

概 要

本概要旨在向閣下概述本文件所載資料。由於本概要屬概述性質，故並未載有所有可能對閣下屬重要的資料。此外，任何[編纂]均涉及風險。[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下於決定[編纂]前，應仔細閱讀整份文件。

概覽

我們是領先及快速增長的綜合服務平台，為跨境電商企業提供數字營銷及運營支援服務。我們為企業客戶開發數字解決方案，賦能通過跨境電商向海外消費者銷售中國製造的商品。根據灼識諮詢的資料，以2024年的收入計算，我們為中國第五大跨境電商服務供應商。我們的數字解決方案讓企業客戶能夠通過包括但不限於Google、TikTok、Meta及Amazon等國際領先的數字媒體平台觸達目標海外消費者。

我們於2015年加入Google合作夥伴計劃，自此與Google建立緊密的合作關係，其後更成為其菁英合作夥伴。菁英合作夥伴是特定國家Google合作夥伴計劃中位列前3%的公司。Google合作夥伴計劃盛行於逾60個國家，是一項全球業務舉措，旨在與如我們這樣的全球Google合作夥伴一同推廣Google線上廣告業務。於2017年，我們獲Google委任為中國Google AdWords經銷商計劃的合作夥伴。我們隨後於福建省福州市設立谷歌出海體驗中心。我們運用與Google的合作夥伴關係，成功實現業務模式的轉型升級，由傳統的跨境貿易中介機構轉型為數字廣告代理，並進一步成為跨境電商服務提供商。

我們長期投身跨境電商數字營銷，使我們從同業中脫穎而出。於2023年，我們獲邀參與於深圳舉行的Google出海峰會，印證我們作為中國領先的跨境電商數字營銷公司的地位。Google向我們頒發多個獎項，以表彰我們的數字廣告能力。例如，於2024年，我們榮獲Google頒發的「2024谷歌卓越突破獎」、「2024年全國銷售MVP獎」及「優秀合作夥伴搜索革新推動獎」。除Google外，於往績記錄期間，我們亦與TikTok for Business展開廣泛合作。於2024年，我們成為TikTok for Business的官方廣告代理商。於2025年，TikTok for Business認證我們為美區跨境POP 2024年優秀合作夥伴。於2025年，我們成為Amazon的官方廣告代理。於往績記錄期間，我們已成功協助逾1,700名直接客戶，將其品牌、服務或商品推廣至歐洲、美洲、亞洲及大洋洲逾20個國家。

概 要

我們的業務

下表載列我們業務模式及變現方法的概要。

我們的服務	業務模式	客戶	定價及收入確認
海外營銷服務	<p>我們協助跨境電商行業的賣家通過國際數字媒體平台投放廣告。我們的服務範圍主要包括(i)媒體資源採購；(ii)內容創作服務；(iii)運營優化服務；(iv)網站建設、維護及審計；及(v)培訓與諮詢服務。客戶可根據彼等的業務需要，通過結合媒體資源採購及其他服務以取得綜合數字營銷解決方案，在我們的服務範圍內定製服務。</p> <p>我們與客戶訂立廣告服務協議，年期通常介乎三個月至一年。我們通過就合約期內提供服務向企業客戶收取媒體成本及服務費產生收入。</p>	<p>直接客戶：跨境電商企業賣家</p> <p>渠道客戶：代表其有營銷需要的客戶，並與我們訂立業務關係的廣告代理</p>	<p>我們根據多項因素制定服務價格，主要包括媒體資源採購成本、其他營運成本與支出，以及固定服務費及按媒體資源採購成本百分比計算的附加服務費。</p> <p>我們於向客戶提供廣告服務的期間確認來自客戶的收入。</p>
	<p>我們為客戶提供媒體資源採購作為獨立服務。我們透過收取服務費來獲取收入。</p>	<p>接客戶：跨境電商企業賣家</p>	<p>我們按媒體資源總採購金額的百分比收取服務費。</p> <p>當我們自供應商處取得媒體資源時確認收入(以淨額基準)。</p>
數字展覽服務	<p>於該業務線下，我們自2021年起每年主要與蒼源國際展覽於福州共同承辦中國跨境電商交易會。中國跨境電商交易會由商務部主辦，是跨境電商行業規模最大、最具影響力的國家級展覽會。我們與蒼源國際展覽分開銷售展位，並在展覽期間向參展商租賃展位。我們亦於展覽期間舉辦多個論壇。</p> <p>我們會與蒼源國際展覽訂立框架服務協議。我們與蒼源國際展覽根據各自的貢獻分享自中國跨交會產生的淨溢利，因而產生收入。</p>	<p>跨境電商企業賣家、金融機構、大學、數字媒體平台、電商平台、廠商及其他跨境電商服務供應商</p>	<p>我們根據我們的貢獻(包括員工成本及銷售展位)，分享某個百分點的中國跨交會產生的淨溢利。</p> <p>我們於中國跨交會期間結束時確認數字展覽服務的收入。</p>

概 要

我們的服務	業務模式	客戶	定價及收入確認
海外電商運營	<p>我們運用行業專業知識與營銷經驗，篩選具市場潛力的商品及製造商(即品牌合作夥伴)進行合作。隨後我們向品牌合作夥伴訂購及採購商品，並運用我們自身的能力，直接通過國際數字媒體平台向海外個人消費者銷售商品。在此模式下，品牌合作夥伴負責將商品運送至我們指定的海外倉庫，而我們則負責協助品牌合作夥伴處理銷售及營銷、交付以及售後服務。</p> <p>於往績記錄期間，我們的海外電商運營涵蓋四個海外市場，包括美國、馬來西亞、泰國及越南。商品在運抵我們指定的海外倉庫後，其法定所有權即轉讓予我們。我們獨家以品牌合作夥伴的名義履行職責及開展運營(包括獨家使用其知識產權)。</p> <p>我們與品牌合作夥伴訂立運營服務協議，年期通常為三年。品牌合作夥伴是我們的供應商，而海外個人消費者則是我們的客戶。我們自海外個人消費者通過國際數字媒體平台向我們購買商品所支付款項產生收入。</p>	海外個人消費者	<p>我們根據多項因素釐定商品價格，主要包括商品採購成本、採購媒體資源的營銷開支，以及倉儲及運輸開支。</p> <p>當消費者確認收到貨品時，我們確認海外電商運營收入。</p>

詳情請參閱「業務—我們的業務模式」。

市場機遇

根據灼識諮詢的資料，數十年來，傳統國際貿易一直主導中國商品的海外銷售。中國廠商過去以具全球競爭力的成本生產OEM商品並批發銷售予海外買家，而與終端消費者沒有任何接觸。海外買家隨後通過其銷售渠道轉售商品至海外市場，或直接向終端消費者銷售。在傳統國際貿易模式下，海外買家保留了產業價值鏈中的大部分利潤，而中國廠商所獲利潤明顯較少。然而，近年中國廠商／賣家已逐步建立自身針對海外個人消費者的品牌及銷售渠道，此種情況於跨境電商模式下尤為明顯。跨境電商是一種中國廠商／賣家通過國際數字媒體平台或電商平台，直接線上向海外終端消費者銷售商品，並將貨品寄送至個人消費者的業務種類。中國廠商／賣家與個人消費者直接聯繫，促進中國跨境電商的發展。中國廠商／賣家及海外終端消費者均可從中獲

概 要

益，原因為就供應側而言，商品按零售價而非批發價出售，而就需求側而言，終端消費者毋須為海外買家提供的中介服務支付費用。

2020年是公認的中國跨境電商業務轉捩點，該領域在多種因素的推動下迅猛增長，包括：(i)中國全面的工業供應鏈及先進的製造能力；(ii)全球對中國品牌及中國製造商品的認可度不斷提高；及(iii)國際物流基礎設施改善及成本效益提高。作為一種直接面向消費者的模式，跨境電商業務顯著加強了中國製造商品與全球消費者需求之間的聯繫。根據灼識諮詢的資料，中國跨境電商行業的市場規模由2020年的2,280億美元增長至2024年的4,617億美元，2020年至2024年的複合年增長率為19.3%。預計其市場規模將由2024年的4,617億美元增長至2029年的9,336億美元，2024年至2029年的複合年增長率估計為15.1%。

跨境電商行業的迅速發展帶來企業對專業營銷、運營及支援服務的需求。因此，跨境電商營銷服務行業(我們的業務主要屬於這個行業) — 隸屬於跨境電商行業 — 亦隨著中國跨境電商營銷業務的發展而迅速增長。中國跨境電商服務行業的市場規模由2020年的64億美元增長至2024年的143億美元，2020年至2024年的複合年增長率為22.1%。預計其市場規模將由2024年的143億美元增長至2029年的305億美元，2024年至2029年的複合年增長率估計為16.4%。

根據灼識諮詢的資料，中國跨境電商業務在國際貿易市場的份額將繼續擴大。這是因為跨境電商的蓬勃發展，有望為中國品牌在全球市場贏得更多定價權，並有可能進一步提升中國在國際分工中的話語權。中國政府政策和行業舉措亦大力扶持和高度重視跨境電商的未來發展。因此，跨境電商業務的增長有望為我們的行業帶來更多市場機遇，對我們的未來業務前景有利。請參閱「行業概覽」。

競爭

中國的跨境電商行業及跨境電商服務行業具有相對較高的進入門檻，例如全鏈條整合能力、數字技術基礎設施、本地化專業知識及運營技能。我們在客戶群、服務能力、技術、優化與數據分析能力、專業人才、品牌聲譽與知名度等方面，與其他跨境電商服務提供商展開競爭。此外，中國的展覽行業已處於相對成熟的發展階段。中國跨交會亦與全國其他專注於跨境電商的展覽活動展開競爭。

我們能否成功競爭取決於多項因素，包括我們服務的功能與品質、獲取並留住客戶群的能力、可擴展且先進的技術基礎設施、價格競爭力、品牌知名度與聲譽。我們預期所處行業的競爭將日益激烈。有關我們經營所在行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。

客戶及供應商

我們的客戶主要包括來自不同行業的直接客戶及渠道客戶(即其他廣告代理)。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，於該等年度來自我們五

概 要

大客戶的收入分別佔我們總收入的62.2%、66.8%、43.8%及37.2%，而於該等年度來自我們最大客戶的收入單獨分別佔我們總收入的45.9%、23.7%、12.1%及10.5%。自2023年起，我們通過接觸更多直接客戶，並增加來自直接客戶的收入，以策略性優化客戶結構。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們的供應商主要包括向我們提供媒體資源的直接供應商(國際數字媒體平台)及渠道供應商(其他廣告代理)。2022年、2023年、2024年各年及截至2025年6月30日止六個月，我們五大供應商應佔的銷售成本分別佔我們相關年度及期間總銷售成本的95.3%、99.1%、88.4%及96.5%。我們同年及同期的最大供應商應佔的總銷售成本分別為84.4%、88.7%、66.6%及71.1%。我們從五大供應商採購大部分媒體資源，主因為少數國際數字媒體平台在全球數字廣告市場佔主導地位。根據灼識諮詢的資料，於往績記錄期間我們自五大供應商的採購額佔總銷售成本百分比與行業慣例一致。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們在提供海外廣告服務時，媒體資源採購倚賴數目有限的供應商」。

我們的競爭優勢

下列主要競爭優勢有助我們取得成功，更使我們獨樹一幟：

- 中國領先及飛速發展的跨境電商營銷服務提供商；
- 整合線上／線下營銷解決方案以驅動協同業務增長；
- 與Google及TikTok for Business深度合作；
- 多元化且忠誠的客戶群體；
- 不斷深耕技術，以高度可擴展且可靠的資訊科技基礎設施優化營運效率；及
- 經驗豐富、適應力強並具國際視野及創新能力的管理團隊。

詳情請參閱「業務—我們的競爭優勢」。

我們的策略

我們將繼續採取以下戰略，以進一步拓展我們的業務：

- 擴大全球業務佈局並深入海外市場；
- 擴大海外電商運營的規模及範圍；
- 探索戰略投資、收購及合作夥伴機會，以與我們的業務產生協同效應；及
- 持續加強我們的技術能力。

詳情請參閱「業務—我們的策略」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，該等風險載於「風險因素」。在進行[編纂]之前，閣下應該仔細考慮該等風險。我們面對的若干主要風險載列如下：

- 我們在提供海外廣告服務時，媒體資源採購倚賴數目有限的供應商；
- 如果中國跨境電商行業不增長或增長速度低於我們的預期，我們的服務組合需求可能會受到不利影響；
- 倘我們未能維持和擴大我們的客戶群或吸引新客戶，經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響；
- 中國與美國或我們的終端消費者所在的其他國家之間國際貿易政策的變化可能對我們的業務造成不利影響；
- 我們與國際數字媒體平台的關係中斷及安排的不利變動可能會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響；
- 我們經營活動產生負現金流量，或會面臨流動資金風險，此舉可能影響我們營運的靈活性及營運資金是否充足，對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；及
- 於往績記錄期間，我們錄得流動負債淨額及負債淨額。

主要財務資料概要

下文選定綜合財務數據乃摘錄自本文件附錄一會計師報告內所載的歷史財務資料(包括隨附附註)以及「財務資料」所載資料，兩者應一併閱讀。

選定綜合損益表項目

下表載列我們於所示年度及期間的綜合損益表的選定項目。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	千美元	%	千美元	%	千美元	%	千美元	%	千美元	%
收入	65,170	100.0	70,851	100.0	71,132	100.0	30,715	100.0	55,779	100.0
銷售成本.....	(59,988)	(92.0)	(67,920)	(95.9)	(68,013)	(95.6)	(29,346)	(95.5)	(53,098)	(95.2)
毛利	5,182	8.0	2,931	4.1	3,119	4.4	1,369	4.5	2,681	4.8
其他淨(虧損)/ 收入	(100)	(0.2)	34	0.1	260	0.4	137	0.4	170	0.3

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	千美元	%	千美元	%	千美元	%	千美元	%	千美元	%
	(未經審核)									
營銷開支.....	(946)	(1.4)	(1,193)	(1.6)	(1,317)	(1.9)	(584)	(1.9)	(2,976)	(5.4)
行政開支.....	(848)	(1.3)	(17,446)	(24.6)	(1,346)	(1.9)	(556)	(1.8)	(18,860)	(33.8)
研發成本.....	(576)	(0.9)	(477)	(0.7)	(354)	(0.5)	(161)	(0.5)	(224)	(0.4)
貿易及其他應收款 項的預期信貸 虧損.....	(438)	(0.7)	(36)	(0.1)	(299)	(0.4)	(108)	(0.4)	(641)	(1.1)
經營溢利/ (虧損).....	<u>2,274</u>	<u>3.5</u>	<u>(16,187)</u>	<u>(22.8)</u>	<u>63</u>	<u>0.1</u>	<u>97</u>	<u>0.3</u>	<u>(19,850)</u>	<u>(35.6)</u>
融資成本.....	(6)	0.0	(24)	(0.1)	(46)	(0.1)	(24)	(0.1)	(20)	0.0
除稅前溢利/ (虧損).....	<u>2,268</u>	<u>3.5</u>	<u>(16,211)</u>	<u>(22.9)</u>	<u>17</u>	<u>0.0</u>	<u>73</u>	<u>0.2</u>	<u>(19,870)</u>	<u>(35.6)</u>
所得稅.....	(627)	(1.0)	(202)	(0.3)	(180)	(0.2)	(95)	(0.3)	20	0.0
年/期內溢利/ (虧損).....	<u><u>1,641</u></u>	<u><u>2.5</u></u>	<u><u>(16,413)</u></u>	<u><u>(23.2)</u></u>	<u><u>(163)</u></u>	<u><u>(0.2)</u></u>	<u><u>(22)</u></u>	<u><u>(0.1)</u></u>	<u><u>(19,850)</u></u>	<u><u>(35.6)</u></u>
歸屬於：.....										
本公司權益股東	1,548	2.4	(16,414)	(23.2)	(59)	(0.1)	(15)	(0.1)	(13,528)	(24.3)
非控股權益.....	93	0.1	1	0.0	(104)	(0.1)	(7)	0.0	(6,322)	(11.3)
年/期內溢利/ (虧損).....	<u><u>1,641</u></u>	<u><u>2.5</u></u>	<u><u>(16,413)</u></u>	<u><u>(23.2)</u></u>	<u><u>(163)</u></u>	<u><u>(0.2)</u></u>	<u><u>(22)</u></u>	<u><u>(0.1)</u></u>	<u><u>(19,850)</u></u>	<u><u>(35.6)</u></u>

於往績記錄期間，我們的收入穩定增長，乃由於我們擴大業務運營。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別錄得年/期內虧損16.4百萬美元、0.2百萬美元、22千美元及19.9百萬美元，主要由於以權益結算以股份為基礎的付款的影響及我們的經營業績。詳情請參閱「財務資料—綜合損益表」。

非國際財務報告準則計量

為補充我們的綜合損益表，我們還採用經調整溢利/(虧損)淨額(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。該計量並非國際財務報告準則的要求，或按照國際財務報告準則所呈

概 要

列，以評估我們的經營表現。我們將「經調整溢利／（虧損）淨額（非國際財務報告準則計量）」定義為年／期內溢利／（虧損），並加回以權益結算以股份為基礎的付款開支及[編纂]開支。以權益結算以股份為基礎的付款開支屬非現金性質。[編纂]開支與[編纂]有關。

經調整溢利／（虧損）淨額（非國際財務報告準則計量）通過與其幫助我們管理層的相同方式，為[編纂]在了解及評估我們的綜合經營業績時提供有用資料。然而，我們呈列的經調整溢利／（虧損）淨額（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列的類似名稱計量相比。使用經調整溢利／（虧損）淨額（非國際財務報告準則計量）作為分析工具存在局限性，故閣下不應將其獨立於我們根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況進行考慮，也不應將其視為可替代有關我們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。下表載列我們於往績記錄期間的經調整溢利／（虧損）淨額（非國際財務報告準則計量）與（虧損）／溢利淨額的對賬。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年 千美元	2023年 千美元	2024年 千美元	2024年 千美元 (未經審核)	2025年 千美元
年／期內溢利／（虧損）.....	1,641	(16,413)	(163)	(22)	(19,850)
經以下各項調整：.....					
以權益結算以股份為基礎 的付款.....	—	16,472	76	—	19,460
[編纂]開支.....	—	—	—	—	368
經調整溢利／（虧損）淨額 （非國際財務報告 準則計量）.....	<u>1,641</u>	<u>59</u>	<u>(87)</u>	<u>(22)</u>	<u>(22)</u>

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表。

	截至12月31日			截至2025年
	2022年 千美元	2023年 千美元	2024年 千美元	6月30日 千美元
流動資產總值.....	14,120	17,150	17,383	25,451
流動負債總額.....	<u>17,453</u>	<u>19,290</u>	<u>19,548</u>	<u>28,095</u>
流動負債淨額.....	<u>(3,333)</u>	<u>(2,140)</u>	<u>(2,165)</u>	<u>(2,644)</u>
非流動資產總值.....	535	2,154	1,780	1,834
非流動負債總額.....	<u>105</u>	<u>1,406</u>	<u>1,063</u>	<u>1,037</u>
負債淨額.....	<u>(2,903)</u>	<u>(1,392)</u>	<u>(1,448)</u>	<u>(1,847)</u>

概 要

於往績記錄期間，我們錄得流動負債淨額狀況及負債淨額狀況，主要由於2022年前的累計虧損。

選定綜合現金流量表

下表載列我們於所示年度及期間的現金流量。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元
經營活動(所用)／所得現金淨額.....	(1,936)	2,747	2,735	(1,001)	3,856
投資活動所用現金淨額.....	(49)	(142)	(6)	(7)	—
融資活動所得／(所用)現金淨額.....	677	1,226	(350)	(176)	3,365
現金及現金等價物(減少)／增加淨額.....	(1,308)	3,831	2,379	(1,184)	7,221
年／期初現金及現金等價物	3,799	2,506	6,327	6,327	8,664
匯兌變動影響.....	15	(10)	(42)	30	(48)
年／期末現金及現金等價物..	2,506	6,327	8,664	5,173	15,837

截至2022年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，我們錄得經營活動現金流出淨額，主要由於我們授予若干客戶相對較長的信貸期。請參閱「風險因素—我們經營活動產生負現金流量，或會面臨流動資金風險，此舉可能影響我們營運的靈活性及營運資金是否充足，對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

主要財務比率

下表載列於所示日期以及年度／期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日／截至該日止年度			截至2025年
	2022年	2023年	2024年	6月30日／截至該日止六個月
毛利率.....	8.0%	4.1%	4.4%	4.8%
收入增長率.....	不適用	8.7%	0.4%	81.6%
流動比率 ⁽¹⁾	0.81	0.89	0.89	0.91
負債權益比率 ⁽²⁾	119.8%	107.2%	107.6%	106.8%

附註：

- (1) 流動比率是按流動資產除以截至同日的流動負債計算。
- (2) 負債權益比率是按負債總額除以截至同日的資產總值，再乘以100%計算。

概 要

盈利路徑

於往績記錄期間，我們實現穩定的收入增長。我們的總收入由截至2022年12月31日止年度的65.2百萬美元增加至截至2023年12月31日止年度的70.9百萬美元，並進一步增加至截至2024年12月31日止年度的71.1百萬美元。我們的總收入由截至2024年6月30日止六個月的30.7百萬美元大幅增長至截至2025年6月30日止六個月的55.8百萬美元。儘管我們已採取多項措施優化收入結構及提高毛利率，我們於截至2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月仍錄得經調整虧損淨額(非國際財務報告準則計量)分別約為87千美元、22千美元及22千美元。然而，我們的經調整虧損淨額(非國際財務報告準則計量)無論絕對值抑或佔毛利的百分比均相對較小。我們的經調整虧損淨額比率(非國際財務報告準則計量)亦不斷收窄，反映營運效率及成本結構有所改善。

展望未來，我們預期將通過以下途徑實現可持續增長及盈利：

- 擴大業務營運及增加我們的收入；
- 優化收入結構及提高毛利率；及
- 控制及管理經營開支。

請參閱「業務－盈利路徑」。

控股股東

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，我們的控股股東(即阮先生及RUANQi Holding)將持有本公司已發行股本總額的約[編纂]%，故根據上市規則，彼等將仍為本公司的控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

持續關連交易

我們已與關連人士訂立多項交易，該等交易預期將於[編纂]後繼續，並將於[編纂]後構成上市規則第14A章項下的不獲豁免持續關連交易。有關詳情，請參閱「持續關連交易」及「豁免嚴格遵守上市規則」。

[編纂]投資

自我們成立以來，截至最後實際可行日期，我們完成自[編纂]投資者的兩輪融資。請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]投資」。

概 要

於香港聯交所[編纂]的申請

我們已向香港聯交所申請已發行股份及將根據[編纂]發行的股份(包括因行使[編纂]而可能發行的任何股份)[編纂]及買賣，條件為我們於參考：(i)我們於[編纂]時的預期[編纂]，根據指示性[編纂]，預期會超過40.0億港元；及(ii)我們截至2024年12月31日止年度的收入為71.1百萬美元(相當於約553.2百萬港元)，即超過500.0百萬港元，我們滿足上市規則第8.05(3)條下的市值／收入測試。

[編纂]統計數據

	基於[編纂] [編纂]港元	基於[編纂] [編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]億港元	[編纂]億港元
每股股份未經審核[編纂]經調整有形資產 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值計算乃基於[編纂]完成後即時發行的[編纂]股股份的假設，且未計入根據[編纂]獲行使可能發行的任何股份。
- (2) 歸屬於本公司權益股東的每股未經審核[編纂]經調整合併有形資產淨值乃按「附錄二A－未經審核[編纂]財務資料」所載作出調整計算得出。

股息

目前，我們並無正式的股息政策，亦無固定或預定的股息分派比率。於釐定或建議於任何財政年度／期間宣派及派付任何股息的頻率、金額及形式時，董事會將考慮各項因素，包括但不限於本集團的實際與預期經營業績及財務表現、當前及未來營運資金及現金狀況、本集團的未來業務和盈利及資本需求、我們的業務策略、發展、營運及前景、經濟展望、現金流量及財務狀況、一般業務狀況及業務策略，以及董事會認為適當的其他因素。概不保證股息將按任何董事會計劃所載金額宣派及派付，或根本不會宣派及派付股息。由於我們是根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，任何未來股息的派付及金額將受開曼群島法律的若干限制所規限，即本公司僅可從利潤及／或股份溢價賬中派付股息，但在任何情況下，如從股份溢價中派付股息會導致本公司在日常業務過程中無法支付到期債務，則不得從股份溢價中派付股息。

於往績記錄期間，我們並無派付或宣派任何股息。我們的未來股息宣派未必反映我們過往的股息宣派。

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即[編纂]範圍每股股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計開支後，我們估計我們將會從[編纂]收取[編纂]約[編纂]百萬港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂]按下列金額作下列用途：

- [編纂]約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)，預期用於擴大我們的全球業務覆蓋，重點放在海外市場的定制營銷服務本地化；
- [編纂]約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)，預期用於開發我們的海外電商運營；
- [編纂]約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)，預期用於營銷相關技術的研發；
- [編纂]約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)，預期用於策略性投資或收購；及
- [編纂]約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)，預期用於營運[編纂]及一般企業用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]」。

近期發展及概無重大不利變動

於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們的業務營運持續擴展。就海外營銷服務而言，於2025年7月1日至2025年10月31日間，我們已招攬322名新客戶，其中大部分客戶為直接客戶。就海外電商運營而言，我們已將地理覆蓋範圍擴大至印尼客戶。

於2025年10月及11月，我們完成兩輪[編纂]投資，籌集金額合共70.0百萬港元(相當於約9.0百萬美元)。詳情請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]投資」。

我們的董事確認，自2025年6月30日(即本集團最新的經審核綜合財務資料的編製日期)以來，截至本文件的日期，我們的財務、經營或貿易狀況或前景並無發生重大不利變化。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支包括就[編纂]及[編纂]產生的[編纂]、專業費用及其他費用。假設已悉數支付酌情獎勵費用，我們預期將產生[編纂]開支總額約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)(按指示性[編纂]範圍的中位數計算)，佔[編纂]總額約[編纂]%，包括：(i)[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)，當中包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)及(b)保薦費、其他費用及開支約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)。

於往績記錄期間，我們產生[編纂]開支約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)，於我們的綜合損益表中確認。我們估計將進一步產生[編纂]開支[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)，其中[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)將於綜合損益表中扣除。餘下結餘約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬美元)預計將於[編纂]完成後作為權益的扣減入賬。上述[編纂]開支為最後實際可行估計，僅供參考，而實際金額可能有別於此估計。