[即時發佈]

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 2024 年全年業績
集團收入增加 6.5%至人民幣 135.77 億元
淨利潤增長 20.2%至人民幣 12.38 億元　創歷史新高

專業運動分部收入強勁增長 57.2%至人民幣 12.50 億元

***

加大投入直接面向消費者戰略
推動未來增長

摘要

- 集團持續經營業務之收入增加 6.5%至人民幣 135.77 億元（2023 年：人民幣 127.43 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 3.2%至人民幣 123.27 億元（2023 年：人民幣 119.47 億元）。專業運動分部收入增長 57.2%至人民幣 12.50 億元（2023 年：人民幣 7.96 億元）。
- 集團持續經營業務之經營溢利增長 9.3%至人民幣 19.66 億元（2023 年：人民幣 17.98 億元）。專業運動分部的經營溢利強勁增長 829.5%，至人民幣 78.21 百萬元（2023 年：人民幣 8.41 百萬元）。
- 本公司普通股股權持有人應佔溢利創歷史新高，達人民幣 12.38 億元（2023 年：人民幣 10.30 億元），增長 20.2%。
- 集團建議末期股息每股 9.5 港仙（2023 年：每股 8.0 港仙），可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股 15.6 港仙，全年派息比率為 50.0%。此外，本公司年內派發特別股息每股 44.7 港仙，全年股息增加 221.7%，派息比率為 138.2%（2023 年：50.0%）。
- 繼去年 11 月完成戰略性剝離 K·SWISS 及帕拉丁業務後，集團重新調整戰略，聚焦跑步，並有效分配資源以優化運營。
- 受到索康尼在零售網絡管理方面取得卓越成果的啟發，集團將加大對特步主品牌直接面向消費者（DTC）戰略的投入，與顧客進行更深入及個性化的互動，增強品牌忠誠度，提高保留率。
- 截至 2024 年 12 月 31 日，集團於中國內地及海外共有 6,382 家特步成人品牌店舖，以及 1,584 家特步兒童門店。索康尼在中國內地有 145 家門店。

2025 年 3 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 2024 年 12 月 31 日止年度（「2024 年」或「年內」）之全年業績。

在經濟環境不穩定的背景下，集團在 2024 年仍取得了穩健的業績。集團持續經營業務之收入增加 6.5%至人民幣 135.77 億元（2023 年：人民幣 127.43 億元）。特步主品牌收入增加 3.2%至人民幣 123.27 億元（2023 年：人民幣 119.47 億元）。專業運動分部收入按年增長 57.2%至人民幣 12.50 億元（2023 年：人民幣 7.96 億元）。集團持續經營業務之經營溢利增長 9.3%至人民幣 19.66 億元（2023 年：人民幣 17.98 億元）。專業運動分部的經營溢利強勁增長 829.5%至人民幣 78.21 百萬元（2023 年：人民幣 8.41 百萬元）。本公司普通股股權持有人應佔溢利創歷史新高，達人民幣 12.38 億元（2023 年：人民幣 10.30 億元），增長 20.2%。每股基本盈利為人民幣 48.7 分（2023 年：人民幣 40.8 分）。

董事會建議末期股息每股 9.5 港仙，可收取代息股份以代替現金。連同中期股息每股 15.6 港仙，全年派息比率為 50.0%。此外，本公司年內派發特別股息每股 44.7 港仙，全年股息增加 221.7%，派息比率為 138.2%（2023 年：50.0%）。

特步國際控股有限公司主席兼行政總裁丁水波先生表示：「集團聚焦跑步的核心戰略，讓其成為中國精英跑者和大眾跑者最青睞的品牌。2024 年，我們『專業影響大眾』的戰略已見成效，從之前成為三小時內完賽的馬拉松跑者穿著率第一品牌，到如今在主要六大國內馬拉松賽事中擁有最高的全局穿著率[1]。與此同時，索康尼憑藉其在重點馬拉松賽事中，穿著率排名第三的優異表現 [1]，進一步鞏固我們的行業領先地位。憑藉集團在跑步市場上的良好聲譽，以及特步主品牌、索康尼及邁樂之間的協同效應，疊加政府未來持續推出刺激消費信心和經濟增長的長期政策支持下，我們已作好準備迎接機遇，推動集團的未來成功。」

業務回顧

特步主品牌

「專業影響大眾」戰略已見成效
鞏固中國跑步第一品牌的市場地位

特步跑鞋的穿著率從此前在三小時內完賽跑者中位列榜首，到如今在主要馬拉松賽事中位踞全局第一，彰顯特步「專業影響大眾」戰略的成效。於 2024 及 2025 年六個重點馬拉松賽事中，包括上海、北京、廈門、廣州、無錫及成都馬拉松，特步跑鞋的穿著率於所有參賽者及三小時內完賽跑者中高踞榜首 [1]，成績斐然。

於 2024 年，在中國僅有的兩場世界田聯白金標賽事之一 —— 上海白金標賽場中，特步跑鞋的穿著率在所有完賽跑者中達 22.4%[1]，首次超越國際品牌，榮登榜首。隨著索康尼在各大重點馬拉松賽事中展現出亮眼的穿著率，特步的行業領先地位得以進一步鞏固。特步主品牌及索康尼的穿著率在廣州及成都馬拉松賽事所有跑者中分別佔 40.3%及 47.6%[1]，進一步強化特步作為中國跑步第一品牌的地位。

打造優質產品 刷新馬拉松紀錄

於 2024 廈門馬拉松中，董國建穿著「160X 5.0 PRO」奪得中國籍冠軍，打破塵封十六年的廈門馬拉松中國籍男子賽會紀錄。於 2024 年 3 月，何杰再次打破全國馬拉松紀錄，帶領中國馬拉松進入「206」時代。特步的「160X」系列亦助力楊家玉奪得 2024 巴黎體育賽事女子 20 公里競走金牌，此為中國在這項賽事的田徑項目上奪得的首金。截至 2024 年 12 月 31 日，特步共助力 95 名運動員斬獲 451 個冠軍。

特步亦推出「160X 6.0 PRO」、「160X 6.0」、「360X」及「260X 2.0」等多款旗艦冠軍版跑鞋，旨在滿足從大眾跑者，到專業和精英跑者不同能力水平的需求。「160X 6.0 PRO」擁有更強的抗衰減性能及回彈性能，同時提升跑步經濟性，重量更輕。於 2025 年 3 月，特步進一步升級鞋款並推出「160X 6.5 PRO」，其搭載改良的中底粘合工藝，優質的緩震支撐性能及升級版的鞋墊設計，助力運動員保持巔峰速度。

跑步社群維繫

自 2007 年起，特步通過創建充滿活力的跑步社群，構建出中國內地最大的跑步生態圈。於 2024 年，特步合共贊助全國 44 場頂尖馬拉松及路跑賽事，其中包括著名的世界田徑白金標賽事廈門馬拉松及其他金標馬拉松賽事。同時，特步擁有 72 家特步跑步俱樂部，其選址於全國熱門的跑步場地，為特跑族會員提供一站式專業服務。通過跑步俱樂部及其附屬跑團舉辦的跑步活動，特步有效地增強社群凝聚力。

零售管理及DTC戰略

高效的零售管理促使集團的品牌形象顯著提升。集團第九代門店採用寬敞的空間佈局和視覺效果極佳的美學設計，融入先進科技，不僅提升客單價，亦提高門店店效。截至 2024 年 12 月 31 日，集團於中國內地及海外共有 6,382 家主要由本集團授權分銷商經營的特步成人品牌店舖（2023 年 12 月 31 日：6,571 家）。

[1] 資料來源：悅跑圈

在當前快速變化的零售環境中，集團深信加大對特步主品牌 DTC 戰略的投入，對其未來發展至為重要。受到索康尼在零售網絡管理方面取得卓越成果的啟發，特步將加強直營業務，與顧客進行更深入及個性化的互動，增強品牌忠誠度，提高保留率。品牌可更快速地調整產品組合、營銷戰略和顧客體驗，提高運營效率並推進品牌升級。展望未來，特步主品牌計劃在目前經銷模式的基礎上，逐步優化其零售渠道結構，以確保及時且精準的市場洞察，並最終推動業績顯著增長。

電子商務

於 2024 年，電子商務業務錄得約 20%的強勁增長，繼續成為集團發展的強大增長動力。該分部佔特步主品牌總收入超過 30%，突顯其在集團業務戰略中的關鍵角色。抖音、 微信視頻號及小紅書等新興平台成為表現突出的零售渠道，實現超過 80%增長，並成功吸引更多追求互動式購物體驗的消費者。

特步兒童

通過產品、數據分析、培訓課程和專家指導，特步兒童為中國兒童提供全面的健康成長解決方案。隨著「A+健康成長鞋」的推出，此等舉措已取得顯著成效，特步兒童業務與盈利能力快速增長。截至 2024 年 12 月 31 日，特步兒童在中國內地有 1,584 家主要由本集團授權分銷商經營的店舖（2023 年 12 月 31 日：1,703 家）。

索康尼和邁樂

作為首個於 2023 年實現盈利的新品牌，索康尼於今年再次保持強勁的增長勢頭，收入突破人民幣 10 億元。於 2024 年，專業運動分部收入同比增長 57.2%至人民幣 12.50 億元，佔本集團總收入的 9.2%。此分部亦錄得人民幣 78.21 百萬元的經營溢利（2023 年：人民幣 8.41 百萬元），較 2023 年大幅增加。

索康尼在精英跑者間的品牌認知度顯著提升，品牌的穿著率在國內外知名的馬拉松賽事中持續位踞國際品牌前三[2]。在此勢頭的基礎上，索康尼開展令人鼓舞的品牌重塑進程，涵蓋零售渠道、產品矩陣及市場營銷。此舉包括在高端購物中心開設全新旗艦店及概念店，以及拓展服裝及生活休閒產品系列，吸引更廣泛的受眾，提升顧客體驗。索康尼全球首家概念店及城市體驗店，分別於深圳萬象城以及北京合生匯開幕。截至 2024 年 12 月 31 日，索康尼在中國內地有 145 家門店。

邁樂通過專注拓展電商業務，為戶外運動愛好者提供兼具高性能和舒適度的服裝及鞋履。於 2024 年，該品牌舉辦一系列戶外活動，讓運動員親身進行產品體驗。通過該等活動，邁樂不僅宣揚對戶外運動的熱愛，同時激勵人們探索及接觸大自然。

可持續發展

於 2024 年 7 月，特步成為中國體育用品行業首家獲得 MSCI ESG 評級「A」級的公司。為突顯集團將環境保護及社會責任融入企業發展的承諾，特步正式發佈 2030 ESG 戰略框架。該框架包含「守護環境」、「創造可持續價值鏈」及「以人為本」三大核心支柱，以及八大具體目標，體現其對「10 年可持續發展計劃」的戰略升級。

展望

集團專注跑步的明確戰略，為實現長期增長制定了清晰的路線圖。作為跑步領域的其中一名先行者，特步致力加大研發力度，構建中國最大的跑步生態圈，最終奠定其作為中國跑步第一品牌的市場地位。集團將繼續發揮特步主品牌、索康尼和邁樂之間的協同效應，以其綜合優勢助力集團擴大市場份額。

特步「160X」系列跑鞋見證眾多冠軍的誕生，並在重點馬拉松比賽中擁有最高穿著率[2]，鞏固其在跑步市場的主導地位。作為一家致力為大眾市場提供高性價比產品的國產品牌，特步將繼續強化產品性能，打造適合中國跑者的跑鞋，助力跑者實現個人里程碑。此外，加大投入 DTC 戰略，將使特步能夠直接獲取數據及與顧客進行互動，有助於強化其零售渠道管理，加速增長，並實現可持續的盈利能力。

[2] 資料來源：悅跑圈

索康尼作為集團的第二增長曲線，已迅速成為跑者新貴。在中國馬拉松比賽中，索康尼的穿著率排名前三[3]，進一步鞏固其作為百年跑鞋品牌的地位。自 2020 年起，索康尼主要通過 DTC 模式，拓展其在中國的零售網絡。過去五年，DTC 戰略推動專業運動分部的快速增長。該分部的收入從 2020 年至 2024 年實現超過 100% 的年複合增長率，於 2023 年實現收支平衡，並於 2024 年持續展現韌性。隨著索康尼繼續擴大中國的業務規模，其將進一步推動品牌戰略，並將持續推出形象更為提升的旗艦店和概念店，以配合其服裝和生活休閒產品矩陣的發展。

集團預計體育用品的需求將穩健增長，並計劃通過柔性供應鏈，快速應對不斷變化的消費者偏好及趨勢，把握市場機遇。跑步運動的日益普及，疊加政府推出刺激消費的措施，為體育用品行業提供良好的環境，將推動集團實現長期增長。

- 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 8,100 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 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

縱橫財經公關顧問有限公司
鄭松雪/梁頌欣/張藝璇
電話：(852)2864 4857 /(852)2864 4862 /(852)2114 4955
電郵：sprg_xtep@sprg.com.hk

[3] 資料來源：悅跑圈

附錄

2024 年全年業績財務亮點

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年 (經重列)	變化
盈利能力數據（人民幣百萬元）			
持續經營業務			
收入	**13,577.2**	12,742.9	**+6.5%**
毛利	**5,865.4**	5,331.2	**+10.0%**
經營溢利	**1,965.5**	1,798.0	**+9.3%**
持續經營業務之淨利潤	**1,305.5**	1,254.3	**+4.1%**
已終止經營業務之(虧損)	**(67.1)**	(224.3)	**-70.1%**
普通股股權持有人應佔溢利	**1,238.4**	1,030.0	**+20.2%**
每股基本盈利（*人民幣分*）	**48.7**	40.8	**+19.4%**
盈利能力比率			
持續經營業務			
毛利率	**43.2%**	41.8%	**+1.4** 百分點
經營溢利率	**14.5%**	14.1%	**+0.4** 百分點
集團淨利潤率	**9.1%**	8.1%	**+1.0** 百分點
派息比率	**138.2%**	50.0%	**+88.2** 百分點
營運資金（人民幣百萬元）	**於 2024 年 12 月 31 日**	於 2023 年 12 月 31 日	變化
存貨	**1,595.7**	1,793.8	**-11.0%**
經營現金流入淨額	**1,228.1**	1,254.9	**-2.1%**

集團收入及毛利率明細

按產品劃分

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年 (經重列)	變化
鞋履			
收入（*人民幣百萬元*）	**8,054.4**	6,950.7	**+15.9%**
毛利率	**44.9%**	42.2%	**+2.7** 百分點
服裝			
收入（*人民幣百萬元*）	**5,226.2**	5,541.6	**-5.7%**
毛利率	**41.1%**	41.7%	**-0.6** 百分點
配飾			
收入（*人民幣百萬元*）	**296.6**	250.6	**+18.4%**
毛利率	**33.3%**	35.1%	**-1.8** 百分點

按品牌性質劃分

截至 12 月 31 日止年度	2024 年	2023 年	變化
大眾運動			
收入（*人民幣百萬元*）	**12,326.9**	11,947.4	**+3.2%**
毛利率	**41.8%**	42.0%	**-0.2** 百分點
專業運動			
收入（*人民幣百萬元*）	**1,250.3**	795.5	**+57.2%**
毛利率	**57.2%**	40.0%	**+17.2** 百分點