

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 2024/25 财年中中期业绩****多措并举拓展全域零售 创新布局蓄能未来发展**

(2024年10月24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8月31日止六个月(“报告期”)之未经审核中期业绩。

期内,中国经济在复杂严峻的全球环境中整体基本稳中向好,但居民收入压力增加、房价持续下行等因素抑制了部分消费动能。伴随着整体消费需求的疲软,消费模式也在同步发生着变化,线下门店持续面临客流低迷的压力;线上层面,直播电商等数字消费方式保持火热,但同时消费者购物行为更趋理性。在整体消费环境疲弱的背景下,运动消费市场也同步面临着从增量获取向存量博弈转变的挑战。

受宏观消费疲软对行业零售环境的拖累,以及线下客流下滑的影响,期内,集团收入同比下降7.9%至人民币13,054.7百万元。收入下滑带来短期内存货上升,集团相应加大促销力度,同时由于线上零售折扣率相对同期线下零售折扣率更深,而线上销售占比同比提升,以上两个因素共同致使期内零售折扣率同比加深,成为影响毛利率同比下滑3.6个百分点至41.1%的主要原因。

期内,集团销售及分销以及一般及行政费用同比下降7.4%,费用率同比微升0.2个百分点至33.1%。主要原因包括:面对客流下滑对线下门店带来负经营杠杆影响,我们同步持续调整线上和线下的组合布局,灵活启用费用率更优的线上场景进行销售转化,帮助部分弥补了线下压力。期内,权益持有人应占利润同比下降34.7%至人民币873.8百万元,权益持有人应占利润率同比下降2.7个百分点至6.7%。

尽管经营环境非常挑战,但集团在不确定的市场环境中,仍然保持着健康的现金回流能力。截至2024年8月31日,我们的现金及现金等价物为人民币2,839.6百万元。期内,经营活动所产生的现金净额为人民币2,613.5百万元,在税前利润同比下降35.1%的情况下,实现同比提升2.5%,为同期权益持有人应占利润的3倍。基于此,董事会决议宣派截至2024年2月29日止财年中中期股息每股普通股人民币14.00分,派息率为99.4%。在波动的市场环境下,我们坚定且积极地通过稳健现金创收从而回馈股东,保持远高于行业的高派息水平。

全域零售:丰富全域布局

伴随客流与消费场景的变化，滔搏进一步丰富全域场景布局。报告期内，集团以效率为核心，结合品牌属性采取了一系列措施调整线下门店网络布局；同时，线上场景逐步成为消费日常的重要阵地，消费者全旅程的全域化覆盖成为必要选择，集团不断夯实全域零售布局，在“平台电商+内容电商+私域运营”的全面组合下，拓展线上更丰富的消费场景，把握更多生意机遇。

在门店布局上，集团坚持“优选+优化”的原则，针对10余个品牌伙伴的品牌属性、聚焦效率和质量，“一品一策”地调整线下门店结构，以应对客流减少所带来的经营挑战。在开店和改店上，制定更严格的筛选标准，谨慎控制面积，重视店铺坪效。集团的新开店主要聚焦于主力品牌的主力店型以及专业垂类品牌的新布局，改造店则更以未来店效的提升为核心；在关店策略上，集团结合市场情况和品牌策略加速淘汰低效尾部店铺，减少客流低迷对线下实体经营效益的冲击。截至2024年8月31日，滔搏直营门店数为5,813家，同比减少6.4%，毛销售面积同比减少1.9%。与2024年2月29日相比，直营门店数下降5.4%，毛销售面积减少2.7%。

滔搏进一步拓展线上更丰富的场景，通过多元化的新兴渠道，开拓新的增长机会。集团持续深耕门店直播业务，截至期末，滔搏小程序店铺数目超过 2,500 家，同比大幅增长；店铺直播账号超 300 个，同比约翻倍。基于完整的全域经营策略，滔搏持续用线上社群促进用户活跃，构建层层相连的用户生态闭环。报告期内，集团已通过超过 9 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保持排名第一。同时，滔搏在抖音平台直播销售额同比增长约 200%，并跻身于抖音平台运动户外榜第一。上半财年，直营线上占整体直营销销售额的比例约 30%。

全域零售：精益货品管理

货品管理思路，滔搏秉持货品效率最大化原则，在全域范围内拓宽库存流转和价格管理。在货盘上，根据“全域一盘货”的思路调整业务逻辑及组织架构，精进库存的统一管理和灵活调配；在价格管控上，结合不同渠道特性匹配其适配的价格和货品资源。滔搏致力于构建一个多渠道、多角色协作的全域经营体系，利用数智化工具赋能业务，提高库存管理的准确性。期内，集团货品管理系统继续迭代升级，促使供应链高效运转，调货准确率与派单有效率同比提升。

截至2024年8月31日，因销售下滑的影响，公司的存货额同比提升6.4%至人民币6,119.9百万元，但环比下降2.6%。目前，我们已经与品牌公司携手达成应对策略，同时结合以上长期举措的持续落实与执行，展望未来，我们认为存货情况整体可控。

全域零售：精简高效的人才梯队

人才是企业持续成长的长期根本，集团始终将人才的吸纳与培育置于战略高度，通过不断提升员工的工作满意度和专业能力，打造高效而灵活的精兵强将团队，为组织的长期健康发展积聚力量。期内，我们通过组织结构的持续优化，推动更敏捷、更高效的人才梯队建设，以业务需求为驱动力，来满足市场和消费者的变化趋势。随着线下客流减少及门店网络调整，集团策略性地相应调整相关员工配置，保持着整体组织架

构的精简高效。同时，针对全域零售布局下的新业务发展需要，增加组织中的直播和私域等专业人才配置，团队能力趋向多元化。

截至2024年8月31日，员工总数为28,941人，同比减少3.2%，较2024年2月29日减少1.8%。员工总数同比和环比下降的幅度缓于同期门店总数的下降幅度，符合集团全域布局的人员配置思路。

用户：更精准且深入的运营

需求的波动性和全域消费场景下渠道角色的演变，增加了企业捕捉消费者心智和提升忠诚度的难度。滔搏从消费者的角度出发，为其提供更多元化的价值，并挖掘每个用户的潜在价值，在此期间使用数字化工具赋能以优化运营过程，形成给用户提供更多价值、与用户纽带不断加深的良性生态。

期内，滔搏的用户群体不断扩大，增长至8,100万。滔搏通过全域营销的场景化、趣味化、跨界合作等手段，持续吸引新用户群体。面对线下流量疲弱的挑战，集团及时拓展线上平台自身，以及线上向线下引流的新获客方式。集团也同步在更多平台上实现滔搏用户信息的中心化管理，使用户能够在滔搏的全域平台上享受到更一致的权益价值体验。

在寻求用户增量扩充的同时，滔搏也意识到在当前的存量市场中，对现有用户的深入挖掘同样重要。因此，集团通过精细化的用户分群分级和行为分析，实施个性化定制化的商品推荐和营销策略，增强营销的精准度和效率。多样化的营销活动和强粘性的互动场景，增强用户体验，营造归属感，从而加强用户粘性和提升转化率。

此外，滔搏还通过举办各种类型的会员活动创造互动机会，并通过升级活动内容和玩法、增加会员权益，细化会员价值，促进了用户的活跃度和转化率。除了年度常规会员活动如五一集卡、99会员月、年货节、热门旅游城市活动等，期内，滔搏特别推出奥运金牌系列主题营销活动，点燃用户的运动热情。对于高价值用户，滔搏提供了专属的线下活动、跨界合作和私域社群活动等，以回馈他们的持续支持。滔搏全新打造的运动社团IP“要燃运动生活”及“TOP放开跑”已孵化出百余个运动兴趣社群，加深了滔搏在细分运动爱好者中的影响力。这些措施助力滔搏复购会员对会员整体消费的贡献约为60-70%，同比基本稳定。集团对高价值会员忠诚度的培养也取得了积极的成果，尽管他们在总消费会员数目中的比例仅为中单位数，但他们对总消费会员的销售贡献接近40%，且其客单价明显高于会员整体，显示出这一群体较高的消费潜力和忠诚度。

创新布局更多品类，为未来发展蓄能

Z世代和新中产是运动消费市场增长的主力军，集团挖掘年轻消费者“精神悦己”、“价值重构”和“向外探索”的个性化需求，加码具有潜力的细分运动和生活领域布局，对年轻人热衷的领域如户外探险、时尚潮流及电子竞技等保持敏锐的洞察力，不断拓展和丰富滔搏服务与产品范围，在新的消费场景中与消费者实现体验共创与精神共振。

期内，集团进一步拓宽品牌合作矩阵，启用多样化的模式布局新兴的潮流运动领域和更趋专业化的细分运动赛道。继与“HOKA ONE ONE”和“凯乐石（KAILAS）”开启合作

后，滔搏作为加拿大高端越野跑品牌 norda 在中国市场的独家运营合作伙伴，已助力 norda 入驻天猫旗舰店和小红书等社交媒体账号，norda 线下快闪店、单品店也在计划当中，以充分捕捉越野跑这一户外细分赛道的发展潜力。此外，滔搏与全球领先的授权体育用品数字化平台 Fanatics 开启合作后，持续扩展 Fanatics 旗下特许体育 IP 在大中华区的商业化运营，包括已在大中华地区全面开展“始于 1904，传承永续”的复古运动品牌 Mitchell & Ness，在线上及线下门店的开设，以及社交媒体的矩阵式运营。集团相信以上细分品类的布局，将为滔搏未来发展埋下新的种子。

未来展望

当前，运动消费市场的态势尚不明朗，面对不断涌现的新品类、新品牌和消费场景的快速迭代，滔搏选择积极适应变化，在困难的环境下保持初心，勇敢应对，以前瞻性和敏捷性的战略执行，为消费者、股东、合作伙伴以及社会创造更持久的价值。

管理层表示：“在波动的市场环境下，滔搏始终勇往向前，坚持做好难而正确的事情。展望下半年，集团将聚焦全域零售的深化和用户价值的创造，通过持续的业态和服务创新，布局长期增长。集团将在“精准+高效”的数字化赋能支持下，巩固和提升运营效率，锻造经营韧性。同时，集团将积极践行ESG理念，构建生态共筑与价值共赢的可持续之路。”

-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，在全国范围内建立了广泛且深度下沉的零售网络和线上线下互通的全域触点布局，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