

香港交易及結算所有限公司以及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**POP MART**

**POP MART INTERNATIONAL GROUP LIMITED**

**泡泡瑪特國際集團有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9992)

**截至2023年12月31日止年度的  
年度業績公佈**

**年度業績摘要**

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	同比變動 (%)
收益	<b>6,301,002</b>	4,617,324	36.5%
毛利	<b>3,864,071</b>	2,654,543	45.6%
經營溢利	<b>1,230,646</b>	583,380	111.0%
除所得稅前溢利	<b>1,415,755</b>	639,529	121.4%
年內溢利	<b>1,088,771</b>	475,801	128.8%
本公司擁有人應佔溢利	<b>1,082,344</b>	475,660	127.5%
非國際財務報告準則經調整純利	<b>1,190,519</b>	573,540	107.6%
基本每股盈利(人民幣元)	<b>0.81</b>	0.35	131.4%
攤薄每股盈利(人民幣元)	<b>0.81</b>	0.35	131.4%

泡泡瑪特國際集團有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司、其附屬公司及併表聯屬實體(「本集團」)截至2023年12月31日止年度(「報告期」)的經審核綜合業績。本年度業績公佈的內容乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)項下有關年度業績初步公佈的適用披露規定，並根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告會計準則編製。該等年度業績亦已由董事會及董事會轄下之審核委員會(「審核委員會」)審閱及確認。除特別註明外，本公司的財務數據均以人民幣(「人民幣」)列示。

## 綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收益	4	6,301,002	4,617,324
銷售成本	5	<u>(2,436,931)</u>	<u>(1,962,781)</u>
<b>毛利</b>		<b><u>3,864,071</u></b>	<b><u>2,654,543</u></b>
經銷及銷售開支	5	(2,004,706)	(1,470,753)
一般及行政開支	5	(707,300)	(686,280)
金融資產減值虧損撥備		(745)	(4,500)
其他收入	6	74,900	45,572
其他收益 — 淨額	7	<u>4,426</u>	<u>44,798</u>
<b>經營溢利</b>		<b><u>1,230,646</u></b>	<b><u>583,380</u></b>
財務收入	8	184,217	67,682
財務開支	8	<u>(32,337)</u>	<u>(38,579)</u>
財務收入 — 淨額	8	<u>151,880</u>	<u>29,103</u>
分佔使用權益法入賬的投資溢利		<u>33,229</u>	<u>27,046</u>
<b>除所得稅前溢利</b>		<b><u>1,415,755</u></b>	<b><u>639,529</u></b>
所得稅開支	9	<u>(326,984)</u>	<u>(163,728)</u>
<b>年內溢利</b>		<b><u>1,088,771</u></b>	<b><u>475,801</u></b>
以下應佔溢利：			
— 本公司擁有人		1,082,344	475,660
— 非控股權益		<u>6,427</u>	<u>141</u>
		<b><u>1,088,771</u></b>	<b><u>475,801</u></b>

	截至12月31日止年度	
附註	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
<b>其他全面收益</b>		
可能重新分類至損益的項目		
— 貨幣換算差額	<u>3,962</u>	<u>31,397</u>
將不會重新分類至損益的項目		
— 貨幣換算差額	<u>71,144</u>	<u>379,648</u>
年內其他全面收益，除稅後	<u>75,106</u>	<u>411,045</u>
年內全面收益總額	<u>1,163,877</u>	<u>886,846</u>
以下應佔年內全面收益總額：		
— 本公司擁有人	<u>1,157,468</u>	<u>886,633</u>
— 非控股權益	<u>6,409</u>	<u>213</u>
	<u>1,163,877</u>	<u>886,846</u>
<b>本公司擁有人應佔溢利的每股盈利</b>		
— 基本（以每股人民幣元表示）	11	0.81
— 攤薄（以每股人民幣元表示）	11	0.35
		<u>0.81</u>
		<u>0.35</u>

## 綜合資產負債表

	附註	於12月31日	
		2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		653,278	448,884
無形資產		115,888	146,507
使用權資產		726,053	701,627
使用權益法入賬的投資		107,001	83,333
按公平值計入損益的金融資產		471,769	459,034
預付款項及其他應收款項		127,989	44,165
遞延所得稅資產		83,416	80,977
		<u>2,285,394</u>	<u>1,964,527</u>
<b>總非流動資產</b>			
<b>流動資產</b>			
貿易應收款項	12	321,337	194,369
存貨		904,708	866,985
預付款項及其他應收款項		467,561	486,553
按公平值計入損益的金融資產		8,415	12,829
受限制現金		18,159	13,265
初步為期三個月以上及一年以內的定期存款		3,885,362	4,356,220
現金及現金等價物		2,077,927	685,314
		<u>7,683,469</u>	<u>6,615,535</u>
<b>總流動資產</b>			
<b>總資產</b>		<u><u>9,968,863</u></u>	<u><u>8,580,062</u></u>

		於12月31日	
	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
<b>權益</b>			
股本	13	885	908
就股份獎勵計劃持有的股份		(12)	(14)
其他儲備		4,438,448	4,693,043
保留盈利		3,330,606	2,269,351
<b>本公司擁有人應佔權益</b>		<b>7,769,927</b>	<b>6,963,288</b>
非控股權益		10,455	2,037
<b>總權益</b>		<b>7,780,382</b>	<b>6,965,325</b>
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
應付授權費	15	14,807	21,306
租賃負債		425,954	447,564
遞延所得稅負債		14,419	15,120
<b>總非流動負債</b>		<b>455,180</b>	<b>483,990</b>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	14	444,944	259,006
應付授權費	15	179,393	133,517
其他應付款項		514,841	308,791
借款		15,058	—
合約負債		112,143	88,797
租賃負債		351,799	293,567
即期所得稅負債		115,123	47,069
<b>總流動負債</b>		<b>1,733,301</b>	<b>1,130,747</b>
<b>總負債</b>		<b>2,188,481</b>	<b>1,614,737</b>
<b>總權益及負債</b>		<b>9,968,863</b>	<b>8,580,062</b>

# 綜合財務報表附註

## 1 一般資料

泡泡瑪特國際集團有限公司（「本公司」）於2019年5月9日根據開曼群島公司法第22章（1961年第3號法例，經綜合及修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處的地址為P.O. Box 309, Umland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司，其附屬公司主要於中華人民共和國（「中國」）及若干海外國家及地區從事潮流玩具的產品設計與開發及銷售。本公司的最終控股公司為GWF Holding Limited（前稱為Grant Wang Holding Limited），由王寧先生及其配偶楊濤女士控制。

於2020年12月11日，本公司成功在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。

除非另有說明，否則本綜合財務業績以人民幣（「人民幣」）呈列。

本綜合財務業績已於2024年3月20日經董事會批准刊發。

## 2 編製基準及會計政策

除另有所指外，編製本綜合財務業績時所採納的會計政策於所有呈列年度一直貫徹應用。綜合財務業績乃為本集團（由本公司及其附屬公司組成）所編製。

### (i) 遵守國際財務報告準則及香港公司條例

本集團的綜合財務業績乃根據國際財務報告會計準則及第622章香港公司條例（「香港公司條例」）的披露規定所編製。國際財務報告會計準則包括以下權威文獻：

- 國際財務報告會計準則
- 國際會計準則
- 國際財務報告準則詮釋委員會制定的詮釋（國際財務報告準則詮釋委員會詮釋）或其前身機構常設詮釋委員會制定的詮釋（常設詮釋委員會詮釋）。

### (ii) 歷史成本法

綜合財務業績乃根據歷史成本法編製，並根據按公平值計入損益的金融資產的重估（按公平值列賬）作出修訂。

### (iii) 本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團於2023年1月1日開始的年度報告期間首次應用下列新訂及經修訂準則：

國際會計準則第8號修訂	會計估計之定義
國際會計準則第1號及國際財務報告準則 實務聲明第2號修訂	會計政策之披露
國際會計準則第12號修訂	國際稅務改革－支柱二立法範本
國際會計準則第12號修訂	與單一交易產生的資產及負債相關的遞延 稅項
國際財務報告準則第17號	保險合同

上述新訂及經修訂準則對過往期間確認的金額並無任何影響，預計不會對當前或未來期間產生重大影響。

### (iv) 尚未採納的準則的新修訂

若干會計準則的修訂於2023年12月31日之報告期內已頒佈但並非強制執行，且並未獲本集團提早採納。預期該等修訂不會於本報告期間或未來報告期間對本集團以及可預見的未來交易產生重大影響。

	修訂	生效日期
國際會計準則第1號修訂	負債分類為流動 或非流動	2024年1月1日或之後 開始的年度期間
國際會計準則第1號修訂	附帶契諾的非流動負債	2024年1月1日或之後 開始的年度期間
國際財務報告準則第16號修訂	售後回租中的租賃負債	2024年1月1日或之後 開始的年度期間
國際會計準則第7號及國際財務 報告準則第7號修訂	供應商融資安排	2024年1月1日或之後 開始的年度期間
國際會計準則第21號修訂	缺乏可兌換性	2025年1月1日或之後 開始的年度期間
國際會計準則第28號及國際財 務報告準則第10號修訂	投資者與其聯營公司或合資 企業之間的資產出售或出 資	待定

## 3 分部資料

本集團主要於中國內地、港澳台及若干海外國家及地區從事潮流玩具的產品設計與開發及銷售。主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱本集團的內部報告，以評估表現及分配資源。管理層根據該等報告釐定經營分部。

地區分部指在某個特定經濟環境中從事提供產品或服務，而所承受的風險及獲得的回報有別於在其他經濟環境中經營的分部。截至2023年12月31日止年度，本集團的香港、澳門、台灣及海外（「港澳台及海外」）業務保持高速增長。因此，有關中國內地業務及港澳台及海外業務的財務表現及財務狀況的若干措施向主要經營決策者單獨匯報。因此，本集團可呈報分部的組成發生變化。

於2023年12月31日及截至該日止年度，本集團有兩個可呈報分部：

- 中國內地業務；及
- 港澳台及海外業務。

主要經營決策者主要根據收入、毛利及分部業績來評估經營分部的表現。外部客戶向主要經營決策者呈報其收入作為分部收入計量，即各分部來自客戶的收入。分部毛利按分部收入減去分部銷售成本計算。分部業績指各分部所賺取的經營溢利，不計及若干未分配項目，主要包括本集團總部、IP部、研發部、IT部和共享服務中心應佔若干開支。

由於主要經營決策者並不使用此資料以分配資源予經營分部或評估其表現，故並無向主要經營決策者單獨提供分部資產及分部負債資料。

向主要經營決策者提供的截至2023年12月31日止年度及截至2022年12月31日止年度之可呈報分部的分部業績以及綜合損益及其他全面收益表中載列的其他項目分別如下：

	截至12月31日止年度					
	中國內地 業務 人民幣千元	2023年 港澳台及 海外業務 人民幣千元	總計 人民幣千元	中國內地 業務 人民幣千元	2022年 港澳台及 海外業務 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部間抵銷前的						
總收入	5,810,563	1,066,101	6,876,664	4,285,572	453,938	4,739,510
分部間收入	(575,662)	-	(575,662)	(122,186)	-	(122,186)
來自外部客戶的收入	5,234,901	1,066,101	6,301,002	4,163,386	453,938	4,617,324
銷售成本	(2,062,904)	(374,027)	(2,436,931)	(1,756,131)	(206,650)	(1,962,781)
毛利	3,171,997	692,074	3,864,071	2,407,255	247,288	2,654,543
分部業績	<u>1,239,503</u>	<u>191,556</u>	<u>1,431,059</u>	<u>605,371</u>	<u>56,207</u>	<u>661,578</u>
未分配費用及其他						
收益／虧損			(200,413)			(78,198)
財務收入－淨額			151,880			29,103
分佔使用權益法入賬 的投資溢利			33,229			27,046
除所得稅前溢利			<u>1,415,755</u>			<u>639,529</u>
所得稅開支			(326,984)			(163,728)
年內溢利			<u>1,088,771</u>			<u>475,801</u>
重大非現金開支						
物業、廠房及 設備折舊	220,791	12,500	233,291	192,034	1,888	193,922
使用權資產折舊	313,792	34,598	348,390	318,296	11,828	330,124
無形資產攤銷	79,614	7,270	86,884	78,833	1,938	80,771



## 5 按性質劃分的開支

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
計入銷售成本的存貨成本	2,042,672	1,693,530
僱員福利開支	1,048,487	853,595
使用權資產折舊	348,390	330,124
佣金及電商平台服務費	279,986	137,070
廣告及營銷開支	269,650	233,421
物業、廠房及設備折舊	233,291	193,922
未計入租賃負債的與短期租賃及可變租賃有關的開支	185,893	79,207
運輸及物流開支	169,803	182,703
設計及授權費	156,921	84,026
無形資產攤銷	86,884	80,771
稅金及附加費	45,047	28,027
使用年限為一年內的模具成本	26,138	18,135
存貨減值	8,016	3,692
核數師酬金	6,030	5,893
— 審計服務	5,100	4,500
— 非審計服務	930	1,393
其他	241,729	195,698
總計	<u>5,148,937</u>	<u>4,119,814</u>

## 6 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
授權費及其他服務收入	43,008	33,156
政府補貼(i)	30,909	11,601
其他	983	815
總計	<u>74,900</u>	<u>45,572</u>

- (i) 有關金額指政府補貼，與對當地經濟增長作出貢獻而自當地政府收到的收入有關。該等補貼於收到後於綜合損益及其他全面收益表確認。概無與該等補貼有關的未達成條件或或然事項。

## 7 其他收益 — 淨額

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
按公平值計入損益的金融工具公平值變動	6,111	49,479
捐款	(2,654)	(3,273)
匯兌收益／(虧損)	1,501	(556)
其他	(532)	(852)
總計	<u>4,426</u>	<u>44,798</u>

## 8 財務收入 — 淨額

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
財務收入		
— 利息收入	184,217	67,682
財務開支		
— 租賃負債利息開支	(30,754)	(34,057)
— 應付授權費利息開支	(1,583)	(4,522)
財務收入 — 淨額	<u>151,880</u>	<u>29,103</u>

## 9 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
即期所得稅	330,124	194,032
遞延所得稅	(3,140)	(30,304)
所得稅開支	<u>326,984</u>	<u>163,728</u>

**(a) 開曼群島及英屬維京群島所得稅**

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，根據開曼群島現行法律，本公司無須繳納開曼群島所得稅。根據英屬維京群島現行法律，根據英屬維京群島商業公司法註冊成立或註冊的集團實體獲豁免繳納英屬維京群島所得稅。

**(b) 香港利得稅**

根據兩級制利得稅稅率制度，合資格集團實體的首2百萬港元溢利將按8.25%的稅率徵稅，而2百萬港元以上的溢利將按16.5%的稅率徵稅。不符合兩級制利得稅稅率制度的集團實體的溢利將繼續按統一稅率16.5%徵稅。截至2023年12月31日止年度，本集團已就估計應課稅溢利按16.5%的稅率計提香港利得稅撥備(2022年：16.5%)。

**(c) 中國內地企業所得稅(「企業所得稅」)**

本集團就中國內地業務的所得稅撥備根據截至2023年12月31日止年度的估計應課稅溢利按25%的稅率(截至2022年12月31日止年度：25%)計算，並基於中國的現行法例、詮釋及慣例而定。

集團實體已獲中國內地稅務機關授予小規模納稅實體的若干稅收優惠，據此在各自司法權區經營的附屬公司有權享受稅收優惠。

**(d) 中國內地預扣稅(「預扣稅」)**

根據適用的中國內地稅收法規，在中國內地成立的公司就於2008年1月1日之後產生的溢利向外國投資者分派的股息通常須繳納10%的預扣稅。倘於香港註冊成立的外國投資者滿足中國內地與香港之間訂立的雙邊稅務條約安排項下的條件及規定，則相關的預扣稅稅率將為5%。

於2023年12月31日，本集團在中國內地註冊成立的附屬公司的未分配盈利總額為人民幣2,649,591,000元(於2022年12月31日：人民幣2,040,482,000元)。董事認為，該等附屬公司不大可能於可預見的將來分配該等盈利，並且本公司有能力控制該等附屬公司分配盈利的時間。因此，儘管存在該等保留盈利的應課稅暫時性差額，但並未於綜合財務報表確認任何遞延所得稅負債。

**(e) 經濟合作與發展組織(「OECD」)支柱二立法適用於過去四年中至少兩年的合併收益達到750百萬歐元的跨國企業(根據OECD的定義，包括任何形式的收入，因此不限於根據國際財務報告準則第15號確認的收益)。截至2023年12月31日，由於本公司不符合上述條件，本集團不屬於OECD支柱二立法範本的範圍。本集團無相關當期稅務風險。**

## 10 股息

於2023年派付的股息總額為人民幣117,317,000元或每股人民幣8.70分(2022年：人民幣209,490,000元或每股人民幣15.24分)(扣除就受限制股份單位計劃持有的股份應佔股息人民幣1,678,000元(2022年：人民幣3,500,000元))。

董事會建議就截至2023年12月31日止年度派付末期股息每股本公司已發行普通股人民幣28.21分。根據截至本綜合財務報表批准日期本公司已發行股本總數預計末期股息的金額合共約為人民幣378,840,000元。倘於派息記錄日期前本公司已發行股本總數有所變動，則股息將按每股分派而分派總額將相應調整。

擬派股息並未於綜合財務報表中反映為應付股息，而將反映為截至2024年12月31日止年度的撥入可分派儲備。

## 11 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃截至2023年及2022年12月31日止年度，本公司擁有人應佔溢利除以已發行普通股加權平均數減就股份獎勵計劃所持股份及本公司購回以註銷之股份之差而計算得出。

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	1,082,344	475,660
已發行普通股加權平均數減就股份獎勵計劃所持股份及本公司購回以註銷之股份之差(千股)	<u>1,338,035</u>	<u>1,365,984</u>
每股基本盈利(以每股人民幣元表示)	<u><u>0.81</u></u>	<u><u>0.35</u></u>

### (b) 每股攤薄盈利

截至2023年及2022年12月31日止年度每股攤薄盈利的計算載列如下：

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	1,082,344	475,660
用於釐定每股攤薄盈利的溢利(人民幣千元)	<u>1,082,344</u>	<u>475,660</u>
已發行普通股加權平均數減股份獎勵計劃所持股份及本公司購回以註銷之股份之差(千股)	1,338,035	1,365,984
調整		
— 已授出及假設已歸屬受限制股份(千股)	<u>2,471</u>	<u>557</u>
每股攤薄盈利股份加權平均數(千股)	<u>1,340,506</u>	<u>1,366,541</u>
每股攤薄盈利(以每股人民幣元表示)	<u><u>0.81</u></u>	<u><u>0.35</u></u>

截至2023年及2022年12月31日止年度，每股攤薄盈利乃以假設所有具攤薄影響的潛在普通股獲轉換後調整發行在外普通股的加權平均數計算。本公司具潛在攤薄影響的普通股包含根據首次公開發售後股份獎勵計劃已授予及假設已歸屬的股份。就首次公開發售後股份獎勵計劃而言，計算時乃根據尚未行使首次公開發售後股份獎勵計劃授予的已發行股份(定義見「受限制股份」)所附認購權的貨幣價值，釐定可按公平值(按本公司股份的年內平均市價釐定)購買的股份數目。根據上述方法計得的股數與假設行使受限制股份所發行的股數比較。

## 12 貿易應收款項

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
貿易應收款項(a)		
— 第三方	237,437	110,310
— 關聯方	91,219	91,350
	<u>328,656</u>	<u>201,660</u>
小計	328,656	201,660
減：減值撥備(b)	(7,319)	(7,291)
	<u>(7,319)</u>	<u>(7,291)</u>
貿易應收款項總額	<u>321,337</u>	<u>194,369</u>

- (a) 就來自零售店銷售、機器人商店銷售及線上銷售的貿易應收款項而言，該等款項通常以現金、信用卡／借記卡或通過線上支付平台結算。就批發交易而言，貿易應收款項於銷售合約協定的信貸期內結算。大部分該等批發商的信貸期為30至90天。擁有良好歷史及長期關係的若干客戶獲授最多180天的延長優惠信貸期。

按發票日期的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
3個月以內	311,485	181,339
3個月至6個月	12,523	16,759
6個月以上	4,648	3,562
	<u>328,656</u>	<u>201,660</u>
總計	328,656	201,660

- (b) 本集團採用國際財務報告準則第9號簡化方法計量預期信貸虧損，該預期信貸虧損對所有貿易應收款項均使用全期預期虧損撥備。

貿易應收款項的減值撥備變動如下：

	截至12月31日止年度	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
於1月1日	7,291	3,194
減值撥備	28	4,097
	<u>7,319</u>	<u>7,291</u>
於12月31日	7,319	7,291

(c) 貿易應收款項以下列貨幣計價：

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
人民幣	173,058	116,558
港元	44,124	59,727
新台幣	30,436	13,202
日元	23,060	—
新加坡元	21,811	1,094
其他	28,848	3,788
	<u>321,337</u>	<u>194,369</u>

(d) 所有貿易應收款項的賬面值均與公平值相若。

### 13 股本及庫存股

法定：

	普通股數目	普通股面值 千美元
每股普通股0.0001美元		
於2022年1月1日、2022年12月31日及2023年12月31日	<u>5,000,000,000</u>	<u>500</u>

已發行及繳足普通股變動如下：

	普通股數目	普通股面值 千美元	普通股面值 人民幣千元	庫存股數目	庫存股賬面值 人民幣千元
於2022年1月1日	1,401,937,550	141	923	—	—
購買自身股份(i)	—	—	—	(34,347,400)	(634,310)
註銷購回之股份(ii)	(21,397,000)	(2)	(15)	21,397,000	447,915
於2022年12月31日	<u>1,380,540,550</u>	<u>139</u>	<u>908</u>	<u>(12,950,400)</u>	<u>(186,395)</u>
購買自身股份(i)	—	—	—	(19,947,000)	(333,709)
註銷購回之股份(ii)	(32,297,400)	(3)	(23)	32,297,400	509,636
於2023年12月31日	<u>1,348,243,150</u>	<u>136</u>	<u>885</u>	<u>(600,000)</u>	<u>(10,468)</u>

(i) 於截至2023年12月31止年度，本公司透過公開市場購買購入19,947,000股本公司普通股（2022年：34,347,000股普通股）。年內為購入股份而支付的總金額為370,688,000港元（相當於約人民幣333,709,000元）（2022年：735,364,000港元（相當於約人民幣634,310,000元））。

(ii) 於截至2023年12月31止年度，本公司註銷32,297,000股購回之股份。因此，本公司確認股本支銷3,000美元（相當於約人民幣23,000元）、股份溢價支銷人民幣509,613,000元及庫存股入賬人民幣509,636,000元。

於截至2022年12月31止年度，本公司註銷21,397,000股購回之股份。因此，本公司確認股本支銷2,000美元（相當於約人民幣15,000元）、股份溢價支銷人民幣447,900,000元及庫存股入賬人民幣447,915,000元。

## 14 貿易應付款項

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
商品應付款項	<u>444,944</u>	<u>259,006</u>

供應商授予的商品應付款項的信貸期通常為即期至180天。於2023年及2022年12月31日，基於發票日期的商品應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
30天以內	224,494	100,317
30至90天	150,226	75,632
90至180天	26,907	46,039
180天以上	43,317	37,018
總計	<u>444,944</u>	<u>259,006</u>

## 15 應付授權費

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
應付授權費	194,200	154,823
減：非即期部分	<u>(14,807)</u>	<u>(21,306)</u>
即期部分	<u>179,393</u>	<u>133,517</u>

本集團與藝術家訂立若干授權協議，以取得獨家及非獨家授權IP。根據授權協議，固定最低付款須於合約期內分期支付而基於銷量的可變付款須於觸發該等付款的條件發生的期間內支付。

	於12月31日	
	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
應付授權費分析：		
非即期		
— 第一至第二年	10,271	16,614
— 第二至第五年	4,085	3,342
— 五年以上	451	1,350
	<u>14,807</u>	<u>21,306</u>
即期	<u>179,393</u>	<u>133,517</u>

應付授權費主要以人民幣、美元及港元計值。

## 管理層討論與分析

### 業務回顧

在2023年，隨着一系列擴大內需、促進消費政策的有效實施，居民消費需求得到了加快釋放，消費市場的恢復基礎也不斷得到鞏固。同時，居民的出遊意願增強，帶動了線下商業的良好發展態勢。隨着國民經濟的持續回暖，消費市場的擴大趨勢將得到進一步鞏固和增強。

基於公司各部門的不懈努力，我們憑藉出色的運營能力和創造力，在為消費者提供優質服務的同時，推出了多個受到廣大消費者喜愛的新品系列，取得了優秀的銷量表現。

報告期間，我們的收入達到人民幣6,301.0百萬元，同比增速36.5%。通過持續拓展國際市場、深入推進本土化運營，我們的港澳台及海外業務保持了高速發展的態勢，收入達到人民幣1,066.1百萬元，同比增速134.9%，其收入佔比達到16.9%。

### IP孵化與運營

IP運營與創意設計是推動泡泡瑪特發展的關鍵因素。我們在全球範圍內挖掘極具潛力的潮流藝術家和設計師，通過成熟的IP運營體系，打造出備受歡迎的潮流文化IP形象。同時，我們不斷加強產品的設計創新，豐富產品品類，以滿足不同粉絲群體的需求，為全世界的消費者帶來更多快樂。

IP矩陣持續擴容，呈現出豐富的態勢，2023年銷售額過億的藝術家IP達到10個。SKULLPANDA、MOLLY和DIMOO在2023年分別實現收入人民幣1,024.8百萬元、人民幣1,020.3百萬元和人民幣737.7百萬元，SKULLPANDA持續探索，不斷突破風格的邊界，實現20.3%的同比增長，其中SKULLPANDA第八個系列《溫度》，截至2023年12月31日單系列本年銷售額達到人民幣313.8百萬元；MOLLY持續展現蓬勃的生命力，通過多樣性的商業化運營，相關收入依然實現27.2%的同比增長；通過多樣化的產品品類設計和創新的呈現形式，THE MONSTERS的形象變得更生動鮮活，其個性也更豐滿，從而受到了更多粉絲的喜愛，相關收入實現39.9%的同比增長。

我們內部設計師團隊PDC (Pop Design Center)推出的多個IP在2023年同樣表現亮眼。小野通過設計語言觸發粉絲的情感共鳴，2023年收入同比增長149.5%，此外，小甜豆、PINO JELLY及Zsiga等也受到了市場的歡迎和認可。

我們不斷地探索和擴大授權IP的範圍，推出各種不同類型和風格的潮玩手辦、聯名款產品，以滿足不同消費者的需求和興趣。通過與動漫、遊戲、電影等多種版權方的合作，為粉絲們帶來更多選擇和驚喜，同時我們持續擴大IP授權地域，目前已獲得大多數授權IP的全球授權，為全球消費者帶來更獨特的潮玩體驗。

作為我們推動「潮玩藝術化」而打造的高端產品線，MEGA COLLECTION兼具時尚感與內容深度的藝術表達，今年是我們推出MEGA COLLECTION的第三年，品牌運營逐漸進入成熟階段。年初，Grand系列推出的首款陶瓷材質潮玩MEGA SPACE MOLLY 1000%爐火純青•燃，受到跨圈層消費者的廣泛關注。此外，與CLOT、蘭博基尼等不同領域頂級品牌的合作，也挖掘了MEGA COLLECTION的多元可能。2023年，MEGA珍藏系列共實現收入人民幣681.5百萬元。

在持續推出有創意的設計的同時，我們不斷在產品層面嘗試創新，豐富產品品類。在潮玩手辦之外，我們也在持續開發更多新的品類，希望能更生動地展示IP的形象和內涵。

搪膠毛絨產品作為我們在2023年推出的爆款產品品類，不僅貢獻了不菲的業績，還通過深挖IP內核、開發多元產品模式和創新玩法，增強了粉絲對IP的黏性。

泡泡萌粒以我們旗下眾多IP的Q版形象為設計靈感，上市伊始就以軟萌多變的產品造型和豐富多樣的互動玩法深受消費者喜愛。萌粒誕生至今已發售十餘款系列產品，圍繞裝罐、盲袋及吊卡等多樣的產品形式，在豐富IP的產品形式的同時也為消費者帶來更多有趣的消費體驗。

## 消費者觸達

### — 線下渠道

2023年，我們於中國內地新開55家線下門店，門店數量從截至2022年12月31日的329家增至截至2023年12月31日的363家<sup>1</sup>。2023年我們於中國內地新開業123家機器人商店，機器人商店數量從截至2022年12月31日的2,067家增至截至2023年12月31日的2,190家。

### — 線上渠道

泡泡瑪特抽盒機是我們在微信平台自主研發設計的小程序，旨在創造好玩、有趣、便捷的購物體驗，抽盒機於2023年實現了人民幣729.3百萬元收入。天貓旗艦店2023年收入為人民幣322.0百萬元。我們的內容電商團隊深入挖掘IP特點和系列特色，打造了多個自營直播間，並在抖音平台上持續輸出優質直播內容。這一系列舉措不僅成功吸引了大量粉絲，還推廣了更多生活場景相關的商品，取得了出色的銷售成績。抖音平台2023年收入為人民幣283.3百萬元，同比增長了431.2%。

### — 會員運營

隨著渠道的持續擴張及IP的不斷豐富，並通過全渠道會員運營，用戶數字化規模快速擴大，截至2023年12月31日，中國內地累計註冊會員總數從2022年12月31日的2,600.4萬人增至3,435.4萬人，新增註冊會員835.0萬人。2023年會員貢獻銷售額佔比92.1%，會員複購率為50.0%<sup>2</sup>。

### — 港澳台及海外渠道

我們港澳台及海外業務持續推進DTC (Direct To Customer)的發展戰略。截至2023年12月31日，我們的港澳台及海外門店達到80家(含合營)，機器人商店達到159台(含合營及加盟)。2023年，我們在法國、馬來西亞、泰國以及荷蘭開設了首家線下門店，並於12月份在中國台灣西門町開設了全球第三家旗艦店，首日銷售額刷新全球門店紀錄。通過不斷開拓線下和線上的銷售渠道，我們的品牌和產品在全球範圍內獲得了更廣泛的認可和喜愛。

<sup>1</sup> 2023年，因租約到期和其他商業原因，我們關閉了21家門店。

<sup>2</sup> 2023年，會員中購買過2次或以上的佔比。

## 主題樂園與IP體驗及創新業務孵化

我們建立了多產業鏈的IP商業化體系，持續加深粉絲與IP的情感連接，探索IP在價值實現路徑上更多的可能性。

2023年9月，泡泡瑪特城市樂園落地北京朝陽公園，成為潮玩行業首個沉浸式IP主題樂園。在樂園不僅可以體驗IP場景中的沉浸遊玩、與泡泡明星朋友親密互動，還可以盡享可愛美味的IP主題餐飲、將樂園專屬紀念品收入囊中。不僅為更廣闊圈層的遊客帶來了快樂體驗與美好回憶，也吸引着泡泡瑪特粉絲前來遊玩。樂園的落地增加了泡泡瑪特及眾多IP與用戶加深情感連接的渠道。

公司推動了旗下IP與其他知名IP、品牌開展授權或聯名合作，在多個國家和地區舉辦潮流玩具展及IP主題展覽，不斷擴大旗下IP在全球的影響力。

2023年9月8日至10日，我們在新加坡舉辦了首屆海外大型潮玩展，本次潮玩展三天累計共有超過2萬觀眾入場參觀，展示了來自世界各地的90多名風格各異的藝術家的作品。這次展會為東南亞的潮玩粉絲打開了一扇大門，讓粉絲能夠接觸到他們喜歡的潮玩IP，以及富有想象力的創作者。時隔三年的上海國際潮流玩具展，於2023年9月份重回線下，展會吸引了全球近400個潮玩品牌及近百位海內外藝術家集體亮相。國際潮流玩具展(PTS)向全球消費者深入展示IP魅力，並吸引更多海外藝術家和品牌與我們進行合作，深入推動潮玩文化的全球發展。

我們依託自身強大的藝術家發掘能力及市場號召力，推動着更多潮玩藝術家走向大眾視野，為消費者帶來了更優質的體驗。2023年，我們在中國內地舉辦商場主題展31場、藝術家簽售會24場，為IP創作者和粉絲搭建了互動平台，進一步推動了潮流玩具文化的蓬勃發展。以及inner flow作為公司旗下的當代藝術機構，目前已與近百位國內外優秀藝術家進行合作，在全國各城市舉辦超10場展覽。2023年下半年inner flow Gallery在北京798藝術園區順利開幕，獲得了行業的廣泛關注與好評。

## 財務回顧

### 銷售收入

本公司收入從2022年的人民幣4,617.3百萬元上升到2023年的人民幣6,301.0百萬元，同比增長36.5%。

### 根據渠道劃分的收入

本公司的收入來自於中國內地和港澳台及海外包括：1.線下渠道；2.線上渠道；及3.批發渠道及其他。下表載列本公司2023年及2022年的按渠道劃分的收入：

	截至2023年12月31日止年度			截至2022年12月31日止年度		
	收入 人民幣千元	毛利率	收入佔比	收入 人民幣千元	毛利率	收入佔比
中國內地						
線下渠道	3,027,815	63.0%	48.1%	2,069,942	60.7%	44.8%
線上渠道	1,710,469	60.5%	27.1%	1,829,809	57.8%	39.6%
批發及其他	496,617	46.7%	7.9%	263,635	35.6%	5.8%
合計	<u>5,234,901</u>	<u>60.6%</u>	<u>83.1%</u>	<u>4,163,386</u>	<u>57.8%</u>	<u>90.2%</u>
港澳台及海外						
線下渠道	640,287	74.4%	10.1%	150,768	73.4%	3.2%
線上渠道	155,805	73.5%	2.5%	90,224	74.5%	2.0%
批發及其他	270,009	37.6%	4.3%	212,946	32.6%	4.6%
合計	<u>1,066,101</u>	<u>64.9%</u>	<u>16.9%</u>	<u>453,938</u>	<u>54.5%</u>	<u>9.8%</u>
總計	<u>6,301,002</u>	<u>61.3%</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,617,324</u>	<u>57.5%</u>	<u>100.0%</u>

## (1) 中國內地

- 線下渠道。線下收入由2022年的人民幣2,069.9百萬元增長到2023年的人民幣3,027.8百萬元，增長了46.3%，以下為線下收入明細和城市分佈：

	截至2023年12月31日 止年度		截至2022年12月31日 止年度		變動
	收入 人民幣千元	收入佔比	收入 人民幣千元	收入佔比	
零售店	2,479,243	81.9%	1,691,112	81.7%	46.6%
機器人商店	548,572	18.1%	378,830	18.3%	44.8%
合計	<u>3,027,815</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,069,942</u>	<u>100.0%</u>	<u>46.3%</u>

城市等級	零售店				機器人商店			
	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至12月31日止年度	
	2023年	2022年	2023年	2022年	2023年	2022年	2023年	2022年
數量	收入 (人民幣千元)	數量	收入 (人民幣千元)	數量	收入 (人民幣千元)	數量	收入 (人民幣千元)	
一線城市 <sup>3</sup>	120	1,019,936	123	684,944	592	146,735	559	100,293
新一線城市 <sup>4</sup>	105	685,316	95	490,952	672	173,346	634	118,727
二線及其他城市 <sup>5</sup>	138	773,991	111	515,216	926	228,491	874	159,810
合計	<u>363</u>	<u>2,479,243</u>	<u>329</u>	<u>1,691,112</u>	<u>2,190</u>	<u>548,572</u>	<u>2,067</u>	<u>378,830</u>

- 零售店。零售店銷售收入從2022年的人民幣1,691.1百萬元增加到2023年的人民幣2,479.2百萬元，同比增長了46.6%。2023年中國內地店舖開設情況：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的零售店數量增加了34家，截至2023年12月31日合計零售店363家。
- 機器人商店。機器人商店銷售收入從2022年的人民幣378.8百萬元增加到2023年的人民幣548.6百萬元，同比增長了44.8%。2023年中國內地機器人商店開設情況：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的機器人商店數量增加了123間，截至2023年12月31日合計機器人商店2,190間。

<sup>3</sup> 指中國內地一線城市，包括北京、上海、廣州和深圳

<sup>4</sup> 指中國內地新一線城市，包括成都、重慶、杭州、武漢、西安、鄭州、青島、長沙、天津、蘇州、南京、東莞、瀋陽、合肥和佛山

<sup>5</sup> 指中國內地除去一線城市和新一線城市以外的城市

- 一 **線上渠道**。線上收入由2022年的人民幣1,829.8百萬元下降到2023年的人  
民幣1,710.5百萬元，下降了6.5%。以下為線上收入明細。

	截至2023年12月31日		截至2022年12月31日		變動
	收入	收入佔比	收入	收入佔比	
	人民幣千元		人民幣千元		
泡泡瑪特抽盒機	729,280	42.6%	954,678	52.2%	-23.6%
天貓旗艦店	321,966	18.8%	462,394	25.3%	-30.4%
抖音平台	283,318	16.6%	53,331	2.9%	431.2%
其他線上渠道	375,905	22.0%	359,406	19.6%	4.6%
<b>合計</b>	<b>1,710,469</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,829,809</b>	<b>100.0%</b>	<b>-6.5%</b>

中國內地線上收入包括泡泡瑪特抽盒機、天貓旗艦店、抖音平台以及其他線上渠道。其中，泡泡瑪特抽盒機從2022年的人民幣954.7百萬元下降至2023年的人民幣729.3百萬元，下降了23.6%；天貓旗艦店收入從2022年的人民幣462.4百萬元下降至2023年的人民幣322.0百萬元，下降了30.4%；抖音平台從2022年的人民幣53.3百萬元增長到2023年的人民幣283.3百萬元，增長了431.2%。

- 一 **批發及其他**。批發及其他收入從2022年的人民幣263.6百萬元增長到2023年的496.6百萬元，增長了88.4%，主要由於(1)向經銷商的銷售增長；及(2)泡泡瑪特城市樂園於2023年9月開業帶來的收入增加。

## (2) 港澳台及海外

- 一 **線下渠道**。線下收入由2022年的人民幣150.8百萬元上升到2023年的人  
民幣640.3百萬元，增長了324.7%。

	截至2023年12月31日		截至2022年12月31日		變動
	收入	收入佔比	收入	收入佔比	
	人民幣千元		人民幣千元		
零售店	582,909	91.0%	135,559	89.9%	330.0%
機器人商店	57,378	9.0%	15,209	10.1%	277.3%
<b>合計</b>	<b>640,287</b>	<b>100.0%</b>	<b>150,768</b>	<b>100.0%</b>	<b>324.7%</b>

**零售店**。零售店銷售收入從2022年的人民幣135.6百萬元增長到2023年的人民幣582.9百萬元，同比增長了330.0%。2023年港澳台及海外店舖開設情況：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的零售店數量增加了42家，截至2023年12月31日合計零售店70家。

**機器人商店**。機器人商店銷售收入從2022年的人民幣15.2百萬元增長到2023年的人民幣57.4百萬元，同比增長了277.3%。2023年港澳台及海外機器人開設情況：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的機器人商店數量增加了50間，截至2023年12月31日合計機器人商店99間。

- **線上渠道**。線上收入由2022年的人民幣90.2百萬元增長到2023年的人民幣155.8百萬元，增長了72.7%。以下為線上收入明細。

	截至2023年12月31日		截至2022年12月31日		變動
	收入	收入佔比	收入	收入佔比	
	人民幣千元		人民幣千元		
Shopee	42,885	27.5%	25,186	27.9%	70.3%
泡泡瑪特官方網站	39,479	25.4%	27,061	30.0%	45.9%
其他線上渠道	73,441	47.1%	37,977	42.1%	93.4%
<b>合計</b>	<b>155,805</b>	<b>100.0%</b>	<b>90,224</b>	<b>100.0%</b>	<b>72.7%</b>

港澳台及海外線上收入包括Shopee、泡泡瑪特官方網站和其他線上渠道。Shopee收入從2022年的人民幣25.2百萬元增長到2023年的人民幣42.9百萬元，增長了70.3%；泡泡瑪特官方網站收入從2022年的人民幣27.1百萬元增長到2023年的人民幣39.5百萬元，增長了45.9%。主要由於我們開始深耕港澳台及海外的業務，快速提升區域品牌建設，以當地市場文化差異化為根基推出當地限定產品等。

- **批發及其他**。港澳台及海外批發及其他收入從2022年的人民幣212.9百萬元增長至2023年的270.0百萬元，增長了26.8%。主要為港澳台及海外業務規模的擴張，結合IP和產品種類的多樣化，品牌和IP的知名度在提升，受眾群體也在增加。

## 根據IP劃分的收入

泡泡瑪特的自主產品是我們的主要商品類型，自主產品收入於截至2023年12月31日止年度佔總收入的比例達到93.0%，自主產品從2022年的人民幣4,190.0百萬元增長到2023年的人民幣5,858.0百萬元，增長了39.8%。

泡泡瑪特的自主產品主要分為：藝術家IP和授權IP<sup>6</sup>，以下為根據IP劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	收入	收入佔比	收入	收入佔比
	人民幣千元		人民幣千元	
自主產品	5,857,957	93.0%	4,189,971	90.8%
藝術家IP	4,822,226	76.5%	3,639,705	78.9%
SKULLPANDA	1,024,788	16.3%	851,611	18.4%
MOLLY	1,020,305	16.2%	802,155	17.4%
DIMOO	737,666	11.7%	577,948	12.5%
THE MONSTERS	367,871	5.8%	263,002	5.7%
小野	351,201	5.6%	140,768	3.1%
小甜豆	203,614	3.2%	147,940	3.2%
PINO JELLY	158,074	2.5%	76,870	1.7%
HACIPUPU	151,758	2.4%	42,797	0.9%
其他藝術家IP	806,949	12.8%	736,614	16.0%
授權IP	1,035,731	16.5%	550,266	11.9%
外採及其他	443,045	7.0%	427,353	9.2%
合計	<u>6,301,002</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,617,324</u>	<u>100.0%</u>

- **藝術家IP**。藝術家IP產品是本公司主要商品類型，主要包括SKULLPANDA、MOLLY、DIMOO、THE MONSTERS等。藝術家IP產品收入從2022年的人民幣3,639.7百萬元，上升至2023年的人民幣4,822.2百萬元，增長了32.5%，主要由於我們不斷創新產品設計、豐富商品類型，推出更多受消費者喜愛的產品。

<sup>6</sup> 為更直觀的反映藝術家原創IP及外部授權經典IP相關自主產品的收入貢獻，本公司已重新劃分IP分類方法，藝術家IP包括原自有IP及獨家IP，授權IP則為非獨家IP。

- **授權IP**。授權IP產品收入從2022年的人民幣550.3百萬元，增長至2023年的人民幣1,035.7百萬元，增長了88.2%，主要由於我們不斷加深與更多版權方的合作，推出了更多風格、種類的產品。

## 銷售成本

銷售成本由2022年的人民幣1,962.8百萬元上升到2023年的人民幣2,436.9百萬元，增長了24.2%，主要由於(1)商品成本由2022年的人民幣1,693.5百萬元增加到2023年的人民幣2,042.7百萬元，其主要原因為銷售增長；及(2)設計及授權成本由2022年的人民幣159.7百萬元增加到2023年的人民幣236.6百萬元，主要由於自主產品佔比增多，以及聯名產品增加，需要支付更多的IP授權費以及產品設計費。

## 毛利

我們的毛利由截至2022年的人民幣2,654.5百萬元增長到2023年的人民幣3,864.1百萬元，增長了45.6%，主要由於我們的收入增長以及銷售成本的控制。我們的毛利率由2022年的57.5%提升至2023年的61.3%，主要由於自主產品的毛利率增長。

泡泡瑪特自主產品產生的毛利由2022年的人民幣2,518.2百萬元增長到2023年的人民幣3,716.2百萬元，增長了47.6%。主要由於泡泡瑪特自主產品的銷售收入增加。自主產品的毛利率從2022年的59.7%，增長到2023年的63.4%，主要由於(1)優化了產品設計，加大了原材料供應商的成本管控；及(2)增強主要類別商品的供應商集中採購，提升對供應商的議價能力，保持供應商價格體系穩定。

我們的外採和其他產品產生的毛利由2022年的人民幣136.4百萬元增長到2023年的人民幣147.9百萬元。

## 經銷及銷售開支

我們的經銷及銷售開支由2022年的人民幣1,470.8百萬元增長至2023年的人民幣2,004.7百萬元，增長了36.3%；其中(1)僱員福利開支；及(2)使用權資產折舊佔比較高。

- **僱員福利開支**。僱員福利開支從2022年的人民幣394.0百萬元增長至2023年的人民幣598.5百萬元，增長了51.9%。主要由於我們的銷售員工人數由截至2022年12月31日的3,171名員工（由於公司結構調整，該數據經重新劃分及統計）增加到截至2023年12月31日的3,735名員工，主要用以支持我們擴張零售店及機器人商店網絡。

- **使用權資產折舊**。使用權資產折舊從2022年的人民幣269.3百萬元增長至2023年的人民幣304.9百萬元，增長了13.2%。主要由於線下零售店數量較截至2022年12月31日增加了76間，來滿足我們中國內地和港澳台及海外的業務擴張。

## 一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2022年的人民幣686.3百萬元增長至2023年的人民幣707.3百萬元，增長了3.1%。其中佔比較高的為僱員福利開支，我們的行政員工及設計開發人員由2022年12月31日的1,007名（由於公司結構調整，該數據經重新劃分及統計）增加到截至2023年12月31日的1,110名員工。

## 其他收入

本公司的其他收入由2022年的人民幣45.6百萬元增長至2023年的人民幣74.9百萬元，增長了64.4%。其中政府補助由2022年的人民幣11.6百萬元增長至2023年的人民幣30.9百萬元。

## 經營溢利

綜上所述，本公司的經營溢利由2022年的人民幣583.4百萬元增長至2023年的人民幣1,230.6百萬元，增長了111.0%。

## 財務收入淨額

我們的財務收入淨額由2022年的人民幣29.1百萬元，增長到2023年的人民幣151.9百萬元，主要由於我們的利息收入增加。

## 所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣163.7百萬元增長至2023年的人民幣327.0百萬元，原因為我們的所得稅前溢利增長。我們的實際稅率由2022年的25.6%下降到2023年的23.1%。

## 年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2022年的人民幣475.8百萬元增長至2023年的人民幣1,088.8百萬元。

## 非國際財務報告準則財務指標

為補充我們根據國際財務報告會計準則呈列的財務資料，我們採用並非國際財務報告會計準則要求或並非按國際財務報告會計準則呈列的非國際財務報告準則經調整純利，作為額外財務計量。我們認為該非國際財務報告準則計量通過免除管理層認為對我們經營表現沒有指標作用的項目的潛在影響，有助於比較不同期間及不同公司的經營業績。我們認為，該計量為投資者及其他人士提供了有用的資料，幫助彼等按其幫助管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營表現。然而，我們對非國際財務報告準則經調整純利的呈列可能與其他公司呈列的類似名稱的財務計量不具有可比性。使用該非國際財務報告準則計量作為分析工具具有局限性，投資者不應單獨考慮，或作為根據國際財務報告會計準則呈報的經營業績或財務狀況分析的替代。

非國際財務報告準則經調整純利未按照國際財務報告會計準則計算，因此視為非國際財務報告準則的財務指標，非國際財務報告準則經調整純利指剔除以股份為基礎的付款後的純利，而非國際財務報告準則經調整純利率指非國際財務報告準則經調整純利除以收益。下表載列本公司各年度的非國際財務報告準則的財務指標對賬情況。

	截至2023年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
年內溢利	1,088,771	475,801
調整項目		
以股份為基礎的付款報酬	101,748	97,739
非國際財務報告準則經調整純利	<u>1,190,519</u>	<u>573,540</u>
非國際財務報告準則經調整純利率	<u>18.9%</u>	<u>12.4%</u>

我們管理層認為以股份為基礎的付款開支屬於非現金項目且並無直接反應我們的業務營運。因此，通過撇除該等項目對計算非國際財務報告準則經調整純利影響的舉措，可更好地反應我們的相關經營表現，並更加便於比較逐年的經營表現。

## 流動資產、財務資源及資本開支

2023年，本集團在整體業務經營方面採納保守穩健的資金管理及財務政策。本集團維持以下資源以應付其營運資金需求：

### 流動資產及流動負債

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣5,484.8百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣5,950.2百萬元，基本維持穩定。

## 貿易應收款項

貿易應收款項指日常業務過程中我們應收客戶的未結算款項。我們的貿易應收款項由截至2022年12月31日的人民幣194.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣321.3百萬元，該等增加主要由於港澳台及海外業務擴張，批發等渠道應收賬款增加。截至2023年12月31日的貿易應收款項周轉天數為15天，與2022年保持一致。

## 存貨

我們的存貨包括製成品。我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣867.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣904.7百萬元。主要由於我們增加了我們的產品庫存以滿足銷售需求。存貨周轉天數從2022年的156天下降到截至2023年12月31日的133天。

## 現金及現金等價物

我們的現金及現金等價物主要包括銀行現金。現金及現金等價物從截至2022年12月31日的人民幣685.3百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣2,077.9百萬元，主要由於(1)2023年經營活動產生的現金流增加；及(2)2023年減少了部分定期存款。

## 貿易應付款項

貿易應付款項主要指我們在日常業務過程中向供應商支付貨款的責任。貿易應付款項從截至2022年12月31日的人民幣259.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣444.9百萬元。貿易應付款項周轉天數從2022年的49天增加至截至2023年12月31日的53天。

## 銀行借款

截至2023年12月31日，我們的銀行借款餘額為人民幣15.1百萬元，為一家商業銀行的短期銀行貸款（2022年12月31日：無）。

## 資產抵押

截至2023年12月31日本集團並無任何資產抵押（2022年12月31日：無）。

## 資產負債率

資產負債率為總負債除以總資產乘以100%。截至2023年12月31日，本集團的資產負債率為22.0%，而截至2022年12月31日的資產負債率為18.8%。

## 或有事件

我們目前並無涉及任何重大法律訴訟，亦不知悉我們涉及任何待決或潛在重大法律訴訟。倘我們涉及有關重大法律訴訟，則我們會於產生虧損且有關虧損金額有合理估計時，按當時所得資料記錄任何虧損或或有負債。

## 外匯風險管理

本集團附屬公司在中國內地、港澳台及海外經營，面對若干貨幣敞口（主要有關美元及港幣）引致的外匯風險。由於本集團以我們經營實體各自功能貨幣以外貨幣計值的重大金融資產及負債不重大，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。於截至2023年及2022年12月31日止期間，我們並無對沖和外幣波動。

## 資本開支

本公司的資本開支包括購置物業、廠房及設備的款項和購置無形資產的款項。下表載列本公司2022年以及2023年的資本開支情況：

	截至2023年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2022年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
購置物業、廠房和設備	324,179	266,132
購置無形資產	68,287	81,491
合計	<u>392,466</u>	<u>347,623</u>

## 人力資源

截至2023年12月31日，我們共有4,845名員工，包括銷售員工3,735名，行政及開發人員1,110名。截至2023年12月31日止年度，我們共發生員工成本（包括薪金、工資、津貼和福利）人民幣1,048.5百萬元。

## 重大投資的未來計劃

截至2023年12月31日，我們並無持有任何重大投資。

我們將繼續廣泛尋找潛在的策略性投資機會，並尋求可為本集團帶來協同效應的潛在優質目標業務及資產。

## 重大收購及出售

截至2023年12月31日，我們並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

## 未來展望

IP是我們業務的核心，我們通過創意的產品、精緻的設計和優質的服務使消費者收獲快樂美好、潮流體驗和藝術熏陶，同時，通過提升品牌價值，增加用戶對泡泡瑪特的品牌忠誠度，保持我們強勢的市場地位及競爭力。

我們將致力豐富IP類型，擴大IP庫，保持高質量的設計創新水平，推出更多頭部系列產品，對IP進行持續運營，強化IP心智，加深粉絲與IP之間的情感連接。我們將不斷拓寬潮玩品類及IP衍生品。進一步挖掘MEGA、萌粒、衍生品、BJD等品類的價值，不斷完善相關工藝及生產發售流程。

我們國際業務將保持快速增長，通過持續推進海外DTC戰略，佈局線下門店、機器人商店、跨境電商平台等渠道，推動我們的品牌在全球的滲透，不斷提升泡泡瑪特在海外國家、地區的知名度和潮玩市場份額。業務本地化是海外業務的核心，在加強終端消費者的消費體驗和互動的同時，我們將與更多當地生意夥伴和藝術家合作，探索出更多符合本土市場的業務模式、IP和商品品類。

我們將致力於擴展我們的渠道網絡，從而觸達更多的用戶，不斷精進我們的運營能力，提升用戶的消費體驗，加強會員拓展和會員運營能力，推動創新零售數字化運作，以更多樣化的方式觸達和維護用戶，提供定制化的、更好的服務。

我們將通過更豐富多樣的途徑持續推廣潮流玩具文化，持續影響整個行業，為會員提供更多權益，提高粉絲黏性，提升粉絲的文化認同和品牌認知。

在進一步深耕潮流玩具業務的同時，我們將持續深耕MEGA、共鳴、inner flow等新品牌，通過樂園、遊戲等新興業務，進一步加強粉絲對IP的了解、增加與IP互動的方式，從而增進與IP之間的情感聯繫。打造以IP為核心的更完善、更豐富的商業生態框架。

## 報告期間後事項

於本公佈日期，本集團於報告期間後並無發生須進一步披露或調整的重大事項。

## 上市所得款項淨額用途

本公司股份於2020年12月11日（「上市日期」）通過全球發售在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市，經扣除專業費用、包銷佣金及其他相關上市開支後，本公司自全球發售（包括悉數行使超額配股權）所收取所得款項淨額總額約為5,781.7百萬港元。

誠如招股章程所述，所得款項淨額的擬定用途載列如下：

所得款項淨額擬定用途	所得款項淨額的分配	佔總所得款項淨額百分比	直至2022年	截至2023年	直至2023年	於2023年	動用未動用所得款項淨額的擬定時間表
			12月31日未動用的所得款項淨額金額	12月31日止12個月已動用所得款項淨額金額	12月31日已動用的所得款項淨額金額	12月31日的未動用所得款項淨額餘額	
(i) 用於為我們的消費者觸達渠道及海外市場擴展計劃撥付部分資金	1,734.5 百萬港元	30.0%	508.1 百萬港元	244.8 百萬港元	1,471.2 百萬港元	263.3 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(a) 用於開設新零售店	954.0 百萬港元	16.5%	-	-	954.0 百萬港元	-	
(b) 用於開設新機器人商店	346.9 百萬港元	6.0%	162.1 百萬港元	77.5 百萬港元	262.3 百萬港元	84.6 百萬港元	
(c) 用於擴展業務至海外市場	433.6 百萬港元	7.5%	346.0 百萬港元	167.3 百萬港元	254.9 百萬港元	178.7 百萬港元	
(ii) 用於為潛在投資、收購本行業價值鏈上下游公司及與該等公司建立戰略聯盟撥資	1,561.1 百萬港元	27.0%	1,249.3 百萬港元	-	311.8 百萬港元	1,249.3 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(iii) 用於投資技術舉措，以增強我們的營銷及粉絲參與力度及提升業務的數字化程度	867.2 百萬港元	15.0%	549.3 百萬港元	178.6 百萬港元	496.5 百萬港元	370.7 百萬港元	
(a) 用於人才招聘	173.5 百萬港元	3.0%	113.4 百萬港元	51.0 百萬港元	111.1 百萬港元	62.4 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(b) 用於購買相關軟件及硬件以加強數字化，並建立用於數字營銷、客戶服務、物流、產品、供應鏈、倉儲、會員、交易以及門店管理及營銷的信息系統	346.9 百萬港元	6.0%	271.2 百萬港元	29.2 百萬港元	104.9 百萬港元	242.0 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(c) 用於優化我們的線上營銷工作，主要包括戰略性地在第三方推廣平台上投放廣告、圖標、鏈接及信息推送	346.8 百萬港元	6.0%	164.7 百萬港元	98.4 百萬港元	280.5 百萬港元	66.3 百萬港元	2025年 12月31日 之前

所得款項淨額擬定用途	所得款項 淨額的分配	佔總所得 款項淨額 百分比	直至2022年 12月31日 未動用的 所得款項 淨額金額	截至2023年 12月31日止 12個月 已動用所得 款項淨額金額	直至2023年 12月31日 已動用的 所得款項 淨額金額	於2023年 12月31日的 未動用 所得款項 淨額餘額	動用未動用 所得款項 淨額的 擬定時間表
(iv) 用於擴大我們的IP庫	1,040.7 百萬港元	18.0%	818.7 百萬港元	95.8 百萬港元	317.8 百萬港元	722.9 百萬港元	
(a) 用於加強我們物色優秀藝術家的能力	260.3 百萬港元	4.5%	124.9 百萬港元	95.8 百萬港元	231.2 百萬港元	29.1 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(b) 用於以提供具有競爭力的薪金的方式 招募有才華的設計師加入我們的內部 設計團隊，以增強我們的內部原創IP 發掘實力	86.6 百萬港元	1.5%	-	-	86.6 百萬港元	-	-
(c) 用於收購受歡迎的IP以擴大我們的IP 庫	693.8 百萬港元	12.0%	693.8 百萬港元	-	-	693.8 百萬港元	2025年 12月31日 之前
(v) 營運資金及一般公司用途	578.2 百萬港元	10.0%	-	-	578.2 百萬港元	-	-

由於經營活動產生的現金流充足、透過提高營運效率實現成本節約以及本公司審慎的投資決策，上述所披露未動用所得款項淨額的擬定時間表晚於原計劃。本集團將遵照招股章程所載擬定目的動用首次公開發售所得款項淨額。

## 股息

董事會建議就截至2023年12月31日止年度派付末期股息每股本公司已發行普通股人民幣28.21分。根據截至本公佈日期本公司已發行股本總數1,342,943,150股，預計末期股息的金額合共為人民幣378.84百萬元。實際應付末期股息總金額將根據本公司釐定合資格領取末期股息股東之記錄日的已發行股本總數而定。

建議派付股息須由本公司股東（「股東」）在將於2024年5月21日（星期二）舉行的應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准後，方可作實，而股息將根據中國人民銀行於2024年5月21日所報的人民幣兌港元官方匯率以港元支付。待股東批准後，有關股息將於2024年6月12日（星期三）向於2024年5月30日（星期四）名列本公司股東名冊的股東派付。

## 暫停辦理股份過戶登記

本公司將於2024年5月21日(星期二)舉行股東週年大會。本公司將於2024年5月16日(星期四)至2024年5月21日(星期二)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記，以釐定有權出席股東週年大會的股東的身份，於此期間將不會辦理股份過戶登記手續，2024年5月21日(星期二)名列本公司股東名冊的股東將有權出席股東週年大會並在會上投票。為符合資格出席股東週年大會，所有已填妥的股份過戶表格連同相關股票必須不遲於2024年5月14日(星期二)下午四時三十分送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

本公司亦將於2024年5月27日(星期一)至2024年5月30日(星期四)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記，以釐定股東收取末期股息的權利，於此期間將不會辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取末期股息，所有已填妥的股份過戶表格連同相關股票必須不遲於2024年5月24日(星期五)下午四時三十分送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

## 企業管治

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益並提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄C1所載的企業管治守則(「**企業管治守則**」)，作為其本身的企業管治守則。本公司於報告期間內一直遵守企業管治守則項下的所有適用守則條文，惟下文「主席及行政總裁」一段所述偏離守則條文第C.2.1條除外。

### 主席及行政總裁

企業管治守則的守則條文第C.2.1條規定主席與行政總裁的職責應有所區分，不應由同一人士履行。根據董事會現行架構，本公司主席及行政總裁職位由王寧先生擔任。

董事會相信，這種架構將不會削弱董事會與本公司管理層之間的權力及權限平衡，原因是：(i)董事會所作決定至少需要由大多數本公司董事(「**董事**」)批准，而董事會九名董事當中有一名獨立非執行董事，董事會認為董事會內部有足夠的制衡作用；(ii)王寧先生及其他董事知悉並承諾履行彼等作為董事的受信責任，當中要求(其中包括)彼等為本公司的利益及最佳利益行事，並據此作出本集團決策；及(iii)權力及權限平衡乃以董事會運作加以保障，而董事會由經驗豐富、高質素人士組成，彼等定期會面討論影響本集團運作的事宜。此外，本集團的整體戰略及其他主要業務、財務及營運政策乃經董事會及高級管理層層面全面商討後共同作出。最後，由於王寧先生為我們的主要創辦人，董事會認為由同一人士擔任主席及行政總裁可確保本集團的領導貫徹一致，令本集團實現更為有效及高效的整體戰略規劃。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的有效性，以評估是否需要區分主席與行政總裁的職責。

## 進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為本公司涉及董事證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，各董事已確認於報告期間一直遵守標準守則所載的規定標準。

## 購入、出售或贖回上市證券

於報告期內，本公司已於聯交所購回合共19,947,000股本公司股份，總代價約370,687,990港元。購回股份的具體情況如下：

購回月份	購回股份 數目	每股支付		總代價 (港元)
		最高價 (港元)	最低價 (港元)	
4月	3,632,600	20.00	17.08	68,758,920
5月	5,234,400	19.90	16.62	96,699,024
6月	6,350,000	18.28	16.40	110,323,784
7月	1,000,000	18.50	16.68	17,539,668
10月	1,400,000	21.70	21.25	30,076,960
11月	230,000	21.60	21.20	4,925,530
12月	2,100,000	21.20	18.78	42,364,104
<b>總計</b>	<b><u>19,947,000</u></b>			<b><u>370,687,990</u></b>

除上文所披露者外，於報告期內，本公司或任何其附屬公司並無購入、出售或贖回本公司的上市證券。

## 審核委員會

審核委員會連同董事會已審閱本集團所採納的會計準則及慣例，以及截至2023年12月31日止年度的年度業績。

## 核數師之工作範疇

本公佈所載本集團截至2023年12月31日止年度綜合損益及其他全面收益表、綜合資產負債表以及相關附註的數字已獲本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所同意，與本集團年內經審核綜合財務報表所載金額一致。羅兵咸永道會計師事務所就此進行之工作並不構成核證聘用，因此並未就本公佈作出核證。

## 在聯交所及本公司網站刊登年度業績及2023年度年報

本年度業績公佈於聯交所([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司([www.popmart.com](http://www.popmart.com))網站刊登，而本公司將於適當時候將載有上市規則所規定的一切資料的2023年度年報寄發予股東(如必要)，並分別在聯交所及本公司網站刊登。

承董事會命  
泡泡瑪特國際集團有限公司  
執行董事、董事會主席及行政總裁  
王寧

香港，2024年3月20日

於本公佈日期，執行董事為王寧先生、劉冉女士、司德先生及文德一先生，非執行董事為屠錚先生及何愚先生，以及獨立非執行董事為張建君先生、吳聯生先生及顏勁良先生。