

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份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。



截至2022年12月31日止年度之年度業績公告

董事會欣然公佈本集團截至2022年12月31日止年度之經審計綜合業績，連同截至2021年12月31日止年度之比較數字。本集團業績已經審核委員會審閱。

本集團截至2022年12月31日止年度之經審核綜合年度業績連同2021年同期之比較數據如下：

財務業績摘要

	截至12月31日止年度		同比變動 增加／ (減少)
	2022年	2021年	
	(百萬港元，百分比除外)		
收益	3,724.81	1,395.89	166.84%
毛利	436.96	451.85	(3.30)%
本公司擁有人應佔年內(虧損)／溢利	(339.45)	244.64	不適用
淨(虧損)／利潤率	(9.11)%	17.53%	(26.64)% ⁽¹⁾
每股(虧損)／盈利			
— 基本(港幣分)	(15.03)	11.30	不適用
— 攤薄(港幣分)	(15.03)	不適用	不適用

附註：

(1) 百分點變動。

本集團截至2022年12月31日止年度之經營資料摘要連同2021年同期之比較數據如下：

經營資料摘要

	於12月31日或 截至12月31日止年度		同比變動 增加／ (減少)
	2022年	2021年	
海外電商商品銷售業務⁽¹⁾			
銷售額(百萬港元)	3,104.61	147.87	1,999.55%
銷售量(件)	2,793,265	132,966	2,000.74%
算法營銷業務			
國內短視頻電商營銷交易流水 (百萬港元)	721.48	1,041.29	(30.71)%
互娛產品營銷實現的 計費行為數量 ⁽²⁾ (千次)	139,195	447,413	(68.89)%
平均每個計費行為實現的收入 (港幣元)	2.37	2.14	10.75%
研發投入			
研發開支(百萬港元)	52.77	71.79	(26.49)%
數據模型數量(套)	190	178	6.74%

附註：

(1) 海外電商商品銷售業務於2021年第四季度開始實施；

(2) 指實現的用戶計費行為合計數量，包括點擊、下載安裝、充值付費等。

公司簡介

- 概覽

樂享集團是由中國境內興趣推薦算法營銷業務(以下簡稱「**算法營銷業務**」)、海外獨立電子垂類電商平台業務(以下簡稱「**海外電商商品銷售業務**」)、文化娛樂科技業務-Web3.0, AIGC, 影視文化娛樂出品, MCN及1P流量(以下簡稱「**文娛科技業務**」)組成的移動互聯網全產業鏈營銷集團。

中國境內興趣算法營銷業務

- 主要業務：

中國境內興趣推薦算法營銷業務是基於先進的興趣推薦算法技術，在移動互聯網社交平台、短視頻平台開展算法營銷的業務，我們為客戶提供中國領先的算法營銷解決方案，通過技術和算法解決商品和媒介之間的匹配效率問題，從而幫助客戶提升銷售量、下載量和活躍度。

- 盈利模式：

本集團從銷售分成、下載和提升活躍度等服務費賺取收益。主要成本集中在流量獲取成本。

- 主要服務內容：

互動娛樂產品的移動互聯網發行、商品的電商銷售、APP下載及營銷活動等。

- 主要服務區域：中國大陸地區

- 主要營銷渠道：中國大陸地區的知名互聯網社交平台、短視頻平台

海外獨立電子消費品垂類電商平台業務

隨着國內業務的不斷夯實鞏固，集團在國內知名短視頻平台的電商銷售方面取得豐富的營銷經驗，在儲備了穩定的貨源及整合了相對成熟的供應鏈後，集團於2021年由樂享國際開始實施海外電商商品銷售業務，借勢國貨品牌出海和流量平台出海的紅利，自建電商平台MARTOP，致力於打造東南亞最大的電子消費品垂直領域電商平台之一。

- 主要業務：

樂享國際充分利用海外著名的短視頻平台作為主要的營銷渠道，並基於集團成熟先進的推薦算法作為流量獲取工具，依託成熟穩定的供應鏈作為從產品源到最終消費者的完整鏈路，從而打造獨立的垂類電商平台-MARTOP。

- 主要銷售產品：3C類電子消費品
- 主要服務對象：電子消費品銷售商（B端中小客戶）、電子消費品消費者
- 主要服務區域：東南亞國家聯盟(ASEAN)的國家
- 主要營銷渠道：海外著名短視頻平台

文化娛樂科技業務（Web3.0，AIGC，影視文化娛樂出品，MCN及1P流量業務）

樂享集團與文化央企保利文化集團股份有限公司（以下簡稱「保利文化集團」）和保利影業投資有限公司（以下簡稱「保利影業」）的合作進入實質性階段，混合所有制改革公司保利樂享文娛科技（北京）有限公司（以下簡稱「保利文娛科技」）已經於2022年上半年正式成立。

我們的文娛科技業務將依託於保利文娛科技，開展Web3.0，AIGC，影視文化娛樂出品，MCN及1P流量業務。

- 主要業務：

1. Web3.0業務

基於自有區塊鏈技術搭建的影視文娛數字資產服務平台「空兼」，為文化藝術、司法存證、消費品等不同行業應用場景提供區塊鏈服務。樂享集團作為領先的數字化算法科技集團，是「空兼」平台的獨家中台服務商，依託其在大數據和興趣推薦算法領域的突出優勢，為數字資產的市場化運營提供技術支持；

2. MCN業務

利用文化央企得天獨厚的背景優勢，積極開發國央企客戶，承接國家級重點影視項目，建立全國領先的首個央企MCN (Multi-Channel Network多頻道網絡)，重點打造符合國家意識形態大方向的短視頻內容和達人。樂享集團將利用其數據規模和興趣推薦模型的先發優勢，成為該MCN機構的獨家支撐公司；

3. 影視文化娛樂出品業務

通過保利影業的電影行業全產業鏈佈局，保利文娛科技聚焦影視業務和數字化業務多元化發展，積極開拓影視作品的出品、發行和承製業務。我們的文娛科技業務將發揮機制優勢，共同參與影視作品的出品發行，打造和豐富樂享集團的自有IP，利用文化賦能產業，形成樂享集團的1P流量集群；

4. 基於樂享集團的數據算法能力，依託保利文化集團優質的數字原生內容及IP資源，通過與開源的OpenAI、文心一言等大型AI平台的接入，開展AIGC的應用化業務，包括但不局限於：短視頻AIGC、影視作品AI視頻化腳本、AIGC後期製作等領域的探索及研發。

- 主要服務區域：中國大陸地區。

我們所在的行業

1. 互聯網營銷板塊

算法營銷業務的主要服務內容是幫助客戶通過推薦算法技術，在移動互聯網平台進行銷售和營銷服務。這是算法營銷業務的收入來源。

我們是最早涉足互聯網興趣算法營銷的公司之一，互聯網營銷是基於興趣推薦算法為底層邏輯，目標在龐大且分散的中長尾流量而進行的線上營銷，而根據使用者自身的即時需求和興趣推送內容的方式，極大地提升了用戶的使用效率和滿足感，從而促新媒體應用的用戶規模、線上時長迅速增長，廣受用戶喜愛。

2. 大數據板塊

算法營銷業務的興趣推薦算法技術是基於對移動互聯網龐大的營銷數據、內容數據進行足夠的積累、篩洗、迭代，利用自研的推薦算法模型進行營銷策略的自動生成。從而服務於目標客戶。我們是中國最早的利用大數據在移動互聯網營銷領域落地應用的科技公司之一。

以大數據為核心的數字經濟持續得到政策支持與關注，建設數字中國是數字時代推進中國式現代化的重要引擎，是構築國家競爭新優勢的有力支撐。預計到2025年，我國數字經濟規模將超過60萬億元人民幣。

3. SaaS板塊

算法營銷業務的服務表現形式是向客戶提供免費的、自動化的SaaS營銷平台。SaaS營銷是通過整合廣告技術和營銷技術，為企業提供線索發掘、線索培育和線索管理的服務體系，終極目的是幫助企業提升獲客、銷量的效率。

4. 騰訊概念

算法營銷業務的互動娛樂推廣業務圍繞遊戲、文學、應用程序的下載，主要集中在騰訊旗下的微信公眾號和視頻號的渠道。

5. 短視頻概念

算法營銷業務中的電商銷售業務、海外電商商品銷售業務中的電商銷售業務，主要渠道集中在國內及海外著名的短視頻平台。

短視頻已成為當前信息傳播的主要形式，短視頻平台是移動互聯網流量新聚集地，移動互聯網用戶觀看短視頻在線時間持續增加，從而產生更多營銷機會，助推樂享集團短視頻商業化建立起成熟的價值鏈。

6. 電商概念

算法營銷業務主要集中在電商銷售，海外電商商品銷售業務主要集中在自建電商平台，面向國內及海外著名的短視頻平台的電商市場客戶。

中國短視頻電商市場方興未艾，具備人民幣萬億級市場潛力。另一方面，海外著名短視頻平台商業化正處在起步期，海外短視頻電商正值藍海市場階段，對標國內人民幣萬億級短視頻電商市場，未來增長空間巨大。

7. Web3.0概念

文娛科技業務依託保利文娛科技的Web3.0業務，開展針對影視文娛數字資產服務平台「空兼」的中台運營、IP孵化和發行等業務。

Web3.0致力打造一個基於區塊鏈技術、用戶主導、去中心化的網絡生態，在用戶交互、價值流通的過程就形成了Web3.0生態，數字資產是Web3.0的核心價值要素，文娛科技業務基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明不可篡改的形式向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產。

8. AIGC概念

文娛科技業務的文化娛樂產品出品、承製業務將全面利用開源的AI平台，進行AIGC的應用層探索及開發，面向垂直場景應用市場大力投入AIGC業務佈局，持續推進使用AIGC方式開展虛擬數字人、虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、影視作品AI視頻化腳本、AIGC後期製作等領域的探索及研發等創新業務。

9. 影視娛樂板塊

文娛科技業務將依託保利文娛科技，開展影視娛樂產品的出品業務，藝人、網紅達人的IP孵化和經紀業務。

影視文化及娛樂內容在移動互聯網平台吸引大量用戶流量，基於影視文化及娛樂內容的宣傳發行、內容商業化變現、影遊聯動等業務領域大有可為。

• 我們的業務

本集團當前的主要業務分為算法營銷業務、海外電商商品銷售業務及文娛科技業務三大部分。這三大業務板塊有著共通的底層技術體系，都是圍繞數據分析、標籤匹配、算法推薦、促成交易這個統一的邏輯進行實施的。

(I) 海外電商商品銷售業務

我們海外電商商品銷售平台的底層邏輯是「流量+供應鏈=GMV (Gross Merchandise Volume，商品成交金額)」。

面對海外著名短視頻平台商業化帶來的前所未有的機遇，我們將國內成熟的算法營銷模式伴隨海外短視頻平台迅速拓展到海外。在海外電商商品銷售板塊，樂享集團自建獨立站，利用海外短視頻平台精準獲取流量；我們通過合作搭建了完整的海外供應鏈和線上線下支付體系，最終在我們的獨立站完成訂單和產品交付，幫助電子消費類國貨產品出海銷售。

2021年第四季度，在初步完成了供應鏈、獨立站、流量模型、技術接口、保證金的支付、流量成本預付等一系列準備工作之後，本集團在行業內率先實現了基於海外著名短視頻平台的獨立站電商業務落地。我們通過持續擴大業務規模、完善供應鏈體系，2022年度實現銷售量2,793,265件，銷售收入3,104.61百萬港元。

我們對興趣推薦算法電商在海外的發展充滿信心，同時對國產電子消費產品充滿信心。我們致力於幫助國內廠商，在海外拓展比傳統電商平台更高效、更經濟的銷售渠道，直接觸達消費者。我們正在努力把樂享集團的電商平台打造成具有全球競爭力的電子消費品垂直領域電商平台。

(II) 文娛科技業務

文娛科技業務是樂享集團2022年上半年開關的新業務板塊，目前業務已處於實質性落地階段。在文娛科技業務板塊，我們於2022年3月成功參與文化央企混合所有制改革，成為保利文化集團旗下保利文娛科技的戰略股東。

1. Web3.0的垂直場景應用

攜手央企，我們共同探索數字資產平台的打造與優質的自有流量開發。2022年11月1日，由保利文娛科技推出的影視文娛數字資產服務平台之「空兼」已正式上線。「空兼」平台是保利文娛科技的自有知識產權、獨立全面運營的影視文娛數字資產服務平台。目前，「空兼」實現的主要功能是數字資產服務－客戶增值、消費探針等，基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明不可篡改的形式向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產。未來，「空兼」將會作為一個多場景、多層次的綜合性數字服務平台，除數字資產服務外，還將為用戶拓展虛擬人、元宇宙等一系列數字業務，提供更加豐富的數字資產應用場景。

2023年2月21日，保利文娛科技鏈（京網信備11010522595327680023號）獲批國家互聯網辦公室第十一批境內區塊鏈信息服務備案編號。保利文娛科技鏈由保利文娛科技與京東科技集團共同打造，支持國密算法，具有靈活部署、低使用門檻的優點，能夠實現供應鏈追溯、數字存證及B端、C端創新應用等豐富功能場景。基於領先的區塊鏈底層技術，保利文娛科技能夠為政府、企業等各類用戶提供各類高效、靈活、安全的區塊鏈技術性產品與解決方案。

樂享集團作為該平台的中台運營商，將全面負責該平台的實際運營，包括IP引進，客戶引進，平台推廣等具體業務。

2. IP流量儲備

我們致力於利用優質IP（Intellectual Property，知識產權）及內容孵化，結合PGC經紀和PGC內容，為我們的新媒體商業化業務培育自有流量。我們認為，新媒體平台是建立在內容基礎上的，尤其是高品質的專業內容。作為一家數字化算法科技公司，樂享集團一直在嘗試，並等待時機借助優質IP和內容來培育自有流量。這樣不僅能降低我們流量外採的成本，同時能夠為我們的客戶提供定制化的內容，提高營銷轉化。

2022年我們先後參與投資了《掃黑行動》、《冰雪之名》、《中國乒乓》等國家重點影視劇作品，並簽約了具備正能量的知名藝人。

3. AIGC服務商業化

「AIGC服務商業化」是樂享集團開闢文化新業務的目標。AIGC是繼PGC和UGC之後，利用AI自動生成內容的新型生產方式，能夠突破人工限制，提升內容生產效率與豐富度，並大幅降低數字內容生產成本。

保利文娛科技亦結合時下熱點，首次嘗試對話式語言模型技術，於2023年2月成為百度文心一言（百度推出的AI人工智能項目）首批生態合作夥伴，將把百度領先的智能對話技術成果應用在數字原生內容、虛擬人、數字藝術及傳統線下文化場景等領域。

樂享集團AIGC項目正在加快研發，項目涵蓋了視覺交互的數字人領域、聽覺交互的語音服務領域、圖形輸出的設計服務領域。未來，我們會嘗試用AIGC來輔助內容創作（包括代碼腳本、小說創作、劇本分鏡等）、工業設計服務、創意設計服務、智慧城市建設、文旅產業數字化場景應用等，讓我們的文娛科技業務享受到數字化時代的紅利。

(III) 算法營銷業務

在算法營銷業務板塊，樂享集團在抖音平台開展短視頻電商營銷業務，在微信公眾號平台和抖音平台開展線上產品數字化發行業務。國內算法營銷業務經過多年的迭代發展，目前處於成熟發展階段。

「千人千面的內容、千人千面的產品」是對樂享集團算法營銷業務的概況總結。簡而言之，新媒體平台向互聯網使用者推薦個性化的內容，而樂享集團在此基礎上向互聯網使用者推薦個性化的產品。樂享集團利用自有的數據分析體系，對產品、內容和使用者分別進行分析建模，形成數據標籤，通過推薦算法和中台技術，把產品精準推薦給新媒體平台上的消費者，並按照轉化效果向客戶結算。

2022年，在短視頻電商營銷業務上，我們累計幫助客戶在抖音平台銷售了價值721.48百萬港元的貨品；線上產品數字化發行業務上，我們2022年全年幫助客戶實現了139.20百萬次的有效計費行為，包括充值、下載、安裝等。

樂享集團有70%的員工是技術、研發及運營人員，我們針對不同產品和媒介研發的數據模型達到190套，算法模型所應用的數據標籤達到2,823個。這既體現了樂享集團的技術基因，也是我們的寶貴資產。

我們的收入和成本模式

按照不同的業務類型，本集團的收入可主要分為「交易流水分成（即CPS）」、「營銷行動數量計費（即CPA）」、「銷售商品收入」等模式，如下表所示：

業務類型	主要實施平台	主要收入模式
算法營銷		
• 短視頻電商營銷	抖音	CPS
• 互娛及數字產品營銷	微信及抖音	CPS或CPA
海外電商商品銷售	海外著名短視頻平台及 樂享電商獨立站	銷售商品收入

• 我們的核心技術

本集團通過業務實踐，積累了長期、大量的與國內外電商、互動娛樂等相關的項目數據，從而使本集團能夠建立起有效的數據收集能力、強勁的數據分析能力、高度自動化的中台實施能力相結合的技術平台。作為一家以數據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數據，新媒體內容數據及用戶群體匿名行為數據的分析及信息結構化處理，為客戶的新媒體商業活動推薦量身訂製的產品分銷、發行策略，並保障商業活動的效果和效率。

我們的業務實施，是通過數據分析、標籤畫像、算法匹配、程式化投放以及效果監控等多種技術環節，在項目管理層和技術人員指導下，高度自動化進行的。我們通過自有數據庫和新媒體平台工具，對產品端、媒介端與商業活動相關的數據進行分析並形成畫像標籤，在算法引擎的幫助下將產品標籤與媒介標籤撮合匹配，並自動監控轉化表現，按需要進行優化調整，以實現最佳的轉化效果。

為保證本集團的業務執行效果，我們會根據業務發展需要進行研發投入。尤其是當進入新的業務市場、開拓新的媒介形式時，需要加大研發力度，以保證業務迅速落地，達到更好的營銷效果。2022年上半年，鑒於海外電商商品銷售業務的快速發展，我們在自建獨立站、海外短視頻內容、使用者畫像和海外供應鏈數字化等領域加大了研發投入，自2022年下半年起，隨著國內業務的收縮以及海外電商商品銷售業務的研發階段性成果顯著，本集團調整了相應的研發投入。截至2022年12月31日止年度，本集團合計投入研發費用52.77百萬港元。其中，海外電商商品銷售業務研發費用29.65百萬港元，約佔總研發費用56.19%，主要用於海外市場推廣數據採購和數據模型建立。這些數據模型預計未來將會在海外電商商品銷售業務的市場推廣中發揮重要的作用，後續隨著數據模型的完善，將用於海外電商商品銷售平台建設，在產品興趣推薦和提升使用者體驗等方面發揮巨大的價值。

- **我們的優勢和壁壘**

- (I) 行業前景明確，市場空間廣闊**

本集團所從事的數字經濟相關產業具有明確的行業前景和廣闊的市場空間。隨著中國明確數字經濟戰略和各層級政府鼓勵、支持政策的落地，包括國內外電商、互動娛樂、數字資產等業務在更加規範的市場環境中蓬勃發展，具有長期增長的潛力。尤其是東南亞地區已經成為全球電子商務發展最快的地區之一，良好的宏觀環境和多重市場積極因素為具備數據算法能力的科技公司走出國門、拓展海外業務提供了難得的歷史機遇。

針對當前的國內外市場發展階段和未來趨勢，我們觀察到：

(a) 東南亞電子消費品市場增速巨大

東南亞地區具備較大人口紅利，且人口年輕化、GDP增速高於全球平均水準、新興年輕消費群體帶動購物需求、互聯網滲透率高於全球平均水準，與此同時，東南亞營銷、支付、物流等環節逐步發展健全。此外，東南亞區域與中國文化更為接近的文化特徵、《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)正式實施等有利因素，也使中國產品出海東南亞地區優勢明顯；特別是中國電子消費品與東南亞電子消費品存在着比較明顯的「代差效應」，在東南亞普及4G和5G的進程中，在東南亞GDP增長背景下的消費升級進程中，中國電子消費品無論從產能、質量等方面均具備非常明顯的優勢；

(b) 海外著名短視頻平台用戶龐大，進入到快速商業化階段

海外短視頻新媒體平台已經積累大量使用者和豐富內容，正處於商業化變現的加速階段，具有巨大的商業化價值和發展潛力。同時，中國的消費電子產品出口規模龐大，迫切需要結合海外短視頻流量紅利，拓展新的銷售渠道；

(c) 中國短視頻電商市場方興未艾，具備萬億人民幣級市場空間

各大短視頻平台正在不斷提高內容品質、完善基礎設施和商業化功能，加碼私域商業功能，加大私域流量扶持力度，促進構建平台的商業化生態；

(d) 人工智能技術的高速發展

利用AI (Artificial Intelligence，人工智能) 技術自動生成內容的生產方式已經能夠學習和理解人類的語言並與人類進行對話，是繼UGC、PGC之後利用AI技術自動生成內容的新型生產方式，為影視文化及娛樂等業務領域提供新的機遇，將有機會在文化數字化產業升級中取得競爭優勢；及

(e) 數字化產業升級

在國家大力發展數字經濟的時代背景下，在實體經濟數字化升級、數字資產發行交易等領域，保利文娛科技旗下影視文娛數字資產服務平台「空兼」發展潛力巨大，能夠提供更多數字資產商業化運營相關業務的市場機會。作為唯一的中台服務商，樂享集團將與保利文娛科技一起，協助其數字化業務的充分落地和實施。

(II) 數據和算法模型具備先發優勢，在海外實現降維打擊

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，2018年開始在抖音平台進行數據和模型算法研發，並於2021年第四季度率先將興趣推薦模型應用於海外著名短視頻平台，實現獨立站電商銷售收入。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、時間跨度完整且即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準。

(III) 充分發揮與央企混改的優勢，拓展民企不易涉足的業務領域

隨着國家對宏觀經濟的進一步調控，對文化娛樂產業的加強監管和管控，國央企對自身業務數字化升級的需求等諸多原因，民營企業在有效的把控國家的政策、法規方面不具有國央企同等優勢，同時也不易涉足一些需要國央企執行的商業業務，樂享集團和央企的混改，能夠有效的使樂享集團在央企的指導和管理下，更好的進入類似Web3.0、區塊鏈、文化娛樂內容出品等領域，使得樂享集團的客戶寬度、業務類別得到有效的拓寬和發展。

2022年3月末，本集團成功參與文化央企保利文化集團旗下保利文娛科技的混合所有制改革，成為其戰略股東，並在業務層面啟動深入合作。2022年11月1日，由保利文娛科技推出的影視文娛數字資產服務平台「空兼」正式上線，取得了階段性的進步。優質流量培育及數字資產領域的專案落地穩步推進。

我們的合作夥伴作為文化領域的專業央企，不僅是專業的PGC機構，還在產業資源、風控合規等方面，具有得天獨厚的優勢。未來，我們將在合作框架下，藉助符合國內政策的PGC內容和明星，以及MCN網路內容和達人，培育自有流量和粉絲，有利我們開拓新業務。

管理層討論及分析

• 本年度業績概覽

a. 大力拓展海外電商商品銷售市場，收入規模增速巨大

本集團的收益由2021年度1,395.89百萬港元增長166.84%至2022年度的3,724.81百萬港元。該增長主要可歸因於本集團的海外電商商品銷售業務在本年度收入實現大幅增長，該業務正處於快速搶佔市場空間的階段，業務規模在不斷擴大，市場佔有率不斷提升，及本集團對於該業務的投入持續增加，特別是東南亞地區的業務規模增長迅猛。

b. 實物補貼效果顯著，虧損為快速提升銷售規模

在盈利層面，為更為迅速的拓展海外電商商品銷售業務，擴大銷售規模，佔領市場份額，本集團在海外進行實物補貼322.96百萬港元，導致本集團2022年度實現年內虧損339.12百萬港元，2021年度實現年內溢利244.64百萬港元。

c. 境內業務保持盈利

受國內疫情的影響以及遊戲版號的監管，境內業務收入同比下降50.31%至620.20百萬港元，但依然維持盈利狀態，隨着國內經濟的逐步回暖，境內業務的發展空間會相應上升。

- 本年度業務進展

- **海外電商商品銷售業務**

2022年，本集團錄得海外電商商品銷售業務銷售額3,104.61百萬港元，銷售量2,793,265件，海外電商商品銷售業務在2022年度收入實現大幅增長，乃由於該業務正處於快速搶佔市場空間的階段，業務規模在不斷擴大，特別是東南亞地區的業務規模增長迅猛。2022年，本集團錄得海外電商商品銷售毛利187.75百萬港元，海外電商商品銷售毛利保持穩定水平。

- **算法營銷業務**

- **互娛及數字產品營銷**

2022年度，本集團錄得互娛及數字產品效果營銷服務收益311.06百萬港元，較去年同期的959.67百萬港元減少67.59%。其中遊戲產品實現收益110.12百萬港元，較2021年597.41百萬港元減少81.57%，網絡文學產品實現收益60.09百萬港元，較2021年116.37百萬港元減少48.36%，乃由於自2021年下半年開始中國收緊了對遊戲版號和付費文學作品的監管審批，導致該業務新增產品受到限制，從而使該業務收益受到影響；應用及其他產品實現收益140.85百萬港元，較2021年245.89百萬港元減少42.72%，乃由於2022年在國內經濟放緩的宏觀環境下，客戶普遍下調了產品投放預算，從而導致該業務收入規模較去年減少。

- **短視頻電商營銷**

2022年度，本集團國內短視頻電商營銷達成的GMV達到721.48百萬港元，比2021年度的1,041.29百萬港元減少30.71%；其中，2022年度錄得國內電商產品營銷收益307.08百萬港元，較2021年度288.35百萬港元略有增長。

- **研發進展**

為保證本集團的業務執行效果，我們會根據業務發展需要進行研發投入。尤其是當進入新的業務市場、開拓新的媒介形式時，需要加大研發力度，以保證業務迅速落地，達到更好的營銷效果。2022年上半年，鑒於海外電商商品銷售業務的快速發展，我們在自建獨立站、海外短視頻內容、使用者畫像和海外供應鏈數字化等領域加大了研發投入。自2022年下半年起，隨着國內業務的收縮以及海外電商商品銷售業務的研發階段性成果顯著，本集團調整了相應的研發投入，2022年本集團合計投入研發費用52.77百萬港元，主要應用在數據分析、算法建模及著名海外短視頻平台電商業務。

截至2022年12月31日，本集團依據不同產品品類建立的數據模型達到190套，較截至2021年12月31日的178套增長6.74%；智能推薦耦合模型所採用的數據標籤達到2,823個，較截至2021年12月31日的2,684個增長5.18%。數據模型的完善與算法能力的增強，為本集團營銷業務效果提升，以及未來拓展新的業務品類奠定了堅實的基礎。

本集團是最早在著名海外短視頻平台開展效果營銷業務的中國公司之一，我們看好在其平台上蘊含的巨大業務機會。在海外短視頻電商商品銷售業務開展初期，我們會繼續保持研發投入，積累經驗，擴大我們的業務規模和服務能力。

- **本集團管理層在2022年及2023年的戰略決策**

- a. 國內擁抱央企，拓展新的業務領域及市場空間**

作為本集團戰略發展的重要方向，我們將與戰略合作夥伴文化央企保利文化集團和保利影業保持深入全面合作，在國家「十四五規劃」和「數字經濟發展戰略」的指引下，共同拓展新業務合作，賦能行業發展。

- (1) 拓展優質的1P流量**

我們將穩步推進與央企戰略合作夥伴業務層面落地，致力於通過多種管道培育高品質的自有內容和流量，以提升本集團的客戶服務能力和盈利水準。除了與央企戰略合作夥伴進行影視內容新媒體合作之外，我們還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，以提高消費轉化率，並進一步降低流量成本。我們已經開始在影視文娛內容的孵化、線上宣傳、數字資產相關業務、國央企電商產品數字化升級相關業務等領域陸續落地合作項目，明確投資承製國家級重點影視項目、打造首個央企MCN等合作方向。

- (2) 加大對AIGC和Web3.0應用端的研發投入**

我們與文化央企保利文化集團共同成立的保利文娛科技已與京東科技聯合開發了數字資產業務，已完成共建影視文娛數字資產服務平台—「空兼」上線，實現商業化運營，我們還將繼續加強Web3.0基礎設施建設，通過數字化能力，開發國央企客戶。

我們還將加大對AIGC的應用端研發投入，嘗試利用人工智能技術自動生成內容(AIGC)的新型生產方式，提升內容生產效率與豐富度，並大幅降低數字內容生產成本。

b. 海外繼續擴大投入，提升收入規模，搶佔市場份額

基於海外著名短視頻平台興趣流量的電商業務是本集團戰略發展重點之一，目前已經完成模式驗證，在收入規模、團隊規模和發展佈局等方面取得了重大突破。2023年及未來，我們將針對海外電商商品銷售特點和市場環境，逐步完善以獨立電商平台為核心的技術模型和服務體系，在技術端加快完善線上商城和用戶端佈局，積累自有數據和自有平台使用者；在流量端繼續加大對不同國家和地區的新媒體平台流量及用戶畫像分析，迭代推薦算法數據模型；在供應鏈端進一步拓展產品種類、優化物流和支付流程，提升使用者體驗。

本集團的海外電商商品銷售業務在東南亞地區的多個國家落地。目前我們聚焦電子消費垂直領域，深耕東南亞市場，我們將制定更加靈活高效的經營策略，加大實物補貼，擴張銷售網路，擴大收入規模，加強供應鏈體系建設，延伸從產品端到銷售端的全產業鏈條。未來五年力爭成為東南亞最大的電子消費品垂直領域電商平台。

• 財務報表討論與分析

收益

本集團的收益由2021年度1,395.89百萬港元增長166.84%至2022年度的3,724.81百萬港元，該增加主要可歸因於本集團的海外電商商品銷售業務在本年度收入實現大幅增長，該業務正處於快速搶佔市場空間的階段，業務規模在不斷擴大，市場佔有率不斷提升，及本集團對於該業務的投入持續增加，特別是東南亞地區的業務規模增長迅猛。此外，本集團基於著名海外短視頻平台的海外電商商品銷售業務在2021年第四季度成功落地，為本集團2021年度及2022年度分別貢獻收益147.87百萬港元及3,104.61百萬港元。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度			
	2022年	佔比	2021年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷收益	311.06	8.35%	959.67	68.75%
遊戲	110.12	2.96%	597.41	42.80%
網絡文學	60.09	1.61%	116.37	8.34%
應用及其他	140.85	3.78%	245.89	17.61%
國內電商產品營銷收益	307.08	8.24%	288.35	20.66%
海外電商商品銷售收益	3,104.61	83.35%	147.87	10.59%
其他產品收益	2.06	0.06%	—	—
收益總計	<u>3,724.81</u>	<u>100.00%</u>	<u>1,395.89</u>	<u>100.00%</u>

收益成本

本集團收益成本主要為項目投放平台的流量採購成本及商品採購成本。收益成本由2021年度的944.04百萬港元增長248.27%至2022年度的3,287.84百萬港元，主要可歸因於海外電商商品銷售業務規模增長迅猛，相應收益成本大幅增長。

毛利及毛利率

本集團2022年度實現毛利436.96百萬港元，較2021年度的451.85百萬港元減少3.30%，毛利略有下降主要可歸因於(i)自2021年下半年開始中國收緊了對遊戲版號的監管審批及疫情原因，導致本集團境內互娛及電商業務規模下降，進而毛利下降；(ii)本集團積極拓展海外電商商品銷售業務，為擴大市場佔有率，拓展更多營銷渠道及銷售渠道，對該業務進行了針對銷售商的優惠策略，致使該業務對本集團的毛利貢獻較小。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的毛利明細：

	截至12月31日止年度			
	2022年	佔比	2021年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷毛利	97.34	22.28%	290.87	64.38%
遊戲	28.64	6.55%	163.32	36.14%
網絡文學	21.49	4.92%	42.13	9.32%
應用及其他	47.21	10.81%	85.42	18.92%
國內電商產品營銷毛利	149.93	34.31%	151.84	33.60%
海外電商商品銷售毛利	187.75	42.97%	9.14	2.02%
其他產品毛利	1.94	0.44%	—	—
毛利總計	<u>436.96</u>	<u>100.00%</u>	<u>451.85</u>	<u>100.00%</u>

本集團的毛利率由2021年度的32.37%降低至2022年度的11.73%，毛利率的減少主要可歸因於海外電商商品銷售業務業績佔比較高但該業務毛利較低，導致綜合毛利率下降。

其他收益及虧損

本集團其他收益及虧損由2021年度的虧損32.76百萬港元變為2022年度的收益30.05百萬港元，乃主要由於(i)2022年產生匯兌收益43.04百萬港元，而2021年為匯兌損失30.75百萬港元；(ii)無形資產及投資於影視劇於2022年度減值8.16百萬港元。

分銷及銷售開支

截至2022年12月31日止年度，本集團分銷及銷售開支約523.29百萬港元，較2021年度的41.32百萬港元大幅增長，乃主要由於本年度海外電商商品銷售業務推廣費用大幅增加及該業務新增補貼費用所致。

行政開支

本集團行政開支由2021年度的75.47百萬港元增長152.76%至2022年度的190.76百萬港元，乃主要由於下列原因：(i)就股份獎勵計劃確認以股份為基礎的付款開支約70.66百萬港元；(ii)隨著集團業務規模不斷擴大，員工成本及專業服務費相應增加；及(iii)折舊及攤銷及辦公室有關開支較去年增幅較大。

研發開支

本集團研發開支由2021年度的71.79百萬港元減少26.49%至2022年度的52.77百萬港元，乃主要由於(i)2022年上半年，鑑於海外電商商品銷售業務的快速發展，我們在自建獨立站、海外短視頻內容、使用者畫像和海外供應鏈數字化等領域加大了研發投入；及(ii)自2022年下半年起，隨著國內業務的收縮以及海外電商商品銷售業務的研發階段性成果顯著，本集團調整了相應的研發費用支出。

融資成本

截至2022年12月31日止年度，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。

存貨

於2022年12月31日，本集團存貨餘額為40.25百萬港元，乃由於本年度新增海外電商商品存貨。

貿易及其他應收款項及按金

於2021年12月31日和2022年12月31日，本集團貿易及其他應收款項及按金餘額分別為452.04百萬港元和1,268.50百萬港元。

於2022年12月31日，本集團貿易應收款項餘額為274.17百萬港元，較於2021年12月31日的435.12百萬港元減少36.99%，主要是由於2022年效果類營銷服務收益減少導致相應貿易應收款項減少。

其他應收款項及按金為為擴大海外電商商品銷售業務而支付供應商的保證金、應收影視劇撥資收益、員工備用金及房租押金等。於2021年12月31日和2022年12月31日，其他應收款項及按金餘額分別為16.92百萬港元和994.34百萬港元，主要是由於2022年5月，本集團與流量採購服務商達成協議，將一部分預付流量款轉換為為擴大海外電商商品銷售業務而用於支付給平台的保證金，並於下半年新增支付204.00百萬港元保證金。

應收貸款

於2021年12月31日和2022年12月31日，本集團應收貸款分別為18.35百萬港元和26.31百萬港元，增長主要是由於發放應收貸款所致。

預付款項

於2021年12月31日和2022年12月31日，本集團預付款項餘額分別為1,188.93百萬港元和706.75百萬港元。餘額減少主要可歸因於2022年5月，本集團與流量採購服務商達成協議，將一部分預付採購流量款轉換為為擴大海外電商商品銷售業務而用於支付給平台的保證金。

按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具

於2021年12月31日和2022年12月31日，本集團按公平值計入其他全面收益的股本工具餘額分別為39.14百萬港元和27.97百萬港元，減少主要是由於投資公允價值降低所致。

銀行存款／銀行結餘及現金

於2021年12月31日和2022年12月31日，本集團銀行存款／銀行結餘及現金餘額分別為619.04百萬港元和572.93百萬港元，餘額減少乃主要由於經營活動所用現金淨額增加及籌資活動所得現金淨額增加綜合影響所致。

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)數據流量採購款；(ii)商品採購款；及(iii)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餘額由於2021年12月31日的67.25百萬港元增加273.58%至於2022年12月31日的251.23百萬港元，乃主要由於2022年度，本集團海外電商商品銷售業務規模大幅增長所致。

本集團其他應付款項餘額由於2021年12月31日的55.68百萬港元減少22.59%至於2022年12月31日的43.10百萬港元，主要可歸因於2022年3月，應付上市承銷費用減少。

租賃負債

本集團租賃負債由於2021年12月31日的17.18百萬港元增長150.76%至截至2022年12月31日的43.08百萬港元，乃主要由於本年度新增物業租賃所致。

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12月31日止年度	
	2022年	2021年
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(526.29)	(342.25)
投資活動所用現金淨額	(91.95)	(78.87)
融資活動所得(所用)現金淨額	587.17	(168.74)
現金及現金等價物減少淨額	(31.07)	(589.86)
年初現金及現金等價物	619.04	1,210.45
外幣匯率變動之影響	(54.02)	(1.55)
年末現金及現金等價物 (以銀行結餘及現金表示)	<u>533.95</u>	<u>619.04</u>

於2021年12月31日及於2022年12月31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及海外電商商品銷售業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、商品採購成本、分銷及銷售開支、研發開支及行政開支。

截至2022年12月31日止年度，我們經營活動所用現金淨額為526.29百萬港元（截至2021年12月31日止年度：342.25百萬港元），主要由於2022年業務規模擴大，業務量大幅上升，各項經營費用增加及預付賬款增長綜合影響所致。

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、贖回按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產、投資聯營公司、投資影視劇、發放及收回應收貸款、購買和贖回定期存款等。

截至2022年12月31日止年度，我們投資活動所用現金淨額為91.95百萬港元（截至2021年12月31日止年度：78.87百萬港元），主要由於購買固定資產、發放及收回應收貸款、購買和贖回定期存款。

融資活動現金流量

我們融資活動的現金流入主要與2022年6月配售股份有關。

截至2022年12月31日止年度，我們融資活動所得現金淨額為587.17百萬港元（截至2021年12月31日止年度，融資活動所用現金淨額：168.74百萬港元），主要由於2022年6月配售股份募集資金所致。

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12月31日止年度	
	2022年	2021年
	百萬港元	
固定資產	35.10	41.25
使用權資產	47.65	1.56
無形資產	—	2.17
	<hr/>	<hr/>
總計	82.75	44.98

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

除招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露外，本集團並無重大投資或資本資產的任何其他計劃。

債項

銀行借款

於2021年12月31日及2022年12月31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12月31日及2022年12月31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12月31日及2022年12月31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2022年12月31日，本集團資本負債比率為13.72%（於2021年12月31日：5.77%）。

流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。本集團流動比率由於2021年12月31日的16.66倍降至於2022年12月31日的7.67倍。

庫務政策

我們就庫務政策採取審慎的財務管理方法，以確保我們的流動資金架構能夠始終滿足我們的資金需求。

外匯風險及對沖

外匯風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。本公司若干附屬公司的外幣買賣、銀行結餘、貿易及其他應收款項及按金、貿易及其他應付款項使本集團面臨外匯風險。

本集團目前並無任何外匯對沖政策。然而，本集團管理層會監控外匯風險，並將在有需要時考慮對沖重大外匯風險。

僱員及薪酬政策

於2022年12月31日，本集團有120名全職僱員，大部份位於中國。截至2022年12月31日，我們的僱員中有超逾70%從事研發、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，並根據相關法律法規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。

綜合損益及其他全面收益表
截至2022年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2022年 千港元	2021年 千港元
收益	4	3,724,806	1,395,894
收益成本		<u>(3,287,842)</u>	<u>(944,041)</u>
毛利		436,964	451,853
其他收入		37,099	15,408
其他開支		(16,895)	–
其他收益及虧損	6	30,054	(32,762)
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)	7	(50,956)	(3,271)
分銷及銷售開支		(523,288)	(41,320)
行政開支		(190,764)	(75,468)
研發開支		(52,771)	(71,786)
應佔聯營公司之業績		445	71
融資成本		<u>(1,776)</u>	<u>(1,005)</u>
除稅前(虧損)溢利		(331,888)	241,720
所得稅(開支)抵免	8	<u>(7,232)</u>	<u>2,922</u>
年內(虧損)溢利		<u>(339,120)</u>	<u>244,642</u>
以下應佔年內(虧損)溢利：			
本公司擁有人		(339,450)	244,642
非控股權益		<u>330</u>	<u>–</u>
		<u>(339,120)</u>	<u>244,642</u>

綜合損益及其他全面收益表 — 續
截至2022年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2022年 千港元	2021年 千港元
其他全面(開支)收益			
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		(210,714)	63,740
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(虧損)收益		(11,671)	165
與不會重新分類的項目有關的所得稅		1,751	(25)
		<u>(220,634)</u>	<u>63,880</u>
其後可能重新分類至損益賬之項目：			
國外業務折算產生的匯兌差額		<u>(10,461)</u>	<u>747</u>
年內其他全面(開支)收益(扣除所得稅)		<u>(231,095)</u>	<u>64,627</u>
年內全面(開支)收益總額		<u>(570,215)</u>	<u>309,269</u>
以下應佔年內全面(開支)收益總額：			
本公司擁有人		(570,545)	309,269
非控股權益		330	—
		<u>(570,215)</u>	<u>309,269</u>
每股基本(虧損)盈利(港幣分)	9	<u>(15.03)</u>	<u>11.30</u>
每股攤薄(虧損)盈利(港幣分)	9	<u>(15.03)</u>	<u>不適用</u>

綜合財務狀況表
於2022年12月31日

		於12月31日	
	附註	2022年 千港元	2021年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		65,987	52,005
使用權資產		41,916	11,325
無形資產		3,833	8,666
對聯營公司之權益	11	35,198	36,764
遞延稅項資產		–	4,787
房租押金		5,487	2,931
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		5,597	–
按公平值計量且其變動計入其他 全面收益的股本工具		27,970	39,143
預付款項	14	237,100	–
		<u>423,088</u>	<u>155,621</u>
流動資產			
存貨	12	40,254	–
貿易及其他應收款項以及按金	13	1,263,017	449,108
應收貸款		26,308	18,346
預付款項	14	469,649	1,188,931
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		3,077	5,383
投資於影視劇		–	23,850
銀行存款		38,984	–
銀行結餘及現金		533,944	619,036
		<u>2,375,233</u>	<u>2,304,654</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	15	294,332	122,932
合約負債		1,207	–
租賃負債		13,298	14,404
應付所得稅		903	986
		<u>309,740</u>	<u>138,322</u>
流動資產淨值		<u>2,065,493</u>	<u>2,166,332</u>
資產總值減流動負債		<u>2,488,581</u>	<u>2,321,953</u>

綜合財務狀況表 — 續
於2022年12月31日

	附註	於12月31日	
		2022年 千港元	2021年 千港元
非流動負債			
租賃負債		29,779	2,775
非控股權益遠期合約產生之責任	16	42,676	—
遞延稅項負債		1,845	949
		<u>74,300</u>	<u>3,724</u>
資產淨值		<u>2,414,281</u>	<u>2,318,229</u>
資本及儲備			
股本	17	24	22
儲備		<u>2,413,927</u>	<u>2,318,207</u>
本公司擁有人應佔權益		2,413,951	2,318,229
非控股權益		<u>330</u>	—
權益總額		<u>2,414,281</u>	<u>2,318,229</u>

綜合權益變動表
截至2022年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔										
	股本	庫存股份	股份溢價	以股份為基礎的付款	按公平值計量且其變動計入其他全面收益的儲備	法定儲備	換算儲備	保留盈利	小計	非控股權益	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2021年1月1日	22	-	1,745,119	-	21,073	33,034	78,130	281,584	2,158,962	-	2,158,962
年內溢利	-	-	-	-	-	-	-	244,642	244,642	-	244,642
權益工具公平值變動	-	-	-	-	140	-	-	-	140	-	140
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	63,740	-	63,740	-	63,740
國外業務折算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	747	-	747	-	747
年內其他全面收益	-	-	-	-	140	-	64,487	-	64,627	-	64,627
年內溢利及全面收益總額	-	-	-	-	140	-	64,487	244,642	309,269	-	309,269
根據股份獎勵計劃購買股份 (附註18)	-	(138,052)	-	-	-	-	-	-	(138,052)	-	(138,052)
回購待註銷的股份	-	(11,950)	-	-	-	-	-	-	(11,950)	-	(11,950)
提取法定準備基金	-	-	-	-	-	130,730	-	(130,730)	-	-	-
於2021年12月31日	22	(150,002)	1,745,119	-	21,213	163,764	142,617	395,496	2,318,229	-	2,318,229

綜合權益變動表 – 續
截至2022年12月31日止年度

本公司擁有人應佔

	股本 千港元	庫存股份 千港元	股份溢價 千港元	以股份 為基礎 的付款 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 千港元	換算儲備 千港元	保留盈利 千港元	小計 千港元	非控股 權益 千港元	總計 千港元
於2022年1月1日	22	(150,002)	1,745,119	-	21,213	163,764	142,617	395,496	2,318,229	-	2,318,229
年內(虧損)溢利	-	-	-	-	-	-	-	(339,450)	(339,450)	330	(339,120)
權益工具公平值變動	-	-	-	-	(9,920)	-	-	-	(9,920)	-	(9,920)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(210,714)	-	(210,714)	-	(210,714)
國外業務折算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(10,461)	-	(10,461)	-	(10,461)
年內其他全面開支	-	-	-	-	(9,920)	-	(221,175)	-	(231,095)	-	(231,095)
年內(虧損)溢利及全面(開支)收益總額	-	-	-	-	(9,920)	-	(221,175)	(339,450)	(570,545)	330	(570,215)
發行股份(附註17)	2	-	602,878	-	-	-	-	-	602,880	-	602,880
發行股份應佔交易成本(附註17)	-	-	(21,833)	-	-	-	-	-	(21,833)	-	(21,833)
註銷股份(附註17)	-	11,950	(11,950)	-	-	-	-	-	-	-	-
根據股份獎勵計劃購買股份(附註18)	-	(7,280)	-	-	-	-	-	-	(7,280)	-	(7,280)
與股份上市有關的股份發行成本減少(附註15)	-	-	21,841	-	-	-	-	-	21,841	-	21,841
確認按權益結算以股份為基礎的付款開支(附註18)	-	-	-	70,659	-	-	-	-	70,659	-	70,659
股份歸屬(附註18)	-	138,377	(68,130)	(70,247)	-	-	-	-	-	-	-
非控股權益的出資	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40,294	40,294
非控股權益遠期合約產生之責任(附註16)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(40,294)	(40,294)
提取法定準備基金	-	-	-	-	-	13,963	-	(13,963)	-	-	-
於2022年12月31日	24	(6,955)	2,267,925	412	11,293	177,727	(78,558)	42,083	2,413,951	330	2,414,281

綜合現金流量表

截至2022年12月31日止年度

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
經營活動所用現金淨額	<u>(526,293)</u>	<u>(342,254)</u>
投資活動所用現金淨額	<u>(91,946)</u>	<u>(78,865)</u>
融資活動所得(所用)現金淨額	<u>587,168</u>	<u>(168,739)</u>
現金及現金等價物減少淨額	(31,071)	(589,858)
年初現金及現金等價物	619,036	1,210,447
匯率變動的影響	<u>(54,021)</u>	<u>(1,553)</u>
年末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u><u>533,944</u></u>	<u><u>619,036</u></u>

綜合財務報表附註

截至2022年12月31日止年度

1. 一般資料

樂享集團有限公司(「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2020年9月23日在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以及銷售電商商品。

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「乐享互动有限公司」變更為「樂享集團有限公司」。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分別為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(「最終控股股東」)最終控制。

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」)，除另有說明者外，所有金額均已湊整至最接近千位。本公司股份在聯交所上市，為方便財務報表使用者，本公司董事(「董事」)採用港元作為本公司呈列貨幣。

2. 綜合財務報表的擬備基準

由於中國對互聯網文化業務行業外資擁有權的監管限制，本集團透過於中華人民共和國(「中國」)成立的北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司(「北京樂享」)及其附屬公司(統稱「綜合聯屬實體」)經營業務。北京樂享由最終控股股東及其他股東(統稱「樂享股東」)擁有。本公司於中國成立的全資附屬公司北京樂享互動科技有限公司(「樂享外商獨資企業」)已與北京樂享及樂享股東於2019年12月11日訂立合約安排(「合約安排」)。根據合約安排，樂享外商獨資企業可：

- 對綜合聯屬實體行使有效財務及營運控制；
- 行使綜合聯屬實體權益持有人的投票權；
- 就樂享外商獨資企業所提供業務支援、技術以及諮詢服務收取綜合聯屬實體所產生絕大部分經濟回報；
- 獲得不可撤回獨家權利，根據中國法律法規允許的最低購買價向各自權益持有人購買綜合聯屬實體全部或部分股權。樂享外商獨資企業可隨時行使該購股權，直至獲得綜合聯屬實體全部股權及／或全部資產。此外，未經樂享外商獨資企業事先同意，綜合聯屬實體不得出售、轉讓、質押或處置任何資產或向彼等權益持有人作出任何分派；及

2. 綜合財務報表的擬備基準 – 續

- 自彼等權益持有人獲得綜合聯屬實體全部股權的質押，作為綜合聯屬實體應付樂享外商獨資企業的款項的附屬抵押品，並確保綜合聯屬實體履行合約安排責任。

本集團於綜合聯屬實體並無擁有任何股權。然而，由於合約安排，本集團對綜合聯屬實體具有影響力、有權自其因參與綜合聯屬實體而收取的可變回報以及有能力藉對綜合聯屬實體的權力影響該等回報及被認為對綜合聯屬實體有控制權。因此，本公司將綜合聯屬實體視為間接附屬公司。本集團已將綜合聯屬實體的資產、負債、收益、收入及開支於綜合財務報表中綜合入賬。

3. 應用國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）的修訂本

本年度強制生效的國際財務報告準則修訂本

於本年度，為編製綜合財務報表，本集團已首次應用下列於2022年1月1日開始的年度期間強制生效的由國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際財務報告準則修訂本：

國際財務報告準則第3號的修訂本	概念框架的提述
國際財務報告準則第16號的修訂本	2021年6月30日後新型冠狀病毒相關租金寬減
國際會計準則第16號的修訂本	物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項
國際會計準則第37號的修訂本	有償合約 – 履行合約的成本
國際財務報告準則的修訂本	2018年至2020年國際財務報告準則的年度改進

本年度應用上述國際財務報告準則修訂本對本集團本年度及過往年度的財務狀況及表現以及／或該等綜合財務報表所載披露並無重大影響。

已頒佈但尚未生效的新訂國際財務報告準則及修訂本

本集團並無提早應用以下已頒佈但尚未生效的新訂國際財務報告準則及修訂本：

國際財務報告準則第17號	保險合約 ¹
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號的修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業的資產出售或注資 ²
國際財務報告準則第16號的修訂本	售後租回的租賃負債 ³
國際會計準則第1號的修訂本	負債分類為流動或非流動 ³
國際會計準則第1號的修訂本	附帶契諾的非流動負債 ³
國際會計準則第1號及國際財務報告 準則實務公告第2號的修訂本	會計政策披露 ¹
國際會計準則第8號的修訂本	會計估計的定義 ¹
國際會計準則第12號的修訂本	與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項 ¹

- 1 於2023年1月1日或之後開始的年度期間生效。
- 2 於待定日期或之後開始的年度期間生效。
- 3 於2024年1月1日或之後開始的年度期間生效。

董事預料應用上述新訂國際財務報告準則及修訂本不會於可見未來對綜合財務報表產生任何重大影響。

4. 收益

(i) 客戶合約的收益分類

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
貨品或服務種類		
提供效果類自媒體營銷服務		
互娛及數字產品營銷	311,056	959,674
電商產品營銷	307,078	288,352
	<u>618,134</u>	<u>1,248,026</u>
銷售電商商品	<u>3,104,605</u>	<u>147,868</u>
其他	<u>2,067</u>	<u>—</u>
	<u>3,724,806</u>	<u>1,395,894</u>
收益確認的時間		
時間點	<u>3,724,806</u>	<u>1,395,894</u>

(ii) 客戶合約的履約責任

銷售電商商品

本集團從事銷售電商商品業務。本集團的結論是，本集團是作為該等交易的委託人，蓋因經考慮多項指標（例如本集團主要負責履行提供貨品的承諾及承受存貨風險）後，其於指定貨品轉讓予客戶之前控制該貨品。當本集團履行履約責任（即貨品交付至客戶的時間點）時，本集團按合約所訂明本集團預期有權收取的代價總額確認貿易收入。一般而言，本集團收取客戶預付款項，而本集團收取的交易價確認為合約負債，直至貨品已交付予客戶。

提供效果類自媒體營銷服務

本集團為多種類型的產品（包括電商商品、移動應用程序、手機遊戲、網絡文學等）提供效果類自媒體營銷服務。效果類自媒體營銷指在自媒體上展示的營銷形式，主要為自媒體用戶註冊的線上賬戶利用流量向公眾發佈營銷產品（包括文字、圖片、音頻、遊戲或視頻內容）。本集團通常從供應商處獲得不同在線平台的廣告流量，並將客戶提供的營銷產品投放至合適的自媒體平台（如微信及抖音），迎合其訂閱者的興趣。

4. 收益 – 續

(ii) 客戶合約的履約責任 – 續

提供效果類自媒體營銷服務 – 續

本集團主要作為所有客戶合約的委託人，因其在向目標用戶展示特定廣告流量資源及特定市場推廣服務前控制該等資源及服務，因此按總額基準確認該等交易賺取的收益及產生的成本，乃經考慮本集團主要負責履行提供特定服務的承諾指標，並負責(i)識別個別客戶及與其訂約，並與其商定合約價格；(ii)識別供應商及與其訂約（本集團通常就於未來一段時期（如九個月）使用的廣告流量向供應商預付款項）；及(iii)承擔履行服務的唯一責任。有關收益於提供特定服務時按不同定價模型（例如，於相關自媒體平台展示營銷產品廣告而向營銷代理提供效果類營銷服務的每次操作成本、每次點擊成本或交易流水分成）確認。一般而言，合約付款期為每月與客戶協定具體操作次數後90日。

(iii) 分配至客戶合約餘下履約責任的交易價格

所有銷售電商商品及提供效果類自媒體營銷服務的期限為一年或以下。按國際財務報告準則第15號所允許，分配至該等未履行合約的交易價格並未披露。

5. 分部資料

就資源分配及分部表現評估而言，呈報給本集團的主要經營決策者行政總裁（「主要經營決策者」）之資料，乃集中於貨品送遞或服務提供之種類。

具體而言，按國際財務報告準則第8號經營分部，本集團的經營及報告分部如下：

- 「提供效果類自媒體營銷服務」分部主要包括透過分析我們行業客戶的產品並在不同自媒體網絡分銷彼等的產品向其提供該等營銷服務，這有助於行業客戶獲取用戶及銷售訂單；及
- 「銷售電商商品」分部主要包括線上銷售電商商品。

「其他」分部主要包括提供文化相關服務。

概無經營分部合併組成本集團的可報告分部。

5. 分部資料 – 續

分部收益及業績

按可報告及經營分部劃分的本集團收益及業績分析如下：

截至2022年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	銷售 電商商品 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>618,134</u>	<u>3,104,605</u>	<u>2,067</u>	<u>3,724,806</u>
分部溢利(虧損)	<u>74,563</u>	<u>(376,857)</u>	<u>(27,974)</u>	<u>(330,268)</u>
應佔聯營公司業績 未分配公司開支				<u>445</u> <u>(9,297)</u>
年內虧損				<u>(339,120)</u>

截至2021年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	銷售 電商商品 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>1,248,026</u>	<u>147,868</u>	<u>–</u>	<u>1,395,894</u>
分部溢利(虧損)	<u>318,567</u>	<u>(8,990)</u>	<u>–</u>	<u>309,577</u>
未分配公司開支				<u>(64,935)</u>
年內溢利				<u>244,642</u>

分部溢利(虧損)指並無分配應佔聯營公司業績及企業開支(包括中央行政成本、董事酬金、外匯虧損及按公平值計量且其變動計入損益的金融資產的公平值變動虧損)之各分部所賺得之溢利/產生之虧損，此項計算經已向主要經營決策者匯報，以作為資源分配及表現評估用途。

分部資產及負債

主要經營決策者根據各分部的經營業績作出決策。由於主要經營決策者並無就資源分配及表現評估定期審閱分部資產及分部負債，故並無呈列該等資料的分析。因此，僅呈列分部收益及分部業績。

6. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
就下列項目確認減值虧損：		
— 無形資產	2,330	—
— 投資於影視劇	5,826	—
出售物業、廠房及設備的淨虧損	2	198
外匯(收益)虧損淨額	(43,036)	30,752
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產的		
公平值變動虧損	1,925	3,595
非控股權益遠期合約產生之責任的		
公平值變動虧損	2,375	—
其他	524	(1,783)
	<u>(30,054)</u>	<u>32,762</u>

7. 預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
就下列項目確認減值虧損淨額：		
貿易應收款項	31,836	861
其他應收款項	10,381	2,410
應收貸款	8,739	—
	<u>50,956</u>	<u>3,271</u>

8. 所得稅開支(抵免)

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
即期企業所得稅	77	122
遞延稅項	7,155	(3,044)
	<u>7,232</u>	<u>(2,922)</u>

8. 所得稅開支(抵免)－續

年內所得稅開支(抵免)可與綜合損益及其他全面收益表內除稅前(虧損)溢利對賬如下：

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
除稅前(虧損)溢利	(331,888)	241,720
按適用稅率25%(2021年：25%)計稅	(82,972)	60,430
應佔聯營公司業績的稅務影響	(111)	(18)
不可扣稅開支稅務影響	20,364	4,319
毋須課稅收入的稅務影響	(11,281)	(5,685)
所獲稅項豁免稅務影響	(53,522)	(62,853)
額外抵扣的研發開支稅務影響	(1,278)	(1,852)
列為高新技術企業(「高新技術企業」)的附屬公司 稅率不同的稅務影響	–	(1,403)
未確認稅項虧損的稅務影響	114,099	4,140
未確認可扣減暫時差額的稅務影響	14,778	–
先前確認稅項虧損撥回及 可扣減暫時差額的稅務影響	7,155	–
稅項開支(抵免)	<u>7,232</u>	<u>(2,922)</u>

根據開曼群島現行法律，本公司為一家免稅實體，毋須就收入或資本收益繳納稅項。

本公司於香港註冊成立的附屬公司須就香港業務產生的應課稅收入繳納兩級所得稅稅率，於2018年4月1日生效。其於香港註冊成立的附屬公司將就所得溢利的前2百萬港元按減半的當期稅率(即8.25%)繳稅，而餘下溢利則繼續按目前16.5%的稅率繳稅。

於兩個年度，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，適用於中國集團實體的稅率為25%。

本集團其中一家附屬公司北京樂享獲認可為高新技術企業，並自2021年1月1日起計三個年度內享有15%優惠所得稅稅率。

本集團其中一家附屬公司伍遊(北京)科技有限公司獲認可為高新技術企業，並自2019年1月1日起計三個年度內享有15%優惠所得稅稅率，高新技術企業地位乃於2022年12月1日獲准自2022年1月1日起再延長三年。

根據中國國家稅務總局及財政部頒佈的《關於新疆喀什霍爾果斯兩個特殊經濟開發區企業所得稅優惠政策的通知》(財稅[2011]112號)及《關於新疆困難地區及喀什、霍爾果斯兩個特殊經濟開發區新辦企業所得稅優惠政策的通知》(財稅[2021]27號)，自2017年1月1日起計五年，本集團其中兩家附屬公司霍爾果斯耀西網絡科技有限公司及霍爾果斯伍遊網絡科技有限公司(均於2017年成立並位於中國霍爾果斯市)獲豁免繳納所得稅。根據最新優惠政策，該兩家附屬公司自2022年1月1日起計五年獲豁免繳納當地政府應佔所得稅的40%，並就中央政府應佔所得稅的60%享有25%所得稅稅率。

自2020年1月1日起計五年，霍爾果斯智普數聯網絡科技有限公司及霍爾果斯樂享互動網絡科技有限公司(均於2020年成立並位於中國霍爾果斯市)獲豁免繳納所得稅。

9. 每股(虧損)盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄(虧損)盈利按照以下數據計算：

(虧損)盈利金額的計算如下：

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
本公司擁有人應佔年內(虧損)溢利	(339,450)	244,642

股份數目

	截至12月31日止年度	
	2022年 千股	2021年 千股
用於計算每股基本(虧損)盈利的普通股加權平均數	2,258,375	2,164,260

截至2022年12月31日止年度用於計算每股基本虧損的加權平均普通股數目已經扣除附註18所載信託下股份獎勵計劃持有的股份後得出。

截至2021年12月31日止年度用於計算每股基本盈利的加權平均普通股數目已經扣除附註18所載信託下股份獎勵計劃持有的股份及本公司購回的待註銷的股份後得出。

計算截至2022年12月31日止年度的每股攤薄虧損並未考慮股份獎勵計劃項下未歸屬股份的影響，乃因其將導致每股虧損減少。於截至2021年12月31日止年度，並無發行在外的潛在普通股。

10. 股息

截至2021年及2022年12月31日止年度，概無向本公司普通股股東派付或擬派股息。

11. 於聯營公司的權益

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
於聯營公司的投資成本	37,443	36,213
分佔收購後溢利及其他全面收益	516	71
匯兌調整	(2,761)	480
	35,198	36,764

11. 於聯營公司的權益 – 續

本集團於報告期末的聯營公司詳情如下：

實體名稱	註冊成立 國家／主要 營業地點	本集團擁有權權益 比例及投票權 於12月31日		主要業務
		2022年 %	2021年 %	
揚州平衡數字文化產業 發展基金(有限合夥) (「平衡基金」) ⁽ⁱ⁾	中國	30.30	30.30	投資數字營銷／ 互聯網文化產業
保利樂享文娛科技 (北京)有限公司 (「保利樂享」) ⁽ⁱ⁾	中國	10.00	–	藝人管理及電影製作

(i) 該名稱的英文翻譯僅供參考。該實體的正式名稱為中文。

本集團能夠對平衡基金行使重大影響力，因其有權根據合作協議委任指導平衡基金有關活動的平衡基金投資決策委員會五名委員會成員中其中一名。

本集團能夠對保利樂享行使重大影響力，因其有權根據保利樂享組織章程細則委任保利樂享五名董事中其中一名。

重大聯營公司財務資料概要

本集團重大聯營公司的有關財務資料概要載於下文。下文的財務資料概要指聯營公司根據國際財務報告準則編製的財務報表所列示的金額。

聯營公司於綜合財務報表中使用權益法列賬。

11. 於聯營公司的權益 – 續

平衡基金

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
流動資產	<u>54,498</u>	<u>121,323</u>
非流動資產	<u>57,094</u>	<u>–</u>
	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
收益	<u>–</u>	<u>–</u>
年內溢利	<u>567</u>	<u>234</u>

以上財務資料概要及綜合財務報表確認於聯營公司的權益賬面值的對賬：

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
平衡基金的資產淨值	<u>111,592</u>	<u>121,323</u>
本集團於平衡基金的所有權權益比例	<u>30.30%</u>	<u>30.30%</u>
本集團於平衡基金的權益賬面值	<u>33,816</u>	<u>36,764</u>
個別並不重大的聯營公司資料		
	2022年 千港元	2021年 千港元
本集團應佔溢利	<u>273</u>	<u>–</u>
本集團於聯營公司權益的賬面值	<u>1,382</u>	<u>–</u>

12. 存貨

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
電商商品	<u>40,254</u>	<u>—</u>

13. 貿易及其他應收款項以及按金

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
貿易應收款項	323,693	455,810
減：信貸虧損撥備	<u>(49,527)</u>	<u>(20,692)</u>
	<u>274,166</u>	<u>435,118</u>
擴展海外電商市場的按金(附註)	954,000	—
應收來自投資於影視劇的收入	17,039	—
已付供應商按金	2,351	2,446
租金及其他按金	6,127	3,224
其他應收款項	27,871	14,603
減：信貸虧損撥備	<u>(13,050)</u>	<u>(3,352)</u>
	<u>994,338</u>	<u>16,921</u>
貿易及其他應收款項以及按金總額	<u>1,268,504</u>	<u>452,039</u>
分析為		
非即期	5,487	2,931
即期	<u>1,263,017</u>	<u>449,108</u>
	<u>1,268,504</u>	<u>452,039</u>

附註：於2022年5月，本集團與最大流量供應商訂立若干協議，據此，本集團將購買流量的預付款項的擬定用途改為擴展海外電商市場的按金，金額為750,000,000港元（見附註14）。於2022年7月，本集團與最大流量供應商訂立另一份協議，據此，本集團支付按金230,000,000港元用於拓展海外電商市場。該等按金包括東南亞及其他大陸的若干國家的單獨按金。於該等協議的12個月期間，倘本集團決定不在個別國家或大陸開展業務，則本集團有權要求悉數退回按金。

於截至2022年12月31日止年度，本集團決定不在若干國家開展業務，金額為26,000,000港元之按金退回予本集團。於本年度結束後，直至2023年2月28日，金額為104,000,000港元之按金退回予本集團。

13. 貿易及其他應收款項以及按金 – 續

於2021年1月1日，來自客戶合約的貿易應收款項為320,874,000港元。

本集團一般向客戶提供15日至120日無抵押信貸期。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12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
3個月內	141,117	234,844
3至6個月	42,255	128,732
7至12個月	46,016	71,542
1至2年	44,778	–
	<u>274,166</u>	<u>435,118</u>

於2022年12月31日，已於該日逾期的賬面總額為133,049,000港元（2021年：186,262,000港元）的應收賬款已計入本集團貿易應收款項結餘。在逾期結餘中，30,045,000港元（2021年：71,542,000港元）已逾期90日或以上但並無被視為拖欠，原因是經考慮債務人的背景及過往付款安排，該金額為應收若干信譽佳的獨立客戶款項。本集團對該等結餘並無持有任何抵押品或其他信貸提升措施。

14. 預付款項

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
用於購買流量的預付款項	684,893	1,182,368
用於諮詢服務的預付款項	18,428	–
其他預付款項	3,428	6,563
	<u>706,749</u>	<u>1,188,931</u>
分析為		
非即期	237,100	–
即期	469,649	1,188,931
	<u>706,749</u>	<u>1,188,931</u>

14. 預付款項 — 續

截至2022年12月31日止年度，用於購買流量的預付款項的變動載列如下：

	用於購買流量 的預付款項 千港元
於2022年1月1日	1,182,368
新增預付款項	819,121
已動用	(487,310)
轉撥至按金 (附註13)	(750,000)
匯兌調整	(79,286)
	<hr/>
於2022年12月31日	684,893

於本年度結束後，直至2023年2月28日，購買流量的預付款項合共47,158,000港元已動用。

15. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
貿易應付款項	251,231	67,246
應付僱員薪酬	11,927	12,538
其他應付稅項	2,013	613
應計上市開支／股份發行成本 (附註)	4,478	35,170
無形資產應付款項	2,015	2,202
其他應付款項及應計費用	22,668	5,163
	<hr/>	<hr/>
	294,332	122,932

附註：於2022年3月8日，本公司與有關本公司股份於聯交所主板上市的一間國際包銷商經協商後達成一項協定，據此，包銷費減少21,841,000港元。該等減少的直接發行成本計入股份溢價。

根據發票日期呈列按賬齡劃分的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2022年 千港元	2021年 千港元
3個月內	249,023	64,834
1年以上	2,208	2,412
	<hr/>	<hr/>
	251,231	67,246

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

16. 非控股權益遠期合約產生之責任

於2022年5月，本集團附屬公司樂享互動(南京)網絡科技有限公司(「樂享南京」)與本集團的聯營公司平衡基金訂立一系列協議(「該等協議」)，據此，樂享南京與平衡基金於2022年5月成立揚州樂享華悅文化科技有限公司(「揚州華悅」)。樂享南京及平衡基金分別持有揚州華悅的70%股權及30%股權。截至2022年12月31日止年度，樂享南京及平衡基金向揚州華悅已分別注資人民幣84,000,000元(相當於94,037,000港元)及人民幣36,000,000元(相當於40,294,000港元)。

根據該等協議，於該等協議簽署之日起36個月期間結束前，樂享南京已同意購買而平衡基金已同意出售於揚州華悅30%的股權(即平衡基金持有揚州華悅的全部股權)，而回購的最終日期由樂享南京主要決定。回購的代價將按以下兩項中的較高者釐定：(i)投資本金及按固定年利率9%計息的利息之和，減去自揚州華悅收取的任何股息；及(ii)揚州華悅於回購日期的淨資產比例。

於初步確認時，非控股權益遠期合約產生之責任為交付股份贖回金額責任之現值40,294,000港元。該金額已於綜合財務狀況表確認，並於初步確認時相應於非控股權益借方記賬。

於2022年12月31日，非控股權益遠期合約產生之責任之公平值為42,676,000港元。

17. 股本

	股份數目	股本 港元
每股面值0.00001港元的普通股		
法定		
於2021年1月1日以及2021年及2022年12月31日	5,000,000,000	50,000
已發行及繳足		
於2021年1月1日及2021年12月31日	2,185,268,200	21,853
註銷股份(附註a)	(5,341,000)	(53)
發行股份(附註b)	192,000,000	1,920
於2022年12月31日	2,371,927,200	23,720
	於12月31日	
	2022年	2021年
	千港元	千港元
呈列為	24	22

17. 股本－續

附註：

- a. 於2021年，本公司以11,950,000港元之代價回購5,341,000股普通股以待註銷。該等股份於截至2022年12月31日止年度經已註銷。
- b. 於完成由本公司、本公司的最終控股公司ZZN. Ltd. (「ZZN」) 及配售代理訂立的日期為2022年6月6日的配售及認購協議所列的所有條件後，(1)於2022年6月6日，ZZN持有的本公司合共192,000,000股股份按每股股份3.14港元配售予不少於六名承配人；及(2)於2022年6月16日，本公司的合共192,000,000股新股份由ZZN按每股股份3.14港元認購。經扣除包銷費9,875,000港元後，本公司已收取所得款項淨額約593,005,000港元。發行成本總額(包括包銷費)21,833,000港元乃自股份溢價扣除。配售及認購的詳情載於本公司於2022年6月6日及2022年6月16日刊發的公告。

18. 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(「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2022年12月31日止年度，受託人購買合共2,752,000股(2021年：49,488,000股)本公司股份，代價為7,280,000港元(2021年：138,052,000港元)。購買股份的成本於權益中確認為庫存股份。

截至2022年12月31日止年度，4名參與者(2021年：無)被選為選定參與者，52,240,000股股份(2021年：無)獲授出及49,740,000股股份(2021年：無)於授出當日即時歸屬，行使價為零。餘下2,500,000股股份須於2023年12月31日歸屬，行使價為零，無任何其他歸屬條件。

於2022年12月31日，受託人持有本公司2,500,000股(2021年：49,488,000股)股份。

下表披露本年度獲授人士根據股份獎勵計劃持有獎勵股份及其變動的詳情：

	於2022年 1月1日 尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	於2022年 12月31日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
董事	—	4,400,000	(4,400,000)	—	—
僱員	—	47,840,000	(45,340,000)	—	2,500,000
總計	—	52,240,000	(49,740,000)	—	2,500,000

截至2022年12月31日止年度，本集團就該等獎勵股份確認以股份為基礎的付款開支70,659,000港元(2021年：零)。獎勵股份於授出日期的加權平均公平值為1.42港元。該等已授出獎勵股份的公平值乃使用授出日期本公司普通股的公平值計算得出。

其他資料及企業管治摘要

合約安排

截至2022年12月31日止年度，董事會已檢討合約安排的整體表現，並相信本集團已在所有重大方面遵守合約安排。

於2019年3月15日，外商投資法由第十三屆全國人大正式通過並於2020年1月1日生效。外商投資法規定了以下外商投資形式：

- (i) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；
- (ii) 外國投資者取得任何境內企業的股份、股權、財產或者其他類似權益；
- (iii) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及
- (iv) 外國投資者根據法律、行政法規或者國務院規定的條文以任何其他方式進行投資。

外商投資法規定「負面清單」適用於若干行業。外商投資法所載的「負面清單」分別將相關禁止及受限制行業列入禁止目錄和受限目錄。倘任何外國投資者直接或間接持有任何境內企業的股份、股權、財產或其他權益，則該境內企業不得投資禁止實施目錄列明的任何行業。外國投資者獲准投資限制實施目錄列明的行業，惟須符合若干條件。外國投資者可投資「負面清單」以外的任何行業，且應按與境內投資相同的基準管理。

現行中國法律及法規對從事互聯網文化業務及其他相關業務的公司的外資擁有權施加若干限制或禁令。尤其是，根據於2022年1月1日生效的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2021年版）》，本集團若干效果類營銷服務屬於互聯網文化經營，被視為禁止類。為符合中國法律及法規，本集團根據外商獨資企業、北京樂享及登記股東之間的一系列合約安排，通過北京樂享及其附屬公司在中國開展效果類營銷。由於該等合約安排，本集團對北京樂享及其附屬公司施加控制權，並將其經營業績綜合至本集團的財務報表。北京樂享及其附屬公司持有對本集團的相關業務經營至關重要的牌照、批准及關鍵資產（定義見招股章程）。有關本集團為遵守資質要求而作出的努力及行動，請參閱招股章程中「合約安排」一節。

截至本公告日期，外商投資法並無更新，且本集團已遵守外商投資法及有關資質要求的實施細則。

然而，誠如上文所披露者，即使本公司及其股東已採取措施符合該資質要求（定義見招股章程），每個從事受限制業務（定義見招股章程）的綜合聯屬實體亦須持有有關禁止外國投資的網絡文化經營許可證，因此，本公司將無法持有綜合聯屬實體的任何股權。倘本公司或任何綜合聯屬實體日後可提供僅需增值電信業務經營許可證的增值電信服務，本公司將（如必要）考慮設立新附屬公司或向適當附屬公司轉讓相關業務，以直接持有相關中國法律法規允許的最高比例的所有權權益。

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。根據招股章程及分配結果公告之相關披露，於扣除包銷費、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（「原上市所得款項淨額」）為約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2022年8月31日止，本集團原上市所得款項淨額的動用情況分析如下：

招股章程中所述 上市所得款項淨額擬定用途	原上市所得款項 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)		截至2022年 8月31日 止已動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	截至2022年 8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)
	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)			
用作發展我們的短視頻移動新媒體 變現業務上市所得款項淨額：				
(1) 將用於投資開發自有用戶流量；	511.11	34.10%	492.28	18.83
(2) 將用作擴展我們的團隊；	61.45	4.10%	35.36	26.09
(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%	28.37	9.10
(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%	233.13	32.16
(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

招股章程中所述上市所得款項 淨額擬定用途	原上市所得款項 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)	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2022年 8月31日 止已動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	截至2022年 8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)
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：				
(1) 將用於潛在投資或收購合適的頂級移動自媒體平台獲授權或大型代理；	106.42	7.10%	36.21	70.21
(2) 將用於升級及優化我們的技術、平台及算法；	46.46	3.10%	24.40	22.06
(3) 將用於擴展我們的互娛產品範圍；及	121.41	8.10%	35.64	85.77
(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其多元化，獲取高質量的移動新媒體資源。	22.48	1.50%	-	22.48

招股章程中所述上市所得款項淨額擬定用途	原上市所得款項 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)	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2022年 8月31日 止已動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	截至2022年 8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)
用以撥付我們的國際性擴展 所得款項淨額：				
(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
(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
(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%	15.18	14.80
(4) 將用於開發技術平台的海外版本。	22.48	1.50%	14.82	7.66
用作營運資金及一般企業用途	149.88	10.00%	126.38	23.50
總計	<u>1,498.83</u>	<u>100.00%</u>	<u>1,064.29</u>	<u>434.54</u>

於2022年3月8日，本公司與全球發售中的一間國際包銷商經考慮其他商業安排且公平合理的協商後，達成債務豁免協定，據此，該國際包銷商豁免本公司根據國際包銷協議應向該國際包銷商支付的約21.84百萬港元包銷費。該等豁免導致本公司應付包銷費總額降低並從而導致本公司上市所得款項淨額增加約21.84百萬港元（「**新增上市所得款項淨額**」），至約1,520.67百萬港元（「**更新後上市所得款項淨額**」）。有關詳情，請參閱本公司日期為2022年3月8日的公告。

由於下文「變更上市所得款項用途之理由及裨益」一段所載之理由，董事會已於2022年8月31日作出董事會決議，決定將尚未動用的原上市所得款項淨額，以及新增上市所得款項淨額（「未動用上市所得款項」）進行如下重新分配：

招股章程中所述上市所得款項淨額擬定用途	原上市所得款項淨額(包括行使超額配股權所獲得的所得款項淨額)		截至2022年8月31日止尚未動用的原上市所得款項淨額		更新後上市所得款項淨額重新分配		2022年9月1日至2022年12月31日已動用重新分配後上市所得款項		截至2022年12月31日止未動用重新分配後上市所得款項		未動用上市所得款項的預期使用時間表
	佔原上市所得款項淨額百分比	(%)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	
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%	18.83	-	18.83	8.10	10.73	未來二年半			
(2) 將用作擴展我們的團隊；	61.45	4.10%	26.09	-	26.09	-	26.09	未來二年半			
(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%	9.10	-	9.10	2.03	7.07	未來二年半			
(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%	32.16	-	32.16	-	32.16	未來二年半			
(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%	1.46	-	1.46	-	1.46	未來二年半			

招股章程中所述上市所得款項淨額擬定用途	原上市		截至			2022年	截至	
	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)	佔原上市所得款項淨額概約百分比	2022年8月31日止尚未動用原上市所得款項淨額	更新後上市所得款項淨額重新分配	重新分配後未動用上市所得款項	9月1日至2022年12月31日	2022年12月31日止未動用重新分配後上市所得款項	未動用上市所得款項的預期使用時間表
	(百萬港元)	(%)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	(百萬港元)	

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：

(1) 將用於潛在投資或收購合適的頂級移動自媒體平台獲授權或大型代理；	106.42	7.10%	70.21	-	70.21	-	70.21	未來二年半
(2) 將用於升級及優化我們的技術、平台及算法；	46.46	3.10%	22.06	-	22.06	-	22.06	未來二年半
(3) 將用於擴展我們的互娛產品範圍；及	121.41	8.10%	85.77	-40.00	45.77	-	45.77	未來二年半
(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其多元化，獲取高質量的移動新媒體資源。	22.48	1.50%	22.48	-	22.48	-	22.48	未來二年半

招股章程中所述上市 所得款項淨額擬定用途	原上市	截至2022年		更新後		2022年	截至2022年	未動用上市 所得款項的 預期使用 時間表
	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)	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	上市所得 款項淨額 重新分配 (百萬港元)	重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	9月1日 至2022年 12月31日 已動用重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	12月31日 未動用 重新分 配後上市 所得款項 (百萬港元)	
用以撥付我們的國際性 擴展所得款項淨額：								
(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	-	61.45	-	61.45	未來二年半
(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	-38.97	-	-	-	未來二年半
(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；	29.98	2.00%	14.80	+10.92	25.72	-	25.72	未來二年半
(4) 將用於開發技術平台的海外 版本；及	22.48	1.50%	7.66	+10.92	18.58	-	18.58	未來二年半
(5) 將用於拓展海外電商商品銷 售業務。	-	-	-	+18.97	18.97	12.15	6.82	未來二年半
用以發展我們的文化業務 所得款項淨額：	-	-	-	+60.00	60.00	-	60.00	未來二年半
用作營運資金及一般企業用途：	149.88	10.00%	23.50	-	23.50	8.58	14.92	未來二年半
總計	1,498.83	100.00%	434.54	21.84	456.38	30.86	425.52	

變更上市所得款項用途之理由及裨益

董事會認為，本集團對文化業務、海外電商商品銷售業務的發展需要更進一步加強投入。董事會相信變更上市所得款項總額用途有利於本集團滿足當前營運需求，因此符合本集團及股東整體的最佳利益。

配售所得款項用途

2022年6月6日，本公司、ZZN. Ltd. (「補足賣方」) 與高盛(亞洲)有限責任公司(「配售代理」) 訂立配售及認購協議，據此，(i)補足賣方同意出售及配售代理同意(作為補足賣方的代理) 按竭誠盡力基準促使買方購買補足賣方所持有的192,000,000股配售股份(「賣方配售」)，價格為每股配售股份3.14港元；及(ii)補足賣方有條件同意認購(「認購」)，而本公司有條件同意發行192,000,000股認購股份，認購價相等於配售價。該賣方配售及認購已分別於2022年6月9日及2022年6月16日完成，本公司自認購收取所得款項淨額合共約592.3百萬港元(經扣除所有適用成本及開支，包括佣金、專業費用及實付費用)。有關詳情，請參閱本公司日期為2022年6月7日及2022年6月16日的公告。截至2022年12月31日止，本公司已動用配售所得款項當中的448.34百萬港元，未動用配售所得款項為143.96百萬元。

本公司擬利用配售所得款項淨額扶持本集團海外電商商品銷售業務的快速發展，以擴大規模及鞏固市場地位。本公司計劃於未來五年內悉數動用自認購收取的所得款項淨額。該預期時間表乃基於本公司對未來市況及業務運營的最佳估計，並可根據當前及未來市況發展及實際業務需求予以更改。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期內，除本公告經審計綜合財務報表附註18所披露者外，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售任何本公司上市證券。本公司於2022年4月26日註銷了5,341,000股本公司於2021年度購回的股份。

末期股息

董事會不建議派付截至2022年12月31日止年度的末期股息(2021年：無)。

企業管治

本集團致力維持高水準的企業管治，以保障其股東的權益，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。本公司已採納企業管治守則第二部分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2022年12月31日止年度，本公司已遵守企業管治守則第二部分的所有適用守則條文，惟偏離企業管治守則守則條文C.2.1，主席及本公司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。

進行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，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2022年12月31日止期間遵守上述標準守則。本公司並不知悉可能管有本公司內幕消息的僱員不遵守上述標準守則的事件。

公眾持股量的充足性

根據公開可得資料及據董事所知，截至本公告日期，本公司一直維持上市規則規定的充足公眾持股量。

審核委員會

董事會已設立審核委員會，審核委員會成員包括兩名獨立非執行董事，即唐偉先生（主席）、徐翀先生以及一名非執行董事胡慶平先生。

審核委員會已與本公司高級管理層及本公司外部核數師審閱本集團所採納的會計原則及政策，並已討論及檢討內部控制、風險管理及報告事宜。

審核委員會已審閱本集團截至2022年12月31日止年度的經審計綜合財務報表。審核委員會認為截至2022年12月31日止年度的經審計綜合財務報表符合適用會計準則、上市規則及所有其他適用法律規定。

德勤•關黃陳方會計師行的工作範圍

初步公告所載有關本集團截至2022年12月31日止年度綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註的數據已獲本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行同意，與董事會於2023年3月31日批准的本集團本年度的經審核綜合財務報表所載金額一致。德勤•關黃陳方會計師行就此執行的工作並不構成核證聘用工作，故德勤•關黃陳方會計師行並無就初步公告發表任何意見或作出任何核證結論。

報告期後事項

本集團於報告期後並無任何重大事項。

刊發年度業績及2022年年報

本年度業績公告登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.joyspreader.com)。本公司載有上市規則規定的所有資料的截至2022年12月31日止年度年報將適時寄發予本公司股東並於上述網站登載。

致謝

董事會衷心感謝本集團全體股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻。

釋義

「1P流量」	指	自有流量
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「應用」	指	移動應用程序
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「北京樂享」	指	北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司，一家於2008年10月9日根據中國法律成立的有限公司，根據合約安排，入帳列作我們的附屬公司
「董事會」	指	董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載企業管治守則
「主席」	指	董事會主席
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣
「綜合聯屬實體」	指	我們透過合約安排控制的實體，即北京樂享及其附屬公司
「合約安排」	指	由（其中包括）外商獨資企業、北京樂享及登記股東所訂立的一系列合約安排
「董事」	指	本公司董事
「外商投資法」	指	《中華人民共和國外商投資法》
「按公平值計量且其變動計入當期損益」	指	按公平值計量且其變動計入當期損益
「按公平值計量且其變動計入其他全面收益」	指	按公平值計量且其變動計入其他全面收益
「GDP」	指	國內生產總值

「GMV」	指	商品成交金額
「本集團」、「樂享集團」或「我們」	指	本公司、其於有關時間的附屬公司及綜合聯屬實體，或視乎文義所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司前的期間而言，指本公司的附屬公司或其現有附屬公司（視乎情況而定）所營運的業務
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「增值電信業務經營許可證」	指	增值電信業務經營許可證
「互娛產品」	指	互動娛樂產品，主要包括遊戲、網絡文學等
「樂享」、「本公司」或「我們」	指	樂享集團有限公司，前稱乐享互动有限公司，一家於2019年2月19日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「樂享國際」	指	Joy Spreader International (HK) Limited (樂享國際有限公司) 一家於2019年10月25日在香港註冊成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「上市」	指	股份於2020年9月23日在主板上市
「上市日期」	指	於2020年9月23日，即股份於主板上市的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則（經不時修訂或補充）
「主板」	指	聯交所主板
「MCN」	指	多頻道網絡，一種多頻道網絡的產品形態，是一種新的網紅經濟運作模式
「標準守則」	指	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

「負面清單」	指 《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》
「網絡文化經營許可證」	指 《網絡文化經營許可證》
「超額配股權」	指 具有招股章程所賦予的涵義
「招股章程」	指 本公司於2020年9月10日刊發的招股章程
「PGC」	指 專業生產內容
「研發」	指 研究與開發
「登記股東」	指 即朱子南先生、深圳南海成長同贏股權投資基金(有限合夥)、南通平衡創業投資基金中心(有限合夥)、北京子南和他的小夥伴們文化中心(有限合夥)、嘉興寶正投資合夥企業(有限合夥)、道有道科技集團股份公司、南京平衡資本管理中心(普通合夥)、張之的先生、陳亮先生、上海今嘉資產管理有限公司、國治維先生、張玥女士、張文妍女士、薛曉黎女士、朱錫芬女士、熊遲先生及黃慧娟女士，均為北京樂享股東
「人民幣」	指 中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指 從2022年1月1日至2022年12月31日止十二個月期間
「股東」	指 股份持有人
「股份」	指 本公司股本中每股面值0.00001港元的普通股
「股份獎勵計劃」	指 董事會於2021年6月21日採納的股份獎勵計劃
「國務院」	指 中華人民共和國國務院

「聯交所」	指 香港聯合交易所有限公司
「UGC」	指 用戶生成內容
「外商獨資企業」	指 北京樂享互動科技有限公司，一家於2019年5月22日於中國成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「影漪科技」	指 深圳影漪視界科技有限公司，一家於2020年9月14日根據中國法律成立的非上市有限公司

於本公告內，除非文義另有所指外，「聯營公司」、「關連人士」、「控股股東」及「附屬公司」等詞彙應具有上市規則賦予該等詞彙之涵義。

承董事會命
樂享集團有限公司
主席
朱子南

中國，北京
2023年3月31日

於本公告日期，董事會包括執行董事朱子南先生、成林先生及秦佳鑫女士；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、唐偉先生及房宏偉先生。