

香港交易及結算所有限公司和香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，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告之全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容所引致之任何損失承擔任何責任。



**ANTA Sports Products Limited**

**安踏體育用品有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2020)

**二零一零年中期業績公告**

安踏體育用品有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(合稱「本集團」)截至二零一零年六月三十日止六個月的未經審核業績。本公告列載本公司二零一零年中報全文，並符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則中有關中期業績初步公告附載的資料的要求。本公司二零一零年中報的印刷版本將於二零一零年八月末寄發予本公司的股東，其時並可於香港交易及結算所有限公司的網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及本公司的網站 [www.ir.anta.com](http://www.ir.anta.com) 閱覽。





http://www.ir.anta.com.hk



安踏二零一零年中期報告



Eng | 繁 | 簡



Chinese Olympic Committee Official Partner  
中國奧委會合作夥伴



ANTA Sports Lifestyle



用戶名稱：

密碼：

登入

安踏體育用品有限公司 於開曼群島註冊成立的有限公司 股份代號：2020



## 品牌帶動的業務模式

作為一家專注於品牌管理的公司，我們透過整合各項資源，包括贊助和代言人資源、廣告和宣傳活動、企業社會責任的實踐、店舖形象、物超所值的專業體育產品和時尚休閒運動產品，加強安踏品牌在消費者心目中的形象及關聯度。我們的品牌理念亦推動銷售渠道和供應鏈，將本集團的使命、遠景及核心價值觀傳遞給消費者。

### 供應鏈管理

- 產品開發
- 產品設計
- 生產樣板
- 訂貨會訂貨
- 產品生產
- 原材料採購

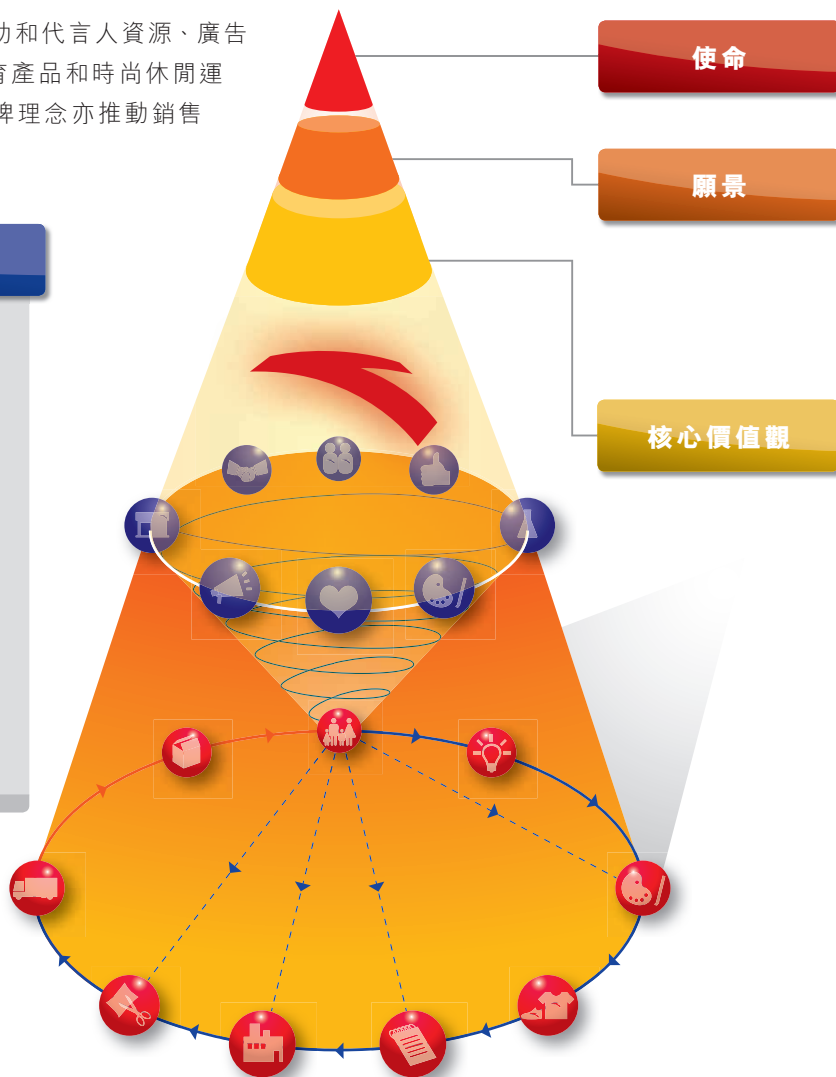
### 品牌帶動因素

- 代言人
- 中國奧委會／贊助
- 廣告／宣傳
- 店舖形象
- 質量
- 核心科技
- 設計
- 企業社會責任

### 分銷網絡

- 消費者
- 分銷商
- 物流管理

- 物流流程
- - - 訊息反饋流程
- 分銷流程
- 策略性品牌管理
- 品牌價值投射向消費者
- 分銷、供應鏈及物流管理



#### 使命

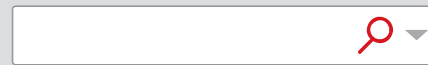
- 將「超越自我」的體育精神融入每個人的生活。

#### 願景

- 為中國市場品牌美譽度和市場份額雙第一的中國體育品牌，受人尊重、並可持續發展的世界級體育用品公司。

#### 核心價值觀

- 品牌至上 — 我們堅信品牌價值是經營決策的基準，是安踏人傾力維護的核心。
- 創新求變 — 我們從不懼怕變革的風險，預應前瞻的格局，以隨需而變的創新，創造客戶終身價值。
- 專注務實 — 我們秉持「精、細、實、嚴」的求真態度，致力與體育事業共成長。
- 誠信感恩 — 我們篤信誠實正直、信守承諾的處世原則，永懷感恩之心，善盡社會責任。



### 體育、互聯網及生活



運動已成為中國大眾日常生活中重要的一部分。而充滿活動的年輕消費者主要透過互聯網來接收體育相關的資訊。二零一零年中期報告的設計靈感來自網上社交網站、網絡遊戲、圖片與影像分享網站及個人部落格。他們代表了本集團充分運用網上平台與消費者互動，並為他們提供我們贊助的體育聯賽、代言人、市場營銷活動與社會公益活動的最新消息，包括品牌網站、討論區、網上商店，以及安踏的網上社區—安委會。上述的網上通訊工具，使本集團可提升大眾對運動的關注，並將體育精神融入每個人的生活。

內封面 品牌帶動的業務模式

P.1 網站地圖

P.2 主席的部落格



P.5 公司資料

P.6 安踏新聞中心



P.9 業績摘要

P.10 管理層討論及分析  
 P.10 市場回顧  
 P.11 PEST分析模型及競爭優勢  
 P.12 二零一零年溫哥華冬季奧運會  
 P.14 品牌管理  
 P.18 全國性分銷網絡  
 P.20 供應鏈管理  
 P.24 Fila  
 P.26 財務回顧  
 P.32 展望



P.35 企業社會責任報告



P.39 核數師審閱報告

P.40 未經審核簡明綜合中期財務報告  
 P.40 簡明綜合全面收益表  
 P.41 簡明綜合財務狀況表  
 P.43 簡明綜合權益變動表  
 P.44 簡明綜合現金流量表  
 P.45 簡明綜合中期財務報表附註

P.54 企業管治及其他資料  
 P.54 權益披露  
 P.57 企業管治

P.58 詞彙

內封底 投資者訊息

### 搜尋新聞稿

檢索

進階搜尋



## 超越自我



丁世忠  
主席

### 集團於二零一零年上半年的財務表現有否維持強勁的增長勢頭？

各位股東：透過有效地執行整合營銷策略、優化分銷網絡管理，以及提高研發與設計能力，本集團成功保持了強勁而健康的增長勢頭，並欣然宣佈驕人的財務及營運表現。期內，本集團的營業額上升22.6%至人民幣35億元(二零零九年上半年：人民幣28億元)。股東應佔溢利上升25%至人民幣760.2百萬元(二零零九年上半年：人民幣608.3百萬元)。自由現金流入增長36.9%至人民幣735.5百萬元(二零零九年上半年：人民幣537.3百萬元)，而每股基本盈利為人民幣30.50分(二零零九年上半年：人民幣24.43分)。鑑於本集團業績理想，董事會建議派發中期股息每股普通股港幣20分(二零零九年上半年：港幣12分)。

### 面對體育用品行業的激烈競爭，集團如何加強本身的優勢？

消費者富裕程度與生活水平的提升，使他們對品牌的關注度日漸提高。因此，本集團透過資源的投放以加強消費者對安踏品牌的喜愛度。本集團獨家贊助中國奧委會和中國體育代表團的領獎裝備，無疑提供了一個完美的平台，讓安踏在行業中脫穎而出。中國體育代表團(特別是我們的代言人)於二零一零年溫哥華冬季奧運會取得輝煌成績，並多次在頒獎儀式及在「中國之家」活動中心舉行的慶祝活動上亮相，大

大提升安踏及其領獎裝備的曝光機會。為冬季奧運會而推出的「這一刻·為中國」廣告及市場營銷活動獲得良好的市場反應，讓我們鞏固「安踏代表中國體育」的品牌形象。隨著大眾對即將舉行的廣州亞運會的日漸關注，本集團已推出一系列宣傳活動，包括中國體育代表團領獎裝備設計大賽。此外，本集團與中國奧委會及其網上媒體合作夥伴——新浪網攜手推出「安踏·中國軍團」頻道，讓安踏進一步運用中國奧委會的贊助權益，為實現市場營銷效益、品牌價值最大化提供良好契機。

本集團一直努力建立和善用贊助與代言人資源，以增加安踏對目標顧客的影響力。期內，我們推出精彩奪目的活動，把安踏與籃球熱愛者的距離拉近。「我愛CBA」市場營銷活動於二零零九／一零年常規賽及CBA全明星週末期間展開，以提升相關產品的受歡迎程度，並促進主推籃球體育用品的銷售。而NBA球星一路易士·斯科拉到訪中國與籃球迷互動，亦有助牽動國內的籃球熱情。同時，我們推出更多高增值產品，以更佳的功能和設計來滿足消費者愈趨細化的品味要求。彈力膠技術的TVC推出後，令新一代彈力膠跑鞋供不應求。上述種種足證本集團善用廣泛贊助資源和優質產品，讓安踏成功提升消費者的品牌忠誠度，並加強在大眾市場的領先地位。

| 2 | 1 | 1 | 6 | 1 | 6 | 6 | 0 |

最後更新：二零一零年八月十六日

RSS





## 超越自我



### ? 集團對中國經濟及體育用品市場的前景有何看法？

投資者

2010-08-15 20:20



■ 受惠於中國政府及時而有效的政策，國內經濟已踏上相對較快的復甦步伐。全賴政府的刺激經濟措施

拉動本地消費，體育用品行業亦呈現了穩步的增長趨勢。此外，政府對城市化、公共體育設施建設的支持，具購買能力的消費者人數及人均消費開支將持續增長。本集團認為大眾體育用品市場的增長潛力相當龐大，而城鎮居民收入水平的提升，亦為該市場帶來商機。

2010-08-16 20:20

### 集團如何透過分銷網絡來抓緊市場的增長潛力？

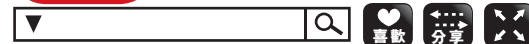
本集團繼續擴展全國性的分銷網絡至逾7,000家安踏店，並策略地主攻二、三線市場，以獲取市場龐大的增長潛力。本集團向來重視安踏業務的健康、可持續增長，因此我們積極優化銷售渠道管理系統，並加強與分銷商的緊密合作，監控和提升店鋪營運效率及盈利能力。我們亦於重要安踏店舉辦多種互動活動，同時提供統一的POP宣傳物品，確保安踏的品牌活動能有效地轉化成強勁的零售表現。本集團持續地拓展安踏運動生活及安踏兒童系列店，讓該等產品系列滲透至多元化的市場板塊。經過本集團的不斷努力，安踏體育的旅遊運動鞋的市場綜合佔有率在中國連續九年排名第一。

### 安踏體育在未來將執行怎樣的策略，使集團在行業競爭中脫穎而出？

有見體育用品行業持續增長勢頭，本集團將進一步提升品牌價值、擴展分銷網絡及加強產品差異化，藉以鞏固安踏於大眾市場的領先地位。本集團亦會提高Fila品牌認知度、拓闊產品組合及擴展Fila專賣店的店鋪網絡覆蓋，以發掘高端體育用品市場的增長潛力。憑藉本集團在品牌、供應鏈和分銷網絡方面的管理實力，我們有信心使Fila中國業務成為另一個推動集團增長的動力。

展望未來，體育用品行業的整合速度很可能會進一步加快，而在品牌及產品差異化方面遙遙領先的行業龍頭企業，定必在整合過程中盡享優勢。於八月，著名NBA巨星一凱文·加內特強勢加盟本集團的代言人行列，並打造了中國最強的頂級籃球贊助資源及代言人組合。隨著凱文·加內特於安踏中國行亮相後大獲好評，他將於下一個NBA球季穿上安踏籃球鞋作賽。他的專屬「KG」籃球用品系列及相關宣傳攻勢亦將隨後推出，定必牽動球迷的心及消費者對安踏品牌的高度關注。本集團還計劃結合亞運會的召開，在全國各地（特別是廣州）推出一系列宣傳及路演活動，以加強大眾對安踏品牌的關注，從而建立安踏代表中國體育的品牌定位。再者，本集團將採用創新科技及優質面料，繼續提升產品價值及擴闊產品組合。為提升營運效率，我們將不時優化管理及風險監控系統。本集團亦強化成本監控措施，以應付成本的壓力。

本人謹代表董事會，衷心感謝各位股東、顧客及業務夥伴對我們一直以來的支持，同時感謝各位董事會成員、管理團隊及員工努力不懈地為本集團作出貢獻。





安踏\_中期報告\_2010/鄭潔及伊蓮娜·揚科維奇

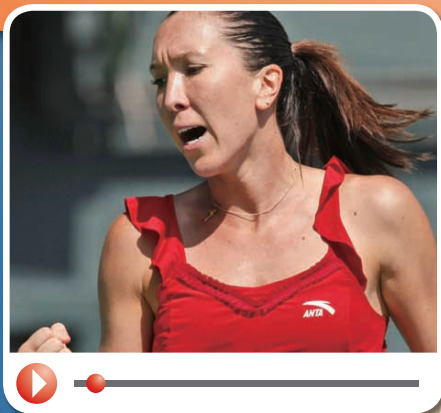


鄭潔及伊蓮娜·揚科維奇



下載... 80%

**鄭潔與伊蓮娜·揚科維奇，分別打入二零一零年澳洲及法國網球公開賽準決賽。**



安踏  
網絡廣播







### 董事會

#### 執行董事

丁世忠(主席)  
丁世家  
賴世賢  
王文默  
吳永華  
鄭捷

#### 獨立非執行董事

楊志達  
呂鴻德  
戴仲川

#### 公司秘書

凌昇平 *FCPA FCCA*

### 董事會轄下委員會

#### 審核委員會

楊志達(主席)  
呂鴻德  
戴仲川

#### 薪酬委員會

丁世忠(主席)  
呂鴻德  
戴仲川

#### 提名委員會

呂鴻德(主席)  
楊志達  
賴世賢

### 授權代表

賴世賢  
凌昇平

### 註冊辦事處

Cricket Square  
Hutchins Drive  
P.O. Box 2681  
Grand Cayman KY1-1111  
Cayman Islands

香港  
皇后大道中183號  
中遠大廈  
44樓4408室

### 中國主要辦事處

#### 晉江

中國福建省  
晉江市池店鎮  
東山工業區  
郵編：362212

#### 廈門

中國福建省  
廈門市思明區誼愛路  
安踏營運中心  
郵編：361009

### 股份過戶登記處

#### 開曼群島總處

Butterfield Fund Services (Cayman)  
Limited  
Butterfield House  
68 Fort Street  
P.O. Box 705  
Grand Cayman KY1-1107  
Cayman Islands

#### 香港分處

香港中央證券登記有限公司  
香港灣仔  
皇后大道東183號  
合和中心17樓  
1712-1716室

### 法律顧問

諾頓羅氏香港

### 核數師

畢馬威會計師事務所

### 公共關係顧問

偉達公眾關係顧問有限公司

### 主要往來銀行

中國農業銀行  
中國工商銀行  
中國銀行股份有限公司  
中國銀行(香港)有限公司  
中國建設銀行(香港分行)  
瑞士銀行





# 安踏新聞中心



分享 安踏關懷你

## 最新消息



訂閱RSS新聞頻道



訂閱電郵提示



加入微博



高清觀看



## 搜尋新聞稿

檢 索

進階搜尋

相關的新聞發佈材料



傳媒中心



## 安踏體育贊助「第24屆奧林匹克日長跑」致力推動「全民運動」

二零一零年六月十九日

安踏體育與中國奧委會合作舉辦「第24屆奧林匹克日長跑」，在中國九個城市推廣「全民運動」及奧林匹克精神，吸引約20,000名市民一同參與長跑活動。



## NBA球星路易士·斯科拉閃耀安踏體育中國行

二零一零年五月二十九日至六月五日

安踏籃球代言人一路易士·斯科拉展開以「歷程閃耀」為主題的中國行，分別在北京、哈爾濱、上海、南京和廣州五個城市出席多項活動，與球迷進行零距離接觸，及指導年輕籃球運動員球技，致力推動中國籃球發展。



## 新浪網「安踏·中國軍團」頻道啟動

二零一零年五月二十日

安踏體育與中國奧委會及其網上媒體合作夥伴新浪網聯手推出「安踏·中國軍團」頻道，三方將在市場營銷推廣和體育賽事方面加強合作。



# 安踏新聞中心

2020 留言

電郵

分享 安踏關懷你

## 最新消息



訂閱RSS新聞頻道



訂閱電郵提示



加入微博



高清觀看



## 搜尋新聞稿

檢索

進階搜尋

相關的新聞發佈材料



傳媒中心



## 加強安踏體育與中國奧委會的合作夥伴關係

二零一零年四月及五月

安踏體育與中國奧委會共同主辦「中國光芒·由你閃耀－安踏二零一零年廣州亞運會中國體育代表團領獎裝備設計大賽」頒獎典禮，席間更展示設計冠軍得獎作品。此外，本集團亦與中國奧委會攜手參加於北京舉行的「第26屆中國國際體育用品博覽會」，展示由安踏為中國體育代表團設計的最新領獎裝備。



## 安踏體育在市場份額和品牌領域上勇奪兩項殊榮

二零一零年三月

安踏體育連續九年榮獲中國商業聯合會和中華全國商業信息中心頒發國內旅遊運動鞋「同類產品市場綜合佔有率第一」。本集團亦於「二零零九年第六屆中國品牌年度大獎」榮獲「價值大獎」，是唯一一家獲獎的體育用品企業。以上兩項大獎均表彰安踏體育於業界卓越的市場地位。



## 安踏體育代言人於二零一零年溫哥華冬季奧運會再創佳績

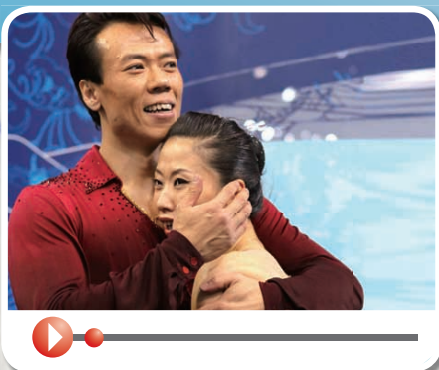
二零一零年二月

安踏體育代言人(包括申雪、趙宏博及周洋等)在冬季奧運會共奪得三金二銀獎牌，為中國體育代表團勇奪五金二銀四銅、締造中國單屆冬季奧運會的最佳成績作出偉大貢獻。在開幕典禮上，中國體育代表團穿上安踏運動裝備昂然步進會場。



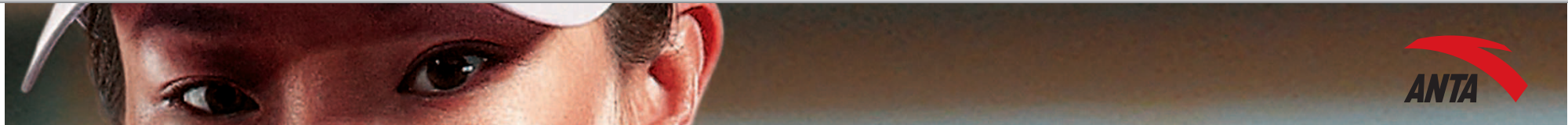
下載... 80%

申雪與趙宏博於二零一零年冬季奧運會中為中國贏得首面雙人花樣滑冰金牌。



安踏  
網絡廣播





營業額人民幣  
3,453.1百萬元

受惠於顯著增幅的平均  
售價及分銷商購貨數量

毛利率  
43.7%

反映強大的  
品牌價值

派息比率  
57.2%

給股東更佳的回報

### 財務表現

- 營業額增長22.6%至人民幣3,453.1百萬元
- 毛利率增長2.2個百分點至43.7%
- 股東應佔溢利增長25.0%至人民幣760.2百萬元
- 股東應佔溢利率增長0.4個百分點至22.0%
- 每股基本盈利增長24.8%至人民幣30.50分
- 建議中期股息每股港幣20分，股息佔二零一零年上半年股東應佔溢利之57.2%
- 自由現金流入增長36.9%至人民幣735.5百萬元

### 業務表現

- 安踏店數目淨增加461家至7,052家
- 安踏店總銷售面積增加9.9%至約776,000平方米
- 安踏店平均銷售面積由107平方米增長至110平方米
- 鞋類產品平均售價(批發價)上升2.0%至人民幣96.9元，服裝產品亦上升7.1%至人民幣49.6元
- 已售鞋類產品平均成本下降4.6%
- 鞋類產品出售數量上升9.3%至18.0百萬雙，服裝產品亦上升26.4%至32.5百萬件

### 有關前瞻性陳述的警告聲明

本《二零一零年中期報告》包含若干對於本集團財務狀況、經營業績及業務的若干前瞻性陳述。這些前瞻性陳述為本集團對日後事件的期望或信念，並涉及已知和未知的風險與不明朗因素，而這些風險及因素可能導致實際業績、表現或事件與該等陳述中明示或暗示的業績、表現或事件有重大差距。某些陳述，如包含「潛在」、「估計」、「預期」、「預計」、「目標」、「有意」、「計劃」、「相信」、「估算」等字詞的陳述，以及類似的語句或其不同表達方式，均可視為「前瞻性陳述」。

前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。務請注意，多種因素均可導致實際結果偏離前瞻性陳述所預期或暗示的狀況，在某些情況下甚至會出現重大偏差。前瞻性陳述的內容僅以截至有關陳述作出日期為準，而不應假設有關於陳述內容曾作修訂或更新以反映最新資料或日後事件。預期可對本集團經營業績構成影響的市場趨勢及因素載於「管理層討論及分析」等章節內。



根據國務院發表對振興體育產業計劃的指引，中國政府將增加公共體育設施建設及提升該等設施的使用率，努力推動大眾更積極參與多元化的體育活動。即將舉行的廣州亞運會，亦有助促進中國體育事業及體育用品行業的可持續發展。

### 中國經濟在正確的軌跡上向前邁進

過去一年，中國政府採取全面措施竭力減輕環球金融危機對經濟的沖擊。刺激經濟方案有效恢復了市場的信心，使中國經濟於二零一零年上半年表現了強勁復甦。中國GDP上升11.1%至人民幣17.284萬億元(保持了相對較快的增長水平)；城鎮居民人均可支配收入亦上升10.2%至人民幣9,757元。為避免經濟泡沫出現，預料中國政府將透過適當的調控措施，使隨後的經濟增長穩定在較為溫和的水平，並在環球經濟前景不明朗的情況下，致力維持政策的持續性和靈活性。

為減低西方市場訂單減少所帶來的經濟萎縮風險，中國政府實施了穩定出口貿易、擴大本地消費的措施，使中國經濟由

出口主導的模式，轉變為由內需帶動的增長模式。因此，社會消費品零售總額於二零一零年上半年上升18.2%，其中服裝類別的零售總額上升23.8%。此外，多個省份已調高當地最低工資水平，加上就業機會的持續增加，將拉動消費需求並進一步支持零售總額的增長。

刺激經濟措施或會在促進本地消費的同時，亦可能為中國帶來通脹壓力。於二零一零年上半年，CPI與PPI分別上升2.6%和6.0%，普遍預期該等指數將繼續上升。即使如此，大眾普遍相信政策制定者將透過相應的經濟措施和宏觀調控政策，致力在快速經濟增長和健康通脹水平之間取得平衡。

### 市場整合有利大眾市場的領先品牌

如眾多發展前景良好的市場一樣，中國

體育用品市場充滿競爭。為了更好的抓住市場的增長潛力，主要的體育用品品牌已在市場定位、定價策略和分銷網絡佈點等方面，定下不同的發展方向和目標。市場競爭使行業整合的進度加快，有利擁有扎實根基(包括強大的資本實力、較高的品牌認知度、有效的分銷網絡，以及強大的研發能力)的市場領先者的發展。

由於中國的大眾市場擁有最大的人口規模，因此其龐大的增長潛力實在不容忽視。持續的城市化將增加二、三線城市中購買力較高的消費者人數；人均消費支出亦隨著工資上漲而增加，使消費者步向品牌主導的消費模式，從而加大對物超所值的體育品牌產品的需求。

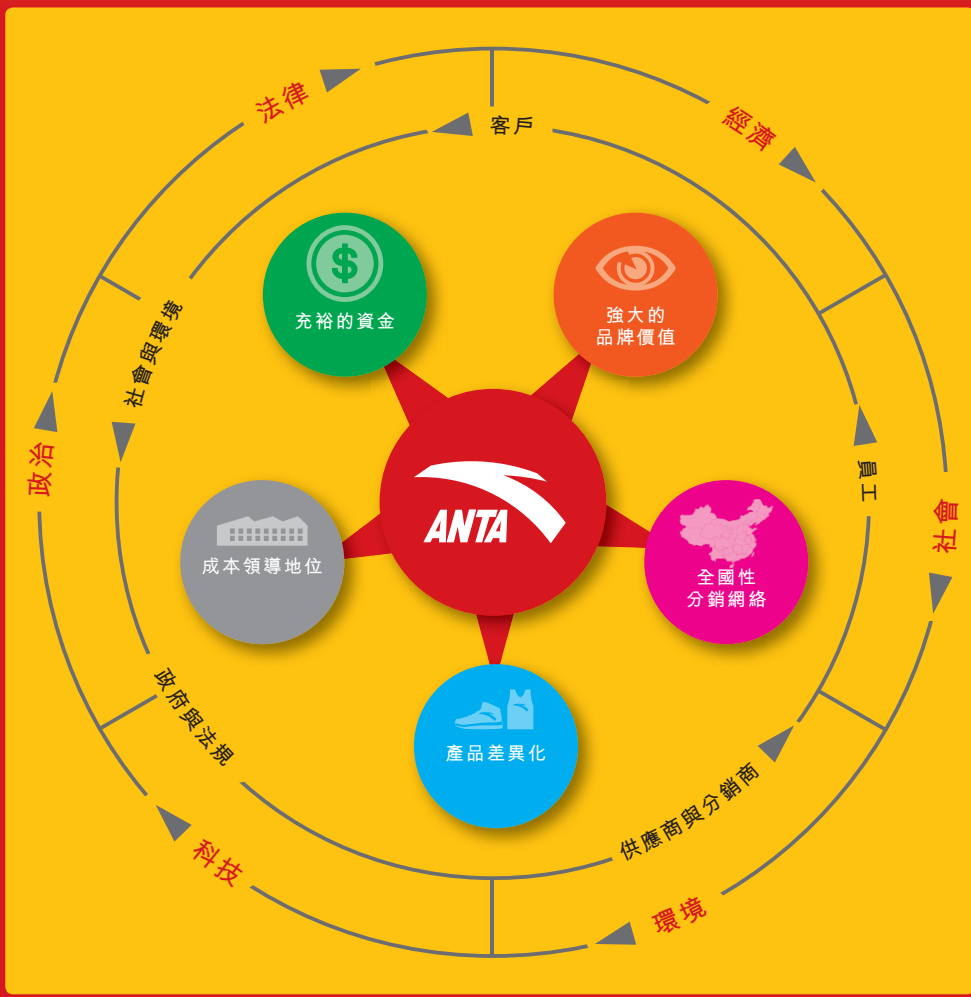
### 中國經濟數據

國民收入	GDP	人民幣17.284萬億元	按年↑11.1%
城鎮居民收入	人均可支配收入	人民幣9,757元	按年↑10.2%
消費	社會消費品零售總額	人民幣7.2669萬億元	按年↑18.2%
	服裝類別(包括運動鞋服)	人民幣2,754億元	按年↑23.8%
通脹	CPI	102.6(二零零九年上半年=100)	按年↑2.6%
	PPI	106.0(二零零九年上半年=100)	按年↑6.0%

資料來源：中國國家統計局(截至二零一零年六月三十日)

PEST分析模型及競爭優勢

PEST分析模型及競爭優勢



外在環境

政治

- 政府關注市民健康
- 在學校推廣體育活動

經濟

- 人均可支配收入增長率
- 城市化程度

法規

- 合規性
- 健康與安全

科技

- 產品功能性
- 專業體育用品
- 時尚體育用品

社會

- 運動參與度
- 消費者品味與喜好
- 體育用品的個人開支

環境

- 保護及教育
- 季節性轉變

競爭優勢

強大的品牌價值

- 贊助資源多元化
- 品牌國際化
- 全國性的品牌知名度和關注度

產品差異化

- 多元化的產品線與組合
- 制定國家質量標準
- 與設計師和研發機構緊密合作

充裕的資金

- 資金充裕以應付未來業務發展
- 無銀行或其他借款

全國性分銷網絡

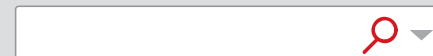
- 對市場需求快速反應
- 廣泛拓展我們的網絡
- 有效的分銷商與加盟商管理

成本領導地位

- 享有規模效益
- 高效的供應鏈管理
- 提供物超所值的產品

企業社會責任

- 企業社會責任及公共關係
- 與利益相關者保持密切的溝通



## 二零一零年溫哥華冬季奧運會



中國奧委會與安踏體育舉行「光輝同閃耀」活動，以慶祝中國體育代表團的突出表現，並把彩繪滑冰戰靴，贈送予三對安踏雙人花樣滑冰代言人——申雪與趙宏博、龐清與佟健，以及張丹與張昊。

中國奧委會於溫哥華設立首個「中國之家」，讓中國體育代表團的運動員與國內外媒體聚首一堂，安踏體育於冬季奧運會期間在「中國之家」內舉行採訪活動。





## 二零一零年溫哥華冬季奧運會

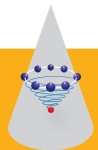


安踏體育的冰雪運動代言人在冬季奧運會上取得優異成績。其中周洋勇奪短道速滑女子1,500米金牌，並以2分16秒993的時間刷新了奧運最快紀錄。她亦協助中國隊以打破世界紀錄的成績，贏得首面短道速滑女子3,000米接力金牌。此外，申雪及趙宏博於冬季奧運會為中國摘下首面雙人花樣滑冰金牌，而李妮娜亦添上一面女子自由式滑雪銀牌。



策略性品牌管理模式





## 品牌管理

### 強大的品牌價值

隨著中國人民收入水平及購買力的提高，消費者由以往價格主導的消費模式演變成更為注重品牌，將有利擁有穩固基礎和強大資源的體育品牌於激烈競爭中吸引並留住消費者。透過有效及專注的品牌策略，安踏已成功建立專業形象和全國性的品牌知名度。

### 品牌管理策略

期內，本集團進一步結合獨家的體育贊助資源、互動的宣傳攻勢、出色的店鋪形象以及優質產品的四大環節，以提高品牌價值及保持持續的業務增長。

- 代言人及體育聯賽贊助

體育聯賽及代言人贊助不僅是展示體育用品優良素質的最佳方法，更能促進品牌與目標消費者的聯繫。

本集團透過獨家贊助傑出運動員、具影響力的體育協會及頂級體育聯賽，以強化安踏體育的專業形象及顧客忠誠度。安踏與中國奧委會和中國體育代表團的戰略合作關係，有效地突顯安踏的品牌差異化，並逐步建立「安踏代表中國體育」的形象。本集團制定市場及產品細分策略，專注拓展三大核心產品—籃球、網球及跑步的相關贊助資源，以加強與該三大體育運動的品牌關聯度。

- 廣告及宣傳活動

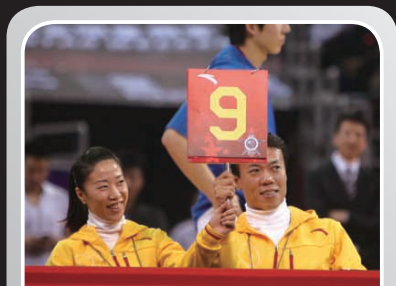
安踏體育善於有效結合贊助資源及行銷活動，透過不同宣傳渠道接觸最多最廣的目標消費群。除了富創意的電視廣告攻勢外，鑒於互聯網愈來愈流行，本集團亦借助網絡行銷及品牌網站與消費者建立更緊密聯繫。此外，本集團不斷加強零售終端的市場推廣活動，與消費者作深度互動並加大在當地市場的領先優勢。

- 店鋪形象

醒目一致的店鋪形象乃塑造專業品牌形象的重要一環。安踏體育密切監控店鋪裝修及產品陳列，以確保店鋪形象符合品牌理念與標準，以達到提升品牌美譽度的目的。本集團亦為分銷商及加盟商提供統一的店鋪海報及宣傳物品，以突顯每季市場推廣主題及主推產品的特色。

### 中國奧委會

作為二零零九年至二零一二年的「中國奧委會體育服裝合作夥伴」及「中國體育代表團合作夥伴」，安踏傾力為中國體育代表團提供最優質的體育裝備出席重要國際賽事。本年二月，中國派出最強陣容出戰溫哥華冬季奧運會，取得五金二銀四銅的歷史佳績，而安踏體育的冰雪運動代言人表現突出，貢獻了其中的三金二銀。中國雙人花樣滑冰好手—申雪和趙宏博及短道速



滑新星一周洋擊敗其他勁敵摘冠，充分展示出勇於挑戰自我的體育精神，跟安踏品牌理念不謀而合。中國體育代表團身穿安踏領獎服飾出席開幕式、閉幕式和頒獎禮，不單提升本集團在本地和國際的曝光率，更重要的是逐步確立安踏代表中國體育的形象。

為增強安踏體育與中國奧委會的關連度，本集團推出一系列以「這一刻•為中國」為題的電視廣告及宣傳活動，並與中國奧委會於溫哥華設立中國奧運歷史上首個「中國之家」活動中心，讓中國運動員與國內外媒體聚首一堂，分享中國體育代表團取得勝利的喜悅。此外，本集團透過於店鋪的領獎服飾展示，並持續於品牌網站及「安委會」中(<http://anta.qq.com>)發佈奧運消息，拉近中國奧委會與消費者的距離。

「中國光芒由你閃耀•二零一零年廣州亞運會中國體育代表團領獎裝備設計大賽」獲得良好反應，其頒獎典禮已於四月二十六日完滿舉行，優勝隊伍的設計概念將展示於廣州亞運會的領獎裝備上。五月二十日，安踏體育與中國奧委會及網上媒體合作夥伴新浪網聯手推出「安踏•

中國軍團」頻道(<http://sports.sina.com.cn/others>)，憑藉中國奧委會的贊助權益及媒體資源，有效為安踏體育與新浪網創造最大的價值。

### 籃球

安踏體育一直致力打造中國最強籃球贊助及代言人組合，以加強品牌與籃球運動的關聯度，鞏固安踏體育在籃球板塊的領先地位。期內，本集團繼續運用豐富的籃球贊助資源，如：國內頂級的籃球職業聯賽—CBA、頂級大學聯賽—CUBA及廣受大眾歡迎的著名籃球資訊娛樂節目—CCTV5《籃球公園》，以及多位NBA及CBA代言人，全方位接觸各界球迷。

期內，安踏體育推出了一系列市場行銷活動，包括「我愛CBA」全明星週末、「CBA寄語總冠軍」、CBA「未來之星」籃球訓練營及「CUBA訓練營票選」，促進與消費者的互動，提升籃球的參與度。同時，本集團繼續致力為NBA及CBA代言人提供最優質的籃球裝備，更不時舉辦活動拉近他們與球迷的距離。期內，本集團邀請代言人NBA火箭隊球員路士•斯科拉第二次來

## ★ ★ 品牌管理



華，與北京、哈爾濱、上海、南京和廣州的球迷進行零距離接觸。路易士·斯科拉亦於CUBA訓練營指導年輕球員以及分享作賽經驗，並支持慈善公益活動。此外，路易士·斯科拉為推廣籃球運動，參加了安踏體育與CCTV5《籃球公園》聯合舉辦的「巔峰籃途」新秀選拔賽活動。

同時，本集團在重點店鋪設立「籃球聖殿」的陳列專區，展出安踏豐富的籃球產品系列，加強消費者的購物意欲及體驗。

### 跑步

跑步系列一直是本集團最受歡迎及熱賣的商品，對鞏固安踏在大眾市場的領先地位有良好幫助。期內，本集團繼續成為大連國際馬拉松賽和揚州國際半馬拉松賽的唯一指定服飾和服裝贊助商。本集團的女子馬拉松代言人陳榮更贏得二零一零年的大連國際馬拉松賽冠軍。繼去年「奧林匹克」長跑日成功舉辦，本集團再接再勵繼續贊助該活動。本年六月份的長跑日吸引了九個城市近二萬名市民參加，共同慶祝奧林匹克日的誕生及提倡「全民運動」

精神。此外，本集團繼續發揮了整合行銷策略，以電視廣告結合終端推廣、線上遊戲及網站(<http://anta.youku.com/>)，加深大眾對最新的減震科技技術—彈力膠的瞭解，大大促進了彈力膠跑鞋的銷售表現。

### 網球

繼去年簽約兩名優秀國際女子網球員鄭潔和伊蓮娜·揚科維奇及推出一系列的市場行銷活動，成功鞏固了本集團在女子網球用品板塊的市場地位。期內，兩位頂尖運動員繼續穿著安踏的鞋服產品參加各項重要賽事，為其運動生涯寫下了光輝的一頁。鄭潔首次打入澳洲網球公開賽的準決賽，成就了她在該比賽的最好成績，更是中國網球史上的最好成績；她亦於二零一零年馬來西亞公開賽贏得了第十二次雙打冠軍。伊蓮娜·揚科維奇則於二零一零年法國巴黎銀行公開賽中贏得第十二次職業單打冠軍，更打入二零一零年法國網球公開賽的準決賽。兩位代言人在賽場上的優異表現，不單提高了安踏的曝光率和信譽度，更刺激了安踏網球系列的銷情。

安踏地圖



分銷網絡

安踏品牌在中國市場

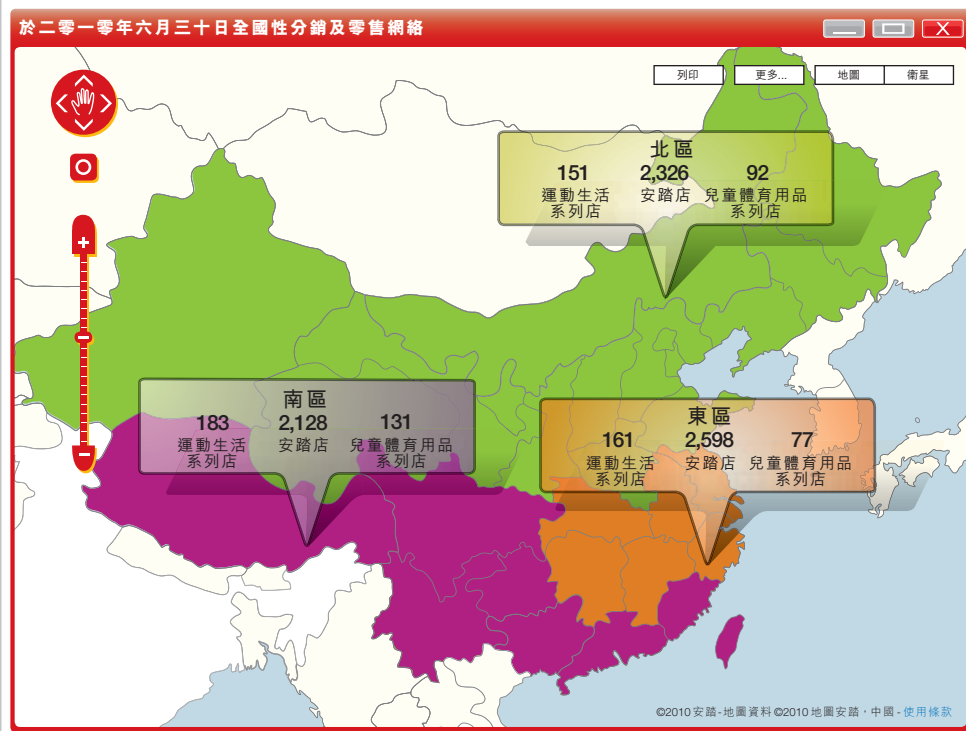
為配合安踏體育定位大眾市場的戰略及把握城市化帶來的龐大商機，本集團已打造全國性的分銷網絡，並在二、三線城市享有領先優勢。本集團與分銷商及加盟商緊密合作，持續拓展高增長潛力的地區。此外，安踏體育已建立有效的管道管理系統，不斷優化安踏店的面積、位置、店效及利潤，以確保網絡健康發展。除專注發展專業體育用品系列，本集團亦推出運動生活系列及兒童體育用品系列，以把握不同市場板塊的商機。

龐大的安踏分銷網絡

專業體育用品系列

期內，本集團戰略性地拓展零售網絡，在優越地段開設面積適中的安踏店。本集團透過逾50家區域性分銷商共同管理全國分銷網絡。於二零一零年六月三十日，安踏店合共7,052家（二零零九年年底：6,591），淨增加461家；而總銷售面積及平均每店銷售面積分別約為776,000平方米及110平方米。鑒於網上購物於年輕消費者愈趨流行，本集團在四月於淘寶網(taobao.com)建立了官方旗艦網店。

列印 路線 搜尋附近地區 另存新檔



運動生活系列

運動生活系列自二零零八年年底推出市場後，一直備受年青消費者追捧。該系列的產品設計緊貼不同潮流主題，著重運動及潮流原素的融合，例如為響應二零一零年南非FIFA世界盃熱潮而推出的「淘往非洲」系

列。於二零一零年六月三十日，運動生活系列店合共495家（二零零九年年底：343），淨增加152家。

兒童體育用品系列

現今家長對兒童用品品質有極高要求，造就了市場對具

分銷網絡

保護性、舒適又物超所值的兒童體育用品的需求。本集團繼續強化兒童體育用品系列，從而逐步培養8歲至14歲兒童對安踏品牌的認知度。於二零一零年六月三十日，兒童體育用品系列店合共300家(二零零九年年底：228)，淨增加72家。

良好的店鋪形象

本集團統一店鋪裝修及陳列指引，確保全國的每間安踏店均給予消費者一致及醒目形象，讓消費者享受

愉快的購物體驗。同時，本集團鼓勵分銷商及加盟商積極開設或改造至第五代安踏店，鮮明的產品陳列和佈置對提升店鋪效益有良好幫助。於二零一零年六月三十日，約80%的安踏店已提升至第五代店標準。12家開設於中國核心市場及人口稠密城市的旗艦店，有助強化品牌形象。為充分發揮市場推廣活動的效益，本集團於重要店鋪設立「COC特許產品專區」及「籃球聖殿」，展示相關產品系列。

**與分銷商和加盟商緊密的協作關係**  
本集團透過與分銷商及加盟商建立緊密的合作關係，以達到多贏局面，並為其提供強大支援以優化其盈利及運作效益。透過三個片區管理中心及下設的七個營運分部，我們富經驗的銷售團隊持續與分銷商和加盟商保持及時的雙向溝通，加強合作關係。本集團提供資料分析、指引及市場動向資料，促進分銷商及加盟商對市場走勢的瞭解，以

助他們於季度訂貨會更準確制訂訂單。

本集團嚴格審核分銷商及加盟商提交的開店計劃，並監察店鋪的存貨水平及銷售表現。本集團亦提供統一的營運程序、顧客服務要求和培訓準則，並繼續優化分級管理及激勵制度，以鼓勵分銷商達成主要的營運指標。本集團通過神秘顧客調查、ERP及每週報告，及時取得、分析和監控店鋪營運表現及存貨情況，以增強應對市場變化的能力。

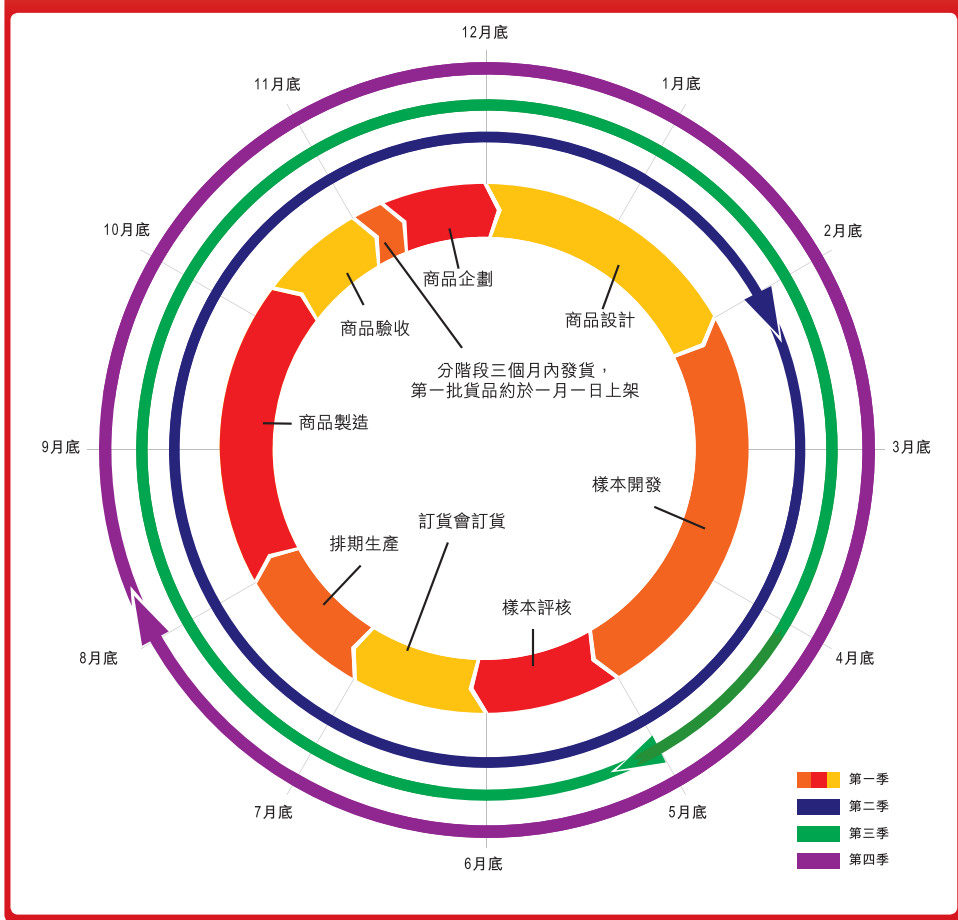
分銷網絡及架構



安踏品牌在海外市場

本集團在主攻快速增長的中國市場同時，已有策略地重點拓展對優質及高性價比體育用品有需求的海外市場，本集團透過海外分銷商在東南亞、東歐及中東等地設立安踏店及專櫃。藉著我們與中國奧委會的合作關係，安踏於海外市場的知名度將不斷提高，為未來進一步發展海外市場奠下良好基礎。

產品設計、生產及上市週期



供應鏈管理

安踏體育連續九年穩佔中國旅遊運動鞋市場佔有率第一，足證安踏產品在功能、外觀及性價比方面均首屈一指。有見消費者的購買能力日漸提高，本集團推出更多高增值產品並擴闊產品組合。要在市場競爭中脫穎而出，產品差異化及成本效益至為重要。有效的供應鏈管理讓安踏體育在多變的市場中靈活應變及快速反應。同時，本集團亦持續優化不同營運階段的流程，以提升管理效能為己任。

科技研發

安踏體育深信創新的理念及先進的技術是我們得以領跑行業的關鍵。本集團將產品功能及舒適度放在產品開發的首位，務求為消費者提供舒適和具保護性且價

錢相宜的體育用品。本集團持續加強內部研發團隊的實力及與外部專業機構的合作，以加大研發優勢。本集團繼續優化彈力膠及其他專利技術(詳見下表「安踏的鞋產品科技」)，並運用於各類鞋產品，提升消費者穿著時的滿足感。

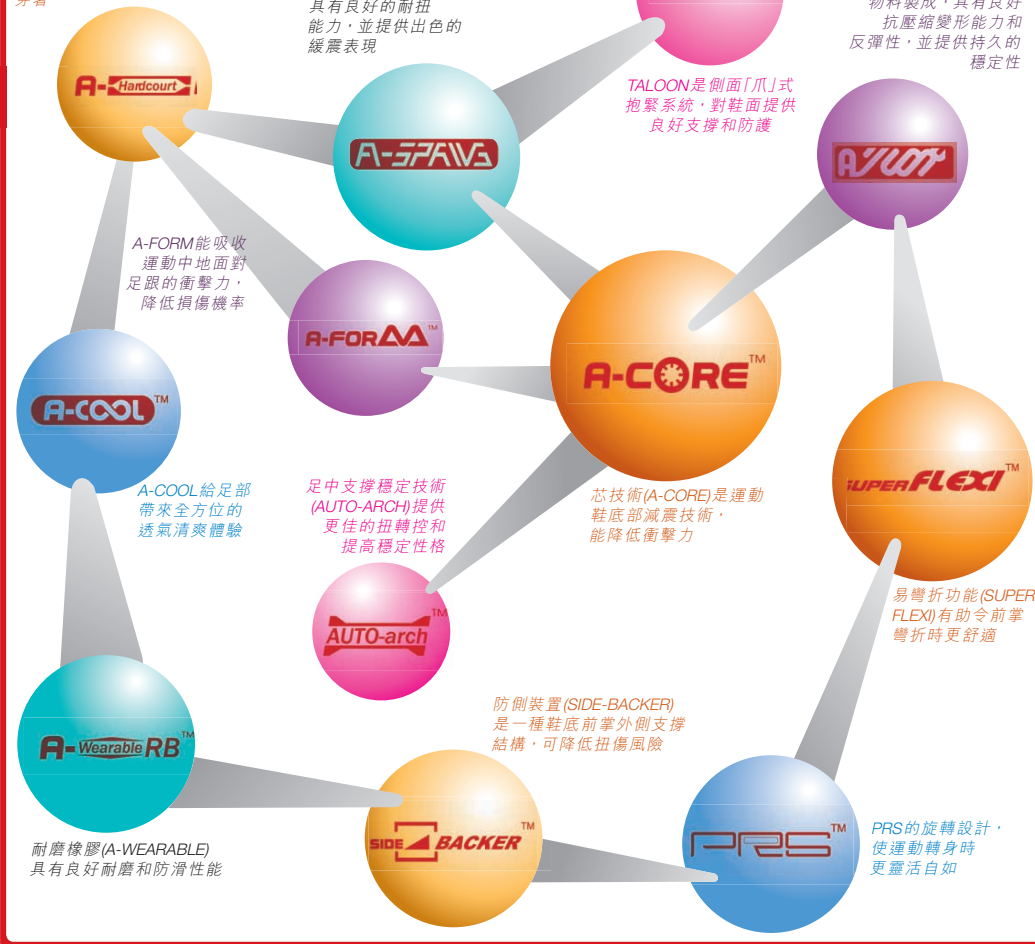
本集團同時注重消費者的健康及產品對環境的保護。期內，本集團與國際化工企業亨斯曼公司合作，將最先進的抗菌技術應用於安踏服裝產品上，大大減低有害細菌滋生所引致的皮膚敏感，有效抑制汗臭及黏膩感，讓使用者皮膚保持乾爽舒適。此外，本集團響應低碳環保的概念，使用天然環保的「有機棉」作運動服裝，為顧客健康及環保出一分力。與中國奧委會及中國體育代表團的合作為本集團提供一個良好契機以研發湛新的技術及布料，對日後應用新科技在大眾市場的體育用品奠下良好基礎。



供應鏈管理

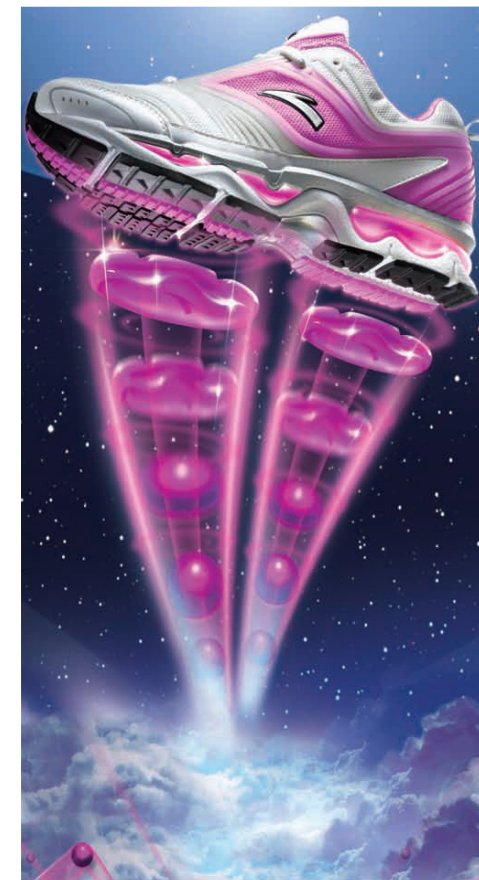
安踏的鞋產品科技

室外耐磨橡膠 (A-HARDCOURT RB) 具有超強耐磨性能，適合室外穿著



產品設計

近年消費者對體育用品的要求愈趨細膩，他們不僅要求舒適和具保護性的體育用品，其外觀亦要緊貼時尚潮流。安踏體育的設計團隊一直致力於優化產品的外觀和質感，以加強快速應變市場的能力。本集團繼續強化與日本、比利時及美國等地的國際設計機構合作，同時亦加強人體力學的運用，提升運動服裝產品的剪裁及合身度。期內，本集團於市面上推出超過1,700款新鞋、2,000款服裝及1,000款配飾，以滿足不同消費者的需求。



質量監控

產品質量是安踏成功的主要因素。本集團積極提升產品品質，以符合國家制定的標準。本集團採用全方位品質監控體系，質控人員早在產品企劃階段便進行品質監測，以確保整個生產過程均經過嚴格的品質監控管制。期內，本集團繼續為供應商提供技術培訓、支援及評估。本集團亦與OEM合作進一步優化原材料同步抽樣檢驗制度，以便及早從源頭解決品質問

題。本集團密切監察自營工廠及供應商生產基地的生產過程及製成品的質量，確保產品滿足消費者的要求。



# 安踏網上購物中心

立刻購買



**CBA籃球鞋**

產品編號：1021121-4

產品類別：籃球系列

發售日期：二零一零年四月

立刻購買



**鄭潔專屬網球鞋**

產品編號：2013332-1

產品類別：網球系列

發售日期：二零一零年二月

立刻購買



**伊蓮娜·揚科維奇專屬網球鞋**

產品編號：2013333-1

產品類別：網球系列

發售日期：二零一零年二月

路易斯·斯科拉專屬籃球鞋



產品編號：1031103-1

產品類別：籃球系列

發售日期：二零一零年八月

立刻購買

非賣品



**CBA全明星賽籃球鞋（上場版）**

產品類別：籃球系列

舉行日期：二零一零年三月三十一日

立刻購買



**彈力膠跑鞋**

產品編號：1025501-2

產品類別：跑步系列

發售日期：二零一零年五月

立刻購買



**CBA全明星賽籃球鞋（球迷版）**

產品編號：1011121-3

產品類別：籃球系列

發售日期：二零一零年二月

至氫跑鞋



產品編號：1025580-3

產品類別：跑步系列

發售日期：二零一零年四月

立刻購買

供應鏈管理

位於福建省的生產基地

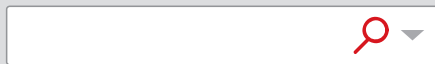


供應鏈及營運管理

本集團視供應商為持續合作夥伴，一直致力為主要供應商提供支援，協助其提高營運效益及盈利能力。本集團發行期刊及通報，以促進與供應商的及時交流，提升其對產品品質及供應鏈管理的知識。除持續優化流程指引及供應商分級管理機制外，本集團亦強化採購和管理效益，密切監控原材料的價格走勢，提升成本效益及快速應變的能力。

生產能力

期內，本集團策略性地優化自產及外包生產比例，以提升我們的靈活性及應對消費者及市場需求變化的能力。於二零一零年六月三十日，本集團於福建省共營運24條鞋類生產線、1家鞋底廠及2個服裝生產基地。期內，本集團自行生產約7.3百萬雙鞋品及約4.5百萬件服裝，即分別代表44.8%及14.5%期內已售出鞋品及服裝(二零零九年上半年：35.5%及14.8%)。附圖為本集團的生產基地位置及於期內生產的產品數量。



Fila



# 運動 從此不再一樣

體育與美學·真我與時尚·  
意大利與大都會的結合



# FILA

「FILA」品牌為定位於高端細分市場的國際知名體育用品品牌。是次收購為本集團提供了一個良好機會，讓我們的業務覆蓋至中國的高端體育用品市場。本集團在香港和澳門營運Fila零售門店，對我們在中國市場上拓展「FILA」品牌知名度上具有重要的戰略意義。

為了進一步加強品牌關注度及對中國高端消費市場上的年青精英群產生影響力，本集團計劃展開一系列品牌重塑及市場活動以提升其品牌認知度，為Fila品牌重新定位。

煥然一新的FILA專賣店將開設於一、二線城市，醒目的陳設及裝潢將能令時尚消費者眼前一亮。於二零一零年六月三十日，本集團的分銷商已在中國主要城市經營近50家Fila專門店，本集團亦在香港及澳門擁有近10家Fila專門店。



自二零零九年收購Fila中國業務以來，本集團結合熟悉Fila品牌的國內及香港專材，配合Fila全球性的資源及設計師，為Fila打造強大的產品開發團隊。此外，本集團亦引入一些有豐富國際高端品牌服務經驗的OEM供應商，致力加強Fila的供應

鏈管理。

本集團將新穎的設計、優質的材料及對細節的專注，混和Fila設計的傳統及時尚元素，重新注入產品系列，在中國市場為中國消費者根據其喜好及體型特點提供一

系列全新產品。根據全新市場定位而設計的嶄新秋冬系列將於今年下半年登場。

通過上述的品牌及產品策略，加上強大的管理團隊，我們相信Fila中國業務將會成為本集團的另一增長勢頭。

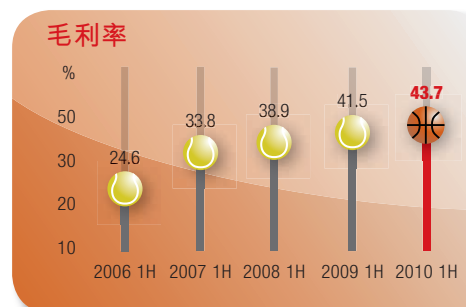
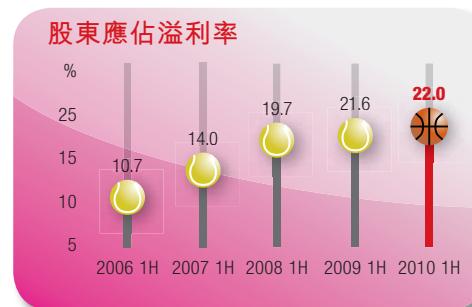
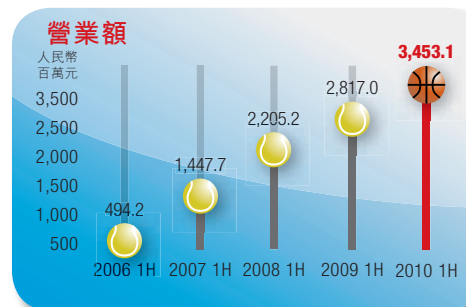
財務回顧

截至六月三十日止六個月

	二零一零年	二零零九年	變幅
	(人民幣百萬元)	(人民幣百萬元)	(百分比)
營業額	3,453.1	2,817.0	↑ 22.6
毛利	1,509.8	1,169.1	↑ 29.1
經營溢利	894.8	682.9	↑ 31.0
股東應佔溢利	760.2	608.3	↑ 25.0
自由現金流入	735.5	537.3	↑ 36.9
	(人民幣分)	(人民幣分)	(百分比)
每股盈利			
— 基本	30.50	24.43	↑ 24.8
— 攤薄	30.40	24.39	↑ 24.6
每股股東權益	213.03	188.54	↑ 13.0
	(港幣分)	(港幣分)	(百分比)
每股中期股息	20	12	↑ 66.7
	(百分比)	(百分比)	(百分點)
毛利率	43.7	41.5	↑ 2.2
經營溢利率	25.9	24.2	↑ 1.7
股東應佔溢利率	22.0	21.6	↑ 0.4
實際稅率	20.7	14.3	↑ 6.4
廣告及宣傳開支 (佔營業額百分比)	12.0	11.2	↑ 0.8
員工成本 (佔營業額百分比)	8.9	8.4	↑ 0.5
研發活動成本 (佔銷售成本百分比)	2.9	3.3	↓ 0.4

於六月三十日

	二零一零年	二零零九年
	(百分比)	(百分比)
平均股東權益總值對平均資產總值	82.0	88.8
平均股東權益總值回報(年率化) <sup>(1)</sup>	29.5	26.7
平均資產總值回報(年率化) <sup>(2)</sup>	24.2	23.7
	(以181日計算)	(以181日計算)
平均存貨周轉日數 <sup>(3)</sup>	38	43
平均應收貿易賬款周轉日數 <sup>(4)</sup>	17	15
平均應付貿易賬款周轉日數 <sup>(5)</sup>	37	32



附註：

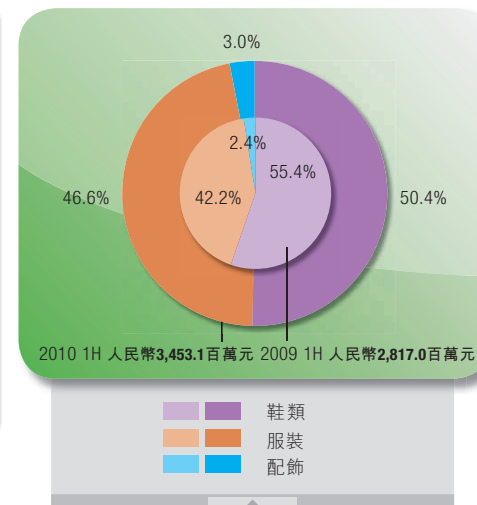
- 平均股東權益總值回報以股東應佔溢利除以平均股東權益總值計算。
- 平均資產總值回報以股東應佔溢利除以平均資產總值計算。
- 平均存貨周轉日數以平均存貨餘額除以銷售成本，再乘以有關期內日數計算。
- 平均應收貿易賬款周轉日數以平均應收貿易賬款餘額除以營業額，再乘以有關期內日數計算。
- 平均應付貿易賬款周轉日數以平均應付貿易賬款餘額除以銷售成本，再乘以有關期內日數計算。

財務回顧

按產品劃分營業額

下表按產品類別劃分期內的營業額：

	二零一零年		二零零九年		變幅 (百分比)
	(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	1,740.4	50.4	1,560.2	55.4	11.5
服裝	1,610.2	46.6	1,188.3	42.2	35.5
配飾	102.5	3.0	68.5	2.4	49.6
	<b>3,453.1</b>	<b>100.0</b>	2,817.0	100.0	22.6

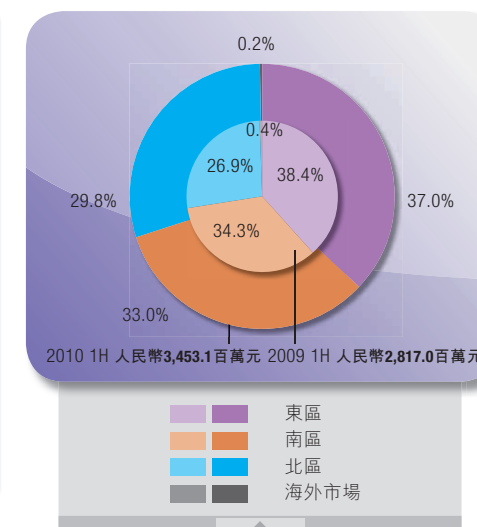


期內，本集團提高平均售價，並提供更多產品種類及拓展分銷網絡，因此營業額較二零零九年同期增長22.6%。 服裝及配件銷售的比例則由二零零九年上半年的44.6%增加至本期的49.6%，反映服裝設計受市場歡迎。

按地區劃分營業額

下表按銷售地區劃分期內的營業額：

	二零一零年		二零零九年		變幅 (百分比)
	(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)	
東區 <sup>(1)</sup>	1,275.7	37.0	1,080.7	38.4	18.0
南區 <sup>(1)</sup>	1,140.4	33.0	965.3	34.3	18.1
北區 <sup>(1)</sup>	1,028.6	29.8	758.0	26.9	35.7
國內市場	3,444.7	99.8	2,804.0	99.6	22.8
海外市場 <sup>(2)</sup>	8.4	0.2	13.0	0.4	(35.4)
	<b>3,453.1</b>	<b>100.0</b>	2,817.0	100.0	22.6



附註：

- (1) 銷售地區資料詳載於第18頁。
- (2) 海外市場包括東歐、中東及東南亞。

北區的營業額於期內增長顯著，主要原因是本集團致力平衡各分區業務，及減低季節性因素對供應鏈的影響。

財務回顧

平均售價、分銷商購貨數量及平均成本分析

下表載列期內鞋類及服裝的平均售價、分銷商購貨數量及平均成本：

	二零一零年			二零零九年			變幅		
	已售單位總數 (千)	平均售價 (人民幣元)	平均成本 (人民幣元)	已售單位總數 (千)	平均售價 (人民幣元)	平均成本 (人民幣元)	已售單位總數 (百分比)	平均售價 (百分比)	平均成本 (百分比)
鞋類	17,960	96.9	52.0	16,431	95.0	54.5	↑ 9.3	↑ 2.0	↓ 4.6
服裝	32,474	49.6	29.2	25,700	46.3	27.7	↑ 26.4	↑ 7.1	↑ 5.4

附註：

- 由於配飾產品種類繁多，且單位價格差別甚大，故此我們沒有列出配飾產品的已售單位總數、平均售價、分銷商購貨數量及平均成本詳情。我們認為此產品類別以單位作分析不具意義。
- 平均售價以期內營業額除以本期內已售單位總數計算。平均成本以期內銷售成本除以期內已售單位總數計算。

平均售價 ↑

- 中國消費者可支配收入和對體育及保健用品的需求增加，及品牌美譽度提升，皆為本集團建議零售價平均有所上升的重要因素；及
- 品牌形象提升，加上向分銷商提供更完善的支援及服務，令平均售價得以上調。

分銷商購貨數量 ↑

- 品牌及店鋪形象提升及於黃金地段開設旗艦店，是提升分銷網絡質素及進一步拓展分銷網絡至其他潛在市場的關鍵因素。本期內，安踏店店鋪數目和店鋪總銷售面積均有增長；及
- 本集團已開發出多元化的產品線以應付中國不同市場的需求。

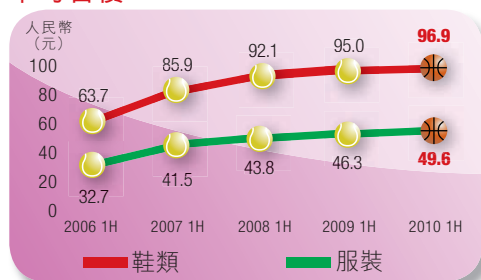
平均成本(鞋類) ↓

- 鞋底廠提升產能；
- 提前採購原材料，減少受價格波動的影響；及
- 聯同OEM/ODM採購原材料，從而加強了本集團的議價能力和享有大批量採購的折扣。

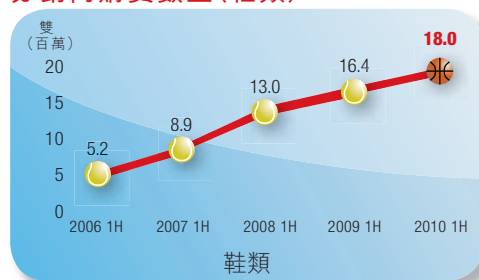
平均成本(服裝) ↑

- 這是由於擴充設計團隊及持續增加產品種類所致。

平均售價



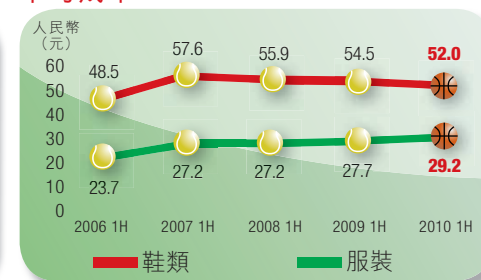
分銷商購貨數量(鞋類)



分銷商購貨數量(服裝)



平均成本





## 財務回顧

## 按生產及採購劃分銷售成本

下表按生產及採購劃分期內本集團銷售成本，以及各銷售成本佔本期內總銷售成本的百分比：

截至六月三十日止六個月

	二零一零年		二零零九年		變幅 (百分比)
	(人民幣百萬元)	(佔銷售成本) (百分比)	(人民幣百萬元)	(佔銷售成本) (百分比)	
自行生產					
原材料	287.2	14.8	189.5	11.5	51.6
直接工資	144.9	7.5	120.1	7.3	20.6
間接開支	103.8	5.3	82.8	5.0	25.4
	535.9	27.6	392.4	23.8	36.6
分包安排					
原材料	141.5	7.3	106.6	6.5	32.7
分包費用*	123.3	6.3	89.6	5.4	37.6
	264.8	13.6	196.2	11.9	35.0
外包生產					
OEM/ODM	1,142.6	58.8	1,059.3	64.3	7.9
合計	1,943.3	100.0	1,647.9	100.0	17.9

\* 本未經審核簡明綜合中期財務報告附註5之分包費用包括材料加工費，而該部份費用於此分析中已納入為原材料成本

## 按產品組合劃分毛利及毛利率

下表按產品組合劃分期內毛利及毛利率：

截至六月三十日止六個月

	二零一零年		二零零九年		毛利率變幅 (百分點)
	毛利 (人民幣百萬元)	毛利率 (百分比)	毛利 (人民幣百萬元)	毛利率 (百分比)	
鞋類	806.8	46.4	664.2	42.6	3.8
服裝	660.6	41.0	476.7	40.1	0.9
配飾	42.4	41.4	28.2	41.2	0.2
整體	1,509.8	43.7	1,169.1	41.5	2.2

## 銷售成本

本集團採取分包安排以符合分銷商日益增加的需求，而非單靠OEM/ODM安排，使本集團能夠橫向提升產量，同時仍可控制多項生產工序。

## 毛利率

由於鞋類和服裝的平均售價升幅大於平均成本變幅，期內鞋類和服裝的毛利率皆有所提升。

## 其他收益

期內之其他收入主要為政府補助金人民幣8.1百萬元(二零零九年：人民幣11.5百萬元)。

## 經營開支比率

期內，廣告與宣傳開支佔營業額比率上升0.8個百分點，而我們相對更多預算將於二零一零年下半年投放在籃球及亞運會之上。期內，員工成本佔營業額比率上升0.5個百分點，是為迎合業務增長而擴大管理團隊及提供更多員工福利所致。研發活動成本佔銷售成本比率下降0.4個百分點，而相對更多預算將於二零一零年下半年開銷。

## 財務回顧

### 經營溢利率

期內經營溢利率增長為1.7個百分點，較毛利率增長2.2個百分點為低，主要由於廣告及宣傳開支由二零零九年上半年佔營業額11.2%增加至本期之12.0%。

### 淨財務收入

利息收入的增加主要是由於存放更多人民幣存款。

### 實際稅率

期內實際稅率為20.7%，比二零零九年上半年的14.3%為高。主要因為：

- 某些在中國的附屬公司於二零零九年享有免稅優惠或較低優惠稅率於二零一零年一月一日起被徵收較高的優惠稅率；及
- 於中國的外商投資企業在二零零八年一月一日後累積而成的未分配利潤，於分配給香港成立的投資者時，須徵收百分之五股息扣繳稅。本集團估計此等外商投資附屬公司會在將來派發股息，所以本集團於期內已確認與股息扣繳稅相關的遞延稅項負債。

### 股東應佔溢利率

期內股東應佔溢利率增長0.4個百分點，較經營溢利率增長1.7個百分點為低，主要原因為稅項撥備增加。

### 股息

董事會建議本期內派發中期股息每股普通股港幣20分，總計股息為人民幣435.1百萬元（二零零九年：人民幣263.5百萬元），為期內股東應佔溢利之57.2%（二零零九年：43.3%）。

### 流動性及財務資源

於二零一零年六月三十日，本集團的現金和現金等價物總額為人民幣1,875.4百萬元（存放存款期超過三個月的銀行定期存款總數為人民幣2,328.5百萬元被視為投資活動），比二零零九年十二月三十一日總現金和現金等價物人民幣2,437.1百萬元減少了人民幣561.7百萬元。然而，於二零一零年六月三十日，現金及銀行結餘總額（包括已抵押存款）為人民幣4,213.5百萬元（於二零零九年十二月三十一日：人民幣4,006.7百萬元），升幅為5.2%。主要原因為：

- 經營活動現金流入淨額人民幣817.3

百萬元，此升幅代表著營運資金管理的改善以及傑出的經營業績。

- 投資活動現金流出淨額為人民幣850.3百萬元，主要包括存放存款期超過三個月的銀行定期存款總數淨增加人民幣768.5百萬元及資本開支共人民幣82.3百萬元。

- 融資活動現金流出淨額為人民幣499.4百萬元，主要為分派二零零九年末期及特別股息扣減行使購股權的現金流入。

下列披露了本集團於期內的自由現金流入分析。

#### 截至六月三十日止六個月

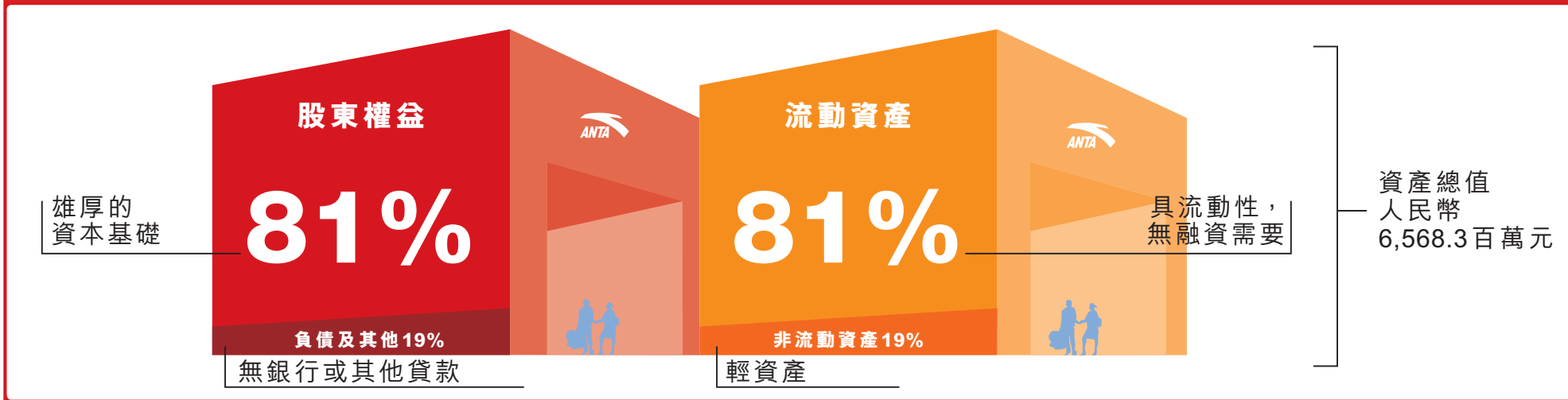
	二零一零年 (人民幣百萬元)	二零零九年 (人民幣百萬元)
經營現金流入	817.3	607.7
資本性開支	(82.3)	(72.5)
其他	0.5	2.1
自由現金流入*	735.5	537.3
現金及銀行結餘(包括已抵押存款)	4,213.5	3,646.3

\* 自由現金流指經營現金流減資本性開支及其他。

於二零一零年六月三十日，本集團的資產總值為人民幣6,568.3百萬元，其中流動資產達人民幣5,332.9百萬元。負債總值與非控股權益合共為人民幣1,256.8百萬元，而股東權益總值則為人民幣5,311.5百萬元。此外，並無未償還銀行貸款、債券及債權證。

由於股東應佔溢利增長，年率化之平均股東權益總值回報由二零零九年上半年的26.7%增長至本期的29.5%。年率化之平均資產總值回報從二零零九年上半年的23.7%增長至本期的24.2%。

## 穩健的財務狀況

**資產／負債流轉比率**

雖然營業額及經營規模皆有顯著提升，本集團仍能有效地控制存貨水平及信貸風險。平均存貨周轉日數持續有所改善，平均應收貿易賬款周轉日數則保持於二零零九年上半年水平。

**資產抵押**

於二零一零年六月三十日，本集團已將銀行存款人民幣9.6百萬元（於二零零九年十二月三十一日：人民幣9.6百萬元）抵押，以作為若干建築工程的抵押款。

**資本承擔及或然負債**

於二零一零年六月三十日，本集團的資本承擔為人民幣264.7百萬元，主要涉及發展全新的資訊管理系統及興建位於廈門的營運中心。

於二零一零年六月三十日，本集團並無為非本集團旗下公司提供任何形式的擔保。本集團目前並無涉及任何重大法律程序，亦不知悉有任何涉及本集團的待決或潛在重大法律程序。

**財務管理政策**

本集團繼續審慎監控財務風險，並積極採納國際認可的公司管理準則以保障股東的權益。由於本公司的功能貨幣是港幣，及本公司的財務報表因編製綜合賬和匯報時需要換算為人民幣。因換算而產生的匯兌差額直接於權益中之獨立儲備項目內確認。由於本集團主要以人民幣進行業務交易，本集團於營運上的匯率風險輕微。因此，並無採用財務工具作對沖有

關風險。然而，管理層繼續監察外匯風險，並已作好準備於有需要時採取審慎措施，例如進行對沖。

**重大投資及收購**

本期內，本集團並無進行重大投資或重大附屬公司出售或收購。本集團會繼續物色國際體育用品品牌收購及合作機會，實行品牌管理以增大股東權益回報。

隨著中國經濟的快速復甦，預期中國政府將繼續刺激內需，以支持經濟增長。加上普羅大眾對健康意識的提高及城市化帶來分銷網絡拓展的機會，本集團對體育用品市場的前景愈感樂觀。同時薪酬水平的上升和福利制度的持續改善，將有助提升中國消費者的購買能力和品牌關注度。面對大眾體育用品市場的高速增長所帶來的強勁需求，本集團已準備就緒以緊抓龐大商機。憑著本集團獨有的戰略定位及競爭優勢，安踏品牌、供應鏈和分銷網絡定能持續健康發展。

### 市場及產品多元化

消費者對物超所值、著名品牌的體育用品的需求不斷增加，因此本集團將繼續擴潤產品組合，以滿足消費者的品味與喜好。透過善用強大的研發和設計能力，本集團將推出設計和功能俱佳的高附加值產品，以吸引消費能力逐步提高的消費者。同時，我們將提升運動生活系列及兒童體育用品系列，從而強化年輕消費者對安踏品牌的忠誠度。此外，我們會透過推出新產品、開設新店舖及舉行新宣傳活動，把Fila中國業務拓展至高端市場。



### 贊助及代言人

本集團在過去數年不斷向前邁進，成功建立強而有效的贊助及代言人資源組合。本集團與中國奧委會及中國體育代表團的合作夥伴關係，使我們能透過整合贊助資源、投放廣告及舉辦互動宣傳活動，以提升品牌喜愛度。中國體育代表團對二零一零年溫哥華冬季奧運會領獎裝備的良好評價，讓我們更有信心在二零一零年廣州亞運會及二零一二年倫敦奧運會為他們提供更優質的領獎裝備。就規模及影響力而言，亞運會是最大型體育盛事之一，因而獲得國內外的高度關注。中國是本屆亞運會的主辦國，預料盡享地利的中國體

育代表團將一如以往取得優異成績，令中國繼續在獎牌榜上遙遙領先。中國運動員的突出表現亦為安踏領獎裝備獲取更多在頒獎典禮上曝光的機會。本集團將推出亞運會相關的TVC和POP，以增加大眾對亞運會的關注及促進銷售，同時計劃舉辦多種的宣傳活動與消費者互動，讓大眾能全身投入體驗亞運會。我們亦將優化設於在全國重要安踏店內的「COC特許產品專區」以展示更多更好的中國奧委會特許體育用品產品。中國奧委會與安踏的緊密合作關係，將有助達到安踏代表中國體育的的品牌目標。

### 市場細分及產品多樣化



中國籃球參與者和球迷多不勝數，因此本集團一直把籃球作為重點發展項目之一。著名NBA超級球星—凱文·加內特(Kevin Garnett)於八月一日加盟本集團成為代言人。凱文·加內特成就非凡，曾獲得NBA總冠軍、NBA最有價值球員及NBA最佳防守球員等榮譽。凱文·加內特無疑是NBA歷史上最偉大球員之一，他曾九度入選NBA最佳陣容、十度入選NBA最佳防守陣容、十三度入選NBA全明星隊，足以證明他技術超凡，並在世界各地享負盛名。為答謝球迷的支持和愛戴，全新的「KG」籃

球鞋系列將配合相關的TVC及POP營銷攻勢推出市場。此外，凱文·加內特將於下個NBA賽季穿上由安踏體育為他特別設計的籃球鞋作賽，有助大力提升安踏品牌的美譽度及公信力。本集團乃國內最具影響力的兩大聯賽—CBA和CUBA，以及深受大眾歡迎的電視節目—《籃球公園》的獨家贊助商。隨著凱文·加內特的強勢加盟，他與路易斯·斯科拉及CBA球員組成了本集團的代言人陣容，讓本集團成功打造了中國最強的頂級籃球贊助與代言人資源組合，有利長遠的可持續發展。



## 拓展分銷網絡

預期本地消費和城市化在中國政府的進一步推動下，較低級別城市的人口將持續增加。我們已在二、三線城市建立良好的分銷網絡，並進佔了該等城市的有利店面位置。本集團一直與區域性分銷商緊密合作，共同探索、滲透和拓展至具高增長潛力的新市場。我們會繼續優化分銷網絡，並改善分銷商和加盟商的盈利與競爭能力。本集團將提供更多關於有效零售管理及訂貨的培訓課程，進一步提升店效和零售表現。我們亦會不斷努力優化網上商店，以吸引龐大的網上客戶族群。

## 提升產品差異化與營運效率

體育用品的舒適度、保護性和功能性，是我們成功的重要因素。本集團將對內部團隊和外部合作項目投放更多資源，不斷優化研發能力與質量監控系統，使我們產品的核心技術、設計及質量均獲得進一步的提升。為改善我們的成本效益及競爭能力，本集團積極與供應商、OEM及ODM一同加強供應鏈及成本監控管理。此外，本集團致力提升管理、資訊科技及風險監控系統，從而提升策略執行能力和獲取更多即時訊息。

## 二零一零年開店計劃

安踏店

7,400



運動生活系列店

600



兒童體育用品系列店

350



FILA專賣店

200



展望未來，中國體育用品行業的市場競爭仍然激烈。本集團擁有穩健的業務基礎、清晰的拓展策略，以及高效的執行能力，讓我們在行業整合的過程中，能進一步加強在大眾市場的競爭優勢和領先地位，獲得更多的市場份額。



安踏\_中期報告\_2010/周洋



周洋



下載... 80%

周洋於2010年冬季奧運會中以破世界紀錄在短道速滑女子1.5公里項目中勝出，並贏得3公里接力金牌。



安踏  
網絡廣播





歡迎瀏覽企業社會責任網站:

關愛社會及環境



促進行業發展



良好的工作環境



企業管治



搜尋安踏

檢索

進階搜尋

企業社會責任網上遊戲



## 關愛社會及環境



## 為災民送上關愛與支持

於二零一零年四月，本集團與員工通過晉江慈善總會，把逾人民幣200萬元捐款送到受地震影響的青海玉樹災區，以解災民燃眉之急。此外，我們與分銷商和國家賽艇隊向受旱災影響的雲南省災民伸出援手，捐贈數噸飲用水及賑災用品予學童，並贈送運動裝備到學校，以改善當地學生的學習環境。

## 代言人路易士·斯科拉來華推廣籃球運動

於二零一零年五月，路易士·斯科拉在北京、哈爾濱、上海、南京和廣州五大城市出席活動，與大眾和球迷進行零距離接觸，積極推動中國籃球事業

的發展。同時，他參觀於北京舉行的CUBA訓練營，對年輕球員進行指導及分享他多年的作賽經驗。此外，他帶領十多名青海玉樹的受災兒童遊覽上海世博園和教導孩子們打籃球，並送上安踏兒童系列產品，為他們帶來無比的快樂。

## 與世界冠軍同倡綠色生活

於二零一零年四月，本集團大力支持世界冠軍聯合會於北京奧運村舉行的「冠軍林」植樹活動。當日，世界冠軍運動員如王麗萍、李妮娜和張楠及安踏代表均身體力行參與植樹，為環境保護出一分力。世界冠軍聯合會致力向社會推廣體育精神和綠色公益活動，與本集團的企業文化一致。

## 促進行業發展

## 「第24屆奧林匹克日長跑」燃起永不止步精神

作為中國奧委會唯一體育服飾合作夥伴，本集團於二零一零年六月贊助「第24屆奧林匹克日長跑」活動，以推廣「全民運動」。近二萬人於九個城市以長跑的方式，共同慶賀奧林匹克的誕辰。約四百名安踏體育的員工在北京及廈門參與是次長跑，親身傳遞奧林匹克精神。

## 參與「第26屆中國國際體育用品博覽會」，藉以推動行業發展

於二零一零年五月，安踏體育與中國奧委會攜手亮相於北京舉行的「第26屆中國國際體育用品博覽會」，展示安踏最新設計的奧運冠軍裝備，讓參觀者能更真切的感受到中國榮耀，感受到奧林匹克精神。

## 培養優秀體壇人才，促進體育事業發展

本集團藉著多項的聯賽贊助，如CBA、CUBA、排球聯賽等，以鼓勵大眾投入體育活動和將「超越自我」的體育精神融入生活之中。此外，本集團亦透過



贊助及支持各項運動項目和CUBA訓練營，培育有潛力的中國運動員（特別是青少年），以促進中國體育的長遠發展。

## 全方位培訓分銷商和加盟商

我們為分銷商和加盟商提供各類支援，例如有效的信息資源互享及統一的产品陳列守則以提升店鋪形象。此外，本集團更定期為分銷商和加盟商提供培訓，讓他們加深對訂貨、物流和存貨管理的知識，及掌握產品銷售和顧客服務的技巧。



## 良好的工作環境

## 建立良好的工作環境

本集團為員工提供全面的福利保障，當中包括定期身體檢查及舉行心理講座以確保員工的身心健康。為使員工可以在工餘時間放鬆身心，本集團不時舉辦各種休閒和體育活動，如員工生日會、戶外活動、羽毛球和足球比賽、「愛運動」員工俱樂部、舞蹈團、合唱團、瑜珈班、電影日以及運動日等。為優化辦公室和工廠的環境，在設施方面，本集團提供網球場、籃球場、休息室、健身房，以及員工餐廳和宿舍等。

## 人性化的人力資源管理

本集團一直視員工為重要的資產。我們提供具競爭力且公平的薪酬制度，以吸引員工和維持員工的穩定性。此外，本集團為員工提供多元化的培訓課程，當中包括團體建設、管理人材培育、職業安全、消防演練等硬性和軟性技巧培訓。同時，我們透過定期進行員工滿意度調查，查察人力資源制度的有效性及可改善之處。於二零一零年六月三十日，本集團員工人數約為12,500人(二零零九年年底：約13,300人)。

## 培養優良企業文化

安踏體育擁有一套清晰的企業文化和價值觀，讓員工充分了解到企業的使命和願景。本集團不時舉辦講座和活動，以加深員工對企業文化的認識，從而增加他們對公司的歸屬感。此外，本集團還定期舉辦交流活動，如「經理人年會」和「新人助跑活動」，藉以促進員工和管理層間的互動及溝通。



## 企業管治

## 企業榮譽

- 安踏體育於《FinanceAsia》舉辦的「二零一零年度亞洲最佳公司—中國」選舉中獲得五項殊榮。我們獲投票選為中國「最佳中型上市企業」，並在此類別中排名第一。此外，本公司獲選為其中一家「最佳管理公司」、「最佳投資者關係」、「最致力於強勁股息政策」及「最佳企業社會責任」的企業。安踏體育是消費品行業中唯一一家中國體育用品品牌企業入選排名名單。
- 安踏體育成為其中一家榮獲《Corporate Governance Asia》頒發「二零一零年第六屆亞洲年度企業管理獎項」(中國組別)的企業。
- 安踏體育囊括《Asia Money》「2009中國企業管理選舉」六項大獎，當中包括「最佳企業管治」、「最佳披露及透明度」、「最佳管理層和董事責任」、「最佳股東權利和公平待遇」、「最佳投資者關係」、「最佳投資關係專員」。



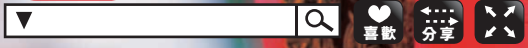


路易士·斯科拉在二零零九至二零一零年  
NBA賽季攻入44分和摘下21個籃板球，  
創下職業生涯最高得分和籃板球紀錄。

下載... 80%



安踏  
網絡廣播





審閱報告

致安踏體育用品有限公司董事會

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

## 引言

我們已審閱列載於第40頁至第53頁安踏體育用品有限公司的中期財務報告，此中期財務報告包括於二零一零年六月三十日的簡明綜合財務狀況表與截至該日止六個月期間的簡明綜合全面收益表、簡明綜合權益變動表和簡明綜合現金流量表以及解釋附註。根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「上市規則」)，上市公司必須符合上市規則中的相關規定和國際會計準則委員會頒佈的《國際會計準則》第34號「中期財務報告」的規定編製中期財務報告。董事須負責根據《國際會計準則》第34號的規定編製及列報中期財務報告。

我們的責任是根據我們的審閱對中期財務報告作出結論，並按照我們雙方所協定的應聘條款，僅向全體董事會報告。除此以外，我們的報告書不可用作其他用途。我們概不就本報告書的內容，對任何其他人士負責或承擔法律責任。

## 審閱範圍

我們已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「獨立核數師對中期財務信息的審閱」進行審閱。中期財務報告審閱工作主要包括向負責財務會計事項的人員詢問，並實施分析和其他審閱程序。由於審閱的範圍遠較按照香港審計準則進行審核的範圍為小，所以不能保證我們會注意到在審核中可能會被發現的所有重大事項。因此我們不會發表任何審核意見。

## 結論

根據我們的審閱工作，我們並沒有注意到任何事項，使我們相信於二零一零年六月三十日的中期財務報告在所有重大方面沒有按照《國際會計準則》第34號「中期財務報告」的規定編製。

畢馬威會計師事務所

執業會計師

香港中環

遮打道10號

太子大廈8樓

二零一零年八月十六日

## 簡明綜合全面收益表

截至二零一零年六月三十日止六個月—未經審核（以人民幣列賬）

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
營業額	3	<b>3,453,063</b>	2,817,022
銷售成本		<b>(1,943,291)</b>	(1,647,968)
毛利		<b>1,509,772</b>	1,169,054
其他收益		<b>15,656</b>	14,279
其他淨(損失)/收入		<b>(592)</b>	493
銷售及分銷開支		<b>(502,154)</b>	(396,263)
行政開支		<b>(127,860)</b>	(104,664)
經營溢利		<b>894,822</b>	682,899
淨財務收入	4	<b>60,461</b>	26,432
除稅前溢利	5	<b>955,283</b>	709,331
稅項	6	<b>(198,079)</b>	(101,071)
期內溢利		<b>757,204</b>	608,260
期內其他全面收益			
中國大陸以外業務的財務報表換算的滙兌差額		<b>(29,329)</b>	(1,095)
期內全面收益總額		<b>727,875</b>	607,165
溢利分配為：			
本公司股東		<b>760,228</b>	608,260
非控股權益		<b>(3,024)</b>	—
期內溢利		<b>757,204</b>	608,260
全面收益分配為：			
本公司股東		<b>730,899</b>	607,165
非控股權益		<b>(3,024)</b>	—
期內全面收益總額		<b>727,875</b>	607,165
每股盈利	7	人民幣分	人民幣分
— 基本		<b>30.50</b>	24.43
— 攤薄		<b>30.40</b>	24.39

附隨的附註屬本中期財務報告的一部份。應付予本公司股東之股息的詳情列載於附註18(h)。



## 簡明綜合財務狀況表



於二零一零年六月三十日—未經審核(以人民幣列賬)

	附註	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	8	503,046	506,420
在建工程	9	132,118	123,827
預付租賃款項	10	34,669	28,024
土地使用權預付款項	10	35,705	36,647
無形資產	11	517,816	486,983
遞延稅項資產	17(b)	12,087	11,750
<b>非流動資產合計</b>		<b>1,235,441</b>	1,193,651
<b>流動資產</b>			
存貨	12	443,381	374,090
應收貿易賬款及其他應收款項	13	675,994	528,936
已抵押存款	14	9,640	9,640
存款期超過三個月的銀行定期存款	15	2,328,516	1,560,000
現金及現金等價物	15	1,875,370	2,437,089
<b>流動資產合計</b>		<b>5,332,901</b>	4,909,755
<b>資產總計</b>		<b>6,568,342</b>	6,103,406
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款及其他應付款項	16	960,912	819,516
應付關連人士款項	20(b)	1,585	883
即期應付稅項	17(a)	89,701	52,061
<b>流動負債合計</b>		<b>1,052,198</b>	872,460
<b>流動資產淨額</b>		<b>4,280,703</b>	4,037,295
<b>資產總計減流動負債</b>		<b>5,516,144</b>	5,230,946



## 簡明綜合財務狀況表



於二零一零年六月三十日一未經審核(以人民幣列賬)

	附註	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
<b>非流動負債</b>			
長期應付非控股權益款項－無抵押及按經攤銷成本入帳		<b>44,601</b>	44,006
遞延稅項負債	17(b)	<b>105,627</b>	49,612
<b>非流動負債合計</b>		<b>150,228</b>	93,618
<b>負債總計</b>		<b>1,202,426</b>	966,078
<b>資產淨額</b>		<b>5,365,916</b>	5,137,328
<b>權益</b>			
股本	18	<b>241,952</b>	241,838
儲備	18	<b>5,069,599</b>	4,838,101
<b>本公司股東應佔權益</b>		<b>5,311,551</b>	5,079,939
<b>非控股權益</b>		<b>54,365</b>	57,389
<b>負債及權益合計</b>		<b>6,568,342</b>	6,103,406

附隨的附註屬本中期財務報告的一部份。

丁世忠  
主席兼首席執行官賴世賢  
首席運營官凌昇平  
首席財務官

香港，二零一零年八月十六日

## ★ ★ 簡明綜合權益變動表

截至二零一零年六月三十日止六個月—未經審核(以人民幣列賬)

	本公司股東應佔										
	附註	股本	股本溢價	資本儲備	法定儲備	滙兌儲備	以股份 為基礎的 薪酬儲備	留存溢利	總計	非控股 權益	權益合計
		人民幣千元 附註18(a)	人民幣千元 附註18(b)	人民幣千元 附註18(c)	人民幣千元 附註18(d)	人民幣千元 附註18(e)	人民幣千元 附註18(f)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零零九年一月一日餘額		241,654	2,729,633	141,029	164,084	(254,775)	1,262	1,457,985	4,480,872	—	4,480,872
截至二零零九年六月三十日止六個月權益變動：											
— 根據上市前購股權計劃發行的股份	18(a)	57	2,367	—	—	—	(22)	—	2,402	—	2,402
— 以股份為基礎的薪酬	18(f)	—	—	—	—	—	321	—	321	—	321
— 已批准之去年度股息	18(h)	—	(394,954)	—	—	—	—	—	(394,954)	—	(394,954)
— 轉撥至法定儲備		—	—	—	73,468	—	—	(73,468)	—	—	—
— 期內全面收益總額		—	—	—	—	(1,095)	—	608,260	607,165	—	607,165
於二零零九年六月三十日餘額		241,711	2,337,046	141,029	237,552	(255,870)	1,561	1,992,777	4,695,806	—	4,695,806
於二零一零年一月一日餘額		<b>241,838</b>	<b>2,078,956</b>	<b>141,029</b>	<b>249,282</b>	<b>(256,560)</b>	<b>1,666</b>	<b>2,623,728</b>	<b>5,079,939</b>	<b>57,389</b>	<b>5,137,328</b>
截至二零一零年六月三十日止六個月權益變動：											
— 根據上市前購股權計劃發行的股份	18(a)	114	4,788	—	—	—	(99)	—	4,803	—	4,803
— 以股份為基礎的薪酬	18(f)	—	—	—	—	—	200	—	200	—	200
— 已批准之去年度股息	18(h)	—	(504,290)	—	—	—	—	—	(504,290)	—	(504,290)
— 轉撥至法定儲備		—	—	—	43,231	—	—	(43,231)	—	—	—
— 期內全面收益總額		—	—	—	—	(29,329)	—	760,228	730,899	(3,024)	727,875
於二零一零年六月三十日餘額		<b>241,952</b>	<b>1,579,454</b>	<b>141,029</b>	<b>292,513</b>	<b>(285,889)</b>	<b>1,767</b>	<b>3,340,725</b>	<b>5,311,551</b>	<b>54,365</b>	<b>5,365,916</b>

附隨的附註屬本中期財務報告的一部份。

## 簡明綜合現金流量表

截至二零一零年六月三十日止六個月—未經審核（以人民幣列賬）

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
經營活動所得現金淨額		<b>817,275</b>	607,704
投資活動所用現金淨額*		<b>(850,306)</b>	(1,416,808)
融資活動所用現金淨額		<b>(499,359)</b>	(392,824)
現金及現金等價物減少淨額		<b>(532,390)</b>	(1,201,928)
於一月一日的現金及現金等價物		<b>2,437,089</b>	3,271,674
滙率變動之影響		<b>(29,329)</b>	(1,095)
於六月三十日的現金及現金等價物	15	<b>1,875,370</b>	2,068,651

附隨的附註屬本中期財務報告的一部份。

\* 於期間內的投資活動所用現金淨額包括存款期超過三個月之銀行定期存款的到期款項人民幣2,280,000,000元（二零零九年：人民幣221,640,000元）及存入款項人民幣3,048,516,000元（二零零九年：人民幣1,568,000,000元）。



## 1 編製基準

本中期財務報告已按照香港聯交所證券上市規則的適用披露條文編製，並符合國際會計準則委員會頒佈的《國際會計準則》第34號「中期財務報告」。本中期財務報告於二零一零年八月十六日獲授權刊發。

編製本中期財務報告所採納的會計政策，與二零零九年之年度財務報表所採用的相同，惟預期於二零一零年年度財務報表內反映之會計政策除外。此等會計政策更改之詳情載於附註2。

管理層在編製符合《國際會計準則》第34號規定的中期財務報告時所作的判斷、估計和假設，會影響會計政策的應用和按目前情況為基準計算的經呈報資產和負債、收入和支出的金額。實際結果或會有別於此等估計。編製本中期財務報告時，管理層就應用本集團會計政策作出的重大判斷及估算不確定因素的主要來源，與二零零九年度財務報表所用者相同。

本中期財務報告包括簡明綜合財務報表及節選解釋附註，未有列出根據國際財務報告準則編製的全套財務報表所規定的所有資料。附註包括對了解本集團的財務狀況及表現自二零零九年度財務報表以來的變動屬重要的事件及交易說明。

本中期財務報告未經審核，惟已由本公司審核委員會審閱，及由本公司核數師畢馬威會計師事務所按照香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「獨立核數師對中期財務信息的審閱」審閱。畢馬威會計師事務所致董事會的審閱報告載於第39頁。

## 2 會計政策的更改

國際會計準則委員會發布了兩條新修訂的國際財務報告準則、一系列國際財務報告準則的修改及一條新增詮釋，於本公司及本集團現時會計期間可首次使用。其中，與本集團財務報表相關的變化列示如下：

- 《國際財務報告準則》第3號(2008修訂版)「業務合併」
- 《國際會計準則第27號的修改》「財務報表之呈列基準」
- 《國際財務報告準則的改進(2009)》

本集團於本會計期間並無應用任何尚未生效之新境準則或詮釋。

上述發展導致會合政策的更改，但這此政策更改並無對本期或比較期間構成重大影響，原因如下：

- 《國際財務報告準則》第3號及《國際會計準則》第27號的大部份修訂尚未對本集團財務報告構成重大影響，原因是這些更改是在本集團執行有關交易時才生效(如業務合併或出售附屬公司)，且沒有要求重列以前相關交易的數額。
- 《國際財務報告準則》第3號(有關確認被收購方的遞延稅項資產)及《國際會計準則》第27號(有關非控股權益(前稱少數股東權益)虧損分配大於其權益)的修改並不構成重大影響，原因是這些修改沒有要求重列以前期間數額，及本期內並無產生相關的遞延稅項資產及虧損。

這些會計政策的更改詳列如下：

- 《國際財務報告準則》第3號(2008修訂版)的實施，導致由二零一零年一月一日起所有業務合併的確認須根據《國際財務報告準則》第3號(2008修訂版)的新要求及詳細指引執行。這些包括下列會計政策的更改：
  - 本集團於業務合併所產生的交易成本，如創辦人費用、法律費用、盡職調查費用及其他專業及諮詢費用，將確認為費用。由於以前上述交易成本被視為業務合併成本的一部份，因此相關商譽數值將受影響。
  - 本集團如在獲得控制權前已持有被收購方的權益，這些權益將被視為於獲得控制權當日以公允值被出售及回購。以前，採用分段收購方法下商譽是由每階段收購累計而成。



## 2 會計政策的更改(續)

- 或有代價將會以收購日的公允值作計量，任何有關該或有代價計量的後續變更將會確認於損益，除非這些變更是由於收購日起12個月內獲得於收購日已經存在的事實和情況的額外信息所引致(此情況被視為業務合併成本的調整)。以前，或有代價只會在付款可能性較大且能夠作出可靠的估計時才於收購日確認。由於以前所有或有代價計量及清付的後續變更會被視為業務合併成本的調整，因此相關商譽數值將受影響。
- 如被收購方於收購日擁有累計稅務虧損或其他可扣減暫時差額，而這些皆不能符合確認遞延稅項資產的條件，這些資產的後續確認將會計入損益，不像以前政策下被視為商譽的調整。
- 除根據本集團現行政策以非控股權益所佔的被收購方之可予識別資產淨額去計量非控股股東於被收購方的權益外，未來本集團可按個別交易情況選擇以公允值計量非控股權益。

根據《國際財務報告準則》第3號(2008修訂版)的過渡條款，這些新會計政策將適用於任何本期及未來期間的業務合併。有關確認遞延稅項資產變動的新政策亦將適用於以前業務合併所收購的累計稅務虧損及其他可扣減暫時差額。如收購日是早於該修訂準則開始應用，該業務合併所產生的資產及負債的賬面值未有作任何調整。

- 《國際會計準則》第27號(2008修改版)的實施導致於二零一零年一月一日起有下列的政策更改：

- 如本集團收購非全資擁有附屬公司的額外權益，該交易會被視為其以擁有人身份與公司股東(非控股權益)進行的交易，因此該交易將不會產生商譽。同樣地，如本集團出售附屬公司的部份權益，而仍擁有控制權，該交易會被視為其以擁有人身份與公司股東(非控股權益)進行的交易，因此交易將不會產生損益。以前，本集團視該類交易分別為分段收購交易及部份出售交易。
- 如本集團失去附屬公司控制權，該交易會被視為出售該附屬公司的全部權益，而本集團之剩餘權益會被視為以公允值購回。此外，基於《國際財務報告準則》第5號的修改的實施，如於報告期末本集團有意向出售附屬公司的控制權益，該附屬公司的全部權益將會全被分類為「持有待售」(假設符合《國際財務報告準則》第5號中的持有待售條件)，而不論本集團於出售后仍然持有多少該附屬公司權益。以前，該類交易被視為部份出售交易。

根據《國際會計準則》第27號的過渡條款，這些新會計政策將適用於任何本期及未來期間的交易，因此過往交易未作重列。

其他與本集團財務報表相關的會計政策的更改列示如下：

- 《國際會計準則》第27號的修改導致由二零一零年一月一日起非全資擁有附屬公司的任何虧損將按權益比例分配予控股權益及非控股權益，即使導致分配予非控股權益的綜合權益出現負值。以前，如分配虧損予非控股權益引致出現負值，只有在非控股有約定義務彌補該虧損的情況下繼續分配虧損予非控股權益。根據《國際會計準則》第27號的過渡條款，該新會計政策會於往後應用。
- 《國際財務報告準則的改進(2009)》中的《國際會計準則》第17號「租賃」的修改，導致本集團重新檢視租賃土地權益的分類，基於本集團判斷該租賃是否重大地轉移所有權相關的風險及回報，使本集團於經濟形式上與購買者相似。本集團認為繼續分類這些租賃為經營租賃是恰當的。

## 簡明綜合中期財務報表附註

**3 營業額**

本集團的主要業務為於中國製造、買賣及分銷體育用品，包括鞋類、服裝及配飾。營業額指貨品銷售額扣除退貨、折扣、返利、增值稅及其他銷售稅，分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
安踏產品	<b>3,241,476</b>	2,680,328
其他*	<b>211,587</b>	136,694
營業總額	<b>3,453,063</b>	2,817,022

\* 期內，其他代表運動生活系列、兒童體育用品系列、Fila品牌產品的銷售及銷售予海外客戶。

本集團經營單一業務分部，即製造、買賣及分銷安踏品牌包括鞋類、服裝及配飾的體育用品。於二零零九年九月三十日收購Fila中國業務後，一個新的分部已可予識別。該新的分部業務為買賣及分銷Fila品牌體育用品。董事認為，除Fila中國商標外，Fila中國業務的營業額及業績(絕對值)對於本集團截止二零一零六月三十日止六個月的營業額及溢利佔集團總額少於10%。呈列Fila中國業務分部資料對於本簡明綜合中期財務報告不具意義。因此，並無呈列分部分析。

截至二零一零年及二零零九年六月三十日止六個月，並無與單一客戶之交易額佔本集團營業額10%以上。

**4 淨財務收入**

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
利息收入	<b>36,145</b>	26,324
淨匯兌收益	<b>26,110</b>	108
	<b>62,255</b>	26,432
從按經攤銷成本入賬的應付款項 確認之利息支出	<b>(1,794)</b>	—
淨財務收入	<b>60,461</b>	26,432

**5 除稅前溢利**

除稅前溢利已扣除以下各項：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
已售存貨成本(i)	<b>1,943,291</b>	1,647,968
員工成本(i)及(ii)	<b>305,651</b>	237,300
折舊(i)	<b>32,728</b>	24,411
攤銷		
— 預付租賃款項	<b>400</b>	257
— 無形資產	<b>7,815</b>	603
分包費用(i)	<b>148,890</b>	110,691
有關物業經營租賃費用	<b>22,016</b>	9,458
研發活動成本(i)及(ii)	<b>56,008</b>	53,646

(i) 已售存貨成本包本包括分包費用、員工成本、折舊及研發活動成本，總計為人民幣435,170,000元(二零零九年：人民幣347,486,000元)。

(ii) 研發活動成本包括研發部門僱員的員工成本，已計入上文所披露的員工成本中。

## 簡明綜合中期財務報表附註

## 6 簡明綜合全面收益表內稅項

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
當期稅項－中國企業所得稅		
期內撥備	142,401	79,827
遞延稅項		
暫時性差異產生(附註17(b))	55,678	21,244
	198,079	101,071

- (i) 根據開曼群島及英屬維爾京群島的規則及規例，本集團無需繳交任何開曼群島及英屬維爾京群島的所得稅。
- (ii) 由於本集團於截至二零一零年六月三十日止六個月及截至二零零九年六月三十日止六個月並無賺取任何需繳納香港利得稅、澳門所得補充稅及新加坡所得稅的應課稅收入，故並無就香港利得稅、澳門所得補充稅及新加坡所得稅作出撥備。
- (iii) 根據相關中國企業所得稅法、條例及實施指引，某些於中國大陸的附屬公司享有稅務優惠及免稅，該等附屬公司之溢利以優惠稅率徵稅。本集團於中國大陸的附屬公司的稅項以授予該等附屬公司之優惠稅率計算。

此外，本集團若干在中國大陸的附屬公司派發源自二零零七年十二月三十一日後之溢利，將按10%稅率徵收扣繳稅(除非按條約減免)。由於這些附屬公司直接由一家香港成立之附屬公司所擁有，扣繳稅應以5%稅率計算。以這些附屬公司於可預見之將來派發二零零七年十二月三十一日後之溢利為預期股息的基礎而作出遞延稅項負債的撥備。

## 7 每股盈利

## (a) 每股基本盈利

截至二零一零年六月三十日止六個月之每股基本盈利乃根據期內本公司股東應佔溢利人民幣760,228,000元(二零零九年：人民幣608,260,000元)及期內已發行加權平均股數2,492,748,000股(截至二零零九年六月三十日止六個月：2,490,061,000股)。

普通股加權平均股數

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 千股	二零零九年 千股
已發行普通股股數	2,492,088	2,490,000
已行使之購股權的影響	660	61
普通股加權平均股數	2,492,748	2,490,061

## (b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利按已發行加權平均普通股股數計算，有關股數已就假設行使根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權(附註18(g))所造成的潛在攤薄影響作出調整。

加權平均普通股股數(已攤薄)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 千股	二零零九年 千股
普通股加權平均股數	2,492,748	2,490,061
本公司的上市前購股權計劃被視作為已發行股份的效應	7,797	3,991
普通股加權平均股數(已攤薄)	2,500,545	2,494,052

## 簡明綜合中期財務報表附註

## 8 物業、廠房及設備

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於一月一日的賬面淨額	506,420	452,154
增加	18,625	57,390
從在建工程轉入(附註9)	11,884	30,515
出售(賬面淨額)	(1,155)	(1,092)
期內折舊	(32,728)	(24,411)
於六月三十日的賬面淨額	503,046	514,556

## 9 在建工程

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於一月一日	123,827	86,541
增加	20,175	44,635
轉撥至物業、廠房及設備(附註8)	(11,884)	(30,515)
於六月三十日	132,118	100,661

## 10 預付租賃款項／土地使用權預付款項

## (a) 預付租賃款項

預付租賃款項即就土地使用權地價向中國機關預付的款項。本集團的租賃土地位於中國，並於該土地上建有廠房。本集團獲授為期50年的土地使用權。

## (b) 土地使用權預付款項

於二零一零年六月三十日，本集團已預付土地使用權款項為人民幣35,705,000元(二零零九年十二月三十一日：人民幣36,647,000元)用以於中國發展自用物業，有關產權證件於二零一零年六月三十日正在辦理申請中。

## 11 無形資產

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
於一月一日的賬面淨額	486,983	4,087
增加	38,648	1,805
期內攤銷	(7,815)	(603)
於六月三十日的賬面淨額	517,816	5,289

## 12 存貨

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料	119,542	100,383
在產品	102,781	69,122
製成品	221,058	204,585
	443,381	374,090

## 13 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
應收貿易賬款	385,963	273,378
預付供應商款項	83,662	103,015
按金及其他預付款項	117,160	108,271
預付工程款項	1,603	1,454
可扣增值稅金額	73,227	28,864
應收利息	11,031	10,339
其他應收款項	3,348	3,615
	675,994	528,936

## 簡明綜合中期財務報表附註

**13 應收貿易賬款及其他應收款項(續)**

預期所有應收貿易賬款及其他應收款項將於一年內收回或實現。應收貿易賬款賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
並無逾期或減值	384,070	269,755
逾期少於三個月	1,893	3,574
逾期三個月或以上	—	49
	<b>385,963</b>	273,378

本集團授予其貿易客戶的信貸期一般為30至90日。

**14 已抵押存款**

銀行存款已抵押予銀行，以作為若干建築工程的押金。

**15 現金及現金等價物及存放於銀行之定期存款**

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
自存款日期起計存款期為三個月之內 的銀行定期存款	1,361,032	2,175,441
銀行存款及現金	514,338	261,648
於簡明綜合財務狀況表及簡明綜合現金 流量表內之現金及現金等價物	1,875,370	2,437,089
自存款日期起計存款期超過三個月 的銀行定期存款	2,328,516	1,560,000
	<b>4,203,886</b>	3,997,089

**16 應付貿易賬款及其他應付款項**

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
應付貿易賬款	416,306	371,158
預收客戶款項	15,194	9,808
應付建築工程款項	3,334	1,683
應付增值稅金額及應付其他稅項	39,421	27,189
應計費用	444,910	373,974
其他應付款項	41,747	35,704
	<b>960,912</b>	819,516

預期所有應付貿易賬款及其他應付款項將於一年內支付或被確認為收入或需按要  
求即時支付。本集團的應付貿易賬款賬齡分析如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
三個月內	396,105	336,724
三個月至六個月	5,603	13,798
六個月以上	14,598	20,636
	<b>416,306</b>	371,158

**17 簡明綜合財務狀況表內稅項**

(a) 簡明綜合財務狀況表內即期稅項為：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
中國企業所得稅撥備	89,701	52,061

## 簡明綜合中期財務報表附註

## 17 簡明綜合財務狀況表內稅項(續)

## (b) 已確認遞延稅項資產及負債：

於簡明綜合財務狀況表確認的遞延稅項(資產)/負債的組成部分及期內變動如下：

遞延稅項來自：	股息扣繳稅 人民幣千元	其他 人民幣千元	總額 人民幣千元
於二零零九年一月一日	—	—	—
在簡明綜合全面收益表計入 (附註6)	21,244	—	21,244
於二零零九年六月三十日	21,244	—	21,244
於二零一零年一月一日	<b>49,612</b>	<b>(11,750)</b>	<b>37,862</b>
在簡明綜合全面收益表 計入/(扣除)(附註6)	<b>56,015</b>	<b>(337)</b>	<b>55,678</b>
於二零一零年六月三十日	<b>105,627</b>	<b>(12,087)</b>	<b>93,540</b>

## (c) 未確認遞延稅項資產：

於二零一零年六月三十日，本集團若干附屬公司並未就可帶後累計稅務虧損人民幣134,712,000元(二零零九年十二月三十一日：人民幣119,065,000元)確認為遞延稅項資產，其中人民幣55,775,000元(二零零九年十二月三十一日：人民幣42,325,000元)在現行稅務法例下於5年內屆滿期限。未有確認相關累計稅務虧損為遞延稅項資產是因為在相關稅務機關及應課稅實體下獲得能抵銷虧損的未來應課稅溢利的可能性不大。

## (d) 未確認遞延稅項負債：

於二零一零年六月三十日，有關本集團若干在中國大陸的附屬公司的未分配利潤之暫時差額為人民幣1,054,382,000元(二零零九年十二月三十一日：人民幣1,380,852,000元)。由於本公司控制此等中國大陸的附屬公司的股息政策，並且本公司董事已確定於可見的將來其溢利將不會被該等中國大陸的附屬公司分配，故未有確認於分配此等留存溢利時須要繳納的扣繳稅款共人民幣52,719,000元(二零零九年十二月三十一日：人民幣69,043,000元)為遞延稅項負債。

## 18 股本、儲備及股息

## (a) 股本

本期內，根據本公司上市前購股權計劃(附註18(g))，購股權持有人認購本公司普通股1,290,000股(二零零九年：645,000股)，代價為人民幣4,803,000元(二零零九年：人民幣2,402,000元)，其中人民幣114,000元計入股本(二零零九年：人民幣57,000元)，而餘下的人民幣4,689,000元計入股本溢價賬內(二零零九年：人民幣2,345,000元)。人民幣99,000元由以股份為基礎的薪酬儲備轉入至股本溢價賬內(二零零九年：人民幣22,000元)。期內未有購股權被撤銷(二零零九年：210,000股)。於二零一零年六月三十日，因行使全部尚未行使之購股權而可能發行的股份數目為11,147,000(二零零九年十二月三十一日：12,437,000股)。

## (b) 股本溢價

根據開曼群島公司法，本公司的股本溢價賬可供分派或派發股息給股東，惟緊隨分派或派息當日，本公司能於正常運作下支付到期債務。

## (c) 資本儲備

根據本公司於聯交所上市前的集團重組方案，安踏實業集團有限公司(「安踏實業」)與本公司的控股股東訂立轉讓契據，據此控股股東給予安大國際投資有限公司的墊款合共港幣144,376,000元(相等於人民幣141,029,000元)以代價港幣1.0元轉讓予安踏實業。債項轉讓已反映為控股股東墊款減少及於二零零七年度資本儲備相應增加。

## (d) 法定儲備

根據中國適用法規，中國附屬公司須把其稅後利潤(抵銷以前年度之虧損後)的10%撥至法定儲備，直至此等儲備達到註冊資本的50%為止。有關款項必須於向股東分派股息前轉撥至儲備。法定儲備經有關當局許可後可用作抵銷累積虧損或用作增加本公司的已付足資本，惟經使用後所得的餘額不得少於其註冊資本的25%。

## 簡明綜合中期財務報表附註

## 18 股本、儲備及股息 (續)

## (e) 匯兌儲備

匯兌儲備包括換算中國大陸境外業務的財務報表所產生的所有匯兌差額。

## (f) 以股份為基礎的薪酬儲備

以股份為基礎的薪酬儲備代表已授出期權給予本集團一名董事和部份僱員相對的員工服務價值。

## (g) 上市前購股權計劃

根據股東於二零零七年六月十一日通過的書面決議案，本公司採納上市前購股權計劃，並據此給予本集團其1位執行董事及37位僱員認購本公司股份的權利。上市前購股權計劃的每股認購價較全球發售價折讓20%。

上市前購股權計劃所授每份購股權的歸屬期由上市日期起計為期三年，行使期為十年。本集團並無法律或推定責任以現金購回或結算購股權。

## (h) 股息

(i) 期內應付予本公司股東之股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
中期後宣佈派發之中期股息每股普通股港幣20分 (二零零九年：每股普通股港幣12分)	435,075	263,460

中期股息於二零一零年六月三十日未有確認為負債。

(ii) 屬前財政年度及於期內獲批准及支付之應付予本公司股東之股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
期內獲批准及支付之 二零零九年度末期股息為每股 普通股港幣12分 (二零零八年：每股普通股 港幣10分)	263,108	219,419
期內獲批准及支付之 二零零九年度特別股息為每股 普通股港幣11分 (二零零八年：每股普通股 港幣8分)	241,182	175,535
	504,290	394,954

## 19 承擔

## (a) 經營租賃

於二零一零年六月三十日，根據物業的不可撤銷經營租賃於未來應付的最低租金總額如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
一年內	32,900	40,338
一年後但五年內	24,327	35,803
五年後	3,640	4,480
	60,867	80,621



## 簡明綜合中期財務報表附註

## 19 承擔(續)

## (b) 資本承擔

於二零一零年六月三十日，並未於本中期報告作出撥備的資本承擔如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
已訂約	112,778	103,832
已獲授權但未訂約	151,915	158,637
	<b>264,693</b>	262,469

## 20 重大關連人士交易

截至二零一零年六月三十日止六個月，關連人士的定義並無任何變動。

## (a) 與關連人士交易

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
經常性交易		
採購原材料		
— 泉州安大包裝有限公司 (「泉州安大」)	4,670	3,266

董事認為上述關連人士交易乃按一般商業條款及在日常業務過程中進行。

## (b) 與關連人士結餘

於二零一零年六月三十日，本集團與關連人士的結餘如下：

	二零一零年 六月三十日 人民幣千元	二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
應付關連人士款項		
貿易結餘		
— 泉州安大	918	813
其他結餘		
— 福建安大輕工發展有限公司	492	70
— 晉江世發輕工有限公司	175	—
	<b>1,585</b>	883

應付關連人士款項為無抵押、免息，且預期於一年內償還。

## (c) 主要管理層人員酬金

本集團主要管理層人員的酬金(包括已付於本公司董事的金額)載述如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
短期僱員福利	2,937	2,735
以股份為基礎的薪酬	560	145
	<b>3,497</b>	2,880

酬金總額乃計入「員工成本」(請參閱附註5)。

**董事及最高行政人員於股份、相關股份及債權證中的權益及淡倉**

於二零一零年六月三十日，本公司董事及最高行政人員和彼等之聯繫人士於本公司及其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中，擁有記錄於根據證券及期貨條例第352條須存置的登記冊或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)須知會本公司及香港聯交所的權益如下：

於本公司及其相聯法團的股份和相關股份中之權益

董事姓名	本公司／相聯法團名稱	身份／權益性質	於普通股份之權益	於相關股份之權益 <sup>(2)</sup>	佔該法團權益的概約百分比
丁世忠先生	本公司	酌情信託創始人／實益擁有人	1,438,346,000 <sup>(3)</sup>	—	57.69%
	安踏國際	酌情信託創始人	4,144 <sup>(3)</sup>	—	41.44%
丁世家先生	本公司	酌情信託創始人／實益擁有人	1,432,900,000 <sup>(4)</sup>	—	57.47%
	安踏國際	酌情信託創始人	4,084 <sup>(4)</sup>	—	40.84%
賴世賢先生	本公司	配偶之權益	167,700,000 <sup>(5)</sup>	—	6.73%
	本公司	實益擁有人	—	5,250,000	0.21%

附註：

- (1) 於二零一零年六月三十日，本公司及安踏國際已發行之普通股分別為2,493,378,000股及10,000股。
- (2) 於相關股份之權益指根據上市前購股權計劃授出的購股權之權益。詳情列載於本中期財務報告附註18(g)。
- (3) 1,431,900,000股透過一家相聯法團—安踏國際，於二零一零年六月三十日持有本公司已發行股本57.43%。Shine Well (Far East) Limited有權於安踏國際股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為於安踏國際所持有的所有股份中擁有權益。Shine Well (Far East) Limited全部已發行股本由Top Bright Assets Limited持有。Top Bright Assets Limited全部已發行股本由滙豐國際信託有限公司(「滙豐信託」)以DSZ Family Trust受託人的身份持有。DSZ Family Trust為不可撤回全權信託，由丁世忠先生於二零零七年五月二十三日創立，並作為委託人，而滙豐信託為受託人。DSZ Family Trust的受益人為丁世忠先生的家庭成員。丁世忠先生作為DSZ Family Trust的創始人，被視為於安踏國際持有的股份中擁有權益。由丁世忠先生作為實益擁有人所持有的股份為6,446,000股。

## 權益披露

- (4) 1,431,900,000股透過安踏國際，於二零一零年六月三十日持有本公司已發行股本57.43%。Talent Trend Investment Limited有權於安踏國際股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為安踏國際所持有的所有股份中擁有權益。Talent Trend Investment Limited全部已發行股本由Allwealth Assets Limited持有。Allwealth Assets Limited全部已發行股本由滙豐信託以DSJ Family Trust受託人的身份持有。DSJ Family Trust為不可撤回全權信託，由丁世家先生於二零零七年五月二十三日創立，並作為委託人，而滙豐信託為受託人。DSJ Family Trust的受益人為丁世家先生的家庭成員。丁世家先生作為DSJ Family Trust的創立人，被視為於安踏國際持有的股份中擁有權益。由丁世家先生作為實益擁有人所持有的股份為1,000,000股。
- (5) 賴世賢先生透過安達控股持有於本公司的權益。安達控股持有本公司已發行股本6.73%。Spring Star Assets Limited持有安達控股全部已發行股本。Spring Star Assets Limited由滙豐信託以DYL Family Trust受託人的身份持有。DYL Family Trust為不可撤回全權信託，由丁雅麗女士於二零零七年五月二十三日創立，並作為委託人，而滙豐信託為受託人。DYL Family Trust的受益人為丁雅麗女士的子嗣。丁雅麗女士為DYL Family Trust的創立人，被視為於安達控股所持的股份中擁有權益。根據證券及期貨條例，賴世賢先生被視作擁有來自丁雅麗女士的配偶之權益。

除上文所披露者外，於二零一零年六月三十日，本公司董事及最高行政人員概無於本公司及其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中，擁有或被視為擁有已記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條存置的登記冊或根據標準守則知會本公司及香港聯交所的權益或淡倉。

## 主要股東的權益及淡倉

於二零一零年六月三十日，以下人士或法團(並非本公司董事或最高行政人員)於本公司股份及相關股份中，擁有已記錄於根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊的權益或淡倉：

股東名稱	權益性質	股份數目 (請參閱下文)	佔本公司權益的 概約百分比
滙豐信託	受託人(並非被動受託人) <sup>(1)</sup>	1,720,297,000 (L)	68.99%
安踏國際	實益擁有人	1,431,900,000 (L)	57.43%
Allwealth Assets Limited	法團 <sup>(1)</sup>	1,431,900,000 (L)	57.43%
Shine Well (Far East) Limited	法團 <sup>(1)</sup>	1,431,900,000 (L)	57.43%
Talent Trend Investment Limited	法團 <sup>(1)</sup>	1,431,900,000 (L)	57.43%
Top Bright Assets Limited	法團 <sup>(1)</sup>	1,431,900,000 (L)	57.43%
安達控股	實益擁有人	167,700,000 (L)	6.73%
丁雅麗女士	酌情信託創立人 <sup>(2)</sup>	167,700,000 (L)	6.73%
	配偶權益 <sup>(3)</sup>	5,250,000 (L)	0.21%
Spring Star Assets Limited	法團 <sup>(2)</sup>	167,700,000 (L)	6.73%

(L) - 好倉, (S) - 淡倉



附註：

- (1) 滙豐信託於本公司的權益透過安踏國際、安達控股及安達投資控股持有，分別持有本公司發行之股本約57.43%、6.73%及4.83%權益。此外，滙豐信託以與主要股東無關之人士的受託人身份持有本公司297,000股。

滙豐信託為DSZ Family Trust及DSJ Family Trust的受託人，持有Top Bright Assets Limited及Allwealth Assets Limited全部已發行股本，而Top Bright Assets Limited及Allwealth Assets Limited則分別持有Shine Well (Far East) Limited及Talent Trend Investment Limited的全部已發行股本。Shine Well (Far East) Limited及Talent Trend Investment Limited有權於安踏國際的股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為於安踏國際所持有的所有1,431,900,000股股份中擁有權益。因此，滙豐信託、Top Bright Assets Limited、Allwealth Assets Limited、Shine Well (Far East) Limited及Talent Trend Investment Limited均於安踏國際所持有的1,431,900,000股股份中間接擁有權益。

滙豐信託為DYL Family Trust的受託人，持有Spring Star Assets Limited全部已發行股本，Spring Star Assets Limited有權於安達控股的股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為於安達控股所持有的所有167,700,000股股份中擁有權益。因此，滙豐信託及Spring Star Assets Limited均於安達控股所持有的167,700,000股股份中間接擁有權益。

滙豐信託為DHM Family Trust的受託人，持有Sackful Gold Limited全部已發行股本，Sackful Gold Limited有權於安達投資的股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為於安達投資所持有的所有120,400,000股股份中擁有權益。因此，滙豐信託及Sackful Gold Limited均於安達投資所持有的120,400,000股股份中間接擁有權益。

- (2) Spring Star Assets Limited有權於安達控股的股東大會上行使或控制行使三分之一或以上投票權，因此被視為於安達控股所持有的所有167,700,000股股份中擁有權益。

Spring Star Assets Limited的全部已發行股本由滙豐信託以DYL Family Trust受託人的身份持有。DYL Family Trust為不可撤回全權信託，由丁雅麗女士於二零零七年五月二十三日創立，並作為委託人，而滙豐信託為受託人。DYL Family Trust的受益人為丁雅麗女士的子嗣。丁雅麗女士作為DYL Family Trust的創立人，被視為於Spring Star Assets Limited所持有的167,700,000股股份中擁有權益。

- (3) 根據證券及期貨條例，丁雅麗女士被視為於行使上市前購股權計劃授予其配偶本公司執行董事賴世賢先生的購股權而可能發行予賴世賢先生的5,250,000股股份中擁有權益，詳情載於本中期財務報告附註18(g)。

除上文所披露者外，於二零一零年六月三十日，董事並不知悉有任何其他人士或法團於本公司的股份及相關股份中擁有記錄於根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊的權益或淡倉。



本公司認同達致較高的企業管治標準的價值和重要性是有助加強企業的業績和責任心。董事會盡力遵守企業管治原則及採納有效的企業管治守則以滿足法律上及商業上的標準，專注例如內部監控、公平披露及向所有股東的負責等範疇。

本公司已採納上市規則附錄14所載的企業管治常規守則(「該守則」)所列的原則。本公司定期檢討其企業管治守則以確保持續遵守該守則。本公司截至二零一零年六月三十日止六個月，除下面別有披露外，本公司已遵守該守則所列條文。

根據該守則的A.2.1條，主席和首席執行官的角色應該要分開和應該不能同一人兼任。期內，本公司的主席和首席執行官的角色都是由丁世忠先生擔任。因丁先生對體育用品消費市場有豐富的經驗，彼負責本集團整體的戰略計劃和業務發展。董事會認為丁先生同時兼具主席和首席執行官的角色是對本集團的業務前景和管理有莫大的益處。而且董事會和高級管理人員都是具備豐富經驗和才能的人才，可以確保權力和職權的平衡。現時董事會有六位執行董事和三位獨立非執行董事，因此在董事會成員架構中有很強的獨立性。

本公司已採納載於上市規則附錄10的上市公司董事進行證券交易的標準守則作為董事進行證券交易的標準。本公司向全體董事作出詳細查詢後，全體董事確認截至二零一零年六月三十日止六個月期間一直遵守標準守則所載的規定準則。

審核委員會負責檢討及監管本集團的財務呈報過程、內部監控及審閱綜合財務報表。審核委員會定期與本公司的外部核數師會面討論核數程序及會計事項，管理層需在適當時避席。他們的書面職權範圍符合守則的規定。審核委員會成員包括楊志達先生(主席)、呂鴻德先生及戴仲川先生，全部皆為本公司之獨立非執行董事。本集團截至二零一零年六月三十日止六個月的簡明綜合中期財務報告未經審核，惟已由本公司核數師畢馬威會計師事務所及審核委員會審閱。

本公司及其附屬公司概無於截至二零一零年六月三十日止六個月期間購買、出售或贖回其上市證券。



### 股東週年大會

本公司股東週年大會或其任何續會

### 安達控股

安達控股國際有限公司

### 安達投資

安達投資資本有限公司

### 安踏

安踏品牌

### 安踏國際

安踏國際集團控股有限公司

### 安踏體育／本公司

安踏體育用品有限公司

### 安踏店

安踏特許零售店

### 平均售價

銷售金額除以銷售數量

### 平均銷售面積

實際銷售面積，不包括倉庫，除以店鋪數目

### 董事會

本公司之董事會

### 英屬維爾京群島(BVI)

英屬維爾京群島

### 中國籃協(CBA)

中國籃球協會

### CCTV

中央電視台

### CCTV5

中央電視台體育頻道

### 中國(PRC)

中華人民共和國

### 中國奧委會(COC)

中國奧林匹克委員會

### 居民消費價格指數(CPI)

居民消費價格指數

### 中國體育代表團(CSD)

中國體育代表團

### 企業社會責任(CSR)

企業社會責任

### CUBA

中國大學生籃球聯賽

### ERP

企業資源計劃系統，把不同的企業功能集成一體的信息管理系統

### 執行董事

本公司之執行董事

### Fila中國業務

Fila Marketing (Hong Kong) Limited 及其附屬公司全部權益，及 Full Prospect Limited 及其附屬公司 85% 權益

### Fila中國商標

所有在中國大陸、香港和澳門註冊，帶有「FILA」品牌的商標

### Fila產品

帶有Fila中國商標之體育用品

### 國內生產總值(GDP)

國內生產總值

### 本集團

本公司及其附屬公司

### 香港

中國香港特別行政區

### 港幣(HK\$)

香港之法定貨幣

### 香港聯交所(HKEX)

香港聯合交易所有限公司

### 獨立非執行董事

本公司之獨立非執行董事

### 上市(IPO)

首次公開發售

### 兒童體育用品系列

安踏為8至14歲的兒童提供的運動產品

### 上市規則

香港聯合交易所有限公司證券上市規則

### MSCI

摩根士丹利資本國際標準指數

### NBA

美國職業籃球聯賽

### ODM

原設計生產商

### OEM

原設備生產商

### 期內

截至二零一零年六月三十日止六個月

### 終端廣告(POP)

終端廣告

### 銷售網點(POS)

安踏店的銷售網點

### 工業品出廠價格指數(PPI)

工業品出廠價格指數

### 研發(R&D)

研究與開發

### 人民幣(RMB)

中國之法定貨幣

### 股份

本公司股份中每股面值港幣0.10元之普通股份

### 股東

本公司股東

### 運動生活系列

安踏為15至28歲的消費者提供的時尚運動休閒產品

### 總銷售面積

實際銷售面積，不包括倉庫

### 電視廣告(TVC)

電視廣告

### WTA

世界女子網球聯合會

## 公司簡介

本集團為中國領先的體育用品品牌企業之一，主要從事設計、開發、製造和行銷安踏品牌的體育用品，包括運動鞋、服裝及配飾。本集團透過分銷商管理旗下遍佈全國的零售店鋪，已在中國建立廣泛的分銷網絡。本集團專注品牌建設及市場推廣，結合多方面的宣傳資源，包括體育活動贊助、廣告投放、透過互聯網與消費者互動及代言人贊助等，並配合重點產品宣傳，突顯品牌及產品差異化。本集團的運動鞋市場佔有率綜合指數更連續九年在中國榮列第一。

## 股份資料

上市日期： 二零零七年七月十日  
 每手買賣股數： 1,000股  
 已發行股份數目： 2,493,378,000股  
 (於二零一零年六月三十日)

## 股份代號

香港聯交所 2020  
 路透社 2020.HK  
 彭博 2020HK  
 MSCI 3741301

© 著作權 安踏體育用品有限公司 二零一零年 版權所有

未得安踏體育用品有限公司事先書面許可，不得將本文件任何部分以任何形式或用任何方法（無論電子、機械、複印、錄製或其他形式）複製、存於檢索系統或傳送予他人。

## 股息

	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
中期股息	—	10	12	20
末期股息	8	10	12	
特別股息	—	8	11	

## 投資者關係聯絡

如有查詢，請聯繫：

安踏體育用品有限公司  
 投資者關係部  
 香港皇后大道中183號  
 中遠大廈44樓4408室  
 電話： (852) 2116 1660  
 傳真： (852) 2116 1590  
 電郵： ir@anta.com  
 投資者關係網站： www.ir.anta.com.hk  
 品牌網站： www.anta.com

偉達公眾關係顧問有限公司  
 香港鯉魚涌英皇道979號  
 太古坊電訊盈科中心36樓  
 電話： (852) 2894 6321  
 傳真： (852) 2576 1990  
 電郵： anta@hillandknowlton.com.hk

## 哪些日子最為重要？

二零一零年  
八月十六日  
中期業績公告

聊天



投資大眾



Peter

二零一零年八月  
二十四至二十七日  
二零一零年中期

聊天



Pearl

二零一零年九月  
三日或之後  
二零一零年中期  
股息派發日期

聊天



林先生

二零一零年  
十二月三十一日  
二零一零年  
財政年度結算日

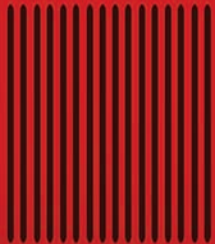
聊天



李女士



TdA - concept and design [tda.com.hk](http://tda.com.hk) EDICO - produced and printed [edico.com.hk](http://edico.com.hk)





## 審閱中期業績公告

審核委員會已與管理層檢討本集團所採用之會計準則及慣例，並討論有關內部監控及財務申報等事宜，包括審閱截至二零一零年六月三十日止六個月之未經審核簡明綜合財務報表。

## 暫停過戶登記

本公司將於二零一零年八月二十四日(星期二)至二零一零年八月二十七日(星期五)(首尾兩天包括在內)，暫停辦理股份過戶登記，以確定股東獲派建議中期股息的資格。凡欲獲派上述中期股息，須於二零一零年八月二十三日(星期一)下午四時三十分前，將過戶文件連同有關股票，一併送達本公司的香港證券及過戶登記分處，即位於香港灣仔皇后大道東183號合和中心十七樓一七一二至一七一六室的香港中央證券登記有限公司，辦理有關過戶手續。

## 業績公告發佈

本中期業績公告分別在香港聯合交易所有限公司網站<http://www.hkexnews.hk>及本公司網站[www.ir.anta.com](http://www.ir.anta.com)登載。

承董事會命  
安踏體育用品有限公司  
公司秘書  
凌昇平

香港，二零一零年八月十六日

於本公佈日期，執行董事為丁世忠先生、丁世家先生、賴世賢先生、王文默先生、吳永華先生及鄭捷先生；以及獨立非執行董事為楊志達先生、呂鴻德先生及戴仲川先生。