

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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Ruicheng (China) Media Group Limited

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1640)

截至2022年6月30日止六個月的中期業績公告

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2022年6月30日止六個月(「回顧期」)未經審核綜合中期業績，連同2021年同期的比較數字如下：

中期簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2022年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
收益	3	223,405	245,241
收益成本		<u>(216,057)</u>	<u>(218,150)</u>
毛利		7,348	27,091
其他收入、收益及虧損	4	1,964	2,230
銷售及營銷開支		(2,321)	(3,359)
行政開支		(4,154)	(4,542)
融資成本	5	(2,462)	(4,028)
金融資產減值虧損		<u>(4,462)</u>	<u>(7,641)</u>
除稅前(虧損)溢利		(4,087)	9,751
所得稅抵免(開支)	6	<u>654</u>	<u>(4,087)</u>
期內(虧損)溢利及全面(開支)收益總額	7	<u><u>(3,433)</u></u>	<u><u>5,664</u></u>
應佔(虧損)溢利及全面收益(開支)收益總額：			
— 本公司擁有人		(3,401)	5,699
— 非控股權益		<u>(32)</u>	<u>(35)</u>
		<u><u>(3,433)</u></u>	<u><u>5,664</u></u>
每股(虧損)盈利			
— 基本及攤薄(人民幣)	8	<u><u>(0.01)</u></u>	<u><u>0.01</u></u>

中期簡明綜合財務狀況表

於2022年6月30日

		於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業及設備		400	429
其他無形資產		25	27
遞延稅項資產		<u>4,288</u>	<u>3,542</u>
		<u>4,713</u>	<u>3,998</u>
流動資產			
貿易應收款項、預付款項及其他應收款項	10	558,998	341,100
應收關聯方款項		831	831
合約資產	11	23,130	23,472
銀行結餘及現金		<u>15,240</u>	<u>34,865</u>
		<u>598,199</u>	<u>400,268</u>
資產總值		<u><u>602,912</u></u>	<u><u>404,266</u></u>

	附註	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
股本及儲備			
股本	14	3,578	3,578
儲備		<u>210,665</u>	<u>214,066</u>
本公司擁有人應佔權益		214,243	217,644
非控股權益		<u>110</u>	<u>142</u>
權益總額		<u>214,353</u>	<u>217,786</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	218,055	39,007
應付稅項		12,732	14,570
合約負債		37,574	16,612
銀行及其他借款	13	120,198	115,984
租賃負債		<u>—</u>	<u>307</u>
負債總額		<u>388,559</u>	<u>186,480</u>
權益及負債總額		<u>602,912</u>	<u>404,266</u>

未經審核中期簡明綜合財務報表附註

1. 一般資料以及綜合財務報表的編製及呈列基準

1.1 一般資料

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司(「本公司」)於2019年1月15日根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司及其股份於2019年11月12日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。本公司註冊辦事處地址為190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands及主要營業地點為中華人民共和國(「中國」)北京市朝陽區西大望路63號院7號樓13層1602。本公司為一間投資控股公司，而其附屬公司主要從事於中國提供廣告服務。

本集團簡明綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，而人民幣亦為本公司功能貨幣。於下文本公司及其附屬公司統稱為「本集團」。

該等中期簡明綜合財務報表乃未經審核。

1.2 編製基準

本集團截至2022年6月30日止六個月之未經審核中期簡明綜合財務報表乃根據國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒布之國際會計準則第34號「中期財務報告」及聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十六之適用披露規定而編製。

2. 主要會計政策

未經審核中期簡明綜合財務報表乃根據歷史成本法編製。

編製截至2022年6月30日止六個月之未經審核中期簡明綜合財務報表所採用之會計政策及計算方法與本公司截至2021年12月31日止年度之年度財務報表所呈列者一致。

於本中期期間，本集團已首次應用以下由國際會計準則委員會頒布的新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)，有關準則於2022年1月1日或之後開始的年度期間強制生效，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

國際財務報告準則第3號修訂本	提述概念框架
國際財務報告準則第16號修訂本	2021年6月30日後COVID-19相關的租金優惠
國際會計準則第16號修訂本	物業、廠房及設備：擬定用途前之所得款項
國際會計準則第37號修訂本	虧損性合約－履行合約之成本
國際財務報告準則修訂本	對2018年至2020年週期之國際財務報告準則的年度改進

於本中期期間應用經修訂國際財務報告準則對本集團本期間及過往期間之財務表現及狀況及／或該等簡明綜合財務報表所載之披露事項並無重大影響。

3. 收益及分部資料

i. 與客戶合約產生收益的拆分

按服務性質劃分的收益

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
電視(「電視」)廣告服務		
— 硬性電視廣告服務(附註)	67,287	69,825
— 涉及軟性電視廣告服務的廣告解決方案組合(附註)	—	521
	<hr/>	<hr/>
數字廣告服務	67,287	70,346
戶外廣告服務	125,962	90,991
其他廣告服務	29,721	75,246
	<hr/>	<hr/>
	435	8,658
	<hr/>	<hr/>
	223,405	245,241
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

附註：硬性電視廣告服務為於電視廣告時段投放的傳統廣告，而軟性電視廣告服務為於綜藝節目及電視劇中植入廣告，如產品植入、冠名贊助、字幕廣告及口播廣告語。

按客戶類型劃分的收益

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
廣告主	8,488	52,342
廣告代理	214,917	192,899
	<hr/>	<hr/>
	223,405	245,241
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

按廣告之產品或服務種類劃分的收益

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
傢俱及家電	124,301	146,088
衛生紙	–	28,434
飲食	69,383	9,865
電信	–	14,647
車體	6,608	27,853
其他	23,113	18,354
	<u>223,405</u>	<u>245,241</u>

收益確認的時間

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
於一段時間	<u>223,405</u>	<u>245,241</u>

ii. 分部資料

向董事(即主要經營決策者(「主要經營決策者」))呈報以供作出資源分配及評估分部表現之資料，重點關注已交付或已提供之貨品或服務的類型。於截至2022年6月30日止六個月，主要經營決策者整體評估持續經營業務的經營表現並分配本集團資源，原因是本集團的所有業務活動被視為主要提供廣告服務。據此，主要經營決策者認為，根據國際財務報告準則第8號經營分部規定，僅有一個經營分部。因此，並無呈列分部資料。

由於本集團的收益、非流動資產及經營活動主要來自其在中國地區的活動，故無呈列地區資料。

4. 其他收入、收益及虧損

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
銀行存款利息收入	8	57
政府補助(附註(i))	1,448	1,599
增值稅的進項稅額加計扣除(附註(ii))	515	598
提前終止租約的收益(附註(iii))	-	149
匯兌虧損淨額	-	(14)
撤銷物業及設備	-	(120)
其他	(7)	(39)
	<u>1,964</u>	<u>2,230</u>

附註：

- (i) 該款項為獎勵本集團對當地經濟做出的貢獻及上市而自當地政府收取的補貼。該等補助並無附帶特定條件，其金額於收取補助時在損益確認。
- (ii) 根據中國增值稅相關法律，中國附屬公司於2021年1月1日至2022年12月31日獲授予增值稅的進項稅額加計10%扣除。
- (iii) 於2021年6月30日，提前終止租約的收益指淨差額約人民幣149,000元，包括使用權資產減少約人民幣1,035,000元及租賃負債減少約人民幣1,184,000元。

5. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
銀行及其他借款的利息開支	2,457	4,018
租賃負債的利息開支	5	10
	<u>2,462</u>	<u>4,028</u>

6. 所得稅(抵免)開支

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
中國企業所得稅(「企業所得稅」)		
— 本年度	92	5,920
— 遞延稅項	(746)	(1,833)
所得稅(抵免)開支	<u>(654)</u>	<u>4,087</u>

根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司兩個期間的稅率為25%。

根據藏政發[2018]25號通知(「通知」)，本集團一家全資附屬公司西藏萬美廣告有限公司(「西藏萬美」)的適用稅率為15%。根據通知，於2018年至2020年期間，位於西藏從事特定鼓勵類產業的企業有資格申請15%的優惠稅率。因此，西藏萬美於兩年內適用的企業所得稅稅率為15%。於2020年12月31日之後，中國財政部發出2020年23號通知將稅務優惠期延至2030年12月31日。

根據開曼群島法律及法規，由於相關司法權區並無徵收所得稅，故本集團無須繳納任何開曼群島所得稅。

根據企業所得稅法及企業所得稅法實施條例，外國投資者於中國成立的公司自2008年起賺取的溢利，其相關股息將會被徵收10%的預提所得稅。該等股息稅率可能會就適用的稅務協定或安排進一步調低。根據中國內地和香港特別行政區關於對所得稅避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排，倘若香港居民企業持有中國居民企業至少25%權益，由該中國居民企業向香港居民企業所支付股息的預提稅稅率將進一步調低至5%，否則有關稅率將維持在10%。

由於本集團的收入並非產自或源自香港，故並無就香港稅項作出撥備。

7. 期內(虧損)溢利

下列各項已計入期內(虧損)溢利得出：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
物業及設備折舊	29	199
其他無形資產攤銷	2	3
折舊及攤銷總額	<u>31</u>	<u>202</u>
員工成本		
薪金及津貼	1,560	3,913
表現掛鈎花紅(附註)	–	361
退休福利供款	490	773
總員工成本	<u>2,050</u>	<u>5,047</u>
核數師薪酬	<u>120</u>	<u>150</u>
有關短期租約確認的收益成本	<u>–</u>	<u>27,759</u>

附註：表現掛鈎花紅乃基於本集團表現，相關個人於本集團的表現及可資比較市場數據釐定。

8. 每股(虧損)盈利

本公司擁有人應佔每股基本(虧損)盈利根據以下數據計算得出：

(虧損)盈利數字計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
就計算每股基本及攤薄(虧損)盈利之 本公司擁有人應佔期內(虧損)溢利	<u>(3,401)</u>	<u>5,699</u>

股份數目

截至6月30日止六個月
2022年
(未經審核) 2021年
(未經審核)

計算每股基本及攤薄(虧損)盈利的普通股加權平均數(千股) 400,000 400,000

所用的分母與上文詳述用於計算每股基本(虧損)盈利的分母相同。

因於截至2022年6月30日止六個月及2021年6月30日止六個月內並無具潛在攤薄普通股，故每股攤薄(虧損)盈利與每股基本(虧損)盈利一致。

9. 股息

董事會並不建議派付截至2022年6月30日止六個月之中期股息(2021年：無)。

10. 貿易應收款項、預付款項及其他應收款項

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項－與客戶合約	331,979	306,721
減：預期信貸虧損撥備	<u>(17,825)</u>	<u>(13,109)</u>
	<u>314,154</u>	<u>293,612</u>
來自供應商的應收款項	–	4,238
來自投資A的應收款項	–	750
租金及其他按金	2,034	3,061
其他	<u>4,564</u>	<u>3,654</u>
	<u>6,598</u>	<u>11,703</u>
減：信貸虧損撥備	<u>(321)</u>	<u>(575)</u>
	<u>6,277</u>	<u>11,128</u>
可扣減增值稅	2,759	4,293
對供應商的預付款項	<u>235,808</u>	<u>32,067</u>
	<u>558,998</u>	<u>341,100</u>

本集團一般參照財務狀況、信貸記錄、業務關係年期及本集團提供的服務類型釐定授予客戶的信貸期。不同客戶及項目的信貸及支付條款可能各異。本集團一般於根據相關合約所載的條款履行廣告服務後向客戶出具賬單。

就電視廣告服務而言，本集團一般於向客戶履行廣告服務後提供介乎15至90天的信貸期。就若干客戶而言，本集團要求分期付款或於提供服務前全數支付。

就數字廣告服務而言，本集團一般於向客戶履行廣告服務後提供介乎1至90天的信貸期。就若干客戶而言，本集團於提供服務前收取預付款項，且金額將根據每月提供的服務進行扣減。

就戶外廣告服務而言，本集團一般於合約期內分期設定合約條款。

就其他廣告服務而言，本集團一般要求分期付款或於提供服務前全數支付。

以下為根據賬單日期(與收益確認日期相近)呈列於報告期末經扣除信貸虧損撥備的貿易應收款項的賬齡分析：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
0至30天	159,435	139,483
31至90天	4,119	25,754
91至180天	24,000	37,794
181至360天	52,088	72,787
360天以上	74,512	17,794
	<u>314,154</u>	<u>293,612</u>
總計		

11. 合約資產

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動		
合約資產	<u>23,130</u>	<u>23,472</u>

本集團一般於服務合約開始時或於服務期內分期收取服務費。於與客戶訂立服務合約後，本集團獲得自客戶收取代價的權利，並承擔向客戶履行廣告服務的履約責任。倘餘下的有條件代價權利計量超過已履行的履約責任，則服務合約為資產。合約資產於履行服務的合約期內確認，代表本集團就履行服務收取代價的權利，乃由於有關權利須待本集團於日後履行餘下的廣告服務後方可作實。當權利成為無條件(即於擁有相關資格及經驗的獨立第三方驗證已履行的廣告服務後)，合約資產轉移至貿易應收款項。

12. 貿易及其他應付款項

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	206,606	32,203
應付員工成本	3,919	2,281
其他應付稅項	2,055	1,118
應付上市開支	756	817
應付利息	704	1,222
應計開支	4,015	1,366
	<u>218,055</u>	<u>39,007</u>

於各報告期末，按賬單日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
0至30天	136,466	11,237
31至90天	–	17,352
90天以上	70,140	3,614
	<u>206,606</u>	<u>32,203</u>

本集團獲其供應商授予信貸期為5至60天，除非合約另有指定向供應商預付款項。

13. 銀行及其他借款

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
銀行貸款		
— 無抵押 (附註i)	85,200	61,000
其他借款		
— 無抵押 (附註ii)	34,998	54,984
	<u>120,198</u>	<u>115,984</u>

附註：

- (i) 該等銀行借款由六名(2021年12月31日：六名)第三方擔保人擔保，其按相關貸款本金額的1.30%至2.08%(2021年12月31日：1.30%至2.08%)收取本集團預付擔保費用。於2022年6月30日，該等銀行貸款的實際年利率(亦等於合約利率)為介乎3.85%至6.50%(2021年12月31日：介乎3.85%至6.50%)。
- (ii) 於2021年12月31日，本集團借入還款期為兩年的貸款人民幣50,000,000元及應於2022年3月16日償還的貸款人民幣20,000,000元，並由本公司控股股東擔保。貸款按固定年利率6.5%計息。

於2022年6月30日，本集團向其股東借入額外貸款約人民幣4,998,000元(2021年12月31日：人民幣4,985,000元)，一年無抵押和無息的可償還期限。

14. 股本

股份	於2022年 6月30日 港幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 港幣千元 (經審核)
法定：		
2,000,000,000股(2021年12月31日：2,000,000,000股) 每股面值0.01港元的普通股	<u>20,000</u>	<u>20,000</u>
	於2022年 6月30日 港幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 港幣千元 (經審核)
已發行及繳足：		
400,000,000股(2021年12月31日：400,000,000股) 每股面值0.01港元的普通股	<u>4,000</u>	<u>4,000</u>

管理層討論與分析

市場概覽及業務回顧

(一) 市場概覽

2022年3月以來，新一輪疫情導致經濟下行壓力加大，根據國家統計局的數據，扣除價格因素的影響，2022年上半年我國居民消費支出，同比僅增長0.8%。來自凱度消費者指數(在中國隸屬於CTR)的數據也顯示，過去幾個季度，整體快消品市場的增量非常平緩。居民消費增速放緩，廣告市場需求疲軟，致使廣告投放復甦力度放緩，主要城市的疫情極大影響了廣告主投放意願和公司合作投放。

央視市場研究CTR《2022中國廣告主營銷趨勢調查》報告也顯示(本次報告系連續第14年發佈)，2022年受疫情反覆、行業變革等國內外複雜環境影響，廣告主的市場信心較2021年有所下降，其對於國內整體經濟形勢、行業發展前景、所在企業經營情況的信心均有回落。廣告主對於市場的信心直接影響到營銷預算的投入。根據CTR媒介智訊的數據顯示，2022年1-5月廣告市場刊例花費同比減少12.3%，2022年上半年廣告市場同比減少11.8%；其中，5月、6月份廣告市場花費雖然同比下跌，但月度花費環比呈現正增長，5月漲幅為9.5%，6月漲幅為6.9%。預示隨著疫情得到有效控制，復工復產有序推進，「疫情穩定+消費復甦」釋放廣告需求，廣告市場環比穩步提升，同比降幅收窄，我們預計2022下半年公司業績有望修復和改善。

(二) 業務回顧

電視廣告服務

當前媒體形式多樣，受眾媒體接觸多元且分散，但電視媒體在消費者受眾層面的核心地位依然穩固，電視廣告的品牌價值塑造能力受到廣告主的廣泛認可，以電視媒體為代表的權威媒體可為品牌背書，塑造品牌主線價值觀。本集團為客戶提供專業定制化的電視廣告解決方案，憑借與主要供貨商長期的業務關係，我們能夠為客戶提供豐富的高性價比傳播資源，幫助客戶在滿足預算的同時完成優質廣告展示，讓廣告傳播價值最大化。回顧期內，面對疫情影響下嚴峻的市場環境，我們整合自身優勢，將電視廣告業務轉化升級至更加深入化的全方位傳播服務，優化媒體資源組合提升競爭力，致力為客戶提供更加精準有效的個性化廣告解決方案。

回顧期內本集團分別為國內一家知名品牌飲品銷售商、中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)、全國聞名的果凍布丁專業生產商(其總部位於深圳)、中國領先乳製品企業(其總部位於呼和浩特)、國內知名中外合資汽車公司(其總部位於北京)等客戶完成電視廣告投放，贏得了眾多知名客戶的認可。回顧期內，電視廣告服務業務收益約為人民幣67.286百萬元。

數字廣告服務

在數字廣告及數字營銷方面，順應目前互聯網媒體的發展和疫情之下廣告主增大互聯網投放的趨勢，本集團繼續加大互聯網廣告傳播服務。回顧期內，本集團先後向中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)及旗下高端國際高端家電品牌、旗下全球首個場景品牌等客戶提供互聯網多視頻媒體組合廣告投放，獲得了客戶的高度認可和讚譽。

同時，憑借公司積累的電視內容營銷傳播優勢及經驗，我們充分發掘客戶在互聯網傳播領域的需求，加強互聯網綜藝內容的傳播服務，把數字廣告業務和傳統業務成功經驗進行了很大的結合；以此提升互聯網內容整合專業能力，為客戶提供一站式的數字營銷解決方案，提升客戶在互聯網的投放效果和品牌影響力。回顧期內涉及互聯網綜藝項目合作有：如中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)的廣告主與一檔著名戶外競技真人秀第十季的合作；總部位於廈門的中國罐頭和飲料行業領先企業廣告主與大型網絡視頻播放平台的一檔戀愛觀察類綜藝第三季的合作等等。回顧期內，數字廣告服務收益約為人民幣125.96百萬元。

戶外廣告服務

本集團持續加強並完善戶外展示牌、LED顯示屏、樓宇電梯、公交車體、地鐵戶外等廣告投放領域的市場深耕。憑借優質的戶外廣告資源，與相關供貨商建立的良好聯繫，為客戶提供多樣性場景以及場景整合傳播解決方案。

回顧期內，本集團先後為中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)和中國知名家用電器製造商(其總部位於青島的另一家製造商)於合作地區投放公交車體、LED等廣告。

由於新一輪疫情導致各地封城，戶外廣告受到嚴重影響，廣告主對戶外廣告的投放較以往態度謹慎，合作客戶戶外廣告預算有所下滑或者延期投放執行；同時，以往教育類合作客戶受行業政策及嚴格監管因素的影響不能投放廣告，這些導致本集團上半年戶外廣告業務收入相對也因此明顯下降。回顧期內，戶外廣告服務業務收益約為人民幣29.72百萬元。

其他廣告服務

本集團在原有多樣化媒體廣告服務穩定的基礎上，不斷進行新領域資源的開拓和深度合作，包括品牌策略設計及服務、廣播廣告、雜誌廣告、報紙廣告的資源開發及利用，以滿足客戶多樣化的廣告傳播需求。回顧期內，向一家知名品牌熟水飲品銷售商提供項目傳播服務。

全國經濟面臨下行壓力，居民收入增速下滑，整個消費市場受到或大或小的影響。疫情的反覆進一步加劇市場消費需求下降，故在環境影響下，廣告主降低了其他多樣性輔助廣告的投放預算，或者暫緩了其他廣告投放，導致本集團其他廣告業務收入下降幅度較大。其他廣告服務收益約為人民幣0.43百萬元。

財務回顧

收益

回顧期內，本集團錄得收益約為人民幣223.4百萬元，去年同期約為人民幣245.2百萬元，同比下降約8.9%。

回顧期收益詳情如下：

- (一) 回顧期內，電視廣告服務業務收益約為人民幣67.3百萬元，去年同期約為人民幣70.3百萬元，同比下降約4.4%。該項目的業務收益下降的主要原因是客戶轉入數字廣告和戶外廣告當中所致。
- (二) 回顧期內，數字廣告服務業務收益約為人民幣126.0百萬元，去年同期約為人民幣91.0百萬元，同比上升38.4%。該業務收益顯著上升的主要原因是客戶增加了廣告投放額度所致。
- (三) 回顧期內，戶外廣告服務業務收益約為人民幣29.7百萬元，去年同期約為人民幣75.2百萬元，同比下降60.5%，該業務收益顯著下降的主要因疫情原因戶外廣告投放額度大幅下降所致。
- (四) 回顧期內，其他廣告服務業務收益約為人民幣0.4百萬元，去年同期約為人民幣8.7百萬元，同比下降約95.0%。該項目的業務收益明顯大幅下降的主要原因是客戶轉入數字廣告和戶外廣告當中。

回顧期內，本公司擁有人應佔虧損及全面開支總額約為人民幣3.4百萬元，去年同期本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額約為人民幣5.7百萬元。

毛利及毛利率

回顧期內，本集團分別錄得毛利及毛利率約為人民幣7.4百萬元及3.3%，去年同期本集團分別錄得毛利及毛利率約為人民幣27.1百萬元及11.0%。下降的主要因疫情原因戶外廣告、其他廣告投放額度大幅下降，客戶後續輔助性服務增加成本所致。

其他收入、收益及虧損

回顧期內，本集團錄得其他收入、收益及虧損約為人民幣2.0百萬元，去年同期的約為人民幣2.2百萬元，同比減少約為11.9%。本集團其他收入、收益及虧損主要為當地政府收取的補貼及增值稅進項稅額額外加計扣除。

銷售及營銷開支

回顧期內，本集團錄得銷售及營銷開支約為人民幣2.3百萬元，去年同期約為人民幣3.4百萬元，同比下降30.9%。主要為2022年度疫情影響導致足不出戶，故戶外媒體效果不好，只能延期或減少投放。同時客戶還要求我們提供更多更好的服務，因此增加了公司的服務成本所致。

行政開支

回顧期內，本集團錄得行政開支約為人民幣4.2百萬元，去年同期約為人民幣4.5百萬元，同比降低8.5%。

融資成本

回顧期內，本集團錄得融資成本為約為人民幣2.5百萬元，去年同期約為人民幣4.0百萬元，同比下降約為38.9%。

金融資產減值虧損

回顧期內，本集團的金融資產減值虧損約為人民幣4.5百萬元，去年同期約為人民幣7.6百萬元，同比下降約41.6%，主要原因是回顧期內貿易應收款賬期大部分在半年以內所致。

所得稅抵免／(開支)

回顧期內，本集團所得稅抵免約為人民幣0.7百萬元(截至2021年6月30日止六個月所得稅開支：約為人民幣4.1百萬元)，主要是本年度應納稅所得額下降及金融資產減值虧損所致。

(虧損)／溢利及全面(開支)／收益總額

鑑於上述情況，回顧期內，本集團的虧損及全面開支總額約為人民幣3.4百萬元(截至2021年6月30日止六個月溢利及全面收益總額：約為人民幣5.7百萬元)。

遞延稅項資產

於2022年6月30日，遞延稅項資產約為人民幣4.3百萬元(於2021年12月31日：約為人民幣3.5百萬元)，較2021年12月31日增加約為21.1%，主要是金融資產減值虧損增加較大所致。

貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款

於2022年6月30日，本集團貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款約為人民幣559.0百萬元(於2021年12月31日：約為人民幣341.1百萬元)，較於2021年12月31日貿易應收賬款、預付款及其他應收款項增加約63.9%。貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款大幅增加主要原因包括(1)客戶對本集團廣告服務需求的季節性波動；及(2)由於有關客戶需要更長的信貸期將影響本集團的經營現金流量等因素所致。

合約資產

於2022年6月30日，本集團合約資產約為人民幣23.1百萬元(於2021年12月31日：約為人民幣23.5百萬元)，較於2021年12月31日合約資產減少約1.5%。

貿易及其他應付款項

於2022年6月30日，貿易及其他應付款項約為人民幣218.1百萬元(於2021年12月31日：約為人民幣39.0百萬元)，較於2021年12月31日貿易及其他應付款項增加459.0%。

貿易應付款項主要為本集團向供應商購買廣告資源的應付金額，付款一般根據與供應商相關合約內指定條款作出。本集團一般須於每月計算實際曝光數或點擊量六十天內支付，回顧期內數字廣告服務收入大受影響，其相關主營業務成本及貿易應付款餘額也受其所致。

附屬公司及聯營公司之重大投資、重大收購或出售

回顧期內，本團隊並無簽立有關重大投資或資本資產的任何協議，亦無任何有關重大投資或資本資產的其他計劃。然而，倘將來出現任何潛在投資機會，本團隊將進行可行性研究及準備實施計劃，以考慮該機會對本公司及股東整體是否有利。

回顧期內，本集團並無重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

流動資金及財務資源

於2022年6月30日，銀行結餘及現金約為人民幣15.2百萬元(於2021年12月31日：約為人民幣34.9百萬元)，其中約99.85%為人民幣，其餘約0.15%分別為港幣及美元貨幣。

資產負債比率

本集團的資產負債比率由於2021年12月31日約53.4%增加至於2022年6月30日約64.5%，主要是由於在回顧期內應付賬款增加所致。

資產負債比率乃按相應期末的(i)銀行及其他借款；(ii)應付關聯方貸款；以及(iii)租賃負債的總和除以總權益，並乘以100%計算。

資產抵押

回顧期內，本公司並無抵押任何固定資產作為借款擔保。

資本開支

回顧期內，本集團並無任何其他重大資本支出。

或然負債

回顧期內，本集團並無任何其他重大或然負債。

外幣風險

本集團之業務活動及營運所在地主要在中國，交易以人民幣進行其核心交易。由於本集團經營業務之現金流量或流動資金受匯率波動影響非常有限。故本集團現時並未從事旨在或意在管理外匯匯率風險的對沖活動。本集團將繼續監察外匯活動，以盡量保障本集團的現金價值。

利率風險

受銀行結餘及現金的現行市場利率波動影響，本集團面對現金流量利率風險。本集團並無利率對沖政策。

本集團的公允值利率風險主要與固定利率的銀行及其他借款及租賃負債有關。本集團的政策是按現行市場利率維持短期借款，盡量減少公允值利率風險。

首次公開發售所得款項用途

本公司股份於2019年11月12日於聯交所上市，經扣除專業費用，包銷佣金及其他相關上市開支後，首次公開發售所得款項淨額約為78.8百萬港元（「首次公開發售所得款項淨額」）。

本公司的首次公開發售所得款項淨額，已在2021年年底前完成使用。

僱員及薪酬政策

本集團為吸引及挽留優秀人才，為執行董事及高級管理層提供吸引的薪酬組合，包括薪資及津貼、表現掛鈎花紅、退休福利供款及長期獎勵計劃(包括購股權計劃)。執行董事及高級管理層的薪酬組合乃參考可資比較公司所支付的薪酬、時間承擔及責任及本集團其他地區的僱用條件。

表現掛鈎花紅按僱員各自的職位、服務年期及僱員表現計算。我們每年評估提供予僱員的薪酬待遇，以釐定是否應對基本薪資及花紅作出任何調整。

應付僱員的薪酬包括薪資及津貼、表現掛鈎花紅及退休福利供款。僱員的薪資一般由僱員各自的職位、資歷、經驗及表現釐定。為吸引並挽留僱員，我們每年評估提供予僱員的薪酬待遇，以釐定是否應對基本薪資及花紅作出任何調整。

我們向所有僱員提供培訓課程，藉以提升僱員有關廣告行業的知識、技能及能力。所有新僱員將獲提供入職培訓以熟悉本集團，其後根據部門需要及本集團發展策略接受在職培訓。而由於我們已制定政策及程序，列明晉陞的評估準則，故我們亦為有能力的僱員提供晉陞機會。

獨立非執行董事的薪酬按照投放的時間和承擔的責任釐定，彼等收取的袍金包括：

(i) 董事袍金，一般是每年發放；及

(ii) 購股權，由董事會酌情授予。

於2022年6月30日，本集團共僱用33名全職員工(於2021年6月30日：40名全職員工)，相較於2021年6月30日的全體人員數量減少7名，新型冠狀病毒疫情已對本集團業務營運造成若干影響。為確保其利潤，本集團對其僱員結構予以調整。此外，若干僱員因新型冠狀病毒疫情未能回京，並已與本集團辭任，而本集團於短期內並無填補相應空缺。

回顧期內，有關僱員的成本約為人民幣3.7百萬元(截至2021年6月30日止六個月：約為人民幣5.0百萬元)，較去年同期減少約1.3百萬元約27%。主要是人員減少，本集團結構改革，對現有員工增加了個人工作量來補充相應空缺所致。

回顧期後事項

於2022年8月11日，信永中和(香港)會計師事務所有限公司辭任本集團核數師，而尤尼泰•栢淳(香港)會計師事務所有限公司獲委任為本集團新核數師以填補臨時空缺，任期至本公司下屆股東週年大會結束為止。

除上述披露者外，董事確認，於2022年6月30日後及直至本公告日期，並無發生任何影響本集團的重大事項。

行業及本集團展望

2022年3月至5月，上海、北京、深圳等地疫情反覆，使集團經營活動受到較大影響，6月以來，隨著全國疫情防控形勢的好轉，廣告需求不斷回暖、廣告投放逐漸恢復，預計下半年集團各項經營指標將會有序恢復和改善。

2022年下半年，在疫情和經濟環境影響之下，集團將通過穩健運營和專業服務，保證客戶各項合作穩定執行；整體延續年前規劃，並根據疫情和客戶的實際需求做新的調整。具體而言，本集團將繼續保持電視傳播基礎優勢，堅持以客戶為導向的產品與服務策略，維護既有優質客戶，加強開發新客戶，通過電視廣告的高效傳播提升客戶的品牌影響力。

伴隨融媒體、短視頻、直播等數字傳播形態的迅速發展，短視頻規模則有賴於新媒體發展而增長迅猛。基於此，廣告主青睞於兩個層面的廣告投放，一是具有數字化能力的媒體，二是核心生活區、商業綜合體、酒店、機場等能夠有效匯聚價值人群、高頻觸達消費者的戶外廣告。因此，在數字廣告及數字營銷方面，本集團將順應目前互聯網媒體的發展趨勢和廣告主的投放需求，繼續加大互聯網廣告傳播服務；同時，憑借本集團積累的電視內容營銷傳播優勢及經驗，加強互聯網綜藝內容的傳播服務，通過互聯網數字內容整合營銷，持續提升互聯網整合服務能力，為客戶提供一站式的數字營銷解決方案，提升客戶在互聯網的投放效果和品牌影響力。

另外，根據現階段客戶的戶外廣告傳播需求，2022年下半年本集團將繼續調整優化業務結構，加大戶外廣告業務的品牌傳播服務，憑借優質的戶外廣告投放資源，與相關供貨商建立的良好聯繫，為客戶提供多樣性場景以及場景整合傳播解決方案。並將繼續探索並跟進新技術，利用新技術探尋新媒體廣告形式，為客戶提供新的廣告價值，探尋新的利潤增長點。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

截至2022年6月30日止六個月，本公司及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。

遵守上市規則附錄十四第二部分所載企業管治守則條文

本公司致力維持高水準企業管治常規。本公司於截至2022年6月30日止六個月一直遵守上市規則附錄十四第二部分所載的企業管治守則所載守則條文。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」），作為董事進行證券交易之行為守則。經進行特定查詢後，董事均確認截至2022年6月30日止六個月期間已遵守標準守則所載之規定準則。

股息

董事會不建議派付截至2022年6月30日止六個月的中期股息（截至2021年6月30日止六個月：無）。

審閱未經審核中期業績

本公司已根據上市規則附錄十四所載企業管治守則成立審核委員會(「**審核委員會**」)，並訂明其書面職權範圍。審核委員會的主要職責為審查及監督財務報告流程及本集團的內部控制系統、監察審計流程、為董事會提供建議及意見並履行董事會可能指派的其他職責。

本集團截至2022年6月30日止六個月的中期業績未經本公司核數師審核。審核委員會成員包括三名獨立非執行董事，即李雪先生(主席)、吳科先生及侯思明先生。審核委員會已審閱本公司截至2022年6月30日止六個月的未經審核中期業績，並確認已遵從所有適用的會計原則、準則及規定及已作出足夠披露。審核委員會亦已討論財務報告事宜。

刊發業績公告及中期報告

本業績公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.reach-ad.com)。

本公司載有上市規則規定的所有資料之截至2022年6月30日止六個月中期報告，將於適當時候寄發予本公司股東，並可於上述網站查閱。

承董事會命
瑞誠(中國)傳媒集團有限公司
王欣
主席及執行董事

中國北京，2022年8月30日

於本公告日期，執行董事為王欣女士、李娜女士及冷學軍先生，及獨立非執行董事為李雪先生、吳科先生及侯思明先生。