

## 概 要

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

### 概覽

我們是中國的移動廣告服務供應商。我們主要提供移動廣告解決方案服務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，我們已於移動廣告業累積豐富經驗，並服務中國不同行業客戶。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。

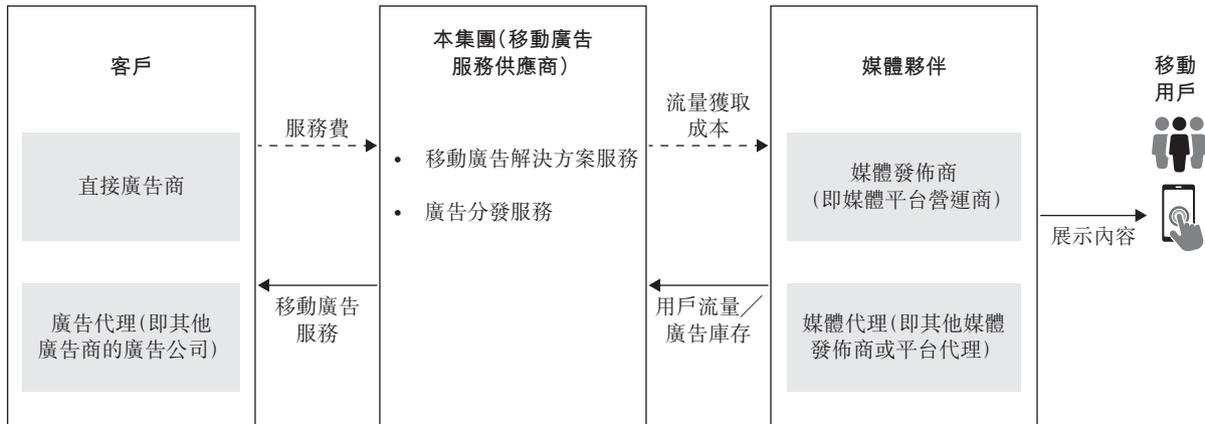
我們認為多元廣告分發網絡對我們於移動廣告行業維持佳績及發展極為重要。故此，我們致力與知名媒體夥伴發展及建立穩固的業務關係，確保可順利及穩定地供應廣告庫存以供我們投放移動廣告。媒體夥伴包括媒體發佈商(即媒體平台營運商)及其他媒體發佈商的媒體代理。於二零二二年五月三十一日，我們已與5名媒體發佈商建立業務關係，彼等均為中國著名科技公司，我們可在該等媒體發佈商營運的超過20個媒體平台直接分發移動廣告。該等媒體平台包括領先的短視頻平台、搜尋引擎平台、新聞及資訊內容平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台。憑借廣泛的廣告分發網絡，我們可投放移動廣告，向擁有不同興趣的廣大移動用戶。

我們認為，我們強大的內部內容製作能力是我們業務增長的動力。我們有內部製作團隊製作富有創意且對移動用戶具吸引力的內容。鑑於互聯網速度加快及移動用戶的閱讀及瀏覽習慣改變，我們擴大所供應的廣告形式，由靜態影像及文字增至短視頻。我們於二零一八年開始製作視頻格式的移動廣告，並於二零二零年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。

## 概 要

### 業務模式

下文列載簡化的移動廣告服務的業務模式<sup>(附註)</sup>：



附註：

—————> 指業務流向

-----> 指資金流向

我們的客戶包括直接廣告商及廣告代理。廣告商為價值鏈的發起人，彼等需要廣告解決方案以宣傳其產品及服務。我們的媒體夥伴主要包括(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。移動用戶為移動廣告的最終消費者及接收者。

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		
	客戶 數目	人民幣 千元	%	客戶 數目	人民 幣千元	%	客戶 數目	人民幣 千元	%	客戶 數目	人民幣 千元	%	客戶 數目	人民幣 千元	%
移動廣告解決方案 服務(按總額基準)	7	360,129	84.8	35	343,438	90.9	52	433,250	92.1	39	153,503	91.7	115	160,705	92.5
廣告分發服務 (按淨額基準)	383	64,497	15.2	203	34,229	9.1	189	36,930	7.9	137	13,833	8.3	17	13,055	7.5
總計	390	424,626	100.0	238	377,667	100.0	241	470,180	100.0	176	167,336	100.0	132	173,760	100.0

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

## 概 要

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。

### 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。我們的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務採用CPA、CPC、CPM、CPD及／或CPT定價模式。就移動廣告解決方案服務而言，我們一般會向客戶提出營銷計劃方案，其中包括我們的營銷計劃，估計流量獲取成本，以及我們在媒體平台上刊登移動廣告的收費方式(視乎情況而定)。於往績期間，在所有情況下，我們與媒體夥伴協定的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。

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

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

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理時)
服務	移動廣告解決方案服務(即移動營銷計劃、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)。
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。

## 概 要

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理時)
從媒體夥伴賺取的返點	來自媒體夥伴的返點主要基於總流量獲取成本的總支出計算。有關返點在總額法下入賬列作銷售成本減少。	來自媒體夥伴的返點主要基於總流量獲取成本的總支出計算。有關返點在淨額法下入賬列作收益增加。
向客戶提供返點	我們可能向客戶提供返點，金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在總額法下抵銷我們的服務費。	我們可能向客戶提供返點，金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在淨額法下抵銷我們的服務費。
付款時間表及責任	我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計最多90天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。	我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計15至45天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。
定價機制	我們主要根據CPC、CPD、CPT、CPA及CPM的組合向客戶收費。	我們主要根據CPC、CPD、CPT、CPA及CPM的組合向客戶收費。

## 客戶及供應商

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，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，全部均為獨立第三方。更多詳情，請參閱本文件「業務－客戶」。

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年五個月，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。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

## 概 要

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，除供應商D外，全部均為獨立第三方。更多詳情，請參閱本文件「業務—供應商」。

### 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。因此，於往績期間，我們部分主要供應商亦為我們的客戶。更多詳情請參閱本文件「業務—客戶與供應商重疊」。

### 競爭優勢

我們認為以下競爭優勢有助我們邁向成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：(i) 我們與在中國營運領先的媒體平台的頂級媒體夥伴建立關係；(ii) 我們在內部內容製作團隊的支持下能夠提供度身訂造及全面的廣告解決方案；(iii) 我們與大型客戶的穩固業務關係；(iv) 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。

### 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：(i) 擴大客戶基礎及廣告分發網絡；(ii) 擴大短視頻製作能力；(iii) 擴大自家開發平台的功能；及(iv) 擴大與具規模公司的業務合作及併購機會。

### 風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。決定投資股份前，務請閣下仔細閱畢該節。我們面臨的部分主要風險概述如下：(i) 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；(ii) 我們可能無法保留、深化或擴大與現有媒體夥伴的關係，亦可能無法吸引新媒體夥伴，而此對我們的業務營運及未來發展至關重要；(iii) 我們於往績期間自五大客戶產生過半數收益；(iv) 我們可能於收取貿易應收款項時面臨若干風險及客戶延遲向我們確認使用廣告存貨量，繼而導致我們的收款進一步延遲以及貿易應收款項週轉日數延長；(v) 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；及(vi) 我們的媒體夥伴提供的返點減少可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

## 概 要

### 控股股東及[編纂]投資者

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使及並無計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使)，Ka Lok BVI將持有本公司已發行股本[編纂]%，而[編纂]投資者將持有本公司已發行股本的[編纂]%。Ka Lok BVI由(i)趙先生獨資擁有的Quartet Yutong BVI擁有57.77%；(ii)余先生獨資擁有的Remit Sheng BVI擁有35.55%；(iii)余先生的配偶舒女士獨資擁有的Jing Sing BVI擁有6.67%；及(iv)聶先生獨資擁有的Jiang Oofy BVI擁有0.01%。因此，Ka Lok BVI、Quartet Yutong BVI、趙先生、Remit Sheng BVI、余先生、Jing Sing BVI、舒女士、Jiang Oofy BVI及聶先生在[編纂]後將成為控股股東(定義見上市規則)。進一步詳情，見本文件「與控股股東的關係」。[編纂]投資者為一間在新加坡註冊成立的有限公司及重點投資於科技、媒體及電訊行業和教育行業。更多詳情請參閱本文件「歷史及發展—[編纂]投資」。

### 關鍵財務資料

下文載列之歷史財務資料來自本文件附錄一會計師報告，並應連同該附錄(包括隨附之附註)所載之財務資料及本文件「財務資料」一節所載資料一併閱讀。

### 關鍵合併全面收益表

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日止五個月	
	二零一九年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
收益	424,626	377,667	470,180	167,336	173,760
服務成本	(349,257)	(300,810)	(376,489)	(135,674)	(145,427)
毛利	75,369	76,857	93,691	31,662	28,333
除所得稅前溢利	50,839	51,674	59,669	17,787	14,775
年/期內溢利	49,032	49,773	57,488	17,137	14,641

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，我們分別錄得收益約人民幣424.6百萬元、人民幣377.7百萬元、人民幣470.2百萬元及人民幣173.8百萬元，以及純利約人民幣49.0百萬元、人民幣49.8百萬元、人民幣57.5百萬元及人民幣14.6百萬元。截至二零二零年十二月三十一日止年度的收益減少乃主要由於廣告分發服務所得收益減少。總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167.3百萬元增至截至二零二二年五月三十一日止五個月的約人民幣173.8百萬元，而同期的溢利由相應期間約人民幣17.1百萬元減至人民幣14.6百萬元，主要由於與[編纂]有關的專業費用增加。撇除[編纂]，截至二零二一年十二月三十一日止年度的經調整純利約為人民幣[編纂]百萬元。

## 概 要

### 關鍵合併財務狀況表

	於十二月三十一日			於
	二零一九年	二零二零年	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	五月三十一日 人民幣千元
非流動資產	2,451	1,483	4,921	5,041
流動資產	360,399	381,581	459,922	451,898
流動負債	176,132	146,650	168,492	146,816
流動資產淨值	184,267	234,931	291,430	305,082
總資產減流動負債	186,718	236,414	296,351	310,123

流動資產淨值由二零一九年十二月三十一日的約人民幣184.3百萬元增加至二零二零年十二月三十一日的約人民幣234.9百萬元，主要由於貿易及其他應收款項增加，及流動負債減少，主要由於貿易及其他應付款項減少。其再增加至二零二一年十二月三十一日的約人民幣291.4百萬元，主要由於流動資產增加，主要因為貿易及其他應收款項增加，惟被流動負債增加部分抵銷，主要因為貿易及其他應付款項增加。其進一步增至二零二二年五月三十一日約人民幣305.1百萬元，主要因流動負債減少及銀行及其他貸款減少所致，惟被流動資產減少所部分抵銷，而流動資產減少主要因現金及現金等價物減少所致。更多詳情請參閱本文件「財務資料 — 合併財務狀況表的主要部分 — 流動資產淨值」。

### 關鍵現金流量表

	截至十二月三十一日止年度			截至五月三十一日 止五個月	
	二零一九年	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
經營活動所得/(所用)現金淨額	32,672	(14,307)	43,245	(25,127)	7,607
投資活動(所用)/所得現金淨額	(213)	388	(155)	96	(28)
融資活動(所用)/所得現金淨額	(28,430)	3,804	(13,077)	6,610	(16,005)
現金及現金等價物增加/(減少) 淨額	4,029	(10,115)	30,013	(18,421)	(8,426)
年/期初的現金及現金等價物	31,986	36,016	25,896	25,896	55,908
外匯率變動的影響	1	(5)	(1)	(2)	(3)
年/期末的現金及現金等價物	36,016	25,896	55,908	7,473	47,479

## 概 要

### 關鍵財務比率

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

	於十二月三十一日／截至該日止年度			於二零二二年
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	五月三十一日 ／截至該日 止五個月
流動比率	2.0	2.6	2.7	3.1
資產負債率	22.1%	20.5%	14.8%	9.4%
淨債務與權益比率	2.8%	9.5%	淨現金	淨現金
利息覆蓋率(倍)	14.4	18.1	19.5	22.0
總資產回報率	13.5%	13.0%	12.4%	不適用
股本回報率	26.3%	21.1%	19.6%	不適用
純利率	11.5%	13.2%	12.2%	8.4%

更多詳情請參閱本文件「財務資料—財務比率概要」。

### 我們的行業及競爭格局

移動廣告在網絡廣告行業具有龐大的領先優勢。根據艾瑞諮詢報告，按廣告總費計，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，複合年增長率約為34.6%，預期二零二六年將達至約人民幣15,710億元。隨著移動設備的普及性增加，以及媒體的用戶遷移模式，移動廣告佔線上廣告的比例逐漸增加。二零二一年，移動廣告行業佔中國線上廣告行業的約88.8%，預期於二零二六年將達至約91.4%。

近年，中國移動廣告行業經歷快速增長，市場規模取得平穩增長。為豐富廣告商的需要，預計移動廣告服務供應商將傾向擴大業務及提供一站式移動廣告解決方案服務，包括用戶流量獲取、廣告內容創作及製作、廣告投放及數據分析。此外，與媒體夥伴有穩定關係、具備強大服務及製作能力和充足資本儲備能力的移動廣告服務供應商預期將於可見將來維持其市場地位及佔有更佳位置以捕捉發展機遇。

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告市場頗為分散，且競爭激烈，按二零二一年總賬單計算，五大業者佔有的市場份額約為8.6%。按二零二一年總賬單計算，我們為中國移動廣告行業服務供應商之一，擁有約0.1%的市場份額。

## 概 要

### [編纂]統計

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

	根據[編纂] 每股[編纂]港元	根據[編纂] 每股[編纂]港元
股份的市值	[編纂]	[編纂]
每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值 <sup>(附註)</sup> — 港元	[編纂]	[編纂]

附註：每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃在作出本文件「附錄二 — 未經審核備考財務資料」所指之調整後計算。

### [編纂]

我們估計我們將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂]百萬港元(相當於約人民幣[編纂]百萬元)，已扣除就[編纂]我們應付的[編纂]及其他估計開支，當中假設[編纂]未獲行使，並假設初步[編纂]為每股[編纂]港元，即本文件封面所列[編纂]範圍的中位數。預計所有[編纂][編纂]將用於擴大我們的業務，詳情如下：

[編纂]	[編纂]百分比	百萬港元	(相當於 人民幣 百萬元)
擴充移動廣告業務	[編纂]	[編纂]	[編纂]
提升視頻製作能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]
升級自家開發平台	[編纂]	[編纂]	[編纂]
併購機會	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]
<b>總計</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>

更多詳情，請見本文件「未來計劃及[編纂]」。

### 股息

於往績期間，我們並無宣派或派付任何股息予股東。於[編纂]完成後，股東將有權收取我們宣派的股息。我們派付任何股息的金額將董事酌情釐定，並將視乎我們日後的營運及盈利狀況、發展計劃、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素而定。宣派及派付任何股息及股息的金額將受我們的憲章文件及相關法律規限。進一步詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。股息僅可依法自可供分派的溢利及儲備中撥款宣派或派付。過往宣派的股息未必代表我們日後的股息政策。董事會擁有建議派付任何股息的絕對酌情權。於最後可行日期，我們並無任何特定股息政策或事先釐定的股息派付比率。

## 概 要

### COVID-19 疫情對我們業務的影響

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」及「風險因素 — 與在中國開展業務相關的風險 — 中國的經濟、政治及社會狀況、政府政策以及全球經濟或會繼續影響我們的業務」。

### [編纂]

與[編纂]有關的[編纂]主要包括專業費用及[編纂]，估計為約[編纂]百萬港元(假設[編纂]以[編纂]範圍的中位數進行)。截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月，我們產生約[編纂]百萬港元的[編纂]，其中[編纂]百萬港元已於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二二年五月三十一日止五個月的合併全面收益表中扣除，而剩餘金額約[編纂]百萬港元列入其他應收款項，隨後於權益扣除。我們估計[編纂]時將產生約[編纂]百萬港元的[編纂]，其中約[編纂]百萬港元將於截至二零二二年十二月三十一日止年度的合併全面收益表中扣除，而[編纂]百萬港元將於權益扣除。

### 近期發展及重大不利變化

我們計劃擴大短視頻製作能力以支持我們的持續增長及發展。於二零二二年二月，我們訂立租賃協議以擴展位於中國長沙的視頻製作基地。預料我們的新視頻製作基地將於二零二二年九月或前後投入營運。

現金及現金等價物由二零二二年五月三十一日的約人民幣47.5百萬元大幅減少至二零二二年六月三十日的人民幣5.7百萬元，以及貿易及其他應收款項由二零二二年五月三十一日的約人民幣404.4百萬元增加至二零二二年六月三十日的人民幣443.1百萬元，主要是由於客戶結付貿易應收款項的速度緩慢，例如客戶A、客戶I、客戶J、客戶K及客戶L，彼等為我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度及/或截至二零二二年五月三十一日止五個月的五大客戶，儘管我們於二零二二年六月繼續付款，以代客戶從媒體夥伴購買廣告庫存。經考慮其背景及/或付款記錄後，董事認為該等貿易應收款項可以收回。我們將繼續密切監察客戶的付款記錄，並採取措施管理資本及流動資金狀況。

據董事所知，我們的行業保持相對穩定，自二零二二年五月三十一日(即本集團最新經審核合併財務報表的編製日期)直至最後可行日期以來，我們所處行業的總體經濟及市場狀況並無發生已經或將會對我們的業務經營或財務狀況產生重大不利影響的重大變化，且自二零二二年五月三十一日以來亦無發生任何會對本文件附錄一會計師報告所載我們的經審核綜合財務資料所示資料造成重大影響的事件。基於上述情況，董事認為，客戶對我們服務的需求將保持穩定。於往績期間後及截至本文件日期，除本節披露者外，我們的業務模式、收入結構及成本結構並無任何重大變化。