# 当当网2024年第二季度财务报告

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2024-12-01

*第一篇：当当网2024年第二季度财务报告当当网2024年第二季度财务报告 今日发布了截至6月30日的2024财年第二季度财报，总净营收为人民币 12.078亿元(约合1.901亿美元)，同比增长53%。净亏损人民币1.222亿元(约合19...*

**第一篇：当当网2024年第二季度财务报告**

当当网2024年第二季度财务报告 今日发布了截至6月30日的2024财年第二季度财报，总净营收为人民币 12.078亿元(约合1.901亿美元)，同比增长53%。净亏损人民币1.222亿元(约合1920万美元)，而上年同期净亏损人民币2840万元。

第二财季业绩摘要：

总净营收为人民币12.078亿元(约合1.901亿美元)，同比增长53%。媒体产品营收为人民币7.719亿元(约合1.215亿美元)，同比增长32%。

日用品营收为人民币4.025亿元(约合6340万美元)，同比增长110%，占总营收的33%，而上年同期占24%。

当当网(12.76,-0.06,-0.47%)董事长俞渝称：“第二财季业绩十分稳定，我们对此感到很高兴。在市场竞争异常激烈的情况下，我们的净营收同比增长53%，毛利率达到了 13%。日用品营收占到了总营收的33%，而上年同期为24%。其他营收，主要是来自第三方商家的营收，同比增长122%，环比增长69%，体现了我们市场战略的强劲增长动力。我们在本财季内的不同阶段进行了产品促销活动，使消费者从中受益。我们维持了在中国电子商务市场的定价优势。”

当当网CEO李国庆称：“第二财季，我们增加了在履约方面的投资，在150个城市实现次日到货，在10个城市开通夜间送货，在20个城市实现当日到货。7月初，我们推出了电子书阅读器„当当都看‟，得到了用户认可。中国电子书市场仍处在初级阶段，我们仍处在新的用户阅读习惯形成期。”

第二财季业绩分析

总净营收为人民币12.078亿元(约合1.901亿美元)，同比增长53%。媒体产品营收为人民币7.719亿元(约合1.215亿美元)，同比增长32%。日用品营收为人民币4.025亿元(约合6340万美元)，同比增长110%。来自第三方的其他营收为人民币3340万元(约合530万美元)，同比增长122%。活跃用户约为570万人，同比增长23%。订单总量约为1110万份，同比增长20%。营收成本为人民币10.50亿元(约合1.653亿美元)，占总营收的86.9%，而上年同期为85.7%。营收成本所占营收比例增加是因为网站所售日用品比例增加，而日用品的利润率较低。

履约支出(包括仓储和货运支出)为人民币1.807亿元(约合2840万美元)，占总营收的15%，而上年同期为13.3%。履约支出增加主要是因为扩充采购团队、新仓库租借成本增加，以及完善用户体验所致，如提升发货速度。

营销支出为人民币3630万元(约合570万美元)，占总营收的3%，而上年同期为2.3%。营销支出增长主要是因为两个阶段的不同营销策略所致。

技术和内容支出为人民币3880万元(约合610万美元)，占总营收的3.2%，上年同期为2.6%。该部分开支增加主要是因为中级和高级工程师数量增加所致。

一般及行政支出为人民币3080万元(约合490万美元)，占总营收的2.6%，该比例与上年同期持平。

股票奖励支出为人民币280万元(约合40万美元)，与上年同期的人民币260万元相比下滑增长7.8%。

运营亏损为人民币1.262亿元(约合1990万美元)，而上年同期运营亏损为人民币5220万元，运营亏损主要是由于营销开支和履约成本增加所致。

扣除除股权奖励支出(基于非美国通用会计准则)，运营亏损人民币1.234亿元(约合1940万美元)，而上年同期运营亏损人民币4960万美元。

净亏损人民币1.222亿元(约合1920万美元)，而上年同期净亏损人民币2840万元，主要是因为营销开支和履约成本增加等原因所致。

扣除股权奖励支出(基于非美国通用会计准则)，净亏损人民币1.194亿元(约合1880万美元)，而上年同期净亏损人民币2580元。

截至2024年6月30日，当当网持有现金、现金等价物、短期定期存款和持有至到期投资(Held-to-maturity investment)为人民币14.394亿元(约合2.266亿美元)，而截至2024年12月31日时为人民币13.918亿元(约合2.211亿美元)。

资本支出为人民币4700万元(约合740万美元)。

基于非美国通用会计准则，调整后的EBITDA(未计入利息、税费、折旧和摊销之前利润)亏损为人民币1.135亿元(约合1790万美元)，而上年同期的EBITDA亏损为人民币4350万元。主要是由于营销开支和履约成本增加所致。

第三财季业绩预期

当当预计，2024财年第三季度营收将达到人民币12.72亿元，同比增长40%。

**第二篇：当当网2024年第一季度财务报告**

当当网2024年第一季度财务报告 当当网今天发布截至2024年3月31日的第一财季未审计财报。财报显示，当当网第一财季净营收为17.358亿元人民币(约合2.792亿美元)，同比增长30.1%；净利润为200万元人民币(约合30万美元)，去年同期则净亏损7270万元人民币。

根据雅虎(34.93, 0.00, 0.00%)财经统计的数据，华尔街8位分析师平均预计，按美国通用会计准则(GAAP)计算，当当网第一季度每股将亏损0.01美元。财报显示，当当网第一季度每股收益0.02元(0.003美元)，好于分析师预期。

另外，华尔街7位分析师平均预计，当当网第一季度营收2.8176亿美元。财报显示，当当网第一季度营收2.792亿美元，不及分析师预期。

2024财年第一财季业绩要点：

——净营收总额为17.358亿元人民币(约合2.792亿美元)，同比增长30.1%。媒体产品营收为11.517亿元人民币(约合1.853亿美元)，同比增长33.3%。

——毛利率为18.2%，去年同期和上一季度分别为17.2%和17.6%。

——营业利润为1010万元人民币(约合160万美元)，约占净营收总额的0.6%。去年同期营业亏损8040万元人民币，约占净营收总额的-6.0%。

——净利润为200万元人民币(约合30万美元)，约占净营收总额的0.1%。去年同期净亏损7270万元人民币，约占净营收总额的-5.5%。

——集市业务商家交易总额为11.86亿元人民币(约合1.908亿美元)，同比增长103%。——当当网2024财年第一财季约有860万活跃用户，包括约280万新用户，分别同比增长16%和17%。当季总订单约为1640万份，同比增长11%。

第一财季业绩分析

当当网2024财年第一财季净营收总额为17.358亿元人民币(约合2.792亿美元)，较2024财年同期增长30.1%。第一财季媒体产 品营收为11.517亿元人民币(约合1.853亿美元)，较2024财年同期增长33.3%；百货营收为5.167亿元人民币(约合8310万美元)，较2024财年同期增长25.5%；包括第三方商家营收在内的其他营收为6740万元人民币(约合1090万美元)，较2024财年同期增长16%。

当当网2024财年第一财季拥有约860万活跃用户，包括280万新增用户，分别较2024财年同期增长16%和17%。第一财季总订单约为1640万份，较2024财年同期增长11%。当当网2024财年第一财季主营业务成本为14.191亿元人民币(约合2.283亿美元)，约占净营收总额的81.8%，2024财年同期为 82.8%。主营业务成本在净营收总额中的占比小

幅下滑，主要是因为战略性分类规划的执行所致，部分类别被转移到集市业务，而当当网主营业务中的部分类别 也实现了规模经济。

当当网2024财年第一财季毛利率为18.2%，2024年同期为17.2%，上一季度为17.6%。同比和环比增长都源于图书和媒体产品的毛利率的强劲贡献，以及其他营收的增长，后者表明了集市业务的规模持续扩大。

当当网2024财年第一财季订单履行费用为1.708亿元人民币(约合2750万美元)，其中包含了仓库和配送成本，在净营收总额中的占比为 9.8%，2024财年同期为13.8%，上一季度为9.4%。订单履行费用的在净营收总额中的占比同比下滑，主要是因为仓库运营效率提升以及配送成本降 低。订单履行费用在净营收总额中的占比环比增加，主要是因为第一财季的营收出现季节性下滑所致，该季度通常不是中国电子商务行业的旺季。

当当网2024财年第一财季营销费用为6690万元人民币(约合1080万美元)，约占净营收总额的3.9%，2024财年同期为3.2%。上 一季度为4.2%。营销费用在净营收总额中的占比同比增长，是因为营销项目的投资增加所致，为的是增强当当网在服饰领域的知名度。营销费用在净营收总额中 的占比环比下滑，是因为营销项目的开支较去年第四季度下滑所致，第四季度通常是中国电子商务的旺季。

当当网2024财年第一财季技术和内容费用为4360万元人民币(约合700万美元)，约占净营收总额的2.5%，2024财年同期为 3.7%，上一季度为2.0%。技术和内容费用在净营收总额中的占比同比下滑，主要是因为营业杠杆和IT员工人数减少所致。技术和内容费用在净营收总额中 的占比环比增加，主要是因为IT人员成本增加，以及第一财季的营收出现了季节性下滑所致，第一财季通常不是中国电子商务的旺季。

当当网2024财年第一财季总务和管理费用为3760万元人民币(约合610万美元)，约占净营收总额的2.2%，2024财年同期为 2.4%，上一季度为2.3%。总务和管理费用在净营收总额中的占比同比下滑，主要是因为规模扩大和管理效率提升所致。总务和管理费用在净营收总额中的占 比环比下滑，主要是因为年底奖金被计入2024财年第四财季所致。当当网2024财年第一财季股权奖励开支为320万元人民币(约合50万美元)，较2024财年同期的260万元人民币增长23.1%。

当当网2024财年第一财季营业利润为1010万元人民币(约合160万美元)，2024财年同期营业亏损8040万元人民币，主要是因为增加利润率过程中的强劲执行力以及营业杠杆所致。

当当网2024财年第一财季不计股权奖励支出(non-GAAP)的营业利润为1330万元人民币(约合210万美元)，2024财年同期为7780万元人民币。

当当网2024财年第一财季外汇损失和外汇远期合同损失为1740万元人民币(约合280万美元)，2024财年同期的外汇收益为270万元人民币，上一季度外汇收益为1740万元人民币，这主要源于人民币兑美元汇率在2024财年第一财季出现快速贬值所致。

当当网2024财年第一财季净利润为200万元人民币(约合30万美元)，2024财年同期净亏损7270万元人民币，主要是因为毛利率和营业杠杆增加所致。

当当网2024财年第一财季净利润率为0.1%，2024财年同期为-5.5%。

当当网2024财年第一财季不计股权奖励支出(non-GAAP)的净利润为520万元人民币(约合80万美元)，2024财年同期净亏损7010万元人民币。

截至2024年3月31日，当当网拥有现金及现金等价物、限制用途现金、短期存款、可售投资和持有至到期的投资总额为13.898亿元人民币(约合2.236亿美元)，截至2024年12月31日为12.135亿元人民币。截至2024年3月31日，当当网没有短期银行贷款。当当网2024财年第一财季资本开支为3580万元人民币(约合580万美元)。第二财季展望

当当网预计，2024财年第二财季净营收总额约为19.42亿元人民币，同比增幅约为30%。该公司还预计，集市业务的商家交易总额将同比增长80%。这一预期反映了当当网目前的初步观点，可能发生变化。

**第三篇：当当网2024年第三季度财务报告**

当当网2024年第三季度财务报告 当当网今天发布了截至9月30日的2024年第三季度未经审计的财报。净营收为12.9亿元人民币，同比增长41.7%。净亏损为1亿元人民币，高于去年同期的7340万元。第三季度财报要点

第三季度，当当网总净营收为12.9亿元人民币(约合2亿美元)，同比增长41.7%。媒体商品营收为8.5亿元人民币(约合1.35亿美元)，同比增长32.9%。日用百货营收为3.97亿元人民币(约合6320万美元)，同比增长55.9%。

随着在线市场在当当网业务中所占比例的增大，从第三季度开始，当当网将报告在线市场的商品成交金额(GMV)。2024年第一季度、第二季度和第三季度，当当网在线市场的GMV分别为1.996亿、2.837亿和3.415亿元人民币，同比增长率分别为129%、200%和159%。从第三季度开始，当当网将报告整个平台的用户数和订单量数据，而不仅仅是自营业务的数据。当当网整个平台包括自营业务和在线市场业务。2024年第一季度、第二季度和第三季度，当当网整个平台的活跃用户数分别为610万、590万和700万，新用户数分别为190万、180万和240万，订单量分别为1230万、1230万和1390万。

第三季度，当当网整个平台约有700万活跃用户，同比增长26.4%。整个平台的总订单量约为1390万，同比增长29.1%。

当当网执行董事长俞渝表示：“我们很高兴报告稳定的第三季度业绩。营收同比增长41.7%，毛利率达到15.2%。凭借33%的同比增长率，当当网继续加强在图书和媒体市场的领先地位。其他营收，主要为来自第三方商户的营收，同比增长183.4%，环比增长20.5%。这反映了我们在线市场项目强劲的增长势头。我们基于时机和主题计划了推广活动。与此同时，我们向订单交付和技术进行投资，以改进整体购物体验。”

当当网CEO李国庆表示：“第三季度，我们在订单交付方面进行投资，在158座城市提供了隔日送达服务，在11座城市提供了夜间送达服务，并在21座城市提供了当日送达服务。这是我们持续改进用户服务的一部分。我们在天津租赁了另两处仓库，并于8月份投入运营。这使我们的仓储能力从2024年第二季度末的35万平方米提升至37万平方米。”第三季度业绩

第三季度，当当网总净营收为12.876亿元人民币(约合2.049亿美元)，同比增长41.7%。媒体商品营收为8.499亿元人民币(约合1.352亿美元)，同比增长32.9%。日用百货营收为

3.974亿元人民币(约合6320万美元)，同比增长55.9%。其他营收，包括来自第三方商户的营收为4030万元人民币(约合640万美元)，同比增长183.4%。

第三季度，当当网整个平台约有700万活跃用户，同比增长26.4%。整个平台的总订单量约为1390万，同比增长29.1%。

营收成本为10.914亿元人民币(约合1.737亿美元)，占总营收的84.8%，低于去年同期的86.2%。营收成本占总成本比例的下降主要是由于当当网正在执行一项战略，将部分商品门类转移至在线市场，以及当当网部分自营业务的规模效应。日用百货营收为3.974亿元人民币(约合6320万美元)，占总营收的30.9%，高于去年同期的28.1%。毛利率为15.2%，高于去年同期的13.8%。毛利率的同比增长主要是由于在线市场规模的扩大，以及当当网部分自营业务的规模效应。

订单交付费用，包括仓储费用和物流费用，为1.857亿元人民币(约合2960万美元)，占总营收的14.4%，高于去年同期的14.2%。这一增长主要是由于为改进订单交付和用户体验而进行的投资。

营销费用为4580万元人民币(约合730万美元)，占总营收的3.6%，低于去年同期的4.4%。这一下降主要是由于提高了营销活动的有效性。

技术和内容费用为4080万元人民币(约合650万美元)，占总营收的3.2%，高于去年同期的2.3%。这一增长主要是由于员工人数的增长，以及为改进当当网用户购物体验和供应链管理而进行的投资。

一般行政费用为3310万元人民币(约合530万美元)，占总营收的2.6%，高于去年同期的2.3%。这一增长主要是由于员工人数的增长，以及POD服务的收费。

股票薪酬费用为280万元人民币(约合40万美元)，同比增长21.0%。

当当网第三季度运营亏损为1.046亿元人民币(约合1660万美元)，而去年同期为8190万元人民币。这主要是由于营收成本的增长，以及订单交付、技术和内容费用的增长。不包括股票薪酬费用在内(非美国通用会计准则)运营亏损为1.018亿元人民币(约合1620万美元)，高于去年同期的7960万元人民币。运营利润率为-8.1%，好于去年同期的-9.0%。净亏损为1.001亿元人民币(约合1590万美元)，高于去年同期的7340万元人民币。这主要是由于营收成本的增长，以及订单交付和技术费用的增长。净利润率为-7.8%，好于去年同期的-8.1%。不包括股票薪酬费用在内(非美国通用会计准则)净亏损为9730万元人民币(约合1550万美元)，高于去年同期的7110万元人民币。

截至2024年9月30日，当当网持有14.302亿元人民币(约合2.276亿美元)的现金和现金等价物、存期超过3个月的定期存款，以及持有至到期日的投资，高于2024年12月31日时的13.918亿元人民币。

当当网第三季度资本支出为1760万元人民币(约合280万美元)。调整后息税折旧摊销前(EBITDA)亏损为9060万元人民币(约合1440万美元)，高于去年同期的7240万元人民币。这主要是由于营收成本的增长，以及订单交付和技术费用的增长。

**第四篇：当当网2024年第三季度财务报告**

当当网2024年第三季度财务报告 当当网今日发布了截至9月30日的2024财年第三季度财报。总净营收为人民币15.259亿元(约合2.493亿美元)，同比增长19%。净亏损人民币2790万元(约合460万美元)，而上年同期净亏损人民币1.001亿元，今年第二财季净亏损人民币6390万美元。根据雅虎财经汇总的数据，华尔街10位分析师平均预计，按美国通用会计准则(GAAP)计算，当当网第三财季每股亏损将达0.09美元。财报显示，当当网第三财季每股亏损为0.35美元美元，超出分析师预期。

此外，华尔街11位分析师平均预计，当当网第三财季营收将达2.59亿美元。财报显示，当当网第三财季营收为2.493亿美元，低于分析师预期。

2024年第三季度亮点

2024年第三季度的毛利率为17.6%；相较之下，2024年第三季度的毛利率为15.2%，2024年第二季度毛利率为17.1%。

2024年第三季度的净亏损为人民币2790万元(460万美元)，净亏损率1.8%；相较之下，2024年第三季度净亏损为人民币1.001亿元，净亏损率7.8%；2024年第二季度的净亏损为人民币6390万元，净亏损率4.3%。

2024年第三季度的招商平台交易总额为人民币9.696亿元(1.584亿美元)，比2024同期增长184%。平台和自营的综合百货销售额同比增长88%。

当当网拥有约840万活跃用户，其中包括2024年第三季度新增的约290万客户，较2024年同期分别增长21%和19%。2024年第三季度的总订单数约为1570万，较2024年同期增长13%。

“本季度，我们将低毛利的百货品类从自营转移到招商平台以达到更好的经营效率，从而有效收窄净亏损。虽然这影响了营利增长，但最终的结果是毛利率显著增长，净亏损收窄至自2024年第二季度以来最低值。”当当网执行董事长俞渝女士表示。“我们保持了在线上出版物行业的领导地位。与此同时，我们调整了自营品类，以进一步提高毛利。本季度当当网的招商平台运营超出我们的预期，招商平台市场交易总额比去年同期增长184%。我们离把当当网从网上书店转型为定位中高端客户的网上综合购物商城的目标越来越近。未来，我们计划通过跨品类销售和提升整体用户体验的策略来挖掘客户的购买力，以更好地利用我们的客户群。短期内，我们的目标是寻求收支平衡。”

“我们实现了稳固的收入增长，毛利率比去年同期增长240个基点。进一步改善的仓储物流和精细化运营有助于把净亏损缩减至人民币2790万元，占净营收总额的1.8 %，这是自2024年第二季度以来的最好表现。” 当当网的财务总监邹钧先生表示。“我们产生的经营现金流流入为人民币1.58亿元，而去年同期数据为现金流流出人民币1.06亿元。我们会继续专注于营利增长，提升毛利率，改善经营效率，争取在不久的将来实现盈利。”

2024年第三季度业绩

2024年第三季度当当网净营收总额为人民币15.259亿元(2.493亿美元)，比2024年同期增长19%。

2024年第三季度出版物收入为人民币10.46亿元(1.709亿美元)，较2024年同期增长23%。2024年第三季度百货收入为人民币4.218亿元(6890万美元)，较2024年同期增长6%。2024年第三季度包含招商平台收入在内的其他收入为人民币5810万元(950万美元)，较2024年同期增长44%。

当当网拥有约840万个活跃客户，包括2024年第三季度增长的约290万新客户，较2024年同期增加21%和19%。2024年第三季度的订单总额约1570万，较2024年同期增加了13%。

销售成本为人民币12.575亿元(2.055亿美元)，占净营收总额的82.4%；相较之下2024年同期数据为84.8%。销售成本在总收入中占比下降的主要原因是减少了一些自营百货中低毛利产品。2024年第三季度的毛利率为17.6%；相较之下，2024年的同期数据15.2%，2024年第二季度数据17.1%。其同比增长的主要原因是出版物对毛利增长的强劲贡献，其他营收的增长表明招商平台的可持续扩展性。

运营及仓储物流费用包括仓储费用和运输运费，总计人民币1.793亿元(2930万美元)，占净营收总额的11.7%；相较之下，2024年同期数据为14.4%，2024年第二季度数据为12.0%。运营及仓储物流费用占净营收总额百分比同比和环比下降的主要原因是规模经济，更高效的仓储管理运营和快递成本的降低。

市场营销费用为人民币5810万元(950万美元)，占净营收总额的3.8%；相较之下，2024年同期数据为3.6%，2024年第二季度数据为5.1%。同比增长的主要原因是打造对当当网服装品牌认知的线上市场营销活动。环比下降的主要原因是线下推广活动的减少，包括电视广告在内。

技术研发费用为人民币4460万元(730万美元)，占净营收总额的2.9%；相较之下，2024年同期数据为3.1%，2024年第二季度数据为3.1%。同比和环比下降的主要原因是精细化运营。

行政管理费用为人民币3600万元(590万美元)，占净营收总额的2.4%，2024年同期数据为2.6%。总务及管理费用下降的主要原因是规模效应和管理效率的提升。

2024年第三季度分配到相关费用项目上的期权费用为人民币270万元(40万美元)，较2024年同期的280万元，下降1.9%。

2024年第三季度当当网记录在案的经营亏损为人民币4330万元(710万美元)，较2024年同期的经营亏损人民币1.046亿元有所减少，其减少的主要原因是毛利率的提升和持续的精细化运营。

扣除期权费用的经营亏损(非公认会计原则)为人民币4060万元(660万美元)，较2024年同期扣除期权费用的经营亏损(非公认会计原则)人民币1.018亿元有所下降。

净亏损为人民币2790万元(460万美元)，较2024年第三季度和2024年第二季度的数据人民币1.001亿元和6390万元各有所下降，其下降的主要原因是公司努力提升毛利和改善精细化运营。

净亏损率为1.8%，较2024年同期净亏损率7.8%有所改善。

扣除期权费用的净亏损(非公认会计准则)为人民2520万元(410万美元)，较2024年同期扣除期权费用的净亏损(非公认会计准则)人民币9730万元有所下降。

截止到2024年9月30日，当当网持有的现金和现金等价物、短期定期存款和持有到期投资共计人民币14.329亿元(2.341亿美元)。相较之下，截止到2024年12月31日的数据为人民币16.346万元(包含限制性现金人民币7.094亿)。

2024年第三季度的资本支出为人民币1690万元(280万美元)，其中包括天津建仓投入的人民币900万元。

2024年第三季度调整后息税折旧及摊销前的利润亏损(非公认会计准则)为人民币2800万元(460万美元)；相较之下，2024年同期调整后息税折旧摊销前利润亏损人民币9060万元。

**第五篇：当当网2024年第一季度财务报告**

当当网2024年第一季度财务报告 当当网今日发布了截至3月31日的2024财年第一季度财报。总净营收为人民币10.836亿元(约合1.721亿美元)，同比增长58%。净亏损为人民币9950万元(约合1580万美元)，而去年同期净利润为人民币310万元。

第一财季业绩摘要：

总净营收为人民币10.836亿元(约合1.721亿美元)，同比增长58%。媒体产品营收为人民币6.96亿元(约合1.105亿美元)，同比增长35%。

日用品营收为人民币3.679亿元(约合5840万美元)，同比增长124%，占总营收的34%，而上年同期占24%。

第一财季业绩分析：

总净营收为人民币10.836亿元(约合1.721亿美元)，同比增长58%。媒体产品营收为人民币6.96亿元(约合1.105亿美元)，同比增长35%。日用品营收为人民币3.679亿元(约合5840万美元)，同比增长124%。

来自第三方的其他营收为人民币1980万元(约合310万美元)，同比增长108%。活跃用户约为610万人，同比增长44%。订单总量约为1180万份，同比增长48%。营收成本为人民币9.293亿元(约合1.476亿美元)，占总营收的85.8%，而上年同期为80.5%。营收成本所占营收比例增加是因为网站所售日用品比例增加，而日用品的利润率较低。

履约支出(包括仓储和货运支出)为人民币1.755亿元(约合2790万美元)，占总营收的16.2%，而上年同期为12.4%。履约支出增加主要是因为扩充采购团队、新仓库租借成本增加，以及完善用户体验所致，如提升发货速度。

营销支出为人民币2960万元(约合470万美元)，占总营收的2.7%，而上年同期为3.4%。营销支出下滑是因为运营效率提升和营销战略调整所致。

技术和内容支出为人民币3210万元(约合510万美元)，占总营收的3.0%，上年同期为

2.7%。该部分开支增加主要是因为中级和高级工程师数量增加所致。

一般及行政支出为人民币2680万元(约合430万美元)，占总营收的2.5%，低于上年同期的1.7%。该部分开支增加主要是因为员工数量增加所致。

股票奖励支出为人民币280万元(约合40万美元)，与上年同期的人民币240万元相比下滑增长14.6%。

运营亏损为人民币1.072亿元(约合1700万美元)，而上年同期运营利润为人民币130万元，运营亏损主要是由于营销开支和履约成本增加所致。

扣除除股权奖励支出(基于非美国通用会计准则)，运营亏损人民币1.044亿元(约合1660万美元)，而上年同期实现运营利润人民币120万美元。

净亏损人民币9950万元(约合1580万美元)，而上年同期实现净利润为人民币310元，主要是因为营销开支和履约成本增加等原因所致。

扣除股权奖励支出(基于非美国通用会计准则)，净亏损人民币9670万元(约合1540万美元)，而上年同期实现净利润人民币550元。

截至2024年3月31日，当当网持有现金、现金等价物、短期定期存款和持有至到期投资(Held-to-maturity investment)为人民币13.931亿元(约合2.212亿美元)，而截至2024年12月31日时为人民币13.918亿元(约合2.211亿美元)。

资本支出为人民币2380万元(约合380万美元)。

基于非美国通用会计准则，调整后的EBITDA(未计入利息、税费、折旧和摊销之前利润)为人民币9480万元(约合1510万美元)，而上年同期的EBITDA为人民币760万元。主要是由于营销开支和履约成本增加所致。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！