



滔搏国际控股有限公司
TOPSPORTS INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

2024/25 财年
中期业绩发布

FY2024/25
INTERIM RESULTS
PRESENTATION





简报

- 本简报及随附档(“简报”)按照滔搏国际控股有限公司(“本公司”)提供的材料和资讯编制。
- 通过接获本简报,接收人向本公司(连同其子公司统称为“本集团”)及其附属人士、董事、高级职员、雇员、顾问和代表(统称为“相关人士”)确认、声明和保证,接收人已阅读、理解并同意本重要通知的条款。如果接收人不接纳该等条款,请即把本简报退还给本公司。
- 本简报并不构成任何要约、发行、出售或购买任何证券的要约、邀请或招揽。本简报、其载列的资讯以及由相关人士向接收人提供的任何其它资讯均不得构成任何合同或任何其它合法义务的基础,且本简报的刊发不构成法律关系的建立。
- 本简报并非旨在构成任何投资、信贷决定或任何其它风险评估的基础,不包含所有必要或合宜的资讯,且不得视作由相关人士或任何其他人士作出的有关投资本公司的推荐意见,接收人不得倚赖本简报。接收人向相关人士确认、声明和保证:接收人是具有知识、经验和能力的专业投资者,可自行评估本公司及购买本公司股权的相关交易;接收人已经或将会自行进行有关本公司及其股份的独立调查;接收人已经或将会自行获取对有关投资本公司股份而言必要或合宜的独立意见。

内容

- 相关人士概不对接收人(或其代理、顾问或代表)或其他投资者使用本简报负责;相关人士概不对本简报及其载列的资讯及其任何补充,或本公司(或代本公司)提供的任何资讯的公平性、及时性、准确性和完整性承担任何责任。
- 本简报所载的全部内容(或向接收人(或其代理、顾问或代表)提供的任何进一步资讯)不会或不应被视为对未来的承诺、声明或保证而加以倚赖。此外,本简报载列的预测、估计及预计是按照本公司日常运营和管理、公开可得资料及/或其它来源所获取的资讯而编制,而且会有与实际结果不同的风险。任何人士概不就任何预测、保证或承诺。因此,接收人必须自行调查与查询可能影响本公司业务或前景的全部假设、不确定性因素和意外情况。
- 此外,保密资讯可能载有反映对本公司看法的预测和“前瞻性资讯”,并载有导致本集团实际业绩、表现和财务状况以及产业结果,与前瞻性陈述明示或暗示的任何未来业绩、表现和财务状况出现重大差异的因素。
- 本简报载列的资讯可能会更新、完善、修改、核实和修订,且该资讯可能出现重大变动。本公司不会负责更新、补充或修改本简报的任何内容,亦不会负责知会接收人有关本简报所载资讯发生的任何变动。

豁免责任

- 本简报载列的部分资讯未经独立核实。相关人士概不对接收人(或其他任何人士或实体)因本简报的任何方面(包括但不限于本文载列的资讯、任何错误或遗漏)或接收人(或其他任何人士或实体)因倚赖本简报的公平性、准确性、完整性、及时性或可靠性而引起的任何损失或损害(包括疏忽)负责。
- 相关人士概不对简报内任何方面的任何错误或遗漏(或简报内任何欠缺公平性、准确性、完整性、及时性或可靠性)负任何责任。相关人士概不负责就可能影响简报提述及/或载列的任何资讯或事项,或知悉与之有关的任何事项通知接收人。
- 相关人士概无授权任何人士作出任何未于简报明确载列或进行的陈述或声明。
- 相关人士对接收人(或任何其他人士或实体)在法律允许的最大范围内因简报产生或与之相关的任何责任(不论是否以合同、侵权(包括疏忽)、股权或其他方式宣称)均明确表示概不负责及受到豁免。
- 在任何情况下,任何相关人士概不负责接收人因评估或调查本公司或因评估本简报载列的资讯而产生的成本或费用。



损益表现受消费需求及线下客流影响

收入		毛利率		总费用率 ⁽¹⁾		净利润率	
人民币	同比		同比		同比		同比
130.5 亿元	-7.9%	41.1%	-3.6 p.p.	33.1%	+0.2 p.p.	6.7%	-2.7 p.p.

稳健现金创收能力为优质股东回报奠定基础

经营活动所产生的现金净额		自由现金流	为同期净利润的	中期派息率	去年同期	过往累计派息率
人民币	同比	人民币				
26.1 亿元	+2.5%	24.1 亿元	2.8 倍	99.4%	74.2%	100%+

多元运动业态下，进一步丰富以消费者为中心的全域布局

合作品牌数量	直营门店数量	抖音及微信视频号	企业微信群	直营线上占整体直营销额 ⁽²⁾ 比例	用户数目	高价值会员贡献会员销售 ⁽²⁾ 比例
10+ 个	5,813 家	300+	9 万+	~30%	8,100 万	~40%

注：资料为截至2025年2月28日财年中期业绩表现

(1) 总费用率为销售及分销开支以及一般及行政开支占收入的比例

(2) 包含但不限于增值税



财务回顾



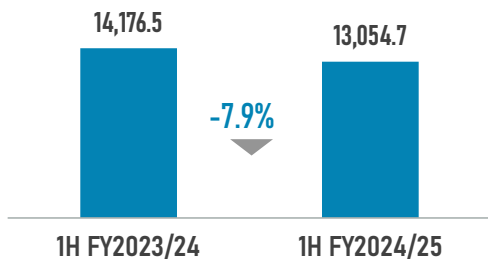


消费需求疲软及线下客流下滑

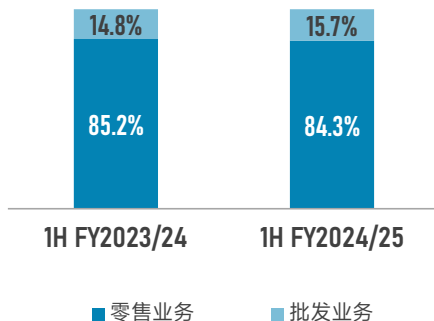


收入 人民币**130.5**亿元 同比下降**7.9%**

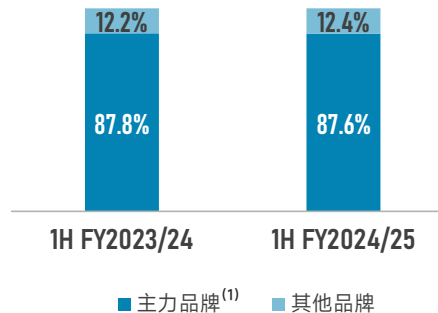
收入同比变化



零售及批发于 货品销售收入之占比



主力和其他品牌于 货品销售收入之占比

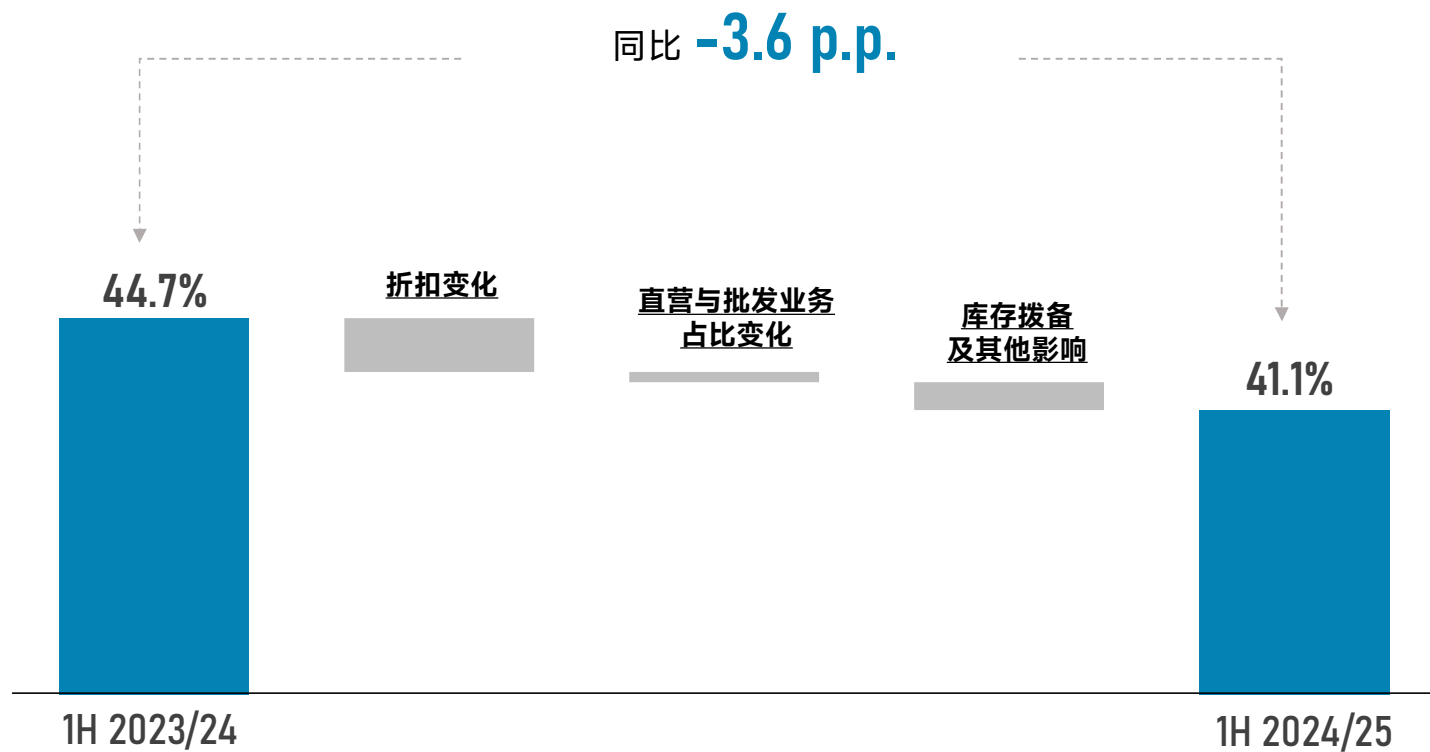


资料来源：公司中期业绩公告

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日

(1) 主力品牌包括耐克和阿迪达斯

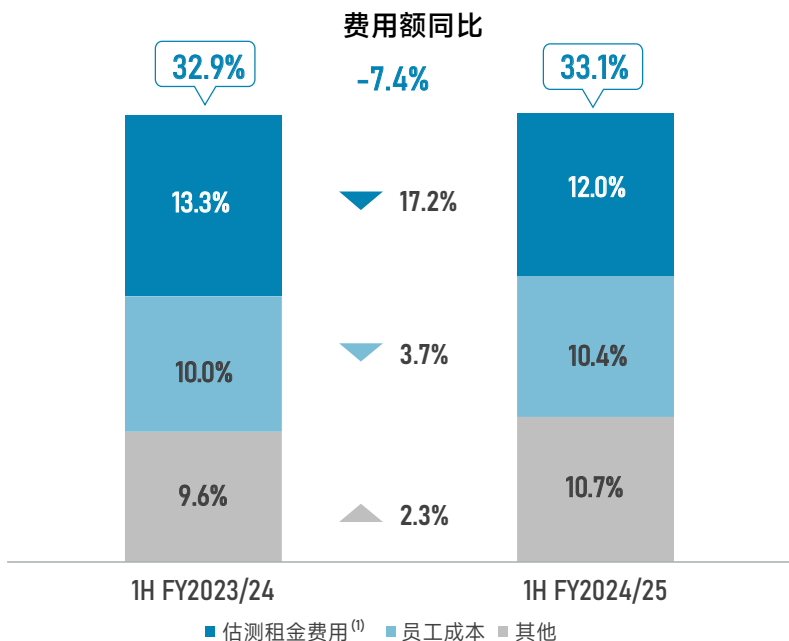
毛利率分析 (示意, 仅供参考)



费用率分析



销售及分销、一般及行政开支占总收入比例



数据源：公司中期业绩公告

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日

(1) 估测租金费用为经营租赁租金和使用权资产折旧的总和

总费用：持续管控以缓和经营负杠杆影响

总费用同比下降7.4%，总费用率仅同比加深0.2个百分点；

租金：优化线下门店网络 + 渠道组合变化带来帮助

- 线下：门店数同比下降6.4%，同店客流同比下降双位数；
- 线下：精简网络 + 灵活租金结构 + 争取更佳物业条件；
- 渠道组合变化：线上业务对零售收入的贡献占比增加；
- 估测租金费用⁽¹⁾同比下降17.2%，租金费用率同比下降1.3个百分点；

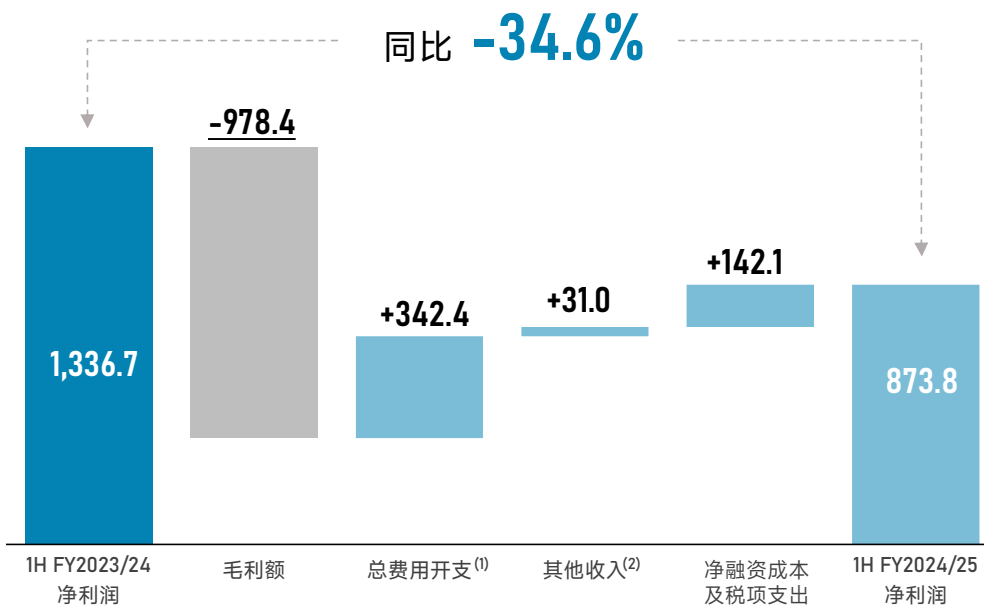
员工：与全域布局需求一致的人员配置

- 匹配门店变化精简店铺人员，新增直播业务相关员工；
- 数字化工具优化中后台效率；
- 总员工人数同比减少3.2%至28,941人

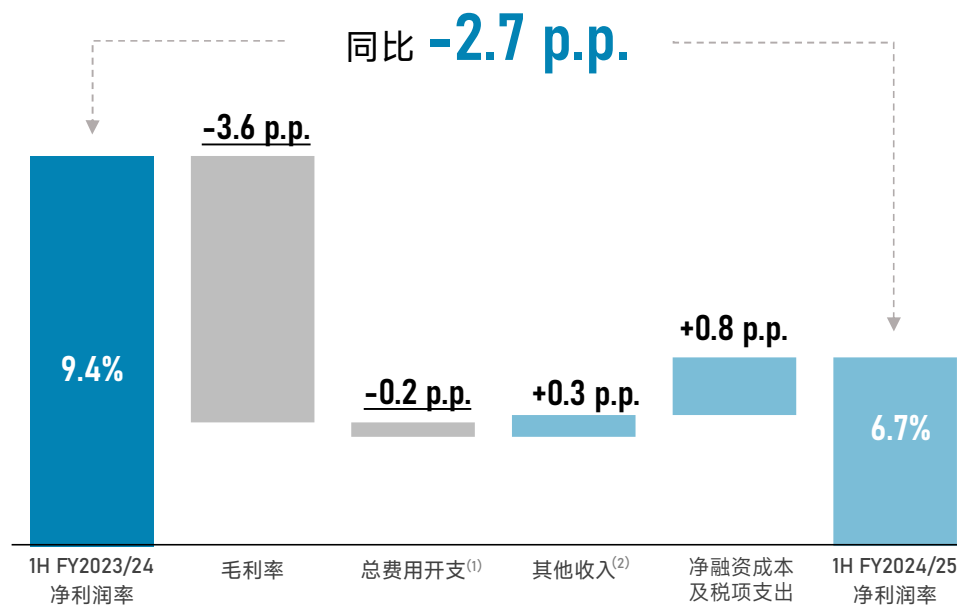
净利润及利润率分析



净利润同比变化 (百万人民币)



净利润率同比变化



■ 同比正向贡献

■ 同比负向影响

资料来源：公司中期业绩公告

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日

(1) 总费用开支主要包含销售及分销开支以及一般及行政开支

(2) 其他收入主要为政府补贴

营运资金效率

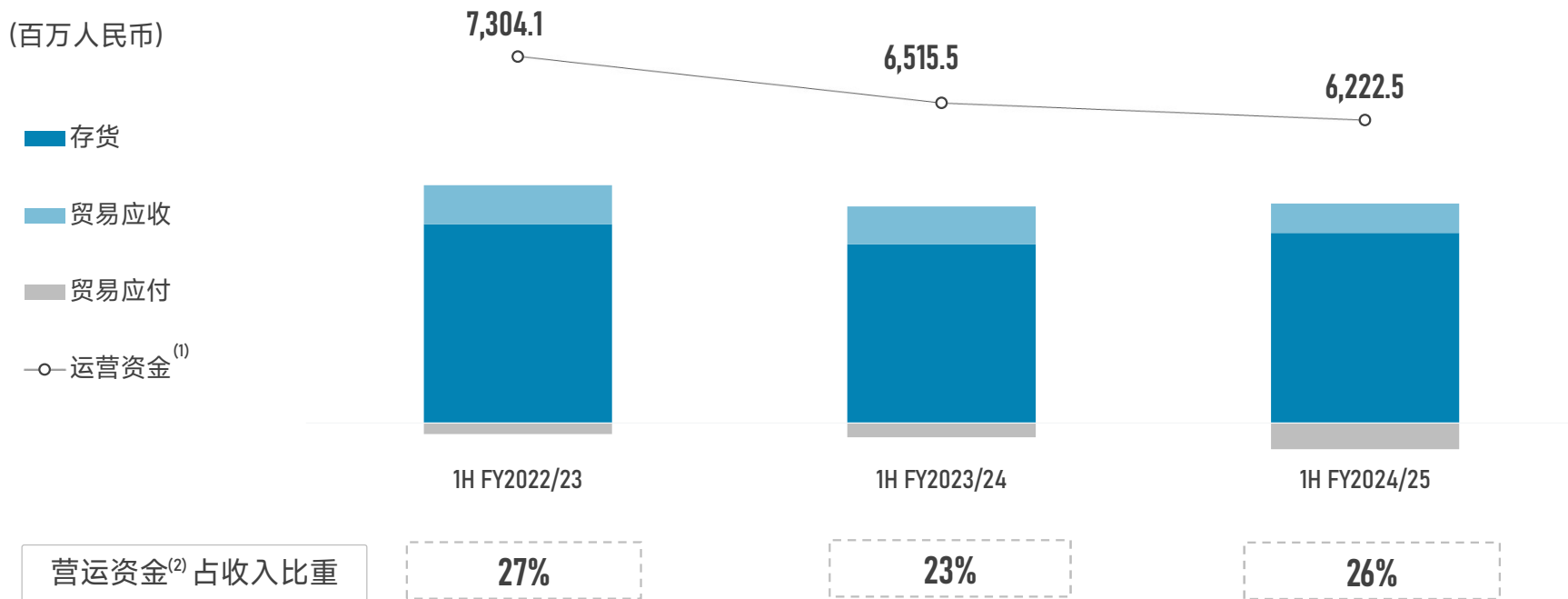


(百万人民币)	1H FY2023/24	1H FY2024/25	同比
存货	5,753.7	6,119.9	+6.4%
周转天数	140.9天	148.3天	+7.4天
应收贸易款项	1,225.8	949.4	-22.5%
周转天数	14.8天	16.1天	+1.3天
应付贸易款项	464.0	846.8	+82.5%
周转天数	17.1天	14.8天	-2.3天
现金循环周期	138.6天	149.7天	+11.1天

资料来源：公司中期业绩公告

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日

营运资金效率



资料来源：公司中期业绩公告

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日

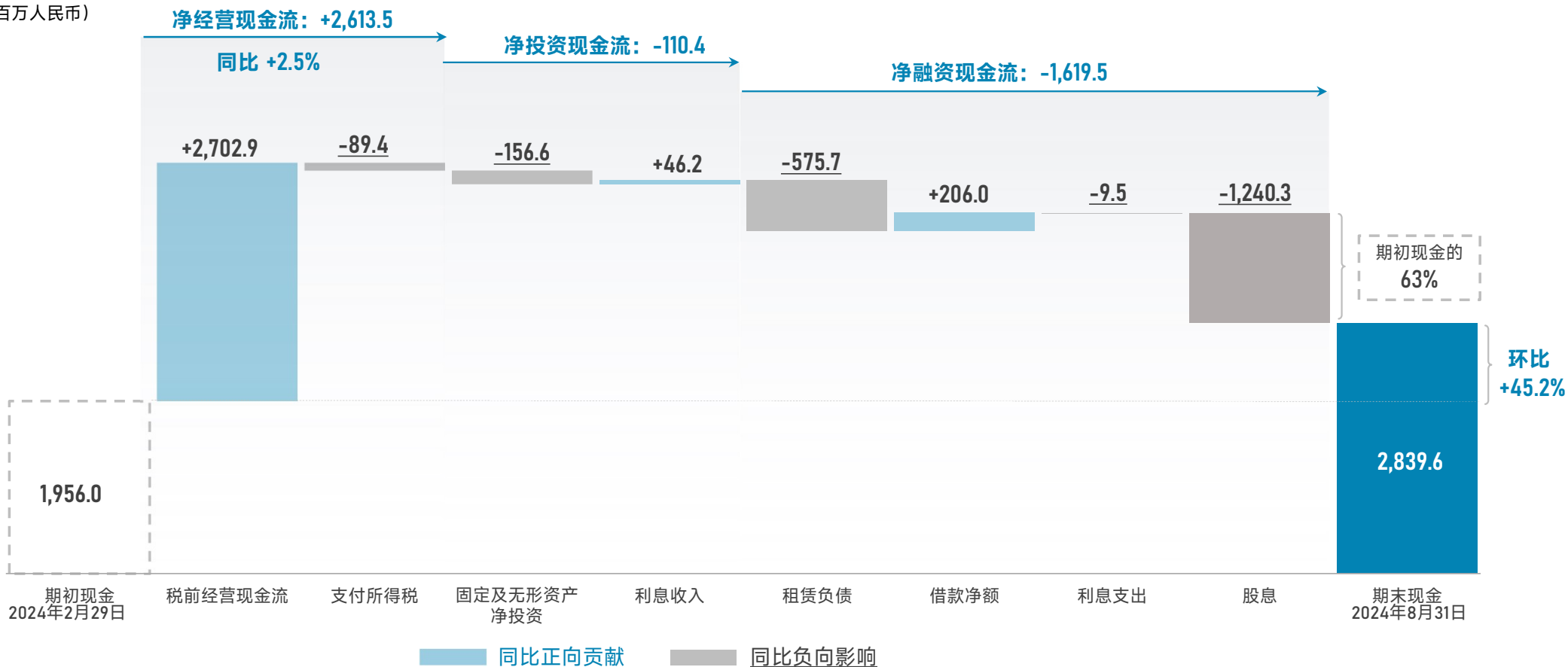
(1) 期末值

(2) 按照期初及期末平均值计算

优质稳健的资金基础



(百万人民币)



现金创收为高派息奠定基础



(百万人民币)	1H FY2023/24	1H FY2024/25	同比
现金及现金等价物	3,148.2	2,839.6	-9.8%
经营业务所产生的现金净额	2,550.8	2,613.5	+2.5%
资本支出	188.2	207.4	+10.2%
自由现金流	2,362.6	2,406.1	+1.8%
每股自由现金流 (人民币分)	38.10	38.80	+1.8%
净利润	1,336.7	873.8	-34.6%
自由现金流/净利润	1.8	2.8	-
股息	992.2	868.2	-12.5%
每股股息 (人民币分)	16.00	14.00	-12.5%
派息率	74.2%	99.4%	+25.2 p.p.

资本配置思路

现金创收



1.业务有机增长

+

2.规模拓展机遇

+

3.股东现金回报

自FY2019/20至FY2024/25中期:

1) 通过持续高派息回报股东约人民币129.6亿元; 2) 总派息金额为总净利润额的1.03倍

资料来源: 公司中期业绩公告

(1) 自由现金流 = 经营活动所产生的现金净额 - 资本开支



业务回顾





市场环境

应对举措



当下挑战

宏观环境疲软，整体消费需求乏力
线下客流持续低迷，实体店经营效益承压

丰富全域布局，精益货品管理
线下门店调整 | 线上布局拓宽 | 全域货品管理



未来机遇

政策支持下运动赛道好于整体消费
运动品类分化，专业垂类发展势头强劲
“悦己消费”势头崛起

拥抱消费者，布局未来，增添动能
培育用户价值 | 丰富品类布局 | 探索业态创新

丰富全域布局和精益货品管理



全域货品管理

拓宽库存流转 + 精准价格管理 = 货品效率最大化

全域零售：以效率为核心的线下门店布局调整



1H FY2024/25



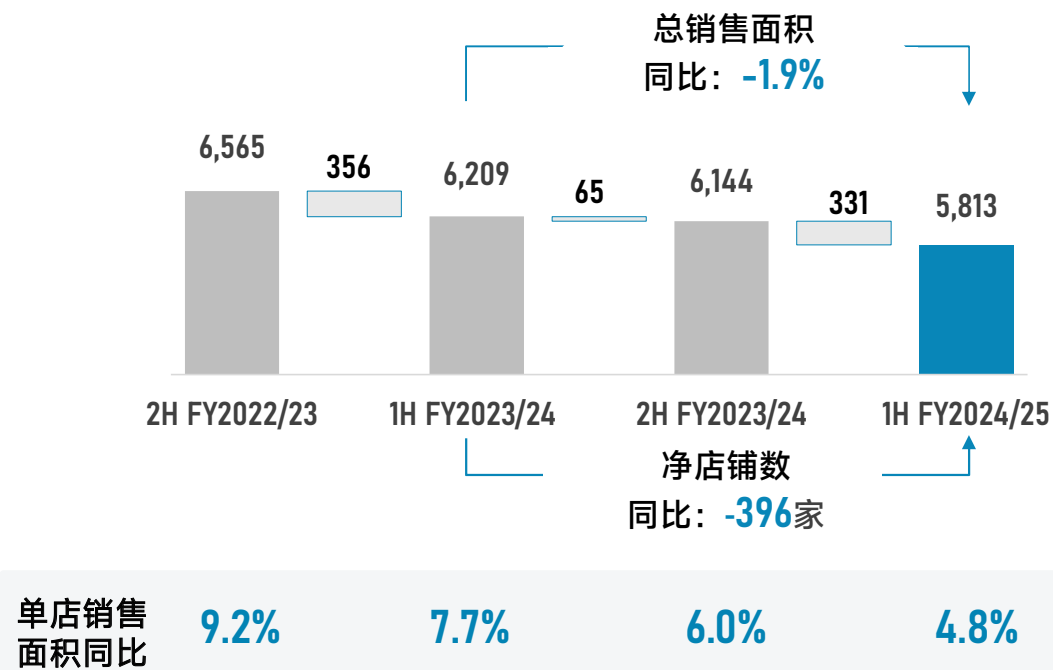
同店客流同比
双位数下滑

匹配品牌属性
一品一策

控面积、重坪效
谨慎开、改店

加速调整
淘汰低效店

总门店数目环比变化（半年度）



全域零售：打破场域边界的全平台流量布局思路



线上：满足多场景消费需求

平台电商

扩大货架电商布局



内容电商

直播矩阵+内容社交



300+

抖音及微信视频号

+200%

直播销售额同比

NO.1

抖音平台运动户外榜

私域运营

私域用户培育



2,500+

小程序店铺数目

9W+

企业微信群

NO.1

微信运动户外类小程序

期内直营线上占整体直营销额⁽¹⁾比例

~30%

引流到店：抢占同城高意向人群

本地生活



商圈异业



私域社群



线下：满足多元化购物体验

5,813

家直营网络门店

300+

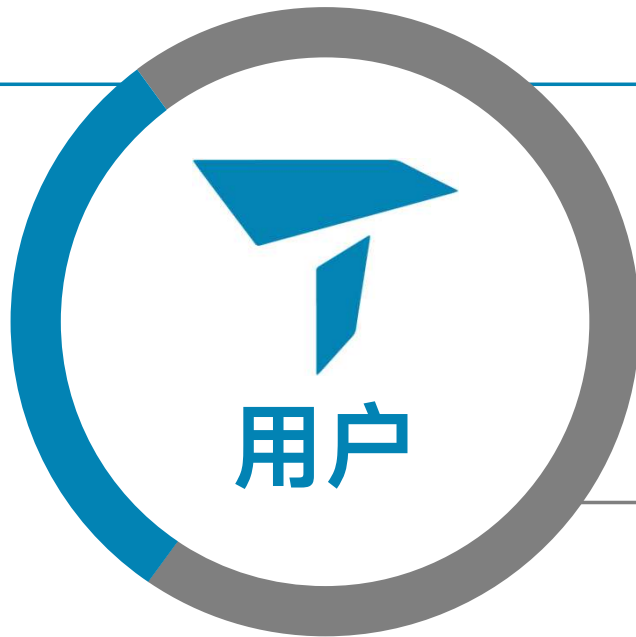
城市布局

1-7

线城市均覆盖

期内直营线下占整体直营销额⁽¹⁾比例

~70%



注：资料截至2024年8月31日

(1) 包含但不限于增值税



营造归属 个性需求

创造记忆 引导转化

01 用户总量

全域获客

内容电商 + 私域
成为新生力量

8,100 万 滔搏用户⁽¹⁾



02 生命周期价值

提升触达效率

提高用户价值

全域用户等级和权益同步

分层运营

高价值用户专属群

会员专属升级礼

运动场景权益

(1) 资料截至2024年8月31日，用户含会员及潜在会员（即非会员的社群好友）

用户运营：价值提供与价值挖掘



(1) 资料截至2024年8月31日, 用户含会员及潜在会员 (即非会员的社群好友)

用户运营：价值提供与价值挖掘



要燃运动生活



用户消费驱动
整体销售规模

93.7%
总会员贡献门店销
售金额⁽¹⁾占比⁽²⁾

TOP放开跑



稳定的复购
会员消费占比

60-70%
复购用户对会员消费
金额⁽¹⁾的贡献占比⁽²⁾

运动嘉年华

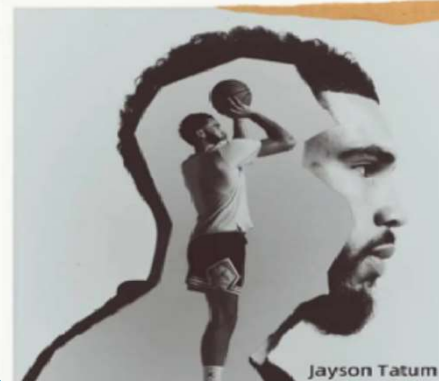


稳定的高价值
会员贡献

中单位数
占总消费会员
数目比例⁽²⁾

明星中国行

JORDAN FAMILY 球迷见面会



约40%
占总消费会员
销售贡献比例⁽²⁾

(1) 包含但不限于增值税

(2) 资料截至2024年8月31日止财年上半年

创新业态及服务：更丰富的品类布局，满足消费者多样化需求



成为多元运动业态下，更多合作方在中国市场的全域一站式运营合作伙伴。

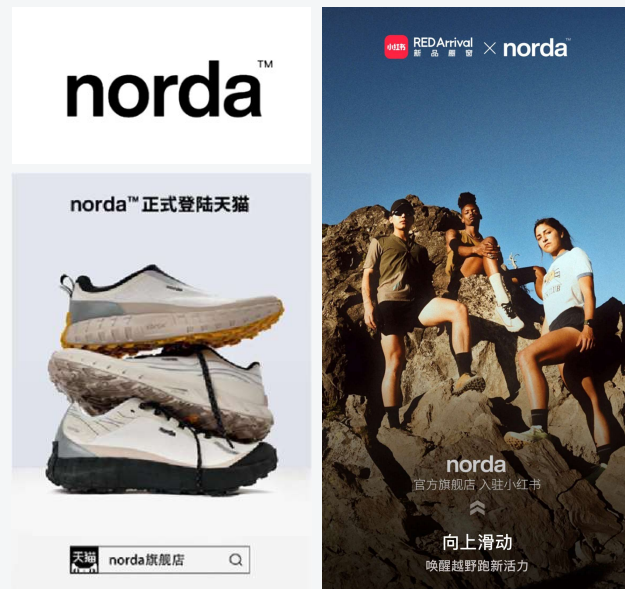
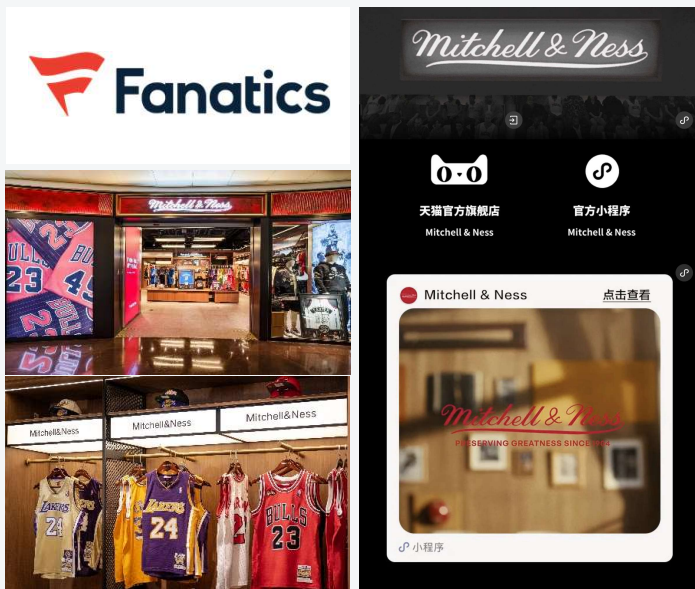
创新业态及服务：新模式、新赛道、新尝试



更广阔的市场空间

更多样的合作模式

更丰富的经营链路



独家代理

品牌及商品企划

全域销售运营渗透



聚焦全域零售、用户、
创新业态及服务，布局长期增长

持续聚焦巩固效率，
锻造零售平台的基础韧性



优化完善“精准+高效”的
数字化赋能支持

积极践行ESG理念，构建生态
共筑与价值共赢的可持续之路

问答



附注：财务概要



	1H FY2024/25		1H FY2023/24		同比/变化	
	人民币百万元	%	人民币百万元	%	%	百分点
收入	13,054.7	100.0	14,176.5	100.0	- 7.9	-
销售成本	(7,692.3)	- 58.9	(7,835.7)	- 55.3	- 1.8	+ 3.6
毛利润	5,362.4	41.1	6,340.8	44.7	- 15.4	- 3.6
销售及分销开支、一般及行政开支	(4,316.9)	- 33.1	(4,662.6)	- 32.9	- 7.4	+ 0.2
销售及分销开支	(3,821.9)	- 29.3	(4,110.1)	- 29.0	- 7.0	+ 0.3
一般及行政开支	(495.0)	- 3.8	(552.5)	- 3.9	- 10.4	- 0.1
经营利润	1,120.9	8.6	1,725.9	12.2	- 35.1	- 3.6
核心经营利润（不含其他收入）	1,043.7	8.0	1,679.7	11.8	- 37.9	- 3.8
净利润	873.8	6.7	1,336.7	9.4	- 34.6	- 2.7
权益持有人应占利润	873.8	6.7	1,337.2	9.4	- 34.7	- 2.7
	人民币分	%	人民币分	%	%	百分点
每股盈利 - 基本及摊薄	14.09	-	21.56	-	-34.7	-
每股中期股息	14.00	-	16.00	-	-12.5	-

注：公司的上半财年截至每个日历年的8月31日