

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的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因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的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)

截至二零零八年十二月三十一日止年度
全年業績公佈

業績摘要

- 成功於二零零八年六月三日於香港聯交所主板上市
- 收益上升**110%**至人民幣**28.67億元**
- 毛利率上升4.6個百分點至**37.1%**
- 純利上升**129%**至人民幣**5.08億元**
- 全年派息率達**68%**

財務摘要

- 擬派末期股息為每股8.0港仙(相當於人民幣7.1分)及特別股息為每股5.0港仙(相當於人民幣4.4分)，連同中期股息每股5港仙(相當於人民幣4.4分)，派息總額約人民幣3.45億元
- 淨利潤率上升1.4個百分點至**17.7%**
- 每股基本盈利上升**78%**至人民幣**26.84分**
- 營運資金周轉天數縮短了41天至**53天**

營運摘要

- 總零售店數目達**5,532**家，淨增加885家
- 特步品牌零售店數目達**5,056**家，淨增加676家
- 特步品牌零售店全年平均樓面面積增加73%至**341,709**平方米
- 每家特步品牌零售店平均批發收益增加37%至人民幣**552,403**元
- 特步品牌鞋履產品
 - 毛利率上升1.1個百分點至**35.6%**
 - 銷量急升**76%**至**1,830**萬雙
 - 平均售價(批發)上升5%至人民幣**73.2**元
- 特步品牌服裝產品
 - 毛利率上升3.7個百分點至**38.1%**
 - 銷量急升**145%**至**2,150**萬件
 - 平均售價(批發)上升7%至人民幣**56.4**元

主席報告書

本人謹代表特步國際控股有限公司董事會，欣然提呈截至二零零八年十二月三十一日止年度的經審核年度業績。本集團於二零零八年六月三日成功在香港聯交所主板上市，標誌著本集團邁進了一個重要的里程碑。此外，本集團晉身摩根士丹利資本國際環球小型指數成份股，進一步提升其在環球資本市場的地位。

業績概覽

回顧年內，本集團積極提升特步品牌推廣及擴大零售網絡，因此錄得非凡的業績表現。本集團收益大幅提升至約人民幣28.67億元，較去年上升110.0%（二零零七年：人民幣13.65億元）。年度溢利約為人民幣5.08億元（二零零七年：人民幣2.22億元），較去年大幅上升129.0%。每股基本盈利為人民幣26.84分，增長77.6%。為讓股東們能一起分享成果，董事會建議派發末期股息每股港幣8.0仙及特別股息每股港幣5.0仙，連同中期股息每股港幣5.0仙，全年派息合共約人民幣3.45億元，即全年派息比率約達68%。

市場回顧

由於各地城市化的速度持續加快，加上中央政府推行一系列刺激內需的措施，使二零零八年中國國內生產總值約達人民幣300,670億元，較去年增長約9%，而全年消費品零售總額更約達人民幣108,490億元，較去年增長約21.6%，增長幅度比去年加快約4.8個百分點。

中國成功舉辦北京二零零八年奧運會，讓全世界留下深刻印象，也提高了中國人民對運動的熱愛及參與度。隨著更多大型國際運動賽事於亞太區舉行，加上人民的健康意識日漸提高，運動已經融入在人民的日常生活之中，大大提升了社會大眾對體育用品的需求。體育服裝已成為生活服飾的一部份，消費者不單只著重其功能性，對設計時尚的款式更是趨之若鶩。

業務開拓

本集團於回顧年內加大市場推廣及研發力度，並積極提升旗下品牌的市場覆蓋率，由分銷商及第三方零售商經營的特步品牌零售店數目，從二零零七年十二月三十一日的4,380家增加至二零零八年十二月三十一日的5,056家。為進一步提升和鞏固品牌形象，本集團更於長沙、武漢、合肥、濟南、瀋陽、吉林、太原及廈門等城市共設立12家特步品牌旗艦店，均由特步品牌的分銷商經營及管理，翻新後的第五代形象店擁有煥然一新的設計裝潢及寬敞的店面，為顧客帶來更優越的購物體驗。

本集團獲華特迪士尼(上海)有限公司授予特許權開發的創新設計迪士尼運動系列品牌產品，也廣受青少年的愛戴。迪士尼運動系列品牌零售店及本集團旗下的柯林品牌零售店的數目，已從二零零七年十二月三十一日的267家增長至二零零八年十二月三十一日的476家。

此外，本集團積極建構結合體育和娛樂的差異化營銷策略，繼續加強特步於時尚運動用品行業的領導地位。利用特步獨有的品牌力量，配合極具人氣的歌影視紅星擔任品牌代言人，本集團得以將市場推廣策略的效益發揮至最大化。本集團更於不同地區，策略性地揀選高收視的娛樂媒體，贊助年青人喜愛的節目，並積極投放宣傳推廣於重點體育賽事，以增加本集團於消費者的知名度。

回饋社會

在推動業務發展的同時，本集團致力推行企業社會責任，熱心支持各項公益活動，切實體現「取諸社會，用諸社會」的社會企業精神。就中國於二零零八年二月發生的雪災及五月的四川地震，本集團除立即向災區捐贈現金及物資外，並集合了各部門員工及業務合作夥伴，舉辦多個賑災活動，以解災民燃眉之急。

未來前景

二零零九年將會是充滿機遇及挑戰的一年，也是本集團為日後發展制定穩健基礎的重要一年。面對全球金融危機，對中國經濟將帶來一定的影響，但由於本集團目前以中高檔消費市場為重點目標，該等市場正急速發展，發展潛力不容忽視，相信對本集團的影響相對較少。

本集團於中國運動用品行業的領先品牌定位，獲得了各界的認同。本集團已連續第三年獲國際性品牌研究機構「世界品牌實驗室」頒授「二零零八中國品牌年度大獎(體育用品行業)」。展望未來，我們將繼續以提升品牌價值為核心，進一步加強對品牌、營運及零售店的管理。分銷資源規劃系統將於二零零九年在各總代理全面推行。

此外，我們會繼續發揮結合體育和娛樂的多元化營銷優勢，讓更多的消費者感受特步獨有的時尚魅力。本集團已成功與內地極受歡迎的娛樂頻道如湖南衛視、安徽衛視，以及極具影響力的中央電視台體育頻道組成戰略合作夥伴。本集團將在這些受歡迎頻道內投放廣告或冠名節目，藉此擴大品牌的影響力及輻射範圍。同時，為進一步提升特步品牌的知名度和認知度，本集團也會積極參與不同的大型體育盛事及運動項目，如於二零零九年一月首次擔任二零零九廈門國際馬拉松賽服裝總贊助商，及將於十月擔任第十一屆中國全國運動會的唯一體育用品合作夥伴。全國運動會是中國最大型的體壇盛事，其矚目程度可媲美奧運會，遂被冠以「中國奧運會」之稱號，故本集團對第二次成為此盛大體育活動的贊助商感到榮幸。

創新的產品設計和研發是本集團成功的要素，有見及此，我們將聘請更多具備國際視野的國際設計師，提升自身的設計及開發能力。本集團將進一步加強擴充零售網絡的策略，並設立具氣派的旗艦店以鞏固我們的品牌地位及市場影響力。另一方面，本集團銳意拓展業務版圖至海外，藉以達至成為全球領先的時尚運動品牌的領導者之一的目標。

主席
丁水波

全年業績

特步國際控股有限公司董事會欣然公佈本集團截至二零零八年十二月三十一日止年度的經審核綜合財務業績，連同二零零七年同期的比較數字。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。

綜合收益表

截至二零零八年十二月三十一日止年度

	附註	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
收益	3	2,867,181	1,364,947
銷售成本		(1,802,879)	(921,804)
毛利		1,064,302	443,143
其他收入與收益	3	5,127	2,114
銷售及分銷成本		(350,529)	(119,414)
一般及行政開支		(128,249)	(58,707)
經營溢利	4	590,651	267,136
財務成本淨額	5	(13,232)	(11,947)
除稅前溢利		577,419	255,189
稅項	6	(69,247)	(33,311)
年內溢利		<u>508,172</u>	<u>221,878</u>
股息	7	<u>345,385</u>	<u>129,455</u>
本公司普通股股權持有人應佔每股盈利	8		
— 基本(人民幣分)		<u>26.84</u>	<u>15.11</u>
— 攤薄(人民幣分)		<u>25.81</u>	<u>14.52</u>

綜合資產負債表

於二零零八年十二月三十一日

	附註	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		115,333	96,585
預付土地租金		21,847	21,763
已付收購土地使用權的按金		50,079	10,000
已付收購物業、廠房及設備項目的按金		10,288	–
無形資產		791	289
		<u>198,338</u>	<u>128,637</u>
流動資產			
存貨		288,287	193,505
應收貿易款項及票據	9	526,912	234,383
預付款項、按金及其他應收款項		121,740	131,984
已抵押銀行存款		6,000	–
現金及銀行結餘		2,136,938	215,018
		<u>3,079,877</u>	<u>774,890</u>
流動負債			
應付貿易款項及票據	10	377,989	55,859
已收按金、其他應付款項及應計費用		75,392	41,102
計息銀行借貸		124,000	116,000
應付一名董事款項		–	32,874
應付股息		–	129,455
應繳稅項		60,234	30,518
		<u>637,615</u>	<u>405,808</u>
流動資產淨值		<u>2,442,262</u>	<u>369,082</u>
總資產減流動負債		<u>2,640,600</u>	<u>497,719</u>
非流動負債			
優先股		–	216,599
優先股衍生工具部份		–	1,324
遞延稅項負債		2,824	–
		<u>2,824</u>	<u>217,923</u>
非流動負債總額		<u>2,824</u>	<u>217,923</u>
資產淨值		<u>2,637,776</u>	<u>279,796</u>
權益			
本公司股權持有人應佔權益			
已發行股本		19,177	936
儲備		2,618,599	278,860
		<u>2,637,776</u>	<u>279,796</u>
權益總值		<u>2,637,776</u>	<u>279,796</u>

綜合財務報表附註

1. 全新及經修訂香港財務報告準則的影響

本集團於本年度的財務報表首次採用以下的香港財務報告準則新詮釋及對香港財務報告準則的修訂：

香港會計準則第39號及 香港財務報告準則第7號(修訂本)	對香港會計準則第39號「金融工具：確認及計量」及 香港財務報告準則第7號「金融工具：披露－金融資 產的重新分類」的修訂
香港(國際財務報告詮釋委員會) －詮釋第11號	香港財務報告準則第2號－集團及庫存股份交易
香港(國際財務報告詮釋委員會) －詮釋第12號	服務特許權安排
香港(國際財務報告詮釋委員會) －詮釋第14號	香港會計準則第19號－設定受益資產上限、 最低資金規定及其相互關係

採納以上新詮釋及修訂對本財務報表並無重大財務影響，而本財務報表所採用的會計政策亦無出現重大變動。

2. 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)。本集團的所有產品性質類似，風險及回報也類似。因此，本集團的經營活動屬於單一業務分部。

此外，本集團的收益、開支、業績、資產及負債以及資本開支絕大部份來自單一地區，即中國。因此，並無呈報業務或地區分部分析。

3. 收益、其他收入及收益

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

收益、其他收入及收益分析如下：

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
收益		
製造及銷售體育用品：		
鞋履	1,454,596	849,135
服裝	1,350,976	497,635
配飾	61,609	18,177
	<u>2,867,181</u>	<u>1,364,947</u>
其他收入及收益		
收取供應商罰款	-	830
租金收入	570	345
來自中國政府的補貼*	4,221	900
其他	336	39
	<u>5,127</u>	<u>2,114</u>
	<u>2,872,308</u>	<u>1,367,061</u>

* 目前並無有關該等補貼的未履行條件或或然事件。

4. 除稅前溢利

本集團的經營溢利已扣除／(計入)：

	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
已售存貨成本*	1,802,879	921,804
折舊	11,784	8,017
無形資產攤銷**	71	74
僱員福利開支(包括董事酬金)：		
工資及薪金	137,777	107,756
其他津貼及福利	9,921	3,668
以股權結算的購股權價值	3,956	—
退休計劃供款***	9,025	5,591
	<u>160,679</u>	<u>117,015</u>
核數師酬金	2,226	160
預付土地租金攤銷	502	490
根據經營租賃應付的最低租金：		
土地及樓宇	1,577	640
出售物業、廠房及設備項目的虧損	—	1,891
研究及開發成本****	45,216	16,627
租金收入	(570)	(345)
	<u>(570)</u>	<u>(345)</u>

* 年內已售存貨成本為人民幣105,214,000元(二零零七年：人民幣83,239,000元)，與人工成本、製造設施折舊及土地及樓宇應付最低租金，亦已計入該等開支於上文所述的個別總額。

** 年內無形資產攤銷列入綜合收益表的「一般及行政開支」內。

*** 二零零八年十二月三十一日，本集團並無已沒收可用作扣減未來幾年退休計劃供款的供款(二零零七年：無)。

**** 年內的研究及開發成本計入綜合收益表「一般及行政開支」內。

5. 財務成本淨額

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
須於五年內償還的銀行貸款利息	12,489	13,973
優先股利息開支	239	206
匯兌差額淨額	28,745	71
銀行利息收入	(27,085)	(2,276)
優先股衍生工具部份公平值收益	(1,156)	(27)
	<u>13,232</u>	<u>11,947</u>

6. 稅項

本集團於年內並無於香港產生任何應課稅溢利(二零零七年：無)，故並無就香港利得稅作出撥備。中華人民共和國(「中國」)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。

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
即期稅項－中國大陸		
年內稅項	66,423	33,311
遞延稅項	2,824	—
	<u>69,247</u>	<u>33,311</u>

根據中國當時的外資企業和外國企業所得稅法，並經中國有關稅務部門批准，特步(中國)有限公司(「特步(中國)」)作為本集團的全資附屬公司，有權於截至二零零七年十二月三十一日止年度獲中國企業所得稅稅率24%減免50%。

泉州市三興體育用品有限公司(「三興體育」)作為本公司的全資附屬公司，於截至二零零七年十二月三十一日止年度可按稅率24%納稅。

柯林(福建)服飾有限公司(「柯林(福建)」)作為本公司的全資附屬公司，亦可在其最先兩個盈利年度內獲豁免繳納中國企業所得稅，且其後連續三年獲減免50%的中國企業所得稅。

根據新中國企業所得稅法(「新稅法」)及其實施細則(於二零零八年一月一日生效)，國內投資企業與外資企業所繳交的中國企業所得稅統一為25%。此外，在新稅法頒佈前成立且有權享有外資企業免稅優惠的外資企業，可繼續享有現存免稅優惠直至優惠屆滿為止，且以5年為期限。

特步(中國)於截至二零零八年十二月三十一日及二零零九年十二月三十一日止年度可繼續享有新中國企業所得稅法統一稅率25%的減半優惠。柯林(福建)於截至二零零八年十二月三十一日及二零零九年十二月三十一日止年度享有中國企業所得稅豁免，且其後有權於隨後三年獲減免50%的中國企業所得稅。三興體育由二零零八年一月一日起按適用稅率25%納稅。廈門特步投資股份有限公司(「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，據此廈門特步於二零零八年的溢利按地方稅局訂定的通行稅率18%計稅。

由於本集團旗下其他中國公司於年內尚未開始營運，故未就該等公司的中國企業所得稅作出撥備(二零零七年：無)。

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：

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
除稅前溢利	<u>577,419</u>	<u>255,189</u>
按適用稅率計算的稅項	146,995	68,977
因稅項優惠調低稅率或免稅優惠	(86,860)	(36,497)
毋須課稅收入	(5,181)	-
不可扣稅的開支	7,891	691
按本集團中國附屬公司可分派溢利5%計提預扣稅的影響	2,824	-
未有確認的稅項虧損	<u>3,578</u>	<u>140</u>
按本集團的實際稅率計算的稅項支出	<u>69,247</u>	<u>33,311</u>

本集團於年內的香港稅項虧損約為人民幣21,685,000元(二零零七年：人民幣800,000元)，可用以抵銷公司未來產生的應課稅溢利。於二零零八年十二月三十一日並無就稅項虧損確認遞延稅項資產，因為本公司董事認為不確定於可見將來是否有應課稅溢利可供抵銷稅項虧損。

7. 股息

	附註	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
上市前股息	(a)	–	129,455
中期股息－每股普通股5.0港仙 (二零零七年：零)		96,296	–
擬派末期股息－每股普通股8.0港仙 (二零零七年：零)	(b)	153,286	–
擬派特別股息－每股普通股5.0港仙 (二零零七年：零)	(b)	95,803	–
		<u>345,385</u>	<u>129,455</u>

附註：

- (a) 於二零零七年九月十七日，本公司宣派上市前股息人民幣129,455,000元予於二零零七年九月十七日名列其股東名冊的股東。該上市前股息已於上市日期前派發。

由於本公司董事認為上市前股息率與獲派的股份數目對本財務報表並無意義，故並無呈列有關資料。

- (b) 年內擬派末期及特別股息須待本公司股東於應屆股東週年大會批准。

8. 本公司普通股股權持有人應佔每股盈利

(a) 每股基本盈利

年內的每股基本盈利金額，乃根據年內本公司普通股股權持有人應佔溢利人民幣508,172,000元(二零零七年：人民幣221,878,000元)，以及年內被視為已發行的普通股加權平均數1,893,638,311股(二零零七年：1,468,500,007股)計算。

用以計算截至二零零七年十二月三十一日止年度的每股基本盈利金額的股份加權平均數，包括本公司備考已發行股份1,468,500,007股，當中包括：

- (i) 本公司於二零零七年四月十日及二零零七年六月二十七日分別無償配發及發行的100股股份；
- (ii) 於二零零七年九月十七日配發並入賬列作繳足的99,999,900股股份；及
- (iii) 資本化發行1,368,500,007股股份。

用以計算截至二零零八年十二月三十一日止年度的每股基本盈利金額的股份加權平均數1,893,638,311股，包括以下加權平均數：

- (i) 本公司根據優先股轉換分別於二零零八年三月二十一日及二零零八年六月三日發行合共12,359,550股股份；
- (ii) 根據優先股轉換而資本化發行169,140,443股股份；
- (iii) 於本公司股份於二零零八年六月三日在香港聯交所上市時發行的550,000,000股股份；
- (iv) 年內從市場購回的26,355,000股股份；及
- (v) 上述的本公司備考已發行股本1,468,500,007股股份。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零零八年十二月三十一日止年度的每股攤薄盈利金額，乃根據本公司普通股股權持有人應佔溢利人民幣508,172,000元(二零零七年：人民幣221,878,000元)計算，並經調整以反映優先股的估算利息開支人民幣239,000元(二零零七年：人民幣206,000元)及優先股衍生工具部份的公平值收益人民幣1,156,000元(二零零七年：人民幣27,000元)。用以計算普通股加權平均數1,965,360,022股(二零零七年：1,529,482,193股)相當於用以計算每股基本盈利金額的於二零零八年十二月三十一日的已發行普通股加權平均數，以及假設於12,359,550股優先股視為轉換時無償發行的普通股加權平均數及根據資本化發行將發行的相應169,140,443股普通股。年內在首次公開發售前購股權計劃授出但尚未行使的首次公開發售前購股權對年內每股基本盈利金額具有反攤薄影響。

9. 應收貿易款項及票據

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
應收貿易款項	526,912	188,585
應收票據	-	45,798
	<u>526,912</u>	<u>234,383</u>

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。每名客戶均設有最高信貸額。本集團嚴格控制其未償應收款項，並設有信貸監控部門以盡量減低信貸風險。逾期結餘由高級管理人員定期檢討。鑑於上文所述及本集團的應收貿易款項與大量多元化客戶有關，故並無高度集中信貸風險。應收貿易款項不計息。

於結算日，本集團的應收貿易款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
三個月內	437,854	100,546
三至六個月	80,233	67,861
六至十二個月	8,782	19,049
一年以上	43	1,129
	<hr/>	<hr/>
應收貿易款項	526,912	188,585
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

不視為減值的應收貿易款項的賬齡分析載列如下：

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
既未逾期亦未減值	437,854	100,546
逾期少於三個月	80,233	67,861
逾期三至九個月	8,782	19,049
逾期九個月	43	1,129
	<hr/>	<hr/>
	526,912	188,585
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

既未逾期亦未減值的應收款項與近期並無拖欠紀錄的大量多元化客戶有關。

已逾期但並未減值的應收賬項與本集團有良好還款紀錄的眾多獨立客戶有關。基於過往經驗，本公司董事認為，由於信貸質素並無重大變動且該等結餘仍視為可悉數收回，故無必要就該等結餘作出減值撥備。本集團並無就該等結餘持有任何抵押品或其他信貸加押品。

應收貿易款項及應收票據的賬面值與其公平值相若。

10. 應付貿易款項及票據

於結算日，本集團的應付貿易款項及票據根據發票日期的賬齡分析如下：

	本集團	
	二零零八年 人民幣千元	二零零七年 人民幣千元
三個月內	319,730	54,413
三至六個月	25,385	1,179
六至十二個月	2,093	263
一年以上	781	4
應付貿易款項	347,989	55,859
應付票據	30,000	—
應付貿易款項及票據	<u>377,989</u>	<u>55,859</u>

本集團的應付票據由三興體育的公司擔保及定期存款人民幣6,000,000元抵押。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。

管理層討論及分析

業務概述

特步為中國領先的國內時尚體育用品企業，其於二零零八年六月三日在香港聯交所主板上市，主要從事體育用品(包括鞋履、服裝及配飾產品)的設計、開發、製造及市場推廣。特步實施多品牌策略，除特步品牌及柯林品牌外，亦獲有由華特迪士尼(上海)有限公司授予的迪士尼運動系列品牌之中國特許使用權，各品牌均佔有獨特的市場定位，針對不同的目標市場，產品揉合運動功能與時尚品味及潮流於一身，充份展現活力及時尚元素，深受追求時尚潮流品味的消費者歡迎。

市場回顧

二零零八年是充滿挑戰的一年。中國成功主辦二零零八年北京奧運，奠定了中國在全球的世界級領導地位。儘管遭受雪災及地震所影響，更受到全球金融危機的衝擊，但隨著中央政府推行一系列擴大內需、促進消費的措施，中國整體經濟及消費均保持了平穩增長，國內生產總值約達人民幣300,670億元，較去年增長約9%。各地城市化建設的速度亦持續加快，人民的收入增加，生活水準亦相應提升，使消費用品的需求擴大。全國社會消費品零售總額約達人民幣108,500億元，較去年增長約21.6%，增幅比去年上升約4.8個百分點，其中城市消費品零售額較去年增長約20.7%至人民幣73,800億元，增幅較去年上升約4.9個百分點。

中國成功舉辦二零零八年北京奧運會，一個又一個中國運動員在國際體育舞台上揚威，加上人民的健康意識日漸提高，使社會上掀起了一股運動熱潮，有助體育文化的持續推廣和發展，也帶動了消費者對運動用品的需求。運動服飾已成為人民日常穿著及配襯的時尚服飾之一，加上消費者日漸注重生活品味，追求具風格的服飾來突顯個性，當中款式新穎而時尚的運動用品更備受市場追捧，為中國時尚運動用品市場帶來龐大的發展潛力。

業務回顧

優化整合的業務模式

為鞏固獨特的市場定位，本集團致力於建構差異化的品牌形象、產品設計及推廣策略，從而與中國體育用品市場上的其他競爭對手作明顯區分。本集團以產品設計及研發為起點，配合創新及多元化的市場推廣策略，透過全國性的分銷網絡，使旗下品牌產品深入中國的大眾消費市場。此外，自有的生產能力，也使本集團更有效地控制生產成本及產品質量，並更迅速地回應消費者的需求。

零售渠道拓展和管理

強大的分銷及零售網絡

回顧年內，本集團把握中國經濟快速增長的機遇，積極開拓分銷網絡，於高增長消費地區增設更多零售店。截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團分銷商及第三方零售商經營的特步、迪士尼運動系列及柯林等品牌的零售網絡遍及全中國31個省份、自治區及直轄市。下表載列於二零零八年十二月三十一日本集團分銷商及第三方零售商在中國以特步品牌以及其他品牌(包括迪士尼運動系列及柯林品牌)經營的零售店數目：

零售店數目

品牌	於二零零七年	新增	整合	於二零零八年
	十二月三十一日			十二月三十一日
特步	4,380	856	(180)	5,056
其他品牌	267	239	(30)	476
總計	<u>4,647</u>	<u>1,095</u>	<u>(210)</u>	<u>5,532</u>

下表為本集團於二零零八年十二月三十一日本集團分銷商及第三方零售商的零售店按地區劃分的發展情況：

零售店數目

地區	特步品牌		其他品牌	
	數目	%	數目	%
東部地區	1,922	38	131	28
南部地區	1,241	25	125	26
西部地區	891	18	68	14
北部地區	1,002	19	152	32
總計	<u>5,056</u>	<u>100</u>	<u>476</u>	<u>100</u>

附註：

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、廣東及海南

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、北京及內蒙古

東部及南部地區是本集團的重點發展區域，當中以南部的湖南及湖北，以及東部的江蘇、浙江、安徽及山東省為主力拓展省份，也是本集團的主要收益來源。根據國家統計局最新的資料顯示，二零零八年江蘇、浙江、安徽、山東、湖南及湖北等省份的生產總值較去年分別增長約12.5%、10.1%、12.7%、12.1%、12.8%及13.4%，較中國全國生產總值的9%增幅為高，發展潛力優厚。有關數據反映本集團採取了正確的發展策略，以該等省份為重點開拓地區。於二零零八年十二月三十一日，本集團在這六個省份共有2,160家特步品牌零售店，佔特步品牌全國零售網絡約42.7%。

此外，本集團也經營及管理零售店，直接向消費者出售特步品牌及迪士尼運動系列品牌產品。於二零零八年十二月三十一日，本集團就特步品牌及迪士尼運動系列品牌產品各設有一家自營零售店，毗鄰本集團位於福建省泉州的總部，主要用作研究及嘗試不同的店舖設計及陳設，以及進行消費者喜好調查。

店舖形象升級

本集團於回顧年度內積極推廣第五代形象店，為顧客帶來煥然一新的感覺，並藉以進一步強化品牌形象。本集團已於湖南(長沙)、湖北(武漢)、安徽(合肥)、山東(濟南)、北京、遼寧(瀋陽)、吉林(吉林市)、山西(太原)及福建(廈門)等本集團重點開拓城市共設有12家特步品牌旗艦店，均由特步品牌的分銷商經營及管理，旗艦店選址於該等高增長消費地區內之繁榮地段。旗艦店不但能為顧客建構更優越的購物環境，也讓其感受品牌的活力動感氣息，有助提高顧客的忠誠度，從而提升品牌競爭力及整體盈利能力。

有效的管理及培訓

由於本集團分銷商及第三方零售商的零售店遍佈全國，嚴謹的分銷管理制度成為本集團成功的要素之一。回顧年度內，本集團致力加強零售網絡管理，實施分銷資源規劃(「DRP」)系統，藉以記錄及了解本集團分銷商及第三方零售商經營的部份零售店的產品存貨水平。於二零零八年十二月三十一日，DRP管理系統的採用已覆蓋本集團約50%分銷商。

維持統一的品牌形象是致勝的關鍵，本集團除提供市場營銷指導外，並向零售店發出經營指引，主要包括零售店設計及陳設、客戶服務及零售門店管理的標準等，確保本集團作為主要時尚體育用品的品牌形象。此外，本集團也為其分銷商及第三方零售商在零售店工作的員工舉辦培訓課程，提升服務質素。截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團分別在廣州、溫州、長沙、安徽、重慶、北京、貴陽、山西、上海、河南及新疆等地，為分銷商及零售店超過2,000名員工舉行了多場培訓。

強化品牌價值

多元化的市場推廣

自創立至今，本集團一直以時尚運動服作為市場定位，並採用創新的娛樂和體育雙線行銷策略，策劃了多項有效且全面的市場推廣策略，包括運用娛樂明星效應的推廣、國家體育事項及娛樂活動的贊助、參與不同類型的媒體廣告，以及其他零售銷售宣傳及推廣活動等。

本集團截至二零零八年十二月三十一日止年度推行的主要市場推廣及宣傳活動如下：

1 娛樂營銷

本集團的目標消費群為追求時尚、愛好時下流行娛樂的年青人，故特別選用娛樂明星進行市場推廣，以加強品牌形象的時尚元素。於回顧年度內，本集團選用於深受年青人愛戴的謝霆鋒、蔡依林、潘瑋柏、蔡卓妍及鍾欣桐擔任特步品牌的形象及品牌代言人，藉以提升及鞏固特步品牌作為帶領潮流的時尚體育用品品牌之知名度及認受性。

特步品牌形象代言人於二零零八年出席的宣傳活動包括：第二十二屆中國國際體育用品博覽會、第六屆東南勁爆音樂榜拉票會及二零零八年秋季展銷會等。此外，本集團亦贊助該等品牌及形象代言人的演唱會、新唱片宣傳及簽名會等活動，包括贊助「二零零八<特步之夜>蔡依林唯舞獨尊演唱會」，以推廣本集團的品牌及產品。

另一方面，本集團更策略性地於高收視的娛樂媒體，贊助年青人喜愛的節目，如「第六屆特步東南勁爆音樂榜」及匯聚多位中、港、台、日、韓明星的「騰訊網二零零八星光大典」，以增加本集團於目標消費群的知名度。

2 體育營銷

為進一步提高特步品牌的曝光機會及於體育用品市場上的地位，本集團策略性地贊助了不同的全國性體育賽事及體育隊伍。

截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團的體育相關贊助活動如下：

- 中國女子籃球甲級聯賽的獨家冠名商；
- 中國全國男子籃球聯賽的獨家冠名商；
- 「特步杯」中國揚州鑒真國際馬拉松賽贊助商；
- 由中國極限運動協會舉辦的CX全國極限精英賽獨家冠名商；
- 安利紐崔萊全民健康跑全國21個城市的服裝贊助商；

- 贊助江蘇省青少年陽光體育運動聯賽；
- 贊助浙江省中學生籃球聯賽；
- 2008特步國球大典暨第三屆世界乒乓球總冠軍賽冠名贊助商；及
- 贊助2008西安城牆國際馬拉松賽。

3 多角度的奧運推廣

二零零八年，中國舉辦北京二零零八年奧運會的百年夢想成真。本集團也把握這個全球觸目的體育盛事，策劃了多項奧運推廣活動，藉此向世界各地的媒體及人民推廣特步品牌。其中，本集團：

- 成為白俄羅斯奧運會代表團於北京二零零八年奧運會期間出席頒獎儀式、其他慶祝及聯誼活動，以及記者招待會和慶祝晚宴時所穿著及選用鞋履、服裝與配飾產品的設計商及供應商；
- 成為「特步號奧運列車」之獨家贊助商。「特步號奧運列車」以多款特步標誌及商標和北京二零零八年奧運會的相關圖像作裝飾，藉奧運的熱潮提升特步品牌地位；及
- 成功購入中央電視台體育頻道(為中國獲授權轉播北京二零零八年奧運會的官方電視頻道)所有決賽進行期間電視廣告播放時段的唯一中國體育用品企業。

4 全方位的媒體廣告

回顧年度內，本集團以下列多元化的媒體廣告及宣傳渠道推廣品牌，加強與消費者的互動溝通，藉以吸引目標消費群，並提升旗下三個品牌在中國市場的曝光率。

- 年內共推出四個系列的品牌宣傳廣告；
- 就每季推出的服飾系列，安排特步品牌的形象及品牌代言人拍攝平面及電視廣告以增宣傳之效；

- 投放廣告於主要電視媒體的高收視時段，包括中央電視台、湖南衛視、安徽衛視、湖北綜合頻道、東南衛視、福建TV8等頻道
- 針對性地於受歡迎的時裝及潮流雜誌，包括全國女性時裝月刊《瑞麗時尚先鋒》、國內專業性最高最全面的一本鞋類專屬雜誌《尺碼》、國內時尚潮流第一的運動品類雜誌《So Cool》雜誌等投放特步代言明星宣傳廣告及特步產品之宣傳文稿
- 透過互聯網在多個網站(例如www.sportschina.com 及www.mop.com)，以及在廣告牌、巴士車身及巴士站宣傳特步品牌。

本集團加大於廣告及宣傳方面的投放力度，以提升品牌的知名度及滲透率。回顧年度內，本集團於廣告及宣傳方面的支出為約人民幣2.6億元，較去年增長2.4倍(二零零七年：約人民幣7,580萬元)，而該等支出佔年內本集團收益約9.1%(二零零七年：約5.6%)。

提升產品研發及設計

在競爭激烈的市場中，本集團以卓越的產品設計及研發能力來保持核心競爭力。為了迎合消費者的口味及回應市場需求，本集團致力研發創新產品的設計及技術。本集團旗下有三支產品設計團隊及兩支研發團隊逾500人，當中包括來自南韓及日本、具備國際視野及潮流觸角的設計師，另外亦與其他國際知名的時尚潮流研究及設計機構合作，如南韓的C&T(新緹)時尚策劃和品牌顧問公司，以及於二零零八年來自英國的新加盟合作夥伴Worth Global Style Network Ltd，以掌握最新的潮流趨勢，制定合適的設計方案。

回顧年度內，本集團共推出了春夏秋冬系列，每季共有四至五個不同的時尚系列，合共約2,000款鞋履設計、2,600款服裝設計及2,100款配飾設計，以滿足不同顧客的需要。由於投放了更多資源於設計及研發，藉以提升產品外觀設計及質量，本集團於截至二零零八年十二月三十一日止年度的總設計及研發支出增至約人民幣4,520萬元(二零零七年：約人民幣1,660萬元)，佔年內本集團收益約1.6%(二零零七年：約1.2%)。

強大生產效益

本集團自設的生產廠房，能配合集團業務的快速增長，迅速地回應瞬息萬變的市場需求及潮流走勢。回顧年度內，本集團擁有12條鞋履生產線及14條服裝生產線，年產能分別約為約1,070萬雙鞋履及約120萬件服裝產品，廠房使用率接近100%左右。本集團全面的質量管理體系，有效監控企業由設計、原材料採購、生產至付運各個環節的流程，使本集團能保持具競爭力的高質量管理水平，繼續領先同儕。

財務回顧

收益分析

- 按品牌產品銷售及原設備製造商銷售劃分的收益及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)
特步品牌	2,606,237	36.7	1,199,231	34.5
其他品牌	241,337	43.6	59,908	28.7
小計	2,847,574	—	1,259,139	—
原設備製造商銷售	19,607	17.3	105,808	11.2
總計	<u>2,867,181</u>	<u>37.1</u>	<u>1,364,947</u>	<u>32.5</u>

於回顧年內，本集團的總收益急升110%至約人民幣28.7億元(二零零七年：人民幣13.6億元)。特步品牌仍為本集團主要收入來源，而銷售收入大幅上升117%至約人民幣26億元(二零零七年：約人民幣12億元)。這主要是因為本集團分銷商及第三方零售商經營的特步品牌零售網絡迅速擴充。於二零零八年十二月三十一日，零售店數目增至5,056家(二零零七年十二月三十一日：4,380家)。

另一方面，特步品牌服裝產品的成功推廣，深受注重潮流的年輕一輩愛戴，故大大提升了來自特步品牌產品的收入。特步品牌產品的毛利率增至36.7%（二零零七年：34.5%），增長2.2個百分點，主要是由於鞋履及服裝產品的平均售價上升，以及受惠於特步服裝產品錄得毛利率增長3.7個百分點所致。

其他品牌產品的收入增至約人民幣2.41億元（二零零七年：人民幣5,990萬元），主要是由於增設其他品牌零售店所致。於二零零八年十二月三十一日，零售店數目共476家（二零零七年十二月三十一日：267家零售店）。平均售價上升及嚴格的成本控制亦導致其他品牌產品的毛利率大幅上升14.9個百分點至43.6%（二零零七年：28.7%）。

由於本集團重點發展其品牌產品業務，使來自原設備製造商銷售的收入縮減至只佔本集團總收益的0.7%（二零零七年：7.7%）。

- 按產品種類劃分之收益及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)
鞋履	1,454,596	36.2	849,135	31.7
服裝	1,350,976	38.2	497,635	33.7
裝飾產品	61,609	34.3	18,177	35.5
總計	<u>2,867,181</u>	<u>37.1</u>	<u>1,364,947</u>	<u>32.5</u>

本集團成功推出時尚潮流服裝產品，因而改善了產品組合的分佈。於回顧年內，鞋履及服裝產品分別佔本集團總收益50.7%（二零零七年：62.2%）及47.1%（二零零七年：36.5%）。產品組合較側重服裝產品，主要是由於特步品牌及其他品牌的服裝產品銷售增加所致。

鞋履產品的毛利率上升4.5個百分點至36.2%（二零零七年：31.7%），主要是因為特步品牌產品的平均售價上升及其他品牌產品毛利率較高，此外亦降低了低毛利率的原設備製造商產品的銷售佔比。

服裝產品的毛利率升至38.2%(二零零七年：33.7%)，增長4.5個百分點，主要是因為特步品牌產品的平均售價上升及其他品牌產品毛利率較高。

- 特步品牌收益及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)
鞋履	1,340,604	35.6	725,347	34.5
服裝	1,215,505	38.1	459,580	34.4
裝飾產品	50,128	32.4	14,304	39.1
總計	<u>2,606,237</u>	<u>36.7</u>	<u>1,199,231</u>	<u>34.5</u>

特步品牌鞋履產品的收入上升84.8%至約人民幣13.41億元(二零零七年：人民幣7.25億元)，主要是由於特步品牌零售店數目不斷擴充，導致鞋履銷售量增加約76%至約1,830萬雙(二零零七年：1,040雙)。

特步品牌鞋履產品的平均售價亦上升5%至人民幣73.2元(二零零七年：人民幣69.6元)，主要是由於成功的推廣及宣傳活動及客戶對品牌的認同所致。

服裝產品的收入大幅增加1.6倍至約人民幣12.15億元(二零零七年：人民幣4.59億元)，主要是因為增設零售店及加強服裝產品組合，導致服裝銷售量上升1.5倍至約2,150萬件(二零零七年：870萬件)。

服裝產品的平均售價亦較去年增加7%至人民幣56.4元(二零零七年：人民幣52.5元)，主要是因為特步品牌受注重潮流的年青人喜愛。

- 特步品牌產品銷售量、平均售價及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年	二零零七年	變動
鞋履			
銷售量(千)	18,322	10,417	76%
平均售價(人民幣元)	73.2	69.6	5%
毛利率	<u>35.6%</u>	<u>34.5%</u>	
服裝			
銷售量(千)	21,486	8,758	145%
平均售價(人民幣元)	56.4	52.5	7%
毛利率	<u>38.1%</u>	<u>34.4%</u>	

透過提升品牌知名度及零售店設計，特步品牌的產品設計更受注重潮流年輕一輩喜愛。特步品牌知名度的提升，帶動特步品牌鞋履及服裝產品的零售價及平均售價同步上升。此外，規模經濟效益及有效的成本控制，使產品的成本維持穩定的水平。因此，特步品牌鞋履及服裝產品的毛利率分別增長1.1個百分點及3.7個百分點。

- 特步品牌每家零售店平均批發收益

	於十二月三十一日				截至十二月三十一日止年度				
	零售店數目	總面積 平方米	每家零售店 平均面積 平方米	收益 (人民幣千元)	平均零售店 數目	每家零售店 平均 批發收益 (人民幣)	平均總面積 平方米	每家零售店 平均面積 平方米	每平方 米 平均 批發收益 (人民幣)
二零零八年	5,056	377,315	75	2,606,237	4,718	552,403	341,709	72	7,627
二零零七年	4,380	306,104	70	1,199,231	2,983	402,022	197,588	66	6,069
增長	15%	23%	7%	117%	58%	37%	73%	9%	26%

- 其他品牌產品收益及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)	收益 (人民幣千元)	毛利率 (%)
鞋履	94,385	49.6	17,980	35.8
服裝	135,471	39.5	38,055	26.0
裝飾產品	11,481	42.5	3,873	22.5
總計	<u>241,337</u>	<u>43.6</u>	<u>59,908</u>	<u>28.7</u>

二零零八年其他品牌產品的收益大幅增加，因為其他品牌產品(即迪士尼運動系列及柯林品牌)只於二零零七年下半年才推出市場，加上其他品牌零售店數目大幅增加至於二零零八年十二月三十一日的共476家(二零零七年十二月三十一日：267家)。

由於二零零八年內推出了春夏秋冬四季產品，因而擴大了產品範圍及種類，鞋履及服裝產品的銷量增長顯著，因此鞋履及服裝產品的平均售價略為下降。

- 其他品牌產品銷售量、平均售價及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年	二零零七年
鞋履		
銷售量(千)	1,089	198
平均售價(人民幣元)	86.7	90.7
毛利率	<u>49.6%</u>	<u>35.8%</u>
服裝		
銷售量(千)	1,639	398
平均售價(人民幣元)	82.6	95.6
毛利率	<u>39.5%</u>	<u>26.0%</u>

毛利率較高的其他品牌產品的毛利率亦告上升，主要是由於其他品牌產品只於二零零七年下半年推出，故其他品牌鞋履及服裝產品的銷售量分別大幅上升4.5倍及3.1倍，而以上銷售量的增長可帶來銷售成本的規模經濟效益。

- 按地區劃分的收益分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	收益 (人民幣千元)	佔產品 組合百分比 (%)	收益 (人民幣千元)	佔產品 組合百分比 (%)
特步品牌				
東部地區	1,023,122	35.7	484,226	35.5
南部地區	783,740	27.3	308,902	22.6
西部地區	414,914	14.5	190,107	13.9
北部地區	384,461	13.4	215,996	15.9
小計	2,606,237	90.9	1,199,231	87.9
其他品牌	241,337	8.4	59,908	4.3
原設備製造商銷售	19,607	0.7	105,808	7.8
總計	<u>2,867,181</u>	<u>100.0</u>	<u>1,364,947</u>	<u>100.0</u>

東部及南部地區是本集團重點開拓地區，繼續是本集團收入的主要來源，而相關銷售分別佔本集團總收益35.7%（二零零七年：35.5%）及27.3%（二零零七年：22.6%）。由於零售店數目及零售店總樓面面積大幅增加，各個地區於回顧年內的收益均顯著增長，其中東部及南部地區表現尤為突出，收入較去年分別增長約111.3%及153.7%。

- 銷售成本分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零八年		二零零七年	
	銷售成本 人民幣千元	佔產品組合 百分比(%)	銷售成本 人民幣千元	佔產品組合 百分比(%)
原材料	834,266	46.3	503,986	54.7
外判生產成本	857,289	47.6	333,583	36.2
直接人工成本	87,505	4.8	65,009	7.1
其他	23,819	1.3	19,226	2.0
總計	<u>1,802,879</u>	<u>100.0</u>	<u>921,804</u>	<u>100.0</u>

回顧年內，銷售成本佔本集團總收益63.0% (二零零七年：67.5%)。本集團在挑選原材料供應商時亦著重成本控制，會選擇可生產高質量產品而物料成本低廉及有效的供應商。此外，由於銷售量的大幅上升，本集團增加外判生產成本的比例，有效地降低成本及控制其生產設施的資本開支。

所得稅開支

於二零零八年，本集團的所得稅約為人民幣6,920萬元(二零零七年：人民幣3,330萬元)。年內實際稅率降至12.0% (二零零七年：13.1%)，主要是由於本集團有效利用其附屬公司的稅務安排所致，因而受惠於其附屬公司於二零零八年獲享有中國企業所得稅項的減免。

股權持有人應佔溢利及淨利潤率

截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團的股權持有人應佔溢利約為人民幣5.08億元(二零零七年：人民幣2.22億元)，相較去年同期上升約129%，主要是由於特步品牌成績驕人，推動收入大幅增加110%。另外，本集團的淨利潤率亦較去年上升1.4個百分點至17.7% (二零零七年：16.3%)，主要因為品牌產品銷售增長，加上平均售價及銷售量上升，但銷售成本維持穩定，使到毛利率改善至37.1%(二零零七年：32.5%)所致。

其他收入及收益

年內，其他收入及收益增至約人民幣510萬元(二零零七年：人民幣210萬元)。增長主要由於地方政府為肯定本公司在香港成功上市而獲中國政府補貼增加所致。

銷售及分銷成本及行政開支

截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團的銷售及分銷成本約為人民幣3.50億元(二零零七年：人民幣1.19億元)，佔本集團總收益約12.2%(二零零七年：8.7%)。增長主要由於本集團為提升品牌知名度，增加特步品牌在奧運期間的市場推廣，以及各媒體渠道和廣告的投放，使本集團增加廣告及市場推廣費用，由二零零七年人民幣7,580萬元(佔收益5.6%)增加至二零零八年人民幣約2.6億元(約佔收益9.1%)。至於一般及行政開支則升至二零零八的人民幣1.28億元(二零零七年：人民幣5,870萬元)，主要是因為計入本集團上市後相關專業及法律費用及本集團投入更多設計及研發費用，設計及研發費用由二零零七年人民幣1,660萬元(佔收益1.2%)增加至二零零八年約人民幣4,520萬元(約佔收益1.6%)，主要投放於鞋履及服裝產品質量的提升，以及外觀、功能及耐用的質量保證。

營運資金比率

本集團的平均存貨周轉日數為49天(二零零七年：68天)，大幅縮短了19天，主要因為本集團增加使用外判生產商，外判生產商需具備提供原材料及在建工程作為其存貨，並改善了生產規劃、採購控制及物流管理，從而減低了本集團所貯存的存貨水平。

本集團於回顧年內的平均應收貿易賬款周轉日數為48天(二零零七年：56天)，大幅減少了8天，減少主要由於本集團加強了信貸控制及債務追收程序，使我們得以縮短債務追收期所致。

本集團的平均應付貿易賬款周轉日數為44天(二零零七年：30天)，增加了14天，主要是由於加強現金管理控制及延長供應商的信貸期所致。

因此，本集團於二零零八年的整體營運資金周轉天數合共減少41天至共53天(二零零七年：94天)。

資金流動性及資金來源

本集團主要營運資金來源一直為經營活動的現金流量及銀行借貸。於二零零八年十二月三十一日，本集團的流動比率為4.8(二零零七年十二月三十一日：1.9)。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。於二零零八年十二月三十一日，本集團的負債比率為4.7%(二零零七年十二月三十一日：41.5%)，此乃將總借貸除以本集團股本及儲備之總和計算。

由於縮短了平均營運資金周轉天數，營運資金管理大幅改善，截至二零零八年十二月三十一日止年度來自經營活動的淨現金流入約為人民幣5.02億元(二零零七年：人民幣1,290萬元)。另一方面，本集團成功上市集資約人民幣18.42億元(所得款項淨額)。於二零零八年十二月三十一日，本集團的現金及現金等值項目總額約為人民幣21.37億元(二零零七年十二月三十一日：人民幣2.15億元)。

存貨撥備

截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團並無任何存貨撥備。

呆賬撥備

截至二零零八年十二月三十一日止年度，本集團並無任何呆賬撥備。

資本承擔及或然負債

於二零零八年十二月三十一日的資本承擔詳情載於財務報表附註35。於二零零八年十二月三十一日，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。本集團大部分金融工具如應收貿易款項及票據、現金及銀行結餘均以該等交易相關業務的相同或對等功能貨幣計值，因此相信本集團的匯率風險輕微。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

於回顧年內，本集團並無進行重大投資或重大附屬公司收購或出售。本集團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。

首次公開招股所得款項淨額用途

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(相當於約人民幣18.42億元)。

所得款項用途	首次公開發售所得款項淨額 (港幣百萬元)		
	可供動用	已動用 (於二零零八年 十二月三十一日)	未動用 (於二零零八年 十二月三十一日)
媒體廣告及品牌宣傳活動	459	277	182
擴大及增加分銷網絡的覆蓋	355	28	327
擴充生產及營運設施	397	66	331
收購品牌	501	0	501
提升產品設計及研發能力	146	51	95
提升資訊管理系統	63	13	50
一般營運資金	167	28	139
總計	<u>2,088</u>	<u>463</u>	<u>1,625</u>

人力資源

於二零零八年十二月三十一日，本集團有6,414名僱員(二零零七年十二月三十一日：5,930名僱員)。

	於二零零八年 十二月三十一日	於二零零七年 十二月三十一日
銷售及營銷	330	316
設計及研發	500	371
管理、行政、財務及品質控制	432	455
生產	<u>5,152</u>	<u>4,788</u>
總計	<u>6,414</u>	<u>5,930</u>

本集團會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。本集團將致力提升人力資源的管理，從人員招聘程序、優化組織架構及企業文化建設等方面，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高速發展。

展望

市場前景

儘管二零零八年受全球金融危機的影響，本集團相信二零零九年將是機遇與挑戰並存的一年，中央政府着力擴大消費的強力政策導向，及一系列擴大內需的舉措，均有利於提振消費信心。憑藉本身先進的設計及研發能力、差異化的品牌形象定位及嶄新的市場推廣策略，本集團將把握機遇，致力提升各品牌價值及企業的整體競爭力，確保業務的長遠持續發展。本集團相信，二零零九年將是本集團建立穩健業務基礎的重要一年。

提升營運效益

未來一年，本集團將著重執行「精細化管理」，致力加強對品牌、營運及零售店的管理。本集團的分銷資源規劃系統將於年內在各總代理全面推行，使本集團對銷售情況及物流有更好的監控，預期分銷資源規劃系統將覆蓋中國31個省份、自治區及直轄市的所有分銷商。此外，於二零零九年下半年，營銷及市場部門將遷往廈門，成為本集團的總部，提升營運管理，創造更佳效益。

優化及拓展零售網絡

本集團將審慎地制定零售網絡的拓展策略，並因應市場的需求而擴大及優化零售網絡。於二零零九年，本集團計劃合共增設約800-1,000家由我們分銷商及第三方零售商經營的特步品牌及其他品牌零售店。與此同時，本集團亦計劃整合共約300-500家特步品牌及其他品牌的零售店，主要將該等零售門店遷至繁華地段及提升店內設計及陳設。新穎及富現代感的室內設計，將提升及豐富消費者在我們零售店的購物體驗。同時，本集團計劃於二零零九年在西安、山東、雲南、湖南、北京、上海及廣州等主要城市的黃金策略地段增設約15家特步品牌旗艦店，為消費者提供優越的購物體驗。

鞏固品牌優勢

未來，本集團將繼續發揮結合體育和娛樂的多元化營銷效益，讓更多的消費者感受特步獨有的時尚魅力。本集團已經與內地知名的電視頻道及主要體育賽事的主辦單位簽訂戰略合作夥伴協議，以進一步提升特步品牌於全國的知名度。而為針對年青的消費群，本集團將於二零零九年推出「校園整合傳播系列廣告」，以嶄新的宣傳渠道，將特步品牌加強推廣至時下年青一輩。

在娛樂營銷方面，本集團將於二零零九年在國內極受歡迎的娛樂頻道如湖南衛視、安徽衛視，以及極具影響力的中央電視台體育頻道投放廣告或冠名贊助高收視的節目，以擴大品牌的影響力及輻射範圍。同時，本集團將於二零零九年冠名贊助於全國十個城市舉行的「特步五星全國巡迴演唱會」。在體育營銷方面，本集團將在二零零九年積極參與不同的大型體育盛事及運動項目，如於首次擔任二零零九廈門國際馬拉松賽服裝總贊助商、CX全國極限精英賽的獨家冠名商，以及中國最重要的國家體育盛事－第十一屆全國運動會的唯一體育用品合作夥伴。本集團更會擔任香港、湖南、江蘇、山東，以及人民解放軍代表團等有望奪金隊伍的服飾贊助商，以進一步提升特步品牌的知名度和美譽度。

加強設計及研發能力

本集團相信，消費者對產品設計、質量及創意的要求將進一步提高。為滿足消費者的需求並為顧客帶來新體驗，本集團將繼續加大於產品設計及研發的投入。故此，本集團將聘請更多具備國際視野的外籍設計師，以提升自身的設計及研發能力。而為滿足消費者日新月異的需求，本集團會開發更多不同設計及功能的產品，豐富產品種類。

開拓海外市場

實現品牌國際化是本集團的長遠發展目標，透過將現有的業務版圖由中國拓展至海外，讓全球消費者能感受特步獨有的時尚產品。因此，本集團已增設海外事業部，並將在來年逐步增加資源的投入，進一步擴大及強化團隊。未來，本集團計劃積極發展包括香港、澳門、台灣及東南亞等潛力優厚的新興市場，把握各個拓展海外市場的機遇，邁向成為全球領先的時尚運動品牌領導者之一的最終目標。

總結

雖然中國的運動用品市場面對日趨激烈的市場競爭環境，差異化的品牌定位、優秀的管理及出色的營銷策略是成功的要素。隨著過去業務不斷的快速增長，特步已成功穩佔中國時尚運動用品市場的領先地位。展望未來，本集團將憑藉領先的品牌地位、廣泛的銷售網絡、傑出的設計及研發能力，以及優質的企業管理，繼續加強本身的競爭優勢，在瞬息萬變的市場中，致力締造更優秀的業績。

企業管治守則

良好的企業管治有利於提高整體表現及問責性，對於現代化企業管治至為重要。董事會奉守良好企業管治的原則，以股東利益為依歸，並致力識別及制訂最佳常規。

本公司已採納上市規則附錄十四企業管治常規守則所載的守則條文。自本公司股份上市日期以來，除偏離守則條文第A.2.1條訂明主席與行政總裁的角色應有區分，不應由一人同時兼任的規定外，本公司一直遵守企業管治守則。

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。董事會現包括五名執行董事、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，彼等由上市日期至二零零八年十二月三十一日止期間內一直遵守標準守則所載的規定標準。

審核委員會

本公司已根據於二零零八年五月七日通過的一項董事決議案成立審核委員會，以符合上市規則第3.21條。審核委員會的職責乃就委聘及辭退外聘核數師向董事會作出推薦建議、審閱財務報表及有關財務報告的重要意見，以及監控本公司的內部監控程序。審核委員會由冼家敏先生、許鵬翔先生及高賢峰博士三名成員組成，彼等均為獨立非執行董事。冼家敏先生為審核委員會主席。

審核委員會自其成立至二零零八年十二月三十一日以來舉行了兩次會議，討論本公司的審核、內部監控及財務報告事宜，包括審閱截至二零零八年六月三十日止六個月的中期業績及二零零八年審核計劃。

薪酬委員會

本公司於二零零八年五月七日成立薪酬委員會，並以書面訂明其職權範圍。薪酬委員會的主要職責乃就本公司全體董事及高級管理層人員的整體薪酬政策及架構向董事會作出推薦建議、審閱以表現釐訂的薪酬，以及確保董事概無釐訂本身的薪酬。薪酬委員會由許鵬翔先生、高賢峰博士(彼等均為獨立非執行董事)及丁美清女士(執行董事)三名成員組成。許鵬翔先生為薪酬委員會主席。

提名委員會

本集團於二零零八年五月七日成立提名委員會，並以書面訂明其職權範圍。提名委員會的主要職責乃就填補董事會空缺的候選人向董事會作出推薦建議。提名委員會由本集團主席丁水波先生及兩名獨立非執行董事許鵬翔先生及高賢峰博士三名成員組成。丁水波先生為提名委員會主席。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

本公司的股份於二零零八年六月三日在香港聯交所上市。截至二零零八年十二月三十一日止年度內，本公司在香港聯交所購回其股份的情況如下：

購回月份	購回股份數目	每股購回代價		已付 總代價 港元
		最高 港元	最低 港元	
二零零八年十月	4,000,000	1.02	0.98	3,976,165
二零零八年十一月	15,935,000	1.59	0.99	21,368,200
二零零八年十二月	6,420,000	1.55	1.38	9,526,705
總計：	<u>26,355,000</u>			<u>34,871,070</u>

除上文所披露者外，於截至二零零八年十二月三十一日止年度內，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二零零八年十二月三十一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。

刊登發表全年業績及年報

本全年業績公佈已於香港聯交所網站(www.hkex.com.hk)及本公司網站(<http://www.xtep.com.hk>)刊登。本公司將於稍後向其股東寄發截至二零零八年十二月三十一日止年度的年報，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

董事會建議派付截至二零零八年十二月三十一日止年度的末期股息每股8.0港仙(約等於人民幣7.1分)及特別股息5.0港仙(約等於人民幣4.4分)，有待股東於二零零九年五月十一日舉行的股東週年大會上批准。截至二零零八年十二月三十一日止年度的股息總額，包括中期、末期及特別股息，合共派發約人民幣3.45億元，佔全年溢利約68%。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零零九年五月四日(星期一)至二零零九年五月十一日(星期一)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末期及特別股息配額。為符合資格獲取末期股息(如有)及特別股息(如有)，且有權出席本公司即將於二零零九年五月十一日舉行的股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶連同有關股票，必須於二零零九年四月三十日(星期四)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號合和中心17樓1712-1716室，方為有效。

股東週年大會

本公司的股東週年大會將於二零零九年五月十一日(星期一)在香港舉行。股東週年大會通告將於稍後發出並寄發予股東。

感謝支持

本人希望藉此機會，對於本集團管理層及員工的竭誠盡責、勤勉投入，以及對於股東、供應商、客戶及銀行方面的不斷支持，致以由衷謝忱。

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
「本公司」或「特步」	特步國際控股有限公司

「企業管治守則」	企業管治常規守則
「董事」	本公司董事
「國內生產總值」	國內生產總值
「本集團」	本公司及其附屬公司
「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
「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
「原設備製造商」	原設備製造商，為品牌企業生產貨品或設備以供他人轉售的企業
「其他品牌」	迪士尼運動系列及柯林品牌的統稱
「中國」	中華人民共和國
「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

「股份」	本公司股本中每股面值0.01港元之普通股份
「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，二零零九年三月三十一日

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、丁明忠先生及葉齊先生；非執行董事為肖楓先生；獨立非執行董事為冼家敏先生、許鵬翔先生及高賢峰博士。