

TOPSPORTS INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

滔搏国际控股有限公司

(于开曼群岛注册成立的有限公司)

(股份代号: 6110)

滔搏公布 2023/24 财年业绩

稳健经营 持续进场

收入与利润高质量双增长

(2024年5月22日—香港) 滔搏国际控股有限公司 (“滔搏”或“公司”; 股份代号: 6110) 欣然宣布公司及其附属公司 (合称“集团”) 截至2024年2月29日止年度 (“报告期”) 之经审核全年业绩。

报告期内, 中国经济整体呈现回升向好的温和复苏, 运动赛道的需求在健康意识提升、专业兴趣持续沉淀, 以及国家政策支持的多因素驱动下仍保持着稳健趋势。在波动的宏观环境和消费市场下, 滔搏敏捷应变, 持续聚焦全域零售、用户和创新业态及服务, 同时不断精进平台效率。在清晰的战略与团队执行下, 成功交出了收入与利润高质量双增长的业绩答卷, 并再一次达成优质股东回报。

期内, 公司整体收入同比增长6.9%至人民币289.3亿元。在需求回暖、场景重启等基础上, 零售业务收入同比增长8.9%至人民币247.0亿元。通过多品牌组合布局, 持续把握综合、专业和休闲等运动市场的复苏, 主力品牌收入同比增长6.5%, 其他品牌收入同比增长10.5%。此外, 集团在整体复苏中实现全域消费场景的同步发展, 线上及线下的零售业务销售金额 (包含但不限于增值税) 同步呈现增长趋势。

折扣率的同比改善以及零售业务收入占比提升的共同驱动下, 毛利率同比提升0.1个百分点至41.8%, 叠加销售及分销以及一般及行政开支费用率同比改善1.0个百分点至32.8%, 带动利润增速显著快于收入增速。权益持有人应占利润同比增长20.5%至人民币22.1亿元, 权益持有人应占利润率同比提升0.8个百分点至7.6%。

公司通过持续稳健的现金创收, 为高派息奠定基础。期内, 经营活动所产生的现金净额为人民币31.3亿元, 金额为同期权益持有人应占利润的1.4倍。基于此, 董事会建议派发末期股息每股普通股人民币5.00分, 以及特别股息每股普通股人民币15.00分, 连

同中期股息每股普通股人民币16.00分，全年派息总额为每股普通股人民币36.00分，派息率为100.9%。

全域零售：更聚焦的线下拓展

在后疫情时代的消费和需求复苏中，线下渠道作为核心消费者互动窗口的重要性再次凸显。同时，线下门店的角色和能力在持续迭代升级。财年内，滔搏根据合作品牌差异化的品牌特性、消费者人群画像以及产品属性，匹配最适合的门店类型，推动门店结构升级。在品类分布上，除综合运动品类外，滔搏还持续加速对专业运动赛道的布局。滔搏通过“实体门店+私域+直播+本地生活”的全域布局，延展传统线下门店的触达半径，有针对性地打造全场景门店，扩大单店能力，并针对有提效潜力的店铺，持续进行整体形象升级和改造，对尾部店铺进行优胜劣汰，坚持“优选+优化”的思路，聚焦门店效率的提升。

整体门店拓展策略与市场需求回暖趋势匹配，财年内总门店数目下降幅度边际放缓，总销售面积基本稳定。截至2024年2月29日，滔搏共运营6,144家直营店铺，店铺总数同比减少6.4%，毛销售面积同比微降0.8%。与2023年8月31日相比，店铺总数减少1.0%，毛销售面积增长0.9%。单店销售面积同比增加6.0%，其中不同面积类型门店的变化更加均衡，多个品牌的单店面积均有所增长，充分反映滔搏追求符合品牌属性、品类属性和消费者属性的更精准单店面积的思路。从销售表现来看，主力和其他品牌的店效和坪效均有所提升。

全域零售：更广泛的线上布局

线上场景逐步成为消费日常中不可替代的一环。结合当下线上渠道多样化发展的趋势，滔搏将自身线上业务当下的关键点定义在广泛布局，形成“平台电商+内容电商+私域运营”为集合的全面组合。基于此，财年内，滔搏深耕门店直播业务，成功打造了一系列具有鲜明地域特色的明星店播账号。截至财年末，全国店播账号数量破百，更有多个账号在抖音户外运动领域跻身TOP10。财年内，店播销售额同比提升约5倍。

另外，滔搏持续用线上社群促进用户活跃，用企业微信一对一沟通进行用户服务，用视频号增添更多流量窗口，用小程序完成交易，通过一整套组合拳构建生态闭环。滔搏通过超过8万个企业微信群与用户无缝连接，私域小程序在腾讯官方发布的微信热门小程序运动户外类排行榜中排名第一。

用户：价值提供及价值挖掘

滔搏致力于为用户提供更多元化的价值，以及以此为抓手，进一步拉动单用户价值的持续挖掘，两者互为闭环，同时借助数智化工具，实现过程和结果的持续精益。滔搏的用户数量多年来经过不断积累和发展，累计至今达7000万+的可观规模。财年内，滔搏在全域范围内通过营销场景化及趣味化、跨场景破圈、异业合作等形式，实现用户体量的持续累积。

财年内，滔搏围绕分层用户不同生命周期的不同生命周期，持续通过多样化的营销活动和多元化的互动场景，满足线下线上新老用户的个性化需求。滔搏还借助五一集卡、99会员月和年货节、热门旅游城市活动布景等各种多样化的会员活动制造互动，促进活跃和转化。针对高价值用户，通过提供高价值会员专属的线下活动、异业合作和私域社群活动等，为他们提供专属权益回馈。期内，滔搏创立了运动IP“TOP放开跑”跑者社群活动，在打造集跑步装备和运动社交于一体的跑步服务体验的同时，构建并深化滔搏在跑步人群中的影响力。

通过以上举措，尽管消费环境波动，财年内单用户价值同比提升高单位数。会员贡献的店内零售总额（含增值税）比例为93.4%，持续保持着较高且稳健的销售贡献。复购会员对会员整体消费贡献约70%，同比稳定。滔搏对高价值会员忠诚度的培育得到正向回馈，高价值会员占总消费会员比例仅中单位数，但对总消费会员的销售贡献近4成，客单价持续显著高于会员整体，其消费潜力与粘性较普通会员持续凸显。

创新业态及服务：布局未来赛道

Z世代和新中产是运动消费市场增长的主力军。滔搏持续关注新一代年轻消费者的“快乐源泉”，加码具有潜力的细分运动和生活领域布局。针对当代年轻人“参与感”和“个性化”的消费关键词，滔搏时刻洞察他们的生活爱好变化，对他们日常热衷的事物如潮流文化、电子竞技等保持高度敏锐，通过持续拓展提供的服务和产品矩阵，搭建年轻人的消费场景，满足他们的个性化表达诉求。

期内，滔搏持续通过滔搏电子竞技俱乐部与年轻人“交朋友”。此外，滔搏完成了对专业滑雪装备零售商冷山的投资，合力发掘冰雪运动领域的发展潜力。同时，滔搏加速“户外+”的探索，投资了专业户外内容机构“Mounster山系文化”。步入新财年，公司进一步丰富业务生态，成为高端户外越野跑鞋品牌norda在中国市场的独家运营合作伙伴，双方携手共探户外市场新机遇。同时，滔搏启动了与全球领先的特许体育用品数字化平台Fanatics的合作，共同发掘国内体育IP市场的巨大发展潜力。

绿色消费，价值共创

滔搏更深刻认识到坚守可持续发展的重要性，积极响应联合国可持续发展目标（SDGs）与国家“双碳”目标的号召，制定ESG愿景“通过可持续生态共筑与价值共赢，成为绿色消费的推动者和引领者”。在企业发展过程中，滔搏不断完善自身社会责任理念，积极带动产业链上下游践行可持续理念，并获得MSCI、晨星Sustainalytics以及《机构投资者》杂志等多方权威机构的持续认可。滔搏的MSCI ESG评级为BBB级，为港股中国运动鞋服行业上市企业的领先水平。

此外，滔搏以推动价值链绿色转型为出发点，凭借其在行业内的规模优势和产业链中的关键地位，始终致力于与产业链上下游的品牌方和其他合作伙伴密切合作，用ESG战略指导自身体系化ESG建设工作，围绕着“TOP采购与协作”、“TOP消费与生活”和“TOP管治与责任”三个方向，为可持续发展提供坚实基础。

其中，截至本财年末，滔搏已向超过50%的品牌合作伙伴采购并售卖环保产品，同时，超过70%的品牌合作伙伴或其所在集团设立碳目标，超过50%的品牌合作伙伴或其所在集团承诺碳中和目标；滔搏还致力于向消费者传递可持续的生活理念，在会员积分体系中巧妙融入环保元素，并在线下门店场景中打造“GREENBOX 绿盒子”公益IP，在线上渠道发起“滔搏绿色循环商店”主题宣传活动等；另外，滔搏致力于打造多元、平等和包容的企业文化和工作环境，并参考国际管治要求，不断完善自身的管治体系和制度。

未来展望

目前，运动消费市场的复苏环境依然起伏。随着新需求、新品牌以及新消费场景的不断涌现，运动零售面临着新的机会与变化。在市场的变化中，滔搏选择与变化共舞，保持在场，持续进场。

管理层表示：“展望未来，我们仍然保持乐观与自信，保持敬畏心、前瞻性和敏捷性。我们会持续聚焦全域零售、用户、创新业态及服务，布局长期增长，同时持续聚焦巩固效率，锻造零售平台的基础韧性。此外，滔搏将优化完善‘精准+高效’的数字化赋能支持，并积极践行ESG理念以构建价值共赢的可持续之路。我们将继续秉持初心，坚持确定性的选择，以可持续发展的理念，为我们的消费者、股东、合作伙伴乃至社会创造更深远长久的价值。”

-完-

关于滔搏国际控股有限公司

滔搏是中国颇具规模的运动零售运营商，拥有广泛且深度下沉的零售网络，覆盖全国300多个城市直营门店6,000余家，与10余个知名运动品牌深度合作。滔搏致力于为消费者提供一流的运动商品和服务，并创造永无止境的、积极健康快乐的运动生活体验。

本新闻稿由**汇思讯**代表**滔搏国际控股有限公司**发布。

详情垂询：

汇思讯

王明月

电话：+ 852-2232 3978

电邮：vivian.wang@christensencomms.com

程珂

电话：+86 185 0060 8364

电邮：suri.cheng@christensencomms.com