

361°

361 度國際有限公司

股份代號：1361





目錄

2	財務亮點
4	中期業績概覽
6	主席報告
12	管理層討論及分析
54	簡明綜合損益表
55	簡明綜合損益及其他全面收入表
56	簡明綜合財務狀況表
58	簡明綜合權益變動表
59	簡明綜合現金流量表
60	簡明綜合中期財務報表附註
76	企業管治及額外資料
81	股東資訊
82	公司資料



財務 亮點

收益由人民幣5,141.3百萬元增加至人民幣5,704.8百萬元

權益持有人應佔溢利由人民幣789.7百萬元增加至人民幣857.7百萬元

	截至六月三十日止六個月		
	二零二五年 (未經審核)	二零二四年 (未經審核)	變動
盈利能力數據(人民幣千元)			
收益	5,704,830	5,141,284	+11.0%
毛利	2,366,450	2,124,997	+11.4%
經營溢利	1,137,251	1,060,445	+7.2%
權益持有人應佔溢利	857,690	789,703	+8.6%
每股盈利			
— 基本(人民幣分)	41.5	38.2	+8.6%
盈利能力比率(%)			
毛利率	41.5	41.3	+0.2個百分點
經營溢利率	19.9	20.6	-0.7個百分點
權益持有人應佔溢利率	15.0	15.4	-0.4個百分點
實際所得稅率(附註1)	22.9	21.9	+1.0個百分點
股東權益回報(附註2)	8.8	8.6	+0.2個百分點
營運比率(佔收益百分比)(%)			
廣告及宣傳開支	10.1	10.5	-0.4個百分點
員工成本	6.7	6.2	+0.5個百分點
研究及開發開支(附註3)	2.8	2.8	無變動

附註：

- 期內，實際所得稅率以所得稅除以除稅前溢利計算。
- 期內，股東權益回報以權益持有人應佔溢利除以期初及期終平均本公司股東應佔權益計算。
- 年內比率預計將在3%到4%之間，此乃由於二零二五年下半年計劃增加研發活動所致。

財務 亮點

	於二零二五年 六月三十日 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 (經審核)	變動
資產及負債數據(人民幣千元)			
非流動資產	1,335,978	1,355,479	-1.4%
流動資產	12,793,009	12,058,073	+6.1%
流動負債	3,396,808	3,362,734	+1.0%
非流動負債	214,826	221,690	-3.1%
權益持有人應佔權益	10,048,761	9,375,242	+7.2%
非控股權益	468,592	453,886	+3.2%
流動性資源及營運資金數據			
經營活動現金淨流入(人民幣千元)	523,764	160,093	+227.2%
淨現金(人民幣千元)	4,300,660	4,001,721	+7.5%
流動資產比率	3.8	3.6	+0.2
負債比率(%) (附註4)	2.2	1.9	+0.3個百分點
每股資產淨值(人民幣元)(附註5)	5.1	4.8	+0.3個百分點
存貨周轉日數(日數)(附註6)	109	107	+2日
應收賬款及應收票據周轉日數(日數)(附註7)	146	149	-3日
應付賬款及應付票據周轉日數(日數)(附註8)	71	88	-17日

附註：

- (4) 負債比率乃根據本集團於期／年終的計息債項除以總資產計算。
- (5) 每股資產淨值乃根據淨資產除以期／年內股份加權平均數計算。
- (6) 存貨周轉日數以期初及期終平均存貨除以銷售成本，再乘以182日(截至二零二五年六月三十日止六個月)及366日(截至二零二四年十二月三十一日止年度)計算。
- (7) 應收賬款及應收票據周轉日數以期初及期終平均應收賬款及應收票據(扣除呆賬撥備)除以收益，再乘以182日(截至二零二五年六月三十日止六個月)及366日(截至二零二四年十二月三十一日止年度)計算。
- (8) 應付賬款及應付票據周轉日數以期初及期終平均應付賬款及應付票據除以銷售成本，再乘以182日(截至二零二五年六月三十日止六個月)及366日(截至二零二四年十二月三十一日止年度)計算。

中期業績概覽



收益增加
11.0%至

人民幣 **57.0** 億元



361°兒童業務收益增加
11.4%至

人民幣 **12.6** 億元



電子商務業務收益增加
45.0%至

人民幣 **18.2** 億元



權益持有人
應佔溢利增長 8.6%至

人民幣 **8.58** 億元



經營活動現金淨流入
增長 227%

人民幣 **5.24** 億元



每股普通股中期股息

20.4 港仙
派息比例 45.0%

期內所獲資本市場獎項



第八屆新財富
最佳IR港股公司
(H股)



第十六屆
中國上市公司投資者關係
天馬獎



二零二五年第十一屆香港投資者關係大獎
小型股組別「最佳投資者關係公司」、
「最佳投資者關係團隊」及
「最佳投資者關係專員」

西部地區

1,252家

361° 門店

522家

361° 兒童銷售網點

北部地區

2,592家

361° 門店

1,126家

361° 兒童銷售網點

南部地區

684家

361° 門店

342家

361° 兒童銷售網點

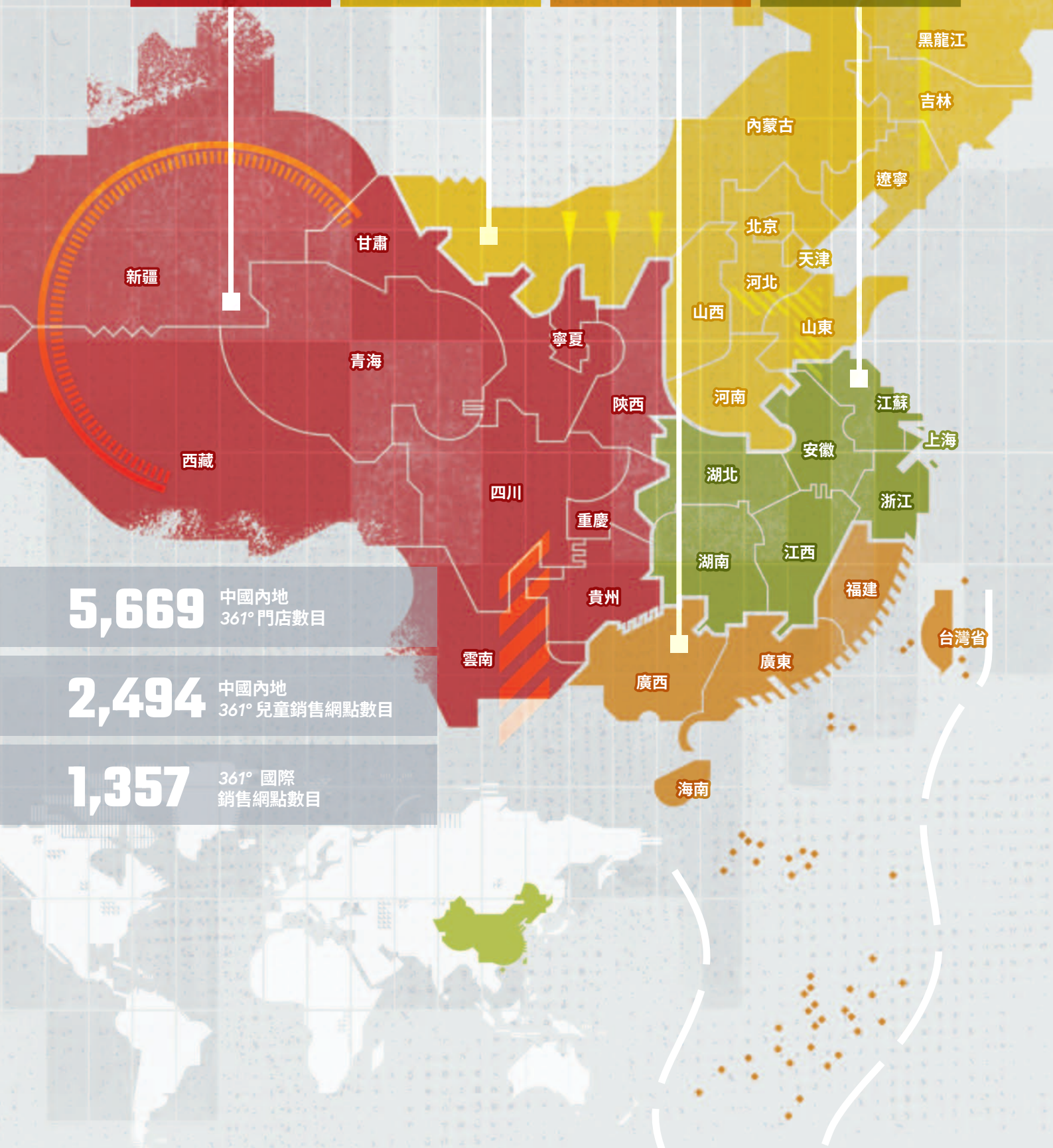
東部地區

1,141家

361° 門店

504家

361° 兒童銷售網點



5,669

中國內地
361° 門店數目

2,494

中國內地
361° 兒童銷售網點數目

1,357

361° 國際
銷售網點數目

主席報告

各位股東：

本人謹代表361°國際有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然呈報本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」或「361°集團」)截至二零二五年六月三十日止六個月(「回顧期內」)之中期業績。

二零二五年上半年，全球經濟分化走勢加劇，中國經濟呈現穩中有進態勢，高質量發展進程加快。政策引領下，國內消費市場轉型升級趨勢越發明顯，多元化、數字化及精細化需求加速釋放。體育用品消費作為消費市場重要增量領域，滲透率持續提升，場景更為多元，在激發內需潛力中扮演著越來越關鍵的角色。

於回顧期內，本集團實現收益達人民幣57億元，同比增長11.0%，權益持有人應佔盈利為人民幣858.0百萬元，同比增長8.6%。為感謝廣大股東對本集團的信任與支持，董事會已建議派發截至回顧期內之中期股息每股普通股20.4港仙(相當於人民幣18.7分，僅供說明用途)(「二零二五年中期股息」)，派息比率達到45.0%。

以專業運動為錨點，深築品牌護城河

361°集團始終秉持「多一度熱愛」的品牌精神，圍繞「專業化、年輕化、國際化」的品牌定位，為全球消費者提供高價值的大眾專業運動商品。我們密切洞察消費趨勢，持續投入多維度的品牌資源，著力於提升品牌的專業性形象與市場影響力，強化品牌的獨特性及競爭優勢。



主席報告



賽事贊助一直是本集團全球品牌戰略的重要組成部分，我們已連續五屆成為亞運會官方合作夥伴，並拓展擴大與世界級體育資源的協同合作，強化品牌的專業認知與文化共鳴。二零二五年上半年，本集團作為哈爾濱二零二五年第九屆亞洲冬季運動會（「亞冬會」）的官方合作夥伴，為火炬手、護跑手、志願者、技術官員及安保人員等打造專業官方運動服飾，實現了品牌在冰雪市場的高強度曝光與消費者精準觸達，進一步提升了品牌的知名度和影響力，鞏固了品牌在國際體育賽事中的地位。361°集團是首個同時作為亞運會和亞冬會官方合作夥伴的運動品牌，被授予「亞運會傑出貢獻獎」。二零二五年七月，我們非常榮幸地成為世界泳聯（「World Aquatics」）全球合作夥伴（二零二六年—二零二九年），攜手世界泳聯共同助力全球水上運動發展。這一合作將有助於持續提升361°品牌的全球影響力，拓展品牌出海更廣闊的空間。

本集團以「科技為本，品牌為先」的品牌策略為指引，在跑步與籃球兩大核心品類上推出兼具技術含量與實用價值的新產品，持續強化品牌在主力運動賽道的競爭壁壘。我們煥新升級的「速湃FLOAT2」及「速湃CQT2」，以及新推出的「飛燃4X4」「飛颯FUTURE2」「DVD3」「BIG3 6.0」及「千行1.0」等產品，收穫了廣大運動愛好者的認可。此外，我們還佈局好健身、滑板、瑜伽、網球、羽毛球、騎行及輕戶外等新興運動領域，推動產品矩陣多元拓展，更好地響應不同運動強度和場景下的專業化需求，以提升我們的綜合實力。我們持續完善升級自有賽事建設，在「三號賽道」「觸地即燃」「女子健身局」及「板上見」等高參與度活動的基礎上，新增「一拍即合」羽球城市賽等，擴大品牌在大眾運動領域的觸達廣度。代言人體系方面，我們圍繞理念契合與競

主席報告

技實力，構建了國際化、專業化及多領域的代言人矩陣，通過代言人的體育精神與穿著表現，傳遞品牌的專業性與核心價值，賦予產品強大的市場號召力。二零二五年二月，我們為全球品牌代言人尼古拉·約基奇打造的首款簽名鞋「JOKER1 GT」在美職籃全明星賽亮相，提升了品牌的國際知名度及曝光度。我們還成功舉辦了二零二五年七月尼古拉·約基奇首次以代言人身份進行的「中國行」以及二零二五年八月斯賓瑟·丁威迪「中國行」等系列活動，強化了品牌與籃球運動的深度綁定，進一步提升品牌的親和力與專業形象。



在消費需求日益多元的背景下，本集團以長期視角推進市場細分戰略，拓寬品牌服務半徑與人群覆蓋。女性運動市場作為近年來增長勢能顯著的關鍵賽道，我們高度重視其背後的发展潛力，並基於對女性消費者消費偏好的深度洞察，打造了361°「甜典」女子網球系列產品。該系列產品實現了我們在細分領域上的有效突破，邁出了品牌拓展女性運動市場的新步伐，也有望成為我們未來推動品類協同與客群結構優化的重要方向。

於回顧期內，本集團形成了以運動科學築基、材料科技創新及產品矩陣拓展為支撐的多品類及多層次的產品生態，力求給予消費者極致專業性及高質價比的產品體驗。截至二零二五年六月三十日，我們已取得870項專利，為產品迭代升級與差異化提供堅實支撐。在此基礎上，集團還擁有國家級高新技術企業、國家級工業設計中心、國家級知識產權優勢企業、「科創中國」博士創新站及中國輕工業運動鞋服人因工效工程技術研究中心等稱號，這些榮譽均是對本集團在技術創新、標準建設等方面多年努力成果的肯定。

主席報告

品類延展疊加場景滲透，深化兒童運動領域影響力

兒童與青少年的體育事業關乎下一代的健康成長，在國家人口質量提升與體育強國建設中佔據重要地位。伴隨國家生育支持政策及補貼政策的再升級，以及家庭育兒消費觀念的演變，兒童及青少年運動產業長期增長機遇持續顯現。運動童裝不僅是兒童運動裝備的重要組成部分，更在引導健康生活方式、塑造品牌認同中發揮積極作用，具備高增長潛力與差異化發展空間。

361°兒童一直是促進361°集團穩健增長的核心引擎之一，體現著集團在未來消費結構中深耕長期潛力人群的前瞻部署。集團以「熱愛吧，少年！」為品牌宣言，以「青少年運動專家」為品牌定位，拓展兼具專業功能性、健康科技性及童趣時尚性的產品體系，致力於滿足兒童及青少年各類運動裝備需求。我們不斷強化品牌識別度與價值共鳴，已於運動童裝領域建立先發優勢，也為品牌差異化建設與未來增長空間擴展打下堅實基礎。

通過持續推進資源協同與能力建設，361°兒童已成為中國跳繩國家隊官方合作夥伴、北京國安少訓合作夥伴，並擁有籃球名宿呂曉明、世界女子跳繩大師杜婷婷等權威運動員擔任的專業教練及推薦官團隊。於回顧期內，依託現有的專業資源佈局，361°兒童在重點區域高效推動賽事組織與品牌活動落地，成功開展「第四屆全國跳繩大賽」及「觸地即燃，少年賽」等賽事，以更精準的消費群體鏈接激發終端活力。與主品牌策略一致，361°兒童以科技驅動產品力提升，創新推出FLASH科技、足弓自適應系統科技及攻速科技等創新科技，面向更多細分運動場景推出「漂移」「飛戈」及「閃躍」等多層級尖貨產品，為品牌成長開闢更具想像力的發展通道。



主席報告

在渠道建設層面，361°兒童在保持穩健拓展節奏的同時，緊貼新一代家長群體的審美偏好與育兒理念變化，推進終端空間形象及貨品陳列等方面的差異化佈局，全面提升品牌在終端的表達力與吸引力。目前361°兒童銷售網點數量達到2,494個，門店網點已實現五代店及四代店等的立體覆蓋，充分釋放渠道價值，助力集團在兒童運動領域保持高質量增長。

創新拓展渠道體系，全域觸點驅動增長

本集團高度重視渠道體系的戰略價值，堅持以消費者為核心，通過線上線下融合、零售模式創新、新零售助推及全球市場拓展等舉措，全面推動渠道體系向集品牌傳播、高效獲客與用戶深度運營於一體的綜合平台轉型，借此提升市場佔有率與零售效率，為全球業務穩健拓展和長期價值沉澱提供堅實支撐。

面對持續演進的數字零售格局，本集團堅定推進電商渠道升級，電商業務已成為我們鏈接消費者、傳遞品牌理念與推動業績增長的重要動力。我們通過線上專供品策略強化線上差異化體驗，積極響應市場多元需求，提升消費群體觸達效率。同時，我們高度聚焦品牌表達的統一性及用戶心智的差異化定位，圍繞重要營銷節點有序部署IP合作、尖貨鋪排及內容傳播，持續拓寬品牌影響半徑。於回顧期內，我們實現了零售流水與品牌勢能的同步提升，全渠道業務增長動能強勁。尤其在「618」等電商購物節期間，本集團憑藉提前佈局及精準營銷策略，全渠道銷售取得了理想成績。



主席報告

在線下渠道方面，集團則加速創新零售業態的佈局，以期提升整體銷售網絡的競爭力。361°超品店以一體化、全品類消費體驗強化了品牌的差異化優勢，此新興渠道業態已在全國範圍內實現了快速複製。截至二零二五年六月三十日，已累計落成49家超品店，成為強化品牌形象與深化用戶關係的又一載體。另一方面，我們加速推進國際化佈局，依託跨境電商平台拓展海外市場，並通過本土化的品牌傳播策略，深化文化共鳴與品牌認同。目前，公司在美洲、歐洲及「一帶一路」沿線市場擁有1,357個線下銷售網點，並於馬來西亞吉隆坡成功開設了海外直營店，為未來規模化增長與資源統籌積蓄力量。

堅守長期價值，多舉措推動企業與社會共贏

我們深知，企業的長遠發展離不開社會的繁榮與環境的可持續改善，因此我們一直以來始終將可持續發展理念深度融入企業戰略與日常經營管理，積極履行社會責任，努力實現經濟效益、社會效益與環境效益的協調統一。

集團將可持續發展作為企業長期價值創造的重要支點，在運動科技與可持續材料應用方面積極探索、務實落地，以實踐為行業的綠色轉型助力。於回顧期內，我們加大在綠色生產領域的投入與技術攻堅力度，推動綠色科技與產品研究與開發（「研發」）深度融合，為消費者提供兼具功能性與可持續特質的產品矩陣，同時贊助與組織各類體育賽事，響應全民健身國家戰略，支持體育人才培養及運動文化普及，面向未來構築長遠競爭力。

與此同時，我們主動承擔社會責任，聚焦慈善公益及應急救援等領域，實施資源投入與行動落地。二零二五年一月，在突發災害面前，我們第一時間調配資源，捐贈物資支援西藏地震災區，切實踐行民族品牌的責任擔當。我們也將環境、社會及管治（「ESG」）管理體系納入公司治理框架，定期發佈ESG報告，推動環境績效、社會價值與公司治理能力的協同提升，為本集團的可持續成長構築堅實保障。

展望

本人謹此代表董事會，向長期以來信任與支持361°集團發展的廣大股東和社會各界致以衷心感謝，誠摯致敬全體敬業奉獻的工作人員，同時也由衷感謝客戶及合作夥伴一路以來的攜手同行。展望二零二五年下半年，征途漫漫，初心不改。我們將繼續深化「專業化、年輕化、國際化」的品牌定位，與全體同仁攜手並進，拓展更具活力與韌性的生意生態，為體育事業的高質量發展注入更多動能，在全球舞台上實現更多突破與價值積累。

主席

丁輝煌

中國香港特別行政區，二零二五年八月十二日

管理層 討論及分析

行業回顧

二零二五年上半年，全球經濟深度分化，增長動能偏弱，不穩定性與不確定性加劇。中國經濟在保持平穩的同時，加速結構優化，釋放內生增長潛力。據中國國家統計局（「國統局」）數據顯示，二零二五年上半年中國國內生產總值（「GDP」）達到人民幣660,536億元，同比增長5.3%。中國經濟發展質量穩步提升，在多變的全球格局中彰顯韌性與活力。

在全球復蘇動能趨弱、外需承壓的大勢下，國內消費作為穩定增長主引擎，延續保持韌性。全國多個地方政府積極出台政策措施提振消費，促進國內消費環境持續改善。國統局數據顯示，二零二五年上半年全國社會消費品零售總額錄得人民幣245,458億元，同比增長5.0%，整體增速回升；其中，在線消費穩步增長，全國實物商品網上零售額達到人民幣61,191億元，同比增長6.0%，佔社會消費品零售總額的比重達到24.9%。政策層面積極推動供給側優化與場景創新，國內消費市場加速結構調整與轉型升級，產業供給質效與適配性持續提升，整體呈現多元化、數字化及精細化的發展趨勢。體育消費作為消費新增量的熱點領域，展現出高滲透率和豐富形態，成為拉動內需的重要力量之一。

二零二五年是《「十四五」體育發展規劃》的收官之年，國家密集發布了多項系統性措施，全面強化政策的牽引力。其中，中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發的《提振消費專項

行動方案》提出，要深化線上線下、商旅文體健多業態消費融合，創新多元化消費場景，支持各地增加優質運動項目和特色體育賽事供給，優化體育賽事審批流程，推動冰雪消費，鼓勵各地因時因地豐富冰雪場地和消費產品供給；中國人民銀行等四部門聯合印發的《關於金融支持體育產業高質量發展的指導意見》則明確指出，要強化體育基礎設施建設金融保障，支持體育場館、體育服務綜合體、冰雪運動場地及高質量戶外運動目的地等體育基礎設施建設和運營，加大體育用品製造業、體育服務業等領域金融供給力度，發揮金融促進體育消費增長功能，支持金融賦能職業體育、冰雪經濟發展，提升體育賽事金融服務質效。

二零二五年四月，全國體育產業工作會議（「會議」）定調高質量發展，探索如何聚焦冰雪經濟、賽事經濟、戶外經濟及體育用品的轉型升級，全面提振體育消費。會議提出二零二五年體育產業工作將圍繞四大方向攻堅行動，推動體育產業高質量發展、滿足人民群眾日益增長的健身需求、服務經濟社會發展大局的必然要求。綜合來看，政策體系的日益健全及推進落地，為國內體育產業發展提供了堅實支撐，激發了更多行業創新潛力。

管理層 討論及分析

科技創新正持續激發體育用品行業新動能，推動行業向專業化與多元化方向深入發展。科技賦能在體育鞋服領域表現尤為活躍，體育品牌紛紛在產品設計中融合更多高科技元素，推動多維度創新，以更好地回應消費者的多重期待。在科技創新驅動之下，行業渠道端也在加速演進，線下門店、電商平台、社交媒體與社區場景相互滲透，催生出更多新業態和新模式。此外，隨著年輕一代消費群體的崛起，文化內容與消費者身份的共振開始成為市場新錨點，為行業高質量發展打開更大的想像力空間。

另一方面，體育賽事的帶動效應強勁，直接激發體育市場活力。各類國際性、區域性及群眾性賽事持續展開，亞冬會、「村超」及「村BA」等多種賽事形態共同構成多層次賽事生態，豐富了體育產業的內容體系，為行業注入源源不斷的創新動能。其中，第九屆哈爾濱亞冬會作為開年重磅國際賽事，點燃了大眾對冰雪運動的熱情，帶動國內冰雪消費升溫。此外，徒步、登山及飛盤等新興運動繼續蓬勃發展，逐漸從小眾愛好走向大眾生活，在推動體育用品產業鏈條延伸的同時，也完善了全民健身參與方式與體育消費場景表達，為體育消費帶來新的增長點。



管理層 討論及分析



國內運動童裝市場則持續釋放活力，與教育、健康及文化等領域深度融合。二零二五年上半年，國家生育支持政策再升級，多地政府明確提出推動「真金白銀」促生育的實際舉措，將在中長期增強家庭對兒童成長相關領域的消費意願。細化到運動童裝領域，政策層面對校園體育資源投入的不斷加碼，運動能力被系統納入素質教育核心指標，均奠定了兒童及青少年體育需求的長期基礎。隨著家庭結構轉型與教育理念迭代，年輕一代家長群體在育兒消費決策中扮演的角色越來越重要，他們更強調科學育兒、個性化及全面發展，選擇兒童及青少年運動裝備時更為關注產品的綜合性能，包括專業性、安全性、舒適性及環保性等多重因素。在此背景下，對家長教育理念的理解與服務能力成為市場競爭的新焦點。長遠來看，運動童裝行業正逐步成為連接體育與教育的重要紐帶，兒童及青少年體育消費潛力和社會價值仍具有廣闊釋放空間。

面對體育用品行業結構優化與價值重構的關鍵窗口期，本集團將持續以科技作為驅動企業向上的最大動能，持續拓展產品的功能邊界，增強品牌文化的表達力，力求回應全球消費者的多元需求。本集團將始終以熱愛為本、以責任為念，通過科技研發、賽事參與及國際合作，更大範圍地傳遞「多一度熱愛」的品牌精神，為全球體育事業貢獻長期價值。

管理層 討論及分析



業務回顧

361° 品牌及定位

361°集團是中國一家領先的擁有垂直一體化產業鏈的綜合性體育用品公司。361°品牌自二零零三年成立以來，一直秉持「多一度熱愛」的品牌精神，致力於成為全球令人尊敬的體育運動品牌。集團繼續堅持「專業化、年輕化、國際化」的品牌定位，依托「科技為本，品牌為先」的發展策略，持續為消費者提供高質價比的大眾專業運動產品。同時，在滿足核心客戶需求基礎上，集團突破消費者圈層，擴大品牌影響力，促進業務發展。

361°品牌主攻大眾運動市場，專注提供跑步、籃球及運動生活等品類的專業及高質價比產品，滿足成人消費者對專業運動及運動生活的需求。

361°兒童品牌是獨立經營之業務部門，延續361°品牌「多一度熱愛」的精神，以「熱愛吧，少年！」為品牌宣言，定位於「青少年運動專家」，聚焦兒童及青少年運動市場。

高效及靈活的業務模式

361°主要從事品牌管理、研發、設計、生產及分銷。本集團策略性地採用分銷業務模式，由一級分銷商於各自專屬地區，獨家分銷361°品牌旗下產品。經本集團零售渠道管理部門批准，分銷商可選擇自行開設門店，也可選擇將361°品牌旗下產品分銷予授權零售商。由此，本集團可集中資源於品牌管理及產品研發等關鍵領域，同時通過與有實力的分銷商及授權零售商的穩定合作，高效地將產品推向市場。

本集團建立了完善的分銷商管理系統，確保每個終端環節都能準確傳達品牌理念、產品功能及設計理念。本集團每年與其獨家分銷商續約，主要條款包括但不限於地域獨家權、產品獨家權、付款細則、訂貨需求及門店管理等。本集團透過全年多個培訓項目確保分銷商及授權零售商能夠掌握最新科技屬性及產品的相關知識，從而協助消費者作出明智且合適的購買選擇。此外，本集團確保於全國樹立統一的門店形象，規範產品陳列及店內宣傳，確保於不同時段內開展有效的營銷活動，使得全國範圍內的銷售網點均保持標準化和統一的高品質。

管理層 討論及分析

本集團系統化的訂貨管理模式可高效確保供貨流暢、存貨透明及價格體系穩定。本集團每年舉辦四次訂貨會，以展示新季產品，所有分銷商及授權零售商均獲邀出席。授權零售商的訂單將由其相關一級分銷商匯總後統一向本集團下達。本集團會審閱訂單並提供建議，以提高產品挑選的合理性，保證零售端存貨水平健康和零售折扣穩定，支持分銷商及授權零售商的可持續發展，實現共贏。訂貨會一般在相關新品上市前六個月舉辦，以確保訂單有足夠時間生產及交付予分銷商，並有效提升集團銷售收入的確定性。於回顧期內，本集團共舉辦兩次361°品牌產品訂貨會，包括二零二五年冬季新品訂貨會及二零二六年春季新品訂貨會。兩次訂貨會的訂單均取得穩健增長，其增長主要來自於訂單量的帶動。



361°核心品牌於中國之零售網絡

於二零二五年六月三十日，本集團共有5,669間361°品牌門店；單店平均面積達156平方米，同二零二四年十二月三十一日相比，淨增加7平方米。按區域劃分，約76.0%的門店位於中國三線及三線以下城市，而5.3%及18.7%的門店分別位於中國一線及二線城市。本集團鼓勵分銷商及授權零售商繼續開設更大規模店面及升級至最新形象店，以及增加在商場、百貨及購物中心的新門店數量。二零二五年上半年，集團門店渠道結構持續優化，門店平均面積及平均店效持續穩定提升，終端的零售流水表現持續強勁。

本集團持續堅持以消費者為核心，捕捉消費新偏好及新趨勢，為消費者提供最卓越的購物體驗。截至二零二五年六月三十日，361°超品店數量累計落成49家，其中4家為專門的兒童超品店。超品店作為零售新業態，依托「千平空間、全場景品類覆蓋、一站式自助購齊」的獨特模式，成功構建差異化優勢，為消費者營造寬敞舒適的購物環境。店內商品佈局充分考慮全品類與多場景需求，將跑步、籃球、綜訓及運動生活等各類專業運動裝備進行系統整合，實現真正的「一站式」高效購物。同時，店內採用自助式購物模式，進一步提升消費體驗的便捷性與自主性。門店在開業及日常運營中還積極推出了折扣、滿贈及滿額抽獎等多重活動，並以開業爆款尖貨產品迅速聚集人氣，有效拉動開業銷售與複購。借助「飛颺」「飛燃」等爆款及專供款如注碳訓練跑鞋「千行1.0」，通過「產品發售 — 賽事體驗 — 零售場景」創新聯動，集團將新品發售轉化為消費者深度體驗與門店流量，進一步鞏固了其在高質價比全民運動裝備領域的地位。

管理層 討論及分析



按區域劃分的361°核心品牌授權零售門店載列表如下：

	截至二零二五年六月三十日		截至二零二四年十二月三十一日	
	361°授權 門店數目	佔361°授權 門店總數%	361°授權 門店數目	佔361°授權 門店總數%
東部 ⁽¹⁾	1,141	20.1	1,124	19.5
南部 ⁽²⁾	684	12.1	664	11.5
西部 ⁽³⁾	1,252	22.1	1,294	22.5
北部 ⁽⁴⁾	2,592	45.7	2,668	46.5
總數	5,669	100.0	5,750	100.0

附註：

- (1) 東部包括江蘇、浙江、湖北、安徽、湖南、上海及江西。
- (2) 南部包括廣東、福建、廣西及海南。
- (3) 西部包括四川、雲南、貴州、陝西、新疆、甘肅、重慶、青海、寧夏及西藏。
- (4) 北部包括山東、北京、遼寧、黑龍江、河北、河南、山西、吉林、天津及內蒙古。

管理層 討論及分析

品牌宣傳及市場推廣

361°品牌資源矩陣以專業運動為基礎，逐步擴容，已形成由大型體育賽事、專業運動隊、精英運動員及代言人共同組成的豐富矩陣。在現有結構基礎上，集團以全球化戰略眼光規劃和配置品牌資源。

361°憑藉其對體育行業發展與賦能的堅定承諾，自二零一零年廣州亞運會起，經仁川、雅加達，至杭州，每一屆亞運會都留下了361°的身影，二零二六年361°將繼續以合作夥伴身份支持愛知·名古屋亞運會。二零二五年二月，361°與亞冬會首次結緣，既是對亞洲頂級賽事支持的延續，也向市場傳遞361°「多一度熱愛」的體育精神，激發更多人對冰雪運動的熱愛，支持亞洲乃至世界冰雪運動的發展。361°連續16年成為亞奧理事會官方合作夥伴，是首個同時作為亞運會和亞冬會官方合作夥伴的運動品牌，被授予「亞運會傑出貢獻獎」。同時，361°與世界泳聯簽署新合作，正式成為二零二六年—二零二九年世界泳聯全球合作夥伴，標誌著雙方將攜手邁向新的階段，對於深化水上運動的推廣、激發更多人參與以及在全球範圍內拓展賽事與文化影響力，都具有積極和深遠的戰略意義。361°將借助此次合作，探索與更多發展可能，拓展品牌出海新空間。

除贊助大型體育賽事外，本集團也精準把握消費趨勢進行市場推廣。跑步方面，積極構建覆蓋全國的跑團聯盟，專業競速產品實現有力增長。於回顧期內，361°贊助支持了青島馬拉松、衝浪城馬拉松等國內外專業馬拉松賽事，以優秀的產品和專業的賽事服務持續推動路跑事業發展，助力眾多跑者

在奔跑之路逐夢前行。未來，361°將持續匯聚熱愛，助力各類中國及國際體育賽事的發展。

賽事過程中，361°眾多高性能專業馬拉松競速跑鞋成為全場焦點，助力眾多跑者賽道衝刺。在二零二五年四月的青島馬拉松中，「飛颺FUTURE2」「飛燃4」等專業競速矩陣產品助力精英跑者刷新賽會紀錄，361°精英跑者Pius Karanja KIMANI奪得男子全程冠軍，跑步代言人王佳浩斬獲中國籍男子全程冠軍。透過跑者在馬拉松賽事上的精彩發揮，大大加強品牌在跑步領域的專業化形象。

「三號賽道10KM競速系列賽」是361°品牌以專業競速為核心的自有賽事。作為361°針對精英跑者速度追求而設的高水平賽事，近年來「三號賽道10KM競速系列賽」在跑圈的影響力日益增強，已成為國內最具知名度的品牌賽事之一。

二零二五年上半年，4場「三號賽道10KM競速系列賽」落地深圳、武漢及濟南等本集團核心生意城市，為參賽選手帶來沉浸式的路跑體驗。二零二五年賽季賽制全面升級，展現了品牌在跑步領域的專業佈局和持續投入，提升了品牌的專業形象。與此同時，增設女子精英組和配備專業配速員，體現品牌對不同跑者群體的關注和服務意識，增強了品牌的包容性和親和力。361°以陪伴者和鼓勵者的角色，為跑者提供優質產品及全方位提升跑步體驗。

管理層 討論及分析



籃球方面，361°聚焦代言人資源深耕品牌，加速品牌全球化進程。於回顧期內，361°聯手品牌代言人、國際籃球巨星斯賓瑟·丁威迪推出第三代簽名鞋「DVD3」。二零二五年二月，361°全球品牌代言人尼古拉·約基奇作為西部全明星首發登場，連續七次入選全明星並五次當選首發，他穿著的361°「JOKER1 GT」全明星配色首次正式公開亮相。後續361°將繼續圍繞代言人資源特點，量身打造專屬簽名鞋，以及服裝、配件等產品線。361°「禪7」「AG5 SOAR」籃球鞋伴隨品牌代言人阿隆·戈登在美職籃聯賽季後賽中，兩次於絕境之中拯救球隊，堪稱為「季後賽絕殺之王」引發熱議。361°與代言人攜手共創，專業化形象深入人心。

與此同時，本集團還成功打造品牌自有籃球賽事「觸地即燃」，激勵廣大球員和球隊，提升在籃球界的影響力。二零二五賽季共設「觸地即燃」全國賽、海外賽、大區賽及區域賽四大系列賽。於回顧期內，「觸地即燃」足跡行至武漢、莆田及成都等核心城市，不僅匯聚各地草根籃球高手，更為廣大籃球愛好者們提供一展身手的上場機會。

管理層 討論及分析



通過佈局海外市場實現「觸地即燃」賽事全球化，361°品牌進一步提升國際影響力。二零二五年五月，361°「觸地即燃」出海日本，由鐘顯超、唐日輝領銜的「觸地即燃」聯隊展示來自中國草根的精氣神，成功打進本屆賽事八強，創造中國草根在本項賽事的最佳成績。與此同時，二零二五賽季「觸地即燃」也延續少年組賽事，為懷揣籃球夢想的青少年選手們提供展示才華的平台，並在地域上擴展辦賽城市範圍，積極向地級市邁進，夯實中國草根籃球賽事第一梯隊。

運動潮流方面，361°洞察行業趨勢及消費者需求變化，全速拓圈，開拓新興運動賽道，加強與新生代人群鏈接。二零二五年三月，361°品牌代言人敖瑞鵬現身臨沂、石家莊門店，開展「好鵬友出來曬」主題活動，通過粉色主題場景、趣味互動遊戲、粉絲共創環節以及限量周邊禮品，吸引年輕消費者參與。活動中亮相「輕野」系列防曬新品，敖瑞鵬身著採用「冰沁科技」防曬面料的輕戶外冰皮防曬衣與粉絲交流。二零二五年五月，「板上見」城市巡滑首站於廣州啓幕，全運會冠軍高群翔以品牌滑板運動大使身份現身，美國滑手「米米冒險」受邀參與，中外滑手開展PK。二零二五年六月，361°在廣東東莞舉辦首場「一拍即合」羽球城市賽并圓滿收官，成功發佈全新羽毛球系列產品。361°羽毛球運動推廣大使、世青賽冠軍林貴埔親臨現場助陣。

管理層 討論及分析

女子訓練產品方面，於回顧期內，361°發起「韌個新朋友」三八節線下活動，品牌代言人、藝術體操亞洲冠軍張豆豆作為瑜伽課導師，帶領女性體驗瑜伽運動，開啟女性運動社交新模式。同時，品牌持續以科技賦能女子產品研發，打造「新肌」系列瑜伽服、「新動」系列訓練裝備。二零二五年四月，女子網球系列產品「甜典」首發，展現了品牌在女子運動領域的多元化佈局。

將品牌傳播與消費者喜好進一步結合，以專業揉合潮流，集團以IP聯名系列產品，實現針對年輕群體的圈層突破。361°積極與熱門IP合作，拓展年輕圈層影響力。通過創新IP跨界合作，推出小劉鴨、小豬佩奇及海綿寶寶等IP聯名產品，贏得了消費者尤其是年輕群體的喜愛。在IP跨界合作的方式上，361°不斷嘗試創新性拓展，將品牌、IP擁有人與設計師多方攜手，為產品設計注入更多創造性和可能性。



管理層 討論及分析

下表載列於近年／未來年度所有本集團贊助的運動賽事：

贊助時期	舉行地點	賽事	參與身份
2022–2025	中國	鄭開馬拉松	全球金牌合作夥伴
2023–2025	美國	衝浪城馬拉松	主要贊助商
	法國	巴黎之星10公里賽跑	贊助商
	德國	柏林馬拉松	參展商
2023–2026	西班牙	馬略卡島帕爾馬馬拉松	主要贊助商
2024–2025	中國	福州馬拉松	頂級戰略合作夥伴
	美國	OC馬拉松	官方鞋類贊助商
2024–2026	中國	青島馬拉松	榮耀贊助商
2025	英國	黑爾10公里賽跑	贊助商
	日本	東京馬拉松	參展商
	意大利	米蘭馬拉松	參展商
	德國	柏林半程馬拉松	參展商
	中國	哈爾濱亞洲冬季運動會	官方合作夥伴
2026	日本	愛知·名古屋亞運會	官方合作夥伴

下表載列於回顧期內所有本集團合作的組織機構：

組織機構名稱	
亞洲奧林匹克理事會	官方合作夥伴
世界游泳聯合會	官方體育服飾供應商

下表載列於回顧期內所有本集團贊助的運動隊伍：

運動隊伍名稱	
中國國家空手道隊	中國國家手球隊
中國空手道協會	柬埔寨代表團
吉爾吉斯斯坦代表團	蒙古代表團
塔吉克斯坦代表團	土庫曼斯坦代表團
廣東省游泳隊	天津市游泳隊
山東鐵人三項隊	河北省體育局游泳跳水運動中心
齊齊哈爾體育局	黑龍江冰球隊(哈爾濱工業大學冰球隊、飛鶴少年冰球隊)
北京木樨園體育技術學校	北京市先農壇體育運動技術學校

管理層 討論及分析

以下人士於回顧期內已經或曾經擔任本集團之代言人：

體育運動員

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
馮丹	跑步	2025 鹽城馬拉松女子組第一名
		2025 青島馬拉松女子半程第一名
		2025 大連馬拉松國內女子半程第二名
		2025 北京密雲馬拉松國內女子半程第一名
		2024 營口鮫魚圈馬拉松國內女子組第一名
		2024 咸豐森林馬拉松女子半程第一名
		2024 四川遂寧馬拉松女子半程國內第一名
		2024 北京海澱馬拉松女子組第二名
		2024 常州西太湖半程馬拉松國內女子組第一名
		2024 廣安馬拉松國內女子半程第一名
		2024 黃石半程馬拉松國內女子組第一名
		2024 福州馬拉松國內女子組第二名
		2024 重慶合川半程馬拉松女子組第一名
		2024 秦皇島馬拉松女子組第三名



管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
管油勝	跑步	2025 東京馬拉松男子組中國籍第三名
		2025 吉林馬拉松國內男子組第一名
		2025 長春馬拉松國內男子組第一名
		2024 蘭州馬拉松國內男子組第二名
		2024 年陝西咸陽半程馬拉松男子組第二名
		2024 東營馬拉松國內男子組第一名
		2024 興義萬峰林馬拉松半程男子組第一名
		2024 日本琵琶湖馬拉松男子組第一名
		2024 南京半程馬拉松國內男子組第一名
		2024 岳陽馬拉松男子組第二名
		2024 蘇州馬拉松男子組第一名
		2024 秦皇島馬拉松男子組第一名
		2024 遵義烏江寨超級長跑男子組第三名
		2023 保定馬拉松國內男子組第一名
		2023 青島馬拉松國內男子組第一名
		2023 淮安馬拉松國內男子組第一名
		2023 宿遷馬拉松國內男子組第一名
李波	跑步	2024 西昌馬拉松國內男子組第一名
		2024 莆田馬拉松男子組第一名
		2024 福州馬拉松國際男子組第三名，國內男子組第二名
		2024 曲靖羅平花海馬拉松男子組第三名
		2024 合川釣魚城半程馬拉松男子組第一名
		2024 彬州半程馬拉松國內男子組第一名
		2024 高平馬拉松半程男子組第一名
		2023 南昌馬拉松國內男子組第一名
		2023 成都馬拉松國內男子組第二名
		2023 哈爾濱馬拉松國內男子組第一名
		2023 寶雞馬拉松男子組第一名
		2023 重慶馬拉松國內男子組第二名
		2023 永川馬拉松男子半程第一名

管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
李子成	跑步	2025 南京浦口馬拉松男子組第二名
		2025 啟東馬拉松男子半程第一名
		2025 青島馬拉松國內男子組第三名
		2025 寶清馬拉松男子組第一名
		2024 福州馬拉松國內男子組第一名
		2024 煙台馬拉松男子組第一名
		2024 泰山國際登山節青年男子組第一名
		2024 天津武清半程馬拉松國內男子組第一名
		2024 煙台星空半程馬拉松男子組第一名
		2024 孝感馬拉松男子組第一名
		2024 仙游馬拉松男子組第一名
		2024 福州馬拉松國際男子組第二名，國內男子組第一名
		2024 廈門馬拉松國內男子組第四名
		2024 金雞湖半程馬拉松國內男子組第一名
		2024 寧海半程馬拉松國內男子組第一名
		2024 重慶馬拉松國內男子組第二名
		2024 長島環島馬拉松男子組第一名
		2023 煙台馬拉松男子組第一名
		2023 徐圩馬拉松男子組第一名
		2023 長興馬拉松國內男子組第一名
馬亮武	跑步	2024 波士頓馬拉松年齡組第一
王佳浩	跑步	2025 南京浦口馬拉松男子組第一名
		2025 石家莊馬拉松國內男子組第一名
		2025 楊凌馬拉松男子組第一名
		2025 青島馬拉松國內男子組第一名
		2025 吉林馬拉松國內男子組第二名
		2025 密雲馬拉松國內男子組第一名

管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
姚玉舟	跑步	2025 上海女子半程馬拉松第三名
		2025 石家莊馬拉松國內女子第三名
		2025 青島馬拉松國內女子第三名
		2025 吉林馬拉松國內女子第三名
		2024 中國山馬越野系列賽(重慶黔江站) 女子42公里個人賽第三名
		2024 哈爾濱馬拉松國內女子組第一名
		2024 大餘馬拉松越野賽女子半程第三名
		2024 成都馬拉松國內女子組第一名
		2024 高淳馬拉松國內女子組第一名
		2024 合肥馬拉松女子半程第一名
		2024 福州馬拉松女子半程第二名
張水華	跑步	2025 南京浦口馬拉松女子組第三名
		2025 寧海馬拉松女子組第三名
		2025 奉化馬拉松女子組第三名
		2025 宿遷馬拉松女子組第二名
		2025 保定馬拉松女子組第三名
		2025 寶清馬拉松女子組第一名
		2024 莆田馬拉松女子組第一名
		2024 瀋陽馬拉松國內女子組第三名
		2024 南泥灣半程馬拉松女子組第二名
		2024 天津馬拉松國內女子組第二名
		2024 北京海澱馬拉松國內女子組第四名
		2024 天目湖馬拉松國內女子組第一名
		2024 仙游馬拉松女子組第一名
		2024 舟山群島馬拉松國內女子組第一名
		2024 蘇州太湖馬拉松國內女子組第二名
		2024 中國馬拉松精英排名賽第三名
		2024 武夷山馬拉松女子組第一名
		2024 鄭開馬拉松國內女子組第一名
		2024 象山馬拉松女子組第三名
		2024 秦皇島馬拉松女子組第二名
		2023 蘇州太湖馬拉松國內女子組第一名
		2023 成都馬拉松國內女子組第一名
		2023 徐州馬拉松國內女子組第二名
		2023 南昌馬拉松半程女子組第二名
		2023 舟山群島馬拉松國內女子組第一名

管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
		2023紹興馬拉松國內女子組第三名 2023晉江馬拉松國內女子組第二名 2023福州馬拉松半程女子組第二名 2023汕頭馬拉松國內女子組第二名 2023深圳寶安馬拉松半程國內女子組第二名
阿隆·戈登 (Aaron GORDON)	籃球	國際籃球巨星 2022–2023 賽季美職籃總冠軍球員
肯塔維奧斯·卡德維爾·波普 (Kentavious CALDWELL POPE)	籃球	國際籃球巨星 2019–2020、2022–2023 賽季美職籃總冠軍球員
李緣	籃球	2023 女籃亞洲杯冠軍 杭州第19屆亞運會女子籃球冠軍
尼古拉·約基奇 (Nikola JOKIĆ)	籃球	國際籃球巨星 2022–2023 賽季美職籃總冠軍球員、FMVP 2020–2021、2021–2022、2023–2024 賽季常規賽 MVP
斯賓瑟·丁威迪 (Spencer DINWIDDIE)	籃球	國際籃球巨星 2017–2018 賽季美職籃全明星技巧挑戰賽冠軍



管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
蔣文文、蔣婷婷	花樣游泳	花游世界冠軍
孫楊	游泳	2025 全國游泳冠軍賽男子 400 米自由泳季軍
		2024 全國夏季游泳錦標賽 400 米自由泳冠軍
		2018 雅加達亞運會男子 200 米自由泳冠軍
		2018 雅加達亞運會男子 400 米自由泳冠軍
		2018 雅加達亞運會男子 800 米自由泳冠軍
		2018 雅加達亞運會男子 1,500 米自由泳冠軍
		2016 里約奧運會男子 200 米自由泳冠軍
		2015 喀山游泳世錦賽男子 400 米自由泳冠軍
		2015 喀山游泳世錦賽男子 800 米自由泳冠軍
		2013 巴塞羅那游泳世錦賽男子 1,500 米自由泳冠軍
		2012 倫敦奧運會男子 400 米自由泳冠軍
		2012 倫敦奧運會男子 1,500 米自由泳冠軍
		2011 上海游泳世錦賽男子 800 米自由泳冠軍
		2011 打破男子 1,500 米自由泳世界紀錄
張豆豆	體操	2013 世界藝術體操錦標賽團體全能第六名
高群翔	滑板	第十四屆全運會滑板男子街式賽冠軍
熊敦瀚	水球	第 19 屆杭州亞運會女子水球冠軍
Alice MINETTI	跑步	跑步精英運動員
Ben CLARIDGE	跑步	2025 百慕大一英里公路賽冠軍
		2024 領獎台節 1 公里計時賽第二名
JEBET Ruth	跑步	2024 鄭開馬拉松女子組第一名
		2023 梅爾辛馬拉松女子組第一名
Kassie Derseh KINDIE	跑步	2024 年柏林馬拉松男子組第十名
		2023 首爾馬拉松男子組第七名
		2023 瓦倫西亞馬拉松男子組第十二名
SISAY Meseret Gola	跑步	2025 年北京密雲馬拉松女子組第二名
		2024 年柏林馬拉松女子組第十名
		2024 鹿特丹馬拉松女子組第七名
Dan DIXON	鐵人三項	鐵人三項精英運動員
Niklas LUDWIG	鐵人三項	2025 Triathlon DE 冠軍
		2023 格蘭卡納里亞挑戰賽業餘總冠軍
		2023 地區聯賽首勝，巴伐利亞錦標賽副冠軍（精英）

管理層 討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
Thomas CREMERS	鐵人三項	2025 世界中距離兩項全能錦標賽第八名 2024 歐洲阿爾斯多夫中距離兩項錦標賽第五名 2024 歐洲奧運會兩項冠軍第十六名 2024 NED 短跑兩項全國錦標賽第一名 2024 斯蒂文斯勒半程馬拉松第二名
James MEDINA	籃球	2025 冰島聯賽最有價值球員 (MVP)

藝人

敖瑞鵬	不適用	中國著名演員
-----	-----	--------



管理層 討論及分析

361°兒童業務

於回顧期內，361°兒童業務錄得收益人民幣1,260.8百萬元，佔本集團總收益約為22.1%，同比增長11.4%。

361°兒童延續主品牌專業運動基因，以「熱愛吧，少年！」為品牌宣言，定位於「青少年運動專家」，產品覆蓋跑步、籃球、足球、跳繩、羽毛球、戶外及校園生活等專業領域，致力於滿足兒童及青少年多元化的運動裝備需求。361°兒童多年來堅守運動童裝高地，在國內運動童裝領域保持先發優勢，目前已發展成為集團穩健的增長動力之一。



在家長對孩子運動健康的關注度提升、教育政策對體育運動的重視度加強等多重因素作用下，童裝市場中持續拓展增長空間。361°拓寬校園體考項目產品線，結合兒童及青少年運動需求，在跑步、籃球、足球及跳繩等專業領域基礎上，拓展並推出羽毛球品類產品。集團注重產品矩陣式發展，推出能夠滿足不同運動需求的產品，兒童防曬衣系列產品升級構建了基礎、專業、高階三個層級，並實現功能及設計雙提升。集團洞察青少年運動市場潛力，拓寬產品線覆蓋至16歲人群，推出更加符合青少年運動特性及外觀設計的產品，同時向上拓寬產品尺碼段，適應更多青少年消費者的需求。技術應用上，361°兒童持續研發適用於兒童及青少年的專屬產品科技體系，賦能專業運動產品性能升級。創新推出FLASH科技、足弓自適應系統科技、攻速科技等創新科技，以科技賦能產品實力提升。同時，361°兒童品牌尖貨頻出，提升品牌力及市場認可度。借助361°全球品牌代言人約基奇資源，集團推出「漂移」系列籃球鞋，為專門針對青少年比賽及訓練研發的實戰突破利器。針對體測體考項目研發，集團推出「飛戈」「飛速」系列競速跑鞋、校園體訓鞋，主打緩震回彈、彈射起步，滿足校園多場景運動。集團推出「閃躍」競速跳繩鞋，產品為國家隊速跳旗艦鞋同款，反饋迅速、快速過繩，為跳繩運動提供極速性能。

管理層 討論及分析

截至二零二五年六月三十日，本集團共有2,494個銷售網點提供361°兒童產品其中281個銷售網點位於361°核心品牌店內，同時銷售361°品牌及361°兒童產品。兒童單店平均面積達117平方米，較二零二四年底增加5平方米。按區域劃分，約67.5%位於中國三線及三線以下城市，而6.8%及25.7%的銷售網點分別位於中國一線及二線城市。二零二五年以來，361°兒童渠道形象持續煥新，渠道結構不斷優化，為未來業

務長期快速發展奠定了終端基礎。集團敏銳捕捉最新消費趨勢，在終端空間形象及貨品陳列等方面實現差異化佈局，終端門店形象上實現五代店及四代店等立體覆蓋，未來還將繼續推出更加豐富的新型終端業態。截至二零二五年六月三十日，361°兒童的第四代形象店已增加至2,046家，佔比為82.0%；361°兒童的第五代形象店已增加至222家，佔比為8.9%。

按區域劃分的361°兒童授權銷售網點數目（包括在361°核心品牌授權零售店內經營的網點）載列如下：

	截至二零二五年六月三十日		截至二零二四年十二月三十一日	
	361°兒童 授權銷售網點	佔361°兒童 授權銷售網點	361°兒童 授權銷售網點	佔361°兒童 授權銷售網點
	數目	總數%	數目	總數%
東部 ⁽¹⁾	504	20.2	503	19.7
南部 ⁽²⁾	342	13.7	358	14.1
西部 ⁽³⁾	522	20.9	533	20.9
北部 ⁽⁴⁾	1,126	45.2	1,154	45.3
總數	2,494	100.0	2,548	100.0

附註：

(1) 東部包括江蘇、浙江、湖北、安徽、湖南、上海及江西。

(2) 南部包括廣東、福建、廣西及海南。

(3) 西部包括四川、雲南、貴州、陝西、新疆、甘肅、重慶、青海、寧夏及西藏。

(4) 北部包括山東、北京、遼寧、黑龍江、河北、河南、山西、吉林、天津及內蒙古。

管理層 討論及分析

361°兒童合作資源：

贊助時期	合作方	參與身份
2019–2027	北京國安少訓	合作夥伴
2022–2025	中國跳繩國家隊	官方合作夥伴
2023–2026	呂曉明	361°品牌代言人
2024–2026	杜婷婷	361°及361°KIDS跳繩產品推薦官
2025–2026	安小雨	361°KIDS首席產品推薦官

於回顧期內，361°兒童品牌共舉辦兩次訂貨會，即二零二五年冬季新品訂貨會及二零二六年春季新品訂貨會。兩次訂貨會的訂單均取得穩健增長，其增長主要來自於訂單量的帶動。

品牌資源與終端的聯動方面，作為中國跳繩國家隊官方合作夥伴及北京國安少訓合作夥伴，361°兒童不僅擁有籃球名宿呂曉明作為361°少年籃球總教練，還邀請中國首個世界女子跳繩大師、亞洲跳繩大師杜婷婷擔任361°及361°兒童跳繩產品推薦官，頂流跳繩達人安小雨擔任361° KIDS首席產品推薦官。同時，通過打造多元化的品牌活動連接更多熱愛運動的兒童及青少年，使強勢的專業資源布局為終端零售不斷注入增長動能。於回顧期內，361°兒童開展「第四屆全國跳繩大賽」，吸引了國內外知名跳繩達人、跳繩國家隊隊員同場競技，擴大了賽事參與度及品牌影響力。



與此同時，361°兒童「觸地即燃·少年賽」開啟獨立賽事單元，分銷商積極複製辦賽模式，並借助社交媒體對賽事及產品進行廣泛傳播，成功加強了品牌與消費者之間的粘性。361°兒童還聯合中超頂級俱樂部北京國安，舉辦國內青少年標桿性足球賽事「青少年3V3足球冠軍聯賽」，賽事陸續登陸熱點生意城市。作為國內最早進入青少年足球領域的運動品牌，361°兒童持續助力中國足球青訓事業的發展。

管理層 討論及分析

361°國際業務

於回顧期內，本集團在海外市場的銷售網點數量為1,357個；覆蓋美洲、歐洲及「一帶一路」沿線地區。361°國際業務錄得收益人民幣87.6百萬元，佔本集團總收益的1.5%，同比增長19.7%。

自二零一五年以來，本集團積極持續佈局國際市場，提升品牌的國際知名度。目前，361°產品在海外市場的美譽度逐步穩定提升。集團借助跨境電商平台積極拓展海外業務，以東南亞市場為例，與Shopee、Lazada等平台合作，制定有效運營策略，並根據不同國家消費者偏好調整營銷方式，成功打開當地市場，提升了品牌在海外電商市場的知名度與影響力。二零二五年一月，361°在馬來西亞吉隆坡Aeon Bukit Tinggi購物中心開設海外首家直營店，運營情況良好，這標誌著品牌在東南亞市場的重要擴展。展望未來，本集團將更加注重海外市場的穩健發展，積極鞏固美洲、歐洲及「一帶一路」沿線地區的市場基礎，並拓展有巨大增長潛力的市場，進一步提升361°在海外市場的影響力。

電子商務業務

於回顧期內，集團電子商務業務的線上專賣產品錄得收益達到人民幣1,816.9百萬元，佔本集團總收益的31.8%，同比增長45.0%。

電子商務業務肩負多重使命，既是品牌產品銷售的重要渠道，也是打造品牌形象的重要平台。361°電商業務近年來增長勢頭強勁，通過線上專供品、線上線下融合等策略，取得出色的零售表現，目前已成為集團業務增長的重要動力之一。集團注重通過電商渠道及時響應消費熱點、匹配需求痛點，為消費者提供「高顏值、高科技、高價值」產品。

電子商務業務主要採取直營模式，是品牌、產品及消費者直接深度互動的重要渠道，能激發線上零售渠道建設和線上品牌形象推廣的雙重效能，深入挖掘並迅速響應消費者需求，提供具有吸引力的產品故事；同時堅持線上線下貨品差異化，發揮線上專供品優勢，為消費者帶來差異化體驗。

此外，集團持續提升產品設計及品質，在科技、材料及設計上加大投入，豐富產品款式，滿足各類型消費者需求，促進線上線下渠道互補與賦能。電商注重核心盈利渠道及運營能力提升，通過聚焦站內外眾多優質平台加強目標人群滲透率、提升內容原創能力，通過擴大品牌影響力及粉絲參與度、打造垂直社群營銷以培養種子用戶等方式，多維度提升營銷推廣效果。

管理層 討論及分析

本集團主要通過天貓淘寶、京東及唯品會等中國知名電子商務平台，同時充分利用各類新興電商平台，發揮各類站外引流工具的作用，實現品牌與產品的有效推廣。

於回顧期內，361°通過創新IP跨界合作，推出小劉鴨、小豬佩奇、海綿寶寶等IP聯名產品，贏得了消費者尤其是年輕群體的喜愛。此外，集團還積極把握熱門電商節日，在大促關鍵時間節點力推尖貨爆品，賦能線上零售。二零二五年「618」第一波預售及搶先購期間，361°聚焦跑步、籃球等品類，推出尖貨產品，如「JOKER1 GT」「飆速BB」及「BIG3 6.0PRO」等籃球鞋，「飛颯FUTURE2」「飛燃」及「飆速」系列跑鞋等，通過多渠道傳播，產出深度內容觸達消費者。電商專供品也堅持以科技賦能產品創新升級為方向，「速湃FLOAT2」及「速湃CQT2」完成煥新升級，為跑步愛好者帶來卓越性能體驗與頂級緩震腳感。面對複雜多變的市場環境，電商業務依舊保持增長態勢。二零二五年第一季度，361°電子商務全渠道流水同比增長達35%–40%，二零二五年第二季度全渠道流水同比增長20%，展現出增長韌性和市場競爭力。



生產

於回顧期內，本集團在自產及原始設備製造商（「OEMs」）之間，就優化成本、生產時間及保護知識產權達致平衡所設定的生產政策並無變動。鞋類方面，本集團通過其位於中國福建省晉江市江頭及五裏的兩家工廠生產本集團約33.0%鞋類產品，其餘部分外包給多間優質代工廠。江頭工廠設有13條生產線，年產能約1,100萬雙鞋類產品。五裏工業綜合園區

管理層 討論及分析

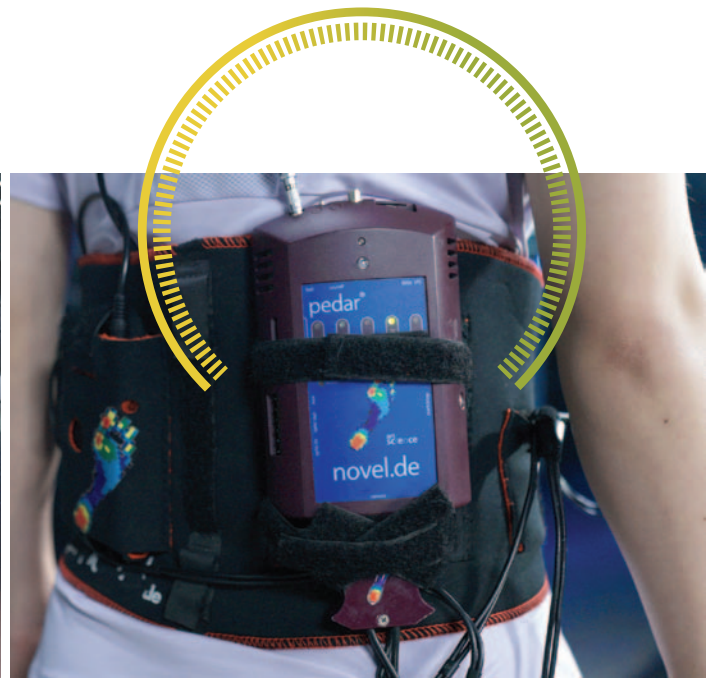
設有11條生產線，年產能約1,100萬雙鞋類產品。服裝方面，本集團五裏工業綜合園區能滿足生產約19.0%的需求，其餘部分則外包予代工廠生產。

本集團致力於供應鏈體系升級，不斷提升產品快速反應能力，有效管控生產成本，為集團整體業務發展提供支持。此外，本集團積極鼓勵核心供應商擴大產能，優化產能佈局。此舉不僅有效幫助和引導供應鏈企業夥伴發展壯大，還能有效應對能源、招工、原材料成本及突發事件等帶來的影響，進而為本集團提供更為優質和穩定的生產服務。本集團與供應鏈合作企業協同發展，形成了長期共贏的穩固戰略合作關係。

研發

於回顧期內，本集團的研發開支佔本集團總收益的2.8%。本集團秉承「以專業運動為本」的理念，持續加大在跑步及籃球等專業運動領域的投入，推動產品與技術服務實現不斷升級。

其中，本集團位於福建省晉江市五裏工業綜合園區的研創中心，擁有先進的研發能力及科研設備。集團擁有國家級高新技術企業、國家級工業設計中心、國家級知識產權優勢企業、「科創中國」博士創新站及中國輕工業運動鞋服人因工效工程技術研究中心等稱號。研創中心可支持智能化運動裝備、結構類運動裝備、功能性運動裝備及功能材料研發等多類型研創實驗。



管理層 討論及分析

361°以科技作為驅動企業持續向上的最大動能，在產品錘煉上追求極致專業性及高質價比。通過材料科技創新、產品矩陣拓展及運動科學支撐，不斷推陳出新，持續追求更卓越的產品表現。二零二五年一月，「速湃」產品上新，推出緩震跑鞋361°「速湃FLOAT II」及「速湃CQT II」；同期，「飆速」系列多款新作強勢登場，「飆速4PRO」「飆速3.5PRO」及「飆速

TEAM2.0」完成產品升級。二零二五年二月上市的「飛燃4x4」戶外跑鞋，搭載蝶翼碳板與RPU大底，助力跑者的戶外挑戰。「赤焰5」迭代升級，加強了運動功能性，更適合初跑者較長距離慢跑運動以及通勤步行穿著。二零二五年三月，體測速訓跑鞋「疾風ET」上市，中底部分採用了先進的EXTREME LITE超臨界科技大底，提供輕質舒適的軟彈性；尼龍板助推體考體測，提升跑步效率；內部框架定點增強了對腳部的包裹性和穩定性；採用全新的輕質紋綜材料，提升清涼透氣性能。二零二五年四月，專業競速跑鞋「飛飆FUTURE2」上新，科技全面升級，更契合跑者提速需求。注破訓練跑鞋「千行1.0」於同期在全國正式發售，以高質價比和專業性能服務大眾跑者；專為密集訓練需求打造的堆量訓練跑鞋「疾風Q彈超6代」煥新上市。二零二五年五月，推出「慢跑三劍客」產品，「赤焰MAX」「爆沫5」及「半時跑2」分別主打穩定、緩震、輕彈，為跑步愛好者帶來多樣選擇。二零二五年六月，推出泰坦家族跑鞋，「泰坦III MAX」「泰坦III CQT」及「泰坦III LITE」分別定位頂級穩定支撐、穩定緩震、輕盈穩定。



管理層 討論及分析

籃球品類方面，斯賓瑟·丁威迪第三代簽名鞋「DVD3」於二零二五年一月正式上市，該款產品採用跑車靈感設計並融入CQT碳臨界科技，實現產品性能的卓越突破。二零二五年二月，361°推出尼古拉·約基奇簽名低幫後衛鞋「JOKER1 GT」，該產品使用全掌CQT科技，利用超臨界粗胚方式打造，材料輕質且緩衝優異，升級運動體驗；超纖鞋面融入賽馬和切爾西靴元素；嵌入QUIKDONE碳板，提升支撐性及抗扭性，帶來更穩定的比賽體驗；外底採用RPU材質，輕質、抓地力、耐用性同步升級。二零二五年三月，全新「BIG3 6.0」憑藉穩定的性能和創新設計，迅速贏得業內關注。二零二五年四月，阿隆·戈登禪系列「禪7」上市，大底配置首次升級為全掌超臨界中底，結合阿龍·戈登正代SOAR SYSTEM理念打造卓越腳感；鞋面使用大面積超纖結合網紗梭織結構，保障質感和功能需求。在高強度的對抗中提供更輕、更快及更強大的支撐保護。二零二五年六月，「狂飆2」上市，作為專為球場「小快靈」人群打造的極致靈巧的後衛鞋，採用全新耐磨橡膠配方，極致輕盈腳感，帶來極致場地感表現。

羽毛球品類方面，二零二五年四月，361°上線首款專業羽毛球鞋「制勝PRO」，該產品採用雙層材料，上層超臨界發泡材質，下層EVA中底材質，確保舒適腳感與支撐性；絞綜工程鞋面全方位增強包裹，提升運動表現。

女子訓練產品方面，二零二五年四月，361°推出「新肌5.0」系列，包含運動內衣、褲裝等產品。其中，「新肌BRA5.0」採用彈力雙肩帶，分散肩帶壓力，解放肩胛骨，假兩件拼接設計，訓練和日常搭配均可。「新肌褲5.0」採用防曬科技與型束科技，高彈柔軟，手感滑爽細膩的同時還具有合格的包裹性；緊身版型，前側打造別致V型，收腹細腰；內部線使用膨松線，零摩擦，提升舒適度。同期，推出361°女子運動「甜典」網球系列，該系列涵蓋經典POLO網球背心、百褶短裙、連衣裙、運動套裝等，針對性解決高溫運動散熱、多場景穿搭等，將時尚語言和功能性融合於產品中，更好地適配消費者對網球運動產品的高品質需求。

管理層 討論及分析



此外，鑒於消費者對旅游和戶外運動熱情升溫，集團持續加大戶外賽道產品研發力度。產品方面，二零二五年五月，361°推出「釋能」騎行系列產品，包含圓領短T恤、運動短褲及運動長褲等產品，該系列由專業、訓練及日常三種類型產品組成，滿足消費者多元運動需求。同期上線的361°「小冰皮2.0」系列產品，版型上包含A型、H型，包容多樣身材；搭載三大科技：光屏科技，採用遮熱紗技術，遮熱率 $\geq 30\%$ ；防曬科技，防曬指數達UPF100+，有效隔絕紫外線；冰沁科技，為皮膚提供持續涼感。該系列寬鬆版型休閒時尚，滿足日常通勤、運動訓練以及戶外騎行等多個場景需求；袖口指洞設計，騎行運動更自如；加寬帽檐結合遮陽面罩，保護臉部肌膚呵護至眼角，防止曬傷。



截至二零二五年六月三十日，本集團已取得870項專利，共有832名技術人員參與產品研發，其中鞋類研發人員407名，服裝研發人員314名，兒童及配飾產品研發人員111名。隨著本集團加強產品升級計劃，實現功能性與設計的結合，創造更具特色的產品，預期本集團的研發開支將繼續保持在較高水平。

管理層 討論及分析

獎項

以下列表為集團於回顧期內所獲主要獎項：

年份	榮譽名稱
二零二五年一月	體育大生意二零二四年度體育代言 — 尼古拉·約基奇代言 361°
二零二五年二月	第53屆(二零二六春夏)中國流行面料優秀獎
二零二五年三月	二零二四年度中國智能製造最佳實踐獎 「BIO BB」獲得二零二五年MUSE設計獎金獎 「FLAME 4」獲得二零二五年MUSE設計獎銀獎 「充氣調溫服裝研發關鍵技術與產業化」榮獲二零二四年中國產學研合作促進會科技創新獎創新成果獎三等獎
二零二五年四月	「粒子熱效技術」榮獲二零二四年未來產業創新發展優秀典型案例 二零二四年度先進製造業企業 第八屆新財富最佳IR港股公司(H股)
二零二五年五月	中國品牌價值榜 — 紡織鞋服帽 「361° VENTUS」榮獲瑞士FIT Sport Design Award「二零二五榮譽獎」獎項
二零二五年六月	中國輕工業運動鞋服人因工效工程技術研究中心 「FLAME 4」榮獲二零二五年倫敦設計獎金獎 「BIO BB」榮獲二零二五年倫敦設計獎銀獎 第十六屆港股上市公司投資者關係管理天馬獎 第十一屆香港投資者關係協會「最佳投資者關係公司」協會、「最佳投資者關係團隊」、「最佳投資者關係專員」(小型股組別)



管理層 討論及分析

可持續發展

361°在可持續發展領域持續發力，不斷深化在ESG領域的實踐與創新。本集團堅信，通過不懈努力，不僅能為企業創造更大價值，更能為社會可持續發展貢獻力量，攜手各界共創美好未來。二零二五年初，集團發佈二零二四年ESG報告，在ESG等核心議題上都取得了一系列工作成果。

環境方面，361°以科技創新降低生態足跡，在產品研發中廣泛應用環保材料。推出的「飛馳FUTURE2」跑鞋借助50%碳絲材質及30%環保紗線的創新設計，實現高透氣性與可持續發展的完美結合。「飛燃4」專業馬拉松競速跑鞋推出線下專供配色MIRO，設計靈感源於361°總部附近的栗喉蜂虎鳥保護區，中底採用二氧化碳回收工藝，鞋身大面積綠色寓意重視保護環境，呼籲人們保護動物、關愛自然，彰顯361°在運動科技與可持續發展領域的積極實踐；籃球少年套頭衛衣採用精選環保紗線。從產品設計、原材料採購到生產工藝的每一道工序，361°都嚴格把控，堅決從源頭降低生產對環境的負面影響，堅定踐行綠色創新發展之路。

社會方面，361°構建多元責任網格，嚴格評估綠色採購，確保產品質量穩中有進。二零二五年一月七日九時五十分，西藏日喀則市定日縣發生6.8級地震。361°集團迅速行動，捐贈800萬元禦寒物資馳援災區，以實際行動支援地震災區人民重建美好家園。本集團堅持深化「助推體育事業發展」這一使命，作為哈爾濱第九屆亞冬會的官方合作夥伴，361°聯合北京服裝學院為火炬手、護跑手、志願者、技術官員及安保人員等打造官方運動服飾，既滿足極寒環境需求，又融入哈爾濱地域文化特色，彰顯民族體育品牌的使命與社會責任感。

管治方面，361°不斷完善治理結構，優化各層級職責，確保經營管理決策科學高效；持續深化管理體系建設，加強ISO系列體系認證披露，同時為利益相關者搭建多元溝通平台。本集團通過制定長期規劃，明確可持續發展目標，未來將不斷提升集團整體治理水平。

展望未來，361°將堅定不移地沿著可持續發展道路穩步前行，為實現可持續發展的美好願景貢獻力量，推動企業與社會、環境的和諧共生，在可持續發展的道路上書寫更加輝煌的篇章。

管理層 討論及分析

財務回顧

收益

下表載列於截至二零二五年六月三十日止六個月（「回顧期內」）及截至二零二四年六月三十日止六個月（「上一回顧期內」）本集團按產品類別劃分之收益明細：

	截至二零二五年		截至二零二四年		變動 %
	六月三十日止六個月		六月三十日止六個月		
	人民幣千元	佔收益百分比	人民幣千元	佔收益百分比	
按產品					
成人					
鞋類	2,574,949	45.1	2,283,242	44.4	+12.8
服裝	1,601,482	28.1	1,575,714	30.7	+1.6
兒童					
鞋類	711,620	12.5	556,627	10.8	+27.8
服裝	521,850	9.1	564,668	11.0	-7.6
其他 ^(附註)	294,929	5.2	161,033	3.1	+83.2
總計	5,704,830	100.0	5,141,284	100.0	+11.0

附註：其他包括配飾及鞋底銷售。

於回顧期內，本集團錄得收益同比增長11.0%至人民幣5,704.8百萬元（上一回顧期內：人民幣5,141.3百萬元）。得益於市場對本集團產品的強勁需求，成人及兒童類別均錄得可喜的增長率。

本集團深知渠道體系的戰略重要性，始終堅持以消費者為中心，這也正是361°業績實現顯著增長的關鍵所在。本集團在渠道建設中推行一系列行之有效的舉措，如充分實現線上線下平台融合，落地創新的零售業態以及加快國際市場拓展等。這些措施成功促進了本集團品牌影響力提升和零售市場競爭力增強，穩固了品牌市場份額，提高了運營效率，更有力地推動了收益的可持續增長。

於回顧期內，本集團積極推動361°超品店這一創新零售業態的發展，進一步提升消費者的購物體驗，凸顯品牌的差異化優勢。通過創新佈局，有效提升品牌價值、深化客戶忠誠度，同時為集團挖掘新的增長潛力，助力業務持續向好發展。

管理層 討論及分析

361°兒童業務維持穩健增長，受惠於家長日益關注兒童運動健康以及利好的體育教育政策。本集團不斷拓寬產品範圍，特別關注校園體能測試品類，在現有跑步、籃球、足球及跳繩產品系列的基礎上新增羽毛球等新品類。隨著產品性能與設計不斷進步，兒童體育市場的需求得到了更充分的滿足。

下表載列於截至二零二五年及二零二四年六月三十日止六個月，本集團主要產品類別的已出售件數及平均批發售價（「平均批發售價」）：

	截至二零二五年		截至二零二四年			
	六月三十日止六個月		六月三十日止六個月		變動	
	已出售	平均	已出售	平均	已出售	平均
	總件數	批發售價（附註）	總件數	批發售價（附註）	總件數	批發售價
	千件	人民幣元	千件	人民幣元	%	%
按銷量及平均批發售價						
成人						
鞋類（雙）	19,955	129.0	18,624	122.6	+7.1	+5.2
服裝（件）	22,637	70.7	21,293	74.0	+6.3	-4.5
兒童						
鞋類（雙）	7,114	100.0	5,653	98.5	+25.8	+1.5
服裝（件）	7,954	65.6	8,076	70.0	-1.5	-6.3

附註：平均批發售價按於回顧期內及上一回顧期內收益除以已出售總件數計算。

於回顧期內，全球經濟趨勢分化，中國經濟則維持穩健增長，其高質量發展步伐加快。政策驅動的國內消費升級愈發明顯，催生消費者多元化、數字化及專業化需求。體育用品的滲透率及應用場景在全國範圍內持續擴展。

本集團透過整合材料創新、品類拓展及運動科學等方面構建多元化產品生態，從而推動業務的可持續增長。本集團致力於提供專業且豐富的產品組合，同時透過差異化線上體驗提升零售能力。本集團有效地滿足了不斷變化的市場需求。

管理層 討論及分析

儘管市場需求不斷上升，本集團仍維持穩定的定價模式，這一具競爭力的策略有效助力產品、特別是鞋類銷量強勁增長。結合用戶洞察及技術升級，本集團推出功能更強且性價比高的產品。鞋類產品平均批發售價的適度上調，既體現了產品升級，也表明了品牌力及市場影響力的提升。

成人及兒童服裝的平均批發售價分別下調4.5%和6.3%。這一定價優化在保證品質的前提下提升了產品的質價比，順應市場需求，有效推動銷量增長4.2%。此舉彰顯了集團堅持以客戶為中心的定價承諾，憑藉更高的會員復購和零售連帶，既實現了市場份額的增長，又鞏固了消費者的品牌忠誠度。

361°兒童憑藉領先的市場地位，覆蓋多種運動生活場景的完善產品矩陣，持續領跑中國運動童裝市場。本集團不斷拓展品牌的客戶群體，已策略性地將產品覆蓋年齡段拓展至16歲青少年群體，推出更具專業運動功能的產品並拓寬尺碼範圍，兼顧性能需求與風格偏好。

361°兒童不斷推進技術研發，讓技術創新作為業務增長的基礎，未來將進一步鞏固兒童業務作為集團收入增長支柱和引擎的地位。

於回顧期內，集團電子商務業務表現出色，收益及貢獻佔比均實現顯著提升，收益達人民幣1,816.9百萬元（上一回顧期內：人民幣1,252.7百萬元），佔集團總收益的31.8%（上一回顧期內：24.4%）。

361°電子商務業務踐行線上專供品策略，全渠道整合實現強勁增長。隨著消費者偏好變化，集團已賦予電子商務促進品牌推廣和業務增長雙重使命，在推動銷售表現的同時，提升品牌與消費者的互動頻率，強化與消費者的緊密聯繫。

於回顧期內，集團「其他」業務（主要包括配飾及鞋底）收益達人民幣294.9百萬元，較上一回顧期內的人民幣161.0百萬元增長83.2%，佔集團總收益的5.2%（上一回顧期內：3.1%）。

於回顧期內，集團通過跨境電商加速全球拓展，海外收益增至人民幣87.6百萬元（上一回顧期內：人民幣73.2百萬元），佔集團總收益的1.5%（上一回顧期內：1.4%），取得了良好的進步。

管理層 討論及分析

銷售成本

下表載列於截至二零二五年及二零二四年六月三十日止六個月本集團按產品類別劃分之銷售成本（「銷售成本」）明細：

	截至二零二五年		截至二零二四年	
	六月三十日止六個月		六月三十日止六個月	
	佔總銷售成本		佔總銷售成本	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
鞋類及服裝（內部生產）				
原材料	628,212	18.8	648,620	21.5
勞工	127,234	3.8	127,034	4.2
其他製造成本	157,642	4.8	153,132	5.1
	913,088	27.4	928,786	30.8
外包產品				
鞋類	1,266,908	37.9	1,030,054	34.1
服裝	1,015,308	30.4	994,815	33.0
配飾	143,076	4.3	62,632	2.1
	2,425,292	72.6	2,087,501	69.2
銷售成本	3,338,380	100.0	3,016,287	100.0

銷售成本包括內部生產成本及外包產品成本，同比增長10.7%至人民幣3,338.4百萬元（上一回顧期內：人民幣3,016.3百萬元）。於回顧期內，內部生產成本同比減少1.7%及外包產品成本同比增加16.2%。

本集團採用靈活的生產模式，部分產品由自有產能生產，部分產品則選擇適合的OEM合作。這種內外結合的方式，既能提高成本使用效率，又可使生產安排靈活高效，亦能更好地保護知識產權。有助於集團運營增效，保持利潤空間，進而為股東帶來更多回報。

管理層 討論及分析

毛利及毛利率

下表載列於截至二零二五年及二零二四年六月三十日止六個月本集團按產品類別劃分之毛利及毛利率的明細：

	截至二零二五年		截至二零二四年		變動百分點
	六月三十日止六個月		六月三十日止六個月		
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
成人					
鞋類	1,114,137	43.3	976,676	42.8	+0.5
服裝	661,111	41.3	632,799	40.2	+1.1
兒童					
鞋類	299,722	42.1	232,399	41.8	+0.3
服裝	213,738	41.0	235,904	41.8	-0.8
其他 ^(附註)	77,742	26.4	47,219	29.3	-2.9
總計	2,366,450	41.5	2,124,997	41.3	+0.2

附註：其他包括配飾及鞋底銷售。

於回顧期內本集團錄得毛利人民幣2,366.5百萬元(上一回顧期內：人民幣2,125.0百萬元)，毛利率同比上升0.2個百分點至41.5%。

於回顧期內，成人鞋類及服裝產品的毛利率同比分別上漲0.5及1.1個百分點。成人鞋類及服裝的毛利率輕微上漲乃主要由於良好的成本控制和定價策略。

兒童鞋類產品毛利率略有上升，主要得益於該類產品的平均批發售價略高。與之相對，兒童服裝產品毛利率小幅下降，主要係本集團於回顧期內實施相關產品組合定價策略，即通過提供更多高性價比服裝產品，以增強消費者吸引力及提升零售連帶率。

就配飾及鞋底而言，於回顧期內毛利率同比下降2.9個百分點至26.4%(上一回顧期內：29.3%)。此變動主要歸因於產品組合的變化。

管理層 討論及分析

其他收益

下表載列本集團截至二零二五年及二零二四年六月三十日止六個月的其他收益明細：

	截至六月三十日止六個月		變動 %
	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	
銀行利息收入	5,609	34,241	-83.6
酌情政府補貼	100,055	98,547	+1.5
佣金收入	14,368	30,160	-52.4
特許權費收入	17,602	8,945	+96.8
其他	5,915	5,304	+11.5
總計	143,549	177,197	-19.0

於回顧期內的其他收益從上一回顧期內的人民幣177.2百萬元減少至人民幣143.5百萬元。該減少主要歸因於：(i)來自於香港及中國持有的銀行存款的銀行利息收入減少人民幣28.6百萬元，乃由於回顧期內平均利率下降；(ii)為本集團分銷商透過電子商務平台提供服務所產生的佣金收入減少人民幣15.8百萬元，惟部分被(iii)特許權費收入增加人民幣8.7百萬元所抵銷，該收入源自當被許可方錄得相關銷售時所訂立的許可協議。

其他淨(虧損)/收益

其他淨虧損人民幣3.0百萬元(上一回顧期內：其他淨收益人民幣3.8百萬元)主要包括外匯淨虧損人民幣1.6百萬元(上一回顧期內：外匯淨收益人民幣6.2百萬元)。

本集團的人民幣計價業務使若干海外附屬公司由於人民幣貶值而產生了部分外匯虧損。這均源於正常的附屬公司營運及公司間交易，其中貨幣轉換時間差異影響預付款項及還款的結算。

銷售及分銷開支

於回顧期內，銷售及分銷開支同比增加13.2%至人民幣1,036.7百萬元(上一回顧期內：人民幣916.1百萬元)。該增幅主要因本集團投入更多資源於廣告及宣傳活動，尤其是於回顧期內透過電子商務平台進行品牌推廣等活動。

於回顧期內，廣告及宣傳開支同比增加6.4%至人民幣576.9百萬元(上一回顧期內：人民幣542.3百萬元)，佔本集團總收益約10.1%(上一回顧期內：10.5%)並處於本集團的目標預算範圍。

管理層 討論及分析

於回顧期內，本集團透過贊助世界級賽事以及與知名跑步及籃球運動員建立合作夥伴關係等方式提升其品牌影響力。此等舉措強化本集團作為專業運動領域領導者的形象，強化與目標消費群體的緊密聯繫，因此令本集團業務得以持續發展。

於回顧期內，支付予天貓、淘寶及京東等電子商務平台的佣金及其他服務費用同比增加45.3%至人民幣121.3百萬元，而上一回顧期內為人民幣83.5百萬元。此增加直接歸因於同期通過電子商務渠道產生收益的增加。該等開支被視為支持本集團線上業務擴張的必要開支。

於回顧期內，本集團的物流開支增加人民幣17.5百萬元，同比增加40.2%。此增加主要由於整體銷量擴大，尤其是本集團電子商務業務的蓬勃發展。得益於本集團強勁的銷售表現，運輸及交付活動激增，自然導致物流成本增加。

行政開支

於回顧期內，行政開支同比增加6.7%至人民幣332.4百萬元（上一回顧期內：人民幣311.4百萬元），佔本集團總收益約5.8%（上一回顧期內：6.1%）。該增加乃主要由於研發開支及行政人員薪金分別同比增加人民幣17.3百萬元及人民幣4.1百萬元。

本集團秉承「以專業運動為本」的理念，加大對專業運動領域的投入，尤其是跑步及籃球。在此帶動下，產品與技術實力不斷升級，導致同比增加12.1%至人民幣160.2百萬元（上一回顧期內：人民幣142.9百萬元）。於回顧期內，研發開支佔本集團總收益的2.8%，與上一回顧期內一致。本集團預計本年度這一比率將介於3%至4%，主要由於二零二五年下半年已計劃的研發投入增加。

本集團一直將大量資源投放於研發活動，堅信研發投入對促進創新、升級產品及增強市場競爭力至關重要。這一承諾是本集團邁向成功的核心驅動力。

貿易應收款項的預期信貸虧損撥備

本集團於回顧期內就貿易應收款項的預期信貸虧損撥備錄得額外撥備人民幣0.7百萬元，較上一回顧期內所作撥備人民幣18.1百萬元顯著減少。該減少主要歸因於貿易應收款項賬齡結構的改善以及貿易應收款項結餘增長趨於溫和。更多詳情請參閱本報告「管理層討論及分析」中「營運資金週期」一節。

截至二零二五年六月三十日，貿易應收款項的預期信貸虧損撥備總額為人民幣296.2百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣295.9百萬元），佔計提預期信貸虧損撥備前貿易應收款項的6.0%（二零二四年十二月三十一日：6.4%）。

管理層 討論及分析

財務成本

於回顧期內，財務成本同比減少33.9%至人民幣5.4百萬元（上一回顧期內：人民幣8.2百萬元）。該金額主要包括銀行借貸產生的利息開支人民幣5.0百萬元（上一回顧期內：人民幣8.1百萬元）。

利息開支的顯著減少，主要由於平均銀行借貸由上一回顧期內的人民幣310.5百萬元減至回顧期內的人民幣286.0百萬元，以及於回顧期內平均利率下調約0.2%所致。

所得稅開支

於回顧期內，本集團的所得稅開支為人民幣259.5百萬元（上一回顧期內：人民幣230.6百萬元），於回顧期內實際稅率為22.9%（上一回顧期內：21.9%）。

所得稅開支主要來自本集團在中國經營的附屬公司。本集團其中一間中國內地經營附屬公司成功獲批為高新技術企業（「高新技術企業」）並享受15%的企業所得稅減免稅率以及根據合資格研發開支獲得額外75%的稅務減免，有效期為三年，由二零二一年十一月二十九日至二零二四年十一月二十九日。有效期已進一步延長三年，由二零二四年十一月二十九日至二零二七年十一月二十九日。其他主要在中國內地經營的附屬公司維持按標準企業所得稅率25%繳稅。

由於並無於香港錄得應課稅溢利或估計應課稅溢利經往年結轉的稅項虧損完全抵銷，故並未就本集團香港附屬公司支付的利得稅計提撥備。

資本及其他資料

流動性及資金資源

截至二零二五年六月三十日，本集團的現金及現金等價物為人民幣4,611.5百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣4,262.9百萬元）。該增加主要歸因於以下各項：

1. 經營活動現金淨流入為人民幣523.8百萬元，由除所得稅前溢利人民幣1,131.9百萬元及存貨減少人民幣222.2百萬元所貢獻，惟部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣357.5百萬元、按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣284.8百萬元及支付中國所得稅人民幣228.0百萬元所抵銷。
2. 投資活動現金淨流出為人民幣35.9百萬元，主要由於購買物業、廠房及設備人民幣42.2百萬元，但部分被收取銀行利息收入人民幣5.6百萬元所抵銷。
3. 融資活動現金淨流出為人民幣149.2百萬元，主要由於支付股息人民幣190.7百萬元，惟部分被額外銀行借貸的所得款項淨額人民幣49.8百萬元所抵銷。

貿易應收款項增加正面反映銷售收益11.0%的增長以及對分銷商有效的戰略支持，成功地促進彼等在本集團目標城市的擴張，並助力其部署創新零售業態，如361°超品店。此新業態無縫融合全面的消費體驗，有力地強化我們品牌的競爭優勢。

過往，本集團向分銷商提供優惠信貸期，透過增加店鋪數目及改善店鋪設計擴大市場份額。

管理層 討論及分析

於回顧期內，貿易應收款項及應收票據結餘增加人民幣355.5百萬元，主要由於分銷商在各自所在區域加快發展步伐，取得了理想的市場份額增長。於回顧期內，貿易應收款項及應收票據的平均周轉天數改善至146天，較上一回顧期內的149天縮短三天。

儘管中國國內及全球經濟環境整體面臨不確定性與挑戰，本集團仍有信心密切監控應收賬款狀況，並將以適當且合理的節奏縮短信貸期限，進一步提升財務效率。

同時，按金、預付款項及其他應收款項增加主要源於三個戰略領域：(i)就優質羽絨及特種面料等關鍵原材料向供應商預付人民幣120.0百萬元，以保障未來供應；(ii)向電子商務平台預付人民幣80.0百萬元，用於支持廣告及宣傳活動，擴大本集團的數字化版圖；及(iii)店鋪形象費用人民幣30.0百萬元，反映本集團於新概念店及361°超品店的投資，提升其零售品牌體驗。該等預付款項對於營運增長、供應鏈安全以及推進我們的零售及電商業務至關重要。

下表載列本集團於二零二五年六月三十日及二零二四年十二月三十一日的資本資源：

人民幣千元	於二零二五年 六月三十日	於二零二四年 十二月三十一日
已抵押銀行存款	8,697	8,705
現金及現金等價物	4,602,802	4,254,236
現金總額	4,611,499	4,262,941
借貸總額(銀行借貸)	310,839	261,220
現金淨額(包括銀行存款、現金及現金等價物)	4,300,660	4,001,721

資本架構與負債比率

下表載列本集團於二零二五年六月三十日及二零二四年十二月三十一日的資本架構：

人民幣千元(除每股數據外)	於二零二五年 六月三十日	於二零二四年 十二月三十一日
非流動資產	1,335,978	1,355,479
流動資產	12,793,009	12,058,073
總資產	14,128,987	13,413,552
非流動負債	214,826	221,690
流動負債	3,396,808	3,362,734
負債總額	3,611,634	3,584,424
資產淨值	10,517,353	9,829,128
每股資產淨值	人民幣5.1元	人民幣4.8元

管理層 討論及分析

負債比率定義為銀行借貸總額除以本集團的總資產，本集團於二零二五年六月三十日及二零二四年十二月三十一日的負債比率計算如下：

人民幣千元	於二零二五年 六月三十日	於二零二四年 十二月三十一日
借貸總額(銀行借貸)	310,839	261,220
總資產	14,128,987	13,413,552
負債比率	2.2%	1.9%

於回顧期內，本集團透過內部現金流量為日常營運提供資金，保持健康資產負債表。本集團將繼續致力於穩健財務狀況，同時為股東創造價值。

庫務政策及外匯風險

本集團的業務主要在中國經營，大部分交易均以人民幣結算。本集團持有部分現金及銀行存款以港元(「港元」)計值，並以港元派付股息。為管理外匯風險，本集團在可能情況下將其銀行借貸的貨幣與本集團主要現金收入及相關資產的功能貨幣匹配。

截至二零二五年六月三十日，有抵押銀行借貸佔銀行借貸總額的1.2%且均為浮動利率，而所有無抵押銀行借貸均為固定利率貸款。遵照本集團政策，本集團持續監察其借貸組合，並計及資金需求及市場狀況，以將利率風險減至最小。外幣兌人民幣匯率的任何重大波動均將可能對本集團構成財務影響。

於回顧期內，本集團並無就外匯風險進行任何對沖活動。

資產抵押

截至二零二五年六月三十日，本集團已抵押賬面淨值人民幣38.7百萬元(二零二四年十二月三十一日：人民幣41.4百萬元)的物業，作為人民幣3.8百萬元(二零二四年十二月三十一日：人民幣4.7百萬元)銀行借貸的擔保。該貸款用於購買香港辦公室作本集團自用而非任何投資目的，並作為貿易及循環信貸融資。

此外，本集團已向若干銀行質押銀行存款，作為對本集團若干業務夥伴的人民幣8.7百萬元履約保證金(二零二四年十二月三十一日：人民幣8.7百萬元)，並已存入指定銀行賬戶。倘本集團並無履行與該等業務夥伴簽訂的協議項下的合約責任，該保證金可被提取而無須經本集團同意。該履約保證金將在與各業務夥伴簽訂的協議屆滿時返還。

管理層 討論及分析

營運資金週期

下表載列本集團截至二零二五年六月三十日止六個月及截至二零二四年十二月三十一日止年度的營運資金週期：

	截至 二零二五年 六月三十日 止六個月	截至 二零二四年 十二月三十一日 止年度	變動日數
營運資金週轉日數			
存貨	109	107	+2
貿易應收款項及應收票據	146	149	-3
貿易應付款項及應付票據	71	88	-17
營運資金週轉日數	184	168	+16

於截至二零二五年六月三十日止六個月，平均貿易應收款項及應收票據週期為146日，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的149日略有改善。儘管中國經濟穩步復甦，但世界地緣政治局勢不穩定及經濟低迷繼續帶來挑戰。

本集團已嚴格控制管理應收賬款。截至二零二五年六月三十日，賬齡在180日內的貿易應收款項及應收票據為人民幣4,394.8百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣3,849.7百萬元），佔貿易應收款項及應收票據總額的92.7%（二零二四年十二月三十一日：87.7%）。其中，63.1%（二零二四年十二月三十一日：62.5%）的賬齡在90日內及29.6%（二零二四年十二月三十一日：25.2%）的賬齡在90日至180日內。剩餘合共人民幣349.3百萬元（7.3%）（二零二四年十二月三十一日：人民幣538.9百萬元（12.3%））的貿易應收款項及應收票據賬齡在180日至360日內。此反映應收賬款的賬齡較上一回顧期內有所改善。

本集團將繼續監察所有分銷商的應收款項，並在二零二四年年底開始就縮短信貸期進行磋商，且預計隨著中國及全球經濟改善平均貿易應收款項及應收票據週期將逐步縮短。

本集團審慎的財務管理於回顧期內錄得貿易應收款項預期信貸虧損人民幣0.7百萬元，較上一回顧期內的人民幣18.1百萬元撥備有顯著改善。

於截至二零二五年六月三十日止六個月，平均存貨週轉期為109日，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的107日僅輕微增加2日。此輕微的調整反映年初主動增加製成品存貨水平的策略性決定，旨在支持國內及國際電子商務業務。此積極措施可確保在收到客戶訂單後迅速出貨，並有效滿足補貨要求，從而提高客戶滿意度及營運流動性。

儘管於回顧期內進行此戰略建設，但透過勤勉的管理及持續交付，本集團的整體存貨水平顯著減少人民幣221.6百萬元至人民幣1,887.5百萬元。本集團將致力維持存貨處於最佳水平，支持其不斷擴展的電子商務業務，並提供最佳客戶服務。

管理層 討論及分析

於截至二零二五年六月三十日止六個月，平均貿易應付款項及應付票據週期較截至二零二四年十二月三十一日止年度的88日減少17日至71日，反映本集團的策略性決定，以加快向主要供應商及分包商付款。此舉著重於培養與持續提供優質原材料及尖端產品的夥伴之間的穩定關係，從而為本集團的成功作出貢獻。本集團有信心平均貿易應付款項及應付票據週期在長遠而言將可維持於100至110日之間。

股息

董事會欣然宣佈，其已議決宣派於回顧期內的中期股息每股20.4港仙(上一回顧期內：每股16.5港仙)，此舉彰顯本集團致力提升股東價值，並反映出其強勁及穩健的財務狀況。

於回顧期內，派息比率達至45.0%，較二零二四年上半年的40.3%及二零二三年上半年的17.6%穩步提升。於回顧期內的股東權益回報率升至8.8%，此前二零二四年上半年及二零二三年上半年則分別為8.6%及8.4%。股東權益回報率及派息比率於連續三個報告期持續提升，證明了集團具累積性的盈利軌跡及日趨鞏固的股東回報原則。

中期股息反映董事會感激股東持續支持，並印證本集團穩健的經營表現。本集團將繼續致力於維持業務持續性，並為股東帶來穩定及可預測的回報。

或然負債

截至二零二五年六月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

重大收購及出售

於回顧期內，本集團並無任何重大收購或出售附屬公司或聯營公司。

重大投資

於回顧期內，本集團並無重大投資。

於本報告日期，本集團目前對資本配置保持嚴謹方針，並無致力於推動任何重大投資計劃。本集團將繼續積極評估符合集團戰略目標的潛在機會，並將利用內部資源進行任何符合我們標準的未來投資。

僱員及薪酬

截至二零二五年六月三十日，本集團於中國聘有總共7,196名全職僱員，包括管理人員、技術人員、銷售人員及工人。於回顧期內，本集團僱員薪酬總額為人民幣379.5百萬元(上一回顧期內：人民幣320.4百萬元)，佔集團收益的6.7%(上一回顧期內：6.2%)。本集團的薪酬政策按僱員的表現釐定，旨在吸引人才及挽留優秀員工。除強制性公積金計劃(根據強制性公積金計劃條例的條文為香港僱員運作)及國家管理的退休金計劃(就中國僱員而言)及醫療保險外，根據個別表現，僱員亦可獲酌情花紅及僱員購股權。本集團重視僱員質素，注重附加福利，並提供培訓以加強僱員專業知識及技能。

管理層 討論及分析

前景

二零二五年下半年，全球經濟環境局勢依舊充滿不確定性，整體復蘇節奏或將繼續放緩。中國經濟在政策引導、消費潛力釋放及新質生產力發展等因素共同驅動下，有望延續穩中向好態勢，結構優化進程加快。體育產業作為助力內需擴容提質及居民消費轉型的重要引擎，正深度融入中國經濟高質量發展的戰略框架之中，增長潛力越發凸顯。

中國體育行業正處於轉型升級的戰略機遇期，科技創新與需求變遷合力共振，持續培育增長新動能，推動行業沿著數字化、多元化及精細化方向演進。與此同時，國際國內體育賽事所帶來的市場聚焦，也將不斷激發大眾運動健身熱情與需求轉化，為行業高質量發展注入活力。在消費理念逐步更新、科技迅猛發展的背景下，專業深耕與協同拓展能力將長期成為國內運動服飾企業構築核心競爭力的重要要素。

361°集團將繼續貫徹「以消費者為中心」的發展理念，夯實「專業化、年輕化、國際化」的品牌定位，聚焦科技創新與品牌建設，拓展業務邊界，加快細分場景滲透，致力構建高價值、多品類的體育運動產品體系，更好地滿足消費者日益多樣化的需求。我們將穩步推進本集團的國際化戰略部署，通過賽事贊助、渠道及資源優化等方式，全面提升全球競爭力與影響力。在本集團的兒童品牌方面，我們將圍繞需求的結構性變遷，不斷延展產品矩陣，並與核心品牌展開資源協同聯動，進一步強化「青少年運動專家」的定位，保障童裝業務穩步增長。我們也將積極履行社會責任，提升品牌的長期價值。

渠道建設層面，本集團將全面推進線上線下全渠道建設，提升電商平台於在線零售渠道建設和在線品牌形象推廣方面的功能屬性，增強消費者觸達能力與交易效率，加速線下渠道拓展與模式創新，強化場景聯動與沉浸式體驗感。在海外渠道方面，本集團將通過跨境電商與海外線下網點的雙向賦能，擴大全球市場覆蓋範圍。依託全渠道多維度資源優化，本集團致力於深化品牌表達的全方位滲透，推動品牌勢能在全球範圍內實現更高層次的進階。

簡明綜合損益表

截至二零二五年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
收益	3	5,704,830	5,141,284
銷售成本		(3,338,380)	(3,016,287)
毛利		2,366,450	2,124,997
其他收益	4	143,549	177,197
其他淨(虧損)/收益，淨額	4	(2,958)	3,844
銷售及分銷開支		(1,036,650)	(916,145)
行政開支		(332,428)	(311,370)
貿易應收款項預期信貸虧損撥備	9	(712)	(18,078)
經營溢利		1,137,251	1,060,445
財務成本	5(a)	(5,397)	(8,163)
除所得稅前溢利	5	1,131,854	1,052,282
所得稅開支	6	(259,458)	(230,573)
期內溢利		872,396	821,709
應佔：			
本公司權益持有人		857,690	789,703
非控股權益		14,706	32,006
期內溢利		872,396	821,709
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣分)	7	41.48	38.19

簡明綜合損益及其他全面收入表

截至二零二五年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	872,396	821,709
期內其他全面收入／(開支)，扣除所得稅後		
將不會重新分類至損益的項目：		
指定按公平值計入其他全面收入的權益投資(不可轉回) — 公平值儲備變動淨額	3,005	(762)
其後可重新分類至損益的項目：		
財務報表換算所產生的匯兌差額	3,538	(5,405)
期內全面收入總額，扣除所得稅後	878,939	815,542
應佔：		
本公司權益持有人	864,233	783,536
非控股權益	14,706	32,006
期內全面收入總額	878,939	815,542

簡明綜合 財務狀況表

於二零二五年六月三十日

	附註	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備	8	948,184	960,917
使用權資產		100,283	99,207
		1,048,467	1,060,124
其他金融資產		22,466	18,931
按金及預付款項	9	55,333	60,520
遞延稅項資產		209,712	215,904
		1,335,978	1,355,479
流動資產			
存貨	10	1,887,495	2,109,067
貿易應收款項	9	4,664,904	4,349,838
應收票據	9	79,169	38,724
按金、預付款項及其他應收款項	9	1,549,942	1,297,503
已抵押銀行存款	11	8,697	8,705
現金及現金等價物	11	4,602,802	4,254,236
		12,793,009	12,058,073
流動負債			
貿易應付款項及其他應付款項	12	2,652,275	2,703,625
租賃負債		2,578	1,809
銀行貸款	13	108,499	46,720
本期稅項		633,456	610,580
		3,396,808	3,362,734
流動資產淨值		9,396,201	8,695,339

簡明綜合 財務狀況表

於二零二五年六月三十日

	附註	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
總資產減流動負債		10,732,179	10,050,818
非流動負債			
租賃負債		3,846	1,479
銀行貸款	13	202,340	214,500
遞延稅項負債		8,640	5,711
		214,826	221,690
資產淨值		10,517,353	9,829,128
資本及儲備			
股本	14(a)	182,305	182,305
儲備		9,866,456	9,192,937
本公司權益持有人應佔權益總額		10,048,761	9,375,242
非控股權益		468,592	453,886
權益總額		10,517,353	9,829,128

簡明綜合 權益變動表

截至二零二五年六月三十日止六個月

	本公司權益持有人應佔									非控股 權益	權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	匯兌儲備 人民幣千元	公平值 儲備 (不可轉回) 人民幣千元	保留溢利 人民幣千元	總計 人民幣千元			
於二零二四年一月一日的結餘(經審核)	182,305	341	391,987	1,092,224	(17,545)	11,432	7,421,623	9,082,367	640,803		9,723,170
截至二零二四年六月三十日止 六個月的權益變動：											
期內溢利(未經審核)	-	-	-	-	-	-	789,703	789,703	32,006		821,709
其他全面收入(未經審核)	-	-	-	-	(5,405)	(762)	-	(6,167)	-		(6,167)
全面收入總額(未經審核)	-	-	-	-	(5,405)	(762)	789,703	783,536	32,006		815,542
轉撥至法定儲備	-	-	-	58,823	-	-	(58,823)	-	-		-
期內已宣派及已支付股息	-	-	-	-	-	-	(266,168)	(266,168)	-		(266,168)
與附屬公司非控股權益的交易	-	-	(269,110)	-	-	-	-	(269,110)	(230,890)		(500,000)
於二零二四年六月三十日的結餘 (未經審核)	182,305	341	122,877	1,151,047	(22,950)	10,670	7,886,335	9,330,625	441,919		9,772,544
於二零二五年一月一日的結餘(經審核)	182,305	341	122,877	1,212,809	(22,720)	10,343	7,869,287	9,375,242	453,886		9,829,128
截至二零二五年六月三十日止 六個月的權益變動：											
期內溢利(未經審核)	-	-	-	-	-	-	857,690	857,690	14,706		872,396
其他全面收入(未經審核)	-	-	-	-	3,538	3,005	-	6,543	-		6,543
全面收入總額(未經審核)	-	-	-	-	3,538	3,005	857,690	864,233	14,706		878,939
轉撥至法定儲備	-	-	-	53,072	-	-	(53,072)	-	-		-
期內派付股息	-	-	-	-	-	-	(190,714)	(190,714)	-		(190,714)
於二零二五年六月三十日的結餘 (未經審核)	182,305	341	122,877	1,265,881	(19,182)	13,348	8,483,191	10,048,761	468,592		10,517,353

簡明綜合 現金流量表

截至二零二五年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
經營活動		
經營所得現金	751,754	272,028
已付中華人民共和國所得稅	(227,990)	(111,935)
經營活動所得現金淨額	523,764	160,093
投資活動		
購買物業、廠房及設備付款	(42,232)	(123,433)
出售物業、廠房及設備所得款項	1,002	888
已抵押銀行存款減少	–	5,341
應收非控股權益款項增加	(297)	(12,069)
已收利息	5,609	25,092
投資活動所用現金淨額	(35,918)	(104,181)
融資活動		
已付租賃租金之本金部分	(2,813)	(785)
已付租賃租金之利息部分	(374)	(46)
銀行貸款的所得款項	67,000	149,960
償還銀行貸款	(17,250)	(114,221)
應付非控股權益款項減少	–	(2,063)
向股東派付股息	(190,714)	(266,168)
已付利息	(5,023)	(8,117)
融資活動所用現金淨額	(149,174)	(241,440)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	338,672	(185,528)
於一月一日的現金及現金等價物	4,254,236	3,596,489
匯率變動的影響	9,894	(493)
於六月三十日的現金及現金等價物	4,602,802	3,410,468

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

1. 編製基準

截至二零二五年六月三十日止六個月的該等簡明綜合財務報表（「中期財務報表」）乃遵照香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定編製，包括遵照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港會計準則（「香港會計準則」）第34號「中期財務報告」。該等中期財務報表於二零二五年八月十二日獲本公司董事會批准及授權刊發。

管理層在編製符合香港會計準則第34號的中期財務報表時，須作出會影響政策應用，以及按年初至今基準呈列的資產及負債、收入及支出金額的判斷、估計及假設。實際結果可能有別於此等估計。管理層就應用本集團會計政策作出之重大判斷，以及估計不確定因素之主要來源，均與編製截至二零二四年十二月三十一日止年度的全年財務報表所應用者相同。

本中期財務報表載有簡明綜合財務報表與經選定說明附註。此等附註載有多項事件與交易的說明。此等事件及交易對了解本集團自二零二四年全年財務報表以來財務狀況的變動與表現非常重要。中期財務報表及當中附註並不包括根據香港財務報告準則會計準則編製全套財務報表所規定的全部資料，且應與本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度之全年財務報表一併閱讀。

中期財務報表所載關於截至二零二四年十二月三十一日止財政年度的財務資料（作為比較資料）並不構成本公司於該財政年度的法定年度綜合財務報表，惟乃摘錄自該等財務報表。截至二零二四年十二月三十一日止年度的法定財務報表於本公司註冊辦事處可供查閱。核數師已於日期為二零二五年三月十二日的報告中就該等財務報表作出無保留意見。

本中期財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干金融工具按公平值計量除外。由於本集團主要在中華人民共和國（「中國」）經營，故以人民幣（「人民幣」）為中期財務報表的呈列貨幣。除非另有說明，所有數值均約整至最接近的千位數。

2. 會計政策變動

除採納於二零二五年一月一日或之後開始之會計期間生效之新訂香港財務報告準則會計準則或其修訂本所導致之會計政策變動外，編製該等中期財務報表所採納的會計政策及計算方法與本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度之綜合財務報表所應用者一致。

香港會計師公會已頒佈於本集團之本會計期間首次生效的若干新訂香港財務報告準則會計準則或其修訂本。概無任何發展對本集團於該等中期財務報表中編製或呈列本集團於本期間或過往期間的業績及財務狀況有重大影響。本集團尚未應用任何在本會計期間尚未生效的香港財務報告準則會計準則新訂修訂本。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

3. 收益及分部報告

(a) 收益

本集團的主要業務為於中國製造及買賣體育用品，包括鞋類、服裝、配飾及其他。收益指貨品銷售額扣除退貨、折扣及增值稅及其他銷售稅。

收益分拆

按主要產品或服務線劃分之客戶合約收益分拆如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
香港財務報告準則第15號範圍內的客戶合約收益		
按主要產品分拆		
— 鞋類	3,286,569	2,839,869
— 服裝	2,123,332	2,140,382
— 配飾	208,924	88,762
— 其他	86,005	72,271
	5,704,830	5,141,284

按收益確認時間劃分之客戶合約收益分拆於附註3(b)(i)披露。

於截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團的客戶基礎是多樣化的，且並無任何客戶的交易額超逾本集團收益的10%（截至二零二四年六月三十日止六個月：零）。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

3. 收益及分部報告(續)

(b) 分部報告

本集團按產品線管理其業務。按照與向本集團最高行政管理人員內部呈報資料以分配資源及評估表現一致的方式，本集團呈報下列兩個可呈報分部。

- 成人：此分部的收益源自製造及買賣成人運動產品。
- 童裝：此分部的收益源自買賣童裝運動產品。

本集團收益及業績主要來自在中國進行銷售，本集團於本期間所運用的主要資產位於中國。因此，並無於本期間作出地區分部分析。此外，並無編製分部資產及負債資料，以於本期間供本集團最高行政管理人員審閱，作分配資源及評估表現之用。

(i) 分部業績

為評估分部表現及於分部間分配資源，本集團的最高行政管理人員應用下列基準監控各可呈報分部之業績：

收益及支出乃參考可呈報分部所產生的銷售額與支出分配至有關分部。用於呈報分部溢利的指標為毛利。

按收益確認時間劃分之客戶合約收益分拆，以及向本集團最高行政管理人員提供以進行資源分配及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下。

	成人		童裝		總計	
	截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月		截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
按收益確認時間分拆						
某個時間點	4,444,765	4,009,686	1,260,065	1,131,598	5,704,830	5,141,284
來自外部客戶的收益	4,444,765	4,009,686	1,260,065	1,131,598	5,704,830	5,141,284
分部間收益	15,071	12,446	–	–	15,071	12,446
可呈報分部收益	4,459,836	4,022,132	1,260,065	1,131,598	5,719,901	5,153,730
銷售成本	(2,613,932)	(2,367,364)	(737,710)	(659,876)	(3,351,642)	(3,027,239)
可呈報分部溢利(毛利)	1,845,904	1,654,768	522,355	471,722	2,368,259	2,126,491

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

3. 收益及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

(ii) 可呈報分部收益及損益之對賬

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
收益		
可呈報分部收益	5,719,901	5,153,730
對銷分部間收益	(15,071)	(12,446)
綜合營業額(附註3(a))	5,704,830	5,141,284
除所得稅前溢利		
可呈報分部溢利	2,368,259	2,126,491
對銷分部間溢利	(1,809)	(1,494)
來自本集團外部客戶的可呈報分部溢利	2,366,450	2,124,997
其他收益	143,549	177,197
其他淨(虧損)/收益	(2,958)	3,844
銷售及分銷開支	(1,036,650)	(916,145)
行政開支	(332,428)	(311,370)
貿易應收款項預期信貸虧損撥備	(712)	(18,078)
財務成本	(5,397)	(8,163)
除所得稅前溢利	1,131,854	1,052,282

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

4. 其他收益及其他淨(虧損)/收益

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
其他收益		
按攤銷成本計量的金融資產之利息收入	5,609	34,241
政府補助 [#]	100,055	98,547
佣金收入 [*]	14,368	30,160
特許權費收入 [®]	17,602	8,945
其他	5,915	5,304
	143,549	177,197
其他淨(虧損)/收益		
外匯淨(虧損)/收益	(1,605)	6,176
出售物業、廠房及設備的虧損	(1,353)	(2,332)
	(2,958)	3,844

附註：

[#] 因本集團對地方經濟作出貢獻獲多個地方政府機關發放政府補助，該等補助的授予均為無條件，並由有關機關酌情決定。

^{*} 佣金收入指為本集團的分銷商提供電子商務平台的服務收入，其按線上銷售金額的若干百分比計算。

[®] 特許權費收入來自特許協議，於被許可人根據合約條款進行相關銷售時確認。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

5. 除所得稅前溢利

除所得稅前溢利已扣除以下各項：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
(a) 財務成本：		
租賃負債利息	374	46
銀行貸款利息	5,023	8,117
並非按公平值計入損益的金融負債利息開支總額	5,397	8,163
(b) 其他項目：		
物業、廠房及設備折舊	49,456	33,327
使用權資產折舊	4,872	2,257
員工成本(包括董事酬金)	379,485	320,456
— 向定額供款退休計劃作出的供款	16,835	13,776
— 薪金、工資及其他福利	362,650	306,680
與短期租賃相關的開支	6,421	4,478
廣告及推廣開支	576,890	542,308
電子商務平台服務開支	121,267	83,510
郵費、包裝及存儲費(計入銷售及分銷開支)	135,887	137,099
物流費(計入銷售及分銷開支)	61,171	43,632
研發成本(附註a)	160,154	142,934
存貨成本(附註b)	3,026,019	2,709,345

附註：

- (a) 研發成本包括有關研發部門僱員之員工成本及折舊約人民幣67,494,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣47,365,000元)，該等金額亦計入上文單獨披露之各項總額。研發成本計入簡明綜合損益表的行政開支內。
- (b) 存貨成本包括存貨撥備撥回(截至二零二四年六月三十日止六個月：存貨撇銷)約人民幣1,194,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣8,808,000元)以及員工成本及折舊人民幣121,855,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣114,340,000元)，該等金額亦計入上文單獨披露之各項金額。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

6. 簡明綜合損益表中的所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
本期稅項 — 中國		
撥備：	250,337	246,160
— 中國所得稅(附註(iv))	250,337	246,160
— 預扣稅(附註(v))	—	—
遞延稅項	9,121	(15,587)
— 預扣稅	—	—
— 暫時性差額的產生及撥回	9,121	(15,587)
	259,458	230,573

附註：

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團無須繳納開曼群島及英屬處女群島的任何所得稅(截至二零二四年六月三十日止六個月：無)。
- (ii) 由於本集團於期內有結轉可用於抵銷估計應課稅溢利之稅項虧損，故並無就香港利得稅作出撥備(截至二零二四年六月三十日止六個月：相同)。
- (iii) 由於本集團於截至二零二五年六月三十日止六個月並無任何須繳納香港、巴西、美國及荷蘭利得稅之應課稅溢利，故並無就巴西、美國及荷蘭利得稅作出撥備(截至二零二四年六月三十日止六個月：無)。
- (iv) 根據企業所得稅法(「企業所得稅法」)，截至二零二五年六月三十日止六個月，所有中國附屬公司須按25%(截至二零二四年六月三十日止六個月：25%)稅率繳納所得稅，惟本公司於中國營運的其中一間獲認可為高新技術企業(「高新技術企業」)的附屬公司除外。獲認可為高新技術企業的企業可享受15%的減免企業所得稅稅率，並就合理產生的研發開支額外享受75%的稅項減免，有效期自二零二一年十一月二十九日至二零二四年十一月二十九日為期三年。有效期已進一步延長三年，自二零二四年十一月二十九日起至二零二七年十一月二十九日。
- (v) 根據企業所得稅法，外國投資者須就中國外商投資企業於二零零八年一月一日後賺取的溢利而產生的股息分派按稅率10%繳付預扣稅(香港註冊的外國投資者並符合中國相關稅法要求者可享優惠稅率5%)。
- (vi) 於二零二五年六月三十日，並未就未匯出盈利涉及的預扣稅計提遞延稅項負債(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣零元)。
- (vii) 本集團並未就累計稅項虧損確認遞延稅項資產，原因為相關稅務司法權區及實體不大可能擁有可用以抵銷虧損的未來應課稅溢利。根據現時之稅務法例，稅項虧損將自其產生之時起計5年內到期。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

7. 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司權益持有人應佔溢利約人民幣857,690,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣789,703,000元)以及截至二零二五年六月三十日止六個月已發行普通股的加權平均數2,067,682,000股(截至二零二四年六月三十日止六個月：2,067,682,000股)計算。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零二五年六月三十日止六個月，每股攤薄盈利與每股基本盈利相同，乃因本公司並無任何尚未行使的攤薄潛在股份(截至二零二四年六月三十日止六個月：相同)。

8. 物業、廠房及設備

截至二零二五年六月三十日止六個月，本集團收購及出售物業、廠房及設備項目分別約人民幣38,935,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：約人民幣123,433,000元)及人民幣10,118,000元(截至二零二四年六月三十日止六個月：人民幣26,950,000元)。

9. 貿易應收款項及其他應收款項、按金及預付款項

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項	4,961,091	4,645,777
減：預期信貸虧損撥備	(296,187)	(295,939)
貿易應收款項，扣除虧損撥備	4,664,904	4,349,838
應收票據	79,169	38,724
貿易應收款項及應收票據(附註d)	4,744,073	4,388,562
按金、預付款項及其他應收款項		
即期		
按金	1,635	1,292
預付款項(附註a)	1,422,676	1,191,062
應收非控股權益款項	14,613	14,315
其他應收款項(附註b)	111,018	90,834
	1,549,942	1,297,503
非即期		
按金及預付款項(附註c)	55,333	60,520

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

9. 貿易應收款項及其他應收款項、按金及預付款項（續）

附註：

- (a) 預付款項的即期部分主要指預付予供應商、廣告商及訂貨會的款項分別為人民幣1,212,108,000元、人民幣109,599,000元及人民幣19,124,000元（二零二四年：人民幣1,010,195,000元、人民幣97,913,000元及人民幣33,056,000元）。
- (b) 其他應收款項主要包括與政府補助金相關的其他應收款項人民幣58,914,000元（二零二四年十二月三十一日：無）及其他可回收稅項約人民幣6,107,000元（二零二四年十二月三十一日：人民幣15,200,000元）。
- (c) 按金的非即期部分及預付款項主要指取得用於發展的土地使用權而向地方政府機構支付的初始按金約人民幣35,337,000元（二零二四年十二月三十一日：人民幣35,337,000元）及物業、廠房及設備預付款項人民幣19,996,000元（二零二四年十二月三十一日：人民幣25,183,000元）。
- (d) 賬齡分析

以下為截至報告期末的貿易應收款項及應收票據（扣除預期信貸虧損撥備）以交貨日期為基準的賬齡分析：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
90天內	2,991,630	2,744,050
超過90天但180天內	1,403,124	1,105,603
超過180天但360天內	349,319	538,909
	4,744,073	4,388,562

貿易應收款項及應收票據應於出具發票之日起計30至180天（二零二四年十二月三十一日：30至180天）內到期。

預期所有貿易應收款項、應收票據及按金、預付款項及其他應收款項的即期部分將於一年內收回或確認為開支。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

10. 存貨

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
原材料	92,333	166,327
在產品	16,592	34,872
製成品	1,778,570	1,907,868
	1,887,495	2,109,067

11. 現金及現金等價物以及已抵押銀行存款

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
已抵押銀行存款	8,697	8,705
現金及現金等價物	4,602,802	4,254,236
	4,611,499	4,262,941

於二零二五年六月三十日，已抵押銀行存款包括本集團若干業務夥伴的履約保證金約人民幣8,697,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣8,705,000元)，該等款項已存放於指定銀行賬戶。倘本集團無法履行其與該等業務夥伴所簽訂協議項下的合約義務，則保證金可被提取而無須經本集團同意。有關履約保證金將於與各業務夥伴簽訂的協議屆滿時返還。

於二零二五年六月三十日，於中國境內存入銀行或手頭持有的結餘約為人民幣4,549,408,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣4,225,192,000元)。向中國境外匯款受中國政府所實施的外匯管制規限。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

12. 貿易應付款項及其他應付款項

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	1,175,110	1,331,435
應付票據	91,160	–
	1,266,270	1,331,435
合約負債	113,039	99,494
其他應付款項及應計費用(附註)	1,272,966	1,272,696
	1,386,005	1,372,190
	2,652,275	2,703,625

附註：

其他應付款項及應計費用主要包括(a)應計廣告開支約人民幣385,209,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣357,556,000元)；(b)應計僱員薪酬約人民幣45,713,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣105,203,000元)；(c)與貨架津貼及訂貨會相關的其他應付款項約人民幣339,190,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣269,425,000元)；(d)與舖面裝修相關的其他應付款項約人民幣32,888,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣74,987,000元)；及(e)其他應付稅項約人民幣387,263,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣273,463,000元)。

截至報告期末，按交貨日期劃分的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
於1個月內屆滿	450,628	471,386
於1至3個月內屆滿	304,797	358,820
於3至6個月內屆滿	170,530	173,638
於6至12個月內屆滿	165,643	155,253
於12個月後屆滿	174,672	172,338
	1,266,270	1,331,435

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

13. 銀行貸款

於二零二五年六月三十日，以下為分類為流動負債的銀行貸款須於一年內或須於要求時償還，且抵押如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
有抵押銀行貸款(附註a)	3,839	4,720
無抵押銀行貸款(附註(a)及(b))	307,000	256,500
	310,839	261,220
減：非流動負債項下所示金額	(202,340)	(214,500)
流動負債項下所示金額	108,499	46,720

附註：

- (a) 於二零二五年六月三十日，無抵押銀行貸款包括四筆(二零二四年十二月三十一日：一筆)銀行借貸，並由本公司若干附屬公司提供擔保(二零二四年十二月三十一日：相同)：
- (i) 一筆本金額為人民幣240,000,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣256,500,000元)的銀行借貸，按固定年利率3.2%(二零二四年十二月三十一日：3.8%)計息，並應於二零三零年四月償還；及
- (ii) 三筆本金總額為人民幣67,000,000元(二零二四年十二月三十一日：無)的銀行借貸，按固定年利率2%計息，並應於二零二六年三月償還。
- (b) 於二零二五年六月三十日，本集團若干銀行借貸乃以一處賬面值約人民幣38,725,000元(二零二四年十二月三十一日：人民幣41,370,000元)之物業作擔保。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

14. 資本、儲備及股息

(a) 股本

	於二零二五年六月三十日		於二零二四年十二月三十一日	
	股份數目	金額	股份數目	金額
	千股	千港元	千股	千港元
法定：				
普通股每股0.1港元	10,000,000	1,000,000	10,000,000	1,000,000

	股份數目	金額	
	千股	千港元	人民幣千元
普通股，已發行及繳足：			
於二零二四年七月一日、二零二四年十二月三十一日、 二零二五年一月一日及二零二五年六月三十日	2,067,682	206,768	182,305

(b) 股息

(i) 中期期間應付權益持有人的股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
中期期間後已宣派的中期股息每股普通股20.4港仙 (二零二四年：16.5港仙)	385,961	318,423

於報告期末，已宣派的中期股息尚未確認為負債。

(ii) 歸屬於過往財政年度的應付本公司權益持有人股息，於中期期間獲批准並支付

截至二零二四年十二月三十一日止年度的末期股息(「建議末期股息」)為每股普通股10.0港仙，總額約為人民幣190,714,000元，已於二零二五年四月二十五日的股東週年大會上獲股東批准。

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

15. 重大關連人士交易

除於簡明綜合財務報表其他部分所披露的交易及結餘外，本集團進行了以下關連人士交易：

主要管理人員薪酬

本集團主要管理人員的薪酬(包括已付予本公司董事的金額)載列如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
短期僱員福利	10,576	8,993
離職後福利	117	85
	10,693	9,078

薪酬總額計入「員工成本」(見附註5(b))。

16. 金融工具之公平值計量

(a) 按公平值計量的金融資產

(i) 公平值層級

下表呈列本集團於報告期末按經常性基準所計量的金融工具公平值。該等金融工具已歸入香港財務報告準則第13號公平值計量所界定的三個公平值層級。本集團參照以下估值方法所採用的輸入數據的可觀察程度及重要性，釐定公平值計量數值所應歸屬的層級：

第一級估值：公平值計量僅使用第一級輸入數據，即於計量日期根據可識別資產或負債於活躍市場之未經調整報價

第二級估值：公平值計量使用第二級輸入數據，即可觀察輸入數據未能達到第一級，且並未使用重大不可觀察輸入數據。不可觀察輸入數據為其市場數據不可用之輸入數據

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

16. 金融工具之公平值計量(續)

(a) 按公平值計量的金融資產(續)

(i) 公平值層級(續)

第三級估值：公平值計量使用重大不可觀察輸入數據

	公平值計量分為以下類別			
	公平值 人民幣千元	第一級 人民幣千元	第二級 人民幣千元	第三級 人民幣千元
經常性公平值計量：				
於二零二五年六月三十日(未經審核)				
金融資產：				
非上市股權證券	22,466	—	—	22,466
於二零二四年十二月三十一日(經審核)				
金融資產：				
非上市股權證券	18,931	—	—	18,931

於截至二零二五年六月三十日止六個月，第一級與第二級之間並無出現任何轉移，亦無轉入第三級或自第三級轉出(截至二零二四年六月三十日止六個月：無)。本集團的政策乃於報告期末公平值層級之間出現轉移時確認有關轉移。

(ii) 第三級公平值計量資料

非上市股權工具之公平值乃通過經調整資產淨值法基於並無可觀察市價或利率支持之假設釐定。估值要求本公司董事對被投資者的所有資產及負債之公平值(包括相關投資之市場流動性)作出估計。公平值計量與缺乏市場流通性折讓反向相關。於二零二五年六月三十日，倘所有其他變量維持不變，則估計缺乏市場流通性折讓減少／增加5%(二零二四年十二月三十一日：5%)，可導致本集團其他全面收入增加／減少約人民幣1,086,000元(二零二四年十二月三十一日：約人民幣1,494,000元)。

期內第三級公平值計量結餘變動如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二五年 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)
於一月一日的結餘	18,931	20,212
期內於其他全面收入確認的未變現收益／(虧損)淨額	3,535	(896)
於六月三十日的結餘	22,466	19,316

簡明綜合中期 財務報表附註

截至二零二五年六月三十日止六個月

17. 承擔

(a) 於二零二五年六月三十日並未於中期財務報表中作出撥備的未履行合約承擔如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
廣告及營銷費用	297,309	246,615

(b) 於二零二五年六月三十日並未於中期財務報表中作出撥備的未履行資本承擔如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
已授權但未訂約 物業、廠房及設備	44,660	1,085

(c) 於二零二五年六月三十日，並未計入租賃負債的短期租賃的租賃承擔如下：

	於二零二五年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
一年內	880	582

上表所示的租賃承擔僅指本集團就短期租賃的租賃承擔。

企業管治及 額外資料

本公司不斷努力確保達致高水平的企業管治。本公司採納的企業管治原則，著眼於董事會的素質、行之有效的內部監控及對股東問責。該等原則乃建基於我們已確立的企業操守文化。

遵守企業管治守則

本公司董事認為，本公司於截至二零二五年六月三十日止六個月內一直遵守上市規則附錄C1所載之企業管治守則（「企業管治守則」）之守則條文。

董事及最高行政人員於股份、相關股份及債券中的權益及淡倉

於二零二五年六月三十日，本公司的董事及最高行政人員於本公司或任何相聯法團（定義見證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）的股份、相關股份及債券中擁有記錄於根據證券及期貨條例第352條須予存置的登記冊的權益及淡倉，或根據上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）須另行知會本公司及聯交所的權益及淡倉如下：

於本公司的好倉及淡倉

董事姓名	好倉／淡倉	權益性質	附註	普通股數目	百分比
丁伍號先生	好倉	實益擁有人		11,962,000	0.58%
		全權信託的創辦人	(1)	340,066,332	16.45%
丁輝煌先生	好倉	實益擁有人		9,189,000	0.44%
		全權信託的創辦人	(2)	327,624,454	15.85%
丁輝榮先生	好倉	全權信託的創辦人	(3)	324,066,454	15.67%
王加碧先生	好倉	全權信託的創辦人	(4)	168,784,611	8.16%

附註：

- (1) 本公司該等340,066,332股股份由丁氏國際有限公司持有，該公司由DWH Capital Limited全資擁有。DWH Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd. 以The DWH Trust受託人的身份全資擁有。丁伍號先生為The DWH Trust的財產授予人及受益人。DWH Capital Limited、TMF (Cayman) Ltd. 及丁伍號先生各自被視為擁有丁氏國際有限公司所持的340,066,332股本公司股份的權益。彼為丁輝煌先生及丁輝榮先生的姻親兄弟。
- (2) 本公司該等327,624,454股股份由銘榕國際有限公司持有，該公司由DHH Capital Limited全資擁有。DHH Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd. 以The DHH Trust受託人的身份全資擁有。丁輝煌先生為The DHH Trust的財產授予人及受益人。DHH Capital Limited、TMF (Cayman) Ltd. 及丁輝煌先生各自被視為擁有銘榕國際有限公司所持的327,624,454股本公司股份的權益。彼為丁輝榮先生的胞兄及丁伍號先生的姻親兄弟。

企業管治及 額外資料

- (3) 本公司該等324,066,454股股份由輝榮國際有限公司持有，該公司由DHR Capital Holding Limited全資擁有。DHR Capital Holding Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The DHR Trust受託人的身份全資擁有。丁輝榮先生為The DHR Trust的財產授予人及受益人。DHR Capital Holding Limited、TMF (Cayman) Ltd.及丁輝榮先生各自被視為擁有輝榮國際有限公司所持的324,066,454股本公司股份的權益。彼為丁輝煌先生的胞弟及丁伍號先生的姻親兄弟。
- (4) 本公司該等168,784,611股股份由佳偉國際有限公司持有，該公司由WJB Capital Limited全資擁有。WJB Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The WJB Trust受託人的身份全資擁有。王加碧先生為The WJB Trust的財產授予人及受益人。WJB Capital Limited、TMF (Cayman) Ltd.及王加碧先生各自被視為擁有佳偉國際有限公司所持的168,784,611股本公司股份的權益。

除上文所披露者外，於二零二五年六月三十日，概無本公司董事或最高行政人員於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債券中擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條須予存置的登記冊的權益或淡倉，或根據標準守則須另行知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

購股權計劃

購股權計劃

鑒於有關購股權計劃的上市規則於二零二三年一月一日生效的修定，於二零二三年四月二十八日，本公司採納一項新購股權計劃（「購股權計劃」），並終止其於二零二一年五月十八日採納的前購股權計劃（「前購股權計劃」）。購股權計劃旨在(i)使本公司能夠根據購股權計劃向合資格參與者授出購股權，作為彼等為本集團增長及發展所作貢獻的激勵或獎勵；(ii)吸引及挽留人才，以促進本集團的可持續發展；及(iii)使承授人的利益與股東的利益保持一致，以促進本公司的長期財務和業務表現。

因行使根據購股權計劃及本公司任何其他股份計劃所授出之全部購股權及獎勵而可予發行之股份最高數目，初步合共不得超過於購股權計劃獲批准採納當日已發行股份總數之10%，即206,768,200股股份。倘根據購股權計劃授出任何購股權導致於截至進一步授出日期（包括該日）止任何12個月期間因行使根據購股權計劃及本公司任何其他股份計劃向該人士授出或將予授出的購股權或獎勵（不包括根據購股權計劃或本公司其他股份計劃的條款已失效的任何購股權及獎勵）而已發行或將予發行的股份超出本公司已發行股本的1%，有關授出必須由股東於股東大會上單獨批准，而有關承授人及其緊密聯繫人（或倘承授人為本公司關連人士，則為聯繫人）須放棄投票。

企業管治及 額外資料

根據購股權計劃的條款，購股權可在董事會決定並通知承授人的期間內隨時行使，該期間可由要約日期開始，但在任何情況下均不得遲於該購股權要約日期起計10年，惟須符合提前終止的規定。購股權計劃項下購股權之歸屬期不得短於接納要約之日起計12個月，惟購股權計劃項下所訂明的特殊情況則除外。購股權計劃合資格參與者在要約日期起計21日內接納要約時須向本公司繳付1.0港元。購股權的行使價由董事會全權酌情釐定，惟不得低於下列的最高者：

- (a) 股份面值；
- (b) 股份於要約日期在聯交所每日報價表所載之收市價；及
- (c) 股份於緊接要約日期前五個營業日在聯交所每日報價表所載之平均收市價。

購股權計劃將由二零二三年四月二十八日起計10年期間內有效及生效。有關購股權計劃條款的進一步詳情，請參閱本公司日期為二零二三年四月四日之通函。

前購股權計劃已於二零二三年四月二十八日終止且於二零二三年六月三十日前購股權計劃項下概無尚未行使的購股權。

於二零二五年一月一日及二零二五年六月三十日，根據購股權計劃授權可供授出的購股權數目分別為206,768,200份。於二零二五年一月一日及二零二五年六月三十日，根據購股權計劃的服務提供商分項限額可供授出的購股權數目分別為103,384,100份。

除於二零二三年四月二十八日採納的購股權計劃外，本公司並無設立任何其他購股權或股份獎勵計劃。自採納購股權計劃以來，本公司概無根據購股權計劃授出任何購股權。截至二零二五年六月三十日止六個月，概無根據購股權計劃授出、行使、註銷購股權或使之失效。

企業管治及 額外資料

主要股東及其他人士於股份及相關股份中的權益及淡倉

於二零二五年六月三十日，有關人士（本公司董事或最高行政人員除外）於本公司股份及相關股份中擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須予存置的登記冊的權益或淡倉如下：

股東姓名／名稱	附註	權益性質	於所持普通股的好倉／淡倉 ⁽¹⁾	佔全部已發行 股份百分比
丁氏國際有限公司	(2)	實益擁有人	L 340,066,332	16.45%
銘榕國際有限公司	(3)	實益擁有人	L 327,624,454	15.85%
輝榮國際有限公司	(4)	實益擁有人	L 324,066,454	15.67%
佳偉國際有限公司	(5)	實益擁有人	L 168,784,611	8.16%
佳琛國際有限公司	(6)	實益擁有人	L 168,784,611	8.16%
王加琛	(6)	全權信託的創辦人	L 168,784,611	8.16%
TMF (Cayman) Ltd.	(7)	受託人	L 1,356,332,000	65.60%
DWH Capital Limited	(2)	所控制的法團的權益	L 340,066,332	16.45%
DHH Capital Limited	(3)	所控制的法團的權益	L 327,624,454	15.85%
DHR Capital Holding Limited	(4)	所控制的法團的權益	L 324,066,454	15.67%
WJB Capital Limited	(5)	所控制的法團的權益	L 168,784,611	8.16%
WJC Capital Limited	(6)	所控制的法團的權益	L 168,784,611	8.16%

附註：

1. 字母「L」代表好倉，而字母「S」代表淡倉。
2. 丁氏國際有限公司全部已發行股本由DWH Capital Limited擁有。DWH Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd. 以The DWH Trust受託人的身份全資擁有。丁伍號先生為丁氏國際有限公司的唯一董事。

企業管治及 額外資料

3. 銘榕國際有限公司全部已發行股本由DHH Capital Limited擁有。DHH Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The DHH Trust受託人的身份全資擁有。丁輝煌先生為銘榕國際有限公司的唯一董事。
4. 輝榮國際有限公司全部已發行股本由DHR Capital Holding Limited擁有。DHR Capital Holding Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The DHR Trust受託人的身份全資擁有。丁輝榮先生為輝榮國際有限公司的唯一董事。
5. 佳偉國際有限公司全部已發行股本由WJB Capital Limited擁有。WJB Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The WJB Trust受託人的身份全資擁有。王加碧先生為佳偉國際有限公司的唯一董事。
6. 本公司該等168,784,611股股份由佳琛國際有限公司持有，該公司由WJC Capital Limited全資擁有。WJC Capital Limited進而由TMF (Cayman) Ltd.以The WJC Trust受託人的身份全資擁有。王加琛先生為The WJC Trust的財產授予人及受益人。WJC Capital Limited、TMF (Cayman) Ltd.及王加琛先生各自被視為擁有佳琛國際有限公司所持的168,784,611股本公司股份的權益。王加琛先生為執行董事王加碧先生的胞弟。
7. TMF (Cayman) Ltd.以The DWH Trust、The DHH Trust、The DHR Trust、The WJB Trust、The DJT Trust及The WJC Trust的受託人身份，持有DWH Capital Limited、DHH Capital Limited、DHR Capital Holding Limited、WJB Capital Limited、DJT Capital Limited及WJC Capital Limited的全部已發行股本，該公司最終合共持有本公司1,356,332,000股股份。

除上文所披露者外，於二零二五年六月三十日，概無人士（本公司董事或最高行政人員除外）於本公司股份及相關股份中擁有記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須予存置的登記冊的權益或淡倉。

購買、出售或贖回證券

於截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。截至二零二五年六月三十日止六個月，本公司並無持有任何庫存股份。

遵守標準守則

本公司已採用載於上市規則附錄C3的標準守則作為有關董事進行證券交易的行為守則。在向全體董事作出特定查詢後，本公司已證實截至二零二五年六月三十日止六個月本公司所有董事均符合載於標準守則之規定標準。

審核委員會對中期業績的審閱

本公司已成立審核委員會。審核委員會須向董事會負責，而其主要職責包括審閱及監察本集團的財務申報程序及內部控制措施。

審核委員會已與管理層檢討本集團採用之會計準則及慣例，並曾商討內部監控及財務申報等事宜，其中包括審閱本集團截至二零二五年六月三十日止六個月之未經審核中期財務報表。彼等認為，本集團截至二零二五年六月三十日止六個月的未經審核中期財務報表符合相關會計準則、規則及法規，並已作出適當披露。

股東 資訊

財務資料時間表

中期業績公佈	二零二五年八月十二日
中期股息除權日期	二零二五年九月十日
暫停辦理股份過戶登記手續	二零二五年九月十二日至九月十六日
記錄日期	二零二五年九月十六日
中期股息派付日期	二零二五年九月二十五日或前後

股息

董事會議決宣派截至二零二五年六月三十日止六個月的中期股息20.4港仙(相當於人民幣18.7分(僅供說明用途))。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定獲派中期股息的資格，本公司將於二零二五年九月十二日(星期五)至二零二五年九月十六日(星期二)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行任何股份過戶登記手續。如欲符合資格獲派中期股息，所有股份過戶表格連同有關股票須於不遲於二零二五年九月十一日下午四時三十分前送交本公司於香港的股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司作登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

開曼群島股份過戶登記處

SMP Partners (Cayman) Limited
3rd Floor, Royal Bank House
24 Shedden Road, George Town
P.O. Box 1586
Grand Cayman KY1-1110
Cayman Islands

香港股份過戶登記處

香港中央證券登記有限公司
中國香港特別行政區灣仔
皇后大道東183號
合和中心
17樓1712-1716

投資者關係聯絡

中國香港特別行政區灣仔
港灣道1號
會展廣場
辦公大樓1609室
電話：+852 2907 7033

公司資料

董事會

執行董事

丁伍號
丁輝煌(主席)
丁輝榮
王加碧

獨立非執行董事

胡明偉
韓炳祖
陳闖
Ferheen Mahomed

董事委員會

審核委員會

胡明偉(主席)
韓炳祖
陳闖

薪酬委員會

陳闖(主席)
王加碧
韓炳祖

提名委員會

韓炳祖(主席)
丁伍號
胡明偉
Ferheen Mahomed

公司秘書

鄭兆強 FCCA, HKICPA

授權代表

丁伍號
鄭兆強 FCCA, HKICPA

中國總部

中國
福建省廈門市
湖里區高新科技園
361°大廈
郵編：361009

中國工廠

中國
福建省
晉江市
陳埭鎮
江頭村
前進路165號

中國
福建省
晉江市
社馬路
五里工業區
郵編：362261

香港主要營業地點

中國香港特別行政區
灣仔
港灣道1號
會展廣場辦公大樓
1609室

註冊辦事處

Cricket Square, Hutchins Drive
PO Box 2681
Grand Cayman, KY1-1111
Cayman Islands

核數師

大華馬施雲會計師事務所有限公司
註冊公眾利益實體核數師

法律顧問

有關開曼群島法律：

Conyers Dill & Pearman

有關香港法律：

趙不渝馬國強律師事務所

主要往來銀行

興業銀行股份有限公司
中國建設銀行股份有限公司
中國農業銀行股份有限公司
中國工商銀行股份有限公司
招商銀行股份有限公司

公司網站

www.361sport.com

股份代號

01361