

宝尊公布2024年第二季度未经审计财务业绩

上海2024年8月28日 /美通社/ -- 宝尊电商有限公司（纳斯达克：BZUN及港交所：9991）（“宝尊”，“本公司”或本集团），中国品牌电商服务行业的领导者、先行者及数字商业赋能者，今天公布其截至2024年6月30日止第二季度的未经审计财务业绩。

宝尊集团董事长兼首席执行官仇文彬先生表示：“二季度电商业务收入在经历连续十个季度下滑后迎来首次增长，彰显了我们在电商服务及经销业务上的有效布局。此外，抖音知名合作伙伴洛氪迅与宝尊直播业务的融合进展顺利，进一步增强了我们在抖音生态系统中的价值主张。品牌管理业务持续收窄运营亏损且加速版图扩张。近期，我们与Gap Inc紧密合作，以期最大化释放品牌全球资产在中国市场的影响力。随着电商业务的趋势改善以及品牌管理业务的持续进展，我们将继续致力于战略转型以驱动未来增长。”

宝尊集团首席财务官祝燕洁女士表示：“二季度，宝尊实现收入3%同比增长，非公认会计准则下的经营利润实现显著改善。我们预期在2024年的下半年，收入的增长趋势将持续发展。此外我们继续践行可持续发展举措，着眼于公司的长期价值实现股东的价值回报。年初至今，公司已通过公开市场回购了约200万份美国存托股，总计支付金额约为490万美元，充分反映了我们对公司未来发展前景的信心。”

2024年第二季度财务摘要

- 总净营收为人民币2,391.0百万元（329.0百万美元^[1]），较2023年同期人民币2,320.2百万元，按年增长3.1%。
- 经营损失为人民币18.8百万元（2.6百万美元），去年同期为人民币36.4百万元，经营损失收窄主要由于品牌管理业务的亏损收窄。经营损失率为0.8%，2023年同期为1.6%。
- 非公认会计准则下的经营利润^[2]为人民币10.0百万元（1.4百万美元），去年同期为人民币0.7百万元，经营利润增长主要由于品牌管理业务的亏损收窄。非公认会计准则下的经营利润率为0.4%，2023年同期为0.03%。
 - 电商业务^[3]的经调整经营利润为人民币60.2百万元（8.3百万美元），2023年同期为60.8百万元。
 - 品牌管理业务^[3]的经调整经营损失为人民币50.0百万元（6.9百万美元），2023年同期为60.1百万元。
- 归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损为人民币30.6百万元（4.2百万美元），较2023年同期为人民币20.0百万元收窄。
- 非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损^[4]为人民币3.9百万元（0.5百万美元），2023年同期为人民币4.4百万元。
- 归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股（“美国存托股^[5]”）基本及摊薄净亏损均为人民币0.51元（0.07美元），较2023年同期均为人民币0.34元改善。
- 非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股摊薄净亏损^[6]为人民币0.06元（0.01美元），2023年同期均为人民币0.07元。
- 截至2024年6月30日，现金及现金等价物、限制性现金及短期投资为人民币2,853.3百万元（392.6百万美元），截至2023年12月31日为人民币3,072.8百万元。

上述提及之公认会计准则财务指标与非公认会计准则财务指标的调节见本业绩公告下文。

经调整经营利润/ 损失请参考公告下文分部信息分部数据。

业务亮点

宝尊电商（BEC）

宝尊电商包括我们的中国电商业务，涵盖品牌店铺运营、客户服务和仓储物流、技术服务和数字营销等增值服务。本季度服务收入实现10.4%同比增长，运动服饰品类的线上店铺运营收入以及数字营销和技术服务收入均实现双位数增长。

全渠道扩张仍然是我们品牌合作伙伴的重点关注议题。截至第二季度末，约45.8%的品牌合作伙伴与我们在店铺运营合作至少两个渠道。

宝尊品牌管理（BBM）

宝尊品牌管理包括战略和策略定位、品牌与市场营销、零售与电商运营、供应链和物流及技术赋能等全方位品牌管理，利用我们的技术组合与品牌建立更长期、更深入的关系。

目前，品牌管理旗下有Gap和Hunter两个品牌。本季度，品牌管理业务实现产品销售收入为人民币292.3百万元，品牌管理产品销售毛利率为52.3%。

2024年第二季度财务业绩

总净营收为人民币2,391.0百万元（329.0百万美元），较去年同期的人民币2,320.2百万元增长3.1%。总净营收的增长主要由于电商服务收入增长9.4%。

产品销售收入为人民币870.3百万元（119.8百万美元），去年同期为人民币930.3百万元，其中：

- 电商业务(E-Commerce)的产品销售收入为人民币579.2百万元（79.7百万美元），较去年同期的人民币606.1百万元下降4.4%。下降的主要原因是公司优化了经销模式的产品组合，尤其是电子和快消品品类。

电商业务的产品销售收入按核心品类^[7]列示明细：

	截至6月30日止三个月					
	2023		2024		总净营收 占比%	同比 变化%
	人民币	总净营收 占比%	人民币	美元		
(人民币百万元，百分比除外)						
电商业务产品销售						
小家电	276.0	12 %	264.2	36.4	11 %	-4 %
美容化妆品	104.4	4 %	107.9	14.8	5 %	3 %
其他	225.7	10 %	207.1	28.5	8 %	-8 %
电商业务产品销售总净营收	606.1	26 %	579.2	79.7	24 %	-4 %

- 品牌管理的产品销售收入为人民币292.3百万元（40.2百万美元），较去年同期的人民币324.2百万元下降9.8%。本季度下降主要由于线下流量疲软，部分被门店客户的转化率提升而抵消。

服务收入为人民币1,520.7百万元（209.3百万美元），较去年同期的人民币1,389.9百万元增长9.4%，主要得益于数字营销和技术服务收入以及线上店铺运营收入的双位数增长。

下表列出所示期间按业务类型的服务收入明细：

	截至6月30日止三个月					
	2023		2024		总净营收 占比%	同比 变化%
	人民币	总净营收 占比%	人民币	美元		
(人民币百万元，百分比除外)						
服务						
线上店铺运营	388.3	17 %	441.4	60.8	18 %	14 %
仓储物流	570.5	25 %	587.8	80.9	25 %	3 %
数字营销和技术服务	446.2	19 %	520.5	71.6	22 %	17 %
抵消跨分部交易的影响 ^[8]	-15.1	-0.0	(29.0)	(4.0)	-1 %	92 %
服务总净营收	1,389.9	60 %	1,520.7	209.3	64 %	9 %

服务收入中的线上店铺运营收入按核心品类^[9]列示明细：

	截至6月30日止三个月					
	2023		2024		总净营收 占比%	同比 变化%
	人民币	总净营收 占比%	人民币	美元		
(人民币百万元，百分比除外)						
服务收入中的在线店铺运营						
服饰与配件	258.3	11 %	317.8	43.7	13 %	23 %
- 奢侈品	97.9	4 %	96.9	13.3	4 %	-1 %
- 运动服饰	95.0	4 %	117.1	16.1	5 %	23 %
- 其他服饰	65.4	3 %	103.8	14.3	4 %	59 %
其他	130.0	6 %	123.6	17.1	6 %	-5 %

抵消跨分部交易的影响 ^[10]	(9.3)	-1 %	(12.0)	(1.7)	-1 %	29 %
服务收入中的在线店铺运营总净营收	<u>379.0</u>	<u>16 %</u>	<u>429.4</u>	<u>59.1</u>	<u>18 %</u>	<u>13 %</u>

经营开支总额为人民币2,409.8百万元（331.6百万美元），去年同期则为人民币2,356.6百万元。

- 产品成本为人民币649.7百万元（89.4百万美元），去年同期则为人民币675.1百万元。该减少主要由于电商业务产品销售的降低。
- 履约费用为人民币627.0百万元（86.3百万美元），去年同期则为人民币658.7百万元。该减少主要由于公司的成本控制措施以及效率改善。
- 销售及营销费用为人民币844.7百万元（116.2百万美元），去年同期则为人民币706.4百万元。该增长的主要原因是本季度效果营销更为活跃。
- 技术与内容费用为人民币129.8百万元（17.9百万美元），去年同期则为人民币129.1百万元。该费用与去年同期基本持平。
- 管理及行政费用为人民币171.6百万元（23.6百万美元），去年同期则为人民币249.5百万元。减少的主要原因是去年同期收购Gap上海后遣散费导致管理及行政费用更高。此外，该项费用的减少也反映了公司的成本控制举措和效率提高。

经营损失为人民币18.8百万元（2.6百万美元），去年同期为人民币36.4百万元。经营损失率为0.8%，去年同期为1.6%。

非公认会计准则下的经营利润为人民币10.0百万元（1.4百万美元），去年同期为人民币0.7百万元。利润增长主要由于主要品牌管理业务亏损收窄。非公认会计准则经营损失率为0.4%，去年同期为0.03%。

电商业务的经调整经营利润为人民币60.2百万元（8.3百万美元），2023年同期为60.8百万元。品牌管理业务的经调整经营损失为人民币50.0百万元（6.9百万美元），2023年同期为60.1百万元。

未实现投资损失为人民币2.8百万元（0.4百万美元），去年同期为人民币9.3百万元。本季度未实现投资损失主要与iClick公司的交易价格下降有关，iClick公司是一家在纳斯达克全球市场上市的上市公司，于2021年1月投资。

权益法投资亏损份额为3.6百万元（0.5百万美元），去年同期为4.4百万元，变化主要是由于本期权益法投资相关损失的分配。

归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损为人民币30.6百万元（4.2百万美元），去年同期为人民币20.0百万元。

归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股基本及摊薄净亏损均为人民币0.51元（0.07美元），2023年同期均为人民币0.34元。

非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损为人民币3.8百万元（0.5百万美元），去年同期为人民币4.4百万元。

非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股摊薄净亏损均为人民币0.06元（0.01美元），2023年同期均为人民币0.07元。

分部信息

1、 分部资料

自收购GAP上海后，集团更新了经营分部结构，形成了两个分部，即（1）电商业务（2）品牌管理；

以下摘要描述了本集团各经营分部的经营情况：

（1）电商业务以宝尊传统电商服务业务为主，由宝尊电商（BEC）和宝尊国际（BZI）两条业务线组成。

- 宝尊电商涵盖中国大陆核心电商业务，包括店铺运营、客户服务、仓储物流、供应链管理、IT解决方案和数字营销。
- 宝尊国际涵盖宝尊在中国大陆以外的电商业务，于中国香港、中国澳门、中国台湾、东南亚及欧洲等市场开展业务。

（2）品牌管理专注于品牌赋能，通过战略定位、品牌营销、电商运营、供应链及技术赋能品牌，与品牌建立更长远及深刻的联系。目前，本公司为Gap和Hunter在大中华区进行品牌管理运营。

2、 分部数据

下表提供了截至2023年和2024年6月30日的3个月内集团可报告分部业绩的摘要，并对上期分部信息进行了回顾性改写，以符合当期列报：

截至6月30日止三个月

	2,022	2,023
	人民币	人民币
净营收:		
电商业务	2,010,976	2,130,881
品牌管理	324,297	294,283
抵消跨分部交易的影响*	(15,112)	(34,170)
合并净营收	2,320,161	2,390,994
经调整经营利润 (损失) **:		
电商业务	60,828	60,212
品牌管理	(60,090)	(49,976)
合并经调整经营利润	738	10,236
抵消跨分部交易的影响*	-	(200)
未分摊的费用:		
股票薪酬支出	(29,264)	(17,478)
业务收购产生的无形资产摊销	(7,911)	(10,916)
回购的美国存托股的注销费	-	(415)
其他开支	22,337	4,163
除所得税及权益法投资收益前损失	(14,100)	(14,610)

*抵消跨分部交易的影响主要包括电商业务向品牌管理提供服务的收入。

**经调整经营利润 (损失) 为各分部的运营利润 (损失), 不包含股票薪酬支出、收购相关的专业费用、业务收购产生的无形资产摊销、及回购的美国存托股的注销费。

股份回购更新

本公司董事会已于2024年1月24日授权管理层设立及实施新的股份回购计划, 在该计划下, 本公司可自2024年1月24日起的十二个月内, 回购其价值不超过2,000万美元的发行在外(i)美国存托股 ("美国存托股", 每股代表三股A类普通股) 及/或(ii) A类普通股。截至2024年8月28日, 本公司通过公开市场回购约2.0百万美国存托股, 总计回购金额约为4.9百万美元。截至2024年8月28日, 到2025年1月有效的董事会批准的股份回购项目剩余额度为15.1百万美元。

电话会议

本公司将于2024年8月28日 (星期三) 东岸时间上午7时30分 (同日北京时间下午7时30分) 举行电话会议以讨论盈利事宜。

业绩电话会议的拨号详情如下:

美国:	1-888-317-6003
香港:	800-963-976
新加坡:	800-120-5863
中国内地:	4001-206-115
国际:	1-412-317-6061
密码:	9965929

业绩电话会议的回放可于2024年9月4日前通过致电以下号码收听:

美国:	1-877-344-7529
国际:	1-412-317-0088
加拿大:	855-669-9658
回放登入密码:	6727395

在宝尊网站 <http://ir.baozun.com> 的投资者关系一栏将提供电话会议的现场直播。网上回放也可以于会后通过同一链接获取。

采用非公认会计准则财务计量

本公司亦采用若干非公认会计准则财务计量以评核业务。例如, 本公司采用非公认会计准则下的经营利润 (损失)、非公认会计准则下的经营利润率、非公认会计准则下的净利润 (损失)、非公认会计准则下的净利润率、非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润 (损失) 及非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润 (损失), 作为补充计量以审视及评核其财务及经营表现。呈列该等非公认会计准则财务计量不拟作为独立考虑、或替代根据美国公

认会计准则编制及呈列的财务资料。

本公司将非公认会计准则下的经营利润（损失）定义为撇除股份激励费用、业务收购产生的无形资产摊销、收购相关的专业费用、商誉减值、预期或有收购付款的差异损失、回购的美国存托股和返还的美国存托股的注销费后的经营利润（损失）。本公司将非公认会计准则下的经营利润率定义为非公认会计准则下的经营利润（损失）占总净营收的百分率。本公司将非公认会计准则下的净利润（损失）定义为撇除股份激励费用、业务收购产生的无形资产摊销、收购相关的专业费用、商誉和投资减值损失、预期或有收购付款的差异损失、回购的美国存托股和返还的美国存托股的注销费、衍生负债的公允价值损失、子公司和股权投资处置收益(损失)和未实现投资损失后的损失。本公司将非公认会计准则下的净利润率定义为非公认会计准则下的净利润（损失）占总净营收的百分率。本公司将非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）定义为撇除股份激励费用、业务收购产生的无形资产摊销、收购相关的专业费用、商誉和投资减值损失、预期或有收购付款的差异损失、回购的美国存托股和返还的美国存托股的注销费、衍生负债的公允价值损失、子公司和股权投资处置收益(损失)和未实现投资损失后的净利润（损失）。本公司将非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润（损失）定义为非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）除以用作计算每股普通股净利润（损失）的加权平均股数再乘以三。

本公司呈列非公认会计准则财务计量，因为本公司管理层用此评核本公司的财务及经营表现和制订业务计划。非公认会计准则下的经营利润（损失）、非公认会计准则下的净利润（损失）及非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）、非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润（损失）反映了本公司的持续业务经营情况，以此各期间可进行更有意义的比较。本公司认为，采用非公认会计准则财务计量可方便投资者以与管理层相同的方式了解和评估本公司当前的经营表现和未前景（倘彼等如此选择）。本公司亦认为，非公认会计准则财务计量通过剔除若干开支、收益/损失和预期不会产生未来现金付款或属非经常性性质或未必能反映本公司核心经营业绩及业务前景的其他项目向管理层和投资者提供有用信息。

非公认会计准则财务计量并非根据美国公认会计准则定义及并非根据美国公认会计准则呈列。非公认会计准则财务计量作为分析工具存在限制。使用非公认会计准则下的经营利润（损失）、非公认会计准则下的净利润（损失）、非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）及非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润（损失）的其中一项主要限制，是它们并无反映影响本公司营运的所有收入及支出项目。此外，非公认会计准则计量可能有别于其他公司所采用的非公认会计准则计量，包括同业公司，使其财务业绩与本公司业绩作比较时有潜在限制。鉴于上述限制，期内的非公认会计准则下的经营利润（损失）、非公认会计准则下的经营利润率、非公认会计准则下的净利润（损失）、非公认会计准则下的净利润率、非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）及非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润（损失），不应独立考虑或视为可替代经营利润（损失）、经营利润率、净利润（损失）、净利润率、归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）及归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净利润（损失）、或根据美国公认会计准则编制的其他财务计量。

本公司将非公认会计准则财务计量调整至最接近的美国公认会计准则绩效计量以补偿有关限制，从而在评核本公司表现时应予考虑。本公司鼓励 阁下全面审查本公司财务资料，而非依赖单一财务计量。有关将这些非公认会计准则财务计量调整至最直接可予比较的公认会计准则财务计量的对账程序，请参阅随附标题为“公认会计准则与非公认会计准则的业绩对账”的列表。

安全港陈述

本公告载有前瞻性陈述。该等陈述乃根据1995年《美国私人证券诉讼改革法》的“安全港”条文而作出。该等前瞻性陈述可从所用词汇如“将”、“预期”、“预计”、“未来”、“拟”、“计划”、“相信”、“估计”、“潜在”、“继续”、“持续”、“目标”、“指引”、“日后”、“展望”及类似陈述加以识别。非过往事实的陈述，包括有关本公司策略及目标的陈述，计划交易的完成或利益的陈述，均属或含有前瞻性陈述。前瞻性陈述涉及固有风险及不确定性。多项因素可能导致实际业绩与任何前瞻性陈述所载者出现重大分别，包括但不限于载于本公司向美国证券交易委员会提交的存盘文件及本公司于香港联合交易所有限公司网站发布的公告、通告或其他文件内。本公告提供的所有数据以截至本新闻公布日期为准，并基于本公司认为截至该日期属合理的假设，而且除根据适用法律外，本公司概不承担更新任何前瞻性陈述的任何责任。

有关宝尊电商有限公司

创立于2007年，宝尊集团是中国品牌电商服务行业的领导者、先行者及数字商业赋能者。宝尊集团业务遍及东亚、东南亚、欧洲、北美等多个国家和地区，服务全球各行各业超过450家品牌。

宝尊集团旗下三大业务线，分别是宝尊电商（Baozun e-Commerce，简称BEC），宝尊品牌管理（Baozun Brand Management，简称BBM），以及宝尊国际（Baozun International，简称BZI）。三大业务线齐头并进，践行集团高质量可持续发展的目标，秉承“科技成就商业未来”，不断赋能品牌合作伙伴，助力宝尊迈向又一个发展新阶段。

如需更多资料，请参阅网址 <http://ir.baozun.com>。

投资者及媒体如有查询，请联络：

宝尊电商有限公司
Wendy Sun 孙舒女士
电邮：ir@baozun.com

宝尊电商有限公司
未经审核简明综合资产负债表
(千元)

	截至		
	2023年	2024年	2024年
	12月31日	6月30日	6月30日
	人民币	人民币	美元
资产			
流动资产			
现金及现金等价物	2,149,531	1,454,517	200,148
限制性现金	202,764	242,679	33,394
短期投资	720,522	1,156,066	159,080
应收账款净额	2,184,729	1,842,127	253,485
存货净额	1,045,116	1,130,958	155,625
金融衍生资产	311,111	309,996	42,657
预付供货商款项	-	11,179	1,538
预付款项及其他流动资产	590,350	678,240	93,329
应收关联方款项	86,661	55,874	7,689
流动资产总额	7,290,784	6,881,636	946,945
非流动资产			
权益投资	359,129	364,524	50,160
物业及设备净额	851,151	816,127	112,303
无形资产净值	306,420	350,330	48,207
土地使用权净额	38,464	37,951	5,222
经营租赁使用权资产	1,070,120	857,192	117,954
商誉	312,464	369,333	50,822
其他非流动资产	45,316	67,943	9,349
递延税项资产	200,628	198,700	27,342
非流动资产总额	3,183,692	3,062,100	421,359
资产总额	10,474,476	9,943,736	1,368,304
负债及股东权益			
流动负债			
短期借款	1,115,721	1,162,824	160,010
应付账款	563,562	439,635	60,497
应付票据	506,629	418,386	57,572
应付所得税	18,768	10,255	1,411
预提费用及其他流动负债	1,188,179	1,020,799	140,466
应付关联方款项	32,118	22,553	3,103
流动经营租赁负债	332,983	277,004	38,117
流动负债总额	3,757,960	3,351,456	461,176
非流动负债			
递延税项负债	24,966	36,628	5,040
非流动经营租赁负债	799,096	647,321	89,074
其他非流动负债	40,718	40,030	5,508
非流动负债总额	864,780	723,979	99,622
负债总额	4,622,740	4,075,435	560,798
可赎回非控制性权益	1,584,858	1,645,177	226,384
宝尊电商有限公司股东权益：			

A类普通股（每股面值0.0001美元； 470,000,000股股份获授权发行，截至 2023年12月31日及2024年6月30日 已发行及流通在外股份分别为167,901,880股及 167,227,325股）	93	95	13
B类普通股（每股面值0.0001美元； 30,000,000股股份获授权发行，截至 2023年12月31日及2024年3月31日 已发行及流通在外股份均为13,300,738股）	8	8	1
资本公积	4,571,439	4,609,277	634,258
库存股（截至2023年12月 31日及2024年6月30日分 别为无及3,543,606股）	-	(21,630)	(2,976)
累计亏损	(506,587)	(603,844)	(83,092)
累计其他综合收益	32,251	50,215	6,910
宝尊电商有限公司股东权益总额	4,097,204	4,034,121	555,114
非控制性权益	169,674	189,003	26,008
权益总额	4,266,878	4,223,124	581,122
负债、可赎回非控制性权益及权益总额	10,474,476	9,943,736	1,368,304

宝尊电商有限公司
未经审核简明综合全面收益（损失）表
（千元，股份及每股数据除外）

	截至3月31日止三个月		
	2023	2024	
	人民币	人民币	美元
净营收			
产品销售 ⁽¹⁾	930,256	870,301	119,757
服务	1,389,905	1,520,693	209,255
总净营收	2,320,161	2,390,994	329,012
经营开支⁽²⁾			
产品成本	(675,050)	(649,696)	(89,401)
履约费用 ⁽³⁾	(658,652)	(626,958)	(86,272)
销售及营销费用 ⁽³⁾	(706,440)	(844,698)	(116,234)
技术与内容费用 ⁽³⁾	(129,142)	(129,788)	(17,859)
管理及行政费用 ⁽³⁾	(249,503)	(171,637)	(23,618)
其他经营净利润	62,189	13,010	1,789
经营开支总额	(2,356,598)	(2,409,767)	(331,595)
经营损失	(36,437)	(18,773)	(2,583)
其他收入（开支）			
利息收入	20,286	16,695	2,297
利息费用	(9,763)	(10,436)	(1,436)
未实现投资损失	(9,305)	(2,830)	(389)
投资子公司收入	3,251	-	-
汇兑损失	(6,647)	(10,418)	(1,434)
金融工具公允价值变动	24,515	11,152	1,535
除所得税及权益法投资收益前损失	(14,100)	(14,610)	(2,010)
所得税支出 ⁽⁴⁾	(2,350)	(3,763)	(518)
权益法投资收益（亏损），扣除零税项	4,432	(3,616)	(498)

净损失	(12,018)	(21,989)	(3,026)
归属于非控制性权益股东的净(利润)损失	4,268	5,862	807
归属于可赎回非控制性权益股东的净利润	(12,278)	(14,493)	(1,994)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净损失	(20,028)	(30,620)	(4,213)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股净损失			
基本	(0.11)	(0.17)	(0.02)
摊薄	(0.11)	(0.17)	(0.02)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股净损失			
基本	(0.34)	(0.51)	(0.07)
摊薄	(0.34)	(0.51)	(0.07)
用于计算每股普通股净损失的加权平均股数			
基本	177,967,788	181,899,568	181,899,568
摊薄	177,967,788	181,899,568	181,899,568
净损失	(12,018)	(21,989)	(3,026)
其他综合收益, 扣除零税项			
外币折算差异	39,523	6,328	871
综合损失	27,505	(15,661)	(2,155)

(1) 截至2024年6月30日的三个月内, 宝尊电商业务和宝尊品牌管理的产品销售额分别为579.2百万元和292.3百万元, 而截至2023年6月30日的三个月内, 宝尊电商业务和宝尊品牌管理的产品销售额分别为606.1百万元和324.2百万元。

(2) 股份激励费用分配至经营开支项目如下:

	截至6月30日止三个月		
	2023		2024
	人民币	人民币	美元
履约费用	1,713	1,358	187
销售及营销费用	10,456	2,242	308
技术与内容费用	3,512	2,446	337
管理及行政费用	13,583	11,432	1,573
	29,264	17,478	2,405

(3) 包括业务收购产生的无形资产摊销, 截至2023年及2024年6月30日止三个月期间分别为人民币7.9百万元及人民币10.9百万元。

(4) 包括有关拨回递延税项负债的所得税利益人民币1.5百万元及人民币2.3百万元, 分别于截至2023年及2024年6月30日止三个月在业务收购时确认。

宝尊电商有限公司
公认会计准则与非公认会计准则的业绩对账
(千元, 惟股份及每股美国存托股资料除外)

	截至6月30日止三个月		
	2023		2024
	人民币	人民币	美元
经营损失	(36,437)	(18,773)	(2,583)
加: 股份激励费用	29,264	17,478	2,405
业务收购产生的无形资产摊销	7,911	10,916	1,502
回购的美国存托股的注销费	-	415	57
非公认会计准则下的经营损失	738	10,036	1,381
净损失	(12,018)	(21,989)	(3,026)
加: 股份激励费用	29,264	17,478	2,405
业务收购产生的无形资产摊销	7,911	10,916	1,502

回购的美国存托股的注销费	-	415	57
未实现投资损失	9,305	2,830	389
减: 投资子公司相关	(3,251)	-	-
衍生负债公允价值变动	(24,515)	-	-
业务收购产生的无形资产摊销的税务影响 ⁽¹⁾	(1,507)	(2,259)	(311)
非公认会计准则下的净损失	5,189	7,391	1,016
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净损失	(20,028)	(30,620)	(4,213)
加: 股份激励费用	29,264	17,478	2,405
业务收购产生的无形资产摊销	5,991	7,523	1,035
回购的美国存托股的注销费	-	415	57
未实现投资损失	9,305	2,830	389
减: 投资子公司相关	(3,272)	-	-
衍生负债公允价值变动	(24,515)	-	-
业务收购产生的无形资产摊销的税务影响 ⁽¹⁾	(1,127)	(1,510)	(208)
非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的损失	(4,382)	(3,884)	(535)
非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股摊薄净损失:	(0.07)	(0.06)	(0.01)
用于计算每股普通股摊薄净损失的加权平均股数	177,967,788	181,899,568	181,899,568

(1) 公司评估了其他非公认会计准则下调整项目，并得出结论，除业务收购产生的无形资产摊销的税务影响外，其他项目对所得税的影响不大。

[1] 本公告载有若干人民币兑美元的特定兑换率仅为方便读者。除另有注明外，人民币兑美元的换算乃按联邦储备局H.10统计数据所载于2024年6月28日中午生效的买方汇率人民币7.2672元兑1.00美元计算。

[2] 非公认会计准则下的经营利润（损失）为一项非公认会计准则财务计量，其定义为撇除股权激励费用、业务收购产生的无形资产摊销、与收购相关的专业费用、商誉减值、预期或有收购付款的差异损失、回购的美国存托股和返还的美国存托股的注销费。

[3] 自收购GAP上海后，集团更新了经营分部，形成了两个分部，即（1）电商业务；（2）品牌管理。

[4] 非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）为一项非公认会计准则财务计量，其定义为撇除股份激励费用、业务收购产生的无形资产摊销、收购相关的专业费用、商誉和投资减值损失、预期或有收购付款的差异损失、回购的美国存托股和返还的美国存托股的注销费、衍生负债的公允价值损失、子公司和股权投资处置收益（损失）和未实现投资损失后的损失。

[5] 每股美国存托股代表三股A类普通股。

[6] 非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股美国存托股摊薄净利润（损失）为非公认会计准则财务计量，其定义为非公认会计准则下归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净利润（损失）除以用作计算每股普通股摊薄净利润（损失）的加权平均股数再乘以三。

[7] 核心品类是指在所示期间分别占电商业务分部的产品销售收入不低于10%的品类。

[8] 抵消跨分部交易的影响主要包括电商业务分部向品牌管理业务分部中的Gap品牌提供的线上店铺运营，仓储物流及数字营销与技术服务收入。

[9] 核心品类是指在所示期间分别占电商业务分部的服务收入不低于10%的品类。

[10] 抵消跨分部交易的影响主要包括电商业务分部向品牌管理业务分布中的Gap品牌提供的店铺运营服务收入。

SOURCE 宝尊电商有限公司

