



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited
特步公佈 2017 年中期業績
毛利率連續第五年攀升至 43.9%
派息比率維持 52.4%

財務亮點

- 特步兒童部門重組，導致集團收入微降至人民幣23.108億元
- 毛利率連續第五年攀升，上升0.6個百分點至43.9%，源於集團的產品組合轉向利潤率較高的專業體育產品，以及電子商務對收入貢獻比重提高
- 服裝毛利率大幅上升1.8個百分點至43.5%，而鞋履及配飾毛利率則分別上升至44.3%及39.3%
- 2017年上半年廣告及推廣費用恢復至正常水平，佔收入12.2%，導致淨溢利下滑18.4%至人民幣3.103億元
- 保持強勁的淨現金狀況，淨現金及現金等價物達人民幣25.653億元，相當於資產淨值的48.6%
- 建議中期股息每股8.5港仙，派息比率維持52.4%

營運亮點

- 繼續向體育時尚品牌轉型
- 品牌營銷：2017年上半年，特步蟬聯中國贊助最多馬拉松賽事的體育用品品牌，共贊助了13場重要的馬拉松及跑步賽事
- 舉辦了第二屆特步321跑步節，參與人數超過兩千萬，產生的電子商務收入較2016年翻了近一倍
- 產品：轉型至以消費者為中心，將多項科技融合為三個新跑鞋系列及六大體育服裝平台
- 零售管理：嚴格的零售渠道管理，帶來更優化的庫存管理及更低的零售折扣率
- 電子商務轉型為「品牌+零售」的新模式，加強了品牌傳播和活動營銷，電子商務仍是集團的主要增長動力之一，收入貢獻約為20%。特步繼續蟬聯天猫及京東銷量最高的運動鞋品牌

2017年8月23日，香港訊 – 中國領先的專業體育時尚用品企業**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）今天宣佈截至2017年6月30日止六個月（「期內」）之未經審核中期業績。

2017年標誌著特步向體育時尚品牌轉型的最後一站。由於特步兒童部門重組及2016年上半年基數較高，集團的收入於2017年上半年微降至人民幣23.108億元（2016年上半年：人民幣25.346億元）。毛利率連續第五年攀升，上升0.6個百分點至43.9%（2016年上半年：43.3%），這主要是由於產品組合轉向利潤率較高的專業體育產品及電子商務對收入貢獻比重的提高所致。鞋履、服裝及配飾三個產品類別的毛利率均有所增加，尤其服裝的毛利率增加1.8個百分點。股東應佔溢利為人民幣3.103億元（2016年上半年：人民幣3.801億元），下跌主要由於2017年上半年廣告及推廣費用回復至佔收入12.2%的正常水平，介乎於11至13%歷史水平之間（2016年上半年：9.3%）。每股基本盈利為人民幣13.98分（2016年上半年：人民幣17.25分）。

董事會繼續保證派發慷慨的股息予股東，建議派發中期股息每股8.5港仙（2016年上半年：10.5港仙），派息率為52.4%（2016年上半年：52.4%）。

截至2017年6月30日止，集團維持充裕的淨現金狀況，淨現金及現金等價物達人民幣25.653億元（於2016年12月31日：人民幣27.437億元），相當於資產淨值的48.6%。

特步主席兼行政總裁丁水波先生表示：「我們成功鞏固『特步』作為『中國跑者首選品牌』的形象。我們會繼續建設我們嶄新的專業體育品牌形象，通過全渠道零售平台向顧客提供更科技化的產品，相信有助於集團未來取得持續增長。」

業務回顧

品牌資源集中投放於體育營銷

跑步仍是特步聚焦的核心戰略體育類別，2017 年上半年，特步蟬聯中國贊助最多馬拉松賽事的體育用品品牌，共贊助 13 場重要的馬拉松及跑步賽事，包括與騰訊合作的 3 場特步企鵝跑及特步 321 跑步節，賽事總參與人數超過 280,000 人，並沿用著名的中國田徑選手以展示其專業體育產品，例如中國 200 米短跑紀錄保持者謝震業、奧運會田徑項目金牌得獎者中國運動員王鎮及陳定。集團成功舉辦第二屆特步 321 跑步節，為中國跑者獨一無二的跑步節。集團分別在北京、長沙及廈門舉行三場特步 Crazy Run 並舉辦大型晚會，晚會於東南衛視現場直播，亦通過主要線上直播平台直播，觀看人數超過 2,000 萬。特步 321 跑步節是集團旨打造跑步生態圈，以展示其專業體育形象及時尚風格的最佳體現。

特步繼續為中國田徑協會認可的中國馬拉松官方合作夥伴，並在 2017 年 3 月獲頒 2016 年中國馬拉松發展貢獻獎及 2016 年中國馬拉松年會貢獻獎。經過多年於中國跑步事業的耕耘，特步於 2017 年 5 月，在 2016 年度新浪跑步盛典上榮獲 2016 年度最受歡迎中國路跑跑鞋品牌。

足球繼續為集團品牌策略中的重要一環，以提升消費者對特步專業體育品牌形象的認可度。集團繼續贊助全國學生足球聯賽，包括從 2011 年開始連續第六年贊助特步中國大學生五人制足球聯賽，連續第五年贊助特步中國大學生足球聯賽，以及中國高中足球聯賽和部分小學足球隊。特步每年為近 17,000 名參賽者提供比賽產品。

重新訂製產品以滿足跑者需要

集團已改變設計及營銷跑步產品的方式，由側重於單一技術系列轉向綜合不同技術，以更好滿足處於不同體驗階段的中國跑者的需求。2017 年上半年，集團推出三個核心跑鞋系列：競速快跑、動力暢跑及舒適易跑；以滿足馬拉松跑手、常規跑手及入門級跑手不同的需求。在服裝方面，集團整合跑步服裝科技至六大核心技術平台，即酷乾科技、釋冰科技、熱能科技、XTEP-SHIELD、XTEP-COMFORT 及 XTEPSTRONGER，應對跑者所遇到的不同天氣狀況和運動狀態。

特步的高功能性與時尚的產品，由一支擁有世界頂尖體育品牌工作經驗的國際設計師領導的團隊設計。為了進一步提高產品的功能性及舒適度，集團與美國陶氏化學公司、3M 公司、英威達公司、及日本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技術，由特步與陶氏化學公司共同開發的「柔軟墊™」便是一例。

除了跑步，集團於 2016 年下半年開始推出多種體育類別的產品，包括室內綜合訓練系列、女子綜合訓練系列、戶外系列及足球系列。集團亦與孩之寶合作，在 2017 年 6 月推出特步刀鋒二代 x 變形金剛聯名限量版足球鞋及變形金剛運動生活系列產品，並與新晉明星代言人趙麗穎一同推出聯名鞋款。新產品類別及與明星和流行文化的合作，將為集團的未來持續增長進一步注入動力。

提高零售營運效率及盈利能力

特步將零售網絡打造成一個綜合全渠道的網絡，從線下、線上和移動端、國內及海外多方位獲取銷售。分銷渠道扁平化及精細化到店鋪層面的管理大大提高整體營運效率及盈利能力。於 2017 年 6 月 30 日，集團的存貨週轉天數維持較低的 67 天（2016 年：55 天），當中為未來增長所需預備的原材料的比例增加，而製成品比例的減少。零售渠道中的特步產品的數量維持在 4 至 5 個月的健康水平，零售折扣亦收緊。

集團每週對所有特步零售店的營運效率進行精細的監測。於 2017 年 6 月 30 日，分銷資源系統已覆蓋特步 95% 以上的零售店。集團於 2017 年上半年開設了更多旗艦店，以提升消費者的購物體驗。於 2017 年 6 月 30 日，特步零售店的總數約為 6,500 家（2016 年 12 月 31 日：6,800 家）。集團繼續將零售店形象統一升級至「6S」代，店鋪形象升級有助於帶動每家零售店的銷售增長。

全渠道銷售

特步為中國首家使用 O2O 模式的體育品牌公司。2017 年，電子商務業務轉型為「品牌+零售」新模式，加強了品牌傳播和活動營銷。平台資源的整合，有效增強線下品牌推廣的連鎖效應，帶動集團整體銷售增長。

特步在天貓及京東均創下運動鞋類別最高銷量，繼續取得高銷售增長。截至2017年6月30日，O2O模式已覆蓋約2,000家店舖，比預期提早六個月實現覆蓋2,000至3,000家店舖的目標。

未來展望

集團繼續實行於2015年訂下的「產品+」、「體育+」、「互聯網+」的「3+」戰略，亦將是未來發展的三大主題。「產品+」方面，集團將加大研發投入，通過其跑步專屬研究中心，打造最切合中國跑者的跑步產品，並會繼續擴充三個核心跑鞋系列及六大核心技術平台。特步的產品類別將擴大至集團認為的具高增長潛力的其他產品類別。契合滑板運動將首度於2020年納入奧運會比賽項目，集團將於2018年第一季度推出全新專業滑板系列，適用於競賽及日常穿著，完美體現特步集專業運動品牌和時尚設計於一身的形象。未來更計劃推出更多與明星合作及流行文化相關產品。集團相信，此類合作將加強特步品牌知名度，擴大消費者群體，增加集團收益。

「體育+」方面，集團繼續向其建造超越產品和贊助的跑步生態圈的願景進發。特步構想建立一整套全方位的跑步相關服務，從產品到賽事及活動、到社區。特步321跑步節是集團創建該生態圈意向的最佳體現。此外，北京奧林匹克森林公園特步跑道、特步旗艦店及特步跑步俱樂部會作為全國跑者的集會地，他們可以在此獲得有關跑步裝備及技術的專業建議，瞭解當地的跑步賽事及活動。集團將繼續贊助重要的馬拉松及跑步賽事，進一步加強特步與中國跑步產業的聯繫。

「互聯網+」方面，集團將利用互聯網、移動互聯網和其他數碼科技的力量進行大數據收集、O2O社區建設，以實現無縫全渠道精準營銷。集團將於2017年底前搭建「新零售」運營中心，探索於品牌推廣、電子商務、全渠道、社區營銷及特跑族等不同板塊以用戶為中心的新零售營銷思路。集團計劃於未來數年內開設一系列直接擁有及運營的特步旗艦店，以展示全新專業體育形象及直接接觸消費者。於旗艦店內，集團將繼續推廣智能零售、電子付款、客流計數器、足型掃描器及其他新技術，以向消費者提供更多客製化服務及幫助集團更深入瞭解消費者行為。集團將繼續推進O2O模式，通過快速補貨及配送，提高集團及分銷商的盈利能力。

集團於2017年繼續進行重組，店舖的平均銷售效益已有提升，對整個零售網絡的存貨控制亦有加強。特步致力為股東創造長期價值，並矢志成為中國的「跑者首選品牌」。

- 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6,500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

2017 年中期業績亮點

財務亮點 (截至 6 月 30 日止六個月)			
	2017	2016	變動
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	2,310.8	2,534.6	-8.8%
毛利	1,015.6	1,098.5	-7.5%
經營利潤	479.1	583.4	-17.9%
股權持有人應佔溢利	310.3	380.1	-18.4%
每股基本盈利 (人民幣分)	13.98	17.25	-19.0%
盈利能力比率 (%)			
毛利率	43.9	43.3	+0.6 百分點
經營利潤率	20.7	23.0	-2.3 百分點
淨利潤率	13.4	15.0	-1.6 百分點
派息比率	52.4	52.4	維持
現金流 (人民幣百萬元)			
淨現金及現金等價物	2,565.3	2,886.4	-11.1%
淨負債率 (%)	19.1	18.9	+0.2 百分點

營運亮點 (截至 6 月 30 日止六個月)			
按產品種類劃分的集團收入及毛利率			
	2017	2016	變動
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	1,534.8	1,738.3	-11.7%
毛利率 (%)	44.3	44.2	+0.1 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	726.5	736.3	-1.3%
毛利率 (%)	43.5	41.7	+1.8 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	49.5	60.0	-17.5%
毛利率 (%)	39.3	38.9	+0.4 百分點