

香港交易及結算所有限公司以及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

POP MART

泡泡瑪特國際集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9992)

截至2020年12月31日止年度的
年度業績公佈

年度業績摘要

	截至12月31日止年度		
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元	同比變動 (%)
收益	2,513,471	1,683,434	49.3%
毛利	1,594,108	1,090,334	46.2%
經營溢利	718,783	598,794	20.0%
除所得稅前溢利	707,403	598,375	18.2%
年內溢利	523,312	451,118	16.0%
本公司擁有人應佔年內溢利	523,505	451,118	16.0%
非國際財務報告準則經調整純利	590,506	469,123	25.9%
基本每股盈利(人民幣元)	0.44	0.39	12.8%

泡泡瑪特國際集團有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2020年12月31日止年度(「報告期」)的經審核綜合業績。本年度業績公佈的內容乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)項下有關年度業績初步公佈的適用披露規定，並根據國際審計與鑒證準則理事會(「國際審計與鑒證準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。該等年度業績亦已由董事會及董事會轄下之審核委員會(「審核委員會」)審閱及確認。除特別註明外，本公司的財務數據均以人民幣(「人民幣」)列示。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收益	3	2,513,471	1,683,434
銷售成本	4	<u>(919,363)</u>	<u>(593,100)</u>
毛利		<u>1,594,108</u>	<u>1,090,334</u>
經銷及銷售開支	4	(630,069)	(363,819)
一般及行政開支	4	(279,967)	(142,468)
金融資產減值撥回／(撥備)		398	(3,086)
其他收入	5	45,420	17,013
其他(虧損)／收益－淨額		<u>(11,107)</u>	<u>820</u>
經營溢利		<u>718,783</u>	<u>598,794</u>
財務收入	6	1,953	424
財務開支	6	<u>(10,946)</u>	<u>(5,813)</u>
財務開支－淨額	6	<u>(8,993)</u>	<u>(5,389)</u>
可轉換可贖回優先股的公平值變動		(6,260)	—
分佔使用權益法入賬的投資溢利		<u>3,873</u>	<u>4,970</u>
除所得稅前溢利		<u>707,403</u>	<u>598,375</u>
所得稅開支	7	<u>(184,091)</u>	<u>(147,257)</u>
年內溢利		<u>523,312</u>	<u>451,118</u>
以下應佔年內溢利：			
— 本公司擁有人		523,505	451,118
— 非控股權益		<u>(193)</u>	<u>—</u>
		<u>523,312</u>	<u>451,118</u>

	截至12月31日止年度	
附註	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
其他全面(虧損)/收益		
可能重新分類至損益的項目		
— 貨幣換算差額	<u>(25,726)</u>	<u>903</u>
將不會重新分類至損益的項目		
— 貨幣換算差額	<u>(13,050)</u>	<u>—</u>
年內其他全面(虧損)/收益，除稅後	<u>(38,776)</u>	<u>903</u>
年內全面收益總額	<u>484,536</u>	<u>452,021</u>
以下應佔年內全面收益總額：		
— 本公司擁有人	484,604	452,021
— 非控股權益	<u>(68)</u>	<u>—</u>
	<u>484,536</u>	<u>452,021</u>
本公司擁有人應佔溢利的每股盈利		
— 基本(以每股人民幣元表示)	9	0.44
— 攤薄(以每股人民幣元表示)	9	0.39
	<u>9</u>	<u>0.44</u>
	<u>9</u>	<u>0.39</u>

綜合資產負債表

	附註	於12月31日	
		2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		238,325	103,559
無形資產		92,731	18,620
使用權資產		287,799	178,938
使用權益法入賬的投資		50,380	22,101
一間按公平值計入損益的聯營公司		16,900	–
預付款項		6,177	10,443
遞延所得稅資產		23,087	16,219
		<u>715,399</u>	<u>349,880</u>
總非流動資產			
流動資產			
貿易應收款項	10	78,334	45,636
其他應收款項		90,781	59,696
存貨		225,369	96,302
預付款項及其他流動資產		177,918	140,353
按公平值計入損益的金融資產		–	50,000
受限制現金		3,263	–
現金及現金等價物		5,680,235	324,614
		<u>6,255,900</u>	<u>716,601</u>
總流動資產			
		<u>6,971,299</u>	<u>1,066,481</u>
總資產			

	於12月31日	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
權益		
股本	923	82
就股份獎勵計劃持有的股份	(16)	—
其他儲備	5,189,115	169,631
保留盈利	939,352	423,068
	<u>6,129,374</u>	<u>592,781</u>
本公司擁有人應佔權益	6,129,374	592,781
非控股權益	1,628	—
	<u>1,628</u>	<u>—</u>
總權益	6,131,002	592,781
	<u>6,131,002</u>	<u>592,781</u>
負債		
非流動負債		
應付授權費	27,934	1,318
租賃負債	147,050	90,812
	<u>174,984</u>	<u>92,130</u>
總非流動負債	174,984	92,130
	<u>174,984</u>	<u>92,130</u>
流動負債		
貿易應付款項	115,804	49,406
應付授權費	58,880	15,177
其他應付款項	202,297	122,050
合約負債	83,941	35,167
租賃負債	144,724	92,586
即期所得稅負債	59,667	67,184
	<u>665,313</u>	<u>381,570</u>
總流動負債	665,313	381,570
	<u>665,313</u>	<u>381,570</u>
總負債	840,297	473,700
	<u>840,297</u>	<u>473,700</u>
總權益及負債	6,971,299	1,066,481
	<u>6,971,299</u>	<u>1,066,481</u>

附註

11

綜合財務報表附註

1 一般資料

泡泡瑪特國際集團有限公司（「本公司」）於2019年5月9日根據開曼群島公司法第22章（1961年第3號法例，經綜合及修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處的地址為P.O. Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司，其附屬公司主要於中華人民共和國（「中國」）及若干海外國家及地區從事潮流玩具的產品設計與開發及銷售。本公司的最終控股公司為GWF Holding Limited（前稱為Grant Wang Holding Limited），由王寧先生及其配偶楊濤女士控制。

於2020年12月11日，本公司成功在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市，按每股38.5港元的價格提呈發售135,715,200股新普通股。此外，誠如本公司日期為2020年12月15日的公佈所披露，本公司於2020年12月15日就悉數行使超額配股權而發行及配發20,357,200股普通股。本公司所收取的所得款項總額約為6,008,787,000港元（相當於約人民幣5,070,481,000元）。

根據本公司全體股東（「股東」）於2020年11月23日通過的書面決議案，在本公司股份溢價賬因根據全球發售發行新股而錄得進賬的情況下，授權本公司董事（「董事」）透過將112,128美元撥作資本而按面值向於2020年12月11日前一個營業日營業時間結束時名列本公司股東名冊的人士按彼等各自當時的現有持股比例配發及發行合共1,121,278,635股入賬列為繳足每股面值0.0001美元的股份（「資本化發行」）。

除非另有說明，否則本綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列。

本綜合財務報表已於2021年3月26日經本公司董事會批准刊發。

2 重大會計政策概要

本附註提供編製該等綜合財務報表時所採納的主要會計政策清單。除另有所指外，該等政策於所有呈列年度一直貫徹應用。財務報表乃為本集團（由本公司及其附屬公司組成）所編製。

2.1 編製基準

(i) 遵守國際財務報告準則及香港公司條例

本集團的綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的所有適用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）及香港法例第622章香港公司條例（「香港公司條例」）的披露規定所編製。

(ii) 歷史成本法

綜合財務報表乃根據歷史成本法編製，並根據按公平值計入損益的金融資產的重估（按公平值列賬）作出修訂。

(iii) 本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團於2020年1月1日開始的年度報告期間首次應用下列準則及修訂：

- 重大之定義 — 國際會計準則第1號及國際會計準則第8號修訂
- 業務之定義 — 國際財務報告準則第3號修訂
- 利率基準改革 — 國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號及國際財務報告準則第7號修訂
- 經修訂財務報告概念框架

本集團亦選擇提早採納以下修訂：

- 與新型冠狀病毒疫情相關的租金優惠 — 國際財務報告準則第16號修訂

除下文附註2.2所載國際財務報告準則第16號修訂外，上述修訂並無對過往期間已確認金額造成任何影響，且預期將不會嚴重影響當前或未來期間。

(iv) 尚未提早採納的新訂準則、修訂及經修訂概念框架

下列新訂會計準則及詮釋已經頒佈，但並不對2020年12月31日報告期間強制生效，且並無獲本集團提早採納。

新訂準則、詮釋及修訂	生效日期
國際會計準則第1號修訂 — 將負債分類為流動或非流動	2023年1月1日
國際會計準則第16號修訂 — 物業、廠房及設備： 擬定用途前的所得款項	2022年1月1日
國際會計準則第37號修訂 — 虧損合約 — 履行合約的成本	2022年1月1日
國際財務報告準則第3號修訂 — 引用概念框架的更新	2022年1月1日
2018年至2020年週期的年度改進 (國際財務報告準則第1號、 國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第16號及 國際會計準則第41號)	2022年1月1日
國際財務報告準則第17號 — 保險合約	2023年1月1日
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂 — 出售或注入資產	待定

本集團已開始評估該等新訂或經修訂準則及修訂造成的影響。根據本集團作出之初步評估，於該等準則及修訂生效後，預期概無對本集團財務報表造成重大影響。

2.2 會計政策的變動

本集團已自2020年1月1日起追溯提早採納國際財務報告準則第16號修訂 — 與新型冠狀病毒疫情相關的租金優惠。該修訂提供一項可選擇的實際權宜方法，容許承租人選擇不評估與新型冠狀病毒疫情相關的租金優惠是否屬租賃修訂。採納這選項的承租人可按租金優惠並非租賃修訂的相同方式入賬合資格租金優惠。實際權宜方法僅適用於新型冠狀病毒疫情直接導致且符合以下所有條件的租金優惠：

- 租賃付款變動導致租賃的經修訂代價與緊接變動前的租賃代價大致相同或較其為低；
- 租賃付款減少僅會影響於2021年6月30日或之前到期的付款；及
- 租賃的其他條款和條件並無實質性變化。

本集團就所有合資格與新型冠狀病毒疫情相關的租金優惠採用實際權宜方法。合共約人民幣7,229,000元的租金優惠已入賬為負可變租賃付款，並於綜合損益及其他全面收益表確認為分銷及銷售開支以及一般及行政開支，而租賃負債亦已作出相應調整。對2020年1月1日的權益年初結餘並無影響。

3 收益及分部資料

管理層根據主要經營決策者（「主要經營決策者」）審閱的用於制定戰略決策的報告來確定經營分部。本集團的收益、開支、資產、負債及資本支出主要歸因於向外部客戶銷售潮流玩具，其被視為一個分部。本集團的主要市場是中國，其向海外客戶的銷售貢獻不到總收益的10%。因此，並未呈列地域資料。

按業務線劃分的收益明細如下：

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
客戶合約收益		
零售店銷售收益	1,002,054	739,690
線上銷售收益	951,875	539,201
機器人商店銷售收益	328,679	248,554
批發收益	207,386	110,467
展會收益	23,477	45,522
總計	2,513,471	1,683,434

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收益		
於某個時間點	2,505,509	1,671,554
於一段時間(i)	7,962	11,880
總計	2,513,471	1,683,434

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
收益		
按總額基準確認收益	2,511,843	1,669,838
按淨額基準確認收益(ii)	1,628	13,596
總計	2,513,471	1,683,434

(i) 所有原始合約的期限均為一年或以下，或者根據所發生的時間計費。在國際財務報告準則第15號允許的情況下，分配至該等未達成合約的交易價未予披露。

(ii) 當本集團在交易中擔任代理及並不承擔存貨風險或擁有產品定價的自主權時，第三方品牌產品於本集團的零售店及本集團所舉辦的展會上的委託銷售所產生的若干收益按淨額基準確認。

截至2020年及2019年12月31日止年度，並無由單一客戶的交易產生的收益佔本集團總收益10%或以上。

4 按性質劃分的開支

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
計入銷售成本的存貨成本	748,452	488,035
僱員福利開支	242,963	155,494
使用權資產折舊	142,940	70,324
運輸及物流開支	110,061	39,325
廣告及營銷開支	92,171	53,832
電商平台服務費	81,262	28,841
物業、廠房及設備折舊	66,682	29,580
設計及授權費	62,721	48,406
上市開支	44,024	16,538
未計入租賃負債的與短期租賃及可變租賃有關的開支	43,620	55,208
無形資產攤銷	36,221	8,799
稅金及附加費	20,634	16,400
展會成本	18,408	16,720
重新指定普通股為優先股有關開支	16,910	–
支付予機器人商店合作夥伴的佣金	13,179	19,116
使用年期為一年內的模具成本	7,460	4,565
核數師酬金	3,150	–
– 審計服務	3,000	–
– 非審計服務	150	–
存貨減值	2,095	1,710
其他	76,446	46,494
	<u>1,829,399</u>	<u>1,099,387</u>
總計	1,829,399	1,099,387

5 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
政府補貼(i)	26,412	4,417
授權費收入	18,695	12,103
其他	313	493
	<u>45,420</u>	<u>17,013</u>
總計	45,420	17,013

- (i) 有關金額指政府補貼，與對當地經濟增長作出貢獻而自當地政府收到的收入有關。該等補貼於收到後於綜合損益及其他全面收益表確認。概無與該等補貼有關的未達成條件或或然事件。

6 財務開支－淨額

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
財務收入		
－利息收入	(1,953)	(424)
財務開支		
－租賃負債利息開支	10,946	5,813
財務開支－淨額	<u>8,993</u>	<u>5,389</u>

7 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
即期所得稅	190,959	155,710
－香港利得稅	4,104	3,091
－中國內地企業所得稅	186,855	152,619
遞延所得稅	<u>(6,868)</u>	<u>(8,453)</u>
所得稅開支	<u>184,091</u>	<u>147,257</u>

(a) 開曼群島及英屬維京群島所得稅

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，根據開曼群島現行法律，本公司無須繳納開曼群島所得稅。根據英屬維京群島（「英屬維京群島」）現行法律，根據英屬維京群島商業公司法註冊成立或註冊的集團實體獲豁免繳納英屬維京群島所得稅。

(b) 香港利得稅

根據兩級制利得稅稅率制度，合資格集團實體的首2百萬港元溢利將按8.25%的稅率徵稅，而2百萬港元以上的溢利將按16.5%的稅率徵稅。不符合兩級制利得稅稅率制度的集團實體的溢利將繼續按統一稅率16.5%徵稅。截至2020年12月31日止年度，本集團已就估計應課稅溢利按16.5%的稅率計提香港利得稅撥備（2019年：16.5%）。

(c) 中國內地企業所得稅 (「企業所得稅」)

本集團就中國內地業務的所得稅撥備根據截至2020年12月31日止年度的估計應課稅溢利按25%的稅率 (截至2019年12月31日止年度：25%) 計算，並基於中國的現行法例、詮釋及慣例而定。

集團實體已獲中國內地稅務機關授予小規模納稅實體的若干稅收優惠，據此在各司法權區經營的附屬公司有權享受稅收優惠。

(d) 中國內地預扣稅 (「預扣稅」)

根據適用的中國內地稅收法規，在中國內地成立的公司就於2008年1月1日之後產生的溢利向外國投資者分派的股息通常須繳納10%的預扣稅。倘於香港註冊成立的外國投資者滿足中國內地與香港之間訂立的雙邊稅務條約安排項下的條件及規定，則相關的預扣稅稅率將為5%。

截至2020年12月31日，本集團在中國內地註冊成立的附屬公司的未分配盈利總額為人民幣935,668,000元 (截至2019年12月31日：人民幣424,149,000元)。董事認為，該等附屬公司不大可能於可預見的將來分配該等盈利，並且本公司有能力控制該等附屬公司分配盈利的時間。因此，儘管存在該等保留盈利的應課稅暫時性差額，但並未於綜合財務報表確認任何遞延所得稅負債。

8 股息

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
擬派末期股息每股普通股人民幣14.94分(2019年：零)	<u>209,402</u>	<u>—</u>

根據於2021年3月26日通過的決議案，本公司董事會建議從本公司股份溢價中派付截至2020年12月31日止年度末期股息每股本公司普通股人民幣14.94分，合共人民幣209,402,000元。擬派末期股息須待本公司股東於2021年6月1日舉行的應屆股東週年大會上批准。

擬派股息並未於綜合財務業績中反映為應付股息，而將反映為截至2021年12月31日止年度的撥入可分派儲備。

9 每股盈利

於附註1所披露在2020年12月11日進行的資本化發行完成後，就截至2020年及2019年12月31日止年度每股基本及攤薄盈利的普通股加權平均數已追溯調整。

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃截至2020年及2019年12月31日止年度，本集團擁有人應佔溢利除以已發行普通股加權平均數減就受限制股份獎勵計劃所持股份之差而計算得出。

	截至12月31日止年度	
	2020年	2019年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	523,505	451,118
已發行普通股加權平均數減就受限制 股份獎勵計劃所持股份之差(千股)	<u>1,194,709</u>	<u>1,154,563</u>
每股基本盈利(以每股人民幣元表示)	<u>0.44</u>	<u>0.39</u>

(b) 每股攤薄盈利

截至2020年12月31日止年度，每股攤薄盈利乃根據經就可贖回及可轉換優先股公平值變動調整後本公司擁有人應佔年內溢利，並以假設所有具攤薄影響的潛在普通股獲兌換後調整已發行普通股的加權平均數計算。截至2019年12月31日止年度，並無具攤薄影響的潛在普通股。

	截至12月31日止年度	
	2020年	2019年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	523,505	451,118
就可贖回及可轉換優先股公平值變動調整 (人民幣千元)	<u>6,260</u>	<u>—</u>
用於釐定每股攤薄盈利的溢利(人民幣千元)	<u>529,765</u>	<u>451,118</u>
已發行普通股加權平均數減受限制股份獎勵計劃 所持股份之差(千股)	1,194,709	1,154,563
就假設轉換可轉換可贖回優先股調整(千股)	<u>16,514</u>	<u>—</u>
每股攤薄盈利股份加權平均數(千股)	<u>1,211,223</u>	<u>1,154,563</u>
每股攤薄盈利(以每股人民幣元表示)	<u><u>0.44</u></u>	<u><u>0.39</u></u>

10 貿易應收款項

	於12月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
貿易應收款項(a)		
— 第三方	61,311	43,817
— 關聯方	<u>19,288</u>	<u>4,752</u>
小計	<u>80,599</u>	<u>48,569</u>
減：減值撥備(b)	<u>(2,265)</u>	<u>(2,933)</u>
貿易應收款項總額	<u><u>78,334</u></u>	<u><u>45,636</u></u>

(a) 就來自零售店銷售、機器人商店銷售及線上銷售的貿易應收款項而言，該等款項通常以現金、信用卡／借記卡或通過線上支付平台結算。就批發交易而言，貿易應收款項於銷售合約協定的信貸期內結算。大部分該等批發商的信貸期為30至90天。擁有良好歷史及長期關係的若干客戶獲授最多180天的延長優惠信貸期。

按發票日期的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
3個月以內	67,736	42,224
3個月至6個月	11,477	3,711
6個月以上	1,386	2,634
總計	<u>80,599</u>	<u>48,569</u>

(b) 貿易應收款項的減值撥備變動如下：

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
於1月1日	2,933	210
減值撥備(撥回)/ 撥備	<u>(668)</u>	<u>2,723</u>
於12月31日	<u>2,265</u>	<u>2,933</u>

11 貿易應付款項

供應商授予的商品應付款項的信貸期通常為即期至180天。於2020年及2019年12月31日，基於發票日期的商品應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
30天以內	31,355	23,605
30至90天	44,736	11,652
90至180天	20,604	5,028
180天以上	19,109	9,121
	<u>115,804</u>	<u>49,406</u>

12 或有事件

於2020年8月28日，北京泡泡瑪特文化創意有限公司（「北京泡泡瑪特」）接獲一份日期為2020年8月19日的法院傳票，內容有關金鷹國際商貿集團（中國）有限公司（「金鷹國際」）（作為股東）代表南京金鷹泡泡瑪特有限公司（「南京金鷹泡泡瑪特」）於江蘇省南京市中級人民法院向北京泡泡瑪特提起的申索，指稱（其中包括）北京泡泡瑪特違反日期為2014年4月29日由金鷹國際、王寧先生及北京泡泡瑪特其他當時股東訂立的投資合作協議。根據申索，金鷹國際要求(i)北京泡泡瑪特應停止於若干專屬地區經營申索店舖；及(ii)北京泡泡瑪特應向南京金鷹泡泡瑪特返還為數約人民幣117.2百萬元的款項，即北京泡泡瑪特於截至2019年12月31日止年度自於專屬地區經營申索店舖獲得的所指稱毛利。

概無就該項申索於綜合財務報表確認任何撥備，原因是本公司的中國法律顧問告知，金鷹國際提出的申索並無依據，申索被判定金鷹國際勝訴的可能性極低，本集團來自申索的風險極小且申索將不會對本集團的業務及財務表現造成重大不利影響。本集團計劃在本公司的中國法律顧問的協助下於法庭進行有力抗辯。

管理層討論與分析

業務回顧

作為中國潮流玩具文化的開拓者及主要推廣者，2020年，我們一共銷售超過5,000萬只潮流玩具。我們戰略重點是進一步深耕潮流玩具業務，繼續貫徹公司的長期既定策略和發展方向。年內，我們仍以藝術家發掘、IP運營、消費者觸達及潮流玩具文化的推廣為主要業務重點。

藝術家發掘和IP運營

IP運營和創作設計對於我們的產品至關重要，這也是推動泡泡瑪特發展的核心驅動力。我們不斷豐富IP類型、輸出風格多樣化的產品，以滿足不同用戶群體的需求。年內，我們頭部IP收入佔比更加均勻，並保持了強勁的增長，2020年8月上市的MOLLY的一天系列，截至2020年底單銷售額破人民幣1億元。我們持續簽約設計師並推出新IP的產品系列，例如SKULLPANDA，一經推出就受到了粉絲的熱烈追捧，密林古堡系列首發售出276,000個，以及我們內部的設計師團隊PDC (Pop Design Center)推出眾多受歡迎的IP，例如小甜豆系列等，2020年PDC原創IP收入超人民幣1億元。我們不但致力於孵化藝術家IP，也會和全球頂級的知名IP進行合作，推出了哈利波特、火影忍者等產品系列。2020年我們首次嘗試真人類的IP，推出了周同學的產品系列，獲得了粉絲的熱烈支持。

消費者觸達

— 線下渠道

2020年我們於中國大陸新開業76家線下門店，從2019年末的114家增至2020年末的187家¹。於2020年9月5日，我們的首家海外門店在韓國首爾江南區國際貿易中心開業，受當地潮玩愛好者的追捧，同時也是一次成功的品牌出海，令泡泡瑪特品牌被更多粉絲所熟知。2020年我們於中國大陸新開業526家機器人商店，從2019年末的825家增至2020年末的1,351家。

— 線上渠道

天貓雙十一期間²我們總銷售額³超過人民幣1.42億元，在天貓大玩具行業排名第一，也是天貓玩具行業第一個進入雙十一億元俱樂部的品牌旗艦店。泡泡瑪特抽盒機為我們在微信平台自主研發設計的小程序，旨在於創造好玩、有趣的購物體驗，於2020年實現了人民幣4.66億元的收入，較2019年增長了72.0%。

— 會員運營

通過渠道的持續擴張及IP的不斷豐富，並通過全渠道會員運營，用戶數字化規模快速擴大，截至2020年12月31日，累計註冊會員總數從2019年末的220萬人增至740萬人，新增註冊會員520萬人會員貢獻銷售額佔比88.8%，同比增長9.9%。

¹ 2020年，因租約到期和其他商業原因，我們關閉了3家門店

² 2020年11月1日-11月11日

³ GMV

潮流玩具文化推廣

由於新型冠狀病毒（「**新型冠狀病毒**」）疫情的原因，2020年我們僅舉辦了上海國際潮流玩具展，本次展館總面積近20,000平米，吸引了500名設計師和超過300個潮流玩具品牌參展，參觀人次再次超過十萬。

通過舉辦產業論壇，泡泡瑪特不斷加強對潮流玩具行業的影響力。2020年11月7日，我們首次在國內舉辦潮流玩具產業論壇，在論壇上發布《潮流玩具行業發展趨勢白皮書》，受到行業內外廣泛關注。

為了更好地向粉絲傳播潮流玩具文化，泡泡瑪特在2020年11月推出了首期面向高階會員的內刊《PLAYGROUND》，通過雜誌這種更具儀式感、稀缺性的形式傳遞泡泡瑪特的品牌文化和潮流文化趨勢。

財務回顧

收入

本公司收入從2019年的人民幣1,683.4百萬元上升到2020年的人民幣2,513.5百萬元，同比增長49.3%。

— 根據渠道劃分的收入

我們的收入來自：1.零售店；2.機器人商店；3.線上渠道，包括天貓旗艦店、泡泡抽盒機及其他中國主流電商；及4.批發渠道及其他，包括經銷商及批量採購的公司客戶，以及潮流玩具展等。

	截止2020年12月31日年度			截止2019年12月31日年度		
	收入	毛利率	收入佔比	收入	毛利率	收入佔比
	人民幣千元			人民幣千元		
零售店	1,002,054	62.0%	39.9%	739,690	65.6%	43.9%
線上渠道	951,875	66.4%	37.9%	539,201	68.9%	32.0%
機器人商店	328,679	72.3%	13.1%	248,554	70.7%	14.8%
批發及其他	230,863	44.7%	9.1%	155,989	36.7%	9.3%
— 中國大陸	156,691	42.8%	6.1%	129,099	32.9%	7.7%
— 中國大陸外	74,172	48.8%	3.0%	26,890	55.1%	1.6%
合計	<u>2,513,471</u>	<u>63.4%</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,683,434</u>	<u>64.8%</u>	<u>100.0%</u>

零售店銷售收入從2019年的人民幣739.7百萬元增加到2020年的人民幣1,002.1百萬元，增長了35.5%，主要由於我們在2020年增加了76間零售店；線上銷售收入從2019年的人民幣539.2百萬元增加到2020年的人民幣951.9百萬元，增長了76.5%，主要由於天貓平台和抽盒機銷售的增加以及新增了京東等線上渠道；機器人商店銷售收入從2019年的人民幣248.6百萬元增加到2020年的人民幣328.7百萬元，增長了32.2%，主要由於我們在2020年增加了526台機器人商店；批發及其他收入從2019年的156.0百萬元增長到2020年的230.9百萬元，增長了48.0%，其中(1)中國大陸的批發及其他收入從2019年的人民幣129.1百萬元增加到2020年的人民幣156.7百萬元，主要由於經銷商南京金鷹泡泡瑪特商貿有限公司收入的增長，佔全部中國大陸經銷商的比例在62.5%；(2)中國大陸以外的批發及其他收入從2019年的人民幣26.9百萬元增加到2020年的人民幣74.2百萬元，主要由於海外市場的擴張。

— 根據IP劃分的收入

	截止2020年12月31日年度		截止2019年12月31日年度	
	收入	收入佔比	收入	收入佔比
自主產品	2,136,196	85.0%	1,384,209	82.1%
自有IP	979,940	39.0%	627,027	37.2%
– Molly	356,918	14.2%	456,018	27.1%
– Dimoo	315,248	12.5%	100,085	5.9%
– BOBO & COCO	67,415	2.7%	25,454	1.5%
– SKULLPANDA	39,065	1.6%		
– 其他自有IP	201,294	8.0%	45,470	2.7%
獨家IP	711,904	28.3%	597,362	35.4%
– PUCKY	300,009	11.9%	315,318	18.7%
– The Monsters	204,828	8.1%	107,846	6.4%
– SATYR RORY	33,684	1.4%	63,086	3.7%
– 其他獨家IP	173,383	6.9%	111,112	6.6%
非獨家IP	444,352	17.7%	159,820	9.5%
外採及代銷	368,400	14.6%	279,986	16.6%
其他	8,875	0.4%	19,239	1.3%
合計	<u>2,513,471</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,683,434</u>	<u>100.0%</u>

泡泡瑪特的自主產品是我們的主要商品類型，自主產品收入於2020年總收入的比例為85.0%，自主產品從2019年的人民幣1,384.2百萬元增加到2020年的人民幣2,136.2百萬元，增長了54.3%。自有IP收入從2019年的人民幣627.0百萬元增加到2020年的人民幣979.9百萬元，增長了56.3%，主要由於Dimoo的銷售增長以及新增的IP SKULLPANDA的銷售收入貢獻；獨家IP收入從2019年的人民幣597.4百萬元增加到2020年的人民幣711.9百萬元，增長了19.2%，主要由於The Monsters收入的增加以及IP數量的增加；非獨家IP收入從2019年的人民幣159.8百萬元增加到2020年的人民幣444.4百萬元，增長了178.1%，主要由於新系列產品的發售以及IP數量的增加。

一 根據地理區域劃分的店舖、機器人商店營業收入

零售店按城市等級劃分

城市等級	截止2020年12月31日年度		截止2019年12月31日年度	
	零售店數量	零售店收入 (人民幣千元)	零售店數量	零售店收入 (人民幣千元)
一線城市 ⁴	81	499,210	54	444,619
新一線城市 ⁵	56	289,139	36	205,976
二線及其他城市 ⁶	50	213,705	24	89,095
合計	187	1,002,054	114	739,690

機器人商店按城市等級劃分

城市等級	截止2020年12月31日年度		截止2019年12月31日年度	
	機器人 商店數量	機器人 商店收入 (人民幣千元)	機器人 商店數量	機器人 商店收入 (人民幣千元)
一線城市 ⁴	447	119,667	304	120,496
新一線城市 ⁵	453	107,149	292	78,445
二線及其他城市 ⁶	451	101,863	229	49,613
合計	1,351	328,679	825	248,554

線上收入明細

	截止2020年12月31日年度		截止2019年12月31日年度		增幅
	收入 (人民幣千元)	收入佔比	收入 (人民幣千元)	收入佔比	
泡泡瑪特抽盒機收入	466,364	49.0%	271,214	50.3%	72.0%
天貓旗艦店收入	406,110	42.7%	251,499	46.6%	61.5%
京東旗艦店收入	36,173	3.8%	–	0.0%	100%
其他電商平台收入	43,228	4.5%	16,488	3.1%	162.2%
合計	951,875	100.0%	539,201	100.0%	76.5%

⁴ 指中國大陸一線城市，包括北京、上海、廣州和深圳

⁵ 指中國大陸新一線城市，包括成都、重慶、杭州、武漢、西安、鄭州、青島、長沙、天津、蘇州、南京、東莞、瀋陽、合肥和佛山

⁶ 指中國大陸除去一線城市和新一線城市以外的城市

泡泡瑪特線上收入包括天貓旗艦店、泡泡瑪特抽盒機、京東旗艦店以及其他線上渠道，線上收入從2019年的人民幣539.2百萬元增加到2020年的人民幣951.9百萬元，增長了76.5%；其中泡泡瑪特抽盒機收入從2019年的人民幣271.2百萬元增加到2020年的人民幣466.4百萬元，增長了72.0%，天貓旗艦店收入從2019年的人民幣251.5百萬元增加到2020年的人民幣406.1百萬元，增長了61.5%，該增長主要源於品牌影響力增強，以及會員人數增加。京東旗艦店是2020年新增加渠道。

盈利能力

— 銷售成本

我們的銷售成本由2019年的人民幣593.1百萬元上升到2020年的人民幣919.4百萬元，增長了55.0%，主要原因是業務擴張，與我們收入增長一致。增加主要由於(1)商品成本由2019年的人民幣488.0百萬元增加到2020年的人民幣748.5百萬元，其主要原因為銷售增加；及(2)設計及授權費由2019年的人民幣48.4百萬元增加至2020年的人民幣62.7百萬元，主要因為我們自主產品收入增加以及收入佔比不斷增加。

— 毛利

我們的毛利由2019年的人民幣1,090.3百萬元增加到2020年的人民幣1,594.1百萬元，增長了46.2%，主要由於我們的收入增加。我們的毛利率由2019年的64.8%下降至2020年的63.4%，主要由於我們泡泡瑪特自主產品的毛利率略有下降。

我們泡泡瑪特自主產品產生的毛利由2019年的人民幣986.2百萬元增加到2020年的人民幣1,467.9百萬元，增長了48.8%，主要由於泡泡瑪特品牌產品產生的收益增加。泡泡瑪特品牌產品的毛利率從2019年的71.2%下降到2020年的68.7%，主要由於我們提高產品的工藝質量，產品工藝愈加複雜，以及原材料成本上漲導致毛利率下降。

我們的第三方產品產生的毛利由2019年的人民幣103.8百萬元增加到2020年人民幣135.7百萬元，增長了30.7%，主要由於我們的業務擴張使得第三方產品產生的收入增加。第三方產品的毛利率保持相對穩定，從2019年的37.1%下降到2020年的36.8%。

— 經銷及銷售開支

我們的經銷及銷售開支由2019年的人民幣363.8百萬元增加到2020年的人民幣630.1百萬元，增長了73.2%，主要由於(1)僱員福利開支由2019年的人民幣79.3百萬元增加到2020年的人民幣112.8百萬元，主要由於我們的銷售員工人數由2019年的837名員工增加到2020年的1,537名員工，主要用以支持我們擴張零售店及機器人商店網絡；(2)使用權資產折舊由2019年的人民幣56.2百萬元增加到2020年的人民幣121.1百萬元，主要由於我們的零售店數量由截至2019年12月31日的114間增加至截至2020年12月31日的187間，以支持我們的業務擴張及滿足對我們產品的需求增加；及(3)運輸及物流開支由2019年的人民幣32.9百萬元增加到2020年的人民幣105.6百萬元，主要由於我們線上渠道銷售的擴張以及我們為了顧客更好的消費體驗選擇了更快捷的物流公司。

— 一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2019年的人民幣142.5百萬元增加到2020年的人民幣280.0百萬元，增長了96.5%，主要由於(1)僱員福利開支由2019年的人民幣76.2百萬元增加到2020年的人民幣130.2百萬元，原因為我們的行政員工及設計開發人員人數由2019年的415名員工增加到2020年的793名員工，主要用以支出我們的產品開發以及業務擴張，及薪資水平提升以吸引人才；及(2)我們於2020年就首次公開發售產生上市開支人民幣44.0百萬元。

— 金融資產減值虧損淨額

我們的金融資產減值虧損淨額由2019年的人民幣3.1百萬元降低到2020年的人民幣負0.4百萬元，主要原因為我們加強了對貿易及其他應收款項的賬齡管理。

— 其他收入

我們的其他收入由2019年的人民幣17.0百萬元增加到2020年的人民幣45.4百萬元，增長了167.1%，主要由於(1)政府補貼增加了人民幣22.0百萬元；及(2)來自與德芙、歐萊雅等品牌合作項目的IP授權費收入增加人民幣6.6百萬元。

— 其他(虧損)/收益淨額

我們於2019年錄得其他收益淨額人民幣0.8百萬元，而於2020年錄得其他虧損淨額人民幣11.1百萬元，主要原因為對武漢慈善總會的新型冠狀病毒專項基金捐款人民幣10.0百萬元，助力墨玉縣脫貧攻堅工作捐款人民幣1.0百萬元。

— 經營溢利

由於上文所述，我們的經營溢利由2019年的人民幣598.8百萬元增加到2020年的人民幣718.8百萬元，增長了20.0%。

— 分佔使用權益法入賬的投資溢利/虧損

南京金鷹泡泡瑪特有限公司(「南京金鷹泡泡瑪特」)的業績維持相對穩定，我們分佔使用權益法入賬的投資溢利由2019年的人民幣5.0百萬元減少到2020年的人民幣3.9百萬元，減少了22.0%。

— 財務開支淨額

我們的財務開支淨額由2019年的人民幣5.4百萬元增加到2020年的人民幣9.0百萬元，增長了66.7%，主要由於我們的零售店數量增加相關的租賃負債增加。

— 所得稅開支

我們的所得稅開支由2019年的人民幣147.3百萬元增加到2020年人民幣184.1百萬元，原因為我們的除所得稅前溢利增加。我們的實際稅率由2019年的24.6%上升到2020年的26.0%，主要由於若干附屬公司於2020年錄得虧損，進而導致實際稅率提高。

— 年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2019年的人民幣451.1百萬元增加到2020年的人民幣523.3百萬元，增長了16.0%。

— 非公認會計原則財務指標

非國際財務報告準則經調整純利未按照國際財務報告準則計算，視為非國際財務報告準則的財務指標，其定義為除上市費用、以股份為基礎的付款報酬、重新指定普通股為優先股的有相關開支、可轉換可贖回優先股的公平值變動後純利，而非國際財務報告準則經調整純利率的定義為非國際財務報告準則經調整純利除以收益。我們認為，這些信息對於投資者在不影響本集團持續經營業績或現金流的情況下比較本集團的業績是有用的，並允許投資者考慮管理層在評估本集團業績時使用的指標。投資者不應認為非國際財務報告準則的財務指標替代或優於本集團的國際財務報告準則的業績。此外，可能不是所有公司會以相同的方式計算該項非國際財務報告準則的財務指標，因此未必可與其他公司採用的相若計量比較。

下表列出了各年度非國際財務報告準則的財務指標對賬情況：

	截至12月31日止年度	
	2020年 人民幣千元	2019年 人民幣千元
年內溢利	523,312	451,118
調整項目：		
上市費用	44,024	16,538
以股份為基礎的付款報酬		1,467
重新指定普通股為優先股的有關開支	16,910	-
可轉換可贖回優先股的公平值變動	6,260	-
	<hr/>	<hr/>
非國際財務報告準則經調整純利	590,506	469,123
	<hr/>	<hr/>
非國際財務報告準則經調整純利率	23.5%	27.9%
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

我們的管理層認為，上市費用、重新指定普通股為優先股的有關開支及可轉換可贖回優先股的公平值變動屬於與上市及首次公開發售前程序有關的一次性性質且將不會於上市後再產生。此外，以股份為基礎的付款開支、重新指定普通股為優先股有關開支及可轉換可贖回優先股的公平值變動屬於非現金項目且並無直接反映我們的業務營運。因此，通過撇除該等項目對計算非國際財務報告準則經調整純利影響的舉措，可更好地反映我們的相關經營表現，並更加便於比較逐年的經營表現。

流動資產、財務資源及資本開支

— 流動資產及流動負債

我們的流動資產淨值由截至2019年12月31日的人民幣335.0百萬元大幅增加到截至2020年12月31日的人民幣5,590.6百萬元。增加主要由於(1)現金及現金等價物增加人民幣5,355.6百萬元，主要由於首次公開發售募集的資金所致；(2)存貨增加人民幣129.1百萬元，主要因為業務擴張，我們增加了產品的庫存以滿足不斷增長的產品需求；及(3)部分被按公平值計入損益的金融資產減少人民幣50.0百萬元所抵銷，主要由於處置我們的金融工具投資所致。

— 貿易應收款項

貿易應收款項指日常業務過程中我們應收客戶的未結算款項。大部分的貿易應收款項與支付平台上的賬單如支付寶或微信支付有關。這些支付平台上的應收款項通常會在短期內收回。我們的貿易應收款項由截至2019年12月31日的人民幣45.6百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣78.3百萬元，該等增加主要由於第三方(包括購物中心、批發客戶及電商平台)付款增加，反映我們相對時間的貿易應收款項。貿易應收款項週轉天數從2019年的6天增加到2020年的9天。

— 其他應收款項

其他應收款項主要指向購物中心支付的有關我們零售店及機器人商店的押金款項。其他應收款項由截至2019年12月31日的人民幣59.7百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣90.8百萬元，主要原因為押金的增加，與我們零售店及機器人商店網絡的擴張一致。

— 存貨

我們的存貨包括製成品。我們的存貨由截至2019年12月31日的人民幣96.3百萬元增加至截至2020年12月31日的225.4百萬元。增加主要由於我們增加了我們的產品庫存，以滿足不斷增長的產品需求。存貨週轉天數從2019年的46天增加到2020年的78天，主要由於業務的擴張，IP數量及新品的增加，使得我們對貨品的需求增加，導致我們儲備的貨品量也相應的增加。

— 預付款項及其他流動資產

預付款項及其他流動資產主要包括預付存貨款項、預付設計費款項、預付物業、廠房及設備款項、預付短期租賃款項、可扣減增值進項稅及其他。我們的預付款項及其他流動資產由截至2019年12月31日的人民幣140.4百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣177.9百萬元，主要是由於(1)產品數量增加導致預付設計費款項增加人民幣35.7百萬元；及(2)預付給供應商的貨款減少了人民幣9.3百萬元。

— 現金及現金等價物

我們的現金及現金等價物主要包括銀行現金。現金及現金等價物從截至2019年12月31日的人民幣324.6百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣5,680.2百萬元，主要因為首次公開發售募集的資金（「所得款項淨額」）以及我們的業務增長。

— 貿易應付款項

貿易應付款項主要指我們在日常業務過程中向供應商支付貨款的責任。貿易應付款項從截至2019年12月31日的人民幣49.4百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣115.8百萬元，主要原因為我們的業務增長，導致採購量增加，進而令應付供應商款項的餘額有所增加。我們的貿易應付款項週轉天數由2019年的29天增加到2020年的40天，主要由於隨著我們採購量在增加，供應商一般同意給予我們更長的信貸期。

— 其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(1)工資、薪金及其他僱員福利、(2)應計開支、(3)應付物業、廠房及設備以及無形資產款項、(4)應付其他稅項、(5)應付上市開支款項、(6)應付短期及可變租金開支款項、(7)於展會代商戶收取的款項，及(8)其他。我們的其他應付款項及應計費用由截至2019年12月31日的人民幣122.1百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣202.3百萬元，主要是由於(1)擴大零售店導致應付物業、廠房及設備以及無形資產增加人民幣24.4百萬元；(2)首次公開發售的上市開支增加人民幣22.2百萬元；(3)業務增長致使其他應付稅項增加人民幣17.1百萬元，(4)因線上渠道的擴張應付物流費、平台服務費增長致使應計開支增加人民幣20.1百萬元。

— 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括(1)機器人商店、(2)模具、(3)設備及其他及(4)租賃裝修。我們的物業、廠房及設備由截至2019年12月31日的人民幣103.6百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣238.3百萬元，主要是由於(1)租賃裝修增加人民幣65.5百萬元，原因是我們的零售店網絡擴張，(2)模具增加人民幣51.2百萬元，原因是我們產品組合擴大及(3)機器人商店增加人民幣14.0百萬元，原因是我們的機器人商店網絡擴張。

— 無形資產

我們的無形資產主要包括(1)授權IP、(2)知識產權（包括我們的自有IP）及(3)軟件。我們的無形資產由截至2019年12月31日的人民幣18.6百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣92.7百萬元，主要是由於我們於2020年獲得新授權的IP。

— 使用權資產

使用權資產包括與我們的零售店及機器人商店有關的相應租賃負債於開始日期或之前做出的租賃付款及任何初步直接成本的初步計量。使用權資產自開始日期起按相關資產可使用年期與短期的較短期間予以折舊。我們的使用權資產由截至2019年12月31日的人民幣178.9百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣287.8百萬元，原因是零售店及機器人商店網絡的擴張。

— 銀行借款

截至2020年12月31日我們並無任何銀行借款。

資產抵押

截至2020年12月31日我們並無任何資產抵押。

資產負債率

於2020年12月31日，我們的資產負債率為12.1%，而於2019年12月31日的資產負債率則為44.4%。資產負債率乃總負債除以總資產並乘以100%。

或有事件

我們目前並無涉及任何重大法律訴訟，亦不知悉我們涉及任何待決或潛在重大法律訴訟。倘我們涉及有關重大法律訴訟，則我們會於產生虧損且有關虧損金額可合理估計時，按當時所得資料記錄任何虧損或或有負債。

於2020年8月28日，我們收到日期為2020年8月19日的法院傳票，內容有關金鷹國際商貿集團(中國)有限公司(作為股東)代表南京金鷹泡泡瑪特在江蘇省南京市中級人民法院向北京泡泡瑪特文化創意有限公司提起的申索。據中國法律顧問告知，金鷹國際提起的申索並無依據，申索判決金鷹國際勝訴的可能性極低，本公司面臨的來自該申索的風險微乎其微，且該申索將不會對我們的營運及財務表現產生重大不利影響，故概無就該申索於綜合財務報表確認撥備。

外匯風險管理

我們主要於中國經營業務，交易主要以人民幣結算。由於本集團並無以我們經營實體各自功能貨幣以外貨幣計值的重大金融資產或負債，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。於歷史記錄期間，我們並無對沖任何外幣波動。

資本開支

我們的資本開支包括(1)購置物業、廠房及設備的款項及(2)購置無形資產的款項。

	截至12月31日止年度	
	2020年 (人民幣千元)	2019年 (人民幣千元)
購置物業、廠房和設備	175,984	104,951
購置無形資產	47,608	12,551
合計	<u>223,592</u>	<u>117,502</u>

人力資源

截至2020年12月31日，我們共有2,330名員工，包括銷售員工1,316名，行政及開發人員793名。截止2020年12月31日止年度，我們共發生員工成本(包括薪金、工資、津貼和福利)人民幣243.0百萬元。

重大投資的未來計劃

截至2020年12月31日，我們並無持有任何重大投資。為加強我們作為中國潮流玩具文化的開拓者及主要推廣者地位，我們計劃動用所得款項淨額執行若干拓展項目。拓展項目的詳情載於本公佈「上市所得款項淨額用途」一段及本公司日期為2020年12月1日的招股章程(「招股章程」)「未來計劃及所得款項用途」一節。

重大收購及出售

於報告期內，我們並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

報告期間後事項

於本公佈日期，本集團於報告期間後並無發生須進一步披露或調整的重大事項。

未來展望

IP是我們業務的核心，我們通過創意的產品、精緻的設計和優質的服務使消費者收獲快樂美好、潮流體驗和藝術薰陶，同時，通過提升品牌價值，增加用戶對泡泡瑪特的品牌忠誠度，保持我們強勢的市場地位及競爭力。

我們將致力豐富IP類型，擴大IP庫，推出更多頭部系列產品，以及拓寬除盲盒以外的潮玩品類。

我們將致力擴展我們的渠道網絡，從而觸達更多的用戶，不斷精進我們的運營能力，提升用戶的消費體驗，加強會員拓展和會員營銷，推動創新零售數字化運作，以更多樣化的方式觸達和維護用戶，提供定制化的、更好的服務。

我們將通過更豐富多樣的途徑持續推廣潮流玩具文化，持續影響整個行業，為高階會員提供更多權益，提高粉絲黏性，提升粉絲的文化認同和品牌認知。

上市所得款項淨額用途

本公司股份於2020年12月11日(「上市日期」)通過全球發售在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市，經扣除專業費用、包銷佣金及其他相關上市開支後，本公司自全球發售(包括悉數行使超額配股權)所收取所得款項淨額總額約為5,781.7百萬港元。

誠如招股章程所述，所得款項淨額的擬定用途載列如下：

所得款項淨額擬定用途	所得款項淨額的分配	佔總所得款項淨額百分比	直至2020年12月31日已動用的所得款項淨額金額	於2020年12月31日的未動用的所得款項淨額餘額	動用未動用的所得款項淨額的擬定時間表
(i) 用於為我們的消費者觸達渠道及海外市場擴展計劃撥付部分資金	1,734.5百萬港元	30.0%	28.5	1,706.0	2024年12月31日
(a) 用於開設新零售店	954.0百萬港元	16.5%	24.2	929.8	或之前
(b) 用於開設新機器人商店	346.9百萬港元	6.0%	3.2	343.6	
(c) 用於擴展業務至海外市場	433.7百萬港元	7.5%	1.0	432.6	
(ii) 用於為潛在投資、收購本行業價值鏈上下游公司及與該等公司建立戰略聯盟撥資	1,561.1百萬港元	27.0%	–	1,561.1	2024年12月31日或之前
(iii) 用於投資技術舉措，以增強我們的營銷及粉絲參與力度及提升業務的數字化程度	867.2百萬港元	15.0%	3.3	864.0	
(a) 用於人才招聘	173.5百萬港元	3.0%	0.1	173.4	2023年12月31日或之前
(b) 用於購買相關軟件及硬件以加強數字化，並建立用於數字營銷、客戶服務、物流、產品、供應鏈、倉儲，會員、交易以及門店管理及營銷的信息系統	346.9百萬港元	6.0%	0.2	346.7	2024年12月31日或之前
(c) 用於優化我們的線上營銷工作，主要包括戰略性地在第三方推廣平台上投放廣告、圖標、鏈接及信息推送	346.9百萬港元	6.0%	3.0	343.9	2024年12月31日或之前

所得款項淨額擬定用途	所得款項 淨額的分配	佔總 所得款項 淨額百分比	直至2020年	於2020年	動用未動用 所得款項淨額 的擬定時間表
			12月31日 已動用的 所得款項 淨額金額	12月31日 的未動用 所得款項 淨額餘額	
(iv) 用於擴大我們的IP庫	1,040.7百萬港元	18.0%	0.7	1,040.0	
(a) 用於加強我們物色優秀藝術家的能力	260.3百萬港元	4.5%	0.7	259.6	2024年 12月31日 或之前
(b) 用於以提供具有競爭力的薪金的方式招募有才華的設計師加入我們的內部設計團隊，以增強我們的內部原創IP發掘實力	86.6百萬港元	1.5%	0.1	86.5	2023年 12月31日 或之前
(c) 用於收購受歡迎的IP以擴大我們的IP庫	693.9百萬港元	12.0%	-	693.9	2024年 12月31日 或之前
(v) 營運資金及一般公司用途	578.17百萬港元	10.0%	149.0	429.2	2023年 12月31日 或之前

本集團將遵照招股章程所載擬定目的動用首次公開發售所得款項淨額。

股息

董事會建議就截至2020年12月31日止年度派付末期股息每股本公司已發行普通股人民幣14.94分。建議派付股息須由本公司股東（「股東」）在將於2021年6月1日舉行的應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准後，方可作實，而股息將根據中國人民銀行於2021年6月1日所報的人民幣兌港元有效匯率以港元支付。待股東批准後，有關股息將於2021年7月30日向於2021年6月7日（星期一）名列本公司股東名冊的股東派付。

暫停辦理股份過戶登記

本公司將於2021年6月1日（星期二）舉行股東週年大會。本公司將由2021年5月27日（星期四）至2021年6月1日（星期二）（包括首尾兩日）期間暫停辦理股份過戶登記手續，以釐定有權出席股東週年大會的股東的身份，於此期間不會辦理股份過戶登記手續，2021年5月27日（星期四）名列本公司股東名冊的股東將有權出席股東週年大會並在會上投票。為符合資格出席股東週年大會，所有已填妥的股份過戶表格連同相關股票必須不遲於2021年5月26日（星期三）下午四時三十分送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

本公司亦將於2021年6月7日(星期一)至2021年6月9日(星期三)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記，以釐定股東收取末期股息的權利，於此期間將不會辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取末期股息，所有已填妥的股份過戶表格連同相關股票必須不遲於2021年6月4日(星期五)下午四時三十分前送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

企業管治

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益並提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄十四所載的企業管治守則(「**企業管治守則**」)，作為其本身的企業管治守則。本公司於2020年12月11日(即上市日期)至2020年12月31日期間內一直遵守企業管治守則項下的所有適用守則條文惟下文「主席及行政總裁」一段所述偏離守則條文第A.2.1條除外。

主席及行政總裁

企業管治守則的守則條文第A.2.1條規定主席與行政總裁的職責應有所區分，不應由同一人士履行。根據董事會現行架構，本公司主席及行政總裁職位由王寧先生擔任。

董事會相信，這種架構將不會削弱董事會與本公司管理層之間的權力及權限平衡，原因是：(i)董事會所作決定至少需要由大多數董事批准，而董事會九名董事當中有一名獨立非執行董事，董事會認為董事會內部有足夠的制衡作用；(ii)王寧先生及其他董事知悉並承諾履行彼等作為董事的受信責任，當中要求(其中包括)彼等為本公司的利益及最佳利益行事，並據此作出本集團決策；及(iii)權力及權限平衡乃以董事會運作加以保障，而董事會由經驗豐富、高質素人士組成，彼等定期會面討論影響本集團運作的事宜。此外，本集團的整體戰略及其他主要業務、財務及營運政策乃經董事會及高級管理層層面全面商討後共同作出。最後，由於王寧先生為我們的主要創辦人，董事會認為由同一人士擔任主席及行政總裁可確保本集團的領導貫徹一致，令本集團實現更為有效及高效的整體戰略規劃。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的有效性，以評估是否需要區分主席與行政總裁的職責。

進行證券交易的標準守則

本公司採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)，作為本公司涉及董事證券交易的行為守則。經向本公司全體董事(「**董事**」)作出具體查詢後，各董事已確認於2020年12月11日(即上市日期)至2020年12月31日期間一直遵守標準守則所載的規定。

購入、出售或贖回上市證券

於2020年12月11日(即上市日期)至2020年12月31日期間，本公司或其附屬公司並無購入、出售或贖回本公司的上市證券。

審核委員會

審核委員會連同董事會已審閱本集團所採納的會計標準及慣例，以及截至2020年12月31日止年度的年度業績。

核數師之工作範疇

本公佈所載本集團截至2020年12月31日止年度綜合損益及其他全面收益表、綜合資產負債表以及相關附註的數字已獲本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所同意，與本集團年內經審核綜合財務報表所載金額一致。羅兵咸永道會計師事務所就此進行之工作並不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港核數準則》、《香港審閱應聘服務準則》或《香港保證應聘服務準則》而進行之核證聘用，因此並未就本公佈作出核證。

在聯交所及本公司網站刊登年度業績及2020年年報

本年度業績公佈於聯交所(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.popmart.com)刊登，而本公司將於適當時候將載有上市規則所規定的一切資料的2020年年報寄發予股東，並分別在聯交所及本公司網站刊登。

承董事會命
泡泡瑪特國際集團有限公司
執行董事、董事會主席及行政總裁
王寧

香港，2021年3月26日

於本公佈日期，執行董事為王寧先生、楊濤女士、劉冉女士及司德先生，非執行董事為屠錚先生及何愚先生，以及獨立非執行董事為張建君先生、吳聯生先生及顏勁良先生。