



## 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2022年中期業績 收入創歷史新高 達人民幣56.84億元 淨利潤飆升38.4%至人民幣5.90億元

#### 摘要

- 集團收入創新高至人民幣 56.84 億元，上升 37.5%（2021 年上半年：人民幣 41.35 億元）
- 集團毛利率提升至 42.0%（2021 年上半年：41.8%）
- 集團經營溢利上升 34.8%至人民幣 9.22 億元（2021 年上半年：人民幣 6.84 億元）
- 公司普通股股權持有人應佔溢利上升 38.4%至人民幣 5.90 億元（2021 年上半年：人民幣 4.27 億元）
- 建議派發中期股息每股 13.0 港仙（2021 年上半年：11.5 港仙），同比增長 13.0%，股東亦可收取代息股份以替代現金
- 特步主品牌收入顯著增長 36.2%至人民幣 48.98 億元（2021 年上半年：人民幣 35.97 億元）。其中，特步兒童收入飆升 83.7%，貢獻特步主品牌收入約 15%。於 2022 年 6 月 30 日，集團於中國內地及海外共有 6,251 家特步品牌店舖
- 時尚運動分部收入上升 36.3%至人民幣 6.30 億元（2021 年上半年：人民幣 4.62 億元）。於 2022 年 6 月 30 日，蓋世威和帕拉丁在亞太區（包括中國內地）分別有 50 家及 71 家自營店
- 專業運動分部收入飆升 106.4%至人民幣 1.57 億元。於 2022 年 6 月 30 日，索康尼及邁樂在中國內地分別有 46 家及 7 家自營店

2022 年 8 月 23 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）今日公佈截至 2022 年 6 月 30 日止六個月（「2022 年上半年」）之未經審核中期業績。

儘管中國疫情防控措施仍然持續，特步欣然錄得優秀的財務業績。集團收入創下人民幣 56.84 億元新高（2021 年上半年：人民幣 41.35 億元），同比上升 37.5%。特步主品牌收入為人民幣 48.98 億元（2021 年上半年：人民幣 35.97 億元），顯著增長 36.2%，主要受惠於具規模的跑步生態圈、零售渠道升級和品牌知名度提高，以及特步兒童令人鼓舞的表現。集團毛利率提升至 42.0%（2021 年上半年：41.8%）。集團經營溢利上升 34.8%至人民幣 9.22 億元（2021 年上半年：人民幣 6.84 億元）。公司普通股股權持有人應佔溢利上升 38.4%至人民幣 5.90 億元（2021 年上半年：4.27 億元）。每股基本盈利為人民幣 23.5 分（2021 年上半年：人民幣 17.1 分）。

董事會宣派中期股息每股 13.0 港仙（2021 年上半年：每股 11.5 港仙），同比增長 13.0%，股東亦可收取代息股份以替代現金，派息比率為 50.3%（2021 年上半年：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：「儘管新冠疫情的影響在 2022 年下半年仍然持續，但隨著體育用品的需求繼續增長，我們對中長期業務前景仍保持樂觀。憑藉我們品牌的韌性、針對性投入及更高的效率，我們對加速業務增長及改善長遠的盈利能力，繼而實現『五五規劃』中公佈未來幾年收入增長的目標充滿信心。於 2025 年，特步主品牌收入目標為人民幣 200 億元，而四個新品牌的總收入目標為人民幣 40 億元。」

## 業務回顧

### 大眾運動

#### 特步

作為中國內地領先的國內體育用品品牌之一，特步主品牌創建了跑步社區內最大的跑步生態圈，包括於超過**6,200**家特步品牌店鋪推出的專業體育用品、**41**家特步跑步俱樂部和約**150**萬名特跑族會員，以及頂級體育明星，以提高我們的品牌力。

#### 產品

自**2019**年推出享譽全球的「**160X**」跑鞋系列以來，我們見證了多個穿着「**160X**」跑鞋的簽約運動員獲得無數個在馬拉松和跑步賽事中的冠軍和最佳紀錄。於**2022**年**3**月推出的「**160X 3.0**」繼續被視為專業跑者的必備跑鞋之一，並在**2022**年「**A' Design Award**」中榮獲運動、娛樂和休閒設備設計類別的「銀獎」，以及在**2022**年「**繆斯設計獎**」中獲得「金獎」。另外，「減震旋」系列亦一直深受跑者的追捧。**2022**年**3**月發售的「減震旋 **9.0**」成為其上半年最暢銷的產品之一。**2022**年**5**月推出的「減震旋 **PRO**」進一步提升整個減震旋系列，提供出色的緩震和回彈性。此外，特步致力於青少年校園運動場景的研發，於**2022**年**3**月推出「特步**100**」系列全新校園運動鞋，助力青少年參與校園體育活動。

特步於**2022**年**3**月推出首個數字藏品系列「**160X-Metaverse**」，成為國內首個為跑者打造元宇宙體驗的國產運動用品品牌。首款數字藏品成功推出後，第二個數字藏品系列「國速**1**號」於**5**月亮相，兩款數字跑鞋銷售反應熱烈。

更具環保意識的年輕一代啟發我們推出更環保的產品。我們從**2020**年開始推出第一款聚乳酸纖維（「聚乳酸」）產品，並不斷在產品中增加可降解材料的使用。我們於**2021**年把T恤的聚乳酸含量由**19%**增加至**60%**；並將**2022**年第二季度已推出的T恤的聚乳酸含量進一步增至**76%**。為響應**2022**年世界環境日，我們亦推出了**100%**聚乳酸風衣試驗產品。另外，「**XTEP-XDNA**」推出了採用**XTEP-ECO**植物生物降解材料的涅槃古剎和機甲武僧系列，以及採用**ECOINDIGO®** 環保材料的少林跨界牛仔系列。

#### 特步跑步俱樂部及體育明星

為提高公眾對運動的熱情，並傳播跑步的力量，我們於**2022**年上半年新開設了**11**家特步跑步俱樂部，為跑者提供一站式專業跑步服務，包括跑步諮詢、跑團服務、手機充電及淋浴設施等。特步跑步俱樂部定期組織的跑步活動，以及具針對性銷售優秀跑步產品的方式，也使特步能夠提高社區滲透率，並鞏固我們的跑步生態圈。

**2022**年上半年，特步贊助了**25**名參與各項運動的職業運動員，以保持我們在業界的地位，如在**2022**年**4**月於杭州舉行的馬拉松世錦賽暨亞運會選拔賽的前六名男選手，包括楊紹輝、仁青東知布和董國建。

#### 特步兒童

在政府將體育列為重點推行項目後，中國內地青少年對體育運動的熱情達到了新的高度。在品牌、產品以至零售網絡成功重組的基礎上，兒童業務近年實現顯著增長。**2022**年上半年，特步兒童收入飆升**83.7%**，佔特步主品牌收入約**15%**。於**2022**年**6**月**30**日，特步兒童在中國內地約有**1,480**個銷售點（**2021**年**12**月**31**日：**1,179**個銷售點）。

#### 零售管理及品牌

第九代門店擁有更大的面積及數字化創新，例如燈光控制、人工智能機械人、數字化屏幕及可升降舞台，極大提升了我們的品牌形象，使我們的客流量及連帶率都有所提高。於**2022**年**6**月**30**日，集團於中國內地及海外共有**6,251**家主要由授權分銷商經營的特步品牌店鋪。

## 時尚運動

### 蓋世威及帕拉丁

蓋世威和帕拉丁的海外業務因供應鏈逐步回復正常而得以改善。2022年上半年，時尚運動分部收入上升36.3%至人民幣6.30億元，佔集團收入的11.1%。

期間，蓋世威自2022年1月起在中國內地開設新的試業店舖，測試管理實踐、運營系統及消費者對新產品的喜好。通過積極調整產品組合及設計，以增加與市場的契合度，並與合適的顧客群建立聯繫。於2022年6月30日，蓋世威在亞太地區（包括中國內地）有50家自營店。

為了長期可持續地擴充帕拉丁的業務規模，我們在2022年上半年持續加強產品供應，並整合品牌的零售網絡。於2022年6月30日，帕拉丁在亞太地區（包括中國內地）有71家自營店。

## 專業運動

### 索康尼及邁樂

雖然中國內地多個主要城市為減低新冠病毒的傳播而收緊限制措施，但專業運動分部的收入卻未受影響，並飆升106.4%至人民幣1.57億元，在2022年上半年貢獻了集團收入的2.7%。

鑑於高線城市實施封鎖措施導致店舖暫時關閉，我們更加致力拓展電子商務，以減少該等影響。618購物節期間，索康尼的線上銷售額同比急增135%，呈現強勁增長態勢。由於索康尼與特步主品牌性質相近，兩者在跑步方面都具有強勁的品牌力，因此我們通過特步跑步俱樂部，迅速擴大了索康尼在中國內地其他城市的曝光率，成功提高其品牌知名度。於2022年下半年，更多索康尼及邁樂門店將在中國內地高線城市開業，以支持未來的增長計劃。於2022年6月30日，索康尼及邁樂在中國內地分別有46家及7家自營店。

## 展望

為促進體育產業的發展，中國政府承諾以日益完善的設施及政策，鼓勵民眾參與體育運動，預計將提高國內對運動用品的需求。同時，新冠疫情帶動跑步風氣於近年愈趨盛行，為專業跑步產品帶來巨大的增長潛力。新冠疫情期間帶來的經濟不確定性，也促使消費者轉向購買優質的國內產品。特步對業務前景保持樂觀態度，相信國家政策的支持以及有利的市場趨勢，將繼續推動集團的業務擴張，並帶領特步主品牌走上增長軌道。

「五五規劃」於2021年首年的驕人成績，增強了我們在2022年及往後達成特步主品牌收入目標的信心。憑藉2022年上半年令人鼓舞的表現，我們將繼續通過向外延伸的跑步生態圈拓寬我們的「護城河」，使我們相較其他同業更具競爭優勢。兒童業務在品牌及產品升級方面的成功重組，為業務的可持續發展奠定堅實基礎，預計未來幾年特步兒童將繼續實現更高的增長速度。更多新形象的特步成人及特步兒童零售店將於未來數年推出，務求為顧客提供更佳的體驗，並提升店效及連帶銷售機會。

專業運動分部的增長勢頭超出預期。隨著市場對專業運動用品的需求增加，我們逐漸對此分部的業務發展抱有更樂觀的態度。索康尼及邁樂通過針對追求高性能及表現的消費者，提供具世界級設計及尖端技術的產品，繼續加強品牌知名度。憑藉強大的電子商務業務運營、特步主品牌的資源，和在不久將來加快於中國內地高線城市開店的速度，我們預期索康尼仍能在疫情期間具有較大的增長空間。

鑑於新冠疫情、地緣政治風險及全球經濟增長放緩的綜合影響，我們對時尚運動分部的短期業務前景保持審慎。在中國內地，蓋世威的運營仍處於試行階段，我們將繼續根據消費者的喜好及反饋，調整其產品組合及設計，充分釋放其品牌基因。帕拉丁將繼續優化其零售網絡及電子商務業務，最大限度地發揮線上線下的協同效應。

儘管新冠疫情突如其來的再度爆發，為 2022 年上半年中國內地的消費勢頭蒙上陰霾，但我們仍對運動用品行業的長遠前景維持樂觀態度。在特步主品牌繼續成為集團穩定增長動力的同時，四個新品牌將注入新動力，從而引領集團按照「五五規劃」實現可持續增長，為股東創造更高回報。

- 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」為領先的專業運動品牌，擁有超過6,200家零售店的龐大分銷網路，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，請瀏覽特步企業網站 [www.xtep.com.hk](http://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  
投資者關係及企業傳訊  
電話：(852) 2152 0333  
電郵：[ir@xtep.com.hk](mailto:ir@xtep.com.hk)

縱橫財經公關顧問有限公司  
鄭松雪 / 梁頌欣 / 劉玉華  
電話：(852) 2864 4857 / (852) 2864 4862 / (852) 2864 4824  
電郵：[sprg\\_xtep@sprg.com.hk](mailto:sprg_xtep@sprg.com.hk)

附錄

2022 年中期業績財務亮點

截至 6 月 30 日止六個月	2022 年上半年	2021 年上半年	同比變化
<b>盈利能力數據 (人民幣百萬元)</b>			
收入	<b>5,683.6</b>	4,134.9	<b>+37.5%</b>
毛利	<b>2,386.8</b>	1,729.4	<b>+38.0%</b>
經營溢利	<b>921.7</b>	683.6	<b>+34.8%</b>
普通股股權持有人應佔溢利	<b>590.4</b>	426.5	<b>+38.4%</b>
每股基本盈利 (人民幣分)	<b>23.5</b>	17.1	<b>+37.3%</b>
<b>盈利能力比率</b>			
毛利率	<b>42.0%</b>	41.8%	<b>+0.2 百分點</b>
經營溢利率	<b>16.2%</b>	16.5%	<b>-0.3 百分點</b>
淨利潤率	<b>10.4%</b>	10.3%	<b>+0.1 百分點</b>

集團收入及毛利率明細

按產品劃分

截至 6 月 30 日止六個月	2022 年上半年	2021 年上半年	同比變化
<b>鞋履</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>3,379.8</b>	2,604.1	<b>+29.8%</b>
毛利率	<b>41.8%</b>	42.7%	<b>-0.9 百分點</b>
<b>服裝</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>2,186.5</b>	1,451.6	<b>+50.6%</b>
毛利率	<b>42.8%</b>	40.8%	<b>+2.0 百分點</b>
<b>配飾</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>117.3</b>	79.2	<b>+48.2%</b>
毛利率	<b>33.2%</b>	33.3%	<b>-0.1 百分點</b>

按品牌性質劃分

截至 6 月 30 日止六個月	2022 年上半年	2021 年上半年	同比變化
<b>大眾運動</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>4,897.6</b>	3,597.1	<b>+36.2%</b>
毛利率	<b>42.2%</b>	41.5%	<b>+0.7 百分點</b>
<b>時尚運動</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>629.5</b>	461.9	<b>+36.3%</b>
毛利率	<b>39.8%</b>	43.5%	<b>-3.7 百分點</b>
<b>專業運動</b>			
收入 (人民幣百萬元)	<b>156.5</b>	75.9	<b>+106.4%</b>
毛利率	<b>44.2%</b>	45.4%	<b>-1.2 百分點</b>