



特步国际控股有限公司

(于开曼群岛注册成立的有限公司)
股份代号：1368.HK

2025年全年业绩发布

2026年3月26日



2025年全年业绩摘要



集团收入 人民币 **141.51** 亿元 ▲ **4.2%**

大众运动 

人民币 **125.15** 亿元

▲ **1.5%**

专业运动



人民币 **16.36** 亿元

▲ **30.8%**



本公司普通股股权
持有人应占利润

人民币 **13.72** 亿元

▲ **10.8%**



净现金

人民币 **17.07** 亿元

▲ **73.4%**



每股资产净值

人民币 **3.64**

▲ **12.3%**



股东回报率

14.5%

▲ **0.4** 百分点



末期每股股息

9.5 港仙¹

派息比率：50.4%



¹建议宣派的每股末期股息须于应届股东周年大会上获得股东批准



财务回顾

综合利润表

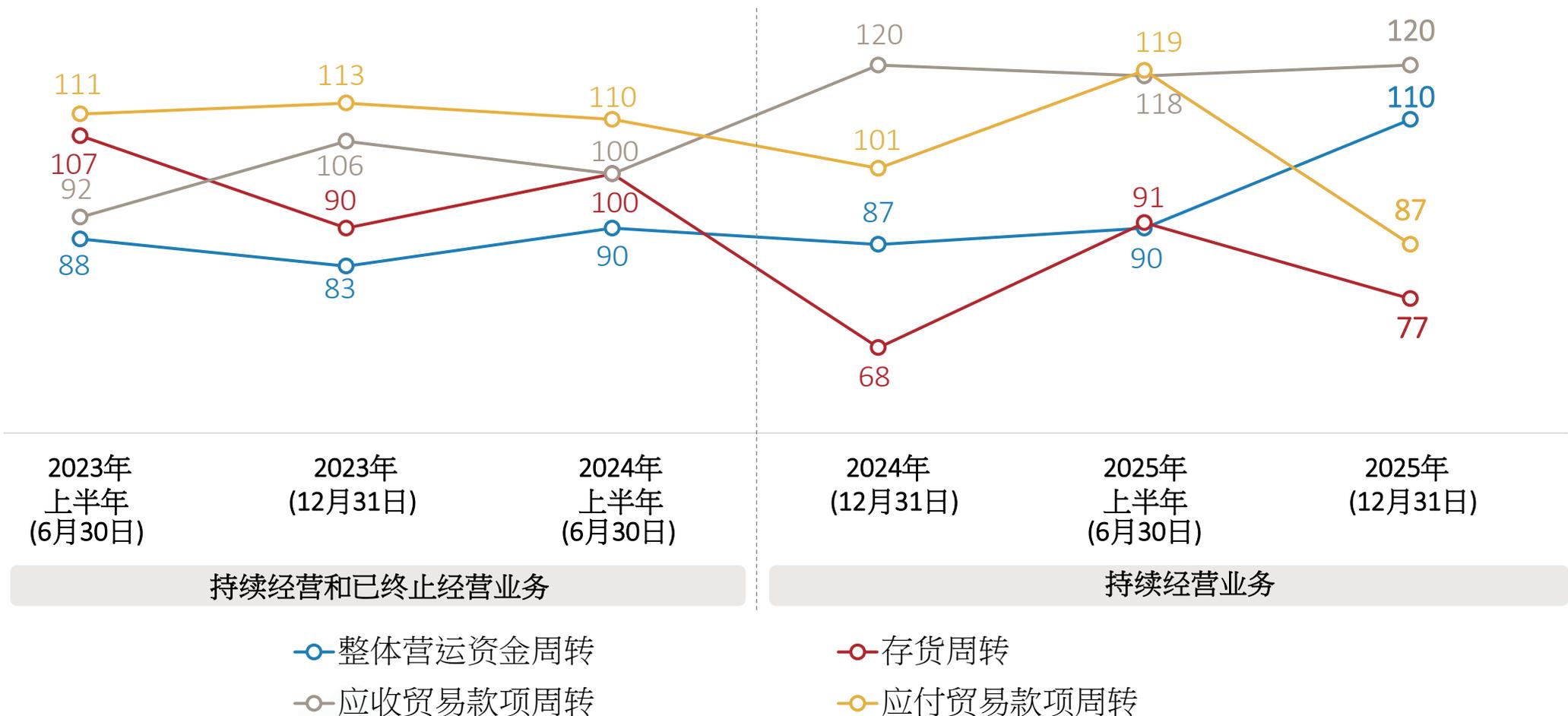
人民币百万元	2025	2024	同比变化
持续经营业务			
收入	14,151	13,577	▲ 4.2%
毛利	6,063	5,865	▲ 3.4%
销售及分销、一般及行政开支	(4,562)	(4,295)	▲ 6.2%
经营利润	2,019	1,966	▲ 2.7%
已终止经营业务之(亏损)	-	(67)	不适用
普通股股权持有人应占利润	1,372	1,238	▲ 10.8%
每股基本盈利	人民币 51.4 分	人民币 48.7 分	▲ 5.5%
持续经营业务			
毛利率	42.8%	43.2%	▼ 0.4 百分点
销售及分销、一般及行政开支收入比率	32.2%	31.6%	▲ 0.6 百分点
经营利润率	14.3%	14.5%	▼ 0.2 百分点
集团净利润率	9.7%	9.1%	▲ 0.6 百分点

综合资产负债表

人民币百万元	2025年12月31日	2024年12月31日	同比变化
流动资产	12,222	11,230	▲ 8.8%
流动负债	5,151	5,283	▼ 2.5%
现金及现金等值项目 (A)	3,457	2,979	▲ 16.0%
已抵押银行存款及定期存款 (B)	681	890	▼ 23.5%
银行借款 (C)	1,097	2,028	▼ 45.9%
可换股债券 (D)	1,334	856	▲ 55.7%
净现金及现金等值项目 = (A)+(B)-(C)-(D)	1,707	985	▲ 73.4%
净流动资产	7,071	5,947	▲ 18.9%
流动资产比率(倍)	2.4x	2.1x	▲ 0.3x
股东权益	10,203	8,703	▲ 17.2%
每股净资产值	人民币 3.64	人民币 3.24	▲ 12.3%

集团营运资金分析¹

营运资金周转 (天数)



¹备注：周转天数按12个月滚动基础计算

分部表现¹(人民币百万元)

大众市场



	2025	2024	同比变化
收入	12,515	12,327	▲ 1.5%
毛利	5,156	5,151	▲ 0.1%
毛利率	41.2%	41.8%	▼ 0.6 百分点
经营利润	1,920	1,954	▼ 1.8%
经营利润率	15.3%	15.9%	▼ 0.6 百分点

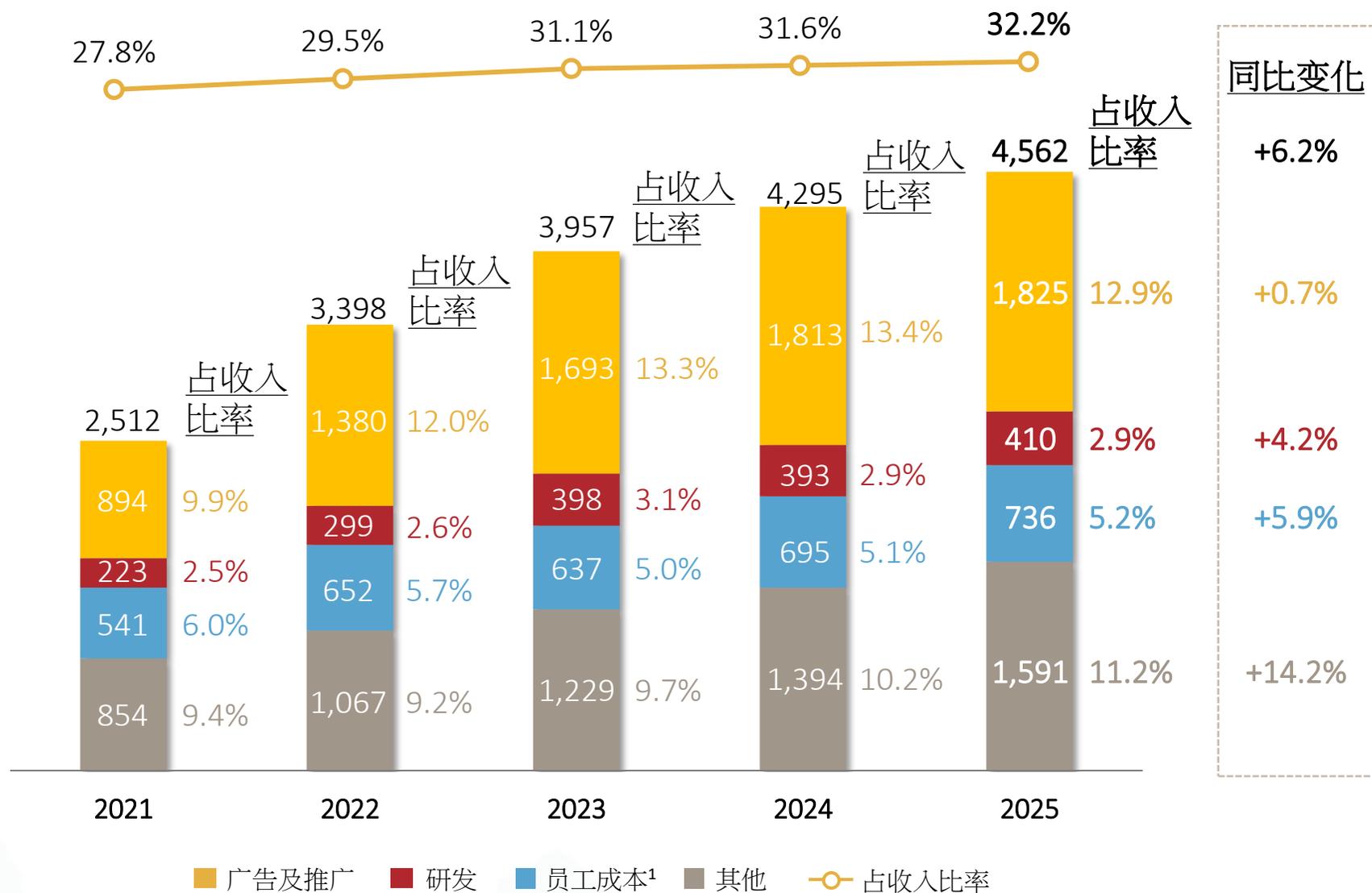
专业运动



	2025	2024	同比变化
收入	1,636	1,250	▲ 30.8%
毛利	908	715	▲ 27.0%
毛利率	55.5%	57.2%	▼ 1.7 百分点
经营利润	114	78	▲ 46.4%
经营利润率	7.0%	6.3%	▲ 0.7 百分点

¹ 不包括2025年和2024年总和分别为人民币225百万元和人民币312百万元的企业及其他未分配开支

集团销售及分销、一般及行政开支分析 (人民币百万元)



12.9% ▼ 0.5 百分点
广告及推广费用占收入比率

- ▶ 提升营销管理效率
- ▶ 马拉松和跑步赛事赞助
- ▶ 索康尼品牌升级

2.9% 同比持平
研发费用占收入比率

- ▶ 特步主品牌：强化专业跑步产品和拓宽产品矩阵
- ▶ 索康尼：加大对服装和生活产品的研发投入

■ 广告及推广 ■ 研发 ■ 员工成本¹ ■ 其他 —○— 占收入比率

¹ 不包括与制造及研发相关的员工成本



业务回顾

集团战略核心

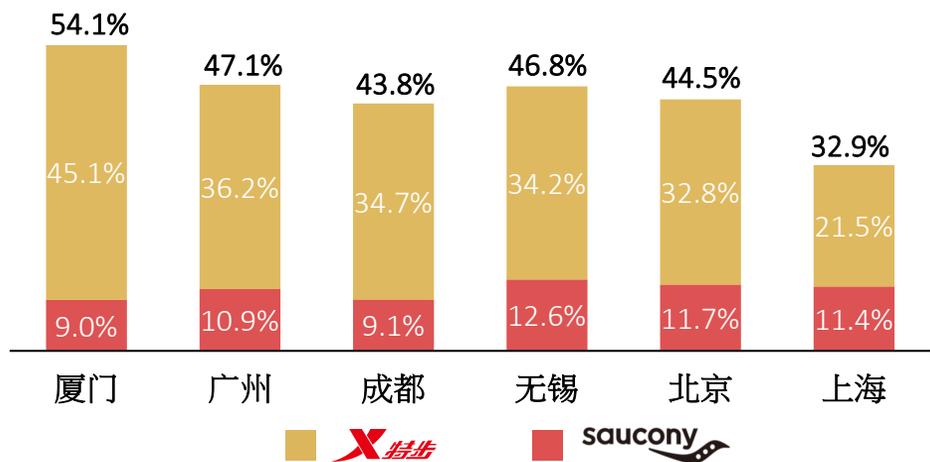


持续聚焦跑步
中国跑步第一品牌

稳立“中国跑步第一品牌”地位 持续助力赛场突破



蝉联重点马拉松全局穿着率第一



中国男子马拉松百强
连续四年穿着率第一



中国女子马拉松百强
连续三年穿着率第一



丰配友

2:05:58

2026东京赛场
打破中国马拉松纪录
亚洲第一

160X 7.0 PRO

旗舰产品引领增长 拓展产品矩阵 适配多元生活场景

冠军版跑鞋家族持续迭代



160X 7.0 PRO



260X 3.0



360X 3.0

缓震家族充实矩阵



青云2.0 LITE



青云GO



160X 7.0 JET
全运会冠军何杰联名款

深化零售战略升级 赋能多元运动生态

70%+

新形象店占比

6,357家

中国内地及海外
成人品牌店铺

- ▶ 推进DTC战略
- ▶ 升级门店形象
- ▶ 重点拓展奥莱及购物中心渠道



电商引领增长 跑步旗舰产品领涨



跑者进化之夜

暨两千公里5代首发

- ▶ 收入强劲增长
- ▶ 逐步丰富爆品矩阵

特步少年 科学助力运动追高

- ▶ 更精准定位，**聚焦运动追高**，推动业务增长
- ▶ 推出一系列配合家长需求的产品，发布“**特步成长鞋**”

1,488家 中国内地品牌店铺



海外业务
高速增长 积极建构跑步生态

接近**翻倍**



海外收入
同比增长

220%+



跨境电商
同比增长

▶ 积极拓展东南亚地区

- 马来西亚开设专业跑步旗舰店
- 新加坡开设海外跑步俱乐部



马来西亚旗舰店 (300平方米)



新加坡跑步俱乐部 (200平方米)

索康尼 百年跑鞋世家 精英运动生活

- ▶ 品牌高端化，建立精英运动生活心智
- ▶ 升级营销、加强产品矩阵及渠道布局和运营
- ▶ 强化全球化产品和营销资源共享



品牌代言人
彭于晏



跑步训练营 - 广州站

连续五年赞助
越山向海人车接力赛

立足跑步 丰富全矩阵跑鞋装备 拓展服装系列



TRIUMPH 胜利 23

▶ 专业跑步产品



▶ 服装产品 WOOOLLY羊毛系列

融入精英运动 生活、复古及联名产品



“AZURA RE” 马年限定系列



Jae Tips “Flowers Grow Uptown” 联名系列



Nathan Bell 联名系列

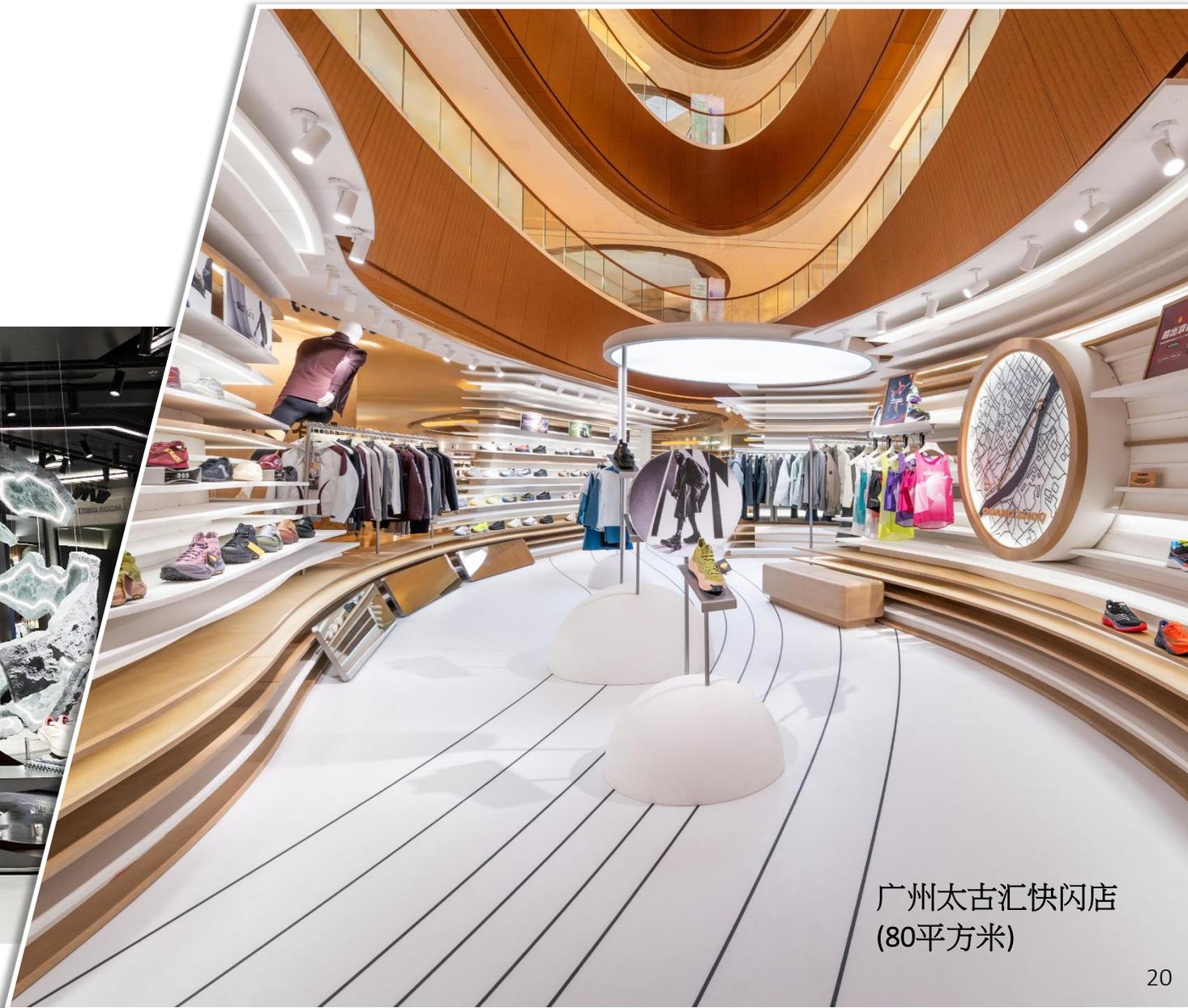
渠道升级 积极拓展门店布局

175家

▶ 中国内地品牌店铺



杭州万象城月球概念店 (267平方米)



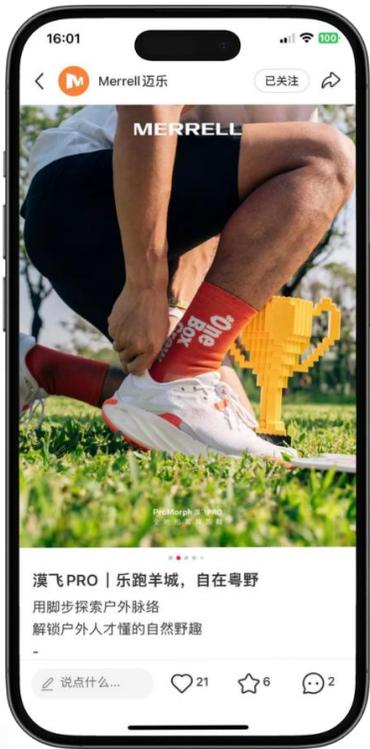
广州太古汇快闪店
(80平方米)



登山



越野



户外生活

迈乐 深耕专业户外运动

- ▶ 专注线上高质量增长
- ▶ 聚焦徒步生活核心产品



可持续发展

可持续发展主要成就



MSCI ESG “A” 评级



HKQAA可持续发展 “A” 评级
领先超80%同业



Wind ESG “AA” 评级



2024-2025福布斯中国
可持续创新发展企业



2025人民企业社会责任
“企业履责”案例

守护环境

▶ 启动废纺回收专项计划



再生纱线制作厦马参赛服

51.3吨

全年累计回收服装
生产边角料重量

▶ 竞速套装采用环保
印花及抗菌技术

▶ 自营工厂使用
光伏使用量：

910万 千瓦时

▲ 689%



可持续价值链

▶ 为73家供应商开展社会责任与环境管理
培训，完成144家供应商ESG审核



99%

供应商ESG审核
符合率

▶ 正式加入ZDHC (危险化学品零排放组织),
推动鞋业制鞋商完成61支化学品认证,
符合ZDHC《生产限用物质清单》级别3
要求

以人为本

▶ 累计捐赠现金及物资价值：

人民币6,400万元+

▶ 女性管理层占比：37%

▶ 集团员工总培训时数：

670,000小时

▶ 赞助马拉松及路跑活动：74场





展望

集团展望



- ▶ 巩固在中国跑步领域的领先地位
- ▶ 旗舰产品为增长引擎，拓宽产品矩阵，实现专业影响大众
- ▶ 升级门店形象，拓展奥莱及购物中心
- ▶ 持续推进DTC战略，以快速应对市场变化



聚焦跑步
提升品牌势能



- ▶ 百年跑鞋世家，维持高速增长
- ▶ 品牌定位高端化，打造产品、营销及渠道战略
- ▶ 以旗舰跑步产品巩固专业形象，并拓展服装及生活系列
- ▶ 布局高线城市重点商圈，提升店效，优化电商运营



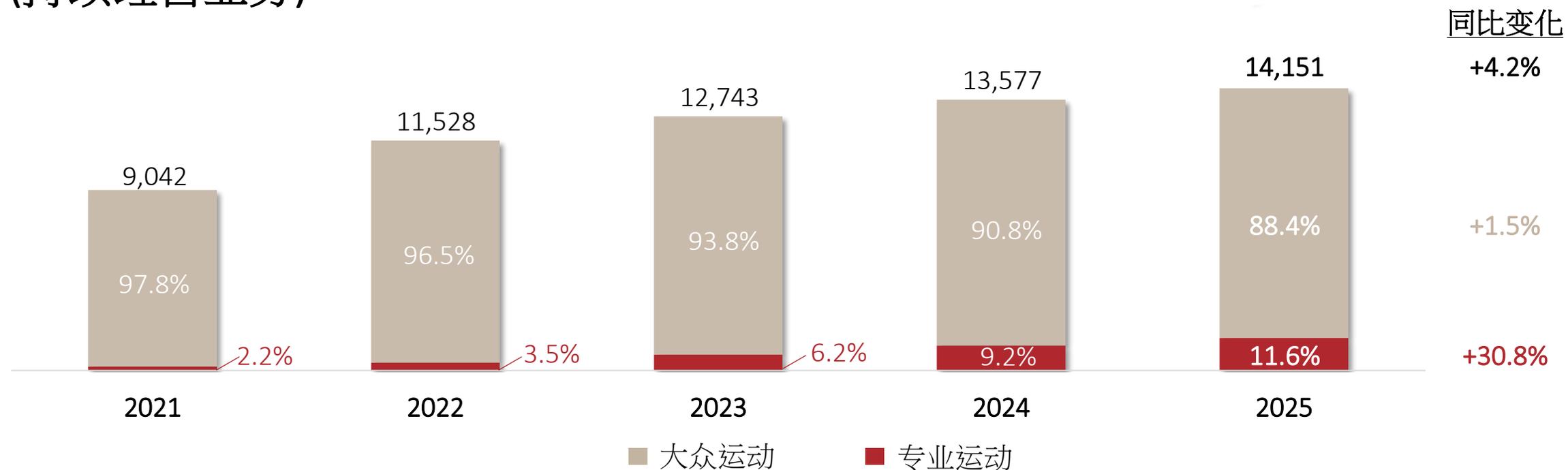
- ▶ 积极布局产品及渠道战略，把握户外市场高增长机遇





附录

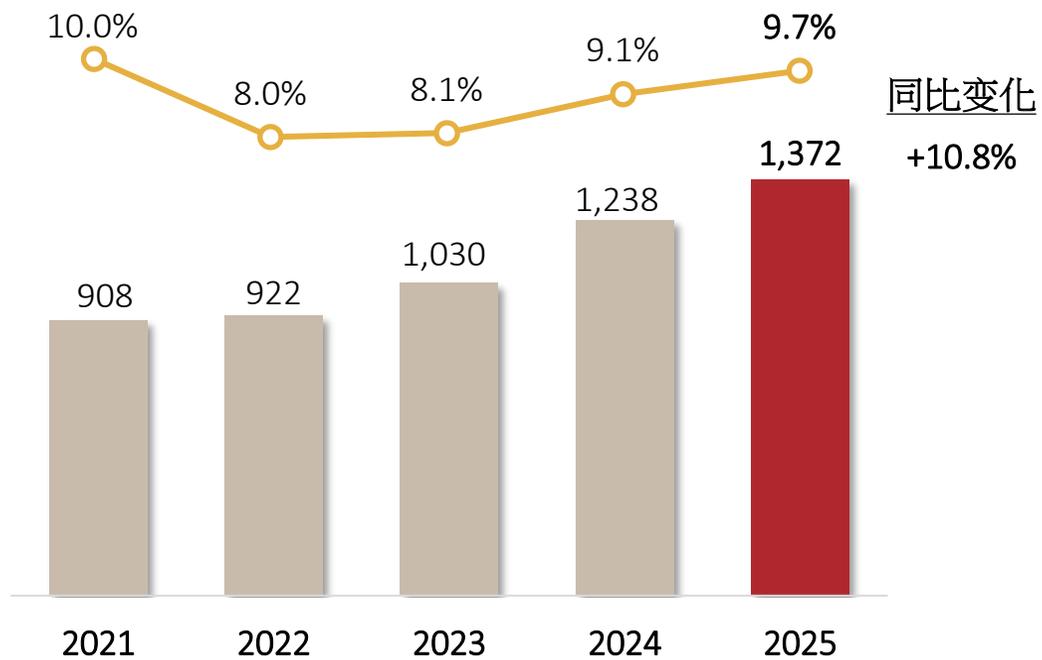
按品牌性质划分之集团收入 (人民币百万元) (持续经营业务)



人民币百万元	2025	2024	同比变化
大众运动	12,515	12,327	▲ 1.5%
专业运动	1,636	1,250	▲ 30.8%
总计	14,151	13,577	▲ 4.2%

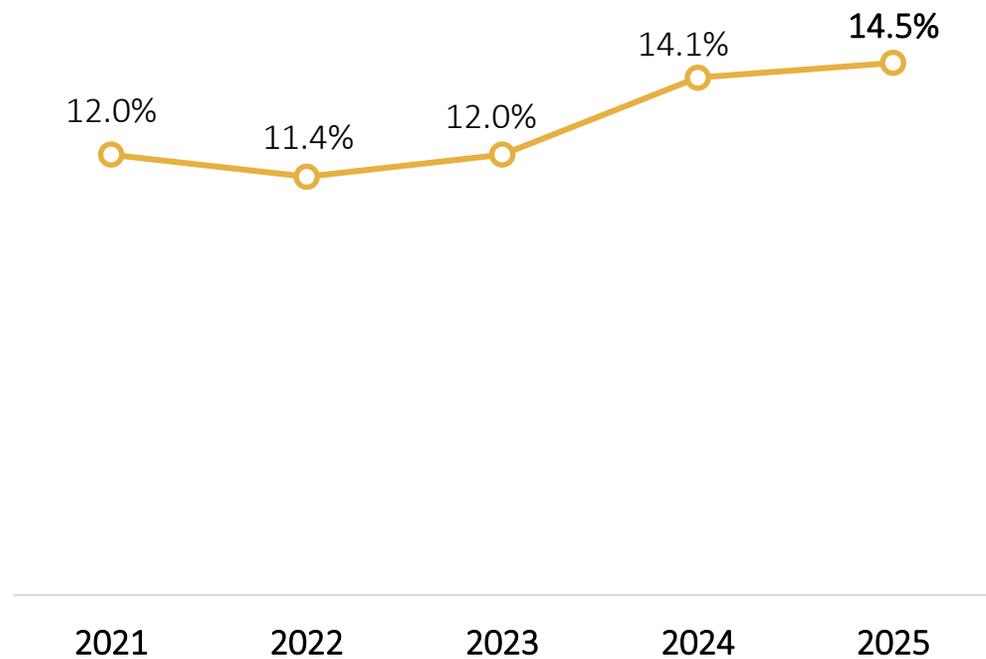
集团净利润及股本回报率¹

普通股股权持有人应占利润 (人民币百万元)



■ 普通股股权持有人应占利润
○ 占收入比率

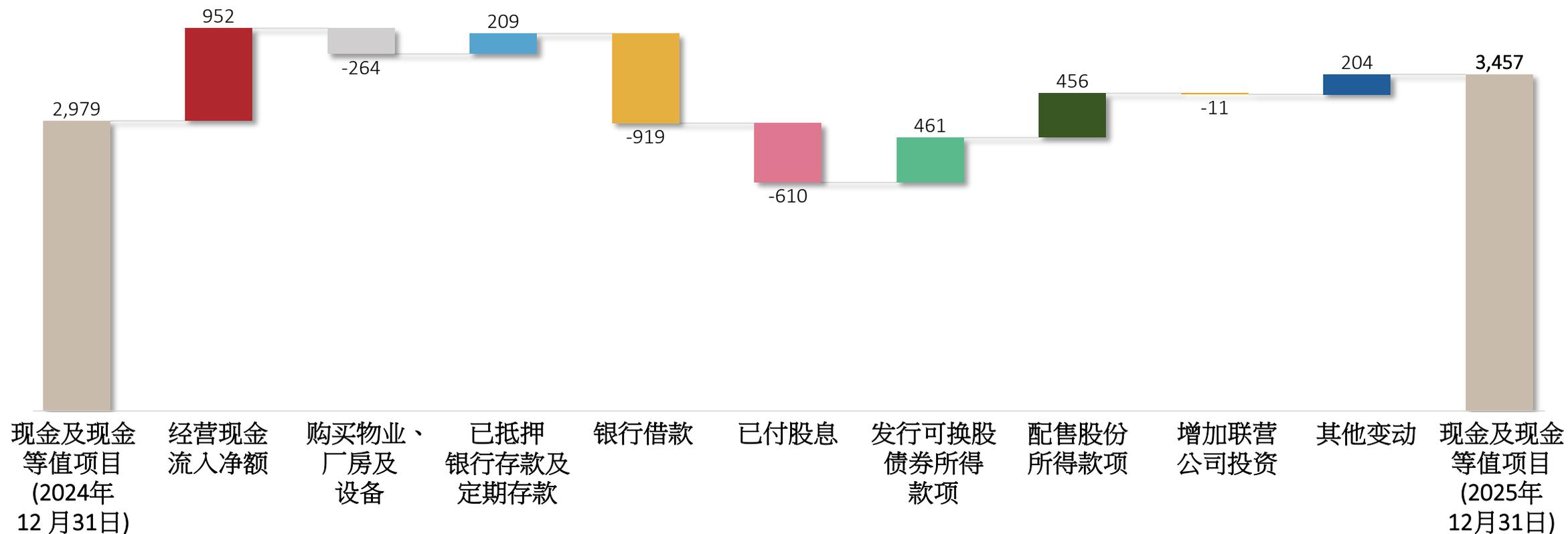
股本回报率 (%)



○ 股本回报率

¹包括持续经营和已终止经营业务

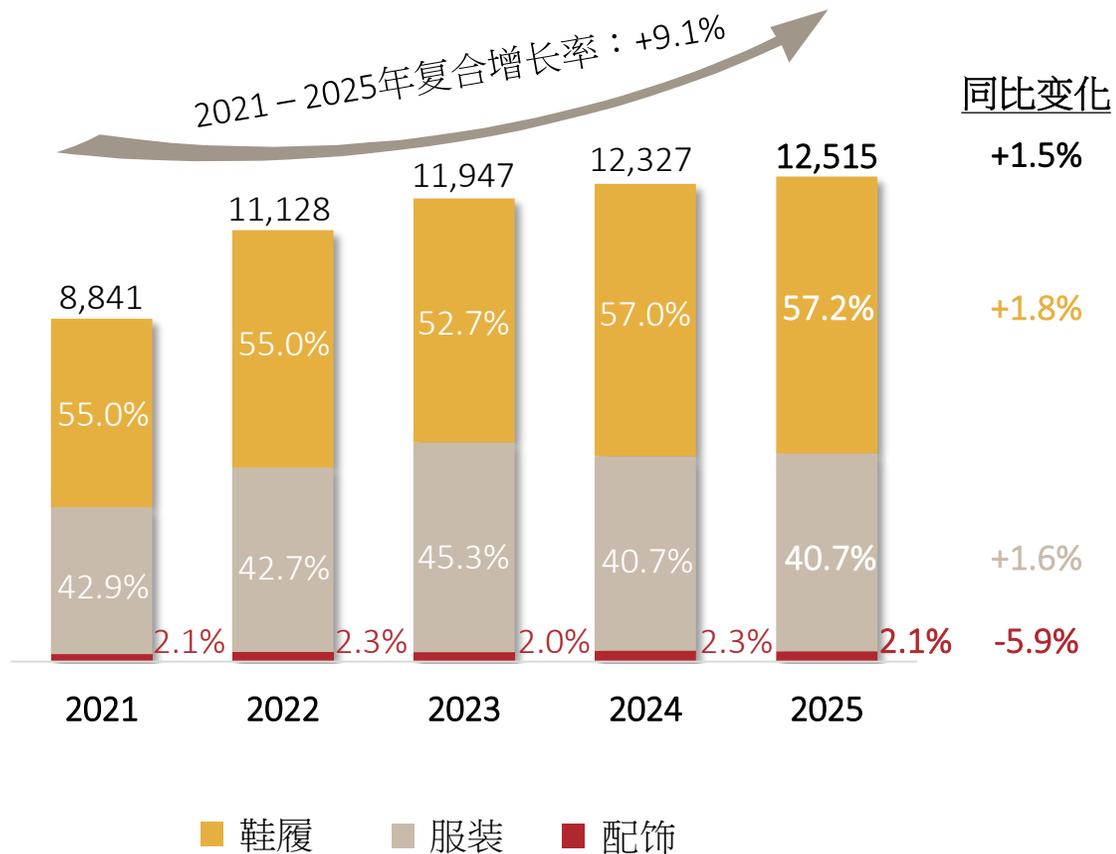
现金流分析 (人民币百万元)



特步主品牌 - 收入和毛利分析



按产品类别划分之收入 (人民币百万元)



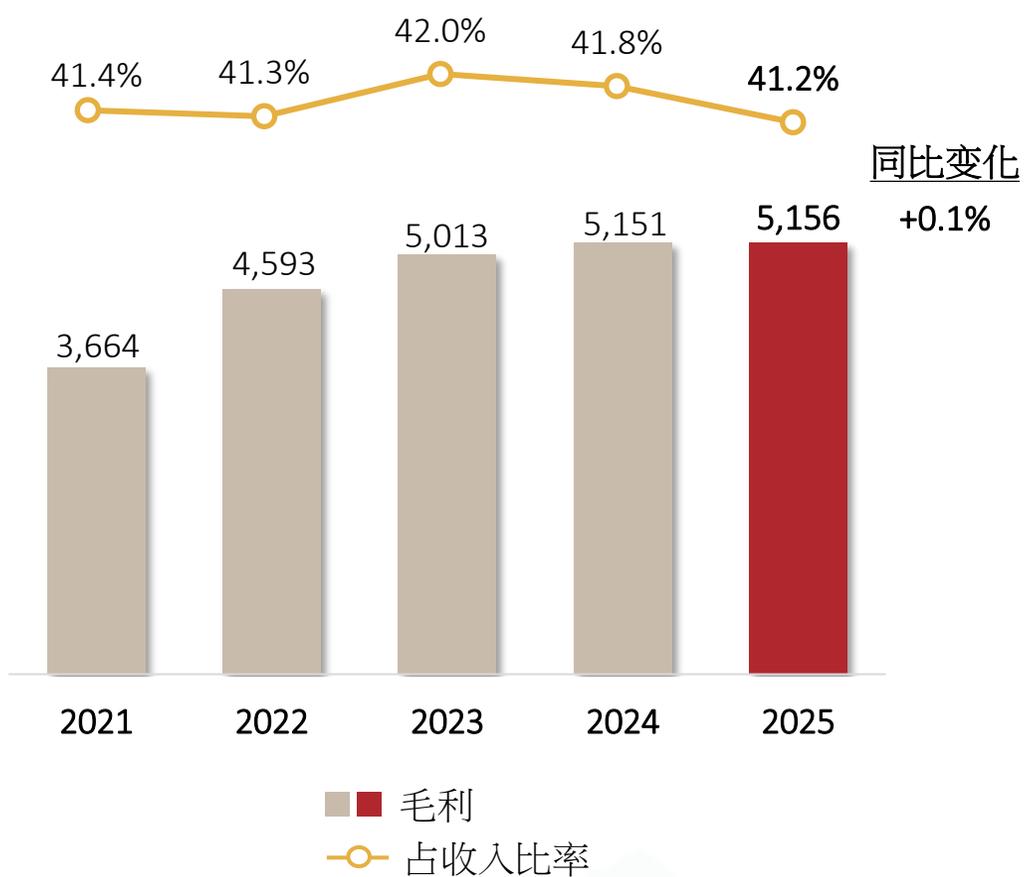
按产品类别划分之毛利率 (%)

	2025	2024	同比变化
鞋履	42.6%	42.9%	▼ 0.3 百分点
服装	39.6%	40.8%	▼ 1.2 百分点
配饰	34.0%	32.0%	▲ 2.0 百分点
总计	41.2%	41.8%	▼ 0.6 百分点

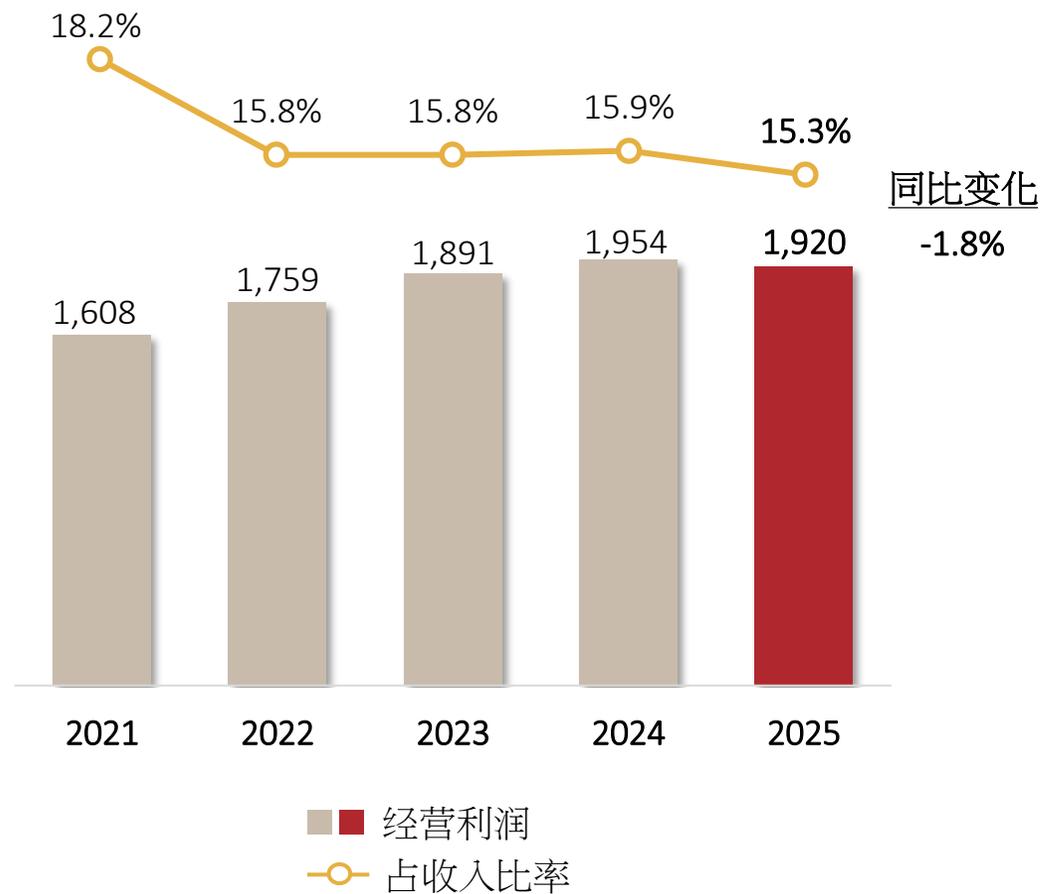
特步主品牌 - 盈利能力分析



毛利 (人民币百万元)



经营利润¹ (人民币百万元)

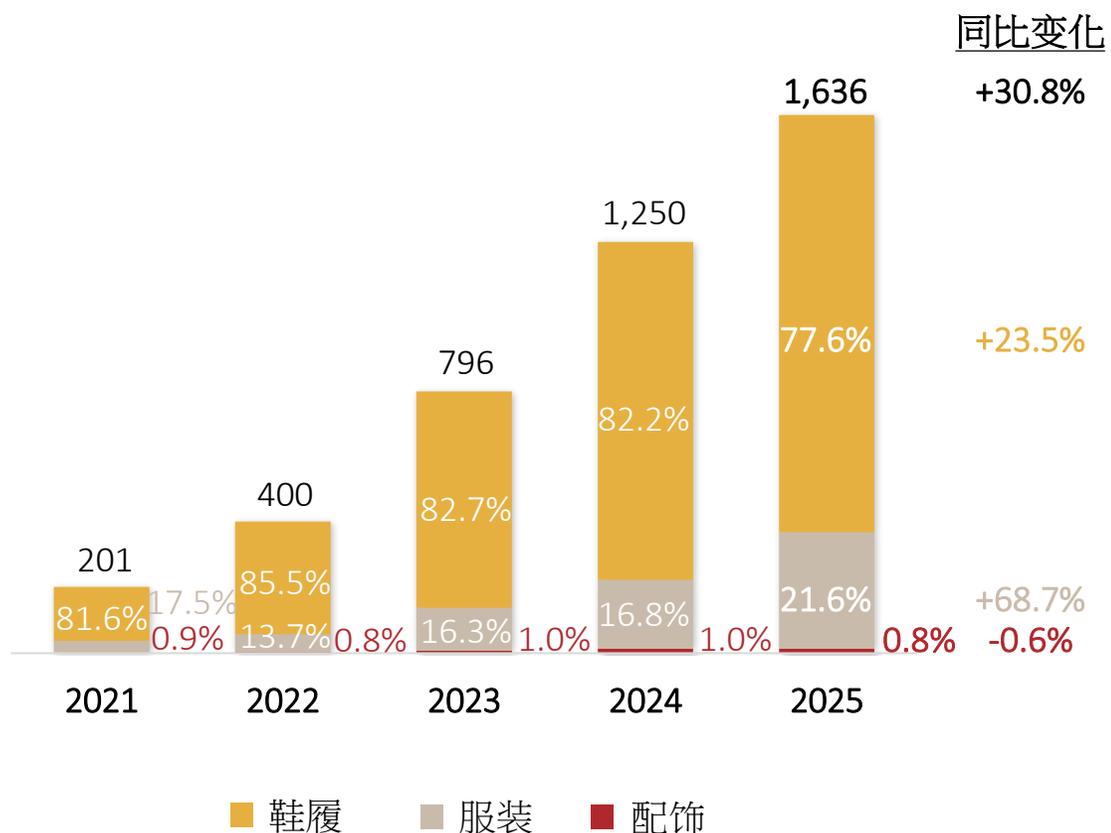


¹ 经营利润不包括企业开支

索康尼及迈乐 - 收入和毛利分析



按产品类别划分之收入 (人民币百万元)



按产品类别划分之毛利率 (%)

	2025	2024	同比变化
鞋履	57.4%	59.1%	▼ 1.7 百分点
服装	48.1%	47.7%	▲ 0.4 百分点
配饰	63.1%	60.3%	▲ 2.8 百分点
总计	55.5%	57.2%	▼ 1.7 百分点

特步主品牌 - 主要功能性产品



价格范围(人民币)

1,700 ← 900

精英系列



800 ← 500

专业系列



500 ← 200

大众系列



索康尼 - 全面的产品系列

功能系列

比赛竞速

人民币 2,090 ← 人民币 1,690



ENDORPHIN ELITE
啡翼 2
人民币 2,090



ENDORPHIN PRO
啡鹏 5
人民币 1,690



ENDORPHIN PRO
啡鹏 4
人民币 1,690

跑步训练

人民币 1,390 ← 人民币 790

轻量速度



ENDORPHIN SPEED
啡速 5
人民币 1,390



SLAY
全速 3
人民币 990



KINVARA
菁华 16
人民币 890

缓震保护



TRIUMPH
胜利 23
人民币 1,390



RIDE
驭途 19
人民币 990



PHOENIX
INFERNO 5
人民币 790

稳定支撑



HURRICANE
飓风 25
人民币 1,390



TEMPUS
坦途 3
人民币 1,390



GUIDE
向导 19
人民币 990

通勤系列

日常通勤

人民币 1,390 ← 人民币 690



TRIUMPH LFS
胜利通勤版
人民币 1,390



GUIDE ID 2
人民币 950



GUARD
卫士 2
人民币 690



WHITE
人民币 1,090



MS GRIPPER
人民币 990



PUFF
泡芙 4
人民币 690

复古系列

经典复古

人民币 1,190 ← 人民币 990



OMNI 9
人民币 1,190



TRIUMPH 4
人民币 1,190



PARAMOUNT
人民币 990



GUIDE 7
人民币 990

经典重塑

人民币 790 ← 人民币 690



KINVARA PWR
人民币 790



GRID FUSION
人民币 790



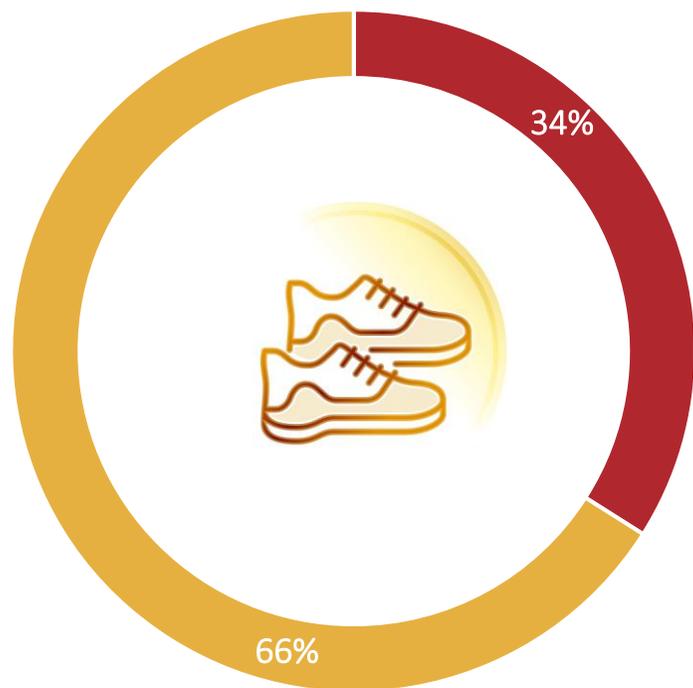
KINVARA 4 RE
人民币 690



SURGE SPIKES 80S
人民币 690

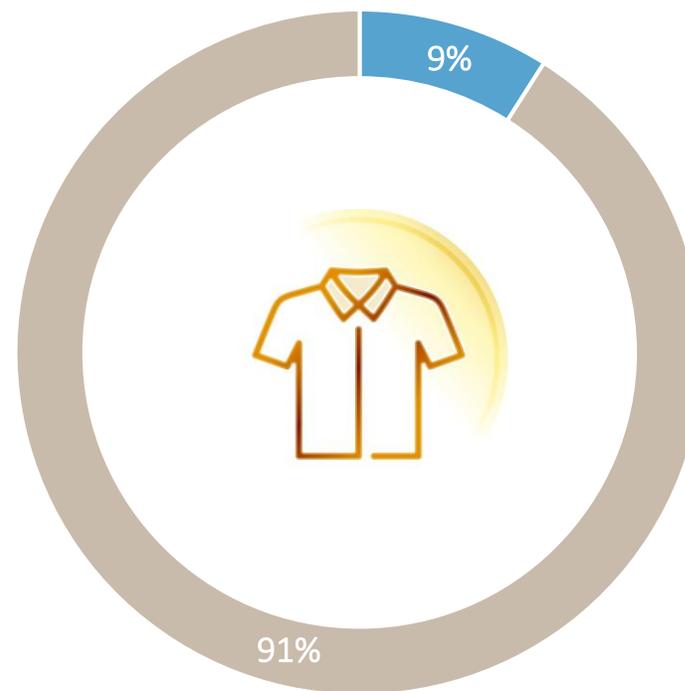
集团产能分配

鞋履



■ 自产
■ 外包

服装



■ 自产
■ 外包

免责声明

本演示文稿由特步国际控股有限公司(以下简称“公司”)编制,仅供公司沟通和一般参考之用。本演示文稿在任何司法管辖区内,不作为公司的任何种类的证券寻求购买要约或形成任何投资决策的依据。未经专业建议,不得使用或依赖所有此类信息。该演示文稿本质上是一个简短的摘要,并不是对公司,其业务,当前或历史经营业绩或未来前景的完整描述。

本演示文稿不提供任何明示或暗示的保证或陈述。对于任何使用或依赖本演示文稿中包含的任何信息(无论是财务信息还是其他信息),本公司特别声明不承担任何责任。

本演示文稿包含有关公司财务状况,经营业绩和业务的某些前瞻性陈述。这些前瞻性陈述代表公司对未来事件的预期或信念,涉及已知和未知的风险和不确定性,可能导致实际结果,业绩或事件与此类陈述中明示或暗示的内容存在重大差异。某些陈述,例如包括“潜在”,“估计”,“期望”,“预期”,“目标”,“打算”,“计划”,“相信”,“估计”和类似表达的词语或这些表达方式的变化可被视为“前瞻性陈述”。

前瞻性陈述涉及固有风险和不确定性。应当提醒读者,许多因素可能导致实际结果在某些情况下与预期或任何前瞻性声明中隐含的实质结果存在重大差异。前瞻性陈述仅代表截止日期,并且不应假定它们已根据新信息或未来事件进行审查或更新。影响公司经营业绩的趋势和因素在“财务分析”,“业务回顾”和“未来计划”中有所描述。