

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不對本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Bright Future Technology Holdings Limited 輝煌明天科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1351)

截至2022年6月30日止六個月之 中期業績公告

輝煌明天科技控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2022年6月30日止六個月的未經審核中期業績，連同截至2021年6月30日止六個月的比較數字如下：

於本公告中，「我們」指本公司，倘文義另有所指，則指本集團。

財務業績摘要

	截至6月30日止六個月		變動 (%)
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)	
智慧營銷解決方案服務產生收入	215,051	261,227	-17.7
— 整合智慧營銷解決方案服務 ⁽¹⁾	197,299	223,495	-11.7
— 影響力投放服務 ⁽²⁾	17,752	37,732	-53.0
SaaS訂閱解決方案服務產生的收入	94	—	100.0
收入	215,145	261,227	-17.6
毛收入	370,267	788,476	-53.0
毛利	34,943	62,787	-44.3
期內溢利	4,409	39,378	-88.8
經調整淨溢利 ⁽³⁾	15,310	40,479	-62.2
每股股息(人民幣元) ⁽⁴⁾	0.123	—	100.0

附註：

- (1) 按總額基準確認的收入。
- (2) 按淨額基準確認的收入。
- (3) 經調整淨溢利(一項非香港財務報告準則計量指標)乃將以股份為基礎的報酬以及所得稅開支加入期內溢利計算，該等項目並非本集團營運表現指標項目。
- (4) 董事會宣派截至2022年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.123元(相當於0.141港元)。

管理層討論與分析

宏觀經濟概覽

於報告期間，國家對監管改革趨於軟化，似乎從2021年開始的嚴峻監管形勢傾向和緩。為提振市場信心，中國於2022年將重點轉向促進平台經濟和私營企業持續健康發展，著力推動新興企，穩定市場信心，推動經濟高質量發展。中國當局認為，平台經濟(依托網絡基礎設施，利用人工智能、大數據、區塊鏈等數字技術進行交易撮合、資料傳遞及流程管理)有序發展有利於在下行壓力加大的情況下推動經濟復甦，釋放潛在創新活力，為消費增長注入新動能，提供更加靈活的就業機會。鑒於中國領導人準備加大支持力度，充分發揮平台經濟優勢，短期內不太可能再次發動多管齊下的鎮壓。

市場回顧

2022年上半年，全國各地努力應對新一波2019冠狀病毒病疫情，上海等主要城市在嚴格的防疫措施之下大受打擊，消費疲弱，中國經濟反彈受到影響。廣告支出的萎縮繼續困擾著中國營銷行業，市場參與者之間的競爭加劇，越趨重視更大的創新解決方案及價值創造。然而，隨著冠狀病毒病引起的進一步限制措施的威脅迫在眉睫，中國消費者的消費意願緊縮，營銷預算被嚴格控制或削減，企業需求更有效及精細的精準營銷解決方案。隨著元宇宙及其他新興創新對營銷格局的影響，在「智慧營銷」下，以數據為基礎的深入分析及精準的目標受眾策略備受品牌所青睞，但卻成本過高。因此，本集團與營銷預算有限的客戶合作時，為努力實現方案效果，更多地依靠人工智能技術及自動化流程，提高其廣告工具的價值及生產力。

短視頻繼續主導中國數字營銷領域，因為即使是有價值的社交媒體活動，與幾秒鐘到幾分鐘的視頻相比仍相形見绌，後者容易消化，是捕捉在線人群短暫注意力的理想選擇。與此同時，儘管在2022年上半年受到冠狀病毒病疫情的衝擊，但電子商務直播仍然蓬勃，吸引了數十億觀眾並刺激了銷售激增。

行業回顧

2022年行業主題，是應對中國冠狀病毒病疫情導致的經濟放緩帶來的宏觀挑戰、有效管理成本及提高效率，對於對抗收入壓力至關重要，有利於中國互聯網公司的健康發展。為了在優化用戶體驗的同時減少投資，科技巨頭率先提出並推進行業削減成本的舉措，包括收緊營銷預算、調整開支結構、削減經營開支及退出非核心業務。儘管因全行業轉向更嚴格的支出及投資方式，移動互聯網行業的增長無可避免地受阻，但同時亦帶來行業整合及升級，此乃由於不適應新模式的行業參與者遭到淘汰，而倖存者則根據趨勢及發展適當地優化了營運並重新調整了成本結構。

於報告期內，由於廣泛的冠狀病毒病疫情爆發衝擊全國，為阻止疫情蔓延，國家採取各種限制性措施，對各行各業產生了廣泛及連帶的影響。根據QuestMobile（總部位於北京的移動互聯網數據研究公司）的數據，報告期內，中國互聯網平台的媒體支出下降了2.3%。然而，分析師預計，隨著封鎖措施放寬，廣告行業將走上反彈的軌道，但由於廣告行業的後週期性質，預計上升軌跡將落後於宏觀經濟，廣告商普遍比較保守，在2022年底進入復甦的後期階段之前將不會在營銷活動上大幅上調預算。

展望未來，隨著企業希望加大營銷力度，利用未來幾個季度的關鍵銷售時間（如11月的「雙十一」）來彌補年初的銷售損失，預計營銷行業將會迎來正面增長。然而，由於零星爆發的新冠疫情及限制措施似乎將於短期內持續，預計謹慎的消費者行為將持續一段時間。面對消費者信心下降的不確定性及可能阻礙增長的因素，本集團將密切關注瞬息萬變的市場及疫情形勢，及時調整策略及營運，以適應不斷變化的市場。

業務回顧

自創立伊始，本集團就致力於提供從營銷戰略規劃、廣告製作和投放，到投放後效果監測的高影響力、全方面的營銷服務，來最大化滿足客戶需求。

中國的增長引擎在今年首兩個季度失去動力，原因為冠狀病毒病疫情封鎖措施導致的需求枯竭，生產及消費萎縮，再加上失業率上升及房地產價格下滑，即使是雄心勃勃的國內科技巨頭亦低速增長甚或收入下降。此外，過去一年對反壟斷、數據安全、電子商務的監管收緊，以及針對房地產、科技和其他行業的行業突擊打擊，同樣加劇了中國經濟增長的下行壓力，對業績產生嚴重影響。

儘管本集團的業務並未受到整體監管範圍的影響，同時在過去一年的嚴峻挑戰之下保持穩健的表現，但隨著本集團較重要的客戶受2021年推行之嚴格審查影響，報告期內各行業垂直市場的營銷支出縮減，使本集團的收入降至約人民幣215.1百萬元，較2021年同期減少約人民幣46.1百萬元或約17.6%。面對困擾中國廣告行業的低迷需求，銷售及收入受到影響，於2022年上半年，由於本集團的主要客戶削減營銷預算以縮減成本，毛利亦承受壓力。然而，為應對客戶不斷轉變的營銷重點及面對動盪的經濟前景，本集團的現金保護措施在充滿挑戰的經營環境中取得了豐碩的成果，於報告期錄得經營活動所得現金淨流入人民幣60.8百萬元，而截至2021年6月30日止六個月為經營活動所用現金淨流出約人民幣72.7百萬元，增長約183.7%，明顯由負轉正。在冠狀病毒病疫情不確定的情況下，儘管收入下跌，但仍實現了令人鼓舞的改善，這主要是由於本集團於報告期優化了資金利用效率，加強了現金流賬期管理，同時加快了報告期應收賬款的回收。由於客戶的需求和滿意度是本集團文化、創新策略和努力的核心，本集團引以為豪的是，報告期的回頭客人數顯著增加至194名，而截至2021年6月30日止六個月則為142名。在此成功的基礎上，本集團致力於在加速數字化轉型的背景下，為不同垂直行業的客戶(包括傳統行業的客戶)創造價值。

於報告期錄得本公司擁有人應佔溢利約人民幣4.4百萬元，而2021年同期約為人民幣39.4百萬元。下降幅度與毛利一致，部分原因是原先授予本集團的境內實體所得稅優惠期屆滿後以及就本集團中國附屬公司未分配保留盈利確認的遞延所得稅開支，以致所得稅開支較2021年同期增加至約人民幣7.5百萬元。導致溢利減少的另一個原因是於報告期產生的以股份為基礎的報酬約人民幣3.4百萬元。

本集團預期於報告期錄得經調整淨溢利人民幣15.3百萬元。透過撇除本集團管理層認為並非營運表現指標項目(即所得稅開支及以股份為基礎的報酬)的影響，經調整淨溢利(一項非香港財務報告準則計量措施)為投資者提供更有用的資料，便於比較本集團各期間的經營情況。

為了渡過未來未知的動盪時期，本集團致力於尋找可持續、具有成本效益和可行的解決方案，盡量提高股東的回報並為增長奠定基礎。為感謝股東的持續信任和支持，董事會宣佈派發截至2022年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.123元(相當於0.141港元)。

本集團擁有由來自中國科技巨頭、具有優秀技術研發背景的人才組建的核心領導團隊。在其帶領下，本集團在全方位短視頻智能化投放的開發和最終實施方面已經取得良好進展。本集團致力利用創新科技重新定義營銷，有別於傳統市場營銷解決方案供應商，本集團是業內僅有的幾家具有自研全鏈路集成系統之公司。該系統基於其自身的大數據和信息技術能力以及自研的數據管理平台(「**DMP**」)，結合內置的企業資源規劃(「**ERP**」)及客戶關係管理(「**CRM**」)職能，與雲素材視頻庫之庫存視頻及圖像相輔相成。

本集團牽頭採用「**AIPL**全鏈路模塊」，量身解決客戶的差異化需求。**AIPL**意指「認知(Awareness)、興趣(Interest)、購買(Purchase)及忠誠(Loyalty)」，是本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨，承載了本集團對服務質量及客戶滿意度的信諾。同時，自註冊成立之初起，本集團便憑藉出色的數字分析能力始終專注為客戶提供營銷解決方案。隨著中國政府加大對平台型企業創新的政策支持力度及積極推動數字經濟，在這樣的動盪時期及往後，本集團的內容及技術工具已被證實並將會更有助客戶啟動數字化轉型進程。

在削減成本的風潮下，本集團努力為更多對成本敏感的客戶優化其服務和用戶體驗，使其營運更接近完全自動化，前後端系統中由人工智能驅動的程序與日俱增，現時本集團對該服務進行更貼切的命名，即「智慧營銷解決方案」。「智慧營銷解決方案」包含四個關鍵環節，分別為「影響力投放」、「精準廣告」、「智慧內容」及「智慧直播」，各自對應一個AIPL宗旨。

認知

影響力投放能有助促進認知，關鍵在於從頭部媒體ad投放中獲益，亦即深挖這些媒體廣泛的受眾範圍及／或讀者群，把握既有系統成效的優勢，並透過高曝光率和影響力增強營銷影響。透過智能項目管理系統，本集團能夠對所有相關數據進行綜合分析及評估，實時調整投放戰略，有效降低在頭部媒體的ad投放成本，以最低的成本收穫最大的曝光率及認知。因此，這一宗旨恰如其分地捕捉到AIPL模式的精髓之一，吸引了預算緊張但渴望得到更廣泛曝光和認可的客戶，特別是對於高度依賴品牌形象和消費者認知來推動銷售的初創公司、高檔品牌和中小企。鑑於頭部媒體資源往往由其核心廣告代理及緊密業務夥伴獨攬，或僅得這些廣告代理及業務夥伴能夠以較低價格獲得其資源，本集團力爭在業翹楚中佔據如此備受重視的地位，並與這些企業保持緊密的關係。多年來，本集團已建立了頭部媒體及渠道資源名單，並將努力深化與主流媒體的合作，以實現客戶的營銷目標，並為客戶策劃最佳的投放策略。於報告期內，本集團與百度的合作關係進一步鞏固，地位由服務分銷商提升為備受矚目的2022年「核心分銷商」。

興趣

隨著疫情推動的數字化轉型令目標消費者群體更加多樣化，以中長尾媒體的特定受眾目標為引領，利用本集團的智能項目管理系統，精準細分中長尾媒體受眾，達成精準營銷目標，從而激起目標受眾對本集團客戶產品的興趣。智能項目管理系統具備呈報更智能有效的投前策略分析、達成智能批量廣告上線、落實AI數據監察及實現智能報表輸出等各項技術能力，本集團可運用此系統找出「更感興趣的人群」，並可利用有關信息實現「更聰明的流量運用」，達到預期的精準營銷效果。在這方面，本集團亦有長足進步，於報告期內榮獲巨量引擎頒發的「共擎·創意行銷案例獎」，以表彰本集團為頭部潮流電商平台設計的面向Z世代的營銷活動。

同樣，智慧內容架構方面，本集團致力於短視頻內容開發，聚焦製作「更讓人感興趣的內容」，這在實際採購方面更有效。以饒富經驗的內容製作團隊為後盾，加上由數據驅動的雲素材庫AI管理系統，本集團能夠對其積累所得的資料及市場趨勢進行詳盡準確的分析，從而以成本高效的方式適時推出更具吸引力和適銷性的產品。通過影響力投放和精準廣告數據端口的數據反饋，產生強化趨勢預測，實現短視頻策劃流程在「內容效力」方面的優化。作為其內容戰略的一部分，本集團亦增加人員設置及擴大演員庫，並優化培訓，以提高短視頻內容生成的內部生產力。

鑑於未來幾年對優質短視頻廣告內容的需求可能會繼續劇增，本集團正致力於進一步發展其短視頻孵化撮合平台的「孵化」架構，通過與武漢多間大專院校合作，教育及培訓內容創作者提供引人入勝的內容。本集團已與若干大專院校就長期合作進行商談，惟仍處於早期測試階段，剛結束試點階段。雖然仍在進行中，但其計劃是通過組建「校企合作拍攝團隊」來招募、培養和激勵有才華的學生內容創作者，從而確保學生策劃的內容的長期供應。為了促進與地方大專院校學生的合作和接觸，本集團的武漢短視頻基地亦已搬遷至鄰近地區。

購買

智能直播是「購買」宗旨重要的一環。本集團發揮其數據分析優勢，以堅實的營銷科技算法為客戶提供廣泛的服務，如受眾市場分析、賣點打造等，旨在刺激消費，實現直銷轉化。本集團借助中國的直播帶貨熱潮，利用自身在消費者偏好及感知匹配方面的技術及分析專長及能力，將「更感興趣的人群」吸引到客戶的直播間及刺激消費。

忠誠

本集團擬分階段推出SaaS訂閱解決方案。SaaS訂閱解決方案是一項企業層面的SaaS產品，與本集團目前的業務方向相符，即帶來以用戶為中心的定制企業數字運營解決方案，從而提高客戶忠誠度。

有鑑於此，本集團已經建立自家SaaS訂閱解決方案模型，並訂有實施框架，首先是推出「營銷雲」，特點是具有智能投放、智能報表及智能監測等一系列改善客戶流量效率的功能和工具，以提高本集團客戶的引流效率。

儘管SaaS訂閱模式的進一步升級尚未推出，但現階段的發佈功能完備，讓客戶能更容易以更相宜的價格使用本集團的高效優質解決方案及先進創新的工具，從而有效提高客戶忠誠度及留存率。本集團預期，SaaS產品能涵蓋廣泛多樣的最新工具及技術，訂閱者可輕鬆定制及直接使用，使本集團毋須投入大量人力即可為每位客戶提供服務，對客戶而言亦是在如此艱難時期更具成本效益的方案。長遠而言，相信使用SaaS將有助本集團豐富數據來源，其技術基礎設施亦將有助本集團推進未來的優化升級工作。

競爭優勢及戰略

鑑於競爭加劇和未來經營環境充滿挑戰，本集團於報告期內及以後採取的以下措施、制定的戰略及實施的計劃，涵蓋了能為本集團戰略重點提供支持的關鍵領域，並勾勒了本集團未來營運的路徑：

進一步開展創新工作，確保以最先進的自研解決方案實現技術差異化

本集團其中一項從同業中脫穎而出的重大突破是鄰度全鏈路智能營銷管理平台LinkDoAI，其通過迭代、改善並擴展本集團現有系統及技術基礎設施開發而成。為確保其廣泛的技術、雲素材及後台支援系統之間的無縫集成及協同效應，本集團於報告期內將其現有系統及工具重新分為三大類，即「AI算法平台」、「雲素材庫AI管理系統」及「智能項目管理系統」，三者共同構成LinkDoAI。

透過結合其數據挖掘和數字分析能力與預測建模，加上利用自動化發佈工具部署適應性強的解決方案，以及存取龐大且不斷擴展的庫存圖像及視頻雲素材數據庫，本集團廣泛和全面的綜合式系統無縫迅速的運作在促進業務流並優化後勤辦公室管理的同時，也提升了服務質量和客戶體驗。LinkDoAI提供一個實用框架，讓本集團可藉此擴展其服務範疇，並創造能為客戶產生額外價值

的產品，從而保持客戶忠誠度。一體化模式亦將促進本集團持續改善其運作程序及效益。本集團將通過進一步升級和完善LinkDoAI系統，提升精準營銷的能力，從而優化業務盈利能力。

本集團的自家平台LinkDoAI由以下支柱支撐，亦即構成本集團整個運營系統的三個主要區塊：

AI算法平台

以更高精度的AI深度學習推薦算法為核心，AI算法平台以脫敏數據為基礎，為其餘兩個區塊提供精準數據分析支援。

雲素材庫AI管理系統

本集團對其多年來積累所得的大量視頻進行模塊化管理、ad投放數據的智能分析及智能合併短片及其他編輯功能以實現創意複製，進行雲素材庫AI管理，使本集團的短視頻輸出操作更進一步邁向全自動化。隨著本集團武漢短視頻基地積累的庫存素材資源不斷擴大，加上AI技術不斷優化，本集團有信心未來能夠進一步提升效率。於報告期末，本集團的視頻庫新增75,000條視頻，庫存視頻約275,000條，每月視頻製作產能約為12,500條。

智能項目管理系統

智能項目管理系統的前端由「輝煌AI智投系統」領航，後端以ERP及CRM系統支撐，實現本集團內部平台與發佈媒體及／或平台的有效銜接。收集所得數據的準確度及資源共享效率均見提升，亦可謂是由籌備階段乃至投放後監察整個ad投放過程的效率升級，從而有效地削減本集團客戶的決策及獲客成本。

繼續致力於科技創新，用數據驅動分析提升業務敏捷性

於2020年，本集團構建自有雲素材視頻庫，用於存儲本集團自成立以來所創作的所有庫存視頻及圖像，以滿足不斷增長的高質量短視頻內容的需求。通過模塊化(即將視頻素材切分成多個獨立片段，隨後根據其主題、創意價值、以往

使用率和轉換率對視頻片段進行標記)，以便評估和使用庫存視頻製作不同廣告項目，從而使本集團的短視頻輸出操作更接近於完全自動化。於報告期內，LinkDoAI雲素材庫AI管理系統對上傳至雲素材視頻庫的視頻有系統地進行及執行模塊化管理。藉助於素材智慧化資料統計功能，該系統為短視頻編輯的創作過程提供了寶貴支持，從而助力本集團短視頻廣告業務的營運。本集團正對該系統進行全面優化及運用，藉以促進有效且高效的創意內容管理、分析和重新利用，從而提升短視頻內容創作的靈活性。除了其他功能升級外，雲素材庫AI管理系統的改進主要集中在自學及模塊化管理算法的效率提升。為了促進資源的更有效部署，研發團隊與短視頻製作團隊之間的跨部門合作努力引入了定期內部審查和修訂。

推動內容能力和影響力優化升級

通過利用本集團廣泛的尖端營銷工具在其專有的AIPL全鏈路模塊下無縫鏈接的協同作用，本集團能夠定制最佳的活動內容，以滿足客戶的差異化營銷需求，並根據不同目標群體的偏好策劃內容。例如，為了幫助客戶釋放Z世代的消費潛力，協助客戶打入該利基市場，本集團依靠其數據分析能力，勾劃及分析該目標群體的消費習慣和文化，以提供具吸引力的活動。本集團亦通過使用預測建模確保營銷活動的成效，以便在正確的時間發布營銷內容，以最佳方式增強客戶粘性和直接轉化。

積極吸引新客戶，努力實現客戶結構多元化

隨著營銷預算縮減及營銷解決方案供應商之間的競爭加劇，本集團已透過線上及線下渠道主動吸引更廣泛垂直行業的客戶，例如專門從事本地生活、新鮮產品和食品配送、叫車服務、物流以及瞄準宅經濟和對價格敏感的經濟的企業。

本集團過去在支持傳統行業客戶方面的努力和成功，贏得傳統教育院校、線下生活服務商、傳統消費品公司和寵物店等的廣泛關注。本集團通過與若干國內知名運動品牌合作鞏固了其聲譽，並成功將服務進一步延伸至新興的國內品牌，例如專注於護膚和美容的品牌。

財務回顧

下表列示截至2022年6月30日止六個月及截至2021年6月30日止六個月的全面收益表比較。

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
收入	215,145	261,227
服務成本	<u>(180,202)</u>	<u>(198,440)</u>
毛利	34,943	62,787
銷售及分銷開支	(1,326)	(1,244)
一般及行政開支	(24,547)	(27,638)
金融資產減值虧損淨額	(101)	(1,405)
其他收益淨額	<u>3,846</u>	<u>10,072</u>
經營溢利	12,815	42,572
財務收入	484	89
財務成本	<u>(1,378)</u>	<u>(2,182)</u>
財務成本—淨額	<u>(894)</u>	<u>(2,093)</u>
除所得稅前溢利	11,921	40,479
所得稅開支	<u>(7,512)</u>	<u>(1,101)</u>
期內溢利	<u>4,409</u>	<u>39,378</u>

收入

截至2022年6月30日止六個月，本集團收入約為人民幣215,145,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣261,227,000元減少約17.6%。該減少乃主要由於(其中包括)消費及經濟宏觀環境不確定性，對報告期的銷售及收入造成負面影響。於報告期，受中國內地疫情於多個主要城市散點頻發及封控影響，中國整體廣告市場需求疲弱，本集團若干主要客戶對廣告開銷持審慎縮減態度，導致客戶要求本集團提供的營銷解決方案範圍不可避免地縮減。

下表展示了本集團在所列期間收入的細目：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
智慧營銷解決方案服務		
－整合智慧營銷解決方案服務		
－總額法	197,299	223,495
－影響力投放服務－淨額法	17,752	37,732
SaaS訂閱解決方案服務	94	—
總計	<u>215,145</u>	<u>261,227</u>

服務成本

本集團的服務成本主要包括廣告流量成本、改進短視頻技術與質量的開支以及僱員福利開支。截至2022年6月30日止六個月，本集團服務成本約為人民幣180,202,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣198,440,000元減少約9.2%。該減少主要歸因於(i)與收入減少相對應的成本減少，及(ii)本集團積極調整其收費結構以實現與客戶的互惠互利安排。

毛利

於截至2022年6月30日止六個月，本集團毛利約為人民幣34,943,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣62,787,000元減少約44.3%。毛利減少乃主要由於(其中包括)消費及經濟宏觀環境不確定性，對報告期的銷售及收入造成負面影響。於報告期，受中國內地疫情於多個主要城市散點頻發及封控影響，中國整體廣告市場需求疲弱，本集團若干主要客戶對廣告開銷持審慎縮減態度，導致客戶要求本集團提供的營銷解決方案範圍不可避免地縮減。

開支

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支主要包括(i)員工福利開支；(ii)酬酢開支；(iii)辦公室開支；及(iv)差旅開支。截至2022年6月30日止六個月，本集團銷售及分銷開支約為人民幣1,326,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣1,244,000元增加約6.6%。該增加主要由於報告期本集團因參加行業峰會、展覽等活動而導致酬酢費用增加及產生額外成本或開支。鑑於市場變化、競爭對手動態及現有客戶的預算限制，本集團認識到需要多元化拓展其客戶基礎和結構以實現穩定的業務發展。因此，本集團於報告期投入更多資源，通過各種線上和線下渠道開發新客戶，積極爭取以前無法通過現有銷售和分銷渠道獲得的客戶。

一般及行政開支

本集團的一般及行政開支主要包括僱員福利開支、法律及專業費用、顧問費用、短期租賃開支、伺服器收費、信息技術費用及核數師薪酬。於截至2022年6月30日止六個月，本集團一般及行政開支約為人民幣24,547,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣27,638,000元減少約11.2%。該減少主要本集團優化了僱員薪酬及福利開支，並減少了辦公室開支，以適應競爭日益激烈的營銷環境。

金融資產減值虧損淨額

本集團的金融資產減值虧損淨額指貿易應收款項及其他應收款項的預期信貸虧損。於截至2022年6月30日止六個月，本集團的減值虧損淨額約為人民幣101,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣1,405,000元減少約92.8%。該減少乃主要由於本集團優化應收賬款管理，導致應收賬款及預期信貸虧損減少。

其他收益－淨額

本集團的其他收益－淨額主要包括政府補助、出售按公允價值列賬的金融資產收益淨額及增值稅退稅。於截至2022年6月30日止六個月，本集團其他收益－淨額約為人民幣3,846,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣10,072,000元減少約61.8%。該減少主要由於政府補貼及增值稅退稅減少所致。

財務成本－淨額

截至2022年6月30日止六個月，本集團財務成本－淨額約為人民幣894,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣2,093,000元減少約57.3%，乃因外匯波動影響及銀行存款利息增加所致。

所得稅開支

本集團享有開曼群島所得稅豁免權，同時因本集團於截至2022年6月30日止六個月並無任何須繳納香港利得稅的應課稅收入，故並無就香港利得稅進行撥備。所得稅開支主要來自中國企業所得稅。截至2022年6月30日止六個月，本集團所得稅開支約為人民幣7,512,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣1,101,000元增加約582.3%。該增加主要歸因於本集團原先獲授的國內部分實體所得稅稅收優惠到期，以及就本集團中國附屬公司未分配保留盈利確認的遞延所得稅開支。

期內溢利

截至2022年6月30日止六個月，本集團溢利約為人民幣4,409,000元，較截至2021年6月30日止六個月的約人民幣39,378,000元減少約88.8%。該減少主要由於(i)上述與本集團毛利相關的類似原因；(ii)本集團原先獲授國內實體所得稅優惠到期以及就本集團中國附屬公司未分配保留盈利確認的遞延所得稅開支，以致所得稅開支增加至人民幣7.5百萬元；及(iii)以股份為基礎的報酬約人民幣3.4百萬元。

流動資金及資本結構

於2022年6月30日，本集團總資產約為人民幣395,094,000元(2021年12月31日：約人民幣583,320,000元)，總負債約為人民幣174,590,000元(2021年12月31日：約人民幣287,725,000元)及總權益約為人民幣220,504,000元(2021年12月31日：約人民幣295,595,000元)。於2022年6月30日及2021年12月31日，本集團錄得淨現金狀況。

本集團主要動用來自經營活動的內部現金流量及借款來滿足流動資金需求。

借款

截至2022年6月30日，借款總額約為人民幣41,000,000元(2021年12月31日：約人民幣82,102,000元)。本集團的借款包括銀行借款。於2022年6月30日，本集團的銀行借款按5.5%(2021年12月31日：3.85%至5.5%)的年利率計息。

於2022年6月30日，來自股東及主要管理人員的無抵押貸款為免息，按本金額進行初始確認。於截至2022年6月30日止六個月，並無確認隨後的利息開支累計。

資本開支

本集團於截至2022年6月30日止六個月的資本開支主要包括物業、廠房及設備的開支。截至2022年6月30日止六個月，本集團錄得資本開支約人民幣159,000元，而截至2021年6月30日止六個月則錄得約人民幣6,539,000元。

所持重大投資、附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售

截至2022年6月30日止六個月，本集團或其任何附屬公司、聯營公司或合營企業概無持有任何重大投資，亦無進行任何重大收購或出售。

資產質押

截至2022年6月30日，本集團概無資產已作任何形式的質押。

或然負債

截至2022年6月30日，本集團並無重大或然負債。

僱員

截至2022年6月30日，本集團擁有199名全職員工，其中大部分的工作地點位於中國深圳。按中國法規的要求，本集團參與由相應地方市和省府組織的各類職工社會保障計劃，包括員工培訓和激勵計劃。

中期簡明綜合全面收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
收入	3	215,145	261,227
服務成本	4	(180,202)	(198,440)
毛利		34,943	62,787
銷售及分銷開支	4	(1,326)	(1,244)
一般及行政開支	4	(24,547)	(27,638)
金融資產減值虧損淨額	10	(101)	(1,405)
其他收益－淨額	5	3,846	10,072
經營溢利		12,815	42,572
財務收入	6	484	89
財務成本	6	(1,378)	(2,182)
財務成本－淨額	6	(894)	(2,093)
除所得稅前溢利		11,921	40,479
所得稅開支	7	(7,512)	(1,101)
期內溢利		4,409	39,378
應佔溢利：			
本公司擁有人		4,409	39,378
其他全面收益／(虧損)，扣除稅項 可能重新分類至損益的項目			
換算海外業務產生的匯兌差額		(3,580)	19
可能不會重新分類至損益的項目			
換算海外業務產生的匯兌差額		2,678	(883)
期內全面收益總額		3,507	38,514
應佔全面收益總額：			
本公司擁有人		3,507	38,514
每股盈利			
－基本(以每股人民幣分列示)	8	0.93	7.88
－攤薄(以每股人民幣分列示)	8	0.92	7.88

中期簡明綜合財務狀況表

	附註	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		5,316	7,548
按金及預付款項	10	643	808
遞延所得稅資產		638	414
按公允價值計入其他全面收益的 金融資產		1,760	—
總非流動資產		8,357	8,770
流動資產			
貿易應收款項	10	209,398	333,691
按金、預付款項及其他應收款項	10	105,087	124,480
受限制現金		3,532	—
現金及現金等價物		68,720	116,379
總流動資產		386,737	574,550
總資產		395,094	583,320
負債			
非流動負債			
借款	11	41,000	41,000
租賃負債		1,200	1,950
遞延所得稅負債		18,454	21,237
總非流動負債		60,654	64,187
流動負債			
貿易應付款項	12	31,813	118,586
其他應付款項及應計費用	13	16,705	20,957
應付股息		24,899	—
借款		—	41,102
合約負債	11	19,769	23,995
租賃負債	3	1,730	2,676
即期所得稅負債		19,020	16,222
總流動負債		113,936	223,538
總負債		174,590	287,725
權益			
股本		42,607	42,607
儲備		115,439	110,679
保留盈利		62,458	142,309
總權益		220,504	295,595
總權益及負債		395,094	583,320

中期簡明綜合財務報表附註

1 一般資料

輝煌明天科技控股有限公司(「**本公司**」)於2018年11月8日根據開曼群島公司法(第22章, 1961年第3號法例, 經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處地址為Walkers Corporate Limited, 190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands。本公司股份於2020年11月11日在香港聯合交易所有限公司主板上市。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)主要於中華人民共和國(「**中國**」)從事提供智慧營銷解決方案服務(包含四個關鍵環節, 即「影響力投放」、「精準廣告」、「智慧內容」及「智能直播」)的業務。本集團的控股股東為董暉先生(「**董先生**」)及楊登峰先生(「**楊先生**」)(合稱「**控股股東**」)。

除另有說明外, 截至2022年6月30日止六個月的簡明綜合中期財務資料(「**中期財務資料**」)以人民幣(「**人民幣**」)呈列, 並由本公司董事會於2022年8月30日批准刊發。

2 重大會計政策概要

2.1 編製基準

截至2022年6月30日止六個月的中期財務資料乃根據香港會計準則第34號「中期財務報告」而編製。中期財務資料應與根據香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」)編製的截至2021年12月31日止年度的年度財務報表一併閱讀。

所應用的會計政策與截至2021年12月31日止年度的年度財務報表所述當中所應用者一致, 惟下文所述者除外。

中期企業所得稅按預期年度應課稅溢利所適用的估計稅率作出撥備。

2.2 本集團採納的新訂及經修訂準則

本集團已應用自2022年1月1日開始的財政期間生效的新訂及經修訂準則。採用該等新訂及經修訂準則對中期簡明綜合財務資料並無任何重大影響。

2.3 尚未採納的新準則、準則的修訂及詮釋

若干新準則、準則的修訂及詮釋於2023年1月1日或之後開始的年度期間生效，而於編製該等綜合財務報表時並無應用該等新準則、準則的修訂及詮釋。

	於以下日期或之後 開始的年度期間 生效
香港財務報告準則第17號 保險合約	2023年1月1日
香港會計準則第1號的修訂 負債分類為流動負債或非流動負債	2023年1月1日
香港會計準則第1號的修訂 會計政策之披露 及香港財務報告準則實務 聲明第2號	2023年1月1日
香港會計準則第8號的修訂 會計估計之定義	2023年1月1日
香港會計準則第12號的 與單一交易所產生之資產及負債有 修訂 關之遞延稅項	2023年1月1日
香港財務報告準則第10號 投資者與其聯營公司或合營企業之 及香港會計準則第28號的 間的資產出售或貢獻 修訂	尚待釐定

本集團已開始評估此等與本集團營運相關的新訂或經修訂準則的影響。本集團認為應用香港財務報告準則的修訂、香港會計準則的修訂及新訂詮釋不大可能對本集團的財務狀況及表現以及未來披露產生重大影響。

3 收入

收入包括提供智慧營銷解決方案服務及SaaS訂閱解決方案服務所得款項。本集團截至2022年及2021年6月30日止六個月的按類別劃分的收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
智慧營銷解決方案服務：		
－整合智慧營銷解決方案服務－總額法	197,299	223,495
－影響力投放服務－淨額法	17,752	37,732
SaaS訂閱解決方案服務	94	—
總計	<u>215,145</u>	<u>261,227</u>

按類別劃分的收入確認時間如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
於某個時間點確認	215,051	261,227
隨時間確認	94	—
總計	<u>215,145</u>	<u>261,227</u>

本集團的信貸風險集中情況來自一名主要客戶，乃因該客戶的貢獻佔本集團截至2022年及2021年6月30日止六個月的總收入分別約19%及1%。

於2022年6月30日及2021年12月31日，來自上述主要客戶的貿易應收款項約為人民幣40,132,000元及人民幣67,035,000元，佔本集團貿易應收款項總額分別約19%及20%。

(a) 合約負債

本集團確認以下與收入相關的合約負債：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
合約負債	<u>19,769</u>	<u>23,995</u>

本集團的合約負債主要由於客戶提供墊款但未提供相關服務所產生。

下表列示於本報告期與結轉合約負債有關的確認收入金額。

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
計入年初合約負債結餘的確認收入	<u>13,266</u>	<u>14,744</u>

(b) 分配至未履行長期合約的交易價格

本集團並無原本預期屆滿時間超過一年的收入合約，因此管理層根據香港財務報告準則第15號應用可行權宜方法，並無披露分配予各報告期末未清償或部分未清償履約責任的交易價格總額。

(c) 履約成本確認的資產

於截至2022年及2021年6月30日止六個月，概無大量取得合約的增量成本。

4 按性質分類的開支

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
廣告流量成本	173,412	193,464
員工福利開支	24,027	23,214
諮詢費	3,467	3,853
折舊及攤銷	2,390	2,024
辦公室開支	1,325	1,477
短期租賃開支	376	364
差旅開支	186	389
稅項及附加費	113	1,491
其他	779	1,046
	<hr/>	<hr/>
總服務成本、銷售及分銷開支以及一般及行政開支	206,075	227,322

5 其他收益淨額

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
政府補助(附註)	1,265	6,822
增值稅額外扣減	1,859	3,250
出售按公允價值計入損益的金融資產收益	722	—
	<hr/>	<hr/>
	3,846	10,072

附註：政府補助指本集團從中國地方政府收到的多項補貼。概無與該補助有關的未滿足條件或或然事項。

6 財務成本—淨額

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
財務收入		
銀行存款利息收入	<u>484</u>	<u>89</u>
財務成本		
借款利息開支	(1,961)	(1,977)
租賃負債利息開支	(137)	(205)
匯兌收益及虧損	<u>720</u>	<u>—</u>
	<u>(1,378)</u>	<u>(2,182)</u>
財務成本—淨額	<u><u>(894)</u></u>	<u><u>(2,093)</u></u>

7 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
即期所得稅	10,519	1,278
遞延所得稅	<u>(3,007)</u>	<u>(177)</u>
所得稅開支	<u><u>7,512</u></u>	<u><u>1,101</u></u>

(a) 開曼群島及英屬維爾京群島所得稅

本公司為根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，故獲豁免繳納開曼群島所得稅。

根據英屬維爾京群島的規則及法規，本集團毋須在英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

(b) 香港利得稅

於截至2022年6月30日止期間及截至2021年12月31日止年度，由於本集團並無任何須繳納香港利得稅的應課稅收入，故並無就香港利得稅進行撥備。

(c) 中國企業所得稅

本集團就中國業務之所得稅撥備乃根據有關所得稅之現行法例、詮釋及慣例，按適用稅率就年內估計應課稅溢利計算。中國一般企業所得稅稅率為25%。本集團在中國的若干附屬公司已取得「高新技術企業」資格，根據適用於「高新技術企業」的優惠稅務待遇，可享受15%的減免優惠中國企業所得稅稅率，為期3年。地方稅務機關已授予一間中國附屬公司5年免稅期，隨後五年適用稅率降低50%。

(d) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據中國現行適用的稅務規定，於中國內地成立的公司向其境外投資者派付於2008年1月1日之後賺取的利潤所產生的股息，一般將徵收10%的預提所得稅。

於本報告期，本集團收到一間中國附屬公司分派的股息人民幣36,000,000元。因此，已撥回預扣稅的遞延所得稅負債人民幣3,600,000元。

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	4,409	39,378
已發行普通股加權平均數(千股)	476,237	500,000
每股基本盈利(以人民幣分計)	<u>0.93</u>	<u>7.88</u>

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利是在假設所有具攤薄潛力的普通股的情況下，透過調整發行在外之股份的加權平均數計算。

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
本公司擁有人應佔溢利(人民幣千元)	4,409	39,378
已發行普通股加權平均數(千股)	476,237	500,000
就僱員激勵計劃作出調整(千股)	3,425	–
用以計算每股攤薄盈利的股份加權平均數(千股)	479,662	500,000
每股攤薄盈利(以人民幣分計)	<u>0.92</u>	<u>7.88</u>

9 股息

於2022年5月20日舉行的本公司股東週年大會上，股東批准派發截至2021年12月31日止年度的末期股息每股普通股人民幣0.16元(相當於0.20港元)，合計人民幣81,987,000元。截至2022年6月30日止六個月已派付股息人民幣57,088,000元。

於2022年8月30日，董事會宣派截至2022年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.123元(相當於0.141港元)(合計人民幣61,500,000元)。本次宣派中期股息並無於中期財務資料中列作應付股息。

10 貿易應收款項、預付款項及其他應收款項

(a) 貿易應收款項

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項—第三方	212,246	336,521
虧損撥備	(2,848)	(2,830)
	<u>209,398</u>	<u>333,691</u>

本集團向其客戶提供的信貸期一般為30至150天。於2022年6月30日及2021年12月31日基於確認日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
賬齡		
三個月以下	164,809	220,570
三個月至六個月	26,662	37,847
六個月至一年	13,695	76,777
一年至兩年	6,471	784
兩年以上	609	543
	<u>212,246</u>	<u>336,521</u>

本集團應用香港財務報告準則第9號訂明的簡化方法計提預期信貸虧損撥備，其允許就所有貿易應收款項計提整個存續期的預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共享信貸風險特徵及逾期日數分類。預期信貸虧損亦包含前瞻性資料。

在該基準上，於2022年6月30日及2021年12月31日的貿易應收款項的虧損撥備釐定如下：

	即期	逾期三個月以下	逾期三至六個月	逾期六個月至一年	逾期一年至兩年	逾期兩年以上	總計
2022年6月30日							
(未經審核)							
預期虧損率	0.19%	1.13%	6.22%	10.59%	65.24%	100.00%	
賬面總值(人民幣千元)	148,377	44,670	11,184	7,367	187	461	212,246
虧損撥備(人民幣千元)	285	504	696	780	122	461	2,848
2021年12月31日							
(經審核)							
預期虧損率	0.16%	0.50%	4.73%	10.49%	61.84%	100.00%	
賬面總值(人民幣千元)	218,873	86,156	30,028	810	283	371	336,521
虧損撥備(人民幣千元)	351	427	1,421	85	175	371	2,830

本集團貿易應收款項虧損撥備的變動如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
期初	2,830	2,136
添置	18	1,405
期末	<u>2,848</u>	<u>3,541</u>

(b) 按金、預付款項及其他應收款項

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
向媒體發佈商及廣告代理支付的預付款項	62,151	92,743
僱員貸款(附註(a))	11,000	8,500
可回收增值稅	7,817	9,299
租金及其他按金	7,596	5,682
關聯方貸款	1,920	1,920
其他(附註(b))	15,509	7,324
減：虧損撥備	(263)	(180)
	105,730	125,288
減：非即期按金及預付款項	(643)	(808)
	105,087	124,480

附註：

- (a) 向僱員提供貸款指向若干僱員提供住房貸款(包括向主要管理人員提供貸款人民幣1,500,000元)。該等貸款為無抵押且須於貸款開始日期起計一年內償還。為數人民幣9,500,000元的貸款為免息，為數人民幣1,500,000元的貸款按3.4%的年利率計息。
- (b) 其他主要包括本集團為若干僱員支付的預扣所得稅，並將在一年內收回。

11 借款

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
非即期		
有抵押銀行借款	41,000	41,000
即期		
有擔保銀行借款	—	41,102
	41,000	82,102

於2022年6月30日，有抵押銀行借款按5.5%的年利率計息，以董先生的居所及高雨晴女士的居所作抵押，須於兩年內償還。

於2021年12月31日，本集團的銀行借款按3.85%至5.5%的年利率計息。

借款的到期日如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一年內	-	41,102
一至兩年	41,000	-
兩年以上	-	41,000
	<u>41,000</u>	<u>82,102</u>

12 貿易應付款項

供應商給予的信貸期一般為30至150天。根據發票日期，貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
賬齡		
三個月以下	7,782	11,453
三個月至六個月	1,569	1,923
六個月以上	22,462	105,210
	<u>31,813</u>	<u>118,586</u>

13 其他應付款項及應計費用

	於2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
增值稅及附加費	9,187	7,796
應計員工成本	6,426	10,877
其他	1,092	2,284
	<u>16,705</u>	<u>20,957</u>

其他資料

股份發售所得款項用途

本公司於2020年11月11日成功在聯交所主板上市(扣除包銷佣金及本公司應付相關開支後)股份發售所得款項淨額約為86.0百萬港元。如招股章程先前所披露，所得款項淨額的擬定用途並無變動。

股份發售所得款項淨額已經，並將按照招股章程所載的目的使用。

下表載列所得款項淨額之計劃用途及直至2022年8月30日之實際用途：

所得款項用途	已計劃分配的 所得款項淨額 (百萬港元)	已計劃 分配的 所得款項 淨額 ⁽²⁾ (人民幣 百萬元)	已動用金額 (於2022年 8月30日) (人民幣 百萬元)	未動用金額 (於2022年 8月30日) (人民幣 百萬元)	動用股份 發售所得款項 淨額餘額的 預期時間表 ⁽¹⁾
擴展本集團的中介 服務	64.9%	55.8	47.7	47.7	0 不適用
擴展本集團的營銷、 客戶服務及設計 團隊	21.3%	18.3	15.6	14.4	1.2 於2022年 9月30日 或之前 ⁽³⁾
提升本集團的信息 技術及DMP系統	10.5%	9.0	7.7	7.0	0.7 於2022年 9月30日 或之前 ⁽³⁾
本集團一般營運資金	3.3%	2.9	2.5	2.5	0 不適用
總計	100.0%	86.0	73.5	71.6	1.9

附註：

(1) 動用所得款項淨額餘額的預期時間表乃基於本集團對市場狀況的最佳估計。

- (2) 股份發售所得款項淨額以港元收取，並換算為人民幣以作申請計劃。由於自股份發售以來的匯率波動，該計劃略有調整。
- (3) 餘下所得款項將按招股章程所披露的相關披露用途及預期實施時間表動用。未動用所得款項淨額已作為短期存款存放於本集團開設的銀行賬戶內。

中期股息及暫停辦理股份過戶登記手續

董事會欣然宣佈於2022年10月28日(星期五)向於2022年9月21日(星期三)名列本公司股東名冊之股東派付截至2022年6月30日止六個月的中期股息每股人民幣0.123元(相當於0.141港元)。

本公司將由2022年9月19日(星期一)至2022年9月21日(星期三)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記。為符合資格獲派中期股息，所有股份過戶文件連同有關股票必須於2022年9月16日(星期五)下午四時三十分前送交本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

企業管治常規

本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。除下文所披露的偏離情況外，董事認為，本公司截至2022年6月30日止六個月已遵守企業管治守則所載所有守則條文。

企業管治守則之守則條文第C.2.1條規定，主席與行政總裁之角色應有區分，並不應由一人同時兼任。

董先生已獲委任為行政總裁，並擔任主席及提名委員會主席。縱觀本公司的業務進程，董先生一直是本集團的主要領導人物，主要參與本集團的戰略發展、整體營運管理及重大決策。經考慮本公司業務計劃的持續實施需要，董事認為，於本集團目前的發展階段，由董先生同時擔任主席及行政總裁的角色對本公司及股東有利，並符合彼等之整體利益。董事會將不時檢討現行架構，並於適當時候作出必要的變更，並就此知會股東。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納有關董事進行證券交易的行為守則，其條款不遜於標準守則。

經向全體董事作出具體查詢後，各董事均已確認，截至2022年6月30日止六個月，彼已遵守標準守則所載之規定準則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2022年6月30日止六個月，本公司或其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱未經審核財務報表

審核委員會已審閱本公司及本集團所採納的會計原則及政策以及本集團截至2022年6月30日止六個月之未經審核中期業績。

報告期後事項

於2022年7月13日，本公司與本公司的股東Highland Triumph Limited (由楊先生全資擁有)訂立一年期貸款融資協議，據此本公司獲得最多21,442,000港元(相當於人民幣18,336,984元)的貸款融資。

於2022年8月11日，本公司與本公司的股東Brilliant League Limited (由董先生全資擁有)訂立一年期貸款融資協議，據此本公司獲得最多11,400,000港元(相當於人民幣9,749,116元)的貸款融資。

刊發中期業績公告及2022年中期報告

本中期業績公告刊載於本公司網站(www.btomorrow.cn)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)。本集團截至2022年6月30日止六個月之中期報告載有上市規則規定的所有資料，將於適當時候寄發予股東，並刊載於上述網站以供參閱。

釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「ad 投放」	指	向媒體發佈商或手機應用程式投放廣告
「廣告商」	指	任何通過投放移動廣告宣傳其品牌及產品(或服務)之人士、公司或機構(如品牌商、廣告代理、移動應用程序開發商)以及作為移動廣告全價值鏈最初發起者之人士、公司或機構
「廣告」	指	任何旨在使產品(或服務)引起潛在及現有客戶注意的通訊，通常需付費
「AI」	指	人工智能
「AIPL」	指	「認知(Awareness)」、「興趣(Interest)」、「購買(Purchase)」及「忠誠(Loyalty)」的縮寫，為本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨
「算法」	指	一套於編寫程序中用以解決問題的清晰指令
「應用程序」或 「移動應用程序」	指	為在智能手機及其他移動設備上運行而設計的應用程序軟件
「AR」	指	增強現實
「審核委員會」	指	董事會轄下的審核委員會
「百度」	指	百度集團股份有限公司，在聯交所主板上市的公司(股份代號：9888)
「大數據」	指	由組織收集的結構化、半結構化和非結構化數據的組合，可用於收集資訊以及機器學習項目、預測建模及其他高級分析應用中
「董事會」	指	本公司董事會

「Brilliant League」	指	BRILLIANT LEAGUE LIMITED，於2018年4月25日 在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，由本 公司執行董事董暉先生全資擁有
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載之企業管治守則
「雲素材」	指	透過互聯網從雲計算供應商的服務器按需求為 用戶提供的應用程序、服務或資源，同時能存 取共用的可配置資源
「公司法」	指	開曼群島公司法第22章(1961年法例3(經綜合及 修訂))，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」	指	輝煌明天科技控股有限公司(前稱「Bright Future Science Holdings Limited輝煌明天科技控股有限 公司」)，於2018年11月8日在開曼群島註冊成立 的獲豁免有限公司
「核心服務供應商」	指	獲提供廣告庫存的媒體發佈商認可的身份，標 誌著在採購廣告庫存方面的媒體發佈商與廣告 代理的緊密業務關係。該身份通常通過於指定 時間內與媒體發佈商達成一定水平的交易額等 規定而獲得。獲得有關身份通常令廣告代理能 直接與媒體發佈商交易
「冠狀病毒病」或 「2019冠狀病毒病」	指	2019冠狀病毒病
「DMP」或 「數據管理平台」	指	具有內置電腦軟件、工具及系統的平台，可使 用算法從公共領域中選擇性地提取非機密資 料、分析資料，以及有效將資料進行分組或分 類

「僱員」	指	本集團任何成員公司的任何僱員(包括但不限於任何執行董事)
「ERP」或 「企業資源管理」	指	機構利用集成應用程序以管理業務及自動化大量金融、科技服務及人力資源相關後台功能的業務程序管理軟件
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司，或如文義另有所指，就本公司成為現時附屬公司的控股公司之前期間，則指有關附屬公司，猶如其於相關時間已為本公司附屬公司
「Highland Triumph」	指	HIGHLAND TRIUMPH LIMITED，於2018年5月28日在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，由本公司執行董事楊登峰先生全資擁有
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「湖州輝煌明天」	指	湖州輝煌明天科技有限公司，於2018年10月25日在中國成立的公司，為本公司的間接全資附屬公司
「垂直行業」	指	銷售商向有特殊需求的客戶群提供商品和服務的特定行業
「KOL」	指	意見領袖
「上市」	指	股份於2020年11月11日在主板上市
「上市日期」	指	2020年11月11日，股份於聯交所上市之日期

「上市規則」	指	聯交所不時作出之聯交所證券上市規則
「中長尾媒體」	指	並無自設廣告投放系統的中型移動應用程序或小型媒體發佈商，例如遊戲及電商應用程序
「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，乃獨立於聯交所運營的GEM並與其並行運作
「元宇宙」	指	一種使用AR、VR及區塊鏈的模擬數字環境，結合社交媒體概念，創造模仿現實世界的豐富用戶互動空間
「標準守則」	指	上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「提名委員會」	指	董事會轄下的提名委員會
「平台」	指	執行軟件的环境
「平台經濟」	指	技術驅動的在線市場或企業，允許消費者和企業連接、共享資源或銷售和購買產品或服務
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言及僅供地理參考，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「招股章程」	指	本公司日期為2020年10月28日之招股章程
「報告期」	指	截至2022年6月30日止六個月
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「SaaS」	指	軟件即服務，由第三方供應商主理並作為服務透過互聯網交付予客戶的軟件

「股份」	指	本公司股本中每股0.1港元的普通股
「股份發售」	指	股份公開發售及配售
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「庫存圖像」	指	不局限於特定主題而製作的一般相片、圖片及圖示，可套用於其他製作之中
「庫存視頻」或「素材」	指	不局限於特定主題而製作的一般視頻短片、出品或視頻，可套用於其他製作之中
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「頭部媒體」	指	熱門搜索引擎及社交媒體等主要網上媒體發佈商，通過其廣告投放系統提供廣告庫存
「VR」	指	虛擬現實
「Z世代」	指	於1996年至2010年出生的人群，在中國是第一代數字原生代，熟悉將技術融入交流和娛樂，為商業推動力
「%」	指	百分比

本公告中提及的中國成立公司或實體以及中國法律法規的英文名稱均為其中文名稱的翻譯。如有任何不一致之處，則以中文名稱為準。

承董事會命
輝煌明天科技控股有限公司
 主席兼行政總裁及執行董事
董暉

中國深圳，2022年8月30日

於本公告日期，本公司之執行董事為董暉先生、楊登峰先生、高雨晴女士及岑森輝先生；以及本公司之獨立非執行董事為劉健威先生、魏海燕先生及張凡琛先生。