

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)

截至二零零九年十二月三十一日止年度 全年業績公佈

業績摘要

- 本集團收入增加23.7%至人民幣35.453億元
- 本集團毛利率上升2.0百分點至39.1%
- 本集團純利上升27.4%至人民幣6.475億元
- 本集團淨利潤率上升0.6百分點至18.3%
- 每股基本盈利增加11.0%至人民幣29.79分

財務摘要

- 擬派末期股息為每股10.0港仙(相當於人民幣8.8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7.0港仙(相當於人民幣6.2分)，全年合共派息每股22.0港仙(相當於人民幣19.4分)，較去年增加22%
- 全年派息率達65.0%
- 營運資金周轉天數縮短了21天至32天
- 來自經營活動的現金流量上升75.1%至人民幣8.803億元
- 淨現金及銀行結餘增加23.7%至人民幣24.976億元，相當於每股現金人民幣1.15元(約1.31港元*)

營運摘要

- 特步品牌收益增加27.8%至人民幣33.308億元
- 特步品牌毛利率上升2.3百分點至39.0%
- 特步品牌零售店數目增加21%至6,103家，淨增加1,047家
- 特步品牌零售店全年總樓面面積增加32%至498,000平方米
- 特步品牌零售店平均銷售樓面面積增加9%至82平方米
- 特步品牌鞋履產品
 - 毛利率上升3.5百分點至39.1%
 - 銷售量上升4.5%至1,910萬雙
 - 平均售價(批發)上升8.5%至人民幣79.4元
- 特步品牌服裝產品
 - 毛利率上升1.0百分點至39.1%
 - 銷售量上升33.2%至2,860萬件
 - 平均售價(批發)上升9.9%至人民幣62.0元

* 按於二零零九年十二月三十一日1港元=人民幣0.88元計算

主席報告書

本人謹代表特步國際控股有限公司董事會，欣然提呈本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度經審核的年度業績報告。

非凡增長

二零零九年上半年，金融衝擊的陰霾繼續籠罩全球市場，環球市況持續反覆。在中國政府積極的財政政策以及大力推動城市化建設及內部消費等的振興措施下，中國內地經濟下半年出現顯著復甦。在下半年經濟環境改善下，本集團努力不懈，繼續強化特步品牌，以創新的體育及娛樂營銷策略進行推廣，使特步品牌的知名度大幅提升，因而加速了集團零售網絡的擴張。本集團亦嚴謹的監控零售網絡營運效率使平均每店銷售有所提升。因此，在各方面都取得了非凡成績，令我們獲得了欣喜的表現。

本集團在回顧年度的總收入達到人民幣35.453億元(二零零八年：人民幣28.672億元)，較去年同期上升24%。其中特步品牌的收入達到人民幣33.308億元(二零零八年：人民幣26.062億元)，大幅上升約28%。集團整體毛利率提升至39.1%(二零零八年：37.1%)。股東應佔溢利約達人民幣6.475億元(二零零八年：人民幣5.082億元)，較去年同期上升27%。每股基本盈利為人民幣29.79分(二零零八年：人民幣26.84分)，增長11%。每股基本盈利增長較股東應佔溢利增長為少，是由於本集團於二零零八年六月三日上市，因此在二零零八年的加權平均股數按約18.94億股計算，而於二零零九年則按21.74億股計算所致。由於業績理想及現金結餘充裕，因此為了回饋股東們的支持，董事會建議派發末期股息每股10.0港仙(二零零八年：每股8.0港仙)及特別股息每股5.0港仙(二零零八年：每股5.0港仙)，連同中期股息每股7.0港仙(二零零八年：每股5.0港仙)，全年股息合共每股22.0港仙(二零零八年：18.0港仙)，增加22%，全年派息比率達65%。

品牌提升

本集團銳意將特步品牌成為世界領先的時尚運動品牌，因此一直重視品牌建設，透過贊助國家級及國際性的盛事、重要的體育賽事與及創新的娛樂營銷宣傳方法，特步品牌的知名度得以鞏固並持續提升，在品牌發展上邁出突破的一步。去年十月，我們再次成為第十一屆全國運動會唯一體育用品合作夥伴。全運會是中國四年一度的重要體育盛事，吸引了數以億計的觀看者。於二零零九年，本集團感到非常榮幸能再次成為這次全運會的唯一體育用品合作夥伴，我們贊助的八支代表隊伍，均取得理想成績，通過本次贊助，特步品牌在國內的知名度得以持續提升。

除國家級賽事之外，本集團對全國主要性的體育賽事也非常關注。我們認為透過贊助這些主要體育賽事，不僅能夠提升特步的品牌形象，也能支持國內體育事業的發展。在提倡「全民運動」的體育精神下，也為配合加強特步品牌在跑步領域的提升，集團加大在各主要跑步賽事的贊助及推廣，其中包括於二零零九年至二零一三年，本集團連續五年成為廈門國際馬拉松賽的獨家體育用品合作夥伴。

品牌差異化是本集團一直以來的競爭優勢，為加強特步品牌在時尚運動界的領先地位，我們利用演藝界著名偶像對年青人的影響力，繼續透過娛樂營銷活動進行市場推廣。於二零零九年，本集團在主要的中國市場舉行了由特步品牌代言人演出的「步同凡響——2009巨星巡迴演唱會」。另外，去年在全國熱爆歌唱節目「快樂女聲」勝出的頭五名優勝者與本集團簽約為代言人，在各主要城市舉行特步品牌獨家贊助演唱會，鋒頭一時無兩。這些巨星演唱會均吸引了各媒體，包括電視台、雜誌、報章和網站的廣泛報導，加強了特步品牌的知名度，以及在時尚潮流的領先地位。

本集團深明市場推廣的重要性，為進一步增加品牌的宣傳力度，我們繼續充分利用媒體的宣傳管道進行推廣。本年度，本集團成為中央電視台二零零九至二零一零年直播賽事節目合作夥伴。另外在全國收視率極高的電視台，例如：湖南衛視、安徽衛視等，透過電視媒體廣告及節目贊助的滲透，令特步品牌的知名度更加深入電視觀眾。

「愛跑步，愛特步」

在中國的體育行業當中，跑步產品擁有龐大的增長潛力。因此，我們重點提升跑步產品系列在設計及功能上的元素，包括推出多種輕巧、減震、時尚的全新輕跑鞋系列等。特步不斷積極加強產品的時尚設計及功能性，集團與英國、法國和南韓的設計團隊緊密合作，推出多項兼具功能性並帶領市場潮流的新產品，並成功研發了防寒保暖、吸汗透氣、抗紫外線及立體剪裁的服裝產品。本集團認為只有融合時尚及功能兼備的產品，才是特步品牌成功吸引及留住消費者的重要策略。

本集團為跑步系列投入了各項資源，以提升市場對跑步系列的關注。本年度，集團於主要電視頻道：中央電視台、湖南衛視以及安徽衛視推出嶄新的電視廣告宣傳及「愛跑步，愛特步」的口號，提升消費者對特步品牌的跑鞋系列品牌定位。

網絡擴張

本集團在本年度繼續努力不懈地優化零售網絡以面對充滿挑戰的市場環境，因此於店鋪選址、門店形象設計、客戶服務等方面作出了全面提升。由於特步品牌知名度大幅提升，特步品牌產品極受中國二、三線市場歡迎，截至二零零九年十二月三十一日，全國特步品牌零售店已達6,103家(二零零八年：5,056家)較去年增加約21%，超過了我們在二零零九年中訂下5,800家專門店的目標。目前，全國大部份特步品牌零售店已更新成為第五代店鋪設計，而且超過85%的零售店設置在二、三線市場。我們認為嶄新的裝修設計能給予顧客更舒適的購物環境及消費感覺。

增加旗艦店是本集團樹立品牌形象的重要一環。截至二零零九年十二月三十一日，全國的特步品牌旗艦店總數達至30家。中國經濟騰飛，尤其二、三線城市的經濟發展尤為驚人。我們貫切以二、三線城市為核心發展市場，尤其看好中國的中部及東北地區蘊藏著極大的市場潛力。目前特步品牌已經在湖南省一帶擁有市場主導地位，這讓我們以此堅固的根基為立足點，進一步加強其他二、三線城市的市場佔有率，讓更多中國人體驗特步品牌的非凡魅力。

優秀管理

我們非常重視企業管理，為了進一步提升管理系統以優化項目營運效率，我們積極優化供應鏈，加強從設計、生產、銷售至分銷的管理，以快速面對不斷變化的市場需求及潮流走勢。本年度，集團採用實時監察的分銷資源系統所覆蓋的全國特步品牌專門零售店已達約50%。分銷資源系統能追蹤實時的銷售及存貨水平及產品的情況，使集團更有效地計劃及監控銷售市場狀況。

由於特步品牌在市場上的知名度及認受性日漸提升，以及全體管理層及員工對集團的專注工作及努力，本人非常榮幸獲得由安永會計師事務所主辦、由獨立專業專家評審團選出的一年一度的二零零九年度中國「安永傑出企業家」大獎。此獎項在市場有著企業界「奧斯卡」的美譽稱號。此外，於二零一零年三月，本集團獲恒生指數納入為三大恒生綜合指數系列成份股，分別為：

- a) 恒生綜合指數；
- b) 恒生綜合行業指數－消費品；及
- c) 恒生綜合小型股指數。

能獲此崇高的獎項和嘉許是對企業未來發展的一個莫大鼓勵。

世界品牌，中國市場

隨著中國有效而持續的經濟發展步伐、城市化建設的快速改革、積極促進推動內需及消費，預計未來中國的消費市場具有長遠的持續性增長。體育產業將是國家未來重點支持的產業之一，在可預計的將來，國內體育用品行業將會繼續受惠。為了致力提升特步品牌成為世界品牌，集團將繼續提升品牌，創新產品、擴張網絡及優化管理。

二零一零年舉辦的中國上海世博會，將是中國向全世界展示國家文化、經濟及企業的國際級盛事。集團非常榮幸成為中國二零一零年上海世博會志願者首席贊助合作夥伴。在世博會園區內所有的志願者，將全部穿上由本集團設計及提供的「世博會特步」專用運動裝備。因此來自不同種族、國家、企業的與會人士，將注意到由本集團提供的時尚及高質素的運動服飾，亦因此再次在國際級的事項上提升特步品牌地位。

為使特步品牌在未來頂尖的體育賽事上亮相，集團積極爭取與國際級隊伍合作。在二零一零年一月，集團有了突破性的發展，集團與世界頂級的足球賽事之一的「英國超級聯賽」其中的伯明翰足球隊簽約，作為其由二零一零年八月至二零一五年五月，為期五年的獨家體育用品贊助商。此項贊助創造了歷史，使特步品牌成為有史以來，第一家中國體育品牌在英國超級聯賽上亮相的贊助公司。未來五年在全球轉播的賽事上，全球數以億計的球迷及觀眾均可看見伯明翰足球隊隊員在出賽時，穿著由本集團設計及贊助的專業「特步－伯明翰」時尚球衣，在其作出世界一流水平的專業足球比賽同時，兼能表現出各隊員在球場上的時尚動感。二零一零年亦是世界盃年。因此本集團亦通過與國內主要網站之一「搜狐」合作，作為其世界盃網站的體育用品品牌贊助商，透過其龐大的客戶群，在觀看世界盃網站最新的消息及結果的同時，亦宣傳特步品牌最新產品及情況。

本集團為提升產品設計質量，將會聘請更多具有國際經驗的著名設計師加入設計隊伍，並且將在廣州開設具先進設計設備的研發中心，在將來推出更多新款式的产品。另外，本集團亦將會推出專為長跑項目設計的特步「超輕馬拉松跑鞋」及多款時尚減震跑鞋系列，以加強在跑步項目的推廣。

本集團亦計劃繼續擴大國內銷售網絡，在二零一零年計劃增加800-1,000家特步品牌專門零售店，亦會在黃金地段增加5-8家旗艦店，以提升特步品牌地位。

本集團亦非常重視管理質素，在將來注重提升管理層的企業管治，業務策略及財務管理。另外亦繼續嚴格控制及管理銷售渠道網絡的營運與及供應鏈的運作。本集團亦會繼續發展多品牌策略及注意擴大經營多品牌的機會。

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二零零九年十二月三十一日止年度的經審核綜合財務業績，連同截至二零零八年十二月三十一日止年度的比較數字。本業績亦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

截至二零零九年十二月三十一日止年度

	附註	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
收益	3	3,545,336	2,867,181
銷售成本		(2,157,549)	(1,802,879)
毛利		1,387,787	1,064,302
其他收入與收益	3	10,688	5,127
銷售及分銷成本		(522,966)	(350,529)
一般及行政開支		(174,147)	(128,249)
經營溢利	4	701,362	590,651
財務收入／(成本)淨額	5	860	(13,232)
除稅前溢利		702,222	577,419
所得稅開支	6	(54,701)	(69,247)
年內溢利		647,521	508,172
本公司普通股股權持有人應佔每股盈利	8		
— 基本(人民幣分)		29.79	26.84
— 攤薄(人民幣分)		不適用	25.81

年內股息的詳情於財務報表附註7披露。

綜合全面收益表

截至二零零九年十二月三十一日止年度

	附註	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
年內溢利		647,521	508,172
其他全面收入			
換算海外附屬公司財務報表之匯兌差額		73,924	(85,399)
其他全面收入成份相關的所得稅		—	—
年內其他全面收入(已扣稅)		<u>73,924</u>	<u>(85,399)</u>
年內全面收入總額		<u><u>721,445</u></u>	<u><u>422,773</u></u>

綜合財務狀況表

二零零九年十二月三十一日

	附註	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		192,969	115,333
預付土地租金		21,345	21,847
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	10,288
無形資產		615	791
		<u>275,008</u>	<u>198,338</u>
流動資產			
存貨		265,689	288,287
應收貿易款項及票據	9	522,755	526,912
預付款項、按金及其他應收款項		79,526	121,740
已抵押存款		–	6,000
現金及現金等值項目		2,497,635	2,136,938
		<u>3,365,605</u>	<u>3,079,877</u>
流動負債			
應付貿易款項及票據	10	439,398	377,989
已收按金、其他應付款項及應計費用		165,494	75,392
計息銀行借貸		–	124,000
應繳稅項		24,373	60,234
		<u>629,265</u>	<u>637,615</u>
流動資產淨值		<u>2,736,340</u>	<u>2,442,262</u>
總資產減流動負債		<u>3,011,348</u>	<u>2,640,600</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		27,268	2,824
		<u>27,268</u>	<u>2,824</u>
資產淨值		<u>2,984,080</u>	<u>2,637,776</u>
權益			
本公司普通股股權持有人應佔權益			
已發行股本		19,177	19,177
儲備		2,964,903	2,618,599
		<u>2,984,080</u>	<u>2,637,776</u>
權益總值		<u>2,984,080</u>	<u>2,637,776</u>

綜合財務報表附註

1. 會計政策及披露變動

本集團於本年度的財務報表首次採用以下的全新及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第1號及香港會計準則第27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」及香港會計準則第27號「綜合及獨立財務報表－投資於附屬公司、共同控制實體或聯營公司的成本」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－歸屬條件及註銷」的修訂
香港財務報告準則第7號(修訂本)	對香港財務報告準則第7號「金融工具：披露－改善金融工具的披露」的修訂
香港財務報告準則第8號	經營分部
香港會計準則第1號(經修訂)	財務報表的呈列
香港會計準則第18號(修訂本)*	對香港會計準則第18號「收益－釐定實體是委託人或代理人」的修訂
香港會計準則第23號(經修訂)	借貸成本
香港會計準則第32號及香港會計準則第1號(修訂本)	對香港會計準則第32號「金融工具：呈列」及香港會計準則第1號「財務報表的呈列－可沽售金融工具及清盤產之責任」的修訂
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第9號及香港會計準則第39號(修訂本)	對香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第9號「重新評估內含衍生工具」及香港會計準則第39號「金融工具：確認及計量－內含衍生工具」的修訂
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第13號	顧客忠誠度計劃
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第15號	房地產建築協議
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第16號	對沖於外國業務的淨投資
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第18號	從客戶轉撥資產(已由二零零九年七月一日起採納)
香港財務報告準則的改進(二零零八年十月)**	修訂多項香港財務報告準則

* 列入於二零零九年頒佈的香港財務報告準則的改進內(於二零零九年五月頒佈)。

** 本集團已採納於二零零八年十月頒佈的所有香港財務報告準則的改進，惟於二零零九年七月一日或之後開始的年度期間生效的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」除外。

除下文進一步闡述的香港會計準則第1號(經修訂)的影響外，採納以上全新及經修訂香港財務報告準則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。

香港會計準則第1號(經修訂)使財務報表的呈列及披露出改變。該項經修訂準則將擁有人及非擁有人之權益變動分開。權益變動表只包括與擁有人交易之詳情，而所有非擁有人權益變動作為單項呈列。此外，此項準則引入全面收益表，將所有已於損益確認之收支項目，連同所有其他已於權益直接確認之已確認收支項目，以單一報表或兩份相連報表呈列。本集團選擇以兩份報表呈列。

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報告分部。

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，而中國為本集團的主要營業及經營地點。因此，並無呈報地區分析。

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：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
收益		
製造及銷售體育用品：		
鞋履	1,619,132	1,454,596
服裝	1,874,461	1,350,976
配飾	51,743	61,609
	<u>3,545,336</u>	<u>2,867,181</u>
其他收入及收益		
租金收入	616	570
來自中國政府的補貼*	4,932	4,221
其他	5,140	336
	<u>10,688</u>	<u>5,127</u>
	<u>3,556,024</u>	<u>2,872,308</u>

* 目前並無有關該等補貼的未履行條件或或然事件。

4. 經營溢利

本集團的經營溢利已扣除：

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
已售存貨成本*	2,157,549	1,802,879
折舊	15,383	11,784
預付土地租金攤銷	502	502
無形資產攤銷**	176	71
僱員福利開支(包括董事酬金)		
工資及薪金	163,178	137,777
其他津貼及福利	11,046	9,921
以股權結算的購股權價值	8,042	3,956
退休計劃供款***	10,209	9,025
	<u>192,475</u>	<u>160,679</u>
核數師酬金	2,627	2,226
根據土地及樓宇經營租賃應付的最低租金	4,720	1,577
研究及開發成本****	<u>56,735</u>	<u>45,216</u>

* 年內已售存貨成本為人民幣121,076,000元(二零零八年：人民幣105,214,000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。

** 年內無形資產攤銷計入綜合收益表的「一般及行政開支」內。

*** 二零零九年十二月三十一日，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(二零零八年：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. 財務收入／(成本)淨額

財務收入／(成本)的分析如下：

	本集團	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
須於五年內償還的銀行貸款利息	(10,598)	(12,489)
優先股利息開支	-	(239)
匯兌差額淨額	(3,630)	(28,745)
銀行利息收入	15,088	27,085
優先股衍生工具部份公平值收益	-	1,156
	<u>860</u>	<u>(13,232)</u>

6. 所得稅

本集團於年內並無於香港產生任何應課稅溢利(二零零八年：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。

	本集團	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
即期稅項－海外		
年內稅項	29,475	66,423
過往年度撥備不足	782	-
遞延稅項	24,444	2,824
	<u>54,701</u>	<u>69,247</u>

特步(中國)有限公司(「特步(中國)」)作為本公司的全資附屬公司，有權於截至二零零八年及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%。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」)亦可在截至二零零八年及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，且其後連續三年獲減免50%的中國企業所得稅。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二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九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18%及20%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：

	本集團	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
除稅前溢利	702,222	577,419
按適用稅率計算的稅項	180,681	146,995
因稅項優惠調低稅率或免稅優惠	(193,964)	(86,860)
就過往年度的即期稅項作出調整	782	-
毋須課稅收入	(546)	(5,181)
不可扣稅的開支	37,606	7,891
按本集團中國附屬公司可分派溢利5%計提預扣稅的影響	24,444	2,824
未有確認的稅項虧損	5,698	3,578
按本集團的實際稅率計算的稅項支出	54,701	69,247

本集團於年內的香港稅項虧損約為人民幣34,533,000元(二零零八年：人民幣21,685,000元)，可無限期用以抵銷有關公司未來產生的應課稅溢利。

於二零零九年十二月三十一日並無就稅項虧損確認遞延稅項資產(二零零八年：無)，因為本公司董事認為不確定於可見將來產生稅務虧損的相關公司是否有應課稅溢利可供抵銷稅項虧損。

7. 股息

	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
年內已付股息：		
截至二零零八年十二月三十一日止年度的 末期股息－每股普通股8.0港仙(二零零八年：無)	153,286	—
截至二零零八年十二月三十一日止年度的 特別股息－每股普通股5.0港仙(二零零八年：無)	95,803	—
中期股息－每股普通股7.0港仙(二零零八年：5.0港仙)	134,155	96,296
	<u>383,244</u>	<u>96,296</u>
擬派末期及特別股息：		
末期股息－每股普通股10.0港仙(二零零八年：8.0港仙)	191,368	153,286
特別股息－每股普通股5.0港仙(二零零八年：5.0港仙)	95,684	95,803
	<u>287,052</u>	<u>249,089</u>

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。本財務報表並無反映應付末期及特別股息。

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647,521,000元(二零零八年：人民幣508,172,000元)，以及年內已發行的普通股股數2,173,645,000股(二零零八年：已發行股的加權平均股數1,893,638,311股，經調整以反映年內轉換優先股、資本化發行及股份發售)計算。

(b) 每股攤薄盈利

由於本公司的未行使購股權於年內的行使價高於本公司普通股的平均市價，因而對每股普通股的基本盈利並無攤薄影響，故並無就截至二零零九年十二月三十一日止年度所呈列的每股基本盈利金額作攤薄調整。

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，乃根據年內本公司普通股股權持有人應佔溢利人民幣508,172,000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元及優先股衍生工具部份的公平值收益人民幣1,156,000元。用以計算普通股加權平均數1,965,360,022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。截至二零零八年十二月三十一日止年度尚未行使的首次公開發售前購股權對該年內每股基本盈利金額並無攤薄影響。

9. 應收貿易款項及票據

	本集團	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
應收貿易款項	521,691	526,912
應收票據	1,064	—
	<u>522,755</u>	<u>526,912</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，故存在一定程度的集中信貸風險。應收貿易款項不計息。

不視為減值的應收貿易款項的賬齡分析載列如下：

	本集團	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
既未逾期亦未減值	274,962	437,854
逾期少於三個月	185,595	80,233
逾期三至九個月	59,434	8,782
逾期九個月以上	1,700	43
	<u>521,691</u>	<u>526,912</u>

既未逾期亦未減值的應收款項與近期並無拖欠紀錄的多名多元化客戶有關。

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。

應收貿易款項及票據的賬面值與其公平值相若。

10. 應付貿易款項及票據

於報告期末，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	
	二零零九年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元
三個月內	365,594	319,730
三至六個月	47,749	25,385
六至十二個月	24,579	2,093
一年以上	1,005	781
應付貿易款項	<u>438,927</u>	<u>347,989</u>
應付票據	<u>471</u>	<u>30,000</u>
應付貿易款項及票據	<u>439,398</u>	<u>377,989</u>

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。

財務摘要

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年	二零零八年
盈利能力數據(人民幣百萬元)		
收入	3,545.3	2,867.2
毛利	1,387.8	1,064.3
經營溢利	701.4	590.6
年內溢利	647.5	508.2
每股基本盈利(人民幣分)(附註1)	29.79	26.84
盈利能力比率(%)		
毛利率	39.1	37.1
經營溢利率	19.8	20.6
淨利潤率	18.3	17.7
實際稅率	7.8	12.0
平均股權持有人權益總額回報(附註2)	23.0	34.8
營運比率(佔收益百分比)(%)		
廣告及營銷開支	11.8	9.1
員工成本	5.3	5.5
研發及開發費用	1.6	1.6
於十二月三十一日		
	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	275.0	198.3
流動資產	3,365.6	3,079.9
流動負債	629.3	637.6
非流動負債	27.3	2.8
股東權益	2,984.1	2,637.8
資產及營運資金比率		
流動資產比率	5.3	4.8
負債比率(%) (附註3)	0.0	4.7
每股資產淨值(人民幣元)(附註4)	1.37	1.21
平均存貨周轉日數(附註5)	47	49
平均應收貿易賬款及應收票據周轉日數(附註6)	54	48
平均應付貿易賬款及應付票據周轉日數(附註7)	69	44

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年度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年內溢利除以年初及年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年終的股本及儲備之總和計算。
- 4) 每股資產乃根據上市後及年終時已發行股份總數計算。
- 5) 平均存貨周轉日數以年初及年終平均存貨除以銷售成本，再乘以365日計算。
- 6) 平均應收貿易賬款及應收票據周轉日數以年初及年終平均應收貿易賬款除以收益，再乘以365日(或於二零零八年，366日)計算。
- 7) 平均應付貿易賬款及應付票據周轉日數以年初及年終平均應付貿易賬款及應付票據除以銷售成本，再乘以365日(或於二零零八年，366日)計算。

管理層討論及分析

市場回顧

充滿演變的二零零九年

二零零九年初，環球經濟歷經挑戰，各國均面對各種層面的經濟衰退，中國經濟的發展亦受到外圍因素影響。然而，在中國政府快速推出的有效量化寬鬆經濟及貨幣政策，促使國內產業在下半年回復增長。國家統計局公佈，二零零九年中國國民生產總值為人民幣335,353億元，較去年增長約8.7%。此外，社會零售消費總額的增長亦正在加速，中國二零零九年社會消費品零售總額為人民幣125,343億元，較去年增長約15.5%，其中城市消費品零售額亦達人民幣85,133億元，較去年增長約15.5%。市場各項指標均顯示中國正處於較外國快速的復甦週期，人民對經濟前景信心增強，勞動力市場亦逐步改善，居民的消費力將會繼續擴張，運動用品行業將會受惠於消費持續強勁的勢頭，加上中國運動用品企業品牌持續提升，內需熾熱等因素實對行業相當有利。

大眾市場潛力龐大

體育產業是國家支持的重點行業。經濟回穩，加上國家推出的體育產業振興規劃，預計未來將進一步推動中國體育用品市場的發展。近年，大部份一線城市的零售市場已接近體育用品行業的飽和點，而二、三線城市則受中國持續的城市化建設所帶來的經濟增長，其消費能力的增長率穩步上升。根據國家統計局公佈，近年中國二、三線城市的國民生產總值增速持續高於京滬深等一線城市，尤以湖南、湖北及安徽省等超過13%的

增速成為全國經濟增長的領頭羊。高速的經濟發展帶動資本和勞動力向二、三線城市轉移，消費需求因而急速上升，從而創造出更大的市場空間，因此本集團在二、三線市場佔有優質的零售網絡便更能佔盡先機。

運動生活化

自二零零八年北京奧運會後，中國人民對運動的興趣及意識已大大提高，健康的運動生活化已成為優化生活的一部份。從此，運動不再只屬於競技場，而已融入生活之中。預計，後奧運效應以及上海世博會、南非世界盃、廣州亞運會及深圳大運會等未來數年的國際及國內大型體育焦點盛事將繼續刺激消費者對運動的興趣，從而掀起運動服飾產品的消費熱潮，為中國體育用品行業提供巨大的發展空間。近年，中國人民的生活水平不斷提升，消費觀念有所轉變，開始加強對品牌的意識，追求休閒消費的時尚潮流，令時尚運動服廣受大眾青睞，亦為本集團締造無限商機。

業務回顧

本集團在二零零九年取得持續性的業績增長，主要是由於特步品牌來自四大核心競爭力的提升，包括品牌建設、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。本集團一直非常重視品牌建設，為加強特步品牌在時尚運動界的領先地位，於回顧年內本集團均著力推行差異化的品牌建設及市場推廣，透過獨有的體育與娛樂雙線營銷策略，贊助國家及國際性的事項、贊助主要體育賽事、主辦娛樂推廣表演與及有效的媒體宣傳，於點線面多角度從不同渠道進行廣泛而有效的宣傳推廣。

1. 國家級及國際性事項

全城投入全民全運

第十一屆全國運動會為二零零九年中國最矚目的本土體壇盛事。全運會是中國四年一度的重要體育盛事，而於今年，開幕典禮由國家領導人胡錦濤主席親領主持，全國各省派出精英代表競逐各項比賽，並獲得各地傳媒的高度關注。歷時11天的全運會賽事於山東省濟南市舉行，計有33個大項及362個小項比賽，並產生551面金牌。本集團非常榮幸成為此盛事的唯一體育用品合作夥伴，贊助了山東、湖南、福建、江蘇、遼寧、貴州、香港以及人民解放軍代表團的全套裝備，以及擔任工作人員、裁判員、志願者及火炬接力活動的獨家服裝贊助商。經由電視直播及轉播，各國數以億計的人民均可實時與現場觀眾一同感受賽事的熾熱氣氛。由本集團贊助全套裝備的8隊隊伍中的其中4隊，即山東省、解放軍、江蘇省及遼寧省隊伍更囊括全運會金牌榜首四名的位置。另外，本集團贊助的香港隊亦打破了歷年來香港隊獲取獎牌的數目，成為傳媒的焦點。這項推廣大大提升了特步品牌在國內的知名度及美譽度。此外，此贊助更能深化特步與國家頂級賽事的夥伴關係，亦彰顯本集團對中國體育事業的支持。

2. 主要體育賽事

「愛跑步、愛特步」

特步品牌除領導時尚運動市場之外，在本年度亦加強了功能性的運動元素，為本集團注入了新的增長動力。跑步為全球廣受歡迎的運動之一，競技與休閒並重，而由於參與跑步的群體不受年齡、性別、時間及場地的限制，因此跑步項目於中國的體育類別之中擁有龐大潛力，市場成長非常快速。有見及此，本集團已將該項運動確立為年內體育營銷的重點方向。本集團亦專門針對跑步項目加強各項資源的投入，提升市場對特步品牌跑步系列的關注。在二零零九年，主要推廣活動包括：於主要電視頻道包括中央電視台第一台及中央電視台第五台、湖南衛視、安徽衛視推出嶄新的電視廣告宣傳及口號「愛跑步、愛特步」。

此外，本集團於回顧年內有關跑步的推廣及贊助活動包括：

二零零九年廈門國際馬拉松賽

廈門國際馬拉松賽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8項賽事，來自世界各地30個國家的健兒超過36,000人。本集團在二零零九年至二零一三年連續5年成為廈門國際馬拉松賽的獨家體育用品合作夥伴，贊助各選手參賽時穿著的運動服飾。

西安城牆馬拉松賽

本集團連續第三年贊助西安城牆馬拉松賽，是該項賽事的全球高級合作夥伴及唯一指定運動裝備合作商，並為所有參賽健兒提供參賽運動服。該項賽事吸引了來自43個國家、中國14個省份、以及香港、澳門、台灣等地的運動員報名參賽，包括多國政要和著名運動員等。

西藏國際半程馬拉松挑戰賽

西藏國際半程馬拉松挑戰賽由中國田徑協會、西藏自治區體育局、拉薩市人民政府共同主辦，是世界上海拔最高、超高難度的半程馬拉松賽。本集團為是次賽事的指定服裝贊助商，為運動員及與會領導提供賽事有關的體育用品。

安利紐崔萊健康跑

本集團贊助了一連串的健康跑活動，分別已於成都、杭州、合肥及濟南等地方完滿舉行，合共超過20,000名選手參加。

2009年奧運歡樂跑

是次活動假香港迪士尼樂園渡假區舉行，主題為「掀動、學習、體驗」。

以上賽事得到傳媒的高度關注，並獲得廣泛的報導，並能提升特步品牌的知名度。透過服飾贊助讓潛在客戶體驗特步品牌的產品，進行有效的宣傳推廣。

潮流特步展現與眾不同的運動領域

由於極限運動的精神與特步品牌「拒絕傳統」及「突破自我」的理念如出一轍，本集團與CX全國極限精英賽的合作關係於本年度踏入第三個年頭。除獨家冠名贊助極限精英賽外，本集團亦贊助在北京、成都、廣州、上海、瀋陽及武漢舉行的「CX極限校園行」。特步CX全國極限精英賽獲得媒體龐大的迴響，並廣受全國年青人追捧，

為確立品牌的潮流定位起了重要的作用。同時，本集團亦積極贊助其他流行運動比賽，如中國全國男子籃球聯賽、中國女子籃球甲級聯賽、浙江省「X特步」第二屆中學生籃球賽及香港明星足球隊等。

3. 娛樂營銷推廣

加強品牌代言人陣容

邀請偶像明星擔任品牌代言人一直是本集團創辦的娛樂營銷重點之一，冀透過各代言人在演藝界的時尚魅力及媒體巨大的滲透力，提升特步品牌的知名度。於回顧年內除固有的品牌代言人包括謝霆鋒、潘瑋柏及蔡依林外，本集團更為其星級陣容增添五位新成員—於二零零九年在中國迅速躡紅的「快樂女聲」五名優勝者江映蓉、李霄雲、黃英、郁可唯及劉惜君。

特步娛樂盛典連連

為加強特步品牌在時尚運動界的領先地位，本集團在全國特步品牌的重點城市，展開與眾不同的大型娛樂營銷活動。是次由特步品牌冠名的明星巡迴演唱會成功以獨特的營銷方法吸引全國年青人的注意，並得到媒體前所未有的廣泛報導，掀起一股「特步熱潮」，為時尚與運動一次完美結合的典範，其活動摘要如下：

特步之夜—歡樂中國行

是項活動由第十一屆全國運動會在中國山東省濟南組委會籌辦，藉以推廣第十一屆全國運動會。於二零零九年六月，特步群星匯聚的盛大表演熱爆濟南，入場人次破紀錄超過50,000人。由於是項活動獲媒體廣泛報導，作為冠名贊助商，本集團不僅在山東，在全國亦獲媒體廣泛關注。

步同凡響—2009巨星巡迴演唱會

「步同凡響—2009巨星巡迴演唱會」由特步品牌代言人演出共五場演唱會，於二零零九年七月至八月期間在蘇州、武漢、杭州、長沙及合肥等五大城市舉行，特步的品牌形象在這些城市已得到進一步的鞏固。由於可與巨星有近距離接觸的機會，是次巡迴演唱會引起極大迴響。以上五場演唱會均獲得巨大成功，參與觀眾合共逾30,000人。由於在演唱會舉行前後均獲廣泛報導，加上各大電子媒體透過例如湖南衛視等多條電視頻道現場直播，是次巡迴演唱會更跨越界線，鄰近地區的觀眾亦得以欣賞。

快樂女聲巡迴演唱會

本集團為五名全國著名的「快樂女聲」優勝者舉行了六場演唱會，分別在上海、長春、溫州、北京、成都及昆明。此六場演唱會在當地引起非常注目的宣傳效果，現場觀眾超過40,000人。這五名年輕及充滿活力的代言人穿著特步品牌時尚運動服飾演出，充份發揮了時尚動感魅力，並且在網絡、電視及電台吸引了無數時尚群眾的關注，因此對特步品牌帶來極為有效的品牌提升。

4. 廣告投放

本集團利用多元化媒體進行市場推廣並推出不同風格的廣告吸引龐大消費者注意，全年共推出四個不同風格的時尚動感廣告，包括：

《街舞篇》—顯現活力節拍

《未來篇》—帶領時尚，走在潮流尖端

《全運會數字篇》—全力支持國家級體育盛事

《廈門國際馬拉松真我篇》—愛跑步，愛特步，展現特步品牌跑鞋時尚功能並重

本集團選擇性地在以下極具影響力及高收視的電視頻道播放以吸引大眾對特步品牌的注意力，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，於二零零九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。

華南：湖南衛視—該頻道成為最受歡迎的主要電視頻道之一，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，為全國最受歡迎的娛樂節目之一，廣受觀眾支持，因而提升了特步品牌的知名度。

華南：東南衛視－能廣泛覆蓋福建省及台灣，具有「台海」及「娛樂」兩大特色。本集團亦是熱潮音樂節目「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。

除了電視廣告外，本集團亦在各大體育及時裝雜誌刊物廣泛刊登印刷廣告，藉此進一步增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

特步品牌的設計向來帶領潮流，為消費者帶來多元化的產品選擇及不一樣的運動體驗。延續「讓運動與眾不同」的品牌理念，本集團於回顧年內已確立跑步及足球為發展的重點，並分別推出多項不同產品及系列，以加強品牌的滲透率及知名度。

回顧年度內，為加強產品的開發及設計，本集團的設計及研發團隊達至668人(二零零八年：500人)，而且聘請多名外國著名的設計師加盟設計隊伍。本集團與英國、法國和南韓的設計團隊緊密合作，全年合共推出合共約2,600款鞋履設計及約2,800款服裝設計。特步並於每年舉行共4次的訂貨會上均推出四季不同風格的設計系列，以滿足不同顧客的喜好。

鞋履設計

本年度合共推出9類約2,600款新穎時尚的鞋履，主要為：休閒鞋、復古鞋、帆布鞋、跑步鞋、網球鞋及籃球鞋等，兼具時尚及功能的元素。在回顧年內，為推出更舒適的運動鞋及加重跑鞋方面的技術，在鞋履的功能上面有了多方面的改進及突破：

技術	主要功能
太極概念減震鞋底	由高彈性EVA MD材料及TPU護套組合，主要防止腳弓過度彎折拉傷
雙重減震鞋底	由中心結構支架、減震片、後跟彈簧支架和外底組合而成，主要達到防滑及吸震功能
果凍膠減震	由TPU二次發泡成型技術、Phypon中底橡膠及X-CJ果凍膠組成，為集團研發的高性能減震混合物，能吸收大部份衝擊力，避免脊椎、膝蓋及腳踝受到不當的地面反推擠壓，幫助節省體能
雙向平衡傳導	利用內外側兩個相反方向的支撐反彈，實現內外平衡減震作用
納米銀抗菌	納米銀抗菌能有效減少細菌寄生及容易清理

在設計工藝上亦有不少突破，例如：

- 套色刺繡
- 立體刺繡
- 互搭工藝及珠片套織
- 竹蓆紋特殊質料
- 裂紋皮特殊質料
- TPU電鍍鑲鑽熱壓工藝

另不同種類的鞋履能做出不同紋理和不同效果的刺繡手法，來提升整體的品味。

服飾設計

本年度合共推出9大不同系列共約2,800款不同的四季時尚運動服飾，主要包括：動感都市系列、動感生活系列、經典系列、邁阿密系列、綜合訓練系列、足球系列及網球系列等色彩繽紛、年輕活潑的運動衣服套裝。其中足球系列是為迎接二零一零年世界盃熱潮，利用不同國家足球隊伍的風格及色彩，再加上世界頂尖聯賽球會的特色，從而設計出具時代感的潮流時尚運動服飾，受到大眾顧客的非常高的評價。

在運動服飾上的功能技術亦有以下主要的提升：

功能	特色
冰爽系列	冰爽纖維有經過納米技術處理，能過濾光線中的熱幅射，反射和分散紅外線，因此減低熱溫感覺
透氣功能	雙向氣流循環，超級輕薄，特別抗菌處理
生態保暖棉	由含有杜邦Sorona生物基材料的保暖纖維製成，能保暖透氣

渠道建設

覆蓋全國的零售店網絡

於二零零九年十二月三十一日，本集團透過其分銷商或第三方零售商共經營6,533家零售店。下表載列本集團分銷商及第三方零售商以特步品牌及其他品牌在中國經營的零售店數目的情況：

零售店數目	於二零零九年 十二月三十一日	於二零零八年 十二月三十一日	變動
特步品牌	6,103	5,056	+1,047
其他品牌	430	476	-46
總計	<u>6,533</u>	<u>5,532</u>	<u>+1,001</u>

下表為本集團於二零零九年十二月三十一日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	2,314	11	146	—
南部地區	1,499	9	117	1
西部地區	1,041	3	41	—
北部地區	1,249	7	126	—
總數	6,103	30	430	1

特步品牌

隨著特步品牌持續擴充其零售網絡覆蓋，在中國的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：

	於二零零九年 十二月三十一日	於二零零八年 十二月三十一日	變動
零售店總數	6,103	5,056	+20.7%
旗艦店總數	30	12	+150.0%
總銷售面積(平方米)	498,000	377,000	+32.1%
平均每店銷售面積(平方米)	82	75	+9.3%

主要城市

於回顧年內，東部及南部地區均為特步品牌的重點發展地區。尤其是湖南及湖北省等南部地區以及江蘇、浙江、安徽及山東省等東部地區，為本集團零售店網絡的主要地區。根據國家統計局發佈的最新統計數字，於二零零九年全年，以上大部份的本地生產總值均錄得雙位數字增長，並超出中國總體國內生產總值的7.1%。本集團的策略是在這些急速增長的地區進一步擴充其業務網絡。截至二零零九年十二月三十一日，本集團透過其分銷商或第三方零售商在以上六個省份經營合共2,579家零售店，佔其全國零售店網絡總數量約42%。

旗艦店建設

本集團致力透過改革零售店的形象及設立旗艦店以提高其知名度及美譽度。截至二零零九年十二月三十一日止，本集團共擁有30家特步品牌旗艦店，較二零零八年十二月三十一日增加18家。分別分佈於全國各地的黃金地段內，包括上海、山東、浙江、湖南、安徽、吉林、河南、廣西、山西及貴州省等。此外，本集團已積極為旗下大部份的特步品牌旗艦店及零售店推出第五代形象店的設計，以提升品牌的整體形象。

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認知度。其他品牌的零售店數目減少的主要原因是由於集團集中資源發展潛力較好的迪士尼運動品牌，因此減少柯林品牌的零售店數目。

管理能力

渠道管理

我們視分銷商為我們重要的業務夥伴，在覆蓋31個省份下，我們委任合計28名獨家特步品牌分銷商及50其他品牌分銷商。為確保所有零售店展示及豎立貫徹一致的品牌形象，本集團設有統一的營運守則，當中詳細列出有關零售店設計及陳列佈置的規格、客戶服務標準及定價政策。本集團會定期提供全面的營銷指引、視覺商品營銷及存貨管理的培訓，確保本集團作為領先的時尚體育用品企業的品牌形象得以貫徹實行。

本集團在各方面得以成功，其中一個重要因素為其一直嚴謹的分銷管理系統。於二零零九年十二月三十一日，全國特步品牌分銷商及加盟商經營的零售店採用實時監察的分銷資源系統的比例已達50%。分銷資源系統直接連接分銷商的存貨及財務系統，使本集團能夠實時記錄及追蹤存貨水平、倉庫產品走勢以及零售店的情況。因此，本集團能夠更有效計劃及監控市場狀況，同時優化存貨管理。

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。於回顧年內，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接近100%。於回顧年內，按銷售量計分別約57%鞋履及10%服裝產品由本集團生產。

多品牌策略

除了特步品牌外，集團亦通過其他品牌建立多品牌策略。現時其他品牌是包括迪士尼運動品牌及柯林品牌，由於集團認為迪士尼運動品牌更具潛力及市場空間更大，因此減少對柯林品牌的資源投入，更加專注發展迪士尼運動品牌。在過往的期間，本集團對於迪士尼運動品牌有以下優異的發展：

1. 二零零六年簽訂中國國內代理協議
2. 二零零九年簽訂香港／澳門／台灣地區的代理協議
3. 二零一零年簽訂海外21個國家，包括東南亞、中東及中歐國家的代理協議

目前在國內已有超過400個迪士尼運動品牌的專門零售店。在回顧年內更在香港開設第一家旗艦店及另外2家零售店。相信在將來會繼續增加國內及國外的零售店網絡。由於目前仍然屬於建立品牌的初期階段，因此銷售業績在穩步發展，集團相信隨著迪士尼運動品牌在國內及國外的品牌推廣增加而日漸提升，加上中國在未來於上海將會計劃落成首個於中國的迪士尼樂園，因此本集團非常有信心迪士尼運動品牌將會在未來增加其業績的貢獻。

財務回顧

按品牌產品銷售及原設備製造商銷售劃分的收入及毛利率分析

截至十二月三十一日止年度

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)			毛利率(%)		
	二零零九年	二零零八年	變動 (%)	二零零九年	二零零八年	二零零九年	二零零八年	變動 (百分點)	
特步品牌	3,330,764	2,606,237	+27.8	93.9	90.9	39.0	36.7	+2.3	
其他品牌	214,572	241,337	-11.1	6.1	8.4	40.7	43.6	-2.9	
原設備製造商	-	19,607	不適用	-	0.7	-	17.3	不適用	
總計	<u>3,545,336</u>	<u>2,867,181</u>	<u>+23.7</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>39.1</u>	<u>37.1</u>	<u>+2.0</u>	

本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度止的總收入上升24%至約人民幣35.5億元（二零零八年：人民幣28.7億元），整體毛利率亦上升2.0百分點至39.1%（二零零八年：37.1%）。整體收入及毛利率的上升主要由於特步品牌的業績大幅提升所致，但由於柯林品牌銷售減少，因此導致其他品牌的收入下降了約11%。另外，本集團在回顧年內停止了原設備製造商的業務。特步品牌產品仍是本集團主要收入來源，約佔本集團收入的94%，其業績分析如下：

特步品牌

特步品牌按產品種類劃分的收入分析

截至十二月三十一日止年度

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零零九年	二零零八年	變動(%)	二零零九年	二零零八年
鞋履	1,520,185	1,340,604	+13.4	45.6	51.4
服裝	1,773,159	1,215,505	+45.9	53.2	46.6
配飾	37,420	50,128	-25.4	1.2	2.0
總計	<u>3,330,764</u>	<u>2,606,237</u>	<u>+27.8</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>
毛利率	<u>39.0%</u>	<u>36.7%</u>	<u>+2.3百分點</u>		

本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度特步品牌產品總收入大幅上升28%至人民幣33.3億元(二零零八年：人民幣26.1億元)，毛利率上升2.3百分點至39.0%(二零零八年：36.7%)。特步品牌產品錄得如此驕人成績，主要是受惠於中國整體經濟在二零零九年下半年開始復甦，特步品牌隨著多個大型國家及國際級的體育項目贊助，與及獨特的娛樂營銷推廣手法，因而知名度大幅提升。加上特步品牌產品能迎合大眾市場的歡迎，零售渠道的銷售理想，所以加大擴張銷售渠道網絡，本集團的整體每店平均(批發)銷售收入亦有所提升。

特步品牌收入上升概括如下：

	二零零九年	二零零八年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	3,330.8	2,606.2	+27.8
全年平均店舖數目	5,580	4,718	+18.3
全年平均每店(批發)收入(人民幣)	596,911	552,403	+8.1

附註：平均每店(批發)收入指於本財政年度的收入除以本財政年度的平均零售店數目。

特步品牌鞋履的收入、銷售量及平均售價

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年	二零零八年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	1,520.2	1,340.6	+13.4
銷售量(百萬)	19.1	18.3	+4.5
平均售價(人民幣)	79.4	73.2	+8.5
毛利率(%)	39.1	35.6	+3.5百分點

特步品牌鞋履的收入上升13%至人民幣15.2億元(二零零八年：人民幣13.4億元)，佔特步品牌收入的46%。有關收入增加主要是由於鞋履銷售量增加約5%至1,910萬雙(二零零八年：1,830萬雙)及平均售價上升8%至人民幣79.4元(二零零八年：人民幣73.2元)所致。平均售價上升主要原因是由於給代理商的出廠折扣率由二零零八年的65%減少至二零零九年的62%所致。由於給予代理商的出廠折扣率減少及成功控制成本，所以毛利率上升3.5百分點至39.1%(二零零八年：35.6%)。

特步品牌服裝的收入、銷售量及平均售價

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年	二零零八年	變動 (%)
收入(人民幣百萬元)	1,773.2	1,215.5	+45.9
銷售量(千)	28.6	21.5	+33.2
平均售價(人民幣)	62.0	56.4	+9.9
毛利率(%)	39.1	38.1	+1.0百分點

特步品牌服裝的收入大幅上升46%至人民幣17.7億元(二零零八年：人民幣12.1億元)，有關收入增長強勁由於銷量大幅上升約33%至2,860萬件(二零零八年：2,150萬件)及平均售價上升約10%至人民幣62.0元(二零零八年：56.4元)所致。由於平均售價提升，因此毛利率亦上升1.0百分點至39.1%(二零零八年：38.1%)。銷售數量大幅上升主要由於特步品牌運動服飾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覺，加上利用年輕人喜愛的潮流偶像作推廣，因此在回顧年內增長迅速。

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) 平均售價以本財政年度內收入除以本財政年度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

截至十二月三十一日止年度

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零零九年	二零零八年	變動(%)	二零零九年	二零零八年
鞋履	98,947	94,385	+4.8	46.1	39.1
服裝	101,302	135,471	-25.2	47.2	56.1
配飾	14,323	11,481	+24.8	6.7	4.8
總計	214,572	241,337	-11.1	100.0	100.0
毛利率	40.7%	43.6%	-2.9百分點		

其他品牌收入來自迪士尼運動品牌及柯林品牌。截至二零零九年十二月三十一日止年度，其他品牌收入為人民幣2.145億元(二零零八年：人民幣2.413億元)，較去年減少11%，毛利率為40.7%(二零零八年：43.6%)。收入減少的主要原因是柯林品牌收入減少，因為集團集中資源於市場空間較大的迪士尼運動品牌，因此減少了柯林品牌的銷售網絡及其產品銷售。毛利率減少主要是由於降低平均售價以進一步擴充市場滲透率，導致鞋履產品的毛利率下降。

其他品牌鞋履的收入、銷售量及平均售價

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年	二零零八年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	98.9	94.4	+4.8
銷售量(百萬)	1.2	1.1	+13.6
平均售價(人民幣)	80.0	86.7	-7.7
毛利率(%)	43.1	49.6	-6.5百分點

其他品牌鞋履收入增加5%至人民幣9,890萬元(二零零八年：人民幣9,440萬元)。收入增加主要是由於銷售量上升約14%至120萬雙(二零零八年：110萬雙)因為迪士尼運動鞋履定位受歡迎，但為了繼續擴大市場滲透的力度，鞋履平均售價減少了約8%至人民幣80.0元(二零零八年：人民幣86.7元)，亦因此減少了收入的增幅並使毛利率下降6.5百分點至43.1%(二零零八年：49.6%)。

其他品牌服裝的收入、銷售量及平均售價

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年	二零零八年	變動(%)
收入(人民幣百萬元)	101.3	135.5	-25.2
銷售量(百萬)	1.4	1.6	-16.9
平均售價(人民幣)	74.4	82.6	-10.0
毛利率(%)	39.7	39.5	+0.2百分點

其他品牌服裝收入減少25%至人民幣1.013億元(二零零八年：人民幣1.355億元)。收入下降的原因主要是由於銷售量下降約17%至140萬件(二零零八年：160萬件)及平均售價下降約10%至人民幣74.4元(二零零八年：82.6%)。銷售量及平均售價下降的主要原因是柯林品牌的銷售減少。

柯林品牌主要是針對高端市場及高售價檔次，為了投放更多資源在市場空間更大的迪士尼運動品牌，因此集團在截至二零零九年十二月三十一日止年度減少了柯林品牌的產品銷量。另外，由於迪士尼運動品牌服裝的毛利率有所改善，因此其他品牌服裝的毛利率亦有提升0.2百分點至39.7%(二零零八年：39.5%)。

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) 平均售價以本財政年度內收入除以本財政年度內已售單位總數計算。

按產品種類劃分之收入

截至十二月三十一日止年度

	收入(人民幣千元)			佔收入百分比(%)	
	二零零九年	二零零八年	變動(%)	二零零九年	二零零八年
鞋履	1,619,132	1,454,596	+11.3	45.7	50.7
服裝	1,874,461	1,350,976	+38.7	52.9	47.1
配飾	51,743	61,609	-16.0	1.4	2.2
總計	3,545,336	2,867,181	+23.7	100.0	100.0
毛利率	39.1%	37.1%	+2.0百分點		

本集團整體鞋履收入上升11%至人民幣16.2億元(二零零八年：人民幣14.5億元)，服裝收入大幅上升39%至人民幣18.7億元(二零零八年：人民幣13.5億元)，配飾收入下降16%至人民幣5,170萬元(二零零八年：人民幣6,160萬元)。服裝佔整體收入53%主要由於特步品牌的服裝收入大幅增加所致。

按地區產品銷售及原設備製造商銷售劃分的收入分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年		二零零八年		變化 (%)
	人民幣 (千元)	佔組合 百分比 (%)	人民幣 (千元)	佔組合 百分比 (%)	
特步品牌					
東部地區	1,510,264	42.6	1,023,122	35.7	+47.6
南部地區	876,327	24.7	783,740	27.3	+11.8
西部地區	541,570	15.3	414,914	14.5	+30.5
北部地區	402,603	11.3	384,461	13.4	+4.7
小計	3,330,764	93.9	2,606,237	90.9	+27.8
其他品牌	214,572	6.1	241,337	8.4	-11.1
原設備製造商	-	-	19,607	0.7	不適用
總計	3,545,336	100.0	2,867,181	100.0	+23.7

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

特步品牌東部地區增長強勁主要由於山東省及安徽省市場增長所致，西部增長主要由於四川省市場增長所致。

銷售成本分析

截至十二月三十一日止年度

	二零零九年		二零零八年		變化
	佔銷售成本		佔銷售成本		
	百分比		百分比		
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	(%)
原材料	1,130,101	52.4	834,266	46.3	+35.5
外判生產成本	894,346	41.4	857,289	47.6	+4.3
直接員工成本	110,252	5.1	87,505	4.8	+26.0
其他	22,850	1.1	23,819	1.3	-4.1
總計	<u>2,157,549</u>	<u>100.0</u>	<u>1,802,879</u>	<u>100.0</u>	<u>+19.7</u>

銷售成本

回顧年內，本集團的銷售成本較去年同期增加20%，主要是由於原材料成本增加，但銷售成本增加的幅度比銷售收入增長幅度為小，因此整體毛利率仍然有所提升。

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52%。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

回顧年內，本集團的其他收入及收益約為人民幣1,070萬元(二零零八年：人民幣510萬元)，增加主要來自政府補貼增加及出售展示架所致。

銷售及分銷成本

截至二零零九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5.230億元(二零零八年：人民幣3.505億元)，佔本集團總收入14.8%(二零零八年：12.2%)。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與及創新的娛樂營銷推廣，廣告及市場推廣開支由二零零八年的約人民幣2.600億元(佔收入9.1%)增加至回顧年內的約人民幣4.187億元(佔收入11.8%)。

一般及行政開支

一般及行政開支由截至二零零八年十二月三十一日止年度的約人民幣1.282億元增加至回顧年內的約人民幣1.741億元，主要是因為研發費用增加至約人民幣5,670萬元(佔收入1.6%)(二零零八年：人民幣4,520萬元，佔收入1.6%)，主要投放於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。

所得稅開支

於回顧年內，本集團的所得稅約為人民幣5,470萬元(二零零八年：人民幣6,920萬元)。

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新中國企業所得稅法統一稅率25%的減半優惠。柯林(福建)服飾有限公司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享有獲豁免中國企業所得稅，並於其後連續三個年度獲得中國企業所得稅的減半優惠。回顧年內的實際稅率為7.8%(二零零八年：12.0%)。

股權擁有人應佔溢利及淨利率

截至二零零九年十二月三十一日止年度，本公司的股權擁有人應佔溢利約為人民幣6.475億元，相較去年同期(二零零八年：人民幣5.082億元)上升27%。另外，本集團的淨利率亦較去年同期(二零零八年：17.7%)上升0.6百分點至18.3%，主要變化是由於特步品牌提

升所以毛利率上升至39.1% (二零零八年：37.1%)。由於增加市場推廣及產品研發費用，所以銷售及分銷成本及行政開支費用增加，因此抵銷了毛利的上升，另外由於稅務優惠以致實際稅率下降，因此淨利率有所提高。

股息

由於本集團的業務增長強勁及財務狀況穩健，董事會宣派全年股息每股10.0港仙(約等於人民幣8.8分)(二零零八年：8.0港仙，約等於人民幣7.1分)，及特別股息每股5.0港仙(約等於人民幣4.4分)(二零零八年：5.0港仙，約等於人民幣4.4分)連同已於中期業績宣派的中期股息每股7.0港仙(約等於人民幣6.2分)(二零零八年：5.0港仙，約等於人民幣4.4分)，合共派息每股22.0港仙(約人民幣19.4分)，較去年同期增加約22%，全年派息比率約為65%。

營運資金週期

於回顧年內，本集團的總體營運資金週轉日數與去年比較，減少了21天至32天(二零零八年：53天)。

本集團的平均存貨週轉日數與去年同期比較，改善了2天至47天(二零零八年：49天)，主要由於改善了生產規劃、採購控制及物流管理所致。

本集團於回顧年內的平均應收貿易賬款週轉日數與去年比較，上升了6天至54天(二零零八年：48天)，主要是由於收入增加及零售店網絡的擴充，但所收取付款的期限仍低於給予客戶約90天的信用期。另一方面，本集團截至二零零九年六月三十日止六個月的平均應收貿易賬款週轉日數為60天，由於收緊信貸控制因而較中期改善了6天。

本集團的平均應付貿易賬款週轉日數與去年比較，增加了25天至69天(二零零八年：44天)，主要是由於加強現金管理，盡量充份利用供應商的信貸期所致。

資金流動性及資金來源

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。於二零零九年十二月三十一日，本集團的流動比率為5.3(二零零八年十二月三十一日：4.8)。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。於二零零九年十二月三十一日，本集團的負債比率為0%(二零零八年十二月三十一日：4.7%)，此乃將總借貸除以本集團股本及儲備之總和計算。

由於營運資金管理大幅改善，截至二零零九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8.803億元(二零零八年：人民幣5.026億元)，較去年同期增加75%。另外，於二零零九年十二月三十一日，本集團的現金及銀行結餘總額約為人民幣24.976億元(二零零八年十二月三十一日：人民幣21.429億元)，增幅約17%。於二零零九年十二月三十一日，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。於二零零八年十二月三十一日，賬面值分別約人民幣8,639,000元及人民幣8,891,000元的土地使用權及樓宇已予抵押，以獲取授予本集團的一般銀行融資。有關詳情，請參閱財務報表附註14及15。

存貨撥備

截至二零零九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

截至二零零九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

於二零零九年十二月三十一日，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

於截至二零零九年十二月三十一日止年度，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 (於二零零九年 十二月 三十一日)	未動用 (於二零零九年 十二月 三十一日)
媒體廣告及品牌宣傳活動	459	459	-
擴大及優化分銷網絡	355	188	167
擴充生產設施及營運中心	397	143	254
收購品牌	501	-	501
提升設計及研發能力	146	116	30
提升資訊管理系統	63	19	44
一般營運資金	167	167	-
總計	2,088	1,092	996

人力資源

於二零零九年十二月三十一日，本集團共有7,352名僱員(二零零八年十二月三十一日：6,414名僱員)。

本集團會為其僱員舉行入門課程及持續培訓，內容包括行業知識、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發展。

未來展望

市場前景

在全球經歷了不平凡的經濟動盪後，各國政府相繼推出穩定經濟的措施，中國更迅速地保持了定下的經濟增長目標。相信在未来的發展下，中國仍然是全球經濟增長最快的體系之一。在中國政府繼續推動城市化建設及擴大內需消費的積極政策下，國民收入及消費力亦相信持續增加，因此給予大眾消費市場相當樂觀的前景。

自中國成功舉辦北京奧運後，中國高度重視體育產業的發展，預計體育產業將成為未來重要的經濟支柱之一。目前，體育產業振興規劃現已制訂完成，並即將出台。面對運動生活化的普及，以及各項盛事掀起的運動熱潮，加上二、三線城市的消費力不斷提升，本集團將繼續以該等城市為特步品牌的發展據點，積極把握市場機遇，積極利用以下的發展策略再創高峰。

未來發展策略

1. 世界品牌，中國市場

為進一步提升特步品牌在國內的知名度，本集團將會把握具影響力的國際矚目盛事作有效率的宣傳策略，將特步品牌亮相在國際級的舞台上。

2010中國上海世博會

將於二零一零年五月至十月為期6個月的中國上海世界博覽會是中國首次舉辦世界博覽會，因此必定引起全球與會人士的高度重視，中國亦會展示出最亮麗的領域包括文化、藝術、企業及經濟等各方面的優勢，定必吸引全球的注意，也預計此次將會創造一次破紀錄的國際世博會。本集團非常榮幸能成為此國際重視的世博會志願者獨家體育用品贊助商。在世博會園區內所有的志願者都將會穿上由本集團獨家設計的世博會特步運動服裝，協助來自全世界的參觀人士。到時全世界的入場人士將會感受到在場內的志願者在穿上特步品牌運動套裝的時尚動感魅力，給大眾感受到「讓運動與眾不同」的深刻印象。

中國體育品牌首次亮相英超

特步品牌已為中國體育品牌寫下歷史一頁。特步品牌成為首家中國體育品牌贊助商亮相世界頂尖足球聯賽之一—英國超級聯賽(「英超聯」)。特步品牌將於二零一零年八月至二零一五年五月連續5年贊助英超聯的足球隊伍伯明翰球隊。在未來5年的比賽中，伯明翰球隊將會全部穿上由本集團獨家設計及贊助的「特步—伯明翰」球衣，到時全世界的球迷及其他觀眾都會見證特步品牌在國際體育賽事上亮相。此贊助對於特步品牌能提升其品牌地位，亦在產品設計與質量上有所突破。本集團將設計出能夠配合專業足球超高水平體能運動的質量要求，亦能體現運動員在專業比賽時的時尚動感表現。因此能夠成為伯明翰足球隊的獨家體育贊助商是對特步品牌投下絕對信心的證明。

世界盃熱潮

四年一度的世界盃將在二零一零年六月舉行。足球將會是掀起全球注意的熱門運動。本集團早著先機推出多款具世界盃概念的特步品牌運動服裝系列，迎合大眾對足球的熱愛。本集團已與國內熱門的網絡搜狐結盟，作為其世界盃網絡的體育合作夥伴，與及建立為期3年的策略性合作夥伴關係，利用搜狐網站在國內網站的領先地位，配合特步品牌時尚的廣告系列，將吸引無數群眾在網站覽閱時，注意到特步品牌具豐富娛樂性的創新廣告，從而獲得高效益的宣傳效果。

創新娛樂營銷

為使消費者能加深體驗特步品牌時尚魅力，通過近距離接觸年輕人喜愛的年輕偶像，帶來創新感受的品牌宣傳，本集團將繼續通過特步品牌的潮流代言人，包括當紅的藝人謝霆鋒、潘瑋柏、蔡依林及五位快樂女聲，在國內主要市場舉行演唱會，從過往演唱會在當地市場掀起的熱烈反應，相信此熱潮將會繼續燃燒。

策略夥伴

本集團將利用與媒體策略夥伴之間的合作關係，透過以下國內主要電視頻道播放本集團的廣告：

1. 國家頻道－中央電視台第一台
2. 體育頻道－中央電視台第五台
3. 湖南衛視
4. 安徽衛視
5. 東南衛視

2. 創新產品

本集團將繼續擴大設計及研發隊伍，增加聘請不同背景、豐富經驗的國外設計師，以及在廣州設立先進設備的產品研發設計中心。本集團將繼續推出結合時尚及運動的產品，增加不同款式及元素。另外，本集團亦會繼續發展跑步系列產品，推出專為長跑項目設計的特步品牌超輕馬拉松跑鞋，提供更多具有特色的時尚減震跑鞋系列，適合不同距離、不同比賽環境及不同賽事的跑步項目。

另外，為加大推廣跑步項目，本集團將會在二零一零年贊助以下各具特色的跑步項目：

- 廈門國際馬拉松賽
- 西安馬拉松
- 西藏半程馬拉松
- 香港15公里挑戰賽
- 香港田徑聯賽

3. 擴大網絡

本集團將繼續擴大銷售網絡，繼續以二、三線市場為拓展重點。在二零一零年，特步品牌的銷售網絡將計劃增加800 – 1,000家零售店，重點發展將會在湖南、安徽、山東及四川等省份。本集團將繼續在黃金地段開設旗艦店，藉此擴大特步品牌的品牌力，將會計劃增加約5-8家旗艦店。

4. 國際市場及多品牌策略

由於特步品牌在國內市場的品牌地位不斷提升，特別是近期特步品牌在國際體育及其他專項上的創意推廣，因此吸引了世界其他地方的品牌經銷商的注意。在配合國外市場的產品及銷售要求，本集團在香港已成立了專門針對國外市場的團隊，逐漸建立一個國際分銷網絡，為將來國際市場邁出不凡的一步。另外，本集團將繼續發展其多品牌策略，利用現有的其他品牌擴大在國內及國外的銷售業務。

5. 優質管理

本集團將致力提升企業管治，業務策略及財務管理，並重視優化企業架構及提高營運效率。嚴謹的銷售渠道管理及產品質量控制亦是本集團繼續改進的環節，因此將會擴大通過分銷資源系統監控範圍，及加強產品質量檢查，以提高企業營運效率。

總結

本集團將繼續以獨特及創新的品牌差異宣傳策略，提升特步品牌的市場地位，並且在國際體育及主要專項上提高特步品牌的知名度。在國內經濟市場持續增長，加上特步品牌具備明顯優勢的市場定位及堅穩的營運策略，本集團有信心必定能繼續保持亮麗的業績增長，向前邁進。

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。董事會奉行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。截至二零零九年十二月三十一日止年度，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。

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，彼等於截至二零零九年十二月三十一日止年度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。

審核委員會

審核委員會的主要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。

根據其書面職權範圍，審核委員會於截至二零零九年十二月三十一日止年度舉行了三次會議，討論本公司的審核、內部監控及財務報告事宜，包括審閱本集團截至二零零九年六月三十日止六個月的中期業績及截至二零零九年十二月三十一日止年度的審核計劃。

薪酬委員會

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。

根據其書面職權範圍，薪酬委員會於截至二零零九年十二月三十一日止年度舉行了兩次會議，審核及批准本公司董事及高級管理人員於截至二零零九年十二月三十一日止年度的薪酬架構以及向截至二零零九年十二月三十一日止年度合資格人士授予本公司購股權。

提名委員會

提名委員會的主要職責乃定期檢討董事會的架構、規模及組成，並在考慮提名人的獨立性及質素後向董事會推薦合適的董事候選人，以確保所有提名公平及具透明度。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。

根據其書面職權範圍，提名委員會於截至二零零九年十二月三十一日止年度舉行了一次會議，檢討及批准董事會的組成。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

截至二零零九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，本公司於截至二零零九年十二月三十一日止年度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

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。本公司將於適當時候向其股東寄發截至二零零九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

年內，已向股東派發中期股息每股7.0港仙(相等於人民幣6.2分)。董事會建議派付截至二零零九年十二月三十一日止年度的末期股息每股10.0港仙(相等於人民幣8.8分)及特別股息每股5.0港仙(相等於人民幣4.4分)，有待股東於二零一零年五月五日舉行的股東週年大會上批准。截至二零零九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，全年派息每股22.0港仙(相等於人民幣19.4分)，較去年上升約22.2%，派息率達65.0%。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一零年四月二十九日(星期四)至二零一零年五月五日(星期三)止期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，期間不會辦理本公司任何股份過戶。為符合資格獲取末期股息及特別股息，且有權出席本公司即將於二零一零年五月五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，必須於二零一零年四月二十八日(星期三)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。

股東週年大會

本公司的股東週年大會將於二零一零年五月五日(星期三)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
「上市規則」	香港聯合交易所有限公司證券上市規則
「澳門」	中國澳門特別行政區
「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業務
「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，就本公佈而言，不包括香港、澳門及台灣
「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，二零一零年三月二十九日

於本公佈刊發日期及於同日稍後委任何睿博先生及陳偉成先生為本公司董事之前，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。