

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2023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2023年6月30日止六個月(「回顧期」)未經審核綜合中期業績，連同2022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2023年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
收益	3	217,735	223,405
收益成本		<u>(210,454)</u>	<u>(216,057)</u>
毛利		7,281	7,348
其他收入、收益及虧損	4	544	1,964
銷售及營銷開支		(1,145)	(2,321)
行政開支		(3,655)	(4,154)
融資成本	5	(2,403)	(2,462)
金融資產減值虧損		<u>(503)</u>	<u>(4,462)</u>
除稅前溢利(虧損)		119	(4,087)
所得稅(開支)抵免	6	<u>(15)</u>	<u>654</u>
期內溢利(虧損)及全面收益(開支)總額	7	<u>104</u>	<u>(3,433)</u>
應佔溢利(虧損)及全面收益收益(開支)總額：			
— 本公司擁有人		146	(3,401)
— 非控股權益		<u>(42)</u>	<u>(32)</u>
		<u>104</u>	<u>(3,433)</u>
每股盈利(虧損)			
— 基本及攤薄(人民幣)	8	<u>0.04分</u>	<u>(0.85)分</u>

中期簡明綜合財務狀況表

於2023年6月30日

	附註	於2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非流動資產			
物業及設備		323	343
無形資產		20	22
遞延稅項資產		10,658	10,532
		<u>11,001</u>	<u>10,897</u>
流動資產			
貿易應收款項、預付款項及其他應收款項	10	378,490	426,262
應收關聯方款項		226	211
合約資產		152,185	131,714
可收回稅項		53	—
銀行結餘及現金		822	5,081
		<u>531,776</u>	<u>563,268</u>
資產總值		<u><u>542,777</u></u>	<u><u>574,165</u></u>

	附註	於2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
股本及儲備			
股本	13	3,578	3,578
儲備		<u>202,828</u>	<u>202,682</u>
本公司擁有人應佔權益		206,406	206,260
非控股權益		<u>(178)</u>	<u>(136)</u>
權益總額		<u>206,228</u>	<u>206,124</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	11	125,709	212,450
應付稅項		–	148
合約負債		38,156	38,259
銀行及其他借款	12	<u>142,684</u>	<u>87,184</u>
		<u>306,549</u>	<u>338,041</u>
非流動負債			
其他借款		<u>30,000</u>	<u>30,000</u>
		<u>30,000</u>	<u>30,000</u>
負債總額		<u>336,549</u>	<u>368,041</u>
權益及負債總額		<u>542,777</u>	<u>574,165</u>

未經審核中期簡明綜合財務報表附註

1. 一般資料以及簡明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」。

1.2 編製基準

本集團截至2023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」)頒佈之國際會計準則第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. 應用新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)

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佈的新訂及經修訂國際財務報告準則，有關準則於2023年1月1日或之後開始的年度期間強制生效，以編製本集團的中期簡明綜合財務報表：

國際會計準則第1號及國際財務報告準則實務聲明 第2號修訂本	會計政策的披露
國際財務報告準則第17號(包括2020年6月及 2021年12月對國際財務報告準則第17號之修訂本)	保險合約
國際會計準則第8號修訂本	會計估計的定義
國際會計準則第12號修訂本	單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項
國際會計準則第12號修訂本	國際稅務變革—支柱二規則範本

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／或該等中期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

按服務性質劃分的收益

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022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)	99,237	67,287
數字廣告服務	110,242	125,962
戶外廣告服務	7,979	29,721
其他廣告服務	277	435
	<u>217,735</u>	<u>223,405</u>

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。

i. 與客戶合約產生收益的拆分

按客戶類型劃分的收益

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
廣告主	31,650	8,488
廣告代理	186,085	214,917
	<u>217,735</u>	<u>223,405</u>

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	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
傢俱和家電	70,649	124,301
飲食	50,479	69,383
電信	28,264	–
車體	–	6,608
其他	68,343	23,113
	<u>217,735</u>	<u>223,405</u>

收益確認的時間

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
於一段時間	<u>217,735</u>	<u>223,405</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2023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	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
銀行存款利息收入	2	8
政府補助(附註(i))	-	1,448
增值稅的進項稅額加計扣除(附註(ii))	637	515
匯兌收益淨額	(1)	-
其他	(96)	(7)
	<u>544</u>	<u>1,964</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2023年1月1日至2023年12月31日獲授予增值稅的進項稅額加計10%扣除。

5. 融資成本

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
銀行及其他借款的利息開支	2,403	2,457
租賃負債的利息開支	-	5
	<u>2,403</u>	<u>2,462</u>

6. 所得稅開支(抵免)

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022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	141	92
— 遞延稅項	(126)	(746)
所得稅開支(抵免)	<u>15</u>	<u>(654)</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。

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. 期內溢利(虧損)

下列各項已計入期內溢利(虧損)得出：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
物業及設備折舊	20	29
其他無形資產攤銷	2	2
	<hr/>	<hr/>
折舊及攤銷總額	22	31
	<hr/>	<hr/>
員工成本		
薪金及津貼	1,877	1,560
退休福利供款	—	490
	<hr/>	<hr/>
總員工成本	1,877	2,050
	<hr/>	<hr/>
核數師薪酬	75	120
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

8. 每股盈利(虧損)

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利(虧損)根據以下數據計算得出：

盈利(虧損)數字計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2022年 人民幣千元 (未經審核)
就計算每股基本及攤薄盈利(虧損)之 本公司擁有人應佔期內溢利(虧損)	146	(3,401)
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

股份數目

	截至6月30日止六個月	
	2023年 (未經審核)	2022年 (未經審核)
計算每股基本及攤薄盈利(虧損)的普通股加權平均數(千股)	400,000	400,000

因於截至2023年6月30日止六個月及2022年6月30日止六個月內並無具潛在攤薄普通股，故每股攤薄盈利(虧損)與每股基本盈利(虧損)一致。

9. 股息

董事並不建議派付截至2023年6月30日止六個月之中期股息(2022年：無)。

10. 貿易應收款項、預付款項及其他應收款項

	於2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項－與客戶合約	236,014	281,508
減：貿易應收款項的虧損撥備	(32,964)	(32,461)
	203,050	249,047
租金及其他按金	1,837	2,327
其他	8,299	7,352
	10,136	9,679
減：其他應收款項的虧損撥備	(231)	(231)
	9,905	9,448
可扣減增值稅	7,893	7,065
對供應商的預付款項	157,642	160,702
	378,490	426,262

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2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
0至30天	45,287	63,710
31至90天	96	2,210
91至180天	20,043	17,143
181至360天	81,535	120,518
360天以上	56,089	45,466
總計	<u>203,050</u>	<u>249,047</u>

11. 貿易及其他應付款項

	於2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	114,515	200,164
應付員工成本	3,508	3,548
其他應付稅項	2,079	2,403
應付上市開支	756	756
應付利息	769	784
應計開支	4,082	4,795
	<u>125,709</u>	<u>212,450</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2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
0至30天	78,169	149,839
31至90天	–	22,776
90天以上	36,346	27,549
	<u>114,515</u>	<u>200,164</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。

12. 銀行及其他借款

	於2023年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
銀行貸款		
— 無抵押 (附註i)	137,700	82,200
其他借款		
— 無抵押 (附註ii和附註iii)	34,984	34,984
	<u>172,684</u>	<u>117,184</u>

附註：

- (i) 該等銀行借款由四名(2022年12月31日：四名)第三方擔保人擔保，其按相關貸款本金額的1.50%至1.80%(2022年12月31日：1.50%至1.98%)收取本集團預付擔保費用。於2023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3.25%至4.70%(2022年12月31日：介乎3.70%至5.00%)。
- (ii) 截至二零二二年十二月三十一日止年度內，本集團借入人民幣30,000,000元人民幣貸款，其中三年的還款期須於二零二五年九月十五日償還，並由一名獨立第三方擔保人擔保，該擔保人向集團收取1.70%的預付擔保費。這筆貸款的固定利率為每年6.00%。
- (iii) 截至二零二一年十二月三十一日止年度內，本集團向其股東借取約4,984,000元人民幣的貸款，該借款為無抵押、無息及按要求償還。

貸款協議沒有強加任何條款。

13. 股本

股份	於2023年 6月30日 港幣千元 (未經審核)	於2022年 12月31日 港幣千元 (經審核)
法定： 2,000,000,000股(2022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>
已發行及繳足： 400,000,000股(2022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>
簡明綜合財務報表所示	<u>3,578</u>	<u>3,578</u>

管理層討論與分析

市場概覽及業務回顧

(一) 市場概覽

2023年，伴隨疫情後期生產生活秩序加快恢復，中國經濟在上半年勢頭良好，根據國家統計局7月公佈的數據，今年上半年的國內生產總值同比增長5.5%，世界銀行近期對中國經濟增長的預期相比2023年1月又提升了1.3個百分點。凱度消費者指數(在中國隸屬於央視市場研究股份有限公司(「CTR」))的數據顯示，截至2023年5月，消費市場增幅為2.3%，迎來溫和復甦。經濟回溫也給予廣告主充分的信心，CTR等三家機構共同發佈的《2023中國廣告主營銷趨勢調查報告》顯示，廣告主對經濟形勢的信心高於疫情之初。在信心的加持下，今年上半年廣告市場實現了同比4.8%的增長；從分月的表現來看，廣告市場自2023年3月恢復正增長，4、5月同比持續增長兩位數，6月份花費增幅回落個位數，同比增長8.9%；月度花費環比減少3.5%，整體市場仍處於波動的調整期(數據源：CTR媒介智訊《2023年上半年廣告市場投放數據概覽》)。

2023年上半年的經濟環境和廣告環境都發生了一些積極的變化，但同時也面臨著一些挑戰和不確定性。在實際的經營上，廣告主仍舊對今年的營銷預算保持相對謹慎的狀態，同時也更加注重廣告投放的效果和回報。然而，隨著市場復甦和消費市場的恢復性增長，廣告市場逐漸呈現出穩定向好的趨勢。儘管在短期內可能仍會存在一定程度的波動性，但隨著去年同期疫情對各媒體的影響不斷縮小，今年廣告市場的增幅也逐漸回歸合理區間，並且運行持續好轉的態勢有望進一步鞏固。基於這些趨勢，我們預計2023下半年，隨著廣告市場的穩定發展和客戶的信任增強，公司業績有望進一步改善和提升。

(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，面對疫情後逐漸恢復的市場環境，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。

於回顧期內，本集團分別為飲食類、傢俱家電類等行業知名大品牌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99.2百萬元。

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趨勢和廣告主的投放需求，本集團繼續加大互聯網廣告傳播服務力度。憑借網絡媒體及新媒體資源矩陣的優勢，通過大數據與精準投放技術，持續提升互聯網整合服務能力，不斷為客戶提供優質有效的數字廣告資源以及一站式的數字營銷解決方案。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。

於回顧期內，本集團先後向電信類、傢俱家電類等行業知名大品牌客戶供互聯網多視頻媒體組合廣告投放和互聯網數字營銷服務，獲得了客戶的高度認可和讚譽。回顧期內，數字廣告服務收益約為人民幣110.2百萬元。

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。於回顧期內，本集團先後為傢俱家電類、技術服務類等行業知名品牌客戶於合作地區投放公交車體、LED等廣告。

此前受疫情影響較重的戶外場景，在今年有所回流恢復，顯示出逐漸恢復的活力。然而，「降本增效」成為當前廣告主的首要任務，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，這導致本集團戶外廣告業務收入有所下降。回顧期內，戶外廣告服務業務收益約為人民幣8.0百萬元。

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、直播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。於回顧期內，向合作品牌提供直播項目傳播服務。

上半年經濟迎來溫和復甦，但市場短期內仍舊存在波動性。在實際的經營上，廣告主仍舊對今年的營銷預算保持相對謹慎的狀態。故在此影響下，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有所下降。回顧期內，其他廣告服務收益約為人民幣0.3百萬元。

財務回顧

收益

回顧期內，本集團錄得收益約為人民幣217.7百萬元，去年同期約為人民幣223.4百萬元，同比輕微下降約2.5%。

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99.2百萬元，去年同期約為人民幣67.3百萬元，同比上升47.5%。由於疫情影響，2023年開始廣告業在恢復期，傳統電視廣告增加所導致。

(二) 回顧期內，數字廣告服務業務收益約為人民幣110.2百萬元，去年同期約為人民幣126.0百萬元，同比下降12.5%。由於疫情影響，2023年開始廣告業促在恢復期，成本增加所導致。

(三) 回顧期內，戶外廣告服務業務收益約為人民幣8.0百萬元，去年同期約為人民幣29.7百萬元，同比下降約73.2%，由於疫情影響，2023年開始廣告業促在恢復期，成本增加所導致。

(四) 回顧期內，其他廣告服務業務收益約為人民幣0.3百萬元，去年同期約為人民幣0.4百萬元，同比下降約36.3%。由於疫情影響，2023年開始廣告業促在恢復期，成本增加所導致。

回顧期內，本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額約為人民幣0.1百萬元，去年同期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。

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7.3百萬元及3.3%，去年同期本集團分別錄得毛利及毛利率約為人民幣7.4百萬元及3.3%。

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0.5百萬元，去年同期的約為人民幣2.0百萬元，同比減少約為72.3%。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1.1百萬元，去年同期約為人民幣2.3百萬元，同比下降50.7%。2023年上半年隨著疫情結束，業務開展緩慢所致。

行政開支

回顧期內，本集團錄得行政開支約為人民幣3.7百萬元，去年同期約為人民幣4.2百萬元，同比降低12.0%。

融資成本

回顧期內，本集團錄得融資成本為約為人民幣2.4百萬元，去年同期約為人民幣2.5百萬元，同比下降約為2.4%。

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0.5百萬元，去年同期約為人民幣4.5百萬元，同比下降約88.7%，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。

所得稅開支／(抵免)

回顧期內，本集團所得稅開支約為人民幣15,000元(截至2022年6月30日止六個月所得稅抵免：約為人民幣0.7百萬元)。

溢利／(虧損)及全面收益／(開支)總額

鑑於上述情況，回顧期內，本集團的溢利及全面收益總額約為人民幣0.1百萬元(截至2022年6月30日止六個月虧損及全面開支總額：約為人民幣3.4百萬元)。

遞延稅項資產

於2023年6月30日，遞延稅項資產約為人民幣10.7百萬元(於2022年12月31日：約為人民幣10.5百萬元)，較2022年12月31日增加約為1.2%，主要是金融資產減值虧損增加所致。

貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款

於2023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378.5百萬元(於2022年12月31日：約為人民幣426.3百萬元)，較於2022年12月31日貿易應收賬款、預付款及其他應收款項下降約11.2%。貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款減少主要原因是回顧期內應收賬款回款所致。

合約資產

於2023年6月30日，本集團合約資產約為152.2百萬元(於2022年12月31日：約為人民幣131.7百萬元)，較於2022年12月31日合約資產增長約15.5%，原因是(i)集團業務不斷的推進，帶來更多的業務機會，從而增加合同資產；及(ii)隨着市場需求的變化，一些合同價格可能會上漲，這也會導致合同資產的增加。

貿易及其他應付款項

於2023年6月30日，貿易及其他應付款項約為人民幣125.7百萬元(於2022年12月31日：約為人民幣212.5百萬元)，較於2022年12月31日貿易及其他應付款項減少40.8%。

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0.8百萬元(於2022年12月31日：約為人民幣5.1百萬元)，其中約98.50%為人民幣，其餘約1.50%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2022年12月31日約56.9%增加至於2023年6月30日約83.7%，主要是由於在回顧期內銀行貸款增加所致。

資產負債比率乃按相應期末的銀行及其他借款總額除以權益總額，再乘以100%計算。

資產抵押

報告期間內，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。

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2023年6月30日，本集團共僱用30名全職員工(於2022年6月30日：33名全職員工)，相較於2022年6月30日的全體人員數量減少三名。

回顧期內，有關僱員的成本約為人民幣1.9百萬元(截至2022年6月30日止六個月：約為人民幣3.7百萬元)，較去年同期減少約1.8百萬元約48.6%。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

董事確認，於2023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

2023年對市場乃至我們每個人來說，都是一個充滿希冀的新起點。過去幾年的種種不確定性，給市場帶來了長期影響。2023年上半年中國經濟市場復甦，廣告與消費市場呈現恢復性增長。但在復甦與回暖的趨勢之下，廣告市場短期內仍舊存在波動性。我們需要根據市場變化和消費者需求來調整和優化發展策略，以適應新的廣告環境和市場趨勢。

2023年下半年本集團將根據客戶的實際傳播需求，適時整合自身優勢，聚焦既有傳統優勢與內容營銷核心競爭力，同時調整優化業務結構，加大互聯網廣告傳播服務和互聯網綜藝整合營銷業務，致力於為客戶提供專業高效的內容營銷和優質整合傳播服務，從而推動公司穩健發展。

具體而言，在電視廣告業務方面，我們將繼續保持電視傳播和內容營銷傳播的核心優勢，不斷優化營銷策略和媒體產品組合提升競爭力；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。

在數字廣告及數字營銷方面，我們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，憑借公司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。

在戶外廣告方面，根據客戶的實際傳播需求，我們將加大戶外廣告業務的品牌傳播服務，為客戶提供多樣性場景以及場景整合傳播解決方案。同時，我們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，開展廣告新業務以此開拓市場空間，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2023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2023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2023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2023年6月30日止六個月的中期股息（截至2022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2023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2023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2023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

中國北京，2023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。