

業 務

概 覽

我們是中國的移動廣告服務供應商。我們主要提供移動廣告解決方案服務予客戶，供其在我們媒體夥伴所營運的媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務。我們的服務包括移動營銷規劃、廣告素材製作、廣告投放、廣告優化及廣告活動管理。我們擬改善移動廣告的注目程度及盡量提高對目標移動用戶的曝光率，以達成客戶的營銷目標及提高其投資回報。我們亦透過購買廣告庫存並於媒體平台投放客戶的移動廣告來提供廣告分發服務。

自二零一五年起，經過歷年營運，我們已於提供移動廣告服務及服務中國不同行業客戶方面累積豐富經驗。我們的客戶包括直接廣告商及廣告代理。於往績期間，我們的客戶包括中國快速增長的科技公司、成熟的社交網絡軟件開發商及頂尖的內容應用程式開發商。截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們服務超過130名來自各行各業的客戶，涵蓋中國科技及互聯網服務、金融服務及遊戲行業。我們於往績期間的五大客戶包括在認可證券交易所上市的公司的成員公司。

我們認為多元廣告分發網絡對我們於移動廣告行業維持佳績極為重要。故此，我們致力與知名媒體夥伴發展及建立穩固的業務關係，確保可順利及穩定地供應廣告庫存以供我們投放移動廣告。媒體夥伴包括媒體發佈商(即媒體平台營運商)及其他媒體發佈商的媒體代理。於二零二二年五月三十一日，我們已與5名媒體發佈商建立業務關係，彼等均為中國著名科技公司，我們可在該等媒體發佈商營運的超過20個媒體平台直接分發移動廣告。該等媒體平台包括領先的短視頻平台、搜尋引擎平台、新聞及資訊內容平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台。憑借廣泛的廣告分發網絡，我們可投放移動廣告，向擁有不同興趣的廣大移動用戶，營銷客戶的品牌、產品及服務。

我們亦認為，我們強大的內部內容製作能力是我們業務增長的另一個動力。我們制定及製作富有創意且對移動用戶具吸引力的移動營銷計劃和廣告內容，提高廣告活動的營銷成效。再者，我們密切監察市場趨勢並增加廣告格式組合，由靜態圖像及文字至短視頻，以滿足市場需求。鑑於互聯網速度加快及移動用戶的閱讀及瀏覽習慣改變，導致視頻格式的移動廣告興起，我們於二零一八年開始製作視頻格式的移動廣告，並於二零二零年建立設有不同主題多元拍攝場景的視頻製作基地。我們目前能夠以文字、圖片及／或視頻格式製作可滿足客戶的營銷目標的廣告內容和廣告素材。憑藉我們優秀的內容製作能力，我們於二零二一年獲其中一名主要媒體發佈商(即供應商B)頒發「最具創意代理」大獎。

業 務

由於我們能夠為客戶制定移動廣告解決方案及提高移動廣告效益，我們於往績期間的廣告解決方案服務需求有所增長，而且移動廣告解決方案服務為我們的業務帶來重大貢獻。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，移動廣告解決方案服務產生收益分別約人民幣360.1百萬元、人民幣343.4百萬元、人民幣433.3百萬元及人民幣160.7百萬元，佔我們總收益的比例越來越高，分別約84.8%、90.9%、92.1%及92.5%。

於往績期間，我們將資源集中在營銷預算較高及需求流量的客戶身上，以提高營運效率。每名客戶產生的移動廣告服務平均收益(按總收益除以客戶總數計算)由截至二零一九年十二月三十一日止年度的約人民幣1.1百萬元增至截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣1.6百萬元，再增至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣2.0百萬元。客戶的平均收益由截至二零二一年五月三十一日止五個月的約人民幣1.0百萬元增加至截至二零二二年五月三十一日止五個月的約人民幣1.3百萬元。

競爭優勢

我們希望利用自身的競爭優勢加強我們的市場地位及進一步擴大我們的業務。我們認為以下競爭優勢有助我們邁向成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出。

與在中國營運領先的媒體平台的頂級媒體夥伴建立關係

自二零一五年起，經過歷年營運，我們已逐步擴張廣告分發網絡，並與在中國營運領先的短視頻平台、搜尋引擎平台、新聞及資訊內容平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台的頂級媒體夥伴建立業務關係。於二零二二年五月三十一日，我們為5名媒體發佈商的分發商，彼等為中國著名科技公司，我們可在彼等營運的超過20個媒體平台直接分發移動廣告。該等媒體平台提供不同的內容，以吸引擁有多元習慣及喜好的移動用戶。

根據艾瑞諮詢報告，以媒體平台直接產生的廣告收益計算，四大互聯網企業(即阿里巴巴、字節跳動、騰訊及百度)於二零二一年佔中國移動廣告行業超過70%的市場份額。部分主導市場的業者為其媒體平台設置幾名選定分發商，以免過分依賴任何特定單一分發商。有意於該等媒體平台投放移動廣告的廣告商或廣告服務供應商，通常傾向透過該等選定分發商投放移動廣告。於往績期間，本集團獲部分龍頭市場參與者甄選為選定分發商。

業 務

我們的業務策略是在擁有不同內容及性質的均衡媒體平台組合發展及維持廣泛的移動廣告分發網絡，藉此可於移動用戶常用且流量穩定及龐大的媒體平台，以及有特定共同興趣的移動用戶使用且增長潛力相對向好的媒體平台投放移動廣告。於二零二二年五月三十一日，我們作為5名媒體發佈商的分發商，可在不同內容的媒體平台上取用廣告庫存，並接觸到擁有各種興趣的移動用戶，我們亦可收集及分析該等媒體平台上不同移動用戶的專有統計數據，從而為客戶度身訂造更切合其廣告需要的移動廣告解決方案，達成其目標。據此，董事認為擁有廣泛的網絡以便於各個不同媒體平台投放廣告有利我們於中國快速發展的移動廣告行業中擴張業務。我們亦可向客戶提供更多媒體平台選擇以迎合其不同的廣告需要及目標，此舉不僅讓我們掌握更多商機，亦提高我們在行內的競爭力。

我們一般透過招標程序或商業磋商獲認可為媒體夥伴的分發商。我們不時獲媒體夥伴邀請對成為分發商提交標書。成為不同媒體夥伴的分發商以於不同媒體平台分發移動廣告的條件各異。一般而言，媒體夥伴考慮申請人的資格時會顧及的因素包括(i)過往廣告交易額；(ii)客戶群及其質素；(iii)客戶來源；(iv)人力資源，特別是銷售人員及項目優化人員的人數；(v)付款記錄及財務實力；及／或(vi)市場聲譽。倘我們認為成為該等媒體夥伴的分發商在回贈率及／或信貸期方面有利於業務，則我們會提交申請及相關證明文件及／或建議書，以供初步篩選。於往績期間，我們已成功擴展我們的廣告分發網絡。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別為3名、3名、5名及5名媒體發佈商的分發商。董事確認，於往績期間及截至最後可行日期，我們並無被媒體夥伴褫奪作為分發商的資格，亦無收到媒體夥伴的任何重大投訴。

在內部內容製作團隊的支持下能夠提供度身訂造及全面的廣告解決方案

我們的移動廣告服務在內部內容製作團隊的支持下，以不同格式(例如文字、圖像及／或短視頻)創建及設計廣告內容，乃為達致客戶的營銷目的及吸引移動用戶而度身訂造。我們的內部內容製作涵蓋設計、移動廣告拍攝及後期製作(包括聲音及圖像後期加工)。憑藉我們的製作能力，我們能夠製作不同格式的廣告內容及廣告素材，有關內容及素材乃專門為迎合客戶的多元化需求而度身訂造。有關內部廣告內容製作服務的更多詳情，請參閱本節「廣告內容製作能力」。

業 務

根據艾瑞諮詢報告，鑑於手機滲透率高及網絡速度更快的5G移動技術日漸普及，移動用戶較為傾向於手機觀賞影片以代替靜態圖片。中國移動廣告行業的市場規模由二零一七年的約人民幣2,550億元增加至二零二一年的約人民幣8,360億元，複合年增長率為約34.6%，預期於二零二六年將達致約人民幣15,710億元。隨著移動裝置的影響力及普及性增加，以及媒體的用戶遷移模式，廣告行業中移動廣告市場的份額與日俱增。移動廣告市場在二零二一年佔中國線上廣告行業約88.8%，預期於二零二六年將達致約91.4%。鑑於此趨勢，為擴充我們的服務範圍，我們於二零一八年開始製作短視頻移動廣告及於二零二零年在北京建立設有不同主題多元拍攝場景的視頻製作基地。截至二零二二年五月三十一日，內容製作團隊由26名人員組成，我們亦於北京設有一個製作基地。於往績期間，我們成功擴充視頻製作能力。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別製作了超過4,000段、19,000段、41,000段及9,000段視頻片段。有賴內部內容製作能力的成績，我們目前提供短視頻片段服務以滿足不同客戶所需，其構成廣告解決方案服務的一部分。為迎合客戶需求，本集團亦以獨立服務形式提供內部視頻製作。

憑藉我們的內部視頻製作能力，本集團可提供移動廣告解決方案服務予客戶，涵蓋項目計劃、意念構思、撰稿、視頻拍攝及編輯、後期製作視頻以於媒體平台分發視頻格式的移動廣告，視乎客戶的需求及預算計劃而定。提供視頻製作擴闊了我們的服務範圍，客戶可外判整個營銷項目予本集團，從而提高其對本集團的依賴程度。我們能夠提供定制及全面的廣告解決方案以滿足客戶的需要。有了該等製作能力的支持，我們能夠擴充移動廣告解決方案業務及增加移動廣告解決方案服務客戶數目。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們有7名、35名、52名及115名委聘我們提供移動廣告解決方案服務的客戶。我們將持續密切監察客戶所需及要求，並盡力增加我們的服務供應以迎合市場需求。此外，我們的內部製作能力獲供應商廣泛認可。於二零一九年及二零二零年，我們獲媒體發佈商供應商B授予「傑出合作夥伴」的榮譽。於二零二一年，我們獲媒體發佈商供應商B授予「最具創意代理」大獎。憑藉我們的內容製作能力，我們可與頂級媒體發佈商建立業務關係，並可成功擴大我們的廣告分發網絡。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別為3名、3名、5名及5名媒體發佈商的分發商。此外，我們強大的製作能力獲廣告行業其他業者認可。於往績期間，我們獲其他媒體代理(亦為移動廣告服務供應商)委聘，為其廣告商提供移動廣告解決方案服務及視頻製作服務。

業 務

與大型客戶的穩固業務關係

我們向客戶提供移動廣告解決方案服務，並專注於信息流廣告。我們已經營多年，於提供移動廣告服務累積豐富經驗及了解不同行業的客戶的營銷需求。我們能夠提供信息流廣告，乃為達成客戶的營銷目標及提高其投資回報而度身訂造。

我們匯聚資源於營銷預算較高及需求流量的客戶，以提高營運效率。於往績期間，客戶包括中國快速增長的科技公司、成熟的社交網絡軟件開發商及頂尖內容應用程式開發商。我們於往績期間的五大客戶包括獲認可證券交易所上市公司的旗下公司。我們能夠向彼等提供移動廣告服務以滿足其營銷需求。我們不時為該等客戶提供報告及分析最新市場趨勢及移動用戶對廣告投放的反應，並向彼等提出建議以提高廣告成效及提升投資回報。我們在提供廣告解決方案服務以實現大型公司的營銷目標方面已累積多年經驗。憑藉我們提供優質移動廣告解決方案服務的能力，我們於往績期間已大致與五大客戶維持1至6年的業務關係。詳情請參閱本節「客戶—客戶集中情況」。

盡忠職守及穩定的管理團隊

我們自二零一五年開業以來，一直聘有一支盡忠職守及穩定的管理團隊，對推動我們的業務增長至關重要。董事會主席趙先生於科技及互聯網行業擁有超過15年的豐富銷售及營銷經驗。加入本集團之前，彼任職於阿里巴巴集團一間附屬公司及多間通訊工程公司。行政總裁余先生亦於中國的科技及互聯網行業累積了約20年的銷售及營銷經驗。加入本集團之前，彼於多間科技及移動通訊公司擔任副總經理及監事，專注於線上銷售及分發服務。趙先生及余先生同樣於科技行業擁有豐富的工作經驗，能夠明白科技及互聯網行業公司的營銷需求。營運總監聶先生亦於中國的媒體及科技行業擁有豐富知識及超過15年的業務管理及發展經驗。彼於一間媒體公司擔任營運副董事約6年，負責銷售及營銷拓展，該公司於綜合互聯網平台提供優質內容。此前，彼曾任職於軟件及科技公司，負責提供平台開發服務。我們認為，董事的行業經驗乃本集團成功的一大要素。我們的高級管理層具備起碼5年年資。彼對媒體平台的運作及移動用戶的習慣和喜好了解透徹。憑藉管理層對營銷、科技及互聯網行業的深入認識，我們相信我們能夠提供符合客戶所需的移動廣告服務。

業 務

鑑於上文所述，我們相信管理團隊的深厚經驗及彼等在提升我們整體業務的強大執行力，為我們帶來了寶貴的行業見解及專業知識，使我們在其領導下從競爭對手中脫穎而出、有效管理營運及成功實施我們的策略及未來計劃。

策略及未來計劃

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

繼續通過擴大客戶基礎及廣告分發網絡，擴充我們在中國的移動廣告業務

我們將繼續擴充在中國的移動廣告業務。根據艾瑞諮詢報告，中國移動廣告行業的市場規模已由二零一七年的約人民幣2,550億元增加至二零二一年的約人民幣8,360億元，複合年增長率為約34.6%。於二零二二年至二零二六年，移動廣告行業的市場規模預期將以約12.4%的複合年增長率增長，於二零二六年將達致約人民幣15,710億元。我們擬通過以下策略，抓住移動廣告行業預期增長所產生的商機：

- **將資源集中於服務營銷預算較高的客戶：**於往績期間，我們將資源集中於營銷預算較高及對流量需求較大的客戶，以提升營運效益。每名客戶的平均收益(按總收益除以客戶總數計算)由截至二零一九年十二月三十一日止年度的約人民幣1.1百萬元逐步增加至截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣1.6百萬元，再增加至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣2.0百萬元。客戶的平均收益由截至二零二一年五月三十一日止五個月的約人民幣1.0百萬元增加至截至二零二二年五月三十一日止五個月的約人民幣1.3百萬元。有賴我們策略的成功，我們錄得純利增加。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，純利分別約為人民幣49.0百萬元、人民幣49.8百萬元及人民幣57.5百萬元。我們會繼續將資源集中於服務營銷預算較高及有流量需求的客戶。就移動廣告服務而言，向媒體夥伴購買廣告庫存至收到客戶付款之間存在時差。部分媒體夥伴要求我們就購買廣告庫存預付款項。請參閱本節「廣告庫存競投程序 — 營運資金週期」。於二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日以及二零二二年五月三十一日，我們向媒體夥伴作出的預付款項分別約為人民幣180.3百萬元、人民幣146.7百萬元、人民幣179.3百萬元及人民幣181.5百萬元，分別佔我們資產總值約49.7%、38.3%、38.6%及39.7%。為能夠服務營銷預算較高的客戶，我們需要足夠的營運資金以撥付給予媒體夥伴的預付款項及維持現金流量穩健。我們亦計劃招攬營銷預算高的新客戶，以擴充業務及實現持續增長。我們可能需要就購買

業 務

廣告庫存安排為新客戶預付款項。因此，我們需要更多營運資金以促進業務發展。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以加強資金基礎，擴充移動廣告業務；

- **擴大廣告分發網絡：**我們認為，多元化的廣告分發網絡對我們在行業內的持續成功及發展至關重要。通過多元化的廣告分發網絡，我們能在具備不同內容的各種媒體平台上投放移動廣告，從而使我們的移動廣告能夠到達更多多元化的目標受眾群及更貼切地滿足客戶的特定需求。於往績期間，我們能夠成功擴大廣告分發網絡。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別為3名、3名、5名及5名媒體發佈商的分發商。我們將維持與現有媒體夥伴的業務關係，亦將繼續探索機會，以多樣化發展及擴大我們的廣告分發網絡。除了維持廣泛的廣告分發網絡外，我們亦計劃通過增加媒體夥伴數目擴闊網絡，以接觸到擁有更多元興趣的的移動用戶，這可為我們帶來潛在營銷機會。媒體夥伴一般要求我們向彼等提供可退回按金。於二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日以及二零二二年五月三十一日，我們向媒體夥伴支付的按金分別約為人民幣60.4百萬元、人民幣20.9百萬元、人民幣22.5百萬元及人民幣13.7百萬元。為擴大廣告分發網絡，我們需要更多營運資金以用於向媒體夥伴支付可退回按金。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以在擴大廣告分發網絡時向媒體平台支付可退回按金；及
- **擴充營運以支持我們不斷增長：**為壯大我們服務營銷預算較高及有流量需求的客戶的能力，我們將加大營銷力度，以維持與現有客戶的業務關係，同時探索與快速增長行業中具廣告需求的大型公司新客戶的商機。我們計劃於截至二零二三年十二月三十一日止年度增聘(i)2名具備約5至7年行業經驗的銷售總監；(ii)8名具備約3至5年行業經驗的銷售經理；及(iii)8名具備約1至2年行業經驗的銷售助理，以逐步壯大銷售及營銷團隊。為擴大廣告分發網絡及探索新媒體平台，我們將不時評估新的市場趨勢及移動用戶的行為，並尋求與新媒體夥伴的商機。我們亦計劃於截至二零二三年十二月三十一日止年度增聘1名具備約5至7年行業經驗的助理總監及1名具備約3至5年行業經驗的經理，以壯大媒體平台管理團隊。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以擴充營運以支持我們在移動廣告行業的業務發展及持續增長。

業 務

繼續擴大短視頻製作能力

在向客戶提供移動廣告服務方面累積了厚實經驗後，我們於二零一八年擴展移動廣告的格式至涵蓋短視頻。我們擬投入更多資源擴大視頻製作能力，通過以下策略抓住因增長及發展所帶來的商機：

- **將製作基地擴展至更大的場所：**為配合增長，我們計劃於二零二二年九月或前後將製作基地擴展至中國長沙一個更大的場所。董事認為長沙是中國媒體業的製作基地，大型廣播公司及媒體公司均選址長沙，因此我們會適時招聘具有相關媒體製作工作經驗的適合人士。我們計劃逐步在該製作基地搭建不同主題的多元拍攝場景及經升級的現場拍攝設施。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以擴充製作基地及建立各種拍攝場景；
- **壯大內容製作團隊：**隨著移動廣告服務的需求增加，我們壯大內容製作團隊以支持業務增長。我們計劃於截至二零二三年十二月三十一日止年度增聘38名僱員，包括1名具備約3至5年行業經驗的拍攝總監、1名具備約1至2年行業經驗的動畫設計師、2名具備約1至2年行業經驗的編輯、3名具備約1至5年行業經驗的設計師、5名具備約1至5年行業經驗的攝影師、7名具備約1至5年行業經驗的後期製作工作人員、8名具備約1至5年行業經驗的編劇及11名具備約1至5年行業經驗的支援人員。我們相信擴展內容製作團隊後，將提升製作能力及增加我們各種形式的移動廣告的多樣性，滿足客戶的需求。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以壯大內容製作團隊；
- **提升製作質量：**我們計劃購置新設備，如專業相機及燈光系統，視頻製作及編輯所需的先進軟件及其他必要的設備及軟件，以提升視頻製作質量。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以購置新設備及軟件，提升製作質量。

業 務

優化及升級自家開發平台的功能

我們相信在經升級的資訊科技系統的支持下，我們可更快捷及有效地擴充業務及營運規模。因此，我們擬透過實施以下計劃，優化及升級自家開發的平台，該平台目前供內部用作ERP(企業資源規劃)系統：

- **增加自家開發供內部使用的平台的功能：**我們計劃升級現有平台，擴大其功能，使該系統能從我們的媒體發佈商營運的媒體平台自動收集流量使用數據及移動用戶的行為數據。之後，我們可分析各種數據以供內部用於適時制定移動廣告解決方案。我們擬為平台添置算術功能，致使其可處理各種數據，例如表現數據及行為數據，以提高市場分析的準確度及讓我們緊貼最近的市場趨勢及發展。我們相信有了經升級的平台，我們可設計及制定更有效的移動廣告解決方案，為客戶提供更好的服務及實現廣告目標。該平台亦可實時對移動廣告的表現進行分析。實時數據對於審查我們的廣告投放的性能及效果非常有用，使我們能調整投標價格及廣告投放，以滿足我們客戶的期望，並提高彼等的投資回報。隨著我們系統的升級，我們相信，我們將更能(i)深入洞察及了解我們的客戶的需求及營銷目標；(ii)根據最新的市場趨勢制作合適的移動廣告；(iii)為我們的客戶提供更多定制的移動廣告解決方案，從而提高客戶對我們的體驗。此外，從升級系統收集數據後，項目改良商將能在發佈後階段獲取有用的資料，供其分析移動用戶於一段時間內對我們的廣告投放的反應，以及不同佈局、主題和廣告設計等資訊，以便我們可調整及完善廣告策略及廣告投放，使之更行之有效。基於從我們升級後的系統中檢索到的信息，我們便可以提供更好的競價，並向客戶提出更多定制的移動廣告解決方案，以更好地滿足客戶的期望，提高彼等的投資回報。我們計劃委聘獨立第三方升級我們供內部使用的系統。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以升級我們供內部使用的系統。
- **增加自家開發供外部使用的平台的功能：**我們計劃提升系統，增設供客戶使用的SaaS功能，以提升工作效率及客戶在我們的用戶體驗。據艾瑞諮詢報告指，移動廣告行業的未來趨勢之一將是向客戶提供營銷SaaS，作為廣告服務的一部分。營銷SaaS將涵蓋廣泛的服務，包括戰略洞察、內容及創意、媒體和廣告以及客戶管理，其將(i)大大提高活動效率；(ii)減少資源消耗；(iii)積累重要的數據資產；(iv)提高透明度及獲得更好的活動即時反饋；及(v)支持營銷戰略優化。在SaaS技術的幫助下，我們將能夠為客戶提供移動廣告解決方案服務及實時的DSP及SSP廣告分發服務，以優化彼等在我們的用戶體驗及提高其投資

業 務

回報。我們還計劃將SaaS技術進一步應用於我們的內部視頻製作。這將確保我們向客戶實時分享關鍵信息，並進一步促進我們在移動廣告製作及交付方面的效率。有關技術可為我們的客戶及我們創造一個數據閉環，以優化內容製作及客戶溝通過程，提升我們的工作效率，縮短移動廣告製作的交付時間及改善客戶體驗。通過直接訪問內部綜合系統，客戶可直接下達廣告訂單，並即時了解其在我們平台上的廣告庫存定價、歷史記錄及廣告表現，並調整其廣告計劃以提升整體廣告效果。此外，SaaS技術也可以提供精確及有洞察力的營銷策略，並提供量身定做的廣告解決方案，以解決我們的客戶的多樣化營銷需求。我們計劃委聘獨立第三方升級我們供外部使用的系統。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以升級我們供外部使用的系統；及

- **壯大資訊科技支援團隊以維護及強化平台：**有了升級平台促進我們在移動廣告市場的持續增長後，資訊科技支援團隊將密切監察平台運作，並向員工及客戶提供必要的支援。資訊科技支援團隊亦將執行必要的維護工作，並不時調整或升級平台的功能。就此而言，我們計劃於截至二零二三年十二月三十一日止年度招聘12名員工，包括於截至二零二三年十二月三十一日止年度招聘1名具有超過7年行業經驗的新增營運總監；2名具有約5至7年行業經驗的新增營運經理；具有約3至5年行業經驗的3名新增廣告優化主管及2名新增廣告設計主管；3名具有約2年行業經驗的新增廣告設計師；及1名具有約1至2年行業經驗的新增數據分析師，以壯大資訊科技支援團隊。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以壯大資訊科技支援團隊。

尋求與具規模公司的業務合作及併購機會

我們計劃探索與海外媒體平台合作專攻電商市場的商機。據艾瑞諮詢報告指，由於(i)中國政府政策鼓勵本土品牌走出去戰略；(ii)二零二一年全球數碼人口超過46億；(iii)中國供應鏈升級及強大的生產能力；及(iv)品牌貨幣化渠道越來越多，特別是媒體平台不斷普及，越來越多的中國品牌走向海外，在覆蓋全球人口的媒體平台上銷售其產品。中國跨境電子商務行業的市場規模已由二零一七年的約人民幣2.2萬億元增加至二零二一年的約人民幣6.1萬億元，複合年增長率約為29.0%。受益於網絡消費滲透率的提高，預期於二零二二年至二零二六年跨境電子商務市場規模將以約24.1%的複合年增長率增長，市場價值將達到約人民幣18.5萬億元。

業 務

於二零二二年五月，我們成為客戶A在中國境外市場運作的一個熱門視頻平台的商業夥伴，我們可管理內容創作及可購物直播串流製作，以供零售商在該海外視頻平台出售其產品。我們將繼續探索與穩健公司合作，可為我們創造協同效益的潛在商機，以擴充及多元化發展業務。

再者，我們擬在中國或海外市場的廣告及營銷行業尋求併購機會，以進一步擴大我們的業務及優化我們的經營成果。我們的目標是收購或投資能夠與我們現有業務產生協同效應並能夠加強我們的解決方案服務和能力的公司，例如在電商平台提供直播內容、擁有穩固客戶基礎的營銷公司，以及在海外媒體平台提供產品銷售等廣告後期服務的營銷公司。董事將繼續監察及評估現有的機會。於最後可行日期並無識別目標，亦未有進行任何類型的磋商、訂立協議、諒解備忘錄或協定。我們擬應用[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)，以探索廣告及營銷行業的併購機會。

我們的業務

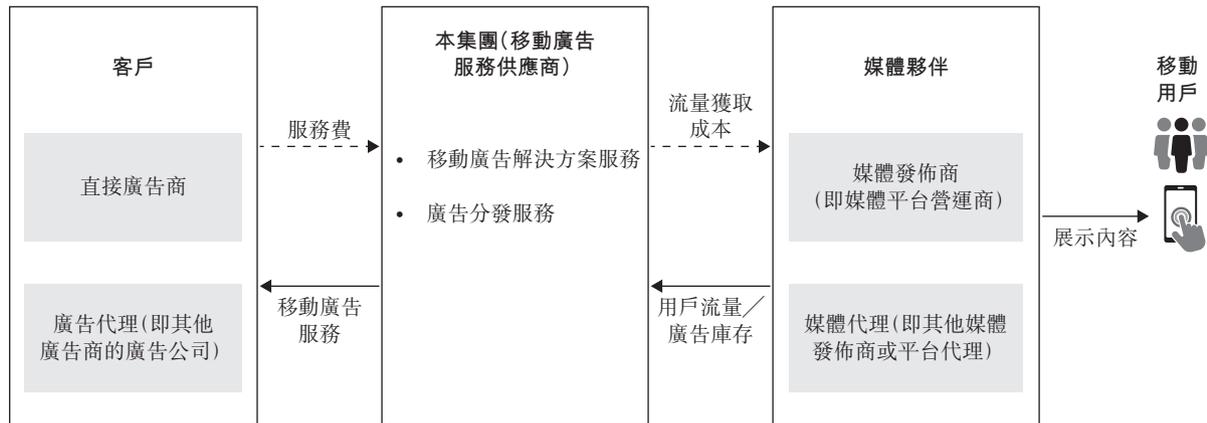
業務模式

我們主要為客戶提供移動廣告解決方案服務，以於我們媒體夥伴營運的媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務。我們的移動廣告解決方案服務包括移動營銷計劃、廣告創意製作、廣告投放、廣告優化及廣告活動管理。我們旨在優化移動廣告的宣傳，盡量增加其對目標移動用戶的曝光率，以實現客戶的營銷目標及提高其投資回報。我們亦透過為客戶購買廣告庫存並於媒體平台投放移動廣告，提供廣告分發服務。

我們一般直接向營運媒體平台的媒體夥伴(媒體發佈商)投放移動廣告。我們的媒體發佈商營運的媒體平台包括搜索引擎平台、短視頻平台及社交媒體平台。通過收購廣告庫存，我們提供機會予媒體夥伴將其廣告庫存及用戶流量套現。

業 務

以下流程圖載列我們移動廣告服務的業務模式^(附註)：



附註：

—————> 指業務流向

-----> 指資金流向

以下是我們移動廣告服務價值鏈中的關鍵參與者：

客戶

我們的廣告客戶包括直接廣告商及代表各自廣告商的廣告代理。廣告商為價值鏈的發起人，彼等需要廣告解決方案以宣傳其產品及服務和建設品牌。希望接觸到移動用戶的廣告商傾向委聘移動廣告服務供應商或廣告代理提供廣告服務，因為廣告商一般不會直接與主流媒體平台的媒體發佈商聯絡，原因是彼等一般不會聘用大量人力以處理廣告投放要求。此外，移動廣告服務供應商可提供度身訂造的移動廣告解決方案服務，以解決廣告商的營銷需求。

就移動廣告解決方案服務而言，我們負責移動營銷計劃、廣告製作、廣告投放、廣告優化及廣告活動管理。我們透過媒體夥伴營運的廣泛媒體平台，優化移動廣告的宣傳，增加其對目標移動用戶的曝光率及實現客戶的營銷目標及提升其投資回報率。就廣告分發服務而言，我們透過為客戶購買廣告庫存並於媒體平台投放移動廣告，分發移動廣告。]

媒體夥伴

我們的媒體夥伴主要包括(i)需要通過在其媒體平台提供廣告庫存來套現用戶流量的媒體發佈商，即媒體平台營運商；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理，包括在廣告聯盟平台分發移動廣告的代理。我們的策略重點是與在中國營運領先的搜尋引擎平台、短視頻平台、應用程式商店及社交媒體平台的頂尖媒體夥伴建立業務關係。該等媒體平台包括中國幾個最熱門及公眾常用的平台。為迎合客戶的不同需要和廣告目標，我

業 務

們亦於廣告聯盟平台投放移動廣告，廣告聯盟平台指由一組中小型網站或媒體平台組成的相關廣告平台，其鎖定擁有若干共同興趣的某群移動用戶。我們與媒體代理合作以於廣告聯盟平台分發移動廣告讓客戶接觸特定的移動用戶群體，從而提升廣告的成效。

移動用戶

移動用戶為移動廣告的最終消費者及接收者。我們通過媒體夥伴向移動用戶提供或分發移動廣告內容。憑藉我們的行業經驗，加上我們對移動用戶在媒體平台的數據及我們數據庫的分析，例如其年齡、性別、人口統計、個人喜好及其他歷史瀏覽行為，營銷團隊可創作移動用戶可能感興趣的營銷材料和內容，而且內容製作團隊可製作及向客戶交付定製的移動廣告解決方案，之後，媒體夥伴會將有關移動廣告內容發放到相關的移動用戶。

移動廣告服務

我們的移動廣告服務主要包括(i)移動廣告解決方案服務及(ii)廣告分發服務。就移動廣告解決方案服務而言，我們向客戶提供廣告解決方案服務，以於媒體平台宣傳其品牌、產品及／或服務。我們的廣告解決方案服務包括移動營銷計劃、製作廣告、投放廣告、優化廣告及廣告活動管理。至於廣告分發服務，我們為客戶購買廣告庫存並於媒體平台投放移動廣告。

下表載列我們於所示期間按服務類型劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至五月三十一日止五個月			
	二零一九年		二零二零年		二零二一年		二零二一年		二零二二年	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	人民幣千元	百分比								
移動廣告解決										
方案服務	360,129	84.8	343,438	90.9	433,250	92.1	153,503	91.7	160,705	92.5
廣告分發服務	64,497	15.2	34,229	9.1	36,930	7.9	13,833	8.3	13,055	7.5
總計	<u>424,626</u>	<u>100.0</u>	<u>377,667</u>	<u>100.0</u>	<u>470,180</u>	<u>100.0</u>	<u>167,336</u>	<u>100.0</u>	<u>173,760</u>	<u>100.0</u>

我們移動廣告的主要特色

我們提供的移動廣告服務主要集中於信息流廣告。信息流指在移動裝置的應用程式及網頁上展示內容。移動用戶可通過在手機屏幕向下滑動來持續獲得資訊。信息流內容可分為文字、圖片以及短視頻，該等內容無縫地整合在媒體平台的信息流內容中，或者與應用程式或網頁介面的內容元件相一致。信息流廣告指出現在信息流內容中的

業 務

移動廣告。移動用戶可通過不斷刷新信息流內容而瀏覽固定位置的廣告空間。除信息流廣告外，我們亦設計及製作彈出式廣告及浮動式廣告，滿足客戶對投放廣告於各種媒體平台的不同需求。

以下截圖為我們在短視頻平台和社交媒體平台展示的移動廣告示例，該等移動廣告根據移動用戶的習慣和喜好，無縫併入媒體平台的內容：



視頻格式的信息流廣告

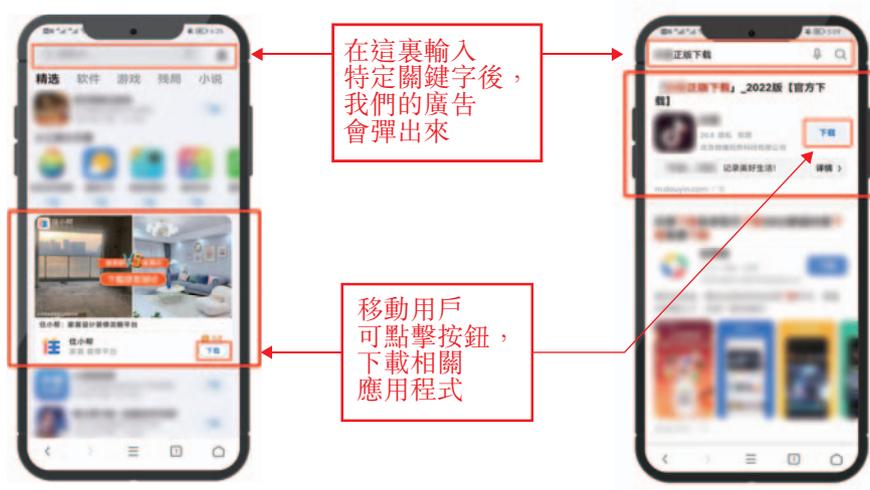


靜態圖片格式的彈出式廣告

靜態圖片格式的浮動式廣告

業 務

以下截圖為我們在應用程式商店和搜尋引擎展示的移動廣告示例，移動用戶在該等媒體平台使用特定關鍵詞搜尋時，可看見我們的移動廣告：



靜態圖片格式的信息流廣告



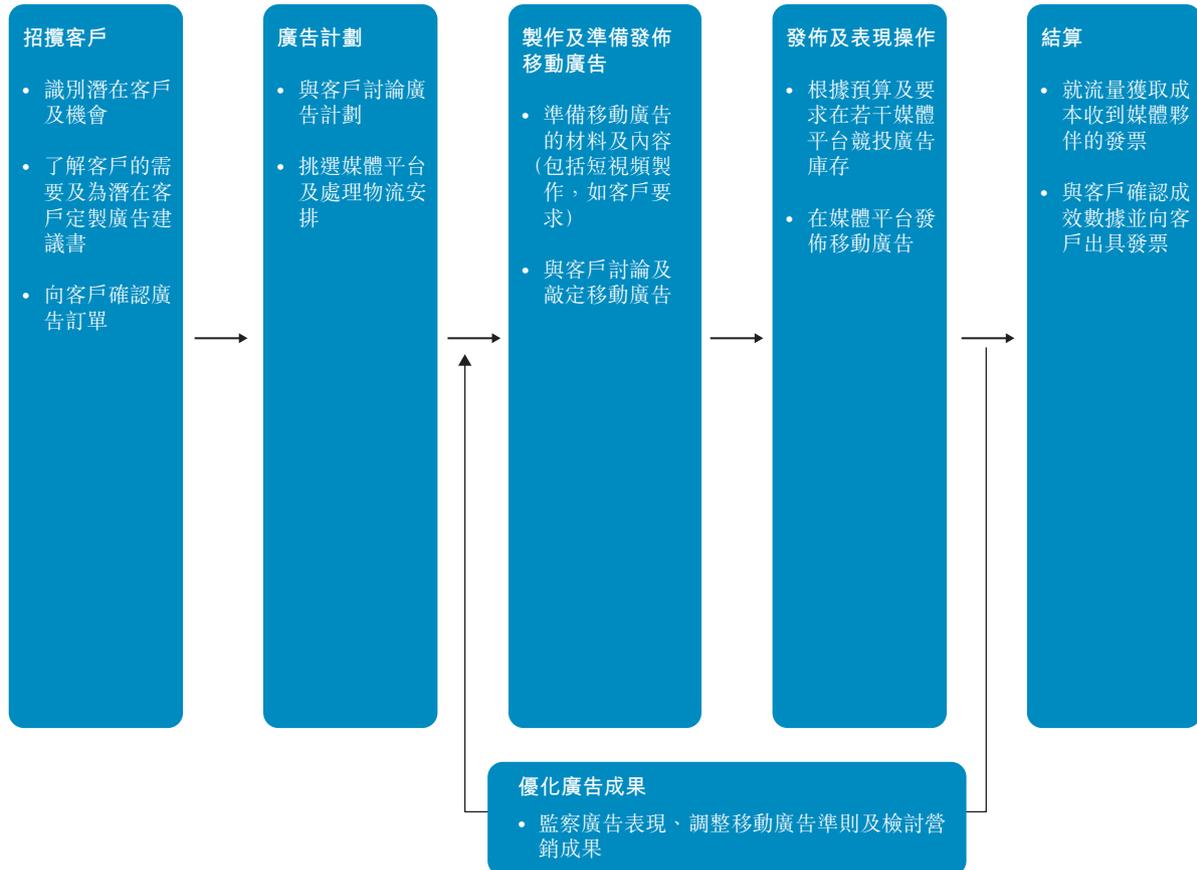
以具音效功能的幻燈片模式展示的靜態圖片格式的信息流廣告

業 務

我們服務的業務流程

移動廣告解決方案服務

下圖說明我們全方位的移動廣告解決方案服務的一般流程：



招攬客戶

- (i) **識別潛在客戶及機會**：我們的銷售人員不時從媒體平台及我們的數據庫摘錄市場數據及移動用戶的數據，例如年齡、性別、人口統計、個人喜好及歷史瀏覽行為，以更好地了解移動用戶及市場趨勢，方便制定有效及可吸引移動用戶的移動廣告解決方案。我們從不同渠道招攬潛在客戶。部分客戶會邀請我們就其建議的廣告投放，提交報價或投標。我們的媒體發佈商(我們為其分發商)亦可能為我們的廣告服務介紹或推薦潛在客戶。我們的銷售及營銷團隊亦可能通過出席由媒體發佈商舉辦的行業論壇及會議，與部分客戶建立關係。
- (ii) **了解客戶的需要及為潛在客戶定製廣告建議書**：銷售人員其後會討論並參考潛在客戶對關鍵績效指標目標及投資回報率的期望、預算及當前的廣告庫存成本，向彼等匯報定製的建議書或招標文件，藉此深入了解其需要和營銷目標，以便以更具成本效益的方式提升其廣告投放的成效。之後，銷售人員會根據歷史流量記錄，物色合適的媒體平台，我們亦會因應情況提議使用不同媒體平台投放移動廣告，以增加營銷成效。

業 務

- (iii) 與客戶確認廣告訂單：我們會進行基本的背景調查，以釐定客戶的信貸限額及／或預付服務費(經考慮財務狀況、信貸記錄及與我們的交易額，新客戶可能需要支付)。銷售人員之後通常會安排與客戶簽署框架協議。然後，我們會向客戶確認廣告訂單。有關年度框架協議的主要條款，請參閱本節「我們的客戶」。

廣告計劃

- (i) 與客戶討論廣告計劃：銷售人員會分析摘錄自媒體平台的關於該等表現指標的市場數據，並從市場收集資料評估移動用戶的喜好、市場反饋意見及建議媒體平台的各類廣告內容的過往表現，例如曝光次數、點擊率及下載率等。銷售人員其後會根據客戶對移動廣告展示形式及風格的偏好、廣告內容、移動廣告持續時間、擬定媒體平台及其預期廣告預算等，為客戶定製合適的廣告計劃。
- (ii) 挑選媒體平台及處理物流安排：與客戶討論其擬定廣告計劃並了解其需要及策略後，銷售人員會基於若干因素，例如產品性質、目標受眾的年齡組別、風格(例如遊戲、新聞資訊或短視頻)及媒體平台的展示形式，就投放廣告提議適合的媒體平台，以實現廣告目的及盡量提高廣告的成效。選定媒體平台及確認廣告訂單後，我們會在選定媒體平台代客戶開設投放廣告的賬戶。我們定期以人手管理及操作在媒體發佈商的廣告投放系統開設的該等個別賬戶。

製作及準備發佈移動廣告

- (i) 準備移動廣告的材料及內容(包括短視頻製作(如客戶要求))：我們的內部內容製作人員會根據客戶的廣告需要及期望，設計及準備廣告內容。部分客戶向我們提供材料及／或然後授權我們進一步編輯或加工該等材料，以提高廣告內容的成效。我們亦擁有自家製作材料數據庫，方便我們快速製作移動廣告，例如背景音樂聲帶，以供製作短視頻。至於由客戶提供的廣告內容，據合約規定，客戶負責確保其符合國家法律及法規，且不侵犯任何第三方的知識產權。
- (ii) 與客戶討論及敲定移動廣告：銷售人員其後會聯同客戶對廣告內容進行最終檢視，並會跟進或應客戶要求修改廣告內容，然後再向客戶確認是否滿意廣告計劃及批准我們敲定將在媒體平台發佈的廣告內容。

業 務

發佈及表現操作

- (i) 根據預算及要求若干媒體平台競投廣告庫存：營運人員其後會根據協定的定價機制及CPC、CPM、CPD、CPT及／或CPA的消費基礎，跟進在客戶偏好的媒體平台競投廣告庫存。與此同時，營運人員會根據目標最終用戶的各個標準，例如年齡組別及／或性別等，製作標籤、標題、主題及關鍵搜索字眼等，推高移動廣告的點擊率，從而提升移動廣告的營銷成效。之後，我們會根據理想廣告庫存的相關標準(例如目標受眾的年齡組別、移動用戶感興趣的主題)，在其廣告投放系統輸入廣告庫存的投標價格(例如每次點擊或下載而予以消耗的廣告庫存)。選定的媒體夥伴其後會根據投標價值及移動廣告的熱門程度，計算每次實時投標報價的價值，然後按照其專用的計算方法將理想曝光次數的廣告庫存分配給我們。
- (ii) 在媒體平台發佈移動廣告：我們一般會代客戶在選定媒體平台發佈或展示移動廣告一段時間，並會密切監察我們移動廣告的表現。

優化廣告成果

- (i) 監察廣告表現、調整廣告標準及檢視營銷成果：發佈移動廣告後，營運人員會定期監察及評價移動廣告的成效(即我們各個媒體夥伴在廣告投放期間取得的有效結果數目)。之後，我們會按持續基準向媒體平台索取該等成效數據，並儲存於我們的數據庫，以供未來檢討及分析。曝光次數、點擊次數及點擊率等成效數據可用作關鍵績效指標，作為移動廣告表現的參考，並識別出可帶動解決方案普及性的該等關鍵因素和需要進一步改善的因素。我們亦觀察及識別可能因結果數目異常而發現的欺詐行為。我們提供全天候的客戶服務，以處理任何緊急情況及即時回應客戶。客戶可不時根據移動用戶的留存率和移動廣告的成效等，進一步調整廣告預算。

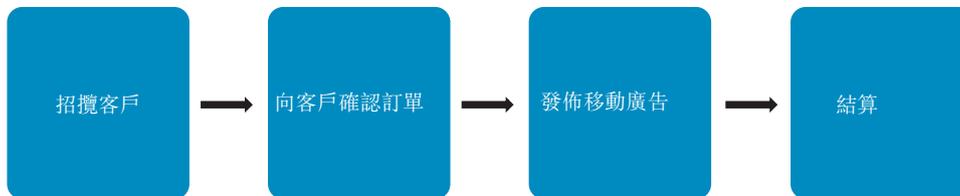
業 務

結算

- (i) 就流量獲取成本收到媒體夥伴的發票：媒體夥伴一般會根據其廣告投放系統所示的移動廣告成效數據，按曝光次數、點擊次數及下載次數等表現指標，每月向我們出具發票。我們一般需要在90日內結算已出具發票的款項，我們的財務人員會據此向彼等付款。
- (ii) 與客戶確認成效數據並向客戶出具發票：我們的財務人員會根據客戶賬戶的流量數據，以及客戶的廣告庫存消耗(即對發佈移動廣告所消耗的廣告庫存進行貨幣化)，核對應付予媒體夥伴的流量獲取成本總金額。我們亦向客戶確認表現數據，以便開出賬單。確認後我們會根據協定的定價安排，例如CPC、CPD、CPM、CPT及／或CPA，每月向彼等出具服務費發票。我們一般向廣告解決方案服務客戶提供最多90日的信貸期。

就提供移動廣告解決方案服務而言，我們在此種安排中擔任委託人，我們收到客戶的廣告活動訂單後，通常提供移動營銷策劃、廣告製作、廣告投放、優化移動廣告及／或廣告活動的整體管理。之後，我們監察、收集、分析廣告表現數據並優化活動表現。在此種安排下，我們在向客戶提供特定服務之前就擁有該服務的控制權，而且我們作為委託人，有權力控制內容的生成過程。因此，收益根據銷售總額確認，不包括增值稅或其他銷售稅，並扣除給予客戶的返點(如有)。

廣告分發服務



就我們的廣告分發服務而言，我們主要負責在客戶的目標媒體平台發佈移動廣告。

招攬客戶

- (i) 我們的銷售人員不時參加由媒體夥伴舉行的行業論壇和會議，因此媒體夥伴有時會向我們轉介業務。我們的銷售及營銷團隊亦利用其社交及商業網絡來招攬潛在客戶和新商機。
- (ii) 我們的銷售人員可能與潛在客戶討論以了解彼等的要求和預算。

業 務

向客戶確認訂單

- (i) 與我們的移動廣告解決方案服務下的客戶類似，我們可能與客戶訂立年度框架協議，向彼等提供廣告分發服務。

發佈移動廣告

- (i) 我們向客戶取得訂單後，就馬上與客戶敲定及確認發佈細節，包括廣告庫存的投標價及媒體平台的甄選。
- (ii) 向客戶確認及敲定訂單後，我們會根據客戶的指示，安排競投廣告庫存及在選定媒體平台發佈移動廣告。如果客戶要求，我們會安排在選定的媒體平台開設獨特賬戶，並為指定賬戶增值。廣告分發服務及移動廣告解決方案服務的移動廣告發佈基本上相同。請參閱本節「我們服務的業務流程 — 移動廣告解決方案服務 — 發佈及表現操作」。

結算

- (i) 類似於移動廣告解決方案服務，我們一般每月根據廣告投放系統所示的移動廣告成效數據，包括曝光次數、點擊次數及下載次數等表現指標，收到媒體夥伴的流量獲取成本發票。
- (ii) 財務人員會根據客戶賬戶的流量數據，以及客戶的廣告庫存消耗，核對應付予媒體夥伴的流量獲取成本總金額。我們亦向客戶確認表現數據，以便開出賬單。確認後我們會根據協定的定價安排，例如CPA、CPC、CPD、CPM及／或CPT，[每月]向客戶出具發票。我們一般向廣告分發服務客戶提供介乎15至45日的信貸期。

我們收到客戶的廣告活動訂單後在媒體平台分發移動廣告，我們對整個廣告活動不具控制權或管理權。我們作為代理，按淨額基準記錄從客戶收到的服務費以及支付予我們媒體平台的廣告分發流量獲取成本。根據該等安排，來自媒體夥伴的返點在合併全面收益表中作為收益入賬。

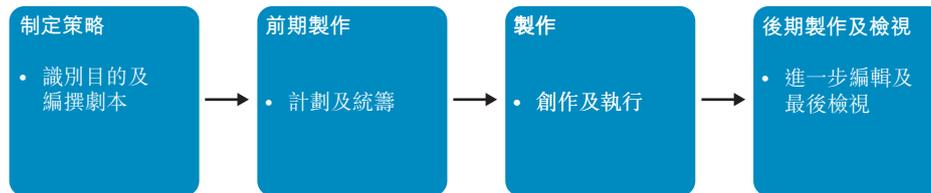
業 務

廣告內容製作能力

我們的廣告解決方案服務能夠在移動廣告行業脫穎而出的其中一項核心優勢是有賴內部廣告內容製作能力的支持。我們能夠製作文字、圖片及／或視頻格式的廣告內容及廣告素材。我們的內部內容製作團隊會視乎客戶的需要及預算計劃，為客戶提供廣告解決方案服務，涵蓋項目計劃、構思意念、圖片及文字素材製作、人物選材、編撰劇本、視頻拍攝至後期製作視頻，以期盡量提升客戶的廣告投放成效和表現結果。為滿足客戶的需求，本集團亦以獨立服務形式提供內部視頻製作。在該情況下，我們不參與在媒體平台發佈移動廣告。

截至二零二二年五月三十一日，我們的內容製作團隊由26名全職人員組成，包括編劇、導演、編輯及後期製作人員。

以下流程圖載列我們整個廣告內容製作服務的流程：



制定策略

識別目的及編撰劇本：我們的內容製作人員先與客戶制定廣告策略，為項目構思意念及草擬劇本。

前期製作

計劃及統籌：內容製作人員為項目設定時間表，委聘合適的人物及敲定理想的拍攝地點。我們在北京的製作基地建有一個內部拍攝棚。

製作

創作及執行：我們的製作團隊一般會為靜態圖片格式的移動廣告創作圖片和文字及／或在化妝師、燈光師、拍攝團隊和錄音師的配合下，為視頻格式的移動廣告進行拍攝。請參閱本節「短視頻製作」及「靜態圖片製作」。此外，為方便用戶瀏覽移動廣告及增加其相容性，我們針對不同的發佈媒體平台，定製移動廣告的版面和格式。

業 務

後期製作及檢視

進一步編輯及最後檢視：完成拍攝後，內容製作人員會通過音效剪接、添加背景音樂、添加字幕、其他影音效果編輯作品。視乎我們的人力及能力，倘客戶要求我們無法提供的服務，例如添加特別音響或視覺效果，我們會委聘獨立第三方提供後期製作相關所需服務。

我們已採納聚焦於項目管理的內部政策，涉及檢視廣告內容，例如敏感關鍵詞或移動廣告的展示風格等，確保其符合適用國家法律及法規、道德標準及相關媒體發佈商的內部政策，包括中國的侵權及／或其他知識產權。

短視頻製作

根據艾瑞諮詢報告，鑑於手機的滲透率高及網絡速度更快的5G移動技術日趨普及，移動用戶傾向在手機上觀看更多視頻，而非靜態圖片。有見此趨勢，本集團於二零一八年開始製作短視頻形式的移動廣告，並於二零二零年在北京設立視頻製作基地，並搭建了不同主題的多元拍攝場景，作為服務供應的擴展。於往績期間，我們得以成功擴充視頻製作能力。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別製作了超過4,000段、19,000段、41,000段及9,000段視頻片段。我們的視頻片段一般長30至60秒，視頻格式的移動廣告旨在通過別具創意的內容和視覺效果在該段時間內吸引潛在受眾的注意。

為進一步提升我們的視頻製作能力以滿足客戶的需求及支持我們的業務擴張，我們會將視頻製作基地擴展至中國長沙一個更大的場所。預料新製作基地將於二零二二年九月或前後投入運作。請參閱本節「策略及未來計劃—繼續擴大短視頻製作能力」。

憑藉我們基於團隊經驗而對移動用戶行為的了解，我們的營銷團隊與我們的內部內容製作團隊合作，不定期地制定短視頻製作的想法及計劃。我們提供視頻製作服務，讓客戶可將整個營銷項目外判予我們，有助彼等減少與各方協調的工作、其行政工作及成本，從而增加對本集團的依賴。

靜態圖片製作

移動廣告的展示形式林林總總，有視頻或幻燈片廣告、新聞資訊廣告及應用程式商店廣告等。我們的廣告內容製作能力不只包括視頻製作，還包括圖片及文字創作的移動廣告製作。廣告內容的展示格式視乎移動廣告的性質而定。例如新聞資訊廣告包含大量的信息，因此以靜態圖像格式(即只是圖片和文字)呈現更方便用戶瀏覽。

業 務

定價模式

我們一般主要根據CPC、CPM、CPD、CPA及／或CPT基準向客戶收費。CPC(每次點擊成本)、CPD(每次下載成本)及CPA(每次行動成本)為表現型的定價模式，據此，當移動用戶點擊移動廣告或進行下載時，我們向客戶收費。CPM(每千次曝光成本)及CPT(每時間段成本)為非表現型的定價模式。根據CPM定價模式，我們根據曝光次數向客戶收費。根據CPT定價模式，我們向客戶收取在特定時間內投放移動廣告的費用。CPC、CPM、CPA及CPD下的收益於指定行動(如廣告點選次數、廣告曝光次、行動或下載)進行時確認，而CPT下的收益乃參照廣告投放的時長於合約期內確認。我們的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務採用CPA、CPC、CPM、CPD及／或CPT定價模式。就移動廣告解決方案服務而言，我們一般會向客戶提出營銷計劃方案，其中包括我們的營銷計劃，估計流量獲取成本，以及我們在媒體平台上刊登移動廣告的收費方式(視乎情況而定)。對於在廣告聯盟平台投放移動廣告，我們一般按CPA基準向客戶收費。相關定價機制一般與客戶的營銷目的掛鉤，反映移動廣告的表現或成效。舉例而言，倘移動用戶透過點擊移動廣告的連結而下載某一應用程式，則其將計算作有效行動，或倘移動用戶透過點擊在媒體平台投放的移動廣告，激活下載的應用程式中的賬戶，則其亦會被視為有效行動。於往績期間，我們與媒體夥伴協定的相關定價機制與我們與客戶協定的定價機制相同，以儘量降低我們的業務風險。

於廣告活動開始前，我們一般會與客戶協定定價模式的選擇。與客戶就特定廣告活動採用的定價模式達成共識後，我們將根據各廣告活動指定的計算基準及實際成效數據，追蹤各客戶在不同定價模式下產生的收益。我們與廣告商協定，於確認參與後我們將使用哪個平台的數據來驗證成效數據，以便進行計費。有關核實成效數據的詳情，請參閱本節「廣告庫存競投程序 — 確認成效數據」。確認成效數據後，我們向客戶開具發票，客戶在收到我們的發票後的若干時間內根據協定的信貸期向我們支付服務費。我們一般每月向客戶發出賬單，並給予彼等信貸期。詳情請參閱本節「客戶 — 與客戶所訂協議的主要條款 — (v) 信貸期」及本文件「財務資料 — 合併財務狀況表的主要部分 — 貿易及其他應收款項」。

對於我們的獨立短視頻製作服務，我們一般會根據客戶的各種廣告需求，以單價向客戶收取製作費。

支付流量獲取成本的定價模式

我們用於支付媒體夥伴的定價模式一般與我們向移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的客戶收費的機制相同。我們的流量獲取成本乃基於廣告庫存的定價，以媒體平台的實時報價釐定，而廣告庫存的購買數量則以點擊次數(在CPC的情況下)、曝光

業 務

次數(在CPM的情況下)、安裝次數(在CPA的情況下)或下載次數(在CPD的情況下)及／或時間長短(在CPT的情況下)釐定。廣告庫存通常經廣告投放系統競投，向媒體夥伴採購。廣告庫存的定價可因應對廣告庫存的需求不時變更。見本節「廣告庫存競投程序」。於往績期間，我們根據所採購的廣告庫存量而獲得漸進式的返點，及／或獲得一些媒體夥伴提供劃一折扣率，作為我們不時達成若干績效指標或新客戶數目的獎勵。根據該等條款，倘我們能達到媒體夥伴的門檻及／或增加流量，我們能降低整體流量獲取成本。因此，儘管廣告分發業務佔用我們的營運資金，但我們擬繼續提供廣告分發服務及移動廣告解決方案服務，並將資源集中用於營銷預算較高及有流量需求的客戶，以使我們可增加對媒體夥伴的廣告庫存或用戶流量的需求。

返點

我們將客戶與媒體夥伴聯繫，通過配對媒體夥伴的廣告庫存和適合移動用戶的移動廣告類型，從媒體夥伴的移動廣告庫存賺取收益。作為業務一部份及根據市場慣例，我們有來自媒體合作夥伴的返點，並可能將部份返點轉讓予客戶。

來自媒體夥伴或其分發商的返點乃基於客戶通過我們在相關媒體夥伴的媒體平台的實際廣告支出的預定百分比釐定，其將用於抵銷我們的部分流量獲取成本或確認為我們的收益。來自媒體夥伴的返點乃作為媒體夥伴業務策略的一部分提供，返點金額一般取決於媒體夥伴的返點政策、業務計劃及需求。我們可能有來自媒體夥伴的額外返點，該等返點乃根據我們媒體夥伴的商業考慮酌情決定及已考慮我們代客戶收購的廣告庫存量。年度酌情返點金額(如有)一般由媒體夥伴於下一年度的上半年釐定。

返點率乃由媒體夥伴按年設定，視乎在媒體平台購買廣告庫存的實際廣告支出及／或達成媒體夥伴設下的若干關鍵績效指標的程度、媒體夥伴於鼓勵、吸納及挽留客戶方面的銷售及營銷策略。誠如中國法律顧問告知，我們收取該等返點在所有重大方面並無違反任何適用中國法律法規，前提是該等返點是由媒體夥伴或其分發商與本集團互相明確協定，而且該等收受已如實記錄在賬簿上及相關發票已合法出具。根據艾瑞諮詢報告，媒體夥伴或其分發商向本集團提供返點符合市場慣例。

於往績期間，來自媒體夥伴的返點乃(i)通過扣減我們就獲得所購買的廣告庫存應付彼等的賬款及作為預付款項；或(ii)以現金結算。

業 務

下表呈列來自媒體夥伴的返點按結算方式劃分的明細：

	截至該日止五個月				
	截至十二月三十一日止年度			二零二一年	二零二二年
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	五月 三十一日	五月 三十一日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
通過扣減應付賬款及 作為預付款項結算	64,164	42,419	93,669	23,931	28,684
以現金結算	<u>83,690</u>	<u>49,580</u>	<u>38,803</u>	<u>15,951</u>	<u>8,657</u>
總計	<u>147,854</u>	<u>91,999</u>	<u>132,472</u>	<u>39,882</u>	<u>37,341</u>

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年及二零二二年五月三十一日止五個月，來自媒體夥伴的返點總額約為人民幣147.9百萬元、人民幣92.0百萬元、人民幣132.5百萬元、人民幣39.9百萬元及人民幣37.3百萬元，分別佔總流量獲取成本(按總額計)的約15.4%、16.9%、19.3%、17.0%及14.8%。截至二零二一年十二月三十一日止年度，返點佔流量獲取成本的比例較二零二零年同期增加，主要由於(i)從我們廣告分發服務的廣告代理購買廣告庫存增加；及(ii)來自供應商H的返點，其於二零二一年首次成為我們的媒體夥伴，且提供比其他媒體夥伴更為有利的返點政策。截至二零二二年五月三十一日止五個月的返點比例較二零二一年同期減少，主要是由於向供應商B購買的廣告庫存減少，該公司相較其他媒體夥伴的返點政策更為有利。

業 務

我們亦可根據我們與客戶簽訂的框架協議，將我們從媒體夥伴獲得的部分返點轉予客戶，藉以激勵彼等。我們轉予客戶的返點率，乃根據該等客戶獲得的流量釐定，而該等款項將用作抵銷該等客戶就我們的移動廣告服務應付的服務費。釐定提供予移動廣告解決方案服務的客戶的返點率時，我們將主要考慮以下因素(i)與客戶的關係及期限；(ii)預期廣告流量；及(iii)我們提供的服務範圍及複雜性。誠如中國法律顧問告知，我們向客戶提供返點在所有重大方面符合且並無違反任何適用中國法律及法規，前提是該等返點是由本集團與客戶互相明確協定，而且我們支付的返點已如實記錄在賬簿上及相關發票已合法出具。根據艾瑞諮詢報告，向客戶提供返點符合市場慣例。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年及二零二二年五月三十一日止五個月，從媒體夥伴獲得的返點總額約為人民幣147.9百萬元、人民幣92.0百萬元、人民幣132.5百萬元、人民幣39.9百萬元及人民幣37.3百萬元，就此我們分別將約人民幣98.6百萬元、人民幣60.8百萬元、人民幣86.0百萬元、人民幣25.4百萬元及人民幣26.2百萬元轉予客戶。

收益確認的總額法及淨額法

我們根據向客戶提供的服務，以總額或淨額的方式確認服務收益。本集團確認提供移動廣告服務所得收益的方法受各份與客戶簽訂的合約下的角色影響。就本集團擔任委託人的合約而言，本集團按總額基準確認收益，至於本集團擔任代理的合約，本集團按淨額基準確認收益。董事考慮的因素包括但不限於：(a)本集團是否主要負責履行提供指定服務的承諾；(b)在指定服務轉移至客戶之前，本集團是否承擔庫存風險；及(c)本集團為指定服務確立價格時可否行使酌情權。董事對上述因素進行全盤考慮，因為並無單一因素被認為是推定的或具決定性的，且在評估指標時根據各個不同情況作出判斷。

下表載列我們在總額法及淨額法下的業務的若干主要特點：

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理時)
服務	移動廣告解決方案服務 (即移動營銷計劃、廣告製作、廣告投放、優化移動廣告及/或廣告活動的整體管理)。	廣告發佈服務(即流量獲取服務)。

業 務

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理時)
主要角色及責任	於收到客戶的廣告活動 訂單後，我們一般會提供 移動營銷計劃、製作廣告 素材、設定活動規範、競標 廣告庫存、從合作夥伴獲 取用戶流量或廣告庫存及／或 上載移動廣告至媒體平台。隨後， 我們會監測、收集、分析 廣告成效數據及優化活動表現。	於收到客戶(如廣告代理)的 廣告活動訂單後，我們從客戶 的媒體夥伴獲取用戶流量或 廣告庫存及／或上載客戶的 移動廣告至媒體平台。
從媒體夥伴 賺取的返點	媒體夥伴的返點，主要基於 總流量獲取成本的總支出計算。 有關返點在總額法下入賬列作 銷售成本減少。	媒體夥伴的返點，主要基於 總流量獲取成本的總支出 計算。有關返點在淨額法下 入賬列作收益增加。
向客戶提供返點	我們可能向客戶提供返點，金額 一般根據客戶的流量總額而定。 有關返點將在總額法下抵銷 我們的服務費。	我們可能向客戶提供返點，金額 一般根據客戶的流量總額而定。 有關返點將在淨額法下抵銷 我們的服務費。
付款時間表及責任	我們要求客戶預付或授予彼等 在移動廣告發佈後出具發票 日期起計最多90天的信貸期。 客戶一般須通過電匯結付款項。	我們要求客戶預付或授予彼等 在移動廣告發佈後出具發票 日期起計15至45天的信貸 期。客戶一般須通過電匯結 付款項。
定價機制	我們主要根據CPC、CPD、CPT、 CPA及CPM的組合向客戶收費。	我們主要根據CPC、CPD、CPT、 CPA及CPM的組合向客戶收費。

業 務

下表載列於往績期間按服務類別劃分按總額及淨額基準計算的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至五月三十一日止五個月			
	二零一九年		二零二零年		二零二一年		二零二一年		二零二二年	
	人民幣千元	%								
移動廣告解決方案 服務(按總額基準)	360,129	84.8	343,438	90.9	433,250	92.1	153,503	91.7	160,705	92.5
廣告分發服務 (按淨額基準)	64,497	15.2	34,229	9.1	36,930	7.9	13,833	8.3	13,055	7.5
總計	424,626	100.0	377,667	100.0	470,180	100.0	167,336	100.0	173,760	100.0

下表說明我們於往績期間的總賬單與在廣告分發服務下按淨額基準記錄的收益的對賬：

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日 止五個月	
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二一年	二零二二年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總賬單	682,412	285,896	357,883	117,216	124,922
減：來自媒體夥伴的 流量獲取成本	617,915	251,667	320,953	103,383	111,867
	<u>64,497</u>	<u>34,229</u>	<u>36,930</u>	<u>13,833</u>	<u>13,055</u>

業 務

廣告庫存競投程序

廣告庫存指媒體發佈商所提供的媒體平台上可用的廣告空間。如要在媒體平台投放移動廣告，我們須向媒體夥伴收購廣告庫存或用戶流量，後者為媒體發佈商或媒體代理。更多詳情，請參閱本節「業務 — 媒體夥伴」。廣告庫存一般由我們透過在媒體發佈商的廣告投放系統直接投標或透過媒體代理在其媒體發佈商的廣告投放系統取得。透過廣告投放系統執行廣告投放的第一步是為各移動廣告開設獨特賬戶。該等賬戶按客戶的名稱設立及整個廣告投程序由我們透過該等賬戶操作。每個賬戶獲發獨特的登入細節組合，如用戶名稱及密碼。

對於我們擔任其分發商的媒體發佈商，我們可直接連接其廣告投放系統及為客戶開設賬戶。對於透過媒體代理在媒體平台投放的移動廣告，該等媒體代理會為我們開設賬戶、向我們提供登入細節。開設賬戶後，我們可登入有關廣告投放系統、操作賬戶及獨立處理廣告庫存競投程序。關於競投廣告庫存，除競標價外，我們可為廣告庫存設定若干準則，主要涉及目標受眾的詳情。客戶亦獲授有關賬戶的使用權。其可閱覽移動廣告的狀況，包括已購買及消耗的廣告庫存量及有關移動廣告的績效指標(如移動廣告曝光次數、點擊率及／或下載率)。

根據競標者輸入的競標資訊，媒體發佈商按其自家算式計算每份標書的價值，為所有競標者的標書排序。出價最高的競標者將獲分配該移動廣告最多的曝光次數，其他競標者亦可取得分配顯示數量較少的廣告庫存。倘我們的標書出價低於其他競標者，我們可能無法取得理想顯示數量的廣告庫存。據此，項目優化人員會調整競標價、廣告內容或其他廣告範疇(如目標受眾群組的年齡組別)，以按與客戶的協定預算獲分配適當的顯示數量。在競標過程中，廣告庫存的價格如有任何上升，該升幅會轉嫁予客戶。

調整競標價時，項目優化人員計及(i)客戶的廣告預算；(ii)客戶要求的目標效果或顯示數量；及(iii)媒體發佈商的若干表現參數，如轉化率、點擊率及下載率。

業 務

我們安排競投廣告庫存前，一般會在賬戶維持足夠資金以支持每次投標，如果媒體夥伴要求，我們可就向媒體夥伴購買廣告庫存作出預付款項。倘媒體夥伴無要求預付款項，則我們會於媒體夥伴出具發票後才安排支付流量獲取成本。廣告庫存在用戶登錄媒體平台時通過競標購入，廣告庫存須提供予廣告商或供其使用，以便即時向用戶展示移動廣告。當需要預付款項時，購買廣告庫存的款項於競投後使用。即使賬戶於同一媒體夥伴按同一客戶名稱開設，廣告庫存仍不得於不同客戶賬戶之間轉移。任何未動用的廣告庫存收購款項可退還給我們以換取現金（不計息及不設附加費）。會計處理方面，當我們為客戶向媒體平台購買廣告庫存作出付款時，我們將其確認為對媒體合作夥伴預付款的初始確認。當使用廣告庫存時，我們將廣告庫存的消耗確認為流量獲取成本。對於移動廣告解決方案服務，流量獲取成本計入服務成本，而廣告發佈服務的流量獲取成本則在收益中扣除。

媒體發佈商或媒體代理的廣告投放系統可能有所不同。倘投放系統並無競投竹木口竹土序，我們會就每個移動廣告下訂單，直接向媒體夥伴直接要求廣告存貨。完成訂單後，我們會獲得媒體夥伴提供關於移動廣告表現數據的報告。

確認成效數據

廣告庫存乃參考成效數據，按協定的定價模型收費，例如媒體夥伴於其廣告投放系統記錄的點擊及下載次數以及購買金額。根據此項資料，我們計算廣告庫存量或客戶消耗的用戶流量，以及據此出具發票。由於媒體夥伴為主要市場參與者，其廣告投放系統設備完善且信譽良好及可靠，考慮到我們大部分用戶流量都是源自該等具市場領導地位及良好往績記錄的領先媒體平台，我們自該等媒體平台摘錄相關資料並向客戶提供成效數據報告。項目優化人員亦根據自媒體平台摘錄的數據，評估每個移動廣告的成效及表現。客戶在結付發票之前可能會檢視成效數據及我們的報告。

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告服務提供商通常不採用特定反點擊欺詐機制，而是可能在移動廣告服務提供商發現任何異常流量時，聘請獨立第三方數據追蹤平台以獨立驗證廣告效果數據，此乃行業慣例。於往績期間及直至最後可行日期，我們並無接獲客戶有關成效數據準確性的投訴，且客戶、媒體夥伴與我們並未就數據確認發生重大爭議。

業 務

營運資金週期

就移動廣告服務而言，從媒體夥伴購買廣告庫存到收到我們客戶的付款之間存在時間差，這使我們需要大量的現金為服務出資。有關時間差乃由於(i)作為我們服務的一部分，我們有時以現金預付向媒體夥伴購買廣告庫存的款項，之後才安排廣告庫存招標；及(ii)我們通常(a)向廣告解決方案服務客戶提供在移動廣告發佈後發票日期起計最多90日的信貸期；及(b)向廣告分發服務客戶提供在移動廣告發佈後發票日期起計15至45日的信貸期。更多詳情，請參閱本文件「財務資料 — 合併財務狀況的主要部分 — 貿易及其他應收款項」。我們根據客戶的廣告訂單按媒體夥伴的規定，就向彼等購買廣告庫存作出預付款項。以該種形式購買的廣告庫存量乃參照每個移動廣告的預算釐定。我們在向媒體夥伴購買廣告庫存預付款項及收到客戶付款之間存在時間上的不匹配，這使我們需要大量的現金為移動廣告服務出資。因此，我們的移動廣告服務的規模受限於我們手中不時擁有的營運資金。

我們按要求就向媒體夥伴購買廣告庫存作出預付款項，而我們預付但未動用的任何資金一般可應我們的要求以現金返點。於二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日以及二零二二年五月三十一日，本集團向媒體夥伴預付的款項(即代客預付流量獲取成本作出的付款)分別約為人民幣180.3百萬元、人民幣146.7百萬元、人民幣179.3百萬元及人民幣181.5百萬元，佔資產總值分別約49.7%、38.3%、38.6%及39.7%。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，平均貿易應收款項周轉天數(按總賬單)分別約為28天、71天、83天及98天，而平均貿易應付款項周轉天數(按總額基準計算的流量獲取成本)分別約為7天、17天、20天及29天。

與我們營運資金週期有關的風險的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素 — 有關我們業務及行業的風險 — 在安排廣告庫存競標之前，我們可能向媒體夥伴作出預付款項，且我們可能無法向媒體夥伴收回部分或全部預付款項，所以我們在向客戶收取貿易應收款項方面承受風險」。

資本及流動資金管理政策

鑒於(i)平均貿易應收款項周轉天數由截至二零一九年十二月三十一日止年度的28日增加至截至二零二零年十二月三十一日止年度的71日，並進一步增加至截至二零二一年十二月三十一日止年度的83日，主要是由於應收移動廣告解決方案服務客戶的貿易應收款項增加；及(ii)我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年五月三十一日止五個月錄得負經營現金流量，我們採納更嚴格的政策及程序以

業 務

管理日後資本及流動資金水平，旨在提升我們的流動資金水平，包括但不限於採取以下措施：

- (i) 對新客戶進行信用評估，例如經客戶同意後評估其背景、聲譽及財務狀況；
- (ii) 財務部及管理層定期審查客戶的付款記錄，我們可能在重續框架協議時修訂授予該等客戶的信貸期；
- (iii) 定期審視客戶結欠的未付金額及及時了解其收回狀況；
- (iv) 高級管理層每月審查貿易應收款項的收回狀況；
- (v) 多元化發展我們的客戶基礎及供應商基礎，以避免過度依賴任何特定客戶及供應商；及
- (vi) 對逾期的貿易應收款項採取後續行動，包括(a)與客戶積極溝通商議結算日期；(b)就不可收回金額充分計提撥備；及(c)在考慮逾期貿易應收款項的金額、法律成本及收回逾期款項的可能性後採取適當的法律行動(如有必要)。

業 務

我們的客戶

我們的客戶包括直接廣告商及代表廣告商的廣告代理。

下表載列我們於所示期間按客戶類別劃分的移動廣告服務客戶數目明細：

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日止五個月	
	二零一九年 客戶數目	二零二零年 客戶數目	二零二一年 客戶數目	二零二一年 客戶數目	二零二二年 客戶數目
直接廣告商	269	135	156	110	92
廣告代理	<u>121</u>	<u>103</u>	<u>85</u>	<u>66</u>	<u>40</u>
總計	<u>390</u>	<u>238</u>	<u>241</u>	<u>176</u>	<u>132</u>

下表載列我們於所示期間按服務類別劃分的移動廣告服務客戶數目：

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日止五個月	
	二零一九年 客戶數目	二零二零年 客戶數目	二零二一年 客戶數目	二零二一年 客戶數目	二零二二年 客戶數目
移動廣告解決方案 服務	7	35	52	39	115
廣告分發服務	<u>383</u>	<u>203</u>	<u>189</u>	<u>137</u>	<u>17</u>
總計	<u>390</u>	<u>238</u>	<u>241</u>	<u>176</u>	<u>132</u>

附註：委聘我們提供移動廣告解決方案服務的客戶或會委聘我們提供廣告發佈服務。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的客戶數目增加，主要是由於管理層加大力度擴張移動廣告解決方案服務。截至二零二零年十二月三十一日止年度，廣告分發服務的客戶數目減少，主要是由於我們將資源集中於為營銷預算較高及有流量需求的客戶提供服務，以提升我們的營運效率及營運資金狀況。截至二零二二年五月三十一日止五個月，移動廣告解決方案服務的客戶數目顯著增加，而廣告分發服務的客戶顯著減少，主要是由於廣告分發服務的客戶轉移至移動廣告解決方案服務，此乃我們憑藉移動廣告解決方案服務的成功以及管理層不斷擴充移動廣告解決方案服務的努力所致。

業 務

下表載列我們於所示期間按客戶的行業垂直領域劃分的移動廣告服務收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至五月三十一日止五個月			
	二零一九年		二零二零年		二零二一年		二零二一年		二零二二年	
	人民幣千元	% ⁽⁴⁾								
科技及互聯網服務 ⁽¹⁾	304,585	71.7	295,907	78.4	305,779	65.0	129,386	77.3	96,608	55.6
遊戲	72,930	17.2	874	0.2	3,893	0.8	2,340	1.4	1,294	0.7
金融服務	1,055	0.2	6,955	1.8	4,684	1.0	164	0.1	995	0.6
電子商務	369	0.1	582	0.2	6,376	1.4	394	0.2	9,265	5.3
醫療保健	363	0.1	—	0.0	7,374	1.6	663	0.4	3,986	2.3
旅遊	308	0.1	171	0.0	1,162	0.2	6	0.0	7,863	4.5
能源	—	0.0	—	0.0	6,114	1.3	764	0.5	2,291	1.3
其他 ⁽²⁾	1,143	0.3	289	0.1	3,378	0.7	1,929	1.2	1,820	1.1
廣告代理 ⁽³⁾	43,873	10.3	72,889	19.3	131,420	28.0	31,690	18.9	49,638	28.6
	<u>424,626</u>	<u>100.0</u>	<u>377,667</u>	<u>100.0</u>	<u>470,180</u>	<u>100.0</u>	<u>167,336</u>	<u>100.0</u>	<u>173,760</u>	<u>100.0</u>

附註：

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

業 務

於往績期間，我們主要聚焦於營銷預算較高及有流量需求的客戶廣告商，以提高營運效率。移動廣告服務之下，每名客戶產生的平均收益(按總收益除以客戶總數計算)於截至二零一九年十二月三十一日止年度為約人民幣1.1百萬元，於截至二零二零年十二月三十一日止年度約為人民幣1.6百萬元，於截至二零二一年十二月三十一日止年度約為人民幣2.0百萬元、截至二零二一年五月三十一日止五個月約為人民幣1.0百萬元，以及截至二零二二年五月三十一日止五個月約為人民幣1.3百萬元。

我們在服務中國科技行業的直接廣告商方面積累豐富經驗，我們的直接廣告商包括電商巨擘、快速增長的社交網絡服務公司及頂尖內容應用程式開發商，以及中國金融服務、互聯網服務及遊戲行業的公司。我們於往績期間的五大客戶包括在認可證券交易所上市的公司的成員公司。我們相信該等廣告商一般擁有更大的廣告預算、更強的廣告需要以宣傳其產品及服務和更高的信用度。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，除客戶F、客戶I、客戶K及客戶L外，全部五大客戶均為直接廣告商，而我們從該等直接廣告商客戶產生的收益分別佔總收益的約83.4%、71.1%、55.3%及47.4%。

根據市場環境及政府政策的變化，我們不時調整目標客戶群的焦點以發展業務，以及監察信貸風險。本集團的意向是多元發展客戶群，設法涵蓋多個行業，並加深我們對各個行業的用戶獲取需求的了解，使我們能更好地把握新商機。因此，我們可能不時調整客戶基礎的組成。

就廣告分發客戶而言，彼等一般會根據流量獲取成本、過往用戶獲取成果、流量質量及廣告曝光的範圍選擇媒體平台。我們致力為廣告商提供穩定及具成本效益的流量。移動廣告解決方案服務的客戶亦會尋求能夠改善其投資回報率的廣告服務供應商。

與客戶所訂協議的主要條款

於往績期間，我們通常與主要客戶訂立年度框架協議，以推廣其產品或服務。與客戶的年度框架協議的主要條款包括：

- (i) 期限： 就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，通常為一年，部分可於指定時間內選擇續約。
- (ii) 我們所提供服務的範圍： 就移動廣告解決方案服務而言，我們透過媒體平台提供移動廣告解決方案服務，以宣傳客戶的產品及優化我們的服務程序，並向客戶提供適切的服務及盡量擴大其投資回報。

業 務

就廣告分發服務而言，我們只協助客戶在選定／目標媒體平台上發佈客戶的移動廣告，當中不會提供廣告優化服務或廣告製作服務。

(iii) 投放移動廣告： 就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，客戶可填妥指定的訂單表格，確認若干必要的投放條款，包括客戶產品詳情、指定媒體發佈商、定價模式、支付方法及返點率，然後才根據年度框架協議發行各個移動廣告。

(iv) 費用安排： 就移動廣告解決方案服務(包括廣告優化服務)及廣告分發服務而言，我們一般參考CPA、CPC、CPD、CPM及／或CPT基準向客戶收費。

就在廣告聯盟平台投放移動廣告而言，我們一般按照CPA基準就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務向客戶收費。

就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，我們有時要求新客戶預付服務費。

(v) 信貸期： 就移動廣告解決方案服務而言，我們一般每月向客戶發出賬單，並給予彼等自發票日期起計最多90的信貸期。

就廣告分發服務而言，我們一般每月向客戶發出賬單，並給予彼等自發票日期起計15至45日的信貸期。

(vi) 知識產權所有權： 就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，於框架協議期間及簽立框架協議後製作的任何營銷內容，視乎框架協議條款，其知識產權可屬客戶或我們所有。

(vii) 保密性： 就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，訂約方協定不向任何第三方傳播用戶資料、產品及商業資訊、技術知識、軟件編程或任何其他機密資料。

業 務

- (viii) 終止：就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，框架協議可由任何一方事先發出書面通知終止，期限為5至30天，視乎具體情況而定。
- (ix) 最低採購金額：我們的主要客戶，如客戶A及客戶B，可表明其擬向我們購買服務的最低採購額。
- (x) 確認成效數據：就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，我們自媒體平台摘錄成效數據並向客戶提供成效數據報告。我們亦與客戶確認成效數據以開具賬單。
- (xi) 其他責任：就移動廣告解決方案服務及廣告分發服務而言，我們要求客戶確保彼等提供的廣告內容或材料符合中國法律法規。

於往績期間及直至最後可行日期，據我們所深知，與客戶簽訂的框架協議並無嚴重爭議。

當客戶向我們尋求移動廣告服務時，其通常會向我們提供指示性最高一筆過廣告預算及其目標。我們其後評估廣告商的業務規模及開展廣告活動的盈利能力，以決定是否讓廣告商成為我們的客戶。正式簽約後，隨著廣告活動進行，廣告預算可能會根據實際的廣告投放結果而改變(有意向我們作出最低採購額的客戶除外)，而客戶可依願將其廣告預算的任何部分分配予其他廣告活動及/或其他廣告服務供應商。

我們一般參考點擊次數(在CPC的情況下)、曝光次數(在CPM的情況下)、安裝次數(在CPA的情況下)或下載次數(在CPD的情況下)及/或時間長短(在CPT的情況下)收取服務費。服務費將取決於多項因素，例如(其中包括)(i)廣告庫存成本，即向媒體夥伴購買廣告空間的成本；(ii)廣告預算金額，其與整體活動開支有關；及(iii)我們移動廣告的成效及表現。

我們在日常業務過程中須遵守《中華人民共和國廣告法》，且我們的線上營銷解決方案須受其監管，以向客戶提供「廣告設計、製作及代理服務」。根據《中華人民共和國廣告法》，於以下情況，我們可能須對內部製作或由我們的客戶製作但由我們投放的任何不當、非法或令人反感的廣告內容負責：(i)倘我們知悉或應該知悉廣告內容屬虛假；(ii)就我們不知悉的虛假、欺詐或有誤導性廣告內容而言，倘我們未能提供廣告主的有效名稱、地址及聯絡資料；(iii)就對消費者的生命及健康造成損害的虛假的廣告內容而言；及(iv)當廣告內容侵犯他人的合法公民權利及權益或當廣告合約根據相關法律

業 務

及法規被禁止時請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們可能因發佈受限制廣告內容及知識產權侵權申索而面臨潛在責任，其可能因業務性質而損害我們的業務。」。

我們與客戶訂約前，會對其進行基本背景審查，並根據《中華人民共和國廣告法》、《互聯網廣告管理暫行辦法》以及其他適用中國法律法規，審查內部製作或由客戶提供的廣告內容。於往績期間及直至最後可行日期，我們概無因或就投放任何不當、非法或令人反感的廣告內容而被處以任何重大行政罰款或處罰，或因或就有關內容而捲入任何重大糾紛或訴訟。進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽 — 有關廣告業務的法律及法規」。

我們的媒體夥伴

我們向媒體夥伴購買廣告庫存以於媒體平台投放移動廣告。我們的媒體夥伴包括(i) 媒體發佈商，即媒體平台營運商，例如搜尋引擎、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台；及(ii) 其他媒體發佈商的媒體代理，包括在廣告聯盟平台分發移動廣告的代理。

我們策略性地聚焦於與在中國營運領先的搜尋引擎平台、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、應用程式商店及社交媒體平台的頂尖媒體夥伴建立業務關係，以發展廣闊的分發網絡。為配合客戶各種廣告目的，我們能夠在廣告聯盟平台投放移動廣告。我們委聘媒體代理購買廣告庫存，以於廣告聯盟平台投放移動廣告。我們亦不時委聘媒體代理於指定媒體平台投放移動廣告，務求在業務過程中提高營運效率，降低行政成本，減少營運資金需求及風險敞口。

下表載列於所示期間按類別劃分的媒體夥伴數量及按媒體夥伴類別劃分的流量獲取成本：

	截至十二月三十一日止年度									截至五月三十一日止五個月								
	二零一九年			二零二零年			二零二一年			二零二一年			二零二二年					
	數目	人民幣千元	%	數目	人民幣千元	%	數目	人民幣千元	%	數目	人民幣千元	%	數目	人民幣千元	%			
媒體發佈商	3	326,853	95.2	3	261,907	89.8	5	353,243	97.1	4	127,932	97.3	5	120,991	85.9			
媒體代理	25	16,306	4.8	37	29,805	10.2	23	10,708	2.9	13	3,577	2.7	34	19,820	14.1			
總計	<u>28</u>	<u>343,159</u>	<u>100.0%</u>	<u>40</u>	<u>291,712</u>	<u>100.0%</u>	<u>28</u>	<u>363,951</u>	<u>100.0%</u>	<u>17</u>	<u>131,509</u>	<u>100.0%</u>	<u>39</u>	<u>140,811</u>	<u>100.0%</u>			

附註：媒體發佈商包括供應商A、供應商B、供應商C、供應商H及供應商I，而媒體代理則包括媒體發佈商以外的所有媒體夥伴。媒體代理包括在廣告聯盟平台投放移動廣告的媒體代理。

業 務

根據艾瑞諮詢報告，以媒體平台直接產生的廣告收益計算，四大互聯網企業(即阿里巴巴、字節跳動、騰訊及百度)於二零二一年佔中國移動廣告行業超過70%的市場份額。根據艾瑞諮詢報告，頂尖媒體平台一般有嚴格的代理商甄選過程，並非常重視與能夠為其提供高品質廣告活動的夥伴合作，有關廣告活動與其用戶群相關，具有吸引力且流傳盛行。其嚴格標準包括財務實力、付款記錄、行業聲譽、流量、客戶群、管理團隊等。

於往績期間，我們的主要媒體夥伴為科技及互聯網行業的先行者，彼等一般營運幾個不同內容的媒體平台，以吸引擁有各種習慣及喜好的移動用戶。於二零二二年五月三十一日，我們已與5名媒體夥伴建立業務關係，我們可於超過20個其媒體平台發行移動廣告。根據艾瑞諮詢報告，作為業界慣例，倘並無重大錯誤或收到來自客戶的投訴以及流量並無顯著減少，代理商的地位將每年重續。一般而言，在首次委聘之前及在年度檢討中，媒體發佈商會考慮及評估代理商的表現，當中考慮包括(i)過往廣告交易金額；(ii)客戶基礎；(iii)客戶來源；(iv)人力資源，尤其銷售人員及項目升級人員數目；(v)付款準時情況及財力；及／或(vi)市場聲譽等因素，媒體發佈商通常每年重續與代理商的協議。於往績期間及直至最後可行日期，我們自獲認可為媒體發佈商的分發商以來每年均能與彼等重續協議。

與媒體夥伴所訂協議的主要條款

於往績期間，我們通常與主要媒體夥伴訂立框架協議，以使用其媒體平台為客戶提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務。與媒體夥伴協議的主要條款包括：

- (i) 期限： 一般為一年，部分附帶自動續約條款，為期一年。
- (ii) 媒體夥伴所提供的服務範圍： 媒體夥伴授予我們在其媒體平台上的用戶流量資源，以便為客戶的產品開展營銷活動。如有需要，彼等亦為我們提供指定賬戶的開通及充值服務。
- (iii) 定價安排： 我們與供應商的定價安排主要基於CPC、CPT、CPM、CPA及／或CPD。
- (iv) 付款安排： 如果媒體夥伴要求，我們可能須向媒體夥伴作出充足的預付款項，之後才安排廣告庫存的招標及採購。如果媒體夥伴無要求預付款項，則我們會在收到發票後才安排支付流量獲取成本。

業 務

- (v) 下達訂單： 一般而言，在我們根據框架協議下達訂單之前，訂約方須填寫一份規定的廣告投放表，以確認廣告投放的若干基本條款，包括媒體平台的細節、定價及投放安排、付款方式、返點率及政策。
- (vi) 信貸期： 流量獲取成本根據移動廣告的成效數據釐定。我們將按月支付費用，並需要在媒體夥伴出示發票後90日內，根據協定的結果付款，而我們將隨後安排結算。
- (vii) 終止： 協議可由任何一方提前15至30日以書面通知終止，視乎具體情況而定。
- (viii) 處罰： 倘我們違規發佈若干內容違反了媒體夥伴的相關規則及規定，我們將被處以金錢補償及暫停服務的處罰。於往績期間，我們並無被媒體夥伴處以任何懲罰。
- (ix) 支付按金及返點： 在部分協議中，我們須於簽署廣告投放表後的規定時間內向媒體夥伴支付按金。倘我們不時達到一定的關鍵績效指標或新客戶人數時，我們亦可能有權根據所採購廣告庫存量及／或按固定折扣率從部分媒體夥伴獲取進度返點作為獎勵。
- (x) 使用商標： 我們獲准使用協議不時所載由媒體夥伴擁有的若干媒體夥伴商標。

於往績期間及直至最後可行日期，據我們所深知，與媒體夥伴簽訂的框架協議並無嚴重爭議。

業 務

客戶

於往績期間，我們的客戶主要包括廣告商及廣告代理。廣告商為來自不同行業的直接廣告商，有在媒體平台上宣傳品牌、產品及／或服務的廣告需要。廣告代理為代其廣告商委聘本集團的廣告公司。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別服務了390名、238名、241名及132名客戶。有關我們客戶的更多詳情，請參閱本節「客戶」。於往績期間，客戶包括中國快速增長的科技公司、成熟的社交網絡軟件公司以及領先的內容應用程式開發商。我們集中資源服務營銷預算較高以及有流量需求的客戶，以提升營運效率及提高我們對媒體夥伴的廣告庫存或用戶流量的需求。在訂立任何正式的廣告服務委聘之前以及在提供移動廣告服務期間，我們不時評估現有客戶的財力。我們審查(其中包括)客戶的業務規模、其歷史及聲譽、其尋求營銷及推廣的產品或服務、業務關係年期及付款準時程度。我們可能要求某些新客戶在廣告投放開展前支付預付款項。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，五大客戶合計佔我們總收益分別約83.4%、75.4%、67.3%及61.2%，來自最大客戶的收益分別佔我們總收益的約51.9%、31.0%、24.0%及20.3%。截至最後可行日期，我們於往績期間與五大客戶保持緊密的戰略性業務關係，為期1至6年。我們通常(i)向廣告解決方案服務客戶提供在移動廣告發佈後發票日期起計最多90日的信貸期；及(ii)向廣告分發服務客戶提供在移動廣告發佈後發票日期起計15至45日的信貸期。客戶一般透過銀行轉賬結付我們的發票。有時我們亦要求若干客戶於我們提供服務前為移動廣告服務預付款項。

業 務

下表載列於往績期間的五大客戶背景資料：

截至二零一九年十二月三十一日止年度

排名	客戶 ^(附註)	我們提供的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份		交易金額及佔本集團總收益的概約百分比	
				一般信貸期	人民幣千元	%	
1	客戶A	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一七年	收到發票起計 40天	220,426	51.9
2	客戶B	提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務	於二零零零年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，專注於搜尋引擎業務。其透過移動裝置營運旗艦應用程式，允許移動用戶使用搜尋、信息流、內容及其他服務。該應用程式的每月活躍用戶在二零二一年十二月達622百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3,250億港元。	二零一七年	收到發票起計 15天	56,719	13.4
3	客戶C	提供移動廣告解決方案服務	於二零一八年成立的新加坡軟件開發公司，主要在全球從事開發遊戲行業的遊戲軟件及應用程式。其於二零二一年十二月的股本約為2.8百萬美元。	二零一九年	每月結算	42,740	10.1
4	客戶D	提供移動廣告解決方案服務	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店；截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市；截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一七年	收到發票起計 45天	17,108	4.0
5	客戶E	提供廣告分發服務	於二零一六年成立的中國軟件開發公司，主要在全球從事開發遊戲行業的遊戲軟件及應用程式。其控股公司(為領先的互動娛樂供應商)的股份於二零零七年在深圳主板上市；截至二零二二年五月三十一日的市值約為人民幣84億元。	二零一九年	收到發票起計 5天	16,591	3.9
					小計	353,584	83.4
					所有其他客戶	71,042	16.6
					總計	424,626	100.0

業 務

截至二零二零年十二月三十一日止年度

排名	客戶 ^(附註)	我們提供的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份	一般信貸期	交易金額及佔本集團總收益的概約百分比		
						人民幣千元	%	
1	客戶A	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一七年	收到發票起計 40天	117,234	31.0	
2	客戶D	提供移動廣告解決方案服務、廣告分發服務及視頻製作服務	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店；截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市；截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一七年	收到發票起計 45天	111,832	29.6	
3	客戶B	提供移動廣告解決方案服務	於二零零零年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，專注於搜尋引擎業務。其透過移動裝置營運旗艦應用程式，允許移動用戶使用搜尋、信息流、內容及其他服務。該應用程式的每月活躍用戶在二零二一年十二月達622百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市；截至二零二二年五月三十一日的市值約為3,250億港元。	二零一七年	收到發票起計 15天	23,467	6.2	
4	客戶F	提供移動廣告解決方案服務	於二零一四年成立的線上營銷公司，主要在中國從事提供一站式營銷解決方案服務。其註冊資本約為人民幣9.8百萬元。	二零二零年	預付款項	16,313	4.3	
5	客戶G	提供移動廣告解決方案服務	自二零一一年開始發展的一間中國領先科技公司的成員公司，於中國營運熱門內容社區及社交平台。其應用程式截至二零二一年十二月三十一日止年度的平均每月活躍用戶為544.2百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市；截至二零二二年五月三十一日的市值約為2,660億港元。	二零一八年	收到發票起計 30天	16,184	4.3	
						小計	285,030	75.4
						所有其他客戶	92,637	24.6
						總計	377,667	100.0

業 務

截至二零二一年十二月三十一日止年度

排名	客戶 ^(附註)	我們提供的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份		交易金額及佔本集團總收益的概約百分比		
				一般信貸期	人民幣千元	%		
1	客戶H	提供移動廣告解決方案服務	於二零一零年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，營運線上社區平台以供用戶尋找解決方案、作出決定、尋找靈感及樂趣。其控股公司的股份於二零二二年於香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為75億港元。	二零一八年	收到發票起計 45天	112,646	24.0	
2	客戶A	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一七年	收到發票起計 40天	90,013	19.1	
3	客戶I	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的線上營銷公司，主要在中國從事提供數碼營銷解決方案。其控股公司的股份於一九九七年在上海主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為人民幣27億元。	二零二一年	執行訂單後 90天	56,267	12.0	
4	客戶D	提供移動廣告解決方案服務及視頻製作服務	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店；截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為35萬億港元。	二零一七年	收到發票起計 45天	30,433	6.5	
5	客戶B	提供移動廣告解決方案服務	於二零零零年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，專注於搜尋引擎業務。其透過移動裝置營運旗艦應用程式，允許移動用戶使用搜尋、信息流、內容及其他服務。該應用程式的每月活躍用戶在二零二一年十二月達622百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3,250億港元。	二零一七年	收到發票起計 15天	26,709	5.7	
						小計	316,068	67.3
						所有其他客戶	154,112	32.7
						總計	470,180	100.0

業 務

截至二零二二年五月三十一日止五個月

排名	客戶 ^(附註)	我們提供的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份	一般信貸期	交易金額及佔本集團總收益的概約百分比		
						人民幣千元	%	
1	客戶H	提供移動廣告解決方案服務	於二零二零年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，營運線上社區平台以供用戶尋找解決方案、作出決定、尋找靈感及樂趣。其控股公司的股份於二零二二年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為75億港元。	二零一八年	收到發票起計45天	35,317	20.3	
2	客戶A	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的一間中國領先科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一七年	收到發票起計40天	26,214	15.1	
3	客戶J	提供移動廣告解決方案服務	於二零一二年成立的中國移動廣告及軟件開發公司，主要在中國從事提供廣告服務及開發具美顏濾鏡的軟件，以用於社交媒體平台直播。其註冊資本為人民幣20百萬元。	二零二一年	執行訂單起計90天	20,845	12.0	
4	客戶K	提供移動廣告解決方案服務及視頻製作服務	於二零一四年成立的廣告公司，主要在中國從事設計、製作及分發廣告。其註冊資本為人民幣10百萬元。	二零二一年	收到發票起計35天	14,071	8.1	
5	客戶L	提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務	於二零一四年成立的線上廣告公司，主要在中國從事提供廣告服務。其註冊資本為人民幣10百萬元。	二零一六年	收到發票起計45天	9,925	5.7	
						小計	106,372	61.2
						所有其他客戶	67,388	38.8
						總計	173,760	100.0

附註：我們的若干客戶彼此擁有聯繫。據董事作出一切合理查詢後所深知、全悉及確信，由同一最終控股公司控制的客戶被歸為一類並被視為一個單一客戶，即使該等客戶均為獨立的法人實體。例如，客戶A、客戶B、客戶D、客戶G及客戶H均為一組客戶。

業 務

於往績期間，五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，於往績期間，概無董事(或據董事所深知擁有我們任何附屬公司或彼等各自的任何聯營公司的已發行股本5%以上的任何人士)於五大客戶中擁有任何權益。

客戶集中情況

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，五大客戶合共分別佔我們收益約83.4%、75.4%、67.3%及61.2%。董事考慮以下因素後，認為此種客戶集中情況在中國的移動廣告行業並不罕見，而且我們的業務模式可持續進行：

- (i) 根據艾瑞諮詢報告，中國的移動廣告服務供應商從一名或幾名大型廣告客戶，特別是科技及互聯網服務行業的廣告商獲得大部分收益的情況並不罕見，因為該行業由幾名主要的市場參與者主導，該等公司由於在中國的業務快速發展，一般都有強大的營銷需求來宣傳其品牌、產品及服務；
- (ii) 我們於往績期間與五大客戶建立密切及互惠的業務關係，該等客戶部分為大型及快速增長的科技公司且在其行業都是主要的市場參與者(如客戶A及客戶B)。彼等提供廣泛的產品及服務，且通常有更好的廣告預算用於推廣其產品及服務。該等客戶因自身的業務發展計劃及營銷需求，於往績期間對我們服務的需求及其分配予我們的廣告預算各異。我們與彼等各自建立條款類似的協議，我們在與彼等重續協議方面並無遇到任何困難。並且，客戶A及客戶B已進一步承諾向我們作出廣告服務的若干最低年度採購額。於往績期間及直至最後可行日期，我們與彼等的業務關係並無終止或出現重大不利變動，且我們與彼等的合約條款亦無重大變動；
- (iii) 經過多年經營，我們在向大型公司提供移動廣告服務方面已累積豐富經驗。我們將繼續執行營銷工作，以探索與中國科技、互聯網及其他行業中快速增長並有強大營銷需求的大型公司的商機。憑藉我們的移動廣告解決方案在為客戶達成不同營銷目標方面的成功，我們於往績期間已成功擴大我們移動廣告解決方案服務的客戶基礎。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，廣告解決方案服務的客戶數量由二零一九年的7名增加至二零二零年的35名，並在二零二一年進一步增加至52名。截至二零二一年及二零二二年五月三十一日止五個月，廣告解決方案服務的客戶數量由39名增至115名。董事認為，隨著客戶基礎擴大，我們對幾名客戶的依賴將有所下降；及

業 務

- (iv) 在我們擴大客戶群時，我們會評估我們與現有客戶開展業務的盈利能力。我們將密切關注貿易應收款項的水平及收款情況，並不時考慮我們的業務擴張對營運資金的需求。我們將繼續培養與有良好付款記錄的客戶的業務關係，我們將與可能不要求我們就向媒體夥伴收購廣告庫存預付款項的新客戶尋求業務機會，以加強我們的財務狀況，促進可持續增長及發展。

有關客戶集中情況，請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們於往績期間自五大客戶產生過半數收益」。

供應商

於往績期間，我們的主要供應商主要為我們的媒體夥伴，包括(i)媒體發佈商，即媒體平台的營運商，如搜尋引擎、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們分別為3名、3名、5名及5名媒體發佈商的代理商。該等媒體發佈商為中國知名科技及互聯網公司。而且，彼等一般營運幾個不同內容的媒體平台，以吸引擁有各種習慣及喜好的移動用戶。於二零二二年五月三十一日，我們為5名媒體發佈商的代理商，彼等為中國知名科技公司，我們可在彼等營運的超過20個線上平台上分發移動廣告。根據艾瑞諮詢報告，以媒體平台直接產生的廣告收益計算，四大互聯網企業，即阿里巴巴、字節跳動、騰訊及百度，在二零二一年佔中國移動廣告行業超過70%的市場份額。有關我們媒體夥伴的更多詳情，請參閱本節「我們的媒體夥伴」。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止年五個月，我們的五大供應商合計分別佔我們的服務成本的約96.4%、92.5%、93.9%及83.2%，而來自我們最大供應商的服務成本分別佔我們於同年／期的服務成本的約48.8%、33.8%、32.7%及23.1%。於往績期間，我們依賴幾名媒體夥伴獲得廣告庫存或用戶流量。更多詳情請參閱本節「供應商 — 供應商集中情況」。截至最後可行日期，我們於往績期間與五大供應商維持1年至7年的業務關係。供應商一般授予我們最多90天的信貸期，而我們一般透過銀行轉賬結付其發票。若干供應商亦要求我們就購買廣告庫存預付款項。有關說明流量獲取成本的假定波動對我們於往績期間除所得稅前溢利的影響的敏感度分析，請參閱本文件「財務資料 — 影響經營業績的主要因素 — 控制成本及開支的能力」。

業 務

下表載列於往績期間五大供應商的背景資料：

截至二零一九年十二月三十一日止年度

排名	供應商	提供予我們的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份		交易金額及佔本集團總服務成本的概約百分比		
				一般信貸期	人民幣千元	%		
1	供應商A	廣告庫存以供投放廣告	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店，截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一六年	投放廣告該月結束後60天	170,572	48.8	
2	供應商B ⁽¹⁾	廣告庫存以供投放廣告	於一九九九年成立的電子商務巨擘的成員公司，從事多元化業務，包括零售及批發商務、物流、雲計算及數碼媒體及娛樂。其控股公司的股份於二零一九年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為2.0萬億港元。	二零一五年	預付款項或不設固定信貸期	108,656	31.1	
3	供應商C	廣告庫存以供投放廣告	於二零一二年成立的一間中國領先互聯網科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一九年	預付款項	47,625	13.6	
4	供應商D ⁽²⁾	廣告庫存以供投放廣告	於二零一五年成立的移動營銷公司，主要從事提供一站式廣告營銷計劃、製作及廣告發佈服務。其控股公司的股份於二零零七年在深圳主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為人民幣120億元。	二零一六年	每月結算	5,910	1.7	
5	供應商E	廣告庫存以供投放廣告	於二零一四年成立的科技公司，主要從事開發移動應用程式及軟件以及提供數碼營銷服務。其註冊資本為人民幣10百萬元。	二零一七年	收到發票起計10天	4,057	1.2	
小計							336,820	96.4
所有其他供應商							12,437	3.6
總計							<u>349,257</u>	<u>100.0</u>

業 務

截至二零二零年十二月三十一日止年度

排名	供應商	提供予我們的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份		交易金額及佔本集團總服務成本的概約百分比		
				一般信貸期	一般信貸期	人民幣千元	%	
1	供應商C	廣告庫存以供投放廣告	於二零一二年成立的一間中國領先互聯網科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一九年	預付款項	101,765	33.8	
2	供應商A	廣告庫存以供投放廣告	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店，截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一六年	投放廣告該月結束後60天	94,231	31.3	
3	供應商B ⁽¹⁾	廣告庫存以供投放廣告	於一九九九年成立的電子商務巨擘的成員公司，從事多元化業務，包括零售及批發商務、物流、雲計算及數碼媒體及娛樂。其控股公司的股份於二零一九年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為2.0萬億港元。	二零一五年	預付款項或不設固定信貸期	65,912	21.9	
4	供應商F	廣告庫存以供投放廣告	於二零一八年成立的互聯網數碼營銷公司，主要在中國從事提供營銷服務。其註冊資本為人民幣5百萬元。	二零一九年	預付款項	10,232	3.4	
5	供應商G	廣告庫存以供投放廣告	於二零一七年成立的互聯網數碼營銷公司，主要在中國從事提供營銷服務。其註冊資本為人民幣3百萬元。	二零一七年	收到發票起計5天	6,406	2.1	
						小計	278,546	92.5
						所有其他供應商	22,264	7.5
						總計	300,810	100.0

業 務

截至二零二一年十二月三十一日止年度

排名	供應商	提供予我們的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份	一般信貸期	交易金額及佔本集團總服務成本的概約百分比	
						人民幣千元	%
1	供應商C	廣告庫存以供投放廣告	於二零一二年成立的一間中國領先互聯網科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一九年	預付款項	123,043	32.7
2	供應商A	廣告庫存以供投放廣告	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店，截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一六年	投放廣告該月結束後60天	99,618	26.5
3	供應商H	廣告庫存以供投放廣告	於二零一八年成立的科技公司，主要在中國從事提供數碼營銷服務。其註冊資本為人民幣20百萬元。	二零二一年	投放廣告後90天	60,648	16.1
4	供應商B ⁽¹⁾	廣告庫存以供投放廣告	於一九九九年成立的電子商務巨擘的成員公司，從事多元化業務，包括零售及批發商務、物流、雲計算及數碼媒體及娛樂。其控股公司的股份於二零一九年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為2.0萬億港元。	二零一五年	預付款項或不設固定信貸期	56,930	15.1
5	供應商I	廣告庫存以供投放廣告	自二零一一年開始發展的一間中國領先科技公司的成員公司，於中國營運熱門內容社區及社交平台。其應用程式截至二零二一年十二月三十一日止年度的平均每月活躍用戶為544.2百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為人民幣2,660億元。	二零二一年	預付款項	13,003	3.5
小計						353,242	93.9
所有其他供應商						23,247	6.1
總計						376,489	100.0

業 務

截至二零二二年五月三十一日止五個月

排名	供應商	提供予我們的主要服務	背景及主要業務	開始業務關係的年份	一般信貸期	交易金額及佔本集團總服務成本的概約百分比	
						人民幣千元	%
1	供應商C	廣告庫存以供投放廣告	於二零一二年成立的一間中國領先互聯網科技公司的成員公司，在中國營運最大的移動短視頻平台。其亦於二零一二年推出設有搜尋引擎功能的資訊平台及於二零一七年推出全球移動用戶使用的移動視頻平台。	二零一九年	預付款項	33,585	23.1
2	供應商A	廣告庫存以供投放廣告	於一九九八年成立的一間中國領先科技集團公司的成員公司，在中國營運最大的社交媒體及數碼內容平台及應用程式商店，截至二零二一年十二月三十一日的合併每月活躍用戶約為13億人。其控股公司的股份於二零零四年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為3.5萬億港元。	二零一六年	投放廣告該月結束後60天	33,448	23.0
3	供應商B ⁽¹⁾	廣告庫存以供投放廣告	於一九九九年成立的電子商務巨擘的成員公司，從事多元化業務，包括零售及批發商務、物流、雲計算及數碼媒體及娛樂。其控股公司的股份於二零一九年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為2.1萬億港元。	二零一五年	預付款項或無固定信貸期	19,484	13.4
4	供應商H	廣告庫存以供投放廣告	於二零一八年成立的科技公司，主要在中國從事提供數碼營銷服務。其註冊資本為人民幣20百萬元。	二零二一年	投放廣告後90天	17,592	12.1
5	供應商I	廣告庫存以供投放廣告	自二零一一年開始發展的一間中國領先科技公司的成員公司，於中國營運熱門內容社區及社交平台。其應用程式截至二零二一年十二月三十一日止年度的平均每月活躍用戶為544.2百萬人。其控股公司的股份於二零二一年在香港主板上市，截至二零二二年五月三十一日的市值約為人民幣2,660億元。	二零二一年	預付款項	16,875	11.6
小計						120,984	83.2
所有其他供應商						24,443	16.8
總計						145,427	100.0

業 務

附註：

1. 部分供應商彼此相關。據董事作出一切合理查詢後所深知、全悉及確信，受同一最終控股公司控制的供應商雖然為獨立法定實體，但隸屬一個集團，故被視為單一供應商。例如，供應商B為一組供應商。
2. 供應商D為江蘇萬聖的同系附屬公司，於往績期間持有北京樂思創信12.5%股權，並於二零二二年六月十五日不再持有北京樂思創信任何股權。詳情請參閱本文件「歷史及發展—我們與江蘇萬聖的關係」。

除供應商D外，我們於往績期間的五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，於往績期間，概無董事(或據董事所深知擁有我們任何附屬公司或彼等各自的任何聯營公司的已發行股本5%以上的任何人士)於五大供應商中擁有任何權益。

供應商集中

我們從以下各方獲得廣告庫存或用戶流量：(i)直接從媒體發佈商獲得或(ii)間接從媒體代理商獲得，以便在我們指定的媒體平台上投放移動廣告。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們的五大供應商分別合計佔我們總服務成本的約96.4%、92.5%、93.9%及83.2%。本集團五大供應商中的三名(即供應商A、供應商B及供應商C)，在整個往績期間一直與本集團合作，截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度以及截至二零二二年五月三十一日止五個月，分別合計佔本集團總服務成本的約93.5%、87.0%、74.3%及59.5%。董事在考慮以下因素後，認為這種供應商集中的情況在中國的移動廣告行業並不罕見及我們的業務模式屬可持續：

- (i) 根據艾瑞諮詢報告，就直接來自媒體平台的廣告收益而言，四大互聯網企業(即阿里巴巴、字節跳動、騰訊及百度)於二零二一年佔據中國移動廣告行業70%以上的市場份額，中國的移動廣告服務供應商從少數線上媒體平台的運營商獲得廣告庫存或用戶流量以投放移動廣告的情況並不罕見；
- (ii) 供應商A、供應商B及供應商C為中國大型及快速增長的科技公司。彼等為知名的市場參與者，經營多個具有不同內容的媒體平台，以吸引具有不同習慣及喜好的移動用戶。我們已與其各自建立多年的業務關係。我們已擔任供應商A、供應商B及供應商C的分銷商分別約6年、7年及3年。我們與其各自簽訂作為其分銷商的協議，我們自與彼等開展業務關係以來，每年都能和彼等重續協議，具有類似條款。於往績期間及直至最後可行日期，我們與其業務關係並無終止或發生重大不利變化，我們與其合約的條款亦無重大變化；及

業 務

- (iii) 我們戰略性地專注與經營中國領先的搜索引擎平台、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、應用商店及社交媒體平台的頂級媒體夥伴建立業務關係。我們認為，將資源集中於若干頂尖媒體平台，可使我們的員工更熟悉特定媒體平台的廣告庫存招標程序及數據提取程序，從而提高營運效率。我們致力擴大我們的廣告分發網絡，並成功擴大我們的廣告分發網絡。我們於二零二一年與兩家媒體發佈商建立新的業務關係。董事認為，我們可以繼續探索與新媒體平台的新合作機會，以擴大我們的廣告分發網絡，減少我們對供應商A、供應商B及供應商C的依賴。

有關供應商的集中情況，請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 於往績期間，我們倚賴五大供應商(特別是供應商A、供應商B及供應商C)獲取廣告庫存或用戶流量以投放移動廣告」。

客戶與供應商重疊

我們向部分媒體夥伴提供移動廣告服務，彼等有在其他線上媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務的廣告需要。我們亦向該等媒體夥伴購買廣告庫存或用戶流量，以為其他客戶投放移動廣告。因此，於往績期間，我們部分主要供應商亦為我們的客戶，反之亦然。根據艾瑞諮詢報告，移動廣告行業媒體平台的營運高度集中，四大業者合計佔據移動廣告行業70%以上的市場份額，倘彼等同時通過我們開展業務，彼等身兼我們的客戶和供應商的情況並不罕見。此外，根據艾瑞諮詢報告，媒體平台營運商委聘移動廣告服務供應商提供移動廣告服務以於其他媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務很常見。我們與該等重疊客戶及供應商的銷售及採購條款乃按個別基準與其各自的各間集團公司磋商(除客戶L及客戶K外)，銷售與採購之間既無關連，亦非互為條件，而且於往績期間並無將應收款項與應付款項抵銷。董事確認，我們與該等重疊客戶及供應商的所有銷售及採購都是在正常業務過程中按照正常商業條款及公平原則進行。

截至二零一九年十二月三十一日止年度，供應商A、供應商C、供應商D及供應商E(我們五大供應商的其中四名)應佔的流量獲取成本總額約為人民幣228.2百萬元，其中供應商A及供應商C合計佔約人民幣218.2百萬元。同期，供應商A、供應商C、供應商D及供應商E應佔的收益總額約為人民幣244.0百萬元，佔我們總收益約57.5%，其中供應商C佔約人民幣220.4百萬元。毛利約為人民幣25.1百萬元，毛利率約為10.3%，而供應商A及供應商C的毛利率約為7.9%(不包括供應商D及供應商E，彼等因淨額會計處理法而錄得100%的提供廣告分發服務毛利率)。

業 務

截至二零二零年十二月三十一日止年度，供應商A及供應商C(我們五大供應商的其中兩名)應佔的流量獲取成本總額約為人民幣196.0百萬元，其中供應商A佔約人民幣94.2百萬元。截至二零二零年十二月三十一日止同一年度，供應商A及供應商C應佔的收益總額約為人民幣229.1百萬元，佔我們總收益約60.7%，毛利約為人民幣15.1百萬元，毛利率約為6.6%。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，供應商A、供應商B、供應商C及供應商I(我們五大供應商的其中四名)應佔的流量獲取成本總額約為人民幣292.6百萬元，其中供應商A及供應商C合計佔約人民幣222.7元。同期，供應商A、供應商C及供應商I應佔來自移動廣告解決方案服務的收益總額約為人民幣120.7百萬元，佔我們總收益約25.7%，其中供應商A及供應商C佔約人民幣120.4百萬元。移動廣告解決方案服務產生的毛利約為人民幣2.7百萬元，毛利率約為2.2%(不包括源於供應商B及供應商I的廣告分發服務產生的毛利，因為淨額會計處理法，毛利率為100%)。同期，供應商B及供應商I應佔來自廣告分發服務的收益約人民幣1.4百萬元。

截至二零二二年五月三十一日止五個月，供應商A、供應商B及供應商C為我們五大供應商的其中三名，以及客戶L(為五大客戶之一)，應佔的流量獲取成本總額約為人民幣87.4百萬元，其中供應商A及供應商C合共佔約人民幣67.0百萬元。同期，源於供應商A、供應商C及客戶L的移動廣告解決方案服務產生的總收益約人民幣33.8百萬元，其中供應商C約佔人民幣26.2百萬元，佔總收益約15.1%。移動廣告解決方案服務產生的毛利約人民幣0.2百萬元，毛利率約0.6%(不包括源於供應商A、供應商B及客戶L的廣告分發服務產生的毛利，因為淨額會計處理法，毛利率為100%)。同期，源自供應商A、供應商B及客戶L的廣告分發服務產生的收益約人民幣2.7百萬元。

本集團於往績期間與該等重疊客戶及供應商訂立的框架協議的條款及條件大致為標準條款，我們的交易不存在因重疊關係而產生的優惠條款。請參閱本節「客戶 — 與客戶所訂協議的主要條款」及「我們的媒體夥伴 — 與媒體夥伴所訂協議的主要條款」。

銷售及營銷

我們相信，我們在提供服務及協助客戶實現其預期關鍵業績指標方面的能力是建立及維持我們的客戶群的關鍵。截至二零二二年五月三十一日，我們有一支由14名員工組成的銷售及營銷團隊。該團隊分成三個小組，以滿足各種業務發展活動，即大型客戶、中小企客戶及特定行業客戶。我們的營銷工作主要集中在加深與現有客戶及媒

業 務

體夥伴的關係，以有效地管理彼等的業務需求，吸納彼等同一群體中的其他商機，與新及潛在客戶建立關係，並與新興的媒體平台探索新商機。我們通常通過以下渠道來招攬新客戶：(i)我們的媒體夥伴的業務轉介；(ii)參與投標；及(iii)我們銷售及營銷團隊的社交及職場人脈(通過參與行業會議、商務會議或其他商業社交活動)。我們不時擴闊廣告分發網絡及為現有客戶引薦適合的媒體平台，以優化移動廣告的宣傳度及增加其用於我們的廣告預算。我們根據各種因素來鎖定客戶，如聲譽、行業、信譽及消費水平。我們的銷售及營銷團隊主要負責通過分析我們自家開發的平台上的數據庫，定期檢查並向客戶報告項目的進展情況，並與我們的財務團隊核對貿易應收款項。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，銷售及營銷開支分別約為人民幣4.6百萬元、人民幣3.0百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣1.3百萬元，分別佔總收益的1.1%、0.8%、0.8%及0.8%。

客戶投訴管理

我們相信，客戶對我們的業務至關重要，因此我們重視其反饋意見及建議。在正常業務營運過程中，我們不時收到客戶的反饋意見、建議及投訴，涉及我們的服務品質以及廣告投放的表現及成效是否符合彼等的期望。為及時管理客戶的反饋意見及投訴，我們為客戶提供廣泛的管道，方便快速地發送投訴及提供反饋意見。例如，電話號碼、電郵或微信賬戶。銷售及營銷人員會記錄、處理及回應客戶的反饋意見、建議及投訴，並通過此等管道對我們的回應結果進行跟進審查。董事確認，於往績期間及截至最後可行日期，我們並無自客戶收到任何會對我們的業務、聲譽、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的投訴。

數據來源

由於我們一般只向商業客戶提供移動廣告服務，我們不會收集或儲存任何移動用戶的個人資料，如個人用戶名稱、電話號碼及個人身份證號碼，以辨別實際用戶的身份。我們可從媒體夥伴獲取的移動用戶行為數據通常為移動用戶的資料概要，不包含電話號碼及個人身份識別碼等個人資料。對於我們的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務，我們從媒體平台實時收到各種各樣的原始數據，包括廣告成效數據，如曝光次數、視頻觀看次數、點擊次數、轉化率及轉化成本。我們亦收集由客戶提供的其他數據，包括帳戶註冊及啟動以及下單等無法通過分析媒體平台所提供的原始數據而即時獲得的廣告前互動事件。為保護我們的數據，我們已就日常營運及數據庫操作採取各種政策，以防資料洩露及數據丟失。詳情請參閱本節「風險管理及內部監控 — 資訊科技風險管理」。

業 務

資訊科技及研發

我們的資訊科技能力對我們的業務運作至關重要，因為我們依靠我們的軟體及資訊科技的能力來獲得最新的廣告相關資料，這使我們能夠為客戶提供量身定制的廣告及營銷建議，特別是初步廣告方案及發佈後的監測報告。我們的資訊科技系統對我們日常營運的其他方面(如會計及財務)亦為重要，我們依靠內部會計系統計算客戶的發票開票金額。我們亦研究新的移動廣告格式，包括視頻形式佈局的移動廣告，以適應不同的媒體平台，擴大我們提供的服務種類。因此，我們致力於不斷加強及創新我們的服務、解決方案及技術。我們的研發過程主要由客戶需求帶動，並涉及多個團隊(如銷售及營銷和業務及平台營運)協同合作。

截至二零二二年五月三十一日，我們的技術支援及發展團隊由8人員組成，位於廣州，大部分團隊成員畢業自電腦科學或其他相關專業，並具備超過三年工作經驗。彼等主要負責開發、加強及維護我們的內部系統。該系統包含各種介面，如詳細客戶資料概要、客戶於各媒體平台營運商分發移動廣告及預先付款的記錄及指定賬戶的開設及充值記錄。為提高本集團各部門的工作效率，我們推出了供內部使用的自家開發平台。

我們將部分資訊科技系統開發工作外包予獨立第三方，彼等主要負責我們的系統升級及開發各種軟件程式以供試用。升級組成部份將融合至我們自家開發的平台及資訊科技系統。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們在研發(包括資訊科技系統開發)分別產生總開支約人民幣13.7百萬元、人民幣12.5百萬元、人民幣7.5百萬元及人民幣2.9百萬元，全部均於合併全面收益表內入賬作為開支。在選擇第三方開發商時，我們主要考慮其相關技術水平，我們會在合作過程中進行後續評估。我們亦考慮第三方開發商在行內的往績記錄及業務性質以及彼等在數據安全方面的防範措施。至於第三方開發商的報價，主要取決於系統開發項目的功能及所涉及的勞動力成本估計，此等均基於行業慣例。

我們的開發過程受研發團隊的創新理念及對客戶需求的了解持續推動。我們鼓勵僱員與客戶保持密切溝通，了解彼等的需求，以助探索研發新概念。推出研發項目後，我們持續監測及分析系統性能，並繼續優化系統的功能及性能。

業 務

品質控制

據中國法律顧問告知，作為廣告營運商，我們須根據廣告法承擔刑事、行政及民事責任。具體而言，倘我們安排發佈的移動廣告違反廣告法的規定，我們可能會面臨責任。

我們採取充分的預防措施，以確保我們提供的廣告內容沒有虛假、欺詐、誤導或其他違法行為，從而不損害我們與供應商及媒體平台的既定業務關係。例如，我們向客戶施加合約責任，確保其廣告內容(包括廣告設計及製作)符合相關法律及法規。董事確認，於往績期間及截至最後可行日期，本集團並無因其設計、製作或提供相關代理服務的廣告內容嚴重違反廣告法而受到任何行政處罰或涉及任何訴訟／仲裁。

季節因素

於往績期間，我們並無經歷重大季節性影響。然而，在移動廣告行業，就我們所知，廣告商多數將最大部分的廣告預算分配至假日季節及特殊促銷場合，大部分於每年的下半年進行，預料屆時的消費開支將有所增加。由於我們已建立來自各行各業的多元化客戶群，我們以往的收益增長大致可掩蓋不同行業客戶的季節性影響。我們預料收益將因應影響整體移動廣告行業的季節因素而出現波動。董事相信我們於往績期間並無因季節因素而遇到業務波動。

COVID-19 疫情對我們業務的影響

自二零一九年十二月以來，一種新型冠狀病毒菌株(即COVID-19)的爆發，對中國和全球經濟產生重大的負面影響。為應對COVID-19疫情，包括最近於二零二二年二月或前後開始在中國多區爆發的疫情，中國政府採取各種措施控制傳播，包括在中國多個城市或地區暫時關閉企業辦公室、零售店及製造設施、旅遊限制、嚴格實施檢疫措施及封鎖措施，以遏制擴散。而且中國政府在上海實施封城，要求各區員工在家工作。我們部分客戶位於上海及北京。的控制措施導致國內部分業務活動減少。為應對各種控制措施，我們調整營運，以確保員工可在家遙距工作。我們並無因COVID-19疫情而經歷任何業務停擺。然而，由於某些地區的物流和運輸服務受到干擾，檢疫措施和出行禁令，我們與客戶面對面的會談受到限制。該種限制在一定程度上影響我們的營運效率。而且，國內的控制措施和商業活動減少，亦可能影響客戶的商業運作以及營銷及廣告計劃和預算，並可能拖慢其付款進程，繼而對我們的服務需求及我們在二零二零年的經營業績造成負面影響。然而，我們於二零二一年能夠實現強勁收益增長。收

業 務

益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣377.7百萬元增至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣470.2百萬元，增幅約24.5%。毛利由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣76.9百萬元增至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣93.7百萬元，增幅約21.9%。

就最近於二零二二年二月或前後開始爆發的COVID-19疫情而言，董事認為該爆發並無對我們直至最後可行日期的業務及財務表現造成重大不利影響，因為(i)本集團已實施措施，確保員工可在家工作及保持在辦公室的社交距離；(ii)並無因近來的疫情爆發而對我們的業務營運造成干擾；及(iii)本集團的移動廣告服務需求直至最後可行日期並無大幅減少。董事相信，根據直至最後可行日期的資料，最近爆發的COVID-19疫情長遠不會對我們的業務及財務表現造成重大影響。整體收益由截至二零二一年五月三十一日止五個月的約人民幣167.3百萬元增加至截至二零二二年五月三十一日止五個月的人民幣173.8百萬元。

根據艾瑞諮詢報告，最近的COVID-19疫情並無對中國的移動廣告市場造成重大不利影響，原因是(i)若干行業的客戶對移動廣告服務的需求急增；(ii)在COVID-19疫情期間，由於限制線下營銷活動，所以客戶將其營銷預算從線下轉移至線上；及(iii)每個曆年第一季度一般是線上短視頻營銷的淡季。

於最後可行日期，我們密切監察中國的COVID-19發展。COVID-19疫情仍然存在重大的不確定性，包括疫情的嚴重程度和持續時間以及世界各地政府當局可能採取的控制病毒的進一步行動，以及COVID-19疫情直接或間接影響我們的業務、經營業績、現金流及財務狀況的全部程度將取決於未來的發展，而日後發展高度不明朗且無法準確預測。詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨著與自然災害及衛生流行病有關的風險」、「風險因素 — 與在中國開展業務相關的風險 — 中國的經濟、政治及社會狀況、政府政策以及全球經濟或會繼續影響我們的業務」以及「財務資料 — 報告期後事項及近期發展」。

競爭

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告行業的廣告服務供應商頗為分散，且競爭激烈，按二零二一年總賬單計算，五大參與者佔約8.6%的市場份額。我們為中國移動廣告行業的服務供應商之一，以總賬單計算，二零二一年的市場份額約為0.1%。

我們亦於聘請資深人員(包括管理層及編輯)遇上激烈競爭。因此，我們的增長部分取決於我們留任現有人員及招聘資深員工的能力。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 — 移動廣告行業頗為分散且競爭激烈」。

業 務

更多詳情請參閱本節「競爭優勢」及本文件「行業概覽」。

獎項及認可

自成立以來，我們榮獲不同組織的多項獎項及認可，以表彰我們在移動廣告行業的佳績。下表載列我們於往績期間獲頒發的若干獎項及認可：

年份	獎項／認證	頒發機構
二零一九年	2019年度優酷信息流 KA核心代理商	阿里文娛智能營銷平台
二零一九年	2019年度KA軟件行業代理商	阿里文娛智能營銷平台
二零一九年	2019年度傑出合作伙伴	阿里創新業務事業群智能 營銷平台
二零一九年	2019年度廣告代理授權證書	巨量引擎
二零二零年	高新技術企業證書	北京市科學技術委員會、 北京市財政局及國家稅務總局 北京市稅務局
二零二零年	中關村高新技術企業證書	中關村科技園區管理委員會
二零二零年	2020年度傑出合作伙伴	阿里創新業務事業群智能 營銷平台
二零二零年	2020年度KA網服行業代理商	阿里創新業務事業群智能 營銷平台
二零二零年	2020年度KA核心代理商	阿里創新業務事業群智能 營銷平台

業 務

年份	獎項／認證	頒發機構
二零二一年	2021年度KA核心代理商	阿里創新業務事業群智能營銷平台
二零二一年	2021年上半年KA渠道傑出 合作伙伴—橙心服務 先鋒獎及橙心服務貢獻獎	阿里創新業務事業群智能營銷平台
二零二一年	2021年上半年營銷大賞—行業 之星獎及最具創意代理獎	阿里創新業務事業群智能營銷平台

保險

於往績期間，我們為中國僱員提供社會安全保險保單，包括退休金保險、失業保險、工傷保險、生育保險、醫療保險及住房公積金。按照一般市場慣例，我們並無投購任何營業中斷保險或產品責任保險，根據中國法律，該等保險並非強制性。於往績期間，我們並無就我們的業務提出任何重大保險索償。董事認為，我們的保險範圍屬充足且符合行業規範。我們將不時審視我們的保險範圍，並就此作出必要和適當的調整。我們預計將在[編纂]之時或之前為本公司執行董事及行政人員維持董事及高級職員的責任保險。

健康、安全及環境事項

鑑於本集團的業務性質使然，我們並不營運任何生產設施。因此，我們並無受到重大健康、安全或環境風險的影響。我們的業務營運受到與員工健康及工作安全及環保有關的各種中國勞動法律及法規的約束。我們已設立工作安全政策，確保營運符合適用安全法律及法規。於往績期間及截至最後可行日期，我們在營運過程中並無遇到任何有關職業健康或安全的重大事故，亦無因不遵守健康、安全或環境規例而受到任何重大罰款或其他處罰。

業 務

環境、社會及管治工作小組

[編纂]後，董事會將負責制定與環境、社會及企業管治（「環境、社會及管治」）有關的戰略及目標。在履行環境、社會及管治責任方面，我們的董事會已共同及整體負責建立、制定更新我們的環境、社會及管治政策並監測實施的成效，確保我們遵守該等方面的相關法律及法規，通過開展持份者參與來評估重大的環境、社會及管治相關事項，並根據上市規則附錄27的要求，審查及採用關於本集團對健康、安全、環境及社會影響的重大性及氣候變化影響評估及報告。

我們已採納有關賠償及遣散、平等機會、多元性、反歧視及其他福利待遇的政策。我們不時為僱員提供與工作場所安全有關的培訓課程。我們一直努力促進業務的健康、安全和環境層面，包括但不限於：(i) 促進減少排放、固體廢物和水、紙張、能源及其他用品的消耗；(ii) 定期組織團隊建設體育活動，以促進工作與生活的平衡和融洽的工作環境；(iii) 在採購決策過程中優先考慮環保供應商；(iv) 定期提供急救培訓和維護消防設備及設施；(v) 遵循公司的平等機會政策，擇優錄用、評核和晉升；(vi) 為僱員提供有薪假、保險和津貼；及(vii) 為新僱員提供充分的培訓和監督。

董事確認，於往績期間及直至最後可行日期，我們的業務營運並無面臨重大健康、工作安全、社會或環境風險。誠如董事進一步確認，於往績期間及直至最後可行日期，本公司並無因不遵守或違反中國的健康、工作安全、社會或環境法律及法規而被處以任何重大罰款或行政處分，以致對我們財務及業務營運及[編纂]造成重大不利影響。

業 務

員工

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日及二零二二年五月三十一日，我們共有117名、106名、122名及108名全職員工，彼等均在中國工作。下表載列截至最後可行日期按職能劃分的員工人數：

職能	員工人數	%
內容製作	26	25.2
銷售及營銷	13	12.6
媒體平台管理	4	3.9
業務及平台營運	33	32.0
技術支援及開發	8	7.8
管理、行政、財務及法律	19	18.4
總計	103	100.0

我們的成功取決於我們吸引、保留及激勵合資格人員的能力。作為留任人才策略的一環，我們為員工提供有競爭力的工資、現金績效獎金及其他激勵措施，尤其是向銷售部門的員工提供激勵。經採納股股權計劃，我們將來可能會向員工授予股份激勵獎勵，以激勵員工對我們的增長及發展作出貢獻。

我們主要通過線上招聘平台招聘員工。我們採用內部持續培訓計劃，據此，員工不時會接受其他部門的內部講者或媒體平台的外部顧問提供的培訓，以便我們的員工緊貼市場走勢。隨著本集團的發展，該計劃成為讓員工融入我們的商業文化，以及不斷提高員工素質的要領。此外，我們的內容製作團隊亦不時參加各媒體平台舉辦的市場分析研討會及技能優化培訓課程，以便更為掌握當前的市場趨勢及最新的監管環境，提高其平台的廣告營銷效率。對於部分媒體平台，我們的員工須應考以獲得認可資格。

人力資源部門負責招聘工作。如需增聘人手，申請部門須提交規定的補充員工計劃申請表，報行政及人力資源部門批准。如獲批准，行政及人力資源部門將開始招聘程序。我們會以客觀、公正及公平的方式，擇優錄取應徵者。

我們已按中國法規規定，參加由適用地方市政府及省政府組織的各項僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、工傷及失業福利計劃。根據中國法律規定，我們必須按薪金的特定百分比向僱員福利計劃作出供款。獎金通常是酌情發放，部分基於員工的表現，部分基於我們業務的整體表現。

業 務

於往績期間，我們未能根據相關中國法律及法規為僱員作出足夠的社會保險及住房公積金供款。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，短欠供款總額分別約人民幣1.0百萬元、人民幣1.1百萬元、人民幣2.7百萬元及人民幣1.2百萬元，並已在歷史財務資料計提相關撥備。誠如中國法律顧問告知，就未能作出充足的社保我們可能會被收取相當於短欠金額0.05%的滯納金，滯納金從相關社保基金的支付日期開始每天計算。如果我們未能在指定期限內支付該等款項，我們可能會被處以短欠金額一至三倍的罰款。而就未能作出充足的住房公積金供款，住房公積金管理中心可要求我們在指定時限內作出逾期付款及按金，倘未有遵循，則可針對我們尋求法庭判令，收取尚未支付的住房公積金供款。

此外，根據相關中國法律及法規，我們須為本集團全部中國附屬公司開設社會保險及住房公積金賬戶。我們未能為本集團若干附屬公司開設社會保險及住房公積金賬戶，該等公司各自的僱員少於三名。我們可能會被責令在規定的時限內糾正違規行為。我們可能會被責令對未能在規定時限內開設住房公積金賬戶的各附屬公司支付人民幣10,000元至人民幣50,000元的罰款。我們可能會被責令在規定的期限內糾正違規行為，並支付應付社會保險基金數額的一至三倍的罰款，同時負責人員可能會被責令為未在規定期限內開設社會保險賬戶的各附屬公司支付人民幣500元至人民幣3,000元的罰款。我們於往績期間已聘請第三方人力資源代理，我們通過該代理為部分員工繳納社會保險及住房公積金供款，彼等的社會保險及住房公積金賬戶乃於其他城市註冊，而該等附屬公司無法開設當地賬戶。該付款安排乃由本集團、本集團相關僱員及第三方人力資源代理協定。代理確認，供款已在指定時限內作出，我們的僱員並無提出投訴或爭議，也未有受到任何有關政府當局的處罰。

於最後可行日期，我們並無接獲任何主管當局發出的通知或要求，責令我們對社會保險及住房公積金供款作出追溯付款或補足差額。我們亦不知悉有任何員工投訴或要求支付社會保險或住房公積金供款。基於上述情況，據中國法律顧問所告知，董事認為，有關社會保險基金及住房公積金供款的不合規事件不會對本集團的經營及財務狀況產生重大不利影響。

鑒於該等事件，我們亦已採取或將採取以下持續措施：

- 我們將繼續為員工提供有關社會保險及住房公積金的相關法律及法規以及不時的合規要求方面的培訓；

業 務

- 我們已採用與社會保險及住房公積金有關的內部政策；及
- 社會保險及住房公積金的計算將由行政及人力資源部門準備，並由我們的財務部門按月審查，以減少不遵守相關法律及法規的風險。

請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 未能按照中國法律及法規的規定繳納足夠的社會保險及住房公積金供款以及為本集團若干附屬公司開設社會保險及住房公積金賬戶」。

我們相信，我們與員工保持良好的工作關係。我們的僱員並無工會代表。於往績期間及直至最後可行日期，我們並無經歷任何罷工、糾紛或招聘員工方面的困難而對我們的經營產生重大影響。

知識產權

於最後可行日期，我們於中國擁有對我們業務屬重要的2個註冊商標、15個註冊軟件版權及4個域名。有關我們主要知識產權的更多詳情，請參閱本文件附錄四「B.有關我們業務的更多資料 — 2.本集團的知識產權」。

於往績期間及截至最後可行日期，我們於中國並無任何有關第三方商標、許可及其他知識產權的重大糾紛或侵權索償。

物業

於最後可行日期，我們的總部於北京，而技術支援及發展團隊的辦事處位於廣州，及視頻製作基地則位於北京。截至最後可行日期，我們在中國並無擁有任何物業，但我們租賃了9項物業。下表列載我們於最後可行日期的租賃物業詳情：

地址	物業用途	租期
中國北京朝陽區北苑東路19號 中國鐵建廣場1棟2501-2503室	辦公室	二零二一年五月一日至 二零二四年四月三十日
中國北京朝陽區高碑店路181號 中海安德魯斯莊園東區109號 樓101室、地下1層至3樓	辦公室及 視頻製作 基地	二零二一年十一月一日至 二零二二年十月三十一日
中國北京昌平區建材城西路 87號院2號院21樓2121室 ^(附註)	辦公室	二零二一年一月一日至 二零二二年十二月三十一日

業 務

地址	物業用途	租期
中國廣州海珠區暄悅東街23號 保利中悅廣場8樓12室	辦公室	二零二二年四月五日至 二零二三年四月三十日
中國湖南長沙湖南開福區 萬家麗北路恆大雅苑59座2301室	辦公室	二零二二年六月十八日至 二零二二年九月十七日
中國新疆伊犁自治區中哈霍爾 果斯國際邊境合作中心B4區 東方勁秀4樓409室 ^(附註)	辦公室	二零二一年一月一日至 二零二二年十二月三十一日
中國新疆伊犁自治區霍爾果斯 經濟開發區合作部開元路3-B-2 2樓2155室	辦公室	二零二二年七月二十二日至 二零二二年十二月三十一日
中國湖南長沙高新技術產業 開發區岳麓西大道588號 芯城科技園2座8樓8080室	辦公室	二零二二年二月十八日至 二零二二年八月三十一日
中國湖南長沙高新技術產業 開發區岳麓區尖山路18號 中電軟件園二期C2棟 101室部份區域	辦公室及 視頻製作 基地	由本集團確認的佔用日期起 計五年

附註：該等租賃物業均分類為本集團按協定條款與關連人士訂立的獲豁免關連交易。更多詳情，請參閱本文件「關連交易」。

該等物業用於非物業活動(定義見上市規則第5.01(2)條)。

根據適用中國法律及法規，物業租賃協議必須向中國有關當局登記。截至最後可行日期，我們概無登記任何租賃協議。誠如中國法律顧問告知，根據中國法律，未進行租賃協議登記不會影響該等租賃協議的有效性。然而，我們可就每份未登記的租賃協議被處以最高罰款人民幣10,000元(如有)。就與未登記租賃協議有關的風險，請參閱本文件「風險因素—與我們業務及行業有關的風險—由於我們的租賃協議未登記，我們可能會被處以罰款」。

此外，截至最後可行日期，(i)我們有兩個租賃物業未有獲出租人提供相關擁有權證書或任何其他證明其有權向我們出租該等物業的文件。倘出租人並非該等物業的業主或未有向業主取得出租該等物業的同意，則我們的租約可能無效；及(ii)我們用作或將用作辦公室及視頻製作基地的三個租賃物業的實際用途與其指定用途不符。請參閱

業 務

本文件「風險因素 — 我們可能會面臨第三方或政府當局在物業所有權及租賃物業用途方面的挑戰，這可能使我們面臨潛在的罰款，並對我們使用租賃物業的能力產生負面影響」

根據上市規則第5章及香港法例第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的規定，該規定要求就本集團於土地或樓宇的所有權益作出估值報告，豁免原因為截至二零二二年五月三十一日我們所持有或租賃的物業的賬面值不足綜合資產總值的15%。

牌照、許可及批准

我們的北京總部負責管理、審閱及重續我們的牌照、許可及批准。據中國法律顧問告知，截至最後可行日期，我們已向相關政府機構取得對於我們在中國的業務營運屬重要的所有必要牌照、許可及批准，而有關牌照、許可及批准仍然具有全面效力及不存在將會導致其遭吊銷或註銷的情況。此外，董事確認，於往績期間，我們在申請重續該等批准、同意、註冊、牌照及許可方面並無遭遇任何失敗。根據適用中國法律及法規，除了營業執照外，我們毋須就我們現時的中國業務營運取得任何其他業務或行業特定牌照或許可。據中國法律顧問告知，於最後可行日期，我們的業務並不直接涉及提供《電信業務分類目錄》下任何類型的增值電信服務，該目錄於二零一五年頒佈並於二零一九年修訂。

法律訴訟及合規

於往績期間及直至最後可行日期，概無任何針對我們的訴訟或仲裁程序或行政程序正在進行或威脅進行，從而對我們的業務、聲譽、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。此外，截至最後可行日期，我們的董事並無涉及任何實際或威脅的重大索賠或訴訟。

業 務

於往績期間來自非金融機構的借款及給予企業的貸款

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，我們(i)向6名為獨立第三方的非金融機構(包括兩間同時為客戶及供應商的公司)取得本金額介乎人民幣1.0百萬元至人民幣20.0百萬元的無抵押借款，期限介乎5天至1年，固定年利率介乎7%至12%；及(ii)向5名獨立第三方企業(包括一名客戶及一間同時為客戶及供應商的公司)提供本金額介乎人民幣2.0百萬元至人民幣30.0百萬元的無抵押借款，期限介乎1天至1年，固定年利率介乎0%至12%。該等貸款交易大部分的期限介乎1個月或以下。該等借款用作營運資金以滿足短期財務需求。我們獲取該等融資，而非銀行借款，是因為該等交易一般需要較短的磋商時間，且銀行貸款人的正式審批程序較少。在重大時候，我們並不知道該等交易構成違規事件。我們向該等企業提供貸款是考慮到彼等當中部分人士向本集團提供借款以滿足我們的短期財務需求。

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，本集團自該等借款及貸款交易產生利息開支分別約人民幣2.0百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣1,300百萬元，以及獲得利息收入分別約人民幣72,000元、人民幣66,000元及人民幣55,000元。該等交易於二零二一年九月中止，故截至二零二二年五月三十一日止五個月並無產生利息。據董事所深知及確信，鑒於經營移動廣告服務對現金流的需求，行內市場參與者通常會相互提供或接受貸款以滿足短期融資需求，以將該等市場參與者可用的額外休置現金資本化。在我們的合規審查中，我們意識到該等借款及貸款交易屬不合規事件。本集團與非金融機構之間的借貸交易已經停止，而本集團與相關方之間的貸款已於二零二一年九月悉數償還，以及貸款的結欠利息亦已於二零二二年五月悉數支付，及違規事件已全面修正。為避免日後發生該等事件，我們亦已採取多項補救措施。請參閱下文「補救措施」。

請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險我們可能因在往績期間與非金融機構進行構成違反中國法律的私人借貸交易而遭受懲罰」

潛在法律後果及最高處罰

根據中國人民銀行頒佈的《貸款通則》，只有金融機構才能合法地從事貸款業務，非金融機構的公司之間禁止貸款。根據《貸款通則》，非金融機構的公司如果提供貸款，可能會被處以相當於貸款活動收入(即收取的利息)1至5倍的罰款。然而，最高人民法院頒佈《最高人民法院關於審理民間借貸案件適用法律若干問題的規定》，列明非金融機構的公司之間的借貸協議應被歸類為民間借貸，如果這種借貸是出於商業運作的目

業 務

的，且不屬於《中華人民共和國民法典》規定的導致合同無效的情況，則應是有效的。只要年利率不超過適用的一年期貸款最優惠利率的四倍，中國法院將支援貸款公司對此類貸款的利息索賠。根據中國法律顧問的意見，根據中國法律，本集團來自非金融機構的借款及給予企業的貸款可能構成違規行為，中國人民銀行可對貸款人(但非借款人)處以相當於我們向企業貸款產生的收入(即收取的利息)1至5倍的罰款。於往績期間，我們從該等貸款獲得的收入總額約為人民幣193,700元。因此，於往績期間，我們因向企業提供貸款而產生的最高潛在罰款約為人民幣1.0百萬元。

於截至最後可行日期，我們[並無]收到監管部門(包括中國人民銀行)針對我們貸款予企業的任何通知或行政處罰，且亦無因借款而產生糾紛，中國法律顧問認為中國人民銀行就我們放貸對我們進行任何處罰的風險很低。基於上述情況，我們的董事經中國法律顧問告知，認為有關向非金融機構借款及向企業貸款的違規事件不會對本集團的經營及財務狀況產生重大影響。

補救措施

董事確認，我們在未來不會向任何非金融機構借入任何款項或向任何企業借出任何貸款以致可能構成違規事件。鑒於該等事件，我們亦已採取或將採取以下持續措施：

- 我們將繼續不時為董事、管理層及高級員工提供有關法律及法規的培訓；
- 我們已採取資本管理政策，要求完全遵守相關法律、法規及規例；
- 我們已指定財務總監舒女士在我們進行任何貸款交易之前監督我們的貸款交易；及
- 我們將尋求外部法律意見，以確保未來的持續合規。

誠如董事確認，於往績期間及直至最後可行日期，我們並無受到涉及不遵守對我們整體業務有重大不利影響的任何中國法律或法規的任何罰款或法律或行政訴訟。於往績期間及截至最後可行日期，我們並無任何嚴重違反法律及法規的情況，我們亦無董事認為整體可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何系統性不合規事件。

風險管理及內部監控

我們在營運中承受各種風險。詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險」。因此，我們已制定及維持我們認為對業務營運各方面必要的全面風險管理及內部監控政策，例如財務報告、信貸管理、資訊科技、營運管理及人力資源。董事會全面負責維持本集團內部健全的風險管理及內部監控系統，並負責識別及評估本集團在營運過程中可能面臨的重大風險。我們密切關注及監察本集團持續遵守規管我們業務營運的相關法律及法規的情況，以及監督必要措施的實施情況。

業 務

風險管理

財務報告風險管理

我們面臨各種財務風險，例如在日常及一般業務過程中產生的信貸、流動資金及利率風險。詳情請參閱本文件「財務資料 — 財務風險」。故此，我們在財務報告風險管理方面採取全面的會計政策，如財務管理、預算管理及財務報表編製。此外，我們為會計人員提供持續培訓，以確保有關會計政策得到妥善遵守及有效執行。我們亦實施若干程序執行該等會計政策，財務部根據有關程序審閱我們的管理賬目。於二零二二年五月三十一日，財務部由11名員工組成，以財務總監舒女士為首，彼在財務報告方面擁有超過15年的相關經驗。有關其履歷資料，請見本文件「董事及高級管理層 — 董事會 — 執行董事」一節。

信貸風險管理

我們的信貸風險主要來自於貿易應收款項。除本節「廣告庫存競投程序 — 資本及流動資金管理政策」所披露的資本及流動資金管理政策外，我們主要通過以下措施管理信貸風險：

- 我們已經實施「瞭解你的客戶」程序及信貸檢查，以確定我們潛在客戶的背景；
- 我們對潛在及新客戶進行信貸評估，並可能要求彼等預付我們的服務，以儘量減少我們的信貸風險；
- 我們密切關注我們的貿易應收款項及其他金融資產的水平，並在我們預見到我們的客戶可能不履行其義務時，採取適當的行動來恢復或儘量減少我們的損失；
- 我們有關給予客戶的交易限額及信貸期的信貸政策，我們會不斷審閱及修訂該等政策；及
- 我們使用撥備矩陣來計算我們的貿易應收款項的預期信貸虧損，以評估我們所面臨的信貸風險。

有關我們貿易應收款項分析的詳情，請參閱本文件「財務資料 — 合併財務狀況表的主要部分 — 貿易及其他應收款項」。

資訊科技風險管理

我們在日常營運及資料庫運行方面採取各種政策，以防止我們自家開發的平台及存放我們的營運資料的第三方網上儲存平台數據房的資訊洩露及資料丟失。我們亦設有固定機制定期維護我們的平台。我們在營運中使用多個資訊科技管理系統，例如企

業 務

業資源計劃及客戶關係管理系統等。為確保資訊安全，員工登入平台需輸入指定用戶賬號及密碼。我們已採取內部政策，以確保存取權限乃根據員工的職別而定，因此，若干資訊只能在需要的情況下才能獲得。上傳資料前，我們亦利用代碼包裝備份第三方網上儲存平台上的若干營運資料，以免機密資訊直接洩露。此外，技術支援及發展團隊的主要全職員工必須簽署保密協議，據此，彼等承諾對在本公司工作期間獲得的資料以及營運、財務及產品資訊進行保密。於二零二二年五月三十一日，我們的技術支援及發展團隊由8名員工組成，大部分從計算機科學或其他有關專業畢業及具備逾三年工作經驗。

營運風險管理

為確保我們的業務營運符合相關法規及規例，特別是管理移動廣告行業的法規及規例，我們已採用內部政策進行更新，以反映法律及法規及行業標準的最新變化。此外，我們不斷檢討風險管理政策及措施的實施，以確保政策及實施屬有效及充分。我們亦於中國聘請外部法律顧問，協助我們更新法律文件的範本，審查我們與客戶及供應商訂立的法律條款，並在與客戶及供應商訂立任何合約或業務安排之前，為我們進行必要的相關盡職審查材料的調查。

於日常營運過程中，我們須遵守各種中國法律及法規，而我們尤其受中國廣告法規限。更多詳情請參閱本文件中「監管概覽—與廣告業務有關的法律及法規—廣告」。

人力資源風險管理

我們已採用內部監控政策，當中涵蓋人力資源管理的不同方面，如招聘、入職培訓及錯誤行為培訓、工作道德及法律合規。例如，我們向新員工提供管理指引，內容有關(其中包括)工作道德及防止欺詐、疏忽及反腐敗的主要準則。我們採納高水準的招聘標準以確保新員工的素質。我們建立監管系統實施反賄賂及反腐敗措施，以確保我們的員工遵守內部規則及政策以及適用的法律及法規。例如，管理層負責不時進行一次欺詐及賄賂風險評估，審核委員會審閱及批准我們的年度風險評估結果及政策。我們亦在內部反賄賂及反腐敗政策中確定若干禁止行為，當中有(其中包括)禁止接受賄賂或未經授權的返點、貪污或挪用我們的資產、以及偽造或篡改我們的會計記錄。

我們亦根據不同團隊員工的需要提供專門的培訓，舉例而言，根據業務更新為銷售及營銷團隊提供有關新媒體平台最新資訊的定期在職培訓。我們還提供內部反欺詐

業 務

及匿名舉報機制，透過該機制，本集團各職級員工可能違反內部政策的行為或可疑的反腐敗違法行為能及時匯報予董事及高級管理層，並採取適當措施，以將損失減至最低。

內部監控

董事相信合規為我們創造價值，故此致力為所有僱員打造合規文化。我們密切關注及監察本公司在所有重大方面持續遵守規管我們業務營運的相關法律及法規的情況，以及監督必要措施的實施情況。我們亦密切關注最新的監管資訊，並不時就移動廣告業務的高速擴張和演變性質所涉及的最新監管要求與相關監管部門溝通。董事負責建立及更新內部監控系統，而高級管理層則持續監控本集團的相關程序及措施的日常實施，以確保內部監控系統在識別及減少我們日常營運中所涉及風險方面的有效性。為確保該合規文化植入日常工作流程及為本集團所有個人行為設定期望，以及為持續改善企業管治，我們已實施及／或將實施以下措施：

- (a) 我們[已成立]審核委員會，以協助董事就財務報告程序的有效性提供獨立意見，檢討內部監控及本集團的法律合規性，並監督本集團的內部審計程序。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，其主席具有適當的專業資格。更多詳情請參閱本文件「董事及高級管理層」。
- (b) 我們將委聘法律顧問就[編纂]後未來在各重大方面遵守中國及香港的法律及法規向我們提供持續的法律諮詢。
- (c) 申請[編纂]之前，我們已安排董事及高級管理層參加由本公司的香港法律顧問提供的有關適用法律及法規(包括上市規則)的培訓課程。為主動發現任何潛在不合規事件及情況，我們將繼續不時及在有需要時安排由我們在香港及中國的法律顧問及／或任何適當的認可機構提供培訓課程，以為董事、高級管理層及相關僱員提供相關法律及法規的最新資訊。此外，在必要時亦會舉辦特定培訓課程，以知會相關適用法律及法規的最新進展。
- (d) 我們已委任滋博資本有限公司為合規顧問，以就遵守上市規則提供意見。
- (e) 我們計劃每年為管理級別的員工提供培訓，並在必要時為所有相關員工提供特設培訓。

業 務

基於以上所述，董事相信，內部監控措施一旦實施，將有效地確保一個適當的內部監控系統，並保持本集團的良好企業管治。考慮到現有措施，董事認為，我們根據上市規則所採取的內部監控措施屬充分及有效，以確保本集團持續遵守相關法律及法規。