

財務資料

以下討論及分析應與本文件附錄一所載會計師報告(連同附註)內載列的綜合財務報表一併閱讀。綜合財務報表乃根據香港會計師公會採納的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)編製。

以下討論及分析包含前瞻性陳述，反映我們目前對未來事件及財務表現的意見。該等聲明乃基於我們對歷史趨勢、現況及預期未來發展的經驗及看法，以及我們認為在當時情況下屬適當的其他因素所作出的假設及分析。閣下不應過分依賴本節內載列的任何有關聲明。然而，由於各種因素(包括「風險因素」及本文件其他章節所載者)的影響，我們未來的實際業績及特定事件的發生時間，可能與前瞻性陳述所預期的結果及時間大相逕庭。

以下討論及分析亦載有若干經四捨五入調整的金額及百分比數字。因此，若干表格內顯示為總計的數字可能並非其前述數字的算術總和，且所有貨幣金額僅以約數呈列。

概覽

我們是一家營銷公司，於中國提供(i)整合營銷服務；(ii)營銷技術服務；及(iii)廣告營銷服務。

本集團為於2013年成立的整合營銷及廣告營銷服務商，業務據點設於中國廣州市。為迎合快消品行業數字轉型進程以及於快速演變的市場環境中保持競爭力，我們逐步提升技術能力，升級並豐富整合營銷及廣告營銷服務，力求把握更多商機。於2018年，我們進一步拓展服務範圍，主力透過專有「一物一碼」技術為客戶提供營銷技術服務；該技術通過橋接線下線上互動提升營銷效能：簡易掃描即可引導用戶訪問網站、促銷活動或產品詳情，不僅增強互動參與度，更可透過用戶數據追蹤實現個性化營銷，從而協助客戶制定以數據驅動的營銷方案。

本集團的收益主要來自向客戶提供以下服務，包括(i)整合營銷服務；(ii)營銷技術服務；及(iii)廣告營銷服務。我們主要透過增加進行中項目數量以及擴大客戶群與行業覆蓋範圍而實現收益增長。於2023財年、2024財年及2025財年，我們錄得收益分別約人民幣163.4百萬元、人民幣251.9百萬元及人民幣300.7百萬元，而於2023財年、2024財年及2025財年的溢利分別約為人民幣27.2百萬元、人民幣33.2百萬元及人民幣38.6百萬元。

呈列基準

緊接及緊隨重組前後，我們的業務均透過廣東聖火及其附屬公司經營，並由控股股東控制。根據重組，旗下業務轉移至本公司並由本公司持有。本公司於重組前既無參與

財務資料

任何其他業務，亦不符合業務的定義。重組僅為旗下業務的重組，該業務的管理層並無任何變動，且最終控股股東亦維持不變。進一步詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註1c。

影響經營業績的關鍵因素

我們的經營業績及財務狀況一直並將持續受多重因素影響，其中諸多因素並非我們所能控制，包括本文件「風險因素」所載者及下文所述者：

服務組合

於往績記錄期間，我們的收益主要來自向客戶提供(i)整合營銷服務；(ii)營銷技術服務；及(iii)廣告營銷服務。我們提供整合營銷服務及營銷技術服務時採用以下兩種計費模式：(i)項目制—即就每項獨立營銷活動或項目與客戶簽訂單獨合約，或雖簽訂框架協議但按實際提供服務計費；及(ii)恆常制—即簽訂長期協議以於某段時期內向客戶提供營銷服務，並定期或周期性收費。相比之下，廣告營銷服務則僅採用項目制。因此，我們的收益、盈利能力及經營業績受所提供的服務組合影響，且我們所提供不同類型服務的毛利率或有所不同，具體取決於服務類型、服務成本及定價策略等多項因素。隨著服務組合隨時間演變，所提供的服務組合任何變動均可能對我們的收益及整體毛利率產生直接且相應的影響。

我們無法保證定能維持現有服務組合，從而維持我們的收益、盈利能力及財務表現。此外，本集團維持毛利率的能力亦取決於市場競爭強度、市場供求、服務質量及廣告資源成本。倘本集團未能維持其競爭優勢，我們或會於主營業務及服務中失去現有市場份額，收益可能減少，繼而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。為維持或提高盈利能力，我們未來將持續評估並適時調整服務組合，以聚焦具市場需求及較佳潛力的服務。

我們維繫及拓闊客戶群的能力

財務表現取決於我們能否維持與主要客戶的關係並開拓潛在新客戶的商機。於2023財年、2024財年及2025財年，我們五大客戶的收益貢獻佔總收益的重大部分，分別約為91.2%、79.8%及91.3%。我們無法保證主要客戶會繼續以現有數量或價格水平(或按任何條件)向我們下單。我們計劃加強與客戶的關係並擴大客戶群。然而，由於我們的業務大多以項目形式進行，難以確保現有客戶在項目結束後會繼續與我們合作。

此外，我們的成功與可持續發展有賴於在快消品等行業吸引並留住優質品牌客戶的能力。於2023財年、2024財年及2025財年，來自快消品行業項目的收益分別為人民幣149.6百萬元、人民幣178.6百萬元及人民幣153.7百萬元，分別佔同期總收益約91.5%、70.9%及51.1%。我們的項目群主要包括中國快消品行業的企業，業務分

財務資料

佈於食品與飲料、美妝與個人護理等多個細分領域。鑑於我們大部分收益來自快消品行業項目，中國快消品行業的任何衰退及／或該行業品牌方的業務運營與策略調整，均可能減少其對我們服務的需求，繼而對我們的業務、前景、財務狀況及／或經營業績造成重大不利影響。進一步詳情請參閱本文件「風險因素—與本集團有關的風險」。

我們維繫及拓闊客戶群的能力受多項非我們所能控制的外部因素影響，例如整體經濟狀況的變化、行業競爭、與主要客戶的關係，以及快消品行業品牌方的業務運營與策略調整。倘任何主要客戶（包括快消品行業的品牌客戶）減少對我們整合營銷服務、營銷技術服務以及廣告營銷服務的需求，甚至終止與我們的業務關係，而我們又未能及時獲得相當的替代訂單，則我們的經營業績及財務狀況或會受到不利影響。

我們維持及擴大營銷資源採買規模的能力

我們的業務在很大程度上取決於向客戶提供營銷服務的能力。我們依賴與主要供應商的業務合作以支援整合營銷服務、營銷技術服務以及廣告營銷服務，該等供應商大多為中國內地的人力資源公司、媒體供應商及營銷活動供應商。於2023財年、2024財年及2025財年，五大供應商分別佔我們向供應商採購總額約29.8%、40.0%及50.5%。

於往績記錄期間，我們一般按項目制或長期制與供應商訂約，相關協議不包含保證協議到期可自動續期的條款。倘供應商決定提高新合約的產品／服務定價而我們未能將採購成本升幅轉嫁予客戶，或倘供應商中止產品／服務供應而我們無法物色合適替代供應商，我們的經營業績及財務狀況將蒙受重大不利影響。

服務定價

我們根據行業資訊及市場趨勢制定並調整定價政策。我們概不收取或接受任何績效相關費用。我們一般採用成本加成法釐定服務費。據此，我們因應個別情況釐定服務費，考量因素包括(i)項目預估耗時及複雜程度（如所牽涉技術、參與項目員工數目及客戶要求）；(ii)所提供服務範圍；(iii)供應商（包括第三方服務商）收費；(iv)客戶預算；(v)服務時限要求；(vi)客戶背景；及(vii)未來業務合作機遇。

有關本集團定價政策的進一步詳情，請參閱本文件「業務—定價政策」。

財務資料

管理層將定期檢視定價策略，以確保定價富有競爭力並維持盈利能力。一旦未能因應環境變化調整定價策略，我們的經營業績及財務表現可能蒙受不利影響。

季節性因素

進一步詳情請參閱本文件「業務—季節性因素」。

倘我們未能有效競爭，業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

我們服務的整合營銷、營銷技術以及廣告營銷行業競爭激烈，主要與其他科技驅動營銷服務商相互競爭，尤指在營銷服務領域具備先進技術能力（如AI技術）的服務商。

我們亦可能面臨新進競爭者威脅，而其可能提供更低價格或新技術及服務，繼而加劇未來競爭。競爭加劇可能導致銷售下滑、價格下調、利潤率下降或市場份額流失。此外，為應對此類競爭威脅，我們或需大幅增加研發、營銷銷售、招攬及挽留頂尖AI科學家與創新人才的投入，並購置與現有及未來服務互補或必需的技術，且無法保證該等措施必然奏效。倘我們未能成功競爭或為競爭成功需採取高成本應對措施，業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

重大會計政策

我們若干會計政策要求我們應用與會計項目相關的估計及假設以及複雜判斷。我們在應用會計政策時所使用的估計及假設以及所作出的判斷會對我們的財務狀況及經營業績造成重大影響。管理層會根據過往經驗及其他因素持續評估相關估計、假設及判斷，包括行業慣例及在當時情況下對未來事件的合理預期。管理層的估計或假設與實際結果不曾出現任何重大偏差，而我們於往績記錄期間並無對該等估計或假設作出任何重大變動。我們預期該等估計及假設在可見將來不會有任何重大變動。本集團採納的重大會計政策以及對理解本集團財務狀況及經營業績至關重要的估計載於本文件附錄一會計師報告附註4。

關鍵會計估計及判斷

本集團針對未來作出估計及假設。顧名思義，由此產生的會計估計甚少會等同於相關實際結果。存在重大風險導致下一財政年度資產及負債賬面值須作出重大調整的估計及假設於下文載列。進一步詳情載於本文件附錄一會計師報告附註5。

財務資料

經營業績

下表載列我們於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表概要，詳情載於本文件附錄一會計師報告：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
收益	163,446	251,886	300,681
收益成本	<u>(107,513)</u>	<u>(191,256)</u>	<u>(228,464)</u>
毛利	55,933	60,630	72,217
其他收入	1,715	455	156
其他收益淨額	651	626	46
訴訟索償(撥備)／撥回	(7,108)	—	1,803
銷售及營銷開支	(5,653)	(5,966)	(4,712)
行政開支	(13,929)	(14,744)	(15,739)
貿易及其他應收款項減值虧損 撥回／(撥備)淨額	679	(554)	203
融資成本	(630)	(472)	(1,419)
[編纂]開支	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>
除所得稅開支前溢利	31,658	39,975	46,111
所得稅開支	<u>(4,506)</u>	<u>(6,771)</u>	<u>(7,504)</u>
年度溢利	<u>27,152</u>	<u>33,204</u>	<u>38,607</u>
以下各方應佔年度溢利及全面收益總額：			
—本公司擁有人	27,113	33,156	38,552
—非控股權益	<u>39</u>	<u>48</u>	<u>55</u>
	<u>27,152</u>	<u>33,204</u>	<u>38,607</u>

財務資料

綜合損益及其他全面收益表選定項目說明

收益

於往績記錄期間，我們的收益來自向客戶（主要包括快消品企業）提供(i)整合營銷服務；(ii)營銷技術服務；及(iii)廣告營銷服務。詳情請參閱本文件「業務—我們的業務模式」。於2023財年、2024財年及2025財年，我們的收益分別約為人民幣163.4百萬元、人民幣251.9百萬元及人民幣300.7百萬元。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自(i)整合營銷服務的收益分別佔總收益的47.5%、44.4%及34.0%；(ii)營銷技術服務的收益分別佔總收益的41.2%、23.3%及21.1%；及(iii)廣告營銷服務的收益分別佔總收益的11.3%、32.3%及44.9%。

按服務類別劃分的收益

下表載列我們於所示年度按服務類別劃分的收益及佔收益百分比：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
整合營銷服務	77,635	47.5	111,747	44.4	102,320	34.0
營銷技術服務	67,339	41.2	58,654	23.3	63,448	21.1
廣告營銷服務	18,472	11.3	81,485	32.3	134,913	44.9
總計	<u>163,446</u>	<u>100.0</u>	<u>251,886</u>	<u>100.0</u>	<u>300,681</u>	<u>100.0</u>

來自整合營銷服務的收益

我們來自整合營銷服務的收益乃源於按項目制或恆常制訂立的合約，於2023財年、2024財年及2025財年分別約為人民幣77.6百萬元、人民幣111.7百萬元及人民幣102.3百萬元，分別佔同年總收益約47.5%、44.4%及34.0%。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別進行137個、105個及112個整合營銷服務項目。進一步詳情請參閱本節「經營業績按年比較」一段。

	2023財年		2024財年		2025財年	
	收益 (人民幣千元)	%	收益 (人民幣千元)	%	收益 (人民幣千元)	%
項目制	50,468	65.0	74,930	67.0	84,503	82.6
恆常制	27,167	35.0	36,817	33.0	17,817	17.4
總計	<u>77,635</u>	<u>100.0</u>	<u>111,747</u>	<u>100.0</u>	<u>102,320</u>	<u>100.0</u>

財務資料

來自營銷技術服務的收益

我們來自營銷技術服務的收益乃源於按項目制或恆常制訂立的合約，於2023財年、2024財年及2025財年分別約為人民幣67.3百萬元、人民幣58.7百萬元及人民幣63.4百萬元，分別佔同年總收益約41.2%、23.3%及21.1%。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別進行36個、33個及33個營銷技術服務項目。進一步詳情請參閱本節「經營業績按年比較」一段。

	2023財年		2024財年		2025財年	
	收益 (人民幣 千元)	%	收益 (人民幣 千元)	%	收益 (人民幣 千元)	%
項目制	23,557	35.0	10,971	18.7	8,640	13.6
恆常制	<u>43,782</u>	<u>65.0</u>	<u>47,683</u>	<u>81.3</u>	<u>54,808</u>	<u>86.4</u>
總計	<u>67,339</u>	<u>100.0</u>	<u>58,654</u>	<u>100.0</u>	<u>63,448</u>	<u>100.0</u>

來自廣告營銷服務的收益

我們來自廣告營銷服務的收益乃源於按項目制訂立的合約，於2023財年、2024財年及2025財年分別約為人民幣18.5百萬元、人民幣81.5百萬元及人民幣134.9百萬元，分別佔同年總收益約11.3%、32.3%及44.9%。於往績記錄期間，來自廣告營銷服務的收益呈上升趨勢。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別進行27個、26個及44個廣告營銷服務項目。進一步詳情請參閱本節「經營業績按年比較」一段。

按地區劃分的收益明細

下表載列我們於往績記錄期間按中國各地劃分的客戶收益明細：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
華南	52,485	32.1	117,440	46.6	113,415	37.7
華東	63,836	39.1	67,402	26.8	52,309	17.4
中國西南	16,003	9.8	27,780	11.0	14,827	4.9
中國西北	13,470	8.2	15,386	6.1	16,448	5.5
華中	8,545	5.2	10,856	4.3	94,464	31.4
華北	5,388	3.3	9,258	3.7	5,341	1.8
中國東北	<u>3,719</u>	<u>2.3</u>	<u>3,764</u>	<u>1.5</u>	<u>3,877</u>	<u>1.3</u>
	<u>163,446</u>	<u>100.0</u>	<u>251,886</u>	<u>100.0</u>	<u>300,681</u>	<u>100.0</u>

財務資料

於往績記錄期間，我們絕大部分銷售額來自華南及華東。2023財年、2024財年及2025財年總收益分別約32.1%、46.6%及37.7%來自華南，而2023財年、2024財年及2025財年總收益分別約39.1%、26.8%及17.4%則來自華東。2025財年總收益約31.4%來自華中，主要由於2025財年我們隨著業務擴張而從客戶集團H旗下附屬公司錄得收益約人民幣81.1百萬元（客戶集團H旗下附屬公司位於湖南省），而2023財年及2024財年來自華中的總收益分別約為5.2%及4.3%。於往績記錄期間，本集團源自中國西南、中國西北、華北及中國東北的總收益合計分別約為人民幣38.6百萬元、人民幣56.2百萬元及人民幣40.5百萬元，分別佔2023財年、2024財年及2025財年總收益約23.6%、22.3%及13.5%。

按行業劃分的收益明細

於往績記錄期間，我們的客戶遍佈各行各業。下表載列我們於所示年度按客戶行業劃分的收益明細（以金額及佔總收益百分比列示）：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
快消品	149,616	91.5	178,599	70.9	153,676	51.1
— 食品及飲料—						
非酒類	146,717	89.8	145,896	57.9	127,366	42.4
— 食品及飲料—						
酒類	—	—	11,902	4.7	23,015	7.6
— 美妝及個人護理	2,899	1.8	20,801	8.3	3,295	1.1
體育彩票	3,565	2.2	281	0.1	—	—
信息技術	764	0.5	3,113	1.2	2,965	1.0
家庭用品	1,563	1.0	7,819	3.1	9,009	3.0
商業服務	2,969	1.8	1,093	0.4	2,984	1.0
電訊	4,379	2.7	11,553	4.6	874	0.3
旅遊	—	—	1,431	0.6	1,517	0.5
娛樂	—	—	—	—	176	0.1
汽車	—	—	47,997	19.1	124,357	41.4
物流	590	0.4	—	—	—	—
休閒	—	—	—	—	5,123	1.6
	<u>163,446</u>	<u>100.0</u>	<u>251,886</u>	<u>100.0</u>	<u>300,681</u>	<u>100.0</u>

財務資料

於2023財年、2024財年及2025財年，我們大部分收益源自快消品行業，快消品行業相關項目所貢獻收益分別約為人民幣149.6百萬元、人民幣178.6百萬元及人民幣153.7百萬元，分別佔我們總收益約91.5%、70.9%及51.1%。

我們的收益由2023財年約人民幣163.4百萬元增加約人民幣88.4百萬元至2024財年約人民幣251.9百萬元，主要歸功於(i)來自汽車行業的收益增加約人民幣48.0百萬元，主要由於2024財年吸納汽車行業的新客戶(即客戶H)，服務重點在於支持品牌在不同線上平台(包括網站及流動應用程式)投放廣告以推廣多款電動車型號；(ii)來自快消品行業的收益增加約人民幣29.0百萬元，主要由於吸納快消品行業內食品及飲料—酒類領域的兩名新客戶(即客戶K及另一新客戶，貢獻人民幣9.7百萬元)以及吸納快消品行業內美妝及個人護理領域的新客戶(即客戶I，貢獻人民幣19.7百萬元)；(iii)來自電訊行業的收益增加約人民幣7.1百萬元，主要由於2024財年與客戶集團F(知名電訊企業)開展營銷素材製作與安裝以及活動執行相關工作(貢獻人民幣11.5百萬元)；及(iv)來自家庭用品行業的收益增加約人民幣6.3百萬元，主要由於2024財年吸納新客戶(即客戶L，貢獻人民幣7.1百萬元)。

我們的收益由2024財年約人民幣251.9百萬元增加約人民幣48.8百萬元至2025財年約人民幣300.7百萬元，主要由於來自汽車行業的收益增加約人民幣76.4百萬元，而此乃主要受惠於客戶群擴大，其中從事汽車行業的客戶H旗下附屬公司於2025財年貢獻人民幣81.1百萬元(服務重點在於支持品牌在不同線上平台(包括網站及流動應用程式)投放廣告以推廣多款電動車型號)，惟部分被(i)來自快消品行業的收益減少約人民幣24.9百萬元；及(ii)來自電訊行業的收益減少約人民幣10.7百萬元(主要由於項目完成)所抵銷。

財務資料

項目數量及每個項目已確認收益範圍明細

下表載列我們於相關年度按服務類別劃分的項目數量及每個項目已確認收益範圍的明細：

	就每個項目確認的收益 (人民幣千元)	2023財年 項目數量	2024財年 項目數量	2025財年 項目數量
整合營銷服務				
	1,000以下	120	77	79
	1,000至5,000	15	25	30
	5,000以上	2	3	3
小計		137	105	112
營銷技術服務				
	1,000以下	22	24	27
	1,000至5,000	10	5	2
	5,000以上	4	4	4
小計		36	33	33
廣告營銷服務				
	1,000以下	21	11	14
	1,000至5,000	6	12	16
	5,000以上	—	3	14
小計		27	26	44
總計		200	164	189

於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別進行200個、164個及189個項目，其中(i)分別有137個、105個及112個來自整合營銷服務板塊；(ii)分別有36個、33個及33個來自營銷技術服務板塊；及(iii)分別有27個、26個及44個來自廣告營銷服務板塊。

就整合營銷服務而言，於往績記錄期間，項目組合出現顯著變化。項目總數由2023財年的137個減少至2025財年的112個，其中(i)所確認收益低於人民幣1.0百萬元的項目數量由2023財年的120個減少至2025財年的79個；(ii)所確認收益介乎人民幣1.0百萬元至人民幣5.0百萬元的項目數量由2023財年的15個增加至2025財年的30個；及(iii)所確認收益超過人民幣5.0百萬元的項目數量由2023財年的2個增加至2025財年的3個。上述情況反映我們明顯轉向更大規模的項目，顯示可能將著眼點投放於質量及價值而非單純追求數量。

就營銷技術服務而言，項目總數由2023財年的36個略微減少至2025財年的33個，其中(i)所確認收益低於人民幣1.0百萬元的項目數量由2023財年的22個增加至2025財年的27個；(ii)所確認收益介乎人民幣1.0百萬元至人民幣5.0百萬元的項目數量由2023財年的10個減少至2025財年的2個；及(iii)所確認收益超過人民幣5.0百萬元的項目數量於2023財年、2024財年及2025財年均維持在4個。

財務資料

就廣告營銷服務而言，項目總數由2023財年的27個增加至2025財年的44個，其中(i)所確認收益低於人民幣1.0百萬元的项目數量由2023財年的21個減少至2025財年的14個；(ii)所確認收益介乎人民幣1.0百萬元至人民幣5.0百萬元的项目數量由2023財年的6個增加至2025財年的16個；及(iii)所確認收益超過人民幣5.0百萬元的项目數量由2023財年的零個增加至2025財年的14個。上述情況反映廣告營銷服務板塊於往績記錄期間的项目數量及價值皆錄得顯著增長。

回頭客收益明細

下表載列我們於2023財年、2024財年及2025財年來自回頭客的收益與相應年度所得總收益的比較：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
所得總收益	163,446	251,886	300,681
來自回頭客的收益	149,607	232,393	287,156
	概約百分比	概約百分比	概約百分比
佔總收益百分比	91.5%	92.3%	95.5%

下表載列我們於2023財年、2024財年及2025財年涉及回頭客的项目數量與相應年度项目總數的比較：

	2023財年	2024財年	2025財年
項目總數	200	164	189
涉及回頭客的项目數量	179	144	163
	概約百分比	概約百分比	概約百分比
佔項目總數百分比	89.5%	87.8%	86.2%

於往績記錄期間，我們從回頭客錄得可觀收益，2023財年、2024財年及2025財年分別約為人民幣149.6百萬元、人民幣232.4百萬元及人民幣287.2百萬元，佔相應總收益約91.5%、92.3%及95.5%。就項目數量而言，於2023財年、2024財年及2025財年，我們涉及回頭客的项目數量分別為179個、144個及163個，佔項目總數約89.5%、87.8%及86.2%。

回頭客貢獻的總收益佔比上升而項目總數佔比下降，主要由於我們具備實力與客戶建立穩定業務關係，深入了解其營銷需求並量身訂制多元化服務以協助客戶達成營銷目標，帶動我們所獲委聘項目產生的收益有所增加。

財務資料

收益成本

我們的收益成本主要包括(i)製作成本；(ii)物料成本；(iii)線下廣告資源成本；(iv)線上平台成本；(v)員工成本；(vi)物業、廠房及設備折舊成本；(vii)使用權資產折舊成本；及(viii)其他。我們的收益成本或因項目類型而顯著有別，主要取決於其預算、項目複雜程度、媒體平台或活動地點以及商業磋商結果。我們的收益成本組合亦可能因上述因素而異。

按性質劃分的收益成本

下表載列我們於所示年度按性質劃分的收益成本及佔總收益成本百分比：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
製作成本	58,446	54.4	74,238	38.8	74,391	32.6
物料成本	12,807	11.9	16,781	8.8	6,735	2.9
線下廣告資源成本	13,067	12.2	31,533	16.5	13,757	6.0
線上平台成本	8,291	7.7	50,923	26.6	118,390	51.9
員工成本	9,623	8.9	11,994	6.3	9,315	4.1
物業、廠房及設備 折舊成本	4,587	4.3	4,382	2.3	4,452	1.9
使用權資產折舊成本	590	0.5	1,188	0.6	1,153	0.5
其他	102	0.1	217	0.1	271	0.1
	<u>107,513</u>	<u>100.0</u>	<u>191,256</u>	<u>100.0</u>	<u>228,464</u>	<u>100.0</u>

我們的製作成本主要與執行活動及營銷方案有關，分別佔2023財年、2024財年及2025財年的總收益成本約54.4%、38.8%及32.6%。相關製作成本包括為成功執行活動及營銷方案而支付予供應商的款項，涵蓋但不限於聘用臨時推廣人員、安排活動主持、僱用安保人員、支付表演者費用、場地搭建及佈置、舞台設備安裝、場地租金、設備維護與修理、活動影片拍攝與製作，以及向社交媒體平台支付的推廣費用。我們的員工成本主要指支付予參與業務運作的員工的薪金及福利。線下廣告資源成本主要指採用傳統非數字推廣渠道(如戶外廣告牌)的廣告資源成本。線上平台成本主要指線上平台(如網站及流動應用程式)的成本。

收益成本的敏感度分析

僅供說明用途，以下敏感度分析說明在其他變量保持不變的情況下，我們於往績記錄期間的服務成本項下製作成本、線上平台成本及線下廣告資源成本的假設波動對除所得稅開支前溢利的影響。於往績記錄期間，製作成本、線上平台成本及線下廣告資源成

財務資料

本的假設波動率分別設定為5%及10%，此乃參考往績記錄期間製作成本、線上平台成本及線下廣告資源成本的歷史按年波動率釐定。

除所得稅前溢利 增加／(減少)	製作成本的假設波動			
	+5 % 人民幣千元	-5 % 人民幣千元	+10 % 人民幣千元	-10 % 人民幣千元
2023 財年	2,922	(2,922)	5,845	(5,845)
2024 財年	3,712	(3,712)	7,424	(7,424)
2025 財年	3,720	(3,720)	7,439	(7,439)

除所得稅前溢利 增加／(減少)	線上平台成本的假設波動			
	+5 % 人民幣千元	-5 % 人民幣千元	+10 % 人民幣千元	-10 % 人民幣千元
2023 財年	415	(415)	829	(829)
2024 財年	2,546	(2,546)	5,092	(5,092)
2025 財年	5,920	(5,920)	11,839	(11,839)

除所得稅前溢利 增加／(減少)	線下廣告資源成本的假設波動			
	+5 % 人民幣千元	-5 % 人民幣千元	+10 % 人民幣千元	-10 % 人民幣千元
2023 財年	653	(653)	1,307	(1,307)
2024 財年	1,577	(1,577)	3,153	(3,153)
2025 財年	688	(688)	1,376	(1,376)

我們的盈利能力主要受我們控制運營成本的能力所影響，尤其是製作成本、線上平台成本及線下廣告資源成本。若我們無法控制運營成本或成功將成本影響轉嫁予客戶，我們可能無法維持盈利能力，而我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。

財務資料

毛利及毛利率

毛利指收益超出收益成本的部分。下表載列我們於所示年度按服務類別劃分的毛利及毛利率：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣千元	毛利率 (%)	人民幣千元	毛利率 (%)	人民幣千元	毛利率 (%)
整合營銷服務	17,417	22.4	22,891	20.5	20,455	20.0
營銷技術服務	34,824	51.7	27,817	47.4	32,120	50.6
廣告營銷服務	3,692	20.0	9,922	12.2	19,642	14.6
整體	<u>55,933</u>	<u>34.2</u>	<u>60,630</u>	<u>24.1</u>	<u>72,217</u>	<u>24.0</u>

於2023財年、2024財年及2025財年，我們錄得毛利分別約人民幣55.9百萬元、人民幣60.6百萬元及人民幣72.2百萬元，而於2023財年、2024財年及2025財年的毛利率分別約為34.2%、24.1%及24.0%。進一步詳情請參閱本節下文「經營業績按年比較」。

其他收入

於往績記錄期間，我們的其他收入主要包括(i)政府補助；(ii)額外增值稅進項扣減；(iii)銀行利息收入；及(iv)雜項收入。下表載列我們於所示年度的其他收入明細：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
其他收入：			
政府補助(附註i)	370	120	54
額外增值稅(「增值稅」)進項扣減 (附註ii)	803	—	—
銀行利息收入	137	196	66
雜項收入	<u>405</u>	<u>139</u>	<u>36</u>
總計	<u>1,715</u>	<u>455</u>	<u>156</u>

附註：

- i 政府補助主要指從中國當地政府機關收取的補助金，作為對本集團在以下方面的補貼：(a)僱用畢業不足兩年的高等院校學生；(b)租金；(c)提升文化創意產業高質量發展；及(d)以高科技及先進技術持續發展業務。上述政府補助並無附帶尚未達成的條件或或然事項。

財務資料

- ii 由於增值稅改革，額外增值稅進項扣減已於損益確認。根據增值稅改革章程第三十九條(2019年)、第十一條(2022年)及第一條(2023年)，本集團自2023年1月1日起至2023年12月31日止合資格享有增值稅抵免(即5%額外增值稅進項扣減)，惟須符合所有適用標準。於2024財年及2025財年並無頒佈進一步措施。

其他收益淨額

於往績記錄期間，我們的其他收益主要包括(i)出售物業、廠房及設備的虧損；(ii)提前終止租賃的收益；(iii)按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動淨額；(iv)其他雜項虧損；(v)匯兌虧損淨額；(vi)出售聯營公司的收益；及(vii)貿易銷售收益淨額。下表載列我們於所示年度的其他收益明細：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
其他收益淨額：			
出售物業、廠房及設備的虧損	(1)	—	—
提前終止租賃的收益	—	59	—
按公允價值計入損益的金融資產 的公允價值變動淨額	560	559	102
其他雜項虧損	(1)	—	(4)
匯兌虧損淨額	—	—	(103)
出售聯營公司的收益	—	—	50
貿易銷售收益淨額	93	8	1
總計	651	626	46

訴訟索償撥備／撥回

於2023財年，我們確認訴訟索償撥備約人民幣7.1百萬元，主要涉及兩項訴訟案件：(i)於2024年9月，客戶集團G向上海市黃浦區人民法院入稟起訴一物一碼數據，要求賠償約人民幣4.2百萬元；及(ii)於2025年5月，客戶集團G的保險公司向上海市黃浦區人民法院入稟起訴廣東聖火及一物一碼數據，要求賠償約人民幣2.9百萬元。

於2025財年，我們確認訴訟索償撥回人民幣1.8百萬元，此乃由於一物一碼數據已於2026年2月達成協議，同意向客戶集團G賠償合共人民幣2.2百萬元，因而就客戶G相關法律程序確認訴訟索償撥回人民幣2.0百萬元，部分被客户G保險公司相關法律程序的訴訟索償總應計利息撥備人民幣0.2百萬元所抵銷。

詳情請參閱本文件「業務—法律程序」及本文件附錄一所載會計師報告附註38。

財務資料

銷售及營銷開支

下表載列我們於所示年度的銷售及營銷開支明細(以金額及佔總收益百分比列示)：

	2023 財年		2024 財年		2025 財年	
	人民幣千 元	%	人民幣千 元	%	人民幣千 元	%
薪金及員工福利	4,523	80.0	5,320	89.2	4,278	90.8
差旅及酬酢開支	700	12.4	324	5.4	93	2.0
折舊	338	6.0	275	4.6	281	6.0
辦公室及處所開支	85	1.5	47	0.8	60	1.2
其他	7	0.1	—	—	—	—
	<u>5,653</u>	<u>100.0</u>	<u>5,966</u>	<u>100.0</u>	<u>4,712</u>	<u>100.0</u>

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的銷售及營銷開支分別佔總收益約3.5%、2.4%及1.6%。

我們的銷售及營銷開支主要包括：(i)營銷及技術支援人員的薪金及員工福利；(ii)差旅及酬酢開支，主要指酬酢、住宿及差旅開支；(iii)折舊，主要指設備折舊、租賃物業翻新以及租賃相關使用權資產的折舊；(iv)辦公室及處所開支；及(v)其他。

行政開支

下表載列我們於所示年度的行政開支明細(以金額及佔總收益百分比列示)：

	2023 財年		2024 財年		2025 財年	
	人民幣千 元	%	人民幣千 元	%	人民幣千 元	%
薪金及其他員工福利	4,608	33.1	4,783	32.4	4,702	29.9
研發成本	5,251	37.7	3,646	24.7	4,686	29.8
法律及專業費用	725	5.2	1,775	12.0	1,568	10.0
差旅及交通開支	896	6.4	1,078	7.3	1,902	12.1
辦公室及處所開支	933	6.7	1,483	10.1	601	3.8
折舊及攤銷	846	6.1	821	5.6	799	5.1
捐款	52	0.4	221	1.5	160	1.0
其他稅項開支	385	2.8	702	4.8	1,123	7.1
其他	233	1.6	235	1.6	198	1.2
	<u>13,929</u>	<u>100.0</u>	<u>14,744</u>	<u>100.0</u>	<u>15,739</u>	<u>100.0</u>

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的行政開支分別佔總收益約8.5%、5.9%及5.2%。

財務資料

我們的行政開支主要包括：(i)薪金及其他員工福利，主要指行政僱員的薪金；(ii)研發成本，主要指研發相關僱員的薪金以及知識產權開發成本；(iii)法律及專業費用，主要指業務運營所產生的法律及專業費用；(iv)折舊，主要指設備、汽車及租賃物業翻新的折舊；(v)差旅及交通開支；(vi)辦公室及處所開支；及(vii)其他稅項，主要指城市維護建設稅及印花稅。

融資成本

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的融資成本(包括銀行借款及租賃負債產生的貸款利息開支)分別約為人民幣0.6百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣1.4百萬元。詳情請參閱本節下文「債務」。

下表載列我們於所示年度的融資成本明細：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
銀行借款的利息開支	523	232	1,061
租賃負債的利息開支	<u>107</u>	<u>240</u>	<u>358</u>
總計	<u>630</u>	<u>472</u>	<u>1,419</u>

所得稅開支

我們的所得稅開支主要包括根據相關法律及法規按應課稅稅前溢利適用法定稅率計算的即期應付所得稅，以及報告期間已確認遞延稅項資產變動所產生的遞延所得稅開支／抵免。於2023財年、2024財年及2025財年，我們的所得稅開支分別約為人民幣4.5百萬元、人民幣6.8百萬元及人民幣7.5百萬元。下表載列我們於所示年度的所得稅開支明細：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
本年度—中國企業所得稅 (「中國企業所得稅」)			
— 年內	5,528	6,659	7,209
— 過往年度撥備不足／(超額撥備)	(43)	402	(5)
遞延稅項			
— 年內	<u>(979)</u>	<u>(290)</u>	<u>300</u>
總計	<u>4,506</u>	<u>6,771</u>	<u>7,504</u>

財務資料

根據中國適用稅務法規，中國一般企業所得稅率為25%，而我們的中國實體（以下附屬公司除外）於往績記錄期間一直按法定企業所得稅率繳稅。

根據國家稅務總局頒佈的企業所得稅優惠政策，一物一碼數據、廣東龍嬰及秀飛（上海）享有優惠稅率。

一物一碼數據獲批高新技術企業資格，並於往績記錄期間享有15%的優惠稅率。根據中國財政部及國家稅務總局聯合發佈的《2021年第8號》、《2022年第13號》、《2023年第6號》及《2023年第12號》「關於進一步實施小微企業所得稅優惠政策的公告」，於2023財年、2024財年及2025財年，廣東龍嬰及秀飛（上海）的適用減免稅率如下：年度應課稅溢利不超過人民幣1百萬元部分，按25%計入應納稅所得額並適用20%稅率；年度應課稅溢利超過人民幣1百萬元但不超過人民幣3百萬元部分，按25%計入應納稅所得額並適用20%稅率；年度應課稅溢利超過人民幣3百萬元部分，適用25%稅率。

根據中國國家稅務總局頒佈的相關法律及法規，一物一碼數據作為高新技術企業，在釐定往績記錄期間的應課稅溢利時，有權將所產生研發開支的200%申報為可扣稅開支。

於往績記錄期間，我們並無在開曼群島、英屬處女群島及香港產生任何應課稅收入。

進一步詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註14。

實際稅率

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的實際稅率（即所得稅開支除以除稅前溢利）分別約為14.2%、16.9%及16.3%。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們與相關稅務機關並無重大爭議或未解決的稅務問題。

純利及純利率

我們於2023財年、2024財年及2025財年的純利分別約為人民幣27.2百萬元、人民幣33.2百萬元及人民幣38.6百萬元。於2023財年、2024財年及2025財年，我們的純利率（即溢利除以收益）分別約為16.6%、13.2%及12.8%。

經營業績按年比較

2025財年與2024財年比較

收益

我們的收益由2024財年約人民幣251.9百萬元增加約人民幣48.8百萬元或19.4%至2025財年約人民幣300.7百萬元，主要由於(i)來自廣告營銷服務的收益增加約人民幣53.4

財務資料

百萬元；及(ii)來自營銷技術服務的收益增加約人民幣4.8百萬元，部分被來自整合營銷服務的收益減少約人民幣9.4百萬元所抵銷。

- **整合營銷服務。**我們來自整合營銷服務的收益由2024財年約人民幣111.7百萬元減少約8.4%至2025財年約人民幣102.3百萬元，主要由於與最大客戶(即客戶集團A)相關的整合營銷服務項目數量隨多個項目完成而由2024財年的64個減少至2025財年的51個，導致來自客戶集團A的收益由2024財年約人民幣57.4百萬元減少至2025財年約人民幣47.2百萬元。
- **營銷技術服務。**我們來自營銷技術服務的收益由2024財年約人民幣58.7百萬元增加約8.0%至2025財年約人民幣63.4百萬元，主要歸功於我們最大客戶(即客戶集團A)一個新項目於2025財年貢獻收益約人民幣19.1百萬元，部分被營銷技術服務收益超過人民幣1百萬元的大型項目數量由2024財年的9個減少至2025財年的6個所抵銷。
- **廣告營銷服務。**我們來自廣告營銷服務的收益由2024財年約人民幣81.5百萬元增加約65.5%至2025財年約人民幣134.9百萬元，主要歸功於(i)廣告營銷服務項目總數由2024財年的26個增加至2025財年的44個，其中廣告營銷服務收益超過人民幣1百萬元的大型項目數量由2024財年的15個增加至2025財年的30個；及(ii)2025財年客戶集團H旗下附屬公司貢獻的收益隨業務擴張而增加約人民幣81.1百萬元。

收益成本

我們的收益成本由2024財年約人民幣191.3百萬元增加約人民幣37.2百萬元或19.4%至2025財年約人民幣228.5百萬元，主要由於(i)線上平台成本增加約人民幣67.5百萬元，與2025財年線上廣告營銷服務收益顯著增長一致，並因以下各項而有所抵銷：(i)線下廣告資源成本減少約人民幣17.8百萬元，原因為快消品行業內美妝及個人護理板塊項目的廣告活動(於2024財年耗用大量線下廣告資源成本)已完成；及(ii)物料成本減少約人民幣10.0百萬元，原因為客戶集團F的電訊行業相關項目(於2024財年耗用大量物料成本)已完成。

毛利及毛利率

基於上述原因，我們的毛利由2024財年約人民幣60.6百萬元增加約人民幣11.6百萬元或19.1%至2025財年約人民幣72.2百萬元。於2024財年及2025財年，我們的毛利率分別維持於24.1%及24.0%的相對穩定水平。

財務資料

- **整合營銷服務。**隨著2025財年整合營銷服務所得收益減少，我們來自整合營銷服務的毛利由2024財年約人民幣22.9百萬元減少約10.5%至2025財年約人民幣20.5百萬元。於2024財年及2025財年，整合營銷服務的毛利率分別維持於20.5%及20.0%的相對穩定水平。
- **營銷技術服務。**隨著2025財年營銷技術服務所得收益增長，我們來自營銷技術服務的毛利由2024財年約人民幣27.8百萬元增加約15.5%至2025財年約人民幣32.1百萬元。營銷技術服務的毛利率由2024財年約47.4%上升至2025財年約50.6%，主要由於2024財年完成客戶集團A的虧蝕項目所致。有關虧蝕項目的進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的項目」。
- **廣告營銷服務。**隨著2025財年廣告營銷服務所得收益增長，我們來自廣告營銷服務的毛利由2024財年約人民幣9.9百萬元增加約98.0%至2025財年約人民幣19.6百萬元。廣告營銷服務的毛利率由2024財年約12.2%上升至2025財年約14.6%，主要由於2025財年第一季度完成客戶I毛利率相對較低的線下廣告項目所致。

其他收入

我們的其他收入由2024財年約人民幣0.5百萬元減少約人民幣0.3百萬元或60.0%至2025財年約人民幣0.2百萬元，主要由於2025財年銀行利息收入減少約人民幣0.1百萬元及雜項收入減少約人民幣0.1百萬元。

其他收益淨額

我們的其他收益淨額由2024財年其他收益約人民幣0.6百萬元減少約人民幣0.6百萬元至2025財年其他收益約人民幣46,000元，主要由於按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動淨額減少約人民幣0.5百萬元。

訴訟索償撥備／撥回

於2025財年錄得訴訟撥回約人民幣1.8百萬元，詳情請參閱本節上文「綜合損益及其他全面收益表選定項目說明—訴訟索償撥備／撥回」。於2024財年並無錄得撥備或撥回。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2024財年約人民幣6.0百萬元減少約人民幣1.3百萬元或21.7%至2025財年約人民幣4.7百萬元，主要由於營銷人員數目由2024財年的29名減少至2025財年的24名，導致薪金及員工福利減少人民幣1.0百萬元。

財務資料

行政開支

我們的行政開支由2024財年約人民幣14.7百萬元增加約人民幣1.0百萬元或6.8%至2025財年約人民幣15.7百萬元，主要由於研發項目數量由2024財年的9個上升至2025財年的15個，導致研發成本增加約人民幣1.0百萬元。

融資成本

我們的融資成本由2024財年約人民幣0.5百萬元增加至2025財年約人民幣1.4百萬元，主要由於2025財年銀行借款增加所致。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2024財年約人民幣6.8百萬元增加至2025財年約人民幣7.5百萬元，主要由於除所得稅前溢利增加所致，而實際稅率則相對維持穩定，於2024財年及2025財年分別約為16.9%及16.4%。

純利及純利率

基於上述原因，我們的純利由2024財年約人民幣33.2百萬元增加至2025財年約人民幣38.6百萬元，而純利率則相對維持穩定，於2024財年及2025財年分別約為13.2%及12.8%。

2024財年與2023財年比較

收益

我們的收益由2023財年約人民幣163.4百萬元增加約人民幣88.5百萬元或54.2%至2024財年約人民幣251.9百萬元，主要由於(i)整合營銷服務收益增加約人民幣34.1百萬元；(ii)廣告營銷服務收益增加約人民幣63.0百萬元，部分被營銷技術服務收益減少約人民幣8.7百萬元所抵銷。

- **整合營銷服務。**我們來自整合營銷服務的收益由2023財年約人民幣77.6百萬元增加約43.9%至2024財年約人民幣111.7百萬元，主要受惠於(i)客戶群隨2024財年新增客戶集團L及客戶K而擴大，兩者於2024財年合共貢獻收益約人民幣10.3百萬元；及(ii)業務擴充帶動整合營銷服務收益超過人民幣1百萬元的大型項目數量由2023財年的17個上升至2024財年的28個。
- **營銷技術服務。**我們來自營銷技術服務的收益由2023財年約人民幣67.3百萬元減少約12.8%至2024財年約人民幣58.7百萬元，主要歸因於營銷技術服務項目

財務資料

數量由2023財年的36個下降至2024財年的33個，其中收益超過人民幣1百萬元的大型項目數量隨項目完成而由2023財年的14個下降至2024財年的9個。

- **廣告營銷服務。**我們來自廣告營銷服務的收益由2023財年約人民幣18.5百萬元增加約340.5%至2024財年約人民幣81.5百萬元，主要歸功於(i)廣告營銷服務收益超過人民幣1百萬元的大型項目數量由2023財年的6個增長至2024財年的15個；及(ii)於2024年下半年與多名新客戶(即客戶集團H、客戶I及客戶J，各自位列本集團五大客戶)建立業務關係，為2024財年帶來廣告營銷服務收益約人民幣65.1百萬元。

收益成本

我們的收益成本由2023財年約人民幣107.5百萬元增加約人民幣83.8百萬元或78.0%至2024財年約人民幣191.3百萬元，主要由於(i)線上平台成本增加約人民幣42.6百萬元，與2024財年線上廣告營銷服務板塊所得收益顯著增長一致；(ii)線下廣告資源成本增加約人民幣18.5百萬元，與2024財年線下廣告營銷服務板塊所得收益增長一致；及(iii)製作成本增加約人民幣15.8百萬元，與2024財年收益增長一致。

毛利及毛利率

基於上述原因，我們的毛利由2023財年約人民幣55.9百萬元增加約人民幣4.7百萬元或8.4%至2024財年約人民幣60.6百萬元。我們的毛利率由2023財年約34.2%下降至2024財年約24.1%。

- **整合營銷服務。**我們來自整合營銷服務的毛利由2023財年約人民幣17.4百萬元增加約31.6%至2024財年約人民幣22.9百萬元，歸功於2024財年整合營銷服務所得收益上升。整合營銷服務的毛利率由2023財年約22.4%微降至2024財年約20.5%，主要歸因於2024財年我們透過獲取新客戶集團L及客戶K擴大客戶群，而該等客戶於2024財年為我們的整體毛利率貢獻較低的毛利率。
- **營銷技術服務。**我們來自營銷技術服務的毛利由2023財年約人民幣34.8百萬元減少約20.1%至2024財年約人民幣27.8百萬元，主要歸因於2024財年營銷技術服務所得收益減少。營銷技術服務的毛利率由2023財年約51.7%下降至2024財年約47.4%，主要由於2024財年下半年與客戶集團A開展的項目錄得虧損所致。有關虧蝕項目的進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的項目」。

財務資料

- **廣告營銷服務。**我們來自廣告營銷服務的毛利由2023財年約人民幣3.7百萬元增加約167.6%至2024財年約人民幣9.9百萬元，主要由於2024財年廣告營銷服務收益增加所致，而廣告營銷服務的毛利率則由2023財年約20.0%下降至2024財年約12.2%，主要歸因於我們藉由吸納新客戶集團H擴闊客戶群，而該客戶在2024財年為整體毛利率貢獻較低的毛利率。

其他收入

我們的其他收入由2023財年約人民幣1.7百萬元減少約人民幣1.2百萬元或70.6%至2024財年約人民幣0.5百萬元，主要由於2024財年本集團不符合額外增值稅進項扣減資格，導致額外增值稅進項扣減有所減少。

其他收益淨額

於2023財年及2024財年，我們的其他收益及虧損相對維持穩定，分別約為人民幣0.7百萬元及人民幣0.6百萬元。

訴訟索償撥備／撥回

於2023財年錄得訴訟撥備約人民幣7.1百萬元，詳情請參閱本節上文「綜合損益及其他全面收益表選定項目說明—訴訟索償撥備／撥回」。於2024財年並無錄得相關撥備。

銷售及營銷開支

於2023財年及2024財年，我們的銷售及營銷開支相對維持穩定，分別約為人民幣5.7百萬元及人民幣6.0百萬元。

行政開支

我們的行政開支由2023財年約人民幣13.9百萬元增加約人民幣0.8百萬元或5.8%至2024財年約人民幣14.7百萬元，主要由於(i)2024財年在新三板進行股票定向發行導致法律及專業費用增加約人民幣1.1百萬元；及(ii)辦公室及處所開支增加約人民幣0.6百萬元，部分被研發項目數量由2023財年的11個減少至2024財年的9個導致研發成本下降約人民幣1.6百萬元所抵銷。

融資成本

我們的融資成本由2023財年約人民幣0.6百萬元減少至2024財年約人民幣0.5百萬元，主要由於2024年初償還貸款及2024年11月新造銀行貸款所致。

財務資料

所得稅開支

我們的所得稅開支由2023財年約人民幣4.5百萬元增加至2024財年約人民幣6.8百萬元，主要由於除所得稅前溢利增加所致，而實際稅率亦由2023財年的14.2%上升至2024財年的16.9%，歸因於2024財年廣東聖火不享有上述任何優惠企業所得稅率導致應課稅溢利有所增加。

純利及純利率

基於上述原因，我們的純利由2023財年約人民幣27.2百萬元增加至2024財年約人民幣33.2百萬元，而純利率則由2023財年約16.6%下降至2024財年約13.2%。

流動資金及資本資源

我們過往主要以銀行借款、業務運營所得款項以及股權資本應付現金需求。我們的主要流動資金需求源於撥付業務運營、運營資金及未來所需資金。進行[編纂]後，我們擬主要透過業務運營產生的現金以及[編纂][編纂]淨額應付未來資金需求。有關我們未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務—我們的業務策略」及「未來計劃及[編纂]」。

我們定期審視流動資金需求，確保維持足夠的現金資源應付運營資金需求及資本開支需求。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們於正常業務過程中並無遭遇任何債務清償困難以致對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

現金流

下表載列我們於所示年度的綜合現金流量表摘要以及現金及現金等價物結餘分析：

	2023財年 人民幣千元	2024財年 人民幣千元	2025財年 人民幣千元
運營資金變動前經營所得現金淨額	44,618	47,161	52,910
運營資金變動	(25,220)	(81,623)	(14,548)
已付所得稅	(4,451)	(6,296)	(7,775)
經營活動所得／(所用)現金淨額	14,947	(40,758)	30,587
投資活動所得／(所用)現金淨額	218	(7,794)	6,061
融資活動所得／(所用)現金淨額	4,076	2,327	(17,413)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	19,241	(46,225)	19,235
年初現金及現金等價物	44,773	64,014	17,789
年末現金及現金等價物	64,014	17,789	37,024

財務資料

經營活動所得／(所用)現金淨額

我們來自／(用於)經營活動的現金淨額反映(i)就折舊、提前終止租賃的收益、豁免租賃負債、出售物業、廠房及設備的虧損、按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動淨額、融資成本、利息收入、訴訟撥備、租金按金撇銷、就貿易及其他應收款項確認的減值虧損撥備或撥回淨額等非現金及非經營性項目作出調整後的除所得稅前溢利；(ii)運營資金變動的影響，例如存貨、貿易應收款項、預付款項、按金及其他應收款項、合約資產、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用以及合約負債的變動；及(iii)已付所得稅。

於2025財年，我們來自經營活動的現金淨額約為人民幣30.6百萬元，相當於除稅前溢利約人民幣46.1百萬元，並主要就(i)貿易應收款項減少約人民幣20.1百萬元；及(ii)物業、廠房及設備折舊約人民幣5.2百萬元作出調整，部分被貿易應付款項減少約人民幣37.1百萬元所抵銷。

於2024財年，我們用於經營活動的現金淨額約為人民幣40.8百萬元，相當於除稅前溢利約人民幣40.0百萬元，並主要就貿易應收款項增加約人民幣111.5百萬元作出調整，部分被(i)物業、廠房及設備折舊約人民幣5.1百萬元；及(ii)貿易應付款項增加約人民幣33.8百萬元所抵銷。

於2023財年，我們來自經營活動的現金淨額約為人民幣14.9百萬元，相當於除稅前溢利約人民幣31.7百萬元，並主要就貿易應收款項增加約人民幣32.0百萬元作出調整，部分被(i)訴訟撥備約人民幣7.1百萬元；及(ii)貿易應付款項增加約人民幣6.4百萬元。

投資活動所得／(所用)現金淨額

來自投資活動的現金流量主要包括購買物業、廠房及設備、收購按公允價值計入損益的金融資產以及出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項。

於2025財年，我們用於投資活動的現金淨額約為人民幣6.1百萬元，主要涉及出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項約人民幣6.0百萬元。

於2024財年，我們用於投資活動的現金淨額約為人民幣7.8百萬元，主要涉及(i)收購按公允價值計入損益的金融資產約人民幣274.0百萬元；及(ii)購買物業、廠房及設備約人民幣2.5百萬元，部分被出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項約人民幣268.5百萬元所抵銷。

於2023財年，我們來自投資活動的現金淨額約為人民幣0.2百萬元，主要涉及出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項約人民幣162.1百萬元，部分被收購按公允價值計入損益的金融資產約人民幣161.5百萬元所抵銷。

財務資料

融資活動所得／(所用)現金淨額

來自融資活動的現金流量主要包括銀行借款所得款項以相關還款、償還租賃負債本金部分、附屬公司發行股份所得款項、本集團向實益股東及非控股權益派付股息以及已付利息。

於2025財年，我們用於融資活動的現金淨額約為人民幣17.4百萬元，主要涉及本集團向非控股權益及實益股東派付股息約人民幣57.9百萬元，部分被借款所得款項約人民幣50.8百萬元所抵銷。

於2024財年，我們來自融資活動的現金淨額約為人民幣2.3百萬元，主要源於(i)借款所得款項約人民幣12.1百萬元；及(ii)附屬公司發行股份所得款項人民幣10.0百萬元，部分被(i)本集團向實益股東及非控股權益派付股息約人民幣10.4百萬元；(ii)償還借款約人民幣7.5百萬元；及(iii)償還租賃負債本金部分約人民幣1.4百萬元所抵銷。

於2023財年，我們來自融資活動的現金淨額約為人民幣4.1百萬元，主要源於借款所得款項約人民幣10.0百萬元，部分被(i)償還借款約人民幣4.1百萬元；及(ii)償還租賃負債本金部分約人民幣1.2百萬元所抵銷。

現金轉換周期

下表載列我們於所示年度的現金轉換周期明細：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
存貨周轉天數 ¹	0.2	0	0
應收賬款周轉天數 ²	117.3	180.1	206.0
應付賬款周轉天數 ³	55.8	69.7	55.7
現金轉換周期	61.7	110.4	150.3

附註：

1. 存貨周轉天數按相應期間期初與期末存貨結餘的平均值除以收益成本再乘以相關期間的天數計算得出。
2. 應收賬款周轉天數按相應期間期初與期末貿易應收賬款總額結餘的平均值除以收益再乘以相關期間的天數計算得出。
3. 應付賬款周轉天數按相應期間期初與期末貿易應允賬款結餘的平均值除以收益成本再乘以相關期間的天數計算得出。
4. 現金轉換周期按所示年度的存貨周轉天數加上應收賬款周轉天數再減去應付賬款周轉天數計算得出。

於往績記錄期間，我們的現金轉換周期在2023財年、2024財年及2025財年分別為61.7天、110.4天及150.3天。具體而言，2024財年及2025財年現金轉換周期顯著延長，主要受應收賬款周轉天數(即貿易應收款項周轉天數)增加所驅動，歸因於業務快速擴張

財務資料

及同期運營資金相應變動。確認收益後所需的現金收款周期延長對我們的現金狀況及現金轉換周期造成影響，而此乃主要歸因於2024財年下半年廣告營銷板塊吸納多名新客戶（即客戶集團H、客戶I及客戶J）並向其授予較長的信貸期。請參閱本節下文「有關綜合財務狀況表若干項目的討論—貿易應收款項」。

我們預期借助以下措施改善淨運營現金流狀況：(i)憑藉不斷擴大的客戶群及行業覆蓋範圍（特別是於2024財年擴展至汽車業以及成功實現從線下至線上廣告營銷服務的戰略轉型）推動收益持續增長；(ii)透過採用及開發AI技術提升運營效率，從而增強服務能力、運營效益及服務質量等；及(iii)提高運營資金效率。隨著業務持續擴張，我們預期在研發、日常運營、銷售與營銷、行政等方面實現規模經濟，從而提升整體成本效益。為加強運營資金管理，我們將持續與客戶及供應商協商更有利的合約條款，並實施更嚴格的信貸條款審批程序。我們致力與更多信用狀況良好的客戶建立關係，並強化貿易應收款項回收工作。上述措施有望縮窄貿易應收款項與貿易應付款項周轉天數之間的差距，從而改善現金轉換周期。

流動資產淨值

下表載列我們於所示日期的流動資產及負債明細：

	於12月31日		於1月31日	
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元	2026年 人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
存貨	13	—	—	—
按公允價值計入損益的金 融資產	—	6,012	—	—
貿易應收款項	68,075	179,047	158,794	173,427
預付款項、按金及其他應 收款項	7,227	13,839	11,721	21,258
合約成本	389	965	68	74
應收董事款項	—	—	9	9
應收聯營公司款項	—	—	—	—
現金及現金等價物	64,014	17,789	37,024	16,564
	139,718	217,652	207,616	211,332

財務資料

	於12月31日			於1月31日
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元	2026年 人民幣千元 (未經審核)
流動負債				
貿易應付款項	19,647	53,433	16,354	20,495
其他應付款項及應計費用	17,144	19,347	37,380	36,333
應付董事款項	—	54	—	—
應付關聯公司款項	—	—	308	378
合約負債	1,190	2,464	36	565
借款	2,040	5,752	35,300	36,900
租賃負債	1,549	1,536	1,907	1,915
應付所得稅	3,300	4,065	3,494	244
	44,870	86,651	94,779	96,830
流動資產淨值	94,848	131,001	112,837	114,502

於2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年1月31日，本集團的流動資產淨值分別約為人民幣94.8百萬元、人民幣131.0百萬元、人民幣112.8百萬元及人民幣114.5百萬元。

我們的流動資產淨值由2023年12月31日約人民幣94.8百萬元增加至2024年12月31日約人民幣131.0百萬元，主要由於(i)貿易應收款項增加約人民幣111.0百萬元(與2024財年收益增長大致相符)，部分被(ii)現金及現金等價物減少約人民幣46.2百萬元；及(iii)貿易應付款項增加約人民幣33.8百萬元(與2024財年收益增長相符)所抵銷。

我們的流動資產淨值由2024年12月31日約人民幣131.0百萬元減少至2025年12月31日約人民幣112.8百萬元，主要由於(i)借款增加約人民幣29.5百萬元；(ii)我們不斷要求客戶付款導致貿易應收款項減少約人民幣20.3百萬元；(iii)應付股息增加約人民幣19.7百萬元，部分被(iv)我們進行結算導致貿易應付款項減少約人民幣37.1百萬元及(v)現金及現金等價物增加約人民幣19.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由2025年12月31日約人民幣112.8百萬元增加至2026年1月31日約人民幣114.5百萬元，主要由於(i)貿易應收款項增加約人民幣14.6百萬元，與收益增長大致相符；(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加約人民幣9.5百萬元，歸因於我們配合業務增長而增加向供應商預付款項，部分被(iii)現金及現金等價物減少約人民幣20.5百萬元；及(iv)貿易應付款項增加約人民幣4.1百萬元(與收益增長相符)所抵銷。

財務資料

運營資金

考慮到本集團可用的財務資源(包括可用現金及現金等價物、銀行融資及運營產生的現金流量)以及[編纂]的估計[編纂]淨額，並計及預期經營現金流改善、運營資金管理以及[編纂][編纂]淨額，董事認為本集團有充足運營資金應付自本文件日期起計至少未來12個月的現有需求。該等因素詳列如下：

- 貿易應付款項及應收款項結算管理：我們根據現金狀況監控及調整貿易應付款項及應收款項結算，以確保運營資金充足，並致力爭取供應商提供更優惠信貸條款以管理貿易應付款項結算。
- [編纂][編纂]淨額：基於本文件所載[編纂]範圍中位數(假設[編纂]未獲行使)，我們預期收取[編纂][編纂]淨額約[編纂]百萬港元。
- 嚴謹現金管理：我們密切監控及管理現金狀況及需求，確保預留足夠運營資金作運營用途。財務部負責管理運營資金以及應收款項收款結算。我們每月檢視現金狀況及需求，據此釐定運營現金使用與分配、優化資本結構，並滿足運營資金需求。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無重大拖欠貿易及非貿易付款以及銀行借款及／或違反財務契諾的情況。

有關綜合財務狀況表若干項目的討論

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括租賃物業裝修、傢俱及設備、汽車以及機器。於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的物業、廠房及設備分別為人民幣19.6百萬元、人民幣17.0百萬元及人民幣11.8百萬元。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註17。

使用權資產

我們的使用權資產指我們就經營業務所用物業及樓宇而訂立的租賃，物業及樓宇的租期一般介乎3至6年。於2023年、2024年及2025年12月31日，該等使用權資產的賬面值分別約為人民幣3.3百萬元、人民幣7.7百萬元及人民幣5.9百萬元。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註18。

財務資料

按公允價值計入損益的金融資產

我們按公允價值計入損益的金融資產包括理財產品投資。於往績記錄期間，我們投資於由內部資源提供資金的理財產品。我們對理財產品採取審慎的投資方法，著重於保本及穩定回報。我們主要投資於中國內地知名銀行發行的理財產品。我們選擇該等產品是基於其低風險特性、可預測現金流量以及與我們整體財務策略一致，即在平衡風險與回報的同時優化流動資金管理。

我們按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動淨額維持穩定，分別為人民幣0.6百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣0.1百萬元。我們已成立投資委員會並實施投資管理政策。進一步詳情請參閱本文件「業務—內部監控措施及風險管理—投資管理政策」。

貿易應收款項

下表載列我們於所示日期的貿易應收款項明細：

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
貿易應收款項	68,514	179,997	159,420
減：已確認減值虧損撥備	<u>(439)</u>	<u>(950)</u>	<u>(626)</u>
	<u>68,075</u>	<u>179,047</u>	<u>158,794</u>

我們主要以信貸形式與客戶進行交易，信貸期一般由向客戶出具發票當日起計為期30至270天。我們致力嚴格控制未償還應收款項，藉以監察信貸風險。我們已實施多項信貸控制措施，包括(i)銷售團隊主動接洽客戶相關人員跟進應收款項情況；(ii)財務部門持續監控收款進度，並定期匯報貿易應收款項的回收情況，以確保客戶款項準時支付；(iii)採取循序漸進的方式向客戶催收款項；及(iv)與客戶進行友好協商以加快付款或考慮縮短其信貸期。經計及客戶業務關係的重要性後，我們一般可應客戶要求允許客戶延長結算期。

我們的貿易應收款項由2023年12月31日約人民幣68.1百萬元上升至2024年12月31日約人民幣179.0百萬元，與往績記錄期間收益增長相符。上述增長主要受多項因素共同帶動，包括業務規模擴大導致貿易應收款項增加，以及向部分新增大客戶授予較長的信貸期。於2025年12月31日，我們的貿易應收款項減少約人民幣20.2百萬元至約人民幣158.8百萬元，主要由於我們不斷要求客戶付款。

財務資料

下表載列我們於所示日期按提供服務日期(與相關收益確認日期相若)呈列的貿易應收款項(減值前)賬齡分析：

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
3個月內	65,319	153,265	127,293
4至6個月	2,447	16,855	12,311
6個月至1年	520	9,030	19,565
1年以上但2年以下	—	619	23
2年以上	228	228	228
	68,514	179,997	159,420
貿易應收款項周轉天數(附註)	117.3	180.1	206.0

附註：貿易應收款項周轉天數乃根據期初及期末貿易應收款項總額的平均數除以相應期間的收益再乘以相關期間的天數計算。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的貿易應收款項周轉天數分別為117.3天、180.1天及206.0天。貿易應收款項周轉天數由2023財年約117.3天增加至2024財年及2025財年分別約180.1天及206.0天。2024財年及2025財年貿易應收款項周轉天數顯著增加，主要由於2024年下半年吸納新戰略客戶(即客戶集團H、客戶I及客戶J)並就廣告營銷服務向其授予介乎158天至180天的較長信貸期。儘管上述新客戶導致賬齡介乎六個月至一年的應收款項大幅上升，但同時亦推動大型項目顯著增長，並支持本集團戰略轉型線上廣告方向。此外，該等客戶的款項結算仍在各自協定的信貸期內完成。

針對逾期應收款項，管理層將與相關客戶跟進，並監察其信貸狀況。據董事所深知，本集團與客戶之間並無任何應收款項糾紛，而客戶向我們償還欠款時亦不曾遇到財務困難。

本集團採用香港財務報告準則第9號簡化方法計量貿易應收款項的虧損撥備，並以全期預期信貸虧損基準計算預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)。本集團已根據過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並已就債務人及經濟環境的特定前瞻性因素作出調整。有關金融資產的信貸風險及預期信貸虧損詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註4(e)。董事認為，本集團透過適時就預期信貸虧損作出概約撥備而計量貿易應收款項的信貸風險，並已作出足夠撥備，概無發現貿易應收款項出現任何可收回性問題。

於2023財年、2024財年及2025財年，就貿易及其他應收款項減值虧損(扣除減值後)錄得分別約人民幣0.4百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣0.6百萬元。因此，於2023年、2024年及2025年12月31日，貿易應收款項減值虧損撥備分別約為人民幣0.4百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣0.6百萬元。

財務資料

截至最後可行日期，於2023年、2024年及2025年12月31日的貿易應收款項其中分別約人民幣68.3百萬元、人民幣179.8百萬元及人民幣46.4百萬元或99.7%、99.9%及29.1%已結清。由於約99.3%的未償還貿易應收款項仍處於協定信貸期內，加上考慮到本集團持續嘗試向該等客戶收取未償還貿易應收款項以及其後續結算進度及過往結算模式，董事認為未償還貿易應收款項並無重大可收回性問題。

預付款項、按金及其他應收款項

下表載列我們於所示日期的預付款項、按金及其他應收款項明細：

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
流動			
預付款項	5,084	9,106	2,369
遞延發行成本	—	—	2,241
按金	1,900	2,178	4,635
可收回增值稅	188	—	97
其他應收款項	<u>74</u>	<u>2,617</u>	<u>2,426</u>
	7,246	13,901	11,768
減：已確認減值虧損撥備	<u>(19)</u>	<u>(62)</u>	<u>(47)</u>
	7,227	13,839	11,721
非流動			
預付款項	<u>68</u>	<u>259</u>	<u>392</u>
	<u>7,295</u>	<u>14,098</u>	<u>12,113</u>

預付款項

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的預付款項分別約為人民幣5.1百萬元、人民幣9.1百萬元及人民幣2.4百萬元。

我們的預付款項主要包括(i)預付予線上平台的款項；(ii)預付予供應商的製作成本；及(iii)預付予供應商的線下廣告服務款項。我們的預付款項由2023年12月31日約人民幣5.1百萬元上升至2024年12月31日約人民幣9.1百萬元，主要由於(i)我們部分營銷技術服務需要向線上平台預付款項；(ii)年內廣告營銷服務板塊增長帶動線下媒體資源採買相關預付款項增加；及(iii)2024年末籌備將於來年年初舉辦的演唱會活動導致預付款項增加。於2025年12月31日，我們的預付款項減少至約人民幣2.4百萬元，主要由於先前進行中的演唱會相關活動已完成。

財務資料

按金

我們的按金主要包括但不限於(i)租賃按金；(ii)投標保證金；及(iii)供應商合約保證金，用以確保物流採購、人員安排及場地佈置等方面的未來供應，與業界慣例相符。於2023年及2024年12月31日，我們的按金相對保持穩定，分別約為人民幣1.9百萬元及人民幣2.2百萬元。於2025年12月31日，我們的按金增加至約人民幣4.6百萬元，主要由於向供應商A支付的供應商合約保證金增加約人民幣2.0百萬元。

可退回增值稅

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的可退回增值稅分別約為人民幣0.2百萬元、零元及人民幣97,000元。我們的可退回增值稅主要指超出增值銷項稅的增值進項稅，可於日後用作抵扣增值進項稅。

其他應收款項

我們的其他應收款項由2023年12月31日約人民幣74,000元增加至2024年12月31日約人民幣2.6百萬元，主要由於我們代客戶墊付的促銷活動獎勵資金增加所致。於2024年及2025年12月31日，我們的其他應收款項相對維持穩定，分別約為人民幣2.6百萬元及人民幣2.4百萬元。

合約成本及合約負債

於2023年、2024年及2025年12月31日，因客戶與本集團訂立服務協議而資本化的合約成本與履行合約的成本有關。合約成本於確認服務收益的相應年度在損益確認為「收益成本」的一部分。資本化合約成本餘額預期於一年內變現。於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的合約成本分別約為人民幣0.4百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣68,000元。

我們的合約成本由2023年12月31日約人民幣0.4百萬元增加至2024年12月31日約人民幣1.0百萬元，主要由於多場演唱會定於2025年初舉行，相關籌備工作已於2024財年展開並就此產生成本，而相關收益須於2025財年始予確認。於2025年12月31日，我們的合約成本減少約人民幣0.9百萬元至約人民幣68,000元，主要由於2025財年完成演唱會所致。

於最後可行日期，截至2025年12月31日的合約成本其中約人民幣68,000元或100.0%其後由本集團動用，並入賬列作本集團的收益成本。

合約負債主要來自客戶預付款項。於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的合約負債分別約為人民幣1.2百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣36,000元。

財務資料

我們的合約負債由2023年12月31日約人民幣1.2百萬元增加至2024年12月31日約人民幣2.5百萬元，主要由於整合營銷服務部分客戶於臨近2024年末就2025年初舉行的演唱會墊付的款項增加所致。於2025年12月31日，我們的合約負債減少至約人民幣36,000元，主要由於2025財年完成演唱會所致。

於最後可行日期，截至2025年12月31日的合約負債其中約人民幣5,400元或14.9%其後確認為收益。

貿易應付款項

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的貿易應付款項分別約為人民幣19.6百萬元、人民幣53.4百萬元及人民幣16.4百萬元。我們的貿易應付款項主要為應付予供應商的服務費。於2023年及2024年12月31日，貿易應付款項的上升趨勢與2023財年及2024財年業務增長大致相符。貿易應付款項於2025年12月31日減少至約人民幣16.4百萬元，主要由於2025財年結算供應商款項所致。

我們與供應商的付款期一般高達104天。下表載列我們於所示日期的貿易應付款項賬齡分析及於往績記錄期間的貿易應付款項周轉天數：

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
3個月內	19,395	41,464	15,386
4至6個月	120	11,752	604
6至9個月	122	2	240
9個月至1年	—	—	19
1年以上但2年以下	<u>10</u>	<u>215</u>	<u>105</u>
	<u>19,647</u>	<u>53,433</u>	<u>16,354</u>
貿易應付款項周轉天數 (附註)	<u>55.8</u>	<u>69.7</u>	<u>55.7</u>

附註：貿易應付款項周轉天數乃根據期初及期末貿易應付款項結餘的平均數除以相應期間的經調整收益成本再乘以相關期間的天數計算。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的貿易應付款項周轉天數分別為55.8天、69.7天及55.7天。貿易應付款項周轉天數大致介乎我們與供應商訂定的一般付款期限最多104天之內。

於最後可行日期，截至2025年12月31日的貿易應付款項其中約人民幣12.9百萬元或79.0%已結清。

財務資料

其他應付款項及應計費用

下表載列我們於所示日期的其他應付款項及應計費用組成部分：

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
訴訟撥備	7,108	7,108	5,305
應計薪金	7,377	8,515	7,830
應計開支	321	532	1,770
附屬公司應付股息	—	—	19,745
應付利息	17	11	50
應付增值稅	2,008	2,657	2,270
其他應付稅項	113	338	225
其他	200	186	185
	17,144	19,347	37,380

其他應付款項及應計費用主要包括(i)訴訟撥備；(ii)應計薪金；(iii)應計開支；(iv)應付利息；(v)應付增值稅；及(vi)其他應付稅項。

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的其他應付款項及應計費用分別約為人民幣17.1百萬元、人民幣19.3百萬元及人民幣37.4百萬元。我們的其他應付款項及應計費用由2023年12月31日約人民幣17.1百萬元增加至2024年12月31日約人民幣19.3百萬元，主要由於僱員人數由2023年12月31日的129名增加至2024年12月31日的143名，導致應計薪金增加約人民幣1.1百萬元。

我們的其他應付款項及應計費用由2024年12月31日約人民幣19.3百萬元增加至2025年12月31日約人民幣37.4百萬元，主要歸因於應付股息增加約人民幣19.7百萬元，涉及廣東聖火於2025年5月28日以現金股息形式向實益股東宣派股息，部分被訴訟撥備減少約人民幣1.8百萬元所抵銷，歸因於一物一碼數據已於2026年2月與客戶集團G達成協議，合共賠償人民幣2.2百萬元，並已確認訴訟索償撥回人民幣2.0百萬元。

進一步詳情請參閱本文件「業務—法律程序」及本文件附錄一會計師報告附註38。

財務資料

債務

下表載列我們於所示日期的債務明細：

	2023年 人民幣千元	於12月31日 2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元	於1月31日 2026年 人民幣千元 (未經審核)
流動部分				
銀行借款	2,040	5,752	35,300	36,900
租賃負債	<u>1,549</u>	<u>1,536</u>	<u>1,907</u>	<u>1,915</u>
	<u>3,589</u>	<u>7,288</u>	<u>37,207</u>	<u>38,815</u>
非流動部分				
銀行借款	10,400	11,248	26,037	25,737
租賃負債	<u>1,864</u>	<u>6,746</u>	<u>4,839</u>	<u>4,671</u>
總計	<u>15,853</u>	<u>25,282</u>	<u>30,876</u>	<u>30,408</u>

於往績記錄期間及直至2026年1月31日(即釐定債務的最後實際可行日期)，本集團的總債務包括銀行借款及租賃負債。於最後可行日期，銀行融資已悉數動用。

銀行借款

下表載列我們於所示日期的借款明細：

	2023年 人民幣千元	於12月31日 2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元	於1月31日 2026年 人民幣千元 (未經審核)
非流動：				
長期銀行借款，有抵押	<u>10,400</u>	<u>11,248</u>	<u>26,037</u>	<u>25,737</u>
	<u>10,400</u>	<u>11,248</u>	<u>26,037</u>	<u>25,737</u>
流動：				
短期銀行借款，有抵押	—	—	32,900	34,500
長期銀行借款流動部分，有抵押	<u>2,040</u>	<u>5,752</u>	<u>2,400</u>	<u>2,400</u>
	<u>2,040</u>	<u>5,752</u>	<u>35,300</u>	<u>36,900</u>
借款總額	<u>12,440</u>	<u>17,000</u>	<u>61,337</u>	<u>62,637</u>

財務資料

於2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年1月31日，我們的銀行借款均以人民幣計值，實際年利率分別為3.60%至4.10%、2.75%至4.05%、2.75%至3.25%及2.90%至3.25%。

於2023年及2024年12月31日，本集團的長期銀行借款(有抵押)分別人民幣5,740,000元及人民幣4,900,000元乃於中國取得，並以本集團於中國國家知識產權局登記的專利作抵押以及由鍾先生(控股股東之一)提供擔保。

於2023年12月31日，本集團的長期銀行借款(有抵押)分別人民幣6,700,000元乃於中國取得，並以控股股東鍾先生及羅女士提供的物業作抵押以及由鍾先生及另一執行董事羅先生提供擔保。於2024年12月31日，銀行借款已全數償還。

於2024年12月31日，本集團的長期銀行借款(有抵押)人民幣12,100,000元由控股股東鍾先生提供擔保。

於2025年12月31日，本集團的短期銀行借款(有抵押)人民幣32,900,000元及長期銀行借款(有抵押)人民幣28,437,000元由附屬公司提供的公司擔保支持。

於2026年1月31日，本集團有短期銀行借款(有抵押)人民幣34,500,000元及長期銀行借款(有抵押)人民幣28,137,000元。

租賃負債

下表載列我們截至所示日期的租賃負債：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動負債	1,549	1,536	1,907
非流動負債	<u>1,864</u>	<u>6,746</u>	<u>4,839</u>
	<u>3,413</u>	<u>8,282</u>	<u>6,746</u>

我們的租賃負債由2023年12月31日約人民幣3.4百萬元增加至2024年12月31日約人民幣8.3百萬元，主要由於租用新辦公室所致。於2025年12月31日，我們的租賃負債減少至約人民幣6.7百萬元，主要由於2025財年確認租賃開支所致。

合約負債

於2025年12月31日，董事確認，截至本文件日期，本集團並無錄得任何其他或然負債，且董事概不知悉本集團任何成員公司有任何尚未了結或面臨威脅的重大訴訟或申索。

財務資料

重大債務變動

董事確認，自2025年12月31日（即釐定本集團債務的最後實際可行日期）以來及直至本文件日期，本集團的債務及或然負債並無不利變動。

資本開支及承擔

資本開支

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的資本開支分別約為人民幣0.5百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣58,000元，主要包括購買物業、廠房及設備的開支。

截至2026年1月31日，本集團並無任何尚未於綜合財務狀況表中計提撥備的重大資本開支。

資本承擔

於2023年、2024年及2025年12月31日，本集團並無任何重大資本承擔。

資產負債表外交易

於最後可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

關聯方交易

有關關聯方交易的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註38。

關鍵財務比率

下表概列我們於所示年度或所示日期的關鍵財務比率，並應與本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀：

	於12月31日／截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
權益回報率 ¹	25.3%	23.7%	37.9%
總資產回報率 ²	16.5%	13.5%	16.9%
流動比率 ³	3.1	2.5	2.2
資本負債比率 ⁴	14.7%	18.0%	66.7%
淨債務權益比率 ⁵	淨現金	5.3%	30.5%
利息覆蓋率 ⁶	51.3倍	85.7倍	33.5倍

附註：

1. 權益回報率乃按各期末純利除以總權益再乘以100.0%計算。

財務資料

2. 總資產回報率乃按各期末純利除以總資產再乘以100.0%計算。
3. 流動比率乃按各期末總流動資產除以總流動負債計算。
4. 資本負債比率乃按各期末總借款及租賃負債除以總權益再乘以100.0%計算。
5. 淨債務權益比率乃按各期末淨債務(總債務扣除現金及現金等價物)除以總權益再乘以100.0%計算。
6. 利息覆蓋率乃按各期末除息稅前溢利除以融資成本計算。

權益回報率

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的權益回報率分別約為25.3%、23.7%及37.9%。2024財年的權益回報率下降主要由於進行股票定向發行導致總權益較2023財年增加。2025財年的權益回報率上升主要由於2025財年一家附屬公司宣派股息導致總權益有所減少。

總資產回報率

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的總資產回報率分別約為16.5%、13.5%及16.9%。2024財年的總資產回報率下降主要由於貿易應收款項增加(與2024財年收益增長大致相符)所致。2025財年的總資產回報率上升主要由於我們不斷要求客戶付款導致貿易應收款項減少。

流動比率

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的流動比率分別約為3.1倍、2.5倍及2.2倍。流動比率於2024年12月31日下降，主要由於貿易應付款項增加約人民幣33.8百萬元，部分被貿易應收款項增加約人民幣111.0百萬元所抵銷。流動比率於2025年12月31日進一步下降，主要由於(i)借款增加約人民幣29.5百萬元及(ii)貿易應收款項減少約人民幣20.3百萬元，部分被貿易應付款項減少約人民幣37.1百萬元所抵銷。

資本負債比率

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的資本負債比率分別約為14.7%、18.0%及66.7%。資本負債比率整體上升主要由於往績記錄期間借款增加所致。

淨債務權益比率

於2023年12月31日，我們的現金及現金等價物結餘超逾借款，因此錄得淨現金狀況。

財務資料

於2024年及2025年12月31日，我們的淨債務權益比率分別約為5.3%及30.5%。淨債務權益比率於2025年12月31日上升，主要由於2025年12月31日的借款增加所致。

利息覆蓋率

於2023財年及2024財年，我們的利息覆蓋率分別約為51.3倍及85.7倍。利息覆蓋率上升主要由於2023財年及2024財年除融資成本及所得稅開支前溢利增加（與收益增長大致相符）所致。2025財年的利息覆蓋率下降至約33.5倍，主要由於2025財年借款及相關融資成本增加所致。

財務風險管理

於日常業務過程中，本集團面臨各類型財務風險，包括利率風險、信貸風險、流動資金風險及資本風險。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註40。

[編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。截至2025年12月31日，已產生的[編纂]開支合共約人民幣[編纂]百萬元已於綜合損益表中扣除，另約人民幣[編纂]百萬元將於[編纂]後自權益中扣除。我們預期產生額外[編纂]開支約人民幣[編纂]百萬元，其中約人民幣[編纂]百萬元將於2025年12月31日後自綜合損益表中扣除，餘額約人民幣[編纂]百萬元預期將自權益中扣除。上述[編纂]開支為最新實際可行的估計，僅供參考，實際金額可能有別於相關估計。

我們估計[編纂]開支將約為人民幣[編纂]百萬元（相當於約[編纂]百萬港元）（假設[編纂]未獲行使及按[編纂][編纂]港元計算），佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%。我們估計[編纂]開支將包括(i)[編纂]相關開支約人民幣[編纂]百萬元（相當於約[編纂]百萬港元），當中包括保薦人費用及[編纂]佣金；及(ii)非[編纂]相關開支人民幣[編纂]百萬元（相當於約[編纂]百萬港元）（包括法律顧問及申報會計師費用及開支約人民幣[編纂]百萬元（相當於約[編纂]百萬港元））。在[編纂]開支總額中，約人民幣[編纂]百萬元將直接歸屬於[編纂]發行，並將於[編纂]完成後自權益中扣除，餘下約人民幣[編纂]百萬元則於綜合損益及其他全面收益表中支銷。

股息及股息政策

於2023財年、2024財年及2025財年，廣東聖火分別向其當時股東宣派及分派股息約零、人民幣10.4百萬元及人民幣77.6百萬元。派付該等股息的資金來自本集團內部資源。於最後可行日期，應付股息約為人民幣19.2百萬元，未付餘額將於[編纂]前結清。

財務資料

我們過往宣派的股息未必可反映未來將宣派的股息。本公司目前並無制定未來股息派付計劃，亦無預設任何派息比率。

根據開曼群島法律，股息須以本公司利潤或股份溢價賬中進賬金額派付，惟在任何情況下，若派付股息將導致緊隨派息日期後本公司無法償還日常業務過程中到期的債務，則不得派付股息。未來能否派付股息亦須視乎我們從中國附屬公司所獲得的股息而定。在符合開曼群島法律若干規定的前提下，董事會可全權酌情決定是否建議派發股息。股東可通過普通決議案宣派股息，惟股息金額不得超出董事所建議者。未來宣派及派付的任何股息金額將取決於（其中包括）我們的經營業績、現金流量及財務狀況、運營及資本需求以及其他相關因素。我們無法保證定能按董事會任何計劃所訂定的金額宣派或分派任何股息，或根本無法宣派或分派任何股息。

可供分派儲備

於2025年12月31日，本集團有保留盈利人民幣24.6百萬元，可根據適用法律及法規在滿足特定條件及程序的前提下用作分派。

未經審核[編纂]經調整有形資產淨值

進一步詳情請參閱本文件附錄二「未經審核[編纂]財務資料」。

上市規則項下披露要求

董事已確認，於本文件日期，彼等並不知悉有任何情況須根據上市規則第13.13至13.19條作出披露。

近期發展

請參閱本文件「概要—近期發展」。

並無重大不利變動

據董事所知，自2025年12月31日起至本文件日期止，本集團經營所在市場的狀況或行業及環境並無出現任何重大不利變動，以致財務及經營狀況蒙受重大不利影響。除[編纂]開支外，截至本文件日期，董事確認，我們的財務或經營狀況或前景自2025年12月31日（即本集團最近期編製經審核財務報表的結算日）以來並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來亦無發生任何對本文件附錄一會計師報告所載綜合財務報表內載列的資料造成重大影響的事件。