

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)

2025年第一季度業績公告

我們謹此宣佈截至2025年3月31日止三個月（「**2025年第一季度業績**」）的未經審計財務業績。2025年第一季度業績於香港聯合交易所有限公司網站www.hkexnews.hk及我們的網站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5月21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2025年第一季度未經審核財務業績

2025年5月21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2025年3月31日止第一季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：「本季度集團戰略轉型紮實推進，階段性成果持續落地。在營收結構不斷多元化的同時，各業務板塊持續推進卓越運營。電商板塊在高品質發展及為品牌夥伴創造價值方面取得突破性進展，令人鼓舞。品牌管理板塊，GAP與Hunter兩大品牌表現均超預期，進一步增強了我們對戰略方向和未來增長的堅定信心。」

「總之，2025年首季為集團戰略轉型攻堅奠定了堅實基礎。值得關注的是，今年恰逢寶尊成立18周年——這是具有戰略意義的里程碑。在傳統文化中，弱冠之年象徵著蓬勃朝氣與凌雲壯志，我們將以『成年禮』為新起點，加速構建更具創新活力與專注長期價值創造的數位化商業平台。」仇先生總結到。

寶尊集團首席財務官祝燕潔女士表示：「2025年第一季度，寶尊總收入同比增長4%，電商業務收入企穩回升，品牌管理業務收入同比增速達23%。值得關注的是，品牌管理業務經營虧損同比收窄28%，全年盈利改善趨勢明確。精細化運營管理，結合我們對科技驅動、AI賦能的持續投入，為集團長期盈利增長奠定堅實基礎。」

2025年第一季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣2,064.4百萬元（284.5百萬美元¹），較去年同期人民幣1,979.8百萬元，按年增加4.3%。
- 經營虧損為人民幣84.0百萬元（11.6百萬美元），去年同期為人民幣54.8百萬元。經營損失率為4.1%，2024同期為2.8%。
- 非公認會計準則下的經營虧損²為人民幣66.9百萬元（9.2百萬美元），去年同期為人民幣17.5百萬元。非公認會計準則下的經營損失率為3.2%，2024年同期0.9%。

1 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2025年3月31日中午生效的買方匯率人民幣7.2567元兌1.00美元計算。

2 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。

- 電商業務的經調整經營損失為人民幣45.8百萬元(6.3百萬美元)，2024年同期為人民幣11.8百萬元。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣21.1百萬元(2.9百萬美元)，較2024年同期人民幣29.3百萬元同比改善28.1%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣63.1百萬元(8.7百萬美元)，2024年同期為人民幣66.6百萬元。
- 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虧損³為人民幣57.2百萬元(7.9百萬美元)，2024年同期為人民幣15.4百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股(「美國存託股⁴」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣1.09(0.15美元)，2024年同期均為人民幣1.10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⁵為人民幣0.99元(0.14美元)，2024年同期為人民幣0.25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。

3 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、衍生工具的公允價值損失、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)。

4 每股美國存託股代表三股A類普通股。

5 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。

業務亮點

寶尊電商(BEC)

寶尊電商包括我們的中國電商業務，涵蓋品牌店鋪運營、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1.4%，主要系其經銷業務的銷售增長驅動。本季度電商業務產品銷售同比增長7%，增長主力品類為家裝、酒類及大健康。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。本季度，我們在京東與抖音平台均實現雙位數營收增長，小紅書渠道錄得三位數高增長。截至第一季度末，約47.7%的品牌合作夥伴與我們在店鋪運營至少合作兩個渠道，較去年同期的42.8%顯著提升。

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。本季度，品牌管理板塊收入同比增長23.4%，由Gap與Hunter品牌的強勁表現共同驅動。截至2025年第一季度，我們共計管理Gap和Hunter品牌線下店鋪數量達152家。

2025年第一季度財務業績

總淨營收為人民幣2,064.4百萬元(284.5百萬美元)，較去年同期人民幣1,979.8百萬元增長4.3%。公司總淨營收的增長得益於品牌管理業務的收入增長。

產品銷售收入為人民幣809.3百萬元(111.5百萬美元)，較去年同期人民幣707.5百萬元增長14.4%，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣423.2百萬元(58.3百萬美元)，較去年同期人民幣394.6百萬元增長7.3%。增加主要是因為公司引入高質量經銷業務，尤其是在家裝、酒類以及大健康領域。

電商業務的產品銷售收入按核心品類⁶列示明細：

	截至3月31日止三個月					
	2024		2025			
	人民幣	總淨營收 佔比 %	人民幣	美元	總淨營收 佔比 %	同比 變化 %
(人民幣百萬元，百分比除外)						
電商業務產品銷售						
小家電	190.7	10%	157.8	21.7	8%	-17%
美容化妝品	69.0	3%	70.5	9.7	3%	2%
家裝	20.1	1%	48.1	6.6	2%	139%
其他	114.8	6%	146.8	20.3	7%	28%
電商業務產品銷售總淨營收	394.6	20%	423.2	58.3	20%	7%

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣386.7百萬元（53.3百萬美元），較去年同期人民幣312.9百萬元增長23.6%。銷售收入增長主要得益於Gap品牌銷售提升，因為公司持續優化商品計劃、渠道和營銷舉措以推動銷售。

服務收入為人民幣1,255.1百萬元（173.0百萬美元），較去年同期人民幣1,272.2百萬元略微下降1.4%。

下表列出所示期間按業務模式的服務收入明細：

	截至3月31日止三個月					
	2024		2025			
	人民幣	總淨營收 佔比 %	人民幣	美元	總淨營收 佔比 %	同比 變化 %
(人民幣百萬元，百分比除外)						
服務						
線上店鋪運營	366.6	19%	410.9	56.7	20%	12%
倉儲物流	461.9	23%	442.4	61.0	22%	-4%
數字營銷和技術服務	462.2	23%	432.8	59.6	21%	-6%
抵消跨分部交易的影響 ⁷	(18.5)	-1%	(31.0)	(4.3)	-2%	68%
服務總淨營收	1,272.2	64%	1,255.1	173.0	61%	-1%

⁶ 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。

⁷ 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品牌提供的線上店鋪運營服務收入、數字營銷與技術服務收入。

服務收入中的線上店鋪運營收入按核心品類⁸列示明細：

截至3月31日止三個月						
	2024		2025		總淨營收 佔比%	同比 變化%
	人民幣	佔比%	人民幣	美元		
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
服務收入中的線上店舖運營						
服飾與配件	277.2	14%	328.0	45.3	16%	18%
— 奢侈品	96.4	5%	104.4	14.4	5%	8%
— 運動服飾	111.7	6%	114.3	15.8	6%	2%
— 其他服飾	69.1	3%	109.3	15.1	5%	58%
其他	89.4	4%	82.9	11.4	4%	-7%
抵消跨分部交易的影響 ⁹	(8.1)	0%	(9.8)	(1.4)	0%	21%
服務收入中的線上店舖運營						
總淨營收	358.5	18%	401.1	55.3	20%	12%

經營開支總額為人民幣2,148.4百萬元（296.0百萬美元），去年同期則為人民幣2,034.6百萬元。

- 產品成本為人民幣547.2百萬元（75.4百萬美元），去年同期則為人民幣487.1百萬元。該增長主要由於產品銷量增長。
- 履約費用為人民幣524.5百萬元（72.3百萬美元），去年同期則為人民幣546.4百萬元。該下降主要由於電商倉儲和物流收入減少導致，以及Gap對物流費用的控制。
- 銷售及營銷費用為人民幣800.4百萬元（110.3百萬美元），去年同期則為人民幣694.0百萬元。該增長主要由於2024年第二季度新收購的一家抖音合作公司浙江洛氦迅信息科技有限公司，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116.5百萬元（16.1百萬美元），去年同期則為人民幣133.2百萬元。該下降主要由於公司實施成本控制和效率提升措施，以及對技術和內容費用的管控。

⁸ 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。

⁹ 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品牌提供的店鋪運營服務收入。

- 管理及行政費用為人民幣170.5百萬元(23.5百萬美元)，去年同期則為人民幣179.1百萬元，下降4.8%。減少主要由於公司的成本控制舉措和效率提高。

經營虧損為人民幣84.0百萬元(11.6百萬美元)，去年同期為人民幣54.8百萬元。經營損失率為4.1%，去年同期為2.8%。

非公認會計準則下的經營虧損為人民幣66.9百萬元(9.2百萬美元)，去年同期為人民幣17.5百萬元。非公認會計準則經營損失率為3.2%，去年同期為0.9%。

- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣45.8百萬元(6.3百萬美元)，去年同期為人民幣11.8百萬元。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣21.1百萬元(2.9百萬美元)，較去年同期人民幣29.3百萬元改善28.1%。

未實現投資收益為人民幣12.4百萬元(1.7百萬美元)，去年同期未實現投資損失為人民幣17.0百萬元。本季度未實現投資收益主要由於我們所投資的上市公司交易價格上漲。

金融工具的公允價值變動損失為人民幣13.6百萬元(1.9百萬美元)，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損失所致。

匯兌收益為人民幣8.2百萬元(1.1百萬美元)，主要由於截至2025年3月31日第一季度匯率變動，去年同期為匯兌損失人民幣0.2百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣63.1百萬元(8.7百萬元)，去年同期為人民幣66.6百萬元。

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1.09(0.15美元)，2024年同期均為人民幣1.10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57.2百萬元(7.9百萬美元)，去年同期為人民幣15.4百萬元。

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每股美國存託股攤薄淨虧損為人民幣0.99元(0.14美元)，2024年同期為人民幣0.25元。

分部信息

1、分部資料

集團有兩個經營分部，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，包括店鋪運營、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2024年和2025年3月31日的3個月內集團可報告分部業績的摘要：

	截至3月31日止三個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
淨營收：		
電商業務	1,684,276	1,708,666
品牌管理	313,988	387,359
抵消跨分部交易的影響*	(18,494)	(31,665)
合併淨營收	<u>1,979,770</u>	<u>2,064,360</u>

	截至3月31日止三個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	11,758	(45,828)
品牌管理	(29,303)	(21,068)
抵消跨分部交易的影響*	<u>—</u>	<u>(15)</u>
合併經調整經營損失	<u>(17,545)</u>	<u>(66,911)</u>
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(29,324)	(9,178)
業務收購產生的無形資產攤銷	(7,911)	(7,901)
其他開支	<u>(8,236)</u>	<u>5,814</u>
除所得稅及權益法投資收益(損失)前損失	<u>(63,016)</u>	<u>(78,176)</u>

* 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及業務收購產生的無形資產攤銷。

電話會議

本公司將於2025年5月21日(星期三)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：	9469014

業績電話會議的回放可於2025年5月28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：	6845694

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。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、衍生工具的公允價值損失、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、衍生工具的公允價值損失、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瞭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

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合資產負債表
(千元)

	2024年 12月31日 人民幣	截至 2025年 3月31日 人民幣	2025年 3月31日 美元
資產			
流動資產			
現金及現金等價物	1,289,323	1,115,967	153,783
限制性現金	354,991	300,272	41,379
短期投資	1,271,618	1,104,329	152,181
應收賬款淨額	2,033,778	2,011,388	277,177
存貨淨額	1,117,439	1,137,037	156,688
預付供貨商款項	404,353	396,328	54,615
衍生金融資產	11,557	5,553	765
預付款項及其他流動資產	724,091	649,681	89,528
應收關聯方款項	7,021	7,612	1,049
流動資產總額	7,214,171	6,728,167	927,165
非流動資產			
長期債權投資(包含截止2025年3月31日 以公允價值計量的投資73,403元)	—	87,924	12,116
長期權益投資	341,687	343,132	47,285
物業及設備淨額	822,229	795,787	109,662
無形資產淨值	357,307	344,847	47,521
土地使用權淨額	37,438	37,182	5,124
經營租賃使用權資產	767,376	728,845	100,438
商譽	362,399	362,399	49,940
其他非流動資產	69,886	57,334	7,901
遞延稅項資產	234,508	233,542	32,183
非流動資產總額	2,992,830	2,990,992	412,170
資產總額	10,207,001	9,719,159	1,339,335

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)

	2024年 12月31日 人民幣	截至 2025年 3月31日 人民幣	2025年 3月31日 美元
負債及股東權益			
流動負債			
短期借款	1,220,957	1,529,515	210,773
應付帳款	620,679	408,112	56,239
應付票據	461,179	84,501	11,645
應付所得稅	26,559	—	—
預提費用及其他流動負債	1,169,547	1,114,367	153,560
衍生負債	130	144	20
應付關聯方款項	5,369	2,407	331
流動經營租賃負債	243,137	249,156	34,335
流動負債總額	3,747,557	3,388,202	466,903
非流動負債			
遞延稅項負債	32,783	30,980	4,269
非流動經營租賃負債	597,805	554,314	76,387
其他非流動負債	48,277	45,731	6,302
非流動負債總額	678,865	631,025	86,958
負債總額	4,426,422	4,019,227	553,861

	2024年 12月31日 人民幣	截至 2025年 3月31日 人民幣	2025年 3月31日 美元
可贖回非控制性權益	1,670,379	1,673,291	230,586
寶尊電商有限公司股東權益：			
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2024年12月31日及2025年 3月31日已發行及流通在外股份 分別175,668,586股及175,744,636股， 流通在外股份分別為161,337,586股及 159,942,208股）	95	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2024年12月31日及2025年 3月31日已發行及流通在外股份 均為13,300,738股）	8	8	1
資本公積	4,646,631	4,652,602	641,146
庫存股（2024年12月31日及2025年 3月31日分別為14,331,000及 15,802,428股）	(95,502)	(105,719)	(14,568)
累計虧損	(691,785)	(754,865)	(104,021)
累計其他綜合收益	54,575	47,229	6,508
寶尊電商有限公司股東權益總額	3,914,022	3,839,350	529,079
非控制性權益	196,178	187,291	25,809
權益總額	4,110,200	4,026,641	554,888
負債、可贖回非控制性權益及權益總額	10,207,001	9,719,159	1,339,335

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3月31日止三個月		
	2024 人民幣	2025 人民幣	美元
淨營收			
產品銷售 ⁽¹⁾	707,524	809,295	111,524
服務	<u>1,272,246</u>	<u>1,255,065</u>	<u>172,953</u>
總淨營收	<u>1,979,770</u>	<u>2,064,360</u>	<u>284,477</u>
經營開支⁽²⁾			
產品成本	(487,111)	(547,178)	(75,403)
履約費用 ⁽³⁾	(546,391)	(524,525)	(72,281)
銷售及營銷費用 ⁽³⁾	(694,043)	(800,351)	(110,291)
技術與內容費用 ⁽³⁾	(133,187)	(116,475)	(16,051)
管理及行政費用 ⁽³⁾	(179,087)	(170,485)	(23,493)
其他經營淨利潤	<u>5,269</u>	<u>10,664</u>	<u>1,470</u>
經營開支總額	<u>(2,034,550)</u>	<u>(2,148,350)</u>	<u>(296,049)</u>
經營損失	(54,780)	(83,990)	(11,572)
其他收入（開支）			
利息收入	19,174	11,357	1,565
利息費用	(10,205)	(12,528)	(1,726)
未實現投資損失	(17,025)	12,411	1,710
金融工具的公允價值變動 ⁽⁴⁾	—	(13,590)	(1,873)
匯兌（損失）收益	<u>(180)</u>	<u>8,164</u>	<u>1,125</u>
除所得稅及權益法投資收益前損失	(63,016)	(78,176)	(10,771)
所得稅支出 ⁽⁵⁾	(7,102)	6,412	884
權益法投資收益（虧損），扣除零稅項	<u>4,826</u>	<u>(504)</u>	<u>(69)</u>

截至3月31日止三個月

2024

2025

人民幣

人民幣

美元

淨損失	(65,292)	(72,268)	(9,956)
歸屬於非控制性權益股東的淨損失	4,188	8,887	1,225
歸屬於可贖回非控制性權益股東的 淨(利潤)損失	<u>(5,533)</u>	<u>301</u>	<u>41</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨損失	<u>(66,637)</u>	<u>(63,080)</u>	<u>(8,690)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 每股淨損失			
基本	(0.37)	(0.36)	(0.05)
攤薄	(0.37)	(0.36)	(0.05)
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			
基本	(1.10)	(1.09)	(0.15)
攤薄	(1.10)	(1.09)	(0.15)
用於計算每股普通股淨損失的加權平均 股數			
基本	181,634,752	173,353,270	173,353,270
攤薄	181,634,752	173,353,270	173,353,270
淨損失	(65,292)	(72,268)	(9,956)
其他綜合收益(損失)，扣除零稅項 外幣折算差異	<u>11,636</u>	<u>(7,344)</u>	<u>(1,012)</u>
綜合損失	<u>(53,656)</u>	<u>(79,612)</u>	<u>(10,968)</u>

(1) 截至2025年3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423.2百萬元和386.7百萬元，而截至2024年3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394.6百萬元和312.9百萬元。

(2) 股份激勵費用分配至經營開支項目如下：

	截至3月31日止三個月		美元
	2024 人民幣	2025 人民幣	
履約費用	2,062	377	52
銷售及營銷費用	10,009	1,676	231
技術與內容費用	4,292	499	69
管理及行政費用	12,961	6,626	913
	<u>29,324</u>	<u>9,178</u>	<u>1,265</u>

(3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2024年及2025年3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。

(4) 包括以前年度併購相關的金融工具公允價值變動損失，截至2025年3月31日止三個月期間為人民幣7.7百萬元。

(5) 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2024年及2025年3月31日止三個月在業務收購時確認。

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3月31日止三個月		
	2024	2025	
	人民幣	人民幣	美元
經營損失	(54,780)	(83,990)	(11,572)
加：股份激勵費用	29,324	9,178	1,265
業務收購產生的無形資產攤銷	7,911	7,901	1,089
非公認會計準則下的經營損失	(17,545)	(66,911)	(9,218)
淨損失	(65,292)	(72,268)	(9,956)
加：股份激勵費用	29,324	9,178	1,265
業務收購產生的無形資產攤銷	7,911	7,901	1,089
衍生工具公允價值損失	—	7,654	1,055
未實現投資損失(收益)	17,025	(12,411)	(1,710)
減：業務收購產生的無形資產攤銷的稅務影響 ⁽¹⁾	(1,507)	(1,802)	(248)
非公認會計準則下的淨損失	(12,539)	(61,748)	(8,505)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失	(66,637)	(63,080)	(8,690)
加：股份激勵費用	29,324	9,178	1,265
業務收購產生的無形資產攤銷	5,991	5,528	762
衍生工具公允價值損失	—	4,822	664
未實現投資損失(收益)	17,025	(12,411)	(1,710)
減：業務收購產生的無形資產攤銷的稅務影響 ⁽¹⁾	(1,127)	(1,209)	(167)

截至3月31日止三個月

2024

2025

人民幣

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損失

(15,424)

(57,172)

(7,876)

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
存託股攤薄淨損失：

(0.25)

(0.99)

(0.14)

用於計算每股普通股攤薄淨損失的
加權平均股數

181,634,752

173,353,270

173,353,270

- (1) 公司評估了其他非公認會計準則下調整項目，並得出結論，除業務收購產生的無形資產攤銷的稅務影響外，其他項目對所得稅的影響不大。