

---

## 業 務

---

### 概覽

本公司於2005年成立，致力於應用基於人工智能推薦技術的多種「數據與人連繫」場景。我們經營四條業務線，涵蓋數字閱讀平台服務、數字營銷服務、網絡遊戲發行服務及其他數字內容服務。於往績記錄期間，我們大多數收益產生自數字閱讀平台服務及數字營銷服務下提供的廣告服務。具體而言，我們應用專有的智能推薦引擎宜搜推薦引擎收集、分析、匹配或預測用戶及客戶的需求及／或偏好，以滿足彼等於以下業務線的不同需求：

- **數字閱讀平台服務。**作為一個獨立的第三方平台，我們並不製作專有數字內容，主要依靠第三方內容提供商的數字閱讀，而向用戶推薦合適的文學資源。我們預測用戶的偏好，對推薦策略進行調整並智能推薦滿足用戶個性化需求的文學內容。此外，我們通過收集、分析和預測用戶對廣告內容的喜好，於專有平台投放廣告客戶的廣告。我們在該業務線下有兩類客戶，即用戶及廣告客戶。在付費數字閱讀服務下，客戶為購買付費服務(包括購買付費閱讀資源訂閱高級會員服務)的用戶，該服務並未產生廣告服務收入。就包含廣告的數字閱讀而言，客戶為向使用免費閱讀資源的用戶投放廣告的廣告客戶；
- **數字營銷服務。**我們收集、分析和預測用戶對廣告內容的喜好，並匹配廣告客戶的需求，以實現於合適第三方廣告渠道的廣告投放。於該業務線下，客戶通常為廣告客戶；
- **網絡遊戲發行服務。**我們識別具較高商業價值及強勁市場表現的網絡遊戲，並基於我們對用戶行為及其偏好遊戲類別或內容的分析將該等遊戲發行及推薦給在專有平台及外部渠道的合適用戶。我們於該業務線下的客戶為我們發行的網絡遊戲的用戶；及
- **其他數字內容服務。**我們推薦電信運營商的增值服務，包括音樂及回鈴音等各類數字內容，以基於我們對用戶行為、內容偏好及付費意願的分析幫助彼等接觸到在專有平台及外部渠道的目標用戶。該業務線下的客戶為向其用戶收取收入並隨後按協定比例與我們分享該等收入的電信運營商。

---

## 業 務

---

我們的人工智能推薦技術為推動我們所有業務的基礎。我們致力於持續改進人工智能推薦技術。我們已成功將包括六層的宜搜推薦引擎應用於四個「數據與人連繫」的應用場景，包括數字閱讀、數字營銷、網絡遊戲及其他數字內容，並計劃發掘於其他場景應用宜搜推薦引擎的商機。

我們擁有龐大的用戶基礎。我們的宜搜系列閱讀App截至2023年12月31日的累計註冊用戶人數為44.7百萬名。於往績記錄期間，我們平台上的用戶活躍度已不斷增加。宜搜系列閱讀App的平均月度活躍人數由2021年的23.9百萬名增加至2022年的25.6百萬名，並進一步增加至2023年的26.0百萬名。於2021年、2022年及2023年，宜搜系列閱讀App的每月每付費用戶平均收益分別為人民幣45.2元、人民幣54.8元及人民幣42.1元。

我們已實現多元商業化模式，其中主要包括訂閱、按使用付費、廣告收入及收益分成。我們各業務線的多元化變現模式的詳情如下：

- **數字閱讀**。我們主要通過付費數字閱讀服務下用戶的付費閱讀(包括購買付費數字閱讀資源及訂閱高級會員服務)，或包含廣告的數字閱讀下在文學資源中展示或嵌入廣告而自廣告客戶產生收益，其中我們按CPC基準及CPM基準向彼等收取費用；
- **數字營銷**。我們通常根據相關框架協議與廣告客戶合作產生廣告收入，並主要按CPC基準、CPM基準及CPA基準向彼等收取費用；
- **網絡遊戲發行**。我們通常就用戶於遊戲內購買虛擬道具而向彼等收取費用，隨後與第三方遊戲內容提供商分享部分收入(即收益分成)；及
- **其他數字內容**。與我們合作的電信運營商於收到用戶的收入結算後，將根據協定的比例與我們結算有關收入(即收益分成)。

我們圍繞宜搜推薦引擎、高參與度的用戶基礎及多元化數字內容建立了一個網絡平台。宜搜推薦引擎驅動我們的平台，我們的用戶及客戶可通過該平台享受涵蓋數字閱讀、廣告內容、網絡遊戲及音樂等豐富的數字內容。我們的平台連繫跨場景數字內容，涉及如數字內容提供商、媒體渠道、用戶、廣告客戶及電信運營商等多個參與者，並可讓參與者之間互動。這可使我們能夠在不同業務線實現協同效應，並幫助我們實現多元化收益變現。

---

## 業 務

---

於往績記錄期間，我們保持穩定的增長。我們截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的收益分別為人民幣433.1百萬元、人民幣456.4百萬元及人民幣559.0百萬元。於相同年度，我們的淨利率分別為11.5%、9.7%及4.5%。

### 我們的競爭優勢

我們認為以下競爭優勢有助於我們業務的成功，並助推未來的發展：

我們是一家科技驅動的移動互聯網公司，致力於宜搜推薦引擎的研發及應用。

根據易觀，我們成立於2005年，是中國最早從事人工智能推薦技術研發及應用的公司之一。我們致力於研發宜搜推薦引擎，並將之應用於多種「數據與人連繫」的應用場景。經過約十年在人工智能推薦技術方面的持續研發，我們一直緊貼推薦技術趨勢，並已成功開發出一套專有、全面的智能推薦引擎系統，對核心技術困難及行業發展需求有深入的了解。我們還建立了一套以上述技術為基礎的知識產權和專有技術系統及知識，以確保我們的核心競爭力。截至2023年12月31日，這個系統共有7項發明專利、12項登記軟件版權和17項專有技術。

為了實現對用戶偏好的高預測準確性，我們採用了多種人工智能推薦算法，將先進的機器學習及深度學習與數字內容和用戶行為特徵相結合。我們根據現有業務線將深度學習及機器學習的研究成果應用於涉及用戶數據的數據處理及數據挖掘，而宜搜推薦引擎乃基於我們的專有人工智能推薦算法建立。基於我們的現有數字內容，我們進一步訓練及優化深度學習算法模型，以提高我們推薦數字內容的能力，並將宜搜推薦引擎應用拓展至更多應用場景。我們認為，宜搜推薦引擎在智能內容推薦行業中屬先進，其中包括基於梯度提升決策樹的集成算法模型、基於TensorFlow實現的深度學習召回算法模型和排序算法模型、Item2Vec算法以及基於物品KNN的協同過濾。此外，我們成功將BERT引入宜搜推薦引擎的內容分析中，用於計算網絡文學內容的語言表示特徵，以提升數字閱讀預訓練分類的準確度。有關我們採納的有關算法模型的詳細描述，請參考本文件中「一技術」一節。

利用我們全方位優化的多算法模型，宜搜推薦引擎在以下幾個方面展示顯著技術優勢：

---

## 業 務

---

- **實時數據收集**。我們通過用戶日誌實時收集用戶在我們平台上的產品使用細節。我們的數據分佈式存儲技術基於開源集群，並已增強系統穩定性、容災性以及易用性的特點，大大提高了系統效率、數據安全性和操作便利性。
- **深度數據挖掘**。我們主要利用自然語言處理技術及機器學習技術，對來自內容提供商的內容和用戶的行為日誌數據進行深度數據挖掘和處理。
- **全方位優化的多算法模型**。我們根據不同的應用場景，應用多算法模型，挖掘不同算法的優勢，避免單種算法推薦過度，為用戶提供更加個性化的推薦服務。
- **精準的用戶畫像和實時的推薦**。我們的個性化用戶信息系統對收集到的信息進行智能數據挖掘分析，形成用戶行為特徵，同時分析和挖掘其潛在需求和興趣。我們基於宜搜推薦引擎的推薦提高了用戶在我們平台上的體驗。積極的用戶體驗會進一步提升用戶參與度及忠誠度，繼而讓我們能夠收集和分析更多的用戶行為數據以加強我們的推薦能力。這共同形成一個動態智能推薦生態循環。

我們致力於持續改進人工智能推薦技術。截至2023年12月31日，我們共有147名員工，其中64人從事技術及移動應用程式的研發工作，約佔我們員工總數約43.5%。在我們的研發人員中，有約40人致力於研發與我們專有的智能推薦引擎相關的基礎技術。

憑藉我們在技術和研發方面的實力，我們與政府部門合作，獲得了利好政策支持，並獲得了業界的認可。舉例來說，我們是「移動搜索關鍵技術工程實驗室」的唯一承包商。此外，我們亦是深圳市互聯網產業市級工程實驗室首批入圍的10家企業之一。自成立以來，我們獲得多項殊榮，包括2012年的「廣東互聯網領軍企業」、2013年的「深圳市優秀新興業態文化創意企業」(2013年至2014年)及2021年的「深圳文化企業100強」。有關進一步詳情，請參閱本文件「一獎項及認可」。

我們已將宜搜推薦引擎成功應用於多個「數據與人連繫」的應用場景。

宜搜推薦引擎涵蓋了多個「數據與人連繫」的應用場景。目前，我們已經將宜搜推薦引擎成功應用於以下應用場景：

---

## 業 務

---

- **數字閱讀。**我們在2013年推出了旗艦產品—宜搜小說App<sup>宜</sup>，並開始在數字閱讀平台服務中充分運用宜搜推薦引擎。根據易觀，就收益及平均月度活躍人數而言，宜搜小說App是2023年中國最大的獨立第三方數字閱讀平台。我們利用宜搜推薦引擎，預測用戶的偏好，對推薦策略進行調整及推薦滿足用戶個性化需求的文學內容。這使我們實現深度學習技術與文學內容場景的有效結合。我們主要運用我們的專有廣告平台易推，提供數據支持，協助我們生成投放策略，並利用宜搜系列閱讀App及宜搜H5頁面的專有平台流量，向使用免費數字閱讀資源的用戶展示合適的廣告。
- **數字營銷。**利用宜搜推薦引擎，我們的數字營銷服務將中小型廣告客戶與廣告媒體聯繫起來，以促進合作。我們的廣告平台易推主要提供數據支持、協助我們生成投放策略及展示廣告，從而使我們實現廣告客戶與第三方媒體渠道的多種匹配，並實現精準廣告投放，達致有效盈利。
- **網絡遊戲發行。**我們依靠宜搜推薦引擎進行網絡遊戲試玩，以識別具商業價值及市場表現符合篩選準則的網絡遊戲，並於該等遊戲推出後將其推薦給合適的用戶。我們的網絡遊戲發行服務促進了遊戲內容提供商向我們的用戶銷售相關遊戲內容的工作，及時獲得用戶反饋，通過分析用戶的行為數據優化遊戲體驗並完善我們的運營。
- **其他數字內容。**利用宜搜推薦引擎對用戶行為特徵的分析能力，推薦電信運營商的增值服務，包括音樂及回鈴音等各類數字內容，以幫助彼等接觸到目標用戶。

我們的收益表現和良好的盈利記錄，反映我們先進的技術、全面的能力、經驗證的商業模式及整體競爭優勢的綜合成果。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們的收益分別為人民幣433.1百萬元、人民幣456.4百萬元及人民幣559.0百萬元。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們的淨利潤分別為人民幣50.0百萬元、人民幣44.4百萬元及人民幣25.0百萬元。於相同年度，我們的淨利率分別為11.5%、9.7%及4.5%。

---

## 業 務

---

我們運營著中國最大的獨立第三方數字閱讀平台，並通過宜搜推薦引擎為用戶提供公允、精準及個性化的數字閱讀平台服務。

根據易觀，就收益及平均月度活躍人數而言，我們的宜搜小說App是2023年中國最大的獨立第三方數字閱讀平台，及就平均月度活躍人數而言，於2018年至2023年，我們的宜搜小說App每年均在中國數字閱讀行業的應用程式中排名前五。尤其是，在中國數字閱讀行業，就平均月度活躍人數而言，我們的宜搜小說App於2023年排名第五。在2023年中國數字閱讀市場的十大應用程式(就平均月度活躍人數而言)當中，就人均每日使用時長而言，宜搜小說App排名第四。我們的宜搜系列閱讀App擁有豐富且定期更新的數字內容庫，截至2023年12月31日，包含約190,000冊電子書。截至同日，作為內容分銷平台，我們累計與超過150家內容提供商合作，以助彼等使用宜搜推薦引擎推廣其數字文學內容。

作為一個獨立的第三方數字閱讀平台，我們並無參與內容創作或製作。因此，我們本著客觀、獨立的原則對第三方內容進行管理及分銷，並推薦文學內容以滿足我們用戶的需求。此外，我們的宜搜推薦引擎亦集成了先進的、具有特定閱讀場景特徵的綜合人工智能算法，以提高推薦的有效性，滿足讀者多樣化的個人興趣。我們的宜搜推薦引擎可幫助大型內容提供商吸引新讀者，亦可使中小型內容提供商接觸潛在用戶基礎，讓我們與多元化內容提供商合作，以確保長期可持續的業務增長。通過深入分析數字閱讀場景的特點和其中的用戶行為，如用戶的歷史興趣、近期愛好、當前的即時偏好和付費意願等，我們能夠滿足用戶的偏好，改善冷門內容的傳播。我們相信，通過將該等內容與合適的用戶匹配，前文所述我們的定位和技術能夠解決大量受歡迎程度較低的文學內容的盈利問題。

根據易觀，我們準確且個性化的數字閱讀平台服務大大提升用戶的閱讀體驗，並推動我們的宜搜系列閱讀App獲得較高市場認可，使我們成為中國主流的數字版權聚合及分銷平台之一。於2019年1月，宜搜小說App入選由中國出版協會及中國新聞出版研究院主辦的第十二屆新聞出版業互聯網發展大會評選出的「優秀閱讀推廣平台」。有關進一步詳情，請參閱本文件「一獎項及認可」。本公司作為獨立數字閱讀平台的地位，以及在人工智能推薦技術研發方面的持續投入，將進一步使我們有能力提供更好的數字閱讀平台服務，擴大我們的用戶基礎，實現業務及經營業績的持續健康增長。

---

## 業 務

---

作為一個連接內容提供商及用戶的獨立第三方平台，我們建立一個互利的商業平台，實現專有平台流量的多重變現。

憑藉宜搜推薦引擎的核心優勢，我們已建立連接數字內容產業的參與者的商業平台，實現互利共贏。參與者主要包括數字閱讀及網絡遊戲內容提供商、數字閱讀及網絡遊戲用戶、廣告客戶、營銷渠道及電信運營商。

- *與數字閱讀內容提供商建立長期穩定的合作關係。*在傳統的數字閱讀行業中，內容提供商通常會用受歡迎內容的收入來彌補其受歡迎程度較低的內容產生的虧損。宜搜推薦引擎具備識別用戶偏好和提供精準推薦的能力，能夠幫助內容提供商從受歡迎程度較低的內容中產生收益。同時，我們的宜搜推薦引擎亦可以憑藉其技術能力及推廣渠道幫助中小型數字閱讀內容提供商，以讓彼等接觸到更多用戶。截至2023年12月31日，宜搜小說App中受歡迎數字閱讀及受歡迎程度較低的數字閱讀的訂展比分別為11.5%及10.5%，這說明我們為內容創造的商業價值，以及我們對內容提供商的有效賦能能力。基於上述情況，我們與數字內容提供商建立了長期穩定的合作關係，獲得了全面、優質的數字文學內容儲備。
- *全面覆蓋營銷渠道，包括專有平台流量及第三方熱門營銷渠道，以提供精準廣告投放服務。*我們通過專有的廣告平台易推為廣告客戶提供全流程的廣告投放服務，易推通過使用其人工智能推薦算法優化廣告投放。我們通過提供多元化廣告位及從第三方營銷渠道整合的資源，能夠為廣告客戶提供合適的營銷服務。於往績記錄期間，我們累計直接與逾180個第三方營銷渠道合作。
- *在中國網絡遊戲行業擁有豐富的網絡資源及豐富的女性向遊戲發行經驗。*我們與該行業的若干領先企業保持密切聯繫，這使我們能夠獲得有關網絡遊戲產品的第一手資料。通過成功發行第一款女性向遊戲產品《愛江山更愛美人》，我們亦積累了大量女性用戶行為數據。我們亦協助發行渠道有限的網絡遊戲內容提供商接觸更多合適的用戶，以及協助運營經驗有限的遊戲內容提供商改善其遊戲的用戶體驗。截至2023年12月31日，我們累積與中國約30家遊戲開發商合作。

---

## 業 務

---

- 與國內知名電信運營商長期合作，實現其增值服務的發展。通過應用人工智能推薦技術，向合適的用戶推薦各種數字內容，以實現增值發展，我們與中國主要電信運營商保持長期合作關係。

此外，我們已於不同應用場景中形成緊密互動，提高運營效率，實現多元盈利。例如，有別於其他廣告投放服務提供商，我們依靠專有的數字閱讀平台，實時收集數字營銷服務的反饋，並及時有效地調整廣告投放策略。我們亦在數字閱讀平台服務用戶中識別可能對網絡遊戲感興趣的用戶，並向彼等提供網絡遊戲推薦。

我們利用一個高參與度且龐大的用戶基礎、不斷增長的用戶流量及大量用戶行為數據，形成了對宜搜推薦引擎優化的良性循環。

我們的宜搜推薦引擎的核心是相關人工智能推薦算法。開發此等算法以精準方式預測用戶的偏好需要不斷努力並重複算法訓練，這需要大量有關特定應用場景中的用戶行為的數據。

我們在日常運營中積累了龐大用戶基礎和不斷增長的用戶流量。截至2023年12月31日，宜搜系列閱讀App的累計註冊用戶人數達44.7百萬人。宜搜系列閱讀App的平均月度活躍人數於2023年超過約26.0百萬人。我們於往績記錄期間自數字營銷服務收集合共約11億次點擊反饋。

經過17年的用戶流量積累及多輪模型訓練，我們具備快速數據處理及對該等數據進行深入探索和挖掘的能力。我們的推薦算法能夠掌握數據與用戶之間的關係。基於上文所述，我們能夠形成用戶與宜搜推薦引擎之間的良性循環，乃由於宜搜推薦引擎不斷提高用戶體驗，增強用戶對我們產品和平台的粘性，且我們不斷增長的用戶基礎及不斷提高的用戶參與度繼續為宜搜推薦引擎的訓練及改善加強競爭優勢。

敬業而經驗豐富的管理團隊具有遠見卓識且具備執行能力，對技術發展和不斷變化的行業趨勢有着深刻理解與洞察。

我們的創始人和高級管理團隊平均擁有逾15年的行業經驗，曾就職於中國領先的科技、互聯網、金融和會計企業。具體而言，我們的創始人、董事長兼首席執行官汪先生為一名經驗豐富的連續創業者，擁有超過23年數字及互聯網業的成功商業往績。汪先生的創業生涯始



---

## 業 務

---

於一家數字內容公司，該公司從事增值電信業務，隨後開始探索將搜索技術應用於網頁及網站。通過深入的行業實踐，汪先生將其業務擴展至以應用為中心的智能推薦領域。汪先生於2019年被深圳市福田區政府授予國家高新技術企業人才，於2010年被評為深圳市第五屆人大代表。

我們的高級技術總監張世俠先生在技術研發方面有約20年經驗。彼於本公司任職超過十年，並為主要發起人之一及宜搜推薦引擎技術架構創始人。張先生領導我們的研發團隊不斷優化及改善宜搜推薦引擎的整體結構，並將該引擎部署到各種應用場景。

我們的核心管理團隊已對技術發展、行業趨勢及我們的運營累積深入的了解及深刻的洞察力。我們相信，我們的管理團隊對智能內容推薦行業的經驗和熱情，以及彼等強大的執行能力及領導力，將繼續指導我們實施戰略，提升我們的競爭優勢，把握商機，帶領本集團實現可持續增長。

### 我們的業務戰略

我們擬採取以下戰略以促進我們的未來發展：

#### 增加研發投入以維持長期技術優勢

我們相信，研發為我們核心競爭力的關鍵一環，且我們致力於持續投資研發。我們研發投資的目的主要是完善宜搜推薦引擎結構，探索行業內的先進技術的研發和應用，從而進一步提升宜搜推薦引擎的推薦服務能力。我們預計，在未來三年，研發開支與收益的比例將保持在約10.0%。我們計劃在以下方面利用我們的研發投資：

- 專注於一系列重點研發項目，包括綜合智能推薦引擎系統項目、基於圖形處理單元的高併發性能調優項目、及深度興趣網絡相關算法項目，旨在不斷提高宜搜推薦引擎的整體性能，增強推薦效果，引進新技術，保持及提升我們的競爭力；
- 增強宜搜推薦引擎技術的通用性，以促進我們的技術應用於新數字內容場景，如短視頻並根據新技術架構建立AIGC訓練模型；
- 增加設備投資，提高我們的硬件支持能力，如分佈式數據存儲和數據處理及分析的硬件以提升我們的計算能力；及

---

## 業 務

---

- 將我們的研發人員從2023年12月31日的64名增加至2024年12月31日的超過70名，以緊跟技術發展的步伐。

我們計劃投資[編纂]百萬港元，或[編纂][編纂]淨額的[編纂]%，用於提高我們的研發能力，以保持我們的長期技術優勢。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

**進一步發掘數字閱讀行業，尤其是中國下沉地區的市場潛力，以擴大我們的市場份額，改善我們的運營指標**

我們預計，在未來三年，我們的數字閱讀平台服務將仍是一個重要業務線。以往，我們的數字閱讀平台服務於往績記錄期間佔我們收益的一大部分。為了進一步挖掘數字閱讀行業的潛力，吸引更多用戶，增加我們的市場份額，提高用戶參與度及留存率，我們計劃採取以下措施：

- **提高文學內容豐富度。**我們計劃通過與出版商及文學網站簽訂協議，繼續採購文學作品的版權。我們亦計劃在未來三年內將我們平台上的電子書數目增加到300,000冊以上，並擴大我們的外文電子書，如英文電子書。此外，我們擬為未來根據數字閱讀作品改編引入新的文學內容展示格式，如短視頻及短劇。
- **優化數字閱讀場景下的廣告展示。**我們計劃改善廣告的內容及多樣性。我們計劃擴大與各行各業廣告客戶的合作，提供多元化廣告內容。我們亦計劃開發更多用戶友好型用戶界面。
- **擴大引流渠道。**我們預計，線上渠道現在及將來均為我們吸引新用戶的主要場所，通過從媒體或其他第三方平台購買的流量以推廣我們的產品及服務，將為我們的用戶基礎的增長作出重大貢獻。我們未來的流量採購渠道將主要包括傳統應用程式商店及大中型網絡媒體等。我們的用戶增長策略乃基於對我們潛在盈利能力的評估，指我們為採購用戶流量所產生的成本與該等用戶生成的收益之間的差異。
- **擴大下沉地區的用戶基礎。**根據易觀，於2023年，低線城市(包括三線及以下城市)數字閱讀用戶佔比為54.6%，高於高線城市(包括一線、新一線、二線城市)數字閱讀用戶佔比。於2023年，中國下沉地區的平均月度活躍人數較一線及二線城市多約163百萬名。此外，自2010年以來，中國農村居民的人均可支配收入及人均消費支

## 業 務

出的增長速度普遍高於城市居民，從而進一步增加下沉地區居民的消費潛力。鑒於下沉地區的巨大市場潛力，我們計劃採取更積極的營銷策略，通過利用我們的人工智能推薦技術及與活躍媒體的合作來擴大該等地區的用戶基礎。

- *追蹤中國的海外數字閱讀市場的發展及機會。*中國的海外數字閱讀行業正處於初步發展階段，增長潛力龐大。根據易觀，於2018年至2023年期間，就收益而言，中國海外數字閱讀市場的市場規模由人民幣3億元增加至人民幣61億元，複合年增長率為85.2%。在政府一系列利好政策出台和海外市場需求上升等因素推動下，預計中國海外數字閱讀行業的市場規模將由2024年的人民幣87億元繼續增長至2027年的人民幣148億元，複合年增長率為19.6%。我們將繼續關注中國海外數字閱讀行業的發展，並可能在合適的機會出現時作為連接海外內容提供商及用戶的獨立第三方平台進入該市場。

我們計劃投資[編纂]百萬港元，或[編纂][編纂]淨額的[編纂]%，用於擴大我們的數字閱讀平台服務。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

### 持續發揮宜搜推薦引擎的能力，提升我們數字營銷服務的業務規模

依托於宜搜推薦引擎的能力，我們計劃通過我們專有的廣告平台易推繼續擴大我們的數字營銷服務。我們的數字營銷服務正在並將繼續作為我們數字閱讀平台服務下的包含廣告的數字閱讀的重要補充，我們在其中獲得廣告收入。我們將從以下幾方面拓展我們的數字營銷服務：

- *持續優化宜搜推薦引擎在數字廣告中的應用深度。*我們擬進一步提高DSP、SSP及算法策略系統三大模塊的智能水平，以實現廣告客戶與媒體更準確的多元匹配，提升我們平台的核心競爭力；
- *加強與廣告客戶的合作範圍，擴大我們的數字營銷團隊。*我們擬與更多不同行業和業務的廣告客戶深化合作，擴大我們的數字營銷團隊。截至2023年12月31日，我們的數字營銷服務團隊由10人組成。我們計劃在未來三年內將該團隊擴大到30人；及
- *進一步加強與媒體資源的合作深度，吸引更多流量。*我們將繼續保持與媒體資源的穩定合作，努力深化合作層次，積極吸引更多流量，以支持我們與廣告客戶擴大業務範圍。

---

## 業 務

---

我們計劃投資[編纂]百萬港元，或[編纂][編纂]淨額的[編纂]%，用於發展我們的數字營銷服務。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

### 重啟網絡遊戲發行服務，並主要在海外市場運營

儘管我們於2020年6月策略性地暫停我們的網絡遊戲發行服務，我們仍保留我們的核心業務團隊並繼續監控網絡遊戲行業的發展。於2021年12月，我們開始重啟網絡遊戲的發行服務，並將分析模型應用至網絡遊戲的開發階段，這使得我們能夠在遊戲開發過程中，利用大數據和人工智能推薦技術在初始測試階段測試各種網絡遊戲及選擇商業化價值較高的網絡遊戲。因此，我們能夠在遊戲生命週期的黃金時間及時參與網絡遊戲的發行。我們計劃繼續在海外市場發行網絡遊戲。

由於中國網絡遊戲競爭日漸激烈，近年來，中國網絡遊戲公司開始於海外市場尋求機會。根據易觀，中國自主開發網絡遊戲的海外市場按收益計的規模由2018年的96億美元增加至2023年的164億美元，複合年增長率為11.3%。預計將由2024年的175億美元上升至2027年的209億美元，複合年增長率為6.2%。我們將通過以下措施在海外市場開展網絡遊戲發行業務：

- 繼續優化宜搜推薦引擎在網絡遊戲場景中的應用。隨著我們人工智能推薦技術的不斷優化，我們將不斷提高對市場表現突出的網絡遊戲的預測能力，從而加強我們網絡遊戲發行服務的核心競爭力；
- 進一步與遊戲內容提供商合作，以開拓海外市場潛力，並擴充我們的海外遊戲業務團隊。我們的目標是加深與遊戲內容供應商合作，擴大我們認為適合海外發行的網絡遊戲組合。同時，我們計劃建立一個專注於海外市場的專業團隊；及
- 拓展海外遊戲發行渠道。我們計劃通過我們的海外渠道合作夥伴，將網絡遊戲產品在海外主流營銷平台進行推廣，以吸引更多用戶下載及安裝我們發行的網絡遊戲。

我們計劃投資[編纂]百萬港元，或[編纂][編纂]淨額的[編纂]%，用於在海外市場擴大我們的網絡遊戲發行服務。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

---

## 業 務

---

拓展宜搜推薦引擎的應用場景，積極探索前沿技術，緊貼AIGC及元宇宙遊戲等主流技術趨勢

我們計劃繼續投資於優化宜搜推薦引擎，以進一步擴大其應用場景並積極探索前沿技術，包括：

- 利用我們在人工智能推薦領域積累的經驗，將業務拓展至AIGC。通過對深度學習模型(包括BERT及預訓練轉換器)的多年研究，並基於我們不斷挖掘的大量數字內容數據，我們相信，我們已具備現有良好技術、數據資源及行業專業知識以探索AIGC的商機。基於我們在數字閱讀行業積累的經驗，我們計劃應用人工智能創作文學作品，作為我們邁向AIGC應用領域的第一步。目前，我們建立了基於預訓練轉換器模型的文本分析系統，主要用於文本內容審查，防止任何違反中國法律法規的內容在我們的平台上顯示。此外，我們的現有人工智能技術及宜搜推薦引擎的相關IT基礎設施已成功自動生成詩詞及小說。我們擬於未來在宜搜系列閱讀App推出人工智能生成的文學資源，以擴大我們的內容供應，滿足用戶的不同需要及進一步探索AIGC將用於我們的其他應用場景。隨著新的技術框架以及算力的提升，AIGC變得越來越成熟，具備了大規模商用的可能性。據我們的中國法律顧問告知及董事確認，截至最後實際可行日期，我們為AIGC及AIGC培訓模式建立基本技術基礎的舉措符合相關中國法律法規，而有關舉措的發展將不會受到當前生效的中國法律及法規的任何潛在法律影響，主要因為(i)我們目前為AIGC研發的基本模型乃基於開源模型及算法，這使我們能夠追蹤內容來源；(ii)我們於日後將用於AIGC培訓的文學內容將僅包括授權的文學內容及公共文學內容；及(iii)我們緊密監察及遵循與AIGC有關的相關法律及法規，並根據該等法律及法規展開業務。我們過去研發宜搜推薦引擎過程中積累的經驗，譬如NLP、深度學習、大數據分析能力及我們積累的大量用戶行為數據，為我們應用AIGC以任何形式高效生成符合自然人類語言且具有較高商業文學價值的文學作品提供了堅實基礎。
- 探索基於元宇宙的網絡遊戲模式。中國的「人口紅利」現在正逐漸轉向「工程師紅利」，這是指得益於大量受過良好教育的人口及有能力的工程師，讓網絡遊戲行業公司的研發能力提高，進一步加強中國網絡遊戲在全球的競爭力。根據易觀，考慮到未來元宇宙遊戲虛擬現實及增強現實技術的不斷發展，基於元宇宙的遊戲將越加

## 業 務

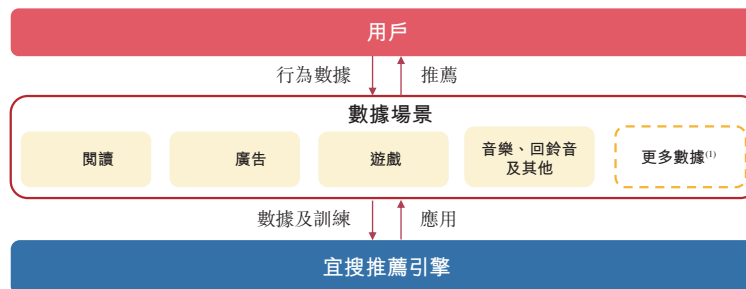
普及。我們期望中國將把握機會成為元宇宙遊戲領域的領頭羊。我們將利用我們在網絡遊戲行業多年的經驗及我們的人工智能推薦技術，將中國遊戲與國內外用戶連接起來，並根據元宇宙遊戲的商業化情況適時進軍元宇宙遊戲市場。我們計劃使用宜搜推薦引擎分析在元宇宙中收集的數據，以實現智能數據推薦在不同應用場景中的多維度和廣泛的數據畫像。在元宇宙系統中，數據分析較傳統業務數據分析更加複雜。我們致力於研究及部署雲端分佈式算力解決方案，以優化計算時間及提高整體計算效率，同時減少本地計算資源的損耗。我們的目標是利用我們認為適合元宇宙系統的物理計算、數據協調、人工智能及其他大數據分析功能。

### 我們的業務模式

我們經營四條業務線，涵蓋數字閱讀平台服務、數字營銷服務、網絡遊戲發行服務及其他數字內容服務。於往績記錄期間，產生自數字閱讀平台服務及數字營銷服務下的廣告服務的收益佔總收益大部分。我們主要應用宜搜推薦引擎收集、分析、匹配或預測用戶及客戶的需求及／或偏好，以滿足於我們四條業務線下彼等的不同需要。我們的引擎服務作為我們開展相關業務的核心技術動力。

我們致力將宜搜推薦引擎應用於廣泛的「數據與人連繫」的應用場景。尤其是，數據可以指傳達存儲或傳輸電腦數據或電腦通訊的本質、實質、意義或用途的音頻、視頻、圖片、算術公式形式或任何其他形式的任何數字數據。我們在平台上向用戶及客戶提供多種第三方內容數據，包括數字閱讀、廣告、網絡遊戲及其他數字內容，如音樂及回鈴音。當用戶使用該等內容數據時，會產生用戶行為數據。宜搜推薦引擎收集並分析該等用戶行為數據以向用戶推薦更相關的內容數據，並不斷訓練算法以改善推薦效率及效益。

下圖說明了我們的業務模式：



## 業 務

附註：

(1) 我們正探索在更多「數據與人連繫」的應用場景中應用宜搜推薦引擎的商機。

就我們的數字閱讀平台服務而言，我們使用宜搜推薦引擎以分析用戶行為及就數字閱讀付費的意願。我們通過付費數字閱讀服務及包含廣告的數字閱讀兩種服務，向用戶推薦合適的網絡文學內容。根據易觀，就收益及平均月度活躍人數而言，我們運營的宜搜小說App是中國最大獨立第三方數字閱讀平台。在中國數字閱讀市場，就平均月度活躍人數而言，我們的宜搜小說App於2023年排名第五。在2023年中國數字閱讀市場的十大應用程式(就平均月度活躍人數而言)當中，就人均每日使用時長而言，宜搜小說App排名第四。就我們的數字營銷服務而言，憑藉我們的宜搜推薦引擎，我們基於對廣告客戶的需求分析，通過外部網絡渠道提供定制化營銷服務，並自動將其需求與用戶對我們自有及第三方廣告渠道的廣告內容喜好相匹配。就我們的網絡遊戲發行服務而言，我們與遊戲內容提供商合作，根據用戶行為及其遊戲類別或內容偏好分析，向用戶推薦遊戲內容。就我們的其他數字內容服務而言，基於我們對用戶行為以及其內容偏好及付費意願的分析，我們主要與電信運營商合作，向用戶推薦增值數字內容，如回鈴音及音樂。

下表載列於所示期間按業務線劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
數字閱讀平台服務 .....	218,132	50.4	244,710	53.6	248,929	44.5
數字營銷服務 .....	201,607	46.5	200,721	44.0	288,836	51.7
網絡遊戲發行服務 .....	4,330	1.0	4,944	1.1	10,553	1.9
其他數字內容服務 .....	9,039	2.1	6,036	1.3	10,727	1.9
<b>總計 .....</b>	<b>433,108</b>	<b>100.0</b>	<b>456,411</b>	<b>100.0</b>	<b>559,045</b>	<b>100.0</b>

### 數字閱讀平台服務

根據易觀，就收益及平均月度活躍人數而言，我們於2023年是中國最大獨立第三方數字閱讀平台。作為獨立第三方數字閱讀平台，我們為用戶提供公平、準確而個性化的數字閱讀平台服務，並提供來自第三方內容提供商的綜合閱讀資源。我們使用宜搜推薦引擎，深度挖掘閱讀資源，並通過研究用戶行為，分析預測用戶閱讀偏好，精準推薦文學內容。

## 業 務

我們提供多元化的閱讀產品，以在不同閱讀場景滿足用戶的需要，並擴大用戶基礎。我們已開發主要包括宜搜小說App、快看小說閱讀在內的一系列手機應用產品及宜搜H5頁面，以覆蓋如移動設備、網頁瀏覽的各種使用場景，並迎合用戶在各種閱讀設備的偏好。在該等專有產品中，宜搜小說App為我們的旗艦產品。根據易觀，宜搜小說App於2023年的平均月度活躍人數約為20.0百萬人，在中國數字閱讀市場的所有數字閱讀應用程式中排名第五。在2023年中國數字閱讀行業的十大應用程式(就平均月度活躍人數而言)當中，就人均每日使用時長而言，宜搜小說App於2023年的平均使用時長為112.7分鐘，排名第四。

宜搜系列閱讀App通過API訪問各大原創內容提供商的文學資源，不斷優化及豐富我們平台上的數字文學內容。於2023年12月31日，宜搜系列閱讀App擁有豐富多樣的文學內容庫，包含約190,000本電子書，涵蓋範圍廣泛，約有80種體裁，包括都市文學、現代都市、科幻小說、言情小說、玄幻奇幻、武俠仙俠及文史傳記。

我們的產品已擁有龐大的用戶基礎，如此龐大的讀者群為本集團增長帶來強勁動力。我們致力於提供各種各樣的文學內容以獲取新用戶，這使我們得以不斷擴大用戶基礎。截至2023年12月31日，宜搜系列閱讀App的累計註冊用戶人數為44.7百萬人。我們通常不會要求用戶在我們的平台上完成登記手續，以便我們的用戶可輕易及方便地在我們的平台開始閱讀體驗。用戶基礎亦展現出較高的參與度。與2022年相比，於2023年宜搜系列閱讀App的平均月度活躍人數進一步增加至26.0百萬人。我們擁有崇尚文化的用戶基礎，彼等願意為文學內容付費及花時間閱讀。

下表載列我們於所示期間數字閱讀平台服務下基於宜搜系列閱讀App的若干主要經營指標。所有指標均根據我們的內部業務系統記錄編製：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
月度活躍人數(百萬人).....	23.9	25.6	26.0

截至2023年12月31日，我們累計與逾150名內容提供商合作，以提升我們的數字文學內容產品的供應。為確保充足及穩定提供文學內容，我們密切監控內容提供商在我們平台上所提供文學資源的用戶接受程度，並與其文學資源在我們平台受歡迎的該等內容提供商建立戰略合作關係。



## 業 務

下表載列於所示期間我們合作的第三方內容提供商數目的變動：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
期初的數目：.....	116	93	87
增加 <sup>(1)</sup> .....	8	5	18
減少 <sup>(2)</sup> .....	29	10	16
期末的數目 <sup>(3)</sup> ：.....	<u>95</u>	<u>88</u>	<u>89</u>

附註：

\* 就計算而言，僅把與我們訂立有效合作協議的第三方內容提供商計入所示期間中。上個期間末與下個期間初的數目差額主要因為我們的部分合作協議已於2021年、2022年及2023年12月31日屆滿。

- (1) 第三方內容提供商增加指與我們新訂立合作協議的第三方內容提供商數目。
- (2) 第三方內容提供商減少指於合作協議屆滿時並未與我們重訂合作協議或於期末終止合作協議的現有第三方內容提供商數目。
- (3) 於往績記錄期間，第三方內容提供商數目減少，主要因為我們因內容高度同質化及／或不太適合的內容終止與若干第三方內容提供商合作夥伴的合作。我們通常根據用戶偏好的變化來調整與第三方內容提供商的合作關係，並不斷引入新的第三方內容提供商，以滿足用戶多元化的閱讀需求。

我們與內容提供商的合作主要包括買斷模式及分成模式。買斷模式涉及自內容提供商一次性付款購買內容權，此後，我們將享有相關內容於指定期間產生的所有溢利及承擔所有虧損。分成模式涉及直接向用戶收取彼等訪問文學資源的費用，並按比例與該等內容提供商分享收入。在選擇與內容提供商的合作模式時，我們主要考慮多項因素，包括但不限於：(i)買斷內容的成本；(ii)有關內容的許可期限；(ii)內容的預期受歡迎程度及盈利能力；及(iii)內容提供商在兩種合作模式中的偏好。此外，我們對內容提供商提供的數字閱讀進行審慎的內容審查，確保在我們平台上顯示的所有內容遵守中國相關法律及法規。有關詳情，請參閱本節「內容監控」一段。

## 業 務

憑藉豐富文學資源，數字閱讀平台服務主要通過付費數字閱讀服務下用戶的付費閱讀(包括購買付費閱讀資源及訂閱高級會員服務)，或包含廣告的數字閱讀下在文學資源中展示或嵌入廣告而自廣告客戶產生收益。通常，我們使用宜搜推薦引擎識別用戶的閱讀興趣及預測彼等對於數字閱讀的付費意願，從而向彼等推薦迎合其興趣的合適閱讀服務。

下表載列於所示期間按數字閱讀平台服務下閱讀模式劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
付費數字閱讀服務 .....	32,173	7.4	24,703	5.4	19,513	3.5
包含廣告的數字閱讀 .....	185,959	42.9	220,007	48.2	229,416	41.0
<b>總計 .....</b>	<b>218,132</b>	<b>50.4</b>	<b>244,710</b>	<b>53.6</b>	<b>248,929</b>	<b>44.5</b>

包含廣告的數字閱讀產生收益的絕對金額及收益貢獻持續增長，主要反映了該模式目前在市場上較為流行的趨勢，行業參與者專注於吸引更多用戶及擴大用戶基礎，從而利用用戶流量通過來自廣告客戶產生的收益實現盈利。為了適應行業趨勢及保持競爭力，我們致力優化我們的人工智能推薦技術，推出新的網絡文學內容，提高所提供文學內容的素質，並提升廣告服務的效益，滿足用戶在數字閱讀方面的多元化需要。

### 付費數字閱讀服務

根據付費數字閱讀服務，我們使用宜搜推薦引擎分析用戶行為，預測其閱讀偏好，並推薦用戶可能感興趣的優質數字閱讀內容。付費閱讀服務包括購買付費閱讀資源及訂閱高級會員。用戶通常通過「按章節購買」為閱讀資源付費。我們亦向用戶提供高級會員服務，按「包月／包季／包年會籍套餐」向彼等收取訂閱費用，並提供會員優惠，如購買折扣、免廣告服務及提高圖書存儲容量。我們亦提供積分兌換及新客戶充值折扣等促銷活動，以增加用戶的付費意願。數字閱讀內容的價格主要根據我們與內容提供商的內容合作協議釐定。我們通常不會向使用我們的付費服務的用戶展示廣告。因此，我們不會自此類服務中產生廣告服務收入。購買付費閱讀服務的用戶亦可訪問免費閱讀資源。我們不會向訂閱高級會員的用戶展示廣告，因為彼等在我們的高級會員服務中享受無廣告服務。

## 業 務

下表載列於所示期間基於宜搜系列閱讀App的付費數字閱讀服務的若干主要經營指標。所有指標均根據我們的內部業務系統記錄編製：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
月度付費人數 <sup>(1)</sup> (千人) .....	68.4	42.2	21.5
月度付費人數／月度活躍人數(%) .....	0.3	0.2	0.1
每付費用戶平均收益(人民幣) .....	45.2	54.8	42.1 <sup>(2)</sup>

### 附註：

- (1) 於往績記錄期間，月度付費人數有所減少，主要由於包含廣告的數字閱讀在用戶規模增長方面較付費數字閱讀服務更迅速。因此，中國數字閱讀行業付費用戶人數相應減少。
- (2) 2023年每付費用戶平均收益較2022年下降乃主要因為我們於2023年初展開有關會籍服務的推廣活動並為用戶訂閱提供折扣。

### 包含廣告的數字閱讀

就包含廣告的數字閱讀而言，用戶毋須為其使用免費閱讀資源付費。對於使用我們的免費閱讀資源的用戶而言，我們通常會在該等資源中向並無訂閱高級會員的用戶展示廣告。我們在用戶閱讀過程中以多種形式向其展示廣告，例如閱讀資源頂部的橫幅廣告。當用戶在我們的宜搜系列閱讀App及宜搜H5頁面瀏覽或點擊相關廣告時，我們按CPC基準及CPM基準向廣告客戶收費，獲得來自廣告客戶的收益。我們於包含廣告的數字閱讀下的廣告客戶於往績記錄期間主要包括來自娛樂、互聯網及電子商務行業的客戶。

我們主要運用我們的專有廣告平台一易推提供數據支持，協助我們生成投放策略，並利用宜搜系列閱讀App、快看小說閱讀及宜搜H5頁面的專有平台流量，在專有平台上向使用免費閱讀資源的用戶展示合適的廣告，以滿足廣告客戶的需求。我們使用宜搜推薦引擎改善廣告的效率及效果。具體而言，我們主要使用協同過濾推薦算法，讓我們向點擊若干種類廣告內容的用戶或基於我們對用戶畫像的分析推薦廣告，以提升廣告顯示的效益。

## 業 務

下表載列於所示期間包含廣告的數字閱讀的若干主要經營指標。所有指標均根據我們的內部業務系統記錄編製：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
每個年度點擊量(百萬).....	329.3	349.7	393.1
每個年度展示量(百萬).....	53,676.6	57,928.2	62,879.0
點擊率 <sup>(1)</sup> (%).....	0.6	0.6	0.6

附註：

(1) 點擊率等於每個年度點擊量除以每個年度展示量。

### 數字營銷服務

基於宜搜推薦引擎，我們通過我們的專有廣告平台—易推開發了數字營銷服務。它讓我們的廣告客戶在預算內達致最佳廣告效果。數字營銷服務主要包括信息流廣告、開屏廣告，以及移動應用商店提供搜索提升服務。我們主要致力通過將廣告客戶的廣告與合適第三方廣告渠道(如萬界智慧營銷平台、世界領先信息通訊技術基礎設施及智能設備供應商運營的應用程式商店、中國跨國互聯網技術公司的綜合網絡廣告平台及中國網絡視頻平台等)進行匹配以滿足廣告客戶的需求。於往績記錄期間，我們並未為廣告客戶製作任何廣告內容，亦未參與為廣告客戶創作廣告內容或就此向廣告客戶收費。

易推整合了廣告客戶需求、媒體資源及本集團的算法策略。憑藉我們的宜搜推薦引擎，我們收集廣告客戶的需求，管理媒體資源及其可獲得的外部互聯網流量、分析廣告對市場的影響，並將廣告客戶的需求與合適廣告渠道匹配，這大幅改善了數字營銷服務的效率。我們在數字營銷服務業務中利用第三方媒體資源的外部互聯網流量滿足廣告客戶的廣告投放需求，這有別於我們在數字閱讀平台服務業務中包含廣告的數字閱讀項下利用專有平台流量。有關更多詳情，請參閱本節「—技術—不同業務場景的應用—數字營銷服務」一段。

尤其是，首先我們通過人工方式與廣告客戶確認彼等的特定需求，如目標用戶群、廣告預算及預期點擊率。隨後我們將該等需求輸入易推並開始進行小型測試將廣告客戶的廣告投放於我們的專有平台。隨後易推為營銷專家提供數據支持，分析測試結果，包括展示量及

---

## 業 務

---

點擊量。根據所收集的測試結果，營銷專家從多維度建立合適的廣告模式，如合適的投放終端、用戶群、地理位置以及投放時間及時長。根據建議廣告模式，我們的營銷專家將客戶提供的廣告與合適第三方渠道進行匹配及配銷，該等渠道的投放選擇通常較為廣泛。我們可指定偏好的用戶屬性分類及投放時長，隨後根據我們的選擇指示該等媒體渠道投放該等廣告。我們通常根據客戶需求與第三方媒體渠道訂立合作協議，以獲取其廣告位。我們的廣告客戶可指定首選第三方媒體渠道。倘廣告客戶已表示偏好特定渠道，我們亦可就其指定媒體渠道的合適性向廣告客戶提供建議。倘廣告客戶不滿意我們的推薦投放渠道，我們可與彼等進行協調，變更渠道或決定是否繼續於該等渠道投放其廣告。於廣告投放期間，該等媒體渠道通常與我們分享投放效果，如展示量、點擊量及轉換率。易推收集第三方媒體渠道提供的投放效果數據，並將該等數據與我們系統中的現有用戶行為數據以及廣告客戶的偏好結合，為營銷專家提供數據支持，生成持續改善的投放推薦用於後續投放。

為了監控和識別第三方媒體渠道提供的投放效果的真實點擊次數，我們通過與部分第三方媒體渠道合作建立了回調系統。該等媒體渠道通常會提供回調函數，供我們共享其渠道的點擊記錄及廣告標識符。當我們使用第三方媒體渠道提供的回調函數時，該等點擊記錄及廣告標識符一般都會回調至界面。我們通過此類回調系統記錄正常點擊閾值(即每個用戶每天對同一廣告點擊3次)內的數據。必要時，我們可以參考該回調系統的數據，與廣告客戶及第三方媒體渠道核對數據。倘數據顯示表現異常，我們將及時調整投放渠道及策略。根據《中華人民共和國個人信息保護法》，前述點擊記錄、廣告標識符等屬於個人信息。第三方媒體渠道一般會徵得用戶同意處理個人信息，並與我們共享個人信息，以協助我們評估投放效果。我們僅使用此類個人信息來改進後續展示位置推薦並防止欺詐點擊。除我們的回撥系統中的個人信息外，我們不會從第三方媒體渠道收集任何其他個人信息。

我們針對個性化廣告需求向各類廣告客戶提供服務及提供多樣化廣告展示形式，如橫幅式、插頁式廣告及原生廣告。我們通常根據相關框架協議與廣告客戶合作，並主要按CPC基準、CPM基準及CPA基準向彼等收取費用。我們於數字營銷服務業務下的廣告客戶於往績記錄期間主要包括來自娛樂、電子商務及互聯網行業的客戶。我們通常於與廣告客戶訂立服務協議前，就彼等的經營狀況及廣告內容合規性展開初步客戶盡職調查程序。我們密切監控廣告的影響，與客戶分享推廣效果，提升我們的廣告服務水準。

---

## 業 務

---

為迎合客戶的廣告需求及符合客戶的預算，我們通過提供數字營銷解決方案及使用合適的廣告渠道加以實施，該等渠道包括互聯網媒體及網絡內容展示平台。於往績記錄期間，我們累計直接與超過180個第三方營銷渠道合作，累計與多家領先廣告渠道建立緊密關係。廣告渠道的覆蓋面及多樣性可使我們能夠藉助易推向廣告客戶提供具有成本效益的精準營銷服務。

根據分析，數字營銷服務提供商(如廣告代理)為廣告行業價值鏈中不可或缺的一部分，乃由於(i)數字營銷服務提供商具有較強的提供一站式服務的服務能力。彼等於數字營銷行業積累了豐富的專業知識及經驗，包括市場分析、廣告策劃、媒體渠道採購及項目執行等，能夠為廣告客戶提供全面的服務，而若干廣告客戶不具備如此全面的廣告能力；(ii)數字營銷服務提供商擁有廣泛的媒體資源網絡。媒體類型多樣化導致媒體資源分散，使不同媒體渠道之間溝通困難，需要廣告客戶依賴數字營銷服務提供商整合資源，直接或通過第三方媒體渠道向不同媒體平台投放廣告。數字營銷服務提供商一般擁有豐富的資源以及多元化的媒體及行業網絡，這使得彼等能夠為廣告客戶提供更多的曝光度及高效、多樣化的廣告服務；及(iii)數字營銷服務提供商提供精準的廣告服務。在實踐中，雖然廣告客戶能夠直接從第三方廣告媒體渠道購買廣告位，但倘並無數字營銷服務提供商的參與，此類廣告客戶很難達到理想的投放效果。廣告客戶積極追求積極的廣告效果，這需要媒體渠道進行精細化運營。然而，大多數媒體渠道不具備直接服務所有廣告客戶的能力，難以為所有廣告客戶提供高質量的廣告服務。因此，廣告渠道需要依靠數字服務提供商提供精細化服務，例如管理廣告投放及監控投放效果。數字營銷服務提供商擁有廣泛的用戶數據及強大的分析能力，有能力提供準確、精準、定制化的服務。就我們向廣告客戶提供的數字營銷服務而言，由於我們在提供精準廣告投放服務方面的技術實力，廣告客戶委聘我們為其廣告實現更積極的投放效果，我們認為這比直接在第三方媒體渠道投放廣告更有效。此外，我們擁有豐富的第三方媒體渠道資源，可以為我們的廣告客戶提供合適的互聯網流量。鑑於上述情況，我們認為與我們的廣告服務去中介化相關的風險相對較小。

## 業 務

我們的數字營銷服務收益維持相對穩定，於2021年為人民幣201.6百萬元及2022年為人民幣200.7百萬元。其由2022年的人民幣200.7百萬元增加至2023年的人民幣288.8百萬元。下表載列所示期間數字營銷服務的若干經營數據。所有指標均根據我們的內部業務系統記錄編製：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
每個年度點擊量(百萬).....	331.5	327.9	415.8
每個年度展示量(百萬).....	38,239.4	38,927.8	44,524.5
點擊率 <sup>(1)</sup> (%).....	0.9	0.8	0.9

附註：

(1) 點擊率等於每個年度點擊量除以每個年度展示量。

### 網絡遊戲發行服務

我們通過使用宜搜推薦引擎向用戶推薦第三方遊戲內容提供商的網絡遊戲，這可使我們研究用戶行為並分析預測其遊戲偏好，以便精準推薦合適的遊戲。於我們與第三方遊戲內容提供商的合作中，彼等主要負責提供網絡遊戲內容，而我們主要負責通過吸引用戶在其移動設備上下載及安裝遊戲應用程式，向我們的專有平台及外部渠道的用戶推薦。我們主要向遊戲用戶收取彼等在遊戲內購買虛擬物品的費用或與第三方渠道分享來自用戶的收入。

我們為網絡遊戲發行服務制定了一系列操作程序，涵蓋遊戲引進、評估、發佈及管理。我們專注於遊戲種類(包括SLG及女性向遊戲等)，緊密遵循遊戲行業的發展，以識別潛在遊戲並釐定是否可引入該等遊戲進行全面評估。我們初步按照預期用戶人數及生命週期篩查遊戲，並通常於決定正式發行前對該遊戲展開全面評估，當中主要涵蓋多項指標，包括遊戲設計、遊戲用戶互動及用戶付費率等。我們聘請了由遊戲專家組成的團隊審核各遊戲的整體架構及可玩性，並全面審核我們計劃發行的遊戲。我們一般利用我們平台上的用戶流量開始遊戲測試。其後，我們與一個或兩個發佈渠道聯絡，隨機聘請少數遊戲用戶進行beta測試。我們收集遊戲用戶反饋，與遊戲內容提供商合作，以進一步優化遊戲。經優化版本將最終投入小規模beta測試。我們亦觀察及分析遊戲用戶於測試期間在遊戲中的行為，預測遊戲的受歡迎程度，隨後將通過我們評估的新遊戲發行至市場上，並繼續收集分析用戶行為數據。就我們發行的部分遊戲而言，我們根據協定比率與遊戲內容提供商分享遊戲用戶充值收入。我們亦就用戶在遊戲中購買虛擬道具而收取費用，隨後與第三方遊戲內容提供商就部分遊戲分享部分收入。

## 業 務

我們主要通過聯運模式提供網絡遊戲發行服務。在此模式下，第三方遊戲內容提供商一般提供遊戲客戶端、遊戲更新包、客戶服務系統及其他必要資源，而我們主要通過提供平台使用權、廣告位、支付系統及其他平台服務向合適用戶推薦網絡遊戲。我們主要依靠聯運模式經營我們的網絡遊戲發行服務，以降低任何網絡遊戲開發失敗的風險，因網絡遊戲開發可能會產生大量遊戲開發成本。此模式使我們得以利用現有技術及流量優勢，專注於挑選合適的遊戲，並將該等遊戲推薦予合適的用戶。在某些情況下，我們亦通過獨代模式與第三方遊戲內容提供商合作，據此我們擁有獨家權利展開遊戲的所有營銷及推廣活動。在該模式下，我們除了向合適用戶推薦網絡遊戲外，亦負責網絡遊戲運營及服務器維護。就聯運模式或獨代模式下的遊戲而言，遊戲內容提供商負責為將於中國國內市場發佈的遊戲申請ISBN審批。我們通常根據我們發行的遊戲的特定特徵(如遊戲種類、擬定目標用戶群體及發行渠道)來決定採用獨代模式還是聯運模式。

我們與第三方遊戲內容提供商建立了緊密關係，並通過遊戲發行業務的合格專業團隊深入了解遊戲行業。截至2023年12月31日，自我們的網絡遊戲發行服務於2013年開始以來，我們累計與約30家網絡遊戲開發商合作。在實際情況下，於我們與網絡遊戲內容提供商建立合作關係時，網絡遊戲內容提供商須就其網絡遊戲的相關知識產權的所有權提供保證。彼等授權我們根據協定的線上渠道(如第三方廣告渠道、手機遊戲平台及應用程式商店)發佈彼等的遊戲。

就遊戲發行及推廣而言，我們不僅利用我們平台(如宜搜系列閱讀App)的用戶流量，亦與外部渠道(如抖音)合作。我們通常在擴展至合適的外部渠道前通過我們的專有平台按試玩基準開始推廣此等遊戲。我們通常獲第三方遊戲內容提供商允許在多個渠道正式推出一款新的網絡遊戲，包括我們的專有平台及外部媒體渠道。我們根據兩種安排與外部媒體渠道展開合作，即廣告流量安排或渠道營運安排。於廣告流量安排下，我們購買廣告空間，以將我們的遊戲廣告投放於渠道上，且彼等向我們收取廣告服務費。於渠道營運安排下，我們與各大應用程式商店或網絡遊戲公司合作，共同在其渠道推廣及分銷網絡遊戲。遊戲用戶可於該等渠道充錢，隨後該等渠道根據預先釐定比例扣留一部分充錢金額並將餘額轉讓予我們。於往績記錄期間，我們利用與外部媒體渠道的廣告流量安排發行我們通過聯運模式與遊戲內容提供商合作的網絡遊戲。根據與外部媒體渠道的渠道運營安排，我們僅發行了《帝王世紀》，該遊戲為一款我們通過獨代模式與遊戲內容提供商合作的網絡遊戲。



## 業 務

就網絡遊戲發行服務而言，我們主要專注於SLG及女性向遊戲，並累積了豐富的網絡遊戲發行經驗。就SLG而言，根據易觀，該等遊戲中的核心用戶忠誠度相對較高，而且該等遊戲通常生命週期較長，這有利於延長用戶忠誠度。此外，儘管SLG的初始客戶獲取成本通常高於其他種類網絡遊戲，但一旦核心用戶群體形成，SLG趨向可取得更強勁的財務表現。考慮到此等優勢，我們於2016年開始發行此遊戲種類。於2020年暫停網絡遊戲發行服務前，我們不僅累積了豐富的營運知識，但亦自此遊戲種類錄得穩定收益。此外，我們專注於發行女性向遊戲，主要由於，根據易觀，(i)女性向遊戲產品成本趨向於低於男性向遊戲產品；(ii)網絡遊戲女性用戶人數近年來不斷增長；及(iii)女性用戶就網絡遊戲付費的能力較預期強勁。根據易觀，女性向遊戲在2018年開始流行，且已成為新的行業熱點。為迎合瞬息萬變的市場趨勢，我們於2019年推出第一款女性向遊戲《愛江山更愛美人》，並累積了大量女性用戶行為數據，使我們能夠分析、研究及準確地預測其偏好。憑藉我們在發行女性向遊戲及SLG方面的豐富經驗及不斷演變的技術能力，我們將繼續探索女性向遊戲及SLG的潛力，並將我們的網絡遊戲種類擴展至RPG、MMO及卡牌。

為確保遊戲用戶的健康環境，我們已制定及實施措施以限制未成年遊戲用戶的遊戲時間，我們將持續密切關注最新的監管變化。根據2019年發佈的《防止未成年人沉迷網絡遊戲的通知》，於2021年9月1日前，我們不鼓勵未成年遊戲用戶在法定假日每天玩遊戲超過3小時及於其他時間每天玩遊戲超過1.5小時。為遵守《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》，自2021年9月1日起，未成年遊戲用戶只能在週五、週六、週日及法定假日的晚上八時正至晚上九時正期間玩我們的遊戲。請參閱本文件「監管概覽－有關網絡遊戲的法規－防沉迷制度及未成年人保護」。

考慮到中國網絡遊戲市場監管環境有所變化，我們於2020年6月暫停網絡遊戲發行服務，以進一步優化我們的業務結構及精簡運營。我們不再發行及運營大部分遊戲並裁減網絡遊戲團隊人數。根據易觀，中國自2018年3月開始加強對網絡遊戲行業的監管，隨後頒佈一系列與網絡遊戲相關的法規及政策。根據易觀，於2017年至2021年，新遊戲發行的遊戲開發商國際標準書號(「ISBN」)數量分別為9,368個、2,105個、1,570個、1,405個及755個，反映此期間中國對網絡遊戲市場的監管環境日益嚴格。自2021年7月起，中國收緊ISBN政策，並於2022年4月前並未就新遊戲發放任何ISBN。有關詳情請參閱本文件「行業概覽－中國網絡遊戲行業－概覽」。

## 業 務

由於預計2022年監管將逐漸放寬，我們於2021年12月開始恢復網絡遊戲發行服務，繼續專注於發行SLG及女性向遊戲，並保留了核心團隊成員。根據易觀，中國在2022年4月恢復發放新遊戲的ISBN。於2022年及2023年，新遊戲的ISBN發放數量為512個及1,075個。於2022年2月，我們於中國國內市場重新推出一款名為《我的坦克我的團》的遊戲，已獲得ISBN (ISBN 978-7-498-06347-2)，於2019年3月發行予遊戲內容提供商，且我們已獲得該遊戲內容提供商的授權公司授權於中國發行該遊戲。誠如中國法律顧問告知，推出具備現有ISBN的網絡遊戲並不要求我們重新申請新ISBN及本集團已遵守有關推出《我的坦克我的團》的相關中國法律及法規。於2022年10月，我們在美國、德國及意大利正式推出我們的首款海外網絡遊戲《文明》。此外，於2023年，我們開始(i)於2023年3月在海外市場對《京都大掌櫃》；(ii)於2023年5月在國內市場對《忍者傳奇》；及(iii)於2023年11月在海外市場對《超賽覺醒》三款遊戲進行beta測試，我們於同年度自該等遊戲開始產生收益。因此，我們於2023年7月在國內市場正式推出《忍者傳奇》及於2023年12月在海外市場正式推出《超賽覺醒》。由於《京都大掌櫃》在海外市場的beta測試結果低於預期，因此我們於最後實際可行日期已終止該遊戲的推廣。根據易觀，中國海外市場網絡遊戲企業的收益由2018年的96億美元增加至2023年的164億美元，複合年增長率為11.3%。預期收益將由2024年的175億美元增長至2027年的209億美元，複合年增長率為6.2%。我們擬於未來擴大網絡遊戲發行服務。我們計劃於2024年在海外市場推出兩至三款新遊戲，並於最後實際可行日期開始測試兩款遊戲。截至最後實際可行日期，我們已與上述網絡遊戲的相關遊戲內容提供商訂立遊戲合作協議，並開始對該等遊戲進行試運營或beta測試。有關進一步詳情，請參閱本節「我們的業務戰略」。

由於暫停我們的網絡遊戲發行服務，與我們的網絡遊戲發行服務運營有關的成本及費用相應減少，使我們能夠避免在中國暫停發放新遊戲的ISBN期間為網絡遊戲發行服務業務產生龐大的運營開支，並重新分配我們現有的企業資源。例如，我們調整網絡遊戲發行服務的核心團隊成員的職能及責任，方式為除日常負責監控及更新中國網絡遊戲市場的發展外，亦將其責任轉移至數字閱讀平台服務及數字營銷服務的若干方面。網絡遊戲發行服務、數字閱讀平台服務及數字營銷服務的若干工作技能及職責大致相似，要求員工熟悉推廣及營銷流程。因此，我們的網絡遊戲發行服務核心團隊成員可輕鬆轉至數字營銷服務。憑藉該等措施，我們能夠優化我們的業務結構及精簡運營。

過往，我們成功向市場推出若干網絡遊戲，如2016年推出的《帝王世紀》、2019年推出的《愛江山更愛美人》、2019年推出的《校花夢工廠》、2022年推出的《我的坦克我的團》及2022年推出的《文明》。我們相信，該等網絡遊戲的成功發行為本集團持續經營及進一步擴大網絡遊戲發行行業打下堅實基礎。

## 業 務

下表載列我們於往績記錄期間發行的主要網絡遊戲的主要經營指標：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
<b>網絡遊戲發行服務<sup>(1)</sup></b>			
<b>愛江山更愛美人</b>			
– 新註冊用戶人數(千人).....	–	–	–
– 每年每付費用戶平均收益(人民幣).....	–	–	–
– 平均日活躍用戶(千人).....	–	–	–
<b>帝王世紀</b>			
– 新註冊用戶人數(千人).....	23.7	–	–
– 每年每付費用戶平均收益(人民幣).....	714.5	–	–
– 平均日活躍用戶(千人).....	1.0	–	–
<b>文明</b>			
– 新註冊用戶人數(百萬人).....	–	243.7	428.5
– 每月每付費用戶平均收益(美元).....	–	66.3	177.9
– 平均日活躍用戶(千人).....	–	3.4	3.6

附註：

- (1) 我們於2023年下半年正式運營《忍者傳奇》及《超賽覺醒》，由於運營時間有限，該等兩款遊戲的運營指標無法與2023年之前推出的其他遊戲相提並論。

我們於2020年6月暫停網絡遊戲發行服務，以進一步優化我們的業務結構及精簡運營。因此，我們於2020年6月後不再運營《愛江山更愛美人》，該款遊戲於2020年的所有經營指標均按半年基準計算。由於暫停網絡遊戲發行服務，我們於2021年僅保留少數外部渠道發行名為《帝王世紀》的遊戲。我們於2021年第四季度恢復網絡遊戲發行服務，並於2022年10月在海外市場正式推出首款海外網絡遊戲《文明》。

### 個案研究—《愛江山更愛美人》

我們於2019年6月發行《愛江山更愛美人》遊戲，該遊戲就收益貢獻而言為我們發行最受歡迎的網絡遊戲之一。《愛江山更愛美人》為一款女性向遊戲，以皇宮中的權力及愛情鬥爭為主題。按照故事線的不同場景，遊戲用戶可購買各種妝容、服裝及道具。此外，遊戲亦提供多種男性角色供女性遊戲用戶選擇展開浪漫關係。

在遊戲過程中，遊戲用戶可從線上商店購買服裝、飾物及鞋類，以提升遊戲角色的形象。線上商店亦通過向願意付費提高遊戲角色能力的遊戲用戶銷售獨家卡牌及遊戲道具，為遊戲用戶提供特別故事情節。

---

## 業 務

---

《愛江山更愛美人》遊戲於推出後獲得市場認可，從用戶基礎不斷增加及高用戶參與度中可見一斑。於2019年及2020年，新註冊用戶人數分別為13.1百萬名及2.4百萬名，同年每年每付費用戶平均收益分別為人民幣253.6元及人民幣450.1元。於2019年及2020年，平均日活躍用戶分別超過418,000人及220,000人。由於我們在2020年7月暫停網絡遊戲發行服務，我們於2020年6月後不再運營此遊戲，且上述於2020年的所有經營指標均按半年基準計算。

### 其他數字內容服務

我們通過專有平台或第三方渠道(包括一間大型中文新聞資訊內容平台)為第三方電信運營商或其他增值內容提供商提供的數字內容提供推廣服務。其他數字內容主要包括音樂及回鈴音。

我們通過渠道合作模式或內容合作模式提供其他數字內容服務。於渠道合作模式下，我們通常與運營商訂立渠道合作協議，據此，該等運營商授權本公司推廣其數字內容(其中包括回鈴音及音樂)，並通過我們的專有平台及與我們合作的其他第三方渠道向合適的用戶推薦。就我們的專有渠道而言，我們通過植入電信運營商的頁面連結或放置宣傳頁面，將電信運營商的數字內容，如音樂及回鈴音等放置在我們專有產品的頁面上，如宜搜系列閱讀App及宜搜H5頁面。就其他第三方渠道而言，我們在合適的第三方渠道上以促銷頁面的形式推廣電信運營商的數字內容，如音樂及回鈴音。用戶點擊該等頁面，便會被引導至電信運營商的支付頁面，為相關數字內容付費。我們的推廣服務連接運營商及合適用戶，提高運營商的推廣效率及來自用戶的收益。該等運營商一般向用戶收費，然後根據渠道合作協議按照協定的比例與我們結算收入。在內容合作模式下，我們與運營商合作，在彼等的平台上傳我們向彼等購買的回鈴音及音樂等數字內容資源，而該等運營商通過各種渠道向彼等的用戶提供有關內容。該等運營商於收到用戶的收入結算後，將根據協定的比例與我們結算有關收入。

我們的其他數字內容服務業務在以下方面與我們的其他業務線有所不同：(i)數字內容的類型(主要是回鈴音及音樂)；(ii)合作夥伴(即電信運營商)；及(iii)結算安排，電信運營商通常於彼等收到其於其他數字內容服務下用戶的收入後與我們進行結算。

## 業 務

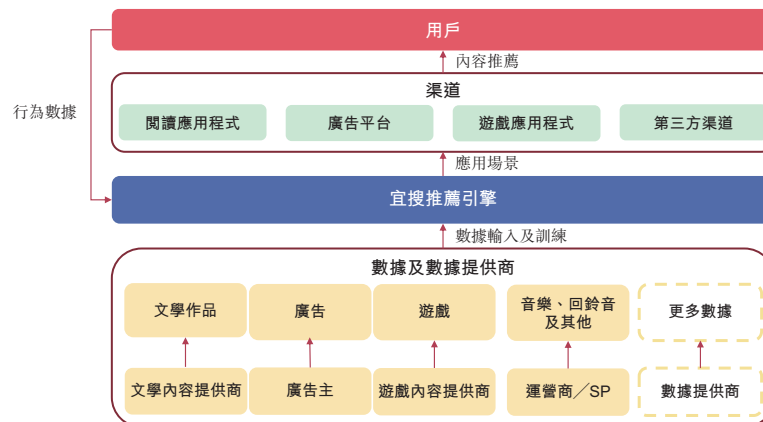
### 我們的平台及產品

#### 我們的平台

我們採用宜搜推薦引擎建立了一個網絡平台，連接了涵蓋數字閱讀、網絡遊戲、音樂及回鈴音豐富的數字內容。作為一個獨立的數字內容推薦平台，我們根據不同的使用場景結合多種算法模型，使我們能夠快速將新的數字內容場景應用擴展到現有用戶基礎中，利用用戶流量實現多元互動的盈利模式。

我們的平台可使我們向各參與者提供跨場景數字內容推薦，包括數字內容提供商、媒體渠道、用戶、廣告客戶及電信運營商，並讓彼等互動及實現互惠互利。憑藉我們與第三方數字內容提供商的深入合作，我們提供獨立及中立的內容推薦服務。我們的宜搜推薦引擎使我們能夠識別用戶的偏好並精確推薦數字內容，通過積累多方面的用戶行為數據優化我們的人工智能算法，進一步提高用戶的粘性及活躍度，擴大我們的用戶基礎。除第三方營銷渠道外，我們憑藉用戶基礎及其互聯網流量運營數字營銷服務。此外，我們的宜搜推薦引擎使我們能夠為用戶提供跨場景的數字內容推薦服務。例如，我們使用多種算法模型以識別對遊戲產品亦感興趣的數字閱讀用戶，並在其閱讀過程中投放遊戲廣告。為保持與電信運營商的長期關係，我們利用宜搜推薦引擎及平台，將彼等的各種數字內容與我們的用戶連接起來，並向彼等作出推薦。

因此，我們建立了一個智能推薦平台，使參與者能夠有效地互動，實現各業務線之間的相互協同效應。下圖說明我們的網絡平台：



---

## 業 務

---

我們的網絡平台具備以下主要元素：


- **數據及技術**：用戶基礎的規模及參與產生大量數據，我們利用該等數據開發推薦服務，可迎合用戶偏好，提高彼等的在線體驗。我們的宜搜推薦引擎依據用戶數據及技術創新而不斷優化其功能，從而使我們能夠開發並為用戶／客戶提供跨場景及多個「數據與人連繫」的數字內容推薦服務及營銷服務。
- **參與者**：內容提供商、媒體渠道、用戶、客戶及運營商為我們網絡平台的主要參與者。我們與眾多內容提供商合作，我們不斷擴大的高參與度的用戶基礎對我們的業務運營及增長亦至關重要。我們的用戶參與度高。
- **內容**：我們擁有豐富全面的數字內容，涵蓋數字閱讀、遊戲、音樂及廣告。截至2023年12月31日，我們的宜搜系列閱讀App擁有龐大的文學庫，包含約190,000本電子書，並發行四款網絡遊戲。
- **變現**：我們擁有創新的多元化變現模式，與我們的服務無縫整合。該等盈利模式主要包括訂閱、按使用付費、收益分成及廣告收入。我們強大的盈利能力支持我們長期投資宜搜推薦引擎，並將該引擎應用於更多業務場景。通過各種應用場景的協同效應及擴大我們的推薦服務範圍，我們能夠吸引更多內容提供商、用戶、廣告客戶及運營商，從而探索更多盈利模式，並擴大及完善我們的網絡平台。

### 我們的專有產品

我們的平台主要包括三種專有產品(即宜搜系列閱讀App、宜搜H5頁面及易推)，有關詳情載列如下：

#### **宜搜系列閱讀App**

我們主要依賴宜搜系列閱讀App進行數字閱讀平台服務。作為我們的旗艦應用程式，宜搜小說App於2013年推出。宜搜小說App提供大量正版電子書，並具有設計良好的產品功能而向用戶提供個性化閱讀體驗，例如有聲讀物及護眼閱讀模式。

宜搜小說App  主要包括書架、精選、分類、用戶福利及我的主頁。我們通常會在書架中展示最近流行的網絡小說，並在精選中根據我們對多方面用戶行為數據及用戶偏好預測的分析推薦合適的網絡小說。分類中提供全面的書籍類別，例如懸疑、玄幻奇幻、歷史、都

---

## 業 務

---

市、科幻及言情。在我的主頁中，我們會在顯眼位置展示充值連結及高級會員開通連結並提供推廣及抽獎活動，例如幸運抽獎及積分兌換，以增強用戶的參與度及付費意願。我們亦為用戶提供人工及人工智能客戶服務。

我們於2017年推出快看小說閱讀<sup>宜</sup>，以迎合不同的用戶需求及使用場景，擴大獲取用戶的渠道。快看小說閱讀設有大量具多種收費準則的文學資源。快看小說閱讀採用與宜搜小說App的類似模塊，並設有多項產品功能，例如有聲讀物。

宜搜小說App及快看小說閱讀均旨在服務偏好使用應用程式進行數字閱讀的用戶。宜搜小說App及快看小說閱讀的基本功能相似，如收費模式、會員福利、推廣活動等。我們升級快看小說閱讀的最初目的為把握中國數字閱讀行業持續的免費閱讀趨勢，並獲得更多用戶。因此，我們主要將這款應用程式視為主要提供包含廣告的數字閱讀的閱讀平台，以保持我們在中國線上閱讀平台中的競爭力。然而，隨著免費閱讀趨勢持續受歡迎，由於我們對當前行業趨勢及用戶偏好的響應，我們的宜搜小說App及快看小說閱讀均逐漸成為線上閱讀平台，彼等各自的大部分收益來自包含廣告的數字閱讀。我們會根據用戶反饋及行業動態，不定期調整該兩個應用程式的訂閱時長及訂閱服務價格。付費閱讀資源的定價價格通常由我們與第三方內容提供商的共同協議、用戶反饋及行業動態共同釐定，因此，價格亦會不時波動。

### **宜搜H5頁面**

宜搜H5頁面主要面向偏向通過手機瀏覽器及網頁而非應用程式閱讀網絡文學的用戶設計。宜搜H5頁面提供與宜搜系列閱讀App類似的文學資源及作為面向偏向通過手機瀏覽器及網頁閱讀網絡文學的移動終端用戶的補充渠道，可讓我們觸達宜搜系列閱讀App未覆蓋的用戶。我們一般在宜搜H5頁面插入彈窗式連結，提醒用戶下載宜搜小說App。宜搜H5頁面可以網頁、連結及微信公眾號的方式輕鬆傳播，讓我們接觸到潛在用戶。宜搜H5頁面主要包括精選、分類及宜搜免費小說資源。於往績記錄期間，宜搜H5頁面主要作為我們吸引更多用戶使用宜搜系列閱讀App閱讀付費文學內容及訂閱高級會員服務，且我們並無自付費數字閱讀服務項下的宜搜H5頁面產生任何收益。

## 業 務

下表載列於所示期間我們在包含廣告的數字閱讀下向廣告客戶收取的單位費用範圍：

	截至12月31日止年度		
	2021年 (人民幣)	2022年 (人民幣)	2023年 (人民幣)
<i>宜搜小說App：</i>			
CPC.....	0.17-2.71	0.22-2.55	0.23-2.60
CPM.....	0.23-411.00	0.28-660.00	0.28-796.67
<i>快看小說閱讀：</i>			
CPC.....	0.15-2.40	0.21-3.40	0.22-3.50
CPM.....	0.25-436.14	0.26-342.00	0.26-460.00
<i>宜搜H5頁面：</i>			
CPC.....	0.40-0.45	0.40-0.45	0.40-0.45
CPM <sup>(1)</sup> .....	-	-	-

附註：

(1) 於往績記錄期間，我們並未就宜搜H5頁面的廣告服務按CPM基準向廣告客戶收費。

### 易推

易推為我們專有的智能廣告平台，用作我們數字閱讀平台服務業務下的包含廣告的數字閱讀及我們數字營銷服務業務下廣告服務的核心平台。我們使用易推為數字閱讀平台服務下的廣告客戶提供服務，主要提供數據支持及協助我們生成投放策略，以分銷其廣告至我們專有產品的用戶。我們將廣告業務視為自付費意願不高的用戶的用戶流量變現盈利的一個有利途徑。同時，我們主要使用易推為數字營銷服務下的廣告客戶提供服務，提供數據支持及協助我們生成投放策略，分銷其廣告至下游第三方媒體進行投放。於包含廣告的數字閱讀及數字營銷服務業務中，我們首先通過人工方式收集廣告客戶的需求，如目標用戶群、預期點擊率、投放時長及廣告預算等。然後，我們將該等需求輸入易推，並開始小規模測試，於我們的專有平台上投放廣告客戶的廣告。易推隨後為營銷專家提供數據支持，以分析測試結果，包括展示次數及點擊次數。營銷專家隨後建立適當的投放廣告模式。彼等隨後將廣告客戶的廣告與包含廣告的數字閱讀下我們的專有產品投放或數字營銷服務業務的適當第三方媒體渠道進行匹配及配銷。最後，於廣告投放期間，易推亦收集第三方渠道提供的投放效果數據，並為營銷專家提供數據分析支持，為未來投放提出優化建議。這可使我們通過將廣告客戶與外部第三方媒體渠道匹配，以滿足廣告客戶在我們專有產品上無法以現有用戶流量滿足的需求。



---

## 業 務

---

易推主要包括三個核心模塊：DSP、SSP及算法策略系統。DSP系統主要促進上游廣告客戶記錄彼等的廣告需求，有關需求將會發送至算法策略系統。SSP系統主要管理下游合作媒體的廣告位及資源，及分析各廣告位的數據，有關數據將發送至算法策略系統以供進一步分析。我們的算法策略系統是「易推」的核心組成部分，該系統基於根據廣告客戶需求及媒體渠道廣告位特徵的多個推薦算法模型建立。易推使我們能向目標用戶／客戶精準投放廣告。有關詳情，請參閱本文件「—數字營銷服務」。

易推亦具有反點擊欺詐功能。具體而言，其記錄所有用戶的點擊資料。對於同一用戶，只有在正常點擊閾值(即每個用戶每天點擊相同廣告三次)內的點擊被確認為真正的點擊，而超過正常閾值的點擊隨後被過濾掉。於往績記錄期間，我們既無向廣告客戶或第三方媒體渠道提供任何獎勵或回扣，亦無從該等人士獲得此類獎勵或回扣。

## 技術

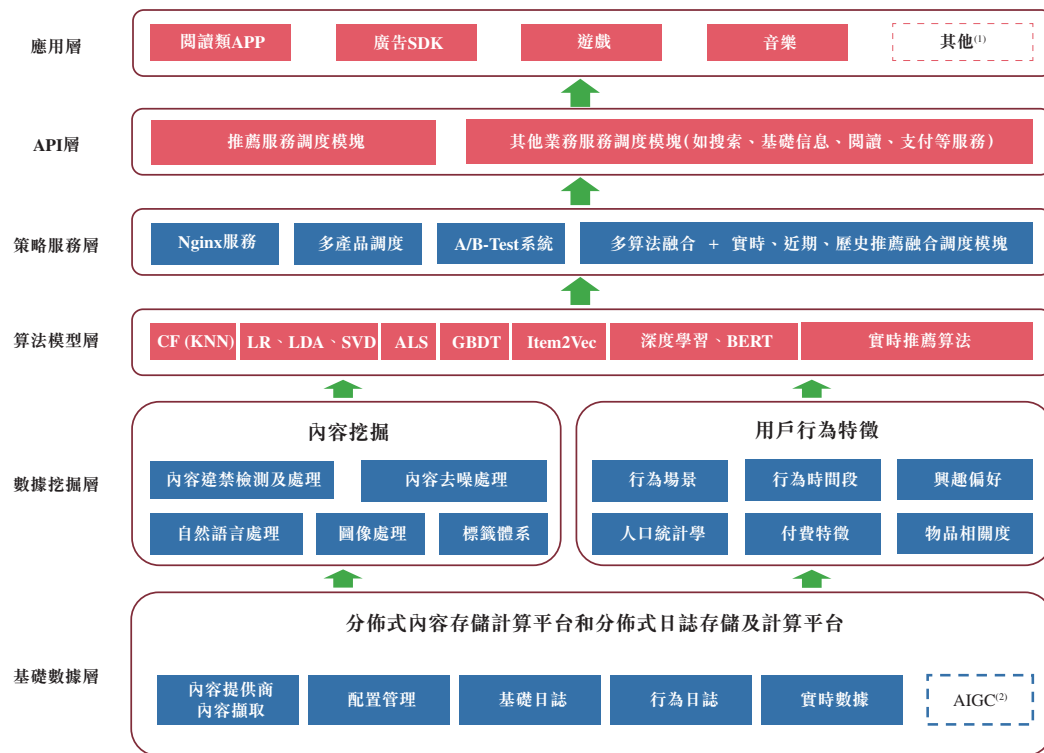
我們的人工智能推薦技術為推動我們所有業務的基礎。我們致力於持續改進人工智能推薦技術，並採用了多種人工智能算法，將該等技術(包括機器學習及深度學習)與數字內容和用戶行為特徵相結合。通過我們於人工智能推薦技術方面的專注研發努力，我們已開發宜搜推薦引擎。

### 智能推薦引擎

我們主要依賴宜搜推薦引擎作為核心技術工具，應用於各個「數據與人連繫」的業務線。自成立以來，我們已充分開發及持續提升有關智能推薦引擎。我們先進的大數據分析能力使我們能收集、分析及研究用戶特徵及行為並應用於不同業務線。我們的宜搜推薦引擎亦對閱讀內容或遊戲內容等內容的特徵數據進行精細數據挖掘。我們的宜搜推薦引擎包括六層，涵蓋實時數據收集、數據挖掘處理、用戶剖析、多算法模型推薦及多產品應用等方面。

## 業 務

下圖說明六層式宜搜推薦引擎的整體架構：



附註：

- (1) 我們擬於未來擴大我們的應用程式層式以涵蓋其他應用場景。
- (2) 我們計劃在基礎數據層使用AIGC生成數字內容。

底層(第1層)由內容數據組成，包括數字閱讀、廣告、網絡遊戲及其他數字內容，如音樂和回鈴音。中間四層由各種程式引擎組成，這些程式引擎整合內容數據及用戶行為數據，向合適用戶提供相關內容。頂層(第6層)為用戶介面層，為用戶取得及使用內容時行為產生的數據的載體。這六層相互依存，共同構成我們的宜搜推薦引擎。下文載列各層的詳情：

- **第1層：數據收集。**我們主要通過產品的用戶日誌實時收集用戶行為數據及從內容提供商處提取相關內容。我們亦從閱讀內容及遊戲內容等內容提取特徵數據。AIGC亦為我們未來在基礎數據層的主要擴展方向，據此我們能夠自動生成數字內容。隨後，我們生成將在第2層數據挖掘中使用的數據。

---

## 業 務

---

- **第2層：數據挖掘。**數據系統進行智能數據挖掘以收集(i)基於對用戶場景使用時間段、偏好及付款方法等進行系統性研究得出的用戶行為特徵；及(ii)在進行違禁內容檢測、內容去噪、自然語言及圖像及標籤系統一系列處理後的內容提取。我們將數據挖掘的結果應用於第3層的算法模型。
- **第3層：算法模型。**基於機器學習及深度學習的開源代碼，我們已開發我們的專有多算法模型，如協同過濾算法、Item2Vec算法及GBDT等。我們將該等多算法模型用於第4層的策略服務。
- **第4層：策略服務。**我們主要使用Nginx服務、A/B測試系統、雙產品調度以及多算法融合與實時、近期及歷史推薦模塊相結合。我們在第5層的API模塊中加入該等算法模塊。
- **第5層：API。**我們已開發各種應用程式模塊，並已調整應用程式模塊以提供其他服務，如支付及搜索。我們為各個業務線選擇適合的應用程式模塊並調整該等應用程式模塊以適應第6層的不同使用場景。
- **第6層：應用。**我們已成功開發一系列移動應用程式、H5頁面、廣告SDK及其他產品，以多元化內容呈現。

我們持續定期評審及優化宜搜推薦引擎，並隨著業務發展不斷迭代引擎。我們亦緊切追蹤機器學習及深度學習範疇的領先學術研究刊物，並將此等成果應用於開發及提升宜搜推薦引擎。

### 智能推薦引擎的算法

我們的宜搜推薦引擎乃建基於一系列人工智能推薦算法，包括基於梯度提升回歸樹的集成算法模型、基於TensorFlow實現的深度學習召回算法模型和排序算法模型。在將深度學習融入上述推薦算法的過程中，我們亦將先進的深度學習自然語言處理算法BERT引入人工智能推薦技術的內容分析中，用於計算書籍內容的語言表示特徵，以提升預訓練書籍分類的準確度。我們已結合各個應用場景調整及優化通用技術，有關詳情載列如下：

## 業務

推薦技術	算法領域	推薦技術的改善	應用場景	關鍵指標 <sup>(1)</sup>
基於預訓練模型的語言表示	深度學習(自然語言處理領域，BERT模型)	在預訓練的基礎上加入與內容相關的語言特徵，以增加對多種輸入的支援	文字內容的分類計算	256維度特徵；110百萬參數；分類準確率98%
基於注意力機制的語言表示	深度學習(自然語言處理領域，Transformer模型)	基於注意力機制提取與內容相關的語言特徵，並加入書籍相關處理	文字內容的分類計算	256維度特徵；30百萬參數；分類準確率97%
基於卷積神經網絡的語言表示	深度學習	使用卷積網絡提取與內容相關的語言特徵，並找出正確的網絡層數、特徵圖數量、卷積核大小及步幅大小	文字內容的分類計算	256維度特徵；10百萬參數；分類準確率96%
基於循環神經網絡的語言表示	TensorFlow	使用循環網絡提取與內容相關的語言特徵，並找出正確的網絡層數及節點大小	文字內容的分類計算	256維度特徵；10百萬參數；分類準確率96%
基於全連接神經網絡的語言表示	深度學習	使用全連接網絡提取與內容相關的語言特徵，並找出正確的網絡層數及節點大小	文字內容的分類計算	256維度特徵；10百萬參數；分類準確率95%
基於召回模型的深度學習	TensorFlow	使用全連接網絡，通過內嵌層降低用戶行為的規模，將召回問題轉化為多類別問題，並從數十萬條內容中為每名用戶挑選出最相關的數百條內容	用作預測每名用戶的內容偏好的計算	256維度特徵；50百萬參數；離線準確率90%

## 業務

推薦技術	算法領域	推薦技術的改善	應用場景	關鍵指標 <sup>(1)</sup>
基於排名模型的深度學習	深度學習	使用全連接網絡，通過內嵌層降低用戶行為的規模，將排序問題轉化為有權重的二元分類問題，加入更多內容特徵，並為每名用戶召回的數百條內容進行排序	用作預測用戶的內容偏好排名的計算	256維度特徵；50百萬參數
基於梯度提升樹的集成模型	TensorFlow	利用矩陣分解提取內容特徵，將排序問題轉化為帶權重的二元分類問題，為每名用戶召回的數百條內容進行排序	用作預測用戶的內容偏好及其排名的計算	256維度特徵
Item2Vec算法	深度學習	基於Word2vec提取用戶和內容的向量化特徵，可用作集成算法的隱性語義特徵，以根據向量的相似度進行排序	用作預測用戶的內容偏好及其排名的計算	256維度特徵；50百萬參數

附註：

(1) 關鍵指標乃根據我們算法模型的內部訓練編製。

---

## 業 務

---

### 不同業務場景的應用

宜搜推薦引擎使用多種人工智能算法模型以滿足不同使用場景下的不同用戶需求。基於廣泛的數據收集、深度數據挖掘、持續算法優化及演化策略服務，我們能準確預測用戶偏好並向用戶推薦合適內容。

由於我們各種業務場景的變量相對較大，需要不同的推薦策略，我們已開發一系列豐富的人工智能算法以應用於各個業務線。於四條業務線中，我們廣泛應用推薦技術、分佈式數據存儲技術、數據抓取、處理及分析技術、基於高併發訪問的服務可用性技術及搜索技術，並計劃增加該等技術的應用深度。於我們的四條業務線應用宜搜推薦引擎的詳情載列下文：

## 業務

業務線	應用	發揮的具體作用
<b>數字閱讀平台服務</b>		
付費數字閱讀服務	<p>我們向願意付費的用戶推薦付費閱讀資源。</p> <p>通過對文學內容及用戶行為的深度挖掘，結合用戶的長期閱讀行為、近期閱讀行為、當前實時使用行為以及用戶付費意願，我們採用機器學習及深度學習等多種先進推薦算法，進行算法建模及計算，以預測用戶當前需要的文學內容並推薦予用戶。</p>	<p>推薦符合用戶使用意願及彼等潛在需求的文學內容，以改善彼等閱讀體驗。</p>
包含廣告的數字閱讀	<p>我們向用戶推薦免費閱讀資源，分析用戶的支付意願，並向支付意願低的用戶展示廣告。</p> <p>我們收集及分析用戶對廣告的點擊，挖掘及預測用戶的興趣方向，並使用協同過濾推薦及內容相似度推薦方法分發廣告。</p>	<p>引導付費意願低的用戶瀏覽廣告或推薦嵌入廣告的免費文學內容，在不影響彼等閱讀體驗的前提下，增加用戶對廣告的觀看時間及點擊量。</p> <p>與廣告客戶建立穩定的關係，滿足彼等對廣告精準投放的需求，這將使我們能夠有效變現盈利。</p>
<b>數字營銷服務</b>	<p>廣告投放平台的廣告算法策略系統通過機器學習，利用多種推薦算法模型，分析廣告內容、廣告客戶的需求、媒體廣告位的合適性及歷史用戶行為特徵，提供廣告服務的綜合解決方案，包括合適的媒體渠道、目標受眾及預期的廣告效果，最終將不同類型的廣告呈現給合適的用戶。</p>	<p>幫助中小型廣告客戶及中小型媒體渠道形成合適的廣告關係，並滿足廣告客戶對廣告精準投放的需求及媒體渠道對有效變現盈利的需求。</p>
<b>網絡遊戲發行服務</b>	<p>根據對用戶行為資料的分析，我們推出能夠吸引更多用戶正面反饋且具有較高商業價值的遊戲；我們建立用戶分析模型並收集遊戲用戶的行為數據。通過開發該等模型，我們能夠對用戶行為進行挖掘和分析。</p>	<p>選擇具較高商業價值的遊戲，改善彼等遊戲體驗，並提高精细化運營。</p>
<b>其他數字內容服務</b>	<p>我們分析來自電信運營商的內容特徵，如音樂及回鈴音，結合用戶行為特徵，採用機器學習向用戶推薦各類數字內容。</p>	<p>推薦符合彼等興趣的音樂、回鈴音及其他數字內容，並提高彼等的付費意願。</p>

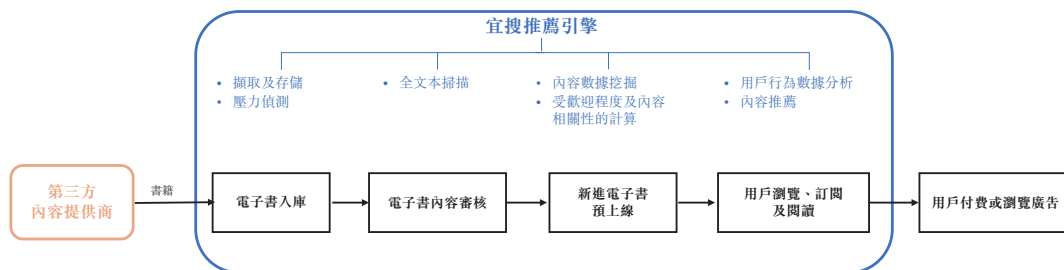
## 業 務

### 數字閱讀平台服務

我們開發及使用多算法模型，以持續改善宜搜推薦引擎的技術能力，並將該引擎應用至我們數字閱讀平台服務的完整商業流程。

就算法模型而言，我們的多算法模型主要包括協同過濾推薦算法、基於內容相似的推薦算法、流行度推薦算法、基於集成學習的混合推薦算法及基於深度學習相關的混合模式推薦算法。當中，協同過濾推薦算法可大致捕捉用戶在不同時間的興趣變化，從而提供更佳的推薦結果。基於內容相似的推薦算法主要用作解決協同過濾算法在未先取得相應用戶行為的情況下無法就新內容作出協同推薦的問題。流行度推薦算法主要用於解決新用戶的冷啟動問題。冷啟動是指我們並無大量用戶行為數據，因而無法按照用戶行為為準確使用推薦算法，以於我們就新書設計推薦算法時作出推薦的問題。因此，我們對新書一般會聚焦於基於內容的推薦算法來解決此問題。基於集成學習相關的混合推薦算法(尤其是梯度提升決策樹)結合用戶相關特徵(例如展示、點擊及訂閱)以及種類／體裁偏好及付費意願，從而提升邏輯回歸非線性分佈的擬合能力，構建對用戶更佳的推薦方案。基於深度學習相關的混合模式推薦算法主要是指使用此算法以一方面進一步優化高級生命支持算法的結果，另一方面訓練用戶使用行為、預測用戶訂閱行為及直接生成推薦結果。

我們於下文載列流程圖以呈列宜搜推薦引擎在數字閱讀平台服務中的應用：



就我們的數字閱讀平台服務的業務過程而言，我們的宜搜推薦引擎主要涵蓋電子書籍簽約入庫、電子書內容審核、新進電子書上線、用戶瀏覽、訂閱及閱讀活動，以及用戶付費或瀏覽廣告。該等步驟中使用的主要技術引擎模塊包括分佈式數據存儲技術、數據處理及分析技術，以及以高併發存取為基礎的服務可用性技術。



---

## 業 務

---

- *步驟1：電子書籍簽約入庫*

電子書籍簽約入庫涉及存儲以及及時更新大量電子書的章節內容。我們採用分佈式數據儲存集群技術及定向抓取技術，以自動擷取及存儲電子書數據，並根據第三方內容提供商的網站界面的差異進行自動壓力測試，以確保及時更新內容。我們已成功實現電子書籍簽約入庫的全面自動化程序。

- *步驟2：電子書內容審核與分析*

我們一般通過內容審核系統，對所有電子書內容進行自動全文本掃描，以識別可能為色情、淫穢或誹謗或煽動暴力、危害國家安全或違反國家利益的內容，並自動標記疑似有害的內容。被標記的內容會進入人工二次審核。同時，通過我們的自動內容審核系統的內容進入我們的電子書店進行預上線。有關詳情，請參閱本節「內容監控」一段。

- *步驟3：新進電子書上線*

我們會處理及計算新進電子書的受歡迎程度及內容相關性。在此步驟中，我們應用定向抓取技術，以根據新電子書在其他熱門閱讀平台上的排名獲得該等電子書的受歡迎程度，並通過自然語言處理技術進行電子書內容數據挖掘，以計算新內容與我們平台上舊有書籍內容的相關性。我們將現有用戶的興趣及偏好與新電子書進行比較，得出興趣相關性的計算結果，將計算結果納入我們對用戶對電子書的興趣及偏好的預測，最後向合適的用戶推薦新電子書。除上述相同的引擎模型外，我們亦在此步驟採用人工智能推薦技術。

- *步驟4：用戶瀏覽、訂閱及閱讀*

我們通常根據用戶接觸我們文學內容的深度，將用戶的使用狀態分為四大類，即無動作用戶、生成少量點擊或訂閱的淺度用戶、有點擊、訂閱、閱讀及其他行為的深度用戶以及搜索用戶。我們的宜搜推薦引擎根據不同的用戶狀態提供個性化建模推薦。此外，根據用戶的付款意願，我們分別針對上述四類用戶在推薦過程中投放廣告。除上述相同的引擎模型外，我們亦在此步驟採用人工智能推薦技術及搜尋技術。

---

## 業 務

---

- 步驟5：用戶付費或瀏覽廣告

在付費數字閱讀服務下，當用戶讀取付費內容時，我們的彈窗式連結通常會將用戶導向外部第三方支付系統，例如微信支付及支付寶，我們會針對付費內容向用戶收費。在包含廣告的數字閱讀下，我們在用戶閱讀過程中以多種形式向用戶展示廣告，並在用戶瀏覽或點擊該等廣告時自廣告客戶獲得廣告收益。我們主要依靠我們專有的廣告平台易推，提供數據支持，協助我們生成投放策略，並向用戶展示廣告。憑藉我們的數據收集及分析能力以及宜搜推薦引擎，我們收集及記錄廣告客戶的廣告投放需求，分析我們專有產品上的廣告位，並結合我們的用戶行為數據分析，在包含廣告的數字閱讀下向用戶展示合適的廣告。有關廣告服務中應用算法模型的更多詳情，請參閱本節「—技術—不同業務場景的應用—數字營銷服務」。

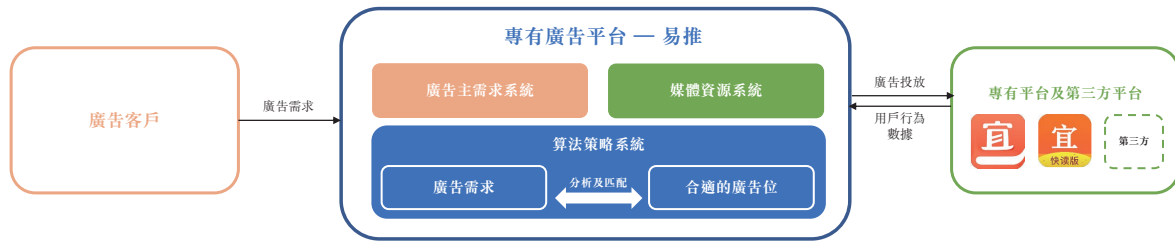
### 數字營銷服務

我們主要依賴我們的專有廣告平台—易推開展數字營銷服務。憑藉我們的數據收集及分析能力及我們的宜搜推薦引擎，我們收集及記錄廣告客戶的廣告投放需求，分析第三方媒體渠道提供的廣告位，並結合我們的數據分析，以於第三方媒體渠道為客戶提供合適的廣告位。有別於我們可於專有平台投放廣告的數字閱讀平台服務業務下的包含廣告的數字閱讀，我們在數字營銷服務業務下協助廣告客戶於第三方媒體渠道投放彼等的廣告。有關於我們的專有平台投放廣告的廣告服務詳情，請參閱本文件「—我們的業務模式—數字閱讀平台服務—包含廣告的數字閱讀」。

尤其是，在DSP系統中，廣告客戶可設定目標用戶基礎、展示地區、展示作業系統及彼等在平台上的廣告的其他偏好。我們收集及記錄廣告客戶的需求並將其發送至算法策略系統。在SSP系統中，我們收集及記錄我們合作的第三方媒體渠道可供使用的廣告位資源，並將數據分析結果發送至算法策略系統。SSP系統管理下游合作媒體上可用的廣告位資源，並對該等可用的廣告位及廣告位過往達到的用戶行為數據進行數據分析。然後，系統通過分析數據，確定用戶對某類廣告的接納程度，形成用戶行為數據及發送至廣告算法策略系統。算法策略系統通過結合廣告客戶需求及媒體渠道可供使用的廣告位資源進行整合及分析，使用機器學習以建立多算法推薦模型，以將廣告需求與合適的廣告位配對，從而使我們得以將廣告呈現給合適的用戶。我們就該業務線使用的技術模型主要包括推薦技術、分佈式數據存儲技術、數據抓取、處理及分析技術及基於高併發訪問的服務可用性技術。

## 業 務

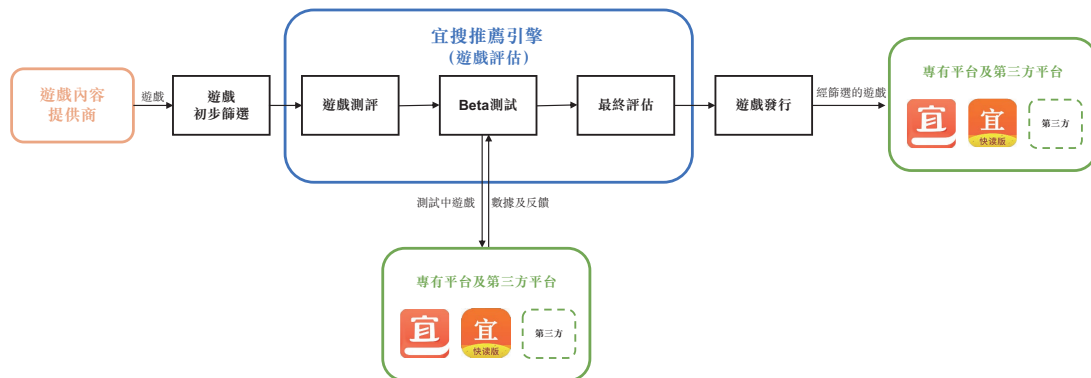
我們於下文載列流程圖以呈列宜搜推薦引擎在數字營銷服務中的應用：



### 網絡遊戲發行服務

憑藉我們已在數字閱讀平台服務中使用的宜搜推薦引擎，我們於2013年推出網絡遊戲發行服務。網絡遊戲發行服務中使用的用戶行為數據來自數字閱讀平台服務項下的現有用戶數據。尤其是，我們基於宜搜系列閱讀App的用戶數據進行行為分析。根據我們的分析結果，我們基於一系列標準(例如遊戲種類、用戶參與意願及彼等的付費意願)選擇用戶在不同時期可能感興趣的遊戲。其後，我們與合資格遊戲內容提供商進行初始磋商。隨後，我們對宜搜系列閱讀App的用戶提供試玩遊戲。根據我們在該等試玩遊戲中收集的用戶行為數據分析，我們選擇我們認為在試玩中有強勁表現的遊戲，並在我們的專有平台及其他第三方渠道發行該等遊戲。用戶開始玩遊戲後，我們通過收集及分析用戶行為數據及時生成用戶反饋，並通過不斷優化遊戲內的用戶體驗改進及完善我們的運營。我們就該業務線使用的技術模型主要包括推薦技術、分布式數據存儲技術、數據抓取、處理及分析技術及基於高併發訪問的服務可用性技術。

我們於下文載列流程圖以呈列網絡遊戲發行服務中宜搜推薦引擎的應用：

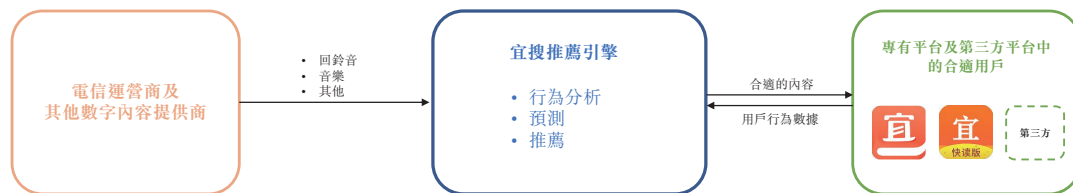


## 業 務

### 其他數字內容服務

我們亦於其他數字內容服務中應用宜搜推薦引擎。與我們在網絡遊戲發行服務中採納的方法類似，我們分析來自電信運營商或其他數字內容提供商的內容(例如音樂及回鈴音)，根據實時用戶數據進行行為分析，並預測用戶內容偏好。憑藉我們的宜搜推薦引擎，我們通過專有平台及我們合作的其他第三方渠道向合適的用戶精準推薦數字內容。實際上，我們將電信運營商或其他第三方增值內容提供商的數字內容放置在我們的專有平台或第三方渠道中。然後，我們根據受歡迎程度的計算結果將數字內容呈現給用戶，並根據用戶的點擊行為實時調整推薦內容。我們就該業務線使用的技術模型主要包括推薦技術、分佈式數據存儲技術、數據抓取、處理及分析技術及基於高併發訪問的服務可用性技術。

我們於下文載列流程圖以呈列宜搜推薦引擎在其他數字內容服務中的應用：



### 基礎設施

我們的網絡基礎設施旨在滿足運營的需求，以支持業務增長及確保運營穩定以及平台的信息安全。我們持續開發平台以為用戶及客戶提供輕鬆及無縫使用體驗，同時提高其可靠性及可擴展性。我們專注於專有基礎設施建設及升級，並在需要額外基礎設施時，亦部分利用第三方基礎設施改善服務的穩定性及全面性。

### 研發

我們的研發工作主要集中在改善我們的宜搜推薦引擎架構、發掘應用先進技術、改善現有服務種類的用戶友好性及為新服務設計技術架構。我們擁有一個由經驗豐富的工程師及專家組成的團隊，彼等大多數駐守中國深圳及北京。截至2023年12月31日，研發團隊由64名成員組成，其中超過30名擁有逾八年經驗。

研發開支主要包括我們的研發人員的薪金及福利以及寬頻及維護費用。我們在研發成本產生時支出有關開支，惟若干內部使用的軟件相關的成本除外。

---

## 業 務

---

### 雲服務

我們主要利用我們的自有基礎設施(包括電腦、存儲及服務器)以及購買基礎設施運營商服務(包括存儲櫃及帶寬服務)。我們亦就小部分雲服務與阿里雲訂立合約。除非我們或阿里雲在可續期日期前的若干期間內終止合約，否則我們與阿里雲的雲服務合約按每年自動續期基準進行。下個續期日期為2023年11月9日。

### 穩定性

我們的系統基礎設施有雙重備份解決方案，一方面用於服務及數據的在線冗餘配置，讓我們能夠偵測系統故障並啟動在線冗餘備份服務或數據，另一方面用於重要數據在不同存儲櫃及服務器機房的備份，以在有需要時恢復數據及服務。我們有多層冗餘，以確保網絡的可靠性。

### 服務器

我們主要依靠位於山東省青島市的服務器以及阿里雲服務進行數據處理及日常營運。我們大多數服務器在青島的互聯網數據中心。我們一般與該等租賃機架及寬頻並為我們提供維護服務的互聯網數據中心訂立服務器託管協議。我們認為，現有設施足以滿足我們目前的需要，且我們將主要通過擴增專有服務器以及與阿里雲的合作取得額外設施，以配合未來擴展計劃。我們存儲在第三方服務器中與用戶資料及設備資料有關的所有數據均經過加密。服務器託管服務提供商，如阿里雲，負責部署安全防控機制，包括加密訪問、IP白名單、存取控制及實例容災恢復等。

### 分佈式架構

我們以分佈式架構建立涉及儲存位於各地點的不同聯網電腦的數據的網絡基礎設施。通過自傳統軟件及硬件整合解決方案的成功轉變，我們實現分佈式架構。此模型可讓我們有效率地管理數以十億計項數據，同時將數據儲存在容易擴充的普通服務器上。我們的分佈式架構可讓中國用戶迅速訪問。

### 數據保護及網絡安全

充分維護、存儲及保護用戶數據及其他相關資料對我們的業務至關重要。我們認為，保護用戶個人隱私極其重要。為確保我們數據的保密性及完整性，我們維持全面嚴格的數據保護制度。

---

## 業 務

---

### 數據保護措施

我們的應用程式用戶可向我們提供若干可使我們用來於平台上提供功能的個人信息，其中包括彼等的電話號碼、賬戶照片和暱稱以及購買付費數字閱讀服務的用戶的訂閱及付款記錄。根據中國個人信息保護法及其他相關規則及法規，個人信息處理者在處理個人信息前必須(其中包括)取得用戶同意。根據上述相關規則及法規，行為數據(如瀏覽及搜索歷史及行為習慣)被視為個人信息。特別是，數字文學的行為習慣是指從用戶訂約、閱讀、付款及其他行為中提取的編碼矢量數據。因此，我們的隱私政策規定行為數據用於提供個性化內容及服務，且我們通過要求用戶勾選隱私政策來獲取用戶的明確同意。此外，我們根據Apple的ATT政策向用戶發出個別通知，以供彼等允許或不允許我們追蹤彼等於其他公司的應用程式及網站的活動。基於上文所述，我們已全面遵守上述相關規則及法規。我們已實施嚴格的用戶隱私政策並定期更新政策以反映中國對個人信息的監管發展。我們僅在用戶在我們的平台註冊賬戶時向彼等要求收集我們服務所需的最少個人信息。

用戶可選擇在我們的平台上瀏覽或搜索，而無需提供個人信息進行註冊。我們採取合理可行的措施避免收集與我們所提供服務不相關的個人信息。我們將所有用戶的個人信息存儲於中國，並將數據保留時間限制在用戶同意的目的所需的最短時期內。此外，我們非常重視未成年人個人信息保護。我們要求未成年人在獲得其父母或其他監護人同意下方可在我們的平台上創建彼等自身的賬戶。儘管我們通常不按年齡組別對文學內容進行分類，但我們擁有全面的內容監控系統，以根據中國適用法律及法規識別並屏蔽涉及色情、暴力及政治敏感的文學內容。有關詳情請參閱本文件「內容監控」。於我們的平台上，我們提供專門的未成年人閱讀模式，加強對未成年人的保護。用戶可選擇使用未成年人閱讀模式，而當未成年人選擇該模式時，彼將獲提供適合未成年人閱讀的精選文學內容，如文學經典及歷史故事。我們亦要求未成年人父母或其他監護人將其手機號碼關聯至未成年人在我們閱讀平台的賬戶，以監控其於該模式下的閱讀行為。

我們投入大量資源開發及實施專為保護用戶隱私、促進環境安全及確保用戶數據安全的程式。我們已建立全面的安全系統，由雲端防火牆、安全組件及防禦主機組成，以提供網絡安全。我們已採取以下措施保障用戶數據的安全：(i)我們的系統要求用戶認證及授權以訪問我們的平台；(ii)我們使用加密傳輸技術，確保數據在傳輸過程中不被竊聽及竊取，以及防止非法篡改；(iii)我們通過建立邊界防火牆及內部防火牆阻止未經授權的數據流量進出系統；(iv)我們定期進行安全漏洞掃描，以及時發現和修補現有漏洞；(v)就在我們系統中的敏感資料及數據檔案而言，我們設置訪問權限限制，確保僅授權用戶或網絡地址方可存取；及

---

## 業 務

---

(vi)我們定期進行威脅檢測及警報活動，通過實時監測電子郵件及系統日誌等數據及時偵察及預防安全威脅。我們亦對員工進行培訓，提高彼等的互聯網及數據安全意識。我們亦設有一個由工程師及技術人員組成的數據安全團隊，致力於保護數據安全。我們使用多種方法加密數據，並採用加密方式傳輸及存儲用戶數據。此外，我們亦建立用戶數據備份機制。

我們獲得網絡系統安全等級保護備案證明(3級，證書編號：440322-13776-00001)。為確保數據安全，我們已建立嚴格的內部政策，據此，我們僅向有限僱員授予讀取機密資料的訪問權限，以嚴格界定及分層的訪問權限查閱保密數據。我們嚴格控制及管理各個部門的數據使用。我們已建立一套政策以管理我們的軟件、服務器、數據中心及其他網絡設施。我們實施《系統運行和維護管理政策》以管理機房及服務器。根據此政策，(i)負責機房的人員須定期檢查機房的硬件設備及設施，以確保其有效性；(ii)應建立並妥善保存相關記錄，包括出入登記、設備登記、設備檢查和重大故障記錄；及(iii)不允許使用不安全的軟件、USB隨身盤及移動儲存設備，在使用該等設備之前須進行病毒檢測。此外，我們亦實施《業務連續性及災難恢復管理計劃》，其中列明負責人、恢復系統的程序及時限，以及避免系統中斷的計劃。

我們已委任負責的技術人員監督我們數據系統的日常運作。我們亦每週對關鍵業務數據進行備份，以確保業務數據完整、真實及準確地存儲在我們的備份介質中。技術人員亦負責定期對備份數據進行恢復驗證，以確保備份數據的可靠性。因此，我們採取服務監控及災難恢復，以應對服務過程中可能不時出現的中斷情況。此外，我們已建立跳板機模式以管理我們的服務器，並委託運營商管理我們的相關設備。

誠如數據合規相關中國法律顧問所告知，截至最後實際可行日期，我們在數據隱私及個人信息保護方面的做法在所有重大方面均符合中國法律及法規。

### 《網絡安全審查辦法》的影響

鑒於《網絡安全審查辦法》及《數據安全條例草案規定》，(其中包括)數據處理者在進行以下活動時必須申請網絡安全審查：(i)匯聚掌握大量關係國家安全、經濟發展或公共利益的數據資源的互聯網平台運營者實施合併、重組或分立，影響或者可能影響國家安全的；(ii)處理100萬名以上用戶個人信息的數據處理者赴國外上市的；(iii)赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；或(iv)其他數據處理活動會影響或者可能影響國家安全的。

## 業 務

《網絡安全審查辦法》並無提供「網絡平台運營者」的定義。根據《數據安全條例草案》第73條第9段，「互聯網平台運營者」指向用戶提供互聯網平台服務(如信息發佈、社交網絡、交易、支付及視聽服務)的數據處理者。該定義包含平台運營者的兩個特徵，即使用平台及提供特定服務。董事認為，據我們的數據合規相關中國法律顧問告知，由於我們運營宜搜系列閱讀App並向用戶提供網絡平台服務，我們可能被視為網絡平台運營者，因而須遵守《網絡安全審查辦法》的規定。據我們的數據合規相關中國法律顧問告知，根據《網絡安全審查辦法》，我們須就擬於香港[編纂]申請網絡安全審查的風險相對較低，因為：(i)儘管我們被視為網絡平台運營商並擁有超過100萬名用戶的個人資料，但我們目前的[編纂]申請並不構成「[編纂]」，因為根據《中國香港特別行政區基本法》，香港為中國不可分割的一部分；(ii)我們並無收到相關政府機關或行業主管部門的任何通知或認定我們為關鍵信息基礎設施運營者；及(iii)根據《國家安全法》第2條，國家安全指國家政權、主權、統一和領土完整、人民福祉、經濟社會可持續發展和中國其他重大利益處於並無相對重大危險和不受內外相對重大威脅的狀態，以及保障持續安全狀態的能力。根據《國家安全法》第31條，可能嚴重危害國家安全的行業和領域包括能源、交通、水利、金融及電子政務等。本集團的業務性質主要包括提供閱讀平台服務及數字營銷(待進一步解釋)，因此影響或可能影響國家安全的可能性不大。此外，本集團就提供商業服務處理的數據種類主要包括(i)包含用戶暱稱、個人畫像、電話號碼的用戶數據；及(ii)行為數據(如購買付費數字閱讀服務的用戶的搜索和瀏覽記錄以及行為習慣、訂閱及付款記錄)。特別是，數字閱讀的行為習慣是指從用戶閱讀、訂閱、付款及其他行為中提取的編碼矢量數據。因此，本集團處理的相關數據影響或可能影響國家安全的可能性不大。此外，根據我們於2022年10月27日與深圳市互聯網信息辦公室(國家網信辦當地主管機構)進行的實地訪談，我們毋須就擬於香港[編纂]而申請網絡安全審查。

據我們的數據合規相關中國法律顧問告知，根據《數據安全條例草案》，我們須就擬於香港[編纂]申請網絡安全審查的風險相對較低，主要因為：(i)儘管我們被視為網絡平台運營者並擁有超過100萬名用戶的個人資料，但我們目前的[編纂]申請並不構成「[編纂]」，因為根據《中國香港特別行政區基本法》，香港為中國不可分割的一部分；(ii)本集團的業務性質主要包括提供網絡閱讀推薦及數字營銷(待進一步解釋)，因此影響或可能影響國家安全的可能性



## 業 務

不大；及(iii)本集團就提供商業服務處理的數據類型主要包括用戶暱稱、個人畫像、電話號碼及行為數據(如數字閱讀的搜索及瀏覽歷史以及行為習慣)。因此，本集團處理的相關數據影響或可能影響國家安全的可能性不大。

《數據安全條例草案》亦規定，處理100萬名以上用戶個人資料的數據處理者應遵守以下規定，包括但不限於：(i)在識別重要數據後15個工作日內向主管部門備案；(ii)每年進行數據安全評估並向主管部門提交數據評估報告；及(iii)在特定情況下將重要數據共用或委託給第三方時，應獲得主管部門批准。然而，截至最後實際可行日期，《數據安全條例草案》尚未生效，因此，我們在數據安全方面的義務以生效版本為準，據我們的數據合規相關中國法律顧問告知，倘以目前的形式實施，我們將能夠在所有重大方面遵守《數據安全條例草案》，前提是：(i)我們已經實施並維持一個全面的數據保護制度，以保護用戶隱私，確保用戶數據安全，並已採取必要的措施及政策以確保我們的網絡安全及數據安全；(ii)我們已就收集、使用、披露、儲存、刪除用戶個人資料向個別用戶提供事先通知，並以用戶容易查閱的方式展示隱私政策；及(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大數據安全事件，亦無就宜搜系列閱讀App收到與網絡安全或數據隱私有關的任何行政處罰、罰款或制裁，亦無受到國家網信辦、中國證監會或任何其他相關政府機構的網絡安全審查。

根據主管部門對《數據安全條例草案》的進一步解釋，我們可能須對我們的業務運營作出進一步調整，以符合未來《數據安全條例草案》的生效版本。我們將繼續採取必要措施並將密切關注監管動態，並不時調整我們的業務運營。因此，董事認為，且我們的數據合規相關中國法律顧問亦認同，倘以目前的形式及根據《網絡安全審查辦法》實施，本集團在遵守《數據安全條例草案》方面不存在重大障礙，且遵守該等法規及辦法不會對我們的業務、財務狀況、經營業績或[編纂]產生任何重大不利影響。根據本公司及數據合規相關中國法律顧問的意見及分析，以及所進行的盡職調查，並無任何會導致與董事意見不一致或質疑其意見合理性的事宜須提請獨家保薦人垂注。

### 應用程式跟蹤透明度的影響

於2021年4月，Apple推出ATT政策，該政策涉及其iOS軟件中新的應用跟蹤透明度功能，要求iOS設備用戶在跟蹤其他應用程式進行交叉銷售及其他營銷活動之前獲得明確許可。根據易觀，App開發者可以使用IDFA，這是Apple在iOS系統中為應用程式開發者提供的使用iOS系統識別設備的身份參數。使用IDFA進行營銷活動為實現目標廣告的唯一途徑，因

## 業 務

每個IDFA均為唯一。此前，iOS允許應用程式開發者預設使用IDFA數據。IDFA在數字營銷中的主要功能包括：(i)用戶導向：通過IDFA，應用程式開發者可以跟蹤用戶者行為數據，建立用戶畫像，可用於精準投放廣告及重複營銷；及(ii)廣告歸因：廣告主可以通過IDFA識別用戶點擊廣告的來源渠道，並將用戶流量及用戶轉化按渠道進行歸因。有關政策影響iOS用戶在我們的專有平台或第三方媒體渠道上接收具針對性的數字營銷內容，因為用戶可能拒絕向我們及／或我們的第三方媒體渠道提供IDFA。這可能會導致在計量具有針對性的數字營銷時準確性降低及難度增加，同時在推動營銷活動的結果方面成本更高。就有關ATT政策的風險而言，請參閱本文件「與我們的業務及行業有關的風險－與我們使用用戶資料有關的隱私及網絡安全問題，或我們或第三方在遵守適用的數據保護法律及法規或隱私政策方面的任何實際或被認為的失敗，可能會對我們的聲譽產生負面影響，使我們承擔政府或法律義務，並嚴重損害我們的業務。」。

根據易觀，作為對ATT政策的回應，數字營銷行業相關參與者採取以下措施，包括：(i)營銷策略的轉變：由於ATT政策僅適用於iOS系統，部分廣告主將部分預算轉移至安卓系統；及(ii)廣告素材質量提升：廣告平台及廣告主推出更多優質、多樣化的廣告素材，吸引用戶注意力，從而促進點擊、轉化、互動、品牌建設等相關營銷目的。因此，隨著廣告平台及廣告主對相關營銷方式及廣告材料不斷更新及完善，預計ATT政策對廣告主及數字營銷行業的負面影響將逐漸減少。

據易觀告知，ATT政策僅適用於iOS系統中的應用程式。就我們的數字閱讀平台服務而言，我們的營銷活動僅適用於宜搜小說App及快看小說閱讀的iOS版本。我們仍有機會跟蹤非iOS系統上的用戶，如安卓系統。此外，儘管有ATT政策，部分用戶仍會選擇跨應用跟蹤，以便我們如以往一般於我們的專有平台開展數字營銷活動。實際上，儘管在實行ATT政策後，我們不允許獲得IDFA及跨應用程式追蹤用戶，我們一般為系統中的每名用戶分配一個唯一的用戶標識符，並使用該等標識符跟蹤用戶於我們專有平台上的行為，記錄由此產生的數據。因此，我們仍能夠通過分析用戶行為數據推斷用戶屬性，以展開營銷活動。例如，倘用戶在我們的閱讀平台上閱讀或訂閱一本書，我們會於其ID記錄該行為並標記其對書籍的偏好。同時，倘另一名用戶亦閱讀或訂閱相同書籍，我們識別該兩個用戶對相同書籍有偏好，並認為彼等具有一定程度的相似閱讀偏好。此外，我們可根據用戶於閱讀平台上的購買

## 業 務

記錄來判斷用戶是否有支付意願。包含廣告的數字閱讀收益由2021年的人民幣186.0百萬元大幅增加至2022年的人民幣220.0百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣229.4百萬元。就我們的數字營銷服務而言，第三方媒體渠道亦面臨類似於我們數字閱讀平台服務的涉及ATT政策的狀況。根據易觀，眾多廣告服務提供商短期內受到其數字營銷活動ATT政策的負面影響。該等廣告服務提供商(如第三方媒體渠道)可於其提供服務的期間不斷收集用戶行為數據。用戶亦會向廣告服務提供商提供其個人信息，以享有更精確更優質的服務。因此，根據易觀，該等廣告服務提供商可逐漸建立起對用戶屬性的理解，並於必要時與我們進行分享。就數字營銷服務而言，其收益維持相對穩定，2021年為人民幣201.6百萬元及2022年為人民幣200.7百萬元，並增加至2023年的人民幣288.8百萬元。此外，鑒於ATT政策不時對經營業績的潛在影響，我們向銷售及營銷人員分享有關數字營銷行業的行業專業知識培訓材料，並向彼等提供最新營銷策略及方法，根據業務需要、監管變動及行業發展改善廣告效果。因此，據董事確認及獨家保薦人根據其已展開的盡職調查後一致同意，ATT政策對截至最後實際可行日期的經營業績及財務狀況無重大不利影響，且我們緩減ATT政策對經營業績的潛在影響的舉措有效。

### 品牌及營銷

市場部主要負責營銷策劃、分析、優化及執行。整體品牌及營銷策略為追求穩定增長、專注於以利潤為中心的推廣活動。我們主要通過線上渠道，其中包括(i)應用商店(指優先於首頁及搜索結果展示或以其他方式)；(ii)互聯網媒體；及(iii)我們的專有網絡平台，向我們的用戶或客戶投放廣告及推廣產品及服務。於2023年12月31日，我們的銷售及營銷團隊包括超過20名成員。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣99.3百萬元、人民幣133.6百萬元及人民幣153.7百萬元，分別佔我們的總收益約22.9%、29.3%及27.5%。我們的銷售及分銷開支主要包括廣告開支以及營銷人員的薪金及福利。

於數字閱讀平台服務項下，我們主要依靠三種渠道推廣品牌及吸引客戶：(i)移動設備的應用商店，如iOS應用商店及安卓應用商店；(ii)第三方平台，包括社交媒體平台及短視頻平台；及(iii)聯盟營銷網站，如廣告聯盟及中小型網站集合。就我們吸引廣告客戶所使用的措施而言，我們主要依靠宜搜推薦引擎的優勢、品牌知名度及憑藉宜搜系列閱讀App受歡迎度所帶來的口碑推薦。

於數字營銷服務及其他數字內容服務項下，我們主要通過依靠商業聲譽、品牌知名度、憑藉宜搜系列閱讀App受歡迎度所帶來的口碑推薦以及我們與廣告客戶深入及穩定的關係，推廣品牌及進行營銷活動。

---

## 業 務

---

於網絡遊戲發行服務項下，我們主要與網絡遊戲內容提供商合作就我們在協定渠道以協定方式發行的遊戲攜手進行營銷活動。我們亦與外部營銷渠道(如短視頻平台及社交媒體)訂立營銷合作協議。

我們精心設計我們的銷售和營銷活動，以提高品牌知名度、吸引更多廣泛的用戶基礎及推廣我們的產品及服務。在建立品牌形象方面，作為我們整體營銷戰略的一部分，我們利用各種線上推廣活動提升我們的品牌認知度。我們專注於為宜搜閱讀打響知名度，我們定位為提供內容推薦服務的中立及獨立服務提供商。展望未來，我們預期將不斷評估及監察我們推廣活動的成效及效率及營銷開支，從而以可持續方式進一步增強我們的品牌知名度及吸引更多廣泛的用戶基礎。我們預計將會有效管理銷售及營銷開支，為我們帶來更多用戶及收益，並擴大我們的經營槓桿。

### 定價

我們對數字閱讀平台服務、數字營銷服務、網絡遊戲發行服務及其他數字內容服務應用不同盈利模式及定價策略。鑒於我們的業務性質，於各業務線下我們與用戶及客戶的服務協議在多方面存在差異。

### 數字閱讀平台服務

按照我們用戶的付費意願，我們的線上閱讀平台服務項下提供兩類服務，即付費閱讀服務及包含廣告的閱讀服務。關於付費閱讀服務，我們的付費閱讀服務包括購買付費閱讀資源及訂閱高級會員。我們按「按章節購買」向用戶收費。我們亦向用戶提供高級會員服務，並按「包月／包季／包年會籍訂閱套餐」向用戶收費。我們不會自付費閱讀服務中產生任何廣告服務收入。我們遵循市場對此等閱讀服務的普遍做法，主要基於對其他行業參與者的定價水平、數字閱讀內容成本及我們的產品(例如宜搜系列閱讀App)的運營成本的分析就此等閱讀服務定價。在這些定價模式之中，「按章節購買」服務的定價主要基於我們與內容提供商的內容合作協議中協定的費用。我們的付費用戶可使用多種在線付款方法，包括微信支付、支付寶等等。我們向我們的在線付款服務提供商支付服務佣金，服務佣金通常按照由該等提供商處理的交易金額的某一百分比計算。於包含廣告的數字閱讀下，我們於用戶開始在我們的平台上閱讀內容時或閱讀過程中展示廣告，以從我們的平台投放廣告的廣告客戶取得廣告收益，而我們基於我們的廣告協議中與彼等協定的收費模式向彼等收費。此等收費模式包括CPC、CPM及其他基準。

## 業 務

下表載列於所示期間我們在包含廣告的數字閱讀下向廣告客戶收取單位費用的平均數及範圍：

	2021年		2022年		2023年	
	範圍	平均數	範圍	平均數	範圍	平均數
	(人民幣)		(人民幣)		(人民幣)	
CPC <sup>(1)</sup> .....	0.15-2.71	0.58	0.21-3.40	0.63	0.22-3.50	0.63
CPM .....	0.23-436.14	2.59 <sup>(2)</sup>	0.26-660.00	3.42 <sup>(2)</sup>	0.26-796.67	6.22 <sup>(2)</sup>

### 附註：

- (1) 於往績記錄期間，我們主要根據CPC模式向廣告客戶收費。於2020年及2021年，我們根據CPC模式向廣告客戶收費的平均價格維持相對穩定，為人民幣0.58元。於2022年CPC模式下的平均價格增加乃主要由於我們的廣告服務費增加。CPC模式下的平均價格於2022年及2023年維持相對穩定在人民幣0.63元。
- (2) 於2022年，CPM模式下的平均價格增加乃主要由於我們於2022年引薦新的單位費用較高的廣告客戶。2023年CPM模式下的平均價格增加乃主要由於我們專注於開發CPM模式下高單位費用，CPM模式下低單位費用的廣告服務比例下降。

### 與廣告客戶的合作協議

我們於下文載列往績記錄期間數字閱讀平台服務的包含廣告的數字閱讀下與廣告客戶訂立的合作協議的主要條款：

- **合作範圍：**我們將廣告客戶或其客戶的廣告投放在我們的專有平台上，監控廣告投放效果，並向廣告客戶報告投放結果。我們的廣告客戶提供投放在我們專有平台上的廣告。
- **定價：**基於雙方商定的收費模式，主要按CPC及CPM收費。
- **結算：**我們通常以六個月為基礎與廣告客戶進行結算，並通常向廣告客戶提供為期一至三個月的信貸期限。
- **期限及終止：**合作協議的期限一般為一年。協議可於雙方同意的情況下終止，亦可於協議規定的其他情況下終止。

## 業 務

由於我們為獨立第三方的數字閱讀平台，我們並無製作文學內容。相反，我們一般依賴第三方內容提供商通過買斷模式或分成模式提供文學內容。在買斷模式下，我們一次性向內容提供商購買內容權利，並享有該等內容生成的所有收入。在分成模式下，我們在直接向用戶收取彼等訪問來自原創內容提供商的網絡文學內容的費用後，按比例與該等原創內容提供商分享收入。

### 與第三方內容提供商的合作協議

下表載列於往績記錄期間按買斷模式及分成模式下我們與第三方內容提供商訂立的合作協議的主要條款：

	買斷模式	分成模式
年期	合作協議的年期一般為一至三年。	合作協議的年期一般為一至三年。
收入分成	我們向第三方內容提供商一次性購買內容權，享有該等內容產生的所有收入。我們毋須支付任何其他費用或與第三方內容提供商分享任何收入。	於扣除渠道費、處理費及壞賬等後，各方分享協定比例的收入淨額。
結算及支付方法	我們有義務於收到第三方內容提供商的發票後10天內通過銀行轉賬完成結算彼等的購買內容權。	我們一般按月與第三方內容提供商結算，而我們於收到第三方內容提供商的發票後10天內通過銀行轉賬完成結算彼等的收入淨額。
終止及續期	於現有協議屆滿時，我們與第三方內容提供商一般需訂立新的合作協議。於發生以下情況時，各方可終止合作協議： (i) 一方撤銷法律實體；(ii) 對手方嚴重違反協議；(iii) 一方發生不可抗力；及(iv) 法律及法規規定的其他終止情形。  倘情況發生任何變化，導致我們無法履行於合作協議項下的義務，我們須提前15天向第三方內容提供商發出通知。	於現有協議屆滿時，我們與第三方內容提供商一般需訂立新的合作協議。於發生以下情況時，各方可終止合作協議： (i) 一方撤銷法律實體；(ii) 對手方嚴重違反協議；(iii) 一方發生不可抗力；及(iv) 法律及法規規定的其他終止情形。  倘情況發生任何變化，導致我們無法履行於合作協議項下的義務，我們須提前15天向第三方內容提供商發出通知。

## 業 務

### 數字營銷服務

我們以合適的廣告渠道與廣告客戶連繫，並按照多個收費模式向廣告客戶收費，包括CPC、CPA及CPM。我們通常根據相關框架協議與廣告客戶訂立廣告服務協議。此等協議通常為期一年，而我們一般於協議屆滿時訂立新協議。根據我們廣告客戶的廣告需求及預算，廣告服務的範圍、詳情及定價各有不同。我們遵循一般的市場慣例，根據對其他行業參與者的定價水平、我們與特定媒體渠道的合作成本、我們的廣告服務範圍以及廣告客戶對我們在廣告投放及優化效果方面的表現的分析，為每類廣告服務定價。

下表載列於所示期間我們向數字營銷服務業務的廣告客戶收取單位費用的平均數及範圍：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	範圍	平均數	範圍	平均數	範圍	平均數
	(人民幣)		(人民幣)		(人民幣)	
CPC <sup>(1)</sup> .....	0.39-1.48	0.58	0.44-2.14	0.61	0.50-6.80	0.61
CPA <sup>(2)</sup> .....	5.00-300.00	15.39	10.00-120.00	17.27	1.30-750.00	13.94
CPM <sup>(3)</sup> .....	0.64-21.28	0.41	-	-	-	-

附註：

- (1) 自2021年至2022年，CPC模式下的平均價格增加乃主要由於我們的廣告服務費增加。2022年及2023年CPA模式下的平均價格維持穩定在人民幣0.61元。
- (2) 於2021年及2022年，CPA模式下的平均價格增加乃主要由於我們引薦單位費用較高的廣告客戶。2023年CPA模式下的平均價格下降乃主要因為我們按CPA模式提供低單位費用的更多廣告服務以吸引更多新廣告客戶。
- (3) 於往績記錄期間，與CPC及CPA模式相比，CPM模式在我們所有收費模式中的佔比相對較小。於2022年及2023年，我們並無根據CPM模式向廣告客戶收取任何費用，主要因為我們按CPM基準收費的客戶於2022年及2023年並無繼續根據CPM模式向我們購買廣告服務。

於往績記錄期間，我們於數字營銷服務下與廣告客戶訂立的合作協議的主要條款與我們在數字閱讀平台服務的包含廣告的數字閱讀下與廣告客戶訂立的協議大致相似，惟我們將廣告客戶或其客戶的廣告投放在第三方媒體渠道上，而非於我們的專有平台上。我們選擇合適的第三方媒體渠道投放該等廣告。

---

## 業 務

---

於往績記錄期間，我們與第三方媒體渠道達成的合作協議的主要條款如下：

- **合作範圍：**我們將廣告客戶或其客戶的廣告提供予第三方媒體渠道。第三方媒體渠道按照我們的投放要求投放有關廣告，監控有關廣告的投放效果，並向我們報告投放結果。
- **定價：**第三方媒體渠道根據雙方協定的收費模式，按CPA、CPC及CPM基準向我們收費。
- **結算：**(i)我們向第三方媒體渠道預付一定金額，第三方媒體渠道根據廣告投放進度進行扣款；或(ii)第三方媒體渠道一般按月與我們結算，並給予我們一個月的信貸期限。
- **期限及終止：**合作協議的期限一般為一年。協議可於雙方同意或協議規定的其他情況下終止。

### 網絡遊戲發行服務

我們通常就我們平台及第三方網絡平台上的每款遊戲與網絡遊戲內容提供商訂立合作協議。此等協議的合作期限各不相同，且通常可在雙方同意下續訂。

我們平台及第三方網絡平台上的所有遊戲均免費暢玩，讓遊戲用戶下載及玩遊戲，而毋須預付任何費用。就獨代模式而言，我們就遊戲中的虛擬道具及服務向用戶收取費用，其後根據我們的合作協議的條款基於協定結算時間表與遊戲內容提供商分享部分遊戲收入。我們為遊戲用戶提供大量遊戲內虛擬道具，收益來自於遊戲內購買。遊戲用戶一般需要以固定匯率將真實貨幣兌換成虛擬貨幣，然後使用虛擬貨幣購買虛擬道具及服務，以延長遊戲時間、個性化彼等的遊戲環境、加快遊戲進度以及向好友贈送虛擬禮物。我們負責收集用戶的總計費，然後基於協定結算時間表與遊戲內容提供商結算遊戲收入。就聯運模式而言，我們與遊戲內容夥伴的責任範圍因協議而有所不同。在若干個案中，遊戲內容提供商負責遊戲內容更新、虛擬道具定價、遊戲內服務及客戶服務。我們負責遊戲運營及其他平台服務。當遊戲用戶通過我們的網絡平台及第三方網絡平台在遊戲中進行付款時，我們有權獲得向遊戲用戶收取的所得款項總額的規定固定百分比，並將其確認為收益。我們按協定結算時間表與遊戲內容提供商結算遊戲收入。



## 業 務

下文載列我們於往績記錄期間與外部渠道訂立的合作協議的主要條款：

	廣告流量安排	渠道運營安排
期限	合作期限通常為一年。	合作期限不明確。
合作範圍	外部渠道向我們提供廣告服務，於不同廣告平台推廣我們指定的遊戲。	外部渠道提供應用程式平台，可使我們在其平台上傳我們指定遊戲，供用戶下載使用。
價格	外部渠道通常按CPC、CPM或其他協定收費基準向我們收取費用。	各訂約方按協定比例分享扣除渠道手續費後的淨收入。
結算及付款方式	我們通常採用預付款方式(即我們向外部渠道的賬戶預先支付一定金額，外部渠道根據所產生的實際廣告費用從我們的賬戶扣除服務費)。	外部渠道直接向使用我們遊戲的用戶收費，並隨後按月通過銀行轉賬與我們結算。
終止及續期	我們及外部渠道有義務履行協議直至協議到期。我們及外部渠道可選擇於到期前一個月續期協議。	我們可能會事先書面通知外部渠道終止協議。經雙方同意後，我們與外部渠道可終止協議。

### 其他數字內容服務

憑藉我們的龐大用戶基礎，我們通過我們與電信運營商合作，並於宜搜系列閱讀App及其他第三方平台向合適的用戶推薦其平台的數字內容(例如音樂及回鈴音)，自用戶流量變現盈利。我們一般與電信運營商訂立渠道合作協議。此等協議通常介乎一年至兩年之間，而我們一般於協議屆滿時訂立新協議。該等運營商一般直接就用戶使用其內容向用戶收費，其後按照渠道合作協議與我們分享部分用戶收入，基於協定結算時間表與我們分享收入。

我們亦與若干增值內容提供商合作，彼等於電信運營商平台投放數字內容，而我們於宜搜系列閱讀App及其他第三方平台向合適的用戶推薦彼等的內容。與我們和電信運營商的合作類似，我們與此等增值內容提供商訂立渠道合作協議，通常介乎兩年至三年之間。向電信運營商(負責直接向用戶收費)收取收入結算款後，此等第三方增值內容提供商其後將按照協定比例及結算時間表與我們分享收入。

---

## 業 務

---

### 與電信運營商的合作協議

於往績記錄期間，我們與電信運營商就其他數字內容服務訂立的合作協議的主要條款如下：

- **合作範圍：**我們與電信運營商共同為用戶提供數字音樂服務，如回鈴音、音樂下載等。電信運營商提供數字音樂及相關產品及收費渠道。我們提供多種的服務場景包括數字內容展示、服務訂閱、用戶服務的日常運營、營銷推廣資源等。
- **定價：**電信運營商有權決定數字內容的價格，並直接向用戶收費。
- **結算：**電信運營商根據協定的比例與我們分享一部分用戶收入，通常按月為基礎與我們結算。
- **期限及終止：**合作協議的期限一般為一至兩年。協議可於雙方同意的情況下終止，亦可於協議規定的其他情況下終止。

### 客戶服務

我們致力為用戶提供卓越的客戶服務體驗。我們已為主要業務線制定用戶投訴處理規程。為確保無縫客戶服務，我們已將客戶服務職能分為線上用戶服務、貴賓客戶服務及數字閱讀客戶服務。截至2023年12月31日，我們主要位於深圳的客戶服務團隊有12名成員，能夠每週5天、每天早上九時正至晚上十時正提供有關服務。我們的客戶服務團隊負責就我們的產品提供售後服務、處理用戶查詢及投訴，並收集用戶反饋。我們要求客戶服務團隊於24小時內完成所有投訴的調查，並回覆用戶及客戶提出的所有問題。我們設有專責客戶服務系統，包括人工及自動服務，嵌入所有產品中。我們的銷售及營銷團隊亦有客戶服務專家，專門負責為我們的廣告客戶提供服務。

我們高度重視用戶及客戶對我們產品及服務的反饋。在用戶方面，我們在有需要時通過宜搜系列閱讀App進行用戶滿意度調查。我們亦會回答客戶服務專員於日常營運中收集的用戶反饋及建議，以改善我們的產品及服務。在客戶方面，我們會與彼等溝通，收集彼等的反饋及建議，我們依靠此等反饋及建議來提高服務質素。

---

## 業 務

---

### 內容監控

我們致力遵守有關通過互聯網提供數字內容的適用法律及法規。我們依靠技術及內容監控團隊執行監察平台內容的程序，以助確保概無根據相關規則及法規可能被視為違法或失當的內容登載於我們的平台，並迅速刪除任何侵權內容。

在數字閱讀平台服務方面，我們的內容監控程序自審閱內容提供商的內容所有權許可證及證明開始，以確保彼等合資格與我們訂立協議及彼等所提供的內容並非盜用或存在爭議。我們維持由自動篩查及人工審查構成的兩個層級內容監控系統，以全面監察於我們數字閱讀內容推薦業務下發行的內容。第一級監察程序乃於我們在平台發佈數字閱讀前由自動篩查系統進行。自動篩查系統逐字審查及分析內容提供商提供的所有內容，並自動識別部分廣告。我們已根據中國最新法律及法規建立涵蓋色情、暴力及政治敏感性的專有關鍵詞庫。我們定期更新專有關鍵詞庫，以確保符合最新及行業及監管發展。一旦自動篩查系統識別任何可疑內容，其將根據相關法律及法規（例如《計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法》、《出版管理條例》及《關於認定淫穢及色情出版物的暫行規定》）就有關內容是否屬違禁內容領域行使判斷。倘若自動篩查系統確認，有關內容將被禁止上傳至我們的平台或我們將要求內容提供商修改或刪除相關內容。倘若自動篩查系統未能提供分析結果或識別出的任何廣告，其將向我們的內容監控團隊呈交內容。

作為第二級監察程序，我們的內容監控團隊隨後會對自動篩查系統識別出的可疑內容展開人工審查及修訂，並決定是否允許相關內容在我們的網絡平台上發佈。截至2023年12月31日，內容監控團隊由七名專員組成，彼等專門負責每日篩查及監察自動篩查系統呈交的可疑內容。我們的內容監控團隊通常會進行三輪審查，包括初步審查、第二輪審查及最終審查。倘若可疑內容未能通過內容監控團隊的審查，將不會上傳至平台，而內容提供商將不會向我們收取任何內容使用費。我們為內容監控團隊的新僱員提供入職培訓。我們亦提供定期培訓課程，讓該等僱員了解任何監管及政策變化，並監督及監察彼等的工作。第三方內容提供商提供的所有內容在發佈到我們的平台之前都需要經過這兩個層級監察程序。此外，我們的技術及運營團隊通過從技術及產品角度提供建議協助我們的內容監控團隊。

---

## 業 務

---

根據我們的中國法律顧問與相關政府部門進行的口頭諮詢，於閱讀平台上發佈的內容於發佈前毋須經監管部門審查。根據於2016年3月10日生效的《網絡出版服務管理規定》，網絡出版服務單位實行出版物內容審核責任制度、責任編輯制度、責任校對制度等管理制度，保障網絡出版物質量。涉及「重大選題」（包括國家安全、社會安定等方面重大選題）而未經備案的內容不得出版。據董事確認，本集團於往績記錄期間全面實行出版內容審核責任制度、責任編輯制度、責任校對制度等管理制度，在我們的數字閱讀平台上發佈內容前進行審核。此外，由於本集團於往績記錄期間未發佈任何根據《網絡出版服務管理規定》可視為重大選題的內容，因此毋須備案手續。經本公司董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並未被有關部門要求刪除數字閱讀平台上的相關內容。

於平台發佈數字文學後，我們亦實施及依靠多個公眾舉報渠道，以識別及刪除違法或失當內容。我們設有舉報基礎設施，用戶可以通過我們平台上「舉報」連結向我們報告不適當、有攻擊性或危險的內容。當我們收到此等報告，我們的自動內容審查系統將隨即對該等可疑內容進行全面評估，而內容監控團隊可能須採取進一步行動，如封鎖平台上的違法及失當內容，並與內容提供商合作篩查可能侵犯第三方版權的內容。

我們亦就其他業務線實施內容監控程序。於數字營銷業務下，我們的廣告審查專家根據相關法律及法規審查廣告內容及形式，並核實廣告的真實性。就受中國廣告相關法律及法規高度監管之行業（如醫藥、保健品、教育及培訓以及房地產）而言，相較平台上發佈的其他廣告，我們進行更為嚴格的內容審查。僅通過審查的廣告可於我們的平台上發佈。於網絡遊戲發行服務下，我們擁有遊戲專家團隊，可全面審查我們計劃發行的各款遊戲的整體架構及內容。我們通常從是否存在任何重大違規方面開始審查我們的遊戲內容提供商。其後，我們會審查用戶數據收集範圍，以確保有關範圍符合中國的數據保護規定。我們亦採取與我們在數字閱讀平台服務下所使用人工審查的類似內容審查步驟。此外，我們亦已為遊戲用戶設立特別渠道，讓彼等提交問題、建議及投訴。

鑒於平台顯示大量內容，我們可能無法隨時迅速識別所有違法、不適當或中國政府可能認為令人反感的內容。請參閱文件中「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－在中國，對在移動設備及互聯網傳播的資料的監管及審查，可能會使我們因在我們平台上發佈的傳播內容面臨責任或行政及監管行動」。

---

## 業 務

---

### 知識產權

知識產權對我們的業務至關重要。我們尋求通過組合運用專利、版權、商標、商業秘密及域名的方式來保護我們的技術，其中包括我們的專有技術基礎設施及核心軟件系統。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有21項專利、183項軟件版權、5項藝術品版權、43個域名(包括<http://www.easou.com>)及117個商標。

我們投入大量精力保護我們的知識產權。我們要求僱員簽署僱傭協議及保密協議，根據保密協議的條款及條件：(i)規定僱員於受僱過程中所開發涉及我們業務的任何發明均屬於本集團；及(ii)禁止未經授權披露我們的保密資料及專有技術。我們亦已制定多項內部政策監管所有公司資料的保密性。

我們在平台上發行的內容主要來自我們自相關內容提供商購買的授權內容。因此，我們已建立一套涵蓋從內容引進開始到防範侵權風險的內容管理機制。內容管理機制主要由事前調查、事中控制及事後獎懲組成。就事前調查而言，我們對內容提供商進行背景調查，對提供的內容進行抽查，並與相關內容提供商簽訂正式的版權許可協議。就事中控制而言，我們主要通過內容提供商對盜版及抄襲行為的相關舉報，或用戶對盜版及抄襲行為的相關舉報進行監控。我們在宜搜系列閱讀App及宜搜H5頁面的主頁上設有舉報渠道，一旦接獲用戶或內容提供商的舉報，便會對被舉報的盜版及抄襲行為進行調查。如發現任何版權問題，我們會立即從平台上刪除有關內容。就事後獎懲而言，我們已建立內容提供商管理制度，防止內容提供商提供盜版或抄襲內容。倘內容提供商涉嫌提供盜版或抄襲內容，我們將立即從平台上刪除有關內容，不再向用戶推薦有關內容，延遲結算，終止與相關內容提供商的合作，並向有關內容提供商追討就此招致的任何損失。

我們已實施一系列措施保障內容提供商的知識產權。目前我們在平台上向用戶提供的數字閱讀資源通常於按與內容提供商的相關版權許可協議所協定指定有效期間展示，其授權乃從該等內容提供商合法取得。我們並無使用協定範圍以外的授權閱讀資源，僅行使相關協議中授予我們的特定權利。此外，我們已採取合理措施在平台上設定收取侵權通知的便利程序，並及時採取行動應對該等通知，防止相關權利遭到侵犯。

第三方或會不時對我們提起訴訟，指控我們侵犯彼等的專利權或宣稱並無侵犯我們的知識產權。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無面臨任何對本集團產生任何重大不利影響的知識產權侵權申索。亦請參閱本文件「風險因素—與我們的業務及行業有關的

---

## 業 務

---

風險－我們可能會面臨知識產權侵權索賠或其他指控，這可能導致我們的聲譽及品牌受到重大損害，支付巨額賠償金、處罰及罰款、從我們的平台上刪除相關內容或尋求可能無法以商業上屬合理的條款獲得的許可安排]及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－未經授權使用我們的知識產權以及我們為保護我們的知識產權而可能產生的費用可能會損害我們的業務及競爭地位」各節。

### 客戶

我們的客戶主要包括(i)數字閱讀平台服務及網絡遊戲發行服務的用戶，且通常通過第三方付款渠道付款；及(ii)數字閱讀平台服務及數字營銷服務的廣告客戶。我們擁有廣泛的個人客戶基礎，且我們認為我們並無個人客戶集中風險。於往績記錄期間各年度，來自我們五大客戶的收益分別約為人民幣143.3百萬元、人民幣133.5百萬元及人民幣129.6百萬元，分別佔我們總收益的約33.1%、29.2%及23.2%。於相同年度，來自我們最大客戶的收益分別為人民幣41.4百萬元、人民幣35.2百萬元及人民幣27.4百萬元，分別佔約9.6%、7.7%及4.9%。於往績記錄期間各年度，我們的所有五大客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於該等客戶中擁有任何權益。於2014年11月至2016年1月，汪先生持有廣州奇異果互動科技股份有限公司不超過6.0%的股本權益。除上文所述者及本節下表所述者外，董事確認，本集團與其五大客戶、彼等各自的主要股東、董事或高級管理層或彼等各自的任何聯繫人之間並不存在任何過往或現時有關融資、信託或其他活動的關係，惟我們向該等客戶作出的銷售除外。

下表載列於往績記錄期間各年度內本集團五大客戶的詳情：

截至2021年12月31日止年度

排名	客戶	成立年度	所有權	主要業務	所提供的的主要服務	建立業務關係年度	一般信用期	業務規模/財務表現	收益金額	佔總收益	
										百分比	%
1.	客戶A	2013年	國有	一間主要從事數字廣告、活動及展覽服務的中國公司	數字營銷服務/就包 含廣告的數字閱讀 提供廣告服務	2020年	60-90日	註冊資本：人民幣 174.8百萬元 <sup>(2)</sup>	人民幣千元 41,428		9.6
2.	浙江祥源文化股份有限公司	1992年	中國上市	一間主要從事提供文化及旅遊服務 的中國公司	數字營銷服務/就包 含廣告的數字閱讀 提供廣告服務	2020年	90日	2021年收益：人民幣 246.6百萬元	31,592		7.3
3.	廣州奇異果互動科技股份有限公司	2006年	中國上市	一間主要從事提供廣告服務的中 國公司	數字營銷服務/就包 含廣告的數字閱讀 提供廣告服務	2017年	30-60日	2021年收益：人民幣 541.0百萬元	26,560		6.1
4.	客戶B	2012年	外商投資企業及 國內合資企業	一間主要從事提供廣告服務的中 國公司	數字營銷服務	2020年	60-90日	註冊資本：人民幣 5.0百萬元 <sup>(2)</sup>	24,597		5.7
5.	上海移卓網絡科技 有限公司	2013年	私營	一間主要從事軟件開發的中國公 司	數字營銷服務/就包 含廣告的數字閱讀 提供廣告服務	2013年	90日	註冊資本：人民幣 1.0百萬元 <sup>(2)</sup>	19,106		4.4
總計									<b>143,283</b>		<b>33.1</b>

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	成立年度	所有權	主要業務	所提供的主要服務	建立業務關係年度	一般信用期	業務規模/財務表現	收益金額	佔總收益	
										人民幣千元	百分比
1.	客戶A	2013年	國有	一間主要從事數字廣告、活動及展覽服務的中國公司	就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2020年	60-90日	註冊資本：人民幣174.8百萬元 <sup>(2)</sup>	35,165	7.7%	
2.	客戶B	2012年	外商投資企業及國內合資企業	一間主要從事提供廣告服務的中	數字營銷服務	2020年	60-90日	註冊資本：人民幣5.0百萬元 <sup>(2)</sup>	28,425	6.2%	
3.	客戶C	2013年	私營	一間主要從事提供廣告服務的中	就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2021年	90日	註冊資本：人民幣6.1百萬元 <sup>(2)</sup>	25,691	5.6%	
4.	廣州奇異果互動科技股份有限公司	2006年	中國上市	一間主要從事提供廣告服務的中	數字營銷服務/就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2017年	30-60日	2021年收益：人民幣541.0百萬元	22,858	5.0%	
5.	客戶D	2014年	由香港及美國上市公司控制	一間主要從事提供廣告服務、內容分銷以及遊戲開發及營運的中國公司	數字營銷服務/就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2020年	30-60日	註冊資本：人民幣10.0百萬元 <sup>(2)</sup>	21,338	4.7%	
總計									133,477	29.2%	



截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	成立年度	所有權	主要業務	所提供的主要服務	建立業務關係年度	一般信用期	業務規模/財務表現	收益金額	佔總收益	
										人民幣千元	百分比
1.	客戶B	2012年	外商投資企業及國內合資企業	一間主要從事提供廣告服務的中國公司	數字營銷服務/就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2020年	90-120日 <sup>(3)</sup>	註冊資本：人民幣5.0百萬元 <sup>(2)</sup>	27,395	4.9%	
2.	客戶A	2023年	國有	一間主要從事數字廣告、活動及展覽服務的中國公司	數字營銷服務/就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2020年	60-90日	註冊資本：人民幣174.8百萬元	26,564	4.8%	
3.	客戶C	2013年	私營	一間主要從事提供廣告服務的中國公司	就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2021年	120日 <sup>(3)</sup>	註冊資本：人民幣6.1百萬元 <sup>(2)</sup>	26,176	4.7%	
4.	客戶E	2014年	私營	一間主要從事推廣服務的中國公司	數字營銷服務/就包含廣告的數字閱讀提供廣告服務	2022年	120-150日	註冊資本：人民幣10.0百萬元 <sup>(2)</sup>	25,875	4.6%	

## 業 務

排名	客戶	成立年度	所有權	主要業務	所提供的主要服務	建立業務 關係年度	一般信用期	業務規模/財務表現	收益金額	佔總收益 百分比
5.	客戶D	2014年	由香港及美國 上市公司控制	一間主要從事提供廣告服務、 內容分銷以及遊戲開發及 營運的中國公司	數字營銷服務/就包 含廣告的數字閱讀 提供廣告服務	2020年	30-60日	註冊資本：人民幣 10.0百萬元 <sup>(2)</sup>	人民幣千元 23,592	4.2 %
<b>總計</b>									<b>129,602</b>	<b>23.2</b>

附註：

- (1) 預付款項指於我們提供服務前向客戶收取的全部或部分款項。
- (2) 根據我們於2024年3月26日在國家企業信用信息公示系統進行的公開查詢。
- (3) 我們為客戶延長信貸期限，以維持與客戶的積極合作。

## 業 務

### 供應商

我們的供應商主要包括(i)內容供應商，包括文學內容及遊戲內容供應商；(ii)互聯網流量供應商，包括業務推廣及廣告供應商；及(iii)其他產品或服務供應商，如帶寬服務及服務器供應商以及第三方付款服務供應商。於往績記錄期間各年度，五大供應商的採購額分別約為人民幣115.6百萬元、人民幣146.4百萬元及人民幣167.3百萬元，分別佔本公司總採購額約35.3%、42.9%及34.9%。於相同年度，最大供應商的採購額分別約為人民幣28.6百萬元、人民幣43.0百萬元及人民幣39.3百萬元，分別佔約8.7%、12.6%及8.2%。於往績記錄期間各年度，我們的五大供應商均為獨立第三方，而於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，董事、彼等各自的緊密聯繫人，或據董事所知擁有已發行股本5%以上的任何股東概無於該等供應商中擁有任何權益。

下表載列於往績記錄期間各年度五大供應商的詳情：

#### 截至2021年12月31日止年度

排名	供應商	主要業務	建立業務 關係年度	一般信用期	採購額	佔總採購額 百分比
				天數	人民幣千元	%
1.	供應商A	一間於2016年成立的中國公司，主要從事提供廣告服務	2018年	30日	28,572	8.7
2.	供應商B	一間於2015年成立的中國公司，主要從事軟件開發	2021年	預付款項 <sup>(1)</sup>	26,852	8.2
3.	供應商C	一間於2009年成立的中國公司，主要從事智能圖像製作技術及應用程式解決方案	2018年	預付款項 <sup>(1)</sup>	23,160	7.1
4.	供應商D	一間於2008年成立的中國公司，主要從事網絡遊戲開發及發行以及為企業提供AR/VR服務	2020年	30日	19,748	6.0
5.	供應商E	一間於2016年成立的中國公司，主要從事提供廣告服務	2017年	預付款項 <sup>(1)</sup>	17,276	5.3
總計					<b>115,608</b>	<b>35.3</b>

## 業 務

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	主要業務	建立業務 關係年度	一般信用期 天數	採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
1.	供應商D	一間於2008年成立的中國公司，主要從事網絡遊戲開發及發行以及為企業提供AR/VR服務	2020年	30日	43,040	12.6
2.	供應商F	一間於2015年成立的中國公司，主要從事廣告代理業務	2020年	預付款項 <sup>(1)</sup>	28,060	8.2
3.	供應商C	一間於2009年成立的中國公司，主要從事智能圖像製作技術及應用程式解決方案	2018年	預付款項 <sup>(1)</sup>	27,264	8.0
4.	供應商G	一間於2015年成立的中國公司，主要從事互聯網文化活動服務	2022年	預付款項 <sup>(1)</sup>	24,832	7.3
5.	供應商A	一間於2015年成立的中國公司，主要從事廣告代理業務	2018年	30日	23,213	6.8
總計					146,409	42.9

## 業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	主要業務	建立業務 關係年度	一般信用期	採購額	佔總採購額 百分比
				天數	人民幣千元	%
1.	供應商H	一間於2006年成立的中國公司， 主要從事向客戶提供收集營銷 服務解決方案	2016年	預付款項 <sup>(1)</sup>	39,299	8.2
2.	供應商D	一間於2008年成立的中國公司， 主要從事網絡遊戲開發及發行以 及AR/VR	2020年	30日	38,386	8.0
3.	供應商G	一間於2015年成立的中國公司， 主要從事互聯網文化活動服務	2022年	預付款項 <sup>(1)</sup>	36,796	7.7
4.	供應商I	一間於2016年成立的中國公司， 主要從事廣告媒體通訊營銷及 設計服務以及技術開發服務	2022年	預付款項 <sup>(1)</sup>	27,763	5.8
5.	供應商J	一間於2017年成立的中國私人公 司，主要從事廣告業務	2021年	預付款項 <sup>(1)</sup>	25,026	5.2
總計					<b>167,270</b>	<b>34.9</b>

附註：

(1) 預付款項指於我們獲供應商提供服務前向供應商支付的全部或部分款項。

我們通常與主要供應商訂立框架協議，當中載列我們所採購的每項服務的規格、價格、交付條款及付款。

### 客戶與供應商重疊

於往績記錄期間各年度，據董事所深知及盡悉，我們分別向一名、一名及兩名亦為供應商的客戶（其收益貢獻佔於往績記錄期間各年度總收益超過1%）（「主要客戶」）提供服務。經董事確認，(i)我們與該等重疊客戶及供應商的銷售及採購條款的協商乃按獨立基準進行，銷售及採購並無關連亦無相互制約；(ii)於往績記錄期間，我們從此等重疊客戶及供應商採購的

## 業 務

產品並無售回予彼等，反之亦然；及(iii)與該等重疊客戶及供應商的主要交易條款與我們與其他客戶及供應商的交易條款相似。我們並無責任向任何此等重疊客戶及供應商採購或銷售我們的任何服務。

於往績記錄期間，我們向此等重疊客戶及供應商提供的服務主要包括數字營銷服務、包含廣告的數字閱讀、其他數字內容服務及網絡遊戲發行服務，而彼等向我們採購的服務主要包括數字內容採購、互聯網流量採購及營銷服務。我們的採購來自該等主要客戶，主要乃由於彼等擁有多元化而豐富的數字內容及互聯網流量。於往績記錄期間，來自主要客戶的購買乃根據業務運營規模及週期需要訂立。

於往績記錄期間，此等重疊主要客戶及供應商應佔收益、毛利、平均毛利率及採購額載於下表：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
收益(人民幣千元) .....	4,666	4,696	15,454
佔總收益百分比(%) .....	1.1	1.0	2.8
毛利(人民幣千元) .....	2,255	2,142	5,142
平均毛利率(%) .....	48.3	45.6	33.3
採購額(人民幣千元) .....	35	48	42
佔總採購額百分比(%) .....	*	*	*

\* 低於0.1%。

## 僱員

截至2023年12月31日，我們共有147名僱員，其中92名位於深圳49名位於北京及6名位於廣州。下表載列截至2023年12月31日按職能劃分的僱員明細：

職能	僱員人數	佔總數百分比
研發 .....	64	43.5
運營 .....	26	17.7
銷售及營銷 .....	24	16.3
管理、財務及行政 .....	33	22.4
總計 .....	147	100.0

我們相信，我們的成功部分取決於我們吸引、招聘及挽留優質僱員的能力。我們旨在建立協作的工作環境，鼓勵彼等與我們一起發展職業生涯。此外，我們擁有有效的培訓系統，包括入職培訓及持續在職培訓，以加快學習進度，以及提高員工的知識及技能水平。我們為

---

## 業 務

---

僱員提供持續培訓，涵蓋其職業發展的不同階段，主要包括(i)入職培訓，旨在為新僱員介紹不同主題，例如我們的企業文化及政策、職業道德及職業安全，讓彼等在實際可行情況下儘快適應工作環境；及(ii)定期在職培訓，例如技術培訓，旨在提升僱員對業內最新技術發展的專業技能、知識及了解，以及管理培訓，旨在提升中高層管理人員的創新、領導及溝通能力。

為維持增長，我們定期檢討我們的能力並調整員工隊伍，以確保我們擁有適當的專業知識組合，滿足對我們產品及服務的需求。我們為僱員提供具競爭力的薪金及績效現金獎金。我們相信，我們的聲譽、工作環境、培訓制度及薪酬待遇有利於吸引合資格的應徵者。於往績記錄期間，我們實行互聯網招聘、社會招聘、校園招聘及現有僱員內部推薦等多種招聘方式。於考慮及選擇合資格的應徵者時，我們會考慮其教育背景、工作經驗、相關專業知識及具體技能，以及對空缺職位的需求及目標。招聘程序包括線上履歷表收集、履歷表審查及多輪面試。我們在整個過程中堅守公開招聘、公平競爭、以表現為基礎招聘及分級審批原則。

根據中國法律及法規要求，我們為僱員參加由地方政府管理的各項僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療保險、生育保險及失業保險。我們亦為僱員購買商業健康及意外保險。獎金通常酌情發放，部分基於僱員績效，部分基於我們的整體業務績效。

我們相信，於往績記錄期間，我們與僱員維持良好的工作關係，且並無發生任何重大勞工糾紛。

## 物業

我們的總部位於中國深圳市南山區。於最後實際可行日期，我們並無擁有任何不動產。於最後實際可行日期，我們於中國按與獨立第三方的租賃協議租用14項物業，總建築面積為2,407.44平方米。我們於中國的租賃物業主要用於廠房及辦公室用途。相關租賃協議的租期一般介乎一年與五年之間。上述租賃物業的出租人已自樓宇擁有人取得相關房屋所有權證或授權，證明彼等向我們出租物業的權利，除我們租用的總建築面積為約588.0平方米的五項物業外，相關出租人尚未向我們提供相關租賃物業的有效房屋所有權證或其他類似證明，或截至最後實際可行日期仍在申請租賃過程中。

於我們租賃的該14項物業中，截至最後實際可行日期，我們尚未完成總建築面積為588.0平方米的五項物業的租賃登記。我們未能進行租賃登記及備案，乃主要由於(i)我們的行政工作失察以及對適用於租賃登記及備案的法律及監管要求的了解不足所致。中國法律顧

## 業 務

問告知我們，根據《中華人民共和國民法典》第706條，未登記租賃協議將不會影響租賃協議於中國法律下的有效性，如我們未能遵守有關租賃登記及備案的相關法律及法規，我們可能會被中國政府主管機關責令於規定期限內糾正此等違規事件。如我們未能於規定期限內辦理有關工作，根據《商品房屋租賃管理辦法》，我們可能會就每項未登記的租賃被處以最高不多於人民幣10,000元的罰款。請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能因所佔用的若干物業的缺陷而面臨來自第三方的行政處罰或質疑」。截至最後實際可行日期，本公司尚未收到任何登記要求或遭到有關政府機關罰款。我們仍將採取一切實際可行及合理措施，確保該等租賃獲登記，並繼續與該等出租人溝通，尋求彼等的合作以完成登記程序。據我們的中國法律顧問所告知，就[編纂]及[編纂]而言，不存在因不合規而產生的重大法律障礙。為減低未來再次發生未有登記租賃的可能性，我們將就此類事宜委任相關人員以對行政人員進行監督及監控，從而加強我們對遵守適用法律及法規的內部監督。

### 獎項及認可

於往績記錄期間，我們產品及服務的質量及受歡迎程度已獲得認可。我們獲得的若干重要獎項及認可載列如下：

獎項／ 認可年度	獎項／認可	頒發機構／機關	實體／產品
2024年 . . . . .	2023年高成長之星	深圳市福田區科技創新局	宜搜深圳
2023年 . . . . .	專精特新中小企業	深圳市中小企業服務局	宜搜深圳
2022年 . . . . .	深圳市中小企業服務局	深圳市中小企業服務局	宜搜深圳
2022年 . . . . .	OPPO銳意突破獎	2022年OPPO縱橫計劃行業 峰會	宜搜小說App



## 業 務

獎項／ 認可年度	獎項／認可	頒發機構／機關	實體／產品
2022年 . . . . .	VIVO 2022年度潛力無限獎	VIVO營銷	宜搜深圳
2022年 . . . . .	高新技術企業	北京市創新委員會、北京市 財政局及北京市稅務局	宜搜北京
2022年 . . . . .	高新技術企業	深圳市創新委員會、深圳市 財政局及深圳市稅務局	宜搜深圳
2021年 . . . . .	深圳文化企業100強	深圳市文化廣電旅遊體育局	宜搜深圳
2021年 . . . . .	第十五屆深圳市網絡文化獎 年度網絡產品創新獎一三等 獎	深圳市網絡媒體協會	宜搜小說App
2021年 . . . . .	第十五屆深圳市網絡文化獎 全民閱讀平台一三等獎	深圳市網絡媒體協會	宜搜小說App
2021年 . . . . .	2020年度最佳創新文娛 產品／平台	艾媒諮詢	宜搜小說App
2020年 . . . . .	2020年度浩閱千里閱讀行業 增長領跑者	騰訊廣告	宜搜小說App
2019年 . . . . .	優秀閱讀推廣平台	中國出版協會、中國新聞出 版研究院	宜搜小說App
2019年 . . . . .	綠色應用	綠色軟體聯盟	宜搜小說App

## 業 務

獎項／ 認可年度	獎項／認可	頒發機構／機關	實體／產品
2019年 .....	第十三屆深圳市網絡文化獎一年度產品創新獎二等獎	深圳市網絡媒體協會	宜搜小說App
2018年 .....	第十二屆深圳市網絡文化獎年度技術創新獎二等獎	深圳市網絡媒體協會	宜搜小說App
2014年 .....	2012年至2013年深圳市文化創意產業百強企業	深圳市委宣傳部、深圳市文體旅遊局、深圳市統計局	宜搜深圳
2013年 .....	深圳市優秀新興業態文化創意企業	深圳市委宣傳部、深圳市文體旅遊局	宜搜深圳
2013年 .....	德勤－深圳高科技、高成長20強	德勤華永會計師事務所(特殊普通合伙)	宜搜深圳
2013年 .....	2011年至2012年深圳市文化創意產業百強	深圳市委宣傳部、深圳市文體旅遊局、深圳市經濟貿易和信息化委員會	宜搜深圳
2012年 .....	廣東十大互聯網領軍企業	廣東互聯網大會	宜搜深圳

---

## 業 務

---

### 競爭

就數字閱讀平台服務而言，我們與領先綜合閱讀平台進行競爭並同時合作，主要因為彼等在數字閱讀行業扮演的雙重角色。儘管此等領先綜合閱讀平台的專有發行平台與我們的平台存在競爭，彼等亦向我們提供原創文學內容。此等領先綜合閱讀平台包括(其中包括)閱文集團及掌閱。我們的競爭主要基於獲提供的文學內容的廣度及質量、宜搜推薦引擎的準確性、產品設計的用戶友好性、我們的收費標準及向用戶提供的推廣服務。我們亦與廣泛專注於特定內容種類(如直播串流及短視頻)的內容提供商就用戶閱讀時間進行競爭。

就數字營銷服務而言，我們的競爭對手主要包括營銷服務提供商、互聯網電子商務平台及社交媒體。我們主要基於多項因素與其他行業參與者進行競爭，包括用戶流量、技術能力、銷售能力、定價及品牌認知度。

就網絡遊戲發行服務而言，我們主要與中國其他網絡遊戲發行商及運營商進行競爭。我們基於多種因素進行競爭，包括宜搜推薦引擎的準確性、遊戲玩家基礎及參與度、與遊戲內容提供商的關係。

我們認為，在我們運營的各個市場中，我們較參與者更具有利的競爭優勢。然而，我們的競爭對手可能擁有更多財務、技術及營銷資源、提供更多具吸引力的數字內容以與我們的服務競爭，並對我們吸引及挽留用戶的能力造成不利影響。該等競爭對手(包括我們目前可能不知悉的公司)可能會利用社交網絡、接觸龐大的用戶基礎及網絡效應迅速發展。請參閱本文件中「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們在高度競爭的行業中運營。倘我們無法有效地與其他行業參與者競爭，我們的用戶及客戶基礎、市場份額及盈利能力可能會受到重大不利影響」。有關行業競爭格局的更多資料，請參閱本文件「行業概覽」。

由於我們正積極探索宜搜推薦引擎的更多應用場景，我們可能會在我們的平台上推出新產品及服務。隨著我們的現有產品持續演變或其他公司推出新產品及服務，我們可能還會面臨其他競爭。

### 季節性

我們的經營業績受季節性波動影響，反映互聯網使用的季節性波動及傳統零售季節性模式的結合。例如我們通常於每曆年第四季度錄得較前三個季度更多的廣告需求及收益。中國電子商務公司通常於每年11月至12月期間舉行特別促銷活動，推動第四季度較其他季度的廣

## 業 務

告需求增加。迄今，季節性波動並未給我們帶來重大運營及財務挑戰，乃由於該等期間往往短暫且可預測，使我們能夠提前重新分配資源及提高效率。

### 保險

按照一般市場慣例，我們並無購買任何業務中斷保險或產品責任保險，而中國法律並無強制購買有關保險的規定。我們並無購買關鍵人員人壽保險，並無購買涵蓋我們的網絡基礎設施或信息技術系統損壞的保險或任何財產保險。我們亦並無就合約安排相關風險投購保險。於往績記錄期間，我們並無就業務作出任何重大保險索賠。

### 牌照、證書及許可證

於最後實際可行日期，我們已從相關部門取得對在中國運營屬重大的所有必要牌照、證書及許可證。

下表載列我們當前持有的重大牌照及許可清單：

實體	許可證名稱	簽發機關	簽發日期	屆滿日期
宜搜深圳.....	ICP許可證	廣東省通信管理局	2020年1月20日	2025年1月20日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2022年4月29日	2025年4月28日
宜搜北京.....	網絡文化經營許可證	北京市文化和旅遊局	2022年12月27日	2025年12月26日
深圳宜遊.....	ICP許可證	廣東省通信管理局	2019年12月12日	2024年12月12日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2022年12月5日	2025年12月4日

## 業 務

實體	許可證名稱	簽發機關	簽發日期	屆滿日期
深圳創圖.....	ICP許可證	廣東省通信管理局	2020年2月20日	2025年2月20日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2020年12月21日	2026年12月20日
深圳達華通.....	ICP許可證	廣東省通信管理局	2021年2月19日	2026年2月19日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2024年1月18日	2027年1月17日
廣州樂點.....	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2022年8月29日	2025年8月28日
北京宜科.....	ICP許可證	北京市通信管理局	2020年11月25日	2025年11月25日
	網絡出版服務許可證	國家新聞出版署	2021年4月23日	2026年4月22日
深圳泰特.....	電信網碼號資源使用證書-10681840	中華人民共和國工業和信息化部	2020年4月16日	2024年10月31日
	SP許可證	中華人民共和國工業和信息化部	2019年10月31日	2024年10月31日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2022年8月10日	2025年8月9日

## 業 務

實體	許可證名稱	簽發機關	簽發日期	屆滿日期
廣州天時通.....	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2023年3月12日	2026年3月11日
上海贏告.....	網絡文化經營許可證	上海市文化和旅遊局	2022年7月13日	2025年7月13日
深圳新動力.....	電信網碼號資源使用證書-10680024	中華人民共和國工業和信息化部	2019年7月22日	2024年5月6日
	SP許可證	中華人民共和國工業和信息化部	2019年5月6日	2024年5月6日
	ICP許可證	廣東省通信管理局	2020年5月22日	2025年5月22日
	網絡文化經營許可證	廣東省文化和旅遊廳	2022年8月10日	2025年8月9日

## 法律程序及合規

### 法律程序

我們可能不時面臨與本公司經營業務有關的法律程序、調查及申索。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並非且未曾為任何重大法律、仲裁或行政程序的當事人，及我們並不知悉任何針對我們或任何董事，且董事認為可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的未決或面臨的法律、仲裁或行政程序。

於往績記錄期間，本公司兩間中國附屬公司涉及三宗待決的訴訟，其中爭議金額超過人民幣1百萬元，於往績記錄期間，其中兩宗訴訟已收到最終判決，一宗訴訟已和解。該等訴訟將不會個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績有任何重大不利影響。相關訴訟詳情載列下文。

---

## 業 務

---

### **(i)宜搜深圳(作為原告)與廣州泰迪玩(作為被告)及(ii)廣州泰迪玩(作為原告)與宜搜深圳(作為被告)之間的合約糾紛**

於2019年5月，宜搜深圳作為原告，向深圳市福田區人民法院提起訴訟，聲稱廣州泰迪玩信息科技有限公司(「廣州泰迪玩」)未履行宜搜深圳與廣州泰迪玩訂立的遊戲運營推廣合約中的合約義務，此舉構成違約。宜搜深圳索賠的違約責任金額約為人民幣4.6百萬元。於同年，廣州泰迪玩作為原告，亦基於同一合約於2019年6月向廣州知識產權法院提起訴訟，聲稱宜搜深圳違約。廣州泰迪玩索賠的違約責任金額約為人民幣2.7百萬元。最終，宜搜深圳起訴廣州泰迪玩的合約糾紛案件移交至廣州知識產權法院，與廣州泰迪玩起訴宜搜深圳違反合約的案件併案審理。根據合約，宜搜深圳與廣州泰迪玩同意按聯運模式運營《帝王世紀》遊戲，並按照協定比例分享遊戲產生的收入。廣州泰迪玩被發現為用戶充值提供額外及大幅折扣以吸引更多用戶，導致其他平台上的現有用戶轉移至廣州泰迪玩的平台，並致使其他平台產生相應收益損失。隨後，宜搜深圳向廣州泰迪玩平台關閉該遊戲入口，導致遊戲用戶無法於廣州泰迪玩平台登入《帝王世紀》。

在宜搜深圳作為原告的案件中，其聲稱(i)廣州泰迪玩須支付《帝王世紀》遊戲收入的協定部分；(ii)廣州泰迪玩須支付宜搜深圳於遊戲聯運合作期間損失的《帝王世紀》預期收入；(iii)廣州泰迪玩須向宜搜深圳賠償被分流至廣州泰迪玩平台的宜搜深圳現有用戶充值所產生的收益；及(iv)廣州泰迪玩須支付該案件的所有訴訟費用。然而，在廣州泰迪玩作為原告的案件中，其聲稱(i)廣州泰迪玩與宜搜深圳須終止遊戲運營推廣合約；(ii)宜搜深圳須向廣州泰迪玩支付經濟損失；及(iii)宜搜深圳須支付該案件的所有訴訟費用。於2022年12月，於該兩宗案件聆訊後，廣州知識產權法院裁定，宜搜深圳及廣州泰迪玩均違反其於遊戲運營推廣合約中的若干義務。因此，在宜搜深圳作為原告的案件中，廣州知識產權法院判決(i)廣州泰迪玩須向宜搜深圳支付《帝王世紀》遊戲收入的協定部分約人民幣0.6百萬元；(ii)宜搜深圳及廣州泰迪玩須共同支付該案件的訴訟費用；及(iii)法院駁回宜搜深圳的所有其他申索。在廣州泰迪玩作為原告的案件中，廣州知識產權法院判決(i)廣州泰迪玩與宜搜深圳訂立的遊戲運營推廣合約須終止；及(ii)法院駁回廣州泰迪玩的所有其他申索。

## 業 務

於宜搜深圳與廣州泰迪玩的上述法律訴訟中，宜搜深圳向廣州知識產權法院提出凍結廣州泰迪玩財產的申請。於2019年5月，廣州知識產權法院根據宜搜深圳的財產保全申請，作出查封、扣押及凍結廣州泰迪玩財產的裁定。應廣州知識產權法院的要求，法院同時凍結宜搜深圳約人民幣0.5百萬元的銀行存款，作為上述財產保全的擔保。自宜搜深圳申請起，凍結期限已多次續期，並延長至2024年3月21日，經宜搜深圳申請，該期限可予以續期。因此，自2019年5月起至最後實際可行日期，宜搜深圳的銀行存款約人民幣0.5百萬元被限制，其於最後實際可行日期解除財產保全。

廣州泰迪玩亦向廣州知識產權法院提出申請，要求凍結宜搜深圳的財產。於2019年8月，廣州知識產權法院根據廣州泰迪玩的財產保全申請，作出查封、扣押及凍結宜搜深圳價值約人民幣2.0百萬元財產的裁定。自廣州泰迪玩申請起，凍結期限已多次續期，並延長至2023年7月7日，經廣州泰迪玩申請，該期限可予以續期。因此，自2019年8月起至2023年7月，宜搜深圳的銀行存款約人民幣2.0百萬元被限制及截至最後實際可行日期已自財產保全中解除。

於2022年12月收到廣州知識產權法院的判決後，宜搜深圳及廣州泰迪玩均向廣東省高級人民法院提起上訴，尋求高級法院支持其各自的訴訟，因廣州知識產權法院並無就雙方作為原告的多項訴訟案件中作出對各方有利的判決。於2023年7月，廣東省高級人民法院對兩起上訴作出判決。在宜搜深圳為原告的案件中，法院(i)維持廣州知識產權法院一審民事判決的第一項(即廣州泰迪玩應向宜搜深圳支付《帝王世紀》遊戲收入的協定部分約人民幣0.6百萬元)；(ii)撤銷第二項一審民事判決(即宜搜深圳及廣州泰迪玩應共同支付本案件的訴訟費用)；(iii)廣州泰迪玩應於本判決生效之日起十日內向宜搜深圳支付遊戲可得收益損失約人民幣1.4百萬元及其所產生利息；(iv)廣州泰迪玩應於本判決生效之日起十日內向宜搜深圳支付公證費人民幣2,570元；(v)駁回宜搜深圳的其他訴訟請求；及(vi)駁回廣州泰迪玩的其他訴訟請求。在廣州泰迪玩為原告的案件中，廣東省高級人民法院撤銷廣州知識產權法院的判決，並駁回廣州泰迪玩的全部上訴訴訟請求。

### **廣州樂點(作為原告)與成都哈拜(作為被告)之間的合約糾紛**

於2022年2月，廣州樂點(作為原告)向上海市閔行區人民法院提起訴訟，聲稱成都哈拜網絡科技有限公司(「成都哈拜」)並無履行廣州樂點與成都哈拜訂立的商業合作協議中的合約義務。根據業務合作協議，廣州樂點有義務提供數字營銷服務予成都哈拜，而成都哈拜有義



---

## 業 務

---

務在指定期限內結算服務費用。然而，成都哈拜未能及時與廣州樂點結算，繼而導致違約。廣州樂點索賠的違約責任金額約為人民幣1.8百萬元。雙方已於2023年9月和解訴訟。根據和解協議，成都哈拜同意向廣州樂點支付約人民幣1.7百萬元。

按以上所述，我們的中國法律顧問告知我們，上述法律訴訟對[編纂]及[編纂]而言不會產生重大法律障礙。董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何針對本集團或任何董事而可能對本集團的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的未決或面臨的訴訟或仲裁或行政程序。

### 法律合規

董事認為，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守所有相關法律及法規。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何董事認為會對我們的業務、財務狀況及經營業績個別及共同造成重大不利影響的不合規事件。誠如中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面已遵守適用中國法律及法規。

### 健康、安全及環境事宜

我們認同企業社會責任、環保意識、長期可持續發展及道德操守對社會及我們的可持續發展的重要性。我們認為，我們的持續增長取決於我們將環境、社會及管治(「ESG」)價值觀融入我們的企業戰略和運營。我們已採取涵蓋ESG的報告及管理政策。

### ESG事宜的管治

董事會共同及全面負責制定、採納及檢討我們的ESG願景、內部政策及目標，以及評估、確定及處理我們的ESG相關風險。董事會可委聘獨立第三方評估ESG風險及檢討我們的現有公司策略、目標及內部控制。我們的管理層有責任確認ESG政策及系統(「ESG政策」)的有效性。我們的董事及管理層監控、評估及支持我們對履行環境及社會責任的承諾並於必要時加以改善，以降低ESG相關風險，其中包括但不限於以下責任：

- 了解最新的ESG相關法律及法規，包括上市規則的適用章節，並根據最新的監管規定更新ESG政策；

---

## 業 務

---

- 根據我們的業務運營識別本集團的主要持份者，並建立溝通渠道，讓彼等參與ESG事宜；
- 根據適用法律、法規及政策，定期評估ESG相關風險及機遇，尤其是氣候變化相關風險，以確保履行我們有關ESG事宜的責任；
- 監察ESG政策的有效性並確保其實施；
- 編製及審閱ESG報告；及
- 遵守及監控有關ESG披露及監管合規的最新規定。

此外，我們的管理層會定期向董事報告ESG政策的實施及有效性，並為編製ESG報告提供協助。

### ESG策略及政策

考慮到我們如何管理我們的服務對創造長期公司價值的影響可能會影響用戶、客戶、供應商、僱員、[編纂]及其他持份者，我們擬最大限度地提高我們的服務效益，並實施環境可持續性及社會經濟發展的平衡策略。為實現此目標，我們就制定及實施發展策略及業務可持續性而言積極尋求及考慮主要持份者的觀點和見解。

根據ESG政策，我們旨在與我們的僱員及業務夥伴建立一個可持續發展社區。我們努力通過我們對節能及可持續發展的承諾，減少對環境的負面影響。例如，由於我們業務的網絡性質，我們能夠最大限度地避免在日常運營中使用及浪費紙張。我們將繼續提高我們的電力使用效率。就僱傭實務而言，我們已制定一套社會政策，以促進我們僱員的健康與安全。為了提供一個安全的工作環境，我們為僱員提供職業健康與安全培訓，以提高彼等對健康與安全事宜的認識。我們亦在本集團內部注重包容多元性，並在招聘、培訓、健康、專業及個人發展方面平等及尊重地對待所有僱員。我們將繼續為所有僱員創造一個正面及培育員工的工作場所。就企業管治而言，我們已實施關於潛在利益衝突申報、反洗錢措施及採購管理的具體政策，以確保遵守所有相關法律及法規，避免我們的業務運營中出現貪污。根據上市規則附錄14及27所載的企業管治守則及ESG報告指引，我們將建立機制，讓我們能夠在[編纂]後繼續履行我們在企業管治及ESG事宜方面的企業責任。

---

## 業 務

---

### 識別、評估及管理ESG風險的措施

我們將採取各種策略及措施，以根據ESG政策識別、評估及管理ESG風險，包括但不限於：

- 審閱及評估我們行業中類似公司的ESG報告，以緊跟最新的ESG實務，確保及時識別有關的ESG相關風險；
- 參考(如適用)當地及國際的行業特定ESG風險指引；
- 不時與高級管理層展開討論，以確保重大ESG相關事宜獲處理及報告；
- 建立溝通渠道，並與主要持份者持續討論，以了解ESG相關事宜，並監察我們的環境、社會及氣候相關表現對主要持份者所造成的影響；及
- 如需要，委聘專業顧問就遵守ESG事宜向我們提供建議。

### ESG相關風險

我們並無運營任何生產設施，因此我們不會面臨重大的健康、工作場所安全或環境風險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據中國法律顧問告知及董事確認，我們並無因違反有關健康、工作安全或環境法規而遭受任何罰款或其他處罰，亦無發生任何事故或收到因員工造成的人身或財產損失引致的任何申索而對我們的財務狀況或業務營運造成重大不利影響。

### 環境、天然資源及氣候變化

我們承認，氣候相關事宜對我們的業務構成一定程度的影響。我們識別的氣候相關風險可分為兩大類：實質風險及過渡風險。

我們將實質風險定義為可能對我們的業務營運造成實質影響的風險。我們認為，氣候相關事宜可能帶來越來越嚴重的極端天氣事件的風險，如更頻繁的風暴及颱風。我們在業務營運中使用的設備及設施可能會面臨中斷。極端天氣亦可能對我們員工的健康與安全造成威脅。我們可能會受到營運及維護成本以及勞動力成本增加的潛在影響。

---

## 業 務

---

與政策變化有關的過渡風險包括可能不時修訂環境法律法規的任何風險，而有關法律法規的變化可能導致我們為遵守更嚴格的規定而產生額外成本。例如，由於氣候變化及氣候相關事宜，監管機構可能要求增加對排放的披露。要求我們轉向可持續業務模式的過渡風險可能會導致因改變營運方式而增加營運成本等影響。具體而言，我們可能需要切換到節能照明或增加我們經營場所的綠化面積。就不斷增加的排放披露責任而言，我們可能會受到執行更嚴格的排放及資源消耗監測措施的成本增加的影響。任何違反適用環境法規的行為均可能使我們受到懲罰、罰款、暫停營業或其他形式的行動。

儘管有上述風險，鑒於我們的業務性質，我們預計氣候變化及其他環境相關風險不會對我們的業務營運、財務表現及增長策略產生任何重大影響。截至最後實際可行日期，我們的業務營運、財務表現及增長策略並無因環境相關問題而受到任何重大影響。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與自然災害、流行病及COVID-19等其他疫情爆發相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的營運」。

### 評估及管理ESG風險的指標及目標

我們日常營運的場所為我們的辦公室，其中最主要的資源消耗為電力、水及紙張的使用。我們監控以下指標，以評估及管理我們在業務運營過程中可能面臨的環境及氣候相關風險：

- (i) **用電及用水。**我們根據相關法規及政策評估我們的電力及水的消耗量，並努力積極地節約能源，以響應政府的倡議。在我們的業務運營中，用電亦為我們溫室氣體（「溫室氣體」）排放的一個主要來源。我們定期監控我們的用電水平，並實施若干措施，例如推廣使用自然照明，減少在非辦公時間使用空調及電子設備，以節約能源及減少溫室氣體排放，並進一步提高員工對有效使用電力及節能重要性的認識。我們主要使用人均年度耗電量來評估我們的用電水平。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度我們的人均電力消耗量分別約為1.5兆瓦時、1.4兆瓦時及1.2兆瓦時，根據易觀，遠低於2023年行業平均水平的人均23.7兆瓦時。我們的目標是在未來三年每年減少人均電力消耗量約5%。我們亦將舉辦更多活動及事件，以在本集團內培養節水文化。

## 業 務

- (ii) **溫室氣體排放。**溫室氣體排放(或碳排放)與氣候變化息息相關，為企業帶來長期的風險及機遇。為更好地了解、量化及管理與我們的業務有關的碳及氣候變化相關影響、風險及機遇，作為ESG工作的第一步，我們必須計量及披露我們的碳足跡。我們主要通過在日常運營中使用電力產生溫室氣體排放。於2022年及2023年，我們在中國的辦公室合共使用205,877千瓦時及175,918千瓦時電力，佔購買電力範圍2間接溫室氣體排放下約130噸及111噸碳排放當量。根據易觀，於往績記錄期間我們的溫室氣體排放量大幅低於行業平均排放量。溫室氣體排放密度指二氧化碳噸當量除以收益，以人民幣百萬元計，根據易觀，於2022年及2023年我們的溫室氣體排放密度分別約為0.3及0.2，而2023年行業平均水平為3.1。我們旨在通過提高我們運營中的能源效益以減少碳排放。我們定期監控我們的電力消耗水平，並實施以下措施：(i)在自然光充足的情況下減少使用電燈；(ii)在自然室溫適合辦公時不使用空調；及(iii)在非辦公時間關閉空調、電腦及其他電子設備，以節約能源。於2022年及2023年，我們亦就監控我們的溫室氣體排放提名兩名員工作為負責人員，彼等各自負責每天監督相關措施的實施，以在其指定的領域內節約能源及減少碳排放。具體而言，我們努力在未來五年將產生收益的各單位的碳排放降低20%。
- (iii) **無紙化運營。**我們鼓勵全體僱員參與無紙化運營，以減少使用紙張及碳排放。我們實施各種網絡系統以支援我們的日常業務運營。我們旨在通過進一步開發業務及內部管理系統，以通過該等系統納入更多功能，深化我們的無紙化運營程度。我們主要監控辦公室的用紙數量，以評估我們無紙化運營的效果。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們分別使用了合共約55,000張、75,000張及90,000張紙，我們的目標是在未來五年減少約10%的用紙量；及
- (iv) **所產生的廢物。**由於我們的業務性質，我們在運營過程中不會產生任何有害廢物。為減少我們處置無害廢物對環境的影響，我們定期監察廢物排放水平。我們向僱員提供關於廢物分類及處置的妥善指引。我們的目標是在廢物處置方面保持100%的合規率。

---

## 業 務

---

### 管理第三方服務器服務的溫室氣體排放措施

溫室氣體排放包括範圍1及範圍2排放。範圍1直接排放包括生產活動中產生的二氧化碳(CO<sup>2</sup>)。範圍2間接能源排放包括購買電力產生的溫室氣體排放。範圍3排放是由於商業活動產生但在另一個實體的操作控制之下的所有其他間接排放，如第三方雲服務提供商。溫室氣體協議界定範圍3排放的15個不同類別。我們利用第三方雲存儲來運營我們的業務。能源消耗成為數據中心環境足跡的一個主要組成部分。範圍3排放傾向於自願報告，以避免重複計算。為了減輕我們通過第三方雲服務提供商的間接影響，我們計劃加強我們的ESG實務，積極研究我們的第三方服務提供商的碳足跡，並在評估該等服務提供商時將環保能力列為我們的評估元素之一，以確保我們的服務提供商完全有能力進行可持續運營，並不斷努力將環境影響降至最低。在未來篩選第三方雲服務提供商時，我們將把低碳排放作為最優先的標準之一，評估指標強調環境影響、能源及資源利用、可再生能源的使用以及其他產生較小碳足跡的創新手段。

我們的業務一般須遵守中國的相關國家及地方環境法律及法規。然而，我們的運營不會產生或排放任何對環境有害的工業廢物。經中國法律顧問確認，我們毋須獲得任何適用於中國環境法律及法規的批准或證書。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無受到任何有關違反ESG相關法律及法規的重大申索、訴訟、處罰或行政行動。經中國法律顧問確認，在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守中國所有適用的ESG相關法律及法規。

### 職業健康與工作安全

在中國，我們須遵守有關勞工、安全及工作相關事件的中國法律及法規。我們為全職僱員提供有關工作安全的培訓，以提高彼等對安全程序及政策(課題覆蓋(其中包括)職業健康及電力安全)的意識。我們已實施多項工作安全政策及程序，以確保我們的運營遵守適用的法律及法規。

據中國法律顧問告知及經董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何對我們的業務運營造成重大不利影響的重大事件、事故或投訴。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並未因違反職業健康與工作安全而遭受任何重大行政處罰。

---

## 業 務

---

### 企業社會責任

我們致力於利用我們的平台及技術為社會創造價值。我們高度重視我們的平台在建立價值方面所扮演的角色，以及我們在引領公眾對社會價值和公民責任所扮演的角色。我們亦在宜搜小說App首頁的推薦一節下設立了一個欄目，以推廣中國社會價值取向，並不時定期進行社會價值推廣活動。我們將更加致力推動該社會價值取向，加強平台版面頁面的生態管理，並在數字內容推薦算法模型中加入更多以社會價值為本的推薦因素。

我們於中國積極參與慈善活動。於2008年，我們捐出善款為四川省汶川縣的兒童興建一所小學。於2014年，為推廣深圳福田區的慈善活動，我們捐出善款人民幣30,000元。此外，董事長汪溪先生向超過30名學生提供助學金。

### COVID-19疫情對本集團的影響

#### 對我們的營運及財務業績的影響

自2019年12月以來，新型冠狀病毒(COVID-19)在全球爆發。於2020年1月30日，世界衛生組織宣佈，COVID-19的爆發構成國際關注的突發公共衛生事件(PHEIC)。於2020年2月及3月，世界各地的新增確診病例不斷增加。於2020年3月，世界衛生組織宣佈新型冠狀病毒疾病(COVID-19)為一種全球大流行病。COVID-19疫情的爆發已經危及許多人的健康，並嚴重擾亂旅遊及經濟。在中國，COVID-19疫情於2020年1月至2020年3月期間達到高峰，其後中國社會及市場逐漸復甦及正常化。自2020年4月以來，中國及其他若干國家逐步解除居家令，開始在不同程度及範圍內復工，並推出各種政策推動經濟，同時不斷採取各種措施以減少潛在感染傳播及影響。

自COVID-19疫情爆發以來，我們經營所在各省市地方政府為預防或控制疫情推出一系列措施，其中包括限制企業復工、交通管制、封城及旅遊禁令。我們於2020年第一季度暫時關閉辦事處，以響應該等措施，並自2020年3月起逐步恢復正常營運。曾到過重點疫區的人士須接受至少14天的強制隔離。涉及人群聚集的活動遭到禁止。為緩和COVID-19疫情的風險，我們於疫情期間採取各種預防措施，為我們的員工保持安全及衛生的環境，包括但不限於：(i)為進入我們辦公室的每名人士測量體溫；(ii)記錄訪客的健康碼及行程碼；(iii)安排核酸測試，並在必要時對曾經外旅的員工進行隔離檢疫；(iv)向僱員推廣疫苗接種；及(v)對公共區域進行消毒。

## 業 務

COVID-19為我們的行業帶來新的發展機遇。由於COVID-19疫情及中國政府的隔離政策，人們把更多時間花在線上娛樂及室內活動上，例如數字閱讀及網絡遊戲，這推動了中國數字閱讀行業及網絡遊戲行業的增長。因此，根據易觀，中國數字閱讀行業的市場規模按收益計由2018年的人民幣255億元增長至2023年的人民幣523億元，複合年增長率為15.5%，而中國網絡遊戲行業的市場規模按收益計由2018年的人民幣2,310億元增長至2023年的人民幣3,823億元，複合年增長率為10.6%。此外，在中國政府於2022年12月放寬對商業及社交活動的限制措施後，人們一直保持著由COVID-19疫情帶動的線上娛樂習慣。有關COVID-19疫情對人們線上娛樂習慣的影響的進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽－中國數字閱讀行業－中國數字閱讀行業的增長動力」一節。

雖然COVID-19疫情普遍為我們的數字閱讀平台服務及網絡遊戲發行服務帶來發展機遇，但我們的數字營銷服務部分因我們的廣告客戶在封城期間面對終端用戶消費意慾受壓，以致廣告需求下降而受到不利影響，因此，2021年至2022年的數字營銷服務收益並無如預期增長，惟於該兩個年度維持相對穩定。然而，經董事確認，該負面影響有限，乃由於在往績記錄期間數字閱讀平台服務業務下包含廣告的數字閱讀實現大幅增長，進一步提升我們整體的財務表現，而該增長乃主要由於中國數字閱讀行業持續的免費閱讀行業趨勢以及宜搜系列閱讀App的活躍用戶增加所致，抵銷了廣告客戶對廣告需求減少的影響。

自2021年5月底開始，新的區域性COVID-19疫情襲擊中國若干城市，隨後擴散至其他若干城市，如北京、深圳、上海、成都及廣州。為抑制COVID-19疫情的蔓延，地方政府對商業及社會活動施加各種限制，包括旅遊限制、臨時封城及強制暫時停止商業運作，以及在若干地區進行公共交通管制。由於奧密克戎變異株的爆發，中國主要城市(包括北京、深圳、上海、成都及廣州)已經宣佈自2022年第一季度起實施一連串臨時封城。於封城期間，我們的深圳總部於2022年3月關閉一週及於2022年10月關閉四天，而我們的北京辦事處於2022年5月至6月關閉22天及於2022年11月至12月關閉17天。於該等期間，我們所有的員工均遠程工作，以確保我們的業務營運持續進行。我們亦面對僱員因居所可能因發現COVID-19陽性個案，導致暫時封閉而無法正常上班的情況。因此，遠程辦公不如現場工作高效，且我們部分員工的工作設備被封鎖在辦公室，導致彼等無法取得我們的工作資源。因此，2022年的封城對我們的整體營運效率產生負面影響；然而，經董事確認，因我們作為一家互聯網公司的業務性質，負面影響有限，於往績記錄期間，並無因COVID-19疫情及導致的封城而暫停向用戶／客戶提供服務。



---

## 業 務

---

此外，中國政府於2022年12月進一步放寬對商業及社交活動的限制措施，並於2023年1月8日放寬COVID-19防控限制後，重新開放邊境及取消強制性隔離規定。自2022年12月COVID-19的限制放寬以來，中國的COVID-19確診數字迅速上升。截至最後實際可行日期，COVID-19疫情回穩且我們的所有業務恢復正常。

董事確認，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的運營並無因COVID-19疫情而出現任何重大暫停。董事確認，我們的業務及財務表現並無受到COVID-19疫情的重大不利影響。截至最後實際可行日期，本集團的服務、營銷及業務營運保持穩定及正常。此外，根據迄今採取的行動，董事認為我們已證明我們於該等緊急情況下迅速作出反應的能力，且COVID-19疫情對我們的整體影響有限。

儘管於最後實際可行日期，我們已恢復正常的業務營運，我們將所產生有關COVID-19防疫物資及服務的開支視為我們積極響應當地政府為抗擊COVID-19爆發而實施的限制性措施，但仍影響我們於往績記錄期間的財務表現。有關COVID-19防疫物資及服務包括口罩、消毒酒精及核酸檢測服務。截至2021年及2022年12月31日止年度，我們錄得與COVID-19防疫物資及服務有關的開支分別為約人民幣57,000元及人民幣58,000元。然而，經董事確認，與往績記錄期間產生的經營開支總額相比，有關開支並不重大。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們面臨與自然災害、流行病及COVID-19等其他疫情爆發相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的營運」章節。

### 內部控制及風險管理

我們已委聘內部控制顧問就本公司及主要附屬公司的內部控制執行若干協定程序，並就本集團的實體層面控制及各流程的內部控制(包括財務報告及披露控制、銷售、應收賬款及收款、版權和互聯網流量採購、應付賬款及付款、人力資源及薪酬管理、現金及資金管理、IT系統的一般控制、稅務管理、保險管理及研發管理)報告實際調查結論。內部控制顧問於2022年4月至5月執行初步程序，並於2022年6月至7月就本公司內部控制制度執行後續程序。截至最後實際可行日期，概無有關本集團內部控制的仍未處理重大問題。

---

## 業 務

---

我們面臨多種運營風險。我們已制定風險管理制度，我們認為相關政策及程序對業務運營而言適當且充足。我們亦通過我們的內部控制人員，定期監察該等政策及程序的實施情況。負責監察企業管治的董事在我們的法律顧問協助下，將於[編纂]後定期檢討我們遵守所有相關法律及法規的情況。

為監督風險管理政策及企業管治措施於[編纂]後的持續實施，我們已採納或將採納(其中包括)以下風險管理及內部控制措施：

- 我們已改善審核委員會審閱及監察我們的財務報告程序及內部控制系統的議事規則。有關更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事委員會－審核委員會」一節。
- 我們已委聘滋博資本有限公司作為我們的合規顧問，於[編纂]後首個財政年度結束前就上市規則相關事宜向董事及高級管理團隊提供意見。
- 我們已採納多項政策以確保遵守上市規則，包括但不限於有關風險管理、僱員日常行為、利益衝突管理、投資管理及信息披露等方面。
- 我們定期向高級管理層及僱員提供反貪污、反欺詐、反洗錢及反賄賂的合規培訓，加強彼等對適用法律及法規(包括違反僱員手冊的相關政策)的認識及遵從。
- 我們計劃為董事及高級管理層舉辦有關上市規則相關規定及香港[編纂]公司董事職責的培訓課程。

---

## 業 務

---

### 風險管理

我們認同風險管理對於我們業務運營的成功至關重要。我們面臨的主要營運風險包括中國互聯網行業整體市況和監管環境的變化、我們提供優質服務的能力、我們管理預期增長及執行增長策略的能力，以及我們與競爭對手競爭的能力。有關我們面臨的各種風險及不確定性的討論，請參閱本文件「風險因素」一節。我們亦面臨若干市場風險。尤其是，我們面臨於日常業務過程中出現的信用、流動資金、利率及貨幣風險。有關該等市場風險的討論，請參閱「財務資料—有關市場風險的定量及定性披露」。

為應對該等挑戰，我們的審核委員會(由三名董事組成，即安穎川先生、甘鳴皋先生及朱劍峰先生，並由安穎川先生擔任主席)負責檢討及監督我們的財務報告程序、風險管理及內部控制系統。

我們維持一套與財務報告風險管理相關的會計政策，如財務報告管理政策、預算管理政策、負債政策、財務報表編製政策以及財務部及員工管理政策。我們設有各項程序及IT系統以實施我們的會計政策，而財務部會相應審查我們的管理賬戶。我們亦為財務部僱員提供定期培訓，確保彼等了解我們的財務管理及會計政策，並在日常運營中嚴格執行該等政策。

此外，我們亦就中國的人力資源管理制定若干標準操作程序，包括僱員管理制度、培訓手冊及人力資源規劃政策。該等措施旨在緩減我們在招聘不足、員工流失、不遵守勞動法規、僱員信息管理及其他方面的風險。

### 反貪污及反賄賂措施

我們已於2022年12月採納全面的反貪污及反賄賂制度，該制度規定全體僱員不得以可能受適用反貪污及反賄賂法律及法規規限的方式進行活動。該等反貪污及反賄賂法規載列(其中包括)以下各項：

- 財務部及各業務線管理團隊主要負責反賄賂措施的日常執行。財務部的職責包括組織及實施反貪污及反洗錢政策，制定相關制度及操作程序，報告大額及可疑交易，監督及檢查各業務部門及附屬公司的反貪污、反洗錢及經濟制裁等情況。各業務線的運營部門執行「了解你的客戶」程序，以決定是否與彼等合作；

---

## 業 務

---

- 我們要求僱員遵守我們的專業道德指引及我們的內部合規手冊，包括嚴格反貪污及反賄賂條款。我們對董事、高級管理層及僱員任何牽涉賄賂及貪污的活動作出處罰；
- 我們與客戶及供應商訂立陽光採購協議，規定了透明的採購／銷售原則，以保持我們的採購／銷售過程公平公開。我們要求供應商及與我們合作的其他第三方遵守我們的合規措施、專業道德指引及適用法律及法規；及
- 我們已於日常運營中實施預防性反賄賂措施。例如，我們進行相關風險評估、建立全面監督制度、建立舉報渠道及持續監察反貪污及反賄賂監控活動。我們相信，該等措施使僱員更難以進行欺詐活動。

據董事所深知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無董事、客戶及供應商為有關任何賄賂或回扣安排的投訴、調查或監管查詢的對象，或以其他方式牽涉其中。我們相信，我們已建立有關遵守反貪污及反賄賂法律及法規的充足內部程序、制度及監控措施。