

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)

## 2024年第一季度業績公告

我們謹此宣佈截至2024年3月31日止三個月（「2024年第一季度業績」）的未經審計財務業績。2024年第一季度業績於香港聯合交易所有限公司網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)及我們的網站[www.baozun.com](http://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，2024年5月28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、岡田聰良先生及劉洋女士；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2024年第一季度未經審計財務業績

2024年5月28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），中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數字商業賦能者，今天公佈其截至2024年3月31日止第一季度的未經審計財務業績。

寶尊主席兼首席執行官仇文彬先生表示：「寶尊集團的戰略轉型在2024年第一季度中的穩健執行令人欣慰。電商板塊的服務收入恢復增長，並引入了高品質獨家總代經銷業務。品牌管理在引領Gap中國轉型過程中不斷突破，本季度推出諸多植地中國的產品和市場活動，獲得市場積極反響。這些成果，更加堅定了我們以戰略轉型推動增長的信心與決心。」

寶尊集團首席財務官祝燕潔女士表示：「寶尊集團一季度收入實現5%同比增長，得益於品牌管理業務收入貢獻增長及電商業務收入勢頭向好。經營現金流和自由現金流進一步好轉，同步顯著改善，其中電商業務一季度的經營現金流實現自2019年以來首次轉正。2024年，我們將繼續聚焦戰略增長，確保財務穩健，為我們的股東創造可持續價值。」

### 2024年第一季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣1,979.8百萬元（274.2百萬美元<sup>1</sup>），較2023年同期人民幣1,887.8百萬元，按年增長4.9%。
- 經營損失為人民幣54.8百萬元（7.6百萬美元），去年同期為人民幣40.6百萬元。經營損失率為2.8%，2023年同期為2.2%。
- 非公認會計準則下的經營損失<sup>2</sup>為人民幣17.5百萬元（2.4百萬美元），去年同期為人民幣9.7百萬元，經營損失增長主要由於品牌管理業務的虧損。非公認會計準則下的經營損失率為0.9%，2023年同期為0.5%。

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統計數據所載於2024年3月29日中午生效的買方匯率人民幣7.2203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、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費。

- 電商業務<sup>3</sup>的經調整經營利潤為人民幣11.8百萬元(1.6百萬美元)，2023年同期為25.2百萬元。
- 品牌管理業務<sup>3</sup>的經調整經營損失為人民幣29.3百萬元(4.0百萬美元)，2023年同期為34.9百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣66.6百萬元(9.2百萬美元)，較2023年同期為人民幣83.5百萬元收窄。
- 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<sup>4</sup>為人民幣15.4百萬元(2.1百萬美元)，2023年同期為人民幣13.1百萬元。
- 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<sup>5</sup>」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣1.10元(0.15美元)，較2023年同期均為人民幣1.42元改善。
- 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虧損<sup>6</sup>均為人民幣0.25元(0.03美元)，2023年同期均為人民幣0.22元。
- 截至2024年3月31日，現金及現金等價物、限制性現金及短期投資為人民幣2,946.7百萬元(408.1百萬美元)，截至2023年12月31日為人民幣3,072.8百萬元。

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 自收購GAP上海後，集團更新了經營分部，形成了兩個分部，即(1)電商業務；(2)品牌管理。

4 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、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、子公司和股權投資處置收益(損失)和未實現投資損失後的損失。

5 每股美國存託股代表三股A類普通股。

6 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、客戶服務和倉儲物流、技術服務和數字營銷等增值服務。本季度服務收入恢復增長，運動服飾品類的線上店鋪運營收入以及數字營銷和技術服務收入均實現雙位數增長。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。截至第一季度末，約42.8%的品牌合作夥伴與我們在店鋪運營合作至少兩個渠道。

### 寶尊品牌管理(BBM)

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。2024年一季度，品牌管理業務實現產品銷售收入為人民幣312.9百萬元，較去年同期人民幣189.0百萬元同比增長65.6%。同比變化主要受到時間差異影響，即本公司自2023年2月收購Gap上海。2024年一季度品牌管理產品銷售毛利率為53.1%。

## 2024年第一季度財務業績

總淨營收為人民幣1,979.8百萬元(274.2百萬美元)，較去年同期的人民幣1,887.8百萬元增長4.9%。總淨營收的增長主要由於寶尊品牌管理的產品銷售收入較去年同期增長65.6%。

產品銷售收入為人民幣707.5百萬元(98.0百萬美元)，去年同期為人民幣666.1百萬元，其中：

- **電商業務(E-Commerce)**的產品銷售收入為人民幣394.6百萬元(54.7百萬美元)，較去年同期的人民幣477.1百萬元下降17.3%。下降的主要原因是公司優化了經銷模式的產品組合，尤其是快消品品類。

電商業務的產品銷售收入按核心品類<sup>7</sup>列示明細：

	截至3月31日止三個月					
	2023		2024		同比 變化%	
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元		總淨營收 佔比%
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
<b>電商業務產品銷售</b>						
小家電	225.3	11%	190.7	26.4	10%	-15%
美容化妝品	66.5	4%	69.0	9.6	3%	4%
快消品	66.6	4%	32.6	4.5	2%	-51%
其他	118.7	6%	102.3	14.2	5%	-14%
<b>電商業務產品銷售總淨營收</b>	<b>477.1</b>	<b>25%</b>	<b>394.6</b>	<b>54.7</b>	<b>20%</b>	<b>-17%</b>

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣312.9百萬元(43.3百萬美元)，較去年同期的人民幣189.0百萬元增長65.6%。該增長主要歸因於本季度三個月完整的運營期，相比去年同期僅為兩個月的運營期。

服務收入為人民幣1,272.2百萬元(176.2百萬美元)，較去年同期的人民幣1,221.7百萬元增長4.1%。增長主要由於數字營銷和技術服務收入的雙位數增長。

下表列出所示期間按業務類型的服務收入明細：

	截至3月31日止三個月					
	2023		2024		同比 變化%	
	人民幣	總淨營收 佔比%	人民幣	美元		總淨營收 佔比%
	(人民幣百萬元，百分比除外)					
<b>服務</b>						
線上店舖運營	364.1	19%	366.6	50.7	19%	1%
倉儲物流	487.3	26%	461.9	64.0	23%	-5%
數字營銷和技術服務	377.4	20%	462.2	64.1	23%	22%
抵消跨分部交易的影響 <sup>8</sup>	(7.1)	0%	(18.5)	(2.6)	-1%	161%
<b>服務總淨營收</b>	<b>1,221.7</b>	<b>65%</b>	<b>1,272.2</b>	<b>176.2</b>	<b>64%</b>	<b>4%</b>

<sup>7</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔電商業務分部的產品銷售收入不低於10%的品類。

<sup>8</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括電商業務分部向品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的數字營銷與技術服務收入。

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類<sup>9</sup>列示明細：

	截至3月31日止三個月					
	2023			2024		
	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)					
服務收入中的線上店舖運營						
服飾與配件	255.6	14%	277.2	38.4	14%	8%
— 奢侈品	99.0	5%	96.4	13.4	5%	-3%
— 運動服飾	88.9	5%	111.7	15.4	6%	26%
— 其他服飾	67.7	4%	69.1	9.6	3%	2%
其他	108.5	6%	89.4	12.3	4%	-18%
抵消跨分部交易的影響 <sup>10</sup>	(5.4)	-1%	(8.1)	(1.1)	0%	50%
服務收入中的線上店舖運營 總淨營收	<b>358.7</b>	<b>19%</b>	<b>358.5</b>	<b>49.6</b>	<b>18%</b>	<b>0%</b>

經營開支總額為人民幣2,034.6百萬元（281.8百萬美元），去年同期則為人民幣1,928.4百萬元。

- 產品成本為人民幣487.1百萬元（67.5百萬美元），去年同期則為人民幣505.1百萬元。該減少主要由於電商業務產品銷售的降低，部分抵消於公司於2023年第一季度收購的子公司Gap上海的產品成本增量。
- 履約費用為人民幣546.4百萬元（75.7百萬美元），去年同期則為人民幣567.6百萬元。該減少主要由於電商業務倉儲物流業務收入減少，且公司自收購Gap中國後進行資源整合，從而節省Gap相關物流費用。
- 銷售及營銷費用為人民幣694.0百萬元（96.1百萬美元），去年同期則為人民幣592.7百萬元。該增長的主要原因是本季度效果營銷更為活躍。
- 技術與內容費用為人民幣133.2百萬元（18.4百萬美元），去年同期則為人民幣114.9百萬元。費用增長主要由於技術服務收入提升，部分抵消於本公司的成本控制措施及效率改善。

<sup>9</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔電商業務分部的服務收入不低於10%的品類。

<sup>10</sup> 抵消跨分部交易的影響主要包括電商業務分部向品牌管理業務分佈中的Gap品牌提供的店舖運營服務收入。

- **管理及行政費用**為人民幣179.1百萬元(24.8百萬美元)，去年同期則為人民幣163.2百萬元。增長的主要原因是員工成本的增加，以及在高質量全渠道經銷業務、創意內容商業中心和品牌管理方面的戰略投資支出。

**經營損失**為人民幣54.8百萬元(7.6百萬美元)，去年同期為人民幣40.6百萬元。經營損失率為2.8%，去年同期為2.2%。

**非公認會計準則下的經營損失**為人民幣17.5百萬元(2.4百萬美元)，去年同期為人民幣9.7百萬元。虧損主要品牌管理業務虧損。非公認會計準則經營損失率為0.9%，去年同期為0.5%。

**電商業務的經調整經營利潤**為人民幣11.8百萬元(1.6百萬美元)，2023年同期為25.2百萬元。**品牌管理業務的經調整經營損失**為人民幣29.3百萬元(4.0百萬美元)，2023年同期為34.9百萬元。

**未實現投資損失**為人民幣17.0百萬元(2.4百萬美元)，去年同期為人民幣42.6百萬元。本季度未實現投資損失主要與Lanvin集團的交易價格下降有關，該公司於2021年6月投資，於2022年12月在紐約證券交易所成功上市。

**歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損**為人民幣66.6百萬元(9.2百萬美元)，去年同期為人民幣83.5百萬元。

**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1.10元(0.15美元)，2023年同期均為人民幣1.42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15.4百萬元(2.1百萬美元)，去年同期為人民幣13.1百萬元。

**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基本及攤薄淨虧損**均為人民幣0.25元(0.03美元)，2023年同期均為人民幣0.22元。

## 分部信息

### 1、分部資料

自收購GAP上海後，集團更新了經營分部結構，形成了兩個分部，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，包括店舖運營、客戶服務、倉儲物流、供應鏈管理、IT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2023年和2024年3月31日的3個月內集團可報告分部業績的摘要，並對上期分部信息進行了回顧性改寫，以符合當期列報：

	截至3月31日止三個月	
	2023 人民幣	2024 人民幣
淨營收：		
電商業務	1,705,797	1,684,276
品牌管理	189,124	313,988
抵消跨分部交易的影響*	(7,125)	(18,494)
合併淨營收	<u>1,887,796</u>	<u>1,979,770</u>

	截至3月31日止三個月	
	2023	2024
	人民幣	人民幣
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	25,272	11,758
品牌管理	<u>(34,947)</u>	<u>(29,303)</u>
合併經調整經營損失	<u><b>(9,675)</b></u>	<u><b>(17,545)</b></u>
抵消跨分部交易的影響*	–	–
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(20,103)	(29,324)
收購相關支出	(8,142)	(7,911)
業務收購產生的無形資產攤銷	(2,709)	–
其他開支	<u>(37,016)</u>	<u>(8,236)</u>
除所得稅及權益法投資收益前損失	<u><b>(77,645)</b></u>	<u><b>(63,016)</b></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、收購相關支出及業務收購產生的無形資產攤銷。

## 股份回購更新

本公司董事會已於2024年1月24日授權管理層設立及實施新的股份回購計劃，在該計劃下，本公司可自2024年1月24日起的十二個月內，回購其價值不超過2,000萬美元的發行在外(i)美國存託股（「美國存託股」，每股代表三股A類普通股）及／或(ii) A類普通股。2024年4月期間，本公司通過公開市場回購約84.5萬美國存託股，總計回購金額約為2.1百萬美元。

## 電話會議

本公司將於2024年5月28日（星期二）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：	3291050

業績電話會議的回放可於2024年6月4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：	2965819

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、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費後的經營利潤(損失)。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、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、子公司和股權投資處置收益(損失)和未實現投資損失後的損失。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、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、子公司和股權投資處置收益(損失)和未實現投資損失後的淨利潤(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，服務全球各行各業超過450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)。三大業務線齊頭併進，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](mailto: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)

	2023年 12月31日 人民幣	截至 2024年 3月31日 人民幣	2024年 3月31日 美元
<b>資產</b>			
<b>流動資產</b>			
現金及現金等價物	2,149,531	1,946,648	269,608
限制性現金	202,764	352,777	48,859
短期投資	720,522	647,239	89,642
應收賬款淨額	2,184,729	1,713,723	237,348
存貨淨額	1,045,116	1,084,466	150,197
預付供貨商款項	311,111	264,877	36,685
預付款項及其他流動資產	590,350	688,773	95,394
應收關聯方款項	86,661	86,191	11,937
<b>流動資產總額</b>	<b>7,290,784</b>	<b>6,784,694</b>	<b>939,670</b>
<b>非流動資產</b>			
長期投資	359,129	347,107	48,074
物業及設備淨額	851,151	821,130	113,725
無形資產淨值	306,420	297,276	41,172
土地使用權淨額	38,464	38,208	5,292
經營租賃使用權資產	1,070,120	952,432	131,910
商譽	312,464	312,464	43,276
其他非流動資產	45,316	71,143	9,853
遞延稅項資產	200,628	204,409	28,310
<b>非流動資產總額</b>	<b>3,183,692</b>	<b>3,044,169</b>	<b>421,612</b>
<b>資產總額</b>	<b>10,474,476</b>	<b>9,828,863</b>	<b>1,361,282</b>

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)

	截至		
	2023年 12月31日 人民幣	2024年 3月31日 人民幣	2024年 3月31日 美元
<b>負債及股東權益</b>			
<b>流動負債</b>			
短期借款	1,115,721	1,099,789	152,319
應付賬款	563,562	454,686	62,973
應付票據	506,629	373,137	51,679
應付所得稅	18,768	12,802	1,773
預提費用及其他流動負債	1,188,179	986,727	136,660
應付關聯方款項	32,118	4,515	625
流動經營租賃負債	332,983	301,358	41,738
<b>流動負債總額</b>	<b>3,757,960</b>	<b>3,233,014</b>	<b>447,767</b>
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債	24,966	23,271	3,223
非流動經營租賃負債	799,096	708,487	98,124
其他非流動負債	40,718	40,115	5,556
<b>非流動負債總額</b>	<b>864,780</b>	<b>771,873</b>	<b>106,903</b>
<b>負債總額</b>	<b>4,622,740</b>	<b>4,004,887</b>	<b>554,670</b>

	2023年 12月31日 人民幣	截至 2024年 3月31日 人民幣	2024年 3月31日 美元
可贖回非控制性權益	1,584,858	1,590,390	220,266
<b>寶尊電商有限公司股東權益：</b>			
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2023年12月31日及2024年 3月31日已發行及流通在外股份 分別為167,901,880股及 169,928,854股）	93	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2023年12月31日及2024年 3月31日已發行及流通在外股份 分別為13,300,738股）	8	8	1
資本公積	4,571,439	4,597,336	636,724
庫存股	-	-	-
累計虧損	(506,587)	(573,226)	(79,390)
累計其他綜合收益	32,251	43,887	6,078
<b>寶尊電商有限公司股東權益總額</b>	<b>4,097,204</b>	<b>4,068,100</b>	<b>563,426</b>
非控制性權益	169,674	165,486	22,920
<b>權益總額</b>	<b>4,266,878</b>	<b>4,233,586</b>	<b>586,346</b>
<b>負債、可贖回非控制性權益及權益總額</b>	<b>10,474,476</b>	<b>9,828,863</b>	<b>1,361,282</b>

**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		
	2023 人民幣	2024 人民幣	美元
<b>淨營收</b>			
產品銷售 <sup>(1)</sup>	666,069	707,524	97,991
服務	1,221,727	1,272,246	176,204
	<b>1,887,796</b>	<b>1,979,770</b>	<b>274,195</b>
<b>經營開支<sup>(2)</sup></b>			
產品成本	(505,087)	(487,111)	(67,464)
履約費用 <sup>(3)</sup>	(567,629)	(546,391)	(75,674)
銷售及營銷費用 <sup>(3)</sup>	(592,687)	(694,043)	(96,124)
技術與內容費用 <sup>(3)</sup>	(114,891)	(133,187)	(18,446)
管理及行政費用 <sup>(3)</sup>	(163,227)	(179,087)	(24,804)
其他經營淨利潤	15,096	5,269	730
	<b>(1,928,425)</b>	<b>(2,034,550)</b>	<b>(281,782)</b>
<b>經營損失</b>	<b>(40,629)</b>	<b>(54,780)</b>	<b>(7,587)</b>
<b>其他收入(開支)</b>			
利息收入	17,853	19,174	2,656
利息費用	(10,955)	(10,205)	(1,413)
未實現投資損失	(42,569)	(17,025)	(2,358)
匯兌損失	(1,345)	(180)	(25)
	<b>(77,645)</b>	<b>(63,016)</b>	<b>(8,727)</b>
<b>除所得稅及權益法投資收益前損失</b>	<b>(77,645)</b>	<b>(63,016)</b>	<b>(8,727)</b>
所得稅支出 <sup>(4)</sup>	(1,755)	(7,102)	(984)
權益法投資收益(虧損)，扣除零稅項	224	4,826	668
	<b>224</b>	<b>4,826</b>	<b>668</b>

	截至3月31日止三個月		
	2023	2024	
	人民幣	人民幣	美元
淨損失	(79,176)	(65,292)	(9,043)
歸屬於非控制性權益股東的淨損失	523	4,188	580
歸屬於可贖回非控制性權益股東的淨利潤	(4,894)	(5,533)	(766)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失	<u>(83,547)</u>	<u>(66,637)</u>	<u>(9,229)</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	(0.47)	(0.37)	(0.05)
攤薄	(0.47)	(0.37)	(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	(1.42)	(1.10)	(0.15)
攤薄	(1.42)	(1.10)	(0.15)
用於計算每股普通股淨損失的加權平均股數			
基本	176,786,718	181,634,752	181,634,752
攤薄	176,786,718	181,634,752	181,634,752
淨損失	(79,176)	(65,292)	(9,043)
其他綜合收益，扣除零稅項			
外幣折算差異	(7,797)	11,636	1,612
綜合損失	<u>(86,973)</u>	<u>(53,656)</u>	<u>(7,431)</u>

(1) 截至2024年3月31日的三個月內，寶尊商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，而截至2023年3月31日的三個月內，寶尊商務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為477.1百萬元和189.0百萬元。

(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
	2023 人民幣	2024 人民幣	
履約費用	1,011	2,062	286
銷售及營銷費用	7,866	10,009	1,386
技術與內容費用	1,543	4,292	594
管理及行政費用	9,683	12,961	1,795
	<u>20,103</u>	<u>29,324</u>	<u>4,061</u>

(3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2023年及2024年3月31日止三個月期間分別為人民幣8.1百萬元及人民幣7.9百萬元。

(4) 包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣1.6百萬元及人民幣1.5百萬元，分別於截至2023年及2024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		
	2023 人民幣	2024 人民幣	美元
經營損失	(40,629)	(54,780)	(7,587)
加：股份激勵費用	20,103	29,324	4,061
業務收購產生的無形資產攤銷	8,142	7,911	1,095
收購相關費用	2,709	—	—
	<b>(9,675)</b>	<b>(17,545)</b>	<b>(2,431)</b>
<b>非公認會計準則下的經營損失</b>	<b>(9,675)</b>	<b>(17,545)</b>	<b>(2,431)</b>
淨損失	(79,176)	(65,292)	(9,043)
加：股份激勵費用	20,103	29,324	4,061
業務收購產生的無形資產攤銷	8,142	7,911	1,095
收購相關支出	2,709	—	—
未實現投資損失	42,569	17,025	2,358
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,565)	(1,507)	(209)
	<b>(7,218)</b>	<b>(12,539)</b>	<b>(1,738)</b>
<b>非公認會計準則下的淨損失</b>	<b>(7,218)</b>	<b>(12,539)</b>	<b>(1,738)</b>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東 的淨損失	(83,547)	(66,637)	(9,229)
加：股份激勵費用	20,103	29,324	4,061
業務收購產生的無形資產攤銷	6,233	5,991	830
收購相關支出	2,709	—	—
未實現投資損失	42,569	17,025	2,358
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,188)	(1,127)	(156)
	<b>(1,188)</b>	<b>(1,127)</b>	<b>(156)</b>

	截至3月31日止三個月		
	2023	2024	
	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	<u>(13,121)</u>	<u>(15,424)</u>	<u>(2,136)</u>
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 存託股淨損失：			
基本	(0.22)	(0.25)	(0.03)
攤薄	(0.22)	(0.25)	(0.03)
用於計算每股普通股淨損失的加權 平均股數			
基本	176,786,718	181,634,752	181,634,752
攤薄	176,786,718	181,634,752	181,634,752