



特步國際控股有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司（聯交所股份代號：1368）

特步公佈令人欣喜的**2019**年全年業績
收入同比增長**28%**至人民幣**81.83**億元

* * * * *

憑藉多品牌業務模式再創高峰

財務摘要

- 集團收入達人民幣**81.83**億元
- 特步主品牌的收入增加**21%**至人民幣**77.07**億元（2018年：人民幣**63.83**億元），主要受產品優化和中國內地體育用品市場蓬勃發展所推動。特步主品牌的毛利率為**43.8%**（2018年：**44.3%**）
- 集團經營溢利上升**18%**至人民幣**12.34**億元（2018年：人民幣**10.44**億元）
- 普通股股權持有人應佔溢利同比增長**11%**至人民幣**7.28**億元
- 資產負債表維持穩健，淨現金及現金等值項目達人民幣**21.32**億元。經營活動現金流入淨額持續增長至人民幣**7.78**億元（2018年：人民幣**1.54**億元）
- 建議派發末期股息每股**7.5**港仙（2018年：**9.5**港仙），連同中期股息每股**12.5**港仙（2018年：**10.5**港仙），全年派息比率約為**60.0%**（2018年：**60.0%**）

營運摘要

- 特步主品牌零售銷售同比增長逾**20%**
- 同店銷售表現理想，**2019**年呈低雙位數增長
- 於**2019**年**12**月**31**日，中國內地及海外特步零售店數目為**6,379**家，淨開店**149**家
- **2019**年標誌著集團另一個歷史里程碑，集團啟動多品牌戰略，四個新品牌包括帕拉丁、蓋世威、索康尼及邁樂，以針對「大眾運動」、「專業運動」及「時尚運動」市場

2020年3月18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.HK**）今天公佈截至**2019**年**12**月**31**日止年度（「**2019**年」或「本年度」）之經審核全年業績。

於**2019**年，集團繼續保持強勁的增長勢頭，主要受其多品牌戰略、產品優化和中國內地體育用品市場蓬勃發展所推動。加上自收購所得額外五個月的收入貢獻及合資公司年內的收入後，集團收入錄得人民幣**81.83**億元（2018年：人民幣**63.83**億元）。特步主品牌收入增加**20.7%**至人民幣**77.07**億元（2018年：人民幣**63.83**億元），毛利率為**43.8%**（2018年：**44.3%**）。集團經營溢利增加**18.2%**至人民幣**12.34**億元（2018年：人民幣**10.44**億元）。公司普通股股權持有人應佔溢利增加**10.8%**至人民幣**7.28**億元（2018年：人民幣**6.57**億元）。每股基本盈利為人民幣**30.7**分（2018年：人民幣**30.2**分）。

董事會建議派發末期股息每股**7.5**港仙（2018年：**9.5**港仙），連同中期股息每股**12.5**港仙（2018年：**10.5**港仙），全年派息比率為**60.0%**（2018年：**60.0%**）。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「過去一年標誌著特步的里程碑，我們透過納入四個新品牌包括帕拉丁、蓋世威、索康尼及邁樂，由本土品牌蛻變為全球體育用品企業，戰略性地針對不同市場，包括『大眾運動』、『專業運動』和『時尚運動』。在三年戰略轉型打下的堅實基礎上，作為集團穩定增長動力的特步主品牌繼續錄得穩健增長。集團**2019**年**3**月與**Wolverine**為索康尼和邁樂組成合資公司，以專業運動產品豐富集團的產品組合。此外，**2019**年**8**月收購蓋世威和帕拉丁令集團能夠把握運動休閒的潮流。我們現在較以往處於更佳位置，以努力實現產品組合中五個品牌的潛力。我們致力制定並嚴謹執行集團的戰略，使特步於這個蓬勃發展的行業中茁壯成長並取得可觀的長期回報。」

業績回顧

特步

產品

產品創新是特步在跑步領域取得領先地位的關鍵。集團不斷改進產品設計和技術，為大眾市場中的各級運動員提供高性價比的專業運動產品。2019年12月推出的全新專業跑鞋「競速160X」，以碳纖維推進式緩震科技協助跑者突破自己的最佳速度。特步簽約林書豪為品牌代言人後，與其合作的「游雲IV」籃球鞋系列的首款設計於2019年11月面市，市場反響熱烈。於2019年9月，特步成為首個亮相倫敦時裝週的中國運動品牌，展示與英國設計師品牌荷蘭屋合作的「跑出位」系列。此外，特步與明星代言人和知名第三方知識產權合作推出各種跨界系列，例如貓和老鼠、蝙蝠俠、Smiley、穆罕默德·阿里及變形金剛。

品牌及營銷

特步連續第五年蟬聯中國內地贊助最多馬拉松賽事的體育用品贊助商，贊助包括一場在河內舉行的馬拉松及52場在中國內地舉行的馬拉松及跑步賽事，總參加人數超過800,000人。除了贊助跑步賽事之外，特步亦聘請明星代言人，以加強特步在年輕一代心目中的專業運動品牌形象。於2019年8月，集團聘請知名亞裔籃球員林書豪為特步品牌代言人，共同發佈「籃球產品共創計劃」，以開發籃球及休閒產品。集團亦贊助中國內地多個最受歡迎的電視節目和真人秀，向年輕一代展示特步的服裝和鞋履。

電子商務

於2019年下半年，集團啟動了一項電子商務業務的重組計劃，將其供應鏈業務與集團的線下業務進行整合，從而改善產品設計及質量。線上平台上將提供更多線下產品，以充分發揮O2O協同效應。

帕拉丁

於2019年，帕拉丁推出多款經典及跨界產品，包括復古男女皆宜系列「PALLADIUM Pallasock By KENZO」，並與Bungie就其電子遊戲天命2：暗影要塞合作，推出限量款式「PALLABROUSE Baggy Moon」。帕拉丁亦強調可持續性，其有機系列提供以有機棉製成的鞋履，而可回收系列則提供具防水功能的回收塑膠瓶製成的鞋履。此外，帕拉丁與THERM-IC公司合作，打造首款可發熱的休閒靴子，其可為雙腳保暖長達13小時，並可通過手機應用程式調節溫度。

索康尼

索康尼與特步之間展現完美的協同效應，索康尼可以運用特步在供應鏈、馬拉松和跑步賽事資源及龐大零售網絡的優勢；而特步則可以通過索康尼接觸到一、二線城市的成熟顧客。索康尼將提供具先進科技的高端經典款及按中國人喜好和品味打造的獨家本土化設計，並推出更多服裝產品，以滿足市場對運動服裝的需求增長。索康尼通過與具影響力人士合作推廣其為2020年1月廈門國際馬拉松而設的首個本土化設計「Kinvara菁華11 — 廈門城市別注款」，及隨後在廈門中國馬拉松博覽會上開設的快閃店，成功提高曝光率。

蓋世威

蓋世威正在進行為期兩年的品牌重塑過程，改造品牌定位、營銷、研發及產品創新。完成後，新產品和品牌形象將率先在中國內地推出，其後推廣至全球。蓋世威將定位為高端時尚運動服裝品牌，把握迅速發展的時尚運動潮流。蓋世威亦將設計和生產更多服裝產品，以達到均衡的產品組合。

邁樂

結合當代設計、舒適度和備受肯定的性能，邁樂致力為戶外運動愛好者打造高質量的專業產品，令戶外活動更添樂趣。除了把握中國內地戶外運動市場的長期增長機遇外，集團亦將抓住近年來中國內地出國旅遊人數日益增加而帶來的商機。

展望

鑑於中國近期冠狀病毒爆發及第二輪中美貿易談判前的全球緊張局勢，集團對體育用品行業的短期前景保持審慎態度。集團正積極將銷售轉移至電子商務平台及執行各種成本控制措施以降低疫情的影響。儘管如此，受惠於政府的有利政策、冠狀病毒爆發後人們對健康意識的提高及健身活動的持續普及，集團對中國內地體育用品市場的長遠增長充滿信心。

於2020年，特步主品牌將繼續為集團的業務重心。新籃球產品已有良好銷售開端，自2019年推出以來取得令人欣喜的銷售及反饋。集團於2019年下半年開啟的電子商務業務重組計劃，有助集團於2020年下半年及往後進一步實現長期的高質量增長。集團將繼續努力不懈地維持特步的有機增長及鞏固其領先的市場地位。

集團將繼續致力擴展帕拉丁在亞太區的業務，並增加對服裝產品線的投入，進一步提高其品牌知名度及市場份額。同時，集團正在制定一個切實可行的發展計劃，從品牌、產品組合及設計，到零售網絡方面改造蓋世威。配備新營銷活動及新產品的店舖將於2021年底前重新開業。

集團預期於2020年下半年開設索康尼的首家店舖。然而，由於戶外運動於中國內地仍屬小眾市場，集團將審慎拓展邁樂的業務。邁樂的首家店舖將於2020年下半年開業。高端經典款產品及為滿足中國人喜好定制的產品將隨索康尼及邁樂的獨立店開業而供顧客選購。

- 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6月3日在香港聯合交易所主板上市。集團主要從事體育用品（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。自2001年成立後，集團的主品牌「特步」擁有超過6,300家零售店的龐大分銷網絡，全面覆蓋中國31個省份、自治區和直轄市，以及海外地區。2019年，集團進一步豐富其品牌組合至涵蓋四個國際知名品牌，包括蓋世威、帕拉丁、索康尼及邁樂。

特步為 MSCI中國小型股指數、恒生綜合指數系列及深港通的成分股。如欲取得更多集團相關資料，請瀏覽特步企業網站 www.xtep.com.hk 或掃描下方二維碼關注集團官方微信賬號（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
投資者關係及企業傳訊
電話：(852) 2152 0333
電郵：ir@xtep.com.hk

縱橫財經公關顧問有限公司

區美馨 / 劉煒情 / 鍾靜雯
電話：(852) 2864 4815 / (852) 2114 4987 / (852) 2864 4858
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

附錄

2019年全年業績財務亮點

截至12月31日止年度	2019年	2018年	變化
盈利能力數據 (人民幣百萬元)			
收入	8,182.7	6,383.2	+28.2%
毛利	3,550.4	2,828.3	+25.5%
經營溢利	1,234.0	1,044.3	+18.2%
普通股股權持有人應佔溢利	727.7	656.5	+10.8%
每股基本盈利 (人民幣分)	30.7	30.2	+1.7%
盈利能力比率 (%)			
毛利率	43.4	44.3	-0.9 百分點
經營溢利率	15.1	16.4	-1.3 百分點
淨利潤率	8.9	10.3	-1.4 百分點
派息比率	60.0	60.0	-
	於	於	變化
	2019年12月31日	2018年12月31日	
淨現金及現金等值項目	2,131.6	2,437.6	-12.6%
負債比率 (%) (附註)	19.1	21.1	-2.0 百分點

附註：負債比率乃以借貸總額除以集團的總資產計算

集團收入及毛利率的明細

按產品劃分

截至12月31日止年度	2019年	2018年	變化
鞋履			
收入 (人民幣百萬元)	4,653.1	3,925.0	+18.6%
毛利率 (%)	43.2	45.6	-2.4 百分點
服裝			
收入 (人民幣百萬元)	3,344.4	2,326.9	+43.7%
毛利率 (%)	43.9	42.6	+1.3 百分點
配飾			
收入 (人民幣百萬元)	185.2	131.3	+41.1%
毛利率 (%)	37.3	35.6	+1.7 百分點

按品牌性質

截至12月31日止年度	2019年	2018年	變化
大眾運動			
收入 (人民幣百萬元)	7,706.7	6,383.2	+20.7%
毛利率 (%)	43.8	44.3	-0.5 百分點
時尚運動			
收入 (人民幣百萬元)	465.9	不適用	不適用
毛利率 (%)	36.7	不適用	不適用
專業運動			
收入 (人民幣百萬元)	10.1	不適用	不適用
毛利率 (%)	43.2	不適用	不適用