



特步國際控股有限公司

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 2020 年中期業績 收入達人民幣 36.79 億元 在前所未有的挑戰下特步主品牌維持穩定的業務表現

摘要

- 在 2020 年上半年中國內地新冠病毒疫情爆發的情況下，特步主品牌的表現相對穩定，收入下降 4.6% 至人民幣 32.01 億元（2019 年上半年：人民幣 33.57 億元）
- 加上新收購品牌及合資公司的收入貢獻，集團收入達人民幣 36.79 億元
- 集團的經營溢利下降 30.2% 至人民幣 5.01 億元（2019 年上半年：人民幣 7.17 億元）
- 普通股股權持有人應佔溢利為人民幣 2.48 億元（2019 年上半年：人民幣 4.63 億元）
- 資產負債表維持穩健，淨現金及現金等值項目達人民幣 21.63 億元
- 建議派發中期股息每股 6.5 港仙（2019 年上半年：12.5 港仙），派息比率為 60.0%（2019 年上半年：59.3%）
- 截至 2020 年 6 月 30 日，集團於中國內地及海外共有 6,124 家主要由其授權分銷商經營的特步品牌店舖
- 集團於 2020 年上半年在中國內地推出 12 家索康尼及 1 家邁樂店舖，並於 2020 年下半年為兩個品牌開設更多新店，提供最佳的顧客體驗
- 繼續為蓋世威進行品牌重塑，同時致力於 2020 年在中國內地開設帕拉丁自營店

2020年8月28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2020年6月30日止六個月（「2020年上半年」或「期內」）之未經審核中期業績。

2020年上半年，突如其來的新型冠狀病毒疫情為集團財務表現帶來嚴峻挑戰。特步主品牌的收入略降4.6%至人民幣32.01億元（2019年上半年：人民幣33.57億元）。加上新收購品牌及合資公司於期內所帶來的收入貢獻，集團收入達人民幣36.79億元（2019年上半年：人民幣33.57億元）。特步主品牌的毛利率為40.5%（2019年上半年：44.6%）。集團經營溢利為人民幣5.01億元（2019年上半年：人民幣7.17億元）。公司普通股股權持有人應佔溢利為人民幣2.48億元（2019年上半年：人民幣4.63億元）。每股基本盈利為人民幣10.1分（2019年上半年：人民幣20.2分）。

董事會宣派中期股息每股6.5港仙（2019年上半年：12.5港仙），股東亦可收取代息股份以代替現金，派息比率為60.0%（2019年上半年：59.3%）。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「2020年上半年，我們面臨新型冠狀病毒疫情所帶來的前所未有的挑戰。為應對疫情，我們積極將銷售轉移至特步主品牌的電子商務平台，並鼓勵代理商採用全新且具成本效益的銷售渠道，例如私域流量，以抵銷實體零售店人流量的減少。私域流量銷售對特步主品牌2020年上半年的零售額貢獻顯著。集團的迅速應變，加上中國政府實行遏制措施防止病毒傳播和刺激政策提振疫情下的消費，讓集團的零售表現穩健，並在2020年第二季度呈現顯著的復甦跡象。展望未來，我們相信疫情將進一步提高中國人民的健康意識，所以我們對中國內地體育用品行業的長遠業務發展和前景依然保持樂觀，預計集團業務將於2020年下半年和2021年逐步改善。」

業務回顧

大眾運動

特步

產品創新

秉承特步主品牌為大眾市場各級運動員提供高性價比專業運動產品的使命，集團繼續致力加大產品創新力度。其首個碳纖維專業跑鞋「競速160X」廣受跑步群體歡迎，更獲全球最具影響力的跑步雜誌之一「跑者世界」評選為2020年中國內地市場的編輯之選及最高性價比兩項大獎。鑑於產品如此成功，集團為其進行升級，於2020年6月發佈「驍速系列」。這個系列結合高端技術及功能，並幫助不同能力的跑者突破自己的最佳速度。此外，集團於2020年6月在嵩山宣佈與少林寺跨界合作，以吸引年輕一代。作為第一個與少林合作的體育用品品牌，集團通過將中國體育精神與少林功夫文化相融合，致力傳承和發揚中國非物質文化遺產。此外，集團亦引入「一件種出來的衣服」概念，於2020年6月推出特步可降解環保風衣。該環保風衣由從玉米及秸稈提取出的聚乳酸成分製成，衣服中的聚乳酸成分可在土壤環境下一年內完全降解。集團將致力在其用法上取得更多突破，並將其擴展至完整的產品線。

品牌及營銷

作為中國跑者的首選品牌，特步繼續採用馬拉松和跑步賽事贊助及明星代言的雙軌制營銷戰略。期內，集團採用另一種方式，贊助線上賽事。繼2020年1月舉行的廈門馬拉松後，集團贊助了在重慶、武漢、成都、廈門和江蘇省的五場線上賽事，吸引了約700,000名參賽者。除了贊助跑步活動外，集團亦與特步品牌代言人兼公益大使，亞裔籃球明星林書豪合作，於每週五在特步微信公眾號上推出一系列為籃球愛好者打造的線上籃球訓練課程，有效地提高了品牌在年輕消費者中的知名度及加強特步與籃球的連繫。

電子商務

期內，電子商務業務佔集團收入超過20%，成為自封鎖限制實施後至關重要的零售渠道。集團積極將銷售轉移至電子商務平台，並鼓勵代理商及員工通過私域流量，如微信小程序及微信朋友圈等形式提高銷售率。集團在天貓、抖音、快手及其他直播平台上進行近200場直播，其中逾50場是與品牌贊助的網絡紅人合作的直播。所有戰略證實有效，並取得令人欣喜的成果，特步天貓旗艦店於618購物節期間錄得超過50%的零售額增長。

同時，集團的電子商務業務供應鏈與線下業務供應鏈整合的重組計劃已初現成果。線上獨家產品的設計及質量正在改進，以匹配O2O產品，另外亦將繼續增加O2O產品的比例，以充分發揮O2O協同效應。

專業運動

索康尼

2020年6月，百年歷史的全球領先跑步品牌索康尼在上海正大廣場盛大開幕，以「跑者的頭等艙」全新品牌定位亮相。開幕的推廣活動引起市場廣泛關注，成功提高其品牌知名度。另外，索康尼推出了最新款的專業跑鞋「啡鵬」。「啡鵬」採用碳纖維中底，以幫助精英運動員突破個人紀錄。索康尼亦推出了多款新服裝產品，為顧客提供更多產品選擇。截至2020年6月30日，在中國內地的一線及二線城市中共有12家索康尼店舖。集團正積極規劃索康尼在中國內地的零售網絡，並計劃於2020年內開設超過30家實體店。

邁樂

自2020年3月於中國內地推出天貓旗艦店後，邁樂為中國消費者提供設計時尚的高性能戶外產品。分別於2020年4月及7月在北京開業的獨立店亦為顧客提供更多產品選擇。集團預計於2020年下半年在風景優美且適合戶外運動及活動的中國內地城市開設更多獨立店。作為全球領先的戶外品牌之一，邁樂致力支持和鼓勵所有人參與愉快的戶外探險。期內，集團通過天貓旗艦店向中國消費者推出標誌性徒步鞋「山野王者」，該產品被譽為「鞋靴之母」。「山野王者」自推出以來獲得正面反饋，於618購物節期間的售罄率達70%。

時尚運動

自2020年3月中旬起，由於全球新冠病毒爆發，蓋世威和帕拉丁的業務營運因其在美洲及歐洲的大部分業務停頓而受到不利影響。儘管面臨挑戰，集團仍致力為兩個品牌進行戰略轉型，以在2020年上半年實現可持續發展。

蓋世威

集團繼續就蓋世威的品牌、產品及營銷策略進行品牌重塑，並同時優化其零售網絡。完成品牌重塑後，蓋世威將於中國內地一線城市開設全新獨立店，並將尋找機會於人流較多的購物中心開設新店。集團已於2020年7月及8月分別於香港K11購物藝術館及屯門市廣場開設兩家蓋世威新店。截至2020年6月30日，蓋世威於亞太區共有42家自營店。作為美國傳統鞋履品牌，蓋世威與著名知識產權緊密合作推出各種跨界及限量版鞋履系列，並利用回收材料製造標誌性的鞋履，以實現可持續性。

帕拉丁

帕拉丁擁有廣泛的分銷網絡，覆蓋中國內地、亞太區、歐洲、中東、非洲及北美。截至2020年6月30日，包括於2020年6月在香港海港城開設的新店，帕拉丁於亞太區擁有31家自營店。除包含回收及有機鞋履的Earth系列外，帕拉丁更將於2020年秋冬與法國跨國輪胎製造商米其林合作，推出全新Pampa x Tech系列，以功能性鞋履為特色，並配備高性能技術鞋底，以提高抓地力和適應各種地形的能力。

展望

隨著疫情期間保持社交距離的指引生效，更多人轉向跑步，因而令跑步市場持續增長。預期此趨勢將延續至2020年下半年及之後，為集團的大眾運動及專業運動類別創造有利機會。特步主品牌將繼續成為集團的穩定增長動力，集團亦將增加研發投入，以開發可持續及創新產品，提升店效並於線上及線下平台提供全新顧客體驗。

索康尼繼於2020年5月在中國內地開店後，已成為集團的新增長動力。除了繼續增加索康尼服裝及本土化產品的比例，以及為顧客提供全面的產品線外，集團亦計劃於2020年下半年開設更多索康尼及邁樂店舖，以把握市場對專業及高端體育用品持續增長的需求。

新冠病毒疫情以及中美緊張局勢的加劇令時尚運動市場類別的恢復受阻，但蓋世威的品牌重塑並未受影響。集團預計美洲及歐洲的經濟恢復需要一定時間，因此將會集中優化帕拉丁及蓋世威於亞太區，包括中國內地的業務，以把握該地區的龐大運動休閒市場。

集團仍然對中國內地營運恢復勢頭持續至2020年下半年保持審慎樂觀。然而，集團相信在政府有利的政策支持及中國人民健康意識提升的推動下，體育用品行業長遠發展前景樂觀。集團將繼續提升核心競爭力，在疫情推動行業整合加速的背景下擴大市場份額。憑藉強勁的淨現金狀況及穩固的業務根基，集團有優勢從市場整合中獲益。

- 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6月3日在香港聯合交易所主板上市。集團主要從事體育用品（包括鞋履、服裝和配飾）的設計、研發、製造、銷售、營銷及品牌管理。自2001年成立後，集團的主品牌「特步」擁有超過6,100家零售店的龐大分銷網絡，全面覆蓋中國31個省份、自治區和直轄市，以及海外地區。2019年，集團進一步豐富其品牌組合至涵蓋四個國際知名品牌，包括蓋世威、帕拉丁、索康尼及邁樂。

特步為 MSCI中國小型股指數、恒生綜合指數系列及深港通的成分股。如欲取得更多集團相關資料，請瀏覽特步企業網站 www.xtep.com.hk 或掃描下方二維碼關注集團官方微信賬號（微信搜索：xtepholdings 或特步控股）。



如有垂詢，請聯絡：

特步國際控股有限公司
投資者關係及企業傳訊
電話：(852) 2152 0333
電郵：ir@xtep.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司
區美馨 / 劉煒情 / 鄧芷晴
電話：(852) 2864 4815 / (852) 2114 4987 / (852) 2114 2829
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

附錄

2020 年中期業績財務亮點

截至 2020 年 6 月 30 日止六個月	2020 年上半年	2019 年上半年	變化
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	3,679.1	3,356.9	+9.6%
毛利	1,489.1	1,497.3	-0.5%
經營溢利	500.7	717.3	-30.2%
普通股股權持有人應佔溢利	247.9	463.0	-46.5%
每股基本盈利 (人民幣分)	10.1	20.2	-50.0%
盈利能力比率 (%)			
毛利率	40.5	44.6	-4.1 百分點
經營溢利率	13.6	21.4	-7.8 百分點
淨利潤率	6.7	13.8	-7.1 百分點
派息比率	60.0	59.3	+0.7 百分點
	於 2020 年 6 月 30 日	於 2019 年 12 月 31 日	變化
淨現金及現金等值項目	2,162.7	2,131.6	+1.5%
負債比率 (%) (附註)	18.1	19.1	不適用

附註：負債比率乃以借貸總額除以集團的總資產計算

集團收入及毛利率的明細

按品牌性質劃分

截至 2020 年 6 月 30 日止六個月	2020 年上半年	2019 年上半年	變化
大眾運動			
收入 (人民幣百萬元)	3,201.0	3,356.9	-4.6%
毛利率 (%)	40.5	44.6	-4.1 百分點
時尚運動			
收入 (人民幣百萬元)	458.6	不適用	不適用
毛利率 (%)	40.5	不適用	不適用
專業運動			
收入 (人民幣百萬元)	19.5	不適用	不適用
毛利率 (%)	38.7	不適用	不適用

按產品劃分

截至 2020 年 6 月 30 日止六個月	2020 年上半年	2019 年上半年	變化
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	2,253.8	1,911.9	+17.9%
毛利率 (%)	40.0	44.8	-4.8 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	1,339.3	1,356.0	-1.2%
毛利率 (%)	41.7	44.7	-3.0 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	86.0	89.0	-3.4%
毛利率 (%)	33.9	37.9	-4.0 百分點