



China Dongxiang (Group) Co., Ltd.

中國動向(集團)有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

中國動向 2009 上半年再創佳績 權益持有人應佔盈利上升 41.3% 達人民幣 7.22 億

專注的品牌策略及優秀的產品設計及研發能力
帶動毛利率上升至 62.2%

業績摘要

	截至 6 月 30 日止 6 個月		變動 (%)
	2009 上半年 (人民幣百萬元)	2008 上半年 (人民幣百萬元)	
銷售額	1,868.4	1,399.4	+33.5%
毛利	1,162.7	854.8	+36.0%
毛利率	62.2%	61.1%	+1.1 百分點
經營盈利	849.7	612.1	+38.8%
收購 Phenix Co., Ltd. ("Phenix") 產生負商譽 的收益(一次性收益)	--	146.0	不適用
權益持有人應佔盈利			
— 計入一次性收益前	722.0	510.8	+41.3%
— 計入一次性收益後	722.0	656.8	+9.9%
	(人民幣分)	(人民幣分)	
每股基本盈利			
— 計入一次性收益前	12.74	9.00	+41.6%
— 計入一次性收益後	12.74	11.57	+10.1%
每股中期及中期特別股息	5.09	3.59	+41.8%

【2009 年 9 月 9 日 - 香港訊】-中國領先的國際運動服裝品牌企業 - 中國動向(集團)有限公司(「中國動向」或「公司」, 香港聯交所上市股份編號: 3818, 連同其附屬公司「集團」), 今天公佈截至 2009 年 6 月 30 日止六個月中期業績(「回顧期」)。

儘管面對全球經濟下滑, 集團在 2009 年上半年仍能取得優秀的財務表現。期內集團錄得銷售總額人民幣 1,868,400,000 元, 較 2008 年同期增長 33.5%。權益持有人應佔盈利增加 9.9% (倘不計及 2008 年收購日本 Phenix 的一次性收益, 則增長為 41.3%) 至人民幣 722,000,000 元, 每股基本盈利上升 10.1% 至人民幣 12.74 分。董事會建議派發截止至 2009 年 6 月 30 日止 6 個月權益持有人應佔盈利約 30.0% 及 10.0% 作為中期及中期特別股息, 相當於分別派發每股人民幣 3.82 分及 1.27 分, 合共人民幣 5.09 分, 中期派息比率為 40%。

-續-



回顧期內，集團的毛利及經營盈利分別為人民幣 1,162,686,000 元及 849,696,000 元，按年增幅分別為 36.0%及 38.8%。集團的整體毛利率及經營利潤率分別上升 1.1 百分點及 1.8 百分點至 62.2%及 45.5%。

中國動向主席陳義紅先生表示：「在 2009 年上半年充滿挑戰的環境下，我們積極舉措應對消費低迷，審慎考量生意機會，力行穩健財務及運營管理，並同時利用危機帶來的機遇進行團隊磨練、內部整合與機制完善，為新增長週期到來時有更出色的表現蓄勢。」

集團的主要業務 Kappa 品牌銷售額增加 30.2%至人民幣 1,674,400,000 元，佔集團期內總銷售額之 89.6%（2008 年：91.9%）。服裝產品之銷售佔比為 73.4%（2008 年：72.1%）。鞋類及配件佔品牌銷售總額的比例分別為 21.9%（2008 年：23.3%）及 4.7%（2008 年：4.6%）。此銷售比例合符集團採取穩定產品組合的政策，務求把全球金融危機帶來的風險減至最低。

於 2009 年 6 月 30 日，本集團中國分部擁有 43 名經銷商直接或間接營運 3,315 間零售門市，銷售 Kappa 品牌產品，較 2008 年 12 月 31 日的 2,808 間零售門市，淨增加 507 間零售門市。2009 年 1 月，集團分別與其五家位於杭州、山西、瀋陽、天津及南京的主要經銷商成立五家合營公司，並擁有各家合營公司 30%的少數股東權益。此舉不但進一步鞏固集團在中國的零售網絡，並將有助監察主要經銷商以及對它們施行影響力，藉以優化分銷網絡的營運、業務策略的方針及執行以及財務監控。

日本市場方面，Phenix 於日本的分銷渠道包括體育用品量販店、體育用品專門店、經銷商、百貨公司、互聯網以及其自有門市及直銷專門店。於 2009 年 6 月 30 日，「Phenix」及「Kappa」分別約有 1,100 及 2,600 個銷售點。

2009 年上半年，集團繼續一貫性的採用有差異化的市場推廣及宣傳策略。集團透過贊助活動，有效地提高集團品牌的知名度。回顧期內，Kappa 品牌獲委任為挪威國家代表隊 2010 年冬季奧運會及 2012 年夏季奧運會的官方指定運動服供應商。另外，Phenix 品牌與日本國家滑雪隊訂立贊助協議；日本 Kappa 確認贊助日本三支 J-1 足球隊。娛樂營銷策略方面，集團與國內最成功的製片商及娛樂傳媒集團之一華誼兄弟傳媒集團，合組戰略聯盟。另外，集團亦舉辦了 Kappa Omini 40 周年慶祝活動以及 Kappa X YOHO!潮流盛典推廣活動等。

集團透過提供具活力、時尚及青春設計的產品，適應瞬息萬變的市場趨勢。於 2009 年 6 月 30 日，集團擁有由 60 名人員（包括中國籍、日本籍、韓國籍及意大利籍）組成的設計團隊。為進一步加強產品設計能力，集團於 2009 年 7 月與 Adidas 前環球創作總監 Michael Michalsky 訂立協議，開發及推出 Kappa 品牌的新產品系列。此合作無疑能夠豐富集團的產品系列，為商品注入更多時尚的元素。

中日兩方面資源整合、流程再造項目進入收尾階段。而生產加工資源共享以及管控功能向中國區的轉移，亦令日本團隊生產成本及生產管控費用明顯降低，並具有進一步改善之空間。

-續-

展望未來，集團將繼續持積極審慎的態度，確保業務穩健增長，並將繼續依循四大長遠業務方針：品牌建設、擴大零售網絡、提升內部營運及多品牌策略。

市場營銷策略方面，集團將會繼續挑選並贊助切合 Kappa 品牌形象的時裝及體育活動。2009 年 8 月，Kappa Golf 成爲全球十大高爾夫賽事之一世界高爾夫錦標賽（世錦賽）— 滙豐冠軍賽 2009 年至 2011 年的官方服裝合作夥伴，爲賽事提供高爾夫服裝。此世界級的盛事定能提升 Kappa 及 Kappa Golf 的品牌形像。

此外，集團將繼續與經銷商合作，在省會、一線城市以及高潛力的二、三線城市增設店舖。二零零九年一月，本集團分別與其五家位於杭州、山西、瀋陽、天津及南京的主要經銷商，合組合營公司，目的加強集團在中國市場的零售網絡。此外，集團亦於 2009 年下半年與一家在北京及鄰近地區、山東、陝西及寧夏等市場經營業務的經銷商合組第六家合營公司。

收購 Phenix 除可實現集團的多品牌策略以外，亦爲集團締造黃金機會，在中國市場推出 Phenix 的優質滑雪、戶外及高爾夫球運動服。2009 年，集團成功在中國市場推出 Phenix 的「Kappa Golf」品牌及「Phenix」品牌產品。此外，本集團亦計劃在中國市場推出 Kappa 品牌的副品牌 Robe Di Kappa（「RDK」）。

陳主席補充：「我們致力成爲中國最優秀的多品牌運動服裝企業。Kappa 品牌是我們首個品牌，爲推進集團多品牌策略，奠下非常堅實的基礎。我們將運用管理層在運動服裝行業擁有的豐富經驗，再結合集團的雄厚財力，竭力尋求和發掘機會，藉以收購一個或多個國際品牌在中國及／或區域性市場的擁有權或長期經營權。我們深信，多品牌策略可爲股東及投資者帶來裨益。」

-End-

關於中國動向（集團）有限公司

中國動向爲一家中國領先的國際運動服裝品牌企業，並於 2007 年 10 月 10 日正式於香港聯合交易所上市。中國動向主要在中國從事設計、開發、市場推廣及批發品牌運動服裝。中國動向現擁有國際知名 Kappa 品牌在中國、澳門及日本的全部權益。集團的產品擁有活力、時尚及青春的形象，受到中國急速增長的高潛力客戶群的熱烈歡迎。中國動向於二零零八年五月一日完成收購日本運動服裝企業—Phenix。Phenix 爲國際知名品牌，並享有全球滑雪及戶外運動服裝市場最高的市場份額。

此新聞稿由博達國際（財經）傳訊集團代中國動向（集團）有限公司發佈。如有垂詢，請聯絡：

博達國際（財經）傳訊集團

劉婉玲小姐 電話：+852 3150 6761 / 9199 2965 電郵：harriet.lau@pordafinance.com.hk
蕭慕潔小姐 電話：+852 3150 6771 / 9316-8576 電郵：sharis.siu@pordafinance.com.hk
何欣欣小姐 電話：+852 3150 6755 / 9052 9451 電郵：susanna.ho@pordafinance.com.hk