



特步国际控股有限公司

(于开曼群岛注册成立的有限公司)
股份代号：1368.HK

2020年全年业绩发布

2021年3月18日



2020年全年业绩摘要



收入

人民币 **81.72** 亿元 ▼ **0.1%**

经营利润

人民币 **9.18** 亿元 ▼ **25.6%**

净现金及现金等值项目

人民币 **22.51** 亿元 **2019年12月31日:**
人民币**21.32** 亿元

普通股股权持有人应占利润

人民币 **5.13** 亿元 ▼ **29.5%**

经调整后¹

(2020年上半年: ▼ **46.5%**
2020年下半年: ▲ **23.9%**)



末期每股股息

7.5 港仙² **全年派息比率:**
60.0%



6,021

于2020年12月31日
覆盖中国内地及海外的
特步品牌店铺数目



¹ 撇除 i) 2019年下半年出售附属公司和 ii) 2020年下半年出售Supra品牌的一次性收益

² 建议宣派的每股末期股息须于应届股东周年大会上获得股东批准

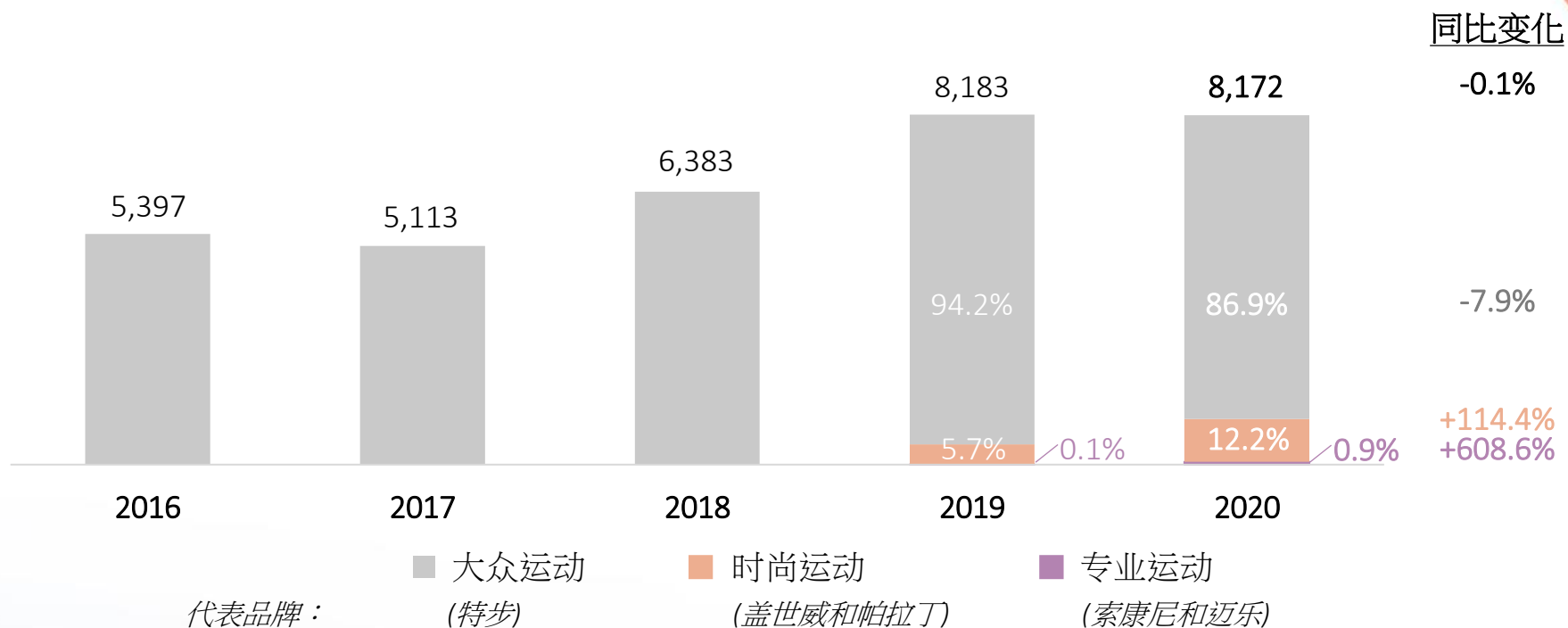
财务回顾



综合利润表

人民币百万元	2020	2019	同比变化
收入	8,172	8,183	-0.1%
毛利	3,198	3,550	-9.9%
销售及分销、一般及行政开支	2,588	2,625	-1.4%
经营利润	918	1,234	-25.6%
普通股股权持有人应占利润	513	728	-29.5%
每股基本盈利	人民币 20.8 分	人民币 30.7 分	-32.2%
毛利率	39.1%	43.4%	-4.3 百分点
销售及分销、一般及行政开支占收入比率	31.7%	32.1%	-0.4 百分点
经营利润率	11.2%	15.1%	-3.9 百分点
净利润率	6.3%	8.9%	-2.6 百分点

按品牌性质划分之收入 (人民币百万元)



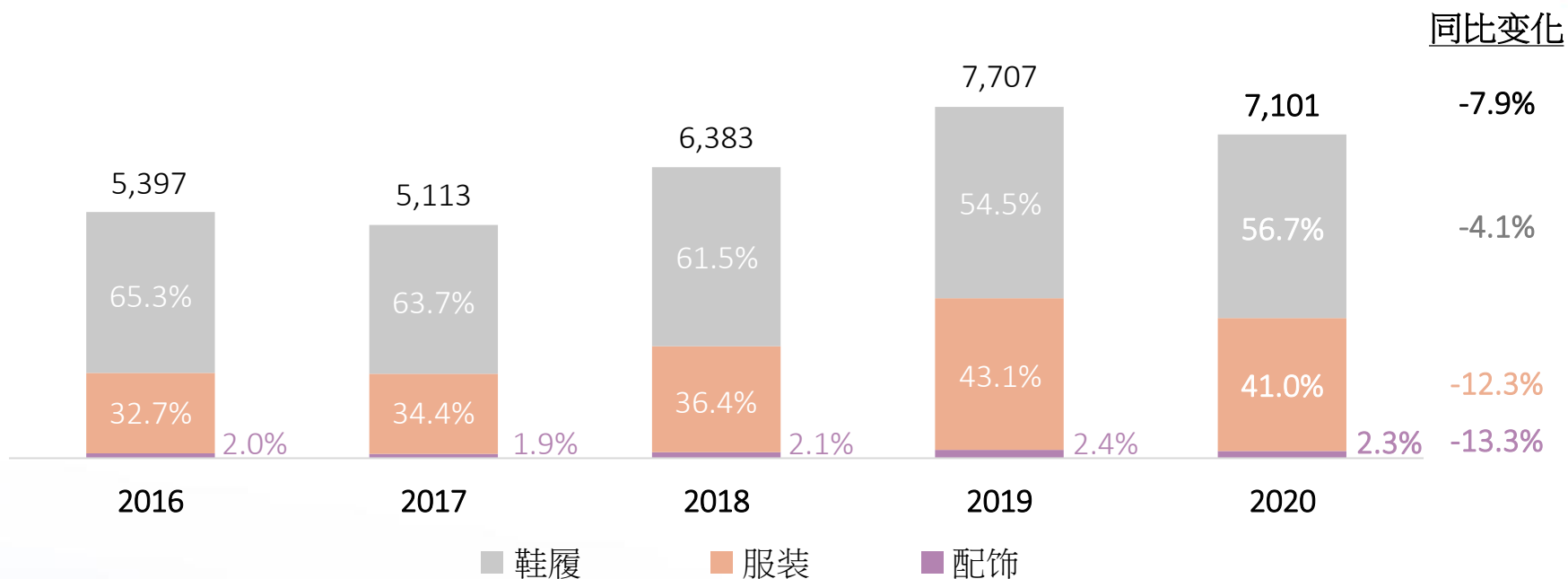
人民币百万元	2020	2019	同比变化
大众运动	7,101	7,707	-7.9%
时尚运动	999	466	+114.4%
专业运动	72	10	+608.6%
总计	8,172	8,183	-0.1%

利润表—特步主品牌

人民币百万元	2020	2019	同比变化
收入	7,101	7,707	-7.9%
毛利	2,762	3,375	-18.2%
销售及分销、一般及行政开支 ¹	1,981	2,371	-16.5%
经营利润	1,052	1,288	-18.3%
净利润	643	786	-18.2%
毛利率	38.9%	43.8%	-4.9 百分点
销售及分销、一般及行政开支占收入比率	27.9%	30.8%	-2.9 百分点
经营利润率	14.8%	16.7%	-1.9 百分点
净利润率	9.1%	10.2%	-1.1 百分点

¹销售及分销、一般及行政开支包括企业开支

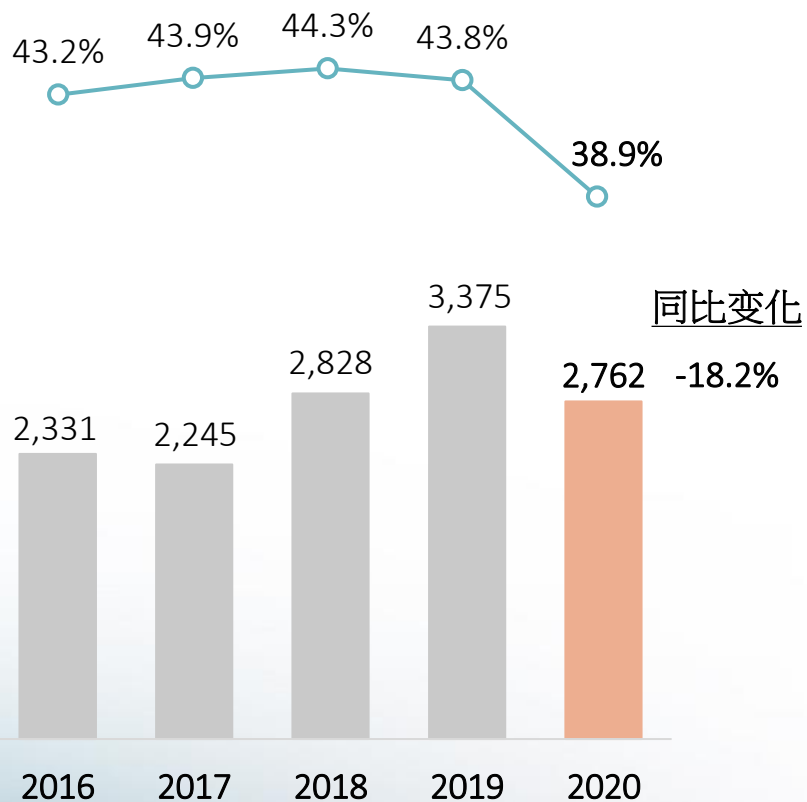
按产品类别划分之收入—特步主品牌 (人民币百万元)



人民币百万元	2020	2019	同比变化
鞋履	4,027	4,199	-4.1%
服装	2,913	3,323	-12.3%
配饰	161	185	-13.3%
总计	7,101	7,707	-7.9%

毛利及毛利率—特步主品牌

毛利 (人民币百万元)



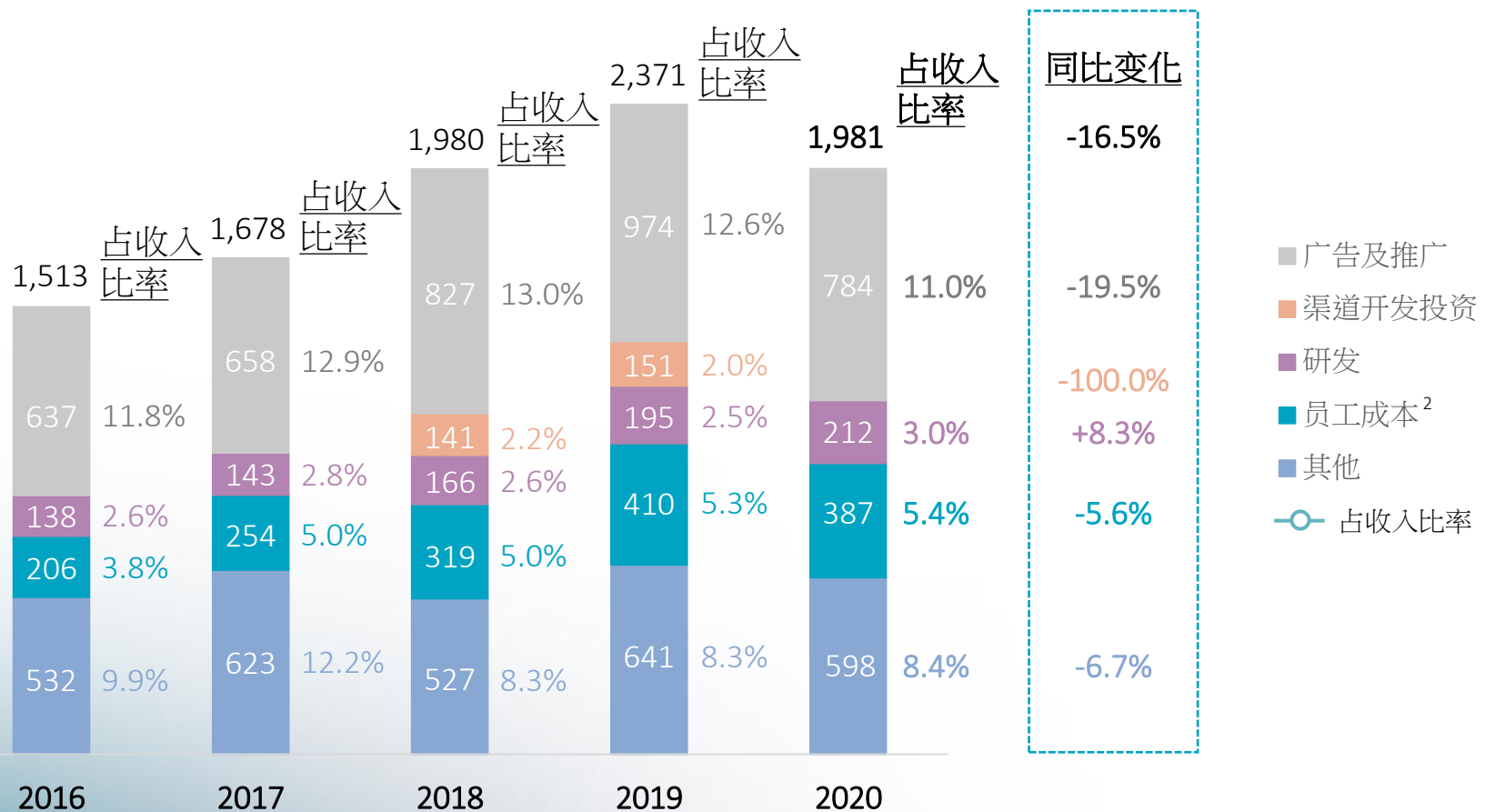
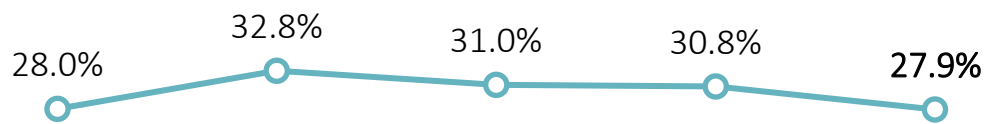
■ 毛利
—○— 占收入比率

产品毛利率 (%)

	2020	2019	同比变化
鞋履	39.4%	44.0%	-4.6 百分点
服装	38.5%	43.9%	-5.4 百分点
配饰	32.9%	37.3%	-4.4 百分点
总计	38.9%	43.8%	-4.9 百分点

销售及分销、一般及行政开支分析—特步主品牌¹

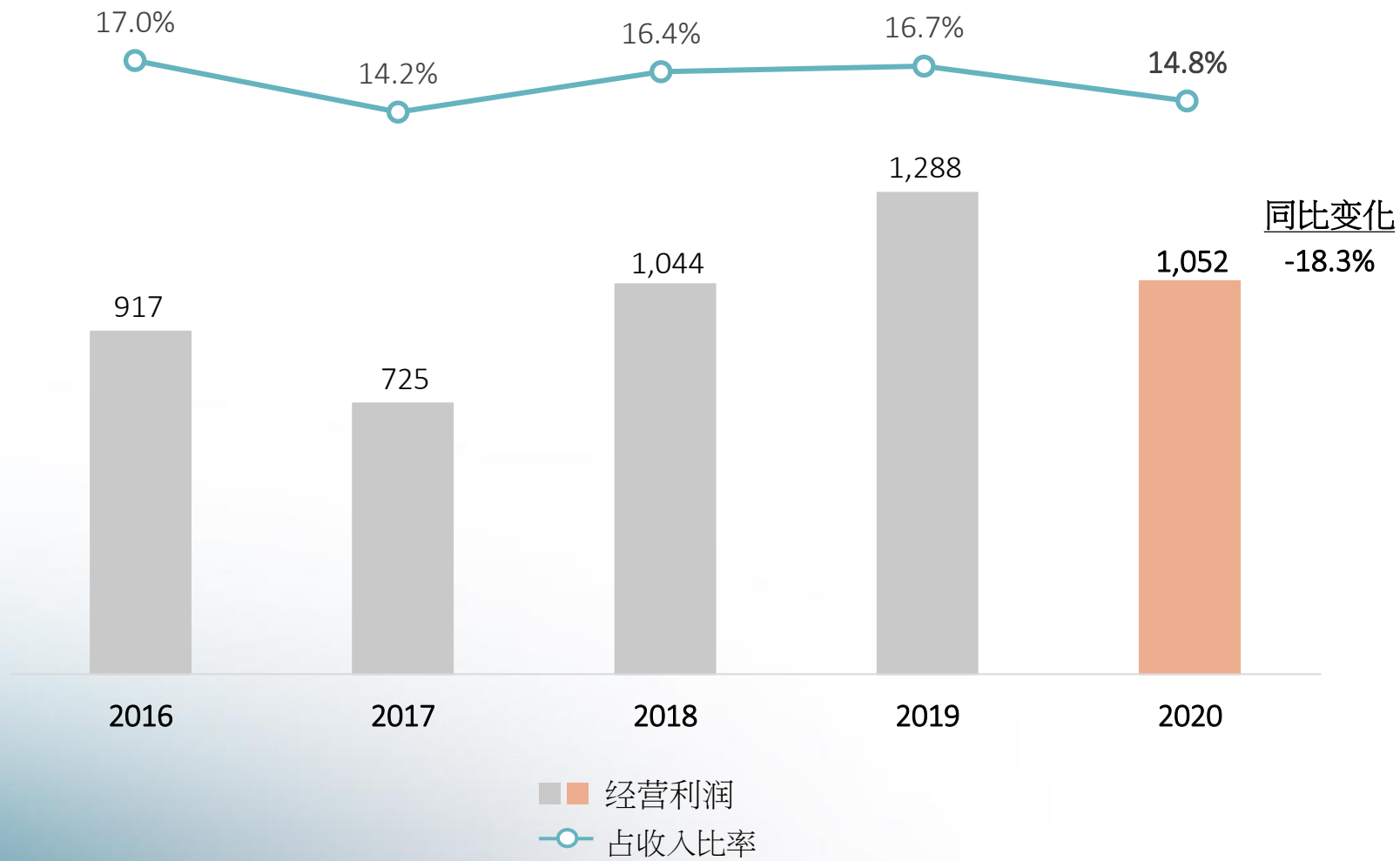
(人民币百万元)



¹销售及分销、一般及行政开支包括企业开支

²不包括与制造及研发相关的员工成本

经营利润—特步主品牌 (人民币百万元)



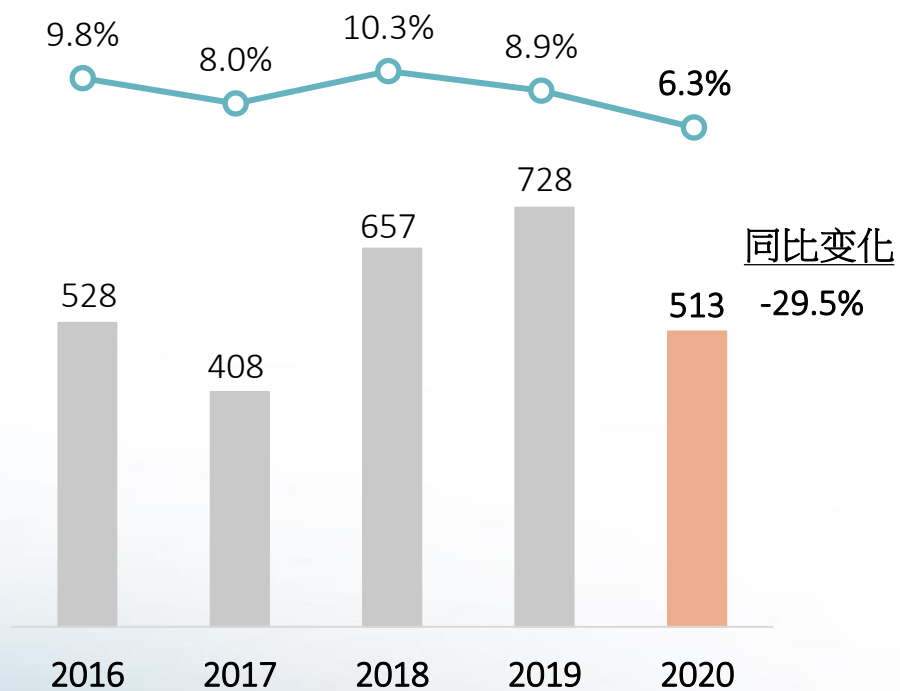
所得税明细 (人民币百万元)

人民币百万元	2020	2019
所得税年内拨备	255	337
过往年内拨备不足 / (超额)	(1)	6
递延税项	3	47
所得税总计(A)	257	390
除税前利润(B)	762	1,121
实际税率 = (A) / (B)	33.7%	34.8%

备注: 2019年和2020年与税务相关的政府补贴分别为人民币126百万元和人民币171百万元

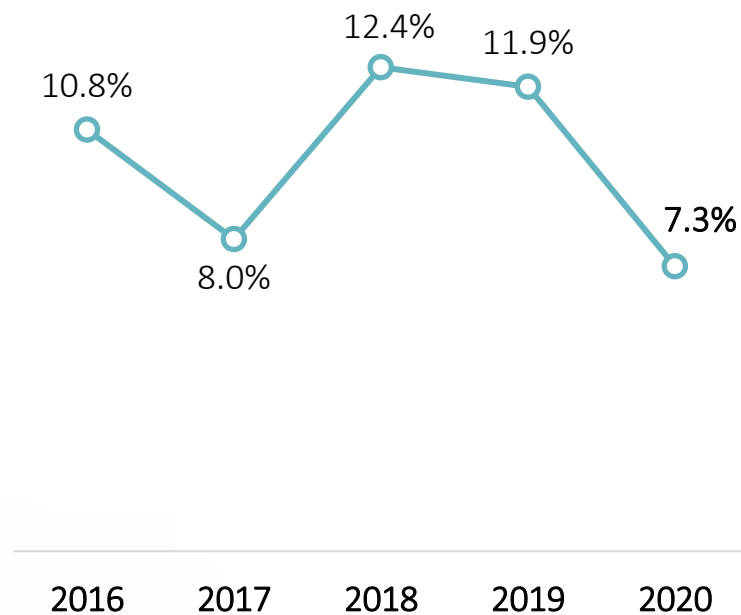
净利润及股本回报率

普通股股权持有人应占利润 (人民币百万元)



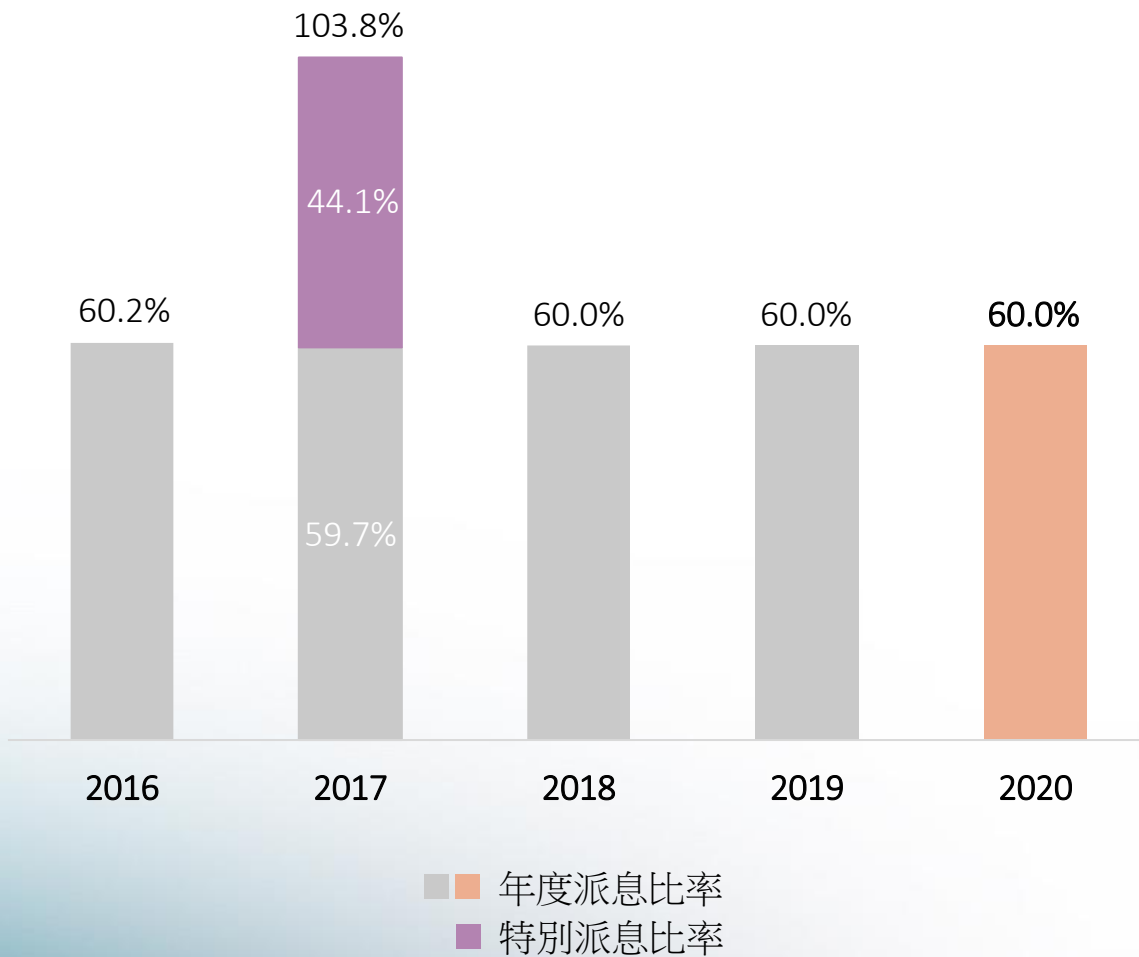
■ 普通股股权持有人应占利润
—○— 占收入比率

股本回报率 (%)



—○— 股本回报率

派息比率



2020年末期每股股息

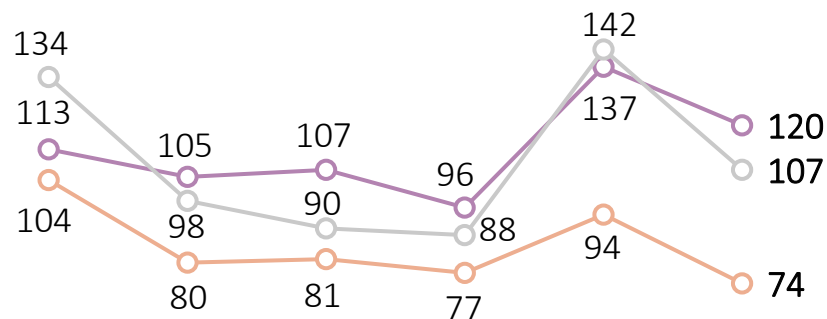
7.5 港仙¹

(2019年: 7.5 港仙)

¹ 建议宣派每股 7.5 港仙的末期股息，连同每股 6.5 港仙的中期股息，全年每股股息为 14.0 港仙

运营资金分析

运营资金周转 (天数)



2018年 上半年 (6月30日) 2018年 全年 (12月31日) 2019年 上半年 (6月30日) 2019年 全年 (12月31日) 2020年 上半年 (6月30日) 2020年 全年 (12月31日)

- 存货周转
- 应收贸易款项周转
- 应付贸易款项周转

运营资金结余明细 (人民币百万元)

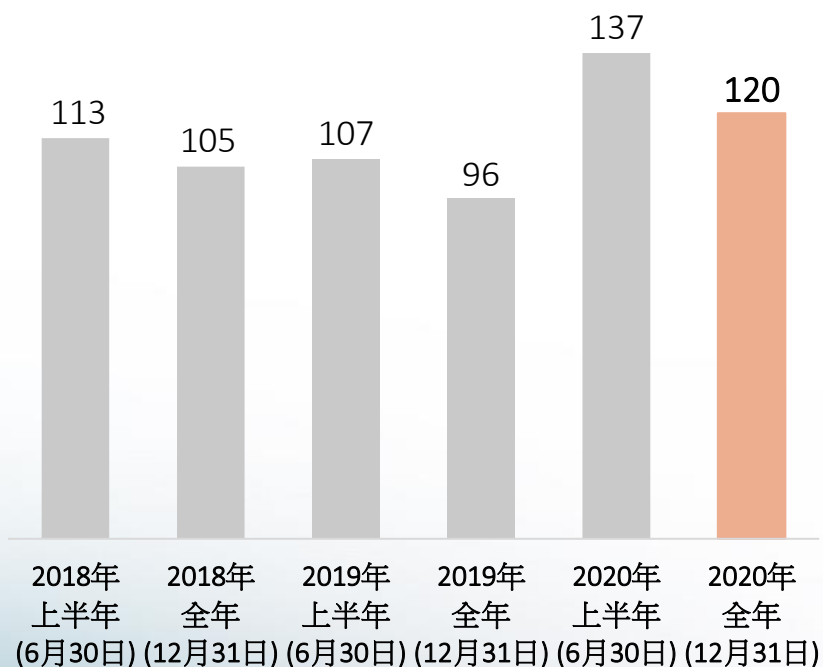
人民币百万元	2020年 12月31日	2019年 12月31日	同比变化
存货	975	1,046	-6.8%
应收贸易款项	2,760	2,596	+6.3%
应付贸易款项	1,479	1,420	+4.2%

2020年零售渠道的存货周转：

少于 **5 个月**

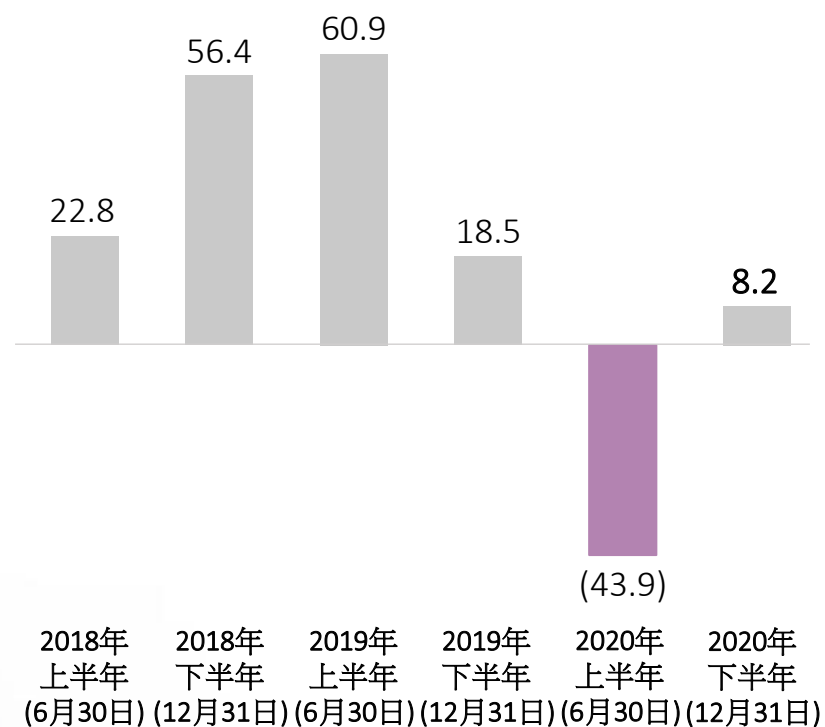
应收贸易款项分析

应收贸易款项周转 (天数)



■ 应收贸易款项周转

应收贸易款项回拨/(拨备) (人民币百万元)



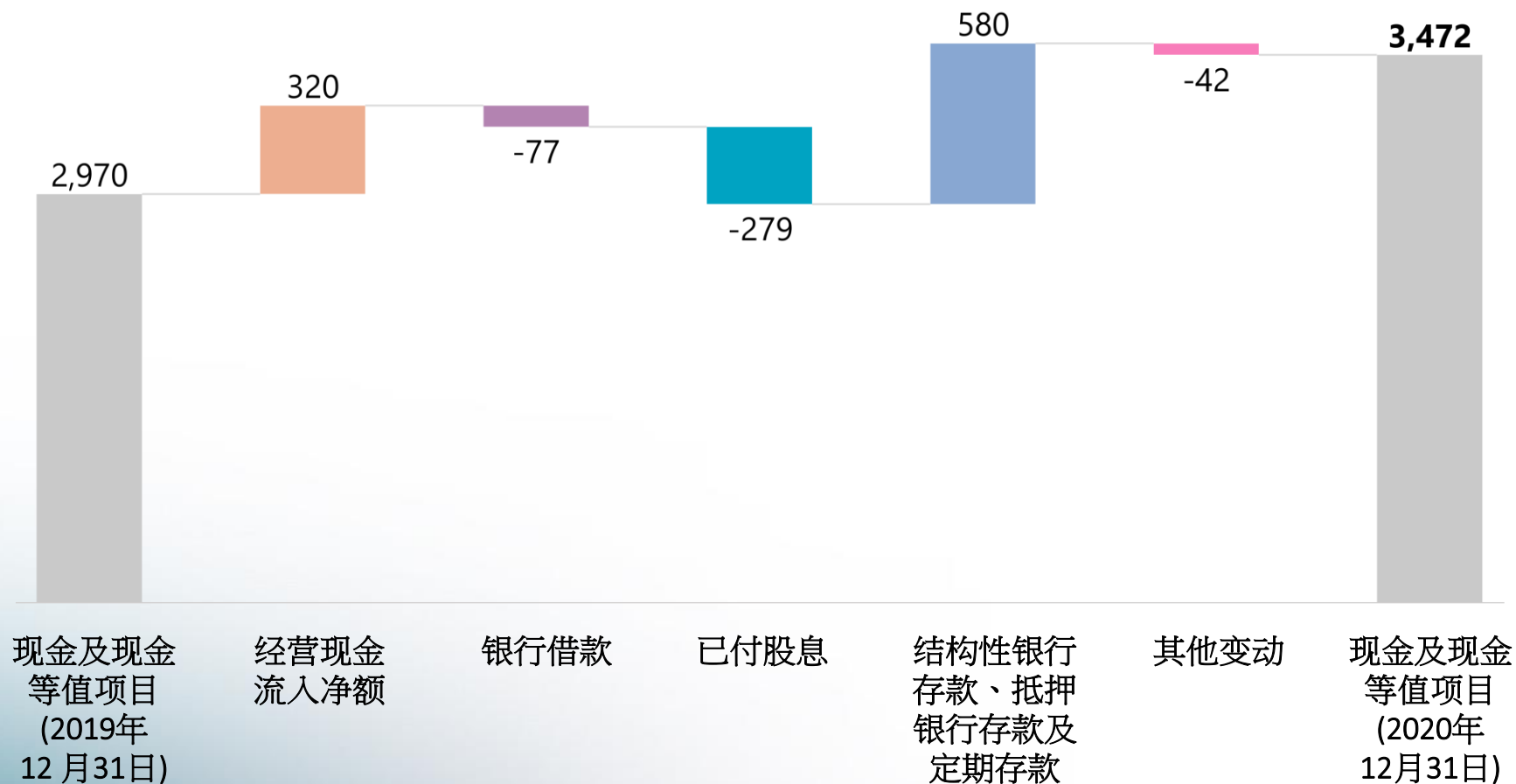
■ 应收贸易款项回拨
■ 应收贸易款项 (拨备)

资产负债表

人民币百万元	2020年 12月31日	2019年 12月31日	同比变化
流动资产	9,027	9,266	-2.6%
流动负债	3,334	3,671	-9.2%
现金及现金等值项目 (A)	3,472	2,970	+16.9%
结构性银行存款、抵押银行存款及定期存款 (B)	937	1,517	-38.2%
银行借款 (C)	2,158	2,355	-8.4%
净现金及现金等值项目 = (A)+(B)-(C)	2,251	2,132	+5.6%
净流动资产	5,693	5,595	+1.8%
流动资产比率 (倍)	2.7x	2.5x	+0.2x
负债比率 ¹ (%)	17.2%	19.1%	-1.9 百分点
股东权益	7,223	6,891	+4.8%
每股净资产值	人民币 2.87	人民币 2.77	+3.6%

¹ 为银行借款总额除以本集团总资产

现金流分析 (人民币百万元)



财务摘要—时尚运动

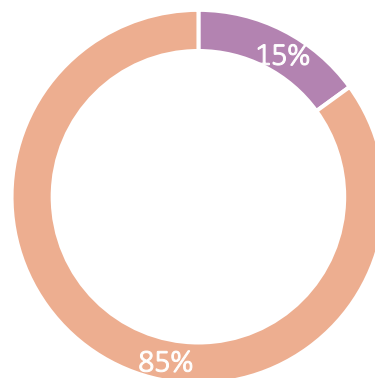
- 自3月中旬以来，由于新冠病毒疫情爆发，盖世威和帕拉丁在美洲和欧洲的业务运营受到影响

人民币百万元	2020
收入	999
毛利	407
毛利率	40.7%
经营亏损	(104)

对集团的收入贡献：

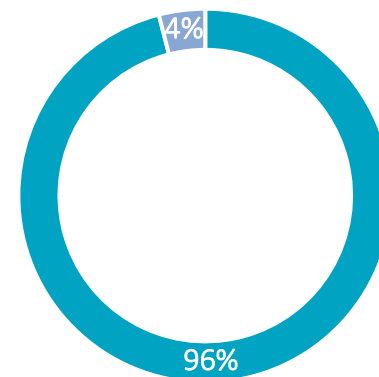
12.2% 2020年

按业务模式
划分之收入



零售
批发及其他

按产品
划分之收入



服装及配饰
鞋履

业务回顾



特步主品牌—零售网络



6,021 ▼ 358

于2020年12月31日，
中国内地及海外的
特步品牌店铺数目

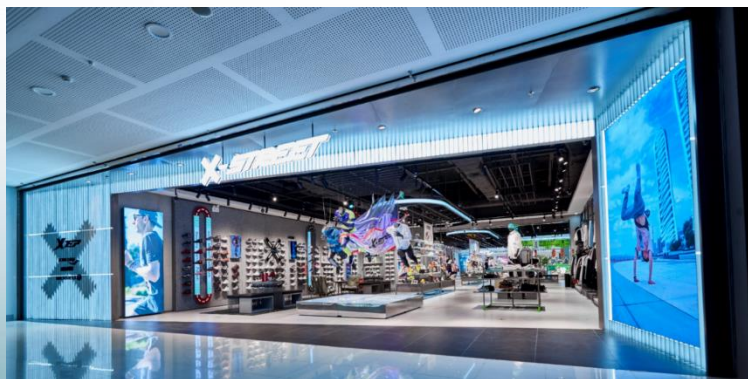


第九代
新零售形象店



中国内地
深圳市东门
(989 平方米)

首家多品牌集合店—X-STREET



中国内地福建省厦门市 (1,500 平方米)



特步主品牌—功能性运动产品

代表性专业跑鞋—160X



- 八位特步赞助的运动员在各项马拉松和跑步赛事中获得**26个冠军**
- 助力专业运动员突破以往速度水平



林书豪首款签名篮球鞋— XTEP JLIN ONE

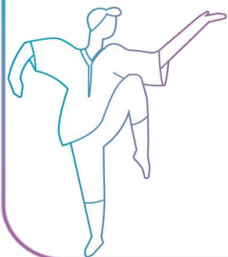
- ☆ 2020年10月在得物App以及北京三里屯知名球鞋店WZK首发
- ☆ 所有限量球鞋于发售日迅速售罄



特步主品牌—休闲及跨界产品

与少林寺合作

作为第一个与少林寺合作的体育用品品牌，诠释国潮



“特步 X 少林”系列



上海新天地快闪店
(2020年10月)



Sneaker Con
(2020年12月)



上海时装周
(2020年10月)

跨界系列—特步 x 姜子牙：一战封神



中国传统文化融入
现代时尚运动服装

特步主品牌—广告及推广 马拉松及赞助



重庆马拉松
(2020年11月)



南京马拉松
(2020年11月)

重庆马拉松 (线上) 电子证书
(2020年11月)



21

2020年于中国内地赞助
的线下、线上马拉松及跑步
赛事数目



1,500,000+

马拉松或线上跑步赛事的
参与人数

特步主品牌—广告及推广 代言人及娱乐营销



明星代言人



谢霆锋



林书豪



范丞丞



景甜



汪东城

娱乐营销



“特不服3.0”活动
推广“街头”系列



《男生女生向前冲》
官方指定服装赞助商

索康尼及迈乐—业务近况

自营店

saucony **MERRELL.**

32

6

于2020年12月31日，
中国内地一二线城市的自营店数目



上海南翔印象城
索康尼店铺
(156平方米)



北京燕莎奥特莱斯购物中心
迈乐店铺
(77平方米)



☆ 索康尼在上海马拉松¹及广州马拉松²的国际品牌分别排名第四和第七

电子商务—2020年双十一购物节



- ☆ 索康尼线上零售额是去年同期的三倍
- ☆ 迈乐线上零售额同比增长38%

¹资料来源：悦跑圈 (2020年12月) — 五小时内完成2020年上海马拉松的跑者所着跑鞋

²资料来源：悦跑圈 (2020年12月) — 完成2020年广州马拉松的跑者所着跑鞋

盖世威及帕拉丁—业务近况

自营店



43

亚太区
自营店数目



57

亚太区及欧洲
自营店数目

于2020年12月31日



香港屯门市广场
帕拉丁店铺 (64平方米)



帕拉丁 X
FINISTERRE



盖世威 X Matrix



香港屯门市广场
盖世威店铺 (90平方米)

电子商务



- ★ 疫情期间为盖世威和帕拉丁推广各类线上营销活动
- ★ 2020年两个品牌的线上零售额：
美洲同比增长**45%**
欧洲、中东和非洲同比增长**52%**

业务展望及战略



业务展望及战略

市场展望

- ☆ 对中国内地体育用品市场的长期发展保持乐观
- ☆ 消费板块将于2021年受惠于中国内地的经济增长，以及旨在提升家庭收入和促进消费的国家政策
- ☆ 中国人民于疫情后的健康意识和运动参与度的提高将带来更多的体育用品消费



- ☆ 继续为集团稳健增长的动力
- ☆ 在大众市场中提升品牌知名度，吸引年轻一代
- ☆ 增加研发投入及加强产品创新
- ☆ 提升店铺形象和提供非凡的顾客体验以加强店效



业务展望及战略

saucony **MERRELL.**

- ☆ 专业和高端体育用品的需求强劲，为索康尼和迈乐带来极具吸引力的前景
- ☆ 增加服装品类和本土化产品的比例
- ☆ 两个品牌将于2021年在中国内地开设更多新店



- ☆ 预期盖世威和帕拉丁的海外业务将逐步恢复
- ☆ 业务重心转移至亚太区，尤其是中国内地，并增加服装产品供应
- ☆ 加快帕拉丁2021年在中国内地的开店进度
- ☆ 专注于盖世威的品牌重塑及2022年初前的开店计划

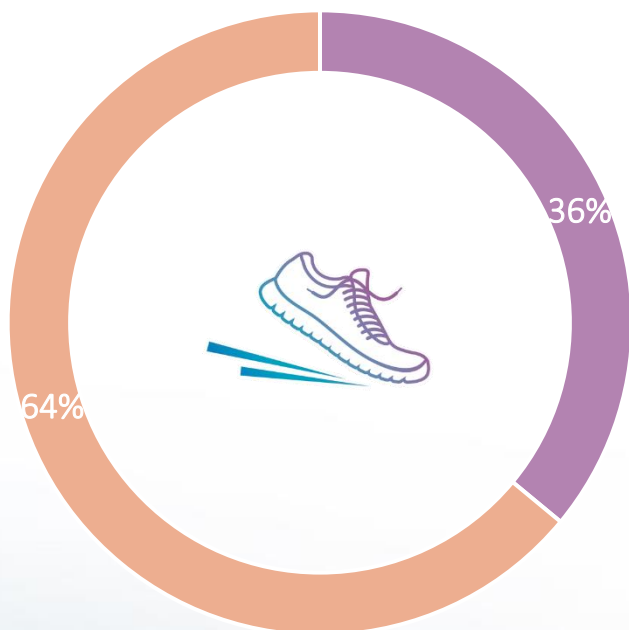


附录



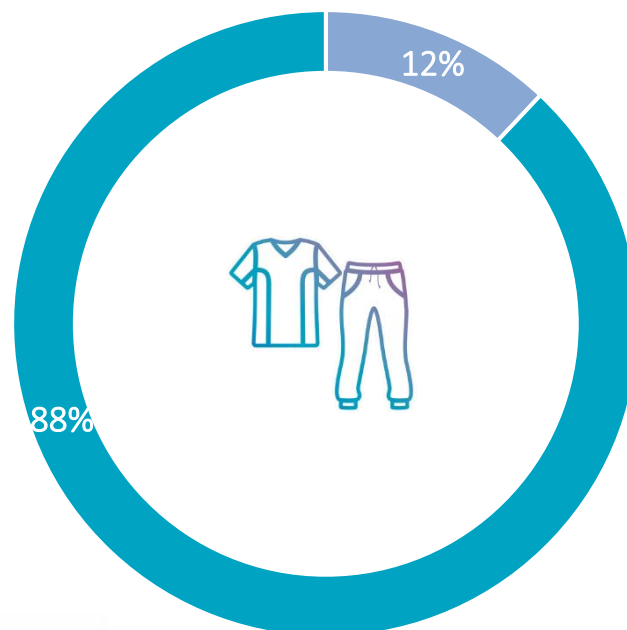
集团产能分配

鞋履



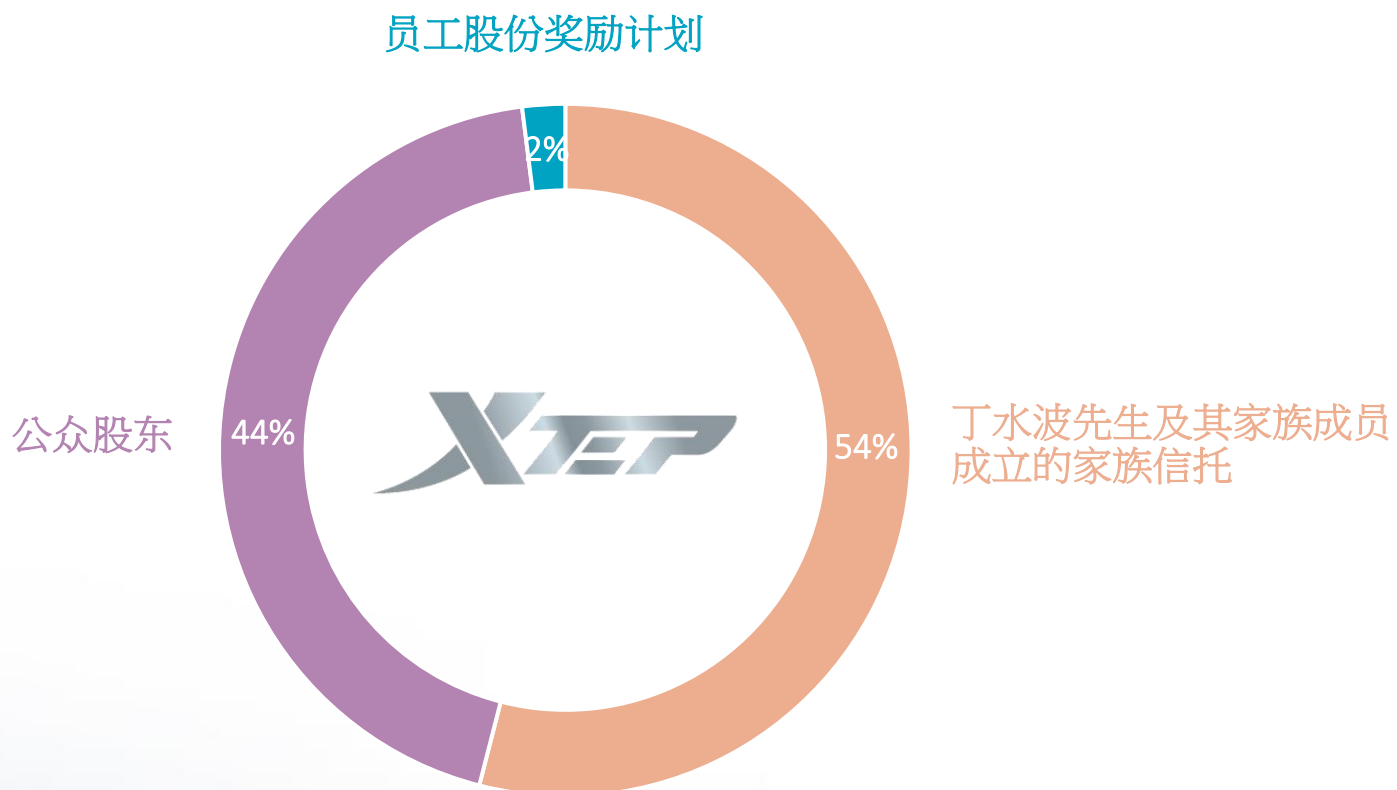
■ 自产
■ 外包

服装



■ 自产
■ 外包

于2020年12月31日的股权结构



于2020年12月31日的已发行股份数目：2,546,965,472

免责声明

本演示文稿由特步国际控股有限公司（以下简称「公司」）编制，仅供公司沟通和一般参考之用。本演示文稿在任何司法管辖区内，不作为公司的任何种类的证券寻求购买要约或形成任何投资决策的依据。未经专业建议，不得使用或依赖所有此类信息。该演示文稿本质上是一个简短的摘要，并不是对公司，其业务，当前或历史经营业绩或未来前景的完整描述。

本演示文稿不提供任何明示或暗示的保证或陈述。对于任何使用或依赖本演示文稿中包含的任何信息（无论是财务信息还是其他信息），本公司特别声明不承担任何责任。

本演示文稿包含有关公司财务状况，经营业绩和业务的某些前瞻性陈述。这些前瞻性陈述代表公司对未来事件的预期或信念，涉及已知和未知的风险和不确定性，可能导致实际结果，业绩或事件与此类陈述中明示或暗示的内容存在重大差异。某些陈述，例如包括「潜在」，「估计」，「期望」，「预期」，「目标」，「打算」，「计划」，「相信」，「估计」和类似表达的词语或这些表达方式的变化可被视为「前瞻性陈述」。

前瞻性陈述涉及固有风险和不确定性。应当提醒读者，许多因素可能导致实际结果在某些情况下与预期或任何前瞻性声明中隐含的实质结果存在重大差异。前瞻性陈述仅代表截止日期，并且不应假定它们已根据新信息或未来事件进行审查或更新。影响公司经营业绩的趋势和因素在「财务分析」，「业务回顾」和「未来计划」中有所描述。