章 品牌哲学：中国运动品牌的扛鼎之作 163

品牌到底是什么？品牌是企业市场竞争中生存和发展的基石，是需要企业长期维系的核心竞争力，打造一个响当当的品牌，是每个企业的梦想。在央视举办的“2005 CCTV 我最喜爱的中国品牌”评选活动中，“李宁”作为唯一一家运动品牌入选。

与全球最好的体育用品竞争，“李宁”取得的阶段性胜利是：经过最近几年的市场历练，民族体育品牌奋起直追，不断提升专业属性的同时，吹响全面“反击”的号角，向耐克和阿迪达斯“盘踞”多年的高端市场发起挑战。其中，“李宁”品牌的卓越表现，值得关注。

在中国这样一个制造业大国中，李宁的品牌哲学再次证明，中国公

司也可以成为一个以品牌经营取胜的“快公司”。“李宁牌”，不愧为中国运动品牌的扛鼎之作！

- 第一节 定位：动中求静 165
- 第二节 名人效应：“上有好者，下必甚焉” 170
- 第三节 品牌联合：师夷长技以“共赢” 180
- 第四节 赞助哲学：“源于体育，用于体育” 186
- 第五节 差异为谋：独一无二的“李宁” 195

第九章 商海谋略：纵横捭阖，成就东方神奇 207

跻身商海，李宁纵横捭阖，成就了又一个东方神奇。

追根求本，那是因为他有着东方的智慧和世界的胸怀。

专注、创新、诚信；重才、惜才、善才；培养、福利、改革；运动、超越、文化——商海谋略，李宁决意在人才和管理上也要争夺“冠军”，演绎财富的魔方。

昔日的“体操王子”，以冠军特有的思维和行动正在告诉世人——超越别人，你就是冠军；超越自己，你就是英雄！

- 第一节 财富本能：东方的智慧 世界的胸怀 209
- 第二节 人才，绝对法宝 219
- 第三节 管理，也要争冠军 227
- 第四节 文化矩阵：让运动改变生活 233

第十章 真实的背后：“快乐着我的快乐” 239

“飞人”在天，“飞人”在峰，但“飞人”也在人间。

人间的李宁，如此真实。

真实的背后——他的爱情、亲情、性情，始终如一，灿烂依就！

“快乐着我的快乐”，如今的李宁仍在快乐的路上飞奔着……

- 第一节 现实的童话：那一块幸福的守望田 241
- 第二节 慈父孝子：父亲李宁，儿子李宁 247
- 第三节 虚怀若谷：一个真正读书的人 252
- 第四节 “平和，并不是说他内向” 258

附录一 李宁大事记 266

附录二 李宁长短句 273

第一章

从王子到巨人：一个缔造国内体育品牌传奇的王者

2008年8月8日夜，鸟巢，在万众瞩目的第29届北京奥运会开幕式上，他点燃了主会场火炬。一个世界级飞天英雄，一个中国品牌影响世界的象征就此诞生。

他被称为中国的“体操王子”，这一称号至今无人取代。

他从8岁就开始体操生涯，17年中，共获得106块金牌。他是当之无愧的世界冠军和20世纪的最佳运动员。

20年前，他从冠军的领奖台上退役，如今，他又站在人生的另一个领奖台上——作为一个成功的企业家。

毫无疑问，李宁是个可以激荡中国人勇气和激情的名字。很多人至今铭记1984年第23届洛杉矶奥运会上，共获3枚金牌的李宁曾经带给中国人的无比自豪和感动。当年为国争光是在体育赛事的舞台上，如今，“李宁”品牌又在另一个舞台上打出了一仗漂亮的“中国赢”。

1999年起，李宁将“品牌国际化”提到了战略议程上。他把“国际化”看做是一种有明确方向的内在行为过程，而并非是一个简简单单的目标或标志性的符号。终于，在2004年，他实现了这个全中国的梦想，成为了“中国第一人”，“李宁”也成为IPO中国体育用品第一家。

20年前，李宁为国争光激励亿万国人，让世界为中国喝彩。20年后，李宁品牌同样令世界瞩目中国。

至此，从“体操王子”到产业巨子，那句著名的“李宁”品牌广告语——“一切皆有可能”——亦深刻地印证在李宁这位缔造中国体育品牌传奇王者的人生路上。

第一节 “体操王子”：从“野小子” 到“20世纪最佳运动员”

至今，李宁仍是中国体育史上一座不可逾越的高峰。他创造的辉煌战绩，更是无人能及：

8岁开始练习体操，10岁正式踏上体操之路，17岁进入国家队，随后更是一路挑战，一路歌；

1980年，他获“运动健将”称号；

1981年，18岁的李宁获得了世界大学生运动会男子自由体操、鞍马、吊环三项冠军。自此，他创造了一个“前无古人，后无来者”、全盛的“李宁体操时代”；

1982年，第6届世界杯体操赛上，李宁一个人独得男子全部7枚金牌中的6枚，创造了世界体操史上的神话，成为世界体操史上首位取得如此好成绩的运动员，19岁的李宁被世人誉为“体操王子”；

同年，在第9届亚运会上，他还获得了体操全能、吊环冠军、双杠亚军、男子团体冠军；

1984年，在第23届奥运会上，他再次出彩，夺得自由体操、吊环和鞍马3枚金牌，跳马银牌和全能铜牌，男子团体银牌。

那是一次让人永生难忘的辉煌：

眼看着体操比赛已经进行了5天了，中国体操队还没有得到一块金牌。

此时，李宁上场了，他轻松地走上地毯，举手向观众致意。然后，迈开大步，飞奔向前，以他最拿手的“托马斯全旋”开始，一下子就抓住了观众的心，720度旋转让观众眼花缭乱。随着李宁的精彩表演，整个体育馆爆发出一阵阵热烈的掌声和喝彩声。最后，李宁以空翻两周结束，稳稳地站在地毯的一角。

成功了！4个裁判亮出了满分：10分！李宁为中国代表队赢得了第一枚金牌。接下来是鞍马和吊环比赛，肩伤刚刚恢复的李宁又两次征服了挑剔的评委，顺利地拿下了2枚金牌。

洛杉矶加州大学的体育馆里奏响了激昂的中华人民共和国国歌，五星红旗冉冉升起，李宁站在冠军台上，情不自禁地流下了热泪……

这届奥运会，李宁以3金2银1铜的佳绩成为夺得奖牌最多的运动员，接近中国代表团奖牌总数的1/5。

要知道，在洛杉矶奥运会之前，中国体育代表团参加奥运会，还从未获得过金牌，而在这次奥运会开幕后的第一天，许海峰便在男子手枪慢射比赛中获得金牌，中国体育代表团实现了金牌“零的突破”。李宁一人更是独获男子体操吊环、鞍马、自由体操3枚金牌。举国欢腾，李宁神话再创辉煌。

就此，中国体操进入“李宁时代”，世界体操也进入“李宁时代”。

随后，辉煌仍在继续：

1984年，第23届世界体操锦标赛，他获得了吊环冠军，鞍马、自由体操和团体亚军；

1985年，他当选为全国十佳运动员；

1986年，第10届亚运会，他获体操全能、自由体操和吊环冠军；

1986年，第7届体操世锦赛，他获全能、鞍马和自由体操冠军；

1986年，他当选全国十佳运动员，并获“国际级运动员健将”称号；

1987年，他被接纳为国际奥委会运动员委员会委员，成为亚洲惟一代表；

1988年，李宁退役，17年的运动生涯中，他共获得国内外重大体操比赛金牌106枚，其中全国冠军92次，世界冠军14次。国际体操联合会以

他的动作先后命名“双杠李宁”、“鞍马李宁”、“李宁1”、“李宁2”；

1994年，他被评为“建国45周年体坛45英杰”之一；

1999年，李宁更是被世界最权威的体育新闻组织——国际体育记者协会评为“20世纪最佳运动员”，成为惟一入选的中国运动员。他的名字和美国拳王阿里、巴西球王贝利、美国“飞人”迈克尔·乔丹、德国足球“恺撒大帝”贝肯·鲍尔、土耳其“袖珍大力士”苏莱曼诺尔古、英国“足球绅士”鲍比·查尔顿、美国“体坛诺贝尔”杰西·欧文斯等25位体坛巨星一道登上了世纪体育之巅。

引用曾与李宁同得鞍马金牌的美国选手维德尔马的话：“李宁是有史以来最伟大的体操选手。在我见过的体操选手中，他的跳跃最有天赋，具有爆发力。他的动作像杂技一样美，弹跳也比别人高，落地比别人美，作为一个体操绝技的表演者，他已到了出神入化的境界。”

就这样，从广西柳州走出来的“野小子”到“20世纪最佳运动员”，被誉为“体操王子”的李宁把中国乃至世界体操运动推上了历史的高峰。

第一次飞跃，他改写了中国的体操史！

第二节 天才商人：中国体育用品市场 当之无愧的领跑者

很多人不曾想到，李宁的退役，其实意味着另一个传奇的开始。

1990年，李宁“一切从头再来！”

从此，一个属于中国本土体育品牌的神话开始了！

1990年8月，在“世界屋脊”青藏高原，身穿白色“李宁牌”运动服的李宁作为运动员，庄严地从藏族姑娘达娃央宗手里接过第11届北京亚运会圣火火种。这是一个标志性事件，“李宁牌”是中国第一家赞助国际体育比赛的本土品牌。为了拿下亚运会火炬接力传递活动的承办权，李宁拿出了250万元，但他获得的回报是，有2亿人直接参与，25亿中外观众知道了“李宁牌”。这一次，“李宁牌”真正横空出世。

更让李宁欣喜的是，亚运会结束后，“李宁牌”服装一夜之间在中国风行。亚运会闭幕的当月，刚刚成立的“李宁牌”就收到价值1500万元的订货单。

随后，李宁分别在北京、广东成立3家公司，各自从事运动服装、休闲服装和运动鞋的生产经营。而“李宁牌”系列产品逐渐赢得了众多荣誉，成为1991年以来中国体育代表团参加历次重大国际比赛的专用装备，“李宁牌”服装和运动鞋系列不仅被推选为中国明星产品，而且被评为全国服装行业十大名牌之一。

在1992年的巴塞罗那奥运会上，当中国奥运体育代表团穿着印有鲜明Logo的“李宁牌”运动服出现在开幕式上时，李宁激动得流下了眼泪。因为，正是这次精彩的亮相，他终于结束了中国运动员在奥运会上使用外国体育用品的尴尬历史。

此后，从1993年到1996年，“李宁”每年销售收入增长幅度都在令体育用品界无人超越的100%以上。

其中，1995年10月，第3届“中国体育用品博览会”在天津举办。“李宁”租用了1200多平方米场地，相当于整个展馆面积的1/4，并投资20万元与组委会合办开幕式。在总计9亿元成交额中，“李宁”的订货量就超过了5亿元，占全部参会的500家厂商订货总额的一半之多，充分显示了中国第一体育品牌的实力。

也是在这一年，“李宁”超越双星、康维、匹克、安踏等群雄，产品市场销售额居于国内体育用品企业首位，成为中国体育用品市场的领跑者。

惊人的1996年更是成为“李宁”发展历史上的高潮，这一年，“李宁”实现了最高销售收入6.7亿元的历史纪录。

2000年，“李宁”与德国SAP公司合作，引进AFS服装和鞋业解决方案，在公司内部建立起一套先进的、高度集成的ERP系统，实现了企业管理的规范化、高效化、系统化和集成化；而在1999年开始的专业运动产品研发工作，使其成为第一个在市场上成功推出专业运动装备的国内体育用品企业。正是这种在企业自身发展道路上的高瞻远瞩，使得“李宁牌”始终能雄踞国内同行之首，成为行业翘楚。

截至2001年，李宁已在全国拥有8个分公司、350家专卖店、600多家店中店、2000多个销售点，城市覆盖率达到90%。集团每年的销售收入都在7亿元以上。有人计算过，在国内，每10秒钟就有一件“李宁牌”产品售出。

有创新才有发展。在摆脱20世纪90年代末期的低迷后，2002年，李宁在继1998年同美国杜邦合作引入Coolmax面料生产新型T恤的基础上，再次联手杜邦，将“莱卡”面料应用于健身泳装系列产品中，产品吊牌上