



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 2025 年全年业绩
集团收入增加 4.2% 至人民币 141.51 亿元
净利润上升 10.8% 至人民币 13.72 亿元 创历史新高

专业运动分部持续强劲势头 收入增长 30.8% 至人民币 16.36 亿元

摘要

- 集团持续经营业务之收入增加 4.2% 至人民币 141.51 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 1.5% 至人民币 125.15 亿元。专业运动分部收入增长 30.8% 至人民币 16.36 亿元。
- 海外业务收入接近翻倍，其中跨境电商在东南亚主要平台的强劲表现带动下，实现超过 220% 的增长。
- 集团持续经营业务之经营溢利增长至人民币 20.19 亿元。专业运动分部的经营溢利大幅增长 46.4%，至人民币 1.14 亿元。
- 包含已终止经营业务 (K·SWISS 和帕拉丁) 于 2024 年人民币 67.10 百万元的亏损后，本公司普通股股权持有人应占溢利达人民币 13.72 亿元，增长 10.8%。
- 集团财务状况稳健，净现金大幅增长 73.4% 至人民币 17.07 亿元，每股资产净值增加 12.3% 至人民币 3.64 元。
- 董事会建议派发末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替现金。连同中期股息每股 18.0 港仙，全年派息比率为 50.4%。集团自上市以来，已连续 18 年保持不低于 50% 的派息比率，坚定为股东创造长期价值。
- 截至 2025 年 12 月 31 日，集团于中国内地及海外分别共有 6,357 家特步成人店铺及 1,488 家特步少年店铺。索康尼在中国内地共有 175 家店铺。

2026 年 3 月 26 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 2025 年 12 月 31 日止年度（“2025 年”或“年内”）之全年业绩。

于 2025 年，集团持续经营业务之收入增加 4.2% 至人民币 141.51 亿元，毛利率为 42.8%。特步主品牌收入增加 1.5% 至人民币 125.15 亿元。专业运动分部收入增长 30.8% 至人民币 16.36 亿元。海外业务收入接近翻倍，其中跨境电商在东南亚主要平台的强劲表现带动下，实现超过 220% 的增长。集团持续经营业务之经营溢利增长至人民币 20.19 亿元。包含已终止经营业务 (K·SWISS 和帕拉丁) 于 2024 年人民币 67.10 百万元的亏损后，本公司普通股股权持有人应占溢利达人民币 13.72 亿元，增长 10.8%。每股基本盈利为人民币 51.4 分。董事会建议派发末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替现金。连同中期股息每股 18.0 港仙，全年派息比率为 50.4%。集团自上市以来，已连续 18 年保持不低于 50% 的派息比率，坚定为股东创造长期价值。

特步国际控股有限公司主席兼行政总裁丁水波先生表示：“作为中国跑步第一品牌，我们的市场领导地位能更好应对外部市场波动。于 2025 年，集团进一步强化聚焦跑步的战略，并于中国主要马拉松赛事中保持最高穿着率，充分展现特步主品牌在专业与大众市场的广泛共鸣。于 3 月东京马拉松上，集团助力穿着 ‘160X 7.0 PRO’ 的丰配友打破国家纪录，夺得亚洲第一，带领中国马拉松进入 ‘205’ 时代。通过持续提升研发能力，强化产品矩阵，配合渠道优化与直接面向消费者(DTC)模式，集团将继续提升运营效率与市场份额，并创造可持续的价值回报。”

业务回顾

特步主品牌

巩固跑步领域的领导地位

伴随中国持续升温的跑步热潮，特步树立了行业新标杆，并达到中国马拉松前所未有的里程碑。特步现已持续稳居国内各大主要马拉松赛事全局穿着率榜首，充分印证“专业影响大众”战略的成效。于 2025 年至 2026 年间，特步一举包揽上海、北京、厦门、广州、无锡及成都六项重点马拉松赛事全局穿着率第一，成功在这些旗舰赛事中全面领先。随着何杰在全国运动会夺得马拉松金牌，以及丰配友穿着特步跑鞋于 2026 东京赛场以 2 小时 05 分 58 秒的成绩打破国家纪录，并夺得亚洲第一，特步主品牌的专业口碑得以进一步巩固。凭借此重要成就，特步成为中国马拉松史上首个实现如此全面市场领先地位的品牌。

冠军版跑鞋“160X 7”及“青云”大众旗舰跑鞋系列

于 8 月，特步推出新一代冠军版跑鞋“160X 7”系列，包含“160X 7.0 MONXTER”、“160X 7.0 PRO”和“160X 7.0”。该系列搭载前沿科技与高端碳板，将专业跑鞋的性能标准推向全新高度。特步“160X”系列持续助力精英运动员于国内外多项赛事中创造佳绩。此外，冠军版跑鞋家族亦包括“260X”及“360X”系列。该等系列均搭载碳板，以提升速度训练与日常跑步体验。

秉持提供兼具高性价比及高性能鞋款的理念，特步推出“青云”缓震旗舰跑鞋系列，全面涵盖从无碳板到内置碳板的不同鞋款，确保为大众跑者带来更舒适且符合人体工学的穿着体验，以进一步拓展大众市场产品矩阵。

促进跑者之间的联系

于 2025 年，集团赞助了全国共 74 场主要的跑步活动，当中包括连续 17 年赞助世界田联白金标赛事厦门马拉松，以及多场金标马拉松赛事，强化了集团对中国跑步文化发展的战略支持。此外，集团的 71 个特步跑步俱乐部，战略性分布在中国主要城市公园及热门跑步路线，为运动员提供全方位服务。特跑族会员可享受定制化的跑步指导、定期组织的跑步活动，以及充电和淋浴设施等优质便利的服务。通过举办专属活动并与附属跑团合作，特步积极推动大众参与度，并致力构建更有凝聚力、更为活跃的跑步社群。

升级零售网络和品牌

特步重视零售管理，成功提升品牌形象及强化竞争优势。去年 12 月于上海开设的全新高端金标领跑店即为最佳例证，不仅有效地强化专业跑步品牌形象，更能提升整体门店店效。为把握奥莱渠道快速发展的机遇，特步进一步推出特步精选奥莱，标志品牌进军高端奥莱市场，并以具有竞争力的性价比，满足不同消费者的多元化需求。与此同时，集团加快渠道改革，通过推行直接面向消费者（DTC）模式，快速应对消费者需求变化，为在这个不断变化的市场中实现长期增长奠定了坚实基础。

截至 2025 年 12 月 31 日，集团于中国内地及海外共有 6,357 家主要由授权分销商经营的特步成人品牌店铺（2024 年 12 月 31 日：6,382 家）。

电子商务

于 2025 年，电子商务业务继续成为主要增长动力，占特步品牌收入超过三分之一。抖音及微信视频号等直播平台已成为集团表现高效的零售渠道，实现约 40% 的收入增长。与此同时，电商业务的跑步品类录得强劲增长，旗舰产品“两千公里”系列领跑，其搭载尖端缓震科技及高耐磨大底。于 2025 年，“两千公里”系列的销量翻倍，突显了其强劲的市场表现。

特步少年

凭借超过 13 年对青少年运动的持续投入，特步于青少年运动装备及成长发展领域，已确立值得消费者信赖的领先地位。于 2025 年，集团推出“特步成长鞋 1.0 PRO”，采用三大核心技术，助力青少年运动成长。同时，

特步与清华x-lab进一步深化合作，双方围绕可持续运动及少年成长科学商业解决方案，展开深度研讨，并取得重要进展。特步与清华大学体育部完成了330,000组儿童足部数据研究，将AI智能检测技术应用于产品研发，构筑“成长科学”综合解决方案。

截至2025年12月31日，集团于中国内地共有1,488家主要由授权分销商经营的特步少年店铺（2024年12月31日：1,584家）。

海外业务

凭借在中国跑步领域的领先地位，特步正加速推进全球化战略。这一举措通过于东南亚精准的店铺布局及数字化渗透，正快速取得进展。年内，特步于新加坡开设海外首家跑步俱乐部，并通过与马来西亚Bonia合作开设跑步旗舰店，成功吸引国际跑者，助力更广泛的区域拓展。特步的跨境电商业务取得显著进展，在Shopee、TikTok及Lazada等东南亚主要平台的强劲表现带动下，实现超过220%的快速增长。

索康尼与迈乐保持强劲增长动能

受益于索康尼强劲的收入增长，专业运动分部于2025年取得卓越的财务表现。该分部的收入同比增长30.8%至人民币16.36亿元，占集团总收入11.6%。该分部盈利能力亦显著提升，经营溢利达人民币1.14亿元，较去年同期的人民币78.2百万元大幅增加。

作为百年跑鞋世家，索康尼高性能的装备一直以来为专业运动员的信赖之选。为实现品牌高端化并扩大影响力，索康尼通过提升产品创新能力、优化零售渠道及推出高端的市场营销活动，成功实现战略转型。索康尼在主要城市的核心商圈开设多家高端旗舰店，同时进一步丰富产品矩阵，推出专业跑步服装以及多场景生活休闲系列，实现功能性与运动生活的完美融合。此项战略转型成功将索康尼的核心客群从精英跑者延伸至追求质量的高端消费者。截至2025年12月31日，索康尼在中国内地有175家门店。

迈乐一直致力于实现专业性、耐用性与全天候舒适性之间的完美平衡，为户外运动爱好者提供技术先进的服装及鞋履。通过以电商为核心增长引擎，并聚焦登山、越野及户外生活三大核心产品线，迈乐将户外运动热潮转化为持续的市场增长及长期的品牌忠诚度。

以高ESG标准引领行业

特步将环境保护、社会责任及企业治理贯穿于业务营运之中，展现其对可持续增长的坚定承诺。为支持循环经济发展，特步启动一项聚焦消费前的废纺回收专项计划，建立闭环体系，回收并处理生产余料，将其转化为再生纱线。年内，共回收51.3吨服装生产边角料，并将其进一步应用于2026年厦门马拉松的官方参赛T恤中。集团通过捐赠总值超过人民币64百万元的体育用品及现金，以支持多项公益慈善项目，践行积极回馈社会的承诺。

展望

集团持续深耕跑步领域，为长远发展奠定坚实基础。通过不断提升创新能力，持续加大在产品研发、渠道拓展及品牌营销方面的投入，集团已构建一个完善及市场领先的跑步生态圈，进一步巩固集团作为中国跑步第一品牌的领导地位。集团旗下核心品牌矩阵——特步主品牌、索康尼及迈乐，将发挥优势互补，产生更大的协同效应，并扩大集团在整个行业的竞争优势。

特步于中国主要的马拉松赛事中保持最高穿着率，充分印证集团在跑步领域的领导地位。“160X”冠军版跑鞋系列作为突破性的创新成果，已助力运动员屡破国家纪录并夺得冠军。除专业跑步产品之外，集团亦积极拓展产品矩阵，推出更加多元且高质量的大众跑鞋产品，为不同级别的跑者创造更大价值，以扩大市场份额，巩固集团的市场地位。

为进一步深化与消费者的互动，强化品牌忠诚度，集团于2025年推行直接面向消费者（DTC）模式。此战略转型使集团能更直接地与顾客沟通，快速响应其不断变化的需求，并打造更流畅便捷的购物体验。此零售模式的灵活性，以及与消费者的直接连结，将有助于集团日后加速产品创新、优化运营效率和保持长期增长。

作为百年跑鞋世家，索康尼成功于跑步及社会精英人群中建立高端品牌形象，并精准把握他们对专业体育用品日益增长的需求，继续保持强劲增长势头，巩固其作为集团第二增长曲线的战略地位。在强化核心专业跑步产品的同时，品牌将继续拓展已获得积极市场反馈的服装及生活产品系列。通过广泛布局高端零售渠道，索康尼得以显著提升品牌形象，更坚定了集团未来持续优化渠道策略，以提升店效及运营效率的信心。

得益于积极的政府政策以及公众健康意识的持续提升，体育用品行业的基本面维持稳健。行业的整体韧性，叠加集团独特的运营灵活性，使集团对未来的发展前景充满信心。依托具有竞争优势且全面的端到端供应链网络，集团得以精准预测并快速响应不断变化的消费者偏好及新兴市场需求。集团已作好充分准备，战略性地将短期波动转化为增长机遇，为持份者持续创造价值。

- 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8,000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账号。



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/程梓豪
电话：(852) 2864 4857 / (852) 2864 4862 / (852) 2864 4894
电邮：sprg_xtep@sprg.com.hk

附录

2025 年全年业绩财务亮点

| 截至 12 月 31 日止年度 | 2025 年 | 2024 年 | 同比变化 |
|------------------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 盈利能力数据 (人民币百万元) | | | |
| 持续经营业务 | | | |
| 收入 | 14,151.1 | 13,577.2 | +4.2% |
| 毛利 | 6,063.0 | 5,865.4 | +3.4% |
| 经营溢利 | 2,018.8 | 1,965.5 | +2.7% |
| 持续经营业务之净利润 | 1,371.6 | 1,305.5 | +5.1% |
| 已终止经营业务之(亏损) | - | (67.1) | 不适用 |
| 普通股股权持有人应占溢利 | 1,371.6 | 1,238.4 | +10.8% |
| 每股基本盈利 (人民币分) | 51.4 | 48.7 | +5.5% |
| 盈利能力比率 | | | |
| 持续经营业务 | | | |
| 毛利率 | 42.8% | 43.2% | -0.4 百分点 |
| 经营溢利率 | 14.3% | 14.5% | -0.2 百分点 |
| 净利润率 | 9.7% | 9.6% | +0.1 百分点 |
| 集团净利润率 | 9.7% | 9.1% | +0.6 百分点 |
| 派息比率 | 50.4% | 138.2% | -87.8 百分点 |
| | 于 2025 年 12 月 31 日 | 于 2024 年 12 月 31 日 | 同比变化 |
| 净现金及现金等值项目 | 1,707.0 | 984.7 | +73.4% |

集团收入及毛利率明细

按产品划分

| 截至 12 月 31 日止年度 | 2025 年 | 2024 年 | 同比变化 |
|-----------------|---------|---------|----------|
| 鞋履 | | | |
| 收入 (人民币百万元) | 8,420.0 | 8,054.4 | +4.5% |
| 毛利率 | 44.9% | 44.9% | 无变化 |
| 服装 | | | |
| 收入 (人民币百万元) | 5,451.3 | 5,226.2 | +4.3% |
| 毛利率 | 40.1% | 41.1% | -1.0 百分点 |
| 配饰 | | | |
| 收入 (人民币百万元) | 279.8 | 296.6 | -5.7% |
| 毛利率 | 35.4% | 33.3% | +2.1 百分点 |

按品牌性质划分

| 截至 12 月 31 日止年度 | 2025 年 | 2024 年 | 同比变化 |
|-----------------|----------|----------|----------|
| 大众运动 | | | |
| 收入 (人民币百万元) | 12,515.1 | 12,326.9 | +1.5% |
| 毛利率 | 41.2% | 41.8% | -0.6 百分点 |
| 专业运动 | | | |
| 收入 (人民币百万元) | 1,636.0 | 1,250.3 | +30.8% |
| 毛利率 | 55.5% | 57.2% | -1.7 百分点 |