

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

361°

361 Degrees International Limited

361度國際有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1361)

截至二零一二年十二月三十一日止年度之全年業績公佈

摘要

- 營業額及毛利於截至二零一二年十二月三十一日止年度分別達到人民幣4,950.6百萬元及人民幣1,972.3百萬元。
- 本公司權益持有人應佔溢利於截至二零一二年十二月三十一日止年度為人民幣707.2百萬元。
- 截至二零一二年十二月三十一日止年度之每股基本盈利為每股人民幣34.2分。
- 董事會建議宣派截至二零一二年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣7.0分（相當於8.7港仙）。
- 於二零一二年十二月三十一日，零售門店數目為8,082間，當中約72%位於三線及更小型城市。

截至二零一二年十二月三十一日止年度之全年業績

本公司於上個財政期間將財政年結日由六月三十日更改至十二月三十一日。因此，綜合收益表及綜合全面收入表的比較數字（包括由二零一一年七月一日至二零一一年十二月三十一日止六個月期間）及相關附註並不可完全與本年度作比較。本集團截至二零一二年及二零一一年十二月三十一日止年度的綜合收益表亦就比較而言於本公佈呈列作補充財務資料。

361度國際有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零一二年十二月三十一日止年度的綜合業績以及截至二零一一年十二月三十一日止上一個財政期間六個月的比較數字如下：

綜合收益表

截至二零一二年十二月三十一日止年度

	附註	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
營業額	3	4,950,578	2,382,801
銷售成本		(2,978,266)	(1,330,103)
毛利		1,972,312	1,052,698
其他收益	4	81,045	15,631
其他淨收入	4	2,894	1,738
銷售及分銷開支		(889,067)	(477,768)
行政開支		(302,771)	(152,311)
經營溢利		864,413	439,988
可換股債券內含衍生工具公平值變動淨值	12	32,936	—
財務成本	5(a)	(66,975)	(543)
除稅前溢利	5	830,374	439,445
所得稅	6	(115,145)	(78,216)
年內／期內溢利		715,229	361,229
應佔：			
本公司權益持有人		707,208	359,692
非控股權益		8,021	1,537
年內／期內溢利		715,229	361,229
每股盈利	8		
基本（分）		34.2	17.4
攤薄（分）		31.8	17.4

屬於年內／期內溢利的應付本公司權益持有人股息的詳情載於附註7。

綜合全面收入表

截至二零一二年十二月三十一日止年度

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
年內／期內溢利	715,229	361,229
年內／期內其他全面收入		
財務報表換算所產生的匯兌差額	<u>3,226</u>	<u>(7,564)</u>
年內／期內全面收入總額	<u>718,455</u>	<u>353,665</u>
應佔：		
本公司權益持有人	710,434	352,128
非控股權益	<u>8,021</u>	<u>1,537</u>
年內／期內全面收入總額	<u>718,455</u>	<u>353,665</u>

綜合資產負債表

於二零一二年十二月三十一日

	附註	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
非流動資產			
固定資產			
—物業、廠房及設備		958,049	892,263
—於經營租賃下持作自用租賃土地中的權益		99,754	99,926
		1,057,803	992,189
其他金融資產		17,550	17,550
按金及預付款項		142,140	141,887
遞延稅項資產		61,730	29,546
		1,279,223	1,181,172
流動資產			
存貨	10	460,715	451,264
應收賬款	9	1,928,040	2,110,008
應收票據	9	183,470	244,800
按金、預付款項及其他應收款項	9	567,223	794,684
已抵押銀行存款		95,730	127,685
銀行存款		590,791	211,902
現金及現金等價物		2,107,018	459,762
		5,932,987	4,400,105
流動負債			
應付賬款及其他應付款項	11	1,591,474	1,023,983
銀行貸款		42,315	28,781
其他貸款		—	150,000
本期稅項		92,379	72,181
		1,726,168	1,274,945
流動資產淨值		4,206,819	3,125,160

綜合資產負債表

於二零一二年十二月三十一日(續)

	附註	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
總資產減流動負債		<u>5,486,042</u>	<u>4,306,332</u>
非流動負債			
遞延稅項負債		2,517	5,817
可換股債券	12	<u>753,062</u>	<u>—</u>
		<u>755,579</u>	<u>5,817</u>
淨資產		<u><u>4,730,463</u></u>	<u><u>4,300,515</u></u>
資本及儲備			
股本		182,298	182,298
儲備		<u>4,495,762</u>	<u>4,073,835</u>
本公司權益持有人應佔權益總額		4,678,060	4,256,133
非控股權益		<u>52,403</u>	<u>44,382</u>
權益總額		<u><u>4,730,463</u></u>	<u><u>4,300,515</u></u>

1 財務報表編製基準

該等財務報表乃按與二零一一年十二月三十一日年度財務報表所採納的同一套會計政策編製，惟附註2所載會計政策的變動除外。該等財務報表已通過本公司審核委員會審閱。本公佈所載的財務資料並不構成本集團於截至二零一二年十二月三十一日止年度的法定財務報表，惟乃取材自該等財務報表。

2 會計政策變動

香港會計師公會頒佈下列多項對香港財務報告準則的若干修訂，並自本集團及本公司的本會計期間首次生效。其中，香港財務報告準則第7號，「*金融工具：披露－轉讓財務資產*」與本集團財務報表有關連。

香港財務報告準則第7號（修訂本）要求將所有未終止確認之已轉讓金融資產及任何繼續涉及所有已終止確認之已轉讓金融資產（不論有關轉讓交易於何時發生）之若干披露載於財務報表。然而，於首次採納當年，實體毋須提供比較期間之披露資料。本集團於過往期間或本期間並無進行任何根據有關修訂須於本會計期間予以披露之重大金融資產轉讓。

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

3 營業額及分部報告

(a) 營業額

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、服裝及配飾。營業額指貨品銷售額扣除退貨、折扣、增值稅及其他銷售稅，分析如下：

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
鞋類	2,321,681	1,225,819
服裝	2,532,908	1,105,888
配飾	95,989	51,094
	4,950,578	2,382,801

本集團的客戶基礎多樣化，只有兩名客戶的交易額超逾本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一一年十二月三十一日六個月各自之營業額的10%。截至二零一二年十二月三十一日止年度期間，兩名客戶應佔鞋類、服裝及配飾的營業額（包括據本集團所知屬與該等客戶在共同控制下的實體的銷售額）分別約為人民幣843百萬元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣342百萬元）及人民幣514百萬元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣284百萬元）。此等銷售於各須予呈報分部（見附註3(b)）產生。

有關本集團主要業務的進一步詳情披露如下：

3 營業額及分部報告 (續)

(b) 分部報告

本集團按產品分類管理其業務系列。為與向本集團最高行政管理人員內部呈報以分配資源及評估表現之資料一致，本集團已呈報下列兩個須予呈報分部。並無經營分部綜合組成以下可呈報分部。

- 361° 產品－成人：此分部從生產及買賣成人運動產品產生營業額。
- 361° 產品－童裝：此分部從買賣童裝運動產品產生營業額。

本集團收益及業績乃來自在中國進行銷售，本集團於本年度所運用之主要資產位於中國。因此，並無於本年度作出地區分部分析。此外，並無編製分部資產及負債資料，以於本年度供本集團最高級行政管理層審閱，以便分配資源及評估表現。

(i) 分部業績

為評估分部表現及分配資源予各分部，本集團的高級行政管理層應用下列基準監控各分部業績：

收入及支出分配於報告中的分部，是依據由這些分部所產生的收入與支出。用於呈報分部溢利之計量方式為毛利。

截至二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一一年十二月三十一日止六個月，由本集團最高行政管理層提供的有關本集團分部報告對資源分配的意圖及分部業績的評估如下：

	361° 產品－成人		361° 產品－童裝		總計	
	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
呈報分部收益	4,580,500	2,309,995	370,078	72,806	4,950,578	2,382,801
銷售成本	(2,751,863)	(1,285,513)	(226,403)	(44,590)	(2,978,266)	(1,330,103)
呈報分部溢利 (毛利)	<u>1,828,637</u>	<u>1,024,482</u>	<u>143,675</u>	<u>28,216</u>	<u>1,972,312</u>	<u>1,052,698</u>

3 營業額及分部報告 (續)

(b) 分部報告 (續)

(ii) 呈報分部收益及損益之對賬

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
收益		
呈報分部收益及綜合營業額 (附註3(a))	<u>4,950,578</u>	<u>2,382,801</u>
溢利		
呈報分部溢利	1,972,312	1,052,698
其他收益	81,045	15,631
其他淨收入	2,894	1,738
銷售及分銷開支	(889,067)	(477,768)
行政開支	(302,771)	(152,311)
可換股債券內含衍生工具公平值變動淨值	32,936	-
財務成本	(66,975)	(543)
綜合除稅前溢利	<u>830,374</u>	<u>439,445</u>

4 其他收益及淨收入

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
其他收益		
銀行利息收入	23,535	12,267
政府補助金	40,028	1,140
其他	17,482	2,224
	<u>81,045</u>	<u>15,631</u>
其他淨收入		
出售固定資產所產生的虧損淨額	(307)	(54)
外匯收益淨額	3,201	1,792
	<u>2,894</u>	<u>1,738</u>

因本集團對地方經濟的貢獻，獲多家地方政府機構發放人民幣40,028,000元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣1,140,000元）的政府補助金，該等補助金的授予均為無條件，並由有關機構酌情決定。

5 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除以下各項：

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
(a) 財務成本		
須於五年內悉數償還的銀行及其他借貸的利息	10,424	543
可換股債券財務費用 (附註12)	<u>56,551</u>	<u>—</u>
	<u>66,975</u>	<u>543</u>
(b) 員工成本		
向定額供款退休計劃作出的供款	17,296	8,812
基於股份以權益結算的支付開支	957	964
薪金、工資及其他福利	<u>324,893</u>	<u>205,869</u>
	<u>343,146</u>	<u>215,645</u>
(c) 其他項目		
核數師酬金	3,637	2,087
土地租賃款項攤銷	1,996	1,102
折舊	77,998	36,397
物業的經營租賃費用	14,736	4,398
研發成本*	86,560	35,767
存貨成本**	<u>2,978,266</u>	<u>1,330,103</u>

* 研發成本包括與研發部門僱員的員工成本共人民幣31,882,000元 (截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣15,924,000元)，該金額亦計入於附註5(b)披露的員工成本總額。

** 存貨成本包括與員工成本及折舊共人民幣228,589,000元 (截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣161,060,000元)，該等金額亦計入就各項該等類別開支分別於上文或附註5(b)披露的各項總額。

6 綜合收益表中的所得稅

綜合收益表中的所得稅指：

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
本期稅項－中國所得稅		
年內／期內撥備	147,656	93,807
以往年度撥備不足	<u>2,973</u>	<u>—</u>
	150,629	93,807
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	<u>(35,484)</u>	<u>(15,591)</u>
	<u>115,145</u>	<u>78,216</u>
(i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團無須繳交開曼群島及英屬處女群島的任何所得稅。		
(ii) 由於本集團於年內／期內並無賺取任何須繳納香港利得稅的收入，故並無就香港利得稅作出撥備。		
(iii) 根據中國所得稅規則及規例，中國企業所得稅乃以構成本集團的各中國附屬公司的應課稅溢利按25%的法定稅率計算。年內／期內，根據有關稅項規則及規例，一間中國附屬公司獲按標準稅率的50%計稅。		

7 股息

(i) 年內／期內應付本公司權益持有人的股息

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
已宣派及已付的每股普通股人民幣7.0分的中期股息 (二零一一年：每股普通股人民幣零分)	144,732	—
於結算日後擬宣派的每股普通股人民幣7.0分的末期股息 (二零一一年：每股普通股人民幣7.0分)	144,732	144,732
	<u>289,464</u>	<u>144,732</u>

結算日後建議派發的末期股息並未於結算日確認為負債。

(ii) 屬於上一財政期間／年度的應付本公司權益持有人股息，已於年內／期內批准及派付

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
上一財政年度／期間的末期股息每股普通股人民幣7.0分， 於年內批准及支付(二零一一年：每股普通股人民幣16.1分)	<u>144,732</u>	<u>332,884</u>

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司普通權益持有人應佔溢利人民幣707,208,000元(截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣359,692,000元)以及年內已發行股份的加權平均數2,068,000,000股(截至二零一一年十二月三十一日止六個月：2,068,000,000股)。

8 每股盈利 (續)

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按本公司普通權益持有人應佔溢利人民幣730,823,000元(截至二零一一年十二月三十一日六個月:人民幣359,692,000元)以及就轉換可換股債券(附註12)及根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權所引致的潛在攤薄效應而作出調整的普通股加權平均股份數目2,295,000,000股(截至二零一一年十二月三十一日六個月:2,071,000,000股),以下列方法計算:

(i) 本公司普通權益持有人應佔溢利(已攤薄)

	截至二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
本公司普通權益持有人應佔溢利	707,208	359,692
可換股債券負債部分實際權益之除稅後影響 (附註12)	56,551	-
可換股債券衍生工具部分已確認淨收益之除稅後 影響(附註12)	(32,936)	-
	730,823	359,692

(ii) 普通股的加權平均股份數目(已攤薄)

	截至二零一二年 十二月三十一日 止年度 千股	截至二零一一年 十二月三十一日 止六個月 千股
於十二月三十一日普通股的加權平均股份數目	2,067,602	2,067,602
轉換可換股債券的影響(附註12)	227,847	-
被視為根據本公司購股權計劃無償發行股份的影響	-	3,706
	2,295,449	2,071,308

9 應收賬款及其他應收款項

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
應收賬款		
應收賬款	1,967,560	2,149,528
減：呆賬撥備 (附註9(b))	<u>(39,520)</u>	<u>(39,520)</u>
	<u>1,928,040</u>	<u>2,110,008</u>
應收票據		
	<u>183,470</u>	<u>244,800</u>
按金、預付款項及其他應收款項		
按金	3,586	1,790
預付款項	495,295	719,915
其他應收款項	51,884	72,979
衍生金融工具 (附註12)	<u>16,458</u>	<u>—</u>
	<u>567,223</u>	<u>794,684</u>

預付款項包括預付予供應商的款項人民幣388,906,000元 (二零一一年：人民幣610,515,000元)。

預期所有應收賬款及應收票據，以及按金、預付款項及其他應收款項的即期部分將於一年內收回，惟本集團的流動部分之按金總額為人民幣3,586,000元 (二零一一年：人民幣1,790,000元)，預期將於超過一年之後收回或確認為開支。

9 應收賬款及其他應收款項 (續)

(a) 賬齡分析

以下為於結算日的應收賬款和應收票據(扣除呆賬撥備)以發票日期為基準的賬齡分析：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
90天內	1,088,602	1,663,756
超過90天但180天內	1,022,723	609,612
超過180天但365天內	185	81,440
	<u>2,111,510</u>	<u>2,354,808</u>

本集團對所有提供信貸額的客戶會定期進行信貸評估。該等評估集中於客戶過去到期付款的記錄及目前付款的能力，並考慮到有關特定客戶及客戶經營業務所在的經濟環境的資料。應收賬款及應收票據由發單日期起計30至180日內到期支付。自開票日期起計結欠超過一年的債務人必須清償所有未償還結餘，方會再獲授其他信貸。

(b) 應收賬款及應收票據的減值

有關應收賬款及應收票據的減值虧損乃採用撥備賬記錄，惟本集團信納收回款項的可能性屬微乎其微則除外，而於此情況下，減值虧損則自應收賬款及應收票據中直接撇銷。呆賬撥備於截至二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一一年十二月三十一日止六個月內並無變動。

於二零一二年十二月三十一日，本集團的應收賬款中，人民幣39,520,000元(二零一一年：人民幣39,520,000元)乃個別釐定為已發生減值。個別減值的應收賬款與許多客戶有關，管理層評估該等應收賬款屬無法收回的款項。因此，個別呆賬撥備已被確認。本集團並無就該等結餘持有任何抵押品。

9 應收賬款及其他應收款項 (續)

(c) 並無減值的應收賬款及應收票據

並無個別或共同被視為已發生減值的應收賬款及應收票據的賬齡分析如下：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
並無逾期或減值	<u>1,961,452</u>	<u>1,941,518</u>
逾期少於30天	75,930	245,302
逾期超過30天但少於90天	70,414	167,988
逾期超過90天但少於180天	<u>3,714</u>	<u>—</u>
已逾期款項	<u>150,058</u>	<u>413,290</u>
	<u>2,111,510</u>	<u>2,354,808</u>

並無逾期或減值的應收款項與各類客戶有關，該等客戶並無近期的拖欠記錄。

逾期但並無減值的應收款項與許多獨立客戶有關，而這些客戶與本集團之間擁有良好往績記錄。根據過往經驗，管理層相信，由於信貸質素並無重大變動且該等結餘仍被視為可全數收回，因此毋須就此等結餘作出減值撥備。本集團並無就此等結餘持有任何抵押品。

10 存貨

(a) 綜合資產負債表內的存貨包括：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
原材料	28,077	31,352
在產品	116,075	60,064
製成品	<u>316,563</u>	<u>359,848</u>
	<u>460,715</u>	<u>451,264</u>

10 存貨 (續)

(b) 已確認為開支並包含於損益內的存貨金額分析如下：

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
已出售存貨賬面值	2,978,266	1,330,103

11 應付賬款及其他應付款項

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
應付賬款	548,936	315,539
應付票據	491,140	474,810
預收款項	43,217	447
其他應付款項及應計款項	335,205	233,187
衍生金融工具 (附註12)	172,976	—
	1,591,474	1,023,983

所有應付賬款及其他應付款項預計將於一年內結清或確認為收入或須於要求時償還。

於二零一二年及二零一一年十二月三十一日的應付票據由已抵押銀行存款予以擔保。

應付賬款及其他應付款項包括應付賬款及應付票據，以下為於結算日的賬齡分析：

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
於1個月內屆滿或須於要求時還款	420,644	190,690
於1至3個月內屆滿	328,764	357,324
於3至6個月內屆滿	290,668	242,335
	1,040,076	790,349

12 可換股債券

於二零一二年四月三日，本公司發行了本金額為150,000,000美元於二零一七年到期的無抵押可換股債券（「可換股債券」）。可換股債券的年利率為4.5%，每半年於期終派付。可換股債券的到期日為二零一七年四月三日。於二零一二年五月十四日至二零一七年四月三日期間，可換股債券可按每股3.81港元的價格兌換為本公司股份，有關價格可作反攤薄及股息保障調整。

除以上所述外，本公司可由二零一五年四月三日至二零一七年四月三日期間提早贖回所有可換股債券，並於贖回日支付任何應計但未支付的利息，惟於任何連續三十個交易日（該三十日期間的最後一日在本公司發出贖回通知前五個交易日之內）的股份收市價須最少為現行換股價的130%。

可換股債券持有人可於二零一五年四月三日或前後要求本公司提早贖回全部或部分可換股債券並於贖回日期支付任何應計但未支付的利息。

贖回認購期權、贖回認沽期權及換股期權作為衍生金融工具分別以公平值於各結算日列賬。

由於宣派截至二零一一年十二月三十一日止六個月之末期股息及截至二零一二年六月三十日止六個月之中期股息，因此，可換股債券的換股價調整為3.53港元，自二零一二年九月十一日起生效。

	可換股 債券的 負債部分 (附註12(a)) 人民幣千元	贖回 認購期權 (附註9及 附註12(b)) 人民幣千元	贖回 認沽期權 (附註11及 附註12(c)) 人民幣千元	換股權 (附註11及 附註12(d)) 人民幣千元	總計 人民幣千元
發行可換股債券	753,885	(22,450)	40,473	173,059	944,967
交易成本 (附註12(e))	(17,626)	—	—	—	(17,626)
年內攤銷之財務成本 (附註5(a))	56,551	—	—	—	56,551
已付及應付利息	(31,697)	—	—	—	(31,697)
公平值的變動值	—	5,824	12,087	(50,847)	(32,936)
匯兌調整	(8,051)	168	(568)	(1,228)	(9,679)
	<u>753,062</u>	<u>(16,458)</u>	<u>51,992</u>	<u>120,984</u>	<u>909,580</u>
於二零一二年十二月三十一日					

12 可換股債券 (續)

- (a) 可換股債券的負債部分指基於合約釐定的未來現金流量，並經計及本公司業務風險及財務風險後按可比信貸狀況的市場工具釐定的利率折現。負債部分的實際年利率為10.2%。於二零一二年十二月三十一日，可換股債券的負債部分須於兩年後但於五年內償還。
- (b) 贖回認購期權指本公司提早贖回全部可換股債券的期權的公平值，並於「應收賬款及其他應收款項」以衍生金融工具列賬 (附註9)。
- (c) 贖回認沽期權指可換股債券持有人提早贖回全部可換股債券的期權的公平值，並於「應付賬款及其他應付款項」以衍生金融工具列賬 (附註11)。
- (d) 換股期權指可換股債券持有人將可換股債券轉換為股份的期權的公平值，並於「應付賬款及其他應付款項」以衍生金融工具列賬 (附註11)。
- (e) 發行可換股債券的交易成本達人民幣22,073,000元。人民幣17,626,000元已與可換股債券負債部分抵消，其餘交易成本於收益表內支銷。

補充財務資料－未經審核

綜合收益表

截至二零一二年及二零一一年十二月三十一日止年度

	二零一二年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
營業額	4,950,578	5,568,678
銷售成本	<u>(2,978,266)</u>	<u>(3,205,868)</u>
毛利	1,972,312	2,362,810
其他收益	81,045	72,230
其他淨收入	2,894	3,437
銷售及分銷開支	(889,067)	(753,890)
行政開支	<u>(302,771)</u>	<u>(299,563)</u>
經營溢利	864,413	1,385,024
可換股債券內含衍生工具公平值變動淨值	32,936	—
財務成本	<u>(66,975)</u>	<u>(833)</u>
除稅前溢利	830,374	1,384,191
所得稅	<u>(115,145)</u>	<u>(248,333)</u>
年內溢利	<u><u>715,229</u></u>	<u><u>1,135,858</u></u>
應佔：		
本公司權益持有人	707,208	1,133,050
非控股權益	<u>8,021</u>	<u>2,808</u>
年內溢利	<u><u>715,229</u></u>	<u><u>1,135,858</u></u>
每股盈利		
基本（分）	<u><u>34.2</u></u>	<u><u>54.8</u></u>
攤薄（分）	<u><u>31.8</u></u>	<u><u>54.6</u></u>

管理層討論及分析

行業回顧

中國經濟增長於二零一二年首三季放緩後於第四季反彈。國內經濟增長放緩，部分乃由於歐元區主權債務危機對中國出口行業構成影響，而出口行業聘用相當大比例的本地勞工，故亦對內部需求造成間接影響。於回顧財政年度，中國國內運動服飾供應過剩，產品平均售價及毛利率因而被拖低，使業界競爭激烈，經營環境困難。運動服飾行業經歷以銷量帶動的高速增長期後，面對存貨高企，並需採取措施清理供應過剩的情況。這些措施包括於零售層面以大幅折扣出售貨品、取消部份訂貨會訂單、削減零售門店擴充規模，以及加強市場營銷力度。運動服飾公司亦透過開發新產品和調整產品組合，以滿足市場不斷改變的需要。基於上述各項，與截至二零一一年十二月三十一日止年度比較，本集團股權持有人應佔溢利於二零一二年減少37.6%。

為應對這些挑戰，並鞏固其於中國一、二線城市的高端市場，以及於三線及更小型城市的主打中價、低端市場上的位置，本集團繼續加強在產品研發、品牌建設、市場營銷以及控制銷售渠道的存貨水平。本集團高瞻遠矚，於二零一零年推出本集團的童裝產品系列—361°童裝，以擴展產品組合及擴闊收入來源，並為本集團在這歷來最艱難的年度內帶來巨大價值。361°童裝產品系列剛起步，其佔本集團營業額的比例，以及銷售金額均快速增長，董事會相信此系列可成為未來的增長動力。此外，本集團亦透過與分銷商協定取消若干於訂貨會訂定但尚未生產的貨品訂單，力求控制在銷售渠道內的存貨水平。本集團亦透過向零售商提供培訓、提供上架津貼作改善店面擺設及購物環境用途，以及推廣ePOS（零售終端電子企業資源規劃系統）等措施，協助零售商提升店舖效率。

業務回顧

銷售與分銷網絡

本集團與分銷商合作，迎接供應過剩為運動服飾市場帶來的挑戰，並繼續採用獨家分銷的經營模式，享受其帶來的好處，包括規模效益、更具成本效益的營銷及推廣活動，以及更佳存貨控制。

本集團所採取的措施，包括控制銷售渠道的存貨水平，並於零售門市加大銷售及營銷力度。具體而言，本集團及其分銷商協定取消若干於訂貨會訂定但尚未生產的貨品訂單。各方在訂貨會落單及接受訂單時態度審慎，使二零一三年春季／夏季訂貨會訂單金額按年減少23%。

本集團亦向零售商提供培訓，並提供約人民幣203.0百萬元的上架津貼作改善貨品陳列及翻新購物環境用途。舉例而言，在零售門店內按每月不同的運動及相關的運動明星作為主題擺放展架，以展示最新產品。此舉旨在提升品牌知名度和提高銷售額。

於回顧財政年度，獨家分銷商的數量為31個。於二零一二年十二月三十一日，這些分銷商監管3,336個授權經銷商，而這些授權經銷商擁有及管理共8,082個成人運動服飾零售點，較去年的7,865間淨增加217間。新增門店的約72%分佈於三線及更小型城市，本集團於該等地區已建立起品牌影響力。本集團大部分門店仍然位於華北(3,090間)及華東(2,081間)。於二零一二年十二月底已開設的銷售零售點中，5,555間為獨立店舖，佔成人運動服飾零售門店總數約68.7%。標準店舖的平均面積約100.7平方米。

	於二零一二年 十二月三十一日		於二零一一年 十二月三十一日		變動 (%)
	361°授權 零售門店 數目	361°授權 零售門店 總數%	361°授權 零售門店 數目	361°授權 零售門店 總數%	
	東部 ⁽¹⁾	2,081	25.8	2,046	
南部 ⁽²⁾	1,344	16.6	1,265	16.1	6.2
西部 ⁽³⁾	1,567	19.4	1,505	19.1	4.1
北部 ⁽⁴⁾	3,090	38.2	3,049	38.8	1.3
總數	<u>8,082</u>	<u>100</u>	<u>7,865</u>	<u>100</u>	2.8

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。

截至二零一二年十二月三十一日，授權零售商分別於鄭州、濟南、武漢及哈爾濱共運營四間361° Towns。這些超大型店舖平均面積約1,100平方米，旨在提升361°的品牌形象。通過增強品牌建設及統一品牌形象，這些店舖進一步完善本集團的廣泛分銷網絡。

鑒於運動服飾市場經歷過去多年以銷量帶動的高速增長後出現供過於求，本集團管理層認為對成人運動服飾業務銷售點的擴張計劃，應採取謹慎策略，並決定不會就二零一三年開店數目設定目標。本集團將轉為集中產品開發及推廣，以鞏固其市場地位。

在市場整固之際，本集團的同店銷售增長於二零一二年首三季持續放緩（分別為6.9%、5.1%及4.1%），至第四季輕微反彈至4.3%。與二零一一年的同店銷售增長比較，二零一二年的同店銷售增長明顯較少。

於二零一二年，零售層面的渠道存貨比率介乎4.1與4.3倍之間。截至二零一二年第四季末，零售渠道存貨比率為該季平均每月銷售的4.05倍，較二零一二年第三季末的4.1倍及二零一一年第四季末的4.2倍有所改善。

於二零一二年，成人運動服裝的平均售價由二零一一年每件人民幣94.7元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣117.8元）減少至每件人民幣79.4元；成人運動鞋的平均售價由二零一一年每件人民幣102.6元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣116.9元）增加至二零一二年每件人民幣106.3元。

361° 童裝

本集團的361°童裝產品系列為本集團於回顧年度的業績亮點。按本集團的營業額及銷售價值顯示，剛起步的兒童服裝、運動鞋及配飾業務增長迅速，開始產生較佳的經濟效益，其產品亦為本地市場所接受。361°童裝的收益急升97.7%至人民幣370.1百萬元，佔本集團營業額的7.5%（截至二零一一年十二月三十一日止年度：人民幣187.1百萬元，截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣72.8百萬元）。本集團分別成功從Warner Bros. Consumer Products Inc.及Marvel Characters Inc.取得美國漫畫人物蝙蝠俠及蜘蛛俠有關設計、生產及銷售童裝及配飾的授權，成功刺激銷售增長。於二零一二年七月，本集團與Warner Bros. Consumer Products Inc.達成另一項交易，獲准於本集團的童裝上使用即將上映的美國超級英雄電影《超人：鋼鐵之軀》內超人圖像的特許權。本集團在市場上推出印有漫畫人物的產品瞬即成功，提高了361°童裝品牌的知名度。童裝產品的平均售價分別由截至二零一一年十二月三十一日止六個月每件人民幣54.0元及截至二零一一年十二月三十一日止年度每件人民幣45.6元上升至人民幣57.3元。

於二零一二年十二月三十一日，361°童裝門店合共1,590間，較二零一一年十二月三十一日淨增加433間。在1,590間童裝門店中，553個為百貨公司或超級市場專櫃，735間為獨立店舖，302個為成人運動用品店內的陳列位置。

361°童裝與本集團的成人運動服飾業務分開經營，且獨立進行設計、採購及外包工序。童裝業務將按計劃於二零一三年增設約150間門店，以駐足中國龐大且處發展初期的童裝市場，推動業務增長。這項業務將成為本集團的增長推動力。

ePOS在零售門市中取得影響力

於二零一二年十二月三十一日，本集團合共8,082間零售門市中，5,116間（63.3%）已安裝電子銷售點系統（「ePOS」），直接連接至本集團廈門總部的中央伺服器。ePOS的網上及實時功能提升本集團監察銷售情況、辨別客戶喜好和管理存貨，並因應市場變化迅速作出回應的能力。

品牌宣傳及市場推廣

本集團繼續致力於品牌宣傳及市場推廣，力求從同類品牌中脫穎而出並鞏固其市場地位。當業界因為市場供應過剩而無法繼續依賴銷量推動增長時，此舉措尤其重要。

361°的定位為大眾市場品牌，並以年齡介於18至30歲的運動愛好者為目標。本集團在中國提出行銷口號「多一度熱愛」，有追求卓越的意思。我們對於運動服飾品質及設計的專注，亦與運動員於競賽過程中追求卓越的熱情互相呼應。運動員及運動愛好者與本集團的目標一致，使本集團已形成具用戶忠誠度的品牌。

為提升361°的品牌知名度，本集團採取三管齊下的策略進行品牌推廣及市場營銷。該策略包括贊助大型體育賽事、與大型國營媒體展開戰略性合作，並聘請知名運動員為本集團產品的代言人。

於回顧年度，本集團加強贊助大型體育賽事活動。其中一項值得注意的贊助賽事為於二零一二年六月舉行的第三屆亞洲沙灘運動會，有1,600名來自亞洲45個國家及地區的運動員參與。作為賽事的聯名贊助人，361°為中國代表隊、工作人員、志願者及技術人員提供服裝，大大提高品牌曝光度。「沙灘系列」運動服裝於舉行亞沙運的山東省門店內及熱門網上平台（例如淘寶及天貓）發售。於二零一一年，本集團已成功取得將於二零一四年在南京舉行的第二屆青年奧運會的獨家官方服飾贊助權。

於回顧年度，本集團與中國的全國性體育電視頻道中央電視台第五頻道達成戰略合作夥伴關係。利用全國性的電視網絡，中央電視台第五頻道播放的體育項目種類繁多，擁有多個大型體育賽事的獨家轉播權。二零一二年，中央電視台第五頻道轉播了倫敦奧運會。於該屆奧運會上，中國運動員再創佳績，位列獎牌榜第二位。就中國國家體育隊的表現進行全國性播放的同時，361°的品牌亦得以通過媒體接觸千家萬戶。

回顧年內，本集團還禮聘多名知名體育明星擔任產品代言人，例如倫敦奧運會400米及1,500米自由式金牌得主孫楊、美國NBA明星球員Kevin Love（效力明尼蘇達森林狼隊的NBA全明星選手）、馬布里（Stephon Marbury，兩屆NBA全明星選手，現為二零一一／一二年度中國籃球聯賽冠軍北京金隅隊得分後衛，曾獲選為二零一一／一二年度最有價值球員），以及多名牙買加跨欄及跑步選手，作為本集團的代言人，以推廣其表現優異的運動項目，同時提升361°的品牌知名度。除運動員外，本集團亦於近期與在二零一二年非常成功的選秀節目「中國好聲音」的亞軍吉克雋逸簽約，成為其時尚品牌－「尚」的代言人。上述知名人士對本集團樹立其專業運動服飾公司的形象很有幫助。

贊助專業體育隊伍

於回顧年度，本集團通過贊助多個專業體育隊伍，有效接觸其目標客戶。

中國國家自行車隊

中國國家三項鐵人隊

中國國家現代五項隊

中國國家手球隊

中國國家壘球隊

中國國家曲棍球隊

倫敦2012殘奧會的國家代表隊

朝鮮倫敦2012奧運代表隊

馬爾代夫倫敦2012奧運代表隊

白俄羅斯倫敦2012奧運代表隊

克羅地亞倫敦2012奧運代表隊

拉脫維亞倫敦2012奧運代表隊

瑞典國家冰壺隊

專業體育賽事的贊助活動

為各項體育賽事提供跨年度贊助仍是本集團主要宣傳形式之一，藉以增加和保持361°品牌在市場的知名度。

期間	賽事	參與身份
2010-2015	361°男子／女子全國排球賽系列	獨家冠名贊助商
2007-2013	361°中國大學生籃球超級聯賽	指定合作夥伴
2012	海陽2012年第三屆亞洲沙灘運動會	高級合作夥伴
2012	世界男子／女子冰壺錦標賽	指定服裝贊助商
2009-2013	中國乒乓球俱樂部超級聯賽	冠名贊助商
2009-2013	中央電視台第五頻道	主持人及出鏡記者的運動服贊助商
2009-2013	金門馬拉松	指定運動鞋及運動服贊助商
2011-2013	重慶馬拉松	指定運動鞋及運動服贊助商
2013-2014	世界女子冰壺錦標賽	指定服裝贊助商
2012	亞洲男子／女子手球錦標賽	裁判員及技術人員服裝贊助商
2012-2013	亞洲俱樂部聯賽(手球)	裁判員及技術人員服裝贊助商
2013	亞洲男子／女子沙灘手球錦標賽	裁判員及技術人員服裝贊助商
2014	2014年南京青年奧林匹克運動會	運動服裝合作夥伴

產品設計及開發

保持在產品創新及研發方面的優勢，是本集團在中國運動服飾市場上在各競爭者之間脫穎而出的關鍵。

回顧年度內，本集團繼續與廣州研發中心合作，為361°所贊助的中國國家隊開發可提升表現的運動鞋。運動員反饋的寶貴意見，有助於研發中心在功能、舒適及設計等方面不斷改良或提升產品。於二零一二年十二月三十一日，上述合作已產生30項專利，包括Tri-grip技術、Oliga技術及NFO科技。

同時，本集團與北京服裝設計學院的合作關係，在採用新布料及設計開發優質運動服飾以提升運動員表現的工作上取得進展。於二零一二年十二月三十一日，本集團已在新布料及服裝設計方面取得7項創新專利。合作關係有助於培育設計專才，並以科學的研究及高科技布料的創新，幫助本集團貼近時裝、布料及款式的最新走勢。本集團亦為該設計學院的優秀學生設立一項為期十年的獎學金計劃。

於二零一二年十二月三十一日，本集團僱用116名鞋類研發員工及289名服裝、配飾及童裝研發員工。於二零一二年，本集團科研開支約佔營業額的1.7%（截至二零一一年十二月三十一日止全年及六個月分別為1.5%及1.5%）。

生產

截至二零一二年十二月底，本集團於五里工業園及江頭擁有23條鞋類生產線，共提供年產能約2,100萬雙鞋類產品。於五里工業園的服裝生產線於二零一零年投產，總年產能約為每年1,000萬件。本集團亦考慮生產成本、勞工及間接成本等因素，努力保持內部及外包生產之間的平衡。本集團提供各式設施及休閒設備，如幼稚園、超市、電腦、小型戲院、撞球、瑜伽班及健身中心，與各361°員工為鄰。

由於市場環境困難，銷售量減少，本集團將3條生產線租予貼牌加工（OEM）供應商，並認為出租生產線可降低運作後備機器的成本，同時節省在續聘過剩勞工方面的成本。不同市場及地區對年輕勞工的持續需求，增加對挽留經驗勞工的壓力。該3條生產線之年產能為300萬雙鞋，租賃期由二零一二年四月開始，至二零一三年三月結束。

分銷商模式

本集團採取分銷商模式，此模式在中國體育服裝業很普遍。在此模式下，本集團按建議零售價的劃一折扣率，只向分銷商出售產品。分銷商再按經本集團批准建議零售價的劃一折扣率的價格，將該等產品銷售予授權零售商。然後，授權零售商在授權零售店內將本公司產品銷售予消費者。董事會認為，上述經營模式的好處是可以善用分銷商的資源，以及分銷商在零售分銷及零售管理方面的專業知識及其地方關係，從而取得業務增長，同時亦使本公司可以集中設計新穎而創新的體育服裝產品，分配資源發展品牌及行銷產品。本集團的分銷商是361°產品的買方，並不是我們的代理商。本集團與分銷商訂立分銷商協議，每年一次，大致上包括下列主要條款：

- (i) 限期－協議為期一年；
- (ii) 專屬地區－各分銷商獲獨家授權在指定地區銷售361°產品，而不獲准在該地區以外進行銷售；
- (iii) 專屬產品－分銷商不得分銷或銷售任何與361°產品競爭的產品；
- (iv) 銷售渠道及網絡－未經本集團批准，分銷商不得通過由其本身或任何第三方開發的電子商務平台銷售本公司產品。
- (v) 承諾－分銷商須遵守我們在他們專屬地區內的銷售政策、依循我們的定價政策，以及在授權零售門店內採用我們的門店設計及佈局標準；
- (vi) 定價－我們以對全部分銷商劃一的價格，向分銷商出售產品；
- (vii) 保護我們的知識產權－分銷商只可以就銷售361°產品使用我們的知識產權，我們亦要求分銷商不參與或協助任何可能侵犯我們的知識產權的活動；
- (viii) 續約－分銷商協議的續約磋商通常會在屆滿日期前60天進行；
- (ix) 運輸保險－分銷商須自行負責其送貨安排，產品在運送時的損失或損壞風險由分銷商承擔。

- (x) 退貨協議—分銷商僅可退還售予其的存在質量問題的商品。截至二零一二年十二月三十一日止年度並無退貨。
- (xi) 終止的權利—我們在若干情況下有權終止協議（例如分銷商違反協議、分銷商銷售盜版產品、分銷商嚴重損害我們的品牌形象）。在協議下，分銷商並沒有終止的權利；及
- (xii) 違反上述(i)至(iv)中任何條款的分銷商，須將相關利潤全數退還本集團，另加罰金人民幣1百萬元。

由於我們對任何存貨均不視作過期，因此與分銷商訂立之分銷協議未包含任何有關過期存貨安排。若授權零售商於季末積存過多存貨，可設法通過定期或特別季末減價將之售出。授權零售商亦可將過多存貨售予該省的廠商直銷店。

銷售退貨政策只允許分銷商以重大品質瑕疵為由將產品退還本集團。分銷商須檢驗產品，如發現次貨，可將指稱瑕疵向本公司報告。有關報告必須在付運後三天內作出。本集團概不就分銷商的不當儲存和消費者的不當使用所導致的瑕疵負責。於截至二零一二年十二月三十一日止年度，就本集團所知，本集團並無收到任何有關品質瑕疵的通知或來自客戶的任何銷售退貨，亦不允許分銷商由於未售出之原因將該等產品退還本集團。

分銷商會在付運本集團產品時收到發票，貨品銷售會在產品離開本公司貨倉時確認入賬。屆時，該分銷商會接受擁有權的風險及回報。本集團通常向分銷商提供30至180天不等的信貸期，實際期限乃按過往銷售表現、信用歷史及擴充計劃等因素而決定。本集團與分銷商訂立之分銷協議並無列明應從本集團採購的最小數目。

於回顧年度，本集團概不知悉有任何分銷商曾重大違反分銷商協議。本集團於二零一二年與全部分銷商重續年度分銷商協議，但有一家除外。由於覆蓋江蘇省的分銷商的表現未能符合本集團的預期，本集團並沒有和他續約，而有關地區已轉交本集團另一個現有分銷商監督。於二零一二年十二月三十一日，本集團分銷商有31個。概無本集團分銷商為本集團的前度員工或以本集團名義進行交易的銷售夥伴。

於回顧年度，分銷商的銷售總額達人民幣4,950.6百萬元，而分銷商無退回商品。

根據分銷商協議，分銷商有權授權一名人士成為授權零售商，在361°授權零售門店裡銷售361°產品及使用361°標識。與分銷商訂立之分銷協議並未就零售門店數目設定擴充目標。

分銷商會就銷售及採購361°產品以及其商業關係的其他方面，再與授權零售商訂立協議。分銷商負責確保授權零售商不會在其所屬地區外銷售361°產品。授權零售商如違反與分銷商訂立的個別協議內所訂定任何條款，將被處以懲罰，例如罰金及終止銷售361°產品的授權。

財務回顧

營業額

於回顧年度，營業額減少11.1%，乃由於本公司特許經營網絡的零售銷售在中國運動服飾市場供過於求的情況下有所減少。錄得跌幅主要是因為部分二零一二年秋季及冬季訂貨會產品須予削減，以免在低迷市場上積壓存貨。與去年相應訂貨會相比，訂單已做調整分別下降10%及26%。該兩個訂貨會過後，在二零一三年春／夏季訂貨會及秋季訂貨會所下的訂單分別按年減少23%及19%，部分二零一三年春／夏季訂貨會產品已於二零一二年十二月三十一日前付運。

於二零一一年尚未付運的二零一二年春／夏季產品餘下訂單、已予調整的二零一二年秋季及冬季產品訂單已於回顧年度全數執行。

本集團不斷拓寬產品種類以滿足多樣化的市場需求，於激烈競爭中努力推動銷售，並維持毛利率。

於回顧年度，鞋類的銷售主要歸因於現有產品範疇的定價略有增長，惟銷量仍然偏低。鞋類的平均批發售價（「平均售價」）錄得3.6%增長，惟銷量則按年下降24.1%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月，平均售價為人民幣116.9元，銷量為10.2百萬件）。另一方面，服裝銷量上升2.8百萬件，增幅10.9%，但平均售價則由每件人民幣94.7元下降至人民幣79.4元（截至二零一一年十二月三十一日止六個月，平均售價為人民幣117.8元，銷量為9.0百萬件）。服裝平均售價下降，乃因為服裝所受到的季節因素比鞋類大很多，導致二零一二年冬季訂貨會產品的銷售減少。

361°童裝系列的表現仍然不俗，營業額上升97.7%至人民幣370.1百萬元，佔本集團二零一二年營業額的7.5%，與截至二零一一年十二月三十一日止年度相比幾乎翻倍。平均售價及銷量分別增長25.7%及57.1%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：平均售價為人民幣54.0元，銷量為1.3百萬件）。

下表載列出在回顧年內／期內，本集團所銷售的產品數量及平均售價：

	截至二零一二年		截至二零一一年		截至二零一一年	
	十二月三十一日止年度		十二月三十一日止年度		十二月三十一日止六個月	
	〔二零一二年財政年度〕		〔二零一一年財政年度〕			
	已出售	平均批發	已出售	平均批發	已出售	平均批發
	總件數	售價 ⁽¹⁾	總件數	售價 ⁽¹⁾	總件數	售價 ⁽¹⁾
	千件	人民幣	千件	人民幣	千件	人民幣

按銷售數及平均售價

361°產品－成人

鞋類(雙)	20,807	106.3	27,407	102.6	10,248	116.9
服裝(件)	28,724	79.4	25,894	94.7	9,031	117.8
配飾(件／雙)	6,081	14.6	7,853	14.8	3,198	15.2

361°產品－童裝

	6,457	57.3	4,109	45.6	1,348	54.0
--	-------	------	-------	------	-------	------

附註：

(1) 年內／期內，平均批發售價按營業額除以已出售總件數計算。

回顧年度內按產品劃分的明細顯示，鞋類及服裝所佔份額幾乎相同，分別佔總銷售額的44.7%及46.0%，至於配飾及童裝則分別佔餘下的1.8%及7.5%。

下表載列出在回顧年內／期內，本集團按產品劃分之營業額明細：

	截至二零一二年		截至二零一一年		截至二零一一年	
	十二月三十一日止年度		十二月三十一日止年度		十二月三十一日止六個月	
	佔營業額		佔營業額		佔營業額	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比

按產品

營業額

361°產品－成人

鞋類	2,212,306	44.7	2,813,015	50.5	1,197,684	50.3
服裝	2,279,433	46.0	2,452,216	44.0	1,063,750	44.6
配飾	88,761	1.8	116,296	2.1	48,561	2.0

361°產品－童裝

	370,078	7.5	187,151	3.4	72,806	3.1
--	---------	-----	---------	-----	--------	-----

總計

	4,950,578	100	5,568,678	100	2,382,801	100
--	-----------	-----	-----------	-----	-----------	-----

如下所示，於回顧年度內，華北地區仍是本集團營業額的最大貢獻者。

下表載列於回顧年內／期內按地區細分的本集團營業額：

按地區	截至二零一二年 十二月三十一日止年度		截至二零一一年 十二月三十一日止年度		截至二零一一年 十二月三十一日止六個月	
	佔營業額		佔營業額		佔營業額	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
東部 ⁽¹⁾	1,356,767	27.4	1,284,743	23.1	597,008	25.1
南部 ⁽²⁾	1,195,534	24.2	1,253,969	22.5	479,906	20.1
西部 ⁽³⁾	931,297	18.8	1,007,115	18.1	464,176	19.5
北部 ⁽⁴⁾	1,466,980	29.6	2,022,851	36.3	841,711	35.3
總計	<u>4,950,578</u>	<u>100</u>	<u>5,568,678</u>	<u>100</u>	<u>2,382,801</u>	<u>100</u>

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。

銷售成本

本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度的銷售成本下降7.1%至人民幣2,978.3百萬元。百分比減幅比回顧年度營業額的百分比降幅小得多。

本集團在二零一二年七月，將在二零一一年十一月及二零一二年三月所舉行二零一二年秋季及冬季訂貨會的產品訂單分別削減10%及26%。根據與大多數外包供應商訂立的合同，本集團已在向他們下訂單時預付款項。雖然部分與一些關係良好的外包供應商訂立的訂單已獲准撤銷並獲退回預付款項，但有大多數已經預訂原材料並如期生產，故不能撤銷該等訂單。為保持與該等OEM供應商之間的良好關係，並因應市場變化，本集團決定撤銷由本集團自行生產的高價及工藝較仔細的鞋類產品。有關變動使運作後備生產線產生額外其他製造成本，因而提高內部生產產品的成本。與上年相比，內部生產之服裝數量亦減少。

上述訂貨會上的全部產品均於本財政年度下半年生產及付運。故此，鞋類成本在此六個月之升幅高於上半年。

多年來，勞工需求一直緊張，加上運動服飾界競爭激烈，運行廠房的成本壓力有所上升。於二零一二年，本集團與一OEM供應商訂立合同，出租3條鞋類生產線，以增加運行23條鞋類生產線的靈活性。本集團相信，有關安排亦有助於降低勞工需求。

服裝方面，內部生產數目佔年度所出售產品份額依舊有限，約為19%為本集團自行生產。勞工流轉比率仍然偏高，拉高了生產成本，但本集團相信，上述生產線有助於本集團了解產品的成本結構，並提升產品在設計方面的發展。

下表載列於回顧年內／期內，361°產品銷售成本的明細：

	截至二零一二年 十二月三十一日止年度		截至二零一一年 十二月三十一日止年度		截至二零一一年 十二月三十一日止六個月	
	佔總銷售 人民幣千元	成本百分比	佔總銷售 人民幣千元	成本百分比	佔總銷售 人民幣千元	成本百分比
361°產品						
鞋類及服裝（內部生產）						
原材料	520,451	17.4	844,472	26.3	353,944	26.6
勞工	145,606	4.9	200,865	6.3	83,777	6.3
其他製造成本	246,254	8.3	212,642	6.6	105,239	7.9
	<u>912,311</u>	<u>30.6</u>	<u>1,257,979</u>	<u>39.2</u>	<u>542,960</u>	<u>40.8</u>
外包產品						
鞋類	777,112	26.1	636,890	19.9	276,356	20.8
服裝	1,235,570	41.5	1,234,484	38.5	481,579	36.2
配飾	53,273	1.8	76,515	2.4	29,208	2.2
	<u>2,065,955</u>	<u>69.4</u>	<u>1,947,889</u>	<u>60.8</u>	<u>787,143</u>	<u>59.2</u>
361°產品的銷售成本	<u><u>2,978,266</u></u>	<u><u>100</u></u>	<u><u>3,205,868</u></u>	<u><u>100</u></u>	<u><u>1,330,103</u></u>	<u><u>100</u></u>

毛利及毛利率

於回顧年度內，361°產品的毛利為人民幣1,972.3百萬元，毛利率達到39.8%，比二零一一年下降2.6個百分點。

於二零一二年七月舉行的二零一三年春／夏季訂貨會，本集團將給予批發商的批發折扣率由早前的58%上升至60%。本集團實行統一的定價制度，所有零售價在銷售予批發商時已獲確定，價格是根據給予批發商及零售商的折扣而釐定的。

連同以往訂貨會給予分銷商之折扣的更改，鞋類錄得平均售價上升3.6%，但因銷售額減少24.1%，使回顧年度毛利下降。產品成本升幅高於平均售價百分比升幅，使毛利率從截至二零一一年十二月三十一日止年度42.2%下降至截至二零一二年十二月三十一日止年度40.4%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：44.2%）。

雖然服裝營業額比去年同期上升10.9%，但秋季訂貨會及冬季訂貨會的產品分別降低10%和26%，使平均售價與截至二零一一年十二月三十一日止年度相比下降16.2%。外包商品成本百分比降幅少於平均售價之百分比降幅，此外，內部生產產品的成本上升，使毛利率由43.2%下降至39.3%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：44.6%）。

配飾平均售價仍然保持約每件人民幣14元，儘管外包配飾成本競爭力較低，但毛利率仍得以增長，從去年37.0%上升至44.9%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：43.0%）。

361°童裝產品於二零一二年、二零一一年及截至二零一一年十二月三十一日止六個月的毛利率分別穩定在38.8%、39.1%及38.8%的水平。

下表載列於回顧年內／期內，361°產品的毛利及毛利率明細：

	截至二零一二年		截至二零一一年		截至二零一一年	
	十二月三十一日止年度	十二月三十一日止年度	十二月三十一日止年度	十二月三十一日止六個月	十二月三十一日止六個月	十二月三十一日止六個月
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
361°產品－成人						
鞋類	894,152	40.4	1,187,863	42.2	528,791	44.2
服裝	894,648	39.3	1,058,707	43.2	474,812	44.6
配飾	39,837	44.9	43,052	37.0	20,879	43.0
361°產品－童裝	<u>143,675</u>	<u>38.8</u>	<u>73,188</u>	<u>39.1</u>	<u>28,216</u>	<u>38.8</u>
總計	<u><u>1,972,312</u></u>	<u><u>39.8</u></u>	<u><u>2,362,810</u></u>	<u><u>42.4</u></u>	<u><u>1,052,698</u></u>	<u><u>44.2</u></u>

銷售及分銷成本

銷售及分銷成本增加17.9%至回顧年度內的人民幣889.1百萬元，主要因為廣告及宣傳費用佔總營業額的比重由7.8%上升至回顧年度的10.6%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：11.1%）。

於本回顧年度內，銷售及分銷開支佔本集團營業額約18.0%。計入銷售及分銷成本項目為廣告及營銷開支，佔營業額的10.6%，比二零一一年增加2.8個百分點，比截至二零一一年十二月三十一日止六個月下降0.5個百分點。

開支增長，乃因為在海陽2012年亞洲沙灘運動會、南京2014年青年奧運會的廣告及宣傳費開支，以及給予星級運動員的贊助。

同時，本集團為「尚」品牌、361°童裝門店及部分成人運動服裝門店提供陳列支架。陳列支架屬於傢具及裝置，用以在零售門店內向顧客陳列產品。為提升競爭力以應對競爭激烈，本集團鼓勵分銷商及零售商為門店升級，當中有部分已通過由本集團向零售門店提供這些傢具及裝置，收取直接上架津貼。本集團提供的陳列支架共值人民幣203百萬元，佔回顧年度營業額約4.1%。該等支持將於二零一三年持續。

行政開支

截至二零一二年十二月三十一日止年度，行政開支上升1.1%至人民幣302.8百萬元，佔本集團營業額約6.1%，相比二零一一年則為5.4%（截至二零一一年十二月三十一日止六個月：6.4%）。

百分比上升，主要因為研發開支及折舊開支微升，且全年營業額下降所致。

研發開支佔回顧年度營業額約1.7%，相比二零一一年則為1.5%，截至二零一一年十二月三十一日止六個月亦為1.5%。

折舊開支按年對比，由佔總營業額約0.8%上升至1.0%，主要因為物業、廠房及設備在本年度增加所致。

財務成本

截至二零一二年十二月三十一日止年度的財務成本上升至人民幣67.0百萬元，其中人民幣10.4百萬元與本年度內產生的短期銀行貸款有關，其餘人民幣56.6百萬元則為攤銷可換股債券的相關利息及成本。

於二零一二年四月，本集團發行150,000,000美元4.5厘二零一七年到期可換股債券，其公平值於二零一二年十二月三十一日的淨變動、成本及利息亦已於本年度內產生。於二零一二年十二月三十一日，全部銀行及其他貸款已經全數或部份償還，惟一筆為一間擁有51%權益的附屬公司籌集的人民幣25.0百萬元銀行貸款，以及於二零一二年十二月三十一日已提取為數人民幣17.3百萬元，用以為在香港購置的辦公室融資的新銀行貸款除外。

可換股債券的利息包括 1) 可換股債券的應計利息，年利率4.5%，於截至二零一二年十二月三十一日止年度為人民幣31.7百萬元，其中人民幣21.4百萬元已於二零一二年十月償還，餘款將於二零一三年四月支付；及 2) 餘款人民幣24.9百萬元為應計利息的攤銷成本及發行可換股債券所產生並於有效期五年內攤銷的成本。

所得稅開支

回顧年度內，本集團的所得稅開支為人民幣115.1百萬元（二零一一年：人民幣248.3百萬元、截至二零一一年十二月三十一日止六個月：人民幣78.2百萬元）。當中包括本年度人民幣150.6百萬元所得稅及人民幣35.5百萬元遞延稅項撥回。遞延稅項的撥回，乃是在若干銷售、廣告及推廣開支等方面，確認作財務匯報用途的資產及負債賬面值與其稅務基礎之間的暫時性差異，有關差異可按報銷基準扣減。二零一一年之本年度所得稅金額為人民幣252.7百萬元，遞延稅項撥回則為人民幣4.4百萬元。

扣除可換股債券內置衍生工具之公平值淨變動金額後，二零一二年的除稅前溢利為人民幣797.4百萬元，實際所得稅率為18.9%，於二零一一年則為18.3%。自二零一零年一月一日起，四間在中國運營的附屬公司中的三間的適用稅率為標準稅率25%，餘下一間仍可享有稅項減半的優惠直至二零一二年十二月三十一日。

權益持有人應佔溢利

與二零一一年比較，回顧年度的權益持有人應佔溢利減少37.6%至人民幣707.2百萬元。該減少主要由於中國運動服飾行業持續富挑戰，例如存貨維持於高水平、零售折扣壓力及劇烈競爭均影響行業於二零一二年全年的表現。本公司溢利減少乃因整體銷量減少、毛利率下調壓力，及銷售開支較截至二零一一年十二月三十一日止年度高。於回顧年度，每股盈利為人民幣34.2分，較二零一一年減少37.6%。

流動資金及財務資源

截至二零一二年十二月三十一日止年度，本集團經營活動現金淨流入為人民幣1,658.8百萬元。於二零一二年十二月三十一日，現金及現金等價物（包括銀行存款及手頭現金，以及原到期日不超過三個月的定期存款）為人民幣2,107.0百萬元，較二零一一年十二月三十一日淨增加人民幣1,647.2百萬元。該增加由以下各項組成：

	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零一一年 十二月三十一日 止六個月 人民幣千元
經營活動產生之現金淨流入／（流出）	1,658,777	(80,840)	(1,344,082)
淨資本性支出	(150,566)	(341,581)	(98,283)
派付股息	(289,464)	(479,719)	(332,884)
新的銀行貸款所得款項	241,128	35,995	29,520
其他貸款所得款項	–	150,000	150,000
償還銀行貸款	(227,594)	(18,384)	(13,955)
償還其他貸款	(150,000)	–	–
購買其他財務資產時付款	–	(17,550)	(17,550)
發行可換股債券的所得款項	922,894	–	–
（存入）／提取定期存款（到期日超過三個月）	(378,889)	246,010	(76,532)
其他現金淨流入／（流出）	20,970	12,555	(65,839)
	<u>1,647,256</u>	<u>(493,514)</u>	<u>(1,769,605)</u>
現金及現金等價物淨增加／（減少）			

首先，於二零一二年十二月三十一日，應付賬款及應付票據金額人民幣2,111.5百萬元，比二零一一年十二月三十一日減少10.3%。行業競爭激烈，本集團減少開店數目，年內亦減少對分銷商及零售商新店授予額外信貸的支持。其次，因於二零一二年舉行之訂貨會上接獲的訂單數目減少，使預付款項水平較二零一一年十二月三十一日結餘有所減少。

本集團曾借用少量新造銀行貸款人民幣241.1百萬元及其他貸款人民幣150.0百萬元，惟已於二零一二年十二月三十一日前全數或部份償還。於二零一二年十二月三十一日，僅餘一筆為數人民幣25.0百萬元，用以為一間擁有51%的附屬公司融資的銀行貸款，以及於二零一二年十二月三十一日提取，為數人民幣17.3百萬元，用以為在香港購置的辦公室融資的新銀行貸款。

在中國繼續收緊貨幣政策之時，為了加強其營運資金，本集團於二零一二年四月成功發行本金額為數150.0百萬美元的可換股債券，票息率4.5厘，年期五年。所得款項淨額人民幣922.9百萬元已於四月初收取。所得款項淨額的擬定用途是作為一般企業發展及營運資金。

由於發行可換股債券，本集團於二零一二年十二月三十一日的資產負債比率上升至11.0%（於二零一一年十二月三十一日：3.2%）。

回顧年度內，本集團概無達成任何利息掉期安排以對沖利率風險。

外匯風險

本集團主要在中國境內經營，大部分交易均以人民幣結算。本集團有部份現金及銀行存款以港元計值，本集團宣派股息時亦以港元派付。於回顧年度，本集團並無就匯率波動風險進行對沖安排。任何顯著的人民幣匯率波動將可能對本集團構成財務影響。

資產抵押

於二零一二年十二月三十一日，一幢賬面淨值人民幣45,423,000元（二零一一年：人民幣零元）之樓宇已予抵押，作為本集團為數人民幣21,646,000元（二零一一年：人民幣零元）之銀行融資額之擔保物。

上述銀行融資額乃為於香港新收購的辦公室單位提供資金。該辦公室單位為本集團自用而並非任何投資用途。

於二零一二年十二月三十一日，應付票據以已抵押銀行存款人民幣95,700,000元作抵押。

營運資金管理

本集團於截至二零一二年十二月三十一日止年度的平均營運資金周期為109日較去年大幅增長（截至二零一一年十二月三十一日止年度：70日），較一年前大幅提高主要由於應收賬款及應收票據周轉天數以及存貨周轉天數增加所致。

截至二零一二年十二月三十一日止十二個月平均應收賬款及應收票據周轉天數增加至165天（截至二零一一年十二月三十一日止年度：119天），增加46天，絕對值金額下降10.3%。於二零一二年十二月三十一日的結餘約為人民幣2,111.5百萬元（二零一一年：人民幣2,354.8百萬元）。應收賬款及應收票據中超過92.9%被視為既無過期又無被減值。本集團與全部分銷商有緊密接觸，相信全部借貸都可予追查。按此基準，彼不打算亦認為並無需要就其應收款項進行任何壞賬或永久減值撥備。

於過往兩年中，體育服裝用品行業依然面臨同業間為減少過剩存貨及服裝市場上快速擴張零售品牌而進行的價格戰的激烈競爭。以上因素造成近年來行業增長放緩，而僅有雄厚根基及長遠發展的品牌可在競爭中脫穎而出並在行業內站穩腳跟。本集團認為，協助分銷商及零售商經營其門店網絡較為重要。儘管應收賬款周期仍然較長，本集團相信市場會在二零一三年後扭轉局面並取得嶄新業績。

截至二零一二年十二月三十一日止年度平均存貨周轉周期增加至56天（二零一一年十二月三十一日止年度：40天）。絕對值方面，於二零一二年十二月三十一日，存貨餘額為人民幣460.7百萬元，較二零一一年十二月三十一日增加人民幣9.5百萬元。其中約68.7%的存貨為以二零一三年春／夏季的成品。根據二零一二第三及第四季分銷商的彙報，儘管渠道存貨比率已由二零一一年第四季的4.2倍改善至二零一二年第四季的4.05倍，但零售門店仍面臨激烈競爭，導致渠道存貨較過往為高。此情況已在分別於二零一二年七月及二零一二年十一月舉行的二零一三春／夏季訂貨會及二零一三年秋季訂貨會上全面反映出來，即分銷商所發出的訂單數量分別減少了23%及19%。為爭取在二零一三年農曆新年前完全消化二零一二年的冬季產品，分銷商要求延後二零一三年春／夏季商品的交貨期。

於二零一二年十二月三十一日，給予供應商的預付款項為人民幣388.9百萬元，較去年減少36.3%（於二零一一年十二月三十一日：人民幣610.5百萬元），該款項乃為二零一三年春／夏季及秋季產品下訂單給予供應商的預付定金。由於本集團收到的訂單減少，導致所付的相關訂金同樣減少。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，平均應付賬款及應付票據周轉周期為112天（截至二零一一年十二月三十一日止年度：89天）。而平均應付賬款周轉周期則為53天（截至二零一一年十二月三十一日止年度：41天）及180天給予供應商應付票據的信用期。大部分OEM供應商支持本集團應對行業低迷，並延長信貸期，尤其是在農曆新年期間。

可換股債券

鑑於中國運動服飾行業近期出現逆境，本集團相信，雖然於回顧年度處於淨現金狀態，但保留強現金狀態乃屬穩健之舉。於二零一二年三月十三日，已於二零一二年四月三日推出150百萬美元4.5厘於二零一七年到期的可換股債券（「可換股債券」），並於其後將之發行及於新加坡證券交易所上市。董事會認為，發行可換股債券乃本公司擴大資本基礎的良機，亦可以具吸引力的條款即時取得資金。

可換股債券可由二零一二年五月十四日轉換為本公司的普通股（「股份」），至二零一七年四月三日為止，初步換股價為3.81港元，其後於二零一二年九月十一日宣派中期股息後調整為3.53港元。倘可換股債券獲全面轉換為股份，股份數目將會增加至329,694,051股，佔經擴大已發行股本約13.8%。

於二零一五年四月三日後但於可換股債券到期日二零一七年四月三日前的任何時間，本公司在符合若干條款及條件的情況下，可贖回全部可換股債券。另一方面，可換股債券持有人亦可要求本公司於二零一五年四月三日贖回其全部或部分。

期內可換股債券的估值分為兩部分：1) 衍生工具部分及2) 負債部分。由於債券持有人換股期權於二零一二年十二月三十一日的價值仍比發行當時高，因而使本集團產生公平值變動淨收益人民幣32.9百萬元（已扣除發行人及債券持有人贖回期權估值所產生的變動）。

所得款項用途

本公司股份於二零零九年六月三十日在香港聯交所主板上市，而全球發售的所得款項淨額約為1,905.4百萬港元（扣除包銷佣金及有關開支後）。

全球發售的所得款項淨額（百萬港元）

所得款項淨額用途	可供運用	已運用	尚未運用
		（於二零一二年十二月三十一日）	（於二零一一年十二月三十一日）
建立及增加品牌認受性	741.2	457.2	284.0
建立新的生產設施	613.5	613.5	—
開發兒童鞋履及服裝的子品牌	171.5	160.0	11.5
成立一家新產品測試及研發實驗室	114.3	114.3	—
建立企業資源規劃系統	74.3	7.6	66.7
一般營運資金	190.6	190.6	—
	<u>1,905.4</u>	<u>1,543.2</u>	<u>362.2</u>

僱員及薪酬

於二零一二年十二月三十一日，本集團於中國聘用總共8,883名全職僱員，包括管理層員工、技術人員、銷售人員及工人。截至二零一二年十二月三十一日止十二個月，本集團就僱員薪酬作出的總開支為人民幣343.1百萬元，佔本集團營業額的6.9%。本集團的薪酬政策按個別僱員的表現釐定，以吸引人才及挽留優質員工。除公積金計劃（香港僱員按強制性公積金計劃條例的條文進行）或國家管理的退休金計劃（就中國僱員而言）及醫療保險外，根據個別表現評估，僱員亦可獲酌情花紅及僱員認股權。本集團相信其實力全憑僱員質素，並且非常注重員工福利。

前景

二零一二年是自361度於二零零二成立以來，運動服飾行業最艱難的一年，乃因銷售渠道受市場供過於求影響，導致存貨水平高。預期不利市場狀況將於二零一三年維持。

本集團判斷，經過過去數年的迅速擴張，運動服飾行業的發展於可見未來不會受銷量帶動。相反，運動服飾公司必須憑藉獨特品牌形象、創新設計、質量好及性能高的產品及新產品線贏得市場份額。

儘管市場暫時出現供過於求的情況，中國持續城市化、公眾對健康意識增加、政府推出政策鼓勵人民多做運動，過健康生活、國家十二五計劃刺激國內消費者消費及可支配收入上升，長遠來說均會促進運動服飾行業。本集團相信，強勁品牌、有效市場推廣及產品創新等競爭優勢將能令行業經營商渡過難關，直至市場改善為止。在營商困難的市場中，生存者將變得更強。

為了把握及迎接未來機遇及挑戰，本集團將繼續贊助大型體育賽事、透過與全國性體育電視頻道中央電視台第五頻道達成夥伴關係以推廣其品牌、與其位於廣東及北京的研發夥伴開發新產品或改善現有模式，並促進具發展潛力的361°童裝產品線的發展。361°童裝將於未來發展為增長推動力。

本集團亦將與分銷商及零售商緊密合作以推動銷售。具體措施將包括協助店舖改善貨品陳列、店舖環境及提高ePOS效率。

於二零一三年，本集團將繼續貫徹其品牌361°力臻完美的熱誠，為股東帶來更佳回報。

足夠的公眾持股量

根據本公司所獲的公開資料，就董事所知，本公司到截至二零一二年十二月三十一日為止，已維持上市規則所規定中，公眾持股量不少於本公司已發行股份25%的規定。

購買、售出及贖回本公司證券

截至二零一二年十二月三十一日止年度，本公司及其附屬公司概無購買本公司之股份。

企業管治常規守則

董事認為，於截至二零一二年十二月三十一日止年度，本公司已應用上市規則附錄十四內企業管治常規守則（「企業管治守則」）的原則，並遵守當中所載的全部守則條文。

遵守董事進行證券交易的標準守則

本集團已採納上市規則附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為董事進行證券交易的標準。本集團已向全體董事作出具體查詢，而全體董事已確認，於截至二零一二年十二月三十一日止年度期間，彼等已遵守標準守則所載的規定標準。

審核委員會對全年業績的審閱

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。審核委員會由四名本公司獨立非執行董事甄文星先生、孫先紅先生、劉建興先生及徐容國先生組成。甄文星先生為本公司審核委員會主席。審核委員會主席具備與財務管理和上市規則合規事宜的專業資格及經驗。

本公司的審核委員會已與本集團的外部核數師畢馬威會計師事務所會面及討論，並審閱本集團採納的會計原則及慣例，以及本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度的綜合業績。審核委員會認為本集團截至二零一二年十二月三十一日止年度的綜合業績符合相關會計準則、規則及條例，並已正式作出適當披露。

股息

董事會建議派發末期股息每股人民幣7.0分（派息相當於8.7港仙），惟須待股東於應屆公司股東週年大會上批准。連同已派付截至二零一二年六月三十日止年度的股息每股人民幣7.0分（相當於8.5港仙），本年度總派息合共為每股人民幣14.0分（相當於17.2港仙）或總計人民幣289.5百萬元，佔截至二零一二年十二月三十一日止年度本公司權益持有人應佔溢利的40.9%。倘獲得本公司股東於應屆股東週年大會上批准，預期末期股息將會於二零一三年五月九日或前後日子向股東派發。

暫停辦理股份過戶登記

本公司股東週年大會訂於二零一三年四月十九日（星期五）舉行。為釐定出席股東週年大會及於會上投票之資格，本公司將於二零一三年四月十七日（星期三）至二零一三年四月十九日（星期五）止（首尾兩天包括在內）暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會登記任何股份之過戶。為確定合資格出席本公司股東週年大會並於會上投票之股東，所有過戶股份文件連同有關股票須於二零一三年四月十六日（星期二）下午四時三十分前送抵本公司之香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理登記手續。

建議末期股息須待股東週年大會上經股東通過普通決議案後，方可作實。可享有建議末期股息之記錄日期為二零一三年四月二十六日（星期五）。為確定享有建議末期股息的資格，本公司將於二零一三年四月二十五日（星期四）至二零一三年四月二十六日（星期五）止（首尾兩天包括在內），暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會登記任何股份之過戶。為符合享有建議末期股息的資格，所有過戶股份文件連同有關股票須於二零一三年四月二十四日（星期三）下午四時三十分前送抵本公司之香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室，以辦理登記手續。

於聯交所及本公司網站刊登二零一二年年度報告

本公佈亦會刊登於聯交所(www.hkexnews.hk)及本公司(www.361sport.com)網站，而載有上市規則規定所有資料的本公司二零一二年年度報告將寄發予股東及分別刊登於本公司及聯交所各自的網站。

致謝

本人希望藉此機會，對於本集團管理層及員工的竭誠盡責、勤勉投入，以及對於股東、供應商、客戶及銀行方面的不斷支持，致以由衷謝忱。

代表董事會
361度國際有限公司
主席
丁輝煌

香港，二零一三年三月五日

於本公佈日期，本公司董事會包括四名執行董事，分別為丁伍號先生、丁輝煌先生（主席）、丁輝榮先生及王加碧先生；以及三名獨立非執行董事，分別為甄文星先生、孫先紅先生及劉建興先生。