

宝尊公布2025年第二季度未经审核财务业绩

上海2025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），中国领先的**品牌电商解决方案服务商和数字商业赋能者**，今天公布其截至2025年6月30日止第二季度的**未经审核财务业绩**。

宝尊电商创始人、宝尊集团董事长兼首席执行官仇文彬先生表示："本季度，宝尊电商再度交出亮眼业绩，总收入同比增长7%，且**电商板块和品牌管理板块的底层经营利润均实现大幅提升**，展现出强劲的盈利增长动能。电商业务板块，专注于精益运营、价值创造及组织效能提升等维度的战略深耕，成效持续显现。品牌管理业务则延续高增长势能，营收增速不断加快，商品、渠道与品牌营销三大抓手的持续突破为业务增长提供了坚实支撑。这些业绩印证了我们业务模式的强大韧性。面对复杂的市场环境，我们将坚定不移地践行战略愿景，持续推动业务高质量增长，实现长远可持续发展。"

宝尊集团首席财务官祝燕洁女士表示："本季度宝尊电商与宝尊品牌管理业务均取得显著进展——**电商业务收入同比增长3%，品牌管理业务收入同比劲增35%**。在盈利表现上，电商业务经调整的营业利润为4,110万元，剔除一项非经常性应收账款减值影响后，其经营利润同比增幅达56%，印证了坚实的业务基础。品牌管理业务运营亏损同比持续收窄，30%盈利改善趋势显著。依托高能的战略执行力、清晰的业务协同路径，以及对高质量增长的坚定聚焦，我们有信心在保持营收适度增长的同时，推动盈利能力实现突破性提升。"

2025年第二季度财务摘要

- 总净营收为人民币2,552.7百万元（356.3百万美元^[1]），较去年同期人民币2,391.0百万元，同比增加6.8%。
- 经营亏损为人民币9.4百万元（1.3百万美元），去年同期为人民币18.8百万元。经营损失率为0.4%，2024同期为0.8%。
- 非公认会计准则下的经营利润^[2]为人民币6.1百万元（0.9百万美元），去年同期为人民币10.0百万元。非公认会计准则下的经营损失率为0.2%，2024年同期0.4%。
 - 电商业务的经调整经营利润为人民币41.1百万元（5.7百万美元），2024年同期为人民币60.2百万元。
 - 品牌管理业务的经调整经营损失为人民币35.0百万元（4.9百万美元），较2024年同期人民币50.0百万元，同比改善30.0%。
- 归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损为人民币34.0百万元（4.7百万美元），2024年同期为人民币30.6百万元。
- 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净亏损^[3]为人民币18.0百万元（2.5百万美元），2024年同期为人民币3.9百万元。
- 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"^[4]）基本及摊薄净亏损均为人民币0.59（0.08美元），2024年同期均为人民币0.51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^[5]为人民币0.31元（0.04美元），2024年同期为人民币0.06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、仓储物流、技术服务和数字营销等增值服务。本季度在产品销售与服务模式双轮驱动下，电商业务收入同比增长3.4%。其中，得益于美容化妆品及酒类等品类的增长，电商产品销售额增长3.3%，达6.0亿元。本季度在线店铺运营、数字营销及IT解决方案收入的增长，推动电商服务收入增长3.5%，达16.0亿元。

全渠道扩张仍然是我们品牌合作伙伴的重点关注议题。本季度，我们在多个电商平台实现增长，其中京东实现两位数的高营收增长，小红书同比三位数高增。截至第二季度末，约48.5%的品牌合作伙伴与我们在店铺运营至少合作两个渠道，较去年同期的45.8%显著提升。

宝尊品牌管理（BBM）

本公司自2023年推出品牌管理业务线，旨在利用其领先的技术组合为品牌提供服务，促进与品牌深度长久的合作关系，以推动可持续的业务增长。

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。本季度，品牌管理板块收入同比增长35.4%，截至2025年第二季度，我们共计管理品牌线下店铺数量达162家。

2025年第二季度财务业绩

总净营收为人民币2,552.7百万元（356.3百万美元），较去年同期人民币2,391.0百万元增长6.8%。公司总净营收的增长得益于宝尊电商和品牌管理业务收入的双重增长。

产品销售收入为人民币994.1百万元（138.8百万美元），较去年同期人民币870.3百万元增长14.2%，其中：

- 电商业务的产品销售收入为人民币598.6百万元（83.6百万美元），较去年同期人民币579.2百万元增长3.3%。增加主要受益于美容化妆品以及酒类品类的增长。

电商业务的产品销售收入按核心品类^[6]列示明细：

	截至6月30日止三个月					
	2024		2025		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	264.2	11 %	190.6	26.6	7 %	-28 %
美容化妆品	107.9	5 %	185.9	26.0	7 %	72 %
家装	56.4	2 %	62.9	8.8	2 %	12 %
大健康	83.9	4 %	62.0	8.7	2 %	-26 %
其他	66.8	2 %	97.2	13.5	5 %	46 %
电商业务产品销售总净营收	579.2	24 %	598.6	83.6	23 %	3 %

- 品牌管理的产品销售收入为人民币396.0百万元（55.3百万美元），较去年同期人民币292.3百万元增长35.5%。销售收入增长主要得益于公司持续优化商品、渠道和品牌营销举措以带动的Gap品牌销售提升。

服务收入为人民币1,558.6百万元（217.6百万美元），较去年同期人民币1,520.7百万元略微上升2.5%。

下表列出所示期间按业务模式的服务收入明细：

	截至6月30日止三个月					
	2024		2025		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	441.4	18 %	478.8	66.8	19 %	8 %
仓储物流	587.8	25 %	542.3	75.7	21 %	-8 %
数字营销和技术服务	520.5	22 %	582.8	81.4	23 %	12 %
抵消跨分部交易的影响 ^[7]	(29.0)	-1 %	(45.3)	(6.3)	-2 %	56 %
服务总净营收	1,520.7	64 %	1,558.6	217.6	61 %	2 %

服务收入中的线上店铺运营收入按核心品类^[8]列示明细：

	截至6月30日止三个月					
	2024		2025		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)					
服务收入中的线上店铺运营						
服饰与配件	317.8	13 %	354.1	49.4	14 %	11 %
奢侈品	96.9	4 %	102.2	14.3	4 %	5 %
运动服饰	117.1	5 %	129.8	18.1	5 %	11 %
其他服饰	103.8	4 %	122.1	17.0	5 %	18 %
其他	123.6	6 %	124.7	17.4	5 %	1 %
抵消跨分部交易的影响 ^[9]	(12.0)	-1 %	(18.4)	(2.6)	-1 %	53 %

服务收入中的线上店铺运营总净营收 429.4 18 % 460.4 64.2 18 % 7 %

经营开支总额为人民币2,562.0百万元（357.6百万美元），去年同期则为人民币2,409.8百万元。

- 产品成本为人民币711.5百万元（99.3百万美元），去年同期则为人民币649.7百万元。该增长主要由于产品销量增长。
- 履约费用为人民币606.0百万元（84.6百万美元），去年同期则为人民币627.0百万元。该下降主要由于电商仓储和物流收入减少导致，以及Gap对物流费用的控制。
- 销售及营销费用为人民币937.8百万元（130.9百万美元），去年同期则为人民币844.7百万元。该增长主要由于电商业务数字营销服务收入的提升，以及品牌管理业务板块期间营销活动更为活跃，并同比开设更多线下店铺。
- 技术与内容费用为人民币114.7百万元（16.0百万美元），去年同期则为人民币129.8百万元。该下降主要由于公司实施成本控制和效率提升措施，以及对技术和内容费用的管控。
- 管理及行政费用为人民币224.4百万元（31.3百万美元），去年同期则为人民币171.6百万元，上升30.7%。增加主要由于人民币53.3百万元的一笔坏账核销。根据2024年年报披露，2021年9月，我们的一家子公司，宝尊香港有限公司，就拖欠账款对一家医疗保健和化妆品行业的分销商提起仲裁程序。管理层之前已就该分销商的违约计提了人民币93.3百万元（13.1百万美元）的坏账准备。根据仲裁程序的最新进展，管理层评估收回应收账款的可能性很小，因此对剩余金额也计提了坏账准备。

经营亏损为人民币9.4百万元（1.3百万美元），去年同期为人民币18.8百万元。经营损失率为0.4%，去年同期为0.8%。

非公认会计准则下的经营利润为人民币6.1百万元（0.9百万美元），去年同期为人民币10.0百万元。非公认会计准则经营损失率为0.2%，去年同期为0.4%。

- 电商业务的经调整经营利润为人民币41.1百万元（5.7百万美元），去年同期为人民币60.2百万元。
- 品牌管理业务的经调整经营损失为人民币35.0百万元（4.9百万美元），较去年同期人民币50.0百万元改善30.0%。

未实现投资损失为人民币4.0百万元（0.6百万美元），去年同期为人民币2.8百万元。本季度未实现投资损失主要由于我们所投资的上市公司交易价格下降。

金融工具的公允价值变动收益为人民币4.4百万元（0.6百万美元），去年同期为11.2百万元。金融工具的公允价值变动主要来源于公司投资的金融工具价值变化。

汇兑损失为人民币0.5百万元（0.1百万美元），主要由于截至2025年6月30日第二季度汇率变动，去年同期为汇兑损失人民币10.4百万元。

归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净亏损为人民币34.0百万元（4.7百万元），去年同期为人民币30.6百万元。

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0.59（0.08美元），2024年同期均为人民币0.51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18.0百万元（2.5百万美元），去年同期为人民币3.9百万元。

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为人民币0.31元（0.04美元），2024年同期为人民币0.06元。

分部信息

1、 分部资料

集团有两个经营分部，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、技术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，本公司品牌管理的主品牌为Gap在大中华区业务。

2、 分部数据

下表提供了截至2024年和2025年6月30日的3个月内集团可报告分部业绩的摘要：

	截至6月30日止三个月	
	2024	2025
	人民币	人民币
净营收：		
电商业务	2,130,881	2,200,182
品牌管理	294,283	398,342
抵消跨分部交易的影响*	(34,170)	(45,863)
合并净营收	2,390,994	2,552,661
经调整经营利润（损失）**：		
电商业务	60,212	41,149
品牌管理	(49,976)	(34,996)
抵消跨分部交易的影响*	(200)	(18)
合并经调整经营损失	10,036	6,135
未分摊的费用：		
股票薪酬支出	(17,478)	(7,612)
业务收购产生的无形资产摊销	(10,916)	(7,901)
回购的美国存托股的注销费	(415)	-
其他收益（开支）	4,163	(929)
除所得税及权益法投资损失前损失	(14,610)	(10,307)

*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、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。

电话会议

本公司将于2025年8月28（星期四）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： 7947054

业绩电话会议的回放可于2025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： 3755054

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、回购的美国存托股的注销费。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、非暂时性权益投资减值、回购的美国存托股的注销费、处置子公司和股权被投资组织投资的收益损失和未实现投资（收益）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、非暂时性权益投资减值、回购的美国存托股的注销费、处置子公司和股权被投资组织投资的收益损失、未实现投资（收益）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，截至2024年12月31日，服务全球各行各业超过490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

	2024年	2025年	2025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	1,289,323	1,189,429	166,038
限制性现金	354,991	138,178	19,289
短期投资	1,271,618	1,374,219	191,834
应收账款净额	2,033,778	2,043,408	285,249
存货净额	1,117,439	955,961	133,447
预付供货商款项	404,353	290,141	40,502
衍生金融资产	11,557	1,510	211
预付款项及其他流动资产	724,091	629,836	87,922
应收关联方款项	7,021	2,568	358
流动资产总额	7,214,171	6,625,250	924,850
非流动资产			
长期股权投资（包含截止2025年6月30日以公允价值计量的投资73,869元）	-	160,792	22,446
长期权益投资	341,687	338,149	47,204
物业及设备净额	822,229	778,566	108,684
无形资产净值	357,307	336,773	47,012
土地使用权净额	37,438	36,926	5,155
经营租赁使用权资产	767,376	688,876	96,163
商誉	362,399	362,399	50,589
其他非流动资产	69,886	58,161	8,119
递延税项资产	234,508	235,472	32,871
非流动资产总额	2,992,830	2,996,114	418,243
资产总额	10,207,001	9,621,364	1,343,093
负债及股东权益			
流动负债			
短期借款	1,220,957	1,385,268	193,376
应付账款	620,679	348,438	48,640
应付票据	461,179	207,937	29,027
应付所得税	26,559	6,140	857
预提费用及其他流动负债	1,169,547	1,151,295	160,719
衍生负债	130	283	40
应付关联方款项	5,369	1,334	185
流动经营租赁负债	243,137	263,001	36,714
流动负债总额	3,747,557	3,363,696	469,558
非流动负债			
递延税项负债	32,783	29,178	4,073
非流动经营租赁负债	597,805	514,211	71,781
其他非流动负债	48,277	47,681	6,656
非流动负债总额	678,865	591,070	82,510
负债总额	4,426,422	3,954,766	552,068
可赎回非控制性权益	1,670,379	1,685,446	235,279

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 2024年12月31日及2025年6月30日已 发行及流通在外股份分别175,668,586股 及175,846,486股，流通在外股份分别为 161,337,586股及160,044,058股）	95	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2024年12月31日及2025年6月 30日已发行及流通在外股份均为13,300,738股）	8	8	1
资本公积	4,646,631	4,649,833	649,092
库存股（2024年12月31日及2025年6月30日 分别为14,331,000及15,802,428股）	(95,502)	(105,719)	(14,758)
累计亏损	(691,785)	(788,823)	(110,116)
累计其他综合收益	54,575	32,853	4,586
宝尊电商有限公司股东权益总额	3,914,022	3,788,247	528,818
非控制性权益	196,178	192,905	26,928
权益总额	4,110,200	3,981,152	555,746
负债、可赎回非控制性权益及权益总额	10,207,001	9,621,364	1,343,093

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6月30日止三个月		
	2024	2025	
	人民币	人民币	美元
净营收			
产品销售 ⁽¹⁾	870,301	994,094	138,770
服务	1,520,693	1,558,567	217,568
总净营收	2,390,994	2,552,661	356,338
经营开支⁽²⁾			
产品成本	(649,696)	(711,500)	(99,322)
履约费用 ⁽³⁾	(626,958)	(605,957)	(84,588)
销售及营销费用 ⁽³⁾	(844,698)	(937,846)	(130,918)
技术与内容费用 ⁽³⁾	(129,788)	(114,655)	(16,005)
管理及行政费用 ⁽³⁾	(171,637)	(224,377)	(31,322)
其他经营净利润	13,010	32,296	4,508
经营开支总额	(2,409,767)	(2,562,039)	(357,647)
经营损失	(18,773)	(9,378)	(1,309)
其他收入（开支）			
利息收入	16,695	10,895	1,521
利息费用	(10,436)	(11,781)	(1,645)
未实现投资损失	(2,830)	(4,036)	(564)
汇兑损失	(10,418)	(454)	(63)
收益金融工具的公允价值变动	11,152	4,447	621
除所得税及权益法投资收益前损失	(14,610)	(10,307)	(1,439)
所得税支出 ⁽⁴⁾	(3,763)	(13,359)	(1,865)

权益法投资（损失）收益，扣除零税项	(3,616)	3,212	448
净损失	(21,989)	(20,454)	(2,856)
归属于非控制性权益股东的净损失	5,862	1,172	164
归属于可赎回非控制性权益股东的净利润损失	(14,493)	(14,676)	(2,049)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净损失	(30,620)	(33,958)	(4,741)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的每股净损失			
基本	(0.17)	(0.20)	(0.03)
摊薄	(0.17)	(0.20)	(0.03)
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	(0.51)	(0.59)	(0.08)
摊薄	(0.51)	(0.59)	(0.08)
用于计算每股普通股净损失的加权平均股数			
基本	181,899,568	173,318,225	173,318,225
摊薄	181,899,568	173,318,225	173,318,225
净损失	(21,989)	(20,454)	(2,856)
其他综合收益（损失），扣除零税项			
外币折算差异	6,328	(14,378)	(2,007)
综合损失	(15,661)	(34,832)	(4,863)

(1) 截至2025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598.6百万元和396.0百万元，而截至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。

(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		
	2024		2025
	人民币	人民币	美元
履约费用	1,358	226	32
销售及营销费用	2,242	512	72
技术与内容费用	2,446	371	52
管理及行政费用	11,432	6,503	907
	17,478	7,612	1,063

(3) 包括业务收购产生的无形资产摊销，截至2024年及2025年6月30日止三个月期间分别为人民币10.9百万元及人民币7.9百万元。

(4) 包括有关拨回递延税项负债的所得税利益人民币2.3百万元及人民币1.8百万元，分别于截至2024年及2025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		
	2024		2025
	人民币	人民币	美元
经营损失	(18,773)	(9,378)	(1,309)
加：股份激励费用	17,478	7,612	1,063
业务收购产生的无形资产摊销	10,916	7,901	1,103
回购的美国存托股的注销费	415	-	-
非公认会计准则下的经营损失	10,036	6,135	857

净损失	(21,989)	(20,454)	(2,856)
加: 股份激励费用	17,478	7,612	1,063
业务收购产生的无形资产摊销	10,916	7,901	1,103
回购的美国存托股的注销费	415	-	-
未实现投资损失	2,830	4,036	564
减: 业务收购产生的无形资产摊销的税务影响 ⁽¹⁾	(2,259)	(1,802)	(252)
非公认会计准则下的净利润 (损失)	7,391	(2,707)	(378)
归属于宝尊电商有限公司普通股股东的净损失	(30,620)	(33,958)	(4,741)
加: 股份激励费用	17,478	7,612	1,063
业务收购产生的无形资产摊销	7,523	5,528	772
回购的美国存托股的注销费	415	-	-
未实现投资损失	2,830	4,036	564
减: 业务收购产生的无形资产摊销的税务影响 ⁽¹⁾	(1,510)	(1,209)	(169)
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	(3,884)	(17,991)	(2,511)
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:	(0.06)	(0.31)	(0.04)
用于计算每股普通股摊薄净损失的加权平均股数	181,899,568	173,318,225	173,318,225

(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统计资料所载于2025年6月30日中午生效的买方汇率人民币7.1636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、商誉减值和回购的美国存托股的注销费。

[3] 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、非暂时性权益投资减值、回购的美国存托股的注销费、处置子公司和股权被投资组织投资的收益损失、未实现投资（收益）损失后的净利润（损失）。

[4] 每股美国存托股代表三股A类普通股。

[5] 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基本及摊薄净利润（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基本及摊薄净利润（损失）的加权平均股数再乘以三。

[6] 核心品类是指在所示期间分别占宝尊电商的产品销售收入不低于10%的品类。

[7] 抵消跨分部交易的影响主要包括宝尊电商业务分部向宝尊品牌管理业务分部中的Gap品牌提供的线上店铺运营服务收入、数字营销与技术服务收入。

[8] 核心品类是指在所示期间分别占服务收入不低于10%的品类。

[9] 抵消跨分部交易的影响主要包括宝尊电商业务分部向宝尊品牌管理业务分部中的Gap品牌提供的店铺运营服务收入。

SOURCE 上海宝尊电子商务有限公司

<https://ir-sc.baozun.com/2025-08-28-2025.1>