



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited

特步公佈 2014 年中期業績

優化產品組合帶動鞋履產品收入激增 **27.4%**至人民幣 **13.3 億元**

純利達人民幣 **2.84 億元**之理想水平

主要策略

- **優化產品組合:** 提升較高利潤率及具競爭力的鞋履產品，該分部收入激增 **27.4%**至人民幣 **13.264 億元**，分部毛利率提升至 **41.0%**（2013 年上半年：**40.9%**）
- **提升品牌價值:** 廣告及推廣費用增加約人民幣 **7,780 萬元**至人民幣 **2.671 億元**，相等於集團總收入的 **12.5%**

業績亮點

- 集團總收入按年增加 **1.8%**至人民幣 **21.350 億元**
- 集團毛利增加 **2.3%**至人民幣 **8.621 億元**，整體毛利率上升至 **40.4%**
- 由於廣告及推廣費用按年增加人民幣 **7,780 萬元**，股權持有人應佔溢利下降人民幣 **5,660 萬元**至人民幣 **2.842 億元**
- 每股基本盈利為人民幣 **13.05 分**。派息比率上升至 **51.6%**，相等於中期股息每股 **8.5 港仙**

[2014年8月21日，香港訊] – 中國領先的時尚運動用品企業**特步國際控股有限公司**（「特步」或「公司」，連同其附屬公司「集團」）（股份代號：**1368**）宣佈截至2014年6月30日止六個月（「期內」）之未經審核中期業績。

逆境中取得理想業績

期內，集團總收入按年增加**1.8%**至人民幣**21.350億元**（2013年上半年：人民幣**20.980億元**）。業績表現優於預期，主要由於集團優化產品組合得宜，提升較高利潤率及具競爭力的鞋履產品之比例，加上電子商貿業務及特步兒童產品帶來的收入上升所致。集團毛利按年增加**2.3%**至人民幣**8.621億元**（2013年上半年：人民幣**8.431億元**），整體毛利率上升**0.2**個百分點至**40.4%**（2013年上半年：**40.2%**），主要受惠於提升較高利潤率的鞋履產品組合。為提升品牌價值並為未來增長奠下穩健基礎，廣告及推廣費用增加約人民幣**7,780萬元**至人民幣**2.671億元**。因此，股權持有人應佔溢利下降人民幣**5,670萬元**至人民幣**2.842億元**（2013年上半年：人民幣**3.409億元**）。

董事會建議派發中期股息每股**8.5港仙**（2013年上半年：每股**10.0港仙**），相當於**51.6%**的派息比率（2013年上半年：**50.8%**）。

截至2014年6月30日，集團淨資產總額增加2.7%至人民幣46.273億元（截至2013年12月31日：人民幣45.057億元）。負債比率維持22.4%之低水平（截至2013年12月31日：20.9%）。集團的現金及銀行結餘淨額為人民幣22.683億元（截至2013年12月31日：人民幣28.631億元）。

特步主席兼首席執行官丁水波先生表示：「儘管中國體育用品行業整合開始放緩，但受行業競爭劇烈及產品同質化的因素影響，營商環境仍然充滿挑戰。然而，作為具有核心品牌價值的業內強者，我們能夠克服所面臨挑戰，並抓緊電子商貿及兒童等新市場機遇，因而取得穩定的財務表現。」

業務回顧

卓越的品牌策略

期內，集團繼續致力透過有效的體育與娛樂元素並重之雙軌營銷策略，加強特步之時尚與性能兼備的運動品牌形象。就體育營銷而言，集團進一步專注於跑步及足球，使國內民眾將此兩項最受歡迎的運動與特步聯繫起來。除了贊助在中港兩地舉行的五項國際知名馬拉松賽事及冠名贊助「特步中國大學生足球聯賽」及「特步中國大學生五人制足球聯賽」此兩項全國性校園足球聯賽，集團亦贊助多支國內外足球隊，包括西甲維拉利爾足球俱樂部。

憑藉成功的娛樂營銷及冠名贊助極受歡迎的湖南衛視電視娛樂節目《天天向上》，集團正式委任《天天向上》主持人－《天天兄弟》的五位成員及中國首位及最年輕的20公里競步賽奧運金牌得主陳定為特步代言人，以推動國內的市場份額。此外，謝霆鋒、韓庚及加特林（Justin Gatlin）亦繼續令品牌緊貼目標客戶。期內，廣告及推廣費用佔集團總收入的12.5%（2013年上半年：9.0%）。

優化及豐富產品組合

期內，集團策略性優化產品組合，帶動利潤率較服裝為高的鞋履產品收入上升。憑藉成功的跑步相關推廣活動及實惠而高質素的鞋履產品，特步的鞋履產品收入大幅增加27.4%至人民幣13.264億元，令收入貢獻增加至62.1%（2013年上半年：49.6%），而分部毛利率亦提升至41.0%（2013年上半年：40.9%）。為優化整體產品組合，集團致力豐富產品系列。特步產品同時著重功能及大眾市場的認受性，其運動功能系列、校園系列及都市系列正是箇中典範。集團充分發揮特步成功的品牌優勢，並豐富特步兒童系列，從而擴大客戶基礎，深受目標客戶認同。為全面優化產品外型及功能並開發創新的物料，集團的研發費用增加9.5%至約人民幣5,190萬元（2013年上半年：人民幣4,740萬元），佔集團總收益2.4%（2013年上半年：2.3%）。

策略性分銷網絡

為完善特步的分銷網絡，從而提高零售營運效率及利潤，集團精簡其零售渠道至7,310家（2013年12月31日：7,360家）特步品牌零售店，分銷資源系統的覆蓋率超過80%。同時，為協助分銷商及特許經營商更妥善應對市場競爭，集團已於期內適度減少產品供應，並將批發折扣率維持於62%（2013年上半年：62%）。同時，隨著新市場機會湧現，集團已引入更多零售經驗豐富的分銷商，並於期內將獨家分銷商由28個擴展至37個。

集團充份了解線上線下整合的重要性，並持續朝電子商貿闊步邁進。除經營其官方網站 www.xtep.com.cn 外，集團於領先的電子商貿平台——天貓經營旗艦店，並與京東商城及淘寶網等多個知名電子商貿平台合作。期內，在集團電子商貿團隊的銷售指導下，經驗豐富及口碑良好的網上零售經銷商獲授權於多個網上平台經營業務。海外營運方面，集團在 2014 年 3 月於西班牙華倫西亞開設其特步品牌店，現於中東、中歐及西歐設有逾 200 個銷售點。

有效的供應鏈管理

憑藉垂直整合的業務模式之優勢，集團得以提高生產靈活性和供應鏈管理效率以加強對生產成本的監控。集團位處安徽的廠房第一期建設工程已於 2013 年竣工並正式投產，連同福建省泉州的生產設施，鞋履及服裝的內部生產比率分別為 62%（2013 年上半年：69%）及 30%（2013 年上半年：17%）。為進一步提升生產效率，集團繼續通過分銷資源系統取得實時市場資訊，以便調整生產時間表，快速回應市場最新趨勢及需求，從而控制成本及保障利潤。此舉亦大大減低潛在的存貨問題。

未來展望

儘管中國體育用品行業整合開始放緩而令行業出現復甦跡象，惟營商環境仍然充滿挑戰。然而，此進程將有助打造一個更為精簡及穩健的行業環境，並進一步為富競爭力的運動品牌奠下良好發展基礎。此外，中國城鎮化不斷推進及人均收入持續上升，預料將有助推動體育用品行業發展。秉承集團的時尚運動品牌精神，特步將繼續採用不同的營銷策略，並朝著成為世界級時尚運動品牌的目標進發。

同時，集團持續不斷強化及開發產品組合以配合雙軌營銷工作，其產品組合不僅包括跑步產品，亦涵蓋其他與運動相關及生活產品，如特步兒童及 XTOP 系列。為抓緊戶外市場的新機遇，集團於 2014 年 8 月初正式推出戶外系列 XUP，以豐富其電子商貿業務的產品供應。

此外，集團將持續透過覆蓋範圍廣泛的分銷資源系統密切監察其零售渠道的營運。管理層亦會採取穩健的策略以提高零售商的盈利能力，包括以靈活的訂貨政策使零售庫存處於健康及具效益的水平。集團預期 2014 年底特步零售店數目維持於約 7,300-7,400 家，特步兒童銷售點約 350 家。

丁先生總結：「考慮到集團的長期發展，我們將繼續透過持之有效的雙軌營銷策略和強化產品組合，以提升品牌價值。同時，為確保大眾對相關產品的認受性及關注，我們將繼續加強管理以強化分銷網絡，並與分銷商緊密合作，為他們提供必要支援，讓雙方共享豐碩成果。憑藉我們穩健的表現及健康的財務狀況，加上清晰明確的營商策略，我們已準備就緒。隨著市場狀況進一步穩定，集團將在不久將來達致更穩健的增長。」

-完-

2014 年 8 月 21 日

關於特步國際控股有限公司

特步國際控股有限公司於 2008 年 6 月 3 日在香港交易所主板上市，旗下之特步品牌是中國領先的時尚運動品牌。集團主要從事鞋履、服裝及配飾等體育用品的設計、開發、製造、銷售及市場推廣及品牌管理。過去數年，集團致力發展以跑步和足球為重點關聯項目的體育營銷策略。集團擁有逾 7,000 家的零售店鋪以銷售旗下品牌產品，龐大的分銷網路全面覆蓋中國 31 個省份、自治區及直轄市。

如欲取得更多集團相關資料，請瀏覽：www.xtep.com.hk。

如有垂詢，請聯絡：

特步國際控股有限公司

黃軍小姐

電話：+852 2152 0813

電郵：janice.wong@xtep.com.hk

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

林貴珍小姐

電話：+852 2864 4816

電郵：joanne.lam@sprg.com.hk

吳庭欣小姐

電話：+852 2864 4855

電郵：angela.ng@sprg.com.hk

蔡寒菲小姐

電話：+852 2114 4937

電郵：jovanni.cai@sprg.com.hk



特步國際控股有限公司
Xtep International Holdings Limited

2014 年中期業績摘要

| 財務摘要 (截至 6 月 30 日止 6 個月) | | | |
|--------------------------|---------|---------|----------|
| | 2014 | 2013 | 變動 |
| 盈利能力的數據 (人民幣百萬元) | | | |
| 收入 | 2,135.0 | 2,098.0 | +1.8% |
| 毛利 | 862.1 | 843.1 | +2.3% |
| 經營溢利 | 425.8 | 475.5 | -10.5% |
| 股權持有人應佔溢利 | 284.2 | 340.9 | -16.6% |
| 每股基本盈利 (人民幣分) | 13.05 | 15.66 | -16.7% |
| 盈利能力的比率 (%) | | | |
| 毛利率 | 40.4 | 40.2 | +0.2 百分點 |
| 經營利潤率 | 19.9 | 22.7 | -2.8 百分點 |
| 淨利潤率 | 13.3 | 16.2 | -2.9 百分點 |
| 有效稅率 | 31.1 | 28.6 | +2.5 百分點 |
| 平均股權持有人權益總額回報 | 12.3 | 15.6 | -3.3 百分點 |

| 營運摘要 (截至 6 月 30 日止 6 個月) | | | |
|--------------------------|---------|---------|----------|
| 按產品種類劃分的集團收入及毛利率 | | | |
| | 2014 | 2013 | 變動 |
| 鞋履 | | | |
| 收入(人民幣百萬元) | 1,326.4 | 1,040.8 | +27.4% |
| 毛利率(%) | 41.0% | 40.9% | +0.1 百分點 |
| 服裝 | | | |
| 收入(人民幣百萬元) | 783.0 | 1,017.7 | -23.1% |
| 毛利率(%) | 39.4% | 39.7% | -0.3 百分點 |
| 配飾 | | | |
| 收入(人民幣百萬元) | 25.6 | 39.5 | -35.2% |
| 毛利率(%) | 35.0% | 35.7% | -0.7 百分點 |