

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，概不對因本公告全部或任何部份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。



Joy Spreader Group Inc.
樂享集團有限公司
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號：6988)

截至2023年12月31日止年度之年度業績公告 及 變更所得款項用途

董事會欣然公佈本集團截至2023年12月31日止年度之經審計綜合業績，連同截至2022年12月31日止年度之比較數字。本集團業績已經審核委員會審閱。

本集團截至2023年12月31日止年度之經審核綜合年度業績連同2022年同期之比較數據如下：

財務業績摘要

	截至12月31日止年度		同比變動
	2023年	2022年	增加／(減少)
	(百萬港元，百分比除外)		
收益	5,083.99	3,724.81	36.49%
毛利	459.57	436.96	5.17%
本公司擁有人應佔年內虧損	(784.17)	(339.45)	131.01%
淨虧損率	(15.42)%	(9.11)%	(6.31) ⁽¹⁾
每股虧損			
— 基本 (港幣分)	(33.10)	(15.03)	120.23%
— 攤薄 (港幣分)	(33.10)	(15.03)	120.23%

附註：

(1) 百分點變動。

本集團截至2023年12月31日止年度之經營資料摘要連同2022年同期之比較數據如下：

經營資料摘要

	於12月31日或 截至12月31日止年度		同比變動 增加／(減少)
	2023年	2022年	
海外電商商品銷售業務			
銷售額(百萬港元)	4,587.90	3,104.61	47.78%
銷售量(件)	3,776,891	2,793,265	35.21%
算法營銷業務			
國內短視頻電商營銷			
交易流水(百萬港元)	539.09	721.48	(25.28)%
互娛產品營銷實現的			
計費行為數量 ⁽¹⁾ (千次)	77,952	139,195	(44.00)%
平均每個計費行為實現			
的收入(港幣元)	2.54	2.37	7.17%
研發投入			
研發開支(百萬港元)	70.01	52.77	32.67%
數據模型數量(套)	192	190	1.05%

附註：

(1) 指實現的用戶計費行為合計數量，包括點擊、下載安裝、充值付費等。

公司簡介

隨著國內經濟復甦，在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團於2023年完成戰略轉型，境內業務實現與文化央企成立的混改公司的全面業務結合，不斷開拓影視文娛及互聯網科技相結合的數字化新業務，實現文化價值與科技創新的深度融合，打造以優質內容為核心，科技創新為驅動，多元場景相結合的文娛新產業。境外電商平台出海業務隨著國貨出海概念的不斷強化和電商平台迅速崛起，激烈的市場競爭環境使得傳統的海外電商模式面臨多種挑戰，本集團結合過去兩年在海外電商業務積累的經驗，積極調整業務模式，充分發揮自身算法技術的核心競爭優勢，決定縮減原來採購商品進行銷售的貿易業務模式，轉變為專注於興趣算法為海外短視頻電商平台提供精準的效果營銷流量推廣技術服務，進一步改善海外電商業務的經營現金流表現，繼以促進集團未來長期可持續的發展。

一、我們的業務

(一) 境內文化娛樂科技業務 (Web3.0業務，MCN業務，影視業務，數字營銷業務，短劇業務)

在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，為響應國家精神，本公司與文化央企保利文化集團股份有限公司(以下簡稱「保利文化集團」)和保利影業投資有限公司(以下簡稱「保利影業」)成立混合所有制改革公司保利樂享文娛科技(北京)有限公司(以下簡稱「保利文娛科技」)，不斷開拓影視文娛及互聯網科技相結合的數字化新業務。我們的目標是通過影視文娛數字資產服務平台，實現文化價值與科技創新的深度融合，打造以優質內容為核心，科技創新為驅動，多元場景相結合的文娛新產業。

我們的文娛科技業務將依託於保利文娛科技，開展Web3.0業務，MCN業務，影視業務，數字營銷業務，短劇業務。

1. Web3.0業務

攜手央企，我們共同探索數字資產平台的打造與優質的自有流量開發。由保利文娛科技與本公司、京東科技集團共同打造以文化+產業為主要應用場景的央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，已獲得國家網信辦區塊鏈信息服務備案編號。保利文娛科技鏈支持國密算法，具有靈活部署、低使用門檻的優點，能夠實現供應鏈追溯、數字存證及B端、C端創新應用等豐富功能場景。基於領先的區塊鏈底層

技術，保利文娛科技能夠為政府、企業等各類用戶提供各類高效、靈活、安全的區塊鏈技術性產品與解決方案。本公司作為該平台的中台運營商，將全面負責該平台的實際運營，包括IP (intellectual property，知識產權) 引進，客戶引進，平台推廣等具體業務。

基於自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」技術，保利文娛科技推出的影視文娛數字資產服務平台之「空兼」。「空兼」平台是保利文娛科技的自有知識產權、獨立全面運營的影視文娛數字資產服務平台。目前，「空兼」實現的主要功能是數字資產服務－客戶增值、消費探針等，基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明不可篡改的形式向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產。2024年1月，保利文娛科技與霍爾果斯首藏數字技術有限公司(以下簡稱「首藏數字」)舉行戰略簽約儀式，雙方基於共同的發展方向和創新追求，攜手打造數字版權收藏品領域新典範。保利文娛科技將依託央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，為首藏數字提供底層技術支持和創新解決方案。未來，「空兼」將會作為一個多場景、多層次的綜合性數字服務平台，除數字資產服務外，還將為用戶拓展虛擬人、元宇宙等一系列數字業務，提供更加豐富的數字資產應用場景。

2. MCN業務

利用保利文娛得天獨厚的背景優勢，建立全國領先的首個央企MCN，簽約符合國家意識形態和為國家做出社會貢獻的達人是本公司商業價值與社會效益協同的關鍵，本公司將利用其數據規模和興趣推薦模型的先發優勢，成為該MCN機構的獨家支撐公司，重點打造符合國家意識形態大方向的短視頻內容和達人。促進集團MCN業務的可持續發展。

3. 影視業務

隨著中國明確提出到2035年建成文化強國的發展目標，並由財政部與中宣部共同成立500億元人民幣的文化產業基金，加碼文化產業投資政策的大力扶持，我們認為影視文化產業將迎來飛速發展的黃金期。隨著影視行業的復甦，本集團積極開展以下影視業務：

(1) 影視出品

通過保利影業的電影行業全產業鏈佈局，保利文娛科技聚焦影視業務和數字化業務多元化發展，積極開拓影視作品的出品、發行和承製業務。我們的文娛科技業務將發揮機制優勢，共同參與影視作品的出品發行，打造和豐富本公司的自有IP，利用文化賦能產業，形成本公司的1P流量集群；

2023年文娛科技業務板塊先後承制《你就在我身邊》《高樁獅妹》《澳門行動》《大轉移》等影片，並簽約了具備正能量的知名藝人。同時承辦了第十三屆北京國際電影節「遊戲動漫電影單元」，榮獲「特別貢獻」榮譽稱號。

(2) 藝人經紀

通過保利文化20多年深耕影視行業的經驗積累以及本公司旗下樂享文化多年影視製作經驗，借助其雙方豐富資源優勢，為旗下藝人提供更好發展計劃，發展平台。

在藝人運營階段，公司會通過旗下商務經紀以及執行經紀為簽約藝人和藝人組合安排商業活動以及娛樂內容活動。其中，商業活動包括代言、商業推廣活動以及其他商業活動。根據藝人的市場定位、形象、興趣以及過去及目前的代言等因素，為客戶挑選合適的簽約藝人。同時，公司亦安排簽約藝人參加企業客戶的各種推廣活動，包括社交媒體推廣、直播電商及線下業務推廣活動等。

(3) AIGC商業化應用

基於本公司的數據算法能力，依託保利文化集團優質的數字原生內容及IP資源，文娛科技業務的文化娛樂產品出品、承製、製作業務將全面利用開源的AI (artificial intelligence，人工智能) 平台，加大AIGC的應用層探索及研發，持續推進使用AIGC方式開展的包括但不局限於：虛擬數字人、虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、AIGC劇本生成以及前期製作靜態與動態的分鏡，後期製作特效的探索研發等創新業務。

4. 數字營銷業務

(1) 線上營銷

基於保利文化豐富的政府及國央企資源，本公司領先的新媒體數字營銷能力，文娛科技業務將充分利用雙方優勢，為政府、國央企、民營企業提供線上新媒體運營、電商助力、城市形象宣傳等營銷業務，致力於將傳統宣傳內容與數字化營銷結合，提高宣傳穿透性，擴大影響力。

(2) 線下營銷

充分發揮保利文化影視優勢，影旅互聯，用電影的力量構築線下文旅，將影視優質IP以及頂級內容生產力與中國各地城市文化深度融合，獨創電影主題互動娛樂、文旅演藝與活動、主題餐廳、文化IP衍生品孵化、明星民宿等多種融合業態，助力城市宣傳與發展。

5. 短劇業務

作為最早佈局短視頻平台的公司，本公司已在短視頻領域深耕多年，本公司子公司樂享文化憑藉前瞻佈局短劇領域的優勢，已完成多部、多類型短劇拍攝，擁有豐富的經驗積累。保利文化作為我國央企中專業性文化產業集團，擁有雄厚的IP資源儲備、影視演藝人才資源和多樣化的內容製作經驗，依託於保利文化的資源優勢以及本公司深耕短視頻多年的經驗，集團計劃上線自有短劇平台，致力於提供給用戶精彩紛呈的高質量短劇內容，堅持原創性、故事性和情感性相結合的原則，力求每一部作品都能觸動觀眾的心靈，為用戶帶來高質量體驗。目前，短劇行業正迎來前所未有的發展機遇，本集團也會隨著自有短劇平台的發展逐漸將自有傳統業務向短劇業務發展，搶佔自有短劇發展新機遇。

- 主要服務區域：中國大陸地區。

(二) 境內興趣算法營銷業務

中國境內興趣推薦算法營銷業務是基於先進的興趣推薦算法技術，在移動互聯網社交平台、短視頻平台開展算法營銷的業務，我們為客戶提供中國領先的算法營銷解決方案，通過技術和算法解決商品和媒介之間的匹配效率問題，從而幫助客戶提升銷售量、下載量和活躍度。我們在抖音平台開展短視頻電商營銷業務，在微信公眾號平台和抖音平台開展線上產品數字化發行業務。國內算法營銷業務經過多年的迭代發展，目前處於成熟發展階段。

「千人千面的內容、千人千面的產品」是對本公司算法營銷業務的概況總結。簡而言之，新媒體平台向互聯網使用者推薦個性化的內容，而本公司在此基礎上向互聯網使用者推薦個性化的產品。本公司利用自有的數據分析體系，對產品、內容和使用者分別進行分析建模，形成數據標籤，通過推薦算法和中台技術，把產品精準推薦給新媒體平台上的消費者，並按照轉化效果向客戶結算。

2023年，在短視頻電商營銷業務上，我們累計幫助客戶在抖音平台銷售了價值539.09百萬港元的貨品；線上產品數字化發行業務上，我們2023年全年幫助客戶實現了77.95百萬次的有效計費行為，包括充值、下載、安裝等。

本公司有70%的員工是技術、研發及運營人員，我們針對不同產品和媒介研發的數據模型達到192套，算法模型所應用的數據標籤達到2,855個。這既體現了本公司的技術基因，也是我們的寶貴資產。

我們的收入和成本模式：

按照不同的業務類型，本集團的收入可主要分為「交易流水分成（即CPS）」、「營銷行動數量計費（即CPA）」、「銷售商品收入」等模式，如下表所示：

業務類型	主要實施平台	主要收入模式
算法營銷		
• 短視頻電商營銷	抖音	CPS
• 互娛及數字產品營銷	微信及抖音	CPS或CPA
海外電商商品銷售	海外著名短視頻平台及樂享電商獨立站	銷售商品收入

- 盈利模式：

本集團從銷售分成、下載和提升活躍度等服務費賺取收益。主要成本集中在流量獲取成本。

- 主要服務內容：

互動娛樂產品的移動互聯網發行、商品的電商銷售、APP下載及營銷活動等。

- 主要服務區域：中國大陸地區

- 主要營銷渠道：中國大陸地區的知名互聯網社交平台、短視頻平台

(三) 境外電子消費品垂類電商平台出海業務

隨著國內業務的不斷夯實鞏固，集團在國內知名短視頻平台的電商銷售方面取得豐富的營銷經驗，集團於2021年由樂享國際開始實施海外電商商品銷售業務，我們海外電商商品銷售平台的底層邏輯是「流量+供應鏈=GMV (Gross Merchandise Volume，商品成交金額)」。

貿易端：

我們與國產品牌供應商合作，在儲備了穩定的貨源及整合了國內相對成熟的供應鏈後，並儲備了大量庫存商品，將優秀的國貨產品進行出海銷售，實現通過投入大額資金購買其電子產品進行貿易銷售的重資產方式的業務模式。

技術端：

面對海外著名短視頻平台商業化帶來的前所未有的機遇，我們將國內成熟的算法營銷模式伴隨海外短視頻平台迅速拓展到海外。在海外電商商品銷售板塊，本公司自建電商平台MARTOP，利用集團興趣算法技術在海外短視頻平台精準獲取流量，為客戶提供精準營銷服務；通過合作搭建了完整的海外供應鏈和線上線下支付體系，最終在我們的獨立站完成訂單和產品交付，致力於幫助優秀的國貨產品出海銷售。

由於樂享國際利用海外著名的短視頻平台作為主要的營銷渠道，所產生的流量補貼費用較大；同時，為迅速佔領東南亞市場，公司對該業務亦投入了大量實物補貼。由於傳統的貿易端需要佔用公司大量資金購買庫存實現商品銷售，繼而產生銷售收入。隨著業務規模不斷擴大，對集團的經營性現金流造成越來越大的壓力。鑑於當前市場環境的變化以及行業競爭的加劇，經公司慎重考慮，決定未來對海外電商業務戰略重心進行調整。計劃處置完現有庫存商品後，將暫停採購新的庫存商品，暫停從事採購和銷售3C類電子產品賺取毛利的傳統貿易業務，以降低對重資產貿易端業務的依賴，將重心轉為輕資產業務模式，通過海外短視頻平台為海外電商平台客戶提供精準的流量推廣服務，將大幅減少對公司資金的佔用，有助於改善經營性現金流，更加適合處於發展階段的我們，將為公司長期可持續發展構建一條更加穩固的護城河。

- 主要銷售產品：3C類電子消費品
- 主要服務對象：電子消費品銷售商（B端中小客戶）、電子消費品消費者
- 主要服務區域：東南亞國家聯盟(ASEAN)的國家
- 主要營銷渠道：海外著名短視頻平台

二、我們所在的行業

1. AIGC概念

文娛科技業務的文化娛樂產品出品、承製業務將全面利用開源的AI平台，進行AIGC的應用層探索及開發，面向垂直場景應用市場大力投入AIGC業務佈局，持續推進使用AIGC方式開展虛擬數字人、虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、影視作品AI視頻化腳本、AIGC後期製作等領域的探索及研發等創新業務。

2. Web3.0概念

文娛科技業務依託保利文娛科技的Web3.0業務，開展針對影視文娛數字資產服務平台「空兼」的中台運營、IP孵化和發行等業務。

Web3.0致力打造一個基於區塊鏈技術、用戶主導、去中心化的網絡生態，在用戶交互、價值流通的過程就形成了Web3.0生態，數字資產是Web3.0的核心價值要素，文娛科技業務基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明不可篡改的形式向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產。

3. 影視娛樂板塊

文娛科技業務將依託保利文娛科技，開展影視娛樂產品的出品業務，藝人、網紅達人的IP孵化和經紀業務。

影視文化及娛樂內容在移動互聯網平台吸引大量用戶流量，基於影視文化及娛樂內容的宣傳發行、內容商業化變現、影遊聯動等業務領域大有可為。

4. 短視頻概念

算法營銷業務中的電商營銷業務、海外電商商品銷售業務中的電商銷售業務，主要渠道集中在國內及海外著名的短視頻平台。

短視頻已成為當前信息傳播的主要形式，短視頻平台是移動互聯網流量新聚集地，移動互聯網用戶觀看短視頻在線時間持續增加，從而產生更多營銷機會，助推本公司短視頻商業化建立起成熟的價值鏈。

5. 短劇概念板塊

隨著短劇行業迎來前所未有的發展機遇，集團憑藉前瞻佈局短劇領域的優勢，已完成多個類型多部短劇拍攝，積累了豐富的經驗，在短劇領域邁出了堅實的第一步。

6. 互聯網營銷板塊

算法營銷業務的主要服務內容是幫助客戶通過推薦算法技術，在移動互聯網平台進行銷售和營銷服務。這是算法營銷業務的收入來源。

我們是最早涉足互聯網興趣算法營銷的公司之一，互聯網營銷是基於興趣推薦算法為底層邏輯，目標在龐大且分散的中長尾流量而進行的線上營銷，而根據使用者自身的即時需求和興趣推送內容的方式，極大地提升了用戶的使用效率和滿足感，從而促新媒體應用的用戶規模、線上時長迅速增長，廣受用戶喜愛。

7. 大數據板塊

算法營銷業務的興趣推薦算法技術是基於對移動互聯網龐大的營銷數據、內容數據進行足夠的積累、篩洗、迭代，利用自研的推薦算法模型進行營銷策略的自動生成，從而服務於目標客戶。我們是中國最早的利用大數據在移動互聯網營銷領域落地應用的科技公司之一。

以大數據為核心的數字經濟持續得到政策支持與關注，建設數字中國是數字時代推進中國式現代化的重要引擎，是構築國家競爭新優勢的有力支撐。預計到2025年，我國數字經濟規模將超過60萬億元人民幣。

8. 電子產品出海電商概念

海外電商商品銷售業務主要集中在自建電商平台，面向海外著名的短視頻平台的電商市場客戶。

海外著名短視頻平台商業化正處在起步期，海外短視頻電商正值藍海市場階段，未來增長空間巨大。

三、我們的優勢

(I) 行業前景明確，市場空間廣闊

本集團所從事的數字經濟相關產業具有明確的行業前景和廣闊的市場空間。隨著中國明確數字經濟戰略和各層級政府鼓勵、支持政策的落地，包括國內外電商、互動娛樂、數字資產等業務在更加規範的市場環境中蓬勃發展，具有長期增長的潛力。尤其是東南亞地區已經成為全球電子商務發展最快的地區之一，良好的宏觀環境和多重市場積極因素為具備數據算法能力的科技公司走出國門。

針對當前的國內外市場發展階段和未來趨勢，我們觀察到：

(a) 人工智能技術的高速發展

利用AI技術自動生成內容的生產方式已經能夠學習和理解人類的語言並與人類進行對話，是繼UGC、PGC之後利用AI技術自動生成內容的新型生產方式，為影視文化及娛樂等業務領域提供新的機遇，將有機會在文化數字化產業升級中取得競爭優勢。

(b) 文化娛樂數字化產業升級

在國家大力發展數字經濟的時代背景下，保利文娛科技與本公司、京東科技集團共同打造以文化+ 產業為主要應用場景的央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，已獲得國家網信辦區塊鏈信息服務備案編號。「保利文娛科技鏈」作為央企自有區塊鏈，在數字資產的發行、存證等業務領域前景廣闊。保利文娛科技自有知識產權、全面獨立運營的影視文娛數字資產服務平台「空兼」的上線標誌著文化央企保利正式進軍Web3元宇宙時代。這不僅是保利文娛科技在數字資產、虛擬人、元宇宙等前沿技術領域的一次重要佈局，更是我們響應國家數字經濟戰略號召，積極進取的一個具體行動，通過這一平台，將能夠更好地把握數字技術發展所帶來的產業變革機遇，不斷豐富文化娛樂的內容表達形式，拓展IP的數字化輻射力，從而推動整個文化產業的數字化轉型和升級。

(c) 中國短視頻電商市場方興未艾

各大短視頻平台正在不斷提高內容品質、完善基礎設施和商業化功能，加碼私域商業功能，加大私域流量扶持力度，促進構建平台的商業化生態。

(d) 擯棄原有重資產的貿易銷售模式，轉為以技術導向的輕資產服務模式

東南亞地區具備較大人口紅利，且人口年輕化、GDP增速高於全球平均水準、新興年輕消費群體帶動購物需求、互聯網滲透率高於全球平均水準。此外，東南亞區域與中國文化更為接近的文化特徵、《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)正式實施等有利因素，也使中國產品出海東南亞地區優勢明顯；在東南亞普及4G和5G的進程中，在東南亞GDP增長背景下的消費升級進程中，中國電子消費品無論從產能、質量等方面均具備非常明顯的優勢。

過去兩年，我們海外電商業務高速發展，積累了豐富的行業經驗及客戶資源。我們原有的海外電商商品銷售業務模式由兩個業務組成：傳統的貿易採購和銷售業務，及基於興趣算法技術在海外短視頻平台上的精準營銷服務。我們清晰洞察到，以往通過投入大額資金購買存貨商品進行貿易銷售的重資產方式的業務模式，雖然使得集團實現了龐大的收入規模，但也佔用了我們大量的資金，對集團的經營現金流造成了壓力，並不適合處於發展階段的我們。

我們相信通過把這部分傳統的貿易採購和銷售業務進行壓縮，改為專注於興趣算法技術服務，利用我們專業的技術團隊，充分發揮我們在興趣算法技術上的優勢和海外跨境電商平台的經驗優勢，通過海外短視頻平台來為客戶提供精準的流量推廣服務的輕資產業務模式。雖然這樣的改變會使集團在財務報表上損失了貿易銷售所帶來的營業收入和毛利，但專注於興趣算法技術服務的業務模式將有助於改善我們未來的經營現金流，為集團的長期可持續發展構建一條更加穩固的護城河。

(II) 充分發揮與央企混改的優勢，拓展民企不易涉足的業務領域

隨著國家對宏觀經濟的進一步調控，對文化娛樂產業的加強監管和管控，國央企對自身業務數字化升級的需求等諸多原因，民營企業在有效的把控國家的政策、法規方面不具有國央企同等優勢，同時也不易涉足一些需要國央企執行的商業業務，本公司與文化央企成立的混改公司的合作，能夠有效的使本公司在央企的指導和管理下，更好的進入類似Web3.0、區塊鏈、文化娛樂內容出品等領域，使得本公司的客戶寬度、業務類別得到有效的拓寬和發展。

我們的合作夥伴作為文化領域的專業央企，不僅是專業的PGC機構，還在產業資源、風控合規等方面，具有得天獨厚的優勢。未來，我們將在合作框架下，藉助符合國內政策的PGC內容和明星，以及MCN網路內容和達人，培育自有流量和粉絲，有利我們開拓新業務。

(III) 數據和算法模型具備先發優勢，在海外實現降維打擊

本集團通過業務實踐，積累了長期、大量的與國內外電商、互動娛樂等相關的項目數據，從而使本集團能夠建立起有效的數據收集能力、強勁的數據分析能力、高度自動化的中台實施能力相結合的技術平台。作為一家以數據算法為核心能力且技術驅動的公司，本集團早在2013年即開始在微信公眾號平台進行數據和模型算法的研發，2018年開始在抖音平台進行數據和模型算法研發，並於2021年第四季度率先將興趣推薦模型應用於海外著名短視頻平台，實現獨立站電商銷售收入。由於先發優勢，我們擁有行業領先的數據規模和數據時間維度。數據積累在模型構建和模型效果等方面具有決定性影響，這也為本集團在行業內的領先優勢構築了競爭壁壘。結構豐富、規模龐大、時間跨度完整且即時交互的數據幫助我們更好地測試、構建及完善我們的算法模型，並能夠保障我們的營銷效果，不斷提升我們的服務水準。

管理層討論及分析

- 本年度業績概覽

- a. 境內業務保持盈利**

因中國收緊對遊戲版號和付費文學作品的監管審批，境內業務收入同比下降20.01%至496.10百萬港元。本集團於2023年通過戰略轉型，全面實現境內業務與文化央企成立的混改公司業務相結合，及時調整戰略聚焦業務。隨著國內經濟的逐步回暖，境內業務的發展空間會相應上升。

- b. 海外電商商品銷售市場，收入規模龐大**

本集團的收益由2022年度3,724.81百萬港元增長36.49%至2023年度的5,083.99百萬港元。該增長主要可歸本集團通過對東南亞市場和跨境電商行業深度分析與調研後，經過兩年的經驗累積與時間沉澱，算法營銷核心技術、精準的線上營銷能力、嚴謹選品標準、高效的供應鏈整合使海外電商商品銷售業務收入規模錄得高速的增長。

- c. 構建輕資產業務模式，打造護城河**

為更為迅速的拓展海外電商商品銷售業務，擴大銷售規模，佔領市場份額，本集團在海外進行流量推廣及實物補貼，導致本集團2023年度產生年內虧損793.24百萬港元。未來，我們將調整重心至輕資產業務，透過海外短視頻平台為客戶提供精準的流量推廣，構建長期且可持續的護城河。

- 本年度業務進展

- 海外電商商品銷售業務**

2023年，本集團錄得海外電商商品銷售業務銷售額4,587.90百萬港元，銷售量3,776,891件，海外電商商品銷售業務在2023年度收入實現大幅增長，乃由於本集團通過對東南亞市場和跨境電商行業深度分析與調研後，經過兩年的經驗累積與時間沉澱，算法營銷核心技術、精準的線上營銷能力、嚴謹選品標準、高效的供應鏈整合使海外電商商品銷售業務收入錄得高速的增長。2023年，本集團錄得海外電商商品銷售毛利282.32百萬港元，海外電商商品銷售毛利保持穩定水平。

- **算法營銷業務**

- **互娛及數字產品營銷**

2023年度，本集團錄得互娛及數字產品效果營銷服務收益186.56百萬港元，較去年同期的311.06百萬港元減少40.02%，乃由於(i)中國收緊對遊戲版號和付費文學作品的監管審批，導致該業務受到限制，本公司及時調整業務佈局；及(ii)在國內經濟放緩的宏觀環境下，客戶普遍下調了產品投放預算，從而導致該業務收入規模較去年同期減少。

- **短視頻電商營銷**

2023年度，本集團國內短視頻電商營銷達成的GMV達到539.09百萬港元，較2022年度的721.48百萬港元減少25.28%；其中，2023年度錄得國內電商產品營銷收益306.66百萬港元，較2022年度的307.08百萬港元略有減少。2023年，本集團調整業務策略，較去年同期新增分成比例較高的客戶及電商品類，因此在GMV下降的情況下，該業務收益並無重大變化。

- **研發進展**

為保證本集團的業務執行效果，我們會根據業務發展需要進行研發投入。尤其是當進入新的業務市場、開拓新的媒介形式時，需要加大研發力度，以保證業務迅速落地，達到更好的營銷效果。2023年上半年，鑒於海外電商商品銷售業務的快速發展，我們在自建獨立站、海外短視頻內容、使用者畫像和海外供應鏈數字化等領域加大了研發投入。自2023年下半年起，隨著國內業務的收縮以及海外電商商品銷售業務的研發階段性成果顯著，本集團調整了相應的研發投入，2023年本集團合計投入研發費用70.01百萬港元，主要應用在數據分析、算法建模及著名海外短視頻平台電商業務。

截至2023年12月31日，本集團依據不同產品品類建立的數據模型達到192套，較截至2022年12月31日的190套增長1.05%；智能推薦耦合模型所採用的數據標籤達到2,855個，較截至2022年12月31日的2,823個增長1.13%。數據模型的完善與算法能力的增強，為本集團營銷業務效果提升，以及未來拓展新的業務品類奠定了堅實的基礎。

本集團是最早在著名海外短視頻平台開展效果營銷業務的中國公司之一，我們看好在其平台上蘊含的巨大業務機會。我們將縮減重資產及佔用資金的貿易端，充分發揮我們的技術優勢，實現輕資產運營模式。

- **本集團管理層在2023年及2024年的戰略決策**

- a. 國內擁抱央企，拓展新的業務領域及市場空間**

作為本集團戰略發展的重要方向，我們將與戰略合作夥伴文化央企保利文化集團和保利影業保持深入全面合作，在國家「十四五規劃」和「數字經濟發展戰略」的指引下，共同拓展新業務合作，賦能行業發展。

- (1) 拓展優質的1P流量*

我們將穩步推進與央企戰略合作夥伴業務層面落地，致力於通過多種管道培育高品質的自有內容和流量，以提升本集團的客戶服務能力和盈利水準。除了與央企戰略合作夥伴進行影視內容新媒體合作之外，我們還將持續通過戰略聯盟、投資、孵化等途徑，培育與本集團深入合作的新媒體號、1P內容和流量，為本集團的客戶提供量身定制的新媒體內容，以提高消費轉化率，並進一步降低流量成本。我們已經開始在影視文娛內容的孵化、線上宣傳、數字資產相關業務、國央企電商產品數字化升級相關業務等領域陸續落地合作項目，明確投資承製國家級重點影視項目、打造首個央企MCN等合作方向。

- (2) 加大對AIGC和Web3.0應用端的研發投入*

我們與文化央企保利文化集團共同成立的保利文娛科技已與京東科技聯合開發了數字資產業務，已完成共建影視文娛數字資產服務平台—「空兼」上線，實現商業化運營，我們還將繼續加強Web3.0基礎設施建設，通過數字化能力，開發國央企客戶。

我們還將加大對AIGC的應用端研發投入，嘗試利用AIGC的新型生產方式，提升內容生產效率與豐富度，並大幅降低數字內容生產成本。

b. 專注興趣算法技術服務，優化業務模式

基於海外著名短視頻平台興趣流量的電商業務是本集團戰略發展重點之一，目前已經完成模式驗證，在收入規模、團隊規模和發展佈局等方面取得了重大突破。2024年及未來，我們將針對海外電商商品銷售特點和市場環境，逐步將傳統的貿易採購和銷售業務進行壓縮，利用集團興趣算法技術通過海外短視頻平台為客戶提供精準的流量推廣服務。

本集團的海外電商商品銷售業務在東南亞地區的多個國家落地。目前我們聚焦電子消費垂直領域，深耕東南亞市場，搭建完整的海外供應鏈和線上線下支付體系，致力於幫助優秀的國貨產品出海銷售。優化業務模式將更加適合處於發展階段的我們，更靈活高效的經營策略將為公司長期可持續發展構建一條更加穩固的護城河。

• 財務報表討論與分析

收益

本集團的收益由2022年度3,724.81百萬港元增長36.49%至2023年度的5,083.99百萬港元，該增加主要可歸因於本集團通過對東南亞市場和跨境電商行業深度分析與調研後，經過兩年的經驗累積與時間沉澱，算法營銷核心技術、精準的線上營銷能力、嚴謹選品標準、高效的供應鏈整合使海外電商商品銷售業務收入錄得高速且可持續的增長。此外，本集團基於著名海外短視頻平台的海外電商商品銷售業務在2021年第四季度成功落地，為本集團2022年度及2023年度分別貢獻收益3,104.61百萬港元及4,587.90百萬港元。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度			
	2023年	佔比	2022年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷收益	186.56	3.67%	311.06	8.35%
遊戲	93.34	1.84%	110.12	2.96%
網絡文學	–	–	60.09	1.61%
應用及其他	93.22	1.83%	140.85	3.78%
國內電商產品營銷收益	306.66	6.03%	307.08	8.24%
海外電商商品銷售收益	4,587.90	90.24%	3,104.61	83.35%
其他產品收益	2.87	0.06%	2.06	0.06%
收益總計	<u>5,083.99</u>	<u>100.00%</u>	<u>3,724.81</u>	<u>100.00%</u>

收益成本

本集團收益成本主要為項目投放平台的流量採購成本及商品採購成本。收益成本由2022年度的3,287.84百萬港元增長40.65%至2023年度的4,624.42百萬港元，主要可歸因於年內業務規模持續擴大，收益成本相應增長。

毛利及毛利率

本集團2023年度實現毛利459.57百萬港元，較2022年度的436.96百萬港元增長5.18%，本集團毛利增長主要可歸因於海外電商商品銷售業務的銷售規模不斷提升，本集團綜合毛利增長。截至2023年12月31日止年度，本集團毛利率為9.04%，較截至2022年12月31日止年度的11.73%，減少2.69個百分點。本集團毛利率的減少，主要可歸因於海外電商商品銷售業務業績佔比較高，但該業務毛利較低，導致綜合毛利率下降。其中，海外電商商品銷售業務毛利增長50.37%至282.32百萬港元，海外業務毛利率為6.15%，較截至2022年12月31日止年度的6.05%，增長0.1個百分點。

國內業務毛利下降28.88%至177.25百萬港元。國內業務毛利率為35.73%，較截至2022年12月31日止年度的40.18%，減少4.45個百分點。國內業務毛利的下降，主要可歸因於遊戲和閱讀版號依然受到政策的管控，我們的客戶需求進一步下降。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的毛利明細：

	截至12月31日止年度			
	2023年	佔比	2022年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷毛利	43.75	9.52%	97.34	22.28%
遊戲	20.72	4.51%	28.64	6.55%
網絡文學	—	—	21.49	4.92%
應用及其他	23.03	5.01%	47.21	10.81%
國內電商產品營銷毛利	132.03	28.73%	149.93	34.31%
海外電商商品銷售毛利	282.32	61.43%	187.75	42.97%
其他產品毛利	1.47	0.32%	1.94	0.44%
毛利總計	<u>459.57</u>	<u>100.00%</u>	<u>436.96</u>	<u>100.00%</u>

其他收益及虧損

本集團其他收益及虧損由2022年度的收益30.05百萬港元減少至2023年度的收益9.03百萬港元，乃主要由於2022年錄得匯兌收益淨額43.04百萬港元，2023年錄得匯兌收益淨額10.52百萬港元。

分銷及銷售開支

截至2023年12月31日止年度，本集團分銷及銷售開支約936.71百萬港元，較2022年度的523.29百萬港元大幅增長，乃主要由於本年海外電商商品銷售業務推廣費用及補貼費用均大幅增加綜合所致。

行政開支

本集團行政開支由2022年度的190.76百萬港元減少24.98%至2023年度的143.11百萬港元，乃主要由於本年度股權激勵費用較去年同期大幅減少。

研發開支

本集團研發開支由2022年度的52.77百萬港元增長32.67%至2023年度的70.01百萬港元，乃主要用於海外電商商品銷售業務數據模型建立與優化。

融資成本

截至2023年12月31日止年度，本集團融資成本為租賃房產產生的租賃負債於報告期內計提的利息費用。於報告期內，本集團並無銀行貸款。

存貨

於2022年12月31日和2023年12月31日，本集團存貨餘額分別為40.25百萬港元和108.68百萬港元，乃由於本年度海外電商商品銷售業務規模不斷擴大，從而存貨餘額隨之增長。

貿易及其他應收款項及按金

於2022年12月31日和2023年12月31日，本集團貿易及其他應收款項及按金餘額分別為1,268.50百萬港元和729.02百萬港元。

於2023年12月31日，本集團貿易應收款項餘額為222.99百萬港元，較於2022年12月31日的274.17百萬港元減少18.67%，主要是由於本年對部分客戶計提了信用減值準備。

其他應收款項及按金為為擴大海外電商商品銷售業務而支付供應商的保證金、應收影視劇撥資收益、員工備用金及房租押金等。於2022年12月31日和2023年12月31日，其他應收款項及按金餘額分別為994.34百萬港元和506.03百萬港元，主要是由於2023年，海外電商商品銷售業務部分保證金退回。

預付款項

於2022年12月31日和2023年12月31日，本集團預付款項餘額分別為706.75百萬港元和499.32百萬港元。餘額減少主要由於本集團消耗部分預付流量款所致。

按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具

於2022年12月31日和2023年12月31日，本集團按公平值計入其他全面收益的股本工具餘額分別為27.97百萬港元和12.99百萬港元，減少主要是由於投資公允價值降低所致。

銀行存款／受限制銀行結餘／現金及現金等價物

於2022年12月31日和2023年12月31日，本集團銀行存款／銀行結餘及現金餘額分別為572.93百萬港元和367.92百萬港元，餘額減少乃主要由於本集團海外電商業務規模不斷擴大，採購存貨所用資金增加所致。

貿易及其他應付款項

本集團貿易及其他應付款項主要包括(i)數據流量採購款；(ii)商品採購款；及(iii)其他應付款項，主要指應付稅項及應付僱員薪酬。

本集團貿易應付款項餘額由於2022年12月31日的251.23百萬港元減少31.13%至於2023年12月31日的173.03百萬港元，乃主要由於2023年及時與供貨商結算數據流量款及商品款。

本集團其他應付款項餘額由於2022年12月31日的43.10百萬港元減少26.82%至於2023年12月31日的31.54百萬港元，主要可歸因於應付第三方款項減少所致。

租賃負債

本集團租賃負債由於2022年12月31日的43.08百萬港元減少3.99%至截至2023年12月31日的41.36百萬港元，並無重大變化。

流動資金及資本資源

下表載列所示期間我們現金流量概要：

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(237.76)	(526.29)
投資活動所得(所用)現金淨額	41.03	(91.95)
融資活動(所用)所得現金淨額	(18.06)	587.17
現金及現金等價物減少淨額	(214.79)	(31.07)
年初現金及現金等價物	533.95	619.04
外幣匯率變動之影響	6.81	(54.02)
年末現金及現金等價物 (以銀行結餘及現金表示)	<u>325.97</u>	<u>533.95</u>

於2022年12月31日及於2023年12月31日，現金及現金等價物主要以人民幣、美元及港元計值。

經營活動現金流量

我們經營活動現金流入主要包括向客戶提供移動新媒體效果營銷服務及海外電商商品銷售業務取得的銷售收入回款。我們經營活動現金流出主要包括流量採購成本、商品採購成本、分銷及銷售開支、研發開支及行政開支。

截至2023年12月31日止年度，我們經營活動所用現金淨額為237.76百萬港元（截至2022年12月31日止年度：526.29百萬港元），主要由於2023年採購存貨、應收賬款回款增長及海外電商商品銷售業務部分保證金退回的綜合影響所致。在本集團收入大幅增加的情況下，經營現金流淨流出有明顯改善，代表本集團良好的資金管理能力。

投資活動現金流量

我們投資活動所用現金主要包括購買固定資產、購買按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產、贖回按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產、投資聯營公司、投資影視劇、發放及收回應收貸款、購買和贖回定期存款等。

截至2023年12月31日止年度，我們投資活動所得現金淨額為41.03百萬港元（截至2022年12月31日止年度：投資活動所用現金淨額為91.95百萬港元），主要由於購買及處置固定資產、發放及收回應收貸款及利息收入綜合所致。

融資活動現金流量

我們融資活動的現金流入主要與2022年6月配售股份有關。

截至2023年12月31日止年度，我們融資活動所用現金淨額為18.06百萬港元（截至2022年12月31日止年度，融資活動所得現金淨額：587.17百萬港元），主要由於2022年6月配售股份募集資金所致。

資本支出

本集團的主要資本支出主要包括固定資產、使用權資產及無形資產。下表載列於所示期間我們的資本支出淨額：

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
	百萬港元	
固定資產	18.90	35.10
使用權資產	26.41	47.65
總計	<u>45.31</u>	<u>82.75</u>

附屬公司及聯營公司的重大投資、重大收購及出售

於報告期內，本集團並無持有任何重大投資、亦無任何附屬公司或聯營公司的重大收購或出售。

重大投資或資本資產的未來計劃

除招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節及本公告「上市所得款項用途」一節所披露外，本集團並無重大投資或資本資產的任何其他計劃。

債項

銀行借款

於2022年12月31日及2023年12月31日，本集團均無任何銀行借款。

或然負債、資產抵押及擔保

或然負債

於2022年12月31日及2023年12月31日，本集團並無涉及任何預期將會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何重大的法律、仲裁或行政訴訟（若發生不利裁決），且亦無發生會有該等影響的任何或然負債。

資產抵押及擔保

於2022年12月31日及2023年12月31日，本集團並無任何未清償的按揭、押記、債券、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債或其他類似債務、任何擔保或其他重大或然負債。

資本負債比率

資本負債比率乃使用負債總額除以資產總值再乘以100%計算。於2022年12月31日，本集團資本負債比率為15.66%（於2022年12月31日：13.72%）。

流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。本集團流動比率由於2022年12月31日的7.67倍增長至於2023年12月31日的7.75倍。

庫務政策

我們就庫務政策採取審慎的財務管理方法，以確保我們的流動資金架構能夠始終滿足我們的資金需求。

外匯風險及對沖

外匯風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。本公司若干附屬公司的外幣買賣、銀行結餘、貿易及其他應收款項及按金、貿易及其他應付款項使本集團面臨外匯風險。

本集團目前並無任何外匯對沖政策。然而，本集團管理層會監控外匯風險，並將在有需要時考慮對沖重大外匯風險。

僱員及薪酬政策

於2023年12月31日，本集團有91名全職僱員，大部份位於中國。截至2023年12月31日，我們的僱員中有超逾62.64%從事研發、技術及運營。

在員工福利和保障方面，本集團遵守法律規定的最低工作年齡及最低工資，並根據相關法律法規為員工提供五項國家法定社會保險。本集團嚴格保障員工享受各類假期，如公眾假期、帶薪年假、病假、婚假、產假等，為員工提供員工意外保險、加班交通費報銷等福利及保障措施，並按季度組織員工團建、按年度組織員工體檢。

本集團透過專業獵頭公司及招聘網站來招聘員工。本集團已建立有效的僱員激勵計劃以使僱員薪酬與彼等整體表現掛鉤，並已建立一套以表現為基礎的薪酬獎勵計劃。僱員並不僅僅按職位及年資晉升。於2021年6月21日，本集團已採納股份獎勵計劃，該計劃旨在認可本集團若干董事、僱員、諮詢師及顧問作出的貢獻，以激勵彼等留在本集團，並激勵彼等為本集團未來的發展及擴張作出努力。

我們為我們聘用的新僱員提供專業的培訓計劃。我們還根據不同部門僱員的需求定制，提供線上線下的定期和專業培訓。

綜合損益及其他全面收益表
截至2023年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2023年 千港元	2022年 千港元
收益	4	5,083,992	3,724,806
收益成本		<u>(4,624,419)</u>	<u>(3,287,842)</u>
毛利		459,573	436,964
其他收入		12,341	37,099
其他開支		-	(16,895)
其他收益及虧損	6	9,033	30,054
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)	7	(123,775)	(50,956)
分銷及銷售開支		(936,705)	(523,288)
行政開支		(143,109)	(190,764)
研發開支		(70,014)	(52,771)
應佔聯營公司之業績		1,857	445
融資成本		<u>(2,303)</u>	<u>(1,776)</u>
除稅前虧損		(793,102)	(331,888)
所得稅開支	8	<u>(141)</u>	<u>(7,232)</u>
年內虧損		<u><u>(793,243)</u></u>	<u><u>(339,120)</u></u>
以下應佔年內(虧損)溢利：			
本公司擁有人		(784,166)	(339,450)
非控股權益		<u>(9,077)</u>	<u>330</u>
		<u><u>(793,243)</u></u>	<u><u>(339,120)</u></u>

綜合損益及其他全面收益表 — 續
截至2023年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2023年 千港元	2022年 千港元
其他全面(開支)收益			
不會重新分類至損益的項目：			
換算功能性貨幣至呈列貨幣的匯兌差額		(28,098)	(210,714)
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的 股本工具公平值虧損		(14,685)	(11,671)
與不會重新分類至損益的項目有關的所得稅		1,703	1,751
		<u>(41,080)</u>	<u>(220,634)</u>
其後可能重新分類至損益賬之項目：			
國外業務換算產生的匯兌差額		<u>(10,169)</u>	<u>(10,461)</u>
年內其他全面開支(扣除所得稅)		<u>(51,249)</u>	<u>(231,095)</u>
年內全面開支總額		<u><u>(844,492)</u></u>	<u><u>(570,215)</u></u>
以下應佔年內全面(開支)收益總額：			
本公司擁有人		(835,656)	(570,545)
非控股權益		<u>(8,836)</u>	<u>330</u>
		<u><u>(844,492)</u></u>	<u><u>(570,215)</u></u>
每股基本虧損(港幣分)	9	<u><u>(33.10)</u></u>	<u><u>(15.03)</u></u>
每股攤薄虧損(港幣分)	9	<u><u>(33.10)</u></u>	<u><u>(15.03)</u></u>

綜合財務狀況表
於2023年12月31日

		於12月31日	
	附註	2023年 千港元	2022年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		58,226	65,987
使用權資產		36,875	41,916
無形資產		2,222	3,833
對聯營公司之權益	11	36,538	35,198
房租押金	13	5,192	5,487
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		7,414	5,597
按公平值計量且其變動計入其他 全面收益的股本工具		12,993	27,970
融資租賃應收款項		1,396	—
預付款項	14	—	237,100
		<u>160,856</u>	<u>423,088</u>
流動資產			
存貨	12	108,681	40,254
貿易及其他應收款項以及按金	13	723,832	1,263,017
應收貸款		4,524	26,308
融資租賃應收款項		1,649	—
預付款項	14	499,320	469,649
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		1,991	3,077
受限制銀行結餘		41,951	—
銀行存款		—	38,984
現金及現金等價物		325,973	533,944
		<u>1,707,921</u>	<u>2,375,233</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	15	204,567	294,332
合約負債		—	1,207
租賃負債		14,665	13,298
應付所得稅		1,004	903
		<u>220,236</u>	<u>309,740</u>
流動資產淨值		<u>1,487,685</u>	<u>2,065,493</u>
資產總值減流動負債		<u>1,648,541</u>	<u>2,488,581</u>

綜合財務狀況表 — 續
於2023年12月31日

	附註	於12月31日	
		2023年 千港元	2022年 千港元
非流動負債			
租賃負債		26,694	29,779
非控股權益遠期合約產生之責任	16	45,632	42,676
遞延稅項負債		128	1,845
		<u>72,454</u>	<u>74,300</u>
資產淨值		<u>1,576,087</u>	<u>2,414,281</u>
資本及儲備			
股本	17	24	24
儲備		<u>1,599,318</u>	<u>2,413,927</u>
本公司擁有人應佔權益		1,599,342	2,413,951
非控股權益		<u>(23,255)</u>	<u>330</u>
權益總額		<u>1,576,087</u>	<u>2,414,281</u>

綜合權益變動表
截至2023年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔										非控股權益 千港元	總計 千港元
	股本 千港元	庫存股份 千港元	股份溢價 千港元	以股份為基礎的付款的儲備 千港元	按公平值計量且其變動計入其他全面收益的儲備 千港元	法定儲備 千港元	換算儲備 千港元	保留盈利 千港元	小計 千港元	千港元		
於2022年1月1日	22	(150,002)	1,745,119	-	21,213	163,764	142,617	395,496	2,318,229	-	2,318,229	
年內(虧損)溢利	-	-	-	-	-	-	-	(339,450)	(339,450)	330	(339,120)	
權益工具公平值變動	-	-	-	-	(9,920)	-	-	-	(9,920)	-	(9,920)	
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(210,714)	-	(210,714)	-	(210,714)	
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(10,461)	-	(10,461)	-	(10,461)	
年內其他全面開支	-	-	-	-	(9,920)	-	(221,175)	-	(231,095)	-	(231,095)	
年內(虧損)溢利及全面(開支)收益總額	-	-	-	-	(9,920)	-	(221,175)	(339,450)	(570,545)	330	(570,215)	
發行股份(附註17)	2	-	602,878	-	-	-	-	-	602,880	-	602,880	
發行股份應佔交易成本(附註17)	-	-	(21,833)	-	-	-	-	-	(21,833)	-	(21,833)	
註銷股份	-	11,950	(11,950)	-	-	-	-	-	-	-	-	
根據股份獎勵計劃購買股份(附註18)	-	(7,280)	-	-	-	-	-	-	(7,280)	-	(7,280)	
與股份上市有關的股份發行成本減少	-	-	21,841	-	-	-	-	-	21,841	-	21,841	
確認按權益結算以股份為基礎的付款開支(附註18(a))	-	-	-	70,659	-	-	-	-	70,659	-	70,659	
本公司股份歸屬(附註18(a))	-	138,377	(68,130)	(70,247)	-	-	-	-	-	-	-	
非控股權益的出資	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40,294	40,294	
非控股權益遠期合約產生之責任(附註16)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(40,294)	(40,294)	
提取法定儲備	-	-	-	-	-	13,963	-	(13,963)	-	-	-	
於2022年12月31日	24	(6,955)	2,267,925	412	11,293	177,727	(78,558)	42,083	2,413,951	330	2,414,281	

綜合權益變動表 — 續
截至2023年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔										
	股本	庫存股份	股份溢價	以股份為基礎的付款	按公平值計量且其變動計入其他全面收益的儲備	法定儲備	換算儲備	保留盈利(累計虧損)	小計	非控股權益	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2023年1月1日	24	(6,955)	2,267,925	412	11,293	177,727	(78,558)	42,083	2,413,951	330	2,414,281
年內虧損	-	-	-	-	-	-	-	(784,166)	(784,166)	(9,077)	(793,243)
權益工具公平值變動	-	-	-	-	(12,982)	-	-	-	(12,982)	-	(12,982)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(28,098)	-	(28,098)	-	(28,098)
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(10,410)	-	(10,410)	241	(10,169)
年內其他全面(開支)收益	-	-	-	-	(12,982)	-	(38,508)	-	(51,490)	241	(51,249)
年內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	(12,982)	-	(38,508)	(784,166)	(835,656)	(8,836)	(844,492)
確認權益結算股份為基礎的付款開支(附註18)	-	-	-	3,338	-	-	-	-	3,338	2,960	6,298
本公司股份歸屬(附註18(a))	-	6,955	(3,205)	(3,750)	-	-	-	-	-	-	-
附屬公司股份歸屬(附註18(b))	-	-	17,709	-	-	-	-	-	17,709	(17,709)	-
提取法定儲備	-	-	-	-	-	5,379	-	(5,379)	-	-	-
於2023年12月31日	24	-	2,282,429	-	(1,689)	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	(23,255)	1,576,087

綜合現金流量表

截至2023年12月31日止年度

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
經營活動所用現金淨額	<u>(237,757)</u>	<u>(526,293)</u>
投資活動所得(所用)現金淨額	<u>41,034</u>	<u>(91,946)</u>
融資活動(所用)所得現金淨額	<u>(18,057)</u>	<u>587,168</u>
現金及現金等價物減少淨額	(214,780)	(31,071)
年初現金及現金等價物	533,944	619,036
匯率變動的影響	<u>6,809</u>	<u>(54,021)</u>
年末現金及現金等價物	<u>325,973</u>	<u>533,944</u>

綜合財務報表附註

截至2023年12月31日止年度

1. 一般資料

樂享集團有限公司(「本公司」)於2019年2月19日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立及登記為獲豁免有限公司，其股份於2020年9月23日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。本公司的註冊辦事處地址及主要營業地點披露於年報的公司資料章節。本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)主要活動為提供數字營銷業務及相關服務以及銷售電商商品。

本公司最終控股公司及直接控股公司分別為ZZN. Ltd. (「ZZN」)及Laurence mate. Ltd.，該等公司均於英屬處女群島註冊成立，並由本公司主席兼行政總裁朱子南先生(「最終控股股東」)最終控制。

綜合財務報表以港元(「港元」)呈列，不同於本公司的功能性貨幣人民幣(「人民幣」)，除另有說明者外，所有金額均已湊整至最接近千位。本公司股份在聯交所上市，為方便財務報表使用者，本公司董事(「董事」)採用港元作為本公司呈列貨幣。

2. 綜合財務報表的擬備基準

綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)所頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)擬備。就擬備綜合財務報表而言，倘合理預期資料會影響主要使用者所作的決策，則該等資料被視為重大。此外，綜合財務報表包括聯交所證券上市規則及香港公司條例所規定的適用披露。

由於中國對互聯網文化業務行業外資擁有權的監管限制，本集團透過於中華人民共和國(「中國」)成立的北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司(前稱北京樂享互動網絡科技股份有限公司，「北京樂享」)及其附屬公司(統稱「綜合聯屬實體」)經營業務。北京樂享由最終控股股東及其他股東(統稱「樂享股東」)擁有。本公司於中國成立的全資附屬公司樂享互動集團有限公司(前稱北京樂享互動科技有限公司，「樂享外商獨資企業」)已與北京樂享及樂享股東於2019年12月11日訂立合約安排(「合約安排」)。根據合約安排，樂享外商獨資企業可：

- 對綜合聯屬實體行使有效財務及營運控制；
- 行使綜合聯屬實體權益持有人的投票權；
- 就樂享外商獨資企業所提供業務支援、技術以及諮詢服務收取綜合聯屬實體所產生絕大部分經濟回報；
- 獲得不可撤回獨家權利，根據中國法律法規允許的最低購買價向各自權益持有人購買綜合聯屬實體全部或部分股權。樂享外商獨資企業可隨時行使該購股權，直至獲得綜合聯屬實體全部股權及／或全部資產。此外，未經樂享外商獨資企業事先同意，綜合聯屬實體不得出售、轉讓、質押或處置任何資產或向彼等權益持有人作出任何分派；及

2. 綜合財務報表的擬備基準 – 續

- 自彼等權益持有人獲得綜合聯屬實體全部股權的質押，作為綜合聯屬實體應付樂享外商獨資企業的款項的附屬抵押品，並確保綜合聯屬實體履行合約安排責任。

本集團於綜合聯屬實體並無擁有任何股權。然而，由於合約安排，本集團對綜合聯屬實體具有影響力、有權自其因參與綜合聯屬實體而收取的可變回報以及有能力藉對綜合聯屬實體的權力影響該等回報及被認為對綜合聯屬實體有控制權。因此，本公司將綜合聯屬實體視為間接附屬公司。本集團已將綜合聯屬實體的資產、負債、收益、收入及開支於綜合財務報表中綜合入賬。

3. 應用新訂國際財務報告準則及修訂本

本年度強制生效的新訂國際財務報告準則及修訂本

於本年度，為編製綜合財務報表，本集團已首次應用下列於2023年1月1日開始的年度期間強制生效的由國際會計準則理事會頒佈的新訂國際財務報告準則及修訂本：

國際財務報告準則第17號 (包括2020年6月及2021年12月 國際財務報告準則第17號的修訂本)	保險合約
國際會計準則第8號的修訂本	會計估計的定義
國際會計準則第12號的修訂本	與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項
國際會計準則第12號的修訂本	國際稅務改革 – 第二支柱模式規則
國際會計準則第1號及國際財務報告準則 實務公告第2號的修訂本	會計政策披露

本年度應用上述新訂國際財務報告準則及修訂本對本集團本年度及過往年度的財務狀況及表現以及／或該等綜合財務報表所載披露並無重大影響。

已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則修訂本

本集團並無提早應用以下已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則修訂本：

國際財務報告準則第10號及國際會計準則 第28號的修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業的 資產出售或注資 ¹
國際財務報告準則第16號的修訂本	售後租回的租賃負債 ²
國際會計準則第1號的修訂本	負債分類為流動或非流動 ²
國際會計準則第1號的修訂本	附帶契諾的非流動負債 ²
國際會計準則第7號及國際財務報告準則 第7號的修訂本	供應商融資安排 ²
國際會計準則第21號的修訂本	缺乏可兌換性 ³

- 1 於待定日期或之後開始的年度期間生效。
- 2 於2024年1月1日或之後開始的年度期間生效。
- 3 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效。

董事預料應用上述國際財務報告準則修訂本不會於可見未來對綜合財務報表產生任何重大影響。

4. 收益

(i) 客戶合約的收益分類

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
貨品或服務種類		
提供效果類自媒體營銷服務		
互娛及數字產品營銷	186,565	311,056
電商產品營銷	306,660	307,078
	<u>493,225</u>	<u>618,134</u>
銷售電商商品	<u>4,587,896</u>	<u>3,104,605</u>
其他	<u>2,871</u>	<u>2,067</u>
	<u>5,083,992</u>	<u>3,724,806</u>
收益確認的時間		
時間點	<u>5,083,992</u>	<u>3,724,806</u>

(ii) 客戶合約的履約責任及收益確認政策

銷售電商商品

本集團從事銷售電商商品業務。本集團的結論是，本集團為該等交易的委託人，原因為其於指定貨品轉讓予客戶之前控制該貨品，考慮評估控制權的指標包括本集團主要負責履行提供貨品的承諾、承受存貨風險及擁有確定指定貨品價格的酌情權。當本集團履行履約責任（即貨品交付至於本集團租賃倉庫的客戶的時間點）時，本集團按合約所訂明本集團預期有權收取的代價總額確認收入。一般而言，本集團收取客戶預付款項，而本集團收取的交易價確認為合約負債，直至貨品已交付予客戶。

提供效果類自媒體營銷服務

本集團為多種類型的產品（包括電商商品、移動應用程序、手機遊戲、網絡文學等）提供效果類自媒體營銷服務。效果類自媒體營銷指在自媒體上展示的營銷形式，主要為自媒體用戶註冊的線上賬戶利用流量向公眾發佈營銷產品（包括文字、圖片、音頻、遊戲或視頻內容）。本集團通常從供應商處獲得不同在線平台的廣告流量，並將客戶提供的營銷產品投放至合適的自媒體平台（如微信及抖音），迎合其訂閱者的興趣。

4. 收益 – 續

(ii) 客戶合約的履約責任及收益確認政策 – 續

提供效果類自媒體營銷服務 – 續

本集團為多種類型的產品(包括電商商品、移動應用程序、手機遊戲、網絡文學等)提供效果類自媒體營銷服務。效果類自媒體營銷指在自媒體上展示的營銷形式,主要為自媒體用戶註冊的線上賬戶利用流量向公眾發佈營銷產品(包括文字、圖片、音頻、遊戲或視頻內容)。本集團通常從供應商處獲得不同在線平台的廣告流量,並將客戶提供的營銷產品投放至合適的自媒體平台(如微信及抖音),迎合其訂閱者的興趣。

本集團作為大部分客戶合約的委託人,因其在向目標用戶展示特定廣告流量資源及特定市場推廣服務前控制該等資源及服務,因此按總額基準確認該等交易賺取的收益及產生的成本,乃經考慮本集團主要負責履行提供特定服務的承諾指標,並負責(i)識別個別客戶及與其訂約,並與其商定合約價格;(ii)識別供應商及與其訂約(本集團通常就於未來一段時期(如九至十二個月)使用的廣告流量向供應商預付款項);及(iii)承擔履行服務的唯一責任。有關收益於提供特定服務時按不同定價模型(例如,於相關自媒體平台展示營銷產品廣告而向營銷代理提供效果類營銷服務的每次點擊成本或交易流水分成)確認,其每月與客戶確認。一般而言,合約付款期為每月與客戶協定具體服務數量後90日。

本集團擔任代理時,其按淨額基準確認交易所賺取的收益及產生的成本,以換取安排由另一方提供的特定服務。一般而言,合約的付款期為每月與客戶協定具體服務數量後90日。

(iii) 分配至客戶合約餘下履約責任的交易價格

所有銷售電商商品及提供效果類自媒體營銷服務的期限為一年或以下。按國際財務報告準則第15號所允許,分配至該等未履行合約的交易價格並未披露。

5. 分部資料

就資源分配及分部表現評估而言,呈報給本集團的主要經營決策者行政總裁(「主要經營決策者」)之資料,乃集中於貨品送遞或服務提供之種類。

具體而言,按國際財務報告準則第8號經營分部,本集團的經營及報告分部如下:

- 「提供效果類自媒體營銷服務」分部主要包括透過分析我們行業客戶的產品並在不同自媒體網絡分銷彼等的產品向其提供該等營銷服務,這有助於行業客戶獲取用戶及銷售訂單;及
- 「銷售電商商品」分部主要包括線上銷售電商商品。

「其他」分部主要包括提供文化相關服務。

概無經營分部合併組成本集團的可報告分部。

5. 分部資料 – 續

分部收益及業績

按可報告及經營分部劃分的本集團收益及業績分析如下：

截至2023年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	銷售 電商商品 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>493,225</u>	<u>4,587,896</u>	<u>2,871</u>	<u>5,083,992</u>
分部溢利(虧損)	<u>180</u>	<u>(746,312)</u>	<u>(30,985)</u>	(777,117)
應佔聯營公司業績 未分配公司開支				<u>1,857</u> <u>(17,983)</u>
年內虧損				<u>(793,243)</u>

截至2022年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	銷售 電商商品 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>618,134</u>	<u>3,104,605</u>	<u>2,067</u>	<u>3,724,806</u>
分部溢利(虧損)	<u>74,563</u>	<u>(376,857)</u>	<u>(27,974)</u>	(330,268)
應佔聯營公司業績 未分配公司開支				<u>445</u> <u>(9,297)</u>
年內虧損				<u>(339,120)</u>

5. 分部資料 – 續

分部收益及業績 – 續

分部溢利／(虧損)指並無分配應佔聯營公司業績及若干企業開支(包括中央行政成本、董事酬金、外匯收益及按公平值計量且其變動計入損益的金融資產的公平值變動虧損)之各分部所賺取／產生之溢利／(虧損)。此項計算經已向主要經營決策者匯報，以作為資源分配及表現評估用途。

於報告期末後，本集團管理層一直在審閱其電商商品銷售業務戰略，並已暫停電商商品銷售業務的營運。因此，自2024年1月1日起至批准刊發綜合財務報表日期止期間，電商商品銷售概無產生收益。

本集團管理層無意終止經營電商商品銷售業務。根據電商商品銷售業務新戰略，本集團管理層反而有意採納輕資產業務模式經營電商商品銷售業務，透過海外短視頻平台為海外電商客戶提供精準的流量營銷服務。本集團管理層認為該業務模式將有助於改善本集團經營現金流量。本集團管理層計劃根據新業務模式恢復電商商品銷售，出清截至2023年12月31日止存置的存貨。

分部資產及負債

主要經營決策者根據各分部的經營業績作出決策。由於主要經營決策者並無就資源分配及表現評估定期審閱分部資產及分部負債，故並無呈列該等資料的分析。因此，僅呈列分部收益及分部業績。

6. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
就下列項目確認減值虧損：		
— 無形資產	—	2,330
— 投資於影視劇	—	5,826
出售物業、廠房及設備的(收益)虧損	(1,492)	2
出售使用權資產的收益	(46)	—
外匯收益淨額	(10,523)	(43,036)
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產的 公平值變動(收益)虧損	(904)	1,925
非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損	3,592	2,375
其他	340	524
	<u>(9,033)</u>	<u>(30,054)</u>

7. 預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
就下列項目確認減值虧損淨額：		
貿易應收款項	97,176	31,836
其他應收款項	13,438	10,381
應收貸款	13,161	8,739
	<u>123,775</u>	<u>50,956</u>

8. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
即期企業所得稅	141	77
遞延稅項	—	7,155
	<u>141</u>	<u>7,232</u>

9. 每股虧損

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄虧損按照以下數據計算：

虧損金額的計算如下：

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
	千港元	千港元
本公司擁有人應佔年內虧損	<u>784,166</u>	<u>339,450</u>

股份數目：

	截至12月31日止年度	
	2023年	2022年
	千股	千股
用於計算每股基本虧損的普通股加權平均數	<u>2,369,427</u>	<u>2,258,375</u>

截至2023年及2022年12月31日止年度用於計算每股基本及攤薄虧損的加權平均普通股數目已經扣除附註18(a)所載信託下股份獎勵計劃持有的股份後得出。

計算每股攤薄虧損並未考慮附註18所載本公司股份獎勵計劃或附屬公司股份獎勵計劃項下未歸屬股份的影響，乃因其將導致每股虧損減少。

10. 股息

截至2023年及2022年12月31日止年度，概無向本公司普通股股東派付或擬派股息。

11. 於聯營公司的權益

	於12月31日	
	2023年	2022年
	千港元	千港元
於聯營公司的投資成本	37,443	37,443
分佔收購後溢利及其他全面收益	2,373	516
匯兌調整	<u>(3,278)</u>	<u>(2,761)</u>
	<u>36,538</u>	<u>35,198</u>

11. 於聯營公司的權益 – 續

本集團於報告期末的聯營公司詳情如下：

實體名稱	註冊成立 國家／主要 營業地點	本集團擁有權權益 比例及投票權 於12月31日		主要業務
		2023年 %	2022年 %	
揚州平衡數字文化產業發展基金 (有限合夥) (「平衡基金」) ⁽ⁱ⁾⁽ⁱⁱ⁾	中國	30.30	30.30	投資數字營銷／ 互聯網文化產業
保利樂享文娛科技(北京)有限公司 (「保利樂享」) ⁽ⁱ⁾⁽ⁱⁱⁱ⁾	中國	10.00	10.00	藝人管理及 電影製作

附註：

- (i) 該名稱的英文翻譯僅供參考。該實體的正式名稱為中文。
- (ii) 本集團能夠對平衡基金行使重大影響力，因其有權根據合作協議委任指導平衡基金有關活動的平衡基金投資決策委員會五名委員會成員中其中一名。
- (iii) 本集團能夠對保利樂享行使重大影響力，因其有權根據保利樂享組織章程細則委任保利樂享五名董事中其中一名。

重大聯營公司財務資料概要

本集團重大聯營公司的有關財務資料概要載於下文。下文的財務資料概要指聯營公司根據國際財務報告準則編製的財務報表所列示的金額。

聯營公司於綜合財務報表中使用權益法列賬。

11. 於聯營公司的權益 – 續

重大聯營公司財務資料概要 – 續

平衡基金

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
流動資產	<u>53,709</u>	<u>54,498</u>
非流動資產	<u>62,185</u>	<u>57,094</u>
	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
收益	<u>-</u>	<u>-</u>
年內溢利	<u>5,940</u>	<u>567</u>

以上財務資料概要及綜合財務報表確認於聯營公司的權益賬面值的對賬：

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
平衡基金的資產淨值	<u>115,894</u>	<u>111,592</u>
本集團於平衡基金的所有權權益比例	<u>30.30%</u>	<u>30.30%</u>
本集團於平衡基金的權益賬面值	<u>35,119</u>	<u>33,816</u>

個別並不重大的聯營公司資料

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元
本集團應佔溢利	<u>58</u>	<u>273</u>
本集團於聯營公司權益的賬面值	<u>1,419</u>	<u>1,382</u>

12. 存貨

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
電商商品	<u>108,681</u>	<u>40,254</u>

13. 貿易及其他應收款項以及按金

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
貿易應收款項	368,272	323,693
減：信貸虧損撥備	<u>(145,280)</u>	<u>(49,527)</u>
	<u>222,992</u>	<u>274,166</u>
擴展海外電商市場的按金(附註)	440,000	954,000
作為代理代表第三方應收款項	49,991	–
應收來自投資於影視劇的收入	16,795	17,039
已付供應商按金	2,339	2,351
租金及其他按金	6,268	6,127
其他應收款項	16,842	27,871
減：信貸虧損撥備	<u>(26,203)</u>	<u>(13,050)</u>
	<u>506,032</u>	<u>994,338</u>
貿易及其他應收款項以及按金總額	<u>729,024</u>	<u>1,268,504</u>
分析為		
非即期	5,192	5,487
即期	<u>723,832</u>	<u>1,263,017</u>
	<u>729,024</u>	<u>1,268,504</u>

附註：於2022年5月及7月，本集團為擴展海外電商市場與最大海外流量供應商訂立若干協議，金額為980,000,000港元。該等按金包括東南亞及其他大陸的若干國家的單獨按金。於該等協議的12個月期間，倘本集團決定不在個別國家或大陸開展業務，則本集團有權要求悉數退回按金。於2023年5月到期的若干協議已重續，以將到期日延長12個月至2024年5月。

於本年度，本集團與本集團的流量供應商訂立債務清償協議，據此，本集團將應付流量供應商的款項250,000,000港元用於抵銷本集團為擴展海外電商市場的相同金額可退回按金。上述交易作為非現金交易入賬。

於截至2023年12月31日止年度，本集團決定不在若干國家開展業務，金額為514,000,000港元(2022年：26,000,000港元)之按金(包括上文所述可退回按金250,000,000港元(2022年：無))已退回予本集團或被貿易應付款項抵銷。

13. 貿易及其他應收款項以及按金 – 續

於2022年1月1日，來自客戶合約的貿易應收款項的賬面總值為455,810,000港元。

本集團一般向客戶提供30日至180日(2022年：15日至120日)無抵押信貸期。根據發票日期(與各自收益確認日期相若)編製的貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)賬齡如下：

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
3個月內	108,023	141,117
3至6個月	52,600	42,255
7至12個月	62,369	46,016
1至2年	–	44,778
	<u>222,992</u>	<u>274,166</u>

於2023年12月31日，已於該日逾期的賬面總額為67,656,000港元(2022年：133,049,000港元)的應收賬款已計入本集團貿易應收款項結餘。在逾期結餘中，52,464,000港元(2022年：30,045,000港元)已逾期90日或以上但並無被視為拖欠，原因是經考慮債務人的背景及過往付款安排，該金額為應收若干信譽佳的獨立客戶款項。本集團對該等結餘並無持有任何抵押品或其他信貸提升措施。

14. 預付款項

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
用於購買流量的預付款項(附註a)	492,911	684,893
用於諮詢服務的預付款項	5,064	18,428
其他預付款項	1,345	3,428
	<u>499,320</u>	<u>706,749</u>
分析為		
非即期	–	237,100
即期	<u>499,320</u>	<u>469,649</u>
	<u>499,320</u>	<u>706,749</u>

14. 預付款項 — 續

用於購買流量的預付款項的變動載列如下：

	用於購買流量 的預付款項 千港元
於2022年1月1日	1,182,368
新增預付款項	819,121
已動用	(487,310)
轉撥至按金	(750,000)
匯兌調整	(79,286)
	<u>684,893</u>
於2022年12月31日	<u>684,893</u>
新增預付款項	355,710
已動用	(386,430)
清償(附註b)	(150,000)
匯兌調整	(11,262)
	<u>(11,262)</u>
於2023年12月31日	<u>492,911</u>

附註：

- a. 根據公開資料，本集團主要向三家由同一控股股東成立並受共同控制的獨立供應商購買國內外流量，三家獨立供應商共同構成本集團最大的流量供應商。

本集團對其最大流量供應商的預付款項總額包括擴展海外電商市場的按金(見附註13)及購買流量的預付款項。於2023年12月31日，本集團對其最大供應商的預付款項總額佔資產總值的50%(2022年：59%)。年內百分比詳情如下：

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
最大供應商墊款：		
擴展海外電商市場的按金(附註13)	440,000	954,000
用於購買流量的預付款項	492,911	684,893
	<u>932,911</u>	<u>1,638,893</u>
資產總值	<u>1,868,777</u>	<u>2,798,321</u>
最大供應商墊款佔資產總值的百分比	<u>50%</u>	<u>59%</u>

14. 預付款項 – 續

附註：– 續

- b. 於本年度，本集團與本集團的流量供應商訂立債務清償協議，據此，本集團將應付流量供應商的款項150,000,000港元用於抵銷對流量供應商相同金額的預付款項。上述交易作為非現金交易入賬。

於報告期結束後，直至2024年2月29日，購買流量的預付款項合共41,904,000港元已動用。

15. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
貿易應付款項	173,026	251,231
應付僱員薪酬	11,345	11,927
其他應付稅項	1,703	2,013
應計上市開支／股份發行成本	4,414	4,478
無形資產應付款項	1,986	2,015
其他應付款項及應計費用	12,093	22,668
	<u>204,567</u>	<u>294,332</u>

根據發票日期呈列按賬齡劃分的貿易應付款項賬齡分析如下。

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
3個月內	122,587	249,023
3至6個月	48,263	–
1年以上	2,176	2,208
	<u>173,026</u>	<u>251,231</u>

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

16. 非控股權益遠期合約產生之責任

於2022年5月，本集團附屬公司樂享互動(南京)網絡科技有限公司(「樂享南京」)與本集團的聯營公司平衡基金訂立一系列協議(「該等協議」)，據此，樂享南京與平衡基金於2022年5月成立揚州樂享華悅文化科技有限公司(「揚州華悅」)。樂享南京及平衡基金分別持有揚州華悅的70%股權及30%股權。截至2022年12月31日止年度，樂享南京及平衡基金向揚州華悅已分別注資人民幣84,000,000元(相當於94,037,000港元)(2023年：無)及人民幣36,000,000元(相當於40,294,000港元)(2023年：無)。

根據該等協議，於該等協議簽署之日起36個月期間結束前，樂享南京已同意購買而平衡基金已同意出售於揚州華悅30%的股權(即平衡基金持有揚州華悅的全部股權)，而回購的最終日期由樂享南京主要決定。回購的代價將按以下兩項中的較高者釐定：(i)投資本金及按固定年利率9%計息的利息之和，減去自揚州華悅收取的任何股息；及(ii)揚州華悅於回購日期的淨資產比例。

於初步確認時，非控股權益遠期合約產生之責任為交付股份贖回金額責任之現值40,294,000港元。該金額已於綜合財務狀況表確認，並於初步確認時相應於非控股權益借方記賬。

於2023年12月31日，非控股權益遠期合約產生之責任之公平值為45,632,000港元(2022年：42,676,000港元)。

17. 股本

	股份數目		股本	
	2023年 千股	2022年 千股	2023年 港元	2022年 港元
每股面值0.00001港元的普通股				
法定				
於年初及年末	5,000,000	5,000,000	50,000	50,000
已發行及繳足				
於年初	2,371,927	2,185,268	23,720	21,853
發行股份(附註)	-	192,000	-	1,920
註銷股份	-	(5,341)	-	(53)
於年末	2,371,927	2,371,927	23,720	23,720

17. 股本－續

	於12月31日	
	2023年 千港元	2022年 千港元
呈列為	<u>24</u>	<u>24</u>

附註：於完成由本公司、本公司的最終控股公司ZZN及配售代理訂立的日期為2022年6月6日的配售及認購協議所列的所有條件後，(1)於2022年6月6日，ZZN持有的本公司合共192,000,000股股份按每股股份3.14港元配售予不少於六名承配人；及(2)於2022年6月16日，本公司的合共192,000,000股新股份由ZZN按每股股份3.14港元認購。經扣除包銷費9,875,000港元後，本公司已收取所得款項淨額約593,005,000港元。發行成本總額(包括包銷費)21,833,000港元乃自股份溢價扣除。

18. 股份付款交易

(a) 本公司的股權結算股份獎勵計劃

本公司已根據其日期為2021年6月21日的董事會決議案採納一項股份獎勵計劃(「股份獎勵計劃」)。

根據股份獎勵計劃，本公司已與一名受託人(「受託人」)訂立合約以於2021年6月21日設立一項信託(「信託」)。董事會(「董事會」)可不時在股份獎勵計劃的有效期(自採納該計劃起計為期10年或提前終止)內向信託注入資金並指示受託人於聯交所購買本公司股份。信託購買和持有的股份可以轉讓並具有表決權，但受託人不得行使表決權。股份將根據股份獎勵計劃的條款及信託契約授予本集團的選定董事、僱員、諮詢師及顧問(「選定參與者」)。授予選定參與者的股份須於董事會指定的歸屬條件獲達成後方可歸屬。

截至2022年12月31日止年度，受託人購買本公司2,752,000股股份(2023年：無)，代價為7,280,000港元(2023年：無)。購買股份的成本於權益中確認為庫存股份。

截至2022年12月31日止年度，4名參與者被選為選定參與者，52,240,000股股份獲授出，行使價為零。49,740,000股股份已於授出當日即時歸屬及餘下2,500,000股股份須於2023年12月31日歸屬。於2022年12月31日，受託人持有本公司2,500,000股股份(2023年：無)。

18. 股份付款交易 – 續

(a) 本公司的股權結算股份獎勵計劃 – 續

下表披露獲授人士根據股份獎勵計劃持有獎勵股份及其變動的詳情：

	於2023年 1月1日 尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	於2023年 12月31日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
僱員	<u>2,500,000</u>	<u>-</u>	<u>(2,500,000)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
	於2022年 1月1日 尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	於2022年 12月31日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
董事	-	4,400,000	(4,400,000)	-	-
僱員	-	47,840,000	(45,340,000)	-	2,500,000
總計	<u>-</u>	<u>52,240,000</u>	<u>(49,740,000)</u>	<u>-</u>	<u>2,500,000</u>

截至2023年12月31日止年度，本集團就該等獎勵股份確認以股份為基礎的付款開支3,338,000港元(2022年：70,659,000港元)。獎勵股份於授出日期的加權平均公平值為1.42港元。該等已授出獎勵股份的公平值乃使用授出日期本公司普通股的公平值計算得出。

(b) 附屬公司的股權結算股份獎勵計劃

於2023年9月1日，本公司當時的全資附屬公司樂享國際有限公司(「樂享國際」)採納一項股份獎勵計劃(「樂享國際股份獎勵計劃」)，以認可本公司及其附屬公司的合資格董事及僱員的貢獻及為其提供獎勵。

截至2023年12月31日止年度，本公司持有的樂享國際1,000股股份已授予朱子南先生，佔樂享國際已發行股份的10%，其亦為根據樂享國際股份獎勵計劃可予授出的股份總數上限。行使價為零及獲授股份於歸屬日期2023年9月1日、2024年3月1日、2024年9月1日及2025年3月1日分四批歸屬。

18. 股份付款交易 – 續

(b) 附屬公司的股權結算股份獎勵計劃 – 續

下表披露獲授人士根據樂享國際股份獎勵計劃持有獎勵股份及其變動的詳情：

	於2023年 1月1日				於2023年 12月31日
	尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	<u>-</u>	<u>1,000</u>	<u>(200)</u>	<u>-</u>	<u>800</u>

獎勵股份乃使用樂享國際的股份價值定價，其於授出日期使用二項式模型釐定。獎勵股份於授出日期的公平值為5.92港元。模型的主要輸入數據如下：

	截至2023年 12月31日止年度 千港元
無風險利率	3.26%
預期波幅	57.05%
加權平均預期年期	0.8年

截至2023年12月31日止年度，於本集團的綜合損益表就樂享國際股份獎勵計劃確認以股份為基礎的付款開支2,960,000港元（2022年：無）。

19. 期後事項

於報告期末後，本集團管理層一直在審閱其電商商品銷售業務戰略，並已暫停電商商品銷售業務的營運，詳情載於附註5。

其他資料及企業管治摘要

合約安排

截至2023年12月31日止年度，董事會已檢討合約安排的整體表現，並相信本集團已在所有重大方面遵守合約安排。

於2019年3月15日，《外商投資法》由全國人民代表大會第十三屆常務委員會第二次會議審議通過，並於2020年1月1日起生效。《外商投資法》規定了以下外商投資形式：

- (i) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；
- (ii) 外國投資者取得任何境內企業的股份、股權、財產或者其他類似權益；
- (iii) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及
- (iv) 法律、行政法規或者國務院規定的其他方式的投資。

《外商投資法》規定「負面清單」適用於若干行業。《外商投資法》所載的「負面清單」分別將相關禁止及受限制行業列入禁止目錄和受限目錄。倘任何外國投資者直接或間接持有任何境內企業的股份、股權、財產或其他權益，則該境內企業不得投資禁止實施目錄列明的任何行業。外國投資者獲准投資限制實施目錄列明的行業，惟須符合若干條件。外國投資者可投資「負面清單」以外的任何行業，且應按與境內投資相同的基準管理。

現行中國法律及法規對從事互聯網文化業務及其他相關業務的公司的外資擁有權施加若干限制或禁令。尤其是，根據於2022年1月1日生效的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2021年版）》，本集團若干效果類營銷服務屬於互聯網文化經營，被視為禁止類。為符合中國法律及法規，本集團根據外商獨資企業、北京樂享及登記股東之間的一系列合約安排，通過北京樂享及其附屬公司在中國開展效果類營銷。由於該等合約安排，本集團對北京樂享及其附屬公司施加控制權，並將其經營業績綜合至本集團的財務報表。北京樂享及其附屬公司持有對本集團的相關業務經營至關重要的牌照、批准及關鍵資產（定義見招股章程）。有關本集團為遵守資質要求而作出的努力及行動，請參閱招股章程中「合約安排」一節。

截至本公告日期，《外商投資法》並無更新，且本集團已遵守《外商投資法》及有關資質要求的實施細則。

然而，誠如上文所披露者，即使本公司及其股東已採取措施符合該資質要求（定義見招股章程），每個從事受限制業務（定義見招股章程）的綜合聯屬實體亦須持有有關禁止外國投資的網絡文化經營許可證，因此，本公司將無法持有綜合聯屬實體的任何股權。倘本公司或任何綜合聯屬實體日後可提供僅需增值電信業務經營許可證的增值電信服務，本公司將（如必要）考慮設立新附屬公司或向適當附屬公司轉讓相關業務，以直接持有相關中國法律法規允許的最高比例的所有權權益。

上市所得款項用途

本公司於2020年9月23日成功在聯交所主板上市。根據招股章程及分配結果公告之相關披露，於扣除包銷費、佣金及本公司應付相關開支後，本公司籌得全球發售所得款項淨額（「原上市所得款項淨額」）為約1,498.83百萬港元（包括部份行使超額配股權的所得款項淨額）。

於2022年3月8日，本公司與全球發售中的一間國際包銷商經考慮其他商業安排且公平合理的協商後，達成債務豁免協定，據此，該國際包銷商豁免本公司根據國際包銷協議應向該國際包銷商支付的約21.84百萬港元包銷費。該等豁免導致本公司應付包銷費總額降低並從而導致本公司上市所得款項淨額增加約21.84百萬港元（「新增上市所得款項淨額」），至約1,520.67百萬港元（「更新後上市所得款項淨額」）。有關詳情，請參閱本公司日期為2022年3月8日的公告。

董事會已於2022年8月31日作出董事會決議，決定將尚未動用的原上市所得款項淨額，以及新增上市所得款項淨額（「未動用上市所得款項」）進行如下第一次重新分配：

招股章程中所述上市所得款項淨額擬定用途 (百萬港元)	原上市所得款項淨額(包括行使超額配股權所獲得的所得款項淨額) (百萬港元)	佔原上市所得款項淨額概約百分比 (%)	截至2022年8月31日止尚未動用原上市所得款項淨額 (百萬港元)		更新後上市所得款項淨額重新分配 (百萬港元)	第一次重新分配後未動用上市所得款項 (百萬港元)	2023年		截至2023年12月31日止未動用已動用 (百萬港元)	截至2023年12月31日止未動用已動用 (百萬港元)	截至本公告日止未動用已動用 (百萬港元)	截至本公告日止未動用已動用 (百萬港元)	未動用上市所得款項的預期使用時間表
			截至2023年1月1日止未動用 (百萬港元)	截至2023年1月1日已動用 (百萬港元)									
用作發展我們的短視頻移動新媒體變現業務所得款項淨額：													
(1) 將用於投資開發自有用戶流量；	511.11	34.10%	18.83	-	18.83	10.73	10.73	-	-	-	-	-	未來一年半
(2) 將用作擴展我們的團隊；	61.45	4.10%	26.09	-	26.09	26.09	-	26.09	-	-	-	26.09	未來一年半
(3) 將用作進一步開發我們的短視頻技術基礎設施；	37.47	2.50%	9.10	-	9.10	7.07	-	7.07	-	-	-	7.07	未來一年半
(4) 將用作採購高質量版權或高質量互娛產品的擁有權或授權引進的高質量互娛產品；及	265.29	17.70%	32.16	-	32.16	32.16	-	32.16	-	-	-	32.16	未來一年半
(5) 將用於不斷開發和優化我們的算法及數據收集能力，提高短視頻推薦算法的有效性。	23.98	1.60%	1.46	-	1.46	1.46	-	1.46	-	-	-	1.46	未來一年半

招股章程中所述上市 所得款項淨額擬定用途	原上市 所得款項 淨額(包括 行使超額 配股權所獲 得的所得 款項淨額) (百萬港元)	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2022年		更新後 上市所得 款項淨額 重新分配	第一次 重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	2023年		截至 2023年 1月1日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至		截至 2023年 12月31日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 2023年 12月31日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 本公告日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 本公告日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	未動用上市 所得款項的 預期使用 時間表
			8月31日 止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	8月31日 止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)			截至 2023年 1月1日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 2023年 12月31日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)								
用作持續加強我們的效果類 移動																
新媒體營銷服務能力所得 款項淨額：																
(1) 將用於潛在投資或收購合 適的頂級移動自媒體平台 獲授權或大型代理；	106.42	7.10%	70.21	-	70.21	70.21	3.00	67.21	-	67.21	未來一年半					
(2) 將用於升級及優化我們的 技術、平台及算法；	46.46	3.10%	22.06	-	22.06	22.06	22.06	-	-	-	未來一年半					
(3) 將用於擴展我們的互娛產 品範圍；及	121.41	8.10%	85.77	-40.00	45.77	45.77	-	45.77	-	45.77	未來一年半					
(4) 將用於增加我們與流行移 動新媒體平台的獲授權或 大型代理的合作並使其多 元化，獲取高質量的移動 新媒體資源。	22.48	1.50%	22.48	-	22.48	22.48	-	22.48	-	22.48	未來一年半					

招股章程中所述上市 所得款項淨額擬定用途	原上市 所得款項 淨額(包括 行使超額 配股權所獲 得的所得 款項淨額) (百萬港元)	佔原上市 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至2022年		更新後 上市所得 款項淨額 重新分配	第一次 重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	2023年		截至 2023年 1月1日止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至		截至 2023年 12月31日 已動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 2023年 12月31日 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 本公告日止 已動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	截至 本公告日止 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	未動用上市 所得款項的 預期使用 時間表
			8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)	8月31日止 尚未動用 原上市所得 款項淨額 (百萬港元)			1月1日 至2023年 12月31日 已動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	12月31日 止 未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)								
用以撥付我們的國際性擴展 所得款項淨額：																
(1) 將用於在韓國或東南亞國 家成立一個海外辦事處， 建立國際銷售及營銷團 隊；	61.45	4.10%	61.45	-	61.45	61.45	0.18	61.27	-	61.27	未來一年半					
(2) 將用於在韓國和東南亞開 拓潛在的投資及收購機 會，包括擁有龐大藝人資 源的演藝練習生中介公 司；	38.97	2.60%	38.97	-38.97	-	-	-	-	-	-	未來一年半					
(3) 將用於向海外移動新媒體 平台或其提供流量資的代 理人獲取用戶流量，將我 們的移動新媒體效果營銷 服務擴展到尋求在海外 短視頻平台上營銷產品的 國內外行業客戶的海外平 台；	29.98	2.00%	14.80	+10.92	25.72	25.72	25.72	-	-	-	未來一年半					
(4) 將用於開發技術平台的海 外版本；及	22.48	1.50%	7.66	+10.92	18.58	18.58	18.58	-	-	-	未來一年半					
(5) 將用於拓展海外電商商 品銷售業務。	-	-	-	+18.97	18.97	6.82	6.82	-	-	-	未來一年半					
用以發展我們的文化業務 所得款項淨額：	-	-	-	+60.00	60.00	60.00	-	60.00	-	60.00	未來一年半					
用作營運資金及一般企業用 途：	149.88	10.00%	23.50	-	23.50	14.92	13.12	1.80	1.61	0.19	未來一年半					
總計	1,498.83	100.00%	434.54	21.84	456.38	425.52	100.21	325.31	1.61	323.70						

由於下文「變更上市所得款項用途之理由及裨益」一段所載之理由，董事會已於2024年3月28日作出董事會決議，決定將尚未動用的第一次重新分配後上市所得款項淨額（「未動用上市所得淨額」）進行如下第二次重新分配：

招股章程中所述 所得款項淨額擬定用途	第一次 重新分配後 上市所得款項 淨額(包括 行使超額配 股權所獲得 的所得款項 淨額) (百萬港元)	第一次 重新分配後 佔更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至 本公告日止 尚未動用 更新後 所得款項 淨額 (百萬港元)	第一次 重新分配後 上市所得款項 重新分配 (百萬港元)	第二次 重新分配後 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 佔更新後 所得款項淨額 概約百分比 (%)	未動用 所得款項的 預期時間表
用作發展我們的短視頻 移動新媒體變現業務 所得款項淨額：								
(1) 將用於投資開發自 有用戶流量；	511.11	33.61%	-	+30.00	541.11	30.00	35.59%	未來一年半
(2) 將用作擴展我們的 團隊；	61.45	4.04%	26.09	-10.00	51.45	16.09	3.38%	未來一年半
(3) 將用作進一步開發 我們的短視頻技術 基礎設施；	37.47	2.46%	7.07	-	37.47	7.07	2.46%	未來一年半
(4) 將用作採購高質量 版權或高質量互娛 產品的擁有權或授 權引進的高質量互 娛產品；及	265.29	17.45%	32.16	-20.00	245.29	12.16	16.13%	未來一年半
(5) 將用於不斷開發和 優化我們的算法及 數據收集能力，提 高短視頻推薦算法 的有效性。	23.98	1.58%	1.46	-	23.98	1.46	1.58%	未來一年半

招股章程中所述 所得款項淨額擬定用途	第一次 重新分配後 上市所得款項 淨額(包括 行使超額配 股權所獲得 的所得款項 淨額) (百萬港元)	第一次 重新分配後 佔更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至 本公告日止 尚未動用 更新後所得 款項淨額 (百萬港元)	第一次 重新分配後 上市所得款項 重新分配 (百萬港元)	第二次 重新分配後 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 佔更新後 所得款項淨額 概約百分比 (%)	未動用 所得款項的 預期時間表
用作持續加強我們的 效果類移動新媒體 營銷服務能力所得 款項淨額：								
(1) 將用於潛在投資或 收購合適的頂級移 動自媒體平台獲授 權或大型代理；	106.42	7.00%	67.21	-60.00	46.42	7.21	3.05%	未來一年半
(2) 將用於升級及優化 我們的技術、平台 及算法；	46.46	3.06%	-	+60.00	106.46	60.00	7.00%	未來一年半
(3) 將用於擴展我們的 互娛產品範圍；及 將用於增加我們與 流行移動新媒體平 台的獲授權或大型 代理的合作並使其 多元化；獲取高質 量的移動新媒體資 源。	81.41	5.35%	45.77	-40.00	41.41	5.77	2.72%	未來一年半
(4) 將用於增加我們與 流行移動新媒體平 台的獲授權或大型 代理的合作並使其 多元化；獲取高質 量的移動新媒體資 源。	22.48	1.48%	22.48	-15.00	7.48	7.48	0.49%	未來一年半

招股章程中所述 所得款項淨額擬定用途	第一次 重新分配後 上市所得款項 淨額(包括 行使超額配 股權所獲得 的所得款項 淨額) (百萬港元)	第一次 重新分配後 佔更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至 本公告日止 尚未動用 更新後 所得款項 淨額 (百萬港元)	第一次 重新分配後 上市所得款項 重新分配 淨額 (百萬港元)	第二次 重新分配後 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 (百萬港元)	第二次 重新分配後 佔更新後 所得款項淨額 概約百分比 (%)	未動用 所得款項的 預期時間表
用以撥付我們的國際性 擴展所得款項淨額：								
(1) 將用於在韓國或東 南亞國家成立一個 海外辦事處，建立 國際銷售及營銷團 隊；	61.45	4.04%	61.27	-55.00	6.45	6.27	0.42%	未來一年半
(2) 將用於向海外移動 新媒體平台或其提 供流量資的代理人 獲取用戶流量，將 我們的移動新媒體 效果營銷服務擴展 到尋求在海外短視 頻平台上營銷產品 的國內外行業客戶 的海外平台；	40.90	2.69%	-	+60.00	100.90	60.00	6.64%	未來一年半
(3) 將用於開發技術平 台的海外版本；及	33.40	2.20%	-	+30.00	63.40	30.00	4.17%	未來一年半
(4) 將用於拓展海外電 商業務	18.97	1.25%	-	+20.00	38.97	20.00	2.56%	未來一年半
用作開發我們的文化業務 所得款項淨額	60.00	3.94%	60.00	-	60.00	60.00	3.95%	未來一年半
用作營運資金及 一般企業用途	149.88	9.85%	0.19	-	149.88	0.19	9.86%	未來一年半
總計	1,520.67	100.00%	323.70	-	1,520.67	323.70	100.00%	

變更上市所得款項用途之理由及裨益

董事會認為，本集團對文化業務和基於海外移動新媒體的興趣算法技術服務的發展需要更進一步加強投入。董事會相信變更上市所得款項總額用途有利於本集團滿足當前營運需求，因此符合本集團及股東整體的最佳利益。

配售所得款項用途

2022年6月6日，本公司、ZZN. Ltd. (「補足賣方」) 與高盛(亞洲)有限責任公司(「配售代理」) 訂立配售及認購協議，據此，(i) 補足賣方同意出售及配售代理同意(作為補足賣方的代理) 按竭誠盡力基準促使買方購買補足賣方所持有的192,000,000股配售股份(「賣方配售」)，價格為每股配售股份3.14港元；及(ii) 補足賣方有條件同意認購(「認購」)，而本公司有條件同意發行192,000,000股認購股份，認購價相等於配售價。該賣方配售及認購已分別於2022年6月9日及2022年6月16日完成，本公司自認購收取所得款項淨額合共約592.3百萬港元(經扣除所有適用成本及開支，包括佣金、專業費用及實付費用)。有關詳情，請參閱本公司日期為2022年6月7日及2022年6月16日的公告。截至2023年12月31日止，本公司已悉數動用配售所得款項。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2023年12月31日止十二個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售任何本公司上市證券。

末期股息

董事會不建議派付截至2023年12月31日止年度的末期股息(2022年：無)。

企業管治

本集團致力維持高水準的企業管治，以保障其股東的權益，提升企業價值、制定其業務策略及政策以及提高其透明度及問責性。本公司已採納企業管治守則第二部分的原則及守則條文作為其自身的企業管治守則。

董事會認為，截至2023年12月31日止年度，本公司已遵守企業管治守則第二部分的所有適用守則條文，惟偏離企業管治守則守則條文C.2.1，主席及本公司行政總裁的角色並未區分且均由朱子南先生擔任。根據朱先生的經驗、個人簡歷及其於本集團的角色，以及自本集團成立以來，朱先生一直出任本集團行政總裁一職，董事會認為，由朱先生擔任主席及繼續擔任本公司行政總裁對本集團的業務前景及經營效率有利，董事會認為該架構並不會損害董事會及本公司管理層之間的權力及職權平衡，理由是：(i)董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，而我們認為董事會有足夠的權力制衡；(ii)朱先生及其他董事知悉及承諾履行彼等作為董事的受信責任，這些責任要求(其中包括)其應為本公司利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權力及職權平衡，該等人才會定期會面以討論影響本公司經營的事宜。再者，本集團整體策略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的有效性，以評估區分主席與行政總裁的角色是否必要。董事致力實現高水準的企業管治(對於我們的發展至關重要)，以保障股東權益。

進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則，作為有關董事進行證券交易的行為守則。

經向全體董事作出具體查詢後，彼等全部均已確認，彼等已於截至2023年12月31日止期間遵守上述標準守則。本公司並不知悉可能管有本公司內幕消息的僱員不遵守上述標準守則的事件。

公眾持股量的充足性

根據公開可得資料及據董事所知，截至本公告日期，本公司一直維持上市規則規定的充足公眾持股量。

審核委員會

董事會已設立審核委員會，審核委員會成員包括三名獨立非執行董事，即唐偉先生(主席)、房宏偉先生以及黃博揚先生。

審核委員會已與本公司高級管理層及本公司外部核數師審閱本集團所採納的會計原則及政策，並已討論及檢討內部控制、風險管理及報告事宜。

審核委員會已審閱本集團截至2023年12月31日止年度的經審計綜合財務報表。審核委員會認為截至2023年12月31日止年度的經審計綜合財務報表符合適用會計準則、上市規則及所有其他適用法律規定。

德勤•關黃陳方會計師行的工作範圍

初步公告所載有關本集團截至2023年12月31日止年度綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合損益及其他全面收益表及相關附註的數據已獲本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行同意，與董事會於2024年3月28日批准的本集團本年度的經審核綜合財務報表所載金額一致。德勤•關黃陳方會計師行就此執行的工作並不構成核證聘用工作，故德勤•關黃陳方會計師行並無就初步公告發表任何意見或作出任何核證結論。

報告期後事項

於報告期末後，本集團管理層持續審閱其電商商品銷售業務戰略，並已暫停海外電商商品銷售業務的營運，詳情載於經審核綜合財務報表附註5。

除上述披露的事項外，本集團於報告期後並無任何其他重大事項。

刊發年度業績及2023年年報

本年度業績公告登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.joyspreader.com)。本公司載有上市規則規定的所有資料的截至2023年12月31日止年度年報將適時寄發予本公司股東並於上述網站登載。

致謝

董事會衷心感謝本集團全體股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻。

釋義

「1P流量」	指	自有流量
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「應用」	指	移動應用程序
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「北京樂享」	指	北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司，一家於2008年10月9日根據中國法律成立的有限公司，根據合約安排，入帳列作我們的附屬公司
「董事會」	指	董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則
「主席」	指	董事會主席
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣
「綜合聯屬實體」	指	我們透過合約安排控制的實體，即北京樂享及其附屬公司
「合約安排」	指	由（其中包括）外商獨資企業、北京樂享及登記股東所訂立的一系列合約安排
「董事」	指	本公司董事
「外商投資法」	指	《中華人民共和國外商投資法》
「按公平值計量且其變動計入當期損益」	指	按公平值計量且其變動計入當期損益
「按公平值計量且其變動計入其他全面收益」	指	按公平值計量且其變動計入其他全面收益
「GDP」	指	國內生產總值
「GMV」	指	商品成交金額

「本集團」、「樂享集團」或「我們」	指	本公司、其於有關時間的附屬公司及綜合聯屬實體，或視乎文義所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司前的期間而言，指本公司的附屬公司或其現有附屬公司（視乎情況而定）所營運的業務
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「增值電信業務經營許可證」	指	增值電信業務經營許可證
「互娛產品」	指	互動娛樂產品，主要包括遊戲、網絡文學等
「樂享」、「本公司」或「我們」	指	樂享集團有限公司，前稱乐享互动有限公司，一家於2019年2月19日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「樂享國際」	指	Joy Spreader International (HK) Limited (樂享國際有限公司)，前稱香港樂享互動集團有限公司，一家於2019年10月25日在香港註冊成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「上市」	指	股份於2020年9月23日在主板上市
「上市日期」	指	於2020年9月23日，即股份於主板上市的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則（經不時修訂或補充）
「主板」	指	聯交所主板
「MCN」	指	多頻道網絡，一種多頻道網絡的產品形態，是一種新的網紅經濟運作模式
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則

「負面清單」	指	《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》
「網絡文化經營許可證」	指	《網絡文化經營許可證》
「超額配股權」	指	具有招股章程所賦予的涵義
「招股章程」	指	本公司於2020年9月10日刊發的招股章程
「PGC」	指	專業生產內容
「研發」	指	研究與開發
「登記股東」	指	即朱子南先生、南通平衡創業投資基金中心(有限合夥)、北京子南和他的小夥伴們文化中心(有限合夥)、嘉興寶正投資合夥企業(有限合夥)、道有道科技集團股份公司、南京平衡資本管理中心(普通合夥)、張之的先生、陳亮先生、國治維先生、薛曉黎女士、朱錫芬女士及黃慧娟女士，均為北京樂享股東
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「報告期」	指	從2023年1月1日至2023年12月31日止十二個月期間
「股東」	指	股份持有人
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001港元的普通股
「股份獎勵計劃」	指	董事會於2021年6月21日採納的股份獎勵計劃
「國務院」	指	中華人民共和國國務院

「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「UGC」	指	用戶生成內容
「外商獨資企業」	指	Joy Spreader Interactive Group Co., Ltd，前稱北京樂享互動科技有限公司，一家於2019年5月22日於中國成立的有限公司，為我們的全資附屬公司

於本公告內，除非文義另有所指外，「聯營公司」、「關連人士」、「控股股東」及「附屬公司」等詞彙應具有上市規則賦予該等詞彙之涵義。

承董事會命
樂享集團有限公司
主席
朱子南

中國，北京
2024年3月28日

於本公告日期，董事會包括執行董事朱子南先生、成林先生及秦佳鑫女士；非執行董事胡家瑋先生；及獨立非執行董事黃博揚先生、唐偉先生及房宏偉先生。