

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，概不對因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。



**MINISO Group Holding Limited**  
**名創優品集團控股有限公司**  
(於開曼群島註冊成立的有限責任公司)  
(股份代號：9896)

**內幕消息**  
**截至2024年9月30日止三個月及九個月的**  
**未經審計財務業績**

本公告乃根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》第13.09條及《證券及期貨條例》(第571章)第XIVA部刊發。

名創優品集團控股有限公司(「名創優品」或「本公司」)欣然公佈本公司及其附屬公司截至2024年9月30日止三個月及九個月的未經審計簡明綜合業績。

本公司欣然公佈根據美國證券交易委員會(「美國證監會」)的適用規則刊發的本公司及其附屬公司截至2024年9月30日止三個月及九個月的未經審計簡明綜合業績。

本文附表一為本公司於2024年11月29日(美國東部標準時間)刊發的有關截至2024年9月30日止三個月及九個月的未經審計財務業績新聞稿全文，其中部分內容可能構成本公司的重大內幕消息。

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案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「旨在」、「估計」、「擬」、「計劃」、「相信」、「相當可能」、「潛在」、「繼續」等詞彙或短語或其他類似陳述來識別。其中，本公告所載管理層看法以及名創優品的戰略及運營計劃均包含前瞻性陳述。名創優品亦可能在其提交予美國證監會及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)的定期報告、向股東提交的年度報告、新聞稿件及其他書面材料中以書面或口頭做出前瞻性陳述，或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。任何不屬過往事實的陳述，包括名創優品的信念及期望的陳述，均為前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果。該等因素包括但不限於以下各項：名創優品的使命、目標及策略；未來業務發展、財務狀況及經營業績；中國及全球零售市場及自有品牌生活家居綜合零售市場的預期增長；對名創優品產品的需求及市場接受程度的預期；對名創優品與消費者、供應商、名創合夥人、當地代理商及其他商業夥伴的關係的預期；行業競爭；所得款項擬定用途；及與名創優品的業務及行業有關的相關政府政策及法規。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在名創優品於美國證監會及聯交所的備案中。本公告及其附件中所提供的所有信息均截至本公告日期止，名創優品並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

建議本公司股東及潛在投資者勿過於依賴截至2024年9月30日止三個月及九個月的未經審計財務業績，並於買賣本公司證券時審慎行事。

承董事會命  
名創優品集團控股有限公司  
執行董事兼主席  
葉國富先生

香港，2024年11月29日

截至本公告日期，本公司董事會包括執行董事葉國富先生，以及獨立非執行董事徐黎黎女士、朱擁華先生及王永平先生。

## 附表一

### 名創優品集團公佈2024年9月季度及首九個月未經審計財務業績

中國廣州，2024年11月29日／美通社／－提供以IP設計為特色的豐富多樣的潮流生活家居產品的全球價值零售商名創優品集團控股有限公司（「名創優品」、「名創優品集團」或「本公司」）（紐交所：MNSO；聯交所：9896）於今日公佈其截至2024年9月30日止季度及九個月未經審計財務業績。

#### 財務摘要

##### 截至2024年9月30日止九個月的摘要

- 收入於2024年首九個月為人民幣12,281.3百萬元（1,750.1百萬美元），同比增長22.8%。
- 毛利同比增長34.1%至人民幣5,419.8百萬元（772.3百萬美元）。
- 毛利率為44.1%，2023年同期為40.4%。
- 經營利潤同比增長14.3%至人民幣2,347.4百萬元（334.5百萬美元）。
- 期內利潤同比增長11.6%至人民幣1,825.7百萬元（260.2百萬美元）。
- 經調整淨利潤<sup>(1)</sup>同比增長13.7%至人民幣1,928.1百萬元（274.8百萬美元）。2024年首九個月的經調整淨利潤包括淨匯兌虧損人民幣21.7百萬元（3.1百萬美元），而去年同期的淨匯兌收益為人民幣47.8百萬元。剔除淨匯兌虧損及收益，經調整淨利潤將會同比增長18.3%。
- 經調整淨利潤率<sup>(1)</sup>為15.7%，2023年同期為17.0%。剔除淨匯兌虧損及收益，經調整淨利潤率將會為15.9%，而2023年同期則為16.5%。
- 經調整EBITDA<sup>(1)</sup>同比增長20.6%至人民幣3,107.1百萬元（442.8百萬美元）。
- 經調整EBITDA利潤率<sup>(1)</sup>為25.3%，2023年同期為25.8%。
- 現金狀況<sup>(2)</sup>截至2024年9月30日為人民幣6,284.1百萬元（895.5百萬美元），而截至2023年12月31日則為人民幣6,887.0百萬元。

- 經營活動所得現金淨額為人民幣2,031.1百萬元(289.4百萬美元)。於2024年首九個月，資本開支為人民幣565.5百萬元(80.6百萬美元)，自由現金流為人民幣1,465.6百萬元(208.8百萬美元)。

## 9月季度摘要

- 收入為人民幣4,522.6百萬元(644.5百萬美元)，同比增長19.3%。
- 毛利同比增長28.2%至人民幣2,030.0百萬元(289.3百萬美元)。
- 毛利率為44.9%，再次創本公司新高，2023年同期為41.8%。
- 經營利潤同比增長8.2%至人民幣852.6百萬元(121.5百萬美元)。
- 期內利潤同比增長4.9%至人民幣648.3百萬元(92.4百萬美元)。
- 經調整淨利潤<sup>(1)</sup>同比增長6.9%至人民幣686.2百萬元(97.8百萬美元)。
- 經調整淨利潤率<sup>(1)</sup>為15.2%，2023年同期為16.9%。
- 經調整EBITDA<sup>(1)</sup>同比增長12.4%至人民幣1,139.8百萬元(162.4百萬美元)。
- 經調整EBITDA利潤率<sup>(1)</sup>為25.2%，2023年同期為26.8%。
- 每股美國存託股的基本及攤薄盈利均同比增長6.1%至人民幣2.08元(0.30美元)。
- 經調整每股美國存託股的基本及攤薄盈利<sup>(1)</sup>均同比增長7.8%至人民幣2.20元(0.31美元)。

## 經營摘要

- **集團層面的門店總數**截至2024年9月30日為7,420家，於2024年首九個月淨新開859家門店。
- **名創優品門店數量**截至2024年9月30日為7,186家，於2024年首九個月淨新開773家門店。
  - 位於中國內地的名創優品門店數量截至2024年9月30日為4,250家，於2024年首九個月淨新開324家，截至2023年12月31日為3,926家。
  - 位於海外市場的名創優品門店數量截至2024年9月30日為2,936家，於2024年首九個月淨新開449家，截至2023年12月31日為2,487家。
- **TOP TOY門店數量**截至2024年9月30日為234家，於2024年首九個月創紀錄淨新開86家門店。

### 附註：

- (1) 更多資料請參閱本新聞稿的「非《國際財務報告準則》財務指標」及「非《國際財務報告準則》財務指標的對賬」章節。
- (2) 「現金狀況」指本公司現金及現金等價物、受限制現金、原到期日為三個月以上的定期存款以及計入流動資產的其他投資的總結餘。

下表載列本公司門店網絡的明細及其增長。與一年前相比，本公司的直營店數量翻了一倍以上。截至2024年首九個月，本公司淨增直營店202家，其中184家位於海外市場。

	截至			同比	年初至今 <sup>(3)</sup>
	2023年 9月30日	2023年 12月31日	2024年 9月30日		
<b>名創優品門店<sup>(1)</sup>數量</b>	<b>6,115</b>	<b>6,413</b>	<b>7,186</b>	<b>1,071</b>	<b>773</b>
中國內地	<b>3,802</b>	<b>3,926</b>	<b>4,250</b>	<b>448</b>	<b>324</b>
— 直營店	20	26	29	9	3
— 第三方門店	3,782	3,900	4,221	439	321
海外	<b>2,313</b>	<b>2,487</b>	<b>2,936</b>	<b>623</b>	<b>449</b>
— 直營店	202	238	422	220	184
— 第三方門店	2,111	2,249	2,514	403	265
<b>TOP TOY門店<sup>(2)</sup>數量</b>	<b>122</b>	<b>148</b>	<b>234</b>	<b>112</b>	<b>86</b>
— 直營店	9	14	29	20	15
— 第三方門店	113	134	205	92	71

附註：

- (1) 「名創優品門店」指以「名創優品」品牌運營的線下門店，包括由本公司直接運營的門店，及在名創合夥人模式和代理模式下由第三方運營的該等門店。
- (2) 「TOP TOY門店」指以「TOP TOY」品牌運營的線下門店，包括由本公司直接運營的門店，及在名創合夥人模式下由第三方運營的該等門店。
- (3) 「年初至今」指截至2024年9月30日止九個月。

名創優品的創始人、主席兼首席執行官葉國富先生表示：「MINISO的全球門店版圖持續穩步擴張。截止2024年9月30日，集團全球門店達到7,420家，2024年首九個月新增859家門店，距離我們完成2024年淨增900-1,100家門店的目標僅一步之遙。其中MINISO海外和TOP TOY 2024年首九個月的門店淨增數均超過去年全年。整體集團層面總收入達到人民幣122.8億元，同比增長23%，主要歸因於19%的平均門店數量增長和低單位數的同店銷售增長。我們正在朝今年發展目標穩步邁進。」

「在剛剛過去的9月，我們簽署了收購永輝超市股份有限公司（「永輝」）29.4%股權的股份購買協議，我們認為未來零售行業有兩大趨勢：品質零售和興趣消費，需要企業更加重視產品創新和消費體驗。儘管宏觀環境帶來短期的逆風和不確定性，但名創優品集團仍將專注於我們的長期戰略，尤其是聚焦IP策略和全球化策略，利用全球門店網絡、全球設計能力和全球供應鏈整合能力，為我們全球的消費者帶來開心和快樂。與此同時，名創優品的核心業務依然維持5年發展規劃不動搖。並且在未來一段時間內，名創優品集團仍將堅持每年不低於50%的調整後淨利潤作為分紅，同時將繼續動態地進行回購，為本公司股東帶來可預期的回報。」葉先生續道。

名創優品首席財務官張靖京先生表示：「得益於海外收入貢獻的提升和MINISO品牌升級，2024年首九個月本公司毛利率達到44.1%，相比去年同期提高3.7個百分點。海外收入貢獻佔比由去年的32%提升至今年的37%。隨著IP策略的有效執行，各業務版塊的毛利率均有所改善，尤其是MINISO海外和TOP TOY毛利率有中高個位數提升。我們對美國等重要戰略市場的投入在持續。截至930季度，我們在海外市場直營店數量是去年同期的2倍之多。儘管海外市場還在投入期，我們通過有效的費用管控手段使得我們的利潤率保持在健康的水準。2024年首九個月經調整淨利率為15.7%，經調整EBITDA利潤率為25.3%。我們相信在精細化運營和具備紀律性的費用管理下，我們的利潤率將逐步穩定。」

名創優品集團2024年首九個月產生經營活動所得現金淨額人民幣20.3億元，自由現金流人民幣14.7億元。截至2024年9月30日，我們的現金狀況為人民幣62.8億元。在資本分配方面，本公司在今年9月底已派發超過人民幣6.0億元的現金股息。年初至今，本公司通過派息和股票回購向股東返還了約人民幣16億元。我們未來的資本分配策略也將繼續平衡本公司的增長和為股東帶來穩定和可預見回報的承諾。」

「我們在上週五發佈了關於永輝股權交易的股東特別大會（「股東特別大會」）通知，股東特別大會將於2025年1月17日召開。目前來看交易進度符合預期，預計將於2025年上半年完成。本次交易對價預計不超過40%將來源於自有資金。我們將充分使用借款資源，使得我們在優化資本結構和提升資本回報率的同時，依然擁有充足的現金儲備。我們的財務戰略將在預算、成本控制和資本分配方面保持紀律，因為我們致力於提供穩定的利潤和健康的現金流。」張先生如此總結。

## 截至2024年9月30日止九個月的未經審計財務業績

收入為人民幣12,281.3百萬元(1,750.1百萬美元)，同比增長22.8%，主要是由於集團層面的平均門店數量同比增長18.5%及同店銷售低個位數增長。

來自中國內地的收入增長14.0%至人民幣7,738.4百萬元(1,102.7百萬美元)，其中(i)來自名創優品中國內地線下門店的收入增長11.8%，主要是因為平均門店數量同比增長14.7%，而同店銷售較去年水平下降中單位數；及(ii)來自TOP TOY的收入增長42.5%，是因為同店銷售中單位數增長及平均門店數量快速增長。

來自海外市場的收入增長41.5%至人民幣4,542.9百萬元(647.4百萬美元)。同比增長主要是由於平均門店數量增長22.5%，且同店銷售增長為高單位數。2024年首九個月，來自海外市場的收入佔本公司總收入的37.0%，2023年同期為32.1%。

有關收入的構成及同比變動的更多信息，請參閱本新聞稿的「未經審計額外資料」。

銷售成本為人民幣6,861.6百萬元(977.8百萬美元)，同比增長15.2%。

毛利為人民幣5,419.8百萬元(772.3百萬美元)，同比增長34.1%。

毛利率為44.1%，增加3.7個百分點。同比增長主要是由於(i)海外直營市場的收入貢獻增加，佔集團於2024年首九個月收入的19.9%，而2023年同期按可比基準<sup>(1)</sup>計算的佔比為14.9%，及(ii)由於產品組合轉向盈利能力更高的產品，TOP TOY品牌的毛利率有所改善。

銷售及分銷開支為人民幣2,518.5百萬元(358.9百萬美元)，同比增長61.6%。倘不包括以股份支付的薪酬開支，銷售及分銷開支為人民幣2,457.8百萬元(350.2百萬美元)，同比增長62.7%。同比增長的主要原因是本公司在中國內地和海外市場投資了直營店，以追求本公司業務的未來成功，特別是在美國市場等戰略海外市場。2024年首九個月，直營店收入增長103.7%，租金及相關費用、折舊及攤銷費用、工資(不包含以股份支付的薪酬開支)等相關費用增加75.2%。2024年首九個月，我們分別於中國內地及海外市場新增18家及184家直營店。促銷及廣告開支增加38.4%，佔收入的百分比於兩個比較期間穩定在3%左右。授權費用增加38.0%，是由於本公司不斷增長的IP庫及豐富的IP產品供應。物流費用增加52.3%，主要反映了國際航運緊張局勢導致的貨運成本上升。

一般及行政開支為人民幣654.8百萬元(93.3百萬美元)，同比增加33.6%。倘不包括以股份支付的薪酬開支，一般及行政開支為人民幣613.1百萬元(87.4百萬美元)，同比增加28.1%。同比增長主要是由於與本公司業務增長有關的人員相關開支增長。

其他淨收入為人民幣78.5百萬元(11.2百萬美元)，2023年同期為人民幣42.2百萬元。同比增長主要是由於理財產品的投資收益增加及投資的公允價值增加，惟部分被淨匯兌虧損所抵銷。

經營利潤為人民幣2,347.4百萬元(334.5百萬美元)，同比增長14.3%。

財務收入淨額為人民幣41.9百萬元(6.0百萬美元)，2023年同期為人民幣120.1百萬元。同比減少主要是由於(i)銀行存款本金減少及利率下降令財務收入減少人民幣50.2百萬元；及(ii)租賃負債增加令財務成本增加人民幣28.1百萬元，與本公司於直營店的投資相符。

期內利潤為人民幣1,825.7百萬元(260.2百萬美元)，而2023年同期為人民幣1,636.2百萬元，同比增長11.6%。

經調整淨利潤(指不包括以權益結算的股份支付開支的期內利潤)為人民幣1,928.1百萬元(274.8百萬美元)，同比增長13.7%。2024年首九個月的經調整淨利潤包括淨匯兌虧損人民幣21.7百萬元(3.1百萬美元)，而去年同期的淨匯兌收益為人民幣47.8百萬元。剔除淨匯兌虧損及收益，經調整淨利潤將會同比增長18.3%。

經調整淨利潤率為15.7%，2023年同期為17.0%。剔除淨匯兌虧損及收益，經調整淨利潤率為15.9%，2023年同期為16.5%。

經調整EBITDA同比增長20.6%至人民幣3,107.1百萬元(442.8百萬美元)。

經調整EBITDA利潤率為25.3%，2023年同期為25.8%。

每股美國存託股的基本盈利同比增長12.3%至人民幣5.84元(0.83美元)，2023年同期為人民幣5.20元。

每股美國存託股的攤薄盈利同比增長12.4%至人民幣5.80元(0.83美元)，2023年同期為人民幣5.16元。

經調整每股美國存託股基本盈利同比增長14.1%至人民幣6.16元(0.88美元)，2023年同期為人民幣5.40元。

經調整每股美國存託股攤薄盈利同比增長14.2%至人民幣6.12元(0.87美元)，2023年同期為人民幣5.36元。

現金狀況(指本公司現金及現金等價物、受限制現金、定期存款以及計入流動資產的其他投資的總結餘)截至2024年9月30日為人民幣6,284.1百萬元(895.5百萬美元)，而截至2023年12月31日則為人民幣6,887.0百萬元。

經營活動所得現金淨額為人民幣2,031.1百萬元(289.4百萬美元)。於2024年首九個月，資本開支為人民幣565.5百萬元(80.6百萬美元)，自由現金流為人民幣1,465.6百萬元(208.8百萬美元)。

## 2024年9月季度的未經審計財務業績

收入為人民幣4,522.6百萬元(644.5百萬美元)，同比增長19.3%。

來自中國內地的收入同比增長8.7%，主要是由於(i)中國內地名創優品品牌收入增長5.7%；及(ii)來自TOP TOY的收入增長50.4%所致。

來自海外市場的收入增長39.8%至人民幣1,810.9百萬元(258.1百萬美元)，主要是由於(i)海外直營市場的收入按可比基準<sup>(1)</sup>增長55.4%；(ii)海外代理市場的收入按可比基準<sup>(1)</sup>增長26.5%。

有關收入的構成及同比變動的更多信息，請參閱本新聞稿的「未經審計額外資料」。

銷售成本為人民幣2,492.6百萬元(355.2百萬美元)，同比增長12.9%。

毛利為人民幣2,030.0百萬元(289.3百萬美元)，同比增長28.2%。

毛利率為44.9%，同比增長3.1個百分點。

銷售及分銷開支為人民幣996.5百萬元(142.0百萬美元)，同比增長55.5%。倘不包括以股份支付的薪酬開支，銷售及分銷開支為人民幣977.2百萬元(139.3百萬美元)，同比增長57.4%。

一般及行政開支為人民幣236.2百萬元(33.7百萬美元)，同比增加38.5%。倘不包括以股份支付的薪酬開支，一般及行政開支為人民幣217.6百萬元(31.0百萬美元)，同比增加30.4%。

其他淨收入為人民幣36.8百萬元(5.2百萬美元)，2023年同期為人民幣1.0百萬元。該同比增長主要是由於理財產品的投資收益增加及投資的公允價值增加，惟部分被淨匯兌虧損所抵銷。

經營利潤為人民幣852.6百萬元(121.5百萬美元)，同比增長8.2%。

財務收入淨額為人民幣7.8百萬元(1.1百萬美元)，去年同期為人民幣57.9百萬元。同比減少主要是由於(i)銀行存款本金減少及利率下降令財務收入減少人民幣44.3百萬元；及(ii)租賃負債增加令財務成本增加人民幣5.7百萬元，與本公司於直營店的投資相符。

期內利潤為人民幣648.3百萬元(92.4百萬美元)，同比增長4.9%。

經調整淨利潤(指不包括以權益結算的股份支付開支的期內利潤)為人民幣686.2百萬元(97.8百萬美元)，同比增長6.9%。

經調整淨利潤率為15.2%，2023年同期為16.9%。

經調整EBITDA為人民幣1,139.8百萬元(162.4百萬美元)，同比增長12.4%。

經調整EBITDA利潤率為25.2%，2023年同期為26.8%。

每股美國存託股的基本及攤薄盈利均為人民幣2.08元(0.30美元)，相較於2023年同期的人民幣1.96元同比增加6.1%。

經調整每股美國存託股基本及攤薄盈利均為人民幣2.20元(0.31美元)，相較於2023年同期的人民幣2.04元同比增加7.8%。

附註：

(1) 「可比基準」指剔除海外代理市場轉換為直營市場(反之亦然)過渡影響的基準。

## 電話會議

本公司的管理層將於美國東部時間2024年11月29日(星期五)上午四時正(同日北京時間下午五時正)舉行業績電話會議以討論財務業績。英語同聲傳譯將於電話會議中提供。電話會議可通過以下Zoom鏈接或撥打以下號碼接入：

### 連接方式1

加入Zoom會議。

Zoom鏈接：<https://zoom.us/j/95133958059?pwd=lm4fHDsWTXEaqHF4VsGl7gWrlhe5iS.1>

會議號：951 3395 8059

會議密碼：9896

### 連接方式2

收聽會議的人士可通過撥打以下號碼並使用與連接方式1相同的會議號及密碼接入。

美國：	+1 689 278 1000 (或 +1 719 359 4580)
中國香港：	+852 5803 3730 (或 +852 5803 3731)
英國：	+44 203 481 5237 (或 +44 131 460 1196)
法國：	+33 1 7037 9729 (或 +33 1 7037 2246)
新加坡：	+65 3158 7288 (或 +65 3165 1065)
加拿大：	+1 438 809 7799 (或 +1 204 272 7920)

### 連接方式3

收聽會議的人士亦可通過本公司的投資者關係網站<https://ir.miniso.com/>接入會議。

回放將於直播結束後約兩個小時於本公司的投資者關係網站<https://ir.miniso.com/>提供。

### 關於名創優品集團

名創優品集團是一家提供以IP設計為特色的豐富多樣的潮流生活家居產品的全球價值零售商。本公司主要通過其龐大的名創優品門店網絡為消費者提供服務，提倡輕鬆、尋寶式且愉悅的購物體驗，以吸引到所有群體。在名創優品廣泛的產品組合中，高顏值、高品質及高性價比是名創優品每一款產品的核心，本公司持續不斷推出具有這些品質的產品。自2013年在中國開設其第一家門店以來，本公司已將其旗艦品牌「名創優品」打造成全球認可的零售品牌，並在全球範圍內建立了龐大的門店網絡。更多資訊，請訪問<https://ir.miniso.com/>。

### 匯率

除實際以美元結算的交易金額外，本新聞稿中披露的美元金額僅為方便閱讀而呈列。本新聞稿中的人民幣兌美元匯率乃根據美國聯邦儲備委員會於2024年9月30日的H.10統計數據公佈所載之匯率(即人民幣7.0176元兌1.0000美元)換算。本新聞稿所述百分比乃基於人民幣金額計算。

### 非《國際財務報告準則》財務指標

於評估業務時，名創優品考慮並使用經調整淨利潤、經調整淨利潤率、經調整EBITDA、經調整EBITDA利潤率、經調整每股基本及攤薄淨盈利及經調整每股美國存託股基本及攤薄淨盈利作為審查及評估其經營業績的補充指標。此等非《國際財務報告準則》財務指標的呈列不應被獨立地使用或被視為替代根據《國際財務報告準則》編製及呈列的財務資料。名創優品將經調整淨利潤定義為不包括以權益結算的股份支付開支的期內利潤。名創優品以經調整淨利潤除以同期間收入計算經調整淨利潤率。名創優品將經調整EBITDA界定為經調整淨利潤加折舊及攤銷、財務成本及所得稅開支。經調整EBITDA利潤率乃按期內經調整EBITDA除以收入計算。名創優品以本公司權益股東應佔經調整淨利潤除以按《國際財務報告準則》基準計算每股基本及攤薄盈利所用的普通股數量所代表的美國存託股數量，以計算經調整每股美國存託股基本及攤薄淨盈利。名創優品以與計算經調整每股美國存託股基本及攤薄淨盈利同樣的方式計算經調整每股基本及攤薄淨盈利，惟其使用按《國際財務報告準則》計算每股基本及攤薄盈利所用的普通股數量作為分母，而非此等普通股所代表的美國存託股數量。

名創優品呈報此等非《國際財務報告準則》財務指標，因管理層以此等指標評估其經營業績及制定業務計劃。此等非《國際財務報告準則》財務指標使管理層可在不考慮名創優品認為並非其未來營運表現指標的上述非現金及其他調整項目影響的情況下評估其經營業績。因此，名創優品認為使用此等非《國際財務報告準則》財務指標為投資者及其他人士以與管理層及董事會相同的方式理解及評估其經營業績提供了有用的資料。

此等非《國際財務報告準則》財務指標未於《國際財務報告準則》中有所界定，亦未根據《國際財務報告準則》呈列。此等非《國際財務報告準則》財務指標作為分析工具存在局限性。使用此等非《國際財務報告準則》財務指標的主要限制之一為其不能反映影響名創優品營運的所有收入及開支項目。此外，此等非《國際財務報告準則》財務指標可能與其他公司（包含同行公司）使用的非《國際財務報告準則》資料不同，因此其可比較性可能有限。

此等非《國際財務報告準則》財務指標不應被獨立地使用，也不應被理解為利潤、淨利潤率、每股基本及攤薄盈利及每股美國存託股基本及攤薄盈利（如適用）或任何其他業績指標等的替代指標，或作為名創優品營運表現的指標。鼓勵投資者按以下最直接可比的《國際財務報告準則》指標審閱名創優品的歷史非《國際財務報告準則》財務指標。本文所呈列的非《國際財務報告準則》財務指標未必可與其他公司所呈列的類似名稱指標作比較。其他公司對類似名稱指標的計算方式可能不同，從而限制了有關指標在比較分析名創優品的數據時的有用性。名創優品鼓勵閣下全面審閱其財務資料，而非依賴單一的財務指標。

更多非《國際財務報告準則》財務指標的資料，請見本新聞稿最後標題為「非《國際財務報告準則》財務指標的對賬」之表格。

## 安全港聲明

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案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「旨在」、「估計」、「擬」、「計劃」、「相信」、「相當可能」、「潛在」、「繼續」等詞彙或短語或其他類似陳述來識別。其中，本公告所載管理層看法以及名創優品的戰略及運營計劃均包含前瞻性陳述。名創優品亦可能在其提交予美國證券交易委員會(「美國證監會」)及香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)的定期報告、向股東提交的年度報告、新聞稿件及其他書面材料中以書面或口頭做出前瞻性陳述，或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。任何不屬過往事實的陳述，包括名創優品的信念及期望的陳述，均為前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果。該等因素包括但不限於以下各項：名創優品的使命、目標及策略；未來業務發展、財務狀況及經營業績；中國及全球零售市場及自有品牌生活家居綜合零售市場的預期增長；對名創優品產品的需求及市場接受程度的預期；對名創優品與消費者、供應商、名創合夥人、當地代理商及其他商業夥伴的關係的預期；行業競爭；所得款項擬定用途；及與名創優品的業務及行業有關的相關政府政策及法規。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在名創優品於美國證監會及聯交所的備案中。本新聞稿件及其附件中所提供的所有信息均截至本新聞稿件日期止，名創優品並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

### 投資者關係聯絡資料：

電郵：[ir@miniso.com](mailto:ir@miniso.com)

電話：+86 (20) 36228788 分機8039

名創優品集團控股有限公司  
未經審計簡明綜合財務狀況表  
(以千元呈列)

	於2023年 12月31日 (經審計)	於2024年 9月30日 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	769,306	1,277,392	182,027
使用權資產	2,900,860	3,843,144	547,644
無形資產	19,554	10,191	1,452
商譽	21,643	22,029	3,139
遞延稅項資產	104,130	115,147	16,408
其他投資	90,603	120,450	17,164
貿易及其他應收款項	135,796	195,405	27,845
預付款項	–	72,000	10,260
定期存款	100,000	104,075	14,831
以權益法入賬的被投資公司的權益	15,783	34,365	4,897
	<u>4,157,675</u>	<u>5,794,198</u>	<u>825,667</u>
<b>流動資產</b>			
其他投資	252,866	3,612,614	514,793
存貨	1,922,241	2,297,067	327,329
貿易及其他應收款項	1,518,357	1,759,469	250,721
現金及現金等價物	6,415,441	1,716,150	244,549
受限制現金	7,970	618,931	88,197
定期存款	210,759	336,393	47,936
	<u>10,327,634</u>	<u>10,340,624</u>	<u>1,473,525</u>
<b>資產總額</b>	<u><u>14,485,309</u></u>	<u><u>16,134,822</u></u>	<u><u>2,299,192</u></u>

名創優品集團控股有限公司  
未經審計簡明綜合財務狀況表(續)  
(以千元呈列)

	於2023年 12月31日 (經審計)	於2024年 9月30日 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元
<b>權益</b>			
股本	95	95	14
資本公積	6,331,375	4,942,844	704,350
其他儲備	1,114,568	1,047,906	149,325
留存收益	1,722,157	3,534,024	503,594
本公司權益股東應佔權益	9,168,195	9,524,869	1,357,283
非控股權益	23,022	40,094	5,713
<b>權益總額</b>	<u>9,191,217</u>	<u>9,564,963</u>	<u>1,362,996</u>
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
合約負債	40,954	35,736	5,092
貸款及借款	6,533	5,911	842
其他應付款項	12,411	45,518	6,486
租賃負債	797,986	1,608,605	229,224
遞延收益	29,229	35,548	5,066
	<u>887,113</u>	<u>1,731,318</u>	<u>246,710</u>
<b>流動負債</b>			
合約負債	324,028	381,289	54,333
貸款及借款	726	739	105
貿易及其他應付款項	3,389,826	3,674,473	523,608
租賃負債	447,319	482,256	68,721
遞延收益	6,644	6,573	937
即期稅項	238,436	293,211	41,782
	<u>4,406,979</u>	<u>4,838,541</u>	<u>689,486</u>
<b>負債總額</b>	<u>5,294,092</u>	<u>6,569,859</u>	<u>936,196</u>
<b>權益及負債總額</b>	<u>14,485,309</u>	<u>16,134,822</u>	<u>2,299,192</u>

**名創優品集團控股有限公司**  
**未經審計簡明綜合損益及其他全面收益表**  
(以千元呈列，除每股普通股及每股美國存託股數據外)

	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)		2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元	人民幣千元	人民幣千元	千美元
收入	3,791,154	4,522,577	644,462	9,997,484	12,281,320	1,750,074
銷售成本	(2,207,456)	(2,492,601)	(355,193)	(5,956,394)	(6,861,558)	(977,764)
毛利	1,583,698	2,029,976	289,269	4,041,090	5,419,762	772,310
其他收入	13,437	5,327	759	17,061	18,025	2,569
銷售及分銷開支	(640,889)	(996,461)	(141,995)	(1,558,855)	(2,518,549)	(358,890)
一般及行政開支	(170,552)	(236,208)	(33,659)	(490,257)	(654,781)	(93,306)
其他淨收入	953	36,758	5,238	42,209	78,454	11,180
貿易及其他應收款項信貸虧損撥回	1,666	13,170	1,877	6,454	9,564	1,362
非流動資產減值虧損	-	-	-	(3,448)	(5,104)	(727)
經營利潤	788,313	852,562	121,489	2,054,254	2,347,371	334,498
財務收入	69,366	25,067	3,572	149,907	99,673	14,203
財務成本	(11,481)	(17,227)	(2,455)	(29,758)	(57,822)	(8,240)
財務收入淨額	57,885	7,840	1,117	120,149	41,851	5,963
分佔以權益法入賬的被投資公司 的收益，稅後淨額	-	2,009	286	-	2,310	329
稅前利潤	846,198	862,411	122,892	2,174,403	2,391,532	340,790
所得稅開支	(227,923)	(214,090)	(30,508)	(538,210)	(565,832)	(80,630)
期內利潤	<u>618,275</u>	<u>648,321</u>	<u>92,384</u>	<u>1,636,193</u>	<u>1,825,700</u>	<u>260,160</u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東	612,591	641,765	91,450	1,617,427	1,811,867	258,189
非控股權益	5,684	6,556	934	18,766	13,833	1,971
每股普通股盈利						
— 基本	0.49	0.52	0.07	1.30	1.46	0.21
— 攤薄	0.49	0.52	0.07	1.29	1.45	0.21
每股美國存託股盈利 (每一股美國存託股代表四股普通股)						
— 基本	1.96	2.08	0.30	5.20	5.84	0.83
— 攤薄	1.96	2.08	0.30	5.16	5.80	0.83

**名創優品集團控股有限公司**  
**未經審計簡明綜合損益及其他全面收益表(續)**  
*(以千元呈列)*

	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)		2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元	人民幣千元	人民幣千元	千美元
期內利潤	618,275	<b>648,321</b>	<b>92,384</b>	1,636,193	<b>1,825,700</b>	<b>260,160</b>
隨後可能重新分類至損益的項目： 換算海外業務財務報表的匯兌差額	(17,880)	<b>8,863</b>	<b>1,263</b>	36,952	<b>15,708</b>	<b>2,238</b>
期內其他全面(虧損)/收益	<u>(17,880)</u>	<u><b>8,863</b></u>	<u><b>1,263</b></u>	<u>36,952</u>	<u><b>15,708</b></u>	<u><b>2,238</b></u>
期內全面收益總額	<u>600,395</u>	<u><b>657,184</b></u>	<u><b>93,647</b></u>	<u>1,673,145</u>	<u><b>1,841,408</b></u>	<u><b>262,398</b></u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東	596,574	<b>645,096</b>	<b>91,924</b>	1,653,673	<b>1,823,139</b>	<b>259,795</b>
非控股權益	<u>3,821</u>	<u><b>12,088</b></u>	<u><b>1,723</b></u>	<u>19,472</u>	<u><b>18,269</b></u>	<u><b>2,603</b></u>

**名創優品集團控股有限公司**  
**非《國際財務報告準則》財務指標的對賬**  
(以千元呈列，除每股及每股美國存託股數據以及百分比外)

	截至9月30日止三個月			截至9月30日止九個月		
	2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)		2023年 (未經審計)	2024年 (未經審計)	
	人民幣千元	人民幣千元	千美元	人民幣千元	人民幣千元	千美元
<i>期內利潤與經調整淨利潤的對賬：</i>						
期內利潤	618,275	<b>648,321</b>	<b>92,384</b>	1,636,193	<b>1,825,700</b>	<b>260,160</b>
<i>加回：</i>						
以權益結算的股份支付開支	23,769	<b>37,883</b>	<b>5,398</b>	60,071	<b>102,390</b>	<b>14,590</b>
經調整淨利潤	<u>642,044</u>	<u><b>686,204</b></u>	<u><b>97,782</b></u>	<u>1,696,264</u>	<u><b>1,928,090</b></u>	<u><b>274,750</b></u>
經調整淨利潤率	<u>16.9%</u>	<u><b>15.2%</b></u>	<u><b>15.2%</b></u>	<u>17.0%</u>	<u><b>15.7%</b></u>	<u><b>15.7%</b></u>
<i>以下人士應佔：</i>						
本公司權益股東	636,360	<b>679,461</b>	<b>96,821</b>	1,677,498	<b>1,913,891</b>	<b>272,727</b>
非控股權益	5,684	<b>6,743</b>	<b>961</b>	18,766	<b>14,199</b>	<b>2,023</b>
經調整每股淨盈利 <sup>(1)</sup>						
— 基本	0.51	<b>0.55</b>	<b>0.08</b>	1.35	<b>1.54</b>	<b>0.22</b>
— 攤薄	0.51	<b>0.55</b>	<b>0.08</b>	1.34	<b>1.53</b>	<b>0.22</b>
經調整每股美國存託股淨盈利(每一股美國存託股代表四股普通股)						
— 基本	2.04	<b>2.20</b>	<b>0.31</b>	5.40	<b>6.16</b>	<b>0.88</b>
— 攤薄	2.04	<b>2.20</b>	<b>0.31</b>	5.36	<b>6.12</b>	<b>0.87</b>
<i>期內經調整淨利潤與經調整EBITDA的對賬：</i>						
經調整淨利潤	642,044	<b>686,204</b>	<b>97,782</b>	1,696,264	<b>1,928,090</b>	<b>274,750</b>
<i>加回：</i>						
折舊及攤銷	132,868	<b>222,259</b>	<b>31,672</b>	311,872	<b>555,390</b>	<b>79,142</b>
財務成本	11,481	<b>17,227</b>	<b>2,455</b>	29,758	<b>57,822</b>	<b>8,240</b>
所得稅開支	227,923	<b>214,090</b>	<b>30,508</b>	538,210	<b>565,832</b>	<b>80,630</b>
經調整EBITDA	<u>1,014,316</u>	<u><b>1,139,780</b></u>	<u><b>162,417</b></u>	<u>2,576,104</u>	<u><b>3,107,134</b></u>	<u><b>442,762</b></u>
經調整EBITDA利潤率	<u>26.8%</u>	<u><b>25.2%</b></u>	<u><b>25.2%</b></u>	<u>25.8%</u>	<u><b>25.3%</b></u>	<u><b>25.3%</b></u>

附註：

- (1) 經調整每股基本及攤薄淨盈利乃以本公司權益股東應佔經調整淨利潤除以按《國際財務報告準則》基準計算的每股基本及攤薄盈利的普通股數目計算。

**名創優品集團控股有限公司**  
**未經審計額外資料**  
*(以千元呈列，百分比除外)*

	截至9月30日止三個月			同比	截至9月30日止九個月			同比
	2023年	2024年			2023年	2024年		
	人民幣千元	人民幣千元	千美元		人民幣千元	人民幣千元	千美元	
收入								
中國內地	2,495,777	<b>2,711,673</b>	<b>386,410</b>	8.7%	6,786,431	<b>7,738,402</b>	<b>1,102,713</b>	14.0%
– 名創優品品牌 <sup>(1)</sup>	2,306,566	<b>2,438,555</b>	<b>347,491</b>	5.7%	6,259,026	<b>7,031,354</b>	<b>1,001,960</b>	12.3%
– TOP TOY品牌	180,664	<b>271,645</b>	<b>38,709</b>	50.4%	491,531	<b>700,417</b>	<b>99,808</b>	42.5%
– 其他 <sup>(2)</sup>	8,547	<b>1,473</b>	<b>210</b>	(82.8)%	35,874	<b>6,631</b>	<b>945</b>	(81.5)%
海外	1,295,377	<b>1,810,904</b>	<b>258,052</b>	39.8%	3,211,053	<b>4,542,918</b>	<b>647,361</b>	41.5%
	<u>3,791,154</u>	<u><b>4,522,577</b></u>	<u><b>644,462</b></u>	<u>19.3%</u>	<u>9,997,484</u>	<u><b>12,281,320</b></u>	<u><b>1,750,074</b></u>	<u>22.8%</u>

附註：

- (1) 「名創優品品牌」指名創優品品牌於中國內地的收入，包括來自線下門店、電商及其他渠道的收入。
- (2) 「其他」指來自「生活優品」等其他經營分部的收入，「生活優品」是一個針對中國內地低線城市的二級品牌，匯總後以「其他」的形式呈現。隨著名創優品品牌越來越多地滲透到中國內地的低線城市，「生活優品」已經被邊緣化。

名創優品集團控股有限公司  
未經審計額外資料  
中國內地的名創優品門店數量

	截至			同比	年初至今 <sup>(1)</sup>
	2023年 9月30日	2023年 12月31日	<b>2024年 9月30日</b>		
城市線級					
一線城市	499	522	<b>563</b>	64	41
二線城市	1,554	1,617	<b>1,771</b>	217	154
三線或以下城市	1,749	1,787	<b>1,916</b>	167	129
<b>合計</b>	<b>3,802</b>	<b>3,926</b>	<b>4,250</b>	<b>448</b>	<b>324</b>

附註：

(1) 「年初至今」指自2024年1月1日起至2024年9月30日止期間。

名創優品集團控股有限公司  
未經審計額外資料  
海外市場的名創優品門店數量

	截至			同比	年初至今 <sup>(1)</sup>
	2023年 9月30日	2023年 12月31日	2024年 9月30日		
<b>地區</b>					
亞洲(中國除外)	1,264	1,333	<b>1,572</b>	308	239
北美洲	140	172	<b>294</b>	154	122
拉丁美洲	514	552	<b>598</b>	84	46
歐洲	218	231	<b>260</b>	42	29
其他	177	199	<b>212</b>	35	13
<b>合計</b>	<b>2,313</b>	<b>2,487</b>	<b>2,936</b>	<b>623</b>	<b>449</b>

附註：

(1) 「年初至今」指自2024年1月1日起至2024年9月30日止期間。