

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份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。

DONGXIANG

China Dongxiang (Group) Co., Ltd.

中國動向（集團）有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：3818)

**截至二零一零年十二月三十一日止年度
全年業績公佈**

財務摘要

- 本集團銷售額上升7.3%至人民幣4,261.6百萬元
- 毛利上升6.1%至人民幣2,545.7百萬元
- 權益持有人應佔盈利為人民幣1,463.7百萬元
- 現金及銀行存款為人民幣5,027.9百萬元，現金狀況穩健，本集團亦無銀行借貸
- 建議分派末期股息每股合共人民幣9.76分，其中包括末期股息人民幣3.59分及末期特別股息人民幣6.17分。連同於二零一零年九月二十日已付中期股息總額，總股息支付率為本集團二零一零年之權益持有人應佔盈利之70%。

主席報告書

各位股東：

中國的體育服飾行業，正處於蛻變的過程之中。經歷過去幾年品牌百花齊放、市場高速增長的黃金時期，行業正面對包括競爭加劇、存貨增加等新一輪挑戰。二零一零年，品牌商及零售商都承受著相應的經營壓力。儘管面對諸多挑戰，我們仍然看得見在經濟增長下，零售銷售市場快速增長的美好遠景。我們相信，中國的體育服飾市場銷售將繼續維持穩定可觀的提升，而作為市場的主要參與者之一，中國動向已作好了自我調整的準備，抓緊市場增長的趨勢，並透過適當的市場策略，重新向增長的方向出發。

在充滿挑戰的市場環境之下，本公司仍然取得令人鼓舞的成績。截至二零一零年十二月三十一日止十二個月，本集團營業額人民幣4,261.6百萬元，按年增長7.3%。年內毛利率仍保持在令人滿意的水平，達59.7%。本公司權益持有人應佔盈利人民幣1,463.7百萬元，按年增長0.3%。每股基本盈利人民幣25.83分，增長0.3%。根據本公司的股息政策，我們擬派發本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度權益持有人應佔盈利30%的股息。鑒於本集團良好的現金流水平，本公司董事會建議額外派發截至二零一零年十二月三十一日止年度權益持有人應佔盈利的40%。因此，截至二零一零年十二月三十一日止年度的總派息比率將為70%。

考慮到行內競爭加劇以及經銷商營運成本提高，我們本年度採取較審慎的擴張策略。於二零一零年期間，中國分部淨增Kappa品牌零售門市240家，令中國Kappa品牌零售門市總數於二零一零年十二月三十一日增加至3,751家。Robe Di Kappa品牌亦於年內正式登陸內地市場，並開設了20家門店，其中包括位於北京王府井的旗艦店。引入Robe Di Kappa品牌，令集團的產品更多元化，質素亦得以進一步提升。集團謹慎拓展銷售網絡，並積極提高銷售效率，以造就良好的業績。

為了進一步確立主力品牌Kappa的品牌形象，我們於年內推出了多項品牌推廣活動，包括於中央電視台體育頻道(CCTV-5)播放的首個電視廣告。年輕有活力的模特兒，穿上時尚的Kappa服飾，向廣大觀眾展示了Kappa品牌集體育及時尚於一身的風格；於二零一零年世界盃足球賽期間，Kappa亦推出了一連串的推廣活動；加上與《時尚芭莎》的合作，以及贊助多項體育賽事，都使Kappa品牌的知名度得以進一步提升。

產品的品質和創新，是業務增長的原動力。我們位於日本的世界級研發中心，已開發出一系列的創新技術。這些創新技術將在未來為我們的新產品注入新的生命。我們新的產品線深受市場歡迎，當中包括Kappa於二零一零年發表體現簡約時尚運動風格的P-A.C系列。

二零一零年，已是本公司在香港聯交所上市以來的第三個年頭。過去每一年，我們都盡心竭力地在拓展銷售網絡和建立品牌等方面積極推進，隨著市場環境的改變，本公司亦已啟動並邁進新的方向，準備展開更光輝的一頁。正帶領着本公司調整方向的其中一位主要舵手，是於二零一零年十一月正式上任的首席執行官兼執行董事Sandrine Zerbib女士。Sandrine Zerbib女士於中國體育行業已有十七年經驗，憑藉她對行業透徹的瞭解及獨到的分析，將會協助本公司，抓緊市場的增長方向，進入另一個黃金時代。

在中國經濟持續增長帶動零售銷售不斷增加的大環境帶動下，我們估計二零一一年至二零一五年，整體市場規模複合年增長率將處於低雙位數增長，當中以較小型城市的增速較快。而隨著城市化過程不斷加快以及消費能力持續提升，市場對運動用品的需求將由中低端轉移至中高端，對產品的要求亦由以往運動功能主導演化至追求時尚及個性。

掌握市場發展的脈搏後，更重要的是如何調整適當的市場策略。二零一一年，我們會繼續利用日本研發中心的人才及資源，提升產品品質。我們會致力優化銷售網絡，審慎檢視銷售點的分佈，重整銷售團隊，同時透過與主要經銷商GX零售集團建立戰略合作夥伴關係，令門店的銷售服務及效率均得以提升。我們將積極為經銷商提供培訓及支持，並於零售層面發揮更大的影響力，致力提升銷售效率。

除了傳統的銷售渠道，集團亦會更加重視網上銷售平台。我們最近與新浪公司共同向電子商貿公司麥考林股份有限公司進行策略性投資，增加網上銷售的平台，又計劃未來與麥考林合作，透過電子商貿銷售更多種類及更高性價比的運動產品，以上顯示了我們發展網上銷售的決心及實力。

Kappa運動加時尚的品牌定位早已於市場中建立。二零一一年，我們會秉承並加強宣傳品牌的核心價值，持續爭取運動服飾市場的增長之餘，亦同時捕捉時尚休閒服裝的需求。我們亦會細心留意市場需求變化，擴大時尚與功能性融合的產品種類。我們計

劃於二零一一年正式在內地推出Phenix品牌，進入中國滑雪及戶外服飾市場，加上Robe Di Kappa，X-nix及Inhabitant多個時尚運動品牌產品組合，將會使我們在於體育服飾市場推廣功能與時尚融合這一理念方面佔據有利地位。」

於二零一一年，Kappa業務無可避免將面對挑戰。但這瞬息萬變的市場環境，亦會帶來更多機遇，讓我們能進一步向長遠的增長進發。相信我們的增長動力，將來自電子商貿、多品牌及品牌加零售的經營策略。我們有信心，在Sandrine Zerbib女士領導下的新任管理層，以及強勁的財務狀況，將成為本公司新的增長引擎。

最後，本人謹代表董事會衷心感謝各位股東、業務夥伴一貫的支持，並同時向集團所有成員致意。我們相信，在各位共同努力下，本公司即將撥開荊棘，開創更光輝的新一頁，亦能為股東帶來更理想的回報。

主席
陳義紅

香港，二零一一年三月二十二日

全年業績

中國動向(集團)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(統稱「本集團」)截至二零一零年十二月三十一日止年度經審核綜合業績連同二零零九年比較數字如下：

綜合收益表

截至二零一零年十二月三十一日止年度

		截至十二月三十一日止年度	
	附註	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
銷售額	3	4,261,605	3,970,405
銷售貨品成本	11	<u>(1,715,900)</u>	<u>(1,571,034)</u>
毛利		2,545,705	2,399,371
其他收益淨額	10	226,050	113,651
分銷成本	11	(797,400)	(645,145)
行政開支	11	<u>(232,971)</u>	<u>(170,620)</u>
經營盈利		1,741,384	1,697,257
財務收入淨額	12	93,806	109,623
分佔共同控制實體及聯營公司盈利／(虧損)淨額	5,6	<u>2,249</u>	<u>(10,623)</u>
除所得稅前盈利		1,837,439	1,796,257
所得稅開支	13	<u>(373,479)</u>	<u>(336,413)</u>
年度盈利		<u>1,463,960</u>	<u>1,459,844</u>
以下人士應佔盈利：			
本公司權益持有人		1,463,692	1,459,844
非控制性權益		<u>268</u>	<u>—</u>
		<u>1,463,960</u>	<u>1,459,844</u>
本公司權益持有人年內應佔盈利的每股盈利 (以每股人民幣分列示)			
— 基本每股盈利	14	<u>25.83</u>	<u>25.76</u>
— 攤薄每股盈利	14	<u>25.82</u>	<u>25.76</u>
股息	15	<u>1,024,485</u>	<u>1,022,213</u>

綜合全面收益表

截至二零一零年十二月三十一日止年度

		截至十二月三十一日 止年度	
		二零一零年 附註	二零零九年 人民幣千元
年內盈利		1,463,960	1,459,844
其他全面收益：			
可供出售金融資產之公允價值變動收益	7	4,237	—
外幣換算差額		(16,350)	(8,310)
年度其他全面收益(扣除稅項)		(12,113)	(8,310)
年內全面收益總額		<u>1,451,847</u>	<u>1,451,534</u>
以下人士應佔：			
— 本公司權益持有人		1,451,579	1,451,534
— 非控制性權益		268	—
		<u>1,451,847</u>	<u>1,451,534</u>

綜合資產負債表

於二零一零年十二月三十一日

於十二月三十一日
二零一零年 二零零九年
附註 人民幣千元 人民幣千元

資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		132,807	120,101
租賃預付款項		25,690	33,615
無形資產	4	302,861	304,465
於共同控制實體的權益	5	19,142	19,442
於聯營公司的權益	6	—	158,839
可供出售金融資產	7	213,938	—
遞延所得稅資產		57,448	16,849
預付款項、按金及其他應收款項 — 長期部分		45,397	35,001
其他金融資產 — 長期部分		153,211	—
長期銀行存款		—	150,000
		950,494	838,312
流動資產			
存貨		255,702	223,281
貿易應收款項	8	694,508	374,585
預付款項、按金及其他應收款項		94,348	96,228
其他金融資產		1,369,286	401,964
現金及銀行結餘		5,027,870	5,977,388
		7,441,714	7,073,446
總資產		8,392,208	7,911,758

綜合資產負債表(續)

於二零一零年十二月三十一日

於十二月三十一日
二零一零年 二零零九年
附註 人民幣千元 人民幣千元

權益			
本公司權益持有人應佔資本及儲備			
股本		54,810	54,810
股本溢價		2,889,096	4,094,339
儲備		4,571,071	3,205,055
		<u>7,514,977</u>	<u>7,354,204</u>
非控制性權益		268	—
權益總額		<u><u>7,515,245</u></u>	<u><u>7,354,204</u></u>
負債			
非流動負債			
按公允價值計量其變動計入損益的金融負債		—	1,292
遞延所得稅負債		5,453	4,068
		<u>5,453</u>	<u>5,360</u>
流動負債			
貿易應付款項	9	368,953	312,264
預提費用及其他應付款項		235,626	146,105
撥備		188,526	37,561
即期所得稅負債		78,405	56,264
		<u>871,510</u>	<u>552,194</u>
負債總額		<u>876,963</u>	<u>557,554</u>
權益及負債總額		<u><u>8,392,208</u></u>	<u><u>7,911,758</u></u>
流動資產淨值		<u><u>6,570,204</u></u>	<u><u>6,521,252</u></u>
總資產減流動負債		<u><u>7,520,698</u></u>	<u><u>7,359,564</u></u>

1 概況

中國動向(集團)有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)內地、澳門及日本從事品牌開發、設計及銷售運動相關服裝、鞋類及配件。

本公司於二零零七年三月二十三日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

本公司股份已自二零零七年十月十日起在香港聯合交易所有限公司主板上市。

除另有說明外，財務報表以人民幣呈列。

董事會於二零一一年三月二十二日授權刊發該等財務報表。

2 主要會計政策概要

編製綜合財務報表所採用的主要會計政策載於下文。除另有列明者外，該等政策在所列報的所有年度內貫徹應用。

2.1 編製基準

本集團的綜合財務報表根據國際財務報告準則編製。綜合財務報表乃採用歷史成本法編製，並就可供出售金融資產，及以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產及金融負債的重估而作出修訂。

會計政策及披露變動

(a) 本集團採納的新訂及經修訂準則

下列與本集團有關的新訂準則及準則修訂須於二零一零年一月一日開始的財政年度首次採納：

- 國際財務報告準則第3號(修訂)「業務合併」，以及國際會計準則第27號「合併及單獨財務報表」、國際會計準則第28號「聯營投資」及國際會計準則第31號「合營權益」的相應修訂，以未來適用法應用於收購日期為二零零九年七月一日或之後開始的首個年度報告期間或之後的業務合併。

該經修訂準則繼續對業務合併應用購買法，但與國際財務報告準則第3號比較，有若干重大更改。例如，購買業務之所有付款必須按購買日期之公允價值入賬，而分類為債務之或有付款其後須於全面收益表重新計量。對於被收購方之非控制性權益，可選擇以公允價值或非控制性權益應佔被購買方淨資產之比例計量。所有購買相關成本必須支銷。由於年內並無收購事項，故採納國際財務報告準則第3號(修訂)不會對本集團的財務報表構成影響。

- 國際會計準則第27號(修訂)規定，如控制權沒有改變，則與非控制性權益進行的所有交易的影響必須在權益中列報，而此等交易將不再導致商譽或收益和虧損。此項準則亦列明失去控制權時的會計處理方法。在主體內的任何剩餘權益按公允價值重新計量，並在收益表中確認收益或虧損。本集團無進行於實體控制權喪失後仍保留其權益的交易，且並無與非控制權益進行任何交易。
 - 國際會計準則第17號(修訂本)「租賃」刪去了有關租賃土地分類的具體指引，從而消除了與租賃分類一般指引的不一致性。因此，租賃土地必須根據國際會計準則第17號的一般原則，以分類為融資或經營租賃，即不論租賃是否差不多將資產所有權的全部風險和報酬轉移給承租人。在此修訂前，土地權益(其所有權預期不會於租賃期完結時轉移至本集團)分類為經營租賃作「租賃土地及土地使用權」，並按租賃期攤銷。本集團已重新評估於二零一零年一月一日的未到期租賃土地及土地使用權分類，認為採納國際會計準則第17號(修訂本)不會對本集團的財務報表構成影響。
- (b) 必須在二零一零年一月一日開始的財政年度首次採納的新訂和修訂準則和詮釋，但目前與本集團無關(雖然其可能會影響未來的交易和事項的會計記賬)

		於以下日期或之後 開始的會計期間生效
國際財務報告詮釋委員會 第17號	向所有者分配非現金資產	二零零九年七月一日
國際財務報告詮釋委員會 第18號	客戶資產轉讓	二零零九年七月一日
國際財務報告詮釋委員會 第9號	嵌入衍生工具的重估	二零零九年七月一日
國際會計準則第39號	金融工具：確認和計量	二零零九年七月一日
國際財務報告詮釋委員會 第16號	境外經營的淨投資套期	二零零九年七月一日
國際會計準則第1號(修訂)	財務報表的列報	二零一零年一月一日
國際會計準則第36號(修訂)	資產減值	二零一零年一月一日
國際財務報告準則第5號 (修訂)	持有待售非流動資產及終止 經營	二零一零年一月一日
國際財務報告準則第2號 (修訂)	集團現金結算的以股份為基礎 的支付交易	二零一零年一月一日

3 收入及分部資料

收入包括本集團正常經營活動中已收或應收的貨品銷售額的公允價值。收入指扣除增值稅、退回貨品、折扣，以及經集團內公司間銷售對銷後已售貨品的淨值。

分部資料

本集團主要在中國、澳門及日本從事品牌開發、設計以及銷售體育相關服裝、鞋類及配件。

主要經營決策者審閱本集團的內部報告，以評估績效表現及分配資源。管理層根據該等報告釐定營運分部。主要經營決策者從地區角度審議業務以及評核績效表現，包括中國(包括中國內地及澳門)及日本分部如下：

- 中國 — 以Kappa品牌和其他品牌分銷體育相關產品及國際業務，包括向其他國家的其他Kappa特許使用商提供Kappa品牌產品。
- 日本 — 以Kappa、Phenix及其他品牌分銷體育相關產品。

分部間銷售按載於規管交易的協議內之條款進行。向主要經營決策者報告的外部客戶收入，按綜合收益表所呈列的貫徹一致方式計量。

向主要經營決策者提供可申報分部的分部業績及收益表其他主要項目如下：

	中國 人民幣千元	日本 人民幣千元	未拆分 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至二零一零年十二月三十一日止年度				
分部間抵銷前收入總額	3,660,715	619,428	—	4,280,143
分部間收入	(10,833)	(7,705)	—	(18,538)
外部客戶收入	3,649,882	611,723	—	4,261,605
銷售貨品成本	(1,372,531)	(343,369)	—	(1,715,900)
分部毛利	2,277,351	268,354	—	2,545,705
分部經營盈利	1,828,642	33,879	(121,137)	1,741,384
利息收入	68,545	8	15,690	84,243
利息開支及其他淨額	10,866	589	(1,892)	9,563
分佔共同控制實體及聯營公司盈利／ (虧損)淨額	2,652	(403)	—	2,249
除所得稅前盈利	1,910,705	34,073	(107,339)	1,837,439
所得稅開支	(372,992)	(487)	—	(373,479)
年度盈利	1,537,713	33,586	(107,339)	1,463,960
收入及開支的主要項目				
折舊及攤銷	25,915	7,435	—	33,350
存貨減值虧損撥備／(撥回)	15,306	(1,462)	—	13,844
貿易及其他應收款項減值虧損撥備	96	1,771	—	1,867

	中國 人民幣千元	日本 人民幣千元	未拆分 人民幣千元	合計 人民幣千元
截至二零零九年十二月三十一日止年度				
分部間抵銷前收入總額	3,404,193	580,103	—	3,984,296
分部間收入	(1,078)	(12,813)	—	(13,891)
外部客戶收入	3,403,115	567,290	—	3,970,405
銷售貨品成本	(1,259,955)	(311,079)	—	(1,571,034)
分部毛利	2,143,160	256,211	—	2,399,371
分部經營盈利	1,744,167	43,930	(90,840)	1,697,257
利息收入	61,290	25	45,954	107,269
利息開支及其他淨額	2,723	1,980	(2,349)	2,354
分佔共同控制實體及聯營公司虧損	(10,620)	(3)	—	(10,623)
除所得稅前盈利	1,797,560	45,932	(47,235)	1,796,257
所得稅開支	(335,117)	(1,296)	—	(336,413)
年度盈利	1,462,443	44,636	(47,235)	1,459,844
收入及開支的主要項目				
折舊及攤銷	21,070	5,910	—	26,980
存貨減值虧損撥備／(撥回)	1,288	(3,515)	—	(2,227)
貿易及其他應收款項減值 虧損撥備／(撥回)	869	(7,842)	—	(6,973)

以下載列按品牌及業務劃分的中國及日本分部銷售額的進一步分析：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
中國		
— 分銷Kappa品牌產品	3,632,511	3,394,284
— 國際業務及其他	17,371	8,831
	3,649,882	3,403,115
日本		
— 分銷及零售Kappa品牌產品	218,598	191,044
— 分銷及零售Phenix品牌產品	393,055	375,366
— 分銷及零售其他品牌產品	70	880
	611,723	567,290
	4,261,605	3,970,405

來自單一外部客戶的收入約人民幣558,203,000元(二零零九年：人民幣374,071,000元)。此等收入來自中國分部。

分部資產及負債與本集團總資產及總負債的對賬如下：

	中國 人民幣千元	日本 人民幣千元	未拆分 人民幣千元	合計 人民幣千元
於二零一零年十二月三十一日				
分部間抵銷前總資產	6,710,176	498,857	1,313,732	8,522,765
分部間抵銷	(18,437)	(25,608)	(86,512)	(130,557)
總資產	6,691,739	473,249	1,227,220	8,392,208
遞延所得稅資產	(57,448)	—	—	(57,448)
於共同控制實體的權益	—	(19,142)	—	(19,142)
可供出售金融資產	(213,938)	—	—	(213,938)
分部資產	6,420,353	454,107	1,227,220	8,101,680
分部間抵銷前總負債	719,434	199,409	41,142	959,985
分部間抵銷	(25,737)	(16,143)	(41,142)	(83,022)
總負債	693,697	183,266	—	876,963
遞延所得稅負債	(1,412)	(4,041)	—	(5,453)
即期所得稅負債	(76,680)	(1,725)	—	(78,405)
分部負債	615,605	177,500	—	793,105
	中國 人民幣千元	日本 人民幣千元	未拆分 人民幣千元	合計 人民幣千元
於二零零九年十二月三十一日				
分部間抵銷前總資產	4,909,813	447,098	2,671,492	8,028,403
分部間抵銷	(1,389)	—	(115,256)	(116,645)
總資產	4,908,424	447,098	2,556,236	7,911,758
遞延所得稅資產	(16,849)	—	—	(16,849)
於共同控制實體的權益	—	(19,442)	—	(19,442)
於聯營公司的權益	(158,839)	—	—	(158,839)
分部資產	4,732,736	427,656	2,556,236	7,716,628
分部間抵銷前總負債	383,951	173,603	106,918	664,472
分部間抵銷	—	—	(106,918)	(106,918)
總負債	383,951	173,603	—	557,554
遞延所得稅負債	—	(4,068)	—	(4,068)
即期所得稅負債	(54,195)	(2,069)	—	(56,264)
分部負債	329,756	167,466	—	497,222

於二零一零年十二月三十一日，除遞延稅項資產外，位於中國的非流動資產總額為人民幣527,095,000元（二零零九年十二月三十一日：人民幣456,587,000元），而該等位於其他國家及地區的非流動資產總額則為人民幣365,951,000元（二零零九年十二月三十一日：人民幣364,876,000元）。

截至二零一零年十二月三十一日止年度，中國及日本分部除遞延稅項資產外非流動資產總額的增加分別為人民幣285,735,000元及人民幣6,390,000元(二零零九年：人民幣380,563,000元及人民幣38,537,000元)。

4 無形資產

	Kappa 商標 人民幣千元	Phenix商標 及其他 人民幣千元	電腦軟件 人民幣千元	總計 人民幣千元
於二零零九年十二月三十一日 賬面淨值	<u>274,309</u>	<u>8,247</u>	<u>21,909</u>	<u>304,465</u>
於二零一零年十二月三十一日 賬面淨值	<u>268,782</u>	<u>8,032</u>	<u>26,047</u>	<u>302,861</u>

5 於共同控制實體的權益

	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	19,442	25,926
出售於共同控制實體的股本權益	—	(5,990)
分佔虧損	(403)	(3)
匯兌差額	<u>103</u>	<u>(491)</u>
於十二月三十一日，分佔資產淨值	<u>19,142</u>	<u>19,442</u>

在作出適當調整以符合本集團重大會計政策後，下列財務資料為本集團於共同控制實體的各項權益：

	於十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
總資產	<u>22,801</u>	<u>24,903</u>
負債總額	<u>(3,659)</u>	<u>(5,461)</u>
	截至	
	十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收入	<u>21,412</u>	<u>20,866</u>
年度除所得稅後虧損	<u>(403)</u>	<u>(3)</u>

6 於聯營公司的權益 — 本集團

	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	158,839	—
於收購日的投資成本	—	169,459
已收股息	(9,873)	—
分佔盈利／(虧損)	2,652	(10,620)
被視作處置聯營公司股本權益	(151,618)	—
	<hr/>	<hr/>
於十二月三十一日，分佔資產淨值	—	158,839
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

於二零零九年一月及十一月，本集團透過一家全資附屬公司收購由本集團六名經銷商客戶成立的六家公司中各自30%的股權，其中翰博嘉業(北京)貿易有限公司(「翰博嘉業」)由與本公司主席兼控股股東陳義紅先生關係密切的家庭成員實益擁有。該六家公司於中國各省從事運動相關產品的分銷及零售(其後稱「G6」)。於收購日的投資成本人民幣169,459,000元乃按本集團向六家公司注資人民幣168,591,000元計算的已付現金代價，以及倘該等公司能達到若干預定盈利目標要求而應付之估計額外代價人民幣868,000元予以釐定。估計應付額外代價人民幣1,292,000元於本集團截至二零零九年十二月三十一日綜合資產負債表中確認為按公允價值計量且其變動計入損益的金融負債。

於二零一零年八月，G6、G6的股權持有人(包括本集團全資附屬公司)及本集團於四川及重慶等地區經營的另外數名經銷商(統稱「四川及重慶公司」)簽訂重組協議。根據重組協議，翰博嘉業將成為控股公司，全資擁有G6中的五家公司及四川及重慶公司(此後統稱「GX集團」)。此外，本集團及若干GX集團股權持有人將進一步向翰博嘉業注資。重組及注資完成後，四川及重慶公司成為最大股東，持有GX集團38.5%股權，本集團持有22.05%股權，其餘股權則由餘下GX集團股權持有人持有。

此外，於重組完成後，本集團已放棄派遣或獲提名為翰博嘉業董事之權利，亦無出任GX集團的任何管理職位。本公司董事認為，本集團不再對GX集團構成重大影響，因此，於聯營公司剩餘權益自喪失重大影響力當日，以公允價值重新計量，並作為剩餘權益成本於後續期間作為可供出售金融資產核算(附註7)。綜合收益表內並無確認由此產生的任何收益或虧損。

7 可供出售金融資產

	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	—	—
非上市權益投資增加：		
— GX集團	187,289	—
— 其他投資	21,000	—
公允價值變動	5,649	—
	<u>213,938</u>	<u>—</u>
於十二月三十一日	<u>213,938</u>	<u>—</u>

GX集團可供出售金融資產指於翰博嘉業22.05%的股權，翰博嘉業全資擁有於中國各省從事運動相關產品分銷及零售的公司。該權益性投資年內已由聯營公司權益轉移至可供出售金融資產。進一步詳情載於上文附註6。

於各結算日的可供出售金融資產公允價值乃參考估值模式按估計貼現現金流量後釐定。可供出售金融資產的公允價值變動確認為其他全面收益，惟減值虧損(如有)則計入收益表。

年內，集團亦斥資人民幣21,000,000元投資一家於中國北方地區從事分銷運動相關產品公司的3%股權。

於二零一零年十二月三十一日，可供出售金融資產並無減值。

8 貿易應收款項

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	524,461	313,757
— 關連方	188,816	76,550
	<u>713,277</u>	<u>390,307</u>
減：減值撥備	(18,769)	(15,722)
貿易應收款項淨額	<u>694,508</u>	<u>374,585</u>

本集團的銷售信貸期一般為30至60日。於二零一零年及二零零九年十二月三十一日的貿易應收款項賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
在信貸期內	571,110	284,554
於30日內	116,985	85,763
31至120日	24,880	19,063
120日以上	302	927
	<u>713,277</u>	<u>390,307</u>

貿易應收款項主要以人民幣及日圓計值，於結算日其賬面值與其公允價值相若。

截至二零一零年十二月三十一日，貿易應收款項人民幣142,167,000元(二零零九年：人民幣105,753,000元)已逾期，其中人民幣18,769,000元(二零零九年：人民幣15,722,000元)已減值並就此作出悉數撥備。逾期但無減值的貿易應收款項涉及多名近期沒有拖欠紀錄的獨立客戶。

9 貿易應付款項

於二零一零及二零零九年十二月三十一日的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
在信貸期內	367,251	309,762
30日內	670	863
31至120日	178	722
120日以上	854	917
	<u>368,953</u>	<u>312,264</u>

貿易應付款項主要以人民幣及日圓計值。貿易應付款項於結算日的賬面值與其公允價值相若。

10 其他收益淨額

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
政府補貼收入	199,104	109,064
其他	26,946	4,587
	<u>226,050</u>	<u>113,651</u>

政府補貼收入由當地財政機構全權酌情授出，並於可合理確定將會收取有關補助時，按公允價值確認入賬。

11 按性質呈列的開支

對銷售貨品成本、分銷成本及行政開支的開支分析如下：

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
確認為銷售貨品成本及分銷成本的存貨成本	1,671,160	1,529,131
物業、廠房及設備折舊	14,743	12,901
處置物業、廠房及設備虧損	1,318	3,966
租賃預付款項攤銷	285	285
無形資產攤銷	18,322	13,794
廣告及市場推廣開支	397,990	295,597
僱員薪酬及福利開支	196,141	180,686
應付予海外附屬公司有關特許使用費的預扣營業稅	13,980	12,082
設計及產品開發開支	121,137	90,840
法律及顧問開支	11,817	24,446
有關樓宇的經營租賃費	54,714	39,759
物流費	92,047	62,845
存貨減值虧損撥備／(撥回)	13,844	(2,227)
貿易及其他應收款項減值虧損撥備／(撥回)	1,867	(6,973)
物業、廠房及設備減值撥回	(45)	(64)
商旅費用	32,497	33,217
捐款	2,240	250
核數師酬金	5,005	4,532
其他	97,209	91,732
	<u>2,746,271</u>	<u>2,386,799</u>
銷售貨品成本、分銷成本及行政開支總額		

12 財務收入淨額

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
財務收入：		
— 銀行存款的利息收入	84,243	107,269
— 國債及財務投資產品的收益	30,932	1,964
	<u>115,175</u>	<u>109,233</u>
財務成本：		
— 滙兌(虧損)／收益淨額	(16,621)	785
— 其他	(4,748)	(395)
	<u>(21,369)</u>	<u>390</u>
財務收入淨額	<u>93,806</u>	<u>109,623</u>

13 所得稅開支

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
即期所得稅		
— 中國企業所得稅(「企業所得稅」)	413,544	348,453
— 日本稅項	561	1,371
遞延所得稅	(40,626)	(13,411)
	<u>373,479</u>	<u>336,413</u>

本公司於開曼群島註冊成立。根據開曼群島的法律，本公司無須繳付所得稅、財產稅、公司稅、資本收益稅或其他應付稅項。

由於截至二零一零年十二月三十一日止年度，本公司並未在香港及新加坡產生或賺取估計應課稅盈利，因此無須繳付香港及新加坡的利得稅(二零零九年：無)。

自二零零八年一月一日起，本公司於中國註冊成立的附屬公司須根據全國人民代表大會於二零零七年三月十六日通過的《中華人民共和國企業所得稅法》(「新企業所得稅法」)，按稅率25%支付企業所得稅。本集團於中國成立的附屬公司，其原來適用企業所得稅率高於25%的，減按25%稅率課稅；其原來適用企業所得稅率低於25%的，則於二零零八年起至二零一二年止五年內，逐步提高至25%(視情況而定)。

根據新企業所得稅法，本集團的中國附屬公司自二零零八年一月一日產生的盈利，若向於香港及新加坡註冊成立的外國投資者分派該等盈利，將須按5%稅率繳納預扣稅；若向其他外國投資者分派該等盈利，則須按10%稅率繳納預扣稅。由於本集團不計劃於可見將來分派中國附屬公司於二零零八年至二零一零年的盈利，故此本集團斷定毋須就該等盈利確認遞延預扣稅負債。

在日本註冊成立的附屬公司一律須繳納所得稅及地方居民稅。截至二零一零年十二月三十一日止年度，該附屬公司按應課稅盈利計算適用的企業所得稅率為30%。居民稅稅率則就應付所得稅按本公司業務所處縣市釐定者作準，惟設有若干最低付款。鑒於該附屬公司截至二零一零年十二月三十一日止年度(二零零九年：無)未有錄得應課稅盈利，故須繳付最低居民稅款額。

14 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利按本公司權益持有人應佔盈利除以年內已發行普通股扣除就限制性股份獎勵計劃持有股份的加權平均數計算。

	二零一零年	二零零九年
本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	1,463,692	1,459,844
已發行普通股扣除就限制性股份獎勵計劃持有股份之加權平均數(千股)	5,666,053	5,666,066
每股基本盈利(每股人民幣分)	25.83	25.76

(b) 攤薄

每股攤薄盈利通過調整已發行普通股加權平均數計算，並假設已轉換所有潛在攤薄普通股。本公司具攤薄影響之潛在普通股包括根據購股權計劃而發行之股份及就限制性股份獎勵計劃持有之股份。於二零一零年十二月三十一日，潛在攤薄普通股按本公司尚未行使購股權涉及的3,000,000股計算，且並不包含尚未授出的限制性股份獎勵計劃持有之股份(於二零零九年十二月三十一日：無)。

	二零一零年	二零零九年
本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	1,463,692	1,459,844
已發行普通股扣除就限制性股份獎勵計劃持有股份之加權平均數(千股)	5,666,053	5,666,066
購股權調整(千股)	3,000	—
就每股攤薄盈利而言的已發行普通股加權平均數(千股)	5,669,053	5,666,066
每股攤薄盈利(每股人民幣分)	25.82	25.76

15 股息

	二零一零年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
已付中期股息每股人民幣4.16分(二零零九年：3.82分)	235,722	216,452
已付中期特別股息每股人民幣4.16分(二零零九年：1.27分)	235,722	71,962
擬派末期股息每股人民幣3.59分(二零零九年：3.91分)	203,424	221,556
擬派末期特別股息每股人民幣6.17分(二零零九年：9.04分)	349,617	512,243
	<u>1,024,485</u>	<u>1,022,213</u>

二零一零年之已付股息為人民幣1,205,243,000元或每股人民幣21.27分(二零零九年：人民幣818,166,000元或每股人民幣14.44分)，其中包括二零零九年末期股息合共人民幣733,799,000元(二零零九年：二零零八年末期股息合共人民幣529,752,000元)及二零一零年中期股息人民幣471,444,000元(二零零九年：二零零九年中期股息合共人民幣288,414,000元)。

根據於二零一一年三月二十二日通過之決議案，本公司董事會建議自本公司股份溢價賬分別派付本公司截至二零一零年十二月三十一日止年度之末期股息及末期特別股息分別為人民幣203,424,000元及人民幣349,617,000元，折合每股普通股人民幣3.59分及人民幣6.17分。該末期股息及末期特別股息須經本公司股東於二零一一年五月十二日舉行之股東週年大會上批准方可作實。

二零一零年及二零零九年之已付及擬付股息合計金額已根據香港公司條例於綜合收益表內披露。

管理層討論及分析

宏觀經濟及行業回顧

宏觀經濟回顧

二零一零年，環球經濟仍然面對許多不明朗因素。雖然金融海嘯後美國並未出現雙底衰退，但歐洲債務危機爆發，令經濟復蘇前景未許樂觀。儘管如此，中國經濟在適度寬鬆的貨幣政策下，仍然保持健康穩定發展。全年國內生產總值接近人民幣40萬億元，增長10.3%，更已超越日本，成為全球第二大經濟體系。進出口貿易數據同樣令人鼓舞，中國於二零一零年錄得進出口貿易總額近人民幣3萬億元，按年上升34.7%，出口及進口總值均再創新高，顯示外需已經恢復至金融危機前的水平。

居民收入的大幅增加令消費市場同樣強勢不減。即使年內通脹逐步升溫，下半年中央政府更開始收緊銀根，調升存貸息率，但全年社會消費品零售總額超過人民幣15萬億元，按年增長18.4%。城鎮的消費增長速度較鄉村為快，高端消費更是當中的主要動力。

根據國家統計局的資料，內需拉動國內生產總值增長達9.5個百分點，對增長的貢獻率為92.1%。全球金融系統風險尚未完全消除，擴大內需將繼續是中國經濟保持平穩較快發展的重要手段，亦為企業創造有利的增長條件。

行業回顧

內地體育用品市場經過二零零四至二零零七年間每年約30%的增長，甚至二零零八年北京奧運舉行的年度出現45%高增長後，行業的增長速度已降至低雙位數字的水平。

與此同時，本地運動品牌的迅速崛起令行業競爭加劇。當中，休閒運動服增長較功能運動服為高。不論是本地或國際的知名運動品牌，都希望能進佔休閒運動服市場。同時，國際休閒服品牌亦正積極進佔內地市場。

過去幾年，內地的體育用品市場發展已相對成熟，開設新店的机会亦逐步減少。租金及勞工成本上升為零售商帶來更多的壓力。

內地消費者用於運動服的開支佔整體服飾的比例正在下降，至接近成熟市場的水平。但相對全球的水平，內地運動服開支仍然相對較低。故我們預期市場增長的勢頭仍會持續，但增速會較二零零六年至二零一零年的為慢。

居民收入迅速增加以及城市化進程加快將繼續推動內地體育用品市場增長。估計於未來五年，體育用品市場的年複合增長率將達約12.0%，當中以二、三線市場及中高端產品的增速較快。

業務回顧

二零一零年是本集團的轉捩點，以紮穩根基、保持增長及把握市場機遇為焦點，集團調整了一系列營運策略以推動業務增長。回顧年內，集團致力於品牌建設與推廣，擴建品牌組合以及加強產品設計和產品研發。

品牌建設與推廣

二零一零年，本集團旗下的主力品牌Kappa繼續以「We are One」作為品牌建設及推廣口號。集團透過首個電視廣告，一系列南非世界盃推廣活動，與雜誌合作及贊助體育活動等，進一步加強了推廣力度。

***Kappa* 電視廣告**

二零一零年五月至十月，集團在中國內地的主要體育節目媒體中央電視台體育頻道(CCTV-5)推出Kappa品牌的電視廣告，內容緊扣季內的體育活動。有關廣告亦在安徽電視台、浙江電視台、遼寧電視台、南京電視台、北京電視台等電視台播出。藉著此種推廣方式，集團已成功傳達品牌結合運動及時尚服裝的概念。

***Kappa* 南非世界盃推廣活動**

除了電視廣告，Kappa亦在二零一零年六月十一日至七月十一日南非世界盃期間，推出了一系列以「知足狂樂」為主題，環繞世界盃的推廣活動。當中包括：

— 「Kappa世界隊」創意視頻系列

集團結合一系列來自世界盃官方標誌的靈感，製作「Kappa世界隊」視頻，於Kappa的活動網站上發表。分別以紅、綠、白三種顏色為主調的球員，以各種肢體動作接球，組合成富動感的畫面，充份展現Kappa融合運動與時尚的品牌精神。

— 網絡滲透

以國內最多人瀏覽的網上平台，包括網易、騰訊、開心網、人人網、優酷及百度等，進行信息推送，向Kappa的目標年青客戶群，重點宣傳有關Kappa世界盃活動的消息，並進行品牌宣傳及推廣。

Kappa開心網主頁於二零一零年上半年正式啟用。透過開心網這個國內最多用戶數量的年輕人互動平台，Kappa於其公共主頁上，以年輕人的語言，把Kappa的品牌、產品、歷史及活動等資訊，直接切入年青消費群的世界。

— Kappa藝術展

在世界盃推廣活動期間，Kappa於北京王府井與藍色港灣展示不同藝術家的作品，與網上的創意推廣相互呼應。

— Kappa名人推動

集團透過贊助娛樂界的「夢舟明星隊」，於年內舉行了「夢舟足球隊攜手Kappa共享2010南非世界盃」活動。

南非世界盃推廣活動成功擊敗多個世界盃營銷的案例，獲選為「互聯網體育營銷大獎」中的「世界盃互聯網最佳營銷案例」。該獎項由網易、長江商學院、業界專才、媒體代表及約四億網民投選。

Kappa與Bazaar跨界合作

Kappa與Bazaar合作打造全新的平面時尚形像，在二零一零年六月至十月期間，將Kappa品牌的全新形像展現於《時尚芭莎》及《芭莎男士》。Bazaar旗下的造型設計師、服裝搭配師、及欄目編輯的創意，成功打造出時尚的運動形像。

另外，Bazaar亦與Kappa合作世界盃中的「知足狂樂」嘉年華活動，並邀請「夢舟明星隊」到場支持。

Kappa與寶馬跨界合作

Kappa成為寶馬的合作夥伴，並成為寶馬Mission 3活動的唯一服裝贊助商。通過與國際高端品牌寶馬的合作，進一步提升Kappa品牌的形象。

體育隊伍贊助

中國網球公開賽

年內，本集團贊助了中國網球公開賽，此乃一項頂級綜合性網球盛事，由三大國際網球組織ATP、WTA及ITF聯合舉辦。Kappa不但是賽事的唯一白金贊助商，更冠名贊助中網級別聯賽，向公眾推廣網球運動。Kappa亦透過中國網球公開賽的零售店進一步宣傳品牌。

本集團聯合Kappa品牌另一持有者BasicNet S.p.A. (「BasicNet」)，以及其他國家Kappa品牌特許分銷商合作贊助一系列的體育隊伍，包括 —

- 意大利著名甲組足球隊羅馬隊聯合裝備贊助
- 德國著名甲組足球隊多特蒙德隊聯合裝備贊助
- 一級方程式賽車隊維珍車隊的官方服裝聯合贊助

2010 Kappa高爾夫

2010年Kappa高爾夫推出了一系列的電視推廣及贊助計劃。其中一項主要活動是八月舉行的「文體明星對抗賽」。高爾夫球賽邀得多位名人參與，亦介紹了Kappa高爾夫系列。另外，Kappa又全力支持於2010年11月在上海舉行的滙豐冠軍賽。

拓展品牌組合

*Robe Di Kappa*業務

除了在內地已建立一定知名度的Kappa，集團亦不斷積極豐富旗下的品牌組合，包括引入Kappa的姊妹品牌Robe Di Kappa (「RDK」)正式於中國推出。「Robe Di Kappa」意思是「有內涵的運動」，展現著獨立和自信的力量。首家Robe Di Kappa品牌的國內零售店舖於二零一零年二月在北京正式開業，品牌店於二零一零年底增至20家。

Robe Di Kappa透過一連串帶有藝術氣息的市場推廣活動，包括「2010年秋冬潮流趨勢發佈會」、一系列音樂表演，並於九月推出Robe Di Kappa年度精選唱片「The Choice Of RDK」，與消費者交流，建立品牌形象。

其他品牌及市場

年內，集團已積極準備把日本滑雪及戶外品牌Phenix引入中國。Phenix是日本市場佔有率最高的滑雪及戶外品牌，在國際上亦享有較高的知名度，並已分銷到歐洲和北美多個國家。由於品牌受相當嚴重的季節性因素影響，集團將會開發Phenix品牌的戶外產品系列，期望能把全年銷售趨於平衡，並更能切合中國品牌專賣店的營運模式。

另外，集團亦擁有單板滑雪專門服裝品牌X-nix及產品系列涵蓋各種極限運動的品牌Inhabitant。

零售網絡

本集團在中國分部採納「專屬經銷商」政策，向有限數目的經銷商銷售本集團產品。根據此項政策，本集團在市場上的每個特定地區內，僅委派一名主要經銷商。本集團期望此項政策能有效降低同一區域內的品牌無序競爭，提高經銷商盈利水平，進而提升經銷商的忠誠度。此舉亦有助維繫本集團與地方零售商更緊密的合作。於二零一零年十二月三十一日，本集團中國分部擁有38名經銷商直接或間接營運3,751間零售門市，銷售Kappa品牌產品，較二零零九年十二月三十一日的3,511間零售門市，淨增加240間零售門市。另外，銷售Robe Di Kappa的門市亦有20家。零售門市的分銷網絡覆蓋中國所有主要省會城市以及許多其他主要大城市及市鎮。

除了傳統的門店銷售，集團亦更加重視網上銷售，並在年內繼續進行有關發展。透過與中國電子商務領軍者淘寶網的合作，消費者可更方便於網上購買到Kappa產品。二零一零年網上銷售按年增長超過300%。我們認為網上銷售可與零售門市相輔相成，而且可藉此推廣品牌。集團的目標是建立綜合的網上銷售平台，同時透過多個受歡迎的網上渠道提升銷售。二零一零年十一月十一日內地「光棍節」當日的促銷活動中，Kappa的單日網上零售銷售額達約人民幣11.0百萬元，客戶人流量高達1.5百萬人次。

設計與研發

集團一直深信，產品差異化是在市場致勝的重要因素。集團運用了旗下Phenix公司的研發優勢，並結合來自多國的設計師，開發不同產品系列及技術。

集團於二零一零年七月發佈了與著名設計師Michael Michalsky先生合作開發的Kappa P-A.C系列，以一線城市年齡介乎20至30歲之年輕消費群體為目標顧客。P-A.C — 「pack away concept」概念來自設計師對世界各地年輕人的觀察 — 都市年輕人喜歡隨身攜帶

大量電子產品、化粧品等使用，設計師以簡潔、年輕及時尚設計，配以輕柔物料，推出系列產品。Kappa P-A.C系列的推出充份顯示了集團追求產品多元化的決心及市場策略。

本集團日本附屬公司Phenix Co., Ltd.於年內亦研究出多項新技術，包括曲線拉鏈及浮雕圖案等，為集團未來推出的新產品，帶來更多新元素。集團位於中國江蘇省太倉的研發中心，借助Phenix公司的研發人員及軟件，將日本頂尖運動服生產的技術轉移到中國。兩個研發中心之間人員的交流，使得本集團在產品的設計與研發方面的協作進一步加強。

財務回顧

本集團二零一零年銷售額為人民幣4,261.6百萬元，較二零零九年增長7.3%。截至二零一零年十二月三十一日止年度，權益持有人應佔盈利達人民幣1,463.7百萬元，較截至二零零九年十二月三十一日止年度的1,459.8百萬元增長0.3%。

按分部劃分的主要財務表現

附註	本集團 (附註3)			中國分部 (附註1)			日本分部 (附註2)		
	截至十二月三十一日止年度			截至十二月三十一日止年度			截至十二月三十一日止年度		
	二零一零年 人民幣百萬元	二零零九年 人民幣百萬元	變動	二零一零年 人民幣百萬元	二零零九年 人民幣百萬元	變動	二零一零年 人民幣百萬元	二零零九年 人民幣百萬元	變動
綜合收益表主要項目									
銷售額	4,261.6	3,970.4	7.3%	3,649.9	3,403.1	7.3%	611.7	567.3	7.8%
毛利	2,545.7	2,399.4	6.1%	2,277.3	2,143.2	6.3%	268.4	256.2	4.8%
經營盈利	3 1,741.4	1,697.3	2.6%						
本公司權益持有人應佔盈利	3 1,463.7	1,459.8	0.3%						
	人民幣分	人民幣分							
基本每股盈利	25.83	25.76	0.3%						
攤薄每股盈利	25.82	25.76	0.2%						
盈利能力比率									
毛利率	59.7%	60.4%	-0.7百分點	62.4%	63.0%	-0.6百分點	43.9%	45.2%	-1.3百分點
經營利潤率	40.9%	42.7%	-1.8百分點						
實際稅率	20.3%	18.7%	1.6百分點						
純利率	34.3%	36.8%	-2.5百分點						
主要經營開支佔銷售額 百分比之比率									
廣告及市場推廣開支	9.3%	7.4%	1.9百分點	9.5%	7.1%	2.4百分點	8.3%	9.3%	-1.0百分點
僱員薪金及福利開支	4.6%	4.6%	0.0百分點	3.6%	3.3%	0.3百分點	10.5%	12.3%	-1.8百分點
設計及產品開發開支	3 2.8%	2.3%	0.5百分點						
	日	日	日	日	日	日	日	日	日
營運資金有效比率									
平均貿易應收款項周轉日數	4 47	36	11	37	24	13	109	107	2
平均貿易應付款項周轉日數	5 72	70	2	65	61	4	100	107	-7
平均存貨周轉日數	6 60	61	-1	45	44	1	121	129	-8
資產比率									
流動比率	7 8.5倍	12.8倍		8.5倍	10.9倍		2.0倍	2.0倍	

附註：

1. 中國分部即主要以Kappa品牌在中國及澳門批發體育相關產品，該分部亦會經營Kappa品牌國際業務、Phenix品牌及RDK品牌中國業務。
2. 日本分部主要以Kappa、Phenix及其他品牌在日本銷售體育相關產品。
3. 集團業績代表中國分部與日本分部的合計業績。若干財務收入及分銷成本(例如設計及產品開發開支)未能分配至或劃分為中國分部及日本分部。因此，計算分部經營盈利、權益持有人應佔分部盈利及分部設計及產品開發開支佔銷售額百分比之比率意義不大。
4. 平均貿易應收款項週轉日數等於期初及期末平均貿易應收款項結餘除以銷售額，再乘以相應期間日數。
5. 平均貿易應付款項週轉日數等於期初及期末平均貿易應付款項結餘除以銷售貨品成本，再乘以相應期間日數。
6. 平均存貨週轉日數等於期初及期末平均存貨結餘除以銷售貨品成本，再乘以相應期間日數。
7. 流動比率等於期末流動資產除以期末流動負債。

銷售額

銷售額按地區分部、業務分部及產品類別進行分析

	截至十二月三十一日止年度						變動
	二零一零年		二零零九年				
人民幣百萬元	佔產品／ 品牌組合 百分比	佔本集團 銷售額 百分比	人民幣百萬元	佔產品／ 品牌組合 百分比	佔本集團 銷售額 百分比		
中國分部							
Kappa品牌							
服裝	2,718.1	74.8%	63.8%	2,577.6	75.9%	64.9%	5.5%
鞋類	790.9	21.8%	18.5%	682.8	20.1%	17.2%	15.8%
配件	123.5	3.4%	2.9%	133.9	4.0%	3.4%	-7.8%
Kappa品牌總計	3,632.5	100.0%	85.2%	3,394.3	100.0%	85.5%	7.0%
國際業務及其他	17.4		0.4%	8.8		0.2%	97.7%
中國分部總計	3,649.9		85.6%	3,403.1		85.7%	7.3%
日本分部							
Phenix品牌	393.0	64.3%	9.2%	375.4	66.2%	9.5%	4.7%
Kappa品牌	218.6	35.7%	5.2%	191.0	33.7%	4.8%	14.5%
其他	0.1	0.0%	0.0%	0.9	0.1%	0.0%	-88.9%
日本分部總計	611.7	100.0%	14.4%	567.3	100.0%	14.3%	7.8%
本集團總計	4,261.6		100.0%	3,970.4		100.0%	7.3%

中國分部

*Kappa*品牌

本集團的主要業務Kappa品牌業務佔本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度銷售總額85.2% (二零零九年：85.5%)。Kappa品牌產品銷售額較二零零九年度增加人民幣238.2百萬元，增長主要來源於服裝和鞋的銷售分別增長5.5%及15.8%。鞋類增長主要是由於本財政年度內集團適當地引入了新的概念(輕質跑鞋，便裝鞋等)。此外由本集團經銷商直接或間接經營的Kappa品牌零售門市數目由二零零九年十二月三十一日的3,511間，增加至二零一零年十二月三十一日的3,751間，淨增加240間。

服裝為Kappa品牌在中國的主要產品，其銷售額佔品牌銷售總額的74.8% (二零零九年：75.9%)。鞋類及配件的比例分別為21.8% (二零零九年：20.1%) 及3.4% (二零零九年：4.0%)。

國際業務及其他

截至二零一零年十二月三十一日，國際採購及Rukka分銷業務已全部結束。

年內，本集團的國際業務是指在BasicNet的授權下，向除中國大陸、澳門及日本以外的Kappa品牌的特許經銷商銷售本集團設計、研發及生產的Kappa品牌產品。

RDK產品在二零一零年上半年上市銷售，截至二零一零年十二月三十一日，本集團經銷商已在中國境內開設二十家零售店面，現在正積極尋求渠道與市場方面的進一步拓展。

日本分部

截至二零一零年十二月三十一日止年度日本分部的銷售額為折合人民幣611.7百萬元，較截至二零零九年十二月三十一日止年度之銷售額折合人民幣567.3百萬元增加人民幣44.4百萬元(或7.8%)。在本年度日本整體經濟形勢不佳的背景下，銷售額能獲得如此增幅，主要是由於Phenix公司在渠道拓展、品牌推廣及產品促銷方面取得很好之成效，得以保證並提升市場份額。

Kappa品牌產品在中國分部的單位平均售價及出售單位總數

Kappa品牌產品在中國分部的單位平均售價及出售單位總數分析如下：

	截至十二月三十一日止年度				變動	
	二零一零年		二零零九年			
	平均售價 人民幣	出售單位總數 千件	平均售價 人民幣	出售單位總數 千件	平均售價	出售單位總數
服裝	157	18,407	160	16,117	-1.9%	14.2%
鞋類	184	4,582	179	3,814	2.8%	20.1%

附註：

1. 單位平均售價等於年內剔除銷售退回準備影響的銷售額除以年內出售單位總數。
2. 由於配件產品種類繁多，單位平均售價差距甚遠，故此，我們認為分析此產品類別的單位平均售價意義不大。

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度，服裝產品的單位平均售價分別為人民幣157元及人民幣160元，略有下降。主要是由於本集團進一步對經銷商提供支持與折扣以及產品組合的影響。

鞋類產品的單位平均售價由截至二零零九年十二月三十一日止年度的人民幣179元提升至截至二零一零年十二月三十一日止年度的人民幣184元，增長幅度為2.8%。主要由於在本年度內集團加大了對於鞋類產品的設計和開發力度，進而提升了鞋類產品的平均零售價格。

同時鞋類產品的出售單位總數較截至二零零九年十二月三十一日止年度增長了20.1%。鞋類產品的銷量及單位平均售價俱升，證明其廣受客戶青睞。因此，鞋類產品佔Kappa品牌產品的銷售比重升至21.8%(二零零九年：20.1%)。

銷售貨品成本及毛利

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團的銷售貨品成本為人民幣1,715.9百萬元(二零零九年：人民幣1,571.0百萬元)，增加人民幣144.9百萬元(或9.2%)。本集團的毛利為人民幣2,545.7百萬元(二零零九年：人民幣2,399.4百萬元)，增加人民幣146.3百萬元(或6.1%)。本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度的整體毛利率為59.7%，較截至二零零九年十二月三十一日止年度的整體毛利率60.4%下滑0.7個百分點。

按地區、業務分部及產品分析的毛利率資料詳列如下：

	截至十二月三十一日 止年度		變動 %百分點
	二零一零年 毛利率	二零零九年 毛利率	
中國分部			
Kappa品牌：			
服裝	64.4%	65.3%	-0.9
鞋類	55.4%	54.5%	0.9
配件	64.8%	63.9%	0.9
Kappa品牌總計	62.4%	63.1%	-0.7
國際業務及其他	55.3%	24.5%	30.8
中國分部整體	62.4%	63.0%	-0.6
日本分部	43.9%	45.2%	-1.3
本集團整體	59.7%	60.4%	-0.7

中國

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度，中國分部Kappa品牌業務的毛利率分別為62.4%及63.1%，兩年度比較，毛利率指標下降0.7個百分點。造成以上結果的主要原因為集團更加著重零售渠道的良性發展，故於本年度內對合作經銷商給予了更多的支持與折扣。就此目的，本集團已採取實際行動協助他們清貨。因此，本集團本

年度作出退貨撥備人民幣155.1百萬元。同時，本年度下半年開始受到國際、國內生產原料價格高漲及國內勞動力成本迅猛提升的影響，服裝產品成本方面也感受到較大壓力。

鞋類產品及配件方面，通過對產品價格的提升以及對成本的有效控制，幫助鞋類及配件方面產品的毛利率獲得提升，使毛利率分別由截至二零零九年十二月三十一日止年度的54.5%及63.9%提升至截至二零一零年十二月三十一日止年度的55.4%及64.8%。

日本

截至二零一零年十二月三十一日止年度，日本分部的毛利率為43.9%，低於截至二零零九年十二月三十一日止年度日本分部毛利率45.2%，主要是由於清貨促銷影響，本年度原材料及人工成本上漲引起生產成本增加，以及對經銷商及顧客給予了更多的折扣所致。

其他收益淨額

截至二零一零年十二月三十一日止年度其他收益主要為來自政府的補貼收入人民幣199.1百萬元(二零零九年：人民幣109.1百萬元)，及投資GX集團獲得的股息收入人民幣19.4百萬元(二零零九年：零)。

分銷成本及行政開支

分銷成本及行政開支主要包括廣告及市場推廣開支、僱員薪酬及福利開支、產品設計與開發開支、法律與顧問費用以及物流費用。截至二零一零年十二月三十一日止年度，分銷成本及行政開支總額為人民幣1,030.4百萬元(二零零九年：人民幣815.8百萬元)，佔本集團銷售總額24.2%(二零零九年：20.5%)，主要由於集團在廣告及市場推廣、產品設計與開發方面投入加大。

廣告及市場推廣開支所佔銷售額百分比為9.3%(二零零九年：7.4%)。二零一零年度，本集團延續圍繞「We Are One」口號活動，同時參與冬奧會及世界盃期間的宣傳，並啟用電視廣告的新媒介，加大品牌宣傳力度，而對於傳統優勢項目(如：China Open及娛樂營銷)方面的參與則進一步深化，並且通過有效的宣傳推廣，向市場投放了具有「減生活」概念的P-A.C系列產品，因此市場方面的投入顯著上揚。

本年度設計及產品開發開支佔集團銷售額百分比為2.8%(二零零九年：2.3%)，該增長主要來自於自二零零九年度下半年開始，本集團與Adidas前環球創作總監Michael Michalsky先生合作的P-A.C系列設計與開發仍在持續進行，同時集團在二零一零年度進一步深化與UAL的合作，引入了更多的海外設計團隊。

集團物流費用佔集團截至二零一零年十二月三十一日止年度銷售額百分比為2.2%(二零零九年：1.6%)，主要由於集團位於中國區的倉庫倉儲面積增加及租金的上漲。

經營盈利

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團的經營盈利為人民幣1,741.4百萬元，較截至二零零九年十二月三十一日止年度的人民幣1,697.3百萬元增加人民幣44.1百萬元(或2.6%)。截至二零一零年十二月三十一日止年度的經營利潤率為40.9%，相比截至二零零九年十二月三十一日止年度的42.7%下降1.8個百分點，此變化主要由於毛利率下滑及費用率上升，惟部份獲其他收益方面增加所抵銷。

財務收入淨額

截至二零一零年十二月三十一日止年度，財務收入淨額主要包括利息收入人民幣84.2百萬元(二零零九年：人民幣107.3百萬元)及包括獲得國債及金融理財產品投資收入人民幣30.9百萬元(二零零九年：人民幣1.9百萬元)，惟部份獲匯兌損失人民幣16.6百萬元(二零零九年：匯兌收益人民幣0.8百萬元)抵銷。

分佔共同控制實體及聯營公司盈利／(虧損)

於截至二零一零年十二月三十一日止年度，分佔共同控制實體及聯營公司盈利淨額為人民幣2.2百萬元(二零零九年：虧損人民幣10.6百萬元)。該收益主要指分佔與本集團經銷商合組之六家聯營公司盈利按權益會計法所得之人民幣2.7百萬元(二零零九年：虧損人民幣10.6百萬元)。

稅項

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團的所得稅開支為人民幣373.5百萬元(二零零九年：人民幣336.4百萬元)，實際稅率為20.3%(二零零九年：18.7%)。以上變化主要由於本集團於上海浦東新區成立的主要營運附屬公司所得稅率自二零零九年度的20%提升至二零一零年度的22%所致。

自二零零八年一月一日起，本集團於中國註冊成立的附屬公司須根據全國人民代表大會於二零零七年三月十六日通過的《中華人民共和國企業所得稅法》(「新企業所得稅法」)，按稅率25%支付企業所得稅。本集團於中國成立的附屬公司，其原來適用企業所得稅率高於25%的，減按25%稅率課稅；其原來適用企業所得稅率低於25%的，則於二零零八年起至二零一二年止五年內逐步提高至25%(視情況而定)。於二零一零年，本集團於上海浦東新區成立的主要營運附屬公司按優惠所得稅率22%繳稅(二零零九年：20%)。

本公司權益持有人應佔盈利及純利率

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本公司權益持有人應佔盈利為人民幣1,463.7百萬元(二零零九年：人民幣1,459.8百萬元)。本集團淨利率為34.3%(二零零九年：36.8%)。

末期股息及末期特別股息

本公司的一般股息政策是分派本集團有關期間內可供分派純利的30%。在考慮本集團二零一零年度的利潤情況及雄厚現金狀況後，本公司有意分派額外40%，以提升股東價值。

本公司已就截至二零一零年六月三十日止六個月期間派付中期股息及中期特別股息每股普通股人民幣4.16分及人民幣4.16分，派付金額合共為人民幣471.5百萬元。

本公司董事會建議就截至二零一零年十二月三十一日止年度分派末期股息及末期特別股息每股普通股分別為人民幣3.59分及人民幣6.17分(合計每股普通股人民幣9.76分)。

末期股息及末期特別股息經本公司股東於二零一一年五月十二日舉行的股東週年大會上批准後，將按照中國人民銀行於二零一一年三月二十一日所報的港元兌人民幣官方匯率1.00港元 = 人民幣0.8415元，以港元派付。本公司將於二零一一年五月十九日或前後，向於二零一一年五月十二日名列本公司股東名冊的股東派發股息。

財務狀況

營運資金有效比率

中國分部

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度的平均貿易應收款項週轉日數分別為37日及24日，二零一零年平均貿易應收款項週轉日數比二零零九年增加13日。本集團年內適當增加了其營運資金受零售市場影響的主要經銷商之信貸額度及期限，以支持經銷商。本集團未來將會繼續持守穩健的信貸管理政策同時適時地探討和調整信貸政策以適應同業環境。

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日年度的平均貿易應付款項週轉日數分別為65日及61日，與本集團於60至90日內向本集團供應商及製造商償還貿易債項的主要政策一致。

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度的平均存貨週轉日數分別為45日及44日，本集團保持良好的存貨管理機制。

日本分部

截至二零一零年及二零零九年十二月三十一日止年度，平均貿易應收款項週轉日數、平均貿易應付款項週轉日數及平均存貨週轉日數分別為109日和107日、100日和107日及121日和129日，各項周轉日數同期相比基本相當，主要是Phenix的採購與銷售管理政策維持不變，而且執行有效的結果。

流動資金及財務資源

於二零一零年十二月三十一日，本集團的現金及銀行結餘(包括長期銀行存款)為人民幣5,027.9百萬元，較二零零九年十二月三十一日的結餘人民幣6,127.4百萬元減少人民幣1,099.5百萬元，主要原因為：1)投資中國財政部發行之國債及中國境內商業銀行之保本理財產品人民幣1,089.6百萬元；2)派付二零零九年度末期股息總額及二零一零年度中期股息總額共人民幣1,205.2百萬元；3)GX集團及一家實體股權投資共人民幣103.7百萬元；4)回購用於設立員工限制性股票激勵計劃的股票支付人民幣87.1百萬元；及5)部份地被年內經營業務所得現金淨額人民幣1,443.6百萬元所抵銷。

於二零一零年十二月三十一日，歸屬於本集團權益持有人的淨資產值為人民幣7,515.0百萬元(二零零九年十二月三十一日：人民幣7,354.2百萬元)。本集團流動資產較流動負債超出人民幣6,570.2百萬元(二零零九年十二月三十一日：人民幣6,521.3百萬元)。本集團的流動資金亦極之充裕，於二零一零年十二月三十一日的流動比率為8.5倍(二零零九年：12.8倍)，流動比率相對二零零九年十二月三十一日有所改變，主要是因截至二零一零年十二月三十一日本集團根據市場銷售情況計提的銷售退回及折讓準備金、提前收到部分經銷商定金等高於二零零九年十二月三十一日所致。於二零一零年十二月三十一日，本集團並無未償還的銀行貸款或其他借貸。

資產抵押

於二零一零年十二月三十一日，本集團於銀行持有約人民幣36.1百萬元(二零零九年十二月三十一日：人民幣37.3百萬元)作為日本市場業務發出信用證的擔保存款。

資本承擔及或然負債

於二零一零年十二月三十一日，本集團已訂約但未撥備的資本承擔為人民幣8.4百萬元(二零零九年：無)。

於二零一零年十二月三十一日，本集團並無或然負債。

外匯風險

由於本公司的業務以美元進行交易，故此本公司的功能貨幣為美元。二零零七年十月進行全球發售時，本公司以港元收取其所得款項，部份所得款項已存入港元銀行賬戶，

而部份則兌換為美元，繼而存入美元銀行賬戶。故此，因美元兌本公司的港元銀行存款升值或貶值而產生的匯兌差額，均於本公司收益表確認為匯兌盈虧。由於港元與美元掛鉤，所產生的匯兌盈虧並不重大。就本集團呈報及合併賬目而言，本公司以美元計值的財務報表已換算為人民幣。因換算財務報表而產生的折算差額將不會於收益表中確認，而應確認為本集團權益的獨立部分。

本集團的主要營運大部分於中國進行，交易均以人民幣進行。本年度內的匯兌虧損主要來自於本集團境內未動用的外幣資本金。除此之外，本集團的匯兌風險並不重大。

然而，本公司繼續監察外匯風險，需要時會採取對沖等審慎措施，盡量減低本公司的潛在風險。

重大投資及收購

截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團以總代價人民幣169.5百萬元完成了收購中國六家聯營公司30.0%的股權。該等聯營公司由本集團六家分別位於北京及北京附近地區、山東、陝西、寧夏、杭州、山西、瀋陽、天津及南京的主要經銷商成立。

二零一零年度，本集團與北京的聯營公司，即翰博嘉業(北京)貿易有限公司(「翰博嘉業」)其他五家聯營公司及集團位於四川、重慶的經銷商訂立一份重組協議，透過該協議完成相關重組工作。重組完成後翰博嘉業直接持有另外五家聯營公司及四川、重慶經銷商100.0%的股權，而集團則通過向翰博嘉業轉讓其持有的其他五家聯營企業的30.0%的股權及現金增資人民幣82.7百萬元為對價，取得翰博嘉業22.05%的股權。

二零一零年十月，集團購買了集團一個重要經銷商3.0%的股權，支付現金對價人民幣21.0百萬元。

除上述以外，本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度並無作其他重大投資或進行任何涉及收購或出售附屬公司的重大事項。

全球發售所得款項淨額的應用

二零零七年十月，全球發售所得款項淨額(扣除相關開支)約為5,176.9百萬港元(相等於人民幣5,013.9百萬元)。截至二零一零年十二月三十一日，所得款項淨額的用途如下：

	所得款項		
	淨額合計	已動用款額	未動用款額
	百萬港元	百萬港元	百萬港元
發展現有品牌及擴充品牌組合	2,743.8	247.3	2,496.5
擴充及改善分銷網絡	1,294.2	389.1	905.1
提高設計及開發能力	258.8	258.8	—
設立新營運總部	258.8	6.1	252.7
支付全球發售前宣派的特別股息	238.3	238.3	—
營運資金及其他一般用途	383.0	383.0	—
總額	<u>5,176.9</u>	<u>1,522.6</u>	<u>3,654.3</u>

上述用途與本公司於二零零七年九月二十五日刊發的招股說明書所披露者一致。未動用的所得款項淨額已存入香港或中國的持牌銀行。

人力資源

於二零一零年十二月三十一日，本集團在全中國地區擁有約507名僱員(於二零零九年十二月三十一日：460名僱員)；本集團在日本PHENIX株式會社擁有250名僱員(於二零零九年十二月三十一日：247名僱員)。為了支持業務的發展，本集團仍需在各部門聘請更多專業人才。

本集團向僱員推行以崗位價值及績效表現為基準的薪酬計劃，據此，除了標準薪金之外，根據僱員的績效表現，本集團會向績效優秀的僱員給予KPI及年度獎金的獎勵。此外，本集團亦實施了以現金結算的長期激勵計劃(亦稱為業績單元計劃)，獎勵為公司發展長期做出貢獻的僱員；並且，本集團還會繼續做出新的長期激勵計劃，以激勵和獎勵為公司發展長期做出貢獻的僱員。

展望

雖然市場的競爭環境及營運成本壓力，對體育品牌營運商帶來挑戰，但內地經濟發展的趨勢在可見的將來仍然持續，在城鎮化加速，居民收入繼續增長的大環境下，本集團的管理層對市場中長期的發展及業務增長仍然充滿信心。

集團致力確立其品牌定位，並藉以向市場提供更多元化的產品，有利集團發展。集團將擴展其產品範圍至涵蓋不同的細分市場，並加強於足球、網球及訓練運動的產品表現。集團亦會擴大潮流時裝的產品範圍，採取新的標誌及主題設計方向，優化現時核心休閒類產品範圍。

集團亦希望拓展鞋類產品，當中包括新的女裝鞋設計系列「Curves」。「Curves」的設計靈感來自女士的身體曲線及最近的健身潮流。穿著「Curves」能令女士在日常生活中塑造出身體曲綫，同時達到功能及時尚的目的。

集團亦會加強研發力量，以提升產品創新，亦會進一步運用日本技術中心的資源。

為了加強關注終端消費者的需要，集團會對經銷商提供更強的支援，由視覺推銷至訓練分類，將集團的焦點由經銷轉為直銷。這新的方向將令集團更貼近市場脈搏，與零售商有更緊密的合作。除此之外，集團正擴展其DRP系統，以涵蓋更多店舖，加強與零售商的關係。集團會借助與其持股22.05%的體育用品零售商GX集團的合作，期望能通過對分銷商提供零售管理及店舖管理的直接培訓，提升銷售點的品牌體驗。另外，集團亦會引入有系統的方式整合子分銷商，加強零售管理以確保服務質素及提升零售商的盈利能力。

與此同時，集團會與分銷商密切檢視其店舖組合，重新分配資源至表現最佳的網點，以及發展出能夠對店舖組合增長的區域進行系統化識別的能力。集團亦將為其零售點作更仔細的市場分析，以尋找機會，開發更多網點，特別是於百貨店內。

除了傳統銷售門店，集團亦會繼續積極研究發展網上銷售平台。在電子商貿方面，集團會擴展其官方網上店舖至多個互聯網渠道。集團將創立iKappa網站，這多功能網上平台，不但能作產品推廣、客戶服務及品牌教育，亦能讓Kappa擁躉透過討論區對新產品發表意見。集團又會利用其於內地領先網上服飾銷售平台麥考林股份有限公司(納斯達克股票代碼：MCOX)的投資，拓展網上銷售業務。集團相信電子商貿平台能有效接觸目標客戶，同時兼具成本效益。

RDK首家店在二零一零年於北京開設之後，RDK系列受到市場歡迎，並取得令人滿意的成績。展望未來，集團會透過不同的策略進一步推廣RDK系列，計劃於二零一一年開設不少於50家RDK門店。

二零零八年收購日本滑雪及戶外品牌Phenix之後，集團計劃於二零一一年正式將該品牌引入中國市場。

其他資料

遵守企業管治常規守則(「企業管治守則」)

本公司致力確保實行優質企業管治，切合股東利益，並加大力度識別和制定最佳企業管治常規。截至二零一零年十二月三十一日止年度內，除偏離守則條文E.1.2條事項外，本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四企業管治守則所載的守則條文。本公司主席兼執行董事陳義紅先生因需要在北京舉行的本公司訂貨會上處理業務，未能出席本公司於二零一零年五月十二日舉行的股東週年大會。前首席執行官、非執行董事及公司秘書均有出席該股東週年大會，確保有效與本公司股東溝通。

有關本公司企業管治常規的詳情，請參閱本公司截至二零一零年十二月三十一日止年度年報內的企業管治報告。

遵守上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)

本公司已採納上市規則附錄十載列的標準守則，作為董事進行證券交易的標準。經本公司向全體董事進行查詢後，全體董事確認，彼等於截至二零一零年十二月三十一日止年度內一直遵守規定標準。

審核委員會

審核委員會負責監察本公司與外聘核數師之間的關係、檢討本公司的財務報表，並審閱及監察本集團的財務匯報制度及內部監控。審核委員會於核數工作開始前先與外聘核數師討論核數性質及範疇及有關申報責任，並按適用的標準檢討及監察外聘核數師是否獨立客觀及核數程序是否有效。

審核委員會的成員為徐玉棣先生(主席)、項兵博士及金志國先生。審核委員會全由獨立非執行董事組成，他們具備豐富的財務經驗。截至二零一零年十二月三十一日，審核委員會於二零一零年舉行了3次會議。

審核委員會與管理層檢討本集團採納的會計原則及常規，以及討論內部監控及包括截至二零一零年十二月三十一日止年度之財務報表檢討等財務匯報事項。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一零年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

暫停過戶登記

本公司之股東名冊將由二零一一年五月六日至二零一一年五月十二日(包括首尾兩天)止期間暫停辦理股票過戶登記，以釐定股東享有二零一零年度末期股息及末期特別股息之權利。如欲獲派二零一零年末期股息及末期特別股息、出席及於股東週年大會上投票，須於二零一一年五月五日下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關之股票交回本公司之香港過戶登記處香港中央證券登記有限公司作登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室。

股東週年大會

本公司之股東週年大會將於二零一一年五月十二日於香港舉行。股東週年大會之通告將於適當時候發送給股東。

刊登業績公告

本年度業績公告可於本公司網站www.dxsport.com及香港聯合交易所有限公司網站www.hkexnews.hk瀏覽。

承董事會命
中國動向(集團)有限公司
主席
陳義紅

香港，二零一一年三月二十二日

於本公告日期，本公司執行董事為陳義紅先生、秦大中先生及*Sandrine, Suzanne, Eléonore, Agar Zerbib*女士；本公司非執行董事為高煜先生；以及本公司獨立非執行董事為徐玉棣先生、項兵博士及金志國先生。