

滔搏國際控股有限公司

2022/23財年中期業績 介紹材料

2022.10.26

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。

TOPSPORTS 滔搏

我們的使命

運動打破邊界
盡享無限可能

NOISSE
W
UR
O

隨消費者而動，敏捷應對，穩步推進長期佈局

① 聚規模

豐富品牌合作矩陣

12個 國際國內領先運動品牌合作⁽¹⁾

全域化拓展市場機遇

總收入受疫情影響，同比 -15%

零售線上銷售金額⁽²⁾同比**大幅增長**

② 重質量

加速“優選+優化”門店結構升級

全域週轉，保持存貨健康與效率

存貨金額同比**-17%**，環比⁽³⁾ **-4%**

挑戰下，保持高效盈利能力

8.7% 淨利潤率，同比
微降0.5個百分點

③ 增互動

全域觸達帶動用戶規模增長

累計註冊會員數⁽¹⁾：**6,020萬**

累計社群好友數⁽¹⁾：**~900萬**

精細化運營聚焦核心用戶

核心會員貢獻
會員總銷售金額⁽²⁾佔比⁽⁴⁾ **~70%**

④ 強協同

外部：

與上下游夥伴攜手共克時艱

內部：

通過創新試點項目

強化多維度協同

卓越經營創造股東價值

16.2億 人民幣
經營業務所產生的現金淨額

13.00分 人民幣
每股中期股息

70.4% 派息率，去年同期56.3%

(1) 資料截至2022年8月31日

(2) 包含但不限於增值稅

(3) 與2022年2月28日比較

(4) 資料截至2023年2月28日止財年上半年

01

財務回顧

財務概要

	1H FY2022/23		1H FY2021/22		Y-o-Y / 變化	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%	%	百分點
收入	13,218.0	100.0	15,573.4	100.0	- 15.1	-
銷售成本	(7,187.3)	- 54.4	(8,649.9)	- 55.5	- 16.9	- 1.1
毛利潤	6,030.7	45.6	6,923.5	44.5	- 12.9	+ 1.1
銷售及分銷開支、一般及行政開支	(4,665.1)	- 35.3	(5,177.1)	- 33.2	- 9.9	+ 2.1
銷售及分銷開支	(4,090.8)	- 30.9	(4,542.5)	- 29.1	- 9.9	+ 1.8
一般及行政開支	(574.3)	- 4.4	(634.6)	- 4.1	- 9.5	+ 0.3
經營利潤	1,580.5	12.0	2,059.7	13.2	- 23.3	- 1.2
經營利潤 (不含其他收入)	1,367.1	10.3	1,749.4	11.2	- 21.9	- 0.9
淨利潤⁽¹⁾	1,145.4	8.7	1,430.8	9.2	- 19.9	- 0.5
	人民幣分	%	人民幣分	%	%	百分點
每股盈利 - 基本及攤薄	18.47	-	23.07	-	- 19.9	-
每股中期股息	13.00	-	13.00	-	持平	-

(1) 淨利潤即本公司權益持有人應佔利潤

收入：全域一體化發展聚規模

收入 (百萬人民幣)



① 品牌合作：鞏固基礎，探索機遇

■ 主力品牌佔比⁽¹⁾ ■ 其他品牌佔比



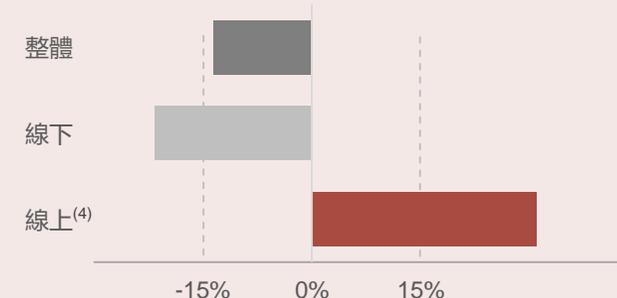
② 業務模式：以零售運營為核心

■ 零售業務佔比 ■ 批發業務佔比 ■ 其他佔比⁽²⁾



③ 全域發展：數字化銷售增速顯著

1H FY2022/23零售銷售金額⁽³⁾ 同比變化



資料來源：公司中期和年度業績公告

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

(1) 品牌對產品銷售收入的貢獻，主力品牌包括耐克和阿迪達斯

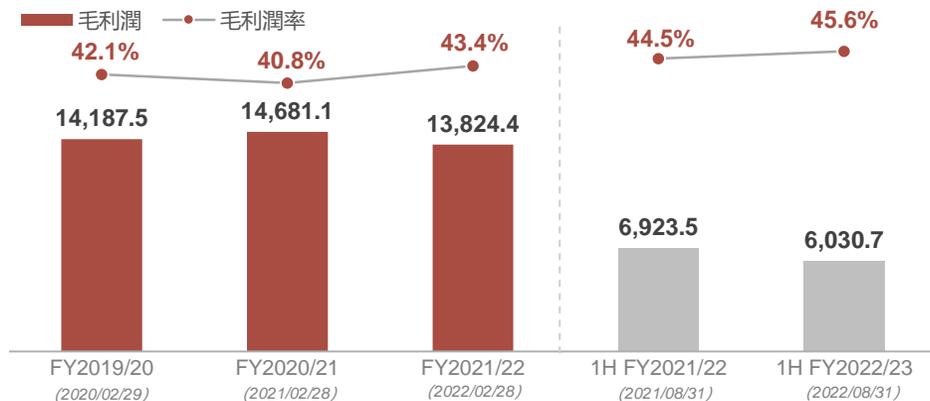
(2) 其他收入包括聯營費用及電競收入

(3) 包含但不限於增值稅

(4) 包含線上公域及私域貢獻

利潤：保持行業領先的經營效率

毛利潤及毛利率 (百萬人民幣)



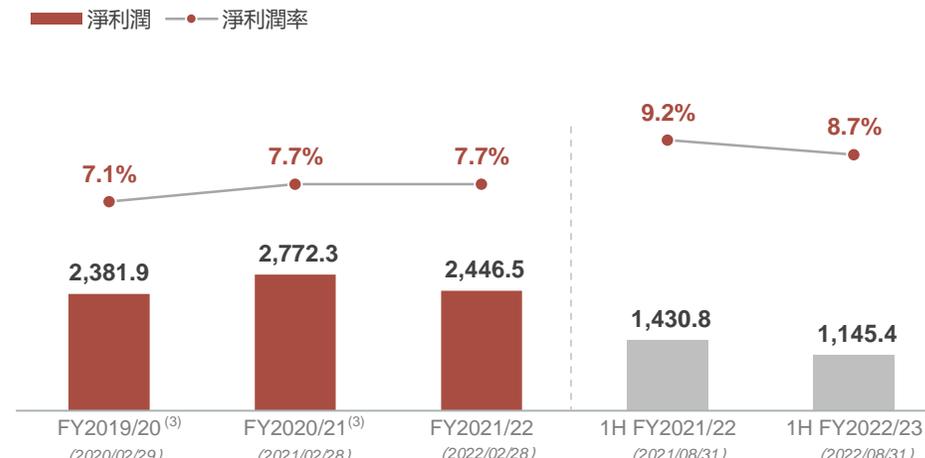
經營利潤及利潤率 (百萬人民幣)



銷售及分銷、一般及行政開支佔總收入的比例



淨利潤及利潤率⁽²⁾ (百萬人民幣)



資料來源：公司中期和年度業績公告

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

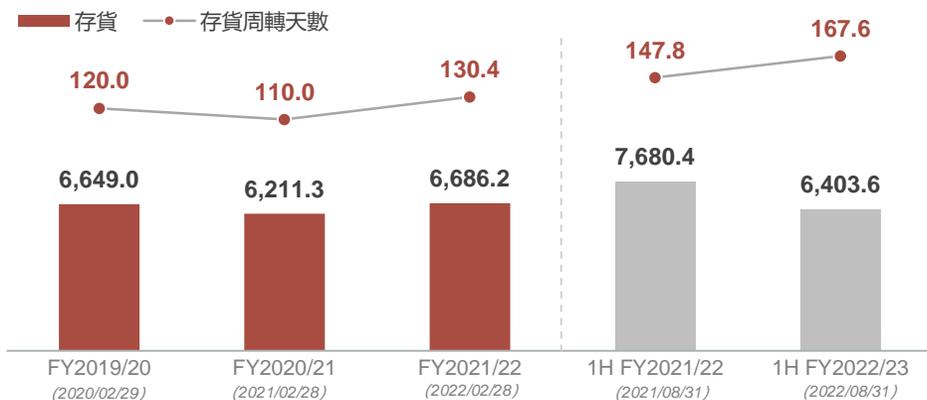
(1) 以經營租賃租金和使用權資產折舊的總和作為估計的租金費用

(2) 淨利潤即本公司權益持有人應佔利潤

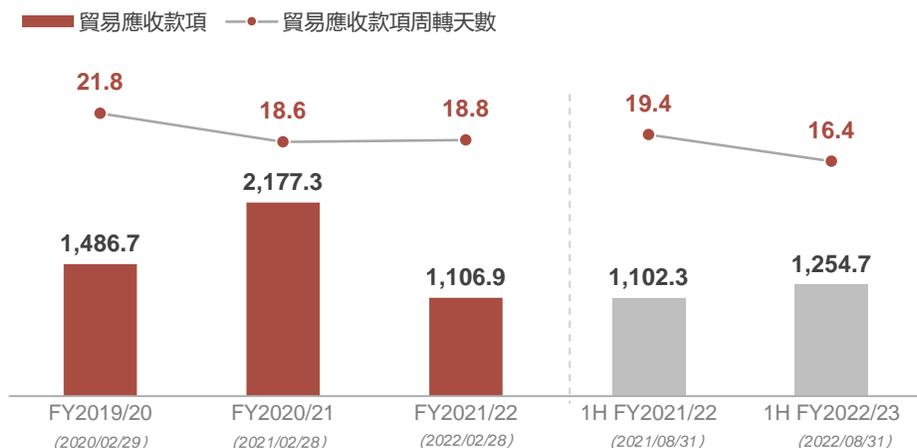
(3) 經調整經營利潤及經營利潤率，經調整淨利潤及淨利潤率

穩健的運營效率

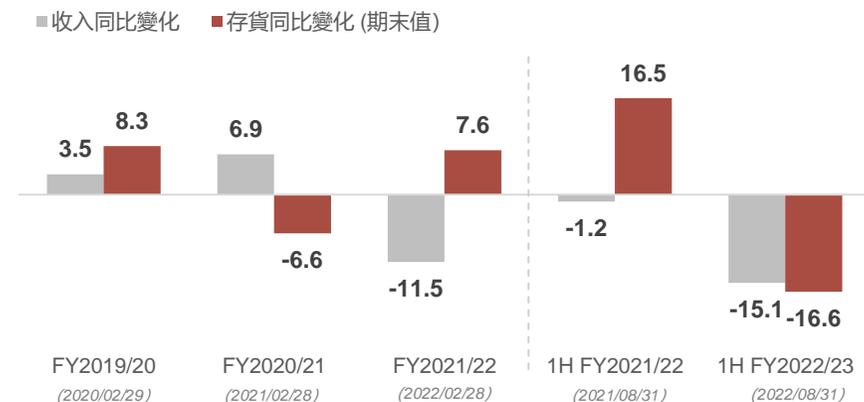
存貨及周轉天數 (百萬人民幣)



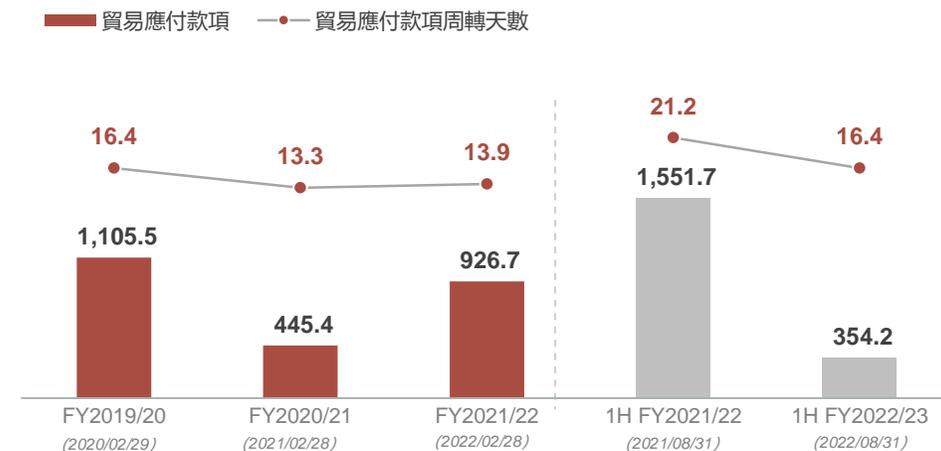
貿易應收款項及周轉天數 (百萬人民幣)



存貨與收入之變化比較 (%)



貿易應付款項及周轉天數 (百萬人民幣)

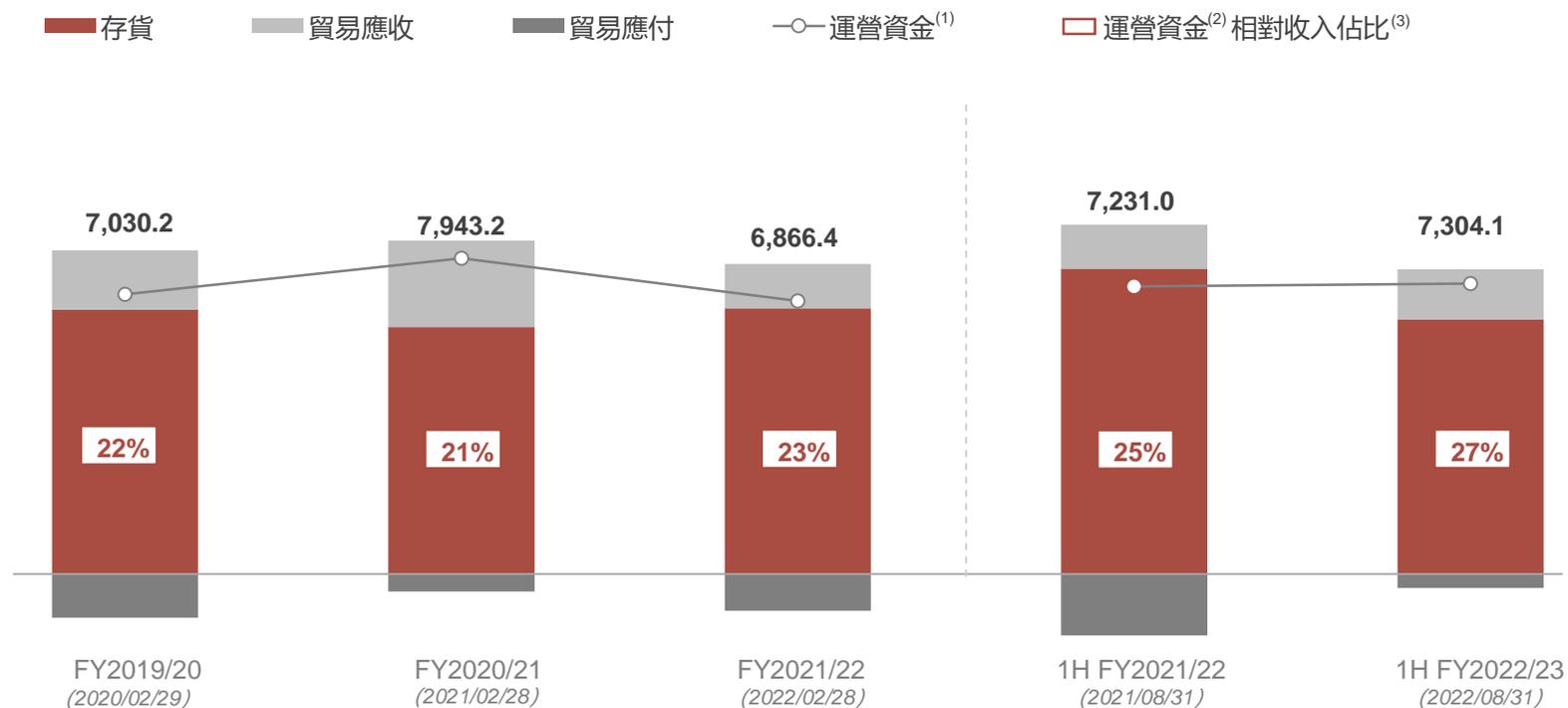


資料來源：公司中期和年度業績公告

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

縱使外部環境波動，保持穩健且高效的運營資金管理

運營資金效率 (百萬人民幣)



資料來源：公司中期和年度業績公告

註：公司的財政年度截至每個日曆年的2月末，上半年截至每個日曆年的8月31日

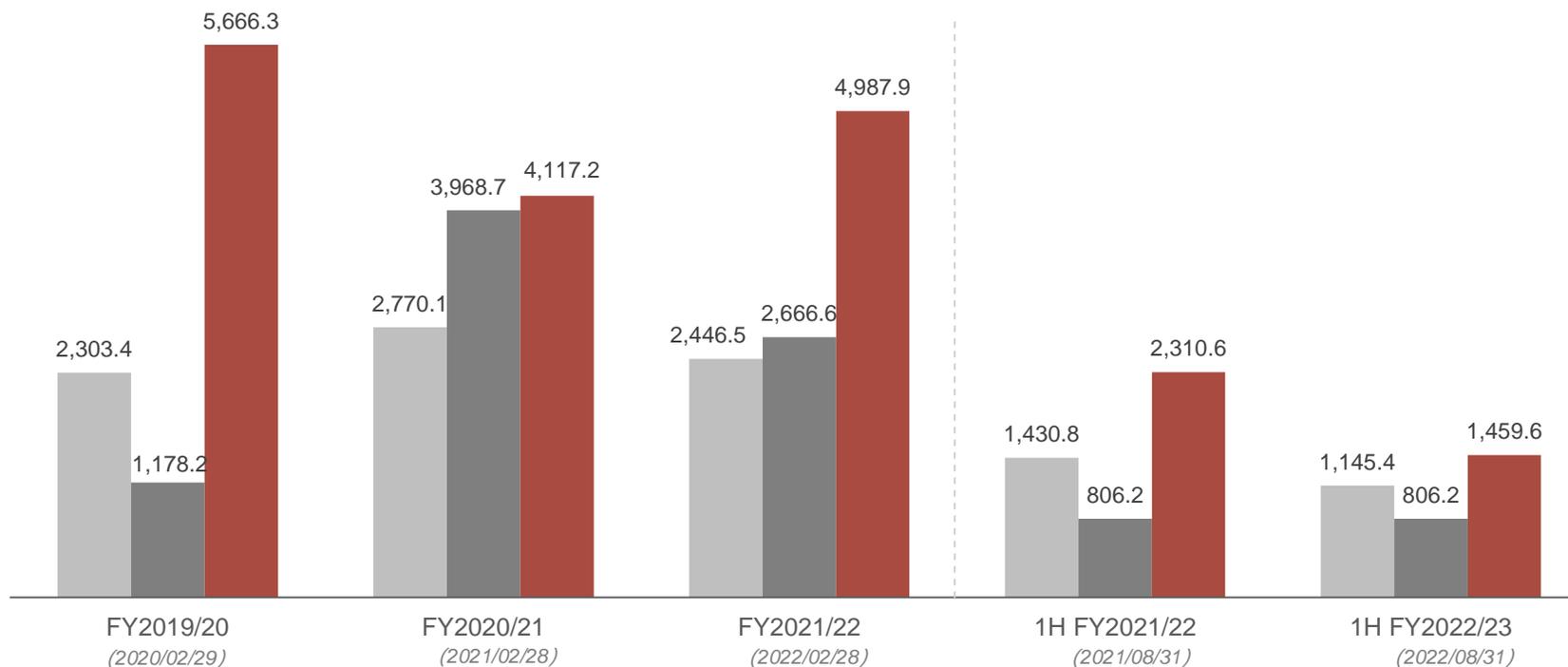
(1) 期末值

(2) 按照期初及期末平均值計算

(3) 半年度收入做年化處理

卓越經營帶來健康現金回流，持續創造股東價值

■ 淨利潤 ■ 總派息額 ■ 自由現金流⁽¹⁾
(百萬人民幣)



派息率

3年累計: **103.9%**

56.3%

70.4%

資料來源：公司中期和年度業績公告

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

(1) 自由現金流=經營業務所產生的現金淨額-資本開支

02

業務回顧

2022/23財年上半年業務聚焦：靈活切換、高效應對

01. 迭代自身全域運營能力

02. 尋求用戶規模和粘性的同步發展



03. 精益長期數字化能力

04. 持續圍繞消費者全旅程， 構建多樣化認知



人

角色與能力由傳統線下
快速切換至線上



貨

保持供需平衡
擴大全域化互通與流轉



場

線下加速門店網絡優化
線上豐富合作網絡佈局

» 01 迭代自身全域運營能力

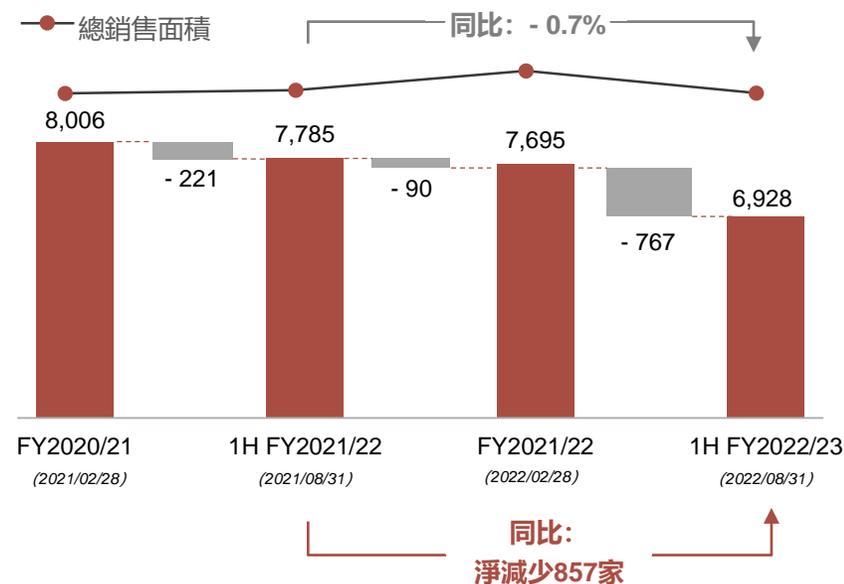
— 效率先行，加速“優選+優化”的直營門店結構升級

結合市場動態變化，加速渠道網絡的優化調整

- ✓ **長期佈局持續，保持蓄勢待發的敏捷性**
 聚焦高單產與強輻射能力的門店，單店面積穩步提升
- ✓ **加速低效店關閉**
 聚焦店效，關閉店對總銷售金額⁽¹⁾影響有限
 關店趨勢預計在財年下半年有所緩和
- ✓ **效率先行**
 緩和外部挑戰導致的經營費用率壓力
- ✓ **廣泛且深入的門店網絡**
 仍覆蓋1-7線的300+城市



財年上半年門店數和總銷售面積變化



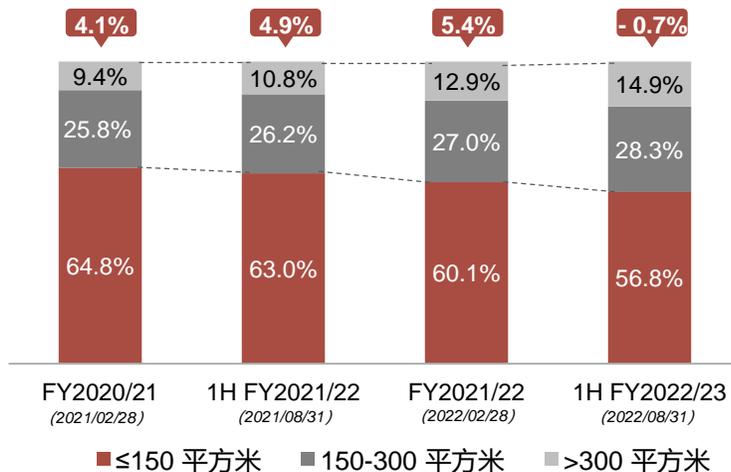
註：公司的財政年度截至每個日曆年的2月末，上半財年截至每個日曆年的8月31日
 (1) 包含但不限於增值稅

» 01 迭代自身全域運營能力

— 推動傳統門店業態升級， 大店佔比持續提升， 保持經營效率優勢

按門店面積細分（門店數量佔比）

■ 總銷售面積年同比增長



角色 轉型全域一體化體驗中心

- ✓ 創新互動體驗，跨場景觸達與互動
- ✓ 跨場景流量匯聚，具備全域運營與轉化優勢
- ✓ 單店沉澱更廣泛的觸達和運營能力



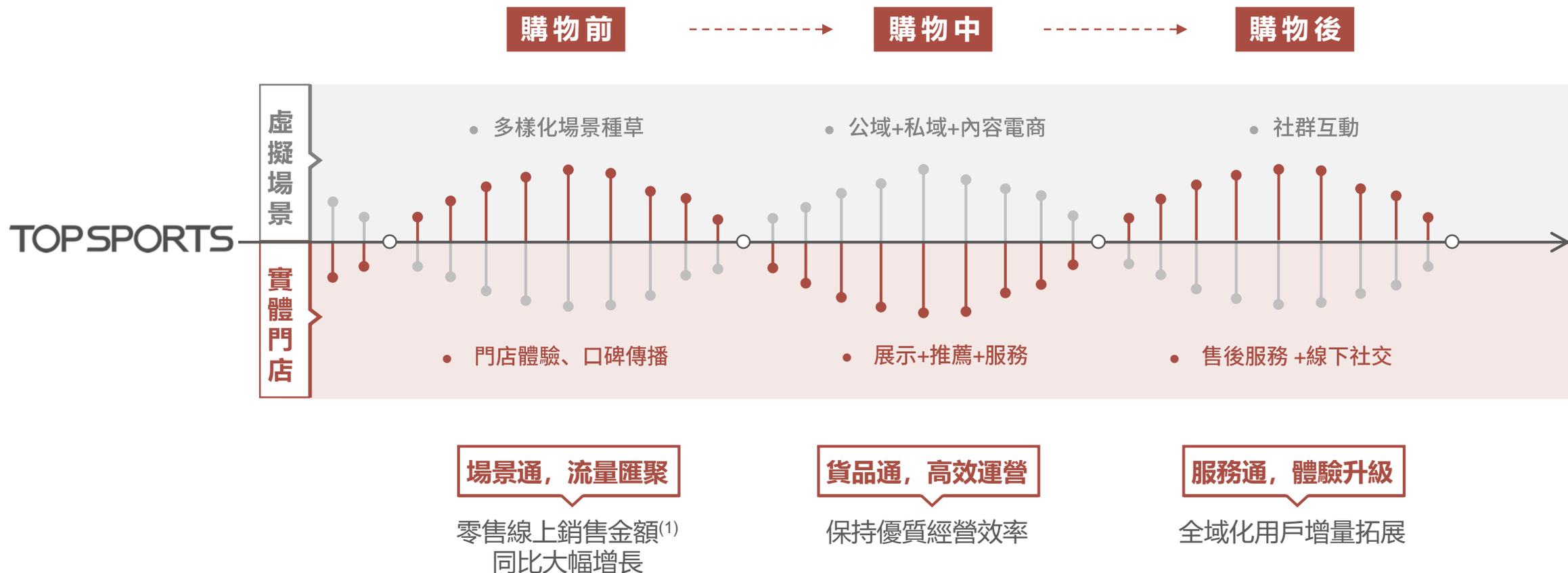
能力 高效運營的全鏈路覆蓋

- ✓ 全域化高效運營驅動更佳終端表現
- ✓ 效率優勢持續保持

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

》 01 迭代自身全域運營能力

— 疫情下更加靈活的全域互通互聯，快速精準地匹配消費者需求



(1) 包含但不限於增值稅

》 02 尋求用戶規模與粘性的同步發展

— 伴隨消費場景切換，優化用戶觸達與運營

✓ **傳統線下** ~7,000家直營門店⁽¹⁾

✓ **線上延展** ~ 5,000家門店企業微信號⁽¹⁾
3萬+個企業微信群⁽¹⁾
線上公域+私域工具
內容電商引流、異業合作

核心場景切換至全域化拓展

觸達

運營

迭代精細化運營能力，聚焦高價值用戶群體

✓ 基於用戶生命週期的階段特點細化運營

✓ 優化權益觸達鏈路，提升轉化效率

✓ 通過細化目標和優化流程賦能終端員工



(1) 資料截至2022年8月31日

》 02 尋求用戶規模與粘性的同步發展

— 伴隨消費場景切換，優化用戶觸達與運營

消費者觸達與互動規模持續擴大⁽¹⁾



累計註冊會員數
6,020萬 同比
+28%



累計社群好友數
~900萬 同比
接近翻倍

更加聚焦的精細化運營帶動全域用戶轉化

- 整體會員消費仍為門店銷售的主力貢獻

總會員貢獻佔比⁽²⁾ **93.6%**

老會員貢獻佔比⁽²⁾ **>70%**

- 高價值核心會員成為消費主力

高單位數
於總會員數目佔比⁽³⁾ **》 ~70%**
於總會員銷售貢獻佔比⁽³⁾

人均消費金額⁽³⁾為整體消費會員的**2倍**

- 線上私域轉化有助彌補線下客流受損

開通小程序門店的私域銷售貢獻其門店零售總額⁽⁴⁾佔比⁽³⁾ **20%-30%低段**

線上私域銷售貢獻整體銷售金額⁽⁴⁾佔比⁽³⁾ 同比 **翻倍**

(1) 資料截至2022年8月31日

(2) 資料截至2023年2月28日止財年第2季度

(3) 資料截至2023年2月28日止財年上半年

(4) 包含但不限於增值稅

» 03 精益長期數字化能力

— 打磨核心業務板塊的數字化能力升級，應對短期挑戰與培育長期能力



》》 04 持續圍繞消費者全旅程，構建多樣化認知



多元化內容創建與互動



- 構建多維度內容媒體矩陣，嘗試自有IP號孵化
- 半年總傳播量>1亿⁽¹⁾
- 公眾號總粉絲量>2,800萬⁽¹⁾

(1) 資料截至2022年8月31日

滔搏電競 - 賽事佳績匯聚流量，開啓商業化合作的深度探索



2022年4月 滔搏電競英雄聯盟分部
榮獲LPL春季賽亞軍

2022年8月 滔搏電競英雄聯盟分部
晉級2022全球總決賽

2022年9月 滔搏電競英雄聯盟分部
榮獲LPL夏季賽亞軍

TOP
SPORTS 微博總粉絲量
近600萬

03

問

答