

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)

截至2026年6月30日止六個月之中期業績公告

中期業績

寶尊電商有限公司（「**寶尊**」或「**本公司**」）董事（「**董事**」）會（「**董事會**」）謹此宣佈本公司及其附屬公司（「**本集團**」或「**我們**」）截至2026年6月30日止六個月（「**報告期間**」）之未經審核簡明綜合業績，連同2025年同期之比較數字。該等未經審核簡明綜合業績已根據美國公認會計準則（「**美國公認會計準則**」）編製並經本公司審核委員會（「**審核委員會**」）審閱。

財務概要

- 於報告期間，總淨營收為人民幣5,124.0百萬元（755.2百萬美元），按年增加11.0%。
- 於報告期間，經營利潤為人民幣63.7百萬元（9.4百萬美元），去年同期經營損失為人民幣93.4百萬元。經營利潤率為1.2%，去年同期經營損失率為2.0%。
- 於報告期間，非公認會計準則下的經營利潤²為人民幣82.4百萬元（12.1百萬美元），去年同期非公認會計準則下的經營損失²為人民幣60.8百萬元。於報告期間，非公認會計準則下的經營利潤率為1.6%，去年同期非公認會計準則下的經營損失率為1.3%。
- 於報告期間，歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤為人民幣9.6百萬元（1.4百萬美元），去年同期歸屬於寶尊普通股股東的淨損失為人民幣97.0百萬元。
- 於報告期間，非公認會計準則下歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤³為人民幣26.2百萬元（3.9百萬美元），去年同期非公認會計準則下歸屬於寶尊普通股股東的淨損失³為人民幣75.2百萬元。
- 於報告期間，歸屬於寶尊普通股股東的每股美國存託股（「美國存託股⁴」）基本及攤薄淨利潤均為人民幣0.16元（0.02美元），而去年同期歸屬於普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨損失均為人民幣1.68元。
- 於報告期間，非公認會計準則下歸屬於寶尊普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤⁵為人民幣0.45元（0.06美元），而去年同期非公認會計準則下歸屬於普通股股東的攤薄淨損失為人民幣1.30元。
- 截至2026年6月30日，現金、現金等價物、限制性現金及短期投資合計為人民幣2,899.8百萬元（427.4百萬美元），而截至2025年12月31日為人民幣2,795.3百萬元。

-
- ¹ 本公告內按特定兌換率將若干人民幣金額兌換為美元，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統計數據所載分別於2026年6月30日、2025年12月31日及2025年6月30日中午生效的買方匯率人民幣6.7851元兌1.00美元（就報告期間的財務數據而言）、人民幣6.9931元兌1.00美元（就截至2025年12月31日止年度的財務數據而言）及人民幣7.1636元兌1.00美元（就截至2025年6月30日止六個月的財務數據而言）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，其定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關費用、商譽減值、預期或有收購付款的差異損失，以及回購的美國存託股的註銷費後的經營利潤（損失）。
- ³ 非公認會計準則下歸屬於寶尊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、收購附屬公司收益、衍生負債的公允價值收益，以及未實現投資損失後的歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤（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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤（損失）為一項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普通股股東的淨利潤（損失）除以用作計算每股普通股攤薄淨利潤的加權平均股數再乘以三。

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合資產負債表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	2025年 12月31日 人民幣	截至 2026年 6月30日 人民幣	2026年 6月30日 美元 ¹
資產			
流動資產：			
現金及現金等價物	907,335	1,193,587	175,913
限制性現金	140,959	90,831	13,387
短期投資（包含截至2025年12月31日及 2026年6月30日以公允價值計量的投資 人民幣40,000元及人民幣10,000元）	1,747,032	1,615,332	238,070
應收賬款（扣除信貸虧損撥備，截至2025 年12月31日及2026年6月30日分別為人 民幣177,770元及人民幣175,989元）	2,173,163	2,114,172	311,590
存貨	879,421	816,620	120,355
預付供貨商款項	366,671	299,629	44,160
衍生金融資產	6,342	—	—
預付款項及其他流動資產	575,984	618,658	91,179
應收關聯方款項	6,235	3,170	467
流動資產總額	6,803,142	6,751,999	995,121
非流動資產：			
長期債權投資（包含截至2025年12月31日 及2026年6月30日以公允價值計量的投 資人民幣144,873元及人民幣141,094元）	232,213	228,375	33,658
長期權益投資	256,406	243,269	35,853
物業及設備淨額	758,703	735,606	108,415
無形資產淨值	322,924	309,862	45,668
土地使用權淨額	36,413	42,984	6,335
經營租賃使用權資產	651,660	579,384	85,391
商譽	274,326	274,326	40,431
其他非流動資產	71,075	127,123	18,736
遞延稅項資產	284,254	278,109	40,988

	2025年 12月31日 人民幣	截至 2026年 6月30日 人民幣	2026年 6月30日 美元 ¹
非流動資產總額	<u>2,887,974</u>	<u>2,819,038</u>	<u>415,475</u>
資產總額	<u><u>9,691,116</u></u>	<u><u>9,571,037</u></u>	<u><u>1,410,596</u></u>
負債、可贖回非控制性權益及股東權益			
流動負債：			
短期貸款	1,207,773	1,238,975	182,602
應付賬款	466,081	453,427	66,827
應付票據	335,171	235,386	34,692
應付所得稅	35,506	41,800	6,161
預提費用及其他流動負債	1,359,389	1,363,441	200,946
應付關聯方款項	1,532	1,343	198
流動經營租賃負債	<u>239,712</u>	<u>220,180</u>	<u>32,451</u>
流動負債總額	<u>3,645,164</u>	<u>3,554,552</u>	<u>523,877</u>
非流動負債：			
遞延稅項負債	22,981	19,759	2,912
長期經營租賃負債	489,598	427,260	62,970
其他非流動負債	<u>41,781</u>	<u>54,404</u>	<u>8,018</u>
非流動負債總額	<u>554,360</u>	<u>501,423</u>	<u>73,900</u>
負債總額	<u><u>4,199,524</u></u>	<u><u>4,055,975</u></u>	<u><u>597,777</u></u>

隨附附註為該等簡明綜合財務報表的組成部分。

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合資產負債表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	2025年 12月31日 人民幣	截至 2026年 6月30日 人民幣	2026年 6月30日 美元 ¹
可贖回非控制性權益	57,619	61,831	9,113
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2025年12月31日及2026年6月30日已發行股份分別為174,284,503股及174,284,503股，流通在外股份分別為161,015,878股及161,122,226股）	93	93	14
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2025年12月31日及2026年6月30日已發行及流通在外股份均為13,300,738股）	8	8	1
資本公積	4,639,555	4,647,628	684,976
庫存股（截至2025年12月31日及2026年6月30日分別為13,268,625股及13,162,277股股份）	(90,643)	(89,917)	(13,252)
累計虧絀	(933,885)	(924,324)	(136,230)
累計其他綜合收益	27,491	4,563	673
寶尊電商有限公司股東權益總額	3,642,619	3,638,051	536,182
非控制性權益	1,791,354	1,815,180	267,524
股東權益總額	5,433,973	5,453,231	803,706
負債、可贖回非控制性權益及股東權益總額	9,691,116	9,571,037	1,410,596

隨附附註為該等簡明綜合財務報表的組成部分。

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合經營報表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	截至6月30日止六個月		
	2025年 人民幣	2026年 人民幣	美元 ¹
淨營收			
產品銷售	1,803,389	2,070,580	305,166
服務(包括關聯方營收，截至2025年及 2026年6月30日止六個月分別為人民幣 8,663元及人民幣5,532元)	2,813,632	3,053,452	450,023
總淨營收	4,617,021	5,124,032	755,189
經營開支：			
產品成本	(1,258,678)	(1,377,617)	(203,036)
履約費用	(1,130,482)	(1,068,661)	(157,501)
銷售及營銷費用	(1,738,197)	(2,070,528)	(305,158)
技術與內容費用	(231,130)	(238,974)	(35,220)
管理及行政費用	(394,862)	(339,269)	(50,002)
其他經營淨利潤	42,960	34,683	5,112
經營開支總額	(4,710,389)	(5,060,366)	(745,805)
經營(損失)利潤	(93,368)	63,666	9,384
其他收入(開支)：			
利息收入	22,252	29,912	4,408
利息費用	(24,309)	(17,844)	(2,630)
未實現投資收益(損失)	8,375	(4,632)	(683)
匯兌收益	7,710	2,631	388
金融工具的公允價值變動	(9,143)	1,759	259
除所得稅及權益法投資收益前(損失)收益	(88,483)	75,492	11,126
所得稅支出	(6,947)	(35,198)	(5,188)
權益法投資收益，扣除零稅項	2,708	1,733	255

	截至6月30日止六個月		
	2025年	2026年	
	人民幣	人民幣	美元 ¹
淨(損失)利潤	<u>(92,722)</u>	<u>42,027</u>	<u>6,193</u>
歸屬於非控制性權益的淨損失(利潤)	10,059	(23,893)	(3,521)
歸屬於可贖回非控制性權益的淨利潤	<u>(14,375)</u>	<u>(8,573)</u>	<u>(1,264)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨(損失)利潤	<u>(97,038)</u>	<u>9,561</u>	<u>1,408</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股淨(損失)利潤：			
基本	(0.56)	0.05	0.01
攤薄	(0.56)	0.05	0.01
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」)淨(損失)利潤：			
基本	(1.68)	0.16	0.02
攤薄	(1.68)	0.16	0.02

隨附附註為該等簡明綜合財務報表的組成部分。

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合全面收益表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	截至6月30日止六個月		
	2025年	2026年	
	人民幣	人民幣	美元 ¹
淨(損失)利潤	(92,722)	42,027	6,193
其他綜合收益(損失)，扣除零稅項：			
外幣折算差異	<u>(21,722)</u>	<u>(22,928)</u>	<u>(3,379)</u>
綜合(損失)收益	(114,444)	19,099	2,814
歸屬於非控制性權益的全面損失(收益)			
總額	10,059	(23,893)	(3,521)
歸屬於可贖回非控制性權益的全面收益			
總額	<u>(14,375)</u>	<u>(8,573)</u>	<u>(1,264)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的			
全面損失總額	<u><u>(118,760)</u></u>	<u><u>(13,367)</u></u>	<u><u>(1,971)</u></u>

隨附附註為該等簡明綜合財務報表的組成部分。

寶尊電商有限公司
簡明綜合財務資料附註
截至2025年及2026年6月30日止六個月
(除另有說明外，所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

1. 架構及主要業務

寶尊電商有限公司(「本公司」)於2013年12月17日根據開曼群島法律註冊成立。本公司、其附屬公司及其可變利益實體(「VIE」)(統稱為「本集團」)主要從事為客戶提供端到端電商解決方案的業務，包括但不限於銷售服飾、家居及電子產品、網店設計與架設、視覺營銷及營銷、網店運營、客戶服務、倉儲及訂單配送，以及戰略和策略定位、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。

截至2026年6月30日，本公司董事認為主要影響本集團業績、資產或負債的本公司主要附屬公司及VIE如下：

	註冊成立／ 收購日期	註冊成立地點及 法律地位／業務	已發行股本／ 繳足資本	法定擁有權
附屬公司：				
Baozun Hong Kong Holding Limited	2014年1月10日	香港	10,000港元	100%
上海寶尊電子商務有限公司 (「上海寶尊」)	2003年11月11日	中國／外商獨資企業	人民幣1,800,000,000元	100%
上海博道電子商務有限公司	2010年3月30日	中國／有限責任公司	人民幣10,000,000元	100%
上海英賽廣告有限公司	2010年3月30日	中國／有限責任公司	人民幣8,648,649元	100%
寶尊香港有限公司	2013年9月11日	香港	10,000,000港元	100%
上海楓泊電子商務有限公司	2011年12月29日	中國／有限責任公司	人民幣10,000,000元	100%
Baozun Hongkong Investment Limited	2015年7月21日	香港	100,000港元	100%
Baotong Inc.	2019年6月19日	開曼	10,681.32美元	63%
Baotong Hong Kong Holding Limited	2016年5月5日	香港	10,000港元	63%
寶通易捷智能科技(蘇州)有限公司	2017年3月27日	中國／外商獨資企業	人民幣260,252,000元	63%
Baozun Brand Management Limited	2022年10月7日	香港	人民幣100,000,000元	100%
White Horse Hongkong Holding Limited	2022年11月8日	香港	人民幣10,000,000元	100%
蓋璞(上海)商業有限公司 (「蓋璞上海」)	2023年1月31日	中國／外商獨資企業	257,551,995美元	100%

VIE：

上海尊溢商務信息諮詢有限公司 (「上海尊溢」)	2010年12月31日	中國／可變利益實體	人民幣50,000,000元	不適用
----------------------------	-------------	-----------	----------------	-----

2. 重大會計政策概要

(a) 呈列基準

本公司未經審核簡明綜合財務報表乃根據美利堅合眾國公認會計準則（「美國公認會計準則」）而編製及呈列。根據美國公認會計準則編製的綜合財務報表通常載入的若干資料及附註披露已根據有關規則及規例而予以簡明或省略。因此，隨附未經審核簡明綜合財務報表應與本公司截至2025年12月31日止年度的經審核綜合財務報表所載的財務報表、會計政策及其附註一併閱讀。截至2026年6月30日止六個月的經營業績不足以說明全年的經營業績。

管理層認為，未經審核簡明綜合財務報表反映所有一般經常性調整，而該等調整對公平呈列所呈列的中期期間財務業績而言屬必要。本公司認為，披露資料足以令所呈列資料不具誤導性。簡明綜合財務報表乃按照2025年年度財務報表所採納之相同會計政策編製，惟附註2(c)所載採納之會計聲明除外。未經審核簡明綜合財務報表所呈列截至2025年12月31日的財務報表乃摘錄自截至2025年12月31日止年度的經審核綜合財務報表。

(b) 綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司的財務報表，亦包括於中國註冊成立且僅就會計目的而言本公司為其主要受益人的VIE的財務報表。所有本公司、其附屬公司及VIE之間的交易及結餘已於綜合時抵銷。

綜合入賬附屬公司指本公司直接或間接控制超過一半投票權或有權：委任或罷免董事會大部分成員；於董事會會議上投多數票；或根據股東或股權持有人之間的法規或協議管理投資對象的財務及經營政策的實體。

美國公認會計準則就辨識VIE及為透過表決權權益以外其他方式實現控制權的實體的財務報告提供指引。本集團評估其於某實體的各項權益以釐定被投資方是否屬VIE，如若被投資方屬VIE，則釐定本集團是否為該VIE的主要受益人。釐定本集團是否為主要受益人時，本集團會考慮本集團(1)是否有權力指導對VIE的經濟表現最具影響力的活動，及(2)有否收取對VIE而言屬重大的VIE經濟利益。倘被視為主要受益人，則本集團將VIE綜合入賬。

(c) 最近採用的會計聲明

於2025年7月，財務會計準則委員會頒佈《會計準則更新》第2025-05號—「金融工具－信貸虧損（專題第326號）－應收賬款與合同資產的信貸虧損計量」（「《會計準則更新》第2025-05號」），其提供一項選擇權，允許選擇採用一項實務權宜方法，即在制定合理及可支持的預測作為估算該等資產預期信貸虧損的一部分時，假設截至資產負債表日的現行狀況在該資產的剩餘存續期內將維持不變。《會計準則更新》第2025-05號就本公司而言自2026年1月1日起生效，並允許提早採用。本公司於2026年1月1日採納該準則，並選擇按未來適用基準採納該實務權宜方法。採納此項準則對財務報表並無重大影響。

3. 營收

截至2025年及2026年6月30日止六個月，本集團絕大部分營收均來自中國。若干過往期間披露資料已予調整，以符合本期間的呈列方式。按貨品或服務類型、分部及轉移時間劃分的營收分類如下：

(i) 營收分類

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣	2026年 人民幣
自以下各項產生的產品銷售：		
— 於一個時點確認的電商	1,021,819	1,051,109
— 於一個時點確認的品牌管理	782,713	1,022,919
— 分部間抵銷	(1,143)	(3,448)
產品銷售總額	<u>1,803,389</u>	<u>2,070,580</u>
自以下各項產生的服務營收：		
— 於一段時間內確認的電商	2,838,969	3,089,039
— 於一個時點確認的電商	48,060	48,949
總電商服務營收	<u>2,887,029</u>	<u>3,137,988</u>
— 於一段時間內確認的品牌管理	2,989	515
— 分部間抵銷	(76,386)	(85,051)
總服務營收	<u>2,813,632</u>	<u>3,053,452</u>
總營收	<u><u>4,617,021</u></u>	<u><u>5,124,032</u></u>

(ii) 按類型劃分的服務營收

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣	2026年 人民幣
— 網店運營	889,528	937,076
— 倉儲配送	984,789	941,257
— 數字營銷及IT解決方案	1,015,701	1,260,170
— 分部間抵銷	<u>(76,386)</u>	<u>(85,051)</u>
總服務營收	<u>2,813,632</u>	<u>3,053,452</u>

(iii) 合同負債

截至2026年6月30日止六個月的合同負債（主要包括客戶墊款）的變動如下：

	客戶墊款
截至2026年1月1日的期初結餘	187,983
增加淨額	<u>48,429</u>
截至2026年6月30日的期末結餘	<u>236,412</u>

合同負債在綜合資產負債表中的「預提費用及其他流動負債」中列示。

截至2025年及2026年6月30日止六個月，已確認營收分別為人民幣166,075元及人民幣179,789元，為於各期初計入合同負債結餘的金額。

4. 每股淨(損失)利潤

各所示期間的基本及攤薄每股淨利潤(損失)計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣	2026年 人民幣
分子：		
淨(損失)利潤	(92,722)	42,027
歸屬於非控制性權益的淨損失(利潤)	10,059	(23,893)
歸屬於可贖回非控制性權益的淨利潤	<u>(14,375)</u>	<u>(8,573)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨(損失) 利潤	<u>(97,038)</u>	<u>9,561</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股淨 (損失)利潤		
基本	(0.56)	0.05
攤薄	(0.56)	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)利潤(1股美國存託股代表3股A類 普通股)		
基本	(1.68)	0.16
攤薄	(1.68)	0.16
股份(分母)：		
普通股加權平均數		
基本	173,335,650	174,356,662
攤薄	<u>173,335,650</u>	<u>175,643,316</u>

截至2025年6月30日，本集團分別有2,050,422份未行使限制性股份單位及期權，由於其帶有反攤薄效果，因此排除在每股攤薄損失的計算之外。

截至2026年6月30日，於計算每股攤薄收益時，390,285份受限制股份單位及購股權由於其帶有反攤薄效果，因此排除在每股攤薄收益的計算之外。

5. 所得稅

本公司於開曼群島註冊成立，根據開曼群島現行法律，毋須就收入或資本收益納稅。此外，開曼群島並無就支付予股東的股息徵收預扣稅。

根據香港稅務條例，就本公司於香港註冊成立的附屬公司而言，利得稅率按年內估計應課稅溢利的16.5%計算，惟本公司一家屬利得稅兩級制合資格企業的附屬公司除外。就該附屬公司而言，首2百萬港元應課稅溢利的稅率為8.25%，餘下應課稅溢利的稅率為16.5%。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「《企業所得稅法》」），本公司設於中國的附屬公司及VIE須按25%的法定稅率納稅。根據國稅函2009第203號，倘實體獲認證為「高新技術企業」（「**高新技術企業**」），可享有優惠所得稅率15%。截至2026年6月30日止六個月，本集團旗下三間附屬公司取得高新技術企業證書，因此按15%的稅率納稅。

其他海外附屬公司的稅項乃按相關國家現行適當稅率計算。

許多國家及司法權區已頒佈新的稅法以實施由經濟合作與發展組織（「**經合組織**」）發佈的支柱二示範規則，自2024年1月1日起生效。經合組織的支柱二倡議引入了15%的全球最低稅率，並在各司法權區逐一實施。本集團認為，目前採納全球最低實際稅率的影響並不重大。本集團持續監察監管動態以及經合組織的額外指引，並持續評估其影響。

由於本公司所在地國家開曼群島的法定所得稅率為0%，且我們於中國擁有最重要的業務，就應用《會計準則彙編》專題第740號項下的所得稅披露規定而言，我們將中國確定為實際所在地國家，並在稅率調節中使用中國的法定所得稅率。

中國及境外除稅前利潤（損失）載列如下：

	截至2025年 12月31日 止年度 人民幣	截至2026年 6月30日 止六個月 人民幣
中國	(92,947)	61,168
其他境外司法權區	(107,816)	14,324
中國及境外除稅前利潤（損失）總額	(200,763)	75,492

我們的所得稅撥備（收益）詳情載列如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2026年
	人民幣	人民幣
即期稅項：		
中國	16,367	30,260
境外	<u>(4,851)</u>	<u>2,013</u>
即期稅項總額	<u>11,516</u>	<u>32,273</u>
遞延稅項：		
中國	(1,724)	2,612
境外	<u>(2,845)</u>	<u>313</u>
遞延稅項總額	<u>(4,569)</u>	<u>2,925</u>
所得稅撥備總額	<u><u>6,947</u></u>	<u><u>35,198</u></u>

6. 應收賬款淨額

應收賬款淨額包括以下項目：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
應收賬款	2,350,933	2,290,161
信貸虧損撥備：		
期初結餘	(126,936)	(177,770)
添加	(59,278)	(3,205)
撥回	972	—
匯兌損失	7,176	4,639
撤銷	296	347
期末結餘	(177,770)	(175,989)
應收賬款淨額	<u>2,173,163</u>	<u>2,114,172</u>

於相關確認日期的應收賬款賬齡分析如下：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
0至3個月	2,015,506	1,878,779
3至6個月	108,953	145,092
6至12個月	28,552	68,249
1年以上	197,922	198,041
應收賬款總額	<u>2,350,933</u>	<u>2,290,161</u>

7. 應付賬款及應付票據

應付賬款及應付票據包括以下項目：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
應付賬款	466,081	453,427
應付票據	<u>335,171</u>	<u>235,386</u>

於相關發票日期的應付賬款賬齡分析如下：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
0至12個月	466,081	453,427
1年以上	<u>—</u>	<u>—</u>
應付賬款總額	<u>466,081</u>	<u>453,427</u>

於相關發行日期的應付票據賬齡分析如下：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
0至12個月	335,171	235,386
1年以上	<u>—</u>	<u>—</u>
應付票據總額	<u>335,171</u>	<u>235,386</u>

8. 短期貸款

截至2025年12月31日及2026年6月30日的短期貸款如下：

	截至	
	2025年 12月31日 人民幣	2026年 6月30日 人民幣
短期貸款		
短期銀行借款	<u>1,207,773</u>	<u>1,238,975</u>

短期銀行借款

本集團與多間中國商業銀行訂立一年期信貸融資，為本集團提供循環信貸額度。根據該等信貸融資，本集團截至2025年12月31日止年度及截至2026年6月30日止六個月可分別借入最多人民幣3,632,000元及人民幣4,090,000元，僅可用作維持日常運營。

截至2025年12月31日，本集團已透過取得短期銀行借款、發出擔保函及應付票據分別動用信貸融資人民幣1,012,928元、人民幣128,282元及人民幣386,245元。因此，截至2025年12月31日可動用作日後借款的信貸融資為人民幣2,104,545元。信貸融資將於2026年1月至12月期間屆滿。

截至2026年6月30日，本集團已透過取得短期銀行借款、發出擔保函及應付票據分別動用信貸融資人民幣1,070,975元、人民幣147,057元及人民幣217,902元。因此，截至2026年6月30日可動用作日後借款的信貸融資為人民幣2,654,066元。信貸融資將於2026年7月至2027年5月期間屆滿。

9. 股息

董事會並不建議就截至2025年及2026年6月30日止六個月分派任何中期股息。

10. 普通股及庫存股

於2024年1月，本公司宣佈一項12個月期的高達20百萬美元的股份回購計劃。截至2025年及2026年6月30日止六個月，本公司分別回購1,471,428股及零股庫存股，總金額分別為1.4百萬美元及零。

截至2025年及2026年6月30日止六個月，概無期權獲行使、177,900份及106,348份限制性股份單位獲歸屬。

管理層討論及分析

業務回顧

概覽

我們是中國品牌電商服務行業的領先先行者以及數字商業賦能者。憑藉端到端的電商服務功能、全渠道專業知識和技術驅動的解決方案，我們賦能廣泛多樣的品牌發展並取得成功。

鑒於線上及線下商業日益融合，我們認為該趨勢乃為一個重大機遇。本著「科技成就商業未來」的願景，我們先進的技術和運營平台提供統一穩固的基礎，支持我們擴大服務及市場範圍。於2023年，我們將業務擴展至三條業務線，分別是寶尊電商(BEC)、寶尊品牌管理(BBM)以及寶尊國際(BZI)。我們在電商行業的19年專業知識及技術進步允許我們快速擴大規模並與品牌合作夥伴建立更深入的關係。我們的策略利用各業務線的良性循環及協同效應。自2023年第一季度起，我們有兩個經營分部：電商業務（包括BEC及BZI）及品牌管理（代表BBM）。

電商包括我們的中國及國際電商業務，涵蓋品牌店鋪運營、客戶服務和物流及供應鏈管理、IT及數字營銷等增值服務。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。我們旨在利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。

我們的營收由截至2025年6月30日止六個月的人民幣4,617.0百萬元增加11%至2026年同期的人民幣5,124.0百萬元，主要受本集團的兩條業務線所推動。截至2026年6月30日止六個月，我們的非公認會計準則下的經營利潤增長至人民幣82.4百萬元，而2025年同期的非公認會計準則下的經營損失為人民幣60.8百萬元，主要由於業務質量及運營效率有所提升。

電商

電商包括我們的電商業務，涵蓋品牌店鋪運營、客戶服務和物流及供應鏈管理、IT及數字營銷等增值服務。憑藉端到端的電商服務功能、全渠道專業知識和技術驅動的解決方案，我們賦能廣泛多樣的品牌發展並取得成功。

我們的競爭優勢使我們的品牌合作關係實現快速增長。我們與飛利浦、耐克和微軟等各個行業中的全球知名品牌合作。我們能夠利用我們高效的電商運營能力及有效的全渠道解決方案，協助品牌合作夥伴應對宏觀經濟帶來的挑戰，足證我們服務的價值。

通過對各種品牌需求的深入了解，我們能夠提供使我們在其他市場參與者中突圍而出的價值主張。

- 多種類、多品牌的能力：我們的能力延伸至多個種類及不同類型、規模及處於不同發展階段的品牌。我們具備涵蓋整個電商價值鏈的深入行業特定領域知識。
- 全方位服務：我們提供整合一站式解決方案，以應對電商運營的所有核心方面，包括IT解決方案、網店運營、數字營銷、客戶服務及倉儲配送。我們能夠提供一站式電商解決方案有賴我們專有和強大的技術棧，包括可有效設置品牌官方商城和官方平台店鋪的雲系統、促進網店順暢及高效運營的ROSS；推動我們高效及有效的數字營銷解決方案的大數據分析和AI能力；支持貼心、實時的售前和售後客戶服務及客戶互動的客戶關係管理（或CRM）；以及實現統一、可靠的多類別倉儲和配送服務的訂單管理系統（或OMS）和倉庫管理系統（或WMS）。我們堅持投資新技術及基礎架構，從而為我們的品牌合作夥伴提供創新而可靠的解決方案。
- 全渠道覆蓋：我們幫助品牌合作夥伴適應中國複雜的電商生態系統及不斷演變的電商格局，並協助他們在當中蓬勃發展。我們使品牌能夠整合線上線下運營。我們幫助品牌合作夥伴制定及實施連貫的電商策略，有關策略需要進行跨渠道的整體績效分析，並針對不同平台採取平衡的策略。

根據品牌合作夥伴的不同需求，我們根據三種業務模式運營業務：經銷模式、服務費模式及寄售模式。在經銷模式下，我們主要通過向消費者銷售我們購自品牌合作夥伴及／或其授權經銷商的产品產生產品銷售營收，而在服務費模式及寄售模式下，主要通過向品牌合作夥伴及其他客戶收取費用以產生服務營收。

除中國內地外，我們亦於11個海外市場設有辦事處，包括中國香港、中國澳門、中國台灣、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國、韓國、日本、越南及法國。

我們的業務模式及解決方案

通過我們的整合品牌電商功能，我們提供端到端品牌電商解決方案，滿足我們品牌合作夥伴的獨特需求。我們利用品牌合作夥伴的資源，並與他們的後台系統無縫整合，實現整個交易價值鏈的數據分析，從而使我們的服務成為品牌合作夥伴電商功能的重要組成部分。

我們的電商功能涵蓋電商價值鏈的各個方面，包括網店運營、客戶服務、IT解決方案、數字營銷、倉儲配送。因應每個品牌合作夥伴的特定需求及其產品類別的特點，我們的品牌合作夥伴可根據經銷模式、服務費模式及寄售模式中的一種或多種業務模式使用一種或多種解決方案。

電商於截至2026年6月30日止六個月的經營摘要

截至2026年6月30日止首六個月期間，服務營收增長8.5%，主要受數字營銷及IT解決方案所推動。

BEC已成為可持續的現金引擎。憑藉更精準的執行和持續嚴格的成本管控，BEC如今更加靈活，且能持續盈利。我們已從追求規模轉向注重價值，優先考慮利潤率的提升和可靠的現金生成。

全渠道能力始終是寶尊的核心優勢之一，也是未來發展的重點。我們持續提升全渠道能力，尤其是抖音及小紅書等新興渠道。我們相信，利用該成熟的網絡會將我們的成功經驗延伸至主要電商平台，並推動持續增長。

我們亦繼續致力於提升盈利能力。整個組織範圍內，我們正在實施一系列精益管理舉措，旨在簡化流程、降低成本並提升效率。此外，我們正將人工智能工具的應用範圍擴展至更廣泛的僱員群體和業務場景，以提升生產力。這些舉措顯著提升了我們的盈利能力，截至2026年6月30日止六個月電商非公認會計準則下的經營利潤增至人民幣120.0百萬元。

品牌管理

品牌管理從事全面品牌管理，並為全球品牌全能型的合作夥伴，助力在華全球品牌進一步釋放商業潛力，其提供戰略和策略定位、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專業知識。我們旨在利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。BBM的服務面向中高端的消費生活品牌。

我們的首項關鍵收購事項是收購Gap大中華地區業務。2023年1月，我們完成收購蓋璞(上海)商業有限公司，並開始在中國內地、中國香港及中國澳門經營Gap業務。同時，我們與The Gap, Inc.訂立一系列業務安排，據此，The Gap, Inc.授予我們於大中華地區獨家生產、營銷、經銷及銷售Gap產品的權利(包括產品本地化的能力)。

2023年，Baozun Brand Management Limited收購ABG Hunter LLC成立的特殊目的公司（「SPV」）51%的股權，該SPV持有Hunter品牌在大中華區及東南亞地區的相關知識產權。截至2026年6月30日，該SPV分別授予寶尊的關聯公司在(i)大中華區及(ii)新加坡、馬來西亞、柬埔寨、菲律賓、泰國及越南獨家生產、營銷、經銷及銷售Hunter品牌產品的權利。

我們的技術和視野使我們具備能力在實體零售與線上電商間構築可持續且互惠共贏的關係。我們致力於通過數字和實體的規模融合提供一流的無縫全渠道體驗，創造零售業鮮有人達成的非凡表現。我們正透過多項變革性收購及跨所有渠道在中國不懈發展我們的品牌，發展成為標誌性品牌的領先品牌管理公司。

GAP概況

GAP是全球最著名的生活品牌之一，自1969年創建以來一直鼓舞和激勵著消費者。該品牌創造標誌性風格，有關風格建基於其對以牛仔布及卡其褲為主的傳承，在經典與新風格相結合的過程中煥發生機。GAP是現代美式風格的權威。

GAP是BBM建立自身商業模式並實現整合數字化技術、零售和品牌目標的良例。我們目前的首要任務包括完善產品和商品策略，完善供應鏈基礎設施，並升級包括人才和技術的後端系統，實現以技術賦能、扎根中國、服務中國的數字化現代新零售模式。

我們2026年的關鍵戰略支柱集中在Gap的商品銷售、渠道擴展及營銷計劃，旨在建立健康的營收動能，同時持續提升獲利能力。截至2026年6月30日，我們經營GAP在中國內地的167家線下店鋪。雖然大多數店鋪集中在一、二線城市，但該品牌還繼續擴張至其他具有高發展潛力的中國城市。2026年我們計劃開設約50家新店鋪並將進一步優化店鋪架構和選址。

品牌管理於截至2026年6月30日止六個月的經營摘要

截至2026年6月30日止首六個月期間，BBM總營收同比增長30.3%至人民幣1,023.4百萬元。於2026年6月底，我們管理的線下門店數量為184家，包括167家GAP門店及17家我們管理的其他新興品牌門店。我們2026年的關鍵戰略支柱集中在Gap的商品銷售、渠道擴展及營銷計劃，旨在建立健康的營收動能，同時持續提升盈利能力。

商品銷售管理

商品銷售仍是GAP的核心增長引擎。扎根中國、服務中國的產品是我們的重中之重。以與中國市場有關的方式詮釋GAP品牌基因對我們而言至關重要。牛仔布、衛衣和針織衫等核心品類繼續支撐著業績表現，同時精選的合作項目也對產品組合起到互補作用。例如，我們與故宮及京劇的合作系列保持了強勁的銷售轉化率，彰顯了我們以商業化方式融合中國文化敘事與GAP全球基因的能力。於報告期間，我們與品牌代言人緊密合作，打造真實且引人入勝的內容，從而與受眾建立連接。我們亦推出契合零售日曆關鍵節點的季節性產品及限量風格系列。這些由品牌代言人主導的舉措提升了社交媒體熱度，從而提高消費者參與度，增強品牌知名度，並提升品牌影響力。

營銷管理

我們的戰略營銷舉措對於鞏固品牌資產、通過引人入勝的敘事和數字化互動提升品牌吸引力至關重要。在競爭激烈的服裝行業中，我們通過多渠道活動和精準合作，有效提升獲客能力，並培養持久的品牌忠誠度。這些舉措在塑造消費者認知方面發揮著關鍵作用，從而直接支持可持續增長和更健康的品牌組合。2026年上半年的營銷工作聚焦於本土化活動，包括成毅品牌代言人活動，以及與Victoria Beckham的合作及其他全球合作，從而增強消費者參與度並提升品牌相關性。我們亦圍繞Spring Break、勞動節、618及夏季促銷等關鍵節點，強化線上線下整合營銷、社交媒體內容及體驗式營銷形式，推動強勁的全渠道發展勢頭。總體而言，這些舉措持續鞏固品牌定位，同時支持流量、參與度及銷售。

零售管理

線下擴張仍然是我們的戰略重點。藉著消費者主導及零售導向策略，我們已成功地提升競爭力、店舖效益以及對市場變化的應變能力。於報告期間，我們繼續優化零售管理能力。

2026年上半年，我們共開設11家新的GAP門店及4家其他新興品牌門店，使2026年6月底門店總數達到184家。得益於更優的選址和更出色的視覺營銷，新門店的表現持續優於老門店。優化的店內體驗和以穿搭為基礎的陳列方式，推動銷售效率實現兩位數的增長。這些早期業績指標令人鼓舞，增強了我們對門店擴張戰略的信心。因此，我們將加快開店步伐以延續這一勢頭，並繼續遵循輕資產經營策略，採用直營店與合作店相結合的混合模式來拓展門店網絡。

供應鏈管理

有效的供應鏈管理對取得可持續增長至關重要。我們重視產品創新、質量監控，以及保證供應鏈的反應速度和成本效益。於報告期間，我們提高了供應鏈能力，以更好地滿足顧客需求。我們將繼續制定提高供應鏈運營效率及釋放毛利機遇的策略。我們相信，透過有效利用基礎設施提升供應鏈效益及管理營運資金將使我們能夠更好地控制成本及向客戶提供卓越服務。

人才

我們相信，人才、投入及團隊的激情始終是競爭優勢的關鍵。我們提出獨特的時尚主張，由創意、創新、設計及質量來界定。我們成功在短期內填補關鍵崗位。新員工為本地行業專家，在知名的領先跨國公司及本地服裝公司均具有豐富經驗。我們相信，這將加速業務轉型和提高組織效率。

總體而言，品牌管理迎來關鍵的轉折點。經過三年的定位調整和本土化進程，我們的品牌管理平台及GAP在2025年第四季度實現首個季度盈虧平衡。這一里程碑驗證了我們模式的可持續性。更重要的是，規模效應正開始轉化為切實的經營槓桿，標誌著從扭虧為盈邁向盈利性增長。

前景

2026年，我們將從重建階段轉向規模化發展。當前，我們的首要任務是鞏固現有成果並在未來三年加速。我們將通過電商業務利潤率的提升、品牌管理業務形成規模效應與運營槓桿，以及深化電商與品牌管理業務板塊之間的戰略協同效應來實現這一目標。

我們認為，我們應用於品牌運營的技術專業知識是寶尊品牌的核心。無論我們採用何種業務模式，我們的技術及專業知識均為我們的戰略提供了堅實的基礎。我們近期開始在GAP電商運營中試點人工智能及自動化舉措，以簡化若干流程。初步結果顯示效率大幅提升，突顯了將該等能力擴展至更廣泛BEC生態系統的潛力。隨著業務基本面的鞏固，我們繼續專注於執行我們的計劃。憑藉更強大的組織、行之有效的戰略以及高度專注的執行文化，我們正滿懷信心和動力邁入下一階段。

財務回顧

收入

本集團的收入主要來自產品銷售及服務。下表載列所示期間的收入明細：

	截至6月30日止六個月				
	2026年		2025年		
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	增長率
淨營收					%
產品銷售	2,070,580	40.4%	1,803,389	39.1%	14.8%
服務	3,053,452	59.6%	2,813,632	60.9%	8.5%
總計	5,124,032	100.0%	4,617,021	100.0%	11.0%

於報告期間，本集團的總淨營收約為人民幣5,124.0百萬元（755.2百萬美元）（2025年6月30日：人民幣4,617.0百萬元），較2025年同期增長約11.0%，主要由本集團兩條業務線推動。

產品銷售營收

報告期間產品銷售營收較去年同期增加主要是由於本公司優化其產品組合經銷模式（尤其是服飾、健康及營養品類）及Gap品牌銷售增長，原因是本公司持續優化商品計劃、渠道及營銷計劃帶動銷售。截至2026年6月30日止六個月，產品銷售營收，包括來自電商及品牌管理的產品銷售營收，分別為人民幣1,051.1百萬元及人民幣1,022.9百萬元，而截至2025年6月30日止六個月，來自電商及品牌管理的產品銷售營收分別為人民幣1,021.8百萬元及人民幣782.7百萬元。

服務營收

服務營收較去年同期增加人民幣239.8百萬元，主要是由於數字營銷及IT解決方案增加人民幣244.5百萬元。

產品成本

產品成本於經銷模式下產生。產品成本包括產品採購價及入庫運費以及存貨撇減。報告期間產品成本為人民幣1,377.6百萬元（203.0百萬美元）（2025年6月30日：人民幣1,258.7百萬元）。報告期間的產品成本較去年同期增加主要是由於BEC及BBM產品銷售均有所增加。

履約費用

履約費用主要包括(i)第三方快遞公司就派送及交付產品予消費者收取的費用；(ii)經營配送及客戶服務中心所產生的開支，包括人員成本及採購、接收、檢查及倉儲存貨、檢索、包裝及準備客戶訂單以供付運以及網店運營應佔開支；(iii)租賃倉庫的租賃開支；及(iv)包裝物料成本。履約費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,130.5百萬元減少5.5%至報告期間的人民幣1,068.7百萬元(157.5百萬美元)。該減少主要是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

銷售及營銷費用主要包括銷售及營銷員工的工資、花紅及福利、廣告費用、支付予營銷平台的服務費、代理費及宣傳材料費用。銷售及營銷費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,738.2百萬元增加19.1%至報告期間的人民幣2,070.5百萬元(305.2百萬美元)，主要是由於報告期內BEC數字營銷服務的收入貢獻增加，以及BBM營銷活動及與線下門店擴張相關的開支增加。

技術與內容費用

技術與內容費用主要包括技術系統部門僱員工資與相關開支、技術基礎設施開支、與內部使用的電腦、存儲及電信基礎設施相關的成本以及其他成本(如編輯內容成本)。技術與內容費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣231.1百萬元增加3.4%至報告期間的人民幣239.0百萬元(35.2百萬美元)，主要是由於本公司加大對人工智能相關項目的投資，部分被本公司持續實施成本控制及效率提升措施所抵銷。

管理及行政費用

管理及行政費用主要包括管理層及參與公司一般職務的僱員工資與相關開支、辦公室租金、管理及行政職務所用物業及設備涉及的相關折舊及攤銷費用、就呆賬計提撥備、專業服務與諮詢費用及就一般公司目的產生的其他開支。管理及行政費用由截至2025年6月30日止六個月的人民幣394.9百萬元減少14.1%至報告期間的人民幣339.3百萬元(50.0百萬美元)。該減少主要是由於去年撇減應收賬款合共人民幣53.3百萬元。

其他經營淨利潤(開支)

其他經營利潤主要包括本集團附屬公司於中國從地方政府獲取的作為於若干地方區域進行業務的激勵的現金補貼。其他經營利潤由截至2025年6月30日止六個月的人民幣43.0百萬元減少19.3%至報告期間的人民幣34.7百萬元(5.1百萬美元)，主要是由於政府補助減少。

其他收入(開支)

其他收入(開支)淨值包括淨利息開支或收入、未實現投資(損失)收益、金融工具的公允價值變動及匯兌(損失)收益。報告期間，其他開支(淨值)約為人民幣11.8百萬元(1.7百萬美元)，較截至2025年6月30日止六個月的約人民幣4.9百萬元增加約140.8%。該增加主要歸因於淨利息收入增加。

所得稅支出

於報告期間，我們的所得稅支出為人民幣35.2百萬元(5.2百萬美元)，而截至2025年6月30日止六個月為人民幣6.9百萬元，主要歸因於中國內地附屬公司所賺取的利潤增加。

淨利潤(損失)

由於上述因素的影響，報告期間錄得淨利潤約人民幣42.0百萬元(6.2百萬美元)，而截至2025年6月30日止六個月為淨損失人民幣92.7百萬元。

流動資產

截至2026年6月30日，本集團的流動資產約為人民幣6,752.0百萬元(995.1百萬美元)，較截至2025年12月31日約人民幣6,803.1百萬元減少0.8%。截至2026年6月30日，本集團的流動比率(流動資產除以流動負債)約為1.9倍(2025年12月31日：約1.9倍)。

應收賬款(扣除信貸虧損撥備)

應收賬款指應收客戶賬款。應收賬款(扣除信貸虧損撥備)由截至2025年12月31日的人民幣2,173.2百萬元減少2.8%至截至2026年6月30日的人民幣2,114.2百萬元(311.6百萬美元)。

應付賬款及應付票據

應付賬款指應付供應商款項。截至2026年6月30日，應付賬款約為人民幣453.4百萬元（66.8百萬美元），較截至2025年12月31日約人民幣466.1百萬元減少約2.7%。

預提費用及其他流動負債

其他流動負債主要包括應計物流開支、應付薪金及福利以及應計營銷開支。

截至2026年6月30日，預提費用及其他流動負債約為人民幣1,363.4百萬元（200.9百萬美元），較截至2025年12月31日約人民幣1,359.4百萬元增加約0.3%。

流動資金及資本資源

我們主要透過經營活動所得現金、公開發售及私募配售所得款項、短期銀行借款為業務撥資。

現金及現金等價物

我們的現金及現金等價物一般包括以人民幣、美元及港元計值的銀行存款。銀行存款按0%至6.25%的市場年利率計息。截至2026年6月30日，我們的現金及現金等價物、限制性現金及短期投資分別約為人民幣1,193.6百萬元（175.9百萬美元）、人民幣90.8百萬元（13.4百萬美元）及人民幣1,615.3百萬元（238.1百萬美元）（2025年12月31日：人民幣907.3百萬元、人民幣141.0百萬元及人民幣1,747.0百萬元）。現金狀況於報告期間及去年同期保持穩定。

短期貸款

截至2026年6月30日，我們的短期貸款約為人民幣1,239.0百萬元（182.6百萬美元）（2025年12月31日：人民幣1,207.8百萬元）。

本集團短期銀行借款於報告期間的實際利率介乎2.1%至2.9%（2025年12月31日：2.2%至2.9%）。

資產抵押

截至2026年6月30日，我們已抵押人民幣184.3百萬元的銀行存款以擔保未償還銀行借款人民幣168.0百萬元。

資產負債比率

資產負債比率按期末負債總額除以期內權益總額再乘以100.0%計算。截至2025年12月31日及2026年6月30日，資產負債比率分別為0.77及0.74。

或然負債及承擔

截至2026年6月30日，本集團並無任何重大或然負債或承擔。

信貸風險集中

可能使本集團面臨重大集中信貸風險的財務工具主要包括現金及現金等價物、限制性現金、應收賬款、短期投資及應收關聯方款項。

截至2026年6月30日及2025年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣1,193.6百萬元（175.9百萬美元）及人民幣907.3百萬元，限制性現金分別為人民幣90.8百萬元（13.4百萬美元）及人民幣141.0百萬元，短期投資分別為人民幣1,615.3百萬元（238.1百萬美元）及人民幣1,747.0百萬元。本集團所有現金及現金等價物、限制性現金及短期投資均由位於中國、中國香港、日本及中國台灣且管理層認為擁有良好信貸質素的主要金融機構持有。

截至2026年6月30日及2025年12月31日，我們的應收賬款（扣除信貸虧損撥備）分別為人民幣2,114.2百萬元（311.6百萬美元）及人民幣2,173.2百萬元，應收關聯方款項則分別為人民幣3.2百萬元（0.5百萬美元）及人民幣6.2百萬元。應收賬款及應收關聯方款項通常為無抵押並來自賺取中國客戶的營收。應收賬款涉及的風險透過本集團對其客戶進行的信貸評估及其對未償還結餘進行的持續監察程序而有所緩減。

外匯風險

本集團面臨主要來自購買貨品或服務導致以外幣計值的應付款項的外匯風險。人民幣兌外幣（包括美元）乃根據中國人民銀行設定的匯率進行。人民幣兌美元曾出現大幅及不可預測的波動。於報告期間，本集團已運用若干金融工具減輕其外匯風險。本集團將繼續關注外匯風險，採取審慎措施減輕外匯風險，並於必要時採取適當行動。

所持重大投資、重大收購及出售

截至2026年6月30日，本集團並無持有重大投資（包括對被投資公司的任何投資，其價值佔本集團截至2026年6月30日資產總額的5%或以上）。於報告期間，概無重大收購及出售附屬公司、聯營公司或合營企業。

有關重大投資及資本資產的未來計劃

截至本公告日期，本集團並無就重大投資或資本資產簽立任何協議，亦無有關重大投資或資本資產的任何其他計劃。然而，隨著中國電子商務及零售市場的發展，倘未來出現任何潛在投資機會，本集團將進行可行性研究並編製實施計劃，以考慮其是否對本集團及股東整體有利。

僱員及薪酬政策

截至2026年6月30日，本集團擁有6,626名全職僱員，而截至2025年12月31日為6,960名。全職僱員的減少主要由於本公司的效率改善及成本控制措施。

我們的成功取決於我們吸引、保留及激勵合資格人員的能力。我們的高級管理團隊成員大部分擁有海外或頂級教育背景、優秀IT能力、豐富行業知識以及與品牌合作夥伴的豐富工作經驗。此外，我們的品牌管理團隊人員與不同品牌建立了良好的文化聯繫。我們已發展出鼓勵團隊合作、高效、自我發展和堅定承諾的企業文化，務求為品牌合作夥伴提供最優質的服務。我們通常給予員工現金報酬和福利，亦可能根據股權激勵計劃授予員工期權及限制性股份單位。我們一般與員工簽訂標準的勞動合同，亦與高級管理人員簽訂標準的保密及不競爭協議。不競爭限制期通常在僱傭關係終止後持續最多兩年，在此期間，我們於該限制期內按員工離職前工資的一定比例向其作出補償。

為了提升表現及服務質素，我們已建立全面培訓計劃，當中包括入職培訓和在職培訓。我們的入職課程涵蓋企業文化、商業道德、電子商務工作流程及服務等主題。我們的在職培訓包括商務英語和商務演講培訓、初級管理人員管理培訓營及客戶服務代理職業發展計劃。

期後事項

除本公告所披露者外，2026年6月30日直至本公告日期期間概無發生可能對本集團經營及財務表現造成重大影響的事件。

遵守企業管治守則

我們力爭達致高標準的企業管治，這對我們的發展及保障股東權益而言至關重要。本集團已採納《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「香港聯交所」)(「《上市規則》」)附錄C1所載的企業管治守則(「企業管治守則」)第二部分的守則條文作為其自身的企業管治守則。

除下文原因導致的偏離外，本集團於報告期間已遵守企業管治守則。

根據企業管治守則守則條文第C.2.1條，主席與首席執行官的職責應有區分，並不應由一人同時兼任。然而，我們並無區分主席與首席執行官，目前由仇先生同時兼任兩個角色。仇先生負責本集團整體管理、運營及戰略發展，作為本集團創始人，其對我們的增長及業務運營起著重要作用。考慮到管理及業務策略實踐的延續性，董事(包括獨立董事)認為由一人同時兼任主席與首席執行官將令本公司能夠更有效及高效地制定業務策略及執行業務計劃。現有的安排有利於本集團的業務前景及管理，且符合本公司及股東的整體利益。高級管理層及董事會均由經驗豐富且具備才能的人員組成，其運作可確保權力及職責均衡。董事會將定期檢討此架構的有效性以確保其適合本集團的情況。

遵守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」)作為董事於報告期間進行證券交易的守則。

經向全體董事作出具體查詢後，全體董事均確認其於報告期間已嚴格遵守標準守則所載標準。

董事會亦已採納標準守則以規管因職位或僱傭而可能擁有有關本公司證券的未公開之本公司內幕消息的相關僱員(包括任何僱員或附屬公司或控股公司的董事或僱員)進行的所有交易。經作出合理查詢後，於報告期間並未發現本公司相關僱員有違反標準守則的情況。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股）。

截至2026年6月30日，(i)已購回約4,387,425股美國存託股代表的13,162,277股庫存股由本公司持有，可按現行市價在公開市場轉售以為本公司籌集資金，或轉讓或用於其他目的，如根據1934年美國證券交易法（經修訂）第10b5-1條及／或第10b-18條按計劃實施（視乎市況及根據適用法律、規則及法規）；及(ii)概無本公司購回的股份待註銷。

審閱中期業績

本公司已遵照《上市規則》成立審核委員會（「**審核委員會**」）。審核委員會已審閱該報告期間的未經審核中期財務業績，認為未經審核中期財務業績符合相關會計準則、規則及法規，且已作出適當披露。

此外，本公司的獨立核數師畢馬威會計師事務所已根據由香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱報告期間的未經審核簡明綜合財務報表。

中期股息

董事會議決不建議派付報告期間的中期股息（2025年：零）。

非公認會計準則財務計量

評核業務時，我們考慮並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淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)，作為補充計量以審視及評核我們的經營表現。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。非公認會計準則下的經營利潤(損失)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關費用、商譽減值以及回購的美國存託股的註銷費影響後的經營利潤(損失)。非公認會計準則下的淨利潤(損失)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關費用、商譽及投資減值、回購的美國存託股的註銷費、金融工具的公允價值變動、權益法投資的非暫時性減值、處置／收購附屬公司(收益)及未實現投資損失(收益)影響後的淨利潤(損失)。非公認會計準則下歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤(損失)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關費用、商譽及投資減值、回購的美國存託股的註銷費、金融工具的公允價值變動、權益法投資的非暫時性減值、處置／收購附屬公司損失(收益)及未實現投資損失(收益)影響後的歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤(損失)。非公認會計準則下歸屬於寶尊普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)指非公認會計準則下歸屬於寶尊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，原因是每股美國存託股代表三股A類普通股。

我們呈列非公認會計準則財務計量，因為管理層亦用此評核我們的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)、非公認會計準則下歸屬於寶尊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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)使管理層得以評估我們的經營業績，而無須考慮股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷及未實現投資損失影響。該等項目為並非與我們的業務經營直接相關的非現金費用。股份激勵費用指與我們根據股權激勵計劃授出的期權及限制性股份單位相關的非現金費用。業務收購產生的無形資產攤銷指透過一次性業務收購取得的無形資產相關的非現金費用。未實現投資損失指股權投資公允價值變動所涉及的非現金費用。我們認為除去該等非現金項目後，非公認會計準則財務計量有助識別可能被扭曲的核心經營業績相關趨勢。因此，我們認為非公認會計準則財務計量有助投資者評估我們的經營表現，加深對我們過往表現及未來前景的全面理解，以及有助更清晰地了解管理層於財務及經營決策中所用的主要指標。

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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)的其中一項主要限制，是它們並無反映影響我們營運的所有收入(損失)及支出項目。股份激勵費用及業務收購產生的無形資產攤銷以及未實現投資損失已經及可能繼續於業務過程中產生，且並未於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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)的呈列中反映。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，因此可比性有限。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淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊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普通股股東的每股美國存託股攤薄淨利潤(損失)，不應獨立考慮或視為可替代經營利潤(損失)、淨利潤(損失)、歸屬於寶尊普通股股東的淨利潤(損失)及歸屬於寶尊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。

我們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，從而在評核我們的表現時應予考慮。我們鼓勵閣下全面審查我們的財務資料，而非依賴單一財務計量。

下表為非公認會計準則財務計量與最接近的美國公認會計準則績效計量的對賬：

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6月30日止六個月		
	2025年 人民幣	2026年 人民幣	美元
經營(損失)利潤	(93,368)	63,666	9,384
加：股份激勵費用	16,790	4,438	654
業務收購產生的無形資產攤銷	15,802	14,270	2,103
非公認會計準則下的經營(損失)利潤	(60,776)	82,374	12,141
淨(損失)利潤	(92,722)	42,027	6,193
加：股份激勵費用	16,790	4,438	654
業務收購產生的無形資產攤銷	15,802	14,270	2,103
未實現投資(收益)損失	(8,375)	4,632	683
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響 ⁽¹⁾	(3,604)	(3,222)	(475)
非公認會計準則下的淨(損失)利潤	(64,455)	62,145	9,158
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨 (損失)利潤	(97,038)	9,561	1,408
加：股份激勵費用	16,790	4,438	654
業務收購產生的無形資產攤銷	11,056	9,586	1,413
未實現投資(收益)損失	(8,375)	4,632	683
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響 ⁽¹⁾	(2,418)	(2,051)	(302)
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(損失)利潤	(75,163)	26,166	3,856
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)利潤：	(1.30)	0.45	0.06
用於計算每股普通股攤薄淨(損失)利潤 的加權平均股數	173,335,650	175,643,316	175,643,316

(1) 本公司對非公認會計準則調整項目進行評估並得出結論，除業務收購產生的無形資產攤銷外，該等項目對所得稅的影響並不重大。

刊發中期業績及2026年中期報告

本公告刊登於本公司網站(<http://ir.baozun.com>)及香港聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)。2026年中期報告將於適當時候可於本公司及香港聯交所網站查閱。

承董事會命
寶尊電商有限公司
仇文彬
主席

香港，2026年8月27日

截至本公告日期，董事會包括董事仇文彬先生(主席)、吳駿華先生、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。

本公告載有前瞻性陳述，涉及本集團的業務展望、財務表現估計、預測業務計劃及發展策略，該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本公告刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提，當中有些涉及主觀因素或不受我們控制，該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及許多風險及不明朗因素。鑒於風險及不明朗因素，本公告內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故投資者不應過度倚賴該等陳述。

* 僅供識別