



特步国际控股有限公司

于开曼群岛注册成立的有限公司（香港联交所股份代号：1368）

特步公布 2024 年全年业绩
集团收入增加 6.5%至人民币 135.77 亿元
净利润增长 20.2%至人民币 12.38 亿元 创历史新高

专业运动分部收入强劲增长 57.2%至人民币 12.50 亿元

加大投入直接面向消费者战略 推动未来增长

摘要

- 集团持续经营业务之收入增加 6.5%至人民币 135.77 亿元（2023 年：人民币 127.43 亿元），主要由特步主品牌的稳健表现，以及专业运动分部的强劲增长所带动。
- 特步主品牌收入增加 3.2%至人民币 123.27 亿元（2023 年：人民币 119.47 亿元）。专业运动分部收入增长 57.2%至人民币 12.50 亿元（2023 年：人民币 7.96 亿元）。
- 集团持续经营业务之经营溢利增长 9.3%至人民币 19.66 亿元（2023 年：人民币 17.98 亿元）。专业运动分部的经营溢利强劲增长 829.5%，至人民币 78.21 百万元（2023 年：人民币 8.41 百万元）。
- 本公司普通股股权持有人应占溢利创历史新高，达人民币 12.38 亿元（2023 年：人民币 10.30 亿元），增长 20.2%。
- 集团建议末期股息每股 9.5 港仙（2023 年：每股 8.0 港仙），可收取代息股份以代替现金。连同中期股息每股 15.6 港仙，全年派息比率为 50.0%。此外，本公司年内派发特别股息每股 44.7 港仙，全年股息增加 221.7%，派息比率为 138.2%（2023 年：50.0%）。
- 继去年 11 月完成战略性剥离 K·SWISS 及帕拉丁业务后，集团重新调整战略，聚焦跑步，并有效分配资源以优化运营。
- 受到索康尼在零售网络管理方面取得卓越成果的启发，集团将加大对特步主品牌直接面向消费者（DTC）战略的投入，与顾客进行更深入及个性化的互动，增强品牌忠诚度，提高保留率。
- 截至 2024 年 12 月 31 日，集团于中国内地及海外共有 6,382 家特步成人品牌店铺，以及 1,584 家特步儿童门店。索康尼在中国内地有 145 家门店。

2025 年 3 月 18 日，香港讯 – 中国领先的专业体育用品企业**特步国际控股有限公司**（“公司”，连同其附属公司“集团”）（股份代号：1368.HK）今日公布截至 2024 年 12 月 31 日止年度（“2024 年”或“年内”）之全年业绩。

在经济环境不稳定的背景下，集团在 2024 年仍取得了稳健的业绩。集团持续经营业务之收入增加 6.5%至人民币 135.77 亿元（2023 年：人民币 127.43 亿元）。特步主品牌收入增加 3.2%至人民币 123.27 亿元（2023 年：人民币 119.47 亿元）。专业运动分部收入按年增长 57.2%至人民币 12.50 亿元（2023 年：人民币 7.96 亿元）。集团持续经营业务之经营溢利增长 9.3%至人民币 19.66 亿元（2023 年：人民币 17.98 亿元）。专业运动分部的经营溢利强劲增长 829.5%至人民币 78.21 百万元（2023 年：人民币 8.41 百万元）。本公司普通股股权持有人应占溢利创历史新高，达人民币 12.38 亿元（2023 年：人民币 10.30 亿元），增长 20.2%。每股基本盈利为人民币 48.7 分（2023 年：人民币 40.8 分）。

董事会建议末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替现金。连同中期股息每股 15.6 港仙，全年派息比率为 50.0%。此外，本公司年内派发特别股息每股 44.7 港仙，全年股息增加 221.7%，派息比率为 138.2%（2023 年：50.0%）。

特步国际控股有限公司主席兼行政总裁丁水波先生表示：“集团聚焦跑步的核心战略，让其成为中国精英跑者和大众跑者最青睐的品牌。2024 年，我们‘专业影响大众’的战略已见成效，从之前成为三小时内完赛的马拉松跑者穿着率第一品牌，到如今在主要六大国内马拉松赛事中拥有最高的全局穿着率¹。与此同时，索康尼凭借其在重点马拉松赛事中，穿着率排名第三的优异表现¹，进一步巩固我们的行业领先地位。凭借集团在跑步市场上的良好声誉，以及特步主品牌、索康尼及迈乐之间的协同效应，叠加政府未来持续推出刺激消费信心和经济增长的长期政策支持下，我们已作好准备迎接机遇，推动集团的未来成功。”

业务回顾

特步主品牌

“专业影响大众”战略已见成效 巩固中国跑步第一品牌的市场地位

特步跑鞋的穿着率从此前在三小时内完赛跑者中位列榜首，到如今在主要马拉松赛事中位居全局第一，彰显特步“专业影响大众”战略的成效。于 2024 及 2025 年六个重点马拉松赛事中，包括上海、北京、厦门、广州、无锡及成都马拉松，特步跑鞋的穿着率于所有参赛者及三小时内完赛跑者中高居榜首¹，成绩斐然。

于 2024 年，在中国仅有的两场世界田联白金标赛事之一——上海白金标赛场中，特步跑鞋的穿着率在所有完赛跑者中达 22.4%¹，首次超越国际品牌，荣登榜首。随着索康尼在各大重点马拉松赛事中展现出亮眼的穿着率，特步的行业领先地位得以进一步巩固。特步主品牌及索康尼的穿着率在广州及成都马拉松赛事所有跑者中分别占 40.3%及 47.6%¹，进一步强化特步作为中国跑步第一品牌的地位。

打造优质产品 刷新马拉松纪录

于 2024 厦门马拉松中，董国建穿着“160X 5.0 PRO”夺得中国籍冠军，打破尘封十六年的厦门马拉松中国籍男子赛会纪录。于 2024 年 3 月，何杰再次打破全国马拉松纪录，带领中国马拉松进入“206”时代。特步的“160X”系列亦助力杨家玉夺得 2024 巴黎体育赛事女子 20 公里竞走金牌，此为我国在这项赛事的田径项目上夺得的首金。截至 2024 年 12 月 31 日，特步共助力 95 名运动员斩获 451 个冠军。

特步亦推出“160X 6.0 PRO”、“160X 6.0”、“360X”及“260X 2.0”等多款旗舰冠军版跑鞋，旨在满足从大众跑者，到专业和精英跑者不同能力水平的需求。“160X 6.0 PRO”拥有更强的抗衰减性能及回弹性能，同时提升跑步经济性，重量更轻。于 2025 年 3 月，特步进一步升级鞋款并推出“160X 6.5 PRO”，其搭载改良的中底粘合工艺，优质的缓震支撑性能及升级版的鞋垫设计，助力运动员保持巅峰速度。

跑步社群维系

自 2007 年起，特步通过创建充满活力的跑步社群，构建出中国内地最大的跑步生态圈。于 2024 年，特步合共赞助全国 44 场顶尖马拉松及路跑赛事，其中包括著名的世界田联白金标赛事厦门马拉松及其他金标马拉松赛事。同时，特步拥有 72 家特步跑步俱乐部，其选址于全国热门的跑步场地，为特跑族会员提供一站式专业服务。通过跑步俱乐部及其附属跑团举办的跑步活动，特步有效地增强社群凝聚力。

零售管理及DTC战略

高效的零售管理促使集团的品牌形象显著提升。集团第九代门店采用宽敞的空间布局和视觉效果极佳的美学设计，融入先进科技，不仅提升客单价，亦提高门店店效。截至 2024 年 12 月 31 日，集团于中国内地及海外共有 6,382 家主要由本集团授权分销商经营的特步成人品牌店铺（2023 年 12 月 31 日：6,571 家）。

¹ 资料来源：悦跑圈

在当前快速变化的零售环境中，集团深信加大对特步主品牌 DTC 战略的投入，对其未来发展至为重要。受到索康尼在零售网络管理方面取得卓越成果的启发，特步将加强直营业务，与顾客进行更深入及个性化的互动，增强品牌忠诚度，提高保留率。品牌可更快速地调整产品组合、营销战略和顾客体验，提高运营效率并推进品牌升级。展望未来，特步主品牌计划在目前经销模式的基础上，逐步优化其零售渠道结构，以确保及时且精准的市场洞察，并最终推动业绩显著增长。

电子商务

于 2024 年，电子商务业务录得约 20% 的强劲增长，继续成为集团发展的强大增长动力。该分部占特步主品牌总收入超过 30%，突显其在集团业务战略中的关键角色。抖音、微信视频号及小红书等新兴平台成为表现突出的零售渠道，实现超过 80% 增长，并成功吸引更多追求互动式购物体验的消费者。

特步儿童

通过产品、数据分析、培训课程和专家指导，特步儿童为中国儿童提供全面的健康成长解决方案。随着“A+健康成长鞋”的推出，此等举措已取得显著成效，特步儿童业务与盈利能力快速增长。截至 2024 年 12 月 31 日，特步儿童在中国内地有 1,584 家主要由本集团授权分销商经营的店铺（2023 年 12 月 31 日：1,703 家）。

索康尼和迈乐

作为首个于 2023 年实现盈利的新品牌，索康尼于今年再次保持强劲的增长势头，收入突破人民币 10 亿元。于 2024 年，专业运动分部收入同比增长 57.2% 至人民币 12.50 亿元，占本集团总收入的 9.2%。此分部亦录得人民币 78.21 百万元的经营溢利（2023 年：人民币 8.41 百万元），较 2023 年大幅增加。

索康尼在精英跑者间的品牌认知度显著提升，品牌的穿着率在国内外知名的马拉松赛事中持续位居国际品牌前三²。在此势头的基础上，索康尼开展令人鼓舞的品牌重塑进程，涵盖零售渠道、产品矩阵及市场营销。此举包括在高端购物中心开设全新旗舰店及概念店，以及拓展服装及生活休闲产品系列，吸引更多广泛的受众，提升顾客体验。索康尼全球首家概念店及城市体验店，分别于深圳万象城以及北京合生汇开幕。截至 2024 年 12 月 31 日，索康尼在中国内地有 145 家门店。

迈乐通过专注拓展电商业务，为户外运动爱好者提供兼具高性能和舒适度的服装及鞋履。于 2024 年，该品牌举办一系列户外活动，让运动员亲身进行产品体验。通过该等活动，迈乐不仅宣扬对户外运动的热爱，同时激励人们探索及接触大自然。

可持续发展

于 2024 年 7 月，特步成为中国体育用品行业首家获得 MSCI ESG 评级“A”级的公司。为突显集团将环境保护及社会责任融入企业发展的承诺，特步正式发布 2030 ESG 战略框架。该框架包含“守护环境”、“创造可持续价值链”及“以人为本”三大核心支柱，以及八大具体目标，体现其对“10 年可持续发展计划”的战略升级。

展望

集团专注跑步的明确战略，为实现长期增长制定了清晰的路线图。作为跑步领域的其中一名先行者，特步致力加大研发力度，构建中国最大的跑步生态圈，最终奠定其作为中国跑步第一品牌的市场地位。集团将继续发挥特步主品牌、索康尼和迈乐之间的协同效应，以其综合优势助力集团扩大市场份额。

特步“160X”系列跑鞋见证众多冠军的诞生，并在重点马拉松比赛中拥有最高穿着率²，巩固其在跑步市场的主导地位。作为一家致力为大众市场提供高性价比产品的国产品牌，特步将继续强化产品性能，打造适合中国跑者的跑鞋，助力跑者实现个人里程碑。此外，加大投入 DTC 战略，将使特步能够直接获取数据及与顾客进行互动，有助于强化其零售渠道管理，加速增长，并实现可持续的盈利能力。

² 资料来源：悦跑圈

索康尼作为集团的第二增长曲线，已迅速成为跑者新贵。在中国马拉松比赛中，索康尼的穿着率排名前三³，进一步巩固其作为百年跑鞋品牌的地位。自 2020 年起，索康尼主要通过 DTC 模式，拓展其在中国的零售网络。过去五年，DTC 战略推动专业运动分部的快速增长。该分部的收入从 2020 年至 2024 年实现超过 100% 的年复合增长率，于 2023 年实现收支平衡，并于 2024 年持续展现韧性。随着索康尼继续扩大中国的业务规模，其将进一步推动品牌战略，并将持续推出形象更为提升的旗舰店和概念店，以配合其服装和生活休闲产品矩阵的发展。

集团预计体育用品的需求将稳健增长，并计划通过柔性供应链，快速应对不断变化的消费者偏好及趋势，把握市场机遇。跑步运动的日益普及，叠加政府推出刺激消费的措施，为体育用品行业提供良好的环境，将推动集团实现长期增长。

- 完 -

关于特步国际控股有限公司

特步国际控股有限公司（香港联交所股份代号：1368）为一家领先的多品牌体育用品公司，于 2008 年在香港联合交易所主板上市。集团主要从事成人和儿童体育用品（包括鞋履、服装和配饰）的设计、研发、制造、销售、营销及品牌管理。凭借多元化的品牌组合，包括特步主品牌、索康尼及迈乐，集团通过涵盖超过 8,100 家门店的庞大分销网络，战略性地瞄准大众运动和专业运动分部。

特步为 MSCI 中国小型股指数、恒生综合指数系列、沪港通及深港通的成分股。如欲取得更多集团相关资料，请浏览特步企业网站 www.xtep.com.hk 或扫描下方二维码关注集团官方微信帐号。



如有垂询，请联络：

特步国际控股有限公司
投资者关系

电话：(852)2152 0333

电邮：ir@xtep.com.hk

纵横财经公关顾问有限公司

郑松雪/梁颂欣/张艺璇

电话：(852)2864 4857 / (852)2864 4862 / (852)2114 4955

电邮：sprg_xtep@sprg.com.hk

³ 资料来源：悦跑圈

附录

2024 年全年业绩财务亮点

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年 (经重列)	变化
盈利能力数据 (人民币百万元)			
持续经营业务			
收入	13,577.2	12,742.9	+6.5%
毛利	5,865.4	5,331.2	+10.0%
经营溢利	1,965.5	1,798.0	+9.3%
持续经营业务之净利润	1,305.5	1,254.3	+4.1%
已终止经营业务之(亏损)	(67.1)	(224.3)	-70.1%
普通股股权持有人应占溢利	1,238.4	1,030.0	+20.2%
每股基本盈利 (人民币分)	48.7	40.8	+19.4%
盈利能力比率			
持续经营业务			
毛利率	43.2%	41.8%	+1.4 百分点
经营溢利率	14.5%	14.1%	+0.4 百分点
集团净利润率	9.1%	8.1%	+1.0 百分点
派息比率	138.2%	50.0%	+88.2 百分点
营运资金 (人民币百万元)			
	于 2024 年 12 月 31 日	于 2023 年 12 月 31 日	变化
存货	1,595.7	1,793.8	-11.0%
经营现金流入净额	1,228.1	1,254.9	-2.1%

集团收入及毛利率明细

按产品划分

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年 (经重列)	变化
鞋履			
收入 (人民币百万元)	8,054.4	6,950.7	+15.9%
毛利率	44.9%	42.2%	+2.7 百分点
服装			
收入 (人民币百万元)	5,226.2	5,541.6	-5.7%
毛利率	41.1%	41.7%	-0.6 百分点
配饰			
收入 (人民币百万元)	296.6	250.6	+18.4%
毛利率	33.3%	35.1%	-1.8 百分点

按品牌性质划分

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年	变化
大众运动			
收入 (人民币百万元)	12,326.9	11,947.4	+3.2%
毛利率	41.8%	42.0%	-0.2 百分点
专业运动			
收入 (人民币百万元)	1,250.3	795.5	+57.2%
毛利率	57.2%	40.0%	+17.2 百分点