

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之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



**Joy Spreader Group Inc.**  
**樂享集團有限公司**  
 (前稱乐享互动有限公司)  
 (於開曼群島註冊成立之有限公司)  
 (股份代號：6988)

## 截至2021年6月30日止六個月之 中期業績公告

樂享集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2021年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核簡明綜合中期業績，連同截至2020年6月30日止六個月之比較數據如下：

### 財務業績摘要

	截至6月30日止六個月		同比變動 增加／ (減少) (%)
	2021年 (未經審核)	2020年 <sup>(1)</sup> (未經審核)	
	(百萬港元，百分比除外)		
	(經重新呈列)		
	(簡明綜合財務 報表附註1)		
<b>收益</b>	<b>624.33</b>	384.51	62.37%
互娛及其他數字產品營銷	<b>495.12</b>	349.64	41.61%
電商產品營銷	<b>129.21</b>	33.54	285.24%
其他產品 <sup>(2)</sup>	—	1.33	(100.00)%
<b>毛利</b>	<b>214.07</b>	104.35	105.15%
互娛及其他數字產品營銷	<b>148.79</b>	77.26	92.58%
電商產品營銷	<b>65.28</b>	26.83	143.31%
其他產品 <sup>(2)</sup>	—	0.26	(100.00)%
<b>期內溢利(不包括匯兌損益)</b>	<b>137.17</b>	67.82	102.26%

## 財務業績摘要 — 續

	截至6月30日止六個月		同比變動
	2021年 (未經審核)	2020年 <sup>(1)</sup> (未經審核)	增加／ (減少) (%)
	(百萬港元，百分比除外) (經重新呈列) (簡明綜合財務 報表附註1)		
匯兌損益 <sup>(3)</sup>	29.75	—	—
期內溢利	107.42	67.82	58.39%
本公司擁有人應佔期內溢利	107.42	67.82	58.39%
淨利率(不包括匯兌損益)	21.97%	17.64%	4.33 <sup>(4)</sup>
淨利率	<u>17.21%</u>	<u>17.64%</u>	<u>(0.43)<sup>(4)</sup></u>

附註：

- (1) 本公司的呈列貨幣於2020年度由人民幣(「人民幣」)改為港元(「港元」)，故以上財務業績摘要以港元呈列。比較資料已重新呈列以反映呈列貨幣改為港元之變動；
- (2) 其他產品主要指我們向客戶提供的非效果類營銷活動；
- (3) 由於港元匯率下跌造成的尚未使用的上市募集資金折算損失；
- (4) 百分點變動。

## 經營資料概要

	於6月30日或 截至6月30日止六個月		同比變動 增加／ (減少) (%)
	2021年	2020年	
<b>平台接入的營銷點位數量(個)</b>			
覆蓋營銷點位 <sup>(1)</sup>	<b>1,561,601</b>	505,945	208.65%
抖音	<b>657,344</b>	80,141	720.23%
微信公眾號	<b>872,923</b>	425,804	105.01%
微信視頻號	<b>31,334</b>	–	–
活躍營銷點位 <sup>(1)</sup>	<b>689,512</b>	304,668	126.32%
抖音	<b>65,237</b>	20,649	215.93%
微信公眾號	<b>624,275</b>	284,019	119.80%
<b>活躍營銷點位的平均交易流水<sup>(1)</sup></b>			
抖音電商產品(港元)	<b>9,920.44</b>	8,608.65	15.24%
微信公眾號互娛產品(港元)	<b>2,833.77</b>	2,788.33	1.63%
綜合平均交易流水(港元)	<b>3,504.26</b>	3,182.81	10.10%
<b>撮合交易流水</b>			
電商產品GMV <sup>(2)</sup> (百萬港元)	<b>647.18</b>	177.76	264.08%
互娛產品交易流水(百萬港元)	<b>1,769.05</b>	791.94	123.38%
撮合交易流水合計(百萬港元)	<b>2,416.23</b>	969.70	149.17%
<b>客戶數量及營銷產品數量(個或款)</b>			
行業客戶數量	<b>308</b>	225	36.89%
互娛及其他數字產品數量	<b>1,538</b>	944	62.92%
電商產品數量	<b>231</b>	124	86.29%
<b>研發投入</b>			
研發開支(百萬港元)	<b>29.90</b>	3.68	712.50%
數據模型數量(套)	<b>169</b>	123	37.40%

附註：

- (1) 對於「覆蓋營銷點位」、「活躍營銷點位」以及「活躍營銷點位的平均交易流水」的詳細解釋，請結合「我們的業務」章節及「我們的收入模式」章節參考；
- (2) 商品交易金額(「GMV」)。

## 公司簡介

### 概覽

本集團是中國領先的從事移動新媒體智能化效果營銷業務的科技公司。伴隨中國移動互聯網技術和商業環境的飛速發展，以騰訊、字節跳動等為代表的移動新媒體平台匯聚了海量的用戶和超長的在線時長，也培育了基於移動互聯網用戶興趣和潛在需求的全新消費場景。本集團前瞻性關注移動互聯網商業環境變化，並積極踐行「科技賦能營銷、效果成就價值」的理念，用領先的營銷科技能力和平台化專業服務能力致力於服務廣闊的移動新媒體消費市場和移動互聯網變現領域。我們以數據和算法為關鍵核心，用基於興趣推薦的撮合匹配技術，幫助電商、互娛等消費產品直接觸達消費者（即「**Direct to consumer**」或「**DTC**」），通過交易流水分成等形式與產品方、新媒體發佈者共同分享商業價值。

### 我們的業務

本集團使用專有技術及平台在移動新媒體內容發佈者與行業客戶之間架設紐帶，以供給端平台（即「**SSP**」）服務和需求端平台（即「**DSP**」）服務撮合電商產品、互娛產品等與移動新媒體流量耦合匹配，促成用戶消費行為，並根據交易額、轉化量等效果類指標收取分成費用。本集團並非圍繞行業客戶的營銷預算進行服務的公司。我們致力於幫助我們的行業客戶精準直接觸達消費者（「**DTC**」）並實現消費交易。以交易流水分成（**CPS**）模式與行業客戶開展緊密合作是本集團在商業模式上的特點。

#### **(I) 供給端平台（即「SSP」）服務：媒體畫像及智能選品**

我們向移動新媒體流量的供給者，即內容發佈者提供簡單、易用的SaaS工具，幫助其接入我們的業務平台以享受我們提供的供給端平台（即「**SSP**」）智能選品服務。我們通過自動化分析已發佈內容的特點屬性、在內容上產生的匿名用戶行為（例如轉發、點讚、關注、評論等），以及前述內容特點屬性與匿名用戶行為之間的互動關係，形成數據化、標籤化的媒體畫像數據。利用基於數據和算法的興趣推薦技術，我們以經過模型篩選的短列表形式，為移動新媒體發佈者推薦符合其媒體畫像的產品，並將其發佈至營銷點位（如抖音商品櫥窗、微信公眾號菜單欄等），以供互聯網用戶購買、充值或下載安裝，並通過交易流水或計費行為取得收益。供給端平台服務的對象主要為抖音和微信公眾號平台上的內容發佈者或內容發佈者的組織（如公會及MCN機構）。

通過供給端平台服務，本集團得以自動化批量獲取穩定的營銷點位。截至2021年6月30日，本集團業務系統中覆蓋營銷點位總數達到1,561,601個，較截至2020年6月30日的505,945個同比增長208.65%。「覆蓋營銷點位」是指本集團業務平台接入的，雙方擬進行點位商業化合作，並給予本集團相關服務權限的營銷點位。「覆蓋營銷點位」需要經歷數據分析、媒體畫像、與產品端進行算法匹配等一系列技術工作之後才能轉化為「活躍營銷點位」。「活躍營銷點位」是指在某一期間內達成至少一次撮合交易的營銷點位。截至2021年6月30日止六個月期間，本集團業務平台上的活躍營銷點位數量為689,512個，比2020年上半年的304,668個增長126.32%；平均每個活躍營銷點位上撮合成交易的消費綜合平均交易流水約為3,504港元，比2020年上半年的約3,183港元增長10.10%。

供給端平台服務為本集團的效果營銷業務提供了廣闊的分銷網絡，同時又幫助我們及時分析營銷效果，為數據積累和算法迭代提供技術支撐，從而提升營銷點位的變現效率。

## **(II) 需求端平台(即「DSP」)服務：產品畫像及智能選號**

同時，我們向移動新媒體流量的需求者，即行業客戶提供需求端平台(即「DSP」)智能選號服務。我們將行業客戶的產品數據化、標籤化並形成產品畫像，並且以經過模型篩選的短列表的形式，為產品選擇最適合其分銷或發行的移動新媒體營銷點位，通過互聯網用戶在營銷點位上的購買、充值或下載安裝，幫助行業客戶獲得銷售訂單或新增用戶。需求端平台服務的行業客戶主要包括(i)需要分銷其實物產品的電商經銷商；及(ii)需要發行互娛及其他數字產品的公司，如遊戲開發商、網絡文學平台、應用開發商等。

## **(III) 撮合交易**

本集團供給端平台服務及需求端平台服務的結果，是以超級鏈接作為載體，將行業客戶的產品(例如遊戲、電商產品、網絡文學、移動程序及小程序推廣項目等)發佈至移動新媒體上的營銷點位(如抖音商品櫥窗、微信公眾號菜單欄等)，以供互聯網用戶購買、充值或下載安裝，從而達成營銷目標。本集團在營銷業務中發揮的作用，是進行媒體畫像和產品畫像的匹配，在數據模型引導下促使產品在營銷點位上形成消費交易。我們以撮合交易的形式為行業客戶和內容發佈者提供了商業合作的智能化平台。

## 我們的收入模式

按照業務品種不同，本集團的收入模式主要分為「交易流水分成（即CPS）」和「交易行動計費（即CPA）」兩種類別，其中「交易流水分成（即CPS）」是本集團當前所採用的最主要的收入模式。以2021年上半年收益口徑統計，按照交易流水分成（即CPS）取得的收入佔本集團總收入的92.71%。

業務類型	收入模式
互娛及其他數字產品營銷，其中：	
遊戲	交易流水分成（即CPS）
網絡文學	交易流水分成（即CPS）
應用及其他	交易行動計費（即CPA）
電商產品營銷	交易流水分成（即CPS）

### (I) 交易流水分成（即CPS）模式

對於電商、遊戲及網絡文學營銷業務，本集團按照撮合成交的電商GMV或互娛產品發行及聯合運營產生的流水的約定比例收取服務費用（即CPS分成）。這些業務的收入金額主要取決於(i)撮合成交的交易流水；及(ii)約定的分成比例。

#### (i) 撮合成交的交易流水

本集團撮合成交所達成的交易流水可以用以下公式示意：

活躍營銷點位的數量 × 單個營銷點位的成交金額 = 交易流水

#### (a) 活躍營銷點位的數量

「活躍營銷點位」是指在某一期間內達成至少一次撮合交易的營銷點位，由「覆蓋營銷點位」經過數據分析、媒體畫像、與產品端進行算法匹配等一系列技術工作轉化為「活躍營銷點位」。「覆蓋營銷點位」是指本集團業務平台接入的，雙方擬進行點位商業化合作，並給予本集團相關服務權限的營銷點位。因此，增加「覆蓋營銷點位」的數量，以及提高由「覆蓋營銷點位」到「活躍營銷點位」的轉化率，是本集團努力提高活躍營銷點位數量的重點方向。

本集團通過多種渠道擴展覆蓋營銷點位的數量。我們通過抖音、微信公眾號等移動新媒體平台的官方工具、公會、MCN機構以及個人等渠道廣泛接入覆蓋營銷點位。截至2021年6月30日，本集團業務系統中覆蓋的營銷點位總數達到1,561,601個，較截至2020年6月30日的505,945個同比增長208.65%。

本集團主要通過三個方面提升「覆蓋營銷點位」到「活躍營銷點位」的轉化率。首先，我們通過不斷優化模型算法提高識別、篩選更優質營銷點位的能力，提高覆蓋營銷點位的質量水平；其次，我們通過不斷優化模型算法提高媒體畫像和精確度，使覆蓋營銷點位的內容特點和匿名粉絲行為能夠被充分識別，匹配到適合其變現的產品；第三，我們通過不斷豐富產品庫，接入更多熱銷產品來提升產品吸引力，喚醒覆蓋營銷點位的活躍度。

#### (b) 單個營銷點位的成交金額

在提升單個營銷點位的成交金額方面，我們通過(i)優化業務結構，為營銷點位匹配電商、高單價產品等手段提升單次消費交易的成交價格；及(ii)同時也努力利用模型算法實時調整營銷點位的排序、輪播，以促進在同樣的營銷點位上達成更高的交易頻次。

2021年上半年，本集團單個活躍營銷點位的平均成交金額約為3,504港元，較2020年上半年的約3,183港元提高約10.10%。其中，2021年上半年平均每個抖音平台活躍營銷點位撮合成交的電商GMV約為9,920港元，比2020年同期的8,609港元提高15.24%；2021年上半年平均每個微信公眾號平台活躍營銷點位撮合成交的互娛產品流水約為2,834港元，較2020年同期的2,788港元提高1.63%。

鑒於電商營銷點位的撮合成交金額更高且增速更快，本集團正在重點佈局電商營銷點位的覆蓋，進一步提升本集團業務平台上平均單個營銷點位的成交金額。

## (ii) 約定分成比例

約定的分成比例是本集團根據行業客戶的產品特性，經過數據模型和產品經理綜合評測，與行業客戶事先約定。不同產品的分成比例不同，而且同一產品在不同營銷時段、營銷方案中亦有所差別。

## (II) 交易行動計費(即CPA)模式

對於應用及其他數字產品營銷業務，本集團按照促成的交易效果(如下載、安裝、註冊等)，向行業客戶收取服務費。以2021年上半年收益口徑統計，按照交易行動計費(即CPA)取得的收入佔本集團總收入的7.29%，不屬於主要收入模式。

## 數據安全和隱私保護

本集團高度珍視行業客戶、互聯網平台公司及內容發佈者對我們的信賴，以及對我們業務、技術、服務能力的認可。本集團一貫嚴格遵守經營所在國家及地區有關數據安全和隱私保護的法律、法規和制度，並將持續按照更高的標準貫徹執行。我們在研發、運營中所分析和應用的數據為移動新媒體內容數據、匿名用戶行為數據以及產品數據，均不涉及針對任何具體客戶、用戶、ID的隱私信息。我們的數據庫處於多維度、多層級的加密措施保護之中，並妥善保存在行業信賴的雲端及本地服務器平台。

## 我們的技術

本集團已通過長期服務積累大量移動新媒體內容數據、匿名用戶行為數據以及產品數據，從而使本集團能夠建立由專有商業智能技術支撐，具備有效的數據收集能力和強勁的數據分析能力的強大技術平台。作為一家以數據和算法為核心能力且技術驅動的公司，本集團能夠通過自動化平台實現對產品和移動新媒體內容及匿名用戶行為的分析及信息結構化處理，為行業客戶推薦量身訂制的產品分銷、發行策略，且為內容發佈者提供基於內容訂閱者興趣推薦的產品組合。

## 我們的優勢和壁壘

### (I) 行業高速發展

本集團所從事的業務在國內外短視頻興趣電商、移動新媒體社交等行業領域具有廣闊的前景，這些行業領域正在蓬勃發展，並且具有保持長期高速發展的潛力。尤其是基於數據和算法的興趣推薦技術的成功應用，為在短視頻平台和移動社交平台上進行直接觸達消費者（「**DTC**」）的營銷推廣、促進用戶消費提供了優質的場景。

- 當前，國內短視頻興趣電商方興未艾，直播電商、短視頻電商等形式受到用戶普遍歡迎，已經成為增速最快的線上消費場景。各大短視頻平台也正在不斷完善基礎設施和平台功能，促進構建平台的商業化生態；
- 以TikTok為代表的海外興趣電商平台已經積累大量用戶和線上內容，正處於商業化變現的初期階段，具有巨大的市場潛力和客戶需求；及
- 移動新媒體社交平台正在積極佈局視頻化轉型，提升視頻內容佔比，並構建適用於視頻化內容的商業化體系。

從行業客戶的角度，受益於移動互聯網技術的發展，線上銷售或發行具備了按照效果進行收費、直接觸達消費者（「**DTC**」）、幫助客戶獲取新的用戶和銷售訂單的基礎。因此，以交易流水分成（「**CPS**」）、交易行動計費（「**CPA**」）等效果類指標進行結算的營銷推廣模式也受到越來越多行業客戶的青睞。

## **(II) 平台進化為跨平台生態型服務公司提供歷史機遇**

在互聯網行業響應國家反壟斷監管的背景下，互聯網平台公司加強業務融合、更加開放、打破人為壁壘成為大勢所趨。在此趨勢下，互聯網平台將開放更多的業務機會給合作夥伴，以採用第三方服務的形式加強跨平台合作，用生態化建設代替封閉的業務體系。

互聯網平台公司的進化趨勢為包括本集團在內的生態型服務公司提供了歷史機遇。並且，由於不存在與某一家平台排他、代理性質的合作關係，本集團將有機會在平台間的業務融合中發揮跨平台服務的經驗和能力，更能滿足其生態化發展策略和業務需求。

## **(III) 按交易流水分成(CPS)，幫助客戶直接觸達消費者(「DTC」)的模式優勢及壁壘**

本集團並非圍繞行業客戶的營銷預算進行服務的公司。以交易流水分成(CPS)模式與行業客戶開展緊密合作是本集團在商業模式上的特點。在此模式下，本集團無需提前取得行業客戶的營銷預算，而是通過我們的服務和技術能力幫助行業客戶解決直接觸達消費者(「DTC」)的痛點和需求，獲取新的客戶和銷售訂單，再按照交易流水等效果類指標與行業客戶進行結算。這不僅滿足了行業客戶最根本的營銷訴求，降低了營銷門檻，也提升了營銷活動的投入產出比。

交易流水分成 (CPS) 的模式能夠取得成功，關鍵在於能夠實現足夠的銷售額，以覆蓋數據、模型算法及流量相關的成本。而這有賴於長期的研發投入和模型算法優化，以及對產品和流量商業化運營的深刻理解。

#### **(IV) 數據和模型算法的先發優勢及壁壘**

本集團早在2013年即開始在微信公眾號平台進行數據和模型算法的研發，並於2018年開始在抖音平台進行數據和模型算法研發。由於先發優勢，我們擁有行業領先的數據規模和數據時間維度。數據積累在模型構建和模型效果等方面具有決定性影響，這也為本集團在行業內的領先優勢構築了競爭壁壘。結構豐富、規模龐大、時間跨度完整且實時交互的數據幫助我們更好地測試、構建及完善我們的算法模型，並能夠保障我們的營銷效果，不斷提升我們的服務水平。

本集團正在積極佈局針對TikTok的海外興趣電商營銷業務。基於我們對國內移動新媒體商業變現業務的經驗，我們認識到在海外興趣電商平台上進行數據和模型算法積累的重要性並且已經開始相關工作。我們已經積累的模型算法能力將為我們開展海外興趣電商營銷業務提供寶貴經驗。

#### **(V) 供給端平台服務與需求端平台服務的協同優勢**

作為本集團業務閉環的兩個相互支撐的組成部份，我們的供給端平台服務與需求端平台服務形成了有機整體，共同構成產品庫、流量池、模型效果三方面正向促進、互動增長的循環。

#### **(VI) 跨平台、多產品、效果計費的服務能力**

從行業客戶角度，本集團具備為行業客戶的產品進行跨平台分銷或分發的能力，使得我們能夠滿足其多渠道營銷推廣的需求；從移動新媒體內容發佈者角度，我們的產品庫中囊括了豐富多樣的產品，包括線上互娛、線上工具、實物商品等多種品類，符合法律法規要求，且商業化價值較高，可以為內容發佈者提供更佳變現成果。

#### **(VII) 許可證優勢及壁壘**

本集團除了擁有全國高新技術企業資質及中關村高新技術企業資質外，亦取得了網絡文化經營許可證，使得我們可以合法合規地經營遊戲、電商、網絡文學、直播等網絡文化業務，並在營銷推廣效果的基礎上取得發行、合作、分銷等分成收入。

## 管理層討論及分析

### 業務回顧

- **2021年上半年業績概覽**

本集團2021年上半年實現收益624.33百萬港元，較2020年上半年的384.51百萬港元增加62.37%，該增加主要可歸因於移動新媒體效果營銷市場需求旺盛，本集團充分發揮了在數據積累和算法模型構建方面的先發優勢及供給端平台與需求端平台的協同優勢，通過跨平台、多產品、效果計費的服務能力，提升活躍營銷點位的數量和活躍營銷點位平均成交金額，推動本集團撮合達成的消費成交金額提高，尤其是電商產品成交金額大幅提升，本集團以交易流水分成(CPS)模式為主產生的收入因此得以提升。

本集團2021年上半年實現毛利214.07百萬港元，較2020年上半年的104.35百萬港元增加105.15%；毛利率由2020年上半年的27.14%提升至2021年上半年的34.29%。毛利率的增長，主要可歸因於(i)互娛及其他數字產品業務毛利率的穩步提升；及(ii)毛利率水平更高的短視頻電商營銷業務佔比不斷提升。

- **2021年上半年業務進展**

- **效果營銷服務**

2021年上半年，本集團效果營銷業務服務的行業客戶及其產品數量均有顯著增長。截至2021年6月30日，本集團效果營銷業務服務的行業客戶覆蓋約23個行業，達到308家。

- 互娛及其他數字產品效果營銷服務

截至2021年6月30日，本集團產品庫中收錄的遊戲產品達到236款，較截至2020年12月31日新增27款；網絡文學作品達到1,302部，較截至2020年12月31日新增191部。

2021年上半年，本集團錄得互娛及其他數字產品效果營銷服務收益495.12百萬港元，較去年同期的349.64百萬港元增長41.61%。其中遊戲產品實現收益382.30百萬港元，相較於2020年上半年233.40百萬港元增長63.80%；網絡文學產品實現收益67.32百萬港元，相較於2020年上半年87.90百萬港元減少23.41%；應用及其他產品實現收益45.50百萬港元，相較於2020年上半年28.34百萬港元增長60.55%。

- 電商產品效果營銷服務

截至2021年6月30日，本集團產品庫中收錄的電商帶貨產品達到231款，較截至2020年12月31日的183款增加了48款。

2021年上半年，通過本集團效果營銷服務達成的電商產品GMV達到647.18百萬港元，比2020年上半年的177.76百萬港元增長264.08%；本集團電商產品效果營銷服務依照淨額法確認收益，2021年上半年錄得收益129.21百萬港元，相當於2020年上半年33.54百萬港元的3.85倍。

- 研發進展

2021年上半年本集團錄得研發開支29.90百萬港元，較2020年上半年的3.68百萬港元增長712.50%。

本集團致力於打造圍繞模型算法的大數據競爭優勢。截至2021年6月30日，依據不同產品品類建立的數據模型達到169套，較2020年12月31日的148套增長14.19%。智能推薦耦合模型所採用的數據標籤達到2,447個，較截至2020年12月31日的1,923個增長27.25%。數據規模的擴大與算法能力的增強，為公司營銷業務效果提升，以及進一步拓展行業客戶及營銷SaaS客戶數量奠定了堅實的基礎。

## 2021年下半年及未來戰略佈局

- **大力拓展基於短視頻內容的海外興趣電商業務**

本集團將基於短視頻內容的海外興趣電商營銷業務作為未來戰略發展重點之一，並已經開始搭建相關業務體系。針對海外移動新媒體運營特點和市場環境，我們已搭建了新的技術模型和服務體系，在包括TikTok等在海外擁有大量活躍用戶的海外平台上拓展興趣電商營銷業務。我們將從貨源組織、新媒體內容及流量、數據分析、撮合交易、物流等各個環節努力打造適配於當地市場的業務閉環，將基於數據算法和興趣推薦的「撮合消費」營銷模式應用於海外市場。本集團首批業務落地國家位於東南亞，待時機成熟時將逐步向其他國家及地區拓展。

- **多種渠道佈局1P(1<sup>st</sup>-party)流量**

作為本集團的戰略發展重點之一，我們致力於通過多種渠道培育1P內容和流量，以提升本集團的客戶服務能力和盈利水平。我們將持續通過戰略聯盟、投資、孵化等途徑，培育與本集團深入合作的新媒體號、1P內容和流量，為本集團的客戶提供量身定制的新媒體內容，以提高消費轉化，並進一步降低流量成本。1P內容和流量(i)將有利於本集團開展電商、互動娛樂等移動新媒體營銷業務；及(ii)有利於本集團將數據算法能力和移動新媒體文化內容深入結合，響應中國政府倡導的「新時代文化繁榮發展」號召，推動文化產業與網絡新媒體融合創新發展。

- **不斷優化數據算法平台，持續保持研發投入**

本集團作為通過數據分析和算法能力跨平台提供效果營銷服務、促進社會消費的科技公司，將不斷優化自動化交易撮合系統及技術平台，實現對產品和移動新媒體內容的精準分析及信息結構化處理，撮合客戶產品和移動新媒體內容流量實現精準匹配交易。我們將夯實核心技術能力，不斷提高科技能力和服務水平，充分釋放數據資產勢能，加快構築堅實的業務壁壘，以創新、優質的服務長效助力我們的業務發展，進一步鞏固行業領先地位。

隨著本集團在國際化發展中打開全新的海外業務市場，我們將針對海外移動新媒體（如TikTok）視頻內容的數據分析、算法建模等方面持續投入研發資源，致力於形成海外移動新媒體效果營銷，包括興趣電商營銷及互動娛樂營銷領域的先發優勢和技術優勢。

## 財務回顧

### 收益

截至2021年6月30日止六個月，本集團收益約624.33百萬港元，較截至2020年6月30日止六個月的約384.51百萬港元增加62.37%，該增加乃主要由於移動新媒體效果營銷市場需求旺盛，本集團充分發揮了在數據積累和算法模型構建方面的先發優勢及供給端平台與需求端平台的協同優勢，通過跨平台、多產品、效果計費的服務能力，提升活躍營銷點位的數量和活躍營銷點位平均成交金額，推動本集團撮合達成的消費成交金額提高，尤其是電商產品成交金額大幅提升，本集團以交易流水分成(CPS)模式為主產生的收入因此得以提升。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收益明細：

	2021年 (未經審核)	截至6月30日止六個月		佔比(%)
		佔比(%)	2020年 (未經審核)	
(百萬港元，百分比除外)				
(經重新呈列)				
(簡明綜合財務報表附註1)				
互娛及其他數字產品營銷收益	495.12	79.30%	349.64	90.93%
遊戲	382.30	61.23%	233.40	60.70%
網絡文學	67.32	10.78%	87.90	22.86%
應用及其他	45.50	7.29%	28.34	7.37%
電商產品營銷收益	129.21	20.70%	33.54	8.72%
其他產品收益 <sup>(1)</sup>	-	-	1.33	0.35%
收益總計	<b>624.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>384.51</b>	<b>100.00%</b>

附註：

(1) 其他產品收益主要指我們向客戶提供的非效果類營銷活動。



## **其他收入**

本集團其他收入由截至2020年6月30日止六個月的約2.29百萬港元增加128.82%至截至2021年6月30日止六個月的約5.24百萬港元，乃主要由於(i)政府補助金額較去年同期增長1.08百萬港元；及(ii)銀行存款利息收入較去年同期增長1.90百萬港元。

## **其他收益及虧損**

於本報告期，本集團其他收益及虧損約為虧損30.70百萬港元。截至2020年6月30日止六個月的虧損約0.22百萬港元。乃主要由於港元對人民幣匯率下跌所產生的匯兌折算損失增加29.75百萬港元所致。

## **分銷及銷售開支**

本集團分銷及銷售開支主要包括(i)營銷開支；(ii)員工成本；(iii)差旅開支；及(iv)其他開支。

截至2021年6月30日止六個月，本集團分銷及銷售開支約24.25百萬港元，較去年同期約1.47百萬港元大幅增長，乃主要由於本期集團境內電商業務銷售宣傳相關費用增加所致。

## 行政開支

本集團行政開支主要包括(i)攤銷及折舊；(ii)員工成本；(iii)差旅及招待開支；(iv)專業服務費；(v)稅項及附加；(vi)租金費用；及(vii)辦公室有關開支。

截至2021年6月30日止六個月，本集團行政開支約25.55百萬港元，較去年同期約9.95百萬港元增加156.78%，乃主要由於(i)本集團在去年九月份成功上市後，員工成本及專業服務費隨著業務規模擴大而增加；及(ii)攤銷及折舊及辦公室有關開支較去年同期增幅較大。

## 研發開支

本集團研發開支主要包括數據分析及算法建模支出，特別是境內及海外電商業務的數據分析及算法建模支出，以及開發技術平台有關的技術人員的薪酬福利開支。

截至2021年6月30日止六個月，本集團研發開支約29.90百萬港元，較去年同期約3.68百萬港元增加712.50%，乃主要由於本集團業務規模迅速擴大，在數據分析和算法建模等方面增加研發投入所致。

## 融資成本

截至2021年6月30日止六個月，本集團融資成本為租賃房產產生的租賃負債於報告期內計提的利息費用。於報告期內，本集團並無銀行貸款。

## 報告期內溢利

由於上述原因，本集團的期內溢利由截至2020年6月30日止六個月的67.82百萬港元增加58.39%至報告期的107.42百萬港元。

## **貿易及其他應收款項及按金**

於2020年12月31日和於2021年6月30日，本集團貿易及其他應收款項及按金分別為335.14百萬港元和410.04百萬港元。

於2021年6月30日，本集團貿易應收款項餘額為396.01百萬港元，較於2020年12月31日的320.88百萬港元增加23.41%，主要是由於2021年618購物節期間，電商產品營銷業務實現的收益較去年有大幅增長，因此應收賬款有所增長。

其他應收款項及按金為員工備用金開支、房租押金、支付供應商的保證金等。於2021年6月30日，本集團其他應收款項及按金餘額為14.03百萬港元，較於2020年12月31日的14.26百萬港元，並無重大變化。

## **應收貸款**

於2020年12月31日和於2021年6月30日，本集團應收貸款分別為37.43百萬港元和18.03百萬港元，減少主要是由於收到部分應收貸款所致。

## **預付款項**

於2020年12月31日和於2021年6月30日，本集團預付款項分別為610.85百萬港元和942.22百萬港元，包括購買流量的預付款項及其他預付款項。本集團預付款項增加原因主要歸因於預付海外某知名短視頻平台流量採購款項增加，用以滿足本集團境內及海外業務發展需要，以及在採購上獲得更好的價格政策。

## **按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具**

於2020年12月31日和於2021年6月30日，本集團按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具分別為37.86百萬港元和38.37百萬港元，並無重大變化。

## **銀行結餘及現金**

於2020年12月31日和於2021年6月30日，本集團銀行結餘及現金分別為1,210.45百萬港元和901.72百萬港元，減少乃由於拓展業務規模，用於專案投放平台流量採購。

## **貿易及其他應付款項**

本集團貿易及其他應付款項主要包括(i)流量採購款；及(ii)其他應付款項，主要指應計上市開支、應付稅項及應付僱員薪酬。

本集團貿易應付款項由於2020年12月31日的11.75百萬港元增加151.40%至於2021年6月30日的29.54百萬港元，乃主要由於本集團業務規模擴大，應付流量採購款項增加所致。

本集團其他應付款項由於2020年12月31日的87.34百萬港元減少21.18%至於2021年6月30日的68.84百萬港元，乃主要由於結算上市開支及股份發行費用17.82百萬港元所致。

## **租賃負債**

本集團租賃負債由於2020年12月31日的21.04百萬港元減少至於2021年6月30日的20.27百萬港元，乃由於支付租賃費用及新增物業租賃所致。

## 流動資金及資本資源

下表載列所示期間我們現金流量概要：

	截至6月30日止六個月	
	2021年 (未經審核)	2020年 (未經審核)
	百萬港元	
	(經重新呈列)	
	(簡明綜合財務報表附註1)	
經營活動所用現金淨額	(244.66)	(68.57)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(0.61)	28.34
融資活動所用現金淨額	(52.71)	(5.26)
現金及現金等價物減少淨額	(297.98)	(45.49)
期初現金及現金等價物	1,210.45	146.79
匯率變動的影響	(10.75)	(0.04)
	<hr/>	<hr/>
期末現金及現金等價物	<b>901.72</b>	<b>101.26</b>

於2021年6月30日，現金及現金等價物主要以人民幣、美元及港元計值。

### 經營活動現金流量

我們經營活動現金流入主要包括向客戶提供移動新媒體效果營銷服務取得的銷售收入回款。我們經營活動現金流出主要包括流量採購成本、分銷及銷售開支、研發開支及行政開支。

截至2021年6月30日止六個月，我們經營活動所用現金淨額為244.66百萬港元(截至2020年6月30日止六個月：68.57百萬港元)，同比增加176.09百萬港元，主要由於2021年上半年業務量較去年同期大幅上升，應收賬款及預付帳款隨之上升所致。

## 投資活動現金流量

我們投資活動所用現金主要包括購買固定資產、購買按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產、發放及收回應收貸款等。

截至2021年6月30日止六個月，我們投資活動所用現金淨額為0.61百萬港元（截至2020年6月30日止六個月：投資活動所得現金淨額為28.34百萬港元），主要由於購買固定資產和按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產，及收回部分應收貸款所致。

## 融資活動現金流量

截至2021年6月30日止六個月，我們融資活動所用現金淨額為52.71百萬港元，（截至2020年6月30日止六個月：5.26百萬港元），同比增加47.45百萬港元，主要由於(i)根據股份獎勵計畫購買股份使用約35.36百萬港元；及(ii)結算上市發行股份相關費用增加約9.50百萬港元。

## 資本支出

本集團的主要資本支出主要包括固定資產、使用權資產及無形資產。下表載列於所示期間我們的資本支出淨額：

	截至6月30日止六個月	
	2021年 (未經審核)	2020年 (未經審核)
	百萬港元	
	(經重新呈列) (簡明綜合財務 報表附註1)	
固定資產	14.02	4.29
使用權資產	1.56	—
無形資產	—	2.21
	<hr/>	<hr/>
總計	<b>15.58</b>	<b>6.50</b>

## 附屬公司及聯營公司的重大投資、重大收購及出售

於報告期內，本集團並無持有任何重大投資、亦無任何附屬公司或聯營公司的重大收購或出售。

## 重大投資或資本資產的未來計劃

除本公司日期於2020年9月10日之招股章程（「招股章程」）「未來計劃及所得款項用途」一節所披露者外，本集團並無重大投資或資本資產的任何其他計劃。

## 分部資料

分部資料的詳情載於簡明綜合財務報表附註4。

## 債項

### 銀行借款

於2021年6月30日，本集團均無任何銀行借款。

## 或然負債、資產抵押及擔保

### 或然負債

於2021年6月30日，本集團並無涉及任何預期將會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何重大的法律、仲裁或行政訴訟（若發生不利裁決），且亦無發生會有該等影響的任何或然負債。

### 資產抵押及擔保

於2021年6月30日，本集團並無任何未清償的按揭、押記、債券、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債或其他類似債務、任何擔保或其他重大或然負債。

## 資本負債比率

資本負債比率乃使用負債總額除以資產總值再乘以100%計算。於2021年6月30日，本集團資本負債比率為5.07%（於2020年12月31日：5.34%）。

## 流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。流動比率由截至2020年12月31日的20.63倍增至截至2021年6月30日的21.11倍。

## 外匯風險及對沖

外幣風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。本集團擁有以美元及港幣計值的銀行結餘，使本集團面臨外匯風險。本集團的業務主要在中國經營，大部份交易乃以人民幣計值及結算。本集團將密切監控有關情況，並於必要時採取一定措施，確保外匯風險處於可控範圍。

## 僱員及薪酬政策

於2021年6月30日，本集團於中國及海外有79名全職僱員（於2020年12月31日：73名全職僱員）本集團僱員大部份位於中國。截至2021年6月30日，我們的僱員中有超逾75.95%為研發、技術及運營。

在員工福利和保障方面，本集團遵守法律規定的最低工作年齡及最低工資，並根據《北京市社會保險條例》為員工提供五項國家法定社會保險。本集團嚴格保障員工享受各類假期，如公眾假期、帶薪年假、病假、婚假、產假等，為員工提供員工意外保險、加班交通費報銷等福利及保障措施，並按季度組織員工團建、按年度組織員工體檢。

本集團透過專業獵頭公司及招聘網站來招聘員工。本集團已建立有效的僱員激勵計劃以使僱員薪酬與彼等整體表現掛鉤，並已建立一套以表現為基礎的薪酬獎勵計劃。僱員並不僅僅按職位及年資晉升。於2021年6月21日，本集團已採納股份獎勵計劃，該計劃旨在認可本集團若干董事、僱員、諮詢師及顧問作出的貢獻，以激勵彼等留在本集團，並激勵彼等為本集團未來的發展及擴張作出努力。

我們為我們聘用的新僱員提供專業的培訓計劃。我們還根據不同部門僱員的需求定制，提供線上線下的定期和專業培訓。

## 報告期後事項

### 更改公司名稱

本公司之英文名稱已由「Joy Spreader Interactive Technology. Ltd」更改為「Joy Spreader Group Inc.」，而中文名稱「樂享集團有限公司」已獲採納為本公司之新雙重外文名稱，以取代其現有中文名稱「乐享互动有限公司」，已於2021年7月7日生效。

### 更改股份簡稱

本公司於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）買賣股份之英文股份簡稱「JOY SPREADER」保持不變，而中文股份簡稱已由「樂享互動」更改為「樂享集團」，由2021年8月5日上午九時正起生效。本公司於聯交所之股份代號「6988」維持不變。

### 更改公司網址及聯絡方式

本公司之官方網址已於2021年8月5日起由「[www.adjjoy.com.cn](http://www.adjjoy.com.cn)」更改為「[www.joyspreader.com](http://www.joyspreader.com)」。因本公司名稱及本公司網址發生變更，故本公司投資者聯繫的電子郵箱也同步作出變更，由原電子郵箱[investment@adjjoy.com.cn](mailto:investment@adjjoy.com.cn)變更為[investment@joyspreader.com](mailto:investment@joyspreader.com)。本公司的電話及傳真號碼已分別變更為(86)10-87726988及(86)10-84775189。上述更新後的電子郵箱、公司電話及傳真號碼自2021年8月2日起啟用。

除上文所披露者外，截至2021年6月30日止六個月後未發生對本集團有影響的重大事項。

簡明綜合損益及其他全面收益表  
截至2021年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
收益	4	624,332	384,507
收益成本		<u>(410,261)</u>	<u>(280,155)</u>
毛利		214,071	104,352
其他收入		5,235	2,286
其他收益及虧損	5	(30,695)	(222)
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)		(698)	(12,509)
分銷及銷售開支		(24,248)	(1,471)
行政開支		(25,550)	(9,948)
研發開支		(29,902)	(3,675)
上市開支		–	(7,116)
融資成本		<u>(552)</u>	<u>(320)</u>
除稅前溢利		107,661	71,377
所得稅開支	6	<u>(240)</u>	<u>(3,555)</u>
本公司擁有人應佔期內溢利		<u><b>107,421</b></u>	<u><b>67,822</b></u>
其他全面收益(開支)			
不會重新分類至損益的項目：			
換算功能性貨幣至呈列貨幣的匯兌差額		25,102	(9,268)
按公平值計量且其變動計入其他全面收益 的股本工具公平值收益		71	11
與不會重新分類的項目有關的所得稅		<u>(11)</u>	<u>(2)</u>
期內其他全面收益(開支)(扣除所得稅)		<u>25,162</u>	<u>(9,259)</u>
本公司擁有人應佔期內全面收益總額		<u><b>132,583</b></u>	<u><b>58,563</b></u>
每股基本及攤薄盈利(港幣分)	8	<u><b>4.92</b></u>	<u><b>4.16</b></u>

簡明綜合財務狀況表  
於2021年6月30日

	附註	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		32,849	20,173
使用權資產		15,840	18,732
無形資產		7,397	8,722
遞延稅項資產		1,297	1,300
其他按金	9	2,823	2,791
按公平值計量且其變動計入 其他全面收益的股本工具		<u>38,367</u>	<u>37,862</u>
		<u>98,573</u>	<u>89,580</u>
流動資產			
貿易及其他應收款項以及按金	9	407,217	332,345
應收貸款		18,027	37,427
預付款項	10	942,222	610,854
按公平值計量且其變動計入 當期損益的金融資產		8,875	—
銀行結餘及現金		<u>901,720</u>	<u>1,210,447</u>
		<u>2,278,061</u>	<u>2,191,073</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	11	98,376	99,090
租賃負債		7,713	6,152
應付所得稅		1,810	986
		<u>107,899</u>	<u>106,228</u>
流動資產淨值		<u>2,170,162</u>	<u>2,084,845</u>
資產總值減流動負債		<u>2,268,735</u>	<u>2,174,425</u>

簡明綜合財務狀況表  
於2021年6月30日

	附註	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
非流動負債			
租賃負債		12,553	14,890
遞延稅項負債		—	573
		<u>12,553</u>	<u>15,463</u>
資產淨值		<u>2,256,182</u>	<u>2,158,962</u>
資本及儲備			
股本	12	22	22
儲備		<u>2,256,160</u>	<u>2,158,940</u>
權益總額		<u>2,256,182</u>	<u>2,158,962</u>

## 簡明綜合權益變動表

截至2021年6月30日止六個月

	股本 千港元	庫存股份 千港元 (附註)	資本儲備 千港元	按公平值 計量且 其變動 計入其他 全面收益 的儲備 千港元	法定儲備 基金 千港元	換算儲備 千港元	保留盈利 千港元	總計 千港元
於2021年1月1日(經審核)	22	-	1,745,119	21,073	33,034	78,130	281,584	2,158,962
期內溢利	-	-	-	-	-	-	107,421	107,421
權益工具公平值變動	-	-	-	60	-	-	-	60
換算匯兌差額	-	-	-	-	-	25,102	-	25,102
期內溢利及全面收益總額	-	-	-	60	-	25,102	107,421	132,583
根據股份獎勵計劃購買股份 (附註)	-	(35,363)	-	-	-	-	-	(35,363)
提取法定儲備基金	-	-	-	-	134,015	-	(134,015)	-
於2021年6月30日(未經審核)	<u>22</u>	<u>(35,363)</u>	<u>1,745,119</u>	<u>21,133</u>	<u>167,049</u>	<u>103,232</u>	<u>254,990</u>	<u>2,256,182</u>
於2020年1月1日(經審核) (經重新呈列)	16	-	289,741	3,735	19,790	(19,957)	156,149	449,474
期內溢利(經重新呈列)	-	-	-	-	-	-	67,822	67,822
權益工具公平值變動 (經重新呈列)	-	-	-	9	-	-	-	9
換算匯兌差額(經重新呈列)	-	-	-	-	-	(9,268)	-	(9,268)
期內溢利及全面收益(開支) 總額(經重新呈列)	-	-	-	9	-	(9,268)	67,822	58,563
於2020年6月30日(未經審核) (經重新呈列)	<u>16</u>	<u>-</u>	<u>289,741</u>	<u>3,744</u>	<u>19,790</u>	<u>(29,225)</u>	<u>223,971</u>	<u>508,037</u>

附註：

本公司已根據本公司日期為2021年6月21日的董事會(「董事會」)決議案採納股份獎勵計劃。詳情載於附註13。

## 簡明綜合現金流量表

截至2021年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
經營活動所用現金淨額	<u>(244,658)</u>	<u>(68,570)</u>
投資活動(所用)／所得現金淨額	<u>(611)</u>	<u>28,345</u>
融資活動所用現金淨額	<u>(52,713)</u>	<u>(5,264)</u>
現金及現金等價物減少淨額	(297,982)	(45,489)
期初現金及現金等價物	1,210,447	146,787
匯率變動的影響	<u>(10,745)</u>	<u>(42)</u>
期末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u><b>901,720</b></u>	<u><b>101,256</b></u>

## 簡明綜合財務報表附註

截至2021年6月30日止六個月

### 1. 一般資料

樂享集團有限公司(前稱樂享互動有限公司)(「本公司」)於2019年2月19日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立及登記為獲豁免有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。本公司註冊辦事處位於Sertus Incorporations (Cayman) Limited的辦事處，地址為Sertus Chambers Governors Square, Suite #5-204, 23 Lime Tree Bay Avenue P.O. Box 2547, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。本公司的主要營業地點位於中華人民共和國(「中國」)。本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)主要活動為提供數字營銷業務及相關服務。

於2021年6月30日，本公司於股東週年大會上通過一項特別決議案，將本公司英文名稱由「Joy Spreader Interactive Technology. Ltd」變更為「Joy Spreader Group Inc.」，同時本公司中文名稱由「樂享互動有限公司」變更為「樂享集團有限公司」，須待開曼群島公司註冊處處長透過發出更改名稱註冊證書批准後方可作實。於2021年7月7日，開曼群島公司註冊處處長向本公司發出更改名稱註冊證書。

本公司最終控股公司及直接控股公司為ZZN. Ltd.及Laurence mate. Ltd.，該等公司均於英屬處女群島註冊成立，並由本公司主席兼行政總裁朱子南先生最終控制。

簡明綜合財務報表以港元(「港元」)呈列，不同於本公司的功能性貨幣人民幣(「人民幣」)。本公司董事(「董事」)採用港元作為呈列貨幣。為方便使用者閱讀本公司的綜合財務報表及考慮到本集團未來國際化的策略，且由於本公司的股份於2020年9月在聯交所上市，本公司的呈列貨幣於上年度由人民幣改為港元。比較資料已重列以反映呈報貨幣對港元的變動。

### 2. 擬備基準

簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)所頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」(「國際會計準則第34號」)以及聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十六的適用披露規定而擬備。

### 3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃使用歷史成本法擬備，惟按公平值計量的若干金融工具除外(如適用)。

截至2021年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法，與本集團截至2020年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

### 3. 主要會計政策 – 續

#### 應用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）的修訂本

於本中期期間，為編製本集團的簡明綜合財務報表，本集團已首次應用由國際會計準則理事會頒佈的下列於2021年1月1日或之後開始的年度期間強制生效的國際財務報告準則修訂本：

國際財務報告準則第16號的修訂本	新型冠狀病毒相關租金寬減
國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、 國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第4號及 國際財務報告準則第16號的修訂本	利率基準改革 – 第二階段

本期間應用國際財務報告準則修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

### 4. 收益及分部資料

本集團為多種類型的產品（包括移動應用程序、手機遊戲、網絡文學、品牌及活動等）提供效果類自媒體營銷服務。效果類自媒體推廣指在自媒體上展示的推廣形式，主要為自媒體用戶註冊的線上賬戶利用流量向公眾發佈互聯網內容（包括文字、圖片、音頻、遊戲或視頻內容）。本集團通常從供應商（微信公眾號及信息流平台等自媒體發佈者）處獲得不同在線平台的流量，並將客戶提供的互聯網內容投放至合適的自媒體平台（如微信），迎合其訂閱者的興趣。

#### 按推廣產品類型劃分的收益分類

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
互娛及其他數字產品營銷	495,124	349,634
電商產品營銷	129,208	33,539
其他產品	—	1,334
	<u>624,332</u>	<u>384,507</u>
收益確認的時間		
時間點	<u>624,332</u>	<u>384,507</u>

#### 4. 收益及分部資料 – 續

##### 分部資料

本集團一直以一個報告分部(即效果類自媒體營銷服務)經營。

就資源分配及表現評估而言，作為主要經營決策者，本集團的行政總裁在作出本集團整體有關資源分配及表現評估的決策時審閱綜合業績，故本集團僅有一個可報告分部且並無呈列此單一分部的進一步分析。就此，並無呈列分部資料。

##### 地理資料

本集團位於中國，而本集團全部收益均來自中國客戶合約(基於提供服務的地點)，且本集團全部非流動資產均位於中國。因此，並無呈列地理資料。

#### 5. 其他收益及虧損

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	-	22
外匯虧損淨額	29,753	-
按公平值計量且其變動計入當期損益的 金融資產公平值變動產生的收益	(303)	-
其他	1,245	200
	<u>30,695</u>	<u>222</u>

## 6. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
即期稅項：		
中國企業所得稅	811	3,588
遞延稅項	(571)	(33)
	<u>240</u>	<u>3,555</u>

## 7. 股息

於本中期期間，概無派付、宣派或擬派股息（截至2020年6月30日止六個月：無）。董事已決定不會就本中期期間派付股息（截至2020年6月30日止六個月：無）。

## 8. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本盈利乃按照以下數據計算：

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千港元 (未經審核)	2020年 千港元 (未經審核) (經重新呈列)
盈利		
本公司擁有人應佔期內溢利	107,421	67,822
每股基本盈利(港幣分)	<u>4.92</u>	<u>4.16</u>

## 股份數目

	截至6月30日止六個月	
	2021年 千股 (未經審核)	2020年 千股 (未經審核)
用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數	<u>2,185,042</u>	<u>1,631,263</u>

## 8. 每股盈利 – 續

上一個中期期間用於計算每股基本盈利的普通股數目已根據股份拆細（如附註12（附註a）所述）的影響作出調整。

本中期期間用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數目已經扣除股份獎勵計劃信託（如附註13所載）持有的股份後得出。

於截至2021年及2020年6月30日止六個月，概無潛在已發行普通股具有攤薄影響。

## 9. 貿易及其他應收款項以及按金

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
貿易應收款項	396,008	320,874
其他應收款項及按金	<u>14,032</u>	<u>14,262</u>
貿易及其他應收款項以及按金總額	<u><b>410,040</b></u>	<u><b>335,136</b></u>
分析為		
非即期	2,823	2,791
即期	<u>407,217</u>	<u>332,345</u>
	<u><b>410,040</b></u>	<u><b>335,136</b></u>

本集團一般向客戶提供90日免息及無抵押信貸期。

根據發票日期（與各自收益確認日期相若）編製的貿易應收款項（扣除信貸虧損撥備）賬齡如下：

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
3個月內	297,371	264,444
3至6個月	92,677	53,244
7至12個月	<u>5,960</u>	<u>3,186</u>
	<u><b>396,008</b></u>	<u><b>320,874</b></u>

## 10. 預付款項

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
用於購買流量的預付款項	934,554	609,369
其他預付款項	7,668	1,485
	<u>942,222</u>	<u>610,854</u>

## 11. 貿易及其他應付款項

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
貿易應付款項	29,540	11,748
應付僱員薪酬	9,187	8,799
其他應付稅項	3,983	18,766
應計上市開支／股份發行成本	34,691	52,513
自客戶收取的按金	2,404	2,376
其他應付款項及應計費用	18,571	4,888
	<u>98,376</u>	<u>99,090</u>

## 11. 貿易及其他應付款項 — 續

根據發票日期呈列按賬齡劃分的貿易應付款項分析如下：

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
3個月內	22,592	5,555
3至6個月	4,963	2,469
7至12個月	1,985	2,218
1至2年	—	1,506
	<u>29,540</u>	<u>11,748</u>

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

## 12. 股本

	股份數目	股本 港元
每股面值0.001港元的普通股 法定 於2020年1月1日、2020年6月30日	<u>50,000,000</u>	<u>50,000</u>
股份拆細為每股0.00001港元 (附註a) 於2020年12月31日、2021年6月30日	<u>4,950,000,000</u>	<u>—</u>
	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>
已發行及繳足 於2020年1月1日、2020年6月30日	<u>16,312,632</u>	<u>16,313</u>
股份拆細 (附註a) 於2020年9月23日發行股份 (附註b) 於2020年10月28日發行股份 (附註c)	1,614,950,568 543,700,000 10,305,000	— 5,437 103
於2020年12月31日	<u>2,185,268,200</u>	<u>21,853</u>
股份購回 (附註13)	<u>(11,495,000)</u>	<u>—</u>
於2021年6月30日	<u>2,173,773,200</u>	<u>21,853</u>

## 12. 股本－續

	於6月30日 2021年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2020年 千港元 (經審核)
呈列為	<u>22</u>	<u>22</u>

附註：

- a. 於2020年8月26日，本公司股東通過書面決議案，批准本公司的已發行及未發行股本中每股面值0.001港元的本公司的股份於2020年9月23日在聯交所主板上市（「上市」）前拆細為100股每股面值0.00001港元的相應類別股份（「股份拆細」）。根據股份拆細，1,614,950,568股股份根據本公司於上市前的持股比例發行予本公司現有股東。
- b. 於2020年9月23日，本公司就上市發行543,700,000股每股面值0.00001港元的普通股，每股作價2.88港元，籌得所得款項總額合共1,565,856,000港元。
- c. 於2020年10月28日，本公司選擇配發及發行額外10,305,000股每股面值0.00001港元的普通股，作價2.88港元，籌得所得款項總額合共29,678,400港元。

## 13. 股份付款交易

本公司已根據其日期為2021年6月21日的董事會決議案採納一項股份獎勵計劃（「股份獎勵計劃」）。

根據股份獎勵計劃，本公司已與一名受託人（「受託人」）訂立合約以於2021年6月21日設立一項信託（「信託」）。董事會可不時在股份獎勵計劃的有效期（自採納該計劃起計為期10年或提前終止）內向信託注入資金並指示受託人於聯交所購買本公司股份。信託購買和持有的股份可以轉讓並具有表決權，但受託人不得行使表決權。股份將根據股份獎勵計劃的條款及信託契約授予本集團的選定董事、僱員、諮詢師及顧問（「選定參與者」）。授予選定參與者的股份須於董事會指定的歸屬條件獲達成後方可歸屬。截至2021年6月30日止六個月，受託人購買合共11,495,000股本公司股份，代價為35,363,000港元。購買股份的成本於權益中確認為庫存股份。截至2021年6月30日止六個月期間，未有參與者被選為選定參與者，因此未授予任何股份，故受託人於2021年6月30日持有11,495,000股本公司股份。

## 遵守企業管治守則

本公司致力於保持高水準的企業管治，以保障股東權益、提升企業價值、制定其業務策略及政策以及提高其透明度及問責性。本公司已採納聯交所上市規則（「上市規則」）附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」）的原則及守則條文作為其自身的企業管治守則。

董事會認為，截至2021年6月30日止六個月，本公司已遵守企業管治守則的所有適用守則條文，惟偏離企業管治守則守則條文A.2.1，本公司主席及行政總裁的角色並未區分且均由朱子南先生擔任。根據朱先生的經驗，個人簡歷及其於本集團的角色，以及自本集團成立以來，朱先生一直出任本集團行政總裁一職，董事會認為，由朱先生擔任董事會主席及繼續擔任本公司行政總裁對本集團的業務前景及經營效率有利，董事會認為該架構並不會損害董事會及本公司管理層之間的權力及職權平衡，理由是(i)董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，而我們認為董事會有足夠的權力制衡；(ii)朱先生及其他董事知悉及承諾履行彼等作為董事的受信責任，這些責任要求（其中包括）其應為本公司利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權力及職權平衡，該等人才會定期會面以討論影響本公司經營的事宜。再者，本集團整體策略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的有效性，以評估區分董事會主席與行政總裁的角色是否必要。董事致力實現高水準的企業管治（對於我們的發展至關重要），以保障股東權益。

## 遵守證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為有關董事進行證券交易的行為守則。

經向全體董事作出具體查詢後，彼等全部均已確認，彼等已於截至2021年6月30日止六個月期間遵守標準守則及書面指引。本公司並不知悉可能管有本公司內幕消息的僱員不遵守書面指引的事件。

## 上市所得款項用途

本公司於2020年9月23日成功在聯交所主板上市。在扣除包銷費、佣金及本公司應付相關開支後，本公司籌得全球發售所得款項淨額為1,498.83百萬港元（包括部份行使超額配股權的所得款項淨額）。截至2021年6月30日，本集團上市所得款項的動用情況分析如下：

招股章程中所述所得款項淨額擬定用途	所得款項淨額 (包括行使 超額配股權 所獲得的 所得款項 淨額) (百萬港元)	佔所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2021年 6月30日止 已動用所得 款項淨額 (百萬港元)	截至2021年 6月30日 尚未動用 所得款項 淨額 (百萬港元)	未動用的 所得款項 淨額的 預期時間表
用作發展我們的短視頻移動新媒體變現業務所得款項淨額：					
(1) 將用於投資開發自有用戶流量；	511.11	34.10%	416.52	94.59	未來四年
(2) 將用作擴展我們的團隊；	61.45	4.10%	35.36	26.09	未來四年
(3) 將用作進一步開發我們的短視頻技術基礎設施；	37.47	2.50%	-	37.47	未來四年
(4) 將用作採購高質量版權或高質量互娛產品的擁有權或授權引進的高質量互娛產品；及	265.29	17.70%	198.94	66.35	未來四年
(5) 將用於不斷開發和優化我們的算法及數據收集能力，提高短視頻推薦算法的有效性。	23.98	1.60%	22.52	1.46	未來四年

## 上市所得款項用途 — 續

招股章程中所述所得款項淨額擬定用途	所得款項淨額 (包括行使 超額配股權 所獲得的 所得款項 淨額) (百萬港元)	佔所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2021年 6月30日止 已動用所得 款項淨額 (百萬港元)	截至2021年 6月30日 尚未動用 所得款項 淨額 (百萬港元)	未動用的 所得款項 淨額的 預期時間表
<b>用作持續加強我們的效果類移動新媒體營銷服務能力所得款項淨額：</b>					
(1) 將用於潛在投資或收購合適的頂級移動新媒體平台獲授權或大型代理；	106.42	7.10%	—	106.42	未來四年
(2) 將用於升級及優化我們的技術、平台及算法；	46.46	3.10%	—	46.46	未來四年
(3) 將用於擴展我們的互娛產品範圍；及	121.41	8.10%	—	121.41	未來四年
(4) 將用於增加我們與流行移動新媒體平台的獲授權或大型代理的合作並使用其多元化，獲取高質量的移動新媒體資源。	22.48	1.50%	—	22.48	未來四年
<b>用以撥付我們的國際性擴展所得款項淨額：</b>					
(1) 將用於在韓國或東南亞國家成立一個海外辦事處，建立國際銷售及營銷團隊；	61.45	4.10%	—	61.45	未來四年
(2) 將用於在韓國和東南亞開拓潛在的投資及收購機會，包括擁有龐大藝人資源的演藝練習生中介公司；	38.97	2.60%	—	38.97	未來四年
(3) 將用於向海外移動新媒體平台或其提供流量資的代理人獲取用戶流量，將我們的移動新媒體效果營銷服務擴展到尋求在海外短視頻平台上營銷產品的國內外行業客戶的海外平台；及	29.98	2.00%	—	29.98	未來四年
(4) 將用於開發技術平台的海外版本。	22.48	1.50%	—	22.48	未來四年
<b>用作營運資金及一般企業用途</b>	<b>149.88</b>	<b>10.00%</b>	<b>82.97</b>	<b>66.91</b>	
<b>總計</b>	<b>1,498.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>756.31</b>	<b>742.52</b>	

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2021年6月30日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 審閱中期業績

本公司獨立核數師德勤•關黃陳方會計師行已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師進行的中期財務資料審閱」審閱中期財務資料。

審核委員會包括三名獨立非執行董事，即唐偉先生、徐翀先生及葉仁明先生。審核委員會的主席為唐偉先生。審核委員會已經與本公司管理層及獨立核數師共同審閱本公司採納的會計原則及政策，並已就本集團的內部控制及財務報告事宜（包括審閱截至2021年6月30日止六個月的未經審核中期業績）進行討論。審核委員會認為中期業績符合適用會計準則、法律及法規，且本公司已作出適當披露。

## 中期股息

董事會並無就截至2021年6月30日止六個月宣派任何中期股息（截至2020年6月30日止六個月：無）。

## 刊載二零二一年簡明綜合中期業績及中期報告

本公告刊載於聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.joyspreader.com](http://www.joyspreader.com))。截至2021年6月30日止六個月之中期報告載有上市規則所規定之全部資料，將適時寄發予股東及在聯交所及本公司網站上刊載。

承董事會命  
樂享集團有限公司  
主席  
朱子南

中國北京，2021年8月30日

於本公告日期，董事會包括執行董事朱子南先生、張之的先生、成林先生、秦佳鑫女士及盛世偉先生；非執行董事胡慶平先生及胡家瑋先生；及獨立非執行董事徐翀先生、唐偉先生、房宏偉先生及葉仁明先生。