

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告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。



PEAK SPORT PRODUCTS CO., LIMITED

匹克體育用品有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1968)

截至2010年12月31日止年度之 全年業績公告

2010年財務摘要

- 營業額增長37.3%至人民幣42.49億元
- 毛利增長39.4%至人民幣16.16億元，毛利率提升至38.0%
- 股權持有人應佔本年度溢利增長30.9%至人民幣8.22億元，淨利潤率達19.4%
- 每股基本及攤薄盈利分別為每股人民幣39.19分及每股人民幣39.18分
- 擬派末期股息為每股普通股港幣10分（約相等於人民幣8.43分）
- 匹克授權經營零售網點數目達7,224個，淨增加1,018個

全年業績

匹克體育用品有限公司（「匹克」或「本公司」）之董事會（「董事會」）欣然公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）於截至2010年12月31日止年度之綜合業績，連同上年度之比較數字，並載述如下：

綜合損益表

截至2010年12月31日止年度

	附註	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
營業額	3	4,249,361	3,094,931
銷售成本		<u>(2,633,051)</u>	<u>(1,935,204)</u>
毛利		1,616,310	1,159,727
其他收入	4	20,077	11,166
其他（虧損）／收益淨額	5	(6,763)	4,579
銷售及分銷費用		(505,394)	(380,198)
行政費用		<u>(126,107)</u>	<u>(77,556)</u>
經營溢利		998,123	717,718
財務費用	6(a)	<u>-</u>	<u>(14,823)</u>
所得稅前溢利	6	998,123	702,895
所得稅	7	<u>(175,855)</u>	<u>(74,587)</u>
本公司股權持有人應佔本年度溢利		<u>822,268</u>	<u>628,308</u>
每股盈利（人民幣分）	9		
— 基本		<u>39.19</u>	<u>36.12</u>
— 攤薄		<u>39.18</u>	<u>36.12</u>

於本年後宣派及本年內已支付予本公司股權持有人之股息載於附註8。

綜合財務狀況表
於2010年12月31日

	附註	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		341,866	244,287
在建工程		54,174	61,266
預付租賃款項		15,914	16,257
無形資產		13,674	9,842
遞延稅項資產		12,391	6,181
		<u>438,019</u>	<u>337,833</u>
流動資產			
存貨		335,016	210,299
貿易及其他應收賬款	10	764,683	863,849
抵押存款		53,963	55,344
到期日超過3個月之銀行存款		42,716	519,483
現金及現金等價物		2,565,827	1,413,325
		<u>3,762,205</u>	<u>3,062,300</u>
流動負債			
貿易及其他應付賬款	11	608,324	339,483
當期稅項負債		63,077	27,244
		<u>671,401</u>	<u>366,727</u>
流動資產淨額		<u>3,090,804</u>	<u>2,695,573</u>
資產總額減流動負債		<u>3,528,823</u>	<u>3,033,406</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		47,034	31,239
資產淨額		<u>3,481,789</u>	<u>3,002,167</u>
權益			
股本		18,459	18,459
儲備		3,463,330	2,983,708
		<u>3,481,789</u>	<u>3,002,167</u>

附註

1. 一般資料

本公司於2008年2月15日在開曼群島根據開曼群島公司法第22章（1961年法例3，經綜合及經修訂）註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司之註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司股份於2009年9月29日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

除另有說明者外，本集團之綜合財務報表均以人民幣呈列，並調整至最接近千位數。董事會已於2011年3月15日批准刊發該等綜合財務報表。

2. 編製基準

本集團之綜合財務報表乃根據國際財務報告準則，按歷史成本基準編製。該等綜合財務報表亦遵守中華人民共和國（「中國」）香港特別行政區（「香港」）法例第32章公司條例的披露要求及聯交所證券上市規則（「上市規則」）適用的披露規定。

3. 營業額及分部報告

本集團之主要活動為從事體育用品（包括鞋類、服裝及配飾）製造及分銷。營業額指已售貨品銷售額扣除退貨、折扣、增值稅及其他銷售稅。

由於本集團主要於中國從事體育用品的製造及銷售，因此並無列示本集團之業務分部資料。

4. 其他收入

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
利息收入	9,906	4,568
政府補助	10,133	6,441
其他	38	157
	<u>20,077</u>	<u>11,166</u>

本集團獲地方機關授予政府補助，以表揚本集團對當地社區作出之貢獻及其出口銷售之表現。該等補助也包括由當地政府退還的增值稅。該等補助為無條件的。

5. 其他（虧損）／收益淨額

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
匯兌（虧損）／收益	(7,126)	1,122
出售預付租賃款項收益	-	3,813
出售物料收益／（虧損）	363	(356)
	<u>363</u>	<u>(356)</u>
	<u>(6,763)</u>	<u>4,579</u>

6. 所得稅前溢利

所得稅前溢利已扣除以下各項：

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
(a) 財務費用		
銀行借款的利息	-	12,149
關連人士借款的利息	-	2,674
	<u>-</u>	<u>14,823</u>
(b) 員工成本		
定額供款退休計劃的供款	3,345	1,740
以權益結算的股份支付費用	8,707	-
薪金、工資及其他福利	255,490	159,466
	<u>267,542</u>	<u>161,206</u>
(c) 其他項目		
預付租賃款項攤銷	343	343
核數師酬金	2,746	1,830
折舊	21,598	14,677
關於物業的經營租賃費用	4,768	2,695
存貨成本 [#]	2,633,051	1,935,204
獎勵金及裝修補貼 [*]	123,150	78,650
廣告及推廣費用	460,225	349,380
出售物業、廠房及設備的虧損	3,029	512
	<u>3,029</u>	<u>512</u>

[#] 截至2010年12月31日止年度，存貨成本包括與員工成本、折舊及攤銷費用以及經營租賃費用有關的款項人民幣190,234,000元（2009年：人民幣120,162,000元）。有關款項已記入上文附註6(b)及(c)分開列示的各類費用總額中。

^{*} 獎勵金及裝修補貼是提供予本集團合資格的分銷商以鼓勵其實現銷售目標及擴展匹克授權經營零售網點。

7. 所得稅

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
當期稅項－中國所得稅 年內撥備	166,270	64,528
遞延稅項 暫時性差異之產生及撥回	9,585	10,059
	<u>175,855</u>	<u>74,587</u>

根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團毋須繳納開曼群島或英屬處女群島的任何所得稅。

由於本集團於截至2010年12月31日止年度並無賺取任何應課香港利得稅的收入，因此並無就香港利得稅作出撥備。

根據相關的中國所得稅規則及法規，中國企業所得稅的撥備，乃根據本公司的各附屬公司的應課稅收入按法定稅率25%（2009年：25%）或優惠稅率12.5%計算。

8. 股息

(a) 有關本年度本公司股權持有人應佔股息

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
已宣派及支付的中期股息每股普通股港幣7分 (2009年：無)	128,600	—
於報告期後擬派發之末期股息每股普通股 港幣10分（2009年：每股普通股港幣12分）	176,897	220,650
	<u>305,497</u>	<u>220,650</u>

於報告期後擬派發之末期股息於報告期末並未確認為負債。

(b) 於本年內批准及支付的有關上年度的本公司股權持有人之股息

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
於本年內批准及支付的有關上年度的末期股息 每股普通股港幣12分 (2009年：每股普通股港幣8.53分)	220,650	112,807

9. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按照本公司股權持有人應佔本年度溢利人民幣822,268,000元(2009年：人民幣628,308,000元)及本年度已發行普通股之加權平均數2,097,903,000股(2009年：1,739,306,000股)計算。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按照本公司股權持有人應佔本年度溢利人民幣822,268,000元(2009年：人民幣628,308,000元)及本年度已發行普通股之加權平均數計算；此加權平均數已對於本公司購股權計劃下授出之購股權假設於本年度被行使時而引致的潛在攤薄的影響作出調整。

普通股之加權平均數(攤薄)

	2010年 千股	2009年 千股
普通股之加權平均數	2,097,903	1,739,306
於本公司的購股權計劃下被視為發行之股份的影響	973	—
普通股之加權平均數(攤薄)	<u>2,098,876</u>	<u>1,739,306</u>

10. 貿易及其他應收賬款

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
應收票據	—	12,720
貿易應收賬款	695,638	761,613
按金及預付款項	51,676	81,590
其他	17,369	7,926
	<u>764,683</u>	<u>863,849</u>

所有貿易及其他應收賬款預期於一年內收回。

於報告期末，按發票日期計算之貿易應收賬款及應收票據總結餘的賬齡分析如下：

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
3個月內	695,638	765,213
3至6個月	—	9,120
	<u>695,638</u>	<u>774,333</u>

本集團向國內分銷商提供授信額度。該授信額度是根據分銷商信用歷史、市場情況、上年度採購額、預計來年採購額等釐定的分銷商對本集團於任何時間內的最高欠款額。在釐定授信額度之金額時，本集團亦考慮分銷商擴展分銷網絡之融資需求。本集團一般於每年更新有關分銷協議時，對授予國內分銷商之授信額度進行評估。於報告期末並無過期之貿易債務。

11. 貿易及其他應付賬款

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
應付票據	251,780	207,520
貿易應付賬款	182,533	22,011
其他應付賬款及應計費用	174,011	109,952
	<u>608,324</u>	<u>339,483</u>

所有貿易及其他應付賬款預期於一年內清付。

於2010年12月31日之應付票據乃由本集團之物業、廠房及設備、預付租賃款項及抵押銀行存款作出擔保。

於報告期末，按發票日期計算之貿易應付賬款及應付票據總結餘的賬齡分析如下：

	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元
3個月內	288,143	87,240
3至6個月	146,070	142,291
6個月至一年	100	-
	<u>434,313</u>	<u>229,531</u>

末期股息

董事會建議派發之截至2010年12月31日止年度之末期股息為每股港幣10分（約相等於人民幣8.43分）。經本公司股東於應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准宣派上述末期股息後，就截至2010年12月31日止年度所宣派的股息合計約為人民幣305.5百萬元，約相當於股權持有人應佔年度溢利之37%。末期股息預期於2011年5月27日或前後支付予本公司股東。

管理層討論及分析

市場概況

全球經濟狀況

2010年伊始，全球金融危機的餘波尚未消退，經濟環境仍存在諸多不明朗因素。然而，受惠於中國政府在2010年採取了積極的財政政策及適度寬鬆的貨幣政策，年內中國民眾對包括體育用品在內的消費品需求的增長依然強勁，國內生產總值及消費品零售總額較上年同期分別錄得10.3%及18.4%的增長。另一方面，由適度寬鬆的貨幣政策及部分已發展國家施行的量化寬鬆貨幣政策所產生的其中一項副作用—通脹壓力，已自2010年初起在中國大部分城市日益增加。此外，由於受失業率高企、房地產市場疲軟及債務危機的影響，已發展國家於2010年對消費品的需求維持疲弱。反觀新興市場，年內對消費品需求的增長則頗為矚目。

中國體育用品行業

所幸的是，2010年通脹浪潮並未對中國體育用品行業造成任何不利影響，這主要受惠於年內許多中國人民的薪資亦有所增加，而這些民眾大部份是我們的顧客；因此，儘管體育用品價格有所上漲，但體育用品方面的花費仍僅佔一般民眾可支配收入中的一小部分，所以隨著民眾的收入增加，他們購買的體育用品亦隨之增多。此外，隨著中國人民生活方式的改變致使更多民眾參與更多體育活動，再加上中國農村地區的急速城市化，體育用品的需求在年內不斷增加。因此，整個體育用品行業在2010年也獲得穩步增長，而級別較低城市的增長猶勝於級別較高城市。

2011年前景展望

如上所述，中國人民生活方式的改變以及中國農村地區的城市化進程預計會繼續為體育用品行業的增長提供推動力。由於中國政府的政策正向中西部地區及城市化進程中的農村地區傾斜，中國級別較低城市的體育用品需求增長較快的趨勢亦將持續。海外市場方面，由於已發展國家目前仍受債務危機及失業率高企等問題困擾，從中復甦尚需時日，對體育用品的需求在相當一段時期內將持續疲軟。然而，新興國家由於其經濟持續高速增長以及受惠於一些已發展國家採取的量化寬鬆貨幣政策，預計2011年新興國家對體育用品的需求仍然強勁。概括而言，我們對體育用品行業於未來數年的發展前景非常樂觀，並預期本行業及本集團於2011年均將取得滿意增長。

財務回顧

下文為本集團於截至2010年12月31日止年度之業績及主要財務指標的摘要：

	截至12月31日止年度		變動
	2010年 人民幣千元	2009年 人民幣千元	
綜合損益表項目			
營業額	4,249,361	3,094,931	37.3%
毛利	1,616,310	1,159,727	39.4%
經營溢利	998,123	717,718	39.1%
股權持有人應佔溢利	822,268	628,308	30.9%
每股基本盈利(人民幣分)	39.19	36.12	8.5%
每股攤薄盈利(人民幣分)	39.18	36.12	8.5%
主要財務比率			
毛利率	38.0%	37.5%	
經營利潤率	23.5%	23.2%	
實際稅率	17.6%	10.6%	
淨利潤率	19.4%	20.3%	
權益回報率(附註甲)	25.4%	33.3%	
營運資金比率			
平均存貨週轉天數(天)(附註乙)	38	36	
平均貿易應收賬款及應收票據 週轉天數(天)(附註丙)	63	70	
平均貿易應付賬款及應付票據 週轉天數(天)(附註丁)	46	42	
		於12月31日	
		2010年	2009年
其他比率			
流動比率		5.6	8.4
債務比率(附註戊)		0.0%	0.0%
每股淨資產(人民幣)		1.66	1.43

附註：

- 甲. 權益回報率相等於本年度溢利除以期初及期末權益平均數。
- 乙. 平均存貨週轉天數相等於期初及期末存貨平均數除以銷售成本再乘以全年天數。
- 丙. 平均貿易應收賬款及應收票據週轉天數相等於期初及期末貿易應收賬款及應收票據平均數除以營業額再乘以全年天數。
- 丁. 平均貿易應付賬款及應付票據週轉天數相等於期初及期末貿易應付賬款及應付票據平均數除以銷售成本再乘以全年天數。
- 戊. 債務比率乃根據銀行貸款總額除以權益計算。

營業額

本集團於2010年的營業額為人民幣4,249.4百萬元（2009年：人民幣3,094.9百萬元），較2009年增加37.3%。年內營業額增加的主要原因是市場對本集團產品的需求增加，以及本集團不斷擴充中國的分銷網絡所致。市場對本集團產品需求增加的原因是基於本集團成功之品牌推廣及營銷策略，以及中國體育用品市場的自然增長。於2010年12月31日，匹克授權經營零售網點數目已從2009年底的6,206個增加16.4%至7,224個。

按產品類別分析營業額：

	2010年		2009年		變動 (%)
	人民幣 (百萬元)	佔營業額 百分比	人民幣 (百萬元)	佔營業額 百分比	
鞋類	1,813.7	42.7	1,397.2	45.1	29.8
服裝	2,317.6	54.5	1,606.0	51.9	44.3
配飾	118.1	2.8	91.7	3.0	28.8
總計	4,249.4	100.0	3,094.9	100.0	37.3

由於2010年市場對服裝產品的需求有所增加，服裝產品佔營業額的比重由2009年的51.9%增加至2010年的54.5%。隨著本集團於年內增加了服裝產品系列的深度，加上於新增或全新裝修的零售網點內服裝產品的陳列面積一般較鞋類產品為大，顧客因此比以前購買更多服裝產品。

按地理位置分析營業額：

	2010年		2009年		變動 (%)
	人民幣 (百萬元)	佔營業額 百分比	人民幣 (百萬元)	佔營業額 百分比	
北部 (附註1)	919.0	21.6	632.4	20.4	45.3
東部 (附註2)	1,600.5	37.7	1,148.5	37.1	39.4
南部 (附註3)	1,329.0	31.3	1,039.7	33.6	27.8
中國市場	3,848.5	90.6	2,820.6	91.1	36.4
亞洲	140.2	3.3	89.2	2.9	57.2
歐洲	119.2	2.8	98.2	3.1	21.4
非洲	64.7	1.5	15.6	0.5	314.7
南美洲	48.1	1.1	48.3	1.6	(0.4)
北美洲	19.3	0.5	11.8	0.4	63.6
澳大利亞	9.4	0.2	11.2	0.4	(16.1)
海外市場	400.9	9.4	274.3	8.9	46.2
總計	4,249.4	100.0	3,094.9	100.0	37.3

附註：於中國之地理位置（即各省、市）被劃分為以下三個區域：

1. 北部包括黑龍江、吉林、遼寧、內蒙古、河北、北京、天津、山西、陝西、甘肅、寧夏、青海及新疆。
2. 東部包括山東、江蘇、上海、浙江、河南、安徽、湖北、湖南及江西。
3. 南部包括福建、廣東、海南、廣西、貴州、重慶、四川、雲南及西藏。

中國市場仍是2010年本集團總收入的最大來源，佔總營業額的90.6%。國內市場和海外市場的營業額與2009年相比分別增長36.4%和46.2%。國內市場營業額的增加主要歸功於在2010年市場對本集團產品的需求增加，以及本集團對中國的分銷網絡不斷擴充。而海外市場營業額的大幅增長主要是因為2009年受全球金融危機影響，大部份消費品的需求受到嚴重壓抑，海外需求在2010年得到復甦。此外，新興市場如亞洲及非洲於2010年的需求亦十分強勁。

按產品分析毛利

按產品類別分析毛利的貢獻：

	截至12月31日止年度				
	2010年		2009年		毛利率變動 (百分點)
	毛利 人民幣 (百萬元)	毛利率 (%)	毛利 人民幣 (百萬元)	毛利率 (%)	
鞋類	689.7	38.0	528.7	37.8	0.2
服裝	883.7	38.1	597.4	37.2	0.9
配飾	42.9	36.3	33.6	36.6	(0.3)
總計	1,616.3	38.0	1,159.7	37.5	0.5

於2010年，鞋類及服裝產品的毛利率均較2009年輕微上升。該上升與本集團於近年逐步提升產品的毛利率的策略是一致的。該策略經已將我們顧客的可負擔水平及維持我們在目標市場的競爭力等因素考慮在內。

售價及售出數量

按產品類別分析平均單位售價及售出數量：

	截至12月31日止年度					
	2010年		2009年		變動	
	售出數量 (百萬)	平均單位 售價 (人民幣)	售出數量 (百萬)	平均單位 售價 (人民幣)	售出數量 (%)	平均單位 售價 (%)
鞋類 (雙)	21.7	83.6	16.5	84.7	31.5	(1.3)
服裝 (件)	40.9	56.7	30.1	53.4	35.9	6.2

附註：

- (1) 由於本集團配飾產品的種類繁多，且單位售價差別甚大，故本集團並無列載配飾產品的相關資料。本集團認為此項產品類別以單位基礎作分析不具意義。
- (2) 各產品類別之平均單位售價指該產品類別全年營業額除以全年售出數量。

鞋類產品的平均單位售價由2009年的人民幣84.7元下跌1.3%至2010年的人民幣83.6元。該下跌主要是由於本集團的鞋類產品收入在產品結構上發生了改變，售價較低的鞋類產品如跑鞋及板鞋於2010年的銷售有較大的增長。

服裝產品的平均單位售價由2009年的人民幣53.4元上升6.2%至2010年的人民幣56.7元，主要原因是年內大部分服裝產品的售價因生產成本增加及本集團提升產品毛利率的策略而輕微上調。

每個零售網點平均營業額和每單位零售面積平均營業額

按零售網點及零售面積分析中國地區的營業額（於批發層面）：

	於12月31日			截至12月31日止年度			
	零售 網點數目	總零售 面積 (平方米)	每個 零售網點 平均面積 (平方米)	平均零售 網點數目 (附註1)	平均總 零售面積 (平方米) (附註2)	每個零售 網點平均 營業額 (人民幣 千元) (附註1)	每單位 零售面積 平均 營業額 (人民幣 千元) (附註2)
2010年	7,224	553,090	76.6	6,715	503,064	573	7.7
2009年	6,206	453,038	73.0	5,693	407,785	495	6.9
變動(%)	16.4	22.1	4.9	18.0	23.4	15.8	11.6

附註：

1. 每個零售網點平均營業額相等於中國市場的總營業額除以平均零售網點數目（相等於年初及年末零售網點平均數目）。
2. 每單位零售面積平均營業額相等於中國市場的總營業額除以平均總零售面積（相等於年初及年末總零售面積平均數）。

每個匹克授權經營零售網點的平均面積由2009年12月31日的73.0平方米增加至2010年12月31日的76.6平方米，這與本集團有關逐步增加新店舖面積以放置不斷增加的產品和配合已提升的匹克品牌形象的策略一致。相對於2009年而言，於2010年每個匹克授權經營零售網點的平均營業額及每單位零售面積的平均營業額，分別增加了15.8%及11.6%。該兩個比率增加的原因是年內零售網點平均面積增加，以及匹克產品受廣大消費者的喜愛所致。

銷售成本

按生產方法分析銷售成本：

	2010年		2009年		變動 (%)
	人民幣 (百萬元)	佔總額 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總額 百分比	
自行生產					
原材料	496.1	66.2	332.9	67.2	49.0
直接勞工	142.0	18.9	95.1	19.2	49.3
生產費用	111.6	14.9	67.6	13.6	65.1
總計	749.7	100.0	495.6	100.0	51.3
銷售成本					
自行生產	749.7	28.5	495.6	25.6	51.3
原設備製造商	742.8	28.2	765.1	39.5	(2.9)
委托加工	1,140.5	43.3	674.5	34.9	69.1
總計	2,633.0	100.0	1,935.2	100.0	36.1

與2009年相比，2010年本集團自行生產的成本結構沒有重大的變化。

自行生產的總成本佔總銷售成本由2009年的25.6%輕微上升至2010年的28.5%，此主要歸因於年內鞋類及服裝產品的自產比率均有上升。儘管我們已經在新工廠增加了新生產線以擴大鞋類及服裝產品的自行生產能力，但2010年的整體自行生產比重僅較2009年呈現些微增加，這主要因為我們同時增加了與合約製造商的外包總量，以應付年內市場對我們產品的強勁需求。

其他收入及其他虧損淨額

2010年其他收入增加至人民幣20.1百萬元(2009年：人民幣11.2百萬元)，其原因主要是來自本公司股票的首次公開發售所得款項增加了利息收入，以及當地政府增值稅退稅的增加。其他虧損淨額為人民幣6.8百萬元(2009年：其他收益淨額人民幣4.6百萬元)，此差異的主要原因是於2010年本集團業務上錄得匯兌虧損，而於2009年則發生了一筆出售土地使用權(預付租賃款項)的利潤。

銷售及分銷費用

本年度的銷售及分銷費用總額為人民幣505.4百萬元(2009年：人民幣380.2百萬元)，較去年增加32.9%。增加的主要原因是年內增加廣告及推廣費用以進一步推廣匹克品牌及其產品，以及增加員工成本以配合本集團商業活動的擴張。

行政費用

年內行政費用總額為人民幣126.1百萬元(2009年：人民幣77.6百萬元)，較去年增加62.5%。該增加與本集團於年內商業活動的增長相一致，其增加的主要內容如下：(i)公司管理人員和行政人員的薪酬增加；(ii)研發費用增加；及(iii)交通費用增加。

所得稅

所得稅費用由2009年的人民幣74.6百萬元增加135.8%至2010年的人民幣175.9百萬元。增加的主要原因是本集團於2010年的收入及實際稅率均有所增加。實際稅率由2009年的10.6%上升至2010年的17.6%，其主要原因是本集團的兩間附屬公司於2010年須按企業所得稅稅率12.5%繳稅，但於2009年則獲豁免繳付企業所得稅。

淨利潤及淨利潤率

淨利潤由2009年的人民幣628.3百萬元增加30.9%至2010年的人民幣822.3百萬元；而淨利潤率則由2009年的20.3%下降至2010年的19.4%。淨利潤增加的主要原因是2010年內營業額的上升，而淨利潤率下降的主要原因如下：(i)毛利率由2009年的37.5%上升至2010年的38.0%；(ii)廣告及推廣費用佔總收入的比重由2009年的11.3%下降至2010年的10.8%；及(iii)所得稅實際稅率的增加，上述(i)和(ii)項只抵銷了部份實際稅率增加的影響。

營運資金比率

平均存貨週轉天數由截至2009年12月31日止年度的36天增加至截至2010年12月31日止年度的38天。此增加屬於我們經營活動的正常波動。

平均貿易應收賬款及應收票據週轉天數由截至2009年12月31日止年度的70天減少至截至2010年12月31日止年度的63天。減少的原因與本集團於未來幾年逐步縮短平均貿易應收賬款及應收票據週轉天數至低於行業平均數的政策是一致的。

平均貿易應付賬款及應付票據週轉天數由截至2009年12月31日止年度的42天增加至截至2010年12月31日止年度的46天。增加的主要原因是本集團已停止提早清還對在2009年內受全球金融危機嚴重影響的若干供應商的欠款所致。

流動資金及資本資源

於2010年12月31日止年度內，本集團的經營活動現金流入淨額為人民幣1,160.5百萬元（2009年：人民幣268.9百萬元）。於2010年12月31日，本集團的現金及銀行存款（包括銀行現金及手頭現金、於銀行的定期存款及抵押予銀行的存款）為人民幣2,662.5百萬元，相對於2009年12月31日的狀況而言，增加淨額為人民幣674.3百萬元。

本集團之現金及銀行存款增加的分析如下：

	截至2010年 12月31日止年度 人民幣千元
經營活動現金流入淨額	1,160,479
資本開支淨額	(140,495)
已付股息	(349,250)
其他現金流入淨額	3,620
	<hr/>
現金及銀行存款增加淨額	674,354

本集團一直採納審慎的資金管理政策，並擁有穩健的流動資金狀況及具備足夠的銀行備用融資額度，以應付日常營運及未來發展的融資需要。於年內，本集團並未使用任何金融工具以對沖其面對的利率風險。

外匯風險

本集團的經營活動主要於中國進行，且其絕大部分交易乃以人民幣計值及結算。因此，整體外匯風險被視為並不重大。本集團的外匯風險主要來自其出口銷售的外匯收入（主要為美元）。倘若人民幣兌外幣升值，則以外幣計值的資產（例如貿易應收賬款）價值將相應下跌。本集團並無使用遠期合約、貨幣借款或其他方法對沖外匯風險。然而，管理層將繼續監察外匯風險的變化，並於適當時候採用審慎措施。

資產抵押

以下為於12月31日抵押於銀行作為應付票據及若干銀行融資的擔保的資產：

	於12月31日之賬面值	
	2010年	2009年
樓房	156,036,000	159,837,000
在建工程	—	4,177,000
銀行存款	53,963,000	55,344,000
預付租賃款項	14,534,000	16,257,000
	<u>156,036,000</u>	<u>159,837,000</u>

業務回顧

擴充分銷網絡

由本集團分銷商或零售網點營運商所擁有及經營的遍佈全中國之匹克授權經營零售網絡一直為本集團產品提供有效之零售渠道。隨著國內對體育用品之需求增加，以及匹克品牌之形象和普及性有所提升，本集團於2010年得以在全國各省及主要城市穩步擴充其零售網絡。於2010年12月31日，匹克授權經營零售網點總數為7,224個（2009年：6,206個），淨增1,018個零售網點。

按地理區域分析於中國之匹克授權經營零售網點：

	於12月31日之零售網點數目		
	2010年	2009年	變動(%)
北部	1,884	1,564	20%
東部	3,025	2,631	15%
南部	2,315	2,011	15%
	<u>7,224</u>	<u>6,206</u>	
總計	<u>7,224</u>	<u>6,206</u>	16%

附註：有關地理區域之劃分資料，請參考第12頁

中國二線及三線城市於近年一直為本集團之營銷重點，因為該等城市相比一線城市經濟增長較快及競爭較少。因此，本集團於2010年新開設之匹克授權經營零售網點主要位於二線及三線城市。同時，隨著匹克品牌在全中國消費者當中日益普及，本集團亦策略性地在一線城市拓展網絡，以進一步提升本集團之品牌形象。

按城市級別分析匹克授權經營零售網點：

	於12月31日之零售網點數目		變動
	2010年	2009年	
一線城市	398	315	26%
二線城市	1,523	1,319	15%
三線城市	5,303	4,572	16%
總計	<u>7,224</u>	<u>6,206</u>	16%

按店舖類別分析匹克授權經營零售網點：

	於12月31日之零售網點數目		變動
	2010年	2009年*	
旗艦店	19	12	58%
基礎店	4,549	3,766	21%
百貨公司及體育專櫃	2,622	2,428	8%
籃球主題店	34	—	不適用
總計	<u>7,224</u>	<u>6,206</u>	16%

* 已按新標準重新分類

於2010年開始，本集團採用新的店舖分類標準對零售網點進行分類，在新標準下，匹克的授權零售網點被劃分為以上4種類別。旗艦店是位於主要城市中心地段的臨街店舖，至少擁有200平方米的建築面積並且每月零售額不少於50萬元人民幣。基礎店為不符合上述旗艦店條件的臨街店舖。籃球主題店按臨街店舖或商場體育專櫃形式設立；本集團於2010年引入籃球主題店，主要是為籃球愛好者提供各種高端的籃球運動產品，旨在鞏固本集團於籃球板塊的主導地位。

分銷商及零售網點的管理

本集團採取嚴格政策管理分銷商及匹克授權經營零售網點之營運，這對本集團分銷網絡之成功十分關鍵。

中國市場

我們每年為國內分銷商舉辦三次訂貨會，以向他們介紹每一季度的新產品系列。國內的分銷商和零售網點營運商參加訂貨會，並在會上下訂單，這些訂單一般比實際發貨日期提前6個月。於2010年，本集團在廈門國際會議展覽中心共舉辦了三次訂貨會，分別是1月8日舉辦的2010年秋季產品訂貨會、5月18日舉辦的2010年冬季及2011年春季產品訂貨會及9月18日舉辦的2011年春／夏季產品訂貨會。在訂貨會上得到了分銷商們的積極響應，與前一年相比，訂單額錄得理想的增長。

本集團根據一系列指標選擇分銷商，例如對於運動服飾產品的零售經驗、開發及經營零售店鋪網絡的能力、財務資源的充裕性等。本集團與各分銷商訂立協議，授予其於特定時間（通常為一年）及特定區域分銷本集團產品的獨家權利。本集團的分銷協議載有主要條款，其中包括地區獨家銷售、銷售及擴展目標、付款期、折扣及獎勵等。本集團容許分銷商於取得本集團批准及書面同意後委任零售網點營運商。然而，除授權其使用本集團商標之外，本集團並不與該等零售網點營運商訂立協議。

本集團分銷商有責任根據本集團有關店鋪設計、銷售和擴展目標、定價、客戶及售後服務等政策及指引，監督及管理匹克授權經營零售網點之營運。

本集團邀請分銷商及零售網點營運商之代表參與培訓課程，使其熟悉匹克的政策及程序。此等培訓課程以內部培訓以及由具經驗的零售管理顧問舉辦的外部培訓兩種形式進行。

本集團區域市場營銷團隊定期對匹克授權經營零售網點進行實地檢查，以確定及通知分銷商任何表現不理想或違規的零售網點。本集團與分銷商協調以監察該等表現不理想之零售網點，若出現經常性的表現不理想或違規，有關分銷商可能會喪失分銷權。

在分銷協議每年續簽之前，本集團將對各分銷商的表現進行檢討。檢討的部份主要內容包括分銷商是否達到本集團的銷售及擴展目標，以及是否遵守信貸期限。

於2010年內，本集團繼續拓展其電腦化資訊管理系統（「MIS」），從而與匹克授權經營零售網點維持實時溝通及收集銷售數據和反饋意見。於2010年12月31日，已有1,323個零售網點已連接至本集團之MIS。

為鼓勵分銷商擴展零售網點網絡，以及維持店鋪形象及格式的一致性，本集團向合資格的匹克授權經營零售網點提供裝修補貼，及於租賃成本較高之中心地段開設匹克授權經營零售網點的零售網點營運商提供租金補貼。本集團亦向達到或超過本集團年度銷售目標的分銷商提供獎勵。

海外市場

本集團通過下列管道以批發形式銷售匹克產品至海外客戶：(i)海外客戶通過本集團網站或本集團參加國際展銷會或訂貨會得知本集團產品，及(ii)將產品出售予海外分銷商，該等海外分銷商再將產品出售予客戶、零售商、體育團隊或俱樂部。

於2010年，本集團參加了以下國際展銷會及訂貨會：

- 於中國廣州舉行的中國進出口商品交易會
- 於德國慕尼黑舉行的國際體育用品及運動時裝貿易博覽會
- 於阿聯酋杜拜舉行的環球資源採購交易會

品牌推廣及營銷

策略

我們相信，品牌的營銷及推廣對體育用品行業至關重要。儘管本集團提供幾乎各類體育項目之產品，然而為向顧客傳遞簡單而有力之品牌訊息，本集團自1991年創立品牌以來，一直採用專注的營銷策略，專注於籃球方面營銷及推廣匹克品牌。本集團通過推出功能和性能優越的體育用品，在中國顧客心中樹立國際品牌形象，從而推廣匹克成為一個國際和專業的品牌。因此，本集團推廣夥伴並非只限於國內夥伴，亦包括世界各地之體育協會、聯盟、聯會、賽事及個別運動員。本集團品牌的兩大特性，即國際化及專業化，不單使我們在同業中獨樹一幟，亦使本集團於近年取得強勢增長。本集團亦採用其他多種方式推廣其品牌，包括全國及當地電視廣告、戶外媒體、網上宣傳、報章及雜誌等。

於2010年，本集團憑藉專注籃球所取得的成功，推出新營銷策略，除繼續專注籃球外，同時注重發展其他三項體育項目（即跑步、網球及足球）。本集團相信新策略將進一步提升品牌形象及定位，並確保匹克品牌之知名度持續上升。

專注於籃球

本集團贊助的各類籃球推廣夥伴，例如聯會、聯盟、隊伍、賽事及個別運動員，是本集團品牌推廣及營銷策略的核心部份，使我們有別於同行，而專注策略亦向顧客展示出明確之品牌理念。本集團與全球大部份頂尖知名籃球推廣夥伴建立起夥伴關係，使本集團成功建立起一個於中國同業中最國際化的籃球品牌形象。我們要求我們之代言籃球員於所有賽事穿上我們之籃球鞋，在在證明我們之產品已通過功能及性能之最嚴格測試，並進一步提升我們之專業品牌形象。儘管本集團在新推廣策略下開始關注籃球以外之其他體育項目，但我們將繼續致力在籃球方面投放大部份資源，以在來年維持我們於籃球領域之領導地位。

NBA賽事、球隊及球員

自2007年起，本集團成為NBA在中國之官方市場合作夥伴。本集團與NBA之夥伴關係包括但不限於有權使用NBA標誌、其他可用於國內宣傳及推廣匹克品牌及其運動用品之特許標誌。

本集團亦與NBA球隊Houston Rockets及New Jersey Nets簽訂贊助協議，據此本集團享有的其中一項權利是可於兩隊之主場展示匹克標誌。

於2010年12月31日，本集團共擁有11名NBA代言球員。藉著這些球員，本集團已在30隊NBA球隊當中的8隊佔有代言席位，茲列如下：

代言球員	球隊
Shane Battier	Houston Rockets
Kyle Lowry	Houston Rockets
Patrick Patterson	Houston Rockets
Jason Kidd	Dallas Mavericks
Carl Landry	Sacramento Kings
Beno Udrih	Sacramento Kings
Jason Richardson	Orlando Magic
Kevin Love	Minnesota Timberwolves
Gordon Hayward	Utah Jazz
Dorell Wright	Golden State Warriors
JaVale McGee	Washington Wizards

國際籃聯(FIBA)

自2008年起，本集團已與FIBA建立夥伴關係。本集團為「2011年FIBA亞洲男子及女子籃球錦標賽」之「官方贊助商／合作夥伴」及自2009年起為「FIBA（亞洲）官方服飾及鞋類產品合作夥伴」。本集團同時與FIBA訂立了授權產品協議，據此本集團其中一項權利是享有於亞洲區內在本集團某些產品中使用若干與FIBA體育賽事有關之特定標誌及／或吉祥物的獨家授權。

斯坦科維奇杯洲際籃球賽

斯坦科維奇杯洲際籃球賽（「斯坦科維奇杯」）乃由多個國家男子籃球隊參加的國際籃球賽事，也是中國籃球迷最熟悉之國際籃球賽，亦為在中國舉行的最高級別的國際籃球賽事之一。本集團自2005年開始贊助斯坦科維奇杯。根據有關贊助協議，本集團的其中一項責任是為所有參賽球隊提供比賽運動服裝。

澳洲籃球協會

自2006年起，本集團與澳洲籃球協會已建立夥伴關係。根據相關贊助協議，本集團為若干澳洲國家籃球隊之贊助商；這些籃球隊須於所有賽事（奧運會除外）穿著本集團的運動服裝。

塞爾維亞籃球協會

於2010年3月，本集團與塞爾維亞籃球協會簽訂協議，成為其官方戰略夥伴，並贊助其10支國家籃球隊。根據有關協議，本集團的其中一項責任是為上述國家籃球隊提供於所有國際賽事（其中包括2010年世界籃球錦標賽及2012年夏季奧運會）上使用的比賽服裝及裝備。

黎巴嫩籃球協會

於2010年6月，本集團與黎巴嫩籃球協會訂立合作協議，並成為其官方贊助商及供應商。根據協議，本集團其中一項責任是須為五支黎巴嫩國家球隊供應運動用品，如服裝及運動鞋。

2010匹克之隊中國行

在我們所有營銷活動中，「2010匹克之隊中國行」是其中一項矚目盛事，每年於中國舉辦一次，旨在於中國宣揚NBA精神，並推廣籃球運動。2010匹克之隊中國行於2010年7月28日在北京正式揭幕。本集團邀請了六位NBA代言人（即Ron Artest、Jason Kidd、Shane Battier、Carl Landry、Mickael Pietrus及Jason Richardson）參與是項盛會。他們已於2010年7月底至8月初在十八個城市，包括北京、廣州、杭州及西安等地與中國籃球迷交流。整個盛會當中，匹克品牌及NBA球員均受到媒體廣泛報導。

NBA大篷車

NBA大篷車是一項籃球嘉年華活動，每年在中國超過十個城市巡迴舉行，為期兩至三個月。此項盛事已於2010年7月至9月舉行，橫越北京、天津及青島等十二個城市。本集團負責舉辦此項活動以及贊助所有體育用品，為進一步推廣NBA及匹克品牌提供了良機。

2010年世界籃球錦標賽

由FIBA與土耳其籃球協會聯合舉辦之2010年世界籃球錦標賽已於2010年8月至9月期間在土耳其舉行。本集團贊助了包括澳洲、新西蘭、塞爾維亞、黎巴嫩及象牙海岸等六支國家籃球隊，並為其提供體育服裝。中國中央電視台播放了至少十場有關上述國家籃球隊的賽事。

2010匹克亞洲職業籃球挑戰賽

匹克亞洲職業籃球挑戰賽於2010年9月由亞洲職業籃球協會及英皇金融集團聯合主辦，並由香港籃球聯合會組織舉行。作為該賽事的冠名贊助商及賽事的指定體育服裝供應商，本集團的其中一項責任是為兩支參賽隊伍（馬來西亞隊和泰國隊），以及賽事之所有裁判人員和工作人員提供運動服裝。

2010匹克全國5V5籃球挑戰賽

為培育中國青少年成為籃球運動新力軍及推動中國籃球體育賽事，本集團贊助並舉辦「2010匹克全國5V5籃球挑戰賽」；該賽事為淘汰賽，並於2010年5月至6月期間舉行，有超過一百支來自中國十二個城市之高中及大學籃球隊參賽。

其他籃球項目

本集團於2010年亦贊助了以下籃球項目：

- 泉州百隊千場籃球賽於2010年7月舉行
- 匹克廈門籃球夏令營於2010年7月舉行

開創網球新領域

為吸引更多女性顧客及推動女性體育服裝之銷售，本集團於2010年增加對網球領域的推廣。憑藉其於籃球領域所取得之成功，本集團採取了同樣的市場策略，為其網球運動用品樹立起國際化及專業化的形象。故此，本集團會採用那些能彰顯匹克品牌的國際化及專業化形象的推廣夥伴以推廣其網球運動用品。

女子網球聯合會(WTA)巡迴賽

於2010年5月，本集團與WTA訂立產品贊助及推廣協議，WTA一直贊助及推廣國際女子職業網球巡迴賽。根據協議，本集團為以下WTA女子網球巡迴賽（現稱Sony Ericsson WTA女子網球巡迴賽）賽事之官方運動鞋及服裝合作夥伴：

- ASB精英賽（澳洲奧克蘭）；
- PTT芭提雅女子網球公開賽（泰國芭提雅）；
- 廣州國際女子網球公開賽（中國廣州）；
- 聯邦銀行錦標賽（印尼峇里）；及
- 馬來西亞網球公開賽（馬來西亞吉隆坡）。

本集團包括但不限於獲得授權於亞太區開發、生產、推廣及銷售「WTA-PEAK」之共同品牌產品。此外，本集團為WTA嘉年華之官方合作夥伴，將於中國若干城市舉辦互動遊戲及網球相關活動，以供網球球迷參與其中。

新代言運動員

為增加匹克於網球領域的品牌認受性，本集團於2010年4月與白俄羅斯網球選手Olga Govortsova小姐簽訂代言合同，成為本集團首位網球代言人。Olga小姐贏得2010年中國公開賽女子雙打冠軍。

開始跑步推廣

為配合新營銷策略，本集團於2010年夏季著手推廣本集團之跑鞋。本集團推出名為「逸跑」之新系列跑鞋，並運用多種渠道推廣新產品。逸跑之推廣合作夥伴包括中國中央電視台、廣東體育頻道、江蘇體育頻道以及多本體育雜誌，是次推廣成功提升了匹克品牌於跑步領域的知名度。

為足球作準備

儘管國內職業足球聯賽的氣氛未如理想，惟本集團相信這只屬暫時性，並依然對中國足球運動的未來發展看法正面。本集團採取了同樣的市場策略，為其足球運動用品樹立國際化及專業化的品牌形象。本集團於2010年舉辦的一連串足球運動的推廣活動，除以國內市場為對象外，亦包括中東及中亞地區的特定海外市場。

伊拉克足球協會

2010年5月，本集團與伊拉克足球協會訂立贊助協議，並成為其獨家官方贊助商。根據協議，所有伊拉克國家足球隊的其中一項責任是須於所有賽事及訓練期間穿著匹克運動服裝及使用匹克運動袋。

中國足球隊

於2010年12月31日，本集團贊助了中國足球協會六支聯賽足球隊，其中包括北京八喜盛世、上海中邦、瀋陽東進及湖北綠茵，為中國足球運動復興作好準備。

其他推廣夥伴

新西蘭奧林匹克委員會

於2009年12月，本集團與新西蘭奧林匹克委員會訂立合作協議。根據協議，本集團其中一項責任是為2010年青年奧運會、2010年英聯邦運動會及2012年夏季奧運會之新西蘭隊伍提供運動服裝及鞋類用品。

伊拉克奧林匹克委員會

於2010年6月，本集團與伊拉克奧林匹克委員會訂立贊助協議。根據協議，本集團其中一項責任是為所有伊拉克的隊伍於所有訓練、比賽及運動會中提供體育服裝。

2010環青海湖國際公路自行車賽

環青海湖國際公路自行車賽是一項世界頂級的、海拔最高的國際性公路自行車賽事，並為國際單車協會所認可。該賽事每年7至8月於青海舉行，來自五大洲之頂級選手均參與該賽事。自2006年起，本集團連續五年成為該賽事之合作夥伴及其主辦單位所有工作人員的唯一運動裝備供應商。

2010廣州亞運會

本集團於2010年11月舉行之廣州亞運會贊助了來自數個國家的代表團，其中包括塔吉克斯坦國家隊、吉爾吉斯國家足球隊及伊拉克國家隊。

產能

本集團的產品乃由本身之生產設施製造或通過與合約製造商的外包安排製造。由於本集團相信，維持自有之產能將令本集團得以更有效地控制生產過程，並可靈活地迅速回應市場變化，故本集團將繼續投資於新生產設施。

鞋類生產設施

本集團目前在福建省泉州市及江西省上高縣擁有兩間鞋類生產設施。然而，本集團仍需將大部分鞋類生產外包予合約製造商。2010年鞋類總產量約為21.5百萬雙，其中約39.5%由本集團自行生產，而約60.5%是外包予特別選定的合約製造商生產。

按照計劃，當江西省上高縣廠房之建築工程於2013年底竣工後，本集團之鞋類產品年產量將增加至約15.7百萬雙。

服裝生產設施

本集團目前在福建省泉州市的豐澤區及惠安縣擁有兩間服裝生產設施。然而，本集團仍需將大部分服裝生產外包予合約製造商。2010年服裝總產量約為42.2百萬件，其中約22.0%由本集團自行生產，而約78.0%是外包予特別選定的合約製造商生產。

按照計劃，當福建省惠安縣廠房之建築工程於2012年底竣工後，本集團之服裝產品年產量將增加至約18.7百萬件。

按位置及產品類別分析本集團的產能：

位置	鞋類生產設施		服裝生產設施		
	福建省 泉州市 豐澤區 (全面投產)	江西省 宜春市 上高縣	福建省 泉州市 豐澤區 (全面投產)	福建省 泉州市 惠安縣	
開始生產日期	1994年8月	2008年6月	2004年2月	2008年9月	
於2010年 12月31日的 生產線數目	5	9	24	58	
預計年產能 ^(附註) (雙／件)	2009年 2010年	3.7百萬 3.7百萬	3.5百萬 5.0百萬	1.2百萬 2.3百萬	5.0百萬 7.3百萬
實際產量 (雙／件)	2009年 2010年	3.6百萬 3.8百萬	2.9百萬 4.7百萬	1.3百萬 2.1百萬	4.7百萬 7.2百萬
預計全面投產時間	不適用	2013年	不適用	2012年	
全面投產時的預計 生產線數目	不適用	16	不適用	140	
全面投產時的預計 產能(雙／件)	不適用	12.0百萬	不適用	16.4百萬	

附註：

預計年產能乃本集團就每個年度參考一系列因素及假設而作出的估計。該等因素包括但不限於生產線的數目、設備及員工的數目、每個員工每小時的估計生產率、員工每月的工作時數及天數，以及選擇生產某類產品所受的季節性影響。本集團不能確保本集團於任何年度能夠生產的總量不會高於或低於該年度的實際產量。

研發

本集團不斷致力推出創新設計及具功能性之高質量產品予顧客。藉著本集團於體育用品行業之悠久歷史，我們擁有生產體育鞋類的專門技術，尤其對籃球鞋而言。為了保持及增加我們於設計及生產籃球鞋之優勢，本集團於2010年12月於美國洛杉磯正式開設了一所研發工作室。該工作室乃為本集團之NBA代言球星及籃球愛好者而專注於研究及開發籃球鞋的。我們相信該工作室的新設計團隊為優化我們的籃球鞋設計工作提供了寶貴的經驗、觀點及意念。

於2010年12月31日，本集團共設有於北京、廣州、泉州及洛杉磯之4所研發工作室。該等工作室共聘請了約200名研究及設計專才。透過不同工作室設計團隊的相互交流，我們得以製造出更新穎及具風格的產品以滿足世界各地不同顧客群的需求。於2010年內，本集團共向市場推出了684款新鞋類產品，1,270款新服裝產品及479款新配件產品。

除了產品的功能性及風格外，集團之研發工作室於選擇原材料和設計產品時亦顧及環保元素。本集團將繼續引入更多對環境無害或可再造物料，以及採用節能的工序生產其產品。

供應鏈管理

本集團將大部份之鞋類及服裝生產外包予合約製造商。本集團與合約製造商之外包安排分為兩種形式：(1)分包安排及(2)原設備製造商。根據分包安排，本集團向分包商提供原材料並向彼等為本集團製造成品支付加工費用。根據原設備製造商外包安排，本集團向原設備製造商提供本集團產品之設計及規格，並向彼等推薦供應商，以採購生產所需之原材料。利用原設備製造商外包安排使本集團能夠分配較少時間管理及監督整體生產流程，以便集中資源監察匹克銷售網絡及提升本集團品牌形象，而分包安排則使本集團能夠對生產流程取得更多控制。

本集團審慎挑選及評估合約製造商。各合約製造商須每年經本集團評估及評審彼等的產品質量及能否準時交貨。本集團會檢查每一批付運予本集團的產品以便及時向相關合約製造商報告任何未能符合本集團產品品質規定的情況或付運延誤，藉此對合約製造商的營運及表現進行監控。

除了上述程序外，本集團亦採取以下措施，確保完善及有效之原材料及成品供應：

- 本集團向位於鄰近地區之供應商（例如福建省、廣東省及江西省）採購原材料。由於本集團之生產設施鄰近此等供應商，故運送物料也很方便，亦有助降低採購成本。

- 本集團不會與任何供應商訂立長期協議。此舉給予本集團靈活性，可因應最適合本集團生產的需要而轉換至其他供應商，藉此降低原材料成本、獲得較高品質及較理想的交貨時間。
- 本集團每年舉辦三個訂貨會，讓本集團分銷商及零售網點營運商得以審核新產品系列，並就一般約六個月後送貨之產品提交季前訂單。本集團藉此可提前對生產作更有效的計劃，以確保產品可順利地供應給市場。

本集團盡力與供應商保持溝通，並密切監察市場環境之變化，藉以不斷地改善本集團之供應鏈管理和生產流程管理。憑藉這些措施，本集團均可及時解決任何對供應鏈有阻礙的事宜。

人力資源

本集團認為，員工是本集團最寶貴之資產，故將繼續分配足夠資源於員工招聘、培訓及薪酬。於2010年，本集團已就福建省惠安縣及江西省上高縣之新生產設施增聘超過2,100名生產員工。本集團亦為多個部門聘請新員工，包括銷售及營銷部、物流部及研發部，以配合本集團於今後之業務拓展。於2010年12月31日，本集團之員工總人數為10,278名。

本集團關注員工之職業發展並提供各種培訓課程及指引，以豐富彼等的技術及產品知識、行業質量標準以及工作環境安全標準之知識。本集團展開了新入職員工的崗前培訓、以及其他有關管理知識、專業崗位等多方面的培訓項目。於2010年，相關的累計培訓時數超過1,700小時，受培訓員工超過1,000名。

本集團成立「匹克商學院」(Peak Business School)，為本集團之前線銷售員工提供系統性培訓，亦為本集團分銷商及零售網點營運商提供有關匹克產品知識及銷售和推廣技巧之培訓。於2010年，該學院舉辦了16次店長訓練營，以及開展了關於區域培訓體系建設、陳列標準建設及方案推廣、應季商品知識等主題的培訓活動，對本集團的前線營運起了支持的作用。

本集團根據學歷、表現、年資等因素釐定僱員之薪酬。本集團通常於每年年底向僱員發放花紅，作為獎勵彼等對本集團作出之貢獻。本公司向表現突出之僱員授出購股權，作為向員工提供之額外獎勵。於2010年，本公司向超過400名員工授出購股權。

未來前景

我們對體育用品行業之未來發展非常樂觀。本集團定必努力不懈，於來年完成以下任務，以抓緊中國內地及新興市場之增長，使業務得以持續發展。

提升匹克品牌

本集團認為品牌形象對我們之發展與將來之成功至關重要，本集團必須致力提升我們之國際化與專業化形象。因此，我們將繼續投放大部分資源，以打造並維護品牌。除籃球外，我們亦已開始專注跑步、網球及足球等運動，推行新營銷及推廣策略。來年，本集團將繼續動員各類推廣夥伴，例如聯會、隊伍、聯盟、賽事及運動員，增加品牌之滲透率並提升市場對品牌之認知度。

拓展銷售網絡

由於我們相信隨著快速城市化以及中國政府鼓勵內部消費，二線和三線城市之經濟仍然會大幅增長，因此本集團致力拓展上述城市的據點。於2011年，集團將通過其分銷商或零售網點營運商增設約800個匹克授權經營零售網點。上述新增網點大部分將位於二線及三線城市，藉以受惠於該等城市較高之經濟增長。此外，本集團於來年將繼續增加匹克授權經營零售網點的面積（按每個零售網點的平均面積）。

於2010年7月，本集團宣佈與淘寶網(Taobao.com)組成合作夥伴，標示本集團首次全面踏足電子商貿市場。通過同時經營電子商貿及傳統零售平臺，本集團將可為各個消費群提供全面、優質之服務，從而進一步拓展銷售網絡。

開發研究及產品設計

為鞏固我們之研究及設計能力，本集團已於2010年年底在美國洛杉磯正式開設一所新的研發工作室。本集團總部之研發團隊將與新的設計團隊深入合作，以提升產品設計和創新，例如就本集團產品採用更環保的原材料。通過與新設計團隊緊密合作，我們本地之設計師將能夠掌握更豐富之國際知識和經驗，並開發更時尚及高性能之優質產品。

擴大產能

誠如上文所述，維持自有之產能將令本集團得以更有效地控制生產過程，並有能力靈活地迅速回應市場變化。因此，本集團將於2011年投資約人民幣150百萬元，在福建省惠安縣及江西省上高縣繼續興建本集團兩處之生產設施，以及購置新機器及設備。

企業管治常規守則

董事會認為，本公司於截至2010年12月31日止年度之整段期間已遵守上市規則附錄十四所載《企業管治常規守則》之守則條文。有關本公司企業管治常規之詳情，可參見本公司將刊發的2010年年報內所載之《企業管治報告》。

由審核委員會審閱之年度業績

本公司審核委員會（其成員包括本公司三名獨立非執行董事）已審閱本集團採納之會計原則及慣例以及本集團截至2010年12月31日止年度之業績。審核委員會亦已與本集團之外聘核數師畢馬威會計師事務所會面及商討有關本集團之核數、內部監控制度及財務報告事宜。

暫停辦理股東登記手續

本公司將由2011年5月16日至2011年5月18日（包括首尾兩天）暫停辦理股東登記手續，以釐定收取擬派末期股息之資格，以及出席股東週年大會並於大會上投票之權利。為符合收取擬派末期股息以及出席股東週年大會並於大會上投票之資格，本公司之未登記股份持有人務須確保所有股份過戶文件連同有關股票於2011年5月13日下午4時30分前送交本公司之股份過戶及登記處（即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號舖）以進行登記事宜。

購買、出售或贖回本公司上市股份

於截至2010年12月31日止年度，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股份。

代表董事會
匹克體育用品有限公司
主席
許景南

香港，2011年3月15日

於本公告日期，董事會包括三名執行董事：許景南先生、許志華先生及許志達先生；三名非執行董事：吳提高女士、沈南鵬先生及朱立南先生；以及三名獨立非執行董事：項兵博士、王明權先生及歐陽鐘輝博士。