

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佈之內容概不負責，對其準確性或完備性亦無發表聲明，並表明不會就本公佈全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



## Xtep International Holdings Limited

### 特步國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1368)

截至二零一零年六月三十日止六個月

中期業績公佈

#### 業績摘要

- 收益上升22%至約人民幣20.40億元
- 毛利率上升2.1百分點至40.7%
- 經營利潤率上升2.4百分點至22.2%
- 股東應佔溢利上升22%至約人民幣3.73億元
- 每股基本盈利上升22%至人民幣17.18分
- 中期股息增加43%至每股10港仙，派息率達至本期溢利的51%(二零零九年：44%)
- 總體營運資金周轉天數縮短了14天至27天
- 零售店舖總數達7,009家(特步品牌6,579家；其他品牌430家)

#### 特步品牌財務摘要

- 特步品牌鞋履產品
  - 收益上升12%至約人民幣8.18億元
  - 毛利率上升1.4百分點至40.3%
  - 銷售量上升4.6%至950萬雙
  - 平均售價(批發價)上升6.6%至人民幣85.7元
- 特步品牌服裝產品
  - 收益上升31%至約人民幣10.50億元
  - 毛利率上升2.5百分點至40.7%
  - 銷售量急升15.0%至2,000萬件
  - 平均售價(批發價)上升13.9%至人民幣52.5元

#### 特步品牌營運摘要\*

- 特步零售店總數達6,579家，淨增加476家
- 特步旗艦店總數達36家，淨增加6家
- 總銷售面積增加11.4%至555,000平方米
- 零售店平均銷售面積增加3.4%至84.4平方米

\* 與二零零九年十二月三十一日相比

## 主席報告書

本人謹代表特步國際控股有限公司董事會，欣然提呈截至二零一零年六月三十日止六個月的中期業績。

### 驕人成績

中國政府的財政政策及振興經濟措施，帶動國內消費及消費者的購買力上升，使二零一零年上半年經濟反彈回升。根據國務院辦公廳於二零一零年三月頒佈的「關於加快體育產業的指導意見」，中國政府銳意於二零二零年前壯大中國的體育產業，以在國際舞台上與其他同業競爭。隨著城市化不斷發展，加上中國消費者對運動的熱情升溫，市場需求殷切，中國的體育市場蘊藏龐大的潛力及發展空間，估計日後行業規模將達人民幣2萬億元。憑藉獨有的體育娛樂營銷策略，特步品牌具備充份優勢在這不斷變化和迅速發展的市場鞏固其地位及聲譽。於回顧期內，本集團透過各種市場推廣方案繼續推動其品牌形象，並加速擴大其零售網絡，在各業務範疇均取得卓越成績。

本集團於回顧期內的收入約達人民幣20.402億元(二零零九年：人民幣16.774億元)，比去年同期上升約22%。特步品牌收入大幅增加約23%至人民幣19.008億元(二零零九年：人民幣15.488億元)，而整體毛利率則上升至40.7%(二零零九年：38.6%)。股東應佔溢利約達人民幣3.735億元(二零零九年：人民幣3.065億元)，同比增長約22%。截至二零一零年六月三十日止六個月每股基本盈利增加約22%至人民幣17.18分(二零零九年：人民幣14.10分)。由於業績表現理想，加上盈餘現金結餘充裕，董事會建議派發中期股息每股10.0港仙(二零零九年：每股7.0港仙)，比去年同期上升43%，派息比率約為51%(二零零九年：44%)。

### 特步品牌 面向世界

特步品牌繼續為本集團最強大的資產，佔總收入約93%。近年來，品牌建設已成為本集團的其中一項重要任務，特步品牌藉著贊助多項國際性及全國性賽事，邁向成為一個備受認可的世界級品牌。期內，本集團與伯明翰環球控股有限公司訂立了為期五年的贊助協議，按協議本集團將獨家向英超聯隊伍伯明翰足球隊提供服裝，特步品牌為首個中國體育品牌進軍英超聯賽創造歷史。由本集團設計及獨家贊助的專業「特步－伯明翰」時尚球衣，將隨伯明翰足球隊隊員出賽時展現在全球數以億計的球迷眼前。此項贊助亦為本集團的重要里程碑，將快速發展的活力時尚體育品牌－特步品牌帶到國際舞台，以進一步支持本集團以足球為其中一項核心的長遠策略。

期內，本集團於國內贊助二零一零年上海世界博覽會亦成為另一焦點。由於上海世界博覽會為全球規模最大及展館數目最多的大型展覽會，本集團能夠藉著獨家贊助大會所有義工服裝而提升特步品牌的曝光率。

本集團亦借助數碼世代的力量，增加品牌於網際的曝光。本集團擔任國內流行網站一搜狐世界盃站的體育贊助商。雙方的合作讓搜狐廣大的客戶群網上預覽本集團的最新產品，藉此向龐大網絡客戶群宣傳特步品牌。隨著快捷方便的網上購物成為年青人日益普及的消費渠道，本集團已於二零一零年五月在上海與中國最大網上消費者電子商貿市場淘寶網建立夥伴關係，使本集團得以打造高效的網上商業平台，以進一步擴大其銷售及分銷管道及迎合目標客戶的需要，從而提高其品牌的知名度及認受性。

## 「愛跑步 愛特步」

跑步是中國最受歡迎的運動之一，亦為本集團長遠策略的主要焦點。本集團已贊助多項矚目的跑壇盛事，作為其實踐提升整體形象之策略。於回顧期間，本集團成為國際田聯鑽石聯賽上海站的合作夥伴及獨家運動服贊助商(此比賽為一項雲集世界賽及奧運冠軍的頂級年度田徑系列賽，並於上海站設有共16項鑽石聯賽)、廈門國際馬拉松的獨家體育產品合作夥伴，以及其他各項著名跑步賽事。這些盛事均獲得傳媒廣泛報導，因而提高本集團的核心價值及市場地位。

## 全國網絡

本集團於全國建立的分銷網絡為多年來採取積極擴展策略的成果，當中優勢為其於二、三線市場的重點開拓，現主力投放於把特步品牌零售店在二零一零年全年增設800至1,000家。於二零一零年六月三十日，特步品牌零售店總數達到6,579家(二零零九年十二月三十一日：6,103家)，超越了年初定下的6,500家的目標。由於國內二、三線城市發展潛力巨大，故本集團於回顧期間堅守著拓展這些市場的策略，二、三線城市佔逾90%零售店。特步品牌已於湖南省各區建立領導的市場地位，並計劃將其成就複製至其他二、三線城市。特步率先扎根二、三線市場的先驅優勢，無疑賦予本集團較現有及未來競爭對手領先的競爭本領。

本集團亦於期內邁向開拓海外網絡的進程。於本年六月初，特步於台北開設了首家品牌零售店，使特步品牌成為其中首個打入台灣市場的中國運動服品牌之一，並步向進駐東南亞之路。

開設旗艦店對於增強本集團品牌形象及客戶忠誠度、提升整體客戶體驗及滿意度為重要一環。於二零一零年六月三十日，本集團已設立合共36家(二零零九年十二月三十一日：30家)特步品牌旗艦店，較去年增加約20%。

## 出眾非凡的管理

本集團繼續重視企業管理，藉以為鞏固及提升其營運能力。透過積極優化供應鏈管理及強化設計、生產、銷售及分銷的實力，本集團已充份裝備自身，一方面應對快速變化的市場需求及潮流走勢，同時提高客戶的滿意度及忠誠度。

保持產品創新及優質的產品質素，本集團已在廣州設立一新研發中心，以提升產品水平及拓寬設計範疇。新研發中心已於二零一零年四月啟用，配備尖端的設計設施，並擁有一支富國際及國內經驗的設計團隊，引領著瞬息萬變的時尚潮流。設計團隊精英各具所長，為本集團提供款式時尚新穎的產品設計，切合不同的客戶喜好。此外，本集團引入了產品生命週期管理系統的全新資訊科技解決方案，以推進設計及開發過程。這一應用方案使本集團能縮短產品開發時間、提高產品質量及加快回應客戶千變萬化的需求。

於二零一零年三月，本集團躋身恒生指數成為三大恒生綜合指數系列的成份股，分別為恒生綜合指數、恒生綜合行業指數－消費品及恒生綜合小型股指數，這不單反映本集團多年來致力穩步增長及穩建的業務表現獲得肯定，亦提升了本集團於國際金融市場的地位。

## 亮麗前景

縱然預見日後經濟全面復蘇的兆頭，前路無疑仍然充滿挑戰。面對著國內外同業的激烈競爭，我們銳意增強品牌組合的持續發展與潛力，包括致力推廣足球運動，尤其以贊助商身份邀請伯明翰足球隊訪華，從而加深國內對英超聯賽的認識。本集團亦已冠名贊助伯明翰足球隊訪華團，參與在香港、北京及瀋陽舉辦的邀請賽。由於剛圓滿結束的世界盃賽事帶動足球狂熱及球迷熾熱情緒，球賽吸引到大批媒體廣泛報導。這些推廣將有助本集團進一步提升特步品牌形象及增進與消費者的關係。

本集團將繼續集中投放於國際賽事贊助，務求提高國際對特步品牌的認知。為了支持將於本年十一月份於廣州舉行的第十六屆亞運會，本集團將於期內增加電視廣告及於廣州開設一家旗艦店，以提升特步的品牌形象。

為進一步打造更鮮明的特步品牌形象，本集團亦將於本年八月至十月舉行「步同凡響—2010 巨星巡迴演唱會」。演唱會將邀請品牌代言明星擔任表演嘉賓，預期將能把特步品牌蘊藏的精髓與活力徹底盡現，牽動空前的澎湃激情。

為提升本集團的領導市場地位及深化網絡滲透，本集團計劃於年底前將特步品牌零售店及旗艦店數目分別增加至約7,000家及約40家。展望未來，本集團亦有意藉著於中東及東南亞國家增設特步品牌及迪士尼運動品牌的銷售點，進一步開拓其海外市場。

為支持持續性的業務增長及擴展，本集團將進一步推行精細化的內部管理，並加大力度改善產品設計、研發、財務及營運管理的效率。本集團亦將對銷售渠道實行嚴格監控及管理，優化供應鏈程序，務求發展出一套以市場需求為主導、靈活多變及卓有成效的經營系統。

### 由衷感激

本集團今天的成就，有賴於管理層與員工的共同努力。本人謹此對各董事與集團上下各員工於期內的貢獻深表謝意，他們的努力使我們能夠克服具挑戰的市場環境。本人亦衷心感謝各位股東、客戶及供應商的持續支持。我們致力成為世界時尚體育品牌，透過創造可持續的業務增長，為各股東帶來豐碩的回報。

主席  
丁水波

## 中期業績

特步國際控股有限公司董事會欣然公佈本集團的中期業績及截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務報表，連同二零零九年同期的比較數字。本業績已經由本公司審核委員會審閱。審核委員會的成員均為獨立非執行董事，由其中一名擔任委員會主席。

### 簡明綜合收益表

截至二零一零年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
收益	5	2,040,156	1,677,436
銷售成本		<u>(1,209,373)</u>	<u>(1,029,660)</u>
毛利		830,783	647,776
其他收入與收益	5	10,128	6,662
銷售及分銷成本		(304,050)	(242,378)
一般及行政開支		<u>(84,932)</u>	<u>(80,766)</u>
經營溢利	6	451,929	331,294
財務收入／(成本)淨額	7	<u>2,700</u>	<u>(164)</u>
除稅前溢利		454,629	331,130
所得稅開支	8	<u>(81,172)</u>	<u>(24,596)</u>
期內溢利		<u><u>373,457</u></u>	<u><u>306,534</u></u>
本公司普通股股權持有人應佔每股盈利	10		
基本(人民幣分)		<u><u>17.18</u></u>	<u><u>14.10</u></u>
攤薄(人民幣分)		<u><u>17.12</u></u>	<u><u>不適用</u></u>

## 簡明綜合全面收益表

截至二零一零年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	373,457	306,534
期內其他全面收入：		
換算海外附屬公司財務報表之匯兌差額	(5,378)	43,317
其他全面收入成份相關的所得稅	—	—
期內其他全面收入(已扣稅)	(5,378)	43,317
期內全面收入總額	<u>368,079</u>	<u>349,851</u>

簡明綜合財務狀況表  
二零一零年六月三十日

	附註	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		197,491	192,969
預付土地租金		21,229	21,345
已付收購土地使用權的按金		50,079	50,079
已付收購物業、廠房及設備項目的按金		10,000	10,000
無形資產		841	615
		<u>279,640</u>	<u>275,008</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		344,439	265,689
應收貿易款項及票據	11	747,999	522,755
預付款項、按金及其他應收款項		116,317	79,526
現金及現金等值項目		2,435,366	2,497,635
		<u>3,644,121</u>	<u>3,365,605</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易款項及票據	12	563,448	439,398
已收按金、其他應付款項及應計費用		175,265	165,494
應繳稅項		75,298	24,373
		<u>814,011</u>	<u>629,265</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>2,830,110</u>	<u>2,736,340</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>3,109,750</u>	<u>3,011,348</u>
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債		35,268	27,268
		<u>35,268</u>	<u>27,268</u>
<b>資產淨值</b>		<u>3,074,482</u>	<u>2,984,080</u>
<b>權益</b>			
本公司普通股股權持有人應佔權益			
已發行股本	13	19,186	19,177
儲備		3,055,296	2,964,903
<b>權益總值</b>		<u>3,074,482</u>	<u>2,984,080</u>



# 簡明綜合中期財務報表附註

二零一零年六月三十日

## 1. 公司資料

本公司為一家於開曼群島註冊成立的有限責任公司。本公司的香港主要營業地點位於香港灣仔港灣道6-8號瑞安中心24樓2401-2室。

期內，本公司及其附屬公司(下文合稱「本集團」)乃從事體育用品(包括鞋履、服裝及配飾產品)的設計、開發、製造及市場推廣，並以特步品牌、迪士尼運動品牌及柯林品牌進行銷售。期內，本集團的主要業務性質並無出現重大變動。

董事認為，本公司最終控股公司為群成投資有限公司，該公司於英屬處女群島註冊成立。

## 2. 編製基準及會計政策

本未經審核簡明綜合中期財務報表乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港會計準則(「香港會計準則」)第34號「中期財務報告」，以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十六的適用披露規定編製。

本簡明綜合中期財務報表並不包括財務報表規定的一切資料及披露事項，應與截至二零零九年十二月三十一日止年度之全年財務報表一併閱讀。

本簡明綜合中期財務報表是根據歷史成本常規編製。除下文所述者外，編製簡明綜合中期財務報表採用的會計政策與編製本公司截至二零零九年十二月三十一日止年度之全年財務報表所遵循者一致。於本期間內，本集團首次採用以下由香港會計師公會頒佈於本集團自二零一零年一月一日開始的財政年度生效的全新及經修訂準則、修訂及詮釋(「新香港財務報告準則」)。

香港財務報告準則第1號(經修訂)	首次採納香港財務報告準則
香港財務報告準則第1號(修訂本)	對香港財務報告準則第1號「首次採納香港財務報告準則—首次採納者的額外豁免」的修訂
香港財務報告準則第2號(修訂本)	對香港財務報告準則第2號「以股份支付款項—集團現金結算以股份計算支付的交易」的修訂
香港財務報告準則第3號(經修訂)	業務合併
香港會計準則第27號(經修訂)	綜合及獨立財務報表
香港會計準則第39號(修訂本)	對香港會計準則第39號「金融工具：確認及計量—合資格對沖項目」的修訂

香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第17號	向持有人分派非現金資產
列入於「二零零八年十月頒佈的 香港財務報告準則的改進」內的 香港財務報告準則第5號(修訂本)	對香港財務報告準則第5號「持作出售非流動資產及 已終止經營業務—計劃出售附屬公司的控股權益」 的修訂
香港詮釋第4號 (經二零零九年十二月修訂)	租賃—釐定香港土地租約的租賃期限

除上述者外，香港會計師公會已頒佈對二零零九年香港財務報告準則的改進，當中載列對多項香港財務報告的修訂，主要目的為刪除不一致的用字及釐清措辭。對香港財務報告準則第2號、香港會計準則第38號、香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第9號及香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第16號的修訂於二零零九年七月一日或之後開始的年度期間生效，而香港財務報告準則第5號、香港財務報告準則第8號、香港會計準則第1號、香港會計準則第7號、香港會計準則第17號、香港會計準則第36號及香港會計準則第39號的修訂則於二零一零年一月一日或之後開始的年度期間生效，惟每項準則或詮釋的過渡條文不同。

採用以上新香港財務報告準則對本會計期間或上一會計期間所編製及呈報的業績及財務狀況並無重大影響。

### 3. 重大會計判斷及估計

根據香港會計準則第34號規定而編製的簡明綜合中期財務報表，管理層須作出影響於報告日期的收入、支出、資產及負債的報告金額及或然負債披露資料的判斷、估計及假設。然而此等假設及估計的不確定性可能導致將來須對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。

編製簡明綜合中期財務報表時由管理層對本集團在會計政策的應用及主要不明確數據的估計所作出的重要判斷，與管理層於編製本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度之全年財務報表所採用的相同。

於報告期末為未來作出的主要假設及其他不明朗估計要素討論如下，該等因素極有可能使下一財政年度的資產負債賬面值出現最重大調整。

#### 購股權估值

誠如財務報表附註21所述，本公司已委聘獨立專業合資格估值師以協助對期內授出的購股權進行估值。根據購股權計劃授出的購股權公平值乃採用三層期權定價模式釐定。該模式的重要輸入值為於授出日期的加權平均股價、無風險利率、行使價、相關股份的預計波幅、預計股息率及預計購股權有效期。當輸入值的實際結果有別於管理層的估計時，將對購股權價值及本公司相關購股權儲備產生影響。

#### 4. 分部資料

本集團主要從事製造及銷售體育用品(包括鞋履、服裝及配飾)。因此，本集團的經營活動屬於單一業務分部。

此外，本集團的收入、開支、業績、資產及負債以及資本開支絕大部分來自單一地區，即中華人民共和國(「中國」)。因此，並無呈報業務或地區分部分析。

#### 5. 收益、其他收入與收益

收益，即本集團的營業額，指扣除退貨及交易折扣款額後於期內售出貨品的發票淨值。

收益、其他收入與收益分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
<b>收益</b>		
製造及銷售體育用品：		
鞋履	855,692	789,470
服裝	1,144,682	866,888
配飾	39,782	21,078
	<u>2,040,156</u>	<u>1,677,436</u>
<b>其他收入與收益</b>		
來自中國政府的補貼*	7,724	3,577
租金收入	403	282
其他	2,001	2,803
	<u>10,128</u>	<u>6,662</u>
	<u><u>2,050,284</u></u>	<u><u>1,684,098</u></u>

\* 目前該等補貼並沒有未履行條件或或然事項。

## 6. 經營溢利

本集團的經營溢利已扣除：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
廣告及宣傳費用	239,074	193,874
研究及開發費用	26,509	28,500
員工成本	95,345	81,318
折舊	8,011	7,229
無形資產攤銷	111	88
預付土地租金攤銷	251	251

## 7. 財務收入／(成本)淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
須於五年內償還的銀行貸款利息開支	-	(5,080)
已折現應收票據利息開支	(5,175)	-
匯兌差額淨額	-	(3,629)
銀行利息收入	7,875	8,545

## 8. 所得稅

本集團於期內並無於香港產生任何應課稅溢利(截至二零零九年六月三十日止六個月：無)，故並無就香港利得稅作出撥備。其他地方應課稅溢利的稅項乃根據現行稅率，按有關地區的現行法例、詮釋和慣例計算。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項－海外		
期內應計	73,172	19,702
過往期間撥備不足	-	494
遞延稅項	8,000	4,400

特步(中國)有限公司(「特步(中國)」)作為本公司的全資附屬公司，有權於截至二零零九年十二月三十一日止年度獲中國企業所得稅稅率25%減免50%。截至二零一零年十二月三十一日止年度，特步中國按25%企業所得稅率納稅。

柯林(福建)服飾有限公司(「柯林(福建)」)及晉江市特步體育用品有限公司(「晉江特步」)作為本公司的全資附屬公司，亦可在截至二零零九年十二月三十一日止年度內獲豁免繳納中國企業所得稅，並有權於截至二零一零年十二月三十一日止年度獲中國企業所得稅稅率25%減免50%。

廈門特步投資有限公司(「廈門特步」)作為本公司的全資附屬公司獲授予若干稅務優惠，據此廈門特步於截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年十二月三十一日止年度的溢利分別按地方稅局訂定的通行稅率20%及22%計稅。

適用於除稅前溢利並以本公司及其大部份附屬公司經營業務所在司法權區法定稅率計算的稅項支出與以實際稅率計算的稅項支出對賬如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
除稅前溢利	<b>454,629</b>	331,130
按適用稅率計算的稅項	<b>115,651</b>	85,064
因稅項優惠調低稅率或免稅優惠	<b>(53,827)</b>	(87,293)
過往期間即期稅項的調整	-	494
毋須課稅收入	<b>(762)</b>	(1,468)
不可扣稅的開支	<b>9,127</b>	20,026
按本集團中國附屬公司可分派溢利5%計提預扣稅的影響	<b>8,000</b>	4,400
未有確認的稅項虧損	<b>2,983</b>	3,373
按本集團的實際稅率計算的稅項支出	<b>81,172</b>	24,596

## 9. 股息

(a) 期內應付本公司普通股股權持有人股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
中期股息－每股普通股10.0港仙 (截至二零零九年六月三十日止六個月： 每股普通股7.0港仙)	<b>190,263</b>	134,155

於二零一零年八月二十三日舉行的董事會會議上，董事會宣佈及批准派發截至二零一零年六月三十日止六個月的中期股息每股普通股10.0港仙(相當於約人民幣8.7分)，合共217,468,000港元(相當於約人民幣190,263,000元)。本中期股息並無於簡明綜合財務報表中確認為負債。

於二零零九年九月七日舉行的董事會會議上，董事會宣佈及批准派發截至二零零九年六月三十日止六個月的中期股息每股普通股7.0港仙(相當於約人民幣6.2分)，合共152,155,150港元(相當於約人民幣134,155,000元)。

**(b) 期內已付本公司普通股股權持有人股息：**

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 人民幣千元 (未經審核)
期內已付股息：		
截至以下日期止財政年度的末期股息：		
二零零九年十二月三十一日－每股普通股10.0港仙	<b>189,890</b>	–
二零零八年十二月三十一日－每股普通股8.0港仙	–	153,286
截至以下日期止財政年度的特別股息：		
二零零九年十二月三十一日－每股普通股5.0港仙	<b>94,945</b>	–
二零零八年十二月三十一日－每股普通股5.0港仙	–	95,803
	<b>284,835</b>	<b>249,089</b>

**10. 本公司普通股股權持有人應佔每股盈利**

**(a) 每股基本盈利**

截至二零一零年六月三十日止六個月的每股基本盈利金額，乃根據期內本公司普通股股權持有人應佔溢利人民幣373,457,000元(截至二零零九年六月三十日止六個月：人民幣306,534,000元)，以及於截至二零一零年六月三十日止六個月已發行的普通股加權平均數2,173,860,387股(截至二零零九年六月三十日止六個月：普通股數2,173,645,000股)計算。

**(b) 每股攤薄盈利**

截至二零一零年六月三十日止期間的每股攤薄盈利金額，乃根據期內本公司普通股股權持有人應佔溢利人民幣373,457,000元計算。用以計算的普通股加權平均數相當於用以計算每股基本盈利金額的於該期間的已發行普通股數目，以及假設於所有購股權被視為該期間內獲行使為6,983,615股普通股時無償發行的普通股數目。

由於本公司的未行使購股權的行使價高於本公司普通股於截至二零零九年六月三十日止六個月的平均市價，因而對每股普通股的基本盈利並無攤薄影響，故並無就該期呈列的每股基本盈利金額作攤薄調整。

## 11. 應收貿易款項及票據

本集團與客戶的貿易條款主要為信貸，惟新客戶除外，新客戶一般須預先付款。應收貿易款項不計息。

於二零一零年六月三十日，本集團不視為減值的應收貿易款項賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
既未逾期亦未減值	510,449	274,962
逾期少於三個月	210,279	185,595
逾期三至九個月	26,224	59,434
逾期九個月以上	—	1,700
	<hr/>	<hr/>
應收貿易款項	746,952	521,691
應收票據	1,047	1,064
	<hr/>	<hr/>
應收貿易款項及票據	<b>747,999</b>	<b>522,755</b>

## 12. 應付貿易款項及票據

於二零一零年六月三十日，本集團的應付貿易款項及應付票據根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	499,228	365,594
三至六個月	36,326	47,749
六至十二個月	27,894	24,579
一年以上	—	1,005
	<hr/>	<hr/>
應付貿易款項	563,448	438,927
應付票據	—	471
	<hr/>	<hr/>
應付貿易款項及票據	<b>563,448</b>	<b>439,398</b>

應付貿易款項不計息，一般於60日至90日內結清。應付貿易款項及票據的賬面值與其公平值相若。

### 13. 股本

於二零一零年六月三十日及二零零九年十二月三十一日的股本指本公司已發行股本，本公司的法定及已發行股本概述如下：

於二零一零年六月三十日

	千港元	人民幣千元
法定股本：		
100,000,000,000股每股面值0.01港元的普通股	<u>1,000,000</u>	<u>935,629</u>
已發行及繳足：		
2,174,680,000股每股面值0.01港元的普通股	<u>21,747</u>	<u>19,186</u>

期內，因本公司購股權獲行使而以認購價每股3.24港元發行1,035,000股(二零零九年：無)每股面值0.01港元之股份，總現金代價為3,353,000港元(扣除開支前)。有關本公司購股權計劃的詳情載於財務報表附註14。

於二零零九年十二月三十一日

	千港元	人民幣千元
法定股本：		
100,000,000,000股每股面值0.01港元的普通股	<u>1,000,000</u>	<u>935,629</u>
已發行及繳足：		
2,173,645,000股每股面值0.01港元的普通股	<u>21,736</u>	<u>19,177</u>

### 14. 購股權計劃

#### (a) 首次公開發售前購股權計劃

本公司於二零零八年五月七日採納首次公開發售前購股權計劃(「首次公開發售前計劃」)。有關首次公開發售前計劃的進一步詳情，於本公司截至二零零九年十二月三十一日止年度的年報中披露。

於二零一零年六月三十日，合共17,965,000份(二零零九年十二月三十一日：19,000,000份)購股權(「首次公開發售前購股權」)根據首次公開發售前計劃尚未行使。於截至二零一零年六月三十日止六個月內，1,035,000份(截至二零零九年六月三十日止六個月：無)首次公開發售前購股權獲行使，以致發行1,035,000股本公司普通股(附註19)。

於簡明綜合中期財務報表批准之日，本公司共有17,965,000份首次公開發售前購股權根據首次公開發售前計劃未獲行使，相當於該日本公司已發行股本約0.8%。



## (b) 購股權計劃

本公司亦根據股東於二零零八年五月七日通過的書面決議案採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)。有關購股權計劃的進一步詳情，於本公司截至二零零九年十二月三十一日止年度的年報中披露。

截至二零一零年六月三十日，21,100,000份(二零零九年十二月三十一日：10,000,000份)購股權(「購股權」)已根據購股權計劃授出。於二零零九年七月二十九日，本公司根據「購股權計劃」向若干承授人授予10,000,000份購股權，以認購合共10,000,000股本公司股本中每股面值0.01港元的普通股，行使價為每股4.11港元。於二零一零年一月二十八日、二零一零年三月三十日及二零一零年五月二十八日，本公司根據購股權計劃分別授出500,000份、600,000份及10,000,000份購股權予若干承授人，分別可按5.01港元、6.13港元及6.00港元的行使價認購本公司股本中合共11,100,000股每股面值0.01港元的普通股。

截至二零一零年六月三十日止期間內，概無任何購股權獲行使或失效(截至二零零九年六月三十日止六個月：無)。

於簡明綜合中期財務報表的批准日期，本公司根據購股權計劃有21,100,000份購股權尚未行使，佔該日本公司已發行股本約1.0%。

## 財務概要

截至六月三十日  
止六個月  
二零一零年      二零零九年

### 盈利能力數據(人民幣百萬元)

收益	2,040.2	1,677.4
毛利	830.8	647.8
經營溢利	451.9	331.3
期內溢利	373.5	306.5
每股基本盈利(人民幣分)(附註1)	17.18	14.10

### 盈利能力比率(%)

毛利率	40.7	38.6
經營利潤率	22.2	19.8
淨利潤率	18.3	18.3
實際稅率	17.9	7.4
平均股權持有人權益總額回報(附註2)	12.3	11.4

### 營運比率(佔收入百分比)(%)

廣告及宣傳費用	11.7	11.6
員工成本	4.7	4.8
研發及開發費用	1.3	1.7

於六月三十日  
二零一零年      二零零九年

### 資產及負債數據(人民幣百萬元)

非流動資產	279.6	224.7
流動資產	3,644.1	3,047.0
流動負債	814.0	521.7
非流動負債	35.3	7.2
股東權益	3,074.4	2,742.8

### 資產及營運資金比率

流動資產比率	4.5	5.8
負債比率(%) (附註3)	0.0	0.0
每股資產淨值(人民幣元)(附註4)	1.41	1.26
平均存貨周轉日數(附註5)	46	49
平均應收貿易賬款及應收票據周轉日數(附註6)	57	60
平均應付貿易賬款及應付票據周轉日數(附註7)	76	68
總體營運資金周轉日數	27	41

附註：

- 1) 每股基本盈利乃根據本公司普通股股權擁有人應佔溢利除以有關期間的已發行普通股加權平均數計算。
- 2) 平均股權持有人權益總額回報以期內溢利除以期初及期終平均股權持有人權益總額計算。
- 3) 負債比率乃根據總借貸除以本公司於期終的股本及儲備之總和計算。
- 4) 每股資產乃根據期終時已發行股份總數計算。
- 5) 平均存貨周轉日數以期初及期終平均存貨除以銷售成本，再乘以有關期間的日數計算。
- 6) 平均應收貿易賬款及應收票據周轉日數以期初及期終平均應收貿易賬款及應收票據除以收益，再乘以有關期間的日數計算。
- 7) 平均應付貿易賬款及應付票據周轉日數以期初及期終平均應付貿易賬款及應付票據除以銷售成本，再乘有關期間的日數計算。

## 管理層討論與分析

### 市場回顧

#### 步入增長軌道

全球經濟於二零一零年的上半年始見復蘇，各新興國家均呈現明顯的復蘇跡象，當中以中國尤其強勁。中國政府推出多項經濟及貨幣政策等有效的振興經濟方案，帶動國內產業走出金融危機並重拾升軌。根據中國國家統計局資料，二零一零年上半年中國國內生產總值約為人民幣172,840億元，較去年同期增長約11.1%。消費品零售累計總額約為人民幣72,670億元，較去年同期增長約18.2%，其中城市消費品零售額亦約達人民幣62,660億元，較去年同期增長約18.6%。各項市場指標均顯示中國經濟正逐漸好轉，分析師亦深信中國未來經濟將強勁增長。隨著消費者購買力不斷上升，加上內需殷切，中國體育用品業未來存在龐大的增長空間。

今年上半年的中國國內生產總值繼續呈現增長勢頭。由於中產階級購買力增強及中國政府的經濟政策帶動下，中國部份二、三線城市正不斷迅速發展，並成為國家體育運動行業的增長動力之一。根據中國國家統計局資料，二零一零年上半年，二、三線城市如湖南、湖北、福建及江西的國內生產總值增長率均超逾14%，超出國家整體的平均增長率11.1%，這足以反映這些市場潛力龐大。隨著國內外業界的競爭加劇，本集團憑藉在二、三線市場所建立的強大據點而佔盡優勢。

### **體育產業被納入國家議程**

推廣體育事業是今年國家議程的重點。於二零一零年三月，國務院辦公廳頒佈多項措施來加快體育運動行業的發展，包括於城市及農村地區建設運動基建及開設相關機構等。中國政府亦大力推廣運動作為健康的生活方式，鼓勵人民參與各項運動。因此，體育用品行業成為中國政府的重點支持行業，而中國政府所頒佈的新指引也為行業的未來發展創造有利的市場條件。

### **運動熱潮席捲全國**

繼二零零八年北京奧運、第十一屆全國運動會及二零零九年東亞運動會與二零一零年南非世界盃等國際盛事舉行過後，人民對運動的熱情持續不減；而隨著人民對保持健康生活的意識日增，這亦使運動日益流行。現今的消費者更著重運動及優化生活方式，這正與本集團品牌理念相符。預期於二零一零年下半年舉行的廣州亞運會將繼續刺激消費者對運動相關產品的興趣。另外，隨著近年消費者的收入提高，人民對品牌日益關注及注重於購買高質素的運動用品，為本集團帶來了無限商機。

### **業務回顧**

本集團在二零一零年上半年取得持續性的業績增長，主要是由於特步品牌四大核心競爭力的提升，即品牌建設、創新產品、渠道建設及管理能力。

## 品牌建設

「讓運動與眾不同」是特步品牌的核心理念。為加強特步品牌在時尚運動界的領先地位，本集團推行了創新的品牌推廣，並結合了體育與娛樂的營銷策略。除贊助國際性及全國性活動以及體壇盛事外，本集團亦從不同渠道進行廣泛而有效的媒體推廣。另外，本集團不僅建立為中國領先的時尚體育品牌，同時更銳意邁向國際，力求在國際舞台上爭取更好的發展。

贊助賽事是特步品牌整體推廣活動中不可或缺的部分，以確保特步品牌維持最佳的曝光率。於回顧期內，本集團不斷物色最具成本效益的市場營銷及贊助機會，並致力贊助以下重要事項：

### 1. 國際性及全國性盛事

#### 二零一零年上海世界博覽會

上海世界博覽會是二零一零年中國最具影響力的國際盛事，舉辦日期由二零一零年五月一日至十月三十一日。是次主辦單位史無前例地邀請了192個國家及50個國際組織參展，預期將有逾7,000萬人次前往參觀，致力締造歷屆最多參展商及參觀人士的世界博覽會。本集團獨家贊助大會所有志願者穿上「世博特步」運動服裝以提高特步品牌曝光率。是項贊助體現了本集團致力將特步品牌推向國際層面並成為真正的國際品牌。透過贊助這項掀動全球的國際盛事，本集團實現「扎根中國，面向世界」的遠景，並進一步提升品牌知名度。

#### 第四屆全國體育大會

每四年一度的全國體育大會是由中國國家體育總局主辦的全國性非奧運綜合運動會。全國體育大會的規模可媲美全國運動會，匯聚全國各省市的體育精英，備受公眾注視。第四屆全國體育大會已於本年度五月十六日至二十六日在安徽省合肥市舉行，共設34項比賽項目，包括蹼泳、滑水、摩托艇、中式摔跤、公開水域游泳及救生等。作為第四屆全國體育大會的官方合作夥伴及唯一體育用品贊助商，本集團贊助合肥、江蘇、安徽、貴州及香港運動員的所有服裝。這次贊助加深了本集團與全國知名運動會的夥伴關係，突顯本集團對中國體育事業的持續貢獻。

## 2. 體育賽事

### 足球

#### 伯明翰城足球俱樂部

於二零一零年一月，本集團與伯明翰環球控股有限公司訂立為期五年的贊助協議，據此，本集團將提供服飾予伯明翰城足球俱樂部(「伯明翰足球會」)，將成為首個中國體育用品品牌亮相於英國超級聯賽(「英超聯」)。英超聯是全球公認大型聯賽中最重要及備受注視的球賽之一。伯明翰足球會已有125年的歷史，曾於頂級聯賽取得14場不敗紀錄，於上一季的英超聯排名第九。根據贊助協議，伯明翰足球會中的球員及後勤人員於球賽、訓練期間及球會活動上將穿上由本集團設計的球衣。伯明翰足球會球場亦會豎立八個附有特步品牌標誌的大型廣告牌以加強宣傳效果。這些贊助為本集團的重要里程碑，見證了一個快速增長的活力時尚體育用品品牌走向國際舞台，同時創造龐大的市場營銷與宣傳商機。

#### 香港明星足球隊

本集團繼續支持香港明星足球隊(「明星足球隊」)，為其成員贊助服裝。於回顧期內，明星足球隊成員穿上由本集團設計及贊助的球衣，參與在香港及中國舉行的多項慈善球賽。明星足球隊是由香港娛樂圈一群知名藝人創立的著名體育及慈善組織，透過受歡迎藝人的群策群力，參與慈善比賽及演出，以推廣體育活動和為有需要人士籌募善款。本集團自二零零九年八月起一直為球隊供應度身訂造的運動服、便服及服飾。這雙贏的贊助，突顯特步品牌作為時尚及潮流運動服的領先者，同時提升其在國內及海外市場的品牌知名度。

### 跑步

#### 「愛跑步 愛特步」

跑步為全球廣受歡迎的運動之一，競技與休閒並重。今年上半年，跑步仍是本集團體育營銷的重要焦點。本集團增加投入資源在各項與跑步相關活動，藉以提升特步品牌的跑鞋系列的品牌曝光。於回顧期內，本集團亦籌辦許多跑步相關推廣活動，亦在各大電視頻道贊助活動，推出創新電視廣告，宣傳「愛跑步、愛特步」的口號。

## 二零一零年廈門國際馬拉松

廈門國際馬拉松由中國田徑協會和廈門市政府聯合主辦，設有男女子全程馬拉松、半程馬拉松、10公里及5公里等八項賽事，吸引來自35個國家超過50,000名跑手參與。今年的賽事由中央電視台及廈門電視台現場直播，並在全球超過40間電視台轉播。本集團由二零零九年至二零一三年連續五年成為是項賽事的獨家體育用品合作夥伴，為選手贊助運動服裝。

## 國際田聯鑽石聯賽－上海站

國際田聯鑽石聯賽是著名的年度田徑系列賽。上海站為今年聯賽第二站的賽事並已於二零一零年五月二十三日在上海體育館舉行，共產生七項世界紀錄，而在16項比賽項目中，參賽選手不乏頂尖的運動健兒，包括百米欄選手「中國飛人」劉翔、一百米和二百米世界紀錄保持者「牙買加閃電」博爾特，以及不少現任世界冠軍和奧運冠軍選手。由二零一零年至二零一二年，本集團為是項賽事的合作夥伴及獨家運動服贊助商，足證本集團對體育界的持續支持，亦進一步加強其成為專業跑步品牌的業務重點。賽事由全球48家電視台轉播，其中中國中央電視台第五頻道(中央電視五台)及英國廣播電視台第三頻道(BBC三台)更作現場直播，讓特步品牌展現在全球觀眾面前，進一步提升其知名度和聲譽。

## 安利紐崔萊健康跑

本集團為在2010年4月合肥舉行的安利紐崔萊健康跑的贊助商。這項5公里賽跑活動是為響應第四屆全國運動會而舉行，吸引超過20,000名參加者。

## 2010奧運歡樂跑

本集團是2010奧運歡樂跑的贊助商之一，該活動由中國香港體育協會暨奧林匹克委員會主辦，並於本年六月在香港迪士尼樂園舉行，吸引了約3,400名參加者及11支公司團隊參加。

## 伯明翰•特步•心連心光明行2010

「伯明翰•特步•心連心光明行2010」慈善籌款活動由本集團與伯明翰環球控股有限公司聯合贊助。是次3公里的籌款步行共吸引超過1,000名人士參與，包括約35支公司團隊、公眾參與者及視障人士。本集團是首次與該籌辦機構合作，活動為視障人士籌得約700,000港元善款。

## 其他體育活動

除贊助足球及賽跑比賽外，本集團亦贊助其他熱門體育活動，以強化和宣傳特步品牌，有關活動包括：

### CX全國極限精英賽

為推廣和支持極限運動，本集團已連續第四年擔任CX全國極限精英賽的獨家冠名贊助商。作為中國最具聲望的CX極限精英賽，賽事包括最受全球年青人歡迎的新興運動，例如滑板、滾軸溜冰及眾多其他運動。由於規模龐大，加上參賽者表現水平甚高，故CX全國極限精英賽受到廣大傳媒注目，更被譽為「中國最佳CX極限精英賽」。此外，本集團亦在北京、成都、廣州、上海、瀋陽及武漢等地的多間中國大學贊助舉辦「CX極限校園行」活動。

### 中國女子籃球甲級聯賽協會(中國女籃)

本集團為二零零七年至二零一三年中國女籃的獨家冠名贊助商，透過參與受歡迎的體育賽事，展現品牌產品的時尚設計，藉以提升特步品牌的知名度。

## 3. 娛樂及廣告投放

在贊助國際性及全國性活動及體壇矚目盛事的同時，本集團貫徹實施獨有的營銷策略，結合體育與娛樂，與其客戶聯繫並盡力提升品牌的曝光率。抓緊二零一零年世界盃的足球熱潮，本集團推出名為「我愛 X 足球」及「共享傳奇」的兩輯全新廣告，以謝霆鋒、蔡依林及潘瑋柏等特步品牌代言人作號召。品牌代言人穿上特步品牌最新運動服裝系列，散發著青春氣息及時尚魅力，吸引眾多緊貼潮流者注視，廣告推出後大獲好評，不但迎合了大眾對足球的熱情，亦大大提升特步品牌的知名度。

於本年度二月舉行的二零一零年秋季訂貨會上，謝霆鋒、蔡依林及潘瑋柏連同五位「快樂女聲」等共八位特步品牌代言人，為現場超過5,000名分銷商及特許經營商演出。除了讓分銷商、特許經營商及所有銷售人員有機會近距離接觸多位代言人外，表演亦提升員工士氣，增強其對本集團的歸屬感。

本集團利用多元化媒體廣告策略吸引客戶，於主要頻道的黃金時間投放廣告，在不同地區創下高收視率。電視頻道包括：



**全國：**中央電視台1台－中國中央電視台(「中央電視台」)的最重要全面性電視頻道，綜合各類電視節目供有線及無線電視觀眾觀賞。本集團在該頻道投放電視廣告以提升品牌知名度。

**體育：**中央電視台5台－中央電視台的專用體育頻道，播放各類型的體育項目。本集團與中央電視台簽訂為期兩年的協議，成為中央電視台5台的官方合作夥伴，於二零零八年至二零一零年期間，在所有現場直播的體育賽事中插播特步品牌的廣告。在此頻道投放廣告的主要目的是為了增強特步在體育用品行業的品牌知名度。

**華中：**湖南衛視－該頻道是一個受歡迎的主要電視頻道，熱點提供具有豐富娛樂性的節目。本集團是「天天向上」的獨家冠名贊助商，該節目內容精彩，廣受觀眾支持，因而有助提升特步品牌的知名度。

**華南：**東南衛視－該頻道廣泛覆蓋南部省份及台灣，具有台海及娛樂特色。本集團亦是熱爆音樂節目「東南勁爆音樂風雲榜」的主要合作贊助商，吸引無數喜愛音樂的年輕人關注。

**華東：**安徽衛視－本集團與安徽衛視組成策略性體育用品合作夥伴，安徽衛視是中國東部地區最早啟用的電視頻道之一，於區內擁有龐大覆蓋。本集團投放特步時尚體育品牌形象代言人的電視廣告，以加強本集團在這富裕地區的品牌推廣。

**數碼：**搜狐－本集團是搜狐世界盃網站的運動產品贊助商，並由二零一零年至二零一二年就品牌發展及網絡宣傳方面，與搜狐締結為期三年的戰略夥伴關係。憑藉搜狐廣泛的網絡，本集團得以透過娛樂及創新的廣告，為廣大的消費者推廣時尚特步品牌的差異化品牌定位。

除了電視廣告外，本集團亦在各大體育及時尚雜誌刊物廣泛刊登印刷廣告，藉此進一步加強特步作為領先時尚體育品牌的地位。鑒於媒體領域不斷演變，本集團的廣告策略越加趨向採用戶外及網上媒介。

## 創新產品

延續「讓運動與眾不同」的品牌理念，本集團於回顧期內繼續以跑步及足球系列以及其他時尚體育用品系列為拓展重點。本集團一直以其優越的產品設計及研發能力自豪。其設計團隊由超過600名行業專家組成，與英國、法國、南韓及美國著名的時裝及潮流趨勢研究及設計機構緊密合作，憑藉他們專業的時尚知識及國際觸覺，開發廣泛的產品設

計，以滿足客戶不斷改變的需求。為進一步鞏固研發能力，本集團近日在廣州開設了佔地2,500平方米的全新研發中心，主要集中開發新的服飾系列。該中心配備先進的設計設施及擁有來自中國大陸不同城市及韓國的設計及研發團隊，各成員均擁有豐富的行業知識，並洞悉中國及海外時尚潮流趨勢，各人滙聚不同經驗發揮所長。

此外，本集團已採用產品生命週期管理系統，該系統是一個透過網絡管理產品整個生命週期的解決方案，涵蓋產品構思、設計及製造，以至付運等各個範疇。該系統為設計及研發團隊、生產廠房及供應商提供合作平台，旨在減少產品開發時間及改善產品質素。

### **鞋履產品**

於回顧期內，本集團推出六系列合共超過1,900款新穎時尚的鞋履產品，主要為跑步鞋、復古鞋、休閒鞋、籃球鞋、網球鞋及童裝鞋，兼具時尚及功能的元素。此外，本集團亦為時尚的客戶推出高雅的「快樂女聲」鞋履系列。本集團的其中一個主要成功因素，是基於其創新及創意的時尚產品。本集團不時致力改善其鞋履產品的功能及技術標準。於回顧期內，本集團藉採取先進技術，加強以下主要功能元素。

- 自家研製X-CJ啫喱物料及高彈性EVA物料來改善減震功能
- 超輕型物料來減低進行長距離跑鞋的重量
- 納米銀抗菌化學物質來抑制細菌寄生

### **服飾產品**

於回顧期內，本集團合共推出四大系列超過2,600款設計新穎的運動服飾，分別為足球、綜合訓練、網球及都市類別等，向目標客戶展示特步品牌時尚動感的一面。此外，於回顧期間推出的全新「快樂女聲」運動系列品牌，細意勾劃「快樂女聲」歌唱比賽勝出者的特色，受到客戶的好評。

此外，本集團繼續引進尖端技術加強運動服飾的功能，著重舒適及透氣特色。於涼快及舒適的纖維物料以納米技術加工，使物料可以過濾光線中的熱幅射及減低熱量，以提供更大的舒適度。本集團亦採用環保的保暖纖維，加強保暖及透氣之特色。

## 渠道建設

### 覆蓋全國的穩固據點

於二零一零年六月三十日，本集團透過其分銷商及第三方零售商共經營7,009家零售店。下表闡明本集團分銷商及第三方零售商以特步品牌及其他品牌經營零售店數目：

#### 零售店數目

品牌	於二零一零年 六月三十日	於二零零九年 十二月三十一日	變動
特步品牌	6,579	6,103	+476
其他品牌	430	430	-
總計	<u>7,009</u>	<u>6,533</u>	<u>+476</u>

下表為本集團於二零一零年六月三十日在中國特步品牌及其他品牌零售店及旗艦店數目按地區劃分的分佈情況：

	特步品牌 零售店數目	特步品牌 旗艦店數目	其他品牌 零售店數目	其他品牌 旗艦店數目
東部地區	2,549	13	146	-
南部地區	1,625	12	117	1
西部地區	1,106	4	41	-
北部地區	1,299	7	126	-
總計	<u>6,579</u>	<u>36</u>	<u>430</u>	<u>1</u>

## 特步品牌

隨著特步品牌持續擴充其零售網絡覆蓋，零售店及旗艦店總數、總銷售面積及平均每店銷售面積增長如下：

	於二零一零年 六月三十日	於二零零九年 十二月三十一日	變動
零售店總數	<b>6,579</b>	6,103	+476
旗艦店總數	<b>36</b>	30	+6
總銷售面積(平方米)	<b>555,000</b>	498,000	+11.4%
平均每零售店銷售面積(平方米)	<b>84.4</b>	81.6	+3.4%

## 主要地區

於回顧期內，特步品牌銷售網絡在全國發展迅速，尤其是南部地區的湖南及湖北省，以及東部地區的江蘇、浙江、安徽及山東省等，均為本集團零售店網絡的主要地區。根據中國國家統計局發佈的最新統計數字，於二零一零年上半年，以上大部份地區的生產總值均錄得雙位數字增長，超出中國整體國內生產總值水平的11.1%。本集團銳意在這些急速增長的地區進一步擴充其業務網絡。於二零一零年六月三十日，本集團透過其分銷商或第三方零售商於東部及南部地區經營合共4,174家零售店，佔其總零售店網絡約63%。

## 旗艦店建設

本集團致力透過設立及優化其旗艦店，提高其知名度及客戶的忠誠度。於二零一零年六月三十日，本集團共擁有36家特步品牌旗艦店，較二零零九年十二月三十一日增加6家。這些旗艦店遍佈於全國各地的黃金地段，包括湖南、湖北、安徽及山東。

## 抓緊新市場

於二零一零年六月初，本集團在台北透過第三方分銷商推出其首家特步品牌零售店，該零售店位於黃金購物區西門町，成為進軍台灣市場的首批中國品牌之一。這為擴充本集團在東南亞的業務網絡奠定重要的一步。

## 開拓數碼領域

於二零一零年五月，本集團與淘寶網結成合作夥伴，以擴大其分銷渠道及抓緊在電子商貿的商機。淘寶網是亞洲最大型的網上購物市場，擁有數億優質賣家。淘寶網於二零一零年四月錄得超過1.9億的註冊用戶基礎，顯示其在中國擁有非常龐大的網上購物客戶群。根據市場研究，中國的網上購物商場交易銷售量於二零一零年估計約達人民幣2,800億元，預計於二零一三年將進一步增長至約人民幣10,000億元。本集團的網上旗艦店自推出以來廣受歡迎，取得對喜愛網上購買特步體育用品(包括專供網上購買的產品)的消費者認同。隨著與淘寶網的合作，本集團於回顧期內亦在拍拍網及有啊網成立多家網上商店及旗艦店，致力繼續把握網上購物的龐大商機。

## 其他品牌

其他品牌主要包括迪士尼運動品牌及柯林品牌。這些零售店主要位於北部及東部地區，因為以上品牌在這些地區享有較高的品牌知名度。

本集團將繼續著重多品牌戰略，以取得持續增長。由於迪士尼人物受世界各地的青少年追捧，迪士尼運動品牌具龐大的發展潛力，因此，本集團投入更多資源發展產品。另外，本集團持續縮減柯林品牌業務，使本集團能夠將資源更妥善地投放於大眾市場，藉以爭取更好回報。於回顧期內，本集團在發展迪士尼運動品牌業務取得重大進展，與21個位於東南亞、中東及中歐等海外國家，締結分銷品牌產品特許協議。此舉進一步擴大本集團的足跡至世界舞台。於二零一零年六月三十日，已於中國設有430家其他品牌零售店。

## 管理能力

### 渠道管理

本集團於全國擁有強大而穩定的資深分銷商網絡，一直是其成功的關鍵。本集團視分銷商為重要的業務夥伴，委任合共28名獨家特步品牌分銷商及50名其他品牌分銷商，覆蓋31個省份。本集團會定期提供系統培訓，包括市場營銷、產品展示設計及存貨管理等訓練，確保作為領先的時尚體育用品企業的集團形象得以貫徹實行。

本集團亦制定一套標準的工作守則，當中涵蓋營運、零售店設計及陳列佈置的規格、客戶服務標準及定價政策，確保所有零售店維持貫徹一致的品牌形象。本集團亦刊發了統一守則，當中詳細列出零售店的產品陳列指引，確保全國均貫徹一致的風格。店舖的外觀及佈置亦會每兩年作出提升，為客戶提供煥然一新的購物體驗。

零售店得以順利營運，有賴採取嚴謹的分銷管理系統。於二零一零年六月三十日，全國特步品牌的零售店採用實時監察的分銷資源系統的比例已達約55%。分銷資源系統直接連接分銷商的存貨及財務系統以及零售店銷售系統，使本集團能夠實時記錄及追蹤存貨水平，監控倉庫產品走勢及零售店的情況。因此，本集團能夠更有效計劃及密切監控市場狀況，同時優化存貨管理。透過追蹤客戶的喜好及消費模式，該系統亦有助本集團提升新一季的產品設計。

### **供應鏈管理**

本集團從設計、生產、銷售至分銷管理，均採用垂直綜合業務模式，憑藉自設的生產設施，本集團能夠快速面對不斷變化的市場需求及潮流走勢。於回顧期內，本集團的自設廠房包括12條鞋履生產線及20條服裝生產線，鞋履產品及服裝產品的總年產能分別約達1,200萬雙及300萬件。本集團生產設施的使用率為100%。於回顧期內，按銷售量計分別約60%鞋履及7%服裝產品由本集團生產。

### **員工發展**

本集團確信員工是其最重要的資產之一，並致力全面發掘員工的潛能。於回顧期內，本集團為分銷商及零售銷售人員提供多項培訓課程，以加強其管理技巧及銷售技能，並定時為員工提供最新產品資訊。培訓課程不但有助培育企業文化，還能培養員工對本集團的歸屬感。

除了定期的培訓課程外，本集團採取多種方法以評估員工的表現，從而加強內部監控和管理。例如，在遍佈全國的零售店實施「神秘顧客」評估，從消費者角度來評核零售店的整潔程度、客戶服務及店員殷誠態度等各方面，另外也包括零售店的陳列及佈置，以評核銷售人員是否已遵守守則所載的指引。

## 財務回顧

### 按品牌產品銷售劃分的收入及毛利率分析

截至六月三十日止六個月

	收入 (人民幣千元)		變動 (%)	佔收入百分比 (%)		毛利率 (%)		變動 (百分點)
	二零一零年	二零零九年		二零一零年	二零零九年	二零一零年	二零零九年	
特步品牌	<b>1,900,785</b>	1,548,780	+22.7	<b>93.2</b>	92.3	<b>40.5</b>	38.5	+2.0
其他品牌	<b>139,371</b>	128,656	+8.3	<b>6.8</b>	7.7	<b>44.4</b>	40.4	+4.0
總計	<b><u>2,040,156</u></b>	<u>1,677,436</u>	<u>+21.6</u>	<b><u>100.0</u></b>	<u>100.0</u>	<b><u>40.7</u></b>	<u>38.6</u>	<u>+2.1</u>

本集團截至二零一零年六月三十日止六個月的總收入上升約22%至約人民幣20億元(二零零九年：人民幣17億元)。毛利率亦上升2.1百分點至40.7%(二零零九年：38.6%)。整體收入及毛利率的上升主要由於特步品牌的表現大幅提升所致。其他品牌的穩步上升主要由於迪士尼運動品牌的銷售上升超過柯林品牌的銷售下跌。特步品牌產品仍然是本集團的主要產品收入來源，佔本集團的總收入約93%。本集團的毛利率得以改善，主要由於特步品牌及其他品牌產品的毛利率均有所提升所致。

### 特步品牌

#### 特步品牌按產品種類劃分的收入分析

截至六月三十日止六個月

	收入 (人民幣千元)			佔收入百分比 (%)	
	二零一零年	二零零九年	變動(%)	二零一零年	二零零九年
鞋履	<b>817,852</b>	733,689	+11.5	<b>43.0</b>	47.4
服裝	<b>1,050,235</b>	801,616	+31.0	<b>55.3</b>	51.8
配飾	<b>32,698</b>	13,475	+142.7	<b>1.7</b>	0.8
總計	<b><u>1,900,785</u></b>	<u>1,548,780</u>	<u>+22.7</u>	<b><u>100.0</u></b>	<u>100.0</u>
毛利率	<b><u>40.5%</u></b>	<u>38.5%</u>	<u>+2.0百分點</u>		

本集團截至二零一零年六月三十日止六個月特步品牌產品總收入大幅上升約23%至人民幣19億元(二零零九年：人民幣15億元)，毛利率上升2.0百分點至40.5% (二零零九年：38.5%)。特步品牌產品錄得如此驕人成績，主要是受惠於特步品牌贊助多個大型國際性及全國性體育項目，與及獨特的娛樂營銷推廣策略，因而知名度大幅提升。加上特步品牌產品受大眾市場歡迎，擴充銷售渠道及網絡後，銷售表現理想。

### 特步品牌鞋履的收入、銷售量及平均售價

截至六月三十日止六個月

	二零一零年	二零零九年	變動
收入(人民幣百萬元)	<b>817.8</b>	733.7	+11.5%
銷售量(百萬)	<b>9.5</b>	9.1	+4.6%
平均售價(人民幣)	<b>85.7</b>	80.4	+6.6%
毛利率	<b>40.3%</b>	38.9%	+1.4百分點

特步品牌鞋履的收入上升11.5%至人民幣8億元(二零零九年：人民幣7億元)，佔特步品牌收入的43.0%。有關收入增加主要是由於鞋履產品銷售量增加約4.6%至950萬雙(二零零九年：910萬雙)，而平均售價增加約6.6%至人民幣85.7元(二零零九年：人民幣80.4元)所致。平均售價增加主要是由於特步品牌知名度提升，本集團能提升特步品牌鞋履產品的零售價以及減少給予分銷商的折扣所致。鑒於平均售價上升及有效的成本控制，毛利率增加1.4百分點至40.3%(二零零九年：38.9%)。

### 特步品牌服裝的收入、銷售量及平均售價

截至六月三十日止六個月

	二零一零年	二零零九年	變動
收入(人民幣百萬元)	<b>1,050.2</b>	801.6	+31.0%
銷售量(百萬)	<b>20.0</b>	17.4	+15.0%
平均售價(人民幣)	<b>52.5</b>	46.1	+13.9%
毛利率	<b>40.7%</b>	38.2%	+2.5百分點



特步品牌服裝產品的收入上升31.0%至人民幣11億元(二零零九年：人民幣8億元)。有關收入增長強勁由於銷售量大幅上升約15.0%至2,000萬件(二零零九年：1,740萬件)及平均售價上升約13.9%至人民幣52.5元(二零零九年：人民幣46.1元)所致。銷售數量大幅上升主要由於特步品牌運動服裝有著非常好的品牌差異化定位，給予大眾市場非常鮮明的時尚感，加上利用年輕人喜愛的潮流偶像作推廣，因此在回顧期內增長迅速。

由於特步品牌大幅提升，本集團已提高特步品牌服裝產品的零售價，加上嚴謹的成本控制，毛利率大幅增加2.5百分點至40.7%(二零零九年：38.2%)。

附註：

- (1) 由於配飾產品種類繁多，且單位價格差別甚大，故此我們沒有列出特步品牌配飾產品的銷售量、平均售價及毛利率詳情。我們認為此產品類別以單位作分析不具意義。
- (2) 平均售價以財政期間內收入除以財政期間內已售單位總數計算。

## 其他品牌

### 其他品牌按產品種類劃分的收入分析

截至六月三十日止六個月

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零一零年	二零零九年	變動(%)	二零一零年	二零零九年
鞋履	37,840	55,781	-32.2	27.1	43.4
服裝	94,447	65,272	+44.7	67.8	50.7
配飾	7,084	7,603	-6.8	5.1	5.9
總計	<u>139,371</u>	<u>128,656</u>	<u>+8.3</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>
毛利率	<u>44.4%</u>	<u>40.4%</u>	<u>+4.0百分點</u>		

其他品牌收入來自迪士尼運動品牌及柯林品牌。截至二零一零年六月三十日止六個月，其他品牌收入為人民幣1.394億元(二零零九年：人民幣1.287億元)，較上個期間增加約8.3%，毛利率為44.4% (二零零九年：40.4%)。收入增加的主要原因是迪士尼運動品牌產品銷售增加，惟因柯林品牌產品銷售減少而被抵銷。毛利率增加主要是由於其他品牌服裝產品上升所致。

### 其他品牌鞋履產品的收入、銷售量及平均售價

截至六月三十日止六個月

	二零一零年	二零零九年	變動
收入(人民幣百萬元)	<b>37.8</b>	55.8	-32.2%
銷售量(百萬)	<b>0.6</b>	0.7	-23.2%
平均售價(人民幣)	<b>66.9</b>	75.8	-11.7%
毛利率	<b>45.0%</b>	45.3%	-0.3百分點

其他品牌鞋履產品收入減少約32.2%至人民幣3,780萬元(二零零九年：人民幣5,580萬元)。收入減少主要是由於銷售量減少約23.2%至60萬雙(二零零九年：70萬雙)因為縮減柯林品牌鞋履產品規模所致。由於柯林品牌的售價以高檔市場為定位，故減低其銷售亦導致平均售價下跌。因此，由於本集團亦減低鞋履產品的銷售成本，平均售價降低約11.7%至人民幣66.9元(二零零九年：人民幣75.8元)，使毛利率稍為下降0.3百分點至45.0%(二零零九年：45.3%)。

### 其他品牌服裝產品的收入、銷售量及平均售價

截至六月三十日止六個月

	二零一零年	二零零九年	變動
收入(人民幣百萬元)	<b>94.4</b>	65.3	+44.7%
銷售量(百萬)	<b>1.1</b>	0.8	+35.6%
平均售價(人民幣)	<b>83.5</b>	78.3	+6.7%
毛利率	<b>44.6%</b>	37.8%	+6.8百分點

其他品牌服裝產品的收入增加44.7%至人民幣9,440萬元(二零零九年：人民幣6,530萬元)。收入上升的原因主要是由於銷售量上升約35.6%至110萬件(二零零九年：80萬件)及平均售價上升約6.7%至人民幣83.5元(二零零九年：人民幣78.3元)。銷售量大增加的主要原因是成功推銷迪士尼運動品牌及備受年輕一代接納的流行時尚服裝產品系列。由於迪士尼運動品牌日益流行，平均售價有所提升，毛利率得以改善。迪士尼運動品牌產品銷售大幅增加，抵銷了柯林品牌產品銷售的跌幅。

附註：

- (1) 由於配飾產品種類繁多，且單位價格差別甚大，故此我們沒有列出其他品牌配飾產品的銷售量、平均售價及毛利率詳情。我們認為此產品類別以單位作分析不具意義。
- (2) 平均售價以財政期間內收入除以財政期間內已售單位總數計算。

### 按產品種類劃分的收入

截至六月三十日止六個月

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零一零年	二零零九年	變動(%)	二零一零年	二零零九年
鞋履	<b>855,692</b>	789,470	+8.4	<b>41.9</b>	47.1
服裝	<b>1,144,682</b>	866,888	+32.0	<b>56.1</b>	51.7
配飾	<b>39,782</b>	21,078	+88.7	<b>2.0</b>	1.2
總計	<b><u>2,040,156</u></b>	<b><u>1,677,436</u></b>	<b><u>+21.6</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>100.0</u></b>
毛利率	<b><u>40.7%</u></b>	<b><u>38.6%</u></b>	<b><u>+2.1百分點</u></b>		

本集團整體鞋履產品收入上升8.4%至人民幣9億元(二零零九年：人民幣8億元)，服裝產品收入上升32.0%至人民幣11億元(二零零九年：人民幣9億元)，配飾收入增加88.7%至人民幣4,000萬元(二零零九年：人民幣2,000萬元)。服裝產品的收入佔整體收入56.1%，主要由於成功的品牌建設及營銷策略，為大眾市場提供高質素的時尚運動產品所致。

## 按地區產品銷售劃分的收入分析

截至六月三十日止六個月

	二零一零年		二零零九年		變動 (%)
	收入 (人民幣千元)	佔收入 百分比 (%)	收入 (人民幣千元)	佔收入 百分比 (%)	
特步品牌					
東部	<b>804,309</b>	<b>39.4</b>	607,485	36.2	+32.4
南部	<b>574,700</b>	<b>28.2</b>	462,205	27.6	+24.3
西部	<b>239,150</b>	<b>11.7</b>	206,824	12.3	+15.6
北部	<b>282,626</b>	<b>13.9</b>	272,266	16.2	+3.8
小計	<b>1,900,785</b>	<b>93.2</b>	1,548,780	92.3	+22.7
其他品牌	<b>139,371</b>	<b>6.8</b>	128,656	7.7	+8.3
總計	<b><u>2,040,156</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>1,677,436</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>+21.6</u></b>

東部地區包括： 上海、江蘇、浙江、安徽、山東、江西及福建

南部地區包括： 湖北、湖南、河南、廣西、廣東、海南及香港

西部地區包括： 四川、貴州、西藏、雲南、重慶、陝西、寧夏、甘肅、青海及新疆

北部地區包括： 黑龍江、吉林、遼寧、天津、河北、山西、北京及內蒙

由於特步品牌的有效市場推廣及銷售網絡擴張，特步品牌在東部地區增長主要在山東省及安徽省；南部增長主要在湖南省及湖北省；而西部增長主要在四川省。

## 銷售成本分析

截至六月三十日止六個月

	二零一零年		二零零九年		變動 (%)
	銷售成本 (人民幣千元)	佔銷售成本 百分比(%)	銷售成本 (人民幣千元)	佔銷售成本 百分比(%)	
原材料	536,787	44.4	452,398	43.9	+18.7
外判生產成本	602,661	49.8	517,535	50.3	+16.4
直接員工成本	57,359	4.7	47,776	4.6	+20.0
其他	12,566	1.1	11,951	1.2	+5.1
總計	<u>1,209,373</u>	<u>100.0</u>	<u>1,029,660</u>	<u>100.0</u>	<u>+17.5</u>

## 銷售成本

回顧期內，本集團的銷售成本較去年同期增加17.5%，主要是由於原材料成本及外判生產成本增加。由於本集團銷售成本總額的增幅少於本集團收入總額的增幅，本集團的毛利率仍錄得增長。

由於集團嚴格控制成本及質量，因此部份加工的外判原材料亦由本集團自行購買，因此原材料所佔的百分比增加至約44%。直接員工成本增加是由於員工的工資及福利增加所致。

## 其他收入及收益

回顧期內，本集團的其他收入及收益約為人民幣1,010萬元(二零零九年：人民幣670萬元)。增加主要來自政府補貼增加。

## 銷售及分銷成本

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團的銷售及分銷成本約為人民幣3.040億元(二零零九年：人民幣2.424億元)，佔本集團總收入約14.9%(二零零九年：14.4%)。由於本集團致力提升品牌形象、增加在重要體育賽事的贊助，以及創新的娛樂營銷推廣，廣告及市場推廣開支由二零零九年上半年的約人民幣1.939億元(佔收入11.6%)增加至回顧期內的約人民幣2.391億元(佔收入11.7%)。

## 一般及行政開支

由於嚴格控制成本導致整體一般及行政開支佔收入的百分比下降。一般及行政開支由二零零九年首六個月的約人民幣8,080萬元(佔收入4.8%)增加至回顧期內的約人民幣8,490萬元(佔收入4.2%)。本集團的研發費用約為人民幣2,650萬元(佔收入1.3%) (二零零九年：人民幣2,850萬元，佔收入1.7%)，主要與鞋履設計及功能的提升、服飾質料的外觀、功能及耐用的質量提升有關。

## 所得稅開支

於回顧期內，本集團的所得稅開支約為人民幣8,120萬元(二零零九年：人民幣2,460萬元)。

根據二零零八年一月一日起生效的中國新企業所得稅法及其實施條例，國內企業及外資企業均須按統一中國企業所得稅率25%繳稅。特步(中國)於截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止年度可享有統一稅率25%的減半優惠，其後亦須按統一稅率25%繳稅。柯林(福建)服飾有限公司於截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止年度可享有獲豁免中國企業所得稅，並於未來三個年度獲得中國企業所得稅的減半優惠。由於本集團於截至二零零九年十二月三十一日止期間享有更多稅項優惠，因此於回顧期內的實際稅率為17.9%，較去年同期的7.4%為高。

## 股權擁有人應佔溢利及淨利率

截至二零一零年六月三十日止六個月，本公司的股權擁有人應佔溢利約為人民幣3.735億元(二零零九年：人民幣3.065億元)，較去年同期上升約22%。本集團的毛利率上升至40.7% (二零零九年：38.6%)，原因在於特步品牌的毛利率增至40.5% (二零零九年：38.5%)。隨著本集團採取嚴緊而有效的成本控制措施，經營利潤率得以上升至22.2% (二零零九年：19.8%)。由於稅務優惠主要於二零零九年結束，本集團的實際稅率增至17.9% (二零零九年：7.4%)。因此，本集團的淨利潤率為18.3% (二零零九年：18.3%)。

## 營運資金週期

期內，本集團的總體營運資金週轉日數與去年同期比較，減少了14天至27天(二零零九年：41天)。截至二零零九年六月三十日止六個月，本集團的總體營運資金週轉日數較截至二零零八年六月三十日止六個月減少了21天至41天(二零零八年：62天)。

本集團的平均存貨週轉日數與去年同期比較，減少了3天至46天(二零零九年：49天)，主要由於改善了生產規劃、採購控制及物流管理所致。

本集團於回顧期內的平均應收貿易賬款及應收票據週轉日數與去年同期比較，減少了3天至57天(二零零九年：60天)，主要是由於信貸監控改善所致。

本集團的平均應付貿易賬款及應付票據週轉日數與去年同期比較，增加了8天至76天(二零零九年：68天)，主要是由於加強現金管理所致。

### 資金流動性及資金來源

於二零一零年六月三十日，本集團的流動資產約為人民幣36.441億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣33.656億元)，增幅達8.3%，而本集團的流動負債約為人民幣8.140億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣6.293億元)，增幅達29.4%。流動負債增幅較大乃由於使用供應商的信貸期所致。因此，本集團的流動比率為4.5(二零零九年十二月三十一日：5.3)。

本集團主要營運資金來源為經營活動的現金流量及現金與銀行結餘。截至二零一零年六月三十日止六個月來自經營活動的淨現金流入約為人民幣2.30億元(二零零九年：人民幣3.38億元)。誠如上文營運資金週期一節所述，本集團於期內的總體營運資金週轉日數改善了14天(二零零九年：改善了21天)。因此期內淨現金流入少於上期。於二零一零年六月三十日，本集團的現金及銀行結餘總額約為人民幣24.354億元(二零零九年十二月三十一日：人民幣24.976億元)，跌幅約2.5%，主要是因為派付股息。於二零一零年六月三十日，本集團的銀行借貸為零(二零零九年十二月三十一日：零)。於二零一零年六月三十日，本集團並無抵押任何資產作為本集團獲授予任何銀行融資的擔保。於二零一零年六月三十日，本集團的負債比率為0%(二零零九年十二月三十一日：0%)，此乃將總借貸除以本集團股本及儲備的總和計算。本集團維持現金淨額狀況，反映其財政狀況穩健，足以應付未來發展。

### 存貨撥備

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團並無任何存貨撥備。

### 呆賬撥備

截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團並無任何呆賬撥備。

## 資本承擔及或然負債

於二零一零年六月三十日，本集團並無任何重大資本承擔及或然負債。

## 外匯風險

本集團主要在中國經營業務，而大部份交易均以人民幣結算。本集團的資產及負債以及經營中產生的交易主要以人民幣計值。因此，相信本集團並無重大影響本集團業務的匯率風險。本集團並無使用任何遠期合約或貨幣借款對沖其利率風險。然而，管理層將繼續監察外匯風險，並在需要時採取審慎措施。

## 重大投資及收購

於回顧期內，本集團並無進行重大投資或附屬公司收購或出售。本集團將繼續物色收購對象及與國際體育用品品牌發展業務合作等商機，以增加股東回報。

## 全球發售所得款項淨額用途

本公司股份於二零零八年六月三日在香港聯交所主板上市，全球發售所得款項淨額(扣除包銷佣金及相關開支後)約為20億8,800萬港元。

## 全球發售所得款項(百萬港元)

所得款項用途	可供動用	已動用 (於二零一零年 六月三十日)	未動用 (於二零一零年 六月三十日)
媒體廣告及品牌宣傳活動	459	459	—
擴大及優化分銷網絡	355	223	132
擴充生產設施及營運中心	397	150	247
收購品牌	501	—	501
提升設計及研發能力	146	146	—
提升資訊管理系統	63	29	34
一般營運資金	167	167	—
<b>總計</b>	<b>2,088</b>	<b>1,174</b>	<b>914</b>



## 人力資源

截至二零一零年六月三十日止，本集團有7,383名僱員(二零零九年十二月三十一日:7,352名僱員)。本集團為其僱員舉行入門課程及持續培訓，內容包括行業概況、技術及產品知識、行業質量標準及工作安全準則的認識等，以加強僱員的服務質素及水平。本集團從人員招聘程序、優化組織架構及企業文化建設等方面著手，致力提升人力資源的管理，為本集團業務發展提供有力的支持，使本集團能夠於未來維持可持續發展。

## 展望

### 市場前景

面對影響全球的環球金融海嘯，中國政府實施有效政策，並取得顯著成果。中國的國內生產總值穩步增長，而人民的收入亦不斷上升，使中國從金融危機中快速復蘇，繼續成為全球增長最快的經濟體系之一。

中國運動行業的市場潛力尤其不容忽視，當中有賴於中國政府已制定有利的措施及振興計劃，包括在城鄉地區興建運動基建設施，以及推廣運動生活化。於國內及海外舉行的連串矚目體育盛事，亦進一步加強中國人民對健康的認知及對體育的熱情，從而帶動體育用品的消費。作為領先的運動品牌之一，特步品牌具備優勢以把握有關商機，並可進一步拓展業務。

### 綜合的營銷及推廣

將體育和娛樂集於一身的具創意營銷及推廣，仍是本集團的焦點策略。本集團將於二零一零年下半年實行一連串宣傳策略，以進一步提升特步品牌知名度。

### 足球

於二零一零年八月開始的球季，本集團會為伯明翰足球會提供球衣，成為首家登陸英超聯的中國體育品牌贊助商。此項贊助向全世界證明本集團產品的功能性，並提升品牌在國際舞台的地位。由本集團設計的全新「特步-伯明翰」球衣已於二零一零年七月舉行的「特步杯中國之旅」中率先亮相，各伯明翰隊員在對香港、北京及瀋陽等足球隊的賽事中均穿上全新球衣。承接二零一零年世界杯引發的足球狂熱，中國之旅賽事引起全國關注，進一步提升本集團品牌在國內及海外市場的知名度。

## 跑步

於二零一零年下半年，本集團計劃借助以下其他矚目的賽跑比賽，以增加品牌的曝光率：

- 西藏國際半程馬拉松挑戰賽
- 西安城牆國際馬拉松賽
- 健康跑

## 娛樂

娛樂營銷仍然是本集團的重要策略之一，藉以接觸年輕一代。於二零一零年下半年，本集團將主辦多個音樂會，包括「杭州音樂節」及「2010特步東南勁爆音樂榜全國共賞會」，其將於昆明、哈爾濱、成都、鄭州、西安及海口等城市舉行。謝霆鋒、潘瑋柏及蔡依林以及五位「快樂女聲」等特步品牌代言人，將在二零一零年八月至十月的演唱會中演出。鑑於大眾對本集團過去數年主辦音樂會的熱烈反應，預期這些活動將創造另一輪熱潮，並加強品牌在年輕一代心目中的形象。

由於湖南衛視是中國主要娛樂頻道之一，本集團將繼續冠名贊助高收視的節目《天天向上》。為了進一步吸引市場注意和提升品牌知名度，本集團將加強與中央電視一台、中央電視五台、湖南衛視、安徽衛視、浙江衛視及江蘇衛視等主要電視頻道的策略夥伴關係，在這些頻道推出更多新電視廣告及增加產品曝光率。本集團亦會投入更大的營銷力度於若干新的戰略市場，例如黑龍江及四川等。

## 創新產品

憑藉強大的設計及研發隊伍，本集團將繼續推出揉合時尚和運動元素的創新產品。本集團將擴大鞋履種類，推出新產品系列以迎合顧客的不同需要。例如，本集團將推出可適應多種不同環境及用途的新款式跑步鞋系列，而全新的戶外鞋系列則款式耐用，切合戶外活動愛好者的需要。由於本集團已與伯明翰環球控股有限公司訂立贊助協議，並向伯明翰足球會提供服飾，故「特步-伯明翰」系列及伯明翰球衣系列等多項相關產品將迅即推出市場，進一步增加本集團的產品種類。

## 擴展零售網絡

本集團非常著重擴展銷售網絡，因其是增加市場滲透率的重要因素。本集團計劃在全國開設更多旗艦店，以提升本集團的品牌知名度及聲譽，以湖南、湖北、安徽、四川及山東等二、三級省份為開拓重點。本集團的目標是於二零二零年底前建立約7,000家特步品牌零售店。

在海外拓展方面，本集團計劃擴大海外銷售網絡，而重點在於土耳其、沙地阿拉伯和埃及等中東國家，以及印尼等東南亞國家。

## 強化電子商貿平台

隨著年青人在網上購物日漸普及，本集團相信電子商貿具有龐大市場潛力，更視之為不久將來的重要銷售網絡之一。隨著與搜狐及淘寶網建立合作夥伴關係後，本集團將繼續物色及尋求與其他高點擊率的電子平台合作，以發展和加強網上電子商貿業務。

## 傑出的設計及研發能力

本集團相信設計及研發能力是業務的根基，將繼續分配更多資源在產品設計及研發方面，以提供優質的體育用品。本集團最近於廣州設立研發中心，該中心配備先進設施和實力雄厚的設計隊伍，得以進一步加強本集團的研發能力。本集團將繼續推出揉合時尚和運動的產品，並吸納更多富經驗而具不同背景和專長的設計師，務求在兼顧運動功能之餘亦緊貼最新時尚潮流。

## 優化生產

本集團的長遠發展目標是以較低成本生產優質產品。本集團將擴大在福建、江西及安徽省的高質量供應鏈，以降低生產成本及提升本集團的整體生產效率。

## 結論

面對國內經濟增長及體育在中國人民之間日漸普及，中國的體育用品行業得以穩步發展。本集團將繼續以獨特而創新的差異化品牌宣傳策略，進一步加強特步品牌在全球的市場地位及知名度。展望未來，本集團將繼續採取綜合營銷策略、推出更多創新產品及設計、拓展零售網絡，並結合富經驗的設計及研發團隊和改善產能，以鞏固作為行業領導者的地位。

## 企業管治守則

本公司已採納上市規則附錄十四企業管治守則所載的守則條文。截至二零一零年六月三十日止六個月，除下文所披露偏離守則條文第A.2.1條的規定外，本公司一直遵守該等守則條文。

根據企業管治守則的守則條文第A.2.1條，主席及行政總裁的職務應加以區分，不應由同一人兼任。本集團現無區分主席與行政總裁的職務。丁水波先生為本集團的主席兼行政總裁，於體育用品行業經驗豐富，負責本集團的整體企業策略、規劃及業務管理。董事會認為，由同一人擔當主席及行政總裁的職務對本集團的業務前景及管理有所裨益。董事會及高級管理層由資深而優秀的人員組成，能確保權力及授權分佈均衡。董事會現包括六名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事，架構上有強大的獨立元素。

## 標準守則

本公司亦已採納上市規則附錄十所載的標準守則，作為董事進行證券交易的行為守則。本公司已向全體董事作具體查詢，全體董事確認，彼等於截至二零一零年六月三十日止六個月內一直遵守標準守則所載的規定標準及本身就董事進行證券交易制定的操守守則。

## 審閱中期財務報表

本報告的財務資料遵照上市規則附錄十六進行披露。本公司的審核委員會已舉行會議以討論本公司的內部控制及財務匯報事宜，包括審閱截至二零一零年六月三十日止六個月的中期業績及未經審核簡明綜合中期財務報表。

外聘核數師已按照香港會計師公會頒佈的《香港審閱聘用協定準則》第2410號—「由實體的獨立核數師執行的中期財務資料審閱」的規定審閱截至二零一零年六月三十日止六個月的簡明綜合中期財務報表。

## 購買、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零一零年六月三十日止六個月內，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 足夠的公眾持股量

根據本公司所獲的公開資料，就董事所知，於本公佈日期，本公司於上市日期至二零一零年六月三十日止期間一直維持上市規則所規定不少於本公司已發行股份25%的指定公眾持股量。

## 刊登發表中期業績及中期報告

中期業績公佈已於香港聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.xtep.com.hk](http://www.xtep.com.hk))刊登。本公司將於適當時候向其股東寄發截至二零一零年六月三十日止六個月的中期報告，當中會載有上市規則附錄十六規定的一切資料，屆時亦可登入上述網站閱覽。

## 股息

鑒於本集團強勁的業務增長及穩健的現金狀況，董事會建議就本期間派付中期股息每股10.0港仙(約等於人民幣8.7分)，較去年同期上升約43%(二零零九年：7.0港仙，約等於人民幣6.2分)。中期股息合共派息217,468,000港元(約等於人民幣190,263,000元)(二零零九年：152,155,150港元，約等於人民幣134,155,000元)，派息率達致本期溢利約51%(二零零九年：44%)。

## 暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一零年九月七日(星期二)至二零一零年九月九日(星期四)止期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份登記，以釐定股東可享有的建議中期股息配額。為符合資格獲取中期股息，所有股份過戶，連同有關股票，必須於二零一零年九月六日(星期一)下午四時三十分前交回本公司的股份過戶登記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，方為有效。

## 釋義

在本公佈中，除文義另有所指外，下列詞語具有以下涵義：

「董事會」	本公司董事會
「營業日」	香港聯交所營業買賣證券的日子
「本公司」或「特步」	特步國際控股有限公司
「董事」	本公司董事
「分銷資源系統」	分銷資源規劃系統
「EVA物料」	乙烯-醋酸乙烯酯共聚物物料
「國內生產總值」	國內生產總值
「本集團」	本公司及其附屬公司
「群成」	群成投資有限公司，於二零零七年二月二十三日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，其全部已發行股本由丁水波先生及丁美清女士分別直接擁有63.2%及36.8%
「港元」及「港仙」	香港法定貨幣港元及港仙
「香港」	中國香港特別行政區
「香港聯交所」	香港聯合交易所有限公司
「國際田聯鑽石聯賽－上海站」	國際田徑總會鑽石聯賽－上海站
「資訊科技」	資訊科技
「上市日期」	二零零八年六月三日，股份首次在香港聯交所開始買賣的日期
「上市規則」	香港聯合交易所有限公司證券上市規則

「標準守則」	上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「其他品牌」	迪士尼運動品牌及柯林品牌的統稱
「中國」	中華人民共和國，就本中期報告而言，不包括香港、澳門及台灣
「首次公開發售前購股權計劃」	本公司於二零零八年五月七日批准及採納有關本集團僱員的購股權計劃，其主要條款概述於本公司於二零零八年五月二十一日的招股章程附錄六「首次公開發售前購股權計劃」一段
「研發」	研究及開發
「人民幣」	中國法定貨幣
「證券及期貨條例」	香港法例第571章證券及期貨條例
「股份」	本公司股本中每股面值0.01港元之普通股份
「購股權計劃」	本公司於二零零八年五月七日採納的購股權計劃，其主要條款概述於本公司於二零零八年五月二十一日的招股章程附錄六「購股權計劃」一段
「股東」	本公司股東
「特步(中國)」	特步(中國)有限公司，本集團的間接全資附屬公司

承董事會命  
特步國際控股有限公司  
主席  
丁水波

香港，二零一零年八月二十三日

於本公佈刊發日期，本公司執行董事為丁水波先生、丁美清女士、林章利先生、丁明忠先生、葉齊先生及何睿博先生；本公司非執行董事為肖楓先生及陳偉成先生；本公司獨立非執行董事為冼家敏先生、許鵬翔先生及高賢峰博士。