

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，務請閱畢整份文件。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干具體風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。任何投資均涉及風險。閣下作出投資決定前應考慮該等因素。

概覽

我們是中國的移動廣告服務供應商，向客戶提供全面的移動廣告服務，以在我們媒體夥伴所營運的媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務。我們的服務包括移動營銷規劃、流量獲取、廣告素材製作、廣告投放、廣告優化、廣告活動管理及廣告分發。我們擬優化移動廣告的宣傳效果及盡量增加對目標移動用戶的曝光率，以達成客戶的營銷目標及提高其投資回報。我們能夠向客戶提供全面的移動廣告解決方案服務以及一項或多項此類服務，例如廣告素材製作、廣告優化及廣告分發，以滿足不同的需求。

自二零一五年起，經過歷年營運，我們已於移動廣告行業累積豐富經驗及為中國不同行業客戶提供服務。我們的客戶包括直接廣告商及廣告代理。我們在移動廣告行業的發展初期，主要向客戶提供廣告分發服務。之後，我們擴展更多服務，例如以視頻格式製作移動廣告及新增廣告優化服務作為獨立服務，並針對客戶的需要發展成移動廣告解決方案服務。於往績期間，我們的客戶包括中國快速增長的科技公司、成熟的社交網絡軟件開發商、頂尖的內容應用程式開發商及在認可證券交易所上市的公司的成員公司。截至二零二三年五月三十一日止五個月，我們服務超過110名來自各行各業的客戶，涵蓋中國科技及互聯網服務、金融服務及遊戲行業。

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告市場頗為分散，且競爭激烈，按二零二二年總賬單計算，五大業者佔有的市場份額約為9.6%。我們為中國移動廣告行業服務供應商之一，按二零二二年總賬單計算，擁有約0.1%的市場份額。

我們認為多元化的廣告分發網絡對我們於移動廣告行業維持佳績及發展極為重要。故此，我們致力與知名媒體夥伴發展及建立穩固的業務關係，確保可順利及穩定地供應廣告空間以供我們投放移動廣告。媒體夥伴包括媒體發佈商(即媒體平台營運商)及其他媒體發佈商的媒體代理。於二零二三年五月三十一日，我們已與6名媒體發佈商建立業務關係，彼等均為中國著名科技公司，我們可在該等媒體發佈商營運的超過30個媒體平台直接分發移動廣告。該等媒體平台包括領先的短視頻平台、搜尋引擎平台、

概 要

新聞及資訊內容平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台。憑借廣泛的廣告分發網絡，我們可向擁有不同興趣的廣大移動用戶投放移動廣告。

董事認為，廣泛的廣告分發網絡對我們的業務至關重要；然而，我們製作及優化移動廣告的能力對我們的業務增長至為關鍵。根據艾瑞諮詢報告，廣告商對增值服務移動廣告服務供應商的需求增多，提供一站式移動廣告解決方案服務是中國移動廣告行業的未來趨勢之一。因此，我們緊貼最新的市場趨勢及發展，集中資源發展及擴大自身的能力，為客戶提供增值服務及提高我們在移動廣告行業的競爭力。我們亦認為，我們的內部內容製作能力是我們業務增長的另一個動力。我們可為移動用戶制定移動營銷計劃及製作廣告內容，以提高廣告活動的營銷成效。內部製作團隊可為移動用戶製作廣告內容及製作靜態圖片格式的移動廣告。再者，我們密切監察市場趨勢並增加廣告格式組合，由靜態圖片及文字至短視頻，以滿足市場需求。鑑於互聯網速度加快及移動用戶的閱讀及瀏覽習慣改變，我們擴大所供應的廣告形式，由靜態圖片及文字增至短視頻。我們於二零一八年開始製作視頻格式的移動廣告，並於二零二零年在北京建立設有不同主題的多樣化拍攝場景的視頻製作基地。於二零二二年九月，我們將視頻製作基地由北京遷至長沙，以擴大製作能力，支持增長及發展。我們目前能夠以文字、圖片及／或視頻格式製作可滿足客戶的營銷目標的廣告內容和廣告素材。憑藉我們優秀的內容製作能力，我們於二零二一年獲其中一名主要媒體發佈商(即阿里巴巴集團)頒發「最具創意代理」大獎，我們於二零二二年亦獲主要媒體發佈商頒發「創意營銷案例獎」及「內容創造獎」。在「創意營銷案例獎」中，媒體發佈商肯定我們對移用戶的習慣具透徹的了解，且我們運用媒體發佈商的數據及資源，可舉辦有創意及吸引人的移廣告活動。我們可優化移動廣告的營銷成效及提高客戶品牌的品牌知名度，實現超乎想像的營銷效果。在「內容創造獎」中，媒體發佈商肯定，我們對客戶的產品具深入的了解，能夠構思有效的移動廣告，迅速地提升在媒體平台的用戶流量創收。於二零二三年，我們的移動廣告獲媒體發佈商阿里巴巴集團認可及選中為2023年營銷大賞案例大賽前十五大。董事相信，我們製作富有創意及吸引力的廣告內容的能力在中國移動廣告行業備受認可，於往績期間推動了業務增長。

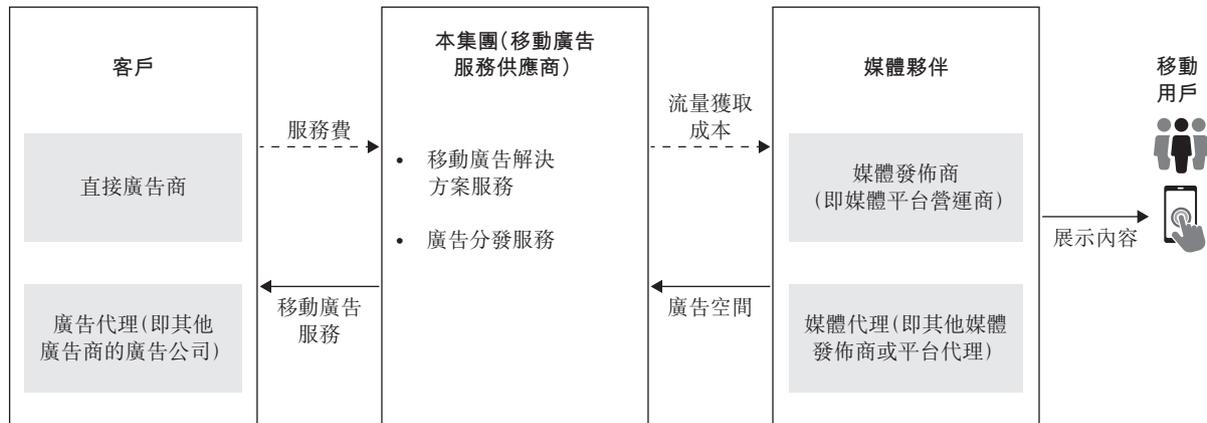
根據艾瑞諮詢報告，中國的移動廣告行業佈局分散且競爭激烈，廣告商更需要移動營銷解決方案供應商提供增值服務，如廣告活動創意策劃、廣告素材製作及活動表現管理，以達致最佳的營銷成效。於往績期間，考慮到移動廣告市場的競爭激烈，以

概 要

及本集團的規模相對較其他競爭者小後，我們繼續擴大增值服務組合，以滿足客戶的需要，同時增強我們的市場競爭力。因此，董事認為，本集團必須加強及提升我們的增值服務，以與現有及新客戶維持及發展業務關係。

業務模式

下文列載移動廣告服務的業務模式簡化圖(附註)：



附註：——→指業務流向

-----→指資金流向

我們的客戶包括直接廣告商及代表其各自的廣告商的廣告代理。廣告商為價值鏈的發起人，彼等需要廣告解決方案以宣傳其產品及服務。我們的媒體夥伴(即供應商)主要包括(i)需要通過在其媒體平台提供廣告空間來變現用戶流量的媒體發佈商，即媒體平台營運商；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理。移動用戶為移動廣告的最終消費者及接收者。我們透過媒體夥伴提供或分發移動廣告內容予移動用戶。

移動廣告解決方案服務

我們的移動廣告解決方案服務包括移動營銷規劃、廣告素材製作、流量獲取、廣告投放、廣告優化、廣告活動管理及廣告分發。我們能夠向客戶提供全面的服務以及獨立服務，以滿足不同的需求。我們按總額基準確認來自移動廣告解決方案服務的收益。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，來自移動廣告解決方案服務的收益分別佔我們總收益約90.9%、92.1%、92.2%及94.9%。移動廣告解決方案服務成本主要包括流量獲取成本、視頻製作成本及僱員福利開支。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，流量獲取成本佔同期總服務成本分別約97.0%、96.7%、96.9%及97.4%。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，移動廣告解決方

概 要

案服務的毛利率分別為約12.4%、13.1%、14.2%及12.1%。請參閱本文件「財務資料 — 經營業績的主要組成部分 — 服務成本」及「財務資料 — 經營業績的主要組成部分 — 毛利及毛利率」。

廣告分發服務

我們的廣告分發服務包括購買廣告空間及廣告分發，作為獨立服務。我們按淨額基準確認來自廣告分發服務的收益。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，來自廣告分發服務的收益分別佔我們總收益約9.1%、7.9%、7.8%及5.1%。廣告分發服務成本包括流量獲取成本。廣告分發服務下按淨額基準對賬的總賬單毛利率(按總賬單淨服務成本除以總賬單計算)於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月分別約為12.0%、10.3%、10.2%及10.3%。請參閱本文件「財務資料 — 經營業績的主要組成部分 — 收益」。

移動廣告解決方案服務包括廣告分發服務，作為我們服務的一部分。移動廣告解決方案服務及廣告分發服務成本主要包括向媒體夥伴購買廣告空間的流量獲取成本。基於上述，董事認為提供移動廣告解決方案服務和廣告分發服務的風險情況大致相同。

按服務類別劃分的收益

下表載列於所示期間按服務類別劃分按總額及淨額基準計算的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至五月三十一日止五個月			
	二零二零年		二零二一年		二零二二年		二零二二年		二零二三年	
	人民幣千元	%								
移動廣告解決										
方案服務 ⁽¹⁾	343,438	90.9	433,250	92.1	454,156	92.2	160,705	92.5	246,749	94.9
廣告分發服務 ⁽²⁾	34,229	9.1	36,930	7.9	38,414	7.8	13,055	7.5	13,324	5.1
總計	377,667	100.0	470,180	100.0	492,570	100.0	173,760	100.0	260,073	100.0

附註：

1. 包括提供全面移動廣告解決方案服務所產生的收益，後者包括以獨立服務形式提供廣告素材及廣告優化。我們在該等交易中擔當委託人，而提供該等服務的收益則按總額基準確認。
2. 包括以獨立服務形式提供廣告分發服務所產生的收益。我們在該等交易中擔當代理人，而來自該等服務的收益則按淨額基準確認。

概 要

按客戶的行業垂直領域劃分的收益

下表載列我們於所示年度按客戶的行業垂直領域劃分的移動廣告服務收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至五月三十一日止五個月			
	二零二零年		二零二一年		二零二二年		二零二二年		二零二三年	
	人民幣千元	% ⁽⁴⁾								
科技及互聯網服務 ⁽¹⁾	295,907	78.4	305,779	65.0	272,982	55.4	100,107	57.6	192,341	74.0
遊戲	874	0.2	3,893	0.8	16,724	3.4	1,295	0.8	719	0.3
金融服務	6,955	1.9	4,684	1.0	3,586	0.7	995	0.6	216	0.1
出版媒體	136	0.0	99	0.0	13,721	2.8	1,524	0.9	16,987	6.5
電子商務	582	0.2	6,376	1.4	18,855	3.8	9,268	5.4	168	0.1
醫療保健	—	0.0	7,374	1.6	6,465	1.3	3,988	2.3	92	0.0
旅遊	171	0.0	1,162	0.2	27,568	5.6	7,866	4.5	38	0.0
能源	—	0.0	6,114	1.3	9,681	2.0	2,270	1.3	5,477	2.1
其他 ⁽²⁾	153	0.0	3,279	0.7	936	0.2	297	0.2	1	0.0
廣告代理 ⁽³⁾	72,889	19.3	131,420	28.0	122,052	24.8	46,150	26.4	44,034	16.9
	<u>377,667</u>	<u>100.0</u>	<u>470,180</u>	<u>100.0</u>	<u>492,570</u>	<u>100.0</u>	<u>173,760</u>	<u>100.0</u>	<u>260,073</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 包括提供各種產品及服務(包括應用程式商店、社交平台、搜尋引擎、視頻分享及瀏覽應用程式、新聞應用程式等)的科技公司。
- (2) 其他主要包括教育、房地產、商業服務、運動及飲食業等。
- (3) 該等廣告代理代其來自各行各業的廣告商委聘我們提供廣告服務。
- (4) 可能有湊整誤差，若干數字標記為「0.0%」。

截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，來自科技及互聯網服務行業的收益維持穩定，分別約為人民幣295.9百萬元及人民幣305.8百萬元，佔我們收益約78.4%及65.0%。來自此行業的收益由截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣305.8百萬元減少至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣273.0百萬元，佔我們收益約55.4%。收益減少主要是由於科技及互聯網服務行業客戶的廣告預算減少，因為客戶可能不時調整其業務及營銷規劃以回應市場趨勢及需求。截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，來自此行業的收益分別約為人民幣100.1百萬元及人民幣192.3百萬元，佔我們收益約57.6%及74.0%。該增加主要是由於一名新客戶(即客戶M)的營銷需求強勁。

概 要

截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們自遊戲行業產生的收益約人民幣0.9百萬元，佔我們收益約0.2%。據董事作出適當與審慎查詢後所知，主要是由於遊戲公司在中國政府頒佈新法律及法規後改變廣告計劃，如《關於防止未成年人沉迷網絡遊戲工作的通知》及《關於進一步嚴格管理切實防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》，旨在限制未成年人士花在線上遊戲的時間。客戶的業務可能受其行業內實施的新法律及法規影響，後者可能影響其業務計劃、營銷計劃及廣告需求或預算以及與我們的交易。請參閱本文件「風險因素—對本集團客戶業務的任何不利影響均可能影響我們的業務」。據董事所深知及確信，除本文所披露者外，鑑於客戶經營所在行業的近期發展，本集團的業務及客戶的業務並無受到其他重大不利影響。逐步適應新政府法律及法規後，我們自遊戲行業產生的收益於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度增加至約人民幣3.9百萬元及人民幣16.7百萬元。截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，來自此行業的收益分別約為人民幣1.3百萬元及人民幣0.7百萬元，佔我們收益約0.8%及0.3%。據董事作出適當與審慎查詢後所知，該減少主要由於客戶的廣告預算及營銷規劃有所變動。

定價模式

我們一般主要根據CPC、CPM、CPD、CPA及／或CPT基準向客戶收費。CPC（每次點擊成本）、CPD（每次下載成本）及CPA（每次行動成本）為表現型的定價模式，據此，當移動用戶點擊移動廣告或透過點擊移動廣告上的路徑下載應用程式時，我們會向客戶收費。CPM（每千次曝光成本）及CPT（每時間段成本）為非表現型的定價模式。我們的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務採用CPA、CPC、CPM、CPD及／或CPT定價模式。就移動廣告解決方案服務而言，我們一般會向客戶提出營銷計劃方案，其中包括我們的營銷計劃，估計流量獲取成本，以及我們在媒體平台上刊登移動廣告的收費方式（視乎情況而定）。於往績期間，在所有情況下，我們與媒體夥伴協定的定價機制與我們與客戶協定的定價機制相同，以儘量降低我們的業務風險。

我們提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務涉及按總額或淨額評估收益確認。我們在該兩類服務中的角色不同，而且我們在營運過程中面對獨特的經營風險。因此，我們根據國際財務報告準則第15號以不同基準確認收益。詳情請見本文件「業務—定價模式—收益確認的總額法及淨額法」。

概 要

於收益確認方面，當我們作為委託人時，我們一般採用總額法，而當我們作為代理時，則採用淨額法。下表載列我們在總額法及淨額法下的業務的若干主要特點：

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理時)
服務	移動廣告解決方案服務(即移動營銷計劃、流量獲取、廣告製作、廣告投放、優化移動廣告、廣告發佈或分發及／或廣告活動的整體管理)。	廣告分發服務(即流量獲取及廣告分發服務)。
主要角色及責任	於收到客戶的廣告活動訂單後，我們一般會提供移動營銷計劃、製作廣告素材、設定活動規範、競標廣告空間、向媒體夥伴購買廣告空間及／或上載移動廣告至媒體平台。隨後，我們會監測、收集、分析廣告表現數據及優化活動表現。	於收到客戶(如廣告代理)的廣告活動訂單後，我們代客戶向媒體夥伴購買廣告空間及／或上載客戶的移動廣告至媒體平台。
從媒體夥伴賺取的返點	來自媒體夥伴的返點主要基於總流量獲取成本的總支出計算。有關返點在總額法下入賬列作服務成本減少。	來自媒體夥伴的返點主要基於總流量獲取成本的總支出計算。有關返點在淨額法下入賬列作收益增加。
向客戶提供返點	我們可能向客戶提供返點，金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在總額法下抵銷我們的服務費。	我們可能向客戶提供返點，金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在淨額法下抵銷我們的服務費。

概 要

總額法(即作為委託人時) 淨額法(即作為代理時)

付款時間表及責任

我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計最多90天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。

我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計15至45天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。

定價機制

我們主要根據CPC、CPD、CPT、CPA及CPM的組合向客戶收費。

我們主要根據CPC、CPD、CPT、CPA及CPM的組合向客戶收費。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，已撇除來自供應商及給予客戶的返點的經調整毛利分別約為人民幣45.7百萬元、人民幣47.2百萬元、人民幣60.3百萬元及人民幣27.2百萬元，已撇除返點的純利分別約為人民幣18.6百萬元、人民幣11.0百萬元、人民幣25.5百萬元及人民幣7.9百萬元。本公司將根據估計作出返點的應計費用，並在媒體夥伴確認返點時作出調整。詳情請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註3(b)(i)。

客戶及供應商

客戶

於往績期間，我們的客戶主要包括直接廣告商及廣告代理。廣告商為來自不同行業的直接廣告商，有在媒體平台上宣傳品牌、產品及／或服務的廣告需要。廣告代理為代其廣告商委聘本集團的廣告公司。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，五大客戶合計佔我們總收益分別約75.4%、67.3%、48.0%及61.8%，來自最大客戶的收益分別佔我們總收益的約31.0%、24.0%、16.3%及23.4%。考慮到本集團自二零二三年一月起已與客戶M建立業務關係，截至最後可行日期，我們與往績期間所有其他五大客戶已保持介乎約10個月至6年的友好戰略性業務關係，彼等全部為獨立第三方。更多詳情，請參閱本文件「業務－客戶」。

概 要

客戶的變動情況及平均收益

下表載列我們於所示期間各類服務的新客戶及經常性客戶變動情況以及來自該等客戶的平均收益：

	二零二零年			截至十二月三十一日止年度						二零二二年			截至五月三十一日止五個月			二零二三年		
	數目 ⁽¹⁾	收益	平均 ⁽²⁾	數目 ⁽¹⁾	收益	平均 ⁽²⁾												
		人民幣千元	人民幣千元		人民幣千元	人民幣千元												
移動廣告解決方案服務 ⁽³⁾	35	343,438	9,813	52	433,250	8,332	181	454,156	2,509	115	160,705	1,397	104	246,749	2,373			
廣告分發服務	203	34,229	169	189	36,930	195	114	38,414	337	17	13,055	768	15	13,324	888			
總計	238	377,667	1,587	241	470,180	1,951	295	492,570	1,670	132	173,760	1,316	119	260,073	2,185			

附註：

1. 委聘我們提供移動廣告解決方案服務的客戶或會委聘我們提供廣告分發服務。移動廣告解決方案服務的客戶數目包括委聘我們提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的客戶。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，分別有4名、0名、10名、5名及3名客戶同時委聘我們提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務。該等客戶並無計入我們廣告分發服務的客戶數目。
2. 指平均每名客戶收益。
3. 於往績期間，憑藉服務的成功及管理層的不斷努力，客戶從廣告分發服務轉向移動廣告解決方案服務。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，分別有13名、4名、88名、49名及4名客戶轉向移動廣告解決方案服務。

於往績期間，我們傾向於服務營銷預算較高及有流量需求的客戶，以提升我們的營運效率。管理層相信，營銷預算較高及有流量需求的客戶一般有更強烈的宣傳產品及服務的廣告需要，而且多數為具較佳信貸度的大型公司，我們因而可更有效地管理信貸風險。

移動廣告解決方案服務的客戶數目變動

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的客戶數目增加。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，我們分別有35名、52名及181名移動廣告解決方案服務客戶。該增加主要是由於管理層鑒於往績期間客戶對增值服務的需求增加，加上考慮到平均每名移動廣告解決方案服務客戶的收益遠高於廣告分發服務，遂加大力度擴充移動廣告解決

概 要

方案服務。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的客戶數目大幅增加，主要是由於我們擴充移動廣告解決方案服務，並拓展與現有客戶的新商機，令88名客戶從廣告分發服務轉向移動廣告解決方案服務。截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們分別有115名及104名移動廣告解決方案服務客戶。該減少主要是由於管理層努力為營銷預算及流量需求較高的客戶提供服務，以提升我們的營運效率。

根據艾瑞諮詢報告，廣告商對移動營銷解決方案供應商的增值服務需求增加，例如廣告活動創意規劃、廣告素材製作及活動表現管理，以達致更佳的營銷成效。為滿足客戶的需求及提升我們在市場的競爭力，我們於往績期間繼續擴展增值服務組合作為移動廣告解決方案服務。再者，根據艾瑞諮詢報告，移動廣告行業的准入門檻包括內容製作及廣告創作能力及服務以及信息流廣告優化能力。因此，董事認為我們須提升廣告素材及移動廣告內容製作能力，並繼續擴展增值服務組合，以維持及強化我們的市場地位，以及鞏固我們的市場版圖。基於上述，我們在往績期間擴充移動廣告解決方案服務，並觀察到移動廣告解決方案服務的客戶數目有所增加。展望將來，我們將繼續擴充移動廣告解決方案服務，並將優化、提升及完善移動廣告解決方案服務組合，以滿足客戶的需求及維持及提升我們在市場的競爭力。請參閱本文件「業務 — 策略及未來計劃 — 繼續擴充我們在中國的移動廣告業務 — 擴充移動廣告解決方案服務」及「未來計劃及[編纂] — [編纂]」。

廣告分發服務的客戶數目減少

於往績期間，廣告分發服務的客戶數目有所減少。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們分別有203名、189名、114名、17名及15名委聘我們提供廣告分發服務的客戶。於往績期間，該減少(包括二零二二年大幅減少)主要是由於我們努力為營銷預算及流量需求較高的客戶提供服務以提升營運效率，以及考慮到平均每名廣告分發服務客戶的收益遠低於移動廣告解決方案服務後擴充移動廣告解決方案服務。二零二零年，203名客戶(佔整體客戶約85%)委聘本集團提供廣告分發服務，惟僅佔我們截至二零二零年十二月三十一日止年度收益的約9.1%。這使本集團承受信貸及流動資金風險，因為我們在安排競投廣告空間之前可能需要代該等客戶向供應商預付款項。因此，我們實施了為營銷預算較高的客戶提供服務的策略。再者，根據艾瑞諮詢報告，為滿足廣告商不斷更迭的需求，專攻信息流廣告的移動廣告服務供應商傾向提供全週期廣

概 要

告服務，包括流量獲取、廣告素材製作、精準目標定位及數據分析，而非擔當只提供廣告分發服務的中介角色。因此，於往績期間，我們積極擴充移動廣告解決方案服務。基於上述原因，廣告分發服務的客戶數目大幅減少。儘管廣告分發服務的客戶數目下跌，我們於往績期間來自廣告分發服務的收益持續增加。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們提供廣告分發服務產生的收益分別約為人民幣34.2百萬元、人民幣36.9百萬元、人民幣38.4百萬元、人民幣13.1百萬元及人民幣13.3百萬元。

平均每名客戶的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務收益變動

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，平均每名客戶的移動廣告解決方案服務收益(按來自移動廣告解決方案服務的總收益除以移動廣告解決方案服務的客戶數目計量)分別約為人民幣9.8百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣2.5百萬元。平均每名客戶的移動廣告解決方案服務收益減少，主要是由於我們不斷擴充移動廣告解決方案服務及移動廣告解決方案服務的客戶基礎增加。截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，平均每名客戶的移動廣告解決方案服務收益分別約為人民幣1.4百萬元及人民幣2.4百萬元。該增加主要是因為我們成功為營銷預算較高的客戶提供服務以及一名新客戶(即客戶M)的營銷需求強勁。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，平均每名客戶的廣告分發服務收益(按來自廣告分發服務的總收益除以廣告分發服務的客戶數目計量)分別約為人民幣169,000元、人民幣195,000元、人民幣337,000元、人民幣768,000元及人民幣888,000元。該增加主要是由於我們成功為營銷預算較高及流量需求較大的廣告分發服務客戶提供服務以提升營運效率。

更多詳情，請參閱本文件「業務—我們的客戶—客戶的變動情況及平均收益—平均每名客戶的移動廣告解決方案服務收益變動」及「業務—我們的客戶—客戶的變動情況及平均收益—平均每名客戶的廣告分發服務收益增加」。

概 要

總賬單及廣告分發服務收益

下表說明於往績期間總賬單與按淨額列賬的廣告分發服務收益的對賬：

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日止五個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
總賬單	285,896	357,883	377,691	124,922	128,774
減：媒體夥伴的流量 獲取成本	<u>251,667</u>	<u>320,953</u>	<u>339,277</u>	<u>111,867</u>	<u>115,450</u>
	<u>34,229</u>	<u>36,930</u>	<u>38,414</u>	<u>13,055</u>	<u>13,324</u>

廣告分發服務截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度以及截至二零二三年五月三十一日止五個月，按淨額基準對賬的總賬單毛利率(按總賬單減媒體夥伴的流量獲取成本除以總賬單計算)分別為約12.0%、10.3%、10.2%及10.3%。

平均每名客戶的廣告分發服務總賬單增加

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們提供廣告分發服務錄得總賬單分別約人民幣285.9百萬元、人民幣357.9百萬元、人民幣377.7百萬元、人民幣124.9百萬元及人民幣128.8百萬元，而每名廣告分發服務客戶的平均總賬單(按廣告分發服務的整體總賬單除以廣告分發服務客戶數目計算)分別約為人民幣1.4百萬元、人民幣1.9百萬元、人民幣3.3百萬元、人民幣7.3百萬元及人民幣8.7百萬元。於往績期間，每名廣告分發服務客戶的平均總賬單大幅增加主要是由於我們成功為營銷預算較高及流量需求較大的客戶提供服務，以提升營運效率。

更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的客戶 — 客戶的變動情況及平均收益 — 平均每名客戶的廣告分發服務總賬單增加」。

供應商

於往績期間，我們的主要供應商主要為我們的媒體夥伴，包括(i)媒體發佈商，即媒體平台的營運商，如搜尋引擎、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五

概 要

個月，我們分別為3名、5名、5名及6名媒體發佈商的分發商。該等媒體發佈商為中國知名科技及互聯網公司。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，五大供應商合計分別佔我們服務成本的約92.5%、93.9%、70.5%及87.8%，而來自最大供應商的服務成本分別佔我們於同年的服務成本的約33.8%、32.7%、19.4%及31.4%。於往績期間，我們依賴幾名媒體夥伴獲得廣告空間。更多詳情請參閱本節「供應商 — 供應商集中情況」。儘管我們自二零二三年五月起已終止與供應商A業務關係，截至最後可行日期，我們與往績期間其他五大供應商已維持2至8年的業務關係。我們五大供應商於往績期間全部為獨立第三方。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 供應商」。

作為移動廣告服務供應商，我們的角色是連接廣告商和媒體平台的橋樑。我們已與頂尖媒體平台建立密切關係，並具備向廣告商提供定制及全面移動廣告服務的行業專識，可優化其廣告策略、提升營銷效率及提高其投資回報。因此，廣告商一般會委聘移動廣告服務供應商提供廣告服務。再者，根據艾瑞諮詢報告，頂尖媒體發佈商與廣告商直接交易並不常見及經濟效益不彰，原因是(i)彼等一般不會向廣告商提供增值服務，因為彼等需要投入時間及努力以了解廣告商的多元及不斷變化的營銷需求，並密切留意活動表現以取得理想成果；及(ii)變現用戶流量的經濟效益高於向廣告商提供增值服務。

客戶與供應商重疊

我們向部分媒體夥伴提供移動廣告服務，彼等有在其他媒體夥伴營運的媒體平台上營銷其品牌、產品及／或服務的廣告需要。因此，於往績期間，我們部分主要供應商亦身兼我們的客戶。更多詳情請參閱本文件「業務 — 客戶與供應商重疊」。

競爭優勢

我們認為以下競爭優勢有助我們邁向成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 我們與在中國營運領先的媒體平台的頂級媒體夥伴建立關係
- 我們在內部內容製作團隊的支持下能夠提供度身訂造及全面的廣告解決方案
- 我們與大型客戶的穩固業務關係
- 我們自二零一五年開業以來，一直聘有一支盡忠職守及穩定的管理團隊，對推動我們的業務增長至關重要

概 要

策略

我們的目標是於中國移動廣告行業維持及鞏固我們的地位及加以擴大市場據點。為達成此目標，我們計劃實踐以下業務策略：

- 我們將繼續擴充我們在中國的移動廣告業務
- 我們將繼續擴大短視頻製作能力
- 我們將繼續優化及升級自家開發平台的功能
- 我們將繼續尋求與具規模公司的業務合作及併購機會

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。決定投資股份前，務請閣下仔細閱畢該節。我們面臨的部分主要風險概述如下：

- 於往績期間，我們倚賴五大供應商(特別是阿里巴巴集團及供應商C)獲取廣告空間以投放移動廣告
- 我們可能無法保留、深化或擴大與現有媒體夥伴的關係，亦可能無法吸引新媒體夥伴，而此對我們的業務營運及未來發展至關重要
- 倘媒體夥伴直接與廣告商交易，我們可能面臨脫媒風險
- 我們於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月自五大客戶產生過半數收益
- 移動廣告行業的佈局分散且競爭激烈
- 我們可能於收取貿易應收款項時面臨若干風險，倘未能收取應收客戶款項，則可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響
- 在安排廣告空間競標之前，我們可能向供應商作出預付款項，這可能導致我們需要大量現金以為我們的服務提供資金以及使本集團承受信貸及流動資金風險以及營運資金不足風險，因為就向媒體夥伴購買廣告空間預付款項與收到客戶付款之間存在時間錯配，且我們可能無法及時向媒體夥伴收回預付款項
- 我們的媒體夥伴提供的返點減少可能對我們的業務及經營業績產生不利影響

概 要

- 對本集團客戶業務的任何不利影響均可能影響我們的業務
- 我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月錄得經營活動使用現金淨額

控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使及並無計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使)，Ka Lok BVI將持有本公司已發行股本71.25%。Ka Lok BVI由(i)趙先生獨資擁有的Quartet Yutong BVI擁有57.77%；(ii)余先生獨資擁有的Remit Sheng BVI擁有35.55%；(iii)余先生的配偶舒女士獨資擁有的Jing Sing BVI擁有6.67%；及(iv)聶先生獨資擁有的Jiang Oofy BVI擁有0.01%。因此，Ka Lok BVI、Quartet Yutong BVI、趙先生、Remit Sheng BVI、余先生、Jing Sing BVI、舒女士、Jiang Oofy BVI及聶先生在[編纂]後將成為控股股東(定義見上市規則)。進一步詳情，見本文件「與控股股東的關係」。

[編纂]投資者

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使及未計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使)，[編纂]投資者將持有本公司已發行股本的[編纂]%。[編纂]投資者為一間在新加坡註冊成立的有限公司及重點投資於科技、媒體及電訊行業和教育行業。更多詳情請參閱本文件「歷史及發展—[編纂]投資」。

關鍵財務資料

下文載列之關鍵財務資料來自本文件附錄一之會計師報告，並應連同該附錄(包括隨附之附註)所載之財務資料及本文件「財務資料」一節所載資料一併閱讀。

概 要

關鍵綜合全面收益表

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日 止五個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收益	377,667	470,180	492,570	173,760	260,073
服務成本	(300,810)	(376,489)	(389,517)	(145,427)	(216,770)
毛利	76,857	93,691	103,053	28,333	43,303
除所得稅前溢利	51,674	59,669	71,013	14,775	24,967
年／期內溢利	49,773	57,488	68,307	14,641	23,998
— 本公司權益股東	49,773	57,488	67,290	14,641	23,754
— 非控股權益	—	—	1,017	—	244

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們分別錄得收益約人民幣377.7百萬元、人民幣470.2百萬元、人民幣492.6百萬元、人民幣173.8百萬元及人民幣260.1百萬元，以及純利約人民幣49.8百萬元、人民幣57.5百萬元、人民幣68.3百萬元、人民幣14.6百萬元及人民幣24.0百萬元。截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益增加乃主要由於客戶對移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的需求同告增加。截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益增加乃主要由於移動廣告解決方案服務的需求增加。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，純利增幅基本上與收益及毛利增幅一致。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年五月三十一日止五個月，我們錄得毛利分別約人民幣76.9百萬元、人民幣93.7百萬元、人民幣103.1百萬元、人民幣28.3百萬元及人民幣43.3百萬元，毛利率分別約20.4%、19.9%、20.9%、16.3%及16.7%。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，我們的毛利逐步增長，主要由於來自提供移動廣告解決方案服務的毛利增加。我們毛利率維持相對穩定，截至二零二二年五月三十一日止五個月為約16.3%及截至二零二三年五月三十一日止五個月為約16.7%。

概 要

關鍵綜合財務狀況表

	於十二月三十一日			於
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	二零二三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	五月三十一日 人民幣千元
非流動資產	1,483	4,921	3,532	2,912
流動資產	381,581	459,922	499,093	525,881
流動負債	146,650	168,492	139,802	142,632
流動資產淨值	234,931	291,430	359,291	383,249
非流動負債	357	2,807	1,049	485
資產淨值	236,057	293,544	361,774	385,676
以下人士應佔總權益：				
— 本公司權益股東	236,057	293,544	360,519	384,177
— 非控股權益	—	—	1,255	1,499

流動資產淨值由二零二零年十二月三十一日的約人民幣234.9百萬元增加至二零二一年十二月三十一日的約人民幣291.4百萬元，主要由於貿易及其他應收款項增加，令流動資產增加，惟被貿易及其他應付款項增加所導致的流動負債增加部分抵銷。其進一步增至二零二二年十二月三十一日的約人民幣359.3百萬元，主要因銀行及其他貸款及合約負債減少以及流動資產增加(主要由於貿易及其他應收款項增加)所致。於二零二三年五月三十一日，流動資產淨值增加至約為人民幣383.2百萬元。該增加主要是因為流動資產增加(主要由於貿易及其他應收款項增加)，惟被流動負債增加(主要由於合約負債增加)部分抵銷。於二零二三年六月三十日，流動資產淨值維持相對穩定及輕微增加至約人民幣388.3百萬元。更多詳情請參閱本文件「財務資料 — 綜合財務狀況表的主要部分 — 流動資產淨值」。

資產淨值由二零二零年十二月三十一日的約人民幣236.1百萬元增加至二零二一年十二月三十一日的約人民幣293.5百萬元，主要由於二零二一年的年內溢利約人民幣57.5百萬元。於二零二二年十二月三十一日，資產淨值增加至約人民幣361.8百萬元，主要由於年內溢利約人民幣68.3百萬元。於二零二三年五月三十一日，資產淨值增加至約人民幣385.7百萬元，主要歸因於期內溢利約人民幣24.0百萬元。

概 要

關鍵綜合現金流量表

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日 止五個月	
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	二零二二年	二零二三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動(所用)／ 所得現金淨額	(14,307)	43,245	14,524	7,607	(7,317)
投資活動所得／ (所用)現金淨額	388	(155)	(24)	(28)	(55)
融資活動所得／ (所用)現金淨額	<u>3,804</u>	<u>(13,077)</u>	<u>(11,207)</u>	<u>(16,005)</u>	<u>(2,201)</u>
現金及現金等價物 (減少)／增加淨額	(10,115)	30,013	3,293	(8,426)	(9,573)
年／期初的現金及 現金等價物	36,016	25,896	55,908	55,908	59,195
匯率變動的影響	<u>(5)</u>	<u>(1)</u>	<u>(6)</u>	<u>(3)</u>	<u>(1)</u>
年／期末的現金及 現金等價物	<u>25,896</u>	<u>55,908</u>	<u>59,195</u>	<u>47,479</u>	<u>49,621</u>

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度的經營活動所用現金淨額約為人民幣14.3百萬元。該現金流出淨額主要源於除所得稅前溢利約人民幣51.7百萬元，並主要就以下各項作出調整：(i)非現金或非經營項目，主要包括貿易及其他應收款項減值虧損約人民幣1.7百萬元、折舊約人民幣1.6百萬元及財務成本約人民幣3.0百萬元；(ii)營運資金變動，主要包括(a)貿易及其他應收款項變動約人民幣37.5百萬元；(b)貿易及其他應付款項變動約人民幣29.5百萬元；及(c)合約負債變動約人民幣4.4百萬元；及(iii)已付所得稅約人民幣0.6百萬元。

我們於截至二零二三年五月三十一日止五個月的經營活動所用現金淨額約為人民幣7.3百萬元。該現金流出淨額主要源於除所得稅前溢利約人民幣25.0百萬元，並主要就以下各項作出調整：(i)非現金或非經營項目，主要包括貿易及其他應收款項減值虧損約人民幣6.4百萬元、折舊約人民幣0.9百萬元及財務成本約人民幣0.7百萬元；(ii)營運資金變動，主要包括(a)貿易及其他應收款項變動約人民幣41.3百萬元；(b)貿易及其他應付款項變動約人民幣11.9百萬元；及(c)合約負債變動約人民幣14.1百萬元；及(iii)已付所得稅約人民幣1.2百萬元。

概 要

請參閱本文件「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 經營活動(所用)／所得現金淨額」。

於往績期間，我們截至二零二零年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月分別錄得負經營現金流人民幣14.3百萬元及人民幣7.3百萬元。鑒於我們預計可能產生經營現金流入淨額，我們計劃改善經營現金流狀況淨額。隨著業務發展，我們預計將透過產生更多經營活動現金淨額及提升成本控制及營運效率，改善負經營現金流狀況。為了加強經營現金流狀況，我們將：

- (i) 採納強化措施以利用規模經濟更有效地控制成本及經營開支；
- (ii) 優化流動資金以為股東締造更佳回報及維持充足風險控制；
- (iii) 更密切地監察及管理貿易應收款項的結算情況，要求銷售部門積極及定期就結算日與客戶溝通，並與法律團隊評估適當的行動，而後者則在必要時採取適當的法律行動，以免產生信貸虧損；及
- (iv) 更密切地監察貿易應付款項的結算情況以實現更佳的現金流狀況。

銷售及營銷部門亦根據我們既定的客戶信貸評估標準，對新客戶進行強化信貸評估，包括但不限於潛在客戶的聲譽、其客戶基礎、現有負債情況、財務及其他背景資料。

關鍵財務比率

下表載列我們於所示期間的主要財務比率概要，應與本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀。

	於十二月三十一日／截至該日止年度			於二零二三年
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	五月三十一日／ 截至該日 止五個月
流動比率	2.6	2.7	3.6	3.7
資產負債率	20.5%	14.8%	10.0%	9.1%
淨債務與權益比率	9.5%	淨現金	淨現金	淨現金
利息覆蓋率(倍)	18.1	19.5	45.6	34.8
總資產回報率	13.0%	12.4%	13.6%	不適用
股本回報率	21.1%	19.6%	18.9%	不適用
純利率	13.2%	12.2%	13.9%	9.2%

概 要

更多詳情請參閱本文件「財務資料—財務比率概要」。

我們的行業及競爭格局

移動廣告在線上廣告行業具有龐大的領先優勢。根據艾瑞諮詢報告，按廣告整體總賬單計，中國移動廣告行業的市場規模由二零一八年的約人民幣3,660億元增加至二零二二年的約人民幣8,950億元，複合年增長率約為25.0%，預期二零二七年將達至約人民幣14,070億元。隨著移動設備的普及性增加，以及媒體的用戶遷移模式，移動廣告佔線上廣告的比例逐漸增加。二零二二年，移動廣告行業佔中國線上廣告行業的約88.9%，預期於二零二七年將達至約87.8%。

近年，中國移動廣告行業經歷快速增長，市場規模穩定擴大。為豐富廣告商的需要，預計移動廣告服務供應商將傾向擴大業務及提供一站式移動廣告解決方案服務，包括流量獲取、廣告內容創作及製作、廣告投放及數據分析。此外，與媒體夥伴有穩定關係、具備強大服務及製作能力和充足資本儲備能力的移動廣告服務供應商預期將於可預見未來維持其市場地位及更能夠捕捉發展機遇。

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告市場頗為分散，且競爭激烈，按二零二二年總賬單計算，五大業者佔有的市場份額約為9.6%。按二零二二年總賬單計算，我們為中國移動廣告行業服務供應商之一，擁有約0.1%的市場份額。我們在行內只是相對小型的市場參與者，可能面臨來自其他市場參與者的激烈競爭。我們的競爭對手主要包括其他移動廣告服務供應商。我們能否成功競爭取決於多項因素，包括價格、媒體平台的選擇、能否獲取優質廣告空間、技術效益、客服質量及我們提升客戶投資回報的能力。

[編纂]統計

[編纂]將根據[編纂]初步可供認購，包括：[編纂]初步提呈發售[編纂](可予重新分配)；及[編纂]初步提呈發售[編纂](可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定)。

	根據[編纂] 每股[編纂]港元	根據[編纂] 每股[編纂]港元
股份的市值 ⁽¹⁾	[編纂] [編纂]港元	[編纂] [編纂]港元
每股未經審核備考經調整有形資產淨值 ⁽²⁾	人民幣[編纂]元 (相當於約 [編纂]港元) ⁽³⁾	人民幣[編纂]元 (相當於約 [編纂]港元) ⁽³⁾

概 要

附註：

- (1) 市值乃根據緊隨[編纂]及[編纂]完成(假設[編纂]未獲行使)後預期將發行的[編纂]股股份計算。
- (2) 每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃在作出本文件「附錄二—未經審核備考財務資料」所指之調整後計算。每股未經審核備考經調整有形資產淨值並不計及[編纂]獲行使及本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份。以人民幣計值的每股未經審核備考經調整有形資產淨值按人民幣1.00元兌1.0898港元的匯率換算為港元。概不表示人民幣金額已經、可能已經或可以按該匯率換算為港元或反之亦然。
- (3) 概無作出調整以反映本集團於二零二三年五月三十一日後的任何交易結果、宣派的股息或訂立的其他交易。

未來計劃及[編纂]

我們估計我們將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂][編纂]港元(相當於約人民幣[編纂][編纂]元)，已扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及其他估計開支，當中假設[編纂]未獲行使，並假設初步[編纂]為每股[編纂]港元，即本文件封面所列[編纂]範圍的中位數。預計所有[編纂][編纂]將用於以下用途：

未來計劃	[編纂] 百分比	[編纂]港元	(相當於人民幣 [編纂]元)
擴充我們在中國的移動廣告業務	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴大短視頻製作能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]
優化及升級自家開發平台的功能	[編纂]	[編纂]	[編纂]
尋求與具規模公司的業務合作 及併購機會	[編纂]	[編纂]	[編纂]
一般營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

更多詳情，請見本文件「業務—策略及未來計劃」及「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

股息

於往績期間，我們並無宣派或派付任何股息予股東。於[編纂]完成後，股東將有權收取我們宣派的股息。我們派付任何股息的金額將由董事酌情釐定，並將視乎我們日後的營運及盈利狀況、發展計劃、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事

概 要

認為相關的其他因素而定。宣派及派付任何股息及股息的金額將受我們的憲章文件及相關法律規限。進一步詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。股息僅可依法自可供分派的溢利及儲備中撥款宣派或派付，包括在若干情況下，自股份溢價宣派或派付。過往宣派的股息未必代表我們日後的股息政策。董事會擁有建議派付任何股息的絕對酌情權。於最後可行日期，我們並無任何特定股息政策或事先釐定的股息派付比率。

COVID-19 疫情對我們業務的影響

根據艾瑞諮詢報告，COVID-19 疫情並無對中國的移動廣告市場造成重大不利影響。二零二二年，中國移動用戶平均每日花在上網的時間為 5.5 小時，較二零二一年增加約 3.4%。COVID-19 疫情及移動資訊科技的快速發展是導致這一增長的兩個核心原因。艾瑞諮詢預料未來移動用戶的日均上網時間還會因移動終端設備的持續升級而增加。中國線上廣告行業的市場規模預計於二零二三年至二零二七年將按複合年增長率 8.9% 增長。詳情請參閱本文件「行業概覽 — COVID-19 對互聯網市場的影響」一節。我們於往績期間的財務表現就是最好的證明，收益、毛利及純利持續增加。我們的收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣 377.7 百萬元增加約 24.5% 至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣 470.2 百萬元。進一步增加約 4.8% 至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣 492.6 百萬元。毛利由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣 76.9 百萬元增加約 21.9% 至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣 93.7 百萬元。進一步增加約 10.0% 至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣 103.1 百萬元。純利由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣 49.8 百萬元增加約 15.5% 至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣 57.5 百萬元。進一步增加約 18.8% 至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣 68.3 百萬元。董事認為 COVID-19 疫情於二零二二年初捲土重來並無對我們直至最後可行日期的業務及財務表現造成重大不利影響。據董事所深知，我們並無發現客戶的廣告預算因 COVID-19 疫情導致的預算變更而大幅減少。詳情請參閱本文件「業務 — COVID-19 疫情對我們業務的影響」一節。於最後可行日期，我們密切監察中國的 COVID-19 動態。然而，COVID-19 疫情仍然存在重大的不確定性，以及 COVID-19 疫情直接或間接影響我們的業務、經營業績、現金流及財務狀況的最大程度將取決於未來的發展，而日後發展高度不明朗且無法準確預測。詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨著與自然災害及衛生流行病有關的風險」及「風險因素 — 與在中國開展業務相關的風險 — 中國的經濟、政治及社會狀況、政府政策以及全球經濟或會繼續影響我們的業務」。

概 要

[編纂]

[編纂]主要包括與[編纂]及[編纂]有關的專業費用、[編纂]以及其他費用及開支。[編纂]的估計總[編纂]約為[編纂][編纂]港元(假設[編纂]按[編纂]範圍的中位數進行，[編纂]未獲行使以及未計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可予發行的任何股份)，佔[編纂][編纂]約[編纂]%。估計總[編纂](i)[編纂]開支約[編纂][編纂]港元；及(ii)[編纂]開支約[編纂][編纂]港元，包括(a)本公司法律顧問及核數師和申報會計師的費用及開支約[編纂][編纂]港元；及(b)其他費用及開支約[編纂][編纂]港元。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，我們產生約[編纂][編纂]港元的[編纂]，其中[編纂][編纂]港元已於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月的綜合全面收益表中扣除，而剩餘金額約[編纂][編纂]港元列入其他應收款項，隨後將於權益扣除。我們估計[編纂]時將產生約[編纂][編纂]港元的[編纂]，其中約[編纂]百萬港元將於截至二零二三年十二月三十一日止年度的綜合全面收益表中扣除，而[編纂][編纂]港元將於權益扣除。

近期發展

最新監管消息

中國證監會於二零二三年二月十七日頒佈了境外上市試行辦法及5項相關指引，並於二零二三年三月三十一日生效。境外上市試行辦法全面改革了中國境內公司直接或間接在境外發行和上市的監管制度，改為以備案為基礎的制度。根據境外上市試行辦法，中國境內公司以直接或間接方式在境外市場發行證券並上市的，須向中國證監會履行備案程序並報送相關資訊。發行人向境外主管監管機構提交首次公開發售申請的，應在其後的3個工作日內向中國證監會提交備案申請。誠如中國法律顧問告知，[編纂]連同[編纂]屬於境外上市試行辦法下的間接境外發售，我們在向聯交所提交[編纂]申請後，須完成向中國證監會的備案程序並報送有關[編纂]的相關資訊。本公司已按要求向中國證監會提交備案申請。詳情請參閱本文件「監管概覽—境外上市」、「風險因素—與在中國開展業務相關的風險—根據中國法律、法規或政策，[編纂]及未來證券活動可能需要遵守中國證監會、網信辦或其他中國政府機構的批准、備案或其他行政規定」及「歷史—中國監管規定—境外上市」。

概 要

最新業務消息

於二零二三年三月，本集團成為一名新媒體發佈商的直接分發商，該媒體發佈商為中國一間中文互聯網搜索供應商的成員公司。該媒體發佈商在中國營運一個熱門搜索加信息流應用程式，二零二二年十二月的每月活躍用戶為648百萬人。作為該媒體發佈商的直接分發商，我們可在該搜索加信息流應用程式上投放移動廣告，有關應用程式讓用戶得以透過其網站提供的連結在網上搜尋資訊，包括網頁、新聞、圖像、文件及多媒體檔案。經考慮該媒體平台的受歡迎程度及每月活躍用戶後，我們相信我們的移動廣告可接觸更大群的移動用戶及更好地滿足客戶的需要。

於二零二三年五月，本集團因供應商A更改分發商的資格條件以配合新業務需求而不再為供應商A的直接分發商。作為供應商A的分發商，我們可在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月，供應商A佔我們服務成本分別約31.3%、26.5%、11.9%及0.1%。經考慮(i)移動用戶的瀏覽習慣因普遍採用5G移動技術而出現變動，加上我們提高影片製作能力，因此，客戶傾向投放影片格式的移動廣告，取代應用程式商店的靜態圖片格式的移動廣告，而我們來自在應用程式商店投放移動廣告的收益分別佔截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年五月三十一日止五個月收益的約29.4%、22.8%、9.6%及1.7%；(ii)我們為阿里巴巴集團的直接分發商，該集團亦營運應用程式商店，應滿足客戶對投放移動廣告的需求；(iii)如需要在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告，我們可透過其他媒體代理在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告；及(iv)我們於二零二三年三月擴展網絡以於新媒體發佈商的熱門搜索加信息流應用程式分發移動廣告，董事認為且獨家保薦人同意，終止與供應商A的業務關係不會對我們的業務表現及財務狀況造成重大影響。

並無重大不利變動

據董事所知，我們的行業保持相對穩定，自二零二三年五月三十一日(即本集團最新經審核綜合財務報表的編製日期)起直至最後可行日期以來，我們所處行業的總體經濟及市場狀況並無發生已經或將會對我們的業務經營或財務狀況產生重大不利影響的重大不利變化，且除上文所討論者外，自二零二三年五月三十一日以來亦無發生任何會對本文件附錄一會計師報告所載我們的經審核綜合財務資料所示資料造成重大影響的事件。基於上述情況，董事認為，客戶對我們服務的需求將保持穩定。於往績期間後及直至本文件日期，除本節披露者外，我們的業務模式、收益結構及成本結構並無任何重大變化。