



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 2025 年全年業績
集團收入增加 4.2%至人民幣 141.51 億元
淨利潤上升 10.8%至人民幣 13.72 億元 創歷史新高

專業運動分部持續強勁勢頭 收入增長 30.8%至人民幣 16.36 億元

摘要

- 集團持續經營業務之收入增加 4.2%至人民幣 141.51 億元，主要由特步主品牌的穩健表現，以及專業運動分部的強勁增長所帶動。
- 特步主品牌收入增加 1.5%至人民幣 125.15 億元。專業運動分部收入增長 30.8%至人民幣 16.36 億元。
- 海外業務收入接近翻倍，其中跨境電商在東南亞主要平台的強勁表現帶動下，實現超過 220%的增長。
- 集團持續經營業務之經營溢利增長至人民幣 20.19 億元。專業運動分部的經營溢利大幅增長 46.4%，至人民幣 1.14 億元。
- 包含已終止經營業務 (K·SWISS 和帕拉丁) 於 2024 年人民幣 67.10 百萬元的虧損後，本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣 13.72 億元，增長 10.8%。
- 集團財務狀況穩健，淨現金大幅增長 73.4%至人民幣 17.07 億元，每股資產淨值增加 12.3%至人民幣 3.64 元。
- 董事會建議派發末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股 18.0 港仙，全年派息比率為 50.4%。集團自上市以來，已連續 18 年保持不低於 50%的派息比率，堅定為股東創造長期價值。
- 截至 2025 年 12 月 31 日，集團於中國內地及海外分別共有 6,357 家特步成人店舖及 1,488 家特步少年店舖。索康尼在中國內地共有 175 家店舖。

2026 年 3 月 26 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 2025 年 12 月 31 日止年度（「2025 年」或「年內」）之全年業績。

於 2025 年，集團持續經營業務之收入增加 4.2%至人民幣 141.51 億元，毛利率為 42.8%。特步主品牌收入增加 1.5%至人民幣 125.15 億元。專業運動分部收入增長 30.8%至人民幣 16.36 億元。海外業務收入接近翻倍，其中跨境電商在東南亞主要平台的強勁表現帶動下，實現超過 220%的增長。集團持續經營業務之經營溢利增長至人民幣 20.19 億元。包含已終止經營業務 (K·SWISS 和帕拉丁) 於 2024 年人民幣 67.10 百萬元的虧損後，本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣 13.72 億元，增長 10.8%。每股基本盈利為人民幣 51.4 分。董事會建議派發末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股 18.0 港仙，全年派息比率為 50.4%。集團自上市以來，已連續 18 年保持不低於 50%的派息比率，堅定為股東創造長期價值。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「作為中國跑步第一品牌，我們的市場領導地位能更好應對外部市場波動。於 2025 年，集團進一步強化聚焦跑步的戰略，並於中國主要馬拉松賽事中保持最高穿著率，充分展現特步主品牌在專業與大眾市場的廣泛共鳴。於 3 月東京馬拉松上，集團助力穿著『160X 7.0 PRO』的豐配友打破國家紀錄，奪得亞洲第一，帶領中國馬拉松進入『205』時代。通過持續提升研發能力，強化產品矩陣，配合渠道優化與直接面向消費者(DTC)模式，集團將繼續提升運營效率與市場份額，並創造可持續的價值回報。」

業務回顧

特步主品牌

鞏固跑步領域的領導地位

伴隨中國持續升溫的跑步熱潮，特步樹立了行業新標竿，並達到中國馬拉松前所未有的里程碑。特步現已持續穩踞國內各大主要馬拉松賽事全局穿著率榜首，充分印證「專業影響大眾」戰略的成效。於 2025 年至 2026 年間，特步一舉包攬上海、北京、廈門、廣州、無錫及成都六項重點馬拉松賽事全局穿著率第一，成功在這些旗艦賽事中全面領先。隨著何杰在全國運動會奪得馬拉松金牌，以及豐配友穿著特步跑鞋於 2026 東京賽場以 2 小時 05 分 58 秒的成績打破國家紀錄，並奪得亞洲第一，特步主品牌的專業口碑得以進一步鞏固。憑藉此重要成就，特步成為中國馬拉松史上首個實現如此全面市場領先地位的品牌。

冠軍版跑鞋「160X 7」及「青雲」大眾旗艦跑鞋系列

於 8 月，特步推出新一代冠軍版跑鞋「160X 7」系列，包含「160X 7.0 MONXTER」、「160X 7.0 PRO」和「160X 7.0」。該系列搭載前沿科技與高端碳板，將專業跑鞋的性能標準推向全新高度。特步「160X」系列持續助力精英運動員於國內外多項賽事中創造佳績。此外，冠軍版跑鞋家族亦包括「260X」及「360X」系列。該等系列均搭載碳板，以提升速度訓練與日常跑步體驗。

秉持提供兼具高性價比及高性能鞋款的理念，特步推出「青雲」緩震旗艦跑鞋系列，全面涵蓋從無碳板到內置碳板的不同鞋款，確保為大眾跑者帶來更舒適且符合人體工學的穿著體驗，以進一步拓展大眾市場產品矩陣。

促進跑者之間的聯繫

於 2025 年，集團贊助了全國共 74 場主要的跑步活動，當中包括連續 17 年贊助世界田聯白金標賽事廈門馬拉松，以及多場金標馬拉松賽事，強化了集團對中國跑步文化發展的戰略支持。此外，集團的 71 個特步跑步俱樂部，戰略性分佈在中國主要城市公園及熱門跑步路線，為運動員提供全方位服務。特跑族會員可享受定製化的跑步指導、定期組織的跑步活動，以及充電和淋浴設施等優質便利的服務。通過舉辦專屬活動並與附屬跑團合作，特步積極推動大眾參與度，並致力構建更有凝聚力、更為活躍的跑步社群。

升級零售網路和品牌

特步重視零售管理，成功提升品牌形象及強化競爭優勢。去年 12 月於上海開設的全新高端金標領跑店即為最佳例證，不僅有效地強化專業跑步品牌形象，更能提升整體門店店效。為把握奧萊渠道快速發展的機遇，特步進一步推出特步精選奧萊，標誌品牌進軍高端奧萊市場，並以具有競爭力的性價比，滿足不同消費者的多元化需求。與此同時，集團加快渠道改革，通過推行直接面向消費者 (DTC) 模式，快速應對消費者需求變化，為在這個不斷變化的市場中實現長期增長奠定了堅實基礎。

截至 2025 年 12 月 31 日，集團於中國內地及海外共有 6,357 家主要由授權分銷商經營的特步成人品牌店舖 (2024 年 12 月 31 日：6,382 家)。

電子商務

於 2025 年，電子商務業務繼續成為主要增長動力，佔特步品牌收入超過三分之一。抖音及微信視頻號等直播平台已成為集團表現高效的零售渠道，實現約 40% 的收入增長。與此同時，電商業務的跑步品類錄得強勁增長，旗艦產品「兩千公里」系列領跑，其搭載尖端緩震科技及高耐磨大底。於 2025 年，「兩千公里」系列的銷量翻倍，突顯了其強勁的市場表現。

特步少年

憑藉超過 13 年對青少年運動的持續投入，特步於青少年運動裝備及成長發展領域，已確立值得消費者信賴的領先地位。於 2025 年，集團推出「特步成長鞋 1.0 PRO」，採用三大核心技術，助力青少年運動成長。同時，

特步與清華x-lab進一步深化合作，雙方圍繞可持續運動及少年成長科學商業解決方案，展開深度研討，並取得重要進展。特步與清華大學體育部完成了330,000組兒童足部數據研究，將AI智能檢測技術應用於產品研發，構築「成長科學」綜合解決方案。

截至2025年12月31日，集團於中國內地共有1,488家主要由授權分銷商經營的特步少年店舖（2024年12月31日：1,584家）。

海外業務

憑藉在中國跑步領域的領先地位，特步正加速推進全球化戰略。這一舉措通過於東南亞精準的店舖佈局及數字化滲透，正快速取得進展。年內，特步於新加坡開設海外首家跑步俱樂部，並通過與馬來西亞Bonia合作開設跑步旗艦店，成功吸引國際跑者，助力更廣泛的區域拓展。特步的跨境電商業務取得顯著進展，在Shopee、TikTok及Lazada等東南亞主要平台的強勁表現帶動下，實現超過220%的快速增長。

索康尼與邁樂保持強勁增長動能

受益於索康尼強勁的收入增長，專業運動分部於2025年取得卓越的財務表現。該分部的收入同比增長30.8%至人民幣16.36億元，佔集團總收入11.6%。該分部盈利能力亦顯著提升，經營溢利達人民幣1.14億元，較去年同期的人民幣78.2百萬元大幅增加。

作為百年跑鞋世家，索康尼高性能的裝備一直以來為專業運動員的信賴之選。為實現品牌高端化並擴大影響力，索康尼通過提升產品創新能力、優化零售渠道及推出高端的市場營銷活動，成功實現戰略轉型。索康尼在主要城市的核心商圈開設多家高端旗艦店，同時進一步豐富產品矩陣，推出專業跑步服裝以及多場景生活休閒系列，實現功能性與運動生活的完美融合。此項戰略轉型成功將索康尼的核心客群從精英跑者延伸至追求品質的高端消費者。截至2025年12月31日，索康尼在中國內地有175家門店。

邁樂一直致力於實現專業性、耐用性與全天候舒適性之間的完美平衡，為戶外運動愛好者提供技術先進的服裝及鞋履。通過以電商為核心增長引擎，並聚焦登山、越野及戶外生活三大核心產品線，邁樂將戶外運動熱潮轉化為持續的市場增長及長期的品牌忠誠度。

以高ESG標準引領行業

特步將環境保護、社會責任及企業治理貫穿於業務營運之中，展現其對可持續增長的堅定承諾。為支持循環經濟發展，特步啟動一項聚焦消費前的廢紡回收專項計劃，建立閉環體系，回收並處理生產餘料，將其轉化為再生紗線。年內，共回收51.3噸服裝生產邊角料，並將其進一步應用於2026年廈門馬拉松的官方參賽T恤中。集團通過捐贈總值超過人民幣64百萬元的體育用品及現金，以支持多項公益慈善項目，踐行積極回饋社會的承諾。

展望

集團持續深耕跑步領域，為長遠發展奠定堅實基礎。通過不斷提升創新能力，持續加大在產品研發、渠道拓展及品牌營銷方面的投入，集團已構建一個完善及市場領先的跑步生態圈，進一步鞏固集團作為中國跑步第一品牌的領導地位。集團旗下核心品牌矩陣——特步主品牌、索康尼及邁樂，將發揮優勢互補，產生更大的協同效應，並擴大集團在整個行業的競爭優勢。

特步於中國主要的馬拉松賽事中保持最高穿著率，充分印證集團在跑步領域的領導地位。「160X」冠軍版跑鞋系列作為突破性的創新成果，已助力運動員屢破國家紀錄並奪得冠軍。除專業跑步產品之外，集團亦積極拓展產品矩陣，推出更加多元且高品質的大眾跑鞋產品，為不同級別的跑者創造更大價值，以擴大市場份額，鞏固集團的市場地位。

為進一步深化與消費者的互動，強化品牌忠誠度，集團於2025年推行直接面向消費者（DTC）模式。此戰略轉型使集團能更直接地與顧客溝通，快速響應其不斷變化的需求，並打造更流暢便捷的購物體驗。此零售模式的靈活性，以及與消費者的直接連結，將有助於集團日後加速產品創新、優化運營效率和保持長期增長。

作為百年跑鞋世家，索康尼成功於跑步及社會精英人群中建立高端品牌形象，並精準把握他們對專業體育用品日益增長的需求，繼續保持強勁增長勢頭，鞏固其作為集團第二增長曲線的戰略地位。在強化核心專業跑步產品的同時，品牌將繼續拓展已獲得積極市場反饋的服裝及生活產品系列。通過廣泛佈局高端零售渠道，索康尼得以顯著提升品牌形象，更堅定了集團未來持續優化渠道策略，以提升店效及運營效率的信心。

得益於積極的政府政策以及公眾健康意識的持續提升，體育用品行業的基本面維持穩健。行業的整體韌性，疊加集團獨特的運營靈活性，使集團對未來的發展前景充滿信心。依託具有競爭優勢且全面的端到端供應鏈網絡，集團得以精準預測並快速響應不斷變化的消費者偏好及新興市場需求。集團已作好充分準備，戰略性地將短期波動轉化為增長機遇，為持份者持續創造價值。

- 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機板上市。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、索康尼及邁樂，集團通過涵蓋超過8,000家門店的龐大分銷網路，戰略性地瞄準大眾運動和專業運動分部。

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
電話：(852) 2152 0333
電郵：ir@xtep.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司
鄭松雪/梁頌欣/程梓豪
電話：(852) 2864 4857 / (852) 2864 4862 / (852) 2864 4894
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

附錄

2025 年全年業績財務亮點

截至 12 月 31 日止年度	2025 年	2024 年	同比變化
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
持續經營業務			
收入	14,151.1	13,577.2	+4.2%
毛利	6,063.0	5,865.4	+3.4%
經營溢利	2,018.8	1,965.5	+2.7%
持續經營業務之淨利潤	1,371.6	1,305.5	+5.1%
已終止經營業務之(虧損)	-	(67.1)	不適用
普通股股權持有人應佔溢利	1,371.6	1,238.4	+10.8%
每股基本盈利 (人民幣分)	51.4	48.7	+5.5%
盈利能力比率			
持續經營業務			
毛利率	42.8%	43.2%	-0.4 百分點
經營溢利率	14.3%	14.5%	-0.2 百分點
淨利潤率	9.7%	9.6%	+0.1 百分點
集團淨利潤率	9.7%	9.1%	+0.6 百分點
派息比率	50.4%	138.2%	-87.8 百分點
	於 2025 年 12 月 31 日	於 2024 年 12 月 31 日	同比變化
淨現金及現金等值項目	1,707.0	984.7	+73.4%

集團收入及毛利率明細

按產品劃分

截至 12 月 31 日止年度	2025 年	2024 年	同比變化
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	8,420.0	8,054.4	+4.5%
毛利率	44.9%	44.9%	無變化
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	5,451.3	5,226.2	+4.3%
毛利率	40.1%	41.1%	-1.0 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	279.8	296.6	-5.7%
毛利率	35.4%	33.3%	+2.1 百分點

按品牌性質劃分

截至 12 月 31 日止年度	2025 年	2024 年	同比變化
大眾運動			
收入 (人民幣百萬元)	12,515.1	12,326.9	+1.5%
毛利率	41.2%	41.8%	-0.6 百分點
專業運動			
收入 (人民幣百萬元)	1,636.0	1,250.3	+30.8%
毛利率	55.5%	57.2%	-1.7 百分點