

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)

**截至二零一二年六月三十日止六個月
中期業績公告**

業績摘要

業績摘要	二零一二年 上半年 (人民幣百萬元)	二零一一年 上半年 (人民幣百萬元)	變動
截至六月三十日止六個月			
收入	832	1,179	-29.4%
毛利	417	722	-42.2%
毛利率	50.2%	61.3%	-11.1百分點
經營盈利	53	277	-80.9%
本公司權益持有人應佔期間盈利	97	225	-56.9%
	(人民幣分)	(人民幣分)	
每股基本盈利	1.75	3.99	-56.1%
每股中期股息及中期特別股息	1.23	2.78	-55.8%
總派息比率	70%	70%	—

主席報告書

各位股東：

艱難的經營環境，或許會促使部份企業倒下，但對於根基穩固、意志頑強的中國動向而言，卻是自我鍛鍊，提升營運的契機。二零一二年上半年，宏觀經濟未見好轉，零售消費、體育用品市場仍然存在種種挑戰。但在一樣困難的經營環境中，不一樣的，是中國動向不斷自我調整的堅持和動力、不斷追求產品的創新和突破，以及不斷提升的營運管理和質量。在逆境中，我和我的團隊有著統一清晰的目標，共同迎戰未來，全力打造更具競爭力的中國動向。

回顧上半年，歐債危機進一步深化，引致全球經濟不穩，中國亦難以獨善其身。上半年內地生產總值增長放緩至7.8%，是三年以來首次低於8.0%的水平，零售銷售增幅亦減慢至14.4%。市民購買力受經濟影響而逐漸減弱的同時，體育用品行業的競爭則愈見激烈，加上來自國內外休閒服裝品牌的湧入，體育用品市場的經營空間一再受擠壓，使整體體育用品行業面對前所未有的困難。

集團截至二零一二年六月三十日止六個月收入錄得人民幣832百萬元，較去年同期下跌29.4%。期內歸屬於權益持有人淨利潤人民幣97百萬元，較去年同期下跌56.9%。每股基本盈利人民幣1.75分，較去年同期下跌56.1%。縱然收入有所減少，但集團的財政仍保持穩健，於二零一二年六月三十日，手持現金及銀行理財產品合共人民幣約48億元，並且沒有銀行貸款，讓集團有充足的條件和彈性推出各種戰略措施。基於集團穩健的現金狀況及為提升股東價值，本集團董事會擬派發本集團截至二零一二年六月三十日止六個月權益持有人應佔盈利的70%作為中期及中期特別股息。

面對充滿挑戰的市場環境，本集團於上半年繼續本著「務實、激情、創新」的核心價值，提升集團的競爭力，其中最重要的，是我們在產品創新方面下的苦工。我們注意到市場上，產品同質化的現象日益嚴重，遂檢視旗下產品，並迅速地重整了我們的產品結構。為了這些創新產品，我和我的團隊都全身心投入，以激情進取的態度，在短時間內整合了來自中國、日本及韓國等地的設計資源，實現集團產品的變革，以突出「運動、時尚、性感、品味」的品牌元素，強化清晰、獨特的品牌理念，打造一系列創新產品。配合集團對消費者生活喜好及穿著習慣的掌握，集團更推出了Kappa品牌全新的混搭概念，通過產品多元化組合，滿足消費者的需求、帶領潮流的不同時尚風格。優質產品是中國動向的靈魂，我們充滿信心，創新的產品設計，將提高我們的核心競爭力，準備隨時搶佔市場機遇。

隨著消費者需求日趨多樣化，市場競爭日益激烈。本集團亦繼續致力於優化供應鏈的整體水平，以迎合市場形式和需要。集團在江蘇太倉設立的區域性技術中心（Regional Technical Center, 簡稱RTC）建立於2010年8月，並於同期開始逐步將日本Phenix技術轉移到太倉RTC。如今，太

倉RTC的核心部分已趨向成熟，其規模也在逐步壯大。與此同時，在供應商、分銷商以及集團各部門的緊密配合和努力下，我們正積極培養市場與生產雙環節的快速反應能力。此項措施不僅能讓我們及時制定出符合市場需求的生產計劃，提升生產效率，進行有效的庫存管理，也能實踐從產品規劃開始以至各生產階段的成本管控，實現多贏的效果。

不論存貨或新品銷售，渠道效率均為其中關鍵。上半年，集團繼續優化銷售渠道，Kappa品牌整體門店總數按計劃地由去年底的3,119間，減少至現時的2,550間。與此同時，我們透過改變銷售模式，提高現貨銷售比例，以及降低分銷商的訂貨目標等措施，減輕分銷商的庫存壓力，同時優化庫存結構。此外，我們加強對終端零售表現的關注，並按地區及店舖層級劃分重點市場、正價店或特價店等不同定位，以不同店舖同步作庫存清理及新產品銷售，以在中間取得平衡，維護品牌形象。

展望下半年，我們除了繼續開發創新產品及優化銷售渠道分佈，重點工作將落在全面推進「品牌+零售」的業務模式。憑藉與集團持股零售商邁盛悅合之間的密切關係，雙方銷售團隊將展開無縫合作，向提升終端銷售的共同目標進發。品牌商與零售商素來唇齒相依，全面溝通能讓兩者中間的資訊充份流通，讓集團更緊貼市場脈搏，快速調整銷售及生產反應，亦能向零售商提供適時支援。透過與邁盛悅合攜手推進「品牌+零售」業務模式，不但能顯著提升銷售效率，亦將為其他分銷商作示範，進一步加強與各分銷商的戰略合作，維持銷售渠道長遠、健康的發展。

除了透過現有門店網絡銷售，集團正計劃作新嘗試，開設「動向店」，專門銷售集團旗下多個品牌包括Kappa、Robe Di Kappa、Phenix、X-nix及inhabitant的產品，通過品牌差異化組合，混搭出不同風格，為消費者提供新的購物體驗。集團相信「動向店」能有效加強集團旗下各品牌的知名度，以較低的投入和風險培育中國動向的新業務。此外，在二零一二年上半年通過特許經營的方式開展Kappa童裝及Kappa眼鏡業務後，集團將繼續探索更多新業務機會，包括品牌相關的延伸產品，以及電子商貿的發展空間，為集團注入更多新動力。

儘管市場風雨飄搖，本集團仍持續錄得盈利，並保持強勁的現金水平。在此穩固的基礎上，堅守理念的中國動向將繼續沉著應戰，在充滿挑戰的經營環境中積極提升競爭力。由於推行戰略計劃需時，集團的財務業績及經營表現短期內仍亦難免受壓，但相信這些措施能協助本集團隨時準備在市場回升時，把握更多市場機遇。

最後，我希望藉此機會，衷心感謝分銷商、合作夥伴、集團上下的員工及股東一直與中國動向同行。在諸位攜手努力下，中國動向必定能在風雨中繼續茁壯成長，回報各位的支持。

主席
陳義紅

香港，二零一二年八月二十二日

綜合中期收益表

截至二零一二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 二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
收入	2	832,351	1,178,787
銷售貨品成本	4	(414,870)	(456,233)
毛利		417,481	722,554
其他收益，淨額	3	4,038	37,190
分銷成本	4	(263,077)	(317,261)
行政開支	4	(105,803)	(165,086)
經營盈利		52,639	277,397
財務收入，淨額	5	90,532	57,743
分佔共同控制實體(虧損)/盈利淨額		(412)	67
除所得稅前盈利		142,759	335,207
所得稅開支	6	(49,117)	(113,013)
期間盈利		93,642	222,194
盈利歸屬於：			
— 本公司權益持有人		97,074	224,958
— 非控制性權益		(3,432)	(2,764)
		93,642	222,194
本公司權益持有人應佔盈利的每股盈利 (以每股人民幣分列示)			
— 每股基本盈利	7	1.75	3.99
— 每股攤薄盈利	7	1.75	3.99
股息	8	68,098	157,526

綜合中期全面收益表

截至二零一二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 二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
期間盈利		<u>93,642</u>	<u>222,194</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)	9	(6,212)	(123,072)
— 外幣換算差額		<u>770</u>	<u>(21,800)</u>
其他全面收益總額(扣除稅項)		<u>(5,442)</u>	<u>(144,872)</u>
期間全面收益總額		<u><u>88,200</u></u>	<u><u>77,322</u></u>
期間全面收益總額歸屬於：			
— 本公司權益持有人		91,632	80,086
— 非控制性權益		<u>(3,432)</u>	<u>(2,764)</u>
		<u><u>88,200</u></u>	<u><u>77,322</u></u>

綜合中期資產負債表

於二零一二年六月三十日

		未經審核 二零一二年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一一年 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		110,170	116,614
租賃預付款項		12,436	12,788
無形資產		280,616	289,111
於共同控制實體的權益		18,498	18,909
可供出售金融資產	9	969,735	973,398
遞延所得稅資產		117,290	112,542
預付款項、按金及其他應收款項 — 長期部分		42,040	33,706
		<u>1,550,785</u>	<u>1,557,068</u>
流動資產			
存貨		359,437	403,656
貿易應收款項	10	357,278	547,621
預付款項、按金及其他應收款項		111,541	100,338
其他金融資產		1,452,242	1,068,255
現金及銀行結餘		3,343,439	3,774,868
		<u>5,623,937</u>	<u>5,894,738</u>
總資產		<u><u>7,174,722</u></u>	<u><u>7,451,806</u></u>

綜合中期資產負債表(續)

於二零一二年六月三十日

		未經審核 二零一二年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
	附註		
權益			
歸屬於本公司權益持有人的權益			
股本		53,589	54,562
股本溢價		2,052,157	2,135,560
儲備		4,696,682	4,605,050
		<u>6,802,428</u>	<u>6,795,172</u>
非控制性權益		1,307	4,739
		<u>6,803,735</u>	<u>6,799,911</u>
負債			
非流動負債			
遞延所得稅負債		41,245	30,922
		<u>41,245</u>	<u>30,922</u>
流動負債			
貿易應付款項	11	140,331	275,734
預提費用及其他應付款項		163,054	309,372
撥備		18,643	27,184
即期所得稅負債		7,714	8,683
		<u>329,742</u>	<u>620,973</u>
總負債		<u>370,987</u>	<u>651,895</u>
總權益及負債		<u>7,174,722</u>	<u>7,451,806</u>
流動資產淨值		<u>5,294,195</u>	<u>5,273,765</u>
總資產減流動負債		<u>6,844,980</u>	<u>6,830,833</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。董事會於二零一二年八月二十二日批准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。

2 收入及分部資料

本集團主要在中國內地、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：

	截至二零一二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	614,289	227,722	—	842,011
分部間收入	—	(9,660)	—	(9,660)
外部客戶收入	614,289	218,062	—	832,351
銷售貨品成本	(285,608)	(129,262)	—	(414,870)
分部毛利	328,681	88,800	—	417,481
分部經營盈利	125,965	(27,984)	(45,342)	52,639
利息收入	77,128	2	7,556	84,686
利息開支及其他，淨額	1,706	4,889	(749)	5,846
分佔共同控制實體盈利	—	(412)	—	(412)
除所得稅前盈利	204,799	(23,505)	(38,535)	142,759
所得稅開支	(48,405)	(712)	—	(49,117)
期間盈利	156,394	(24,217)	(38,535)	93,642
收入及開支的其他項目				
折舊及攤銷	14,145	5,347	—	19,492
存貨減值虧損撥備	—	11,855	—	11,855
貿易及其他應收款項減值虧損撥回	—	(7,439)	—	(7,439)

	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

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	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
中國		
— 分銷Kappa品牌產品	599,598	978,666
— 國際業務及其他	14,691	10,878
	614,289	989,544
日本		
— 分銷及零售Kappa品牌產品	117,210	110,382
— 分銷及零售Phenix品牌產品	100,852	78,861
	218,062	189,243
	832,351	1,178,787

分部資產及負債與本集團總資產及總負債的對賬如下：

	二零一二年六月三十日			合計 人民幣千元
	中國 人民幣千元	日本 人民幣千元	未拆分 人民幣千元	
分部間抵銷前總資產	6,029,470	460,532	809,649	7,299,651
分部間抵銷	(9,215)	(20,375)	(95,339)	(124,929)
總資產	6,020,255	440,157	714,310	7,174,722
遞延所得稅資產	(117,290)	—	—	(117,290)
於共同控制實體的權益	—	(18,498)	—	(18,498)
可供出售的金融資產	(969,735)	—	—	(969,735)
分部資產	4,933,230	421,659	714,310	6,069,199
分部間抵銷前總負債	236,110	164,552	39,462	440,124
分部間抵銷	(20,368)	(9,307)	(39,462)	(69,137)
總負債	215,742	155,245	—	370,987
遞延所得稅負債	(37,376)	(3,869)	—	(41,245)
即期所得稅負債	(6,409)	(1,305)	—	(7,714)
分部負債	171,957	150,071	—	322,028
	二零一一年十二月三十一日			
	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	6,160,743	524,782	895,036	7,580,561
分部間抵銷	(19,682)	(22,977)	(86,096)	(128,755)
總資產	6,141,061	501,805	808,940	7,451,806
於共同控制實體的權益	—	(18,909)	—	(18,909)
可供出售的金融資產	(973,398)	—	—	(973,398)
遞延所得稅資產	(112,542)	—	—	(112,542)
分部資產	5,055,121	482,896	808,940	6,346,957
分部間抵銷前總負債	485,422	209,034	40,723	735,179
分部間抵銷	(22,977)	(19,584)	(40,723)	(83,284)
總負債	462,445	189,450	—	651,895
遞延所得稅負債	(27,000)	(3,922)	—	(30,922)
即期所得稅負債	(6,823)	(1,860)	—	(8,683)
分部負債	428,622	183,668	—	612,290

3 其他收益，淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
政府補貼收入	1,744	36,517
出售在建工程虧損	(193)	—
其他	2,487	673
	<u>4,038</u>	<u>37,190</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。

4 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	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
確認為銷售貨品成本及分銷成本的存貨成本	406,250	441,811
物業、廠房及設備、租賃預付款項及無形資產折舊／攤銷	19,492	18,908
處置物業、廠房及設備虧損	299	38
廣告及市場推廣開支	89,751	129,430
僱員薪酬及福利開支	104,921	102,558
應付予海外附屬公司有關特許使用費的預扣營業稅	(1,068)	4,965
設計及產品開發開支	45,342	51,779
法律及顧問開支	3,909	17,740
有關樓宇的經營租賃費	27,985	26,906
物流費	38,287	37,554
存貨減值虧損撥備	11,855	43,185
貿易及其他應收款項減值虧損(撥回)／撥備	(7,439)	8,353
商旅費用	10,840	14,624
核數師酬金	900	1,120
其他	32,426	39,609
	<u>783,750</u>	<u>938,580</u>

銷售貨品成本、分銷成本及行政開支總額

5 財務收入，淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
財務收入：		
— 銀行存款的利息收入	50,463	41,738
— 國債及財務投資產品的利息收入	34,224	20,979
財務成本：		
— 匯兌收益／(虧損)淨額	7,872	(4,095)
— 其他	(2,027)	(879)
	90,532	57,743

6 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
即期所得稅		
— 中國企業所得稅(「企業所得稅」)	71,005	135,793
— 日本稅項	750	603
遞延所得稅	(22,638)	(23,383)
	49,117	113,013

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。

由於截至二零一二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(二零一一年：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，自二零零八年開始減按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，中國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。截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團就日後將予分派的中國附屬公司截至二零一二年六月三十日止六個月盈利的有關遞延預扣稅負債人民幣10,377,000元(二零一一年：人民幣21,575,000元)作出撥備。

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。截至二零一二年六月三十日止六個月，該附屬公司按應課稅盈利計算適用的企業所得稅率為30%(二零一一年：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為準，惟設有若干最低付款。鑒於該附屬公司截至二零一二年六月三十日止六個月未有錄得應課稅盈利(二零一一年：無)，故須繳付最低居民稅款額。

7 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	
	二零一二年	二零一一年
本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	97,074	224,958
已發行普通股扣除限制性股份獎勵計劃持有股份之 加權平均數(千股)	5,543,387	5,636,401
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>1.75</u>	<u>3.99</u>

(b) 攤薄

於二零一二年六月三十日，由於期內並無具攤薄影響之潛在普通股，故此並無呈列每股攤薄盈利。

8 股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
中期股息每股人民幣0.53分(二零一一年：每股1.19分)	29,343	67,430
中期特別股息每股人民幣0.70分(二零一一年：每股人民幣1.59分)	38,755	90,096
	<u>68,098</u>	<u>157,526</u>

根據二零一二年八月二十二日通過的決議案，董事會宣派中期股息每股人民幣0.53分及中期特別股息每股人民幣0.70分(二零一一年：每股人民幣1.19分及每股人民幣1.59分)，合共人民幣1.23分，股息將以本公司的股本溢價派付。中期股息及中期特別股息合共人民幣68,098,000元(二零一一年：人民幣157,526,000元)尚未於綜合中期財務資料內反映為應付股息。有關股息將於截至二零一二年十二月三十一日止年度的股東權益內確認入賬。

截至二零一二年六月三十日止六個月並無派付任何股息(二零一一年：於二零一一年五月已付人民幣553,041,000元，包括就限制性股份獎勵計劃持有股份支付人民幣2,912,000元的股息)。

9 可供出售金融資產

	截至六月三十日止六個月	
	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
於一月一日	973,398	213,938
增加 (附註(d))	—	228,295
匯兌差額	2,549	(2,329)
公允價值變動 (附註(e))	(6,212)	(129,356)
	<u>973,398</u>	<u>213,938</u>
於六月三十日	<u>969,735</u>	<u>310,548</u>

於結算日可供出售金融資產包括以下各項：

	二零一二年 六月三十日 人民幣千元	二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
中國非上市股權證券		
— 邁盛悅合集團 (附註(a))	130,000	130,000
— 雲鋒基金 (附註(b))	632,490	630,090
— 中信夾層基金一期 (附註(c))	150,000	150,000
— 其他投資	21,000	21,000
美國上市股權證券		
— 麥考林 (附註(d))	36,245	42,308
	<u>969,735</u>	<u>973,398</u>
上市證券市值	<u>36,245</u>	<u>42,308</u>

附註：

- (a) 非上市股權證券指本集團持有邁盛悅合體育用品有限公司22.05%的股權，該公司全資擁有於中國多省從事運動相關產品分銷及零售的多家公司（「邁盛悅合集團」）。
- (b) 於二零一一年九月，本集團認購雲鋒電子商務基金（「雲鋒基金」）涉及100,000,000美元資本承擔總額的有限合夥權益。雲鋒基金的成立目的為投資中國電子商貿業的領先集團Alibaba Group Holding Limited。於二零一二年六月三十日，本集團已悉數支付該資本承擔。
- (c) 於二零一一年九月，本集團認購中信夾層基金一期的有限合夥權益，涉及的資本承擔總額人民幣300,000,000元。中信夾層基金一期是有限合夥，成立目的為在中國作出權益及債務投資。於二零一二年六月三十日，本集團已支付資本承擔50%的人民幣150,000,000元。
- (d) 於二零一一年三月，本集團收購麥考林股份有限公司（「麥考林」）40,519,225股普通股，約為其已發行股份的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）。麥考林為於美國納斯達克上市的公司，於中國從事網絡平台銷售服裝飾品業務。此外，本集團有權自二零一一年三月二十五日起的兩年內購買麥考林最多18,306,117股普通股，行使價為每普通股1.1429美元。

(e) 可供出售金融資產按公允價值列值。於結算日投資非上市股本證券的公允價值乃參考估值模式按估計貼現現金流量後釐定。於結算日投資上市股本證券的公允價值乃參照其於活躍市場的報價而定。

10 貿易應收款項

	二零一二年 六月三十日 人民幣千元	二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項		
— 第三方	250,345	416,926
— 關連方	158,382	188,724
	<u>408,727</u>	<u>605,650</u>
減：減值撥備	(51,449)	(58,029)
貿易應收款項淨額	<u>357,278</u>	<u>547,621</u>

本集團的銷售信貸期一般為30至60日。於結算日的貿易應收款項賬齡分析如下：

	二零一二年 六月三十日 人民幣千元	二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
在信貸期內	164,312	290,345
於30日內	73,642	154,226
31至120日	155,585	147,989
120日以上	15,188	13,090
	<u>408,727</u>	<u>605,650</u>

11 貿易應付款項

貿易應付款項的賬齡分析如下：

	二零一二年 六月三十日 人民幣千元	二零一一年 十二月三十一日 人民幣千元
在信貸期內	131,010	267,291
30日內	177	4,599
31至120日	2,397	3,770
120日以上	6,747	74
	<u>140,331</u>	<u>275,734</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。

管理層討論及分析

宏觀經濟回顧

二零一二年上半年，全球經濟持續不穩定。歐債危機越演越烈，並非短期內能夠解決，對全球經濟造成的影響相當深遠。美國經濟持續疲弱，亞洲市場增長亦正放緩，中國亦從過往數年的強勁經濟增長中逐步回軟。人民銀行早前調減存款準備金率，並於短短一個月的時間內兩次減息，透過放寬貨幣政策刺激經濟，顯示經濟基調已大不如前。二零一二年六月，國內居民消費價格指數同比增幅為2.2%，為二十九個月之新低。上半年國內生產總值約人民幣22萬7千億元，較去年同期的升幅放緩至7.8%，為三年以來首次低於8.0%的水平。期內社會消費品零售總額約9萬8千億元，同比名義增長14.4%，亦較去年同期回落2.4個百分點。

行業回顧

在宏觀經濟環境疲軟的同時，中國體育用品市場亦正面對日漸加劇的競爭。在經歷過去數年市場爆炸性的增長後，近年需求及增長放緩造成的存貨問題，對品牌商和分銷商都造成沉重的經營壓力。在塑造品牌及產品研發的同時，市場亦積極為分銷商提供更高的產品折扣，導致競爭更加激烈。

與此同時，國際運動品牌積極在中國市場發展，加強滲透至二、三線城市，以更加進取的定價，搶佔市場份額，加上國內、外的知名休閒服裝品牌紛紛湧入，在運動服裝休閒化的流行趨勢下，進一步擠壓運動服裝行業。

需求及增長放緩，加上人工成本及租金等成本上漲，均使體育用品市場腹背受敵，正面對前所未見的經營困難。品牌商需要重整銷售渠道，甚至關閉部份門店，以提升營運效率，過往以擴張增加銷售的經營模式將徹底改變，品牌商要以扭轉同質化產品，積極突出品牌及產品創意，以爭取在行業中突圍而出。

行業的種種挑戰預期將持續一段時間，在這低谷中，品牌商和分銷商均必須制定全面的策略，根治存貨累積的問題，並為品牌及產品注入新元素，儲備未來增長的動力，才能於市場回升時把握機遇。

業務回顧

踏入二零一二年，集團以創新的營銷方法，增加利用當前最流行的社交網絡，加上產品植入潮流讀物、廣告投放及主題推廣活動等等，突出Kappa「運動、時尚、性感、品味」的獨特品牌理念。集團又積極研發新產品以完善及豐富產品組合，並改善銷售點分佈及營運效率，以迎接未來的增長機遇。

品牌建設與推廣

集團於回顧期內，以合乎成本效益為前提，推行「聰明營銷」，包括透過社交網絡、網上劇集、微電影及借助一些時下熱門話題等，將Kappa推廣融入消費者的日常生活，有效提升品牌知名度。同時又透過各種贊助及創新主題推廣活動，提升品牌定位，並利用產品植入、平面廣告及軟文等，宣傳重點產品系列，以刺激新品銷售。

社交網絡及新媒體推廣

- 集團於回顧期內充分利用微博，包括於新年、情人節及母親節等不同節日舉行寄語、點歌、網誌及相冊推送等推廣活動，激發網友參加，互動推廣Kappa品牌
- 舉辦主題網上活動，包括「Kappa運動秀」，迎合新產品的整體風格，體現運動過程中的創意元素；「歐戰真心話」借助迎接歐洲國家盃的氣氛，鼓動網友參與活動的熱情
- 利用網劇「開心麻花」的經典台詞及劇照、「杜甫很忙」的創意內容等，結合品牌宣傳，有效地將產品訊息曝光，引發網友關注

娛樂主題營銷

- 利用內地著名影星姚笛於街上被拍照的娛樂熱話，舉辦「明星街拍」活動，通過娛樂門戶網站、論壇及微博等，將話題導向為時尚運動，為Kappa的品牌定位推波助瀾

產品植入

- 挑選多份重點生活類及時尚類媒體如《周末畫報》、《體育畫報》等，每月將產品植入多篇報道，推廣系列產品包括最新推出的Kappa Arch Tech系列及Miss Kappa系列，展現Kappa產品的時尚形像

廣告投放

- 於讀者包括集團目標客戶的雜誌及網站，投放廣告及軟文。例如於《高爾夫旅行》投放高爾夫系列產品軟文，於潮流雜誌《1626》介紹Kappa Arch Tech的外觀設計和功能性，有效向目標客戶推廣產品

歐洲盃相關推廣

- 舉辦「歐戰型男」主題活動，透過網上廣告、競猜賽果、球員角色代入、賽事播放及互動討論等一系列平台推廣，加強Kappa品牌的定位
- 安排夢舟明星隊傳媒活動，並率領明星隊隊員到訪賽事現場，製造更多宣傳機會

- 與時尚芭莎合作，透過視頻、網上論壇、各平台的相冊圖文詮釋，將混搭時尚的品牌理念深入網民群體
- 推出Kappa擬人化形像主題漫畫，和網友一起看球、猜球、評球、議球，分享各種歐洲杯趣事，進一步拉近Kappa與消費者的距離

體育隊伍贊助

回顧期內，Kappa繼續為意大利著名甲級足球隊羅馬 (Associazione Sportiva Roma SpA，簡稱AS.ROMA) 作聯合裝備贊助，提升品牌知名度。

多元的品牌組合

Kappa產品

Arch Tech

- Arch Tech系列運動鞋利用拱形結構技術，創造出兼顧支撐，同時回彈力卓越的緩震模塊，大大釋放跑步時對膝蓋、足部的壓力，減少運動帶來傷害

Miss Kappa

- Miss Kappa系列產品別具匠心的蕾絲設計、清新的色彩運用和各種女性化元素的加入，讓人耳目一新，呈現運動Mix女性時尚

Aqua Grip

- Kappa OUTDOOR-AQUA GRIP戶外水鞋產品系列的「快乾網布水滴狀材料」和豐富的配色，讓雨天不再成為阻礙運動的原因

C19

- Kappa「炫彩冬季」C19系列新品，以鮮艷的配色打破冬日的沉寂。保暖質料幫助運動愛好者在戶外抵擋寒風凜冽的侵襲，體現出自由、不妥協的生活態度
- Kappa C19系列鞋品，以時下流行的「死飛單車」(Fixed Gear)為主題，融入街頭運動簡單自由、不妥協的精神，帶給消費者乘風飛翔的自由感覺。由日本設計師團隊精心設計的翅膀圖案是本系列鞋品的一大亮點，讓消費者能感受到飛一樣的無拘無束感覺

Kappa Kids

- Kappa Kids是Kappa與童裝品牌派克蘭帝合作打造的時尚運動童裝品牌。產品系列涵蓋National國家、ColorFUN炫彩、Mind Free釋放心靈等等時尚、活力及趣味的設計元素
- Kappa Kids童裝適合3-14歲各階段孩子多樣化的時裝需要，延續Kappa成人服飾鮮明純正的歐洲血統，與現有美式風格有鮮明的對比

*Robe Di Kappa*品牌

Robe Di Kappa (「RDK」) 品牌產品於二零一二年繼續加強市場推廣力度。於二零一二年上半年，RDK發起「以舊換心」時尚慈善義賣活動，以復古為主題，通過時裝展、賣物等形式，加強與目標年輕消費者的互動接觸，展示品牌既時尚又公益的溫暖態度。

回顧期內，RDK亦首次參與電影娛樂領域，贊助中國著名藝人趙薇小姐首部執導作品《致我們終將逝去的青春》，部分RDK2012春夏產品在劇情中展現。另外，RDK亦以「Create a New World 重塑新世界」為核心，舉辦2012秋冬品牌大片拍攝，窺探當下都市群體的內心，與消費者一起探索自我內心世界。

截至二零一二年六月三十日止，RDK的品牌店共有18家，集團將繼續透過各種營銷方法推廣品牌及其產品，進一步提升RDK的知名度及形像。

*Phenix*品牌

自二零一一年推出以來，Phenix品牌產品於中國市場迅速發展。截至二零一二年六月三十日止，Phenix共開店26家。

二零一二年初，Phenix正式於中國市場推出意大利頂級戶外鞋品牌Kayland全綫產品，豐富了Phenix的產品種類。於六月，Phenix冠名贊助的「去」味相投露營大會於北京舉行，吸引來自全國各地多名露營愛好者聚首一堂。Phenix除了是網友的裝備贊助，亦準備了豐富的現場活動，其聲勢之浩大堪稱歷屆露營大會之最。

提升零售網絡

回顧期內，集團繼續優化零售網絡分佈及店舖效率，審視分店網絡並作出調整，於二零一二年六月三十日，集團中國分部擁有35名經銷商直接或間接營運2,550間Kappa品牌的零售門店。另外，Robe Di Kappa品牌以及Phenix品牌的門店亦分別有18間和26間。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。網上平台不僅能有效協助清理存貨，集團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

回顧期內，集團在產品設計與研發方面取得了顯著的成績。陳義紅先生在二零一一年底出任集團首席執行官後，首要的工作便是加大設計與研發力度，包括充分利用韓國、日本及中國本土的設計團隊，讓三個團隊進行不同風格的嘗試，互相切磋。

整合設計資源造就了快速有效的新品開發，從二零一二年第三季度列系產品中可見一斑。產品從二零一一年十月開始研發，至二零一二年三月亮相，需時僅四個月，較以往一般需時十二至十四個月大大縮減，讓新產品能更迅速回應市場需求。

集團設計與研發的基礎亦正不斷加強。江蘇太倉區域性技術中心RTC引入了日本新瀉技術中心的工藝系統，並邀請日本技術人員進行技術培訓指導，令太倉RTC的開發質量與數量均持續提升。其前期開發功能也正逐步凸顯，能為國內Kappa品牌、RDK品牌，以及日本Phenix品牌一些高難度訂單進行開發和量產。

日本業務回顧

雖然日本經濟在二零一一年大地震後逐漸改善，但日元升值、股票價格低迷，以及增加消費稅等問題，令日本經濟仍處於嚴峻局面。受歐洲經濟疲弱影響，當地訂單有所減少。另一方面，雖然日本本土的春夏業務順利推展，但由於需要銷售去年因地震影響而未出售的春夏產品存貨，影響毛利率表現。儘管經營環境充滿挑戰，但日本公司上半年繼續努力推進營銷及研發，為未來的增長添加動力。

在營銷方面，Phenix於二零一二年倫敦奧運會首次贊助挪威國家隊代表團服裝，提高了品牌在國際一級運動舞台中的知名度。在日本境內銷售方面，集團正逐漸強化各個品牌的店中店(Shop in Shop)以及專櫃展示，而inhabitant於涉谷的PARCO直營店則於上半年正式開幕。

在研發方面，日本團隊上半年研製多項新技術，包括帶蓋熱壓墊帶 — 在透氣口加上了蓋，確保透氣口不會被阻礙。在生產方面，日本團隊上半年亦進一步提升效率和品質管理，並與內地的中國動向團隊緊密合作，持續推進營運效益。

財務回顧

本集團截至二零一二年六月三十日止六個月銷售額為人民幣832百萬元，較截止二零一一年六月三十日止六個月的人民幣1,179百萬元下降29.4%。截至二零一二年六月三十日止六個月，權益持有人應佔盈利達人民幣97百萬元，較截至二零一一年六月三十日止六個月的人民幣225百萬元下降56.9%。

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		
	二零一二年 人民幣 百萬元	二零一一年 人民幣 百萬元	變動	二零一二年 人民幣 百萬元	二零一一年 人民幣 百萬元	變動	二零一二年 人民幣 百萬元	二零一一年 人民幣 百萬元	變動
簡明綜合收益表									
主要項目									
收入	832	1,179	-29.4%	614	990	-38.0%	218	189	15.3%
毛利	417	722	-42.2%	329	637	-48.4%	89	85	4.7%
經營盈利	3	53	277	-80.9%					
本公司權益持有人 應佔盈利	3	97	225	-56.9%					
每股基本及攤薄盈利		人民幣分	人民幣分						
		1.75	3.99	-56.1%					
		百分比	百分比	百分點	百分比	百分比	百分點	百分比	百分比
盈利能力比率									
毛利率	50.2%	61.3%	-11.1	53.6%	64.4%	-10.8	40.8%	45.0%	-4.2
經營利潤率	6.4%	23.5%	-17.1						
實際稅率	34.4%	33.7%	0.7						
淨利率	11.7%	19.1%	-7.4						
主要經營開支佔收入 百分比之比率									
廣告及市場推廣開支	10.8%	11.0%	-0.2	11.3%	10.7%	0.6	9.4%	12.5%	-3.1
僱員薪酬及福利開支	12.6%	8.7%	3.9	11.9%	7.0%	4.9	14.5%	17.6%	-3.1
設計及產品開發開支	3	5.4%	4.4%	1.0					

附註：

- 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。
- 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。
- 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。

銷售額分析

按地區分部、業務分部及產品類別劃分之銷售額

	截至六月三十日止六個月						
	二零一二年			二零一一年			變動
	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	394	65.7%	47.4%	693	70.8%	58.8%	-43.1%
鞋類	185	30.8%	22.2%	247	25.2%	21.0%	-25.1%
配件	21	3.5%	2.5%	39	4.0%	3.3%	-46.2%
Kappa 品牌總計	600	100.0%	72.1%	979	100.0%	83.1%	-38.7%
國際業務、RDK及其他	14		1.7%	11		0.9%	27.3%
中國分部總計	614		73.8%	990		84.0%	-38.0%
日本分部							
Phenix 品牌	101	46.3%	12.1%	79	41.8%	6.7%	27.8%
Kappa 品牌	117	53.7%	14.1%	110	58.2%	9.3%	6.4%
日本分部總計	218	100.0%	26.2%	189	100.0%	16.0%	15.3%
本集團總計	832		100.0%	1,179		100.0%	-29.4%

中國分部

Kappa 品牌

本集團的主要業務Kappa品牌業務截至二零一二年六月三十日止六個月銷售總額為人民幣600百萬元，較截至二零一一年六月三十日止六個月銷售額人民幣979百萬元減少人民幣379百萬元，減少的主要原因是：1)2012年上半年，中國體育用品市場的競爭繼續加劇，導致市場提供更高的產品折扣。另一方面，業內經銷渠道的存貨過剩問題仍為經銷商的一大挑戰。面對種種挑戰，本集團上半年進一步調整2012年各季的產品類別，並大幅減少經銷商訂貨量；2)為了進一步優化渠道結構，提高單店的盈利能力，集團和經銷商一起策略性地關閉了部分低效的店舖。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二零一一年十二月三十一日的3,119間，減少至二零一二年六月三十日的2,550間，淨減少569間。

國際業務、RDK及其他

截至二零一二年六月三十日止六個月，國際業務、RDK及其他品牌銷售額為人民幣14百萬元，較截至二零一一年六月三十日止六個月銷售額人民幣11百萬元增加了人民幣3百萬元，主要為Phenix品牌和RDK品牌銷售的增長。

日本分部

截至二零一二年六月三十日止六個月日本分部的銷售額為折合人民幣218百萬元，與截至二零一一年六月三十日止六個月之銷售額189百萬元相比，增加了29百萬元。日本分部的銷售額能維持穩定並有所增加，主要是得益於日本大地震後市場的逐步恢復以及Phenix公司在渠道拓展、品牌推廣及產品促銷方面的不斷投入與努力，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

	二零一二年		二零一一年		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	112	3,673	135	6,475	-17.0%	-43.3%
鞋類	166	1,184	181	1,738	-8.3%	-31.9%

附註：

1. 單位平均售價等於期內銷售額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。

二零一二年上半年及二零一一年上半年，服裝產品的單位平均售價分別為人民幣112元及人民幣135元，鞋類產品的單位平均售價分別為人民幣166元及人民幣181元。服裝和鞋類產品平均銷售價格的下降主要由於為加快存貨清理而降低過季產品銷售折扣以及調整經銷商供貨政策進一步讓利給經銷商的結果。

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-43.3%和-31.9%，主要由於集團於二零一二年度為緩解經銷商存貨壓力而主動降低了經銷商訂貨目標。

銷售貨品成本及毛利

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團的銷售貨品成本為人民幣415百萬元(二零一一年上半年：人民幣456百萬元)，減少人民幣41百萬元(或9.0%)。

本集團的毛利為人民幣417百萬元(二零一一年上半年：人民幣722百萬元)，減少人民幣305百萬元(或42.2%)。本集團截至二零一二年六月三十日止六個月的整體毛利率為50.2%，較截至二零一一年六月三十日止六個月的整體毛利率61.3%下滑11.1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：

	截至六月三十日止六個月		
	二零一二年 毛利率	二零一一年 毛利率	變動 %百分點
中國分部			
Kappa品牌：			
服裝	55.8%	66.7%	-10.9
鞋類	49.4%	58.1%	-8.7
配件	57.2%	66.8%	-9.6
Kappa品牌總計	53.9%	64.5%	-10.6
國際業務、RDK及其他	37.0%	52.9%	-15.9
中國分部整體	53.6%	64.4%	-10.8
日本分部	40.8%	45.0%	-4.2
本集團整體	50.2%	61.3%	-11.1

截至二零一二年及二零一一年六月三十日止六個月，中國分部Kappa品牌業務的毛利率分別為53.9%及64.5%，兩期間比較，毛利率下降10.6個百分點。毛利率的下降一方面受到生產成本提升的影響，另一方面由於集團為了加快存貨清理而降低了過季產品銷售折扣以及調整經銷商供貨政策進一步讓利給經銷商。

截至二零一二年六月三十日止六個月日本分部的毛利率為40.8%，較截至二零一一年六月三十日止六個月的45.0%，下降了4.2個百分點，主要受到生產成本上升及較低折扣清理過季存貨影響。

其他收益淨額

截至二零一二年六月三十日止六個月其他收益金額為人民幣4百萬元(二零一一年上半年為人民幣37百萬元)，其中來自中國區業務的政府補貼收入人民幣2百萬元(二零一一年上半年：人民幣37百萬元)，剩餘部分為日本區牌費等其他收入。

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。截至二零一二年六月三十日止六個月，分銷成本及行政開支總額為人民幣369百萬元(二零一一年上半年：人民幣482百萬元)，佔本集團銷售總額44.3%，較截至二零一一年六月三十日止年度分銷成本及行政開支減少人民幣113百萬元。二零一二年度作為動向集團業務進一步調整的年度，我們一直在探索新的業務運營模式並開發全新的更加引導消費者理念的產品類型，因此在分銷成本及行政開支方面的投入也依據此方針在結構上有所調整，並保證合理的投入產出效果。

集團為應對市場環境的惡化及業務規模的縮減，實施精兵簡政的策略，對內部組織架構及人員進行了必要的調整。二零一二上半年度集團整體的人力費用與去年同期保持持平，二零一二年度上半年人力支出為人民幣105百萬元，去年同期為人民幣103百萬元。人員調整對分銷成本及行政開支的正面影響將從下半年開始顯現；廣告及市場推廣方面，截止二零一二年六月三十日止六個月集團市場費用為人民幣90百萬元，較上年同期的人民幣129百萬元減少了人民幣39百萬元，市場費用的支出策略也從側重線上的品牌宣傳轉向更加貼近零售市場需求的線下推廣活動；二零一二年上半年度，物流費用雖然受到年度產品訂單的減少而有所下降，但由於上年度存貨回購造成庫存增加的影響，導致物流倉儲費用有所增加，最終支出為人民幣38百萬元，較二零一一上半年度維持穩定；二零一一年度集團在戰略規劃、人力資源及內部管理提升方面啟動一系列諮詢項目，造成諮詢費用支出顯著增加，但進入二零一二年度我們精簡了各類不必要的諮詢項目，使得諮詢費用從二零一一上半年度的人民幣18百萬元減少至本期間的人民幣4百萬元；二零一二年度集團在產品研發方面依然保持高額的投入，但在策略方面有所調整，精簡了一些過去與歐洲設計師的合作項目，轉向與更符合國內消費者審美觀念的日、韓團隊進行合作，並特別加強了區域研發中心(RTC)與日本研發中心的緊密配合，幫助產品在設計及製造方面進一步提升品味及品質，二零一二上半年度設計及產品開發開支支出為人民幣45百萬元(二零一一上半年度：人民幣52百萬元)。

經營盈利

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團的經營盈利為人民幣53百萬元(二零一一年上半年：277百萬元)。截至二零一二年六月三十日止六個月的經營利潤率為6.4%(二零一一年上半年：23.5%)，此變動主要由於毛利率下滑11.1個百分點，費用率上升3.4個百分點，同時其他收益淨額也減少了人民幣33百萬元。

財務收入淨額

截至二零一二年六月三十日止六個月，財務收入主要包括利息收入人民幣50百萬元(二零一一年上半年：人民幣42百萬元)及包括獲得國債及銀行保本理財產品投資收益人民幣34百萬元(二零一一年上半年：人民幣21百萬元)。

稅項

截至二零一二年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支為人民幣49百萬元(二零一一年上半年：人民幣113百萬元)，實際稅率為34.4%(二零一一年上半年：33.7%)。實際稅率的提高來自於以下二個方面：1)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二零一一年度的24%提高至二零一二年度度的25%；2)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%至10%的稅率支付預提企業所得稅，本集團採用10%的稅率根據管理層估計向境外註冊子公司派付的未來股息預提所得稅人民幣10百萬元。

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)。於二零一二年度，本集團於上海浦東新區成立的主要營運附屬公司按標準所得稅率25%繳稅(二零一一年：24%)。

本公司權益持有應佔盈利及純利率

截至二零一二年六月三十日止六個月，本公司權益持有人應佔盈利為人民幣97百萬元(二零一一年上半年：人民幣225百萬元)。純利率為11.7%(二零一一年上半年：19.1%)。

每股盈利

截至二零一二年六月三十日止六個月，每股基本及攤薄盈利為人民幣1.75分及1.75分，較截至二零一一年六月三十日止六個月的每股基本及攤薄盈利人民幣3.99分及3.99分分別減少56.1%及56.1%。

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的加權平均數計算。

中期股息及中期特別股息

本公司董事會(「董事會」)決議宣派截至二零一二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0.53分及人民幣0.70分(合計每股普通股人民幣1.23分)，涉及的金額分別為人民幣29百萬元及人民幣39百萬元(合共人民幣68百萬元)。

中期股息及中期特別股息將按照中國人民銀行於二零一二年八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0.8176元，以港元派付。本公司將於二零一二年九月十八日或前後，向於二零一二年九月十一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

截至二零一二年及二零一一年六月三十日止期間的平均貿易應收款項週轉日數分別為112日及102日。雖然二零一二年上半年基於嚴峻的市場環境，集團更加審慎的控制信貸的風險，但由於回顧期內集團策略性地減少經銷商訂單造成銷售收入下降，同時對於財務穩健的大客戶提供較長的信用期，幫助他們應付現時市場情況，因此二零一二年上半年平均貿易應收款項週轉日數較二零一一年上半年有所增加。

截至二零一二年及二零一一年六月三十日止期間的平均貿易應付款項週轉日數分別為69日及100日，平均貿易應付款項週轉日數明顯減少，主要由於回顧期內主要合作之供應商更加積極的配合應付賬款的結算流程，確保了應付賬款能夠按照集團的政策進行及時支付。

截至二零一二年及二零一一年六月三十日止期間的平均存貨週轉日數分別為304日及125日，存貨週轉日數增加顯著，主要由於去年集團進行了存貨的回購造成存貨餘額增加，同時，雖然回顧期內集團的存貨清理取得了良好的效果，但存貨餘額恢復到健康合理的水平還需要一定時間。

日本分部

截至二零一二年及二零一一年六月三十日止期間，平均貿易應收款項週轉日數、平均貿易應付款項週轉日數以及平均存貨週轉日數分別為109日和133日、140日和161日、249日和257日，週轉天數均有所減少主要由於二零一二年上半年銷售收入較二零一一年有一定的增長。

流動資金及財務資源

於二零一二年六月三十日止，本集團的現金及銀行結餘(包括長期銀行存款)為人民幣3,343百萬元，較二零一一年十二月三十一日的結餘人民幣3,775百萬元減少人民幣432百萬元，主要原因為：1)投資於銀行保本理財產品人民幣350百萬元；2)支付股票回購款約人民幣84百萬元。

於二零一二年六月三十日止，歸屬於本集團權益持有人的淨資產值為人民幣6,802百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣6,795百萬元)。本集團流動資產較流動負債超出人民幣5,294百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣5,274百萬元)。本集團的流動資金亦極之充裕，於二零一二年六月三十日的流動比率為17.1倍(二零一一年十二月三十一日：9.5倍)。

於二零一二年六月三十日止，本集團並無未償還的銀行貸款或其他借貸。

資產抵押

於二零一二年六月三十日，本集團於銀行持有約人民幣136百萬元(二零一一年十二月三十一日：人民幣137百萬元)作為應付第三方業務夥伴的廣告費用押金以及發出信用證的擔保存款。

資本承擔及或然負債

於二零一二年六月三十日，根據與中信產業基金訂立之有限合夥協議本集團認繳出資額為人民幣300百萬元，截止二零一二年六月三十日止已支付認繳出資額人民幣150百萬元，資本承擔餘額為人民幣150百萬元。

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。回顧期內的匯兌虧損(收益)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

本集團截至二零一二年六月三十日止六個月內並無重大投資或進行其他任何涉及收購或出售附屬公司之重大交易。

展望

面對嚴峻的經營環境，集團以務實的態度，為中國動向的長遠健康發展制訂了一系列的戰略計劃，逆境自強，以迎接未來的機遇及挑戰。

上半年，集團在品牌、產品、銷售渠道及業務開拓方面取得了進展。展望未來，集團將繼續加強這四大範疇的工作。

在品牌及產品方面，集團將進一步整合併更好地利用包括來自意大利、日本及韓國等多方的設計資源，推出更多受市場歡迎的時尚創新產品，提升品牌定位。同時，我們會加強注重產品細節和差異化，以及產品之間的搭配，為消費者提供獨特的產品體驗。我們會繼續推進時尚元素與體育用品的結合，以「輕。戶外」為主題推出產品系列。此外，透過中日研發與開發中心的整合，供應鏈的快速反應能力將能繼續增強，更迅速地滿足消費者的需求，加上不斷優化的成本管理，持續提升營運效率。

在銷售渠道方面，集團將加強關注終端零售的表現，並透過與邁盛悅合的緊密合作，務求繼續推進「品牌+零售」的業務模式。中國動向的銷售團隊與邁盛悅合的銷售團隊合作，可達致資源共享、貨品資訊充分流通，對提高銷售效率及優化銷售渠道起了積極的作用。

為使消費者享受嶄新的購物體驗及突顯中國動向旗下各品牌產品的特點，集團在下半年於北京、上海等一線城市將開設「動向」店。利用集團的多品牌優勢，於概念店內將多個品牌進行有機結合，使各品牌的「潮流」、「野外」、「純真」、「品位」特性充分表現，強化產品的混搭概念，為消費者提供一站式的舒適購物環境。集團未來將逐步推廣此新營運模式，以刺激各品牌產品的銷售。

由於以上戰略計劃實施需時，預期本集團的財務業績及經營表現在短期內仍將無可避免地受壓。縱然市場經營環境複雜多變，但中國動向對前景仍然充滿信心，憑藉管理層多年於中國體育服裝行業的資深經驗、集團的穩健財務狀況，以及集團的積極規劃部署，沉著應對未來各項挑戰，緊握未來行業的復甦機遇，為股東帶來最大的回報。

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守則條文，惟偏離守則條文A.2.1條事項外。根據守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應予區分，不應由一人同時兼任。由於陳義紅先生自二零一一年十月二十日開始擔任主席兼首席執行官兩個職務，故本公司偏離此條文。陳先生為本集團之創辦人，於中國從事體育用品行業經驗豐富。董事會認為，由一人同時兼任主席與首席執行官，在實施並執行本集團的業務策略時，可為本集團提供強大而貫徹之領導。然而，本公司將根據屆時情況不時檢討現行架構。

有關本公司企業管治常規的詳情，請參閱本公司截至二零一一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，包括審閱截至二零一二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「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」，審閱本集團截至二零一二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

截至二零一二年六月三十日止六個月，本公司於香港聯交所購回合共100,000,000股每股面值0.01港元的普通股，總購入價為104,208,698.05港元。購回的普通股詳情如下：

購回月份	購回普通股數目	每股普通股價格		總購入價 港元
		最低 港元	最高 港元	
二零一二年四月	69,970,000	0.98	1.05	71,809,867.25
二零一二年五月	30,030,000	1.05	1.09	32,398,830.80
	<u>100,000,000</u>			<u>104,208,698.05</u>

於本中期報告日期，本公司於報告期內購回的100,000,000股普通股已全部註銷，而本公司的已發行股本亦已按其面值相應調減。董事根據股東授權購回上述股份，藉以提高本公司的資產淨值及／或每股盈利，讓整體股東受益。

除上文披露者外，截至二零一二年六月三十日止六個月，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。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將由二零一二年九月七日至二零一二年九月十一日，包括首尾兩日在內，暫停辦理股份過戶登記，以釐定符合收取二零一二年中期股息及中期特別股息的股東資格。為符合收取二零一二年中期股息及中期特別股息的資格，所有過戶文件連同相關股票必須於二零一二年九月六日下午四時三十分前遞交至本公司之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號舖。

刊發業績公告

本中期業績公告可於本公司網頁www.dxsport.com及香港聯合交易所有限公司網頁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，二零一二年八月二十二日

於本公告日期，本公司執行董事為陳義紅先生及秦大中先生；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金志國先生、項兵博士及徐玉棣先生。