

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**

**POP MART INTERNATIONAL GROUP LIMITED**

**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2023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    |                |             |
|----------------|----------------|----------------|-------------|
|                | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 | 同比变动<br>(%) |
| 收益             | 6,301,002      | 4,617,324      | 36.5%       |
| 毛利             | 3,864,071      | 2,654,543      | 45.6%       |
| 经营溢利           | 1,230,646      | 583,380        | 111.0%      |
| 除所得税前溢利        | 1,415,755      | 639,529        | 121.4%      |
| 年内溢利           | 1,088,771      | 475,801        | 128.8%      |
| 本公司拥有人应占溢利     | 1,082,344      | 475,660        | 127.5%      |
| 非国际财务报告准则经调整纯利 | 1,190,519      | 573,540        | 107.6%      |
| 基本每股盈利(人民币元)   | 0.81           | 0.35           | 131.4%      |
| 摊薄每股盈利(人民币元)   | 0.81           | 0.35           | 131.4%      |

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、其附属公司及并表联属实体(「本集团」)截至2023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，并根据国际会计准则理事会(「国际会计准则理事会」)颁布的国际财务报告会计准则编制。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

|                |    | 截至12月31日止年度                    |                       |
|----------------|----|--------------------------------|-----------------------|
|                | 附注 | 2023年<br>人民币千元                 | 2022年<br>人民币千元        |
| 收益             | 4  | <b>6,301,002</b>               | 4,617,324             |
| 销售成本           | 5  | <b>(2,436,931)</b>             | (1,962,781)           |
| <b>毛利</b>      |    | <b><u>3,864,071</u></b>        | <u>2,654,543</u>      |
| 经销及销售开支        | 5  | <b>(2,004,706)</b>             | (1,470,753)           |
| 一般及行政开支        | 5  | <b>(707,300)</b>               | (686,280)             |
| 金融资产减值亏损拨备     |    | <b>(745)</b>                   | (4,500)               |
| 其他收入           | 6  | <b>74,900</b>                  | 45,572                |
| 其他收益 - 净额      | 7  | <b>4,426</b>                   | 44,798                |
| <b>经营溢利</b>    |    | <b><u>1,230,646</u></b>        | <u>583,380</u>        |
| 财务收入           | 8  | <b>184,217</b>                 | 67,682                |
| 财务开支           | 8  | <b>(32,337)</b>                | (38,579)              |
| 财务收入 - 净额      | 8  | <b><u>151,880</u></b>          | <u>29,103</u>         |
| 分占使用权益法入账的投资溢利 |    | <b><u>33,229</u></b>           | <u>27,046</u>         |
| <b>除所得税前溢利</b> |    | <b><u>1,415,755</u></b>        | <u>639,529</u>        |
| 所得税开支          | 9  | <b>(326,984)</b>               | (163,728)             |
| <b>年内溢利</b>    |    | <b><u><u>1,088,771</u></u></b> | <u><u>475,801</u></u> |
| <b>以下应占溢利：</b> |    |                                |                       |
| - 本公司拥有人       |    | <b>1,082,344</b>               | 475,660               |
| - 非控股权益        |    | <b>6,427</b>                   | 141                   |
|                |    | <b><u><u>1,088,771</u></u></b> | <u><u>475,801</u></u> |

|                 | 截至12月31日止年度      |                |             |
|-----------------|------------------|----------------|-------------|
| 附注              | 2023年            | 2022年          |             |
|                 | 人民币千元            | 人民币千元          |             |
| <b>其他全面收益</b>   |                  |                |             |
| 可能重新分类至损益的项目    |                  |                |             |
| – 货币换算差额        | <u>3,962</u>     | <u>31,397</u>  |             |
| 将不会重新分类至损益的项目   |                  |                |             |
| – 货币换算差额        | <u>71,144</u>    | <u>379,648</u> |             |
| 年内其他全面收益，除税后    | <u>75,106</u>    | <u>411,045</u> |             |
| 年内全面收益总额        | <u>1,163,877</u> | <u>886,846</u> |             |
| 以下应占年内全面收益总额：   |                  |                |             |
| – 本公司拥有人        | <u>1,157,468</u> | <u>886,633</u> |             |
| – 非控股权益         | <u>6,409</u>     | <u>213</u>     |             |
|                 | <u>1,163,877</u> | <u>886,846</u> |             |
| 本公司拥有人应占溢利的每股盈利 |                  |                |             |
| – 基本（以每股人民币元表示） | <i>11</i>        | <u>0.81</u>    | <u>0.35</u> |
| – 摊薄（以每股人民币元表示） | <i>11</i>        | <u>0.81</u>    | <u>0.35</u> |

## 综合资产负债表

|                     |    | 于12月31日          |                  |
|---------------------|----|------------------|------------------|
|                     | 附注 | 2023年<br>人民币千元   | 2022年<br>人民币千元   |
| <b>资产</b>           |    |                  |                  |
| <b>非流动资产</b>        |    |                  |                  |
| 物业、厂房及设备            |    | 653,278          | 448,884          |
| 无形资产                |    | 115,888          | 146,507          |
| 使用权资产               |    | 726,053          | 701,627          |
| 使用权益法入账的投资          |    | 107,001          | 83,333           |
| 按公允价值计入损益的金融资产      |    | 471,769          | 459,034          |
| 预付款项及其他应收款项         |    | 127,989          | 44,165           |
| 递延所得税资产             |    | 83,416           | 80,977           |
| <b>总非流动资产</b>       |    | <b>2,285,394</b> | <b>1,964,527</b> |
| <b>流动资产</b>         |    |                  |                  |
| 贸易应收款项              | 12 | 321,337          | 194,369          |
| 存货                  |    | 904,708          | 866,985          |
| 预付款项及其他应收款项         |    | 467,561          | 486,553          |
| 按公允价值计入损益的金融资产      |    | 8,415            | 12,829           |
| 受限制现金               |    | 18,159           | 13,265           |
| 初步为期三个月以上及一年以内的定期存款 |    | 3,885,362        | 4,356,220        |
| 现金及现金等价物            |    | 2,077,927        | 685,314          |
| <b>总流动资产</b>        |    | <b>7,683,469</b> | <b>6,615,535</b> |
| <b>总资产</b>          |    | <b>9,968,863</b> | <b>8,580,062</b> |

|                   |    | 于12月31日          |                  |
|-------------------|----|------------------|------------------|
|                   | 附注 | 2023年<br>人民币千元   | 2022年<br>人民币千元   |
| <b>权益</b>         |    |                  |                  |
| 股本                | 13 | 885              | 908              |
| 就股份奖励计划持有的股份      |    | (12)             | (14)             |
| 其他储备              |    | 4,438,448        | 4,693,043        |
| 保留盈利              |    | <u>3,330,606</u> | <u>2,269,351</u> |
| <b>本公司拥有人应占权益</b> |    | <u>7,769,927</u> | <u>6,963,288</u> |
| 非控股权益             |    | <u>10,455</u>    | <u>2,037</u>     |
| <b>总权益</b>        |    | <u>7,780,382</u> | <u>6,965,325</u> |
| <b>负债</b>         |    |                  |                  |
| <b>非流动负债</b>      |    |                  |                  |
| 应付授权费             | 15 | 14,807           | 21,306           |
| 租赁负债              |    | 425,954          | 447,564          |
| 递延所得税负债           |    | <u>14,419</u>    | <u>15,120</u>    |
| <b>总非流动负债</b>     |    | <u>455,180</u>   | <u>483,990</u>   |
| <b>流动负债</b>       |    |                  |                  |
| 贸易应付款项            | 14 | 444,944          | 259,006          |
| 应付授权费             | 15 | 179,393          | 133,517          |
| 其他应付款项            |    | 514,841          | 308,791          |
| 借款                |    | 15,058           | —                |
| 合约负债              |    | 112,143          | 88,797           |
| 租赁负债              |    | 351,799          | 293,567          |
| 即期所得税负债           |    | <u>115,123</u>   | <u>47,069</u>    |
| <b>总流动负债</b>      |    | <u>1,733,301</u> | <u>1,130,747</u> |
| <b>总负债</b>        |    | <u>2,188,481</u> | <u>1,614,737</u> |
| <b>总权益及负债</b>     |    | <u>9,968,863</u> | <u>8,580,062</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。

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,否则本综合财务业绩以人民币(「**人民币**」)呈列。

本综合财务业绩已于2024年3月20日经董事会批准刊发。

## 2 编制基准及会计政策

除另有所指外,编制本综合财务业绩时所采纳的会计政策于所有呈列年度一直贯彻应用。综合财务业绩乃为本集团(由本公司及其附属公司组成)所编制。

### (i) 遵守国际财务报告准则及香港公司条例

本集团的综合财务业绩乃根据国际财务报告会计准则及第622章香港公司条例(「**香港公司条例**」)的披露规定所编制。国际财务报告会计准则包括以下权威文献:

- 国际财务报告会计准则
- 国际会计准则
- 国际财务报告准则诠释委员会制定的诠释(国际财务报告准则诠释委员会诠释)或其前身机构常设诠释委员会制定的诠释(常设诠释委员会诠释)。

### (ii) 历史成本法

综合财务业绩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2023年1月1日开始的年度报告期间首次应用下列新订及经修订准则：

|                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| 国际会计准则第8号修订                     | 会计估计之定义                  |
| 国际会计准则第1号及国际财务报告准则<br>实务声明第2号修订 | 会计政策之披露                  |
| 国际会计准则第12号修订                    | 国际税务改革 – 支柱二立法范本         |
| 国际会计准则第12号修订                    | 与单一交易产生的资产及负债相关的递延<br>税项 |
| 国际财务报告准则第17号                    | 保险合同                     |

上述新订及经修订准则对过往期间确认的金额并无任何影响，预计不会对当前或未来期间产生重大影响。

### (iv) 尚未采纳的准则的新修订

若干会计准则的修订于2023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。预期该等修订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。

|                           | 修订                              | 生效日期                    |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| 国际会计准则第1号修订               | 负债分类为流动或非流动                     | 2024年1月1日或之后<br>开始的年度期间 |
| 国际会计准则第1号修订               | 附带契诺的非流动负债                      | 2024年1月1日或之后<br>开始的年度期间 |
| 国际财务报告准则第16号修订            | 售后回租中的租赁负债                      | 2024年1月1日或之后<br>开始的年度期间 |
| 国际会计准则第7号及国际财务报告准则第7号修订   | 供应商融资安排                         | 2024年1月1日或之后<br>开始的年度期间 |
| 国际会计准则第21号修订              | 缺乏可兑换性                          | 2025年1月1日或之后<br>开始的年度期间 |
| 国际会计准则第28号及国际财务报告准则第10号修订 | 投资者与其联营公司或合<br>企业之间的资产出售或出<br>资 | 待定                      |

## 3 分部资料

本集团主要于中国内地、港澳台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。主要经营决策者（「主要经营决策者」）审阅本集团的内部报告，以评估表现及分配资源。管理层根据该等报告厘定经营分部。

地区分部指在某个特定经济环境中从事提供产品或服务，而所承受的风险及获得的回报有别于在其他经济环境中经营的分部。截至2023年12月31日止年度，本集团的香港、澳门、台湾及海外（「港澳台及海外」）业务保持高速增长。因此，有关中国内地业务及港澳台及海外业务的财务表现及财务状况的若干措施向主要经营决策者单独汇报。因此，本集团可呈报分部的组成发生变化。

于2023年12月31日及截至该日止年度，本集团有两个可呈报分部：

- 中国内地业务；及
- 港澳台及海外业务。

主要经营决策者主要根据收入、毛利及分部业绩来评估经营分部的表现。外部客户向主要经营决策者呈报其收入作为分部收入计量，即各分部来自客户的收入。分部毛利按分部收入减去分部销售成本计算。分部业绩指各分部所赚取的经营溢利，不计及若干未分配项目，主要包括本集团总部、IP部、研发部、IT部和共享服务中心应占若干开支。

由于主要经营决策者并不使用此资料以分配资源予经营分部或评估其表现，故并无向主要经营决策者单独提供分部资产及分部负债资料。

向主要经营决策者提供的截至2023年12月31日止年度及截至2022年12月31日止年度之可呈报分部的分部业绩以及综合损益及其他全面收益表中载列的其他项目分别如下：

|                     | 截至12月31日止年度         |                                |             |                     |                                |             |
|---------------------|---------------------|--------------------------------|-------------|---------------------|--------------------------------|-------------|
|                     | 中国内地<br>业务<br>人民币千元 | 2023年<br>港澳台及<br>海外业务<br>人民币千元 | 总计<br>人民币千元 | 中国内地<br>业务<br>人民币千元 | 2022年<br>港澳台及<br>海外业务<br>人民币千元 | 总计<br>人民币千元 |
| 分部间抵销前的             |                     |                                |             |                     |                                |             |
| 总收入                 | 5,810,563           | 1,066,101                      | 6,876,664   | 4,285,572           | 453,938                        | 4,739,510   |
| 分部间收入               | (575,662)           | -                              | (575,662)   | (122,186)           | -                              | (122,186)   |
| 来自外部客户的收入           | 5,234,901           | 1,066,101                      | 6,301,002   | 4,163,386           | 453,938                        | 4,617,324   |
| 销售成本                | (2,062,904)         | (374,027)                      | (2,436,931) | (1,756,131)         | (206,650)                      | (1,962,781) |
| 毛利                  | 3,171,997           | 692,074                        | 3,864,071   | 2,407,255           | 247,288                        | 2,654,543   |
| 分部业绩                | 1,239,503           | 191,556                        | 1,431,059   | 605,371             | 56,207                         | 661,578     |
| 未分配费用及其他<br>收益 / 亏损 |                     |                                | (200,413)   |                     |                                | (78,198)    |
| 财务收入 - 净额           |                     |                                | 151,880     |                     |                                | 29,103      |
| 分占使用权益法入账<br>的投资溢利  |                     |                                | 33,229      |                     |                                | 27,046      |
| 除所得税前溢利             |                     |                                | 1,415,755   |                     |                                | 639,529     |
| 所得税开支               |                     |                                | (326,984)   |                     |                                | (163,728)   |
| 年内溢利                |                     |                                | 1,088,771   |                     |                                | 475,801     |
| 重大非现金开支             |                     |                                |             |                     |                                |             |
| 物业、厂房及<br>设备折旧      | 220,791             | 12,500                         | 233,291     | 192,034             | 1,888                          | 193,922     |
| 使用权资产折旧             | 313,792             | 34,598                         | 348,390     | 318,296             | 11,828                         | 330,124     |
| 无形资产摊销              | 79,614              | 7,270                          | 86,884      | 78,833              | 1,938                          | 80,771      |



## 5 按性质划分的开支

|                         | 截至12月31日止年度      |                  |
|-------------------------|------------------|------------------|
|                         | 2023年<br>人民币千元   | 2022年<br>人民币千元   |
| 计入销售成本的存货成本             | 2,042,672        | 1,693,530        |
| 雇员福利开支                  | 1,048,487        | 853,595          |
| 使用权资产折旧                 | 348,390          | 330,124          |
| 佣金及电商平台服务费              | 279,986          | 137,070          |
| 广告及营销开支                 | 269,650          | 233,421          |
| 物业、厂房及设备折旧              | 233,291          | 193,922          |
| 未计入租赁负债的与短期租赁及可变租赁有关的开支 | 185,893          | 79,207           |
| 运输及物流开支                 | 169,803          | 182,703          |
| 设计及授权费                  | 156,921          | 84,026           |
| 无形资产摊销                  | 86,884           | 80,771           |
| 税金及附加费                  | 45,047           | 28,027           |
| 使用年限为一年内的模具成本           | 26,138           | 18,135           |
| 存货减值                    | 8,016            | 3,692            |
| 核数师酬金                   | 6,030            | 5,893            |
| - 审计服务                  | 5,100            | 4,500            |
| - 非审计服务                 | 930              | 1,393            |
| 其他                      | 241,729          | 195,698          |
| <b>总计</b>               | <b>5,148,937</b> | <b>4,119,814</b> |

## 6 其他收入

|            | 截至12月31日止年度    |                |
|------------|----------------|----------------|
|            | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 授权费及其他服务收入 | 43,008         | 33,156         |
| 政府补贴(i)    | 30,909         | 11,601         |
| 其他         | 983            | 815            |
| <b>总计</b>  | <b>74,900</b>  | <b>45,572</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项。

## 7 其他收益 - 净额

|                      | 截至12月31日止年度         |                      |
|----------------------|---------------------|----------------------|
|                      | 2023年<br>人民币千元      | 2022年<br>人民币千元       |
| 按公允价值计入损益的金融工具公允价值变动 | 6,111               | 49,479               |
| 捐款                   | (2,654)             | (3,273)              |
| 汇兑收益/(亏损)            | 1,501               | (556)                |
| 其他                   | (532)               | (852)                |
|                      | <u>4,426</u>        | <u>44,798</u>        |
| <b>总计</b>            | <b><u>4,426</u></b> | <b><u>44,798</u></b> |

## 8 财务收入 - 净额

|                  | 截至12月31日止年度           |                      |
|------------------|-----------------------|----------------------|
|                  | 2023年<br>人民币千元        | 2022年<br>人民币千元       |
| 财务收入             |                       |                      |
| - 利息收入           | 184,217               | 67,682               |
| 财务开支             |                       |                      |
| - 租赁负债利息开支       | (30,754)              | (34,057)             |
| - 应付授权费利息开支      | (1,583)               | (4,522)              |
|                  | <u>151,880</u>        | <u>29,103</u>        |
| <b>财务收入 - 净额</b> | <b><u>151,880</u></b> | <b><u>29,103</u></b> |

## 9 所得税开支

|              | 截至12月31日止年度           |                       |
|--------------|-----------------------|-----------------------|
|              | 2023年<br>人民币千元        | 2022年<br>人民币千元        |
| 即期所得税        | 330,124               | 194,032               |
| 递延所得税        | (3,140)               | (30,304)              |
|              | <u>326,984</u>        | <u>163,728</u>        |
| <b>所得税开支</b> | <b><u>326,984</u></b> | <b><u>163,728</u></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2023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(2022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2023年12月31日止年度的估计应课税溢利按25%的税率(截至2022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2023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2,649,591,000元(于2022年12月31日：人民币2,040,482,000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。

**(e) 经济合作与发展组织(「OECD」)支柱二立法适用于过去四年中至少两年的合并收益达到750百万欧元的跨国企业(根据OECD的定义，包括任何形式的收入，因此不限于根据国际财务报告准则第15号确认的收益)。截至2023年12月31日，由于本公司不符合上述条件，本集团不属于OECD支柱二立法范本的范围。本集团无相关当期税务风险。**

## 10 股息

于2023年派付的股息总额为人民币117,317,000元或每股人民币8.70分(2022年：人民币209,490,000元或每股人民币15.24分)(扣除就受限制股份单位计划持有的股份应占股息人民币1,678,000元(2022年：人民币3,500,000元))。

董事会建议就截至2023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28.21分。根据截至本综合财务报表批准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378,840,000元。倘于派息记录日期前本公司已发行股本总数有所变动，则股息将按每股分派而分派总额将相应调整。

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2024年12月31日止年度的拨入可分派储备。

## 11 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃截至2023年及2022年12月31日止年度，本公司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及本公司购回以注销之股份之差而计算得出。

|   | 截至12月31日止年度 |           |
|---|-------------|-----------|
|   | 2023年       | 2022年     |
| 本公司拥有人应占溢利(人民币千元)                         | 1,082,344   | 475,660   |
| 已发行普通股加权平均数减就股份奖励计划所持股份及本公司购回以注销之股份之差(千股) | 1,338,035   | 1,365,984 |
| 每股基本盈利(以每股人民币元表示)                         | 0.81        | 0.35      |

### (b) 每股摊薄盈利

截至2023年及2022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 |           |
|---|-------------|-----------|
|   | 2023年       | 2022年     |
| 本公司拥有人应占溢利(人民币千元)                         | 1,082,344   | 475,660   |
| 用于厘定每股摊薄盈利的溢利(人民币千元)                      | 1,082,344   | 475,660   |
| 已发行普通股加权平均数减就股份奖励计划所持股份及本公司购回以注销之股份之差(千股) | 1,338,035   | 1,365,984 |
| 调整  |             |           |
| – 已授出及假设已归属受限制股份(千股)                      | 2,471       | 557       |
| 每股摊薄盈利股份加权平均数(千股)                         | 1,340,506   | 1,366,541 |
| 每股摊薄盈利(以每股人民币元表示)                         | 0.81        | 0.35      |

截至2023年及2022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(定义见「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。

## 12 贸易应收款项

|           | 于12月31日        |                |
|-----------|----------------|----------------|
|           | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 贸易应收款项(a) |                |                |
| - 第三方     | 237,437        | 110,310        |
| - 关联方     | 91,219         | 91,350         |
| 小计        | 328,656        | 201,660        |
| 减：减值拨备(b) | (7,319)        | (7,291)        |
| 贸易应收款项总额  | 321,337        | 194,369        |

- (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        |                |
|---------|----------------|----------------|
|         | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 3个月以内   | 311,485        | 181,339        |
| 3个月至6个月 | 12,523         | 16,759         |
| 6个月以上   | 4,648          | 3,562          |
| 总计      | 328,656        | 201,660        |

- (b) 本集团采用国际财务报告准则第9号简化方法计量预期信贷亏损，该预期信贷亏损对所有贸易应收款项均使用全期预期亏损拨备。

贸易应收款项的减值拨备变动如下：

|         | 截至12月31日止年度    |                |
|---------|----------------|----------------|
|         | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 于1月1日   | 7,291          | 3,194          |
| 减值拨备    | 28             | 4,097          |
| 于12月31日 | 7,319          | 7,291          |

(c) 贸易应收款项以下列货币计价：

|      | 于12月31日        |                |
|------|----------------|----------------|
|      | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 人民币  | 173,058        | 116,558        |
| 港元   | 44,124         | 59,727         |
| 新台币  | 30,436         | 13,202         |
| 日元   | 23,060         | -              |
| 新加坡元 | 21,811         | 1,094          |
| 其他   | 28,848         | 3,788          |
|      | <u>321,337</u> | <u>194,369</u> |

(d) 所有贸易应收款项的账面值均与公平值相若。

### 13 股本及库存股

法定：

|                                    | 普通股数目                | 普通股面值<br>千美元 |
|------------------------------------|----------------------|--------------|
| 每股普通股0.0001美元                      |                      |              |
| 于2022年1月1日、2022年12月31日及2023年12月31日 | <u>5,000,000,000</u> | <u>500</u>   |

已发行及缴足普通股变动如下：

|              | 普通股数目                | 普通股面值<br>千美元 | 普通股面值<br>人民币千元 | 库存股数目               | 库存股账面值<br>人民币千元  |
|--------------|----------------------|--------------|----------------|---------------------|------------------|
| 于2022年1月1日   | 1,401,937,550        | 141          | 923            | -                   | -                |
| 购买自身股份(i)    | -                    | -            | -              | (34,347,400)        | (634,310)        |
| 注销购回之股份(ii)  | (21,397,000)         | (2)          | (15)           | 21,397,000          | 447,915          |
| 于2022年12月31日 | <u>1,380,540,550</u> | <u>139</u>   | <u>908</u>     | <u>(12,950,400)</u> | <u>(186,395)</u> |
| 购买自身股份(i)    | -                    | -            | -              | (19,947,000)        | (333,709)        |
| 注销购回之股份(ii)  | (32,297,400)         | (3)          | (23)           | 32,297,400          | 509,636          |
| 于2023年12月31日 | <u>1,348,243,150</u> | <u>136</u>   | <u>885</u>     | <u>(600,000)</u>    | <u>(10,468)</u>  |

(i) 于截至2023年12月31止年度，本公司透过公开市场购买购入19,947,000股本公司普通股(2022年：34,347,000股普通股)。年内为购入股份而支付的总金额为370,688,000港元(相当于约人民币333,709,000元)(2022年：735,364,000港元(相当于约人民币634,310,000元))。

(ii) 于截至2023年12月31止年度，本公司注销32,297,000股购回之股份。因此，本公司确认股本支销3,000美元(相当于约人民币23,000元)、股份溢价支销人民币509,613,000元及库存股入账人民币509,636,000元。

于截至2022年12月31止年度，本公司注销21,397,000股购回之股份。因此，本公司确认股本支销2,000美元(相当于约人民币15,000元)、股份溢价支销人民币447,900,000元及库存股入账人民币447,915,000元。

## 14 贸易应付款项

|        | 于12月31日        |                |
|--------|----------------|----------------|
|        | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 商品应付款项 | <u>444,944</u> | <u>259,006</u> |

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2023年及2022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        |                |
|---------|----------------|----------------|
|         | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 30天以内   | 224,494        | 100,317        |
| 30至90天  | 150,226        | 75,632         |
| 90至180天 | 26,907         | 46,039         |
| 180天以上  | 43,317         | 37,018         |
| 总计      | <u>444,944</u> | <u>259,006</u> |

## 15 应付授权费

|         | 于12月31日         |                 |
|---------|-----------------|-----------------|
|         | 2023年<br>人民币千元  | 2022年<br>人民币千元  |
| 应付授权费   | 194,200         | 154,823         |
| 减：非即期部分 | <u>(14,807)</u> | <u>(21,306)</u> |
| 即期部分    | <u>179,393</u>  | <u>133,517</u>  |

本集团与艺术家订立若干授权协议，以取得独家及非独家授权IP。根据授权协议，固定最低付款须于合约期内分期支付而基于销量的可变付款须于触发该等付款的条件发生的期间内支付。

|          | 于12月31日        |                |
|----------|----------------|----------------|
|          | 2023年<br>人民币千元 | 2022年<br>人民币千元 |
| 应付授权费分析： |                |                |
| 非即期      |                |                |
| - 第一至第二年 | 10,271         | 16,614         |
| - 第二至第五年 | 4,085          | 3,342          |
| - 五年以上   | 451            | 1,350          |
|          | <u>14,807</u>  | <u>21,306</u>  |
| 即期       | <u>179,393</u> | <u>133,517</u> |

应付授权费主要以人民币、美元及港元计值。

## 管理层讨论与分析

### 业务回顾

在2023年，随着一系列扩大内需、促进消费政策的有效实施，居民消费需求得到了加快释放，消费市场的恢复基础也不断得到巩固。同时，居民的出游意愿增强，带动了线下商业的良好发展态势。随着国民经济的持续回暖，消费市场的扩大趋势将得到进一步巩固和增强。

基于公司各部门的不懈努力，我们凭借出色的运营能力和创造力，在为消费者提供优质服务的同时，推出了多个受到广大消费者喜爱的新品系列，取得了优秀的销量表现。

报告期间，我们的收入达到人民币6,301.0百万元，同比增速36.5%。通过持续拓展国际市场、深入推进本土化运营，我们的港澳台及海外业务保持了高速发展的态势，收入达到人民币1,066.1百万元，同比增速134.9%，其收入占比达到16.9%。

### IP孵化与运营

IP运营与创意设计是推动泡泡玛特发展的关键因素。我们在全球范围内挖掘极具潜力的潮流艺术家和设计师，通过成熟的IP运营体系，打造出备受欢迎的潮流文化IP形象。同时，我们不断加强产品的设计创新，丰富产品品类，以满足不同粉丝群体的需求，为全世界的消费者带来更多快乐。

IP矩阵持续扩容，呈现出丰富的态势，2023年销售额过亿的艺术IP达到10个。SKULLPANDA、MOLLY和DIMOO在2023年分别实现收入人民币1,024.8百万元、人民币1,020.3百万元和人民币737.7百万元，SKULLPANDA持续探索，不断突破风格的边界，实现20.3%的同比增长，其中SKULLPANDA第八个系列《温度》，截至2023年12月31日单系列本年销售额达到人民币313.8百万元；MOLLY持续展现蓬勃的生命力，通过多样性的商业化运营，相关收入依然实现27.2%的同比增长；通过多样化的产品品类设计和创新的呈现形式，THE MONSTERS的形象变得更生动鲜活，其个性也更丰满，从而受到了更多粉丝的喜爱，相关收入实现39.9%的同比增长。

我们内部设计师团队PDC (Pop Design Center)推出的多个IP在2023年同样表现亮眼。小野通过设计语言触发粉丝的情感共鸣，2023年收入同比增长149.5%，此外，小甜豆、PINO JELLY及Zsiga等也受到了市场的欢迎和认可。

我们不断地探索和扩大授权IP的范围，推出各种不同类型和风格的潮玩手办、联名款产品，以满足不同消费者的需求和兴趣。通过与动漫、游戏、电影等多种版权方的合作，为粉丝们带来更多选择和惊喜，同时我们持续扩大IP授权地域，目前已获得大多数授权IP的全球授权，为全球消费者带来更独特的潮玩体验。

作为我们推动「潮玩艺术化」而打造的高端产品线，MEGA COLLECTION兼具时尚感与内容深度的艺术表达，今年是我们推出MEGA COLLECTION的第三年，品牌运营逐渐进入成熟阶段。年初，Grand系列推出的首款陶瓷材质潮玩MEGA SPACE MOLLY 1000%炉火纯青·燃，受到跨圈层消费者的广泛关注。此外，与CLOT、兰博基尼等不同领域顶级品牌的合作，也挖掘了MEGA COLLECTION的多元可能。2023年，MEGA珍藏系列共实现收入人民币681.5百万元。

在持续推出有创意的设计的同时，我们不断在产品层面尝试创新，丰富产品品类。在潮玩手办之外，我们也在持续开发更多新的品类，希望能更生动地展示IP的形象和内涵。

搪胶毛绒产品作为我们在2023年推出的爆款产品品类，不仅贡献了不菲的业绩，还通过深挖IP内核、开发多元产品模式和创新玩法，增强了粉丝对IP的黏性。

泡泡萌粒以我们旗下众多IP的Q版形象为设计灵感，上市伊始就以软萌多变的产品造型和丰富多样的互动玩法深受消费者喜爱。萌粒诞生至今已发售十余款系列产品，围绕装罐、盲袋及吊卡等多样的产品形式，在丰富IP的产品形式的同时也为消费者带来更多有趣的消费体验。

## 消费者触达

### — 线下渠道

2023年，我们于中国内地新开55家线下门店，门店数量从截至2022年12月31日的329家增至截至2023年12月31日的363家<sup>1</sup>。2023年我们于中国内地新开业123家机器人商店，机器人商店数量从截至2022年12月31日的2,067家增至截至2023年12月31日的2,190家。

### — 线上渠道

泡泡玛特抽盒机是我们在微信平台上自主研发设计的小程序，旨在创造好玩、有趣、便捷的购物体验，抽盒机于2023年实现了人民币729.3百万元的收入。天猫旗舰店2023年收入为人民币322.0百万元。我们的内容电商团队深入挖掘IP特点和系列特色，打造了多个自营直播间，并在抖音平台上持续输出优质直播内容。这一系列举措不仅成功吸引了大量粉丝，还推广了更多生活场景相关的商品，取得了出色的销售成绩。抖音平台2023年收入为人民币283.3百万元，同比增长了431.2%。

### — 会员运营

随著渠道的持续扩张及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2023年12月31日，中国内地累计注册会员总数从2022年12月31日的2,600.4万人增至3,435.4万人，新增注册会员835.0万人。2023年会员贡献销售额占比92.1%，会员复购率为50.0%<sup>2</sup>。

### — 港澳台及海外渠道

我们港澳台及海外业务持续推进DTC (Direct To Customer)的发展战略。截至2023年12月31日，我们的港澳台及海外门店达到80家(含合营)，机器人商店达到159台(含合营及加盟)。2023年，我们在法国、马来西亚、泰国以及荷兰开设了首家线下门店，并于12月份在中国台湾西门町开设了全球第三家旗舰店，首日销售额刷新全球门店纪录。通过不断开拓线下和线上的销售渠道，我们的品牌和产品在全球范围内获得了更广泛的认可和喜爱。

<sup>1</sup> 2023年，因租约到期和其他商业原因，我们关闭了21家门店。

<sup>2</sup> 2023年，会员中购买过2次或以上的占比。

## 主题乐园与IP体验及创新业务孵化

我们建立了多产业链的IP商业化体系，持续加深粉丝与IP的情感连接，探索IP在价值实现路径上更多的可能性。

2023年9月，泡泡玛特城市乐园落地北京朝阳公园，成为潮玩行业首个沉浸式IP主题乐园。在乐园不仅可以体验IP场景中的沉浸游玩、与泡泡明星朋友亲密互动，还可以尽享可爱美味的IP主题餐饮、将乐园专属纪念品收入囊中。不仅为更广阔圈层的游客带来了快乐体验与美好回忆，也吸引着泡泡玛特粉丝前来游玩。乐园的落地增加了泡泡玛特及众多IP与用户加深情感连接的渠道。

公司推动了旗下IP与其他知名IP、品牌开展授权或联名合作，在多个国家和地区举办潮流玩具展及IP主题展览，不断扩大旗下IP在全球的影响力。

2023年9月8日至10日，我们在新加坡举办了首届海外大型潮玩展，本次潮玩展三天累计共有超过2万观众入场参观，展示了来自世界各地的90多名风格各异的艺术家的作品。这次展会为东南亚的潮玩粉丝打开了一扇大门，让粉丝能够接触到他们喜欢的潮玩IP，以及富有想象力的创作者。时隔三年的上海国际潮流玩具展，于2023年9月份重回线下，展会吸引了全球近400个潮玩品牌及近百位海内外艺术家集体亮相。国际潮流玩具展(PTS)向全球消费者深入展示IP魅力，并吸引更多海外艺术家和品牌与我们进行合作，深入推动潮玩文化的全球发展。

我们依托自身强大的艺术家发掘能力及市场号召力，推动着更多潮玩艺术家走向大众视野，为消费者带来了更优质的体验。2023年，我们在中国内地举办商场主题展31场、艺术家签售会24场，为IP创作者和粉丝搭建了互动平台，进一步推动了潮流玩具文化的蓬勃发展。以及inner flow作为公司旗下的当代艺术机构，目前已与近百位国内外优秀艺术家进行合作，在全国各城市举办超10场展览。2023年下半年inner flow Gallery在北京798艺术园区顺利开幕，获得了行业的广泛关注与好评。

## 财务回顾

### 销售收入

本公司收入从2022年的人民币4,617.3百万元上升到2023年的人民币6,301.0百万元，同比增长36.5%。

#### 根据渠道划分的收入

本公司的收入来自于中国内地和港澳台及海外包括：1.线下渠道；2.线上渠道；及3.批发渠道及其他。下表载列本公司2023年及2022年的按渠道划分的收入：

|        | 截至2023年12月31日止年度 |              |               | 截至2022年12月31日止年度 |              |               |
|--------|------------------|--------------|---------------|------------------|--------------|---------------|
|        | 收入<br>人民币千元      | 毛利率          | 收入占比          | 收入<br>人民币千元      | 毛利率          | 收入占比          |
| 中国内地   |                  |              |               |                  |              |               |
| 线下渠道   | 3,027,815        | 63.0%        | 48.1%         | 2,069,942        | 60.7%        | 44.8%         |
| 线上渠道   | 1,710,469        | 60.5%        | 27.1%         | 1,829,809        | 57.8%        | 39.6%         |
| 批发及其他  | 496,617          | 46.7%        | 7.9%          | 263,635          | 35.6%        | 5.8%          |
| 合计     | <u>5,234,901</u> | <u>60.6%</u> | <u>83.1%</u>  | <u>4,163,386</u> | <u>57.8%</u> | <u>90.2%</u>  |
| 港澳台及海外 |                  |              |               |                  |              |               |
| 线下渠道   | 640,287          | 74.4%        | 10.1%         | 150,768          | 73.4%        | 3.2%          |
| 线上渠道   | 155,805          | 73.5%        | 2.5%          | 90,224           | 74.5%        | 2.0%          |
| 批发及其他  | 270,009          | 37.6%        | 4.3%          | 212,946          | 32.6%        | 4.6%          |
| 合计     | <u>1,066,101</u> | <u>64.9%</u> | <u>16.9%</u>  | <u>453,938</u>   | <u>54.5%</u> | <u>9.8%</u>   |
| 总计     | <u>6,301,002</u> | <u>61.3%</u> | <u>100.0%</u> | <u>4,617,324</u> | <u>57.5%</u> | <u>100.0%</u> |

(1) 中国内地

- **线下渠道**。线下收入由2022年的人民币2,069.9百万元增长到2023年的人民币3,027.8百万元，增长了46.3%，以下为线下收入明细和城市分布：

|       | 截至2023年12月31日止年度 |        | 截至2022年12月31日止年度 |        | 变动    |
|-------|------------------|--------|------------------|--------|-------|
|       | 收入<br>人民币千元      | 收入占比   | 收入<br>人民币千元      | 收入占比   |       |
| 零售店   | 2,479,243        | 81.9%  | 1,691,112        | 81.7%  | 46.6% |
| 机器人商店 | 548,572          | 18.1%  | 378,830          | 18.3%  | 44.8% |
| 合计    | 3,027,815        | 100.0% | 2,069,942        | 100.0% | 46.3% |

| 城市等级                 | 零售店              |               |                  |               | 机器人商店            |               |                  |               |
|----------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
|                      | 截至2023年12月31日止年度 |               | 截至2022年12月31日止年度 |               | 截至2023年12月31日止年度 |               | 截至2022年12月31日止年度 |               |
|                      | 数量               | 收入<br>(人民币千元) | 数量               | 收入<br>(人民币千元) | 数量               | 收入<br>(人民币千元) | 数量               | 收入<br>(人民币千元) |
| 一线城市 <sup>3</sup>    | 120              | 1,019,936     | 123              | 684,944       | 592              | 146,735       | 559              | 100,293       |
| 新一线城市 <sup>4</sup>   | 105              | 685,316       | 95               | 490,952       | 672              | 173,346       | 634              | 118,727       |
| 二线及其他城市 <sup>5</sup> | 138              | 773,991       | 111              | 515,216       | 926              | 228,491       | 874              | 159,810       |
| 合计                   | 363              | 2,479,243     | 329              | 1,691,112     | 2,190            | 548,572       | 2,067            | 378,830       |

- **零售店**。零售店销售收入从2022年的人民币1,691.1百万元增加到2023年的人民币2,479.2百万元，同比增长了46.6%。2023年中国内地店铺开设情况：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的零售店数量增加了34家，截至2023年12月31日合计零售店363家。
- **机器人商店**。机器人商店销售收入从2022年的人民币378.8百万元增加到2023年的人民币548.6百万元，同比增长了44.8%。2023年中国内地机器人商店开设情况：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的机器人商店数量增加了123间，截至2023年12月31日合计机器人商店2,190间。

<sup>3</sup> 指中国内地一线城市，包括北京、上海、广州和深圳

<sup>4</sup> 指中国内地新一线城市，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> 指中国内地除去一线城市和新一线城市以外的城市

- **线上渠道。**线上收入由2022年的人民币1,829.8百万元下降到2023年的人民币1,710.5百万元，下降了6.5%。以下为线上收入明细。

|           | 截至2023年12月31日<br>止年度 |               | 截至2022年12月31日<br>止年度 |               | 变动           |
|-----------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|--------------|
|           | 收入<br>人民币千元          | 收入占比          | 收入<br>人民币千元          | 收入占比          |              |
| 泡泡玛特抽盒机   | 729,280              | 42.6%         | 954,678              | 52.2%         | -23.6%       |
| 天猫旗舰店     | 321,966              | 18.8%         | 462,394              | 25.3%         | -30.4%       |
| 抖音平台      | 283,318              | 16.6%         | 53,331               | 2.9%          | 431.2%       |
| 其他线上渠道    | 375,905              | 22.0%         | 359,406              | 19.6%         | 4.6%         |
| <b>合计</b> | <b>1,710,469</b>     | <b>100.0%</b> | <b>1,829,809</b>     | <b>100.0%</b> | <b>-6.5%</b> |

中国内地线上收入包括泡泡玛特抽盒机、天猫旗舰店、抖音平台以及其他线上渠道。其中，泡泡玛特抽盒机从2022年的人民币954.7百万元下降至2023年的人民币729.3百万元，下降了23.6%；天猫旗舰店收入从2022年的人民币462.4百万元下降至2023年的人民币322.0百万元，下降了30.4%；抖音平台从2022年的人民币53.3百万元增长到2023年的人民币283.3百万元，增长了431.2%。

- **批发及其他。**批发及其他收入从2022年的人民币263.6百万元增长到2023年的496.6百万元，增长了88.4%，主要由于(1)向经销商的销售增长；及(2)泡泡玛特城市乐园于2023年9月开业带来的收入增加。

## (2) 港澳台及海外

- **线下渠道。**线下收入由2022年的人民币150.8百万元上升到2023年的人民币640.3百万元，增长了324.7%。

|           | 截至2023年12月31日<br>止年度 |               | 截至2022年12月31日<br>止年度 |               | 变动            |
|-----------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|---------------|
|           | 收入<br>人民币千元          | 收入占比          | 收入<br>人民币千元          | 收入占比          |               |
| 零售店       | 582,909              | 91.0%         | 135,559              | 89.9%         | 330.0%        |
| 机器人商店     | 57,378               | 9.0%          | 15,209               | 10.1%         | 277.3%        |
| <b>合计</b> | <b>640,287</b>       | <b>100.0%</b> | <b>150,768</b>       | <b>100.0%</b> | <b>324.7%</b> |

**零售店。**零售店销售收入从2022年的人民币135.6百万元增长到2023年的人民币582.9百万元，同比增长了330.0%。2023年港澳台及海外店舖开设情况：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的零售店数量增加了42家，截至2023年12月31日合计零售店70家。

**机器人商店。**机器人商店销售收入从2022年的人民币15.2百万元增长到2023年的人民币57.4百万元，同比增长了277.3%。2023年港澳台及海外机器人开设情况：截至2023年12月31日比截至2022年12月31日的机器人商店数量增加了50间，截至2023年12月31日合计机器人商店99间。

- **线上渠道。**线上收入由2022年的人民币90.2百万元增长到2023年的人民币155.8百万元，增长了72.7%。以下为线上收入明细。

|           | 截至2023年12月31日止年度 |               | 截至2022年12月31日止年度 |               | 变动           |
|-----------|------------------|---------------|------------------|---------------|--------------|
|           | 收入<br>人民币千元      | 收入占比          | 收入<br>人民币千元      | 收入占比          |              |
| Shopee    | 42,885           | 27.5%         | 25,186           | 27.9%         | 70.3%        |
| 泡泡玛特官方网站  | 39,479           | 25.4%         | 27,061           | 30.0%         | 45.9%        |
| 其他线上渠道    | 73,441           | 47.1%         | 37,977           | 42.1%         | 93.4%        |
| <b>合计</b> | <b>155,805</b>   | <b>100.0%</b> | <b>90,224</b>    | <b>100.0%</b> | <b>72.7%</b> |

港澳台及海外线上收入包括Shopee、泡泡玛特官方网站和其他线上渠道。Shopee收入从2022年的人民币25.2百万元增长到2023年的人民币42.9百万元，增长了70.3%；泡泡玛特官方网站收入从2022年的人民币27.1百万元增长到2023年的人民币39.5百万元，增长了45.9%。主要由于我们开始深耕港澳台及海外的业务，快速提升区域品牌建设，以当地市场文化差异化为根基推出当地限定产品等。

- **批发及其他。**港澳台及海外批发及其他收入从2022年的人民币212.9百万元增长至2023年的270.0百万元，增长了26.8%。主要为港澳台及海外业务规模的扩张，结合IP和产品种类的多样化，品牌和IP的知名度在提升，受众群体也在增加。

## 根据IP划分的收入

泡泡玛特的自主产品是我们的主要商品类型，自主产品收入于截至2023年12月31日止年度占总收入的比例达到93.0%，自主产品从2022年的人民币4,190.0百万元增长到2023年的人民币5,858.0百万元，增长了39.8%。

泡泡玛特的自主产品主要分为：艺术家IP和授权IP<sup>6</sup>，以下为根据IP划分的收入明细。

|              | 截至12月31日止年度          |        |                      |        |
|--------------|----------------------|--------|----------------------|--------|
|              | 2023年<br>收入<br>人民币千元 | 收入占比   | 2022年<br>收入<br>人民币千元 | 收入占比   |
| 自主产品         | 5,857,957            | 93.0%  | 4,189,971            | 90.8%  |
| 艺术家IP        | 4,822,226            | 76.5%  | 3,639,705            | 78.9%  |
| SKULLPANDA   | 1,024,788            | 16.3%  | 851,611              | 18.4%  |
| MOLLY        | 1,020,305            | 16.2%  | 802,155              | 17.4%  |
| DIMOO        | 737,666              | 11.7%  | 577,948              | 12.5%  |
| THE MONSTERS | 367,871              | 5.8%   | 263,002              | 5.7%   |
| 小野           | 351,201              | 5.6%   | 140,768              | 3.1%   |
| 小甜豆          | 203,614              | 3.2%   | 147,940              | 3.2%   |
| PINO JELLY   | 158,074              | 2.5%   | 76,870               | 1.7%   |
| HACIPUPU     | 151,758              | 2.4%   | 42,797               | 0.9%   |
| 其他艺术家IP      | 806,949              | 12.8%  | 736,614              | 16.0%  |
| 授权IP         | 1,035,731            | 16.5%  | 550,266              | 11.9%  |
| 外采及其他        | 443,045              | 7.0%   | 427,353              | 9.2%   |
| 合计           | 6,301,002            | 100.0% | 4,617,324            | 100.0% |

- **艺术家IP**。艺术家IP产品是本公司主要商品类型，主要包括SKULLPANDA、MOLLY、DIMOO、THE MONSTERS等。艺术家IP产品收入从2022年的人民币3,639.7百万元，上升至2023年的人民币4,822.2百万元，增长了32.5%，主要由于我们不断创新产品设计、丰富商品类型，推出更多受消费者喜爱的产品。

<sup>6</sup> 为更直观的反映艺术家原创IP及外部授权经典IP相关自主产品的收入贡献，本公司已重新划分IP分类方法，艺术家IP包括原自有IP及独家IP，授权IP则为非独家IP。

- **授权IP。**授权IP产品收入从2022年的人民币550.3百万元，增长至2023年的人民币1,035.7百万元，增长了88.2%，主要由于我们不断加深与更多版权方的合作，推出了更多风格、种类的产品。

## 销售成本

销售成本由2022年的人民币1,962.8百万元上升到2023年的人民币2,436.9百万元，增长了24.2%，主要由于(1)商品成本由2022年的人民币1,693.5百万元增加到2023年的人民币2,042.7百万元，其主要原因为销售增长；及(2)设计及授权成本由2022年的人民币159.7百万元增加到2023年的人民币236.6百万元，主要由于自主产品占比增多，以及联名产品增加，需要支付更多的IP授权费以及产品设计费。

## 毛利

我们的毛利由截至2022年的人民币2,654.5百万元增长到2023年的人民币3,864.1百万元，增长了45.6%，主要由于我们的收入增长以及销售成本的控制。我们的毛利率由2022年的57.5%提升至2023年的61.3%，主要由于自主产品的毛利率增长。

泡泡玛特自主产品产生的毛利由2022年的人民币2,518.2百万元增长到2023年的人民币3,716.2百万元，增长了47.6%。主要由于泡泡玛特自主产品的销售收入增加。自主产品的毛利率从2022年的59.7%，增长到2023年的63.4%，主要由于(1)优化了产品设计，加大了原材料供应商的成本管控；及(2)增强主要类别商品的供应商集中采购，提升对供应商的议价能力，保持供应商价格体系稳定。

我们的外采和其他产品产生的毛利由2022年的人民币136.4百万元增长到2023年的人民币147.9百万元。

## 经销及销售开支

我们的经销及销售开支由2022年的人民币1,470.8百万元增长至2023年的人民币2,004.7百万元，增长了36.3%；其中(1)雇员福利开支；及(2)使用权资产折旧占比比较高。

- **雇员福利开支。**雇员福利开支从2022年的人民币394.0百万元增长至2023年的人民币598.5百万元，增长了51.9%。主要由于我们的销售员工人数由截至2022年12月31日的3,171名员工（由于公司结构调整，该数据经重新划分及统计）增加到截至2023年12月31日的3,735名员工，主要用以支持我们扩张零售店及机器人商店网络。

- **使用权资产折旧。**使用权资产折旧从2022年的人民币269.3百万元增长至2023年的人民币304.9百万元，增长了13.2%。主要由于线下零售店数量较截至2022年12月31日增加了76间，来满足我们中国内地和港澳台及海外的业务扩张。

## 一般及行政开支

我们的一般及行政开支由2022年的人民币686.3百万元增长至2023年的人民币707.3百万元，增长了3.1%。其中占比较高的为雇员福利开支，我们的行政员工及设计开发人员由2022年12月31日的1,007名（由于公司结构调整，该数据经重新划分及统计）增加到截至2023年12月31日的1,110名员工。

## 其他收入

本公司的其他收入由2022年的人民币45.6百万元增长至2023年的人民币74.9百万元，增长了64.4%。其中政府补助由2022年的人民币11.6百万元增长至2023年的人民币30.9百万元。

## 经营溢利

综上所述，本公司的经营溢利由2022年的人民币583.4百万元增长至2023年的人民币1,230.6百万元，增长了111.0%。

## 财务收入净额

我们的财务收入净额由2022年的人民币29.1百万元，增长到2023年的人民币151.9百万元，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2022年的人民币163.7百万元增长至2023年的人民币327.0百万元，原因为我们的所得税前溢利增长。我们的实际税率由2022年的25.6%下降到2023年的23.1%。

## 年内溢利

由于上文所述，我们的年内溢利由2022年的人民币475.8百万元增长至2023年的人民币1,088.8百万元。

## 非国际财务报告准则财务指标

为补充我们根据国际财务报告会计准则呈列的财务资料，我们采用并非国际财务报告会计准则要求或并非按国际财务报告会计准则呈列的非国际财务报告准则经调整纯利，作为额外财务计量。我们认为该非国际财务报告准则计量通过免除管理层认为对我们经营表现没有指标作用的项目的潜在影响，有助于比较不同期间及不同公司的经营业绩。我们认为，该计量为投资者及其他人士提供了有用的资料，帮助彼等按其帮助管理层相同的方式了解及评估我们的综合经营表现。然而，我们对非国际财务报告准则经调整纯利的呈列可能与其他公司呈列的类似名称的财务计量不具有可比性。使用该非国际财务报告准则计量作为分析工具具有局限性，投资者不应单独考虑，或作为根据国际财务报告会计准则呈报的经营业绩或财务状况分析的替代。

非国际财务报告准则经调整纯利未按照国际财务报告会计准则计算，因此视为非国际财务报告准则的财务指标，非国际财务报告准则经调整纯利指剔除以股份为基础的付款后的纯利，而非国际财务报告准则经调整纯利率指非国际财务报告准则经调整纯利除以收益。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2023年<br>12月31日<br>止年度<br>(人民币千元) | 截至2022年<br>12月31日<br>止年度<br>(人民币千元) |
|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 年内溢利            | 1,088,771                           | 475,801                             |
| 调整项目            |                                     |                                     |
| 以股份为基础的付款报酬     | 101,748                             | 97,739                              |
| 非国际财务报告准则经调整纯利  | <u>1,190,519</u>                    | <u>573,540</u>                      |
| 非国际财务报告准则经调整纯利率 | <u>18.9%</u>                        | <u>12.4%</u>                        |

我们管理层认为以股份为基础的付款开支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

2023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2022年12月31日的人民币5,484.8百万元增加至截至2023年12月31日的人民币5,950.2百万元，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2022年12月31日的人民币194.4百万元增加至截至2023年12月31日的人民币321.3百万元，该等增加主要由于港澳台及海外业务扩张，批发等渠道应收账款增加。截至2023年12月31日的贸易应收款项周转天数为15天，与2022年保持一致。

## 存货

我们的存货包括制成品。我们的存货由截至2022年12月31日的人民币867.0百万元增加至截至2023年12月31日的人民币904.7百万元。主要由于我们增加了我们的产品库存以满足销售需求。存货周转天数从2022年的156天下降到截至2023年12月31日的133天。

## 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2022年12月31日的人民币685.3百万元增加至截至2023年12月31日的人民币2,077.9百万元，主要由于(1)2023年经营活动产生的现金流增加；及(2)2023年减少了部分定期存款。

## 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2022年12月31日的人民币259.0百万元增加至截至2023年12月31日的人民币444.9百万元。贸易应付款项周转天数从2022年的49天增加至截至2023年12月31日的53天。

## 银行借款

截至2023年12月31日，我们的银行借款余额为人民币15.1百万元，为一家商业银行的短期银行贷款（2022年12月31日：无）。

## 资产抵押

截至2023年12月31日本集团并无任何资产抵押（2022年12月31日：无）。

## 资产负债率

资产负债率为总负债除以总资产乘以100%。截至2023年12月31日，本集团的资产负债率为22.0%，而截至2022年12月31日的资产负债率为18.8%。

## 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。

## 外汇风险管理

本集团附属公司在中国内地、港澳台及海外经营，面对若干货币敞口（主要有关美元及港币）引致的外汇风险。由于本集团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及负债不重大，故管理层认为业务并无任何重大外汇风险敞口。于截至2023年及2022年12月31日止期间，我们并无对冲和外币波动。

## 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2022年以及2023年的资本开支情况：

|            | 截至2023年<br>12月31日<br>止年度<br>(人民币千元) | 截至2022年<br>12月31日<br>止年度<br>(人民币千元) |
|------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 购置物业、厂房和设备 | 324,179                             | 266,132                             |
| 购置无形资产     | 68,287                              | 81,491                              |
| <b>合计</b>  | <b>392,466</b>                      | <b>347,623</b>                      |

## 人力资源

截至2023年12月31日，我们共有4,845名员工，包括销售员工3,735名，行政及开发人员1,110名。截至2023年12月31日止年度，我们共发生员工成本（包括薪金、工资、津贴和福利）人民币1,048.5百万元。

## 重大投资的未来计划

截至2023年12月31日，我们并无持有任何重大投资。

我们将继续广泛寻找潜在的策略性投资机会，并寻求可为本集团带来协同效应的潜在优质目标业务及资产。

## 重大收购及出售

截至2023年12月31日，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。

## 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平，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。我们将不断拓宽潮玩品类及IP衍生品。进一步挖掘MEGA、萌粒、衍生品、BJD等品类的价值，不断完善相关工艺及生产发售流程。

我们国际业务将保持快速增长，通过持续推进海外DTC战略，布局线下门店、机器人商店、跨境电商平台等渠道，推动我们的品牌在全球的渗透，不断提升泡泡玛特在海外国家、地区的知名度和潮玩市场份额。业务本地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，我们将与更多当地生意伙伴和艺术家合作，探索出更多符合本土市场的业务模式、IP和商品品类。

我们将致力于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。

在进一步深耕潮流玩具业务的同时，我们将持续深耕MEGA、共鸣、inner flow等新品牌，通过乐园、游戏等新兴业务，进一步加强粉丝对IP的了解、增加与IP互动的方式，从而增进与IP之间的情感联系。打造以IP为核心的更完善、更丰富的商业生态框架。

## 报告期间后事项

于本公布日期，本集团于报告期间后并无发生须进一步披露或调整的重大事项。

## 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2022年12月31日未动用的所得款项净额金额 | 截至2023年12月31日止12个月已动用所得款项净额金额 | 直至2023年12月31日已动用的所得款项净额金额 | 于2023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<br>百万港元 | 30.0%       | 508.1<br>百万港元             | 244.8<br>百万港元                 | 1,471.2<br>百万港元           | 263.3<br>百万港元            | 2025年12月31日之前     |
| (a) 用于开设新零售店  | 954.0<br>百万港元   | 16.5%       | -                         | -                             | 954.0<br>百万港元             | -                        |                   |
| (b) 用于开设新机器人商店  | 346.9<br>百万港元   | 6.0%        | 162.1<br>百万港元             | 77.5<br>百万港元                  | 262.3<br>百万港元             | 84.6<br>百万港元             |                   |
| (c) 用于扩展业务至海外市场   | 433.6<br>百万港元   | 7.5%        | 346.0<br>百万港元             | 167.3<br>百万港元                 | 254.9<br>百万港元             | 178.7<br>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资                              | 1,561.1<br>百万港元 | 27.0%       | 1,249.3<br>百万港元           | -                             | 311.8<br>百万港元             | 1,249.3<br>百万港元          | 2025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<br>百万港元   | 15.0%       | 549.3<br>百万港元             | 178.6<br>百万港元                 | 496.5<br>百万港元             | 370.7<br>百万港元            |                   |
| (a) 用于人才招聘  | 173.5<br>百万港元   | 3.0%        | 113.4<br>百万港元             | 51.0<br>百万港元                  | 111.1<br>百万港元             | 62.4<br>百万港元             | 2025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<br>百万港元   | 6.0%        | 271.2<br>百万港元             | 29.2<br>百万港元                  | 104.9<br>百万港元             | 242.0<br>百万港元            | 2025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<br>百万港元   | 6.0%        | 164.7<br>百万港元             | 98.4<br>百万港元                  | 280.5<br>百万港元             | 66.3<br>百万港元             | 2025年12月31日之前     |

| 所得款项净额拟定用途  | 所得款项<br>净额的分配   | 占总所得<br>款项净额<br>百分比 | 直至2022年                        | 截至2023年                            | 直至2023年                        | 于2023年                         | 动用未动用<br>所得款项<br>净额的<br>拟定时间表 |
|---|-----------------|---------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
|   |                 |                     | 12月31日<br>未动用的<br>所得款项<br>净额金额 | 12月31日止<br>12个月<br>已动用所得<br>款项净额金额 | 12月31日<br>已动用的<br>所得款项<br>净额金额 | 12月31日的<br>未动用<br>所得款项<br>净额余额 |                               |
| (iv) 用于扩大我们的IP库   | 1,040.7<br>百万港元 | 18.0%               | 818.7<br>百万港元                  | 95.8<br>百万港元                       | 317.8<br>百万港元                  | 722.9<br>百万港元                  |                               |
| (a) 用于加强我们物色优秀艺术家的能力                                      | 260.3<br>百万港元   | 4.5%                | 124.9<br>百万港元                  | 95.8<br>百万港元                       | 231.2<br>百万港元                  | 29.1<br>百万港元                   | 2025年<br>12月31日<br>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<br>百万港元    | 1.5%                | -                              | -                                  | 86.6<br>百万港元                   | -                              | -                             |
| (c) 用于收购受欢迎的IP以扩大我们的IP库                                   | 693.8<br>百万港元   | 12.0%               | 693.8<br>百万港元                  | -                                  | -                              | 693.8<br>百万港元                  | 2025年<br>12月31日<br>之前         |
| (v) 营运资金及一般公司用途   | 578.2<br>百万港元   | 10.0%               | -                              | -                                  | 578.2<br>百万港元                  | -                              | -                             |

由于经营活动产生的现金流充足、透过提高营运效率实现成本节约以及本公司审慎的投资决策，上述所披露未动用所得款项净额的拟定时间表晚于原计划。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2023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28.21分。根据截至本公布日期本公司已发行股本总数1,342,943,150股，预计末期股息的金额合共为人民币378.84百万元。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2024年5月21日（星期二）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2024年5月21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2024年6月12日（星期三）向于2024年5月30日（星期四）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2024年5月21日(星期二)举行股东周年大会。本公司将于2024年5月16日(星期四)至2024年5月21日(星期二)(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,2024年5月21日(星期二)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2024年5月14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。

本公司亦将于2024年5月27日(星期一)至2024年5月30日(星期四)(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2024年5月24日(星期五)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C1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本公司董事(「**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C3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。经向全体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

于报告期内，本公司已于联交所购回合共19,947,000股本公司股份，总代价约370,687,990港元。购回股份的具体情况如下：

| 购回月份      | 购回股份<br>数目        | 每股支付        |             | 总代价<br>(港元)        |
|-----------|-------------------|-------------|-------------|--------------------|
|           |                   | 最高价<br>(港元) | 最低价<br>(港元) |                    |
| 4月        | 3,632,600         | 20.00       | 17.08       | 68,758,920         |
| 5月        | 5,234,400         | 19.90       | 16.62       | 96,699,024         |
| 6月        | 6,350,000         | 18.28       | 16.40       | 110,323,784        |
| 7月        | 1,000,000         | 18.50       | 16.68       | 17,539,668         |
| 10月       | 1,400,000         | 21.70       | 21.25       | 30,076,960         |
| 11月       | 230,000           | 21.60       | 21.20       | 4,925,530          |
| 12月       | 2,100,000         | 21.20       | 18.78       | 42,364,104         |
| <b>总计</b> | <b>19,947,000</b> |             |             | <b>370,687,990</b> |

除上文所披露者外，于报告期内，本公司或任何其附属公司并无购入、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2023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2023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2023年度年报

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2023年度年报寄予股东(如必要)，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，2024年3月20日

于本公布日期，执行董事为王宁先生、刘冉女士、司德先生及文德一先生，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。