

寶尊公布 2023 年第四季度及財政年度未經審核財務業績

2024 年 3 月 21 日，中國上海一寶尊電商有限公司（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，今天公布其截至 2023 年 12 月 31 日止第四季度及財政年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：「2023 年，寶尊集團開啟三大業務板塊全面轉型之旅。回首過去一年，我們不僅在數字商業領域鞏固知名地位，更在提升運營效率上取得顯著成就。我對寶尊集團在瞬息萬變的市場環境中展示出的適應性和頑強韌性深感欣慰。此外，寶尊集團有幸成為 Gartner 2024 年 DOM 市場指南中唯一入圍的亞洲供應商。展望 2024 年，儘管宏觀經濟仍充滿不確定性，我們將持續扎實穩健地推進戰略轉型，業務基本面的強健讓我們有信心為品牌合作夥伴提升價值主張。」

寶尊集團首席財務官兼寶尊電商總裁 Arthur Yu 先生表示：「2023 年，我們實現了全年總收入 88 億元，同比增長 5%，創下年度經營現金流及自由現金流的新紀錄。對於寶尊電商業務板塊在提高客戶滿意度、夯實全渠道賦能能力和效率及成本管控方面取得的顯著成績，我們倍感自豪。2024 年，我們蓄勢待發，將繼續以敏銳的洞察力捕捉行業新興增長機遇。憑藉穩固的業務基礎，我們有信心穩步推進集團第二增長曲線，開啟更加輝煌的未來篇章。」

2023 年第四季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣 2,780.4 百萬元（391.6 百萬美元¹），較去年同期人民幣 2,553.2 百萬元，按年增加 8.9%。
- 經營利潤為人民幣 6.4 百萬元（0.9 百萬美元），去年同期為人民幣 124.1 百萬元。經營利潤率為 0.2%，2022 年同期為 4.9%。
- 非公認會計準則下的經營利潤²為人民幣 75.7 百萬元（10.7 百萬美元），去年同期非公認會計準則下的經營利潤為人民幣 182.6 百萬元。非公認會計準則下的經營利潤率為 2.7%，2022 年同期非公認會計準則下的經營利潤率為 7.2%。
- 電商業務³的經調整經營利潤為人民幣 118.2 百萬元（16.6 百萬美元）。
- 品牌管理業務³的經調整經營損失為人民幣 42.5 百萬元（6.0 百萬美元）。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣 48.4 百萬元（6.8 百萬美元），較 2022 年同期人民幣 284.3 百萬元大幅縮窄虧損。

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。除另有注明外，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 2023 年 12 月 29 日中午生效的買方匯率人民幣 7.0999 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、收購相關的專業費用與商譽減值。

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。

- 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⁴為人民幣 28.8 百萬元（4.1 百萬美元），2022 年同期為人民幣 138.3 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⁵」）基本及攤薄淨虧損均為人民幣 0.8 元（0.11 美元），2022 年同期均為人民幣 4.84 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利潤⁶分別為人民幣 0.48 元（0.07 美元）和人民幣 0.47 元（0.07 美元），2022 年同期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分別為人民幣 2.35 元和 2.32 元。
- 截至 2023 年 12 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 3,072.8 百萬元（432.8 百萬美元），截至 2022 年 12 月 31 日為人民幣 3,141.1 百萬元。

2023 年財政年度財務摘要

- 總淨營收為人民幣 8,812.0 百萬元（1,241.1 百萬美元），較去年同期人民幣 8,400.6 百萬元，按年增加 4.9%。
- 經營損失為人民幣 206.4 百萬元（29.1 百萬美元），去年同期經營利潤為人民幣 33.3 百萬元。經營損失率為 2.3%，2022 年財政年度經營利潤率為 0.4%。
- 非公認會計準則下的經營損失為人民幣 23.7 百萬元（3.3 百萬美元），去年同期非公認會計準則下的經營利潤為人民幣 256.1 百萬元。非公認會計準則下的經營損失率為 0.3%，2022 年財政年度非公認會計準則下的經營利潤率為 3.0%。
- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣 164.0 百萬元（23.1 百萬美元）。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣 187.7 百萬元（26.4 百萬美元）。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣 278.4 百萬元（39.2 百萬美元），較 2022 年財政年度人民幣 653.3 百萬元大幅縮窄虧損。
- 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 65.1 百萬元（9.2 百萬美元），2022 年財政年度歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣 132.2 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」）基本及攤薄淨虧損均為人民幣 4.68 元（0.66 美元），2022 年財政年度均為人民幣 10.69 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 1.09 元（0.15 美元），2022 年財政年度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分別為人民幣 2.16 元和 2.13 元。

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、衍生負債的公允價值收益、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。

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。

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。

業務亮點

寶尊電商 (BEC)

寶尊電商包括我們的中國電商業務，涵蓋品牌店舖運營、客戶服務和倉儲物流、技術服務和數字營銷等增值服務。截至 2023 年 12 月 31 日，我們服務 450 餘個品牌合作夥伴。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。截至第四季度末，約 44.7% 的品牌合作夥伴與我們在店舖運營合作至少兩個渠道，去年同期為 41.8%。

憑藉卓越的技術專長，寶尊被國際權威研究機構 Gartner 選入其 2024 年分佈式訂單管理系統代表性供應商，成為亞洲唯一入圍供應商。Gartner 的這項專業認可是對我們傑出技術能力和業界先鋒地位的充分肯定。

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。

2023 年四季度，寶尊品牌管理業務繼續專注於 Gap 上海業務的有序過渡，由過往的折扣驅動轉向為專注於消費者對品牌及產品的心智建設。2023 年四季度，寶尊品牌管理業務實現產品銷售收入 455.5 百萬元，毛利率實現 52.9%。

2023 年第四季度財務業績

總淨營收為人民幣 2,780.4 百萬元（391.6 百萬美元），較去年同期的人民幣 2,553.2 百萬元增加 8.9%。總淨營收的增加主要由於公司在 2023 年第一季度推出的新業務線，即寶尊品牌管理的產品銷售收入的增量貢獻。

產品銷售收入為人民幣 1,053.0 百萬元（148.3 百萬美元），去年同期為人民幣 772.4 百萬元，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣 597.5 百萬元（84.2 百萬美元），較去年同期的人民幣 772.4 百萬元下降 22.6%。下降的主要原因是宏觀經濟疲軟，同時公司優化了經銷模式的產品組合。

電商業務的產品銷售收入按核心品類⁷列示明細：

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2022		2023			
	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	387.0	15%	255.6	36.0	8%	-34%
美容化妝品	92.8	4%	131.1	18.5	5%	41%
家裝	83.8	3%	46.1	6.5	2%	-45%
快消品	81.0	3%	46.3	6.5	2%	-43%
其他	127.8	5%	118.4	16.7	4%	-8%
電商業務產品銷售總淨營收	772.4	30%	597.5	84.2	21%	-23%

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣 455.5 百萬元（64.1 百萬美元），其中目前主要包括 Gap 上海業務所產生的零售收入，包括線下門店銷售收入和線上銷售收入。

服務收入為人民幣 1,727.4 百萬元（243.3 百萬美元），較去年同期的人民幣 1,780.8 百萬元下降 3.0%。下降主要由於倉儲業務量減少導致倉儲和履約業務收入下降人民幣 56.2 百萬元，部分被數字營銷和技術服務的增值服務收入所抵消。

下表列出所示期間按業務模式的服務收入明細：

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2022		2023			
	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	514.4	20%	511.8	72.0	18%	-1%
倉儲物流	752.5	30%	704.8	99.3	25%	-6%
數字營銷和技術服務	513.9	20%	549.4	77.4	20%	7%
抵消跨分部交易的影響 ⁸	-	-	(38.6)	(5.4)	-1%	n/a
服務總淨營收	1,780.8	70%	1,727.4	243.3	62%	-3%

⁷ 核心品類是指在所示期間分別占寶尊電商的產品銷售收入不低於 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、數位行銷與技術服務收入。

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類⁹列示明細：

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2022		2023		總淨營收 佔比%	同比 變化%
	人民幣	總淨營收 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	366.8	14%	372.7	52.5	13%	2%
- 奢侈品	132.5	5%	123.2	17.4	4%	-7%
- 運動服飾	121.5	5%	133.9	18.8	5%	10%
- 其他服飾	112.8	4%	115.6	16.3	4%	2%
其他	147.6	6%	139.1	19.5	6%	-6%
抵消跨分部交易的影響 ¹⁰	-	-	(18.6)	(2.6)	-1%	n/a
服務收入中的線上店舖運營總 淨營收	514.4	20%	493.2	69.4	18%	-4%

經營開支總額為人民幣 2,774.0 百萬元（390.7 百萬美元），去年同期則為人民幣 2,429.1 百萬元。經營開支總額增長主要由於收購 Gap 上海。剔除 Gap 上海經營開支增量的影響，經營開支總額較去年同期減少 105.5 百萬元，較去年同期下降 4.3%。

- **產品成本**為人民幣 737.8 百萬元（103.9 百萬美元），去年同期則為人民幣 643.3 百萬元。該增長主要由於公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的產品成本增加人民幣 212.2 百萬元。
- **履約費用**為人民幣 768.0 百萬元（108.2 百萬美元），去年同期則為人民幣 789.5 百萬元。該減少主要由於本公司區域服務中心持續拓張帶來的客服成本結餘。
- **銷售及營銷費用**為人民幣 892.4 百萬元（125.7 百萬美元），去年同期則為人民幣 787.7 百萬元。該增長主要由於公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的銷售及營銷費用增加 121.9 百萬元。
- **技術與內容費用**為人民幣 140.8 百萬元（19.8 百萬美元），去年同期則為人民幣 112.1 百萬元。費用增長主要由於公司在技術創新和產品化方面的持續投資，部分抵消於本公司的成本控制措施及效率改善。
- **管理及行政費用**為人民幣 228.7 百萬元（32.2 百萬美元），去年同期則為人民幣 91.5 百萬元。該增長主要由於公司品牌管理業務的管理及行政費用增加 109.2 百萬元，主要包括在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的管理及行政費用增長，以及如創意內容事業部、品牌管理等戰略投入相關管理費用增加。

經營利潤為人民幣 6.4 百萬元（0.9 百萬美元），去年同期為人民幣 124.1 百萬元。經營利潤率為 0.2%，去年同期為 4.9%。該減少主要由於電商業務受宏觀環境疲軟影響導致的利潤率下滑，以及本公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海產生的虧損，該虧損在可比基礎上已明顯收窄。

⁹ 核心品類是指在所示期間分別占服務收入不低於 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 品牌提供的店舖運營服務收入。

非公認會計準則下的經營利潤為人民幣 75.7 百萬元（10.7 百萬美元），去年同期非公認會計準則下的經營利潤為人民幣 182.6 百萬元。

電商業務的經調整經營利潤為人民幣 118.2 百萬元（16.6 百萬美元），去年同期為人民幣 182.6 百萬元。品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣 42.5 百萬元（6.0 百萬美元）。

未實現投資損失為人民幣 8.4 百萬元（1.2 百萬美元），去年同期未實現投資盈利為人民幣 5.0 百萬元。本季度未實現投資損失主要是本公司於 2021 年 6 月投資的 Lanvin 集團的交易價格下降，該公司於 2022 年 12 月在紐約證券交易所成功上市，部分抵消於本公司於 2021 年 1 月投資了一家納斯達克全球市場上市的公司-愛點擊亞洲互動傳媒有限公司，或愛點擊互動，其股票交易價格在報告期間股票價格上漲帶來的未實現投資收益人民幣 5.6 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 48.4 百萬元（6.8 百萬美元），較去年同期人民幣 284.3 百萬元大幅收窄虧損，主要由於去年同期衍生負債公允價值損失人民幣 364.8 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 0.80 元（0.11 美元），2022 年同期均為人民幣 4.84 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 28.8 百萬元（4.1 百萬美元），去年同期為人民幣 138.3 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分別為人民幣 0.48 元（0.07 美元）和人民幣 0.47 元（0.07 美元），2022 年同期分別為人民幣 2.35 元和 2.32 元。

2023 年財政年度財務業績

總淨營收為人民幣 8,812.0 百萬元（1,241.1 百萬美元），較 2022 年財政年度的人民幣 8,400.6 百萬元增加 4.9%。總淨營收的增加主要由於公司在 2023 年第一季度推出的新業務線，即寶尊品牌管理的產品銷售收入的增量貢獻。

產品銷售收入為人民幣 3,357.2 百萬元（472.9 百萬美元），2022 年財政年度為人民幣 2,644.2 百萬元，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣 2,092.2 百萬元（294.7 百萬美元），較 2022 年財政年度的人民幣 2,644.2 百萬元下降 20.9%。下降的主要原因是宏觀經濟疲軟，同時公司優化了經銷模式的產品組合。

電商業務的產品銷售收入按核心品類列示明細：

	截至 12 月 31 日止年度					
	2022		2023			
	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	1,313.8	16%	936.3	131.9	11%	-29%
美容化妝品	311.9	4%	378.2	53.3	4%	21%
電子產品	332.2	4%	147.2	20.7	2%	-56%
其他	686.3	8%	630.5	88.8	7%	-8%
電商業務產品銷售總淨營收	2,644.2	32%	2,092.2	294.7	24%	-21%

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣 1,265.0 百萬元（178.2 百萬美元），其中目前主要包括 Gap 上海業務所產生的零售收入，包括線下門店銷售收入和線上銷售收入。

服務收入為人民幣 5,454.8 百萬元（768.3 百萬美元），較 2022 年財政年度的人民幣 5,756.4 百萬元下降 5.2%。下降主要由於倉儲業務量減少導致倉儲和履約業務收入下降人民幣 202.6 百萬元，以及本公司在 2022 年第四季度處置虧損子公司。

下表列出所示期間按業務模式的服務收入明細：

	截至 12 月 31 日止年度					
	2022		2023			
	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						
線上店舖運營	1,624.1	19%	1,604.7	226.0	18%	-1%
倉儲物流	2,380.9	29%	2,194.4	309.1	25%	-8%
數字營銷和技術服務	1,751.4	21%	1,735.8	244.5	20%	-1%
抵消跨分部交易的影響 ¹¹	-	-	(80.1)	(11.3)	-1%	n/a
服務總淨營收	5,756.4	69%	5,454.8	768.3	62%	-5%

¹¹ 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 品牌提供的線上店舖運營服務收入、數位行銷與技術服務收入。

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類列示明細：

	截至 12 月 31 日止年度					
	2022		2023		總淨營收 佔比%	同比 變化%
	人民幣	總淨營收 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	1,107.3	13%	1,134.8	159.8	13%	2%
- 奢侈品	407.0	5%	406.4	57.2	4%	0%
- 運動服飾	373.5	4%	419.1	59.0	5%	12%
- 其他服飾	326.8	4%	309.3	43.6	4%	-5%
其他	516.8	6%	469.9	66.2	5%	-9%
抵消跨分部交易的影響 ¹²	-	-	(44.4)	(6.3)	-1%	n/a
服務收入中的線上店舖運營總 淨營收	1,624.1	19%	1,560.3	219.7	17%	-4%

經營開支總額為人民幣 9,018.4 百萬元（1,270.2 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 8,367.3 百萬元。經營開支總額增長主要由於 2023 年 2 月收購 Gap 上海，剔除 Gap 上海經營開支增量的影響，經營開支總額較去年同期減少 704.4 百萬元，較去年同期下降 8.4%。

- **產品成本**為人民幣 2,409.1 百萬元（339.3 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 2,256.0 百萬元。該增長主要由於公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的產品成本增加人民幣 581.4 百萬元。
- **履約費用**為人民幣 2,507.3 百萬元（353.1 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 2,719.7 百萬元。該減少主要由於本公司區域服務中心持續拓張帶來的客服成本結餘。
- **銷售及營銷費用**為人民幣 2,829.0 百萬元（398.5 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 2,674.4 百萬元。該增長主要由於公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的銷售及營銷費用增加 339.2 百萬元。
- **技術與內容費用**為人民幣 505.2 百萬元（71.2 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 428.0 百萬元。費用增長主要由於公司在技術創新和產品化方面的持續投資，部分抵消於本公司的成本控制措施及效率改善。
- **管理及行政費用**為人民幣 855.9 百萬元（120.6 百萬美元），2022 年財政年度則為人民幣 371.5 百萬元。該增長主要由於公司品牌管理業務的管理及行政費用增加人民幣 405.8 百萬元，主要包括在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海的管理及行政費用增長，以及如創意內容事業部、品牌管理等戰略投入相關管理費用增加。

經營損失為人民幣 206.4 百萬元（29.1 百萬美元），2022 年財政年度經營利潤為人民幣 33.3 百萬元。經營損失率為 2.3%，2022 年財政年度經營利潤率為 0.4 %。

非公認會計準則下的經營損失為人民幣 23.7 百萬元（3.3 百萬美元），2022 年財政年度非公認會計準則下的經營利潤為人民幣 256.1 百萬元。虧損主要由於該減少主要由於

¹² 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 品牌提供的店舖運營服務收入。

電商業務受宏觀環境疲軟影響導致的利潤率下滑，以及本公司在 2023 年第一季度收購的子公司 Gap 上海產生的虧損，該虧損在可比基礎上已明顯收窄。

電商業務的經調整經營利潤為人民幣 164.0 百萬元（23.1 百萬美元），2022 年財政年度為人民幣 256.1 百萬元。品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣 187.7 百萬元（26.4 百萬美元），而 2022 年同期為 0。

淨利息收入為人民幣 40.8 百萬元（5.7 百萬美元），而 2022 年財政年度為淨利息支出人民幣 11.1 百萬元。

未實現投資損失為人民幣 68.0 百萬元（9.6 百萬美元），2022 年財政年度為人民幣 97.8 百萬元。本財政年度未實現投資損失主要是本公司於 2021 年 6 月投資的 Lanvin 集團的交易價格下降，該公司於 2022 年 12 月在紐約證券交易所成功上市。

匯兌損失為人民幣 8.5 百萬元（1.2 百萬美元），去年同期為人民幣 32.4 百萬元。主要由於截至 2023 年 12 月 31 日的年度人民幣兌美元匯率波動。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣 278.4 百萬元（39.2 百萬美元），較 2022 年財政年度淨虧損人民幣 653.3 百萬元大幅收縮，主要由於去年同期衍生負債公允價值損失人民幣 364.8 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 4.68 元（0.7 美元），2022 年財政年度均為人民幣 10.69 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 65.1 百萬元（9.2 百萬美元），2022 年財政年度歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣 132.2 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 1.09 元（0.2 美元），2022 年財政年度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分別為人民幣 2.16 元和 2.13 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，包括店鋪運營、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。

2、分部數據

下表提供了截至 2022 年和 2023 年 12 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 12 月 31 日止三個月	
	2022 人民幣	2023 人民幣
淨營收：		
電商業務	2,553,164	2,361,066
品牌管理	-	457,961
抵消跨分部交易的影響*	-	(38,612)
合併淨營收	2,553,164	2,780,415
經調整經營利潤（損失）**：		
電商業務	182,613	118,190
品牌管理	-	(42,535)
合併經調整經營利潤	182,613	75,655
抵消跨分部交易的影響*	-	-
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(13,690)	(24,667)
收購相關支出	(8,511)	(7,911)
業務收購產生的無形資產攤銷	(13,694)	(1,467)
預期或有收購付款的差異損失	(9,495)	-
商譽減值損失	(13,155)	(35,212)
其他開支	(358,346)	(165)
除所得稅及權益法投資收益前損失	(234,278)	6,233

下表提供了截至 2022 年和 2023 年 12 月 31 日的財政年度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 12 月 31 日止年度	
	2022	2023
	人民幣	人民幣
淨營收：		
電商業務	8,400,631	7,621,114
品牌管理	-	1,271,027
抵消跨分部交易的影響*	-	(80,128)
合併淨營收	8,400,631	8,812,013
經調整經營利潤（損失）**：		
電商業務	256,093	163,990
品牌管理	-	(187,663)
合併經調整經營利潤	256,093	(23,673)
抵消跨分部交易的影響*	-	-
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(142,381)	(103,449)
收購相關支出	(39,431)	(31,875)
業務收購產生的無形資產攤銷	(13,694)	(12,171)
回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費	(4,650)	-
預期或有收購付款的差異損失	(9,495)	-
商譽減值損失	(13,155)	(35,212)
其他開支	(613,595)	(10,646)
除所得稅及權益法投資收益前損失	(580,308)	(217,026)

*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。

電話會議

本公司將於 2024 年 3 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： 5145633

業績電話會議的回放可於 2024 年 3 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： 6010962

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、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、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、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了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布日期為準，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)

	截至		
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 12月31日 人民幣	2023年 12月31日 美元
資產			
流動資產			
現金及現金等價物	2,144,020	2,149,531	302,755
限制性現金	101,704	202,764	28,559
短期投資	895,425	720,522	101,483
應收賬款淨額	2,292,678	2,184,729	307,712
存貨淨額	942,997	1,045,116	147,202
預付供貨商款項	372,612	311,111	43,819
預付款項及其他流動資產	554,415	590,350	83,149
應收關聯方款項	93,270	86,661	12,206
流動資產總額	7,397,121	7,290,784	1,026,885
非流動資產			
權益投資	269,693	359,129	50,582
物業及設備淨額	694,446	851,151	119,882
無形資產淨值	310,724	306,420	43,158
土地使用權淨額	39,490	38,464	5,418
經營租賃使用權資產	847,047	1,070,120	150,723
商譽	336,326	312,464	44,010
其他非流動資產	65,114	45,316	6,383
遞延稅項資產	162,509	200,628	28,258
非流動資產總額	2,725,349	3,183,692	448,414
資產總額	10,122,470	10,474,476	1,475,299

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		
	2022 年 12 月 31 日 人民幣	2023 年 12 月 31 日 人民幣	2023 年 12 月 31 日 美元
負債及股東權益			
流動負債			
短期借款	1,016,071	1,115,721	157,146
應付賬款	474,732	563,562	79,376
應付票據	487,837	506,629	71,357
應付所得稅	46,828	18,768	2,643
預提費用及其他流動負債	1,025,540	1,188,179	167,350
衍生負債	364,758	-	-
應付關聯方款項	30,434	32,118	4,524
流動經營租賃負債	235,445	332,983	46,900
流動負債總額	3,681,645	3,757,960	529,296
非流動負債			
遞延稅項負債	28,082	24,966	3,516
非流動經營租賃負債	673,955	799,096	112,550
其他非流動負債	62,450	40,718	5,735
非流動負債總額	764,487	864,780	121,801
負債總額	4,446,132	4,622,740	651,097
可贖回非控制性權益	1,438,082	1,584,858	223,223
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 2022 年 12 月 31 日及 2023 年 12 月 31 日已發行 及流通在外股份分別為 163,100,873 股及 167,901,880 股）	116	93	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 2022 年 12 月 31 日及 2023 年 12 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	5,129,103	4,571,439	643,874
庫存股	(832,578)	-	-
累計虧損	(228,165)	(506,587)	(71,349)
累計其他綜合收益	15,678	32,251	4,542
寶尊電商有限公司股東權益總額	4,084,162	4,097,204	577,081
非控制性權益	154,094	169,674	23,898
權益總額	4,238,256	4,266,878	600,979
負債、可贖回非控制性權益及權益總額	10,122,470	10,474,476	1,475,299

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止年度		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
淨營收						
產品銷售 ⁽¹⁾	772,375	1,053,022	148,315	2,644,214	3,357,202	472,852
服務	1,780,789	1,727,392	243,298	5,756,417	5,454,811	768,294
總淨營收	2,553,164	2,780,414	391,613	8,400,631	8,812,013	1,241,146
經營開支⁽²⁾						
產品成本	(643,311)	(737,813)	(103,919)	(2,255,950)	(2,409,110)	(339,316)
履約費用 ⁽³⁾	(789,459)	(768,028)	(108,174)	(2,719,749)	(2,507,306)	(353,147)
銷售及營銷費用 ⁽³⁾	(787,684)	(892,401)	(125,692)	(2,674,358)	(2,829,016)	(398,459)
技術與內容費用 ⁽³⁾	(112,146)	(140,788)	(19,830)	(427,954)	(505,203)	(71,156)
管理及行政費用 ⁽³⁾	(91,508)	(228,697)	(32,211)	(371,470)	(855,914)	(120,553)
其他經營淨利潤	8,167	28,923	4,074	95,292	123,368	17,377
商譽減值損失	(13,155)	(35,212)	(4,960)	(13,155)	(35,212)	(4,960)
經營開支總額	(2,429,096)	(2,774,016)	(390,712)	(8,367,344)	(9,018,393)	(1,270,214)
經營利潤（損失）	124,068	6,398	901	33,287	(206,380)	(29,068)
其他收入（開支）						
利息收入	21,073	19,508	2,748	45,816	82,113	11,565
利息費用	(13,647)	(9,436)	(1,329)	(56,917)	(41,344)	(5,823)
未實現投資收益（損失）	5,037	(8,352)	(1,176)	(97,827)	(68,031)	(9,582)
投資減值損失	-	-	-	(8,400)	-	-
處置/收購子公司（損失）收益	(7,511)	(2,620)	(369)	(107,032)	631	89
回購 2024 年到期的 1.625% 可轉換優先票據收益	-	-	-	7,907	-	-
衍生負債的公允價值（損失）收益	(364,758)	-	-	(364,758)	24,515	3,453
匯兌收益（損失）	1,460	735	104	(32,384)	(8,530)	(1,201)
除所得稅及權益法投資收益前（損失）利潤	(234,278)	6,233	879	(580,308)	(217,026)	(30,567)
所得稅支出 ⁽⁴⁾	(15,600)	(5,952)	(838)	(26,480)	(12,003)	(1,691)
權益法投資（虧損）收益，扣除零稅項	(6,573)	(2,264)	(319)	(3,586)	6,253	881
淨損失	(256,451)	(1,983)	(278)	(610,374)	(222,776)	(31,377)
歸屬於非控制性權益股東的淨（利潤）損失	(3,652)	(22,368)	(3,150)	843	(9,677)	(1,363)
歸屬於可贖回非控制性權益股東的淨利潤	(24,166)	(24,063)	(3,389)	(43,759)	(45,969)	(6,475)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失	(284,269)	(48,414)	(6,817)	(653,290)	(278,422)	(39,215)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股淨損失						
基本	(1.61)	(0.27)	(0.04)	(3.56)	(1.56)	(0.22)
攤薄	(1.61)	(0.27)	(0.04)	(3.56)	(1.56)	(0.22)
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	(4.84)	(0.80)	(0.11)	(10.69)	(4.68)	(0.66)
攤薄	(4.84)	(0.80)	(0.11)	(10.69)	(4.68)	(0.66)
用於計算每股普通股淨損失的加權平均股數						
基本	176,341,513	180,642,328	180,642,328	183,274,855	178,549,849	178,549,849
攤薄	176,341,513	180,642,328	180,642,328	183,274,855	178,549,849	178,549,849

淨損失	(256,451)	(1,983)	(278)	(610,374)	(222,776)	(31,377)
其他綜合收益，扣除零稅項						
外幣折算差異	(39,718)	(23,783)	(3,350)	118,281	134,854	18,994
綜合損失	<u>(296,169)</u>	<u>(25,766)</u>	<u>(3,628)</u>	<u>(492,093)</u>	<u>(87,922)</u>	<u>(12,383)</u>

(1) 截至 2023 年 12 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 597.5 百萬元和 455.5 百萬元，而截至 2022 年 12 月 31 日的三個月內，寶尊電商的产品銷售額為 772.4 百萬元。2023 年財政年度內，寶尊商務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為 2,092.2 百萬元和 1,265.0 百萬元，而截至 2022 年財政年度內，寶尊電商的产品銷售額為 2,644.2 百萬元。

(2) 股份激勵費用分配至經營開支項目如下：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止年度		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
履約費用	805	1,873	264	13,730	6,443	907
銷售及營銷費用	1,709	5,239	738	57,548	33,955	4,782
技術與內容費用	1,476	3,681	519	22,512	12,184	1,716
管理及行政費用	9,700	13,874	1,953	48,591	50,867	7,165
	13,690	24,667	3,474	142,381	103,449	14,570

(3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至 2022 年及 2023 年 12 月 31 日止三個月期間分別為人民幣 8.5 百萬元及人民幣 7.9 百萬元。包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至 2022 年財政年度及 2023 年財政年度期間分別為人民幣 39.4 百萬元及人民幣 31.9 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 2022 年及 2023 年 12 月 31 日止三個月在業務收購時確認。包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣 7.9 百萬元及人民幣 6.1 百萬元，分別於截至 2022 年及 2023 年 12 月 31 日止的財政年度在業務收購時確認。

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止年度		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
經營利潤 (損失)	124,068	6,398	901	33,287	(206,380)	(29,068)
加: 股份激勵費用	13,690	24,667	3,474	142,381	103,449	14,570
業務收購產生的無形資產攤銷	8,511	7,911	1,114	39,431	31,875	4,489
收購相關費用	13,694	1,467	207	13,694	12,171	1,714
商譽減值	13,155	35,212	4,960	13,155	35,212	4,960
預期或有採購損失	9,495	-	-	9,495	-	-
回購/返還美國存託股註冊費	-	-	-	4,650	-	-
非公認會計準則下的經營利潤 (損失)	182,613	75,655	10,656	256,093	(23,673)	(3,335)
淨損失	(256,451)	(1,983)	(278)	(610,374)	(222,776)	(31,377)
加: 股份激勵費用	13,690	24,667	3,474	142,381	103,449	14,570
業務收購產生的無形資產攤銷	8,511	7,911	1,114	39,431	31,875	4,489
收購相關支出	13,694	1,467	207	13,694	12,171	1,714
商譽減值	13,155	35,212	4,960	21,555	35,212	4,960
預期或有採購損失	9,495	-	-	9,495	-	-
回購/返還美國存託股註冊費	-	-	-	4,650	-	-
衍生負債公允價值損失 (收益)	364,758	-	-	364,758	(24,515)	(3,453)
未實現投資 (收益) 損失	(5,037)	8,352	1,176	97,827	68,031	9,582
子公司和股權投資處置損失 (收益)	7,511	2,620	369	107,032	(631)	(89)
減: 業務收購產生的無形資產攤銷的稅務影響	(1,640)	(1,507)	(212)	(7,880)	(6,086)	(857)
非公認會計準則下的淨利潤 (損失)	167,686	76,739	10,810	182,569	(3,270)	(461)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失	(284,269)	(48,414)	(6,817)	(653,290)	(278,422)	(39,215)
加: 股份激勵費用	13,690	24,667	3,474	142,381	103,449	14,570
業務收購產生的無形資產攤銷	6,537	5,991	844	30,076	24,206	3,409
收購相關支出	13,694	1,467	207	13,694	12,171	1,714
商譽減值	13,155	35,212	4,960	21,555	35,212	4,960
預期或有採購損失	9,495	-	-	9,495	-	-
回購/返還美國存託股註冊費	-	-	-	4,650	-	-
衍生負債公允價值損失 (收益)	364,758	-	-	364,758	(24,515)	(3,453)
未實現投資 (收益) 損失	(5,037)	8,352	1,176	97,827	68,031	9,582
子公司和股權投資處置損失 (收益)	7,511	2,620	369	107,032	(652)	(92)
減: 業務收購產生的無形資產攤銷的稅務影響	(1,252)	(1,127)	(159)	(5,972)	(4,569)	(644)

非公認會計準則下歸屬於 寶尊電商有限公司普通股 股東的利潤（損失）	<u>138,282</u>	<u>28,768</u>	<u>4,054</u>	<u>132,206</u>	<u>(65,089)</u>	<u>(9,169)</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 利潤（損失）：						
基本	2.35	0.48	0.07	2.16	(1.09)	(0.15)
攤薄	2.32	0.47	0.07	2.13	(1.09)	(0.15)
用於計算每股普通股淨利 潤（損失）的加權平均股 數						
基本	176,341,513	180,642,328	180,642,328	183,274,855	178,549,849	178,549,849
攤薄	178,885,101	182,780,715	182,780,715	185,897,231	178,549,849	178,549,849