

香港交易及结算所有限公司以及香港联合交易所有限公司对本公布的内容概不负责，对其准确性或完整性亦不发表任何声明，并表明概不就因本公布全部或任何部分内容而产生或因依赖该等内容而引致的任何损失承担任何责任。

**POP MART**

**泡泡玛特国际集团有限公司**

(于开曼群岛注册成立的有限公司)

(股份代号：9992)

**截至2021年12月31日止年度的  
年度业绩公布**

**年度业绩摘要**

	截至12月31日止年度		
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元	同比变动 (%)
收入	4,490,651	2,513,471	78.7%
毛利	2,758,624	1,594,108	73.1%
经营溢利	1,149,812	718,783	60.0%
除所得税前溢利	1,171,191	707,403	65.6%
年内溢利	854,567	523,312	63.3%
本公司拥有人应占年内溢利	854,339	523,505	63.2%
非国际财务报告准则经调整纯利	1,001,635	590,506	69.6%
基本每股盈利(人民币元)	0.62	0.44	40.9%
摊薄每股盈利(人民币元)	0.62	0.44	40.9%

泡泡玛特国际集团有限公司(「**本公司**」)董事会(「**董事会**」)欣然公布本公司及其附属公司(「**本集团**」)截至2021年12月31日止年度(「**报告期**」)的经审核综合业绩。本年度业绩公布的内容乃根据香港联合交易所有限公司证券上市规则(「**上市规则**」)项下有关年度业绩初步公布的适用披露规定，并根据国际审计与鉴证准则理事会(「**国际审计与鉴证准则理事会**」)颁布的国际财务报告准则(「**国际财务报告准则**」)编制。该等年度业绩亦已由董事会及董事会辖下之审核委员会(「**审核委员会**」)审阅及确认。除特别注明外，本公司的财务数据均以人民币(「**人民币**」)列示。

## 综合损益及其他全面收益表

	附注	截至12月31日止年度	
		2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
收益	3	4,490,651	2,513,471
销售成本	4	<u>(1,732,027)</u>	<u>(919,363)</u>
<b>毛利</b>		<b><u>2,758,624</u></b>	<b><u>1,594,108</u></b>
经销及销售开支	4	(1,106,078)	(630,069)
一般及行政开支	4	(557,509)	(279,967)
金融资产减值(拨备)/拨回		(1,435)	398
其他收入	5	54,425	45,420
其他收益/(亏损) - 净额	6	<u>1,785</u>	<u>(11,107)</u>
<b>经营溢利</b>		<b><u>1,149,812</u></b>	<b><u>718,783</u></b>
财务收入	7	28,609	1,953
财务开支	7	<u>(21,246)</u>	<u>(10,946)</u>
财务收益/(开支) - 净额	7	<u>7,363</u>	<u>(8,993)</u>
可转换可赎回优先股的公平值变动		-	(6,260)
分占使用权益法入账的投资溢利		<u>14,016</u>	<u>3,873</u>
<b>除所得税前溢利</b>		<b><u>1,171,191</u></b>	<b><u>707,403</u></b>
所得税开支	8	<u>(316,624)</u>	<u>(184,091)</u>
<b>年内溢利</b>		<b><u>854,567</u></b>	<b><u>523,312</u></b>
<b>以下应占年内溢利:</b>			
- 本公司拥有人		854,339	523,505
- 非控股权益		<u>228</u>	<u>(193)</u>
		<b><u>854,567</u></b>	<b><u>523,312</u></b>

	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
	人民币千元	人民币千元
<b>其他全面亏损</b>		
可能重新分类至损益的项目		
- 货币换算差额	<u>(12,629)</u>	<u>(25,726)</u>
将不会重新分类至损益的项目		
- 货币换算差额	<u>(102,926)</u>	<u>(13,050)</u>
<b>年内其他全面亏损，除税后</b>	<u>(115,555)</u>	<u>(38,776)</u>
<b>年内全面收益总额</b>	<u>739,012</u>	<u>484,536</u>
<b>以下应占年内全面收益总额：</b>		
- 本公司拥有人	<u>738,816</u>	484,604
- 非控股权益	<u>196</u>	<u>(68)</u>
	<u>739,012</u>	<u>484,536</u>
<b>本公司拥有人应占溢利的每股盈利</b>		
- 基本（以每股人民币元表示）	10	0.62
- 摊薄（以每股人民币元表示）	10	0.44
	<u>10</u>	<u>0.44</u>

## 综合资产负债表

	于12月31日	
	2021年	2020年
	人民币千元	人民币千元
<b>资产</b>		
<b>非流动资产</b>		
物业、厂房及设备	366,281	238,325
无形资产	134,032	92,731
使用权资产	609,517	287,799
使用权益法入账的投资	61,539	50,380
按公允价值计入损益的金融资产	328,688	16,900
预付款项及其他非流动资产	30,727	6,177
递延所得税资产	35,553	23,087
<b>总非流动资产</b>	<b>1,566,337</b>	<b>715,399</b>
<b>流动资产</b>		
贸易应收款项	171,334	78,334
其他应收款项	154,939	90,781
存货	788,829	225,369
预付款项及其他流动资产	353,580	177,918
按公允价值计入损益的金融资产	20,544	—
受限制现金	3,353	3,263
现金及现金等价物	5,264,710	5,680,235
<b>总流动资产</b>	<b>6,757,289</b>	<b>6,255,900</b>
<b>总资产</b>	<b>8,323,626</b>	<b>6,971,299</b>

	于12月31日	
	2021年	2020年
附注	人民币千元	人民币千元
<b>权益</b>		
股本	923	923
就股份奖励计划持有的股份	(15)	(16)
其他储备	5,023,583	5,189,115
保留盈利	<u>1,793,691</u>	<u>939,352</u>
<b>本公司拥有人应占权益</b>	<u><b>6,818,182</b></u>	<u>6,129,374</u>
非控股权益	<u>1,824</u>	<u>1,628</u>
<b>总权益</b>	<u><b>6,820,006</b></u>	<u>6,131,002</u>
<b>负债</b>		
<b>非流动负债</b>		
应付授权费	46,371	27,934
租赁负债	<u>364,543</u>	<u>147,050</u>
<b>总非流动负债</b>	<u><b>410,914</b></u>	<u>174,984</u>
<b>流动负债</b>		
贸易应付款项	12 266,098	115,804
应付授权费	86,004	58,880
其他应付款项	266,902	202,297
合约负债	119,624	83,941
租赁负债	256,909	144,724
即期所得税负债	<u>97,169</u>	<u>59,667</u>
<b>总流动负债</b>	<u><b>1,092,706</b></u>	<u>665,313</u>
<b>总负债</b>	<u><b>1,503,620</b></u>	<u>840,297</u>
<b>总权益及负债</b>	<u><u><b>8,323,626</b></u></u>	<u><u>6,971,299</u></u>

# 综合财务报表附注

## 1 一般资料

泡泡玛特国际集团有限公司(「**本公司**」)于2019年5月9日根据开曼群岛公司法第22章(1961年第3号法例,经综合及修订)在开曼群岛注册成立为获豁免有限公司。本公司注册办事处的地址为P.O. Box 309, Uglund House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。

本公司为投资控股公司,其附属公司主要于中华人民共和国(「**中国**」)及若干海外国家及地区从事潮流玩具的产品设计与开发及销售。本公司的最终控股公司为GWF Holding Limited(前称为Grant Wang Holding Limited),由王宁先生及其配偶杨涛女士控制。

根据本公司全体股东(「**股东**」)于2020年11月23日通过的书面决议案,在本公司股份溢价账因根据全球发售发行新股而录得进账的情况下,授权本公司董事(「**董事**」)透过将112,128美元拨作资本而按面值向于2020年12月11日前一个营业日营业时间结束时名列本公司股东名册的人士配发及发行合共1,121,278,635股入账列为缴足每股面值0.0001美元的股份(「**资本化发行**」)。

于2020年12月11日,本公司成功在香港联合交易所有限公司(「**联交所**」)主板上市。

除非另有说明,否则本综合财务报表以人民币(「**人民币**」)呈列。

本综合财务报表已于2022年3月28日经董事会批准刊发。

## 2 重大会计政策概要

本附注提供编制该等综合财务报表时所采纳的主要会计政策清单。除另有所指外,该等政策于所有呈列年度一直贯彻应用。财务报表乃为本集团(由本公司及其附属公司组成)所编制。

### 2.1 编制基准

#### (i) 遵守国际财务报告准则及香港公司条例

本集团的综合财务报表乃根据国际会计准则理事会(「**国际会计准则理事会**」)颁布的所有适用国际财务报告准则(「**国际财务报告准则**」)及第622章香港公司条例(「**香港公司条例**」)的披露规定所编制。

#### (ii) 历史成本法

综合财务报表乃根据历史成本法编制,并根据按公允价值计入损益的金融资产的重估(按公允价值列账)作出修订。

#### (iii) 本集团采纳的新订及经修订准则

本集团于2021年1月1日开始的年度报告期间首次应用下列修订:

国际财务报告准则第9号、国际会计准则第39号、国际财务报告准则第7号、国际财务报告准则第4号及国际财务报告准则第16号修订

本集团亦选择提早采纳以下修订:

国际财务报告准则第16号修订  
2021年6月30日之后与新型冠状病毒疫情相关的租金优惠

上述修订并无对过往期间已确认金额造成任何影响,且预期将不会严重影响现有或未来期间。

(iv) 尚未采纳的新订准则及诠释

若干会计准则及诠释的新订会计准则及经修订于2021年12月31日之报告期内已颁布但并非强制执行，且并未获本集团提早采纳。预期该等准则、经修订或诠释不会于本报告期间或未来报告期间对本集团以及可预见的未来交易产生重大影响。

### 3 收益及分部资料

管理层根据主要经营决策者（「主要经营决策者」）审阅的用于制定战略决策的报告来确定经营分部。本集团的收益、开支、资产、负债及资本支出主要归因于向外部客户销售潮流玩具，其被视为一个分部。本集团的主要市场是中国，其向海外客户的销售贡献不到总收益的10%。因此，并未呈列地域资料。

按业务线划分的收益明细如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
	人民币千元	人民币千元
<b>客户合约收益</b>		
线上销售收益	1,879,189	951,875
零售店销售收益	1,673,386	1,002,054
机器人商店销售收益	469,803	328,679
批发收益	444,817	207,386
展会收益	23,456	23,477
	<u>4,490,651</u>	<u>2,513,471</u>
<b>总计</b>	<b>4,490,651</b>	<b>2,513,471</b>
	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
	人民币千元	人民币千元
<b>收益</b>		
于某个时间点	4,490,651	2,505,509
于一段时间(i)	—	7,962
	<u>4,490,651</u>	<u>2,513,471</u>
<b>总计</b>	<b>4,490,651</b>	<b>2,513,471</b>

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
<b>收益</b>		
按总额基准确认收益	4,490,651	2,511,843
按净额基准确认收益(ii)	—	1,628
	<u>4,490,651</u>	<u>2,513,471</u>
<b>总计</b>	<b>4,490,651</b>	<b>2,513,471</b>

- (i) 所有原始合约的期限均为一年或以下，或者根据所发生的时间计费。在国际财务报告准则第15号允许的情况下，分配至该等未达成合约的交易价未予披露。
- (ii) 当本集团在该等交易中担任代理及并不承担存货风险或拥有产品定价的自主权时，第三方品牌产品于本集团的零售店及本集团所举办的展会上的委托销售所产生的若干收益按净额基准确认。

截至2021年及2020年12月31日止年度，并无由单一客户的交易产生的收益占本集团总收益10%或以上。

#### 4 按性质划分的开支

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
计入销售成本的存货成本	1,445,001	748,452
雇员福利开支	669,725	242,963
使用权资产折旧	221,698	142,940
物业、厂房及设备折旧	161,834	66,682
广告及营销开支	157,552	92,171
运输及物流开支	141,259	110,061
电商平台服务费	123,895	81,262
设计及授权费	104,674	62,721
未计入租赁负债的与短期租赁及可变租赁有关的开支	86,318	43,620
无形资产摊销	51,470	36,221
税金及附加费	30,680	20,634
使用年期为一年内的模具成本	17,155	7,460
支付予机器人商店合作伙伴的佣金	6,674	13,179
核数师酬金	4,500	3,000
存货减值	1,318	2,095
上市开支	—	44,024
展会成本	—	18,408
重新指定普通股为优先股有关开支	—	16,910
其他	171,861	76,596
	<u>171,861</u>	<u>76,596</u>
<b>总计</b>	<b>3,395,614</b>	<b>1,829,399</b>

## 5 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
授权费收入	37,656	18,695
政府补贴(i)	15,353	26,412
推广服务费	740	—
其他	676	313
	<u>54,425</u>	<u>45,420</u>
<b>总计</b>	<b><u>54,425</u></b>	<b><u>45,420</u></b>

- (i) 有关金额指政府补贴，与对当地经济增长作出贡献而自当地政府收到的收入有关。该等补贴于收到后于综合损益及其他全面收益表确认。概无与该等补贴有关的未达成条件或或然事件。

## 6 其他收益/(亏损)净额

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
按公允价值计入损益的金融工具的公允价值变动	15,262	1,153
捐赠	(10,896)	(11,527)
汇兑亏损	(3,302)	(1,655)
其他	721	922
	<u>1,785</u>	<u>(11,107)</u>
<b>总计</b>	<b><u>1,785</u></b>	<b><u>(11,107)</u></b>

## 7 财务收入/(开支) - 净额

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
财务收入		
- 利息收入	28,609	1,953
财务开支		
- 租赁负债及应付授权费利息开支	(21,246)	(10,946)
	<u>7,363</u>	<u>(8,993)</u>
<b>财务收入/(开支) - 净额</b>	<b><u>7,363</u></b>	<b><u>(8,993)</u></b>

## 8 所得税开支

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
即期所得税	329,090	190,959
– 香港利得税	73	4,104
– 中国内地企业所得税	329,017	186,855
递延所得税	(12,466)	(6,868)
<b>所得税开支</b>	<b>316,624</b>	<b>184,091</b>

### (a) 开曼群岛及英属维京群岛所得税

本公司根据开曼群岛公司法于开曼群岛注册成立为获豁免有限公司，根据开曼群岛现行法律，本公司无须缴纳开曼群岛所得税。根据英属维京群岛（「英属维京群岛」）现行法律，根据英属维京群岛商业公司法注册成立或注册的集团实体获豁免缴纳英属维京群岛所得税。

### (b) 香港利得税

根据两级制利得税税率制度，合资格集团实体的首2百万港元溢利将按8.25%的税率征税，而2百万港元以上的溢利将按16.5%的税率征税。不符合两级制利得税税率制度的集团实体的溢利将继续按统一税率16.5%征税。截至2021年12月31日止年度，本集团已就估计应课税溢利按16.5%的税率计提香港利得税拨备（2020年：16.5%）。

### (c) 中国内地企业所得税（「企业所得税」）

本集团就中国内地业务的所得税拨备根据截至2021年12月31日止年度的估计应课税溢利按25%的税率（截至2020年12月31日止年度：25%）计算，并基于中国的现行法例、诠释及惯例而定。

集团实体已获中国内地税务机关授予小规模纳税实体的若干税收优惠，据此在各自司法权区经营的附属公司有权享受税收优惠。

### (d) 中国内地预扣税（「预扣税」）

根据适用的中国内地税收法规，在中国内地成立的公司就于2008年1月1日之后产生的溢利向外国投资者分派的股息通常须缴纳10%的预扣税。倘于香港注册成立的外国投资者满足中国内地与香港之间订立的双边税务条约安排项下的条件及规定，则相关的预扣税税率将为5%。

于2021年12月31日，本集团在中国内地注册成立的附属公司的未分配盈利总额为人民币1,715,409,000元（于2020年12月31日：人民币935,668,000元）。董事认为，该等附属公司不大可能于可预见的将来分配该等盈利，并且本公司有能力控制该等附属公司分配盈利的的时间。因此，尽管存在该等保留盈利的应课税暂时性差额，但并未于综合财务报表确认任何递延所得税负债。

## 9 股息

根据于2021年6月1日通过的决议案，本公司股东批准派付截至2020年12月31日止年度末期股息每股本公司普通股人民币14.94分，合共人民币205,832,000元（扣除就股份奖励计划持有的股份应占股息人民币3,687,000元）。于截至2021年12月31日止年度，已派付股息金额合共人民币208,834,000元，包括于截至2020年止年度已派付末期股息人民币202,473,000元及于截至2020年6月30日止六个月已派付中期股息人民币6,361,000元。

于2021年12月31日，未付股息余下结余合共人民币10,596,000元已于综合财务报表其他应付款项入账。

董事会建议就截至2021年12月31日止年度派付末期股息每股本公司已发行普通股人民币15.24分。根据截至本公布日期本公司已发行股本总数预计末期股息的金额合共约为人民币213,655,000元。实际应付末期股息总金额将根据本公司厘定合资格领取末期股息股东之记录日的已发行股本总数而定。

建议派付股息须由本公司股东（「股东」）在将于2022年6月1日举行的应届股东周年大会（「股东周年大会」）上批准后，方可作实，而股息将根据中国人民银行于2022年6月1日所报的人民币兑港元有效汇率以港元支付。待股东批准后，有关股息将于2022年6月23日向于2022年6月10日名列本公司股东名册的股东派付。

拟派股息并未于综合财务报表中反映为应付股息，而将反映为截至2022年12月31日止年度的拨入可分派储备。

## 10 每股盈利

于附注1所披露在2020年12月11日进行的资本化发行完成后，就截至2020年12月31日止年度每股基本及摊薄盈利的普通股加权平均数已追溯调整。

### (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，本集团拥有人应占溢利除以已发行普通股加权平均数减就股份奖励计划所持股份之差而计算得出。

	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
本公司拥有人应占溢利（人民币千元）	854,339	523,505
已发行普通股加权平均数减就股份奖励计划所持股份之差（千股）	<u>1,377,954</u>	<u>1,194,709</u>
每股基本盈利（以每股人民币元表示）	<u>0.62</u>	<u>0.44</u>

(b) 每股摊薄盈利

截至2021年及2020年12月31日止年度每股摊薄盈利的计算载列如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年	2020年
本公司拥有人应占溢利(人民币千元)	854,339	523,505
就可赎回及可转换优先股公平值变动调整(人民币千元)	<u>-</u>	<u>6,260</u>
用于厘定每股摊薄盈利的溢利(人民币千元)	<u>854,339</u>	<u>529,765</u>
已发行普通股加权平均数减股份奖励计划 所持股份之差(千股)	1,377,954	1,194,709
调整		
– 已授出及假设已归属受限制股份(千股)	873	-
– 假设转换可转换可赎回优先股(千股)	-	16,514
每股摊薄盈利股份加权平均数(千股)	<u>1,378,827</u>	<u>1,211,223</u>
每股摊薄盈利(以每股人民币元表示)	<u>0.62</u>	<u>0.44</u>

截至2021年12月31日止年度，每股摊薄盈利乃以假设所有具摊薄影响的潜在普通股获转换后调整发行在外普通股的加权平均数计算。本公司具潜在摊薄影响的普通股包含根据首次公开发售后股份奖励计划已授予及假设已归属的股份。就首次公开发售后股份奖励计划而言，计算时乃根据尚未行使首次公开发售后股份奖励计划授予的已发行股份(「受限制股份」)所附认购权的货币价值，厘定可按公平值(按本公司股份的年内平均市价厘定)购买的股份数目。根据上述方法计得的股数与假设行使受限制股份所发行的股数比较。

截至2020年12月31日止年度，每股摊薄盈利乃根据经就可赎回及可转换优先股公平值变动调整后本公司拥有人应占年内溢利及就可转换可赎回优先股获兑换调整后已发行普通股的加权平均数计算。

## 11 贸易应收款项

	于12月31日	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
贸易应收款项(a)		
– 第三方	120,273	61,311
– 关联方	54,255	19,288
<b>小计</b>	<b>174,528</b>	<b>80,599</b>
减：减值拨备(b)	(3,194)	(2,265)
<b>贸易应收款项总额</b>	<b>171,334</b>	<b>78,334</b>

- (a) 就来自零售店销售、机器人商店销售及线上销售的贸易应收款项而言，该等款项通常以现金、信用卡／借记卡或通过线上支付平台结算。就批发交易而言，贸易应收款项于销售合约协定的信贷期内结算。大部分该等批发商的信贷期为30至90天。拥有良好历史及长期关系的若干客户获授最多180天的延长优惠信贷期。

按发票日期的贸易应收款项的账龄分析如下：

	于12月31日	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
3个月以内	162,250	67,736
3个月至6个月	10,476	11,477
6个月以上	1,802	1,386
<b>总计</b>	<b>174,528</b>	<b>80,599</b>

(b) 贸易应收款项的减值拨备变动如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
于1月1日	2,265	2,933
减值拨备／(拨回)	<u>929</u>	<u>(668)</u>
于12月31日	<u><u>3,194</u></u>	<u><u>2,265</u></u>

## 12 贸易应付款项

供应商授予的商品应付款项的信贷期通常为即期至180天。于2021年及2020年12月31日，基于发票日期的商品应付款项的账龄分析如下：

	于12月31日	
	2021年 人民币千元	2020年 人民币千元
30天以内	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>
总计	<u><u>266,098</u></u>	<u><u>115,804</u></u>

### 13 或有事件

于2020年8月28日，北京泡泡玛特接获一份日期为2020年8月19日的法院传票，内容有关金鹰国际商贸集团(中国)有限公司(「金鹰国际」)(作为股东)代表南京金鹰泡泡玛特于江苏省南京市中级人民法院向北京泡泡玛特提起的申索，指称(其中包括)北京泡泡玛特违反日期为2014年4月29日由金鹰国际、王宁先生及北京泡泡玛特其他当时股东订立的投资合作协议。根据申索，金鹰国际要求(i)北京泡泡玛特应停止于若干专属地区经营申索店舖；及(ii)北京泡泡玛特应向南京金鹰泡泡玛特返还为数约人民币117.2百万元的款项，即北京泡泡玛特于截至2019年12月31日止年度自于专属地区经营申索店舖获得的所指称毛利。

于2021年6月17日，上述案件进行首次庭审，主要程序为收集及核证金鹰国际及本集团提供的进一步资料。该案件还需继续开庭以协助法院查清事实。于本公布日期，上述案件仍在审理当中。

概无就该项申索于截至2021年及2020年12月31日止年度的综合财务报表确认任何拨备，原因是本公司的中国大陆法律顾问告知，金鹰国际提出的申索并无依据、申索被判定金鹰国际胜诉的可能性极低，本集团来自申索的风险极小且申索将不会对本集团的业务及财务表现造成重大不利影响。

## 管理层讨论与分析

### 业务回顾

作为中国潮流玩具文化的开拓者及主要推广者，在COVID-19疫情不断反复的影响下，我们仍保持业务的高速增长，2021年收入同比增长78.7%，同时累计注册会员总数达到1,958.0万人。我们战略重点是进一步深耕潮流玩具业务，继续贯彻公司的长期既定策略和发展方向。我们仍以艺术家发掘、IP运营、消费者触达及潮流玩具文化的推广为主要业务重点。

### 艺术家发掘和IP运营

IP运营和创作设计对于我们的产品至关重要，这也是推动泡泡玛特发展的核心驱动力。我们不断丰富IP类型、输出风格多样化的产品，以满足不同用户群体的需求。年内，我们头部IP收入占比更加均匀，并保持了强劲的增长。2021年为Molly诞生的15周年，到目前依然深受粉丝喜爱，营收稳步增长。2021年Molly实现收入人民币705.1百万元，同比增长97.6%。通过持续推出新的作品、跨界联名合作、主题展等一系列运营，Molly的粉丝群体逐渐扩大，IP影响力不断提升，IP的生命周期和商业价值得到了很好的延伸。Dimoo和SKULLPANDA在2021年分别实现收入人民币566.7百万元和人民币595.3百万元，同比分别增长了79.8%和1,423.8%；以及我们内部的设计师团队PDC (Pop Design Center)推出众多受欢迎的IP，小甜豆在2021年实现收入人民币161.5百万元，同比增长了458.1%，以及2021年10月份上市PDC的新IP小野通过独特的设计风格，深受粉丝的喜爱，实现收入人民币52.2百万元。

我们一直致力于推动潮玩市场发展，不断尝试产品创新。我们于年内正式推出了我们的高端潮玩产品线「MEGA珍藏系列」，MEGA系列的产品一经推出便迅速引爆市场，总共实现收入人民币178.1百万元，我们于2021年6月发售MEGA珍藏系列SPACE MOLLY x 海绵宝宝联名款后，共发售了9款1000%的SPACE MOLLY珍藏系列产品，吸引了共计超过870万人次参与抽签。

## 消费者触达

### — 线下渠道

2021年我们于中国大陆新开业106家线下门店，从2020年末的187家增至2021年末的288家<sup>1</sup>。2021年我们于中国大陆新开业510台机器人商店，从2020年末的1,351台增至2021年末的1,861台。截至2021年底，我们的港澳台地区及海外门店数达到7家，我们的港澳台地区及海外机器人商店达到9台，通过举办海外线上潮玩展，参加美国DesignerCon、迪拜世博会等全球性的展会，泡泡玛特的品牌被不同文化背景的消费者所接纳。

### — 线上渠道

泡泡玛特抽盒机为我们在微信平台上自主研发设计的小程序，旨在于创造好玩、有趣的购物体验，于2021年实现了人民币898.0百万元的收入，同比增长了92.6%。京东旗舰店2021年收入为人民币143.2百万元，同比增长了296.0%。天猫旗舰店2021年收入为人民币598.9百万元，同比增长了47.5%，我们连续三年取得了天猫双十一大玩具类目的销售额第一名。

### — 会员运营

通过渠道的持续扩张及IP的不断丰富，并通过全渠道会员运营，用户数字化规模快速扩大，截至2021年12月31日，累计注册会员总数从2020年末的740.0万人增至1,958.0万人，新增注册会员1,218.0万人。2021年会员贡献销售额占比92.2%，会员复购率为56.5%<sup>2</sup>。

## 潮流玩具文化推广

为了更好地传播潮流艺术文化，泡泡玛特在2021年成立了艺术推广机构inner flow。该机构旨在与全球画廊、艺术家联合打造高端艺术衍生品，开发版画、雕塑、潮流玩具、生活家居等收藏类艺术衍生品，为年轻人提供更丰富、更具潮流属性的艺术品。2021年11月，inner flow首次亮相第九届ART021上海廿一当代艺术博览会，展出了LANG、没影、殷越、马轲、曾健勇、孙一钿和Ashley Wood等旗下艺术家的画作及雕塑。

<sup>1</sup> 2021年因租约到期和其他商业原因，我们关闭了5家门店

<sup>2</sup> 2021年购买会员中买过2次及以上的占比

2021年7月，泡泡玛特与北京大学光华管理学院共同成立北京大学商业与艺术研究中心，旨在培养文化创意产业的优秀人才，推动中国潮流文化和新消费等领域的研究，促进行业之间的交流。

作为全球化的潮玩品牌，泡泡玛特在过去一年加速了潮玩文化在海外的传播。2021年10月，泡泡玛特亮相迪拜世博会，以「2020年迪拜世博会中国馆纪念品商店特许供应商」的身份向世界各地的参观者展示潮玩艺术。同月，泡泡玛特参展伦敦MCM动漫展，现场展出的MEGA珍藏、SKULLPANDA密林古堡等潮玩系列吸引了大批欧洲粉丝的关注。2021年11月，泡泡玛特亮相美国DesignerCon潮流艺术盛会，展出了Dimoo、SKULLPANDA、Yuki、Hirono等中国本土设计师创作的IP形象，获得了海外观众的热情追捧。

秉承著「创造潮流，传递美好」的品牌理念，2021年12月，泡泡玛特联合中国扶贫基金会成立「POP MART公益美育中心」，为部分地区学校的师生提供美育教育场所及课程培训支持，助力乡村学校美育教育发展。

## 财务回顾

### 销售收入

本公司收入从2020年的人民币2,513.5百万元上升到2021年的人民币4,490.7百万元，同比增长78.7%。

### 根据渠道划分的收入

本公司的收入来自于以下渠道1.零售店；2.机器人商店；3.线上渠道；及4.批发渠道及其他。下表载列本公司2021年及2020年按渠道划分的收入：

	截至2021年12月31日止年度			截至2020年12月31日止年度		
	收入 人民币千元	毛利率	收入占比	收入 人民币千元	毛利率	收入占比
零售店	1,673,386	61.9%	37.3%	1,002,054	62.0%	39.9%
线上渠道	1,879,189	64.2%	41.8%	951,875	66.4%	37.9%
机器人商店	469,803	68.8%	10.5%	328,679	72.3%	13.1%
批发及其他	468,273	41.2%	10.4%	230,863	44.7%	9.1%
- 中国大陆	330,920	42.9%	7.4%	156,691	42.8%	6.1%
- 中国大陆外	137,353	37.2%	3.0%	74,172	48.8%	3.0%
<b>合计</b>	<b>4,490,651</b>	<b>61.4%</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,513,471</b>	<b>63.4%</b>	<b>100.0%</b>

- **零售店**。零售店销售收入从2020年的人民币1,002.1百万元增加到2021年的人民币1,673.4百万元，同比增长了67.0%。主要由于2021年国内疫情得到有效控制零售店均正常营业，而2020年初始疫情严重，对零售店销售有较大影响；及在2021年净新增门店108家，截至2021年12月31日合计零售店295家。
- **机器人商店**。机器人商店销售收入从2020年的人民币328.7百万元增加到2021年的人民币469.8百万元，同比增长了42.9%，主要由于2021年国内疫情得到有效控制机器人商店均正常营业，而2020年初始疫情影响严重，对机器人商店有较大影响；及在2021年增加了519台机器人商店，截至2021年12月31日共计1,870台机器人商店。
- **线上渠道**。线上收入由2020年的人民币951.9百万元增加到2021年的人民币1,879.2百万元，同比增长了97.4%。以下为线上收入明细。

	截至2021年12月31日止年度				增幅
	收入 (人民币千元)	收入占比 (人民币千元)			
泡泡玛特抽盒机	898,014	47.8%	466,364	49.0%	92.6%
天猫旗舰店	598,865	31.9%	406,110	42.7%	47.5%
京东旗舰店	143,229	7.6%	36,173	3.8%	296.0%
其他线上渠道	239,081	12.7%	43,228	4.5%	453.1%
合计	<u>1,879,189</u>	<u>100.0%</u>	<u>951,875</u>	<u>100.0%</u>	<u>97.4%</u>

泡泡玛特线上收入来自泡泡玛特抽盒机、天猫旗舰店、京东旗舰店以及其他线上渠道。其中，泡泡玛特抽盒机收入从2020年的人民币466.4百万元增长至2021年的人民币898.0百万元，增长了92.6%；天猫旗舰店收入从2020年的人民币406.1百万元增长至2021年的人民币598.9百万元，增长了47.5%；京东旗舰店收入从2020年的人民币36.2百万元增长至2021年的人民币143.2百万元，增长了296.0%。2021年线上渠道的增长主要源于品牌影响力、会员人数的增加；以及2021年泡泡玛特抽盒机、京东旗舰店的销售增长和新渠道的扩展。

- **批发及其他**。本公司批发及其他收入主要包括来自于中国大陆地区的收入和来自中国大陆地区外的收入。批发及其他收入从2020年的人民币230.9百万元增长至2021年的468.3百万元，增长了102.8%。其中，中国大陆的批发及其他收入从2020年的人民币156.7百万元增加到2021年的人民币330.9百万元，增长了111.2%，主要由于经销商南京金鹰泡泡玛特商贸有限公司收入的增长，占中国大陆经销商的比例在53.6%；中国大陆以外的批发及其他收入从2020年的人民币74.2百万元增加到2021年的人民币137.4百万元，增长了85.2%，主要由于海外市场的扩张，及我们在海外不同国家的品牌推广。

## 根据IP划分的收入

泡泡玛特的品牌产品是我们的主要商品类型，品牌产品收入于截至2021年12月31日占总收入的比例88.6%，品牌产品从2020年的人民币2,136.2百万元增加到2021年的人民币3,977.8百万元，增长了86.2%。

泡泡玛特的品牌产品主要分为：自有IP、独家IP和非独家IP，以下为IP划分的收入明细。

	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	收入 (人民币千元)	收入占比	收入 (人民币千元)	收入占比
泡泡玛特品牌产品	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%
独家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%
– 其他独家IP	283,831	6.3%	207,067	8.3%
非独家IP	620,463	13.8%	444,352	17.7%
外采及代销	442,886	9.9%	368,400	14.6%
其他	69,968	1.5%	8,875	0.40%
合计	<u>4,490,651</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,513,471</u>	<u>100.0%</u>

- **自有IP**。自有IP是本公司主要商品类型，主要包括Molly、SKULLPANDA、Dimoo、Bunny等。自有IP的收入占比由2020年的39.0%增加到2021年的57.6%，收入贡献大幅增加。自有IP收入从2020年的人民币979.9百万元，上升至2021年的人民币2,586.8百万元，增长了164.0%。主要由于Molly、SKULLPANDA和Dimoo的销售收入贡献增长。

- **独家IP**。独家IP收入从2020年的人民币711.9百万元，上升至2021年的人民币770.5百万元，增长了8.2%。主要由于The Monsters的收入贡献。
- **非独家IP**。非独家IP收入从2020年的人民币444.4百万元，上升至2021年的人民币620.5百万元，增长率为39.6%，主要由于新系列产品的发售，及新IP的增加。

### 根据地理区域划分的收入

本公司按照地理区域划分的收入以线下区域为主，主要包括零售店和机器人商店。

- **零售店**。下表载列本公司零售店2021年及2020年按地理区域划分的收入：

城市等级	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	零售店数量	零售店收入 (人民币千元)	零售店数量	零售店收入 (人民币千元)
一线城市 <sup>3</sup>	113	797,520	81	499,210
新一线城市 <sup>4</sup>	84	479,902	56	289,139
其他城市 <sup>5</sup>	98	395,964	50	213,705
<b>合计</b>	<b>295</b>	<b>1,673,386</b>	<b>187</b>	<b>1,002,054</b>

- **机器人商店**。下表载列本公司机器人商店2021年及2020年按地理区域划分的收入：

城市等级	截至2021年12月31日止年度		截至2020年12月31日止年度	
	机器人商店数量	机器人商店收入 (人民币千元)	机器人商店数量	机器人商店收入 (人民币千元)
一线城市	553	145,851	447	119,667
新一线城市	594	153,223	453	107,149
其他城市	723	170,729	451	101,863
<b>合计</b>	<b>1,870</b>	<b>469,803</b>	<b>1,351</b>	<b>328,679</b>

<sup>3</sup> 指中国大陆一线城市，包括北京、上海、广州和深圳

<sup>4</sup> 指中国大陆新一线城市，包括成都、重庆、杭州、武汉、西安、郑州、青岛、长沙、天津、苏州、南京、东莞、沈阳、合肥和佛山

<sup>5</sup> 指中国大陆除去一线城市和新一线城市以外的城市及港澳台地区和海外城市

## 销售成本

销售成本由2020年的人民币919.4百万元上升到2021年的人民币1,732.0百万元，增长了88.4%，主要原因是业务扩张收入增加。销售成本的增加主要由于(1)商品成本由2020年的人民币748.5百万元增加到2021年的人民币1,445.0百万元，其主要原因为销售增加，及商品成本单价增加；(2)设计及授权费由2020年的人民币62.7百万元增加到2021年的人民币104.7百万元，主要因为我们品牌产品收入增加；及(3)财产、厂房和设备的折旧由2020年的人民币19.9百万元增加到2021年的人民币76.4百万元，主要因为我们商品数量，产品系列的新增进而模具增加，因此产生的折旧费用的增加。

## 毛利

我们的毛利由2020年的人民币1,594.1百万元上升到2021年的人民币2,758.6百万元，增长了73.1%，主要由于我们的收入增加。我们的毛利率由2020年的63.4%下降至2021年的61.4%，主要由于我们泡泡玛特品牌产品的毛利率下降。

我们泡泡玛特品牌产品产生的毛利由2020年的人民币1,467.9百万元增加到2021年的人民币2,573.2百万元，增长了75.3%。主要由于泡泡玛特自主产品的收益增加。泡泡玛特品牌产品的毛利率从2020年的68.7%，下降到2021年的64.7%，主要由于我们提高产品的工艺质量，产品工艺愈加复杂，以及2021年原材料成本上涨导致毛利率下降。

我们的外采和其他产品产生的毛利由2020年的人民币126.2百万元增加到2021年的人民币185.4百万元，增长了46.9%，毛利率从2020年的33.4%上升到2021年的36.1%，主要由于产品构成多样化，毛利略有变动。

## 经销及销售开支

我们的经销及销售开支由2020年的人民币630.1百万元增长至2021年的人民币1,106.1百万元，增长了75.5%。其中占比较高的为(1)雇员福利开支；(2)使用权资产折旧；及(3)广告及市场费用。

- **雇员福利开支。**雇员福利开支从2020年的人民币112.8百万元增长至2021年的人民币287.3百万元，增长了154.7%。主要由于(1)我们的销售员工人数由2020年的1,527名员工增加到2021年的2,436名员工，主要用以支持我们扩张零售店及机器人商店网络；及(2)股权激励的股份支付金额共计人民币39.4百万元。

- **使用权资产折旧。**使用权资产折旧从2020年的人民币121.1百万元增长至2021年的人民币187.5百万元，增长了54.8%。主要由于我们的零售店数量由截至2020年12月31日的187间增加至截至2021年12月31日的295间，以支持我们的业务扩张及满足对我们产品陈列的需求。
- **广告及市场费用。**广告及市场费用从2020年的人民币92.2百万元增长至2021年的人民币157.6百万元，增长了70.9%。主要由于线上渠道的宣传推广的增加，及「6.2」大儿童节等活动策划费用增加。

### **一般及行政开支**

我们的一般及行政开支由2020年的人民币280.0百万元增长至2021年的人民币557.5百万元，增长了99.1%。其中占比较高的为(1)雇员福利开支；及(2)使用权资产折旧。

- **雇员福利开支。**雇员福利开支从2020年的人民币130.2百万元增长至2021年的人民币382.4百万元，增长了193.7%。主要由于(1)我们的行政员工及设计开发人员人数由2020年的793名员工增加至2021年的1,617名员工，主要用以支持我们的产品开发以及业务扩张，及薪资水平提升以吸引人才；及(2)股权激励的股份支付金额共计人民币107.7百万元。
- **使用权资产折旧。**使用权资产折旧从2020年的人民币21.8百万元增长到2021年的人民币34.2百万元，主要由于办公室的扩租以满足办公需求。

### **金融资产减值(拨备)/拨回**

我们于2020年录得金融资产减值拨回人民币0.4百万元，并于2021年录得金融资产减值拨备人民币1.4百万元，主要原因为贸易应收款项余额因应销售增加。

### **其他收入**

本公司的其他收入由2020年的人民币45.4百万元增加到2021年的人民币54.4百万元，增长了19.8%。主要来自于fresh、Ray-Ban、哈根达斯、科颜氏等品牌合作项目的IP授权收入由2020年的人民币18.7百万元增加到2021年的人民币37.7百万元。

### **其他(亏损)/收益净额**

2020年录得其他亏损净额人民币11.1百万元，2021年录得其他收益净额人民币1.8百万元，主要由于2021年理财产品和结构性存款利息的收入人民币15.8百万元，及对河南省防汛救灾捐赠、对北京大学教育基金捐赠款等其他捐赠支出合计人民币10.9百万元。

### **经营溢利**

综上所述，本公司的经营溢利由2020年的人民币718.8百万元增加至2021年的人民币1,149.8百万元，增长了60.0%。

### **分占使用权益法入账的投资溢利/亏损**

我们分占使用权益法入账的投资溢利由2020年的人民币3.9百万元增加到2021年的人民币14.0百万元，增加了259.0%。

### **财务开支净额**

我们的财务开支净额由2020年的净亏损人民币9.0百万元，变为2021年的净收益人民币7.4百万元，主要由于我们的利息收入增加。

### **所得税开支**

我们的所得税开支由2020年的人民币184.1百万元增加到2021年的人民币316.6百万元，原因为我们的所得税前溢利增加。我们的实际税率由2020年的26.0%增长至2021年的27.0%。

### **年内溢利**

由于上文所述，我们的年内溢利由2020年的人民币523.3百万元增加至2021年的人民币854.6百万元。

## 非公认会计原则财务指标

非国际财务报告准则经调整纯利未按照国际财务报告准则计算，视为非国际财务报告准则的财务指标，其定义为除上市费用、以股份为基础的薪酬、重新制定普通股为优先股的有关开支、可转换可购回优先股的有关开支、可转换可赎回优先股的公平值变动后纯利，而非国际财务报告准则经调整纯利率的定义为非国际财务报告准则经调整纯利除以收益。我们认为，这些信息对于投资者在不影响本集团持续经营业绩或现金流的情况下比较本集团的业绩是有用的，并允许投资者考虑管理层在评估本集团业绩时使用的指标。投资者不应认为非国际财务报告准则的财务指标替代或优于本集团的国际财务报告准则的业绩。此外，可能不是所有公司会以相同的方式计算该项非国际财务报告主责的财务指标，因此未必可与其他公司采用的相若计量比较。

下表载列本公司各年度的非国际财务报告准则的财务指标对账情况。

	截至2021年 12月31日 止年度 人民币千元	截至2020年 12月31日 止年度 人民币千元
年内溢利	854,567	523,312
调整项目		
上市费用	—	44,024
以股份为基础的付款报酬	147,068	—
重新指定普通股为优先股的有关开支	—	16,910
可转换可赎回优先股的公平价值变动	—	6,260
	<u>1,001,635</u>	<u>590,506</u>
非国际财务报告准则经调整纯利		
	<u>1,001,635</u>	<u>590,506</u>
非国际财务报告准则经调整纯利率	<u>22.3%</u>	<u>23.5%</u>

我们管理层认为，上市费用、重新制定普通股为优先股的有关开支及可转换可赎回优先股的公平值变动属于上市及首次公开发售前程序有关的一次性性质且将不会于上市后再产生。此外，以股份为基础的付款开支、重新制定普通股为优先股有关开支及可转换可购回优先股的公平值变动属于非现金项目且并无直接反应我们的业务营运。因此，通过撇除该等项目对计算非国际财务报告准则经调整纯利影响的举措，可更好地反应我们的相关经营表现，并更加便于比较逐年的经营表现。

## 流动资产、财务资源及资本开支

2021年，本集团在整体业务经营方面采纳保守稳健的资金管理及财务政策。本集团维持以下资源以应付其营运资金需求：

### 流动资产及流动负债

我们的流动资产净值由截至2020年12月31日的人民币5,590.6百万元增加至截至2021年12月31日的人民币5,664.6百万元，基本维持稳定。

### 贸易应收款项

贸易应收款项指日常业务过程中我们应收客户的未结算款项。我们的贸易应收款项由截至2020年12月31日的人民币78.3百万元增加至截至2021年12月31日的人民币171.3百万元，该等增加主要由于第三方（包括购物中心、批发客户及电商平台）付款增加。贸易应收款项周转天数从2020年的9天增加至2021年的10天，基本维持稳定。

### 其他应收款项

其他应收款项主要指向购物中心支付的有关我们零售店及机器人商店的押金款项。其他应收款项由截至2020年12月31日的人民币90.8百万元增加至截至2021年12月31日的人民币154.9百万元，主要原因为押金的增加，与我们零售店及机器人商店网络的扩张一致。

### 存货

我们的存货包括制成品。我们的存货由截至2020年12月31日的人民币225.4百万元增加至截至2021年12月31日的人民币788.8百万元。主要由于我们增加了我们的产品库存，以满足不断增长的产品需求。存货周转天数从2020年的78天增加到2021年的128天，主要由于业务及渠道的扩张，IP数量和新品的增加，及为2022年春节和一季度提前备货。

### 预付款项及其他流动资产

预付款项及其他流动资产主要包括预付存货款项、预付设计费款项、预付投资款、预付物业、厂房及设备款项及其他。我们的预付款项及其他流动资产由截至2020年12月31日的人民币177.9百万元，增加至截至2021年12月31日的人民币353.6百万元，主要是由于(1)预付供应商的货款增加人民币105.5百万元；及(2)预付的设计费款项增加人民币43.8百万元。

## 现金及现金等价物

我们的现金及现金等价物主要包括银行现金。现金及现金等价物从截至2020年12月31日的人民币5,680.2百万元下降至截至2021年12月31日的人民币5,264.7百万元，主要为增加了对按公允价值计入损益的金融工具的投资。

## 贸易应付款项

贸易应付款项主要指我们在日常业务过程中向供应商支付货款的责任。贸易应付款项从截至2020年12月31日的人民币115.8百万元增加至截至2021年12月31日的人民币266.1百万元，主要因为我们的业务增长，导致采购量增加，进而令应付供应商款项的余额有所增加。2021年的贸易应付款项周转天数40天与2020年贸易应付款项周转天数持平。

## 其他应付款项

其他应付款项主要包括(1)工资、薪金及其他雇员福利、(2)应计开支、(3)应付门店装修费、(4)应付股息、(5)应付其他税项，及(6)其他。其他应付款项由截至2020年12月31日的人民币202.3百万元增加至截至2021年12月31日的人民币266.9百万元，主要是由于(1)员工规模扩大，相应的工资、薪金及其他雇员福利增加人民币35.2百万元；及(2)日常开支中服务费、物流费及广告费等增加人民币24.8百万元。

## 物业、厂房及设备

物业、厂房及设备主要包括(1)机器人商店、(2)模具、(3)设备及其他及(4)租赁装修。物业、厂房及设备由截至2020年12月31日的人民币238.3百万元增加至截至2021年12月31日的人民币366.3百万元，主要是由于新增店铺和扩租办公室的装修增加人民币96.9百万元。

## 无形资产

无形资产主要包括(1)授权IP、(2)知识产权(包括我们的自有IP)及(3)软件。无形资产由截至2020年12月31日的人民币92.7百万元增加至截至2021年12月31日的134.0百万元，主要是由于授权IP增加了人民币38.6百万元。

## 使用权资产

使用权资产包括与我们的零售店及机器人商店有关的相应租赁负债于开始日期或之前做出的租赁付款及任何初步直接成本的初步计量。使用权资产自开始日期起按相关资产可使用年限与租期的较短期间予以折旧。我们的使用权资产由截至2020年12月31日的人民币287.8百万元增加至截至2021年12月31日的人民币609.5百万元，主要是由于零售店及机器人商店网络的扩张。

## 银行借款

截至2021年12月31日本集团并无任何银行借款。

## 资产抵押

截至2021年12月31日本集团并无任何资产抵押。

## 资产负债率

资产负债率为总负债除以总资产乘以100%。截至2021年12月31日，本集团的资产负债率为18.1%，而截至2020年12月31日的资产负债率为12.1%。

## 或有事件

我们目前并无涉及任何重大法律诉讼，亦不知悉我们涉及任何待决或潜在重大法律诉讼。倘我们涉及有关重大法律诉讼，则我们会于产生亏损且有关亏损金额有合理估计时，按当时所得资料记录任何亏损或或有负债。

于2020年8月28日，我们收到日期为2020年8月19日的法院传票，内容有关金鹰国际商贸集团(中国)有限公司(作为股东)代表南京金鹰泡泡玛特商贸有限公司在江苏省南京市中级人民法院向北京泡泡玛特文化创意有限公司提起的申索。于2021年6月17日，上述案件进行首次庭审，主要程序为收集及核证金鹰国际及本集团提供的进一步资料。该案件还需继续开庭以协助法院查清事实。于本公布日期，上述案件仍在审理当中。根据中国法律顾问告知，金鹰国际提起的申索并无依据，申索判决金鹰国际胜诉的可能性极低，本公司面临的来自该申索的风险微乎其微，且该申索将不会对我们的运营及财务表现产生重大不利影响，故概无就该申索于综合财务报表确认拨备。

## 外汇风险管理

我们主要于中国经营业务，交易主要以人民币结算。由于本集团并无以我们经营实体各自功能货币以外货币计值的重大金融资产或负债，故管理层认为业务并无任何重大外汇风险敞口。于截至2021年12月31日止年度期间，我们并无对冲任何外币波动。

## 资本开支

本公司的资本开支包括购置物业、厂房及设备的款项和购置无形资产的款项。下表载列本公司2020年以及2021年的资本开支情况：

	截至2021年 12月31日 止年度 (人民币千元)	截至2020年 12月31日 止年度 (人民币千元)
购置物业、厂房及设备	287,502	175,984
购置无形资产	46,246	47,608
合计	<u>333,748</u>	<u>223,592</u>

## 人力资源

截至2021年12月31日，我们共有4,053名员工，包括销售员工2,436名，行政及开发人员1,617名。截至2021年12月31日，我们共发生员工成本(包括薪金、工资、津贴和福利)人民币669.7百万元。

## 重大投资的未来计划

截至2021年12月31日，我们并无持有任何重大投资。为加强我们作为中国潮流玩具文化的开拓者及主要推广者地位，我们计划动用所得款项净额执行若干拓展项目。拓展专案的详情载于本公布「上市所得款项净额用途」一段及本公司日期为2020年12月1日的招股章程(「招股章程」)「未来计划及所得款项用途」一节。

## 重大收购及出售

于报告期内，我们并无进行任何重大收购或出售附属公司、联营公司及合营企业。

## 报告期间后事项

于本公布日期，本集团于报告期后并无发生须进一步披露或调整的重大事项。

## 未来展望

IP是我们业务的核心，我们通过创意的产品、精致的设计和优质的服务使消费者收获快乐美好、潮流体验和艺术熏陶，同时，通过提升品牌价值，增加用户对泡泡玛特的品牌忠诚度，保持我们强势的市场地位及竞争力。

我们将致力丰富IP类型，扩大IP库，保持高质量的设计创新水准，推出更多头部系列产品，对IP进行持续运营，强化IP心智，加深粉丝与IP之间的情感连接。以及拓宽除更多潮玩品类，进一步发掘MEGA、衍生品、BJD等品类的开发及完善相关工艺及生产发售流程。

我们将致力扩展我们的渠道网络，从而触达更多的用户，不断精进我们的运营能力，提升用户的消费体验，加强会员拓展和会员运营能力，推动创新零售数字化运作，以更多样化的方式触达和维护用户，提供定制化的、更好的服务。

我们将致力提高我们在海外国家、地区的品牌知名度和潮玩市场份额，实现当地业务当地语系化是海外业务的核心，在加强终端消费者的消费体验和互动的同时，与更多当地的合作伙伴和艺术家，探索出更多符合当地市场的业务模式、IP和商品品类。

我们将通过更丰富多样的途径持续推广潮流玩具文化，持续影响整个行业，为会员提供更多权益，提高粉丝黏性，提升粉丝的文化认同和品牌认知。

## 上市所得款项净额用途

本公司股份于2020年12月11日（「上市日期」）通过全球发售在香港联合交易所有限公司（「联交所」）主板上市，经扣除专业费用、包销佣金及其他相关上市开支后，本公司自全球发售（包括悉数行使超额配股权）所收取所得款项净额总额约为5,781.7百万港元。

诚如招股章程所述，所得款项净额的拟定用途载列如下：

所得款项净额拟定用途	所得款项 净额的分配	占总 所得款项 净额百分比	直至2021年 12月31日 已动用的 所得款项 净额金额	于2021年 12月31日 的未动用 所得款项 净额余额	动用未动用 所得款项净额 的拟定时间表
(i) 用于为我们的消费者触达渠道及 海外市场扩展计划拨付部分资金	1,734.5百万港元	30.0%	735.8百万 港元	998.7百万 港元	2024年 12月31日
(a) 用于开设新零售店	954.0百万港元	16.5%	603.4百万 港元	350.6百万 港元	之前
(b) 用于开设新机器人商店	346.9百万港元	6.0%	98.7百万 港元	248.2百万 港元	
(c) 用于扩展业务至海外市场	433.6百万港元	7.5%	33.7百万 港元	399.9百万 港元	
(ii) 用于为潜在投资、收购本行业价 值链上下游公司及与该等公司建 立战略联盟拨款	1,561.1百万港元	27.0%	262.0百万 港元	1,299.1百万 港元	2024年 12月31日 之前
(iii) 用于投资技术举措，以增强我们 的营销及粉丝参与力度及提升业 务的数字化程度	867.2百万港元	15.0%	139.8百万 港元	727.4百万 港元	
(a) 用于人才招聘	173.5百万港元	3.0%	19.5百万 港元	154.0百万 港元	2023年 12月31日 之前
(b) 用于购买相关软件及硬件以 加强数字化，并建立用于数 字营销、客户服务、物流、 产品、供应链、仓储，会 员、交易以及门店管理及营 销的信息系统	346.9百万港元	6.0%	28.3百万 港元	318.6百万 港元	2024年 12月31日 之前
(c) 用于优化我们的线上营销工 作，主要包括战略性地在第 三方推广平台上投放广告、 图标、链接及信息推送	346.8百万港元	6.0%	92.0百万 港元	254.8百万 港元	2024年 12月31日 之前

所得款项净额拟定用途	所得款项 净额的分配	占总 所得款项 净额百分比	直至2021年	于2021年	动用未动用 所得款项净额 的拟定时间表
			12月31日 已动用的 所得款项 净额金额	12月31日 的未动用 所得款项 净额余额	
(iv) 用于扩大我们的IP库	1,040.7百万港元	18.0%	68.3百万 港元	972.4百万 港元	
(a) 用于加强我们物色优秀艺术家的能力	260.3百万港元	4.5%	38.3百万 港元	222.0百万 港元	2024年 12月31日 之前
(b) 用于以提供具有竞争力的薪金的方式招募有才华的设计师加入我们的内部设计团队，以增强我们的内部原创IP发掘实力	86.6百万港元	1.5%	30.0百万 港元	56.6百万 港元	2023年 12月31日 之前
(c) 用于收购受欢迎的IP以扩大我们的IP库	693.8百万港元	12.0%	–	639.8百万 港元	2024年 12月31日 之前
(v) 营运资金及一般公司用途	578.2百万港元	10.0%	578.2百万 港元	–	2023年 12月31日 之前

本集团将遵照招股章程所载拟定目的动用首次公开发售所得款项净额。

## 股息

董事会建议就截至2021年12月31日止年度派付末期股息每股本公司已发行普通股人民币15.24分。根据截至本公布日期本公司已发行股本总数1,401,937,550股，预计末期股息的金额合共为人民币213.66百万元。实际应付末期股息总金额将根据本公司厘定合资格领取末期股息股东之记录日的已发行股本总数而定。

建议派付股息须由本公司股东（「**股东**」）在将于2022年6月1日（星期三）举行的应属股东周年大会（「**股东周年大会**」）上批准后，方可作实，而股息将根据中国人民银行于2022年6月1日所报的人民币兑港元官方汇率以港元支付。待股东批准后，有关股息将于2022年6月23日（星期四）向于2022年6月10日（星期五）名列本公司股东名册的股东派付。

## 暂停办理股份过户登记

本公司将于2022年6月1日(星期三)举行股东周年大会。本公司将由2022年5月27日(星期五)至2022年6月1日(星期三)(包括首尾两日)期间暂停办理股份过户登记,以厘定有权出席股东周年大会的股东的身份,于此期间将不会办理股份过户登记手续,2022年5月27日(星期五)名列本公司股东名册的股东将有权出席股东周年大会并在会上投票。为符合资格出席股东周年大会,所有已填妥的股份过户表格连同相关股票必须不迟于2022年5月26日(星期四)下午四时三十分送交本公司的香港股份过户登记分处香港中央证券登记有限公司,地址为香港湾仔皇后大道东183号合和中心17楼1712-1716号舖,以办理登记手续。

本公司亦将于2022年6月8日(星期三)至2022年6月10日(星期五)(包括首尾两日)期间暂停办理股份过户登记,以厘定股东收取末期股息的权利,于此期间将不会办理股份过户登记手续。为符合资格收取末期股息,所有已填妥的股份过户表格连同相关股票必须不迟于2022年6月7日(星期二)下午四时三十分送交本公司的香港股份过户登记分处香港中央证券登记有限公司,地址为香港湾仔皇后大道东183号合和中心17楼1712-1716号舖,以办理登记手续。

## 企业管治

本集团致力维持高水平的企业管治,以保障股东权益并提升企业价值及问责性。本公司已采纳上市规则附录十四所载的企业管治守则(「**企业管治守则**」),作为其本身的企业管治守则。本公司于报告期间内一直遵守企业管治守则项下的所有适用守则条文,惟下文「主席及行政总裁」一段所述偏离守则条文第C.2.1条除外。

## 主席及行政总裁

企业管治守则的守则条文第C.2.1条规定主席与行政总裁的职责应有所区分，不应由同一人士履行。根据董事会现行架构，本公司主席及行政总裁职位由王宁先生担任。

董事会相信，这种架构将不会削弱董事会与本公司管理层之间的权力及权限平衡，原因是：(i)董事会所作决定至少需要由大多数董事批准，而董事会九名董事当中有三名独立非执行董事，董事会认为董事会内部有足够的制衡作用；(ii)王宁先生及其他董事知悉并承诺履行彼等作为董事的受信责任，当中要求(其中包括)彼等为本公司的利益及最佳利益行事，并据此作出本集团决策；及(iii)权力及权限平衡乃以董事会运作加以保障，而董事会由经验丰富、高素质人士组成，彼等定期会面讨论影响本集团运作的事宜。此外，本集团的整体战略及其他主要业务、财务及营运政策乃经董事会及高级管理层层面全面商讨后共同作出。最后，由于王宁先生为我们的主要创办人，董事会认为由同一人士担任主席及行政总裁可确保本集团的领导贯彻一致，令本集团实现更为有效及高效的整体战略规划。董事会将继续检讨本集团企业管治架构的有效性，以评估是否需要区分主席与行政总裁的职责。

## 进行证券交易的标准守则

本公司已采纳上市规则附录十所载上市发行人董事进行证券交易的标准守则(「标准守则」)，作为本公司涉及董事证券交易的行为守则。经向本公司全体董事(「董事」)作出具体查询后，各董事已确认于报告期间一直遵守标准守则所载的规定标准。

## 购入、出售或赎回上市证券

报告期间，本公司或其附属公司概无购入、出售或赎回本公司的上市证券。

## 审核委员会

审核委员会连同董事会已审阅本集团所采纳的会计准则及惯例，以及截至2021年12月31日止年度的年度业绩。

## 核数师之工作范畴

本公布所载本集团截至2021年12月31日止年度综合损益及其他全面收益表、综合资产负债表以及相关附注的数字已获本公司核数师罗兵咸永道会计师事务所同意，与本集团年内经审核综合财务报表所载金额一致。罗兵咸永道会计师事务所就此进行之工作并不构成根据香港会计师公会颁布的《香港核数准则》、《香港审阅应聘服务准则》或《香港保证应聘服务准则》而进行之核证聘用，因此并未就本公布作出核证。

## 在联交所及本公司网站刊登年度业绩及2021年年报

本年度业绩公布于联交所([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司([www.popmart.com](http://www.popmart.com))网站刊登，而本公司将于适当时候将载有上市规则所规定的一切资料的2021年年报寄发予股东，并分别在联交所及本公司网站刊登。

承董事会命  
泡泡玛特国际集团有限公司  
执行董事、董事会主席及行政总裁  
王宁

香港，2022年3月28日

于本公布日期，执行董事为王宁先生、杨涛女士、刘冉女士及司徒先生，非执行董事为屠铮先生及何愚先生，以及独立非执行董事为张建君先生、吴联生先生及颜劲良先生。