



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited

特步公佈 2016 年全年業績
全年派息比率維持 60% 毛利率上升至 43.2%
深化轉型帶動長線可持續增長

財務亮點

- 收入按年增加1.9%至人民幣53.966億元
- 整體毛利率**連續4年上升**。2016年毛利率按年上升1.0個百分點至43.2%，主要是源於集團的產品組合轉向毛利率較高的專業體育產品
- 服裝的毛利率大幅上升2.0個百分點至41.7%，鞋履的毛利率上升至44.0%，配飾的毛利率也增長至41.0%
- 撥備前的經營利潤按年上升19.6%至人民幣11.392億元
- 股東應佔溢利下跌15.2%至人民幣5.279億元（2015年：人民幣6.226億元），主要由於兒童業務的重組及調整以致應收貿易款項撥備錄得人民幣2.222億元（2015年：人民幣3,170萬元）
- 集團保持強勁的現金流，銀行定期存款及銀行結餘總額為人民幣42.453億元，經營活動的淨現金流入為人民幣3.458億元
- 建議末期股息每股3.25港仙並派發特別股息每股2.75港仙，連同中期股息每股10.5港仙，全年派息比率維持60%

營運亮點

- 通過內部資源的調整，進一步深化向體育時尚品牌的轉型推廣
- 品牌營銷：廣告及推廣費用正常化至11.8%，以體育營銷為重點及減少效率較低的普通營銷
- 體育用品：研發費用上升13.9%至人民幣1.382億元，繼續聘用國際級設計師和與國際纖維材料開發商巨頭合作，及建立了中國首個跑步專屬研究中心
- 零售管理：實施嚴格的零售渠道管理，令庫存管理更趨完善，存貨周轉天數**連續四年減少至51天**（2015年：58天；2014年：71天；2013年：79天）
- 電子商貿的收入仍維持快速增長，佔集團整體收入的高雙位數

2017年3月17日，香港訊 – 中國領先的專業體育時尚產品企業**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）今天宣佈截至2016年12月31日止年度（「本年度」）之經審核全年業績。

特步於2016年通過內部資源調整，進一步深化向體育時尚品牌轉型。年度收入增長1.9%至人民幣53.966億元（2015年：人民幣52.951億元），主要由於鞋履產品及電子商貿的收入增加，而部份受集團刻意減少運動生活類服裝產品的銷售所抵銷。產品組合轉向利潤率較高的專業體育產品的效果顯著，帶動整體毛利率增加1.0個百分點至43.2%（2015：42.2%），鞋履、服裝及配飾各類別產品的毛利率均有所上升，其中服裝的毛利率更大幅上升2.0個百分點至41.7%。應收貿易款項撥備前的經營利潤上升19.6%至人民幣11.392億元（2015：人民幣9.528億元）；應收貿易款項撥備為人民幣2.222億元，與特步兒童業務重整所帶來的長期未償還應收貿易款項有關。股權持有人應佔溢利下降15.2%至人民幣5.279億元（2015：人民幣6.226億元），主要由於應收貿易款項撥備所致。每股基本盈利為人民幣23.89分（2015年：人民幣28.97分）

董事會建議派發末期股息每股3.25港仙（2015年：7.0港仙），並派發特別股息每股2.75港仙（2015年：3.5港仙），連同中期股息每股10.5港仙（2015年：10.0港仙），全年派息比率維持60%。

於2016年12月31日，集團的淨資產總額為人民幣50.228億元（2015年12月31日：人民幣48.717億元），銀行定期存款及銀行結餘總額為人民幣42.453億元，經營現金流入為人民幣3.458億元的健康水平。

特步主席兼行政總裁丁水波先生表示：「以實現長期增長為目標，集團於2016年進行了轉型及對內部資源作出了調整，將業務運營同步化，以達致最佳效益。通過創新的功能性體育用品、有效的零售渠道管理、電子商貿、體育營銷的增加、以及推進「3+」戰略，集團期待長期的可持續增長。」

業務回顧

專注於體育營銷及推廣

集團重整品牌資源，集中投放於體育營銷，減少部分效率較低的普通營銷計劃，有助於廣告及推廣費用正常化至佔總收入**11.8%**，與**2014**年前的歷史水平相若。集團把重心轉移至功能體育，拓寬了客戶群的年齡層，使其認可集團作為專業體育品牌的技術實力。

跑步仍是集團聚焦的核心體育類別。特步於**2016**年蟬聯中國贊助最多馬拉松賽事的體育用品贊助商。年內共贊助**44**場重要跑步賽事，包括**24**場重要馬拉松賽事，並於**8**月成為中國田徑協會認可的中國馬拉松官方合作夥伴、冠名贊助北京奧林匹克森林公園特步跑道、舉辦中國跑者的年度盛會「**3.21**跑步節」、以及其他社交跑步活動。

為響應中國政府大力推動足球發展的規劃，集團已於**2016**年**4**月宣佈全面的足球戰略－「鋒芒計劃」。目標是在未來五年內服務全國逾**5**百萬青少年足球人口。特步自**2010**年起贊助足球賽事，服務逾**70,000**名小學至大學的足球聯賽參賽者，故在足球界的品牌認可度方面較同業更具獨特優勢。球員在賽場上測試集團的足球產品，有助集團為中國足球運動員設計最高質量及最合身的產品。

高功能性產品，兼備時尚設計

集團研發費用增加**13.9%**至人民幣**1.382**億元（**2015**年：人民幣**1.213**億元），以提高功能性體育產品的性能和質量。集團建立了一支由國際精英設計師組成的團隊，並與美國陶氏化學公司、**3M**公司、英威達公司及日本的東麗株式會社等領先的國際纖維材料開發商合作，共同開發為特步獨家使用的纖維科技，以保持全球領先地位。例如，集團與陶氏化學公司共同研發「柔軟墊™」，並擁有該專利技術的獨家使用權至**2019**年。集團亦會將該技術繼續應用於功能性體育鞋履及運動生活鞋履產品中。

跑步產品方面，除了三大核心跑步科技「動力巢」、「減震旋」及「氣能環」外，集團亦推出融合兩種或以上科技的新產品，令鞋履產品的功能和舒適度進一步提升。其他應用於多個體育和生活產品類別的主要科技包括「透氣網」、「柔立方」、「仙護盾」及「新雪麗™」。集團亦推出了智能跑鞋「特步全芯競速跑鞋」。而服裝應用的主要科技則包括「無縫一體工藝」、「**XTEP-WARM**」、「冰纖科技」、「酷乾科技」、「特步運動彈性科技」及「反光科技」。

此外，集團亦建立了中國首個跑步專屬研究中心，由國際專家帶領及採用全球領先的研究科技測試，以研發最適合中國跑者的跑鞋。

足球產品方面，特步首個專業足球產品系列－「刀鋒1代」已於**2016**年**6**月在店舖開賣。該系列專為中國足球隊員腳型和中國足球場地打造，並融合了歐洲球鞋設計。特步足球服裝採用類似跑步產品般輕量快乾的材料。靈活應用跑步方面的專業科技於其他體育類別是集團的另一優勢。集團將繼續對**2017**年推出的新足球產品作出進一步的技術改良。

足球產品系列的推出，標誌著集團以特步品牌發展多個體育類別產品的開端。**2017**年，集團會在特步品牌下推出更多種類的高性價比運動產品。

零售渠道管理提高效率

集團實施嚴格的零售渠道管理控制，以監控特步獨家分銷商及授權經銷商所經營店舖的營運狀況。集團改進及扁平化分銷渠道，從而提升經營效率，品牌形象更趨統一，存貨亦見減少。於**2016**年**12**月**31**日，存貨周轉天數連續四年改善至**51**天（**2015**：58天；**2014**：71天；**2013**：79天）。特步零售店的總數約為**6,800**家（**2015**年：7,000家）。**2016**年第四季度同店銷售維持中單位數增長，零售存貨亦維持**4**至**5**個月的健康水平。

集團繼續將零售店形象統一升級至「第七代」，成為消費者的實地體驗中心。中央實時分銷資源系統已覆蓋超過**90%**的特步零售店，以促進實時監控。而手機應用程式「超級導購」亦已被約**80%**的特步店舖使用，覆蓋員工超過**20,000**名，令集團能迅速應對消費者的零售行為。

為實現業務長期增長，集團於**2016**年重組特步兒童部門，新的特步兒童產品將更接近特步成人運動生活產品，亦將提供親子裝。材料採購及生產將與成人產品相配合，減少成本及生產時間。零售網絡將與特步成人部門整合。隨著中國實施新的二孩政策，以及家長愈發投入更多資源為孩子選用優質產品，集團認為知名品牌如特步的兒童產品業務存在巨大利潤增長潛力。

電子商貿繼續為主要增長驅動力之一

2016年，來自電子商貿平台的收入大幅增加，此外，特步更蟬聯天貓及京東銷量最高的運動鞋品牌，領先所有國內及國際品牌。特步是首家於中國夥同分銷商使用O2O模式的體育品牌公司，截至2016年12月31日，電子商貿平台上約有一半產品為O2O系統的一部分，而O2O模式已覆蓋約1,200家店舖，集團計劃於2017年末前將O2O模式擴大至覆蓋約2,000至3,000家店舖。

未來展望

集團於2017年繼續進行重組，重新定位特步為體育時尚品牌，致力為集團創造長期價值。通過重組，店舖的平均銷售效益已有所提升，而整個零售網絡的存貨控制亦有所加強。集團將繼續實行「產品+」、「體育+」及「互聯網+」的「3+」戰略，實現持續增長。

「產品+」方面，特步將於2017年第二季度推出三個新的跑鞋系列以滿足不同跑者的需求，以取代單一技術系列。其包括競速快跑、動力暢跑及舒適易跑三個跑鞋系列，以滿足馬拉松跑手、常規跑手及入門級跑手不同的需求。亮點之一是競速快跑系列僅重160克的競速160專業馬拉松跑鞋，是中國最輕的跑鞋。服飾技術整合為六個核心科技平台：酷乾科技、冰爽科技、XTEP-WARM、XTEP-SHIELD、XTEP-COMFORT及XTEP-STRONGER。

此外，於跑步和足球基礎上，特步的產品類別將增加其他高增長潛力類別，例如戶外產品、女子產品及室內綜合訓練產品。集團亦會推出全新的明星代言人產品線及《變形金剛》產品線，此類合作將進一步加強特步品牌的知名度、擴大消費群，並增加集團收入。

「體育+」方面，集團繼續向建造超越產品和贊助的跑步生態圈的願景進發，甚至超越體育行業。集團將繼續贊助重要的馬拉松及跑步活動，和更多樣的跑步活動，從而進一步加強特步與中國跑步的聯繫，如「特步3.21跑步節」、夜間馬拉松、女子馬拉松、以零售店為中心的當地跑步活動及圍繞社區的訓練營及活動。集團的北京奧林匹克森林公園特步跑道及特步旗艦店是全國跑者的集會聖地，而「特步智能芯」手機應用程式，可通過分析各用戶數據，為他們提供量身定制的產品及服務，使集團與跑者有更緊密的聯繫。

「互聯網+」方面，集團將利用互聯網、移動互聯網和其他數碼技術的力量，以實現全渠道精準營銷，並在特步的線上及線下店舖、消費者、特跑族會員、「特步智能芯」手機應用程式用戶及馬拉松比賽選手中，連接及打造無縫零售系統及跑者社區。於零售店內，集團將在2017年繼續使用客流計數器、電子付款、足型掃描器及其他新技術發展智能銷售，以向消費者提供更多客製化的服務及幫助集團更深入了解消費者行為。

集團將通過連接其線上渠道和工廠店，閉路O2O循環圈，屆時可將集團整個零售網絡的存貨維持在最低水平，並快速對受歡迎產品補貨，以增加銷售。電子商貿為特步提供在新市場試銷及擴大海外市場的便捷及低風險渠道，同時可提高品牌知名度。

- 完 -

關於特步國際控股有限公司（股份代號：1368）

特步國際控股有限公司於2008年6月3日在香港交易所主板上市，旗下之特步品牌是中國領先的專業體育時尚品牌。集團主要從事鞋履、服裝及配飾等體育產品的設計、開發、製造、銷售及市場推廣及品牌管理。多年來，集團致力發展以跑步和足球為重點關聯項目的體育行銷策略。集團擁有約6,800家的零售店舖以銷售旗下品牌產品，龐大的分銷網路全面覆蓋中國31個省份、自治區及直轄市。特步為MSCI中國小型股指數、恒生綜合指數系列及滬港通的成分股。

如欲取得更多集團相關資料，請瀏覽網站：www.xtep.com.hk
或掃描右方二維碼關注集團官方微信（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

劉栩昕小姐 電話：(852) 2152 0813

電郵：ir@xtep.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司

林貴珍小姐 電話：(852) 2864 4816

電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

方靜婷小姐 電話：(852) 2864 4817

黃盈慧小姐 電話：(852) 2864 4873



附錄



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited

2016 年全年業績亮點

財務亮點 (截至 12 月 31 日止年度)			
	2016	2015	變動
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	5,396.6	5,295.1	+1.9%
毛利	2,331.3	2,236.7	+4.2%
應收貿易款項撥備前的經營利潤	1,139.2	952.8	+19.6%
股權持有人應佔溢利	527.9	622.6	-15.2%
每股基本盈利 (人民幣分)	23.89	28.97	-17.5%
盈利能力比率 (%)			
毛利率	43.2	42.2	+1.0 百分點
應收貿易款項撥備前的經營利潤率	21.1	18.0	+3.1 百分點
淨利潤率	9.8	11.8	-2.0 百分點
全年派息比率	60	60	維持
現金流 (人民幣百萬元)			
總銀行定期存款及銀行結餘	4,245.3	4,476.8	-5.2%
淨負債率 (%)	18.4	19.8	-1.4 百分點

營運亮點 (截至 12 月 31 日止年度)			
按產品種類劃分的集團收入及毛利率			
	2016	2015	變動
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	3,525.4	3,258.1	+8.2%
毛利率 (%)	44.0	43.8	+0.2 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	1,764.8	1,926.6	-8.4%
毛利率 (%)	41.7	39.7	+2.0 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	106.4	110.4	-3.6%
毛利率 (%)	41.0	39.7	+1.3 百分點