



擊中目標





行政總裁張志勇先生

概況

二零零五年的中國體育用品市場繼續受惠於不斷上升和豐裕的消費能力、快速城市化以及二零零八年北京奧運會盛事所驅動的增長。本集團作為中國領先的體育用品品牌企業之一，在此有利的經營環境下，憑藉各方面的競爭優勢，包括 (i) 強大的品牌效應及獨特的市場定位；(ii) 不斷提升的產品研發能力以生產多樣化運動及休閒產品；(iii) 廣泛的經銷商及零售網絡；(iv) 有效的供應鏈管理以及 (v) 專業的管理團隊與積極進取的企業文化，在二零零五年繼續錄得優秀業績。

財務回顧

主要財務指標

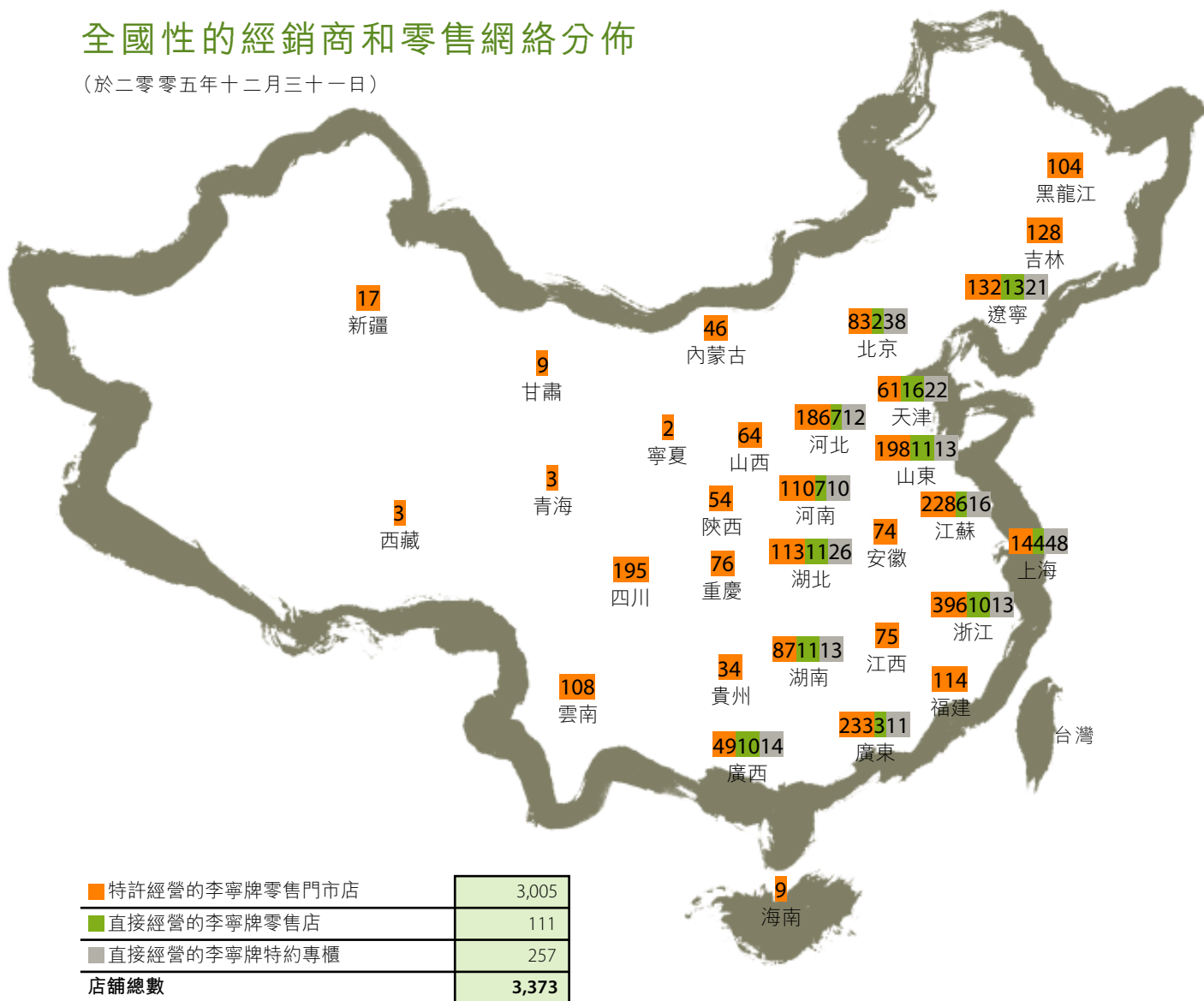
	截至十二月三十一日止年度		按年變動 (%)
	二零零五年	二零零四年 (經重列 — 附註1)	
收益表項目 (經審核)			
(除特別註明外, 以千元人民幣列示)			
營業額	2,450,536	1,878,102	30.5
毛利	1,152,545	873,524	31.9
經營溢利	271,497	180,418	50.5
EBITDA (附註2)	296,435	200,839	47.6
權益持有人應佔溢利	186,800	122,414	52.6
每股基本盈利 (分人民幣) (附註3)	18.25	13.78	32.4
部份財務比率 (經審核)			
毛利率 (%)	47.0	46.5	
經營溢利率 (%)	11.1	9.6	
權益持有人應佔溢利率 (%)	7.6	6.5	
實際稅率 (%)	31.1	31.7	
權益持有人應佔權益回報率 (%)	17.2	17.5	
負債對權益持有人應佔權益比率 (附註4)	0.35	0.45	
平均存貨周轉期 (天) (附註5)	86	112	
平均應收賬款周轉期 (天) (附註6)	44	33	
平均應付貿易款項周轉期 (天) (附註7)	68	77	

附註:

1. 見賬目附註2。
2. EBITDA為息稅前利潤加折舊及攤銷。
3. 每股基本盈利乃根據截至二零零五年十二月三十一日止年度之權益持有人應佔溢利186,800,000元人民幣 (二零零四年: 122,414,000元人民幣) 及於年內已發行普通股股份之加權平均數1,023,827,000股 (二零零四年: 888,392,000股) 計算。
4. 負債對權益持有人應佔權益比率乃為十二月三十一日之負債總值除以權益持有人應佔權益。
5. 平均存貨周轉期 (天) 乃按存貨之年初及年末平均結餘除以銷售成本再乘以365天計算。
6. 平均應收賬款周轉期 (天) 乃按應收賬款及應收票據之年初及年末平均結餘除以營業額再乘以365天計算。
7. 平均應付貿易款項周轉期 (天) 乃按應付貿易款項之年初及年末平均結餘除以總採購額再乘以365天計算。

全國性的經銷商和零售網絡分佈

(於二零零五年十二月三十一日)



營業額

截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團營業額達2,450,536,000元人民幣，較二零零四年增長30.5%。營業額錄得滿意之增長乃由於(i)明確清晰的品牌推廣策略；(ii)成功開發新產品系列，滿足消費者需求；(iii)不斷優化的供應鏈管理；以及(iv)銷售渠道和網絡覆蓋的持續拓展。

按產品種類劃分之營業額

	截至十二月三十一日止年度				
	二零零五年		二零零四年		按年變動 百分比
	佔總營業額 之百分比	千元人民幣	佔總營業額 之百分比	千元人民幣	
鞋類	35.4	866,697	30.0	562,889	54.0
服裝	55.7	1,365,802	57.7	1,083,130	26.1
配件	8.9	218,037	12.3	232,083	-6.1
總計	100.0	2,450,536	100.0	1,878,102	30.5

本集團不斷豐富產品線，針對受歡迎的體育項目，包括跑步、籃球、足球、網球和健身，推出了一系列新產品，促長了鞋類和服裝產品銷售。鞋類產品設計水平顯著提高，結合主推產品價格的調整以及產品推廣力度的加強，錄得較二零零四年54.0%之強勁增長。服裝類產品錄得26.1%增長。為達到更高的零售效率，本集團降低了配件產品之比重，其銷售較二零零四年下降6.1%。

二零零五年各類產品佔營業額之百分比

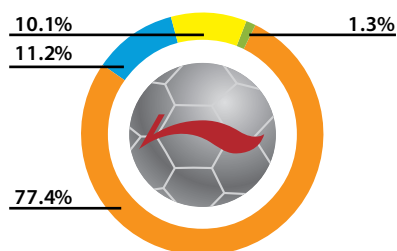


- 服裝
- 鞋類
- 配件

各銷售渠道佔營業額之百分比

	截至十二月三十一日止年度	
	二零零五年 佔總營業額 之百分比 (%)	二零零四年 佔總營業額 之百分比 (%)
中國市場		
特許經銷商銷售	77.4	75.0
直接經營零售店銷售	11.2	10.6
直接經營特約專櫃銷售	10.1	12.0
國際市場	1.3	2.4
總計	100.0	100.0

二零零五年各銷售渠道佔營業額之百分比



- 中國市場 (特許經銷商銷售)
- 中國市場 (直接經營零售店銷售)
- 中國市場 (直接經營特約專櫃銷售)
- 國際市場

各地區佔營業額之百分比

	附註	截至十二月三十一日止年度	
		二零零五年 佔總營業額 之百分比 (%)	二零零四年 佔總營業額 之百分比 (%)
李寧牌			
中國市場			
北京及上海		6.9	9.9
華中	1	11.7	12.4
華東	2	23.3	21.9
華南	3	12.8	11.0
西南	4	8.5	8.2
華北	5	16.4	13.8
東北	6	12.5	12.5
西北	7	1.9	2.3
國際市場		1.3	2.4
KAPPA牌 (已於二零零五年八月出售)			
中國市場		4.7	5.6
總計		100.0	100.0

附註：

1. 華中包括湖北、湖南及江西。
2. 華東包括浙江、江蘇及安徽。
3. 華南包括廣東、廣西、福建及海南。
4. 西南包括四川、重慶、貴州、雲南及西藏。
5. 華北包括山東、河北、河南、天津、山西及內蒙古。
6. 東北包括遼寧、吉林及黑龍江。
7. 西北包括陝西、新疆、甘肅、青海及寧夏。

本集團擁有平衡的全國性廣泛的分銷網絡，覆蓋中國所有主要城市。從市場潛力上看，本集團擁有很高佔有率之二、三線市場為未來增長的主體市場。

銷售成本及毛利

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團之銷售成本約為1,297,991,000元人民幣（二零零四年：1,004,578,000元人民幣）。二零零五年整體銷售毛利率為47.0%，維持在健康水平，較二零零四年之46.5%略有增長，主要受惠於本集團對產品價格策略的調整，以及產品設計和研發的提升，使我們可以在零售價格上獲取一定溢價。



按產品種類劃分之毛利率

	截至十二月三十一日止年度	
	二零零五年 毛利率(%)	二零零四年 毛利率(%)
整體	47.0	46.5
鞋類	46.4	43.7
服裝	47.3	47.5
配件	47.8	48.7



其它收入

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團之其它收入約為32,626,000元人民幣（二零零四年：17,399,000元人民幣），主要包括政府補助和處置附屬公司取得的投資收益。



首席財務官陳偉成先生(左)

經銷及行政開支

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，經銷開支約為690,527,000元人民幣（二零零四年：549,771,000元人民幣），主要包括廣告及推廣費用、營銷人員薪金及福利、零售店租金及裝修費用、運輸及物流開支、贊助費及其它市場推廣相關開支。經銷開支佔本集團總營業額之28.2%，較二零零四年之29.3%下降1.1%。該下降反映了(i)人力資源費用穩定；(ii)零售店開張支出得到有效控制及每平方米裝修成本之減少；以及(iii)成本管理之全面改善。

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團之行政開支約為223,147,000元人民幣（二零零四年：160,734,000元人民幣）。本集團之行政開支主要包括員工成本、諮詢費用、辦公室租金、辦公室折舊費及其它一般開支。行政開支佔營業額之百分比從二零零四年之8.6%增加至二零零五年之9.1%，主要是由於須計提非現金股票期權費用以遵從新國際財務報告準則第2號的規定所致。剔除非現金的以股份為基礎的股票期權費用之調整，二零零五年行政開支佔營業額之百分比為8.3%，二零零四年為8.2%。

經營溢利

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團之經營溢利為271,497,000元人民幣，較二零零四年180,418,000元人民幣增加50.5%。年內經營溢利率約為11.1%，較二零零四年增加1.5%，主要由於毛利率上升，同時經銷及行政開支總額佔總營業額之比率下降所致。

融資收入及稅項

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，融資收入為1,954,000元人民幣（二零零四年：收入821,000元人民幣），主要由於(i)銀行借貸為零，導致銀行借貸的利息支出減少；(ii)本集團之現金及其它財務資產投資產生之利息收入，以及(iii)部分被下半年匯率變動而增加之匯兌損失所抵消。

截至二零零五年十二月三十一日止年度，稅項支出約為85,106,000元人民幣（二零零四年：57,486,000元人民幣），實際稅率約為31.1%（二零零四年：31.7%）。

權益持有人應佔溢利

截至二零零五年十二月三十一日止年度，權益持有人應佔溢利為186,800,000元人民幣，較二零零四年122,414,000元人民幣增加52.6%。年內權益持有人應佔溢利率約為7.6%，較二零零四年6.5%增長1.1%。

每股基本盈利為18.25分人民幣（二零零四年：13.78分人民幣）。若剔除國際財務報告準則第2號「以股份為基礎之支出」調整之影響，每股基本盈利為20.94分人民幣（二零零四年：15.02分人民幣）。

存貨撥備

本集團存貨核算按成本與可變現淨值較低者入賬。若可變現淨值低於成本，本集團即按其差額計提存貨撥備。

於二零零五年十二月三十一日及二零零四年十二月三十一日，累計計提的存貨撥備分別約為14,227,000元人民幣及10,228,000元人民幣。

呆賬撥備

本集團二零零五年之呆賬撥備政策與二零零四年相同。

於二零零五年十二月三十一日及二零零四年十二月三十一日，累計計提的呆賬撥備分別約為3,716,000元人民幣及10,020,000元人民幣。

營運回顧

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團繼續專注其以下發展策略，包括(i)加強品牌知名度和忠誠度；(ii)提升品牌專業性和時尚性；(iii)提升產品設計及研發能力；(iv)拓展銷售渠道和網絡；(v)加強供應鏈的管理；以及(vi)開拓多品牌的發展空間。

品牌推廣及贊助

本集團的品牌建設均有完善市場推廣計劃的支持。二零零五年，本集團在市場營銷方面展開了多項有效的舉措，以不同形式的品牌形象推廣活動，有效的提升品牌知名度、品牌效應以及客戶忠誠度。

NBA — 中國官方市場合作夥伴

本集團全資附屬公司北京李寧於二零零五年一月與國際著名的體育賽事組織機構 NBA 簽署官方市場合作夥伴協議。根據該協議，本集團將借助 NBA 在中國市場的豐富市場推廣經驗及媒體資源，以宣傳李寧品牌。同時，北京李寧於二零零六年一月成功簽約 NBA 球員達蒙·瓊斯(Damon Jones)。根據該協議，達蒙·瓊斯將在未來 NBA 賽事中穿著李寧牌專業籃球鞋，強化李寧品牌在籃球領域的專業形象。這標誌著李寧品牌朝著成為全球知名的頂級體育品牌的目標邁進，同時也是中國體育用品行業發展的重大突破。

網易 — 「李寧網易體育頻道」

於二零零五年四月，本集團與中國領先的互聯網技術公司網易簽訂為期三年的合作協議，共同就「李寧網易體育頻道」開展緊密合作。雙方將通過一系列涉及市場活動、營銷資源、企業文化等方面的合作，聯手建立起更專業、更全面的體育新聞、信息的交流平臺，並在廣大網民中宣揚「一切皆有可能」的理念。此外，通過「李寧」和 NBA 的戰略官方市場合作進一步深化 NBA 報道，增加 NBA 欄目的影響力；對國家金牌隊伍報道的覆蓋面也將擴大，重點加強對跳水、乒乓、體操和射擊的報道深度。

Swarovski (施華洛世奇) – 水晶鑲嵌的李寧牌女子體育產品

於二零零五年四月，本集團宣佈與全球頂級的切割水晶製造商Swarovski (施華洛世奇)建立合作夥伴關係，將水晶鑲嵌在李寧牌女子網球、健身服裝及健身鞋上，加快了本集團開發時尚運動產品的步伐。

CUBA – 中國三大籃球賽事之一的贊助商

於二零零五年十二月，本集團宣佈簽約中國大學生籃球聯賽(「CUBA」)，成為中國三大籃球賽事之一CUBA的主要合作夥伴。在中國籃壇，CUBA堪稱地域覆蓋最廣、參賽人數最多、文化層次最高的賽事。本集團作為其現場裝備贊助商，將會進一步強化李寧牌在籃球領域內的專業形象，佔領大學生市場的運動營銷資源。此次合作，也為本集團在籃球市場搭建起一個廣泛的長期的營銷平臺。

ATP – 官方市場合作夥伴

本集團於二零零六年三月十六日宣佈與國際知名男子職業網球選手聯合會ATP訂立官方市場合作協議。於為期七年的合作協議期間，本公司將獲得製造、銷售和推廣李寧牌與ATP雙標誌聯合品牌產品的獨家授權，包括服裝、鞋和配件。在宣傳方面，李寧牌與ATP聯合品牌的產品將出現在ATP舉辦的專業網球賽的宣傳中。ATP和本公司將一起在中國市場推廣LI-NING ATP Challenger Series (李寧 & ATP 挑戰賽) 和 LI-NING ATP Smash Tennis兩個賽事活動，為年輕球員提供更大發展空間。此外，ATP將協助本公司物色球員的簽約贊助。

本集團透過有效之廣告策略，成功提升了公眾人士對旗下各種新運動產品(如跑步、籃球、足球、網球及健身等)之注意力。本集團所極力倡導的理念「一切皆有可能」在中國也更加深入人心。根據二零零五年一項由中國一家報刊舉辦的網絡調查結果，李寧牌獲選為中國三大最受網友喜愛的品牌(運動服裝類別)之一。另外，在中國中央電視臺舉辦的「2005最受消費者喜愛的中國品牌」評選活動中，李寧牌為唯一一家入選的運動品牌。





產品研發

本集團擁有一支很有實力的產品研發和設計專業團隊。於回顧年內，本集團除自有團隊外，還和國際夥伴開展廣泛合作，致力於開發專業化和時尚化的世界級高質量產品。

本集團自二零零四年開始，相繼推出不同體育類別之新型專門鞋類系列（如跑步、籃球、足球、網球及健身等），備受市場歡迎。本集團於二零零五年春季在全國推出的「RUN FREE」超輕透氣跑鞋系列，選用了自主研發的新型超輕運動材料和高級進口皮料，採用了新設計結構和製作工藝，透氣性達到世界級水平。此外，於二零零五年秋季推出的「TOP GUN」籃球鞋系列，同樣受到消費者的廣泛好評。

本集團於香港設立的设计研發中心，繼續專注於確立李寧牌產品整體設計特色、制訂品牌設計概念及策略。該中心亦與香港以至國際的機構和大學合作，以提升技術水平，並集中設計高端功能的形象產品。

經銷及零售網絡

本集團已建立廣泛具規模之經銷商及零售網絡，銷售點遍佈中國市場。本集團採取多樣化的零售模式組合，包括特許經營零售門市店、直接經營之零售店和特約專櫃。年內，本集團進一步深化分銷渠道。於二零零五年十二月三十一日，本集團之李寧品牌國內經銷及零售網絡包括：

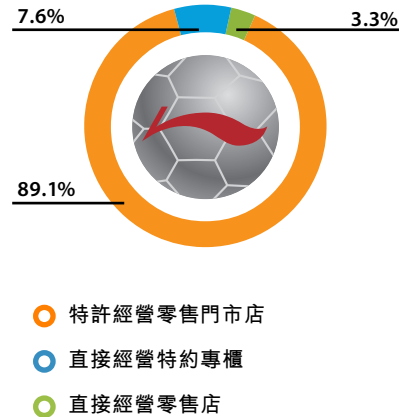
- 超過260名經銷商，在中國各地經營3,005間特許零售門市店；及
- 以零售店及特約專櫃方式在中國北京、上海及12個省份擁有合共111間直接經營的零售店和257間特約專櫃。

特許及直接經營之店舖數目

	於二零零五年 十二月三十一日	於二零零四年 十二月三十一日	變動 (%)
特許經營零售門市店	3,005	2,272	32.3
直接經營零售店	111	117	-5.1
直接經營特約專櫃	257	233	10.3
總計	3,373	2,622	28.6

年內淨增店舖751間，使本集團李寧品牌的店舖總數量達3,373間。為提升店面形象，提高單店效率，本集團於二零零五年下半年推出第四代形象店，於回顧年度內共完成新開及整改四代店98家，其中新開46家，整改52家。此外，本集團在中國各大城市之黃金地段開設店面較大及陳列和裝修現代化之旗艦店，例如新開業位於武漢解放大道面積為1,600平方米、位於廈門中山路面積為880平方米以及位於西安東大街面積為436平方米之旗艦店，大大提升了本集團之品牌形象及認知度。

二零零五年特許及直接經營店舖之百分比



- 特許經營零售門市店
- 直接經營特約專櫃
- 直接經營零售店

供應鏈管理

本集團所有特許經營及直接經營零售網點實行統一的供應鏈管理，即集中的採購、存貨和物流系統。本集團透過有效的供應鏈管理，達致更高效率及更快速地對市場變動作出反應，其重點描述如下：

- 年內為經銷商舉辦四次大型訂貨會（二零零四年：三次），以加速產品開發及訂貨周期；
- 平均存貨周轉期由二零零四年之112日縮短至86日，存貨管理明顯改善；
- 平均應收賬款周轉期由二零零四年之33日增加到44日，保持在健康的水平；及
- 平均應付貿易款項周轉期達到68日，比二零零四年之77日減少了9日。

多品牌業務發展策略

於二零零五年六月三十日，本公司之間接全資附屬公司香港李寧與 AIGLE 達成協議，在香港成立一間由香港李寧和 AIGLE 各佔50%權益的合營公司。根據該協議，該合營公司已在中國設立一家外商獨資企業。該外商獨資企業獲 AIGLE 獨家授權在中國（不包括香港、臺灣和澳門）生產、推廣、分銷及銷售標有 AIGLE 商標之戶外休閒活動和極限運動之服裝及鞋類產品之專營權，為期50年。

AIGLE 乃世界知名的品牌公司，專營戶外休閒服裝及鞋類產品。本集團相信此長期策略性合營企業符合本集團多品牌業務發展策略，並有助我們提升整體市場競爭力。本公司與 AIGLE 共同發展中國市場，藉著 AIGLE 的國際聲譽以及在設計戶外休閒服裝及鞋類產品的豐富經驗，結合本集團於中國市場龐大的銷售網絡及領先地位，我們必定因此而受惠。截至二零零六年三月，三家 AIGLE 店舖已於中國開始營業。

本集團將不斷物色互惠合作機會，促進國際名牌走入中國市場，從而發展為擁有一系列知名品牌的多品牌營運商。

財務狀況

資產淨值

於二零零五年十二月三十一日，本集團資產淨值總額為1,178,296,000元人民幣（二零零四年十二月三十一日：1,027,225,000元人民幣），每股資產淨值為115.09分人民幣（二零零四年十二月三十一日：115.63分人民幣）。

資金流動性及資金來源

截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團經營活動之現金淨流入為138,605,000元人民幣，二零零四年為現金淨流入134,417,000元人民幣。

於二零零五年十二月三十一日現金淨額（現金及等同現金項目減銀行借貸）為378,368,000元人民幣，較二零零四年十二月三十一日之現金淨額增加95,800,000元人民幣。該增加包括上述經營活動產生之現金淨流入138,605,000元人民幣、因董事及僱員行使購股權而新發行股份所得款項5,952,000元人民幣、已收利息收入13,047,000元人民幣、以及定期存款淨收回77,364,000元人民幣，減派付股息69,402,000元人民幣、淨資本性支出合共51,152,000元人民幣、處置附屬公司現金淨流出14,737,000元人民幣、銀行借貸利息支出1,102,000元人民幣、以及因匯率變動導致現金淨減少2,775,000元人民幣。

於二零零五年十二月三十一日，本集團之現金及等同現金項目為378,368,000元人民幣（二零零四年十二月三十一日：322,568,000元人民幣）。未償還銀行借貸總額為零（二零零四年十二月三十一日：40,000,000元人民幣）。權益持有人資金為1,160,924,000元人民幣（二零零四年十二月三十一日：1,010,017,000元人民幣）。負債對權益持有人應佔權益比率（按未償還銀行借貸總額佔權益持有人應佔權益百分比計算）為零（二零零四年十二月三十一日：4.0%）。

於二零零五年十二月三十一日，本集團並無利用利率掉期來對沖利率風險。





資產抵押

於二零零五年十二月三十一日，本集團並無抵押任何資產以獲取銀行存款或做任何其它用途。

或然負債

於二零零五年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債。

外匯風險

本集團主要在中國境內經營，大部份交易均以中國之法定貨幣人民幣結算。

本公司於二零零四年六月首次公開發售股份所得款項全部為港幣，部份款項已經投資於以美元或港幣計價的定期存款。本公司亦以港幣支付股息。

本集團可能會受任何與存款有關的匯率波動的財務影響。

公司架構重組

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團就其全資附屬公司北京李寧進行了架構重組（「重組」）。北京李寧主要從事李寧品牌產品的銷售。重組前，北京李寧為在中國成立的內資有限責任公司，由本公司於中國的全資附屬公司上海悅奧體育用品有限公司（「上海悅奧」）及佛山李寧體操學校服務有限公司各持有80%及20%權益。重組後，北京李寧轉為一家中外合資經營企業，由本公司於中國的全資附屬公司上海李寧及在香港的全資附屬公司香港李寧分別持有約75%及25%權益。

重組的目的是簡化本集團的持股結構，改善本集團的管理和運作效率。本集團將進一步研究並實施對集團架構的重組。

出售KAPPA牌業務之權益

於二零零五年六月三十日，上海悅奧（本公司之附屬公司）同意轉讓其於北京動向（本公司之附屬公司）全部80%股權予上海泰坦體育用品有限公司（「上海泰坦」），代價為8,614,000元人民幣（「出售事項」）。上海泰坦為一家由陳義紅先生（已於二零零五年九月一日辭任之本公司前執行董事）及其配偶合共擁有93%之公司，因此根據上市規則屬本公司之關連人士。

進行出售事項之同時，上海李寧（本公司之附屬公司）同意轉讓北京動向欠負其為數36,200,000元人民幣之未償還債務之全部權利予上海泰坦，代價為36,200,000元人民幣（「轉讓事項」）。

北京動向主要從事開發、製造、銷售及經銷與KAPPA牌相關、以KAPPA牌命名或與KAPPA牌關聯之產品。KAPPA牌源自意大利，目前由意大利BasicNet集團擁有。根據BasicNet集團與北京動向簽訂之特許經銷協議及專門技術協議（「KAPPA特許權協議」），北京動向擁有KAPPA牌在中國（包括澳門，但不包括香港及臺灣）之獨家經銷權，直至二零零七年十二月三十一日止。

由於KAPPA特許權協議僅為本集團與BasicNet集團之短期安排，將於二零零七年十二月三十一日屆滿，故長遠而言，本公司無法享有所投入宣傳KAPPA牌以發展其業務之資源而為KAPPA牌所帶來增值之成果。出售事項乃符合本集團之策略性重新定位，調配其資源以集中開發本公司本身之品牌，以及透過收購國際品牌或與國際品牌長期合資合作（例如與AIGLE成立的合營企業）。

董事認為出售事項有利於本集團之業務發展，並符合本公司及其股東之整體利益。該等交易已於二零零五年八月十一日舉行之股東特別大會上獲本公司獨立股東批准並已完成。自出售事項及轉讓事項完成後，北京動向已不再為本公司之附屬公司。

未來展望及發展策略

中國國民經濟平均可支配收入的持續增長以及快速城市化正帶動中國體育用品消費的高速度增長。隨著人們生活方式的改變，健康意識提高，運動亦愈發成為休閒和時尚的主流。此外，二零零六年世界盃足球賽和二零零八年北京奧運會等重大體育賽事亦驅動著國民對體育運動的熱情和動力，形成對體育用品之需求上升。中國體育用品行業正充滿著快速增長的機遇，其中二、三線市場之發展潛力最為可觀。本集團相信，作為擁有著名的全國體育用品品牌並具備穩健的業務和財務基礎，本集團將得益於此有利的發展趨勢。

面對中國體育用品市場的激烈競爭，本集團將提升其核心競爭能力，以維持高增長。本集團將繼續提升其品牌營銷、產品研發以及供應鏈管理能力，力爭於二零零八年前能進一步提升本集團的國際化核心競爭力。

本集團將繼續專注運動鞋類和服裝這兩大主要產品，透過產品設計創新及技術改良，提升產品質素，使李寧牌產品更具國際化和專業化。同時，本集團亦將繼續通過全方位的營銷推廣策略，加強品牌效應和提高客戶忠誠度及客戶對產品的偏好度。配合未來的發展，本集團亦將繼續擴張零售網點以及改善店鋪陳列及裝修，以進一步提升品牌形象及店效。

除發展自有品牌外，本集團將繼續尋求與知名品牌長期合作的機遇，以進一步提高市場競爭能力和推動未來增長。

本集團擁有經驗豐富和專業的管理團隊，負責執行整體規劃和策略、品牌營銷、業務發展、資本規劃和財務管理計劃。隨著業務的發展，這支隊伍日益壯大，具備更多擁有跨國業務背景和在市場推廣、零售和銷售管理方面具豐富經驗的人才，進一步提升了我們在管理和執行方面的能力。本集團管理層矢志利用其競爭優勢，為客戶創造優質體育用品，為僱員提供滿足感及投入感，及為股東和投資者帶來可觀的回報。

