

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告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分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。

根據不同投票權架構，我們的股本包括A類普通股及B類普通股。對於提呈我們股東大會的任何決議案，A類普通股持有人每股可投一票，而B類普通股持有人則每股可投十票，惟法律或《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》或我們的組織章程大綱及細則另行規定者除外。股東及有意投資者務請留意投資不同投票權架構公司的潛在風險。我們的美國存託股（每股美國存託股代表三股A類普通股）於美國納斯達克全球精選市場上市，股份代號為BZUN。



**Baozun Inc.**

**寶尊電商有限公司\***

(於開曼群島註冊成立以不同投票權控制的有限責任公司)

(股份代號：9991)

## 2024年第四季度及2024年財政年度業績公告

我們謹此宣佈截至2024年12月31日止第四季度及財政年度的未經審核財務業績（「業績」）。業績於香港聯合交易所有限公司網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及我們的網站 [www.baozun.com](http://www.baozun.com) 可供查閱。

承董事會命  
寶尊電商有限公司  
仇文彬  
主席

香港，2025年3月20日

於本公告日期，我們的董事會包括董事仇文彬先生（主席）、吳駿華先生、岡田聰良先生、王俊博士及余濱女士；以及獨立董事Yiu Pong Chan先生、Steve Hsien-Chieng Hsia先生及葉長青先生。

\* 僅供識別

## 寶尊公佈2024年第四季度及財政年度未經審核財務業績

2025年3月20日，中國上海－寶尊電商有限公司（納斯達克：BZUN及港交所：9991）（「寶尊」，「本公司」或本集團），中國領先的品牌電商解決方案服務商和數字商業賦能者，今天公佈其截至2024年12月31日止第四季度及財政年度的未經審核財務業績。

寶尊電商創始人、寶尊集團董事長兼首席執行官仇文彬先生表示：「寶尊三年戰略轉型保持強勁勢頭，電商業務與品牌管理業務均實現收入增長與盈利改善的雙重突破，令人欣喜。第四季度收入同比增長8%，經營利潤亦取得了飛躍增長。依托技術創新能力，我們持續推進數字化創新及人工智能技術的應用，以提升運營效率、優化全渠道運營、強化內容生產力，為可持續增長注入動能。2025年是戰略轉型的收官之年，我們將秉持創業精神、創新驅動和客戶至上的理念加速推進變革，驅動高質量增長。」

寶尊集團首席財務官祝燕潔女士表示：「寶尊在2024年第四季度實現穩健的收入增長，其中電商業務收入同比增長6%，品牌管理業務收入同比增長17%。我們在戰略舉措上持續投入，並通過系統性的降本提效多重措施，推動電商板塊經調整經營利潤同比增長16%，品牌管理板塊經調整經營虧損收窄20%。憑藉充沛的現金儲備、嚴格的財務管控體系以及技術領域的持續創新，我們對實現長期盈利和增長充滿信心。」

### 2024年第四季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣2,994.4百萬元（410.2百萬美元<sup>1</sup>），較去年同期人民幣2,780.4百萬元，按年增加7.7%。
- 經營利潤為人民幣73.2百萬元（10.0百萬美元），較去年同期人民幣6.4百萬元大幅改善。經營利潤率為2.4%，較2023同期0.2%實現改善。

<sup>1</sup> 本公告載有若干人民幣兌美元的特定兌換率僅為方便讀者。除另有註明外，人民幣兌美元的換算乃按聯邦儲備局H.10統計資料所載於2024年12月31日中午生效的買方匯率人民幣7.2993元兌1.00美元計算。

- 非公認會計準則下的經營利潤<sup>2</sup>為人民幣103.3百萬元(14.2百萬美元)，較去年同期人民幣75.7百萬元增長36.6%。非公認會計準則下的經營利潤率為3.5%，較2023年同期2.7%實現改善。
- 電商業務<sup>3</sup>的經調整經營利潤為人民幣137.4百萬元(18.8百萬美元)，較2023年同期人民幣118.2百萬元同比改善16.3%。
- 品牌管理業務<sup>3</sup>的經調整經營損失為人民幣34.2百萬元(4.7百萬美元)，較2023年同期人民幣42.5百萬元同比改善19.7%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣0.1百萬元(0.02百萬美元)，2023年同期歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣48.4百萬元。
- 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤<sup>4</sup>為人民幣45.7百萬元(6.3百萬美元)，較2023年同期人民幣28.8百萬元同比改善58.9%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股(「美國存託股<sup>5</sup>」)基本及攤薄淨利潤均為人民幣0.00<sup>6</sup>，2023年同期歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨虧損均為人民幣0.80元。
- 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤<sup>7</sup>為人民幣0.77元(0.11美元)，2023年同期為人民幣0.47元。

<sup>2</sup> 非公認會計準則下的經營利潤(損失)為一項非公認會計準則財務計量，其定義為撇除股權激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、與收購相關的專業費用、商譽減值和回購的美國存託股的註銷費。

<sup>3</sup> 自收購GAP上海後，集團更新了經營分部，形成了兩個分部，即(1)電商業務；(2)品牌管理。

<sup>4</sup> 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)為一項非公認會計準則財務計量，其定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值收益、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失和未實現投資(收益)損失。

<sup>5</sup> 每股美國存託股代表三股A類普通股。

<sup>6</sup> 金額小於人民幣0.01元。

<sup>7</sup> 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨利潤(損失)為非公認會計準則財務計量，其定義為非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)除以用作計算每股普通股基本及攤薄淨利潤(損失)的加權平均股數再乘以三。

- 截至2024年12月31日，現金及現金等價物、限制性現金及短期投資為人民幣2,915.9百萬元(399.5百萬美元)，截至2023年12月31日為人民幣3,072.8百萬元。

## 2024年財政年度財務摘要

- 總淨營收為人民幣9,422.2百萬元(1,290.8百萬美元)，2023年財政年度為人民幣8,812.0百萬元，按年增加6.9%。
- 經營損失為人民幣114.8百萬元(15.7百萬美元)，較2023年財政年度人民幣206.4百萬元實現改善。經營損失率為1.2%，較2023年財政年度經營損失率2.3%實現改善。
- 非公認會計準則下的經營利潤為人民幣10.6百萬元(1.5百萬美元)，2023年財政年度非公認會計準則下的經營損失為人民幣23.7百萬元。非公認會計準則下的經營利潤率為0.1%，2023年財政年度非公認會計準則下的經營損失率為0.3%。
- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣179.6百萬元(24.6百萬美元)，較2023年財政年度人民幣164.0百萬元同比改善9.5%。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣168.8百萬元(23.1百萬美元)，較2023年財政年度人民幣187.7百萬元同比改善10.1%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣185.2百萬元(25.4百萬美元)，較2023年財政年度人民幣278.4百萬元虧損收窄。
- 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣40.4百萬元(5.5百萬美元)，較2023年財政年度人民幣65.1百萬元虧損收窄。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股(「美國存託股」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣3.09元(0.42美元)，2023年財政年度均為人民幣4.68元。

- 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股攤薄淨虧損為人民幣0.67元(0.09美元)，2023年財政年度為人民幣1.09元。

上述提及之公認會計準則財務指標與非公認會計準則財務指標的調節見本業績公告下文。

經調整經營利潤／損失請參考公告下文分部信息分部數據。

## 業務亮點

### 寶尊電商(BEC)

寶尊電商包括我們的中國電商業務，涵蓋品牌店舖運營、客戶服務、倉儲物流、技術服務和數字營銷等增值服務。本季度電商業務收入同比增長6.0%，主要得益於更高需求的數字營銷和技術服務驅動服務收入增長。截至2024年12月31日，我們服務490餘個品牌合作夥伴，相較於截至2023年12月31日服務約450餘個品牌合作夥伴持續提升。品牌合作夥伴的增長主要得益於我們在增值服務領域內的更高參與度，這些服務旨在為消費者打造更加優質的體驗。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。截至第四季度末，約48.8%的品牌合作夥伴與我們在店舖運營合作至少兩個渠道，去年同期為44.7%。對於倉儲物流、技術服務和數字營銷方面的增值服務，大多數品牌合作夥伴以全渠道方式與我們合作，以提升其全渠道發展的效率。

### 寶尊品牌管理(BBM)

本公司自2023年推出品牌管理業務線，旨在利用其領先的技術組合為品牌提供服務，促進與品牌深度長久的合作關係，以推動可持續的業務增長。

寶尊品牌管理包括戰略和策略定位、品牌與市場營銷、零售與電商運營、供應鏈和物流及技術賦能等全方位品牌管理，利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。目前，品牌管理旗下有Gap和Hunter兩個品牌。截至2024年第四季度，我們共計管理Gap和Hunter品牌線下店舖數量達156家。

## 2024年第四季度財務業績

總淨營收為人民幣2,994.4百萬元(410.2百萬美元)，較去年同期人民幣2,780.4百萬元增長7.7%。公司總淨營收的增長得益於電商和品牌管理業務的收入雙重增長。

產品銷售收入為人民幣1,106.0百萬元(151.5百萬美元)，較去年同期人民幣1,053.0百萬元增長5.0%，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣571.7百萬元(78.3百萬美元)，較去年同期人民幣597.5百萬元下降4.3%。下降的主要原因是公司經銷模式中小家電品類的產品組合銷售疲軟，部分抵消公司引入高質量經銷業務。

電商業務的產品銷售收入按核心品類<sup>8</sup>列示明細：

	截至12月31日止三個月					
	2023		2024		同比 變化%	
	人民幣	佔比%	人民幣	美元		佔比%
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
電商業務產品銷售						
小家電	255.6	8%	220.5	30.2	7%	-14%
美容化妝品	131.1	5%	130.7	17.9	4%	0%
家裝	46.1	2%	84.6	11.6	3%	84%
其他	164.7	6%	135.9	18.6	5%	-17%
電商業務產品銷售總淨營收	<b>597.5</b>	<b>21%</b>	<b>571.7</b>	<b>78.3</b>	<b>19%</b>	<b>-4%</b>

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣534.6百萬元(73.2百萬美元)，較去年同期人民幣455.5百萬元增長17.3%。銷售收入增長主要得益於Gap品牌銷售提升，通過持續優化商品策略和提升消費者體驗，有效提升線上和線下銷售。

服務收入為人民幣1,888.5百萬元(258.7百萬美元)，較去年同期的人民幣1,727.4百萬元增長9.3%。本季度增長主要由於線上店舖運營收入同比增長16.2%，以及得益於內容創意和技術商業化進展，數字營銷和技術服務收入同比實現14.8%增長。

<sup>8</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔寶尊電商的產品銷售收入不低於10%的品類。

下表列出所示期間按業務模式的服務收入明細：

	截至12月31日止三個月					
	2023		2024			同比 變化%
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元	總淨營收 佔比%	
(人民幣百萬元，百分比除外)						
<b>服務</b>						
線上店舖運營	511.8	18%	594.8	81.5	20%	16%
倉儲物流	704.8	25%	705.7	96.7	24%	0%
數字營銷和技術服務	549.4	20%	630.5	86.3	20%	15%
抵消跨分部交易的影響 <sup>9</sup>	(38.6)	-1%	(42.5)	(5.8)	-1%	10%
<b>服務總淨營收</b>	<b>1,727.4</b>	<b>62%</b>	<b>1,888.5</b>	<b>258.7</b>	<b>63%</b>	<b>9%</b>

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類<sup>10</sup>列示明細：

	截至12月31日止三個月					
	2023		2024			同比 變化%
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元	總淨營收 佔比%	
(人民幣百萬元，百分比除外)						
<b>服務收入中的線上店舖運營</b>						
服飾與配件	372.7	13%	472.0	64.6	15%	27%
— 奢侈品	123.2	4%	126.9	17.3	4%	3%
— 運動服飾	133.9	5%	157.6	21.6	5%	18%
— 其他服飾	115.6	4%	187.5	25.7	6%	62%
其他	139.1	6%	122.8	16.9	4%	-12%
抵消跨分部交易的影響 <sup>11</sup>	(18.6)	-1%	(14.6)	(2.0)	0%	-22%
<b>服務收入中的線上店舖運營總淨營收</b>	<b>493.2</b>	<b>18%</b>	<b>580.2</b>	<b>79.5</b>	<b>19%</b>	<b>18%</b>

<sup>9</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的線上店舖運營服務收入、數字營銷與技術服務收入。

<sup>10</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔服務收入不低於10%的品類。

<sup>11</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的店舖運營服務收入。

經營開支總額為人民幣2,921.2百萬元(400.2百萬美元)，去年同期則為人民幣2,774.0百萬元。

- 產品成本為人民幣773.9百萬元(106.0百萬美元)，去年同期則為人民幣737.8百萬元。該增長主要由於產品銷量增長。
- 履約費用為人民幣768.9百萬元(105.3百萬美元)，去年同期則為人民幣768.0百萬元。履約費用與上期基本持平，與倉儲物流收入的變動基本一致。
- 銷售及營銷費用為人民幣1,041.4百萬元(142.7百萬美元)，去年同期則為人民幣892.4百萬元。該增長主要由於電商業務數字營銷服務收入佔比更高，以及品牌管理於本季度期間營銷活動更為活躍，並開設更多線下店鋪。
- 技術與內容費用為人民幣146.6百萬元(20.1百萬美元)，去年同期則為人民幣140.8百萬元。儘管技術服務收入雙位增長，得益於公司實施的成本控制以及效率改善措施，技術與內容費用與上期基本持平。
- 管理及行政費用為人民幣191.8百萬元(26.3百萬美元)，去年同期則為人民幣228.7百萬元，下降16.1%。減少主要由於公司的成本控制舉措和效率提高。

經營利潤為人民幣73.2百萬元(10.0百萬美元)，較去年同期人民幣6.4百萬元大幅改善。經營利潤率為2.4%，去年同期為0.2%。

非公認會計準則下的經營利潤為人民幣103.3百萬元(14.2百萬美元)，較去年同期人民幣75.7百萬元增長36.6%。非公認會計準則經營利潤率為3.5%，較去年同期2.7%實現改善。

- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣137.4百萬元(18.8百萬美元)，較去年同期人民幣118.2百萬元增長16.3%。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣34.2百萬元(4.7百萬美元)，較去年同期人民幣42.5百萬元改善19.7%。

未實現投資收益為人民幣20.9百萬元(2.9百萬美元)，去年同期未實現投資損失為人民幣8.4百萬元。本季度未實現投資收益主要與iClick公司的交易價格上升有關，iClick公司是一家在納斯達克全球市場上市的上市公司，於2021年1月投資。

投資減值損失為人民幣20.9百萬元(2.9百萬美元)，去年同期無。本季度投資減值損失主要與公司的一些股權投資企業相關。

金融工具的公允價值變動收益為人民幣17.7百萬元(2.4百萬美元)，去年同期無。金融工具的公允價值變動主要由於公司2024年第二季度投資的金融工具收益所致。

匯兌損失為人民幣11.5百萬元(1.6百萬美元)，主要由於截至2024年12月31日第四季度匯率變動，去年同期匯兌收益為人民幣0.7百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣0.1百萬元(0.02百萬美元)，去年同期歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣48.4百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨虧損均為人民幣0.00<sup>12</sup>，2023年同期均為人民幣0.80元。

非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣45.7百萬元(6.3百萬美元)，去年同期非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣28.8百萬元。

非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤為人民幣0.77元(0.11美元)，2023年同期非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股攤薄淨虧損為0.47元。

## 2024年財政年度財務業績

總淨營收為人民幣9,422.2百萬元(1,290.8百萬美元)，較2023年財政年度的人民幣8,812.0百萬元增加6.9%。公司總淨營收的增長得益於其BEC和BBM業務線的收入增長。

產品銷售收入為人民幣3,466.9百萬元(475.0百萬美元)，2023年財政年度為人民幣3,357.2百萬元，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣1,999.6百萬元(273.9百萬美元)，較2023年財政年度的人民幣2,092.2百萬元下降4.4%。下降的主要由於宏觀經濟疲軟導致小家電、快消和電子品類的經銷業務的品牌銷量下滑，同時公司優化了經銷模式的產品組合。

<sup>12</sup> 金額小於人民幣0.01元。

電商業務的產品銷售收入按核心品類列示明細：

	截至12月31日止年度					
	2023		2024			同比 變化%
	總淨營收		總淨營收			
人民幣	佔比%	人民幣	美元	佔比%		
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
<b>電商業務產品銷售</b>						
小家電	936.3	11%	852.5	116.8	9%	-9%
美容化妝品	378.2	4%	397.3	54.4	4%	5%
家裝	169.9	2%	201.9	27.7	2%	19%
其他	607.8	7%	547.9	75.0	6%	-10%
<b>電商業務產品銷售總淨營收</b>	<b><u>2,092.2</u></b>	<b><u>24%</u></b>	<b><u>1,999.6</u></b>	<b><u>273.9</u></b>	<b><u>21%</u></b>	<b><u>-4%</u></b>

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣1,469.6百萬元（201.3百萬美元），較2023年財政年度的人民幣1,265.0百萬元增長16.2%。銷售收入增長主要得益於Gap品牌銷售提升，通過持續優化商品策略和提升消費者體驗，有效提升線上和線下銷售。

服務收入為人民幣5,955.3百萬元（815.9百萬美元），較2023年財政年度的人民幣5,454.8百萬元增長9.2%。增長主要由於線上店舖運營收入同比增長10.0%，以及得益於內容創意和技術商業化進展，數字營銷和技術服務收入同比實現22.2%增長。

下表列出所示年度按業務模式的服務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023		2024			同比 變化%
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元	總淨營收 佔比%	
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
<b>服務</b>						
線上店舖運營	1,604.7	18%	1,765.4	241.9	19%	10%
倉儲物流	2,194.4	25%	2,189.2	299.9	22%	0%
數字營銷和技術服務	1,735.8	20%	2,120.9	290.6	23%	22%
抵消跨分部交易的影響 <sup>13</sup>	(80.1)	-1%	(120.2)	(16.5)	-1%	50%
<b>服務總淨營收</b>	<b>5,454.8</b>	<b>62%</b>	<b>5,955.3</b>	<b>815.9</b>	<b>63%</b>	<b>9%</b>

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類列示明細：

	截至12月31日止年度					
	2023		2024			同比 變化%
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元	總淨營收 佔比%	
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
<b>服務收入中的線上店舖運營</b>						
服飾與配件	1,134.8	13%	1,342.7	184.0	14%	18%
— 奢侈品	406.4	4%	407.0	55.8	4%	0%
— 運動服飾	419.1	5%	487.1	66.7	5%	16%
— 其他服飾	309.3	4%	448.6	61.5	5%	45%
其他	469.9	5%	422.7	57.9	4%	-10%
抵消跨分部交易的影響 <sup>14</sup>	(44.4)	-1%	(55.2)	(7.6)	-1%	24%
<b>服務收入中的線上店舖運營總淨營收</b>	<b>1,560.3</b>	<b>17%</b>	<b>1,710.2</b>	<b>234.3</b>	<b>17%</b>	<b>10%</b>

<sup>13</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的線上店舖運營服務收入、數字營銷與技術服務收入。

<sup>14</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的店舖運營服務收入。

經營開支總額為人民幣9,537.1百萬元(1,306.6百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣9,018.4百萬元。

- 產品成本為人民幣2,473.8百萬元(338.9百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣2,409.1百萬元。該增長主要由於產品銷量增長。
- 履約費用為人民幣2,461.6百萬元(337.2百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣2,507.3百萬元。該減少主要由於公司的成本控制措施以及效率改善。
- 銷售及營銷費用為人民幣3,380.7百萬元(463.2百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣2,829.0百萬元。該增長主要由於電商業務數字營銷服務收入佔比更高，以及品牌管理於本年度期間營銷活動更為活躍，並開設更多線下店舖。
- 技術與內容費用為人民幣550.3百萬元(75.4百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣505.2百萬元。費用增長主要由於本年度期間技術服務收入增長相關，部分抵消於公司的成本控制措施以及效率改善。
- 管理及行政費用為人民幣719.2百萬元(98.5百萬美元)，2023年財政年度則為人民幣855.9百萬元。費用減少主要由於公司的成本控制措施以及效率改善。

經營損失為人民幣114.8百萬元(15.7百萬美元)，較2023年財政年度人民幣206.4百萬元大幅改善。經營損失率為1.2%，2023年財政年度為2.3%。

非公認會計準則下的經營利潤為人民幣10.6百萬元(1.5百萬美元)，2023年財政年度非公認會計準則下的經營損失為人民幣23.7百萬元。非公認會計準則經營利潤率為0.1%，較2023年財政年度非公認會計準則經營損失率0.3%實現改善。

- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣179.6百萬元(24.6百萬美元)，較2023年財政年度人民幣164.0百萬元改善9.5%。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣168.8百萬元(23.1百萬美元)，較2023年財政年度人民幣187.7百萬元改善10.1%。

未實現投資收益為人民幣4.9百萬元(0.7百萬美元)，2023年財政年度未實現投資損失為人民幣68.0百萬元。本財政年度未實現投資損失主要與iClick公司的交易價格上升有關，iClick公司是一家在納斯達克全球市場上市的上市公司，於2021年1月投資。

投資減值損失為人民幣20.9百萬元(2.9百萬美元)，去年無。本財政年度投資減值損失主要與公司的一些股權投資企業相關。

金融工具的公允價值變動收益為人民幣11.8百萬元(1.6百萬美元)，2023年財政年度為人民幣24.5百萬元。今年的金融工具公允價值收益主要由公司在2024年第二季度投資的金融工具確認的收益構成，去年的衍生負債公允價值收益則與非控股權益持有人簽訂的股權合同相關。

匯兌損失為人民幣10.2百萬元(1.4百萬美元)，去年同期為人民幣8.5百萬元。主要由於截至2024年12月31日的年度匯率波動。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣185.2百萬元(25.4百萬美元)，較2023年財政年度人民幣278.4百萬元收窄虧損。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨虧損均為人民幣3.09元(0.42美元)，2023年財政年度均為人民幣4.68元。

非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣40.4百萬元(5.5百萬美元)，2023年財政年度為人民幣65.1百萬元。

非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股攤薄淨虧損為人民幣0.67元(0.09美元)，2023年財政年度歸為人民幣1.09元。

## 分部信息

### 1、分部資料

自收購GAP上海後，集團更新了經營分部結構，形成了兩個分部，即(1)電商業務(2)品牌管理；

以下摘要描述了本集團各經營分部的經營情況：

(1) **電商業務**以寶尊傳統電商服務業務為主，由寶尊電商(BEC)和寶尊國際(BZI)兩條業務線組成。

- 寶尊電商涵蓋中國大陸核心電商業務，包括店舖運營、客戶服務、倉儲物流、供應鏈管理、技術解決方案和數字營銷。
- 寶尊國際涵蓋寶尊在中國大陸以外的電商業務，於中國香港、中國澳門、中國台灣、東南亞及歐洲等市場開展業務。

(2) 品牌管理專注於品牌賦能，通過戰略定位、品牌營銷、電商運營、供應鏈及技術賦能品牌，與品牌建立更長遠及深刻的聯繫。目前，本公司為Gap和Hunter在大中華區進行品牌管理運營。

## 2、分部數據

下表提供了截至2023年和2024年12月31日的3個月內集團可報告分部業績的摘要：

	截至12月31日止三個月	
	2023 人民幣	2024 人民幣
淨營收：		
電商業務	2,361,066	2,501,781
品牌管理	457,961	535,475
抵消跨分部交易的影響*	(38,612)	(42,811)
合併淨營收	<u>2,780,415</u>	<u>2,994,445</u>
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	118,190	137,433
品牌管理	(42,535)	(34,157)
抵消跨分部交易的影響*	—	41
合併經調整經營利潤	<u>75,655</u>	<u>103,317</u>
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(24,667)	(15,171)
業務收購產生的無形資產攤銷	(7,911)	(7,901)
收購相關支出	(1,467)	—
回購的美國存託股的註銷費	—	(101)
商譽減值損失	(35,212)	(6,934)
其他開支	(165)	21,315
除所得稅及權益法投資收益(損失)前利潤	<u>6,233</u>	<u>94,525</u>

下表提供了截至2023年和2024年12月31日的財政年度內集團可報告分部業績的摘要：

	截至12月31日止年度	
	2023 人民幣	2024 人民幣
淨營收：		
電商業務	7,621,114	8,070,271
品牌管理	1,271,027	1,474,351
抵消跨分部交易的影響*	(80,128)	(122,393)
	<u>8,812,013</u>	<u>9,422,229</u>
合併淨營收	<b>8,812,013</b>	<b>9,422,229</b>
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	163,990	179,622
品牌管理	(187,663)	(168,767)
抵消跨分部交易的影響*	—	(210)
	<u>(23,673)</u>	<u>10,645</u>
合併經調整經營利潤	<b>(23,673)</b>	<b>10,645</b>
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(103,449)	(81,601)
業務收購產生的無形資產攤銷	(31,875)	(36,257)
收購相關支出	(12,171)	—
回購的美國存託股的註銷費	—	(678)
商譽減值損失	(35,212)	(6,934)
其他開支	(10,646)	21,838
	<u>(217,026)</u>	<u>(92,987)</u>
除所得稅及權益法投資收益(損失)前損失	<b>(217,026)</b>	<b>(92,987)</b>

\* 抵消跨分部交易的影響主要包括電商業務向品牌管理提供服務的收入。

\*\* 經調整經營利潤(損失)為各分部的運營利潤(損失)，不包含股票薪酬支出、收購相關的專業費用、業務收購產生的無形資產攤銷、回購的美國存託股的註銷費、及商譽減值損失。

## 股份回購更新

本公司董事會已於2024年1月24日授權管理層設立及實施新的股份回購計劃，在該計劃下，本公司可自2024年1月24日起的十二個月內，回購其價值不超過2,000萬美元的發行在外(i)美國存託股（「美國存託股」，每股代表三股A類普通股）及／或(ii) A類普通股。截至2025年1月17日，本公司通過公開市場回購約5.3百萬美國存託股，總計回購金額約為14.7百萬美元。

## 電話會議

本公司將於2025年3月20（星期四）東岸時間上午7時30分（同日北京時間下午7時30分）舉行電話會議以討論盈利事宜。

業績電話會議的撥號詳情如下：

美國：	1-888-317-6003
香港：	800-963-976
新加坡：	800-120-5863
中國內地：	4001-206-115
國際：	1-412-317-6061
密碼：	3445230

業績電話會議的回放可於2025年3月27日前通過致電以下號碼收聽：

美國：	1-877-344-7529
國際：	1-412-317-0088
加拿大：	855-669-9658
回放登入密碼：	7399162

在寶尊網站<http://ir.baozun.com>的投資者關係一欄將提供電話會議的現場直播。網上回放也可以於會後通過同一鏈接獲取。

## 採用非公認會計準則財務計量

本公司亦採用若干非公認會計準則財務計量以評核業務。例如，本公司採用非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的經營利潤率、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤率、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)，作為補充計量以審視及評核其財務及經營表現。呈列該等非公認會計準則財務計量不擬作為獨立考慮、或替代根據美國公認會計準則編製及呈列的財務資料。

本公司將非公認會計準則下的經營利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽減值、回購的美國存託股的註銷費後的經營利潤(損失)。本公司將非公認會計準則下的經營利潤率定義為非公認會計準則下的經營利潤(損失)佔總淨營收的百分率。本公司將非公認會計準則下的淨利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失和未實現投資(收益)損失後的損失。本公司將非公認會計準則下的淨利潤率定義為非公認會計準則下的淨利潤(損失)佔總淨營收的百分率。本公司將非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失、未實現投資(收益)損失後的淨利潤(損失)。本公司將非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)定義為非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)除以用作計算每股普通股淨利潤(損失)的加權平均股數再乘以三。

本公司呈列非公認會計準則財務計量，因為本公司管理層用此評核本公司的財務及經營表現和制訂業務計劃。非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)反映了本公司的持續業務經營情況，以此各期間可進行更有意義的比較。本公司認為，採用非公認會計準則財務計量可方便投資者以與管理層相同的方式了解和評估本公司當前的經營表現和未來前景(倘彼等如此選擇)。本公司亦認為，非公認會計準則財務計量通過剔除若干開支、收益／損失和預期不會產生未來現金付款或屬非經常性質或未必能反映本公司核心經營業績及業務前景的其他項目向管理層和投資者提供有用信息。

非公認會計準則財務計量並非根據美國公認會計準則定義及並非根據美國公認會計準則呈列。非公認會計準則財務計量作為分析工具存在限制。使用非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)的其中一項主要限制，是它們並無反映影響本公司營運的所有收入及支出項目。此外，非公認會計準則計量可能有別於其他公司所採用的非公認會計準則計量，包括同業公司，使其財務業績與本公司業績作比較時有潛在限制。鑒於上述限制，期內的非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的經營利潤率、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤率、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)，不應獨立考慮或視為可替代經營利潤(損失)、經營利潤率、淨利潤(損失)、淨利潤率、歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)、或根據美國公認會計準則編製的其他財務計量。

本公司將非公認會計準則財務計量調整至最接近的美國公認會計準則績效計量以補償有關限制，從而在評核本公司表現時應予考慮。本公司鼓勵閣下全面審查本公司財務資料，而非依賴單一財務計量。有關將這些非公認會計準則財務計量調整至最直接可予比較的公認會計準則財務計量的對賬程序，請參閱隨附標題為「公認會計準則與非公認會計準則的業績對賬」的列表。

## 安全港陳述

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據1995年《美國私人證券訴訟改革法》的「安全港」條文而作出。該等前瞻性陳述可從所用詞彙如「將」、「預期」、「預計」、「未來」、「擬」、「計劃」、「相信」、「估計」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」、「日後」、「展望」及類似陳述加以識別。非過往事實的陳述，包括有關本公司策略及目標的陳述，計劃交易的完成或利益的陳述，均屬或含有前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及固有風險及不確定性。多項因素可能導致實際業績與任何前瞻性陳述所載者出現重大分別，包括但不限於載於本公司向美國證券交易委員會提交的存盤文件及本公司於香港聯合交易所有限公司網站發佈的公告、通告或其他文件內。本公告提供的所有數據以截至本新聞公佈日期為準，並基於本公司認為截至該日期屬合理的假設，而且除根據適用法律外，本公司概不承擔更新任何前瞻性陳述的任何責任。

## 有關寶尊電商有限公司

創立於2007年，寶尊集團是中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數字商業賦能者。寶尊集團業務遍及東亞、東南亞、歐洲、北美等多個國家和地區，截至2024年12月31日，服務全球各行各業超過490家品牌。

寶尊集團旗下三大業務線，分別是寶尊電商 (Baozun e-Commerce，簡稱BEC)，寶尊品牌管理 (Baozun Brand Management，簡稱BBM)，以及寶尊國際 (Baozun International，簡稱BZI)。三大業務線齊頭並進，踐行集團高質量可持續業務發展的目標，秉承「科技成就商業未來」，不斷賦能品牌合作夥伴，助力寶尊邁向又一個發展新階段。

如需更多資料，請參閱網址<http://ir.baozun.com>。

投資者及媒體如有查詢，請聯絡：

**寶尊電商有限公司**

Wendy Sun 孫舒女士

電郵：[ir@baozun.com](mailto:ir@baozun.com)

寶尊電商有限公司  
未經審核簡明綜合資產負債表  
(千元)

	截至		
	2023年 12月31日 人民幣	2024年 12月31日 人民幣	2024年 12月31日 美元
<b>資產</b>			
<b>流動資產</b>			
現金及現金等價物	2,149,531	1,289,323	176,636
限制性現金	202,764	354,991	48,634
短期投資	720,522	1,271,618	174,211
應收賬款淨額	2,184,729	2,033,778	278,626
存貨淨額	1,045,116	1,117,439	153,089
預付供貨商款項	311,111	404,353	55,396
衍生金融資產	-	11,557	1,583
預付款項及其他流動資產	590,350	724,091	99,200
應收關聯方款項	86,661	7,021	962
<b>流動資產總額</b>	<b><u>7,290,784</u></b>	<b><u>7,214,171</u></b>	<b><u>988,337</u></b>
<b>非流動資產</b>			
長期投資	359,129	341,687	46,811
物業及設備淨額	851,151	822,229	112,645
無形資產淨值	306,420	357,307	48,951
土地使用權淨額	38,464	37,438	5,129
經營租賃使用權資產	1,070,120	767,376	105,130
商譽	312,464	362,399	49,648
其他非流動資產	45,316	69,886	9,574
遞延稅項資產	200,628	234,508	32,127
<b>非流動資產總額</b>	<b><u>3,183,692</u></b>	<b><u>2,992,830</u></b>	<b><u>410,015</u></b>
<b>資產總額</b>	<b><u>10,474,476</u></b>	<b><u>10,207,001</u></b>	<b><u>1,398,352</u></b>

寶尊電商有限公司  
未經審核簡明綜合資產負債表  
(千元，股份及每股數據除外)

	2023年 12月31日 人民幣	截至 2024年 12月31日 人民幣	2024年 12月31日 美元
<b>負債及股東權益</b>			
<b>流動負債</b>			
短期借款	1,115,721	1,220,957	167,270
應付賬款	563,562	620,679	85,033
應付票據	506,629	461,179	63,181
應付所得稅	18,768	26,559	3,638
預提費用及其他流動負債	1,188,179	1,169,547	160,228
衍生負債	–	130	18
應付關聯方款項	32,118	5,369	735
流動經營租賃負債	332,983	243,137	33,310
<b>流動負債總額</b>	<b>3,757,960</b>	<b>3,747,557</b>	<b>513,413</b>
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債	24,966	32,783	4,491
非流動經營租賃負債	799,096	597,805	81,899
其他非流動負債	40,718	48,277	6,614
<b>非流動負債總額</b>	<b>864,780</b>	<b>678,865</b>	<b>93,004</b>
<b>負債總額</b>	<b>4,622,740</b>	<b>4,426,422</b>	<b>606,417</b>

	2023年 12月31日 人民幣	截至 2024年 12月31日 人民幣	2024年 12月31日 美元
可贖回非控制性權益	1,584,858	1,670,379	228,841
<b>寶尊電商有限公司股東權益：</b>			
A類普通股（每股面值0.0001美元； 470,000,000股股份獲授權發行， 截至2023年12月31日及2024年 12月31日已發行及流通在外股份 分別為167,901,880股及 175,668,586股）	93	95	13
B類普通股（每股面值0.0001美元； 30,000,000股股份獲授權發行， 截至2023年12月31日及2024年 12月31日已發行及流通在外股份 均別為13,300,738股）	8	8	1
資本公積	4,571,439	4,646,631	636,586
庫存股（截至2023年12月31日 及2024年12月31日分別為無及 14,331,000股）	-	(95,502)	(13,084)
累計虧損	(506,587)	(691,785)	(94,775)
累計其他綜合收益	32,251	54,575	7,477
<b>寶尊電商有限公司股東權益總額</b>	<b>4,097,204</b>	<b>3,914,022</b>	<b>536,218</b>
非控制性權益	169,674	196,178	26,876
<b>權益總額</b>	<b>4,266,878</b>	<b>4,110,200</b>	<b>563,094</b>
<b>負債、可贖回非控制性權益及權益總額</b>	<b>10,474,476</b>	<b>10,207,001</b>	<b>1,398,352</b>

**寶尊電商有限公司**  
**未經審核簡明綜合全面收益(損失)表**  
(千元，股份及每股數據除外)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2023	2024	美元	2023	2024	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
<b>淨營收</b>						
產品銷售 <sup>(1)</sup>	1,053,022	1,105,971	151,517	3,357,202	3,466,928	474,967
服務	1,727,392	1,888,474	258,720	5,454,811	5,955,301	815,873
<b>總淨營收</b>	<b>2,780,414</b>	<b>2,994,445</b>	<b>410,237</b>	<b>8,812,013</b>	<b>9,422,229</b>	<b>1,290,840</b>
<b>經營開支<sup>(2)</sup></b>						
產品成本	(737,813)	(773,887)	(106,022)	(2,409,110)	(2,473,804)	(338,910)
履約費用 <sup>(3)</sup>	(768,028)	(768,863)	(105,334)	(2,507,306)	(2,461,591)	(337,237)
銷售及營銷費用 <sup>(3)</sup>	(892,401)	(1,041,421)	(142,674)	(2,829,016)	(3,380,724)	(463,157)
技術與內容費用 <sup>(3)</sup>	(140,788)	(146,589)	(20,083)	(505,203)	(550,289)	(75,389)
管理及行政費用 <sup>(3)</sup>	(228,697)	(191,822)	(26,280)	(855,914)	(719,157)	(98,524)
其他經營淨利潤	28,923	8,281	1,134	123,368	55,445	7,596
商譽減值損失	(35,212)	(6,934)	(950)	(35,212)	(6,934)	(950)
<b>經營開支總額</b>	<b>(2,774,016)</b>	<b>(2,921,235)</b>	<b>(400,209)</b>	<b>(9,018,393)</b>	<b>(9,530,454)</b>	<b>(1,306,571)</b>
<b>經營利潤(損失)</b>	<b>6,398</b>	<b>73,210</b>	<b>10,028</b>	<b>(206,380)</b>	<b>(114,825)</b>	<b>(15,731)</b>
<b>其他收入(開支)</b>						
利息收入	19,508	18,298	2,507	82,113	68,752	9,419
利息費用	(9,436)	(9,619)	(1,318)	(41,344)	(38,987)	(5,341)
未實現投資(損失)收益	(8,352)	20,851	2,857	(68,031)	4,851	665
處置/收購子公司(損失)收益	(2,620)	-	-	631	-	-
投資減值損失	-	(14,403)	(1,973)	-	(14,403)	(1,973)
金融工具的公允價值變動	-	17,654	2,419	24,515	11,838	1,622
匯兌收益(損失)	735	(11,466)	(1,571)	(8,530)	(10,213)	(1,399)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2023	2024	美元	2023	2024	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
除所得稅及權益法投資收益(損失)						
前利潤	6,233	94,525	12,949	(217,026)	(92,987)	(12,738)
所得稅支出 <sup>(4)</sup>	(5,952)	(28,443)	(3,897)	(12,003)	(20,739)	(2,841)
權益法投資(虧損)收益， 扣除零稅項 <sup>(5)</sup>	(2,264)	(23,930)	(3,278)	6,253	(24,658)	(3,378)
淨(損失)利潤	<b>(1,983)</b>	<b>42,152</b>	<b>5,774</b>	<b>(222,776)</b>	<b>(138,384)</b>	<b>(18,957)</b>
歸屬於非控制性權益股東的淨(利潤) 損失	(22,368)	(18,253)	(2,501)	(9,677)	1,990	273
歸屬於可贖回非控制性權益股東的 淨利潤	(24,063)	(23,770)	(3,256)	(45,969)	(48,804)	(6,686)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨(損失)利潤	<b>(48,414)</b>	<b>129</b>	<b>17</b>	<b>(278,422)</b>	<b>(185,198)</b>	<b>(25,370)</b>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 每股淨(損失)利潤						
基本	(0.27)	0.00*	0.00*	(1.56)	(1.03)	(0.14)
攤薄	(0.27)	0.00*	0.00*	(1.56)	(1.03)	(0.14)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 每股美國存託股淨(損失)利潤						
基本	(0.80)	0.00*	0.00*	(4.68)	(3.09)	(0.42)
攤薄	(0.80)	0.00*	0.00*	(4.68)	(3.09)	(0.42)
用於計算每股普通股淨損失的加權 平均股數						
基本	180,642,328	176,942,201	176,942,201	178,549,849	179,678,986	179,678,986
攤薄	180,642,328	178,685,466	178,685,466	178,549,849	179,678,986	179,678,986
淨(損失)利潤	<b>(1,983)</b>	<b>42,152</b>	<b>5,774</b>	<b>(222,776)</b>	<b>(138,384)</b>	<b>(18,957)</b>
其他綜合收益，扣除零稅項 外幣折算差異	(23,783)	24,732	3,388	16,573	22,324	3,058
綜合(損失)收益	<b>(25,766)</b>	<b>66,884</b>	<b>9,162</b>	<b>(206,203)</b>	<b>(116,060)</b>	<b>(15,899)</b>

\* 金額小於人民幣0.01元。

- (1) 截至2024年12月31日的三個月內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為571.7百萬元和534.6百萬元，而截至2023年12月31日的三個月內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為597.5百萬元和455.5百萬元。

2024年財政年度內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為1,999.6百萬元和1,469.6百萬元，而截至2023年財政年度內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為2,092.2百萬元和1,265.0百萬元。

- (2) 股份激勵費用分配至經營開支項目如下：

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2023	2024		2023	2024	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
履約費用	1,873	732	100	6,443	4,885	669
銷售及營銷費用	5,239	3,075	421	33,955	19,943	2,732
技術與內容費用	3,681	2,077	285	12,184	11,290	1,547
管理及行政費用	13,874	9,287	1,272	50,867	45,483	6,231
	<b>24,667</b>	<b>15,171</b>	<b>2,078</b>	<b>103,449</b>	<b>81,601</b>	<b>11,179</b>

- (3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2023年及2024年12月31日止三個月期間分別為人民幣7.9百萬元及人民幣7.9百萬元。

包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2023年財政年度及2024年財政年度期間分別為人民幣31.9百萬元及人民幣36.3百萬元。

- (4) 包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣1.5百萬元及人民幣1.8百萬元，分別於截至2023年及2024年12月31日止三個月在業務收購時確認。

包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣6.1百萬元及人民幣7.6百萬元，分別於截至2023年及2024年12月31日止的財政年度在業務收購時確認。

- (5) 這些金額包括權益法投資非暫時性減值，截至2023年及2024年12月31日止三個月期間分別為0和人民幣26.1百萬元。

**寶尊電商有限公司**  
**公認會計準則與非公認會計準則的業績對賬**  
**(千元，惟股份及每股美國存託股資料除外)**

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2023 人民幣	2024 人民幣	美元	2023 人民幣	2024 人民幣	美元
經營利潤(損失)	6,398	73,210	10,028	(206,380)	(114,825)	(15,731)
加：股份激勵費用	24,667	15,171	2,078	103,449	81,601	11,179
業務收購產生的無形資產攤銷	7,911	7,901	1,082	31,875	36,257	4,967
收購相關費用	1,467	-	-	12,171	-	-
商譽減值	35,212	6,932	950	35,212	6,934	950
回購／返還美國存託股註銷費	-	101	14	-	678	93
<b>非公認會計準則下的經營利潤(損失)</b>	<b>75,655</b>	<b>103,317</b>	<b>14,152</b>	<b>(23,673)</b>	<b>10,645</b>	<b>1,458</b>
淨(損失)利潤	(1,983)	42,152	5,774	(222,776)	(138,384)	(18,957)
加：股份激勵費用	24,667	15,171	2,078	103,449	81,601	11,179
業務收購產生的無形資產攤銷	7,911	7,901	1,082	31,875	36,257	4,967
收購相關支出	1,467	-	-	12,171	-	-
商譽和投資減值損失	35,212	21,337	2,923	35,212	21,337	2,923
權益法投資的非暫時性減值損失	-	26,115	3,578	-	26,115	3,578
回購／返還美國存託股註銷費	-	101	14	-	678	93
衍生負債公允價值收益	-	-	-	(24,515)	-	-
子公司和股權投資處置損失(收益)	2,620	-	-	(631)	-	-
未實現投資損失(收益)	8,352	(20,851)	(2,857)	68,031	(4,851)	(665)
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,507)	(1,802)	(247)	(6,086)	(7,611)	(1,043)
<b>非公認會計準則下的淨利潤(損失)</b>	<b>76,739</b>	<b>90,124</b>	<b>12,345</b>	<b>(3,270)</b>	<b>15,142</b>	<b>2,075</b>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨(損失)利潤	(48,414)	129	17	(278,422)	(185,198)	(25,370)
加：股份激勵費用	24,667	15,171	2,078	103,449	81,601	11,179
業務收購產生的無形資產攤銷	5,991	5,528	757	24,206	25,776	3,531
收購相關支出	1,467	-	-	12,171	-	-
商譽和投資減值損失	35,212	20,742	2,842	35,212	20,742	2,842
權益法投資的非暫時性減值損失	-	26,115	3,578	-	26,115	3,578
回購／返還美國存託股註銷費	-	101	14	-	678	93
衍生負債公允價值收益	-	-	-	(24,515)	-	-
子公司和股權投資處置損失(收益)	2,620	-	-	(652)	-	-
未實現投資損失(收益)	8,352	(20,851)	(2,857)	68,031	(4,851)	(665)
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,127)	(1,209)	(166)	(4,569)	(5,234)	(717)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2023 人民幣	2024 人民幣	美元	2023 人民幣	2024 人民幣	美元
非公認會計準則下歸屬於寶尊電商 有限公司普通股股東的利潤(損失)	<u>28,768</u>	<u>45,726</u>	<u>6,263</u>	<u>(65,089)</u>	<u>(40,371)</u>	<u>(5,529)</u>
非公認會計準則下歸屬於寶尊電商 有限公司普通股股東的每股美國 存託股攤薄淨利潤(損失):	0.47	0.77	0.11	(1.09)	(0.67)	(0.09)
用於計算每股普通股攤薄淨利潤 (損失)的加權平均股數	182,780,715	178,685,466	178,685,466	178,549,849	179,678,986	179,678,986