

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2021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		
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元	同比變動 (%)
收入	4,490,651	2,513,471	78.7%
毛利	2,758,624	1,594,108	73.1%
經營溢利	1,149,812	718,783	60.0%
除所得稅前溢利	1,171,191	707,403	65.6%
年內溢利	854,567	523,312	63.3%
本公司擁有人應佔年內溢利	854,339	523,505	63.2%
非國際財務報告準則經調整純利	1,001,635	590,506	69.6%
基本每股盈利(人民幣元)	0.62	0.44	40.9%
攤薄每股盈利(人民幣元)	0.62	0.44	40.9%

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2021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	
		2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益	3	4,490,651	2,513,471
銷售成本	4	<u>(1,732,027)</u>	<u>(919,363)</u>
毛利		<u>2,758,624</u>	<u>1,594,108</u>
經銷及銷售開支	4	(1,106,078)	(630,069)
一般及行政開支	4	(557,509)	(279,967)
金融資產減值(撥備)/撥回		(1,435)	398
其他收入	5	54,425	45,420
其他收益/(虧損)－淨額	6	<u>1,785</u>	<u>(11,107)</u>
經營溢利		<u>1,149,812</u>	<u>718,783</u>
財務收入	7	28,609	1,953
財務開支	7	<u>(21,246)</u>	<u>(10,946)</u>
財務收益/(開支)－淨額	7	<u>7,363</u>	<u>(8,993)</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>14,016</u>	<u>3,873</u>
除所得稅前溢利		<u>1,171,191</u>	<u>707,403</u>
所得稅開支	8	<u>(316,624)</u>	<u>(184,091)</u>
年內溢利		<u>854,567</u>	<u>523,312</u>
以下應佔年內溢利：			
－ 本公司擁有人		854,339	523,505
－ 非控股權益		<u>228</u>	<u>(193)</u>
		<u>854,567</u>	<u>523,312</u>

	截至12月31日止年度	
附註	2021年	2020年
	人民幣千元	人民幣千元
其他全面虧損		
可能重新分類至損益的項目		
－ 貨幣換算差額	<u>(12,629)</u>	<u>(25,726)</u>
將不會重新分類至損益的項目		
－ 貨幣換算差額	<u>(102,926)</u>	<u>(13,050)</u>
年內其他全面虧損，除稅後	<u>(115,555)</u>	<u>(38,776)</u>
年內全面收益總額	<u>739,012</u>	<u>484,536</u>
以下應佔年內全面收益總額：		
－ 本公司擁有人	738,816	484,604
－ 非控股權益	<u>196</u>	<u>(68)</u>
	<u>739,012</u>	<u>484,536</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)	10	0.62
－ 攤薄 (以每股人民幣元表示)	10	0.44
		<u>0.44</u>

綜合資產負債表

	附註	於12月31日	
		2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		366,281	238,325
無形資產		134,032	92,731
使用權資產		609,517	287,799
使用權益法入賬的投資		61,539	50,380
按公平值計入損益的金融資產		328,688	16,900
預付款項及其他非流動資產		30,727	6,177
遞延所得稅資產		35,553	23,087
		<u>1,566,337</u>	<u>715,399</u>
總非流動資產			
流動資產			
貿易應收款項	11	171,334	78,334
其他應收款項		154,939	90,781
存貨		788,829	225,369
預付款項及其他流動資產		353,580	177,918
按公平值計入損益的金融資產		20,544	—
受限制現金		3,353	3,263
現金及現金等價物		5,264,710	5,680,235
		<u>6,757,289</u>	<u>6,255,900</u>
總流動資產			
總資產		<u><u>8,323,626</u></u>	<u><u>6,971,299</u></u>

		於12月31日	
		2021年	2020年
	附註	人民幣千元	人民幣千元
權益			
股本		923	923
就股份獎勵計劃持有的股份		(15)	(16)
其他儲備		5,023,583	5,189,115
保留盈利		1,793,691	939,352
		<u>6,818,182</u>	<u>6,129,374</u>
本公司擁有人應佔權益			
非控股權益		1,824	1,628
		<u>6,820,006</u>	<u>6,131,002</u>
負債			
非流動負債			
應付授權費		46,371	27,934
租賃負債		364,543	147,050
		<u>410,914</u>	<u>174,984</u>
總非流動負債			
流動負債			
貿易應付款項	12	266,098	115,804
應付授權費		86,004	58,880
其他應付款項		266,902	202,297
合約負債		119,624	83,941
租賃負債		256,909	144,724
即期所得稅負債		97,169	59,667
		<u>1,092,706</u>	<u>665,313</u>
總流動負債			
		<u>1,503,620</u>	<u>840,297</u>
總負債			
		<u>8,323,626</u>	<u>6,971,299</u>
總權益及負債			

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。

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日一個營業日營業時間結束時名列本公司股東名冊的人士配發及發行合共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」)。

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。

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2022年3月28日經董事會批准刊發。

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2021年1月1日開始的年度報告期間首次應用下列修訂：

國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第4號及國際財務報告準則第16號修訂 *利率基準改革 – 第二階段*

本集團亦選擇提早採納下以修訂：

國際財務報告準則第16號修訂 *2021年6月30日之後與新型冠狀病毒疫情相關的租金優惠*

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現有或未來期間。

(iv) 尚未採納的新訂準則及詮釋

若干會計準則及詮釋的新訂會計準則及經修訂於2021年12月31日之報告期內已頒佈但並非強制執行，且並未獲本集團提早採納。預期該等準則、經修訂或詮釋不會於本報告期間或未來報告期間對本集團以及可預見的未來交易產生重大影響。

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	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
客戶合約收益		
線上銷售收益	1,879,189	951,875
零售店銷售收益	1,673,386	1,002,054
機器人商店銷售收益	469,803	328,679
批發收益	444,817	207,386
展會收益	23,456	23,477
總計	<u>4,490,651</u>	<u>2,513,471</u>

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益		
於某個時間點	4,490,651	2,505,509
於一段時間(i)	—	7,962
總計	<u>4,490,651</u>	<u>2,513,471</u>

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益		
按總額基準確認收益	4,490,651	2,511,843
按淨額基準確認收益(ii)	-	1,628
總計	4,490,651	2,513,471

(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) 當本集團在該等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2021年及2020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	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
計入銷售成本的存貨成本	1,445,001	748,452
僱員福利開支	669,725	242,963
使用權資產折舊	221,698	142,940
物業、廠房及設備折舊	161,834	66,682
廣告及營銷開支	157,552	92,171
運輸及物流開支	141,259	110,061
電商平台服務費	123,895	81,262
設計及授權費	104,674	62,721
未計入租賃負債的與短期租賃及可變租賃有關的開支	86,318	43,620
無形資產攤銷	51,470	36,221
稅金及附加費	30,680	20,634
使用年期為一年內的模具成本	17,155	7,460
支付予機器人商店合作夥伴的佣金	6,674	13,179
核數師酬金	4,500	3,000
存貨減值	1,318	2,095
上市開支	-	44,024
展會成本	-	18,408
重新指定普通股為優先股有關開支	-	16,910
其他	171,861	76,596
總計	3,395,614	1,829,399

5 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
授權費收入	37,656	18,695
政府補貼(i)	15,353	26,412
推廣服務費	740	—
其他	676	313
	<u>54,425</u>	<u>45,420</u>
總計	<u>54,425</u>	<u>45,420</u>

- (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 其他收益／(虧損)淨額

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
按公平值計入損益的金融工具的公平值變動	15,262	1,153
捐贈	(10,896)	(11,527)
匯兌虧損	(3,302)	(1,655)
其他	721	922
	<u>1,785</u>	<u>(11,107)</u>
總計	<u>1,785</u>	<u>(11,107)</u>

7 財務收入／(開支)－淨額

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
財務收入		
－利息收入	28,609	1,953
財務開支		
－租賃負債及應付授權費利息開支	(21,246)	(10,946)
	<u>7,363</u>	<u>(8,993)</u>
財務收入／(開支)－淨額	<u>7,363</u>	<u>(8,993)</u>

8 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
即期所得稅	329,090	190,959
— 香港利得稅	73	4,104
— 中國內地企業所得稅	329,017	186,855
遞延所得稅	(12,466)	(6,868)
所得稅開支	316,624	184,091

(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2021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（2020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2021年12月31日止年度的估計應課稅溢利按25%的稅率（截至2020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，據此在各自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%。

於2021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1,715,409,000元（於2020年12月31日：人民幣935,668,000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。

9 股息

根據於2021年6月1日通過的決議案，本公司股東批准派付截至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205,832,000元（扣除就股份獎勵計劃持有的股份應佔股息人民幣3,687,000元）。於截至2021年12月31日止年度，已派付股息金額合共人民幣208,834,000元，包括於截至2020年止年度已派付末期股息人民幣202,473,000元及於截至2020年6月30日止六個月已派付中期股息人民幣6,361,000元。

於2021年12月31日，未付股息餘下結餘合共人民幣10,596,000元已於綜合財務報表其他應付款項入賬。

董事會建議就截至2021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15.24分。根據截至本公佈日期本公司已發行股本總數預計末期股息的金額合共約為人民幣213,655,000元。實際應付末期股息總金額將根據本公司釐定合資格領取末期股息股東之記錄日的已發行股本總數而定。

建議派付股息須由本公司股東（「股東」）在將於2022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2022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2022年6月23日向於2022年6月10日名列本公司股東名冊的股東派付。

擬派股息並未於綜合財務報表中反映為應付股息，而將反映為截至2022年12月31日止年度的撥入可分派儲備。

10 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2021年及2020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	
	2021年	2020年
本公司擁有人應佔溢利（人民幣千元）	854,339	523,505
已發行普通股加權平均數減就股份獎勵計劃所持股份之差（千股）	1,377,954	1,194,709
每股基本盈利（以每股人民幣元表示）	<u>0.62</u>	<u>0.44</u>

(b) 每股攤薄盈利

截至2021年及2020年12月31日止年度每股攤薄盈利的計算載列如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	854,339	523,505
就可贖回及可轉換優先股公平值變動調整(人民幣千元)	—	6,260
	<u>854,339</u>	<u>529,765</u>
用於釐定每股攤薄盈利的溢利(人民幣千元)		
已發行普通股加權平均數減股份獎勵計劃 所持股份之差(千股)	1,377,954	1,194,709
調整		
— 已授出及假設已歸屬受限制股份(千股)	873	—
— 假設轉換可轉換可贖回優先股(千股)	—	16,514
每股攤薄盈利股份加權平均數(千股)	<u>1,378,827</u>	<u>1,211,223</u>
每股攤薄盈利(以每股人民幣元表示)	<u>0.62</u>	<u>0.44</u>

截至2021年12月31日止年度，每股攤薄盈利乃以假設所有具攤薄影響的潛在普通股獲轉換後調整發行在外普通股的加權平均數計算。本公司具潛在攤薄影響的普通股包含根據首次公開發售後股份獎勵計劃已授予及假設已歸屬的股份。就首次公開發售後股份獎勵計劃而言，計算時乃根據尚未行使首次公開發售後股份獎勵計劃授予的已發行股份(「受限制股份」)所附認購權的貨幣價值，釐定可按公平值(按本公司股份的年內平均市價釐定)購買的股份數目。根據上述方法計得的股數與假設行使受限制股份所發行的股數比較。

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及就可轉換可贖回優先股獲兌換調整後已發行普通股的加權平均數計算。

11 貿易應收款項

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
貿易應收款項(a)		
— 第三方	120,273	61,311
— 關聯方	54,255	19,288
小計	174,528	80,599
減：減值撥備(b)	(3,194)	(2,265)
貿易應收款項總額	171,334	78,334

- (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	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
3個月以內	162,250	67,736
3個月至6個月	10,476	11,477
6個月以上	1,802	1,386
總計	174,528	80,599

(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	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
於1月1日	2,265	2,933
減值撥備／(撥回)	<u>929</u>	<u>(668)</u>
於12月31日	<u><u>3,194</u></u>	<u><u>2,265</u></u>

12 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2021年及2020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	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
30天以內	99,606	31,355
30至90天	122,444	44,736
90至180天	19,447	20,604
180天以上	<u>24,601</u>	<u>19,109</u>
總計	<u><u>266,098</u></u>	<u><u>115,804</u></u>

13 或有事件

於2020年8月28日，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。

於2021年6月17日，上述案件進行首次庭審，主要程序為收集及核證金鷹國際及本集團提供的進一步資料。該案件還需繼續開庭以協助法院查清事實。於本公佈日期，上述案件仍在審理當中。

概無就該項申索於截至2021年及2020年12月31日止年度的綜合財務報表確認任何撥備，原因是本公司的中國大陸法律顧問告知，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。

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，在COVID-19疫情不斷反覆的影響下，我們仍保持業務的高速增長，2021年收入同比增長78.7%，同時累計註冊會員總數達到1,958.0萬人。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。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。2021年為Molly誕生的15周年，到目前依然深受粉絲喜愛，營收穩步增長。2021年Molly實現收入人民幣705.1百萬元，同比增長97.6%。通過持續推出新的作品、跨界聯名合作、主題展等一系列運營，Molly的粉絲群體逐漸擴大，IP影響力不斷提升，IP的生命周期和商業價值得到了很好的延伸。Dimoo和SKULLPANDA在2021年分別實現收入人民幣566.7百萬元和人民幣595.3百萬元，同比分別增長了79.8%和1,423.8%；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，小甜豆在2021年實現收入人民幣161.5百萬元，同比增長了458.1%，以及2021年10月份上市PDC的新IP小野通過獨特的設計風格，深受粉絲的喜愛，實現收入人民幣52.2百萬元。

我們一直致力於推動潮玩市場發展，不斷嘗試產品創新。我們於年內正式推出了我們的高端潮玩產品線「MEGA珍藏系列」，MEGA系列的產品一經推出便迅速引爆市場，總共實現收入人民幣178.1百萬元，我們於2021年6月發售MEGA珍藏系列SPACE MOLLY x 海綿寶寶聯名款後，共發售了9款1000%的SPACE MOLLY珍藏系列產品，吸引了共計超過870萬人次參與抽籤。

消費者觸達

— 線下渠道

2021年我們於中國大陸新開業106家線下門店，從2020年末的187家增至2021年末的288家¹。2021年我們於中國大陸新開業510台機器人商店，從2020年末的1,351台增至2021年末的1,861台。截至2021年底，我們的港澳台地區及海外門店數達到7家，我們的港澳台地區及海外機器人商店達到9台，通過舉辦海外線上潮玩展，參加美國DesignerCon、迪拜世博會等全球性的展會，泡泡瑪特的品牌被不同文化背景的消費者所接納。

— 線上渠道

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2021年實現了人民幣898.0百萬元的收入，同比增長了92.6%。京東旗艦店2021年收入為人民幣143.2百萬元，同比增長了296.0%。天貓旗艦店2021年收入為人民幣598.9百萬元，同比增長了47.5%，我們連續三年取得了天貓雙十一大玩具類目的銷售額第一名。

— 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2021年12月31日，累計註冊會員總數從2020年末的740.0萬人增至1,958.0萬人，新增註冊會員1,218.0萬人。2021年會員貢獻銷售額佔比92.2%，會員複購率為56.5%²。

潮流玩具文化推廣

為了更好地傳播潮流藝術文化，泡泡瑪特在2021年成立了藝術推廣機構inner flow。該機構旨在與全球畫廊、藝術家聯合打造高端藝術衍生品，開發版畫、雕塑、潮流玩具、生活家居等收藏類藝術衍生品，為年輕人提供更豐富、更具潮流屬性的藝術品。2021年11月，inner flow首次亮相第九屆ART021上海廿一當代藝術博覽會，展出了LANG、沒影、殷越、馬軻、曾健勇、孫一鈿和Ashley Wood等旗下藝術家的畫作及雕塑。

¹ 2021年因租約到期和其他商業原因，我們關閉了5家門店

² 2021年購買會員中買過2次及以上的佔比

2021年7月，泡泡瑪特與北京大學光華管理學院共同成立北京大學商業與藝術研究中心，旨在培養文化創意產業的優秀人才，推動中國潮流文化和新消費等領域的研究，促進行業之間的交流。

作為全球化的潮玩品牌，泡泡瑪特在過去一年加速了潮玩文化在海外的傳播。2021年10月，泡泡瑪特亮相迪拜世博會，以「2020年迪拜世博會中國館紀念品商店特許供應商」的身份向世界各地的參觀者展示潮玩藝術。同月，泡泡瑪特參展倫敦MCM動漫展，現場展出的MEGA珍藏、SKULLPANDA密林古堡等潮玩系列吸引了大批歐洲粉絲的關注。2021年11月，泡泡瑪特亮相美國DesignerCon潮流藝術盛會，展出了Dimoo、SKULLPANDA、Yuki、Hirono等中國本土設計師創作的IP形象，獲得了海外觀眾的熱情追捧。

秉承著「創造潮流，傳遞美好」的品牌理念，2021年12月，泡泡瑪特聯合中國扶貧基金會成立「POP MART公益美育中心」，為部分地區學校的師生提供美育教育場所及課程培訓支持，助力鄉村學校美育教育發展。

財務回顧

銷售收入

本公司收入從2020年的人民幣2,513.5百萬元上升到2021年的人民幣4,490.7百萬元，同比增長78.7%。

根據渠道劃分的收入

本公司的收入來自於以下渠道1.零售店；2.機器人商店；3.線上渠道；及4.批發渠道及其他。下表載列本公司2021年及2020年按渠道劃分的收入：

	截至2021年12月31日止年度			截至2020年12月31日止年度		
	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	1,673,386	61.9%	37.3%	1,002,054	62.0%	39.9%
線上渠道	1,879,189	64.2%	41.8%	951,875	66.4%	37.9%
機器人商店	469,803	68.8%	10.5%	328,679	72.3%	13.1%
批發及其他	468,273	41.2%	10.4%	230,863	44.7%	9.1%
— 中國大陸	330,920	42.9%	7.4%	156,691	42.8%	6.1%
— 中國大陸外	137,353	37.2%	3.0%	74,172	48.8%	3.0%
合計	<u>4,490,651</u>	<u>61.4%</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,513,471</u>	<u>63.4%</u>	<u>100.0%</u>

- **零售店**。零售店銷售收入從2020年的人民幣1,002.1百萬元增加到2021年的人民幣1,673.4百萬元，同比增長了67.0%。主要由於2021年國內疫情得到有效控制零售店均正常營業，而2020年初始疫情嚴重，對零售店銷售有較大影響；及在2021年淨新增門店108家，截至2021年12月31日合計零售店295家。
- **機器人商店**。機器人商店銷售收入從2020年的人民幣328.7百萬元增加到2021年的人民幣469.8百萬元，同比增長了42.9%，主要由於2021年國內疫情得到有效控制機器人商店均正常營業，而2020年初始疫情影響嚴重，對機器人商店有較大影響；及在2021年增加了519台機器人商店，截至2021年12月31日共計1,870台機器人商店。
- **線上渠道**。線上收入由2020年的人民幣951.9百萬元增加到2021年的人民幣1,879.2百萬元，同比增長了97.4%。以下為線上收入明細。

	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度		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	898,014	47.8%	466,364	49.0%	92.6%
天貓旗艦店	598,865	31.9%	406,110	42.7%	47.5%
京東旗艦店	143,229	7.6%	36,173	3.8%	296.0%
其他線上渠道	239,081	12.7%	43,228	4.5%	453.1%
合計	<u>1,879,189</u>	<u>100.0%</u>	<u>951,875</u>	<u>100.0%</u>	<u>97.4%</u>

泡泡瑪特線上收入來自泡泡瑪特抽盒機、天貓旗艦店、京東旗艦店以及其他線上渠道。其中，泡泡瑪特抽盒機收入從2020年的人民幣466.4百萬元增長至2021年的人民幣898.0百萬元，增長了92.6%；天貓旗艦店收入從2020年的人民幣406.1百萬元增長至2021年的人民幣598.9百萬元，增長了47.5%；京東旗艦店收入從2020年的人民幣36.2百萬元增長至2021年的人民幣143.2百萬元，增長了296.0%。2021年線上渠道的增長主要源於品牌影響力、會員人數的增加；以及2021年泡泡瑪特抽盒機、京東旗艦店的銷售增長和新渠道的擴展。

- **批發及其他**。本公司批發及其他收入主要包括來自於中國大陸地區的收入和來自中國大陸地區外的收入。批發及其他收入從2020年的人民幣230.9百萬元增長至2021年的468.3百萬元，增長了102.8%。其中，中國大陸的批發及其他收入從2020年的人民幣156.7百萬元增加到2021年的人民幣330.9百萬元，增長了111.2%，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，佔中國大陸經銷商的比例在53.6%；中國大陸以外的批發及其他收入從2020年的人民幣74.2百萬元增加到2021年的人民幣137.4百萬元，增長了85.2%，主要由於海外市場的擴張，及我們在海外不同國家的品牌推廣。

根據IP劃分的收入

泡泡瑪特的品牌產品是我們的主要商品類型，品牌產品收入於截至2021年12月31日佔總收入的比例88.6%，品牌產品從2020年的人民幣2,136.2百萬元增加到2021年的人民幣3,977.8百萬元，增長了86.2%。

泡泡瑪特的品牌產品主要分為：自有IP、獨家IP和非獨家IP，以下為IP劃分的收入明細。

	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	收入	收入佔比	收入	收入佔比
	(人民幣千元)		(人民幣千元)	
泡泡瑪特品牌產品	3,977,797	88.6%	2,136,196	85.0%
自有IP	2,586,827	57.6%	979,940	39.0%
— Molly	705,098	15.7%	356,918	14.2%
— SKULLPANDA	595,256	13.3%	39,065	1.6%
— Dimoo	566,735	12.6%	315,248	12.5%
— Bunny	167,883	3.7%	60,915	2.4%
— 小甜豆	161,526	3.6%	28,941	1.2%
— 其他自有IP	390,329	8.7%	178,853	7.1%
獨家IP	770,507	17.2%	711,904	28.3%
— The Monsters	304,431	6.8%	204,828	8.1%
— PUCKY	182,245	4.1%	300,009	11.9%
— 其他獨家IP	283,831	6.3%	207,067	8.3%
非獨家IP	620,463	13.8%	444,352	17.7%
外採及代銷	442,886	9.9%	368,400	14.6%
其他	69,968	1.5%	8,875	0.40%
合計	<u>4,490,651</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,513,471</u>	<u>100.0%</u>

- **自有IP**。自有IP是本公司主要商品類型，主要包括Molly、SKULLPANDA、Dimoo、Bunny等。自有IP的收入佔比由2020年的39.0%增加到2021年的57.6%，收入貢獻大幅增加。自有IP收入從2020年的人民幣979.9百萬元，上升至2021年的人民幣2,586.8百萬元，增長了164.0%。主要由於Molly、SKULLPANDA和Dimoo的銷售收入貢獻增長。

- **獨家IP**。獨家IP收入從2020年的人民幣711.9百萬元，上升至2021年的人民幣770.5百萬元，增長了8.2%。主要由於The Monsters的收入貢獻。
- **非獨家IP**。非獨家IP收入從2020年的人民幣444.4百萬元，上升至2021年的人民幣620.5百萬元，增長率為39.6%，主要由於新系列產品的發售，及新IP的增加。

根據地理區域劃分的收入

本公司按照地理區域劃分的收入以線下區域為主，主要包括零售店和機器人商店。

- **零售店**。下表載列本公司零售店2021年及2020年按地理區域劃分的收入：

城市等級	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	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 ³	113	797,520	81	499,210
新一線城市 ⁴	84	479,902	56	289,139
其他城市 ⁵	98	395,964	50	213,705
合計	295	1,673,386	187	1,002,054

- **機器人商店**。下表載列本公司機器人商店2021年及2020年按地理區域劃分的收入：

城市等級	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	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	553	145,851	447	119,667
新一線城市	594	153,223	453	107,149
其他城市	723	170,729	451	101,863
合計	1,870	469,803	1,351	328,679

³ 指中國大陸一線城市，包括北京、上海、廣州和深圳

⁴ 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

⁵ 指中國大陸除去一線城市和新一線城市以外的城市及港澳台地區和海外城市

銷售成本

銷售成本由2020年的人民幣919.4百萬元上升到2021年的人民幣1,732.0百萬元，增長了88.4%，主要原因是業務擴張收入增加。銷售成本的增加主要由於(1)商品成本由2020年的人民幣748.5百萬元增加到2021年的人民幣1,445.0百萬元，其主要原因為銷售增加，及商品成本單價增加；(2)設計及授權費由2020年的人民幣62.7百萬元增加到2021年的人民幣104.7百萬元，主要因為我們品牌產品收入增加；及(3)財產、廠房和設備的折舊由2020年的人民幣19.9百萬元增加到2021年的人民幣76.4百萬元，主要因為我們商品數量，產品系列的新增進而模具增加，因此產生的折舊費用的增加。

毛利

我們的毛利由2020年的人民幣1,594.1百萬元上升到2021年的人民幣2,758.6百萬元，增長了73.1%，主要由於我們的收入增加。我們的毛利率由2020年的63.4%下降至2021年的61.4%，主要由於我們泡泡瑪特品牌產品的毛利率下降。

我們泡泡瑪特品牌產品產生的毛利由2020年的人民幣1,467.9百萬元增加到2021年的人民幣2,573.2百萬元，增長了75.3%。主要由於泡泡瑪特自主產品的收益增加。泡泡瑪特品牌產品的毛利率從2020年的68.7%，下降到2021年的64.7%，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2021年原材料成本上漲導致毛利率下降。

我們的外採和其他產品產生的毛利由2020年的人民幣126.2百萬元增加到2021年的人民幣185.4百萬元，增長了46.9%，毛利率從2020年的33.4%上升到2021年的36.1%，主要由於產品構成多樣化，毛利略有變動。

經銷及銷售開支

我們的經銷及銷售開支由2020年的人民幣630.1百萬元增長至2021年的人民幣1,106.1百萬元，增長了75.5%。其中佔比較高的為(1)僱員福利開支；(2)使用權資產折舊；及(3)廣告及市場費用。

- **僱員福利開支。**僱員福利開支從2020年的人民幣112.8百萬元增長至2021年的人民幣287.3百萬元，增長了154.7%。主要由於(1)我們的銷售員工人數由2020年的1,527名員工增加到2021年的2,436名員工，主要用以支持我們擴張零售店及機器人商店網絡；及(2)股權激勵的股份支付金額共計人民幣39.4百萬元。

- **使用權資產折舊**。使用權資產折舊從2020年的人民幣121.1百萬元增長至2021年的人民幣187.5百萬元，增長了54.8%。主要由於我們的零售店數量由截至2020年12月31日的187間增加至截至2021年12月31日的295間，以支持我們的業務擴張及滿足對我們產品陳列的需求。
- **廣告及市場費用**。廣告及市場費用從2020年的人民幣92.2百萬元增長至2021年的人民幣157.6百萬元，增長了70.9%。主要由於線上渠道的宣傳推廣的增加，及「6.2」大兒童節等活動策劃費用增加。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2020年的人民幣280.0百萬元增長至2021年的人民幣557.5百萬元，增長了99.1%。其中佔比較高的為(1)僱員福利開支；及(2)使用權資產折舊。

- **僱員福利開支**。僱員福利開支從2020年的人民幣130.2百萬元增長至2021年的人民幣382.4百萬元，增長了193.7%。主要由於(1)我們的行政員工及設計開發人員人數由2020年的793名員工增加至2021年的1,617名員工，主要用以支持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)股權激勵的股份支付金額共計人民幣107.7百萬元。
- **使用權資產折舊**。使用權資產折舊從2020年的人民幣21.8百萬元增長到2021年的人民幣34.2百萬元，主要由於辦公室的擴租以滿足辦公需求。

金融資產減值(撥備)/撥回

我們於2020年錄得金融資產減值撥回人民幣0.4百萬元，並於2021年錄得金融資產減值撥備人民幣1.4百萬元，主要原因為貿易應收款項餘額因應銷售增加。

其他收入

本公司的其他收入由2020年的人民幣45.4百萬元增加到2021年的人民幣54.4百萬元，增長了19.8%。主要由於來自於fresh、Ray-Ban、哈根達斯、科顏氏等品牌合作項目的IP授權收入由2020年的人民幣18.7百萬元增加到2021年的人民幣37.7百萬元。

其他(虧損)／收益淨額

2020年錄得其他虧損淨額人民幣11.1百萬元，2021年錄得其他收益淨額人民幣1.8百萬元，主要由於2021年理財產品和結構性存款利息的收入人民幣15.8百萬元，及對河南省防汛救災捐贈、對北京大學教育基金捐贈款等其他捐贈支出合計人民幣10.9百萬元。

經營溢利

綜上所述，本公司的經營溢利由2020年的人民幣718.8百萬元增加至2021年的人民幣1,149.8百萬元，增長了60.0%。

分佔使用權益法入賬的投資溢利／虧損

我們分佔使用權益法入賬的投資溢利由2020年的人民幣3.9百萬元增加到2021年的人民幣14.0百萬元，增加了259.0%。

財務開支淨額

我們的財務開支淨額由2020年的淨虧損人民幣9.0百萬元，變為2021年的淨收益人民幣7.4百萬元，主要由於我們的利息收入增加。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2020年的人民幣184.1百萬元增加到2021年的人民幣316.6百萬元，原因為我們的所得稅前溢利增加。我們的實際稅率由2020年的26.0%增長至2021年的27.0%。

年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2020年的人民幣523.3百萬元增加至2021年的人民幣854.6百萬元。

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、以股份為基礎的薪酬、重新制定普通股為優先股的有關開支、可轉換可購回優先股的有關開支、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主責的財務指標，因此未必可與其他公司採用的相若計量比較。

下表載列本公司各年度的非國際財務報告準則的財務指標對賬情況。

	截至2021年 12月31日 止年度 人民幣千元	截至2020年 12月31日 止年度 人民幣千元
年內溢利	854,567	523,312
調整項目		
上市費用	—	44,024
以股份為基礎的付款報酬	147,068	—
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價值變動	—	6,260
	<hr/>	<hr/>
非國際財務報告準則經調整純利	1,001,635	590,506
	<hr/>	<hr/>
非國際財務報告準則經調整純利率	22.3%	23.5%
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

我們管理層認為，上市費用、重新制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、重新制定普通股為優先股有關開支及可轉換可購回優先股的公平值變動屬於非現金項目且並無直接反應我們的業務營運。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，可更好地反應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

2021年，本集團在整體業務經營方面採納保守穩健的資金管理及財務政策。本集團維持以下資源以應付其營運資金需求：

流動資產及流動負債

我們的流動資產淨值由截至2020年12月31日的人民幣5,590.6百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣5,664.6百萬元，基本維持穩定。

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。我們的貿易應收款項由截至2020年12月31日的人民幣78.3百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣171.3百萬元，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。貿易應收款項周轉天數從2020年的9天增加至2021年的10天，基本維持穩定。

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2020年12月31日的人民幣90.8百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣154.9百萬元，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2020年12月31日的人民幣225.4百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣788.8百萬元。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。存貨周轉天數從2020年的78天增加到2021年的128天，主要由於業務及渠道的擴張，IP數量和新品的增加，及為2022年春節和一季度提前備貨。

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、預付投資款、預付物業、廠房及設備款項及其他。我們的預付款項及其他流動資產由截至2020年12月31日的人民幣177.9百萬元，增加至截至2021年12月31日的人民幣353.6百萬元，主要是由於(1)預付供應商的貨款增加人民幣105.5百萬元；及(2)預付的設計費款項增加人民幣43.8百萬元。

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2020年12月31日的人民幣5,680.2百萬元下降至截至2021年12月31日的人民幣5,264.7百萬元，主要為增加了對按公平值計入損益的金融工具的投資。

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2020年12月31日的人民幣115.8百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣266.1百萬元，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。2021年的貿易應付款項周轉天數40天與2020年貿易應付款項周轉天數持平。

其他應付款項

其他應付款項主要包括(1)工資、薪金及其他僱員福利、(2)應計開支、(3)應付門店裝修費、(4)應付股息、(5)應付其他稅項，及(6)其他。其他應付款項由截至2020年12月31日的人民幣202.3百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣266.9百萬元，主要是由於(1)員工規模擴大，相應的工資、薪金及其他僱員福利增加人民幣35.2百萬元；及(2)日常開支中服務費、物流費及廣告費等增加人民幣24.8百萬元。

物業、廠房及設備

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。物業、廠房及設備由截至2020年12月31日的人民幣238.3百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣366.3百萬元，主要是由於新增店鋪和擴租辦公室的裝修增加人民幣96.9百萬元。

無形資產

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。無形資產由截至2020年12月31日的人民幣92.7百萬元增加至截至2021年12月31日的134.0百萬元，主要是由於授權IP增加了人民幣38.6百萬元。

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限與租期的較短期間予以折舊。我們的使用權資產由截至2020年12月31日的人民幣287.8百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣609.5百萬元，主要是由於零售店及機器人商店網絡的擴張。

銀行借款

截至2021年12月31日本集團並無任何銀行借款。

資產抵押

截至2021年12月31日本集團並無任何資產抵押。

資產負債率

資產負債率為總負債除以總資產乘以100%。截至2021年12月31日，本集團的資產負債率為18.1%，而截至2020年12月31日的資產負債率為12.1%。

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有合理估計時，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商貿有限公司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。於2021年6月17日，上述案件進行首次庭審，主要程序為收集及核證金鷹國際及本集團提供的進一步資料。該案件還需繼續開庭以協助法院查清事實。於本公佈日期，上述案件仍在審理當中。根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運營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。於截至2021年12月31日止年度期間，我們並無對沖任何外幣波動。

資本開支

本公司的資本開支包括購置物業、廠房及設備的款項和購置無形資產的款項。下表載列本公司2020年以及2021年的資本開支情況：

	截至2021年 12月31日 止年度 (人民幣千元)	截至2020年 12月31日 止年度 (人民幣千元)
購置物業、廠房及設備	287,502	175,984
購置無形資產	46,246	47,608
合計	<u>333,748</u>	<u>223,592</u>

人力資源

截至2021年12月31日，我們共有4,053名員工，包括銷售員工2,436名，行政及開發人員1,617名。截至2021年12月31日，我們共發生員工成本(包括薪金、工資、津貼和福利)人民幣669.7百萬元。

重大投資的未來計劃

截至2021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。拓展專案的詳情載於本公佈「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，保持高質量的設計創新水準，推出更多頭部系列產品，對IP進行持續運營，強化IP心智，加深粉絲與IP之間的情感連接。以及拓寬除更多潮玩品類，進一步發掘MEGA、衍生品、BJD等品類的開發及完善相關工藝及生產發售流程。

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運營能力，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。

我們將致力提高我們在海外國家、地區的品牌知名度和潮玩市場份額，實現當地業務當地語系化是海外業務的核心，在加強終端消費者的消費體驗和互動的同時，與更多當地的合作夥伴和藝術家，探索出更多符合當地市場的業務模式、IP和商品品類。

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2021年12月31日已動用的所得款項淨額金額	於2021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%	735.8百萬港元	998.7百萬港元	2024年12月31日之前
(a) 用於開設新零售店	954.0百萬港元	16.5%	603.4百萬港元	350.6百萬港元	
(b) 用於開設新機器人商店	346.9百萬港元	6.0%	98.7百萬港元	248.2百萬港元	
(c) 用於擴展業務至海外市場	433.6百萬港元	7.5%	33.7百萬港元	399.9百萬港元	
(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%	262.0百萬港元	1,299.1百萬港元	2024年12月31日之前
(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%	139.8百萬港元	727.4百萬港元	
(a) 用於人才招聘	173.5百萬港元	3.0%	19.5百萬港元	154.0百萬港元	2023年12月31日之前
(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%	28.3百萬港元	318.6百萬港元	2024年12月31日之前
(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	346.8百萬港元	6.0%	92.0百萬港元	254.8百萬港元	2024年12月31日之前

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2021年	於2021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%	68.3百萬 港元	972.4百萬 港元	
(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%	38.3百萬 港元	222.0百萬 港元	2024年 12月31日 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%	30.0百萬 港元	56.6百萬 港元	2023年 12月31日 之前
(c) 用於收購受歡迎的IP以擴大我們的IP庫	693.8百萬港元	12.0%	–	639.8百萬 港元	2024年 12月31日 之前
(v) 營運資金及一般公司用途	578.2百萬港元	10.0%	578.2百萬 港元	–	2023年 12月31日 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2021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15.24分。根據截至本公佈日期本公司已發行股本總數1,401,937,550股，預計末期股息的金額合共為人民幣213.66百萬元。實際應付末期股息總金額將根據本公司釐定合資格領取末期股息股東之記錄日的已發行股本總數而定。

建議派付股息須由本公司股東（「股東」）在將於2022年6月1日（星期三）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2022年6月1日所報的人民幣兌港元官方匯率以港元支付。待股東批准後，有關股息將於2022年6月23日（星期四）向於2022年6月10日（星期五）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2022年6月1日(星期三)舉行股東週年大會。本公司將由2022年5月27日(星期五)至2022年6月1日(星期三)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記，以釐定有權出席股東週年大會的股東的身份，於此期間將不會辦理股份過戶登記手續，2022年5月27日(星期五)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2022年5月26日(星期四)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2022年6月8日(星期三)至2022年6月10日(星期五)(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2022年6月7日(星期二)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。

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。本公司於報告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C.2.1條除外。

主席及行政總裁

企業管治守則的守則條文第C.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三名獨立非執行董事，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

本公司已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，各董事已確認於報告期間一直遵守標準守則所載的規定標準。

購入、出售或贖回上市證券

報告期間，本公司或其附屬公司概無購入、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準則及慣例，以及截至2021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2021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2021年年報

本年度業績公佈於聯交所(www.hkexnews.hk)及本公司(www.popmart.com)網站刊登，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2021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，2022年3月28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。