



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1368



啟動未來

2011 中期報告

公司資料

董事會

執行董事

丁水波(主席)
丁美清
林章利
丁明忠
葉齊
何睿博

非執行董事

陳偉成

獨立非執行董事

冼家敏
許鵬翔
高賢峰

董事委員會

審核委員會

冼家敏(主席)
許鵬翔
高賢峰

薪酬委員會

許鵬翔(主席)
高賢峰
丁美清

提名委員會

丁水波(主席)
許鵬翔
高賢峰

公司秘書

何睿博 FCA, FCPA

授權代表

丁水波
何睿博

註冊辦事處

Cricket Square
Hutchins Drive
P.O. Box 2681
Grand Cayman KY1-1111
Cayman Islands

中國總辦事處

中國
福建省
泉州市
經濟技術開發區
郵編362000

香港股份過戶登記分處

香港中央證券登記有限公司
香港灣仔
皇后大道東183號
合和中心
17樓1712-1716室

香港主要營業地點

香港灣仔
港灣道6-8號
瑞安中心24樓
2401-2室

主要往來銀行

中國農業銀行
交通銀行
中國建設銀行
中國招商銀行
恒生銀行
興業銀行

香港法律顧問

奧睿律師事務所

投資者關係顧問

博達浩華國際財經傳訊集團
Aries Consulting Limited

核數師

安永會計師事務所

公司網址

www.xtep.com.hk

開曼群島股份過戶登記總處

Butterfield Fund Services (Cayman) Limited
Butterfield House
68 Fort Street
P.O. Box 705
Grand Cayman KY1-1107
Cayman Islands



目錄

公司資料	
財務摘要	4
五年財務概要	8
特步品牌分銷網絡	10
主要市場推廣	12
主席報告書	14
管理層討論與分析	20
企業管治及其他資料	49
簡明綜合收益表	57
簡明綜合全面收益表	58
簡明綜合財務狀況表	59
簡明綜合權益變動表	60
簡明綜合現金流量表	61
簡明綜合中期財務報表附註	62
中期財務報表審閱報告	75
詞彙	76

財務摘要

特步品牌收入增至約**人民幣24.522億元**



總收入	+26%	至約	人民幣25.7億元
毛利率	+0.2	百分點至約	40.9%
經營溢利	+25%	至約	人民幣5.643億元
年內溢利	+25%	至約	人民幣4.662億元
中期股息每股	+30%	至	13.0港仙
派息比率		:	50%

有關前瞻性陳述的警告聲明

本中報包含若干對於特步國際控股有限公司及其附屬公司(「本集團」)財務狀況、經營業績及業務的若干前瞻性陳述。這些前瞻性陳述為本集團對日後事件的期望或信念，並涉及已知和未知的風險與不明朗因素，而這些風險及因素可能導致實際業績、表現或事件與該等陳述中明示或暗示的業績、表現或事件有重大差距。某些陳述，如包含「潛在」、「估計」、「預期」、「預計」、「目標」、「有意」、「計劃」、「相信」、「估算」等字詞的陳述，以及類似的語句或其不同表達方式，均可視為「前瞻性陳述」。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。務請注意，多種因素均可導致實際結果偏離前瞻性陳述所預期或暗示的狀況，在某些情況下甚至會出現重大偏差。前瞻性陳述的內容僅以截至有關陳述作出日期為準，而不應假設有關於陳述內容曾作修訂或更新以反映最新資料或日後事件。預期可對本集團經營業績構成影響的市場趨勢及因素載於「業務回顧」及「財務回顧」等節。

財務摘要

特步品牌

人民幣**24.52**億元
+29% (2011上半年)

人民幣**19.01**億元
(2010上半年)



42.9%

55.4%

43.0%

1.7%

55.3%

1.7%

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(%)	
	二零一一年	二零一零年	變動(%)	二零一一年	二零一零年
鞋履	1,052,200	817,852	+28.7	42.9	43.0
服裝	1,357,600	1,050,235	+29.3	55.4	55.3
配飾	42,400	32,698	+29.7	1.7	1.7
總計	2,452,200	1,900,785	+29.0	100.0	100.0
毛利率	40.9%	40.5%	+0.4百分點		

特步品牌鞋履產品的收入、銷量及平均批發售價

截至六月三十日止六個月

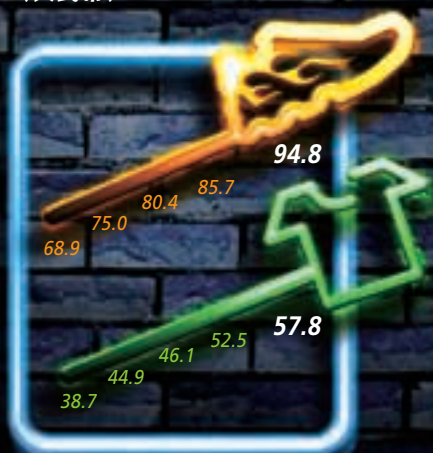
	二零一一年	二零一零年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	1,052.2	817.8	+28.7
銷量(百萬雙)	11.1	9.5	+16.4
平均批發售價(人民幣)	94.8	85.7	+10.6
毛利率	41.1%	40.3%	+0.8百分點

特步品牌服裝產品的收入、銷量及平均批發售價

截至六月三十日止六個月

	二零一一年	二零一零年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	1,357.6	1,050.2	+29.3
銷量(百萬件)	23.5	20.0	+17.6
平均批發售價(人民幣)	57.8	52.5	+10.0
毛利率	40.9%	40.7%	+0.2百分點

按產品劃分的平均批發售價
(人民幣)



2007 上半年 2008 上半年 2009 上半年 2010 上半年 2011 上半年

按產品劃分的銷量
(百萬)



2007 上半年 2008 上半年 2009 上半年 2010 上半年 2011 上半年

按產品劃分的毛利率(%)



2007 上半年 2008 上半年 2009 上半年 2010 上半年 2011 上半年

五年 財務概要

截至六月三十日止六個月

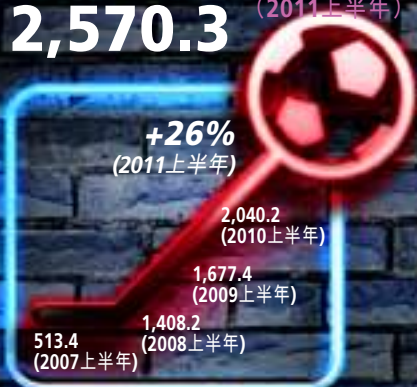
	二零一一年	二零一零年	二零零九年	二零零八年	二零零七年
盈利能力數據(人民幣百萬元)					
收入	2,570.3	2,040.2	1,677.4	1,408.2	513.4
毛利	1,051.5	830.8	647.8	517.8	165.0
經營溢利	564.3	451.9	331.3	300.8	96.5
期內溢利	466.2	373.5	306.5	254.7	81.1
每股基本盈利(人民幣分)(附註1)	21.43	17.18	14.10	16.01	5.52
盈利能力比率(%)					
毛利率	40.9	40.7	38.6	36.8	32.2
經營利潤率	22.0	22.2	19.8	21.4	18.8
淨利潤率	18.1	18.3	18.3	18.1	15.8
實際稅率	18.1	17.9	7.4	14.2	11.3
平均股權持有人權益總額回報(年化)(附註2)	26.7	24.6	22.8	35.4	66.0
營運比率(佔收入百分比)(%)					
廣告及宣傳費用	11.8	11.7	11.6	8.0	5.6
員工成本	5.3	4.7	4.8	5.3	10.0
研發及開發費用	1.4	1.3	1.7	1.6	1.3

於六月三十日

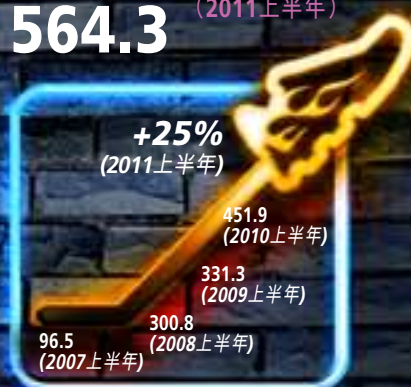
	二零一一年	二零一零年	二零零九年	二零零八年
資產及負債數據(人民幣百萬元)				
非流動資產	594.3	279.6	224.7	124.8
流動資產	4,130.7	3,644.1	3,047.0	3,206.5
流動負債	1,050.8	814.0	521.7	733.4
非流動負債	52.3	35.3	7.2	–
股東權益	3,621.9	3,074.4	2,742.8	2,597.9
資產及營運資金比率				
流動資產比率	3.9	4.5	5.8	4.4
負債比率(%) (附註3)	6.0	0.0	0.0	9.4
每股資產淨值(人民幣元)(附註4)	1.66	1.41	1.26	1.18
平均存貨周轉日數(天)(附註5)	81	46	49	58
平均應收貿易賬款及應收票據周轉日數(天)(附註6)	58	57	60	47
平均應付貿易賬款及應付票據周轉日數(天)(附註7)	73	76	68	43
總體營運資金周轉日數(天)	66	27	41	62

收入

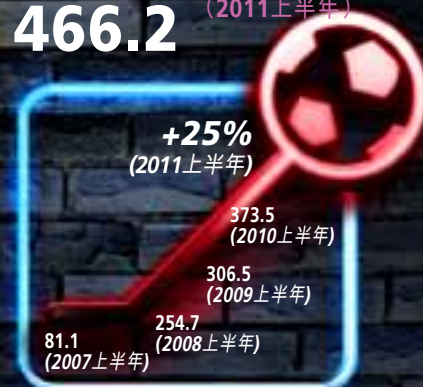
(人民幣百萬元)

2,570.3 (2011上半年)**經營溢利**

(人民幣百萬元)

564.3 (2011上半年)**期內溢利**

(人民幣百萬元)

466.2 (2011上半年)**每股股東權益**

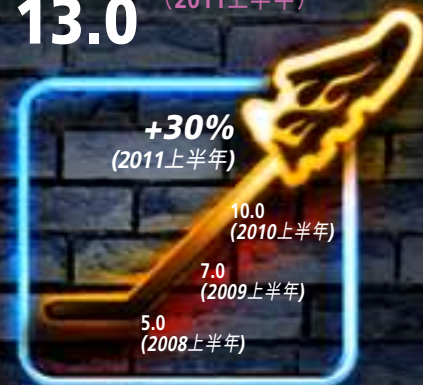
(人民幣)

1.66 (2011上半年)**毛利率**

(%)

40.9 (2011上半年)**每股中期股息**

(港仙)

13.0 (2011上半年)

附註：

- 1) 每股基本盈利乃根據本公司普通股股權持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) 每股資產淨值乃根據本公司上市後及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入，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，再乘以有關期間的日數計算。

特步品牌分銷網絡



東部地區 : 2,637

南部地區 : 1,794

西部及北部地區 : 3,007

總計 : 7,438



主要市場推廣



球賽



徑賽



刺激活動





娛樂營銷
及廣告

主席報告書

特步品牌
收入

↑ 29%

致各位尊敬的股東：

本人謹代表特步國際控股有限公司董事會，欣然提呈本集團截至二零一一年六月三十日止六個月經由獨立核數師及由本公司審核委員會審閱的未經審核中期業績。

本集團致力帶領特步品牌成為世界級的時尚運動品牌。我們欣然向各位股東呈列回顧期內理想的營運業績及財務業績。特步品牌的定位清晰，為中國的大眾市場提供獨特、集功能、時尚和生活品味於一身的體育用品，使特步品牌繼續領先其他競爭品牌。特步品牌透過以體育與娛樂並行的高效市場策略，特步品牌繼續深受顧客認同。其創新、多功能而且設計時尚的體育用品更廣受年輕和充滿活力的顧客歡迎。隨着中國城建化的發展步伐，本集團已於二、三線城市穩佔一席位。本集團亦密切監察零售銷售渠道，以確保能迅速應對千變萬化的市場趨勢。

增長亮點

在中國政府政策的持續支持下，中國零售行業及體育用品市場仍在穩步擴展。由二零一一年一月至六月，中國消費品零售銷售總額較二零一零年同期增長16.8%，顯示中國經濟持續穩健發展，消費者對優質產品的需求亦正穩步增長。特步品牌的目標市場仍是中國具高增長潛力的二、三線城市。由於這些城市的消費者數目增加及平均薪金上升，故消費者的平均可動用收入及購買力亦將持續增加。



特步：

銳意成為世界領先的
時尚運動品牌

丁水波
主席

於回顧期內，本集團的總收入達人民幣25.703億元(二零一零年：人民幣20.402億元)，比去年同期上升約26.0%。特步品牌收入大幅增加29.0%至人民幣24.522億元(二零一零年：人民幣19.008億元)，整體毛利率亦上升至40.9%(二零一零年：40.7%)，比去年同期上升約0.2個百分點。股東應佔溢利約為人民幣4.662億元(二零一零年：人民幣3.735億元)，比去年同期增長約25%。截至二零一一年六月三十日止六個月每股基本盈利增加約25%至人民幣21.43分(二零一零年：人民幣17.18分)。於六個月回顧期間，年度化平均股東權益收益為26.7%(二零一零年：24.6%)，較去年同期增長2.1百分點。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13.0港仙(二零一零年：每股10.0港仙)，比去年上升30%，派息比率約為50%(二零一零年：51%)。

別樹一格的市場策略

本集團的特步品牌專注提供具創新、多功能及設計時尚的運動產品。我們重點通過在：主要市場推廣活動、跑步賽事、球會及明星藝人贊助等範疇建立獨特的營銷策略，藉以建立創新時尚的品牌形象。

主要市場推廣活動

本集團全力支持中國的大型賽事及協助宣傳運動的重要性。我們深感榮幸能成為中國國家女子花樣游泳隊(「國家女子花樣游泳隊」)的大會贊助商。於二零一一年四月舉行的中國花樣游泳公開賽中，國家女子花樣游泳隊刷新記錄奪得六面銀牌及一面銅牌，成績驕人。是次贊助大大提高了特步品牌於世界級體育賽事的地位。

繼去年成功為二零一零年上海世界博覽會全體志願者贊助運動服裝後，本集團於二零一一年世界園藝博覽會獲委任為全體志願者運動服裝的大會指定贊助商，此項國際盛事於二零一一年四月至十月在西安舉行。是次贊助反映了特步品牌於中國政府主辦的國際盛事中享有崇高的地位，及對特步品牌充滿信心。

愛跑步愛特步

在「愛跑步愛特步」的營銷口號下，跑步用品是特步品牌的重點推廣產品。我們致力成為主要的跑步體育用品品牌，因此我們為主要目標市場省份舉辦的多項國際馬拉松賽事提供贊助。於二零一一年，我們已於中國及台灣合共贊助九項國際馬拉松賽事，其中五項已於二零一一年上半

年完滿結束，當中包括雲集有史以來最多選手，錄得約70,000名選手參賽的廈門國際馬拉松。透過我們對各項國際馬拉松賽事提供贊助的堅定承諾，我們深信可在眾多競爭品牌中脫穎而出，使特步品牌成為馬拉松的主要供應商。

邁向國際足球市場

透過贊助世界級的一流足球會進行宣傳推廣是長遠有效的營銷策略。為延續採用這成功的營銷策略，我們成功與西班牙甲級聯賽勁旅維拉利爾達成贊助協議，成為球會二零一一年至二零一六年的官方技術贊助商，於歐洲市場再次展開品牌宣傳推廣活動。維拉利爾曾於二零一零年至二零一一年在最高等級的西班牙職業足球聯賽中奪得第四名，被廣受認同為全世界的頂級勁旅之一。特步品牌的商標將於歐洲及世界各地數以百萬名足球球迷前亮相。

超級巨星的影響力

特步品牌以娛樂明星藝人推廣的創新市場策略聞名遐邇。我們已物色亞洲最受歡迎的明星藝人，並以贊助方式委任他們成為特步品牌代言人。顧客可透過特步品牌的產品而領會這些明星藝人的魅力及獨特個性。除謝霆鋒、蔡依林及潘瑋柏三位巨星代言人外，我們於二零一一年六月成功與中國最受歡迎歌星韓庚簽約，繼續壯大代言人團隊。透過電視廣告、宣傳海報及巨型廣告板，這些明星藝人深深吸引數以百萬計的支持者，為特步品牌奠定崇高的知名度。

我們亦在中央電視台、湖南衛視及安徽衛視等高收視的電視頻道播放特步品牌代言人的廣告。此外，我們已在互聯網上善用各代言人的知名度，並把握他們在中國新浪微博等個人互聯網渠道擁有高瀏覽次數的優勢作品牌宣傳。我們深信透過各市場渠道的有效曝光率，使特步品牌較其他同業更受歡迎及更為人所愛戴。

穩定的網絡擴展

本集團按中國城建化的速度穩定地增加零售店的數目，我們繼續實行擴展計劃，於回顧期內特步品牌零售店數目增加407間，至於二零一一年六月三十日的零售店7,438間。特步品牌全國分銷網絡繼續配合本集團的策略進行擴展，於中國二、三線城市的覆蓋率約為80%。我們繼續早著先機，鞏固特步品牌於這些主要發展市場的競爭優勢。

同時，本集團亦關注於維持每間零售店平均批發收入的持續增長目標，並已於期內超標完成有關計劃。截至二零一一年六月三十日止六個月期間，特步品牌產品每間零售店的平均批發收入上升約13%，此乃由於特步品牌的形象提升以及其提供的產品廣受顧客歡迎所致。

創新產品

特步品牌產品憑藉其創新設計及優異的品質傲視同儕。我們深信能為顧客提供優質和多元化的產品，成為顧客的最佳選擇。

技術方面，我們已推出超輕型、舒適的跑鞋系列，重量只有170克，較其他跑鞋輕約30%至40%，並達到各大國際馬拉松賽事的最輕量標準，我們對此深感驕傲。我們從設計及功能兩方面，擴展品牌系列至8大系列(包括跑步、足球、籃球、網球、戶外活動、休閒、滑板及時尚系列)及24個子系列，服裝產品亦擴展至6大系列(包括足球、跑步、網球、綜合、都市及牛仔系列)及11個子系列。我們每季均會推出多種新穎產品。於2011年上半年推出的鞋類及服裝產品分別超過2,000種及2,700種的設計款式。因此，我們多元化的產品選擇，可迎合各類顧客的各類需求。

迎接未來挑戰

我們相信，城建化的穩步發展及中國國民消費力的增加，可為未來數十年帶來可持續發展的經濟增長。在中國穩定的經濟增長下，整體零售消費及體育用品行業預期以穩健速度增長。因此我們對體育用品及零售業的未來前景充滿信心。

我們深明，本集團在不斷增長的體育用品行業中，仍需面對本地及國際體育品牌行業者的熾熱競爭。於二零一一年上半年，我們錄得理想的業績，故有信心繼續達致自身的策略目標。

透過有效的市場推廣提升品牌價值

我們將透過贊助各項矚目的大型體育盛事，以繼續改善特步品牌價值。我們已與多個活動達成合作，如擔任深圳第二十六屆世界大學生運動會美國隊及英國隊的獨家贊助商，是次運動會是中國二零一一年最矚目的國際體育賽事。此外我們也將繼續贊助跑步賽事，包括於二零一一年下半年舉辦的四項國際馬拉松賽事。我們亦將邀請世界級球會班霸維拉利爾到訪中國，攜手宣傳球會及特步品牌。我們將為特步品牌明星代言人於中國舉辦多場的演唱會，勢必造成另一股「特步熱潮」。

擴展銷售渠道

由於特步品牌的形象相對較其他運動用品品牌持續提升，再加上中國城市化急速增強發展中城市的購買力，因此銷售渠道對特步品牌在中國開設新零售店的要求越來越大。我們將會在特步品牌擁有明顯優勢的省份謹慎挑選最佳的位置以滲透市場，同時亦會審慎執行擴展計劃，以達致同時實現增加零售店數目及提高每家零售店平均批發收入的雙重目標。因此，我們計劃於二零一一年年底前將特步品牌的零售店數量增至共約7,900間。

互聯網是我們日常生活不可或缺的一部分。而我們相信，特步品牌的形象比其他品牌更能連繫一眾於互聯網上追求時尚品味的客戶群。因此，我們將會充分利用特步品牌代言人的網絡人氣，從而擴展電子商務銷售網絡。

擴展產品系列

除增加產品的設計和款式種類外，我們亦將推出更多元化的產品類別。我們相信現今社會對生活品味產品的需求日益增加，因此，特步品牌的定位理想，透過「都市系列」提供生活品味產品，並推出更多跑步和足球的相關產品，以擴大功能產品的系列及使產品設計和風格更臻完美。

由衷感激及致謝

本集團擁有今天的成功，實有賴管理層與眾員工的不懈努力。他們的貢獻和努力讓我們在充滿挑戰的營商環境中安然渡過，並使本集團得以提供最優質的產品和優秀的服務，而這亦正是本公司信譽的基石所在。本人謹代表董事會對本集團股東、業務夥伴和顧客堅定不移的支持以及對本集團今天成功所作出的貢獻表示由衷致謝。

主席
丁水波

香港，二零一一年八月十六日



管理層討論與分析

市場回顧

中國經濟持續復甦

在二零一一年上半年，雖然面對全球經濟的困難和阻礙，但中國經濟仍持續穩步復甦。透過執行積極的財務政策及審慎的貨幣政策，中共中央委員會及國務院繼續加強及改善宏觀調控政策。在中國政府的整體政策的支持下，中國經濟持續穩健增長，經濟前景仍相當樂觀。根據中國國家統計局的資料顯示，於二零一一年上半年，中國國內生產總值約人民幣204,459億元，較去年同期增長9.6%。消費品零售累計總額約為人民幣85,830億元，較去年同期增長約16.8%，其中城市消費品零售額約為人民幣74,450億元，較去年同期增長約16.9%。這些數據反映中國消費者的購買力及內部需求上升，而體育用品行業將隨零售業的發展而受惠。

中國體育用品業蓬勃發展

近年中國政府持續支持及促進中國運動產業發展。中華人民共和國國務院在二零一一年二月公佈「全民健身計劃(2011-2015年)」(「計劃」)，提出政府致力在未來五年鼓勵公眾參與體育活動，以及鼓勵社會上下團結一致，



積極參與體育相關的事業，計劃中更包括要求各級城市增加全民體育活動的開支預算。有關政策將有效刺激體育用品的內部需求，從而促進中國體育用品行業的蓬勃發展。

大眾市場潛力

根據中國政府公佈的資料顯示，在二零一一年上半年，福建、湖北、湖南、安徽及江西等省份內的二、三線城市的國內生產總值較去年同期的增長均超過13%，優於國內平均水平的9.6%。由此可見，相比起發展相對成熟的城市，二、三線城市有著更優越的增長潛力。

隨著這些城市的消費者及其平均薪酬的持續上升，消費者的平均可支配收入及購買力亦將繼續增加。故此，以大眾市場作品牌定位的特步品牌，將在這些利好因素的帶動下維持持續及長遠的增長。

業務回顧

受惠於特步品牌的四個主要競爭優勢，包括品牌建設、創新產品、渠道建設及管理實力，本集團在二零一一年上半年實現了強勁增長。

品牌建設

作為中國領先的時尚體育用品品牌，特步秉持一直信守的核心業務概念「讓運動與眾不同」及「特步就是時尚運動」，在業內奠定了獨特的市場地位。為鞏固本集團於中國的地位及在全球體育用品市場擴展業務，本集團繼續推行多項結合體育及娛樂的營銷元素及創新的品牌推廣活動。本集團亦贊助多項國際及全國性主要體育盛事，並通過多個媒體渠道積極推廣特步品牌。





主要市場推廣活動

中國國家女子花樣游泳隊

本集團深感榮幸能成為中國國家女子花樣游泳隊的官方合作夥伴及獨家體育用品贊助商。中國國家女子花樣游泳隊在二零一一年四月舉行的中國花樣游泳公開賽上獲得六枚銀牌及一枚銅牌，成績斐然。期望透過與這支優秀的隊伍贊助和合作，能突出特步品牌的體育特質，並象徵著品牌建設的重要一環，同時加強了本集團與全國及國際知名運動會的合作關係。

二零一一中國西安世界園藝博覽會

於二零一一年四月二十八日至十月二十二日在西安舉行的二零一一世界園藝博覽會，由陝西省人民政府、國家林業局、中國國際貿易促進委員會及中國花卉協會共同舉辦，是中國繼二零一零年上海世界博覽會後舉辦的另一項重要國際盛事，共吸引了國內外105個城市及組織參與。為期178天的博覽會，每天吸引遊客約60,000至80,000的人次入場。期間所有志願者在博覽會舉辦期間均穿著經過特別設計和印有特步品牌的時尚服裝，突顯了特步在博覽會全球合作夥伴的地位。是次贊助提升了特步品牌在全球市場的知名度，並展現了本集團支持中國舉辦重大盛事的決心的承諾。





跑步



「愛跑步愛特步」

跑步一直是特步品牌的最重要元素之一。本集團透過積極贊助於中國大陸、台灣和香港等大中華區舉辦的國際馬拉松及其他跑步賽事，繼續推廣特步品牌成為主要跑步用品品牌。回顧期內，本集團所贊助的賽事吸引了參賽者及全球觀眾的注意力，並見證了特步品牌的魅力。簡列如下：

國際馬拉松賽事

在二零一一年上半年，本集團贊助五項重大的國際馬拉松賽事，共吸引了約150,000名參賽者參加及數以百萬計的觀眾觀看。

廈門國際馬拉松(中國福建)

二零一一年一月—約70,000名參賽者

台北國道馬拉松(台灣台北)

二零一一年三月—約10,000名參賽者

中國鄭開國際馬拉松(中國河南)

二零一一年三月—約30,000名參賽者

鑒真國際半程馬拉松(中國揚州)

二零一一年四月—約30,000名參賽者

大連國際馬拉松(中國遼寧)

二零一一年四月—約15,000名參賽者



跑步

廈門國際馬拉松

由廈門市政府與中國田徑協會聯合主辦的二零一一年廈門國際馬拉松，是其中一項在中國舉辦的重要馬拉松賽事。比賽於二零一一年一月二日舉行，設有全程馬拉松、半程馬拉松、10公里及5公里等賽事，吸引來自全球45個國家約70,000名參賽者參與。作為是項賽事由二零零九年至二零一三年的獨家體育用品的合作夥伴，本集團為所有參賽者提供運動服裝。本集團藉此透過世界各地超過40家電視台對賽事的現場直播得到廣泛的媒體曝光率。

台北國道馬拉松

於二零一一年三月二十日舉行的二零一一年台北國道馬拉松，共吸引了數千名長跑運動員以及當地及來自31個國家的國際著名運動員參加。本集團是次擔任賽事的官方合作夥伴及唯一體育用品贊助商，亦成為了首家在台灣提供中國體育用品的先行者。憑藉於中國時尚體育用品行業的領先地位，本集團致力將特步品牌打造成為國際體育品牌，並在不同地區推廣「愛跑步愛特步」的理念。本集團預期可透過在台灣推廣特步品牌的成功，將品牌推廣至其他亞洲市場及周邊地區，從而加快品牌推廣及認知度。

中國鄭開、鑒真及大連國際馬拉松

這些馬拉松賽事均為各省份重要的大型國際跑步賽事，吸引了來自世界各地的眾多專業運動員及跑步愛好者的

踴躍參與。作為以發展跑步核心業務的中國領先時尚體育品牌，本集團一直為支持這些賽事不遺餘力，同時特步品牌「愛跑步愛特步」的理念亦深印在參賽者及觀眾的腦海中。

其他跑步活動

國際田聯鑽石聯賽－上海站

國際田聯鑽石聯賽是世界著名的年度田徑系列賽，其中上海站於二零一一年五月十五日在上海體育館舉行，吸引了超過50,000名觀眾的支持。今年共有16個比賽項目，焦點賽事包括一百米和百一十米欄項目，其中有「中國飛人」之稱的劉翔超越美國的奧利弗(David Oliver)，以13.07秒奪得冠軍。作為二零一零年至二零一二年度鑽石聯賽的官方合作夥伴及唯一體育用品贊助商，本集團透過比賽中優秀運動員的參與，提升特步品牌的認受性和認知度，並鞏固本集團在中國跑步市場中的根基，及把握田徑市場的重要商機。

透過全球多家電視台對賽事的轉播，特步品牌得以呈現在全球觀眾面前，從而令特步品牌作為中國田徑市場的主要參與者知名度和信譽度得到進一步提升。

二零一一奧運歡樂跑

二零一一奧運歡樂跑由中國香港體育協會暨奧林匹克委員會主辦，並於二零一一年六月二十六日假座香港迪士尼樂園順利舉行。是次活動吸引了逾4,600名參加者及26支公司團隊參加。一如往年，本集團透過贊助該活動再次提升了其品牌知名度。

其他體育活動

中國極限精英賽

本集團連續第五年擔任特步二零一一年極限精英賽(一項重大國際極限運動賽事)的冠名贊助商。賽事於中國十個城市巡迴舉行,共吸引了全球1,000多名專業極限運動選手參賽,並在二零一一年六月四日於北京進行首輪比賽。其後,該賽事將在今年內於上海、廣州、成都、武漢、廈門、西安、鄭州、瀋陽及青島繼續進行比賽。這些刺激的體育活動吸引了不少亞洲年青人的注意。本集團相信這項贊助很配合特步品牌「讓運動與眾不同」的形象,並強化了特步於中國時尚體育用品行業的領先地位。





國際足球賽事

維拉利爾足球會

本集團向來透過足球活動將品牌的形象深入到世界各地的觀眾眼中，亦令足球成為特步的核心發展領域之一。二零一一年，本集團與西班牙甲組足球聯賽勁旅維拉利爾訂立為期五年的新合作協議，令特步品牌標誌定期在國際體育賽場上展現。維拉利爾是一隊實力強勁、成績彪炳的球隊，該隊將參與歐洲的頂級賽事(如新一季歐洲聯賽冠軍盃)，透過這項合作可提高特步品牌的國際曝光率及知名度。

西甲是最具影響力的足球聯賽之一，而維拉利爾則是西甲中表現出色的隊伍。維拉利爾在國際球壇亦奪得多項殊榮，包括躋身歐霸盃、歐聯四強，及贏得歐洲圖圖盃冠軍，戰績彪炳。球隊以緊密的團隊合作精神見稱，其充滿活力的形象和熱切的求勝決心，正與特步品牌的時尚品牌形象及不斷追求卓越成就的精神不謀而合。是次贊助將為特步品牌在歐洲及全球帶來強大的動力，並奠定了其在國際球壇上的重要地位。



香港明星足球隊

本集團繼續為香港明星足球隊(「明星足球隊」)的成員贊助服裝。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，參與了多項在香港及中國舉辦的慈善球賽。明星足球隊是由香港娛樂圈一群知名藝人及明星創立的著名體育及慈善組織。目的是利用著名藝人的知名度，透過參與慈善比賽及演出，從而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，一直為球隊成員供應度身訂造的運動服、便服及服飾。這項雙贏的贊助，在突顯特步品牌作為時尚及潮流運動服的領先地位的同時，亦提升了本集團在本地及海外市場的品牌知名度。



明星代言人



特步品牌開創先河，委任明星擔任品牌代言人。每位特步品牌代言人均以他們充滿魅力的外表以及獨特的個性，吸引了亞洲數以億計的支持者。所有特步品牌代言人均具有年輕而充滿活力的形象，透過活躍於歌、影、視的發展展現其具有年輕而充滿活力的形象。藉著將代言人的形象與特步品牌形象的聯繫，務求在觀眾的心目中建立更鮮明的品牌形象。所有特步品牌代言人均會在每季透過巨星的海報及電視各種廣告渠道的播放，展示最時尚及最受歡迎的產品。隨著微博及其他社交平台日益普及，相信憑藉明星在網絡上的人氣並配合網上推廣，將有助於本集團更有效地吸引更多的年輕目標客戶。

全新特步熱潮來襲—韓庚

繼謝霆鋒、潘瑋柏和蔡依林後，本集團欣然宣佈中國另一巨星韓庚已簽約成為旗下代言人。韓庚於二零一零年獲中央電視台評選為中國最受歡迎男歌手。他在名揚中國之前，曾是南韓一隊著名樂隊組合的成員。韓庚是在互聯網和博客最高知名度的明星之一。因此，韓庚加入特步品牌的代言人團隊，勢會掀起新一股強大的「特步熱潮」。

為了率先吸引公眾關注，本集團在新代言人的贊助活動前舉行了「庚女郎」選舉活動。該活動成功引起公眾的回響，迅速吸引超過10,000名參賽者透過互聯網參加選舉活動。整個活動期間均獲得各大媒體大量的報導，並成功透過多個媒體渠道播放選舉結果。該活動的成功證明透過邀請巨星參與公開宣傳活動推廣特步品牌的高效成果。



廣告

本集團利用多媒體廣告活動策略吸引其目標客戶的注意。回顧期內，特步借助體育及娛樂的影響力，於大中華區主要電視頻道及數碼廣播媒體的黃金時段大力推出創新的廣告。

主要推廣渠道包括：

電視廣告

全國：

中央電視台一台－中央電視台(「中央電視台」)是中國其中一個主要全國頻道，提供全面的電視節目。該頻道為有線及無線電視觀眾提供各種類型的電視節目。本集團的電視廣告在該頻道的黃金時段播放，以提高品牌知名度。

體育：

中央電視台五台－該頻道是一個提供各類全國及國際體育賽事的國家體育頻道。本集團與該頻道簽訂協議，成為足球賽事廣播的官方合作夥伴，此項合作的目的是提升特步品牌於體育服裝行業的知名度。

華中：

湖南衛視－該頻道是中國一個廣受歡迎的電視頻道，提供娛樂及資訊節目。透過中國收視率最高的娛樂節目之一《天天向上》，使特步品牌的曝光率顯著提高。

數碼廣告

搜狐－本集團為中國最大線上搜尋引擎－搜狐娛樂頻道的冠名贊助商。本集團借助搜狐龐大的網絡，透過具娛樂性的創新廣告，成功地向廣大的消費者宣傳其與別不同的時尚品牌形象。

百度－百度是中國家喻戶曉的網站、音頻及圖像搜尋網站。該網站設有特步品牌區，藉以提升品牌的公眾知名度。

新浪微博－新浪微博是一家中國的微博網站，亦為中國最受歡迎的網站之一，用戶市場佔有率高達90%，至今已擁有約超過1,400萬用戶。新浪微博設有特步品牌迷專頁，透過該網頁發佈品牌的最新資訊，直接吸引年輕一代客戶。

淘鞋網－為更有效地利用互聯網，本集團亦與淘鞋網簽訂協議，建立策略合作夥伴關係，以協助本集團開發電子商務平台。淘鞋網乃國內最大的鞋類銷售平台之一，其於網絡世界的深遠影響力將推動特步品牌產品的推廣，並透過網絡廣告爭取更高的品牌曝光率。



創新產品



產品創新是特步在體育用品行業中實現持續發展及未來業務增長中最重要的一環。本集團在回顧期內，秉承「讓運動與眾不同」的品牌理念，專注穩步地擴展跑步系列及足球系列，以及其他時尚體育用品系列。

獨特的產品設計及研發能力一向是本集團引以為傲之處。本集團繼續擴展廣州研發中心，以設計出更創新、緊貼消費者需要及更高品質的產品。特步品牌的產品設計隊伍由超過650名行業專才所組成，並與英國、法國、南韓及美國等國家的設計隊伍緊密合作，藉著他們領先的行業知識及國際觸覺，提供各式各樣迎合不同消費者需要的產品設計。

為更清楚地掌握顧客的喜好，本集團於約65%的店舖內安裝了分銷資源規劃系統。該系統記錄了其顧客的購物習慣，並將有關資訊傳送至終端系統進行分析，這些分析將有助本集團推出設計更佳及更吸引顧客的款式。此外，本集團亦採用了產品生命週期管理系統，該系統是一項透過網絡對整個產品生命週期進行管理的解決方案系統，涵蓋範圍包括產品構思、設計及製造，以至付運等各個範疇。此系統理順了產品開發流程及提升產品品質。



鞋類產品

本集團致力令特步品牌成為跑步運動的代表品牌，佔鞋類產品的最大比例的跑鞋是特步品牌的核心開發產品。回顧期內，本集團共推出8大系列及24個子系列，合共約2,000設計款式的特步品牌鞋履，當中主要包括跑步、足球、籃球、網球、戶外、休閒、滑板及時尚系列。

本集團繼續採用先進技術，進一步加強以下主要功能元素：

- 採用超輕型物料以減低功能為主的長距離跑鞋的重量
- 馬拉松跑鞋僅重170克，較一般跑鞋的重量輕30%-40%，符合其中一項國際馬拉松賽事的重量最輕標準
- 在新跑鞋中採用「X-Turbo」技術，配備彈性鞋墊專業設計，提供更舒適感覺及增加穩定性
- 雙核減震：在跑步時發揮高度吸震功能，能夠積儲體力及減低關節扭傷的可能性
- 雙密度：使用兩種不同密度的「Phylon」吸震物料，減少鞋底的沖擊壓力
- 雙向平衡減震：特備中至內向結構，改善足部平衡
- X-CJ果凍膠抗震：特步獨家研發的物料，具有高度吸震功能
- 強力抓地功能：特別的橢圓頭形塑膠物料，模仿美洲豹的強勁抓地腳掌特點
- 納米銀抗菌化學物質以抑制細菌寄生。



創新產品



服裝產品

本集團不斷創造與眾不同的產品及品牌體驗，致力提升其時尚體育用品品牌的領導地位。回顧期內，本集團共推出6大系列及11個子系列，合共約2,700設計款式的特步品牌服裝，包括足球系列、跑步系列、網球系列、綜合訓練系列、都市系列及生活系列。

本集團繼續採用尖端技術以加強服裝的功能性。特步採用涼快舒適的纖維物料，運用納米技術生產加工，使物料可以阻隔光線中的熱幅射及加強散熱效果，以提升產品的舒適度。此外，本集團採用環保的保暖纖維，加強保暖及透氣之特色。為提升產品質素，本集團的服裝產品亦採用了專業的足球球衣物料。

龐大的分銷網絡

特步品牌

於二零一一年六月三十日，本集團持續於中國擴充特步品牌的全國網絡覆蓋。零售店及旗艦店總數、總銷售面積及平均每零售店銷售面積如下：

	於二零一一年 六月三十日	於二零一零年 十二月三十一日	變動
零售店總數	7,438	7,031	+407
旗艦店總數	40	38	+2
總銷售面積(平方米)	645,000	600,000	+45,000
平均每零售店銷售面積(平方米)	87	85	+2

特步品牌的收入增長總結如下：

截至六月三十日止六個月

	二零一一年	二零一零年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	2,452.2	1,900.8	+29.0
期內零售店的平均數目	7,235	6,341	+14.1
期內平均零售店批發收入(人民幣)	338,959	299,761	+13.1

附註：平均零售店批發收入指本期間收入除以期內零售店的平均數目。

透過網絡滲透擴大特步品牌拓展範圍

中國

在審慎的規劃下，本集團致力擴展國內的銷售網絡，以鞏固中國時尚體育用品市場的領導地位。本集團預計將根據中國城建化的進程，制定增加零售店總數的計劃。於二零一一年六月三十日，特步品牌零售店數目增加407家，合共達7,438家。期內零售店的平均數目為7,235家(二零一零年：6,341家)，較去年同期上升14.1%。本集團現正專注發展二、三線城市，故大部分新店均位於這些地區。特步品牌在二、三線城市的零售店數目約佔特步品牌零售店總數的80%。本集團透過密切監察零售店的形象和陳列設計，以確保特步品牌形象的一致性及增強其品牌的可觀性。大部分零售店每兩年進行店舖提升和裝修，以展現煥然一新的形象。同時，本集團現已從高尚的第六代零售店設計裝修大部分特步品牌零售店。

本集團亦密切關注平均零售店批發收入增長的持續性。截至二零一一年六月三十日止六個月，特步品牌的平均零售店批發收入達約人民幣338,959元(二零一零年：人民幣299,761元)，較去年同期上升13.1%。

理想的業績主要受惠於特步品牌在大眾市場的價值提升，以及為顧客提供更多元化的產品所帶動。

海外

時尚體育用品在海外新興市場日漸普及，亦成為本集團拓展業務的目標地區。特步成為進軍台灣市場的首個中國體育用品品牌，並在台北設立首家零售店。預期在台灣市場業務擴展的成功將帶動其他亞洲市場及周邊地區等市場的成功擴展，從而加速本集團的發展步伐。

電子商貿平台

年青一代網上購物日漸普及，本集團亦透過進軍強大的電子商貿市場及擴大其銷售網絡。除與搜狐及淘寶網建立合作夥伴關係外，本集團積極於數碼世界尋求商機。本集團於二零一一年四月與中國最大鞋類銷售平台之一的淘鞋網簽訂協議，成為戰略合作夥伴聯盟，透過該網站與消費者在產品開發、發佈及測試等領域展開互動。本集團透過與互聯網平台合作，分析消費者對於價格、品質和款式的喜好，從而制訂更精確的市場策略，推動特步品牌及其產品在電子商貿平台的發展。

旗艦店

鮮明統一的店舖形象對於塑造專業時尚的品牌形象起著關鍵作用。本集團致力以新穎及嶄新的室內設計，定期裝修特步品牌旗艦店。於二零一一年六月三十日，本集團共有40家特步品牌旗艦店。

其他品牌

由於在一線城市缺乏競爭優勢，本集團關閉了部分其他品牌零售店。於二零一一年六月三十日，其他品牌零售店的數目減少80家至餘下合共340家。

管理能力

零售鏈管理

為保持本集團在大眾市場的位置，特步品牌過往一直於二、三線城市積極建立全國性的分銷網絡。本集團視其分銷商為長期業務夥伴，並全力支持及協助他們提升營運效率及盈利能力。於回顧期內，本集團委任合共28家獨家特步品牌分銷商，覆蓋中國31個省份、自治區及直轄市。本集團相信，在與獨家分銷商具有共同的長期利益的大前提下，雙方均共同專注於建立分銷網絡，令獨家分銷商架構得以有效地運作。

統一鮮明的店舖形象有助提升客戶的購物體驗。本集團提供指引並採納嚴謹的業務守則，以維持統一的營運程序、零售店裝潢及陳列、客戶服務標準及定價政策。此外，本集團繼續提供定期培訓，包括市場營銷、產品展示設計及存貨管理等訓練，以培育零售人員的專業知識、產品知識及專門技術。在回顧期內，本集團已為分銷商及特許經營商提供逾100項不同領域的培訓課程。

嚴謹的零售鏈管理系統是本集團成功的關鍵因素之一。於二零一一年六月三十日，約4,800家(佔特步品牌零售店總數約65%)特步品牌零售店採用實時監控分銷資源規劃系統。該系統令本集團能夠更有效快速及準確地掌握零售店舖的存貨量，藉以規劃及密切監控市場情況，同時優化存貨管理。

供應鏈管理

本集團從設計、生產、銷售以至分銷管理，均採用垂直綜合業務模式。本集團自設生產設施，因此能夠迅速應對瞬息萬變的市場需求及潮流走勢。於二零一一年六月三十日，本集團於福建泉州的自設廠房共設有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1,200萬雙及約500萬件，生產設施的使用率接近100%。於回顧期內，按銷售量計分別約54%鞋履及11%服裝產品乃為本集團所生產。

財務回顧

按品牌產品銷售劃分的收入及毛利率分析

下表載列期內本集團按品牌劃分的收入貢獻：

截至六月三十日止六個月

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)		毛利率(%)		
	二零一一年	二零一零年	變動(%)	二零一一年	二零一零年	二零一一年	二零一零年	變動(百分點)
特步品牌	2,452,200	1,900,785	+29.0	95.4	93.2	40.9	40.5	+0.4
其他品牌	118,074	139,371	-15.3	4.6	6.8	41.8	44.4	-2.6
總計	2,570,274	2,040,156	+26.0	100.0	100.0	40.9	40.7	+0.2

截至二零一一年六月三十日止六個月，本集團的總收入上升約26.0%至約人民幣26億元(二零一零年：人民幣20億元)。毛利率亦上升0.2百分點至40.9%(二零一零年：40.7%)。整體收入及毛利率上升主要由於特步品牌大幅增長。其他品牌的收入減少是由於其他品牌業務所在的較高檔市場競爭激烈所致。特步品牌產品仍然是本集團的主要收入來源，佔本集團的總收入約95.4%。本集團特步品牌產品的毛利率有所提升，令本集團的毛利率得以改善。

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(%)	
	二零一一年	二零一零年	變動(%)	二零一一年	二零一零年
鞋履	1,052,200	817,852	+28.7	42.9	43.0
服裝	1,357,600	1,050,235	+29.3	55.4	55.3
配飾	42,400	32,698	+29.7	1.7	1.7
總計	2,452,200	1,900,785	+29.0	100.0	100.0
毛利率	40.9%	40.5%	+0.4百分點		

截至二零一一年六月三十日止六個月，本集團特步品牌產品總收入大幅上升29.0%至約人民幣25億元(二零一零年：人民幣19億元)，毛利率上升0.4百分點至40.9%(二零一零年：40.5%)。特步品牌產品錄得如此驕人成績，主要是受惠於特步品牌透過本集團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，致使知名度得以大幅提升。此外，特步品牌產品能於大眾市場日漸受歡迎，使本集團能透過擴展銷售渠道網絡而取得理想銷售表現。

特步品牌鞋履產品的收入、銷量及平均批發售價

截至六月三十日止六個月

	二零一一年	二零一零年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	1,052.2	817.8	+28.7
銷量(百萬雙)	11.1	9.5	+16.4
平均批發售價(人民幣)	94.8	85.7	+10.6
毛利率	41.1%	40.3%	+0.8百分點

特步品牌鞋履產品的收入上升28.7%至約人民幣11億元(二零一零年：人民幣8億元)，佔特步品牌收入42.9%。收入增加主要由於鞋履產品銷量增加約16.4%至1,110萬雙(二零一零年：950萬雙)，並且平均批發售價上升約10.6%至人民幣94.8元(二零一零年：人民幣85.7元)所致。鑑於市場推廣活動「愛跑步愛特步」取得成功及本集團贊助多項重大國際馬拉松賽事，帶動跑步鞋履系列的銷量大幅增長。平均批發售價增加主要是由於零售價上升。於二零一一年上半年，給予分銷商的折扣仍為建議零售價的60%。為了控制成本上漲，本集團採取必要措施，如增加存貨購買量及向外判物資供應商支付更多預付款等。因此，本集團成功降低了銷售成本，並提升毛利率0.8百分點至41.1%(二零一零年：40.3%)。

特步品牌服裝產品的收入、銷量及平均批發售價

截至六月三十日止六個月

	二零一一年	二零一零年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	1,357.6	1,050.2	+29.3
銷量(百萬件)	23.5	20.0	+17.6
平均批發售價(人民幣)	57.8	52.5	+10.0
毛利率	40.9%	40.7%	+0.2百分點

特步品牌服裝產品的收入上升29.3%至約人民幣14億元(二零一零年：人民幣11億元)。強勁的收入增長主要由於銷量大幅上升約17.6%至2,350萬件(二零一零年：2,000萬件)，並且平均批發售價上升約10.0%至人民幣57.8元(二零一零年：人民幣52.5元)。特步品牌作為領先的時尚體育用品品牌，其形象鮮明及定位與眾不同，帶動銷量大幅增長。時下的年輕顧客追求更加時尚及別具型格的運動服裝產品，特步品牌肯定是顧客的首選。特步品牌服裝產品亦為大眾市場提供物超所值的優質產品。特步品牌巨星代言人亦吸引了大量年輕顧客，因此回顧期內的銷量迅速增長。平均批發售價增加主要是由於零售價上升。於二零一一年上半年，給予分銷商的折扣仍為建議零售價的60%。為了控制成本上漲，本集團採取必要措施，如增加存貨購買量及向外判物資供應商支付更多預付款等。因此，本集團成功降低了銷售成本，並提升了毛利率0.2百分點至40.9%(二零一零年：40.7%)。

附註：

- (1) 由於配飾產品種類繁多，且單位價格差別甚大，所以並沒有列出特步品牌配飾產品的銷量、平均批發售價及毛利率詳情。我們認為此產品類別以單位作分析並無意義。
- (2) 平均批發售價以本財政期間內收入除以本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(%)	
	二零一一年	二零一零年	變動(%)	二零一一年	二零一零年
鞋履	58,578	37,840	+54.8	49.6	27.1
服裝	49,602	94,447	-47.5	42.0	67.8
配飾	9,894	7,084	+39.7	8.4	5.1
總計	118,074	139,371	-15.3	100.0	100.0
毛利率	41.8%	44.4%	-2.6百分點		

其他品牌收入主要來自本集團獲特許銷售的產品。截至二零一一年六月三十日止六個月，其他品牌收入約為人民幣1.181億元(二零一零年：人民幣1.394億元)，較去年同期減少15.3%，毛利率為41.8%(二零一零年：44.4%)。收入減少是由於增加的鞋履產品收入，被服裝產品收入減少所抵銷。毛利率下跌主要是由於二零一一年承受成本壓力及高檔市場競爭激烈導致平均售價下降所致。

其他品牌鞋履產品收入增加54.8%至約人民幣5,860萬元(二零一零年：人民幣3,780萬元)。收入增加主要是由於迪士尼運動品牌鞋履產品的設計吸引，帶動銷量大幅增加約62.0%至90萬雙(二零一零年：60萬雙)所致。然而，為了維持市場競爭力，鞋履產品的平均批發售價輕微下調約4.4%至人民幣64.0元(二零一零年：人民幣66.9元)。由於銷售成本的上漲幅度較批發售價升幅為急，導致毛利率下降4.6百分點至40.4%(二零一零年：45.0%)。

其他品牌服裝產品收入減少47.5%至約人民幣4,960萬元(二零一零年：人民幣9,440萬元)。收入減少主要是由於較高檔城市競爭激烈導致銷量下降約45.1%至60萬件(二零一零年：110萬件)及平均批發售價下降約4.4%至人民幣79.8元(二零一零年：人民幣83.5元)。由於銷售成本的上漲幅度較批發售價升幅為急，導致毛利率下降1.5百分點至43.1%(二零一零年：44.6%)。

附註：

- (1) 由於配飾產品種類繁多，且單位價格差別甚大，所以並沒有列出其他品牌配飾產品的銷量、平均批發售價及毛利率詳情。我們認為此產品類別以單位作分析並無意義。
- (2) 平均批發售價以本財政期間內收入除以本財政期間內已售單位總數計算。

按產品種類劃分的收入

下表載列期內本集團按產品種類劃分的收入貢獻：

截至六月三十日止六個月

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零一一年	二零一零年	變動(%)	二零一一年	二零一零年
鞋履	1,110,778	855,692	+29.8	43.2	41.9
服裝	1,407,202	1,144,682	+22.9	54.7	56.1
配飾	52,294	39,782	+31.5	2.1	2.0
總計	2,570,274	2,040,156	+26.0	100.0	100.0
毛利率	40.9%	40.7%	+0.2百分點		

本集團鞋履產品總收入上升29.8%至約人民幣11億元(二零一零年：人民幣9億元)。服裝產品收入上升22.9%至約人民幣14億元(二零一零年：人民幣11億元)，此外，配飾收入亦上升31.5%至約人民幣5,230萬元(二零一零年：人民幣3,980萬元)。所有產品種類的收入增加，主要由於本集團實施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。

按地區產品銷售劃分的收入分析

下表載列期內本集團按地區劃分的收入貢獻：

截至六月三十日止六個月

	二零一一年		二零一零年		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	1,022,995	39.8	804,309	39.4	+27.2
南部	715,815	27.8	574,700	28.2	+24.6
西部及北部	713,390	27.8	521,776	25.6	+36.7
小計	2,452,200	95.4	1,900,785	93.2	+29.0
其他品牌	118,074	4.6	139,371	6.8	-15.3
總計	2,570,274	100.0	2,040,156	100.0	+26.0

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、台灣及香港

西部及北部地區包括：四川、貴州、雲南、重慶、西藏、陝西、寧廈、甘肅、青海、新疆、黑龍江、吉林、遼寧、天津、河北、山西、北京及內蒙古

由於特步品牌的有效市場推廣及銷售網絡擴張，東部地區的增長主要來自山東省、安徽省及江西省；南部的增長主要來自河南省及湖北省；而西部及北部的增長則主要來自在四川省、貴州省及河北省。

銷售成本分析

下表載列本集團按不同類別劃分的銷售成本分析:

截至六月三十日止六個月

	二零一一年		二零一零年		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	725,317	47.8	536,787	44.4	+35.1
外判生產成本	715,554	47.1	602,661	49.8	+18.7
直接員工成本	61,792	4.1	57,359	4.7	+7.7
其他	16,095	1.0	12,566	1.1	+28.1
總計	1,518,758	100.0	1,209,373	100.0	+25.6

銷售成本

回顧期內，本集團的銷售成本較去年同期增加25.6%，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。

由於本集團實施嚴格的成本和質量控制措施，本集團採購更多原材料。因此，原材料佔銷售成本總額的百分比增至約47.8%。直接員工成本的增加乃由於員工的工資及福利增加所致。

其他收入與收益

回顧期內，本集團的其他收入與收益約為人民幣530萬元(二零一零年：人民幣1,010萬元)。減少主要由於來自中國地方政府的津貼減少所致。

銷售及分銷成本

截至二零一一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3.601億元(二零一零年：人民幣3.040億元)，佔本集團總收入約14.0%(二零一零年：14.9%)。由於本集團致力提升品牌形象、增加大型體育賽事的贊助，以及實施創新的娛樂營銷推廣，廣告及推廣費用約為人民幣3.031億元(二零一零年：人民幣2.391億元)，佔本集團總收入約11.8%(二零一零年：11.7%)。

一般及行政開支

截至二零一一年六月三十日止六個月，本集團的一般及行政開支約為人民幣1.324億元(二零一零年：人民幣8,490萬元)，佔本集團總收入約5.2%(二零一零年：4.2%)。一般及行政開支增加主要是因為期內購股權費

用增加約人民幣1,440萬元至約人民幣1,860萬元(二零一零年：人民幣420萬元)所致。本集團的研發開支約為人民幣3,600萬元(二零一零年：人民幣2,650萬元)，佔本集團總收入約1.4%(二零一零年：1.3%)。研發開支主要投放於鞋履設計及功能的提升，以及服飾質料的外觀、功能及耐用性的提升。

稅項開支

回顧期內，本集團的稅項開支總額約為人民幣1.033億元(二零一零年：人民幣8,120萬元)。

本集團於期內享有若干稅項優惠，而回顧期內的實際稅率為18.1%(二零一零年：17.9%)。有關本集團稅率的詳情，載於簡明綜合中期財務報表附註8。

股權持有人應佔溢利及淨利率

截至二零一一年六月三十日止六個月，本公司的股權持有人應佔溢利約為人民幣4.662億元(二零一零年：人民幣3.735億元)，較去年同期上升約24.8%。本集團的毛利率上升至40.9%(二零一零年：40.7%)，原因是特步品牌的毛利率增至40.9%(二零一零年：40.5%)。然而，由於廣告及推廣費用以及購股權費用增加，本集團的經營利潤率輕微下滑至22.0%(二零一零年：22.2%)。本集團的實際稅率增加至18.1%(二零一零年：17.9%)。因此，本集團的淨利率輕微下調至18.1%(二零一零年：18.3%)。

股息

由於本集團的業務增長強勁及現金充裕，董事會宣派中期股息每股13.0港仙(約等於人民幣10.7分)，較去年同期增加約30%(二零一零年：10.0港仙，約等於人民幣8.7分)。中期股息合共派息金額為282,880,000港元(約等於人民幣231,962,000元)(二零一零年：217,468,000港元，約等於人民幣190,263,000元)。回顧期內派息率約為50%(二零一零年：51%)。

營運資金週期

期內，本集團的整體營運資金周轉日數為66天(二零一零年：27天)。

本集團已成功降低銷售成本總額及提升了本集團的整體毛利率。本集團於銷售成本較去年同期大幅上漲時增加購買存貨，成功推行了成本控制方法，而毛利率上升的得益已抵償增加存貨的成本。因此，本集團的平均存貨周轉日數為81天(二零一零年：46天)。

期內，本集團的平均應收貿易款項及票據周轉日數為58天(二零一零年：57天)。本集團維持穩定的周轉日數，仍屬於給予客戶的一般信貸期90天之內。

期內，本集團的平均應付貿易款項及票據周轉日數為73天(二零一零年：76天)。本集團維持穩定的周轉日數，仍屬於債權人給予的一般信貸期90天之內。

資金流動性及資金資源

於二零一一年六月三十日，本集團的流動資產約為人民幣41.307億元(二零一零年十二月三十一日：人民幣39.766億元)，增長3.9%，而本集團的流動負債約為人民幣10.508億元(二零一零年十二月三十一日：人民幣8.919億元)，增長17.8%。因此，本集團的流動比率為3.9(二零一零年十二月三十一日：4.5)。

本集團主要營運資金來自經營活動的現金流量及現金及銀行結餘。如上文營運資金週期一節所述，為實施嚴格的成本控制以降低生產成本，必需增加若干現金流量付款。因此，本集團已採取必要措施，增加存貨購買量及增加向供應商墊付預付款項。因此，於截至二零一一年六月三十日止六個月，經營活動的現金流出淨額約為人民幣3.349億元(二零一零年：現金流入淨額人民幣2.302億元)。於二零一一年六月三十日，本集團的現金及銀行結餘總額約為人民幣18.242億元(二零一零年十二月三十一日：人民幣24.437億元)，而本集團的銀行借款為人民幣2.163億元(二零一零年十二月三十一日：零)。於二零一一年六月三十日，本集團已無抵押人民幣4.75億元作為本集團獲授予銀行融資的擔保。於二零一一年六月三十日，本集團的負債比率為6.0%(二零一零年十二月三十一日：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，可供未來發展之用。

存貨撥備

截至二零一一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

截至二零一一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

有關本集團資本承擔的詳情，載於簡明綜合中期財務報表附註23。

於二零一一年六月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

外匯風險

本集團主要在中國經營業務，而大部分交易均以人民幣結算。本集團的資產及負債以及經營產生的交易主要以人民幣計值，因此相信本集團並無任何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。

資本市場

本集團將致力尋求適當時機及情況，加強參與不同類別的資本市場。於二零一零年十一月二十九日，本公司宣佈已向台灣證券交易所及台灣中央銀行申請台灣存託憑證的發售及上市，詳情見本公司於二零一零年十一月二十九日刊發的公佈。由於目前金融市況不穩定，且無急切需要籌集營運資金，董事會決定推遲台灣存託憑證上市的計劃。

重大投資及收購

於回顧期內，本集團並無進行任何重大投資或附屬公司收購或出售。本集團繼續物色收購對象及與國際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20.88億港元。

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 (於二零一一年 六月三十日)	未動用 (於二零一一年 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	273	82
擴充生產設施及營運中心	397	350	47
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	63	–
一般營運資金	167	167	–
總計	2,088	1,458	630

人力資源

於二零一一年六月三十日，本集團共有7,860名僱員(二零一零年十二月三十一日：7,433名僱員)。本集團為其僱員舉行入門課程及持續培訓，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主題，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，以維持本集團未來的持續發展。

展望

市場前景

由於美國國債問題及歐洲出現主權債務危機，全球經濟持續不明朗。然而，在穩定的政治及經濟環境下，中國經濟仍處於穩健狀況。近年，中國政府支持及推動中國的體育產業，加上體育項目日益普及，使體育用品行業得以持續穩健發展，本集團亦已作好準備抓緊商機。

綜合的營銷及推廣

為進一步強化特步的品牌形象以及「特步就是時尚運動」及「讓運動與眾不同」的口號，本集團繼續致力發展及鞏固其獨有的體育娛樂營銷策略，在二零一一年積極推出多項嶄新的贊助活動。其中跑步及足球仍然是特步品牌長遠品牌建設策略中的重要部分。

國際性及全國性盛事

本集團將透過多項國際性及全國性體育項目的贊助活動，繼續讓特步的品牌拓展至全球市場。本集團對於取得第二十六屆深圳世界大學生運動會英美兩國代表團的贊助權深感榮幸。本集團深信有關贊助活動將能進一步鞏固特步的品牌形象及知名度。

第二十六屆大運會是由國際大學生體育聯合會舉辦，亦是以大學生運動員為對象的一項國際性綜合運動會。第二十六屆大運會於二零一一年八月在中國深圳市舉行，預期可吸引過百萬的現場觀眾及來自全球各地的觀眾。本集團是本屆大運會美國隊的官方合作夥伴及頒獎運動用品的獨家贊助商，以及英國隊的獨家運動產品贊助商。

跑步

作為時尚體育用品行業的領先企業，特步品牌繼續加強產品的功能性，並將跑步定集團營銷的重點方向。本集團計劃繼續贊助在中國各大城市舉辦的重要國際馬拉松賽事，加以推廣「愛跑步愛特步」的核心營銷概念。特步將於二零一一年下半年贊助的國際馬拉松賽事如下：

- 西藏國際半程馬拉松
- 西安城牆國際馬拉松
- 杭州國際馬拉松
- 台北國際馬拉松

這些贊助活動將有助特步品牌在大中華區的跑步賽事中進一步建立傑出的專業地位，並能與目標客戶分享對跑步的熱愛與熱情。

足球

自去年藉著贊助其中一隊英國超級聯賽足球隊打入歐洲市場後，本集團今年與西甲聯賽勁旅維拉利爾簽定贊助協議，此舉將有助提升特步在歐洲的形象，並進一步向廣大球迷展示特步品牌。

作為維拉利爾的官方技術贊助商及體育用品與配飾獨家供應商，本集團將在二零一一年七月一日至二零一六年六月三十日五年期間為球隊提供體育用品及配飾。維拉利爾的隊員將會穿著印有特步品牌標誌的體育服裝參加全國性及國際性賽事、訓練、備戰及其他球會活動。根據該五年協議，特步標誌將會在各大維拉利爾賽事的電

視廣播中及該隊在西甲聯賽以及西班牙國王盃的所有賽事的球場出現。除賽事轉播時段外，特步品牌標誌亦會在球場大屏幕及記分牌上顯示。本公司將會在球會的每期刊刊投放全版廣告，以進一步推廣特步品牌。

中國極限精英賽

本集團是特步二零一一年中國極限精英賽的冠名贊助商。另外九項賽事將於上海、廣州、成都、武漢、廈門、西安、鄭州、瀋陽及青島舉行。這些刺激緊張的賽事將吸引參賽者及觀眾的積極參與，從而成功在該等省份推廣特步品牌。

娛樂營銷

娛樂營銷仍然是本集團吸引年輕一代的重要策略之一。謝霆鋒、潘瑋柏、蔡依林及韓庚等特步品牌巨星代言人將聯同其他藝人於二零一一年八月在重慶舉行的「二零一一年度特步巨星演唱會」助陣演出，為成千上萬的樂迷帶來非凡的音樂表演。年度盛事預計將為年輕消費者營造另一股狂熱，以鞏固特步的品牌形象。

為吸引更多消費者的注意和進一步提升品牌知名度，本集團將繼續加強與中央電視一台、中央電視五台、湖南衛視及浙江衛視等主要電視頻道的策略性夥伴關係，在這些頻道推出更多嶄新電視廣告及增加產品曝光率。

產品創新、傑出的設計及研發能力

本集團的成功之道在於產品創新。本集團堅信，創新與技術是成功的關鍵所在，因此從產品開發階段加強注重產品品質。為提高應對市場變化的能力，本集團致力優化研發隊伍，以提升體育用品產品的外觀設計及功能。

跑步及足球系列

二零一一年，本集團將繼續集中推廣於跑步及足球體育用品系列。為此，本集團在本年度繼續贊助了多項馬拉松賽事，並與西甲勁旅維拉利爾簽訂五年合作協議。根據該協議，本集團將向球隊提供服裝。未來將推出更專業及時尚的跑鞋。此外，全新以維拉利爾為主題的產品系列即將推出市場，進一步豐富本集團的足球服裝產品的選擇。

都市系列

為迎合年輕消費者對時尚、生活產品日益增長的需求，本集團將擴大產品種類，推出嶄新的特步品牌都市系列。都市系列將表現出國際設計師匠心獨運的設計，並邀請韓庚作為新系列代言人。韓庚形象年輕、充滿活力，在媒體及互聯網均具知名度。憑藉其在社會的知名度，全新推出的特步品牌都市系列定能進一步增加品牌曝光率，以及進一步提升在目標客戶中的品牌知名度。本集團深信，都市系列將受到顧客的熱烈追捧，引領行業的新發展。

特步童裝「Xtep 1+1」

作為產品多元化的其中一環，本集團亦計劃開發新的特步兒童鞋履及服裝系列「Xtep 1+1」，預計於二零一二年底前在二、三線城市開設約100家零售店。

本集團致力擴大產品種類，以擴闊特步品牌的目標客戶群，以涵蓋男女老少各階層。更重要的是，這將為本集團帶來潛在的市場機遇，有助本集團業務於短期內內實現可持續增長。

擴展零售網絡

本集團審慎策劃網絡擴展工作。中國目前仍繼續進行城镇化，故目前仍有數以千計的城鎮尚未設有零售店。本集團的拓展重心仍然是特步品牌擁有明顯品牌地位優勢的二、三線城市。本集團現正計劃在二零一一年年底前令特步品牌零售店增至合共約7,900家。此外，本集團亦致力進軍海外市場，提升特步品牌的國際知名度。

提升生產

為提高生產質素及效率，本集團計劃擴大產能。除了福建泉州的產能外，本集團亦計劃於湖南省增設約3百萬雙的鞋履生產基地，預計於二零一一年年底投產。此外，本集團預計在安徽省增設新建廠房，預計於二零一三年投產。

結論

隨著經濟持續增長，加上運動在中國日漸普及，本集團相信中國的體育用品行業正逐步擴展，而中國市場的穩定對於增強消費者的信心也至關重要。展望未來，本集團將繼續採取創新的營銷及推廣策略、拓展零售網絡、組成富經驗的設計及產品研發團隊和改善產能。憑藉這些堅定的承諾，本集團將繼續為股東帶來穩固的表現，並帶領特步品牌成為世界級的時尚體育用品品牌。

企業管治及其他資料

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。截至二零一一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。董事會目前包括六名執行董事、一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，彼等於截至二零一一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其有關董事證券交易的操守守則。

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，包括審閱截至二零一一年六月三十日止六個月的中期業績及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」的規定審閱截至二零一一年六月三十日止六個月的中期財務資料。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零一一年六月三十日止六個月，本公司或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。

董事會

肖楓先生由二零一一年六月十七日起辭任本公司非執行董事一職。

權益披露

董事及最高行政人員於股份、相關股份及債券的權益及淡倉

於二零一一年六月三十日，本公司董事及最高行政人員及彼等各自的聯繫人於本公司及其相聯法團(定義見證券

及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債券中，擁有以下根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及香港聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視為本公司董事及最高行政人員擁有的權益及淡倉)，或已列入根據證券及期貨條例第352條規定存置的登記冊內，或根據標準守則知會本公司及香港聯交所的權益或淡倉：

於本公司的好倉

董事姓名	權益性質	擁有權益的股份數目	佔本公司已發行股本權益概約百分比 ⁽¹⁾
丁水波先生 ⁽²⁾	受控制法團的權益／實益權益	1,313,559,500	60.37%
丁美清女士 ⁽³⁾	受控制法團的權益	1,310,059,500	60.20%
林章利先生 ⁽⁴⁾	配偶權益	1,310,059,500	60.20%
葉齊先生 ⁽⁵⁾	實益權益	5,500,000	0.25%
何睿博先生 ⁽⁶⁾	實益權益	10,000,000	0.46%
陳偉成先生 ⁽⁷⁾	實益權益	1,250,000	0.06%

附註：

- (1) 按於二零一一年六月三十日本公司已發行股份2,176,000,000股計算。
- (2) 由於群成受丁水波先生控制，故丁水波先生被視為於群成所持有本公司的1,310,059,500股股份中擁有權益。丁水波先生亦實益擁有本公司3,500,000股股份權益。
- (3) 由於群成受丁美清女士控制，故丁美清女士被視為於群成所持有的本公司股份中擁有權益。
- (4) 丁美清女士的丈夫兼執行董事林章利先生被視為於其妻子所擁有的群成權益中擁有權益。
- (5) 此等股份的1,500,000股須視乎於二零零八年五月七日根據首次公開發售前購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份1,000,000股須視乎於二零一零年五月二十八日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份餘下3,000,000股須視乎於二零一一年一月十四日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。
- (6) 此等股份的1,000,000股須視乎於二零零八年五月七日根據首次公開發售前購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份1,500,000股須視乎於二零零九年七月二十九日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份另外1,000,000股須視乎於二零一零年五月二

十八日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份餘下6,500,000股須視乎於二零一一年一月十四日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。

- (7) 此等股份的600,000股須視乎於二零一零年三月三十日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份另外600,000股須視乎於二零一一年一月十四日根據購股權計劃所授出的購股權獲行使與否。此等股份餘下50,000股由陳偉成先生於聯交所收購。

除上文所披露者外，於二零一一年六月三十日，本公司董事或最高行政人員概無於本公司及其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債券中，擁有或被視為擁有已列入根據證券及期貨條例第352條本公司存置的登記冊內，或已根據標準守則知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉。

本公司、其控股公司或其任何附屬公司從未訂立任何安排，使本公司董事及最高行政人員(包括彼等的配偶及未滿18歲子女)於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債券中持有任何權益或淡倉。

主要股東於股份及相關股份的權益及淡倉

就本公司董事或最高行政人員所知，於二零一一年六月三十日，以下人士或法團(並非本公司董事或最高行政人

員)於本公司股份及相關股份中，擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須披露予本公司的權益或淡倉，或已列入根據證券及期貨條例第336條規定存置的登記冊內的權益或淡倉：

股東名稱	權益性質	擁有權益的股份數目	佔本公司已發行股本權益概約百分比 ⁽¹⁾
群成	實益權益	1,310,059,500	60.20%
Carlyle Asia Growth Partners III, L.P.	實益權益	200,769,294	9.23%
CAGP III Co-investment, L.P.	實益權益	8,931,206	0.41%
CAGP General Partner, L.P. ⁽²⁾	受控制法團的權益	209,700,500	9.64%
CAGP Ltd ⁽²⁾	受控制法團的權益	209,700,500	9.64%
惠理基金管理公司 ⁽³⁾	投資經理	118,075,000	5.43%
惠理集團有限公司 ⁽³⁾	受控制法團的權益	118,075,000	5.43%
Cheah Capital Management Limited ⁽³⁾	受控制法團的權益	118,075,000	5.43%
Cheah Company Limited ⁽³⁾	受控制法團的權益	118,075,000	5.43%
恒生銀行信託國際有限公司 ⁽³⁾	信託人	118,075,000	5.43%
謝清海 ⁽³⁾	全權信託創辦人	118,075,000	5.43%
杜巧賢 ⁽⁴⁾	配偶權益	118,075,000	5.43%

附註：

- (1) 按於二零一一年六月三十日本公司已發行股份2,176,000,000股計算。
- (2) CAGP General Partner, L.P.為Carlyle Asia Growth Partners III, L.P.及CAGP III Co-investment, L.P. (均為有限合夥公司)的普通合夥人。CAGP Ltd為CAGP General Partner, L.P.的普通合夥人。
- (3) 惠理基金管理公司以投資經理的身份持有本公司股份。惠理集團有限公司擁有惠理基金管理公司的100%控制權，Cheah Capital Management Limited擁有惠理集團有限公司的28.69%控制權，Cheah Company Limited擁有Cheah Capital Management Limited的100%控制權，恒生銀行信託國際有限公司擁有Cheah Company Limited的100%控制權。恒生銀行信託國際有限公司為一項全權信託的信託人，有關全權信託擁有本公司股份的權益。謝清海先生為有關全權信託的創辦人。謝清海先生亦為惠理基金管理公司及惠理集團有限公司的董事。
- (4) 謝清海的配偶杜巧賢被視為於謝清海所擁有的本公司權益中擁有權益。

除上文所披露者外，於二零一一年六月三十日，本公司董事及最高行政人員並不知悉有任何其他人士或法團於

本公司的股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須披露予本公司的權益或淡倉，或已列入根據證券及期貨條例第336條規定存置的登記冊內的權益或淡倉。

購股權計劃

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，旨在給予其員工機會，於本公司擁有個人權益，並激勵其員工提升其表現及效率，並挽留對本集團的長期發展及盈利能力有重大貢獻的員工。可認購合共19,000,000股股份的購股權已於二零零八年五月七日授出。行使價為每股3.24港元，較全球發售價折讓20%。於上市日期或之後不會根據首次公開發售前購股權計劃授出其他購股權。根據首次公開發售前購股權計劃授出的所有購股權可於購股權提呈日期起計十年內予以行使，並僅可按以下方式行使：

行使期	可予行使購股權的最高百分比
上市日期首週年後任何時間	佔已授出購股權總數30%
上市日期第二週年後任何時間	佔已授出購股權總數30%
上市日期第三週年後任何時間	佔已授出購股權總數40%

於二零一一年六月三十日根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權詳情如下：

姓名	於二零一一年 一月一日 未獲行使	截至二零一一年 六月三十日止 六個月已獲行使	於二零一一年 六月三十日 尚未行使
董事			
葉齊先生	1,500,000	–	1,500,000
何睿博先生	1,000,000	–	1,000,000
僱員			
合計	14,475,000	–	14,475,000
總計	16,975,000	–	16,975,000

截至二零一一年六月三十日止六個月概無根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使、失效或被註銷。

購股權計劃

本公司已於二零零八年五月七日採納購股權計劃，旨在鼓勵合資格人士將來為本集團作貢獻及／或表揚其過去的貢獻，吸引及挽留或與該等合資格人士(其及／或其貢獻對或將對本集團表現、增長或成功起著關鍵作用)維持持續關係。

可能因行使根據購股權計劃及本集團任何其他計劃將予授出的所有購股權而發行的最高股份數目，合共不得超過上市日期已發行股份數目的10% (即220,000,000股股份)。倘任何購股權計劃參與者因行使在截至最後授出日期止任何12個月期間內已獲授及將獲授購股權，而導致已發行及將予發行的股份總數超過本公司不時已發行股本的1%，則不得向該參與者授出任何購股權。

每份購股權均可根據購股權計劃的條款於董事會釐定的期間內隨時行使，惟不得超過授出日期起計十年。每份購股權在行使前並無最短持有期。購股權計劃參與者如接納所授出的購股權，須於提呈日期起計30日或之前向本公司支付1.0港元。購股權的行使價由董事會全權酌情釐定，惟行使價不得低於以下最高者：

- 股份面值；
- 股份於提呈日期於香港聯交所每日報價表的收市價；及
- 緊接提呈日期前五個營業日股份於香港聯交所每日報價表的平均收市價。

購股權計劃由上市日期起計十年內一直有效及生效，其後不會授出或提呈其他購股權。

於二零一一年六月三十日根據購股權計劃授出的購股權詳情如下：

姓名	授出日期	每股 行使價 ⁽¹⁾	行使期 ⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾	於二零一一年 一月一日 尚未行使	截至二零一一年 六月三十日 止六個月已授出	截至二零一一年 六月三十日 止六個月已行使	於二零一一年 六月三十日 尚未行使
董事							
葉齊先生	二零一零年 五月二十八日	6.00港元	二零一零年五月二十八日至 二零一零年五月二十七日	1,000,000	-	-	1,000,000
葉齊先生	二零一一年 一月十四日	5.50港元	二零一一年一月十四日至 二零一二年一月十三日	-	3,000,000	-	3,000,000
何睿博先生	二零零九年 七月二十九日	4.11港元	二零零九年七月二十九日至 二零零九年七月二十八日	1,500,000	-	-	1,500,000
何睿博先生	二零一零年 五月二十八日	6.00港元	二零一零年五月二十八日至 二零一零年五月二十七日	1,000,000	-	-	1,000,000
何睿博先生	二零一一年 一月十四日	5.50港元	二零一一年一月十四日至 二零一二年一月十三日	-	6,500,000	-	6,500,000
陳偉成先生	二零一零年 三月三十日	6.13港元	二零一零年三月三十日至 二零一零年三月二十九日	600,000	-	-	600,000
陳偉成先生	二零一一年 一月十四日	5.50港元	二零一一年一月十四日至 二零一二年一月十三日	-	600,000	-	600,000
僱員							
合計	二零零九年 七月二十九日	4.11港元	二零零九年七月二十九日至 二零零九年七月二十八日	8,170,000	-	-	8,170,000
合計	二零一零年 一月二十八日	5.01港元	二零一零年一月二十八日至 二零一零年一月二十七日	500,000	-	-	500,000
合計	二零一零年 五月二十八日	6.00港元	二零一零年五月二十八日至 二零一零年五月二十七日	8,000,000	-	-	8,000,000
合計	二零一一年 一月十四日	5.50港元	二零一一年一月十四日至 二零一二年一月十三日	-	49,900,000	-	49,900,000
總計				20,770,000	60,000,000	-	80,770,000

截至二零一一年六月三十日止六個月，概無購股權根據購股權計劃獲行使、失效或被註銷。

附註：

- (1) 緊接二零一一年一月十四日(即授出購股權的有關日期)前的每股收市價為5.43港元。
- (2) 於二零零九年七月二十九日、二零一零年一月二十八日及二零一零年三月三十日根據購股權計劃授出的購股權須按以下時間表歸屬予承授人(就此而言，購股權將歸屬之日或各個相關日期均指「歸屬日期」)：

歸屬日期	將歸屬的購股權百分比
授出日期後滿一週年	佔已授出購股權總數30%
授出日期後滿兩週年	佔已授出購股權總數30%
授出日期後滿三週年	佔已授出購股權總數40%

- (3) 於二零一零年五月二十八日根據購股權計劃授出的購股權須按以下時間表歸屬予承授人：

歸屬日期	將歸屬的購股權百分比
授出日期後滿兩週年	佔已授出購股權總數30%
授出日期後滿三週年	佔已授出購股權總數70%

- (4) 於二零一一年一月十四日根據購股權計劃授出的購股權須按以下時間表歸屬予承授人：

歸屬日期	將歸屬的購股權百分比
授出日期後滿一週年	佔已授出購股權總數40%
授出日期後滿兩週年	佔已授出購股權總數30%
授出日期後滿三週年	佔已授出購股權總數30%

有關首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃的進一步詳情載於財務報表附註22。

簡明綜合收益表
截至二零一一年六月三十日止六個月

		截至六月三十日止六個月	
	附註	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
收入	5	2,570,274	2,040,156
銷售成本		(1,518,758)	(1,209,373)
毛利		1,051,516	830,783
其他收入與收益	5	5,252	10,128
銷售及分銷成本		(360,071)	(304,050)
一般及行政開支		(132,440)	(84,932)
經營溢利	6	564,257	451,929
財務收入淨額	7	5,230	2,700
除稅前溢利		569,487	454,629
所得稅開支	8	(103,275)	(81,172)
本公司普通股股權持有人應佔溢利		466,212	373,457
本公司普通股股權持有人應佔每股盈利	10		
基本(人民幣分)		21.43	17.18
攤薄(人民幣分)		21.33	17.12

股息的詳情於財務報表附註9披露。

簡明綜合全面收益表
截至二零一一年六月三十日止六個月

截至六月三十日止六個月

	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	466,212	373,457
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	(2,134)	(5,378)
期內其他全面收入(已扣稅)	(2,134)	(5,378)
期內全面收入總額	464,078	368,079

	附註	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		224,179	197,073
預付土地租金		108,876	20,843
已付收購土地使用權的按金	11	260,176	88,699
無形資產		1,103	994
非流動資產總額		594,334	307,609
流動資產			
存貨	12	887,045	462,562
應收貿易款項	13	913,356	727,056
預付款項、按金及其他應收款項	14	506,120	343,260
已抵押銀行存款	15	475,000	–
現金及現金等值項目	15	1,349,188	2,443,702
流動資產總額		4,130,709	3,976,580
流動負債			
應付貿易款項	16	577,843	639,141
已收按金、其他應付款項及應計費用	17	175,037	164,593
計息銀行借款	18	216,340	–
應繳稅項		81,537	88,254
流動負債總額		1,050,757	891,988
流動資產淨值		3,079,952	3,084,592
總資產減流動負債		3,674,286	3,392,201
非流動負債			
遞延稅項負債	19	52,368	39,868
非流動負債總額		52,368	39,868
資產淨值		3,621,918	3,352,333
權益			
本公司普通股股權持有人應佔權益			
已發行股本	20	19,197	19,197
儲備	21	3,597,721	3,333,136
非控股權益		3,616,918	3,352,333
		5,000	–
權益總值		3,621,918	3,352,333

簡明綜合權益變動表
截至二零一一年六月三十日止六個月

截至二零一一年六月三十日止六個月(未經審核)

附註	本公司普通股股權持有人應佔										
	已發行股本 人民幣千元	股份溢價賬 人民幣千元	資本儲備 人民幣千元	法定		匯兌			總值 人民幣千元	非控股權益 人民幣千元	權益總值 人民幣千元
				盈餘公積金 人民幣千元	購股權儲備 人民幣千元	波動儲備 人民幣千元	保留溢利 人民幣千元	儲備總值 人民幣千元			
於二零一一年一月一日	19,197	1,066,696	118,600	279,708	20,623	1,043	1,846,466	3,333,136	3,352,333	-	3,352,333
期內全面收入總額	-	-	-	-	-	(2,134)	466,212	464,078	464,078	-	464,078
以股權結算的購股權交易	-	-	-	-	18,611	-	-	18,611	18,611	-	18,611
發行股份予一名非控股權益股東	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,000	5,000
已宣派及派付二零一零年末期股息	9	(218,104)	-	-	-	-	-	(218,104)	(218,104)	-	(218,104)
於二零一一年六月三十日	19,197	848,592	118,600	279,708	39,234	(1,091)	2,312,678	3,597,721	3,616,918	5,000	3,621,918

截至二零一零年六月三十日止六個月(未經審核)

附註	本公司普通股股權持有人應佔										
	已發行股本 人民幣千元	股份溢價賬 人民幣千元	資本儲備 人民幣千元	法定		匯兌			總值 人民幣千元	非控股權益 人民幣千元	權益總值 人民幣千元
				盈餘公積金 人民幣千元	購股權儲備 人民幣千元	波動儲備 人民幣千元	保留溢利 人民幣千元	儲備總值 人民幣千元			
於二零一零年一月一日	19,177	1,529,827	118,600	216,279	11,998	(8,012)	1,096,211	2,964,903	2,984,080	-	2,984,080
期內全面收入總額	-	-	-	-	-	(5,378)	373,457	368,079	368,079	-	368,079
行使購股權	9	3,590	-	-	(668)	-	-	2,922	2,931	-	2,931
以股權結算的購股權交易	-	-	-	-	4,227	-	-	4,227	4,227	-	4,227
已宣派及派付二零零九年末期股息	9	(189,890)	-	-	-	-	-	(189,890)	(189,890)	-	(189,890)
已宣派及派付二零零九年特別股息	9	(94,945)	-	-	-	-	-	(94,945)	(94,945)	-	(94,945)
於二零一零年六月三十日	19,186	1,248,582	118,600	216,279	15,557	(13,390)	1,469,668	3,055,296	3,074,482	-	3,074,482

簡明綜合現金流量表
截至二零一一年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
來自經營活動的現金流入／(流出)淨值	(334,864)	230,241
來自投資活動的現金流出淨值*	(775,599)	(13,113)
來自融資活動的現金流入／(流出)淨值	18,057	(274,029)
現金及現金等值項目減少淨值	(1,092,406)	(56,901)
期初的現金及現金等值項目	2,443,702	2,497,635
匯率變動的影響淨值	(2,108)	(5,368)
期終的現金及現金等值項目	1,349,188	2,435,366
現金及現金等值項目分析		
現金及銀行結餘	1,312,120	2,208,257
原到期日至獲取時少於三個月的無抵押定期存款	37,068	227,109
	1,349,188	2,435,366

* 期內來自投資活動的現金流出淨值包括有抵押銀行存款人民幣475,000,000元(二零一零年：無)。

1. 公司資料

本公司為一家在開曼群島註冊成立之有限責任公司。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2401-02室。

期內，本公司及其附屬公司(「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，並主要以自有的特步品牌及其他授權品牌進行銷售。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，應與截至二零一零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集團截至二零一零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二零一一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(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—首次採納者就香港財務報告準則第7號之披露對比較數字的有限度豁免」的修訂
香港會計準則第24號(經修訂)	「關連方披露」
香港會計準則第32號(修訂本)	對香港會計準則第32號「金融工具：呈列—供股分類」的修訂
香港(國際財務報告詮釋委員會) —詮釋第14號(修訂本)	對香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第14號「最低資金規定的預付款項」的修訂
香港(國際財務報告詮釋委員會) —詮釋第19號	「以股本工具抵銷金融負債」

除上述者外，香港會計師公會已頒佈對二零一零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3號及香港會計準則第27號的修訂於二零一零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1號、香港財務報告準則第7號、香港會計準則第1號、香港會計準則第34號及香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第13號的修訂則於二零一一年一月一日或之後開始的年度期間生效，惟每項準則的過渡條文不同。

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二零一零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22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二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)。本集團所有產品均性質相近，且承擔相若的風險及回報。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」)。因此並無呈報地區分析。

5. 收入、其他收入與收益

收入，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。

收入、其他收入與收益分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
收入		
製造及銷售體育用品：		
鞋履	1,110,778	855,692
服裝	1,407,202	1,144,682
配飾	52,294	39,782
	2,570,274	2,040,156
其他收入與收益		
來自中國政府的補貼 *	3,062	7,724
租金收入	843	403
其他	1,347	2,001
	5,252	10,128
	2,575,526	2,050,284

* 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	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
廣告及推廣費用	303,121	239,074
研究及開發費用	35,974	26,509
員工成本	135,824	95,345
以股權結算的購股權支出	18,611	4,227
折舊	11,523	8,011
無形資產攤銷	157	111
預付土地租金攤銷	450	251

7. 財務收入淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
須於五年內償還的銀行貸款利息開支	(739)	—
已折現應收票據利息開支	(9,804)	(5,175)
匯兌差額淨額	952	—
銀行利息收入	14,821	7,875
	5,230	2,700

8. 所得稅

本集團期內在香​​港使用稅項虧損抵​​扣應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備。截至二零一零年六月三十日止六個月，由於本集團於該期間並無於香港產生應課稅溢利，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本集團經營所在地的司法權區的現行稅率計算。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
即期稅項－中國		
期內應計	90,595	73,172
過往期間撥備不足	180	—
遞延稅項	12,500	8,000
	103,275	81,172

特步(中國)有限公司(「特步(中國)」)作為本公司的全資附屬公司可按優惠稅率15%繳交截至二零一零年十二月三十一日止年度及截至二零一一年十二月三十一日止年度中國企業所得稅，因特步中國於二零一零年合資格成為中國高新科技企業(「高新科技企業」)，並獲取高新科技企業證書。

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，有權於截至二零一零年十二月三十一日止年度及截至二零一一年及二零一二年十二月三十一日止兩個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二零一零年十二月三十一日止年度及截至二零一一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22%及24%計稅。

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	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 人民幣千元 (未經審核)
中期股息－每股普通股13.0港仙 (截至二零一零年六月三十日止六個月：每股普通股10.0港仙)	231,962	190,263

於二零一一年八月十六日舉行的董事會會議上，董事會宣佈及批准派發截至二零一一年六月三十日止六個月的中期股息每股普通股13.0港仙(相當於約人民幣10.7分)，合共282,880,000港元(相當於約人民幣231,962,000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)。

(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	
	二零一一年 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 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：		
二零一零年十二月三十一日－每股普通股12.0港仙	218,104	—
二零零九年十二月三十一日－每股普通股10.0港仙	—	189,890
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)	—	94,945
	218,104	284,835

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

截至二零一一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466,212,000元(截至二零一零年六月三十日止六個月：人民幣373,457,000元)，以及於截至二零一一年六月三十日止六個月已發行的普通股加權平均數2,176,000,000股(截至二零一零年六月三十日止六個月：普通股數2,173,860,387股)計算。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零一一年六月三十日止六個月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466,212,000元(截至二零一零年六月三十日止六個月：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9,230,675(截至二零一零年六月三十日止六個月：6,983,615)股普通股時無償發行的普通股數目。

11. 已付收購土地使用權的按金

於二零一一年六月三十日，本集團已就中國安徽省土地的拍賣，支付按金人民幣157,100,000元及人民幣100,000,000元。根據本集團與一名獨立第三方於二零一一年三月二十五日訂立的協議，本集團同意以人民幣3,076,000元收購中國福建省泉州市的一塊土地。

於二零一零年十二月三十一日，本集團已就收購中國福建省廈門一幅土地支付按金人民幣50,079,000元以及中國福建省泉州另一幅土地，代價為人民幣38,620,000元。於報告期末，該兩份協議代價已獲本集團悉數支付，而本集團已獲取有關土地使用權。

12. 存貨

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
原材料	341,016	327,397
在製品	72,236	51,039
成品	473,793	84,126
	887,045	462,562

13. 應收貿易款項

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。信貸期通常為三個月。應收貿易款項不計息。

於二零一一年六月三十日，本集團不視為減值的應收貿易款項賬齡分析如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
既未逾期亦未減值	762,330	525,196
逾期少於三個月	114,871	161,405
逾期三至九個月	36,155	40,455
	913,356	727,056

14. 預付款項、按金及其他應收款項

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
預付款項	76,734	105,048
向供應商的墊款	417,089	227,668
其他按金	1,848	4,544
其他應收款項	10,449	6,000
	506,120	343,260

15. 現金及現金等值項目

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
定期存款	512,068	42,817
現金及銀行結餘	1,312,120	2,400,885
	1,824,188	2,443,702
減：用以銀行借貸的有抵押定期存款	(475,000)	-
現金及現金等值項目	1,349,188	2,443,702

本集團於二零一一年六月三十日以人民幣計值的現金及銀行結餘約為人民幣1,786,369,000元(二零一零年十二月三十一日：人民幣2,372,886,000元)。人民幣不可自由兌換為其他貨幣，但是根據中華人民共和國外匯管理條例，以及結匯、售匯及付匯管理規定，本集團獲准透過獲授權進行外匯交易業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行存款根據每日銀行存款利率釐定的浮動利率計息。短期定期存款的存款期各異，介乎一個月至三個月，視乎本集團的即時現金需求而定，並按有關短期定期存款利率計息。銀行結餘乃存入最近並無拖欠記錄且信譽良好的銀行。

16. 應付貿易款項

於二零一一年六月三十日，本集團的應付貿易款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
三個月內	549,458	585,922
三至六個月	21,129	38,911
六至十二個月	7,256	14,096
一年以上	-	212
	577,843	639,141

應付貿易款項不計息，一般於60日至90日內結清。

17. 已收按金、其他應付款項及應計費用

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
已收按金	49,841	30,865
應計費用	91,097	83,808
應付增值稅	21,397	32,871
其他應付款項	12,702	17,049
	175,037	164,593

18. 計息銀行借款

	二零一一年六月三十日 (未經審核)			二零一零年十二月三十一日 (經審核)		
	實際年利率 百分比 %	到期日	人民幣千元	實際年利率 百分比 %	到期日	人民幣千元
即期(於一年內及按要求償還)						
銀行借貸—已抵押	香港銀行同業拆息+1.5	2012	216,340	-	-	-
			216,340			-

附註：

特步國際控股有限公司已獲銀行授予銀行融資額度500,000,000港元，有關銀行融資額度乃由人民幣475,000,000元的定期存款作抵押。於二零一一年六月三十日，已提取相等於人民幣216,340,000元的銀行貸款(二零一零年：無)。

19. 遞延稅項負債

根據中國所得稅法，外國投資者在中國大陸成立的外資企業所宣派股息須繳交10%預扣稅。該規定由二零零八年一月一日起生效，並應用於二零零七年十二月三十一日後的盈利。如中國大陸與外國投資者的司法權區訂立稅收協定，則應用較低預扣稅率。就本集團而言，預扣稅的適用稅率為5%。在評估預期就該等在中國大陸成立的附屬公司自二零零八年一月一日起賺取的盈利所派發股息繳交的預扣稅時，董事已根據股息政策、資本水平及營運資金(以應付本集團於可見將來的業務所需)等因素作出評估。

於二零一一年六月三十日，經考慮上述因素後，並無就本公司附屬公司於可見將來預期分派的未減免盈利應付的預扣稅作出重大未確認遞延稅項負債(二零一零年十二月三十一日：無)。

20. 股本

於二零一一年六月三十日及二零一零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：

於二零一一年六月三十日

	千港元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
法定股本： 100,000,000,000 股每股面值0.01港元的普通股	1,000,000	935,629
已發行及繳足： 2,176,000,000 股每股面值0.01港元的普通股	21,760	19,197

於二零一零年十二月三十一日

	千港元 (經審核)	人民幣千元 (經審核)
法定股本： 100,000,000,000股每股面值0.01港元的普通股	1,000,000	935,629
已發行及繳足： 2,176,000,000股每股面值0.01港元的普通股	21,760	19,197

21. 儲備

本集團於截至二零一一年六月三十日止六個月的儲備及其變動金額呈列於簡明綜合權益變動表。

根據開曼群島公司法，本公司的股份溢價賬可動用作支付分派或股息予股東，惟緊隨擬派分派或股息之日後，本公司能夠償還其於日常業務過程中的到期債項。

資本儲備為根據於本公司股份上市前的集團重組所收購附屬公司的已繳股本面值高出收購該等附屬公司已付代價的差額。

根據適用於中國的有關法規，在中國成立的附屬公司須將其法定年度稅後溢利(經抵銷上一年度的任何虧損後)(如有)的若干百分比轉入法定盈餘公積金，直至該公積金的結餘達其各自註冊資本的50%為止。在遵守有關中國法規所載若干限制的前題下，法定盈餘公積金可用於抵銷各中國附屬公司的累計虧損。轉入的金額必須獲得各中國附屬公司的董事會批准。

購股權儲備包括已授出但未行使的購股權公平值。該金額將於相關購股權獲行使時轉撥往股份溢價賬，或倘相關購股權到期或被沒收時，則轉撥往保留盈利。

匯兌儲備包括因換算中國以外業務的財務報表而產生所有匯兌差額。

22. 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，於本公司截至二零一零年十二月三十一日止年度的年報中披露。

於二零一一年六月三十日，合共16,975,000份(二零一零年十二月三十一日：16,975,000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。於截至二零一一年六月三十日止六個月內，概無首次公開發售前購股權獲行使(截至二零一零年六月三十日止六個月：1,035,000)。

於簡明綜合中期財務報表批准之日，本公司共有16,975,000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，於本公司截至二零一零年十二月三十一日止年度的年報中披露。

於二零一一年六月三十日，根據購股權計劃，合共80,770,000(二零一零年十二月三十一日：20,770,000)份購股權為尚未行使。截至二零一一年六月三十日止六個月內，已授出合共60,000,000份購股權。於二零一一年一月十四日，本公司根據「購股權計劃」向若干承授人授予60,000,000份購股權，以認購合共60,000,000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5.50港元。

截至二零一一年六月三十日止期間內，概無任何購股權獲行使或失效(截至二零一零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80,770,000份購股權尚未行使，佔該日本公司已發行股本約3.7%。

23. 承擔

(a) 於二零一一年六月三十日的承擔如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
就以下各項的已訂約承擔：		
— 建造新樓宇	2,703	2,117
— 顧問費用	125	—
— 廣告及宣傳成本	215,294	170,231
	218,122	172,348

(b) 於二零一一年六月三十日，本集團就中國的一項投資項目的已批准但未訂約承擔為人民幣356,900,000元(二零一零年十二月三十一日：無)

(c) 二零一零年一月一日至二零一二年十二月三十一日期間，本集團須向許可人支付最低保證特許使用費。然而，該等款項將按該等期間產品的實際銷售額而調整。

24. 經營租賃安排

於二零一一年六月三十日，本集團於以下日期根據不可撤銷經營租賃應付的未來最低租金總額如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
一年內	7,725	7,195
第二至第五年(包括首尾兩年)	11,182	15,202
	18,907	22,397

25. 中期財務報表的批准

未經審核簡明綜合中期財務報表已於二零一一年八月十六日獲董事會批准及授權刊發。



致：特步國際控股有限公司全體股東
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

緒言

我們已審閱刊於第57頁至74頁的特步國際控股有限公司中期財務報表，其中包括於二零一一年六月三十日的簡明綜合財務狀況表、截至該日止六個月的簡明綜合收益表、簡明綜合全面收益表、簡明綜合權益變動表、簡明綜合現金流量表以及其他附註解釋。《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》規定，中期財務報告的編製必須符合其相關條文及香港會計師公會頒佈的《香港會計準則》第34號—「中期財務報告」(《香港會計準則》第34號)的規定。

董事負責根據《香港會計準則》第34號編製及呈列本中期財務報表。我們的責任是根據我們審閱工作的結果，對本中期財務報表作出審閱結論。按照我們雙方簽訂協議的審閱業務約定書條款，我們的報告僅向整體股東作出。除此之外，不作其他用途。我們概不就本報告的內容，對任何其他人士負責或承擔任何責任。

審閱範圍

我們是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」的規定進行審閱。中期財務報告的審閱主要包括向負責財務會計事宜的人士作出詢問，並採用分析性和其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據《香港核數準則》進行的審核範圍小，故我們不能保證我們知悉一切可能於審核中識別的重大事宜。因此，我們不發表審核意見。

結論

根據我們的審閱，我們並未察覺任何事宜致使我們相信中期財務報表在一切重大方面並未按照《香港會計準則》第34號編製。

安永會計師事務所
執業會計師

香港
中環金融街8號
國際金融中心二期18樓

二零一一年八月十六日

在本中期報告中，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「特步控股」	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」	除特步品牌以外的品牌
「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



特步國際控股有限公司

Xtep International Holdings Limited

香港灣仔港灣道6-8號

瑞安中心24樓2401-2室

www.xtep.com.hk