

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料，應與整本文件全文一併閱覽方可確保其完整性。閣下決定[編纂]於[編纂]前，應閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」。閣下決定[編纂]前，應仔細閱讀該節。

我們的使命

讓連接有價值，讓生活更美好

我們的願景

成為全球領先的紅人經濟科技集團

概覽

我們為中國紅人營銷行業的先驅及領導者。根據弗若斯特沙利文的資料，我們為中國首家營運成熟紅人營銷解決方案平台的企業，為行業發展奠定基礎。身為以AI、數據及算法能力為驅動的紅人營銷科技集團，我們致力於通過搭建廣告主客戶與紅人、MCN及主要第三方UGC平台之間的橋樑，成為全球紅人營銷行業的「超級連接器」，實現跨多個數字渠道的高效協作、營銷內容傳播及商業變現。自2009年成立以來，我們在發展及完善紅人經濟生態鏈方面一直發揮領導作用。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年收入計，我們以26.1%的市場份額位列中國紅人營銷解決方案平台行業首位，並已連續五年維持行業最大市場份額。按2024年收入計，我們亦以16.5%的市場份額位列全球紅人營銷解決方案平台行業首位，大幅領先其他競爭對手。此領導地位不僅體現我們在中國市場的深厚根基，亦彰顯我們於全球範圍的競爭優勢。

我們的業務模式

我們在兩個業務分部下營運：(i)我們的紅人營銷解決方案平台業務；及(ii)我們的紅人經濟生態鏈創新業務。我們的紅人營銷解決方案平台業務是我們的主要收入來源，通過我們主要的專有平台WEIQ，為廣告主客戶提供紅人營銷解決方案，將廣告主客戶與紅人聯繫起來，使他們能夠在中國主要的第三方UGC平台（涵蓋短視頻、生活方式分享、微型博文和互動小區平台）上開展紅人營銷活動，這些平台支持大規模的用戶互動和內容傳播。

我們的紅人營銷解決方案平台能夠根據廣告主客戶的具體需求、預算及營銷活動目標，靈活提供不同範圍與深度的服務。通過運用WEIQ整合式紅人營銷機制，我們能夠為廣告主客戶提供全方位服務，從全流程紅人營銷解決方案到精選服務組合，確保營銷活動執行精準且具適應力。具體而言，針對更複雜的營銷場景，我們的SMART全方位服務團隊專責設計及執行紅人營銷解決方案。該等解決方案涵蓋紅人篩選匹配、營銷活動策略制定、營銷內容策劃及紅人內容創作及發佈協調、營銷活動上線、成效追蹤評估及營銷活動後檢討等環節。對需求更精準或營銷活動目標明確的廣告主客戶，我們亦提供涵蓋精選服務組合的定制化支援，例如紅人篩選匹配、營銷內容策劃與內容創作支援，或營銷活動成效追蹤。在更自主的操作情境中，廣告主客戶可獨立運用我們的紅人營銷解決方案平台，從主流第三方UGC平台篩選紅人並下單。

概 要

我們的紅人經濟生態鏈創新業務主要涵蓋AIGC驅動的營銷解決方案服務、IMSOCIAL紅人加速及賦能及紅人價值評估及行業數據洞察平台TOPKLOUT(克勞銳)。這些業務線分別專注於內容創作、紅人孵化與加速，以及行業數據監測及價值評估。此外，我們亦從事紅人驅動型消費者品牌孵化及相關產品銷售。

主要經營數據

下表載列截至或於以下所示期間的紅人營銷解決方案的選定表現指標：

	截至／於12月31日止年度		截至／於9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
廣告主客戶數量	199,789	208,212	204,913	222,644
MCN註冊數量	17,274	19,161	18,684	20,155
紅人註冊數量	2,935,443	3,464,485	3,332,743	3,586,248

我們的市場機遇

根據弗若斯特沙利文的資料，2020年至2024年，全球紅人經濟的市場規模由人民幣20,661億元增長至人民幣31,164億元，複合年增長率達10.8%。該增長主要受社交媒體用戶數量激增、短視頻及直播日益普及，以及品牌加大數字營銷投入所帶動。在商業變現渠道持續拓寬以及受眾參與不斷提升的支持下，全球紅人經濟市場規模到2029年將達人民幣44,807億元，2024年至2029年的複合年增長率為7.5%。在中國，紅人經濟市場規模由2020年的人民幣8,620億元增長至2024年的人民幣13,804億元，複合年增長率為12.5%，預計於2029年將擴大至人民幣21,092億元，2024年至2029年的複合年增長率為8.8%。

紅人營銷服務憑藉消費者與紅人之間的粉絲關係刺激購買意願，已成為品牌營銷的重要組成部分，亦是推動紅人經濟實現增長及多元化發展的關鍵催化劑。作為紅人營銷行業的核心參與者，紅人營銷解決方案平台整合紅人資源，並憑藉技術及數據分析能力連接廣告主客戶與紅人，讓跨平台活動及績效管理得以有效執行。根據弗若斯特沙利文的資料，中國紅人營銷解決方案平台行業的市場規模由2020年的人民幣97億元增長至2024年的人民幣155億元，複合年增長率達12.4%，預計到2029年將達人民幣257億元，2024年至2029年的複合年增長率為10.6%。

我們的優勢

我們認為下列優勢已為我們的成功及將我們與其他競爭者區別開來作出貢獻：

- 紅人營銷解決方案平台的行業先驅及市場領導地位
- 憑藉超過十年的營銷數據積累支持的行業領先紅人營銷解決方案平台
- 全面的跨平台投放能力及服務經濟生態圈
- AI驅動的創新及打造紅人營銷AI獨特競爭優勢的能力
- 自我強化的飛輪效應使得我們於紅人營銷領域可持續增長
- 經驗豐富的管理團隊及優秀的人才實力

詳情請參閱「業務－我們的優勢」。

概 要

我們的戰略

我們計劃通過下列業務策略，進一步增強我們作為紅人營銷解決方案平台及生態創新提供商的地位：

- 透過全球化及本地化佈局增強國際業務能力
- 推進技術創新及AI融合
- 強化紅人經濟生態鏈協同效應及多元化拓展
- 尋求戰略投資、收購及合作夥伴關係以驅動可持續增長

詳情請參閱「業務－我們的戰略」。

我們的客戶及供應商

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶群主要由廣告主組成，我們向其提供紅人營銷服務。就我們的紅人營銷解決方案平台業務而言，我們的客戶主要包括廣告主。就我們的紅人經濟生態鏈創新業務而言，我們的客戶主要包括紅人及內容創作者，反映我們提供涵蓋各種解決方案的差異化服務。截至最後實際可行日期，我們與往績記錄期間的五大客戶已保持5至15年的業務關係。我們通常授予客戶180天內的信貸期，或要求客戶以電匯方式結算而不提供信貸期。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們來自五大客戶的收入分別佔我們總收入39.6%、47.8%及44.3%，而來自最大客戶的收入分別佔我們總收入13.2%、22.7%及22.4%。董事確認，除控股股東之一新浪公司外，於往績記錄期間各年度及期間，我們的五大客戶均為獨立第三方，且我們的董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知，截至最後實際可行日期擁有我們股本逾5%）於各年度或期間於往績記錄期間概無直接或間接於我們的五大客戶中擁有任何權益。

我們的供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括第三方UGC平台及其他服務供應商（如專業諮詢和技術支持）。截至最後實際可行日期，我們與往績記錄期間的五大供應商已維持4至15年的業務關係。若干主要供應商（主要是第三方UGC平台）要求預付款項，以確保紅人合作關係及營銷活動的執行。其他供應商通常會給予我們90天內的信貸期。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向五大供應商的採購額分別佔同期採購總額76.0%、80.1%及88.6%，而我們向最大供應商的採購額分別佔同期採購總額46.1%、40.3%及42.6%。董事確認，除控股股東之一新浪公司外，於往績記錄期間各年度或期間，我們的五大供應商均為獨立第三方，且我們的董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知，截至最後實際可行日期擁有我們股本逾5%）於往績記錄期間各年度或期間概無直接或間接於我們的五大供應商中擁有任何權益。

概 要

定價模式

我們對廣告主客戶的定價通常遵循成本加成模式。我們收取的服務費不僅反映營銷活動的範圍及複雜程度，亦反映跨平台整合的廣泛程度、紅人及MCN協調深度，以及戰略規劃、內容開發及營銷活動執行的成熟程度。該定價方法確保費用與提供有效營銷成果所需的資源、專業知識及營運強度相稱。我們通過將服務費與我們整合紅人營銷機制的價值掛鉤，以維持一致的定價框架，滿足廣告主的多樣需求。

競爭

我們在競爭激烈的紅人營銷行業中經營業務，通常與其他紅人營銷解決方案平台以及具備綜合技術和紅人資源能力的大型MCN競爭。我們行業的競爭主要集中在技術創新、平台可擴展性、服務定價、營銷解決方案的質量和多樣性、財務實力以及獲取和留住廣告主客戶的能力。有關進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽」。

主要風險因素

我們的業務營運及[編纂]面臨多種風險，其中許多風險不受我們控制。該等風險可分為：(i)有關我們業務及行業的風險；(ii)有關我們在經營業務所在國家經營業務的風險；及(iii)有關[編纂]的風險。

我們認為，我們面臨的主要風險因素包括但不限於：

- 倘我們未能挽留現有廣告主客戶、深化或擴展與廣告主客戶的合作關係，或吸引新的廣告主客戶，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；
- 倘我們未能完善及提升我們的服務的功能、性能、可靠性、設計、安全性及可擴展性，以滿足廣告主客戶不斷演進的需求，則該等客戶可能選擇不再購買我們的服務及／或解決方案，進而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響；
- 紅人及MCN未能履行營銷活動義務可能對廣告主的信任、滿意度及我們的業務營運造成重大不利影響；
- 倘我們與第三方UGC平台的技術整合出現任何中斷，可能對我們的紅人營銷解決方案平台的功能、廣告主滿意度、業務營運、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；
- 倘我們未能甄選及物色具影響力的紅人及MCN，或未能挽留、深化或擴展與彼等的接觸及聯繫，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；
- 第三方UGC平台的用戶參與或市場地位出現任何重大下滑可能大幅削弱我們廣告主客戶的營銷活動，並對我們的業務產生不利影響；
- 我們依賴第三方UGC平台為廣告主客戶交付營銷成果並獲取用戶流量。若第三方UGC平台進一步透過其他紅人營銷解決方案平台與廣告主進行交易，或直接透過其自有的社交媒體營銷工具進行交易，我們可能會失去相當部分的市場份額；

概 要

- 倘紅人營銷行業未能維持其增長動力，或增長速度遜於預期，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響；
- 我們面臨激烈的市場競爭，且無法保證可於市場競爭中取勝；及
- 倘我們未能回應，或未能及時有效地回應技術進步及不斷演進的行業標準，我們的業務、營運及增長前景可能受到重大不利影響。

有關進一步詳情，請參閱「風險因素」。

法律訴訟及合規

截至最後實際可行日期，我們或我們的任何董事均無任何未決或可能面臨訴訟、仲裁或行政程序，且可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾且並無涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰且可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的重大不合规事件。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，經我們的中國法律顧問確認，我們在所有重大方面均遵守與我們的業務營運有關的所有適用中國法律及法規。

重要財務資料概要

下表列示我們於往績記錄期間的財務資料概要，摘自本文件附錄一所載的會計師報告。下文載列財務資料概要應與本文件中的財務報表(包括相關附註)一併閱讀，並須以該等完整資料為準。我們的財務資料根據國際財務報告會計準則編製。

綜合損益及其他綜合收益表概要

下表載列我們於所示期間的綜合損益及其他綜合收益表：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
收入	4,202,030	4,066,328	3,045,296	2,734,487
銷售成本	(3,477,111)	(3,389,671)	(2,538,864)	(2,265,357)
毛利	724,919	676,657	506,432	469,130
其他收入淨額	80,002	25,329	30,887	6,862
銷售及市場推廣開支	(250,975)	(226,169)	(160,083)	(236,036)
行政開支	(217,608)	(235,922)	(173,596)	(164,546)
研發開支	(105,650)	(80,622)	(60,377)	(45,158)
應收款項減值虧損	(98,114)	(76,459)	(47,392)	14,139
經營利潤	132,574	82,814	95,871	44,391
財務成本	(40,769)	(31,988)	(26,213)	(9,741)
應佔聯營公司利潤減虧損	(1,991)	(449)	624	(469)

概 要

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
除稅前利潤	89,814	50,377	70,282	34,181
所得稅	(8,850)	(7,024)	(9,735)	(1,608)
年／期間利潤	80,964	43,353	60,547	32,573

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們分別錄得收入人民幣4,202.0百萬元、人民幣4,066.3百萬元、人民幣3,045.3百萬元及人民幣2,734.5百萬元。同期我們的毛利分別為人民幣724.9百萬元、人民幣676.7百萬元、人民幣506.4百萬元及人民幣469.1百萬元，而我們的淨利潤則分別達到人民幣81.0百萬元、人民幣43.4百萬元、人民幣60.5百萬元及人民幣32.6百萬元。有關進一步詳情，請參閱「財務資料－綜合損益表主要組成部分說明」。

收入

於往績記錄期間，我們主要從我們的紅人營銷解決方案平台業務及紅人生態創新業務獲得收入。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收入明細（以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元 (未經審核)	%
紅人營銷解決方案								
平台業務	4,100,625	97.6	3,965,621	97.5	2,979,277	97.8	2,617,646	95.7
紅人生態創新業務	101,405	2.4	100,707	2.5	66,019	2.2	116,841	4.3
總計	4,202,030	100.0	4,066,328	100.0	3,045,296	100.0	2,734,487	100.0

綜合財務狀況表概要

下表載列於所示日期我們綜合財務狀況表的選定資料：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產總值	5,163,558	4,615,130	4,468,157
非流動資產總值	731,830	806,610	828,792
總資產	5,895,388	5,421,740	5,296,949

概 要

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動負債總額	2,047,605	1,592,553	1,457,216
非流動負債總額	48,464	29,036	24,976
總負債	2,096,069	1,621,589	1,482,192
流動資產淨值	3,115,953	3,022,577	3,010,941
淨資產	3,799,319	3,800,151	3,814,757
股本	1,807,748	1,807,748	1,807,748
儲備	2,026,065	2,022,476	2,038,650
本公司權益股東應佔權益總額	3,833,813	3,830,224	3,846,398
非控股權益	(34,494)	(30,073)	(31,641)
權益總額	3,799,319	3,800,151	3,814,757

我們的流動資產淨值由2023年12月31日的人民幣3,116.0百萬元減少至2024年12月31日的人民幣3,022.6百萬元，主要是由於我們購買按公允價值計入損益（「按公允價值計入損益」）的金融資產，主要包括產業基金投資，其由2023年12月31日的人民幣53.5百萬元增加至2024年12月31日的人民幣183.5百萬元。

我們的流動資產淨值由2024年12月31日的人民幣3,022.6百萬元減少至2025年9月30日的人民幣3,010.9百萬元，保持相對穩定。

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們綜合現金流量表的選定現金流量數據：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
經營活動所得／(所用)現金淨額	298,690	154,170	(76,256)	(36,499)
投資活動所得／(所用)現金淨額	39,084	(237,844)	(305,149)	61,911
融資活動所得／(所用)現金淨額	127,238	(659,368)	(535,467)	7,023
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	465,012	(743,042)	(916,872)	32,435
截至1月1日的現金及現金等價物	1,831,280	2,298,422	2,298,422	1,550,299
匯率變動影響	2,130	(5,081)	1,956	2,314
截至12月31日／9月30日的現金及現金等價物	2,298,422	1,550,299	1,383,506	1,585,048

概 要

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或期間的主要財務比率：

	截至12月31日／截至該日 止年度		截至 9月30日／ 截至該日 止九個月 2025年
	2023年	2024年	
毛利率 ⁽¹⁾ (%)	17.3	16.6	17.2
流動比率 ⁽²⁾ (倍)	2.5	2.9	3.0
速動比率 ⁽³⁾ (倍)	2.5	2.9	3.0

附註：

- (1) 毛利率等於年／期內毛利除以年／期內收入再乘以100%。
- (2) 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算得出。
- (3) 速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算得出。

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。我們預期產生[編纂]開支總額約[編纂]港元(假設[編纂]未獲行使及基於[編纂]每[編纂]港元(即指示性[編纂]的中位數))，佔[編纂](假設並無根據[編纂]H股)[編纂]總額的[編纂]%。[編纂]開支總額包括(i)約[編纂]港元的[編纂]相關開支(包括[編纂]、證監會交易徵費、[編纂]及會財局交易徵費)；(ii)約[編纂]港元的非[編纂]相關開支(包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元；及(b)保薦人費用及其他費用及開支約[編纂]港元)。於往績記錄期間，我們未產生[編纂]開支。我們預期於往績記錄期間後產生[編纂]開支約[編纂]港元，其中約[編纂]港元預期將於我們的損益中扣除及約[編纂]港元屬於[編纂]H股，將於[編纂]後自權益扣除。上述[編纂]開支為最後可行估計，僅供參考，實際金額可能有別於與該估計。

[編纂]用途

我們估計，於扣除[編纂]以及就[編纂]我們應付的開支後(假設[編纂]未獲行使且假設[編纂]每[編纂]港元(即本文件所述[編纂]的中位數))，我們將收取[編纂]約[編纂]港元。我們擬將[編纂]用於以下用途：(i)約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用於我們的全球化戰略及業務擴張；(ii)約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用於透過協同舉措及多元化發展努力擴展我們的紅人經濟生態鏈創新業務；(iii)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於尋求符合我們長期增長戰略並具明顯協同潛力的策略性投資、收購及合作；及(iv)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於我們的營運資金及一般企業用途。

概 要

我們的控股股東集團

於2017年12月15日，新浪公司與李先生訂立2017年一致行動協議，據此雙方同意就天下秀的日常營運及重大決策採取一致行動。該協議其後經新浪公司、WB Online及秀天下香港於2023年3月3日訂立的確認及補充承諾予以補充，其中各方同意繼續根據2017年一致行動協議就本公司決策與李先生一致行動。根據2017年一致行動協議，如各方在行使天下秀(其後已併入並吸收為本公司的一部分)股東表決權時未能達成共識，則以李先生的意見為準，並由協議各方依此行事。

就香港上市規則而言，新浪公司、微博、Weibo Singapore、WB Online、秀天下香港、曹先生(包括其中介公司)、李先生、北海利茲利及北海永盟構成一組控股股東。有關進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係」一節。截至最後實際可行日期，控股股東集團合共持有本公司已發行股份總額約38.89%。

我們於上海證券交易所上市

本公司現於上海證券交易所上市。董事已確認，截至最後實際可行日期，我們概無發生嚴重違反上海證券交易所規則及中國其他適用證券法律法規的情況，且就董事經作出一切合理查詢後所深知，我們在上海證券交易所的合規記錄並無任何重大事項須提請投資者垂注。

[編纂]

概 要

[編纂]

股息及股息政策

根據組織章程細則，是否宣派及派付股息將由董事會酌情決定，並將取決於(其中包括)我們的盈利、財務狀況、資金需求、債務水平、適用於股息派付的法定及合約限制以及其他董事會認為相關的因素。此外，任何財年的最終股息須經我們股東批准。根據組織章程細則以及《中華人民共和國公司法》及《上市公司監管指引第3號—上市公司現金分紅》，倘符合特定條件，我們應派發不少於該年度扣除法定儲備後可分配10%的現金股息。

於往績記錄期間，我們分別為2023年及2024年派付人民幣28.0百萬元及人民幣15.5百萬元的股息。截至最後實際可行日期，於往績記錄期間所有已派付的現金股息均已全額支付。

股息僅可自相關法律所允許的可分派利潤中派付。倘利潤作為股息分派，該部分利潤不得重新投資於我們的業務運營。概不保證我們將能夠按任何董事會計劃所載金額宣派或分派任何股息，甚或不會宣派或分派股息。此外，倘我們或我們任何附屬公司於未來代表我們或其本身產生債務，則規管該債務的文據可能限制我們派付股息的能力。過往的股息分派記錄不可用作釐定我們未來可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。

近期發展及無重大不利變動

自往績記錄期間末以來，我們持續強化AI驅動能力，以鞏固我們的行業領導地位。具體而言，我們通過WEIQ內專屬開發的AI模塊BOSS紅人智投推進該等創新發展與能力建設，並不斷升級優化其功能，藉以進一步提升廣告主體驗，同時增強營銷活動執行過程中的決策效率。我們於近期入選《2025中國AI營銷智能體Top 30》榜單，於中國商務廣告協會數字營銷專業委員會十週年之際榮獲十週年傑出貢獻獎，並於2025年第十二屆中國商業創新大會上獲中國商報社授予「推動中國商業進程四十年典範企業」獎項。

經過審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們自2025年9月30日以來的財務及經營狀況或前景並無重大不利變動，且自2025年9月30日以來並無發生對會計師報告(其全文載於本文件附錄一)所示資料產生重大影響的事件。