

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)

## 2025年第四季度及2025年財政年度業績公告

我們謹此宣佈截至2025年12月31日止第四季度及財政年度的未經審計財務業績（「業績」）。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，2026年3月25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、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。

\* 僅供識別

## 寶尊公布2025年第四季度及財政年度未經審核財務業績

2026年3月25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2025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：「2025年第四季度，寶專業績表現強勁，為期三年的戰略轉型圓滿收官。電商業務已成長為高質量的現金引擎，品牌管理業務也實現了GAP首個季度盈利的重要里程碑，充分體現了我們在商品運營、品牌定位及零售效率等方面的顯著提升。這些成果印證了公司雙引擎戰略的前瞻性與有效性。展望新階段，我們將繼續擴大品牌管理平台規模，深化與品牌夥伴的合作關係，致力於推動可持續的長期增長。」

寶尊集團首席財務官祝燕潔女士表示：「第四季度，我們實現總營收同比增長6%，經調整營業利潤同比增長91.4%。整體來看，2025年是寶尊財務結構持續優化、實現關鍵跨越的一年，整體呈現收入穩健增長、盈利能力穩步提升的良好態勢。此外，全年經營活動產生的現金流超三倍增長，達4.2億元人民幣。基於穩健轉型的業務模式與紮實的資產負債表，未來我們將繼續致力於實現收入與利潤的雙向可持續增長。」

### 2025年第四季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣3,172.2百萬元（453.6百萬美元<sup>1</sup>），較去年同期人民幣2,994.4百萬元，按年增加5.9%。
- 經營利潤為人民幣175.5百萬元（25.1百萬美元），較去年同期人民幣73.2百萬元同比提升139.8%。經營利潤率為5.5%，較2024同期2.4%實現改善。
- 非公認會計準則下的經營利潤<sup>2</sup>為人民幣197.7百萬元（28.3百萬美元），較去年同期人民幣103.3百萬元增長91.4%。非公認會計準則下的經營利潤率為6.2%，較2024年同期3.5%實現改善。

<sup>1</sup> 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統計資料所載於2025年12月31日中午生效的買方匯率人民幣6.9931元兌1.00美元計算。

<sup>2</sup> 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、商譽減值和回購的美國存托股的註銷費。

- 電商業務<sup>3</sup>的經調整經營利潤為人民幣195.9百萬元(28.0百萬美元)，較2024年同期人民幣137.4百萬元同比提升42.5%。
- 品牌管理業務<sup>3</sup>的經調整經營利潤為人民幣1.8百萬元(0.3百萬美元)，較2024年同期經調整經營損失人民幣34.2百萬元同比提升35.9百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣38.0百萬元(5.4百萬美元)，2024年同期歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣0.1百萬元。
- 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淨利潤<sup>4</sup>為人民幣159.6百萬元(22.8百萬美元)，較2024年同期人民幣45.7百萬元同比提升249.1%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存托股(「美國存托股<sup>5</sup>」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣0.66元(0.09美元)，2024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托股基本及攤薄淨利潤均為人民幣0.00<sup>6</sup>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托股攤薄淨利潤<sup>7</sup>為人民幣2.75元(0.39美元)，2024年同期為人民幣0.77元。
- 截至2025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2,795.3百萬元(399.7百萬美元)，截至2024年12月31日為人民幣2,915.9百萬元。

<sup>3</sup> 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。

<sup>4</sup> 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、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存托股費的註銷、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。

<sup>5</sup> 每股美國存托股代表三股A類普通股。

<sup>6</sup> 金額小於人民幣0.01。

<sup>7</sup> 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托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。

## 2025年財政年度財務摘要

- 總淨營收為人民幣9,945.5百萬元(1,422.2百萬美元)，2024年財政年度為人民幣9,422.2百萬元，按年增加5.6%。
- 經營利潤為人民幣56.6百萬元(8.1百萬美元)，較2024年財政年度經營虧損人民幣114.8百萬元實現改善。經營利潤率為0.6%，較2024年財政年度經營損失率1.2%實現改善。
- 非公認會計準則下的經營利潤為人民幣126.2百萬元(18.0百萬美元)，2024年財政年度為人民幣10.6百萬元。非公認會計準則下的經營利潤率為1.3%，2024年財政年度為0.1%。
- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣219.3百萬元(31.4百萬美元)，較2024年財政年度人民幣179.6百萬元同比增長22.1%。
- 品牌管理業務的經調整經營損失為人民幣93.0百萬元(13.3百萬美元)，較2024年財政年度人民幣168.8百萬元同比改善44.9%。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣242.1百萬元(34.6百萬美元)，2024年財政年度為人民幣185.2百萬元。
- 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淨利潤為人民幣44.2百萬元(6.3百萬美元)，2024年財政年度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40.4百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存托股(「美國存托股」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣4.19元(0.60美元)，2024年財政年度均為人民幣3.09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托股攤薄淨利潤為人民幣0.76元(0.11美元)，2024年財政年度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托股攤薄淨虧損為人民幣0.67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。

## 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、倉儲物流、技術服務和數字營銷等增值服務。2025年第四季度，電商業務收入同比增長2.5%，主要得益於服務模式的可持續增長。電商產品銷售額同比持平，電商服務收入同比增長3.1%，達19.9億元，主要得益於數字營銷及IT解決方案收入同比增長19.0%。

### 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。本季度，品牌管理板塊收入為人民幣663.8百萬元，同比增長24.0%。截至2025年第四季度，我們共計管理品牌線下店鋪數量達177家。

## 2025年第四季度財務業績

總淨營收為人民幣3,172.2百萬元(453.6百萬美元)，較去年同期人民幣2,994.4百萬元增長5.9%。公司總淨營收的增長得益於電商和品牌管理業務的收入雙重增長。

產品銷售收入為人民幣1,237.8百萬元(177.0百萬美元)，較去年同期人民幣1,106.0百萬元增長11.9%，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣574.5百萬元(82.2百萬美元)，較去年同期人民幣571.7百萬元略微增長。

電商業務的產品銷售收入按核心品類<sup>8</sup>列示明細：

	截至12月31日止三個月						同比 變化%
	2024			2025			
	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	220.5	7%	183.2	26.2	6%		-17%
美容化妝品	130.7	4%	136.9	19.6	4%		5%
家居家裝	84.6	3%	80.1	11.5	3%		-5%
大健康	20.8	1%	61.9	8.9	2%		198%
其他	115.1	4%	112.4	16.0	3%		-2%
<b>電商業務產品 銷售總淨營收</b>	<b>571.7</b>	<b>19%</b>	<b>574.5</b>	<b>82.2</b>	<b>18%</b>		<b>0%</b>

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣663.7百萬元(94.9百萬美元)，較去年同期人民幣534.6百萬元增長24.2%。銷售收入增長主要得益於Gap品牌通過持續優化商品策略、渠道和營銷活動帶動銷售提升。

服務收入為人民幣1,934.4百萬元(276.6百萬美元)，較去年同期的人民幣1,888.5百萬元增長2.4%。本季度增長主要得益於內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19.0%增長。

<sup>8</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔寶尊電商的產品銷售收入不低於10%的品類。

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					
	2024		2025			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	594.8	20%	603.7	86.3	19%	2%
倉儲物流	705.7	24%	635.3	90.8	20%	-10%
數字營銷和 技術服務	630.5	20%	750.2	107.3	24%	19%
抵消跨分部 交易的影響 <sup>9</sup>	(42.5)	-1%	(54.8)	(7.8)	-2%	29%
<b>服務總淨營收</b>	<b><u>1,888.5</u></b>	<b><u>63%</u></b>	<b><u>1,934.4</u></b>	<b><u>276.6</u></b>	<b><u>61%</u></b>	<b><u>2%</u></b>

<sup>9</sup> 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>10</sup>列示明細：

	截至12月31日止三個月					
	2024		2025			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>服務收入中的 線上店舖運營</b>						
服飾與配件	472.0	15%	497.0	71.1	16%	5%
— 奢侈品	126.9	4%	159.5	22.8	5%	26%
— 運動服飾	157.6	5%	150.6	21.5	5%	-4%
— 其他服飾	187.5	6%	186.9	26.8	6%	0%
其他	122.8	4%	106.7	15.2	3%	-13%
抵消跨分部交易 的影響 <sup>11</sup>	(14.6)	0%	(24.2)	(3.5)	-1%	66%
<b>服務收入中的線上 店舖運營總 淨營收</b>	<b>580.2</b>	<b>19%</b>	<b>579.5</b>	<b>82.8</b>	<b>18%</b>	<b>0%</b>

經營開支總額為人民幣2,996.7百萬元(428.5百萬美元)，去年同期則為人民幣2,921.2百萬元。

- 產品成本為人民幣786.4百萬元(112.4百萬美元)，去年同期則為人民幣773.9百萬元。該增長主要由於產品銷量增長，部分抵消於效率提升而帶來的成本下降。
- 履約費用為人民幣683.4百萬元(97.7百萬美元)，去年同期則為人民幣768.9百萬元。履約費用同比下降，主要由於電商業務倉儲物流收入下降，以及公司實施的成本控制以及效率改善措施。

<sup>10</sup> 核心品類是指在所示期間分別佔服務收入不低於10%的品類。

<sup>11</sup> 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。

- **銷售及營銷費用**為人民幣1,222.4百萬元(174.8百萬美元)，去年同期則為人民幣1,041.4百萬元。該增長主要由於電商業務數字營銷服務收入增長，以及品牌管理業務本季度期間線下店鋪拓展及營銷活動。
- **技術與內容費用**為人民幣116.9百萬元(16.7百萬美元)，去年同期則為人民幣146.6百萬元。費用下降主要得益於公司實施的成本控制以及效率改善措施。
- **管理及行政費用**為人民幣187.9百萬元(26.9百萬美元)，去年同期則為人民幣191.8百萬元。得益於公司的成本控制舉措和效率提高，管理及行政費用與去年同期基本持平。

**經營利潤**為人民幣175.5百萬元(25.1百萬美元)，較去年同期人民幣73.2百萬增長139.3%。經營利潤率為5.5%，較去年同期2.4%實現改善。

**非公認會計準則下的經營利潤**為人民幣197.7百萬元(28.3百萬美元)，較去年同期人民幣103.3百萬元增長91.4%。非公認會計準則經營利潤率為6.2%，較去年同期3.5%實現改善。

- **電商業務的經調整經營利潤**為人民幣195.9百萬元(28.0百萬美元)，較去年同期人民幣137.4百萬元增長42.5%。
- **品牌管理業務的經調整經營利潤**為人民幣1.8百萬元(0.3百萬美元)，較去年同期經調整經營損失人民幣34.2百萬元大幅改善。

**未實現投資損失**為人民幣4.4百萬元(0.6百萬美元)，去年同期未實現投資收益為人民幣20.9百萬元。本季度未實現投資損失主要由於我們所投資的上市公司交易價格下降。

**投資減值損失**為人民幣213.4百萬元(30.5百萬美元)，去年同期為人民幣14.4百萬元。本季度債權投資減值損失主要涉及對此前電商業務的投資減值損失人民幣151.6百萬元，以及對部分股權投資計提減值準備共人民幣61.8百萬元。

**金融工具的公允價值變動收益**為人民幣4.9百萬元(0.7百萬美元)，去年同期為人民幣17.7百萬元。金融工具的公允價值變動主要來源於公司投資的金融工具價值變化。

**匯兌損失**為人民幣3.6百萬元(0.5百萬美元)，主要由於截至2025年12月31日第四季度匯率變動，去年同期匯兌損失為人民幣11.5百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣38.0百萬元(5.4百萬美元)，去年同期歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤為人民幣0.1百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存托股基本及攤薄淨虧損均為人民幣0.66元(0.09美元)，2024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托股基本及攤薄淨收益均為人民幣0.00<sup>12</sup>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利潤為人民幣159.6百萬元(22.8百萬美元)，較去年同期人民幣45.7百萬元同比增長249.1%。

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托股攤薄淨利潤為人民幣2.75元(0.39美元)，2024年同期為0.77元。

## 2025年財政年度財務業績

總淨營收為人民幣9,945.5百萬元(1,422.2百萬美元)，較2024年財政年度的人民幣9,422.2百萬元增加5.6%。公司總淨營收的增長得益於電商和品牌管理業務的收入雙重增長。

產品銷售收入為人民幣3,849.6百萬元(550.5百萬美元)，較2024年財政年度的人民幣3,466.9百萬元增長11.0%，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣2,009.8百萬元(287.4百萬美元)，2024年財政年度為人民幣1,999.6百萬元。

<sup>12</sup> 金額小於人民幣0.01。

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						同比 變化%
	2024		2025				
	人民幣	佔比%	人民幣	美元	佔比%		
	總淨營收		總淨營收				
	(人民幣百萬元，百分比除外)						
<b>電商業務產品銷售</b>							
小家電	852.5	9%	671.6	96.0	7%		-12%
美容化妝品	397.3	4%	501.0	71.6	5%		26%
家居家裝	201.9	2%	230.1	32.9	2%		14%
大健康	208.7	2%	220.9	31.6	2%		6%
其他	339.2	4%	386.2	55.3	4%		14%
<b>電商業務產品 銷售總淨營收</b>	<b>1,999.6</b>	<b>21%</b>	<b>2,009.8</b>	<b>287.4</b>	<b>20%</b>		<b>1%</b>

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣1,841.6百萬元(263.4百萬美元)，較2024年財政年度的人民幣1,469.6百萬元增長25.3%。銷售收入增長主要得益於Gap品牌通過持續優化商品策略、渠道和營銷活動帶動銷售提升。

服務收入為人民幣6,095.9百萬元(871.7百萬美元)，較2024年財政年度的人民幣5,955.3百萬元增長2.4%。增長主要由於線上店鋪運營收入同比增長8.3%，以及得益於內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8.5%增長。

下表列出所示年度按業務模式的服務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2024		2025			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	1,765.4	19%	1,912.0	273.4	19%	8%
倉儲物流	2,189.2	22%	2,051.7	293.4	21%	-6%
數字營銷和技術服務	2,120.9	23%	2,301.5	329.1	23%	9%
抵消跨分部交易的影響 <sup>13</sup>	(120.2)	-1%	(169.3)	(24.2)	-2%	41%
<b>服務總淨營收</b>	<b>5,955.3</b>	<b>63%</b>	<b>6,095.9</b>	<b>871.7</b>	<b>61%</b>	<b>2%</b>

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					
	2024		2025			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>服務收入中的</b>						
<b>線上店舖運營</b>						
服飾與配件	1,342.7	14%	1,495.3	213.8	15%	11%
— 奢侈品	407.0	4%	464.9	66.5	5%	14%
— 運動服飾	487.1	5%	501.4	71.7	5%	3%
— 其他服飾	448.6	5%	529.0	75.6	5%	18%
其他	422.7	4%	416.7	59.6	5%	-1%
抵消跨分部交易 的影響 <sup>14</sup>	(55.2)	-1%	(64.9)	(9.3)	-1%	18%
<b>服務收入中的線上店舖 運營總淨營收</b>	<b>1,710.2</b>	<b>17%</b>	<b>1,847.1</b>	<b>264.1</b>	<b>19%</b>	<b>8%</b>

<sup>13</sup> 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、數字營銷與技術服務收入。

<sup>14</sup> 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。

經營開支總額為人民幣9,888.9百萬元(1,414.1百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣9,537.1百萬元。

- 產品成本為人民幣2,576.0百萬元(368.4百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣2,473.8百萬元。該增長主要由於產品銷量增長。
- 履約費用為人民幣2,309.8百萬元(330.3百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣2,461.6百萬元。履約費用同比下降，主要由於電商業務倉儲物流收入下降，以及公司的成本控制措施以及效率改善。
- 銷售及營銷費用為人民幣3,847.2百萬元(550.1百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣3,380.7百萬元。該增長主要由於電商業務數字營銷服務收入增長，以及品牌管理業務本年度期間線下店舖拓展及營銷活動。
- 技術與內容費用為人民幣463.2百萬元(66.2百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣550.3百萬元。費用減少主要由於公司的成本控制措施以及效率改善。
- 管理及行政費用為人民幣751.6百萬元(107.5百萬美元)，2024年財政年度則為人民幣719.2百萬元。費用增長主要由於2025年第二季度一筆人民幣53.3百萬元的壞賬核銷，部分抵消於公司的成本控制舉措和效率提高。

經營利潤為人民幣56.6百萬元(8.1百萬美元)，較2024年財政年度經營損失人民幣114.8百萬元大幅改善。經營利潤率為0.6%，2024年財政年度經營損失率為1.2%。

非公認會計準則下的經營利潤為人民幣126.2百萬元(18.0百萬美元)，2024年財政年度為人民幣10.6百萬元。非公認會計準則經營利潤率為1.3%，2024年財政年度為0.1%。

- 電商業務的經調整經營利潤為人民幣219.3百萬元(31.4百萬美元)，較2024年財政年度人民幣179.6百萬元改善22.1%。
- 品牌管理業務的經調整經營損失縮窄至人民幣93.0百萬元(13.3百萬美元)，較2024年財政年度人民幣168.8百萬元改善44.9%。

未實現投資損失為人民幣16.6百萬元(2.4百萬美元)，2024年財政年度未實現投資收益為人民幣4.9百萬元。本財政年度未實現投資損失主要由於我們所投資的上市公司交易價格下降。

處置子公司損失為人民幣36.3百萬元(5.2百萬美元)，2024年財政年度無。本次虧損主要因公司2025年第三季度實施戰略調整後處置子公司所致。

投資減值損失為人民幣213.4百萬元(30.5百萬美元)，2024年財政年度為人民幣14.4百萬元。本年度投資減值損失的增長主要涉及在2025年第四季度，對此前電商業務的債權投資減值損失人民幣151.6百萬元，以及於對部分股權投資計提減值準備共人民幣61.8百萬元。

金融工具的公允價值變動損失為人民幣1.9百萬元(0.3百萬美元)，2024年財政年度為金融工具的公允價值變動收益人民幣11.8百萬元。本年度金融工具公允價值變動損失，主要系本公司與非控制性權益持有人簽訂的權益相關合同所確認的損失，以及上年度本公司所投資金融工具確認的收益所致。

匯兌損失為人民幣3.7百萬元(0.5百萬美元)，去年同期為人民幣10.2百萬元。主要由於截至2025年12月31日的年度匯率波動。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣242.1百萬元(34.6百萬美元)，2024年財政年度為人民幣185.2百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存托股基本及攤薄淨虧損均為人民幣4.19元(0.60美元)，2024年財政年度均為人民幣3.09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利潤為人民幣44.2百萬元(6.3百萬美元)，2024年財政年度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40.4百萬元。

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托股攤薄淨利潤為人民幣0.76元(0.11美元)，2024年財政年度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托股攤薄淨虧損為人民幣0.67元。

## 分部信息

### 1、分部資料

集團有兩個經營分部，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、技術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，本公司品牌管理的主品牌為Gap在大中華區業務。

## 2、分部數據

下表提供了截至2024年和2025年12月31日的3個月內集團可報告分部業績的摘要：

	截至12月31日止三個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
淨營收：		
電商業務	2,501,781	2,563,726
品牌管理	535,475	663,756
抵消跨分部交易的影響*	(42,811)	(55,254)
合併淨營收	<u>2,994,445</u>	<u>3,172,228</u>
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	137,433	195,910
品牌管理	(34,157)	1,765
抵消跨分部交易的影響*	41	28
合併經調整經營利潤	<u>103,317</u>	<u>197,703</u>
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(15,171)	3,776
業務收購產生的無形資產攤銷	(7,901)	(7,544)
回購的美國存托股的註銷費	(101)	—
商譽減值損失	(6,934)	(18,395)
其他收入(開支)	21,315	(203,989)
除所得稅及權益法投資收益(損失)前利潤(損失)	<u>94,525</u>	<u>(28,449)</u>

下表提供了截至2024年和2025年12月31日的財政年度內集團可報告分部業績的摘要：

	截至12月31日止年度	
	2024 人民幣	2025 人民幣
淨營收：		
電商業務	8,070,271	8,271,229
品牌管理	1,474,351	1,845,418
抵消跨分部交易的影響*	<u>(122,393)</u>	<u>(171,164)</u>
合併淨營收	<u><b>9,422,229</b></u>	<u><b>9,945,483</b></u>
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	179,622	219,320
品牌管理	(168,767)	(93,028)
抵消跨分部交易的影響*	<u>(210)</u>	<u>(133)</u>
合併經調整經營利潤	<u><b>10,645</b></u>	<u><b>126,159</b></u>
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(81,601)	(19,931)
業務收購產生的無形資產攤銷	(36,257)	(31,128)
回購的美國存托股的註銷費	(678)	(150)
商譽減值損失	(6,934)	(18,395)
其他收入(開支)	<u>21,838</u>	<u>(257,318)</u>
除所得稅及權益法投資收益(損失)前損失	<u><b>(92,987)</b></u>	<u><b>(200,763)</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、業務收購產生的無形資產攤銷、回購的美國存托股的註銷費、及商譽減值損失。

## 業務展望

隨著公司進入戰略轉型的加速期，公司正致力於實現到2028年度非公認會計準則下的經營利潤至少達到人民幣550百萬元的目標。公司目前認為，實現該目標的進展可能主要得益於以下驅動因素：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。上述目標基於公司當前的預期、假設及業務展望，且受重大風險與不確定性的影響，實際結果可能與此存在重大差異。

## 電話會議

本公司將於2026年3月25(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：	7324098

業績電話會議的回放可於2026年4月1日前通過致電以下號碼收聽：

美國：	1-855-669-9658
國際：	1-412-317-0088
回放登入密碼：	5635844

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托股淨利潤(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、商譽減值、回購的美國存托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、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存托股的註銷費、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、商譽和投資減值損失、非暫時性權益投資減值、回購的美國存托股的註銷費、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每股美國存托股淨利潤(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		
	2024年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 美元
<b>資產</b>			
<b>流動資產</b>			
現金及現金等價物	1,289,323	907,335	129,747
限制性現金	354,991	140,959	20,157
短期投資	1,271,618	1,747,032	249,822
應收賬款淨額	2,033,778	2,173,163	310,758
存貨淨額	1,117,439	879,421	125,756
預付供貨商款項	404,353	366,671	52,433
衍生金融資產	11,557	6,342	907
預付款項及其他流動資產	724,091	575,984	82,365
應收關聯方款項	7,021	6,235	892
<b>流動資產總額</b>	<b>7,214,171</b>	<b>6,803,142</b>	<b>972,837</b>
<b>非流動資產</b>			
長期債權投資(包含截止2025年 12月31日以公允價值計量的 投資144,873元)	–	232,213	33,206
長期權益投資	341,687	256,406	36,666
物業及設備淨額	822,229	758,703	108,493
無形資產淨值	357,307	322,924	46,178
土地使用權淨額	37,438	36,413	5,207
經營租賃使用權資產	767,376	651,660	93,186
商譽	362,399	274,326	39,228
其他非流動資產	69,886	71,075	10,164
遞延稅項資產	234,508	284,254	40,647
<b>非流動資產總額</b>	<b>2,992,830</b>	<b>2,887,974</b>	<b>412,975</b>
<b>資產總額</b>	<b>10,207,001</b>	<b>9,691,116</b>	<b>1,385,812</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		
	2024年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 美元
<b>負債及股東權益</b>			
<b>流動負債</b>			
短期借款	1,220,957	1,207,773	172,709
應付賬款	620,679	466,081	66,649
應付票據	461,179	335,171	47,929
應付所得稅	26,559	35,506	5,077
預提費用及其他流動負債	1,169,547	1,359,389	194,394
衍生負債	130	—	—
應付關聯方款項	5,369	1,532	219
流動經營租賃負債	243,137	239,712	34,278
	<u>3,747,557</u>	<u>3,645,164</u>	<u>521,255</u>
<b>流動負債總額</b>			
	<u>3,747,557</u>	<u>3,645,164</u>	<u>521,255</u>
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債	32,783	22,981	3,286
非流動經營租賃負債	597,805	489,598	70,012
其他非流動負債	48,277	41,781	5,975
	<u>678,865</u>	<u>554,360</u>	<u>79,273</u>
<b>非流動負債總額</b>			
	<u>678,865</u>	<u>554,360</u>	<u>79,273</u>
<b>負債總額</b>			
	<u>4,426,422</u>	<u>4,199,524</u>	<u>600,528</u>

	截至		
	2024年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 人民幣	2025年 12月31日 美元
可贖回非控制性權益	1,670,379	57,619	8,239
<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2024年12月31日及2025年12月31日已發行及流通在外股份分別為175,668,586股及174,284,503股，流通在外股份分別為161,337,586股及161,015,878股）	95	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2024年12月31日及2025年12月31日已發行及流通在外股份均為13,300,738股）	8	8	1
資本公積	4,646,631	4,639,555	663,448
庫存股（截至2024年12月31日及2025年12月31日分別為14,331,000及13,268,625股）	(95,502)	(90,643)	(12,962)
累計虧損	(691,785)	(933,885)	(133,546)
累計其他綜合收益	54,575	27,491	3,931
<b>寶尊電商有限公司股東權益總額</b>	<b>3,914,022</b>	<b>3,642,619</b>	<b>520,885</b>
非控制性權益	196,178	1,791,354	256,160
<b>權益總額</b>	<b>4,110,200</b>	<b>5,433,973</b>	<b>777,045</b>
<b>負債、可贖回非控制性權益及權益總額</b>	<b>10,207,001</b>	<b>9,691,116</b>	<b>1,385,812</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12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2024	2025	美元	2024	2025	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
<b>淨營收</b>						
產品銷售 <sup>(1)</sup>	1,105,971	1,237,837	177,008	3,466,928	3,849,559	550,480
服務	1,888,474	1,934,391	276,614	5,955,301	6,095,924	871,706
<b>總淨營收</b>	<b>2,994,445</b>	<b>3,172,228</b>	<b>453,622</b>	<b>9,422,229</b>	<b>9,945,483</b>	<b>1,422,186</b>
<b>經營開支<sup>(2)</sup></b>						
產品成本	(773,887)	(786,370)	(112,449)	(2,473,804)	(2,576,012)	(368,365)
履約費用 <sup>(3)</sup>	(768,863)	(683,371)	(97,721)	(2,461,591)	(2,309,755)	(330,291)
銷售及營銷費用 <sup>(3)</sup>	(1,041,421)	(1,222,445)	(174,807)	(3,380,724)	(3,847,237)	(550,148)
技術與內容費用 <sup>(3)</sup>	(146,589)	(116,923)	(16,720)	(550,289)	(463,206)	(66,238)
管理及行政費用 <sup>(3)</sup>	(191,822)	(187,901)	(26,869)	(719,157)	(751,627)	(107,481)
其他經營淨利潤	8,281	18,717	2,676	55,445	77,304	11,054
商譽減值損失	(6,934)	(18,395)	(2,630)	(6,934)	(18,395)	(2,630)
<b>經營開支總額</b>	<b>(2,921,235)</b>	<b>(2,996,688)</b>	<b>(428,520)</b>	<b>(9,537,054)</b>	<b>(9,888,928)</b>	<b>(1,414,099)</b>
<b>經營利潤(損失)</b>	<b>73,210</b>	<b>175,540</b>	<b>25,102</b>	<b>(114,825)</b>	<b>56,555</b>	<b>8,087</b>
<b>其他收入(開支)</b>						
利息收入	18,298	23,029	3,293	68,752	58,556	8,373
利息費用	(9,619)	(10,455)	(1,495)	(38,987)	(44,572)	(6,374)
未實現投資收益						
(損失)	20,851	(4,448)	(637)	4,851	(16,574)	(2,370)
股權投資處置收益	—	—	—	—	562	80
投資減值損失	(14,403)	(213,406)	(30,517)	(14,403)	(213,406)	(30,517)
子公司處置損失	—	—	—	—	(36,262)	(5,185)
金融工具的						
公允價值變動 <sup>(4)</sup>	17,654	4,883	698	11,838	(1,904)	(272)
匯兌損失	(11,466)	(3,592)	(514)	(10,213)	(3,718)	(532)

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2024	2025	美元	2024	2025	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
除所得稅及權益法						
投資收益(損失)前利潤	94,525	(28,449)	(4,070)	(92,987)	(200,763)	(28,710)
所得稅支出 <sup>(5)</sup>	(28,443)	10,028	1,434	(20,739)	(9,907)	(1,417)
權益法投資(虧損)						
收益, 扣除零稅項 <sup>1)</sup>	(23,930)	6,277	898	(24,658)	11,090	1,586
淨利潤(損失)	42,152	(12,144)	(1,738)	(138,384)	(199,580)	(28,541)
歸屬於非控制性權益						
股東的淨(利潤)損失	(18,253)	(24,375)	(3,486)	1,990	(23,374)	(3,342)
歸屬於可贖回非控制性						
權益股東的淨利潤	(23,770)	(1,438)	(206)	(48,804)	(19,146)	(2,738)
歸屬於寶尊電商有限公司						
普通股股東的淨利潤						
(損失)	129	(37,957)	(5,430)	(185,198)	(242,100)	(34,621)
歸屬於寶尊電商有限公司						
普通股股東的每股淨						
利潤(損失)						
基本	0.00*	(0.22)	(0.03)	(1.03)	(1.40)	(0.20)
攤薄	0.00*	(0.22)	(0.03)	(1.03)	(1.40)	(0.20)
歸屬於寶尊電商有限公司						
普通股股東的每股美國						
存托股淨利潤(損失)						
基本	0.00*	(0.66)	(0.09)	(3.09)	(4.19)	(0.60)
攤薄	0.00*	(0.66)	(0.09)	(3.09)	(4.19)	(0.60)
用於計算每股普通股淨利潤						
(損失)的加權平均股數						
基本	176,942,201	173,810,273	173,810,273	179,678,986	173,480,754	173,480,754
攤薄	178,685,466	173,810,273	173,810,273	179,678,986	173,480,754	173,480,754
淨利潤(損失)	42,152	(12,144)	(1,738)	(138,384)	(199,580)	(28,541)
其他綜合收益, 扣除零稅項						
外幣折算差異	24,732	(14,131)	(2,021)	22,324	(12,706)	(3,071)
綜合收益(損失)	66,884	(26,275)	(3,759)	(116,060)	(212,286)	(31,612)

\* 金額小於人民幣0.01元。

- (1) 截至2025年12月31日的三個月內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為574.5百萬元和663.7百萬元，而截至2024年12月31日的三個月內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為571.7百萬元和534.6百萬元。

2025年財政年度內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為2,009.8百萬元和1,841.6百萬元，而截至2024年財政年度內，寶尊電商業務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為1,999.6百萬元和1,469.6百萬元。

- (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		
	2024 人民幣	2025 人民幣	美元	2024 人民幣	2025 人民幣	美元
履約費用	732	182	26	4,885	1,011	145
銷售及營銷費用	3,075	491	70	19,943	3,661	524
技術與內容費用	2,077	329	47	11,290	2,006	287
管理及行政費用	9,287	(4,778)	(683)	45,483	13,253	1,894
	<b>15,171</b>	<b>(3,776)</b>	<b>(540)</b>	<b>81,601</b>	<b>19,931</b>	<b>2,850</b>

- (3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2024年及2025年12月31日止三個月期間分別為人民幣7.9百萬元及人民幣7.5百萬元。

包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2024年財政年度及2025年財政年度期間分別為人民幣36.3百萬元及人民幣31.1百萬元。

- (4) 包括以前年度併購相關的金融工具公允價值變動損失，截至2025年12月31日止三個月期間為人民幣7.7百萬元。

- (5) 包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣1.8百萬元及人民幣38.2百萬元，分別於截至2024年及2025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7.6百萬元及人民幣44.2百萬元，分別於截至2024年及2025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托股資料除外)**

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2024	2025	美元	2024	2025	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
經營利潤(損失)	73,210	175,540	25,102	(114,825)	56,555	8,087
加：股份激勵費用	15,171	(3,776)	(540)	81,601	19,931	2,850
業務收購產生的無形資產攤銷	7,901	7,544	1,078	36,257	31,128	4,451
商譽減值	6,934	18,395	2,630	6,934	18,395	2,630
回購美國存托股註銷費	101	-	-	678	150	21
<b>非公認會計準則下的經營利潤</b>	<b>103,317</b>	<b>197,703</b>	<b>28,270</b>	<b>10,645</b>	<b>126,159</b>	<b>18,039</b>
淨利潤(損失)	42,152	(12,144)	(1,738)	(138,384)	(199,580)	(28,541)
加：股份激勵費用	15,171	(3,776)	(540)	81,601	19,931	2,850
業務收購產生的無形資產攤銷	7,901	7,544	1,078	36,257	31,128	4,451
商譽和投資減值損失	21,337	231,801	33,147	21,337	231,801	33,147
權益法投資的非暫時性減值損失	26,115	-	-	26,115	-	-
回購美國存托股註銷費	101	-	-	678	150	21
衍生工具公允價值損失	-	-	-	-	7,654	1,095
子公司和股權投資處置損失	-	-	-	-	35,700	5,105
未實現投資(收益)損失	(20,851)	4,448	637	(4,851)	16,574	2,370
減：業務收購產生的無形資產 攤銷，子公司處置損失和 投資減值損失的稅務影響	(1,802)	(38,224)	(5,466)	(7,611)	(44,227)	(6,324)
<b>非公認會計準則下的淨利潤</b>	<b>90,124</b>	<b>189,649</b>	<b>27,118</b>	<b>15,142</b>	<b>99,131</b>	<b>14,174</b>

	截至12月31日止三個月			截至12月31日止年度		
	2024	2025	美元	2024	2025	美元
	人民幣	人民幣		人民幣	人民幣	
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)	129	(37,957)	(5,430)	(185,198)	(242,100)	(34,621)
加：股份激勵費用	15,171	(3,776)	(540)	81,601	19,931	2,850
業務收購產生的無形資產攤銷	5,528	5,182	741	25,776	21,651	3,096
商譽和投資減值損失	20,742	229,359	32,797	20,742	229,359	32,797
權益法投資的非暫時性減值損失	26,115	-	-	26,115	-	-
回購美國存托股註銷費	101	-	-	678	150	21
衍生工具公允價值損失	-	-	-	-	4,822	690
子公司和股權投資處置損失	-	-	-	-	35,700	5,105
未實現投資(收益)損失	(20,851)	4,448	637	(4,851)	16,574	2,370
減：業務收購產生的無形資產攤銷， 子公司處置損失和投資 減值損失的稅務影響	(1,209)	(37,634)	(5,382)	(5,234)	(41,858)	(5,986)
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>45,726</u>	<u>159,622</u>	<u>22,823</u>	<u>(40,371)</u>	<u>44,229</u>	<u>6,322</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托股攤薄淨利潤(損失)：	0.77	2.75	0.39	(0.67)	0.76	0.11
用於計算每股普通股攤薄淨利潤(損失)的加權平均股數	178,685,466	173,898,014	173,898,014	179,678,986	173,601,782	173,601,782

- (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，除業務收購產生的無形資產攤銷，子公司處置損失和投資減值損失的稅務影響外，其他項目對所得稅的影響不大。