

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依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

Bright Future Technology Holdings Limited 輝煌明天科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1351)

截至2021年12月31日止年度之 年度業績公告

輝煌明天科技控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2021年12月31日止年度的經審核綜合業績，連同截至2020年12月31日止年度的比較數字。

於本公告中，「我們」指本公司，倘文義另有所指，則指本集團。

財務表現摘要

截至12月31日止年度

	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元	變動 (%)
智慧營銷解決方案服務產生 收入			
— 整合智慧營銷解決方案 服務 ⁽¹⁾	426,515	302,851	40.8%
— 影響力投放服務 ⁽²⁾	60,612	79,912	-24.2%
— 智能直播服務 ⁽²⁾	769	—	100.0%
SaaS訂閱解決方案服務產生 的收入	132	—	100.0%
收入	488,028	382,763	27.5%
毛收入	1,287,755	1,089,899	18.2%
毛利	97,463	116,183	-16.1%
年內(虧損)/溢利 ⁽³⁾	(17,255)	67,334	-125.6%
經調整淨溢利 ⁽⁴⁾	51,652	78,504	-34.2%
每股股息(人民幣元) ⁽⁵⁾	0.16	—	100.0%

附註：

- (1) 按總額基準確認的收入。
- (2) 按淨額基準確認的收入。
- (3) 由於董事會建議從保留盈利派發約人民幣80,000,000元的末期股息，本集團須根據香港會計準則第12號稅項按適用的預扣稅率就其在中國成立的附屬公司未分配保留盈利計提約人民幣21.2百萬元的遞延所得稅負債。因此，由此產生的遞延所得稅開支導致年內(虧損)/溢利偏離本公司於2022年3月10日發佈的盈利警告公告所披露的預期範圍。
- (4) 經調整淨溢利(一項非香港財務報告準則計量指標)乃將上市開支、以股份為基礎的報酬以及所得稅開支加入年內(虧損)/溢利計算，該等項目並非本集團營運表現指標項目。
- (5) 董事會建議向本公司股東派付截至2021年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.16元(相當於0.20港元)。

管理層討論與分析

宏觀經濟概覽

中國經濟增長勢頭穩健，突顯出在面對疫情肆虐全球時的韌性，在冠狀病毒病疫情的衝擊下，強勁的出口增長持續到2021年初。然而，於回顧年度內最後幾個月，增長有放緩跡象，原因為新一波冠狀病毒病疫情爆發，而且國家矢志追求「共同富裕」，監管機構的政策影響了遊戲、科技及教育以至房地產等行業，對國內經濟造成了壓力。

中國物業市場曾是國內增長的主要推動力，但政府於2020年善意推出「三條紅線」去槓桿政策，為中國物業市場帶來了沉重打擊。該行業的增長速度無可避免地因房地產行業動盪所帶來的影響而有所削弱。

另一方面，中國出於反壟斷及數據安全的考慮而對大型科技公司實施更嚴格的監管，對曾受追捧的本土科技公司施加懲罰，同時將監管調查擴大到小型私營公司，這不僅加強了對行業參與者的控制，亦引導行業參與者將創新工作集中於「硬科技」領域，例如高端製造、人工智能、生物技術、芯片、機器人和氣候技術。雖然監管收緊剝奪了其科技巨頭的巨額資金和運營靈活性，並使其成本飆升，但確實標誌著行業發展軌跡的變化，重新調整了對關鍵技術基礎架構及傳統行業數字化的關注。因此，全面的監管舉措只是呼應了中國政策制定者的願景，即建立國內科技賦權經濟，減少對外國科技的依賴，而且投資已經轉向該行業的新寵，但這種轉型嘗試的效果尚有待時間證明。

同樣受到2021年監管改革重創的有民辦教育及遊戲行業，前者遭遇「雙減政策」的摧毀性打擊，後者則因遊戲限制擴大而削弱發展。同時，中國監管機構在報告期內對氣候的推動和對安全目標的嚴格執行亦進一步抑制了中國的增長動力，而連續數星期的限電和停電以及原材料成本飆升更加令情況加劇，無可避免地阻礙了製造活動及工業產出。

冠狀病毒病疫情自爆發以來對全球經濟造成了前所未有的損失，而且於2021年繼續肆虐，出現高傳染性變種病毒，影響全球增長勢頭和前景。儘管中國對2019冠狀病毒病採取零容忍態度（「清零政策」），成功從2020年的災難性開局迅速復蘇，但當2021年中旬在國內主要城市出現更致命的Delta病毒株時，曾經成功遏制感染的限制措施卻面對嚴峻考驗。冠狀病毒病個案死灰復燃，再加上臨近報告期末時出現新一波Omicron感染，促使中國當局採取大規模檢測、嚴格的邊境和行動控制、有針對性的封鎖、廣泛的接觸者追蹤及有力的檢疫任務，以平息新出現的零星個案。儘管中國在冠狀病毒病後的復甦較世界多數國家更勝一籌，因而備受稱讚，但中國正在再次努力抵禦高度傳播的新變種病毒的最新衝擊。然而，隨著中國推行硬性淘汰政策，經濟成本無可避免地增加：因不可預測的中斷及交付受阻，國家的生產、供應鏈及出口受到拖累，日常生活顛覆及服務關閉導致消費及信心下降，打擊了中國經濟的其他界別，尤其是餐飲、酒店及旅遊業。隨著2019冠狀病毒病繼續在全球肆虐，變種病毒四處流竄，大流行疫情及其對全球經濟的嚴重影響仍然未見盡頭。中國處於冠狀病毒病雙重威脅的最前沿，因此面臨著艱鉅任務，在阻止病毒傳播的需要與清零政策對經濟增長的拖累之間尋求平衡。隨著大流行繼續在全國蔓延、演變和滲透，中國緩解措施在抑制冠狀病毒病個案增加方面的效力仍有待觀察。儘管本集團的營運及業務活動大多局限在數碼領域，因此並未直接被捲入冠狀病毒病疫情，但本集團將繼續密切關注事態發展，準備及時和戰略性應對任何危機動態及其經營環境的轉變。

行業概覽

智慧營銷解決方案市場在2021年首數個月蓬勃發展，短視頻和直播風靡一時。然而，到2021年年中，由於中國在全國監管打擊抑制了營銷計劃和預算，加劇了競爭，使行業增長放緩，導致壓力不斷增加。然而，隨著隨之而來的重組和升級工作將加速淘汰欠缺競爭力的參與者，擴張機會將增加，預計行業將迎來上升趨勢並繼續保持強勁表現。根據《2021中國互聯網廣告資料報告》*，2021年中國互聯網行業實現廣告收入人民幣5,435億元，同比增長9.32%。電子商務平台繼續佔據主宰地位，佔市場總收入的三分之一以上，而視頻平台作為高利潤電商直播匯聚之處，其廣告收入上漲30.28%。

在突如其來席捲目標行業的監管風暴中，由於在本集團的客戶之中，來自民辦教育及遊戲行業的客戶僅佔不足百分之一，而受到重創的房地產開發商亦不在客戶之列，因此本集團及其業務基本上未有受到影響。然而，隨著監管動盪使傳統的廣告消費大戶陷入困境，整個廣告行業面臨增長預期降低及廣告預算削減的問題，導致各種規模的企業的競爭加劇，這在一定程度上對本集團吸納及挽留客戶存構成了壓力。儘管如此，本集團能在一定程度上消除這些憂慮，因為本集團具備創新及全方位服務能力，並能為客戶提供迅速及量身定制的服務及支援，在行業內更具優勢，能夠牢牢抓住客戶，尤其是主要客戶。

在不確定性加劇及市場競爭壓力加劇的背景下，本集團將進一步拓展其媒體網絡及擴大渠道覆蓋範圍。從簽約成為華為廣告的服務供應商之一，到成為百度2022年的「核心服務供應商」，本集團於回顧年度內在提供更加創新、多元化、適合及全方位的數字營銷解決方案方面取得了長足的進步，並將繼續努力提升服務能力。除了鞏固客戶基礎外，本集團亦積極尋找新客戶。本集團充分發揮在短視頻營銷領域的技術實力，憑藉多年的數字營銷項目管理經驗，順應當前政策浪潮，支持傳統行業數字化改造，積極競投以獲得該等領域的新項目。

* 《中國互聯網廣告資料報告》由中關村互動營銷實驗室聯合眾多機構發佈。系列報告至今已連續發佈六年。

市場概覽

為了跟上疫情加速數字化轉型的步伐，各行業的企業越來越傾向於大數據分析、雲技術、人工智能和自動化等技術趨勢，以吸納更多用戶及增強消費者黏著度。短視頻繼續在數字營銷領域佔據主宰地位，因為這些通常只有幾秒鐘到幾分鐘的短片，簡潔、清楚有力地展現品牌的精髓，並以易於消化、通俗易懂及美觀的方式傳遞信息，吸引注意力持續時間較短的觀眾及引起關注。據國家信息技術智庫CNNIC**統計，截至2021年6月，中國視頻短片用戶規模(視頻短片定義為通常時長不超過5分鐘的視頻)達888百萬，較2020年12月增加14.4百萬，相當於整體中國網絡用戶的87.8%。前瞻經濟學人***亦預測，隨著疫情爆發以來短視頻發展潛力被進一步挖掘，中國短視頻行業的市場規模將於2022年保持約44%的年複合年增長率，預計於2023年至2025年增長率放緩至16%，2026年短視頻行業的市場規模有望達到人民幣7,000億元。線上短視頻帶來引人入勝、細節豐富、身臨其境的觀看體驗，亦加速了短視頻營銷的普及，艾瑞諮詢數據顯示，短視頻營銷在數字營銷市場中的份額預計由2020年的24.1%進一步擴大至2025年的42.5%。5G技術逐步走向商業部署，在全球市場不同行業及垂直領域的廣泛應用促進了數字革命，通過有效整合直播、互動電商及社交媒體內容，加速了數據傳輸並增強了用戶體驗，艾瑞諮詢預測於2023年透過直播電商進行的銷售將佔中國線上零售銷售總額的24.3%。

冠狀病毒病爆發後，電商直播在中國興起，因其有效的銷售轉化能力，在全球範圍內亦嶄露頭角。然而，隨著短視頻平台興起而聲名鵲起的多名網紅因逃稅而遭受罰款，打擊了國內嚴重依賴互聯網名人的銷售渠道，但這樣的審查並未影響本集團在營銷解決方案中追求擴展直播功能，因為本集團並無依賴以頂級主播的明星效應兜售產品。反而，本集團主要利用自研的鄰度全鏈路智能營銷管理平台LinkDoAI，該平台具備智慧營銷能力及數據分析能力，對用戶偏好進行系統分析，以通過提高曝光率及優化用戶匹配算法，為直播業務有效吸引流量，從而提高電商客戶的商品交易總量。

** 中國互聯網網路資訊中心(CNNIC)發佈的第48次《中國互聯網發展狀況統計報告》。

*** 前瞻產業研究院整理，前瞻經濟學人APP

軟件即服務(SaaS)讓用戶能夠在一段時間內分散成本，在核心業務領域的應用越來越廣泛，國內市場上一些大公司亦率先採用雲素材產品來補充和升級服務。隨著行業走上加強數字化及服務自動化的道路，本集團的重點將放在為SaaS產品吸引新客戶以及擴大電商直播業務的客戶群，並將覆蓋範圍擴大至箱包服飾、電器、食品及飲料等。2021年下半年，本集團發佈雲端企業級SaaS解決方案，部分預定功能將於未來版本實現。SaaS訂閱模式穩健實用，方便以較低預算存取本集團全面的可定制解決方案及最前沿的創新工具，表明了本集團對市場對具成本效益及優質的智慧營銷解決方案的強勁需求的回應。SaaS訂閱模式的設計簡約實用，界面方便用戶使用，特點為清晰且易於操作，並具有可配置的設置及參數。集成SaaS模式通過嵌入式鏈接，允許對主要媒體平台ad庫存進行智慧實時競價，並提供便利的內置「一鍵式」選項。儘管本集團的SaaS產品仍處於發布初期，但本集團以高性能、功能性、可靠性及未來趨勢為導向進行策劃，吸引了廣泛的關注及興趣，並贏得業界讚譽，獲得「2022全球投資趨勢暨第六屆金港股頒獎典禮」的「最佳SaaS公司獎」。本集團為現有及潛在客戶提供免費限時試用，讓客戶在訂閱前體驗全功能SaaS解決方案，因此近期收入尚且不多。然而，由於免費體驗提供了獨特的機會，可以利用本集團的先進技術為營銷活動帶來好處，相信免費試用結束後，將吸引更多用戶付費體驗。

在中國電商巨頭的引領下，各種規模的企業都在爭先恐後地在下沉市場(用來描述中國一二線城市以外市場的新造詞)分一杯羹。隨著可支配收入增加、移動應用提升及互聯網在國內曾經無人問津的市場的滲透率上升，對用戶及其互動和錢包的競爭非常激烈。鑒於快手及拼多多的成功，越來越多品牌將資源集中到開發營銷及內容策略，以迎合較不富裕的客戶群。然而，要吸引資金更緊絀、對互動內容有明顯偏好的受眾，對品牌企業而言是挑戰，因此企業需要重新調整現有營銷工作及互動策略，以達到吸納及挽留客戶的目標。為了消除市場新進入者的潛在絆腳石及為實現現有市場參與者的增長，本集團將融合創新技術、有效策略和量身定制的方式，為多元化的客戶群優化營銷解決方案。

本集團憑藉必要的經驗及專業知識，實施適應性戰略並且為客戶提供及時、有效和可靠的解決方案，有能力把握機遇，克服上述障礙。為了保持領先地位並適應千變萬化的廣告環境，本集團不斷評估、創新、優化及補充其全方位解決方案，以跟上最新的市場趨勢及應對飄忽不定的消費意欲，為客戶制定有效的品牌戰略。

業務回顧

自創立伊始，本集團就致力於提供從營銷戰略規劃、廣告製作和投放，到投放後效果監測的高影響力、全方位的營銷服務，來最大化滿足客戶需求。中國經濟於2021年首數個月呈現驚人增長，惟於最後兩個季度，受冠狀病毒病的憂慮以及監管壓力影響，經濟增長幅度有所回落，預算及資金較緊絀的企業渴求更有效及完善的精準營銷解決方案。隨著營銷領域的競爭加劇，智慧營銷成為大勢所趨，對數據分析的依賴與日俱增，不僅僅用作輔助決策的統計參考，亦可用於量化營銷目標、策略及績效。秉承本集團為客戶成功實施有效的目標受眾吸引和觸達營銷戰略提供支持的承諾，本集團根據最新趨勢，努力為客戶提供以數據為基礎的深入見解，並協助其制定精準的目標受眾戰略來保障活動效果。

儘管處於冠狀病毒病爆發的動盪時期，面對中國監管重錘迫在眉睫的威脅及中國經濟增長的下行壓力，本集團仍保持強健表現，收入增加至截至2021年12月31日止年度的約人民幣488.0百萬元，較2020年同期增長約人民幣105.3百萬元，增長率約為27.5%。在收入增加同時，回顧年度內回頭客產生的總額基準收入約為人民幣1,069.0百萬元，較截至2020年12月31日止年度約人民幣904.1百萬元增加約人民幣164.9百萬元或18.2% (按收入確認的總額基準計算)。本集團廣告的曝光(即其廣告所產生的總瀏覽量)亦同步增長，由截至2020年12月31日止年度的約794.1億次躍升至報告期的約978.2億次。本集團於2021年的溢利受到以股份為基礎的報酬約人民幣39.1百萬元及就以下各方面產生的成本所影響：(a)改善雲素材庫AI管理系統、(b)為應對不斷增長的對優質短視頻的需求而提升短視頻內容質量及(c)持續穩定擴充人手導致薪金、工資及花紅增加(誠如本公司於2022年3月10日發佈的盈利警告公告所披露)。然而，本集團最終錄得約人民幣17.3百萬元的虧損(於2020年錄得約人民幣67.3百萬元的溢利)，原因為本集團

就其中國附屬公司的未分配保留盈利產生約人民幣21.2百萬元的遞延所得稅負債(且因而導致年內(虧損)/溢利偏離本公司於2022年3月10日發佈的盈利警告公告所披露的預期範圍)。

本集團擁有由來自中國科技巨頭、具有優秀技術研發背景的人才組建的核心領導團隊。在其帶領下，本集團在全方位短視頻智能化投放的開發和最終實施方面已經取得良好進展。本集團致力利用創新科技重新定義營銷，有別於傳統市場營銷解決方案供應商，本集團是業內僅有的幾家具有自研全鏈路集成系統之公司。該系統基於其自身的大數據和信息技術能力以及自研的數據管理平台(「**DMP**」)，結合內置的企業資源規劃(「**ERP**」)及客戶關係管理(「**CRM**」)職能，與雲素材視頻庫之庫存視頻及圖像相輔相成。

本集團牽頭採用「**AIPL**全鏈路模塊」，量身解決客戶的差異化需求。**AIPL**意指「認知(Awareness)、興趣(Interest)、購買(Purchase)及忠誠(Loyalty)」，是本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨，承載了本集團對服務質量及客戶滿意度的信諾。同時，自註冊成立之初起，本集團便憑藉出色的數字分析能力始終專注為客戶提供營銷解決方案。隨著本集團的營運邁向全自動化，其前後端系統中由人工智能驅動的程序與日俱增，現時本集團對該服務進行更貼切的命名，即「智慧營銷解決方案」。「智慧營銷解決方案」包含四個關鍵環節，分別為「影響力投放」、「精準廣告」、「智慧內容」及「智慧直播」，各自對應一個**AIPL**宗旨。

認知

影響力投放能有助促進認知，關鍵在於從頭部媒體ad投放中獲益，亦即深挖這些媒體廣泛的受眾範圍及/或讀者群，把握既有系統成效的優勢，並透過高曝光率和影響力增強營銷影響。透過智能項目管理系統，本集團能夠對所有相關數據進行綜合分析及評估，實時調整投放戰略，有效降低在頭部媒體的ad投放成本，以最低的成本收穫最大的曝光率及認知。鑑於頭部媒體資源往往由其核心廣告代理及緊密業務夥伴獨攬，或僅得這些廣告代理及業務夥伴能夠以較低價格獲得其資源，本集團力爭在業翹楚中佔據如此備受重視的地位，並與這些企業保持緊密的關係。

展望未來，本集團在不斷拉攏客戶的同時，將通過加深與主流媒體的合作，借助快手廣告等下沉市場領跑者的影響力，進一步豐富渠道資源，以提高客戶營銷活動的成效及曝光率。

在建立頭部媒體資源網絡方面，本集團於報告期內取得突破性進展，獲百度頒授「服務型分銷商授權證書」，並獲觸寶譽為「全方位媒體資源合作夥伴」。本集團在擔任騰訊應用寶核心服務供應商及華為廣告服務提供商的同時，加強與百度的合作，本集團地位由服務型分銷商提升為2022年的「核心分銷商」。

興趣

隨著疫情推動的數字化轉型令目標消費者群體更加多樣化，以中長尾媒體的特定受眾目標為引領，利用本集團的智能項目管理系統，精準細分中長尾媒體受眾，達成精準營銷目標，從而激起目標受眾對本集團客戶產品的興趣。智能項目管理系統具備呈報更智能有效的投前策略分析、達成智能批量廣告上線、落實AI數據監察及實現智能報表輸出等各項技術能力，本集團可運用此系統找出「更感興趣的人群」，並可利用有關信息實現「更聰明的流量運用」，達到預期的精準營銷效果。

同樣，智慧內容架構方面，本集團致力於短視頻內容開發，聚焦製作「更讓人感興趣的」內容，這在實際採購方面更有效。以饒富經驗的內容製作團隊為後盾，加上由數據驅動的雲素材庫AI管理系統，本集團能夠對其積累所得的資料及市場趨勢進行詳盡準確的分析，從而以成本高效的方式適時推出更具吸引力和適銷性的產品。通過影響力投放和精準廣告數據端口的數據反饋，產生強化趨勢預測，實現短視頻策劃流程在「內容效力」方面的優化。作為其內容戰略的一部分，本集團亦增加人員設置及擴大演員庫，並優化培訓，以提高短視頻內容生成的內部生產力。鑑於未來幾年對優質短視頻廣告內容的需求可能會繼續劇增，本集團正致力於進一步發展其短視頻孵化撮合平台的「孵化」架構，通過與武漢多間大專院校合作，教育及培訓內容創作者提供引人入勝的內容。展望未來，預計隨著雲素材庫AI管理系統的進一步升級及完善，該系統將在加快本集團短視頻生產能力方面發揮更大的作用。

雖然AR/VR技術讓消費者對廣告內容及可共享的用戶體驗有更大的控制權，干擾更少，更引人入勝，但在中國營銷領域尚未開始廣泛使用。然而，我們注意到通過更身臨其境、引人入勝及變革性的AR/VR體驗可以加強品牌傳播及感知，因此我們正在加緊研發工作，通過探索注入AR及VR元素的可能性，豐富我們的自選內容，從而提高我們的「內容」能力。

購買

智能直播是「購買」宗旨重要的一環。本集團發揮其數據分析優勢，以堅實的營銷科技算法為客戶提供廣泛的服務，如受眾市場分析、賣點打造、直播策劃、網紅培育及平台運營，旨在刺激消費，實現直銷轉化。本集團借助中國的直播帶貨熱潮，利用自身在消費者偏好及感知匹配方面的技術及分析專長及能力，將「更感興趣的人群」吸引到客戶的直播間及刺激消費。

忠誠

本集團擬分階段推出SaaS訂閱解決方案。SaaS訂閱解決方案是一項企業層面的SaaS產品，與本集團目前的業務方向相符，即帶來以用戶為中心的定制企業數字運營解決方案，從而提高客戶忠誠度。

有鑑於此，本集團已經建立自家SaaS訂閱解決方案模型，並訂有實施框架，首先是推出「營銷雲」，特點是具有智能投放、智能報表及智能監測等一系列改善客戶流量效率的功能和工具，以提高本集團客戶的引流效率。下一個在SaaS解決方案推出的是「商業雲」，涵蓋短視頻孵化撮合平台等由AI驅動的細分選項，以促進本集團客戶與其自身客戶之間的實時互動，並支持視頻內容與本集團客戶規格的最佳匹配。「服務雲」是完成方案的最後一環，將企業資源管理系統和客戶資源管理系統等系統創新結合，為本集團客戶提供精準的客戶洞察，強調私域流量運營的高效運營及精細化管理，以提升客戶留存率。

本集團的SaaS產品以數據系統、內容系統和ad投放系統為後盾，三管齊下，各個系統相互交織，亦可獨立運作。數據系統讓其用戶存取主要媒體平台的數據，例如用戶肖像標籤，這有利於分析投放效果，並生成投放後數據報告以監控實時ad表現及結果。另一方面，內容系統擁有一系列內容製作工具，包括海報、短視頻等，並通過嵌入式短視頻交易平台(與本集團短視頻孵化撮合平台交易界面相連)完成。該產品獨特的ad投放系統在其界面中無縫集成主要媒體平台可用ad庫存的鏈接及存取，可協調規劃、管理和執行在多個平台上的廣告庫存實時競價，提供便利的「一鍵式」選項，而且無需重新定向。除了其核心功能外，SaaS亦配備資訊系統，通過向用戶提供市場最新趨勢的資訊，協助用戶制訂ad投放策略。

SaaS訂閱模式的功能完備的第一階段於回顧年度下半年發佈，讓客戶能更容易以更相宜的價格使用本集團的高效優質解決方案及先進創新的工具，從而有效提高客戶忠誠度及留存率。SaaS訂閱解決方案作為AIPL一體化業務覆蓋模型中「忠誠」支柱的核心，相信其推出有助本集團的技術優勢有效轉化為客戶粘性、現金流收益和商業模式優勢，推動本集團最終轉型為企業數字化運營解決方案專家。

本集團預期，SaaS產品能涵蓋廣泛多樣的最新工具及技術，訂閱者可輕鬆定制及直接使用，使本集團毋須投入大量人力即可為每位客戶提供服務。訂閱式產品的成本較低，亦能夠對接下沉市場的需求，助力本集團鞏固在較低線城市的影響力。除此以外，使用SaaS將有助本集團豐富數據來源，其技術基礎設施亦將有助本集團推進未來的優化升級工作。

競爭優勢及戰略

以下本集團於報告期內及以後所採取的措施和將實施的計劃不僅凸顯出本集團在營運和管理方面的卓越科技進展及成果，亦涵蓋了能為本集團戰略重點提供支持的關鍵領域，並勾勒了本集團未來營運的路徑：

本集團戰略性增強服務能力，旨在提供全方位解決方案

本集團其中一項重大突破是推出自研的鄰度全鏈路智能營銷管理平台LinkDoAI，其通過迭代、改善並擴展本集團現有系統及技術基礎設施開發而成，使本集團離全方位解決方案更進一步。為確保其廣泛的技術、雲素材及後台支援系統之間的無縫集成及協同效應，本集團於報告期內將其現有系統及工具重新分為三大類，即「AI算法平台」、「雲素材庫AI管理系統」及「智能項目管理系統」，三者共同構成LinkDoAI。

透過結合其大數據挖掘和數字分析能力與預測建模，加上利用自動化發佈工具部署適應性強的解決方案，以及存取龐大且不斷擴展的庫存圖像及視頻雲素材數據庫，本集團廣泛和全面的綜合式系統無縫迅速的運作在促進業務流並優化後勤辦公室管理的同時，也提升了服務質量和客戶體驗。LinkDoAI提供一個實用框架，讓本集團可藉此擴展其服務範疇，並創造能為客戶產生額外價值的產品，從而保持客戶忠誠度。一體化模式亦將促進本集團持續改善其運作程序及效益。本集團將通過進一步升級和完善LinkDoAI系統，提升精準營銷的能力，從而優化業務盈利能力。

本集團的自家平台LinkDoAI由以下支柱支撐，亦即構成本集團整個運營系統的三個主要區塊：

AI算法平台

以更高精度的AI深度學習推薦算法為核心，AI算法平台以脫敏數據為基礎，為其餘兩個區塊提供精準數據分析支援。

雲素材庫AI管理系統

本集團對其多年來積累所得的大量視頻進行模塊化管理、ad投放數據的智能分析及智能合併短片及其他編輯功能以實現創意複製，進行雲素材庫AI管理，使本集團的短視頻輸出操作更進一步邁向全自動化。隨著本集團武漢短視頻基地積累的庫存素材資源不斷擴大，加上AI技術不斷優化，本集團有信心未來能夠進一步提升效率。於2021年底，本集團的視頻庫已增至約200,000條庫存視頻(由2020年的約70,000條)，每月視頻製作產能約為14,000條(2020年約為每月6,000條)。

智能項目管理系統

智能項目管理系統的前端由「輝煌AI智投系統」領航，後端以ERP及CRM系統支撐，實現本集團內部平台與發佈媒體及／或平台的有效銜接。收集所得數據的準確度及資源共享效率均見提升，亦可謂是由籌備階段乃至投放後監察整個ad投放過程的效率升級，從而有效地削減本集團客戶的決策及獲客成本。

依託配備嵌入孵化元素支援撮合短視頻的開放式平台，最大限度地擴大及定制供應以捕捉需求，推動業務鏈精益求精

近年來，短視頻已成為廣告及平台的主要內容。為有效把握抖音和快手等短視頻平台快速崛起及風靡所衍生的機遇，本集團早於2018年4月起開始為客戶提供一站式短視頻廣告服務，成為業內首批提供此項服務的企業，服務涵蓋多項核心功能，如內容製作(即創意製作、腳本拍攝、後期製作)、短視頻精準營銷(即效果廣告營銷方案策劃、素材製作、廣告優化、數據分析、媒體動態)和短視頻電商營銷(即店鋪引流、直播運營、抖音運營)。

然而，儘管短視頻日益普及，在現代數字營銷戰略中的應用潛力不斷提升，但市場上缺乏優質的短視頻內容供應商，令供應本已不足的情況雪上加霜，對優質短視頻解決方案持續上升的需求仍未能得到滿足。另一方面，消費潛力尚未完全釋放的下沉市場的優質短視頻供應仍然明顯不足，而規模較小且財務狀況較為緊張的企業認為現行市價過高。本集團聚焦深挖優質短視頻解決方案的市場需求，進軍其業務夥伴快手雄踞領先地位的下沉市場，並意識到有需要大幅提升目前的供應水平。本集團的「短視頻孵化撮合平台」正好可解決當前優質視頻供不應求的燃眉之急。開放式一體化平台雖然尚未全面部署，一旦正式啟用，本集團將毋須再單靠自行生產內容，而可加入其他短視頻內容創作者，在提高產能的同時，亦為注重價格因素的客戶提供更多具成本效益的選擇。該平台的撮合機制由精準數據分析支撐，可從眾多外部短視頻創作者的作品中匹配最貼合客戶規格的內容，而「孵化」元素是各同類平台從未涉獵的新領域，令本集團在眾多同業中突圍而出。「孵化」組成部分旨在提高平台上交易的短視頻整體水準，本集團著力透過大學及學校培訓計劃(在武漢進行的試點培訓計劃已告一段落)培育年輕人才，或透過培訓課程提升中小型視頻供應商現有創作者的技能。試行計劃已在武漢推出，作為下一階段的「孵化」，部分大學及學校學生接受本集團內部專家團隊的短視頻製作培訓，而策劃的內容將用作平台撮合功能的後端支援。於報告期內，短視頻孵化撮合平台的部分功能(主要存取庫存視頻)已嵌入SaaS產品「鄰度AI雲」。進一步的更新正在進行中，其中包括在「鄰度AI雲」上推出短視頻交易功能，以及推出網頁版。

與此同時，本集團亦透過其武漢短視頻基地擴大生產規模(達至每月約14,000條的短視頻產能)，該基地於2021年4月投入運作，由一支由編劇、導演、編輯及後期製作人員組成的內部專家級內容製作團隊提供支持。

進一步滲透高參與度穩健用戶群體

快手主要提供短視頻共享和直播服務，吸引了眾多興趣圈層。根據其招股章程，快手將自己定位為「領先的內容社區和社交平台」。本集團看準快手在香港股市備受矚目的首次亮相所帶來的機遇，鞏固雙方合作關係，藉此進一步鞏固本集團在快手佔據競爭優勢的下沉市場中的知名度。

由於快手的在線流量分配機制傾向於原創內容，故原創作者們會花費更多的精力來積累粉絲，或者那些通過個人參與經驗和真實內容而建立起忠實粉絲群的用戶。廣告商可以利用這些創作者對各自特定興趣群體的影響力，來針對性的有效投放廣告。為了滿足定制化、精彩和互動性的廣告內容需求的不斷增長，特別是對快手用戶群來說更有吸引力且更符合其興趣點的短視頻形式，本集團已經，並將繼續堅定地提供從構思到完成的全方位智慧營銷解決方案，並通過進一步提高其在數據分析和其他專有技術方面的優勢，以及擴大其內部視頻製作能力來實現這一目標。

於報告期內，本集團開展計劃制訂更具成本效益的解決方案(如本集團的短視頻孵化撮合平台及透過推出SaaS訂閱解決方案)，以更貼合較低端市場看重成本的客戶所需，致力加強下沉市場滲透率。

繼續致力於科技創新，用數據驅動觀點提升業務敏捷性

於2020年，本集團構建自有雲素材視頻庫，用於存儲本集團自成立以來所創作的所有庫存視頻及圖像，以滿足不斷增長的高質量短視頻內容的需求。通過模塊化(即將視頻素材切分成多個獨立片段，隨後根據其主題、創意價值、以往使用率和轉換率對視頻片段進行標記)，以便評估和使用庫存視頻製作不同廣告項目，從而使本集團的短視頻輸出操作更接近於完全自動化。

於報告期內，LinkDoAI雲素材庫AI管理系統對上傳至雲素材視頻庫的視頻有系統地進行及執行模塊化管理。藉助於素材智慧化資料統計功能，該系統為短視頻編輯的創作過程提供了寶貴支持，從而助力本集團短視頻廣告業務的營運。本集團正對該系統進行全面優化及運用，藉以促進有效且高效的創意內容管理、分析和重新利用，從而提升短視頻內容創作的靈活性。

於報告期內，本集團在模塊化方面亦取得另一項重大進展，其推出「多標籤」功能，對單一素材進行多樣化標籤，使素材能用於不同活動及用作不同目的。加入這項重大功能後，雲素材庫AI管理系統可對ad投放成果進行更深入的分析，對編輯及合併短片提供獨特的見解，助力進行「爆款預測」。在新增功能之中，推出創新的「媒體風格建議」功能，通過先進的標籤分析提供庫存內容與不同媒體平台的匹配建議，例如標有「跳舞」的內容與抖音更匹配，而「撒紅包」更能吸引快手的受眾。

展望未來，本集團將繼續擴大短視頻製作團隊，並鞏固升級雲素材視頻庫，進一步推進自動化，實現提效增產。

利用網紅營銷來擴大活動知名度

近年內，KOL或網紅營銷大行其道，在中國營銷市場佔據了主導地位。廣義上的KOL是形容有能力通過在各社交媒體渠道，主動分享個人策劃內容而對內容消費者施加影響的個人。當今時代的消費者一般會更容易接受網紅營銷，因為他們認為網紅製作的營銷內容較傳統廣告來說，更加可靠和接地氣。網紅營銷已成為中國的主流營銷戰略。加上通常以產品評價和品牌推薦形式進行的KOL的推薦，網紅營銷可以在冠狀病毒病依舊嚴峻的形勢下讓在線銷量飆升。

網紅內容消費的本質在於消費者根據個人喜好和需求來篩選內容。因此KOL營銷能夠吸引並觸達更為集中的受眾群體，從而使其成為針對性促銷或營銷活動的利器。

為順乘這風靡中國營銷市場的趨勢，本集團於2020年進軍該領域，力求實現本集團開發視頻式廣告的目標。為此，通常與MCN合作，由其提供具有內容策展及製作專業支持以及擁有獨特廣告商、品牌和媒體平台資源的KOL，對精選網紅建立及維護關係。在此時將網紅營銷模式整合到本集團現有的強大促銷基礎架構中可謂是恰逢其時。此舉使本集團能夠利用中國消費市場從實體領域向數字領域的轉變來進一步擴展其營銷能力，並更好地協助客戶實行有效的營銷策略。

雖然本集團在推出其自有SaaS產品及推出開創性短視頻交易平台方面取得進展，但本集團不曾遺漏其在網紅營銷領域的營運目標，該等目標仍然是本集團的關鍵戰略優先重任之一。

通過電子商務直播實時產生及優化銷售

2019冠狀病毒病疫情是網紅營銷崛起的最大推手，它不僅改變了營銷格局，更指明了未來發展方向，而近期的風口就是電子商務直播。電子商務直播，特別是具有必要知識或技能的網紅播主之直播，在中國營銷行業中因其突出的直銷轉化能力而備受推崇，因此也不斷成為品牌產品發佈、銷售和在線購物活動或展銷會主持的常客。

與視頻營銷的興起類似，網絡速度和視頻質量的提高，以及中國消費者對參與性內容的期望的不斷上升，推動了實時直播的普及。與錄製視頻不同，直播的無劇本現場發揮特徵增強了直播內容的可信度，有助於營造一種緊迫感，從而刺激消費者出於「錯過」的擔憂而作出購買決定。

若執行得當，直播憑藉其超出傳統實體場地的強大觸達能力和參與度，可以幫助打造熱點和預期，為企業和產品引流。為幫助客戶在新市場找到立足點，並以最優方式將電商直播整合到其整體營銷方案中去，本集團充分發揮其技術實力和內容策劃能力來衡量受眾情緒，從而以引人入勝的方式預測客戶心儀的聲音和圖像，最終達到增強品牌認知度和購買意願的目的。在選擇主播作直播服務時，本集團依靠自有數據分析工具和專業知識來收集受眾分佈統計數據，以確保數據與客戶信息、價值觀和目標市場相匹配，從而輕鬆實現直播流量轉化。

本集團意識到直播卓越的銷售轉化能力及刺激和深挖下沉市場龐大潛在消費的能力，因此亦會將智能直播納入其於稍後階段發佈的SaaS產品。

財務回顧

下表列示截至2021年12月31日止年度及截至2020年12月31日止年度的全面收益表比較。

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收入	488,028	382,763
服務成本	<u>(390,565)</u>	<u>(266,580)</u>
毛利	<u>97,463</u>	<u>116,183</u>
銷售及分銷開支	(2,334)	(2,667)
一般及行政開支	(93,456)	(51,203)
金融資產減值虧損淨額	(874)	(657)
其他收益淨額	<u>17,002</u>	<u>10,261</u>
經營溢利	17,801	71,917
財務收入	273	130
財務成本	<u>(5,548)</u>	<u>(932)</u>
財務成本—淨額	(5,275)	(802)
除所得稅前溢利	12,526	71,115
所得稅開支	<u>(29,781)</u>	<u>(3,781)</u>
年內(虧損)/溢利	<u>(17,255)</u>	<u>67,334</u>

收入

於截至2021年12月31日止年度，本集團收入約為人民幣488,028,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣382,763,000元增長約27.5%。該增長主要由於本集團於報告期內實現穩定的業務增長所致。

下表展示了本集團在所列期間收入的細目：

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
智慧營銷解決方案服務		
—整合智慧營銷解決方案服務		
—總額法	426,515	302,851
—影響力投放服務—淨額法	60,612	79,912
—智能直播服務—淨額法	769	—
SaaS訂閱解決方案服務	132	—
總計	<u>488,028</u>	<u>382,763</u>

服務成本

本集團的服務成本主要包括廣告流量成本、改進短視頻技術與質量的開支以及僱員福利開支。截至2021年12月31日止年度，本集團服務成本約為人民幣390,565,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣266,580,000元增長約46.5%。該增長主要由於以下各方面產生的成本所致：(i)改善本集團的雲素材庫AI管理系統；(ii)為應對不斷增長的對優質短視頻的需求而提升短視頻內容質量；及(iii)持續穩定擴充人手，導致薪金、工資及花紅增加。

毛利

於截至2021年12月31日止年度，本集團毛利約為人民幣97,463,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣116,183,000元減少約16.1%。毛利減少乃主要由於以下各方面產生的成本所致：(i)改善本集團的雲素材庫AI管理系統；(ii)為應對不斷增長的對優質短視頻的需求而提升短視頻內容質量；及(iii)持續穩定擴充人手，導致薪金、工資及花紅增加所致。

開支

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支主要包括(i)僱員福利開支；(ii)酬酢開支；(iii)辦公室開支；及(iv)差旅開支。於截至2021年12月31日止年度，本集團銷售及分銷開支約為人民幣2,334,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣2,667,000元減少約12.5%。該減少主要由於本集團的成本控制及執行能力提升。

一般及行政開支

本集團的一般及行政開支主要包括僱員福利開支、法律及專業費用、顧問費用、短期租賃開支、伺服器收費及信息技術費用及核數師薪酬。於截至2021年12月31日止年度，本集團一般及行政開支約為人民幣93,456,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣51,203,000元增加約82.5%。該增長主要由於以股份為基礎的報酬增加約人民幣39.1百萬元所致。

金融資產減值虧損淨額

本集團的金融資產減值虧損淨額指貿易應收款項及其他應收款項的預期信貸虧損。於截至2021年12月31日止年度，本集團的減值虧損淨額約為人民幣874,000元。

其他收益－淨額

本集團的其他收益－淨額主要包括政府補助、出售按公允價值列賬的金融資產收益淨額及增值稅退稅。於截至2021年12月31日止年度，本集團其他收益－淨額約為人民幣17,002,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣10,261,000元增長約65.7%。該增長主要由於截至2021年12月31日止年度的政府補貼及增值稅退稅增加所致。

財務成本－淨額

於截至2021年12月31日止年度，本集團財務成本淨額約為人民幣5,275,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣802,000元增長約557.7%，原因為借款利息開支增加所致。

所得稅開支

本集團享有開曼群島所得稅豁免權，同時因本集團於截至2021年12月31日止年度並無任何須繳納香港利得稅的應課稅收入，故並無就香港利得稅進行撥備。所得稅開支主要來自中國企業所得稅。於截至2021年12月31日止年度，本集團所得稅開支約為人民幣29,781,000元，較截至2020年12月31日止年度的約人民幣3,781,000元增長約687.6%。該增加主要歸因本集團之中國附屬公司可享有的優惠稅率的影響減少、不可扣稅開支增加以及就本集團中國附屬公司未分配保留盈利確認的遞延所得稅開支。

年內(虧損)/溢利

截至2021年12月31日止年度，本集團虧損約為人民幣17,255,000元，較截至2020年12月31日止年度的溢利約人民幣67,334,000元減少約125.6%。該減少主要由於(i)確認以股份為基礎的報酬約人民幣39.1百萬元；(ii)就本集團中國附屬公司未分配保留盈利確認的遞延所得稅開支；及(iii)(a)改善本集團的雲素材庫AI管理系統、(b)為應對不斷增長的對優質短視頻的需求而提升短視頻內容質量及(c)持續穩定擴充人手，導致薪金、工資及花紅增加，所產生的成本所致。

由於董事會建議從保留盈利派發約人民幣80,000,000元的末期股息，本集團須根據香港會計準則第12號稅項按適用的預扣稅率就其在中國成立的附屬公司未分配保留盈利計提約人民幣21.2百萬元的遞延所得稅負債。因此，由此產生的遞延所得稅開支導致年內(虧損)/溢利偏離本公司於2022年3月10日發佈的盈利警告公告所披露的預期範圍。

非香港財務報告準則計量：經調整淨溢利

為補充按照香港財務報告準則呈列的歷史財務資料，本集團亦使用經調整淨溢利作為額外財務計量，其屬未經審核性質，並非香港財務報告準則規定或根據有關準則呈列。本集團認為，此項非香港財務報告準則計量消除管理層認為並非營運表現指標項目的潛在影響，有助比較不同期間的營運表現。本集團認為，此項計量如同協助其管理層般，為投資者及其他人士提供有用資料，以了解及評估其經營業績。然而，本集團呈列的經調整淨溢利不可與其他公司所呈

列類似名稱的計量作比較。作為分析工具，使用此項非香港財務報告準則計量有其限制，而閣下不應單獨考慮有關計量，或以此代替本集團根據香港財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況分析。

本集團將經調整淨溢利界定為經加回報告期內產生的上市開支、以股份為基礎的報酬以及所得稅開支加入年內溢利計算作出調整的年內溢利。本集團消除管理層認為並非營運表現指標項目的潛在影響。

下表為所呈列本集團的年內經調整淨溢利與根據香港財務報告準則計算及呈列的最直接可比較財務計量(即年內淨溢利)的對比：

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
淨溢利與經調整淨(虧損)/溢利的對比		
年內淨(虧損)/溢利	<u>(17,255)</u>	<u>67,334</u>
加：		
上市開支	-	7,389
以股份為基礎的報酬		
—非經常性	38,240	-
—經常性	886	-
所得稅開支	<u>29,781</u>	<u>3,781</u>
經調整淨溢利	<u><u>51,652</u></u>	<u><u>78,504</u></u>

流動資金及資本結構

於2021年12月31日，本集團總資產約為人民幣583,320,000元(2020年12月31日：約人民幣577,755,000元)，總負債約為人民幣287,725,000元(2020年12月31日：約人民幣283,302,000元)及總權益約為人民幣295,595,000元(2020年12月31日：約人民幣294,453,000元)。於2021年及2020年12月31日，本集團維持淨現金狀況。

本集團主要動用來自經營活動的內部現金流量及借款來滿足流動資金需求。

借款

截至2021年12月31日，借款總額約為人民幣82,102,000元(2020年12月31日：約人民幣82,500,000元)。本集團的借款包括銀行借款及來自股東及主要管理人員的無抵押貸款。於2021年12月31日，本集團的銀行借款按3.85%至5.5%(2020年12月31日：3.61%)的年利率計息。

於2020年12月31日，來自股東及主要管理人員的無抵押貸款為免息，按本金額進行初始確認。於截至2021年12月31日止年度，並無確認隨後的利息開支累計。

資本開支

本集團於截至2021年12月31日止年度的資本開支主要包括物業、廠房及設備的開支。截至2021年12月31日止年度，本集團錄得資本開支約人民幣2,308,000元，而截至2020年12月31日止年度則錄得約人民幣1,045,000元。

所持重大投資、附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售

於截至2021年12月31日止年度，本集團或任何附屬公司、聯營公司或合營企業概無持有任何重大投資，亦無進行任何重大收購或出售。

資產質押

截至2021年12月31日，本集團概無資產已作任何形式的質押。

或然負債

截至2021年12月31日，本集團並無重大或然負債。

僱員

截至2021年12月31日，本集團擁有261名全職員工，其中大部分的工作地點位於中國深圳。按中國法規的要求，本集團參與由相應地方市和省府組織的各類職工社會保障計劃，包括員工培訓和激勵計劃。

綜合全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收入	3	488,028	382,763
服務成本	4	(390,565)	(266,580)
毛利		97,463	116,183
銷售及分銷開支	4	(2,334)	(2,667)
一般及行政開支	4	(93,456)	(51,203)
金融資產減值虧損淨額	10	(874)	(657)
其他收益淨額	5	17,002	10,261
經營溢利		17,801	71,917
財務收入	6	273	130
財務成本	6	(5,548)	(932)
財務成本—淨額		(5,275)	(802)
除所得稅前溢利		12,526	71,115
所得稅開支	7	(29,781)	(3,781)
年內(虧損)/溢利		(17,255)	67,334
應佔(虧損)/溢利：			
本公司擁有人		(17,255)	67,334
其他全面(虧損)/收益，扣除稅項			
可能重新分類至損益的項目			
換算海外業務產生的匯兌差額		1,806	(139)
可能不會重新分類至損益的項目			
換算海外業務產生的匯兌差額		(1,909)	(818)
年內全面(虧損)/收益總額		(17,358)	66,377
應佔全面(虧損)/收益總額：			
本公司擁有人		(17,358)	66,377
本公司擁有人應佔(虧損)/溢利的			
每股(虧損)/盈利			
—基本及攤薄(以每股人民幣分列示)	8	(3.50)	17.16

綜合財務狀況表

	附註	於12月31日	
		2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		7,548	5,031
無形資產		–	46
按金及預付款項	10(b)	808	1,901
遞延所得稅資產		414	265
總非流動資產		8,770	7,243
流動資產			
貿易應收款項	10(a)	333,691	335,074
按金、預付款項及其他應收款項	10(b)	124,480	138,261
現金及現金等價物		116,379	97,177
總流動資產		574,550	570,512
總資產		583,320	577,755
負債			
非流動負債			
借款		41,000	–
租賃負債		1,950	1,114
遞延所得稅負債		21,237	–
總非流動負債		64,187	1,114
流動負債			
貿易應付款項	11	118,586	130,472
其他應付款項及應計費用	12	20,957	22,856
借款		41,102	82,500
合約負債		23,995	34,208
租賃負債		2,676	2,263
即期所得稅負債		16,222	9,889
總流動負債		223,538	282,188
總負債		287,725	283,302
權益			
股本		42,607	42,607
儲備		110,679	92,282
保留盈利		142,309	159,564
總權益		295,595	294,453
總權益及負債		583,320	577,755

綜合權益變動表

	本公司擁有人應佔			總權益 人民幣千元
	股本 人民幣千元	儲備 人民幣千元	保留盈利 人民幣千元	
2021年1月1日結餘	42,607	92,282	159,564	294,453
年內溢利	-	-	(17,255)	(17,255)
其他全面收益	-	(103)	-	(103)
年內全面收益總額	-	(103)	(17,255)	(17,358)
與擁有人進行的交易：				
以股份為基礎的報酬	-	39,126	-	39,126
購回股份	-	(20,626)	-	(20,626)
2021年12月31日結餘	42,607	110,679	142,309	295,595
2020年1月1日結餘	70	28,667	100,097	128,834
年內溢利	-	-	67,334	67,334
其他全面收益	-	(957)	-	(957)
年內全面收益總額	-	(957)	67,334	66,377
與擁有人進行的交易：				
於上市後進行資本重組	31,886	(31,886)	-	-
於上市後發行新股份	10,651	106,513	-	117,164
股份發行成本	-	(17,922)	-	(17,922)
提取盈餘儲備	-	7,867	(7,867)	-
2020年12月31日結餘	42,607	92,282	159,564	294,453

綜合現金流量表

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
附註		
經營活動所得現金流量		
經營所得／(所用)現金	64,084	(80,089)
已收利息	273	130
已付所得稅	(2,360)	(1,581)
經營活動所得／(所用)現金淨額	61,997	(81,540)
投資活動所得現金流量		
出售按公允價值計入損益的金融資產 所得款項	67,625	210
收回對關聯方的貸款	2,580	—
購買物業、廠房及設備付款	(2,308)	(1,045)
購買按公允價值計入損益的金融資產 付款	(67,500)	—
向董事提供貸款	(4,500)	—
向僱員提供貸款	(8,500)	—
投資活動所用現金淨額	(12,603)	(835)
融資活動所得現金流量		
發行股份的所得款項(扣除發行成本)	—	107,363
借款所得款項	166,551	75,000
關聯方貸款	29,100	7,500
償還借款	(159,449)	(7,973)
償還關聯方貸款	(36,600)	(22,501)
租賃付款的本金付款	(3,518)	(1,736)
借款及租賃的利息付款	(5,548)	(889)
購回股份	(20,626)	—
融資活動(所用)／所得現金淨額	(30,090)	156,764
現金及現金等價物淨增加	19,304	74,389
年初現金及現金等價物	97,177	23,805
匯率變動對現金及現金等價物的影響	(102)	(1,017)
年末現金及現金等價物	116,379	97,177

附註

1 一般資料

輝煌明天科技控股有限公司(「本公司」)於2018年11月8日根據開曼群島公司法(第22章，1961年第3號法例，經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處地址為Walkers Corporate Limited, 190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands。本公司股份於2020年11月11日在香港聯合交易所有限公司主板上市。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)從事提供智慧營銷解決方案服務的業務。本集團的控股股東為董暉先生(「董先生」)及楊登峰先生(「楊先生」)(合稱「控股股東」)。

2 重大會計政策概要

編製綜合財務報表所應用的主要會計政策載列如下。除非另有說明，否則，此等政策於全部呈列年度持續應用。

2.1 編製基準

本集團的綜合財務報表乃按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)所頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)及香港法例第622章香港公司條例的披露規定編製。綜合財務報表乃根據歷史成本法編製，並經若干按公允價值計量的金融資產修改。

綜合財務報表乃根據香港財務報告準則而編製，要求使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層在應用本集團的會計政策過程中行使判斷。

本集團已應用於2021年1月1日開始的財政期間生效的新訂及經修訂準則。採納該等新訂及經修訂準則對本集團的綜合財務報表概無任何重大影響。

尚未採納的新準則及詮釋

若干新準則、準則的修訂及詮釋於2022年1月1日或之後開始的年度期間生效，而於編製綜合財務報表時並無應用該等新準則、準則的修訂及詮釋。

		於以下日期或之後 開始的財政年度生 效
香港會計準則第16號的 修訂	作預定用途前之所得款項：廠 房及設備、物業	2022年1月1日
香港會計準則第37號的 修訂	履行合約之成本	2022年1月1日
香港財務報告準則第3號的修訂	概念框架之提述	2022年1月1日
香港財務報告準則的 修訂	香港財務報告準則2018年至2020 年之年度改進	2022年1月1日
會計指引第5號(經修訂)	共同控制合併的合併會計法	2022年1月1日
香港會計準則第12號的 修訂	與單一交易所產生之資產及負 債有關之遞延稅項	2023年1月1日
香港會計準則第1號的 修訂	負債分類為流動負債或非流動 負債	2023年1月1日
香港會計準則第1號的 修訂及香港財務報告準則實務 聲明第2號	會計政策之披露	2023年1月1日
香港會計準則第8號的 修訂	會計估計之定義	2023年1月1日
香港財務報告準則第17號	保險合約	2023年1月1日
香港詮釋第5號(2020年)	財務報表之呈列—借款人對包 含按要求償還條款之有期貨 款之分類	2023年1月1日
香港財務報告準則第17號、 香港財務報告準則第4號及 香港會計準則第16號的修訂	延長暫時豁免應用香港財務 報告準則第9號及物業、 廠房及設備	2023年1月1日
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號的修訂	投資者與其聯營公司或合營企 業之間的資產出售或貢獻	尚待釐定

本集團已開始評估此等與本集團營運相關的新訂或經修訂準則的影響。本集團認為應用該等新訂或經修訂準則不大可能對本集團的財務狀況及表現產生重大影響。

3 收入

收入包括提供智慧營銷解決方案服務及SaaS訂閱解決方案服務所得款項。本集團截至2021年及2020年12月31日止年度的按類別劃分的收入分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
智慧營銷解決方案服務		
—整合智慧營銷解決方案服務—總額法	426,515	302,851
—影響力投放服務—淨額法	60,612	79,912
—智能直播服務—淨額法	769	—
SaaS訂閱解決方案服務	132	—
總計	<u>488,028</u>	<u>382,763</u>

按類別劃分的收入確認時間如下：

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
於某個時間點確認	487,896	382,763
隨時間確認	132	—
總計	<u>488,028</u>	<u>382,763</u>

本集團的風險集中情況來自一名主要客戶，乃因該客戶的貢獻佔本集團截至2021年及2020年12月31日止年度的總收入分別約26%及25%。

於2021年及2020年12月31日，來自上述主要客戶的貿易應收款項約為人民幣99,054,000元及人民幣153,809,000元，佔本集團貿易應收款項總額分別約29%及46%。

截至2021年及2020年12月31日止年度，概無大量取得合約的增量成本。

4 按性質分類的開支

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
廣告流量成本	366,978	251,885
員工福利開支	90,140	39,650
諮詢費	7,318	4,821
辦公室開支	4,822	2,077
折舊及攤銷	4,604	2,423
伺服器收費以及信息技術費用	4,477	4,708
核數師薪酬	2,455	3,000
短期租賃開支	1,422	668
差旅開支	1,105	907
上市開支	-	7,389
其他	3,034	2,922
	<u>486,355</u>	<u>320,450</u>
總服務成本、銷售及分銷開支以及一般及行政開支	<u>486,355</u>	<u>320,450</u>

附註：截至2021年12月31日止年度，本集團研發費用約為人民幣29,657,000元(2020年：約人民幣23,415,000元)。

5 其他收益淨額

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
政府補助(附註)	10,152	6,000
增值稅退稅	6,725	4,255
出售按公允價值計入損益的金融資產收益	125	6
	<u>17,002</u>	<u>10,261</u>

附註：政府補助指本集團從中國地方政府收到的補貼。概無與該補助有關的未滿足條件或或然事項。

6 財務成本淨額

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
財務收入		
銀行存款利息收入	273	130
財務成本		
銀行借款利息開支	(5,145)	(535)
租賃負債利息開支	(403)	(274)
匯兌收益及虧損	-	(43)
股東貸款利息開支	-	(80)
	(5,548)	(932)
財務成本－淨額	(5,275)	(802)

7 所得稅開支

(a) 開曼群島及英屬維爾京群島所得稅

本公司為根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，故獲豁免繳納開曼群島所得稅。

根據英屬維爾京群島的規則及法規，本集團毋須在英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

(b) 香港利得稅

於截至2021年及2020年12月31日止年度，由於本集團並無任何估計可評稅溢利，故並無就香港利得稅進行撥備。

(c) 中國企業所得稅(「企業所得稅」)

本集團就中國業務之所得稅撥備乃根據有關所得稅之現行法例、詮釋及慣例，按適用稅率就年內估計應課稅溢利計算。中國一般企業所得稅稅率為25%。

深圳輝煌明天科技有限公司(「深圳輝煌明天」)於2017年獲得「軟件企業」資格，倘符合若干規定，自其首個獲利年度起，在兩年內獲豁免繳納企業所得稅，其後三年減免50%的適用稅率。深圳輝煌明天亦於2018年獲得「高新技術企業」(「高新技術企業」)資格，並於2021年更新，根據適用於高新技術企業的優惠稅務待遇，自2021年至2023年三年期間可享受15%的減免優惠企業所得稅稅率。

深圳鄰度科技有限公司(「深圳鄰度」)於2017年獲得「軟件企業」資格，倘符合若干規定，自其首個獲利年度起，在兩年內獲豁免繳納企業所得稅，其後三年減免50%的適用稅率。深圳鄰度亦於2019年獲得高新技術企業資格，根據適用於高新技術企業的優惠稅務待遇，自2019年至2021年三年期間可享受15%的減免優惠企業所得稅稅率。

湖州輝煌明天科技有限公司(「湖州輝煌明天」)於2020年獲得「軟件企業」資格，倘符合若干規定，自其首個獲利年度起，在兩年內獲豁免繳納企業所得稅，其後三年減免50%的適用稅率。

霍爾果斯光速網絡科技有限公司(「霍爾果斯光速網絡」)於2017年在霍爾果斯經濟特區成立，根據當地主管部門制定的法規，自首個經營年度起計於2017年至2021年五年期間獲豁免繳納企業所得稅。

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
即期所得稅	8,693	2,384
遞延所得稅	21,088	1,397
所得稅開支	29,781	3,781
	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
除所得稅前溢利	12,526	71,115
按中國法定稅率25%計算的稅項	3,132	17,778
其他司法權區的不同稅率的影響	1,334	2,842
適用於本集團中國附屬公司的優惠稅率的影響	(6,894)	(14,590)
並無已確認遞延所得稅資產的稅項虧損	6,734	376
不可扣減開支	9,778	302
研發開支超扣	(5,540)	(2,927)
未分配保留盈利的預扣稅	21,237	—
所得稅開支	29,781	3,781

8 每股(虧損)/盈利(以每股人民幣分列示) – 基本及攤薄

(a) 每股基本(虧損)/盈利

	截至12月31日止年度	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
本公司擁有人應佔(虧損)/溢利(人民幣千元)	(17,255)	67,334
已發行普通股加權平均數(千股)(附註)	<u>492,362</u>	<u>392,418</u>
每股基本(虧損)/盈利(人民幣分)	<u>(3.50)</u>	<u>17.16</u>

附註：為計算截至2020年12月31日止年度的每股基本盈利，普通股加權平均數已於2020年11月11日就資本重組發行的影響作出追溯調整。

(b) 每股攤薄(虧損)/盈利

每股攤薄盈利是在假設所有具攤薄潛力的普通股的情況下，透過調整發行在外之股份的加權平均數計算。

由於本集團於截至2021年12月31日止年度產生虧損，因此在計算每股攤薄虧損時不包括僱員激勵計劃的影響，因為計入其影響會出現反攤薄效果，而且於2020年12月31日不存在潛在攤薄的發行在外普通股。因此，截至2021年及2020年12月31日止年度每股攤薄(虧損)/盈利與每股基本(虧損)/盈利相同。

9 股息

於截至2021年及2020年12月31日止年度，本公司並無宣派或派付股息。

於2022年3月28日，董事會建議派付截至2021年12月31日止年度的末期股息每股人民幣0.16元(相當於0.20港元)(合計人民幣80,000,000元)。擬派付的末期股息須待股東於股東週年大會上通過後方可作實，並未於綜合財務報表內確認為應付股息。

10 貿易應收款項、按金、預付款項及其他應收款項

(a) 貿易應收款項

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
貿易應收款項—第三方	336,521	337,210
虧損撥備	<u>(2,830)</u>	<u>(2,136)</u>
	<u>333,691</u>	<u>335,074</u>

於2021年及2020年12月31日，貿易應收款項以人民幣計值。

本集團貿易應收款項虧損撥備的變動如下：

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
年初	2,136	1,479
添置	694	657
年末	<u>2,830</u>	<u>2,136</u>

本集團向其客戶提供的信貸期一般為30至150天。於2021年及2020年12月31日基於確認日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
賬齡		
三個月以下	220,570	261,530
三個月至六個月	37,847	71,551
六個月至一年	76,777	1,716
一年至兩年	784	1,755
兩年以上	543	658
	<u>336,521</u>	<u>337,210</u>

本集團應用香港財務報告準則第9號訂明的簡化方法計提預期信貸虧損撥備，其允許就所有貿易應收款項計提整個存續期的預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共享信貸風險特徵及逾期日數分類。預期信貸虧損亦包含前瞻性資料。

(b) 按金、預付款項及其他應收款項

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
向媒體發佈商及廣告代理支付的預付款項	92,743	118,512
可收回增值稅	9,299	10,692
租金及其他按金	5,682	4,919
向僱員提供貸款	8,500	—
向董事提供貸款	1,920	—
其他	7,324	6,039
減：虧損撥備	(180)	—
	<u>125,288</u>	<u>140,162</u>
減：非即期按金及預付款項	(808)	(1,901)
	<u>124,480</u>	<u>138,261</u>

本集團其他應收款項虧損撥備的變動如下：

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
年初	-	-
添置	180	-
年末	<u>180</u>	<u>-</u>

11 貿易應付款項

供應商給予的信貸期一般為30至150天。根據發票日期，貿易應付款項的賬齡分析如下：

賬齡	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
三個月以下	11,453	30,802
三個月至六個月	1,923	17,829
六個月以上	105,210	81,841
	<u>118,586</u>	<u>130,472</u>

12 其他應付款項及應計費用

	於12月31日	
	2021年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
應計員工成本	10,877	15,414
增值稅及附加費	7,796	68
應計核數師薪酬	1,609	3,000
應計上市開支	-	3,323
其他	675	1,051
	<u>20,957</u>	<u>22,856</u>

其他資料

主要客戶及供應商

截至2021年12月31日止年度，本集團五大客戶及最大客戶應佔的收入分別佔本集團總收入的約76.4%及33.2%。截至2021年12月31日止年度，本集團五大供應商及最大供應商應佔的採購額分別佔服務成本的約70.1%及32.6%。

截至2021年12月31日止年度，概無董事或其任何緊密聯繫人(定義見上市規則)或據董事所知及確信擁有本公司已發行股本總額超過5%的任何股東，在本集團的五大客戶或供應商中擁有任何重大權益。

外匯風險

本集團主要在中國從事業務，而大部分交易以人民幣結算。於報告期內，董事認為本集團並無面臨外匯風險。本集團目前並無外幣對沖政策，惟本集團管理層會持續監察外匯風險。

股份發售所得款項用途

本公司於2020年11月11日成功在聯交所主板上市(扣除包銷佣金及本公司應付相關開支後)股份發售所得款項淨額約為86.0百萬港元。如招股章程先前所披露，所得款項淨額的擬定用途並無變動。

股份發售所得款項淨額已經，並將按照招股章程所載的目的使用。

下表載列所得款項淨額之計劃用途及截至2022年3月28日之實際用途：

所得款項用途		已計劃分配的 所得款項淨額 (百萬港元)	已計劃分配的 所得款項淨額 ⁽²⁾ (人民幣百萬元)	已動用金額 (於2022年 3月28日) (人民幣百萬元)	未動用金額 (於2022年 3月28日) (人民幣百萬元)	動用股份 發售所得款項淨 額餘額的 預期時間表 ⁽¹⁾
擴展本集團的中介服務	64.9%	55.8	45.6	45.6	0	不適用
擴展本集團的營銷、 客戶服務及設計團隊	21.3%	18.3	15.0	12.5	2.5	於2022年9月30日 或之前 ⁽³⁾
提升本集團的信息技術及 DMP系統	10.5%	9.0	7.4	6.3	1.1	於2022年9月30日 或之前 ⁽³⁾
本集團一般營運資金	3.3%	2.9	2.4	2.4	0	不適用
總計	100.0%	86.0	70.4	66.8	3.6	

附註：

- (1) 使用所得款項淨額餘額的預期時間表乃基於本集團對市場狀況的最佳估計。
- (2) 股份發售所得款項淨額以港元收取，並換算為人民幣以作申請計劃。由於自股份發售以來的匯率波動，該計劃略有調整。
- (3) 餘下所得款項將按招股章程所披露的相關披露用途及預期實施時間表動用。未動用所得款項淨額已作為短期存款存放於本集團開設的銀行賬戶內。

股息

董事會建議就截至2021年12月31日止年度向本公司股東派付末期股息每股人民幣0.16元(相當於0.20港元)。末期股息須經本公司股東於2022年5月20日(星期五)舉行的股東週年大會上批准後方可作實。擬派末期股息將於2022年6月30日(星期四)派付予於2022年5月30日(星期一)名列本公司股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

為確定出席股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將於2022年5月16日(星期一)至2022年5月20日(星期五)期間(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理本公司股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會及於會上投票，所有股份轉讓文件連同有關股票須於2022年5月13日(星期五)下午四時三十分前送達本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司以辦理股份過戶登記手續，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓。

為釐定有權獲派建議末期股息的資格(須待本公司股東於股東週年大會上批准)，本公司將於2022年5月26日(星期四)至2022年5月30日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行本公司任何股份的過戶登記。為符合獲派建議末期股息的資格，所有股份過戶文件連同有關股票必須不遲於2022年5月25日(星期三)下午四時三十分送達本公司的登記處卓佳證券登記有限公司(地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓)，以辦理登記手續。

企業管治常規

本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。除下文所披露的偏離情況外，董事認為，本公司於截至2021年12月31日止年度已遵守企業管治守則所載所有守則條文。

根據企業管治守則第A.1.1條守則條文，董事會應定期舉行會議，而每年應最少舉行四次董事會會議，大約每季舉行一次。於截至2021年12月31日止年度，僅舉行三次董事會常規會議以審閱及討論年度業績、中期業績及批准董事變更。本公司並無公佈季度業績，故認為毋須每季舉行會議。

本集團一直致力就條例之變更及最佳常規之發展檢討及提升其內部監控及程序。

企業管治守則之守則條文第A.2.1條規定，主席與行政總裁之角色應有區分，並不應由一人同時兼任。

董先生已獲委任為行政總裁，並擔任主席及提名委員會主席。縱觀本公司的業務進程，董先生一直是本集團的主要領導人物，主要參與本集團的戰略發展、整體營運管理及重大決策。經考慮本公司業務計劃的持續實施需要，董事認為，於本集團目前的發展階段，由董先生同時擔任主席及行政總裁的角色對本公司及其股東有利，並符合彼等之整體利益。董事會將不時檢討現行架構，並於適當時候作出必要的變更，並就此知會本公司股東。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納有關董事進行證券交易的行為守則，其條款不遜於標準守則。

經向全體董事作出具體查詢後，各董事均已確認，截至2021年12月31日止年度，彼等已遵守標準守則所載之規定準則。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於截至2021年12月31日止年度內，本公司或其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券，惟股份獎勵計劃之受託人以總代價約24,730,578.4港元向獨立第三方購買本公司合共21,076,000股股份除外。

審核委員會

本公司已根據企業管治守則成立審核委員會，並制定書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會現由三名獨立非執行董事組成，分別為劉健威先生、魏海燕先生及張凡琛先生。劉健威先生為審核委員會主席。

審核委員會已考慮及審閱本集團截至2021年12月31日止年度的年度業績、本公司及本集團採納的會計原則及慣例，並與管理層討論有關內部控制及財務報告的事宜。審核委員會認為，截至2021年12月31日止年度的年度財務業績符合相關會計準則、規則及規例，並已妥為作出適當披露。

羅兵咸永道會計師事務所的工作範圍

本集團的核數師羅兵咸永道會計師事務所已就初步業績公告所列載有關本集團截至2021年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合全面收益表、綜合權益變動表、綜合現金流量表及相關附註的數字與本集團該年度的經審核綜合財務報表所列載數額核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》(Hong Kong Standards on Auditing)、《香港審閱準則》(Hong Kong Standards on Review Engagements)或《香港鑒證準則》(Hong Kong Standards on Assurance Engagements)而執行的鑒證業務，因此羅兵咸永道會計師事務所並未對初步業績公告發出任何鑒證意見。

報告期後事項

董事會並不知悉於報告期後及直至本公告日期發生任何嚴重影響本集團的財務狀況或營運的重大事件。

刊發年度業績公告及2021年年報

本年度業績公告刊載於香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.btomorrow.cn>)。載有上市規則規定的所有資料的本集團截至2021年12月31日止年度之年報將於2022年4月中旬寄發予股東，並刊載於上述網站。

更改於開曼群島的註冊辦事處及股份過戶登記總處地址

自2021年2月1日起，本公司於開曼群島的註冊辦事處及股份過戶登記總處地址變更如下：

註冊辦事處

The offices of Walkers Corporate Limited
190 Elgin Avenue
George Town
Grand Cayman KY1-9008
Cayman Islands

股份過戶登記總處

Walkers Corporate Limited
190 Elgin Avenue
George Town
Grand Cayman KY1-9008
Cayman Islands

釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「5G」	指	第五代移動通信技術
「ad投放」	指	向媒體發佈商或手機應用程式投放廣告
「廣告庫存」	指	網上媒體發佈商可用於廣告的流量
「廣告商」	指	任何通過投放移動廣告宣傳其品牌及產品(或服務)之人士、公司或機構(如品牌商、廣告代理、移動應用程式開發商)以及作為移動廣告全價值鏈最初發起者之人士、公司或機構
「廣告」	指	任何旨在使產品(或服務)引起潛在及現有客戶注意的通訊，通常需付費
「AI」	指	人工智能
「AIPL」		「認知(Awareness)」、「興趣(Interest)」、「購買(Purchase)」及「忠誠(Loyalty)」的縮寫，為本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨
「算法」	指	一套於編寫程序中用以解決問題的清晰指令
「應用程式」或「移動應用程式」	指	為在智能手機及其他移動設備上運行而設計的應用程式軟件
「AR」	指	增強現實
「審核委員會」	指	董事會轄下的審核委員會

「百度」	指	百度集團股份有限公司，在聯交所主板上市的公司(股份代號：9888)
「大數據」	指	由組織收集的結構化、半結構化和非結構化數據的組合，可用於收集資訊以及機器學習項目、預測建模及其他高級分析應用中
「董事會」	指	本公司董事會
「Brilliant League」	指	BRILLIANT LEAGUE LIMITED，於2018年4月25日在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，由本公司執行董事董暉先生全資擁有
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載之企業管治守則
「雲素材」	指	透過互聯網從雲計算供應商的服務器按需求為用戶提供的應用程序、服務或資源，同時能存取共用的可配置資源
「本公司」	指	輝煌明天科技控股有限公司(前稱「Bright Future Science Holdings Limited輝煌明天科技控股有限公司」)，於2018年11月8日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「控股股東」	指	除文義另有所指外，具有上市規則賦予該詞的涵義，即指董先生、楊先生、Brilliant League Limited及Highland Triumph Limited
「觸寶」	指	CooTek (Cayman) Inc.，在紐約證券交易所上市的公司，股份代號為「CTK」

「核心服務供應商」	指	獲提供廣告庫存的媒體發佈商認可的身份，標誌著在採購廣告庫存方面的媒體發佈商與廣告代理的緊密業務關係。該身份通常通過於指定時間內與媒體發佈商達成一定水平的交易額等規定而獲得。獲得有關身份通常令廣告代理能直接與媒體發佈商交易
「冠狀病毒病」或「2019冠狀病毒病」	指	2019冠狀病毒病
「Delta」	指	Delta變異毒株，具高度傳染性的冠狀病毒株，2020年12月在印度首次發現，隨後蔓延至全球各地
「DMP」或「數據管理平台」	指	具有內置電腦軟件、工具及系統的平台，可使用算法從公共領域中選擇性地提取非機密資料、分析資料，以及有效將資料進行分組或分類
「抖音」	指	抖音，為創意音樂及短視頻社交媒體應用程序
「僱員」	指	本集團任何成員公司的任何僱員(包括但不限於任何執行董事)
「ERP」或「企業資源管理」	指	機構利用集成應用程序以管理業務及自動化大量金融、科技服務及人力資源相關後台功能的業務程序管理軟件
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司，或如文義另有所指，就本公司成為現時附屬公司的控股公司之前期間，則指有關附屬公司，猶如其於相關時間已為本公司附屬公司
「Highland Triumph」	指	HIGHLAND TRIUMPH LIMITED，於2018年5月28日在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，由本公司執行董事楊登峰先生全資擁有

「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「HUAWEI Ads」	指	華為技術有限公司的全球程序化廣告市場
「湖州輝煌明天」	指	湖州輝煌明天科技有限公司，於2018年10月25日在中國成立的公司，為本公司的間接全資附屬公司
「垂直行業」	指	銷售商向有特殊需求的客戶群提供商品和服務的特定行業
「艾瑞諮詢」或 「艾瑞諮詢集團」	指	專業市場研究及諮詢公司，於中國提供線上業務服務
「KOL」	指	意見領袖
「快手」	指	快手科技，一間於聯交所主版上市(股份代號：1024)的公司，經營內容社區及社交平台快手，透過直播分享短視頻及進行互動
「上市」	指	股份於2020年11月11日在主板上市
「上市日期」	指	2020年11月11日，股份於聯交所上市之日期
「上市規則」	指	聯交所不時作出之聯交所證券上市規則
「直播」	指	在線串流媒體，同步進行實時紀錄及廣播
「中長尾媒體」	指	並無自設廣告投放系統的中型移動應用程序或小型媒體發佈商，例如遊戲及電商應用程序

「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，乃獨立於聯交所運營的GEM並與其並行運作
「MCN」或 「多渠道網絡」	指	為KOL在內容策展及製作方面提供綜合專業支援，以及提供接觸獨特廣告商、品牌和媒體平台資源機會的組織
「標準守則」	指	上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「提名委員會」	指	董事會轄下的提名委員會
「Omicron」	指	Omicron變異毒株，具高度傳染性的冠狀病毒株，2021年11月在印度首次發現，隨後蔓延至全球各地
「拼多多」	指	Pinduoduo Inc.，在納斯達克上市的公司，股份代號為「PDD」
「平台」	指	執行軟件的环境
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言及僅供地理參考，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「私域流量運營」	指	一種可幫助業務建立及維護客戶數據庫的營銷工具，透過該數據庫可隨時直接聯繫已獲用戶，且不限次數
「招股章程」	指	本公司日期為2020年10月28日之招股章程
「報告期」	指	截至2021年12月31日止年度
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「SaaS」	指	軟件即服務，由第三方供應商主理並作為服務透過互聯網交付予客戶的軟件
「股份」	指	本公司股本中每股0.1港元的普通股

「股份獎勵計劃」	指	董事會於2021年5月7日批准及採納的本公司股份獎勵計劃，其採用現有形式或根據股份獎勵計劃不時修訂
「股份發售」	指	股份公開發售及配售
「股東」	指	股份持有人
「短視頻平台」	指	專注於促進製作及分享短視頻的平台，其中短視頻長度介乎數秒至數分鐘不等，方便透過移動互聯網共享和接觸大眾
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「庫存圖像」	指	不局限於特定主題而製作的一般相片、圖片及圖示，可套用於其他製作之中
「庫存視頻」或「素材」	指	不局限於特定主題而製作的一般視頻短片、出品或視頻，可套用於其他製作之中
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「騰訊」	指	騰訊控股有限公司，在聯交所主板上市的公司(股份代號：700)
「頭部媒體」	指	熱門搜索引擎及社交媒體等主要網上媒體發佈商，通過其廣告投放系統提供廣告庫存
「VR」	指	虛擬現實
「%」	指	百分比

本公告中提及的中國成立公司或實體以及中國法律法規的英文名稱均為其中文名稱的翻譯。如有任何不一致之處，則以中文名稱為準。

承董事會命
輝煌明天科技控股有限公司
主席、行政總裁兼執行董事
董暉

中國深圳，2022年3月28日

於本公告日期，執行董事為董暉先生、楊登峰先生、高雨晴女士及岑森輝先生；以及獨立非執行董事為劉健威先生、魏海燕先生及張凡琛先生。