

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)

2023年第三季度業績公告

我們謹此宣佈截至2023年9月30日止三個月（「**2023年第三季度業績**」）的未經審核財務業績。2023年第三季度業績於香港聯合交易所有限公司網站www.hkexnews.hk及我們的網站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，2023年11月22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

寶尊公佈2023年第三季度未經審核財務業績

2023年11月22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，今天公佈其截至2023年9月30日止第三季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：「我對寶尊集團在戰略轉型過程中取得的進展深感欣慰。儘管面臨宏觀挑戰，但我們的收入同比增長5%，經營現金流同比顯著改善。品牌管理卓有成效，Gap業務轉型穩步推進，在新品、新店、市場推廣及知名度提升上取得多項重要成果。這些『品牌力升級』的舉措，將Gap從過往以折扣驅動的品牌，逐步轉變為以消費者心智取勝的品牌。本季度，我們成功打造了一套全渠道零售運營平台(ROP)，為Gap業務的持續數字化轉型奠定了堅實基礎。」

「我們與抖音服飾品類頭部服務商杭州洛氦迅信息科技有限公司（「洛氦迅」）達成戰略收購意向，計劃收購其51%股權。洛氦迅是抖音生態的翹楚和直播電商領域的先驅，深耕服裝配飾賽道。寶尊在創意內容、品牌矩陣、運營實力的市場領先優勢，結合洛氦迅在直播領域的豐富經驗與獨到見解，將推動寶尊在抖音生態中走在前沿。抖音的新篇章，也將續寫我們在其他主流品牌電商平台的成就，標誌著我們戰略轉型的又一重要里程碑。」仇先生總結道。

寶尊集團首席財務官兼寶尊電商總裁Arthur Yu先生表示：「儘管受到經濟環境疲軟和季節性銷售波動等因素的影響，寶尊業務轉型依舊實現穩步發展。得益於有效的業務優化、成本管控以及運營效率提升，寶尊實現了自上市以來的首個第三季度正向經營現金流。此外，我們持續深耕全渠道，本季度在微信和抖音生態中均實現GMV雙位數增長。隨著與洛氦迅達成戰略聯盟，我們堅信，在不斷演變的電商環境中，我們將走得更加穩健，也將能更好、更全面地賦能品牌合作夥伴。」

2023年第三季度財務摘要

- 總淨營收為人民幣1,823.6百萬元（250.0百萬美元¹），較去年同期人民幣1,741.3百萬元按年增加4.7%。
- 經營損失為人民幣135.7百萬元（18.6百萬美元），去年同期為人民幣26.3百萬元。經營損失率為7.4%，2022年同期為1.5%。
- 非公認會計準則下的經營損失²為人民幣90.4百萬元（12.4百萬美元），去年同期非公認會計準則下的經營利潤為人民幣16.9百萬元。非公認會計準則下的經營損失率為5.0%，2022年同期非公認會計準則下的經營利潤率為1.0%。

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統計資料所載於2023年9月29日中午生效的買方匯率人民幣7.2960元兌1.00美元計算。

² 非公認會計準則下的經營利潤（損失）為一項非公認會計準則財務計量，其定義為撇除股權激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷和與收購相關的專業費用。

- 電商業務³的經調整經營損失為人民幣40.3百萬元(5.5百萬美元)。
- 品牌管理業務³的經調整經營損失為人民幣50.1百萬元(6.9百萬美元)。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣126.4百萬元(17.3百萬美元)，2022年同期為人民幣168.9百萬元。
- 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虧損⁴為人民幣76.4百萬元(10.5百萬美元)，2022年同期為人民幣13.1百萬元。
- 歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股(「美國存託股⁵」)基本及攤薄淨虧損均為人民幣2.12元(0.29美元)，2022年同期均為人民幣2.88元。
- 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨虧損⁶均為人民幣1.28元(0.18美元)，2022年同期均為人民幣0.22元。
- 截至2023年9月30日，現金及現金等價物、限制性現金及短期投資為人民幣2,930.7百萬元(401.7百萬美元)，截至2022年12月31日為人民幣3,141.1百萬元。

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資料。

³ 自收購GAP上海後，集團更新了經營分部，形成了兩個分部，即(1)電商業務；(2)品牌管理。

⁴ 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)為一項非公認會計準則財務計量，其定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷、衍生負債的公允價值收益、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失和未實現投資損失後的損失。

⁵ 每股美國存託股代表三股A類普通股。

⁶ 非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨利潤(損失)為非公認會計準則財務計量，其定義為非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)除以用作計算每股普通股基本及攤薄淨利潤(損失)的加權平均股數再乘以三。

業務亮點

寶尊電商(BEC)

寶尊電商包括我們的中國電商業務，涵蓋品牌店舖運營、客戶服務和倉儲物流、技術服務和數字行銷等增值服務。本季度服飾與配件品類線上店舖運營收入實現同比增長，主要收益於行業企穩回升及增值服務進一步滲透。

全渠道擴張仍然是我們品牌合作夥伴的重點關注議題。本季度由非天貓平台及渠道產生的GMV⁷佔總GMV約40.2%，而2022年同期為31.1%。截至第三季度末，約45.0%的品牌合作夥伴與我們在店舖運營合作至少兩個渠道，去年同期為42.4%。

寶尊品牌管理(BBM)

寶尊品牌管理包括戰略和策略定位、品牌與市場行銷、零售與電商運營、供應鏈和物流及技術賦能等全方位品牌管理，利用我們的技術組合與品牌建立更長期、更深入的關係。

2023年三季度，寶尊品牌管理業務繼續專注於Gap上海業務的有序過渡，由過往的折扣驅動轉向為專注於消費者對品牌及產品的心智建設。2023年三季度，寶尊品牌管理業務實現產品銷售收入296.3百萬元，毛利率實現55.5%，較此前季度進一步提升。

2023年第三季度財務業績

總淨營收為人民幣1,823.6百萬元(250.0百萬美元)，較去年同期的人民幣1,741.3百萬元增加4.7%。總淨營收的增加主要由於公司在2023年第一季度推出的新業務線，即寶尊品牌管理的產品銷售收入的增量貢獻。

產品銷售收入為人民幣707.9百萬元(97.0百萬美元)，去年同期為人民幣497.1百萬元，其中：

- 電商業務的產品銷售收入為人民幣411.6百萬元(56.4百萬美元)，較去年同期的人民幣497.1百萬元下降17.2%。下降的主要原因是宏觀經濟疲軟、今年電商行業季節性影響更強，同時公司優化了經銷模式的產品組合。

⁷ GMV包括增值稅及不包括(i)運費、(ii)附加費及其他稅項、(iii)退回貨品價值及(iv)尚未結算的購買訂金。

電商業務的產品銷售收入按核心品類⁸列示明細：

	截至9月30日止三個月					
	2022		2023		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)					
電商業務產品銷售						
小家電	212.2	13%	179.5	24.6	11%	-15%
美容化妝品	76.2	4%	76.3	10.5	4%	0%
快消品	66.1	4%	31.7	4.3	2%	-52%
電子產品	50.5	3%	25.8	3.5	1%	-49%
其他	92.1	5%	98.3	13.5	5%	7%
電商業務產品銷售總淨營收	497.1	29%	411.6	56.4	23%	-17%

- 品牌管理的產品銷售收入為人民幣296.3百萬元(40.6百萬美元)，其中目前主要包括Gap上海業務所產生的零售收入，包括線下門店銷售收入和線上銷售收入。

服務收入為人民幣1,115.8百萬元(152.9百萬美元)，較去年同期的人民幣1,244.2百萬元下降10.3%。下降主要由於在2022年第三季度處置虧損子公司，倉儲和履約業務收入減少人民幣65.7百萬元，以及數字行銷和技術服務的收入減少了44.3百萬元，原因是本季度的效果廣告行銷活動減少，部分被以內容驅動的行銷和技術商業化的增值服務收入所抵消。

下表列出所示期間按業務模式的服務收入明細：

	截至9月30日止三個月					
	2022		2023		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)					
服務						
線上店舖運營	347.9	20%	340.7	46.7	19%	-2%
倉儲物流	492.4	28%	431.7	59.1	23%	-12%
數字行銷和技術服務	403.9	23%	362.7	49.7	20%	-10%
抵消跨分部交易的影響 ⁹	-	-	(19.3)	(2.6)	-1%	n/a
服務總淨營收	1,244.2	71%	1,115.8	152.9	61%	-10%

⁸ 核心品類是指在所示期間分別佔產品銷售收入不低於10%的品類。

⁹ 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的線上店舖運營服務收入、數位行銷與技術服務收入。

服務收入中的線上店舖運營收入按核心品類¹⁰列示明細：

	截至9月30日止三個月					
	2022		2023			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)					
服務收入中的線上店舖運營						
服飾與配件	231.9	13%	248.4	34.0	14%	7%
— 奢侈品	92.9	5%	86.3	11.8	5%	-7%
— 運動服飾	80.4	5%	101.3	13.9	6%	26%
— 其他服飾	58.6	3%	60.8	8.3	3%	4%
其他	116.0	7%	92.3	12.7	5%	-20%
抵消跨分部交易的影響 ¹¹	—	—	(11.2)	(1.5)	-1%	n/a
服務收入中的線上店舖運營 總淨營收	347.9	20%	329.5	45.2	18%	-5%

經營開支總額為人民幣1,959.4百萬元(268.6百萬美元)，去年同期則為人民幣1,767.5百萬元。經營開支總額增長主要由於收購Gap上海，剔除Gap上海經營開支增量的影響，經營開支總額較去年同期減少137.9百萬元，較去年同期下降7.8%。

- 產品成本為人民幣491.2百萬元(67.3百萬美元)，去年同期則為人民幣414.8百萬元。該增長主要由於公司在2023年第一季度收購的子公司Gap上海的產品成本增加130.5百萬元。
- 履約費用為人民幣513.0百萬元(70.3百萬美元)，去年同期則為人民幣575.9百萬元。該減少主要由於本公司2022年第三季度剝離了一個倉儲物流及供應鏈業務的子公司導致運輸費用減少人民幣27.7百萬元，及本公司區域服務中心持續拓張帶來的客服成本結餘。
- 銷售及行銷費用為人民幣637.5百萬元(87.4百萬美元)，去年同期則為人民幣602.4百萬元。該增長主要由於公司在2023年第一季度收購的子公司Gap上海的銷售及行銷費用增加81.7百萬元。
- 技術與內容費用為人民幣120.4百萬元(16.5百萬美元)，去年同期則為人民幣98.3百萬元。費用增長主要由於公司在技術創新和產品化方面的持續投資，部分抵消於本公司的成本控制措施及效率改善。

¹⁰ 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。

¹¹ 抵消跨分部交易的影響主要包括寶尊電商業務分部向寶尊品牌管理業務分部中的Gap品牌提供的店舖運營服務收入。

- **管理及行政費用**為人民幣214.5百萬元(29.4百萬美元)，去年同期則為人民幣97.7百萬元。該增長主要由於公司品牌管理業務的管理及行政費用增加110.2百萬元，主要包括在2023年第一季度收購的子公司Gap上海的管理及行政費用增長，以及如創意內容事業部、品牌管理等戰略投入相關管理費用增加。

經營損失為人民幣135.7百萬元(18.6百萬美元)，去年同期為人民幣26.3百萬元。經營損失率為7.4%，去年同期為1.5%。

非公認會計準則下的經營損失為人民幣90.4百萬元(12.4百萬美元)，去年同期非公認會計準則下的經營利潤為人民幣16.9百萬元。虧損主要由於本公司在2023年第一季度收購的子公司Gap上海產生的虧損，該虧損在可比基礎上已明顯收窄，以及電商業務由於宏觀環境疲軟和更強的季節性影響導致的利潤率下滑。

電商業務的經調整經營損失為人民幣40.3百萬元(5.5百萬美元)，去年同期電商業務的經調整經營利潤為人民幣16.9百萬元。**品牌管理業務的經調整經營損失**為人民幣50.1百萬元(6.9百萬美元)。

未實現投資損失為人民幣7.8百萬元(1.1百萬美元)，去年同期為人民幣8.2百萬元。本季度未實現投資損失主要是本公司於2021年6月投資的Lanvin集團的交易價格下降，該公司於2022年12月在紐約證券交易所成功上市。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣126.4百萬元(17.3百萬美元)，去年同期為人民幣168.9百萬元。

歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股基本及攤薄淨虧損均為人民幣2.12元(0.29美元)，2022年同期均為人民幣2.88元。

非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨虧損為人民幣76.4百萬元(10.5百萬美元)，去年同期為人民幣13.1百萬元。

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每股美國存託股基本及攤薄淨虧損均為人民幣1.28元(0.18美元)，2022年同期均為人民幣0.22元。

分部信息

1、分部資料

自收購GAP上海後，集團更新了經營分部結構，形成了兩個分部，即(1)電商業務(2)品牌管理；

以下摘要描述了本集團各經營分部的經營情況：

(1) **電商業務**以寶尊傳統電商服務業務為主，由寶尊電商(BEC)和寶尊國際(BZI)兩條業務線組成。

- 寶尊電商涵蓋中國大陸核心電商業務，包括店舖運營、客戶服務、倉儲物流、供應鏈管理、IT解決方案和數字行銷。
- 寶尊國際涵蓋寶尊在中國大陸以外的電商業務，於中國香港、中國澳門、中國台灣、東南亞及歐洲等市場開展業務。

(2) **品牌管理**專注於品牌賦能，通過戰略定位、品牌行銷、電商運營、供應鏈及技術賦能品牌，與品牌建立更長遠及深刻的聯繫。

2、分部資料

下表提供了截至2022年和2023年9月30日的3個月內集團可報告分部業績的摘要，並對上期分部信息進行了回顧性改寫，以符合當期列報：

	截至9月30日止三個月	
	2022	2023
	人民幣	人民幣
淨營收：		
電商業務	1,741,272	1,543,276
品牌管理	—	299,645
抵消跨分部交易的影響*	—	(19,279)
合併淨營收	<u>1,741,272</u>	<u>1,823,642</u>

	截至9月30日止三個月	
	2022	2023
	人民幣	人民幣
經調整經營利潤(損失)**：		
電商業務	16,913	(40,300)
品牌管理	—	(50,091)
	<u>16,913</u>	<u>(90,391)</u>
合併經調整經營利潤	<u>16,913</u>	<u>(90,391)</u>
抵消跨分部交易的影響*	—	—
未分攤的費用：		
股票薪酬支出	(33,829)	(29,415)
收購相關支出	(9,340)	(7,911)
業務收購產生的無形資產攤銷	—	(7,995)
其他收入(開支)	(126,197)	4,198
	<u>(126,197)</u>	<u>4,198</u>
除所得稅及權益法投資收益前損失	<u>(152,453)</u>	<u>(131,514)</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、收購相關支出及業務收購產生的無形資產攤銷。

補充信息

寶尊與洛氩迅簽訂條款清單收購洛氩迅51%股權

寶尊已於2023年11月與杭州洛氩迅信息科技有限公司（「洛氩迅」）及其他相關方簽訂了關於對洛氩迅進行股權投資的核心條款確認函（「條款清單」）。寶尊計劃通過增資及股權轉讓收購洛氩迅51%的股權。

除條款清單中有關有效期、排他性、保密、法律管轄與爭議解決的條款外，條款清單中擬議交易的條款和條件對任何一方均不具有法律約束力。擬議交易完成後，各方的權利和義務將受最終交易檔內容的約束。

電話會議

本公司將於2023年11月22日（星期三）東岸時間上午6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：	6234438

業績電話會議的重播可於2023年11月29日前通過致電以下號碼收聽：

美國：	1-877-344-7529
國際：	1-412-317-0088
加拿大：	855-669-9658
重播登入密碼：	3958715

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。網上重播也可以於會後通過同一連結獲取。

採用非公認會計準則財務計量

本公司亦採用若干非公認會計準則財務計量以評核業務。例如，本公司採用非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的經營利潤率、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤率、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)，作為補充計量以審視及評核其財務及經營表現。呈列該等非公認會計準則財務計量不擬作為獨立考慮、或替代根據美國公認會計準則編製及呈列的財務資料。

本公司將非公認會計準則下的經營利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽減值、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費後的經營利潤(損失)。本公司將非公認會計準則下的經營利潤率定義為非公認會計準則下的經營利潤(損失)佔總淨營收的百分率。本公司將非公認會計準則下的淨利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失和未實現投資損失後的損失。本公司將非公認會計準則下的淨利潤率定義為非公認會計準則下的淨利潤(損失)佔總淨營收的百分率。本公司將非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)定義為撇除股份激勵費用、業務收購產生的無形資產攤銷、收購相關的專業費用、商譽和投資減值損失、預期或有收購付款的差異損失、回購的美國存託股和返還的美國存託股的註銷費、衍生負債的公允價值損失、處置子公司和股權被投資組織投資的收益損失、未實現投資損失後的淨利潤(損失)。本公司將非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)定義為非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)除以用作計算每股普通股淨利潤(損失)的加權平均股數再乘以三。

本公司呈列非公認會計準則財務計量，因為本公司管理層用此評核本公司的財務及經營表現和制訂業務計劃。非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)反映了本公司的持續業務經營情況，以此各期間可進行更有意義的比較。本公司認為，採用非公認會計準則財務計量可方便投資者以與管理層相同的方式瞭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專案向管理層和投資者提供有用信息。

非公認會計準則財務計量並非根據美國公認會計準則定義及並非根據美國公認會計準則呈列。非公認會計準則財務計量作為分析工具存在限制。使用非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)的其中一項主要限制，是它們並無反映影響本公司營運的所有收入及支出項目。此外，非公認會計準則計量可能有別於其他公司所採用的非公認會計準則計量，包括同業公司，使其財務業績與本公司業績作比較時有潛在限制。鑒於上述限制，期內的非公認會計準則下的經營利潤(損失)、非公認會計準則下的經營利潤率、非公認會計準則下的淨利潤(損失)、非公認會計準則下的淨利潤率、非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)，不應獨立考慮或視為可替代經營利潤(損失)、經營利潤率、淨利潤(損失)、淨利潤率、歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的淨利潤(損失)及歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的每股美國存託股淨利潤(損失)、或根據美國公認會計準則編製的其他財務計量。

本公司將非公認會計準則財務計量調整至最接近的美國公認會計準則績效計量以補償有關限制，從而在評核本公司表現時應予考慮。本公司鼓勵閣下全面審查本公司財務資料，而非依賴單一財務計量。有關將這些非公認會計準則財務計量調整至最直接可予比較的公認會計準則財務計量的對賬程式，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檔檔及本公司於香港聯合交易所有限公司網站發佈的公告、通告或其他檔內。本公告提供的所有資料以截至本新聞公佈日期為準，並基於本公司認為截至該日期屬合理的假設，而且除根據適用法律外，本公司概不承擔更新任何前瞻性陳述的任何責任。

有關寶尊電商有限公司

創立於2007年，寶尊集團是中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數字商業賦能者。寶尊集團業務遍及東亞、東南亞、歐洲、北美等多個國家和地區，服務全球各行各業超過400家品牌。

寶尊集團旗下三大業務線，分別是寶尊電商 (Baozun e-Commerce，簡稱BEC)，寶尊品牌管理 (Baozun Brand Management，簡稱BBM)，以及寶尊國際 (Baozun International，簡稱BZI)。三大業務線齊頭並進，踐行集團高品質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)

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 9月30日 人民幣	2023年 9月30日 美元
資產			
流動資產			
現金及現金等價物	2,144,020	2,157,961	295,773
限制性現金	101,704	54,068	7,411
短期投資	895,425	718,655	98,500
應收賬款淨額	2,292,678	1,664,731	228,170
存貨淨額	942,997	1,130,888	155,001
預付供應商款項	372,612	411,863	56,451
預付款項及其他流動資產	554,415	592,472	81,207
應收關聯方款項	93,270	71,726	9,831
流動資產總額	<u>7,397,121</u>	<u>6,802,364</u>	<u>932,344</u>
非流動資產			
權益投資	269,693	299,383	41,034
物業及設備淨額	694,446	854,152	117,071
無形資產淨值	310,724	307,791	42,186
土地使用權淨額	39,490	38,721	5,307
經營租賃使用權資產	847,047	1,087,413	149,042
商譽	336,326	346,914	47,549
其他非流動資產	65,114	57,732	7,913
遞延稅項資產	162,509	205,204	28,126
非流動資產總額	<u>2,725,349</u>	<u>3,197,310</u>	<u>438,228</u>
資產總額	<u><u>10,122,470</u></u>	<u><u>9,999,674</u></u>	<u><u>1,370,572</u></u>

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)

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 9月30日 人民幣	2023年 9月30日 美元
負債及股東權益			
流動負債			
短期借款	1,016,071	976,310	133,814
應付賬款	474,732	536,228	73,496
應付票據	487,837	320,000	43,860
應付所得稅	46,828	20,779	2,848
預提費用及其他流動負債	1,025,540	1,036,029	142,004
衍生負債	364,758	-	-
應付關聯方款項	30,434	28,876	3,958
流動經營租賃負債	235,445	299,541	41,056
流動負債總額	3,681,645	3,217,763	441,036
非流動負債			
遞延稅項負債	28,082	26,682	3,657
非流動經營租賃負債	673,955	851,382	116,692
其他非流動負債	62,450	57,644	7,901
非流動負債總額	764,487	935,708	128,250
負債總額	4,446,132	4,153,471	569,286

	2022年 12月31日 人民幣	截至 2023年 9月30日 人民幣	2023年 9月30日 美元
可贖回非控制性權益	1,438,082	1,560,795	213,924
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 9月30日已發行及流通在外股份分別 為163,100,873股及165,629,464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 9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	4,544,489	622,874
庫存股	(832,578)	-	-
累計虧損	(228,165)	(458,173)	(62,800)
累計其他綜合收益	15,678	56,034	7,680
寶尊電商有限公司股東權益總額	<u>4,084,162</u>	<u>4,142,451</u>	<u>567,768</u>
非控制性權益	154,094	142,957	19,594
權益總額	<u>4,238,256</u>	<u>4,285,408</u>	<u>587,362</u>
負債、可贖回非控制性權益及權益總額	<u><u>10,122,470</u></u>	<u><u>9,999,674</u></u>	<u><u>1,370,572</u></u>

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9月30日止三個月		
	2022 人民幣	2023 人民幣	美元
淨營收			
產品銷售 ⁽¹⁾	497,098	707,855	97,020
服務	1,244,174	1,115,787	152,931
總淨營收	1,741,272	1,823,642	249,951
經營開支⁽²⁾			
產品成本	(414,776)	(491,160)	(67,319)
履約費用 ⁽³⁾	(575,875)	(512,997)	(70,312)
銷售及行銷費用 ⁽³⁾	(602,438)	(637,488)	(87,375)
技術與內容費用 ⁽³⁾	(98,301)	(120,382)	(16,500)
管理及行政費用 ⁽³⁾	(97,684)	(214,487)	(29,398)
其他經營淨利潤	21,546	17,160	2,352
經營開支總額	(1,767,528)	(1,959,354)	(268,552)
經營損失	(26,256)	(135,712)	(18,601)
其他收入(開支)			
利息收入	8,485	24,466	3,352
利息費用	(9,724)	(11,190)	(1,534)
未實現投資損失	(8,219)	(7,805)	(1,070)
投資減值損失	(8,400)	-	-
子公司和股權投資處置損失	(99,521)	-	-
匯兌損失	(8,818)	(1,273)	(174)
除所得稅及權益法投資收益前損失	(152,453)	(131,514)	(18,027)
所得稅支出 ⁽⁴⁾	(4,259)	(1,946)	(267)
權益法投資收益(虧損)，扣除零稅項	(269)	3,861	529
淨損失	(156,981)	(129,599)	(17,765)
歸屬於非控制性權益股東的淨(利潤)損失	(2,382)	7,900	1,083
歸屬於可贖回非控制性權益股東的淨利潤	(9,495)	(4,734)	(649)

	截至9月30日止三個月		
	2022 人民幣	2023 人民幣	美元
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨損失	<u>(168,858)</u>	<u>(126,433)</u>	<u>(17,331)</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	(0.96)	(0.71)	(0.10)
攤薄	(0.96)	(0.71)	(0.10)
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 每股美國存託股淨損失			
基本	(2.88)	(2.12)	(0.29)
攤薄	(2.88)	(2.12)	(0.29)
用於計算每股普通股淨損失的加權平均股數			
基本	176,164,018	178,755,231	178,755,231
攤薄	176,164,018	178,755,231	178,755,231
淨損失	(156,981)	(129,599)	(17,765)
其他綜合收益，扣除零稅項			
外幣折算差異	<u>83,606</u>	<u>8,630</u>	<u>1,183</u>
綜合損失	<u>(73,375)</u>	<u>(120,969)</u>	<u>(16,582)</u>

(1) 截至2023年9月30日的三個月內，寶尊商務和寶尊品牌管理的產品銷售額分別為411.6百萬元和296.3百萬元，而截至2022年9月30日的三個月內，寶尊電商的產品銷售額為497.1百萬元。

(2) 股份激勵費用分配至經營開支項目如下：

	截至9月30日止三個月		
	2022 人民幣	2023 人民幣	美元
履約費用	2,820	1,846	253
銷售及行銷費用	14,643	10,394	1,425
技術與內容費用	5,233	3,448	473
管理及行政費用	<u>11,133</u>	<u>13,727</u>	<u>1,881</u>
	<u>33,829</u>	<u>29,415</u>	<u>4,032</u>

(3) 包括業務收購產生的無形資產攤銷，截至2022年及2023年9月30日止三個月期間分別為人民幣9.3百萬元及人民幣7.9百萬元。

(4) 包括有關撥回遞延稅項負債的所得稅利益人民幣1.8百萬元及人民幣1.5百萬元，分別於截至2022年及2023年9月30日止三個月在業務收購時確認。

寶尊電商有限公司
公認會計準則與非公認會計準則的業績對賬
(千元，惟股份及每股美國存託股資料除外)

	截至9月30日止三個月		
	2022	2023	美元
	人民幣	人民幣	
經營損失	(26,256)	(135,712)	(18,601)
加：股份激勵費用	33,829	29,415	4,032
業務收購產生的無形資產攤銷	9,340	7,911	1,084
收購相關費用	—	7,995	1,096
	<u>16,913</u>	<u>(90,391)</u>	<u>(12,389)</u>
非公認會計準則下的經營利潤(損失)			
淨損失	(156,981)	(129,599)	(17,765)
加：股份激勵費用	33,829	29,415	4,032
業務收購產生的無形資產攤銷	9,340	7,911	1,084
收購相關支出	—	7,995	1,096
未實現投資損失	8,219	7,805	1,070
投資減值損失	8,400	—	—
子公司和股權投資處置損失	99,521	—	—
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,838)	(1,507)	(207)
	<u>490</u>	<u>(77,980)</u>	<u>(10,690)</u>
非公認會計準則下的淨利潤(損失)			
歸屬於寶尊電商有限公司普通股股東的 淨損失	(168,858)	(126,433)	(17,331)
加：股份激勵費用	33,829	29,415	4,032
業務收購產生的無形資產攤銷	7,139	5,991	821
收購相關支出	—	7,995	1,096
未實現投資損失	8,219	7,805	1,070
投資減值損失	8,400	—	—
子公司和股權投資處置損失	99,521	—	—
減：業務收購產生的無形資產攤銷的 稅務影響	(1,396)	(1,127)	(155)

	截至9月30日止三個月		
	2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元
非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司 普通股股東的損失	<u>(13,146)</u>	<u>(76,354)</u>	<u>(10,467)</u>
非公認會計準則下歸屬於寶尊電商有限公司 普通股股東的每股美國存託股淨損失：			
基本	(0.22)	(1.28)	(0.18)
攤薄	(0.22)	(1.28)	(0.18)
用於計算每股普通股淨損失的加權平均股數			
基本	176,164,018	178,755,231	178,755,231
攤薄	176,164,018	178,755,231	178,755,231