

# 全運會拉動經濟增值

體育股多元發展 值得投資者關注

第十五屆全國運動會由廣東、香港、澳門三地首次聯合主辦，目前進行得如火如荼，每逢有大型運動賽事，普遍可推動全民運動熱潮，並可拉動「經濟增值」，而體育盛事亦有助吸引人潮，除了有利體育產品銷售，也能帶動相關產業（如旅遊、餐飲、住宿、周邊商品等）。其中，體育用品板塊多元發展策略，值得投資者多加關注。

## 政務司

陳國基日前表示，本港硬件

配套專業，粵港

澳三地聯手主辦全

運會，可以展現香港

具舉辦運動會的能力和經驗。特區政府亦有

意吸引大型盛事來港，預期2025年至2026年度有超

過20項「M品牌」活動，相信能吸引更多遊客。

他指出，未來會探討舉辦如東亞運等其他類型的大型運動賽事的可行性。現時香港已達國際水平，若日後能舉辦更多大型賽事，對香港的國際形象及地位具提升作用。此外，體育對推廣香港旅遊、經濟大有幫助。他以香港7人欖球賽為例，入場觀眾達11萬，期間銷售啤酒8.2萬公升，35萬份套餐，帶動九龍城食肆生意額增加15%，蘭桂坊生意增10%至15%。

他指出，未來會探討舉辦如東亞運等其他類型的大型運動賽事的可行性。現時香港已達國際水平，若日後能舉辦更多大型賽事，對香港的國際形象及地位具提升作用。此外，體育對推廣香港旅遊、經濟大有幫助。他以香港7人欖球賽為例，入場觀眾達11萬，期間銷售啤酒8.2萬公升，35萬份套餐，帶動九龍城食肆生意額增加15%，蘭桂坊生意增10%至15%。

除了全運會之外，2026年世界盃也進入倒數。香港股票分析師協會副主席郭思治表示，政策向好，大型體育賽事加持，一般有利中資體育股走勢，惟仍要視乎公司基本面，以及市場信心能否長期支持。現時體育用品股技術較低，仍有進一步增長空間。加上近期股市表現不錯，財富效應或能刺激消費，從而帶動體育品牌銷售。

## 體育賽事牽動購買意慾

光大證券國際證券策略師伍禮賢認為，大型體育賽事有利牽動消費者購買意慾。今屆全運會共有34個競賽項目，部分項目如田徑、球類比賽、游泳、單車等更是熱門項目或民眾易於參與的運動。每逢大型賽事舉行期間，不少觀眾或支持者會因應相關熱潮，從而選擇購入一些新的運動服飾或用品，刺激新的換購潮出現，利好體育用品板塊銷售。

事實上，內地體育用品品牌除了深耕運動相關範疇，同時積極採取多品牌戰略，通過收購其他市場的品牌或開拓副線，從而打造全球化發展。伍禮賢指出，多品牌戰略透過將產品覆蓋至不同消費層面，有利品牌從高端走到大眾市場，亦能滿足各類型消費者的多元需求，利好內地體育用品品牌的營業表現。例如李寧（2331）透過聯名設計、融入潮流、科技與環保理念，吸引年輕、高端、重視休閒或時尚化產品的消費者關注。

## 體育相關股份表現\*

股份	收市價	市盈率
裕元集團(0551)	15.60元	8.25倍
361度(1361)	6.06元	10.25倍
特步國際(1368)	5.93元	11.45倍
中國前沿科技(1661)	0.65元	-
安踏體育(2020)	82.10元	13.90倍
李寧(2331)	17.56元	14.12倍
寶勝國際(3813)	0.47元	4.65倍
中國動向(3818)	0.49元	12.89倍

\*註：以11月14日收市價計算

此外，個別品牌透過業務涵蓋運動、休閒、戶外、專業競技等不同範疇，推動旗下運動用品向專業化發展，使自身品牌線變得更為完整，提升市場佔有率，例如安踏體育（2020）。集團有關策略也有助分散單一品牌波動的風險，從而強化內地體育用品企業的品牌抗風險能力。

由於行業競爭愈趨激烈，企業或透過收購海外品牌進軍外地市場，有利自身迅速擴展國際業務版圖，提升品牌知名度與市場滲透率。伍禮賢稱，安踏過去數年在這領域取得不俗成績。此舉可借助既有品牌資源與渠道，共享研發、生產、供應鏈與管理資源，提升綜合效益。

## 內需板塊有條件追落後

iFast Global Markets 投資總監溫鋼城指，中央表明繼續刺激內需，由於估值相對便宜，有關板塊有條件追落後。其中，李寧及安踏受全運會舉行的氣氛帶動，表現好轉。相信內需股於11月表現較佳。

另外，瑞銀表示，內地體育板塊股價今年8月以來平均下跌約兩成，反映市場憂慮其銷售表現疲弱，疊加消費者對專業細分運動領域，以及垂直品牌偏好日漸增強。估算2025年至2027年戶外用品市場

規模的年複合增長率達16%，顯著高於整體運動服飾的5%。相信網球及高端跑步產品等品類擁有強大潛力。

該行看好安踏前景，預期公司垂直品牌盈利貢獻由2024年的9%，升至2027年的31%，維持其「買入」評級，目標價127元。

瑞銀亦將特步評級由「中性」上調至「買入」，目標價由6.4元升至7.6元，並將2025年至2027年淨利潤預測調高1%至9%，以反映公司旗下品牌Saucony及Merrell盈利貢獻，由2024年的5%提升至2027年的16%。

此外，野村表示，李寧在過去數季度線上渠道銷售動能較線下渠道好。第三季電商銷售錄高單位數按年增長，而包括零售及批發在內的線下渠道仍錄高單位數按年跌幅。另預期第四季仍要面對更多挑戰及不確定性。

野村指出，隨着2026年米蘭冬季奧運會即將來臨，李寧在第四季推出更多奧運主題相關產品。然而，未必可以即時扭轉銷售情況，反而帶來更多營銷開支，或削弱下半年毛利率表現。維持其「中性」評級，目標價由20.7元降至19.8元。在內地體育股中，該行更為偏好安踏。

