

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，概不對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。



Qunabox Group Limited

趣致集團

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：0917)

截至2024年12月31日止年度的年度業績公告

年度業績摘要

	截至12月31日止年度		
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	同比變動 %
收入	1,339,500	1,006,697	33.1
— 營銷服務	1,097,443	807,971	35.8
— 商品銷售	184,614	144,320	27.9
— 其他服務	57,443	54,406	5.6
毛利	749,787	535,267	40.1
經調整利潤			
(非國際財務報告準則計量) ⁽¹⁾	251,176	200,708	25.1
經調整EBITDA			
(非國際財務報告準則計量) ⁽²⁾	339,718	280,242	21.2

附註：

- (1) 經調整利潤(非國際財務報告準則計量)界定為經加回(i)按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀(被按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益所抵銷)；(ii)股份激勵計劃開支；及(iii)上市開支的影響後的年內利潤或虧絀。按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀指與股本融資中發行的可轉換可贖回優先股相關的公允價值虧絀。
- (2) 經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)界定為經加回所得稅開支、財務費用、銀行利息收入以及折舊及攤銷費用的影響後的年內經調整利潤(非國際財務報告準則計量)。

董事會欣然宣佈本集團於截至2024年12月31日止年度(「**報告期**」)的經審計綜合年度業績。本年度業績公告的內容乃根據上市規則有關年度業績初步公告的適用披露規定所編製。

管理層討論與分析

業績回顧

2024年，中國經濟維持了穩健增長的態勢，國內生產總值(GDP)突破人民幣130萬億元，同比增長達5.0%。國內消費市場儘管面臨一定的挑戰，但在一系列增量政策的支持下，仍保持了穩中有進的發展趨勢。本集團核心服務的食品飲料行業作為民生之基，消費市場極具韌性，2024年食品飲料行業的零售總額同比增長8.8%，行業擁有長期穩定的營銷需求；本集團新佈局的新能源汽車和家用電器行業受智能化升級趨勢的推動和國家以舊換新補貼政策的支持，行業呈快速增長的態勢，新能源汽車行業銷量較去年同比增長35.5%，家用電器和音像器材行業銷售額較去年同比增長12.3%，得益於此，相關行業的營銷需求增長迅猛。

另一方面，隨著以DeepSeek為代表的各類國產AI大模型的快速發展和普及，營銷行業與AI和大數據技術的結合日趨深入，其對行業的賦能已從營銷內容製作、投放運營效率的提升，深入到了營銷交互模式的變革和線下營銷載體的智能化。AI現已成為驅動營銷行業新質生產力發展的重要引擎，推動整個行業向更為高效、個性化的方向演進。在需求端，品牌方對AI+營銷的接受和認可度也不斷提升，應用場景日益拓展，市場需求目前呈現快速增長的態勢。

本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，持續加大在AI交互等領域的投資力度，推動軟硬件技術和服務的創新，豐富本集團AI交互營銷的產品線，拓展相關服務產品的應用場景，加速首創型AI+營銷模式的商業落地。本集團始終秉持著「讓品牌孵化更簡單，讓用戶體驗更有趣」的使命，為品牌客戶提供以AI互動終端為觸點、線上線下結合、適合多場景的

全方位營銷解決方案。同時，本集團也積極響應國家發展首發經濟的號召，以高效創新的AI交互營銷服務和豐富的數據策略產品全方位助力企業的新品孵化，致力於成為推動行業發展的關鍵力量。

報告期內，本集團通過實現服務行業的多元化拓展、加大AI交互營銷等高毛利產品的開發和轉化力度、擴大與客戶的合作範圍以及精益化經營，保持了良好的增長勢頭。本集團於報告期內錄得收入人民幣1,339.5百萬元，同比增長33.1%；毛利增至人民幣749.8百萬元，同比增長40.1%。2021至2024年，本集團持續實現收入和毛利的雙位數業績增長，複合年平均增長率分別為38.7%和29.5%。

報告期內，經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(「**EBITDA**」)合共為人民幣339.7百萬元，同比增長21.2%，其主要受本集團加大了在AI交互、大數據領域的研發投入以構築技術壁壘、增強長期盈利能力的影響所致。

截至2024年12月31日，本集團財務狀況穩健，現金及現金等價物達人民幣892.0百萬元，反映了財務狀況的穩定性及流動資金充裕性。

業務分部表現

營銷服務

報告期內，此分部收入達人民幣1,097.5百萬元，同比增長35.8%；毛利為人民幣679.5百萬元，同比增長41.7%。其中，標準化營銷服務板塊收入達人民幣919.7百萬元，同比增長32.9%，毛利率達56.5%；包含定製化AI交互營銷服務和數據策略服務的增值營銷服務板塊收入達人民幣177.8百萬元，同比增長53.5%，毛利率為90.1%。

優質、穩定、多元化的品牌客戶群和持續擴大的服務範圍是推動本集團實現業務增長的核心驅動力。

報告期內，本集團憑藉創新高效的業務模式、卓越的服務能力、優良的行業聲譽以及團隊的不懈努力，在與現有客戶保持良好合作關係的同時，進一步將服務範圍擴展至具有高發展潛力並獲得政策大力支持的新能源汽車及家用電器行業。報告期內，本集團服務的品牌客戶數量進一步增至294名，大客戶數量增至50名。

同時，本集團深入挖掘優質客戶潛力，通過豐富AI交互營銷及數據策略產品、擴大服務應用場景，以及優化營銷產品組合和服務模式，進一步擴展了與大客戶的合作範圍。報告期內，每名大客戶平均收入增加至人民幣18.0百萬元，同比增長30.1%。

大力的技術研發和創新投入、持續的數據累積是本集團不斷增強產品和服務行業競爭力的基石。

在技術研發和創新方面，本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，於報告期內大幅增加了在AI交互營銷和數據產品的開發力度，研發投入較去年同比增加44.7%，獲得了豐碩的技術成果和產品轉化。

報告期內，本集團新推出並已成功實現商業落地的AI交互和大數據產品包括：**(i)基於AI大語言模型的數字人導購**：本集團利用業務過程中積累的場景數據、產品數據及註冊用戶數據，對通用大語言模型進行針對性訓練及調優，使之能更好地滿足營銷行業的需求。利用該項技術成果以及本集團AI互動營銷終端本身具備的邊緣計算能力，成功在線下部署了具備AI大語言模型和營銷能力的數字人導購，其可以基於所在場景、用戶需求和畫像進行高度個性化產品推薦，進一步豐富了AI交互營銷的模式，拓展了線下AI互動營銷終端的廣告售賣資源，為用戶提供更新穎、有趣的營銷體驗；**(ii)AI觸覺互動**：本集團在原有視覺、聽覺、嗅覺、動作的基礎上，將AI互動營銷終端的多感官交互能力進一步拓展到觸覺，推

動其向全感官方向演進，為用戶帶來更沉浸式、更全方位的營銷體驗，也為品牌的創新型營銷活動提供更多的選擇；**(iii)AI情緒識別**：本集團成功擴展了可應用於AI互動營銷終端的情緒識別技術。該技術能夠動態識別體驗者在多種情緒下的表情表現，在面部特徵識別和微表情動態評測上持續領跑業內，從而使得本集團提供的互動遊戲可以為品牌方和消費者帶來更優良體驗，並獲取更豐富的消費行為分析；及**(iv)飲料及休閒食品口味數據庫及預評分服務**：本集團持續推動平台數據價值的挖掘和數據產品的商業化開發，通過對平台多年累積的用戶反饋、銷售數據的整合分析，本集團進一步豐富行業數據庫，推出了全新的飲料及休閒食品口味數據庫及新品預評分服務，以幫助飲料及休閒食品品牌在新品開發階段快速篩選新品口味，加速新品研發，提升成功率。

報告期內，本集團升級優化的產品服務包括：**(i)優化嗅覺交互體驗**：在AI互動營銷終端的香氛釋放模塊上集成了視覺化霧化效果，使香味釋放更加直觀，從而增強體驗者的沉浸感；**(ii)氣味散發、動作識別、語音交互的升級和應用拓展**：通過推動技術專家深入營銷活動設計的經營實踐，本集團成功擴大氣味散發、動作識別、語音交互等多感官AI互動的應用場景、適用範圍，優化與消費者的交互方式，提升與品牌營銷活動的適配能力；及**(iii)標準化營銷服務和增值營銷服務模塊的靈活組合能力**：借助不斷提升的技術和運營能力，本集團持續推進營銷系統的模塊化，增強標準化營銷服務和增值營銷服務各服務模塊間的靈活組合能力，提升業務的協同效應和綜合營銷效果，增強市場的競爭力。

在專利和著作權方面，本集團也取得了顯著成果。報告期內，在中國註冊的軟件著作權增至127項，新提交的專利申請達10項，為本集團構築了堅實的技術壁壘，進一步提升市場競爭優勢。同時，本集團的全系統已通過國家信息安全等級保護(三級)的2024年度測評，並持續取得相關資質證書。未來，本集團將持續滿足監管要求，提高信息安全水平和公信力。

AI互動終端網絡效能的持續提升、具有豐富行業經驗的團隊是本集團實現高效業務模式、擁有強大服務能力的重要保障。

報告期內，本集團持續提升AI互動終端網絡的效能。通過組織有豐富行業經驗的團隊梳理城市熱力圖和城市發展規劃，實地考察終端所在區域的人口密度和日常人流量、目標消費者的行為變化，並結合候選點位的特徵，本集團對AI互動終端網絡的佈局進行了優化，以提升其在幫助品牌方提高市場影響力及品牌價值方面的能力，增強其獲客能力以及精準、真實、快速獲取消費者反饋信息的能力。由此，報告期內的單終端營銷收入貢獻也得以顯著提升。此外，通過應用AI大語言模型，本集團實現了資產和相關合同信息的自動化分析和數字化處理，並不斷完善基礎資料平台，進一步整合全平台資料，實現跨端、跨系統的資料融合與資訊共用，從而提升運營自動化能力和平均人效，顯著提升了內部流程效率。

商品銷售

報告期內，該分部收入為人民幣184.6百萬元，同比增長27.9%；毛利為人民幣43.7百萬元，同比增長47.1%。

報告期內，商品銷售業務收入和利潤的增長得益於：(i)2024年線下人流的全面復甦以及消費者對食品飲料消費需求的增長；(ii)大力增加杭州、成都、重慶等高潛力城市的終端網點密度；(iii)優化商品結構，提升高毛利商品的種類和鋪貨量；及(iv)利用智能運營系統，精準識別價格敏感度較低的點位，並以更多的趣味型互動營銷活動代替價格促銷型活動，進一步提升終端的盈利能力。

其他服務

報告期內，該分部收入為人民幣57.4百萬元，同比增長5.6%；毛利為人民幣26.6百萬元，同比增長2.3%。

其他服務主要包括IT系統開發及軟件開發服務，為本集團的輔助業務板塊。鑒於本集團全力聚焦核心業務的戰略導向，在2024年下半年期間，本集團的技術研發團隊將重心全面轉向服務核心營銷業務的AI交互和大數據領域的產品和技術開發工作。因此，本集團減少了對非核心領域的項目承接，以確保資源集中用於提升核心業務的技術創新能力和市場競爭力。

長期策略及展望

展望2025年，隨著政策對消費行業支持力度的加大，以及以AI、工業機器人為代表的新質生產力對中國經濟賦能作用的日益顯現，這有望加速消費產業的優化升級，並為市場注入新的動能與增長潛力。營銷行業得益於此也有望獲得新一輪的發展機遇。

本集團作為中國AI互動營銷服務的領導者，將持續加大在AI交互領域的投入，來為全球品牌客戶提供更創新、高效的一站式營銷解決方案，同時也為全球消費者提供更多創新、有趣的AI互動體驗。我們期望通過這些努力，不僅促進本集團自身的快速發展，也為整個行業帶來更多的創新實踐。

此外，本集團也將積極推進國際化和多元化的戰略佈局，加快中東和新加坡市場的開拓步伐，並基於本公司生態體系啟動戰略性業務併購，進一步整合資源，擴大業務間的協同效應，實現高質量的多元化發展，構築全方位的品牌服務生態體系。

在內部管理方面，本集團亦將不斷提升網絡效能與運營能力，增強AI算法與大數據技術對業務的支持能力，繼續堅持以技術賦能運營，不斷提升整體效能。

通過上述策略，我們期望在實現本集團長期可持續發展的同時，也能促進行業的革新與發展，為我們的股東創造更大的價值。

財務概覽

收入

本集團的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣1,006.7百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣1,339.5百萬元，同比增長33.1%。

增長主要由於幾項關鍵因素：(i)2024年中國經濟穩步增長，政策對消費市場的支持，本集團所服務行業的發展；(ii)本集團將服務行業進一步擴展至具有高發展潛力的新能源汽車和家用電器行業，推動服務品牌客戶數量的持續增長，實現了品牌客戶群的高質量、多元化拓展；(iii)本集團通過大力的技術研發和創新投入，推動AI交互營銷、數據產品等高毛利產品的開發和轉化，持續豐富產品線，拓展應用場景，擴大與優質品牌客戶的合作範圍，推動大客戶平均收入貢獻的持續增長；及(iv)本集團持續提升AI互動終端網絡的效能，加大高潛力城市的終端網點密度，並通過選品和運營策略的優化，推動商品銷售業務的持續增長。

根據業務分部劃分的收入

本集團的收入主要來自(i)營銷服務，又進一步分為(a)標準化營銷服務及(b)增值營銷服務；(ii)商品銷售；及(iii)其他服務。下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的收入明細：

	截至2024年12月31日止年度			截至2023年12月31日止年度		
	收入	毛利率	佔比	收入	毛利率	佔比
	人民幣千元	%	%	人民幣千元	%	%
營銷服務	1,097,443	61.9	81.9	807,971	59.4	80.3
—標準化營銷服務	919,690	56.5	68.6	692,195	55.0	68.8
—增值營銷服務	177,753	90.1	13.3	115,776	85.3	11.5
商品銷售	184,614	23.7	13.8	144,320	20.6	14.3
其他服務	57,443	46.4	4.3	54,406	47.8	5.4
總計	<u>1,339,500</u>	<u>56.0</u>	<u>100.0</u>	<u>1,006,697</u>	<u>53.2</u>	<u>100.0</u>

(1) 營銷服務

營銷服務收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣808.0百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣1,097.4百萬元，同比增長35.8%。該增長主要是由於標準化營銷服務以及增值營銷服務均實現業務增長。

其中，標準化營銷服務收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣692.2百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣919.7百萬元，同比增長32.9%。增長主要歸因於本集團持續增強的服務能力和運營能力，這使本集團能夠靈活應對不斷變化的市場需求和行業趨勢，從而擁有了一個穩定且優質的客戶群。與此同時，本集團持續優化營銷產品組合和服務模式，提升服務質量和客戶體驗，這包括提供更豐富的AI交互營銷及數據策略產品、拓展更寬泛的服務應用場景、提供更高效率的運營支持以及更深度的客戶需求挖掘，從而增強客戶粘性並推動每名客戶貢獻價值持續增長。採購標準化營銷服務的本集團大客戶數量由截至2023年12月31日止年度的47名增加至截至2024年12月31日止年度的50名，採購標準化營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由人民幣11.8百萬元增加至人民幣15.0百萬元。

增值營銷服務收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣115.8百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣177.8百萬元，同比增長53.5%。增長主要源於本集團對於AI交互營銷和數據策略產品領域的持續投入，相關技術研發取得顯著成效並實現有效轉化，例如基於AI大語言模型的數字人導購、AI觸覺互動、AI情緒識別、飲料及休閒食品口味數據庫及預評分服務等。這些技術成果通過增強用戶體驗的新穎性與趣味性、拓展AI互動營銷終端與用戶的交互能力、完善本集團的行業數據庫並反哺客戶需求，有效強化本集團增值營銷服務的行業競爭力，推動每名客戶貢獻價值提升，形成技術與商業價值相互促進的良性循環。採購增值營銷服務的本集團客戶數量由截至2023年12月31日止年度的79名增加至截至2024年12月31日止年度

的83名，採購增值營銷服務的每名本集團大客戶的平均收入由人民幣3.3百萬元增加至人民幣5.2百萬元。

(2) 商品銷售

商品銷售收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣144.3百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣184.6百萬元，同比增長27.9%。增長主要得益於2024年線下客流的全面復甦與消費需求回暖的雙重驅動，同時本集團通過優化終端網絡佈局—重點加大杭州、成都、重慶等高潛力城市的網點密度，並利用智能運營系統分析點位特性，精準制定差異化營銷策略，有效提升銷售轉化效率，推動商品銷售收入增長。

(3) 其他服務

其他服務收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣54.4百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣57.4百萬元，同比增長5.6%。

其他服務主要包括IT系統開發及軟件開發服務，為本集團的輔助業務板塊。鑒於本集團全力聚焦核心業務的戰略導向，在2024年下半年期間，本集團技術研發團隊將重心全面轉向服務核心營銷業務的AI交互和大數據領域的產品和技術開發工作。因此，本集團減少了對非核心領域的項目承接，以確保資源集中用於提升核心業務的技術創新能力和市場競爭力。

銷售成本

銷售成本由截至2023年12月31日止年度的人民幣471.4百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣589.7百萬元，增長25.1%。增加主要由於(i)信息技術服務費由截至2023年12月31日止年度的人民幣263.3百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣373.4百萬元，主要由於相應的營銷服務銷售增加；及(ii)已售存貨成本由截至2023年12月31日止年度的人民幣118.8百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣140.4百萬元，主要由於相應的商品銷售增加。

得益於本集團在穩健經營階段實施的高效成本管控措施，儘管銷售成本有所增加，但其增速低於收入增速，支撐毛利率持續改善。

毛利與毛利率

本集團的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣535.3百萬元上升至截至2024年12月31日止年度的人民幣749.8百萬元，增長40.1%，主要由於本集團的收入增加以及銷售成本的控制。截至2024年及2023年12月31日止年度的毛利率分別為56.0%及53.2%，毛利率的增長主要由於營銷服務和商品銷售的毛利率增長。

營銷服務產生的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣479.5百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣679.5百萬元，增長41.7%，主要由於營銷服務收入增加。營銷服務的毛利率由截至2023年12月31日止年度的59.4%增加至截至2024年12月31日止年度的61.9%，主要由於本集團在穩健經營階段實施的高效成本管控措施進一步推動整體盈利能力的增強，高效成本管控措施體現在(i)通過智能運營系統精準把控和分析點位銷售情況，優化AI互動終端的網絡佈局，提升AI互動終端網絡效能；及(ii)通過提升運營自動化能力減少冗餘資產配置，提高資產利用效率。

商品銷售產生的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣29.7百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣43.7百萬元，增長47.1%，主要由於商品銷售收入增加。商品銷售的毛利率由截至2023年12月31日止年度的20.6%增加至截至2024年12月31日止年度的23.7%，主要由於本集團(i)優化商品結構，提升高毛利商品的種類和鋪貨量；及(ii)利用智能運營系統，精準識別價格敏感度較低的點位，並以更多的趣味型互動營銷活動代替價格促銷型活動，進一步提升終端的盈利能力。

毛利與毛利率均增長表明本集團在收入增長與成本管理之間實現了良好的平衡，為未來的可持續發展奠定了堅實基礎。

其他收入及收益

本集團的其他收入主要來自於政府補助、匯兌收益及利息收入等，本集團的其他收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣6.3百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣19.4百萬元，增長207.9%，主要是由於(i)報告期內匯率波動產生的匯兌收益由截至2023年12月31日止年度的人民幣0.1百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣7.6百萬元；(ii)政府補助由截至2023年12月31日止年度的人民幣1.8百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣7.0百萬元；及(iii)利息收入由截至2023年12月31日止年度的0.2百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣4.2百萬元。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用由截至2023年12月31日止年度的人民幣239.3百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣316.1百萬元，增長32.1%。其中佔比較高的為營銷及推廣費用，其由截至2023年12月31日止年度的人民幣148.5百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣229.8百萬元，增長54.7%，主要由於線上線下多渠道協同開展的營銷活動增加，旨在提高本集團的品牌知名度和形象，開拓並觸及更廣泛的潛在客戶，推動本集團擴展業務規模。

管理費用

管理費用由截至2023年12月31日止年度的人民幣54.5百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣69.1百萬元，增長26.8%。其中佔比較高的為(i)全球發售相關的上市開支及諮詢費；及(ii)僱員福利開支。

- (i) 上市開支及諮詢費由截至2023年12月31日止年度的人民幣30.1百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣39.6百萬元，上市開支主要用於按合同約定進度支付上市過程中產生的各項服務費用。本公司為保持競爭力，委聘經驗豐富的諮詢公司團隊，對本公司的長期發展戰略進行審視和制定，導致諮詢費上升；及

- (ii) 僱員福利開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣9.8百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣10.9百萬元，主要由於本公司為擴展業務規模而僱用優秀管理人員以及具備專業資質的專業人員。

財務費用

財務費用主要包括(i)銀行及其他借款利息；及(ii)租賃負債利息。本集團的財務費用由截至2023年12月31日止年度的人民幣1.6百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣11.9百萬元，增加了人民幣10.3百萬元，主要由於本公司為優化資金配置效率，結合境內外市場利率環境及投資回報預期，通過國內貸款補充境內業務運營需求所致。儘管上市後資金充足，但此舉更有助於資金流動性且符合本公司發展戰略。

研發開支

研發開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣63.3百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣91.5百萬元，增長43.8%。增長主要是由於(i)與AI互動終端所配備的AI交互有關的技術研發投入增加，旨在提升用戶體驗和交互性，為客戶帶來更優質、更前沿的消費體驗；及(ii)與供應鏈體系優化有關的技術研發投入增加，旨在提高管理效率與經濟效益，支持本集團日益擴大的業務規模所致。

可轉換可贖回優先股的公允價值變動

本集團的可轉換可贖回優先股的公允價值變動於截至2024年及2023年12月31日止年度分別為人民幣1,899.4百萬元虧絀及人民幣24.0百萬元虧絀。該變動是可轉換可贖回優先股按照上市日期當天的發售價、轉換後的普通股數目以及上市日期當天港幣與人民幣的匯率計算轉換為普通股導致的公允價值變動。該等變動是上市時，可轉換可贖回優先股轉換為普通股導致的非現金一次性公允價值變動，該一次性公允價值變動僅對當期損益產生影響，本集團預計未來將不再出現與該等金融工具估值變動相關的收益或虧絀。

其他費用及虧絀

本集團的其他費用及虧絀主要包括處置辦公用品及終端虧絀。本集團的其他費用由截至2023年12月31日止年度的人民幣2.1百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣3.3百萬元，增長57.1%，主要由於2024年本集團報廢的終端設備增加，導致固定資產處置費用支出增加。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2023年12月31日止年度的人民幣20.1百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣27.0百萬元，原因為本集團的所得稅前溢利增加。我們的實際稅率由截至2023年12月31日止年度的10.0%上升至截至2024年12月31日止年度的10.8%。

年內虧絀

截至2024年12月31日止年度，本集團的年內虧絀為人民幣1,662.7百萬元，主要由於上市時轉換138,640,077股可轉換可贖回優先股為普通股導致的非現金一次性公允價值變動人民幣1,899.4百萬元所致，預計未來將不再出現與該等金融工具估值變動相關的收益或虧絀。截至2024年12月31日止年度，本集團的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)合共為人民幣251.2百萬元，同比增長25.1%，體現了本集團業務的盈利能力持續增強。

非國際財務報告準則計量－經調整利潤

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，本集團亦使用經調整利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量，該等計量並非國際財務報告準則要求的，亦並無根據國際財務報告準則呈列。本集團認為該等計量方式可如同為本集團管理層提供有用信息一般，為投資者及其他人士提供有用信息，有助於他們了解並評估本集團綜合經營業績。然而，本集團的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)可能無法與其他公司所呈列的類似名稱的計量指標作比較。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具具有局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替本集團根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況的分析。本集團鼓勵 閣下全面審閱本集團的財務資料，切勿依賴單一的財務計量指標。

經調整利潤(非國際財務報告準則計量)界定為經加回(i)按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」)的金融負債的公允價值虧絀(被按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益所抵銷)；(ii)股份激勵計劃開支；及(iii)上市開支的影響後的年內利潤或虧絀。按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀指與股本融資中發行的可轉換可贖回優先股相關的公允價值虧絀。可轉換可贖回優先股於全球發售完成後自動轉換為普通股，本集團於2024年5月27日在聯交所成功上市，可轉換可贖回優先股按照上市日期當天的發售價、轉換後的普通股數目以及上市日期當天港幣與人民幣的匯率計算轉換為普通股導致的公允價值變動，與於2023年12月31日確認的金融負債之間的差額已計入報告期內的公允價值變動。該等變動是上市時，可轉換可贖回優先股轉換為普通股導致的非現金一次性公允價值變動，本集團預計未來將不再出現與該等金融工具估值變動相關的收益和虧絀。本集團剔除了股份激勵計劃開支，因為該開支屬非現金性質且不會導致現金流出。本集團亦剔除了與全球發售有關的上市開支。經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)界定為經加回所得稅開支、財務費用、銀行利息收入以及折舊及攤銷費用的影響後的年內經調整利潤(非國際財務報告準則計量)。下表載列所呈列年度經調整利潤(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)的對賬。

截至12月31日止年度
2024年 2023年
 人民幣千元 人民幣千元

年內(虧絀)／利潤與經調整利潤

(非國際財務報告準則計量)及經調整EBITDA

(非國際財務報告準則計量)的對賬

年內(虧絀)／利潤	(1,662,728)	136,702
加：		
按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀(被按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益所抵銷)	1,877,991	24,088
股份激勵計劃開支	17,628	14,634
上市開支	18,285	25,284

截至12月31日止年度
2024年 2023年
人民幣千元 人民幣千元

經調整利潤(非國際財務報告準則計量)	251,176	200,708
加：		
所得稅開支	27,019	20,134
財務費用	11,930	1,611
銀行利息收入	(4,214)	(238)
折舊及攤銷費用	53,807	58,027
	<u>339,718</u>	<u>280,242</u>
經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)	<u>339,718</u>	<u>280,242</u>

存貨

本集團的存貨主要包括飲料和食品等快速消費品。我們的存貨餘額由截至2023年12月31日的人民幣27.8百萬元下降至截至2024年12月31日的人民幣11.8百萬元，主要由於進一步完善了精益化存貨管理水平。存貨周轉天數由截至2023年12月31日的117.2天顯著下降至截至2024年12月31日的65.3天。

貿易應收款項

本集團的貿易應收款項指本集團主要就提供營銷服務而應收客戶的欠款。貿易應收款項由截至2023年12月31日的人民幣494.0百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣510.0百萬元。增加主要是由於我們的業務規模擴大導致。本集團的貿易應收款項周轉天數由截至2023年12月31日的222.5天減少至截至2024年12月31日的172.3天。本集團已設立信貸控制部門，以盡量降低我們的信貸風險及維持對未償還應收款項的控制，同時，我們的管理層定期審查信貸期相對較長的客戶的結算情況，旨在維持良好的貿易應收款項周轉。

貿易應付款項

貿易應付款項主要指本集團日常經營活動中，因採購商品、接受服務等應向供應商支付的款項。貿易應付款項由截至2023年12月31日的人民幣11.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣19.0百萬元，主要是由於本公司業務規模擴大，商品交易量增長，導致貿易應付款項餘額增加。

預付款項、按金及其他應收款項

預付款項、按金及其他應收款項指本集團日常經營活動中，預先支付給供應商、服務提供商等，或因其他交易事項而產生的、預期將在未來某個時間點收回的款項。主要包括：(i)購買商品和採購服務預付供應商的款項；及(ii)按金及其他應收款項，主要指租賃按金及應收雜項等。

預付款項、按金及其他應收款項由截至2023年12月31日的人民幣76.8百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣218.1百萬元，主要是由於我們採購信息技術服務的預付款項增加。我們增強了利用社交媒體平台的能力，從而吸引並發展可持續增長的優質客戶，同時增加了我們對第三方媒體資源的採購。按照行業慣例，相關採購通常要求預付款項。

資本開支

本集團的資本開支包括用於支付以人民幣購置物業、廠房及設備和確認使用權資產的款項。其中，物業、廠房及設備主要包括(i)AI互動終端；(ii)租賃物業裝修；及(iii)運輸設備。物業、廠房及設備由截至2023年12月31日的人民幣117.7百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣134.6百萬元，主要是由於為助力本公司業務規模擴張，新增採購AI互動終端人民幣70.8百萬元，部分被由於其使用年限到期而報廢的AI互動終端及截至2024年12月31日按折舊政策計提的折舊所抵銷。

使用權資產主要指辦公室物業及倉庫租賃。使用權資產由截至2023年12月31日的人民幣2.4百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣4.7百萬元，主要是由於本公司就辦公室物業和倉庫簽訂的新租賃協議，部分被截至2024年12月31日計提的折舊所抵銷。

資產負債率

資產負債率為總負債除以總資產乘以100%。截至2023年12月31日，本集團的資產負債率為134.5%，而截至2024年12月31日的資產負債率為25.7%。資產負債率大幅下降主要由於上市時可轉換可贖回優先股轉換為普通股，導致賬面上以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債一次性轉出。

資產抵押

截至2024年12月31日，本集團並無任何資產抵押。

或然負債

於報告期內，本集團並無重大或然負債。

外匯風險

本集團主要於中國經營業務，交易主要以人民幣結算。由於本集團並無以我們經營實體各自功能貨幣以外的貨幣計值的重大金融資產或負債，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。截至2024年12月31日，我們並無對沖外匯波動。

信用風險

本集團只與經認可的、信譽良好的第三方進行交易，並且不要求提供抵押品。我們的政策是，所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用核查程序。此外，我們持續監控應收款項餘額，而我們的壞賬風險並不重大。我們根據客戶／訂約方及行業管理信用風險集中度。

重大收購及出售

於報告期內，本集團並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

重大投資及資本資產的未來計劃

截至2024年12月31日，本集團並無持有任何重大投資。

我們將繼續廣泛尋找潛在的策略性投資機會，並尋求可為本集團帶來協同效應的潛在優質目標業務及資產。

僱員及薪酬政策

截至2024年12月31日，本集團共有186名僱員(截至2023年12月31日：187名)。報告期內，本集團員工成本總額為人民幣40.7百萬元(截至2023年12月31日止年度：人民幣38.3百萬元)。我們的成功取決於我們吸引、挽留和激勵合資格員工的能力。我們為員工提供具有競爭力的薪酬方案，包括工資、福利、獎金和獎勵。我們的薪酬計劃旨在根據員工的表現，按照特定的客觀標準來衡量其薪酬。按照中國法律的要求，我們已為或代表員工向各種強制性社會保障基金(包括基本養老保險、失業保險、基本醫療保險、工傷保險和生育保險)以及強制性住房公積金繳款。本公司實施股份激勵計劃，旨在向為本集團的經營成功作出貢獻的合資格參與者提供激勵及獎勵。本集團的僱員(包括董事)可通過以股份為基礎的付款形式獲取報酬，通過提供服務以換取股權工具。

為培養僱員的素質、知識及技能水平，本集團持續為僱員提供教育及培訓計劃，包括內部及外部培訓，以強化彼等的技術、專業或管理技能。本集團亦不時為僱員提供培訓計劃，以確保彼等於各方面均了解並遵守我們的政策和程序。

報告期後事項

除本業績公告所披露者外，截至本業績公告日期，於報告期後並無對本集團產生重大影響的任何其他期後事項。

全球發售所得款項用途

股份於2024年5月27日在聯交所主板上市。經扣除本公司就全球發售應付的包銷佣金、費用及估計開支後，全球發售所得款項淨額約為420.51百萬元(「所得款項淨額」)。

截至本業績公告日期，先前於招股章程「未來計劃及所得款項用途—所得款項用途」一節中所披露的所得款項淨額的擬定用途及預期時間表並無任何變動。下表載列截至2024年12月31日所得款項淨額的使用情況概要：

所得款項淨額的 計劃用途	所得款項淨額				
	佔所得 款項淨額 總額的 百分比	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	上市日期至	截至	悉數使用 剩餘所得款項 淨額的 預期時間表
			2024年 12月31日期間 實際使用的 所得款項 淨額 (百萬港元)	2024年 12月31日的 未使用 金額 (百萬港元)	
擴展終端網絡及提高市場滲透率	32.0%	134.56	53.19	81.37	2027年12月31日
—擴展中國一線及新一線城市的終端網絡	24.0%	100.92	39.65	61.27	2027年12月31日
—擬用於安裝新增終端的新點位的部署成本	8.0%	33.64	13.54	20.10	2027年12月31日
優化營銷服務	13.0%	54.67	11.68	42.99	2027年12月31日
—擴大本集團用戶群及持續優化本集團會員體系	10.0%	42.05	10.57	31.48	2027年12月31日
—招聘額外營銷策劃人員	3.0%	12.62	1.11	11.51	2027年12月31日
通過提高本集團品牌知名度以拓展本集團品牌客戶群	15.0%	63.08	19.07	44.01	2026年12月31日
—拓展本集團的品牌客戶群及推廣「趣拿」品牌	10.0%	42.05	16.53	25.52	2026年12月31日
—招聘商業拓展人員	5.0%	21.03	2.54	18.49	2026年12月31日

所得款項淨額的 計劃用途	所得款項淨額				
	佔所得 款項淨額 總額的 百分比	全球發售 所得款項 淨額 (百萬港元)	上市日期至 2024年 12月31日期間 實際使用的 所得款項 淨額 (百萬港元)	截至 2024年 12月31日的 未使用 金額 (百萬港元)	悉數使用 剩餘所得款項 淨額的 預期時間表
加強本集團的技術能力及研發力度	20.0%	84.10	23.74	60.36	2027年12月31日
—進一步加大本集團的研發投入	10.0%	42.05	11.63	30.42	2027年12月31日
—加強本集團內部運營數字化系統的建設	5.0%	21.03	7.14	13.89	2026年12月31日
—招聘經驗豐富的技術及研發人員	5.0%	21.03	4.97	16.06	2027年12月31日
尋求戰略聯盟和收購	10.0%	42.05	8.66	33.39	2027年12月31日
用於一般營運資金及一般企業用途	10.0%	42.05	11.55	30.50	不適用
總計	100.0%	420.51	127.89	292.62	

本集團將按照招股章程所載的擬定用途逐步使用所得款項淨額。

末期股息

董事會決議不宣派截至2024年12月31日止年度的任何末期股息(截至2023年12月31日止年度：無)。

企業管治

本公司致力於維持高水平的企業管治，以保障股東利益，並提升企業價值及問責性。本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。除下文及本業績公告所披露者外，本公司已遵從企業管治守則第二部分載列的所有適用守則條文，並於上市日期至2024年12月31日期間（「**有關期間**」）採納該守則內載列的大部分建議最佳常規。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。自上市日期起及直至本業績公告日期，殷珏輝女士（「**殷女士**」）為董事長兼首席執行官。殷女士擁有電信行業的經驗並自本公司成立以來任職於本公司，負責監督及提供本集團整體管理、經營及戰略。儘管董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，構成偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，董事會認為，董事長及首席執行官的角色均由殷女士擔任，有利於確保本公司的領導貫徹一致及更有效及高效的整體戰略規劃。董事會認為，此安排不會影響董事會與本公司高級管理層之間的權力及授權平衡，原因如下：(i)殷女士及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的授信責任，當中要求(其中包括)彼等各自以本公司的利益及最佳利益行事；(ii)董事會有充足的制衡機制，董事會由經驗豐富及多元化的人士組成，而董事會作出的決定須經至少過半數董事批准；及(iii)本集團整體戰略及其他關鍵業務、財務及營運政策目前及將來均會在董事會及高級管理層層面經過充分討論後共同制定。

本公司將繼續檢討及監察其企業管治常規，確保遵守企業管治守則。

證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為董事進行證券交易的行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，各董事均已確認其於有關期間已遵守標準守則所載的規定標準。

於有關期間，本公司亦已就僱員進行證券交易採納自身的行為守則，其條款不遜於標準守則所載的標準，可能擁有本公司未公佈內幕消息的相關僱員在買賣本公司證券時須遵守該行為守則。

購買、出售或贖回本公司的上市證券

除全球發售外，本公司及其任何附屬公司在有關期間概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券(包括出售庫存股份(如有))。截至2024年12月31日，本公司並無持有任何庫存股份。

審核委員會

本公司已根據上市規則的規定成立審核委員會，並制訂其書面職權範圍。截至本業績公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事(即朱霖先生、車錄鋒博士及楊波博士)組成。審核委員會主席由朱霖先生(即持有適當專業資格的獨立非執行董事)擔任。審核委員會的主要職責為審查及監督本集團的財務申報程序、風險管理及內部控制系統，監督審核過程，向董事會提供意見，並履行董事會委派的其他職責與責任，以及檢討及監督本公司的風險管理。

審核委員會已與本公司管理層討論並審閱本集團於報告期的綜合財務報表。審核委員會認為，本集團於報告期的綜合財務報表符合適用的會計準則、法律法規，且本公司已就此作出適當披露。

核數師就年度業績公告的工作範圍

本年度業績公告所載的財務資料並不構成本集團截至2024年12月31日止年度的經審計賬目，而是截至2024年12月31日止年度綜合財務報表的摘錄，該綜合財務報表已經由本公司核數師安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則審核。

綜合損益及其他全面收益表
截至2024年12月31日止年度

		截至12月31日止年度	
		2024年	2023年
		附註 人民幣千元	人民幣千元
收入	5	1,339,500	1,006,697
銷售成本		<u>(589,713)</u>	<u>(471,430)</u>
毛利		749,787	535,267
其他收入及收益	5	19,364	6,260
銷售及分銷費用		(316,110)	(239,282)
管理費用		(69,094)	(54,538)
研發開支		(91,542)	(63,250)
按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」)的金融負債的公允價值虧絀		(1,899,415)	(24,088)
按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益		21,424	—
其他費用及虧絀		(3,305)	(2,119)
預期信用損失(「預期信用損失」)模型下的金融資產減值損失(扣除撥回)		(34,888)	197
財務費用	6	<u>(11,930)</u>	<u>(1,611)</u>
稅前(虧絀)／利潤	7	(1,635,709)	156,836
所得稅開支	8	<u>(27,019)</u>	<u>(20,134)</u>
年內(虧絀)／利潤		<u><u>(1,662,728)</u></u>	<u><u>136,702</u></u>

截至12月31日止年度
2024年 2023年
附註 人民幣千元 人民幣千元

以下各項應佔：

 母公司擁有人
 非控股權益

(1,672,156) 130,942
9,428 5,760

(1,662,728) 136,702

年內全面(虧絀)／收益總額

(1,662,728) 136,702

以下各項應佔：

 母公司擁有人
 非控股權益

(1,672,156) 130,942
9,428 5,760

(1,662,728) 136,702

母公司擁有人應佔每股(虧絀)／盈利
基本：

 年內(虧絀)／利潤(人民幣元)

10 (8.40) 1.25

攤薄：

 年內(虧絀)／利潤(人民幣元)

10 (8.40) 0.56

綜合財務狀況表

2024年12月31日

	於12月31日	
	2024年	2023年
	附註 人民幣千元	人民幣千元
非流動資產		
物業、廠房及設備	134,579	117,652
使用權資產	4,731	2,361
按公允價值計入損益的金融資產	4,000	4,000
遞延稅項資產	16,645	11,014
預付款項、按金及其他應收款項	42,023	34,750
非流動資產總值	201,978	169,777
流動資產		
存貨	11,764	27,785
貿易應收款項	11 510,008	493,999
預付款項、按金及其他應收款項	218,085	76,788
按公允價值計入損益的金融資產	272,524	—
應收股東款項	—	7
現金及銀行結餘	891,987	299,018
流動資產總值	1,904,368	897,597

於12月31日

	2024年	2023年
附註	人民幣千元	人民幣千元

流動負債			
貿易應付款項	12	19,002	11,451
其他應付款項及應計費用		46,034	9,404
合約負債		5,065	2,762
應付所得稅		38,524	21,365
租賃負債		2,839	1,659
計息銀行借款		426,840	119,940
遞延收入		320	320
		<u>538,624</u>	<u>166,901</u>
流動負債總額			
		<u>538,624</u>	<u>166,901</u>
流動資產淨值		1,365,744	730,696
		<u>1,365,744</u>	<u>730,696</u>
總資產減流動負債		1,567,722	900,473
		<u>1,567,722</u>	<u>900,473</u>
非流動負債			
計息銀行借款		—	13,500
租賃負債		1,974	528
遞延收入		80	400
可轉換可贖回優先股		—	1,253,988
		<u>2,054</u>	<u>1,268,416</u>
非流動負債總額			
		<u>2,054</u>	<u>1,268,416</u>
資產／(負債)淨額		1,565,668	(367,943)
		<u>1,565,668</u>	<u>(367,943)</u>
權益			
股本	13	18	7
儲備／(虧絀)		1,536,340	(387,832)
		<u>1,536,340</u>	<u>(387,832)</u>
母公司擁有人應佔權益		1,536,358	(387,825)
非控股權益		29,310	19,882
		<u>1,536,358</u>	<u>(387,825)</u>
總權益／(虧絀)		1,565,668	(367,943)
		<u>1,565,668</u>	<u>(367,943)</u>

綜合權益變動表

截至2024年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔					非控股 權益	總權益
	實繳 股本 人民幣 千元	資本 儲備 人民幣 千元	股份獎勵 儲備 人民幣 千元	其他 儲備 人民幣 千元	累計 虧絀 人民幣 千元	總計 人民幣 千元	總權益 人民幣 千元
於2024年1月1日	7	-	32,670	47,080	(467,582)	(387,825)	19,882
年內虧絀	-	-	-	-	(1,672,156)	(1,672,156)	9,428
年內全面虧絀總額	-	-	-	-	(1,672,156)	(1,672,156)	9,428
首次公開發售(「首次 公開發售」)時發行新股	1	425,307	-	-	-	425,308	-
首次公開發售時自動 轉換優先股	10	3,153,393	-	-	-	3,153,403	-
以權益結算的股份支付	-	-	17,628	-	-	17,628	-
於2024年12月31日	18	3,578,700	50,298	47,080	(2,139,738)	1,536,358	29,310

母公司擁有人應佔

	實繳 股本 人民幣 千元	資本 儲備 人民幣 千元	股份獎勵 儲備 人民幣 千元	其他 儲備 人民幣 千元	累計 虧絀 人民幣 千元	總計 人民幣 千元	非控股 權益 人民幣 千元	總虧絀 人民幣 千元
於2023年1月1日	7	—	18,036	—	(591,858)	(573,815)	155	(573,660)
年內利潤	—	—	—	—	130,942	130,942	5,760	136,702
年內全面收益總額	—	—	—	—	130,942	130,942	5,760	136,702
自可轉換可贖回優先股 轉入	—	—	—	47,080	—	47,080	13,967	61,047
上海益趣投資發展中心 (有限合夥)減資	—	—	—	—	(6,666)	(6,666)	—	(6,666)
以權益結算的股份支付	—	—	14,634	—	—	14,634	—	14,634
於2023年12月31日	<u>7</u>	<u>—</u>	<u>32,670</u>	<u>47,080</u>	<u>(467,582)</u>	<u>(387,825)</u>	<u>19,882</u>	<u>(367,943)</u>

綜合財務報表附註

截至2024年12月31日止年度

1. 公司及集團資料

趣致集團(「本公司」)於2021年6月15日在開曼群島註冊成立為一家獲豁免有限公司。本公司的註冊地址為Maples Corporate Services Limited的辦事處，位於PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。本公司股份已於2024年5月27日起於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市(「上市」)。

年內，本公司附屬公司的主要業務為於中華人民共和國(「中國」)從事營銷服務、商品銷售及其他服務。

訂立一致行動協議後，截至本業績公告日期，殷珏輝女士、殷珏蓮女士、曹理文先生、吳文洪先生、黃愛華先生及錢俊先生有權在本公司股東大會上行使約39.27%投票權。

於本業績公告日期，本公司於其附屬公司擁有直接及間接權益，所有附屬公司均為私人有限公司(或(倘於香港以外地區註冊成立)與在香港註冊成立的私人公司擁有大致相似的特徵)，附屬公司之詳情載列如下：

名稱	成立地點 及日期	註冊實繳股本	本公司應佔股權 百分比		主要業務
			直接	間接	
香港趣致有限公司	中國香港 2021年7月12日	1.00港元	100%	—	投資控股
Termi Smart Pte. Ltd.	新加坡 2024年1月31日	200,000 新加坡元	100%	—	提供營銷服務及 商品銷售服務
上海趣致網絡科技有限公司 (「上海趣致」)	中國／中國內地 2013年7月18日	人民幣 86,955,586元	—	96.04%	提供營銷服務及 商品銷售服務
上海趣至網絡科技有限公司	中國／中國內地 2021年12月17日	人民幣 10,000,000元	—	96.04%	提供營銷服務及 商品銷售服務
知驅(上海)科技有限公司	中國／中國內地 2020年11月19日	人民幣 19,600,000元	—	49.00%	提供營銷服務及 商品銷售服務

名稱	成立地點 及日期	註冊實繳股本	本公司應佔股權 百分比		主要業務
			直接	間接	
上海趣樂多信息技術諮詢 有限責任公司	中國／中國內地 2021年8月3日	人民幣 5,000,000元	–	57.62%	提供營銷服務及 商品銷售服務
上海趣選電子商務有限公司	中國／中國內地 2018年3月29日	人民幣 5,000,000元	–	96.04%	提供營銷服務及 商品銷售服務
海南趣致網絡科技有限公司	中國／中國內地 2023年6月12日	人民幣 300,000,000元	–	100%	提供營銷服務及 商品銷售服務
浙江趣享網絡科技有限公司	中國／中國內地 2023年6月12日	人民幣 500,000,000元	–	100%	提供營銷服務及 商品銷售服務
Smmarketing General Trading Ltd.	阿拉伯聯合酋長國 2025年1月7日	5,000,000 阿聯酋迪拉姆	–	100%	商品銷售服務

2. 編製基準

該等財務報表已按照國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)(包括所有國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋)及香港公司條例的披露規定編製。該等財務報表採用歷史成本慣例編製，惟以公允價值計量的若干金融資產及金融負債除外。該等財務報表乃以人民幣(「人民幣」)呈列，除非另有說明，否則所有金額均四捨五入至最接近的千位整數。

合併基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)截至2024年12月31日止年度的財務報表。附屬公司為由本公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當本集團對參與投資對象業務所得的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力(即本集團獲賦予現有主導投資對象相關活動的現有權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般情況下，有一個推定，即多數投票權形成控制權。倘本公司直接或間接擁有少於投資對象大多數投票或類似權利的權利，則本集團於評估其是否擁有對投資對象的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與本公司的財務報表報告期相同，並採用一致會計政策編製。附屬公司的業績由本集團取得控制權之日起合併列賬，並繼續合併列賬至該等控制權終止之時為止。

損益及其他全面收益的各部分分配至本集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉導致非控股權益出現虧絀結餘。與本集團成員公司間之交易有關之集團內公司間資產及負債、股權、收入、開支及現金流量均於合併列賬時全數抵銷。

倘有事實及情況顯示上述三項控制元素的一項或多項有變，本集團重新評估其是否控制投資對象。於附屬公司的擁有權權益發生變動(並無失去控制權)則按權益交易列賬。

倘本集團失去對一家附屬公司的控制權，則其終止確認相關資產(包括商譽)、負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備；及確認所保留任何投資的公允價值及損益中任何因此產生的盈餘或虧絀。先前於其他全面收益內確認的本集團應佔部分重新分類至損益或保留利潤(倘適用)，倘本集團已直接出售相關資產或負債，則須以同一基準確認。

3.1 會計政策變更及披露

本集團已於本年度財務報表中首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第16號修訂本	售後租回中的租賃負債
國際會計準則第1號修訂本	負債分類為流動或非流動(「2020年修訂」)
國際會計準則第1號修訂本	附帶契諾的非流動負債(「2022年修訂」)
國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號修訂本	供應商融資安排

於本年度應用國際財務報告準則修訂本並無對本集團於本年度及過往年度的財務狀況及表現及／或該等綜合財務報表所載披露事項造成重大影響。

3.2 已發佈但尚未生效的國際財務報告準則

本集團並無於綜合財務報表內應用下列已頒佈但尚未生效之新訂及經修訂國際財務報告準則。本集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則生效後採用該等準則(如適用)。

國際財務報告準則第18號	財務報表內的呈列及披露 ³
國際財務報告準則第19號	並無公眾問責性之附屬公司：披露 ³
國際財務報告準則第9號及	金融工具分類及計量的修訂 ²
國際財務報告準則第7號的修訂本	
國際財務報告準則第10號及	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產
國際會計準則第28號修訂本	出售或投入 ⁴
國際會計準則第21號修訂本	缺乏可兌換性 ¹
國際財務報告準則會計準則修訂本	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7
—第11卷	號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準
	則第10號及國際會計準則第7號修訂本 ²

¹ 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於2027年1月1日或之後開始之年度／報告期生效

⁴ 尚未確定強制生效日期但可供採納

4. 經營分部資料

就管理目的而言，本集團主要從事營銷服務、商品銷售及其他相關服務，該等業務以與向本集團管理層內部呈報資料以進行資源分配及表現評估一致的方式被視為單一應呈報分部。因此，未進一步呈列經營分部分析。

地區資料

(a) 來自外部客戶的收入

	截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
中國內地	<u>1,339,500</u>	<u>1,006,697</u>

以上收入資料乃基於客戶的位置作出。

(b) 由於在報告期內，本集團的非流動資產位於中國，因此並未呈列地區資料。

有關主要客戶的資料

於報告期內，並無單一客戶收入佔本集團總收入的10%或以上。

有關產品及服務的資料已在綜合財務報表附註5中披露。

5. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

客戶合約收入

(i) 分類收入資料

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
客戶合約收入		
營銷服務收入	1,097,443	807,971
商品銷售收入	184,614	144,320
其他相關服務收入	57,443	54,406
總計	<u>1,339,500</u>	<u>1,006,697</u>
收入確認時間		
在某一時點轉移商品	184,614	144,320
在某一時點提供服務	57,443	54,406
隨時間提供服務	1,097,443	807,971
總計	<u>1,339,500</u>	<u>1,006,697</u>

下表列載各報告期內因過往年度履行的履約義務而確認的計入各報告期初合約負債的收入金額：

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
營銷服務	<u>2,762</u>	<u>182</u>

所有合約的期限為一年或更短的時間結賬。誠如國際財務報告準則第15號所允許，並無披露分配至該等未履行合約之交易價。

(ii) 履約義務

本集團的履約義務相關資料概述如下：

營銷服務

履約義務在提供服務的時段履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起180天內到期。

商品銷售

履約義務在通過自動販賣機向客戶轉移商品的控制權時履行，通常要求貨到付款。

其他相關服務

履約義務在服務完成且客戶驗收的時點履行，而付款通常在服務完成及客戶驗收日期起90天內到期。

其他收入及收益

其他收入及收益的分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
政府補助	6,978	1,785
—資產相關	2,720	320
—收入相關	4,258	1,465
增值稅進項稅額加計抵減	—	4,135
利息收入	4,214	238
匯兌收益	7,637	84
其他	535	18
總計	19,364	6,260

6. 財務費用

財務費用分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
銀行借款利息	11,738	1,543
租賃負債利息	192	68
總計	<u>11,930</u>	<u>1,611</u>

7. 稅前(虧絀)/利潤

本集團的稅前(虧絀)/利潤在扣除/(計入)以下各項後得出：

	截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元
已售存貨成本	145,896	118,789
物業、廠房及設備折舊	50,468	55,515
使用權資產折舊	3,339	2,512
研發成本	91,542	63,250
核數師薪酬	2,842	47
上市開支	18,285	25,284
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員薪酬)：		
工資及薪金	32,439	31,390
股份激勵計劃開支	17,628	14,634
退休金計劃供款	7,121	6,890
總計	<u>57,188</u>	<u>52,914</u>
外匯收益淨額	(7,637)	(84)
利息收入	(4,214)	(238)
按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益	(21,424)	—
預期信用損失模型下的金融資產減值損失(扣除撥回)	34,888	(197)
存貨撇減	2,166	6,291
按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀	1,899,415	24,088
出售物業、廠房及設備項目之虧絀	<u>3,121</u>	<u>2,040</u>

8. 所得稅

本集團須以實體為單位就在本集團成員公司註冊及經營所在的國家或司法管轄區產生或來自相關國家或司法管轄區的利潤繳納所得稅。

開曼群島

根據開曼群島現行法律，本公司於報告期內不需繳納所得稅或資本利得稅。

香港

在香港經營的附屬公司須就首2,000,000港元的應課稅利潤按8.25%的稅率繳納利得稅，其餘應課稅利潤按16.5%的稅率繳納利得稅。

中國內地

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，但以下適用優惠稅率的附屬公司除外。

於2019年，上海趣致被認定為「高新技術企業」(「高新技術企業」)，自2019年12月至2022年12月三年期間，享受15%的優惠所得稅稅率。上海趣致於2022年續期高新技術企業資格，自2022年12月至2025年12月享受15%的優惠稅率。

本集團於報告期內的所得稅開支分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
即期所得稅		
年內稅項支出	32,420	22,701
過往年度撥備不足	230	—
遞延所得稅	(5,631)	(2,567)
年內稅項支出總額	<u>27,019</u>	<u>20,134</u>

按本公司及其大部分附屬公司註冊及／或運營所在司法管轄區的法定稅率計算的稅前(虧絀)／利潤適用的稅項開支與按適用稅率計算的稅項開支之間的對賬如下：

	截至12月31日止年度	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
稅前(虧絀)／利潤	<u>(1,635,709)</u>	<u>156,836</u>
按法定稅率徵收的稅項	(408,927)	39,209
附屬公司實施的優惠稅率	(26,338)	(22,056)
不可抵扣稅項的開支	473,262	10,718
研發成本稅額加計扣除	(11,227)	(7,769)
未確認的暫時性差額及稅項虧絀	19	32
過往期間即期所得稅調整	<u>230</u>	<u>—</u>
按本集團實際稅率計算的稅項開支	<u><u>27,019</u></u>	<u><u>20,134</u></u>

9. 股息

於報告期內，本公司董事會不建議派付任何股息。董事會決議不宣派截至2024年12月31日止年度的任何末期股息(截至2023年12月31日止年度：無)。

10. 母公司普通股權益持有人應佔每股(虧絀)／盈利

每股基本(虧絀)／盈利基於母公司普通股權益持有人應佔年內(虧絀)／盈利以及本年度已發行在外普通股的加權平均股數199,108,235股(2023年：104,361,369股)計算得出，並作出調整以反映本年度新股發行情況。

截至2023年12月31日止年度，每股攤薄盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔年內利潤(加上具有攤薄影響的可轉換可贖回優先股公允價值虧絀人民幣21,963,000元及扣除可轉換為附屬公司普通股的工具的影響人民幣11,654,000元)計算。計算所用普通股加權平均數即為用作計算年內每股基本盈利的已發行普通股數目，以及視為行使或轉換所有攤薄性潛在普通股為普通股後假設已無償發行的普通股加權平均數，分別包括具有攤薄影響的可轉換可贖回優先股132,473,549股及股份激勵計劃項下授出的購股權涉及的15,772,158股的攤薄影響。

並無對截至2024年12月31日止年度所呈列的每股基本虧絀作出調整，原因是可轉換可贖回優先股及未行使購股權對所呈列的每股基本虧絀有反攤薄影響。

基本及攤薄每股盈利的計算乃基於：

	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
(虧絀)／盈利		
母公司普通股權益持有人應佔(虧絀)／利潤		
(計算每股基本(虧絀)／盈利時使用)：	<u>(1,672,156)</u>	<u>130,942</u>
減：轉換為附屬公司普通股的工具	—	11,654
加：具有攤薄影響的可轉換可贖回優先股公允價值虧絀	<u>—</u>	<u>21,963</u>
總計	<u><u>(1,672,156)</u></u>	<u><u>141,251</u></u>

	股份數目	
	2024年	2023年
股份		
用於計算基本每股(虧絀)／盈利的年內已發行		
在外普通股加權平均數	199,108,235	104,361,369
攤薄影響－普通股加權平均數：		
根據股份激勵計劃授出的購股權	—	15,772,158
可轉換可贖回優先股	<u>—</u>	<u>132,473,549</u>
總計	<u><u>199,108,235</u></u>	<u><u>252,607,076</u></u>

11. 貿易應收款項

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
貿易應收款項	564,004	541,331
預期信用損失撥備	<u>(53,996)</u>	<u>(47,332)</u>
總計	<u><u>510,008</u></u>	<u><u>493,999</u></u>
以人民幣計值	<u><u>510,008</u></u>	<u><u>493,999</u></u>

本集團與其客戶的交易條款主要為賒銷。信用期一般為三至六個月。本集團力求嚴格控制其未結應收款項，並設有信貸控制程序以盡量降低信用風險。高級管理層定期審核逾期餘額。本集團並無就其貿易應收款項餘額持有任何抵押品或其他信貸增級。貿易應收款項不計息。

於各報告期末，本集團按發票日期並扣除損失撥備的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
6個月內	293,963	284,315
6至12個月	145,775	169,995
1至2年	70,270	33,132
超過2年	—	6,557
總計	<u>510,008</u>	<u>493,999</u>

貿易應收款項減值損失撥備的變動如下：

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
於年初	47,332	48,371
減值損失淨額	32,788	(1,039)
撇減	<u>(26,124)</u>	<u>—</u>
於年末	<u>53,996</u>	<u>47,332</u>

對於貿易應收款項，本集團應用國際財務報告準則第9號的簡化方法，按全期預期信用損失計量損失撥備。為計量預期信用損失，貿易應收款項按單獨基準(就陷入嚴重經濟困難的債務人而言)或使用撥備矩陣進行評估，基於貿易應收款項的賬齡，根據債務人的財務質量及過往信用損失經驗進行估算，並作出適當調整以反映有關影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。

於2024年12月31日，貿易應收款項賬面值為人民幣25,906,000元(2023年：人民幣26,000,000元)的債務人單獨進行預期信用損失評估，金額為人民幣25,906,000元(2023年：人民幣26,000,000元)的損失撥備從結餘中扣除。

有關本集團使用撥備矩陣整體評估的貿易應收款項的信用風險敞口的資料載列如下：

於2024年12月31日

	預期 信用損失率	賬面總值 人民幣千元	預期 信用損失 人民幣千元	賬面淨值 人民幣千元
組合計提				
賬齡6個月內	3.14%	303,505	9,542	293,963
賬齡6至12個月	3.14%	150,506	4,731	145,775
賬齡1至2年	13.74%	81,462	11,192	70,270
賬齡超過2年	100.00%	2,625	2,625	—
總計		<u>538,098</u>	<u>28,090</u>	<u>510,008</u>

於2023年12月31日

	預期 信用損失率	賬面總值 人民幣千元	預期 信用損失 人民幣千元	賬面淨值 人民幣千元
組合計提				
賬齡6個月內	3.18%	293,648	9,333	284,315
賬齡6至12個月	3.18%	175,576	5,581	169,995
賬齡1至2年	10.57%	37,048	3,916	33,132
賬齡超過2年	27.62%	9,059	2,502	6,557
總計		<u>515,331</u>	<u>21,332</u>	<u>493,999</u>

12. 貿易應付款項

於各報告期末，按發票日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2024年 人民幣千元	2023年 人民幣千元
1年內	<u>19,002</u>	<u>11,451</u>
總計	<u>19,002</u>	<u>11,451</u>

貿易應付款項不計息，結算期通常為30至60天。

13. 股本

本公司於2021年6月15日於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。註冊成立後，本公司的法定股本為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的普通股。根據於2023年6月通過的本公司經修訂及重述組織章程大綱及細則，本公司的法定股本為50,000美元，分為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的普通股。

於2023年12月31日，本公司有104,361,369股每股面值0.00001美元的股份。

於2024年5月27日，本公司以每股股份25港元的發售價發行了19,704,000股每股面值0.00001美元的新股，並成功於聯交所主板上市。

於2024年5月27日，所有可轉換可贖回優先股已於上市後自動轉換為138,640,077股本公司普通股，可轉換可贖回優先股於2024年5月27日的公允價值參考首次公開發售的發售價每股股份25港元計量。

已發行及繳足普通股：

	普通股數目	股本
於2023年12月31日及2024年1月1日：		
每股面值0.00001美元的普通股	<u>104,361,369</u>	<u>7</u>
根據首次公開發售發行股份	19,704,000	1
上市後自動轉換可轉換可贖回優先股	<u>138,640,077</u>	<u>10</u>
於2024年12月31日：		
每股面值0.00001美元的普通股	<u><u>262,705,446</u></u>	<u><u>18</u></u>

刊載年度業績及年度報告

本年度業績公告分別於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.zzss.com)刊發，載有上市規則規定的所有資料的本公司於報告期的年度報告將適時發送予股東，並分別於聯交所及本公司網站刊載。

釋義及詞彙

於本業績公告內，除文義另有所指外，下列表述具有下文所載涵義：

「AI」	指	人工智能，用機器模擬人類智能
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「董事會」	指	董事會
「首席執行官」	指	本公司首席執行官
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「董事長」	指	董事長
「中國」或「國家」	指	中華人民共和國，就本業績公告而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣地區
「本公司」	指	趣致集團，一家於2021年6月15日於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，其股份在聯交所主板上市(股份代號：0917)
「董事」	指	本公司董事
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售(兩者定義見招股章程)

「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司及分公司，或如文義另有所指，就本公司成為其現有附屬公司及分公司的控股公司前的期間而言，指猶如彼等於有關時間為本公司附屬公司的有關附屬公司
「港元」或「港幣」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則，包括國際會計準則理事會頒佈的準則、修訂及詮釋以及國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則及詮釋
「大客戶」	指	大客戶
「上市」	指	股份於2024年5月27日在聯交所主板上市
「上市日期」	指	2024年5月27日
「上市規則」	指	《聯交所證券上市規則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「主板」	指	聯交所運作的股票市場(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM且與其並行運作
「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
「招股章程」	指	本公司日期為2024年5月17日的招股章程
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「研發」	指	研究及開發

「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「股份激勵計劃」	指	本公司於2021年9月22日批准及採納的本公司股份激勵計劃
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「%」	指	百分比

承董事會命
Qunabox Group Limited
 (趣致集團)
 董事長、執行董事兼首席執行官
 殷珏輝女士

香港
 2025年3月10日

於本公告日期，董事會包括(i)執行董事殷珏輝女士、曹理文先生及黃愛華先生；(ii)非執行董事戴建春先生及陳瑞先生；及(iii)獨立非執行董事車錄鋒博士、朱霖先生及楊波博士。