

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



PEAK SPORT PRODUCTS CO., LIMITED

匹克體育用品有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1968)

截至二零一零年六月三十日止六個月之 中期業績公告

2010上半年財務摘要

- 營業額增長33.3%至人民幣18.09億元
- 毛利增長31.8%至人民幣6.81億元。毛利率為37.7%
- 股權持有人應佔本期溢利增長29.6%至人民幣3.47億元。淨利潤率為19.2%
- 每股基本及攤薄盈利分別為每股人民幣16.52分及每股人民幣16.51分
- 擬派中期股息為每股普通股港幣7分（相等於人民幣6.11分）
- 匹克授權經營零售網點數目達至6,796個，相比2009年年底淨增加590個

中期業績

匹克體育用品有限公司（「匹克」或「本公司」）之董事會（「董事會」）欣然公佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）於截至二零一零年六月三十日止六個月未經審核之綜合業績，連同上個財政年度之可比較數字，並載述如下：

綜合損益表

截至二零一零年六月三十日止六個月 – 未經審核

		截至六月三十日止六個月	
		二零一零年	二零零九年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
營業額	3	1,808,625	1,357,263
銷售成本		<u>(1,127,407)</u>	<u>(840,569)</u>
毛利		681,218	516,694
其他收入	4	9,630	4,259
其他收益淨額	5	2,628	4,625
銷售及分銷開支		(221,918)	(192,810)
行政開支		<u>(50,591)</u>	<u>(27,611)</u>
經營溢利		420,967	305,157
財務開支	6(a)	<u>-</u>	<u>(7,553)</u>
除所得稅前溢利	6	420,967	297,604
所得稅	7	<u>(74,394)</u>	<u>(30,248)</u>
本公司股權持有人應佔本期溢利		<u><u>346,573</u></u>	<u><u>267,356</u></u>
每股盈利（人民幣分）			
— 基本	9(a)	<u><u>16.52</u></u>	<u><u>16.82</u></u>
— 攤薄	9(b)	<u><u>16.51</u></u>	<u><u>16.82</u></u>

於本期後宣派及於本期內已支付本公司股權持有人之股息載於附註8。

綜合資產負債表

於二零一零年六月三十日－未經審核

	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
非流動資產			
物業、廠房及設備		261,665	244,287
在建工程		77,867	61,266
預付租賃款項		16,085	16,257
無形資產		11,837	9,842
遞延稅項資產		8,994	6,181
		<u>376,448</u>	<u>337,833</u>
流動資產			
存貨		290,600	210,299
貿易及其他應收賬款	10	806,791	863,849
抵押存款		63,860	55,344
到期日超過3個月之銀行存款		131,040	519,483
現金及現金等價物		1,979,240	1,413,325
		<u>3,271,531</u>	<u>3,062,300</u>
流動負債			
貿易及其他應付賬款	11	442,226	339,483
當期稅項負債		45,903	27,244
		<u>488,129</u>	<u>366,727</u>
流動資產淨額		<u>2,783,402</u>	<u>2,695,573</u>

	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
附註		
資產總額減流動負債	<u>3,159,850</u>	<u>3,033,406</u>
非流動負債		
遞延稅項負債	<u>36,673</u>	<u>31,239</u>
資產淨額	<u><u>3,123,177</u></u>	<u><u>3,002,167</u></u>
權益		
股本	18,459	18,459
儲備	<u>3,104,718</u>	<u>2,983,708</u>
	<u><u>3,123,177</u></u>	<u><u>3,002,167</u></u>

附註

1. 一般資料

本公司於二零零八年二月十五日在開曼群島根據開曼群島公司法第22章（一九六一年法例三，經綜合及經修訂）註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司之註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司股份於二零零九年九月二十九日（「上市日期」）在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

本集團之簡明綜合財務報表雖未經審核，但已由本公司之外聘核數師畢馬威會計師事務所按照香港會計師公會所頒布之香港審閱工作準則第2410號－「實體獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。本簡明綜合財務報表已於二零一零年八月二十六日經本公司董事會批准發佈。

2. 編製基準

本集團之簡明綜合財務報表乃按照香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露條文而編製，包括遵照國際會計準則委員會頒佈國際會計準則第34號「中期財務報告」。本簡明綜合財務報表應與截至二零零九年十二月三十一日止年度，根據國際財務報告準則按歷史成本法編製的綜合財務報表一併閱讀。本簡明綜合財務報表已按照二零零九年全年財務報表所採納之相同會計政策編製，惟於二零一零年全年財務報表中預期出現之會計政策變動及於處理新交易首次採用之新會計政策除外。

除另有說明者外，本簡明綜合財務報表均以人民幣呈列，並調整至最接近千位數。

3. 營業額及分部報告

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

由於本集團主要於中華人民共和國（「中國」）從事體育用品的製造及銷售，因此並無列示本集團之業務分部資料。

4. 其他收入

	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	4,310	2,085
政府補助	5,252	2,123
其他	68	51
	<u>9,630</u>	<u>4,259</u>

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

5. 其他收益淨額

	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
匯兌收益	2,628	617
出售預付租賃款項收益	-	3,813
出售物料收益	-	195
	<u>2,628</u>	<u>4,625</u>

6. 除所得稅前溢利

除所得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	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
(a) 財務費用：		
銀行借款的利息	-	4,879
關連人士借款的利息	-	2,674
	<u>-</u>	<u>7,553</u>
(b) 員工成本：		
定額供款退休計劃的供款	2,271	655
以權益結算的股份支付	3,514	-
薪金、工資及其他福利	101,740	67,558
	<u>107,525</u>	<u>68,213</u>
(c) 其他項目：		
預付租賃款項攤銷	171	171
核數師酬金	882	30
折舊	9,982	6,508
關於物業的經營租賃費用	1,452	1,317
存貨成本 [#]	1,127,407	840,569
獎勵金及裝修補貼 [*]	48,599	20,810
廣告及推廣費用	204,116	179,403
出售物業、廠房及設備的虧損	408	106
	<u>1,914,805</u>	<u>1,427,183</u>

[#] 截至二零一零年六月三十日止六個月，存貨成本包括與員工成本、折舊及攤銷費用以及經營租賃費用有關的款項人民幣80,216,000元（二零零九年上半年：人民幣52,723,000元）。有關款項已記入上文附註6(b)及(c)分開列示的各類費用總額中。

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

7. 所得稅

	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 — 中國所得稅		
期內撥備	71,684	25,071
以前年度撥備不足	90	164
遞延稅項		
暫時性差異之產生及撥回	2,620	5,013
	<u>74,394</u>	<u>30,248</u>

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

由於本集團於截至二零一零年六月三十日止六個月並無賺取任何應課香港利得稅的收入，因此並無就香港利得稅作出撥備。

根據相關的中國所得稅規則及法規，中國企業所得稅的撥備，乃根據本公司的各附屬公司的應課稅收入按法定稅率25%（二零零九年：25%）或優惠稅率12.5%計算。

8. 股息

(a) 有關本期本公司股權持有人應佔股息

	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
於本期後宣派的有關本期的中期股息 每股普通股港幣7分（二零零九年：無）	128,282	—

於二零一零年六月三十日，中期股息並未確認為負債。

(b) 於本期內批准及支付的有關上年度的本公司股權持有人之股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元
於本期內批准及支付的有關上年度的末期股息		
每股普通股港幣12分 (二零零九年：無)	<u>220,650</u>	<u>—</u>

9. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按照本公司股權持有人應佔本期溢利人民幣346,573,000元 (截至二零零九年六月三十日止六個月：人民幣267,356,000元) 及本期已發行普通股之加權平均數2,097,903,000股 (截至二零零九年六月三十日止六個月：1,589,162,000股) 計算。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按照本公司股權持有人應佔本期溢利人民幣346,573,000元 (截至二零零九年六月三十日止六個月：人民幣267,356,000元) 及本期已發行股份之加權平均數計算，此加權平均數已對於本公司的購股權計劃下授出之購股權假設於本期被行使時而引致的潛在攤薄的影響作出調整。

普通股之加權平均數 (攤薄)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一零年	二零零九年
	千股	千股
普通股之加權平均數	2,097,903	1,589,162
於本公司的購股權計劃下被視為發行之股份的影響	<u>912</u>	<u>—</u>
普通股之加權平均數 (攤薄)	<u>2,098,815</u>	<u>1,589,162</u>

10. 貿易及其他應收賬款

	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
應收票據	-	12,720
貿易應收賬款	704,233	761,613
按金及預付款項	96,049	81,590
其他	6,509	7,926
	<u>806,791</u>	<u>863,849</u>

所有貿易及其他應收賬款預期於一年內收回。

於結算日，按發票日期計算之貿易應收賬款及應收票據總結餘的賬齡分析如下：

	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
3個月內	704,233	765,213
3至6個月	-	9,120
	<u>704,233</u>	<u>774,333</u>

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

11. 貿易及其他應付賬款

	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
應付票據	259,034	207,520
貿易應付賬款	78,807	22,011
其他應付賬款及應計費用	104,385	109,952
	<u>442,226</u>	<u>339,483</u>

所有貿易及其他應付賬款預期於一年內清付。

於二零一零年六月三十日之應付票據乃由本集團之物業、廠房及設備、預付租賃款項及質押存款作出擔保。

於結算日，按發票日期計算之貿易應付賬款及應付票據總結餘的賬齡分析如下：

	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
3個月內	214,521	87,240
3至6個月	123,320	142,291
	337,841	229,531

中期股息

董事會決議宣派截至二零一零年六月三十日止六個月的中期普通股股息每股港幣7分（相等於人民幣6.11分）。中期股息總額合計人民幣128.3百萬，佔股權持有人應佔本期溢利的37.0%，該股息預計於二零一零年九月二十四日或前後支付予股東。

管理層討論及分析

市場概況

儘管從二零零九年下半年開始金融業得到了強而有力的復甦，但是仍然有許多不確定因素影響著全球經濟的持續回升，尤其是在二零一零年上半年很多發達國家仍經歷著高失業，房產市場疲弱和債務危機的困擾。預計在相當的一段時期內，發達國家的需求將維持在較低水平。而另一方面，中國在二零一零年上半年的經濟條件還是不錯的，這主要歸功於中國政府採取了積極的財政政策和適度寬鬆的貨幣政策。中國政府現正努力以刺激國內消費的手段應對發達國家需求的減少而非單一依賴在固定資產方面的資本支出刺激經濟；結果，在二零一零年上半年，中國的國內生產總值和消費品零售總額與去年同期比較分別增長11.1%和18.2%。

得益於中國農村城鎮化的快速發展和政府推行上述財政和貨幣政策，從總體來說，體育用品行業在二零一零年上半年保持著穩定的增長。近期在國內發生的多項工廠工人不滿事件使得一些工人工資得到大幅度提升，這對於體育用品行業來說是一個利好的消息，因為這些工人大部份也是我們的消費者，預計在他們工資提高後，體育用品的消費也將隨之提高。

鑒於上述情況，我們對於體育用品行業非常樂觀，儘管我們同時面臨著一些不確定的風險因素如發達國家的需求降低和市場競爭的日益激烈，我們一定會審慎處理這些風險。根據我們的中期戰略部署，我們將致力將大部份資源投入到國內市場和一些新興市場以確保未來年度持續的營業增長。

財務回顧

下文概述本集團於截至二零一零年六月三十日止六個月之業績，連同主要財務指標：

	截至六月三十日止六個月		變動
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	
綜合損益表項目			
營業額	1,808,625	1,357,263	33.3%
毛利	681,218	516,694	31.8%
經營溢利	420,967	305,157	38.0%
股權持有人應佔溢利	346,573	267,356	29.6%
每股基本盈利（人民幣分）	16.52	16.82	(1.8%)
每股攤薄盈利（人民幣分）	16.51	16.82	(1.8%)
主要財務比率			
毛利率	37.7%	38.1%	
經營利潤率	23.3%	22.5%	
實際稅率	17.7%	10.2%	
淨利潤率	19.2%	19.7%	
權益回報率（已量化為年度） (附註甲)	22.6%	51.2%	

	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月	截至 二零零九年 十二月三十一日 止年度
營運資金比率		
平均存貨週轉天數 (附註乙)	40	36
平均貿易應收賬款及應收票據 週轉天數 (附註丙)	74	70
平均貿易應付賬款及應付票據 週轉天數 (附註丁)	46	42
	二零一零年 六月三十日	二零零九年 十二月三十一日
其他比率		
流動比率	6.7	8.4
債務比率 (附註戊)	0.0%	0.0%
每股資產淨額 (人民幣)	1.49	1.43

附註：

- 甲. 權益回報率相等於年內溢利除以期初及期末平均權益。
- 乙. 平均存貨週轉天數相等於期初及期末平均存貨除以銷售成本再乘以本期／年度天數。
- 丙. 平均貿易應收賬款及應收票據週轉天數相等於期初及期末平均貿易應收賬款及應收票據除以營業額再乘以本期／年度天數。
- 丁. 平均貿易應付賬款及應付票據週轉天數相等於期初及期末平均貿易應付賬款及應付票據除以銷售成本再乘以本期／年度天數。
- 戊. 債務比率乃根據銀行貸款總額除以權益計算。

營業額

本集團於二零一零年上半年的營業額為人民幣1,808.6百萬元 (二零零九年上半年：人民幣1,357.3百萬元)，較二零零九年同期增加33.3%。期內營業額增加的主要原因是市場對本集團產品的需求增加，以及本集團不斷擴充中國的分銷網絡所致。市場對本集團產品需求增加的原因是基於本集團成功之品牌推廣及營銷策略，以及中國體育用品市場的自然增長。於二零一零年六月三十日，匹克授權經營零售網點數目已從二零零九年底的6,206個增加9.5%至6,796個。

按產品類別分析營業額：

	截至六月三十日止六個月				變動 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	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	828.7	45.8	624.6	46.0	32.7
服裝	941.5	52.1	701.4	51.7	34.2
配飾	38.4	2.1	31.3	2.3	22.7
總計	<u>1,808.6</u>	<u>100.0</u>	<u>1,357.3</u>	<u>100.0</u>	33.3

與去年同期相比，本集團二零一零年上半年各類產品佔營業額的相關比重沒有重大的變化。

按地理位置分析營業額：

	截至六月三十日止六個月				變動 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	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	
中國市場	1,614.5	89.3	1,230.2	90.6	31.2
海外市場					
亞洲	70.9	3.9	35.3	2.6	100.8
歐洲	61.6	3.4	61.2	4.5	0.7
南美洲	31.9	1.8	18.9	1.4	68.8
非洲	13.8	0.7	6.2	0.5	122.6
北美洲	8.5	0.5	5.5	0.4	54.5
澳大利亞	7.4	0.4	—	—	N/A
	<u>194.1</u>	<u>10.7</u>	<u>127.1</u>	<u>9.4</u>	52.7
總計	<u>1,808.6</u>	<u>100.0</u>	<u>1,357.3</u>	<u>100.0</u>	33.3

中國市場仍是二零一零年上半年總收入的最大來源，佔總營業額的89.3%。國內市場和海外市場的營業額與二零零九年同期相比分別增長31.2%和52.7%。國內市場營業額的增加主要歸功於在二零一零年上半年，市場對本集團產品的需求增加，以及本集團對中國的分銷網絡不斷擴充。而海外市場營業額的大幅度增長主要是因為二零零九年上半年受全球金融危機影響，大部份消費品的需求受到嚴重壓抑，海外需求在二零一零年上半年得到復甦。

按產品分析毛利

按產品類別分析毛利的貢獻：

	截至六月三十日止六個月				
	二零一零年		二零零九年		毛利率變動 (百分點)
	毛利 人民幣 (百萬元)	毛利率 (%)	毛利 人民幣 (百萬元)	毛利率 (%)	
鞋類	313.2	37.8	235.5	37.7	0.1
服裝	354.0	37.6	269.6	38.4	(0.8)
配飾	14.0	36.5	11.6	37.1	(0.6)
總計	<u>681.2</u>	<u>37.7</u>	<u>516.7</u>	<u>38.1</u>	(0.4)

於二零一零年上半年，服裝產品的毛利率有所下降，主要原因是其生產成本的上升比率略高於其產品售價的上升比率。服裝產品毛利率的下降抵消了鞋類產品毛利率的小幅增長，導致與去年同期相比，二零一零年上半年整體毛利率略有下降。服裝產品生產成本的不成比例增加主要是由期內直接勞工成本增加所致。

售價及售出數量

按產品類別分析平均單位售價及售出數量：

	截至六月三十日止六個月					
	二零一零年		二零零九年		變動	
	平均單位		平均單位		平均單位	
	售出數量	售價	售出數量	售價	售出數量	售價
	(百萬)	(人民幣)	(百萬)	(人民幣)	(%)	(%)
鞋類 (雙)	10.3	80.5	7.6	82.2	35.5	(2.1)
服裝 (件)	21.7	43.4	16.5	42.5	31.5	2.1

附註：

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

本集團採用成本加成法以制定其產品的批發價。鞋類產品的平均單位售價由二零零九年上半年的人民幣82.2元減少2.1%至二零一零年同期的人民幣80.5元，主要原因是鞋類產品的生產成本有所下降，所以與去年同期相比，本集團的鞋類產品定價較低。鞋類產品生產成本的降低的主要原因為在此期間，於江西省上高縣新工廠裡新聘的工人生產經驗的累積使得生產效率有進一步提升，此外，這些工人的單位勞工成本也比較低。

就本集團的服裝產品而言，其平均單位售價由二零零九年上半年的人民幣42.5元增加2.1%至二零一零年同期的人民幣43.4元，主要原因是期內大部分服裝產品的平均售價因直接勞工成本的增加而輕微上調。

每個零售網點平均營業額和每單位零售面積平均營業額

按零售網點及零售面積分析中國地區的營業額（按批發層面）：

	於六月三十日			截至六月三十日止六個月			
	零售 網點數目	總零售 面積 (平方米)	每個 零售網點 平均面積 (平方米)	平均零售 網點數目 (附註1)	平均總 零售面積 (平方米) (附註2)	每個零售 網點平均 營業額 (人民幣 千元) (附註1)	每單位 零售面積 平均 營業額 (人民幣 千元) (附註2)
二零一零年	6,796	503,098	74.0	6,501	478,068	248	3.4
二零零九年	5,667	399,222	70.4	5,423	380,877	227	3.2
變動(%)	<u>19.9</u>	<u>26.0</u>	<u>5.1</u>	<u>19.9</u>	<u>25.5</u>	<u>9.3</u>	<u>6.3</u>

附註：

- (1) 每個零售網點平均營業額相等於總營業額（中國市場）除以平均零售網點數目（相等於期間內的期初及期末零售網點數目平均數）。
- (2) 每單位零售面積平均營業額相等於總營業額（中國市場）除以平均總零售面積（相等於期間內的期初及期末總零售建築面積平均數）。

每個匹克授權經營零售網點的平均面積由二零零九年六月三十日的70.4平方米增加至二零一零年六月三十日的74.0平方米，這與本集團有關逐步增加新店舖面積以放置不斷增加的產品和配合已提升的匹克品牌形象的策略一致。相對於二零零九年而言，於二零一零年上半年，每個匹克授權經營零售網點的平均營業額及每單位零售面積的平均營業額已分別增加9.3%及6.3%。該兩個比率增加的原因是期內的零售網點平均面積的增加，以及匹克產品受廣大消費者的喜愛所致。

銷售成本

按生產方法分析銷售成本：

	截至六月三十日止六個月				變動 (%)
	二零一零年		二零零九年		
	人民幣 (百萬元)	佔總額 百分比	人民幣 (百萬元)	佔總額 百分比	
自行生產					
原材料	198.7	65.4	137.4	66.8	44.6
直接勞工	58.5	19.3	39.8	19.3	47.0
間接費用	46.6	15.3	28.6	13.9	62.9
總計	303.8	100.0	205.8	100.0	47.6
銷售成本					
自行生產	303.8	26.9	205.8	24.5	47.6
原設備製造商／ 原設計製造商	428.0	38.0	347.6	41.4	23.1
委托加工	395.6	35.1	287.2	34.1	37.7
總計	1,127.4	100.0	840.6	100.0	34.1

與二零零九年同期相比，二零一零年上半年本集團自行生產的成本結構沒有重大的變化。

自行生產佔總銷售成本由二零零九年同期的24.5%輕微上升至二零一零年的26.9%，此主要歸因於期間內服裝產品自產比率的上升，但此上升部分被鞋類產品自產比率的下降部份所抵消。儘管我們已經在新工廠增加了新生產線以擴大鞋類產品和服裝產品的自行生產能力，但市場對本集團鞋類產品的需求卻超逾本集團新增的自行生產量，所以鞋類產品自產比率才有所下降。

其他收入及其他收益淨額

二零一零年上半年其他收入增加至人民幣9.6百萬元(二零零九年上半年：人民幣4.3百萬元)，原因主要是來自本公司首次公開發售所得款項增加了利息收入，以及當地政府增值稅退稅的增加。其他收益淨額減少至人民幣2.6百萬元(二零零九年上半年：人民幣4.6百萬元)，主要原因是於二零零九年本集團發生了一筆出售土地使用權的利潤。

銷售及分銷費用

二零一零年上半年內的銷售及分銷費用總額為人民幣221.9百萬元(二零零九年上半年：人民幣192.8百萬元)，較同期增加15.1%。增加的主要原因是期間內增加廣告及推廣費用，以進一步推廣匹克品牌及其產品。

行政費用

二零一零年上半年內行政費用總額為人民幣50.6百萬元(二零零九年上半年：人民幣27.6百萬元)，較同期增加83.3%。該增加與本集團於期內商業活動的增長相一致，其主要原因如下：(i)公司管理人員和行政人員的成本增加；(ii)研發費用增加；及(iii)交通及應酬費用增加。

所得稅

所得稅費用由二零零九年上半年的人民幣30.2百萬元增加145.9%至二零一零年同期的人民幣74.4百萬元。增加的主要原因是本集團於二零一零年上半年的收入及實際稅率均有所增加。實際稅率由二零零九年上半年的10.2%上升至二零一零年同期的17.7%，其主要原因是本集團的兩間附屬公司的稅務狀況改變。該附屬公司於二零一零年須按企業所得稅率12.5%繳稅，但其於二零零九年獲豁免繳付企業所得稅。

純利及淨利潤率

純利由二零零九年上半年的人民幣267.4百萬元增加29.6%至二零一零年同期的人民幣346.6百萬元；而淨利潤率則由二零零九年上半年的19.7%下降至二零一零年同期的19.2%。純利增加的主要原因是二零一零年期內營業額的上升，而淨利潤率下降的主要原因如下：(i)毛利率由二零零九年上半年的38.1%下降到二零一零年同期的37.7%；(ii)所得稅實際稅率的增加；及(iii)廣告及推廣費用佔總收入的比重由二零零九年上半年的13.2%下降到二零一零年同期的11.3%，這一下降抵消了上述(i)和(ii)所產生的部分影響。

營運資金比率

平均存貨週轉天數從截至二零零九年十二月三十一日止年度的36天增至截至二零一零年六月三十日止六個月的40天。此增加屬於我們經營活動的正常波動。

平均貿易應收賬款及應收票據週轉天數從截至二零零九年十二月三十一日止年度的70天增至截至二零一零年六月三十日止六個月的74天。週轉天數增加，原因是承接了二零零九年年底人民幣774.3百萬元這一相對較大的應收賬款及應收票據結餘。值得大家注意的是於二零一零年六月三十日的應收賬款及應收票據總額為人民幣704.2百萬人民幣，此總額相較去年年底的相關餘額已減少70.1百萬人民幣。

平均貿易應付賬款及應付票據週轉天數從截至二零零九年十二月三十一日止年度的42天增至截至二零一零年六月三十日止六個月的46天。增加的主要原因是本集團已經開始在停止提早清還對在二零零九年內受全球金融危機重大影響的若干供應商的欠款所致。

流動資金及資本資源

於二零一零年六月三十日止六個月內，本集團的經營活動現金流入淨額為人民幣470.6百萬元（二零零九年上半年：人民幣27.5百萬元）。於二零一零年六月三十日，本集團的現金及銀行存款（包括銀行現金及手頭現金、於銀行的定期存款及抵押予銀行的存款）為人民幣2,174.1百萬元，相對於二零零九年十二月三十一日的狀況而言，增加淨額為人民幣186.0百萬元。有關增加的分析如下：

	截至 二零一零年六月 三十日止六個月 人民幣千元
經營活動現金流入淨額	470,598
資本開支淨額	(57,511)
已付股息	(220,647)
其他現金流出淨額	(6,452)
	<hr/>
現金及銀行存款增加淨額	185,988

本集團一直採納審慎的資金管理政策，並擁有穩健的流動資金狀況及具備足夠的銀行備用融資額度，以應付日常營運及未來發展的融資需要。

於期內，本集團並未使用任何金融工具以對沖其面對的利率風險。

外匯風險

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

資產抵押

以下為截至二零一零年六月三十日抵押於銀行作為應付票據及若干銀行融資的擔保的資產：

	總額	
	於二零一零年 六月三十日 人民幣千元	於二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元
樓房	160,043	159,837
在建工程	—	4,177
銀行存款	63,860	55,344
預付租賃款項	16,085	16,257
	<u>239,988</u>	<u>235,615</u>

業務回顧

擴充分銷網絡

由本集團分銷商或零售網點營運商所擁有及經營的遍佈全中國之匹克授權經營零售網絡一直為匹克產品提供符合成本效益之零售管道。隨著國內對體育用品之需求增加，以及匹克品牌之形象和普及性有所提升，本集團於二零一零年得以在全國穩步擴充其零售網絡。於二零一零年六月三十日，匹克授權經營零售網點總數為6,796間（二零零九年十二月三十一日：6,206間），淨增590間零售網點。

按地理位置分析匹克授權經營零售網點：

華北

	零售網點數目		變動
	二零一零年 六月三十日	二零零九年 十二月三十一日	
安徽	242	227	7%
北京／內蒙古	207	174	19%
甘肅	100	96	4%
河北	274	251	9%
黑龍江	167	151	11%
江蘇	408	371	10%
吉林	175	160	9%
遼寧	221	197	12%
寧夏	40	37	8%
青海	16	14	14%
陝西	180	170	6%
山東	483	432	12%
山西	199	176	13%
天津	44	33	33%
西藏	3	2	50%
新疆	119	105	13%

華南

	零售網點數目		變動
	二零一零年 六月三十日	二零零九年 十二月三十一日	
重慶	187	176	6%
福建	485	459	6%
廣東	543	494	10%
廣西	276	261	6%
貴州	105	84	25%
海南	83	78	6%
河南	356	335	6%
湖北	326	300	9%
湖南	328	314	4%
江西	182	164	11%
上海	86	73	18%
四川	233	209	11%
雲南	267	248	8%
浙江	461	415	11%

中國二線及三線城市於近年一直為本集團之營銷重點，因為該等城市相比起一線城市之經濟增長較快及競爭較少。因此，本集團於二零一零年上半年新開設之授權經營網點主要位於二線及三線城市。同時，憑藉匹克品牌在全中國消費者當中日益普及，本集團亦策略性地在一線城市拓展網絡，以進一步提升及加強本集團之品牌形象。

按城市種類分析授權經營零售網點：

	零售網點數目		變動
	二零一零年 六月三十日	二零零九年 十二月三十一日	
一線城市	356	315	13%
二線城市	1,423	1,319	8%
三線城市	5,017	4,572	10%
合共	<u>6,796</u>	<u>6,206</u>	10%

按店舖類別分析授權經營零售網點：

	零售網點數目		變動
	二零一零年 六月三十日	二零零九年 十二月三十一日*	
旗艦店	15	12	25%
基礎店	4,173	3,766	11%
百貨公司及商場體育專櫃	2,580	2,428	6%
籃球主題店	28	—	不適用
合共	<u>6,796</u>	<u>6,206</u>	10%

* 已按新標準重新分類

於二零一零年開始，本集團採用新的店舖分類標準對零售網點進行分類，在新標準下，匹克的授權零售網點被劃分為4個類別。

旗艦店是位於主要城市中心地段的臨街店舖，至少擁有200平方米的建築面積並且每月零售額不少於50萬元人民幣。基礎店為不符合上述旗艦店條件的臨街店舖。籃球主題店按臨街店舖或商場體育專櫃形式設立；本集團於二零一零年上半年引入籃球主題店，主要是為籃球愛好者提供各種高端的籃球運動產品，並旨在鞏固本集團於籃球板塊的主導地位。

管理分銷商及零售網點

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

中國市場

我們每年為國內分銷商舉辦三次訂貨會，以向他們介紹每一季度的新產品系列。國內的分銷商和零售網點營運商參加訂貨會，並在會上下訂單，這些訂單一般比實際發貨日期提前6個月。於二零一零年上半年，本集團在廈門國際會議展覽中心共舉辦了兩次訂貨會，分別是一月八日舉辦的二零一零年夏／秋季產品訂貨會和五月十八日舉辦的二零一零年冬季及二零一一年春季產品訂貨會。在訂貨會上得到了分銷商們的積極響應，與去年同期相比訂單額錄得理想的增長。

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

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

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

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

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

於二零一零年上半年內，本集團繼續拓展其電腦化資訊管理系統「麗晶系統」，從而與匹克授權經營零售網點維持實時溝通及收集銷售數據和反饋意見。於二零一零年六月三十日，已有1,120個零售網點已連接至本集團之「麗晶系統」。

為鼓勵分銷商擴展零售網點網絡，以及維持一致的店鋪形象，本集團向合資格的匹克授權經營零售網點提供裝修補貼。本集團亦向分銷商提供租金補貼，以協助彼等於租賃成本較高之中心地段開設匹克授權經營零售網點。本集團亦向達到或超過年度銷售目標的分銷商提供獎勵。

海外市場

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

於二零一零年上半年，本集團參加了以下國際展銷會及訂貨會：

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

品牌推廣及營銷

策略

我們相信，品牌的營銷及推廣對體育用品行業至關重要。儘管本集團提供幾乎各類體育項目之產品，然而為向顧客傳遞簡單而有力之品牌訊息，本集團自一九九一年成立以來，一直採用專注營銷策略，專注於籃球方面營銷及推廣匹克品牌。本集團通過推出功能和性能優越的體育用品，在中國顧客心中樹立國際品牌形象，從而推廣匹克成為一個國際和專業的品牌。因此，本集團推廣夥伴並非只限於國內夥伴，亦包括全球體育協會、聯盟、聯會、賽事及個別運動員。本集團品牌的兩大特性，即國際化及專業化，不單使我們在同業中獨樹一幟，亦使本集團於近年取得強勢增長。本集團採用多種方式推廣其品牌，包括全國及當地電視廣告、戶外媒體、網上宣傳、報章及雜誌等。

於二零一零年初，本集團憑藉專注籃球所取得的成功，推出新營銷策略，除繼續專注籃球外，同時注重發展其他三項體育項目（即跑步、網球及足球）。本集團相信新策略將進一步提升品牌形象及定位，並確保匹克品牌之知名度持續上升。

與頂尖知名籃球推廣夥伴之合作

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

NBA

自二零零七年起，本集團成為NBA在中國之官方市場合作夥伴。本集團與NBA之夥伴關係包括但不限於有權使用NBA標誌、其他可用於國內宣傳及推廣匹克品牌及／或運動鞋產品之特許標誌。本集團亦與NBA之休士頓火箭隊及新澤西籃網隊簽訂贊助協議，據此本集團享有的其中一項權利是可於兩隊之主場展示匹克標誌。

於二零一零年上半年內，本集團與效力鳳凰城太陽隊之Jason Richardson簽訂新代言協議，令NBA代言球員總數增至十二名。

國際籃聯 (FIBA)

自二零零八年起，本集團已與FIBA建立夥伴關係。本集團為FIBA體育賽事「2008鑽石杯男子及女子洲際籃球比賽」亞洲區之「主要贊助商」。自二零零九年，本集團為以下賽事之「FIBA (亞洲) 官方服飾及鞋類產品合作夥伴」及「官方贊助商／合作夥伴」：(i) 「2009及2011年FIBA亞洲男子及女子籃球錦標賽」；及(ii) 「2009年FIBA19歲以下女子籃球世界錦標賽」。於二零零九年，本集團同時訂立了授權產品協議，據此本集團其中一項權利是享有於亞洲區內在本集團某些產品中使用若干與FIBA體育賽事有關之特定標誌及／或吉祥物的獨家授權。

斯坦科維奇杯洲際籃球賽

斯坦科維奇杯洲際籃球賽（「斯坦科維奇杯」）乃FIBA每年舉辦之國際男子籃球比賽，參賽球隊均為代表國家的男子籃球隊。斯坦科維奇杯亦為中國籃球球迷心目中最熟悉之國際籃球賽，以及為中國排名最高之國際籃球錦標賽之一。本集團自二零零五年起已贊助斯坦科維奇杯所有運動產品。根據有關贊助協議，本集團的其中一項責任為對參賽的所有球隊提供比賽運動服裝。

澳洲籃球協會

自二零零六年起，本集團與澳洲籃球協會已建立夥伴關係。根據相關贊助協議，本集團為若干澳洲國家籃球隊之贊助商；國家男子籃球隊須於所有賽事（奧運會除外）穿著本集團的運動服裝。

黎巴嫩籃球協會

於二零一零年六月，本集團與黎巴嫩籃球協會訂立合作協議，並成為其官方贊助商及供應商。根據協議，本集團其中一項責任是須為五支黎巴嫩國家球隊供應運動用品，如服裝及運動鞋。

2010匹克全國5V5籃球挑戰賽

為培育中國青少年成為籃球運動新力軍及推動中國籃球體育賽事，本集團贊助並舉辦「2010匹克全國5V5籃球挑戰賽」；該賽事為淘汰賽，於二零一零年五月至六月期間舉行，有超過一百支來自中國十二個城市之高中及大學籃球隊參賽。

其他推廣夥伴

新西蘭奧林匹克委員會

於二零零九年十二月，本集團與新西蘭奧林匹克委員會訂立合作協議。根據協議，本集團其中一項責任是為二零一零年青年奧運會、二零一零年英聯邦運動會及二零一二年夏季奧運會之運動員及工作人員提供運動服裝及鞋類用品。

女子職業網球協會(WTA)

由於網球為本集團打算加大發展步伐之體育項目之一，因此本集團於二零一零年五月與WTA訂立產品贊助及推廣協議，以贊助及推廣國際女子職業網球巡迴賽。根據協議，本集團為WTA女子網球巡迴賽（現稱Sony Ericsson WTA女子網球巡迴賽）亞太區之官方運動鞋及服飾合作夥伴。此外，本集團為WTA嘉年華之官方合作夥伴，將於中國若干城市舉辦互動遊戲及網球相關活動，以供網球球迷參與其中。

伊拉克奧林匹克委員會

於二零一零年六月，本集團與伊拉克奧林匹克委員會訂立贊助協議。根據協議，本集團其中一項責任是為所有伊拉克參加比賽的隊伍於所有訓練、比賽及運動會中提供體育服裝，其中包括2010年亞運會。

中國足球隊

足球為另一個本集團打算加大發展之體育項目。故此，本集團已贊助了中國足球協會五支中甲聯賽足球隊及三支中乙聯賽足球隊，以籌劃來年足球體育項目之發展。

新代言運動員

除上述NBA運動員外，本集團於二零一零年四月邀請知名白俄羅斯網球選手Olga Govortsova小姐作為本集團代言人。由於本集團正開始推廣網球運動，此代言安排成為本集團之一項寶貴資源。

新產品推廣

為配合新營銷策略，本集團於二零一零年上半年著手推廣本集團之跑鞋。本集團推出名為逸跑之新系列跑鞋，並運用多種管道推廣新產品。逸跑之推廣合作夥伴包括中國中央電視台、廣東體育頻道、江蘇電視台體育頻道以及多本體育雜誌，是次推廣成功提升匹克品牌於跑步領域上的知名度。

產能

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

鞋類生產設施

本集團目前在福建省泉州市及江西省上高縣擁有兩所鞋類生產設施。然而，本集團仍需將大部分鞋類生產外包予合約製造商。二零一零年上半年鞋類產量約為10.5百萬雙，其中約35.4%由本集團自行生產，而約64.6%是外包予特別選定的合約製造商生產。

按照計劃，當江西省上高縣廠房之建築工程於二零一三年底竣工後，本集團之鞋類產品年產量將增加至約15.7百萬雙。

服裝生產設施

本集團目前在福建省泉州市的豐澤區及惠安縣擁有兩所服裝生產設施。然而，本集團仍需將大部分服裝生產外包予合約製造商。二零一零年上半年服裝產量約為22.8百萬件，其中約22.6%由本集團自行生產，而約77.4%是外包予特別選定的合約製造商生產。

按照計劃，當福建省惠安縣廠房之建築工程於二零一二年底竣工後，本集團之服裝產品年產量將增加至約18.7百萬件。

按位置及產品類別分析本集團的產能：

位置	鞋類生產設施		服裝生產設施	
	福建省 泉州市 豐澤區 (全面生產)	江西省 宜春市 上高縣	福建省 泉州市 豐澤區 (全面生產)	福建省 泉州市 惠安縣
開始生產日期	一九九四年 八月	二零零八年 六月	二零零四年 二月	二零零八年 九月
於二零一零年 六月三十日的 生產線數目	5	7	24	57
年產能 (附註) (雙／件)	二零零九年 二零零九年 3.7百萬	二零零九年 二零零九年 3.7百萬	二零零九年 二零零九年 1.2百萬 2.3百萬	二零零九年 二零零九年 5.0百萬 7.3百萬
實際產能 (雙／件)	二零零九年 (一至十二月) 二零零九年 (一至六月)	二零零九年 二零零九年 3.6百萬 1.8百萬	二零零九年 二零零九年 2.9百萬 1.9百萬	二零零九年 二零零九年 1.3百萬 1.2百萬 4.7百萬 3.9百萬
預計全面生產時間	不適用	二零一三年	不適用	二零一二年
全面生產時的預計 生產線數目	不適用	16	不適用	140
全面生產時的預計 年產能 (雙／件)	不適用	12.0百萬	不適用	16.4百萬

附註：

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

研發

本集團強大之市場研究實力令本集團得以成功預測中國市場之發展及趨勢。本集團相信，公眾對匹克品牌的認知及匹克品牌在中國體育用品行業取得之地位，部份歸因於本集團持續引入創新的產品。本集團利用其掌握之市場動態趨勢以及產品設計以及開發團隊之專業知識將產品概念轉化為可以用於商業生產並於中國市場有效銷售之產品。本集團擁有自己的市場研究團隊，專門負責收集本集團產品使用者之反饋及評估本集團設計之市場接受程度。於二零一零年六月三十日，本集團於北京、泉州及廣州共設有3間產品設計與開發工作坊，擁有超過200名研究及設計專家。於二零一零上半年，本集團向市場推出近434款新鞋類產品、669款新服裝產品及343款新配飾產品。

供應鏈管理

本集團將大部份之鞋類及服裝生產外包予合約製造商。本集團與合約製造商之外包安排分為三種形式：(1)分包安排、(2)原設備製造商及(3)原設計製造商。根據分包安排，本集團向分包商提供原材料並向彼等為本集團製造成品支付加工費用。根據原設備製造商外包安排，本集團向原設備製造商提供本集團產品之設計及規格，並向彼等推薦供應商，以採購生產所需之原材料。利用原設備製造商外包安排使本集團能夠分配較少時間管理及監督整體生產流程，並集中資源擴展匹克銷售網絡及提升本集團品牌形象，而分包安排則使本集團能夠對生產流程取得更多控制。

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

除了上述程式外，本集團亦採取以下措施，確保完善及有效之供應鏈管理：

- 本集團向位於鄰近地區之供應商（例如福建省、廣東省及江西省）採購原材料。由於本集團之生產設施鄰近此等供應商，故運送物料也很方便，亦有助降低採購成本。
- 本集團不會與任何供應商訂立長期協議。此舉給予本集團靈活性，可因應最適合本集團生產的需要而轉換至其他供應商，藉此降低原材料成本、獲得較高品質及較理想的交貨時間。

- 本集團每年舉辦三個訂貨會，讓本集團分銷商及零售網點營運商得以審核樣品系列，並就未來季度之產品提交季前訂單。本集團藉此可提前對生產作更有效的計劃，以確保產品可平穩地供應給市場。

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

人力資源

本集團認為，員工是本集團最寶貴之資產，故將繼續分配足夠資源於員工招聘、培訓及薪酬。於二零一零上半年，本集團已就福建省惠安縣及江西省上高縣之新生產設施增聘超過1,700名生產員工。本集團亦為多個部門聘請新員工，包括銷售及營銷部、物流部及研發部，以配合本集團於今後之業務拓展。於二零一零年六月三十日，本集團之員工總人數為9,765名。

本集團為員工提供培訓，為彼等的職業發展提供指導，同時豐富彼等的技術及產品知識，以及行業質量標準及工作環境安全標準之知識。本集團展開了新入職員工的崗前培訓、管理知識、專業崗位等多方面的培訓項目，於二零一零上半年，累計培訓時數超過1,200小時，受培訓員工超過500名。

本集團成立的「匹克商學院」(Peak Business School)為本集團之前線銷售員工提供系統性培訓，亦為本集團分銷商及零售網點營運商提供有關匹克產品知識及銷售和推廣技巧之培訓。於二零一零上半年，該學院舉辦了7次店長訓練營，以及開展關於區域培訓體系建設、陳列標準建設及方案推廣、應季商品知識等主題的培訓活動，對本集團的前線營運起了支持的作用。

本集團根據學歷、表現、年資等因素釐定僱員之薪酬。本集團通常於每年年底向僱員發放花紅，作為獎勵彼等對本集團作出之貢獻。本公司向表現突出之僱員授出購股權，作為向員工提供之額外獎勵。於二零一零上半年，本公司向超過400名員工授出購股權。

前景

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

提升匹克品牌

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

以下是本集團於二零一零年下半年已舉辦或即將參與的部分大型推廣及營銷活動：

籃球項目／贊助

2010匹克之隊中國行

在我們所有營銷活動中，「2010匹克之隊中國行」是其中一項矚目盛事，每年於中國舉辦一次，旨在於中國宣揚NBA精神，並推廣籃球運動。本年，2010匹克之隊中國行已於二零一零年七月二十八日在北京正式開始。我們榮幸邀請了六位NBA代言人（即Ron Artest、Jason Kidd、Shane Battier、Carl Landry、Mickael Pietrus及Jason Richardson）參與是項盛會。他們已於二零一零年七月底至八月初在十八個城市，包括北京、廣州、杭州及西安等地與中國籃球迷交流。整個盛事當中，匹克品牌及NBA球員均受到媒體廣泛報導。

2010年FIBA世界籃球錦標賽

由FIBA與土耳其籃球協會聯合舉辦之2010年FIBA世界籃球錦標賽將於二零一零年八月二十八日至九月十二日在土耳其舉行。本集團贊助了包括來自澳洲、新西蘭、塞爾維亞、黎巴嫩及象牙海岸等六支國家籃球隊，並為其設計體育服裝。中國中央電視台將會播放最少十場有關上述國家籃球隊的賽事。

NBA大篷車

NBA大篷車是一項大型籃球嘉年華，每年在中國巡迴十個城市舉行，為期二至三個月。此項盛事已於中國連續舉辦了六年，本年已於七月至九月舉行，橫越北京、天津、青島等十二個城市。本集團負責舉辦此項活動以及贊助所有體育用品，為進一步推廣NBA及匹克品牌提供了良機。

其他籃球賽事

本集團於二零一零年下半年贊助以下籃球賽事：

1. 亞洲職業籃球挑戰賽（將於二零一零年九月舉行）
2. 泉州百隊千場籃球賽（已於二零一零年七月舉行）
3. 匹克廈門籃球夏令營（已於二零一零年七月舉行）

非籃球賽事

本集團於二零一零年下半年贊助以下賽事：

1. 廣州國際女子網球公開賽（將於二零一零年九月舉行）
2. 2010環青海湖國際公路自行車賽（已於二零一零年七月舉行）

拓展銷售網絡

由於我們相信隨著快速城市化以及中國政府鼓勵內部消費，二線和三線城市之經濟仍會持續大幅增長，因此本集團致力拓展上述城市的據點。通過於二零一零年上半年開設超過560間匹克授權經營零售網點（不包括籃球主題店），本集團將如計劃於二零一零年年底前增加1,000間匹克授權經營零售網點。此外，本集團於二零一零年上半年已開設了28間新引進的籃球主題店。

至於匹克授權經營零售網點之面積方面，本集團計劃將網點之平均面積從現時之74平方米增加至80平方米。

於二零一零年七月二十八日，本集團宣佈與淘寶網(Taobao.com)組成合營夥伴，標示本集團首次全面踏足電子商貿市場。透過同時經營電子商貿及傳統零售平臺，本集團將可為各個消費群提供全面、優質之服務，從而進一步拓展銷售網絡。

開發研究及產品設計

為鞏固我們之研究及產品設計，本集團現正籌備聘用一支專業設計師團隊進駐本集團在美國快將成立之設計辦公室。本集團之內部研究團隊將與新團隊深入合作，以提升產品設計和創新，例如就本集團產品採用環保原材料。透過與新設計團隊緊密合作，本集團預計我們本地之設計師將可掌握更豐富之國際知識和經驗，並開發更時尚、高性能及環保之優質產品。

擴大產能

誠如上文所述，維持自有之產能將令本集團得以更有效地控制生產流程，並有能力靈活地迅速回應市場變化。因此，本集團將於二零一零年投資約人民幣一億元，在福建省惠安縣及江西省上高縣繼續興建本集團兩處之生產設施，以及購置新機器及設備。

企業管治常規守則

董事會認為，本公司於截至二零一零年六月三十日止六個月的整個期間均遵守上市規則附錄十四所載《企業管治常規守則》之守則條文。

由審核委員會審閱中期業績

本公司審核委員會（其成員包括本公司三名獨立非執行董事）已審閱本集團所採納的會計原則及慣例以及本集團截至二零一零年六月三十日止半年業績。審核委員會亦已與本集團之外聘核數師畢馬威會計師事務所會面及商討有關本集團內部監控制度及財務報告事宜。

暫停辦理股東登記手續

本公司將於二零一零年九月十三日至二零一零年九月十五日（包括首尾兩天）暫停辦理股東登記手續，以確定合資格收取中期股息之股東。為符合收取中期股息之資格，本公司之未登記股份持有人須確保所有股份過戶文件連同有關股票必須於二零一零年九月十日下午四時三十分前送交本公司之股份過戶及登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以進行登記事宜。

購買、出售或贖回本公司上市股份

截至二零一零年六月三十日止六個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市股份。

代表董事會
匹克體育用品有限公司
主席
許景南

香港，二零一零年八月二十六日

於本公告日期，董事會包括三名執行董事：許景南先生、許志華先生及許志達先生；四名非執行董事：吳提高女士、沈南鵬先生、胡章宏博士及朱立南先生；以及三名獨立非執行董事：項兵博士、金岩石博士及王明權先生。