



特步国际控股有限公司

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 2020 年中期业绩 收入达人民币 36.79 亿元 在前所未有的挑战下特步主品牌维持稳定的业务表现

摘要

- 在 2020 年上半年中国内地新冠病毒疫情爆发的情况下，特步主品牌的表现相对稳定，收入下降 4.6% 至人民币 32.01 亿元（2019 年上半年：人民币 33.57 亿元）
- 加上新收购品牌及合资公司的收入贡献，集团收入达人民币 36.79 亿元
- 集团的经营溢利下降 30.2% 至人民币 5.01 亿元（2019 年上半年：人民币 7.17 亿元）
- 普通股股权持有人应占溢利为人民币 2.48 亿元（2019 年上半年：人民币 4.63 亿元）
- 资产负债表维持稳健，净现金及现金等值项目达人民币 21.63 亿元
- 建议派发中期股息每股 6.5 港仙（2019 年上半年：12.5 港仙），派息比率为 60.0%（2019 年上半年：59.3%）
- 截至 2020 年 6 月 30 日，集团于中国内地及海外共有 6,124 家主要由其授权分销商经营的特步品牌店铺
- 集团于 2020 年上半年在中国内地推出 12 家索康尼及 1 家迈乐店铺，并于 2020 年下半年为两个品牌开设更多新店，提供最佳的顾客体验
- 继续为盖世威进行品牌重塑，同时致力于 2020 年在中国内地开设帕拉丁自营店

2020年8月28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）今天公布截至2020年6月30日止六个月（“2020年上半年”或“期内”）之未经审核中期业绩。

2020年上半年，突如其来的新型冠状病毒疫情为集团财务表现带来严峻挑战。特步主品牌的收入略降4.6%至人民币32.01亿元（2019年上半年：人民币33.57亿元）。加上新收购品牌及合资公司于期内所带来的收入贡献，集团收入达人民币36.79亿元（2019年上半年：人民币33.57亿元）。特步主品牌的毛利率为40.5%（2019年上半年：44.6%）。集团经营溢利为人民币5.01亿元（2019年上半年：人民币7.17亿元）。公司普通股股权持有人应占溢利为人民币2.48亿元（2019年上半年：人民币4.63亿元）。每股基本盈利为人民币10.1分（2019年上半年：人民币20.2分）。

董事会宣派中期股息每股6.5港仙（2019年上半年：12.5港仙），股东亦可收取代息股份以代替现金，派息比率为60.0%（2019年上半年：59.3%）。

特步国际控股有限公司主席兼行政总裁丁水波先生表示：“2020年上半年，我们面临新型冠状病毒疫情所带来的前所未有的挑战。为应对疫情，我们积极将销售转移至特步主品牌的电子商务平台，并鼓励代理商采用全新且具成本效益的销售渠道，例如私域流量，以抵销实体零售店人流量的减少。私域流量销售对特步主品牌2020年上半年的零售额贡献显著。集团的迅速应变，加上中国政府实行遏制措施防止病毒传播和刺激政策提振疫情下的消费，让集团的零售表现稳健，并在2020年第二季度呈现显著的复苏迹象。展望未来，我们相信疫情将进一步提高中国人民的健康意识，所以我们对中国内地体育用品行业的长远业务发展和前景依然保持乐观，预计集团业务将于2020年下半年和2021年逐步改善。”

业务回顾

大众运动

特步

产品创新

秉承特步主品牌为大众市场各级运动员提供高性价比专业运动产品的使命，集团继续致力加大产品创新力度。其首个碳纤维专业跑鞋“竞速160X”广受跑步群体欢迎，更获全球最具影响力的跑步杂志之一《跑者世界》评选为2020年中国内地市场的编辑之选及最高性价比两项大奖。鉴于产品如此成功，集团为其进行升级，于2020年6月发布“竞速系列”。这个系列结合高端技术及功能，并帮助不同能力的跑者突破自己的最佳速度。此外，集团于2020年6月在嵩山宣布与少林寺跨界合作，以吸引年轻一代。作为第一个与少林合作的体育用品品牌，集团通过将中国体育精神与少林功夫文化相融合，致力传承和发扬中国非物质文化遗产。此外，集团亦引入“一件种出来的衣服”概念，于2020年6月推出特步可降解环保风衣。该环保风衣由从玉米及秸秆提取出的聚乳酸成分制成，衣服中的聚乳酸成分可在土壤环境下一年内完全降解。集团将致力在其用法上取得更多突破，并将其扩展至完整的产品线。

品牌及营销

作为中国跑者的首选品牌，特步继续采用马拉松和跑步赛事赞助及明星代言的双轨制营销战略。期内，集团采用另一种方式，赞助线上赛事。继2020年1月举行的厦门马拉松后，集团赞助了在重庆、武汉、成都、厦门和江苏省的五场线上赛事，吸引了约700,000名参赛者。除了赞助跑步活动外，集团亦与特步品牌代言人兼公益大使，亚裔篮球明星林书豪合作，于每周五在特步微信公众号上推出一系列为篮球爱好者打造的线上篮球训练课程，有效地提高了品牌在年轻消费者中的知名度及加强特步与篮球的联系。

电子商务

期内，电子商务业务占集团收入超过20%，成为自封锁限制实施后至关重要的零售渠道。集团积极将销售转移至电子商务平台，并鼓励代理商及员工通过私域流量，如微信小程序及微信朋友圈等形式提高销售率。集团在天猫、抖音、快手及其他直播平台上进行近200场直播，其中逾50场是与品牌赞助的网络红人合作的直播。所有战略证实有效，并取得令人欣喜的成果，特步天猫旗舰店于618购物节期间录得超过50%的零售额增长。

同时，集团的电子商务业务供应链与线下业务供应链整合的重组计划已初现成果。线上独家产品的设计及质量正在改进，以匹配O2O产品，另外亦将继续增加O2O产品的比例，以充分发挥O2O协同效应。

专业运动

索康尼

2020年6月，百年历史的全球领先跑步品牌索康尼在上海正大广场盛大开幕，以“跑者的头等舱”全新品牌定位亮相。开幕的推广活动引起市场广泛关注，成功提高其品牌知名度。另外，索康尼推出了最新款的专业跑鞋“啡鹏”。“啡鹏”采用碳纤维中底，以帮助精英运动员突破个人纪录。索康尼亦推出了多款新服装产品，为顾客提供更多产品选择。截至2020年6月30日，在中国内地的一线及二线城市中共有12家索康尼店铺。集团正积极规划索康尼在中国内地的零售网络，并计划于2020年内开设超过30家实体店。

迈乐

自2020年3月于中国内地推出天猫旗舰店后，迈乐为中国消费者提供设计时尚的高性能户外产品。分别于2020年4月及7月在北京开业的独立店亦为顾客提供更多产品选择。集团预计于2020年下半年在风景优美且适合户外运动及活动的中国内地城市开设更多独立店。作为全球领先的户外品牌之一，迈乐致力支持和鼓励所有人参与愉快的户外探险。期内，集团通过天猫旗舰店向中国消费者推出标志性徒步鞋“山野王者”，该产品被誉为“鞋靴之母”。“山野王者”自推出以来获得正面反馈，于618购物节期间的售罄率达70%。

时尚运动

自2020年3月中旬起，由于全球新冠病毒爆发，盖世威和帕拉丁的业务营运因其在美洲及欧洲的大部分业务停顿而受到不利影响。尽管面临挑战，集团仍致力为两个品牌进行战略转型，以在2020年上半年实现可持续发展。

盖世威

集团继续就盖世威的品牌、产品及营销策略进行品牌重塑，并同时优化其零售网络。完成品牌重塑后，盖世威将于中国内地一线城市开设全新独立店，并将寻找机会于人流较多的购物中心开设新店。集团已于2020年7月及8月分别于香港K11购物艺术馆及屯门市广场开设两家盖世威新店。截至2020年6月30日，盖世威于亚太区共有42家自营店。作为美国传统鞋履品牌，盖世威与著名知识产权紧密合作推出各种跨界及限量版鞋履系列，并利用回收材料制造标志性的鞋履，以实现可持续性。

帕拉丁

帕拉丁拥有广泛的分销网络，覆盖中国内地、亚太区、欧洲、中东、非洲及北美。截至2020年6月30日，包括于2020年6月在香港海港城开设的新店，帕拉丁于亚太区拥有31家自营店。除包含回收及有机鞋履的Earth系列外，帕拉丁更将于2020年秋冬与法国跨国轮胎制造商米其林合作，推出全新Pampa x Tech系列，以功能性鞋履为特色，并配备高性能技术鞋底，以提高抓地力和适应各种地形的能力。

展望

随着疫情期间保持社交距离的指引生效，更多人转向跑步，因而令跑步市场持续增长。预期此趋势将延续至2020年下半年及之后，为集团的大众运动及专业运动类别创造有利机会。特步主品牌将继续成为集团的稳定增长动力，集团亦将增加研发投入，以开发可持续及创新产品，提升店效并于线上及线下平台提供全新顾客体验。

索康尼继于2020年5月在中国内地开店后，已成为集团的新增长动力。除了继续增加索康尼服装及本土化产品的比例，以及为顾客提供全面的产品线外，集团亦计划于2020年下半年开设更多索康尼及迈乐店铺，以把握市场对专业及高端体育用品持续增长的需求。

新冠病毒疫情以及中美紧张局势的加剧令时尚运动市场类别的恢复受阻，但盖世威的品牌重塑并未受影响。集团预计美洲及欧洲的经济恢复需要一定时间，因此将会集中优化帕拉丁及盖世威于亚太区，包括中国内地的业务，以把握该地区的庞大运动休闲市场。

集团仍然对中国内地营运恢复势头持续至2020年下半年保持审慎乐观。然而，集团相信在政府有利的政策支持及中国人民健康意识提升的推动下，体育用品行业长远发展前景乐观。集团将继续提升核心竞争力，在疫情推动行业整合加速的背景下扩大市场份额。凭借强劲的净现金状况及稳固的业务根基，集团有优势从市场整合中获益。

- 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6月3日在香港联合交易所主板上市。集团主要从事体育用品（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。自2001年成立后，集团的主品牌“特步”拥有超过6,100家零售店的庞大分销网络，全面覆盖中国31个省份、自治区和直辖市，以及海外地区。2019年，集团进一步丰富其品牌组合至涵盖四个国际知名品牌，包括盖世威、帕拉丁、索康尼及迈乐。

特步为 MSCI中国小型股指数、恒生综合指数系列及深港通的成分股。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（微信搜索：xtepholdings 或特步控股）。



如有垂询，请联络：

特步国际控股有限公司
投资者关系及企业传讯
电话：(852) 2152 0333
电邮：ir@xtep.com.hk

纵横财经公关顾问有限公司
区美馨 / 刘炜情 / 邓芷晴
电话：(852) 2864 4815 / (852) 2114 4987 / (852) 2114 2829
电邮：sprg_xtep@sprg.com.hk

附录

2020 年中期业绩财务亮点

截至 2020 年 6 月 30 日止六个月	2020 年上半年	2019 年上半年	变化
盈利能力数据 (人民币百万元)			
收入	3,679.1	3,356.9	+9.6%
毛利	1,489.1	1,497.3	-0.5%
经营溢利	500.7	717.3	-30.2%
普通股股权持有人应占溢利	247.9	463.0	-46.5%
每股基本盈利 (人民币分)	10.1	20.2	-50.0%
盈利能力比率 (%)			
毛利率	40.5	44.6	-4.1 百分点
经营溢利率	13.6	21.4	-7.8 百分点
净利润率	6.7	13.8	-7.1 百分点
派息比率	60.0	59.3	+0.7 百分点
	于 2020 年 6 月 30 日	于 2019 年 12 月 31 日	变化
净现金及现金等值项目	2,162.7	2,131.6	+1.5%
负债比率 (%) (附注)	18.1	19.1	不适用

附注：负债比率乃以借贷总额除以集团的总资产计算

集团收入及毛利率的明细

按品牌性质划分

截至 2020 年 6 月 30 日止六个月	2020 年上半年	2019 年上半年	变化
大众运动			
收入 (人民币百万元)	3,201.0	3,356.9	-4.6%
毛利率 (%)	40.5	44.6	-4.1 百分点
时尚运动			
收入 (人民币百万元)	458.6	不适用	不适用
毛利率 (%)	40.5	不适用	不适用
专业运动			
收入 (人民币百万元)	19.5	不适用	不适用
毛利率 (%)	38.7	不适用	不适用

按产品划分

截至 2020 年 6 月 30 日止六个月	2020 年上半年	2019 年上半年	变化
鞋履			
收入 (人民币百万元)	2,253.8	1,911.9	+17.9%
毛利率 (%)	40.0	44.8	-4.8 百分点
服装			
收入 (人民币百万元)	1,339.3	1,356.0	-1.2%
毛利率 (%)	41.7	44.7	-3.0 百分点
配饰			
收入 (人民币百万元)	86.0	89.0	-3.4%
毛利率 (%)	33.9	37.9	-4.0 百分点