

業 務

使命

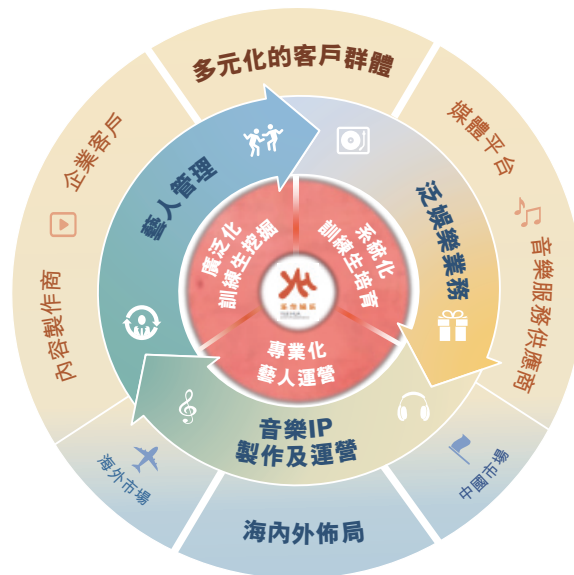
我們的使命是引領中國流行文化的潮流。

概覽

根據弗若斯特沙利文，以2020年藝人管理收入計算，我們是中國最大的藝人管理公司及中國認知度最高的娛樂品牌之一。自我們於2009年成立以來，我們已經將公司打造成為包括藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂業務三大互補業務板塊在內的文化娛樂平台。

消費者對高質量娛樂不斷擴大的需求，使人們越來越關注成名藝人，娛樂業現在越來越多地圍繞成名藝人而發展。現在成名藝人不再局限於自身原本擅長的一個獨特領域。相反，彼等出演多項娛樂內容，包括音樂、綜藝節目、劇集及電影等。此外，成名藝人通過為企業產品或服務代言及商業宣傳活動，幫助企業客戶提高其產品或服務的市場認知度。作為專業的藝人管理公司，我們安排簽約藝人為客戶提供優質服務，並協助簽約藝人捕捉商機及發展其事業。我們的業務涵蓋從藝人培訓、藝人運營到藝人宣傳的整個藝人管理產業價值鏈。我們豐富的行業專業知識，為我們引領中國藝人管理市場並把握機遇奠定基礎。

下圖說明我們三大互補業務板塊及其各自的業務模式。



- **藝人管理**。我們已建立完善且專業的藝人管理體系，使我們能夠組建一支由簽約藝人組成的多元化團隊及強大的訓練生儲備。截至最後實際可行日期，我們有58名簽約藝人及80名參加我們訓練生計劃的訓練生。我們不斷發掘具有高藝人潛力的候選人，將彼等培訓成為演藝技巧紮實、高專業水平及品德高尚的藝

業 務

人。得益於其良好的公眾形象和知名度，我們的簽約藝人已與國內外眾多知名品牌簽訂代言協議，並參與商業推廣活動。此外，我們的簽約藝人在多部熱門作品中扮演重要角色，如劇集《理想照耀中國之抉擇》、《風起洛陽》及《冰球少年》、電影《革命者》、《建軍大業》及《建黨偉業》以及綜藝節目《這！就是街舞》及《極限青春》。

- **音樂IP製作及運營。**由於諸多簽約藝人亦接受演唱培訓，我們自2009年開始我們的音樂IP製作及運營業務。我們已建立一個龐大的音樂IP庫。截至2021年12月31日，音樂IP庫包括約1,100首我們為簽約藝人製作和發行的原創音樂錄音錄像製品以及超過50,000首由我們獲得第三方版權持有人授權的音樂作品。我們的音樂IP庫中的音樂作品涵蓋了不同的類型，包括流行、民謠、電子舞曲、嘻哈和搖滾。截至2021年12月31日，我們為王一博先生製作的兩首數字單曲《無感》和《我的世界守則》銷量分別超過17百萬張及15百萬張。截至同日，我們為朱正廷先生製作的數字專輯《Chapter Z》銷量約二百萬張。我們為簽約藝人製作的音樂作品於中國頂尖的音樂流媒體平台（如網易雲音樂和騰訊音樂）以及國際音樂流媒體平台上發行，使聽眾可在線收聽或下載。
- **泛娛樂業務。**憑藉在藝人管理市場的領先地位，我們積極拓展泛娛樂業務，包括虛擬藝人商業發展、綜藝節目形式授權及藝人相關衍生品銷售。我們與一名業務夥伴合作推廣由五名數字化打造的成員組成的流行虛擬藝人組合A-SOUL，該組合於2020年11月出道。

於業務紀錄期，我們的業務取得快速的增長。收入由2019年的人民幣631.4百萬元增加至2020年的人民幣922.0百萬元，並進一步增長至2021年的人民幣1,290.4百萬元，2019年至2021年的複合年增長率為43.0%。年內利潤由2019年的人民幣119.3百萬元顯著增加至2020年的人民幣291.9百萬元，並進一步增長至2021年的人民幣335.3百萬元，2019年至2021年的複合年增長率為67.6%。

競爭優勢

我們相信我們的成功基於以下競爭優勢：

中國最大的藝人管理公司

根據弗若斯特沙利文，以2020年的藝人管理收入計，我們為中國最大的藝人管理公司。自2009年成立以來，我們致力於發掘、培養及推廣有素質的訓練生成為成名藝人，已建立起一個有規模、有名氣且受歡迎的藝人矩陣。借助豐富的行業經驗及強大的藝人管理能力，我們能夠取得並維持藝人管理市場的領先地位。

業 務

我們精心設計藝人培訓及管理體系。通過多年的努力與累積的經驗，我們已建立起一個在中國的娛樂市場上運轉良好、集訓練生培養和藝人運營於一體的體系。通過為我們的訓練生提供系統的培訓課程，我們成功持續地培養、推廣有才華的新藝人，多年來擴展豐富旗下藝人矩陣。截至最後實際可行日期，我們有58名簽約藝人，並已建立包括80名訓練生在內的人才儲備。憑藉專業的藝術能力及強大的藝術吸引力，我們的簽約藝人獲得廣泛人氣。藝人在微博(中國領先社交媒體平台)上的關注者人數可作為其在中國受歡迎程度的指標，截至最後實際可行日期，我們有兩名簽約藝人於微博各自擁有超過30百萬名關注者，有超過15名藝人於微博各自擁有超過兩百萬名關注者。除個人藝人外，我們亦成功推出UNIQ、NEXT、EVERGLOW、NAME及TEMPEST等藝人組合。

根據弗若斯特沙利文，我們是中國首批實施「國際化」戰略並將業務擴展至海外的藝人管理公司之一。於2014年，我們在韓國成立子公司樂華韓國。除韓國外，我們亦持續將中國流行文化帶到世界其他地方並推廣品牌影響力。

根據弗若斯特沙利文，我們是中國最早進入虛擬藝人市場的藝人管理公司之一。我們與一名業務夥伴合作推廣包含五名成員的虛擬藝人女團A-SOUL，該女團於2020年出道，並於出道後獲得市場的良好反響。我們參股的公司亦推出了包含四名成員的虛擬藝人男團量子少年。我們將繼續投資虛擬藝人行業，提供多元化的服務。

我們亦利用廣泛的簽約藝人矩陣拓展音樂IP製作及運營，擴大我們的音樂IP庫。截至2021年12月31日，我們累計為簽約藝人製作約1,100首音樂錄音錄像製品，我們通常擁有將歌曲授權給客戶的獨家權利。我們相信，以藝人管理業務為核心的多邊業務拓展對我們整合產業鏈上下游資源並成長為綜合文化及娛樂平台尤為重要。

系統化的訓練生培育及專業化的藝人運營體系鑄就樂華模式

根據弗若斯特沙利文，我們是中國少數能提供系統化及專業化藝人培訓及運營的公司。我們已構建覆蓋藝人管理全生命週期的「樂華模式」，包括訓練生選拔、藝人培訓、藝人運營及藝人宣傳。我們為訓練生提供全方位、高質量的培訓課程，幫助訓練生成為具有強大藝術技能和良好品格的優質藝人。在我們的訓練生出道成為全面的專業藝人後，我們通過專業的藝人運營幫助其提升商業價值，帶來積極的社會影響，進一步提升我們的品牌影響力。

我們通過線上和線下多種渠道的觸達挖掘有潛力的候選人成為我們的訓練生。截至2021年12月31日，我們與全國超過30家藝術學校及機構及院校展開密切的合作，彼等向我們

業 務

推薦優秀的候選人。此外，我們主要通過唱跳比賽、全球選拔網絡及社交媒體平台等方式物色訓練生人選。於業務紀錄期，我們收到逾58,000份來自中國、韓國及美國的訓練生計劃申請。我們在選拔中保持高標準，以甄選適合演藝事業的候選人。在2019年、2020年及2021年，我們新簽約的訓練生數量分別為19人、28人及50人，整體錄取率每年不高於0.3%。

我們是首批將海外藝人培養運營模式引入中國的先行者之一。基於我們成熟的國際訓練生項目，以及我們對中國娛樂市場的深刻理解，我們建立起一體化全流程的訓練生體系。我們聘請的師資力量強大，其在聲樂、舞蹈、表演等領域擁有多年經驗。我們的藝人培訓團隊會為訓練生定制系統性的課程，並會根據訓練生的特點因材施教。

於訓練生體系下，我們的訓練生在出道成為簽約藝人前一般需要經過為期三年的聲樂、舞蹈、表演、形體及外語等方面的專業培訓。我們亦制定訓練生及藝人的行為守則，協助彼等發展良好品德。截至最後實際可行日期，我們有58名簽約藝人，其中46名為我們的訓練生計劃培養而來，以及80名目前處於訓練階段的訓練生。

我們憑藉對大眾文化娛樂行業的需求和藝人特點及才華的深刻理解，幫助我們的簽約藝人發展事業。我們的藝人運營團隊專業地為簽約藝人匹配不同的業務項目，包括參與代言、業務推廣活動及其他商業活動，以及出演音樂作品、綜藝節目、劇集及電影以提升其商業價值。我們的藝人宣傳團隊擁有多年為藝人開展特定宣傳活動的經驗，協助提升藝人的人氣。為準備其出道，我們通過各種宣傳渠道幫助簽約藝人最大限度地提高曝光率。彼等出道後，我們亦會根據觀眾反饋及市場需求對藝人的表現進行評估，並對其職業規劃作調整，通過專業培訓，進一步開拓藝人發展潛能。

我們的「樂華模式」使我們能夠有效地將全新的人才培養成成名藝人。通過持續培育成名藝人，我們增強了我們的品牌影響力。我們強大的品牌知名度讓我們更好地獲取新客戶及吸引市場頂級人才，整合行業資源，並在訓練生未來出道時提供支援。

廣泛、多元及長期的合作夥伴

我們依託核心藝人管理業務，不斷積累及提升樂華品牌及簽約藝人的影響力。通過與各類主流媒體平台（包括領先的媒體平台及音樂服務供應商），我們已建立多個渠道安排簽約藝人參演優質娛樂內容，有效地將簽約藝人推廣到更廣泛的受眾。

我們安排簽約藝人在愛奇藝、優酷、騰訊視頻與芒果TV等中國領先的互聯網視頻平台播放的一系列綜藝節目中參演。於業務紀錄期，王一博先生參演在優酷播出的兩檔綜藝節目《這！就是街舞》第三季與第四季；程瀟女士參演在騰訊視頻播出的綜藝節目《極限青

業 務

春》；吳宣儀女士參演在愛奇藝播出的綜藝節目《戀戀劇中人》；黃明昊先生參演在芒果TV播出的綜藝節目《明星大偵探》。除綜藝節目外，我們簽約藝人主演的劇集，如《風起洛陽》、《良言寫意》及《世界微塵裏》，亦於這些平台播放並備受歡迎。根據弗若斯特沙利文，於業務紀錄期，由我們的簽約藝人參演的多部劇集的總瀏覽量均超過十億次。

我們還建立了多種渠道來觸達我們的目標受眾，並依託於抖音及快手等新興的短視頻及內容社區平台發佈我們創作的娛樂內容。我們的簽約藝人經常發佈短視頻及參加這些平台上的直播活動、推廣彼等代言的產品或品牌，或宣傳彼等參演的電影、綜藝節目或劇集。通過在這些分享視頻的社交媒體平台上提高曝光度，我們有效地提高了我們簽約藝人知名度，並提高了他們在社交媒體上的影響力。

此外，於業務紀錄期，由簽約藝人出演的劇集及綜藝節目已於中國多個領先電視台播出，例如湖南衛視、浙江衛視、東方衛視、江蘇衛視及北京衛視。根據弗若斯特沙利文，我們簽約藝人參演的許多劇集及綜藝節目均已取得高收視率，於業務紀錄期，部分作品獲得了破一的收視率。我們相信我們與電視台的合作是讓我們簽約藝人接觸到全國觀眾的重要渠道。

我們為簽約藝人製作的音樂作品於網易雲音樂及騰訊音樂等中國主要音樂流媒體平台上備受歡迎，並已在各種國際音樂流媒體平台上發行。為發展我們的音樂IP製作及運營，我們與中國主要的音樂服務供應商建立並保持長期合作關係。我們為簽約藝人量身訂製音樂作品，以滿足市場需求並匹配藝人的市場定位。我們亦向版權持有人獲得音樂作品的授權，以擴大及豐富我們的音樂IP庫。我們將音樂IP庫中的音樂作品授權給主要音樂服務供應商，以收取許可費和特許權使用費。我們也會與音樂平台線上和線下宣傳及推廣簽約藝人音樂作品方面進行合作，使藝人作品獲得更廣泛的展示，提升藝人歌曲的傳播度。

我們與不同媒體平台合作為簽約藝人進行有效的宣傳推廣，提升我們的品牌價值。

正能量的樂華品牌

自我們成立以來，承擔企業社會責任一直是我們的核心價值和長期發展的基石。創造積極的社會影響已經成為我們企業文化的一部分，並幫助我們樹立起正面的品牌形象。

業 務

例如，2021年河南水災期間，我們及簽約藝人為支援災區奉獻愛心。COVID-19疫情期間，我們聯合合作夥伴和慈善機構向一線工作者捐贈防護設備。受我們企業文化影響，我們的簽約藝人亦擁有高度的社會責任感，通過演藝事業為公眾傳遞積極向上的正能量。

我們積極爭取使簽約藝人能夠通過音樂、電影、劇集、綜藝節目及其他娛樂產品和服務產生積極的社會影響的表演機會。例如，於業務紀錄期，王一博先生主演劇集《理想照耀中國之抉擇》；朱正廷先生主演劇集《冰球少年》；及王晰先生演唱《漫長的告別》。

我們亦與多個公益組織合作，讓簽約藝人可以通過其個人影響力以提高公眾對環境保護等重要問題的意識。如王一博先生擔任倡導保護野生動物組織的公益大使；韓庚先生、李汶翰先生及胡春楊先生擔任環境保護組織的明星志願者。

此外，我們鼓勵簽約藝人向公眾推廣體育精神。例如，王一博先生為體育協會擔任推廣滑板的形象大使，並演唱《冬夢飛揚》等歌曲作為對體育賽事的致敬；黃明昊先生與體育組織合作推廣冬季運動；朱正廷先生參與《愛的明信片》活動向到訪中國出席體育賽事的運動員表達支持及歡迎。

我們將繼續鼓勵我們的簽約藝人積極參加慈善活動，利用其公眾影響力為社會帶來正能量。我們相信，高度重視社會貢獻的正能量樂華企業文化，是我們的簽約藝人的商業價值與社會效益協同的關鍵，促進我們實現長期可持續發展。

富有遠見及經驗豐富的管理團隊與具備實力的投資者

我們的成功主要歸功於富有遠見的創始人杜華女士、專業且經驗豐富的管理團隊以及具備實力的投資者。

本公司的創始人兼首席執行官杜女士於2009年創立本公司。12年間，在其領導下，我們已經成長為一家知名的藝人管理公司。杜女士通過對藝人管理市場的深刻見解以及對訓練生制度的深入瞭解，建立了適合中國娛樂市場的藝人管理體系。根據弗若斯特沙利文，我們是中國開拓系統性專業訓練生計劃的先驅，且迅速成為市場領導者。同時，通過不斷打造樂華品牌，整合多樣的行業資源，杜女士致力於打造中國文娛產業優質藝人的搖籃。於2014年10月，杜女士正式創辦樂華韓國，標誌著我們向海外擴張。憑藉豐富的藝人管理經驗，杜女士應邀擔任綜藝節目《乘風破浪的姐姐》第一及二季的評委，進一步提升了樂華於國內受眾中的品牌知名度。

我們專業和經驗豐富的管理和業務團隊是我們成功的關鍵。我們十分注重保持關鍵管理團隊的穩定及人才的引進。截至2021年12月31日，我們大多數核心管理層成員平均擁

業 務

有約12年的娛樂行業工作經驗，並在本公司任職平均超過十年，具有高度的專業能力及豐富的行業洞察力。

此外，我們分別於2014年、2018年及2020年引入華人文化、量子躍動和東陽阿里巴巴影業成為我們的投資者。憑藉於其各自領域的市場領先地位，這些投資者可以為我們的日後發展提供優質的行業資源及強大支持。

戰略

我們的業務目標是保持及鞏固我們在中國藝人管理市場的領先地位，進一步使商業模式變得多元，並擴大客戶覆蓋。為實現該等業務目標，我們計劃充分發揮我們的競爭優勢，實施以下戰略：

鞏固簽約藝人優勢，不斷提「質」增「量」

我們計劃建設自有的藝人培訓中心，提高我們核心藝人培養能力。新藝人培訓中心旨在為訓練生及簽約藝人提供良好的培訓活動環境和設施。通過經營自有的培訓中心，並根據訓練生和藝人的需求進行調整，我們可以擴大我們的培訓計劃的規模並提高效率。

我們將繼續以專業及系統的樂華訓練生計劃擴展具有演藝潛力的訓練生儲備。我們計劃加深與藝術院校及機構的合作、增設新訓練生的選拔渠道及增加選拔的規模與頻次，以加強我們發掘及選拔優質人選的能力。我們亦計劃在海外擴大訓練生選拔網絡，發掘來自不同文化背景的人選。為向更多訓練生提供高質量的培訓，我們將繼續招聘經驗豐富的專業人士，以確保培訓計劃的質量和效率。

我們計劃繼續提升藝人運營能力，以提高簽約藝人的知名度與商業價值。我們將根據市場反饋以及我們對簽約藝人的演藝技能和才華的瞭解，繼續為簽約藝人提供後續培訓，幫助彼等進一步成長。例如，對於那些在音樂方面展示出天賦或濃厚興趣的藝人，我們將幫助彼等製作數字單曲或專輯以開始音樂生涯。對於那些已經在綜藝節目領域嶄露頭角的藝人，我們亦將為彼等提供參演電影或劇集的機會，以拓寬彼等的職業發展路徑。除傳統唱跳藝人組合外，我們也計劃推出樂隊作為一種新選擇。通過幫助藝人加強演藝技能，充分發揮潛力，我們可以有效地支持彼等的事業發展。我們亦非常重視幫助簽約藝人發展良好品德，以助其建立正面公眾形象。

我們亦計劃加大對簽約藝人和剛出道的新人的推廣和宣傳力度。由於公眾曝光對於維持及提升藝人的商業價值至關重要，我們將為簽約藝人量身定製推廣策略，並利用各種線上和線下推廣渠道來提高他們的曝光率。

進一步擴大我們的音樂IP庫

我們將繼續發展音樂IP製作及運營業務，鞏固我們在娛樂行業的市場領先地位。根據

業 務

弗若斯特沙利文，中國數字音樂市場快速增長，且用戶為優質音樂內容付費的意願持續增強。我們計劃增加向音樂IP庫方面的投資，促進數字音樂的製作及發行，繼續獲取音樂IP。

特別是，我們將繼續為發展音樂事業的簽約藝人製作數字單曲和專輯。我們將通過進行更多市場調查及分析，加深對目標受眾的音樂品味的瞭解，確保提供高質量的音樂作品，展現簽約藝人的藝術才華和特質，進一步促進和加強彼等的演藝事業。

除製作自有音樂作品外，我們亦計劃向版權持有者取得優質音樂作品的版權。我們與國際音樂IP公司建立了合作關係，並獲得將彼等的音樂作品轉授權給我們的客戶的權利。我們相信，獲得這些具有商業潛力的音樂作品有助於我們豐富音樂IP庫，滿足更廣泛的聽眾群體。

我們自行製作及獲取的音樂作品授權有助於我們擴大音樂IP庫，提供各種不同類型和風格的高質量歌曲和專輯，使我們能夠滿足目標受眾的不同音樂品味。

繼續多元業務模式，打造綜合文化娛樂平台

為向觀眾提供身臨其境的娛樂體驗，並使我們的服務組合更為多元化，我們計劃打造一個以樂華為主題的多功能娛樂中心，遊客可在該娛樂中心參加演藝培訓、參與線下娛樂活動，並通過增強現實技術和虛擬現實技術在元宇宙空間與我們的簽約藝人或虛擬藝人互動。此外，遊客可在主題餐廳及咖啡廳用餐及購買藝人相關衍生品，以享受有趣難忘的休閒體驗。

越來越有影響力的動漫、漫畫及遊戲(或二次元文化)及其相關市場，已引起我們對虛擬藝人商業價值的關注。我們計劃加大對虛擬藝人運營及商業發展的投入，通過流媒體直播活動、虛擬音樂會、代言及藝人相關衍生品創造更多實現利潤的機會。

開拓海外市場，擴大全球足跡

我們將繼續開拓海外市場，打造一支國際化的簽約藝人團隊。我們計劃大力宣傳簽約藝人，與當地媒體平台和內容製作商合作，並在海外探索新的商業機會。面對日益全球化的娛樂市場，我們的「國際化」戰略將有助於我們提高競爭力，觸達更多的海外觀眾，並將中國流行文化帶到世界各地。

我們計劃持續在韓國打造我們的團隊，通過招募更多專業導師，與韓國領先的內容製作商及媒體平台建立業務合作提升樂華韓國的藝人培訓及運營能力。樂華韓國可以為我們的簽約藝人以後在海外出道及參演優質娛樂內容提供支持。同時，我們也持續在韓國培

業 務

養當地藝人，讓我們的簽約藝人團隊更加國際化。將樂華韓國打造成我們的海外基地，我們預期可提升簽約藝人以及樂華品牌的影響力。

除韓國外，我們亦計劃在東南亞、日本及美國等其他全球市場直接與當地媒體平台合作。通過本地媒體渠道，我們能夠在全球發行簽約藝人的演出。

東南亞國家亦為我們「國際化」戰略的重要市場。在旅行限制放寬後，我們將通過舉辦更多線下活動，繼續拓展東南亞的業務，以助簽約藝人接觸更廣泛的觀眾。

繼續為業務及管理團隊招募並挽留專業人才

我們計劃擴展業務團隊，為主要業務線招聘人才。由於人才是我們實現長期增長的關鍵，我們計劃升級人才招聘、開發、激勵及晉升制度，以吸引市場上的頂級人才並為員工提供清晰的職業發展路徑。我們亦計劃通過完善管理體系以提升我們的運營效率。

業務

我們主要於中國從事藝人管理，我們的業務包括藝人培訓、藝人運營及藝人宣傳的整個藝人管理生命週期。我們以廣泛的高質量藝人矩陣為基礎，將業務進一步開拓至其他相關領域，包括音樂IP製作及運營，以及泛娛樂業務。

我們的收入來自於以下業務：

- **藝人管理**。我們主要通過安排簽約藝人(i)參與商業活動，例如代言、商業宣傳及商業表演；及(ii)提供娛樂內容服務，例如出演電影、劇集及綜藝節目的拍攝，向客戶提供服務來產生收入。
- **音樂IP製作及運營**。我們將音樂IP授權予音樂流媒體平台及其他音樂服務供應商，並出售音樂IP的數字和實體專輯產生收入。
- **泛娛樂業務**。收入有一小部分來自泛娛樂業務，如虛擬藝人的商業發展、綜藝節目模式的授權及藝人相關衍生品的售賣。

業 務

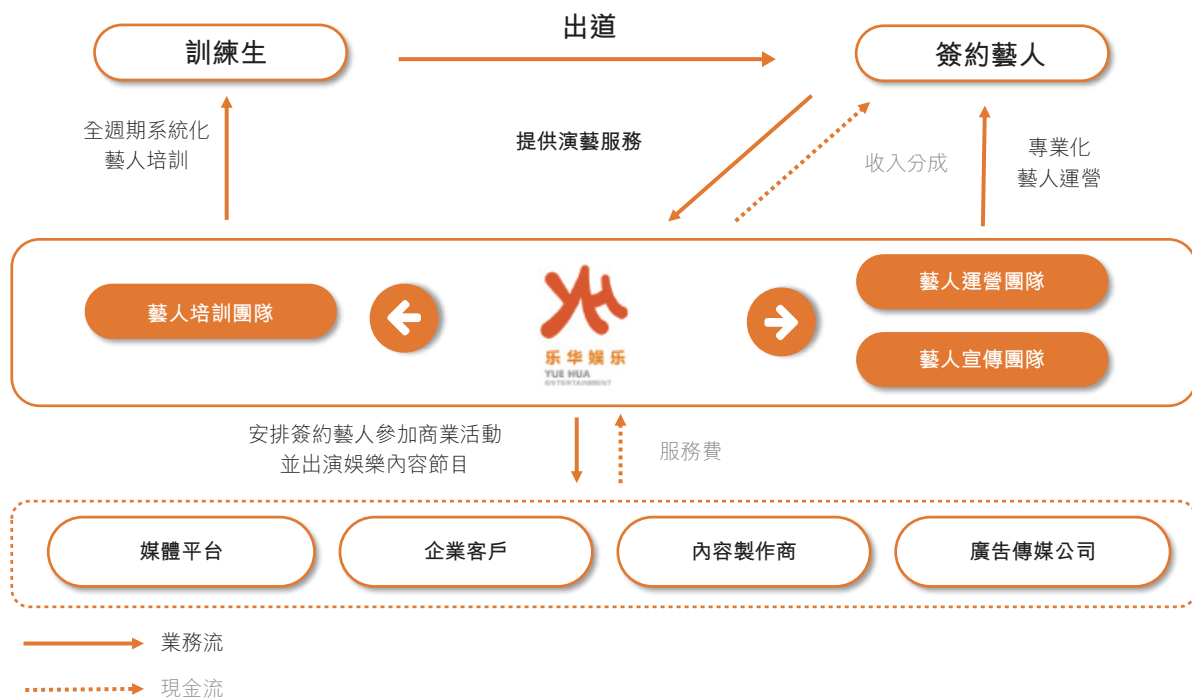
下表載列我們於所示期間按業務劃分的收入絕對值佔我們總收入的百分比明細。

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	(人民幣以千元計，百分比除外)					
藝人管理.....	530,228	84.0%	808,241	87.7%	1,174,842	91.0%
音樂IP製作及運營.....	74,734	11.8%	92,719	10.0%	77,738	6.1%
泛娛樂業務.....	26,474	4.2%	21,082	2.3%	37,869	2.9%
總收入.....	631,436	100.0%	922,042	100.0%	1,290,449	100.0%

藝人管理

我們安排簽約藝人為品牌代言、進行推廣活動以及出演各種類型的娛樂內容節目，從而為包括企業客戶、媒體平台、內容製作商及廣告傳媒公司在內的客戶提供服務。我們已基於數量龐大、增長迅速的客戶群建立起涵蓋整個藝人管理價值鏈的業務模式。我們挑選及培訓有才華的訓練生成為簽約藝人並為其提供管理及宣傳服務。在彼等作為藝人首次亮相或出道之後，我們安排彼等向廣泛客戶提供服務，包括媒體平台、內容製作商、企業客戶及廣告傳媒公司。企業客戶及廣告傳媒公司(其中多家為知名的國際及國內品牌)聘請我們的簽約藝人進行代言及商業宣傳活動，媒體平台及內容製作商聘請我們的簽約藝人參演電影、劇集及綜藝節目。

下圖載列藝人管理業務中各參與者的關係及角色。



業 務

我們有專業的團隊發展業務，為我們的簽約藝人開展藝人培訓並進行藝人宣傳，以創造商業機會。藝人運營團隊負責將彼等獲得的商業項目匹配予簽約藝人，並協助藝人完成相關的工作。藝人培訓團隊負責管理樂華訓練生計劃，該計劃為我們提供藝人人才儲備。藝人宣傳團隊負責管理簽約藝人的公眾形象，協助彼等提升公眾辨識度、知名度。

藝人

我們已在中國及韓國打造一支專業及多樣的簽約藝人隊伍。藝人在微博(中國領先社交媒體平台)上的關注者人數可作為其在中國受歡迎程度的指標，截至最後實際可行日期，我們有兩名簽約藝人各自擁有超過30百萬名關注者，有超過15名藝人各自擁有超過兩百萬名關注者。截至最後實際可行日期，我們亦擁有已加入訓練生計劃並正在接受專業訓練的80位訓練生。我們58名簽約藝人有46名為我們的訓練生計劃的畢業生。多元的藝人團隊及不斷補充的新人才，使我們能夠滿足各個層次的市場需求，實現可持續發展。

我們通常與簽約藝人簽訂獨家藝人管理合同，合同期由5年至15年不等，通常包含自動續期的條款。截至最後實際可行日期，所有與簽約藝人簽訂的藝人管理合同依然有效。我們通常與訓練生簽訂獨家訓練生合同，一般為期三年。

下表載列截至最後實際可行日期本公司各自擁有超過二百萬名微博關注者的重要簽約藝人(按關注者數量排序)。

藝人



韓庚先生

微博關注者：約53,400,000

樂華訓練生計劃的畢業生：否

關係年期：11年

藝人管理合同初始日期：2010年5月



王一博先生

微博關注者：約39,000,000

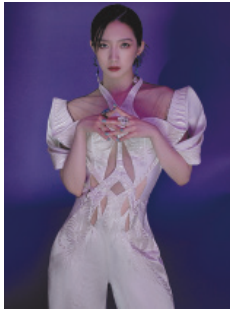
樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：10年

藝人管理合同初始日期：2014年10月

業 務

藝人



孟美岐女士

微博關注者：約27,000,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：8年

藝人管理合同初始日期：2016年2月



範丞丞先生

微博關注者：約25,700,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：5年

藝人管理合同初始日期：2018年4月



黃明昊先生

微博關注者：約24,800,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：6年

藝人管理合同初始日期：2018年4月



吳宣儀女士

微博關注者：約24,600,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：8年

藝人管理合同初始日期：2016年2月



朱正廷先生

微博關注者：約24,000,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：7年

藝人管理合同初始日期：2016年10月

業 務

藝人



李汶翰先生

微博關注者：約13,900,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：10年

藝人管理合同初始日期：2014年10月



程瀟女士

微博關注者：約12,000,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：8年

藝人管理合同初始日期：2016年2月



畢雯珺先生

微博關注者：約11,100,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：4年

藝人管理合同初始日期：2018年4月



丁澤仁先生

微博關注者：約7,000,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：4年

藝人管理合同初始日期：2018年4月

業 務

藝人



黃新淳先生

微博關注者：約6,500,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：4年

藝人管理合同初始日期：2018年4月



胡春楊先生

微博關注者：約6,500,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：3年

藝人管理合同初始日期：2019年4月



周藝軒先生

微博關注者：約5,000,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：9年

藝人管理合同初始日期：2014年10月



王晰先生

微博關注者：約5,000,000

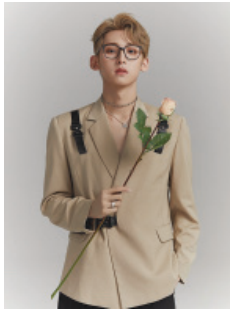
樂華訓練生計劃的畢業生：否

關係年期：2年

藝人管理合同初始日期：2019年4月

業 務

藝人



唐九洲先生

微博關注者：約2,900,000

樂華訓練生計劃的畢業生：否

關係年期：2年

藝人管理合同初始日期：2019年5月



許雅婷女士

微博關注者：約2,600,000

樂華訓練生計劃的畢業生：否

關係年期：2年

藝人管理合同初始日期：2019年3月



金子涵女士

微博關注者：約2,300,000

樂華訓練生計劃的畢業生：是

關係年期：2年

藝人管理合同初始日期：2020年5月

附註：

與簽約藝人的關係年期指於以下較早者開始的年期：(i)倘藝人為樂華訓練生計劃的畢業生，則藝人與我們訂立訓練生合同的日期，或(ii)倘藝人並不是樂華訓練生計劃的畢業生，則藝人首次與我們訂立獨家藝人管理合同的日期，及直至最後實際可行日期結束時的年期。

藝人組合

我們通常安排訓練生以五至七名成員組成的中小型藝人組合中出道。推廣藝人組合令我們能夠推出具有不同風格、才能及個性的藝人，我們相信此能幫助我們吸引喜好各異的受眾並建立更廣闊的關注者群體。藝人組合出道後，藝人可與其他組合成員或單獨開展活動。截至最後實際可行日期，我們共有五個藝人組合出道。

業 務

下表載列截至最後實際可行日期的藝人組合。

藝人組合



UNIQ

出道時間：2014年10月

王一博先生
李汶翰先生
周藝軒先生
金聖柱先生
曹承衍先生(WOODZ)



NEXT

出道時間：2018年6月

朱正廷先生
範丞丞先生
黃明昊先生
畢雯珺先生
丁澤仁先生
黃新淳先生



EVERGLOW

出道時間：2019年3月

朴智媛女士(E:U)
金施賢女士(SIHYEON)
韓恩智女士(MIA)
曹世林女士(ONDA)
許庾琳女士(AISHA)
王怡人女士(YIREN)



NAME

出道時間：2021年12月

馮若航女士
金子涵女士
李佳佳女士
李思陽女士
劉嘉欣女士
龍韻竹女士
歐陽澄汐女士

業 務

藝人組合



TEMPEST

出道時間：2022年3月

李義雄先生 (LEW)
韓彬先生 (韓彬)
安炯燮先生 (炯燮)
具本奕先生 (本奕)
崔炳燮先生 (恩燦)
宋在原先生 (火朗)
金太徠先生 (太徠)

藝人運營

藝人運營團隊致力於協調簽約藝人為我們的客戶提供優質服務，彼等可分為商務經紀及執行經紀。截至2021年12月31日，我們有20名商務經紀和19名執行經紀，彼等在與來自不同行業的客戶以及藝人合作方面擁有豐富的經驗。截至2021年12月31日，我們藝人運營團隊的資深成員平均擁有約九年的行業經驗。我們的商務經紀及執行經紀通常各自同時與一至三名藝人合作。

商務經紀負責銷售、市場推廣及商務談判。商務經紀與現有客戶(主要包括國內外品牌、廣告傳媒公司、內容製作商及媒體平台)保持密切及定期聯繫，以更好地瞭解及滿足彼等不斷變化的業務需求。彼等亦通過積極接觸潛在客戶及經推薦的方式探索新商機來擴大客戶群。此外，彼等與我們藝人宣傳團隊合作，為即將到來的項目匹配最適合的簽約藝人及藝人組合。

執行經紀協助商務經紀及簽約藝人處理多方面的工作，例如行程協調及一般項目協助。

業 務

藝人運營涵蓋四個關鍵業務活動步驟：商業出道、商務談判、合同履行及反饋評估。下表闡明藝人運營的四個關鍵步驟。



- **商業出道。**我們將年輕人才簽約加入我們訓練生計劃，在此期間，我們通常為彼等提供多年的培訓，並定期評估彼等在演藝技能方面的進步。成功完成培訓並通過評估的訓練生將與我們簽訂獨家藝人管理合同，並作為簽約藝人在市場上出道。彼等通常通過發行音樂作品或參與綜藝節目、電影及劇集的方式出道。除訓練生計劃的畢業生外，我們亦不時與並非為訓練生計劃畢業生的藝人訂約。
- **商務談判。**商務經紀與客戶保持緊密及定期聯繫以尋找代言等項目及參與內容製作的機會。一旦彼等找到適合簽約藝人或藝人組合的項目，彼等將推薦藝人或藝人組合予客戶，協商合作的關鍵條款並協調過程。由於簽約藝人的良好聲譽，客戶亦積極地與我們聯繫，為彼等的項目聘請簽約藝人。
- **合同履行。**執行經紀與客戶協調，協助簽約藝人履行其責任及協調藝人的日程。彼等亦留意各立約方的履約情況，並於立約方違約時採取適當措施。我們安排工作人員陪同簽約藝人到現場，並向藝人提供私人助理服務，而藝人宣傳團隊則將安排媒體報導並跟進項目的宣傳。
- **反饋評估。**商務經紀定期與客戶聯絡，積極徵求客戶反饋以評估項目的效果及客戶的滿意程度。彼等與本公司藝人宣傳團隊緊密合作以評估該項目是否對藝人的公眾形象產生積極影響並提升藝人的人氣。彼等在評估時會考慮藝人的演出或藝人代言的產品是否符合市場需求及受眾喜好。評估結果將用於調整及改善藝人管理服務。

業 務

於業務紀錄期，我們已與若干媒體平台簽訂合作協議，讓彼等在規定期限內（通常為18至24個月）管理我們部分參與該等平台製作的若干綜藝節目的簽約藝人。根據該安排，平台或指定實體將於合作期間(i)擁有管理藝人的獨家權利；或(ii)與本公司按協定比例共同管理藝人。我們在合同期內與該等平台分成藝人業務活動產生的收入。在合同期內，我們按協定比例與平台分成藝人管理產生的收入。於有關安排結束後，我們將再次獨家管理藝人。

- *平台的獨家管理*。倘平台（或其指定實體）獨家管理藝人，彼等將收取有關營運產生的所有收入並與我們分成收入。我們通常根據藝人與我們訂立的藝人管理合同，將我們自平台收取的部分收入分配予簽約藝人。
- *與平台共同管理*。倘平台或其委聘的實體與我們共同管理藝人，各方將收取其運營該等藝人產生的收入，並與對方分成收入。根據藝人與我們之間的藝人管理合同，我們通常將(i)我們從平台獲得的收入；以及(ii)我們自身獲得的收入支付予平台後的剩餘收入分配給簽約藝人。

業務活動

本公司的藝人運營團隊的成員在與需要演藝服務的企業客戶、廣告傳媒公司、內容製作商及媒體平台合作方面擁有豐富的經驗。由於我們豐富的經驗和行業專業知識，客戶經常就簽約藝人的演藝服務委聘本公司。簽約藝人通常參與兩種類型的業務活動：商業活動及娛樂內容服務。

商業活動

我們安排簽約藝人按客戶要求參與各種商業活動，包括代言、商業推廣活動及其他商業活動。

- *代言*。我們與多個著名的國內外品牌洽談並簽訂代言協議。我們考慮藝人的市場定位、形象、興趣以及過去及目前的代言等因素，審慎物色適合客戶產品或服務的簽約藝人。我們其後安排簽約藝人或藝人組合作為品牌大使以助推廣品牌，包括授權藝人的名字、圖片及肖像以製作宣傳和推廣材料，並安排他們出席相關的推廣活動及拍攝廣告。於業務紀錄期，我們與各行各業的公司簽訂代言協議，例如個人護理、體育用品、消費電子產品、汽車、家電、時尚品牌及電信等。
- *商業推廣活動*。我們安排簽約藝人參與企業客戶的各種推廣活動，如社交媒體

業 務

推廣、直播電商及線下業務推廣活動。由於我們簽約藝人的知名度，彼等出席該等活動可以增加該等活動的關注度，從而為客戶創造價值。

- **其他商業活動。**此外，我們獲不同行業的客戶委聘，並安排簽約藝人於娛樂活動中提供演藝服務，如客戶組織及製作的演唱會、節慶、典禮。於業務紀錄期，簽約藝人已出席多個備受矚目的商業演出，如「天貓雙11狂歡夜」。我們亦為簽約藝人組織、聯合製作及聯合投資巡迴演出和演唱會（通常與第三方合作）。或者，我們授權第三方製作主辦此類演出。於業務紀錄期，我們主辦了一系列廣受歡迎的巡迴演出和演唱會，例如2021樂華十二週年家族演唱會、2019樂華娛樂十週年紀念演唱會、2019樂華七子NEXT世界巡迴演唱會。

娛樂內容服務

本公司的藝人管理團隊與多個內容製作商及媒體平台建立緊密的合作關係，並積極發掘我們的簽約藝人可參演優質娛樂內容的機會。本公司的簽約藝人已出演多部電影、劇集、綜藝節目及公開演出，並獲得廣泛知名度。

下表載列我們於業務紀錄期為安排簽約藝人出演各種娛樂內容而訂立的合同數目。

	2019年	2020年	2021年
電影.....	9	5	9
劇集.....	23	26	30
綜藝節目.....	70	122	99

獨家藝人管理合同

於彼等出道之前，我們與由訓練生計劃畢業的訓練生簽訂獨家藝人管理合同。一旦彼等成為我們的簽約藝人，我們有權讓彼等參與為客戶提供演藝服務的各项項目。我們亦為簽約藝人提供職業生涯規劃服務，幫助他們發展自己的演藝事業，我們還提供如行程安排、日程安排及個人協助等日常管理服務。

獨家藝人管理合同的關鍵條款如下：

- **年期。**藝人管理合同的年期通常為五年至15年不等。
- **續簽。**一般而言，藝人管理合同將自動續期一至五年不等，除非雙方另有約定。
- **我們的權利和義務。**我們擁有管理藝人業務活動的獨家權利，並代表彼等處理與其演藝生涯相關的法律問題。我們有義務協助彼等發展及提升其演藝事業。

業 務

- **藝人的權利和義務。**簽約藝人將完成我們分配給彼等的項目，包括通過參與商業活動和提供娛樂內容服務向客戶提供演藝服務。作為回報，彼等有權在合同期限內獲得其演藝活動產生的部分收入。
- **收入分配。**於合同期內產生的所有收益(經扣除我們於培訓及管理藝人方面產生的開支)將按照固定百分比(通常根據藝人提供的服務類型及藝人簽約成為簽約藝人後的時長釐定)與本公司分成。一般而言，藝人的分成份額會隨著時間的推移而穩步增加。
- **獨家權利。**我們乃負責藝人於協議期內的演藝事業的唯一個人代表。
- **知識產權。**除我們與客戶的合同中另有規定，我們一般擁有或以其他方式擁有簽約藝人於藝人管理合同期內創作的作品(例如音樂、戲劇和藝術作品)的所有知識產權的永久和獨家許可。
- **藝德條款。**倘藝人作出可能對本公司的聲譽產生不利影響的不當行為，本公司有權終止合同並要求賠償損失。
- **終止。**如雙方同意，藝人管理合同可提前終止，或在被簽約藝人違約時由我們單方面終止。

藝人培訓

截至2021年12月31日，藝人培訓團隊包括32名擁有人才選拔及安排藝人培訓方面專業知識的專業人士。彼等負責為訓練生計劃發掘及挑選有才華的候選人，此乃我們新人才庫不斷增長的關鍵。彼等為訓練生安排聲樂、舞蹈及表演技能、基本禮儀及與媒體的互動的綜合培訓。彼等亦與藝人管理團隊緊密合作，於訓練生進行業務活動時向其提供協助，例如日程安排及安排商務出行及妝髮服務。下圖為本公司藝人培訓過程的關鍵步驟。

業 務



訓練生選拔

訓練生的選拔主要於國內並通過線上線下等多個渠道進行。截至2021年12月31日，我們與超過30間藝術院校及藝術培訓機構合作，於校內外舉辦訓練生選拔活動。此外，我們接受在線申請並通過社交媒體平台和推薦發掘潛在候選人。近年來，我們已進一步擴展海外訓練生選拔網絡。

選拔過程中，我們會把候選人分為小組並要求每組候選人進行才藝展示。選拔團隊將通過多輪選拔仔細評估每位候選人的藝術才能及技藝、個性、外型、能力及對藝人演藝事業的興趣，並會記錄候選人的演出以進行進一步審查及評估。通過的選拔者將被提供加入訓練生計劃的機會。

訓練生計劃擁有大量候選人及嚴格的選拔標準。於業務紀錄期，我們的訓練生計劃在全球範圍內接獲超過58,000份申請。於該等候選人中，於2019年、2020年及2021年分別有19名、28名及50名候選人獲訓練生計劃錄取，錄取率不高於0.3%。截至最後實際可行日期，我們有80名在演藝事業方面具有藝術潛力及強烈興趣的訓練生。

訓練生計劃

培訓過程通常持續三年，課程包括聲樂、舞蹈及表演。訓練生通常兼顧學業。我們為所有參加該計劃的訓練生提供住宿，藝人培訓團隊每日為訓練生提供指導和幫助。

業 務

計劃架構

培訓體系可分為三個階段：基礎培訓、高級培訓及出道培訓，訓練生進行持續性評估，且僅於彼等通過評估後方可進入下階段培訓。

- **基礎培訓。**基礎培訓的重點為演唱、舞蹈及形體培訓。於此階段，訓練生每週進行一次評估。僅有達成基礎培訓要求的訓練生才可進入高級培訓階段。
- **高級培訓。**於高級階段，訓練生也將參加外語、音樂鑒賞課程。於此階段，訓練生每月進行一次評估。通常，藝人培訓團隊將提出組成新藝人組合的想法，選擇可能加入該團體的候選人，並讓彼等進入出道培訓階段。
- **出道培訓。**獲考慮加入新藝人組合的訓練生將接受出道培訓。除高級培訓階段提供的課程外，出道培訓亦包括體態訓練、樂器、音樂創作及表演。訓練生尤其須掌握將於出道時發行的音樂作品的表演，包括歌唱及舞蹈部分。此外，訓練生亦將學習有技巧地與公眾溝通，並在公眾面前展現自己。出道培訓通常持續一年左右。

海外培訓機會

我們於2014年成立韓國子公司樂華韓國，根據弗若斯特沙利文，使我們成為首批進入海外藝人管理市場的中國藝人管理公司之一。受益於海外成名藝人管理及培訓體系，樂華韓國在選拔、培訓和宣傳高質素藝人方面積累豐富的經驗。樂華韓國亦已建立一支由經驗豐富的導師組成的強大師資隊伍，能夠為訓練生設計並實施全面的培訓計劃。

我們已利用韓國豐富的行業資源為我們的訓練生計劃提供支持，並將部分訓練生送往樂華韓國接受進一步培訓或作為藝人組合進行訓練，如UNIQ、NEXT及EVERGLOW。

訓練生計劃的優勢

我們獨特的訓練生計劃有助培養訓練生及簽約藝人的歸屬感，彼等花費數年時間一起培訓、生活及成長。藝人與訓練生之間的緊密聯繫乃本公司建立樂華家族的基礎。訓練生及簽約藝人亦有諸多相似之處，彼等於專業及個人成長過程中相互陪伴，此有助我們在樂華品牌下宣傳我們的簽約藝人。

此外，訓練生計劃使我們能通過精心規劃的日常互動，對訓練生的個人發展產生積極影響。我們亦有訓練生及藝人的行為守則，幫助彼等養成良好的習慣並鼓勵積極的行為。我們幫助培養的積極性格對於訓練生成長為一名成熟、負責任的藝人以及對社會產生積極影響至關重要。

業 務

訓練生合同

當訓練生候選人參加訓練生計劃時，我們與彼等簽訂訓練生合同。根據合同，訓練生授予我們獨家權利，以培訓彼等並為藝人的職業生涯做好準備。

訓練生合同的關鍵條款如下：

- **年期。**訓練生合同期限通常為三年，可根據雙方同意延長期限。如訓練生為未成年人，其監護人將代表其簽訂訓練生合同。
- **我們的權利和義務。**我們須為訓練生提供聲樂、舞蹈、表演等多個領域培訓，並協助訓練生的演藝發展。我們有權為訓練生安排培訓和監督彼等進度，以及有權安排訓練生與其演藝生涯相關的業務活動(如有)。一般情況下，我們不會安排訓練生在演唱會或其他商業活動中表演，除非此類參與對訓練生發展有益。
- **訓練生的權利和義務。**訓練生須認真完成培訓並執行我們分配給彼等的任何演藝任務。
- **開支分擔。**我們負責與提供培訓有關的所有開支，包括培訓課程、住房、設施及差旅方面的開支。如果訓練生成為簽約藝人，我們支付的培訓費用將從該藝人產生的收入內支付藝人的金額中扣除。請參閱「獨家藝人管理合同」。
- **獨家藝人管理合同。**在訓練生成功完成我們的訓練生計劃後，我們可選擇與其簽訂獨家藝人管理合同。倘訓練生無正當理由而決定不與我們簽訂藝人管理合同，我們有權根據訓練生合同索償。
- **藝德條款。**倘訓練生有可能被視為非法或道德敗壞的行為，我們有權終止合同並要求賠償損失。
- **終止。**倘我們合理地認為訓練生不合格或違反規定，我們有權單方面終止訓練生合同。

藝人出道

我們對訓練生進行評估，選出具有才華和潛力的訓練生成為我們的簽約藝人。我們將與通過所有評估並成功畢業的訓練生簽訂獨家藝人管理合同，幫助彼等出道。

為協助簽約藝人在市場上成功出道，我們將仔細考慮彼等的性格、才能及優勢，以及市場需求。我們一般會安排簽約藝人以藝人組合形式出道，如UNIQ、NEXT、EVERGLOW、NAME及TEMPEST。藝人組合內各成員擔當特定角色，通常可吸引更多觀眾關注。我們推出簽約藝人或藝人組合一般通過幫助彼等發佈單曲或專輯，或參與綜藝節目以獲得大量的媒體曝光率及市場影響力。

業 務

出道後，本公司根據觀眾反饋及市場需求，協助簽約藝人進行職業規劃，並尋找彼等專攻的領域，如演唱、表演或參與綜藝節目。我們亦鼓勵彼等通過安排額外的專業培訓來幫助彼等探索新的發展可能性，從而擴大他們在相關領域的影響力。當我們將項目分配給簽約藝人時，我們可能會考慮多種因素（如對藝人公眾形象及藝人的職業規劃的影響），以盡最大努力幫助藝人能夠持續受歡迎。

得益於專業及系統的培訓，諸多簽約藝人於出道時取得巨大的成功。例如，藝人組合UNIQ於2014年出道，並於出道後不久取得若干優秀獎項，如「尖叫2015愛奇藝之夜—最具期待組合」及「尖叫2016愛奇藝之夜—年度音樂大獎」。我們於2021年出道的藝人組合NAME備受關注，並於出道不久榮獲「2021瑞麗美容大賞年度新銳組合」及「鳳凰網時尚盛典年度潛力組合」。

除於中國出道外，本公司的訓練生亦可通過樂華韓國擁有於韓國出道的機會。樂華韓國已建立豐富經驗的音樂製作團隊，為簽約藝人及訓練生製作音樂錄音及MV，並已製作眾多備受歡迎的歌曲及MV。於2021年，樂華韓國安排我們的簽約藝人崔叡娜女士（演員兼歌手）在韓國出道。我們為其製作的MV《SMILEY》在韓國一檔流行音樂綜藝節目中獲得第一名，截至最後實際可行日期在Youtube上的觀看次數超過19百萬次。

除音樂製作外，樂華韓國亦與多家國際內容製作商建立緊密合作關係，有效促進我們簽約藝人的演藝生涯。於2021年，簽約藝人李到晧先生憑藉其於劇集「回到18歲」的演出榮獲韓國著名娛樂大獎「百想藝術大賞的最佳演員獎」。

為把握海外娛樂市場的增長並為我們的訓練生提供更多的出道機會，我們將部分於中國招募的訓練生送往樂華韓國進行培訓以及出道。

藝人宣傳

我們已經建立專門為簽約藝人提供宣傳服務的藝人宣傳團隊，截至2021年12月31日，該團隊有27名成員。由於藝人的公眾形象對其職業生涯的成功至關重要，我們對藝人於公共場合及社交媒體的行為制訂嚴格的指引。通過幫助藝人建立積極的公眾形象並維持公眾對彼等的關注，藝人宣傳團隊協助簽約藝人發展其事業。

於創建藝人與觀眾的溝通橋樑上，藝人宣傳團隊至關重要。彼等通過審閱和發佈宣傳材料（如照片及新聞稿）來幫助藝人增加曝光率，並在各種社交媒體平台上讓受眾瞭解有

業 務

關藝人的最新新聞。彼等亦為簽約藝人爭取出席頒獎典禮和其他公共活動的機會。於簽約藝人面臨潛在不利宣傳的情況下，藝人宣傳團隊將及時作出反應並制訂適當回應。

藝人宣傳團隊亦與客戶合作，為本公司的簽約藝人獲得最好的宣傳。於藝人管理團隊將新項目分配給簽約藝人後(例如參與劇集或綜藝節目的製作)，藝人宣傳團隊將與客戶保持密切聯繫，以瞭解藝人於項目中的角色，確定改進藝人表現方式的方法，並確保最終產出將對藝人的公眾形象及職業生涯產生積極影響。

多渠道宣傳策略

我們的藝人宣傳團隊制定了多渠道宣傳策略，以覆蓋廣泛的受眾，並在簽約藝人與目標受眾及關注者之間建立聯繫。除電視台等傳統媒體平台外，我們亦利用互聯網視頻平台、短視頻平台、社交媒體平台及高級時裝品牌，為我們的簽約藝人獲得廣泛的媒體報道。

- **電視台及互聯網視頻平台。**我們的宣傳團隊通過與電視台及互聯網視頻平台合作，以增加我們簽約藝人的公眾曝光度。我們的簽約藝人經常在電視或線上視頻節目上亮相，以宣傳彼等主演的電影或綜藝節目。這些媒體平台擁有廣泛的受眾，我們的藝人宣傳團隊通常制定與我們簽約藝人的性格相匹配的宣傳策略，並與該等平台進行溝通。
- **短視頻平台。**藝人宣傳團隊與國內領先的短視頻平台進行合作，以提升樂華品牌及簽約藝人的影響力。短視頻平台(如抖音及快手)近年來經歷指數級增長，人們於該等平台上花費相當多的時間。我們的簽約藝人於短視頻平台上發佈短視頻及參加與其指定項目相關的直播活動，例如推廣彼等代言的產品或宣傳由藝人主演的電影、綜藝節目或劇集。
- **社交媒體平台。**微博及小紅書等社交媒體平台乃簽約藝人的重要宣傳平台。藝人宣傳團隊協助簽約藝人在主要社交媒體平台上與用戶進行互動，分享彼等的活動和即將開展的項目的信息，讓人們瞭解情況。通過創造具互動性社交媒體內容，簽約藝人可增加彼等的曝光度。
- **時尚活動。**我們的藝人宣傳團隊亦為簽約藝人取得出席多個時裝週及為時裝雜誌拍攝封面的機會，以助藝人找到個人風格並增加彼等的公眾知名度。

樂華品牌

根據弗若斯特沙利文，在演藝事業中獲得很高人氣的簽約藝人及我們成名藝人培訓及運營體系有效提升樂華品牌的影響力，使我們成為中國最知名的娛樂品牌之一。

我們的創始人兼首席執行官杜華女士，於2020年及2021年參加人氣綜藝節目「乘風破

業 務

浪的姐姐」，擔任領隊，進一步提升人們對樂華品牌及簽約藝人的關注。請參閱「競爭優勢」及「董事及高級管理層」，以瞭解有關杜女士的更多詳情。

我們亦已舉辦一系列公開活動(如簽約藝人均會參與的樂華家族演唱會)，以向公眾展示樂華品牌。

全球拓展

憑藉我們於中國的市場領先地位，我們積極於海外市場推廣及宣傳簽約藝人及樂華品牌。簽約藝人發佈音樂作品時，我們同時將其於海外多個音樂流媒體平台上發佈。於業務紀錄期，我們的音樂作品在Apple Music、Spotify、YouTube及KKBox等眾多海外音樂流媒體平台上發佈，從而引領全球中文流行音樂潮流。

樂華韓國是我們全球策略的另一重要部分。憑藉其強大的音樂製作實力，樂華韓國製作了許多廣受歡迎的音樂作品。例如，截至2021年12月31日，樂華韓國為EVERGLOW製作的四個MV《DUN DUN》、《Adios》、《LA DI DA》及《Bon Bon Chocolat》，在YouTube的觀看次數分別超過240百萬次、150百萬次、100百萬次及100百萬次。樂華韓國亦曾參與製作在中國多個熱門綜藝節目中表演的歌曲，如《Ei Ei》及《Yes! OK!》。此外，我們已通過樂華韓國與知名韓國娛樂公司合作，為我們的海外簽約藝人籌辦演唱會及巡迴演出，進一步擴大我們的目標受眾群。我們亦通過海外子公司與海外娛樂公司建立穩固的合作關係，為中國觀眾帶來優質娛樂內容。

我們亦在韓國以外積極拓展東南亞業務。由王一博先生、程瀟女士及畢雯珺先生主演的劇集《有翡》、《天醒之路》及《漂亮書生》曾於日本、韓國、泰國、馬來西亞及菲律賓等國發行，並廣受歡迎。我們亦為藝人組合NEXT在泰國及馬來西亞舉辦演唱會及巡迴演出。

與藝人的關係

我們旨在與簽約藝人培養並維持長期穩定的關係。截至最後實際可行日期，我們58名簽約藝人中的46名是我們樂華訓練生計劃的畢業生。彼等參與該計劃並接受我們的系統培訓旨在獲得系統化的培訓及成為成名藝人。於彼等成功完成培訓及通過考核後，彼等與我們訂立獨家藝人管理合同，並成為我們的簽約藝人。簽約藝人是我們的供應商，我們安排藝人通過參與商業活動、娛樂內容服務以及音樂製作為客戶提供演藝服務。根據合同，我們自客戶收取的收入將根據藝人管理合同所載的固定百分比在我們的簽約藝人與我們之間分配。有關我們藝人管理合同的詳情，請參閱「— 藝人管理 — 藝人運營 — 獨家藝人管理合同」。

我們的簽約藝人在我們的業務發展中發揮著重要作用，而我們與彼等的合作是我們日常運營中不可或缺的一部分。我們認為，我們的簽約藝人和我們之間是相輔相成、互惠互利的關係，理由如下。

業 務

互惠互利、相輔相成的關係

本公司與簽約藝人是互惠互利、相輔相成的關係。根據弗若斯特沙利文，藝人管理公司可通過向其簽約藝人提供專業的藝人運營、綜合性的市場資源及系統的後續培訓及系統的後續藝術培訓，為彼等創造巨大的商業價值。藝人管理公司負責藝人運營的各個方面（如銷售、營銷、業務談判及一般項目協助），使藝人可專注於其演出。此外，僅有市場上成名藝人管理公司可獲得許多關鍵資源。因此，根據弗若斯特沙利文，藝人管理公司與其藝人之間是相輔相成、互惠互利的關係。

根據弗若斯特沙利文，按2020年藝人管理產生的收入計，我們是最大的藝人管理公司，且為中國少數能夠提供系統及專業藝人培訓及運營服務的公司之一。我們的市場領導地位及強大的藝人培訓及運營能力，使我們成為中國希望從事演藝職業的有才華的年輕人的首選之一。我們在中國及海外收到了超過58,000份申請。

於業務紀錄期，產生收入的業務活動數目由2019年約380份增加至2020年約500份，並進一步增加至2021年約640份。我們與眾多品牌合作，使我們能夠安排我們的簽約藝人參與各種商業活動，提升其商業價值及公眾知名度。我們亦安排簽約藝人參與在中國的領先互聯網視頻平台及主要電視台出品及播放的熱門綜藝節目、電影及劇集。此外，我們安排我們的簽約藝人於熱門社交媒體平台參與相關活動，進一步提升彼等的知名度。我們廣泛且快速增長的業務網絡使我們能夠有效地促進我們簽約藝人的職業發展，並幫助提升彼等的商業價值。

截至最後實際可行日期，於微博各自擁有超過二百萬名關注者的簽約藝人中，有16名為樂華訓練生計劃的畢業生，展示了我們培養新人才並持續推動彼等成為成名藝人的能力。我們豐富的行業資源、快速擴張的業務網絡及培養成名藝人的良好業務記錄，使我們能夠持續吸引有才華的年輕人，並促進我們簽約藝人的演藝事業，有助我們與藝人建立並保持互惠互利、相輔相成的關係。

與簽約藝人的長期及穩定合作

我們通過與我們的簽約藝人簽訂獨家藝人管理合同，與彼等形成及保持穩定長期的業務關係。大部分該等長期合同的期限為五至15年。根據合同，我們擁有管理藝人演藝活動的獨家權利，且有權擁有合同期限內藝人創作的作品的所有IP。如果我們的簽約藝人單方面終止藝人管理合同，彼等將對我們就違約而造成的損失負責。合同將於初始期限屆滿

業 務

時自動續約，而續約期限一般介乎一至五年。長期的藝人管理合同和自動續約機制使我們能夠維持相對穩定的藝人管理業務運營，並在法律層面上保障我們免受藝人任何潛在違約可能導致的業務損失。於業務紀錄期，我們與簽約藝人概無藝人管理合同糾紛。得益於我們與簽約藝人的穩定合作，我們能夠建立一個不斷擴大的藝人矩陣。

藝人管理市場的特點

根據弗若斯特沙利文，藝人管理公司需要在專業培訓、建立形象及獲得聲譽方面進行大量初始投資。藝人逐漸建立公眾形象及知名度後，其商業價值將會增加，因此其對管理公司帶來的收入貢獻亦會增加。與中國藝人管理公司的數量相比，頂尖藝人數量相對較少且彼等的收入佔行業收入的大部分。因此，於任何特定時間，藝人管理公司大部分收入來自其有限數目的藝人乃行業慣例。由於具有高知名度的頂尖藝人通常會根據不斷變化的觀眾喜好及客戶需求而不時變化，因此藝人管理公司必須具備持續物色、培養成名藝人的卓越能力，以保持其競爭優勢。為實現可持續增長，藝人管理公司定期挑選及培養人才成為簽約藝人，以便於任何特定時間於其人才庫內均有一名或以上優質藝人為其當時的主要收入來源。根據弗若斯特沙利文，我們是中國為數不多擁有持續培養和推廣受歡迎藝人的良好記錄的藝人管理公司之一。

於業務紀錄期，在前十名簽約藝人(就採購成本而言)中，大多數於2014年至2018年期間出道。由於彼等逐漸在市場上建立地位，彼等的知名度及商業價值開始迅速上升，因此，彼等於業務紀錄期佔我們總採購成本的一大部分。就於2018年之後出道的簽約藝人而言，彼等的商業價值及公眾知名度於業務紀錄期平穩上升，並可能於彼等逐步建立地位後繼續上升。

持續培養人才及擴大人才庫

為避免潛在依賴若干藝人，我們努力繼續(i)擴展我們的訓練生計劃及擴大人才庫；(ii)安排訓練生於藝人組合中出道；(iii)與樂華訓練生計劃的畢業生訂立長期、獨家的藝人管理合同；(iv)提升我們的藝人運營能力及增加我們樂華品牌的影響力，並擴展我們的業務網絡及鞏固我們的市場領導地位；及(v)因應觀眾需求增加我們對虛擬藝人的投資，以應對受眾需求。

深化藝人矩陣

我們將不斷物色及培養年輕人才，並利用我們豐富的行業資源進行宣傳及推廣。基於我們系統化的訓練生培訓系統及對中國流行文化趨勢的洞察，我們已成功培養及擁有一批多才多藝的藝人，建立了一支多元化的、快速成長的簽約藝人矩陣。截至最後實際可行日期，我們有58名優質簽約藝人，包括五個藝人組合。

業 務

擴大人才庫

經過多年迭代我們的樂華訓練生計劃後，我們已建立穩定的人才儲備及大量全面的訓練生庫，彼等在接受專業培訓後，將成為我們的簽約藝人。受益於我們廣受認可的樂華品牌及我們與多家藝術機構的長期合作，我們於業務紀錄期在中國及海外收集超過58,000份申請。由於候選人數規模龐大，我們能夠遵循嚴格的選拔標準，幫助我們物色最適合的候選人，同時快速擴大我們的人才庫，以跟上我們業務的快速增長。於業務紀錄期，我們的訓練生人數由2019年的48名增加至2021年的80名，2019年至2021年的複合年增長率為29.1%。

安排藝人組合的出道

近年來我們逐漸安排我們的訓練生在小型或中型藝人組合中出道。推廣藝人組合讓我們能夠展示擁有不同風格、才能及個性的簽約藝人，有助我們吸引不同喜好的受眾，並建立更龐大的關注者群體。更重要的是，即使某藝人組合成員離開該組合，組合中其餘成員仍可繼續表演及娛樂觀眾，有助我們減少對特定藝人的依賴。截至最後實際可行日期，在各自於微博擁有超過二百萬名關注者的簽約藝人中，有11名作為藝人組合的成員出道，證明了該策略的成功。

我們認為本公司與我們簽約藝人的角色是相輔相成且互惠互利，我們與藝人的關係符合行業慣例。我們的董事認為，我們與我們藝人的關係發生重大不利變化的可能性很低，我們將能夠有效管理我們面對任何重大不利變化的風險。

音樂IP製作及運營

我們於2009年建立音樂IP製作及運營業務。我們維持廣泛的原創及經授權的音樂IP庫，且仍在持續擴大。我們經驗豐富的內部音樂製作及運營團隊為我們的簽約藝人量身定製音樂作品(主要以數字單曲和專輯的形式)，確保我們製作的歌曲符合藝人的市場定位。為豐富我們的音樂IP收藏，我們亦通過授權向第三方版權持有人及音樂創作者獲許可優質音樂作品的版權。

我們已將音樂IP庫中的音樂IP授權予各種各樣的音樂服務供應商，包括主要的音樂流媒體平台及電信公司，以收取許可費及特許權使用費。

音樂庫簡介

截至2021年12月31日，我們已建立一個廣泛的音樂IP庫，當中含有約1,100首我們為簽約藝人製作的音樂作品以及逾50,000首我們自版權持有人處取得的音樂作品。我們音樂IP庫中的歌曲涉及多種主題，涵蓋廣泛的流派，例如流行、民謠、電子舞曲、嘻哈及搖滾。

於業務紀錄期，我們共製作了61首數字單曲及24張數字專輯，當中不少於發行後成為熱門歌曲。例如，我們為王一博先生製作的兩首數字單曲「無感」及「我的世界守則」，截

業 務

至2021年12月31日的銷量分別超過17百萬張及15百萬張。我們為朱正廷先生製作的數字專輯「Chapter Z」截至同日錄得約二百萬張的銷量。

數字單曲及專輯

以下是我們為簽約藝人製作的主要數字單曲及專輯的精選列表。

數字單曲



無感

王一博先生

發佈日期：2019年12月

截至2021年12月31日已售出的份數：約17,600,000



我的世界守則

王一博先生

發佈日期：2020年12月

截至2021年12月31日已售出的份數：約15,200,000



冬日告白

朱正廷先生

發佈日期：2018年12月

截至2021年12月31日已售出的份數：約3,100,000



I'm Here

范丞丞先生

發佈日期：2018年11月

截至2021年12月31日已售出的份數：約2,800,000

業 務

數字單曲



Hard Road

黃明昊先生

發佈日期：2018年11月

截至2021年12月31日已售出的份數：約2,800,000



U

黃明昊先生

發佈日期：2021年7月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,700,000



Fire

王一博先生

發佈日期：2019年1月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,300,000



Liar

黃明昊先生

發佈日期：2019年4月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,200,000



Empty Space

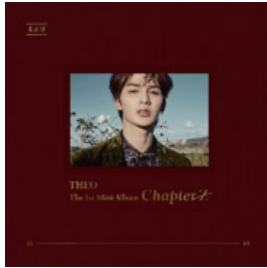
朱正廷先生

發佈日期：2020年5月

截至2021年12月31日已售出的份數：約900,000

業 務

數字專輯



Chapter Z

朱正廷先生

發佈日期：2019年9月

截至2021年12月31日已售出的份數：約2,000,000



愛•不愛

孟美岐女士

發佈日期：2020年10月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,800,000



汶

李汶翰先生

發佈日期：2021年7月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,600,000



Like A Fan

范丞丞先生

發佈日期：2019年6月

截至2021年12月31日已售出的份數：約1,000,000



18

黃明昊先生

發佈日期：2020年8月

截至2021年12月31日已售出的份數：800,000

我們計劃於2022年於主要音樂流媒體平台上發佈17首數字單曲及17張數字專輯，合計涵蓋約120首歌曲。

業 務

版權歸屬

我們為我們的簽約藝人製作的音樂作品形式為音樂錄音或MV，包括歌詞、音樂創作及我們的簽約藝人的表演。作為製作人，我們在開始錄製音樂作品前，會首先取得相關方（如作詞人及作曲人（通常由音樂出版公司代理）及演唱的簽約藝人）的許可。然後安排、編輯及合併(i)歌詞及音樂作品（我們已獲版權持有人授權取得其版權）；及(ii)藝人演出的音像，我們已就與彼等訂立的藝人管理合同向彼等取得一次性同意，以完成音樂作品的製作。我們作為音樂錄音及MV的製作人，擁有該等錄音及視頻的製作人權利，讓我們可授權客戶複製、宣傳或通過信息網絡向公眾傳播音樂視聽作品，以及收取報酬。

除我們為簽約藝人製作的音樂作品外，我們的音樂IP庫亦包含，如音樂錄音、MV、歌詞及音樂作曲在內的音樂作品，該等音樂作品乃我們獲音樂創作者或第三方版權持有人授權。我們一般在中國境內持有獨家許可，並有權將音樂作品轉授予我們的客戶。

音樂IP製作

下圖所示音樂IP製作過程的四個關鍵步驟：



- **內部規劃及項目批准。**我們的音樂製作團隊與簽約藝人及／或其他內部團隊合作，確定要製作及發行的歌曲數量，並根據藝人的市場定位及日程制訂發行計劃。然後，團隊將為發佈計劃申請預算批准。
- **版權許可。**音樂製作團隊將由版權持有人（有權向我們授權製作樣帶的歌詞和音樂作品）提供的樣帶中選擇符合發行計劃的歌曲，一經確認，音樂製作團隊將與版權持有人協商獲得許可。於我們與版權持有人就許可的範圍等關鍵條款達成一致意見後，我們將與版權持有人最後敲定合同。

業 務

- **音樂製作。**於音樂創作過程中，音樂製作團隊將與藝人及／或其他內部團隊討論以確定音樂風格及宣傳策略。團隊將於錄音室製作歌曲及完成一系列步驟，錄音、調音、編曲及混音。我們的音樂製作團隊將對音樂錄音進行後期製作編輯，並製作及歸檔母帶。就MV而言，我們將與藝人合作製作視頻內容，並將其與音樂錄音結合。除內部團隊外，我們亦不時聘請符合資格的第三方協助音樂製作過程。我們已制定涵蓋整個音樂製作過程的標準操作程序，並在對外交付音樂作品前對我們的音樂作品進行嚴格的質量審查。
- **音樂發佈及發行。**於音樂發行階段，我們將與發行平台確認發行日期及時間。我們亦將與發行平台討論定價策略，以確定平台是否會將音樂作品(i)提供給所有用戶；(ii)作為VIP內容僅提供予於發行平台上每月或每年訂閱的用戶；或(iii)作為數字單曲或專輯僅提供予願意為其支付額外費用的用戶。我們亦將向授權合作夥伴提供歌曲的數字版本、伴奏、歌詞、歌曲簡介及封面。發行平台通常向我們提供各種在線及線下資源以推廣我們新發佈的音樂作品，如日常推薦、社交媒體發佈及線下宣傳活動。

音樂IP許可合同

我們向多類音樂服務供應商授出音樂IP許可，該等客戶包括主要音樂流媒體平台及電信公司。我們通常與獲許可夥伴簽訂許可合同，該等合同通常包括以下關鍵條款：

- **許可範圍。**我們一般就合同所訂明的選定音樂目錄以及我們於合同期內將為我們所簽約藝人製作的部分或全部歌曲向我們的許可合作夥伴授出非獨家許可。我們向許可合作夥伴授出若干鄰接權，例如通過信息網絡向公眾傳播許可音樂作品的權利。該許可一般允許我們的許可合作夥伴使用我們的歌曲進行傳播、下載及其他互動功能。
- **年期。**我們與中國音樂服務供應商訂立的音樂許可合同的年期大部分為一至五年，經雙方同意可延期。
- **許可費。**我們通常收取(i)保底許可費，其通常於授權音樂作品提供予授權合作夥伴時預先支付，或分期支付；及(ii)基於數據成績的許可費(如有)，其一般為每年支付或按照合同中的其他規定支付。
- **特許權使用費。**除許可費外，我們通常就發行作為數字單曲或專輯的音樂作品收取特許權使用費。
- **知識產權。**我們作為音樂作品及MV成品的製作人，擁有該等錄音及視頻的製作

業 務

人權利，讓我們可授權客戶複製、宣傳或通過信息網絡向公眾傳播歌曲及視頻成品，以及收取報酬。

- 終止。一般而言，許可協議經雙方協議後可予終止。

泛娛樂業務

除藝人管理及音樂IP製作及運營外，我們亦於泛娛樂行業進行其他業務，如虛擬藝人的商業發展、綜藝節目形式授權、銷售藝人相關衍生品以及綜藝節目、劇集及電影製作。

虛擬藝人

我們與一名業務夥伴合作推廣於2020年出道的虛擬藝人組合A-SOUL。該團體由五位數字化創造的虛擬藝人組成：分別為「貝拉」、「嘉然」、「乃琳」、「珈樂」及「向晚」。各自於團體中擁有獨特及專屬的角色：「貝拉」為隊長及舞蹈擔當；「嘉然」為團體中的吃貨；「乃琳」為五位中最具學識的成員；「向晚」為團體中的遊戲玩家；及「珈樂」為團體中的主唱。於業務紀錄期，我們為A-SOUL製作一系列廣受歡迎的歌曲與MV。我們於2020年12月製作A-SOUL的首支單曲「Quiet」，截至2021年12月31日其於抖音的播放次數已超過200百萬次。我們亦製作A-SOUL的首個MV「超級敏感」，截至2021年12月31日其於嗶哩嗶哩的點擊率已超過4.8百萬次。根據合作協議，我們與該業務夥伴分成A-SOUL商業開發產生的收入。



除「A-SOUL」外，我們亦參股推出量子少年的虛擬藝人公司，量子少年由四位虛擬藝人成員組成，分別為「楚楓」、「慕宇」、「澤一」及「祥太」。於2021年12月出道後，量子少年於多個媒體平台擁有並經營自己的頻道，包括微博、抖音、嗶哩嗶哩及快手。

綜藝節目形式授權

於業務紀錄期，樂華韓國向中國一家領先的互聯網視頻平台再授予綜藝節目的節目形式許可，並收取許可費作為回報。

業 務

銷售藝人相關衍生品

於業務紀錄期，我們委聘第三方設計、生產及向客戶銷售藝人相關衍生品。我們根據合同規定的百分比與訂約方分成有關銷售產生的收入。

綜藝節目、劇集及電影

於業務紀錄期，我們於2020年與國內領先的互聯網視頻平台之一聯合投資一個音樂綜藝節目，由簽約藝人李汶翰先生、黃明昊先生、胡春楊先生以及陳昕葳女士出演。於業務紀錄期，我們通常作為中小投資者亦投資劇集及電影。我們因專注於主業務的策略決定而無意於業務紀錄期後繼續綜藝節目、劇集及電影製作及業務。請參閱「歷史、重組及公司架構」。

銷售及營銷

就我們的藝人管理業務而言，我們主要通過藝人管理團隊的努力與客戶建立合作關係。我們的商務經紀與我們現有的客戶保持密切和定期聯繫，主要包括國內外品牌、廣告傳媒公司、內容製作商和媒體平台，以為我們的簽約藝人獲取商機。彼等亦密切關注中國流行文化的趨勢，以探索新的商機並識別潛在客戶。我們亦通過我們的多渠道宣傳策略宣傳我們的簽約藝人，使藝人能夠更多地接觸公眾及潛在客戶。

在我們的音樂IP製作及運營業務方面，我們的銷售及營銷策略側重於與主要音樂流媒體平台建立及保持密切關係，同時探索新的發行渠道。我們的音樂製作及泛娛樂業務團隊通過與客戶保持定期溝通來維持與客戶的關係。我們的音樂製作及泛娛樂業務團隊亦緊貼音樂娛樂行業的最新市場趨勢，以把握新商機。我們的藝人管理團隊及藝人宣傳團隊亦是我們為簽約藝人製作的音樂作品的有效推廣渠道。我們密切關注虛擬藝人、藝人相關衍生品及綜藝節目形式許可行業的發展，以物色潛在客戶及把握新商機。我們的藝人管理團隊亦是向潛在客戶宣傳及推廣我們的泛娛樂服務的有效渠道。

定價

我們的不同業務分部通常有不同的定價策略。

我們的藝人管理業務專注於為客戶提供服務，主要通過安排我們的簽約藝人參與代言、業務推廣活動、娛樂內容服務及其他娛樂活動，並收取服務費作為回報。我們的成本結構、項目的預期受歡迎程度、目標受眾群、完成項目所需的時間成本和人力成本、之前的任何商業安排及客戶的聲譽、現行的市場標準以及項目預計將帶給我們簽約藝人的公開曝光為我們的服務定價考慮因素。

業 務

我們的音樂IP製作及運營業務專注於將我們製作並有權許可的音樂IP許可給我們的客戶，以收取固定的許可費和特許權使用費。對於我們為我們的簽約藝人製作的數字單曲和專輯，我們通常根據藝人的受歡迎程度、音樂作品過往已被播放或下載的規模及次數、我們在許可協議期限內將向許可合作夥伴授權的音樂作品的預期數量以及我們與許可合作夥伴早前的任何商業合作等因素，確定許可費及特許權使用費。

對於我們的泛娛樂業務，價格策略乃根據我們提供的產品或服務的類型逐案確定。

客戶

於業務紀錄期，我們的客戶主要包括：(i)國內和國際品牌；(ii)內容製作商及媒體平台；及(iii)許可我們的音樂IP的音樂服務供應商。

於2019年、2020年及2021年，來源於前五大客戶的收入分別為人民幣173.3百萬元、人民幣245.2百萬元及人民幣301.2百萬元，分別佔同期總收入的約27.4%、26.5%及23.4%。與前五大客戶的付款期為在彼等收到我們的發票後零至30日，視乎每份合同的具體付款條款而定，我們通常通過銀行轉賬與彼等進行結算。

據我們所深知，除客戶E(阿里巴巴影業集團有限公司的子公司，及與其受同一控股公司控制的同系子公司作為一個組別)外，於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們的前五大客戶均為獨立第三方。

除上文所披露的客戶E外，截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，概無於業務紀錄期於我們前五大客戶中擁有任何權益。

下表載列我們於業務紀錄期的前五大客戶詳情。

截至2019年12月31日止年度

客戶	交易金額 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係 年期*	收入性質	客戶背景
客戶A	53,186	8.4%	4年	藝人管理、 音樂IP製作 及運營及泛 娛樂服務	位於中國的集團，於1997年成立， 主要專注於提供音樂流媒體服務， 其主要子公司在納斯達克股票市場 及聯交所上市。

業 務

客戶	交易金額 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係 年期*	收入性質	客戶背景
客戶B	35,136	5.6%	8年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	位於中國的科技和社交媒體集團，於2010年成立，主要專注於內容製作及視頻流媒體，其主要子公司在納斯達克股票市場上市。
客戶C	33,016	5.2%	4年	藝人管理服務	位於中國的娛樂公司，於2017年成立，主要專注於藝人管理、音樂製作及影視投資。
客戶D	31,803	5.0%	7年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	總部位於中國的媒體平台，由國有廣播電視媒體集團控股，於2006年成立。
客戶E	20,203	3.2%	8年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	位於中國的影視劇集團，其核心業務包括內容、科技、IP衍生及商業化三大板塊，並在聯交所上市；及與其受同一控股公司控制的同系子公司。
總計	<u>173,344</u>	<u>27.4%</u>			

* 截至2021年12月31日

業 務

截至2020年12月31日止年度

客戶	交易金額 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係 年期*	收入性質	客戶背景
客戶A	66,732	7.2%	4年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	位於中國的集團，於1997年成立，主要專注於提供音樂流媒體服務，其主要子公司在納斯達克股票市場及聯交所上市。
客戶E	62,827	6.8%	8年	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	位於中國的影視劇集團，其核心業務包括內容、科技、IP衍生及商業化三大板塊，並在聯交所上市；及與其受同一控股公司控制的同系子公司。
客戶B	49,900	5.4%	8年	藝人管理及泛娛樂服務	位於中國的科技和社交媒體集團，於2010年成立，主要專注於內容製作及視頻流媒體，其主要子公司在納斯達克股票市場上市。
客戶D	41,529	4.5%	7年	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	位於中國的媒體平台，由國有廣播電視媒體集團控股，於2006年成立。
客戶F	24,195	2.6%	4年	藝人管理服務	位於中國的進出口貿易公司，於1985年成立，主要專注於銷售及運輸貨品。
總計	<u>245,183</u>	<u>26.5%</u>			

* 截至2021年12月31日

業 務

截至2021年12月31日止年度

客戶	交易金額 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	業務關係 年期*	收入性質	客戶背景
客戶E	95,004	7.4%	8年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務服務	位於中國的影視劇集團，其核心業務包括內容、科技、IP衍生及商業化三大板塊，並在聯交所上市；及與其受同一控股公司控制的同系子公司。
客戶G	63,737	4.9%	3年	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	於2012年成立的互聯網科技集團，主要專注於視頻分享服務、社交網絡服務和新聞信息服務的開發。
客戶B	60,093	4.7%	8年	藝人管理及泛娛樂服務	位於中國的科技和社交媒體集團，主要專注於內容製作及視頻流媒體，其主要子公司在納斯達克股票市場上市，於2010年成立。
客戶H	49,329	3.8%	8年	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	位於中國的互聯網科技公司，於1998年成立，主要專注於通訊及社交平台服務、視頻及音樂出版及數字內容服務，其主要子公司於聯交所上市。
客戶A	33,043	2.6%	4年	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	位於中國的集團，於1997年成立，主要專注於提供音樂流媒體服務，其主要子公司在納斯達克股票市場及聯交所上市。
總計	<u>301,206</u>	<u>23.4%</u>			

* 截至2021年12月31日

與藝人管理業務客戶的合同

我們與藝人管理客戶訂立服務合同。我們通常通過安排簽約藝人參與商業活動及在綜藝節目、劇集及電影中表演從而向客戶提供服務，我們則收取服務費作為回報。我們與客戶的合同會列明由我們簽約藝人提供的演藝服務的詳情。我們與客戶的大部分合同的期

業 務

限介於幾日至兩年之間，視乎業務活動類型。我們的服務費通常分期支付，並在合同期限屆滿前結算。客戶通常擁有我們簽約藝人在提供服務時製作的作品的IP權，例如戲劇、藝術和音樂作品。客戶通常須確保我們簽約藝人在此類商業活動或娛樂內容中的表演不會對該等藝人的公眾形象或聲譽產生負面影響，違反該等條款將使我們有權終止合同並獲得損害賠償。

供應商

於業務紀錄期，供應商主要包括(i)簽約藝人及其控制的實體；(ii)媒體平台；(iii)提供造型、安保及攝影服務的服務供應商；及(iv)提供與音樂IP製作及運營相關的樣帶、音樂作品和歌詞的服務供應商。我們的供應商類型及其工作範圍取決於我們對特定業務線的需求，並且可能因項目而異，此可能導致我們每年與不同的主要供應商合作。

於業務紀錄期，於2019年、2020年及2021年，我們向前五大供應商作出的服務採購額分別為人民幣152.1百萬元、人民幣229.5百萬元及人民幣424.6百萬元，分別佔我們同期總採購額約43.3%、53.6%及61.6%。我們與前五大供應商的信貸期一般視乎每份合同的具體付款條款而定，且我們一般通過銀行轉賬與彼等進行結算。

截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於我們於業務紀錄期的前五大供應商擁有任何權益。

業 務

下表載列我們於業務紀錄期的前五大供應商詳情。

截至2019年12月31日止年度

供應商	交易金額 (人民幣千元)	佔營業 成本的 百分比	業務關係 年期*	購買的性質	供應商背景
供應商A	42,915	12.2%	4年	於特定年期內為特定藝人提供藝人管理服務	總部位於中國的科技和社交媒體集團，於2010年成立，主要專注於內容製作及視頻流媒體，其主要子公司在納斯達克股票市場上市。
供應商B	32,274	9.2%	7年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業。
供應商C	30,367	8.6%	6年	電影製作服務	一家於2016年成立、位於上海的文化傳媒獨資公司。
供應商D	24,140	6.9%	11年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
供應商E	22,410	6.4%	3年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
總計	152,106	43.3%			

* 截至2021年12月31日

截至2020年12月31日止年度

供應商	交易金額 (人民幣千元)	佔營業 成本的 百分比	業務關係 年期*	購買的性質	供應商背景
供應商B	133,301	31.1%	7年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
供應商F	27,814	6.5%	5年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
供應商E	25,143	5.9%	3年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
供應商D	24,143	5.6%	11年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
供應商G	19,094	4.5%	5年	藝人提供的服務	簽約藝人控制的企業
總計	229,495	53.6%			

* 截至2021年12月31日

業 務

截至2021年12月31日止年度

供應商	交易金額 (人民幣千元)	估營業 成本的 百分比	業務關係 年期*	購買的性質	供應商背景
供應商B	302,465	43.9%	7年	藝人提供的 服務	簽約藝人控制的企業
供應商E	37,443	5.4%	3年	藝人提供的 服務	簽約藝人控制的企業
供應商D	31,242	4.5%	11年	藝人提供的 服務	簽約藝人控制的企業
供應商H	30,719	4.5%	5年	藝人提供的 服務	簽約藝人控制的企業
供應商I	22,744	3.3%	5年	藝人提供的 服務	簽約藝人控制的企業
總計	424,613	61.6%			

* 截至2021年12月31日

重合客戶及供應商

於業務紀錄期，就董事所深悉，我們的四名藝人管理及泛娛樂業務客戶於業務紀錄期亦為與我們合作運營部分簽約藝人的供應商，並與我們分成自管理該等藝人所得的藝人管理收入。詳情載列於下表。

客戶／供應商	年度	收入 (人民幣 千元)	估我們 總收入的 百分比(%)	收入的性質	購買金額 (人民幣， 以千計值)	估營業 成本的 百分比(%)	購買的性質
客戶B／供應商A	2019年	35,136	5.6%	藝人管理、音樂IP製作 及運營及泛娛樂服務	42,915	12.2%	於特定年內為若干 藝人提供藝人管理服務
(於2021年為 前五大客戶 之一及於 2019年為 前五大供應商 之一)	2020年	49,900	5.4%	藝人管理及泛娛樂服務	24	0.0%	於特定年內為若干 藝人提供藝人管理服務
	2021年	60,093	4.7%	藝人管理及泛娛樂服務	4,493	0.7%	於特定年內為若干 藝人提供藝人管理服務

業 務

客戶／供應商	年度	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比(%)	收入的性質	購買金額 (人民幣， 以千計值)	佔營業 成本的 百分比(%)	購買的性質
客戶E／供應商J	2019年	20,203	3.2%	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	73	0.0%	於特定期限內為若干藝人提供藝人管理服務
(於2019、2020及2021年為前五大客戶之一)	2020年	62,827	6.8%	藝人管理、音樂IP製作及運營服務	24	0.0%	網店經營服務
	2021年	95,004	7.4%	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	1,486	0.2%	藝人宣傳服務
客戶G／供應商K	2019年	10,314	1.6%	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	—	—	不適用
(於2021年為前五大客戶之一)	2020年	12,350	1.3%	藝人管理服務	—	—	不適用
	2021年	63,737	4.9%	藝人管理、音樂IP製作及運營及泛娛樂服務	452	0.1%	泛娛樂服務
客戶H／供應商L	2019年	12,972	2.1%	藝人管理及泛娛樂服務	—	—	不適用
(於2021年為前五大客戶之一)	2020年	5,191	0.6%	藝人管理服務	—	—	不適用
	2021年	49,329	3.8%	藝人管理及音樂IP製作及運營服務	90	0.0%	藝人宣傳服務

我們向重合客戶及供應商銷售及購買的條款乃按項目逐一磋商。鑒於我們的優質行業資源及市場領導地位，我們已與重合客戶及供應商建立穩固的業務關係。董事確認，我們向該等重合客戶及供應商作出的所有銷售及購買乃經適當考慮於相關時間的現行購買及售價後，於日常業務過程中按一般商業條款及公平磋商訂立。截至最後實際可行日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於業務紀錄期於我們的任何重合客戶及供應商中擁有任何權益。

品質控制

我們致力於為客戶提供優質的服務及產品。為此，我們制定了質量控制措施。

業 務

在藝人管理業務方面，我們在對藝人的公眾形象、才能和技能進行全面評估後，我們挑選最適合滿足客戶需求的簽約藝人。我們在項目期間與我們的客戶和簽約藝人保持密切聯繫，並作為彼等的第一聯繫人。通過密切跟蹤客戶的需求並及時滿足彼等要求，我們確保我們提供的服務滿足客戶的要求。

在我們的音樂IP製作及運營方面，我們的音樂製作團隊密切監控我們本身的音樂製作質量和進度。我們已建立涵蓋整個音樂製作過程的標準操作程序，從項目啟動到交付，並在交付給客戶之前對我們的音樂作品進行嚴格的質量審查。我們的音樂製作團隊亦監察由我們的供應商提供的製作服務，例如作詞人、作曲人及音樂製作設備的製造商／分銷商。我們根據多種因素選擇我們的供應商，包括彼等的產品或服務質量、其業務紀錄及其在行業中的聲譽，並定期審查彼等的服務或產品質量。

獎項及認可

由於藝人管理及音樂IP製作及運營業務取得成功，我們的簽約藝人已獲得多項獎項。尤其是，我們的簽約藝人及藝人組合於業務紀錄期取得以下主要獎項。

年份	獎項	得獎藝人或藝人組合	頒發機構
2021年	費加羅風尚盛典 — 年度風尚魅力歌手	王晰先生	《Madame Figaro中文版》雜誌
2021年	2020微博之夜 — 微博年度熱度人物	王一博先生	新浪
2021年	2020微博之夜 — 微博年度進取藝人	吳宣儀女士	新浪
2021年	2020抖音星動之夜 — 年度人氣團體	NEXT	抖音
2021年	精品風格雲盛典 — 最具潛力演員	畢雯珺先生	《精品購物指南》雜誌
2020年	新浪時尚風格大賞 — 年度突破藝人	胡春楊先生	新浪時尚
2020年	第17屆時尚先生盛典 — 年度綜藝人物	黃明昊先生	《時尚先生》雜誌
2020年	愛奇藝尖叫之夜 — 年度最受期待新人演員和年度綜藝之星	范丞丞先生	愛奇藝

業 務

年份	獎項	得獎藝人或藝人組合	頒發機構
2020年	第30屆中國電視金鷹獎 — 觀眾喜愛的男演員	王一博先生	中國文學藝術界聯合會及中國電視藝術家協會
2019年	COSMO時尚美麗盛典 — 「傳承•美」年度人物	朱正廷先生	《時尚COSMO》雜誌
2019年	音樂先鋒榜三十一載榮耀盛典 — 傑出歌手和最佳現場演繹獎	王晰先生	廣東廣播電視台音樂之聲、廣東衛視、珠江頻道及全國29家省級音樂電視台
2019年	第26屆東方風雲榜音樂盛典 — 亞洲人氣男團及最受歡迎偶像男團獎	NEXT	上海廣播電視台

知識產權

我們依靠版權、商標、域名以及與僱員、客戶、供應商及其他第三方的保密或許可協議以保護知識產權。截至最後實際可行日期，我們在中國獲得：(i) 20項美術作品有關的版權登記證書；(ii) 359項註冊商標；及(iii)一個註冊域名。

就我們音樂作品的版權登記而言，毋須或並不要求對音樂作品的版權進行登記，因為根據中國法律，音樂作品的版權被視為屬於音樂作品的製作人並由其擁有。因此，在我們製作自己的音樂作品時，無論音樂作品的版權是否已註冊，我們都擁有版權。儘管如此，我們有嚴格的內部措施來保護我們的知識產權，我們的法律部門負責保護我們的知識產權免受任何侵犯。

競爭

我們於業務運營所處的中國娛樂業的各個領域與不同的參與者展開競爭。

就藝人管理業務而言，我們相信市場競爭的基礎為簽約藝人的素質以及識別、培養及提升新人的能力。我們相信競爭優勢在於完善及獨特的培訓計劃、強大的藝人管理及宣傳能力以及不同業務部門之間的協同效應。我們與多個行業參與者，包括領先的國內及國際品牌、頂尖媒體平台、內容製作商、廣告傳媒公司及音樂服務供應商的長期合作關係亦為我們取得市場領先地位的關鍵因素。

業 務

就音樂IP製作及運營業務而言，我們認為我們面臨著來自其他唱片公司的競爭，該等唱片公司擁有更多的音樂IP。

牌照及許可證

據中國法律顧問告知，本公司已獲得本公司運營所需的所有重要牌照、許可證及批准，截至最後實際可行日期，該等牌照、許可證及批准仍有效。下表載列我們截至最後實際可行日期為運營持有的關鍵中國許可證。

牌照	發證機關	持有人	簽發日期	屆滿日期
營業性演出許可證	北京市文化和旅遊局	樂華有限公司	2021年10月20日	2023年10月19日
營業性演出許可證	天津市文化和旅遊局	天津樂華	2021年5月24日	2023年5月31日
營業性演出許可證	西藏自治區文化廳	西藏樂華	2021年12月31日	2024年1月9日

我們定期監察牌照及許可證的有效期，並於到期日前及時申請續期相關牌照及許可證。於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們在為我們的業務營運取得或更新所需牌照及許可證方面並無遇到任何重大困難。

工作場所安全

我們在業務運營中重視職業健康及工作安全。我們已採取預防方法，著重危害管理及風險評估。為協助此方法有效實行，我們已制定安全計劃及內部規則，通過在派發予所有僱員的員工手冊中訂明各種安全措施，為僱員提供安全及健康的工作環境。

於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們在運營期間並無發生任何重大事故，亦無因人身或財產損失或健康或安全相關賠償而遭受任何重大索賠。

環境、社會及企業管治

我們堅信，企業社會責任和可持續增長有助於我們行業和業務的持續繁榮。我們致力於將環境、社會及企業管治（「環境、社會及管治」）方面的原則與我們日常業務的各個方面結合起來。董事會共同及整體負責制定、採納及檢討本集團的環境、社會及管治願景、政策及目標，並定期評估、釐定及處理環境、社會及管治相關風險。董事會亦可能於[編纂]

業 務

後評估或委聘一名或多名獨立第三方評估環境、社會及管治風險並檢討現有策略、目標及內部監控。我們將持續實施及監察我們的環境、社會及管治策略，以遵守適用法律、法規及指引的建議及規定。

環境可持續發展

雖然我們的業務運營不會產生對我們的環境有直接影響的污染物，但我們已採用許多內部政策來促進我們對環境的承諾以及減少我們的碳足跡。具體而言，連同其他措施，我們(i)積極鼓勵採購團隊為辦公室採購可回收材料；(ii)促進使用電子文件，以減少紙張的使用；(iii)指示員工於離開會議室後和下班前關閉室內燈、電子設備和空調；(iv)對空調進行溫度控制；(v)推廣使用線上視頻會議系統，避免不必要的出差；(vi)在辦公室設置垃圾分類箱；(vii)制定內部政策，應對上述員工節電和減少用紙要求；及(viii)設置廢舊電池回收容器以防止污染。此外，我們的簽約藝人亦積極參與各種環保運動，以提高人們對這一主題的認識。例如，王一博先生及胡春楊先生參與各種公益，呼籲人們增強環保意識，並倡導低碳生活方式，以減少溫室氣體及節約資源。

於業務紀錄期，我們並無涉及任何重大職業、健康及安全或環境事項，並於所有重大方面均符合相關法規。

社會責任

我們將企業社會責任視為我們企業文化的基本組成部分。我們致力於通過慈善事業促進企業社會責任，引導我們的簽約藝人成為下一代的榜樣。

我們積極支持抗擊COVID-19疫情。我們聯同我們的業務合作夥伴及我們的簽約藝人，向受影響的城市捐贈防護服及其他必要物資。我們的簽約藝人亦演唱許多音樂作品，向抗擊COVID-19疫情的一線工作者致敬，在艱難時期傳遞愛與希望。在河南省暴雨洪災期間，我們及我們的簽約藝人與慈善組織合作，為抗洪救災工作貢獻力量。

我們相信演藝的力量可鼓勵人們發揮積極的社會影響力，故我們鼓勵我們的簽約藝人參與對年輕一代具有啟發性的高質素音樂作品、電影及劇集的表演。例如，王一博先生主演劇集《理想照耀中國之抉擇》，孟美岐女士演唱歌曲《千里同好》，朱正廷先生主演劇集《冰球少年》，孟美岐女士與吳宣儀女士合唱歌曲《一點點光》，胡春楊先生演唱歌曲《2022去北京》，以及王晰先生演唱歌曲《漫長的告別》。

我們深知可持續發展環境的重要性，並致力於加深公眾對環境保護的瞭解及呼籲公眾支持環保事業。我們鼓勵我們的簽約藝人參與環保活動，例如李汶翰先生、韓庚先生和

業 務

胡春楊先生與環保組織合作，提倡保護野生動物、可持續使用自然資源、減少污染及對抗氣候變化。

我們亦高度重視弱勢群體的公益重要性，致力發揮我們的影響力，為彼等提供協助和支持。例如，王晰先生參與一項為偏遠鄉村兒童提供免費午餐的活動。范丞丞先生亦參與慈善活動，為弱勢群體籌款。

此外，我們鼓勵我們的簽約藝人向更廣泛的人群推廣體育及體育賽事。例如，王一博先生與多個體育組織合作推廣滑板、冬季運動及舞蹈等體育活動；黃明昊先生擔任2022年國際體育賽事火炬手及社交媒體平台的冰雪推廣大使；朱正廷先生參與以體育為主題的綜藝節目「飄雪的日子來看你」及參與「愛的明信片」活動。

僱員關愛

我們將繼續以包括(但不限於)誠實、奉獻和熱情在內的總體價值觀來建設本公司。我們為僱員提供平等的機會，不分性別、年齡、種族、宗教或任何其他社會或個人特徵。我們推崇多樣性，並希望為所有僱員提供一個包容的工作空間，使彼等能夠因工作而感到受重視及讚賞。我們重視每位僱員於不同職位的貢獻，並致力提供公平及平衡的薪酬計劃以及清晰的職業規劃。我們亦提供各種福利，如年度體檢及膳食津貼，以支持僱員的健康及福祉。

僱員

截至2021年12月31日，我們有195名全職僱員，其中147名身處中國。逾132名的僱員擁有學士或以上學位。下表載列截至2021年12月31日按職能劃分的僱員人數。

	僱員人數	佔總數的百分比
藝人運營.....	54	27.7%
藝人培訓.....	32	16.4%
藝人宣傳.....	27	13.8%
音樂及泛娛樂業務.....	32	16.4%
行政.....	50	25.7%
總計.....	195	100.0%

社會保險及住房公積金

於業務紀錄期，我們未能根據相關中國法律及法規為樂華有限公司、天津樂華及西藏樂華的部分僱員全額繳納社會保險及住房公積金。未按時於指定期間足額繳納社會保險須按日加收我們欠繳數額0.05%的滯納金。倘該款項逾期仍未於規定期間繳納，則由主管機

業 務

構進一步處欠繳數額一倍至三倍的罰款。根據相關中國法律及法規，倘未能足額繳納規定的住房公積金，則由住房公積金管理中心責令限期繳存未繳金額；倘於該時限內仍不繳納款項，可以申請中國法院強制執行。

就我們所悉及根據相關政府機構向相關子公司發出的書面確認，於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，相關監管機構並無就我們的社會保險及住房公積金供款採取任何行政行動或處罰，我們亦無接獲任何清繳不足金額的指令。此外，截至最後實際可行日期，我們並不知悉已由我們僱員提出有關社會保險及住房公積金政策的任何投訴。

我們已加強我們的內部控制措施，包括指派我們的人力資源部門定期審閱及監察社會保險及住房公積金的申報及供款，並經相關子公司確認。我們已採取行動為子公司的所有僱員作出全額供款。我們將定期諮詢我們的中國法律顧問，以就相關中國法律及法規取得意見，使我們瞭解相關監管發展的最新情況。

於業務紀錄期，子公司天津樂華及西藏樂華聘請第三方人力資源機構為我們若干僱員繳納社會保險及住房公積金。有關安排(儘管在中國並不少見)並無嚴格遵守相關中國法律及法規。我們與第三方人力資源機構簽訂該等支付安排，以使天津樂華及西藏樂華的僱員能在工作所在地享受社會保險和住房公積金。該第三方人力資源機構已書面確認其已按照我們與彼等訂立的協議支付有關供款。

截至最後實際可行日期，我們已終止與該第三方人力資源機構訂立的安排。我們目前直接為所有僱員繳納社會保險和住房公積金。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，社會保險及住房公積金供款不足，以及通過第三方人力資源機構繳納的社會保險及住房公積金的總金額分別為人民幣1.8百萬元、人民幣2.4百萬元及人民幣1.5百萬元。

我們的董事認為，基於以下原因，上述未能完全遵守相關中國法律的情況不會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響：(i)就我們所悉及根據主管政府機構向相關子公司發出的書面確認，於業務紀錄期，我們並無被處以任何行政處罰；(ii)於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並不知悉任何僱員向我們提出有關社會保險及住房公積金的投訴，亦無因社會保險及住房公積金而與僱員發生勞資糾紛；(iii)截至最後實際可行日期，我們並無收到相關中國部門的通知，要求我們補繳有關社會保險及住房公積金的欠款或任何逾期

業 務

費用；(iv)相關子公司已承諾，如中國有關當局發出正式通知，將在規定時限內支付社會保險及住房公積金供款的尚未支付金額；及(v)誠如中國法律顧問所告知，考慮到上述事實，我們因未能為僱員足額繳納社會保險及住房公積金供款而被由相關中國機構追繳歷史欠費或由相關中國機構處以處罰的可能性甚低。

保險

根據中國法規的要求以及對運營需求及行業慣例的評估，我們維持相應的保險政策。中國法律不要求我們投保業務中斷保險、關鍵人員人壽保險、第三方責任保險或為租賃物業投保。我們亦不為與合同安排有關的風險投保。請參閱「風險因素 — 與業務及行業有關的風險 — 我們有限的保險範圍可能使我們面臨高昂的成本及業務中斷。任何未投保的業務中斷、重大訴訟或自然災害事件都可能使我們承擔高昂成本，此可能對經營業績產生不利影響」以瞭解詳情。

董事相信保險範圍充分合適，符合行業規範。我們會定期檢討，並會對保險範圍作出必要及適當的調整。於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，本公司未根據保險單提出任何重大索賠。

物業

於業務紀錄期，我們擁有或租賃物業以進行業務運營。該等物業主要用作上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動。我們的物業主要包括主要用作我們辦公場所、訓練生的培訓設施及宿舍的土地及建築物。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們於韓國首爾江南區論峴洞403號擁有一項物業（「韓國物業」），用作樂華韓國的總部。部分韓國物業由本集團持有出租。根據本集團截至2021年12月31日的最新經審計合併財務狀況表，由於韓國物業租賃部分的賬面值低於我們總資產的1%，根據上市規則第5.01A(1)和5.01B(1)條，我們毋須包含有關我們在韓國物業權益的估值報告。

根據上市規則第5章及公司條例第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司條例第342(1)(b)條有關公司條例附表3第34(2)段的規定（該條例規定就我們在土地及樓宇的所有權益編製估值報告），原因是截至2021年12月31日，我們並無單一物業的賬面值佔我們總資產的15%或以上。

業 務

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們於中國及韓國向獨立第三方租賃多項物業，總樓面面積分別約5,338平方米及4,404平方米，主要用作辦公場所、訓練生的培訓設施及宿舍。於業務紀錄期，我們在續訂租賃協議或尋找新處所時並無遇到任何重大困難。此外，我們預計在相關租約到期時續約不會有任何重大困難或障礙。

根據適用中國法律及法規，物業租賃合同必須向中國住房和城鄉建設部的當地部門登記。截至最後實際可行日期，我們尚未就我們在中國租賃的若干物業取得租賃登記，主要是由於難以促使出租人配合登記該等租賃。該等租賃的登記將需要出租人的配合。我們的中國法律顧問已告知我們，根據中國法律，未登記租賃合同將不會影響租賃協議的有效性。然而，主管部門可能會要求我們糾正違規行為，倘我們未能在規定的期限內糾正，每項未登記租賃可能被處以最高人民幣10,000元的罰款。請參閱「風險因素 — 與業務及行業有關的風險 — 我們可能會因未在中國登記租賃協議而面臨處罰」。

合規與訴訟

我們於正常業務過程中可能涉及法律或其他爭議。於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何實際的或未決的訴訟、仲裁或行政程序(包括任何破產或接管程序)，我們認為此將對業務、運營業績、財務狀況或聲譽產生重大不利影響。董事於業務紀錄期及直至最後實際可行日期並無涉及實際或潛在的重大申索或訴訟。

我們於正常業務過程中受中國法律及法規的約束。請參閱「監管」以瞭解詳情。據本公司中國法律顧問告知，除本文件所披露者外，於業務紀錄期及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面已遵守適用的中國法律及法規。

風險管理及內部控制系統

運營風險管理

我們的業務運營面臨各種風險，如日常運營管理、財務報告及記錄、遵守適用法律及法規及中國監管環境變動。有關我們面臨的各種風險的披露詳情，請參閱「風險因素」。

由於風險管理對我們的增長及成功至關重要，我們已實施我們認為適合我們業務運營的詳細政策和程序。為監控我們的風險管理政策的持續實施，我們已經並將在我們業務

業 務

運營的各個方面採取強有力的措施，例如財務報告、人力資源、知識產權及信息系統。我們致力建立及維持有效的風險管理方法，嚴格遵守法律及合規規定，以促進業務增長。

監管合規風險管理

我們須遵守多個司法管轄區的不斷變化的監管規定，包括就我們於多個司法管轄區的業務營運取得及重續若干牌照、許可證、批文及證書的規定。為有效管理我們持續遵守適用於我們業務的法律及法規，我們已實施若干內部控制措施。

我們的法律團隊負責定期監察我們經營所在司法管轄區的相關政府機關頒佈的法律、法規及政策的變動，以確保我們取得經營業務所需的牌照，且我們對適用規定有最新瞭解。彼等亦定期檢討我們的牌照及許可證的狀況，並將即將到期的牌照及許可證續期。我們致力於根據法律、法規及行業標準的變動不斷改善我們的內部政策，以更好地管理任何監管合規風險。

財務報告風險管理

我們已實施一系列與財務報告風險管理相關的會計政策，例如財務報告管理政策、財務報表編製政策、資金管理政策以及財務章管理政策。我們已設計並維持一致的會計政策實施程序，我們的財務部門根據該程序審查我們的管理賬目。

知識產權風險管理

我們致力於建立及維護知識產權風險管理及內部控制程序，以保護我們的知識產權並防止因侵犯第三方知識產權而導致的責任。我們的法律團隊負責審批合同及保護我們的合法權利，包括知識產權。我們的法律團隊亦牽頭確保及時就商標、版權及專利註冊向主管部門作出所有必要申請或備案，且我們的知識產權受相關法律及法規保護。請參閱「知識產權」以瞭解有關我們在知識產權風險管理方面的努力和措施的更多信息。

人力資源風險管理

我們為僱員安排培訓課程，以增加彼等對我們內部政策的瞭解。我們已制定僱員手冊，並已派發予全體僱員。該等文件載有有關反貪污、職業道德、保密、表現評估及工作場所安全等事宜的內部規則及指引。我們亦向全體僱員發佈反貪污及反賄賂行為守則，以防止本公司內部出現貪污行為。

業 務

企業管治措施

董事會負責並擁有監督本公司業務運營的一般權力，並負責管理本公司整體風險。董事會負責考量、審閱及批准任何涉及重大風險的重大業務決策。董事會將監察我們風險管理政策及企業管治措施的持續實施。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即劉亞先生、呂濤先生及黃九嶺先生，劉亞先生為委員會主席，彼具備上市規則第3.10(2)條及3.21條所規定的適當資格。有關審核委員會成員的專業資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」。