

## 業 務

### 概覽

#### 使命

更好內容，更好生活。

#### 願景

打造百年組織，創造文化宇宙。

#### 關於我們

我們是AI驅動的領先數字文娛平台，主要(i)在國內提供網絡文學內容；及(ii)在海外提供短劇，致力於構建下一代全產業鏈數字內容生態。根據弗若斯特沙利文數據，按2024年收入計，我們在中國網絡文學市場的版權驅動型內容平台中排名第三，市場份額為1.6%；在海外短劇平台中，我們按2025年9月的收入計排名第八，按在上線後首七個月期間的月活躍用戶計排名第二。

我們創立於2000年，後於2015年1月在深圳證券交易所創業板上市(股票代碼：300364)，成為首家在A股市場上市的數字出版企業。過去逾25年來，我們已構築龐大的原創數字內容庫與豐富的創作者網絡，形成堅實的競爭護城河。憑藉不斷提升的技術創新能力，特別是AI技術的應用，我們成功從數字出版企業轉型為AI時代的內容領跑者。以AI技術賦能網絡文學、有聲書、漫畫、AI漫劇、動畫及短劇等多樣化內容形式，我們將業務版圖從中國拓展至全球。我們連結知名創作者、出版商、分銷渠道與全球用戶，構建了涵蓋內容創作、IP孵化、多種形式的IP開發與運營及全球分銷的AI驅動業務。這使我們得以持續向全球用戶輸送優質數字內容。

下圖展示我們已達成的關鍵業務亮點：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文，按2024年中國網絡文學市場版權驅動型內容平台收入排名計。
- (2) 截至最後實際可行日期的累計數字。
- (3) 根據弗若斯特沙利文，按於2025年9月的收入計。
- (4) 根據弗若斯特沙利文，按在上線後首七個月的月活躍用戶計。
- (5) FlareFlow為我們的海外旗艦短劇平台。
- (6) 截至2025年9月30日止九個月。

## 業 務



附註：

(1) 截至最後實際可行日期的累計數字。

## 業 務

作為中國領先的數字文娛平台，我們致力於推動科技與內容的深度融合，創造「更好內容，更好生活」。為此，我們主要聚焦以下核心業務：

- **網絡文學及相關業務：**我們擁有豐富的數字內容庫，截至最後實際可行日期擁有逾5.6百萬件數字內容，主要涵蓋網絡文學作品。憑藉多年累積，我們亦擁有龐大的音頻內容庫，其中多數改編自旗下網絡文學作品。我們主要透過多元第三方渠道及自有平台，為用戶提供豐富的網絡文學與音頻內容。此外，我們亦透過授權我們的網絡文學作品以及提供與我們的網絡文學作品相關的數字數據來獲得收入。該核心業務截至2025年9月30日止九個月貢獻收入人民幣480.1百萬元，佔我們總收入的47.5%。
- **短劇及IP衍生品業務：**我們早在2021年便成為中國首批製作並發行短劇的公司之一。2022年，我們的短劇取得顯著成功，使我們成為中國少數幾家實現人民幣1億元收入里程碑的公司之一。自2022年以來，我們利用豐富的數字內容及寶貴的知識產權開拓海外短劇市場，持續製作優質的短劇，深深吸引當地觀眾。截至2025年9月30日止九個月，短劇及IP衍生品業務收入快速增長，達人民幣474.1百萬元，同比增長62.9%。截至最後實際可行日期，我們的海外短劇應用程式FlareFlow曾經在主要移動應用商店的美國區免費娛樂應用程式日排行榜上排名第一，現時的註冊用戶超過33百萬，提供約5,200部短劇劇集。此外，我們從數字內容庫及IP儲備中篩選優質IP進行後續開發，並將其改編為多種形態，包括漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊商品，從此類IP衍生品中創造收益。

憑藉我們的AI技術應用能力，我們豐富的數字內容庫為短劇和IP衍生品業務的營運奠定了基礎。AI技術與我們的數字內容整合使我們能夠以有效且符合成本效益的方式開發及改編多種形式的短劇和IP衍生品。

### 我們的市場機遇

**數字文娛產業：**根據弗若斯特沙利文報告，全球數字文娛市場規模預計將從2024年的人民幣25,117億元增長至2029年的人民幣43,925億元，複合年增長率為11.8%；中國數字文娛市場規模預計將從2024年的人民幣6,096億元增長至2029年的人民幣10,832億元，複合年增長率為12.2%。

**網絡文學市場：**根據弗若斯特沙利文報告，全球網絡文學市場保持增長態勢，將從2024年的人民幣500億元增至2029年的人民幣798億元，複合年增長率為9.8%；中國網絡文學市場規模預計將從2024年的人民幣425億元增至2029年的人民幣619億元，複合年增長率為7.8%，顯示國內市場正趨向更為成熟的階段。儘管中國網絡文學市場趨於成熟，但全球其他市場仍處於發展早期，在用戶滲透率快速提升、內容題材多元化以及AI驅動的翻譯與本地化能力持續改善的推動下，具有巨大的增長潛力。

## 業 務

**短劇市場：**根據弗若斯特沙利文報告，海外短劇市場仍處於發展初期，預計將由2024年的人民幣140億元擴張至2029年的人民幣1,208億元，複合年增長率達53.9%；隨著國內製作體系趨於成熟及變現框架日益完善，中國短劇市場規模預計將從2024年的人民幣464億元擴張至2029年的人民幣1,504億元，複合年增長率為26.5%。

上述有利的市場趨勢為我們提供了充足的增長機遇。憑藉我們領先的市場地位、豐富的數字內容庫及AI技術應用能力，我們具備充分條件把握這些市場的巨大機遇，並進一步夯實我們的增長潛力。

### 我們的AI技術應用能力

根據弗若斯特沙利文報告，我們是數字文娛產業中開發與應用AI技術的先驅之一。憑藉多年技術積累與豐富的數字內容資源，我們於2023年10月推出中文版「逍遙」AI，並於2025年6月發佈其英文版本。「逍遙」AI是一個內容生產平台，具備多語言環境下的創意生成、翻譯與深度分析能力。截至最後實際可行日期，我們的「逍遙」AI已服務全球逾90個國家與地區的50,000名內容創作者，協助彼等產出逾20億字內容。我們已將「逍遙」AI及其他AI技術深度整合至生產到變現的商業多個關鍵流程。截至最後實際可行日期，我們已運用AI技術創作逾50,000部文學作品、超過250部AI漫劇及逾200,000小時音頻內容。此外，憑藉自主研發的AI agent—包含「逍遙」AI及AIGC工具集—我們已實現內容推廣素材與廣告投放策略的自動生成。與此同時，我們的AI agent推廣逾27,000部文學作品，使優質文學內容的日均讀者人數提升逾48倍、將我們付費讀者的日均閱讀時長提高逾20%，而就每人每日管理廣告的平均數量而言，我們的投放效率較傳統非AI流程提高20倍以上。

### 我們的內容分銷渠道

我們的內容分銷渠道主要涵蓋線上閱讀平台、音頻平台、短劇平台及其他視頻平台。為分發優質內容，我們已與領先的線上閱讀平台(如番茄、七貓、起點、QQ閱讀、微信讀書及沃閱讀)、知名音頻平台(如喜馬拉雅)、QQ音樂、酷我音樂及酷狗音樂)、頂級短劇平台(如紅果)，以及主要視頻平台(如愛奇藝)達成合作。

### 我們的財務表現

截至2025年9月30日的九個月內，本公司總收入為人民幣1,011.0百萬元。其中，網絡文學及相關業務收入與短劇及IP衍生品業務收入分別達人民幣480.1百萬元及人民幣474.1百萬元，分別佔我們總收入的47.5%及46.9%。

## 業 務

### 我們的競爭優勢

作為數字文娛產業中以AI驅動的先行者與引領者，我們已建立以下競爭優勢，形成我們深厚的競爭護城河：

#### 領先的數字文娛平台，蓄勢待發把握龐大市場機遇

我們是領先的數字文娛平台，憑藉豐富原創數字內容庫，以及在AI技術應用與多種IP開發方面的強大實力，2029年可享有人民幣43,925億元的龐大潛在市場機遇。

根據弗若斯特沙利文報告，全球數字文娛市場正快速成長，其規模預計將從2024年的人民幣25,117億元增至2029年的人民幣43,925億元，複合年增長率為11.8%。其中，中國網絡文學市場正穩步成長，預計將從2024年的人民幣425億元擴張至2029年的人民幣619億元，複合年增長率為7.8%。海外短劇市場仍處於發展初期，預計將從2024年的人民幣140億元大幅增長至2029年的人民幣1,208億元，複合年增長率為53.9%。

快速擴張的全球數字文娛市場提供了巨大的機遇，而我們基於在市場上已建立強大優勢，經已作好準備把握這些機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年收入計，我們在中國網絡文學市場的版權驅動型內容平台中排名第三，市場份額為1.6%。此外，在海外短劇平台中，我們按2025年9月的收入計排名第八，按在上線後首七個月期間的月活躍用戶計排名第二。

作為中國數字文娛行業25年來的先驅，我們已積累豐富的內容資源，將AI整合到我們的內容製作以至變現過程中，並已建立涵蓋網絡文學、有聲書、漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊商品的全面IP開發體系。上述核心優勢與市場領導地位，我們能夠抓住全球數字文娛市場的巨大機遇，不斷強化我們的增長與競爭優勢。

#### 深度融合AI技術，驅動業務價值鏈效能，打造未來增長新引擎

我們認為AI技術是鞏固我們在數字文娛行業領導地位的關鍵，我們已全面整合AI技術至業務的所有關鍵流程。根據弗若斯特沙利文報告，我們是該行業中開發AI技術的先驅之一，擁有最先進的AI應用能力，並實現了AI技術與業務運營的深度融合。

#### 自主研發「逍遙」AI

作為AI驅動的數字文娛平台，早在通用大型語言模型問世前，我們便洞悉科技對整個產業及營運模式的顛覆性影響。2023年10月，我們推出中文版「逍遙」AI內容製作平台，並於2025年6月發佈英文版本。經過持續迭代，「逍遙」AI現已具備多項功能：可從單張圖片或句子擴寫小說、處理分析百萬字級小說文本、實現小說轉劇本功能及一鍵翻譯。這些功能為全球創作者提供全方位的AI輔助寫作解決方案，持續提升彼等的生產力。截至最後實際可行日期，我們的「逍遙」AI已服務全球逾90個國家與地區的50,000多名內容創作者，協助彼等產出超過20億字內容。

## 業 務

### AI賦能業務價值鏈

此外，憑藉多年技術積累與創新，我們已將「逍遙」AI及其他AI工具深度整合至業務運營的關鍵流程，致力實現從生產到變現的全流程AI賦能。

- **IP評估與篩選：**透過整合我們AI賦能內容平台的數據驅動洞察與深厚的行業專業知識，我們對數字內容庫進行全面評估，以篩選出具高商業潛力的IP，納入後續IP開發計劃，涵蓋文學、有聲書、漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊商品等領域。
- **內容生成：**我們運用AI技術賦能核心內容生產流程，進而提高效率並降低成本。截至最後實際可行日期，我們已在超過50,000部文學作品、逾250部AI漫劇以及超過200,000小時的音頻內容的製作中運用了AI技術。例如在短劇製作中，運用AI技術賦能字幕翻譯與配音，並同時運用AI生成需高額製作投資的高視覺效果場景。在AI漫劇製作方面，我們將自主研發的AI工具鏈整合至關鍵製作流程，涵蓋劇本拆分、角色建模、分鏡圖像與影片生成等環節，相較傳統生產方式大幅縮短製作週期並降低成本。截至最後實際可行日期，我們已將AI技術應用覆蓋60%的文學內容製作流程。與傳統非AI流程相比，這使得我們的生產效率(以日均字數計算)提高超過40%，平均翻譯成本降低逾90%。
- **推廣素材生成與投放：**透過自主研發的AI agent(包含「逍遙」AI及AIGC工具集)，我們已實現內容宣傳素材的自動生成與廣告投放策略制定。該AI agent具備預算動態優化、即時監控與智能干預投放功能，大幅提升推廣效率。截至最後實際可行日期，我們的AI agent已推廣超過27,000部文學作品，使優質文學作品的日均讀者人數提升逾48倍，並將我們付費讀者的閱讀時長增加超過20%，且就每人每日管理廣告的平均數量而言，我們的投放效率較傳統非AI流程提高20倍以上。
- **內容推薦：**基於觀看歷史、搜索記錄及消費行為等多維信息，短劇平台的AI推薦引擎實現精準內容推薦，改善用戶體驗並有效提升用戶黏著度與平台留存率。

## 業 務

### 海外短劇市場先驅者，引領「模式出海」新浪潮

憑藉國內熱門短劇製作的成功經驗與深厚的產業洞察，我們成為海外短劇市場的先驅者之一，持續推動業務快速增長。

我們自2022年起利用廣泛的數字內容與寶貴的知識產權開拓海外短劇市場。自此以後，我們便推出多款獲多項國家級獎項肯定的海外短劇應用程式。2025年4月，我們推出自主研发的海外短劇旗艦應用程式FlareFlow。截至最後實際可行日期，FlareFlow曾經在主要移動應用商店的美國區免費娛樂應用程式日排行榜上排名第一。

在「模式出海」戰略指引下，我們積極拓展海外短劇市場，將中國市場行之有效的「付費解鎖」商業模式與本地化內容創作能力相結合。憑藉充裕的數字內容庫、AI技術應用能力以及內容製作與運營經驗，我們已建立從劇本孵化到全球分發的端到端能力。此外，通過建立國內與本地編劇之間的跨境合作，我們已建立強大的本地化優勢，擁有跨北美、日本及中國的本地化運營團隊。憑藉上述優勢，我們在海外短劇市場取得顯著成就。截至最後實際可行日期，我們的海外短劇平台已覆蓋北美、東南亞及歐洲等200個國家地區，平台累計註冊用戶突破33百萬，月充值金額逾10百萬美元。

此外，我們於廣東橫琴投資興建全球首座國際短劇拍攝基地，2026年1月已投入營運。該基地位於橫琴，毗鄰澳門，便利外籍演員入境拍攝。基地可用面積約達17,000平方米，設有逾94組海外短劇常用場景，涵蓋醫院、辦公室、高中校園、餐廳、住宅、教堂、法庭、警局及城堡等多樣化場域。此拍攝基地將顯著提升我們的海外短劇製作能力，完善海外短劇生態佈局，為未來重大的增長潛力夯實基礎。

### 豐富且持續擴充的原創數字內容庫，支持優質多元IP衍生品開發，培育整合式業務生態體系

我們豐富且持續擴充的數字內容庫，不僅是AI技術發展的基石，更是海外短劇業務爆發性增長的關鍵推手。它構成業務核心，持續為IP篩選與開發提供豐沛資源，形成堅不可摧的競爭護城河。

### 豐沛的原創數字內容資源

自2000年創立以來，歷經逾25年開發、創作、打磨與積累，我們已構建以原創內容為核心的有機生態，連結知名創作者、出版商、分銷渠道及數字內容消費者。截至最後實際可行日期，我們累積逾560萬種數字內容，涵蓋原創文學、經典文學、教育、曲藝及管理等多樣化領域。

## 業 務

我們深知創作者持續產出優質原創內容至關重要。我們相信憑藉以下優勢能吸引創作者加入平台：

- **多元分發與變現能力：**憑藉多渠道內容分銷及通過同種形式多元化IP衍生品變現能力，我們的平台匯聚眾多優秀創作者。截至最後實際可行日期，平台累計合作作家逾400萬人。
- **版權保護能力：**我們相信強大的版權保護能力有助於持續吸引優質創作者。自創立以來，我們始終恪守「先授權、後傳播」的原則，在授權範圍內合法使用IP。透過技術、行政、司法及社會等多重手段，我們建立了完善的IP保護體系，積極推動並倡導有序的IP交易實踐。

### **基於數字內容資源，具備多形態開發與商業化IP的強大能力**

我們不僅擁有豐富的數字內容庫，更以此為基礎開發的熱門IP及多元IP衍生品。我們建立從篩選規劃到開發與運營的完整IP開發流程，將同一IP進行多形態開發以實現價值最大化。

我們已建立動態IP組合，由旗艦IP、自有IP及高商業潛力IP組成。憑藉豐富的數字內容庫與IP儲備，結合AI技術應用能力，我們能精準高效篩選IP以供後續開發。我們採取多形態IP開發策略，創造多元化的IP衍生品。這些不同形態的IP衍生品並非獨立存在，而是為其他形式的IP衍生品帶來流量與價值，從而產生單一IP驅動多重開發與變現的倍增效應。我們的多形態IP開發策略不僅擴增收益來源，更可先行以低成本形式試驗IP改編可行性，再推進至高成本形態開發。例如我們通常運用AI技術將網絡文學轉化為音頻內容，若獲市場迴響，再進一步開發動畫及／或短劇等高成本形態，有效降低開發成本並提升營運效率。

值得注意的是，我們具代表性的IP開發案例包括「羅小黑」與「修羅武神」。憑藉生動活潑的卡通形象，「羅小黑」深受各年齡層觀眾喜愛。它最初以漫畫形式創作，隨後被開發和改編為動畫系列、動畫電影及周邊商品，於截至2025年9月30日止九個月期間，該IP為我們創造人民幣53.6百萬元收入。「修羅武神」作為我們文學平台上廣受歡迎的連載網文，擁有龐大讀者群。該IP已實現從文學作品到有聲書、漫畫、動畫系列及周邊產品的多形態開發。

我們龐大的原創數字內容庫是業務發展的基礎，提高了我們優質IP開發的成功率，並推動了多元化收入增長。得益於此數字內容庫，我們得以探索IP開發的更多可能性，並持續以更多形式產出高質量內容。這反過來又吸引了更多優秀的創作者為我們開發優質內容及IP，從而促進數字內容庫的擴充，形成了強大的飛輪效應。

## 業 務

### 具創新精神及遠見的創始人與精幹高管團隊，以卓越領導力驅動企業發展

我們的創始人童先生，畢業於清華大學，是一位具備戰略遠見、創新精神、強大執行力、敏銳市場洞察力及豐富行業經驗的企業家。童先生曾擔任挑戰杯中國大學生創業計劃大賽冠軍隊的隊長，充分彰顯其創新創業精神。童先生的戰略視野、把握行業宏觀趨勢的能力及深厚的行業積澱，對我們在中國乃至全球的成功與發展發揮了關鍵作用。自2000年創立以來，童先生全面負責公司的戰略規劃。憑藉強大的前瞻視野、敏銳的市場洞察力與卓越的創新能力，他始終展現出精準預判行業趨勢、把握關鍵機遇及進行前瞻性戰略佈局的卓越能力。以下在童先生領導下我們達成的關鍵戰略里程碑，正是最佳佐證：

- 2000年開展數字出版業務，當時中國的網絡還處於發展初期；
- 2006年開創移動閱讀先河；及
- 2021年率先投入短劇製作與播映。

在童先生的領導下，我們組建了一支具備豐富行業經驗與全球視野的專業管理團隊。多數高級管理人員及技術與業務團隊的核心成員已服務逾10年，確保管理層的穩定性與延續性。我們匯聚了來自世界各地的管理與技術人才，他們擁有多元背景、海外經驗及全球視野。有關高級管理層詳情，請參閱「董事及高級管理層」。我們相信，高級管理層豐富的管理經驗與敏銳的市場洞察力，將在制定業務戰略、實現戰略目標及促進團隊凝聚力方面發揮重要且積極的作用，最終推動企業持續穩健的業務增長。

### 我們的戰略

我們認為，下一代內容生態系統將由下一代概念、下一代連結與下一代創作所構成。為實現打造下一代內容生態系統的承諾，我們計劃實施以下戰略以推動全面業務發展：

#### 夯實內容：持續夯實並擴充數字內容庫，確保優質內容產出

立足於數字文娛產業，我們致力持續以下一代概念鞏固並擴充數字內容庫。

## 業 務

我們認識到作家是我們數字內容庫中文學作品的重要來源。我們計劃投入更多資源，發掘、培養並吸引更多有抱負的作家，從而為我們持續提供高質量的文學作品。為此，我們計劃實施以下方法：向具有發展潛力的作家提供更具競爭力的定製授權協議；擴充編輯團隊並構建AI賦能的內容生產工具包，使作家能夠在我們的平台上更高效地創作內容；以及設立激勵基金及／或組織活動，吸引優秀作家向我們提交文學作品。

為持續充實優質數字內容儲備，我們計劃採購具商業開發潛力的IP資源。憑藉跨多形態IP開發運營的專業能力與經驗，我們有信心能孵化並多元化獲取IP的變現途徑，從而持續驅動業務增長。

我們亦將聚焦製作更多優質短劇，進一步豐富數字內容庫存。我們計劃強化與優質短劇編劇工作室等產業夥伴的戰略合作，確保劇本來源穩定且品質卓越，鞏固短劇內容的核心競爭力。

### 決勝IP：圍繞頂級IP開展全形態開發，形成良性商業循環，釋放IP變現潛能

我們計劃進一步強化核心IP與IP周邊產品間的多元營銷協同效應。我們擬成立專業品牌營銷團隊，開展IP聯名合作，並進一步探索線下IP主題合作項目及活動，如主題樂園活動、快閃店、互動遊戲等，以提升核心IP的市場滲透率與變現能力。

我們亦致力於構建IP生態系統。我們計劃聚焦推動自有核心IP的跨媒體多元化發展，實現全形態開發。為加速開發與改編進程，我們可能尋求與其他IP改編夥伴共同開發自有核心IP。

此外，我們將建立涵蓋IP創新、IP商業化及IP資本再投資的IP價值評估與全生命週期開發機制。為支持該機制有效運作，我們計劃建構IP全生命週期管理中台，以有效管理及提升我們IP資產的價值。

### 國際優先：強化海外資源配置，加速國際業務擴張

我們相信，下一代內容需要下一代連結才能最大化其商業價值，包括全球分發以及海外與國內市場之間的協同效應。為落實下一代連結戰略，我們計劃加速IP內容的全球擴張，重點進軍歐洲及東南亞等新興海外短劇與動畫市場。具體而言，我們將增加對海外短劇與AI漫劇內容平台的投資，包括開發符合當地用戶偏好的多語言內容平台應用程式，部署全球內容分銷網絡(CDN)及建立營運基礎設施，以不斷提升用戶體驗。此外，我們還將建立並擴展海外短劇製作工作室，在北美及東南亞等地區組建本地運營團隊，對短劇進行本地化改編以適應海外用戶，並與海外網紅、關鍵意見領袖及流量平台合作推廣我們的短劇及短劇平台。這些舉措將進一步增強我們在內容開發、改編與推廣以及本地化運營方面的能力。

## 業 務

**AI賦能：加大AI技術投資力度，深化AI在生產與營運的賦能作用，進一步提升收入規模與營運效率**

我們相信，下一代內容仰賴下一代創作方法，主要運用AI等新技術進行內容的開發、設計與生產。秉持下一代創作理念，我們將在網絡文學、短劇及其他IP衍生品，深化AI技術在核心營運流程的整合應用。同時持續強化AI技術在用戶偏好預測、內容推薦算法等領域的應用，以「逍遙」AI為核心，打造AI驅動的競爭優勢。具體措施包括：

- 為高效賦能內容創作，我們將積極研發並優化用於生成小說、劇本及AI漫劇的AI工具鏈，透過清洗與標註我們專有的數據以及從第三方獲取的數據來建立專屬訓練數據集，招募算法團隊，並採購算力資源；以及
- 為提升精準分發與用戶增長技術，我們將升級內容平台的推薦算法引擎，構建基於AIGC的個性化推薦平台，並開展海外用戶增長實驗。

**匯聚英才：持續招募志向遠大者與技術精英，推動業務發展**

具備全球視野、能力與決心的人才，是進一步強化我們技術實力與拓展業務的關鍵。我們一方面積極鼓勵國內人才走向國際積累國際經驗和學習專業知識，另一方面在全球範圍招募人才，吸引具國際背景的優秀人才。我們已在北美、日本、新加坡等關鍵市場與地區設立辦事處，依據當地市場需求實施客製化的人才發掘與配置。

具體而言，我們計劃整合國內外招聘渠道，建立橫跨研發、AI技術、內容創作以及海外與本地化運營的跨區域、跨領域團隊，為業務快速擴張與全球化戰略提供有力支持。

## 我們的業務

作為領先的AI賦能的數字文娛平台，我們致力於推動科技與內容的融合，創造「更好的內容，更好的生活」。於往績記錄期間，我們主要透過以下業務線產生收入：

- 網絡文學及相關業務：憑藉逾25年深耕數字文娛產業的經驗，截至最後實際可行日期，我們的數字內容庫已累積超過560萬種優質數字內容作品，主要涵蓋網絡文學作品。經年累月，我們亦匯集了大量音頻內容，其中多數改編自旗下網絡文學作品。我們透過多元第三方分銷渠道及自有網絡文學平台，向用戶分發文學內容與音頻內容。此外，我們亦通過網絡文學作品授權及提供與其相關的數字數據產生收入。

## 業 務

- 短劇及IP衍生品業務：根據弗若斯特沙利文報告，我們是2021年首批製作發行短劇的企業之一，並於2022年成為中國少數短劇營收突破人民幣1億元的公司之一。我們主要基於自有數字內容庫製作短劇。我們透過國內主流短劇平台及其他視頻平台發行優質短劇作品。海外市場方面，我們運營自有短劇平台，同步提供自製與第三方製作的短劇內容。此外，我們從數字內容庫中篩選優質IP進行後續開發，改編為多元形式作品，包括漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊產品，並從此類IP衍生品中創造收益。
- 其他業務：我們亦透過提供教育產品與服務、租賃、內容審閱服務及其他技術營運服務產生其他收入。

下表列示我們於所示期間按業務線劃分的收入明細：

	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 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
網絡文學及 相關業務.....	669,634	47.5	685,998	59.2	487,115	60.3	480,090	47.5
短劇及IP衍生品 業務.....	622,019	44.2	398,195	34.4	291,005	36.0	474,129	46.9
其他 <sup>(1)</sup> .....	117,204	8.3	74,926	6.4	29,929	3.7	56,820	5.6
總計.....	<u>1,408,857</u>	<u>100.0</u>	<u>1,159,119</u>	<u>100.0</u>	<u>808,049</u>	<u>100.0</u>	<u>1,011,039</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 主要包括提供教育產品及服務、租金、內容審查服務及其他技術運營服務。

### 網絡文學及相關業務

#### 我們的網絡文學內容

#### 數字內容庫

我們的數字內容主要來自國內網絡文學平台，該平台以中文原創文學內容為主，內容多屬虛構性質且採連載形式。此外，我們於2024年推出的海外網絡文學平台，持續以英文小說補充及豐富數字內容庫。憑藉逾25年深耕數字文娛產業的經驗，截至最後實際可行日期，我們的數字內容庫已累積超過560萬種優質數字內容。

## 業 務

### 內容熱度

我們的數字內容庫囊括中國最具人氣的網絡文學作品，其中包括：

#### 名稱

#### 精選作品



萬古第一神

該作品屬於玄幻類別，在各大線上閱讀平台廣受歡迎，排名靠前，並入選了中國作家協會「2020年度中國網絡文學影響力榜—IP影響榜」。截至最後實際可行日期，該作品的有聲書播放次數已超越36億次。



修羅武神

該作品屬於玄幻類別。截至最後實際可行日期，該作品在某知名互聯網公司熱門小說排行榜排名第10，並榮獲「中國網絡文學海外傳播榜(2019年度)—最佳外語翻譯」這一享有盛譽的國家級榮譽。憑藉龐大的讀者基礎，其同名改編動畫系列亦取得巨大成功，曾登頂某知名視頻平台的整體付費內容榜榜首。



九星霸體訣

該作品屬於玄幻類別。截至最後實際可行日期，該作品在某知名互聯網公司熱門小說排行榜排名第7，並曾於2019年獲選為第四屆橙瓜網絡文學獎「百強作品」及「最具潛力十大IP」，同時獲得中國作家協會「中國網絡文學影響力榜(2021年度)海外傳播獎」。

## 業 務

### 名稱

### 精選作品



第九特區

該作品屬於末日危機類別。該作品在某知名線上閱讀平台獲得9.5分(滿分10分)的評分，並曾於2023年獲評為「新時代十年百部中國網絡文學榜」，於2022年同時獲評為「網文青春榜年度榜單」及「第三屆泛華文網絡文學金鍵盤獎」。



全家偷聽我心聲殺瘋了，  
我負責吃奶

該作品屬於古代言情類別。該作品為2023年度最受歡迎的女性向網絡文學作品之一，截至最後實際可行日期，在多個知名互聯網平台的排行榜位列榜首。

### 內容創作

#### 我們的作家

作家是網絡文學平台新內容的主要來源。截至最後實際可行日期，平台擁有逾400萬名註冊作家。無論業餘或職業作家，皆可透過我們的平台為中國及海外廣大網絡文學讀者創作及發佈內容，包含成品及連載中作品。此外，我們平台上的作家通常在作品初次發佈後會持續更新其發表內容。

雖然我們的平台對所有層級的作家開放，但我們極其重視發掘與培育文學人才，因為作家素質直接影響內容品質、用戶體驗、互動參與度，以及最終內容的變現潛力。為確保優質內容的穩定供應，我們與優質作家簽訂商業合作協議。

**作家授權協議。**我們僅透過按作品簽訂的授權合約(作品約)取得作家特定作品的授權權利。作家授權協議內容可能因本集團與作家協商結果而異。協議範圍與架構將參照以下因素釐定：(i)作家既有知名度；(ii)作品透過線上閱讀的變現潛力；及(iii)作品授權予內容改編合作夥伴的其他潛在機會。

## 業 務

作家與本公司簽訂之授權協議典型主要條款可能包含：

- **授權範圍：**作家將其文學作品之全部版權(含轉授權)不可撤銷地轉讓予本公司。我們有權基於合約文學作品創作任何形式的衍生作品，無需徵得作者許可或支付任何費用；或  
  
若干情況下，作家僅可向我們授予將其文學作品的獨家或非獨家複製及傳播權；
- **作家目標：**作家可能須達成每月最低文學作品字數的目標。除不可抗力事件或經我們事先通知及書面同意外，倘作家未能如期交付文學作品超過一個月，我們可暫停支付所有款項，直至相關文學作品完成，且作家應賠償我們因此遭受之損失；
- **付款方式：**我們通常按以下方式支付作家酬勞：
  - (i) 根據文學作品完成字數按約定單價計算稿費，按月結算；或
  - (ii) 收益分成安排，作家可獲得該文學作品版權所產生總收益的若干比例；或
  - (iii) 上述兩種安排的組合模式。
- **賠償責任：**作家須就違反與本公司簽訂之授權合約所造成之任何損失，向本公司作出賠償。

我們致力於支持與促進作家的創作。透過作家福利計劃，我們為作家提供基礎經濟支持，以激勵其持續進行內容創作及積極參與。簽約作家若能按時更新符合我們指定要求的文學內容，即可獲得作家福利計劃提供的基礎月度津貼。此外，我們的網絡文學平台的內容連載形式鼓勵讀者與作家之間持續互動。此舉不僅會增強平台上的用戶參與度，也會為作家提供寶貴的反饋，幫助其理解讀者偏好並優化作品。我們的網絡文學平台17K.com和4yt.net為作家提供專屬的免費工具，以管理其作品，包含內容創作、作品管理、讀者互動與反饋統計以及收入統計等功能。

### 我們的編輯團隊

我們的內部編輯團隊在平台上承擔著多個關鍵職責。編輯主要負責提升作者作品的品質、發掘新銳作家人才，以及管理內容分銷。截至2025年9月30日，我們擁有79名全職及兼職編輯，其中60名具備至少五年資歷。我們的資深編輯團隊發掘並推廣了眾多中國最受歡迎的作家與原創網絡文學作品。

編輯團隊主要依據內容類型負責我們平台的內容，在預設的成熟期後審閱新發佈的文學作品，透過專業經驗評估內容品質，同時參考作品相關的用戶數據，例如收藏次數、讀者規模及讀者喜愛度。當編輯發現有潛力的新銳作家時，將與作家協作提升作品質量與讀者吸引力。根據作家潛力，可能獲得通才編輯指導或專屬編輯團隊支援。編輯過程中，編輯團隊持續提供專業建議並彙整讀者反饋，

## 業 務

針對作品情節、語言表現與關鍵情節點給予指導。對眾多作家而言，此機制成為提升作品文學價值與商業價值的獨特資源。

### 內容篩查及審核

我們非常重視自有網絡文學平台的內容篩查及審核。此舉旨在確保我們平台發佈的所有文學內容完全遵守所有適用法律法規，且不含任何淫穢色情內容或可能損害文學作品質量的信息。我們已採用以下雙重審核流程：

**自動化內容篩查流程。**我們首先利用AI驅動的自動化系統篩查所有作者創作的文學內容。該系統基於根據中國最新法律法規定期更新的關鍵詞庫，識別並標記可疑內容以供進一步審核。所有被標記的內容必須在發佈前經我們的內容審核人員審核確認。

**人工內容審核流程。**若相關被標記內容未能通過我們內容審核團隊的審核，則不會上傳至我們的平台。必要時，我們會聘請具備中國內容監管框架專業知識的第三方顧問審查特定內容，以進一步提升我們的合規能力。

### 「逍遙」AI輔助內容生成

我們的「逍遙」AI賦能全球創作者創作小說，持續豐富與補充我們的數字內容庫。有關更多詳情，請參閱「[我們的AI技術](#)—我們自主研發的「逍遙」AI」。截至最後實際可行日期，「逍遙」AI已獲90多個國家及地區的50,000多名創作者採用，協助生成逾20億字內容量。

### 我們的音頻內容

經年累月，我們於截至最後實際可行日期已匯聚逾49萬小時的音頻內容，涵蓋原創文學、經典名著、教育、曲藝及管理等多元領域。多數音頻內容改編自旗下網絡文學作品。其中，於同一日，「[修羅武神](#)」累計播放量突破20億次，《[星痕之門](#)》累積播放量逾3億次，躋身喜馬拉雅新書榜亞軍；《[九域凡仙](#)》獲逾3億次播放，位居同榜季軍。除真人朗讀外，我們現更廣泛運用AI技術，以更低成本、更高效率製作優質音頻內容。截至最後實際可行日期，我們的AI生成音頻內容已突破200,000小時。

### 我們的變現機會

我們通過以下多層次的變現渠道運營網絡文學及相關業務：

#### 網絡文學內容

我們主要透過多元第三方分銷渠道以及自有的網絡文學平台向讀者提供網絡文學內容。此外，我們亦透過向IP改編合作夥伴授權我們的網絡文學內容獲得收入。

## 業 務

### 透過第三方分銷渠道的網絡文學內容 (to-B 模式)

分銷渠道合作夥伴透過讀者於其平台付費閱讀我們的優質網絡文學內容以及透過與我們網絡文學內容相關的廣告收入獲取收益。根據版權合作協議，分銷渠道合作夥伴將部分收益與我們進行分成。

針對第三方渠道的網絡文學內容分銷，我們已與國內知名線上閱讀平台(如番茄、七貓、起點、QQ閱讀)及國內領先的互聯網與電信公司建立合作關係。

與第三方分銷客戶簽訂之版權合作協議典型主要條款如下：

- 文學作品交付：我們須於規定時間內向分銷客戶交付指定數量的文學作品；
- 授權範圍：分銷客戶通常獲授予非獨家權利，透過其平台於中國境內分銷我們的文學作品，並運用文字轉語音技術將作品轉化為音頻內容。此等權利不得轉授予任何第三方；
- 授權期限：文學作品之授權期限一般介乎一至三年；及
- 費用：我們從分銷客戶收取(i)該文學作品在其平台產生的收益分成，或(ii)基於授權文學作品數量與收益分成組合的固定費用。此類費用通常按月或按季結算。雖然我們並無控制文學作品在分銷客戶平台的變現分成，但憑藉豐富的數字內容資源一般能獲得固定的保底費用。

### 透過自有網絡文學平台提供網絡文學內容 (to-C 模式)

我們以多種形式運營我們的主要網絡文學平台，包括移動應用程式、網站及微信小程序。該等平台主要提供能讓讀者能輕鬆享受網絡文學作品的功能，主要包括閱讀、內容搜尋及發現。下表概述了我們的主要網絡文學平台：

名稱	形式	付費或免費訂閱 (附註)	亮點
<b>國內網絡文學平台</b>			
17K.com (17K小說網).....	手機應用程式 與網站	• 免費；另設會員制及內容付費機制	• 提供奇幻、現代言情、武俠、仙俠、青春校園等所有主流網絡文學類型的高品質內容一站式服務

## 業 務

名稱	形式	付費或免費訂閱 (附註)	亮點
4yt.net (四月天小說網) . . . . .	網站	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 免費；另設會員制及內容付費機制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主要吸引各年齡層男性讀者</li> <li>• 代表作包括「修羅武神」、《第九特區》、《一品布衣》</li> <li>• 專注女性讀者群，涵蓋多元女頻小說</li> <li>• 代表作包括《全家偷聽我心聲殺瘋了，我負責吃奶》</li> </ul>
haili.chineseall.net (海狸故事) . . . . .	網站	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 免費</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全新短篇小說平台，設有「謎想計劃」、「奇想宇宙」等廠牌</li> <li>• 致力於培育本地類型文學的多樣性與創新，發掘新銳作家與作品</li> </ul>
多個在線閱讀小程序 . . .	微信小程序	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 免費；另設內容付費機制</li> <li>• 觀看廣告解鎖內容模式</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我們的新媒體平台提供敘事節奏更快的精選網絡文學作品</li> </ul>

## 業 務

名稱	形式	付費或免費訂閱 (附註)	亮點
<b>海外網絡文學平台</b>			
Rocnovel. ....	手機應用程式 與H5網頁	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 免費；另設會員制與內容付費機制</li> <li>• 通過觀看廣告解鎖內容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主要提供英文小說的海外平台</li> <li>• 該等英文小說由海外作家在我們「逍遙」AI協助下創作</li> </ul>

附註：

- (1) 「會員制付費」指讀者需訂閱閱讀平台會員資格，並定期繳納會員費。
- (2) 「內容付費」則指讀者需按章節或條目付費閱讀文學作品。
- (3) 「觀看廣告解鎖內容」是指讀者可以透過觀看廣告免費閱讀文學作品的某些章節。

我們以免費增值模式營運網絡文學平台。通常提供文學作品前幾章免費閱讀，然後就餘下內容收費。我們相信免費內容能吸引讀者，鼓勵他們訪問並探索我們的數字內容。讀者僅需為實際閱讀的內容付費，可消除其對可能無法讀完一整本書的顧慮，尤其是部分篇幅較長的作品。我們亦為國內網絡文學平台提供月度、季度和年度會員套餐，價格從人民幣15元至人民幣298元不等；為海外網絡文學平台提供週度、月度、季度和年度會員套餐，價格從9.99美元到179.99美元不等。該等套餐允許讀者無限暢讀平台上的指定內容庫。此外，在若干線上閱讀小程序及海外網絡文學平台上，用戶可以透過觀看廣告客戶投放的廣告以閱讀文學作品的若干章節。我們通常會根據雙方約定的收費模式向該等廣告客戶收費。

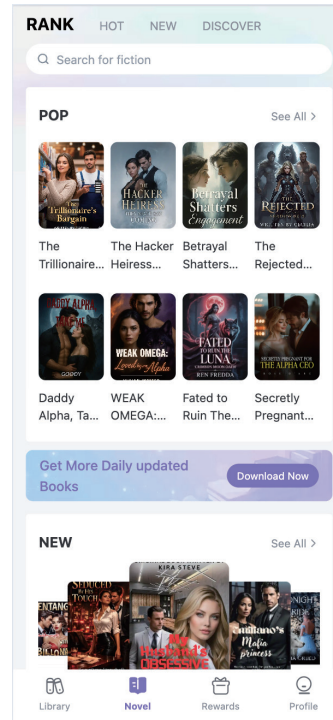
鑑於中國網路文學市場的分銷成本上漲且競爭日益加劇，導致我們的to-C模式(通過小程序)毛利率下降，我們自2025年起已將國內網路文學業務的重點由to-C模式(通過小程序)轉向to-B模式。雖然我們轉移戰略重心，但作為聯繫我們與作家之間的橋梁，17K.com及4yt.net等國內主要在線文學平台仍然是豐富我們數字內容文庫的核心渠道。

## 業 務

以下是我們網絡文學平台的部分介面截圖。



17K 手機應用程式



Rocnovel 手機應用程式

### IP 授權業務

為提升數字內容庫中網絡文學內容的商業價值，我們亦會將其授權予 IP 改編合作方，進行如翻譯作品、有聲書、動畫、影視劇等多種形式的改編開發。作為回報，我們通常從該等 IP 改編合作方收取固定授權費，及／或採用固定授權費加改編產品收入分成的組合方式。我們與 IP 改編合作方簽署授權協議，據此授予合作方開發及／或運營翻譯作品，以及改編後的有聲書、動畫、影視劇及／或其他衍生作品的權利。有關授權可為獨家或非獨家性質。IP 改編合作方可在無需我們批准的情況下，將權利向其關聯公司進行再授權。然而，若合作方需在授權期限內將相關改編權利再授權予第三方，則通常須獲得我們書面同意。IP 改編合作方不得將我們的 IP 改編為授權協議未載明的其他形式作品。

## 業 務

### 其他

我們主要透過國內主流音頻平台向用戶分發音頻內容。我們與這些平台簽訂授權協議，授予其向用戶提供有聲書的許可權。該授權屬非獨家性質且不包含任何轉授權權利。作為回報，我們通常從授權的音頻內容中獲得收益分成。

於往績記錄期間，我們亦透過向獨立第三方提供我們數字內容文學的若干數字數據而獲得其他收入。

### 短劇及IP衍生品業務

#### 短劇

根據弗若斯特沙利文的資料，我們早在2021年便成為中國首批製作並發行短劇的公司之一，並且以短劇取得顯著成功，使我們成為中國少數幾家達到人民幣1億元收入里程碑的公司之一。短劇作為新型敘事形式，專為移動端等智能設備垂直觀看優化，單集時長一至十分鐘。其敘事邏輯與網絡文學類似。憑藉在網絡文學產業逾25年的深厚積澱與專業實力，我們在短劇領域取得卓越成就，打造出多部爆款作品。

憑藉深厚的產業洞察力，結合豐富的海外運營經驗及龐大的數字內容與IP儲備，我們於2022年成功將短劇業務拓展至海外市場。此後，海外短劇業務展現出迅猛增長態勢。根據弗若斯特沙利文報告，海外短劇市場規模預計將從2024年的人民幣140億元增長至2029年的人民幣1,208億元，複合年增長率達53.9%。為把握海外市場機遇並鞏固國內短劇業務，我們已確立海外市場以平台為核心、國內市場以內容為核心的雙支柱戰略。

#### 海外短劇業務

憑藉豐富的數字內容庫、AI技術實力及本地化專業能力，我們自2022年起成功打入海外短劇市場。我們陸續推出包括Sereal+及FlareFlow在內的多款針對海外用戶需求打造的短劇應用程式。Sereal+於2023年12月上線，是我們早期建立的海外短劇平台之一。借鑑海外短劇業務的經驗，我們於2025年4月推出旗艦海外短劇平台FlareFlow，採用與Sereal+相似的運營模式與盈利方式。鑑於FlareFlow的強勁表現與增長勢頭，我們於2025年中按戰略將資源分配從Sereal+轉向FlareFlow，並自此將FlareFlow作為首要運營重點。

FlareFlow可供用戶從蘋果及安卓應用商店免費下載。截至最後實際可行日期，FlareFlow曾經在主要移動應用商店的美國區免費娛樂應用程式日排行榜上排名第一，在200多個國家與地區(包括美國、加拿大、歐洲及東南亞)的累計註冊用戶超過3,300萬，並且其已建立一個支持英語、西班牙語、法語、泰語及阿拉伯語等14種語言的內容分銷網絡。

## 業 務

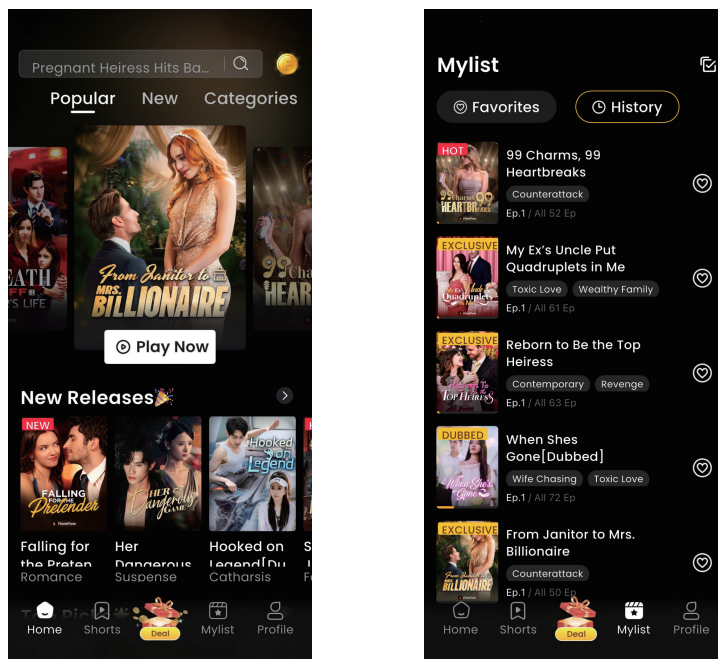
### FlareFlow

FlareFlow是我們的旗艦短劇平台，同時向用戶(to-C模式)提供由我們內部及第三方製作的短劇。我們主要通過以下變現方法營運FlareFlow：

- **付費觀看。**我們提供短劇的開篇劇集免費觀看，相信初期的免費集數可吸引用戶，並鼓勵彼等瀏覽及探索我們的短劇。用戶可利用代幣或紅利解鎖後續集數。代幣可自行購買，當用戶購買指定數量代幣時，將獲得相應紅利。此外，用戶還能通過我們的獎勵系統獲取紅利，包括每日簽到及完成指定任務。
- **會員訂閱。**我們提供靈活的訂閱方案，包含每週、每月及每年計劃，價格介乎19.99美元至199.99美元不等。訂閱者可無限次觀看FlareFlow平台上所有短劇，並享有無廣告的觀看體驗。
- **廣告。**用戶亦可通過觀看廣告解鎖並觀看劇集。我們隨後可從廣告客戶收取相關費用。

我們運用AI分析能力於資訊流系統，依據平台擷取的用戶數據對短劇進行分類與推薦。詳情請參閱「—我們的AI技術」。為提供沉浸式無干擾觀劇體驗，FlareFlow設計僅保留核心功能：觀看、點讚以及透過各類排行榜與分類搜索短劇。

### FlareFlow App用戶介面



截至最後實際可行日期，FlareFlow已匯集約5,200部優質短劇劇集，包含由本公司製作逾700部短劇劇集，以及向知名第三方製作方取得授權的逾4,400部短劇劇集，涵蓋愛情、懸疑、復仇、奇幻及萌娃等多元題材。我們的收入主要來自我們自主製作的優質短劇劇集。以下為截至最後實際可行日期FlareFlow平台前五名短劇的海報與亮點：

## 業 務

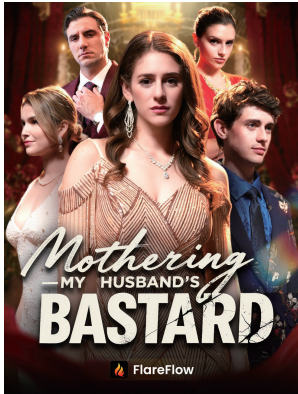
### 名稱

### 亮點



Raising His Mistress's Child

截至最後實際可行日期，該短劇劇集總播放量超過193.6百萬次，為本公司帶來15.5百萬美元的充值金額。



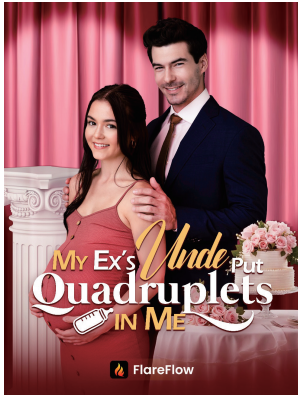
Mothering My Husband's  
Bastard

截至最後實際可行日期，該短劇劇集總播放量超過115.4百萬次，為本公司帶來7.4百萬美元的充值金額。

## 業 務

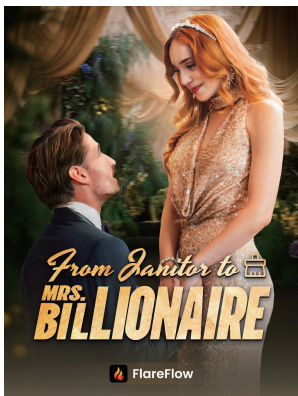
### 名稱

### 亮點



My Ex's Uncle Put  
Quadruplets in Me

截至最後實際可行日期，該短劇劇集總播放量超過165.5百萬次，為本公司帶來5.6百萬美元的充值金額。



From Janitor  
to Mrs. Billionaire

截至最後實際可行日期，該短劇劇集總播放量超過89.8百萬次，為本公司帶來3.2百萬美元的充值金額。



Shoot at My Heart

截至最後實際可行日期，該短劇劇集總播放量超過64.8百萬次，為本公司帶來3.3百萬美元的充值金額。

## 業 務

我們通常會與這些第三方製作方簽訂授權協議。此類協議的典型主要條款如下：

- **短劇交付：**協議通常列明約定短劇的名稱。授權方須在規定時間內，以雙方約定的格式向我們交付授權短劇，並同時提供該等短劇的版權證明文件；
- **授權範圍：**一般而言，我們被授予的權利包括但不限於在指定授權期限內，在全球範圍內對短劇的複製、發行、播映及翻譯等權利。我們有權在任何我們擁有、營運或共同開發的平台上分發及播映授權的短劇；
- **授權性質：**根據雙方協商，我們通常以非獨家形式獲批授權，而在較少數情況下，可能獲授予獨家授權；及
- **費用：**我們將根據短劇數量及該短劇在我們平台播映產生的分成收入向授權方支付授權費。該等授權費及分成收入通常按季結算。

### 國內短劇

憑藉豐富的數字內容與IP儲備，我們自主製作短劇並於國內主流短劇平台(如紅果)及其他視頻平台進行分銷(to-C模式)。截至最後實際可行日期，我們已製作並發佈逾800部國內短劇劇集，涵蓋愛情、懸疑、復仇、奇幻及萌娃等多元題材。

以下為部分熱門優質短劇劇集，均改編自我們數字內容庫中同名／類似標題的網絡文學作品：



一品布衣短劇系列

因其優良品質，一品布衣第一季已入選「2025年度影響力名單」，並於2025年榮獲綜藝報頒發的「年度微短劇」獎。其第二季及第三季分別於2026年1月及2月發佈。2025年，《一品布衣》第一季在紅果平台獲得超過30億次觀看，成為該年度平台上僅有的兩部觀看量突破此里程碑的男頻短劇之一。截至最後實際可行日期，該短劇系列在紅果平台上的最高熱度值位居該平台男頻短劇前列<sup>(附註)</sup>。

附註：紅果熱力值是指中國領先的免費短劇平台紅果採用的短劇人氣指標。

## 業 務



太子殿下今天  
破戒了嗎

截至最後實際可行日期，紅果最高熱力值<sup>(附註)</sup>超6,300萬。



團寵小奶包，  
我是全皇朝  
最靚的崽

截至最後實際可行日期，紅果最高熱力值超6,200萬。



破鏡不重圓，  
嫡公主不和離  
只休夫

截至最後實際可行日期，紅果最高熱力值超5,900萬。



替嫁當後娘，  
侯門主母  
養崽逆襲

截至最後實際可行日期，紅果最高熱力值超5,700萬。

我們與國內領先的線上短劇平台及其他視頻平台簽訂合作協議，以播放我們的短劇。此類協議的典型主要條款如下：

- **短劇交付：**協議附件通常載明指定短劇名稱。本公司須於協議規定時限內向相關客戶交付短劇。若指定短劇於客戶平台首播後特定期間內因法規變更無法播出，本公司可能須向客戶退還部分或全部已收取費用；

## 業 務

- **地域與獨家性**：客戶通常獲授權於中國境內播放短劇，此類播放權通常具獨家性及永久性。客戶不得對授權短劇進行衍生開發或商業營運；
- **轉授權**：我們不時向特定客戶授予轉授權。獲轉授權的客戶可在授權期限內，將我們短劇的獨家播放權轉授權予中國境內的第三方；以及
- **費用**：我們將根據短劇數量向客戶收取固定費用，並從短劇授權收益中分成。此類固定費用與分成收益通常按月結算。根據該等協議，我們一般不會控制該等授權短劇的變現分成。

### 短劇運作流程

我們通常擔任原創短劇的唯一投資方，提供全部資金並主導製作、宣傳及發行流程。我們對原創短劇享有獨家版權。作為唯一版權持有者，我們僅將國內短劇的播映權授權予第三方平台，並保留所有其他法律權利，包括IP改編權與授權權。至於海外短劇，則獨家於自有海外短劇平台播映。

原創短劇的製作與變現主要涵蓋四個階段如下：

#### 劇本開發

我們深信劇本是打造引人入勝短劇的基石，它直接決定敘事品質與觀眾參與度。因此我們極其重視劇本開發階段，從初始主題篩選到最終潤飾皆如此。內部編輯團隊通常依據網絡文學平台與短劇平台的用戶偏好數據，結合市場研究中對最新社交媒體趨勢的產業洞察，為新短劇企劃開發並篩選主題。

針對海外短劇，國內編輯團隊首先在選定主題下構建核心敘事框架與故事線。隨後由日本及北美洲的本地團隊主導文化本地化，包括精煉對白、融入本地元素及細化文化意涵。整個劇本開發過程中，國內團隊與本地團隊保持緊密協作，確保內容能深刻觸動海外觀眾，並符合當地文化規範與偏好。

針對國內短劇，由本地編輯團隊主導劇本開發與精修。我們亦會引入外部編輯拓展劇本庫，確保優質內容源源不絕。

## 業 務

此外，我們的編輯團隊持續運用短劇平台的用戶偏好數據優化劇本，進行多次創意實驗，從引人入勝程度測試到文化適應性試驗，確保我們的短劇劇集都能引發最大共鳴與轉化率。

### 拍攝

我們委託第三方製作公司執行拍攝流程，同時指派內部製作團隊全程監控拍攝進度，重點管理拍攝進度以確保效率與項目時程符合要求。

針對海外短劇拍攝，我們已組建聯合內部運營團隊，分佈於北美、日本及中國。國內團隊負責核心劇情拍攝，海外團隊則監製本地場景與細節。此雙重團隊架構確保海外短劇在故事連貫性與本地文化真實性間取得平衡，從而引起國際觀眾共鳴，同時確保維持內容品質。

與第三方製作公司簽訂協議的典型主要條款如下：

- **工作範圍：**製作公司負責拍攝流程，涵蓋短劇的製作與拍攝；
- **品質控制：**我們通常有權在所有製作階段進行監控並提供意見，同時對主要製作團隊的選拔擁有決策權(包括但不限於演員、編劇、導演及製片人)。我們同時擁有短劇相關決策的獨家權限，包含最終剪輯權。若短劇專案於任何階段出現品質未達標準之情形，我們有權暫扣該專案應付款項，並保留接管專案之權利；
- **交付期限：**我們通常要求製作公司按時交付短劇。國內短劇交付週期約為7至14天，海外短劇製作則需一至兩個月；
- **費用：**我們通常以分期方式向製作公司支付固定費用，並/或與製作公司分享相關短劇部分收益。此類應付費用涵蓋短劇製作所有支出，包括但不限於拍攝費用、演員及工作人員開支；以及
- **知識產權：**我們擁有相關短劇成品或其他成果之所有版權及知識產權。

### 後期製作

我們對國內與海外短劇採用相同的後期製作流程。拍攝完成後，我們將篩選場景剪輯成最終短劇成品。視乎我們的能力而定，我們可能自行處理後期製作，或委聘製作公司負責處理。後期製作主要包含：(i) 視頻與音頻剪輯；(ii) 配音；(iii) 音樂創作與錄製；(iv) 特效製作；及(v) 調色。為提升製作效率，我們運用AI技術處理多語種配音、字幕製作、調色及特效。後期製作

## 業 務

完成後，內部製作團隊將對成品進行合規審查，包括檢測版權風險、避免文化敏感元素，並確保符合相關法律法規。

### 推廣與發行

我們主要運用自主研發的AI agent，自動生成並投放海外短劇的推廣素材。詳情請參閱「我們的AI技術」。

我們主要透過國內領先的短劇平台及其他視頻平台發行國內短劇，海外短劇則透過自有海外短劇平台發行。

### IP衍生品

憑藉逾25年深耕數字文娛產業的經驗，結合對市場趨勢與觀眾偏好的深刻洞察，我們已建立涵蓋戰略性IP篩選規劃到運營改編的完整IP開發流程。

### 篩選與規劃

我們定期評估數字內容庫，從中篩選具商業潛力的IP進行後續開發與改編。我們已積極將AI技術整合至篩選流程，顯著提升其效率與成效。詳情請參閱「我們的AI技術」。在篩選過程中，我們通常評估並考量以下因素：

- 文學作品在線上閱讀或音頻平台的受歡迎程度。我們將評估相關作家與文學類型的知名度，例如作品獲獎紀錄、讀者規模及讀者點讚數；
- 最新市場趨勢與讀者偏好；
- 文學作品的發展與改編潛力；
- 若提交的是未完成稿件，則評估文稿整體品質及作者完成作品的能力；以及
- 文學概念的原創性。

在初始階段，我們制定全面的IP開發計劃，透過自主開發或與IP改編夥伴合作，將入選IP開發並改編為多種形態，包括有聲書、漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊產品。我們採用分層IP開發戰略。我們認為，如果一個IP在低成本的改編形式中表現良好，則將其開發為高成本形式的風險較低。因此，我們首先透過低成本形式（如AI生成有聲書或漫畫）進行IP改編以測試市場反應。若初期改編獲得市場正面反饋，我們將逐步將這些IP拓展至高投資形式，包括動畫、短劇，最終製作成電影。此分層開發模式不僅有效降低前期投資風險，更能透過將資源集中投入經市場驗證具高商業潛力的IP，實現營運效率最大化。

### 開發與改編

基於策略性篩選與規劃流程，我們已建立動態IP組合，包括旗艦IP及適合後續開發的高商業潛力IP。以下概述該IP組合的主要改編形式，涵蓋有聲書、漫畫與AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊產品：

## 業 務

### 有聲書

詳情請參閱「— 網絡文學及相關業務 — 我們的音頻內容」。

### 漫畫與AI漫劇

除傳統漫畫外，我們亦可將我們的IP改編成AI漫劇。AI漫劇是由AI驅動的動態視覺化改編作品，將網絡文學與漫畫以多種形式呈現，如動態漫與3D動畫。截至最後實際可行日期，我們已全面開發及正式推出涵蓋整個製作流程的綜合性AI工具鏈，命名為「次元神筆」，包含劇本拆分、角色建模、分鏡圖像與影片生成等功能，持續為我們的AI漫劇項目提供支援。有關更多詳細資訊，請參閱「我們的AI技術」。

我們的AI生成動態漫不僅通過付費連載實現商業化，更展現出強勁且持續的增長態勢。截至最後實際可行日期，我們已運用AI工具鏈製作逾250部AI漫劇。其中改編自我們數字內容庫同名文學作品的《遇強則強，我的修為無上限》表現尤為亮眼，截至同日累計觀看次數已突破3億。

此外，我們的AI工具鏈顯著提升了3D動畫製作能力。在傳統人工製作方式下，每分鐘3D動畫的製作成本約為人民幣8,000元，且流程極其耗時費力。通過運用AI技術，我們已將每分鐘製作成本降至約人民幣2,000元，同時大幅加快製作週期。此項改進的代表性例子當屬2025年10月推出的首部AI生成3D動畫系列《仙尊歸來：隻手鎮人間》。製作此系列時，我們運用AI工具鏈全程自動生成角色、場景與動作，無需人工建模。相較傳統人工製作方式，每分鐘平均製作成本大幅降低超過75%。該動畫於主流短視頻平台正

## 業 務

式上線後，不僅榮登該平台動畫排行榜首位，更迅速在AI生成動畫領域轟動一時，實現創作效率與用戶參與度的雙重突破性成就。



遇強則強，我的修為無上限



仙尊歸來：隻手鎮人間

### 動畫製作

我們通常與頂尖製作公司合作，共同開發並將數字內容庫的文學作品改編為動畫。我們通常與動畫製作公司簽訂授權協議，據此同意與該等被授權方共同投資及製作動畫。一般而言，我們有權按在相關改編動畫開發及製作中的投資比例，分享改編動畫所產生收入的一部分。我們與被授權方共同擁有改編動畫的全部所有權及知識產權。其中最著名的改編動畫作品為「修羅武神」，改編自我們同名知名網絡文學作品。該動畫系列由本公司與知名影視公司聯合製作，自2023年9月起獨家於領先影音平台播出，躋身該平台熱搜榜及熱播榜亞軍。基於其熱度，「修羅武神」第二季由原班團隊再度聯手製作，已於2026年2月推出。與此同時，我們持續與主流平台保持戰略性溝通，共同開發多部動畫項目。

### 短劇

詳情請參閱「一短劇」。

### IP周邊產品

2024年，以IP周邊產品為核心的「谷子經濟」蓬勃發展。為把握市場契機，本公司於2024年10月策略性推出「次元探秘」品牌，專注IP周邊產品開發營運。該品牌以核心自有IP「羅小黑」為基礎，輔以其他授權IP產品線。授權IP組合主要涵蓋「小黃人」及「金剛特龍戰隊」。我們通常將IP周邊產品的生產委託第三方承包商，而我們則負責產品設計、推廣及分銷業務。

## 業 務

### 橫跨多種形式的旗艦IP — 羅小黑

我們於2023年收購持有知名「羅小黑」IP的寒木春華。詳情請參閱「歷史、發展及公司架構—重大收購及出售事項—收購寒木春華」。該IP已被成功開發及在多種形式中實現商業化，涵蓋漫畫、動畫系列、動畫電影及周邊產品等。

基於該IP，我們聯合製作了動畫電影《羅小黑戰記2》。該片於2025年7月18日在中國上映，並自2025年8月起啟動國際發行，觸及北美、東南亞、日本、香港、澳門、歐洲、韓國、澳洲及紐西蘭等地區觀眾，將IP文化影響力拓展至全球。本動畫電影展現卓越市場表現。截至最後實際可行日期，其國內外票房分別突破人民幣533百萬元及人民幣25.5百萬元。於國內主流影評平台獲超高口碑，其中豆瓣評分達8.7分，為2025年院線動畫電影最高分，且被雷報授予「2025年度最具商業價值IP」獎。此外，在中國電影藝術研究中心機構舉辦的2025年暑期檔觀眾滿意度調查中位列第二，彰顯其橫跨各年齡層的廣泛吸引力。



羅小黑戰記



羅小黑戰記2

為深化「羅小黑」商業價值，我們開發推出全系列周邊產品，涵蓋盲盒、徽章、亞克力立牌、搖搖玩具、電影膠片卡及海報等品項。多款「羅小黑」周邊成為暢銷品並迅速售罄。2025年7月《羅小黑戰記2》上映後，「羅小黑」線上官方旗艦店銷售額大幅攀升，其中一款熱銷商品銷量突破2萬件。

## 業 務

憑藉《羅小黑戰記2》熱映之勢，我們與玩具、遊戲及餐飲領域龍頭企業建立深度授權合作。此類協作實現IP與內容的協同效應，創造顯著的線上線下互動。與玩樂主義、名創優品、泡泡瑪特等頂尖玩具夥伴聯名的「羅小黑」系列商品，上市即告售罄。



## 業 務

### 其他業務

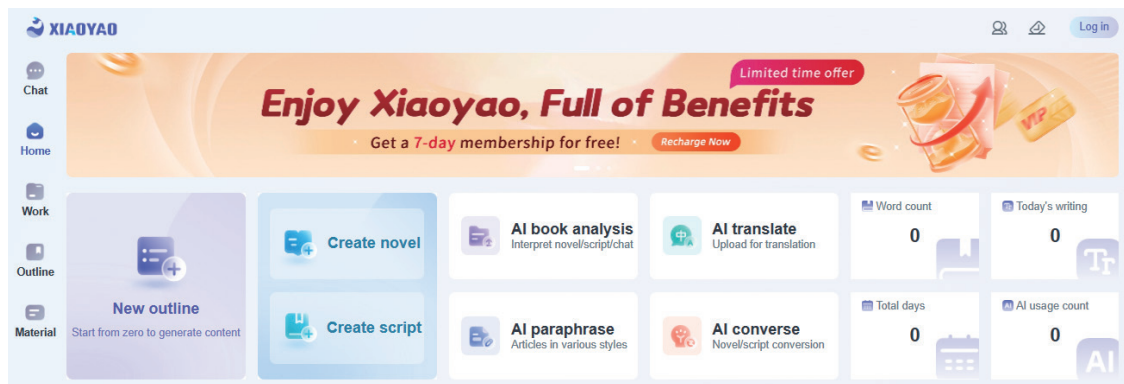
於往績記錄期間，我們亦透過提供教育產品及服務、租賃、內容審閱服務及其他技術營運服務產生其他收入，主要與廣告投放及內容處理有關。

### 我們的AI技術

我們的成功奠基於持續創新與強化核心技術的能力。早在2023年我們便開始投資、開發及部署AI技術。時至今日，我們仍致力於優先研發AI技術，以鞏固行業領導地位並推動行業發展。

### 「逍遙」AI

#### 「逍遙」AI介面



創新始終是我們業務的前沿，驅動我們多年來的增長與成功。憑藉逾25年深耕數字文娛產業的經驗，我們已建立豐富多元的數字內容庫，它是研發專業級內容製作平台的關鍵基礎。

2023年10月，我們推出「逍遙」AI 1.0版，這款開創性內容創作平台基於開源模型開發，賦能創作者完成整個創作流程。為滿足全球用戶需求，2025年6月，我們發佈了「逍遙」AI的英文版本。歷經持續迭代，「逍遙」AI現已具備多項核心功能：單圖／單句擴寫小說、處理分析百萬字級長篇小說、小說轉劇本轉換、一鍵本地化翻譯等。具體而言，我們的「逍遙」AI在小說創作過程的多個階段為作家提供支持，包括設定故事背景及人物簡介、構建大綱、起草及重寫主要內容，以及潤色及校對小說草稿。這些功能為全球創作者提供全方位的AI輔助寫作解決方案，持續提升創作生產力。截至最後實際可行日期，我們的「逍遙」AI已服務全球90多個國家與地區的50,000多名用戶，協助創作者產出逾20億字的內容量。

## 業 務

### 業務價值鏈中的AI技術應用

#### IP評估與篩選

通過整合我們AI賦能平台的數據驅動洞察與深厚的行業專業知識，我們對數字內容庫進行全面評估，以篩選出高商業潛力IP，納入後續IP開發計劃，涵蓋文學、有聲書、漫畫、AI漫劇、動畫、短劇、電影及周邊商品等領域。

#### 內容生成

我們運用AI技術強化核心內容創作流程。截至最後實際可行日期，我們已利用AI技術製作超過50,000部文學作品、超過250部AI漫劇及超過200,000小時的音頻內容。例如在短劇製作方面，透過AI技術實現字幕翻譯與配音，實現高性價比的內容本地化；同時運用AI技術生成需耗費大量製作成本的高視覺效果場景，大幅降低整體製作成本。在AI漫劇製作方面，我們將自主研發的AI工具鏈整合至我們逾85%的製作流程，涵蓋劇本拆分、角色建模、分鏡圖像與影片生成等環節，相較傳統製作方式大幅縮短製作週期並降低成本。

具體而言，截至最後實際可行日期，我們已將AI技術應用於60%的文學內容製作和營運流程。與傳統非AI流程相比，這使我們的生產效率(以日均生成字數計算)提高40%以上，平均翻譯成本降低90%以上。

#### 推廣素材生成與投放

我們自主研發的AI agent，整合了「逍遙」AI與一系列AIGC工具，已全面融入廣告投放流程的核心環節。該AI agent能透過分析短劇的情感高峰、衝突節點與劇情轉折，自動擷取最能驅動用戶點擊與付費的片段。針對每部海外短劇劇集，AI agent可生成100至300份推廣素材，涵蓋短視頻、封面圖、引爆版與反轉版等形式。此機制能依據英語、日語、阿拉伯語、西班牙語等語言區域的文化偏好，精準篩選客製化推廣素材，顯著提升內容本地化成效。隨後，我們的AI agent會同步將推廣素材投放至北美、日韓、東南亞及中東等海外主要市場的領先社交媒體平台。此策略不僅提升新短劇劇集的曝光度，更能迅速鎖定用戶需求較高的區域。此外，AI agent會收集並向營銷團隊提供可量化的劇集表現數據，確保宣傳預算分配至最具成效的投放位置。

截至最後實際可行日期，我們的AI agent已推廣超過27,000部文學作品，使優質文學內容的日均讀者人數增加48倍，付費讀者的日均閱讀時長增加20%以上，且就每人每日管理廣告的平均數量而言，我們的投放效率較傳統非AI過程提高20倍以上。

## 業 務

### 內容推薦

針對海外短劇及網絡文學平台，我們運用AI分析能力於資訊流系統中，依據平台捕捉的用戶數據(如觀看歷史、搜索紀錄及消費行為)進行內容分類與推薦。例如透過AI算法動態評估每部短劇劇集的潛在點擊率與轉換率，據此調整推薦權重與資源分配。此AI驅動的分銷策略既能協助用戶快速發現優質的新上線短劇劇集，亦能精準鎖定重點短劇劇集進行營運投入。此外，我們的平台整合了AI驅動的即時數據監測模組，能動態追蹤並對短劇關鍵指標(如觀看次數、訂閱收益、廣告收入)的異常狀況發出早期預警。基於這些即時數據，我們的AI agent可持續推薦並調整短劇的推廣與投放策略。

### 研發

我們的研發工作主要集中於提升我們的「逍遙」AI、探索將先進AI技術應用於業務流程，以及設計與優化平台技術架構。我們的研發團隊由吳疆先生領導，他於2009年1月獲得北京大學軟件工程碩士學位，並擁有約17年的研發經驗。吳先生主導了我們「逍遙」AI及廣告投放AI agent的研發工作。截至2025年9月30日，我們於中國已組建一支由70名經驗豐富的工程師及專家組成的專職研發團隊，其中45人擁有10年以上的經驗。我們持續對研發工作及技術基礎設施進行投入。

### 知識產權

我們的業務主要涉及知識產權的創造、授權、使用及保護，此乃我們取得成功與保持競爭力的根本所在。我們的商業模式主要涵蓋下列情境中的知識產權：

- 根據與作家簽訂的相關協議，本公司將享有作家創作之文學作品的完整版權；
- 根據與IP改編合作夥伴簽訂的相關授權協議，合作夥伴可基於本公司IP以特定方式製作開發改編作品；
- 根據與第三方內容分銷客戶的相關授權協議，相關客戶通常獲授通過其平台分發我們內容的非獨家權利；及
- 根據與製作公司簽訂的基於我們IP開發短劇及／或其他IP衍生品的相關協議，我們通常享有相關短劇及／或IP衍生品的版權。

## 業 務

我們透過合約限制、保密程序及知識產權註冊的綜合措施，建立並保護自有知識產權。截至最後實際可行日期，我們已與全體員工簽訂保密協議。我們亦實施嚴格保密協議，旨在降低員工未經授權披露信息之風險。此外，我們於僱傭、授權及合作協議中加入保密條款，禁止在未經授權情況下披露商業秘密、機密信息及保密技術專長。儘管我們已盡力防範，第三方仍可能未經授權取得並侵佔我們的知識產權。據董事所知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並無與第三方涉及任何可能對業務構成重大不利影響之知識產權爭議或未決法律程序。

自成立以來，我們始終堅持「先授權，後分發」的原則，嚴格在授權範圍內合法使用IP。我們通過技術、行政及司法手段已建立綜合的IP保護體系。我們設有專門團隊以處理IP的管理及保護，並在必要時可能會向外部法律顧問尋求法律建議。民事訴訟為我們保護IP的主要手段，同時我們與相關部門合作，加強對我們IP的行政及刑事保護。

本公司的知識產權組合包含版權、專利、商標及域名。知識產權對我們的業務至關重要。截至最後實際可行日期，我們已於中國註冊15項專利、71項軟件著作權、99項藝術作品著作權、19個域名及61個商標以及香港的兩個商標，我們認為該等知識產權對或可能對我們的業務非常重要。有關知識產權之詳情，請參閱「附錄四—法定及一般資料」。

### 我們的供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括中國及海外的(i)第三方推廣及營銷服務供應商；(ii)短劇供應商及製作公司；及(iii)在我們的網絡文學平台創造內容並授權內容給我們的作者。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，本公司向最大供應商採購額分別為人民幣96.8百萬元、人民幣166.7百萬元及人民幣166.1百萬元，分別佔總採購額的8.1%、15.1%及19.1%。本公司向五大供應商採購額分別為人民幣354.6百萬元、人民幣286.1百萬元及人民幣449.4百萬元，分別佔各期總採購額的29.6%、26.0%及51.6%。我們相信與主要供應商保持良好合作關係。

## 業 務

### 五大供應商

下列表格載列於往績記錄期間內本公司五大供應商的若干資料：

#### 截至2023年12月31日止年度

供應商	為我們 供應的 產品/服務	信用期	支付方式	採購金額 <i>(人民幣千元)</i>	佔總 採購金額 百分比	業務 合作關係 起始年份
供應商A <sup>(1)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	96,783	8.1	2023年
供應商B <sup>(2)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	86,144	7.2	2020年
供應商C <sup>(3)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	66,898	5.6	2022年
供應商D <sup>(4)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	59,126	4.9	2022年
供應商E <sup>(5)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	45,604	3.8	2021年
				354,555	29.6	

#### 截至2024年12月31日止年度

供應商	為我們 供應的 產品/服務	信用期	支付方式	採購金額 <i>(人民幣千元)</i>	佔總 採購金額 百分比	業務 合作關係 起始年份
供應商F <sup>(6)</sup> .....	推廣及營銷 服務	45天	銀行轉賬	166,663	15.1	2024年
供應商G <sup>(7)</sup> .....	推廣及營銷 服務	30或45天	銀行轉賬	36,353	3.3	2024年
供應商H <sup>(8)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	31,697	2.9	2023年
供應商E <sup>(5)</sup> .....	推廣及營銷 服務	10個工作天	銀行轉賬	31,480	2.9	2021年
供應商I <sup>(9)</sup> .....	推廣及營銷 服務	20個工作天	銀行轉賬	19,913	1.8	2023年
				286,106	26.0	

## 業 務

### 截至2025年9月30日止九個月

供應商	為我們 供應的 產品/服務	信用期	支付方式	採購金額 (人民幣千元)	佔總 採購金額 百分比	業務 合作關係 起始年份
供應商J <sup>(10)</sup> .....	推廣及營銷 服務	45天	銀行轉賬	166,081	19.1	2025年
供應商K <sup>(11)</sup> .....	推廣及營銷 服務	60天	銀行轉賬	112,559	12.0	2025年
供應商L <sup>(12)</sup> .....	推廣及營銷 服務	30天	銀行轉賬	86,185	9.9	2024年
供應商F <sup>(6)</sup> .....	推廣及營銷 服務	45天	銀行轉賬	59,400	6.8	2024年
供應商M <sup>(13)</sup> .....	推廣及營銷 服務	15個工作天	銀行轉賬	25,127	2.9	2024年
				449,352	51.6	

附註：

- (1) 一家於2021年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣10百萬元，主要從事廣告服務。
- (2) 一家於2018年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣10百萬元，主要從事軟件開發、數據處理及廣告服務。
- (3) 一家於2017年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣1百萬元，主要從事提供廣告服務。
- (4) 一家於2016年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣20百萬元，主要從事軟件開發、維護和銷售；以及增值電信服務。
- (5) 一家於2016年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣1百萬元，主要從事信息技術諮詢，以及廣告及營銷服務。
- (6) 一家於2014年在香港註冊成立的公司，主要提供數據驅動的廣告及數字營銷解決方案。
- (7) 一家於2022年在香港註冊成立的公司，主要提供AI及大數據驅動的廣告解決方案。
- (8) 一家於2011年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣10百萬元，主要從事提供信息技術開發以及諮詢服務和廣告服務。
- (9) 一家於2016年在香港註冊成立的公司，主要提供AI驅動的數字營銷解決方案。
- (10) 一家於2011年在香港註冊成立的公司，主要提供搜索引擎營銷服務。
- (11) 一家於2021年在香港註冊成立的公司，主要為短劇提供廣告及營銷服務。
- (12) 一家於2015年在香港註冊成立的公司，主要提供整合數字營銷解決方案。
- (13) 一家於2015年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣1百萬元，主要提供信息技術及軟件開發，以及營銷服務。

## 業 務

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司董事或其各自聯繫人以及任何股東(據董事所知持有已發行股份超過5%者)概無於本公司五大供應商或承包商中任何一方擁有任何權益。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司與供應商或承包商之間並無任何重大爭議。

### 與主要供應商合約之主要條款

我們通常根據服務及／或產品之性質，透過各類協議與供應商合作。針對提供推廣及營銷服務之主要供應商，我們一般會與其簽訂以下服務協議。

#### 與供應商簽訂的社交媒體廣告服務協議

該等協議的主要條款概要如下：

- 期限：與該等供應商簽訂的協議期限一般為一至三年。
- 服務範圍：我們的供應商主要負責提供特定推廣及營銷服務，包括但不限於在某些領先國際社交媒體平台上開立及管理廣告賬戶。我們通常自行在這些社交媒體平台製作並投放推廣素材。
- 付款條款：供應商須向我們提供月度結單，詳列我們在社交媒體平台產生的廣告費用。我們須在指定信用期內結算該等費用。
- 保密義務：雙方均應保護對方的商業及技術秘密，未經對方同意不得向第三方披露對方的商業及技術秘密。

#### 與供應商簽訂的按銷售額(「CPS」)基準提供推廣服務的協議

該等協議的主要條款概要如下：

- 期限：與該等供應商簽訂的協議期限一般為一年。
- 服務範圍：我們的供應商主要負責在其擁有或有權營運的渠道上展示及推廣我們數字內容的指定推廣素材。
- 付款條款：我們應按CPS基準向供應商支付部分可分配收入作為服務費。該部分比例介乎88%至92%之間。我們的可分配收入指用戶為我們平台上的付費數字內容支付的總金額中，歸屬於供應商推廣服務的部分，扣除支付處理費及壞賬費用後的餘額。
- 保密義務：雙方均應保護對方的商業秘密。未經我們同意，供應商不得向任何其他第三方披露我們的商業秘密及產品信息。

我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷供應商定價出現大幅波動、供應商發生重大違約，或供應商交付出現重大短缺或延遲之情況。

### 我們的客戶

於往績記錄期間，本公司客戶主要為(i)第三方內容平台(本公司透過該等平台分銷數字內容以收取授權費及／或收益分成費)；(ii)線上閱讀平台及短劇平台用戶；及(iii)內容改編合作夥伴(該等夥伴取得本公司IP授權進行改編)。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，本公司對單

## 業 務

一最大客戶(按集團基準計算)之銷售額分別為人民幣72.5百萬元、人民幣69.6百萬元及人民幣88.2百萬元，分別佔本公司總收入的5.1%、6.0%及8.7%。同期，五大客戶(按集團基準計算，如適用)銷售額分別為人民幣172.6百萬元、人民幣210.3百萬元及人民幣223.4百萬元，分別佔本公司總收入的12.3%、18.2%及22.1%。我們與客戶建立了穩定且長期的合作關係。於往績記錄期間，我們前五大客戶中的多數與我們的業務往來時間介於5年至8年之間。

### 我們的五大客戶

下表載列往績記錄期間本公司五大客戶(按集團基準)之若干資料：

#### 截至2023年12月31日止年度

客戶	我們提供的產品/ 服務	信用期	支付方式	客戶 收入貢獻 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	業務 合作關係 起始年份
客戶A <sup>(1)</sup>	版權授權	15個工作天	銀行轉賬	72,454	5.1	2019年
客戶B <sup>(2)</sup>	版權授權	20個工作天	銀行轉賬	48,628	3.5	2020年
客戶C <sup>(3)</sup>	版權授權	45個工作天	銀行轉賬	21,958	1.6	2018年
客戶D <sup>(4)</sup>	版權授權	3個工作天	銀行轉賬	15,094	1.1	2023年
客戶E <sup>(5)</sup>	技術營運 服務	45個工作天	銀行轉賬	14,434	1.0	2018年
				<b>172,568</b>	<b>12.3</b>	

#### 截至2024年12月31日止年度

客戶	我們提供的產品/ 服務	信用期	支付方式	客戶 收入貢獻 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	業務 合作關係 起始年份
客戶B <sup>(2)</sup>	版權授權	15個工作天	銀行轉賬	69,596	6.0	2020年
客戶A <sup>(1)</sup>	版權授權	15個工作天	銀行轉賬	68,513	5.9	2019年
客戶C <sup>(3)</sup>	版權授權	45個工作天	銀行轉賬	30,967	2.7	2018年
客戶F <sup>(6)</sup>	版權授權	28天	銀行轉賬	24,032	2.1	2019年
客戶G <sup>(7)</sup>	技術營運 服務	15個工作天	銀行轉賬	17,235	1.5	2024年
				<b>210,343</b>	<b>18.2</b>	

## 業 務

### 截至2025年9月30日止九個月

客戶	我們提供的產品/ 服務	信用期	支付方式	客戶 收入貢獻 <i>(人民幣千元)</i>	佔總收入 百分比	業務 合作關係 起始年份
客戶B <sup>(2)</sup> .....	版權授權	20個工作天	銀行轉賬	88,194	8.7	2020年
客戶G <sup>(7)</sup> .....	版權授權	10個工作天	銀行轉賬	45,523	4.5	2024年
客戶C <sup>(3)</sup> .....	版權授權	20個工作天	銀行轉賬	41,577	4.1	2018年
客戶A <sup>(1)</sup> .....	版權授權	15個工作天	銀行轉賬	37,521	3.7	2019年
客戶F <sup>(6)</sup> .....	版權授權	28天	銀行轉賬	10,628	1.1	2019年
				<u>223,443</u>	<u>22.1</u>	

附註：

- (1) 一家具領先地位的中文互聯網搜索引擎服務商，於香港聯交所及納斯達克上市。
- (2) 一家於2012年在中國成立的公司，主要從事短視頻、新聞資訊及數字營銷業務。
- (3) 一家具領先地位的主要從事增值服務、在線廣告服務，以及金融科技及企業服務的互聯網公司，於香港聯交所上市。
- (4) 一家於2018年在中國成立的公司，註冊資本為人民幣10百萬元，主要從事科學研究及技術服務業務。
- (5) 一家中國全國性通信及信息服務提供商，於香港聯交所及上海證券交易所上市。
- (6) 一家中國全國性電信運營商，於香港聯交所及上海證券交易所上市。
- (7) 一家於1999年在開曼群島註冊成立的公司，主要提供技術基礎設施、電子商務平台、雲計算及互聯網內容服務，於香港聯交所及紐約證券交易所上市。

除客戶C外，我們在往績記錄期間的五大客戶一直均為獨立第三方。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，除客戶C兩家附屬公司合共持有本公司約7%股權之外，據董事所知，概無本公司任何董事或其各自的緊密聯繫人，或任何股東擁有本公司已發行股份逾5%權益，亦無於任何該等客戶中擁有任何權益。於往績記錄期間，據董事所知，本集團與客戶之間並無任何重大爭議。

## 業 務

### 主要客戶及供應商重疊

於往績記錄期內及直至最後實際可行日期，在我們各年度／期間的前五大客戶及供應商中，我們共有七名重疊的客戶及供應商。下表載列我們於所示期間來自該等客戶／供應商的收入及採購額，以及其分別佔總收入及總採購額的百分比：

以客戶身份 向我們採購 的產品／服務	以供應商身份 向我們提供的 產品／服務	截至12月31日止年度								截至9月30日止九個月				
		2023年				2024年				2025年				
		佔我們 總收入的		佔我們總 採購額的		佔我們總 收入的		佔我們總 採購額的		佔我們總 收入的		佔我們總 採購額的		
		收入	百分比	採購額	百分比	收入	百分比	採購額	百分比	收入	百分比	採購額	百分比	
		人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	
客戶A.....	版權授權	授權費	72,454	5.1	662	0.1	68,513	5.9	7,537	0.7	37,521	3.7	595	0.1
客戶B.....	版權授權	內容授權、營銷 費用	48,628	3.5	24	*	69,596	6.0	1,588	0.1	88,194	8.7	3,871	0.4
供應商C.....	版權授權	推廣及營銷服務	75	*	66,898	5.6	-	-	2,117	0.2	-	-	-	-
客戶C.....	版權授權	流量獲取	21,958	1.6	2,247	0.2	30,967	2.7	463	*	41,577	4.1	434	*
客戶E.....	運營支持服務	服務費、服務器 費用	14,434	1.0	1,482	0.1	13,990	1.2	540	*	4,736	0.5	116	*
客戶F.....	版權授權	授權費、服務費	7,031	0.5	41	*	24,032	2.1	8,334	0.8	10,628	1.1	-	-
客戶G.....	運營支持服務、 版權授權	服務器費用	3,802	0.3	13,076	1.1	17,235	1.5	8,914	0.8	45,523	4.5	9,063	1.0

\* 百分比少於0.1。

## 業 務

董事確認，我們與上述重疊客戶及供應商之間的銷售及採購條款均以獨立方式進行磋商，且該等銷售及採購屬彼此獨立。與重疊客戶及供應商的交易條款均符合正常商業條款，與我們與其他客戶及供應商的交易條款類似。誠如弗若斯特沙利文告知，行業中存在客戶／供應商重疊的情況並不罕見。

### 轉讓定價安排

我們於截至2023年12月31日止年度並無實施任何轉讓定價安排（「轉讓定價安排」）。於截至2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月以及截至最後實際可行日期，我們訂立若干轉讓定價安排，主要涉及我們文學作品的授權事宜。

我們根據獨立交易原則實施了轉讓定價安排。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未因轉讓定價安排而受到當地稅務機關的任何罰款、調查、查詢或轉讓定價審計。本公司董事確信，轉讓定價安排符合公平交易原則，且於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們持續遵守適用的轉讓定價法律法規。

### 銷售與營銷

我們主要透過銷售與營銷人員的努力，與客戶建立合作關係。為更有效透過第三方渠道分發我們的數字內容，我們與現有及潛在的第三方內容平台保持密切溝通，並定期向該等平台推介內容產品的亮點。我們相信這些努力有助於我們與該等內容平台維持並促進富有成效的業務關係，同時密切關注中國及海外不同地區的數字文娛產業市場趨勢。

## 業 務

此外，為提升內容曝光度，我們通常會制定相關推廣營銷計劃，包括但不限於在新媒體及／或線上社交平台推廣我們的內容及／或內容平台。我們基於多項因素制定每項內容的推廣策略，包括：(i)內容特性；(ii)發行渠道；及(iii)目標受眾。銷售及營銷費用對我們的用戶獲取及業務拓展戰略，尤其是我們的FlareFlow而言至關重要。我們密切監控該等費用的投資回報率，並持續優化營銷策略，務求提高獲利能力。此外，我們可能於社交媒體平台發佈AI生成之推廣素材、片段及預告片以吸引觀眾關注。我們亦會於社交媒體平台發起與旗下IP相關之討論話題並與粉絲互動，同時與名人及網紅合作推廣內容平台。

### 客戶服務

我們致力於為客戶提供優質的客戶服務體驗。我們已為主要業務線建立客戶投訴處理系統並配備客戶服務團隊。我們的客戶服務團隊負責為產品及服務提供客戶服務、處理用戶查詢與投訴，並收集用戶反饋。我們要求客戶服務團隊盡快完成所有投訴的調查，並對用戶及客戶的所有問題作出回應。於往績記錄期間，我們並無收到任何重大客戶投訴，突顯我們對高品質服務、產品交付及客戶滿意度的承諾。

### 季節性

本公司業務無明顯週期性或季節性波動。

### 定價

關於我們網絡文學平台的文學作品及有聲書的定價，我們主要考量行業其他同業的定價水平、內容成本、內容推廣營銷費用及／或網絡文學平台的營運成本。在釐定向第三方分銷渠道授權網絡文學作品及有聲書的授權費用(一般採用固定收費或利潤共享模式)時，我們通常會考慮行業其他同業的定價水平、內容成本、目標利潤率，以及過往的商業安排(如有)。

我們的海外短劇平台主要通過單集付費、會員訂閱及廣告業務實現變現，同時我們亦通過向國內平台授權國內短劇收取授權費。針對短劇的定價，我們一般會參考行業其他同業的定價水平，並綜合考量製作成本、推廣營銷費用及目標利潤率。針對我們IP衍生品的定價，我們通常會考慮行業內其他參與者對性質和形式類似的IP衍生品的定價水平、我們的開發及製作成本，以及推廣和營銷費用。此外，為惠及我們IP衍生品的粉絲，我們致力於保持我們的產品具競爭力的價格水平。在釐定其他業務的定價時，我們通常會綜合考量自身成本及同類資產、產品或服務的現行市場價格(如有)。

### 物業

#### 自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國境內擁有20項物業，總建築面積約為4,155.35平方米，已對外出租。我們已取得該等物業的產權證書。經中國法律顧問確認，我們合法、有效地擁有該等物業，且不存在任何現有或潛在的所有權糾紛。

獨立物業估值師睿力評估諮詢有限公司(「睿力」)編製的物業估值報告(「物業估值報告」)(載於本文件附錄三)載列我們截至2025年11月30日持有的部分物業

## 業 務

權益詳情。截至2025年11月30日，睿力對該等物業權益於的估值約為人民幣26.8百萬元。除物業估值報告所列的物業權益外，根據《上市規則》第5.01A條，截至2025年9月30日，我們概無任何單項物業權益(i)構成我們物業業務的一部分且其賬面值佔總資產1%或以上；或(ii)構成我們非物業業務的一部分且其賬面值佔總資產15%或以上。

### 租賃物業

於最後實際可行日期，我們於中國租賃九項物業，總建築面積約7,418.11平方米，主要用作辦公室用途。

於最後實際可行日期，我們上述於中國的租賃物業中，八項物業尚未向中國相關房地產管理部門辦理備案，主要由於非本公司所能控制的原因，相關出租人未能辦理必要的租賃登記手續，或未能提供足夠文件以辦理租賃登記，例如物業產權證或其他證明其有權將物業出租予本公司的相關證明文件。根據中國相關法律法規，租賃協議各方有義務將簽訂的租賃協議進行備案。據本公司中國法律顧問告知，未向相關政府機關備案不影響租賃協議的效力。根據中國相關法規，我們可能被相關政府機關命令於規定期限內辦理相關租賃協議登記，否則每份未登記租賃協議可能面臨人民幣1,000元至人民幣10,000元罰款。截至最後實際可行日期，上述未登記租賃物業的潛在最高累計罰款金額為人民幣80,000元。請參閱「風險因素—於我們營運的司法權區開展業務相關的風險—未能遵守中國與若干租賃物業相關的房地產法律法規，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響」。於最後實際可行日期，我們並無接獲任何政府主管機關命令要求對該等租賃協議進行備案。

### 法律訴訟與合規事宜

#### 法律訴訟

我們可能不時因日常業務運作而面臨法律訴訟、爭議及索償。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無針對我們或任何董事的訴訟、仲裁或行政程序(不論個別或整體)可能對我們的業務、經營業績或財務狀況構成重大不利影響。

#### 合規

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何可能對我們業務、經營業績或財務狀況構成重大不利影響之重大違規事件。

#### 競爭

針對網絡文學及相關業務，我們主要在中國網絡文學市場開展運營和競爭。中國網絡文學市場集中度相對較高，頭部平台佔據用戶參與度、優質IP資源和商業收入的顯著份額。我們憑藉自身在市場的領先地位、豐富的數字內容資源、AI技術應用能力以及跨媒介的IP開發能力，有信心在市場中有效競爭。

## 業 務

短劇業務方面，我們主要在海外短劇市場中開展運營和競爭。海外短劇市場仍相對分散。我們相信，憑藉在海外短劇市場的先發優勢、豐富的數字內容資源、AI技術應用能力以及內容製作和運營經驗，我們有能力有效競爭。有關行業競爭格局詳情，請參閱「行業概覽」。

### 信息安全與數據隱私

我們嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》及其他國家或地區法律法規開展業務。

為有效提供服務並更深入了解用戶需求，我們的網絡文學及海外短劇平台可能會收集及使用用戶數據，主要包括個人信息(如暱稱、電話號碼及性別)、交易信息(如在我們平台上的訂閱及支付記錄)、行為信息(如使用時長、閱讀/觀看歷史及搜索歷史)等。在與我們的作者簽訂授權協議時，我們可能會收集該等作者的相關個人信息，包括其姓名、身份證件號碼、銀行信息及聯繫方式。

我們認為數據安全對業務運營至關重要。我們已制定全面的數據保護政策，涵蓋數據的收集、存儲、使用、披露、保留及銷毀全流程。我們定期審視及評估數據保護政策與程序在保障用戶及作者隱私與權益方面的有效性，並依據適用監管要求監察合規狀況。為保護用戶及作者數據，我們實施訪問權限控制，嚴格限制員工僅在必要知悉範圍內接觸數據。同時，我們為相關員工提供定期的數據隱私培訓，並要求員工對任何實際及/或潛在的數據安全漏洞立即上報。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，在中國及我們經營業務的其他司法權區，(i)我們未曾因未遵守數據隱私相關法律法規而被處以重大罰款或懲罰；(ii)據我們所知，我們未曾發生任何重大數據洩漏事件；及(iii)未曾因重大違反數據隱私或保護法規而遭任何第三方提起法律訴訟。為保障跨境數據傳輸，本公司將根據相關司法權區的適用規定，採取適當的技術與組織措施，並採取其他必要措施以確保該等傳輸的安全性與合規性。

根據本公司中國法律顧問就中國數據合規事宜所提供的意見，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守了中國有關數據及個人信息的適用法律及法規。

鑑於本公司海外短劇平台FlareFlow的用戶規模及相關美國市場產生的收益，我們已委聘美國數據法律顧問Loeb & Loeb LLP(「美國法律顧問」)就數據保護合規事宜進行盡職審查。美國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，我們於美國營運FlareFlow在所有重要方面均已遵守我們於美國營運所在司法權區現行適用的資料保護與資料安全法律及法規。

## 業 務

### 獎項與認可

截至最後實際可行日期，我們已獲得以下與業務營運相關的關鍵獎項及業界認可：

獎項／認可	頒授機構	年份
年度卓越出海獎.....	格隆匯	2025年
2024年度未來信息產業之星上市公司.....	中國上市公司產業發展論壇	2024年
中國「AIGC×泛內容」行業50家最有價值公司.....	界面新聞、娛樂資本論、上海市徐匯區文化旅遊服務和發展中心	2023年
網絡文學海外傳播平台獎.....	中國作家協會網絡文學中心	2023年
2021年度民營書業影響力企業獎.....	民營書業峰會	2022年
2022優質版權合作平台...	芒果TV	2022年
2020-2021年度數字出版優秀品牌.....	中國數字出版博覽會	2021年
2020年北京民營企業文化產業百強.....	北京市工商業聯合會	2020年
2020快手短劇最佳IP合作方.....	快手	2020年

### 環境、社會與管治

我們將環境、社會及管治(「ESG」)作為企業核心理念的重要組成部分，推動ESG全面融入我們的戰略與日常運營。我們致力於通過負責任的業務實踐，系統化推進ESG相關舉措，為員工、客戶、供應商及合作夥伴等多方利益相關者創造長期價值，並為業務所及之社區帶來積極、可持續的影響。

## 業 務

### ESG管治

我們認同我們在環境保護及社會責任方面的責任，並承諾在[編纂]時遵照監管部門的要求定期披露ESG報告。我們已建立多層級的ESG管理架構；董事會作為ESG管理的最高管治機構，負責制定、監督及檢討我們的ESG管理策略，包括戰略方向、目標設定及重要政策，確保這些因素對我們長遠發展的影響得到充分考慮；設立由童先生領導的戰略及ESG委員會，負責ESG相關事宜並提供決策建議，並定期檢討我們的ESG戰略及目標的執行情況，定期向董事會匯報最新進展；我們的管理層負責規劃我們在ESG議題上的整體策略及行動要點，協助各執行單位分解目標、明確責任，確保相關措施得以有效落實。

### ESG策略

我們持續跟蹤並評估與ESG相關的風險及機遇以及適用的法規及監管要求，以積極應對現時及預期的挑戰。在推動數字內容精品化及AI技術應用過程中，我們於網絡文學、短劇及IP衍生品等多個業務實施措施，專注於全鏈條知識產權保護。

此外，我們亦通過完善的風險適應及緩解計劃，設定了科學的指標及目標，確保我們的精品化及智慧化戰略得以高效執行。我們現時重點聚焦知識產權確權、商業道德建設及數據隱私安全等，建立清晰的管理框架及階段性目標，以此推進重要ESG範疇的持續改進。截至最後實際可行日期，我們嚴格遵守與ESG相關的適用法律及法規，概無發生重大違反與ESG相關法律及法規的情況。

### ESG風險管理及重要性評估

我們認為，系統開展ESG重要性評估、識別和管理ESG相關風險對於我們的ESG管理和可持續運營至關重要。我們關注利益相關方對企業ESG事宜的期望，通過同業ESG信息披露對標分析，從對企業財務表現的重要性和對經濟、社會和環境的重要性兩方面綜合考量，開展ESG議題的重要性評估與優先排序，識別出高重要性ESG議題，並將ESG議題納入我們的ESG管理方針與策略中。

## 業 務

我們基於行業發展趨勢、自身業務經營情況，系統性識別出可能對業務運營、戰略推進及財務表現構成影響重要影響及利益相關方關注的ESG風險與機遇，並制定了相應的管理及應對措施如下：

重大議題	潛在風險	應對措施
知識產權保護..	若我們內部對知識產權的管理不當，可能會產生訴訟及處罰，並造成與簽約作者流失，造成核心內容資產減值；外部知識產權侵權行為的氾濫可能對我們的內容資產價值及簽約作家權益產生不利影響，可能導致法律服務費及技術維護的直接成本增加。	對內，我們嚴格執行「先授權、後使用」的原則，嚴防內容洩露及權屬糾紛，全方位確權護權；對外，實施「技術+法律」雙重保護策略，利用平台監測技術追蹤侵權，並發起維權行動及民事訴訟，以維護核心資產權益。
商業道德.....	若存在違規商業行為，可能觸犯法律法規、使我們面臨處罰，並嚴重損害我們的聲譽。	我們始終秉持誠信經營理念，建立了完善的制度體系以規範員工、供應商等相關方的行為，並建立嚴密的舉報流程及舉報人保護機制，對腐敗行為持「零容忍」態度，共同維護良好的經營環境和發展秩序。
合規管理.....	合規管理的失效可能對我們的業務連續性、市場准入資格及品牌聲譽產生嚴重的不利影響。未能有效防範違規行為可能直接導致訴訟、處罰、業務停擺等後果，將導致財務損失及運營成本的劇增。	我們建立了自上而下的合規管理制度，通過常態化合規審計與全員培訓，確保運營始終符合法律紅線。

## 業 務

### 企業管治

#### 戰略及ESG委員會

根據書面職權範圍，戰略及ESG委員會的主要職責為就我們的長期發展戰略以及主要投資和ESG管理事項向董事會作出推薦建議。戰略及ESG委員會由五名成員組成，分別為童先生、張帆先生、謝廣才先生、雷霖博士及李曉東博士，由我們董事長童先生擔任召集人。

#### 董事會多元化政策

我們已採納董事會多元化政策，旨在提升董事會運作效率並維持高水平的企業治理。我們認同並接納董事會成員多元化所帶來的裨益，並將其視為支持實現我們戰略目標及可持續發展的重要因素。目前，董事會成員中包含兩名女性董事及四名具備不同行業背景的獨立非執行董事。結合現有業務模式及發展需求，當前董事會構成已充分體現我們的多元化理念，並符合我們的多元化政策。根據董事會多元化政策，提名委員會將於[編纂]後持續監察及評估董事會多元化政策的執行情況，以確保其持續有效。

#### 董事會成員培訓與發展

我們遵循高標準的企業管治要求，董事均需參加與其職責相應的培訓。其中，新任獨立董事須完成規定的任職資格培訓；全體在任董事亦須定期參與持續培訓，以確保其知識與履職能力持續符合最新監管要求與企業管治實踐，從而有效履行其受託責任。

### 合規管理

我們始終秉持依法合規運營理念，嚴格遵循《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國網絡安全法》、《互聯網信息服務管理辦法》等國家法律法規，對違法違規經營行為持「零容忍」態度。我們制定並嚴格遵守《合同管理制度》、《內容審核規範》等內部管理制度，以此規範我們的日常運營行為，嚴禁任何形式的內容違規、數據濫用或侵犯第三方權益的行為，堅決杜絕任何危及我們運營資質的行為。

我們重視員工合規意識培訓，對新入職員工進行有關合規運營、網絡安全培訓，同時，我們定期對全體員工開展有關培訓，並強化內容編輯、算法工程師及商務拓展等關鍵崗位合規風險點及規範細節培訓。我們定期向全體員工宣貫合規文化並發送法規更新提醒，督促大家時刻保持合規自律意識，堅守法律法規底線，共同維護我們良好的經營環境和發展秩序。

## 業 務

於往績記錄期間，我們的合規管理相關數據如下：

指標	單位	截至12月31日止年度		截至2025年
		2023年	2024年	9月30日止 九個月
重大行政處罰次數..	件	0	0	0
合規培訓覆蓋率....	%	100	100	100

### 商業道德

我們建立了嚴密的商業道德管理體系。我們構建了以董事會審計委員會為最高監督機構、監察與內審部為核心執行部門的治理結構。監察與內審部保持獨立性，專門負責開展反舞弊、反賄賂、反洗錢調查、內部控制評價及廉潔風險排查，確保監督權力的有效行使。

我們制定並發佈了《反腐敗、反洗錢及經濟制裁政策(草案)》、《舉報管理制度》、《員工行為準則》和《避免利益衝突及申報制度》，明確劃定了員工行為的紅線。為了暢通監督渠道，我們向內部員工及外部合作夥伴公開了廉潔舉報郵箱和專線電話，並建立了嚴格的舉報人保密與保護機制，嚴禁任何形式的打擊報復。

我們重視廉潔文化的建設與傳導，要求全體員工簽署廉潔自律承諾書，並在新員工入職時開展專項廉潔宣貫培訓。此外，我們將廉潔管理延伸至供應鏈環節，在與供應商及合作夥伴簽訂商業合同時，除評估其商業信用與技術資質外，還同步簽署《廉潔協議》，並在合同中明確反商業賄賂條款。我們亦積極倡導供應鏈各方共同遵循ESG相關標準，以此推動構建公正、透明的商業合作環境。

指標	單位	截至12月31日止年度		截至2025年
		2023年	2024年	9月30日止 九個月
針對本公司或員工的 已審結貪污訴訟 案件數量.....	件	0	0	0

## 業 務

### 環境保護

作為一家以網絡文學、短劇及IP衍生品為核心業務的數字文娛平台，我們的運營模式天然具備環境友好型屬性，不涉及實體生產設施，從根本上規避了傳統模式可能帶來的顯著環境影響。在此基礎上，我們依然積極投身於環境保護、改善及可持續發展工作，主動履行社會責任，將環境保護與可持續發展主動納入公司戰略，通過系統性管理與實質性行動，持續履行環境責任。

我們的無紙化閱讀模式本身就是一項重要的碳減排實踐，能夠有效減少傳統圖書出版中的紙張消耗、印刷能耗及物流排放，為實現綠色文化傳播提供可持續路徑。

### 能源使用

我們始終將能源管理全面融入運營體系，通過系統化舉措持續提升使用效率，以綠色辦公實踐支持業務的可持續發展。在日常運營中，我們系統推動節能降耗：倡導員工落實節水節電行為，嚴格執行節假日能源管控；優化空調運行管理，並持續推進辦公場所節能升級，全面採用節能照明與智能環境控制系統，實現能效提升。

我們將綠色發展融入運營全過程，依託數字化辦公體系，全面推行雲服務與電子流程，在提升運營效率的同時降低實物資源依賴；並通過制度規範與文化引導，推動全員形成節能習慣，系統性降低運營對環境的影響。

於往績記錄期間，我們的資源利用消耗數據如下：

指標	單位	截至12月31日止年度		截至2025年
		2023年	2024年	9月30日止 九個月
用電量 .....	千瓦時	189,720	185,410	147,180

### 資源使用

我們注重資源節約與循環利用，致力於構建系統化的綠色辦公管理體系。我們每季度開展環保主題宣導，持續向員工傳遞廢棄物分類規範與環境知識，強化全員節約意識，營造全員參與的可持續辦公氛圍。在具體執行中，我們全面推進無紙化辦公，實現文件電子化流轉與審批，並倡導非必要文件的雙面或循環打印，從源頭控制紙張消耗。

### 廢棄物管理

為踐行環保責任，我們推行廢棄物減量化與合規管理。我們推行辦公垃圾分類，確保各類廢棄物得到有效處置，全力推動綠色辦公。

## 業 務

### 氣候變化

我們深刻認識到氣候變化對社會與環境構成的系統性挑戰，已將溫室氣體管理納入企業管治與運營體系。

在減排實踐中，我們著重推動日常運營綠色轉型：鼓勵員工採用低碳通勤方式，減少通勤產生的排放；大力推廣線上會議，減少非必要差旅；嚴格執行國家空調溫度控制標準，落實夜間與非工作時段用電設備關閉措施，降低運營能耗。

我們高度重視範圍三排放的管理。作為一家AI驅動的數字文娛平台，我們價值鏈的碳排放主要源於外購的數字基礎設施及合作夥伴服務，具有排放源分散、數據獲取難、邊界複雜的挑戰。未來，我們將加快推進範圍三的核算與披露工作，持續提升全價值鏈的氣候治理水平。

於往績記錄期間，我們的溫室氣體排放數據如下：

指標	單位	截至12月31日止年度		截至2025年
		2023年	2024年	9月30日止 九個月
溫室氣體排放 (範圍1+2) . . . . .	噸二氧化碳 當量	100.67	98.38	78.09
溫室氣體排放 (範圍1) <sup>1</sup> . . . . .	噸二氧化碳 當量	0	0	0
溫室氣體排放 (範圍2) <sup>2</sup> . . . . .	噸二氧化碳 當量	100.67	98.38	78.09

1. 我們未涉及固定源燃料燃燒及暫無公務車輛等移動源排放。
2. 範圍2溫室氣體排放主要來自我們運營過程中間接能源(外購或獲取電力)的消耗。相關數據參考香港聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》，其中外購電力的溫室氣體排放因子參考2023年全國電力平均二氧化碳排放因子。

我們也系統識別並評估了氣候相關風險對運營的潛在影響。物理風險方面，業務運營高度依賴持續穩定的能源供應，極端天氣事件(如暴雨、洪水)可能影響供電穩定與設備運行，導致服務中斷；高溫天氣則可能增加冷卻能耗，並帶來設備過熱、效率下降及數據安全風險。轉型風險方面，國內外氣候政策持續強化，能源稅及污染管控等法規政策可能推高運營成本，影響經營業績。

## 業 務

### 社會

#### 員工權益與福利

我們秉持「以人為本」的理念，將員工視為企業可持續發展的核心，致力於構建合法合規、充滿關懷且多元包容的工作環境。我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，通過完善的勞動合同、社會保障體系及內部管理制度，明確並保障員工的各項合法權益，奠定和諧勞動關係的堅實基礎。

我們堅持平等機會與多元包容的原則，在招聘、僱傭及職業發展的全過程中，嚴格遵循國家法律法規與國際標準，致力於構建公平、透明、無歧視的職場環境。杜絕一切由性別、民族、國籍、宗教信仰、家庭、殘疾等因素引起的歧視行為；堅持同工同酬原則，持續推動職場性別平等；嚴格依照《中華人民共和國未成年人保護法》、《禁止使用童工規定》等法律法規，並參照國際勞工組織公約等國際標準，嚴格核實員工身份，堅決杜絕僱傭童工行為。積極打造多元化的人才隊伍，營造開放、尊重的組織氛圍，為所有員工提供平等的發展平台與就業機會。

於往績記錄期間，我們員工構成數如下：

指標	單位	截至12月31日止年度		截至
		2023年	2024年	2025年 9月30日止 九個月
員工總數.....	人	460	550	792
按性別劃分.....				
男性	人	204	246	305
女性	人	256	304	487
按學歷劃分.....				
學士以下學位員工	人	58	65	114
學士及以上學位員工	人	334	376	518
碩士及以上學位員工	人	68	109	160
按年齡劃分.....				
30歲及30以下的員工 人數	人	170	240	465
30歲至50歲的員工 人數	人	275	302	317
50歲以上的員工人數	人	15	8	10
按地域劃分.....				
在中國內地工作的 員工	人	454	529	752
在港澳台及海外工作 的員工	人	6	21	40

我們認為，卓越的職場環境是實現人才吸引與保留、激發組織活力的關鍵。為此，在員工健康與福祉方面，我們為員工投保補充商業醫療保險，提供多層次醫療保障。同時，積極倡導「健康生活、快樂工作」，支持成立了足球、羽毛球等多種員工俱樂部，促進身心員工平衡。

在多元、平等與包容領域，我們設立母嬰室、舉辦女性主題沙龍及領導力分享活動，切實支持女性員工的職業成長與生活需求。

## 業 務

為促進管理透明與員工參與，我們建立了多元化、便捷化的內部溝通與反饋渠道，包括與首席執行官面對面交流、內部熱線及合規舉報郵箱等，並定期召開全員大會，鼓勵員工直接建言獻策，確保管理層的及時回應與落實，從而營造開放、互信、高效協作的組織氛圍。

### 員工健康與安全

為確保員工在辦公環境中的健康與安全，我們系統構建了職業健康安全管理体系。我們依據相關法規與標準要求，常態化開展安全教育培訓，以提升全員安全意識與應急處置能力。

在日常運營中，各辦公場所均按規定配備完善的消防設施，設置清晰、規範的應急疏散與急救標識，持續優化物理環境的安全保障條件。

我們已正式獲得職業健康安全管理体系認證(ISO 45001)，為員工創造更加安全、可靠的工作環境。

### 產品和服務安全與質量

我們聚焦發展網絡文學、短劇及IP衍生品等核心業務。截至最後實際可行日期，我們的多部作品獲得權威部門及市場的高度認可。我們已正式獲得質量管理体系認證(ISO 9001)與信息技術服務管理体系認證(ISO 20000)，為向用戶與內容合作夥伴提供標準化、高品質的數字內容提供有力的保障。

### 信息安全

我們高度重視用戶隱私保護，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》等法律，堅持個人信息收集和使用的合法、正當、透明和必要原則，加強員工信息安全和保密意識，嚴格規範授權流程，制定有《個人信息安全管理指引》，進一步規範管理我們的個人信息數據處理活動。

我們已正式獲得信息安全管理體系認證(ISO 27001)，為有效防範網絡安全風險、確保平台數據合規運營以及實現信息安全管理的規範化與體系化提供了強有力的支撐。

### 社會貢獻

我們始終將履行企業社會責任置於公司發展的重要位置，積極推動教育公平與科技普及，致力於為社會的可持續發展貢獻堅實力量。我們是湖南弘慧教育發展基金會的重要合作夥伴，長期、系統地支持中國鄉村教育事業發展。我們深信，對企業而言，公益不僅是道義擔當，更是成就可持續價值的重要路徑。

## 業 務

### 牌照、批准及許可

據中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已從中國主管政府部門及監管機構取得所有必要的牌照、批准、許可及證書，且該等牌照、批准、許可及證書於最後實際可行日期仍完全有效，並未被撤銷或註銷。

下表載列於最後實際可行日期對本公司業務及營運具重大影響的主要牌照及許可：

持有人	牌照／許可名稱	簽發日期	屆滿日期
本公司 .....	增值電信業務經營許可證	2021年12月28日	2026年12月28日
	網絡出版服務許可證	2023年2月24日	2028年2月9日
	出版物經營許可證	2023年7月17日	2028年4月30日
	複製經營許可證	2023年11月20日	2028年2月28日
	廣播電視節目製作經營許可證	2025年6月6日	2027年6月6日
中文在線文化傳媒.....	網絡文化經營許可證	2023年12月1日	2026年12月1日
	增值電信業務經營許可證	2025年2月20日	2030年2月20日
中文在線教育科技.....	增值電信業務經營許可證	2025年2月20日	2030年2月20日
	網絡文化經營許可證	2024年5月17日	2027年5月27日
	增值電信業務經營許可證	2025年7月9日	2030年7月9日
	網絡文化經營許可證	2024年7月12日	2027年7月23日
	網絡出版服務許可證	2023年4月13日	2028年2月12日
鴻達以太 .....	出版物經營許可證	2022年8月16日	2028年4月30日
	增值電信業務經營許可證	2023年7月31日	2027年4月6日
	增值電信業務經營許可證	2023年7月31日	2027年9月22日
	網絡文化經營許可證	2023年6月13日	2026年6月12日
	出版物經營許可證	2023年7月17日	2028年4月30日
鴻達以太 .....	廣播電視節目製作經營許可證	2025年5月29日	2027年5月29日

## 業 務

持 有 人	牌 照 / 許 可 名 稱	簽 發 日 期	屆 滿 日 期
天津光之影 . . . . .	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年3月24日	2027年3月31日
長春光之影 . . . . .	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年4月1日	2027年3月31日
	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2025年4月11日	2030年2月19日
廣州邁步 . . . . .	網 絡 文 化 經 營 許 可 證	2025年3月10日	2028年3月15日
	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2023年7月27日	2027年7月20日
廣州四月天 . . . . .	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2023年8月18日	2028年4月21日
杭州中文在線 . . . . .	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年4月1日	2027年3月31日
杭州四月天 . . . . .	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年4月1日	2027年3月31日
	出 版 物 經 營 許 可 證	2025年12月2日	2030年12月31日
遼寧野象 . . . . .	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2023年2月21日	2027年8月10日
	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年6月9日	2027年6月8日
天津象舞 . . . . .	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2023年1月12日	2027年7月14日
	網 絡 文 化 經 營 許 可 證	2025年6月30日	2028年7月3日
	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2025年3月31日	2027年3月31日
廣西野象 . . . . .	增 值 電 信 業 務 經 營 許 可 證	2023年8月24日	2028年3月2日
	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2024年10月24日	2026年11月7日
	網 絡 文 化 經 營 許 可 證	2023年7月5日	2026年4月25日
安徽野象 . . . . .	廣 播 電 視 節 目 製 作 經 營 許 可 證	2024年7月1日	2026年3月31日

## 業 務

持有人	牌照／許可名稱	簽發日期	屆滿日期
海南中文在線.....	增值電信業務經營許可證	2022年11月24日	2027年11月24日
	網絡文化經營許可證	2023年4月11日	2026年4月10日
	廣播電視節目製作經營許可證	2025年3月4日	2027年3月31日
寒木春華.....	廣播電視節目製作經營許可證	2024年7月8日	2026年7月8日
天津中文在線.....	增值電信業務經營許可證	2023年7月4日	2027年12月23日
	網絡文化經營許可證	2025年8月21日	2028年8月22日

我們將於上述牌照、批准、許可及證書屆滿前辦理續期。根據我們的中國法律顧問意見，只要我們符合適用的規定及條件並遵守相關法律法規所訂明的程序，續期相關牌照、批准、許可及證書並無法律障礙。

## 保險

遵循一般市場慣例，我們未投保任何營業中斷保險或產品責任保險，此類保險在中國法律下並非強制要求。我們已取得保險以涵蓋特定潛在風險與責任。特別是，我們的僱員相關保險包含退休金保險、產假保險、失業保險、工傷保險及醫療保險，均符合中國法律法規要求。

於往績記錄期間，本公司未就業務提出任何重大保險索償。我們認為現有保險覆蓋範圍已足夠，因本公司已按中國法律法規要求及業界商業慣例，購置所有強制性保險。然而，本公司保單仍受標準免賠額、除外責任及限額所限。因此，本公司保險政策可能無法涵蓋所有損失，且無法保證不會發生超出保險限額或超出相關承保範圍的損失或索賠。詳情請參閱「風險因素—與我們的業務及行業相關的風險—我們的保險範圍有限，難以涵蓋潛在的損失與索賠」。

## 業 務

### 僱員

截至2025年9月30日，我們在全球營運據點共計擁有792名僱員。其中752名僱員駐守中國，其餘40名僱員則駐守海外，主要分佈於日本、新加坡及美國。下表列示截至同日按職能及地域劃分的僱員結構。

職能	僱員人數	佔員工總數百分比
編輯和運營 .....	437	55.2%
產品和技術 .....	190	24.0%
管理人員 .....	50	6.3%
銷售人員 .....	36	4.5%
法務、財務及人力 .....	79	10.0%
<b>總計 .....</b>	<b>792</b>	<b>100.0%</b>
<b>地理位置</b>		
中國 .....	752	94.9%
其他國家及地區 .....	40	5.1%
<b>總計 .....</b>	<b>792</b>	<b>100.0%</b>

我們的成功深切取決於吸引、留任及激勵合格人才的能力，並堅信優質人才庫是競爭力所在。主要透過多元渠道招募僱員，包括校園招聘、媒體廣告、線上招募及內部推薦。我們根據教育背景、工作經驗、專業資格、擴張策略及職缺狀況等多項因素進行招聘。與僱員簽訂標準僱傭合約及保密協議，而我們同時已與若干僱員訂立不競爭協議。

與員工賦能成長，是企業文化核心要素之一。我們為僱員提供一系列培訓計劃，包括入職培訓、專業技能培訓及管理培訓。我們亦致力為員工提供完善的社會福利、安全的工作環境及多元的職涯發展機會。同時嚴格遵守相關國家地區的職場安全法規標準，營造安全健康的職場環境，保障員工身心安全與健康。我們已成立工會組織旨在保障員工權益、鼓勵員工參與管理決策，並協助調解我們與工會成員之間的爭議。我們與員工維持良好關係，並期望未來持續保持和諧互動。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大勞資糾紛。

## 業 務

### 風險管理與內部控制

為監控及降低業務營運相關風險之影響、完善企業管治並確保符合適用法規，本公司已建立內部控制程序及風險管理措施。我們透過一系列內部政策、指引及程序強化企業管治並降低風險。例如，基於實際業務需求並在遵守適用法律法規的情況下，本公司可能與金融機構進行外匯對沖交易以減緩及管理匯率風險。此類交易可能包括遠期外匯合約、外匯掉期、貨幣掉期、外匯期權及其他外匯衍生工具。本集團致力於在全體員工中建立並維持強大的合規文化。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無進行任何重大對沖活動。

我們尤其重視內容合規性，並且已建立雙重審查機制，涵蓋自動內容篩查及人工內容審核。詳情請參閱「網路文學及相關業務—我們的網路文學內容—內容創作—內容篩查及審核」。該機制旨在確保我們平台上發佈的內容符合相關法律法規。為了使我們的審核標準與不斷變化的監管要求保持一致，我們的內容審核團隊會定期監察監管機構發佈的違規案件，並研究新頒佈的相關法律法規。

我們已制定並實施一套IP管理政策及程序，涵蓋IP收購及合約事宜、IP資源使用的審批程序、IP註冊與續期，以及IP管理全流程的其他功能支援及數據維護。此外，為確保有效保護我們的核心IP組合及其可持續商業化，我們定期對該等核心IP進行評估，包括核實法律狀態、評估市場價值、風險評級，以及續期可行性分析及相應的預算規劃。

內部控制評估由董事會及其審計委員會主導，審計部門在協調跨職能評估團隊方面發揮核心作用。為確保內部控制評估的嚴謹性，團隊採用多元評估方法，包括個別訪談、問卷調查、專題討論、流程測試、統計抽樣及比較分析。這些方法旨在全面匯集內部控制設計與運作成效的相關證據，並據此識別設計缺陷與運作不足之處。

此外，我們已實施強化內部控制措施，以提升營運效率、財務可靠性及監管合規。未來將持續定期檢討並改進內部政策、措施與程序，確保與不斷演進的營運要求、法規發展及業界最佳實務保持同步。

## 業 務

### 業務可持續性

#### 我們的歷史財務表現概要

2024年，我們的整體毛利及毛利率均告下降，主要歸因於(i)國內市場競爭激烈，導致毛利率相對較低的國內to-C網絡文學業務(通過小程序進行的線上閱讀)有所增加，及(ii)不再將Crazy Maple Studio(其擁有利潤率較高的海外網絡文學業務)入賬失去來自該公司的毛利。因此，我們於2023年錄得利潤及純利率，而於2024年則錄得虧損及淨虧損率。

然而，截至2025年9月30日止九個月，毛利及毛利率均告回升，毛利大幅上升42.1%，毛利率則由30.2%擴大至34.4%。此復甦乃由以下業務的盈利能力改善所帶動：(i)我們to-C海外網絡文學業務(受惠於AI技術令文學創作效率提升)；(ii)我們的國內to-B網絡文學業務；及(iii)我們的旗艦海外短劇業務FlareFlow。然而，於2025年，FlareFlow業務為迅速擴大用戶基礎而產生相對較高的銷售及營銷費用。因此，我們於截至2025年9月30日止九個月錄得的虧損及淨虧損率上升。

有關前述財務資料及分析的詳情，請參閱「財務資料—綜合損益及其他全面收益表中選定項目的說明以及經營業績期間比較」。

我們將業務可持續性視為運營的基石，持續致力於在激烈競爭且瞬息萬變的市場中創造持久價值並培育韌性。我們力求通過實現盈利，同時保持營運資金充足達成此目標。

#### 實現盈利的路徑

為實現盈利，我們致力於：(1)專注於推動我們在尚未充分開發的海外短劇市場及AI動態漫市場的收入增長；(2)逐步淘汰利潤率較低的業務；(3)提升海外短劇業務的製作及分發效率；及(4)有效控制海外短劇業務的銷售及營銷開支。

#### **專注於推動我們在尚未充分開發的海外短劇市場及AI動態漫市場的收入增長**

我們持續專注於拓展尚未充分開發的海外短劇市場，提高在既有運營區域及新市場的滲透率。我們錄得海外短劇收入的顯著增長，2024年及截至2025年9月30日止九個月分別增長26.2%及40.3%。憑藉我們從網絡文學業務中獲得的自主IP資產優勢，我們預期將把握海外短劇市場潛在的強勁增長。除了在現有業務板塊進一步拓展外，考慮到我們在文學版權方面的優勢、開發短劇及AI技術的經驗，我們已於2025年底擴大AI動態漫業務規模，預計將成為未來新的收入增長動力。

## 業 務

### 逐步淘汰利潤率較低的業務

鑑於市場急速轉變，我們持續優化業務組合。於往績記錄期間，我們的網絡文學及相關業務於2023年及2024年錄得的毛利率分別為40.6%及24.4%。毛利率下降主要由於2024年國內to-C網絡文學業務(通過小程序)規模擴大，該業務主要涉及通過小程序銷售網絡文學產品。該業務模式產生的分銷成本相對較高，導致分部毛利率較低。由於國內to-C網絡文學業務的毛利率相對較低，我們其後於2025年作出縮減該業務(通過小程序)規模的戰略決定，我們網絡文學及相關業務截至2025年9月30日止九個月的毛利率改善至31.5%。此外，我們戰略性轉戰to-B短劇業務，並終止通過小程序的國內to-C短劇業務，成功令分銷成本在2023年至2024年期間下降。展望未來，我們預期將繼續逐步淘汰國內to-C網絡文學業務(通過小程序)，並專注於國內to-B網絡文學業務及to-B短劇業務，由於該業務模式不需要高額分銷成本，因此享遠超先前業務的毛利率。

### 提高海外短劇業務的製作及分銷效率

製作及分銷成本是我們海外短劇業務銷售成本的兩個主要組成部分。我們的目標是持續提升海外短劇業務的製作及分銷效率。在提升製作成本效率方面，我們預計將逐步增加在中國珠海橫琴拍攝基地(自2026年1月起試運營)製作的海外短劇數量。過去，我們主要在美國拍攝海外短劇。與在美國基地拍攝的海外短劇相比，在確保內容質量相若的情況下，預期在橫琴拍攝基地拍攝的每部海外短劇的成本將大幅降低，主要原因是中國的外判服務成本、勞動成本及租金成本均低於美國。長遠而言，我們預期將約有50%的海外短劇在橫琴拍攝基地拍攝製作，預期將可大幅降低我們製作成本佔收入的比例。此外，受益於近期AI技術在影視製作領域的發展，製作成本預期將進一步得到控制。就分銷效率而言，我們擬與新的支付渠道合作夥伴合作。通過該等新合作夥伴關係，我們預期可獲得更好的渠道定價，從而獲得比現有分銷合作夥伴收取者更低的分銷費用。

### 有效控制海外短劇業務的銷售及營銷費用

於往績記錄期間，銷售及營銷費用為我們一項主要營運開支，於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月分別佔收入的34.2%、40.1%及65.3%。2024年至截至2025年9月30日止首九個月的大幅增加，主要歸因於期內FlareFlow業務規模在其積極進行營銷及用戶獲取工作後擴大。我們致力於持續提高海外短劇業務的營銷及用戶獲取效率，主要通過(i) FlareFlow快速擴大的優質短劇儲備，這將有助於以較少的銷售及營銷費用吸引新用戶，同時留住現有用戶；(ii)與更多領先KOL平台合作，從而獲得較佳的收費模式，按效果付費的廣告支出增加(相較之下，FlareFlow過往需要向合作平台預付廣告費，但結果並無保證)；及(iii)本公司正增加應用AI技術以更有效地為用戶配對更合適的內容及套餐產品。此外，AI技術的部署亦可透過AI生成廣告及推廣材料，以及AI廣告投放，降低員工薪酬、股份支付及福利的開支水平。通過該等措施，我們預期海外短劇業務的銷售及營銷費用對收入的比例將持續改善，從而使我們的整體盈利能力持續改善。

## 業 務

### 達致充足營運資金的途徑

於往績記錄期間，我們主要透過股東注資及銀行借款融資提供資金滿足現金需求。截至2026年1月31日，我們擁有現金及現金等價物人民幣238.6百萬元。我們的現金結餘總額足以應付經營活動所用現金流量淨額，並為我們擴大業務營運提供充足流動性。與此同時，我們預期根據上述措施改善收入及盈利能力，可進一步鞏固我們的營運資金及現金狀況。因此，我們認為，經計及我們可動用的財務資源(包括[編纂])後，我們擁有足夠的營運資金，包括充足的現金及流動資產。

為於可見將來實現及維持足夠的營運資金，我們致力於(1)提高業務效率，特別是加強產生正經營現金流量的盈利能力；及(2)透過[編纂]獲取資金。

### 提高業務效率，特別是加強產生正經營現金流量的盈利能力

我們預期將如上所述實施有效的經營槓桿以提升盈利能力。我們亦擬提升客戶需求預測能力，改進生產規劃及加強庫存管理規程，以優化庫存水平並動態調整以滿足市場需求。

### 透過[編纂]獲取資金

我們估計，假設[編纂]未獲行使，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即本文件指示性[編纂]範圍的中位數)，[編纂]的[編纂](經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費用及其他相關開支後)將約為[編纂]百萬港元。

前述有關我們未來收入及盈利能力的前瞻性陳述乃基於有關我們目前及未來業務策略以及我們未來經營環境的多項假設而作出。我們的業務增長及長期盈利能力受到已知及未知風險、不確定因素及其他因素影響，其中部分超出我們的控制範圍，並可能導致我們的實際業績、表現或成就與上文所載前瞻性陳述所明示或暗示的任何未來業績、表現或成就存在重大差異。相關風險請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險」。