



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 年中期业绩
集团收入增加 7.1%至人民币 68.38 亿元
净利润上升 21.5%至人民币 9.14 亿元 创历史新高

专业运动分部保持强劲势头 收入增长 32.5%至人民币 7.85 亿元

摘要

- 集团持续经营业务之收入增加 7.1%至人民币 68.38 亿元（2024 年上半年：人民币 63.82 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 4.5%至人民币 60.53 亿元（2024 年上半年：人民币 57.89 亿元）。专业运动分部收入增长 32.5%至人民币 7.85 亿元（2024 年上半年：人民币 5.93 亿元）。
- 集团持续经营业务之经营溢利增长 9.1%至人民币 13.05 亿元（2024 年上半年：人民币 11.96 亿元）。专业运动分部的经营溢利大幅增长 236.8%至人民币 78.6 百万元（2024 年上半年：人民币 23.3 百万元）。
- 计及已终止经营业务（K·SWISS 和帕拉丁）于 2024 年上半年人民币 1.06 亿元的亏损后，2025 年上半年本公司普通股股权持有人应占溢利达人民币 9.14 亿元（2024 年上半年：人民币 7.52 亿元），增长 21.5%。
- 集团年化股东回报率为 19.7%（2024 年上半年：16.4%），同比增加 3.3 个百分点。
- 基于集团健康的现金流，董事会宣派中期股息每股 18.0 港仙（2024 年上半年：15.6 港仙），同比增长 15.4%，可收取代息股份以代替现金，派息比率为 50.0%（2024 年上半年：50.0%）。集团自上市以来，已连续 17 年保持不低于 50%的派息比率，充分体现了对股东回报的长期承诺。
- 集团于 8 月成为首家获得 MSCI ESG“AA”级评级的中国体育用品企业，彰显集团于 ESG 实践方面的卓越成就。
- 截至 2025 年 6 月 30 日，集团于中国内地及海外分别共有 6,360 家特步成人店铺及 1,564 家特步少年店铺。索康尼在中国内地有 155 家店铺。

2025 年 8 月 18 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 6 月 30 日止六个月（“2025 年上半年”，“期内”）之未经审核中期业绩。

受惠于政府实施刺激经济的政策，宏观环境正逐步复苏，集团于 2025 年上半年取得稳健业绩。集团持续经营业务之收入增加 7.1%至人民币 68.38 亿元（2024 年上半年：人民币 63.82 亿元）。特步主品牌收入增加 4.5%至人民币 60.53 亿元（2024 年上半年：人民币 57.89 亿元）。专业运动分部收入按年增长 32.5%至人民币 7.85 亿元（2024 年上半年：人民币 5.93 亿元）。集团持续经营业务之毛利率达到 45.0%（2024 年上半年：45.1%）。集团持续经营业务之经营溢利增长 9.1%至人民币 13.05 亿元（2024 年上半年：人民币 11.96 亿元）。计及已终止经营业务（K·SWISS 和帕拉丁）于 2024 年上半年人民币 1.06 亿元的亏损后，2025 年上半年的本公司普通股股权持有人应占溢利达人民币 9.14 亿元（2024 年上半年：人民币 7.52 亿元），增长 21.5%。每股基本盈利为人民币 34.6 分（2024 年上半年：人民币 29.7 分）。集团年化股东回报率为 19.7%（2024 年上半年：16.4%），同比增加 3.3 个百分点。

基于集团健康的现金流，董事会宣派中期股息每股 18.0 港仙（2024 年上半年：15.6 港仙），同比增长 15.4%，可收取代息股份以代替现金，派息比率为 50.0%（2024 年上半年：50.0%）。集团自上市以来，已连续 17 年保持不低于 50%的派息比率，充分体现了对股东回报的长期承诺。

特步国际控股有限公司主席兼行政总裁丁水波先生表示：“聚焦跑步的战略巩固了我们作为中国跑步领先品牌的卓越地位。我们在中国主要马拉松赛事中出众的穿著率表现，充分彰显特步的市场领导地位及其‘专业影响大众’战略的成效，并展现出特步主品牌成功深入大众市场，以及引领索康尼强劲的发展。随着政府对体育行业政策的持续支持，以及体育参与率的持续上升，我们将巩固于跑步领域的领导地位，并致力发挥特步主品牌与索康尼、迈乐的协同效应，以提升集团市场份额。”

业务回顾

特步主品牌

巩固特步作为中国跑步第一品牌的领导地位

特步跑鞋的卓越表现，不断缔造中国马拉松史上的崭新里程碑。于 2025 年上半年，特步在厦门、无锡、兰州三项重点马拉松赛事中，不仅以三小时内完赛跑者的最高穿著率，稳坐精英选手首选品牌的地位，更斩获全局穿著率第一。其在专业及大众跑者中占据领导地位的优异表现，充分印证了特步“专业影响大众”战略的成效。

与此同时，索康尼的表现亦超出预期，全局穿著率在三项重点马拉松赛事中，位居国际品牌之首。其穿著率更在 2025 年无锡赛事中位居第二，超越所有国际品牌，创下了品牌的新纪录。

专为胜利打造的“160X”系列

特步“160X”冠军跑鞋持续助力运动员于国内外赛场突破速度极限。于东京赛场上，“160X”跑鞋分别助力何杰刷新个人海外最佳战绩，及杨绍辉突破“2：10”大关，创造中国历史。同时，杨绍辉更于世界田联白金标赛事厦门马拉松上延续破纪录势头，刷新中国籍赛会纪录。特步的“160X”系列也助力杨绍辉和徐冰洁，于无锡赛场夺得中国籍冠军。截至2025年7月31日，特步已协助107名精英运动员斩获507个冠军。

特步推出多款旗舰级跑鞋，包括“160X 7.0 PRO”、“160X 7.0”、“360X 2.0”和“青云”，全面覆盖日常跑者到精英运动员的需求。8月新发布的“160X 7.0 PRO”搭载“XTEP ACE+”中底科技及“XTEP DURA”技术，为跑者提供增强的回弹力、推进力与防滑性能。为进一步丰富我们的产品组合，为大众市场提供物超所值的体育用品，特步推出全新的“青云”缓震旗舰跑鞋系列，以“每一步安心着陆”的设计理念，为跑者提供符合人体工学的舒适跑步体验。

构建蓬勃发展的跑步社群

于2025年上半年，特步与中国27场马拉松及路跑赛事达成合作，其中包括世界田联白金标赛事厦门马拉松，以及多项金标赛事。此外，我们通过遍布中国各大城市核心公园及热门跑步胜地的70家特步跑步俱乐部，为会员提供全面的专业服务。通过在俱乐部举办精心策划的活动，并与附属跑团展开合作，特步积极提升跑者社群的活跃度，同时推动跑步生态圈的协同发展。

零售管理及直接面向消费者的战略

通过结合尖端科技与优质的门店服务，特步成功与精通科技的消费人群建立更深度的互动，从而推动其在核心顾客群中的受欢迎程度与复购率。约70%的零售店铺为新形象店，为消费者提供沉浸式购物体验。伴随中国零售市场的不断迭代，特步将于2025年下半年启动直接面向消费者的战略布局，预计可在零售网络管理方面取得更大成效。此模式让特步能快速响应消费者偏好的改变，并加强与顾客之间的互动，为在此不断变化的市场中实现可持续增长奠定基础。

截至 2025 年 6 月 30 日，集团于中国内地及海外共有 6,360 家主要由本集团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 年上半年，电子商务业务仍然是集团增长的主要动力，占特步主品牌收入超过 30%。特步依据数据驱动的分析成果，为每个线上渠道制定个性化的战略，以精准定位目标客群，使转化率最大化，并提升顾客互动。通过这些针对特定平台的举措，电商业务已成为重要的收入来源，并实现双位数的同比增长。

特步少年

特步一直将少年儿童发展置于首位，并通过经验证的科技及全方位的健康成长方案，持续赋能大国少年。于今年 8 月，集团推出承载三大核心技术的“特步成长鞋”系列，全方位为少年儿童足部提供卓越的支撑性与稳定性。集团亦携手八大权威机构的专家团队，包括国家卫健委妇幼健康服务司、北京大学第三医院运动医学研究所、清华大学体育与健康科学研究中心等，重磅发布《中国青少年运动长高蓝皮书》，为青少年运动追高提供科学指引。截至 2025 年 6 月 30 日，特步少年于中国内地共有 1,564 家主要由集团授权分销商经营的店铺（2024 年 12 月 31 日：1,584 家）。

索康尼和迈乐

索康尼于 2024 年达成重大里程碑，收入突破人民币 10 亿元，并于 2025 年延续强劲表现。于 2025 年上半年，专业运动分部收入为人民币 7.85 亿元，实现同比 32.5% 的强劲增长，占本集团总收入的 11.5%。此分部的盈利能力亦显著提升，经营溢利达人民币 78.6 百万元（2024 年上半年 23.3 百万元），同比大幅增加 236.8%。

索康尼于中国享负盛名，在各大马拉松赛事中持续成为最受欢迎的国际品牌之一。为进一步打造其高端运动品牌形象，索康尼对其品牌定位、店铺设计及产品线进行全面重塑。高端旗舰店现已进驻核心商圈，创新的跑步服装及生活休闲产品系列亦深受到专业运动员以外顾客的喜爱。索康尼通过品牌重塑，使其专业运动基因与现代零售创新取得完美平衡，吸引新消费群，同时强化品牌忠诚度。截至 2025 年 6 月 30 日，索康尼在中国内地有 155 家门店。

迈乐持续突破户外装备的界限，赋能探险者自信征服新地形。通过聚焦电子商务及三大核心产品线，包括越野跑、徒步和溯溪，迈乐凭借创新科技提升产品性能、舒适度及耐用性。

可持续发展

特步将环境保护、社会责任和公司治理融入其业务运营的各个方面，从而加强了对可持续发展的投入。于 2025 年，集团获得了 MSCI ESG 评级“AA”级及 Wind ESG 评级“AA”级。为践行可持续生产的承诺，特步积极采取措施，正式加入“危险化学品零排放组织”，及举办以化学品管理为核心的赋能培训会议。于世界地球日，集团成功举办旧衣回收活动，吸引超过 3,400 名参与者，回收超过 2,900 公斤的旧衣物。通过对废弃纺织品的再利用，集团展现出其践行绿色产业的坚定承诺，并积极倡导可持续消费模式。

展望

集团战略性聚焦跑步领域，为其长远成功奠定坚实基础。通过在该领域加大研发投入，持续创新，特步构建出行业领先的跑步生态圈，并巩固特步作为中国跑步第一品牌的市场地位。集团将继续发挥核心品牌——特步主品牌、索康尼及迈乐之间的协同效应，扩大品牌影响力，进一步增加市场份额。

作为致力于提供优质且高性价比产品的本土领军品牌，特步持续突破科技边界，设计出专为中国运动员量身打造的跑鞋，助力他们刷新个人最佳成绩。依据当前的增长态势，集团将于 2025 年下半年升级零售战略，启动直接面向消费者模式。通过加快响应消费者需求的变化，打造卓越的购物体验，集团将进一步提升产品创新能力，优化营销战略，以及提高运营效率，从而为长期的可持续发展奠定基础。

索康尼凭借百年跑鞋世家的品牌定位，继续成为集团第二增长曲线。于中国重点马拉松赛事中，索康尼跑鞋的穿着率已位居国际品牌第一，占据主导地位，进一步彰显品牌在专业跑步领域的影响力。除了推动高性能跑步产品的研发外，索康尼亦通过品牌升级战略，强化与中国专业跑者和社会精英的联系。于 2025 年下半年，索康尼将在核心商圈开设全新的旗舰店和概念店，并拓展服装和生活产品系列。为配合品牌升级，集团正在对电商业务进行全面改革，以确保线上线下产品更加一致，为索康尼于中国高端运动用品市场的发展蓄势赋能。

体育用品的需求持续展现韧性，为稳定增长的预期提供有力支撑。基于健康意识的提升、跑步参与度稳健增长，以及政府刺激消费的政策等利好因素，集团对 2025 年下半年的行业前景保持乐观。通过优化供应链体系，集团进一步巩固自身的竞争优势，以快速回应消费趋势的变化，把握新兴市场机遇。集团有信心能够有效应对短期波动，并持续提升价值创造能力。

- 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/易雨桐
电话：(852)2864 4857 / (852)2864 4862 / (852)2114 4318
电邮：sprg_xtep@sprg.com.hk

附录

2025 年中期业绩财务亮点

截至 6 月 30 日止六个月	2025 年上半年	2024 年上半年 (经重列)	同比变化
盈利能力数据 (人民币百万元)			
持续经营业务			
收入	6,837.6	6,381.7	+7.1%
毛利	3,073.7	2,875.5	+6.9%
经营溢利	1,304.8	1,195.8	+9.1%
持续经营业务之净利润	913.6	858.5	+6.4%
已终止经营业务之(亏损)	-	(106.4)	不适用
普通股股权持有人应占溢利	913.6	752.1	+21.5%
每股基本盈利 (人民币分)	34.6	29.7	+16.5%
盈利能力比率			
持续经营业务			
毛利率	45.0%	45.1%	-0.1 百分点
经营溢利率	19.1%	18.7%	+0.4 百分点
净利润率	13.4%	13.5%	-0.1 百分点
集团净利润率	13.4%	11.8%	+1.6 百分点
派息比率	50.0%	50.0%	持平
现金流 (人民币百万元)			
经营现金流入净额	773.8	826.4	-6.4%

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	2025 年上半年	2024 年上半年 (经重列)	同比变化
鞋履			
收入 (人民币百万元)	4,154.1	3,908.4	+6.3%
毛利率	46.5%	45.9%	+0.6 百分点
服装			
收入 (人民币百万元)	2,552.3	2,331.0	+9.5%
毛利率	42.9%	44.3%	-1.4 百分点
配饰			
收入 (人民币百万元)	131.2	142.3	-7.8%
毛利率	35.2%	35.0%	+0.2 百分点

按品牌性质划分

截至 6 月 30 日止六个月	2025 年上半年	2024 年上半年	同比变化
大众运动			
收入 (人民币百万元)	6,052.5	5,789.2	+4.5%
毛利率	43.6%	43.9%	-0.3 百分点
专业运动			
收入 (人民币百万元)	785.1	592.5	+32.5%
毛利率	55.2%	56.8%	-1.6 百分点