

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之有限公司)

(股份代號：6988)

截至2024年12月31日止年度之年度業績公告

董事會欣然公佈本集團截至2024年12月31日止年度之經審計綜合業績，連同截至2023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2024年12月31日止年度之經審核綜合年度業績連同2023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
	2024年	2023年	增加／(減少)
	(百萬港元，百分比除外)		
收益	113.31	5,083.99	(97.77)%
毛利	1.05	459.57	(99.77)%
本公司擁有人應佔年內虧損	(1,068.48)	(784.17)	36.26%
淨虧損率	(942.97)%	(15.42)%	(927.55) ⁽¹⁾
每股虧損			
— 基本 (港幣分)	(45.05)	(33.10)	36.10%
— 攤薄 (港幣分)	(45.05)	(33.10)	36.10%

附註：

(1) 百分點變動。

本集團截至2024年12月31日止年度之經營資料摘要連同2023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 減少
	2024年	2023年	
海外電商商品銷售業務			
銷售額(百萬港元)	32.80	4,587.90	(99.29)%
算法營銷業務			
國內短視頻電商營銷交易 流水(百萬港元)	22.04	539.09	(95.91)%
互娛產品營銷實現的計費行為 數量 ⁽¹⁾ (千次)	24,242	77,952	(68.90)%
平均每個計費行為實現的收入(港幣元)	<u>2.46</u>	<u>2.54</u>	<u>(3.15)%</u>

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

回首2024年，仍然是挑戰與機遇並存的一年。自2023年起，國內的市場環境發生了非常大的變化，特別是民營經濟營商環境充滿了挑戰，為了應對一系列挑戰，本集團努力拼搏，積極應對，主動尋求解決方案，主要集中在兩個方向，兩個層面。

第一個方向是，向內與央企合作。

國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團境內業務積極向央企靠攏，實現與文化央企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」)。本集團將借助此混改平台，充分發揮央企優勢地位，將本集團境內營銷算法技術、數字化能力與保利文化優勢業務進行全面結合，在兩年時間內促成多項成果落地。特別在AI(artificial intelligence，人工智能)+文娛領域、AIGC(artificial intelligence generated content，人工智能內容)領域、區塊鏈領域均取得了商業上的成就。

第二個方向是，向外積極拓展海外市場業務。

東盟已經逐漸成為中國第二大出口貿易地區。自2022年開始，本集團大力開展面向東盟市場的3C電商業務，自建電商平台—MARTOP，僅用了三年時間從零做到13億美金的GMV(gross merchandise volume，商品成交金額)。特別是，海外業務完成從大數據算法營銷到AI算法營銷的升級，使得集團在營銷效率、特別是流量投放效率，貨品臻選效率等關鍵節點上，取得了質的飛躍。推動本集團海外電商GMV的大幅提升。

在業務層面上，大力投入算法能力，擁抱AI時代。

本集團基於十餘年的技術積累，在海量營銷數據篩洗歸結能力、算法模型研發能力的基礎上，結合中外先進的AI大模型，投入研發集團自有算力、自有AI模型知識庫、自有AI垂類模型，使得集團初步完成了從算法驅動的營銷科技公司到垂類AI模型驅動的轉型。

在企業價值提升與資本戰略管理層面上，積極尋求戰略型新投資者的加盟。

由於集團持續的研發投入及業務轉型導致近兩年的財務表現欠佳，加上經濟周期波動及資本市場的情緒波動，導致集團的股價一直在低位徘徊。雖然集團目前的市值低於預期，但集團的基本面在不斷向好，我們也在積極尋求解決方案，接觸戰略性投資者和業務戰略合作夥伴，尋求注入新的資金和資產，開拓新的業務賽道，提升財務表現，以提振市場對集團的信心。

2024年，本集團在營銷業務AI+算法模型升級、區塊鏈業務、AIGC業務、數據資產模型開發、AI+行業垂類模型研發方面均有出色的表現。

憑藉本集團在廣告行業與數字營銷領域多年的精耕細作，積累了海量數據資源以及深厚的算法技術經驗，為本集團AI垂類模型研發打下堅實基礎，在集團完成了相當規模的AI算力和算法的投入後，成功完成從大數據算法營銷到AI算法營銷的升級，推動其海外電商GMV的大幅提升。

保利文娛科技與本集團和京東科技集團形成戰略合作夥伴關係。依托集團的AI算法營銷模型，京東科技集團的區塊鏈底層技術，結合保利央企優勢，聯合打造了全國領先的央企自有AI區塊鏈平台，推出的自有知識產權影視文娛數字資產服務平台「空兼」，已成功發行多批次數字資產（NFT），2024年整體GMV突破24億元人民幣。此業務未來的重點發展發向是國家級數據存證業務，為機構數據資產入表、數據資產估值、及境內的數據資產在海外合規虛擬數據業務交易平台上進行交易來提供數據基礎服務。

本集團與保利文娛科技利用自研的AIGC模型與3D全息系統相融合，研發了首個全息影像AI數字人產品，並亮相2024中國國際服務貿易交易會、2024第三屆全球數字貿易博覽會等多個重要展會中。在影視項目製作環節，利用本集團和保利文娛科技的AIGC技術，實現了從前期創作到後期製作的全方位賦能，顯著降低了製作成本，同時提升了效率與質量。在第37屆中國電影金雞獎頒獎典禮上，本集團出品的電影《又是充滿希望的一天》憑藉AIGC技術的創新性應用，榮獲「最佳中小成本故事片」獎。這一成就標誌著集團在AIGC技術領域的重要里程碑。

保利文娛科技作為行業的先行者，積極順應數字經濟時代發展趨勢及國家相關政策，大力推進數據資產入表工作，搭建自有數據資產管理體系，並在2024年末完成首次數據資產入表工作，實現了首例國有文化央企數據資產入表的成功案例，在數字文娛領域構建了核心競爭優勢。基於本集團垂類AI模型研發能力，保利文娛科技在AI精神醫療領域垂直模型上已經完成全鏈路設計，參與研發精神醫療AI大模型系統及數據資產，推動智慧醫療創新發展。

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（「保利文化」或「保利文化集團」）和保利影業投資有限公司（「保利影業」）成立混合所有制改革公司保利文娛科技，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自有區塊鏈

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) 首例國有文化央企數據資產入表

保利文娛科技積極順應數字經濟時代發展趨勢及國家相關政策，依托於本集團的AI能力，大力推進數據資產入表工作，搭建自有數據資產管理體系，並取得顯著成果。2024年年末，保利文娛科技已完成首次數據資產入表工作，實現了首例國有文化央企數據入表的成功案例，在數字文娛領域構建了核心競爭優勢，進一步推動數據資產業務的發展，本集團會結合香港上市公司的優勢地位，聯合保利文娛科技一起為其數字資產在香港等國際虛擬數字產品交易市場發展打下堅實基礎。

本次數據資源的資產化入表，涵蓋經營分析類、人工智能類和圖像創作類，涉及區塊鏈、人工智能、數字IP等業務內容，同時，通過了權威機構的數據合規、數據質量與數據資產價值評估以及專項審計，並在深圳文化產權交易所完成了產權登記。

(3) 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。

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。另外全息顯示系統及AIGC數字人曾在2024中國國際服務貿易交易會、2024第三屆全球數字貿易博覽會等展會亮相。

在2024年影視項目製作環節中，利用本集團與保利文娛科技的AIGC技術，實現了從前期創作到後期製作的全方位賦能，顯著降低了製作成本，同時提升了效率與質量。這一技術突破為本集團和保利文娛科技中短劇市場的拓展奠定了堅實基礎。值得關注的是，本集團已將AIGC技術從中短劇延伸至電影領域，並取得顯著成果。

在第37屆中國電影金雞獎頒獎典禮上，本集團出品的電影《又是充滿希望的一天》憑藉AIGC技術的應用，榮獲「最佳中小成本故事片」獎。這一成就標誌著集團在AIGC技術領域的重要里程碑，也為未來影視製作的技術革新開闢了新的方向。

(4) AI+行業垂類模型開發

依托於本集團的AI垂類研發能力，保利文娛科技在AI精神醫療領域垂直模型上已經完成全鏈路設計參與研發精神醫療AI大模型系統及數據資產，助力醫療機構實現精準的AI問診，利用AI算法輔助醫生提供專業治療方案，建立高效的抑鬱症篩查機制，完成醫院數據庫的收集整理，並打造AI模型數據產品，推動智慧醫療創新發展。

(5) 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蒞幫扶項目，承制雲南昭通創業者紀錄片、保利國際宣傳片等。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

保利文娛科技與民生銀行達成合作協議，共同打造文化領域聯名信用卡。以「金融+文化」跨界協同模式引領行業創新，撬動文化消費新勢能，助力文化產業數字化轉型。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：

(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，與優酷平台合作的橫屏短劇—《重燃》相關話題在新媒體平台擁有七億多次播放，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。

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。

2024年11月，電影《又是充滿希望的一天》榮獲第37屆中國電影金雞獎最佳中小成本故事片獎。

(3) 影視遊戲互動

本公司於2024年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，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前期策劃項目已完成簽約，正在運營中。保利文娛科技中標贊皇太空艙民宿運營項目，並與贊皇縣展開深度合作，共同推動文旅產業升級與多元化發展。

(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月成功簽約著名中國台灣知名女藝人、兩屆「金鐘視后」獲得者—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，《我們的河山》《潛淵》《天馬流星》《生死危機》《狙擊蝴蝶》《打黑》《鷹犬》《雲襄傳之將進酒》等影視專案，《央視春晚》《全員加速中》《萌探2024》《青春環遊記5》《島嶼少年》《嗨放派》《美食告白記》《京城十二時辰》《此生要去的100個地方》《澳門雙行線》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。參加的媒體拍攝及活動有《商業周刊》雜誌封面拍攝、《鳳凰生活》雜誌封面拍攝、《健康》雜誌封面拍攝等；參與的廣告拍攝有極氫汽車廣告片拍攝、路虎汽車廣告片拍攝等；參加的直播活動有咪咕視頻歐洲盃解說嘉賓、人民日報奧運特別節目冠軍來了、2024印尼羽毛球大師賽等。

(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，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22.04百萬港元的貨品；線上產品數字化發行業務上，我們2024年度幫助客戶實現了24.24百萬次的有效計費行為，包括充值、下載、安裝等。

在2024年下半年，面對AI技術的洶湧浪潮，公司以敏銳的行業洞察力，積極擁抱變革，果斷跳出傳統技術優勢的舒適圈，全力進軍基於AI技術的應用級產品服務領域。依托深厚的技術沉淀和成熟的數據模型，公司精心佈局，著力構建獨有的AI應用級服務體系，全力推動業務的轉型升級與持續增長。

回顧2024年，公司在以下三大核心領域深耕細作：

深化平台合作，穩固業務根基：公司持續優化與各大平台的戰略合作關係，通過全方位的深度協同，不僅確保了業務的穩健運行，更借助平台的前沿視角，精準把握市場動態，為客戶提供更具針對性和卓越體驗的服務。

創新代充值業務，優化現金流管理：為了提升資金運營效率，公司創新性地開展代充值業務。這一模式不僅實現了客戶資金的快速回籠，還通過先進的算法推薦，有效提升了客戶的活躍度和忠誠度，進一步夯實了公司的市場競爭力。

加大AI研發投入，儲備核心技術能力：公司在AI技術研發領域持續加大投入，通過設立專業的AI實驗室，不斷積累技術實力，逐步構建起完備的AI技術儲備體系，為未來的業務騰飛築牢根基。

展望2025年，公司制定了清晰的戰略目標：完成AI應用級服務體系的全面搭建，並實現業務盈利。通過提供一系列基於AI的創新性產品化服務，公司將進一步提升客戶體驗，拓展市場版圖，推動業務邁向高質量發展的新征程。

本公司有58.6%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		
• 短視頻類電商營銷	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、平台代充值等服務費賺取收益。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，經過四年深耕，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2024年底，累計完成GMV超過二十三億美元，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年度完成了現有庫存的處置後，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。隨著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。輕資產業務模式專注於興趣算法技術服務，利用我們專業的技术團隊，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。

這一轉型的目的是在於緩解資金壓力，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

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

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年度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

- 本年度業績概覽

- 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年度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。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年度，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年度的4,587.90百萬港元減少99.29%，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。我們在2024年裡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年度，本集團在自建電商平台MARTOP上撮合完成的海外電商交易GMV金額達到了13.63億美元，較去年同期實現的海外電商交易GMV金額5.86億美元，大幅提升了132.59%。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年度，本集團錄得互娛及數字產品效果營銷服務收益56.93百萬港元，較去年同期的186.56百萬港元減少69.48%，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，導致該業務受到限制，該業務收入規模較去年同期下降。

- **短視頻電商營銷**

2024年度，本集團國內短視頻電商營銷達成的GMV達到22.04百萬港元，較2023年度的539.09百萬港元減少95.91%；其中，2024年度錄得國內電商產品營銷收益20.88百萬港元，較2023年度的306.66百萬港元減少93.19%，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**

隨著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。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。

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。

- **2025年業務發展方向**

- a. 國內深化與央企合作探索新業務領域**

國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團境內業務積極向央企靠攏，實現與文化央企成立混合所有制改革公司—保利文娛科技。本集團將借助此混改平台，充分發揮央企優勢地位，將本集團境內營銷算法技術、數字化能力與保利文化優勢業務進行全面結合，在兩年時間內促成多項成果落地。特別在AI+文娛領域、AIGC領域、區塊鏈領域均取得了商業上的成就。

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。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。

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. 積極拓展海外電商業務

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。2025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。伴隨著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。

- 財務報表討論與分析

收益

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			
	2024年	佔比	2023年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷收益	56.93	50.24%	186.56	3.67%
國內電商產品營銷收益	20.88	18.43%	306.66	6.03%
海外電商商品銷售收益	32.80	28.95%	4,587.90	90.24%
其他產品收益	2.70	2.38%	2.87	0.06%
收益總計	<u>113.31</u>	<u>100.00%</u>	<u>5,083.99</u>	<u>100.00%</u>

本集團的收益由2023年度5,083.99百萬港元減少97.77%至2024年度的113.31百萬港元。該減少主要可歸因於本集團於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。我們在2024年裡還在對新的撮合交易模式進行持續測試，並未向供應商和經銷商收取佣金和服務費，故而本年度收入大幅下降。

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2023年度的4,624.42百萬港元減少97.57%至2024年度的112.26百萬港元，主要可歸因於2024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產品類別劃分的毛利明細：

	截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	(百萬港元)	
互娛及數字產品營銷毛利	12.38	43.75
國內電商產品營銷毛利	3.76	132.03
海外電商商品銷售毛利	(16.66)	282.32
其他產品毛利	1.57	1.47
	<hr/>	<hr/>
毛利總計	1.05	459.57
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

本集團2024年度實現毛利1.05百萬港元，較2023年度的459.57百萬港元減少99.77%。截至2024年12月31日止年度，本集團毛利率為0.93%，較截至2023年12月31日止年度的9.04%，減少8.11個百分點。本集團毛利及毛利率的大幅減少乃主要由於(i)海外電商業務正處於轉型期，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

本集團其他收益及虧損由2023年度的收益9.03百萬港元變為2024年度的虧損5.43百萬港元，乃主要由於(i)2024年錄得匯兌收益淨額30.14百萬港元；(ii)衍生工具公平值變動損失18.66百萬港元；及(iii)確認資產減值損失18.11百萬港元。

分銷及銷售開支

截至2024年12月31日止年度，本集團分銷及銷售開支約913.58百萬港元，較2023年度的936.71百萬港元減少2.47%，主要為2024年海外電商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2023年度的143.11百萬港元減少37.87%至2024年度的88.91百萬港元，乃主要由於本集團優化人員成本及節約專業服務費、辦公室租金、差旅費、業務招待費等有關開支。

研發開支

本集團研發開支由2023年度的70.01百萬港元減少95.47%至2024年度的3.17百萬港元，乃主要由於本集團自建電商平台目前可以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

截至2024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2024年12月31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，減少乃由於海外電商業務進行戰略調整，已於2024年內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12月31日，本集團貿易及其他應收款項及保證金餘額分別為729.02百萬港元和348.82百萬港元。

於2024年12月31日，本集團貿易應收款項餘額為60.29百萬港元，較於2023年12月31日的222.99百萬港元減少72.96%，主要是由於2024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2023年12月31日和2024年12月31日，其他應收款項及保證金餘額分別為506.03百萬港元和288.53百萬港元，主要是由於2024年海外電商業務部分保證金退回所致。

預付款項

於2023年12月31日和2024年12月31日，本集團預付款項餘額分別為499.32百萬港元和108.38百萬港元。餘額減少主要由於2024年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2023年12月31日和2024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12.99百萬港元和2.26百萬港元。該減少主要由於被投資公司表現不佳導致投資公平值減少。

銀行存款／受限制銀行結餘／現金及現金等價物

於2023年12月31日和2024年12月31日，本集團銀行存款／銀行結餘及現金餘額分別為367.92百萬港元和272.35百萬港元，餘額減少乃主要由於本集團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；(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2023年12月31日的173.03百萬港元增長71.91%至於2024年12月31日的297.45百萬港元，乃主要由於本集團持續對海外電商業務經銷商進行流量推廣補貼，因而應付數據流量款較去年同期有所增長。

本集團其他應付款項餘額由於2023年12月31日的31.54百萬港元減少24.92%至於2024年12月31日的23.68百萬港元。

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46.40%至截至2024年12月31日的22.17百萬港元，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：

	於12月31日或 截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(54.54)	(237.76)
投資活動(所用)所得現金淨額	(10.46)	41.03
融資活動所用現金淨額	(18.46)	(18.06)
現金及現金等價物減少淨額	(83.46)	(214.79)
年初現金及現金等價物	325.97	533.95
外幣匯率變動之影響	(29.63)	6.81
年末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u>212.88</u>	<u>325.97</u>

於2023年12月31日及於2024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2024年12月31日止年度，我們經營活動所用現金淨額為54.54百萬港元(截至2023年12月31日止年度：237.76百萬港元)，主要由於本集團業務規模收縮，經營性現金流出有所減少所致。

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、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2024年12月31日止年度，我們投資活動所用現金淨額為10.46百萬港元（截至2023年12月31日止年度：投資活動所得現金淨額為41.03百萬港元），主要由於利息收入及購買定期存款所致。

融資活動現金流量

截至2024年12月31日止年度，我們融資活動所用現金淨額為18.46百萬港元（截至2023年12月31日止年度：18.06百萬港元），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：

	於12月31日或 截至12月31日止年度	
	2024年	2023年
	百萬港元	
固定資產	0.28	18.90
使用權資產	—	26.41
總計	<u>0.28</u>	<u>45.31</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2023年12月31日及2024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2023年12月31日及2024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2023年12月31日及2024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2024年12月31日，本集團資本負債比率為49.02%（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。本集團流動比率由於2023年12月31日的7.75倍降低至於2024年12月31日的1.86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2024年12月31日，本集團有70名全職僱員，大部份位於中國。截至2024年12月31日，我們的僱員中有超逾58.6%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2024年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2024年 千港元	2023年 千港元
收益	4	113,313	5,083,992
收益成本		<u>(112,264)</u>	<u>(4,624,419)</u>
毛利		1,049	459,573
其他收入		8,624	12,341
其他收益及虧損	6	(5,432)	9,033
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)	7	(106,053)	(123,775)
分銷及銷售開支		(913,583)	(936,705)
行政開支		(88,907)	(143,109)
研發開支		(3,169)	(70,014)
應佔聯營公司之業績		1,442	1,857
融資成本		<u>(1,222)</u>	<u>(2,303)</u>
除稅前虧損		(1,107,251)	(793,102)
所得稅開支	8	<u>(70)</u>	<u>(141)</u>
年內虧損		<u><u>(1,107,321)</u></u>	<u><u>(793,243)</u></u>
以下應佔年內(虧損)溢利：			
本公司擁有人		(1,068,481)	(784,166)
非控股權益		<u>(38,840)</u>	<u>(9,077)</u>
		<u><u>(1,107,321)</u></u>	<u><u>(793,243)</u></u>

綜合損益及其他全面收益表—續

截至2024年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2024年 千港元	2023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		(16,976)	(28,098)
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		(10,604)	(14,685)
與不會重新分類至損益的項目有關的所得稅		127	1,703
		<u>(27,453)</u>	<u>(41,080)</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>(24,915)</u>	<u>(10,169)</u>
年內其他全面開支(扣除所得稅)		<u>(52,368)</u>	<u>(51,249)</u>
年內全面開支總額		<u><u>(1,159,689)</u></u>	<u><u>(844,492)</u></u>
以下應佔年內全面開支總額：			
本公司擁有人		(1,119,518)	(835,656)
非控股權益		<u>(40,171)</u>	<u>(8,836)</u>
		<u><u>(1,159,689)</u></u>	<u><u>(844,492)</u></u>
每股基本虧損(港幣分)	9	<u><u>(45.05)</u></u>	<u><u>(33.10)</u></u>
每股攤薄虧損(港幣分)	9	<u><u>(45.05)</u></u>	<u><u>(33.10)</u></u>

綜合財務狀況表

於2024年12月31日

	附註	於12月31日	
		2024年 千港元	2023年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		26,079	58,226
使用權資產		16,534	36,875
無形資產		789	2,222
對聯營公司之權益	11	37,178	36,538
房租押金	12	2,163	5,192
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		9,832	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		2,264	12,993
融資租賃應收款項		—	1,396
		94,839	160,856
流動資產			
存貨		—	108,681
貿易及其他應收款項以及保證金	12	346,655	723,832
應收貸款		—	4,524
融資租賃應收款項		—	1,649
預付款項	13	108,384	499,320
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		—	1,991
受限制銀行結餘		41,951	41,951
銀行存款		17,525	—
現金及現金等價物		212,876	325,973
		727,391	1,707,921
流動負債			
貿易及其他應付款項	14	321,133	204,567
租賃負債		9,663	14,665
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融負債		58,800	—
應付所得稅		971	1,004
		390,567	220,236
流動資產淨值		336,824	1,487,685
資產總值減流動負債		431,663	1,648,541

綜合財務狀況表－續

於2024年12月31日

	附註	於12月31日	
		2024年 千港元	2023年 千港元
非流動負債			
租賃負債		12,503	26,694
非控股權益遠期合約產生之責任		—	45,632
遞延稅項負債		—	128
		<u>12,503</u>	<u>72,454</u>
資產淨值		<u>419,160</u>	<u>1,576,087</u>
資本及儲備			
股本	15	24	24
儲備		<u>502,621</u>	<u>1,599,318</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>502,645</u>	<u>1,599,342</u>
非控股權益		<u>(83,485)</u>	<u>(23,255)</u>
權益總額		<u>419,160</u>	<u>1,576,087</u>

綜合權益變動表

截至2024年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔											
	股本 千港元	庫存 股份 千港元	股份 溢價 千港元	其他儲備 千港元	以股份 為基礎的 付款儲備 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 (累計 虧損) 千港元	小計 千港元	非控股 權益 千港元	總計 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16)	-	-	-	-	3,338	-	-	-	-	3,338	2,960	6,298
本公司股份歸屬(附註16(a))	-	6,955	-	(3,205)	(3,750)	-	-	-	-	-	-	-
附屬公司股份歸屬(附註16(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	-	2,267,925	14,504	-	(1,689)	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	(23,255)	1,576,087

綜合權益變動表－續
截至2024年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔											非控股 權益 總計 千港元
	股本 千港元	庫存 股份 千港元	股份 溢價 千港元	其他儲備 千港元	以股份為 基礎的 付款儲備 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	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	24	-	2,267,925	14,504	-	(1,689)	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	(23,255)	1,576,087
年內虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	(1,068,481)	(1,068,481)	(38,840)	(1,107,321)
權益工具公平值變動	-	-	-	-	-	(10,477)	-	-	-	(10,477)	-	(10,477)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	(16,976)	-	(16,976)	-	(16,976)
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	(23,584)	-	(23,584)	(1,331)	(24,915)
年內其他全面開支	-	-	-	-	-	(10,477)	-	(40,560)	-	(51,037)	(1,331)	(52,368)
年內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	-	(10,477)	-	(40,560)	(1,068,481)	(1,119,518)	(40,171)	(1,159,689)
確認權益結算股份為基礎的付款開支 (附註16)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,762	2,762
附屬公司股份歸屬(附註16(b))	-	-	-	22,821	-	-	-	-	-	22,821	(22,821)	-
於2024年12月31日	24	-	2,267,925	37,325	-	(12,166)	183,106	(157,626)	(1,815,943)	502,645	(83,485)	419,160

綜合現金流量表

截至2024年12月31日止年度

	截至12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元
經營活動所用現金淨額	<u>(54,538)</u>	<u>(237,757)</u>
投資活動(所用)所得現金淨額	<u>(10,464)</u>	<u>41,034</u>
融資活動所用現金淨額	<u>(18,456)</u>	<u>(18,057)</u>
現金及現金等價物減少淨額	(83,458)	(214,780)
年初現金及現金等價物	325,973	533,944
匯率變動的影響	<u>(29,639)</u>	<u>6,809</u>
年末現金及現金等價物	<u><u>212,876</u></u>	<u><u>325,973</u></u>

綜合財務報表附註

截至2024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。

2. 綜合財務報表的擬備基準－續

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
- 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。

2. 綜合財務報表的擬備基準—續

持續經營

本集團截至2024年12月31日止年度的收益因業務模式變更而較去年本集團收益減少4,970,679,000港元至113,313,000港元，詳情載於附註4。此外，本集團於截至2024年12月31日止年度錄得淨虧損1,107,321,000港元及負經營現金流量54,538,000港元。考慮到通過海外短視頻平台進行流量推廣的補貼（「該補貼」）在截至2025年12月31日止年度不會超過100百萬港元，且該補貼完全由本集團酌情產生，董事認為本集團將有足夠的財務資源於自本報告日期起計未來十二個月內償還到期債務。因此，綜合財務報表乃按持續經營基準編製。

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2024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國際財務報告準則及修訂本：

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
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

本年度應用上述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新訂國際財務報告準則及修訂本

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及修訂本：

國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂本	金融工具分類及計量的修訂 ³
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂本	涉及依賴自然能源生產電力的合同 ³
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之間的資產出售或注資 ¹
國際財務報告準則的修訂本	國際財務報告準則年度改進—第11卷 ³
國際會計準則第21號的修訂本	缺乏可兌換性 ²
國際財務報告準則第18號	財務報表中的呈列及披露 ⁴

- 1 於待定日期或之後開始的年度期間生效。
- 2 於2025年1月1日或之後開始的年度期間生效。
- 3 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。
- 4 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除下文所述新訂國際財務報告準則外，董事預料應用所有其他新訂國際財務報告準則或其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。

3. 應用新訂國際財務報告準則及修訂本－續

已頒佈但尚未生效的新訂國際財務報告準則及修訂本－續

國際財務報告準則第18號財務報表之呈列及披露

國際財務報告準則第18號財務報表中的呈列及披露載列對財務報表中之呈列及披露要求，將取代國際會計準則第1號財務報表之呈列。本新訂國際財務報告準則，於延續國際會計準則第1號眾多要求同時，引入於損益表中呈列指定類別及定義小計的新要求；於財務報表附註中提供管理層定義的表現計量之披露，並改善財務報表中將予披露之合併及分類資料。此外，國際會計準則第1號之部份段落已移至國際會計準則第8號及國際財務報告準則第7號。對國際會計準則第7號現金流量表及國際會計準則第33號每股盈利亦作出細微修訂。

國際財務報告準則第18號及其他準則之修訂本將於2027年1月1日或之後開始之年度期間生效，並允許提早應用。應用新準則預期將會影響損益表之呈列以及未來財務報表之披露。本集團正在評估國際財務報告準則第18號對本集團綜合財務報表之詳細影響。

4. 收益

(i) 來自客戶合約的收益分類

	截至12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元
貨品或服務的種類		
提供效果類自媒體營銷服務		
互娛及數字產品營銷	56,926	186,565
電商產品營銷	20,882	306,660
	<u>77,808</u>	<u>493,225</u>
銷售電商商品	<u>32,798</u>	<u>4,587,896</u>
其他	<u>2,707</u>	<u>2,871</u>
	<u>113,313</u>	<u>5,083,992</u>
收益確認的時間		
時間點	<u>113,313</u>	<u>5,083,992</u>

4. 收益－續

(ii) 客戶合約的履約責任及收益確認政策

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。

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180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180日。

銷售電商商品

本集團從事銷售電商商品業務。本集團認為，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。

4. 收益－續

(ii) 客戶合約的履約責任及收益確認政策－續

銷售電商商品－續

於本年度，本集團暫停了傳統貿易模式下的存貨採購及電商產品銷售。相反，本集團採用輕資產經營模式，利用海外短視頻平台透過向海外電商客戶提供精準流量營銷服務，經營電商產品銷售業務。在新業務模式下，本集團作為代理商，旨在根據商品銷售總額及相應的固定佣金率賺取佣金費用。目前，本集團仍在測試新的業務模式，尚未向供應商及客戶收取佣金或服務費，因此本集團於本年度並無根據新業務模式錄得任何收入。

(iii) 分配至客戶合約餘下履約責任的交易價格

所提供的效果類自媒體營銷服務及電商商品銷售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。

5. 分部資料－續

分部收益及業績

以下為本集團按可呈報及經營分部的收益及業績分析：

截至2024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>77,808</u>	<u>32,798</u>	<u>2,707</u>	<u>113,313</u>
分部虧損	<u>(159,196)</u>	<u>(939,868)</u>	<u>(28,114)</u>	<u>(1,127,178)</u>
應佔聯營公司業績				1,442
未分配公司利得				<u>18,415</u>
年內虧損				<u>(1,107,321)</u>

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>	<u>(777,117)</u>
應佔聯營公司業績				1,857
未分配公司開支				<u>(17,983)</u>
年內虧損				<u>(793,243)</u>

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。

5. 分部資料－續

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	
	2024年 千港元	2023年 千港元
就以下各項確認的減值虧損：		
－物業、廠房及設備	(14,020)	—
－使用權資產	(4,088)	—
出售物業、廠房及設備的(虧損)收益	(5)	1,492
出售使用權資產的(虧損)收益	(92)	46
外匯收益淨額	30,140	10,523
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	1,716	904
非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損	(3,431)	(3,592)
衍生工具公平值變動損失	(18,664)	—
其他	3,012	(340)
	<u>(5,432)</u>	<u>9,033</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	
	2024年 千港元	2023年 千港元
就下列項目確認減值虧損淨額：		
貿易應收款項	70,139	97,176
其他應收款項	31,575	13,438
應收貸款	4,339	13,161
	<u>106,053</u>	<u>123,775</u>

8. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元
即期企業所得稅	<u>70</u>	<u>141</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	
	2024年 千港元	2023年 千港元
本公司擁有人應佔年內虧損	<u>1,068,481</u>	<u>784,166</u>

股份數目：

	截至12月31日止年度	
	2024年 千股	2023年 千股
用於計算每股基本虧損的普通股加權平均數	<u>2,371,927</u>	<u>2,369,427</u>

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16(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16(b)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2024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(2023年：無)。

11. 於聯營公司的權益

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 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	3,815	2,373
匯兌調整	<u>(4,080)</u>	<u>(3,278)</u>
	<u>37,178</u>	<u>36,538</u>

12. 貿易及其他應收款項以及保證金

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 千港元
貿易應收款項	118,242	368,272
減：信貸虧損撥備	(57,954)	(145,280)
	<u>60,288</u>	<u>222,992</u>
擴展海外電商市場的保證金(附註)	215,000	440,000
作為代理代表第三方應收款項	79,573	49,991
應收來自投資於影視劇的收入	16,436	16,795
已付供應商保證金	2,289	2,339
租金及其他保證金	6,100	6,268
其他應收款項	25,890	16,842
減：信貸虧損撥備	(56,758)	(26,203)
	<u>288,530</u>	<u>506,032</u>
貿易及其他應收款項以及保證金總額	<u><u>348,818</u></u>	<u><u>729,024</u></u>
分析為		
非即期	2,163	5,192
即期	<u>346,655</u>	<u>723,832</u>
	<u><u>348,818</u></u>	<u><u>729,024</u></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。於2023年5月到期的該等協議已重續，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港元的協議已續約延長12個月，至2025年5月到期。

截至2024年12月31日止年度，本集團決定不在若干國家經營業務，並將上述金額為225,000,000港元(2023年：514,000,000港元)的保證金退還給本集團或由貿易應付款項抵銷，其中包括220,000,000港元(2023年：250,000,000港元)已根據本集團與流量供應商簽署的債務清償協議由貿易應付款項抵銷。

12. 貿易及其他應收款項以及保證金－續

於2023年1月1日，來自客戶合約的貿易應收款項的賬面總值為323,693,000港元。

本集團一般向客戶提供180日(2023年：30日至180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	
	2024年 千港元	2023年 千港元
3個月內	—	108,023
3至6個月	—	52,600
7至12個月	8,134	62,369
1至2年	52,154	—
	<u>60,288</u>	<u>222,992</u>

於2024年12月31日，已於該日逾期的賬面總額為60,288,000港元(2023年：67,656,000港元)的應收賬款已計入本集團貿易應收款項結餘。於2024年12月31日，在逾期結餘中，60,288,000港元(2023年：52,464,000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。

於2024年12月31日，貿易應收款項結餘為93,327,000港元(2023年：83,667,000港元)的債務人並未出現信貸減值，已作個別評估，其相應的減值撥備33,039,000港元(2023年：3,238,000港元)。此外，於2024年12月31日，貿易應收款項結餘為24,915,000港元(2023年：182,076,000港元)的債務人已出現信貸減值，已作個別評估，並確認減值撥備24,915,000港元(2023年：136,181,000港元)。

於2024年12月31日，本集團根據撥備矩陣對貿易應收款項(2023年：102,529,000港元)未作出任何減值撥備(2023年：5,861,000港元)。

13. 預付款項

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 千港元
用於購買流量的預付款項(附註a)	104,118	492,911
用於諮詢服務的預付款項	1,130	5,064
其他預付款項	3,136	1,345
	<u>108,384</u>	<u>499,320</u>

13. 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12月31日止年度	
	2024年 千港元	2023年 千港元
年初	492,911	684,893
新增預付款項	204,918	355,710
已動用	(127,653)	(386,430)
清償(附註b)	(461,096)	(150,000)
匯兌調整	(4,962)	(11,262)
	<u>104,118</u>	<u>492,911</u>
年末	<u>104,118</u>	<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保證金(見附註12)及購買流量的預付款項。於2024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39%(2023年：50%)。年內百分比詳情如下：

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 千港元
最大供應商墊款：		
— 擴展海外電商市場的保證金(附註12)	215,000	440,000
— 用於購買流量的預付款項	<u>104,118</u>	<u>492,911</u>
	<u>319,118</u>	<u>932,911</u>
資產總值	<u>822,230</u>	<u>1,868,777</u>
最大供應商墊款佔資產總值的百分比	<u>39%</u>	<u>50%</u>

13. 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數份債務清償協議，據此，本集團將應付流量供應商的款項461,096,000港元(2023年：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，本集團與本集團的流量供應商訂立了兩份債務清償協議，據此，對流量供應商的墊款104,118,000港元被抵銷與本集團對流量供應商的相同金額的預付款項。

14. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 千港元
貿易應付款項	297,448	173,026
應付僱員薪酬	10,884	11,345
其他應付稅項	894	1,703
應計上市開支／股份發行成本	4,319	4,414
無形資產應付款項	1,944	1,986
其他應付款項及應計費用	5,644	12,093
	<u>321,133</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賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2024年 千港元	2023年 千港元
3個月內	286,985	122,587
3至6個月	—	48,263
1年以上	10,463	2,176
	<u>297,448</u>	<u>173,026</u>

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

15. 股本

	股份數目		股本	
	2024年 千股	2023年 千股	2024年 港元	2023年 港元
每股面值0.00001港元的普通股 法定 於年初及年末	<u>5,000,000</u>	<u>5,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>50,000</u>
已發行及繳足 於年初及年末	<u>2,371,927</u>	<u>2,371,927</u>	<u>23,720</u>	<u>23,720</u>
			於12月31日	
			2024年 千港元	2023年 千港元
呈列為			<u>24</u>	<u>24</u>

16. 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2024年12月31日止年度，受託人並未購買任何股份，亦未授出任何股份（2023年：無）。截至2024年12月31日止年度，並無股份歸屬（2023年：2,500,000股）。

16. 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>

截至2024年12月31日止年度，本集團並未就該等獎勵股份確認任何以股份為基礎的付款開支（2023年：3,338,000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。

於上述日期，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。

16. 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2024年 1月1日 尚未行使	年內 授出	年內 歸屬	年內 沒收	於2024年 12月31日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	800	-	(200)	-	600
	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	-	1,000	(200)	-	800

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2,762,000港元(2023年：2,960,000港元)。

其他資料及企業管治摘要

合約安排

截至2024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2024年11月1日生效的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024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。根據招股章程及日期為2020年9月20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 (%)	2024年	
			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日止已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		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)

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)	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)
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	—
(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	—
用作營運資金及一般企業用途：	149.88	10.00%	1.80	1.61
總計	1,498.83	100.00%	325.31	1.61

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)		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 淨額)		截至 2024年 3月29日 至2024年 12月31日止 已動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額)		2024年 12月31日止 未動用 第二次重新 分配後上市 所得款項 淨額)		預期時間表	
	重新分配後 佔更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	第一次 重新分配後 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 淨額)	第一次 重新分配後 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 淨額)	第一次 重新分配後 尚未動用 第一次重新 分配後上市 所得款項 淨額)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 淨額)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 淨額)	第二次 重新分配後 未動用上市 所得款項 淨額)	第二次 重新分配後 未動用上市 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：										
(1) 將用於投資開發自有用戶流量；	33.61%	511.11	-	-	+30.00	541.11	30.00	29.64	0.36	未來半年
(2) 將用作擴展我們的團隊；	4.04%	61.45	26.09	26.09	-10.00	51.45	16.09	-	16.09	未來半年
(3) 將用作進一步開發我們的短視頻技術基礎設施；	2.46%	37.47	7.07	7.07	-	37.47	7.07	-	7.07	未來半年
(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	17.45%	265.29	32.16	32.16	-20.00	245.29	12.16	-	12.16	未來半年
(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。	1.58%	23.98	1.46	1.46	-	23.98	1.46	-	1.46	未來半年

	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 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 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29日 至2024年 12月31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 12月31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
招股章程中所述 所得款項淨額擬定用途	61.45	4.04%	61.27	61.27	0.14	6.13	未來半年
	40.90	2.69%	-	-	-	60.00	未來半年
	33.40	2.20%	-	-	-	30.00	未來半年
	18.97	1.25%	-	-	6.89	13.11	未來半年
用作開發我們的文化業務 所得款項淨額	60.00	3.94%	60.00	-	10.13	49.87	未來半年
用作營運資金及 一般企業用途	149.88	9.85%	0.19	-	-	0.19	未來半年
總計	1,520.67	100.00%	323.70	-	59.90	263.80	

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；
- (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；
- (3) 將用於開發技術平台的海外版本；及
- (4) 將用於拓展海外電商業務

用作開發我們的文化業務 所得款項淨額

用作營運資金及 一般企業用途

總計

截至2024年12月31日，第二次重新分配後餘下未動用上市所得款項約263.80百萬港元。除上述首次及第二次重新分配外，上市所得款項淨額已根據本公司先前披露的擬定用途使用。

於本公告日期，除上述所披露者外，董事並不知悉上市所得款項淨額的擬定用途有任何重大變動或延遲。

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（或出售庫存股份^(附註)（如有））。於2024年12月31日，本公司並無持有任何庫存股份^(附註)。

附註：依據上市規則定義。

末期股息

董事會不建議派付截至2024年12月31日止年度的末期股息（2023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2024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（「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12月31日止期間遵守標準守則。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。

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（審核委員會主席）、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2024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2024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2024年12月31日止年度綜合財務狀況表、綜合損益表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2025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。

審核意見

綜合財務報表已經本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行審核。獨立核數師已就本集團截至2024年12月31日止年度的綜合財務報表於核數師報告內的「與持續經營相關的重大不確定性」一節發表無保留意見。以下「獨立核數師報告摘錄」一節載列獨立核數師報告的摘錄。

獨立核數師報告摘錄

與持續經營相關的重大不確定性

本所謹請注意綜合財務報表附註2，其指出截至2024年12月31日止年度，貴集團的收益較貴集團去年收益減少4,970,679,000港元至113,313,000港元，原因是綜合財務報表附註4所述的業務模式變更所致。此外，截至2024年12月31日止年度，貴集團產生淨虧損1,107,321,000港元及負經營現金流量54,538,000港元。

貴集團能否持續經營在很大程度上依賴於用於通過海外短視頻平台進行流量推廣的補助（「該補助」）的支出金額。考慮到截至2025年12月31日止年度，該補助不會超過100百萬港元，且該補助的產生與否完全由貴集團決定，貴公司董事認為貴集團將擁有足夠的財務資源以應付其於本報告日期起計未來十二個月到期的負債。因此，綜合財務報表乃按持續經營基準編製。然而，該等條件表明存在重大不確定因素，可能對貴集團的持續經營能力造成重大懷疑。本所在此方面並無保留意見。

報告期後事項

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2024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2024年12月31日止年度年報將適時寄發予本公司股東（如有此要求），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)(2024年版)》，其於2024年11月1日生效
「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2024年1月1日至2024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」、「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
2025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。