

上海2024年11月21日 /美通社/ -- 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 其截至2024年9月30日止第三季度的未經審計財務業績。

寶尊集團董事長兼首席執行官仇文彬先生表示「寶尊堅定推進落實戰略願景 在多項轉型舉措的推動下實現了強勁的收入 長。2024年第三季度 得益於寶尊電商板塊和寶尊品牌管理板塊的雙重卓越表現 寶尊集團板塊實現收入同比 長12.8%。寶尊品牌管理板塊下的GAP中國業務近年首個季度取得可比收入 長 是我們品牌管理能力和GAP『紮根中國服務中國』戰略的有力彰顯。第三季度是各業務線持續回升向好的關鍵時期 也充分展現了我們的戰略 性與適應力。」

寶尊集團首席財務官祝燕潔女士表示「寶尊在2024年三季度收入實現同比兩位數的 長 其中電商板塊收入同比 長13.9% 品牌管理收入同比 長10.3%。得一提的是 電商 品銷售收入在連續十二個季度同比下滑後恢復 長。此外 我們在創意 容電商領域積極 局 推動抖音管道收入實現三位數同比 長 突顯了我們在電商領域的靈活性和知名地位。寶尊品牌管理繼續加強當地語系化舉措 為可持續發展奠定基礎。我們對未來的 長前景充滿信心, 會持續執行股票回購計畫 年初至今已為回購美國存托股票支付近990萬美元。」

- 總淨營收為人民幣2,057.0百萬元 293.1百萬美元<sup>[1]</sup> 較2023年同期人民幣1,823.6百萬元 按年 長12.8%。
- 經營損失為人民幣114.5百萬元 16.3百萬美元 去年同期為人民幣135.7百萬元 經營損失收窄主要由於電商業務的虧損收窄。經營損失率為5.6% 2023年同期為7.4%。
- 非公認會計準則下的經營損失<sup>[2]</sup> 為人民幣85.2百萬元 12.1百萬美元 去年同期為人民幣90.4百萬元 經營損失收窄主要由於電商業務的虧損收窄。非公認會計準則下的經營損失率為4.1% 2023年同期為5.0%。
  - 電商業務<sup>[3]</sup>的經調整經營損失為人民幣29.8百萬元 4.2百萬美元 2023年同期為40.3百萬元。
  - 品牌管理業務<sup>[3]</sup>的經調整經營損失為人民幣55.3百萬元 7.9百萬美元 2023年同期為50.1百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣88.1百萬元 12.6百萬美元 較2023年同期為人民幣126.4百萬元收窄。
- 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66.8百萬元 9.5百萬美元 2023年同期為人民幣76.4百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 股美國存托股「美國存托股<sup>[5]</sup>」 基本及攤薄淨虧損均為人民幣1.48元 0.21美元 2023年同期均為人民幣2.12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 股美國存托股攤薄淨虧損<sup>[6]</sup> 為人民幣1.12元 0.16美元 2023年同期均為人民幣1.28元。
- 截至2024年9月30日 現金及現金等價物、限制性現金及短期投資為人民幣2,655.2百萬元 378.4百萬美元 截至2023年12月31日為人民幣3,072.8百萬元。

上述提及之非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。

---

寶尊電商包括我們的中國電商業務 涵蓋品牌店鋪運營、客 服務、倉儲物流、技術服務和數字營銷等 服務。本季度電商業務收入同比 長13.9% 其中 品銷售收入和服務收入均實現同比雙位數 長。 品銷售收入 長主要得益於美容化妝品品類 服務收入 長主要得益於更高需求的數字營銷和技術服務。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。截至第三季度末 約48.2 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 品牌管理業務實現 品銷售收入為人民幣329.8百萬元 47.0百萬美元 品牌管理 品銷售毛利率為52.8%。截至2024年第三季度 我們共計管理Gap和Hunter品牌線下店鋪數量達146家。

為人民幣2,057.0百萬元 293.1百萬美元 較去年同期的人民幣1,823.6百萬元 長12.8%。總淨營收的長主要由於服務收入長14.2%。

為人民幣783.1百萬元 111.6百萬美元 去年同期為人民幣707.9百萬元 其中

- 為人民幣454.0百萬元 64.7百萬美元 較去年同期的人民幣411.6百萬元 長10.3%。  
長的主要原因是公司引入高質量經銷業務 部分抵消優化經銷模式的 品組合 尤其是電子和快消品品類。

電商業務的 品銷售收入按核心品類<sup>[7]</sup>列示明細

小家電	179.5	11 %	177.1	25.2	9 %	-1 %
美容化妝品	76.3	4 %	89.7	12.8	4 %	18 %
其他	155.8	8 %	187.2	26.7	9 %	20 %

- 為人民幣329.8百萬元 47.0百萬美元 較去年同期的人民幣296.3百萬元 長11.3%。本季度 長主要由於公司不斷優化商品策略及提升消費者體驗 促進Gap品牌銷售 長。

為人民幣1,273.9百萬元 181.5百萬美元 較去年同期的人民幣1,115.8百萬元 長14.2%。得益於 容創意和技術商業化進展 數字營銷和技術服務收入同比實現40.0% 長。

下表列出所示期間按業務類型的服務收入明細

線上店鋪運營	340.7	19 %	362.6	51.6	18 %	6 %
倉儲物流	431.7	23 %	433.8	61.8	21 %	0 %
數字營銷和技術服務	362.7	20 %	507.7	72.4	24 %	40 %
抵消跨分部交易的影響 <sup>[8]</sup>	(19.3)	-1 %	(30.2)	(4.3)	-1 %	56 %

服務收入中的線上店鋪運營收入按核心品類<sup>[9]</sup>列示明細

服飾與配件	248.4	14 %	275.7	39.2	13 %	11 %
- 奢侈品	86.3	5 %	86.8	12.3	4 %	1 %
- 運動服飾	101.3	6 %	100.7	14.3	5 %	-1 %
- 其他服飾	60.8	3 %	88.2	12.6	4 %	45 %
其他	92.3	5 %	86.9	12.4	5 %	-6 %
抵消跨分部交易的影響 <sup>[10]</sup>	(11.2)	-1 %	(20.5)	(2.9)	-1 %	83 %

為人民幣2,171.5百萬元 309.4百萬美元 去年同期則為人民幣1,959.4百萬元。

- 為人民幣563.1百萬元 80.2百萬美元 去年同期則為人民幣491.2百萬元。該 長主要由於 品銷量的 長。
- 為人民幣519.4百萬元 74.0百萬美元 去年同期則為人民幣513.0百萬元。履約費用與上期基本持平 與倉儲物流收入

的變動基本一致。

- 為人民幣800.6百萬元 114.1百萬美元 去年同期則為人民幣637.5百萬元。該長主要由於電商業務數字營銷服務收入占比更高 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。
- 為人民幣140.7百萬元 20.1百萬美元 去年同期則為人民幣120.4百萬元。該長主要由於IT服務收入長 部分被公司的成本控制措施以及效率改善所抵消。
- 為人民幣176.6百萬元 25.2百萬美元 去年同期則為人民幣214.5百萬元。減少的主要由於公司的成本控制舉措和效率提高。

為人民幣114.5百萬元 16.3百萬美元 去年同期為人民幣135.7百萬元。經營損失率為5.6% 去年同期為7.4%。

為人民幣85.2百萬元 12.1百萬美元 去年同期為人民幣90.4百萬元。損失收窄主要由於電商業務虧損收窄。非公認會計準則經營損失率為4.1% 去年同期為5.0%。

為人民幣29.8百萬元 4.2百萬美元 2023年同期為40.3百萬元。 為人民幣55.3百萬元 7.9百萬美元 2023年同期為50.1百萬元。

為人民幣3.9百萬元 0.5百萬美元 去年同期未實現投資損失為人民幣7.8百萬元。本季度未實現投資收益主要與iClick公司的交易價格上升有關 iClick公司是一家在納斯達克全球市場上市的上市公司 於2021年1月投資。

為人民幣17.0百萬元 2.4百萬美元 去年同期為0。金融工具的公允價變動主要由於公司2024年第二季度投資的金融工具虧損所致。

人民幣11.9百萬元 1.7百萬美元 主要由於截至2024年9月30日第三季度港幣和日元的匯率變動 去年同期匯兌損失為人民幣1.3百萬元。

為人民幣88.1百萬元 12.6百萬美元 去年同期為人民幣126.4百萬元。

均為人民幣1.48元 0.21美元 2023年同期均為人民幣2.12元。

均為人民幣66.8百萬元 9.5百萬美元 去年同期為人民幣76.4百萬元。

均為人民幣1.12元 0.16美元 2023年同期均為人民幣1.28元。

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 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 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、中國臺灣、東南亞及歐洲等市場開展業務。

2 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。目前 本公司為Gap和Hunter在大中華區進行品牌管理運營。

下表提供了截至2023年和2024年9月30日的3個月 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

電商業務	1,543,276	1,757,320
品牌管理	299,645	330,605
抵消跨分部交易的影響*	(19,279)	(30,905)

電商業務	(40,300)	(29,781)
品牌管理	(50,091)	(55,331)
抵消跨分部交易的影響*	-	(51)

未分攤的費用		
股票薪酬支出	(29,415)	(19,628)
業務收購 生的無形資 攤銷	(7,911)	(9,529)
回購的美國存託股的註銷費	-	(162)
收購相關費用	(7,995)	-
其他收入	4,198	4,596

\*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、收購相關的專業費用、業務收購 生的無形資 攤銷、及回購的美國存託股的注銷費。

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 回購計劃 在該計劃下 本公司可自2024年1月24日起的十二個月回購其價 不超過2,000萬美元的發行在外(i)美國存託股 「美國存託股」 股代表三股A類普通股 及/或(ii) A 類普通股。截至2024年11月21日 本公司通過公開市場回購約3.6百萬美國存託股 總計回購金額約為9.9百萬美元。截至2024年11月21日 到2025年1月有效的董事會批准的股 回購項目剩餘額度為10.1百萬美元。

本公司將於2024年11月21日 星期四 東岸時間上午6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 地: 4001-206-115  
國際: 1-412-317-6061  
密碼: 5542701

業績電話會議的回放可於2024年11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: 8102663

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。

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 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制及呈列的財務資料。

本公司將非公認會計準則下的經營利潤 損失 定義為 除股 激勵費用、業務收購 生的無形資 攤銷、收購相關的專業費用、商譽減、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注銷費後的經營利潤 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 占總淨營收的百分率。本公司將非公認會計準則下的淨利潤 損失 定義為 除股 激勵費用、業務收購 生的無形資 攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減 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注銷費、衍生負債的公允價 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 占總淨營收的百分率。本公司將非公認會計

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 除股 激勵費用、業務收購 生的無形資 攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減 損失、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存托股和返還的美國存托股的注銷費、衍生負債的公允價損失、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 股美國存托股淨利潤 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 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 股美國存托股淨利潤 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 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 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 股美國存托股淨利潤 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 股美國存托股淨利潤 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 股美國存托股淨利潤 損失、或根據美國公認會計準則編制的其他財務計量。

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 本公司財務資料 而非依 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 程序 請參 隨附標題為「公認會計準則與非公認會計準則的業績對」的列表。

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匯如「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 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 包括但不限於載于本公司向美國證券交易委員會提交的存盤文件及本公司于香港聯合交易所有限公司網站發的公告、通告或其他文件。本公告提供的所有數據以截至本新聞公 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。

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 網址 <http://ir.baozun.com>。

投資者及媒體如有 詢 請聯絡

Wendy Sun孫舒女士  
電郵 [ir@baozun.com](mailto:ir@baozun.com)

現金及現金等價物	2,149,531	1,066,670	151,999
限制性現金	202,764	325,603	46,398
短期投資	720,522	1,262,966	179,971
應收款淨額	2,184,729	1,860,841	265,168
存貨淨額	1,045,116	1,388,312	197,833
預付供應商款項	311,111	360,448	51,363
預付款項及其他流動資產	590,350	696,139	99,199
應收關聯方款項	86,661	6,006	856

長期投資	359,129	366,182	52,181
物業及設備淨額	851,151	821,363	117,043
無形資產淨	306,420	349,889	49,859
土地使用權淨額	38,464	37,695	5,371
經營租賃使用權資產	1,070,120	832,004	118,560
商譽	312,464	369,333	52,630
其他非流動資產	45,316	66,393	9,461
遞延項資產	200,628	213,258	30,389

短期借款	1,115,721	1,101,172	156,916
應付款	563,562	648,695	92,439
應付票據	506,629	515,866	73,510
應付所得	18,768	-	-
預提費用及其他流動負債	1,188,179	1,028,470	146,556
衍生負債	-	6,063	864
應付關聯方款項	32,118	3,093	441
流動經營租賃負債	332,983	267,888	38,174

遞延項負債	24,966	34,585	4,928
非流動經營租賃負債	799,096	631,252	89,953
其他非流動負債	40,718	43,835	6,246

可贖回非控制性權益	1,584,858	1,651,946	235,400
-----------	-----------	-----------	---------

A類普通股 股面 0.0001美  
元  
470,000,000股 獲授權發行  
截至2023年12月31日及2024年9  
月30日已發行在外股 分別為16  
7,901,880股及  
175,967,894股,流通在外股 分別  
為167,901,880股及171,385,456股

93 95 14

B類普通股 股面 0.0001美  
元

30,000,000股 獲授權發行  
截至2023年12月31日及2024年  
9月30日已發行及流通在外股 均  
為13,300,738股

8 8 1

資本公積

4,571,439 4,626,123 659,217

庫存股 截至2023年12月31日及  
2024年9月30日分別為無及8,718,  
300股

- (52,824) (7,527)

累計虧損

(506,587) (691,914) (98,597)

累計其他綜合收益

32,251 29,841 4,252

非控制性權益

169,674 178,908 25,494

品銷售<sup>(1)</sup>

707,855 783,132 111,595

服務

1,115,787 1,273,888 181,529

(2)

品成本

(491,160) (563,110) (80,243)

履約費用<sup>(3)</sup>

(512,997) (519,379) (74,011)

銷售及營銷費用<sup>(3)</sup>

(637,488) (800,562) (114,079)

技術與容費用<sup>(3)</sup>

(120,382) (140,725) (20,053)

管理及行政費用<sup>(3)</sup>

(214,487) (176,611) (25,167)

其他經營淨利潤

17,160 28,885 4,116

利息收入

24,466 14,585 2,078

利息費用	(11,190)	(8,727)	(1,244)
未實現投資損失 收益	(7,805)	3,855	549
匯兌收益損失	(1,273)	11,851	1,689
金融工具公允價 變動	-	(16,968)	(2,418)
所得 支出 <sup>(4)</sup>	(1,946)	18,569	2,646
權益法投資收益 虧損 扣除零 項	3,861	(1,938)	(276)
歸屬於非控制性權益股東 的淨 利潤 損失	(4,734)	10,193	1,452
歸屬於可贖回非控制性權 益股東的淨損失 利潤	7,900	(5,008)	(714)
基本 攤薄	(0.71) (0.71)	(0.49) (0.49)	(0.07) (0.07)
基本 攤薄	(2.12) (2.12)	(1.48) (1.48)	(0.21) (0.21)
基本 攤薄	178,755,231 178,755,231	178,284,818 178,284,818	178,284,818 178,284,818
其他綜合收益 扣除零 項 外幣折算差異	8,630	(20,372)	(2,903)

(1) 截至2024年9月30日的三個月 寶尊電商業務和寶尊品牌管理的 品銷售額分別為454.0百萬元和329.8百萬元 而截至2023年9月30日的三個月 寶尊電商業務和寶尊品牌管理的 品銷售額分別為411.6百萬元和296.3百萬元。

(2) 股 激勵費用分配至經營開支項目如下

履約費用	1,846	733	104
銷售及營銷費用	10,394	4,617	658
技術與 容費用	3,448	2,475	353
管理及行政費用	13,727	11,803	1,682

(3) 包括業務收購 生的無形資 攤銷 截至2023年及2024年9月30日止三個月期間分別為人民幣7.9百萬元及人民幣9.5百萬元。

(4) 包括有關撥回遞延 項負債的所得 利益人民幣1.5百萬元及人民幣2.0百萬元 分別於截至2023年及2024年9月30日止三個月在業務收購時確認。

經營損失	(135,712)	(114,482)	(16,313)
股 激勵費用	29,415	19,628	2,797
業務收購 生的無形資 攤銷	7,911	9,529	1,358
收購相關費用	7,995	-	-
回購的美國存託股的註銷費	-	162	23
淨損失	(129,599)	(93,255)	(13,289)
股 激勵費用	29,415	19,628	2,797
業務收購 生的無形資 攤銷	7,911	9,529	1,358
回購的美國存託股的註銷費	-	162	23
未實現投資損失 收益	7,805	(3,855)	(549)
收購相關費用	7,995	-	-
業務收購 生的無形資 攤銷的 務影響 <sup>(1)</sup>	(1,507)	(2,043)	(291)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失	(126,433)	(88,070)	(12,551)
股 激勵費用	29,415	19,628	2,797
業務收購 生的無形資 攤銷	5,991	6,734	960
回購的美國存託股的註銷費	-	162	23
未實現投資損失 收益	7,805	(3,855)	(549)
收購相關費用	7,995	-	-
業務收購 生的無形資 攤銷的 務影響 <sup>(1)</sup>	(1,127)	(1,388)	(198)
	(1.28)	(1.12)	(0.16)
	178,755,231	178,284,818	178,284,818

(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 生的無形資 攤銷的 務影響外 其他項目對所得 的影響不大。

[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 有注明外 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9月30日中午生效的買方匯率人民幣7.0176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 除股權激勵費用、業務收購 生的無形資 攤銷、與收購相關的專業費用、商譽減、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注銷費。

[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 除股 激勵費用、業務收購 生的無形資 攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減 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注銷費、衍生負債的公允價 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] 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 股美國存託股攤薄淨利潤 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 股普通股攤薄淨利潤 損失 的加權平均股數再乘以三。

[7] 核心品類是指在所示期間分別占電商業務分部的 品銷售收入不低於10%的品類。

[8] 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品牌提供的線上店鋪運營 倉儲物流及數字營銷與技術服務收入。

[9] 核心品類是指在所示期間分別占電商業務分部的服務收入不低於10%的品類。

[10] 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 中的Gap品牌提供的店鋪運營服務收入。

