



于开曼群岛注册成立的有限公司（香港联交所股份代号：1368）

## 集团 2023 年上半年收入增长 14.8%至人民币 65.22 亿元 专业运动分部首次实现盈利

### 摘要

- 集团收入增加 14.8%至人民币 65.22 亿元（2022 年上半年：人民币 56.84 亿元）。特步主品牌收入增长 10.9%至人民币 54.30 亿元（2022 年上半年：人民币 48.98 亿元）
- 本公司普通股股权持有人应占溢利增加 12.7%至人民币 6.65 亿元（2022 年上半年：人民币 5.90 亿元）。特步主品牌的净利润增长 12.7%至人民币 8.71 亿元（2022 年上半年：人民币 7.73 亿元）
- 建议派发中期股息每股 13.7 港仙（2022 年上半年：每股 13.0 港仙），派息比率相当于 50.0%
- 专业运动分部增长 119.9%至人民币 3.44 亿元（2022 年上半年：人民币 1.57 亿元），索康尼为首个实现盈利的新品牌，该分部亦首次录得人民币 19.08 百万元的经营溢利<sup>1</sup>。于 2023 年 6 月 30 日，索康尼及迈乐在中国内地分别有 80 及 5 家品牌店
- 时尚运动分部收入增长 18.9%至人民币 7.49 亿元（2022 年上半年：人民币 6.30 亿元）。于 2023 年 6 月 30 日，盖世威及帕拉丁在亚太地区分别有 80 及 60 家品牌店
- MSCI ESG 评级于 7 月获上调至“BBB”，彰显集团在环境、社会及管治实践上的卓越成绩
- 于 2023 年 6 月 30 日，中国内地及海外共有 6,443 家特步成人品牌店铺，以及 1,588 家特步儿童品牌店铺

2023 年 8 月 23 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 2023 年 6 月 30 日止六个月（“2023 年上半年”）之未经审核中期业绩。

集团于2023年上半年的稳健财务表现证明了集团的韧力、应变能力以及对不断变化的中国市场的深入理解。集团收入增加14.8%至人民币65.22亿元（2022年上半年：人民币56.84亿元）。特步主品牌收入增长10.9%至人民币54.30亿元（2022年上半年：人民币48.98亿元）。集团毛利率为42.9%（2022年上半年：42.0%）。集团经营溢利增长7.0%至人民币9.87亿元（2022年上半年：人民币9.22亿元）。特步主品牌经营溢利增长9.8%至人民币11.06亿元（2022年上半年：人民币10.08亿元）。本公司普通股股权持有人应占溢利增长12.7%至人民币6.65亿元（2022年上半年：人民币5.90亿元）。特步主品牌净利润增长12.7%至人民币8.71亿元（2022年上半年：人民币7.73亿元）。每股基本盈利为人民币26.4分（2022年上半年：人民币23.5分）。

董事会宣派中期股息每股 13.7 港仙（2022 年上半年：每股 13.0 港仙），股东亦可收取代息股份以代替现金，派息比率相当于 50.0%（2022 年上半年：50.3%）。

特步国际控股有限公司主席兼行政总裁丁水波先生表示：“公众健康意识于疫情期间提高，以及政府对体育产业的大力支持，促进了大众对体育用品的持续需求。在此背景下，我们于所有运动类别中增长最快的跑步领域的专业能力，以及我们专注为追求高性价比的大众市场消费者提供功能性跑步产品的定位，让我们在应对经济不确定性时发挥优势。我们对中国内地体育用品行业的中长期前景仍保持乐观。2023 年是我们在香港联交所上市 15 周年，作为 MSCI 中国指数及恒生综合指数系列的成份股，我们的市值已超过人民币 200 亿元，收入较 2008 年飙升 10 倍。于 7 月，我们的 MSCI ESG 评级获上调至“BBB”，彰显我们在环境、社会及管治实践上的卓越成绩。我们将继续保持竞争优势和优良的管治能力，致力推动业务再创高峰。”

<sup>1</sup> 按非公认会计准则口径

## 业务亮点

### 大众运动

#### 特步

于2017年完成重组后，特步主品牌继续成为集团的主要增长动力，每年均实现稳健增长。2023年上半年，特步“160X”跑鞋继续为中国马拉松男子百强运动员的首选运动鞋，穿着率高达42%<sup>2</sup>。特步跑鞋的穿著率于厦门马拉松和武汉马拉松所有完赛选手中，高踞所有品牌之首<sup>3</sup>。

#### 产品

“160X”冠军跑鞋系列的新一代跑鞋“160X 5.0 PRO”及“160X 5.0”于2023年8月在北京长城举行的产品发布会亮相。“160X 5.0 PRO”采用“XTEP ACE”中底技术，搭配T700异构碳板，重量更轻，为专业跑者提供极佳的回弹性能，前掌推进力更较“160X 3.0 PRO”提升约20%。新系列的两款跑鞋均采用新型高强度的弹性材料，为精英跑者提供完美的缓震与透气度。自2019年推出以来，“160X”碳板跑鞋系列一直见证冠军诞生，至今已助力60位中国运动员夺得292个冠军头衔，及打破国家纪录。

#### 马拉松赛事及体育明星

随着新冠疫情的影响逐渐减退，集团见证众多马拉松和跑步赛事的恢复。2023年上半年，集团在中国内地跑步赛事需求日益增长之际，共赞助了 10 场马拉松赛事。

继3月于2023年的无锡马拉松上，成功协助中国跑者打破尘封15年的中国马拉松纪录后，“160X”冠军跑鞋系列继续成为国内外马拉松中表现最佳的跑鞋系列之一，助力跑者夺得北京半程马拉松、武汉马拉松、太原马拉松、包头马拉松及呼和浩特马拉松的男女冠军。于4月，何杰、杨绍辉及董国建在武汉马拉松男子比赛中包揽前三名，创造中国运动员和运动品牌首次登上武汉马拉松冠军领奖台的历史时刻。集团亦见证了北京半程马拉松男子选手取得前三名，以及基鲁伊创下中国境内半马最佳成绩。此外，杨定宏于7月的呼和浩特马拉松比赛中夺得冠军并刷新赛会纪录。

#### 零售管理及品牌

特步的九代店拥有更大的面积及充满活力感的视觉营销，如灯光控制、人工智能机械人、数字化屏幕及可升降舞台，极大地提升品牌形象，同时提高客流量及连带率。新形象店铺更注重与消费者的数字化互动，在联系并接触年轻受众方面取得显著成效。截至2023年6月30日，集团于中国内地及海外共有6,443家主要由本集团授权分销商经营的特步成人品牌店铺（2022年12月31日：6,313家）。

#### 特步儿童

特步儿童从产品到零售网络管理的全面重组，以及中国政府宣布加大中小学体测比重的政策，令近年来儿童运动服饰需求大幅上升，特步儿童业务保持强劲的增长势头。于2023年6月30日，特步儿童在中国内地共有1,588家主要由集团授权分销商经营的门店（2022年12月31日：1,520家）。

#### 可持续发展

为减少碳足迹及助力生态保护，特步首次为76%的聚乳酸T恤系列贴上碳足迹标签，公布T恤系列的碳足迹数值。特步亦推出由塑胶瓶再生纤维制成的环保T恤系列，作为2023年武汉马拉松的特许产品。于7月，特步独家提供成都大运会的官方装备支持和保障，帮助当代青年实现梦想。此外，特步一直致力于推动公益事业，关注青少年的全面健康发展。集团与中国下一代教育基金会签署战略合作协议，宣布未来四年将进一步捐赠价值人民币1亿元的体育用品，持续助力边远地区的青少年运动健康发展。

<sup>2</sup> 数据源：98 跑 – 2023 年上半年中国马拉松男子运动员百强所穿着的鞋履

<sup>3</sup> 数据源：悦跑圈及跑野大爆炸

## 时尚运动

### 盖世威和帕拉丁

尽管地缘政治的不明朗因素，以及高通胀持续影响盖世威和帕拉丁的海外业务增长，但中国的经济活动重启为两个品牌的国内业务表现带来一线希望。2023年上半年，时尚运动分部收入上升**18.9%**至人民币**7.49**亿元，占本集团收入的**11.5%**。

从盖世威试业店铺收集到关于顾客喜好的深入市场数据，为集团未来的增长计划提供明确的运营方向。盖世威和帕拉丁在中国内地进行全面的品牌重塑，升级产品组合和店铺布局，成功增强品牌知名度及大幅提升店效。报告期内，集团继续加快在中国内地高线城市的开店步伐。于**2023年6月30日**，盖世威在亚太地区（包括中国内地）有**80**家品牌店。

帕拉丁在改善产品供应和零售网络方面的不懈努力，增强对年轻消费者的吸引力。针对中国内地的高端消费群体，帕拉丁在高端购物中心开设更多店铺。于**2023年6月30日**，帕拉丁在亚太地区（包括中国内地）有**60**家品牌店。

## 专业运动

### 索康尼和迈乐

凭借扎实的产品能力以及与特步主品牌的协同效应，索康尼为专业运动分部强劲增长作出重大贡献，成为本集团首个实现盈利的新品牌。2023年上半年，专业运动分部的收入同比增长**119.9%**至人民币**3.44**亿元，占本集团总收入的**5.3%**。此分部亦首次录得人民币**19.08**百万元的经营溢利<sup>4</sup>。

过去四年，索康尼克服疫情所带来的严峻挑战，实现超出预期的辉煌业绩。凭借亮眼的店效及在精英跑者间认可度提升，索康尼在中国内地展现强劲的增长潜力。为促进业务快速扩充，索康尼于**5月**成为集团旗下首个入驻新启用的特步上海营运中心的品牌。此策略有助集团进一步接触高线城市的目标消费者，掌握最新的市场趋势，并为雇员提供更好的工作体验及仕途发展机会。

集团亦继续扩充索康尼的零售网络，同时在中国内地推出新形象店。首家第三代形象店于**6月**在上海正大广场开业，其门店布局已从原本只强调技术和功能的专业运动形象，进化为向消费者提供多场景体验，让顾客沉浸在文化与生活的综合运动场馆。于**2023年6月30日**，索康尼及迈乐在中国内地分别有**80**家门店及**5**家门店。

## 展望

集团见证了跑步热潮在中国内地逐渐兴起，自**2001**年建立特步主品牌以来，一直执行专注于跑步领域的战略。于新冠疫情期间，中国人越来越注重通过运动追求精神满足。因此，在中国内地重新开放后，马拉松赛事得以恢复，进一步加速席卷全国的跑步热潮，为跑步行业的繁荣带来希望。在经济充满不确定性的情况下，我们对**2023**年下半年行业前景保持谨慎乐观。然而，消费者正减少大部分在非必需品的开支，并转向消费于高性价比的大众品牌产品，让特步主品牌能够实现利益最大化。我们专注于跑步的前瞻性以及利好的市场趋势，增强了集团对未来长期增长的信心。

凭借在专业跑步产品的领先地位，特步主品牌通过提供全面且高性价比的产品，接触大众市场的消费者，预计其在各大马拉松赛事中出色的穿著率将继续提升，进一步增加其在跑步领域的市场份额。集团将继续致力巩固跑步生态圈，建设中国内地最大的跑步群体。同时，集团将继续释放特步主品牌与索康尼之间从产品创新、零售网络到市场营销的协同效应。作为集团首个实现盈利的新品牌，集团对索康尼将能够通过加速新店开业推动增长，并在专业运动体育用品不断增长的需求中获利充满信心。

<sup>4</sup> 按非公认会计准则口径

在利息上升的情况下，美国和欧洲消费者减少在非必需品的支出，为时尚运动的海外业务前景蒙上阴霾。然而，盖世威及帕拉丁在中国内地的强劲增长势头，增强了集团对该分部可持续发展的信心。集团将继续加快在高线城市开店，并根据品牌各自的特性调整产品结构。盖世威将推出专业网球运动体育用品，以强调品牌的网球基因，而帕拉丁将推出反映年轻消费者喜好的产品。

中国政府致力刺激消费，推动经济复苏，为零售业提供新增长动力。在消费复苏措施的鼓舞下，我们继续对中国内地运动体育用品行业的长期前景感到乐观。除了把握经济复苏带来的机遇，我们亦将继续致力推进可持续发展管理，对所在经营的环境和社区发挥正面影响。可持续发展已成为我们在业务规划和战略的重中之重，带领我们走向可持续发展的未来，并为股东创造更高回报。

- 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、盖世威、帕拉丁、索康尼及迈乐，集团战略性地瞄准大众运动、时尚运动和专业运动分部，拥有庞大的全球分销网络，在亚太地区、北美洲以及欧洲、中东和非洲地区拥有超过8,200家门店。

特步为MSCI中国指数、恒生综合指数系列、沪港通及深港通的成份股。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](http://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  
投资者关系及可持续发展  
电话：(852) 2152 0333  
电邮：[ir@xtep.com.hk](mailto:ir@xtep.com.hk)

纵横财经公关顾问有限公司  
郑松雪 / 梁颂欣 / 许诺谊  
电话：(852) 2864 4857 / (852) 2864 4862 / (852) 2114 4318  
电邮：[sprg\\_xtep@sprg.com.hk](mailto:sprg_xtep@sprg.com.hk)

附录

2023 年中期业绩财务亮点

截至 6 月 30 日止六个月	2023 年上半年	2022 年上半年	同比变化
<b>盈利能力数据 (人民币百万元)</b>			
收入	<b>6,522.4</b>	5,683.6	<b>+14.8%</b>
毛利	<b>2,797.1</b>	2,386.8	<b>+17.2%</b>
经营溢利	<b>986.6</b>	921.7	<b>+7.0%</b>
普通股股权持有人应占溢利	<b>665.4</b>	590.4	<b>+12.7%</b>
每股基本盈利 (人民币分)	<b>26.4</b>	23.5	<b>+12.3%</b>
<b>盈利能力比率</b>			
毛利率	<b>42.9%</b>	42.0%	<b>+0.9 百分点</b>
经营溢利率	<b>15.1%</b>	16.2%	<b>-1.1 百分点</b>
净利润率	<b>10.2%</b>	10.4%	<b>-0.2 百分点</b>
	于 2023 年 6 月 30 日	于 2022 年 12 月 31 日	变化
净现金及现金等值项目	<b>1,177.3</b>	1,225.7	<b>-3.9%</b>

集团收入及毛利率明细

按产品划分

截至 6 月 30 日止六个月	2023 年上半年	2022 年上半年	同比变化
<b>鞋履</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>3,889.3</b>	3,379.8	<b>+15.1%</b>
毛利率	<b>41.7%</b>	41.8%	<b>-0.1 百分点</b>
<b>服装</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>2,497.0</b>	2,186.5	<b>+14.2%</b>
毛利率	<b>45.0%</b>	42.8%	<b>+2.2 百分点</b>
<b>配饰</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>136.1</b>	117.3	<b>+16.1%</b>
毛利率	<b>37.8%</b>	33.2%	<b>+4.6 百分点</b>

按品牌性质划分

截至 6 月 30 日止六个月	2023 年上半年	2022 年上半年	同比变化
<b>大众运动</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>5,429.6</b>	4,897.6	<b>+10.9%</b>
毛利率	<b>43.1%</b>	42.2%	<b>+0.9 百分点</b>
<b>时尚运动</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>748.6</b>	629.5	<b>+18.9%</b>
毛利率	<b>42.0%</b>	39.8%	<b>+2.2 百分点</b>
<b>专业运动</b>			
收入 (人民币百万元)	<b>344.2</b>	156.5	<b>+119.9%</b>
毛利率	<b>42.0%</b>	44.2%	<b>-2.2 百分点</b>