

361°

361 度國際有限公司

股份代號：1361



19th Asian Games
Hangzhou 2022

361°

杭州2022年第19届亚运会官方合作伙伴
Official Prestige Partner of 19th Asian Games Hangzhou 2022



2020

中期報告

目錄

- 02 財務亮點
- 04 主席報告
- 08 管理層討論及分析
- 33 簡明綜合損益表
- 34 簡明綜合損益及其他全面收入表
- 35 簡明綜合財務狀況表
- 37 簡明綜合權益變動表
- 38 簡明綜合現金流量表
- 39 簡明綜合中期財務報表附註
- 56 企業管治及額外資料
- 59 股東資訊
- 60 公司資料



財務亮點

收益由**人民幣3,236.8百萬元**下降至**人民幣2,686.1百萬元**

權益持有人應佔溢利由**人民幣367.4百萬元**下降至**人民幣302.0百萬元**

	截至六月三十日止六個月		
	二零二零年 (未經審核)	二零一九年 (未經審核)	變動
盈利能力數據(人民幣千元)			(%)
營業額	2,686,126	3,236,783	-17.0
毛利	1,015,758	1,322,685	-23.2
經營溢利	538,193	641,547	-16.1
權益持有人應佔溢利	301,966	367,362	-17.8
每股盈利			
—基本(人民幣分)	14.6	17.8	-18.0
盈利能力比率(%)			(百分點)
毛利率	37.8	40.9	-3.1
經營溢利率	20.0	19.8	0.2
權益持有人應佔溢利率	11.2	11.3	-0.1
實際所得稅率(附註1)	27.3	33.9	-6.6
股東權益回報(附註2)	4.7	6.2	-1.5
營運比率(佔營業額百分比)(%)			
廣告及宣傳開支	7.4	8.5	-1.1
員工成本	9.0	7.8	1.2
研究及開發	3.8	3.1	0.7

附註:

- (1) 期內·實際所得稅率等於所得稅除以稅前溢利。
- (2) 期內·股東權益回報以權益持有人應佔溢利除以期初及期末平均本公司股東應佔權益計算。

財務亮點

	於二零二零年 六月三十日 (未經審核)	於二零一九年 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	1,179,526	1,227,300	-3.9
流動資產	10,512,825	10,659,854	-1.4
流動負債	4,652,054	2,809,010	65.6
非流動負債	101,086	2,419,130	-95.8
權益持有人應佔權益	6,568,849	6,322,505	3.9
非控股權益	370,362	336,509	10.1
資產及營運資金數據			
流動資產比率	2.3	3.8	
負債比率 (%) (附註3)	20.3	21.3	-1.0個百分點
每股資產淨值 (人民幣元) (附註4)	3.4	3.2	人民幣+0.2
存貨周轉日數 (日) (附註5)	112	120	-8日
應收賬款及應收票據周轉日數 (日) (附註6)	160	149	+11日
應付賬款及應付票據周轉日數 (日) (附註7)	151	179	-28日
營運資金周轉日數 (日)	121	90	+31日

附註：

- (3) 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。
- (4) 每股資產淨值乃根據期/年內的資產淨值除以股份加權平均數計算。
- (5) 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（截至二零二零年六月三十日止六個月）及365日（截至二零一九年十二月三十一日止年度）計算。
- (6) 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）除以營業額，再乘以182日（截至二零二零年六月三十日止六個月）及365日（截至二零一九年十二月三十一日止年度）計算。
- (7) 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（截至二零二零年六月三十日止六個月）及365日（截至二零一九年十二月三十一日止年度）計算。

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」)呈報本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」或「**361°**集團」)截至二零二零年六月三十日止六個月的中期業績。

二零二零年上半年，新型冠狀病毒肺炎疫情(「疫情」)席捲全球，對體育產業的發展造成巨大衝擊。不過隨著中國抗擊新冠疫情的硝煙逐漸散去，經濟社會復蘇態勢向好，線下實體商家銷售持續回暖，體育企業已經基本實現全面復工復產。儘管上半年體育活動因為疫情被按下「暫停鍵」，但體育文化、體育元素永遠不會在生活中缺席，疫情同時也促進人們關注和參與強健體魄的生活方式。二零二零年下半年，各類體育賽事將逐漸恢復，中國體育運動市場在危機中不斷變革創新，並朝著更加專業化、規範化、產業化的高質量方向發展。根據中國國務院《體育強國建設綱要》規劃，政府將著重推廣體育發展，旨在於二零三五年前讓全國**45%**以上人口積極參與體育鍛煉。據中國體育總局官方數據，預計到二零三五年，中國經常參加體育鍛煉的人數可達**6.3**億以上，推動體育產業增加值達到人民幣**11.3**萬億元。長期來看，體育產業的發展前景及對國民經濟增長的重要性將保持不變。

於回顧期內，本集團收入達人民幣**2,686.1**百萬元；本集團權益持有人應佔盈利達人民幣**302.0**百萬元。由於當前疫情對公司經營活動造成了影響，同時考慮到未來一定時期內，疫情及全球經濟形勢存在的不確定性，董事會審慎決定並建議將不派發截至二零二零年六月三十日止六個月的中期股息。

踐行企業社會責任，以務實行動共抗疫情

面對突如其來的疫情，**361°**始終堅守對員工、社會及消費者負責的企業價值觀。二零二零年一月三十日，本集團率先成立疫情預防应急管理指揮小組，最大限度減少疫情對本集團的影響。自二零二零年二月十日起，本集團自產工廠及辦公室已全部恢復營運。此外，本集團與合作伙伴共度時艱，通過運營支持及賬期寬限等政策，提升運營效率，強化供應商信心；通過優化供應鏈體系、管控物流成本、整合信息化平台等，控制運營成本。

在疫情面前，**361°**充分體現作為民族企業的社會責任感。二零二零年二月十日，本集團在海外緊急採購**2,000**套醫用級別護目鏡及防護服，定點捐贈給武漢市中心醫院在內的多家醫療機構。二零二零年二月二十日，本集團通過中國青少年發展基金會向湖北省捐贈價值人民幣一千萬元的御寒及運動服裝，再次為在前線奮戰的醫護人員提供支持並表示感謝。

主席報告

以消費者為核心，不斷升級消費體驗

二零二零年上半年，我們延續聚焦於361°核心品牌，持續加強產品創新及提高品牌知名度的經營策略，以消費者為核心，不斷升級消費體驗。

品牌建設方面，面對新零售商業消費模式的演變，集團正式推出第九代形象店。從空間設計裝修、產品陳列及消費者體驗區域等多維度進行全面升級，突出361°國際化、專業化和年輕化的品牌形象，帶給消費者全新消費體驗，為贏得後疫情時代的線下零售市場奠定堅實基礎。同時，集團結合消費者不同的消費喜好及近期的消費習慣，發力打造微商城、小程序等，提供更加靈活的線上購買體驗。此外，361°擁有龐大會員基數，利用大數據對客戶群的偏好行為以及消費趨勢預測等特性，進行消費畫像，精細化會員運營，推動集團長期穩定發展。

國際市場方面，受海外疫情的嚴重影響，361°在海外市場擁有的銷售網點縮減到959個。下一步，361°會秉承「以消費者為中心」的理念，鞏固現有核心市場地位，進一步開發非洲、南美、中亞及東歐等新興市場，在歐洲等具有增長潛力的區域佈局直營市場，提升品牌的國際美譽度，增強361°海外業務的盈利能力。



備註：圖為集團主品牌第九代店鋪

主席報告

值得一提的是，二零二零年六月二十一日，集團正式宣佈成為杭州二零二二年第19屆亞運會官方合作伙伴。這是361°繼二零一零年廣州亞運會、二零一四年仁川亞運會和二零一八年雅加達亞運會後，連續第四屆支持亞運會，將為361°進一步開拓亞洲市場提供良好的品牌背書。多年來對國際大型體育賽事的支持，不僅延續361°「多一度熱愛」品牌精神，而且極大地提升品牌國際影響力。

資源賦能，以專業碰撞潮流

今年以來，361°繼續與百事可樂、小黃人、高達、隊長小翼等多個經典優質IP合作，實現破圈營銷。將IP的傳播語言變成設計語言，在產品設計上還原經典，同時聚焦受眾需求，設計出不同功能的運動鞋服產品。361°以圈層傳播精準直擊核心消費群體，持續加深品牌與年輕消費者的連接與情感，在競爭激烈的體育用品市場中脫穎而出，打造出多款爆品。二零二零年一月十一日，在「體育大生意2019第六屆年度評選」中，361° × 高達聯名項目榮獲最佳體育創新獎，創造體育用品IP聯名產品的又一個經典案例。

籃球產品是運動品牌最佳體現專業和潮流屬性的品類。二零二零年二月十五日，361°正式簽約國際籃球巨星阿隆·戈登，成為品牌代言人。未來，361°希望通過深度開發以阿隆·戈登為代表的代言資源，使籃球品類迎來突破。目前，361°鼎力支持17支國家隊及職業體育運動隊，簽約27位頂級運動員及演藝名人代言人。優質資源以及具影響力代言人贊助及體育運動隊進一步提升361°的品牌形象，加強品牌在市場的認知度。

361°一直致力於科技方面的突破。通過不斷發展QUIKFOAM科技，我們發佈國內全新的Q³專業科技平台，外觀上進行特殊效果升級；配置上體現更輕、更實用、高性價比的特性；並實現全品類技術延伸應用。國際線產品更加堅持在專業性上的不斷優化升級。於回顧期內，361°產品斬獲多項國際大獎：361° Q彈·淨界獲ISPO2020年度跑鞋品類全球設計獎、361°氣懸羽絨服獲全球紅點大賽2020年度產品設計紅點獎、361-Taroko 2獲瑞典雜誌《跑者世界》評選最具含金量「推薦產品」(Best Buy)。

整合優勢資源，強化童裝業務領先地位

集團是最早佈局童裝市場的運動品牌之一，目前已經在童裝市場取得領先優勢。二零二零年上半年，我們通過強而有力的資源整合，深化我們兒童品牌同競爭者的差異性。二零一九年至今，361°陸續與恆大足球學校、上海綠地申花青少訓、北京中赫國安少訓、魯能青少訓達成合作，並推出馴龍高手、功夫熊貓、隊長小翼等優質IP聯名產品，吸引更多用戶群體。集團還整合頂級專業科技資源，與中國船舶集團開展戰略合作，將其軍工級的「鋅」抑菌科技廣泛應用於童裝產品中，並通過不斷的科研創新，將該項科技在童裝鞋類、服裝類產品中的應用佔比分別提升到35%和20%。

主席報告

擁抱新變化，加速提升電商平台效率

疫情雖然極大地影響線下體育消費，但同時也加速體育產業向線上轉移的進度，催生體育產業發展的新業態、新模式。集團積極擁抱新變化，通過邀請當紅歌手、運動明星、演藝紅人、專業主播參與直播帶貨，以趣味性營銷方式帶動銷售流量增長，同時發揮良好的品牌推廣效能。於回顧期內，本集團電子商務網上專供品銷售總額達人民幣**315.8**百萬元，佔集團總營業額的**11.8%**。另一方面，集團電商平台效率不斷提升，現已成為新品發佈、聯名產品發佈的重要平台。未來集團會策略性保持一定比例線上專供品，與線下形成區隔，同時協助分銷商銷售線下產品，形成線上線下高效聯動。二零二零年七月，集團與晉江市晉發股權投資合夥企業及浙江盈實股權投資基金管理合夥企業成立合夥企業，共同投資集團的電商平台。借助晉發股權的國企實力和浙江盈實的專業管理經驗，以及共同注入的資金，集團在電商市場的競爭力將進一步提升，帶動業務的新一輪優質增長。

展望

本人謹此代表董事會，由衷感謝各位股東一直以來對**361°**的支持，並向全體員工及合作伙伴表示謝意。中國體育產業仍處於高速增長期，疫情終將會過去，我們終會迎來春暖花開的那一天，未來依舊可期。**361°**作為中國領先的體育服飾品牌企業，將繼續秉持「多一度熱愛」的信念，聚焦資源賦能，不斷提升產品力和品牌力，確保公司業務、供應鏈、合作伙伴的不斷發展，為股東、員工、社會創造更多的利益。

主席

丁輝煌

中國香港特別行政區，二零二零年八月十八日

管理層討論及分析

行業回顧

二零二零年上半年，新型冠狀病毒（COVID-19）疫情席捲全球，嚴重衝擊全球經濟。國際貨幣基金組織於二零二零年六月最新發佈的《世界經濟展望》中表示，疫情對今年上半年經濟活動的負面影響比預期的更為嚴重，預計今年全球GDP將收縮4.9%。中國同樣受到疫情影響，但是得益於政府及時有效的防疫措施，國內疫情防控形勢持續向好，企業復商復市步伐加快，居民生活秩序明顯恢復。特別是在擴大內需、促進消費等多項政策促進下，居民消費從二零二零年三月份開始持續改善，市場銷售總額降幅逐月收窄，顯示出中國經濟發展的極大韌性。

根據中國國家統計局的數據顯示，二零二零年上半年全國國內生產總值達人民幣456,614億元，同比下降1.6%。二零二零年一月份至二月份，社會消費品零售總額為人民幣52,130億元，同比名義下降20.5%。今年三月份起，全國疫情防控形勢呈現持續向好態勢，居民被壓抑和凍結的需求逐步釋放，市場銷售情況開始好轉。統計局數據顯示，六月份，社會消費品零售總額同比名義下降1.8%，降幅在五月份收窄4.7個百分點的基礎上，再次收窄1.0個百分點；商品零售總額規模已接近上年同月水平。

為幫助體育產業加速復甦，國家出台一系列政策促進體育產業消費。二零二零年三月，中國國家發展改革委等二十三個部門聯合印發《關於促進消費擴容提質加快形成強大國內市場的實施意見》。意見強調，要順應居民消費升級趨勢，加快完善促進消費體制機制，進一步改善消費環境，發揮消費基础性作用，助力形成強大國內市場。二零二零年五月，國家體育總局發佈的《促進體育消費試點工作實施方案》要求，試點城市要對體育企業在市場推介、投資融資等方面予以支持；銀行等金融機構要創新信貸產品和服務，完善體育產業消費支付和信用方式。二零二零年的《政府工作報告》中提到，將免徵體育服務增值稅執行期限延長至今年年底。各地方政府也積極響應政府號召，積極助力體育行業復工復產。隨著國內疫情防控進入常態化，體育行業復產復工穩步推進，被壓抑、被凍結的需求加速釋放，加之政策層面的大力扶持，體育行業長期整體向上的趨勢不變。未來幾年內，冬奧會、亞運會、亞洲杯等大型體育賽事將先後在中國舉行，將持續為體育市場注入生機和活力。

管理層討論及分析

新冠肺炎疫情爆發以來，消費者的購物習慣發生了很大改變，越來越多消費者轉向在線購物，電子商務迎來了更大的發展機遇。根據中國國家統計局發佈的數據，實物商品網上零售額增速繼續加快。二零二零年一至六月份，全國實物商品網上零售額同比增長**14.3%**，增速比一至五月份加快**2.8**個百分點；實物商品網上零售額佔社會消費品零售總額比重為**25.2%**，比上年同期提高**5.6**個百分點。此外，疫情下「宅經濟」異軍突起，催生體育消費新業態。「直播帶貨」模式受到大眾認可和喜愛，政府亦給予大力扶持，各大品牌爭先嘗試新型營銷方式，挖掘「體育+直播帶貨」的市場潛力。此外，體育培訓、健身休閒、場館服務等行業加速線上線下融合，體育產業消費呈現線上化和多元化的發展趨勢。

另一方面，近年來中國城鎮化穩步推進。根據中國國家統計局數據顯示，二零一九年中國城鎮化率約為**61%**。根據中國社會科學院發佈的《中國城市競爭力第17次報告》，預計到二零三五年中國城鎮化比例將達到**70%**以上，這將進一步促進運動鞋服市場的消費需求。此外，在全面二胎政策引導下，二零一一年以來中國**0-14**歲人口恢復增長，出生率近年有所改善，保障了童裝未來消費群體持續增長。根據申萬宏源證券報告顯示，二零二四年末童裝規模有望突破人民幣**4,235**億元，發展空間廣闊。

隨著居民健康意識不斷增強，未來在長期市場需求驅動下，體育產業將保持蓬勃發展的勢頭。而在疫情影響下，行業內「強者愈強，弱者愈弱」的馬太效應也更加明顯。**361°**作為中國領先的體育品牌，已經在中國三線及以下城市建立領先優勢，未來將持續受益行業的發展整合。

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運動服裝品牌企業。集團主要從事品牌管理、研發、設計、生產及分銷。其全面的產品組合包括鞋類、服裝及配飾，可滿足成人及兒童於運動及休閒生活的需求。自二零零三年成立以來，本集團的核心定位一直貫徹一致，致力於提供高性能及物有所值的功能性運動產品，主攻大眾市場。

業務模式

於回顧期內，本集團採用的分銷業務模式維持不變。一級獨家分銷商於各自專屬分銷地區分銷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，亦可選擇將361°品牌旗下產品分銷予第二級的授權零售商。此業務模式既靈活且穩定，本集團可集中資源管理批發層面的銷售，同時利用分銷商及授權零售商的能力進行零售。



備註：圖為集團童裝品牌第四代店鋪

361°核心品牌從事專業及高性能鞋類、服裝及配件產品的品牌管理、研發、設計、生產及分銷。

361°童裝品牌乃獨立經營業務部門，主要為幼童至十二歲兒童提供運動服裝、鞋類及配件產品。

本集團擁有的芬蘭品牌ONE WAY，主要面向高端專業用戶。

所有分銷協議的有效期為一年。本集團每年與其獨家分銷商續訂協議。每份分銷協議的主要條款一般包括地域獨家權、產品獨家權、付款條款等條款，並反映本集團與相關分銷商之間的磋商結果。分銷商及授權零售商須參加本集團每年組織的多個培訓課程，使其能將本集團的最新科技和產品的相關知識準確地傳達給消費者，從而幫助消費者選購最適合的產品。此外，本集團堅持於全國分銷網絡樹立統一的門店形象，規範產品陳列設施和店內宣傳物品，突出每季度的營銷主題。

管理層討論及分析

本集團秉承「多一度熱愛」的理念，堅持以消費者為中心，持續滿足消費者不斷升級的消費需求，努力為消費者提供更豐富、多元、愉悅的運動生活體驗。於回顧期內，本集團對供應鏈和分銷鏈進行精細化管理。供應鏈方面，重點精簡和集中供應商，建立戰略同盟，由生產成本高的地區轉移向成本較低的地區發展，保證產品質量和產品交貨期，穩定成本，提升各自的盈利能力。分銷鏈方面，在穩定原有分銷體系的持續盈利能力基礎上，進行渠道升級建設，藉此增強與消費者互動，在終端直接發揮**361°**品牌示範作用，向消費者傳遞**361°**的品牌理念。

本集團每年為**361°**核心品牌舉辦四次訂貨會，展示新季產品，所有分銷商及授權零售商均獲邀出席。分銷商及授權零售商的訂單將由有關一級分銷商統一匯總後向本集團下達。本集團會審閱訂單並向分銷商提供訂貨建議，以提高訂單的準確性，避免零售端出現過高存貨和折扣，穩定零售商的盈利能力，促進可持續發展。訂貨會一般在相關產品展示及發佈季前六個月舉辦，使有關訂單有足夠時間生產及交付予分銷商。於回顧期內，本集團共舉辦了兩次**361°**核心品牌產品訂貨會，二零二零年冬季訂貨會及二零二一年春季訂貨會。

二零二零年上半年，由於受到新型冠狀病毒肺炎疫情影響，中國整體零售市場氣氛疲軟，中國大眾在此期間對體育運動產品的消費意欲相對保守。本集團靈活採用線上+線下的訂貨模式，對於受疫情影響嚴重區域的分銷商和授權零售商，可以採用線上訂貨的模式。

本集團面對疫情反應迅速。於二零二零年一月三十日，本集團率先成立疫情預防應急管理指揮小組，最大限度減少疫情對於本集團的影響。自產工廠及辦公室自二零二零年二月十日起已全部恢復營運，確保產品供應正常。

由於疫情對經濟影響的不確定性，本集團積極與分銷商和授權零售商共渡時艱，支持他們採用更相對保守的訂單，來應對非必需消費品需求的減少。同時，通過運營支持政策、賬期寬限政策等，提升運營效率。本集團在疫情期間也通過供應鏈體系優化、物流成本管控、信息化平台整合等方法，控制運營成本及廣告宣傳費用，保持穩健的財務狀況。同時，充分利用小程序、微商城等，為消費者帶來更優質及靈活的消費體驗，減少出行風險，降低疫情對零售端的影響。

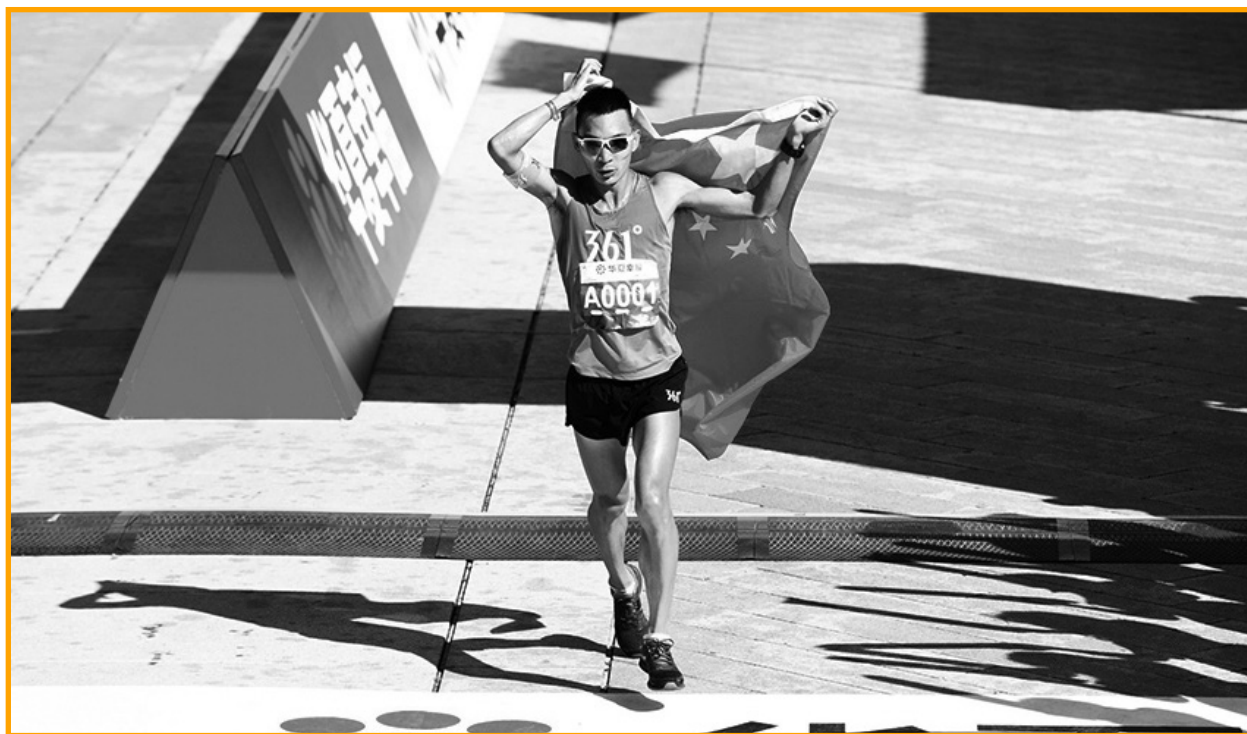
面對疫情，本集團不忘履行企業社會責任，第一時間在海外緊急採購2,000套醫用級別護目鏡及防護服，定點捐贈給武漢市中心醫院在內的多家醫療機構。同時，通過中國青少年發展基金會向湖北省捐贈價值人民幣一千萬元的禦寒及運動服裝，為在前線奮戰的醫護人員提供支持並表示感謝。

361°核心品牌於中國之零售網絡

於二零二零年六月三十日，本集團共開設5,289間**361°**核心品牌門店。未來，本集團鼓勵分銷商及授權零售商在關閉較小門店以精簡零售門店的同時，在商場及百貨店等地方開設規模更大的門店。於二零二零年六月三十日，按區域劃分，約75.74%的門店位於中國三線及三線以下城市，而6.54%及17.72%的門店分別位於中國一線及二線城市。未來，本集團將繼續專注提升門店效益及零售額。

儘管新型冠狀病毒肺炎疫情影響本集團銷售網點的表現，分銷商也為了減少成本開支，選擇關閉一些門店，本集團仍繼續以消費者為核心，不斷升級消費體驗。於回顧期內，本集團推出第九代形象店，通過專業化形象升級，為消費者帶來嶄新的消費體驗。同時，**361°**通過擁有龐大的會員基數，以及精細化會員運營，助力本集團長期穩定發展。

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：

	於二零二零年六月三十日		於二零一九年十二月三十一日	
	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⁾	956	18.1	1,057	19.1
南部 ⁽²⁾	645	12.2	717	13.0
西部 ⁽³⁾	1,174	22.2	1,190	21.6
北部 ⁽⁴⁾	2,514	47.5	2,555	46.3
總數	5,289	100	5,519	100

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

本集團一般撥配7%至10%之年度營業額用作其品牌宣傳及市場推廣。本集團早年的品牌建設戰略，主要針對國際和國內大型體育賽事及國家隊的官方贊助，力求迅速提升品牌的國際影響力。該策略已取得良好反響，並達到預期效果。諸如集團成功贊助二零一零年第十六屆廣州亞運會、二零一一年第二十六屆深圳世界大學生夏季運動會、二零一四年第二屆南京青年奧林匹克運動會、二零一四年第十七屆仁川亞運會、二零一六年里約夏季奧林匹克及殘疾人奧林匹克運動會，以及二零一八年第十八屆雅加達亞運會等體育賽事。本集團旗下品牌於世界級賽事頻繁亮相，顯著提升品牌的全球影響力。二零二零年六月二十一日，本集團成功成為杭州二零二二年第十九屆亞運會官方合作夥伴。這是361°連續第四屆支持亞運會。361°將借助杭州亞運會進一步傳遞「熱愛」的品牌理念，在亞洲市場彰顯中國體育品牌風采。

除贊助外，本集團亦著重緊貼消費趨勢進行市場推廣，將品牌傳播與消費者喜好進一步結合，通過資源賦能，以專業碰撞潮流，積極拓展與知名及經典的IP合作。與備受矚目的高達、百事可樂、小黃人、隊長小翼等合作，推出符合消費者偏好的聯名系列產品，以創新公式的產品，為品牌贏得新的消費群體，提升品牌的形象及受歡迎程度。在此基礎上，本集團於二零二零年將繼續借助優質品牌聯名推廣實現潮流跨界。

361°亦積極增加卓越體壇明星代言人，深度開發代言資源。於回顧期內，本集團持續贊助國家隊及職業運動隊，更簽約著名球星阿隆·戈登，助力361°品牌在籃球板塊上的突破，以卓越代言人資源帶動品牌成長。



管理層討論及分析

下表載列於回顧期內所有本集團贊助的運動賽事：

贊助時期	賽事	參與身份
2020-2022	杭州2022年第十九屆亞運會	官方合作夥伴
2020-2021	中國徐州國際馬拉松	頂級合作夥伴

下表載列於回顧期內所有本集團贊助的運動隊伍：

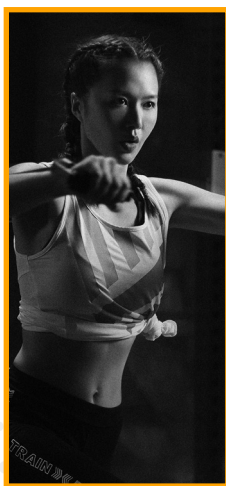
運動隊伍名稱	
中國國家游泳隊	中國國家冬季兩項隊
中國國家花樣游泳隊	中國國家北歐兩項隊
中國國家自行車隊	中國國家跳台滑雪隊
中國國家手球隊	中國國家自由式滑雪U型場地隊
中國國家女子壘球隊	中國國家自由式滑雪坡面障礙技巧隊
中國國家曲棍球隊	中國國家自由式滑雪障礙追逐隊
香港女子排球隊	中國國家單板滑雪障礙追逐隊
澳門體育代表團	職業馬拉松運動員訓練機構李子成俱樂部
中國職業拳手訓練及經紀團隊M23戰隊	

管理層討論及分析

下表載列於回顧期內本集團之代言人：

體育運動員

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
李子成	跑步	2019廈門國際馬拉松國內男子第一名 2019浙江馬拉松接力賽團體第一名 2019無錫國際馬拉松國內男子第一名 2019中國馬拉松大滿貫頒獎儀式·男子競技組最佳運動員稱號 2019東營國際馬拉松賽全程馬拉松國內男子組第一名 2019新疆木壘國際馬拉松國內男子半程第一名
馬亮武	跑步	2019廈門馬拉松年齡組第一名 2019成都雙遺馬拉松年齡組第一名 2019武漢國際馬拉松年齡組第一名
鐵亮	跑步	2019秦皇島馬拉松國內男子組第一名 2019深圳馬拉松國內男子組第一名
關思楊	跑步	2019唐山馬拉松半程第一名 2019成都雙遺馬拉松半程第二名
付文國	跑步	2020廈門馬拉松國內第三名
楊成祥	跑步	2019南京馬拉松國內男子組第一名
Sarah CROUCH	跑步	2018美國休斯頓馬拉松美國女子第一名 2018美國芝加哥馬拉松美國女子第一名



管理層討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
何盡平	跑步	2019台灣金門馬拉松第一名 2019萬錦市馬拉松第二名 2019台灣田徑公開賽10,000米第一名
羅世傑	跑步	2019台中國際馬拉松賽第四名 2019台中IT杯馬拉松賽第三名 2019鎮西寶超級馬拉松賽第二名 2019台灣二水馬拉松第一名
周俊宏	跑步	2019台北超級馬拉松第九名 2019日本櫻花道超級馬拉松第二名
阿隆·戈登 (Aaron GORDON)	籃球	NBA全能扣將 效力於奧蘭多魔術隊
考特尼·福特森 (Courtney FORTSON)	籃球	2017-2018賽季CBA外籍MVP 2017-2018賽季CBA助攻王 2018-2019賽季CBA常規賽助攻王
可蘭白克·馬坎 (Kyrankbek MAKAN)	籃球	CBA新疆廣匯球隊隊長 隨新疆男籃獲得2016-2017賽季CBA總冠軍
阿什頓·伊頓 (Ashton EATON)	十項全能	2016里約奧運會冠軍 男子十項全能紀錄保持者
布瑞安妮·塞伊森·伊頓 (Brienne Theisen-EATON)	田徑	加拿大田徑運動員(退役) 2016里約夏季奧運會七項全能季軍 2016世界室內田徑錦標賽五項全能冠軍以及加拿大七項全能紀錄保持者
Katie ZAFERES	鐵人三項	2019國際鐵人三項聯賽第一名 2019超級三項鐵人聯賽冠軍
Morgan PEARSON	鐵人三項	2019瓦圖爾科國際電聯鐵人三項世界盃第二名 2019國際電聯世界混合賽系列艾德蒙頓站第三名 2019利馬國際電聯鐵人三項賽第五名
Jorik Van EGDOM	鐵人三項	2019歐洲混合接力錦標賽第三名 2019鐵人三項世界盃第七名 2019漢堡國際電聯三組混合接力賽世界錦標賽第八名
Donald HILLEBRECHT	鐵人三項	2019 NED 半程鐵人三項國家冠軍 2019拉巴特ATU非洲杯第三名

管理層討論及分析

代言人姓名	體育運動	近年主要成就
Rachel KLAMER	鐵人三項	2019國際鐵人三項聯盟第八名 2019世界鐵人三項系列賽第六名 2019洛桑國際鐵人三項錦標賽第四名
Quinty SCHOENS	鐵人三項	2019 NED 半程鐵人三項國家錦標賽第四名 2019豐沙爾站歐洲鐵人三項錦標賽混合接力賽第四名
劉湘	游泳	2019游泳世界盃，1金 2019全國游泳冠軍賽，1金 2019冠軍游泳系列賽，1銀
張雨霏	游泳	2019游泳世界盃，2金1銅 2019全國游泳冠軍賽，1金1銀 2019冠軍游泳系列賽，1金 2019美國游泳冠軍賽，1銀
李冰潔	游泳	2019全國游泳冠軍賽，3銀 2019冠軍游泳系列賽，2銀 2019美國游泳系列賽，1金1銅
徐燦	拳擊	「一帶一路中國年度格鬥盛典」最佳男拳手 WBA 羽量級世界拳王
楊旭	足球	2019國家隊比賽，6球 2019中超聯賽，8球
藝人		
譚維維	不適用	中國著名流行歌手

管理層討論及分析

361° 童裝

自二零一零年面世以來，361°童裝一直作為獨立業務部門經營。其產品主要面向三至十二歲兒童對運動鞋服的需求。二零一九年，361°童裝品牌進一步拓展產品年齡覆蓋的跨度，向下延伸推出適合三歲以下幼童穿著的鞋服產品。二零一九年，集團童裝業務透過一系列內部重組順利完成將本集團童裝業務轉讓予諸暨市三六一度。憑借投資方專注於

投資紡服行業的豐富經驗和優質資源的對接，集團的童裝版塊在二零二零年得到了穩健的發展，並將繼續成為集團未來的增長點。

於二零二零年六月三十日，本集團共有1,702個銷售網點提供361°童裝產品，其中431個位於361°品牌授權零售店舖內，同時銷售361°核心品牌及361°童裝產品。按區域劃分，約70.09%位於中國三線或以下城市，而7.23%及22.68%分別位於中國一線及二線城市。

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

	於二零二零年六月三十日		於二零一九年十二月三十一日	
	361° 童裝授權 銷售網點數目	佔361° 童裝授權 銷售網點總數%	361° 童裝授權 銷售網點數目	佔361° 童裝授權 銷售網點總數%
東部 ⁽¹⁾	341	20.0	408	21.3
南部 ⁽²⁾	277	16.3	321	16.7
西部 ⁽³⁾	331	19.5	360	18.7
北部 ⁽⁴⁾	753	44.2	833	43.3
總數	1,702	100	1,922	100

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

於回顧期內，361°童裝舉辦兩次訂貨會，即二零二零年冬季訂貨會及二零二一年春季訂貨會。

361°積極聚焦童裝的品牌建設，通過強而有力的主品牌代言人、IP資源整合，先後推出楊旭與隊長小翼等聯乘產品，深化361°童裝品牌的差異性。此外，本集團專注拓展足球青訓戰略佈局，作為上海綠地申花青少訓、北京國安少訓、魯能青少訓合作夥伴、恆大足球學校戰略合作夥伴、以及恆大足球學校精英隊運動裝備贊助商，持續整合國內頂級青少年強勢足球資源，推動不同青訓體系之間的聯動。隨著國內兒童體育產業快速發展，足球產業尤其受到重視。本集團前瞻性的佈局，進一步提升361°兒童的品牌價值，擴大市場份額。

361°國際

自二零一五年以來，本集團積極佈局具有增長潛力的國際市場，拓展361°的國際業務市場範圍，提升361°的國際品牌美譽度。未來，本集團將更注重海外加盟市場的發展。除了現有的核心市場以外，本集團將積極拓展增長潛力的新市場，包括但不限於非洲、南美洲、中亞以及東歐地區。此外，本集團將積極鞏固歐洲直營市場，進一步增強361°在海外市場的影響力。

361°品牌在國際市場資歷雖相對年輕，但其產品性能優越，可媲美主要國際品牌。下表載列361°國際線系列產品於回顧期內所獲部分獎項：

名稱	所獲獎項
361-Taroko 2	入選瑞典《跑者世界》雜誌最具含金量「推薦產品」 入選美國戶外越野專業測評網站Gearjunkie「最佳公野跑鞋」



管理層討論及分析

受海外疫情的影響，截至二零二零年六月三十日，本集團在海外市場的銷售網點縮減到959個。本集團未來會根據疫情的控制情況，適當調整海外推進戰略和速度。

於回顧期內，361°國際業務貢獻本集團總收益的約1.2%。

ONE WAY

中國滑雪及戶外運動服裝行業是高速增長的板塊，特別是臨近北京主辦二零二二年冬季奧運會，加上政府一系列相關政策的扶持，該活動將為冰雪運動帶來更高的曝光率、需求和發展動力。

本集團擁有的芬蘭品牌ONE WAY，主要面向高端專業用戶，其零售運營受此次疫情影響較大。集團未來將綜合考量，逐步控制其規模，力求盈虧平衡。



現代電子商務

本集團主要通過天貓、淘寶、京東等中國知名電子商務平台以及微信商城小程序和官網開展電子商務業務。這些線上平台獲授權出售網上專供品，與實體店出售的產品形成差異化營銷。電商平台同時可協助本集團分銷商及其授權零售商，清理部分斷碼或過時的庫存產品。目前，隨著更多高溢價、爆款聯名產品在電商平台推出，使電商的發展更為穩健和合理。

361°在二零二零年繼續與多個知名、經典的IP合作，並推出聯名產品，成為主流市場上的熱門話題以及電商平台上的暢銷品。高達、百事可樂、小黃人和足球小將等合作，吸引和帶動更多年輕消費者對361°核心品牌的青睞，同時提升電商平台的受關注度。

於回顧期內，本集團不斷提升電商平台的效能，使其成為新品以及聯名產品發佈的重要平台。同時，361°順應市場直播帶貨熱潮，先後於抖音、Bilibili、支付寶體育直播間、天貓直播間等國內知名直播平台開展場次眾多、內容豐富的主題直播。特別是二零二零年六月十六日，361°品牌代言人國際球星阿隆·戈登、偶像說唱歌手VAVA、知名主持人唐誌中在361°天貓旗艦店直播間，於美國、中國大陸、中國台灣三地發起連線直播活動，市場反響熱烈，阿隆·戈登同款籃球鞋及服裝銷售可觀。線上直播的推行，將361°品牌兼具時尚屬性的專業運動產品快速觸及核心消費人群，以趣味性營銷方式帶動銷售流量增長，發揮良好的品牌推廣效能。

管理層討論及分析

二零二零年七月，本集團與晉江市晉發股權投資合夥企業（有限合夥）（「晉發股權」）及浙江盈實股權投資基金管理合夥企業（有限合夥）（「浙江盈實」）訂立一份有限合夥協議，共同投資成立一間有限合夥企業。根據有限合夥協議，三六一度（中國）（本公司的全資附屬公司）及晉發股權（作為有限合夥人）將分別出資人民幣550.1百萬元及人民幣548.8百萬元，而浙江盈實（作為普通合夥人）將出資人民幣1.1百萬元。此外，合夥企業同意以現金方式投資集團的電商平台多一度（泉州）電子商務有限公司人民幣11億元。未來集團將借助晉發股權的國企實力及浙江盈實的專業管理經驗，大力發展電子商務業務，把握宅經濟所帶來的龐大機遇，持續擴大線上市場份額，帶動整體業務的可持續發展。

與去年同期相比，本集團網上專供品銷售收入佔本集團總收益的約11.8%。

生產

於回顧期內，本集團在自產及原始設備製造商（「OEMs」）之間就成本、生產時間及知識產權達致平衡所釐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里的兩家工廠滿足生產約70%鞋類產品的需求，而餘下部分外包予多間優質代工廠。江頭工廠設有14條生產線，年產能達1,200萬雙鞋類產品。五里經濟區內的五里工業綜合園區設有9條生產線，年產能達900萬雙鞋類產品。服裝方面，本集團於晉江市經營生產設施，滿足生產大約30%的需求，餘下部分則外包予代工廠生產。



管理層討論及分析

研發

本集團一直致力加強產品創新，提升研發能力，優化產品設計，用科技力量形成產品差異化，滿足不同市場及消費者的需求。**361°**產品研發以人體工學為理論基礎，透過運動力學科學實驗測試，不斷提升產品的舒適度、功能性和科技含量，更好地提升運動愛好者的運動表現。本集團位於福建省晉江市五里工業園區的研創中心，實驗能力先進，擁有省級技術中心、國家體育產業示範單位、國家級工業設計中心、省級院士工作站等稱號，可以支持智能化運動裝備、結構類運動裝備、功能性運動裝備、功能材料研發等多類型研創實驗。

本集團持續聚焦於產品研發與創新，與供應商聯合開發的「日暖風和」舒彈絲®填充運動服，榮獲中國紡織工業聯合會頒發的「二零一九年度十大類紡織創新產品」稱號，而**361°**氣懸羽絨服也勇奪全球紅點大賽2020年度產品設計紅點獎，充分拓展科技空間及體現產品研發優勢。

此外，繼**QU!KFOAM**系列產品屢獲國際專業獎項後，本集團持續探索原創科技產品，成功發佈鞋底**Q³**科技平台，並橫向整合科技，推出**Q彈**科技家族系列產品，如**Q彈超**、**Q彈淨界**、**Q彈猛甲**和**Q彈鈦速**。本集團通過科技賦能產品，實現全面外形以及配置升級，擴大全品類產品的應用範圍，促進產品力的提升和突破。**Q彈淨界**榮獲**ISPO 2020**年度跑鞋品類全球設計獎，充份體現國際以及業界對**361°**產品的認可。

截至二零二零年六月三十日，本集團已取得**369**項專利，共有**716**名技術人員參與產品研發，其中鞋類研發人員**287**名，服裝研發人員**380**名，童裝及配飾產品研發人員**49**名。

於回顧期內，本集團的研發開支佔本集團總收益的**3.8%**。隨著本集團加強產品升級計劃以實現功能性與設計相結合，創造更獨具一格的產品，預期本集團的研發開支將有所提升。

財務回顧

收益

於回顧期內，本集團錄得收益與去年同期相比減少**17.0%**至人民幣**2,686.1**百萬元（二零一九年：人民幣**3,236.8**百萬元），其中童裝業務及分類為其他（即鞋底銷售）的業務分別貢獻總收益的**14.9%**及**1.0%**（二零一九年：**12.0%**及**1.2%**）。餘下的**84.1%**（二零一九年：**86.8%**）收益主要由銷售**361°**核心品牌產品、**361°**國際及電子商務業務銷量所貢獻。

本集團兩大核心產品（即鞋類及服裝）的收益均呈現下降趨勢，分別同比減少**20.3%**及**18.8%**。於回顧期內，逾**75%**的二零二零年春季及夏季產品已交付且已確認相關收益。於二零二零年下半年，交付的產品主要將為二零二零年秋季及冬季產品。

管理層討論及分析

於截至二零二零年六月三十日止六個月，與於去年同期相比，鞋類銷售佔總收益的比例由**43.7%**輕微下調至**42.0%**，而服裝銷售由**41.9%**輕微降低至**41.0%**。於回顧期內，鞋類及服裝產品依然是為本集團貢獻銷售收益的主要來源。

鞋類及服裝產品的平均批發售價（「平均批發價」）分別同比上升**5.5%**及下降**13.6%**。鞋類的平均批發售價增加主要由於市場推出若干高端新產品，其與現有鞋類及服裝產品所有業務線的分銷商下調平均批發售價（為支持於二零二零年上半年因疫情導致不利市況下的分銷商）部分抵銷。此外，於回顧期內，鞋類及服裝產品的銷量同比亦分別減少**24.5%**及**6.1%**，主要由於受疫情影響，經濟狀況不明朗，分銷商採取更為保守的措施，延遲交付其已確認的訂單。

就配飾而言，本集團視該產品類別為對鞋類及服裝產品的補充，豐富其產品組合。於回顧期內，由於受疫情的不利影響，配飾的銷量及平均批發售價分別同比減少**3.9%**及**21.8%**，導致配飾收益同比減少**24.8%**。

於回顧期內海外業務的收益減少至人民幣**32.1**百萬元（二零一九年：人民幣**64.3**百萬元），較截至二零二零年六月三十日止六個月同比減少**50.1%**，佔本集團總收益的約**1.2%**。

儘管受二零二零年上半年疫情的不利影響，截至二零二零年六月三十日止六個月，**361°**兒童的收益按年增長**3.4%**至人民幣**401.8**百萬元（二零一九年：人民幣**388.4**百萬元），佔本集團回顧期內收益之**14.9%**（二零一九年：**12.0%**）。增長主要由於鞋類產品的平均批發售價增加，使整體平均批發售價增加**5.8%**，銷量則與去年同期相比輕微下降**2.1%**。

銷量減少主要由於產品組合變更，生產及銷售的鞋類產品與去年同期相比增加。

於回顧期內，本集團來自電商業務的網上專供品的銷售收益減少**25.3%**至人民幣**315.8**百萬元（二零一九年：人民幣**422.5**百萬元）並佔總收益約**11.8%**（二零一九年：**13.0%**）。本集團堅信，鑒於疫情下消費習慣從傳統線下轉變為線上購物遞增，電商業務將對本集團的收益貢獻重大。

「其他」組別的收益指由一間擁有**51%**權益的附屬公司向獨立第三方銷售鞋底的收益。於回顧期內，該附屬公司逾**50%**產品出售予本集團，其餘部分則出售予獨立第三方。截至二零二零年止六個月的收益為人民幣**27.5**百萬元（二零一九年：人民幣**40.0**百萬元），佔本集團總收益的約**1.0%**（二零一九年：**1.2%**）。

管理層討論及分析

下表載列於回顧期內，本集團按產品劃分之營業額明細：

	截至六月三十日止六個月		二零一九年		變動 %
	二零二零年	佔營業額 百分比	二零一九年	佔營業額 百分比	
	人民幣千元		人民幣千元		
按產品					
成人					
鞋類	1,127,245	42.0	1,414,285	43.7	-20.3
服裝	1,100,739	41.0	1,355,728	41.9	-18.8
配飾	28,890	1.1	38,406	1.2	-24.8
童裝	401,800	14.9	388,407	12.0	+3.4
其他 ⁽¹⁾	27,452	1.0	39,957	1.2	-31.3
總計	2,686,126	100	3,236,783	100	-17.0

附註(1)：其他包括銷售鞋底。

下表載列於回顧期內，本集團品牌所銷售的產品數量及平均批發售價：

	截至六月三十日止六個月		二零一九年		變動	
	二零二零年	平均批 發售價 ⁽¹⁾	二零一九年	平均批 發售價 ⁽¹⁾	已售件數	平均批 發售價
	已出售 總件數 千件	人民幣元	已出售 總件數 千件	人民幣元	(%)	(%)
按銷售數量及平均批發售價						
成人						
鞋類(雙)	10,069	111.9	13,333	106.1	-24.5	+5.5
服裝(件)	13,846	79.5	14,739	92.0	-6.1	-13.6
配飾(件/雙)	2,597	11.1	2,701	14.2	-3.9	-21.8
童裝	6,264	64.2	6,398	60.7	-2.1	+5.8

附註(1)：期內，平均批發售價按營業額除以已出售總件數計算。

管理層討論及分析

銷售成本

本集團於二零二零年上半年的銷售成本按年減少12.7%至人民幣1,670.4百萬元(二零一九年:人民幣1,914.1百萬元)。於回顧期內,內部生產成本同比減少9.9%及外包產品成本同比減少14.6%,此與因受疫情影響而產生不利市場狀況而導致銷售收益減少一致。

於回顧期內,外部生產成本包括因受到疫情不利影響而滯銷的海外市場存貨撥備人民幣27.3百萬元。

內部生產產品與外包產品的生產比例維持穩定,且生產比例及成本組合於回顧期內並無重大變動。

下表載列於回顧期內,本集團之銷售成本明細:

	截至六月三十日止六個月				
	二零二零年		二零一九年		變動 %
	人民幣千元	佔總銷售 成本百分比	人民幣千元	佔總銷售 成本百分比	
鞋類及服裝					
內部生產					
原材料	417,325	25.0	469,511	24.5	-11.1
勞工	86,418	5.1	95,773	5.0	-9.8
其他製造成本	178,461	10.7	191,595	10.0	-6.9
	682,204	40.8	756,879	39.5	-9.9
外包產品					
鞋類	359,608	21.5	427,533	22.4	-15.9
服裝	602,119	36.1	700,312	36.6	-14.0
配飾	26,437	1.6	29,374	1.5	-10.0
	988,164	59.2	1,157,219	60.5	-14.6
銷售成本	1,670,368	100	1,914,098	100	-12.7

管理層討論及分析

毛利及毛利率

於回顧期內，本集團錄得毛利人民幣1,015.8百萬元（二零一九年：人民幣1,322.7百萬元），毛利率同比下降3.1個百分點至37.8%。

於回顧期內，鞋類的毛利率輕微下降1.1個百分點，而服裝、配飾及361°童裝產品的毛利率則分別同比下降4.2、5.5及5.7個百分點。

鞋類業務的毛利率由42.4%輕微下降至41.3%，主要由於疫情導致市場需求疲軟，從而降低對分銷商的平均批發價。然而負面影響部分被回顧期內向市場推出較高毛利率新產品所抵銷。

於回顧期內服裝產品的毛利率為36.0%（二零一九年：40.2%），同比減少4.2個百分點，此乃由於在市場需求疲軟的情況下，為促進銷售而降低對分銷商的平均批發價。

就配飾而言，毛利率由32.9%下降至27.4%，此乃由於在市場需求疲軟的情況下，為促進銷售而降低對分銷商的平均批發價。

361°童裝業務的毛利率由41.7%下降至36.0%。此乃主要由於在市場需求疲軟的情況下，為促進銷售而降低對分銷商的平均批發價。

於回顧期內，鞋底銷售（分類為「其他」）的毛利率為4.7%（二零一九年：6.1%），同比下降1.4個百分點。主要由於為應付市場狀況的變動而降低對分銷商的平均批發價。

下表載列於回顧期內361°產品的毛利及毛利率明細：

	截至六月三十日止六個月				
	二零二零年		二零一九年		變動 百分點
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	
成人					
鞋類	465,582	41.3	600,244	42.4	-1.1
服裝	396,405	36.0	545,582	40.2	-4.2
配飾	7,910	27.4	12,633	32.9	-5.5
童裝	144,585	36.0	161,795	41.7	-5.7
其他 ⁽¹⁾	1,276	4.7	2,431	6.1	-1.4
總計	1,015,758	37.8	1,322,685	40.9	-3.1

附註(1)：其他包括銷售鞋底。

管理層討論及分析

其他收益

其他收益人民幣90.7百萬元(二零一九年:人民幣100.8百萬元)主要包括(i)於香港及中國之銀行存款賺取之利息收入人民幣50.5百萬元(二零一九年:人民幣56.4百萬元);(ii)政府酌情補貼人民幣34.6百萬元(二零一九年:人民幣29.6百萬元),其主要與本集團對當地經濟的貢獻有關;及(iii)透過電子商務業務自銷售分銷商存貨所得佣金人民幣4.1百萬元(二零一九年:人民幣10.2百萬元)。

其他淨收益/(虧損)

其他淨收益人民幣26.8百萬元(二零一九年:其他淨虧損人民幣1.9百萬元)主要指外匯淨收益。於回顧期末,外匯淨收益主要因港元兌美元升值而將優先無抵押美元票據換算為港元而產生未變現匯兌收益。

銷售及分銷成本

截至二零二零年六月三十日止六個月,銷售及分銷成本同比減少30.5%至人民幣352.9百萬元(二零一九年:人民幣507.8百萬元)。於回顧期內,減少主要由於廣告及宣傳開支減少,而該減少與收益減少一致。

廣告及宣傳開支為人民幣197.7百萬元(二零一九年:人民幣274.9百萬元),同比減少28.1%,佔本集團收益約7.4%(二零一九年:8.5%)。由於回顧期內COVID-19疫情,本集團為部分體育賽事的贊助費用減少,並在廣告及推廣費用方面採取嚴格的控制。

於回顧期內,支付電商平台(如天貓及京東)的佣金及其他服務費為人民幣26.4百萬元(二零一九年:人民幣42.5百萬元),而有關開展該業務的其他開支為人民幣14.4百萬元(二零一九年:人民幣22.7百萬元)。

行政開支

截至二零二零年六月三十日止六個月,行政開支大幅減少23.8%至人民幣207.2百萬元(二零一九年:人民幣272.2百萬元),佔本集團收益約7.7%(二零一九年:8.4%)。於回顧期間,有關減幅主要由於員工成本減少人民幣21.7百萬元及於營運中採取嚴格的控制成本所致。

研發開支為人民幣101.9百萬元(二零一九年:人民幣100.5百萬元),佔回顧期內收益的3.8%(二零一九年:3.1%)。儘管收益減少,並在COVID-19導致的不確定市場狀況下,本集團依然為研發投入巨大成本,只因本集團認為研發在提高市場競爭力至為重要。

財務成本

截至二零二零年六月三十日止六個月,財務成本為人民幣87.2百萬元(二零一九年:人民幣108.2百萬元),其中人民幣2.9百萬元(二零一九年:人民幣3.5百萬元)與銀行借貸有關,人民幣0.1百萬元(二零一九年:人民幣0.2百萬元)乃因經營租賃而產生,以及餘額人民幣84.2百萬元(二零一九年:人民幣104.5百萬元)主要涉及期內攤銷於二零一六年六月三日發行,本金總額四億美元的7.25厘二零二一年到期優先無抵押票據(「美元票據」)的相關利息及成本。

於二零二零年六月三十日,銀行借貸為人民幣200百萬元,用於經營中國兩間附屬公司之融資,人民幣10.7百萬元之按揭銀行貸款,用於在香港購買一間辦公室,以及海外銀行貸款人民幣1.0百萬元。

期內美元票據之應計財務成本為人民幣84.2百萬元(二零一九年:人民幣104.5百萬元),其中,人民幣78.5百萬元(二零一九年:人民幣97.9百萬元)與期內應計利息有關,人民幣5.7百萬元(二零一九年:人民幣6.6百萬元)為按年期五年攤銷之發行美元票據產生的相關成本。美元票據應計利息減少主要由於自二零一九年起透過於公開市場購回美元票據的未贖回美元票據本金額減少及註銷購回票據所致。

管理層討論及分析

所得稅開支

於回顧期內，本集團的所得稅開支為人民幣126.4百萬元（二零一九年：人民幣183.1百萬元），期內實際稅率為27.3%（二零一九年：33.9%）。本集團的經營附屬公司主要位於中國。由於本集團其中一間中國內地經營附屬公司於二零一九年末成功獲得當地稅務機關稅率寬減至15%，故實際稅率於回顧期內乃按15%（二零一九年：25%的稅率）收取。本集團其他主要中國內地經營附屬公司依然須按標準企業所得稅率25%繳稅，而本集團於香港的附屬公司因並無於香港產生任何營運收入，故無作出利得稅的撥備。由於美元票據乃於香港發行及上市，相關利息及成本已由控股公司累計及支付。有關財務成本不得從中國經營附屬公司的應課稅收入中扣除，因此，實際稅率高於中國標準企業所得稅率25%。

現金及現金等價物減少淨額乃由於以下項目：

非控股權益

非控股權益的增加乃由於361°童裝業務溢利增加及於二零一九年九月透過將全部361°童裝業務轉讓至87%的自有附屬公司完成361°童裝業務重組後於回顧期內出現攤薄影響，以及來自從事電商業務的80%自有附屬公司產生的溢利增加。

資金及其他資料

流動資金及財務資源

二零二零年上半年，本集團經營活動所用現金淨額為人民幣96.6百萬元。於二零二零年六月三十日，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3,206.0百萬元，較二零一九年十二月三十一日淨減少人民幣197.1百萬元。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
經營活動(所用)／所得現金淨額	(96,645)	28,046
購買物業、廠房及設備的付款	(3,947)	(2,062)
已付利息	(81,333)	(102,393)
已付股息	(27,804)	-
購回美元票據	(259,681)	(66,109)
已抵押按金減少	111,037	59,831
新增銀行貸款的所得款項	201,032	-
償還銀行貸款	(100,646)	(495)
已收利息	63,165	55,973
其他現金流出淨額	(2,325)	(4,058)
現金及現金等價物減少淨額	(197,147)	(31,267)

管理層討論及分析

截至二零二零年六月三十日止六個月，經營活動所用現金淨額為人民幣96.6百萬元，主要來自於回顧期內的經營溢利減少、存貨減少、應收賬款及應收票據增加、按金、預付款及其他應收款項增加以及貿易及其他應付款項減少。應收賬款及應收票據增加，主要由於在疫情影响下授予分銷商的信貸期延長。貿易及其他應付款項的減少主要由於本集團中國附屬公司開具的應付票據以及廣告及推廣開支相關應付款項減少。

於截至二零二零年六月三十日止六個月，資本性支出為人民幣3.9百萬元（二零一九年：人民幣2.1百萬元），主要是由晉江市五里工業園區就生產設施維護及員工住宿所產生。期內已付利息人民幣81.3百萬元（二零一九年：人民幣102.4百萬元）主要為美元票據的半年利息。於截至二零二零年六月三十日止六個月，派付股息人民幣27.8百萬元（二零一九年：無）。於回顧期內，本集團動用人民幣259.7百萬元（二零一九年：人民幣66.1百萬元）回購及註銷本金額38.5百萬美元（二零一九年：11.0百萬美元）的美元票據。已抵押存款減少人民幣111.0百萬元乃由於相較六個月前，於二零二零年六月三十日發行的票據金額減少所致。銀行淨貸款增加人民幣100.4百萬元乃主要由於進一步提高本集團的流動資金以應對疫情的不利影響導致經濟市況的不確定性。利息收入人民幣63.2百萬元主要來自於中國及香港存放的定期存款所產生的利息收入。

於二零二零年六月三十日，本集團的資產負債比率為20.3%（二零一九年十二月三十一日：21.3%）。除銀行借貸、按揭及美元票據外，截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團概無使用其他債務工具為其運營提供資金。

庫務政策及外匯風險

本集團主要在中國經營，大部分交易均以人民幣結算。本集團有部分現金及銀行存款以港元計值。本集團亦以港元派付所宣派股息。

本集團通過盡可能令其貸款及借貸與本集團主要現金收入及相關資產的功能貨幣匹配，以管理其外匯風險。於二零二零年六月三十日，僅美元票據借貸為固定利率，而其他為浮動利率。作為本集團政策的一部分，本集團根據其資金需求及市場狀況持續監察其借貸組合（包括固定及浮動利率），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

於二零二零年六月三十日，一個賬面淨值人民幣43.8百萬元（二零一九年十二月三十一日：人民幣43.6百萬元）的物業已予抵押，作為本集團為人民幣40.0百萬元（二零一九年十二月三十一日：人民幣39.3百萬元）的銀行融資額的擔保物。上述銀行融資額乃為於香港購買一處辦公室單位提供資金。該辦公室單位為本集團自用而並非作任何投資用途。於二零二零年六月三十日，應付票據以人民幣119.6百萬元的已抵押銀行存款作抵押。

營運資金管理

於截至二零二零年六月三十日止六個月的平均營運資金週期為121天（截至二零一九年十二月三十一日止年度：90天）。增加主要是由於應付賬款及應付票據週轉週期縮短，而應收賬款及應收票據週轉天數及存貨週轉週期則增加。

管理層討論及分析

於截至二零二零年六月三十日止六個月的應收賬款及應收票據平均週期為160天（截至二零一九年十二月三十一日止年度：149天），增加11天。由於疫情導致的不利影響，本集團已延長分銷商的信貸期，導致回顧期內應收賬款及應收票據的平均週期增加。於二零二零年六月三十日，合共人民幣2,479.1百萬元（98.7%）的應收賬款賬齡在180天內，其中約71.9%的賬齡在90天內。本集團一直與所有分銷商保持聯繫，相信在本年下半年的回款方面將得到改善。

於回顧期內，由於疫情導致的不確定市場狀況，本集團已密切監控貿易及其他應收款項狀況及於回顧期內扣除的呆賬撥備增加人民幣34.9百萬元（二零一九年：無）。

截至二零二零年六月三十日止六個月平均存貨周轉週期為112天（截至二零一九年十二月三十一日止年度：120天）。其中約83.6%為成品，並且主要是二零二零年夏季及秋季產品。所有361°核心品牌貨品均根據分銷商下達的訂單，由本集團自產或由原始設備製造商供應，本集團概無生產或存置額外存貨。

於二零二零年六月三十日，支付予供應商之預付款為人民幣637.6百萬元，較二零一九年十二月三十一日之人民幣451.8百萬元增加41.1%。預付款為就二零二零年秋季及冬季訂貨會生產產品而接納訂單所支付原材料及外包供應商的按金。其他預付款之結餘為人民幣91.3百萬元（於二零一九年十二月三十一日：人民幣79.8百萬元），主要為廣告及推廣合約的付款。

截至二零二零年六月三十日止六個月，平均應付賬款及應付票據週轉週期縮短28日至151天（截至二零一九年十二月三十一日止年度：179天）。在疫情影響下的艱難時期，為穩定與供應商的長期合作關係，本集團縮短了償付供應商的回款週期以作不斷的支持。本集團有信心平均應付賬款及應付票據週轉週期可長期維持於150天左右。

優先無抵押票據

於二零一六年六月三日，本集團發行本金總額四億美元的美元票據，年利率7.25厘，於二零二一年六月三日期，發售價為本金總額四億美元的99.055%，並於香港聯交所上市（債券代號：5662）。發行票據的所得款項淨額主要用作贖回於二零一四年九月發行及於二零一七年到期的7.5%優先無抵押票據人民幣15億元（債券代號：85992），以及發展海外業務及一般營運資金。

於二零二零年六月三十日，本集團已於公開市場回購及注銷本金總額92.3百萬美元的美元票據，並於回顧期內錄得相關收益約人民幣11.3百萬元。於二零二零年六月三十日，未贖回美元票據本金額為307.7百萬美元。

期後，本集團進一步於公開市場回購及注銷本金總額13.2百萬美元的美元票據，佔美元票據初始總本金總額的3.3%。截至刊發本中期報告日期，未贖回美元票據的剩餘本金總額為294.5百萬美元。本集團一直致力於優化其融資成本，因此經計及市況及美元票據價格等因素，有可能在適當時候於公開市場進一步購回未贖回票據。

或然負債

截至二零二零年六月三十日止期間，本集團並無任何重大或然負債。

重大收購及出售

截至二零二零年六月三十日止期間，本集團並無任何重大收購或出售附屬公司或聯營公司。

管理層討論及分析

重大投資

截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團並無重大投資。

於二零二零年七月十六日，本公司的全資附屬公司三六一度（中國）有限公司與兩名獨立第三方就於中國成立合夥企業（「合夥企業」）訂立一份有限合夥協議（「有限合夥協議」）。根據有限合夥協議，合夥企業的資本承擔總額為人民幣1,100.0百萬元，其中本集團及兩名獨立第三方將分別注資人民幣550.1百萬元、人民幣548.8百萬元及人民幣1.1百萬元。截至刊發本中期報告日期，本集團及兩名獨立第三方並未向合夥企業注資。

同日，於成立合夥企業後，合夥企業與(i)本公司間接非全資附屬公司多一度（泉州）電子商務有限公司（「多一度泉州」）股東及(ii)多一度泉州訂立一份增資協議（「增資協議」），據此，合夥企業同意以現金人民幣1,100.0百萬元投資多一度泉州（「投資」）。

於投資完成後，本集團於多一度泉州的實際權益將由80%減少至69.25%。

上述交易詳情載於本公司日期為二零二零年七月七日、二零二零年七月十六日及二零二零年七月二十二日之公告。

除上述披露者外，截至本報告日期，本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度並無任何重大投資或資本資產的未來計劃。

僱員及薪酬

於二零二零年六月三十日，本集團於中國聘有總共7,435名全職僱員，包括管理層員工、技術人員、銷售人員及工人。截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團僱員薪酬總額為人民幣242.5百萬元，佔本集團營業額的9.0%。本集團的薪酬政策按個別僱員的表現釐定，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，根據個別表現評估，僱員亦可獲酌情花紅及僱員購股權。本集團相信其實力全憑僱員質素，並且非常注重附加福利。本集團亦持續為僱員提供全面培訓，旨在培養學習文化，加強僱員專業知識及技能。

前景

中國已經進入疫情防控常態化階段，復產復工有序、有力進行，被壓抑、凍結的需求逐步釋放，國民經濟雖然短期承壓，但彰顯強勁的韌性與彈性，並未改變長期向好的基本面。體育產業作為朝陽產業和綠色產業，近年在國民經濟中的地位與作用與日俱增，勢將成為助力國家經濟疫後復甦的有力引擎。

管理層討論及分析

疫情基本受控後，政府出台多項刺激政策，加速推動體育行業復甦。二零二零年三月，國家發改委等二十三部委聯合發佈《關於促進消費擴容提質加快形成強大國內市場的實施意見》，從市場供給、消費升級、消費網絡等方面促進消費擴容提質。二零二零年五月，國家體育總局發佈的《促進體育消費試點工作實施方案》提出，將在全國開展促進體育消費試點工作。二零二零年七月，體育總局關於印發《科學有序回復體育賽事和活動推動體育行業復工復產工作方案》的通知，要求分類推進、有序恢復體育賽事和活動。預計二零二零年下半年，體育行業將進入全面復甦階段。近年來，國務院相繼印發《關於實施健康中國行動的意見》、《健康中國行動（2019—2030年）》、《體育強國建設綱要》、《關於促進全民健身和體育消費，推動體育產業高質量發展的意見》等頂層政策規劃文件，行業景氣度長期向上的趨勢不變。

展望二零二零下半年，新冠肺炎疫情對消費者的購物習慣發生了很大改變，線上線下結合消費的趨勢增強，直播帶貨、在線團購、門店到家等新型消費模式壯大發展，電子商務迎來更大的發展機遇。今年七月，361°率先與國企及產業基金組建合夥企業增加投資「多一度（泉州）」，發力電子商務市場，引領集團電子商務業務步入新一輪高速發展階段。未來，集團將繼續積極把握市場趨勢，強化核心競爭力，持續擴大電子商務市場份額，帶動整體業務的可持續發展。

在核心品牌建設方面，集團將把握作為二零二二年杭州亞運會官方合作夥伴的機會，加強在亞洲市場的業務拓展。在科技對品牌的賦能作用更為凸顯的背景下，361°會始終堅持大眾功能性體育品牌定位，加大科研投入，增強品牌核心競爭力，通過集團龐大的代言資源撬動更多的客戶群體。同時，探索更多IP合作創新，推出更多經典聯名產品，為集團發展注入增長新動能。童裝方面，集團將把握童裝市場高速增長的機遇，整合在足球、優質IP多方資源，鞏固與擴大市場份額。

簡明綜合損益表

截至二零二零年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二零年 人民幣千元 (未經審核)	二零一九年 人民幣千元 (未經審核)
收益	3	2,686,126	3,236,783
銷售成本		(1,670,368)	(1,914,098)
毛利		1,015,758	1,322,685
其他收益	4	90,733	100,765
其他淨收益／(虧損)	4	26,790	(1,885)
銷售及分銷成本		(352,936)	(507,848)
行政開支		(207,215)	(272,170)
貿易應收款項減值虧損		(34,937)	-
經營溢利		538,193	641,547
購回優先無抵押票據之收益		11,264	6,215
財務成本	5(a)	(87,253)	(108,204)
除所得稅前溢利	5	462,204	539,558
所得稅開支	6	(126,385)	(183,129)
期內溢利		335,819	356,429
應佔：			
本公司權益持有人		301,966	367,362
非控股權益		33,853	(10,933)
期內溢利		335,819	356,429
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣分)	7	14.6	17.8

簡明綜合損益及其他全面收入表

截至二零二零年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)	二零一九年 人民幣千元 (未經審核)
期內溢利	335,819	356,429
期內其他全面收入，扣除所得稅後		
將不會重新分類至損益之項目：		
按公平值計入其他全面收入的權益投資－扣除公平值儲備變動淨額（不可轉回）	2,036	—
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	(29,854)	3,448
期內全面收入總額，扣除所得稅後	308,001	359,877
應佔：		
本公司權益持有人	274,148	370,810
非控股權益	33,853	(10,933)
期內全面收入總額	308,001	359,877

簡明綜合財務狀況表

於二零二零年六月三十日

	附註	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一九年 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	919,921	955,364
使用權資產		112,464	113,739
		1,032,385	1,069,103
其他金融資產		27,388	24,992
按金及預付款項	9	90,313	91,895
遞延稅項資產		29,440	41,310
		1,179,526	1,227,300
流動資產			
存貨	10	882,389	1,168,036
應收賬款	9	2,349,881	2,074,796
應收票據	9	162,200	124,578
按金、預付款項及其他應收款項	9	792,712	639,474
已抵押銀行存款	11	119,638	230,675
銀行存款	11	3,000,000	3,000,000
現金及現金等價物	11	3,206,005	3,422,295
		10,512,825	10,659,854
流動負債			
應付賬款及其他應付款項	12	2,023,450	2,306,167
租賃負債		2,334	2,763
銀行貸款	13	111,772	111,186
計息借貸	14	2,164,752	-
本期稅項		349,746	388,894
		4,652,054	2,809,010
流動資產淨值		5,860,771	7,850,844

簡明綜合財務狀況表

於二零二零年六月三十日

	附註	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元 (未經審核)	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元 (經審核)
總資產減流動負債		7,040,297	9,078,144
非流動負債			
租賃負債		1,086	526
銀行貸款	13	100,000	-
計息借貸	14	-	2,418,604
		101,086	2,419,130
資產淨值		6,939,211	6,659,014
資本及儲備			
股本	15(a)	182,298	182,298
儲備		6,386,551	6,140,207
本公司權益持有人應佔權益總額		6,568,849	6,322,505
非控股權益		370,362	336,509
權益總額		6,939,211	6,659,014

簡明綜合權益變動表

截至二零二零年六月三十日止六個月

	本公司權益股東應佔								
	股本 (附註15(a)) 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	非控股權益 人民幣千元	總權益 人民幣千元
於二零一九年一月一日的結餘(經審核)	182,298	90,489	560,432	(108,858)	16,362	5,026,927	5,767,650	126,739	5,894,389
截至二零一九年六月三十日止六個月的 權益變動:									
期內溢利(未經審核)	-	-	-	-	-	367,362	367,362	(10,933)	356,429
其他全面收入(未經審核)	-	-	-	3,448	-	-	3,448	-	3,448
全面收入總額(未經審核)	-	-	-	3,448	-	367,362	370,810	(10,933)	359,877
於二零一九年六月三十日的結餘 (未經審核)	182,298	90,489	560,432	(105,410)	16,362	5,394,289	6,138,460	115,806	6,254,266
於二零二零年一月一日的結餘(經審核)	182,298	418,491	805,295	(143,998)	15,495	5,044,924	6,322,505	336,509	6,659,014
截至二零二零年六月三十日止六個月的 權益變動:									
期內溢利(未經審核)	-	-	-	-	-	301,966	301,966	33,853	335,819
其他全面收入(未經審核)	-	-	-	(29,854)	2,036	-	(27,818)	-	(27,818)
全面收入總額(未經審核)	-	-	-	(29,854)	2,036	301,966	274,148	33,853	308,001
期內已宣派及已付股息(未經審核)	15(b)	-	-	-	-	(27,804)	(27,804)	-	(27,804)
於二零二零年六月三十日的結餘 (未經審核)	182,298	418,491	805,295	(173,852)	17,531	5,319,086	6,568,849	370,362	6,939,211

簡明綜合現金流量表

截至二零二零年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元 (未經審核)	二零一九年 人民幣千元 (未經審核)
經營活動		
經營所得現金	57,375	227,702
已付所得稅	(154,020)	(199,656)
經營活動(所用) / 所得現金淨額	(96,645)	28,046
投資活動		
購買物業、廠房及設備付款	(3,947)	(2,062)
出售物業、廠房及設備所得款項	8	(13)
已抵押銀行存款減少	111,037	59,831
已收利息	63,165	55,973
投資活動產生的其他現金流量	-	(1,385)
投資活動所得現金淨額	170,263	112,344
融資活動		
購回優先無抵押票據之付款	(259,681)	(66,109)
已付租賃租金之本金部分	(2,221)	(2,481)
已付租賃租金之利息部分	(112)	(179)
新增銀行貸款的所得款項	201,032	-
償還銀行貸款	(100,646)	(495)
已付股息	(27,804)	-
已付利息	(81,333)	(102,393)
融資活動所用現金淨額	(270,765)	(171,657)
現金及現金等價物減少淨額	(197,147)	(31,267)
於一月一日的現金及現金等價物	3,422,295	1,651,281
外匯匯率變動的影響	(19,143)	(476)
於六月三十日的現金及現金等價物	3,206,005	1,619,538

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

1. 編製基準

截至二零二零年六月三十日止六個月的簡明綜合財務報表（「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而編製，包括遵守香港會計師公會（「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」。本中期財務報表於二零二零年八月十八日獲本公司董事會授權刊發。

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，均與編製截至二零一九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刊發二零一九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（「香港財務報告準則」）編製全套財務報表所規定的全部資料，且應與本集團截至二零一九年十二月三十一日止年度之全年財務報表一併閱讀。編製中期財務報表所採納的會計政策及計算方法與截至二零一九年十二月三十一日止年度之全年財務報表所應用者相同。

中期財務報表所載關於截至二零一九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，惟乃取材自該等財務報表。截至二零一九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。核數師於二零二零年三月十七日發表的報告中就該等財務報表作出無保留意見。

2. 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈若干香港財務報告準則的修訂及經修訂財務報告之概念框架，並於本集團的本會計期間首次生效。

概無任何發展對本集團於本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當前會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

3. 營業額及分部報告

(a) 營業額

本集團的主要業務為於中華人民共和國（「中國」）製造及買賣體育用品，包括鞋類、服裝及配飾等。營業額指貨品銷售額扣除退貨、折扣、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	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
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	1,299,319	1,548,966
— 服裝	1,322,609	1,604,065
— 配飾	36,746	43,795
— 其他	27,452	39,957
	2,686,126	3,236,783

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。

本集團的客戶基礎是多樣化的，包括三名（截至二零一九年六月三十日止六個月：兩名）客戶的交易額超逾本集團收益的10%。於截至二零二零年六月三十日止期間，向該三名（截至二零一九年六月三十日止六個月：兩名）客戶銷售鞋類、服裝及配飾的收益（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）約為人民幣980,000,000元（截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣792,000,000元）。

有關本集團主要業務活動之其他詳情披露如下。

(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。並無綜合經營分部以組成以下可呈報分部。

- 成人：此分部的收益源自生產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。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

3. 營業額及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

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

為評估分部表現及分配資源予各分部，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。

截至二零二零年及二零一九年六月三十日止六個月，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	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
按收益確認時間分拆 某個時間點	2,284,326	2,848,376	401,800	388,407	2,686,126	3,236,783
來自外部客戶的收益	2,284,326	2,848,376	401,800	388,407	2,686,126	3,236,783
分部間收益	20,103	-	-	-	20,103	-
可呈報分部收益	2,304,429	2,848,376	401,800	388,407	2,706,229	3,236,783
銷售成本	(1,432,856)	(1,687,486)	(257,445)	(226,612)	(1,690,301)	(1,914,098)
可呈報分部溢利(毛利)	871,573	1,160,890	144,355	161,795	1,015,928	1,322,685

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

3. 營業額及分部報告(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	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
收益		
可呈報分部收益	2,706,229	3,236,783
對銷分部間收益	(20,103)	—
綜合營業額(附註3(a))	2,686,126	3,236,783
除所得稅前溢利		
可呈報分部溢利	1,015,928	1,322,685
對銷分部間溢利	(170)	—
綜合溢利	1,015,758	1,322,685
其他收益	90,733	100,765
其他淨收益/(虧損)	26,790	(1,885)
銷售及分銷開支	(352,936)	(507,848)
行政開支	(207,215)	(272,170)
貿易應收款項減值虧損	(34,937)	—
購回優先無抵押票據之收益	11,264	6,215
財務成本	(87,253)	(108,204)
綜合除所得稅前溢利	462,204	539,558

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

4. 其他收益及其他淨收益／（虧損）

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
其他收益		
按攤銷成本計量的金融資產之利息收入	50,468	56,402
政府補助金 [#]	34,618	29,645
其他	5,647	14,718
	90,733	100,765
其他淨收益／（虧損）		
外匯淨收益／（虧損）	26,771	(1,885)
租賃變更收益	19	-
	26,790	(1,885)

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金，該等補助金的授予均為無條件，並由有關機關酌情決定。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

5. 除所得稅前溢利

除所得稅前溢利經扣除以下各項後達致：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
(a) 財務成本：		
租賃負債利息	112	179
銀行及其他借貸的利息	2,908	3,532
優先無抵押票據財務費用(附註14)	84,233	104,493
並非按公平值計入損益的金融負債利息開支總額	87,253	108,204
(b) 其他項目：		
物業、廠房及設備折舊	40,187	47,977
使用權資產折舊	3,615	3,663
員工成本	242,549	252,381
物業的經營租賃費用	761	5,943
研發成本*	101,934	100,496
存貨成本**	1,670,368	1,914,098

附註：

* 研發成本包括與研發部門僱員有關員工成本及折舊人民幣40,952,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣37,858,000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。

** 存貨成本包括有關存貨撤銷人民幣27,261,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：無)及有關員工成本及折舊人民幣122,753,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣122,860,000元)亦以上述單獨披露的有關金額入賬。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零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	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
本期稅項－中國所得稅		
期內撥備	114,872	192,471
過往期間超額撥備	-	(12,109)
	114,872	180,362
遞延稅項		
暫時差額的產生	11,513	2,767
	126,385	183,129

附註：

- (i) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本集團無須繳交開曼群島及英屬處女群島的任何所得稅（截至二零一九年六月三十日止六個月：無）。
- (ii) 由於本集團於截至二零二零年六月三十日止六個月並無賺取任何須繳納香港、巴西、美國及荷蘭利得稅的收入，故並無就香港、巴西、美國及荷蘭利得稅作出撥備（截至二零一九年六月三十日止六個月：無）。
- (iii) 根據企業所得稅法（「企業所得稅法」），截至二零二零年六月三十日止六個月，所有中國附屬公司須按25%（截至二零一九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，有效期為三年。該附屬公司獲認可為高新技術企業，故於截至二零二零年及二零一九年六月三十日止六個月享受高新技術企業的優惠稅率。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零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人民幣301,966,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月:人民幣367,362,000元)以及截至二零二零年六月三十日止六個月內已發行普通股的加權平均數2,067,602,000股(截至二零一九年六月三十日止六個月:2,067,602,000股)計算。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零二零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,此乃由於本公司並無未獲行使攤薄潛在股份(截至二零一九年六月三十日止六個月:無)。

8. 物業、廠房及設備

截至二零二零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為約人民幣3,947,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月:約人民幣4,144,000元)及人民幣8,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月:無)。

9. 應收賬款及其他應收款項

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
應收賬款	2,435,665	2,125,643
減:呆賬撥備(附註9(b))	(85,784)	(50,847)
應收賬款,扣除虧損撥備	2,349,881	2,074,796
應收票據	162,200	124,578
	2,512,081	2,199,374
按金、預付款項及其他應收款項		
即期		
按金	175	8
預付款項	728,897	531,642
其他應收款項	63,640	107,824
	792,712	639,474
非即期		
按金及預付款項	90,313	91,895

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

9. 應收賬款及其他應收款項 (續)

預付款項包括預付予供應商的款項人民幣637,632,000元(二零一九年十二月三十一日:人民幣451,784,000元)。

預期所有應收賬款、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或確認為開支。

(a) 賬齡分析

截至報告期末的應收賬款及應收票據(扣除呆賬撥備)以發票日期為基準的賬齡分析如下:

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
90天內	1,806,050	1,500,107
超過90天但少於180天	673,069	667,207
超過180天但少於360天	32,962	32,060
	2,512,081	2,199,374

應收賬款及應收票據應於出具發票之日起計30至180天內(二零一九年十二月三十一日:30至180天)償還。

(b) 應收賬款及應收票據減值

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。於截至二零二零年六月三十日止六個月,本集團對應收賬款確認減值虧損約人民幣34,937,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月:無)。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

10. 存貨

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
原材料	96,622	23,892
在產品	48,005	21,958
製成品	737,762	1,122,186
	882,389	1,168,036

11. 現金及銀行存款

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
已抵押銀行存款	119,638	230,675
銀行存款		
— 存放日起三個月以上到期	3,000,000	3,000,000
— 存放日起三個月內到期	3,538	392,029
銀行及手頭現金	3,202,467	3,030,266
現金及銀行存款	6,325,643	6,652,970
代表：		
已抵押銀行存款	119,638	230,675
銀行存款	3,000,000	3,000,000
現金及現金等價物	3,206,005	3,422,295
	6,325,643	6,652,970

銀行存款已抵押予銀行，作為若干銀行融資及應付票據的擔保。

於二零二零年六月三十日，於中國境內存入銀行或手頭持有並列入已抵押銀行存款、銀行存款以及現金及現金等價物的結餘為人民幣6,222,440,000元（二零一九年十二月三十一日：人民幣6,394,187,000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

截至二零二零年六月三十日止六個月

12. 應付賬款及其他應付款項

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
應付賬款	786,874	720,726
應付票據	417,235	850,420
合約負債	186,251	164,496
其他應付款項及應計費用	633,090	570,525
	2,023,450	2,306,167

所有應付賬款及其他應付款項預期將於一年內償付或確認為收入，或於要求時償還。

於二零二零年六月三十日及二零一九年十二月三十一日的應付票據由已抵押銀行存款作抵押（於附註11披露），並由本公司若干附屬公司提供擔保。

按到期日計入應付賬款及其他應付款項的應付賬款及應付票據截至報告期末的賬齡分析如下：

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
於1個月內屆滿或須於要求時還款	355,865	745,242
於1至3個月內屆滿	376,050	374,472
於3至6個月內屆滿	304,258	451,432
於6至12個月內屆滿	167,936	-
	1,204,109	1,571,146

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

13. 銀行貸款

於二零二零年六月三十日，銀行貸款須於一年內或須於要求時償還，且抵押如下：

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
有抵押銀行貸款	10,740	11,186
無抵押銀行貸款	201,032	100,000
	211,772	111,186
非流動	100,000	–
流動	111,772	111,186
	211,772	111,186

於二零二零年六月三十日，本集團的有抵押銀行貸款及應付票據乃以一項賬面值約人民幣43,829,000元（二零一九年十二月三十一日：約人民幣43,571,000元）之物業及約人民幣119,638,000元（二零一九年十二月三十一日：約人民幣230,675,000元）之已抵押銀行存款作抵押。於二零二零年六月三十日及二零一九年十二月三十一日，本集團的銀行貸款及應付票據亦由本公司若干附屬公司提供擔保。

14. 計息借貸

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
按攤銷成本計量：		
二零二一年到期之優先無抵押票據		
非即期	–	2,418,604
即期	2,164,752	–
	2,164,752	2,418,604

於二零一六年六月三日，本公司發行本金額為400,000,000美元（「美元」）於二零二一年到期的優先無抵押票據（「美元票據」）。美元票據的年利率為7.25%，利息每半年於期終派付。美元票據的到期日為二零二一年六月三日。美元票據的實際年利率為7.86%。

於截至二零一九年十二月三十一日止年度，本公司於公開市場購回本金總額53,750,000美元（相當於約人民幣370,200,000元），佔美元票據初始本金總額約13.4%。所有購回票據於截至二零一九年十二月三十一日止年度已註銷。於二零一九年十二月三十一日，餘下尚未行使美元票據本金總額為346,250,000美元。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

14. 計息借貸(續)

於截至二零二零年六月三十日止六個月，本公司於公開市場進一步購回本金總額38,540,000美元(相當於約人民幣272,907,000元)(截至二零一九年六月三十日止六個月：11,000,000美元(相當於約人民幣75,907,000元)) (「購回票據」)，佔美元票據初始本金總額約9.64%(截至二零一九年六月三十日止六個月：2.75%)。所有購回票據於截至二零二零年六月三十日止六個月已註銷。於二零二零年六月三十日，餘下尚未行使美元票據本金總額為307,710,000美元。

於截至二零二零年六月三十日止六個月，按攤銷成本計量之賬面值約人民幣270,945,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣59,894,000元)與支付購回票據約人民幣259,681,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣66,109,000元)之間的差額於損益內確認為購回優先無抵押票據之收益約人民幣11,264,000元(截至二零一九年六月三十日止六個月：人民幣6,215,000元)。

15. 資本、儲備及股息

(a) 股本

	於二零二零年六月三十日		於二零一九年十二月三十一日	
	股份數目 千股	金額 千港元	股份數目 千股	金額 千港元

法定：

每股面值0.1港元的普通股	10,000,000	1,000,000	10,000,000	1,000,000
---------------	------------	-----------	------------	-----------

	股份數目 千股	金額 千港元	金額 人民幣千元
普通股，已發行及繳足： 於二零一九年一月一日、二零一九年十二月三十一日、 二零二零年一月一日及二零二零年六月三十日	2,067,602	206,760	182,298

(b) 股息

(i) 於期內應佔的應付本公司權益持有人股息

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
於期後宣派的中期股息每股普通股零港仙 (截至二零一九年六月三十日止六個月：每股普通股8.2港仙)	-	148,867
於期後宣派的特別股息每股普通股零港仙 (截至二零一九年六月三十日止六個月：每股普通股1.1港仙)	-	20,676
	-	169,543

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

15. 資本、儲備及股息（續）

(b) 股息（續）

(i) 於期內應佔的應付本公司權益持有人股息（續）

期內，已宣派的中期股息及特別股息並未於中期財務報表提呈。

(ii) 期內批准及支付的上一財政期間應佔的應付權益持有人股息

於本公司日期為二零二零年三月十七日的截至二零一九年十二月三十一日止財政年度的年度業績公佈，董事會已議決建議派付建議末期股息每股普通股1.5港仙（「建議末期股息」），惟須待於股東週年大會（「股東週年大會」）上獲得股東批准後，方可作實。

因無意之疏忽，提呈批准宣派建議末期股息之決議案於日期為二零二零年三月二十三日之股東週年大會通告中遺漏。

根據本公司日期為二零二零年四月二十八日的公佈，董事會在其於二零二零年四月二十八日舉行之會議上議決派付二零一九年特別股息每股普通股1.5港仙（金額與建議末期股息相同）以替代建議末期股息。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
於本期內批准及支付的上一財政年度的特別股息 每股普通股1.5港仙（截至二零一九年六月三十日 止六個月：每股普通股零港仙）	27,804	-

16. 重大關連人士交易

主要管理層人員薪酬

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
短期僱員福利	15,497	15,881
離職後福利	233	246
	15,730	16,127

薪酬總額計入「員工成本」（見附註5(b)）。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

17. 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數據，即於計量日期根據相同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數據，即可觀察數據未能達到第一級，且並未使用重大不可觀察數據。不可觀察數據為其市場數據不可用之數據

第三級估值：公平值計量使用重大不可觀察數據

	公平值計量分類			
	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：				
於二零二零年六月三十日				
金融資產：				
非上市股權證券	27,388	-	-	27,388
於二零一九年十二月三十一日				
金融資產：				
非上市股權證券	24,992	-	-	24,992

於截至二零二零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，亦無任何公平值轉入第三級或自第三級轉出（截至二零一九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。

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

17. 金融工具之公平值計量(續)

(a) 按公平值計量的金融資產(續)

(ii) 第三級公平值計量資料

未上市股權工具之公平值乃通過經調整資產淨值法釐定。根據經調整資產淨值法，股權總值乃基於資產淨值總額，通過被投資對象資產負債表之各資產及負債列賬至公平值釐定。公平值計量與缺乏市場流通性折讓反向相關。於二零二零年六月三十日，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%（二零一九年十二月三十一日：5%），可導致本集團其他全面收益增加／減少約人民幣2,740,000元（二零一九年十二月三十一日：約人民幣2,586,000元）。

以下為期內根據第三級別以公平值計量之結餘的變動：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零一九年 人民幣千元
於一月一日的結餘	24,992	28,579
期內於其他全面收益確認的未變現收益／（虧損）淨額	2,396	(10)
於六月三十日的結餘	27,388	28,569

18. 承擔

(a) 於二零二零年六月三十日，並未於中期財務報表中作出撥備的未履行合約承擔如下：

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
	廣告及營銷費用	96,052

(b) 於二零二零年六月三十日，並未於中期財務報表中作出撥備的未履行資本承擔如下：

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
	法定及已訂約	2,249

簡明綜合中期財務報表附註

截至二零二零年六月三十日止六個月

18. 承擔(續)

(c) 於二零二零年六月三十日，並未計入租賃負債的短期租賃的租賃承擔如下：

	於二零二零年 六月三十日 人民幣千元	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
一年內	1,068	1,769
一年後但五年內	420	-
	1,488	1,769

19. 報告期後事項

(a) 成立合夥企業

於二零二零年七月十六日，三六一度(中國)有限公司(本公司的一間全資附屬公司)與兩名獨立第三方就有關於中國成立有限合夥企業(「合夥企業」)訂立有限合夥協議(「有限合夥協議」)。根據有限合夥協議，合夥企業之資本承擔總額為人民幣1,100,000,000元，其中本集團及兩名獨立第三方將分別出資人民幣550,110,000元、人民幣548,790,000元及人民幣1,100,000元。直至該等中期財務報表刊發日期，本集團及兩名獨立第三方並未向合夥企業注資。

同日，於合夥企業成立後，合夥企業與(i)多一度(泉州)電子商務有限公司(本公司的一間間接非全資附屬公司)(「多一度(泉州)」)股東及(ii)多一度(泉州)訂立增資協議(「增資協議」)，據此，合夥企業同意以現金方式投資多一度(泉州)人民幣1,100,000,000元(「投資」)。

於投資完成時，本集團於多一度(泉州)的實際權益將由80%減少至69.25%。

上述交易之詳情載於本公司日期為二零二零年七月七日、二零二零年七月十六日及二零二零年七月二十二日之公佈。

(b) 回購二零二一年到期之優先無抵押票據

於本期間後，本公司於公開市場進一步回購本金總額13,200,000美元之美元票據，相當於美元票據初始本金總額的約3.30%。直至該等中期財務報表刊發日期，尚未償還的美元票據剩餘本金總額為294,510,000美元。

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，著眼于董事會的素質、行之有效的內部監控及對股東問責。該等原則乃建基于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，本公司於截至二零二零年六月三十日止六個月內一直遵守上市規則附錄十四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

於二零二零年六月三十日，本公司的董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團（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及淡倉，或根據上市規則附錄十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 於受控股法團的權益	(1)	11,962,000 340,066,332	0.58% 16.45%
丁輝煌先生	好倉	實益擁有人 於受控股法團的權益	(2)	9,189,000 327,624,454	0.44% 15.85%
丁輝榮先生	好倉	於受控股法團的權益	(3)	324,066,454	15.67%
王加碧先生	好倉	於受控股法團的權益	(4)	168,784,611	8.16%

附註：

- (1) 丁伍號先生因控制丁氏國際有限公司而被視為擁有該公司所持的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) 丁輝煌先生因控制銘榕國際有限公司而被視為擁有該公司所持的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。
- (3) 丁輝榮先生因控制輝榮國際有限公司而被視為擁有該公司所持的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) 王加碧先生因控制佳偉國際有限公司而被視為擁有該公司所持的168,784,611股本公司股份的權益。

除上文所述者外，於二零二零年六月三十日，概無本公司董事或最高行政人員於本公司或任何其相聯法團（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，或根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益及淡倉。

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

於二零二零年六月三十日，有關人士（本公司董事及最高行政人員以外）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%
銘裕國際有限公司	(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)	於受控法團之權益	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本公司執行董事兼總裁丁伍號先生擁有。丁伍號先生為丁氏國際有限公司的唯一董事。
3. 銘裕國際有限公司全部已發行股本由本公司執行董事兼主席丁輝煌先生擁有。丁輝煌先生為銘裕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執行董事丁輝榮先生擁有。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執行董事王加碧先生擁有。王加碧先生為佳偉國際有限公司的唯一董事。
6. 佳琛國際有限公司持有的該等股份，其全部已發行股本由王加琛先生擁有。王加琛先生為執行董事王加碧先生的胞弟。

除上文所述者外，於二零二零年六月三十日，概無人士（本公司董事及最高行政人員以外）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。

企業管治及額外資料

購買、出售或贖回證券

於截至二零二零年六月三十日止六個月，本公司於聯交所購回本金總額為38,540,000美元的7.25% 優先無抵押票據（債券代號：5662）（「該等票據」），其於聯交所上市並於二零二一年到期，總代價為36,651,000美元，而所購回票據已隨後註銷。截至二零二零年六月三十日，尚未償還票據的本金總額為307,710,000美元，佔該等票據初始本金總額的76.9%。

除上文所披露者外，截至二零二零年六月三十日止六個月內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

遵守標準守則

本公司已採用載於上市規則附錄十的標準守則作為有關董事進行證券交易的守則。在向全體董事作出特定查詢後，本公司已證實截至二零二零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二零二零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，本集團截至二零二零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

二零二零年八月十八日

股息

董事會已議決不宣派截至二零二零年六月三十日止六個月的中期股息。

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室

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

李苑輝
(於二零二零年八月四日辭任)
韓炳祖
陳闖
胡明偉
(於二零二零年八月四日獲委任)

董事委員會

審核委員會

胡明偉 (主席)
(於二零二零年八月四日
獲委任為主席及成員)
李苑輝 (主席)
(於二零二零年八月四日
辭任主席及成員)
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
李苑輝
(於二零二零年八月四日辭任)
胡明偉
(於二零二零年八月四日獲委任)

公司秘書

蔡敏端 · FCCA, HKICPA
(於二零二零年八月四日辭任)
李苑輝 · FCCA, HKICPA
(於二零二零年八月四日獲委任)

授權代表

丁伍號
蔡敏端
(於二零二零年八月四日辭任)
李苑輝
(於二零二零年八月四日獲委任)

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

有關香港法律的法律顧問

趙不渝 馬國強律師事務所

主要往來銀行

中國建設銀行股份有限公司
中信銀行(國際)有限公司
興業銀行股份有限公司
中國工商銀行股份有限公司

公司網站

www.361sport.com

股份代號

01361