

財務資料

下列討論及我們的分析應與附錄一會計師報告所載綜合財務報表連同隨附附註一併閱讀。我們的綜合財務報表乃根據國際財務報告準則編製。

以下討論及分析載有前瞻性陳述，反映我們目前對未來事件及財務表現的看法。該等陳述是基於我們根據我們的經驗及對過往趨勢、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在該等情況下屬適當的其他因素所作的假設及分析而作出。然而，實際結果及發展會否達致我們的預期及預測，則取決於多項風險及不確定性因素。在評估我們的業務時，閣下應審慎考慮本文件所載資料，包括但不限於「風險因素」及「業務」各節。

概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年收入計，我們是中國最大的營銷及銷售SaaS解決方案提供商。我們通過Marketingforce平台提供營銷及銷售SaaS解決方案，為各種規模的具有不同需求的企業提供服務，從內容與體驗、廣告與促銷、社交與關係、銷售與愉悅、數據與分析到策略與管理。我們的精準營銷服務亦向廣告客戶提供一站式跨媒體在線營銷解決方案，幫助企業在頭部媒體平台上精準有效地觸達目標受眾。我們為各行各業廣告客戶提供多樣化的服務。憑藉我們對其業務及市場需求的了解，我們為彼等制定並執行定制化的營銷計劃，涵蓋設計、發佈、監控及優化其廣告活動。

我們擁有龐大及快速增長的客戶基礎。於2021年、2022年及2023年，就我們的SaaS業務而言，我們已分別為不同行業的24,127名、23,647名及25,495名用戶提供服務。同年，我們已分別為845名、998名及1,042名廣告客戶提供精準營銷服務，業務涵蓋遊戲、電子商務及線上服務等新興經濟行業。透過為大量具有多元化業務背景的客戶提供服務，我們能夠收集寶貴的反饋並獲得有關客戶需求的第一手知識，有助我們提高產品及服務質量。更重要的是，我們過去十多年來累積了寶貴行業知識及營銷經驗，使我們可獲得在相同或類似行業中的更多客戶，並使其能更有效地經營。

於往績記錄期，我們迅速增長。我們的收入由2021年的人民幣877.2百萬元增加至2022年的人民幣1,142.8百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣1,232.1百萬元，複合年增長率為18.5%。我們的毛利由2021年的人民幣477.8百萬元增加至2022年的人民幣560.0百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣706.2百萬元，複合年增長率為21.6%。

財務資料

截至2023年12月31日，我們錄得負債淨額，乃主要由於我們將可轉換可贖回優先股列作非流動負債。所有可轉換可贖回優先股將轉換為本公司普通股，而該等可轉換可贖回優先股負債將於[編纂]後終止確認並入賬列作股權增加。我們預期我們的負債淨額狀況將於[編纂]後轉為正權益狀況。

呈列基準

本公司於2021年2月23日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。經過一系列重組後，我們已成為一家投資控股公司。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製，其中包括國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）批准的所有準則及詮釋。除另有說明外，均以人民幣呈列。我們的綜合財務資料根據歷史成本法編製，惟若干按公平值計入損益的金融負債已按公平值計量。

編製符合國際財務報告準則的財務報表需要使用若干重要會計估計。其亦要求我們的管理層在應用我們的會計政策過程中行使其判斷。涉及高度判斷或高度複雜性的範疇，或假設及估計對我們的綜合財務資料屬重大的範疇於本文件附錄一所載的會計師報告附註3中披露。

影響經營業績的主要因素

我們的經營業績已受到且預期將繼續受諸多因素嚴重影響，其中一些因素並非我們所能控制。該等因素包括但不限於下列各項：

一般因素

我們的業務及經營業績受到一般因素影響，該等因素影響更為廣泛的中國雲端營銷及銷售解決方案行業，包括：

- 中國整體經濟發展，特別是互聯網行業的增長及中國各行業數字化的發展及佔有率；
- 媒體平台以及中國公司採用SaaS及精準營銷服務的增長；

財務資料

- 數字化轉型，伴隨雲計算、大數據分析及人工智能技術的發展及其在中國各行業的營銷及銷售SaaS行業的應用；及
- 中國各行業企業在線上營銷及銷售SaaS產品及其他服務的支出，以及其未來增長趨勢。

特定因素

我們擴大客戶群的能力

我們通過向客戶提供營銷及銷售SaaS產品及精準營銷服務獲取收入，且我們經營業績及收入的持續增長取決於我們擴大客戶群的能力。使用我們的SaaS業務及精準營銷服務的客戶數目對我們的經營業績而言至關重要。我們服務及產品的質素、專門的銷售及營銷工作以及全面客戶關係管理機制，有助於往績記錄期形成龐大且多樣化的客戶群。於2021年、2022年及2023年，我們SaaS業務的用戶數目分別達到24,127人、23,647人及25,495人。2022年用戶數量略有下降，主要是由於COVID-19疫情的不利影響導致我們的營銷活動減少。然而，我們的SaaS業務收入由2021年的人民幣438.6百萬元增加20.8%至2022年的人民幣529.9百萬元，主要是由於2021年用戶訂閱的合約價值有所增加，其中部分隨後於2022年確認為收入。隨著COVID-19疫情消退，我們已從該等影響中恢復並持續擴展業務，得益於我們致力推出新功能模塊及提升現有功能模塊的成效，以更好應對用戶不斷變化的需求，以及利用我們現有的銷售網絡擴大客戶群，我們SaaS業務的用戶數量於2023年增加至25,495人。我們的精準營銷業務的廣告客戶數目由2021年的845人增加至2022年的998人，並進一步增加至2023年的1,042人。我們來自精準營銷服務的收入於2021年為人民幣438.6百萬元，於2022年為人民幣612.9百萬元，於2023年則為人民幣529.7百萬元。

我們吸引及成功獲得新客戶的能力取決於一系列因素，其中包括：提供新功能模塊；升級現有的產品及服務、銷售及營銷力度；以及客戶服務素質。為加強我們的營銷及銷售能力，我們一直致力建立專責銷售團隊及高效銷售機制，優先改善客戶體驗及促進其業務增長。截至2023年12月31日，我們已在23個城市建立當地直銷辦事處。另外，通過為越來越多客戶提供服務，我們從客戶中獲得寶貴回饋，並積累珍貴的行業經驗，有助我們進一步改善產品及服務，從而最終提升客戶滿意度。我們亦將持續提高品牌形象並提升我們在中國市場的影響力。

財務資料

我們加深與客戶關係的能力

我們致力與客戶維持穩定且長期的業務關係。我們的一站式營銷及銷售SaaS產品旨在為企業的客戶獲取和管理全流程賦能。截至2023年12月31日，我們就SaaS產品提供全面且多樣化的功能模塊矩陣，涵蓋237個模塊。就精準營銷服務而言，我們提供一站式的跨媒體專業服務，包括制定廣告計劃、製作營銷內容、持續監控及實時優化，以使我們的廣告客戶取得滿意的營銷效果。我們致力為客戶提供卓越的產品及服務。為加深我們與現有客戶的關係，我們繼續專注於客戶成功以及卓越的服務質量。特別是，我們預期將使我們的產品及服務適用於更多應用場景，以更好地滿足客戶不斷變化的營銷需求。

我們亦相信，於往績記錄期，客戶不斷增加的支出推動了我們的快速增長。優質產品及卓越服務鼓勵客戶購買我們提供的新服務或升級其現有套餐。為向客戶提供更好的服務，我們亦已成立客戶成功部門，致力於在整個營銷及銷售活動過程中為SaaS產品用戶提供支援。

持續投資產品及技術創新的能力

我們的未來增長取決於我們對研發的持續投資以及我們在技術創新方面的努力。我們依靠我們的Marketingforce平台向SaaS用戶提供雲服務。我們的Marketingforce平台以先進技術為基礎。Marketingforce平台使我們在處理客戶要求方面具有高度的可擴展性，並在開發及升級我們的SaaS產品方面提供極大的靈活性，不斷豐富客戶體驗，並迎合彼等不斷發展的業務需求。我們亦已將大數據分析廣泛應用於我們的精準營銷，以提高我們服務的有效性。隨著客戶逐漸意識到我們所提供產品及服務的優勢，彼等更願意自我們購買額外的產品和服務或更新版本來升級體驗，這有助於提高每名客戶的平均支出，最終促進我們的收入增長。

為了更好地滿足客戶在更複雜的使用案例及不斷增長的營運規模所產生的營銷及銷售需求，我們致力於研發方面的投資。於2021年、2022年及2023年，我們的研發開支分別為人民幣160.6百萬元、人民幣224.6百萬元及人民幣210.0百萬元。我們將繼續致力於研發活動，通過不斷創新來豐富產品及服務的特性、功能及界面以豐富及改進產品及服務並鞏固我們的市場領先地位。

財務資料

產品及收入組合

我們的整體經營業績及盈利能力亦取決於我們的收入結構。於往績記錄期，SaaS業務的毛利率一般高於精準營銷服務的毛利率。於2021年、2022年及2023年，我們的SaaS業務的毛利率分別為90.1%、89.2%及87.7%，而精準營銷服務的毛利率分別為18.9%、14.3%及17.0%。因此，兩項業務收入合併將影響我們的整體利潤率。

我們自精準營銷服務中確認的收入金額受到我們向不同廣告客戶提供營銷服務的角色影響。根據我們作為委託人的在線廣告解決方案服務安排，我們按總額確認與廣告客戶簽訂的合約產生的收入。由於在媒體平台上為在線廣告解決方案服務取得廣告流量產生的高昂成本，故毛利率相對較低。根據我們作為代理的在線廣告分發服務安排，我們按淨額確認與廣告客戶簽訂的合約產生的收入，且不將廣告流量的採購成本入賬為我們的服務成本。有關我們就此方面確認收入政策的進一步詳情，請參閱「一重大會計政策資料及估計－收入確認」。我們按總額及淨額確認的收入比例計量的精準營銷服務不同部分收入合併將影響我們的利潤率。

我們管理成本及提高營運效率的能力

我們管理成本的能力為提高整體盈利能力的關鍵。特別是，我們的銷售及分銷開支佔總收入的較高比例，於2021年、2022年及2023年分別佔總收入的32.4%、27.6%及26.5%。此外，於整個往績記錄期，我們的僱員福利開支佔銷售及分銷開支的大部分。我們擬通過實現規模經濟及提高銷售效率及效益來優化我們的營運開支。隨著業務不斷發展，我們預期通過加入更多經驗豐富的銷售人員及向銷售團隊提供更多培訓課程，進一步改善我們的銷售團隊結構。通過該等措施，我們旨在擴張客戶群及以更具成本效率的方法與客戶維持穩固的業務關係。

COVID-19對我們營運的影響

自2019年12月底以來，新型冠狀病毒COVID-19的爆發已在不同方面影響全球。於2022年上半年，COVID-19新變種Omicron傳播性更高，導致全球不同地區疫情再次爆發。為應對COVID-19疫情，包括2022年的再次爆發，各種措施經已採取遏制該病毒，例如限制出行和公共交通，部分封閉設施及場所，以及不時在各地區實施社交距離措施。

財務資料

於往績記錄期，相比COVID-19爆發初期，於2022年我們的業務營運及財務狀況受到COVID-19疫情的不利影響。由於COVID-19的影響，我們的經營活動暫時受到限制，包括我們的日常運營以及銷售和營銷工作。於2022年上半年，我們在多個主要城市（包括上海、深圳、無錫及蘇州）的辦事處經歷過不同時段的暫時關閉。尤其是，上海總部於2022年4月及5月暫時關閉。於關閉期間，上海總部80%以上的員工居家辦公，而相比2021年同期，我們於2022年4月及5月的缺勤員工數目更多。

此外，我們的銷售及營銷工作於上海爆發COVID-19期間亦遭遇困難，原因是我們的銷售人員須安排更多線上客戶拜訪，與線下拜訪客戶相比，獲得訂單更具挑戰性。COVID-19亦影響我們的客戶支援及售後服務。例如，我們在為希望更換產品訂閱的客戶及時調整合約方面面臨困難，且我們在疫情期間亦難以向客戶交付發票，導致付款延遲。於2022年上半年COVID-19爆發期間，我們的其他辦事處亦受到同樣的影響。因此，我們於爆發期間難以進行線下銷售及營銷活動以致收入增長放緩。

此外，2022年3月至6月受上海疫情影響，我們第二季度新簽訂的訂閱合約價值較2021年同期下降約49.4%。因此，我們於2022年錄得SaaS業務收入同比增長20.8%，較2021年的94.8%同比增長大幅下降。然而，除上文所述的銷售活動減少，我們的業務營運及研發活動並無受COVID-19疫情嚴重影響。因此，我們的財務狀況亦於2022年受到影響。我們與代表廣告主向第三方支付的其他應收款項有關的預付款項由截至2021年12月31日的人民幣1,065.8百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣1,334.2百萬元，部分是因於2022年COVID-19再次爆發的不利影響而延長給予部分廣告客戶的信貸期。

為在COVID-19疫情期間與該等廣告客戶保持良好的業務關係，我們向該等廣告客戶授予較長的付款期限，主要為90天至180天。例如，四名最大廣告客戶（按截至2022年12月31日與代廣告客戶預付款項有關的其他應收款項的期末結餘計）獲授予較長付款期，與代該四名廣告客戶預付款項有關的其他應收款項金額佔截至2022年12月31日與代廣告客戶預付款項有關的其他應收款項期末結餘總額的74.3%。再者，我們代表客戶應付媒體平台的成本由截至2021年12月31日的人民幣62.8百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣319.8百萬元，主要歸因於我們因COVID-19疫情放慢了對媒體平台的結算流程。請參閱「財務資料－預付款項、其他應收款項及其他資產（流動）」及「財務資料－其他應付款項及應計費用（即期）」。

財務資料

自2022年6月開始，在中國各地（包括上海等大城市）解除疫情限制後，我們逐步恢復正常業務運營。尤其是，隨著社交距離措施獲放寬，我們的線下銷售及營銷活動已整體恢復至正常水平。然而，由於2022年6月起中國多個地區COVID-19疫情再次零星爆發，我們在該等地區的辦事處受到不同程度的影響。具體而言，我們在該等辦事處的銷售人員在親自進行客戶造訪時因不同地區的疫情防控措施出現暫時性困難。於2022年第三季度，因應COVID-19疫情漸見改善，我們增加銷售及營銷活動。因此，與2021年第三及第四季度相比，新簽訂的訂閱合約價值分別小幅增長約8.6%及4.9%。自2022年12月中旬起，中國全國COVID-19疫情再次爆發。因此，我們在受影響地區的辦事處運營不時遭受干擾。

為了減輕COVID-19疫情的影響，我們已採取措施調動內部資源並善用我們強大的技術能力，例如加強研發工作來完善產品和服務，最大限度地提高銷售團隊能力，並實施各種預防性政策，以確保遠程或現場工作的員工的安全。因此，我們於整個往績記錄期維持收入增長勢頭。隨著COVID-19疫情消退，我們預計其不會對我們的業務及財務業績造成進一步的不利影響。然而，我們不能完全確定 COVID-19疫情的影響何時才能完全緩解。COVID-19或任何類似疫情的任何長期爆發都可能對我們的業務及財務業績造成不利影響。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — COVID-19及類似疫情可能繼續為我們的業務帶來挑戰，且疫情的影響可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響」。

重大會計政策資料及估計

部分會計政策要求我們就會計項目採用估計、假設及複雜判斷。我們應用會計政策時使用的估計及假設以及所作判斷對我們的財務狀況及經營業績有重大影響。我們的管理層根據經驗及其他因素（包括行業慣例及我們根據當時情況視為合理的對日後事件的預期）持續評估該等估計、假設及判斷。管理層的估計或假設與實際結果之間並無出現任何重大偏差。於往績記錄期，我們對該等估計及假設亦無作出任何重大變更。我們預期該等估計及假設在可預見的未來不會出現任何重大變更。

財務資料

下文載列我們認為對我們至關重要或涉及在編製財務報表時所採用最重大估計、假設及判斷的會計政策。對了解我們財務狀況及經營業績屬重要的重大會計政策資料、估計、假設及判斷的進一步詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註2.4及3。

收入確認

來自客戶合約的收入於貨品或服務的控制權轉移予客戶時，按反映本集團預期就交換該等貨品或服務有權收取的對價金額確認。

當合約對價包括可變金額，則對價金額估計為本集團就向客戶轉移貨品或服務而有權換取的金額。可變對價於合約開始時估計並受到限制，直至與可變對價相關的不確定性其後獲得解決時，已確認的累計收入金額很可能不會出現重大收入撥回為止。

當合約包含就向客戶轉移貨品或服務為客戶提供超過一年的重大融資利益的融資部分，則收入按應收款項的現值計量，並使用本集團與客戶於合約開始時進行的單獨融資交易所反映的貼現率貼現。倘合約中包含為本集團提供重大融資利益超過一年的融資部分，則合約項下已確認收入包括根據實際利率法於合約負債中計算的利息開支。對於客戶付款與轉讓已承諾的貨品或服務轉移期限為一年或以下的合約，則採用國際財務報告準則第15號的可行權宜方法，不會因重大融資部分的影響調整交易價格。

SaaS業務

SaaS業務收入主要來自各種雲端營銷及銷售解決方案。收入通常於客戶能訪問雲端當日起在合約期限內按比例確認。SaaS業務直接提供予客戶（包括本集團直接出售者）及通過渠道合作夥伴提供。本集團負責交付雲端軟件以及確保客戶有權穩定訪問雲端軟件。

財務資料

渠道合作夥伴擔任代理人及擁有合約義務遵守本集團的定價指引，對客戶並無重大履約義務。因此，本集團為委託人，並按渠道合作夥伴向客戶發出票據的總額確認收入。渠道合作夥伴向客戶發出票據的總額與本集團向渠道合作夥伴發出票據的金額之間的差額確認為合約獲取成本。合約獲取成本按與收入確認一致的方式按比例計入銷售及分銷開支。

本集團開發及銷售定制化自主軟件。收入於定制化軟件的控制權轉移予客戶時確認。直到軟件交付給客戶後，客戶方能同時從定制化軟件取得並使用其利益並控制定制化軟件。由於合約限制，定制化軟件一般無法為本集團提供替代用途。然而，在定制化軟件轉讓予客戶前，可執行的付款權不會產生。因此，收入在定制化軟件交付予客戶時確認。

本集團就履行其定制軟件開發合約的成本確認一項資產。該等成本與合約直接相關，產生將用於履行合約的資源，並預期可收回。合約履行成本於定制軟件轉嫁予客戶並確認收入時入賬為銷售成本。

精準營銷服務

本集團自於媒體平台於若干行業投放廣告的營銷解決方案產生收入。精準營銷服務包括在線廣告解決方案服務及在線廣告分發服務。根據與客戶訂立的每項特定合約，本集團於特定交易中擔任委託人或代理人。於釐定本集團是否根據合約擔任委託人或擔任代理人時，管理層在作出判斷及評估時須考慮所有相關因素，即(a)本集團是否主要負責履行提供特定服務的承諾；(b)本集團在特定服務或控制權轉讓至客戶之前或之後是否有存貨風險；及(c)本集團是否擁有設定特定服務價格的酌情權。具體而言，對於在線廣告解決方案服務，本集團擔任該等安排的委託人，相應按總額確認收入；而對於在線廣告分發服務，本集團擔任代理人並按淨額確認收入。

在線廣告解決方案服務

本集團通過設計、製作、發佈、監控及優化廣告活動，提供一站式跨媒體移動營銷解決方案，以頂級媒體平台為戰略要點。本集團主要按每千次成本（「**CPM**」）及每點擊成本（「**CPC**」）向客戶收費，並當單位廣告成本超過承諾水平時可予下調。收入於客戶從服務中受益時予以確認。

財務資料

儘管並無任何因素可被單獨視為推定或決定性因素，本集團於該等安排中為委託人，並負責(i)辨認並與本集團視為客戶的第三方廣告主訂立合約，本集團主要負責向廣告主提供特定整合服務並承諾不超過與廣告主協定的單位廣告成本；(ii)面臨一定程度的若干虧損風險，以至於製作內容、制定廣告活動及自媒體平台獲取流量產生的成本無法以自廣告主獲得的總對價補償；(iii)基於本集團與廣告主磋商的價格執行所有計費及收款活動；及(iv)對本集團製作及於媒體平台投放的廣告內容負責。本集團於特定服務轉讓予廣告主前控制該特定服務，並擔任該等安排的委託人，因此按總額確認該等交易所賺取的收入及產生的成本。在該等安排下，自媒體平台獲得的返點入賬列作銷售成本的減少。提供予廣告主的返點均確認為收入扣減。

在線廣告分發服務

本集團提供流量獲取服務，用於分發由廣告主或本集團製作的廣告。廣告在由客戶確定的目標媒體平台發佈。此外，本集團應客戶要求向客戶提供廣告賬戶充值服務。收入於廣告分發及廣告賬戶充值完成時予以確認。

本集團並非此安排的委託人，因本集團無法在將特定服務(即流量)交付予客戶前控制該特定服務，因為(i)主要負責提供媒體發佈服務乃目標媒體平台而非本集團；(ii)媒體平台乃由客戶(而非本集團)識別及確定，且本集團並無承諾在轉移至客戶前獲取流量。因此，在執行該等交易時，本集團並非為委託人。本集團按淨額報告自客戶收取的金額及向媒體平台支付的與該等交易有關的金額。根據該等安排，媒體平台授出的返點於綜合損益表入賬列作收入。提供予廣告主的返點均確認為收入扣減。

以股份為基礎的付款

本公司設有一項股權激勵計劃，旨在向對本集團營運的成功作出貢獻的合資格參與者提供激勵及獎勵。本集團的僱員(包括董事)透過以股份為基礎的付款形式收取薪酬，據此，僱員會提供服務以換取權益工具(「以權益結算的交易」)。

財務資料

與僱員進行的以權益結算的交易成本乃參照於授出日期的公平值計量。公平值由外聘估值師使用貼現現金流量法及倒推法釐定，進一步詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註32。

以權益結算的交易成本，連同權益相應增加部分，於表現及／或服務條件達成期間內在僱員福利開支中確認。於各往績記錄期末直至歸屬日確認的以權益結算的交易的累計開支，反映歸屬期已到期部分及本集團對將最終歸屬的權益工具數目的最佳估計。期內於損益扣除或計入的金額指於該期間期初及期末確認的累計開支變動。

釐定獎勵獲授當日的公平值時並不考慮服務及非市場表現條件，惟在有可能符合條件的情況下，則評估為本集團對將最終歸屬的權益工具數目的最佳估計的一部分。市場表現條件反映於獎勵獲授當日的公平值。獎勵附帶的任何其他條件（但不帶有相關的服務要求）視作非歸屬條件。除非有另外的服務及／或表現條件，否則非歸屬條件反映於獎勵的公平值，並導致獎勵即時支銷。

因非市場表現及／或服務條件未能達成而最終並無歸屬的獎勵不會確認為開支。倘獎勵包括市場或非歸屬條件，無論市場或非歸屬條件是否達成，交易均會被視為已歸屬，前提是所有其他表現及／或服務條件須已達成。

當以權益結算的獎勵條款作出修訂，如符合初始獎勵條款，則至少按照條款未被修訂的情況確認開支。此外，倘任何修訂會導致以股份為基礎的付款的公平值總額增加，或於修訂當日計量時對僱員有利，則會確認開支。

倘以權益結算的獎勵被註銷，會被視作已於註銷當日歸屬，任何未就獎勵確認的開支會即時確認。這包括在本集團或僱員控制範圍內的非歸屬條件未獲達成的任何獎勵。然而，倘新獎勵取代已註銷獎勵，並於授予當日被指定為替代獎勵，則已註銷及新獎勵會如前段所述被視為對初始獎勵的修訂。

財務資料

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。與損益以外確認的項目有關的所得稅於損益以外確認，即於其他全面收益或直接於權益確認。

即期稅項資產及負債根據於年末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法），並經考慮本集團營運所在國家的現行詮釋及慣例，按預期可從稅務機關收回或向其支付的金額計量。

遞延稅項就報告期間末資產及負債稅基與其用作財務申報的賬面值之間的所有暫時性差額按負債法計提撥備。

遞延稅項負債就所有應課稅暫時性差額予以確認，惟以下情況除外：

- 當遞延稅項負債由初步確認商譽或並非業務合併的交易中的資產或負債產生，且在進行交易時對會計利潤或應課稅利潤或虧損均無影響；及
- 就與附屬公司的投資相關的應課稅暫時性差額而言，當撥回暫時性差額的時間可以控制，且暫時性差額可能不會於可見將來撥回。

遞延稅項資產乃就所有可扣稅暫時性差額及未動用稅項抵免和未動用稅項虧損的結轉而確認。遞延稅項資產以可能有應課稅利潤用作抵銷可扣減暫時性差額、未動用稅項抵免及未動用稅項虧損的結轉為限予以確認，惟下列情況除外：

- 當有關可扣減暫時性差額的遞延稅項資產由初步確認並非業務合併的交易中的資產或負債產生，且於進行交易時對會計利潤或應課稅利潤或虧損均無影響；及
- 就與附屬公司投資相關的可扣減暫時性差額而言，在暫時性差額有可能在可預見將來撥回，且有可能出現可用作抵銷暫時性差額的應課稅利潤時，方會確認遞延稅項資產。

財務資料

遞延稅項資產的賬面值在各報告期間末進行檢討，倘不再可能有充足應課稅利潤以動用全部或部分遞延稅項資產，則予以削減。倘可能有充足應課稅利潤以收回全部或部分遞延稅項資產，則會在各報告期間末重新評估未確認的遞延稅項資產，並予以確認。

遞延稅項資產及負債按變現資產或償還負債期間的預期適用稅率計量，並以報告期間末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）為基礎。

遞延稅項資產及遞延稅項負債僅限於本集團擁有可依法強制執行的權利抵銷即期稅項資產及即期稅項負債，且遞延稅項資產及遞延稅項負債與由同一稅務機關對同一納稅實體或不同納稅實體（其有意以淨額結算即期稅項負債及資產或同時變現資產及結算負債）於未來各期間（期間遞延稅項負債或資產的大部分款項預計將清償或收回）徵收的所得稅有關時可抵銷。

非金融資產的減值

倘存在減值跡象，或須就資產（遞延稅項資產、金融資產及合約獲取成本除外）進行年度減值測試時，則估計資產的可收回金額。資產的可收回金額為資產或現金產生單位的使用價值，以及其公平值減出售成本兩者的較高者，並就個別資產釐定，除非資產並不產生很大程度上獨立於其他資產或資產組別的現金流入，在此情況下，可收回金額按資產所屬的現金產生單位予以釐定。進行現金產生單位減值測試時，倘可在合理及一致的基礎上進行分配，則公司資產（例如總部大樓）的一部分賬面值會分配予個別現金產生單位，否則分配予最小的現金產生單位組別。

減值虧損僅於資產的賬面值超過其可收回金額時確認。在評估使用價值時，估計未來現金流量按能反映現時市場對貨幣時間價值及該資產特定風險的評估的除稅前貼現率貼現至現值。減值虧損於其產生期間自損益內於與減值資產功能一致的開支類別扣除。

於各往績記錄期末，會評估是否有跡象顯示先前確認的減值虧損可能不再存在或已減少。倘該等跡象存在，則估計可收回金額。先前就商譽以外的資產所確認的減值

財務資料

虧損僅於用作釐定該資產可收回金額的估計有變時撥回，但撥回金額不得高於假設過往年度並無確認資產減值虧損的情況下釐定的賬面值（已扣除任何折舊／攤銷）。該減值虧損的撥回於其產生期間計入損益。

於往績記錄期，已出現減值跡象。根據管理層的估計，非金融資產的可收回金額乃根據使用價值，通過使用預算毛利率、收入增長率及折現率等關鍵假設來估計未來稅前現金流量來釐定。減損測試所採用的預算毛利率是管理層根據過往績效以及對SaaS業務及精準營銷服務市場發展的預期所釐定。預計收入增長率乃基於本公司批准的業務計劃。折現率反映了市場對時間價值的評估以及與行業相關的特定風險。根據評估結果，我們的董事認為，截至2021年、2022年及2023年12月31日，非金融資產的賬面值不超過可收回金額，因此，毋須就非金融資產計提減值撥備。

應收款項的預期信貸虧損撥備

本集團使用撥備矩陣計算應收款項的預期信貸虧損（「**預期信貸虧損**」）。撥備率是基於具有類似虧損模式的多個債務人分部組別的內部信用評級釐定。

撥備矩陣最初基於本集團歷史觀察違約率而定。本集團將調整矩陣以根據前瞻性資料調整過往信貸虧損經驗。例如，倘預計下一年的預測經濟狀況（如國內生產總值）預期會惡化，進而導致客戶行業的違約事件數目增加，則調整歷史違約率。於各報告日期，過往觀察違約率將予更新，前瞻性估計的變動將予分析。

對過往觀察違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損間的相關性進行的評估屬重大估計。預期信貸虧損的金額易受環境及預測經濟狀況變化影響。本集團的過往信貸虧損經驗及經濟狀況預測亦未必代表客戶於未來的實際違約情況。有關本集團應收款項的預期信貸虧損資料於本文件附錄一會計師報告附註20及21披露。

財務資料

綜合全面收益表

下表載列我們於所示年度的綜合全面收益表概要：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
收入	877,231	1,142,776	1,232,120
服務成本	<u>(399,424)</u>	<u>(582,738)</u>	<u>(525,938)</u>
毛利	477,807	560,038	706,182
其他收入及收益	39,776	47,702	39,904
銷售及分銷開支	(284,158)	(314,995)	(326,798)
行政開支	(172,032)	(188,931)	(203,892)
研發開支	(160,588)	(224,621)	(210,037)
可轉換可贖回優先股的公平值變動	(122,237)	(61,069)	(107,815)
其他開支	(1,998)	(125)	(585)
金融資產減值	(15,191)	(6,496)	(31,143)
融資成本	<u>(26,481)</u>	<u>(27,990)</u>	<u>(35,239)</u>
除稅前虧損	(265,102)	(216,487)	(169,423)
所得稅開支	<u>(7,487)</u>	<u>32</u>	<u>(55)</u>
年內虧損	<u>(272,589)</u>	<u>(216,455)</u>	<u>(169,478)</u>

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦呈列並非國際財務報告準則所規定或據此呈列的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量。我們認為，該非國際財務報告準則計量消除若干項目的潛在影響，有助比較不同期間及不同公司間的經營表現。

我們認為，經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）為投資者及其他人士提供有用資料，以按彼等協助管理層的相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列類似名稱的計量指標作比較。使用該非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

財務資料

我們將經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）界定為經加回可轉換可贖回優先股的公平值變動、優先股利息、[編纂]開支及以股份為基礎的薪酬開支調整的年內淨虧損。我們在經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）中剔除該等項目，主要因為(i)可轉換可贖回優先股的公平值變動屬非現金性質，預期不會導致我們日後須作出現金付款。[編纂]以後，所有可轉換可贖回優先股將轉換為本公司普通股，而按公平值計入損益（「按公平值計入損益」）的金融負債將轉換為權益；(ii)優先股利息乃與上海珍島於重組前發行的可贖回優先股本有關。由於投資者協議中載有贖回權（請參閱本文件附錄一會計師報告附註27），可贖回優先股本以攤銷成本確認為金融負債，利息增值計入損益表（增值本身僅於贖回時變現，並不會產生任何現金影響）。根據2021年7月的重組，我們購回了可贖回優先股，並以我們的可轉換可贖回優先股取代，該等優先股按公允價值計量且其變動計入損益，而非攤銷成本計量。因此，重組完成後於2022年及2023年並無確認利息；(iii)[編纂]開支為與[編纂]有關的開支；及(iv)以股份為基礎的薪酬開支是我們提供給員工的股權激勵及獎勵的相關非現金開支，並不反映我們的業務表現或現金流量。於往績記錄期，該等調整一直貫徹作出。

下表載列所呈列年度的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）與根據國際財務報告準則呈列的年內淨虧損的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
淨虧損與經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）的對賬：			
年內淨虧損	<u>(272,589)</u>	<u>(216,455)</u>	<u>(169,478)</u>
加：			
可轉換可贖回優先股的公平值變動	122,237	61,069	107,815
可贖回優先股利息	8,004	—	—
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
以股份為基礎的薪酬開支	<u>7,952</u>	<u>8,378</u>	<u>8,378</u>
經調整淨虧損 （非國際財務報告準則計量）	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>

財務資料

我們於往績記錄期錄得淨虧損，主要由於我們在快速擴大SaaS業務過程中產生大量研發開支、行政開支以及銷售及分銷開支。根據弗若斯特沙利文的資料，SaaS解決方案提供商由於收入確認與運營開支之間存在時間差，彼等在擴展業務時通常會蒙受損失。雖然SaaS公司在研發以至銷售、分銷及管理方面承擔大量開支，但由此產生的收入增長可能只在後續階段顯現，原因是收入乃於合約期限內確認。為及時抓緊近年來政府推出利好政策及中國營銷和銷售SaaS市場崛起帶來的機遇，自2019年起，我們的(i)研發開支大幅增加，以提升產品性能及推出新型功能模塊，(ii)銷售及分銷開支大幅增加，以推廣SaaS業務及擴大用戶群，及(iii)行政開支大幅增加以支持我們的業務規模快速增長。由於我們仍在擴張SaaS業務，我們預期在2023年錄得淨虧損。請參閱「風險因素－我們於往績記錄期產生淨虧損及錄得累計虧損，未來可能仍會持續」。

於2021年及2022年，我們的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）保持相對穩定，分別為人民幣130.5百萬元及人民幣132.3百萬元。我們的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）由2022年的人民幣132.3百萬元減少至2023年的人民幣27.7百萬元，主要由於(i)由於SaaS業務收入貢獻增加，導致毛利增加；及(ii)我們的研發開支減少，乃由於我們研發工作的功效及成本效益提高。

經營業績主要組成部分的說明

收入

於往績記錄期，我們自SaaS業務及精準營銷服務產生收入，我們來自SaaS業務及精準營銷服務的收入錄得大幅增長。下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的收入明細，以絕對金額及佔總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
SaaS業務	438,642	50.0	529,877	46.4	702,378	57.0
精準營銷服務	438,589	50.0	612,899	53.6	529,742	43.0
總計	877,231	100.0	1,142,776	100.0	1,232,120	100.0

財務資料

SaaS業務

我們為用戶提供全面及多樣化的SaaS產品，以滿足彼等對各種營銷及客戶關係管理的需求。截至2023年12月31日，我們的SaaS產品矩陣包括237個功能模塊。我們來自SaaS業務的收入主要產生自我們向用戶收取的訂閱費。有關我們就SaaS業務的收入確認政策的詳情，請參閱「— 重大會計政策資料及估計 — 收入確認 — SaaS業務」。

我們來自SaaS業務的收入由2021年的人民幣438.6百萬元增加至2022年的人民幣529.9百萬元，於2023年進一步增加至人民幣702.4百萬元。SaaS業務的用戶數量由2021年的24,127名輕微減少至2022年的23,647名，主要由於COVID-19疫情的不利影響導致我們的營銷活動減少及客戶流失增加。此外，每名用戶平均合約價值由2021年的人民幣45,026元減少至2022年的人民幣41,584元，主要是由於2022年COVID-19疫情再次爆發，導致我們的用戶縮減營銷及銷售支出。儘管如此，我們的SaaS業務收入於2022年仍有所增加，主要是由於與2020年相比，2021年用戶訂閱的合約價值有所增加，其中部分隨後於2022年確認為收入。受益於SaaS業務的用戶數量由2022年的23,647名增加至2023年的25,495名，以及每名用戶平均合約價值由2022年的人民幣41,584元增加至2023年的人民幣51,238元，SaaS業務收入由2022年的人民幣529.9百萬元增加32.6%至2023年的人民幣702.4百萬元。

精準營銷服務

我們的精準營銷服務包括(i)在線廣告解決方案服務，及(ii)在線廣告分發服務。就我們作為委託人的在線廣告解決方案服務而言，我們按總額確認與廣告客戶簽訂的合約產生的收入。就我們作為代理的在線廣告分發服務而言，我們按淨額確認與廣告客戶簽訂的合約產生的收入。有關我們收入確認政策的進一步詳情，請參閱「— 重大會計政策資料及估計 — 收入確認 — 精準營銷服務」。

財務資料

下表載列於所示年度我們精準營銷服務產生的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
在線廣告解決方案服務	355,330	81.0	529,158	86.3	445,033	84.0
在線廣告分發服務	83,259	19.0	83,741	13.7	84,709	16.0
收入	438,589	100.0	612,899	100.0	529,742	100.0

我們自精準營銷服務產生的收入由2021年的人民幣438.6百萬元增加至2022年的人民幣612.9百萬元。此主要是由於來自在線廣告解決方案服務的收入增加，按總額基準確認。我們來自在線廣告解決方案服務收入的急速增長乃主要由於(i)持續加強營銷能力及改善服務素質，有助我們進一步提高品牌知名度及為我們的在線廣告解決方案服務吸引更多廣告客戶；(ii)以擁有較強營銷需求及有意願向我們採購專業營銷服務的優質廣告客戶為我們的戰略要點；及(iii)中國線上營銷市場的快速發展，我們努力捕捉並應對越來越多有營銷需求的企業的疑慮。

我們自精準營銷服務產生的收入由2022年的人民幣612.9百萬元減少至2023年的人民幣529.7百萬元，主要由於來自在線廣告解決方案服務的收入減少，而這主要由於在線廣告解決方案服務的廣告客戶數量減少。客戶數量減少主要由於我們基於多項因素(如客戶信貸記錄、業務前景及毛收入)積極調整客戶組合。這符合我們未來專注於廣告分發服務的整體策略，以期改善整體盈利能力及運營效率，同時盡量降低風險。

財務資料

下表說明於所示年度我們的毛收入與精準營銷服務的收入的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
毛收入	4,646,707	5,875,889	6,308,073
減：媒體平台收取的廣告 流量費(扣除媒體平台返利)	<u>4,208,118</u>	<u>5,262,990</u>	<u>5,778,331</u>
收入	<u>438,589</u>	<u>612,899</u>	<u>529,742</u>

下表載列於所示年度廣告客戶數量及每名廣告客戶平均支出的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
毛收入(人民幣千元)	4,646,707	5,875,889	6,308,073
廣告客戶數量	845	998	1,042
— 在線廣告解決方案服務	8	3	2
— 在線廣告分發服務	837	995	1,040
每名廣告客戶平均支出 ⁽¹⁾ (人民幣千元)	5,499	5,888	6,054

附註：

- (1) 每名廣告客戶的平均支出指於有關年度每名廣告客戶產生的平均毛收入。

服務成本

我們的服務成本主要包括(i)媒體平台的廣告流量成本，主要指我們就購買有關精準營銷服務的流量向媒體平台支付的成本，(ii)寬頻及其他硬件成本，主要與寬頻服務及硬件(如SaaS業務的服務器)有關，(iii)僱員福利開支，(iv)稅金及附加費，及(v)折舊及攤銷。就折舊及攤銷而言，使用年期有限的無形資產(商譽除外)的攤銷期及攤銷方法須至少在各財政年度末檢討。就此而言，我們軟件的主要年費率介乎10%至20%，即5至10年的可使用年期。我們根據技術更新的不同速度及市場對使用該等資產所提供服務的需求估計軟件的可使用年期。請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.4。

財務資料

根據弗若斯特沙利文的資料，我們SaaS業務及精準營銷業務的服務成本的成本結構與其他主要市場參與者基本一致。就SaaS業務而言，服務成本主要包括其僱員福利及信息技術成本，分別佔銷售成本約10%至35%及50%至80%；就精準營銷業務而言，媒體平台的廣告流量採購成本通常佔服務成本的90%至99%。

下表載列我們於所示年度按性質劃分的服務成本明細，以絕對數額及佔總服務成本百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
媒體平台的廣告						
流量成本	346,125	86.7	520,813	89.4	437,532	83.2
寬頻及其他硬件成本	33,183	8.3	36,210	6.2	60,617	11.5
僱員福利開支	13,427	3.3	20,894	3.6	20,096	3.8
税金及附加費	3,484	0.9	1,178	0.2	2,470	0.5
折舊及攤銷	3,205	0.8	3,643	0.6	5,223	1.0
總計	399,424	100.0	582,738	100.0	525,938	100.0

於往績記錄期，媒體平台的廣告流量成本構成我們服務成本的最大一部分，此乃歸因於我們的在線廣告解決方案服務。我們於媒體平台的廣告流量成本由2021年的人民幣346.1百萬元增加至2022年的人民幣520.8百萬元。此大致與在線廣告解決方案服務的業務增長相符。我們的媒體平台廣告流量成本由2022年的人民幣520.8百萬元減少至2023年的人民幣437.5百萬元，與在線廣告解決方案服務的收入減少一致。於2021年、2022年及2023年，精準營銷服務成本佔我們服務成本較高比例，於有關年度分別佔我們服務成本的89.1%、90.2%及83.6%。相反，於往績記錄期，與SaaS業務有關的服務成本分別於有關年度佔服務成本的10.9%、9.8%及16.4%。

財務資料

下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的服務成本明細，以絕對數額及佔服務成本百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
SaaS業務	43,550	10.9	57,192	9.8	86,223	16.4
精準營銷服務	355,874	89.1	525,546	90.2	439,715	83.6
總計	399,424	100.0	582,738	100.0	525,938	100.0

毛利及毛利率

下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的毛利明細，以絕對數額及毛利率列示：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)					
SaaS業務	395,092	90.1	472,685	89.2	616,155	87.7
精準營銷服務	82,715	18.9	87,353	14.3	90,027	17.0
— 在線廣告解決方案服務	8,460	2.4	7,942	1.5	7,348	1.7
— 在線廣告分發服務	74,255	89.2	79,411	94.8	82,679	97.6
總計	477,807	54.5	560,038	49.0	706,182	57.3

財務資料

於往績記錄期，由於業務增長，尤其是SaaS業務的增長，毛利隨著收入增加而蓬勃增長。整體毛利率由2021年的54.5%下降至2022年的49.0%，並上升至2023年的57.3%。我們整體毛利率的波動與我們收入結構的變化總體上一致，原因是於2021年、2022年及2023年，毛利率相對較高的SaaS業務的收入貢獻分別佔我們總收入的50.0%、46.4%及57.0%。由於成本結構不同，我們的SaaS業務錄得比精準營銷服務更高的毛利率。對於SaaS業務，服務成本主要包括僱員福利開支、寬頻及其他硬件、折舊及攤銷等成本，其中僱員福利開支和寬頻及其他硬件成本佔服務成本的大部分。於SaaS業務初始時對寬頻及其他硬件進行初始投資後，我們能夠從規模經濟中受益，折舊及攤銷成本的絕對金額通常不大。此外，僱員福利開支一般不會隨SaaS收入的增長成比例增長，因此毛利率相對較高。對於精準營銷業務，絕大部分服務成本均來自我們在線廣告解決方案服務的媒體平台流量採購成本，通常絕對金額較大，毛利率相對較低。

受益於業務增長及規模經濟，SaaS業務的毛利率於2021年為90.1%，並於2022年維持相對穩定於89.2%。SaaS業務的毛利率於2023年小幅下降至87.7%，主要是由於為了加強我們SaaS產品的表現而增加採購廣告數據服務。

於往績記錄期，我們精準營銷服務的毛利率有所波動，於2021年、2022年及2023年分別為18.9%、14.3%及17.0%，總體上與收入結構的變化一致。在線廣告解決方案服務的收入分別佔2021年、2022年及2023年的81.0%、86.3%及84.0%，按總額基準確認，且毛利率相對較低，於2021年、2022年及2023年分別為2.4%、1.5%及1.7%。相較而言，我們在線廣告分發服務的收入按淨額基準確認，同期毛利率較高，分別為89.2%、94.8%及97.6%。在線廣告解決方案服務的毛利率波動主要歸因於媒體平台收獲的返利率及授予客戶的返利率的變動。請參閱「業務－精準營銷－返利」。在線廣告分發服務的毛利率整體上升主要是由於員工成本減少，乃因我們提高團隊的營運效率。例如，我們開發了專有自動充電系統。廣告客戶提交賬戶充值請求後，系統將自動審核該請求，並完成充值流程，省去營運團隊手動登入媒體平台後端下單的時間。此外，在製作廣告內容時，我們的團隊使用廣告設計工具，根據廣告客戶提供的建議，協調製作廣告素材，作為傳統內容製作方式的補充。這些措施幫助我們簡化工作流程，並有效提高人員效率。

財務資料

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包括(i)銷售及營銷人員的僱員福利開支，(ii)合約獲取成本，指我們為SaaS業務向渠道合作夥伴支付的款項，(iii)辦公室及租賃開支，及(iv)營銷及推廣開支，指我們與SaaS業務有關的銷售及營銷活動產生的成本。銷售及分銷開支於2021年、2022年及2023年分別佔收入的32.4%、27.6%及26.5%。

下表載列於所示年度我們銷售及分銷開支主要組成部分的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
僱員福利開支	170,272	195,574	186,776
合約獲取成本	32,225	32,780	34,747
辦公室及租賃開支	28,032	20,522	24,137
營銷及推廣開支	31,673	31,474	45,595
折舊及攤銷	21,956	34,645	35,543
	284,158	314,995	326,798
總計	284,158	314,995	326,798

我們銷售及營銷人員的僱員福利開支由2021年的人民幣170.3百萬元增加至2022年的人民幣195.6百萬元，主要因為我們於2022年將銷售團隊規模維持於合理水平及提高我們的招聘標準及薪酬水平。我們銷售及營銷人員的僱員福利開支由2022年的人民幣195.6百萬元減少至2023年的人民幣186.8百萬元，主要是由於每月平均銷售及營銷人員人數由2022年的1,227人減少至2023年的957人。請參閱「業務－僱員」。此外，我們於2021年、2022年及2023年向直銷團隊分別授予績效獎金人民幣7.0百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣2.9百萬元。於2021年、2022年及2023年的銷售佣金總額分別為人民幣18.1百萬元、人民幣17.4百萬元及人民幣20.0百萬元。請參閱「業務－銷售及營銷－SaaS業務」。

財務資料

我們的折舊及攤銷由2021年的人民幣22.0百萬元增加至2022年的人民幣34.6百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣35.5百萬元，主要是由於我們隨著業務規模擴張而租賃更多辦公物業及購買更多辦公室設備。

行政開支

行政開支主要包括(i)行政人員的僱員福利開支、(ii)辦公室及租賃開支、(iii)折舊及攤銷、(iv)以股份為基礎的開支、(v)專業服務費及(vi)[編纂]開支。我們行政人員的僱員福利開支由2021年的人民幣92.7百萬元增加至2022年的人民幣105.0百萬元，主要是由於為加強總部職能而增加平均薪酬。我們行政人員的僱員福利開支由2022年的人民幣105.0百萬元減少至2023年的人民幣99.9百萬元，主要由於每月平均行政人員人數由2022年的536人減少至2023年的447人。我們的折舊及攤銷金額由2021年的人民幣19.8百萬元增加至2022年的人民幣28.3百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣30.2百萬元，主要是由於我們隨著業務規模擴張而租賃更多辦公物業及購買更多辦公室設備。我們於2021年錄得專業服務費人民幣18.1百萬元，主要指我們就融資活動產生的諮詢及專業服務產生的開支。行政開支於2021年、2022年及2023年分別佔收入的19.6%、16.5%及16.5%。

下表載列於所示年度我們一般及行政開支組成部分的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
僱員福利開支	92,712	104,977	99,946
辦公室及租賃開支	26,672	18,435	22,078
折舊及攤銷	19,825	28,316	30,213
以股份為基礎的開支	7,952	8,378	8,378
專業服務費	18,079	4,979	6,889
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	2,871	9,181	10,839
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

財務資料

研發開支

研發工作主要關注於為SaaS產品開發及升級技術及功能模塊。研發開支主要包括(i)研發人員的僱員福利開支、(ii)折舊及攤銷及(iii)辦公室及租賃開支。研發人員的僱員福利開支由2021年的人民幣116.2百萬元增加至2022年的人民幣172.8百萬元，主要是由於年內擴大研發團隊的規模。尤其是，研發人員的僱員福利開支和研發人員的數目在2021年大幅增加，主要是由於我們推出不同項目以進一步增強Marketingforce平台的數據分析、集成和處理能力。我們的研發團隊為增強我們的核心技術能力以協助SaaS產品保持競爭力至關重要，例如升級和迭代功能模塊以及增強Marketingforce平台的數據分析能力。我們研發人員的僱員福利開支由2022年的人民幣172.8百萬元減少至2023年的人民幣149.8百萬元，主要是由於我們精簡研發力量，將若干輔助研發工作外包予第三方技術服務供應商，如開發可增強我們產品功能的系統瀏覽器擴展，使研發人員的月均人數由2022年的596人減少至2023年的511人。同時，我們專注於核心技術開發的內部研發活動，這使我們能夠進一步升級SaaS產品的功能模塊，並增強我們的Marketingforce平台的數據分析能力。請參閱「業務－研發」。研發開支於2021年、2022年及2023年分別佔收入的18.3%、19.7%及17.0%。為保持我們研發的實力，我們一直並將繼續投資於研發活動。

下表載列於所示年度我們研發開支組成部分的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
僱員福利開支	116,225	172,795	149,777
折舊及攤銷	20,065	26,063	27,828
辦公室及租賃開支	15,620	16,619	11,592
專業服務費	8,678	9,144	20,840
	160,588	224,621	210,037
總計	160,588	224,621	210,037

財務資料

其他收入及收益

其他收入及收益主要包括(i)額外可抵扣進項稅額、(ii)政府補助及(iii)銀行利息收入。下表載列於所示年度我們的其他收入及收益主要組成部分的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
額外可抵扣進項稅額	32,525	33,239	25,332
政府補助	6,650	11,947	12,727
銀行利息收入	526	1,109	1,048
出售使用權資產及租賃負債的收益	13	208	424
修改使用權資產及租賃負債的收益	—	—	281
匯兌收益淨額	—	971	—
其他	62	228	92
總計	39,776	47,702	39,904

提供予我們的額外可抵扣進項稅額與合資格公司的增值稅抵減有關，屬有條件性質。增值稅抵減乃指以若干百分比（2019年4月至2022年12月為10%，2023年為5%）從應納稅額中加權扣除的可抵扣進項稅額。根據由財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月頒佈的《財政部稅務總局海關總署關於深化增值稅改革有關政策的公告》及其後的有關法律及政策，該抵減乃基於我們向相關稅務部門登記的SaaS業務及精準營銷解決方案服務的服務成本計算。請參閱「監管概覽 — 法規 — 有關中國稅務的法規 — 增值稅」。

融資成本

我們的融資成本包括(i)可贖回優先股的利息（此與優先股有關）、(ii)計息銀行借款的利息及(iii)租賃負債利息。於2021年、2022年及2023年，我們的融資成本分別為人民幣26.5百萬元、人民幣28.0百萬元及人民幣35.2百萬元。

財務資料

可轉換可贖回優先股的公平值變動

可轉換可贖回優先股的公平值變動指與已發行予[編纂]前投資者的可轉換可贖回優先股負債部分有關的公平值變動。可轉換可贖回優先股在發行時按公平值初始確認。我們於損益中確認可轉換可贖回優先股贖回部分的變動。請參閱本文件附錄一會計師報告附註29。於2021年、2022年及2023年，我們錄得的可轉換可贖回優先股的公平值變動分別為人民幣122.2百萬元、人民幣61.1百萬元及人民幣107.8百萬元。

其他開支

其他開支主要包括(i)出售物業、廠房及設備項目虧損、(ii)出售使用權資產及租賃負債的虧損及(iii)匯兌虧損。請參閱本文件附錄一會計師報告附註9。於2021年、2022年及2023年，我們的其他開支分別為人民幣2.0百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.6百萬元。

下表載列於所示年度其他開支的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
出售物業、廠房及設備項目的虧損	132	125	30
匯兌虧損淨額	1,422	–	60
其他	444	–	495
總計	1,998	125	585

金融資產減值

金融資產減值指根據預期信貸虧損模式確認的金融資產減值虧損。請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.4。於2021年、2022年及2023年，我們的金融資產減值分別為人民幣15.2百萬元、人民幣6.5百萬元及人民幣31.1百萬元。2023年的增加主要是由於考慮到整體市況，對貿易應收款項及其他應收款項的預期信貸虧損作出評估所致。

財務資料

所得稅開支

我們須按實體基準就於成員公司註冊及營運所在的稅務司法權區中產生或取得的利潤繳納所得稅。根據開曼群島現行法律，本公司毋須繳納所得稅或資本利得稅。此外，本公司向其股東支付股息時，無須繳納開曼群島預扣稅。

於往績記錄期，於香港註冊成立的附屬公司須就於香港產生的估計應課稅利潤按16.5%的稅率繳納所得稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「**企業所得稅法**」）及《企業所得稅法實施條例》，除稅務優惠情形外，於往績記錄期，中國附屬公司的企業所得稅率為25%。有關我們的中國附屬公司於往績記錄期獲授稅務寬減的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註12。所得稅開支於往績記錄期增加主要由於本集團部分附屬公司的應課稅收入增加。我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期，我們的中國營運附屬公司概無因嚴重違反稅務法律及法規而受到相關稅務機關的行政處罰。

於2021年、2022年及2023年，我們分別錄得不可扣稅開支人民幣19.4百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣18.7百萬元。不可扣稅開支主要指不可扣稅的可轉換可贖回優先股的公平值虧損。

下表載列於所示年度我們所得稅開支的主要組成部分的明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
			(人民幣千元)
即期所得稅	7,509	7	–
遞延所得稅	(22)	(39)	55
	<u>7,487</u>	<u>(32)</u>	<u>55</u>
總計	<u>7,487</u>	<u>(32)</u>	<u>55</u>

財務資料

各期間經營業績比較

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣1,142.8百萬元增加至2023年的人民幣1,232.1百萬元，主要由於來自SaaS業務的收入增加，部分被精準營銷業務收入下降所抵銷。

SaaS業務

SaaS業務的收入由2022年的人民幣529.9百萬元增加32.6%至2023年的人民幣702.4百萬元，主要歸因於我們SaaS業務的用戶數量由2022年的23,647名增加至2023年的25,495名，及每名用戶平均合約價值由2022年的人民幣41,584元增加至2023年的人民幣51,238元。有關增加主要是由於(i)我們改進並擴大SaaS產品系列，激勵用戶增加消費及(ii)我們對客戶成功的不懈努力，幫助用戶更好地了解並創造SaaS產品的最大價值。

精準營銷服務

我們精準營銷服務的收入由2022年的人民幣612.9百萬元減少13.6%至2023年的人民幣529.7百萬元，主要由於在線廣告解決方案服務的收入由2022年的人民幣529.2百萬元減少至2023年的人民幣445.0百萬元。有關減少主要由於在線廣告解決方案服務的廣告客戶數量減少，因為我們基於多項因素（如客戶信貸記錄、業務前景及毛收入）積極調整客戶組合。這符合我們未來專注於廣告分發服務的整體策略，以期改善整體盈利能力及運營效率，同時盡量降低風險。

服務成本

我們的服務成本由2022年的人民幣582.7百萬元減少9.7%至2023年的人民幣525.9百萬元，主要由於精準營銷服務的服務成本減少，部分被SaaS業務的服務成本增加所抵銷。

SaaS業務

我們SaaS業務的服務成本由2022年的人民幣57.2百萬元增加50.7%至2023年的人民幣86.2百萬元。有關增加主要由於採購寬頻、硬件及其他配套服務，以加強我們SaaS產品的表現。

財務資料

精準營銷服務

我們精準營銷服務的服務成本由2022年的人民幣525.5百萬元減少16.3%至2023年的人民幣439.7百萬元，與同年精準營銷服務的收入減少大致相符。

毛利及毛利率

鑒於上述情況，我們的整體毛利由2022年的人民幣560.0百萬元增加26.1%至2023年的人民幣706.2百萬元，而整體毛利率由2022年的49.0%增加至2023年的57.3%。整體毛利率增加主要由於SaaS業務收入的比例增加，而SaaS業務本質上利潤率相對較高。

SaaS業務

我們SaaS業務的毛利由2022年的人民幣472.7百萬元增加30.4%至2023年的人民幣616.2百萬元。毛利率由2022年的89.2%減少至2023年的87.7%。毛利率減少主要是由於成本增加，主要是由於採購廣告數據服務以加強我們SaaS產品的表現。

精準營銷服務

我們精準營銷服務的毛利由2022年的人民幣87.4百萬元增加3.1%至2023年的人民幣90.0百萬元。我們精準營銷服務的毛利率由2022年的14.3%增加至2023年的17.0%。該增加主要歸因於按淨額確認且毛利率相對較高的在線廣告分發服務的收入比例增加。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2022年的人民幣315.0百萬元略微增加至2023年的人民幣326.8百萬元，主要由於營銷及推廣開支因推廣力度加大及SaaS業務擴大而增加，部分被每月平均銷售及營銷人員人數由2022年的1,227人減少至2023年的957人，導致僱員福利開支下降所抵銷。

財務資料

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣188.9百萬元增加7.9%至2023年的人民幣203.9百萬元，主要由於(i)[編纂]增加及(ii)專業服務費增加，主要來自與日常營運相關的顧問服務，部分被每月平均行政人員人數由2022年的536人減少至2023年的447人令僱員福利開支減少所抵銷，此乃受益於我們努力提高行政管理的運營效率。

研發開支

我們的研發開支由2022年的人民幣224.6百萬元減少至2023年的人民幣210.0百萬元，主要由於(i)僱員福利開支減少，因研發人員的月均人數由2022年的596人減少至2023年的511人，部分被專業服務費增加抵銷，此乃因為我們精簡研發隊伍，並將若干輔助研發任務外包予第三方技術服務供應商所致。同時，我們將內部研發資源用於核心技術的內部開發。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2022年的人民幣47.7百萬元減少16.4%至2023年的人民幣39.9百萬元，主要由於我們有權獲得的退還可抵扣增值稅的政府補助減少。

融資成本

我們的融資成本由2022年的人民幣28.0百萬元增加25.7%至2023年的人民幣35.2百萬元，主要由於計息銀行借款及其他借款的利息增加。

可轉換可贖回優先股的公平值變動

可轉換可贖回優先股的公平值變動由2022年的人民幣61.1百萬元增加至2023年的人民幣107.8百萬元，主要由於與已發行予[編纂]前投資者的金融工具負債部分有關的公平值變動。

其他開支

於2022年及2023年，我們的其他開支分別為人民幣0.1百萬元及人民幣0.6百萬元。

財務資料

金融資產減值

於2022年及2023年，我們的金融資產減值分別為人民幣6.5百萬元及人民幣31.1百萬元。

所得稅開支

我們於2022年及2023年分別錄得所得稅抵免人民幣0.0百萬元及所得稅開支人民幣0.1百萬元。

年內虧損

鑒於上述情況，我們的淨虧損由2022年的人民幣216.5百萬元減少至2023年的人人民幣169.5百萬元。

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

收入

我們的總收入由2021年的人人民幣877.2百萬元增加30.3%至2022年的人人民幣1,142.8百萬元，主要由於SaaS業務及精準營銷服務的收入均增加。

SaaS業務

與2021年相比，我們的SaaS業務於2022年的收入增長低於預期，原因是我們的線下銷售及營銷活動以及業務運營受到COVID-19疫情爆發及2022年上半年的疫情防控措施干擾。儘管因疫情而受到負面影響，但SaaS業務仍然能夠錄得收入增長，其由2021年的人人民幣438.6百萬元增加20.8%至2022年的人人民幣529.9百萬元，主要歸因於2021年用戶訂閱的合約價值較2020年有所增加，而此項目隨後於下一年度確認為收入。有關增加主要是由於(i)我們因在中國成立銷售辦事處而持續加強了銷售及營銷工作；(ii)我們推出更完善具有升級功能模塊的產品及版本，滿足用戶於各種業務場景下的需求，吸引新用戶並激勵現有用戶增加消費；及(iii)我們對客戶成功的不懈努力及幫助用戶更好地了解並創造SaaS產品的最大價值，但由於2022年COVID-19疫情再次爆發，令我們用戶的預算暫時減少，導致每名用戶的平均合約價值下降，部分抵銷了有關增長。

財務資料

精準營銷服務

我們精準營銷服務的收入由2021年的人民幣438.6百萬元增加39.7%至2022年的人民幣612.9百萬元。這是由於(i)在線廣告解決方案服務的收入由2021年的人民幣355.3百萬元增加至2022年的人民幣529.2百萬元，及(ii)其次為在線廣告分發服務的收入由2021年的人民幣83.3百萬元增加至2022年的人民幣83.7百萬元。有關增加主要由於(i)廣告客戶數目由2021年的845名增加至2022年的998名；及(ii)每名廣告客戶的平均支出由2021年的人民幣5.5百萬元增加至2022年的人民幣5.9百萬元。該等增加受企業於2022年的在線營銷需求增加所推動，在此期間，受COVID-19疫情爆發的影響，若干業務及銷售活動轉移至在線渠道。

服務成本

我們的服務成本由2021年的人民幣399.4百萬元增加45.9%至2022年的人民幣582.7百萬元，大致與SaaS業務及精準營銷服務的業務增長相符。

SaaS業務

我們SaaS業務的服務成本由2021年的人民幣43.6百萬元增加31.3%至2022年的人民幣57.2百萬元，與2022年的業務增長導致的SaaS業務的收入增加大致相符。

精準營銷服務

我們精準營銷服務的服務成本由2021年的人民幣355.9百萬元增加47.7%至2022年的人民幣525.5百萬元。此主要由於按總額基準確認的在線廣告解決方案服務的業務增長，使得媒體平台的廣告流量獲取成本增加。

毛利及毛利率

鑒於上述情況，我們的整體毛利由2021年的人民幣477.8百萬元增加17.2%至2022年的人民幣560.0百萬元，整體毛利率由2021年的54.5%減少至2022年的49.0%。此主要歸因於我們精準營銷服務的收入比例不斷增加，而該業務本質上利潤率相對較低。

財務資料

SaaS業務

我們SaaS業務的毛利由2021年的人民幣395.1百萬元增加19.6%至2022年的人民幣472.7百萬元，與SaaS業務的收入增長相符。2021年及2022年，SaaS業務的毛利率維持相對穩定，分別為90.1%及89.2%。

精準營銷服務

我們精準營銷服務的毛利由2021年的人民幣82.7百萬元增加5.6%至2022年的人民幣87.4百萬元，同時精準營銷服務的毛利率由2021年的18.9%下降至2022年的14.3%。此主要由於按總額確認且毛利率相對較低的在線廣告解決方案服務收入比例增加。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2021年的人民幣284.2百萬元增加10.8%至2022年的人民幣315.0百萬元，主要由於僱員福利開支增加。該增加主要歸因於我們銷售及營銷人員的僱員福利開支由2021年的人民幣170.3百萬元增加至2022年的人民幣195.6百萬元。2022年，我們的銷售人員數目波動，2022年第二季度我們的銷售及營銷活動受到COVID-19疫情及相關措施的不利影響，銷售人員數目有所下降。然而，2022年第三季度，鑒於COVID-19疫情形勢轉好，我們增聘相對較多的銷售人員以加大我們的銷售及營銷力度。整體而言，於2022年，有見COVID-19疫情再次零星爆發，我們設法維持合理的銷售團隊規模，銷售人員月均人數略有下降，自2021年的1,412人減少至2022年的1,227人。此外，我們於2022年提高了招聘標準及薪酬水平以吸引合格人才，提升我們的銷售能力，進一步增加了銷售及分銷開支。

行政開支

我們的行政開支由2021年的人民幣172.0百萬元增加9.8%至2022年的人民幣188.9百萬元，主要由於為加強總部職能而提高平均薪酬導致僱員福利開支由2021年的人民幣92.7百萬元增至2022年的人民幣105.0百萬元，部分被專業服務費減少所抵銷。

財務資料

研發開支

我們的研發開支由2021年的人民幣160.6百萬元增加39.9%至2022年的人民幣224.6百萬元。此主要由於(i)為繼續投入SaaS業務研發而提高研發人員的平均薪酬導致僱員福利開支增加，以及(ii)專注於我們SaaS產品的產品升級及迭代的研發項目產生的專業服務增加，以及數據中台的數據分析能力增強。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2021年的人民幣39.8百萬元增加19.9%至2022年的人民幣47.7百萬元，主要是由於我們有權獲得的退還可抵扣增值稅的政府補助增加。

融資成本

我們的融資成本於2021年及2022年維持相對穩定，分別為人民幣26.5百萬元及人民幣28.0百萬元。

可轉換可贖回優先股的公平值變動

可轉換可贖回優先股的公平值變動由2021年的人民幣122.2百萬元減少50.0%至2022年的人民幣61.1百萬元，主要由於與已發行予[編纂]前投資者的金融工具負債部分有關的公平值變動。

其他開支

於2021年及2022年，我們的其他開支分別為人民幣2.0百萬元及人民幣0.1百萬元。

金融資產減值

於2021年及2022年，我們的金融資產減值分別為人民幣15.2百萬元及人民幣6.5百萬元。

所得稅開支

我們於2021年錄得所得稅開支人民幣7.5百萬元，並於2022年錄得所得稅抵免人民幣0.0百萬元。

年內虧損

鑒於上述情況，我們的淨虧損由2021年的人民幣272.6百萬元減少至2022年的人民幣216.5百萬元。

財務資料

若干主要資產負債表項目討論

非流動資產及負債

下表載列截至所示日期我們的非流動資產及負債：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
非流動資產			
物業、廠房及設備	110,109	121,422	93,353
使用權資產	155,414	172,663	115,316
無形資產	5,092	3,761	2,884
預付款項、其他應收款項及 其他資產	7,995	14,994	17,459
遞延稅項資產	23	55	–
合約獲取成本	364	1,108	1,390
非流動資產總值	278,997	314,003	230,402
非流動負債			
租賃負債	126,277	136,597	89,643
其他應付款項及應計費用	1,428	1,575	3,370
合約負債	57,296	64,718	66,337
可轉換可贖回優先股	942,483	1,096,475	–
遞延稅項負債	7	–	–
非流動負債總額	1,127,491	1,299,365	159,350

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備由截至2021年12月31日的人民幣110.1百萬元增加10.3%至截至2022年12月31日的人民幣121.4百萬元，主要是由於為我們在武漢新成立的第二總部採購辦公設備、傢俬及裝置。我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣121.4百萬元減少23.1%至截至2023年12月31日的人民幣93.4百萬元，主要由於折舊費用及年內添置減少。

財務資料

使用權資產

我們的使用權資產主要包括租賃土地及辦公物業。我們的使用權資產由截至2021年12月31日的人民幣155.4百萬元增加11.1%至截至2022年12月31日的人民幣172.7百萬元。該增加主要因為我們隨業務擴張而租賃更多辦公物業。我們的使用權資產由截至2022年12月31日的人民幣172.7百萬元減少33.2%至截至2023年12月31日的人民幣115.3百萬元，主要是由於租賃折舊。

可轉換可贖回優先股

於2021年，我們與[編纂]前投資者訂立認購協議並發行可轉換可贖回優先股。有關[編纂]前投資者身份及背景以及相關投資主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、重組及公司發展－於上海珍島的早期投資及[編纂]前投資」。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們錄得非流動可轉換可贖回優先股的金額分別為人民幣942.5百萬元、人民幣1,096.5百萬元及零。該等金額乃於2021年及2022年確認為非流動負債。人民幣1,223.8百萬元有關可轉換可贖回優先股於2023年重新分類為流動負債，因為截至2023年12月31日，贖回權被設定為將於不到12個月內到期。於2024年1月，因應根據經修訂的組織章程大綱及細則對贖回權作出的變動，股份再次被歸類為非流動負債。請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.2及27。然而，彼等於[編纂]後將不會影響我們的現金頭寸或資本資源。於[編纂]及該等可轉換可贖回優先股轉換為我們的普通股後，該負債將被終止確認。

流動資產／(負債)淨額

下表載列截至所示日期的流動資產及負債：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	2月29日
	(人民幣千元)			
	(未經審核)			
流動資產				
貿易應收款項及應收票據	174,218	130,886	112,663	156,012
合約獲取成本	19,790	14,314	38,406	40,867
預付款項、其他應收款項 及其他資產	1,114,108	1,399,852	1,711,324	1,462,635

財務資料

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	2月29日
	(人民幣千元)			(未經審核)
按公平值計入其他全面				
收益的金融資產	–	2,055	1,602	20
可收回稅項	8,306	2,707	–	–
受限制現金	–	9,109	20,481	11,427
短期銀行存款	–	–	50,000	50,000
現金及現金等價物	215,658	203,506	138,022	361,539
流動資產總值	1,532,080	1,762,429	2,072,498	2,082,500
流動負債				
貿易應付款項	15,568	43,669	50,950	45,328
其他應付款項及應計費用	213,642	581,544	612,701	542,021
計息銀行及其他借款	507,432	412,878	619,812	738,857
租賃負債	43,248	71,358	54,304	44,847
合約負債	357,793	418,848	509,788	423,206
應付稅項	4,358	7	7	7
可轉換可贖回優先股本	–	–	1,223,789	–
其他流動負債	24,231	28,656	32,894	28,032
流動負債總額	1,166,272	1,556,960	3,104,245	1,822,298
流動(負債)／資產淨額	365,808	205,469	(1,031,747)	260,202

截至2024年1月31日，我們的流動資產淨值為人民幣236.5百萬元，而截至2023年12月31日的流動負債淨額為人民幣1,031.7百萬元，主要是由於可轉換可贖回優先股本重新分類為非流動負債。請參閱「可轉換可贖回優先股」。

財務資料

截至2023年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣1,031.7百萬元，而截至2022年12月31日的流動資產淨值為人民幣205.5百萬元，主要由於(i)人民幣1,223.8百萬元可轉換可贖回優先股本確認入賬為2023年的流動負債，(ii)計息銀行及其他借款增加人民幣206.9百萬元，及(iii)合約負債增加人民幣90.9百萬元，部分被預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣311.5百萬元所抵銷，上述情況主要有關在線廣告分發服務的業務增長，導致代廣告主向第三方支付預付款項。

我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣365.8百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣205.5百萬元，主要由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣367.9百萬元，(ii)合約負債增加人民幣61.1百萬元，(iii)貿易應收款項及應收票據減少人民幣43.3百萬元，(iv)貿易應付款項增加人民幣28.1百萬元，及(v)租賃負債增加人民幣28.1百萬元，部分被(i)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣285.7百萬元(主要源於在線廣告分發服務的業務增長，導致代廣告主向第三方支付預付款項相關的其他應收款項增加)，及(ii)計息銀行及其他借款減少人民幣94.6百萬元所抵銷。

截至2021年及2022年12月31日，我們分別錄得負債淨額人民幣482.7百萬元及人民幣779.9百萬元。該增加主要是由於2022年年內虧損人民幣216.5百萬元及因2022年換算產生的匯兌差額人民幣89.1百萬元所致。我們的負債淨額由截至2022年12月31日的人民幣779.9百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣960.7百萬元，主要是由於2023年年內虧損人民幣169.5百萬元及2023年換算產生的匯兌差額人民幣19.7百萬元。所有可轉換可贖回優先股將轉換為本公司普通股，而可轉換可贖回優先股的負債將於[編纂]後終止確認並以權益增加入賬。我們預期我們的負債淨額狀況將於[編纂]後轉變為資產淨值狀況。

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項主要與應收以下人士的款項有關：(i)我們精準營銷服務的廣告客戶及(ii) SaaS業務的用戶。我們的應收票據主要與我們在線廣告分發服務的應收廣告客戶款項有關。

財務資料

下表載列截至所示日期的貿易應收款項及應收票據：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
應收票據	116,154	12,650	1,436
貿易應收款項	74,454	129,799	129,139
減值	(16,390)	(11,563)	(17,912)
總計	174,218	130,886	112,663

於往績記錄期，我們已實施有效的信貸管理制度及政策。對於我們的精準營銷服務，與客戶的交易條款以信貸為主，根據我們的客戶信貸管理系統，通常按相關客戶的信貸可靠性向客戶提供不超過90天的信貸期。對於我們的SaaS業務我們通常要求用戶在交付SaaS產品之前預先支付款項，而若干高價值客戶可獲得交付產品或服務後最高三個月的信貸期。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項（基於確認日期及扣除撥備）的賬齡分析：

	截至12月31日					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
90日以內	44,753	75.6	108,465	91.7	72,757	65.4
90日至180日	4,799	8.1	6,267	5.3	20,530	18.5
181日至1年	3,885	6.6	1,001	0.8	14,128	12.7
1年以上	5,751	9.7	2,637	2.2	3,823	3.4
總計	59,188	100.0	118,370	100.0	111,238	100.0

我們的貿易應收款項由截至2021年12月31日的人民幣74.5百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣129.8百萬元，主要由於：(i)在線廣告解決方案服務的收入隨著我們的業務擴展而增加及我們就在線廣告解決方案服務向客戶授予信貸期；及(ii)由於2022年COVID-19疫情再次爆發的不利影響，我們部分客戶減緩結算流程。我們的貿易應收款項維持相對穩定，截至2022年12月31日為人民幣129.8百萬元及截至2023年12月31日為人民幣129.1百萬元。截至2023年12月31日，賬齡超過90天的貿易應收款項有所增加，主要是由於來自與我們建立長期業務關係並被授予較長信貸期的若干主要廣告客戶的貿易應收款項增加。截至2024年3月31日，人民幣25.1百萬元，即截至2023年12月31日賬齡超過90天的應收賬款約65.3%已結清。

財務資料

下表載列截至所示日期應收票據的主要組成部分：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
已貼現但未終止確認的票據	115,116	12,650	–
手頭應收票據	<u>1,038</u>	<u>–</u>	<u>1,436</u>
總計	<u>116,154</u>	<u>12,650</u>	<u>1,436</u>

過往，我們在線廣告分發服務的若干廣告客戶以銀行承兌票據付款。根據我們的會計政策，我們評估與該等票據相關的財務風險，並通過將該等票據確認為應收票據來保留風險及回報，直至該等票據到期為止，屆時相關風險被視為已消除。由於2021年收到的所有銀行承兌票據於2022年到期並終止確認，已貼現但未終止確認的銀行承兌票據餘額減少至截至2022年12月31日的人民幣12.7百萬元，導致應收票據由截至2021年12月31日的人民幣116.2元減少至截至2022年12月31日的人民幣12.7百萬元。截至2023年12月31日，我們錄得應收票據人民幣1.4百萬元。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們於一年內到期（基於確認日期）的應收票據於扣除撥備後分別為人民幣115.0百萬元、人民幣12.5百萬元及人民幣1.4百萬元。截至2023年12月31日，我們的絕大部分應收票據均於一年內到期。

我們亦已實施貿易應收款項及應收票據管理政策，以監察和加強在日常業務過程中應收款項及應收票據的收款情況。我們的財務部門負責每月編製一份應收款項及應收票據收款過程的報告。我們將應收款項及應收票據的收款指派給我們的銷售團隊。在相關服務開始或相關產品交付後，負責的銷售團隊會迅速聯繫相關客戶以進行付款結算，且銷售團隊須與客戶保持頻繁溝通，確保有效的信貸控制。倘若付款逾期而客戶無法立即結算，銷售團隊將聯繫客戶並實施付款計劃，以確保貿易應收款項及應收票據的可收回性。具體而言，對於應收款項賬齡超過兩年，總金額超過人民幣0.5百萬元的每名客戶，我們將向該客戶發出書面通知。如果在發出書面通知後30天內仍未付款，我們將在適當時將案件移交給我們的法務部門，我們的法務部門將採取行動，包括在必要時透過法律程序收款。

財務資料

我們已透過考慮客戶的財務狀況、客戶的信貸評級及信貸記錄、本集團與客戶之間的關係年長、對客戶履行其對我們的付款義務的能力有重大不利影響的未來市場或環境變動及其他因素，評估相關未償還貿易應收款項及應收票據的可收回性。我們認為，無法收回相關貿易應收款項及應收票據的風險相對較低，主要是因為我們已經評估了客戶的歷史信用狀況。

我們採用國際財務報告準則第9號規定的計提預期信貸虧損的方法。截至2021年、2022年及2023年12月31日，應收票據的預期信貸虧損率分別為0.97%、1.06%及0.77%。應收票據的預期虧損率的波動主要由於應收票據（包括商業承兌匯票以及銀行承兌匯票）的組成有變動。與銀行承兌匯票相比，商業承兌匯票有較高的信貸風險，故預期信貸虧損率較高。此外，儘管銀行承兌匯票的信貸風險相對較低，但銀行承兌匯票的信貸風險因不同承兌銀行而異。因此，平均預期信貸虧損率會隨應收票據的組成變動而波動。

我們的貿易應收款項及應收票據減值虧損政策乃基於須運用判斷及估算的應收款項可收款性評估和賬齡分析，其考慮到結餘賬齡、存在爭議、最近的歷史支付模式、任何其他有關客戶信譽的可用信息和宏觀經濟的影響。我們持續密切審查貿易應收款項及應收票據結餘和任何逾期餘額，並評估逾期結餘的可收回性。截至2021年、2022年及2023年12月31日，貿易應收款項及應收票據減值分別為人民幣16.4百萬元、人民幣11.6百萬元及人民幣17.9百萬元。有關我們的貿易應收款項及應收票據會計方式及預期信貸虧損資料說明的進一步資料，請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註20。綜上所述，我們認為並不存在貿易應收款項及應收票據的可追回性問題，並已計提足夠撥備。

下表載列於所示年度我們的貿易應收款項的周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
貿易應收款項的周轉天數 ⁽¹⁾	<u>48</u>	<u>33</u>	<u>38</u>

附註：

- (1) 貿易應收款項的周轉天數等於期初及期末貿易應收款項結餘的平均數除以有關期間的總收入，再乘以有關期間的天數。

財務資料

我們的貿易應收款項的周轉天數由2021年的48天減少至2022年的33天，主要由於(i)我們的SaaS產品於2021年收緊信貸政策，通常要求用戶在交付SaaS產品之前支付預付款項，以及(ii)加強對貿易應收款項的管理。我們的貿易應收款項周轉天數由2022年的33天增加至2023年的38天，主要因為我們延長我們若干信譽良好的廣告客戶的信貸期。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的貿易應收款項及應收票據中的人民幣84.0百萬元或約74.6%已結清。

預付款項、其他應收款項及其他資產(流動)

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項－第三方，主要指應收購買我們在線廣告分發服務的廣告客戶的款項、(ii)其他預付款項、(iii)其他可收回稅項，以及(iv)按金及其他應收款項。

下表載列截至所示日期我們的預付款項、其他應收款項及其他資產：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
代表廣告主支付預付款項有關			
的其他應收款項－第三方	1,065,794	1,334,168	1,670,000
其他預付款項	26,132	20,592	23,637
其他可收回稅項	17,560	39,978	27,966
按金	15,028	22,930	12,603
購買廣告流量的預付款項	9,853	2,885	4,758
[編纂]開支撥充資本	[編纂]	[編纂]	[編纂]
合同履行成本	—	—	6,663
其他	872	605	5,034
減值撥備	(22,438)	(24,627)	(40,483)
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2021年12月31日的人民幣[編纂]百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣[編纂]百萬元，並進一步增加至截至2023年12月31日的人民幣[編纂]百萬元，主要由於我們的在線廣告分發服務業務增長導致代表廣告主向第三方支付預付款項相關的其他應收款項增加所致。在線廣告

財務資料

分發服務中，有時，我們在收到廣告客戶的付款前代表該等廣告主向媒體平台支付款項。代表廣告主支付的該等款項確認為其他應收款項。根據弗若斯特沙利文的資料，參考上市公司公開披露的有關其在線廣告分發服務的資料以及與行業專家的訪談，代表廣告客戶向我們經營所在行業的第三方媒體平台作出預付款項的情況並不罕見。我們與代表廣告客戶向第三方媒體平台預付款項有關的其他應收款項餘額相對較大，符合行業慣例。根據弗若斯特沙利文的資料，與代表廣告主向第三方媒體平台預付款項有關的其他應收款項結餘佔來自在線廣告分發服務的收入的平均範圍介乎50%至300%，原因是越來越多的市場參與者向信用度良好的合資格客戶授予更長的信用期限，以更好地把握市場機遇。

代廣告主收取與預付款項有關的其他應收款項由截至2021年12月31日的人民幣1,065.8百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣1,334.2百萬元，主要是由於代廣告主向媒體平台作出的墊款增加以及在線廣告分發服務的總賬單增加。代廣告主收取與預付款項有關的其他應收款項由截至2022年12月31日的人民幣1,334.2百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣1,670.0百萬元，主要因為我們自2022年下半年起延長數名信貸期較長的廣告客戶的信貸期。於我們為該等客戶延長信貸期後，我們繼續與彼等訂立交易，且截至2022年12月31日，根據延長信貸期錄得與代表廣告主支付的預付款項有關的額外其他應收款項人民幣831.4百萬元，佔截至同日總結餘的62.3%。截至2023年12月31日，根據延長信貸期與該等客戶進行的交易產生的與代表廣告主支付的預付款項有關的其他應收款項達到人民幣1,335.6百萬元，佔截至同日與代廣告主收取與預付款項有關的其他應收款項結餘總額的80.0%。

我們通常就在線廣告分發服務向廣告客戶授予不超過90天的信貸期。於2022年，由於COVID-19再度爆發及市場競爭激烈，優質廣告客戶尋求較長信貸期的情況普遍。考慮到我們與部分廣告客戶的長期關係，除信貸期外，我們更向該等廣告客戶授予若干寬限期（主要為發票日期後90天至180天）。例如，四名最大廣告客戶（按截至2022年12月31日的代表廣告客戶支付預付款項有關的其他應收款項的期末結餘計）獲授予較長信貸期。我們與該四名廣告客戶的業務關係介乎約三至五年。

財務資料

下表載列截至往績記錄期各年末我們代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日					
	2021年		2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
90天以內	738,783	69.4	619,678	46.5	840,096	50.3
90天至180天	218,842	20.5	446,009	33.4	414,948	24.9
181天至1年	95,346	8.9	258,588	19.4	390,966	23.4
1年以上	12,823	1.2	9,893	0.7	23,990	1.4
總計／整體	<u>1,065,794</u>	<u>100.0</u>	<u>1,334,168</u>	<u>100.0</u>	<u>1,670,000</u>	<u>100.0</u>

賬齡超過90天的代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項由截至2021年12月31日的人民幣327.0百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣714.5百萬元，主要是由於(i)我們繼續擴大在線廣告分發服務的業務規模及(ii)由於COVID-19再度爆發及市場競爭激烈，我們向若干信譽良好且與我們有長期業務關係的客戶授予更長的信貸期。賬齡超過90天且超出適用信貸期的未償還結餘由截至2021年12月31日的人民幣113.4百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣141.9百萬元，而佔賬齡超過90天總結餘的百分比則由截至2021年12月31日的34.7%減少至截至2022年同日的19.9%。

賬齡超過90天的代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項由截至2022年12月31日的人民幣714.5百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣829.9百萬元，主要來自與我們若干客戶的交易，彼等繼續享受我們自2022年下半年以來為他們延長的長期信貸期，而彼等繼續與我們維持持續的業務關係。賬齡超過90天且超出適用信貸期的未償還結餘由截至2022年12月31日的人民幣141.9百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣419.0百萬元，而佔賬齡超過90天總結餘的百分比則由截至2022年12月31日的19.9%增至截至2023年12月31日的50.5%。未償還結餘的增加主要與我們的幾位主要客戶有關，我們與彼等保持長期良好關係，並知悉不存在重大可收回問題。

我們持續監控長期及／或逾期應收款項的收回情況。截至2024年3月31日，截至2023年12月31日與賬齡超過90天的廣告商預付款項相關的其他應收款項人民幣732.3百萬元(或約88.2%)已結清。其中，截至同日，代廣告主收取與預付款項有關的其他

財務資料

應收款項（其截至2023年12月31日的賬齡超過90天及仍未根據適用信貸條款予以清償）中的人民幣366.3百萬元或約87.4%已結清。我們已與若干廣告客戶商定結算計劃，以於指定時間內結清未償還結餘。就其餘廣告客戶而言，我們正在磋商結算計劃。此類結算計劃通常會指定目標日期以及每個日期之前須結算的金額。由於我們與該等客戶保持長期關係，我們可能會不時更新金額及時間表，以反映正在進行的交易。

我們其他應收款項的預期信貸虧損的對價載列於本文件附錄一會計師報告附註21。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項中的人民幣1,000.6百萬元或約59.9%已結清。

下表載列於所示年度代表廣告主向第三方支付預付款項相關的其他應收款項的周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
代表廣告主支付預付款項有關 的其他應收款項－第三方 ⁽¹⁾	<u>64</u>	<u>75</u>	<u>90</u>

附註：

- (1) 代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項的周轉天數－第三方，等於期內代表廣告主支付預付款項有關的其他應收款項－第三方的期初及期末結餘的平均數除以有關期間在線廣告分發服務的毛收入，再乘以有關期間的日數。

代表廣告主向第三方支付預付款項有關的其他應收款項的周轉天數由2021年的64天增加至2022年的75天，主要是由於(i)我們客戶的結算流程放慢，及(ii)2022年COVID-19再度爆發的不利影響而致使我們授予部分廣告客戶更長信貸期。代表廣告主向第三方支付預付款項的其他應收款項的周轉天數由2022年的75天增加至2023年的90天，主要是由於我們自2022年下半年起延長數名信貸期較長的廣告客戶的信貸期。

我們已根據過往結付經驗、後續結付、進一步預期結付計劃、與廣告客戶的業務關係以及彼等的信譽，評估代表廣告主向第三方支付預付款項有關的其他應收款項的可收回性。我們基於預期信貸虧損模型對其他應收款項項目的可收回性進行減值分析，包括(i)與代表廣告主向第三方支付預付款項有關的其他應收款項，(ii)按金及(iii)

財務資料

其他。為了確保其他應收款項的預期信貸虧損撥備屬充足，我們考慮了歷史虧損率，並評估了其他應收款項預期信貸虧損模型中使用的前瞻性宏觀經濟數據。有關預期信貸虧損的所有資料，請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註21。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們錄得的減值撥備分別為人民幣22.4百萬元、人民幣24.6百萬元及人民幣40.5百萬元。我們認為，無法收回與代表廣告主向第三方支付預付款項有關的其他應收款項的風險相對較低，主要由於(i)我們已經評估了客戶的歷史信用狀況，以確保向具有合適信貸記錄的客戶授予信貸期，及我們對該等客戶進行持續信貸評估，(ii)我們過去並無客戶重大收款問題，(iii)我們密切監察賬齡較長的其他應收款項，定期更新收款狀況，並於往績記錄期內各季末進行減值分析，(iv)我們將收回其他應收款項的工作分派予銷售人員，並要求彼等與我們的客戶保持迅速及頻繁的溝通，從而確保有效實施信貸控制，及(v)我們與客戶已就逾期應收款項的結算計劃達成協議或正與客戶就逾期應收款項磋商結算計劃。鑒於上述情況，我們認為並不存在與代表廣告主向第三方支付預付款項有關的其他應收款項的可收回性問題，並已計提足夠撥備。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的預付款項、其他應收款項及其他資產中的人民幣1,025.6百萬元或約59.9%已結清。

按公平值計入其他全面收益的金融資產及按公平值計入損益的金融負債

截至2023年12月31日，我們的應收票據按公平值計入其他全面收益（「按公平值計入其他全面收益」）計量並分類為第三級。按公平值計入其他全面收益計量的應收票據的公平值乃使用貼現現金流量法釐定。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的可轉換可贖回優先股按公平值計入損益計量並確認為第三級。按公平值計入損益計量的可轉換可贖回優先股的公平值採用倒推法及貼現現金流量法釐定。金融工具的公平值計量詳情於本文件附錄一會計師報告附註2.4披露。

對於第三級金融工具的估值，董事根據專業意見採納以下程序：(i)委聘獨立估值師並提供必要的財務及非財務資料，以便估值師進行估值程序，並與估值師討論有關假設；(ii)審慎考慮所有資料，尤其是需要管理層評估及估計的非市場相關資料輸入，例如流動性折扣；及(iii)審閱估值師編製的估值工作文件及結果。基於上述程序，就編製本文件附錄一會計師報告而言，董事信納於歷史財務資料中分類為公平值計量第三級的金融工具的估值工作。

財務資料

金融資產及負債的公平值計量詳情，特別是公平值層級、估值技術及關鍵輸入數據（包括第三級計量的重大不可觀察輸入數據）的詳情披露於本文件附錄一所載申報會計師根據香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報聘用準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」編製的會計師報告附註36。申報會計師對本集團整體於往績記錄期歷史財務資料的意見載於本文件附錄一第I-2頁。

就分類為公平值計量第三層級的金融資產及負債的估值而言，聯席保薦人已進行相關盡職調查工作，包括但不限於(i)獲取有關估值師的資格及其核心團隊成員的背景、資歷及工作經驗的資料；(ii)獲取並審閱估值師發表的估值報告及估值師編製的相關文件；(iii)與本公司及估值師討論有關金融資產與負債估值的主要基準及假定；(iv)審閱本文件附錄一會計師報告的相關附註，以及(v)理解本公司管理層及申報會計師有關第三層級金融資產及負債估值所進行的工作。經考慮本公司管理層及申報會計師所進行的工作以及上述進行的相關盡職調查工作，聯席保薦人並無注意到任何事宜會導致聯席保薦人質疑估值師對分類為公平值計量第三層級的金融資產及負債的估值分析。

貿易應付款項

我們為客戶向媒體平台購買廣告流量。我們的貿易應付款項主要包括為在線廣告解決方案服務購買廣告流量而應付媒體平台的款項。我們一般要求新廣告客戶預付款項，且根據若干廣告客戶的信譽授予不超過90天的信貸期。我們通常享有媒體平台授予最多28天的信貸期。

我們的貿易應付款項由截至2021年12月31日的人民幣15.6百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣43.7百萬元。我們的貿易應付款項由截至2022年12月31日的人民幣43.7百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣51.0百萬元，主要由於我們的流量採購隨著SaaS業務的擴展而增加。

財務資料

下表載列截至所示日期我們按發票日期劃分的貿易應付款項的賬齡分析：

	2021年		截至12月31日 2022年		2023年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
1年以內	11,081	71.2	37,183	85.1	45,952	90.2
1年以上	4,487	28.8	6,486	14.9	4,998	9.8
總計	15,568	100.0	43,669	100.0	50,950	100.0

下表載列於所示年度我們的貿易應付款項的周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
貿易應付款項的周轉天數 ⁽¹⁾	20	19	33

附註：

- (1) 貿易應付款項的周轉天數等於期初及期末貿易應付款項結餘的平均數除以有關期間的服務成本，再乘以有關期間的天數。

於2021年及2022年，我們貿易應付款項的周轉天數維持相對穩定，分別為20天及19天。我們貿易應付款項的周轉天數由2022年的19天增加至2023年的33天，主要是因為隨著我們與若干主要媒體平台的總支出增加，我們能夠與該等媒體平台協商更優惠的結算期。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的貿易應付款項中的人民幣25.0百萬元或約49.0%已結清。

其他應付款項及應計費用（即期）

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(i)代表客戶向媒體平台應付費用、(ii)廣告主墊款、(iii)應付工資及福利、(iv)遞延收入，以及(v)按金。代表客戶向媒體平台應付費用指為廣告客戶提供在線廣告分發服務產生的流量獲取成本，該款項將由我們代表該等客戶轉付予媒體平台。廣告主墊款指就我們的在線廣告分發服務自廣告客戶預收的款項，由我們代表該等客戶支付予媒體平台。

財務資料

下表載列截至所示日期我們其他應付款項及應計費用的明細：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
代表客戶向媒體平台應付費用	62,773	319,790	312,649
廣告主墊款	78,412	155,121	183,836
應付工資及福利	42,327	41,173	35,441
遞延收入	1,595	1,700	3,530
按金	4,941	12,494	18,757
其他應付稅項	3,068	3,031	4,310
其他應付款項	15,205	22,162	29,805
購買長期資產	2,665	9,277	6,253
應計[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

我們的其他應付款項及應計費用由截至2021年12月31日的人民幣[編纂]百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣[編纂]百萬元，主要由於(i)代表客戶應付媒體平台的成本由截至2021年12月31日的人民幣62.8百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣319.8百萬元，主要歸因於我們因COVID-19而放慢了對媒體平台的結算過程，以及(ii)廣告主墊款增加。此乃主要由於我們要求墊款的在線廣告分發服務客戶收入增加及由於COVID-19疫情導致我們減慢與供應商的結算過程所致。

我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣[編纂]百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣[編纂]百萬元，主要由於廣告主預付款由截至2022年12月31日的人民幣155.1百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣183.8百萬元。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的其他應付款項及應計費用中的人民幣476.9百萬元或約77.8%已結清。

代表客戶向媒體平台應付費用

代表客戶向媒體平台應付費用指就在我們的在線廣告分發服務下獲得流量而向媒體平台的應付金額。在與廣告客戶就在線廣告分發服務進行洽商後，我們將與廣告客戶就流量獲取量及結算方式達成協議。根據與媒體平台的協議，我們為廣告客戶開設並營運賬戶。作為代理，我們負責在投放廣告前為賬戶充值，通常安排在與媒體平台

財務資料

確認流量獲取成本的實際支出總額後按月結算。由於與媒體平台長期合作，我們就若干付款獲授信貸期，導致應向該等媒體平台支付成本。我們通常要求我們的新廣告客戶預付款項，我們根據其信譽向某些廣告客戶授予不超過90天的信貸期。我們與媒體平台及廣告客戶之間的結算時間差將導致暫時的運營現金流出。

下表載列於所示年度與在線廣告分發服務有關的其他應付款項及應計費用的周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
代表客戶向媒體平台應付 費用的周轉天數 ⁽¹⁾	<u>12</u>	<u>13</u>	<u>20</u>

附註：

- (1) 代表客戶向媒體平台應付費用的周轉天數等於期內代表客戶向媒體平台應付費用的期初及期末結餘平均數除以有關期間在線廣告分發服務的服務毛收入成本再乘以該期間天數。

由於受COVID-19疫情影響，我們在2022年放慢結算程序，於2021年及2022年，我們代表客戶向媒體平台應付費用的周轉天數維持相對穩定，分別為12天及13天，主要由於2022年初的期初餘額相對較低。我們代表客戶向媒體平台應付費用的周轉天數由2022年的13天增加至2023年的20天，主要由於2022年應付費用增加，以及我們於2022年及2023年付款時間表延長。

合約負債

我們的合約負債由截至2021年12月31日的人民幣415.1百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣483.6百萬元，並進一步增加至截至2023年12月31日的人民幣576.1百萬元，主要由於我們SaaS業務的業務增長而令預付款項增加。我們自2021年起收緊信貸期政策（一般要求用戶在交付SaaS產品之前預先付款）。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的合約負債中的人民幣157.2百萬元或約27.3%已確認為收入。

財務資料

流動資金及資本資源

以往，我們主要以業務運營的所得款項、銀行借款及股東權益出資撥付現金需求。於[編纂]後，我們擬透過業務營運所產生的現金及銀行借款，連同[編纂][編纂]淨額為未來資金需求提供資金。我們預期未來為業務提供資金的融資可得程度不會出現任何變動。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣215.7百萬元、人民幣203.5百萬元及人民幣138.0百萬元。我們截至2021年及2022年12月31日錄得流動資產淨值，而截至2023年12月31日錄得流動負債淨額。

現金流量

下表載列我們於所示年度的現金流量：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
營運資金變動前的經營現金流量	(27,175)	(22,050)	113,003
營運資金變動	(431,129)	84,506	(235,555)
已收利息	526	1,109	1,048
(已付)／已收所得稅	(12,020)	1,241	—
經營活動(所用)／所得現金淨額	(469,798)	64,806	(121,504)
投資活動所用現金淨額	(70,018)	(39,576)	(66,101)
融資活動所得／(所用)現金淨額	679,229	(40,080)	121,921
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	139,413	(14,850)	(65,684)
年初現金及現金等價物	76,816	215,658	203,506
匯率變動的影響淨值	(571)	2,698	200
年末現金及現金等價物	215,658	203,506	138,022

財務資料

經營活動(所用)／所得現金流量淨額

我們於2022年錄得正經營現金流量人民幣64.8百萬元，而於2021年及2023年則分別錄得負經營現金流量人民幣469.8百萬元及負經營現金流量人民幣121.5百萬元。我們的經營現金流出主要歸因於我們授予精準營銷服務客戶的信貸期通常長於我們的媒體平台供應商就有關業務授予我們的信貸期。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－過往我們曾錄得負經營現金流量，於未來可能持續」。為維持穩健的經營現金流量淨額，我們擬採取措施，包括(i)加快收回貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的週期，並與客戶協商預付款項及(ii)專注SaaS業務的增長。

於2023年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣121.5百萬元。我們的經營活動所用現金淨額按非現金及其他項目調整除所得稅前虧損人民幣169.4百萬元計算，以得出營運資金變動前的經營收益人民幣113.0百萬元。此經營虧損因營運資金變動而作出調整，主要包括預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣339.5百萬元，部分被(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣36.1百萬元，及(ii)合約負債增加人民幣92.6百萬元所抵銷。

於2022年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣64.8百萬元。我們的經營活動所用現金淨額按非現金及其他項目調整除所得稅前虧損人民幣216.5百萬元計算，得出營運資金變動前的經營虧損人民幣22.1百萬元。此經營虧損因營運資金變動而作出調整，主要包括(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣363.5百萬元，(ii)合約負債增加人民幣68.5百萬元及(iii)貿易應付款項增加人民幣28.1百萬元，部分被(i)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣298.1百萬元及(ii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣75.4百萬元所抵銷。

於2021年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣469.8百萬元。我們的經營活動所用現金淨額按非現金及其他項目調整除所得稅前虧損人民幣265.1百萬元計算，得出營運資金變動前的經營虧損人民幣27.2百萬元，並經營運資金變動(主要包括(i)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣519.7百萬元，主要由於(a)隨著我們擴大精準營銷服務下在線廣告分發服務的業務規模，代表我們的廣告主向媒體平台支付的墊款額增加，及(b)我們的戰略政策允許對若干信譽良好的長期客戶授予更長的信貸期，(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣91.7百萬元及(iii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣56.2百萬元，主要由於(a)在線廣告分發服務收入增加及(b)若干信譽良好客戶以銀行承兌票據作出的較大金額付款，部分被合約負債增加人民幣233.8百萬元所抵銷)進一步調整。

財務資料

為了改善我們的經營現金流量，就精準營銷服務而言，我們預計將加快貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項的收款，並與客戶協商預付款。我們一般在收到該等廣告客戶的付款之前向媒體平台付款，而且過往而言，我們向某些廣告客戶授予的信貸期限較平台授予公司的信貸期更長。我們預計將根據信貸管理體系不時調整客戶組合，以提高整體盈利能力及運營效率，同時將風險敞口降至最低。我們擬審慎管理精準營銷服務業務規模，保持精準營銷服務業務規模，並將廣告商及第三方的預付款相關的其他應收款項維持於合理水平，以改善整體現金流。此外，我們預計將重點關注SaaS業務的增長，以改善收入結構。我們通常要求付費用戶在交付SaaS產品之前預先付款，我們相信付費用戶的預付款將有助於改善我們的經營現金流量。

投資活動所用現金流量淨額

我們投資活動所用現金指購買主要與服務器有關的物業、廠房及設備項目。於2021年、2022年及2023年，我們投資活動所用現金淨額分別為人民幣70.0百萬元、人民幣39.6百萬元及人民幣66.1百萬元。

融資活動所得／(所用) 現金流量淨額

於2023年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣121.9百萬元，主要由於計息銀行及其他借款的所得款項人民幣1,019.0百萬元，部分被計息銀行借款還款人民幣800.0百萬元所抵銷。

於2022年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣40.1百萬元，主要由於(i)償還計息銀行借款人民幣496.6百萬元，以及(ii)支付租賃費用人民幣45.3百萬元，部分被計息銀行及其他借款所得款項人民幣516.9百萬元所抵銷。

於2021年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣679.2百萬元，主要由於(i)計息銀行及其他借款所得款項人民幣601.8百萬元，以及(ii)發行優先股所得款項人民幣524.7百萬元，部分被償還計息銀行借款人民幣276.4百萬元所抵銷。

財務資料

債務及或然負債

下表載列我們截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	2月29日
	(人民幣千元)			(未經審核)
即期				
借款	507,432	412,878	619,812	738,857
租賃負債	43,248	71,358	54,304	44,847
可轉換可贖回優先股	–	–	1,223,789	–
其他應付款項及應計 費用 – 建銀國際	–	1,845	1,214	1,356
非即期				
可轉換可贖回優先股	942,483	1,096,475	–	1,250,165
租賃負債	126,277	136,597	89,643	61,307
總計	1,619,440	1,719,153	1,988,762	2,096,532

借款

下表載列截至所示日期我們的借款的明細：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	2月29日
	(人民幣千元)			(未經審核)
銀行貸款 – 有抵押	372,316	349,817	529,032	595,505
銀行貸款 – 無抵押	20,000	–	–	–
貼現票據	115,116	12,650	–	51,372
其他借款 – 有抵押	–	50,411	90,780	91,980
總計	507,432	412,878	619,812	738,857

財務資料

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的借款總額分別為人民幣507.4百萬元、人民幣412.9百萬元及人民幣619.8百萬元。於往績記錄期，我們的借款主要用於為我們因業務擴張而增加的營運資金需求提供資金。我們的抵押銀行貸款主要由若干關聯方提供擔保。截至最後實際可行日期，我們的控股股東及／或彼等各自的緊密聯繫人並無提供存續的擔保。有關更多詳情，請參閱「與控股股東的關係－獨立於控股股東－財務獨立」。就劉歡先生及／或其聯繫人作出的擔保而言，我們並無計劃解除該等擔保。請參閱「關連交易－獲全面豁免持續關連交易」。餘下擔保為集團內擔保，而我們並無計劃解除該等擔保。我們的其他貸款主要包括無抵押銀行貸款及貼現票據。請參閱本文件附錄一會計師報告附註26。

截至2024年2月29日，我們的未動用銀行融資為人民幣0.5百萬元。我們於2021年、2022年及2023年銀行借款的實際年利率分別為2.6%至5.4%、1.3%至5.2%及1.8%至5.2%。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無重大違反契諾的情況，且我們在獲取銀行貸款及其他借款方面並無遭遇困難。

可轉換可贖回優先股

截至2021年、2022年及2023年12月31日，可轉換可贖回優先股的公平值分別為人民幣942.5百萬元、人民幣1,096.5百萬元及人民幣1,223.8百萬元。有關該等可轉換可贖回優先股的進一步資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註28。

截至2024年2月29日，我們的可轉換可贖回優先股公平值為人民幣1,250.2百萬元。

租賃負債

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們分別確認租賃負債人民幣169.5百萬元、人民幣208.0百萬元及人民幣143.9百萬元，主要由於我們業務擴張使得租賃開支增加。我們的租賃負債由截至2022年12月31日的人民幣208.0百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣143.9百萬元，主要由於我們於年內作出的租賃付款。

截至2024年2月29日，我們的租賃負債為人民幣106.2百萬元。

或然負債

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們分別無任何重大或然負債。

財務資料

債務聲明

除上文所披露者外，於往績記錄期及直至2024年2月29日（即就債務聲明而言的債務日期），我們概無任何重大按揭、押記、債權證、借貸資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債項、融資租賃或租購承擔、承兌負債（一般貿易票據除外）、承兌信貸（有擔保、無擔保、有抵押或無抵押）或擔保。自最後實際可行日期起直至本文件日期，債務狀況並無發生重大變動。

主要財務比率

下表載列於所示年度我們的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
收入增長率(%)	66.2	30.3	7.8
<i>SaaS</i> 業務(%)	94.8	20.8	32.6
精準營銷服務(%)	44.9	39.7	(13.6)
毛利率(%)	54.5	49.0	57.3
<i>SaaS</i> 業務(%)	90.1	89.2	87.7
精準營銷服務(%)	18.9	14.3	17.0

於往績記錄期，我們的收入持續增長，2021年、2022年及2023年的收入增長率分別為66.2%、30.3%及7.8%。2023年增長放緩主要是由於在線廣告解決方案服務收入減少，因為我們調整了客戶組合，導致該服務的廣告客戶數量減少。有關各年度內影響我們經營業績的因素的討論，請參閱本節「— 各期間經營業績比較」。

資本開支

我們於往績記錄期的資本開支主要包括(i)物業、廠房及設備及(ii)無形資產。

財務資料

下表載列於所示年度的資本開支：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	(人民幣千元)		
物業、廠房及設備	69,429	39,048	15,676
無形資產	589	693	939
總計	70,018	39,741	16,615

於往績記錄期，我們的資本開支增加，主要受我們業務擴張的增長所推動。我們主要以經營及融資活動所得現金撥付該等開支。

合約責任

資本承擔

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們並無任何重大資本承擔。

關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。董事認為本文件附錄一會計師報告附註34所載各項關聯方交易乃由相關各方於日常業務過程中按正常商業條款進行。董事亦認為往績記錄期內的關聯方交易不會扭曲我們的往績業績或導致歷史業績不能反映日後表現。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們自本集團一名高級管理層劉歡先生獲得若干貸款，金額分別為人民幣8.0百萬元、人民幣35.5百萬元及零。該等貸款屬非貿易性質，作我們一般公司用途，原因是我們與媒體平台和廣告客戶的結算可能會在短時間內引發我們的流動資金需求。該等貸款已於同年悉數償還。請參閱本文件附錄一會計師報告附註34。我們獨立開立銀行賬戶，且我們預期經營活動產生的現金流量、銀行貸款以及[編纂][編纂]足以撥付我們的營運資金需求。

財務資料

資產負債表外承擔及安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何重大資產負債表外承擔或安排。

財務風險披露

我們的業務使我們面臨各種財務風險，主要有外匯風險、信貸風險及流動資金風險。我們的整體風險管理計劃專注於金融市場的不可預測性，並尋求最大限度減低對我們財務表現的潛在不利影響。

外匯風險

本集團主要在中國內地及香港開展業務營運，且其大部分貨幣資產、負債及交易均主要以人民幣及美元計值。本集團並無使用任何衍生工具對沖其所面對的外匯風險。有關詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註37。

我們於2023年錄得因境外業務換算而產生的匯兌差額人民幣9.4百萬元，指換算我們附屬公司財務報表的匯兌差額。我們的若干海外附屬公司的功能貨幣主要為美元。於各報告期末，該等實體的資產及負債按報告期末的現行匯率換算為人民幣，而其損益表乃按與交易日期適用的外匯匯率相若的匯率換算為人民幣。所產生的匯兌差額於其他全面收益中確認，並於匯兌波動儲備中累計。於2023年，因換算境外業務而產生的匯兌差額為人民幣9.4百萬元，主要是由於美元與人民幣之間的匯率波動所致。

信貸風險

本集團僅與備受認可且信譽良好的第三方進行交易。我們的政策規定，所有擬用信貸期交易的客戶，均須通過信貸審核程序。此外，應收款項結餘持續受監管，而本集團承受壞賬的風險並不重大。對於並非以有關營運單位功能貨幣計值的交易，本集團在未經信貸控制部門主管特別批准的情況下不會給予信貸期。

本集團金融資產（包括現金及現金等價物、受限制現金、貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項）的信貸風險乃因對手方違約產生，最大風險相當於該等工具的賬面值。

財務資料

有關信貸風險的管理目標及政策的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註37。

流動資金風險

流動資金風險為本集團因資金短缺而難以履行財務責任的風險。本集團面臨的流動資金風險主要來自金融資產及負債的期限錯配。本集團考慮其金融負債及金融資產的到期日以監察資金短缺風險。

本集團的目標為維持資金持續性及靈活性之間的平衡。本集團旨在維持充裕現金及現金等價物，以滿足其流動資金需求。

有關我們於往績記錄期各期末金融負債的到期情況，請參閱本文件附錄一會計師報告附註37。

股息

於往績記錄期，我們概無宣派或支付任何股息。據開曼群島法律顧問告知，根據開曼群島法律，累計虧損及負債淨額狀況不一定限制本公司向股東宣派及派付股息。本公司可自利潤或股份溢價賬宣派及派付股息，惟此舉不得導致本公司無法支付其於日常業務過程中的到期債務。由於我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，任何未來股息的派付及金額亦將取決於能否自附屬公司（包括位於中國的附屬公司）收到股息。根據中國法律法規，除非我們在特定年度擁有根據中國公認會計準則或國際財務報告準則釐定的可分派利潤，否則我們不得派付股息。中國法律亦規定於中國註冊成立的外資企業須將至少10%的除稅後利潤（如有）撥作若干法定儲備金，直至法定儲備金達至並保持於相關中國實體註冊資本的50%或以上，而其不得用作現金股息分派。

未來，我們可能會以現金或其他我們認為合適的方式分配股息。我們派付的任何股息將由董事會全權酌情決定，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求和未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制以及董事會認為適用的其他因素。目前，我們尚未實施釐定派息率的政策。

財務資料

營運資金確認

董事認為，考慮到[編纂][編纂]淨額及我們可動用的財務資源，包括可用銀行融資以及現金及現金等價物，我們擁有足夠營運資金以滿足現時及自本文件日期起至少12個月的需求。

可供分派儲備

截至2023年12月31日，我們並無任何可供分派儲備。

[編纂]開支

[編纂]開支包括專業費用、[編纂]佣金及就[編纂]產生的其他費用。我們估計我們的[編纂]開支將約為[編纂]百萬港元，相當於[編纂][編纂]總額約[編纂]%（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）並假設概無[編纂]獲行使），包括(i)[編纂]相關開支（包括但不限於佣金及費用）約[編纂]百萬港元；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元，包括(a)法律顧問及會計師的費用及開支約[編纂]百萬港元；及(b)其他費用及開支約[編纂]百萬港元。約[編纂]百萬港元的[編纂]開支直接源自向公眾[編纂]股份並預期於[編纂]後直接確認為權益扣減，約[編纂]百萬港元的[編纂]開支則已於往績記錄期支出，而其餘約[編纂]百萬港元的[編纂]開支預期將於[編纂]前支出。

未經審核[編纂]經調整有形資產淨值報表

有關詳情，請參閱本文件附錄二。

概無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，我們的財務或貿易狀況、債務、抵押、或然負債、擔保或前景自2023年12月31日（即本文件附錄一所載會計師報告所報告期間的結束日期）起並無重大不利變動，且自2023年12月31日起及直至本文件日期並無發生會對本文件附錄一所載會計師報告所示資料產生重大影響的事件。

財務資料

上市規則第13.13至13.19條規定的披露事項

董事確認，截至最後實際可行日期，並未出現須根據上市規則第13.13至13.19條規定作出披露的情況。