

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，並表明概不就因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依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)

二零二四年第一季度營運概要

本公佈由361度國際有限公司(「**361°**」或「**本公司**」，連同其附屬公司統稱「**本集團**」)董事(「**董事**」)會(「**董事會**」)自願刊發。

董事會提供以下有關本集團於二零二四年第一季度的營運概要。

361°主品牌的零售表現(線下渠道)

361°主品牌產品於二零二四年第一季度的零售額(以零售價值計算)較二零二三年同期比較錄得約高雙位數的正增長。

361°童裝品牌的零售表現(線下渠道)

361°童裝品牌產品於二零二四年第一季度的零售額(以零售價值計算)較二零二三年同期比較錄得約20-25%的正增長。

361°電子商務平台的零售表現

361°電子商務平台產品於二零二四年第一季度的整體流水較二零二三年同期比較錄得約20-25%的正增長。

第一季度業務更新

於二零二四年第一季度期間，產品端持續迸發勢能，新品層出不窮。在跑步領域，361°推出專業馬拉松競速跑鞋「飛燃3」全新配色，以極高顏值及獨創動態碳板設計，開啓「全民超跑」時代，帶領跑者們征服跑道。同時，361°推出「疾風家族」系列，以最新物料科技賦能專業競速及日常訓練等多種使用場景需求。此外，361°推出「飆速3Pro」競速跑鞋定位場地競速、為體考體測人群提供全力支持。於籃球領域，361°簽約肯塔維奧斯·考德威爾-波普，充分發揮代言人於籃球領域的影響力，同時大幅提升品牌知名度。於綜訓領域，361°繼續著力運動產品擴容，期內推出女子專業運動「新肌4.0」系列，採用中式優雅深邃的低飽和美學新配色，提供柔軟韌性的外在保護。

賽事方面，期內廈門、鄭開等各地馬拉松陸續開跑，其中，361°更將以2024青島馬拉松榮耀合作夥伴的身份參與四月青島馬拉松，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。其中，「飛燃3」、「飛飆FUTURE 1.5」系列跑鞋先後助力李子成、管油勝等多名361°跑步代言人、精英跑者登上領獎台，破3跑者穿著率再創新高。同時，361°的高品質產品不僅在國內市場備受追捧，在國際舞臺上同樣獲得廣泛認可。作為多個國際運動會的官方合作夥伴，361°於期內更成為世界泳聯官方體育服飾供應商，為相應賽事提供周到優勢的裝備保障，充分證明其產品質量及專業水平，為品牌在國際化道路上邁出了重要一步，為全球體育事業的持續繁榮貢獻中國品牌力量。

361°深刻認識到電商渠道建設對品牌核心競爭力有至關重要的作用。期內，361°配合時事熱點推出電商營銷活動，包括「過年不打烊」、「NBA全明星周末」、「開學季」、「38大促」、「天貓品牌年度會員日」等，深挖線上客群的消費特點，充分激發電商渠道勢能，成功構築起361°的線上差異化競爭優勢。

期內，361°在企業管治、品牌實力、營銷策略及產品創新等方面收穫業界的廣泛認可及贊譽。在企業治理方面，361°在執行董事兼總裁丁伍號帶領下，堅持高標準，提升品牌在主流消費圈層的影響力，獲得了「南方周末年度盛典」頒發的「年度影響力人物」獎項。品牌實力方面，憑藉卓越的產品質量和創新設計，361°贏

得了消費者的信賴和喜愛，榮獲由《財經》新媒體及《財經》商業治理頒發的「年度最具影響力品牌獎」。在營銷方面，361°不斷探索創新的營銷策略，借助社交媒體等新渠道，與消費者建立更緊密的聯繫，獲得了「2023體育產業年度營銷品牌」、「年度體育營銷」、「年度體育商業贊助」及「中國企業數字化聯盟」、「2024年度全國消費零售業數字化優秀案例」等多個營銷獎項的殊榮。在產品創新方面，361°持續推出具有創新性和科技性能的產品，滿足消費者多樣化的需求，榮獲「年度最『硬』科技獎」。這些榮譽的積累彰顯了361°在行業內的卓越表現，更為其未來的發展奠定了堅實的基礎。

本公佈乃根據董事會初步審閱本集團的未經審核營運數據初稿及董事會現時可獲資料後作出，並未經本集團核數師審閱或審核。

該等數據並不構成、代表或象徵本集團的總收益或財務表現的全面情況，本公佈所載資料亦可能予以修改及調整。

本公司股東及有意投資者於買賣本公司證券時務請審慎行事。

承董事會命
361度國際有限公司
主席
丁輝煌

香港，二零二四年四月十日

於本公佈日期，董事如下：

執行董事：
丁伍號先生
丁輝煌先生（主席）
丁輝榮先生
王加碧先生

獨立非執行董事：
胡明偉先生
韓炳祖先生
陳闖先生