



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 2023 年全年業績 集團收入創下人民幣 143.46 億元的歷史新高

專業運動分部收入接近翻倍 索康尼成為首個盈利的新品牌

摘要

- 集團收入創下歷史新高，增長 10.9% 至人民幣 143.46 億元 (2022 年：人民幣 129.30 億元)。本公司普通股股權持有人應佔溢利也創歷史新高，達人民幣 10.30 億元 (2022 年：人民幣 9.22 億元)，增長 11.8%。
- 中國內地業務展現強勁韌性。特步主品牌收入創歷史新高，達人民幣 119.47 億元 (2022 年：人民幣 111.28 億元)。此外，專業運動分部收入接近翻倍，索康尼成為首個實現盈利的新品牌。憑藉在產品開發和品牌重塑方面的不懈努力，時尚運動分部來自中國內地的收入亦大幅增長 224.3%。
- 集團營運資金管理高效。集團存貨顯著下跌 21.6% 至人民幣 17.94 億元 (2022 年：人民幣 22.87 億元)，經營現金流入淨額大幅增長 119.5% 至人民幣 12.55 億元 (2022 年：人民幣 5.72 億元)。
- 建議派發末期股息每股 8.0 港仙 (2022 年：每股 7.1 港仙)，可收取代息股份以替代現金。連同中期股息每股 13.7 港仙，全年派息比率約為 50.0% (2022 年：50.0%)。
- 於 2023 年 12 月 31 日，特步主品牌在中國內地及海外共有 6,571 家成人門店，以及 1,703 家兒童門店，索康尼及邁樂在中國內地分別有 110 家品牌店及 4 家品牌店，K·SWISS 及帕拉丁在亞太地區分別有 101 家品牌店及 94 家品牌店。

2024年3月18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2023年12月31日止年度（「2023年」或「年內」）之全年業績。

2023年對集團而言是一個重大的里程碑，集團慶祝其在香港聯合交易所上市15週年。在15年的里程中，集團經歷多個經濟週期的高低起伏，把業務擴展至全球多元化組合。集團收入創下歷史新高，增長10.9%至人民幣143.46億元（2022年：人民幣129.30億元）。中國內地業務展現強勁韌性，特步主品牌收入創歷史新高，達人民幣119.47億元（2022年：人民幣111.28億元）。專業運動分部收入接近翻倍，索康尼成為首個實現盈利的新品牌。憑藉在產品開發和品牌重塑方面的不懈努力，時尚運動分部來自中國內地的收入亦快速增長224.3%。

集團毛利率達到42.2%（2022年：40.9%）。集團經營溢利增長7.9%至人民幣15.80億元（2022年：人民幣14.64億元）。本公司普通股股權持有人應佔溢利也創下歷史新高，達人民幣10.30億元（2022年：人民幣9.22億元），增長11.8%。每股基本盈利為人民幣40.8分（2022年：人民幣36.6分）。集團營運資金管理高效，集團存貨顯著下跌21.6%至人民幣17.94億元（2022年：人民幣22.87億元），經營現金流入淨額大幅增長119.5%至人民幣12.55億元（2022年：人民幣5.72億元）。

董事會建議末期股息每股 8.0 港仙（2022 年：每股 7.1 港仙），可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股 13.7 港仙計算，全年派息比率約為 50.0%（2022 年：50.0%）。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「回顧年內，集團提高特步主品牌的營運效率，緩解庫存壓力，同時致力釋放新品牌於中國內地的潛力，從而鞏固我們多品牌組合中的品牌定位戰略。我們於跑步領域的行業領先地位持續推動集團的業務增長。我們欣然宣佈特步在中國內地最享負盛名的馬拉松賽事中，超越國際和國產品牌，穿著率佔據領先地位。儘管 2024 年充滿挑戰，但同時蘊含廣闊的發展前景與優厚的增長潛力。憑藉我們於跑步領域的穩健佳績，專注於大眾市場消費者的戰略，以及政府對體育行業的支持，我們對體育用品行業的持續復甦，以及未來集團邁向成功的實力依然充滿信心。」

業務回顧

大眾運動

特步

跑步領域的領先地位

憑藉卓越的產品質量和性能，特步跑鞋獲得眾多跑步愛好者的廣泛認可，使品牌在中國跑步市場不可動搖的主導地位得以鞏固。2023年中國內地的重點馬拉松賽事中，特步跑鞋的穿著率於所有及破三跑者中高踞榜首，並位踞國際及國產品牌第一。於2023年，特步成為廈門、北京、廣州馬拉松所有跑者，以及上海馬拉松破三跑者的首選品牌。在最近結束的2024年廈門馬拉松賽中，特步延續其亮眼表現，穿著率保持領先地位，於所有及破三跑者中分別達到41.8%和43.8%。此外，特步連續兩年穩踞中國男女馬拉松運動員百強跑鞋穿著率榜首，充分彰顯其作為專業跑步品牌的定位。

專業影響大眾的產品定位戰略

「160X」碳板跑鞋在助力中國運動員刷新個人最佳成績和創造國家歷史方面依然具有競爭力。截至2023年12月31日，該系列已協助83名中國運動員奪得370個冠軍。於2023年，特步跑鞋幫助眾多體育名將打破國家紀錄並創造歷史，其中突出的例子包括全國馬拉松紀錄保持者楊紹輝、亞洲賽場中國男子馬拉松首金何傑，以及馬拉松常青樹並於職業生涯五次跑進2:10:00的董國建。此外，於2023年9月，「160X 5.0」跑鞋於柏林馬拉松首戰世界大滿貫賽事，成功助力喬斯法特·基普圖·博伊特刷新個人最佳成績。

為滿足跑者的多樣化需求，特步於2023年12月推出為精英和專業跑者應對比賽和訓練場景而設計的「260X」碳板跑鞋。跑鞋的中底技術採用較「260 2.0」推進力更強的物料，使推進力提升14.5%，更配備馬拉松級CPU大底，有效增強耐磨性，以應對長距離訓練。

於2024年3月，特步進一步擴大產品供應，專為擁有固定跑步習慣的大眾跑者推出「360X」碳板跑鞋。「360X」以穩定性為核心，採用先進的中底技術，及提供更強支撐力的物料。此外，「360X」的碳板設計旨在有效降低跑者的受傷風險，其穩定性較「360」系列提升4.2%。對比市場上所有碳板跑鞋，「360X」的價格極具競爭力，將吸引大眾跑者的廣泛關注。

強化作為跑步市場的領導者

隨著大眾對跑步的熱情持續高漲，特步不斷強化在中國內地的跑步生態圈及贊助知名馬拉松賽事，包括連續16年贊助的世界田徑白金標賽事廈門馬拉松。此外，特步亦贊助其他金標賽事，包括重慶馬拉松、揚州鑒真半程馬拉松、太原馬拉松和長沙馬拉松。

特步一直致力傳播跑步帶來的凝聚力，並通過特步跑步俱樂部為跑者提供一站式專業跑步服務。隨著跑步運動的日益普及，其於西安大明宮開設全新特步跑步俱樂部，並成為全球首個位於聯合國教科文組織世界遺產內的跑步俱樂部。截至2023年12月31日，中國內地共有65家特步跑步俱樂部，特跑族會員人數超過200萬。

零售管理及品牌

憑藉更大的面積及充滿活力感的視覺營銷，如燈光控制、人工智能機械人、數字化屏幕及可升降舞台，我們的第九代門店不但大幅地提升了品牌形象，同時推動客流量及連帶率的增長。新形象店舖更注重與消費者的

數字化互動，在聯繫並接觸年輕受眾方面亦取得顯著成效。截至2023年12月31日，集團於中國內地及海外共有6,571家主要由集團授權分銷商經營的特步成人品牌店舖（2023年12月31日：6,313家）。

特步兒童

特步兒童業務於年內繼續成為特步主品牌的增長動力，通過聚焦運動專業實現可持續發展。於2023年，特步兒童與上海體育大學及清華大學合作，推出升級版「特步100 2.0 PRO」體考鞋，提升學童運動表現，並積極贊助各項體育賽事及活動，增強兒童身體素質。截至2023年12月31日，特步兒童在中國內地有1,703家主要由集團授權分銷商經營的店舖（2022年12月31日：1,520家）。

專業運動

索康尼和邁樂

憑藉出色的設計和卓越的產品性能，索康尼的顧客群不斷擴大且獲得高度關注，延續強勁的增長勢頭。於2023年，專業運動分部的收入表現強勁，大幅上升98.9%至人民幣7.96億元，佔本集團總收入的5.5%。值得一提的是，索康尼成為首個實現盈利的新品牌。

憑藉優秀的設計和品質，索康尼於中國消費者中的品牌認知度顯著提升，促使店效迅速增長以及中國內地業務的積極擴張。為進一步加強控制以及促進索康尼與特步在產品創新、市場營銷及分銷渠道方面的協同效應，集團於2023年12月宣佈收購Wolverine Group於2019年合資公司所持的權益，以進行索康尼及邁樂品牌產品的銷售及分銷，以及收購索康尼於中國40%的知識產權。此交易彰顯特步對索康尼和邁樂品牌的業務發展及其在中國市場增長潛力的信心和決心。

特步將繼續致力拓展和加強索康尼於中國內地零售網絡。繼於2023年6月在上海正大廣場成功開設其首家第三代形象店後，索康尼繼續拓展位於一線城市的零售業務，同時在二線城市的高端購物中心開設零售店。截至2023年12月31日，索康尼及邁樂在中國內地分別有110家品牌店及4家品牌店。

時尚運動

K·SWISS和帕拉丁

在海外業務增長放緩的情況下，K·SWISS及帕拉丁在中國內地的品牌重塑進程取得顯著進展，品牌認知度和店效迅速提升。於2023年，時尚運動分部收入增加14.3%至人民幣16.03億元，佔集團收入的11.2%。來自中國內地的收入快速增長224.3%，為時尚運動分部帶來的收入貢獻亦由2022年的10.2%大幅提升至2023年的29.0%。

隨著產品組合和零售網絡不斷完善，K·SWISS及帕拉丁在中國內地的品牌重塑計劃開始進入收成期。K·SWISS位於長春其中一家試業店舖的全年店效超過人民幣1,000萬元，充分印證品牌卓越的產品設計和品質。年內，K·SWISS持續加快在中國內地高線城市的高端購物中心開設門店，包括於深圳海岸城購物中心開設深圳首家門店。截至2023年12月31日，K·SWISS在亞太地區（包括中國內地）有101家品牌店。

為迎合高端消費群體，帕拉丁通過在多個中國內地高線城市開設新店以擴充業務版圖。繼於2023年9月在北京開設新店後，帕拉丁於2023年11月踏足華南地區，在深圳萬象城開設華南首家門店。截至2023年12月31日，帕拉丁在亞太地區（包括中國內地）有94家品牌店。

展望

特步主品牌一直戰略性瞄準跑步領域，積極構建中國內地最大的跑步生態圈，穩踞市場領先地位。作為向大眾市場提供高性價比產品的國產品牌，特步主品牌將繼續強化研發能力，優化產品表現，推出專為中國跑者設計的跑鞋，助力他們實現個人成就的新突破。

集團具備與頂尖國際品牌競爭的實力，並致力充分發揮協同效應以取得成功。通過戰略性地整合索康尼及邁樂品牌合資公司的股權，集團不僅能最大限度地發揮兩個品牌與特步主品牌在產品創新、營銷及分銷

渠道方面的協同效應，亦可提升運營效率，充分激發該等品牌的增長潛力。展望未來，集團將繼續提供專為中國消費者設計的產品系列，以擴張索康尼及邁樂品牌的業務規模，並探索全球市場的商機。此外，除現

有的「功能」系列外，索康尼亦將進一步研發「復古」及「通勤」系列，拓展時尚及休閒的產品供應，從而滿足中國消費者在不同場景下對個性化和多功能產品日益增長的需求。

由於通脹持續高企，美國及歐洲消費者對非必需性消費繼續持有謹慎態度，導致時尚運動2023年的海外業務增長疲弱。然而，經過成功的品牌重塑，K·SWISS及帕拉丁於中國內地展現強勁的增長勢頭，大大加強我們對時尚運動分部可持續發展的信心。為把握大眾對時尚運動服飾需求日益增長的機遇，此等品牌將繼續通過在高線城市開店及優化產品組合推動業務增長。K·SWISS將推出以網球為靈感的運動用品，彰顯品牌於網球領域的專業性，而帕拉丁則會繼續推出吸引年輕消費者的時尚系列。

受惠於健康生活意識的提高及國家對體育行業的支持政策，中國內地的體育消費於2023年展現強勁韌性，並實現顯著復甦。此等有利因素，疊加中國政府承諾於2024年推行擴大內需以振興經濟等積極的財政政策，均有效提振市場信心。中國內地體育用品行業於2024年及未來有望持續增長，長期前景令人鼓舞。

-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、K·SWISS、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8,500家門店。

特步為MSCI中國小型股指數、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) 21520333
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) 28644857/ (852) 28644862/ (852) 21144318
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

附錄

2023 年全年業績財務亮點

截至 12 月 31 日止年度	2023 年	2022 年	變化
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	14,345.5	12,930.4	+10.9%
毛利	6,049.7	5,291.7	+14.3%
經營溢利	1,579.9	1,464.3	+7.9%
普通股股權持有人應佔溢利	1,030.0	921.7	+11.8%
每股基本盈利 (人民幣分)	40.8	36.6	+11.3%
盈利能力比率			
毛利率	42.2%	40.9%	+1.3 百分點
經營溢利率	11.0%	11.3%	-0.3 百分點
淨利潤率	7.2%	7.1%	+0.1 百分點
派息比率	50.0%	50.0%	持平
營運資金 (人民幣百萬元)			
	於 2023 年 12 月 31 日	於 2022 年 12 月 31 日	變化
存貨	1,793.8	2,287.2	-21.6%
經營現金流入淨額	1,254.9	571.8	+119.5%

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	2023 年	2022 年	變化
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	8,171.9	7,760.2	+5.3%
毛利率	41.9%	40.9%	+1.0 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	5,903.5	4,896.9	+20.6%
毛利率	42.9%	41.3%	+1.6 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	270.1	273.3	-1.2%
毛利率	36.0%	33.7%	+2.3 百分點

按品牌性質劃分

截至 12 月 31 日止年度	2023 年	2022 年	變化
大眾運動			
收入 (人民幣百萬元)	11,947.4	11,127.9	+7.4%
毛利率	42.0%	41.3%	+0.7 百分點
時尚運動			
收入 (人民幣百萬元)	1,602.6	1,402.5	+14.3%
毛利率	44.8%	37.6%	+7.2 百分點
專業運動			
收入 (人民幣百萬元)	795.5	400.0	+98.9%
毛利率	40.0%	42.7%	-2.7 百分點