

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)

截至2023年6月30日止六個月之中期業績公告

中期業績

寶尊電商有限公司（「寶尊」或「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）謹此宣佈本公司及其附屬公司（「本集團」或「我們」）截至2023年6月30日止六個月（「報告期間」）之未經審核簡明綜合業績，連同2022年同期之比較數字。該等未經審核簡明綜合業績已根據美國公認會計準則（「美國公認會計準則」）編製並經本公司審核委員會（「審核委員會」）審閱。

財務概要

- 於報告期間，總淨營收為人民幣4,208.0百萬元（580.3百萬美元），按年增加2.5%。
- 於報告期間，經營損失為人民幣77.1百萬元（10.6百萬美元），去年同期為人民幣64.5百萬元。經營損失率為1.8%，去年同期為1.6%。

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。除另有註明外，人民幣兌美元的換算乃按聯邦儲備局H.10統計數據所載分別於2023年6月30日、2022年12月30日及2022年6月30日中午生效的買方匯率人民幣7.2513元兌1.00美元（就報告期間的財務數據而言）、人民幣6.8972元兌1.00美元（就截至2022年12月31日止年度的財務數據而言）及人民幣6.6981元兌1.00美元（就截至2022年6月30日止六個月的財務數據而言）計算。

- 於報告期間，非公認會計準則下的經營損失²為人民幣8.9百萬元(1.2百萬美元)，去年同期非公認會計準則下的經營利潤²為人民幣51.9百萬元。非公認會計準則下的經營損失率為0.2%，去年同期的經營利潤為1.3%。
- 電商業務的經調整經營利潤³為人民幣86.1百萬元(11.9百萬美元)，較去年同季度的人民幣51.9百萬元增長人民幣34.2百萬元。
- 品牌管理業務的經調整經營損失³為人民幣95.0百萬元(13.1百萬美元)。
- 於報告期間，歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨損失為人民幣103.6百萬元(14.3百萬美元)，去年同期為人民幣200.2百萬元。
- 於報告期間，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損失⁴為人民幣17.5百萬元(2.4百萬美元)，去年同期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2.4百萬元。
- 於報告期間，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」)基本及攤薄淨損失均為人民幣1.75元(0.24美元)，2022年同期均為人民幣3.15元。
- 於報告期間，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損失⁶均為人民幣0.30元(0.04美元)，2022年同期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均為人民幣0.04元。
- 截至2023年6月30日，現金、現金等價物、限制性現金及短期投資合計為人民幣3,212.5百萬元(443.0百萬美元)，而2022年12月31日為人民幣3,141.1百萬元。

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，其定義為撇除股份激勵費用、收購相關費用及業務收購產生的無形資產攤銷後的經營利潤(損失)。

³ 在收購蓋璞上海之後，本集團更新其經營分部架構，形成兩個分部，即(i)電商；(ii)品牌管理。經調整經營利潤(損失)為分部利潤(損失)，其為撇除股份激勵費用、收購相關費用及業務收購產生的無形資產攤銷的各分部經營利潤(損失)。

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、收購附屬公司的收益、衍生負債公允價值收益及未實現投資損失後的歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(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的加權平均股數再乘以三。

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合資產負債表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 6月30日 人民幣	2023年 6月30日 美元 (附註1)
資產			
流動資產：			
現金及現金等價物	2,144,020	1,689,337	232,970
限制性現金	101,704	59,374	8,188
短期投資	895,425	1,463,784	201,865
應收賬款(扣除信貸虧損撥備， 截至2022年12月31日及2023年 6月30日分別為人民幣120,495元 及人民幣124,952元)	2,292,678	1,825,671	251,771
存貨	942,997	1,018,088	140,401
預付供應商款項	372,612	289,935	39,984
預付款項及其他流動資產	554,415	610,596	84,205
應收關聯方款項	93,270	85,390	11,776
流動資產總值	7,397,121	7,042,175	971,160
非流動資產：			
權益投資	269,693	303,505	41,855
物業及設備淨額	694,446	846,327	116,714
無形資產淨值	310,724	310,581	42,831
土地使用權淨額	39,490	38,977	5,375
經營租賃使用權資產	847,047	1,122,118	154,747
商譽	336,326	346,914	47,842
其他非流動資產	65,114	66,901	9,226
遞延稅項資產	162,509	203,267	28,032
非流動資產總值	2,725,349	3,238,590	446,622
資產總值	10,122,470	10,280,765	1,417,782

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 6月30日 人民幣	2023年 6月30日 美元 (附註1)
負債及股東權益			
流動負債：			
短期貸款	1,016,071	1,123,468	154,933
應付賬款	474,732	427,272	58,924
應付票據	487,837	248,541	34,275
應付所得稅	46,828	26,152	3,607
預提費用及其他流動負債	1,025,540	1,096,165	151,167
衍生負債	364,758	358,670	49,463
應付關聯方款項	30,434	22,886	3,156
流動經營租賃負債	235,445	306,925	42,327
流動負債總額	<u>3,681,645</u>	<u>3,610,079</u>	<u>497,852</u>
非流動負債：			
遞延稅項負債	28,082	28,367	3,912
長期經營租賃負債	673,955	878,912	121,208
其他非流動負債	62,450	105,052	14,487
非流動負債總額	<u>764,487</u>	<u>1,012,331</u>	<u>139,607</u>
負債總額	<u><u>4,446,132</u></u>	<u><u>4,622,410</u></u>	<u><u>637,459</u></u>

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合資產負債表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 6月30日 人民幣	2023年 6月30日 美元 (附註1)
可贖回非控制性權益	1,438,082	1,455,254	200,689
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 6月30日已發行及流通在外股份 分別為163,100,873股及 164,682,392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 6月30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	4,336,480	598,028
庫存股（截至2022年12月31日及 2023年6月30日分別為32,353,269股 及零股股份）	(832,578)	-	-
累計虧絀	(228,165)	(331,740)	(45,749)
累計其他綜合收益	15,678	47,404	6,537
寶尊電商有限公司股東權益總額	4,084,162	4,052,245	558,830
非控制性權益	154,094	150,856	20,804
股東權益總額	4,238,256	4,203,101	579,634
負債、可贖回非控制性權益及 股東權益總額	10,122,470	10,280,765	1,417,782

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合經營報表
(所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	截至6月30日止六個月		
	2022年 人民幣	2023年 人民幣	美元 (附註1)
淨營收			
產品銷售	1,374,741	1,596,325	220,144
服務(包括關聯方營收，截至2022年及 2023年6月30日止六個月分別為 人民幣65,835元及人民幣57,371元)	2,731,454	2,611,632	360,161
總淨營收	4,106,195	4,207,957	580,305
經營開支：			
產品成本	(1,197,863)	(1,180,137)	(162,748)
履約費用	(1,354,415)	(1,226,281)	(169,112)
銷售及營銷費用	(1,284,236)	(1,299,127)	(179,158)
技術與內容費用	(217,507)	(244,033)	(33,654)
管理及行政費用	(182,278)	(412,730)	(56,918)
其他經營淨利潤	65,579	77,285	10,657
經營開支總額	(4,170,720)	(4,285,023)	(590,933)
經營虧損	(64,525)	(77,066)	(10,628)
其他收入(開支)：			
利息收入	16,258	38,139	5,260
利息費用	(33,546)	(20,718)	(2,857)
未實現投資損失	(94,645)	(51,874)	(7,154)
收購附屬公司的收益	-	3,251	448
2024年到期的1.625%可轉換優先票據 回購收益	7,907	-	-
匯兌損失	(25,026)	(7,992)	(1,102)
衍生負債的公允價值收益	-	24,515	3,381
除所得稅及權益法投資收益前損失	(193,577)	(91,745)	(12,652)
所得稅支出	(6,621)	(4,105)	(566)
權益法投資收益	3,256	4,656	642
淨損失	(196,942)	(91,194)	(12,576)

	截至6月30日止六個月		
	2022年	2023年	美元
	人民幣	人民幣	(附註1)
歸屬於非控制性權益的淨損失	6,877	4,791	661
歸屬於可贖回非控制性權益的 淨利潤	<u>(10,098)</u>	<u>(17,172)</u>	<u>(2,368)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東 的淨損失	<u>(200,163)</u>	<u>(103,575)</u>	<u>(14,283)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東 的每股淨損失：			
基本	(1.05)	(0.58)	(0.08)
攤薄	(1.05)	(0.58)	(0.08)
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」) 淨損失：			
基本	(3.15)	(1.75)	(0.24)
攤薄	<u>(3.15)</u>	<u>(1.75)</u>	<u>(0.24)</u>

寶尊電商有限公司
未經審核簡明綜合全面收益表
 (所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

	截至6月30日止六個月		
	2022年 人民幣	2023年 人民幣	美元 (附註1)
淨損失	(196,942)	(91,194)	(12,576)
其他綜合收益，扣除零稅項：			
外幣折算差異	74,393	31,726	4,375
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
綜合損失	(122,549)	(59,468)	(8,201)
歸屬於非控制性權益的全面 損失總額	6,877	4,791	661
歸屬於可贖回非控制性權益的 全面收益總額	(10,098)	(17,172)	(2,368)
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 全面損失總額	<u><u>(125,770)</u></u>	<u><u>(71,849)</u></u>	<u><u>(9,908)</u></u>

寶尊電商有限公司
簡明綜合財務資料附註
截至2022年及2023年6月30日止六個月
(除另有說明外，所有金額均以千元呈列，股份及每股數額除外)

1. 架構及主要業務

寶尊電商有限公司(「本公司」)於2013年12月17日根據開曼群島法律註冊成立。本公司、其附屬公司及其可變利益實體(統稱為「本集團」)主要從事為客戶提供端到端電商解決方案的業務，包括銷售服飾、家居及電子產品、網店設計與架設、視覺營銷及營銷、網店運營、客戶服務、倉儲及訂單配送。

截至2023年6月30日，本公司的主要附屬公司及VIE如下：

	註冊 成立／收購日期	註冊 成立地點	法定 擁有權
附屬公司：			
Baozun Hong Kong Holding Limited	14年1月10日	香港	100%
上海寶尊電子商務有限公司 (「上海寶尊」)	03年11月11日	中國	100%
上海博道電子商務有限公司	10年3月30日	中國	100%
上海英賽廣告有限公司	10年3月30日	中國	100%
寶尊香港有限公司	13年9月11日	香港	100%
上海楓泊電子商務有限公司	11年12月29日	中國	100%
Baozun Hongkong Investment Limited	15年7月21日	香港	100%
Baotong Inc.	19年6月19日	開曼	70%
Baotong Hong Kong Holding Limited	16年5月5日	香港	70%
寶通易捷智能科技(蘇州)有限公司	17年3月27日	中國	70%
Baozun Brand Management Limited	22年10月07日	香港	100%
White Horse Hongkong Holding Limited	22年10月08日	香港	100%
蓋璞(上海)商業有限公司	23年1月31日	中國	100%
VIE:			
上海尊溢商務信息諮詢有限公司	10年12月31日	中國	不適用

2. 重大會計政策概要

(a) 呈列基準

本公司未經審核簡明綜合財務報表乃根據證券交易委員會的規則及規例以及美利堅合眾國公認會計準則（「美國公認會計準則」）而編製及呈列。根據美國公認會計準則編製的綜合財務報表通常載入的若干資料及附註披露已根據有關規則及規例而予以簡明或省略。因此，隨附未經審核簡明綜合財務報表應與本公司截至2022年12月31日止年度的經審核綜合財務報表所載的財務報表、會計政策及其附註一併閱讀。截至2023年6月30日止六個月的經營業績不足以說明全年的經營業績。

管理層認為，未經審核簡明綜合財務報表反映所有一般經常性調整，而該等調整對公平呈列所呈列的中期期間財務業績而言屬必要。本公司認為，披露資料足以令所呈列資料不具誤導性。編製隨附未經審核簡明綜合財務報表所用的會計政策與編製本公司截至2022年12月31日止年度的綜合財務報表所用者一致。未經審核簡明綜合財務報表所呈列截至2022年12月31日的財務報表乃摘錄自截至2022年12月31日止年度的經審核綜合財務報表。

(b) 綜合基準

簡明綜合財務報表包括本公司、其附屬公司及VIE的財務報表。所有本公司、其附屬公司及VIE之間的交易及結餘已於綜合時抵銷。

綜合入賬附屬公司指本公司直接或間接控制超過一半投票權或有權：委任或罷免董事會大部分成員；於董事會會議上投多數票；或根據股東或股權持有人之間的法規或協議管理投資對象的財務及經營政策的實體。

美國公認會計準則就辨識VIE及為透過表決權權益以外其他方式實現控制權的實體的財務報告提供指引。本集團評估其於某實體的各項權益以釐定被投資方是否屬VIE，如若被投資方屬VIE，則釐定本集團是否該VIE的主要受益人。釐定本集團是否主要受益人時，本集團會考慮本集團(1)是否有權力指導對VIE的經濟表現最具影響力的活動，及(2)有否收取對VIE而言屬重大的VIE經濟利益。倘被視為主要受益人，則本集團將VIE綜合入賬。

3. 營收

截至2022年及2023年6月30日止六個月，本集團絕大部分營收均來自中國。按貨品或服務類型及轉移時間劃分的營收分類如下：

(i) 營收分類

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣	2023年 人民幣
產品銷售	1,374,741	1,596,325
服務		
— 網店運營、數字營銷、客戶服務、 倉儲物流及IT維護服務（營收於一段 時間內確認）	2,697,961	2,552,541
— 一次性網店設計及架設服務（營收 於一個時點確認）	33,493	59,091
總營收	<u>4,106,195</u>	<u>4,207,957</u>

(ii) 合同負債

截至2023年6月30日止六個月客戶墊款的變動如下：

	客戶墊款
截至2023年1月1日的期初結餘	120,858
增加淨額	<u>58,138</u>
截至2023年6月30日的期末結餘	<u>178,996</u>

截至2022年及2023年6月30日止六個月，已確認營收分別為人民幣63,677元及人民幣120,858元，為於各期初計入客戶墊款結餘的金額。

4. 每股淨損失

各所示年度的基本及攤薄每股淨損失計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣	2023年 人民幣
分子：		
淨損失	(196,942)	(91,194)
歸屬於非控制性權益的淨損失	6,877	4,791
歸屬於可贖回非控制性權益的淨利潤	<u>(10,098)</u>	<u>(17,172)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨損失	<u>(200,163)</u>	<u>(103,575)</u>
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 每股淨損失		
基本	(1.05)	(0.58)
攤薄	(1.05)	(0.58)
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(1股美國存託股 代表3股A類普通股)		
基本	(3.15)	(1.75)
攤薄	(3.15)	(1.75)
股份(分母)：		
普通股加權平均數		
基本	190,413,332	177,380,516
攤薄	<u>190,413,332</u>	<u>177,380,516</u>

截至2022年及2023年6月30日止六個月，本集團分別有3,688,816份及1,848,490份未行使限制性股份單位，由於其帶有反攤薄效果，因此排除在每股攤薄盈利的計算之外。

5. 所得稅

本公司於開曼群島註冊成立，根據開曼群島現行法律，毋須就收入或資本收益納稅。此外，開曼群島並無就支付予股東的股息徵收預扣稅。

根據香港稅務條例，就本公司於香港註冊成立的附屬公司而言，首2百萬港元溢利的利得稅率為8.25%，而超出該金額的溢利則按16.5%的稅率納稅。

根據中華人民共和國《企業所得稅法》（「《企業所得稅法》」），本集團設於中國的附屬公司及VIE須按25%的法定稅率納稅。根據國稅函2009第203號，倘實體獲認證為「高新技術企業」（「**高新技術企業**」），可享有優惠所得稅率15%。VIE於2017年取得高新技術企業證書並於2020年續證，因此自2017年起可享有15%優惠稅率，有效期自有權享有或續期之年度起計為三年。本集團旗下其他五間附屬公司自2018年起取得高新技術企業證書並隨後續證，因此按15%的稅率納稅，有效期自有權享有或續期之年度起計為三年。

計入簡明綜合經營報表的所得稅支出（絕大部分來自本集團的中國附屬公司）的即期及遞延部分如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣	2023年 人民幣
即期稅項	11,283	48,152
遞延稅項	(4,662)	(44,047)
所得稅支出	<u>6,621</u>	<u>4,105</u>

6. 應收賬款淨額

應收賬款淨額包括以下項目：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
應收賬款	2,413,173	1,950,623
信貸虧損撥備：		
期初結餘	(118,724)	(120,495)
添加	(1,494)	(416)
匯兌損失	(7,921)	(4,904)
撤銷	7,644	863
期末結餘	<u>(120,495)</u>	<u>(124,952)</u>
應收賬款淨額	<u>2,292,678</u>	<u>1,825,671</u>

於相關發票日期的應收賬款賬齡分析如下：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
0至3個月	1,969,791	1,660,818
3至6個月	154,792	66,555
6至12個月	53,365	28,803
1年以上	235,225	194,447
應收款項總額	<u>2,413,173</u>	<u>1,950,623</u>

7. 應付賬款及應付票據的賬齡分析

應付賬款及應付票據包括以下項目：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
應付賬款	474,732	427,272
應付票據	487,837	248,541

於相關發票日期的應付賬款賬齡分析如下：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
0至12個月	474,732	427,272
1年以上	—	—
應付賬款總額	<u>474,732</u>	<u>427,272</u>

於相關發行日期的應付票據賬齡分析如下：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
0至12個月	487,837	248,541
1年以上	—	—
應付賬款總額	<u>487,837</u>	<u>248,541</u>

8. 短期貸款

截至2022年12月31日及2023年6月30日的短期貸款如下：

	截至	
	2022年 12月31日 人民幣	2023年 6月30日 人民幣
短期貸款		
短期銀行借款	<u>1,016,071</u>	<u>1,123,468</u>

短期銀行借款

本集團與多間中國商業銀行訂立一年期信貸融資，為本集團提供循環信貸額度。根據該等信貸融資，本集團截至2022年12月31日止年度及2023年6月30日止六個月可分別借入最多人民幣3,329,012元及人民幣4,200,000元，僅可用作維持日常運營。

截至2022年12月31日，本集團自信貸融資提取短期銀行借款人民幣1,016,071元。為數人民幣8,664元及人民幣400,873元的信貸融資已分別用作發出金額合共人民幣17,342元的擔保函以及金額合共人民幣487,837元的應付票據。因此，於2022年末可動用作日後借款的信貸融資為人民幣1,903,404元。信貸融資將於2023年屆滿。

截至2023年6月30日，本集團自信貸融資提取短期銀行借款人民幣1,123,468元。為數人民幣74,860元及人民幣238,541元的信貸融資已分別用作發出金額合共人民幣75,437元的擔保函以及金額合共人民幣248,541元的應付票據。因此，於2023年末可動用作日後借款的信貸融資為人民幣2,763,131元。信貸融資將於2023年屆滿。

9. 股息

董事會並不建議就截至2022年及2023年6月30日止六個月分派任何中期股息。

管理層討論及分析

業務概覽

我們是中國品牌電商服務行業的領導者和先行者以及數字商業賦能者。憑藉端到端的電商服務功能、全渠道專業知識和技術驅動的解決方案，我們賦能廣泛多樣的**品牌發展**並取得成功。

鑒於線上及線下商業日益融合，我們認為該趨勢乃為一個重大機遇。本著「科技成就商業未來」的願景，我們先進的技術和運營平台是支持我們擴大服務及市場範圍的統一穩固基礎。於2023年，我們將業務擴展至三個業務線，分別是寶尊電商(BEC)、寶尊品牌管理(BBM)以及寶尊國際(BZI)。

寶尊電商包括我們的中國電商業務，涵蓋品牌店鋪運營、客戶服務和物流及供應鏈管理、IT及數字營銷等增值服務。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。我們旨在利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。寶尊國際是我們未來潛心投入和探索的長期發展引擎。我們具備複製中國電商業務成功的獨特優勢。寶尊國際將憑藉當地市場洞察及關鍵電商基礎設施為品牌賦能，透過廣泛產品選擇及差異化客戶體驗為當地消費者服務。

寶尊集團擴展至三條業務線，分別是BEC、BBM及BZI，旨在創造一個各分部為另外兩個分部帶來價值的良性生態。我們在電商行業的16年專業知識及技術進步允許我們快速擴大規模並與品牌合作夥伴建立更深入的關係。我們的策略利用各業務線的良性循環及協同效應。

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、客戶服務和倉儲物流、技術服務和數字營銷等增值服務。憑藉端到端的電商服務功能、全渠道專業知識和技術驅動的解決方案，我們賦能廣泛多樣的**品牌發展**並取得成功。

我們的競爭優勢使我們的品牌合夥企業實現快速增長。我們與飛利浦、耐克和微軟等各個行業中的全球領導者品牌合作。我們能夠利用我們高效的電商運營能力及有效的全渠道解決方案，協助品牌合作夥伴應對宏觀經濟帶來的挑戰，足證我們服務的價值。

通過對各種品牌需求的深入了解，我們能夠提供使我們在其他市場參與者中突圍而出的價值主張。

- 多種類、多品牌的能力：我們的能力延伸至多個種類及不同類型、規模及處於不同發展階段的品牌。我們具備涵蓋整個電商價值鏈的深入行業特定領域知識。
- 全方位服務：我們提供整合一站式解決方案，以應對電商運營的所有核心方面，包括IT解決方案、網店運營、數字營銷、客戶服務及倉儲配送。我們能夠提供一站式電商解決方案有賴我們專有和強大的技術棧，包括可有效設置品牌官方商城和官方平台店鋪的雲系統、促進網店順暢及高效運營的ROSS；推動我們高效及有效的數字營銷解決方案的大數據分析和AI能力；支持貼心、實時的售前和售後客戶服務及客戶互動的客戶關係管理(或CRM)；以及實現統一、可靠的多類別倉儲和配送服務的訂單管理系統(或OMS)和倉庫管理系統(或WMS)。我們堅持投資新技術及基礎架構，從而為我們的品牌合作夥伴提供創新而可靠的解決方案。
- 全渠道覆蓋：我們幫助品牌合作夥伴適應中國複雜的電商生態系統及不斷演變的電商格局，並協助他們在當中蓬勃發展。我們使品牌能夠整合線上線下運營。我們幫助品牌合作夥伴制定及實施連貫的電商策略，有關策略需要進行跨渠道的整體績效分析，並針對不同平台採取平衡的策略。

根據品牌合作夥伴的不同需求，我們根據三種業務模式運營業務：經銷模式、服務費模式及寄售模式。在經銷模式下，我們主要通過向消費者銷售我們購自品牌合作夥伴及／或其授權經銷商的产品產生產品銷售營收，而在服務費模式及寄售模式下，主要通過向品牌合作夥伴及其他客戶收取費用以產生服務營收。

我們的業務模式及解決方案

通過我們的整合品牌電商功能，我們提供端到端品牌電商解決方案，滿足我們品牌合作夥伴的獨特需求。我們利用品牌合作夥伴的資源，並與他們的後台系統無縫整合，實現整個交易價值鏈的數據分析，從而使我們的服務成為品牌合作夥伴電商功能的重要組成部分。

我們的電商功能涵蓋電商價值鏈的各個方面，包括網店運營、客戶服務、IT解決方案、數字營銷、倉儲配送。因應每個品牌合作夥伴的特定需求及其產品類別的特點，我們的品牌合作夥伴可根據經銷模式、服務費模式及寄售模式中的一種或多種業務模式使用一種或多種解決方案。

BEC於截至2023年6月30日止六個月的經營摘要

截至2023年6月30日止首六個月，受益於消費逐步恢復，本期間美容及化妝品和食品及保健品品類實現雙位數增長。

全渠道擴張仍是我們品牌合作夥伴的一大主題。非天貓市場及渠道產生的交易總額(GMV)佔期內總GMV的約40.7%，而2022年同期為31.0%。截至第二季度末，約46.1%的品牌合作夥伴就至少兩條渠道的店舖運營與我們合作，而一年前為40.2%。

寶尊品牌管理(BBM)

寶尊品牌管理從事全面品牌管理，並為全球品牌全能型的合作夥伴，透過戰略和策略定位、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助力在華全球品牌進一步釋放商業潛力。我們旨在利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。BBM的服務面向中高端的消費生活品牌。

我們的首項關鍵收購事項是收購GAP大中華地區業務。2022年11月，我們與The Gap, Inc.及Gap (UK Holdings) Limited訂立股份購買協議。同時，BBM與The Gap, Inc.訂立一系列業務安排，透過有關安排，The Gap, Inc.授予我們於大中華地區獨家生產、營銷、經銷及銷售具本地創造能力的Gap產品的權利。

我們的技術和視野使我們具備能力在實體零售與線上電商間構築可持續且互惠共贏的關係。我們致力於通過數字和實體的規模融合提供一流的無縫全渠道體驗，創造零售業鮮有人達成的非凡表現。我們正透過多項變革性收購及跨所有渠道在中國不懈發展我們的品牌，發展成為標誌性品牌的成功品牌管理公司。

GAP概況

GAP是全球最著名的生活品牌之一，自1969年創建以來一直鼓舞和激勵著消費者。該品牌創造標誌性風格，有關風格建基於其對以牛仔布及卡其褲為主的傳承，在經典與新風格相結合的過程中煥發生機。GAP是現代美式風格的權威。

GAP是BBM建立自身商業模式並實現整合數字化技術、零售和品牌目標的良例。我們目前的首要任務包括確保完成收購後的順利過渡，完善產品和商品策略，建立供應鏈基礎設施，並升級包括人才和技術的後端系統，實現以技術賦能、紮根中國、服務中國的數字化現代新零售模式。

2023年首六個月，蓋璞(上海)商業有限公司(「蓋璞上海」)實現營收人民幣513.4百萬元。截至2023年6月30日末，我們擁有121間線下店舖。雖然GAP現有的店舖主要集中在中國的一、二線城市，但該品牌還繼續在其他具有發展潛力的中國城市及區域內開店。今年我們計劃開設最多10間新店舖並繼續優化店舖架構和位置。

產品管理

紮根中國、服務中國的產品是我們的重中之重。以與中國有關的方式詮釋GAP品牌基因對我們而言至關重要。我們的設計主要依賴於數據驅動的洞察力並以更短的供應鏈週期完成設計。例如，2023年2月，我們與中國街頭時尚新星之一合作快速測試了一款有限的高價產品。該測試提供實踐整合營銷的良機，我們很高興贏得了年輕觀眾的關注。

零售管理

藉著消費者主導及零售導向策略，我們已成功地提升了競爭力、店舖效益以及對市場變化的應變能力。於報告期間，我們繼續優化零售管理能力。

例如，我們建立零售導向思維及考核系統。我們的品牌文化和價值都強調零售效益，並且建立一套以消費者為主導的零售管理考核體系，根據零售營運數據來衡量我們的表現。此外，我們要求店舖嚴格遵守我們的零售政策。為了加強店舖競爭力及盈利能力，我們仔細檢閱開店計劃並確保遵從我們的零售政策。我們堅持在全國網絡推行統一的店舖形象，並規範產品陳列設備及店內宣傳物品，以突出每季度的營銷主題。於報告期間，我們繼續升級店舖裝潢，並與我們最新的門店形象保持一致。

供應鏈管理

有效的供應鏈管理在推動業務的可持續發展中扮演著重要的角色。因此，我們重視提高產品創新、質量監控，以及供應鏈的反應速度和成本效益。期內，我們努力提高供應鏈能力，以滿足消費者需求。我們已識別逾30名新的本地生產商以滿足預計生產需求。除全球IP款式外，我們力爭完全本地生產。我們將繼續制定可提高供應鏈運營效率及釋放毛利機遇的策略。我們相信，透過有效利用總體基礎設施提升供應鏈效益及營運資金管理將准許我們更好地控制成本及向客戶提供卓越服務。

人才

我們相信，人才、投入及團隊的激情始終是競爭優勢的關鍵。我們提出獨特的時尚主張，由創意、創新、設計及質量來界定。我們成功在短期內填補關鍵崗位。新員工為本地行業專家，在知名的領先跨國公司及本地服裝公司均具有豐富經驗。我們相信，這將加速業務轉型和提高組織效率。

寶尊國際(BZI)

寶尊國際(BZI)為我們未來將潛心投入和探索的長期發展引擎。我們具備複製中國電商業務成功的獨特優勢。BZI將利用本地市場視野及關鍵電商基礎設施賦能品牌，從而透過廣泛的產品選擇及差異化的客戶體驗服務本地消費者。

儘管全球宏觀環境存在不確定性及複雜因素，但我們仍堅定致力於全球化策略。我們與品牌合作夥伴攜手踐行「全球本土化」概念，這一融合「全球」及「本土」的概念指的是我們在追求全球機遇的同時將依靠當地的專業知識和資源的理念。

我們計劃圍繞技術及業務創建一個生態系統，由消費者、品牌、零售商、第三方服務提供商、戰略聯盟合作夥伴及其他企業組成。BZI為跨多個國家和地區的品牌提供在其經營所在國家的本土化體驗。此外，BZI在不同國家管理本土化店面，讓品牌更容易進行跨境貿易。這種定制化的體驗旨在增加品牌合作夥伴在新市場的自信心及提高消費者轉化率，使品牌合作夥伴能夠更輕鬆進軍新地區。

BZI的第一步

從東南亞開始，我們旨在透過本土化及電商經驗為全球品牌及消費者提供服務。截至2023年6月末，我們已在6個地區設立經營部，包括香港、台灣、新加坡、馬來西亞、菲律賓及法國。同時，我們在本地招聘頂尖及經驗豐富的人才。我們旨在以強大的電商運營能力、定制的垂直特定解決方案及本土化服務賦能品牌合作夥伴，以更好地服務海外的數字化需求。

2023年2月，我們收購Branded Lifestyle Asia Limited的少數股權並取得Branded Lifestyle Asia Limited的一個董事會席位。同時，我們與Fung Group共同建立技術戰略委員會，以制定企業級技術戰略並引領數字化轉型。我們已邁出激動人心的第一步為新加坡推出網店littleground.com.sg。我們亦在就亞洲其他地區的類似解決方案與Branded Lifestyle合作。我們的技術是我們在東南亞不斷增長的電商市場中發展業務所建立基礎的重要組成部分。

前景

2023年對寶尊而言是變革性的一年。我們持續戰略性擴展至三條業務線逐漸鋪平我們通往第二階段發展之路。過去整整16年，我們已成功把握兩次關鍵機遇：電商及中國新興的消費市場。展望未來，我們將以高質量發展鞏固電商能力，並尋求更多機遇與創新。

BEC

隨著電商市場逐漸成熟，我們致力於建成更可持續發展、以客戶為中心及優質的業務。我們認為未來12至18個月是我們電商業務的過渡期。於過渡期內，我們將提高我們經銷業務的質量、促進服務業務的創新、整合並加強新興渠道服務能力及加大進一步降本增效的力度。

BBM

利用GAP的競爭優勢，我們將進一步在全中國的生活方式市場擴大版圖。我們能夠透過獨特策略發揮規模及品牌優勢，刷新和擴大GAP中國的覆蓋範圍。我們將繼續優化盈利能力並提高店舖效益。這些措施包括把更多店舖升級至新店舖形象、加強數據分析能力來制定更準確的訂單指引，掌握市場需求和喜好變化並增強庫存控制。

我們對BBM剛開始進軍中國具有增長潛力的市場充滿信心。我們認識到中國的電商及零售行業蘊藏巨大的市場機遇，故我們決定增強在該市場的版圖。我們旨在通過尋找涉及優質國際品牌的機遇優化品牌組合，優質國際品牌可補充及提高BBM滿足各消費者需求的能力。我們相信，BBM計劃的吸引力將繼續創造戰略機遇，跨越來越多樣化的類別將更多品牌引入我們的平台。

BZI

我們未來的成功及核心戰略圍繞我們擴展至更多地區的能力、加強生態系統及合夥夥伴計劃、提供更多連接品牌合作夥伴及其特定目標受眾的銷售渠道、開發新解決方案延伸我們的服務、招聘、留任及激勵合資格人員；以及搭建專注於最大限度提高長期價值的平台。

技術是實現「全球本土化」策略的關鍵。為支持電商業務的全球本土化舉措，我們計劃繼續培養關鍵能力及開發基礎設施（包括OMS、WMS、CRM等），以為主要戰略市場的品牌合作夥伴創造差異化及優越體驗。

財務回顧

收入

本集團的收入主要來自產品銷售及服務。下表載列所示期間的收入明細：

	2023年		截至6月30日止六個月 2022年		增長率 %
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
淨營收					
產品銷售	1,596,325	37.9%	1,374,741	33.5%	16.1%
服務	2,611,632	62.1%	2,731,454	66.5%	-4.4%
總計	<u>4,207,957</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,106,195</u>	<u>100.0%</u>	<u>2.5%</u>

於報告期間，本集團的總淨營收約為人民幣4,208.0百萬元(580.3百萬美元)(2022年6月30日：人民幣4,106.2百萬元)，較2022年同期增長約2.5%，主要是由於BBM(為本公司於2023年第一季度推出的新業務線)的增量貢獻。

產品銷售營收

報告期間產品銷售營收較去年同期增長主要是由於BBM產品銷售的增量貢獻，主要包括來自蓋璞上海業務的零售營收，包括線下門店銷售及線上銷售；及部分被BEC產品銷售下降所抵銷，原因為小家電和電子品類的疲軟表現以及本公司優化其產品經銷模式，尤其是電子品類。截至2023年6月30日止六個月期間，產品銷售營收，包括來自電商及品牌管理的產品銷售營收，分別為人民幣1,083.1百萬元及人民幣513.2百萬元，而截至2022年6月30日止六個月期間，來自電商的產品銷售營收為人民幣1,374.7百萬元。

服務營收

報告期間服務營收較去年同期減少主要是由於於2022年同期出售一家虧損附屬公司導致倉儲物流營收減少人民幣102.2百萬元。剔除出售的影響，服務營收同比下降0.7%，基本保持穩定。

產品成本

產品成本於經銷模式下產生。產品成本包括產品採購價及入庫運費以及存貨撇減。報告期間產品成本為人民幣1,180.1百萬元(162.7百萬美元)(2022年6月30日：人民幣1,197.9百萬元)。報告期間的產品成本較去年同期減少主要是由於BEC產品銷售下降，部分被BBM產品的增量成本所抵銷。

履約費用

履約費用主要包括(i)第三方快遞公司就派送及交付產品予消費者收取的費用；(ii)經營配送及客戶服務中心所產生的開支，包括人員成本及採購、接收、檢查及倉儲存貨、檢索、包裝及準備客戶訂單以供付運以及網店運營應佔開支；(iii)租賃倉庫的租賃開支；及(iv)包裝物料成本。履約費用由截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,354.4百萬元(202.2百萬美元)減少9.5%至報告期間的人民幣1,226.3百萬元(169.1百萬美元)。該減少主要由於本公司於2022年同期剝離一家倉儲物流及供應鏈業務附屬公司導致的運費開支減少人民幣136.2百萬元，以及本公司擴大使用區域服務中心導致客戶服務開支的額外節省。

銷售及營銷費用

銷售及營銷費用主要包括銷售及營銷員工的工資、花紅及福利、廣告費用、支付予營銷平台的服務費、代理費及宣傳材料費用。銷售及營銷費用由截至2022年6月30日止六個月的人民幣1,284.2百萬元(191.7百萬美元)增加1.2%至報告期間的人民幣1,299.1百萬元(179.2百萬美元)，主要是由於與蓋璞上海(為本公司於2023年第一季度收購的一家附屬公司)有關的增量銷售及營銷開支。

技術與內容費用

技術與內容費用主要包括技術系統部門僱員工資與相關開支、技術基礎設施開支、與內部使用的電腦、存儲及電信基礎設施相關的成本以及其他成本(如編輯內容成本)。技術與內容費用由截至2022年6月30日止六個月的人民幣217.5百萬元(32.5百萬美元)增加12.2%至報告期間的人民幣244.0百萬元(33.7百萬美元)，主要是由於本公司在技術創新及產品化方面的持續投資，部分被本公司的成本控制舉措及效率提高所抵銷。

管理及行政費用

管理及行政費用主要包括管理層及參與公司一般職務的僱員的工資與相關開支、辦公室租金、管理及行政職務所用物業及設備涉及的相關折舊及攤銷費用、就呆賬計提撥備、專業服務與諮詢費用及就一般公司目的產生的其他開支。管理及行政費用由截至2022年6月30日止六個月的人民幣182.3百萬元(27.2百萬美元)增加126.4%至報告期間的人民幣412.7百萬元(56.9百萬美元)。該增加主要是由於與品牌管理有關的增量開支為人民幣177.4百萬元，包括與蓋璞上海(為本公司於2023年第一季度收購的一家子公司)有關的開支，以及戰略投入如創意內容事業部、品牌管理、海外擴張，及剝離倉儲物流及供應鏈業務的子公司導致相關管理費用增加。

其他經營淨利潤

其他經營利潤主要包括本集團附屬公司於中華人民共和國(「中國」)從地方政府獲取的作為於若干地方區域進行業務的激勵的現金補貼。其他經營利潤由截至2022年6月30日止六個月的人民幣65.6百萬元(9.8百萬美元)增加17.9%至報告期間的人民幣77.3百萬元(10.7百萬美元)，主要是由於與蓋璞上海(為本公司於2023年第一季度收購的一家附屬公司)有關的增量其他經營利潤為人民幣8.4百萬元。

其他收入(開支)

其他收入(開支)淨值包括淨利息開支或收入、未實現投資損失、收購附屬公司的收益、2024年到期的1.625%可轉換優先票據回購收益、衍生負債的公允價值收益及匯兌損失。報告期間，其他開支(淨值)約為人民幣14.7百萬元(2.0百萬美元)，較截至2022年6月30日止六個月約人民幣129.1百萬元(19.3百萬美元)減少約88.6%。該減少主要是由於愛點擊互動亞洲集團有限公司(本公司於2021年1月投資的一家納斯達克全球市場上市公司)的未實現投資損失減少、就發行予 Cainiao Smart Logistics Investment Limited的Baotong Inc.股權錄得衍生負債的公允價值收益；以及淨利息收入增加。

所得稅支出

於報告期間，我們的所得稅支出為人民幣4.1百萬元(0.6百萬美元)，而截至2022年6月30日止六個月為人民幣6.6百萬元(1.0百萬美元)。

淨損失

由於上述因素的影響，報告期間錄得淨損失約人民幣91.2百萬元(12.6百萬美元)，而截至2022年6月30日止六個月為淨損失人民幣196.9百萬元(29.4百萬美元)。

流動資產

截至2023年6月30日，本集團的流動資產約為人民幣7,042.2百萬元（971.2百萬美元），較截至2022年12月31日約人民幣7,397.1百萬元（1,072.5百萬美元）減少4.8%。截至2023年6月30日，本集團的流動比率（流動資產除以流動負債）約為2.0倍（2022年12月31日：約2.0倍）。

應收賬款（扣除信貸虧損撥備）

應收賬款指應收客戶賬款。應收賬款（扣除信貸虧損撥備）由截至2022年12月31日的人民幣2,292.7百萬元（332.4百萬美元）減少20.4%至截至2023年6月30日的人民幣1,825.7百萬元（251.8百萬美元）。

應付賬款

應付賬款指應付供應商款項。截至2023年6月30日，應付賬款約為人民幣427.3百萬元（58.9百萬美元），較截至2022年12月31日約人民幣474.7百萬元（68.8百萬美元）減少約10.0%。

預提費用及其他流動負債

其他流動負債主要包括應計物流開支、應付薪金及福利以及應計營銷開支。

截至2023年6月30日，預提費用及其他流動負債約為人民幣1,096.2百萬元（151.2百萬美元），較截至2022年12月31日約人民幣1,025.5百萬元（148.7百萬美元）增加約6.9%，主要是由於與蓋璞上海（為本公司於2023年第一季度收購的一家附屬公司）有關的增量應計開支。

流動資金及資本資源

我們主要透過經營活動所得現金、公開發售及私募配售所得款項、短期銀行借款為業務撥資。

現金及現金等價物

我們的現金及現金等價物一般包括以人民幣、美元及港元計值的銀行存款。銀行存款按0.025%至5.01%的市場年利率計息。截至2023年6月30日，我們的現金及現金等價物、限制性現金及短期投資分別約為人民幣1,689.3百萬元（233.0百萬美元）、人民幣59.4百萬元（8.2百萬美元）及人民幣1,463.8百萬元（201.9百萬美元）（2022年12月31日：人民幣2,144.0百萬元（310.9百萬美元）、人民幣101.7百萬元（14.7百萬美元）及人民幣895.4百萬元（129.8百萬美元））。現金狀況的增加，主要是由於資本管理效率提高。

短期貸款

截至2023年6月30日，我們的短期貸款約為人民幣1,123.5百萬元（154.9百萬美元）（2022年12月31日：人民幣1,016.1百萬元）。

本集團短期銀行借款於報告期間的實際利率介乎3.0%至3.4%（2022年12月31日：3.1%至4.1%）。

資產抵押

截至2023年6月30日，本集團並無資產已抵押或已質押。

資產負債比率

資產負債比率按期末債務總額除以期內權益總額再乘以100.0%計算。截至2022年12月31日及2023年6月30日，資產負債比率均為1.1倍。

或然負債及承擔

截至2023年6月30日，本集團並無任何或然負債或承擔。

信貸風險集中

可能使本集團面臨重大集中信貸風險的財務工具主要包括現金及現金等價物、限制性現金、應收賬款、短期投資、應收關聯方款項及長期定期存款。

截至2023年6月30日及2022年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣1,689.3百萬元（233.0百萬美元）及人民幣2,144.0百萬元（310.9百萬美元），限制性現金分別為人民幣59.4百萬元（8.2百萬美元）及人民幣101.7百萬元（14.7百萬美元），短期投資分別為人民幣1,463.8百萬元（201.9百萬美元）及人民幣895.4百萬元（129.8百萬美元）。本集團所有現金及現金等價物、限制性現金、短期投資及長期定期存款均由位於中國、香港、日本及台灣且管理層認為擁有良好信貸質素的主要金融機構持有。

截至2023年6月30日及2022年12月31日，我們的應收賬款（扣除信貸虧損撥備）分別為人民幣1,825.7百萬元（251.8百萬美元）及人民幣2,292.7百萬元（332.4百萬美元），應收關聯方款項則分別為人民幣85.4百萬元（11.8百萬美元）及人民幣93.3百萬元（13.5百萬美元）。應收賬款及應收關聯方款項通常為無抵押並來自賺取中國客戶的營收。應收賬款涉及的風險透過本集團對其客戶進行的信貸評估及其對未償還結餘進行的持續監察程序而有所緩減。

外匯風險

本集團的業務主要在中國進行及絕大部分營收以人民幣計值。人民幣兌外幣(包括美元)乃根據中國人民銀行設定的匯率進行。人民幣兌美元曾出現大幅及不可預測的波動。於報告期間，本集團並無運用金融工具對沖其外匯風險。本集團將繼續關注外匯風險，採取審慎措施減輕外匯風險，並於必要時採取適當行動。

所持重大投資、重大收購及出售

茲提述本公司日期為2022年11月8日及2023年2月1日的公告。收購蓋璞上海的完成已於2023年1月31日作實。本公司將盡力完成收購台灣蓋璞有限公司。

除上文所披露者外，於報告期間概無任何重大投資、收購及出售附屬公司、聯營公司或合營企業。

有關重大投資及資本資產的未來計劃

本公司與Authentic Brands Group(一家全球品牌發展、營銷及娛樂平台)的附屬公司ABG Hunter LLC訂立無法律約束力的條款書(「合資條款書」)，內容有關本公司收購ABG Hunter LLC成立的特殊目的實體的51%股權，而該實體持有Hunter品牌在大中華及東南亞的相關知識產權。合資條款書項下建議交易的完成須待各方完成及簽署最終協議且有關協議所載特定交割條件獲達成後方可作實。

除本公告所披露者外，本集團於報告期間並無有關重大投資或資本資產的未來計劃。然而，本集團將繼續物色新業務發展機會。

僱員及薪酬政策

截至2023年6月30日，本集團擁有8,181名全職僱員，而截至2022年12月31日為7,588名。全職僱員的增加主要由於本公司於2023年第一季度收購一家附屬公司蓋璞上海。我們的成功取決於我們吸引、保留及激勵合資格人員的能力。我們的高級管理團隊成員均擁有海外或頂級教育背景、優秀IT能力、豐富行業知識以及與品牌合作夥伴的工作經驗。此外，我們的品牌管理團隊人員與不同品牌建立了良好的文化聯繫。我們已發展出鼓勵團隊合作、高效、自我發展和承諾的企業文化，務求為品牌合作夥伴提供最優質的服務。我們通常給予員工現金報酬和福利，亦可能根據股份激勵計劃授予員工期權及限制性股份單位。我們一般與員工簽訂標準的勞動合同，亦與高級管理人員簽訂標準的保密及競爭協議。競爭限制期通常在僱傭關係終止後兩年屆滿，我們同意在限制期內按員工離職前工資的一定比例作出補償。

為了提升表現及服務質素，我們已建立全面培訓計劃，當中包括入職培訓和在職培訓。我們的入職課程涵蓋企業文化、商業道德、電子商務工作流程及服務等主題。我們的在職培訓包括商務英語和商務演講培訓、初級管理人員管理培訓營及客戶服務代理職業發展計劃。於2014年，為了進一步加強我們的內部培訓計劃，我們設立了專門的培訓設施寶尊大學。

期後事項

於2023年8月，寶尊與Authentic Brands Group訂立無法律約束力的條款書，有關更多詳情，請參閱有關重大投資及資本資產的未來計劃一節。

除上文所披露者外，2023年6月30日後直至本公告日期，概無發生其他可能對本集團經營及財務表現造成重大影響的事件。

遵守企業管治守則

我們力爭達致高標準的企業管治，這對我們的發展及保障股東權益而言至關重要。本集團已採納香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載企業管治守則（「企業管治守則」）第二部分的守則條文作為其自身的企業管治守則。

除下文原因導致的偏離外，本集團於報告期間已遵守企業管治守則。

根據企業管治守則守則條文第C.2.1條，主席與首席執行官的職責應有區分，並不應由一人同時兼任。然而，我們並無區分主席與首席執行官，目前由仇文彬先生同時兼任兩個角色。仇先生負責本集團整體管理、運營及戰略發展，作為本集團的創始人，其對我們的增長及業務運營起著重要作用。考慮到管理及業務策略實踐的延續性，董事（包括獨立董事）認為由一人同時兼任主席與首席執行官將令本公司能夠更有效及高效地制定業務策略及執行業務計劃。現有的安排有利於本集團的業務前景及管理，且符合本公司及股東的整體利益。高級管理層及董事會均由經驗豐富且具備才能的人員組成，其運作可確保權利及職責均衡。董事會將定期檢討此架構的有效性以確保其適合本集團的情況。

遵守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」）作為董事於報告期間進行證券交易的守則。

經作出具體查詢後，全體董事均確認其於報告期間已遵守標準守則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司及其任何附屬公司概無於報告期間購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱中期業績

本公司已遵照上市規則成立審核委員會（「審核委員會」）。審核委員會已審閱該報告期間的未經審核中期財務業績，認為未經審核中期財務業績符合相關會計準則、規則及法規，且已作出適當披露。

此外，本公司的獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行已根據由香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱報告期間的未經審核簡明綜合財務報表。

中期股息

董事會議決不建議派付報告期間的中期股息（2022年：零）。

非公認會計準則財務計量

評核業務時，我們考慮並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)，作為補充計量以審視及評核我們的經營表現。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。非公認會計準則下的經營利潤(損失)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷及收購相關開支的經營利潤(損失)。非公認會計準則下的淨利潤(損失)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關開支、衍生負債的公允價值收益、收購附屬公司的收益及未實現投資損失影響後的淨利潤(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)指撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關開支、衍生負債的公允價值收益、收購附屬公司的收益及未實現投資損失影響後的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)指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，原因是每股美國存託股代表三股A類普通股。

我們呈列非公認會計準則財務計量，因為管理層亦用此評核我們的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)、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)使管理層得以評估我們的經營業績，而無須考慮股份激勵費用及業務收購產生的無形資產攤銷影響。該等項目為並非與我們的業務經營直接相關的非現金開支。股份激勵費用指與我們根據股權激勵計劃授出的期權及限制性股份單位相關的非現金開支。業務收購產生的無形資產攤銷指透過一次性業務收購取得的無形資產相關的非現金開支。未實現投資損失指股權投資公允價值變動所涉及的非現金費用。我們認為除去該等非現金項目後，非公認會計準則財務計量有助識別可能被扭曲的核心經營業績相關趨勢。因此，我們認為非公認會計準則財務計量有助投資者評估我們的經營表現，加深對我們過往表現及未來前景的全面理解，以及有助更清晰地了解管理層於財務及經營決策中所用的主要指標。

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我們營運的所有收入(損失)及支出項目。股份激勵費用及業務收購產生的無形資產攤銷以及未實現投資損失已經及可能繼續於業務過程中產生，且並未於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)的呈列中反映。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，因此可比性有限。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)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)，不應獨立考慮或視為可替代經營利潤(損失)、淨利潤(損失)、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。

我們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，從而在評核我們的表現時應予考慮。我們鼓勵閣下全面審查我們的財務資料，而非依賴單一財務計量。

下表為非公認會計準則財務計量與最接近的美國公認會計準則績效計量的對賬：

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6月30日止六個月

	2022年 人民幣	2023年 人民幣	美元
經營損失	(64,525)	(77,066)	(10,628)
加：股份激勵費用	94,862	49,367	6,807
業務收購產生的無形資產攤銷	21,580	16,053	2,214
收購相關開支	-	2,709	374
非公認會計準則下的經營利潤(損失)	51,917	(8,937)	(1,233)
淨損失	(196,942)	(91,194)	(12,576)
加：股份激勵費用	94,862	49,367	6,807
業務收購產生的無形資產攤銷	21,580	16,053	2,214
未實現投資損失	94,645	51,874	7,154
收購相關開支	-	2,709	374
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(4,402)	(3,072)	(424)
收購附屬公司的收益	-	(3,251)	(448)
衍生負債公允價值收益	-	(24,515)	(3,381)
非公認會計準則下的淨利潤(損失)	9,743	(2,029)	(280)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨損失	(200,163)	(103,575)	(14,284)
加：股份激勵費用	94,862	49,367	6,807
業務收購產生的無形資產攤銷	16,400	12,224	1,686
未實現投資損失	94,645	51,874	7,154
收購相關開支	-	2,709	374
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(3,324)	(2,315)	(319)
收購附屬公司的收益	-	(3,272)	(451)
衍生負債公允價值收益	-	(24,515)	(3,381)
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)	2,420	(17,503)	(2,414)
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	0.04	(0.30)	(0.04)
攤薄	0.04	(0.30)	(0.04)
用於計算每股普通股淨利潤(損失)的 加權平均股數			
基本	190,413,332	177,380,516	177,380,516
攤薄	192,760,523	177,380,516	177,380,516

刊發中期業績及2023年中期報告

本公告刊登於本公司網站 (<http://ir.baozun.com>) 及香港聯交所網站 (<http://www.hkexnews.hk>)。2023年中期報告將於適當時候寄發予本公司股東，並可於本公司及香港聯交所網站查閱。

承董事會命
寶尊電商有限公司
仇文彬先生
主席

香港，2023年8月28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、岡田聰良先生及劉洋女士；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