

概況

我們主要在中國從事設計、生產及銷售隊飛克品牌運動鞋。我們在2004年4月推出飛克品牌，在最後實際可行日期，飛克品牌產品由19名授權分銷商在中國208個城市構建的1,169家授權零售店出售。除運動鞋外，飛克品牌也包括由我們的外包製造商生產的運動服及運動配飾。飛克品牌以中國二、三線城市、年齡介於14歲至25歲的年輕人為目標市場。飛克品牌專注於時尚休閒運動鞋、運動服及運動配飾。

於截至2008年12月31日止三個年度，飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾的銷售迅速增長，複合年增長率約為656.7%。

在2005年12月，鑫威(中國)被評為「2005年中國體育品牌風雲100榜優秀企業」。在2006年7月，鑫威(中國)被評為「2003-2005年度創名牌先進企業」。在2007年7月，飛克品牌獲頒發「中國體育用品市場消費者(用戶)最喜愛十佳品牌」及「全國保護消費者權益信譽品牌」的榮譽。在2008年9月，鑫威(中國)被評為「福建國際知名品牌」。

於推出飛克產品之前，鑫威(中國)已開展鞋底及我們出口貼牌代工業務運動鞋的設計、生產及銷售業務。這兩項業務成為我們為客戶生產及銷售飛克品牌運動鞋的縱向整合業務模式的一部分。

作為縱向整合業務模式的一部分，我們擁有強大產品設計及開發能力，專門服務於飛克品牌運動鞋、運動服、運動配飾及出口貼牌代工業務。截至2008年12月31日止年度內，我們的產品設計及開發團隊設計及開發超過1,400款運動鞋。我們也設計、開發及生產我們的運動鞋的鞋底，以及按其他製造商的規格生產並銷售鞋底。

我們的競爭優勢

我們的董事認為，我們的成功是基在下列競爭優勢：—

飛克品牌以細分市場為目標市場

飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾以中國二、三線城市，年齡介於14歲至25歲的年輕人為目標市場。我們旨在為客戶提供時尚休閒鞋及運動服。我們的運動鞋設計舒適，而且著重時尚設計及運動性能技術。我們有多種專為不同種類的體育活動而設計的運動

鞋及運動服，利用不同種類的物料製造合適的鞋底，以提高穿著者的表現。我們的董事認為，客戶按照品牌知名度、價格水平、設計和功能選擇運動鞋、運動服及運動配飾。因此，我們會在我們的產品設計與生產程序及在我們的市場推廣及宣傳活動中考慮所有這些因素。

我們已成立縱向整合業務模式

我們借助為出口貼牌代工業務的經驗，建立縱向整合的業務模式，不依賴任何外包製造商設計、生產及銷售運飛克品牌動鞋。我們的董事認為該等安排非常重要，讓我們能夠利用不同的生產技術，以不同風格的飛克產品，應對不斷變化的市場需求。我們的縱向整合業務模式也讓我們繼續加強我們的出口貼牌代工業務的銷售，該銷售佔我們在截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月的營業額的重要部分。

我們具備已建立的出口貼牌代工業務

我們自1998年12月起開始我們的出口貼牌代工業務。我們的出口貼牌代工業務在截至2008年12月31日止三個年度各年及截至2009年9月30日止九個月分別佔我們的營業額約83.7%、70.6%、42.4%及36.4%。出口貼牌代工業務為我們提供穩定的收入來源，也讓我們得到海外市場的最新市場資訊。這些最新市場資訊讓我們改良飛克產品的設計。

我們與我們出口貼牌代工業務的大部分海外買家建立長期穩定的業務關係。於2008年12月31日，大部分海外買家已向我們採購運動鞋超過五年。於2009年9月30日，我們有36名活躍海外買家，我們已與這些海外買家進行業務超過五年。截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，該36名活躍海外買家所發出的銷售訂單約為人民幣2,830萬元、人民幣5,970萬元、人民幣8,940萬元及人民幣1.143億元，分別佔出口貼牌代工業務總銷售額約27.9%、50.4%、51.1%及56.1%。

我們的產品設計及開發能力強大

我們利用電腦輔助設計軟件設計我們具備不同設計及功能的運動鞋及鞋底。我們擁有專門的設計及研發團隊，於2009年9月30日，共有142名設計師及專業技術員。我們的設計及研發部門乃專為飛克產品、我們的出口貼牌代工業務運動鞋及鞋底而設。這些部門位於我們在中國福建省晉江市的生產廠房。截至2008年12月31日止年度，我們的設計團隊為客戶設計及開發了超過1,400款運動鞋、超過500款運動服和運動配飾及超過500款鞋底。此外，我們參加貿易展覽會及技術交流研討會，以豐富我們的知識並緊跟市場最新發展。

我們已在中國提交了19項專利的申請。有關我們專利申請的其他資料載於本招股章程附錄六「有關本集團業務的其他資料—2. 知識產權」一節中。

我們擁有經驗豐富的管理團隊

我們的執行董事及高級管理層團隊在中國運動鞋及運動服生產行業擁有超過10年的經驗與專業知識。特別是我們的主席及執行董事林先生擁有超過20年的運動鞋及運動服行業經驗。2007年，林先生榮獲中國國際名牌發展協會頒發「中國品牌建設優秀企業家」。我們的董事們認為，我們的執行董事及高級管理層團隊有助於我們的成功。

我們的增長戰略

我們力求通過執行下列戰略，在業務上取得重大增長：—

我們將繼續擴充飛克產品的分銷網絡

我們計劃擴充飛克品牌產品的分銷網絡，使網絡覆蓋到我們目前在中國未有業務網絡的地區。就此而言，我們將增加授權分銷商數目，並鼓勵他們增加授權零售店數量。我們亦計劃通過與指定商業夥伴合作，擴充運動鞋及運動服分銷到中國大學校園的網絡。就此而言，於2009年8月30日，我們已就飛克品牌的特定產品在指定的中國大專學院的銷售及推廣事宜，與賽爾簽訂了框架協議。根據該框架協議，賽爾負責制訂及推行飛克產品在指定的中國大學及大專學院的宣傳活動，並以不退貨形式向我們採購飛克產品。賽爾亦向我們提供有關年輕人市場及年輕人喜好的市場資訊。我們以代支方式負責賽爾產生的宣傳費用。我們亦計劃與賽爾合作在互聯網上宣傳及在大專學院內設立銷售專櫃。於最後實際可行日期，賽爾已安排在指定的中國大學及大專學院的93家校園零售店銷售飛克產品。

我們將繼續提升品牌的認可度

我們的董事認為，我們的品牌形象和市場定位對我們在中國進一步發展業務至為重要。我們計劃專注在設計、生產和銷售時尚休閒運動鞋、運動服及運動配飾。我們將繼續實施市場推廣及宣傳戰略，比如聘請中國的娛樂明星和職業運動員作為我們的代言人，在不同的傳播媒介推出廣告活動，贊助學校活動和體育活動，以提升我們的品牌形象及受歡迎程度。

我們計劃在2011年底前，在福建、廣西、江蘇、浙江、四川及廣東的中國省份成立七家旗艦店及23家形象店。我們將於我們的旗艦店及形象店展示我們的最新產品。旗艦店將開設於一線城市。形象店將開設於二、三線城市。我們的業務發展部門將負責此計劃的整體策劃。我們將會監管店鋪的存貨水平、設計及推行宣傳活動及編製店鋪每月賬目。我們的業務管理部門將每天管理店鋪，包括員工招聘及培訓，以及分析每家店鋪的銷售表現及存貨水平。旗艦店及形象店將集中推廣我們的品牌及最新產品。

由於我們已有管理專賣店、寄賣專櫃及分銷商的經驗（在推行現有的分銷安排及管理我們現有之形象店之前），我們的董事相信，我們在管理建議旗艦店及形象店方面具有能力和經驗。我們在中國福建省水頭的現有形象店於2008年4月成立，總樓面面積約130平方米，其於截至2008年12月31日止年度及截至2009年9月30日止九個月之銷售分別約人民幣70萬元及人民幣320萬元。

此外，我們計劃贊助更多中國大學舉行的體育活動，並向指定的大學生提供購買我們產品的折扣及其他優惠。我們計劃透過增加在印刷媒體（例如雜誌、報章及海報）及廣播媒體投放廣告，提升飛克品牌的形象及受歡迎度。我們也將參與在中國舉辦的全國展覽會及國際貿易展覽會。我們董事認為，所有這些市場推廣活動將讓我們抓住不斷增長的商機。

我們將加強產品設計及開發能力

我們董事計劃招聘有經驗且擁有適合資質的人員，以及與中國的專業設計機構和研究中心建立合作關係，從而提升我們的產品設計及開發能力。我們將繼續尋求與聲譽良好的設計師及設計學院商業合作的機會，以提高我們的產品設計能力。

我們將會擴充生產能力

於最後實際可行日期，我們經營10條運動鞋生產線，年生產能力合計約為1,000萬雙運動鞋，其他資料載於下文「 —我們的生產設施及過程」各段。我們計劃在2010年之前增加3條運動鞋生產線，合計年生產能力提高到1,300萬雙運動鞋。我們將調配額外的

生產能力，用於生產飛克運動鞋和出口貼牌代工業務的運動鞋。我們也計劃在2010年底之前開始成立自身的運動服生產設施，生產飛克品牌運動服。

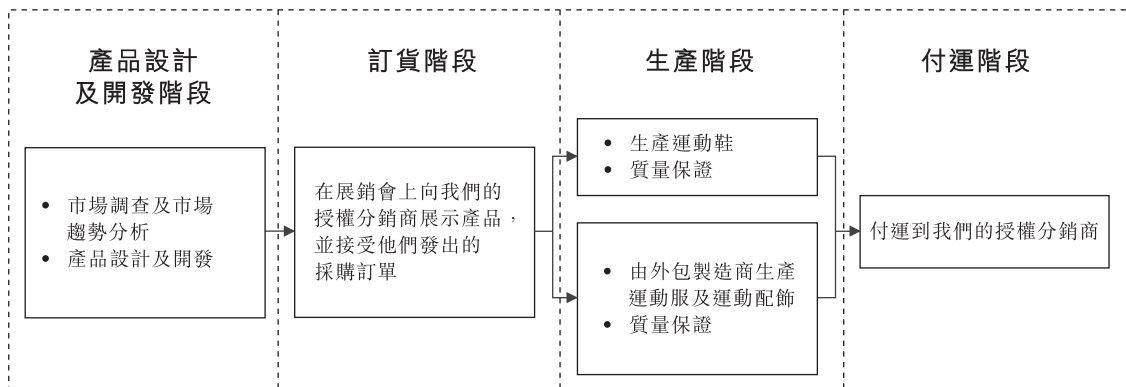
我們的業務模式

我們的業務可分為三個部分，分別是(a)飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾的銷售；(b)出口貼牌代工業務的銷售及(c)鞋底的銷售。

飛克運動鞋和出口貼牌代工業務運動鞋，有著類似的設計、生產及銷售的業務模式，兩者的主要分別在於產品開發階段及設計階段。我們的重點工作是發展飛克品牌，因此，我們會優先執行生產飛克品牌運動鞋的工作，以確保能按時推出運動鞋。於最後實際可行日期，我們所有飛克品牌的運動鞋都由我們自己生產，而並無委託任何外包製造商，而我們把我們出口貼牌代工業務部分運動鞋的生產外包予外包製造商。我們運動鞋使用的所有鞋底由我們自己生產，我們也以半製成品的方式，為其他運動鞋製造商製售鞋底。所有飛克運動服及運動配飾由我們的外包製造商(均為獨立第三方)生產。

飛克產品的業務模式

下圖說明飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾設計、生產及銷售的業務模式：—



產品設計及開發階段

我們通過創作下一季產品的主題，來開始產品設計及開發階段。主題創意是來自最近的市場資訊，尤其是時裝潮流、生活方式和品味的最新趨勢、即將進行的重要體育活動，以及我們設計師的意見。隨後，我們的設計師將利用電腦輔助設計軟件，針對主題

為每季設計不同款式的運動鞋。我們的設計團隊每季平均設計超過200個款式，所有款式將於產品推出之前大約六至七個月準備好。

我們將挑選並批准由設計師按照目前市場趨勢製作的若干設計，以及建議在季內推出的產品主題，並由銷售部門與我們的產品設計及開發團隊作出決定。設計及款式一經批准，我們將開始製作模型。並進行試產以查找生產過程是否出現任何問題或是否應作出任何調整。有關此階段的其他資料載於下文「____—我們的產品設計及開發」各段中。

訂貨階段

我們的銷售及市場推廣團隊將會構思適當的市場推廣戰略，以推廣各款運動鞋、運動服及運動配飾。產品模型製作及試生產程序圓滿結束之後，我們隨後將會安排在展銷會上向授權分銷商展示運動鞋、運動服及運動配飾。

為了向授權分銷商展示運動鞋、運動服及運動配飾，我們邀請所有現有及潛在的授權分銷商、授權零售店營運商及媒體參加我們在每年4月及8月舉行的兩個大型展銷會。我們將接受授權分銷商就最新產品系列發出採購訂單。這些展銷會讓我們與授權分銷商溝通，並取得有關飛克產品反饋的最新資料。

生產階段

在確定授權分銷商的採購訂單後，生產部門將準備和落實整體生產計劃及時間表，並分析對我們生產能力的需求。我們也會檢查是否有產品的採購訂單未能達到我們的生產規定。我們隨後可能會向授權分銷商發出訂單調整通知，調整或取銷若干採購訂單。

在確定授權分銷商發出的採購訂單後，我們開始進行運動鞋的生產。我們的採購部門將會向可為我們提供最佳性價比的供應商採購原材料。生產部門將會制定附有不同組件的指定生產量及鞋底生產的生產時間表。我們將就運動服和運動配飾的生產與我們的外包製造商簽訂合同。有關此階段的其他資料載於下文「____—我們的生產設施及過程」各段。

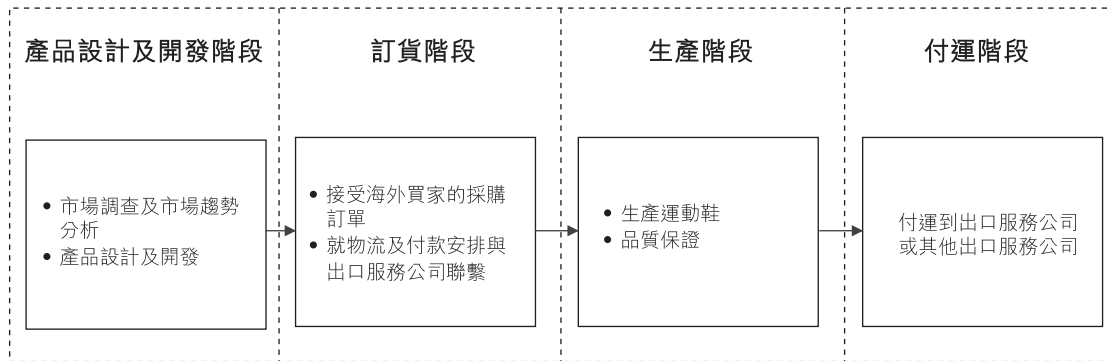
我們根據適用的國內及國際標準為我們製造的運動鞋進行最後測試及質檢。我們也會抽樣檢查外包製造商生產的運動服及運動配飾。

付運階段

我們將會把製成品付運到中國福建省晉江市當地的物流公司經營的貨倉，而我們的授權分銷商將會安排產品付運到彼等的貨倉，付運風險及費用由彼等承擔。

出口貼牌代工業務的業務模式

下圖說明出口貼牌代工業務的業務模式：—



產品設計及開發階段

我們的出口貼牌代工業務設有專門的產品設計及開發團隊。我們的產品設計及開發團隊將設計及開發大約600個款式供客戶挑選。這些設計與飛克產品的設計分開製造，並會向海外買家提交以美元計算的預估單位價格。我們允許客戶對設計所用的色彩及物料作出若干修改。所有運動鞋一經客戶批准，將會加上客戶的品牌。

訂貨階段

我們每年定期參加六個國際及國內貿易展覽會，以取得海外買家的採購訂單。我們的海外買家會直接向我們發出採購訂單，我們隨後會製作預生產樣品以供客戶確認。我們將利用測試對象測試產品樣品的合適程度及舒適性，以確保所有樣品符合客戶的品質要求。我們也會根據客戶的特定要求，包括鞋款、鞋料、所訂產品數量、規定的包裝、付運時間表及模式，向客戶提交以美元計算的預估單位價格。我們的生產部門也會檢查並確認我們的產能是否能完成採購訂單。所有這些一經確認，我們將與客戶簽訂採購協議。如果我們要求海外買家預先付款，我們會與出口服務公司或由我們客戶指定的其他出口服務公司聯繫。有關的其他資料載於下文「____—我們的分銷—我們的出口貼牌代工業務」各段。

生產階段

我們與海外買家簽訂採購協議後，便開始進行運動鞋的生產。有關此階段的其他資料載於下文「____—我們的生產設施及過程」各段。在旺季時期，我們也可能將部分運動鞋的生產外包給外包製造商。與此同時，我們將就海外買家的付款安排及要求的付運安排與出口服務公司或客戶指定的其他出口服務公司聯繫。我們海外買家的代表可能不時參觀我們的生產廠房，確保我們的產品符合他們的要求。有關的其他資料載於下文「____—我們的銷售及產品—我們的出口貼牌代工業務」各段。

付運階段

完成有關運動鞋的生產之後，我們會將運動鞋運送到出口服務公司或客戶指定的其他出口服務公司。有關的其他資料載於下文「____—我們的銷售及產品—我們的出口貼牌代工業務」各段。

飛克品牌

根據我們對中國運動鞋及運動服市場的研究，我們開展飛克品牌的宣傳及市場推廣活動，增加我們產品的品牌知名度。這些活動包括於2004年聘請黎明先生擔任我們的品牌代言人。我們在2004年推出飛克品牌產品首個系列。自推出飛克品牌以來，我們一直專注打造為一個質量可靠及價格合理的時尚休閒鞋及運動服品牌。

飛克品牌的標誌是一隻振翅高飛的鷹，象徵勇氣、力量、前進和自信，正如我們的品牌精神。我們亦運用代表坦率、青春及熱情的橙色作為我們的品牌主題色彩。此外，我們的中文口號是「精彩無處不在」，成為品牌主題的特徵。

飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾主要以中國二、三線城市，年齡介於14歲至25歲的年輕人為目標市場。我們旨在為客戶提供時尚休閒運動鞋及運動服。我們戰略性地把飛克品牌的目標市場鎖定在中國二、三線的城市，運動鞋的零售標價介於人民幣150元至人民幣350元，而運動服的零售標價介於人民幣100元至人民幣400元。我們不時根據我們的生產成本、目標客戶的家庭可支配收入水平、競爭對手可比較產品的價格及我們目標客戶的消費模式及負擔能力，確定及評估產品的零售價範圍。

業 務

我們一直，並將繼續專注我們的品牌建設活動，正如我們的董事所認為，建立品牌知名度對我們的持續增長及前景非常重要。就推廣飛克品牌而言，我們參與不同的宣傳及市場推廣活動，建立強大的品牌知名度及品牌忠誠度。我們通過不同的媒體渠道（例如印刷媒體、電視及互聯網）進行廣告宣傳。

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們用於廣告及市場推廣活動的費用分別為人民幣260萬元、人民幣180萬元、人民幣990萬元及人民幣770萬元。2007年，我們獲得「全國保護消費者權益信譽品牌」及「中國體育用品市場消費者（用戶）最喜愛十佳品牌」的榮譽。

榮譽及證書

在往績記錄期，我們獲得以下榮譽及證書：—

日期	榮譽／證書	頒發機關	主要頒授準則
2000年11月	「質量信得過產品」	中國中輕產品質量保障中心	銷售額須達到下限，生產過程須符合國際或現有國內標準。
2004年12月	「泉州市知名商標」	泉州市知名商標認定委員會	商標須註冊使用至少三年，產品須擁有良好信譽及市場佔有率，以及相關企業須具備足夠的內部商標管理及保障措施。

業 務

日期	榮譽／證書	頒發機關	主要頒授準則
2005年2月	「福建名牌產品」	福建省人民政府	企業須擁有領先的市場佔有率、品牌知名度及銷售額，生產過程須符合國際或國內標準，並須具備完善的質量管理程序。
2005年8月	「福建省著名商標」	福建省著名商標 認定委員會	附有相關商標的產品須具備優良品質、信聲及市場佔有率，而相關企業須具備足夠的內部商標管理及保障制度。
2005年12月	「2005年中國體育品牌 風雲100榜優秀企業」	2005中國體育品牌 風雲榜暨領袖 年會組委會	企業須為具有足夠規模及資產值的中國品牌名稱。

業 務

日期	榮譽／證書	頒發機關	主要頒授準則
2005年12月	「產品質量國家免檢」 (為期三年)	國家質量監督檢驗 檢疫總局	企業須達到最低規模要求， 並具備全面的產品質量 保證制度，以及至少 連續三年通過全國或 省級品質檢查機關的 檢查，而企業及產品 均符合適用法規。
2006年7月	「中國製鞋工業百強企業」	中國市場檢測中心	企業須具備至少三年的經 營業績，以及年度銷售 額須達到人民幣1億元的 下限。

業 務

日期	榮譽／證書	頒發機關	主要頒授準則
2006年7月	「2003-2005年度創名牌 先進企業」	泉州市人民政府	企業須具備足夠的規模 及市場佔有率，以及 獲得ISO9001質量管理 認證，並且在任何情況 下不得在最近三年發生 產品安全或未能通過 品質檢查的事件。
2007年7月	「全國保護消費者權益 信譽品牌」	中國國際保護消費者 權益促進會 中國國際名牌協會 中國商品質量名優 品牌推廣中心	在中國30多個省及／或 市進行並經有關中國 政府機關、行業組織 及質量組織確認由公眾 人士選出。
2007年7月	「中國體育用品市場 消費者(用戶)最喜愛 十佳品牌」	中國國際保護消費者 權益促進會 中國國際名牌協會 中國商品質量名優 品牌推廣中心	在中國30多個省及／或 市進行並經有關中國 政府機關、行業組織 及質量組織確認由公眾 人士選出。

業 務

日期	榮譽／證書	頒發機關	主要頒授準則
2007年12月	「福建名牌產品」	福建省人民政府	企業須具備足夠的規模，並設有有效的質量管理體系，且無發生重大質量事件，及產品遵照國際或國內標準製造。
2008年9月	「福建國際知名品牌」	福建省對外經濟合作廳	每兩年從福建省10,000多家企業當中選出115家企業。

我們的銷售及產品

我們的銷售可分為三個部分，即(a)飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾的銷售；(b)出口貼牌代工業務的銷售及(c)鞋底的銷售。我們各項業務在往績記錄期的銷售分析如下：—

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2006年		2007年		2008年		2008年		2009年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
飛克品牌運動鞋、 運動服及運動 配飾的銷售	3,725	3.1	32,382	19.3	213,206	51.5	166,341	58.2	334,774	59.9
我們出口貼牌代工 業務的銷售	101,436	83.7	118,499	70.6	175,210	42.4	102,529	35.9	203,568	36.4
鞋底的銷售	16,029	13.2	16,994	10.1	25,178	6.1	16,961	5.9	20,502	3.7
合計	<u>121,190</u>	<u>100.0</u>	<u>167,875</u>	<u>100.0</u>	<u>413,594</u>	<u>100.0</u>	<u>285,831</u>	<u>100.0</u>	<u>558,844</u>	<u>100.0</u>

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們五大客戶分別佔總銷售額約77.0%、69.4%、48.4%及58.5%，而我們最大客戶分別佔總銷售額約55.4%、61.9%、35.3%及34.7%。

業 務

在往績記錄期，我們的董事、主要行政人員或據我們董事所知的任何人，擁有的股權不超過我們已發行股份或我們任何附屬公司股本的5%，或他們各自的聯繫人，在我們的任何五大客戶中都不擁有任何權益。

我們飛克產品的銷售

自2004年4月推出飛克品牌以來，我們將品牌定位為以相宜價格提供優質時尚休閒鞋的品牌。下表顯示截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月的飛克品牌運動鞋、運動服及運動配飾的銷售量及平均價格增長：—

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2006年	2007年	2008年	2008年	2009年
以飛克品牌生產及出售的					
運動鞋數目(千對)	54.4	263.8	1,747.6	1,328.4	2,820.8
飛克品牌運動鞋的平均出廠價	68.5	83.7	87.2	88.1	62.8
飛克品牌運動鞋的					
平均零售標價(人民幣) . . .	98	144	208	210	210
以飛克品牌生產及出售的					
運動服及運動配飾					
數目(千件)	—	138.9	1,256.1	1,075.8	3,399.5
飛克品牌運動服及運動配飾					
的平均出廠價	—	74.1	48.5	45.8	46.4
飛克品牌運動服及運動配飾					
的平均零售標價(人民幣) . .	—	122	116	109	143

於2008年，飛克品牌運動服及運動配飾的平均出廠價較2007年下跌大約34.5%。這是因為我們於2007年開展運動服及運動配飾業務時，只推出少量以較高價格出售的高檔產品以供選擇。2008年，我們成功降低成本，並開始推出多款售價較低的產品以爭取市場佔有率，從而令平均出廠價大幅減少。

自2009年起，我們向授權分銷商獨家發售飛克產品，並於截至2009年12月31日止年度上半年把出廠價調低約12.0%，以支持此安排及向我們的授權分銷商提供額外鼓勵。此外，由於新的分銷模式，我們停止向零售專賣店及寄賣專櫃直接出售我們的產品，此舉無可避免調低我們的平均出廠價。

我們的飛克品牌產品

飛克品牌定位為提供優質及價格相宜的時尚休閒鞋及運動服。於最後實際可行日期，我們已經推出了七個不同類別的飛克運動鞋，以及八個不同類別的飛克運動服及運動配飾。我們亦已推出四款飛克品牌運動鞋的主題系列：—

運動鞋

籃球鞋系列



休閒鞋系列



戶外鞋系列



網球鞋系列



滑板鞋系列



帆布鞋系列



跑鞋系列



運動服及運動配飾

T恤



運動套裝



風衣



外套



衛衣



褲子



網球裙



運動包、襪子及
其他配飾



飛克品牌主題系列

除了上述的季節性產品之外，我們亦已推出飛克品牌運動鞋及運動服的主題系列。我們的董事認為，利用各種不同宣傳活動及故事的不同主題，連同飛克品牌，將提高品牌認知度及品牌知名度。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已推出以下的運動鞋及運動服主題系列：—

推出日期	主題及簡介	宣傳物料
2005年4月	賽車系列 — 此系列以速度為特色，著重經典的運動鞋賽車款式。	
2008年1月	圖騰系列 — 此系列以八款傳統中國動物作圖騰，為我們的產品注入中國傳統文化元素。	
2009年1月	戰機系列 — 此系列由我們的設計師研創，靈感來自戰機與鷹個性的相似之處	
2009年8月	鷹雄系列 — 我們在此系列利用鷹體現我們的品牌文化，產品設計反映鷹的個性	

在截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，上述運動鞋及運動服主題系列佔飛克產品的總銷售約10.1%、13.2%、20.4%及39.8%。

業 務

我們的出口貼牌代工業務

自1998年成立以來，我們一直為我們的出口貼牌代工業務設計、生產及銷售運動鞋，累積超過11年經驗。我們的海外買家主要是海外運動品牌和連鎖零售商。我們的海外買家大部分來自亞洲、拉丁美洲及歐洲。我們一直與貼牌代工鞋銷售客戶保持穩定的長期關係，其中有很多五年以上的客戶。

下表載列我們出口貼牌代工業務銷售於往績記錄期的地區分析：—

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月	
	2006年		2007年		2008年		2009年	
	估我們 出口貼 牌代工 業務營 業額的 人民幣 (千元)	百分比	估我們 出口貼 牌代工 業務營 業額的 人民幣 (千元)	百分比	估我們 出口貼 牌代工 業務營 業額的 人民幣 (千元)	百分比	估我們 出口貼 牌代工 業務營 業額的 人民幣 (千元)	百分比
亞洲的銷售 ¹	60,635	59.8	48,728	41.1	73,194	41.8	47,511	23.3
拉丁美洲的銷售 ²	19,090	18.8	38,880	32.8	46,971	26.8	70,080	34.4
歐洲的銷售 ³	19,513	19.2	27,803	23.5	53,867	30.7	81,148	39.9
其他地區的銷售	2,198	2.2	3,088	2.6	1,178	0.7	4,829	2.4
總計	<u>101,436</u>	<u>100.0</u>	<u>118,499</u>	<u>100.0</u>	<u>175,210</u>	<u>100.0</u>	<u>203,568</u>	<u>100.0</u>

附註：—

1. 我們大部分銷售來自向香港客戶的銷售，香港客戶可將運動鞋再出口到其他國家或地區，例如韓國、印度、新加坡及泰國。
2. 國家包括阿根廷、巴拿馬、巴西、厄瓜多爾、秘魯、墨西哥及哥倫比亞。
3. 國家包括東歐及西歐的國家，例如德國、希臘、英國、克羅地亞及烏克蘭。

我們參照全球時尚趨勢，為海外買家生產不同系列的時尚和時髦休閒運動鞋。2008年，我們的設計師設計及開發了超過600款運動鞋，其中400多款設計獲客戶揀選並發出訂單進行生產。我們出口貼牌代工業務的產品包括籃球鞋、跑鞋、網球鞋、休閒鞋、帆布鞋及滑板鞋。

於往績記錄期，我們向我們出口貼牌代工業務的海外買家出售了合共約1,370萬雙運動鞋。

業 務

下表列出我們出口貼牌代工業務運動鞋於往績記錄期的銷售額增長：—

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2006年	2007年	2008年	2008年	2009年
出口貼牌代工業務出售的 運動鞋數目(千雙)	2,528.8	2,810.2	3,972.8	2,690.5	4,365.6

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們出口貼牌代工業務的毛利率分別約為33.3%、32.3%、27.4%及22.2%，而我們出口貼牌代工業務每雙運動鞋的平均出廠價分別約為人民幣40.1元、人民幣42.2元、人民幣44.1元及人民幣46.6元。我們運動鞋的平均出廠價輕微增加，主要由於海外買家需要品質及設計更佳的運動鞋。我們製造這些品質與設計較佳的鞋類需要更高的成本，因此，我們以較高出廠價出售這些鞋類，以彌補我們較高的成本。另一方面，我們的毛利率相等於我們運動鞋成本與出廠價的差額度。儘管我們運動鞋的出廠價增加，我們並無增加出廠價與我們成本之間的差額度，而我們毛利率保持相同的程度，因此我們的毛利率減少。這主要是因為鑒於海外需求疲弱，我們調低我們的毛利率以提高銷售。截至2009年9月30日止九個月的銷售量增加主要由於我們調整定價以吸引海外買家。

我們的鞋底

於截至2009年9月30日止九個月，我們的鞋底年度生產力約1,300萬雙，其他資料載於下文「 —我們的生產設施及過程」各段。除了製造飛克運動鞋及我們出口貼牌代工業務使用的鞋底外，我們也出售鞋底給其他鞋生產商。我們的鞋底以EVA、PU及橡膠製成。

我們售予客戶的鞋底乃根據客戶的規格或我們設定的規格生產。

飛克產品的市場推廣及宣傳

我們董事認為，宣傳飛克品牌對我們非常重要。我們的銷售和市場推廣部門負責打造強大的品牌形象、提升品牌知名度、評估市場信息及趨勢、管理統一的品牌銷售及市場推廣戰略、構思並組織宣傳及市場推廣活動、協調市場調查，以及管理贊助及代言人

安排。推廣飛克產品的主要渠道包括在不同媒體刊登廣告、贊助體育活動、聘請運動員出任代言人及其他由我們自行組織的宣傳活動。

媒體廣告

我們主要使用地區電視網絡、互聯網、私營媒體（如報紙及雜誌）及戶外廣告板進行媒體廣告。我們在部分主要報章及雜誌（包括揚子晚報、NBA特刊及體育週報）刊登廣告。我們也透過全國及地方電視台（如央視一、三及五套、湖南衛視及旅遊衛視）的電視廣告進行宣傳。

聘請代言人

為了宣傳飛克品牌，我們聘請名人及職業運動員擔任代言人。根據這些安排，代言人出席指定公開體育活動時必須穿著飛克產品。2004年，我們聘請了香港著名藝人黎明先生擔任飛克產品代言人，任期至2005年12月止。與黎先生的代言人合約獲得續期，年期為2007年3月至2010年2月。為配合推出「賽車」運動鞋及運動服系列，我們聘請職業賽車手陳震先生於2006年8月至2008年8月期間擔任系列代言人。陳先生自2008年8月起已不再擔任我們的代言人。

贊助體育活動

我們亦贊助中國的體育活動，以提高品牌知名度。由於我們鎖定年輕人市場為目標，加上我們認為大學生是我們非常重要的目標客戶群，我們在中國多間選定的大學（例如浙江大學及廈門大學）舉辦宣傳活動。此外，我們亦贊助大學生，向他們提供獎學金或禮券，以推廣飛克品牌。

地方宣傳活動

我們鼓勵並協調授權分銷商在其獨家分銷的地區舉辦地方宣傳活動。在舉行任何宣傳活動之前，有關授權分銷商必須提交一份詳盡建議供我們考慮。我們將審閱並就建議提出意見，除非獲得我們批准，否則授權分銷商不得舉辦任何宣傳活動。我們可能會酌情提供不超過預算總金額一半的財政補貼以支持核准的宣傳活動。

地方宣傳活動包括在新授權零售店開張時，在廣告牌和地方電視台投放廣告，以及舉辦特別宣傳活動。

我們的產品分銷

緒言

自2009年初起，我們已以不退貨形式向授權分銷商出售大部分飛克產品（惟不符合銷售訂單所指的產品規格、款式或質量規定的該等產品除外），而我們在授權分銷商接受產品付運之後確認我們的銷售。我們亦在中國福建省水頭的形象店出售極少部分的飛克產品。截至2008年12月31日止年度及截至2009年9月30日止九個月，透過形象店的銷售佔我們飛克產品於有關期間的總銷售少於1.0%。

我們透過跟我們合作多年的出口服務公司經營出口貼牌代工業務。我們把大部分運動鞋運到廈門港口，再付運給海外買家。我們亦會根據客戶的要求，將出口貼牌代工業務的運動鞋運往中國其他港口。因應我們客戶的要求，我們也透過由我們客戶指定的其他出口服務公司進行出口貼牌代工業務。

我們的鞋底銷售集中於中國的鞋製造商，而大部分交易均以掛賬方式結賬。

下文載列我們各項業務的分銷安排詳情。

透過我們授權分銷商分銷飛克產品

緒言

目前，我們根據獨家分銷協議向授權分銷商出售飛克產品。我們的授權分銷商經營授權零售店或指派經我們批准的獨立第三方在指定地區經營授權零售店。

於最後實際可行日期，我們指派了19名授權分銷商。由我們的授權分銷商或獨立第三方直接經營的授權零售店數目為1,169家。

業 務

截至2008年12月31日止三個年度飛克產品的分銷

截至2008年12月31日止三個年度，我們直接向專賣店、寄賣專櫃及由獨立第三方經營的分銷商出售飛克產品。分銷商可經營專賣店及寄賣專櫃以銷售我們的產品，並可把我們的產品分銷給由其他人士經營的專賣店及寄賣專櫃。於2006年、2007年及2008年12月31日，我們分別有4名、11名及11名分銷商，而我們由2006年至2008年並無任何分銷商與我們終止其業務關係。下表載列於2006年、2007年及2008年12月31日出售飛克產品的專賣店及寄賣專櫃數目，該等專賣店及寄賣專櫃(i)曾為我們的直接客戶及(ii)由分銷商經營：—

	於12月31日		
	2006年	2007年	2008年
曾為我們直接客戶的專賣店及寄賣專櫃	80	138	438
由分銷商經營的專賣店及寄賣專櫃	5	50	387
合計	85	188	825

這些專賣店及寄賣專櫃的部分營運商及分銷商根據我們目前的分銷安排繼續經營授權零售店或成為我們的授權分銷商。

2008年4月，我們在中國福建省水頭成立一家形象店，總樓面面積約130平方米。

下表載列(a)專賣店及寄賣專櫃(曾為我們的直接客戶)及(b)分銷商及(c)形象店於截至2008年12月31日止三個年度佔的銷售：—

	截至12月31日止年度		
	2006年	2007年	2008年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
專賣店及寄賣專櫃	3,689	26,398	126,811
分銷商	36	5,984	85,707
形象店	—	—	688
合計	3,725	32,382	213,206

自2009年初起飛克產品的分銷

為了改善我們管理資源的分配，以及預計到業務將持續增長，我們由2009年初起精簡我們的分銷安排。就此而言，我們停止向專賣店、寄賣專櫃及分銷商直接出售飛克產品。我們指派我們的授權分銷商，並與每名授權分銷商訂立獨家分銷協議。於2008年12月31日的11名分銷商中，其中八名繼續為我們的授權分銷商，而其中三名於2009年9月30日不再為我們的授權分銷商。我們與彼等結束我們的業務關係，原因是他們並無足夠的人員及資源配合我們的品牌建立及業務擴充計劃。由於我們以不退貨形式向該等分銷商出售我們的產品（不符合銷售訂單所指的產品規格、款式或質量規定的該等產品除外），我們並無作出任何安排，以供該等分銷商在我們與他們終止我們的業務關係時向我們退回已售予他們但尚未售予最終客戶的產品。

開始實施以上的分銷安排時，我們安排將專賣店、寄賣專櫃及分銷商的存貨出讓給我們在相同地區的授權分銷商，以維持飛克產品分銷的持續性。我們推行精簡分銷安排並無對我們的業務構成任何干擾，或產生任何費用／損失。

根據獨家分銷協議，我們授權分銷商可在指定地區成立授權零售店或指派獨立第三方經營授權零售店。獨家分銷協議將每年重續或為期15個月。以下載列獨家分銷協議的主要條款及條件概要：—

- 各授權分銷商獲授權在指定地區或透過訂立協議（條款與獨家分銷協議所載條款相同）透過其他營運商以獨家形式出售飛克產品。
- 飛克產品（不符合銷售訂單所指的產品規格、款式或質量規定的該等產品除外）以不退貨形式按照出廠價出售，一般佔建議零售標價的35%至40%。授權分銷商未經我們批准不可更改飛克產品的零售價。
- 飛克產品只可在不符合銷售訂單所指明的產品規格、款式或質量規定的情況下在付運日後七日內退回給我們。
- 各授權分銷商將獲邀請出席我們的展銷會，並可邀請授權零售店營運商參加。我們只接受授權分銷商發出的採購訂單。

業 務

- 我們將飛克產品運送到晉江市內的付運中心，以供授權分銷商收貨。產品付運後，所有權及風險將會轉移給授權分銷商。
- 各授權分銷商必須確保所有授權零售店遵守我們的產品定價政策以及有關店鋪裝潢及店鋪助理制服及培訓的其他規定。
- 各授權分銷商必須取得我們的批准，方可推出任何地方宣傳活動。
- 授權分銷商各自設有須達到的持定年度採購額下限。
- 各授權分銷商必須向我們提交季度銷售分析報告(包括按產品款式、已售數量、價格範圍及我們規定的其他資料分類的銷售資料)，以及授權零售店提供的詳盡報告(載有相同的資料)。
- 我們有權不時實地考察授權零售店，我們通常每季考察一次。
- 各授權分銷商承諾在有關地區的授權零售店以獨家形式出售飛克產品。

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們並無任何退回銷售。

我們每六個月評估授權分銷商在銷售表現、遵守我們規則及規例及信貸期以及其在宣傳飛克產品方面的表現。我們亦將在有關授權分銷商的監察下，考慮授權零售店的表現。在部分情況下，我們或會與指定的授權分銷商討論他們在將予設立的授權零售店數目方面的業務計劃。我們的董事認為，此評估過程對我們維持授權分銷商具有自主權的有效分銷網絡至為重要。我們會根據我們的評估結果考慮是否重續獨家分銷協議。

我們的董事認為，以上變動讓我們集中資源管理我們的授權分銷商，並向授權分銷商提供直接獎勵以提高飛克產品的銷售，減少彼等之間的競爭。因此，所有授權零售店均由我們的授權分銷商直接或間接透過他們指定的營運商經營或管理。我們與授權零售店的營運商並無直接合約關係，但我們可透過獨家分銷協議的條款及條件及當中所載的限制規定行使控制權。

我們的董事亦認為，我們的分銷安排讓我們透過授權分銷商的銷售網絡達到銷售增長。我們的授權分銷商在零售業方面擁有豐富的經驗，我們可借助他們在當地的地區經驗，而毋須為開拓中國地方市場產生大量資源。我們與授權分銷商緊密合作，確保他們的表現達到我們的預期，並確保各地區不會屯積飛克產品的滯銷或陳舊存貨。

我們計劃限制中國各地區的授權分銷商數目，向授權分銷商提供更多鼓勵，以集中及提高飛克產品在指定地區的銷售，作為我們未來業務計劃的一部分。

揀選我們的授權分銷商

我們會參考多項因素審慎揀選我們的授權分銷商，例如他們在運動鞋、運動服及運動配飾行業的經驗、他們的業務網絡及銷售渠道、他們的資金分配及他們的信貸記錄。

我們的董事認為，我們與授權分銷商建立穩固的業務關係，並與彼等大部分或彼等的前身建立約三年的業務關係。於最後實際可行日期，我們有19名授權分銷商，於截至2008年12月31日止三個年度，他們全部為獨立第三方，其中18名已與我們合作三至六年，為專賣店、寄賣專櫃的前東主或營運商或分銷商。

於最後實際可行日期，我們聘用的19名授權分銷商當中，超過一半在銷售及分銷鞋及服裝行業方面擁有超過10年經驗。部分分銷商亦擁有分銷其他品牌運動鞋及運動配飾的經驗。我們的授權分銷商為個人或獨立第三方在中國經營的國內企業。除了兩名授權分銷商曾為我們的前僱員，其他所有授權分銷商均為我們透過業務推薦或過往業務合作聘用。於2009年9月30日，我們最大的授權分銷商管理202家授權零售店，在河北省、北京及內蒙古擁有一支32名員工的團隊。最近獲指派的一名授權分銷商只在中國新疆省擁有一家授權零售店。根據有關的合約安排，我們授權分銷商或授權零售店營運商概不可分銷其他品牌的運動鞋及運動配飾。

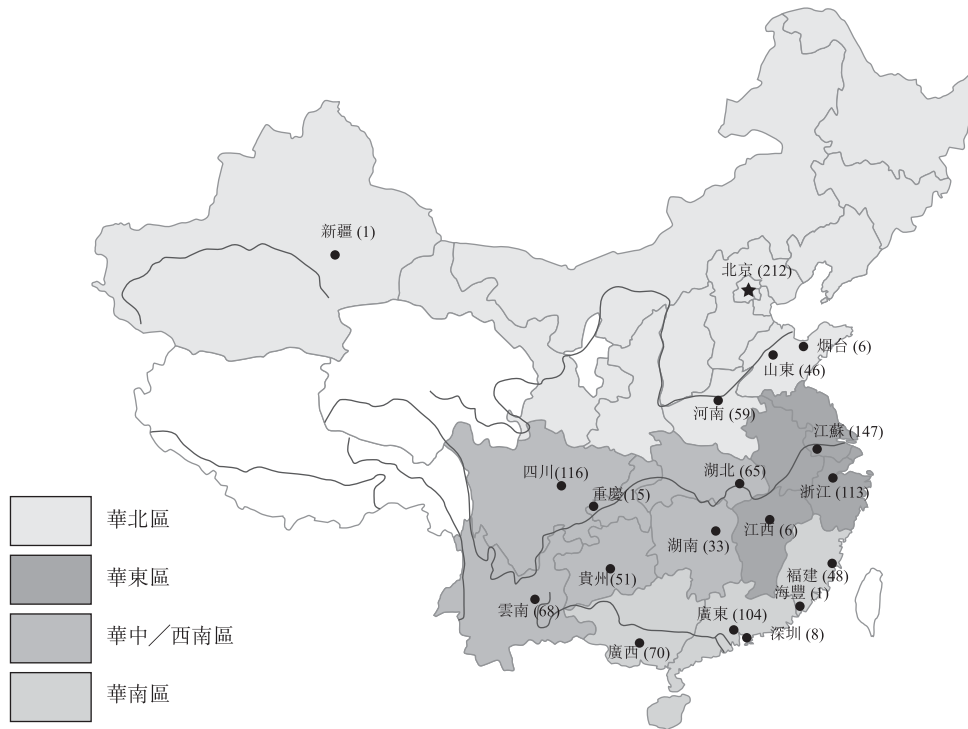
授權零售店的成立

飛克產品的授權零售店是由我們的授權分銷商或我們核准的獨立第三方經營。於最後實際可行日期，我們在中國208個城市成立了1,169家授權零售店，其中50家授權零售店由我們的授權分銷商經營，1,119家授權零售店由獨立第三方經營。於最後實際可行日期，我們繼續在水頭經營一家形象店。

業 務

為方便我們管理，我們將中國市場劃分為四個銷售地區，分別為華北區、華東區、華中／西南區及華南區。

以下地圖顯示，於最後實際可行日期，1,169家授權零售店（已與我們授權分銷商訂約）在該四個銷售地區的數目及地理位置：—



以上所載的地點各由一名授權分銷商管理。

業 務

下表載列於2006年、2007年及2008年12月31日及2009年9月30日，我們在各銷售地區的授權零售店（根據現有分銷安排）及專賣店及寄賣專櫃（根據過往分銷安排，包括由分銷商經營的專賣店及寄賣專櫃，以及曾為我們直接客戶的專賣店及寄賣專櫃）數目：—

	於12月31日			於9月30日
	2006年	2007年	2008年	2009年
	專賣店及 寄賣專櫃 數目	專賣店及 寄賣專櫃 數目	專賣店及 寄賣專櫃 數目	授權 零售店 數目
華北區	60	85	257	312
華東區	12	45	186	256
華中／西南區	7	38	240	336
華南區	6	20	142	221
合計	85	188	825	1,125

於2009年9月30日，49家授權零售店由我們授權分銷商經營，1,076家授權零售店由其他獨立第三方經營。這些獨立第三方大部分為根據我們過往分銷安排的專賣店及寄賣專櫃東主／營運商，他們在截至2008年12月31日止三個年度分別經營5家、46家及375家專賣店及寄賣專櫃。

下表載列自往績記錄期開始，授權零售店（或專賣店及寄賣專櫃）在四個銷售地區各自的數目變動：—

	截至12月31日止年度									截至9月30日止九個月		
	2006年			2007年			2008年			2009年		
	增加	終止	年末 總數	增加	終止	年末 總數	增加	終止	年末 總數	增加	終止	期末 總數
華北區	2	—	60	40	15	85	210	38	257	237	182	312
華東區	—	—	12	39	6	45	149	8	186	256	186	256
華中／西南區	3	—	7	35	4	38	208	6	240	101	5	336
華南區	—	—	6	18	4	20	128	6	142	169	90	221
合計	5	—	85	132	29	188	695	58	825	763	463	1,125

在截至2009年9月30日止九個月終止業務的463家專賣店及寄賣專櫃當中，421家（計入於截至2009年9月30日止九個月新成立的763家授權零售店）已轉為授權零售店，21家因為

業 務

我們終止與有關分銷商的業務關係而結束，其餘21家主要因為它們未能推廣我們的品牌或根據我們的規定進行銷售而結束。

下表載列飛克產品的總銷售及各授權零售店(或專賣店及寄賣專櫃)按銷售地區劃分的平均銷售：—

	截至12月31日止年度						截至9月30日 止九個月	
	2006年		2007年		2008年		2009年	
	總銷售 人民幣 千元	平均銷售 ⁽¹⁾ 人民幣 千元	總銷售 人民幣 千元	平均銷售 ⁽¹⁾ 人民幣 千元	總銷售 人民幣 千元	平均銷售 ⁽¹⁾ 人民幣 千元	總銷售 人民幣 千元	平均銷售 ⁽¹⁾ 人民幣 千元
華北區	2,783	46	10,075	139	60,599	354	98,262	345
華東區	255	21	6,351	223	42,389	367	50,947	231
華南	—	—	7,384	568	46,470	582	84,961	468
華中區/西南區 . . .	687	98	8,572	381	63,060	454	100,604	349
合計	3,725	44	32,382	237	212,518	421	334,774	343

附註：—

1. 授權零售店(或截至2008年12月31日止三個年度的專賣店及寄賣專櫃)的平均數目乃按相關數目在相關年初或期初及相關年末或期末的簡單平均數計算。平均銷售額乃按授權零售店(或截至2008年12月31日止三個年度的專賣店及寄賣專櫃)的總銷售及平均數目計算。

授權零售店的管理

根據獨家分銷協議，在成立新授權零售店之前，我們的授權分銷商必須向我們提出申請以待批核。我們考慮成立新授權零售店的申請時，會考慮建議地點、現有授權零售店數目及其他人口統計因素，例如地區的家庭收入水平、人口組合及整體經濟發展。倘若授權零售店由並非我們授權分銷商的第三方經營，我們要求該營運商在鞋類、運動鞋或運動配飾零售方面擁有至少三年經驗。授權分銷商取得我們的批准後，將與新授權零售店營運商訂立有關合約。我們並無與授權零售店訂立任何直接合約關係。我們無須為授權零售店的成立出資，也不必承擔授權零售店的業務運作所產生的開支。

業 務

我們的授權分銷商負責監察我們於指定地區的授權零售店的業務運作。就此而言，我們向各授權分銷商提供一套政策文件，以供經營及管理授權零售店，並向授權零售店的銷售員提供培訓講座。我們的授權分銷商亦須採取以下措施監察有關授權零售店的表現：—

- 要求授權零售店提交每月銷售報告；
- 不時到授權零售店進行現場監察；
- 審閱授權零售店的財務記錄；及
- 向授權零售店提供宣傳活動的指引。

我們亦會派員到場抽樣檢查授權零售店（大約每季一次），如有任何違反規定的情況，彼等將與授權分銷商就糾正及跟進工作保持聯繫。

除了採取上述措施以外，我們亦制定嚴格的準則揀選我們的授權分銷商，他們大部分在銷售及分銷鞋類及服裝方面有豐富的經驗。我們考慮成立新授權零售店的申請時亦會審慎參考一套標準。我們認為該等措施可確保我們授權分銷商有效管理授權零售店。

指定的市場推廣及管理政策

我們在獨家分銷協議中加入有關授權零售店的市場推廣、管理及經營、定價及客戶服務的詳細政策，並向授權分銷商提供培訓。我們的授權分銷商負責運動鞋、運動服及運動配飾的分銷和授權零售店的分銷、經營及管理，包括根據我們的政策及／或準則提供基本的運營指導、員工培訓及售後服務。此外，自2009年初開始，年度採購額下限是由我們與各授權分銷商根據獨家分銷協議制定。年度採購額下限參照以下方式釐定：—

- 我們授權分銷商銷售團隊的能力及可能的表現；
- 我們授權分銷商最近的銷售業績及其存貨水平；
- 我們授權分銷商業務計劃在來年可能帶來的銷售額；及
- 鑒於我們在有關地區的業務計劃，授權分銷商可能取得的市場佔有率。

業 務

截至2009年12月31日止年度及截至2010年12月31日止年度，年度採購額下限分別介乎人民幣650,000元至人民幣6,494,000元及人民幣1,700,000元至人民幣10,000,000元。

倘若授權分銷商未能在任何六個月期間達到年度採購額下限，我們可能會相應地要求授權分銷商賠償及終止有關的獨家分銷協議。截至2009年12月31日止年度，我們開始要求各授權分銷商就銷售我們的飛克產品及經營及管理在中國指定地區的授權零售店訂立獨家分銷協議，而我們並無就此要求任何賠償，原因是我們所有授權分銷商均達到他們各自的年度採購額下限。此外，我們的董事確認，於截至2009年12月31日止年度，並無根據獨家分銷協議違反條款及條件的情況。

假如授權分銷商達到協定的年度採購額下限，我們可能向我們的授權分銷商提供額外財務資助，用於廣告宣傳活動，作為給予我們授權分銷商的一種獎勵。為了監察授權分銷商的表現，我們市場推廣人員會與授權分銷商緊密合作，我們要求彼等根據獨家分銷協議的條款向我們提交每月銷售分析報告，列明已售產品的款式、數量及價格的資料。

我們不時及一般每六個月透過分析授權分銷商的銷售報告、採購訂單及他們現有的銷售網絡，監察他們的存貨水平。我們開始制訂銷售計劃之前，首先要求我們的授權分銷商向我們提供他們的存貨水平，以使我們的銷售活動可集中於推廣組成我們授權分銷商大部分存貨的產品。我們與我們的授權分銷商過往並無任何處理陳舊存貨的安排，原因是他們未出售而長時間保存的存貨並不多。

我們的授權分銷商亦必須向我們提供有關授權零售店的最新資料，包括有關授權零售店東主的姓名、地址及電話號碼及有關授權零售店的銷售業績、授權分銷商的定期銷售報告（詳列按產品及價格劃分的銷售），以及新產品的市場反饋。假如我們認為任何授權分銷商的表現未符合我們的規定，或嚴重違反獨家分銷協議，我們可終止與相關授權分銷商的商業合作，且我們不會對授權分銷商持有的存貨負責。我們將於每年年底更新翌年的獨家分銷協議之前，全面檢討我們授權分銷商的表現。我們亦將不時透過我們的銷售及市場推廣人員抽樣審查授權分銷商的表現。

業 務

就定價政策而言，我們規定飛克產品（包括運動鞋、運動服及運動配飾）必須以我們參照我們生產成本及我們客戶採納的定價戰略釐定的零售標價或折扣零售標價出售。在釐定相關零售價後，我們會釐定將售予我們授權分銷商的有關產品的售價或出廠價。我們運動鞋、運動服及運動配飾的出廠價一般佔建議零售標價的35%至40%。

自2008年第三季開始，基於中國經濟衰退，我們已調低出廠價，務求鼓勵我們的授權分銷商推廣及銷售飛克產品。由於調低出廠價，我們亦准許授權零售店為客戶提供零售標價的額外折扣。我們董事認為，面對經濟低迷，這項市場推廣戰略能在不影響飛克品牌形象與定位的情況下，有效提高飛克產品的銷售。

飛克產品的分銷管理

我們將中國市場分為四個主要銷售地區，每個地區再分為不同數目的分區。我們分派地區銷售管理團隊監督各個區內授權分銷商及授權零售店的表現。此外，地區銷售管理團隊也負責信貸控制、產品管理及市場推廣及宣傳活動。

在我們位於晉江市的總部，我們管理飛克產品的銷售。就晉江市以外的銷售管理而言，我們將銷售及市場推廣部門分為兩個業務團隊，即市場推廣管理團隊和銷售團隊。我們的市場推廣管理團隊主要負責日常的銷售經營工作，包括監督採購訂單、產品交付及提供售後服務。銷售團隊主要負責揀選我們的授權分銷商、制定銷售政策，以及監督及管理我們的授權分銷商。於2009年9月30日，我們的銷售及市場推廣部門有60名員工負責飛克產品。

我們已經為授權分銷商制定詳細的零售店管理政策，以便他們經營及管理授權零售店。有關政策文件包括銷售管理、市場推廣宣傳、定價、銷售報告及人力資源政策。為了確保授權零售店具有適當的銷售管理技巧和服務質素，人力資源政策規定所有銷售人員要參加我們提供的培訓課程。

展銷會及訂單處理

我們在展銷會推廣新運動鞋、運動服及運動配飾。展銷會每年4月及8月舉行，透過一系列的展覽展示我們的季節性新產品。我們亦在每年不定期地再舉辦展銷會，讓授權分銷商追加採購訂單。

展銷會是我們宣傳新運動鞋、運動服及運動配飾給現有及潛在分銷商的主要市場推廣活動。授權零售店的營運商獲授權分銷商邀請或挑選後可以參加展銷會，他們可在展銷會期間向指定的分銷商確認採購訂單。授權分銷商將於展銷會後向我們確認採購訂單。我們只接受我們的授權分銷商發出的採購訂單。

在接到授權分銷商的採購訂單後，我們將會安排內部的生產會議，最後落實下一季的生產時間表，並在生產前與授權分銷商再確認採購的數量。我們的授權分銷商不得取消已經確認的採購訂單，但我們允許分銷商增加採購的數量。

於中國大專學院的分銷

為了擴充運動鞋及運動服分銷到中國大學校園的網絡，我們於2009年8月30日就飛克品牌的特定產品在指定的中國大專學院的銷售及推廣事宜，與賽爾簽訂了框架協議。賽爾是一家由中國教育部成立的公司，負責建設及營運中國教育和科研計算機網，該網為中國大專學院的師生提供寬帶連結及互聯網資料。賽爾現正與校園零售店合作，在該等校園零售店銷售多種產品，例如電腦及流動通訊產品等。根據該框架協議，賽爾負責制訂及推行飛克產品在指定的中國大學及大專學院的宣傳活動，並以不退貨形式採購飛克產品。賽爾亦向我們提供有關年輕人市場及年輕人喜好的市場資訊。我們以代支方式負責賽爾產生的宣傳費用。我們亦與賽爾合作在互聯網上宣傳及在大專學院內設立銷售專櫃。

我們已與賽爾磋商於2010年底前在大約200家校園零售店及於2011年底前在大約500家校園零售店銷售飛克產品。賽爾於2009年10月開始在指定的校園零售店銷售飛克產品。於最後實際可行日期，有93家校園零售店（9家在廣西、34家在江蘇、20家在杭州、22家在四川及8家在雲南）銷售飛克產品。賽爾負責決定銷售飛克產品的校園零售店。

賽爾發出飛克產品的訂單後，我們會將所訂的產品運送到江蘇省的指定地點。賽爾隨後將於該地點收取運送的產品，以進一步分銷到校園零售店。

賽爾向我們提交季度銷售分析報告，形式與我們授權分銷商提交的相同。此外，賽爾就蒞臨校園零售店的消費者的行為及喜好向我們提交分析報告。我們亦會派員到場抽樣檢查銷售飛克產品的校園零售店。

我們出口貼牌代工業務的分銷

於2009年9月30日，我們向超過80名海外買家銷售運動鞋，他們大部分是鞋批發商或零售商。

於截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們的出口貼牌代工業務分別有51名、62名、91名及87名海外買家。我們於同年或同期向上述各名海外買家的銷售少於我們出口貼牌代工業務的總銷售的20%。於2009年9月30日，我們的出口貼牌代工業務有36名活躍海外買家，我們已與這些買家進行業務超過五年。截至2008年12月31日止三個年度各年及截至2009年9月30日止九個月，該36名活躍海外買家發出的銷售訂單分別約為人民幣2,830萬元、人民幣5,970萬元、人民幣8,940萬元及人民幣1.143億元，佔我們出口貼牌代工業務的銷售約27.9%、50.4%、51.1%及56.1%。我們與出口貼牌代工業務的大部分海外買家保持長期穩定的關係。

聘請出口服務公司

如上文所述，我們將安排出口貼牌代工業務的運動鞋交付給出口服務公司（或客戶指定的其他出口服務公司，它們全部為獨立第三方）運送給我們的海外買家。由於出口服務公司及其他出口服務公司專門處理出口程序，我們的董事認為聘請出口服務公司及其他出口服務公司處理我們運動鞋的出口程序更具成本效益。儘管我們申請出口營業執照並無任何法律障礙，我們並無亦不打算申請該執照，原因是有出口服務公司或其他出口服務公司提供有關服務，我們並不需要該執照。我們聘請出口服務公司或其他出口服務公司，是因為我們的董事認為，我們聘請這些公司協調及執行出口有關的程序及整理檔案更具成本效益，而並非因為我們並無出口營業執照。截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們透過出口服務公司分別進行了約66.2%、87.8%、83.3%及95.1%的出口貼牌代工業務。出口服務公司於1999年在中國成立，其業務範圍包括進出口產品，以及擔任進出口代理。截至2008年12月31日止三個年度各年及截至2009年9月30日止九個月，出口服務公司曾為我們的最大客戶。我們的董事確認，儘管我們聘請出口服務公司擔任我們的獨家代理，負責處理出口貼牌代工業務的所有出口事宜，晉江市及廈門市有多間以相若商業條款及條件提供相同服務的公司，因此我們可輕易物色其他公司取代出口服務公司。出口服務公司負責完成運動鞋出口到指定市場的所有出口／清關

業 務

程序。我們就此於2008年12月21日與出口服務公司訂立協議。我們與出口服務公司的協議為期一年，除非其中一方反對重訂協議，否則協議將自動重訂。我們與出口服務公司的業務合作概要載列如下：—

- 我們與海外買家確認銷售的條款及條件，並告知出口服務公司詳細的付款條款及條件。
- 我們的運動鞋經海外買家批准交付，而我們將運動鞋交付到出口服務公司的倉庫。
- 我們的海外買家按離岸價就其獲交付我們的運動鞋，向出口服務公司發出代表貨運合約價的不超過60日的信用證。
- 繼我們海外買家接受交付運動鞋後，出口服務公司將向相關銀行出示信用證以作付款。根據與我們訂立的有關協議，出口服務公司將於出口服務公司收取付款當日起計兩個中國營業日內扣除有關銀行服務費及介乎11.0%及15.0%的中國出口退稅（有關機關透過有關出口服務公司向我們支付該退稅率，而該退稅率適用於所有出口服務公司）後向我們匯出全數人民幣。我們將向出口服務公司支付出口服務公司與我們不時協定的出口服務公司服務費。美元及人民幣的匯率由我們及出口服務公司經定期參考貨幣之間現行匯率而釐定。
- 倘若出口服務公司挪用來自我們海外買家的付款作其他用途，或出口服務公司未經我們同意披露我們的商業秘密，我們可終止與出口服務公司訂立的協議。

於截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們同意出口服務公司將於出口服務公司收取付款當日起計兩個中國營業日內償付每份信用證的本金。於2006年、2007年及2008年12月31日及2009年9月30日，來自出口服務公司的應收賬款約為人民幣2,770萬元、人民幣3,330萬元、人民幣6,770萬元及人民幣7,290萬元，分別佔出口服務公司在有關期間的總成交額約41.2%、32.1%、46.4%及37.6%。這些未償還款項大部分代表我們海外買家向出口服務公司開出的信用證。截至2007年12月31日止兩個年度，來自出口服務公司的應收賬款過期少於60日。截至2008年12月31日止年度，應收賬款過期超過60日但少於90日，主要由於海外買家因經濟衰退而付款速度慢。截至2009年9月30日止九個月，應收賬款過期少於90日，原因是我們延長給予出口服務公司的信貸期作為提

高銷售的獎勵。我們並沒有要求出口服務公司提供任何擔保，原因是長期業務關係。出口服務公司應付我們的款項包括根據我們海外買家發出的信用證已到期的現金結餘及結餘。出口服務公司最終將向我們負責我們海外買家支付的結餘。

於截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，出口服務公司在兩日內出示相關信用證後，已向我們匯出絕大部分的所得款項。因此，上述出口服務公司不時及於2006年、2007年及2008年12月31日及2009年9月30日應付我們的款項主要包括根據不同信用證已到期的結餘總額。出口服務公司會扣起不超過人民幣200萬元的平均現金結餘，以償付其服務費及其他雜項費用及實付開支。按此基準，我們董事認為我們在與出口服務公司進行業務方面並無面對任何重大風險。我們可經常要求我們的海外買家取消現有的信用證，並向我們或其他指定的出口服務公司重新簽發信用證。倘若出口服務公司未履行其向我們匯款的責任，我們有權向其採取法律行動追討違約付款。此外，我們設有一支員工團隊，專責就我們海外買家發出的每張信用證的付款狀況及向我們匯出其餘現金結餘的事宜，每日與出口服務公司保持聯繫。

出口服務公司可能會應我們的要求對新客戶的信貸能力進行調查，協助我們安排貿易信用保險。我們聘請出口服務公司旨在簡化出口程序以降低我們的內部間接成本，以及委派專門的服務代理執行該等物流及行政工作。

我們董事亦確認，倘若出口服務公司無法向我們提供所需出口／清關服務，我們能夠在並無任何困難情況下物色具相若業務條款的公司取代出口服務公司。

鞋類貿易展覽會及展覽會

我們參與國際鞋類貿易展覽會及國內的展覽會，以會見現有及潛在客戶。自2002年，我們定期參與每年2月及8月在美國拉斯維加斯舉行的WSA展覽會、3月及9月在德國杜賽爾多夫舉行的國際鞋具及配飾活動，以及4月及10月在中國廣州舉行的中國（廣州）國際鞋具展覽會。所有這些貿易展覽會及展覽會均由一名執行董事率領指定銷售及市場推廣人員團隊舉行。在這些貿易展覽會及展覽會上，我們的客戶可直接向我們發出採購訂單，或向我們跟進彼等的採購訂單。

我們的鞋底分銷

我們鞋底的大部分客戶也是福建省的鞋製造商，我們會向他們提供鞋底設計及樣品以提高我們的銷售。我們認為儘管我們正全力增加飛克產品的銷售，鞋底銷售亦為我們提供其他商機，為客戶提供服務。在接受採購訂單前，我們將確保我們擁有足夠的生產能力生產飛克產品或我們出口貼牌代工業務的運動鞋。我們按60日信貸期的基準將鞋底運送給客戶。

我們的產品設計及開發

我們明白新穎設計和嶄新技術對產品持續發展的重要性，因此，我們不斷擴充我們的產品設計和開發團隊。我們的產品設計和開發團隊的員工人數由2006年12月31日的37人，增加至2007年12月31日的51人及2008年12月31日的144人。於2009年9月30日，我們的飛克產品、貼牌代工運動鞋和鞋底各有獨立的設計及開發團隊，合共142名員工。2008年，我們的產品設計及開發團隊設計及開發了超過1,400款運動鞋、超過500款鞋底，以及超過500款運動服及運動配飾，其中我們超過600款運動鞋、300款鞋底和超過150款運動服及運動配飾已進行商業生產。

我們在廣州、北京、上海、江蘇、浙江及廣西的僱員負責收集有關時尚潮流、客戶喜好及其他相關行業數據的最新資料，為我們的產品設計和開發團隊提供信息。我們的授權分銷商亦必須定期向我們提供有關我們產品銷售的反饋。我們的產品設計及開發團隊成員也參與國際展覽會及貿易展覽會，以取得最新的市場資訊。

為了製造設計舒適時尚，兼具不同功能的運動鞋，我們的產品設計及開發團隊投入大量資源，付出極大努力，開發具備不同功能及生產技術的運動鞋設計及款式。我們的產品設計和開發團隊已開發以下已應用於飛克產品的鞋類技術：—

- 在跑步及步行時，令運動鞋前部更具靈活性的外底；
- 鞋墊及鞋底夾層內的支援系統，可在跑步及步行時吸震，令穿鞋者倍感舒適；及
- 改善彈跳及吸震的運動鞋，鞋底由PVC及橡膠混合製成。

業 務

我們也正就運動鞋及鞋底的其他技術或設計申請專利註冊。有關我們專利申請的其他資料載於本招股章程「有關本集團業務的其他資料 — 知識產權」一節。

我們董事認為，我們與出口貼牌代工業務的海外買家建立長期的業務關係，主要原因在於我們擁有設計及開發休閒運動鞋和專業運動鞋的行業知識，以及我們的產品質量符合客戶的要求。我們透過向客戶提供優質而設計多元化的運動鞋與我們的競爭對手競爭。

為了進一步改進我們運動鞋、運動服及運動配飾的產品設計，我們不時聘請專業的設計公司。例如，我們在2009年7月與一名獨立第三方廣州市鼎服盛飾時裝有限公司就設計及開發飛克品牌運動服及運動配飾全新系列訂立協議。委聘範圍包括設計產品主題及結合不同顏色及原材料的產品系列。

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們的產品設計及開發費用分別產生人民幣110萬元、人民幣120萬元、人民幣1,000萬元及人民幣760萬元。

我們的生產設施及過程

緒言

我們的生產設施位於中國福建省晉江市。下表載列有關我們生產設施的詳情：—

	我們的生產設施	
	運動鞋	鞋底
投產日期	1999年4月	1999年4月
於最後實際可行日期的生產線數目	10	21
年產量(雙)¹		
截至2006年12月31日止年度	500萬	800萬
截至2007年12月31日止年度	510萬	800萬
截至2008年12月31日止年度	700萬	1,000萬
截至2009年9月30日止九個月	1,000萬	1,300萬
實際產量(雙)		
截至2006年12月31日止年度	260萬	410萬
截至2007年12月31日止年度	260萬	450萬
截至2008年12月31日止年度	590萬	780萬
截至2009年9月30日止九個月	600萬	690萬
使用率		
截至2006年12月31日止年度	51.6%	51.8%
截至2007年12月31日止年度	51.8%	56.6%
截至2008年12月31日止年度	84.9%	77.6%
截至2009年9月30日止九個月	80.5%	70.6%

附註：—

1. 運動鞋的年生產能力乃根據一條生產線可於一小時內生產300雙運動鞋，而每條生產線於一年內共運作300日每日12小時的假設而釐定。生產鞋底方面，年生產能力乃根據一條生產線可於一小時內生產300雙鞋底，而每條生產線於一年內共運作300日每日24小時的假設而釐定。

我們的生產線

鞋生產線

我們的生產設施位於戰略要地中國福建省晉江市，面積約35,815平方米。晉江市是中國運動鞋製造業務的中心，因此，我們的董事認為，我們可利用當地的最新生產技術、穩定的熟練勞工供應及晉江其他配套設施的優勢生產我們的運動鞋、運動服及運動配飾。

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們利用我們的生產設施生產所有飛克品牌運動鞋，而並無外包給外包製造商。我們同期的出口貼牌代工業務運動鞋大部分由我們生產，但在旺季時期我們可能將部分運動鞋的生產外包給外包製造商。我們的董事確認，在截至2008年12月31日止年度及截至2009年9月30日止九個月，我們將運動鞋總數約6.8%及14.2%外包給我們的外包製造商，原因是生產期緊迫，我們當時差不多悉數動用我們的產能。所有這些外包製造商均為獨立第三方。我們在2008年接獲來自我們活躍海外買家的若干訂單，而我們平時並無生產有關訂單的產品（如童裝鞋），因此我們將生產外包予我們的外包製造商。

鞋底生產設備

我們設有獨立設備生產不同物料的鞋底，包括EVA鞋底、PU鞋底和橡膠鞋底。

就我們的生產安排而言，我們將優先處理飛克品牌運動鞋及出口貼牌代工業務運動鞋的鞋底生產工作。我們將透過生產及向其他運動鞋製造商銷售鞋底作半製成品，充分利用鞋底生產設施的產能。

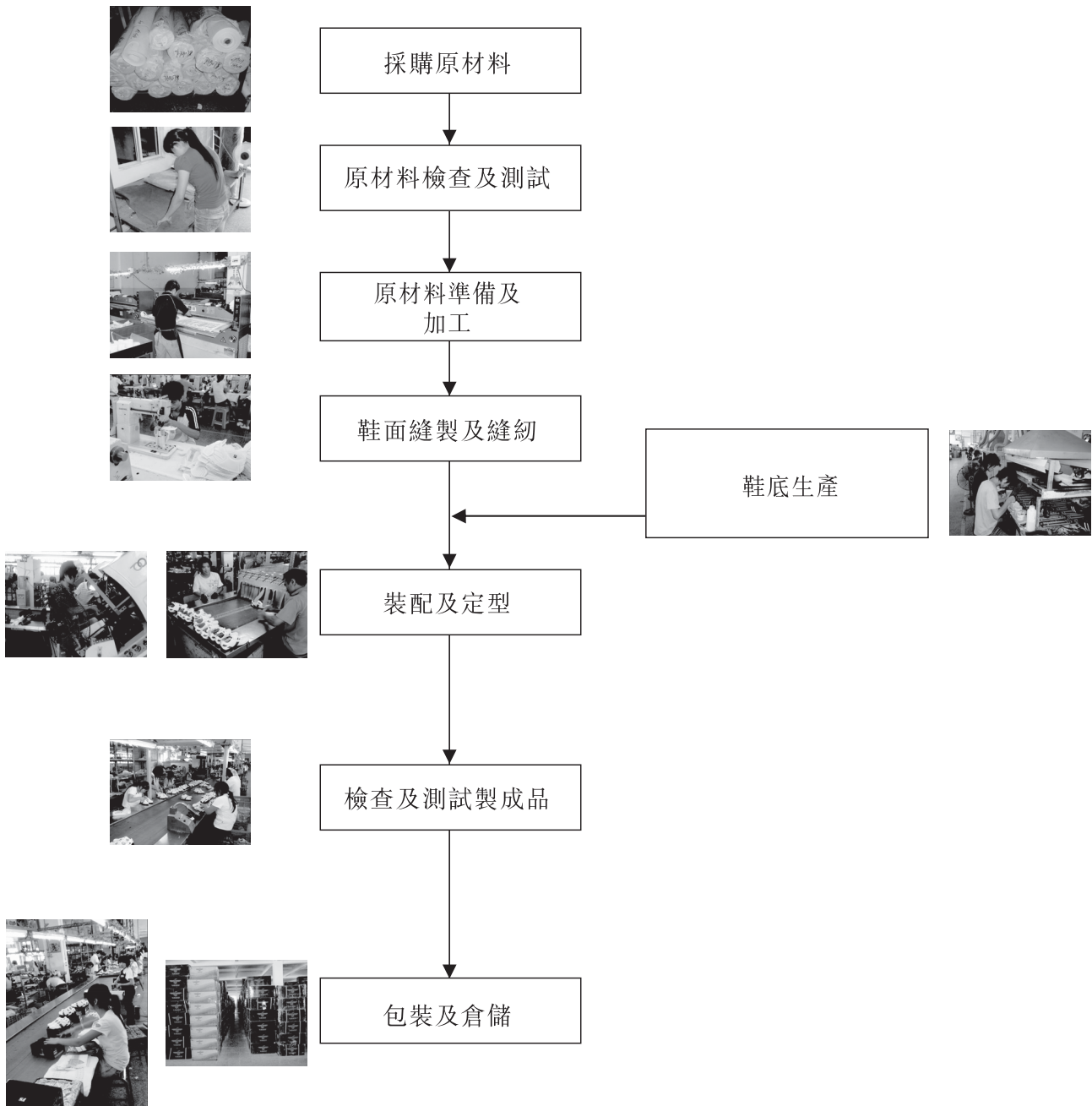
運動服及運動配飾的生產

所有的飛克品牌運動服及運動配飾均是由我們的外包製造商（即獨立第三方）生產。於最後實際可行日期，我們委託六個位於中國廣東省及福建省等多個地點的外包製造商生產所有運動服及運動配飾。我們向授權分銷商確定採購訂單後聘請製造商。截至2008年12月31日止兩個年度及截至2009年9月30日止，我們分別向外包製造商產生約人民幣610萬元、人民幣4,100萬元及人民幣1.277億元。我們會為每張採購訂單訂立獨立的採購合約，列明價格、數量、質量要求、付運及付款條款的詳情。我們不會禁示我們的外包

製造商為其他客戶製造產品。為了提高飛克品牌運動服及運動配飾的利潤，我們計劃在2010年及2011年動用約8,000萬港元，為飛克品牌建立合適的運動服及運動配飾生產設施。該等生產設施預期在2011年底開始進行商業生產，年產量約為500萬件運動服及運動配飾。

我們的鞋生產過程

我們的鞋生產過程主要分為八個階段：—



業 務

採購原材料	生產所需的原材料是由我們的採購部門根據生產訂單採購。
原材料檢查及測試	在原材料用作生產前會進行檢查及測試。我們將對物料進行一連串物料強度測試、顏色測試、耐用度測試及彎曲測試。
原材料準備及加工	將原材料剪裁成獨立的部分再加工，然後根據生產設計縫製及縫紉。
鞋面縫製及縫紉	將鞋面不同形狀的各部分及原材料加以縫製及縫紉。
裝配及定型	裝配鞋的鞋面及鞋底。鞋楦是一塊用來固定鞋形的塑膠，周邊與鞋面縫合。在成型的過程中，鞋楦和鞋面要放在一起，再置於定型機上，確保鞋面與鞋楦表面形狀一模一樣。鞋墊黏上鞋底，再將附於鞋楦上的鞋面連接鞋墊和鞋底。然後，以模壓機將已成型但未完成的鞋履按鞋楦模壓，確保鞋底與鞋面黏合妥當。跟著取出鞋楦及鞋底，完成整個過程。
檢查及測試製成品	由質量控制員工進行製成品檢查及測試。
包裝及倉儲	包裝製成品並運往物流公司的貨倉，以交付給我們的授權分銷商。至於出口貼牌代工業務，則會將運動鞋交付給出口服務公司。

我們的生產擴充計劃

我們將透過增加三條年生產力合共約300萬雙運動鞋的運動鞋生產線，擴充我們的鞋生產力。該等生產線將分配作生產飛克品牌及我們出口貼牌代工業務的運動鞋。根據所得的飛克產品及出口貼牌代工業務運動鞋最近的使用率及銷售訂單數量，我們董事估計，截至2009年12月31日止年度的平均使用率將達到約87.0%，這是頗高的使用率。我們不時要應付預定的大額生產量，其時我們將會悉數動用我們的產能，而需要把我們部分的生產外包予外包製造商。考慮到我們在往績記錄期的使用率有不斷上升的趨勢，以及我們建議擴充分銷網絡，我們的董事認為「未來計劃及全球發售的所得款項淨額用途」一節所載建議增加產能將不會導致產能過剩。我們將就以上的生產擴充計劃產生約2,300萬港元，該款項將以全球發售所得款項淨額提供資金。擴充計劃預期於2010年9月前完成。

物業及生產設施

於最後實際可行日期，我們在中國擁有三項物業及出租兩項物業作為我們的業務經營，該等物業主要位在中國福建省晉江市。我們物業的其他資料載於本招股章程附錄四。

我們擁有及完成的物業全部由我們自用作生產設施、行政辦公室和員工宿舍。我們在該等物業內設有三幢廠房大樓，由我們用作生產設施。我們的生產設施非常靠近我們的供應商及外包製造商及鞋底客戶，讓我們為客戶提供更便利的服務。

除了生產部門外，我們所有其他部門均位於鄰近我們生產設施的兩幢大樓，其中一幢大樓為我們的出口貼牌代工業務專用，包括研究及開發部、物料部及兩間展示鞋樣本的展覽廳。

我們在生產廠房內的宿舍大樓，佔地約6,990平方米，為超過3,000名僱員提供住宿。

除了我們的自有物業之外，我們分別為我們兩間分公司（即位於廣西省柳州的飛克（廣西）分公司及福建省南安水頭的飛克（水頭）分公司與獨立第三方訂立兩份租賃協議。

中國法律事宜

於2007年3月，飛克（中國）有意收購鄰近我們位於中國福建省晉江市陳埭鎮洋埭的生產廠房的一塊約18,138平方米土地。該土地由洋埭村集體擁有，因此，要使該土地可在訂立有關國有土地轉讓合約及支付有關地價後轉為國有建設用地，並可供土地使用補償的支付者透過參與公開招標收購，先決條件是要向洋埭村支付土地使用補償。

於2007年3月21日，泉州興威代表飛克（中國）與洋埭村民委員會訂立協議，據此協定該塊土地的土地使用補償金額為約人民幣1,690萬元。我們已由2007年4月至2009年7月分19期向洋埭村民委員會支付總金額約人民幣1,690萬元。該款項記錄在我們於2009年9月30日之合併財務狀況表「物業、廠房及設備」的「在建工程」項下，而洋埭村民委員會不會退

回該款項。然而，倘若我們未能透過公開招標收購該土地，我們有權向取得該土地的人士取回該款項。泉州興威與洋埭村民委員會訂立土地使用補償協議後，已就收購該土地向有關中國政府機關提交申請。該土地目前由國家擁有。根據晉江市國土資源局及飛克（中國）於2010年2月11日簽發的確認書，飛克（中國）已成功在公開招標投得該土地，並須支付地價人民幣572萬元。在支付地價後，飛克（中國）可於2010年5月底前取得土地使用權證。有關該土地的其他資料載於本招股章程附錄四估值報告第三項物業。

儘管泉州興威的業務範圍包括製造鞋、鞋底及鞋裝飾，卻並無從事任何業務活動。林先生確認，泉州興威的環保報告正進行最後定稿，以更改其業務範圍。於完成該環保報告後，泉州興威已提交申請修改其業務範圍，以避免與我們有任何競爭業務，有關政府機關正在處理該修改申請。林先生除了我們的業務之外並無進行任何其他業務活動。飛克（中國）並無提交收購該土地的申請或與洋埭村民委員會訂立協議，原因是其不確定能否正式申請該土地，以及投資金額龐大。因此，林先生利用泉州興威與洋埭村民委員會訂立協議，以及向晉江市國土資源局提交有關的申請。

我們在並無取得有關《建設用地規劃許可證》、《建設工程規劃許可證》及《施工許可證》的情況下，分別在2008年10月、2008年7月及2007年10月在該土地上施工建設一幢廠房大樓、一幢宿舍及一幢行政大樓，總樓面面積約35,518平方米，於2009年9月30日之賬面淨值約人民幣3,030萬元。廠房大樓及宿舍仍在興建中，故目前閒置；而根據建築合同總建築成本約為人民幣3,650萬元，而其中約人民幣2,560萬元已支付。該金額記錄於我們於2009年9月30日的合併財務狀況表「物業、廠房及設備」項下的「在建工程」。建築預期於2010年3月前竣工，而未清償之合約建築成本須於我們驗收後60日內支付。行政大樓總樓面面積約2,560平方米，建築成本約為人民幣470萬元，目前由我們佔用作臨時行政辦公室。

我們的中國法律顧問確認，根據中國適用的法律和法規，分別為《中華人民共和國城鄉規劃法》和《建設工程施工許可管理辦法》，我們應該在土地進行任何工程前取得上述的許可證。倘若沒有這些批准文件而施工建設，有關中國政府可命令中止有關工程或罰款相當於工程完成至今費用5%至10%的金額。因此，罰款額（如有）可能介乎人民幣200萬元至人民幣400萬元。

飛克(中國)已取得晉江市國土資源局及晉江市規劃建設與房產管理局於2009年8月9日發出的確認書，確認飛克(中國)可能會在取得土地使用權及房屋所有權證前以現時的方式暫時利用該等建築物，以及該土地已符合規劃要求及飛克(中國)可於取得土地使用權證後申請登記建築物。我們的中國法律顧問亦確認，晉江市國土資源局及晉江市規劃建設與房產管理局為簽發上述確認書的主管機關。於取得土地使用權證後，飛克(中國)將有權申請該等建築物的有關房屋所有權證。

飛克(中國)可支付地價及取得土地使用權證。取得土地使用權證後，飛克(中國)將有權就三幢建築物申請有關房屋所有權證。基於以上的確認書，我們的中國法律顧問確認，我們取得有關土地使用權並無任何法律障礙，而飛克(中國)因違規被罰款的機會輕微。我們的控股股東各自己與我們就(其中包括)本集團任何成員公司基於該違規而招致或蒙受的任何付款、訴訟、清償款項、成本、負債、索償、罰款開支、處罰、損失、損壞或開支訂立彌償契據。倘若我們因為沒有支付地價而未能收購該土地，我們可能要另覓地點作辦公室之用。我們的未來業務計劃將不會受到不利影響，原因是我們董事認為我們將可覓得適合場地取代該廠房及宿舍大樓。此外，我們目前的業務經營將不會受到不利影響，原因是我們尚未使用廠房及宿舍大樓，而我們只使用行政大樓作為我們的臨時行政辦公室。因此，我們只需另覓地點作臨時行政辦公室之用，而我們就此另覓適合場地應該不會有任何困難。我們估計另覓地點的費用將約為人民幣50,000元。我們也可能就建於該土地上的建築物產生減值虧損，該等建築物於2009年9月30日之賬面淨值約人民幣3,030萬元。

於2007年3月，鑫威(中國)有意收購位於中國福建省晉江市陳埭鎮洋埭的一塊約1,528平方米土地。該土地由洋埭村集體擁有，因此，要使該土地在訂立有關國有土地轉讓合約及支付有關地價後轉為國有建設用地，並可供土地使用補償的支付者透過參與公開招標收購，先決條件是要向洋埭村支付土地使用補償。

於2007年3月2日，鑫威(中國)與洋埭村民委員會訂立協議，據此協定該塊土地的土地使用補償約為人民幣190萬元。我們已於2007年3月及2008年月5月分兩期向洋埭村民委

員會支付約人民幣190萬元，該款項記錄在我們於2009年9月30日之合併財務狀況表「物業、廠房及設備」的「在建工程」項下。洋埭村民委員會不會退回該款項。鑫威(中國)與洋埭村民委員會訂立土地使用補償協議後，已就收購該土地向有關中國政府機關提交申請。鑫威(中國)於2009年12月22日舉行的公開招標成功投得該土地，並於2010年1月相應訂立國有建設用地使用權出讓合同，據此鑫威(中國)須在合同訂立日期60日內支付地價人民幣66萬元。鑫威(中國)支付地價後，已在2010年2月取得土地使用權證。有關該土地的其他資料載於本招股章程附錄四估值報告第二項物業。

我們向洋埭村民委員會支付首期土地使用補償後，於2007年3月在並無有關《建設用地規劃許可證》、《建設工程規劃許可證》及《施工許可證》的情況下在該土地上施工建設一幢建築物。該建築物的總樓面面積約3,721平方米，於2009年9月30日的賬面淨值約人民幣450萬元。該建築物用作我們出口貼牌代工業務的辦公室，而我們計劃繼續使用該建築物作此用途。

我們的中國法律顧問確認，根據中國適用的法律和法規，分別為《中華人民共和國城鄉規劃法》和《建設工程施工許可管理辦法》，我們應該在土地進行任何工程前取得上述的許可證。倘若沒有這些批准文件而施工建設，有關中國政府可命令中止有關工程或罰款相當於工程完成至今費用5%至10%的金額。因此，罰款額(如有)可能介乎人民幣20萬元至人民幣50萬元。

鑫威(中國)已取得晉江市規劃建設與房產管理局於2009年7月24日發出的確認書，確認鑫威(中國)或會在取得土地使用權證及房屋所有權證前，以現時的方式暫時利用該建築物，以及該土地已符合規劃要求及鑫威(中國)可於取得土地使用權證後申請登記建築物。我們的中國法律顧問亦確認，晉江市規劃建設與房產管理局為簽發上述確認書的主管機關。取得土地使用權證後，鑫威(中國)將有權就該建築物申請有關房屋所有權證。

我們在取得有關許可證之前在該兩塊土地上施工建設，是因為當時我們已就土地使用補償金額與洋埭村民委員會達成協議，而我們董事認為我們取得有關土地使用權並無任何法律障礙，以及我們因違規被罰款的機會輕微。我們董事的看法已獲得晉江市國土資源局及晉江市規劃建設與房產管理局於2009年8月9日發出的確認書，以及晉江市規劃建設與房產管理局於2009年7月24日發出的確認書所證實，有關確認書詳情載於上文。

由於我們已取得有關中國政府的確認書，確認我們恰當使用該兩塊土地上的建築物，我們的董事相信，中國政府就上述違反規定而對我們施加罰款的機會輕微。我們的中國法律顧問確認，我們取得有關上述該塊土地的土地使用權並無法律障礙，而鑫威(中國)因上述違規被罰款的機會輕微。我們的控股股東各自己與我們就(其中包括)本集團任何成員公司基於該違規而招致或蒙受的任何付款、訴訟、清償款項、成本、負債、索償、罰款開支、處罰、損失、損壞或開支訂立彌償契據。

我們計劃使用該兩塊土地上的物業，主要用作我們未來計劃所載生產基地的一部分及我們出口貼牌代工業務的辦公室。由於飛克(中國)已成功在公開拍賣中投得該塊土地，我們董事認為我們可透過依循有關的土地收購程序及支付地價人民幣572萬元取得土地使用權證。

相關出租人並無登記我們與獨立第三方為飛克(廣西)分公司及飛克(水頭)分公司訂立的租賃協議。我們的中國法律顧問建議，根據中國法律，登記租賃協議並非租賃協議生效的條件，因此並無登記租賃協議不會影響該等租賃協議的合法性。有關飛克(廣西)分公司及飛克(水頭)分公司租用物業的租賃協議為有效及受中國法律約束及可強制執行。

為了應付電力短缺及停電的緊急情況，我們已經安裝了三個發電機，總裝機容量合共約3,000千瓦。我們董事認為，我們能夠為我們的生產運作提供足夠的電力。在往績記錄期，我們的生產運作不曾因為電力短缺或停電而有重大中斷。

業 務

原材料及供應商

我們現使用不同的原材料，包括皮革、布及其他化學物料，均購自中國的本地供應商。截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，該等主要原材料的平均購買價如下：—

原 材 料	截至12月31日止年度			截至 9月30日止 九個月
	2006年	2007年	2008年	2009年
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣
皮革(每碼)	29.8	27.7	28.6	29.2
布料(每平方米)	15.3	15.9	16.2	18.0
其他化學產品(每公斤)	20.8	22.4	34.4	32.2

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，除了該等分類為其他化學產品的原材料之外，我們的主要原材料並無出現任何重大價格波動。這是因為石油在截至2008年12月31日止兩個年度出現重大價格波動。

由於我們根據客戶已確定的採購訂單採購我們的原材料，我們不會屯積大量原材料存貨。此外，我們在福建省晉江市選擇我們的大部分供應商，由於鄰近供應商的關係，我們可在有需要時採購原材料。我們的供應商(均為獨立第三方)與我們訂立的採購安排，會在制定生產活動的時間表後以採購訂單的方式執行。

我們已經與我們大部分主要供應商建立穩固的業務關係超過三年。於往績記錄期，我們並無面對難以採購原材料的情況。我們一般於向我們的海外買家確認採購訂單後採購原材料，並於開始生產前安排詳盡的程序。我們董事認為，由於我們位在晉江，並與供應商建立穩定的業務額，我們與供應商保持良好的長期業務關係。我們可密切監控原材料價格及供應，減輕原材料短期短缺或價格波動帶來的不利影響。

截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們並無訂立任何對沖安排，以減低我們的主要原材料(例如皮革、布料及其他化學物料)價格波動的任

潛在影響。我們致力維持主要原材料的已確認銷售訂單與已確認採購訂單之間的短時間，因此，我們並無面對任何原材料價格波動的重大風險。

供應商向我們提供的信貸期平均為30至90日。截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們的五大供應商分別佔總採購額約42.7%、33.4%、21.8%及33.4%，而我們最大供應商分別佔總採購額約18.8%、9.8%、5.3%及8.7%。

在往績記錄期，我們的董事、主要行政人員或據我們董事所知的任何人，擁有的股權不超過我們已發行股份或我們任何附屬公司股本的5%，或他們各自的聯繫人，在我們的任何五大供應商中都不擁有任何權益。

質量保證

我們董事認為，可靠的產品質量是我們成功的關鍵因素之一，因此，我們嚴格執行產品質量控制程序。從原材料採購到製成品的包裝，我們均執行嚴格的質量控制程序，監控整個生產流程。

我們已經建立了一個全面、有效的質量管理體系，並自2000年10月獲中國質量認證中心頒發ISO 9001:2000質量管理體系認證。2005年12月，飛克品牌運動鞋獲授予「產品質量國家免檢」資格，為期三年。

於2009年9月30日，我們雇用大約55名質量控制員。我們的質量控制過程從產品設計開發的階段開始，即在我們考慮生產過程使用的功能及原材料種類時已經開始（例如防扭曲、防磨損、防滑、防水、黏著力、耐熱性、柔韌性、外觀及根據產品種類的其他質量）。在原材料採購階段，我們根據全面的標準挑選供應商，並對絕大部分的原材料及其他用料進行不同的測試，包括檢驗及安全測試，以確保符合我們的質量標準。在各生產階段，我們會安排質量控制員工對在生產線及外包生產商的所有半製成品進行中期檢查。在完成最後生產階段之後，我們的質量控制員工會根據國內及國際製成品抽樣檢驗標準（包括國際標準化管理委員會頒布的GB/T2828《計數抽樣檢驗程序》及美軍研製的MIL-STD-1916）對部分製成品進行抽樣測試，包括進行包裝及標籤測試，所有測試結果須記錄於相關表格內。

如發現若干產品未能達標，我們將進行進一步測試，或該等產品將被剔棄或接受維修（視乎測試標準所載的可接受質量水平）。我們也會對不合格的樣品進行詳細的統計分析，以確定整體的生產情況，同時將廢品的數量減至最低。

就我們的出口貼牌代工業務而言，我們與客戶維持密切的工作關係。我們不僅嚴格遵守客戶對生產過程要求的條款及條款的所有規定，客戶亦會定期派遣品質控制員到訪，在付運產品之前檢查我們的產品及生產設施。

知識產權

我們的董事認為，我們的品牌、商標及專利對我們進一步發展業務非常重要。飛克品牌及飛克產品已在中國註冊為不同類別的商標。我們的所有運動服也使用該品牌在中國分銷，藉此提高品牌的忠誠度及知名度。

根據獨家分銷協議，倘授權分銷商發現有任何侵犯我們知識產權及任何盜版產品，必須向我們彙報，而彼等亦同意不會在進行業務期間作出對飛克品牌的形象造成不利影響的行為。我們的授權零售商亦須就此向授權分銷商彙報。在往績記錄期，我們發現飛克品牌的盜版產品，我們已向相關中國政府機關舉報該等情況以作進一步跟進調查。於最後實際可行日期，我們並不知悉任何嚴重侵犯飛克品牌的情況。

為了保障我們的知識產權，於2009年9月30日，我們已在中國註冊25個商標，並已在中國申請註冊九個商標。我們亦已在中國提出19項專利申請。有關我們知識產權的其他資料載於本招股章程附錄六「有關本集團業務的其他資料 — 2. 知識產權」一節。

我們的競爭對手

近年，中國的品牌運動鞋及運動服行業持續增長。根據Euromonitor報告，截至2008年12月31日止三個年度，中國消費者購買運動服的消費總額分別約為人民幣610億元、人民幣760億元及人民幣1,010億元。隨著中國經濟持續增長，我們預期這個行業將繼續發展，而這行業可能面對國內外品牌及進入市場的新品牌的激烈競爭。我們可能面對競爭對手在產品設計、品牌形象、產品質素、定價及分銷網絡方面的競爭。然而，我們的董事認為我們的競爭優勢將讓我們保持競爭力。

在業務及產品發展方面，我們的競爭對手可能擁有較高的品牌認可度及知名度、主要的市場佔有率及強大的財務資源。然而，我們的董事認為，中國的品牌運動服行業可為多個定價不同而市場集中的品牌提供龐大商機。按此基準，我們的董事認為，我們在以下方面較競爭對手佔有更大優勢：—

我們建立了縱向整合的業務模式

我們的縱向整合業務模式覆蓋所有業務部門，包括產品研發、運動鞋及鞋底的生產、市場推廣及銷售，讓我們監察及控制業務的各個部分以減低成本。因此，我們可迅速應對市場趨勢及客戶喜好的轉變。

我們鎖定了產品組合適當的目標市場

飛克品牌以中國二、三線城市年輕客戶的時尚休閒運動服作定位。我們專注發展這些市場，避免與集中在中國一線城市發展，擁有較高品牌知名度及忠誠度的國際品牌直接激烈地競爭。

我們的運動鞋、運動服及運動配飾以休閒時尚設計為主，具備最新的鞋技術，而且價格相宜。我們的董事認為，這樣可與市場的其他國內品牌區分。對於我們的目標客戶而言，我們的價格亦較其他國際品牌佔有更大優勢。因此，我們董事認為我們可透過集中發展中檔目標市場，建立更鮮明的品牌形象。

飛克產品可借助我們從出口貼牌代工業務所得的經驗

我們緊貼對中國內部市場有重大影響的海外市場最新趨勢及客戶喜好。我們可借助從海外市場得到的市場資訊，改進飛克產品的設計，滿足中國客戶的需要。

飛克品牌已建立市場知名度及分銷網絡

自2004年4月推出後，飛克品牌已建立品牌知名度。品牌已取得多項榮譽及證書，詳細資料載於上文「____—榮譽及證書」各段。飛克產品的分銷網絡已大幅擴充，由我們的授權分銷商或為獨立第三方的營運商直接經營的授權零售店數目增至2009年9月30日的1,125家及最後實際可行日期的1,169家。我們認為，我們現有的品牌知名度及分銷網絡讓我們在中國運動鞋及服飾行業建立穩固的基礎，進一步推動我們未來的增長。

產品責任保險

對我們的產品，我們尚未購買一般產品責任保險，此類保險不是中國的行業慣例。中國適用法律法規並未規定必須購買該類保險。在往績記錄期，從未發生客戶及／或消費者因使用我們的產品，對我們提出任何重大的責任索賠，以致對我們的業務產生重大的負面影響。

我們的員工及工作安全事宜

於2009年9月30日，我們共有3,238名僱員，全部位於中國。下表載列於2009年9月30日以部門劃分的僱員分析：—

職能	僱員數目
管理及行政	58
生產及採購	2,892
質量控制	55
銷售及市場推廣 ¹	73
財務及會計	18
產品設計及開發	142
總計	<u>3,238</u>

附註：—

¹ 我們的銷售及市場推廣部門有60名員工負責飛克產品的銷售及市場推廣事宜，以及有13名員工負責我們的出口貼牌代工業務。

根據中國的適用法律法規，我們為員工提供有關工作安全的培訓，包括根據相關規定安全使用相關設備的培訓。我們對安全設備進行定期的檢查和維護，以確保設備在設計、製造、安裝和使用四方面，符合適用國家或行業標準。

我們董事深知工作安全的重要性。我們制定安全指南和操作手冊，用來指導生產流程。

在中國，僱主必須為員工提供多種社會保險。我們參加多個計劃，投保範圍包括養老保險、工傷保險、失業保險及醫療保險。

根據中國適用法律，我們必須為中國的僱員作出社會保險計劃的供款。當地負責社會保險的主管機關已評估及詳列鑫威（中國）及飛克（中國）的付款基礎。截至2008年12月31日止三個年度及截至2009年9月30日止九個月，我們為我們於中國的僱員分別作出約人民幣54,000元、人民幣60,000元、人民幣704,000元及人民幣362,000元的社會保險供款。根據晉江市勞動和社會保障局及晉江市地方稅務局外稅分局分別於2009年9月9日及2009年8月17日發出的確認書，飛克（中國）及鑫威（中國）已根據有關付款基礎及社會保險費的規定為彼等的僱員作出社會保險供款，而並無被施加任何罰款。我們的中國法律顧問已審閱上述的確認書，並確認我們已根據規定的比例及按照與當地的社會保險主管機關鑒於多項因素（包括我們的業務性質、我們的營運狀況、我們僱用的工人數目及我們的薪酬水平）討論後所協定的基準作出供款。飛克（中國）及鑫威（中國）並無未付款的社會保險，而我們並無就違反或延遲付款接獲任何行政處罰。

根據中國適用法律，位於晉江的企業須為中國僱員作出住房公積金供款，如可行者須為原本為農民的僱員作出住房公積金供款。我們為員工提供住宿，且並無為我們的僱員作出住房公積金供款。我們的中國法律顧問確認，我們不為原本為農民的僱員作出住房公積金供款並無違反當地的有關規定。2009年12月，飛克（中國）及鑫威（中國）成立住房公積金賬戶，而飛克（中國）及鑫威（中國）已應當地住房公積金機關的要求在截至2009年12月31日止年度向原本並非農民的僱員償還住房公積金。然而，由於鑫威（中國）及飛克（中國）在2009年12月前並無成立住房公積金賬戶，並在2009年1月前並無向原本並非農民的僱員作出住房公積金供款，彼等已違反有關住房公積金的規定，而當地的主管機關可施加罰款人民幣10,000元至人民幣50,000元。飛克（中國）及鑫威（中國）過往未能成立住房公積金賬戶及作出住房公積金供款，原因是我們已提供住宿，而工人（大部分為原本無權獲得住房公積金供款的農民）的流動很大。受該違規影響的僱員可能會對飛克（中國）及鑫威（中國）採取法律行動，而我們承擔的最高法律責任總額估計約為人民幣38,400元。我們的控股股東各自已與我們就（其中包括）本集團任何成員公司基於該違規而招致或蒙受的任何付款、訴訟、清償款項、成本、負債、索償、罰款開支、處罰、損失、損壞或開支訂立彌償契據。根據當地的住房公積金機關泉州市住房公積金管理中心晉江市管理部發出日期為2009年12月30日的確認書，飛克（中國）及鑫威（中國）自2009年1月已就彼等的僱員作出住房公積金供款，故直至當時並無就此被有關政府機關施加任何罰款（包括之

前的有關罰款(如有))。飛克(中國)及鑫威(中國)於2009年12月成立住房公積金賬戶，並已應當地住房公積金機關的要求在截至2009年12月31日止年度向原本並非農民的僱員償還住房公積金及自2009年1月開始為其僱員作出住房公積金供款，以及將遵守當地的住房公積金機關的規定繼續向住房公積金賬戶供款。

在往績記錄期，在一切重大問題方面，我們一直遵守所有適用的勞動法律法規，並嚴格實施內部安全指導及操作程序。從我們開業以來，在職員工從未出現過任何重大意外，我們也從未因在勞工保護問題受到過紀律處分。

我們的中國法律顧問確認，我們無需就外包製造商違反法律、規則及法規而承擔責任。我們董事也確認，在往績記錄期，我們從未因外包生產商及供應商違反法律、規則及法規，而承擔責任。

環境事宜

根據現行中國國家及地方環保法律及法規，任何排放污水、廢物及污染空氣的企業須徵求有關環保當局批准，作為在中國成立該等企業的審批過程之一。有關中國法律及法規亦規定任何該等企業的污水、廢物及污染空氣處理設施須符合有關的環保標準，且污染物須經處理後方可排放。此外，現行中國國家及地方環保法律及法規會就排放污染物徵收費用，並就排放未充份處理的污染物徵收罰款。有關法律及法規亦授權有關政府機關關閉任何造成嚴重污染的企業。

根據該等環保法律及法規，所有可能導致環境污染及危害公眾健康的經營活動，一律須於業務規劃方面施行環保措施，並建立可靠的環保制度。

在該等經營活動方面須採取有效措施以預防及控制污染水平，以及於生產、建築或其他活動過程中對環境造成的損害，包括廢氣、污水、固體廢物、塵埃、臭氣、放射性物質、噪音、震蕩及電磁輻射。

公司亦須於開始興建生產廠房前進行環境影響評估，並設置符合相關環保標準的污染處理設施，以於排放污染物前處理該等污染物。

我們的生產設施已獲晉江環保局批准。我們已經取得晉江環保局頒發的排放污染物臨時許可證，這就確認於往績記錄期間，我們已就環境保護遵守國家及地方法例及法規，

我們並無發生任何環境污染的重大事件，而我們毋須就環境保護受任何行政處罰所規限。此外，我們的環境管理系統分別於2004年12月及2007年9月獲頒發ISO 14001:1996認證及ISO 14001:2004認證，以減低我們的營運所產生的任何不利環境影響。

我們的中國法律顧問確認，在往績記錄期，(i)本集團旗下在中國成立的所有成員公司，概無因違反環保法律法規而受到任何行政處罰，以及(ii)我們的生產設施已取得晉江環保局的批准。我們董事也確認，我們一直遵守中國環保法律法規的相關要求。

由於我們的生產過程中並不產生大量廢料，因此我們董事預計我們以後不會因環保問題而產生龐大的額外開支。

我們董事認為，我們的生產過程不會受到日後的環境風險所威脅。雖然如此，我們董事也將確保採用某些措施以遵守所有適用的環保法律法規，這些措施包括(i)加強環保團隊的監督並執行嚴格的環保及遵規措施；(ii)定期進行實地檢查，為員工提供培訓及(iii)在發生任何意外或違規的情況下，立即報告有關機關並配合其工作。

遵守法律及法律程序

於最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或索賠，我們董事也不知道有任何待決或針對我們，且會對我們的經營業績或財務狀況造成重大不利影響的訴訟、仲裁或索賠。正如我們的中國法律顧問所確認，我們已經取得所有在中國經營需要的牌照、批文和許可，我們的運作符合主管機關的所有相關要求及規定。

2004年4月16日，商務部頒布《外商投資商業領域管理辦法》（「**管理辦法**」），以規範從事批發、零售、委託代理和特許經營的外資企業的經營活動。根據在2004年6月1日生效的管理辦法，外國投資者可經營全資分銷公司。根據管理辦法，外國投資者可根據管理辦法的程序及指南成立商業企業及店鋪。為了進一步簡化外國投資者進行商業投資的批核程序，商務部在2005年12月9日發佈《商務部關於委託地方部門審核外商投資商業企業

的通知》(「**審核通知**」)。審核通知委託省級商務主管部門及國家級經濟技術開發區管委會辦理及批准若干涉及外商投資企業的事宜。審核通知在2006年3月1日生效，商務部的省級部門可批准有關在省級行政區域或國家級經濟技術開發區內設立店鋪的申請，須符合下列條件：—

- (a) 申請設立的單一店鋪的面積不超過5,000平方米，且在其所在的省級行政區或國家級經濟技術開發區內的店鋪數量不超過三家，同時申請人在中國開設的同類店鋪數量不超過30家；或
- (b) 申請設立的單一店鋪的面積不超過3,000平方米，且在其所在的省級行政區或國家級經濟技術開發區內的店鋪數量不超過五家，同時申請人在中國開設的同類店鋪數量不超過50家；或
- (c) 申請設立的單一店鋪的面積不超過300平方米。若外商投資的店鋪面積及數量超出上述規定，其申請須由商務部審批。

於最後實際可行日期，我們經營及管理一家售賣飛克產品的零售形象店。根據我們的中國法律顧問，該零售形象店的成立已根據有關法規(有關概要載於本招股章程「中國適用法規」各段)取得福建省對外貿易及經濟合作局的批准。我們直接經營管理的店鋪均符合中國的有關消費者保護、產品質量及出口產品質量體系的法律，而我們將確保我們將予開設及管理的旗艦店及形象店(詳情載於本招股章程「未來計劃及全球發售的所得款項淨額用途」一節)亦將遵守該等中國法規。