



## 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 年中期業績**  
**集團收入增加 7.1% 至人民幣 68.38 億元**  
**淨利潤上升 21.5% 至人民幣 9.14 億元 創歷史新高**

**專業運動分部保持強勁勢頭 收入增長 32.5% 至人民幣 7.85 億元**

### 摘要

- 集團持續經營業務之收入增加 7.1% 至人民幣 68.38 億元 (2024 年上半年: 人民幣 63.82 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 4.5% 至人民幣 60.53 億元 (2024 年上半年: 人民幣 57.89 億元)。專業運動分部收入增長 32.5% 至人民幣 7.85 億元 (2024 年上半年: 人民幣 5.93 億元)。
- 集團持續經營業務之經營溢利增長 9.1% 至人民幣 13.05 億元 (2024 年上半年: 人民幣 11.96 億元)。專業運動分部的經營溢利大幅增長 236.8% 至人民幣 78.6 百萬元 (2024 年上半年: 人民幣 23.3 百萬元)。
- 計及已終止經營業務 (K·SWISS 和帕拉丁) 於 2024 年上半年人民幣 1.06 億元的虧損後, 2025 年上半年本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣 9.14 億元 (2024 年上半年: 人民幣 7.52 億元), 增長 21.5%。
- 集團年化股東回報率為 19.7% (2024 年上半年: 16.4%), 同比增加 3.3 個百分點。
- 基於集團健康的現金流, 董事會宣派中期股息每股 18.0 港仙 (2024 年上半年: 15.6 港仙), 同比增長 15.4%, 可收取代息股份以代替現金, 派息比率為 50.0% (2024 年上半年: 50.0%)。集團自上市以來, 已連續 17 年保持不低於 50% 的派息比率, 充分體現了對股東回報的長期承諾。
- 集團於 8 月成為首家獲得 MSCI ESG 「AA」級評級的中國體育用品企業, 彰顯集團於 ESG 實踐方面的卓越成就。
- 截至 2025 年 6 月 30 日, 集團於中國內地及海外分別共有 6,360 家特步成人店舖及 1,564 家特步少年店舖。索康尼在中國內地有 155 家店舖。

2025 年 8 月 18 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 6 月 30 日止六個月 (「2025 年上半年」, 「期內」) 之未經審核中期業績。

受惠於政府實施刺激經濟的政策, 宏觀環境正逐步復甦, 集團於 2025 年上半年取得穩健業績。集團持續經營業務之收入增加 7.1% 至人民幣 68.38 億元 (2024 年上半年: 人民幣 63.82 億元)。特步主品牌收入增加 4.5% 至人民幣 60.53 億元 (2024 年上半年: 人民幣 57.89 億元)。專業運動分部收入按年增長 32.5% 至人民幣 7.85 億元 (2024 年上半年: 人民幣 5.93 億元)。集團持續經營業務之毛利率達到 45.0% (2024 年上半年: 45.1%)。集團持續經營業務之經營溢利增長 9.1% 至人民幣 13.05 億元 (2024 年上半年: 人民幣 11.96 億元)。計及已終止經營業務 (K·SWISS 和帕拉丁) 於 2024 年上半年人民幣 1.06 億元的虧損後, 2025 年上半年的本公司普通股股權持有人應佔溢利達人民幣 9.14 億元 (2024 年上半年: 人民幣 7.52 億元), 增長 21.5%。每股基本盈利為人民幣 34.6 分 (2024 年上半年: 人民幣 29.7 分)。集團年化股東回報率為 19.7% (2024 年上半年: 16.4%), 同比增加 3.3 個百分點。

基於集團健康的現金流, 董事會宣派中期股息每股 18.0 港仙 (2024 年上半年: 15.6 港仙), 同比增長 15.4%, 可收取代息股份以代替現金, 派息比率為 50.0% (2024 年上半年: 50.0%)。集團自上市以來, 已連續 17 年保持不低於 50% 的派息比率, 充分體現了對股東回報的長期承諾。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「聚焦跑步的戰略鞏固了我們作為中國跑步領先品牌的卓越地位。我們在中國主要馬拉松賽事中出眾的穿著率表現，充分彰顯特步的市場領導地位及其『專業影響大眾』戰略的成效，並展現出特步主品牌成功深入大眾市場，以及引領索康尼強勁的發展。隨著政府對體育行業政策的持續支持，以及體育參與率的持續上升，我們將鞏固於跑步領域的領導地位，並致力發揮特步主品牌與索康尼、邁樂的協同效應，以提升集團市場份額。」

## 業務回顧

### 特步主品牌

#### 鞏固特步作為中國跑步第一品牌的領導地位

特步跑鞋的卓越表現，不斷締造中國馬拉松史上的嶄新里程碑。於 2025 年上半年，特步在廈門、無錫、蘭州三項重點馬拉松賽事中，不僅以三小時內完賽跑者的最高穿著率，穩坐精英選手首選品牌的地位，更斬獲全局穿著率第一。其在專業及大眾跑者中佔據領導地位的優異表現，充分印證了特步「專業影響大眾」戰略的成效。

與此同時，索康尼的表現亦超出預期，全局穿著率在三個重點馬拉松賽事中，位踞國際品牌之首。其穿著率更在 2025 年無錫賽事中位踞第二，超越所有國際品牌，創下了品牌的新紀錄。

#### 專為勝利打造的「160X」系列

特步「160X」冠軍跑鞋持續助力運動員於國內外賽場突破速度極限。於東京賽場上，「160X」跑鞋分別助力何杰刷新個人海外最佳戰績，及楊紹輝突破「2:10」大關，創造中國歷史。同時，楊紹輝更於世界田聯白金標賽事廈門馬拉松上延續破紀錄勢頭，刷新中國籍賽會紀錄。特步的「160X」系列也助力楊紹輝和徐冰潔，於無錫賽場奪得中國籍冠軍。截至2025年7月31日，特步已協助107名精英運動員斬獲507個冠軍。

特步推出多款旗艦級跑鞋，包括「160X 7.0 PRO」、「160X 7.0」、「360X 2.0」和「青雲」，全面覆蓋日常跑者到精英運動員的需求。8月新發佈的「160X 7.0 PRO」搭載「XTEP ACE+」中底科技及「XTEP DURA」技術，為跑者提供增強的回彈力、推進力與防滑性能。為進一步豐富我們的產品組合，為大眾市場提供物超所值的體育用品，特步推出全新的「青雲」緩震旗艦跑鞋系列，以「每一步安心著陸」的設計理念，為跑者提供符合人體工學的舒適跑步體驗。

#### 構建蓬勃發展的跑步社群

於2025年上半年，特步與中國27場馬拉松及路跑賽事達成合作，其中包括世界田聯白金標賽事廈門馬拉松，以及多項金標賽事。此外，我們通過遍佈中國各大城市核心公園及熱門跑步勝地的70家特步跑步俱樂部，為會員提供全面的專業服務。通過在俱樂部舉辦精心策劃的活動，並與附屬跑團展開合作，特步積極提升跑者社群的活躍度，同時推動跑步生態圈的協同發展。

#### 零售管理及直接面向消費者的戰略

通過結合尖端科技與優質的門店服務，特步成功與精通科技的消費人群建立更深度的互動，從而推動其在核心顧客群中的受歡迎程度與復購率。約70%的零售店鋪為新形象店，為消費者提供沉浸式購物體驗。伴隨中國零售市場的不斷迭代，特步將於2025年下半年啟動直接面向消費者的戰略佈局，預計可在零售網絡管理方面取得更大成效。此模式讓特步能快速響應消費者偏好的改變，並加強與顧客之間的互動，為在此不斷變化的市場中實現可持續增長奠定基礎。

截至 2025 年 6 月 30 日，集團於中國內地及海外共有 6,360 家主要由本集團授權分銷商經營的特步成人品牌店鋪（2024 年 12 月 31 日：6,382 家）。

## 電子商務

於 2025 年上半年，電子商務業務仍然是集團增長的主要動力，佔特步主品牌收入超過 30%。特步依據數據驅動的分析成果，為每個線上渠道制定個性化的戰略，以精準定位目標客群，使轉化率最大化，並提升顧客互動。通過這些針對特定平台的舉措，電商業務已成為重要的收入來源，並實現雙位數的同比增長。

## 特步少年

特步一直將少年兒童發展置於首位，並通過經驗證的科技及全方位的健康成長方案，持續賦能大國少年。於今年 8 月，集團推出承載三大核心技術的「特步成長鞋」系列，全方位為少年兒童足部提供卓越的支撐性與穩定性。集團亦攜手八大權威機構的專家團隊，包括國家衛健委婦幼健康服務司、北京大學第三醫院運動醫學研究所、清華大學體育與健康科學研究中心等，重磅發佈《中國青少年運動長高藍皮書》，為青少年運動追高提供科學指引。截至 2025 年 6 月 30 日，特步少年於中國內地共有 1,564 家主要由集團授權分銷商經營的店舖（2024 年 12 月 31 日：1,584 家）。

## 索康尼和邁樂

索康尼於 2024 年達成重大里程碑，收入突破人民幣 10 億元，並於 2025 年延續強勁表現。於 2025 年上半年，專業運動分部收入為人民幣 7.85 億元，實現同比 32.5% 的強勁增長，佔本集團總收入的 11.5%。此分部的盈利能力亦顯著提升，經營溢利達人民幣 78.6 百萬元（2024 年上半年：23.3 百萬元），同比大幅增加 236.8%。

索康尼於中國享負盛名，在各大馬拉松賽事中持續成為最受歡迎的國際品牌之一。為進一步打造其高端運動品牌形象，索康尼對其品牌定位、店舖設計及產品線進行全面重塑。高端旗艦店現已進駐核心商圈，創新的跑步服裝及生活休閒產品系列亦深受到專業運動員以外顧客的喜愛。索康尼通過品牌重塑，使其專業運動基因與現代零售創新取得完美平衡，吸引新消費群，同時強化品牌忠誠度。截至 2025 年 6 月 30 日，索康尼在中國內地有 155 家門店。

邁樂持續突破戶外裝備的界限，賦能探險者自信征服新地形。通過聚焦電子商務及三大核心產品線，包括越野跑、徒步和溯溪，邁樂憑藉創新科技提升產品性能、舒適度及耐用性。

## 可持續發展

特步將環境保護、社會責任和公司治理融入其業務運營的各個方面，從而加強了對可持續增長的投入。於 2025 年，集團獲得了 MSCI ESG 評級「AA」級及 Wind ESG 評級「AA」級。為踐行可持續生產的承諾，特步積極採取措施，正式加入「危險化學品零排放組織」，及舉辦以化學品管理為核心的賦能培訓會議。於世界地球日，集團成功舉辦舊衣回收活動，吸引超過 3,400 名參與者，回收超過 2,900 公斤的舊衣物。通過對廢棄紡織品的再利用，集團展現出其踐行綠色產業的堅定承諾，並積極倡導可持續消費模式。

## 展望

集團戰略性聚焦跑步領域，為其長遠成功奠定堅實基礎。通過在該領域加大研發投入，持續創新，特步構建出行業領先的跑步生態圈，並鞏固特步作為中國跑步第一品牌的市場地位。集團將繼續發揮核心品牌——特步主品牌、索康尼及邁樂之間的協同效應，擴大品牌影響力，進一步增加市場份額。

作為致力於提供優質且高性價比產品的本土領軍品牌，特步持續突破科技邊界，設計出專為中國運動員量身打造的跑鞋，助力他們刷新個人最佳成績。依據當前的增長態勢，集團將於 2025 年下半年升級零售戰略，啟動直接面向消費者模式。通過加快響應消費者需求的變化，打造卓越的購物體驗，集團將進一步提升產品創新能力，優化營銷戰略，以及提高運營效率，從而為長期的可持續增長奠定基礎。

索康尼憑藉百年跑鞋世家的品牌定位，繼續成為集團第二增長曲線。於中國重點馬拉松賽事中，索康尼跑鞋的穿著率已位踞國際品牌第一，佔據主導地位，進一步彰顯品牌在專業跑步領域的影響力。除了推動高性能跑步產品的研發外，索康尼亦通過品牌升級戰略，強化與中國專業跑者和社會精英的連繫。於 2025 年下半年，索康尼將在核心商圈開設全新的旗艦店和概念店，並拓展服裝和生活產品系列。為配合品牌升級，集團正在對電商業務進行全面改革，以確保線上線下產品更加一致，為索康尼於中國高端運動用品市場的發展蓄勢賦能。

體育用品的需求持續展現韌性，為穩定增長的預期提供有力支撐。基於健康意識的提升、跑步參與度穩健增長，以及政府刺激消費的政策等利好因素，集團對 2025 年下半年的行業前景保持樂觀。通過優化供應鏈體系，集團進一步鞏固自身的競爭優勢，以快速回應消費趨勢的變化，把握新興市場機遇。集團有信心能夠有效應對短期波動，並持續提升價值創造能力。

- 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、營銷及品牌管理。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絡，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](http://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](mailto:ir@xtep.com.hk)

縱橫財經公關顧問有限公司  
鄭松雪/梁頌欣/易雨桐  
電話：(852)2864 4857 / (852)2864 4862 / (852)2114 4318  
電郵：[sprg\\_xtep@sprg.com.hk](mailto:sprg_xtep@sprg.com.hk)

附錄

2025 年中期業績財務亮點

截至 6 月 30 日止六個月	2025 年上半年	2024 年上半年 (經重列)	同比變化
<b>盈利能力數據 (人民幣百萬元)</b>			
<b>持續經營業務</b>			
收入	6,837.6	6,381.7	+7.1%
毛利	3,073.7	2,875.5	+6.9%
經營溢利	1,304.8	1,195.8	+9.1%
持續經營業務之淨利潤	913.6	858.5	+6.4%
已終止經營業務之(虧損)	-	(106.4)	不適用
普通股股權持有人應佔溢利	913.6	752.1	+21.5%
每股基本盈利 (人民幣分)	34.6	29.7	+16.5%
<b>盈利能力比率</b>			
<b>持續經營業務</b>			
毛利率	45.0%	45.1%	-0.1 百分點
經營溢利率	19.1%	18.7%	+0.4 百分點
淨利潤率	13.4%	13.5%	-0.1 百分點
集團淨利潤率	13.4%	11.8%	+1.6 百分點
派息比率	50.0%	50.0%	持平
<b>現金流 (人民幣百萬元)</b>			
經營現金流入淨額	773.8	826.4	-6.4%

集團收入及毛利率明細

按產品劃分

截至 6 月 30 日止六個月	2025 年上半年	2024 年上半年 (經重列)	同比變化
<b>鞋履</b>			
收入 (人民幣百萬元)	4,154.1	3,908.4	+6.3%
毛利率	46.5%	45.9%	+0.6 百分點
<b>服裝</b>			
收入 (人民幣百萬元)	2,552.3	2,331.0	+9.5%
毛利率	42.9%	44.3%	-1.4 百分點
<b>配飾</b>			
收入 (人民幣百萬元)	131.2	142.3	-7.8%
毛利率	35.2%	35.0%	+0.2 百分點

按品牌性質劃分

截至 6 月 30 日止六個月	2025 年上半年	2024 年上半年	同比變化
<b>大眾運動</b>			
收入 (人民幣百萬元)	6,052.5	5,789.2	+4.5%
毛利率	43.6%	43.9%	-0.3 百分點
<b>專業運動</b>			
收入 (人民幣百萬元)	785.1	592.5	+32.5%
毛利率	55.2%	56.8%	-1.6 百分點