

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，並明確表示概不就因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。



MINISO Group Holding Limited

名創優品集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限責任公司)

(股份代號：9896)

內幕消息
截至2022年12月31日止季度的
未經審計財務業績

本公告乃根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》第13.09條及《證券及期貨條例》(第571章)第XIVA部刊發。

名創優品集團控股有限公司(「名創優品」或「本公司」)欣然公佈本公司及其附屬公司截至2022年12月31日止三個月的未經審計簡明合併業績。

本公司欣然公佈根據美國證券交易委員會(「證交會」)的適用規則刊發的本公司及其附屬公司截至2022年12月31日止三個月的未經審計簡明合併業績(「**第二季度業績**」)。

本文附表一為本公司於2023年2月28日(美國東部時間)刊發的有關第二季度業績的新聞稿全文，其中部分內容可能構成本公司的重大內幕消息。

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案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「旨在」、「估計」、「擬」、「計劃」、「相信」、「相當可能」、「潛在」、「繼續」等詞彙或短語或其他類似陳述來識別。其中，本公告所載管理層看法以及名創優品的戰略及運營計劃均包含前瞻性陳述。名創優品亦可能在其提交予證交會及香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)的定期報告、向股東提交的年度報告、新聞稿件及其他書面材料中以書面或口頭做出前瞻性陳述，或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。任何不屬過往事實的陳述，包括名創優品的信念及期望的陳述，均為前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅

偏離任何前瞻性陳述所包含的結果。該等因素包括但不限於以下各項：名創優品的使命、目標及策略；未來業務發展、財務狀況及經營業績；中國及全球零售市場及自有品牌生活家居綜合零售市場的預期增長；對名創優品產品的需求及市場接受程度的預期；對名創優品與消費者、供應商、名創合夥人、當地代理商及其他商業夥伴的關係的預期；行業競爭；所得款項擬定用途；及與名創優品的業務及行業有關的相關政府政策及法規。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在名創優品於證交會及聯交所的備案中。本公告及其附件中所提供的所有信息均截至本公告日期止，名創優品並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

建議本公司股東及潛在投資者勿過於依賴第二季度業績，並於買賣本公司證券時審慎行事。

承董事會命
名創優品集團控股有限公司
執行董事兼主席
葉國富先生

香港，2023年2月28日

截至本公告日期，本公司董事會包括執行董事葉國富先生及李敏信先生，以及獨立非執行董事徐黎黎女士、朱擁華先生及王永平先生。

附表一

名創優品集團公佈2022年12月季度財務業績

中國廣州，2023年2月28日／美通社／—提供豐富多樣創意生活家居產品的全球價值零售商名創優品集團控股有限公司（「名創優品」、「名創優品集團」或「本公司」）（紐交所：MNSO；聯交所：9896）於今日公佈其截至2022年12月31日止2023財年第二季度未經審計財務業績。

截至2022年12月31日止2023財年第二季度財務摘要

- 收入為人民幣2,494.4百萬元（361.7百萬美元），同比減少10.0%，環比減少10.0%。
- 毛利為人民幣997.1百萬元（144.6百萬美元），同比增長15.6%，環比增長0.9%。
- 毛利率為40.0%，2021年同期為31.1%，前一季度為35.7%。
- 經營利潤為人民幣447.6百萬元（64.9百萬美元），同比增長75.2%，前一季度為人民幣509.5百萬元。
- 期內利潤為人民幣359.8百萬元（52.2百萬美元），同比增長95.4%，前一季度為人民幣404.1百萬元。
- 經調整淨利潤⁽¹⁾為人民幣373.1百萬元（54.1百萬美元），同比增長82.1%，前一季度為人民幣417.4百萬元。
- 經調整淨利潤率⁽¹⁾為15.0%，2021年同期為7.4%，前一季度為15.1%。

截至2022年12月31日止2023財年第二季度經營摘要

- 名創優品門店的數量截至2022年12月31日為5,440家，分別於同比增長395家，環比增長144家。
- 中國名創優品門店數量截至2022年12月31日為3,325家，分別於同比增長157家，環比增長56家。
- 海外名創優品門店數量截至2022年12月31日為2,115家，分別於同比增長238家，環比增長88家。
- TOP TOY門店的數量截至2022年12月31日為117家，分別於同比增長28家，環比增長8家。

附註：

- ⁽¹⁾ 更多詳情，請參閱本新聞稿的「非《國際財務報告準則》財務指標」及「非《國際財務報告準則》財務指標的對賬」各節。

下表載列名創優品及TOP TOY的門店數量明細，以及截至相關日期的同比及環比變動：

	截至			同比	環比
	2021年 12月31日	2022年 9月30日	2022年 12月31日		
名創優品門店數量 ⁽²⁾	5,045	5,296	5,440	395	144
中國	3,168	3,269	3,325	157	56
— 直營店	5	19	16	11	(3)
— 第三方門店	3,163	3,250	3,309	146	59
海外	1,877	2,027	2,115	238	88
— 直營店	136	131	153	17	22
— 第三方門店	1,741	1,896	1,962	221	66
TOP TOY門店數量 ⁽³⁾	89	109	117	28	8
— 直營店	5	8	8	3	—
— 第三方門店	84	101	109	25	8

名創優品集團的創始人、主席兼首席執行官葉國富先生表示：「我們以又一個季度的強勁業務和財務表現為難忘的2022年收關。儘管面對國內疫情擾動等短期不利因素，我們仍然專注於長期戰略目標，堅定地推進全球化、加強我們的產品實力並優化我們的門店網路。這些努力取得了積極的成果，我們看到名創優品的海外業務持續恢復，海外業務收入貢獻了公司總收入的40%——這是過去3年中海外收入佔比最高的一個季度，我們堅信，全球化戰略將為公司未來的增長打開更大的空間和提供更多的靈活性。同時令我尤為欣喜的是公司的盈利能力繼續超出預期。其中十二月份季度的經調整淨利潤同比增長82%至人民幣3.73億元，經調整淨利潤率與上一季度相比保持穩定，達到15%的歷史最高水準。」

葉先生續道：「上周我們成功舉辦了「名創優品全球品牌戰略升級」發佈會，我首次系統性地闡述了打造偉大中國消費品牌的決心和戰略路徑。在發佈會上，我們也介紹了名創優品的「全球產品創新中心」，並聯合新華社發起了「中國文化創新全球發展計劃」。站在下一個十年的起點，我們需要升級和整合，為我們的產品平台注入更強大的力量。我們將撬動IP合作方、設計夥伴和頂級供應鏈合作夥伴的資源，並加強全球供應鏈的佈局，讓我們的產品可以更及時、更準確的投放到全球各個市場。」

附註：

- (2) 「名創優品門店」指任何以「名創優品」品牌名稱下運營的線下門店，包括由本公司直接運營的門店，及以名創合夥人模式及代理模式由第三方運營的該等門店。
- (3) 「TOP TOY門店」指任何以「TOP TOY」品牌名稱下運營的線下門店，包括由本公司直接運營的門店，及以名創合夥人模式由第三方運營的該等門店。

名創優品的首席財務官兼副總裁張靖京先生表示：「本季度公司毛利率達到40%，再創名創優品集團歷史新高，比去年同期的31%提高了接近9個百分點，這得益於我們對品牌升級工作的堅定執行，以及我們強大的議價能力和海外市場的穩步復甦。」

「回顧過去的3年，名創優品在疫情反覆的壓力測試下展現了強大的盈利能力。在名創優品披露的過去18個季度財務數據中，調整後淨利潤率的平均值達到了9%。這18個季度中，有12個季度處於疫情期間，調整後淨利潤率的平均值為7.6%；另外6個季度沒有疫情，淨利潤率的平均值達到了10.7%。2023年，我們的財務戰略將繼續在預算、成本控制和資本分配方面保持紀律，並致力於持續創造穩定的利潤和現金流。」張先生如此總結。

近期發展

COVID-19的影響

十二月份季度對中國業務造成自2020年疫情爆發以來最嚴峻的困境，名創優品線下門店的銷售額較2021年同期下跌28%。該季度疫情部分主要區域性爆發，導致COVID-19相關衛生措施收緊及封鎖。據本公司估計，十月、十一月及十二月名創優品線下門店總客流分別下降27%、36%及34%，平均客單價則上升5%、7%及7%，意味著同期銷售額下跌23%、32%及30%。十一月底，臨時關閉的名創優品門店數量達到峰值，超過950家。

本季度中國爆發的新一輪疫情還導致物流及運輸服務供應商的業務中斷，因此，雙十一線上購物節的眾多電商訂單因延遲發貨而被取消。

十二月份防疫相關政策放寬及消費者的日常生活恢復正常後，線下銷售額反彈，成績斐然，與2022年同期相比，一月銷售額同比上漲約40%，中國農曆新年7天假期的銷售額上漲約25%。此外，與2022年同期相比，一月每家名創優品門店的平均銷售額同比上漲約33%，中國農曆新年7天假期則上漲約18%。

截至2022年12月31日止2023財年第二季度的未經審計財務業績

收入為人民幣2,494.4百萬元(361.7百萬美元)，同比減少10.0%，主要是由於來自中國的收入同比減少26.6%，部分被來自海外市場的收入同比增長37.5%所抵銷。

來自中國的收入為人民幣1,507.9百萬元(218.6百萬美元)，2021年同期為人民幣2,055.5百萬元。同比減少主要是由於十二月份季度COVID-19在中國的反彈，導致由名創優品品牌產生的收入從人民幣1,868.0百萬元減少至人民幣1,386.0百萬元(201.0百萬美元)。有關收入的構成及同比變動的更多信息，請參閱本新聞稿的「未經審計額外資料」。

來自海外市場的收入為人民幣986.5百萬元(143.0百萬美元)，佔總收入的39.5%，同比增加37.5%，該增長主要是由於平均店面數量同比增加11.6%及在海外市場開設的每間名創優品店舖的平均收入同比增加23.3%。

銷售成本為人民幣1,497.4百萬元(217.1百萬美元)，同比減少21.6%，主要歸因於我們為削減若干產品的成本採取了節約措施。

毛利為人民幣997.1百萬元(144.6百萬美元)，同比增長15.6%。

毛利率為40.0%，2021年同期為31.1%。同比增長主要歸因於(i)毛利率通常較國內業務高的國際業務收入貢獻由2021年同期的25.9%提高至本季度的39.5%，(ii)公司在國內執行名創優品品牌戰略升級而新推出的產品貢獻了較高的毛利率，及(iii)我們為削減若干產品的成本採取了節約措施。

其他收入為人民幣7.9百萬元(1.1百萬美元)，相較於2021年同期為人民幣2.5百萬元。

銷售及分銷開支為人民幣416.8百萬元(60.4百萬美元)，同比增長8.3%。倘不包括股份支付薪酬開支，銷售及分銷開支為人民幣409.0百萬元(59.3百萬美元)，同比增長10.3%。該同比增加主要歸因於(i)推廣及廣告開支增加，這主要與名創優品在中國的品牌戰略升級有關；及(ii)直營店的折舊及攤銷費用增加。

一般及行政開支為人民幣146.3百萬元(21.2百萬美元)，同比減少33.9%。倘不包括股份支付薪酬開支，一般及行政開支為人民幣140.8百萬元(20.4百萬美元)，同比降低34.5%。該同比降低主要是由於(i)人員相關開支減少，及(ii)折舊及攤銷費用減少乃由於我們總部大樓的建築成本資本化。

其他淨收入為人民幣8.8百萬元(1.3百萬美元)，2021年同期為人民幣12.3百萬元。其他淨收入主要包括淨匯兌收益、自財富管理產品產生的投資收益及其他收入。同比減少主要歸因於理財管理產品的本金減少導致投資收益減少，部分被本季度淨匯兌收益人民幣1.8百萬元所抵銷，而2021年同期錄得淨匯兌虧損為人民幣15.8百萬元。

經營利潤為人民幣447.6百萬元(64.9百萬美元)，同比增長75.2%。

財務收入淨額為人民幣23.3百萬元，同比增長372.6%，主要是由於銀行存款利息收入增加。

期內利潤為人民幣359.8百萬元(52.2百萬美元)，同比增長95.4%。

經調整淨利潤⁽¹⁾(指扣除以權益結算的股份支付的開支的期內利潤)為人民幣373.1百萬元(54.1百萬美元)，同比增長82.1%。

經調整淨利潤率⁽¹⁾為15.0%，2021年同期則為7.4%。

每股美國存託股份(「美國存託股份」)的基本及攤薄盈利於本季度為人民幣1.12元(0.16美元)，相較於2021年同期每股美國存託股份的基本及攤薄盈利人民幣0.6元。每股美國存託股份代表本公司四股普通股份。

經調整每股美國存託股份的基本及攤薄淨盈利⁽¹⁾於本季度為人民幣1.16元(0.17美元)，相較於2021年同期人民幣0.68元。

截至2022年12月31日，本公司現金、現金等價物、受限制現金、定期存款及其他投資的合計結餘為人民幣6,160.4百萬元(893.2百萬美元)。

電話會議

本公司的管理層將於美國東部時間2023年2月28日(星期二)上午四時正(同日北京時間的下午五時正)舉行業績電話會議以討論財務業績。電話會議可通過以下zoom鏈接或撥打以下號碼接入：

連接方式1

Zoom鏈接：<https://doyle.zoom.us/j/85321657710?pwd=b2tEUjVwZkl0TGt1RE94RHJOd2ZYdz09>

會議號：853 2165 7710

會議密碼：9896

連接方式2

收聽會議的人士可通過撥打以下號碼並使用與連接方式1相同的會議號及密碼接入。

美國免費電話：+1 213 338 8477 (或+1 646 518 9805)

中國內地免費電話：400 182 3168 (或400 616 8835)

中國香港(收費)：+852 5803 3730 (或+852 5803 3731)

英國(收費)：+44 203 481 5237 (或+44 131 460 1196)

法國(收費)：+33 1 7037 9729 (或+33 1 7037 2246)

新加坡(收費)：+65 3158 7288 (或+65 3165 1065)

加拿大(收費)：+1 438 809 7799 (或+1 204 272 7920)

⁽¹⁾ 更多詳情，請參閱本新聞稿的「非《國際財務報告準則》財務指標」以及「非《國際財務報告準則》財務指標的對賬」各節。

連接方式3

收聽會議的人士亦可通過本公司的投資者關係網站<http://ir.miniso.com/>接入會議。

回放將於直播結束後約兩個小時於本公司的投資者關係網站<http://ir.miniso.com/>提供。

關於名創優品集團

名創優品集團是一家提供豐富多樣創意生活家居產品的全球價值零售商。本公司主要通過其龐大的名創優品門店網絡為消費者提供服務，提倡輕鬆、尋寶式且愉悅的購物體驗，以吸引到所有群體。在名創優品廣泛的產品組合中，高顏值、高品質及高性價比是名創優品廣泛的產品組合中每一款產品的核心，本公司持續不斷推出具有這些品質的產品。自2013年在中國開設其第一家門店以來，本公司已將其旗艦品牌「名創優品」打造成全球認可的零售品牌，並在全球範圍內建立了龐大的門店網絡。更多資訊，請拜訪<https://ir.miniso.com/>。

匯率

除實際以美元結算的交易金額外，本新聞稿中披露的美元金額僅為方便閱讀而呈列。本新聞稿中的人民幣兌美元匯率乃根據美國聯邦儲備委員會於2022年12月30日的H.10統計數據所載之匯率（即人民幣6.8972元兌1.0000美元）換算。本新聞稿所述百分比乃基於人民幣金額計算。

非《國際財務報告準則》財務指標

於評估業務時，名創優品考慮並使用經調整淨利潤、經調整淨利潤率、經調整每股基本及攤薄淨盈利及經調整每股美國存託股份的基本及攤薄淨盈利作為審查及評估其經營業績的補充指標。呈列此等非《國際財務報告準則》財務指標並非旨在視為獨立於或替代根據《國際財務報告準則》編製及呈列的財務資料。名創優品將經調整淨利潤定義為期內利潤，除去以權益結算的股份支付的開支。名創優品以經調整淨利潤除以同期間收入計算經調整淨利潤率。名創優品以本公司權益股東應佔經調整淨利潤除以按《國際財務報告準則》基準計算每股基本及攤薄盈利所用的普通股數量所代表的美國存託股份數量來計算經調整每股美國存託股份的基本及攤薄淨盈利。名創優品以與計算經調整每股美國存託股份的基本及攤薄淨盈利同樣的方式計算經調整每股基本及攤薄淨盈利，惟其使用按《國際財務報告準則》計算每股基本及攤薄盈利所用的普通股數量作為分母，而非此等普通股所代表的美國存託股份。

名創優品呈報此等非《國際財務報告準則》財務指標，因管理層以此等指標評估其經營業績及制定業務計劃。此等非《國際財務報告準則》財務指標使其管理層可在不考慮名創優品認為並非未來營運表現指標的非現金及其他調整項目影響的情況下評估其經營業績。因此，名創優品認為使用此等非《國際財務報告準則》財務指標為投資者及其他人士以與管理層及董事會相同的方式理解及評估其經營業績提供了有用的資料。

此等非《國際財務報告準則》財務指標未於《國際財務報告準則》中界定，亦未根據《國際財務報告準則》呈列。此等非《國際財務報告準則》財務指標作為分析工具存在局限性。使用此等非《國際財務報告準則》財務指標的主要限制之一為其不能反映影響名創優品營運的所有收入及開支項目。此外，此等非《國際財務報告準則》財務指標可能與其他公司（包含同行公司）使用的非《國際財務報告準則》財務指標不同，因此其可比較性可能有限。

此等非《國際財務報告準則》財務指標不應獨立於，也不應被理解為利潤、淨利潤率、每股基本及攤薄盈利及每股美國存託股份基本及攤薄盈利（如適用）或任何其他業績指標，或作為名創優品營運表現的指標。鼓勵投資者按以下最直接可比的《國際財務報告準則》指標審閱名創優品的歷史非《國際財務報告準則》財務指標。本文所呈列的非《國際財務報告準則》財務指標未必可與其他公司所呈列的類似名稱指標作比較。其他公司對類似名稱指標的計算方式可能不同，從而限制了有關指標在比較分析名創優品的數據時的有用性。名創優品鼓勵閣下全面審閱其財務資料，而非依賴單一的財務指標。

更多有關非《國際財務報告準則》財務指標的資料，請見本新聞稿最後標題為「非《國際財務報告準則》財務指標的對賬」之表格。

安全港聲明

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案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「旨在」、「估計」、「擬」、「計劃」、「相信」、「相當可能」、「潛在」、「繼續」等詞彙或短語或其他類似陳述來識別。其中，本公告所載管理層看法以及名創優品的戰略及運營計劃均包含前瞻性陳述。名創優品亦可能在其提交予美國證券交易委員會(「證交會」)及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)的定期報告、向股東提交的年度報告、新聞稿件及其他書面材料中以書面或口頭做出前瞻性陳述，或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。任何不屬過往事實的陳述，包括名創優品的信念及期望的陳述，均為前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果。該等因素包括但不限於以下各項：名創優品的使命、目標及策略；未來業務發展、財務狀況及經營業績；中國及全球零售市場及自有品牌生活家居綜合零售市場的預期增長；對名創優品產品的需求及市場接受程度的預期；對名創優品與消費者、供應商、名創合夥人、當地代理商及其他商業夥伴的關係的預期；行業競爭；所得款項擬定用途；及與名創優品的業務及行業有關的相關政府政策及法規。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在名創優品於證交會及聯交所的備案中。本新聞稿件及其附件中所提供的所有信息均截至本新聞稿件日期止，名創優品集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

投資者關係聯絡資料：

Raine Hu
名創優品集團控股有限公司
電郵：ir@miniso.com
電話：+86 (20) 36228788 Ext.8039

Eric Yuan
Christensen Advisory
電郵：miniso@christensencomms.com
電話：+86 1380 111 0739

名創優品集團控股有限公司
未經審計簡明綜合財務狀況表
(以千元呈列)

	於2022年 6月30日 (經審計) 人民幣千元	於2022年12月31日 (未經審計) 人民幣千元	千美元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備	419,894	467,718	67,813
使用權資產	2,342,589	2,337,100	338,847
無形資產	43,066	33,382	4,840
商譽	19,388	20,860	3,024
遞延稅項資產	154,333	165,642	24,016
其他應收款項	28,274	28,717	4,164
預付款項	201,682	200,269	29,036
	<u>3,209,226</u>	<u>3,253,688</u>	<u>471,740</u>
流動資產			
其他投資	210,523	809,641	117,387
存貨	1,188,095	1,474,792	213,825
貿易及其他應收款項	1,056,198	1,108,501	160,717
現金及現金等價物	5,348,492	5,186,601	751,986
受限制現金	32,376	28,609	4,148
定期存款	236,878	135,548	19,653
	<u>8,072,562</u>	<u>8,743,692</u>	<u>1,267,716</u>
資產總值	<u><u>11,281,788</u></u>	<u><u>11,997,380</u></u>	<u><u>1,739,456</u></u>

	於2022年 6月30日 (經審計) 人民幣千元	於2022年12月31日 (未經審計) 人民幣千元	千美元
權益			
股本	92	95	14
資本公積	7,982,824	8,015,885	1,162,194
其他儲備	993,307	987,848	143,224
累計虧損	(1,944,581)	(1,196,403)	(173,462)
本公司權益股東應佔權益	7,031,642	7,807,425	1,131,970
非控股權益	(4,242)	1,602	232
權益總額	<u>7,027,400</u>	<u>7,809,027</u>	<u>1,132,202</u>
負債			
非流動負債			
合約負債	51,658	49,895	7,234
貸款及借款	6,503	6,997	1,015
租賃負債	393,068	408,162	59,178
遞延收益	14,488	11,741	1,702
	<u>465,717</u>	<u>476,795</u>	<u>69,129</u>
流動負債			
貸款及借款	445	—	—
貿易及其他應付款項	3,072,991	2,939,852	426,239
合約負債	361,522	337,214	48,891
租賃負債	257,997	266,487	38,637
遞延收益	6,295	6,533	947
即期稅項	89,421	161,472	23,411
	<u>3,788,671</u>	<u>3,711,558</u>	<u>538,125</u>
負債總額	<u>4,254,388</u>	<u>4,188,353</u>	<u>607,254</u>
權益及負債總額	<u>11,281,788</u>	<u>11,997,380</u>	<u>1,739,456</u>

名創優品集團控股有限公司
未經審計簡明綜合損益表
(以千元呈列，除每股及每股美國存託股數據外)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止六個月		
	2021年 (未經審計) 人民幣千元	2022年 (未經審計) 人民幣千元	千美元	2021年 (未經審計) 人民幣千元	2022年 (未經審計) 人民幣千元	千美元
收入	2,772,793	2,494,434	361,659	5,426,908	5,266,878	763,626
銷售成本	(1,909,893)	(1,497,353)	(217,096)	(3,835,566)	(3,281,218)	(475,732)
毛利	862,900	997,081	144,563	1,591,342	1,985,660	287,894
其他收入	2,510	7,892	1,144	18,586	14,311	2,075
銷售及分銷開支	(384,813)	(416,782)	(60,428)	(725,622)	(798,127)	(115,718)
一般及行政開支	(221,421)	(146,282)	(21,209)	(432,696)	(313,908)	(45,512)
其他淨收入	12,337	8,815	1,278	45,964	72,850	10,562
貿易及其他應收款項信貸虧損	(6,544)	(3,162)	(458)	(19,091)	(3,716)	(539)
非流動資產減值虧損	(9,536)	-	-	(9,536)	-	-
經營利潤	255,433	447,562	64,890	468,947	957,070	138,762
財務收入	13,380	32,429	4,702	26,437	64,684	9,378
財務成本	(8,457)	(9,161)	(1,328)	(17,266)	(16,345)	(2,370)
財務收入淨額	4,923	23,268	3,374	9,171	48,339	7,008
分佔以權益法入賬的被投資 公司的虧損，稅後淨額	(270)	-	-	(8,162)	-	-
稅前利潤	260,086	470,830	68,264	469,956	1,005,409	145,770
所得稅開支	(75,996)	(111,063)	(16,103)	(131,338)	(241,498)	(35,014)
期內利潤	<u>184,090</u>	<u>359,767</u>	<u>52,161</u>	<u>338,618</u>	<u>763,911</u>	<u>110,756</u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東	184,741	352,456	51,101	336,779	764,090	110,782
非控股權益	(651)	7,311	1,060	1,839	(179)	(26)
每股盈利						
— 基本	0.15	0.28	0.04	0.28	0.61	0.09
— 攤薄	0.15	0.28	0.04	0.28	0.61	0.09
每股美國存託股份盈利 (每一份美國存託股份代表 四股普通股)						
— 基本	0.60	1.12	0.16	1.12	2.44	0.35
— 攤薄	0.60	1.12	0.16	1.12	2.44	0.35

名創優品集團控股有限公司
未經審計簡明綜合損益及其他全面收益表
 (以千元呈列，除每股數據外)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止六個月		
	2021年	2022年	千美元	2021年	2022年	千美元
	(未經審計)	(未經審計)		(未經審計)	(未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元		人民幣千元	人民幣千元	
期內利潤	<u>184,090</u>	<u>359,767</u>	<u>52,161</u>	<u>338,618</u>	<u>763,911</u>	<u>110,756</u>
隨後可能重新分類至損益的 項目：						
換算海外業務財務報表的 匯兌差額	<u>1,459</u>	<u>(40,110)</u>	<u>(5,815)</u>	<u>9,177</u>	<u>(13,634)</u>	<u>(1,977)</u>
期內其他全面收益／(虧損)	<u>1,459</u>	<u>(40,110)</u>	<u>(5,815)</u>	<u>9,177</u>	<u>(13,634)</u>	<u>(1,977)</u>
期內全面收益總額	<u>185,549</u>	<u>319,657</u>	<u>46,346</u>	<u>347,795</u>	<u>750,277</u>	<u>108,779</u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東	185,845	314,490	45,597	345,545	746,698	108,261
非控股權益	<u>(296)</u>	<u>5,167</u>	<u>749</u>	<u>2,250</u>	<u>3,579</u>	<u>518</u>

名創優品集團控股有限公司
非《國際財務報告準則》財務指標的對賬
 (以千元呈列，除每股及每股美國存託股數據外)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止六個月		
	2021年 (未經審計)	2022年 (未經審計)		2021年 (未經審計)	2022年 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元	人民幣千元	人民幣千元	千美元
期內利潤與經調整淨利潤的 對賬：						
期內利潤	<u>184,090</u>	<u>359,767</u>	<u>52,161</u>	<u>338,618</u>	<u>763,911</u>	<u>110,756</u>
加回：						
以權益結算的股份支付的開支	<u>20,759</u>	<u>13,353</u>	<u>1,936</u>	<u>50,400</u>	<u>26,580</u>	<u>3,854</u>
經調整淨利潤	<u>204,849</u>	<u>373,120</u>	<u>54,097</u>	<u>389,018</u>	<u>790,491</u>	<u>114,610</u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東	205,500	365,809	53,037	387,179	790,670	114,636
非控股權益	<u>(651)</u>	<u>7,311</u>	<u>1,060</u>	<u>1,839</u>	<u>(179)</u>	<u>(26)</u>
每股經調整淨利潤 ⁽⁴⁾						
— 基本	0.17	0.29	0.04	0.32	0.64	0.09
— 攤薄	0.17	0.29	0.04	0.32	0.63	0.09
每股美國存託股份經調整 淨利潤 ⁽⁴⁾ (每一份美國存託股份 代表四股普通股)						
— 基本	0.68	1.16	0.17	1.28	2.56	0.37
— 攤薄	0.68	1.16	0.17	1.28	2.52	0.37

附註：

- ⁽⁴⁾ 經調整每股基本及攤薄淨盈利乃以本公司權益股東應佔經調整淨利潤除以按《國際財務報告準則》基準計算的基本及攤薄每股盈利的普通股數目計算。

名創優品集團控股有限公司
未經審計額外資料
 (以百萬呈列，百分比除外)

	截至12月31日止三個月				截至12月31日止六個月			
	2021年 人民幣	2022年 人民幣	2022年 美元	同比	2021年 人民幣	2022年 人民幣	2022年 美元	同比
收入								
國內業務	2,056	1,508	219	(27%)	4,086	3,360	487	(18%)
— 名創優品品牌	1,868	1,386	202	(26%)	3,734	3,086	448	(17%)
— TOP TOY品牌	131	99	14	(24%)	240	223	32	(7%)
— 其他	57	23	3	(60%)	112	51	7	(54%)
國際業務	717	986	143	38%	1,341	1,907	276	42%
	<u>2,773</u>	<u>2,494</u>	<u>362</u>	<u>(10%)</u>	<u>5,427</u>	<u>5,267</u>	<u>763</u>	<u>(3%)</u>