



於開曼群島註冊成立的有限公司 (香港聯交所股份代號: 1368)

特步公佈 2022 年全年業績 集團收入創下人民幣 129.30 億元新高

摘要

- 集團收入衝破歷史高位，創下人民幣 129.30 億元的紀錄，增長 29.1% (2021 年：人民幣 100.13 億元)。特步主品牌收入亦再創新高，達到人民幣 111.28 億元 (2021 年：人民幣 88.41 億元)，同比大幅增長 25.9%
- 集團經營溢利溫和上升 4.9% 至人民幣 14.64 億元 (2021 年：人民幣 13.96 億元)。特步主品牌經營溢利增加 9.4% 至人民幣 17.59 億元 (2021 年：人民幣 16.08 億元)
- 本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣 9.22 億元 (2021 年：人民幣 9.08 億元)，輕微增加 1.5%。特步主品牌淨利潤增長 10.7% 至人民幣 13.46 億元 (2021 年：人民幣 12.15 億元)
- 建議派發末期股息每股 7.1 港仙 (2021 年：每股 13.5 港仙)，股東亦可收取代息股份以替代現金。連同中期股息每股 13.0 港仙，全年派息比率約為 50.0% (2021 年：60.0%)
- 於 2022 年 12 月 31 日，集團於中國內地及海外共有 6,313 家特步成人品牌店舖，以及於中國內地共有 1,520 家特步兒童品牌店舖
- 時尚運動分部收入增加 44.4% 至人民幣 14.03 億元 (2021 年：人民幣 9.71 億元)。於 2022 年 12 月 31 日，蓋世威及帕拉丁在亞太地區分別有 72 及 56 間品牌店
- 專業運動分部的收入錄得強勁增長，達到人民幣 4.00 億元 (2021 年：人民幣 2.01 億元)，增幅高達 99.0%。於 2022 年 12 月 31 日，索康尼及邁樂在中國內地分別有 69 間品牌店及 4 間品牌店

2023年3月22日，香港訊 – 中國領先的專業體育用品企業**特步國際控股有限公司**（「公司」，連同其附屬公司「集團」）（股份代號：1368.HK）今天公佈截至2022年12月31日止年度（「2022年」或「年內」）之經審核全年業績。

集團業務在新冠疫情及宏觀經濟不穩定的情況下，繼續展現強勁韌力。集團於2022年的收入衝破歷史高位，增長29.1%至人民幣129.30億元（2021年：人民幣100.13億元）。特步主品牌收入亦再創新高，達到人民幣111.28億元（2021年：人民幣88.41億元），同比大幅增長25.9%。集團經營溢利溫和上升4.9%至人民幣14.64億元（2021年：人民幣13.96億元）。特步主品牌經營溢利增加 9.4% 至人民幣17.59億元（2021年：人民幣16.08億元）。本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣9.22億元（2021年：人民幣9.08億元），輕微增加1.5%。特步主品牌淨利潤增長10.7%至人民幣13.46億元（2021年：人民幣12.15億元）。每股基本盈利為人民幣36.6分（2021年：人民幣36.4分）。

董事會擬派末期股息每股7.1港仙（2021年：每股13.5港仙），股東亦可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股13.0港仙計算，全年派息比率約為50.0%（2021年：60.0%）。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「跑步在所有運動類型中擁有最快的增長勢頭，我們不遺餘力地強化在中國內地最大的跑步生態圈，以保持其在跑步領域的領先地位。受惠於中國內地近期重新開放邊境，我們對 2023 年及以後的業務前景保持樂觀態度。此外，中國內地推出的 2021 至 2025 年全民健身計劃，承諾增加體育設施及資源，提高恆常運動人口的比例，將推動國家體育產業總值於 2025 年達到人民幣 5 萬億元。集團已處於有利位置，順應國家對健身的熱情推動業務增長，並通過多品牌組合，發揮長期可持續的優勢。」

業務回顧

大眾運動

特步

作為中國跑者最喜愛的品牌，特步主品牌通過完善的跑步生態圈，涵蓋一流的跑步產品、馬拉松贊助、特步跑步俱樂部及特跑族會員，鞏固在跑步的領先地位。集團致力創造優質跑步產品的成果，已反映在專業跑者對特步跑鞋的持續喜愛上。特步跑鞋的整體穿著率在馬拉松男運動員百強達**35%**，位列所有品牌中首位¹。

產品

「160X」碳板跑鞋系列自三年前面世後一直見證冠軍誕生，至今已助力**49**位中國運動員奪得**228**個冠軍頭銜，及打破國家紀錄。2023年3月，何杰和楊紹輝於無錫馬拉松穿著特步「160X 3.0 PRO」，分別以**2:07:30**及**2:07:49**的佳績，打破塵封逾**15**年的馬拉松國家紀錄。2022年12月，在廈門環東半程馬拉松賽場上，彭建華及董國建穿著「160X 3.0 PRO」，分別以**01:02:30** 及**01:02:37** 的時間刷新全國紀錄。2022年7月，特步「160X 2.0」亦幫助厄立特里亞的納茲雷特·威爾杜在2022年世界田徑錦標賽女子馬拉松決賽中以**2:20:29** 的成績，打破自己之前創下的厄立特里亞國家紀錄。

被譽為「冠軍跑鞋」，「160X」系列的新一代跑鞋「160X 3.0 PRO」於2022年9月亮相，展現出集團的創新能力。鞋款採用的「XTEP ACE」緩震科技搭載全球首創的「PISA」超臨界發泡技術，為專業跑者提供極佳的回彈和推進感。根據國際機構發表的評測報告，「160X 3.0 PRO」在緩震、防滑、耐磨及回彈方面可媲美甚至優於海外主要品牌的頂級跑鞋。

繼第一代「260」亮相一年後，集團於2022年9月推出全面升級的「260 2.0」跑鞋。全新鞋款在上一代的基礎上進行升級，中底採用全球首創的PISA超臨界發泡「XTEP ACE」緩震技術，提供達**70%**以上的超能回彈。全掌尼龍纖維板加上更防滑耐用的馬拉松級別CPU大底，在保證緩震性能的同時更提高了跑步效率。

馬拉松賽事及體育明星

2022年下半年，在疫情得到更有效控制的情況下，部分線下馬拉松及跑步賽事得以恢復。當中包括三場萬眾期待的馬拉松，即2022年廈門馬拉松 — 由特步贊助的世界田徑精英白金標賽事，並為中國內地最享負盛名的馬拉松賽事之一，以及上海馬拉松及北京馬拉松。

在「160X」跑鞋系列的幫助下，特步贊助的體育明星在上述馬拉松比賽中取得亮麗的成績，特步跑鞋也創下了卓越的穿著率。豐配友及楊紹輝穿著特步「160X」跑鞋分別奪得廈門馬拉松及上海馬拉松男子組冠軍。在三小時內完成廈門馬拉松的參賽者中，特步跑鞋的穿著率高達**53.8%**，在所有品牌中高踞榜首。於上海馬拉松中，特步跑鞋的穿著率達**25.2%**，在國產和所有品牌中分別位列第一和第二。

此外，新疆選手阿奴拜克·庫彎穿著屢創馬拉松歷史的特步「160X 3.0 PRO」跑鞋在北京馬拉松奪冠，登上以往一直由國際品牌主導的領獎台。此外，特步跑鞋於北京馬拉松的整體穿著率在國產品牌中位列首位，在所有品牌中位踞前四。

零售管理及品牌

年內，特步通過零售渠道升級及開設「九代店」，為顧客提供有凝聚力的消費體驗，成功提高了顧客的滿意度及連帶率。在店鋪面積更大的「九代店」中，運用充滿活力感的視覺營銷，例如燈光控制、人工智能機械人、數字化屏幕及可升降舞台，繼續成為品牌吸引、聯繫並接觸年輕受眾的關鍵。這些努力亦使集團能夠建立更年輕的顧客群，從而支持品牌長期可持續的發展。於2022年12月31日，集團於中國內地及海外共有**6,313**家主要由集團授權分銷商經營的特步成人品牌店鋪。

¹ 資料來源：98 Run — 2022 年中國內地前 100 名男子及前 100 名女子馬拉松運動員所穿著的鞋履

特步兒童

產品、品牌及零售網絡管理的成功重組，為特步兒童業務於近年疫情下的強勁增長奠定了堅實基礎。順應政府對提高兒童健身可及性的支持，集團在2022年迅速加大了對特步兒童業務的投入，以把握新興的市場機會。於2022年12月31日，特步兒童在中國內地有1,520家主要由集團授權分銷商經營的店舖（2021年12月31日：1,179個銷售點）。

時尚運動

蓋世威和帕拉丁

疫情及供應鏈中斷逐步恢復正常，為蓋世威及帕拉丁的海外業務改善提供了支持。2022年，時尚運動分部收入增加44.4%至人民幣14.03億元，佔集團收入的10.8%。

鑑於集團持續優化產品組合及設計，以改變消費者對蓋世威的觀念並提升競爭力，蓋世威在中國內地試業店舖的店效及其他營運指標在年內均顯著改善。自首間門店於2022年1月開業以來，集團在2022年下半年加快了在高線城市的開店速度。於2022年12月31日，蓋世威在亞太地區（包括中國內地）有72間品牌店。

2022年，帕拉丁堅持專注於具有影響力的業務重點，包括優化中國內地門店的零售網絡及產品組合。年內，品牌在高端購物中心開設更多擁有完善產品的新形象店，提升知名度。於2022年12月31日，帕拉丁在亞太地區（包括中國內地）有56間品牌店。

專業運動

索康尼和邁樂

儘管受疫情影響，索康尼仍以傲人的店效，以及在精英跑者間的認可度提升，成功展示其在中國內地的增長潛力。於2022年，專業運動分部的收入錄得強勁且持續的99.0%同比增長，至人民幣4.00億元，佔集團2022年收入的3.1%。

年內，集團致力通過特步跑步俱樂部及在中國內地高線城市的高端商場開設新店，以擴展索康尼的零售網絡。品牌曝光率的提升，加上出色的產品設計，以及優越的性能，令索康尼的跑鞋獲得中國內地專業跑者的關注。在眾多大型馬拉松上，其出眾的穿著率足以證明品牌受歡迎的程度。在2022年上海馬拉松中，索康尼的整體穿著率在所有品牌中排名前三。此外，於2022年廈門馬拉松及北京馬拉松中，其整體穿著率於所有品牌中分別位踞前三及前四。於2022年12月31日，索康尼及邁樂在中國內地分別有69間品牌店及4間品牌店。

展望

隨著中國內地在經過已接近三年的嚴格疫情防控後，並重新迅速對外開放，配合政府為推廣體育發展付出前所未有的努力，和國內的運動參與度及跑者人數穩步上升，體育用品行業前景向好。有利的國家政策和市場趨勢將為頂尖的跑步產品創造龐大的機遇，從而增強了集團對2023年及之後的業務信心。

除了在「世界級中國跑鞋」的全新品牌戰略定位下擁有雄厚的產品科技實力外，特步主品牌將通過建立中國內地最大、最活躍的品牌跑步團體，體育賽事贊助，與知名運動員合作，及提供跑步激勵計劃，打造具國際水準的跑步生態圈，繼續鞏固其獨有的品牌力。與此同時，專業運動分部在年內的出色表現亦超出預期。尤其是索康尼憑藉尖端技術和在中國消費者中的良好聲譽，擺脫了新冠疫情所帶來的影響。通過與特步主品牌共享資源，及加快開店速度，拓展零售網絡以擴大經營規模，預期索康尼將繼續把握專業運動體育用品日益增長的需求，伴隨預期的經濟復甦，締造優厚的收益。

此外，中國政府將政策重心從學術轉移至體育運動，促使人們重新對兒童市場的潛力產生興趣。隨著兒童業務在品牌及產品升級的成功重組支持下，集團預計該業務未來幾年將保持高增長軌跡。特步主品牌及特步兒童將同時開設更多新一代零售店，提供無可挑剔的顧客體驗，以提高店效和市場份額。

通貨膨脹和地緣政治緊張局勢，使消費者支出和整體經濟，尤其是美國和歐洲，於2023年進入較弱的增長軌道。因此，集團對時尚運動分部海外業務的短期前景保持謹慎態度。另一方面，由2022年起，蓋世威於中國內地的試業店舖取得顯著進展，為穩定的增長奠下基礎。預期該品牌在高線城市的加快開店，以及產品組合的優化，將有助釋放品牌的優厚潛力。帕拉丁方面，品牌將繼續以新形象店優化零售網絡，提升店內體驗，促進與年輕一代建立更緊密的聯繫。

中國內地消費者的信心逐步恢復，將引領集團渡過由疫情引發的短期經濟不確定性，因此我們對中國體育用品行業的長遠前景保持樂觀態度。集團有信心通過穩健的「五五規劃」實現可持續增長，提高市場份額，鞏固其作為中國內地領先體育用品公司之一的地位。

- 完 -

關於特步國際控股有限公司

特步國際控股有限公司（香港聯交所股份代號：1368）為一家領先的多品牌體育用品公司，於2008年在香港聯合交易所主板上市。集團主要從事成人和兒童體育用品（包括鞋履、服裝和配飾）的設計、研發、製造、銷售、行銷及品牌管理。憑藉多元化的品牌組合，包括特步主品牌、蓋世威、帕拉丁、索康尼及邁樂，集團戰略性地瞄準大眾運動、時尚運動和專業運動分部，擁有龐大的全球分銷網路，在亞太地區、北美洲以及歐洲、中東和非洲地區擁有超過8,000家門店。

特步為MSCI中國指數、恒生綜合指數系列、滬港通及深港通的成分股。如欲取得更多集團相關資料，請流覽特步企業網站 www.xtep.com.hk 或掃描下方二維碼關注集團官方微信帳號。



如有垂詢，請聯絡：

特步國際控股有限公司
投資者關係及可持續發展
電話：(852) 2152 0333
電郵：ir@xtep.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司
鄭松雪 / 梁頌欣 / 許諾誼
電話：(852) 2864 4857 / (852) 2864 4862 / (852) 2114 4318
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

附錄

2022 年全年業績財務亮點

截至 12 月 31 日止年度	2022 年	2021 年	變化
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	12,930.4	10,013.2	+29.1%
毛利	5,291.7	4,177.9	+26.7%
經營溢利	1,464.3	1,396.2	+4.9%
普通股股權持有人應佔溢利	921.7	908.3	+1.5%
每股基本盈利 (人民幣分)	36.6	36.4	+0.7%
盈利能力比率			
毛利率	40.9%	41.7%	-0.8 百分點
經營溢利率	11.3%	13.9%	-2.6 百分點
淨利潤率	7.1%	9.1%	-2.0 百分點
派息比率	50.0%	60.0%	-10.0 百分點
	於 2022 年 12 月 31 日	於 2021 年 12 月 31 日	變化
淨現金及現金等值項目	1,225.7	1,925.4	-36.3%

集團收入及毛利率的明細

按產品劃分

截至 12 月 31 日止年度	2022 年	2021 年	變化
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	7,760.2	5,928.2	+30.9%
毛利率	40.9%	42.8%	-1.9 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	4,896.9	3,887.4	+26.0%
毛利率	41.3%	40.6%	+0.7 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	273.3	197.6	+38.2%
毛利率	33.7%	31.6%	+2.1 百分點

按品牌性質劃分

截至 12 月 31 日止年度	2022 年	2021 年	變化
大眾運動			
收入 (人民幣百萬元)	11,127.9	8,841.3	+25.9%
毛利率	41.3%	41.4%	-0.1 百分點
時尚運動			
收入 (人民幣百萬元)	1,402.5	970.9	+44.4%
毛利率	37.6%	44.6%	-7.0 百分點
專業運動			
收入 (人民幣百萬元)	400.0	201.0	+99.0%
毛利率	42.7%	40.3%	+2.4 百分點