

滔搏國際控股有限公司

2022年2月財年中期 業績介紹材料

2021.10.29



重要通知

簡報

本簡報及隨附檔（“簡報”）按照滔搏國際控股有限公司（“本公司”）提供的材料和資訊編制。

通過接獲本簡報，接收人向本公司（連同其子公司統稱為“本集團”）及其聯屬人士、董事、高級職員、僱員、顧問和代表（統稱為“相關人士”）確認、聲明和保證，接收人已閱讀、理解並同意本重要通知的條款。如果接收人不接納該等條款，請即把本簡報退還給本公司。

本簡報並不構成任何要約、發行、出售或購買任何證券的要約、邀請或招攬。本簡報、其載列的資訊以及由相關人士向接收人提供的任何其它資訊均不得構成任何合同或任何其它合法義務的基礎，且本簡報的刊發不構成法律關係的建立。

本簡報並非旨在構成任何投資、信貸決定或任何其它風險評估的基礎，不包含所有必要或合宜的資訊，且不得視作由相關人士或任何其他人士作出的有關投資本公司的推薦意見，接收人不得倚賴本簡報。接收人向相關人士確認、聲明和保證：接收人是具有知識、經驗和能力的專業投資者，可自行評估本公司及購買本公司股權的相關交易；接收人已經或將會自行進行有關本公司及其股份的獨立調查；接收人已經或將會自行獲取對有關投資本公司股份而言必要或合宜的獨立意見。

內容

相關人士概不對接收人（或其代理、顧問或代表）或其他投資者使用本簡報負責；相關人士概不對本簡報及其載列的資訊及其任何補充，或本公司（或代本公司）提供的任何資訊的公平性、及時性、準確性和完整性承擔任何責任。

本簡報所載的全部內容（或向接收人（或其代理、顧問或代表）提供的任何進一步資訊）不會或不應被視為對未來的承諾、聲明或保證而加以倚賴。此外，本簡報載列的預測、估計及預計是按照本公司日常運營和管理、公開可得資料及/或其它來源所獲取的資訊而編制，而且會有與實際結果不同的風險。任何人士（包括相關人士）概不就任何預測、估計及預計的合理性或可行性作出保障、聲明、保證或承諾。因此，接收人必須自行調查與查詢可能影響本公司業務或前景的全部假設、不確定性因素和意外情況。

此外，保密資訊可能載有反映對本公司看法的預測和“前瞻性資訊”，並載有導致本集團實際業績、表現和財務狀況以及產業結果，與前瞻性陳述明示或暗示的任何未來業績、表現和財務狀況出現重大差異的因素。

本簡報載列的資訊可能會更新、完善、修改、核實和修訂，且該資訊可能出現重大變動。本公司不會負責更新、補充或修改本簡報的任何內容，亦不會負責知會接收人有關本簡報所載資訊發生的任何變動。

豁免責任

本簡報載列的部分資訊未經獨立核實。相關人士概不對接收人（或其他任何人士或實體）因本簡報的任何方面（包括但不限於本文載列的資訊、任何錯誤或遺漏）或接收人（或任何其他人士或實體）因倚賴本簡報的公平性、準確性、完整性、及時性或可靠性而引起的任何損失或損害（包括疏忽）負責。

相關人士概不對簡報內任何方面的任何錯誤或遺漏（或簡報內任何欠缺公平性、準確性、完整性、及時性或可靠性）負任何責任。相關人士概不負責就可能影響簡報提及及/或載列的任何資訊或事項，或知悉與之有關的任何事項通知接收人。

相關人士概無授權任何人士作出任何未於簡報明確載列或進行的陳述或聲明。

相關人士對接收人（或任何其他人士或實體）在法律允許的最大範圍內因簡報產生或與之相關的任何責任（不論是否以合同、侵權（包括疏忽）、股權或其他方式宣稱）均明確表示概不負責及受到豁免。

在任何情況下，任何相關人士概不負責接收人因評估或調查本公司或因評估本簡報載列的資訊而產生的成本或費用。

我們的使命



運動打破邊界
盡享無限可能

TOPSPORTS.
TOPSPORTS.

2022年2月財年中期業績總結

業務表現⁽¹⁾

+4.9%

總銷售面積同比變化
直營門店7,785家，同比淨減少371家

4,720萬

累計註冊會員
同比增加43%

盈利表現⁽¹⁾

9.2%

淨利潤率⁽²⁾
同比提升0.9個百分點

155.7億

人民幣收入
同比下降1.2%

卓越經營為股東創造價值⁽¹⁾

25.7億

人民幣經營業務所產生的現金淨額
同比增加29.8%

13.00分

人民幣每股中期股息

資料來源：公司中期業績公告

註：公司的上半財年截至每個日曆年的8月31日

(1) 資料截至2021年8月31日

(2) 淨利潤率即本公司權益持有人應佔利潤率

業務回顧

BUSINESS OVERVIEW



01

2022年2月財年上半年核心業務聚焦



01.

通過“優選+優化”的策略拓展門店覆蓋和基於門店的全域化零售



02.

深化“精准+高效”的長期數字化升級



03.

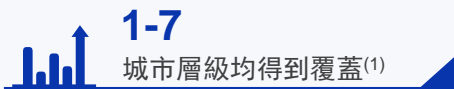
聚焦消費者互動與運營，尋求會員規模和粘性的雙引擎發展



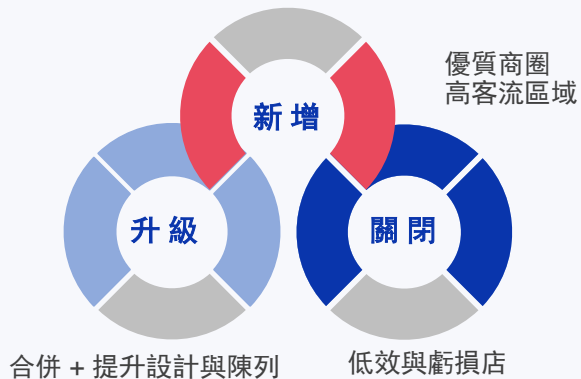
04.

圍繞消費者全旅程中更多價值鏈環節延展我們的服務，構建多樣化認知

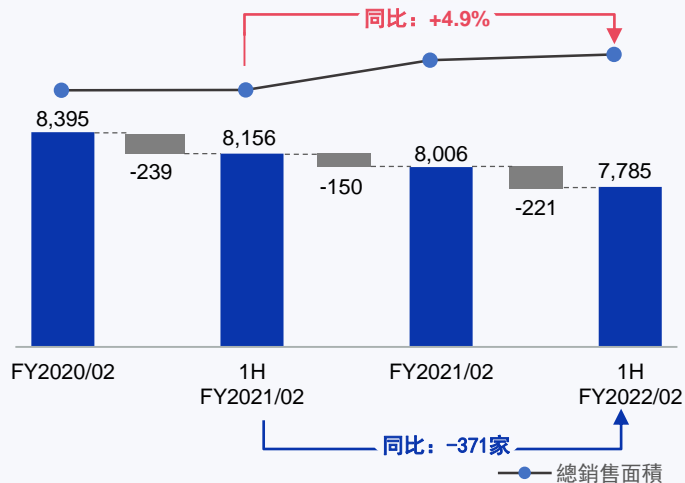
1 持續優化中國覆蓋廣泛的直營門店網絡



➤ 新增優選 + 存量優化的策略



➤ 財年上半年門店數和總銷售面積變化

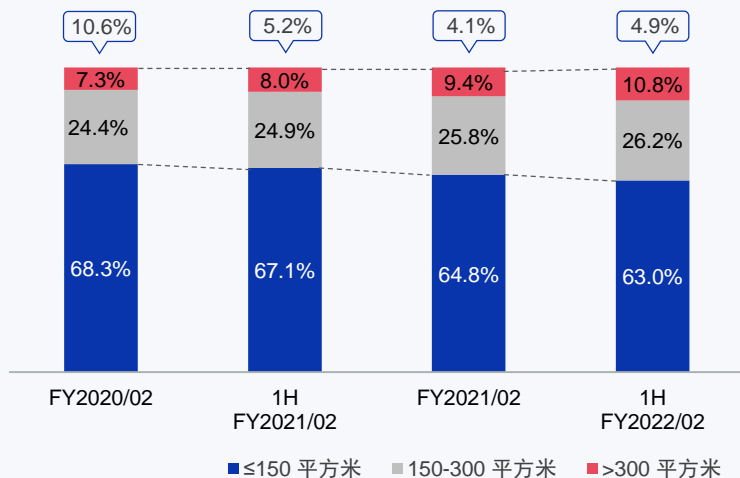


(1) 資料截至2021年8月31日

1 化門店為觸點，以點構面，構築更廣泛且深入的消費者觸達

按門店面積細分（門店數量占比）

總銷售面積年同比增長



與品牌夥伴深化合作
推動門店業態升級



打造創新及優質體驗
擴大消費者觸達半徑



高效運營的全鏈路覆蓋



全域化零售場景拓展

資料來源：公司中期業績公告

註：公司的財政年度截至每個日曆年的2月底，上半財年截至每個日曆年的8月31日

TOPSPORTS 滔搏

1 通過基於門店的全域化零售實現互聯互通，延展觸達邊界

流量沉澱



7,785家直營門店⁽¹⁾
多樣化虛擬場景

消費場景打通
一體化、一盤棋

流量運維



社群運營、會員運維
內容營銷、社交裂變

多觸點聯動
多維度交疊流量運維

流量轉化



實體門店
基於門店的數字化工具

跨場景價格聯動
實現全域化穩健增長

(1) 資料截至2021年8月31日

2 深化“精准+高效”的長期數字化升級



2 數字化歷程 - 以數據為核心資產的數字化升級，賦能全域業務增長

1. 信息數據化



20餘年積累的行業經驗

7,785家直營門店覆蓋1-7線城市⁽¹⁾



4,720萬會員的龐大信息庫⁽¹⁾

2. 數據系統化

前台觸達：

- 覆蓋多場景下的消費者旅程



- 門店社群及轉化工具搭建

後台基礎：



- 終端導購
- 消費者



- 終端移動應用工具與企業微信
- 用戶數據看板系統



- 貨品管理



- 訂單精確到門店的數字化採購系統
- 數字化庫存管理及補貨



- 市場拓展



- 沉澱自身與外部多維度終端洞察資源

⁽¹⁾ 資料截至2021年8月31日

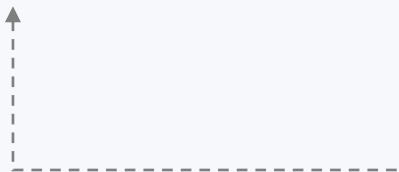
2 數字化未來 – 利用沉澱數年的大數據優勢，挖掘和培育業務智能化的潛力與能力

3. 系統智能化



導購、消費者

顆粒度更細的消費者行為軌跡分析
標準化、智能化導購助手精準流量運營



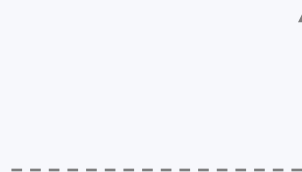
貨品

商品屬性和流轉分析
更精準的鋪補貨需求預測



市場

商業渠道分析模型
提升決策合理性



中台智能分析

聚焦消費者互動與運營，尋求會員規模和粘性的雙引擎發展

會員活動 + 積分兌換 + 限量發售 + 線上社區

- 多樣化特色會員活動，提升參與度與積極性
- 根據個人喜好定制更加專屬化服務



實體門店 + 社群運營 + 線上工具

- 7,785家直營門店和4萬+員工⁽¹⁾
- ~4000家門店擁有企業微信號和近萬個微信群⁽¹⁾
- 電商平台、小程序、APP等多樣化工具

用戶數據看板系統

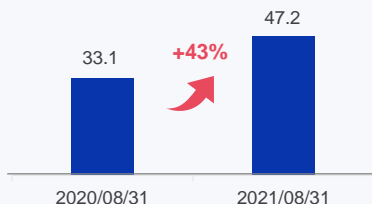
- 基於基本信息、消費行為、價格敏感度等維度細化標籤
- 基於用戶標籤進行自動化營銷，激活喚醒

⁽¹⁾ 資料截至2021年8月31日

聚焦消費者互動與運營，尋求會員規模和粘性的雙引擎發展

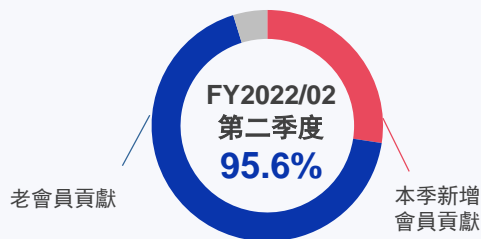
會員規模持續擴大

累計註冊會員數(百萬)



複購會員穩健貢獻

會員貢獻門店零售總額
(含增值稅) 比例



優質的會員粘性及活躍度

~30%會員曾消費2個及以上品牌⁽¹⁾



(1) 資料截至2021年8月31日，累計消費兩個及以上品牌的會員於累計註冊會員總數之佔比

圍繞消費者全旅程中更多價值鏈環節延展我們的服務，構建多樣化認知

實體

虛擬

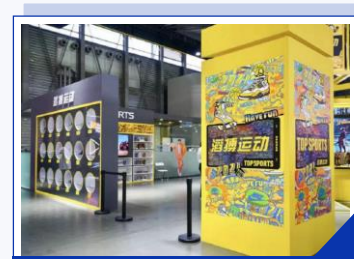
創造認知

流量運維

流覽選擇

決定購買

體驗嘗試



- 100+推文及短視頻內容· 10萬+閱讀量>50%⁽¹⁾
- 公眾號粉絲總量>2500萬⁽¹⁾

- 滔搏會員周 - 自有規模化年度活動
- 尋找特色會員培養KOC資源

- Topsports@ChinaJoy, 與更廣泛客群建立連接與互動
- 通過潮流運動生活方式滲透建立認知

(1) 資料截至2021年8月31日

賽事佳績 匯聚流量



- 2021年4月 ○ 滔搏電競英雄聯盟分部
進入LPL春季賽四強
- 2021年6月 ○ 滔搏電競王者榮耀分部
進入KPL春季賽六強
- 2021年7月 ○ 滔搏電競王者榮耀分部
首次晉級世界冠軍杯

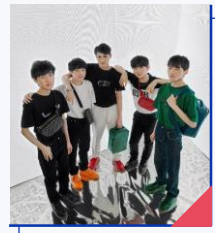


微博總粉絲量
超560萬

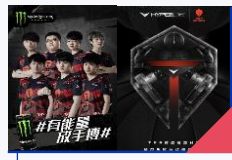


多樣化商業嘗試

滔搏電競戰隊跨界時尚合作



商業化合作的深度探索



消費者為本、數字化升級的全域運動零售及服務平台



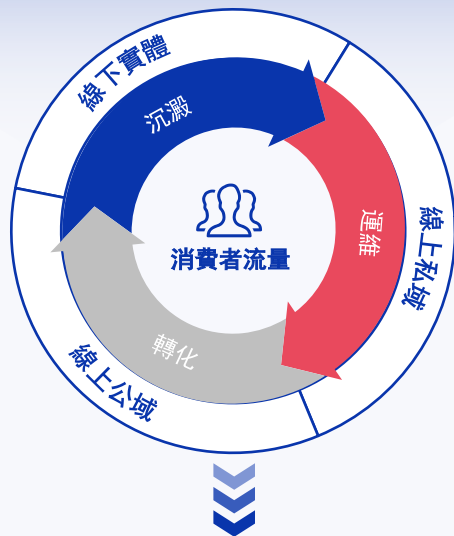
11個 領先品牌的深度合作⁽¹⁾



4,720萬 會員⁽¹⁾



510萬+ 社群好友⁽¹⁾



圍繞消費者旅程覆蓋更多價值鏈環節，在更具規模的全域平台上進行消費者價值的深入挖掘，實現長期可持續增長。

⁽¹⁾ 資料截至2021年8月31日

財務回顧

FINANCIAL REVIEW



02

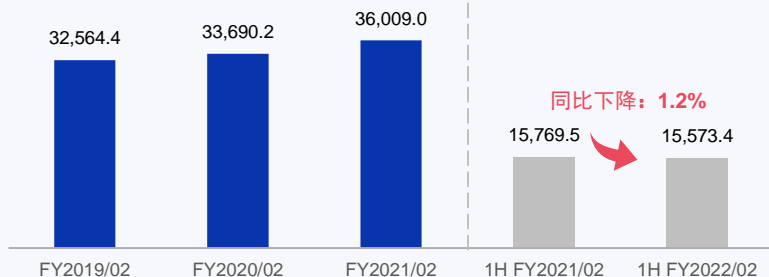
財務概要

	1H FY2022/02		1H FY2021/02		Y-o-Y / 變化	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%	%	百分點
收入	15,573.4	100.0	15,769.5	100.0	-1.2%	-
銷售成本	(8,649.9)	-55.5	(9,204.0)	-58.4	-6.0%	-2.9
毛利潤	6,923.5	44.5	6,565.5	41.6	+5.5%	+2.9
銷售及分銷開支、一般及行政開支	(5,177.1)	-33.2	(4,813.5)	-30.5	+7.6%	+2.7
銷售及分銷開支	(4,542.5)	-29.1	(4,207.4)	-26.7	+8.0%	+2.4
一般及行政開支	(634.6)	-4.1	(606.1)	-3.8	+4.7%	+0.3
經營利潤	2,059.7	13.2	1,908.8	12.1	+7.9%	+1.1
淨利潤⁽¹⁾	1,430.8	9.2	1,309.1	8.3	+9.3%	+0.9
	人民幣分	%	人民幣分	%	%	百分點
每股盈利 - 基本及攤薄	23.07	-	21.11	-	+9.3%	-
每股中期股息	13.00	-	12.00	-	+8.3%	-

(1) 淨利潤即本公司權益持有人應佔利潤

收入概覽

收入 (百萬人民幣)



資料來源: 公司中期業績公告

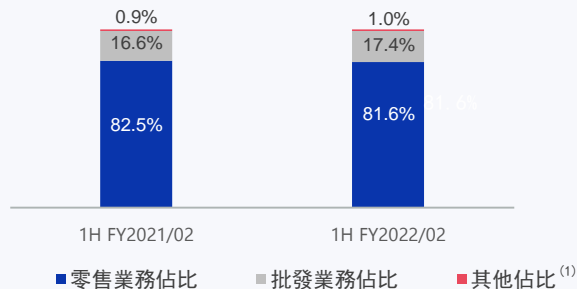
註: 公司的財政年度截至每個日曆年的2月底, 上半財年截至每個日曆年的8月31日

(1) 其他收入包括聯營費用及電競收入

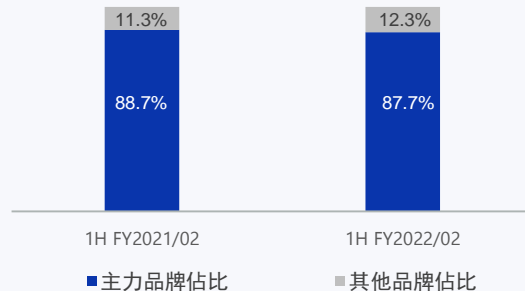
(2) 主力品牌包括耐克和阿迪達斯

TOPSPORTS 滔搏

1 業務以零售運營為主



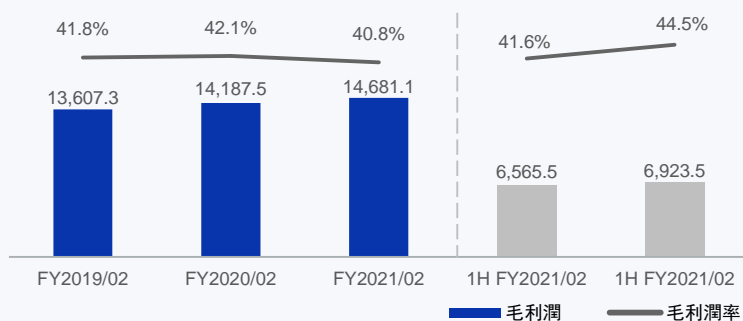
2 主力品牌⁽²⁾ 貢獻大部分產品銷售收入



財務亮點

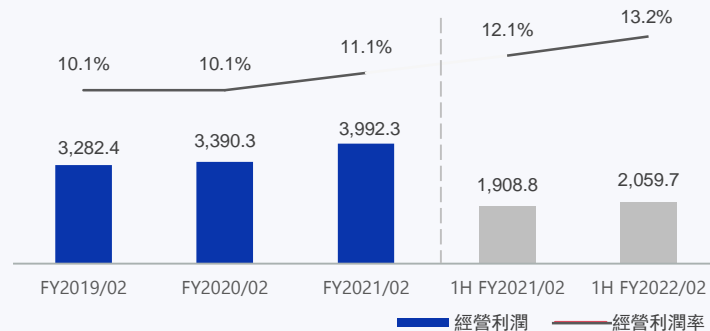
毛利潤及毛利率

(百萬人民幣)



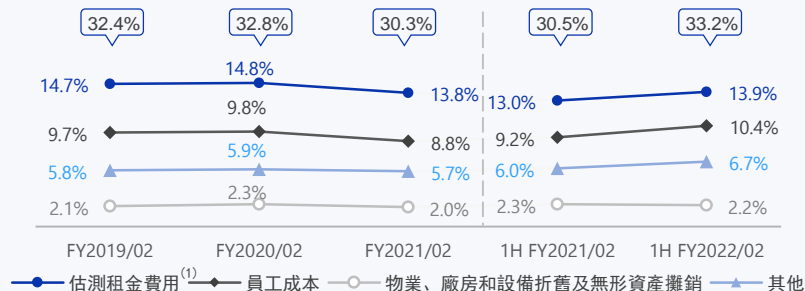
經營利潤及利潤率

(百萬人民幣)



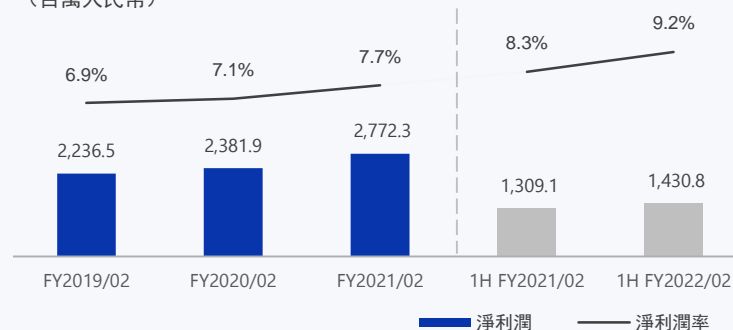
銷售及分銷、一般及行政開支占總收入的比例

銷售及分銷、一般及行政開支占總收入比例



淨利潤及利潤率

(百萬人民幣)



資料來源：公司中期業績公告

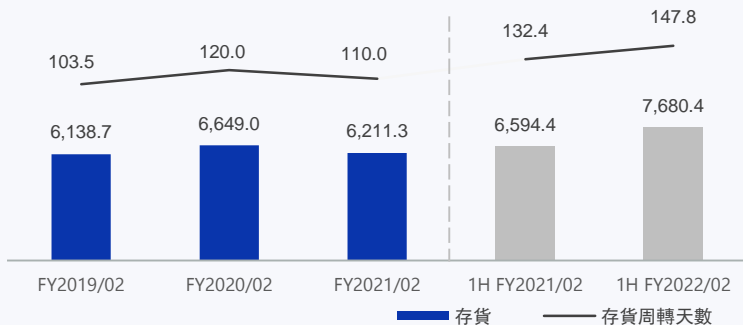
註：公司的財政年度截至每個日曆年的2月底，上半財年截至每個日曆年的8月31日

(1) 以經營租賃租金和使用權資產折舊的總和作為估計的租金費用

營運效率

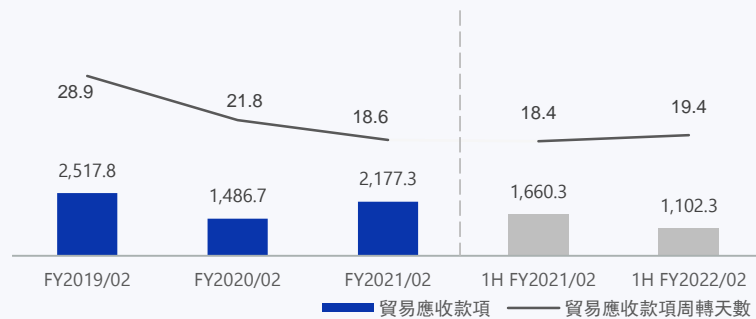
存貨及周轉天數

(百萬人民幣)



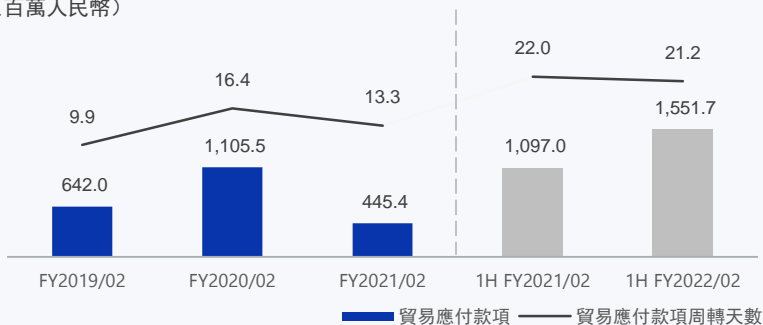
貿易應收款項及周轉天數

(百萬人民幣)



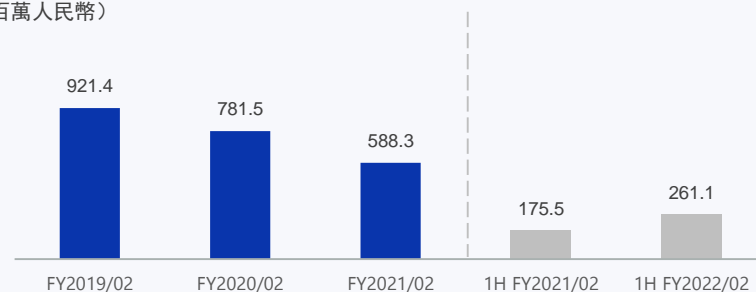
貿易應付款項及周轉天數

(百萬人民幣)



資本開支

(百萬人民幣)



資料來源：公司中期業績公告

註：公司的財政年度截至每個日曆年的2月底，上半財年截至每個日曆年的8月31日

問 答

Q & A

