

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。



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)

**截至二零一一年六月三十日止六個月
中期業績公佈**

業績摘要	二零一一年	二零一零年	變動
	上半年	上半年	
截至六月三十日止六個月	(人民幣百萬元)		
收入	1,179	2,146	-45.1%
毛利	722	1,343	-46.2%
毛利率	61.3%	62.6%	-1.3百分點
經營盈利	277	947	-70.7%
本公司權益持有人應佔期間盈利	225	786	-71.4%
	(人民幣分)	(人民幣分)	
每股基本盈利	3.99	13.87	-71.2%
每股中期股息及中期特別股息	2.78	8.32	-66.6%
— 總派息比率	70.0%	60.0%	+10.0百分點

主席報告書

各位股東：

挑戰和機遇總是伴隨著蛻變。在中國體育服飾行業的蛻變之中，品牌商面臨著一系列的挑戰。二零一一年上半年，包括市場增長放緩、競爭加劇及存貨增加等挑戰的影響逾見加深。這些變化的發生，為制定一個讓集團重新注入活力的政策指明了方向。在經濟持續迅速增長，整體零售市道健康發展之下，我們相信中國體育服飾行業基礎仍然穩健。作為市場的主要參與者，本集團已果斷採取相應的措施，準備好在黎明來臨時捕捉商機。

為減輕銷售渠道的存貨壓力，集團實施的兩項關鍵措施包括：向經銷商回購過多的存貨，及調低銷售予經銷商的目標，以防止存貨進一步累積。集團主動出擊解決問題，令本集團截至二零一一年六月三十日止六個月的業績受到影響。集團收入人民幣1,179百萬元，比上年同期減少45.1%。期內毛利率下降1.3個百分點至61.3%水平。本集團權益持有人應佔盈利人民幣225百萬元，比上年同期減少71.4%。每股基本盈利人民幣3.99分，較去年同期下跌71.2%。基於集團穩健之現金狀況及為提升股東價值，本集團董事會擬派發本集團於回顧期間權益持有人應佔盈利的70.0%作中期及中期特別股息。

在這充滿挑戰的市場中，我們亦需要將心態由重量調整至重質。同樣，焦點亦由批發管理轉為零售管理，以取得可持續的增長。我們致力為經銷商提供更強支援，讓他們能更緊貼市場脈搏，改善零售店營運效率。我們透過調整產品類別、減少經銷商訂貨量及提出一次性的自願回購滯銷存貨的安排，解決經銷商積累存貨的問題。同時，接受這次回購計劃的經銷商亦承諾加強管理分銷商的銷售，尤其是推行產品分類計劃及提升數據管理信息系統。我們相信這些措施能提升零售效率，為集團及經銷商創造雙贏的業務模式。

同樣重要的是集團推行了「厲兵秣馬」計劃。這計劃透過改良產品設計和發展品牌推廣，提升現有門店的效率、優化店舖網絡和擴張地域，以及新業務開拓來支持我們的長遠發展和增長。按計劃的綱領，我們會全力強化產品定位，擴充產品種類，利用研發能力及加強市場推廣策略，進一步優化我們的品牌及產品。為增強門店效率，我們致力改善產品陳列和搭配，為更順暢的運營與我們的經銷商緊密合作，亦建立自己的零售能力。我們會擴張銷售網絡至具有發展機遇的城市，增加直接客戶門店，同時引入新門店形象，以優化我們的門店組合。新業務如電子商務、高爾夫球系列及Robe Di Kappa，亦是我們未來增長的動力。新高管成員包括供應鏈副總裁Alan Chamberlin先生及銷售副總裁李耀先生，已被委以重任，於他們的範疇內運用專長，力臻完美。

在這一調整年中，為了和其他品牌有差異化區分，我們努力使品牌定位更加清晰。Kappa是一個按其意大利傳統，設計技術及人文精神，融合運動、時裝及藝術的品牌。當其他同業強調運動力量的展現、場上的挑戰及勝利時，Kappa一直堅持表達對運動的熱愛及對美的渴望，將時尚，美學與運動合而為一，讓運動變成一種享受，使消費者時時刻刻都能感受到運動帶來的樂趣。

展望未來，我們會爭取強化運動功能及運動時尚兩類型產品，並激活運動休閒產品線。我們的國際設計專才，為這些不同類別的產品發展奠定穩固根基。我們相信旗下的新產品線，如C19及Kappa Curves，將能在消費者對集團整體的產品及品牌體驗中，帶來新刺激。報告期後推出的Kappa Curves，展現了我們融合科技和時尚的能力。此系列產品寓意人體的曲線與弧度，獨特的雙圓弧底鞋型設計，令穿著它的女性每一步前行都能緊致腿部，燃燒更多能量。為此創新產品線，我們邀請了名人莫文蔚小姐為代言人，並準備好借助我們全面的營銷計劃，包括平面及戶外廣告、數碼媒體、公關及推廣活動，以引起公眾關注。

於門店網絡方面，我們首要的任務是審慎調整資源調配，優化現有的門店表現。我們重新界定五大銷售區域，並根據銷售及零售相關的條件，定出八個功能銷售組別，向客戶提供更佳的支援及管理服務。我們已投放更多資源於零售發展及營運管理，又建立主要客戶管理制度，專注為重要的客戶提供服務支援。我們相信，這些措施將令我們處於更有利的位置，在零售活動中提高靈活性並達到卓越的營運表現。

未來幾年，雖然中國的運動服飾市場增長放緩，但消閒服飾的消費比例增加，令運動功能及運動消閒產品之間產生協同效應，大部分的消費會進入此部分重疊的市場。隨著中國經濟持續增長及市民消費力不斷提升，我們相信Kappa著重跨越體育功能及時裝的高檔品牌定位將能受惠。

掌握市場脈搏後，我們堅持清晰的目標及至二零一五年增長的路線圖 — 提升產品及營銷策略、改善零售營運管理及優化門店網絡。這些目標已全面啟動，預計在未來幾年逐步取得成效。

二零一一年是調整的一年，我們預期下半年仍然會面對種種挑戰。然而，我們相信蛻變的經營環境會帶來新的業務機遇，推進集團長遠發展。懷著清晰的目標及路線圖，我們有信心能把握機遇，為未來增長注入新動力。

最後，本人謹代表董事會衷心感謝各位股東、業務夥伴一直的支持，並同時向集團所有成員致意。我們相信，在各位共同努力下，本集團即將撥開雲霧，開創更光輝的新一頁，並為股東帶來更理想的回報。

主席
陳義紅

香港，二零一一年八月二十四日

簡明綜合中期資產負債表

於二零一一年六月三十日

	附註	未經審核 二零一一年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		128,770	132,807
租賃預付款項		15,696	25,690
無形資產		294,788	302,861
於共同控制實體的權益		19,209	19,142
可供出售金融資產	4	310,548	213,938
遞延所得稅資產		107,229	57,448
預付款項、按金及其他應收款項 — 長期部分		24,546	45,397
其他金融資產 — 長期部分		—	153,211
總非流動資產		900,786	950,494
流動資產			
存貨		380,396	255,702
貿易應收款項	5	648,115	694,508
預付款項、按金及其他應收款項		161,239	94,348
其他金融資產		902,388	1,369,286
現金及銀行結餘		4,819,582	5,027,870
總流動資產		6,911,720	7,441,714
總資產		7,812,506	8,392,208

簡明綜合中期資產負債表(續)

於二零一一年六月三十日

	附註	未經審核 二零一一年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元
權益			
歸屬於本公司權益持有人的權益			
股本		54,810	54,810
股本溢價		2,336,055	2,889,096
儲備		4,655,117	4,571,071
		<u>7,045,982</u>	<u>7,514,977</u>
非控制性權益		(1,496)	268
總權益		<u>7,044,486</u>	<u>7,515,245</u>
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		25,567	5,453
總非流動負債		<u>25,567</u>	<u>5,453</u>
流動負債			
貿易應付款項	6	204,953	368,953
預提費用及其他應付款項		180,241	235,626
撥備		285,785	188,526
即期所得稅負債		71,474	78,405
總流動負債		<u>742,453</u>	<u>871,510</u>
總負債		<u>768,020</u>	<u>876,963</u>
總權益及負債		<u>7,812,506</u>	<u>8,392,208</u>
流動資產淨值		<u>6,169,267</u>	<u>6,570,204</u>
總資產減流動負債		<u>7,070,053</u>	<u>7,520,698</u>

簡明綜合中期收益表

截至二零一一年六月三十日止六個月

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
收入	3	1,178,787	2,145,285
銷售貨品成本	8	(456,233)	(802,315)
毛利		722,554	1,342,970
其他收益，淨額	7	37,190	45,397
分銷成本	8	(317,261)	(342,098)
行政開支	8	(165,086)	(99,164)
經營盈利		277,397	947,105
財務收入，淨額	9	57,743	43,596
分佔共同控制實體及聯營公司淨盈利		67	5,347
除所得稅前盈利		335,207	996,048
所得稅開支	10	(113,013)	(210,048)
期間盈利		222,194	786,000
盈利歸屬於：			
— 本公司權益持有人		224,958	786,000
— 非控制性權益		(2,764)	—
		222,194	786,000
		每股分	每股分
本公司權益持有人應佔盈利的每股盈利			
— 基本	11	3.99	13.87
— 攤薄	11	3.99	13.87
股息	12	157,526	471,444

簡明綜合中期全面收益表

截至二零一一年六月三十日止六個月

	附註	未經審核	
		截至六月三十日止六個月 二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
期間盈利		<u>222,194</u>	<u>786,000</u>
其他全面收益：			
— 可供出售金融資產公允價值變動(扣除稅項)	4	(123,072)	—
— 外幣換算差額		<u>(21,800)</u>	<u>(295)</u>
其他全面收益總額(扣除稅項)		<u>(144,872)</u>	<u>(295)</u>
期間全面收益總額		<u>77,322</u>	<u>785,705</u>
全面收益歸屬於：			
— 本公司權益持有人		80,086	785,705
— 非控制性權益		<u>(2,764)</u>	<u>—</u>
		<u>77,322</u>	<u>785,705</u>

附註

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，本簡明綜合中期財務資料以人民幣呈列。董事會於二零一一年八月二十四日授權刊發本簡明綜合中期財務資料。

本簡明綜合中期財務資料未經審核。

主要事項

近年，中國的體育服飾行業面臨連串新挑戰，包括競爭加劇及存貨過剩，本集團採取措施，調整產品供應及減少經銷商銷售訂單數量，以解決存貨囤積的問題。本集團矢志建立更紮實的經銷商網絡，除二零一零年回購存貨外，二零一一年六月審閱經銷商財政狀況及存貨水平後，向經銷商提出另外一次性自願要約，同意以原價回購本集團售予該等經銷商的滯銷存貨。由於存貨回購計劃使然，於二零一一年六月三十日，回購存貨撥備為人民幣272,160,000元(二零一零年十二月三十一日：人民幣155,143,000元)。中國分部收入及銷售貨品成本截至二零一一年六月三十日止六個月分別減少人民幣388,035,000元及人民幣159,178,000元。本集團亦作出特殊存貨減值虧損撥備人民幣28,490,000元。

2 編製基準及會計政策

截至二零一一年六月三十日止六個月的本簡明綜合中期財務資料，乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。本簡明綜合中期財務資料應與根據國際財務報告準則編製截至二零一零年十二月三十一日止年度的全年財務報表一併閱覽。

除下文所述外，所採用的會計政策與本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度全年財務報表內載述的會計政策貫徹一致。

如有需要，特殊項目會在財務資料中分開披露和說明，以加深對本集團財務表現的理解。特殊項目是因性質或金額重大而分開列示的重大收支項目。

中期的所得稅按照預期年度盈利總額所適用的稅率予以計提。

下列新訂及已修改的準則須於二零一一年一月一日開始的財政年度首次採納。

- 國際會計準則第34號「中期財務報告」的修訂於二零一一年一月一日或之後開始的年度期間生效。該修訂強調國際會計準則第34號的現有披露原則，並進一步就如何應用該等原則提供指引。其更加強調重大事件及交易的披露原則。額外披露涵蓋公允價值計量變動的披露(如重大)以及需要更新自最近期年報以來的相關資料。會計政策的變動僅導致額外披露。

3 收入及分部資料

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及其他品牌分銷及零售體育相關產品。

分部間收入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，按簡明綜合中期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項目如下：

	截至二零一一年六月三十日止六個月			
	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
分部間抵銷前收入總額	1,001,331	190,840	—	1,192,171
分部間收入	(11,787)	(1,597)	—	(13,384)
外部客戶收入	989,544	189,243	—	1,178,787
銷售貨品成本	(352,062)	(104,171)	—	(456,233)
分部毛利	637,482	85,072	—	722,554
分部經營盈利	360,801	(31,626)	(51,778)	277,397
利息收入	58,491	2	4,224	62,717
利息開支及其他，淨額	(12,117)	8,572	(1,429)	(4,974)
分佔共同控制實體盈利	—	67	—	67
除所得稅前盈利	407,175	(22,985)	(48,983)	335,207
所得稅開支	(112,459)	(554)	—	(113,013)
期間盈利	294,716	(23,539)	(48,983)	222,194
收入及開支的其他項目				
折舊及攤銷	14,158	4,750	—	18,908
存貨減值虧損撥備	35,233	7,952	—	43,185
貿易及其他應收款項減值虧損撥備／(撥回)	15,147	(6,794)	—	8,353

	截至二零一零年六月三十日止六個月			
	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
分部間抵銷前收入總額	1,963,271	193,941	—	2,157,212
分部間收入	(6,639)	(5,288)	—	(11,927)
外部客戶收入	1,956,632	188,653	—	2,145,285
銷售貨品成本	(698,956)	(103,359)	—	(802,315)
分部毛利	1,257,676	85,294	—	1,342,970
分部經營盈利	1,018,800	(11,653)	(60,042)	947,105
利息收入	34,698	5	9,190	43,893
利息開支及其他，淨額	6,044	(951)	(5,390)	(297)
分佔共同控制實體及聯營公司盈利／(虧損)，淨額	6,068	(721)	—	5,347
除所得稅前盈利	1,065,610	(13,320)	(56,242)	996,048
所得稅開支	(210,457)	409	—	(210,048)
期間盈利	855,153	(12,911)	(56,242)	786,000
收入及開支的其他項目				
折舊及攤銷	11,646	3,144	—	14,790
存貨減值虧損撥備	6,007	3,553	—	9,560
貿易及其他應收款項減值虧損撥回	—	(6,280)	—	(6,280)

以下載列按品牌及業務劃分的中國及日本收入的進一步分析：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
中國		
— 分銷Kappa品牌產品	978,666	1,952,095
— 國際業務及其他	10,878	4,537
	989,544	1,956,632
日本		
— 分銷及零售Kappa品牌產品	110,337	116,391
— 分銷及零售Phenix品牌產品	78,861	72,223
— 分銷及零售其他品牌產品	45	39
	189,243	188,653
	1,178,787	2,145,285

受本集團回購二零一零年及二零零九年已售出的由經銷商所持過剩存貨影響，中國分部收入減少人民幣388,035,000元(二零一零年：人民幣23,932,000元)。

分部資產及負債與本集團總資產及總負債的對賬如下：

	二零一一年六月三十日			
	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
分部間抵銷前總資產	6,989,327	431,310	515,043	7,935,680
分部間抵銷	(15,686)	(21,310)	(86,178)	(123,174)
總資產	6,973,641	410,000	428,865	7,812,506
遞延所得稅資產	(107,229)	—	—	(107,229)
於共同控制實體的權益	—	(19,209)	—	(19,209)
可供出售的金融資產	(310,548)	—	—	(310,548)
分部資產	6,555,864	390,791	428,865	7,375,520
分部間抵銷前總負債	647,641	157,804	40,965	846,410
分部間抵銷	(22,481)	(14,944)	(40,965)	(78,390)
總負債	625,160	142,860	—	768,020
遞延所得稅負債	(21,575)	(3,992)	—	(25,567)
即期所得稅負債	(70,319)	(1,155)	—	(71,474)
分部負債	533,266	137,713	—	670,979
	二零一零年十二月三十一日			
	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
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)
可供出售的金融資產	(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

4 可供出售金融資產

截至六月三十日止六個月
二零一一年 二零一零年
人民幣千元 人民幣千元

於一月一日	213,938	—
增加(附註(b))	228,295	—
匯兌差額	(2,329)	—
公允價值變動(附註(c))	(129,356)	—
	<u>310,548</u>	<u>—</u>
於六月三十日	<u>310,548</u>	<u>—</u>

可供出售金融資產包括以下各項：

二零一一年 二零一零年
六月三十日 十二月三十一日
人民幣千元 人民幣千元

中國非上市股權證券		
— 邁盛悅合體育用品有限公司(「邁盛悅合」)(附註(a))	167,801	192,938
— 其他投資	21,000	21,000
美國上市股權證券(附註(b))	121,747	—
	<u>310,548</u>	<u>213,938</u>
上市證券市值	<u>121,747</u>	<u>—</u>

附註：

- (a) 非上市股權證券指本集團持有邁盛悅合(原名翰博嘉業(北京)貿易有限公司)22.05%的股權，邁盛悅合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(統稱為「邁盛悅合集團」)。本集團於二零零九年開始投資現在的邁盛悅合集團的公司，自此該等公司被視為本集團的聯營公司。根據於二零一零年八月進行的重組，本集團不再對邁盛悅合集團構成重大影響，因此，本集團於該等聯營公司的權益於二零一零年八月轉為可供出售金融資產。
- (b) 於二零一一年三月二日，本集團與於美國納斯達克上市及於網絡平台銷售服務飾品的麥考林股份有限公司(「麥考林」)的兩名股東訂立購股協議。購股協議規定，本集團收購麥考林40,519,225股普通股，約為其已發行且在外流通股的10%，每股0.8571美元，合共34,729,000美元(約相當於人民幣228,295,000元)。本集團所購買的股份均有從購股交易完成之日計起為期一年的封鎖期。此外，賣方還同意授予本集團期權購買麥考林18,306,117股普通股。上述期權可在前述購股完成之日起的兩年內執行，執行價為每普通股1.1429美元。
- (c) 邁盛悅合及其他投資於結算日的公允價值乃參考估值模式按估計貼現現金流量後釐定。投資麥考林於結算日的公允價值乃參照其於活躍市場的報價而定。該等投資的公允價值變動確認為其他全面收益，並無減值虧損於收益報表入賬。於二零一一年六月三十日，可供出售金融資產並無減值。

5 貿易應收款項

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	414,167	524,461
— 關連方	260,883	188,816
	<u>675,050</u>	<u>713,277</u>
減：減值撥備	(26,935)	(18,769)
貿易應收款項淨額	<u>648,115</u>	<u>694,508</u>

本集團的銷售信貸期一般為30至60日。貿易應收款項賬齡分析如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元
在信貸期內	356,997	571,110
於30日內	197,358	116,985
31至120日	104,899	24,880
120日以上	15,796	302
	<u>675,050</u>	<u>713,277</u>

6 貿易應付款項

貿易應付款項的賬齡分析如下：

	二零一一年 六月三十日 人民幣千元	二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元
在信貸期內	203,427	367,251
30日內	445	670
31至120日	320	178
120日以上	761	854
	<u>204,953</u>	<u>368,953</u>

7 其他收益淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
政府補貼收入	36,517	41,787
其他	673	3,610
	<u>37,190</u>	<u>45,397</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。

8 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：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
確認為銷售貨品成本及分銷成本的存貨成本	441,811	776,324
物業、廠房及設備、租賃預付款項及無形資產折舊／攤銷	18,908	14,790
處置物業、廠房及設備虧損	38	522
廣告及市場推廣開支	129,430	158,096
僱員薪酬及福利開支	102,558	89,822
應付予海外附屬公司有關特許使用費的預扣營業稅	4,965	7,395
設計及產品開發開支	51,779	60,042
法律及顧問開支	17,740	3,964
有關樓宇的經營租賃費	26,906	24,278
物流費	37,554	38,947
存貨減值虧損撥備	43,185	9,560
貿易及其他應收款項減值虧損撥備／(撥回)	8,353	(6,280)
商旅費用	14,624	14,395
核數師酬金	1,120	1,120
其他	39,609	50,602
	<u>938,580</u>	<u>1,243,577</u>

9 財務收入，淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
財務收入：		
— 銀行存款的利息收入	41,738	43,893
— 國債及財務投資產品的收益	20,979	7,374
	<u>62,717</u>	<u>51,267</u>
財務成本：		
— 匯兌虧損淨額	(4,095)	(5,485)
— 其他	(879)	(2,186)
	<u>(4,974)</u>	<u>(7,671)</u>
	<u>57,743</u>	<u>43,596</u>

10 所得稅開支

截至六月三十日止六個月

二零一一年 二零一零年
人民幣千元 人民幣千元

即期所得稅		
— 中國企業所得稅(「企業所得稅」)	135,793	238,402
— 日本稅項	603	(372)
遞延所得稅	(23,383)	(27,982)
	<u>113,013</u>	<u>210,048</u>

中期收入的稅項，使用預計全年盈利總額適用的稅率計算。

本公司於開曼群島註冊成立。根據開曼群島法律，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。

由於截至二零一一年六月三十日止六個月，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(二零一零年：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，本集團中國附屬公司如將其自二零零八年一月一日產生的盈利分派給外國投資者，均須視乎該外國投資者註冊成立的國家而繳納稅率介乎5%至10%不等的預扣稅。倘若本集團中國附屬公司向本集團旗下海外註冊成立實體分派股息，本集團須繳納預扣稅。由於本集團不計劃於可見將來分派中國附屬公司由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。由二零一一年起，本集團擬分派於中國其中一家全資附屬公司上海卡帕的盈利，按10%稅率確認遞延所得稅負債人民幣21,575,000元。預扣稅率仍有待中國當地稅務局批核，本集團審慎使用10%計量二零一一年六月三十日的遞延預扣稅負債。

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。截至二零一一年六月三十日止六個月，本集團於日本的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二零一一年六月三十日止六個月未有錄得應課稅盈利，故須繳付最低居民稅款額。

11 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期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。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年	二零一零年
本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	224,958	786,000
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)	5,636,401	5,666,401
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>3.99</u>	<u>13.87</u>

(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未獲行使涉及3,000,000股的股份，不計入未授出的限制性股份獎勵計劃所持有的股份(二零一零年六月三十日：零)。於二零一一年六月三十日，由於本公司股份報價較未行使的購股權的行使價低，故並無潛在攤薄普通股。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年	二零一零年
本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	224,958	786,000
就每股攤薄盈利而言的已發行普通股加權平均數(千股)	5,636,401	5,666,401
每股攤薄盈利(每股人民幣分)	<u>3.99</u>	<u>13.87</u>

12 股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零一一年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元
中期股息每股人民幣1.19分(二零一零年：每股人民幣4.16分)	67,430	235,722
中期特別股息每股人民幣1.59分(二零一零年：每股人民幣4.16分)	90,096	235,722
	<u>157,526</u>	<u>471,444</u>

根據二零一一年八月二十四日通過的決議案，董事會宣派中期股息及中期特別股息每股股份分別人民幣1.19分及人民幣1.59分(二零一零年：每股股份人民幣4.16分及人民幣4.16分)，合共每股人民幣2.78分，於本公司股本溢價撥付。中期股息及中期特別股息涉及金額人民幣157,526,000元(二零一零年：人民幣471,444,000元)，尚未計入本簡明綜合中期財務資料的應派股息之內。該等股息將於截至二零一一年十二月三十一日止年度在股東權益內確認入賬。

截至二零一一年六月三十日止六個月，與截至二零一零年十二月三十一日止年度有關的股息人民幣553,041,000元，已於二零一一年五月派付(二零一零年：於二零一零年五月派付人民幣733,799,000元)。限制性股份獎勵計劃持有股份所享有的股息合計人民幣2,912,000元已派付。

管理層討論及分析

宏觀經濟與行業回顧

宏觀經濟回顧

踏入二零一一年，環球經濟持續受一連串不穩定因素影響。歐債危機由希臘蔓延至歐洲五國的其他成員國(即葡萄牙、意大利、愛爾蘭、希臘及西班牙)，重創歐洲經濟，令經濟復甦之路雪上加霜。另一方面，經歷第二輪量化寬鬆措施後，美國經濟漸見回穩。亞太區方面，三月發生的福島大地震亦對區內經濟造成影響。

然而，在二零一一年上半年全球經濟環境不景氣之中，中國仍然保持強勁的經濟增長。中國政府於期內繼續加強宏觀調控措施，為上半年國內經濟發展奠下良好基礎。儘管通脹持續升溫以及中國政府的銀根緊縮政策導致消費者及商品物價指數於期內大幅上升，內需仍繼續大力推動中國經濟發展。

根據中國國家統計局數據，二零一一年上半年國內生產總值與去年同期比較上升9.6%至人民幣20.446萬億元。國內城鎮化進程繼續快速推進，刺激城鎮居民人均可支配收入較去年同期上升13.2%至人民幣11,041元；農村居民人均淨收入為人民幣3,706元，與二零一零年同期比較上升20.4%。扣除價格因素後，實際增長分別為7.6%及13.7%。家庭開支上升、生活質量改善以及消費能力增加均為中國經濟持續增長奠下堅實的基礎。

行業回顧

中國體育用品市場從二零零四至零八年間年增長高達30%甚至最高峰達45%的高速增長期，逐漸回復至現時低至中雙位數的增長。中國體育用品市場發展已相對成熟。但中國整體運動服開支水平仍較全球市場低，預期未來中國體育服飾市場仍能保持增長，惟增速將無可避免有所放緩。

在中國體育用品市場處於高速增長期時，中產家庭是運動及休閒品牌的重要目標客戶群。由於一線城市已逐漸發展成熟並出現輕微飽和，核心增長地區因而轉移至城鎮人口正在增加，消費開支比例上升的二、三線城市。於發展中的小規模城市富裕及中產階層人群比例快速增加，其消費意願較大城市更為強勁。其面向高檔消費的趨勢長遠地將惠及中至高端的運動品牌。高端運動品牌將需要擴大其目標細分市場以捕捉二、三線城市日益富裕所帶來的龐大商機。

同時，功能性運動品牌及休閒品牌均積極開拓中國市場，競爭亦越見激烈。市場上約60%的消費者開支來自同一大額消費群，為現有的休閒體育用品品牌的經濟環境帶來挑戰。內地消費

者用於運動服的開支佔整體服飾的比例由二零零五年的33%下降至二零一零年的32%，而此下降趨勢預計將會加劇。同時，本地及國際品牌為擴大盈利搶佔內地體育用品市場份額，亦令行業競爭更為激烈。

總括而言，內地體育服飾市場將由大幅增長轉為逐漸收窄，要成為未來的市場皇者，企業需更注重產品多元化、精簡管理並發展多角度品牌創新。

業務回顧

二零一一年是本集團的調整年，集團透過各項推廣活動及措施，致力強化產品及品牌定位，並提升銷售營運效率，為迎接市場未來的增長作好準備。

強化內部基建及對外營銷策略

— 優化GTM流程

集團致力優化讓產品走向市場的GTM(「Go-To-Market」)流程。集團透過流程重整、共享平台、加強跨部門溝通，進一步明確部門間的職責分工，促進工作的透明度及溝通效率，從而建立一個從品牌策略、產品策略、季節性產品推廣，以至產品包裝、銷售、活動策劃、活動執行及效果評估的各環節相互呼應，相互銜接的完整體系，推動產品更有力、有效地走向市場。

— 360°整合營銷推廣

360°指面向不同客戶接觸點的綜合營銷模式，包括在廣告方面利用全國覆蓋的雜誌、互聯網等覆蓋力強的媒體，清晰闡述產品信息，同時瞄準重點市場，利用地鐵媒體及戶外LED大屏等具衝擊力的媒體製造聲勢。在公關層面，新品發布會及代言人專訪、追蹤報道及與電視節目深度合作、軟文投放等等，都有助推廣產品。另外，在全國各地舉行產品相關的街頭活動，亦能吸引人群關注，直接提升當地的進店率，提升產品銷售。互聯網上的各種渠道，加上店面展示及買贈計劃，都能彼此呼應，共同推動產品更快速地走向市場。

品牌建設與推廣

— 「潮回看、心主流」

作為潮流的領先者，Kappa今年以復古為主題，打造「潮回看、心主流」系列活動。透過網上推廣及展覽等，帶動經典元素再創造的理念，並進一步將Kappa與不同時尚潮人連成一線。

— 網上創意徵集行動

今年一月，Kappa在品牌的官方網頁、新浪微博、開心網、豆瓣網及天涯論壇五大網上熱點引發復古潮流，徵集創意的環保復古創作。在短短一週內，已聚集了超過30萬網友，超過800件極具創造力的設計作品，引發創作力。

— 「潮兔DIY」及「說出你的潮流故事」

「潮兔」是「潮回看、心主流」活動的主題卡通人物。Kappa在官方網頁成立了「潮兔DIY」活動頁面，讓網友能選擇網頁提供的場景及各種畫筆工具進行塗鴉創作，贏取Kappa潮服，鼓勵Kappa客戶發揮創意。另外，Kappa亦在新浪微博成立有獎話題分享活動，鼓勵分享潮流故事。

— 「大篷車潮回看」藝術巡展

為了與全國各地的復古潮人近距離接觸，Kappa在北京、上海、廣州、深圳、天津、杭州、成都和瀋陽八大時尚聚集地舉辦「大篷車潮回看」藝術巡展，將復古再創造生活方式帶給人群。二月八日，Kappa開動「復古街車」，大篷車到訪上海，在知名潮人聚集地、購物天堂大悅城外，吸引時尚潮人聚集，體現Kappa經典元素再創造的理念。

體育隊伍贊助

Kappa今年繼續透過贊助體育隊伍，體現運動表現與時尚融合的品牌價值。今年贊助的隊伍包括—

— 一級方程式賽世界錦標賽 (F1)維珍車隊的官方服裝聯合贊助

維珍車隊的車手穿上Kappa特別設計擁有特殊剪裁和布料的比賽服飾，在體現時尚感之餘，亦讓車手在極速及高壓的情況下揮灑自如。通過贊助，Kappa能在追求速度與激情的F1賽場上，向公眾充分詮釋Kappa的品牌理念，展現運動與時尚的完美融合。

在贊助維珍車隊的同時，Kappa舉辦了「Kappa Fashion 1之旅」，為一眾車迷提供一次與F1近距離接觸的機會。活動以「速度、性感、時尚」三大主題展開，進行了模擬F1比賽排位的趣味競賽，車迷還能親赴上海F1國際賽車場，為維珍車隊吶喊助威。

— 德國著名甲組足球隊多蒙特聯合裝備贊助

Kappa今年繼續贊助多蒙特足球隊的裝備，讓廣大的球迷能在高水準的德國甲組足球聯賽中，見證Kappa糅合功能及時尚的優勢。

功能時尚兼備的產品組合

*Curves*系列

Kappa於今年夏季推出運動鞋系列Kappa Curves，寓意人體的曲綫與弧度。產品獨特的雙圓弧底鞋型設計，為穿著它的女性帶來不斷驅動美麗的來源及動力。每一步前行，在緊致腿部的同時可燃燒更多能量，為繁忙的都市女性開創了「不需要額外花費時間和精力的塑形新概念」，無論是上班、購物或是散步，都可以在走路的過程中獲得健身塑形的效果。Kappa Curves為集團在運動鞋中融合科技及設計的系列展開序幕。

為隆重其事，Kappa舉行主題為「每一天，『美』一步」的Kappa Curves新品發佈會，並邀請了演藝界名人莫文蔚小姐擔任該系列產品的代言人。另外，「Curves快閃行動」在北京、上海、深圳三個城市同步啟動，眾多網路招募的女性網友腳踏粉紅色Curves新品走上街頭，場面壯觀。推廣亦陸續在全國九大城市展開，包括瀋陽、長沙、南京、重慶、杭州、成都、武漢、太原和哈爾濱。Kappa Curves的推廣是集團全力落實360度全方位市場推廣策略的第一步，從以往大眾化市場推廣模式，改為透過不同客戶接觸面帶來更大影響的綜合模式，為品牌注入新動力。

*Kappa*足球系列新品

Kappa於五月推出春夏足球系列新品，包括適合球場穿著的專業訓練服，以及針對年輕消費者的球迷文化系列。該系列服裝有較強的功效性和搭配性，亦針對男女消費者的不同喜好作特別設計，為他們帶來驚喜。鞋類的設計體現了一鞋多穿的實用概念，滿足消費者在不同季節交替穿著及靈活配搭的需求，大大提高產品的性價比，並體現了環保意識。

為了推廣足球產品系列，Kappa舉辦了「性感吶喊」新品發佈會，亦讓發佈會的參與者走進足球世界，一同分享Kappa贊助的多特蒙足球隊奪得德國甲組足球聯賽冠軍的精彩時刻，體驗足球的無限魅力。

*Kappa P-A.C*系列新品

繼去年推出Kappa P-A.C系列後，今年德國著名設計師Michael Michalsky繼續以化繁為「減」的概念，推出新一季Kappa P-A.C產品。新一季的產品包括針織衫、Polo恤、T-Shirt、外套、運動短褲及運動鞋等，不但有明亮的色彩配搭，盡顯都市的時尚與動感，絲質輕薄的布料為產品減輕了不少重量，而中空纖維的設計亦令衣物更透氣、易洗滌及不易起皺，在打理上更加方便，真正達到化繁為「減」。並且在第二季度和《大周末》，《時尚健康》，《周末畫報》等平面媒體合作進行了一系列的推廣宣傳。

*C19*系列新品

於內地被稱為「死飛單車」的場地單車(Fixed Gear)是流行的街頭運動。集團最新推出受此運動啟發的C19系列產品，在設計上考慮到騎行時的需要，融合潮流風格，通過立體剪裁及創新的布料運用方式，打造出街頭潮流風格與運動功能結合的創新產品。

系列產品在七月份「我是飛型」新品發佈會上正式亮相，潮流設計師Eric Haze、日本東京的騎行團體遠東焚煙固定自行車滑止軍團(F.E.S.S)及多位知名潮流人士都有出席支持。會上有現場塗鴉、單車表現及街頭攝影等街頭文化項目，襯托著C19的誕生。C19更在北京啓動「發現Fixed Gear，融合潮流文化」的城市騎行活動，F.E.S.S將會帶領騎行隊伍行經北京、成都、廣州、杭州、哈爾濱及上海等中國潮流指標城市，與當地的場地單車騎手交流，並將C19介紹及更多中國的年輕騎手。

多元的品牌組合

***Robe Di Kappa*業務**

集團去年在中國正式推出Kappa的姊妹品牌Robe Di Kappa品牌後，今年繼續發展，至二零一一年六月底，Robe Di Kappa的品牌店共有22家。此外，本集團於二零一一年四月為RDK秋冬系統舉辦貿易展，經銷商及時裝買家可參與多個活動，如時裝表演、品牌教育、零售配搭培訓等。

***Phenix*業務**

集團去年已把在日本市場佔有率最高的滑雪及戶外品牌Phenix引入中國，於今年展開大規模推廣。為了使這原本受嚴重季節性因素影響的品牌，全年銷售趨於平衡，並且更能切合中國品牌專賣店的營運模式，集團成功開發戶外產品系列。在今年二月的中國亞洲戶外用品博覽會中，Phenix正式亮相，獲得了高度評價，於六月在Phenix萬柳華聯商場形象店舉行的媒體特賣專場，更取得三天銷售人民幣51萬元產品的佳績。

承著這良好的宣傳勢頭，Phenix將於下半年展開一系列的市場推廣活動，範圍遍及專業的登山、攀岩、滑雪運動員，以至時尚雜誌、潮人及新媒體等。Phenix亦計劃於北京、華北及東北的一線城市開設門店。

其他品牌

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，為集團組成多元的品牌組合。

提升零售網絡

本集團致力優化零售網絡的分布及店鋪效率。期內實施銷售網絡重組，將全國銷售點分為五大區域，分別成立五個專職團隊協助渠道、產品及零售管理，又按銷售及零售相關條件，分為八個組別管理，以提升銷售貢獻。於二零一一年六月三十日，集團中國分部擁有40名經銷商直接或間接營運3,502間零售門市，銷售Kappa品牌產品。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，集團亦重視網上銷售，特別在現在的市場情況下，網上平台能有效協助清理存貨。與中國電子商務巨頭淘寶網的合作，亦令消費者可更方便於網上購買到Kappa產品。集團將致力建立綜合網上銷售平台，同時透過多個受歡迎的網上渠道提升銷售。

設計與研發

集團深信，能够迎合市場的差異化產品是把握市場增長的關鍵之一。為避免單一產品的價格競爭，集團將繼續和包括旗下的日本設計專才，以及美國以及歐洲的著名設計工作室合作，繼續開發創意及功能兼備的產品，上半年設計與研發的重點包括：

- 集團與美國波士頓著名鞋類設計工作室合作，推出全新的Curves健身鞋系列。Curves的設計特點在於取材自蹺蹺板原理的創新雙圓弧底結構，既能緊致腿部，亦能為雙腳帶來緩衝。鞋側的無縫設計，鞋內的光滑用料及鞋帶拉扣設計，分別提升了Curves的美感、舒適及方便程度。
- 本集團的倫敦藝術大學設計團隊首度推出的K-系列，使產品更有多樣性和富有衝擊力。
- P-A.C繼續與Michael Michalsky的跨界合作，本季以都市攀岩、街舞為靈感來源，採用紙般輕薄、絲質面料，延續花朵設計，加上細緻剪裁，在贏得良好口碑的同時，獲得了較好的市場銷售回報。

日本業務回顧

回顧期內，日本業務受二零一一年三月十一日發生的日本東北大地震影響，約30店鋪因建築受損停止了營業，雖有部分店鋪還在修復中，但大部份已在三月中恢復營業。由於福島第一核電站事故以及其他發電所的損害，導致東北、關東地區輪班停電。百貨店以及大賣場為此縮短了營業時間。東北大地震對消費者行為產生重大變化。在關東地區，人們的自我購買約束趨勢明顯，三月的零售店銷售額與去年對比下降顯著，並產生了一定數量的退貨。

為加強產品差異化，期內集團旗下各產品逐漸強化店中店以及多品牌店的櫃檯，例如從去年秋天開業的ICI石井sports吉祥寺店及原宿店，獨立設定Phenix戶外專櫃，當中ICI石井sports中展開的店中店總數為4所。至於Kappa，也計劃擴大店鋪，AS開始在鞋類著名的零售店STEP具有5所店。Kappa高爾夫於今年上半年在郊外進入了越谷lake town，為首次在郊外開設的大型商店。

財務回顧

本集團截至二零一一年六月三十日止六個月的收入為人民幣1,179百萬元，較截止二零一零年六月三十日止六個月的收入下降45.1%。截至二零一一年六月三十日止六個月，權益持有人應佔盈利達人民幣225百萬元，較截至二零一零年六月三十日止半年度的786百萬元下降71.4%。

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)		
	截至六月三十日止六個月			截至六月三十日止六個月			截至六月三十日止六個月		
	二零一一年 人民幣百萬元	二零一零年 人民幣百萬元	變動	二零一一年 人民幣百萬元	二零一零年 人民幣百萬元	變動	二零一一年 人民幣百萬元	二零一零年 人民幣百萬元	變動
簡明綜合收益表主要項目									
收入	1,179	2,146	-45.1%	990	1,957	-49.4%	189	189	0.0%
毛利	722	1,343	-46.2%	637	1,258	-49.4%	85	85	0.0%
經營盈利	3 277	947	-70.7%						
本公司權益持有人應佔盈利	3 225	786	-71.4%						
	人民幣分	人民幣分							
每股基本盈利	3.99	13.87	-71.2%						
每股攤薄盈利	3.99	13.87	-71.2%						
盈利能力比率									
毛利率	61.3%	62.6%	-1.3百分點	64.4%	64.3%	0.1百分點	45.0%	45.2%	-0.2百分點
經營利潤率	23.5%	44.1%	-20.6百分點						
實際稅率	33.7%	21.1%	12.6百分點						
淨利率	19.1%	36.6%	-17.5百分點						
主要經營開支佔收入 百分比之比率									
廣告及市場推廣開支	11.0%	7.4%	3.6百分點	10.7%	7.2%	3.5百分點	12.5%	9.2%	3.3百分點
僱員薪酬及福利開支	8.7%	4.2%	4.5百分點	7.0%	3.1%	3.9百分點	17.6%	15.9%	1.7百分點
設計及產品開發開支	3 4.4%	2.8%	1.6百分點						

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、本公司權益持有人應佔分部盈利及分部設計及產品開發開支佔收入百分比之比率意義不大。

收入分析

按地區分部、業務分部及產品類別劃分之收入

	截至六月三十日止六個月						變動
	二零一一年			二零一零年			
	人民幣百萬元	佔產品／ 品牌組合 百分比	佔本集團 收入 百分比	人民幣百萬元	佔產品／ 品牌組合 百分比	佔本集團 收入 百分比	
中國分部							
Kappa品牌							
服裝	693	70.8%	58.8%	1,467	75.2%	68.4%	-52.8%
鞋類	247	25.2%	21.0%	416	21.3%	19.4%	-40.6%
配件	39	4.0%	3.3%	69	3.5%	3.2%	-43.5%
Kappa品牌總計	979	100.0%	83.1%	1,952	100.0%	91.0%	-49.8%
國際業務、RDK及其他	11		0.9%	5		0.2%	120.0%
中國分部總計	990		84.0%	1,957		91.2%	-49.4%
日本分部							
Phenix品牌	79	41.8%	6.7%	72	38.3%	3.4%	9.7%
Kappa品牌	110	58.2%	9.3%	117	61.7%	5.4%	-6.0%
日本分部總計	189	100.0%	16.0%	189	100.0%	8.8%	0.0%
本集團總計	1,179		100.0%	2,146		100.0%	-45.1%

中國分部

*Kappa*品牌

本集團的主要業務Kappa品牌業務截至二零一一年六月三十日止半年度總收入為人民幣979百萬元，較截至二零一零年六月三十日收入人民幣1,952百萬元減少人民幣973百萬元，減少的主要原因是集團為積極協助經銷商解決零售庫存積壓問題，採取了主動減少經銷商二零一一年銷售訂單同時進行了一次性的存貨回顧行動，以幫助經銷商儘快恢復正常的存貨水平，為後續的健康發展奠定良好基礎。

於二零一一年六月三十日，集團中國分部擁有40名經銷商直接或間接營運3,502間零售門市，銷售Kappa品牌產品。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。

服裝為Kappa品牌在中國的主要產品，其收入佔品牌收入的70.8%(二零一零年上半年：75.2%)。回顧期內鞋類產品的收入佔品牌收入的25.2%，較二零一零年同期的21.3%上升了3.9百分點。Kappa品牌鞋類產品收入佔比顯著提升，主要是集團自二零一零年既開始逐步加大對鞋類產品的研發、設計力度，使鞋類產品更能貼近消費者的需求。

國際業務、RDK及其他

截至二零一一年六月三十日止六個月，國際業務、RDK及其他品牌收入為人民幣11百萬元，較截至二零一零年六月三十日止六個月收入人民幣5百萬元增加了人民幣6百萬元。

日本分部

截至二零一一年六月三十日止半年度日本分部的收入為折合人民幣189百萬元，與截至二零一零年六月三十日止半年度之收入持平。本年度日本遭受9.0級強烈地震災害影響整體經濟形勢不佳，本集團日本分部的收入仍能維持穩定，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分析

	截至六月三十日止六個月					
	二零一一年		二零一零年		變動	
	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	135	6,475	125	12,085	8.0%	-46.4%
鞋類	181	1,738	175	2,443	3.4%	-28.9%

附註：

1. 單位平均售價等於期內剔除銷售退回準備影響的收入除以期內出售單位總數。
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。

二零一一年及二零一零年上半年度，服裝產品的單位平均售價分別為人民幣135元及人民幣125元，有較大提升。主要是由於集團自二零一零年新引入設計與規劃團隊，對於產品調整及創新的結果在本年度有所體現，價格體系有所提升；同時由於原料及勞工成本的不斷提升，集團也通過適當提升價格，將部分壓力轉化至與消費者共同分擔。

鞋類產品的單位平均售價由截至二零一零年六月三十日止半年度的人民幣175元提升至截至二零一一年六月三十日止半年度的人民幣181元，增長幅度為3.4%。主要由於在本期間內集團進一步加大對於鞋類產品的設計和研發投入，鞋類產品更加豐富，因此適當提升了鞋類產品的平均零售價格。

回顧期內服裝及鞋類產品出售單位總數較去年同期有較大下降，分別為-46.4%和-28.9%，主要由於集團於二零一一年上半年主動減少經銷商銷售訂單以及對經銷商進行一次性的存貨回購。

銷售貨品成本及毛利

截至二零一一年六月三十日止半年度，本集團的銷售貨品成本為人民幣456百萬元(二零一零年上半年：人民幣802百萬元)，減少人民幣346百萬元(或43.1%)，係受到集團策略性的減少經銷商銷售訂單及上半年存貨回購撥備的影響。本集團的毛利為人民幣722百萬元(二零一零年上半年：人民幣1,343百萬元)，減少人民幣621百萬元(或46.2%)。本集團截至二零一一年六月三十日止半年度的整體毛利率為61.3%，較截至二零一零年六月三十日止半年度的整體毛利率62.6%下滑1.3個百分點。

按地區及業務分部分分析的毛利率資料詳列如下：

	截至六月三十日止六個月		
	二零一一年 毛利率	二零一零年 毛利率	變動 %百分點
中國分部			
Kappa品牌：			
服裝	66.7%	67.0%	-0.3
鞋類	58.1%	55.0%	3.1
配件	66.8%	63.7%	3.1
Kappa品牌總計	64.5%	64.3%	0.2
國際業務、RDK及其他	52.9%	38.6%	14.3
中國分部整體	64.4%	64.3%	0.1
日本分部	45.0%	45.2%	-0.2
本集團整體	61.3%	62.6%	-1.3

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止半年度，中國分部Kappa品牌業務的毛利率分別為64.5%及64.3%，如剔除退貨準備對毛利率的影響，則二零一一年Kappa品牌毛利率為63.1%，較去年同期下降1.2百分點。

服裝產品方面，截至二零一一年六月三十日止半年度的毛利率為66.7%，較截至二零一零年六月三十日止半年度的毛利率為67.0%，微降0.3個百分點。如剔除退貨準備影響則Kappa品牌服裝的毛利率為65.1%，較二零一零年下降1.9百分點。主要是由於回顧期內服裝產品受到面、輔料及勞動工成本上升的壓力，雖然集團通過提升部分產品價格將成本壓力部分轉移到最終消費者，同時亦調整產品組合以提高整體零售價格。但其影響未全部抵銷成本上升對毛利率的影響。

鞋類產品及配件方面，通過對產品價格的提升及成本的有效控制，幫助鞋類及配件方面毛利率有所提升，分別由二零一零年上半年的55.0%及63.7%提升至二零一一年上半年的58.1%及66.8% (如果剔除退貨準備對毛利率的影響則鞋類及配件的毛利率分別為55.7%及65.0%，較二零一零年分別提升0.7百分點及1.3百分點)。

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止半年度，日本分部的毛利率分別為45.0%及45.2%，毛利率維持穩定。

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。截至二零一一年六月三十日止半年度，分銷成本及行政開支總額為人民幣482百萬元(二零一零年上半年：人民幣441百萬元)，佔本集團總收入40.9%，較截至二零一零年六月三十日止半年度分銷成本及行政開支增加人民幣41百萬元。回顧期內，集團基於謹慎性考慮分別計提了存貨減值虧損撥備人民幣43百萬元及應收賬款減值虧損撥備人民幣8百萬元(二零一零年上半年：人民幣10百萬元及撥回人民幣6百萬元)；集團為適應加強零售管理的銷售策略以及為支持集團5年戰略規劃的實現，適時地引入了具有豐富行業經驗以及國際化管理能力的高端管理人才，使二零一一上半年集團整體的人力費用從去年同期的人民幣90百萬元增加至人民幣103百萬元，增加人民幣13百萬元；截至二零一一年六月三十日止半年度諮詢服務費用達人民幣18百萬元，較二零一零年六月三十日止期間的人民幣4百萬元增加了14百萬元，增加主要來自於集團在戰略規劃、人力資源及內部管理提升方面啓動一系列諮詢項目；廣告及市場推廣方面，截至二零一一年六月三十日止六個月集團市場費用為人民幣129百萬元，較上年同期的人民幣158百萬元減少了人民幣29百萬元。

經營盈利

截至二零一一年六月三十日止半年度，本集團的經營盈利為人民幣277百萬元(二零一零年上半年：947百萬元)。截至二零一一年六月三十日止半年度的經營利潤率為23.5%(二零一零年上半年：44.1%)，此變動主要由於毛利率下滑1.3個百分點，費用率上升20.3個百分點，同時其他收入佔總收入百分比方面增加了1.0個百分點所致。

財務收入淨額

截至二零一一年六月三十日止半年度，財務收入主要包括利息收入人民幣42百萬元(二零一零年上半年：人民幣44百萬元)及匯兌損失人民幣4百萬元(二零一零年上半年：匯兌損失人民幣5百萬元)，同時包括獲得國債及保本金融理財產品收益人民幣21百萬元(二零一零年上半年：人民幣7百萬元)。

稅項

截至二零一一年六月三十日止半年度，本集團的所得稅開支為人民幣113百萬元(二零一零年上半年：人民幣210百萬元)，實際稅率為33.7%(二零一零年上半年：21.1%)。實際稅率提高主要由於本集團成立於上海浦東新區之主要運營附屬公司的所得稅率由二零一零年度的22%提

高至二零一一年的24%。同時，根據2008年新企業所得稅法，中國境內企業向中國境外註冊成立的企業支付股息需按照5%或10%的稅率支付預提所得稅，本集團根據管理層估計向離岸公司派付的未來股息預提所得稅人民幣22百萬元。

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)。於二零一一年上半年，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24%繳稅(二零一零年：22%)。

本公司權益持有人應佔盈利及純利率

截至二零一一年六月三十日止半年度，本公司權益持有人應佔盈利為人民幣225百萬元(二零一零年上半年：人民幣786百萬元)。純利率為19.1%(二零一零年上半年：36.6%)。

每股盈利

截至二零一一年六月三十日止半年度，每股基本及攤薄盈利為人民幣3.99分及3.99分，較截至二零一零年六月三十日止半年度的每股基本及攤薄盈利人民幣13.87分及13.87分分別減少71.2%及71.2%。

每股基本盈利按本公司權益持有人應佔期內盈利除以期內已發行普通股的加權平均數扣除就限制性股份獎勵計劃持有股份計算。

中期股息及中期特別股息

本公司董事會(“董事會”)決議宣派截至二零一一年六月三十日止半年度中期股息及中期特別股息每股普通股分別為人民幣1.19分及人民幣1.59分(合計每股普通股人民幣2.78分)，涉及的金額分別為人民幣68百萬元及人民幣90百萬元(合共人民幣158百萬元)。

中期股息及中期特別股息將按照中國人民銀行於二零一一年八月二十三日所報的港元兌人民幣官方匯率1.00港元=人民幣0.8204元，以港元派付。本公司將於二零一一年九月二十日或前後，向於二零一一年九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

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月的平均貿易應收款項週轉日數分別為102日及26日。上升較大的主要原因是由於集團為協助經銷商降低剩餘庫存壓力在回顧期內主動減少經銷商銷售訂單同時進行了一次性的存貨回購處理，使集團收入較去年同期明顯下降。另外，

根據市場情況及經銷商資金能力，本集團在充分評估及嚴格監控經銷商信貸風險的基礎上，適當增加了主要經銷商的信貸額度及期限，以支持經銷商Kappa業務的發展。本集團未來將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和本集團業務發展需要。

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月的平均貿易應付款項週轉日數分別為100日及58日。週轉天數上升主要是由於本集團在二零一一年上半年產品銷售成本下降。

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月的平均存貨週轉日數分別為125日及33日，上升較大的主要原因是二零一一年上半年本集團採取的一次性存貨回購行動增加了期末存貨餘額，同時上半年產品銷售成本由於收入的下降也大幅下降。未來隨著本集團業務逐步調整到正常狀況，平均存貨週轉日數將會恢復到健康水平。

日本分部

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月，平均貿易應收款項週轉日數分別為133日和116日，週轉日數上升主要由於受日本地震影響。

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月，平均貿易應付款項週轉日數分別為161日和154日，基本持平。

截至二零一一年及二零一零年六月三十日止六個月，平均存貨週轉日數分別為257日和227日，主要受地震的影響致使期末庫存增加。

流動資金及財務資源

於二零一一年六月三十日，本集團的現金及銀行結餘(包括長期銀行存款)為人民幣4,820百萬元，較二零一零年十二月三十一日的結餘人民幣5,028百萬元減少人民幣208百萬元，主要原因為：(1)到期收回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600百萬元；(2)分派二零一零年度末期及末期特別股息共人民幣550百萬元；(3)對麥考林股權投資支付人民幣228百萬元，及(4)由於收入以及銷售回款減少而減少經營業務所得現金淨額人民幣52百萬元。

於二零一一年六月三十日，歸屬於本集團權益持有人的淨資產值為人民幣7,046百萬元(二零一零年十二月三十一日：人民幣7,515百萬元)。本集團流動資產較流動負債超出人民幣6,169百萬元(二零一零年十二月三十一日：人民幣6,570百萬元)。本集團的流動資金亦極之充裕，於二零一一年六月三十日的流動比率為9.3倍(二零一零年十二月三十一日：8.5倍)。

於二零一一年六月三十日，本集團並無未償還的銀行貸款或其他借貸。

資產抵押

於二零一一年六月三十日，本集團於銀行持有約人民幣45百萬元(二零一零年十二月三十一日：人民幣36百萬元)作為應付第三方業務夥伴的廣告費用抵押金、發出信用證的擔保存款以及附屬公司註冊資本金存款。

資本承擔及或然負債

董事會於二零一一年批准以預算人民幣350百萬元在北京建立本集團全新營運總部。

除上述以外，於二零一一年六月三十日，本集團並無任何重大的資本承擔或或然負債。

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。由於港元與美元掛鈎，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。

重大投資及收購

二零一一年三月二日，本集團與於納斯達克上市及與網絡平台銷售服裝飾品的麥考林股份有限公司（「麥考林」）的兩位股東訂立購股協議。購股協議規定，本集團收購麥考林40,519,225股普通股，約為其已發行且在外流通股的10%，每股0.8571美元，合計35百萬美元（約相當於人民幣228百萬元）。本集團所購買的股份均有從購股交易完成之日計起為期一年的封鎖期。此外，賣方還同意授予本集團期權購買麥考林18,306,117股普通股。上述期權可在前述購股完成之日起的兩年內執行，執行價為每普通股1.1429美元。

除上述以外，本集團截至二零一一年六月三十日止六個月並無作其它重大投資或進行任何涉及收購及出售附屬公司的重大事項。

結算日後事項

根據本集團於二零一一年五月十二日舉行之股東周年大會上授予董事會的購回授權（「購回授權」），於二零一一年七月，本集團分別購回其股份合共30,000,000股（「股份購回」）。股份購回的總代價為52百萬港元，均以本集團內部資源撥支。本集團購回的股份相當於本集團現有已發行股本約0.53%。

人力資源

於2011年6月30日，本集團在全中國地區擁有約492名僱員（於2010年12月31日：507名僱員）；本集團在日本PHENIX株式會社擁有242名僱員（於2010年12月31日：250名僱員）。為應付業務拓展的需要，本集團仍需為各部門招聘人才。

於這一調整年中，集團進行了組織架構和崗位職責的調整。連同推出的計劃「厲兵秣馬」，我們亦招聘新的高級與中級管理人員及專家支持此策略。今年，本集團的業務焦點由「批發管理」轉為「零售管理」，銷售體系的組織架構也進行了細分，除了成立了新的零售管理團隊之外，還開始陸續在中國5個大區設立地區辦公室，以便更好的支持業務重心的轉變。

此外，本集團已委聘具國際化管理能力的高級管理人員，加強零售管理的銷售策略以及支持集團5年戰略規劃的實現。新高級管理人員包括李耀（James Li），現銷售副總裁，他在零售經銷方面有超過20年的經驗，擅長通過優化改善銷售效力而轉變公司業績，李先生亦為前葛蘭素史克消費保健品中國區，中國市場卓越營銷總監。Alan Chamberlin先生現任供應鏈副總裁，在本行業有超過25年的經驗，在採購、產品發展和需求鏈管理均取得了相關成就，Chamberlin先生為前阿迪達斯採購，品牌運營副總裁。不僅如此，集團在銷售、供應鏈以及職能類部門的關鍵崗位也增加了許多高級專業人才。

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），獎勵為公司發展做出長期貢獻的僱員；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做出長期貢獻的僱員。

展望

儘管激烈競爭及存貨累積帶來了種種挑戰，但集團已為扭轉現況及實現未來幾年的持續增長推行了一系列中長期計劃。在新管理層的帶領下，集團有信心能回到健康的增長軌道上。

產品及營銷目標

集團會提升及強化其於運動功能及運動時尚的產品定位，充份展現Kappa的品牌基因。Kappa將在足球、跑步、網球、體能及訓練範疇中回到運動的根本，提供可靠的運動功能產品，同時再發展運動休閒系列。集團亦透過P-A.C及C19擴大運動時尚的產品範圍，滿足客戶的新要求。

於七月，專為女士設計的新鞋類產品線Curves上市，標誌著擴大鞋類產品策略的起動，亦鞏固集團在女士運動服飾市場中的地位。Curves是科技和設計的完美結合。未來集團將透過內部及

外部資源，進一步加強產品設計能力，尤其是鞋類設計。集團集合了日本及中國的技術中心的研發成果，並與國際專才合作發展的技術和功能為主導的產品線，與此同時，新產品推出將會融合日本和歐洲的設計資源。

本集團渴望能透過360度綜合市場策略，為顧客帶來新的品牌驚喜。名人莫文蔚小姐擔任Curves代言人，是向這創新策略踏出穩固的一步。為了提升品牌關注度，集團將作為新媒體及數碼營銷的先驅，與世界級、並沒有競爭關係的高端品牌如寶馬，聯手舉辦市場推廣計劃。戶外推廣活動將更多用於提升零售市場營銷。

零售營運管理目標

要緊貼市場脈搏，集團已將焦點由批發管理轉為零售管理。集團已建立主要客戶管理制度及當地的零售團隊，為表現較佳的門店按門店種類、城市及顧客群度身訂造合適的計劃，並定期檢閱門店的陳列及存貨，以確保計劃的有效實行。

在零售店的劃分方面，集團根據客戶導向重訂了五大銷售區域，並於每一區內設立駐區辦公室。每個駐區辦公室的零售團隊會經常到訪門店，評估門店營運、提供店內支援和為其表現作反饋。這令集團能對經銷商營運作有系統的監察，並提供足夠的指引。

除此之外，集團將在大城市內的指定黃金地段建立自有零售門店。這不但能讓集團更緊貼市場脈搏，以發展新產品和為客戶提供全面的Kappa品牌經驗，更能推動員工培訓，分享成功的經驗，令零售表現更臻完善。

優化門店網絡及地域擴充目標

為加強品牌於大城市的定位，集團會開設更多符合Kappa品牌需求的門店，同時把握中產及富裕階層掘起的機遇，滲透至較低端城市的市場。在地域擴充期間，集團會透過轉換或開設更多直接客戶門店，重組零售門店組合，更有效地控制及監察零售渠道。

由二零一一年底起，集團會於所有新開的門店中，展現新店舖形象，同時逐步升級高端城市中的所有門店，以及較低端城市中一半門店的形象。新的Kappa店會按不同門店種類設計。集團亦會聯同經銷商密切檢視門店組合，於表現佳的門店投放更多資源，同時於表現較差的門店中調撥資源到位置較理想的新形象門店。

新業務的持續增長

集團會繼續探索網上銷售平台的發展。成立自有電子商貿平台，該平台將兼具包括品牌建設、客戶服務、新產品意見回應及 Kappa擁躉的討論區等功能。集團亦會繼續與淘寶網及其他領

先的網上平台緊密合作，發展全面的客戶資料庫，跟緊網上購物的趨勢並相應發展產品，旨在於網上渠道取得具競爭力的市場佔有率。集團相信電子商貿是有效及低成本的接觸顧客的方法，將輔助傳統零售網絡，成為業務發展的引擎。

去年RDK在北京的第一家門店取得成功後，集團將進一步推廣RDK系列成為高端運動休閒品牌，透過新的銷售組織，逐步發展RDK的門店網絡。

此外，集團會繼續評估市場機遇，於相關的市場中發掘商機，以維持長期增長及為股東帶來最大回報。

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。

回顧期內，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所有守則條文。

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。

遵守上市公司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。經本公司進行特定查詢後，本公司全體董事確認，彼等於回顧期內一直遵守標準守則所載董事進行的證券交易的規定標準。

審核委員會

由三位獨立非執行董事組成的本公司審核委員會，已審閱本公司的中期財務資料、財務匯報制度及內部監控，包括審閱截至二零一一年六月三十日止六個月的中期業績。

本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所已按照《國際審閱準則》第2410號「獨立核數師對中期財務資料的審閱」，審閱本集團截至二零一一年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合中期財務資料。羅兵咸永道會計師事務所出具的審閱報告載於將寄發予股東的中期報告內。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零一一年六月三十日止六個月，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

於二零一一年七月期間，本公司購回合共30,000,000股普通股，購入價介乎每股1.68港元至1.79港元。該等購回股份已於購回時註銷，而本公司的已發行股本亦已按其面值相應調減。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於二零一一年九月八日至二零一一年九月十二日(首尾兩天包括在內)期間暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定股東獲派二零一一年中期股息及中期特別股息的權利。為確保符合資格收取二零一一年中期股息及中期特別股息，所有過戶文件連同相關股票，最遲須於二零一一年九月七日下午四時三十分前交予本公司的香港股份過戶登記分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。

登載業績公佈

本中期業績公佈登載於本公司網站www.dxsport.com及香港聯合交易所有限公司網站www.hkexnews.hk，以供瀏覽。

承董事會命
中國動向(集團)有限公司
主席
陳義紅

香港，二零一一年八月二十四日

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。

於本公佈內，人民幣乃按人民幣0.8204元兌1港元的匯率換算為港元，並僅供說明之用。