

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之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因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之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之有限公司)

(股份代號：6988)

## 截至2024年6月30日止六個月之中期業績公告 及 有關2023年年報之補充資料

樂享集團有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然公佈，本公司及其附屬公司（「樂享集團」或「本集團」）截至2024年6月30日止六個月（「報告期」）之未經審核簡明綜合中期業績，連同截至2023年6月30日止六個月之比較數據如下：

### 財務業績摘要

	截至6月30日止六個月		同比變動 增加／(減少)
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)	
收益	111.23	2,148.18	(94.82)%
毛利	0.44	211.79	(99.79)%
本公司擁有人應佔期內虧損	(355.20)	(194.83)	82.31%
淨虧損率	(319.34)%	(9.07)%	(310.27) <sup>(1)</sup>
每股虧損			
— 基本及攤薄 (港幣分)	(14.98)	(8.22)	82.24%

附註：

(1) 百分點變動。

本集團報告期內之經營資料摘要連同2023年同期之比較數據如下：

## 經營資料概要

	於6月30日或截至 6月30日止六個月		同比變動 增加／(減少)
	2024年	2023年	
<b>海外電商商品銷售業務</b>			
銷售額(百萬港元)	<b>32.80</b>	1,944.14	(98.31)%
<b>算法營銷業務</b>			
國內短視頻電商營銷交易流水 (百萬港元)	<b>23.18</b>	255.01	(90.91)%
互娛產品營銷實現的計費行為數量 <sup>(1)</sup> (千次)	<b>24,242</b>	23,883	1.50%
平均每個計費行為實現的收入 (港幣元)	<b>2.47</b>	2.46	0.41%

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

2024上半年國內經濟呈現回升向好的態勢，本集團在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，於2023年度完成戰略轉型，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，2024年上半年成功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。我們將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。境外電商平台出海業務於2023年度決定縮減原來採購商品進行銷售的貿易業務模式，充分發揮自身算法技術的核心競爭優勢，在2024上半年初見成效，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。此決策憑藉過去兩年在海外電商業務積累了豐富的行業經驗，積極調整業務模式，為集團提供未來長期可持續的發展方針。

### 一、我們的業務

#### (一) 境內文化娛樂科技業務

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，開展科技創新AI數字業務，文化娛樂內容及衍生品業務。

#### **科技創新AI數字業務**

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。

## (1) 與保利和京東聯合開發「空兼」區塊鏈

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。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。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。保利文娛科技依託央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，為首藏數字的「球星卡」數字藏品存證提供底層技術支持和創新解決方案。目前「球星卡」數字藏品已經在「首藏」APP上線。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) 文娛類AI垂類模型

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、發行、承製業務將全面利用開源的AI (artificial intelligence, 人工智能) 平台，加大AIGC (artificial intelligence generated content, 人工智能內容) 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。

本公司與保利文娛科技聯合開發了全息顯示系統，實現了AIGC與全息顯示的融合應用，與自研數字人相結合，實現與用戶的即時交互，在數字櫥窗、服裝行業、數字化、演出直播、博物館、展會行業等垂直領域有廣闊的應用開發空間。2024年4月30日至5月14日，保利文娛科技全息顯示系統亮相中央美術學院藝術管理與教育學院研究生畢業展，為展覽提供全程數字人導覽服務。

### (3) 數字營銷業務

#### (a) 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相結合，提高宣傳穿透性，擴大影響力。目前已拓展中建集團、保利集團等央企品牌客戶。承接中國保利集團品牌故事片的策劃與拍攝，採訪及拍攝保利華信上海諾基亞貝爾寧蒯幫扶項目。與中建八局華南投資公司達成長期合作，為其策劃品牌項目，拍攝品牌宣傳片，導入文化藝術資源等。

#### (b) 線下營銷

本公司加強保利文化與保利地產等體系內板塊業務的銜接和互動，承辦保利發展四川成都「玉見君子—清代宮廷玉器展」，將保利藝術博物館的精美宮廷玉器與地產項目的品牌營銷相結合，促進地產商業與文化藝術融合。

### 文化娛樂內容及衍生品業務

隨着中國明確提出到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：

#### (1) 短劇業務

作為最早佈局短視頻平台的公司之一，本公司已在短視頻領域深耕多年，本公司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—「紅狐」，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。



## (2) 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；2024年文娛科技業務板塊先後出品、承製《你就在我身邊》《高樁獅妹》《澳門行動》《太空騎士》《又是充滿希望的一天》等影片。

2024年4月，保利影業、保利文娛科技攜四部重點影片《高樁獅妹》《澳門行動》《你就在我身邊》《又是充滿希望的一天》出席第十四屆北京國際電影節開幕紅毯。

2024年5月，保利文化受邀參加2024法國巴黎國際博覽會—「遇鑒中國」2024中華文化主題展，保利文娛科技領銜出品及主控承製的電影《高樁獅妹》非遺獅頭及文創產品亮相展覽現場，並獲得央視《新聞聯播》《新聞直播間》等欄目報道。

## (3) 影視遊戲互動

2024上半年，本公司完成與國內某知名視頻平台重點短劇專案製作。與國內某知名遊戲IP聯合，計劃發展開拓其短劇類型作品。2024年5月，與海南省出版發行集團簽署戰略合作，借助雙方優勢資源在短劇業務上重點發展。基於短劇市場的火爆，從內容、製作和發行各個方面不斷優化業務形態，逐步完善，搶佔短劇發展的新機遇。

## (4) 影視文旅衍生品開發

本公司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。同時，公司在景區升級類、建設策劃諮詢類項目已和多地政府達成了初步合作，其中無錫洋溪文化城策劃項目已簽約。

#### (5) MCN (Multi-Channel Network, 多頻道網絡) 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國家隊，並已成功簽約著名冰雪運動員，短道速滑冠軍－武大靖等符合國家意識形態和為國家做出社會貢獻的達人。本公司基於對短視頻平台興趣算法推薦機制的深度研究，創造出適合旗下達人的新穎內容並形成專屬人物標籤，進而通過多個賬號間聯動形成內容矩陣，逐步擴大影響力，打造MCN機構核心競爭力。實現MCN機構為達人提供流量池，達人幫助MCN機構實現商業化的相互依託模式，從而吸引更多符合國家意識形態大方向的達人進入，以促進集團MCN業務的可持續發展。

#### (6) 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，接洽多維度、全方位的專案合作，從而積累了豐富的影視、綜藝、媒體、平台及大量的品牌客戶資源，為藝人提供了更多、更好的職業路線規劃和發展平台。在2024年1月成功簽約著名台灣女藝人－柯佳嬿。

本公司通過旗下商務經紀以及執行經紀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，為簽約藝人和藝人組合安排商業活動以及娛樂內容活動。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。其中參與的活動包括「愛馬仕2024春夏發佈會」、「LIFEIDEA20周年發佈會」等線下商業活動，《天馬流星》、《臨危受命》、《打黑》、《鷹犬》等影視專案，《央視春晚》、《全員加速中》等綜藝類活動，以及「卡塔爾亞洲盃之行」、「歐洲盃解說嘉賓」等線上直播活動。

## (二) 境內興趣算法營銷業務

在中國境內，我們依託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，開展專業化、高效化的算法營銷的業務。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，精準匹配商品和媒介資源，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，我們立足於新媒體平台，不僅遵循平台個人化內容推薦的原則，更進一步深化至個人化產品推薦的層面。通過構建自有數據分析體系，我們對產品、內容和使用者的分別進行分析建模，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。2024年度上半年，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23.18百萬港元的貨品；線上產品數字化發行業務上，我們2024年度上半年幫助客戶實現了22.24百萬次的有效計費行為，包括充值、下載、安裝等。

本公司有57%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

自2021年樂享集團的國際業務揚帆出海，經過三年深耕，樂享國際有限公司（「樂享國際」）在東南亞電子消費品領域取得了顯著成就，成功佈局並建立了海外經銷商銷售網絡，涵蓋超過400家經銷商與1,000餘個終端銷售渠道，截至2023年底，累計完成銷售額超過十億美元，彰顯了其在區域市場的強勁競爭力。

依託樂享集團的技術底蘊，樂享國際緊抓東南亞電子消費品市場消費升級與海外短視頻平台商業化的雙重機遇，創新性地將先進的算法營銷模式融入本土市場，通過自建電商平台MARTOP，精準對接東南亞短視頻平台的龐大流量，為本土經銷商提供個性化營銷服務。同時，樂享國際構建了完善的海外供應鏈體系與線下支付解決方案，確保了從訂單到交付的全程順暢，獨立站模式的成功實踐進一步鞏固了其市場地位。

面對東南亞電子消費品市場趨於穩定的態勢，樂享國際基於過往三年的深厚積累，在2023年底，果斷調整海外電商業務戰略，採取輕資產化轉型策略。在2024上半年完成了現有庫存商品的處置後，暫停新增庫存採購及傳統貿易模式下的電子消費品銷售，轉而聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流，實現交易模式的優化升級。這一轉型旨在減輕資金壓力，改善經營性現金流，為樂享國際的長期可持續發展奠定堅實基礎。

與此同時，樂享國際積極開拓新供應商資源，大幅擴充平台SKU，旨在豐富產品供應鏈，為經銷商提供更加多元化的商品選擇，從而鞏固並擴大在東南亞市場的份額。隨着交易流程的持續優化與流量獲取精度的提升，經銷商參與度顯著增強，市場的正向反饋充分證明了轉型策略的有效性與市場潛力。這一系列舉措不僅穩住了多變的市場環境，更為樂享國際在東南亞乃至更廣闊的國際舞台上開闢了新的增長空間。

- 主要營銷產品：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與承製業務方面，全面利用開源的AI平台，深入開展AIGC在應用層的探索與開發。針對垂直場景應用市場，我們大力投入AIGC業務佈局，持續推進AIGC與全息顯示的融合應用，自研虛擬數字人，實現虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、影視作品AI視頻化腳本、AIGC後期製作等領域的創新研發。

### 2. Web3.0概念

依託保利文娛科技的Web3.0業務，本集團積極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致力於構建一個基於區塊鏈技術、用戶主導且去中心化的網絡生態。在用戶交互與價值流通的過程中，形成了Web3.0生態。數字資產作為Web3.0的核心價值要素，我們基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明且不可篡改的形式，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潛力巨大。

#### 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契機，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

算法營銷業務的核心服務在於協助客戶借助推薦算法技術，於移動互聯網平台開展銷售和營銷服務，此乃算法營銷業務的收入來源。

我們是國內最早涉足互聯網興趣算法營銷的企業之一，互聯網營銷以興趣推薦算法為底層邏輯，聚焦於龐大且分散的中長尾流量進行線上營銷。依據用戶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，進而促使新媒體應用的用戶規模和在線時長迅速增長，廣受用戶青睞。

#### 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。

## 8. 電子產品出海電商板塊

海外電商業務基於興趣算法技術在海外短視頻平台上進行精準營銷服務的輕資產業務模式。自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流，實現交易模式的優化升級。

### 三、我們的優勢

#### (I) 行業前景清晰，市場空間廣闊

本集團深耕的數字經濟相關產業展現出清晰的行業前景與巨大的市場空間。在中國政府堅定不移地推進數字經濟戰略，以及各級政府相繼出台鼓勵和支持政策的背景下，國內外電商、互動娛樂、數字資產等行業在日益規範的市場環境中茁壯成長，展現出長期穩健的增長潛力。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提供了機會。

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) 人工智能技術飛速發展

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，為影視文化及娛樂等業務領域提供新的機遇。本輪文化數字化產業升級是繼UGC (user generated content, 用戶生成內容)、PGC (professional generated content, 專業生產內容) 之後利用AI技術自動生成內容的新型生產方式，我們將有機會取得競爭優勢。



## **(b) 文化娛樂產業數字化轉型升級**

在國家積極推動數字經濟發展的宏觀背景下，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Web3.0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重大戰略佈局，更是積極響應國家數字經濟戰略、勇於探索實踐的具體體現。通過這一平台，保利文娛科技將深度挖掘數字技術的潛力，不斷豐富文化娛樂內容的表達形式，拓寬IP的數字化傳播渠道，強化其數字化輻射力。此舉不僅有助於推動文化娛樂產業的深度數字化轉型與升級，還將促進產業鏈上下游的深度融合與創新發展，共同開創文化娛樂產業的新篇章。

## **(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) 以技術導向的輕資產服務模式**

東南亞地區具有顯著的人口紅利，人口結構年輕化，GDP增長速度高於全球平均水準。年輕消費群體極大地拉動了購物需求，同時互聯網的滲透程度高於全球平均水平。此外，東南亞區域具有和中國更為相近的文化特徵，《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)的正式實施等有利條件，讓中國產品向東南亞拓展的優勢格外顯著。在東南亞4G和5G不斷普及的進程中，以及東南亞GDP增長所引發的消費升級過程中，中國電子消費品無論在產能還是質量等方面，都具有極為突出的優勢。

憑藉過去三年所積累的豐富經驗，審視東南亞3C手機市場漸趨穩定的狀況。我們決定對海外電商業務戰略作出調整，採取以技術導向的輕資產化服務模式為新轉型方針。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。



這一轉型的目的在於緩解資金壓力，改進經營性現金流，為樂享國際的長期可持續發展築牢根基。

## (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，對文化娛樂產業監管力度加強以及國央企加速業務數字化升級的大背景下，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，同時在涉足某些需要國央企執行的商業業務時也面臨諸多限制。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Web3.0、區塊鏈、文化娛樂內容出品等前沿且潛力巨大的業務領域，這一合作模式不僅極大地拓寬了本公司的客戶基礎與業務範圍，更為公司的長遠發展奠定了堅實基礎。

我們的合作夥伴作為文化領域的專業央企，不僅擁有專業的PGC製作能力，還在產業資源整合、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) 數據和算法模型的先發優勢，助力海外的降維打擊

本集團憑藉長期深耕國內外電商、互動娛樂等領域的業務實踐，積累了豐富的項目數據資源，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。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。2023年下半年果斷調整海外電商業務戰略，採取輕資產化運營模式。2024年上半年聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流，實現交易模式的優化升級。我們的先發優勢不僅體現在行業領先的數據規模和跨越多年的數據時間維度上，更在於這些數據在模型構建與優化過程中的決定性作用。結構豐富、規模龐大、時間跨度完整且具備即時交互特性的數據資源，不但為我們提供了測試、構建和完善演算法模型的堅實基礎。而且為我們持續優化業務模式，構建更靈活高效的經營策略提供精準的數據支撐。正是基於這樣的數據優勢，我們能夠確保營銷效果的持續優化與服務水準的不斷提升，從而在競爭激烈的市場中構築起堅固的競爭壁壘。

## 管理層討論及分析

### 業績概覽

- **文化娛樂科技業務**

本集團在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，於2024年上半年成功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。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、發行、承製業務將全面利用開源的AI平台，加大AIGC的應用層探索及研發，持續推進使用AIGC方式開展的創新業務。

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」的上線標誌着文化央企保利正式進軍Web3.0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重大戰略佈局，更是積極響應國家數字經濟戰略、勇於探索實踐的具體體現。保利文娛科技將持續推動文化娛樂產業的深度數字化轉型與升級，促進產業鏈上下游的深度融合與創新發展，共同開創文化娛樂產業的新篇章。

- **海外電商業務**

2024年上半年，本集團錄得海外電商商品銷售業務收益為32.80百萬港元，較2023年上半年的1,944.14百萬港元減少98.31%，該業務收入減少乃主要由於本集團於2023年底對海外電商業務進行戰略調整，將以往的貿易採購庫存商品再進行海外銷售的重資產業務模式，轉變為基於興趣算法在海外短視頻平台上進行精準營銷服務的輕資產業務模式，聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流。我們目前還在對新的撮合交易模式進行持續測試，尚未向供應商和經銷商收取佣金和服務費，故而本期收入大幅下降。

2024年上半年，本集團在自建電商平台MARTOP上撮合完成的海外電商交易GMV (gross merchandise volume, 商品成交金額) 金額達到了4.55億美元，較去年同期實現的海外電商交易GMV金額2.48億美元，大幅提升了83%。本集團將致力於輕資產業務模式，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。

- **算法營銷業務**

- **互娛及數字產品營銷**

2024年上半年，本集團錄得互娛及數字產品效果營銷服務收益56.67百萬港元，較去年同期的55.38百萬港元增長2.33%，乃由於受中國收緊對遊戲版號和付費文學作品的監管審批及國內宏觀經濟仍未全面復甦的影響，導致該業務受到限制，本公司及時調整業務佈局，該業務收入規模較去年同期無明顯變化。

- **短視頻電商營銷**

2024年上半年，本集團國內短視頻電商營銷達成的GMV達到23.18百萬港元，較2023年上半年的255.01百萬港元減少90.91%；其中，2024年上半年錄得國內電商產品營銷收益20.88百萬港元，較2023年上半年的148.59百萬港元減少85.95%，減少乃主要由於當前國內整體行業營銷環境相對低迷的影響，客戶投放需求和投放預算不斷減少，致使該業務收益較去年同期減少。

- **研發進展**

隨着國內業務的收縮以及海外電商業務戰略調整，本集團對自建電商平台MARTOP的研發成果暫時滿足海外電商業務的發展需求，目前的研發投入主要在團隊的打磨和技術的積累與儲備。

針對海外短視頻平台的建模，本集團根據推廣需求整理產品相關特性、推廣區域、時間、預算等信息，進行目標人群的性別、年齡、地域、興趣等多個維度進行深度分析。然後確定目標人群的共同特徵和差異，並根據人群和產品特性，匹配生成標籤系統並進行熱度分析，哪些標籤與高熱度相關聯，例如流行趨勢、季節性活動。並將這些熱度標籤與產品特性和目標人群標籤相結合。根據分析結果，進行二次建模，優化調整目標人群定位及推廣時間，生成推廣方案。

針對目標人群的共同特徵和差異，本集團明確產品的核心優勢和賣點，分析產品特性與目標人群需求的匹配度。根據分析結果，生成投放策略。並進行二次優化，優化調整目標人群定位，調整投放時間。並利用熱度標籤，有效提升整體推廣效果。

研發投入主要集中在區域的拓展，產品的擴品以及優化海外短視頻平台流量推廣等方面。

- **2024年下半年及未來戰略佈局**

- a. 國內深化與央企合作，探索新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，致力於通過多元化渠道構建高質量的自有內容與流量體系，以此提升集團客戶服務能力與盈利水平。除了深化與央企在影視內容新媒體領域的合作外，我們還將積極利用戰略聯盟、投資、孵化等手段，培育與集團緊密合作的新媒體賬號、1P內容及流量資源。通過為客戶提供量身定制的新媒體內容服務，我們將有效提升消費轉化率，並持續降低流量獲取成本。目前，我們已在影視娛樂內容孵化、線上宣傳、數字資產業務、國央企電商產品數字化升級等領域啟動了多個合作項目，並明確了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) 深化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，致力於將AIGC技術應用於實際生產中，通過不斷試驗與優化，努力降低數字內容的生產成本，同時提升內容的質量與多樣性。這不僅將為我們自身帶來顯著的經濟效益，更將推動整個行業的創新與進步。



## 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。2024年及未來，我們將繼續審視海外電商商品銷售特點和市場環境，以自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索並且不斷利用海外短視頻平台精準吸引流量，實現交易模式的優化和提升。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，致力於積極開拓新供應商資源，擴充平台SKU，幫助優秀的國貨產品出海銷售。伴隨着交易流程的不斷優化以及流量獲取精準度的提高，經銷商的參與度明顯提升，市場的積極反饋充分表明了轉型策略的成效與市場潛力。這一系列的行動不但穩住了多變的市場環境，還為樂享國際在東南亞乃至更廣闊的國際市場中開拓了新的增長空間。

### • 財務回顧

#### 收益

下表載列於所示期間我們按業務類別劃分的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2024年 (未經審核)	佔比	2023年 (未經審核)	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷收益	56.67	50.95%	55.38	2.58%
國內電商產品營銷收益	20.88	18.77%	148.59	6.92%
海外電商商品銷售收益	32.80	29.49%	1,944.14	90.50%
其他業務收益	0.88	0.79%	0.07	0.00%
收益總計	<u>111.23</u>	<u>100%</u>	<u>2,148.18</u>	<u>100%</u>



本集團收益由截至2023年6月30日止六個月的約2,148.18百萬港元減少94.82%至截至2024年6月30日止六個月的約111.23百萬港元。本集團收益減少主要由於本集團於2023年底對海外電商業務進行戰略調整，將以往的貿易採購庫存商品再進行海外銷售的重資產業務模式，轉變為基於興趣算法在海外短視頻平台上進行精準營銷服務的輕資產業務模式，聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流。我們目前還在對新的撮合交易模式進行持續測試，尚未向供應商和經銷商收取佣金和服務費，故而本期收入大幅下降。

### 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。收益成本由截至2023年6月30日止六個月的約1,936.39百萬港元減少94.28%至截至2024年6月30日止六個月的約110.79百萬港元，主要可歸因於2024年上半年本集團海外電商業務進行戰略調整，暫停商品採購，因而收益成本大幅下降。

### 毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務類別劃分的毛利明細：

	截至6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	(未經審核)	(未經審核)
	(百萬港元)	
互娛及數字產品營銷毛利	12.65	12.37
國內電商產品營銷毛利	3.76	64.42
海外電商商品銷售毛利	(16.66)	134.93
其他業務毛利	0.69	0.07
	<hr/>	<hr/>
毛利總計	<b>0.44</b>	<b>211.79</b>
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

截至2024年6月30日止六個月，本集團毛利約0.44百萬港元，較截至2023年6月30日止六個月的約211.79百萬港元減少99.79%。截至2024年6月30日止六個月，本集團毛利率為0.40%，較截至2023年6月30日止六個月的9.86%，減少9.46個百分點，本集團毛利及毛利率的大幅減少乃主要由於(i)海外電商業務轉型初期，新業務模式尚未錄得收入及毛利；及(ii)海外電商業務庫存商品的存貨跌價損失計入成本，對毛利率產生不利影響。

### **其他收益及虧損**

截至2024年6月30日止六個月，本集團其他收益及虧損的收益約13.09百萬港元(截至2023年6月30日止六個月，收益：42.64百萬港元)，乃主要由於2024年上半年錄得匯兌收益淨額10.28百萬港元。

### **分銷及銷售開支**

本集團分銷及銷售開支由截至2023年6月30日止六個月的約318.91百萬港元減少11.77%至截至2024年6月30日止六個月的約281.39百萬港元，本期發生額主要為2024年上半年海外電商商品銷售業務持續對經銷商進行流量推廣補貼。

### **行政開支**

本集團行政開支由截至2023年6月30日止六個月的約63.14百萬港元減少32.90%至截至2024年6月30日止六個月的約42.37百萬港元，乃主要由於2024年上半年本集團優化人員成本及節約專業服務費、辦公室租金等有關開支。

### **研發開支**

本集團研發開支主要包括數據分析及算法建模支出，特別是海外電商業務的數據模型的建立與優化，以及開發技術平台有關的技術人員的薪酬福利開支。

本集團研發開支由截至2023年6月30日止六個月的約43.39百萬港元減少95.69%至截至2024年6月30日止六個月的約1.87百萬港元，主要由於本集團自建電商平台暫時滿足海外電商業務的發展需求，相應減少研發投入所致。

## 融資成本

於報告期內，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2024年6月30日，本集團並無存貨，於2023年12月31日本集團存貨餘額為108.68百萬港元，減少乃主要由於海外電商業務進行戰略調整，已於2024年上半年完成了現有庫存商品的處置且暫停庫存商品採購。

## 貿易及其他應收款項及保證金

於2023年12月31日和2024年6月30日，本集團貿易及其他應收款項及保證金分別為729.02百萬港元和443.73百萬港元。

於2024年6月30日，本集團貿易應收款項餘額為156.42百萬港元，較2023年12月31日的222.99百萬港元減少29.85%，主要由於2024年上半年效果類營銷服務收益減少導致相應貿易應收款項減少。

其他應收款項及保證金為為開展海外電商商品銷售業務而支付供應商的保證金、員工備用金開支、房租押金等。於2024年6月30日，本集團其他應收款項及保證金餘額為287.31百萬港元，較2023年12月31日的506.03百萬港元減少43.22%，主要是由於2024年上半年，海外電商商品銷售業務部分保證金退回所致。

## 預付款項

本集團預付款項主要包括購買流量的預付款項、購買諮詢服務的預付款項及其他預付款項。

於2024年6月30日，本集團預付款項為534.41百萬港元，較2023年12月31日的499.32百萬港元增加7.03%，乃主要由於2024年上半年，本集團預付採購流量款項增加所致。

### **按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具**

於2023年12月31日和2024年6月30日，本集團按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具分別為12.99百萬港元和12.90百萬港元，並無重大變化。

### **銀行結餘及現金／受限制銀行結餘**

於2023年12月31日和2024年6月30日，本集團銀行結餘及現金／受限制銀行結餘分別為367.92百萬港元和314.76百萬港元，減少乃主要由於本集團投放平台流量採購及日常經營支出所致。

### **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；及(ii)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由於2023年12月31日的173.03百萬港元減少16.29%至於2024年6月30日的144.85百萬港元，乃主要由於2024年上半年本集團業務規模收縮導致應付賬款有所減少。

本集團其他應付款項由於2023年12月31日的31.54百萬港元減少36.59%至於2024年6月30日的20.00百萬港元，乃主要是由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2023年12月31日的41.36百萬港元減少34.14%至於2024年6月30日的27.24百萬港元，乃主要由於減少物業租賃所致。

## 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6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核)	2023年 (未經審核)
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(36.48)	(131.39)
投資活動所得現金淨額	1.24	5.34
融資活動所用現金淨額	(5.79)	(8.96)
現金及現金等價物減少淨額	(41.03)	(135.01)
期初現金及現金等價物	325.97	533.95
匯率變動的影響	(11.84)	(20.02)
	<u>273.10</u>	<u>378.92</u>
期末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u>273.10</u>	<u>378.92</u>

於2024年6月30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、分銷及銷售開支、研發成本及行政開支。

截至2024年6月30日止六個月，我們經營活動所用現金淨額為36.48百萬港元（截至2023年6月30日止六個月：131.39百萬港元），主要由於本集團業務規模收縮，經營性現金淨流出有所減少所致。



## 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、購買按公平值計量且其變動計入其他全面收益的權益工具、投資聯營公司、發放及收回應收貸款、利息收入等。

截至2024年6月30日止六個月，我們投資活動所得現金淨額為1.24百萬港元（截至2023年6月30日止六個月：5.34百萬港元），主要由於利息收入所致。

## 融資活動現金流量

截至2024年6月30日止六個月，我們融資活動所用現金淨額為5.79百萬港元（截至2023年6月30日止六個月：8.96百萬港元），主要由於支付租賃資產之租賃費用所致。

## 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6月30日止六個月	
	2024年	2023年
	(未經審核)	(未經審核)
	百萬港元	
固定資產	0.73	7.31
使用權資產	—	11.53
總計	<u>0.73</u>	<u>18.84</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**

除本公司日期為2020年9月10日的招股章程（「招股章程」）「未來計劃及所得款項用途」一節所披露者及於本公告「上市所得款項用途」及「配售所得款項用途」部分所披露者外，本集團並無重大投資或資本資產的任何其他計劃。

## **分部資料**

分部資料的詳情載於簡明綜合財務報表附註5。

## **債項**

### **銀行借款**

於2024年6月30日，本集團均無任何銀行借款。

### **或然負債**

於2024年6月30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2024年6月30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。

### **資產負債比率**

資產負債比率乃使用負債總額除以資產總值再乘以100%計算。於2024年6月30日，本集團資產負債比率為16.76%（於2023年12月31日：15.66%）。

## 流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。流動比率由截至2023年12月31日的7.75倍減少至截至2024年6月30日的5.82倍。

## 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保證金、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，本公司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2024年6月30日，本集團於中國及海外約有72名僱員（2023年12月31日：91名僱員）。本集團僱員大部分位於中國。截至2024年6月30日，我們的僱員中有超過57%為研發、技術及運營人員。

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及住房公積金。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。本集團已於2021年6月21日採納股份獎勵計劃，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。

## 簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
收益	4	111,226	2,148,176
收益成本		<u>(110,786)</u>	<u>(1,936,387)</u>
毛利		440	211,789
其他收入		1,460	6,148
其他收益及虧損	6	13,085	42,642
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)		(55,576)	(28,640)
分銷及銷售開支		(281,389)	(318,908)
行政開支		(42,369)	(63,136)
研發開支		(1,872)	(43,392)
應佔聯營公司之業績		36	(128)
融資成本		<u>(744)</u>	<u>(1,222)</u>
除稅前虧損		(366,929)	(194,847)
所得稅開支	7	<u>(65)</u>	<u>(91)</u>
期內虧損		<u><u>(366,994)</u></u>	<u><u>(194,938)</u></u>
以下應佔期內虧損：			
本公司擁有人		(355,202)	(194,833)
非控股權益		<u>(11,792)</u>	<u>(105)</u>
		<u><u>(366,994)</u></u>	<u><u>(194,938)</u></u>

簡明綜合損益及其他全面收益表  
截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
其他全面開支：			
不會重新分類至損益的項目：			
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額		(9,551)	(65,546)
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		-	(2,267)
計入不會重新分類至損益的項目的所得稅		-	340
		<u>(9,551)</u>	<u>(67,473)</u>
其後可能重新分類至損益賬之項目：			
國外業務折算產生的匯兌差額		<u>(7,476)</u>	<u>(22,536)</u>
期內其他全面開支(扣除所得稅)		<u>(17,027)</u>	<u>(90,009)</u>
期內全面開支總額		<u><b>(384,021)</b></u>	<u><b>(284,947)</b></u>
以下應佔期內全面開支總額：			
本公司擁有人		(372,229)	(284,842)
非控股權益		<u>(11,792)</u>	<u>(105)</u>
		<u><b>(384,021)</b></u>	<u><b>(284,947)</b></u>
每股基本虧損(港幣分)	9	<u><b>(14.98)</b></u>	<u><b>(8.22)</b></u>
每股攤薄虧損(港幣分)	9	<u><b>(14.98)</b></u>	<u><b>(8.22)</b></u>



簡明綜合財務狀況表  
於2024年6月30日

	附註	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		49,029	58,226
使用權資產		25,569	36,875
無形資產		1,434	2,222
對聯營公司之權益		36,316	36,538
房租押金	10	4,175	5,192
按公平值計量且其變動計入當期損益的 金融資產		9,978	7,414
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的股本工具		12,900	12,993
融資租賃應收款項		–	1,396
		<u>139,401</u>	<u>160,856</u>
流動資產			
存貨		–	108,681
貿易及其他應收款項以及保證金	10	439,555	723,832
應收貸款		4,437	4,524
融資租賃應收款項		–	1,649
預付款項	11	534,411	499,320
按公平值計量且其變動計入當期損益的 金融資產		1,706	1,991
受限制銀行結餘		41,654	41,951
銀行結餘及現金		273,102	325,973
		<u>1,294,865</u>	<u>1,707,921</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	164,846	204,567
租賃負債		9,414	14,665
非控股權益遠期合約產生之責任		47,079	–
應付所得稅		1,033	1,004
		<u>222,372</u>	<u>220,236</u>
流動資產淨值		<u>1,072,493</u>	<u>1,487,685</u>
資產總值減流動負債		<u>1,211,894</u>	<u>1,648,541</u>

簡明綜合財務狀況表  
於2024年6月30日

	附註	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
非流動負債			
租賃負債		17,827	26,694
非控股權益遠期合約產生之責任		–	45,632
遞延稅項負債		127	128
		<u>17,954</u>	<u>72,454</u>
資產淨值		<u><b>1,193,940</b></u>	<u><b>1,576,087</b></u>
資本及儲備			
股本	13	24	24
儲備		<u>1,249,444</u>	<u>1,599,318</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>1,249,468</u>	<u>1,599,342</u>
非控股權益		<u>(55,528)</u>	<u>(23,255)</u>
權益總額		<u><b>1,193,940</b></u>	<u><b>1,576,087</b></u>

簡明綜合權益變動表  
截至2024年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔

	按公平值										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 付款儲備 千港元	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	累計虧損 千港元	小計 千港元	非控股權益 千港元	
於2024年1月1日(經審核)	24	-	2,282,429	-	(1,689)	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	(23,255)	1,576,087
期內虧損	-	-	-	-	-	-	-	(355,202)	(355,202)	(11,792)	(366,994)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(9,551)	-	(9,551)	-	(9,551)
國外業務折算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(7,476)	-	(7,476)	-	(7,476)
期內其他全面開支	-	-	-	-	-	-	(17,027)	-	(17,027)	-	(17,027)
期內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	-	-	(17,027)	(355,202)	(372,229)	(11,792)	(384,021)
確認權益結算股份為基礎的 付款開支(附註14(b))	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,874	1,874
附屬公司股份歸屬(附註14(b))	-	-	22,355	-	-	-	-	-	22,355	(22,355)	-
於2024年6月30日(未經審核)	24	-	2,304,784	-	(1,689)	183,106	(134,093)	(1,102,664)	1,249,468	(55,528)	1,193,940

簡明綜合權益變動表  
截至2024年6月30日止六個月

本公司擁有人應佔

	按公平值							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 付款儲備 千港元	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 (累計虧損) 千港元	小計 千港元	非控股權益 千港元
於2023年1月1日(經審核)	24	(6,955)	2,267,925	412	11,293	177,727	(78,558)	42,083	2,413,951	330	2,414,281
期內虧損	-	-	-	-	-	-	-	(194,833)	(194,833)	(105)	(194,938)
權益工具公平值變動	-	-	-	-	(1,927)	-	-	-	(1,927)	-	(1,927)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(65,546)	-	(65,546)	-	(65,546)
國外業務折算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(22,536)	-	(22,536)	-	(22,536)
期內其他全面開支	-	-	-	-	(1,927)	-	(88,082)	-	(90,009)	-	(90,009)
期內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	(1,927)	-	(88,082)	(194,833)	(284,842)	(105)	(284,947)
確認權益結算股份為基礎的 付款開支(附註14(a))	-	-	-	1,646	-	-	-	-	1,646	-	1,646
於2023年6月30日(未經審核)	24	(6,955)	2,267,925	2,058	9,366	177,727	(166,640)	(152,750)	2,130,755	225	2,130,980

## 簡明綜合現金流量表

截至2024年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
經營活動所用現金淨額	<u>(36,480)</u>	<u>(131,386)</u>
投資活動所得現金淨額	<u>1,241</u>	<u>5,342</u>
融資活動所用現金淨額	<u>(5,795)</u>	<u>(8,964)</u>
現金及現金等價物減少淨額	<b>(41,034)</b>	(135,008)
期初現金及現金等價物	<b>325,973</b>	533,944
匯率變動的影響	<u>(11,837)</u>	<u>(20,020)</u>
期末現金及現金等價物 (以銀行結餘及現金表示)	<b><u>273,102</u></b>	<b><u>378,916</u></b>



## 簡明綜合財務報表附註

截至2024年6月30日止六個月

### 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。本公司及其附屬公司(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制。

簡明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的呈列貨幣。

### 2. 擬備基準

簡明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」)所頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」以及聯交所證券上市規則附錄十六的適用披露規定而擬備。

### 3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃使用歷史成本法擬備，惟按公平值計量的若干金融工具除外(如適用)。

除應用新訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)及修訂本引致的會計政策外，截至2024年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法，與本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

### 3. 主要會計政策 – 續

#### 應用國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)修訂本

於本中期期間，為編製本集團的簡明綜合財務報表，本集團已首次應用由國際會計準則理事會頒佈的下列於2024年1月1日開始的本集團年度期間強制生效的國際財務報告準則修訂本：

國際財務報告準則第16號的修訂本	售後租回的租賃負債
國際會計準則第1號的修訂本	負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號(2020年)的相關修訂
國際會計準則第1號的修訂本	附帶契諾的非流動負債
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

本中期期間應用國際財務報告準則修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現以及／或該等簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

### 4. 收益

#### 客戶合約的收益分類

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
<b>貨品或服務種類</b>		
提供效果類自媒體營銷服務		
互娛及數字產品營銷	56,663	55,380
電商產品營銷	20,882	148,586
	<u>77,545</u>	<u>203,966</u>
銷售電商商品	<u>32,798</u>	<u>1,944,141</u>
其他	<u>883</u>	<u>69</u>
	<u>111,226</u>	<u>2,148,176</u>
<b>收益確認的時間</b>		
時間點	<u>111,226</u>	<u>2,148,176</u>

## 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，本集團於本中期期間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。

### 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2024年6月30日止六個月

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元 (未經審核)	銷售 電商商品 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	綜合 千港元 (未經審核)
來自外部客戶的分部收益	<u>77,545</u>	<u>32,798</u>	<u>883</u>	<u>111,226</u>
分部虧損	<u>(61,755)</u>	<u>(299,855)</u>	<u>(3,958)</u>	<u>(365,568)</u>
應佔聯營公司之業績 未分配公司開支以及 其他收益及虧損				36 <u>(1,462)</u>
期內虧損				<u><u>(366,994)</u></u>

## 5. 分部資料 – 續

### 分部收益及業績 – 續

截至2023年6月30日止六個月

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元 (未經審核)	銷售 電商商品 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	綜合 千港元 (未經審核)
來自外部客戶的分部收益	<u>203,966</u>	<u>1,944,141</u>	<u>69</u>	<u>2,148,176</u>
分部溢利(虧損)	<u>20,816</u>	<u>(222,574)</u>	<u>(14,258)</u>	(216,016)
應佔聯營公司之業績 未分配公司開支以及 其他收益及虧損				(128)
				<u>21,206</u>
期內虧損				<u>(194,938)</u>

分部溢利／(虧損)指並無分配應佔聯營公司之業績及若干公司開支(包括中央行政成本、董事酬金、外匯收益／(虧損)及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))之各分部所賺得之溢利／產生之虧損，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。

### 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6月30日止六個月	
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
出售物業、廠房及設備的淨虧損(收益)	6	(1,572)
外匯收益淨額	(10,280)	(43,733)
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	(2,355)	516
非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損	1,778	1,809
其他	<u>(2,234)</u>	<u>338</u>
	<u>(13,085)</u>	<u>(42,642)</u>

## 7. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
即期稅項	<u>65</u>	<u>91</u>

## 8. 股息

截至2024年6月30日止六個月，概無派付、宣派或擬派股息（截至2023年6月30日止六個月：無）。董事已決定不會就截至2024年6月30日止六個月派付股息（截至2023年6月30日止六個月：無）。

## 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：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (未經審核)
虧損		
本公司擁有人應佔期內虧損	<u>(355,202)</u>	<u>(194,833)</u>
股份數目		
用於計算每股基本虧損的 普通股加權平均數 (千股)	<u>2,371,927</u>	<u>2,369,427</u>

截至2023年6月30日止六個月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14所載股份獎勵計劃信託持有的股份後得出。

於截至2024年6月30日止六個月，概無潛在已發行普通股。計算截至2023年6月30日止六個月的每股攤薄虧損並未考慮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. 貿易及其他應收款項以及保證金

	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
貿易應收款項	353,557	368,272
減：信貸虧損撥備	(197,137)	(145,280)
	<u>156,420</u>	<u>222,992</u>
開展海外電商業務的保證金(附註)	215,000	440,000
作為代理代表第三方應收款項	56,176	49,991
應收來自投資於影視劇的收入	16,676	16,795
已付供應商保證金	2,323	2,339
租金及其他保證金	6,161	6,268
其他應收款項	19,539	16,842
減：信貸虧損撥備	(28,565)	(26,203)
	<u>287,310</u>	<u>506,032</u>
貿易及其他應收款項以及保證金總額	<u><u>443,730</u></u>	<u><u>729,024</u></u>
分析為		
非即期	4,175	5,192
即期	439,555	723,832
	<u><u>443,730</u></u>	<u><u>729,024</u></u>

附註：於2022年5月及7月，本集團為開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。該等保證金包括東南亞及其他大陸的若干國家的單獨保證金。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保證金。該等協議於2023年5月到期，若干協議已重續，以將到期日延長12個月至2024年5月。於2024年5月，一份金額為330,000,000港元的協議已重續，以將到期日延長12個月至2025年5月。

於截至2024年6月30日止六個月，本集團決定不在若干國家開展業務，金額為225,000,000港元(截至2023年6月30日止六個月：174,000,000港元)之保證金(包括下文所述可退回保證金220,000,000港元(截至2023年6月30日止六個月：無))已退回予本集團或被貿易應付款項抵銷。

於截至2024年6月30日止六個月，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220,000,000港元(截至2023年6月30日止六個月：無)用於抵銷本集團為開展海外電商市場的相同金額可退回保證金。上述交易作為非現金交易入賬。

## 10. 貿易及其他應收款項以及保證金 – 續

本集團一般向客戶提供30日至180日免息及無抵押信貸期。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6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
3個月內	10,046	108,023
3至6個月	37,258	52,600
7至12個月	64,637	62,369
12個月以上	44,479	–
	<u>156,420</u>	<u>222,992</u>

## 11. 預付款項

	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
用於購買流量的預付款項(附註a)	532,924	492,911
用於諮詢服務的預付款項	–	5,064
其他預付款項	1,487	1,345
	<u>534,411</u>	<u>499,320</u>

## 11. 預付款項 – 續

用於購買流量的預付款項的變動載列如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 千港元	2023年 千港元
於1月1日(經審核)	492,911	684,893
新增預付款項	128,750	189,010
已動用	(85,060)	(132,390)
清償(附註b)	–	(150,000)
匯兌調整	(3,677)	(22,792)
	<u>532,924</u>	<u>568,721</u>
於6月30日(未經審核)	<u>532,924</u>	<u>568,721</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開展海外電商市場的保證金(見附註10)及購買流量的預付款項。於2024年6月30日，本集團對其最大供應商的預付款項總額佔資產總值的52%(2023年12月31日：50%)。百分比詳情如下：

	於6月30日	於12月31日
	2024年 千港元 (未經審核)	2023年 千港元 (經審核)
最大供應商墊款：		
– 開展海外電商市場的保證金(附註10)	215,000	440,000
– 用於購買流量的預付款項	<u>532,924</u>	<u>492,911</u>
	<u>747,924</u>	<u>932,911</u>
資產總值	<u>1,434,266</u>	<u>1,868,777</u>
最大供應商墊款佔資產總值的百分比	<u>52%</u>	<u>50%</u>

## 11. 預付款項 — 續

附註：— 續

- b. 於截至2023年6月30日止六個月，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。

於本中期期間結束後，購買流量的預付款項合共89,311,000港元已於2024年7月被動用或抵銷本集團應付流量供應商的款項。

## 12. 貿易及其他應付款項

	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
貿易應付款項	144,848	173,026
應付僱員薪酬	11,047	11,345
其他應付稅項	1,201	1,703
應計上市開支／股份發行成本	4,383	4,414
無形資產應付款項	1,972	1,986
其他應付款項及應計費用	1,395	12,093
	<u>164,846</u>	<u>204,567</u>

根據發票日期呈列按賬齡劃分的貿易應付款項分析如下：

	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
3個月內	132,980	122,587
4至6個月	1,251	48,263
7至12個月	10,617	—
1至2年	—	2,176
	<u>144,848</u>	<u>173,026</u>

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

## 13. 股本

	股份數目	股本 港元
每股面值0.00001港元的普通股 法定 於2023年1月1日、2023年6月30日、 2024年1月1日及2024年6月30日	<u>5,000,000,000</u>	<u>50,000</u>
已發行及繳足 於2023年1月1日、2023年6月30日、 2024年1月1日及2024年6月30日	<u>2,371,927,200</u>	<u>23,720</u>
	於6月30日 2024年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2023年 千港元 (經審核)
呈列為	<u>24</u>	<u>24</u>

## 14. 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」)。本公司董事會(「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2024年及2023年6月30日止六個月，受託人並無購買本公司任何股份，且未有參與者被選為選定參與者，因此未授予任何股份。

截至2023年6月30日止六個月，本集團就該等獎勵股份確認以股份為基礎的付款開支1,646,000港元。



## 14. 股份付款交易 – 續

### (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。

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2024年 1月1日 尚未行使	期內授出	期內歸屬	期內沒收	於2024年 6月30日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	<u>800</u>	<u>-</u>	<u>(200)</u>	<u>-</u>	<u>600</u>
	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：					
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：

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2024年6月30日止六個月，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1,874,000港元（截至2023年6月30日止六個月：無）。

## 企業管治

本公司致力於保持高水準的企業管治，以保障股東權益、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。本公司已採納聯交所上市規則（「上市規則」）附錄C1所載的企業管治守則（「企業管治守則」）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2024年6月30日止六個月，本公司已遵守企業管治守則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，本公司董事會主席及行政總裁的角色並未區分且均由朱子南先生（「朱先生」）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，由朱先生擔任董事會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，以評估區分董事會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），以保障本公司股東權益。

董事會將繼續檢討及監察本集團的企業管治常規，以確保遵守企業管治守則，並維持高水準的企業管治。

## 證券交易標準守則

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（「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2024年6月30日止六個月期間遵守標準守則。本公司並不知悉可能管有本公司內幕消息的僱員不遵守標準守則的事件。

## 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（「上市」）。根據招股章程及日期為2020年9月22日的要約價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	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2024年	2024年	截至
			1月1日止尚未動用第一次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	1月1日至2024年3月28日已動用第一次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	2024年3月28日止尚未動用第一次重新分配後上市所得款項 (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%	-	-	-
(2) 將用作擴展我們的團隊；	61.45	4.10%	26.09	-	26.09
(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%	7.07	-	7.07
(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
(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

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 (%)	2024年1月1日		截至
			截至2024年 1月1日止 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	至2024年 3月28日 已動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	2024年 3月28日止 尚未動用 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%	67.21	–	67.21
(2) 將用於升級及優化我們的技術、平台及算法；	46.46	3.10%	–	–	–
(3) 將用於擴展我們的互娛產品範圍；及	121.41	8.10%	45.77	–	45.77
(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

招股章程中所述上市 所得款項淨額擬定用途	原上市		2024年1月1日		截至
	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2024年 1月1日止 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	至2024年 3月28日 已動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)	2024年 3月28日止 尚未動用 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%	61.27	–	61.27
(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%	–	–	–
(3)將用於向海外移動新媒體平台或其提供流量資源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%	–	–	–
(4)將用於開發技術平台的海外版本；及	22.48	1.50%	–	–	–
(5)將用於拓展海外電商商品銷售業務。	–	–	–	–	–
用以發展我們的文化業務 所得款項淨額：	–	–	60.00	–	60.00
用作營運資金及一般企業用途：	149.88	10.00%	1.80	1.61	0.19
<b>總計</b>	<b>1,498.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>325.31</b>	<b>1.61</b>	<b>323.70</b>



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 估更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)		截至 2024年 3月28日止 尚未動用 第一次 重新分配後 上市 所得款項 (百萬港元)		截至 2024年 3月29日 至2024年 6月30日止 已動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		截至 2024年 6月30日止 未動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		未動用 第二次重新 分配後上市 所得款項的 預期時間表
		第一次 重新分配後 估更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	第二次 重新分配後 所得款項 淨額	第一次 重新分配後 上市 所得款項 淨額	第二次 重新分配後 上市 所得款項 淨額	第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額	第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額	第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額	第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額	
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：	511.11	33.61%	-	-	+30.00	20.91	9.09	30.00	20.91	未來一年
(1) 將用於投資開發自有用戶流量；	61.45	4.04%	26.09	26.09	-10.00	-	16.09	16.09	-	未來一年
(2) 將用作擴展我們的團隊；	37.47	2.46%	7.07	7.07	-	-	7.07	7.07	-	未來一年
(3) 將用作進一步開發我們的短視頻技術基礎 設施；	265.29	17.45%	32.16	32.16	-20.00	-	12.16	12.16	-	未來一年
(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	23.98	1.58%	1.46	1.46	-	-	1.46	1.46	-	未來一年
(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。										



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 更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	截至 2024年 1月1日止 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		截至 2024年 3月28日止 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		2024年 3月29日 至2024年 6月30日 已動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		截至2024年 6月30日止 尚未動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 (百萬港元)		未動用 第二次重新 分配後上市 所得款項的 預期時間表
			第一次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	第一次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	第二次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	第二次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	第二次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	第二次 重新分配後 上市所得款項 淨額 (百萬港元)	未來一年	未來一年	
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	61.27	-55.00	6.45	6.27	0.13	6.14	6.14	未來一年
(2) 將用於向海外移動新媒體平台或其提供流量資源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	-	60.00	60.00	未來一年
(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	-	30.00	30.00	未來一年
(4) 將用於拓展海外電商業務	18.97	1.25%	-	-	+20.00	38.97	20.00	5.76	14.24	14.24	未來一年
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	60.00	-	60.00	60.00	未來一年
用作營運資金及 一般企業用途	149.88	9.85%	1.80	0.19	-	149.88	0.19	-	0.19	0.19	未來一年
總計	1,520.67	100.00%	325.31	323.70	-	1,520.67	323.70	26.80	296.90	296.90	

## 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。

截至2024年6月30日，第二次重新分配後未動用上市所得款項剩餘約296.90百萬港元，報告期內已動用的所得款項符合本公司披露的擬定用途。

## 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用於扶持本集團海外電商商品銷售業務的快速發展，配售所得款項用途符合本公司先前披露的意向。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2024年6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。於報告期末，本公司並無持有任何庫存股份。

## 報告期後事項

本集團於報告期後並無任何重大事項。

## 中期業績審閱

審核委員會目前包括三名成員，即全體獨立非執行董事唐偉先生、黃博揚先生以及房宏偉先生。審核委員會的主席為唐偉先生。審核委員會已經與本公司管理層共同審閱本公司採納的會計原則及政策，並已就本集團的內部控制及財務報告事宜(包括審閱截至2024年6月30日止六個月的未經審核中期業績)進行討論。審核委員會認為中期業績符合適用會計準則、法律及法規，且本公司已作出適當披露。

## 中期股息

董事會不建議派付截至2024年6月30日止六個月的中期股息（截至2023年6月30日止六個月：無）。

## 刊載二零二四年簡明綜合中期業績及中期報告

本公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.joyspreader.com)。截至2024年6月30日止六個月之中期報告載有上市規則所規定之全部資料，將適時寄發予股東及在聯交所及本公司網站上刊載。

## 有關2023年年報之補充資料

茲提述本公司於2024年4月29日刊發的截至2023年12月31日止年度的年報（「**2023年年報**」）。本公司謹此提供有關2023年年報之若干補充資料。

## 配售所得款項用途

截至2023年12月31日止年度，本公司已動用143.96百萬港元（即截至2023年1月1日尚未動用的所得款項）購買商品，主要為電商渠道的產品，如智能手機等設備，以支持本集團海外電商商品銷售業務的發展。截至2023年12月31日，配售所得款項已悉數動用，所得款項用途符合本公司先前披露的意向。有關進一步資料，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。

## 股份獎勵計劃

就本公司於2021年6月21日採納的股份獎勵計劃而言，截至2023年1月1日，2,500,000股未歸屬獎勵股份於2022年11月16日向一名僱員授出，截至2023年12月31日，該等股份已悉數歸屬。股份於2022年11月16日授出日期前的收市價為1.48港元。獎勵股份於授出日期的加權平均公平值為1.42港元。獎勵股份於緊接獎勵股份歸屬日期前的加權平均收市價為0.23港元。

## 樂享國際股份獎勵計劃

就根據樂享國際股份獎勵計劃向朱先生有條件授出1,000股樂享國際股份而言，該等獎勵股份的歸屬根據已規定的績效目標是否實現而定。截至2023年12月31日，有條件授出樂享國際股份的績效目標包括：



- (a) 營運績效目標：提升樂享國際品牌資產、提高樂享國際營運效益、加強企業管治水平及營造良好企業文化，以提高樂享國際的整體營運能力與效率；及
- (b) 財務績效目標：樂享國際2023年上半年收益。

此外，有條件授出樂享國際股份的考慮因素亦包括朱先生於2022年對本集團及樂享國際所作貢獻。

截至2023年12月31日，朱先生已歸屬合共200股樂享國際股份（即無條件授出的第一期）。儘管整個歸屬期略短於上市規則第17.03F條所規定的12個月，但本公司薪酬委員會（「**薪酬委員會**」）認為授出樂享國際股份屬適當，且與樂享國際股份獎勵計劃激勵承授人並讓彼參與本集團業務增長的目的之一致。就朱先生於2023年歸屬的200股股份而言，根據薪酬委員會進行的全面評估，確定朱先生已令人滿意地達到樂享國際股份獎勵計劃所訂明的營運績效目標及財務績效目標，且相關獎勵股份的歸屬條件已妥為達成。此外，朱先生提升了樂享國際的品牌資產，提高了營運效益，加強了企業管治水平，從而有效提高了樂享國際的整體營運能力與效率。根據其未經審核財務業績，財務績效目標（包括2023年上半年收益）亦已實現。因此，薪酬委員會已審閱及批准向朱先生歸屬樂享國際股份。

承董事會命  
樂享集團有限公司  
主席  
朱子南

中國，北京  
2024年8月30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；及獨立非執行董事唐偉先生、房宏偉先生及黃博揚先生。