香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本申請版本的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何意見，並明確表示概不就因本申請版本全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

HOLYFIRE

Holyfire Holdings Group Limited
聖火控股集團有限公司

(「**本公司**」)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的申請版本

警告

本申請版本乃根據香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)及證券及期貨事務監察委員會(「**證監會**」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。 閣下閱覽本文件，即代表 閣下知悉、接納並向本公司、其獨家保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員表示同意：

(i) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；

(ii) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其獨家保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員須在香港或任何其他司法權區進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；

(iii) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；

(iv) 申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據聯交所主板證券上市規則作出更新或修訂；

(v) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不旨在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；

(vi) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；

(vii) 本公司或本公司的任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或招攬投資者提出購買任何證券的要約；

(viii) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；

(ix) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；

(x) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制， 閣下同意了解並遵守任何該等適用於 閣下的限制；及

(xi) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，準投資者務請僅依據呈交香港公司註冊處註冊的本公司招股章程作出投資決定；有關文本將於發售期內向公眾刊發。

重 要 提 示

重要提示： 閣下如對本文件任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

HOLYFIRE

Holyfire Holdings Group Limited
聖火控股集團有限公司

（於開曼群島註冊成立的有限公司）

[編纂]

[編纂]數目	：	[編纂]股股份（視乎[編纂]行使與否而定）
[編纂]數目	：	[編纂]股股份（可予重新分配）
[編纂]數目	：	[編纂]股股份（可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定）
[編纂]	：	不高於每股[編纂][編纂]港元及預期不低於每股[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費（須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還）
面值	：	每股[0.01]港元
[編纂]	：	[●]

獨家保薦人及[編纂]

信達國際 CINDA INTERNATIONAL

[編纂]

兴证国际 INDUSTRIAL SECURITIES INTERNATIONAL

uSMART Securities 盈立證券

[編纂]
[●]

[編纂]
[●]

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明不會就因本文件全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈香港公司註冊處處長及展示文件」一段所述的文件，已按照公司（清盤及雜項條文）條例第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。證監會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期**[編纂]**將由本公司與**[編纂]**及**[編纂]**（為其本身及代表**[編纂]**）於**[編纂]**（或本公司、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**（為其本身及代表**[編纂]**）可能協定的較後日期）中午十二時正前透過訂立**[編纂]**而釐定。除非另行公佈，否則**[編纂]**不會高於每股**[編纂][編纂]**港元及目前預期不會低於每股**[編纂][編纂]**港元。倘本公司與**[編纂]**及**[編纂]**（為其本身及代表**[編纂]**）基於任何原因而未能於**[編纂]**中午十二時正前就**[編纂]**達成協議，則**[編纂]**不會成為無條件，並將即時失效。

[編纂]申請人於申請時或須（視乎申請渠道而定）就每股**[編纂]**支付最高**[編纂]**每股**[編纂][編纂]**港元，連同1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費，惟倘最終釐定的**[編纂]**低於每股**[編纂][編纂]**港元，則多繳股款可予退還。

在本公司同意下，**[編纂]**及**[編纂]**（為其本身及代表**[編纂]**）可於遞交**[編纂]**申請的截止日期上午或之前任何時間，將指示性**[編纂]**範圍及／或**[編纂][編纂]**數目調減至低於本文件所述者。在此情況下，本公司將於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**[www.gdshcm.com]**刊發通告。進一步詳情載於本文件「**[編纂]**的架構及條件」及「如何申請**[編纂]**」。

[編纂]未曾亦不會根據美國證券法或美國任何州立證券法登記，且不得在美國境內發售、出售、質押或轉讓，惟依據美國證券法登記規定及按照任何適用美國證券法可獲豁免或並非受該等規定規限的交易除外。**[編纂]**可根據S規例僅以離岸交易方式在美國境外提呈發售及出售。

在作出[編纂]決定前，有意[編纂]應審慎考慮本文件內載列的所有資料，包括本文件「風險因素」一節所載風險因素。

[編纂]的有意**[編纂]**應注意，倘於**[編纂]**上午八時正（香港時間）前任何時間發生若干事件，**[編纂]**根據**[編纂]**須承擔的責任可由**[編纂]**及**[編纂]**（為其本身及代表**[編纂]**）終止。有關該條文的進一步條款細節載於本文件「**[編纂]**—**[編纂]**安排及開支—**[編纂]**—終止理由」。

任何網站上的資訊均不構成本文件的一部分。

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

目　　錄

*本文件乃本公司僅就**[編纂]**而刊發，並不構成出售或招攬購買根據**[編纂]**以本文件提呈發售的**[編纂]**外任何證券的要約。本文件不可用作且不構成在任何其他司法權區或任何其他情況下的任何要約出售或招攬要約。本公司概無採取任何行動以獲准於香港以外任何司法權區**[編纂]**[編纂]**或於該等地區派發本文件。*

*閣下應僅依賴本文件所載資料作出**[編纂]**決定。本公司、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**並無授權任何人士向　閣下提供有別於本文件所載的資料。對於並非載於本文件的資料或聲明，　閣下不應視為已獲本公司、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、彼等各自任何董事、聯屬人士、高級人員、代表或顧問或參與**[編纂]**的任何其他人士或各方授權而加以依賴。*

預期時間表 i

目錄 iv

概要 1

釋義 14

技術詞彙表 27

前瞻性陳述 29

風險因素 31

豁免嚴格遵守上市規則 50

有關本文件及[編纂]的資料 53

董事及參與[編纂]各方 57

公司資料 61

行業概覽 63

監管概覽 75

歷史、重組及公司架構 90

業務 109

與控股股東的關係 186

董事及高級管理層 193

股本 207

目　　錄

主要股東 210

財務資料 211

未來計劃及[編纂]用途 252

[編纂] 255

[編纂]的架構及條件 266

如何申請[編纂] 275

附錄一 — 會計師報告 I-1

附錄二 — 未經審核[編纂]財務資料 II-1

附錄三 — 本公司組織章程及開曼群島公司法概要 III-1

附錄四 — 法定及一般資料 IV-1

附錄五 — 送呈香港公司註冊處處長及展示文件 V-1

概　　要

*本概要旨在為　閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，當中並未載有可能對　閣下而言屬重要的所有資料。　閣下決定投資**[編纂]**前應閱覽整份文件。任何投資均涉及風險。投資**[編纂]**的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。　閣下於決定投資**[編纂]**前應細閱該章節。本概要所使用的各種詞彙已於本文件「釋義」及「技術詞彙表」各節作出定義或闡釋。*

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。

我們的營銷技術服務主要借助自有系統在產品外包裝及單個產品上嵌入二維碼。根據弗若斯特沙利文的數據，按2024年相關服務收益計算，我們在中國二維碼營銷解決方案服務商中排名第四，市場份額約為1.8%，全賴我們逐步將技術融入營銷服務，充分展現我們迎合行業發展及拓展服務組合的能力。隨著營銷技術趨勢持續深化，董事相信我們已掌握戰略定位，積極捕捉創新數字解決方案日益增長的需求。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自提供(i)整合營銷服務；(ii)營銷技術服務；及(iii)廣告營銷服務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。

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	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

我們的競爭優勢

董事相信，我們可憑藉以下主要優勢在營銷行業中競爭：

- 我們憑藉技術實力提供全方位整合營銷服務，為客戶量身定制營銷解決方案
- 憑藉自身技術實力、對營銷技術研發的持續投入以及於營銷領域積累的經驗，我們得以不斷完善營銷系統，拋離其他傳統營銷服務供應商
- 我們運用及開發AI技術以擴大服務範疇，尤其針對運營效率及服務質量方面
- 我們已與客戶建立穩固業務關係
- 我們擁有具遠見且經驗豐富的管理團隊

詳情請參閱本文件「業務—我們的競爭優勢」。

我們的業務策略

我們力求借助以下策略鞏固市場地位及持續擴大市場份額。

- 透過升級與開發AI垂直智能體強化營銷解決方案與實力
- 擴展業務版圖至東南亞(尤其印尼及泰國)及香港
- 於中國謀求戰略性併購以擴大客戶群及業務運作
- 於中國增設辦事處以擴展業務版圖

詳情請參閱本文件「業務—我們的業務策略」。

我們的業務模式

我們的業務模式主要牽涉提供以下服務：

整合營銷服務

我們的整合營銷服務提供全方位整合營銷解決方案，涵蓋從規劃、協調到執行營銷活動的整個營銷範疇，包括策略制定、創意開發、內容製作、活動策劃及整合傳播。我們的整合營銷服務兼具全面性與顧問屬性，核心在於為客戶提供靈活的一站式營銷解決方案，並依循客戶需求統籌協調不同層面的營銷工作，以傳遞連貫一致的品牌訊息。憑藉行業專長與技術實力，我們專精於無縫融合線下渠道與數字平台，以先進技術為各行各業品牌方(尤其擅長快消品領域)打造營銷方案，助力品牌達成其營銷目標並提升市場能見度。

營銷技術服務

我們提供營銷技術服務，旨在協助客戶運用技術工具及數據驅動系統支持營銷活動，重點在於提升營銷活動的精準度、效率及可衡量性。我們提供技術基礎設施，以支援客戶在主要線上平台及數字渠道高效規劃與執行營銷活動。借助專有「一物一碼」技術(即透過二維碼為每件產品或包裝賦予獨特數字身份)，我們協助客戶將其實體產品無縫接入線上數字生態，建立品牌、分銷商、零售商與終端消費者之間的連結，從而賦能客戶開展互動性強、參與度高的營銷活動(例如透過微信及其他社交媒體平台承載的小程序或應用程式進行)，同時讓客戶能夠獲取有價值的銷售數據，以深化消費者洞察並實現更有效的渠道管理。透過持續的數字互動與個人化接觸，我們以技術賦能的營銷解決方案亦協助客戶強化終端消費者忠誠度，並持續提升其客戶群體的黏性。

廣告營銷服務

我們提供廣告營銷服務，涵蓋以影片、橫幅廣告、海報及圖像等形式進行的廣告內容創意設計及製作，以及針對該等內容與素材進行策略性投放與部署。我們協助進行媒體渠道採買以投放廣告內容，旨在獲取流量，提升廣告內容的受眾觸達率及曝光度。我們的廣告投放於線下戶外公眾廣告資源、室內廣告空間、數字媒體資源以及新興或線上及數字廣告空間。

客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括從事快消品行業的企業。我們主力服務快消品行業，同時亦以積極態度多元拓展客戶群，納入來自汽車、家庭用品、商業服務、電訊及信息技術等各行各業的企業。我們主要通過直接委託或投標方式爭取客戶合約。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自往績記錄期間各年度五大客戶的收益分別佔約91.2%、79.8%及91.3%。於2023財年、2024財年及2025財年，最大客戶(即客戶集團A)分別佔我們收益約78.6%、49.3%及40.4%。

我們自2014年起與客戶集團A建立穩定而長遠的業務關係，為其提供多元化的服務，並成為其飲料產品的主要營銷技術服務商之一。此長期合作讓我們得以深入了解其業務運營、具體需求及策略重點，從而構築共享運營認知、專業知識及流程協同，令客戶集團A在應對持續及新增的營銷與技術需求時更傾向與本集團繼續合作，以達致更務實、高效及具成本效益的協作模式。詳情請參閱本文件「業務 — 客戶集中情況」。倘任何主要客戶減少對我們服務的需求，甚至終止與我們的業務關係，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。詳情請參閱本文件「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 我們面臨客戶集中風險」。

供應商

我們為客戶提供各種服務，所牽涉的供應商類型繁多。就整合營銷服務而言，部分常見供應商包括人力資源供應商、場地供應商、表演供應商、製作及物料供應商。至於營銷技術服務方面，我們聘用的供應商包括人力資源供應商、包裝製造商、機器與雲端服務供應商。針對廣告營銷服務，我們主要聘用廣告營銷資源供應商。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們往績記錄期間各年度五大供應商分別佔總採購額約29.8%、40.0%及50.5%。於2023財年、2024財年及2025財年，最大供應商分別佔我們總採購額約6.8%、10.7%及26.6%。

我們的項目

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。

下表載列我們於所示年度按合約性質劃分來自整合營銷服務及營銷技術服務的收益明細：

整合營銷服務

	2023財年收益（人民幣千元）	%	**2024財年收益**（人民幣千元）	%	**2025財年收益**（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	77,635	100.0	111,747	100.0	102,320	100.0

營銷技術服務

	2023財年收益（人民幣千元）	%	**2024財年收益**（人民幣千元）	%	**2025財年收益**（人民幣千元）	%
項目制	23,557	35.0	10,971	18.7	8,640	13.6
恆常制	43,782	65.0	47,683	81.3	54,808	86.4
總計	67,339	100.0	58,654	100.0	63,448	100.0

綜合財務資料摘要

下表載列我們於往績記錄期間的財務資料摘要，摘錄自本文件「財務資料」一節，並應與本文件附錄一所載會計師報告內的財務資料（包括其附註）一併閱讀。

綜合損益及其他全面收益表摘要

下表載列我們於所示年度的綜合損益表摘要：

	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	(107,513)	(191,256)	(228,464)
毛利	**55,933**	**60,630**	**72,217**
年度溢利	**27,152**	**33,204**	**38,607**
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	39	48	55
	27,152	33,204	38,607

收益

我們的收益由2023財年約人民幣163.4百萬元增加至2024財年約人民幣251.9百萬元。此增加乃由於整合營銷服務及廣告營銷服務的收益增加所致，並因營銷技術服務的收益減少而部分抵銷。整合營銷服務的收益增加主要由於(i)於2024財年透過吸納新客戶集團L及客戶K擴闊客戶基礎；及(ii)大型項目數量增加。廣告營銷服務的收益增加主要由於(i)大型項目數量增加；及(ii)與若干新客戶(即客戶集團H、客戶I及客戶J，各自為我們五大客戶)建立業務關係。營銷技術服務的收益減少主要由於營銷技術服務項目的整體規模及數量減少。

我們的收益由2024財年約人民幣251.9百萬元增加至2025財年約人民幣300.7百萬元。此增加乃由於廣告營銷服務及營銷技術服務的收益增加所致，並因整合營銷服務的收益減少而部分抵銷。廣告營銷服務的收益增加主要由於(i)項目總數(尤其大型項目)增加；及(ii)客戶集團H旗下附屬公司的收益貢獻增加。營銷技術服務的收益增加主要受惠於一個與最大客戶(即客戶集團A)相關的新項目，並因大型項目數量減少而抵銷。整合營銷服務的收益減少主要由於來自最大客戶(即客戶集團A)的收益隨多個項目完成而減少。

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	3,719	2.3	3,764	1.5	3,877	1.3
	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

進一步詳情請參閱「財務資料—綜合損益及全面收益表選定項目說明—按地區劃分的收益明細」。

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
	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

進一步詳情請參閱「財務資料—綜合損益及全面收益表選定項目說明—按行業劃分的收益明細」。

毛利及毛利率

我們的毛利由2023財年約人民幣55.9百萬元增加至2024財年約人民幣60.6百萬元，主要由於廣告營銷服務及整合營銷服務的毛利增加所致，惟部分被營銷技術服務的毛利減少所抵銷。我們的毛利率由2023財年約34.2%下降至2024財年約24.1%，主要歸因於廣告營銷服務中客戶集團H貢獻的毛利率相對較低。

我們的毛利由2024財年約人民幣60.6百萬元增加至2025財年約人民幣72.2百萬元，主要由於廣告營銷服務的毛利大增以及營銷技術服務的毛利增加所致，惟部分被整合營銷服務的毛利減少所抵銷。毛利率於2024財年及2025財年相對維持穩定，分別約為24.1%及24.0%。

有關全部三個業務板塊於往績記錄期間毛利率波動的進一步詳情，請參閱「財務資料—經營業績按年比較」。

綜合財務狀況表部分項目摘要

下表載列我們於所示日期的綜合財務狀況表摘要：

	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*
非流動資產	25,209	28,452	21,002
流動資產	139,718	217,652	207,616
流動負債	44,870	86,651	94,779
流動資產淨值	94,848	131,001	112,837
非流動負債	12,577	19,202	31,839
淨資產[1]	107,480	140,251	102,000
非控股權益	154	201	145

附註：

1. 2023財年至2024財年間淨資產增加，主要由於(i)2024財年錄得溢利人民幣33.2百萬元；(ii)附屬公司發行股份人民幣10.0百萬元，惟部分被(iii)附屬公司宣派股息所抵銷。2024財年至2025財年間淨資產減少，主要由於(i)附屬公司宣派股息人民幣77.6百萬元，惟部分被(ii)2025財年錄得溢利人民幣38.6百萬元所抵銷。

綜合現金流量表摘要

下表載列我們於所示年度的綜合現金流量表摘要：

	2023財年	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
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

關鍵財務比率

下表載列本集團於所示年度的關鍵財務比率：

	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。

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。

涉及關鍵財務指標的進一步詳情，請參閱「財務資料—經營業績按年比較」。

股東資料

緊接**[編纂]**及**[編纂]**完成前，(i)鍾堅先生透過福緣BVI(其全資擁有的公司)於本公司已發行股本中擁有78.7%權益；(ii)羅新燕女士透過秀飛BVI(由其持有42.2%股權並控制的公司)於本公司已發行股本中擁有17.1%權益；及(iii)基於配偶關係，鍾堅先生及羅新燕女士各自根據證券及期貨條例被視為於另一方擁有權益的所有股份中擁有權益(合共佔本公司已發行股本的95.8%)。

緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後(不計及因**[編纂]**獲行使而可予發行的任何股份)，(i)鍾堅先生將透過福緣BVI於本公司已發行股本中擁有**[編纂]**%權益；(ii)羅新燕女士將透過秀飛BVI於本公司已發行股本中擁有**[編纂]**%權益；及(iii)基於配偶關係，鍾堅先生及羅新燕女士各自將根據證券及期貨條例被視為於另一方擁有權益的所有股份中擁有權益(合共佔本公司已發行股本的**[編纂]**%)。由於福緣BVI、鍾堅先生及羅新燕女士於**[編纂]**後有權行使或控制行使本公司股東大會30%或以上的投票權，根據上市規則，福緣BVI、鍾堅先生及羅新燕女士各自於**[編纂]**後被視為控股股東。

鍾堅先生為執行董事兼主席。詳情請參閱本文件「董事及高級管理層—執行董事」。

[編纂]統計數據

下表所有統計數據均假設**[編纂]**未獲行使。

	按[編纂]每股[編纂]港元計算	按[編纂]每股[編纂]港元計算
股份**[編纂]**(1)	**[編纂]**港元	**[編纂]**港元
每股未經審核**[編纂]**綜合有形資產淨值(2)	**[編纂]**港元	**[編纂]**港元

附註：

1. **[編纂]**乃按緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後預期已發行**[編纂]**股股份（假設**[編纂]**未獲行使）計算。

2. 每股未經審核**[編纂]**綜合有形資產淨值乃經作出本文件附錄二「未經審核**[編纂]**財務資料」所述調整後計算。

[編纂]

假設**[編纂]**為每股**[編纂]**港元（即指示性**[編纂]**範圍每股**[編纂]**港元至**[編纂]**港元的中位數），我們估計將從**[編纂]**中獲得**[編纂]**淨額約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元），當中已扣除**[編纂]**佣金以及我們就**[編纂]**已付及應付的其他估計開支，但並無扣除任何額外酌情獎勵費用。我們擬按下列數額將**[編纂]**[**編纂]**淨額撥作下列用途：

(a) 約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元）（佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%）用於透過升級及開發AI垂直智能體強化我們的營銷解決方案與實力；

(b) 約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元）（佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%）用於拓展我們在東南亞（尤其印尼及泰國）及香港的地域覆蓋範圍；

(c) 約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元）（佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%）用於以併購方式擴展我們在中國的客戶群及業務運作；

(d) 約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元）（佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%）用於在中國新增辦事處以擴展業務版圖；及

(e) 約人民幣**[編纂]**百萬元（相當於約**[編纂]**百萬港元）（佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%）用作一般營運資金。

[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。於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][編纂]，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

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元、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。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。

風險因素

旗下業務及[編纂]涉及多項風險，詳情載於本文件「風險因素」一節。我們面臨的部分主要風險因素包括:

— 我們的收益、盈利能力及經營業績受所提供服務的組合結構所影響。

— 我們面臨客戶集中風險。

— 我們受制於客戶的經營表現及持續服務需求。

— 我們或第三方使用資訊所涉的隱私疑慮或事故，可能損害聲譽與品牌，或使我們面臨政府監管及其他法律責任，繼而對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

— 我們於高度競爭行業經營，倘未能有效競爭，則業務及盈利能力或受損。

合規

於往績記錄期間，本集團並無全面遵守中國若干適用法律及法規。所有該等不合規事宜並未且預期不會導致本集團的財務及運營方面受到任何重大影響。有關該等不合規事宜的詳情，請參閱本文件「業務—合規」。

法律程序

於2023年2月，客戶集團G（我們2023財年五大客戶之一）委聘一物一碼數據為其推廣活動提供技術及活動運營服務，包括管理、儲存及分發品牌實體推廣獎品，該等獎品存放於本集團在上海租用的倉庫。於2023年5月，該倉庫所在建築物因電線故障引發火災，導致存放的推廣獎品損毀。

事故發生後，客戶集團G的保險公司（「**保險公司**」）向客戶集團G賠付約人民幣2.9百萬元，隨後於2025年5月對一物一碼數據及廣東聖火提出代位追償訴訟，索償約人民幣3.0百萬元。客戶集團G亦於2024年9月另行起訴一物一碼數據，就其損失中未獲保險覆蓋的部分提出索償。於2025年8月，上海市黃浦區人民法院作出一審判令，裁定一物一碼數據須向客戶集團G支付損害賠償約人民幣3.3百萬元。一物一碼數據對該判決提出上訴，事件最終於2026年2月經法院調解達成和解，據此一物一碼數據同意分期支付總額人民幣2.2百萬元，作為客戶集團G索償的最終及全面和解款項，其中首期款項約人民幣1.5百萬元已按時全額支付，餘款約人民幣0.7百萬元須於2026年4月30日或之前償付。涉及保險公司相關法律程序的一審庭審已於2025年12月進行。截至最後可行日期，該法律程序的一審判決仍有待頒佈。此外，一物一碼數據於2026年2月對其所租用倉庫的最終擁有人及中層分租人提出訴訟，指稱因其未能履行相關義務導致火災發生並造成推廣獎品損毀。該案件已於2026年3月獲法院正式立案受理。截至最後可行日期，審訊日期尚未確定。進一步詳情請參閱本文件「業務—法律程序」一節。

本集團因客戶集團G或保險公司相關訴訟而產生或可能產生的實際或潛在負債，並未納入本集團所投購的任何保險範圍內。我們已就該兩宗法律程序於2023財年計提撥備約人民幣7.1百萬元。本集團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與客戶集團G已於2026年2月達成和解，故就客戶集團G相關法律程序確認訴訟索償撥回人民幣2.0百萬元，惟部分被與保險公司法律程序相關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「財務資料—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）」。

除上文所披露者外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何其他重大訴訟、仲裁或索償，且據董事所知，亦無任何待決或針對我們提出的重大訴訟、仲裁或索償會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

競爭

中國整合營銷市場於2020年至2024年間呈現強勁增長，以4.6%的複合年增長率擴張—由約人民幣672億元增至人民幣804億元。預計至2029年，中國整合營銷市場規模將達到約人民幣993億元，2024年至2029年間預測複合年增長率約為4.3%。至於中國營銷技術市場，其規模於2020年至2024年間亦以23.1%的複合年增長率實現增長，預計至

2029年將進一步加速增長至人民幣1,345億元。此外，於2020年至2024年間，中國廣告營銷服務市場的廣告開支總額由人民幣10,395億元大幅上升至人民幣15,665億元，複合年增長率高達約10.8%。

中國整合營銷及廣告營銷服務企業處於高度分散的市場格局。2024年，前五大市場參與者的收益合共約為人民幣562億元，佔中國整合營銷及廣告營銷服務市場約3.4%。前五大二維碼營銷解決方案服務商的收益於2024年達到約人民幣509.3百萬元，佔中國二維碼營銷市場總收益約15.2%。本集團於2024財年錄得收益約人民幣58.7百萬元，佔中國二維碼營銷市場份額約1.8%。

近期發展

並無重大不利變動

於往績記錄期間後及直至最後可行日期，我們繼續專注經營整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務，我們的業務模式亦維持不變。

於2026年2月，一物一碼數據與客戶集團G就客戶集團G相關索償經法院調解達成和解。涉及客戶集團G保險公司相關法律程序的一審庭審已於2025年12月進行，而截至最後可行日期，該法律程序的一審判決仍有待頒佈。此外，一物一碼數據於2026年2月對其所租用倉庫的最終擁有人及中層分租人提出訴訟。該案件已於2026年3月獲法院正式立案受理，截至最後可行日期，審訊日期尚未確定。詳情請參閱本節上文「合規—法律程序」及本文件「業務—法律程序」。

董事確認，自2025年12月31日起至本文件日期止，我們的財務或經營狀況或前景並無重大不利變動，我們經營所在行業的整體經濟及市場狀況亦無發生不利事件，以致我們的業務、業績或運營或本文件附錄一會計師報告所載綜合財務資料內呈列的資料蒙受重大影響。

釋　義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干其他詞彙的釋義請參閱「技術詞彙表」一節。

「會計師報告」	指	本文件附錄一所載本集團於往績記錄期間的會計師報告
「聯屬人士」	指	就法人團體而言，指該法人團體的任何附屬公司或母公司，以及任何該等母公司當時的任何附屬公司
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「組織章程細則」或「細則」	指	本公司於[●]有條件採納的經修訂及重列組織章程細則，經不時修訂或補充並將於**[編纂]**時生效，其概要載於本文件「附錄三—本公司組織章程及開曼群島公司法概要—本公司組織章程概要—2.組織章程細則」一節，並經不時修訂
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「審核委員會」	指	董事會轄下審核委員會
「董事會」	指	董事會
「營業日」	指	香港銀行一般向公眾開放進行正常銀行業務的日子，不包括星期六、星期日或香港公眾假期
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「開曼公司法」或「公司法」	指	開曼群島法例第22章公司法（1961年法例3，經綜合及修訂），經不時修訂、補充或以其他方式修改
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**

「開曼法律顧問」或「邁普達」	指	邁普達律師事務所(香港)有限法律責任合夥，本公司涉及開曼群島法律的法律顧問
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「主席」	指	董事會主席
「首席執行官」	指	本公司首席執行官
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本文件而言，除文義另有所指外，不包括香港、澳門及台灣
「信達」或「信達國際融資」或「獨家保薦人」或「**[編纂]**」或「**[編纂]**」	指	信達國際融資有限公司，根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團，並為**[編纂]**的獨家保薦人及獨立第三方
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」或「**[編纂]**」	指	聖火控股集團有限公司(前稱聖火科技集團有限公司)，於2025年1月20日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，並於2025年8月20日根據公司條例第16部註冊為非香港公司
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義，就本公司而言，指福緣BVI、鍾堅先生及羅新燕女士
「核心關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「企業管治守則」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「COVID-19」	指	於2019年12月首次爆發的新型冠狀病毒疫情

「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會，負責監督及規管中國全國證券市場的監管機構
「大明BVI」	指	大明科技有限公司，於2025年5月15日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，由曾先生直接全資擁有
「中國網絡安全與數據隱私法律顧問」	指	廣東廣悅律師事務所，就中國網絡安全與數據隱私法律擔任本公司中國法律顧問的合資格中國律師事務所
「彌償契據」	指	控股股東以本公司為受益人所簽立日期為[●]的彌償契據，詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料—D.其他資料—1.稅項及其他彌償保證」
「不競爭契據」	指	控股股東與本公司所簽立日期為[●]的不競爭承諾契據，詳情載於本文件「與控股股東的關係—不競爭契據」一節
「指定銀行」	指	**[編纂]**在**[編纂]**下的指定銀行
「董事」	指	本公司董事
「東晟香港」	指	東晟科技國際有限公司，於2025年5月27日在香港註冊成立的有限公司，並為本公司的間接全資附屬公司
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅
「企業所得稅法」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》，由中國全國人民代表大會於2007年3月16日頒佈，並於2018年12月29日最新修訂
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「極端情況」	指	任何將導致香港正常業務經營中斷的極端情況或事件，而香港政府或會就此根據香港勞工處不時發佈的經修訂《颱風及暴雨警告下工作守則》作出宣佈

「財政年度」	指	本公司截至12月31日止財政年度
[編纂]	指	**[編纂]**
「外商投資法」	指	《中華人民共和國外商投資法》，由中國全國人民代表大會於2019年3月15日頒佈，並於2020年1月1日生效
「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，受我們委託為**[編纂]**目的編製獨立研究報告的市場研究與諮詢公司，為獨立第三方
「福緣BVI」	指	福緣正德有限公司，於2024年11月14日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，由鍾堅先生(控股股東之一)全資擁有
「福緣正德」	指	廣東福緣正德投資控股有限公司，於2016年1月26日在中國註冊成立的有限公司
「2023財年」	指	截至2023年12月31日止財政年度
「2024財年」	指	截至2024年12月31日止財政年度
「2025財年」	指	截至2025年12月31日止財政年度
「弗若斯特沙利文報告」	指	我們委託弗若斯特沙利文就本文件編製的獨立行業報告
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司，或(倘文義需要)就本公司成為現有附屬公司的控股公司之前期間而言，由該等附屬公司所經營的業務

「廣東聖火」	指	廣東聖火傳媒科技集團股份有限公司(前稱廣東聖火傳媒發展有限公司、廣東聖火傳媒股份有限公司及廣東聖火傳媒科技股份有限公司)，於2013年9月10日在中國註冊成立的有限公司，並於2014年4月18日轉制為股份有限公司，於重組完成後成為本公司的附屬公司
「廣東龍矍」	指	廣東龍矍數字營銷有限公司(前稱廣東全橙樂跑體育發展有限公司)，於2016年6月13日在中國註冊成立的有限公司，於重組完成後成為本公司的附屬公司
「廣東青松」	指	廣東青松投資控股有限公司，於2025年7月21日在中國成立的有限公司，並為本公司的間接全資附屬公司
「廣州4A」	指	廣州市廣告行業協會廣州4A整合營銷傳播委員會
「港元」	分別指	香港法定貨幣港元及港仙
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則，包括香港會計準則委員會頒佈的準則、修訂及詮釋及香港會計準則，以及香港會計師公會財務報告準則委員會頒佈的詮釋
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**

「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「聖火創意」	指	廣東聖火數字創意科技有限公司，於2025年5月28日在中國成立的有限公司，並為廣東聖火的直接全資附屬公司
「聖火互聯」	指	廣東聖火數智互聯技術有限公司，於2025年5月28日在中國成立的有限公司，並為廣東聖火的直接全資附屬公司
「香港」或「香港特區」	指	中國香港特別行政區
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「香港聯交所」或「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「香港收購守則」或「收購守則」	指	證監會發出的公司收購、合併及股份回購守則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「慧聚BVI」	指	慧聚諮詢顧問有限公司，於2025年3月4日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司
「獨立第三方」	指	據董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，並非本公司關連人士的個人或公司

「行業報告」	指	我們委託弗若斯特沙利文為**[編纂]**而編製的獨立研究報告
「投資委員會」	指	董事會轄下投資委員會
「一物一碼數據」	指	一物一碼數據(廣州)實業有限公司(前稱火哥娛樂(廣州)有限公司)，於2017年8月21日在中國註冊成立的有限公司，於重組完成後成為本公司的附屬公司
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「最後可行日期」	指	2026年3月9日，即本文件刊發前就確定其中所載若干資料的最後實際可行日期
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「上市規則」或「香港上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「主板」	指	聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM且與其並行運作。為免生疑問，主板不包括聯交所GEM

「併購規定」	指	《關於外國投資者併購境內企業的規定》，由商務部、國務院國有資產監督管理委員會、國家稅務總局、國家市場監督管理總局、中國證監會及國家外匯管理局於2006年8月8日頒佈，並由商務部於2009年6月22日修訂
「大綱」或「組織章程大綱」	指	本公司於[●]採納並將於**[編纂]**時生效的經修訂及重列組織章程大綱，其概要載於本文件「附錄三—本公司組織章程及開曼群島公司法概要—本公司組織章程概要—1.組織章程大綱」一節，並經不時修訂
「工信部」	指	中華人民共和國工業和信息化部
「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「羅智勇先生」	指	羅智勇先生，執行董事、首席執行官、羅新燕女士的胞兄及鍾堅先生的妻舅
「曾先生」	指	曾光群先生，緊接重組前為**[編纂]**的最終實益擁有人
「鍾堅先生」	指	鍾堅先生，執行董事、主席、控股股東之一、羅新燕女士的配偶及羅智勇先生的妹夫
「羅新燕女士」	指	羅新燕女士，控股股東之一、羅智勇先生的胞妹及鍾堅先生的配偶
「王歡女士」	指	王歡女士，執行董事及聯席公司秘書之一
「鍾小建女士」	指	鍾小建女士，執行董事
「新三板」	指	全國中小企業股份轉讓系統，為中國中小企出售現有股份或私募新股的股份轉讓平台
「提名委員會」	指	董事會轄下提名委員會

釋　義

「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]
「[編纂]」	指	[編纂]

「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「中國公司法」	指	《中華人民共和國公司法》，由全國人民代表大會常務委員會於2023年12月29日修訂及採納並於2024年7月1日生效
「中國政府」	指	中國政府，包括所有政府分支機構(包括省、市及其他地區或地方政府機關)及其下屬機構或(倘文義需要)其中任何一方
「中國法律顧問」	指	北京大成律師事務所，合資格中國律師事務所，就**[編纂]**擔任本公司涉及中國法律的中國法律顧問
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「S規例」	指	美國證券法S規例

「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「薪酬委員會」	指	董事會轄下薪酬委員會
「重組」	指	本集團為籌備**[編纂]**而進行的企業重組，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構—重組」
「人民幣」	指	中國法定貨幣
「購回授權」	指	股東就購回股份授予董事的一般無條件授權，進一步資料載於本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司及其附屬公司的進一步資料—5.本公司購回本身股份」
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局，負責外匯管理事務的中國政府機構，包括地方分支機構(如適用)
「國家外匯管理局第13號通知」	指	《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，由國家外匯管理局頒佈並於2015年6月1日生效
「國家外匯管理局第37號通知」	指	《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》，由國家外匯管理局頒佈並於2014年7月4日生效
「國家市場監督管理總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局或其地方分支機構
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「上海聖火」	指	上海聖火數字科技有限公司，於2024年10月18日在中國註冊成立的有限公司，於重組完成後成為本公司的附屬公司
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的普通股
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「股東」	指	股份持有人
「勝蓮BVI」	指	勝蓮科技發展有限公司，於2025年5月15日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，並為本公司的全資附屬公司
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「附屬公司」	指	具有公司條例所賦予的涵義
「主要股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「往績記錄期間」	指	2023財年、2024財年及2025財年
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「**[編纂]**」	指	**[編纂]**
「美國」	指	美利堅合眾國，連同其領土、屬地及受其管轄的所有地區
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)以及據此頒佈的規則及法規
「增值稅」	指	增值稅

「夏紅BVI」	指	夏紅投資有限公司，於2025年5月20日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司
「燮恒香港」	指	燮恒科技有限公司，於2025年5月29日在香港註冊成立的有限公司，並為**[編纂]**
「秀飛BVI」	指	秀飛管理顧問有限公司，於2025年4月10日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司
「秀飛投資」	指	廣州秀飛投資合夥企業(有限合夥)，於2016年2月6日在中國成立的有限合夥企業
「秀飛(上海)」	指	秀飛(上海)文化傳播有限公司，於2016年6月30日在中國註冊成立的有限公司，於重組完成後成為本公司的附屬公司
「米」	指	米
「平方米」	指	平方米
「%」	指	百分比

於本文件內，除另有指明外：

- 除另有指明者或文義另有所指外，所有日期及時間均指香港日期及時間。
- 本文件內載列的若干金額及百分比數字已進行四捨五入調整，或約整至小數點後一位或兩位。
- 本文件內任何表格所列金額總計及總和的任何差異乃由於約整所致。因此，若干表格內的總計數字未必為其上數字的算術總和。

* *僅供識別*

為方便閱覽，在中國成立的公司或實體、法律或法規的英文名稱為其中文名稱的英文譯本，僅為識別用途而載入本文件。中文名稱與英文譯本如有任何不符，概以中文名稱為準。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本文件所採用與本集團及其業務有關的若干詞彙的闡釋及釋義。該等詞彙及其涵義未必與他人使用該等詞彙的涵義或用法或標準行業釋義一致。

「AIGC智能實驗室」	指	AIGC智能實驗室，為我們內部特定設立的專責部門，其職責有別於本集團的研發團隊，主力聚焦於開發及完善本集團的AI系統及AI驅動工具，旨在將AI技術融入本集團的運營工作流程，以提升服務質量、效率及成效
「AI技術」	指	人工智能技術
「AR」	指	擴增實境，一種將數字內容與信息疊加至現實世界的技術
「大數據」	指	可通過計算分析揭示模式、趨勢及關聯的極大型數據集
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「點擊率」	指	單一廣告所獲點擊次數除以該廣告展示次數所得的比率，用以顯示接收廣告人士最終點擊該廣告的頻率
「雲端」	指	託管於互聯網上的遠程伺服器網絡，用於存儲、管理及處理數據，並提供算法以替代本地伺服器或個人電腦
「CPU」	指	中央處理器
「雙十一」	指	每年11月11日或前後在中國舉辦的網購促銷活動
「雙十二」	指	每年12月12日或前後在中國舉辦的網購促銷活動
「快消品」	指	快速消費品
「GDP」	指	國內生產總值
「GPU」	指	圖形處理器，一種專為加速圖像生成而設計、用於處理及改變記憶體的特殊電子電路

技術詞彙表

「曝光次數」	指	廣告或內容向觀眾曝光的次數
「IOT」	指	由嵌入電子元件、軟件、感測器及網絡連接功能的實體裝置所組成的網絡，賦能物件收集及交換數據，並讓裝置相互之間及與用戶進行通訊
「KOL」	指	關鍵意見領袖，即具備聲譽或追隨者影響力的個人
「關鍵績效指標」	指	關鍵績效指標
「小程序」	指	於微信平台內構建的應用程式；第三方公司可為用戶開發在微信內運行、類似移動應用程式的應用程式
「裸眼3D」	指	一種先進的顯示及廣告技術，可創造毋須配戴特殊眼鏡或頭戴設備、僅憑肉眼即可觀看的三維立體(3D)視覺效果。該技術運用精密的成像技術與像素控制，呈現逼真沉浸的3D影像，令圖像看似從屏幕或顯示表面「躍出」
「一物一碼技術」	指	透過二維碼為每件單獨產品或包裝賦予獨特數位身份的技術，使每件物品具備可識別性與可追溯性，同時為掃描二維碼提供直接接入線上數字營銷活動的途徑
「PDA」	指	個人數碼助理，即用於識別編碼及顯示資訊的手提裝置
「二維碼」	指	快速響應碼，一種用於儲存連結或其他資訊以供機器讀取的編碼
「ROI」	指	投資回報率
「AI垂直智能體」	指	專門為營銷行業量身打造的行業專屬AI系統

前瞻性陳述

本文件所載若干前瞻性陳述及有關本公司及我們的附屬公司的資料，因其性質使然，均受重大風險及不確定因素影響。任何表示或涉及討論預期、相信、計劃、目標、假設或未來事件或表現(通常但未必一定通過使用「將」、「預期」、「預計」、「估計」、「相信」、「日後」、「必須」、「或會」、「尋求」、「應該」、「有意」、「計劃」、「預測」、「可能」、「前景」、「目的」、「旨在」、「追求」、「目標」、「指標」、「時間表」、「潛力」、「預測」、「安排」、「將」、「未來」及「展望」等詞彙或短語及其反義詞以及其他類似表述)的陳述並非歷史事實，而是具有前瞻性，且可能涉及估計及假設，並受風險(包括但不限於本文件詳述的風險因素)、不確定因素及其他因素影響，其中部分不受本公司控制且難以預料。因此，該等因素可能導致實際業績或結果與前瞻性陳述所示者有重大差異。

可能影響實際業績的風險、不確定因素及其他因素(其中多項非我們所能控制)包括但不限於：

- 我們的業務策略以及我們成功實施該等策略的能力；
- 我們經營所在行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 我們的資本開支及經營計劃；
- 我們的預期財務狀況；
- 我們聘請及挽留人才的能力；
- 我們的股息政策；
- 我們適應市場競爭的能力；
- 資本市場的發展；
- 中國及其他相關司法權區的中央及地方政府法律、法規及規章，以及相關政府機關對於我們旗下業務各方面及業務計劃的法規、規章及政策的任何變更；
- 整體政治、經濟及商業狀況，包括與中國相關者；
- 利率、外匯匯率、股票價格或其他匯率或價格的變動或波動，包括與中國及香港以及我們經營所在行業及市場相關者；
- 我們無法控制的其他因素，包括但不限於任何高傳染性疾病的爆發。
- 本文件「風險因素」一節所述的所有其他風險及不確定因素。

此外，該等前瞻性陳述反映我們目前對未來事件的看法，無法保證將來的表現。多項因素可能導致實際結果與前瞻性陳述所載的資料有重大差異，該等因素包括(但不限於)本文件「風險因素」一節所載的風險因素。由於該等風險、不確定因素及假設，本文件所討論的前瞻性事件及情況未必如本公司所預期般發生，甚至根本不會發生。因此， 閣下作出有關**[編纂]**的**[編纂]**決定時不應過分依賴任何前瞻性資料。

任何前瞻性陳述僅截至陳述之日為止，除上市規則規定外，我們並無責任且無意更新任何前瞻性陳述以反映作出該陳述之日後的事件或情況或反映意外事件的發生。本文件的所有前瞻性陳述均受此警示聲明規限。

*股份**[編纂]**涉及重大風險。　閣下**[編纂]**股份前，應審慎考慮本文件內載列的一切資料，包括下文所載風險及不確定因素。以下為我們視作重大風險的說明，當中任何一項均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。在任何該等情況下，股份**[編纂]**或會下跌，而　閣下可能因此損失全部或部分**[編纂]**。*

*本文件載有若干有關本集團計劃、目標、預期及意向的前瞻性陳述，當中涉及風險及不確定因素。本集團的實際業績或會與本文件所述者大相徑庭。可能導致或促使出現有關差異的因素包括下文所述者及本文件其他章節所述者。**[編纂]**的**[編纂]**或會因任何該等風險而下跌，而 閣下可能因此損失全部或部分**[編纂]**。*

旗下業務及運營所面臨的風險可分為(i)與本集團有關的風險；(ii)與業務及行業有關的風險；(iii)與在中國經營業務有關的風險；(iv)與企業架構有關的風險；(v)與**[編纂]**有關的風險；及(vi)與本文件所作陳述有關的風險。

與本集團有關的風險

我們的收益、盈利能力及經營業績受所提供服務的組合結構所影響。

於往績記錄期間，本集團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。我們一般就上述服務向客戶收取固定服務費及╱或單位價格。因此，我們的收益、盈利能力及經營業績受我們所提供服務的組合結構影響，不同類型服務及項目的毛利率亦可能因服務組合差異而有所波動，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，相關組合結構的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，因此亦未必能維持收益、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。倘本集團未能保持競爭優勢，我們可能在提供整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務的主營業務中失去現有市場份額，收益或會因而減少，繼而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們面臨客戶集中風險。

我們的財務表現取決於我們與主要客戶維持關係以及與潛在客戶開拓新機遇的能力。於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自五大客戶的收益佔往績記錄期間各年

度總收益極大比重，分別約為91.2%、79.8%及91.3%。於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自最大客戶(即客戶集團A)的收益分別佔約78.6%、49.3%及40.4%。進一步詳情請參閱本文件「業務—我們的客戶—客戶集中情況」。

我們無法保證未來定能維持與主要客戶的關係。我們的主要客戶並無義務以任何方式繼續以現有數量或價格水平(或以任何條件)向我們下達採購訂單。此外，由於我們的業務大多以項目形式進行，故無法保證客戶於項目完成後會繼續與我們合作。同時，我們維持及擴大客戶群的能力受多項非我們所能控制的外部因素影響，包括整體經濟狀況的變化、行業競爭、與主要客戶的關係，以及快消品行業客戶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)削減對我們整合營銷服務、營銷技術服務或廣告營銷服務的需求，甚或終止與我們的業務關係，或未能按時結算付款，我們或未能及時取得可比的替代訂單，或從其他客戶獲取新業務以彌補有關銷售需求減少或業務損失。若我們與主要客戶的關係惡化，我們向該等主要客戶的銷售額或會相應減少。此外，倘任何主要客戶出現流動性問題，或會導致延遲付款或違約，繼而對我們的現金流及財務狀況造成負面影響。因此，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

我們受制於客戶的經營表現及持續服務需求。

本集團主要於中國從事提供整合營銷服務、營銷技術及廣告營銷服務。我們的業務表現與客戶所處行業的成功及市場狀況密切相關。我們極度依賴彼等對我們服務的持續需求，而該需求受其業務表現及我們無法控制的市場動態所影響。客戶行業的任何不利發展，例如經濟下行、競爭加劇或消費者偏好轉變，均可能減少彼等對我們服務的需求，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

本集團的成功與可持續發展有賴於吸引並留住特定行業中優質品牌客戶的能力。於往績記錄期間，我們大部分收益源自快消品行業的客戶，該行業消費者通常對價格敏感。於2023財年、2024財年及2025財年，快消品行業項目貢獻的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，分別佔總收益約91.5%、70.9%及51.1%。任何價格上漲均可能導致消費者及市場份額流失至競爭對手。快消品行業的需求亦具周期性，具體隨季節性因素及相關市場趨勢而波動。鑑於我們大部分收益來自快消品行業客戶，中國快消品行業的任何衰退及／或快消品行業品牌客戶的業務運營與策略調整，均可能導致其對我們服務的需求減少，繼而導致我們的業務、前景、財務狀況及／或經營業績蒙受重大不利影響。

我們的業務亦受制於客戶品牌的知名度，而此乃我們無法控制的因素。我們無法保證客戶品牌日後不會出現負面報道或公眾輿論。該等不利事件或會嚴重損害客戶的品牌形象、公眾聲譽及業務表現。倘客戶未能維持或提升其品牌形象，或其品牌遭受負面輿

論或未能獲得目標消費者的接受與認可，則其業務、財務狀況及經營業績或會受到重大影響，繼而可能導致營銷預算削減並降低對我們服務的需求，因而令我們的經營業績、盈利能力及財務狀況蒙受重大不利影響。

我們於2024財年的經營現金流為負數。

於2024財年，我們就經營活動錄得負數現金流約人民幣40.8百萬元。我們無法保證定能將現金流入的時點及金額與付款責任及其他現金流出的時點及金額相匹配。因此，我們或會經歷淨現金流出時期。

於往績記錄期間，我們主要依賴經營所得現金為業務提供資金。詳情請參閱本文件「財務資料—流動資金及資本資源」。經營現金流為負數，迫使本集團須獲取足夠外部融資以滿足資金需求及責任。倘我們未能取得融資，將導致拖欠付款責任，且未必能夠擴展業務。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

我們就應收客戶貿易款項面臨信貸風險。

我們就應收客戶貿易款項面臨信貸風險。我們的貿易應收款項由2023年12月31日約人民幣68.1百萬元增加至2024年12月31日及2025年12月31日分別約人民幣179.0百萬元及人民幣158.8百萬元。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約為117.3天、180.1天及206.0天。我們的業務運營及現金流受制於客戶延遲結賬的風險，而此取決於其內部政策，我們無法保證客戶定能及時結賬。我們亦無法保證定能完全收回客戶結欠的未付款項或客戶定能及時結清款項。

若未能成功實施業務策略、有效應對市場動態變化及充分滿足客戶需求，將導致我們未來財務業績受損。

我們計劃實施一系列策略以實現業務增長，包括透過升級與開發AI模型強化營銷解決方案與實力、擴展業務版圖以及於中國謀求戰略性併購。上述行動及改進措施可能牽涉龐大資本開支。進一步詳情請參閱本文件「業務—我們的業務策略」及「未來計劃及**[編纂]**」。

我們的業務策略基於若干假設，包括但不限於客戶需求與偏好、競爭格局以及中國及全球經濟環境。然而，實際市場、經濟及其他條件可能與我們的假設存在顯著差異。隨著技術、客戶行為及市場狀況持續演變，倘我們未能成功實施業務策略並有效應對市場動態變化，則我們的經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。此外，為配合業務策略調整，我們的運營開支已經並可能持續增加。

我們面臨與AI技術及AI生成營銷內容相關的道德、法律及聲譽風險。

一如眾多新興技術，AI技術存在可能影響其進一步發展、應用及使用的風險與挑戰，進而波及我們的業務。我們應用AI技術(尤其在營銷環節使用AI生成內容)時可能對特定群體產生偏見分析及歧視。此外，AI生成內容的準確性可能存在謬誤，若內容具誤導性或含重大錯誤遺漏，除損害商譽及可信度外，更可能招致監管罰款或法律責任。倘AI應用生成缺陷或不確內容，我們或面臨競爭損害、潛在法律責任及道德或聲譽風險。

若AI算法訓練過程涉及版權素材，使用AI生成內容可能引發著作權侵權爭議，且無從保證該等內容不會侵害第三方知識產權。此外，AI生成內容未來或面臨更嚴格的監管審查及法律挑戰。倘我們未能確保遵守AI生成內容相關法律法規(包括知識產權法、消費者保護法及廣告法規)，我們的聲譽、業務及經營業績可能蒙受重大不利影響。

倘未能達成客戶的營銷目標，我們的財務表現可能受到不利影響。

我們提供整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務，包括制定營銷策略、解決方案及提案，以達成客戶的營銷目標。

因此，我們須面臨各種風險，包括但不限於客戶改變營銷計劃或目標、市場偏好與行業趨勢轉變、場地取消、技術故障及突發天氣狀況。倘客戶終止服務或延遲付款，可能對我們的現金流及經營業績造成不利影響。

再者，倘我們無法物色或採買已向客戶承諾的特定品牌及廣告資源，且未能透過其他方式滿足其需求，則可能須承擔合約責任(此或包含預定損害賠償)。在此情況下，我們的財務狀況及經營業績將面臨重大不利影響。客戶大多根據合約工作範圍及／或關鍵績效指標及／或經討論後口頭協議而評估我們達成營銷目標的成效。倘我們所提供的服務未達客戶預期營銷目標，或所籌辦及／或管理的項目或活動失敗，或服務過程中發生質量問題或事故，我們與客戶的關係及企業聲譽可能面臨負面影響，繼而導致客戶流失及喪失未來合作機會，影響經營業績及前景。

我們對現有服務的改進及新服務的推出未必成功或可能未達預期效果。

我們的成功在很大程度上取決於提升現有服務、開發新服務及增強市場競爭力的能力。該等改進或新服務的成效受多項因素影響，包括我們的實際表現、定價、市場競爭、行業趨勢及客戶需求，其中眾多因素並非我們所能控制。

我們未來改進現有服務或推出新服務的計劃或需投入大量財務及管理資源，而我們無法保證定能成功實現改進現有服務及使新服務獲得市場接受的目標，此或會影響我們有效服務客戶的能力。倘我們的服務對現有及潛在客戶吸引力下降，則我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到不利影響。

本集團業務受季節性因素影響，且部分年度的財務表現未必能反映全年表現。

本集團業務存在季節性特徵，銷售表現及業務動能通常於下半年較為強勁。此現象主要受主要節假日(如中秋節、國慶日、元旦及農曆新年)及大型電商活動(如雙十一及雙十二)所驅動，品牌方於上述期間加強推廣及營銷力度。對快消品客戶而言，夏季亦因天氣炎熱帶動飲料及季節性產品需求上升，從而帶來更強的業務動能及更多營銷活動。於2023財年、2024財年及2025財年，我們於各年度下半年錄得的收益分別約為人民幣98.9百萬元、人民幣179.7百萬元及人民幣172.1百萬元，分別佔同年總收益約60.5%、71.4%及57.2%。

根據弗若斯特沙利文的資料，營銷服務市場存在季節性乃行業常態，原因包括(i)品牌傾向於下半年及夏季等需求高峰期為產品與服務分配更多營銷服務預算；及(ii)儘管元旦與農曆新年落於上半年，品牌或會提前於前一年下半年開始籌劃並啟動節日營銷活動。因此，本集團部分財政年度的財務資料未必能夠反映整個財政年度的表現。進一步詳情請參閱本文件「業務—季節性因素」。

我們的業務在很大程度上依賴主要人員的持續貢獻，一旦未能吸引、培訓及留住合資格人員，則我們的業務可能蒙受重大不利影響。

我們的業務以資深的核心領導層及員工團隊作後盾，彼等對維持業務質量、穩定性及聲譽至關重要。我們未來成功與否，在很大程度上取決於領導層的持續貢獻以及我們吸引、培訓及留住合資格人員(尤其管理、技術、研發、營銷及其他營運崗位中具備不同地域快消品行業專長的人員)的能力。具體而言，各業務板塊均高度依賴具專業技能及經驗的員工。例如，我們的研發團隊(截至最後可行日期佔僱員總數18.33%)發揮關鍵支撐作用，對我們提供技術整合及數據驅動營銷解決方案的能力至關重要。此外，我們的業務亦有賴以下各類專才：具備快消品行業運營專長的人員、擁有多年軟件工程、編碼及設計經驗的人士，以及在開發及運用AI技術方面具備專門知識的人員(如AIGC智

能實驗室的成員)。倘當中一人或多人無法或不願繼續受僱於我們，我們或未能及時或完全覓得替代人選。我們無法保證定能吸引或留住可助力實現戰略目標的主要人員、合資格員工或其他高技能人才。此外，我們或需承擔額外開支以招募及留住合資格替任人員。我們培訓新員工並將其融入運營的能力亦未必能夠及時或完全滿足業務增長需求。倘我們未能吸引、培訓及留住合資格人員，則我們的業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

若我們未能維持與供應商的業務合作並擴大營銷資源採買規模，則我們的經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

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。於往績記錄期間各年度，五大供應商分別佔我們向供應商採購總額約29.8%、40.0%及55.9%。

於往績記錄期間，我們一般按項目基準與供應商訂約，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。

我們面臨與供應商相關的風險。倘上述各方於履行義務及提供可靠或令人滿意服務方面出現延誤或失誤，我們的業務及經營業績可能蒙受不利影響。

我們在整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務等所有業務領域與供應商合作。我們可能無法自行獲取該等供應商提供的重要設備、產品及服務，亦難以在維持盈利能力的同時以合理價格將有關設備、產品及服務提供予客戶。

舉例而言，就整合營銷板塊而言，在活動執行期間，我們所聘用的供應商可能以不合標準的產品及／或服務形式提供無效支援。

我們無法保證定能持續維持與主要供應商的合作關係。倘任何該等關係惡化或終止，而我們未能及時以優惠條款(或完全無法)從其他來源獲取足夠服務或材料，或開發替代方案與替代來源，則可能對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。該等供應商或會選擇與我們的競爭對手合作以獲取更優渥條件。對於提供我們無法自行複製的服務及物料的供應商，其價格波動或供應能力變化，均可能嚴重影響我們向客戶提供及時、有效且具成本效益服務的能力。

我們依賴第三方IT服務商提供營銷技術服務，而該等服務因第三方所致的中斷或延誤可能損害客戶體驗。

我們依賴第三方雲端數據庫服務供應商提供營銷技術服務。此外，我們亦向第三方服務商採購諸如軟件開發服務等其他IT服務。倘我們基於任何原因需轉換數據庫服務供應商，則遷移至另一供應商的過程或耗費高昂且費時。倘我們在過渡期暫時無法使用該等雲端數據庫，則營銷技術服務運作或受重大不利影響。

此外，由於我們依賴第三方雲端數據庫提供營銷技術服務，倘該等數據庫遭受系統中斷及分散式阻斷服務(DDoS，即黑客藉由伺服器過載迫使網絡服務癱瘓的技術手段)攻擊，我們無法保證第三方雲端數據庫服務供應商的任何適用恢復系統、安全協議、網絡保護機制或其他防禦程序現時或日後足以防止此類網絡或服務中斷、系統故障或數據損失。此外，其基礎設施及系統亦可能因未獲授權第三方利用漏洞而遭入侵。DDoS攻擊、其他黑客及網絡釣魚攻擊或安全漏洞可能延誤或中斷我們向客戶提供的服務。任何實際或感知的攻擊或安全漏洞亦可能損害我們的聲譽與品牌，並使我們面臨潛在訴訟及法律責任風險。再者，客戶或會對我們產品的整體安全性失去信心，導致我們留住現有客戶及吸引新客戶的能力面臨重大不利影響。

倘供應商直接與客戶交易，我們的廣告營銷板塊或面臨去中介化風險。

在廣告營銷板塊，我們透過運用供應商的資源(包括線上及傳統廣告渠道)協助客戶推廣其品牌與產品。然而，倘供應商自行組建內容創作團隊，則存在其可能直接與我們的客戶接洽及交易，從而繞過我們服務的風險。此外，若客戶被我們的供應商收購，該客戶或會直接於線上媒體渠道及傳統媒體渠道投放廣告，而無需我們提供服務或參與。該等情況一旦發生，我們將面臨去中介化風險，而我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

若我們未能因應環境變化調整定價政策與策略，則我們的經營業績、盈利能力及財務表現可能受到不利影響。

我們根據行業信息與市場趨勢制定及調整定價政策。我們一般採用成本加成法，並因應個別項目綜合考慮多項因素後釐定服務費。詳情請參閱「業務—定價政策」。

若我們未能因應環境變化調整定價政策與策略，我們或會失去定價競爭力，繼而對經營業績、盈利能力及財務表現造成不利影響。

我們的承保範圍未必足以覆蓋業務運營中所有風險。

我們於經營業務期間面臨整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務的固有風險。有關我們承保範圍的詳情請參閱本文件「業務—保險」。我們無法保證現有承保範圍定能覆蓋業務運營中所有風險類型，或足以彌補我們可能須承擔的全部損失或法律責任。任何未投保事件以及超出賠償限額或被排除於現有保單承保範圍外的損失或法律責任，均可能對業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

倘風險管理系統欠完善或失效，且未能按預期識別業務潛在風險，則業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

我們已就業務運營各環節(包括財務匯報、IT系統、人力資源及內部監控管理)制定並實施全面風險管理政策。然而，鑑於風險管理系統的設計與執行存在固有局限，倘外部環境劇變或發生特殊事件，系統或未必能充分有效識別、管理及防範所有風險。此外，儘管我們致力預判風險，新業務舉措仍可能引發現時未知的額外風險。倘風險管理系統未能按預期識別業務潛在風險或存在弱點及缺陷，我們的業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

風險管理成效亦取決於員工的有效執行。我們無法保證員工執行水平始終符合預期，或執行過程不涉人為疏忽、錯誤或蓄意不當行為。倘我們未能及時落實政策及程序，或未能在充足時間內識別影響業務的風險以制定應變方案，則業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響，尤以維持政府授予相關批准及牌照方面為甚。

與業務及行業有關的風險

我們或第三方使用資訊所涉的隱私疑慮或事故，可能損害聲譽與品牌，或使我們面臨政府監管及其他法律責任，繼而對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們依賴科技提供高質量產品管理及營銷技術服務。業務產生並處理大量個人、交易及行為數據。我們面臨處理及保護海量數據的固有風險，包括保護暫存於系統的數據、偵測及禁止未經授權的數據共享與傳輸、防範外部系統攻擊、阻截員工欺詐行為或不當使用，以及維護及更新數據庫。倘系統故障、安全漏洞或第三方非法獲取數據的企圖導致客戶數據實際或疑似洩露，則可能損害我們的聲譽與品牌、阻礙現有及潛在客戶使用服務、影響業務並使我們面臨潛在法律責任。

我們須遵守關於客戶及員工個人識別資訊收集、使用、存儲、傳輸、披露及安全的境內法律法規，包括監管及政府機構對此類數據的相關要求。再者，中國監管機構日益聚焦數據安全及保護領域的規管。倘未能遵守適用網絡安全及數據隱私要求，或導致我們無法使用特定網絡產品及服務，並面臨政府執法行動、調查、罰款及處分。此外，一旦未能持續監察相關監管變動並及時更新數據保護及留存政策以符合不斷演進的法律法規，我們的業務、財務狀況及經營業績或受重大不利影響。

我們於高度競爭行業經營，倘未能有效競爭，則業務及盈利能力或受損。

在技術快速普及的催化下，中國整合營銷、營銷技術及廣告營銷行業競爭日益白熱化。我們主要與其他以技術驅動的營銷服務商競爭，尤其是於營銷服務中具備先進技術能力(如AI技術)的企業。我們的競爭對手可能擁有更廣泛的服務或網絡覆蓋、更先進的技術基礎設施、更龐大的客戶群、更穩固的商業及戰略合作夥伴關係、更強大的品牌知名度以及更豐富的資本、技術與營銷資源。我們亦可能面臨新力軍的競爭，其或提供更低價格或新技術與服務，從而加劇未來競爭程度。

隨著競爭加劇，我們或需增加營銷資源並承擔更高的銷售及營銷開支。我們亦可能須向客戶提供更優惠條款與服務，繼而對盈利能力造成重大不利影響。此外，競爭對手或會透過降價與我們競爭，尤其於經濟下行期間。此類降價行為可能限制我們維持或提高價格或運營利潤率的能力，阻礙業務增長，並導致銷售下降、價格調低、利潤率縮減或市場份額流失。

此外，為應對此類競爭威脅，我們或需投入大量額外資源進行研發、營銷與銷售、招聘及留住頂尖AI科學家與創新人才，以及收購與現有及未來服務互補或必需的技術，而我們無法保證上述措施定能奏效。我們未必能成功與現有或未來的競爭對手競爭，競爭壓力或對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。上述種種因素均存在一定程度的不確定性，導致我們難以評估業務與前景。倘我們無法成功競爭，或為應對競爭對手行動而需採取高成本措施，則我們的財務狀況、經營業績、盈利能力及前景或會受到重大不利影響。

我們未必能成功進行收購及順利整合新收購的業務。

我們日後或會尋求戰略收購及合作，透過合併及收購擴大業務版圖。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]**」。我們日後或無法按可接納條款或根本無法物色合適收購目標(不論是否具機遇性)。此外，探索收購機會及整合新業務或需耗用大量管理層精力，並導致資源從現有營運中分流，繼而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

任何未來收購成功與否，將取決於我們能否有效地將被收購業務及人員整合至旗下業務，而此過程可能複雜、昂貴且耗時。未能以具成本效益的方式及時完成有關整合，或會對我們的業務、前景、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。再者，收購可能導致巨額現金支出、具攤薄效應的股權發行、產生債務、重大商譽減值開支、無形資產攤銷，以及承擔未知負債的風險。整合過程亦可能導致主要員工流失、現有運營中斷、訴訟、稅務成本或營運低效情況，任何該等因素均可能削弱預期協同效益、損害財務表現，並引致無法預見的運營低效問題。倘我們未能成功整合新業務或變現該等收購的預期效益，我們的業務、財務狀況及經營業績或會蒙受重大不利影響。

我們或未能執行足夠質量控制及確保廣告合規，亦未必能偵測並過濾所有由我們製作或投放的不當廣告創意及內容。

我們向客戶提供廣告營銷服務，包括透過媒體平台投放廣告。當客戶為廣告活動提供內容時，客戶與我們所使用的平台均關注是否可能涉及不當或非法內容，以致與其品牌形象相悖或造成損害。此外，客戶可能試圖在禁止該類廣告的司法權區展示營銷活動。根據適用廣告法律法規，我們可能有義務監控廣告內容，以確保其真實、準確且完全合規。

然而，由於廣告法律適用範圍存在不確定性，且營銷活動數量龐大，我們無法保證客戶廣告中的所有內容均為真實、準確或完全符合廣告法律法規。我們亦無法保證定能偵測並過濾所有由我們或透過我們投放的不當或不合規廣告創意及營銷素材。我們的聲譽部分建基於透過媒體平台向客戶提供可信賴的數字營銷服務。倘我們的系統與程序未能及時有效地識別該等問題，可能使我們面臨監管處罰、行政制裁或媒體合作夥伴的罰則，繼而對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

我們所經營業務及行業受全球經濟及市場狀況影響。

我們所經營行業及業務實質上受全球經濟及市場狀況左右。經濟環境直接影響企業分配營銷及廣告資源的方式。於經濟困難時期，企業往往會削減屬非必要性質的營銷及廣告成本。整合營銷解決方案的需求取決於客戶對推廣營銷及廣告服務的投入程度。舉例而言，倘客戶所經營行業陷入衰退或受宏觀經濟波動影響，則與我們有業務往來的該行業品牌方投放於品牌及營銷的預算或受不利影響。倘客戶因經濟下行而縮減營銷預算並減少舉辦活動、演出及展覽等，我們的整合營銷解決方案服務銷情亦將受不利影響，繼而對業務及財務表現造成打擊。

我們須遵守不斷演變的企業管治及公開披露法律法規，既增加成本亦提升違規風險。

我們目前及未來須遵守中國、香港及開曼群島不斷演變的法律、規則及規例，以及相關政府部門及監管機構就此方面的詮釋。我們為遵守新法規及變動法規所作的努力，已然導致並可能持續導致一般及行政開支增加，同時令管理層注意力從創收活動分流至合規事務。

此外，由於該等法律法規及標準存在詮釋差異，其實際應用可能隨新指引出台而演變。此演變或導致合規事務始終不明朗，並因持續修訂披露及管治實務而產生額外成本。一旦未能處理並遵守該等法規及後續變動，我們可能面臨處罰並導致業務受損。

倘未能取得業務運營所需的批准、牌照或許可證，則可能對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的業務受嚴格規管，須就運營持有眾多牌照、許可證及存檔文件。進一步詳情請參閱本文件「業務—牌照、許可證及批文」。我們無法保證日後定能及時或以合理運營成本成功取得、維持、更新或重續一切所需牌照、許可證及批文。一旦未能取得、維持、更新或重續該等牌照、許可證及批文，我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。

再者，我們無法保證相關政府機關日後不會要求我們追溯取得批文、證書或許可證、完成存檔手續或採取任何其他行動。倘相關政府機關要求我們取得批文、牌照或許可證或完成存檔手續，我們無法保證定能及時或完全辦妥。

新法律法規或不時實施，要求我們取得現有牌照及許可證以外的額外牌照及許可證，或對業務運營施加額外規定。倘相關政府機關頒佈新法律法規，要求就任何業務環節取得額外批文或牌照或施加額外規定，而我們未能及時取得該等批文、牌照、許可證或存檔文件，或調整業務模式以符合新規定，則可能面臨處罰及運營中斷情況，而財務狀況及經營業績或受不利影響。

我們於計算特定關鍵運營指標時依賴假設及估計，該等指標一旦失準，可能對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們依賴訂單量及履約準時率等關鍵運營指標評估業務表現。由於數據可獲性、來源及方法論存異，該等指標的參考價值所依據的假設及估計或有別於競爭對手，我們無

法保證其參考價值。任何重大的不準確數據分析可能導致不當運營及戰略決策，繼而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們或不時牽涉可能損害聲譽、業務及經營業績的訴訟或監管程序。

在日常業務過程中，我們可能面臨索賠及訴訟，詳情請參閱本文件「業務—法律程序」。於提供服務期間，我們亦可能對員工及第三方的人身傷害或財產損失承擔法律責任。我們或須接受相關監管機構及政府部門的問詢、檢查、調查及程序。倘針對我們或董事、高級管理人員或員工的不利裁決導致我們面臨任何訴訟、監管行動或判決或業務嚴重中斷，我們的流動資金、業務、財務狀況、經營業績、聲譽及前景將面臨重大不利影響。

若我們未能成功為任何法律程序抗辯，或未能以商業合理條款和解，且相關法律程序所涉賠償不在承保範圍內，我們的流動資金、業務、財務狀況、經營業績、聲譽及前景可能蒙受重大不利影響。此外，管理層注意力或因應訴而偏離業務運營，繼而對業務產生負面影響。

我們或面臨知識產權侵權索賠，辯護成本高昂且可能干擾業務運營。

我們無法確定運營或業務的任何環節(包括由市場上第三方商家所提供者)目前或將來不會侵犯或違反第三方持有的專利、版權或其他知識產權。若存在聲稱與我們技術平台或業務若干方面相關的知識產權持有人(如有)，我們無法保證該等持有人不會在中國、美國或任何其他司法權區針對我們執行知識產權。

若我們被裁定侵犯他人知識產權，我們可能須就侵權行為承擔法律責任，或被迫停止使用相關知識產權，甚至可能需要支付授權費用，或被迫自主開發替代方案。此外，無論第三方侵權指控是否成立，我們均可能耗費大量開支，並被迫從業務及運營中抽調管理層時間與其他資源以應對此類訴訟。針對我們提出的成功侵權主張或授權索賠，可能導致巨額金錢賠償，我們被限制或禁止使用相關知識產權亦會對業務及運營造成重大干擾。

再者，我們在解決方案及服務中使用開源軟件。然而，由於我們將開源軟件整合至解決方案及服務，我們或不時面臨挑戰開源軟件所有權及是否符合開源許可條款的索賠。因此，我們可能面臨相關方提起的訴訟，其聲稱我們所認定為開源的軟件實則歸其所有，或指控我們未遵守開源許可條款。部分開源軟件許可證或要求用戶在分發含開源軟件的產品時，須公開披露該軟件全部或部分源代碼，並以不利條款甚或免費提供開原始碼的衍生作品。任何強制披露源代碼或就違反合約支付損害賠償的要求，均可能損害我們的業務、經營業績及財務狀況。

我們未必能阻止他人未經授權使用我們的知識產權，而此足以對業務及競爭地位造成損害。

我們視自有技術、授權商標、版權、專利、域名、專有技術及類似知識產權為業務運營的關鍵資產。我們依賴知識產權法律及多重保護措施(包括與僱員及他人訂立的保密協議)保障專有權利。然而，我們的系統功能仍可能被複製，且源代碼或遭抄襲。此外，我們任何知識產權均可能面臨挑戰、宣告無效、規避或盜用。

監察知識產權的未授權使用既困難且成本高昂，而我們已採取的步驟未必能完全防止知識產權受侵權或盜用。我們或須不時透過訴訟執行知識產權權利，此舉可能導致巨額成本及資源轉移，並對業務造成重大不利影響。

我們於業務過程中起用KOL，其不當行為或違反相關法律、法規、規則及政策，可能對我們的業務運營及財務狀況造成重大不利影響。

我們的整合營銷服務及營銷技術服務或涉及於營銷活動中起用KOL。終端客戶可能將我們客戶的品牌形象與該等KOL的形象聯繫。若KOL作出我們無法控制的不當行為或網上言論，不單有可能損害客戶聲譽，亦有機會導致我們因起用相關KOL而聲譽受損。

此外，隨著KOL文化在中國持續發展及普及，政府或會不時頒佈新規例及法律以促進該市場健康有序發展。倘KOL未能遵守不時頒佈的相關法律、法規、規則及政策，可能對我們及客戶的聲譽造成負面影響，並導致我們及客戶蒙受損失。

我們無法保證所起用的KOL在任何時候均行為得當或遵守相關法律、法規、規則及政策。倘彼等未能正當行事，我們及客戶的聲譽與品牌形象或會受損，且我們及客戶的業務運營及財務狀況或會遭受重大不利影響。

與在中國經營業務有關的風險

全球經濟或社會狀況或中國政府政策變動或會對我們的業務及運營造成影響。

我們絕大部分業務位於中國。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受中國整體經濟及社會狀況影響。中國經濟狀況、中國政府政策或中國法律法規的任何變動可能會對我們的業務及運營造成影響，導致對我們的服務需求減少及影響我們的競爭力。

中國與其他國家或地區之間的國際貿易或投資政策變動及貿易或投資壁壘以及全球經濟動盪可能會影響我們的業務運營。

未來我們可能會從事國際貿易或投資。我們的業務可能因此受不斷演變的國際經濟、監管及社會狀況的影響，包括國際法律法規的變動、關稅變動、貿易協議及稅項以及管理或監督中國境外運營的困難。

美國政府已採取措施限制若干貨品進口美國，尤其是來自中國者，並建議(其中包括)未來就特定產品推出新或更高的關稅。向中國施加新關稅或制裁的威脅導致中國國際關係緊張加劇。由於我們在美國提供跨境電子商務物流服務，我們可能用建議關稅影響。因此，我們可獲得的商機或會減少，而運營可能會受到負面影響。此外，全球經濟動盪可能對我們的業務產生負面影響。

中國政府的政策及法規對我們的業務運營影響甚大。

任何政策或監管措施的變化均可能增加合規成本。我們須遵守及接受國家級、省級和地方政府的廣泛規例、政策及監管。中央政府機關及省級和地方部門和機關均會監管中國行業的多個範疇，其中包括以下各項：(i)網絡安全及隱私法律；(ii)環境法律及法規；(iii)安全法律及法規；(iv)成立外資企業或股東變動；(v)外匯；(vi)稅項、關稅及費用；(vii)勞工及僱傭；(viii)知識產權；(ix)消費者保障；(x)競爭；(xi)流動應用程式可得性；(xii)傳轉款項；(xiii)服務責任；及(xiv)人身傷害。

與該等法律及法規相關的責任、成本、義務及要求可能會導致我們的業務中斷或影響我們的財務狀況及經營業績。我們在經營時未能遵守相關法律法規可能會導致各種處罰，其中包括暫停經營，從而對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。此外，無法保證相關政府機構不會變更該等法律或法規。遵守該等法律或法規可能要求我們承擔額外的資本支出或其他義務或責任。

中國一旦陷入通脹，可能對我們的盈利能力及增長造成負面影響。

於若干時期，中國經濟增長伴隨著高通脹時期，且中國政府已不時實施各項政策控制通脹，例如，中國政府在若干界別實施措施防止中國經濟過熱，包括提高中國商業銀行的利率及資本準備金門檻。倘該等通脹壓力持續存在而中國政府措施未能緩解，則我們的服務成本可能會增加，我們的盈利能力可能會大幅下降，因為無法保證我們能夠將任何成本增加轉嫁予客戶。

倘我們在繳納中國所得稅方面被歸類為中國居民企業，該分類可能引致不利於我們及我們的非中國股東的稅務結果。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(或《企業所得稅法》)及其實施條例，在中國境外成立但「實際管理機構」在中國境內的企業被視為居民企業，須就其全球收入按25%的稅率繳納企業所得稅。實施條例將「實際管理機構」界定為對企業的業務、生產、人員、賬務及財產等實施全面實質性管理及控制的組織機構。於2009年4月22日，國家稅務總局發佈通知(稱為82號文)，當中載明認定在境外註冊成立但由中國控制的企業的「實際管理機構」是否位於中國的若干具體標準。根據82號文，中國企業或中國企業集團控制的境外註冊成立企業同時符合以下條件的，將判定其為「實際管理機構」在中國境內的中國稅收居民企業，並就其全球收入徵收中國企業所得稅：(i)日常經營管理的主要場所位於中國；(ii)企業的財務決策和人事決策由位於中國的機構或人員決定，或需要得到位於中國的機構或人員批准；(iii)企業的主要財產、會計賬簿、公司印章、董事會和股東決議案位於或存放於中國；及(iv)至少50%有投票權的董事或高層管理人員經常居住於中國。

82號文規定的標準可能反映國家稅務總局對判定所有境外企業稅收居民地位時如何適用「實際管理機構」標準的整體立場。倘若中國稅務機關決定，就中國稅收而言，我們應被歸類為中國居民企業，我們的全球收入將按25%的統一稅率繳納所得稅，這可能對我們的財務狀況和經營業績產生重大不利影響。儘管有上述規定，《企業所得稅法》亦規定，倘一間中國居民企業直接投資於另一間中國居民企業，投資的中國居民企業從被投資的中國居民企業獲得的股息在一定條件下可免繳所得稅。然而，目前仍不清楚中國稅務機關將如何解釋通過中間控股公司間接擁有中國居民企業權益的境外公司的中國稅收居民待遇。

此外，倘中國稅務機關認定就中國企業所得稅而言，本公司為中國居民企業，則**[編纂]**或以其他方式處置股份所實現的收益(倘有關收益被視為來源於中國)可能需要繳納中國稅項，其中就非中國企業而言，稅率為10%；就非中國個人而言，稅率為20%(在各情況下，應符合適用稅務協定的規定)。任何此類稅項都可能減少　閣下**[編纂]**股份的回報。

我們須遵守反貪污法律法規，如我們未能遵守該等法律法規，可能會嚴重損害我們的聲譽，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

我們須遵守中國及業務所在的其他司法權區的反貪污法律法規。我們亦已採納反貪污政策及程序。倘我們、我們的僱員違反相關法律、規則或法規，我們可能會面臨罰款及／或其他處罰，且我們的聲譽、企業形象及業務運營或會受到重大不利影響。

倘中國監管機構或法院對中國法律法規的解釋與我們的解釋不同，或採納額外的反賄賂或反貪污相關法規，也可能令我們需要對我們的業務作出變更。倘我們因違反須遵

守的反貪污法律法規而成為任何負面報導、調查的對象以及受到嚴重行政、民事及刑事制裁以及產生連帶後果、補救措施及法律費用，則我們的聲譽、企業形象及業務運營可能會受到重大不利影響，進而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

與企業架構有關的風險

有關離岸控股公司對中國實體的貸款及直接投資的中國法規可能會延遲或妨礙我們使用[編纂][編纂]向中國附屬公司提供貸款。

我們可向相關中國附屬公司提供貸款，貸款由離岸附屬公司直接投資。任何借予我們中國附屬公司的貸款必須遵守中國法規及外匯貸款登記規定。例如，我們為資助中國附屬公司業務活動而為其提供的貸款，不能超過法定限額且須於國家外匯管理局或其相關地方機關註冊。我們未必能就我們日後對中國附屬公司的貸款注資及時或能夠取得該等政府登記。倘我們未能取得相關登記，我們使用**[編纂][編纂]**及**[編纂]**中國運營優勢的能力或會受到負面影響，因而對我們的流動資金及拓展業務的能力造成重大不利影響。

與[編纂]有關的風險

在[編纂]之前，股份過往並無[編纂]，　閣下可能無法以等於或高於　閣下支付的價格**[編纂]**股份，或者根本無法轉售。

於**[編纂]**完成前，股份並無**[編纂]**。概無保證於**[編纂]**完成後，股份會形成或維持**[編纂]**的交易市場。**[編纂]**乃本公司、獨家保薦人及**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)協商的結果，可能並不代表**[編纂]**於**[編纂]**完成後的**[編纂]**。於**[編纂]**完成後，股份的**[編纂]**可能隨時跌破**[編纂]**。

股份過往並無[編纂]，且股份的**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**可能不穩。

[編纂]後，股份的**[編纂]**及**[編纂]**可能不時受多項因素影響，包括但不限於本集團的收益、盈利及現金流量以及有關本集團的新服務及／或投資、戰略同盟及／或收購的公告、本集團服務的市價波動或可比公司的市價波動、本集團的高級管理層變動以及整體經濟狀況。

任何有關發展或會導致股份**[編纂]**出現突然大幅變動。無法保證有關發展將不會發生，且難以評估其對本集團以及股份**[編纂]**及**[編纂]**的影響。此外，於主板**[編纂]**的其他公司的股份過往曾出現大幅價格波動。股份很可能將不時因與本集團的財務或業務表現並無直接關連的因素而出現**[編纂]**變動。

未來集資活動可能需要獲得中國證監會或其他政府機構的批准或進行備案，我們無法向 閣下保證我們將能夠(如需要時)獲得此類批准或完成此類備案。

於2023年2月17日，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及相關制度準則(統稱「**上市試行辦法**」)，自2023年3月31日起實施。上市試行辦法為規管境內企業直接或間接在境外發行證券並進行上市活動(以下簡稱「**境外發行上市**」)而制定。上市試行辦法不僅列出禁止境外發行上市的情況，還規定以間接方式境外發行上市的認定條件。境內企業認定為境外發行上市活動的，應按上市試行辦法的準則向中國證監會備案。

大量股份的實際或被認為[編纂]或可供[編纂]，特別是由董事、高級管理人員和主要股東進行的出售，可能對股份的[編纂]產生不利影響。

股份日後的大量**[編纂]**，特別是由董事、高級管理人員和主要股東進行的出售，或對該等出售的認知或預期，可能會對股份在香港的**[編纂]**以及我們在未來以我們認為合適的時間和價格籌集股本的能力產生負面影響。我們主要股東所持有的股份須受若干禁售期規限，禁售期從股份開始在聯交所**[編纂]**之日開始。因此，我們無法向 閣下保證彼等將不會出售現時或將來可能持有的任何股份。

倘我們日後發行額外股份，[編纂]的[編纂]可能會被攤薄，繼而導致[編纂]下跌。

為擴展業務，我們日後可能考慮提呈發售及發行額外股份。倘我們日後以低於每股股份有形資產淨值的價格發行額外股份，股份購買者的每股股份有形資產淨值或會被進一步攤薄。是項**[編纂]**後的任何股本證券發行或會攤薄現有股東的權益，並可能導致**[編纂]**重大下跌。我們日後可能多項理由而發行股本證券，包括為運營及業務策略(包括與收購及其他交易有關者)撥付資金、調整債務股本比率、因行使已發行債權證或購股權或其他理由。

我們無法向 閣下保證我們將在未來宣派及分派任何數額的股息， 閣下可能不得不依靠股價上漲來獲得[編纂]回報。

我們尚未採取有關未來股息的股息政策。因此， 閣下不應依靠對股份的**[編纂]**作為任何未來股息收入的來源。

董事會可酌情決定是否派發股息，但須受開曼群島法律及細則的若干限制所規限，即本公司只可從利潤或股份溢價賬戶中派發股息，但在任何情況下，如派發股息會導致緊隨派息日期後本公司在日常業務過程中無法償還到期債務，則不得派發股息。即使董事會決定宣派並支付股息，未來股息(如有)的時間、金額和形式將取決於(其中包括)

我們的未來經營業績和現金流量、我們的資本需求和盈餘、我們從附屬公司收到的分派金額(如有)、我們的財務狀況、合約限制和董事會認為相關的其他因素。因此，　閣下在我們股份上的**[編纂]**回報將可能完全取決於日後股價上漲。概無保證我們的股價將會上漲或甚至無法保證維持　閣下**[編纂]**股份時的價格。　閣下可能無法獲得對股份的**[編纂]**回報，甚至可能會損失　閣下對股份的全部**[編纂]**。

開曼群島法例對少數股東權益的保障可能與香港法例有別。

公司事務由組織章程大綱及細則以及公司法和開曼群島普通法所規管。開曼群島與保障少數股東權益有關的法例在若干方面可能與香港現存法例或司法案例所確立者有別。這表示本公司少數股東可獲得的補償可能不同於彼等根據其他司法權區法律將獲得的補償。開曼群島公司法概要載於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。

控股股東對本公司有重大影響力，其利益可能與其他股東的利益不一致。

控股股東對我們的業務及運營有重大影響力，包括與管理和政策、收購相關的決策、擴張計劃、業務整合、出售我們全部或大部分資產、董事提名、股息或其他派發以及其他重大公司行為相關的事宜。緊隨**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使)，控股股東將共同實益擁有我們已發行股本中約**[編纂]**%的投票權。控股股東對本公司表決權的集中和重大影響力可能會阻礙、推遲或阻止本公司控制權的變更，從而使其他股東失去在出售本公司股份時獲得股份溢價的機會，降低股份價格。此外，控股股東的利益可能與其他股東的利益不同。根據上市規則、我們的組織章程細則及其他適用法律法規，控股股東將繼續有能力對我們施加重大影響力，並促使我們進行交易或採取或不採取行動或作出決策，而該交易、行動或決策與我們的其他股東的最佳利益相衝突。

與本文件所作陳述有關的風險

本文件載列的若干統計數字源自公開可用的官方政府來源。

本文件(特別是「業務」及「行業概覽」章節)載列資料及統計數字，包括但不限於與整合營銷有關的資料和統計數字。該等資料及統計數字源自多個公開可用的官方政府來源。我們認為，該等資料來源屬恰當的資料來源，且我們已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由認為該等資料在任何重大方面存在虛假或具誤導性，或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面存在虛假或具誤導性。該等來自官方政府的資料及統計數字未經我們、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、任何我們或彼等各自的董事、高級職員或代表或任何其他參與**[編纂]**的人士的獨立驗證，亦無法發出關於其準確性的任何聲明。

本文件內所載前瞻性陳述與本集團的未來業績可能有重大差異。

本文件載有若干「前瞻性」陳述，採用「將」、「預期」、「預計」、「估計」、「相信」、「日後」、「必須」、「或會」、「尋求」、「應該」、「有意」、「計劃」、「預測」、「可能」、「前景」、「目的」、「旨在」、「追求」、「目標」、「指標」、「預定」、「潛在」、「預料」、「會」和「展望」等前瞻性詞彙。該等陳述討論(其中包括)我們的增長策略及有關我們的未來運營、流動資金及資本資源的預期。潛在**[編纂]**務請注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不確定因素，任何或所有該等假設均有可能證實為不正確，因此基於該等假設的前瞻性陳述亦可能不正確。此方面的不確定因素包括上文所討論的風險因素中所發現者。鑑於該等及其他不確定因素，在本文件中載入的前瞻性陳述不應被視為我們表示計劃及目標將會達成的聲明或保證，而該等前瞻性陳述應根據多項重要因素加以考慮，包括本節所載的風險因素。除上市規則或聯交所的其他規定項下的持續披露責任外，我們無意更新該等前瞻性陳述。潛在**[編纂]**不應過份依賴該等前瞻性資料。進一步詳情請參閱本文件「前瞻性陳述」。

[編纂]應仔細閱覽整份文件，不應依賴新聞報導或其他媒體有關我們和[編纂]的任何資料。

我們強烈提醒**[編纂]**不應依賴新聞報導或其他媒體有關我們和**[編纂]**的任何資料。在本文件發佈之前，可能已有新聞和媒體報導**[編纂]**及本集團，包括本文件中未載入的部分資料。我們未曾授權在新聞或媒體上披露任何該等資料，也不對任何該等新聞或媒體報導或任何該等資料或出版物的準確性或完整性承擔任何責任。我們對任何該等資料或出版物的適當性、準確性、完整性或可靠性不作任何聲明。倘若任何該等資料與本文件中的資料不一致或有衝突，我們對此不負任何責任，而**[編纂]**不應依賴該等資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[**編纂**]，我們已尋求[並已獲授]以下豁免，毋須嚴格遵守上市規則的相關條文。

有關管理層常駐香港的豁免

上市規則第8.12條規定，本集團須有足夠的駐香港管理層，泛指至少有兩名執行董事必須常居香港。

我們的總部設於中國，並於中國管理及經營主要業務及運營，而全體執行董事均常居中國。鑑於我們的運營重心位於中國，董事認為委任常居香港的執行董事對本集團而言既不恰當亦無助益。委任相關董事將與本集團目前業務運作不符，且不符合本集團或股東的整體最佳利益。基於上述原因，本公司於[**編纂**]後或可見未來不符合且預期不會符合上市規則第8.12條的規定。

因此，我們已向聯交所申請[而聯交所亦已批准]豁免嚴格遵守上市規則第8.12條的規定。為確保與聯交所保持有效溝通，我們已實施以下措施：

(i) 本公司已根據上市規則第3.05條委任王歡女士(「**王女士**」，執行董事兼聯席公司秘書之一)及盧潔妍女士(「**盧女士**」，聯席公司秘書之一)為授權代表。彼等將作為本公司與聯交所之間的主要溝通渠道。盧女士為香港永久居民，而王女士則持有有效商務訪港旅遊證件，並可應聯交所要求於合理時限內與聯交所會面。兩名授權代表均已確認可隨時透過電話、傳真及電郵聯絡，以迅速處理聯交所的任何查詢。本公司已向聯交所提供彼等的聯絡資料，並將於實際可行情況下盡快通知聯交所有關授權代表的任何變更；

(ii) 授權代表可在聯交所建議就任何事項聯絡董事時，隨時迅速聯絡所有董事(包括獨立非執行董事)；

(iii) 所有並非常居香港的董事均可申請有效旅遊證件以前往香港公幹，並可在接獲合理通知後與聯交所會面；

(iv) 聯交所與董事之間會面可透過授權代表及本公司[**編纂**]作出安排，或在合理時間內直接與董事安排。授權代表或[**編纂**]如有任何變更，本公司將即時通知聯交所；及

(v) 本公司已遵照上市規則第3A.19條委任[**編纂**]為[**編纂**]，作為與聯交所的額外溝通渠道。本公司將確保[**編纂**]可隨時接洽授權代表、董事及高級管理層。我

們亦將促使上述人士迅速向**[編纂]**提供其根據上市規則第3A章履行職責時可能需要或合理要求的任何資訊及協助。**[編纂]**將就上市規則及其他香港適用法律法規下的持續合規要求及其他事宜提供意見。是項委任將自**[編纂]**日期起持續有效，直至本公司就**[編纂]**後首個完整財政年度的財務業績及年報遵守上市規則第13.46條的規定為止。

委任聯席公司秘書

根據上市規則第8.17條，本公司必須委任一名符合上市規則第3.28條規定的公司秘書。根據上市規則第3.28條，本公司必須委任一名聯交所認為憑藉其學術或專業資格或相關經驗有能力履行公司秘書職能的個人擔任公司秘書。

為符合上市規則的規定，我們已委任王女士及SSC Corporate Services Limited的盧女士為聯席公司秘書。經計及王女士的學術背景與專業資格以及考慮到王女士作為董事會秘書所提供的全面協助及其專業資格所支持的相關經驗，董事認為王女士有能力履行作為本公司公司秘書的職責，惟王女士未必具備上市規則第3.28條規定的所有特定資格。因此，本公司已委任具備該等特定資格的盧女士為本公司的聯席公司秘書。有關王女士及盧女士的履歷，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

鑑於公司秘書在**[編纂]**的企業管治工作中擔當重要角色，尤其是協助**[編纂]**及其董事遵守上市規則及其他相關法律法規方面，本公司將作出或已作出以下安排：

(a) 本公司將確保王女士接受相關培訓課程，包括不時就適用香港法律法規及上市規則的最新變更進行簡報，確保王女士熟悉上市規則及作為聯交所**[編纂]**公司公司秘書的職責，並遵守上市規則第3.29條項下年度專業培訓規定；

(b) 盧女士符合上市規則第3.28條的要求，並將在其受聘為本公司聯席公司秘書的期間提供聯席公司秘書相關支援，並協助王女士取得上市規則第3.28條規定的必要知識及經驗，以便其履行作為本公司公司秘書的職責；

(c) 盧女士將深入了解本公司事務，並將定期與王女士就有關本公司運營及事務的企業管治、上市規則以及其他適用香港法律法規事宜進行溝通。盧女士將與王女士緊密合作並為其提供協助，以便其履行作為本公司公司秘書的職責，包括但不限於組織本公司董事會會議及股東大會；

(d) 在盧女士的協助下，王女士的任期將自**[編纂]**起計初步為期三年。於三年任期屆滿後，我們將進一步評估王女士的資格及經驗以及是否需要持續協助；

(e) 王女士亦將獲得本公司**[編纂]**及香港法律顧問的協助，尤其針對香港企業管治常規及合規方面，以便處理我們根據上市規則及香港適用法律法規須持續履行合規責任的事宜；及

(f) 本公司承諾，若盧女士不再符合上市規則第3.28條的規定或基於其他原因而不再擔任本公司的聯席公司秘書，本公司將重新向聯交所提出申請。

因此，我們已向聯交所申請[而聯交所亦已批准]豁免王女士嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條的規定。該豁免自**[編纂]**起初步為期三年。於三年初步任期屆滿前，本公司將重新評估王女士的資格及經驗。在本公司確定毋須持續協助後，我們將向聯交所證明，經過盧女士於該三年期間提供協助，王女士已取得上市規則第3.28條規定的必要知識及經驗。聯交所屆時將重新評估是否需要進一步授出豁免。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

董事及參與[編纂]各方

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
鍾堅先生	中國 廣州市 天河區 科韻北路 珠江東境花園 東景一街10號 A5棟102室	中國
羅智勇先生	中國 廣州市 白雲區 百順北路69號 3201室	中國
王歡女士	中國 廣州市 南村鎮 廣州雅居樂 花園新地 10棟306室	中國
鍾小建女士	中國 廣州市 增城區 荔城街道 國璟四街3號 3105室	中國
獨立非執行董事		
段淳林女士	中國 廣州市 天河區 滙景北路178號 滙景新城1202室	中國
何捷先生	中國 廣州市 天河區 五仙橋街4號 709室	中國

姓名	地址	國籍
謝昉先生	中國 廣州市 海珠區 濱江東路913號 2303室	中國

有關董事的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

參與[編纂]各方

獨家保薦人	**信達國際融資有限公司** *(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團)* 香港灣仔 港灣道18號 中環廣場58樓5801–04及08室
[編纂]	**[編纂]**
[編纂]	[●]
[編纂]	[●]

[編纂]	[●]
本公司的法律顧問	*涉及香港法律* **胡百全律師事務所** 香港 中環 遮打道10號 太子大廈12樓 *涉及中國法律* **北京大成律師事務所** 中國 北京市 朝陽區 朝陽門南大街10號 兆泰國際中心B座 16–21層 郵編：100020 *涉及中國網絡安全及數據隱私法律* **廣東廣悦律師事務所** 中國 廣州市 天河區珠江新城 冼村路5號 凱華國際中心 14層 *涉及開曼群島法律* **邁普達律師事務所(香港)有限法律責任合夥** 香港 灣仔 港灣道18號 中環廣場26樓

董事及參與[編纂]各方

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問	*涉及香港法律* **丘煥法律師事務所** *與北京市康達(香港)律師事務所聯營* *與倪子軒律師行聯營* 香港 灣仔 港灣道18號 中環廣場39樓3902室 *涉及中國法律* **北京市通商(深圳)律師事務所** 中國 深圳市 前海 周大福金融大廈南塔(HyQ前坊)10樓
核數師及申報會計師	**香港立信德豪會計師事務所有限公司** *執業會計師及註冊公眾利益實體核數師* 香港 干諾道中111號 永安中心25樓
行業顧問	**弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司** 中國 上海市 靜安區 南京西路1717號 會德豐國際廣場2505室
[編纂]	**[編纂]**
[編纂]	[●]

公司資料

開曼群島註冊辦事處	PO Box 309 Ugland House Grand Cayman KY1-1104 Cayman Islands
總部及中國主要營業地點	中國 廣州市 天河區 黃埔大道西100號 A座706室
香港主要營業地點	香港 尖沙咀 柯士甸道136至138號 金門商業大廈 6樓602室
公司網站	**www.gdshcm.com** *(該網站所載資料並不構成本文件一部分)*
聯席公司秘書	王歡女士 中國 廣州市 南村鎮 廣州雅居樂 花園新地 10棟306室 盧潔妍女士 香港 油麻地 吳松街45號 文績樓3樓
授權代表 **(就上市規則而言)**	王歡女士 中國 廣州市 南村鎮 廣州雅居樂 花園新地 10棟306室 盧潔妍女士 香港 油麻地 吳松街45號 文績樓3樓

公司資料

審核委員會	段淳林女士*(主席)* 何捷先生 謝昉先生
薪酬委員會	何捷先生*(主席)* 鍾堅先生 段淳林女士
提名委員會	鍾堅先生*(主席)* 段淳林女士 謝昉先生
投資委員會	鍾堅先生*(主席)* 王歡女士 謝昉先生
[編纂]	**[編纂]**
開曼群島主要[編纂]	[●]
香港[編纂]	**[編纂]**
主要往來銀行	[●]

*本節及本文件其他章節所載若干資訊及統計資料來自各種政府及其他可公開取得的來源，以及弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們相信該等資訊來源對於相關資訊及統計資料而言屬適當，並已採取合理審慎措施摘取及複製該等資訊。我們並無理由相信該等資訊在任何重大方面有虛假或誤導之處，或遺漏任何事實，致使該等資訊有虛假或誤導之處。來自官方政府來源的資訊(包括政府數據及統計資料)未經我們、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**或參與**[編纂]**的任何其他方獨立核實，上述各方亦無就其準確性作出任何陳述。*

行業資訊來源

為進行**[編纂]**，我們已委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文就中國整合營銷市場及中國企業數字轉型市場進行詳細分析，並編製報告供本文件使用，而我們已同意就此支付委聘費人民幣550,000元，我們認為委聘費與市場水平相符。

在編製及編摘弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採納以下假設：(i)全球社會、經濟及政治環境在2024年至2029年(「**預測期**」)可能保持平穩；(ii)購買力在新興地區有望繼續溫和上升，在發達地區有望平穩增長；及(iii)相關行業的主要驅動因素可能在預測期內推動市場發展。

除另行註明外，本節所包含的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文根據詳細的一手研究(包括與若干行業領袖討論中國整合營銷市場及中國企業數字化市場的現狀)及二手研究(包括審閱公司報告、獨立研究報告及基於其自設研究資料庫的數據)編製弗若斯特沙利文報告。董事經採取合理審慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，整體市場資訊並無重大不利變動，以致對該等資訊造成重大質疑、矛盾或影響。

中國整體營銷開支

企業投入營銷開支構成其廣泛商業活動其中一環，旨在建立品牌知名度、鞏固市場定位、吸引及留住客戶，並最終支持收益增長及銷售轉化。在日益競爭及碎片化的消費及商業市場中，營銷投資亦為企業提升曝光度、實現產品及服務差異化、改善客戶互動，以及應對不斷演變的媒體消費與購買行為的重要手段。在此背景下，伴隨品牌建設、客戶獲取、市場傳播、消費者互動及銷售轉化的需求，中國各行業企業產生的整體營銷開支總額於2020年至2024年間經歷快速增長，複合年增長率約為11.1%，並於2024年達到約人民幣20,006億元。

隨著企業持續將營銷預算分配至更廣泛的渠道、形式及工具，市場主要可分為整合營銷、營銷技術及廣告營銷服務，每個板塊在整體營銷流程中針對不同階段及重點。整合營銷主要聚焦於營銷活動的規劃、協調及執行，包括策略制定、創意開發、內容製作、活動策劃及整合傳播，著重於傳遞連貫一致的品牌訊息及活動執行。營銷技術主要指應用技術工具及數據驅動系統以支持營銷活動，包括營銷自動化、數據分析、客戶管理、活動優化及成效衡量，聚焦於提升精準度、效率及可衡量性。廣告營銷服務主要涉及跨線上線下渠道的媒體採買、流量獲取及廣告分發，其核心重點在於受眾觸達、曝光生成及轉化效率。綜上所述，該三個板塊代表企業營銷開支中迥異但互補的功能組成部分，共同構成整體企業營銷開支市場不可或缺的一環。該三個細分板塊合計佔整體營銷開支約87.2%。

中國整合營銷市場

定義與分類

整合營銷是一種策略手段，旨在統一運用現有的營銷工具與渠道，以達成建立品牌形象、推廣產品及吸引客戶等商業目標。相較於傳統營銷模式，整合營銷既可為客戶打造連貫流暢的品牌體驗，同時亦能為廣告商提供一站式營銷解決方案，因而對品牌方及廣告商而言更具吸引力。

整合營銷市場可進一步分為兩類：(i)品牌管理服務；及(ii)活動執行與製作服務。

品牌管理服務：此服務提供建立及維護品牌形象與聲譽的整體方案。服務始於通過界定品牌核心價值及理解目標客戶，確立品牌核心形象與策略定位，進而延伸至品牌發展及制定全方位營銷策略，以傳遞品牌的獨特價值。

活動執行與製作服務：此服務涉及服務商營造正面公眾氛圍及建立支持度的全流程工作，涵蓋創意策劃、文案撰寫、場地租賃、物料採買、現場管理及各類活動統籌等專業服務。

整合營銷市場的價值鏈

整合營銷市場的產業鏈由品牌方或廣告商(上游)、整合營銷服務商(中游)以及下游媒體渠道與消費者(下游)組成。各板塊相互連結形成緊密價值鏈，確保品牌傳播與營銷活動的端對端執行。

市場從業者	品牌方及廣告代理商	整合營銷服務商	媒體平台	消費者
主要角色	✓ 具有特定營銷需求的產品或服務供應商 ✓ 制定營銷策略以建立品牌形象或刺激銷情	✓ 為廣告商制定整合營銷計劃 ✓ 負責執行體驗式營銷活動及廣告活動 ✓ 與品牌保持日常溝通交流	✓ 顯示廣告 ✓ 追蹤公眾對廣告商所提供產品及服務的意見	✓ 購買廣告商所提供產品或服務的人士 ✓ 根據所得資訊作出購買決定
核心價值	✓ 釐清營銷解決方案的要求 ✓ 選擇適當營銷解決方案供應商，滿足其營銷目標	✓ 深入了解廣告商的營銷需求 ✓ 結合多元渠道與活動，創造整合營銷解決方案 ✓ 規劃適當媒體廣告位置，以擴大市場影響力	✓ 經營並保持媒體影響力 ✓ 爭取更多用戶，提升媒體參與頻率	✓ 在日常生活中接觸各類型營銷資訊
市場參與者	✓ 從事各行各業的公司包括： • 汽車 • 美容產品 • 服裝 • 其他	✓ 全球4A公司 ✓ 當地整合營銷服務商 ✓ 專業營銷服務商	✓ 數字媒體：電商平台、社交媒體等 ✓ 線下媒體：雜誌、電視、戶外媒體等	✓ 家庭 ✓ 個人

資料來源：弗若斯特沙利文分析

中國整合營銷市場的市場規模

在日益激烈的競爭環境及品牌建設意識增強的驅動下，企業紛紛寄望以有效的品牌策略擴大業務規模。中國整合營銷市場於2020年至2024年間呈現強勁增長，規模由約人民幣672億元擴張至人民幣804億元，複合年增長率達4.6%。

此增長態勢彰顯該領域透過媒體影響力及持份者關係管理，在塑造機構形象方面日益關鍵的作用。多項政策為中國品牌建設提供積極指引，例如國務院國有資產監督管理委員會頒佈的《關於加快推進世界一流企業建設的指導意見》及中國商務部頒佈的《關於加強商務領域品牌建設的指導意見》。《十四五規劃綱要》同樣強調開展中國品牌創建行動的重要性，提升自主品牌影響力與競爭力，率先在化妝品、服裝、家紡、電子產品等消費品領域培育一批高端品牌。

在政策激勵、服務業增長及消費支出上升的推動下，品牌將更加重視形象與聲譽建設。隨著各類新營銷技術的應用及新媒體渠道的普及，整合營銷的內容將更具價值，傳播亦更為精準。預計至2029年，中國整合營銷市場規模將達約人民幣993億元，2024年至2029年間複合年增長率料維持約4.3%。

中國營銷技術(MARTECH)市場

營銷技術指利用技術工具與平台賦能營銷活動，提升定向精準度並優化客戶體驗；其涵蓋多類關鍵技術與產品，包括數據層的數據分析、數據可視化及數據管理，應用層的營銷設計、廣告投放、內容管理與社交互動，以及其他必要的IT支援。

營銷技術服務商正積極開發並部署營銷垂直大模型。該模型是高度專業化、針對特定領域的大型語言模型，專門為營銷廣告行業的任務、術語及目標進行精細化調整。營銷垂直大模型採用精選數據集，包括歷史品牌策略與營銷活動績效數據、海量成功廣告文案與視覺概念範例，以及詳細的消費者行為畫像。上述聚焦式訓練賦予垂直大模型專家級別的營銷知識，賦能其生成具高精準度、相關性且可立即執行的輸出內容。在此基礎上，垂直大模型運用深度學習與強化學習技術執行複雜營銷任務，包括預測分析(預判營銷活動成效)、生成式優化(創建高效內容變體)及自動化策略(提出戰略調整建議)，從而提供預測能力與生成式執行力。因此，大數據與機器學習所締造的協同效應，不僅促成品牌營銷實現自動化，甚至從根本上變得更智能、更敏捷，並顯著提升效率。

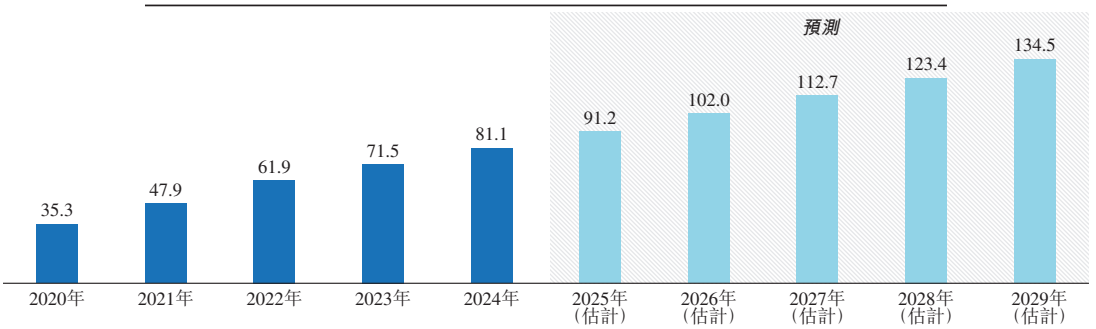
中國營銷技術市場規模

中國營銷技術市場增長動因包括：企業數字化進程加速刺激先進工具需求；AI與大數據分析技術應用實現精準投放及個性化營銷；社交媒體與短視頻平台主導地位推動內容及網紅營銷技術投資。具體而言，智能手機已成為中國消費者與品牌互動、研究產品及完成購買的主要工具，形成所謂「移動優先消費行為」，賦能消費者在社交平台、電商網站及實體店之間流暢轉換。有鑑於此，全渠道營銷技術整合日益發揮關鍵作用，有助避免客戶流失，意味著需要協調各類營銷技術資源，同時用於線上營銷及線下營銷活動，以盡可能覆蓋多元化的資訊渠道。在此背景下，2020年至2024年中國營銷技術市場規模以複合年增長率23.1%擴張。展望未來，政府支持數字轉型及5G、雲端運算與AI技術發展將進一步加速市場增長，預料至2029年市場規模將達人民幣1,345億元。隨著市場擴張，儘管絕對值保持穩定增長，惟市場百分比增長率呈下行趨勢。

中國營銷技術市場

人民幣十億元；2020年至2029年(估計)

複合年增長率	2020年至2024年	2024年至2029年(估計)
營銷技術市場	23.1%	10.6%



*附註：*市場規模指營銷技術服務商的總收益。

資料來源：弗若斯特沙利文分析與估計

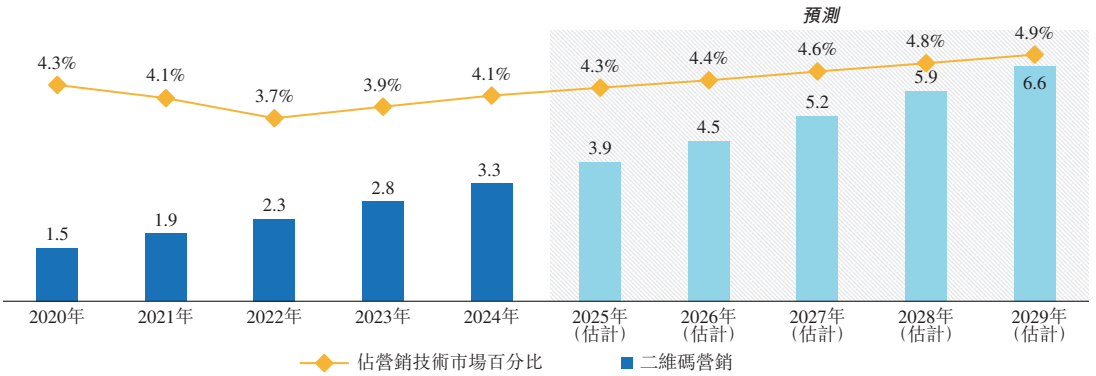
中國二維碼營銷市場的市場規模

快速響應碼(二維碼)作為可由智能手機即時掃描讀取信息的二維條碼，通過垂直／水平掃描存儲量遠超傳統條碼。憑藉快速辨識性與龐大信息容量，二維碼已廣泛應用於支付及個人身份驗證等領域。此外，隨著二維碼應用擴展至營銷、產品溯源等多元領域，二維碼營銷日益成為營銷技術的重要細分板塊。於2020年至2024年間，中國二維碼營銷市場以複合年增長率21.6%快速擴張，規模由人民幣15億元增至人民幣33億元。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。品牌商亦藉二維碼構建會員體系及私域流量。在零售領域，二維碼優化從製造端、供應鏈、銷售端以至店舖管理的整個運營流程，顯著提升運營透明度、降低操作失誤，並創造數據驅動的購物體驗。受惠於上述優勢，中國二維碼營銷市場預計將持續增長，及至2029年規模可達約人民幣66億元。2020年至2024年的歷史增長在很大程度上受中國大規模強制採用二維碼進行接觸追蹤、健康驗證及非接觸式支付所推動。如今二維碼已無處不在並融入日常生活，增長點已從新增採納轉向自然使用及優化，因而導致百分比增長趨緩。

中國二維碼營銷市場

%，人民幣十億元；2020年至2029年(估計)

複合年增長率	2020年至2024年	2024年至2029年(估計)
二維碼營銷市場	21.6%	14.7%



附註：市場規模指二維碼營銷解決方案服務商的收益，包括硬件、軟件、標籤及相關服務。

資料來源：弗若斯特沙利文分析與估計

中國廣告營銷服務市場

廣告營銷服務通常包括制定媒體投放策略、篩選合適媒體渠道、採買媒體資源與排程、設計與製作，以及評估廣告效果。廣告營銷服務商的專業知識一般橫跨多元媒體渠道，涵蓋公車、候車亭、機場、地鐵、戶外廣告牌、LED顯示屏及定向線上廣告等，旨在確保品牌傳播具有影響力。

中國廣告營銷服務市場的市場規模

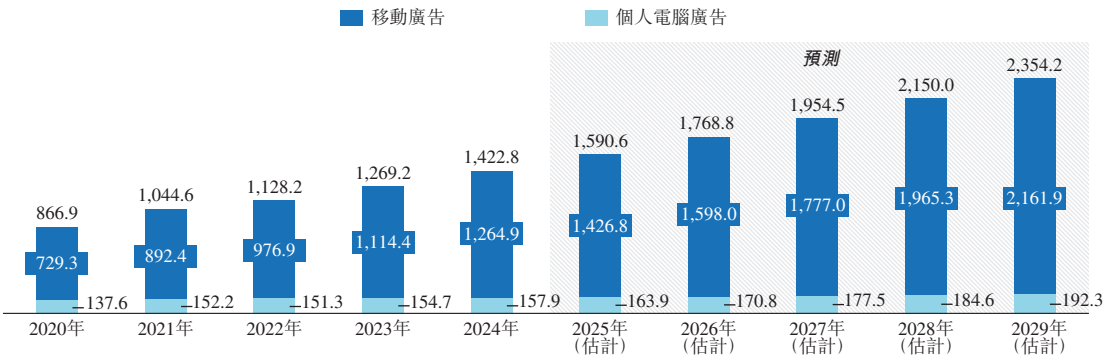
2020年至2024年間，中國廣告總支出由人民幣10,395億元躍升至人民幣15,665億元，複合年增長率高達約10.8%。數字平台(尤以移動互聯網為主)的增長推動數字廣告主導市場，截至2024年佔有率達90.8%，支出規模達人民幣14,228億元。展望未來，線上廣告將繼續成為中國廣告營銷服務市場增長的主要驅動力。網紅驅動營銷及直播電商推動巨額廣告支出，品牌實現強勁轉化率及銷量增長。短視頻平台徹底改變廣告格式，提升參與度及成效。愈來愈多品牌著力於社交媒體平台上透過敘事形式打造品牌內容。有鑑於此，預料至2029年線上廣告支出將達人民幣23,542億元，2024年起複合年增長率約為10.6%。

2024年移動端線上廣告支出約達人民幣12,649億元，2020年至2024年複合年增長率約為14.8%，佔線上廣告支出總額88.9%。此增長源於移動端龐大用戶基數及低觸達成本，使其成為廣告商連接消費者的首要渠道。移動廣告在參與度、地理位置定位、個性化推送、年輕客群覆蓋及創意形式等方面均優於個人電腦端。預料至2029年移動廣告支出將達人民幣21,619億元，複合年增長率為11.3%。

中國按類別劃分的線上廣告營銷服務市場

人民幣十億元；2020年至2029年(估計)

複合年增長率	總計	移動廣告	個人電腦廣告
2020年至2024年	13.2%	14.8%	3.5%
2024年至2029年(估計)	10.6%	11.3%	4.0%



附註：

1. 市場規模指品牌在手機及個人電腦的線上廣告支出。
2. 移動廣告指專為智能手機及平板電腦設計與投放的廣告內容，針對較小屏幕、觸控互動及實時定位投放進行優化。
3. 個人電腦廣告指主要透過桌面電腦及筆記本電腦瀏覽器投放的廣告內容，通常針對大屏幕、滑鼠導航及傳統網頁顯示格式進行優化。

資料來源：弗若斯特沙利文分析與估計

中國整合營銷市場及廣告營銷服務市場的增長動力

日益重視品牌建立與管理

在高度同質化的市場中，系統化品牌建設能夠創造差異化定位以建立消費者心智佔有優勢，而持續的品牌管理則通過整合營銷及優化客戶體驗強化價值主張。有效的品牌

策劃服務不僅提升客戶忠誠度，更能積累品牌資產，使企業具備超越成本競爭的溢價能力。尤其在數字化時代，數據驅動的品牌策略可促成精準互動，助力品牌持續成長。

整合營銷作為品牌管理核心

整合營銷價值體現於三大維度：其一，通過統一多渠道訊息傳遞確保品牌一致性，避免消費者認知混淆；其二，運用數據驅動技術實現精準受眾定位，藉高效訊息觸達提升營銷ROI；最關鍵的是，整合營銷構建從品牌認知、購買轉化到忠誠培育的完整消費者旅程，形成閉環營銷體系。此「單一品牌聲浪」策略不僅優化資源配置，更強化品牌記憶度，成為構建強勢品牌的關鍵槓桿。

積極擁抱先進數字技術

整合營銷服務商正積極將數字技術納為戰略要務，以應對當今不斷演變的市場環境。此技術應用源於兩大需求：既要解決日益分散的消費者觸點，亦需提供更個性化的品牌體驗。通過運用智能數據分析，供應商獲得更深入的消費者洞察，得以在分散的數字渠道中實現精準定位與訊息一致性。相關技術賦予的自動化能力不僅優化運營效率，更推動服務從基礎執行升級至戰略夥伴關係。

媒體廣告服務平衡商業目標與用戶體驗

媒體廣告服務市場過去憑藉人口與流量紅利實現快速增長，現今發展重心已轉向精細化運營。就各類廣告投放渠道而言，跨屏整合*與情境融合**正持續提升廣告效果，將廣告更深度地嵌入日常生活。此外，品牌方與廣告商日益重視內容營銷及生態系統建設。透過短視頻、電商、社交內容、微網劇及互動內容的深度融合，能夠有效捕捉用戶注意力。

中國整合營銷市場及廣告營銷服務市場的未來趨勢

AI與大數據重塑整合營銷服務

機器學習技術通過分析消費者行為實現個性化情境感知溝通，自然語言處理則強化文化關聯性內容創作。智能算法優化媒體資源配置，提升營銷活動效率。對供應商而言，此轉型催生新型數據驅動商業模式，使其從執行服務升級至戰略諮詢。品牌方可獲取精準消費者洞察、實現雙向互動及實時優化，重塑消費者連結。此革命性變革確立數字營銷新標準，在技術能力、倫理考量與跨部門協作間取得平衡。

* 跨屏整合指透過智能手機、平板電腦、電腦及聯網電視等多種數字設備與平台，實現用戶體驗與內容的連結與統一。

** 情境融合指將營銷信息與廣告無縫整合至周邊內容、環境或用戶體驗中，使其成為情境中自然且相關的組成部分，而非干擾性內容的戰略過程。

整合營銷服務商升級為全價值鏈夥伴

整合營銷服務商正逐步轉型為全價值鏈數字轉型合作夥伴，服務範疇延伸至產品開發及供應鏈管理。此「端對端」模式運用消費者數據重塑商業運營—營銷洞察引導產品創新、需求預測驅動生產規劃、數字工具實現敏捷供應鏈。通過將營銷數據轉化為戰略決策資產，供應商正從戰術執行者轉向戰略賦能者，協助客戶構建整合市場—生產—供應體系，同時建立獨特競爭優勢。

技術整合營銷服務助推國牌出海

受惠於國內市場飽和及「一帶一路」倡議等政策支持，中國品牌正加速全球擴張。數字技術通過數據驅動的市場洞察、AI賦能的本地化策略及跨境電商平台，實現高效海外營銷。政策支持與數字營銷能力的結合，為成功的國際品牌發展構建強效框架，助力克服文化障礙，同時在國際市場建立可持續的品牌價值。

中國整合營銷市場及廣告營銷服務市場的進入壁壘

行業專長與數據資產

深厚的領域經驗與累積數據資產構成整合營銷服務商的關鍵競爭護城河。長期深耕特定行業使供應商能精準掌握消費者行為及行業痛點。再者，多年營銷活動積累的專有數據有助持續優化決策模型。制度性知識與獨家數據的結合形成自我強化優勢，即使後進者具備同等技術，亦難以匹敵成熟企業的服務深度。

初始資本投入作為競爭壁壘

建立技術基建(包括數據平台、AI算法及雲端系統)牽涉大量前期資金及持續維護成本；獲取優質客戶亦需要耗資打造定制方案以證明實力；組建專業團隊更要求持續人力資本投入。上述早期支出產生規模經濟效應，使後進者難以複製。先行者通過將初始投資轉化為品牌聲譽與客戶信任，進一步鞏固市場地位，形成自我強化的競爭優勢。

技術積累作為競爭壁壘

深厚的技術專長與實施經驗優勢體現於三大維度：其一，成熟的營銷雲平台及AI引擎需經多年真實商業場景淬煉；其二，實戰經驗成功構建行業專屬解決方案庫；最關鍵的是，將技術適配至商品零售、金融等多元領域的能力，需大量跨領域項目經驗支撐。新進者面臨雙重挑戰—既需開發同等技術，又缺乏將其轉化為客戶價值的實戰經驗。

客戶組合作為競爭壁壘

成熟的客戶關係與市場聲譽優勢透過三大機制發揮作用：首先，藍籌客戶背書成為信任錨點，降低新客戶的感知風險；其次，通過長期合作累積的制度性知識(即理解客戶運營模式、決策層級及業務節奏)轉化為專屬情報；最關鍵的是，資深供應商從服務商升級為戰略夥伴，深度嵌入客戶從市場洞察到產品創新的價值鏈。新進者缺乏贏取信任所需的成功案例，使其難以突破既有業者的關係優勢，此類優勢遠超單純技術或財務能力範疇。

中國整合營銷市場的競爭格局

中國整合營銷公司處於高度分散的行業格局。2024年，五大市場參與者錄得收益約人民幣5,451.1百萬元，佔中國整合營銷市場約6.8%。

下表載列2024年中國五大整合營銷服務商(按銷售收益計)。

中國整合營銷服務商排名
按收益計，2024年，人民幣百萬元

排名	公司	收益[1]	市場份額[2]
1	公司A[3]	1,507.2	1.9%
2	公司B[4]	1,361.4	1.7%
3	公司C[5]	1,120.0	1.4%
4	公司D[6]	813.3	1.0%
5	公司E[7]	652.2	0.8%
五大	**不適用**	**5,451.1**	**6.8%**

附註:

(1) 收益指提供整合營銷產品及服務所產生的銷售收益。

(2) 百分比分母為整合營銷市場規模。

(3) 公司A為於紐約證券交易所上市的公司。其透過旗下公司組合及尖端營銷方法，提供涵蓋媒體及廣告、精準營銷、公共關係、醫療健康、品牌及零售商務、體驗以及執行與支援的全面及跨領域服務。截至2024年12月31日，其於全球僱用74,900名僱員。

(4) 公司B為於巴黎證券交易所上市的公司，總部位於法國，成立於1926年。其組織為4個解決方案中心，以提高連通性及整合性。所有代理品牌共享運營後台以提供產品及服務。

(5) 公司C為成立於1948年的公司。其在廣告、公共關係、關係設計、諮詢及醫療健康能力的交匯點進行創新，於近90個國家設有超過120個辦事處。其提供的產品及服務包括廣告、醫療健康、公關及影響力、關係設計及諮詢。其在中國北京、上海、廣州、深圳、福州及廈門設有分公司。

(6) 公司D為於深圳證券交易所上市的公司，總部位於北京，成立於2002年。其核心業務為向企業提供品牌管理服務，廣告設計、製作、代理、發行業務，以及承辦展覽展示活動。其為遊戲、汽車、互聯網及應用、電子商務、高科技產品、消費品、房地產及金融等八大行業品牌提供服務。

(7) 公司E為於紐約證券交易所上市的公司，總部位於美國特拉華州。該公司成立於1930年，提供營銷、傳播及業務轉型服務。其專注於洞察、數據、媒體、創意及製作、數字商務、醫療健康營銷及傳播。截至2024年12月31日，其於全球僱用約53,300名僱員。

2024年五大二維碼營銷解決方案服務商的收益約為人民幣509.2百萬元，佔中國二維碼營銷市場總收益約15.2%。本集團排名第四，市場份額為1.8%。

下表載列2024年中國五大二維碼營銷解決方案服務商(按收益計)。

中國領先二維碼營銷解決方案服務商排名

按收益計，2024年，人民幣百萬元

排名	公司	收益[8]	市場份額[9]
1	公司F[10]	182.0	5.4%
2	公司G[11]	105.9	3.2%
3	公司H[12]	105.6	3.2%
4	**本集團**	**58.7**	**1.8%**
5	公司I[13]	56.9	1.7%
五大	**不適用**	**509.2**	**15.2%**

附註:

(8) 收益指於零售領域提供二維碼營銷解決方案所產生的銷售收益，包括銷售軟硬件及相關服務。

(9) 百分比分母為二維碼營銷市場規模。

(10) 公司F為總部位於北京的公司。該公司成立於2004年，自主研發物聯網數字技術，為製藥、快消品及工業產品等行業提供全球化的產品編碼數字化解決方案，並協助企業構建全產業鏈的數字化體系。

(11) 公司G為於新三板掛牌的公司，總部位於北京。該公司成立於2002年，專注於產品數字身份管理技術研發，並圍繞該技術提供物聯網標識產品、SaaS軟件產品及行業數字化解決方案。

(12) 公司H旗下部門，為公司H的智慧零售業務提供服務。該部門基於單品二維碼技術，結合公司H的獨特模式與平台能力，連接消費者與零售終端，助力品牌實現產品的全鏈路數字化升級。

(13) 公司I為於香港聯交所上市的公司。其主要從事提供產品包裝上的二維碼及解決方案；包裝產品的生產及銷售；證券投資及交易與借貸；以及萊茵衣藻、微藻及相關產品的生產及銷售。

中國廣告營銷服務市場的競爭格局

中國廣告營銷服務公司處於高度分散的行業格局。2024年，五大市場參與者錄得收益約人民幣537億元，佔中國廣告營銷服務市場約3.4%。

下表載列2024年中國五大廣告營銷服務商(按銷售收益計)。

中國廣告營銷服務商排名
按收益計，2024年，人民幣十億元

排名	公司	收益[14]	市場份額[15]
1	公司J[16]	14.4	0.9%
2	公司K[17]	14.2	0.9%
3	公司D	11.7	0.7%
4	公司L[18]	7.3	0.5%
5	思美傳媒股份有限公司	6.2	0.4%
五大	**不適用**	**53.7**	**3.4%**

附註:

(14) 收益指提供廣告營銷服務所產生的銷售收益。

(15) 百分比分母為廣告營銷服務市場規模。

(16) 公司J為於深圳證券交易所上市的公司，總部位於浙江省溫嶺市，成立於2001年。其數字營銷服務包括營銷策略與創意、媒體投放與執行、效果監測與優化、社交營銷、精準營銷及流量整合。截至2024年12月31日，該公司共有6,280名僱員，其中包括466名創意人員。

(17) 公司K為於深圳證券交易所上市的公司，總部位於廣東省廣州市，成立於1981年。該公司的主要產品為品牌管理、傳統媒體代理、數字營銷、自有媒體、公關活動及雜誌發行。該公司憑藉多元化的全球媒體資源，為全球超過300名客戶提供服務。截至2024年12月31日，該公司擁有759名媒體人員及887名策劃創意人員。

(18) 公司L為於上海證券交易所上市的公司，總部位於浙江省杭州市，成立於1993年。其已構建覆蓋數據洞察、效果營銷、效果優化與管理、品牌提升、媒體策劃與投放、體驗營銷、公共關係、內容營銷、自媒體及營銷科技產品的數字營銷鏈。此外，其亦發展算力交付、租賃、調度、運維以及數字文化業務等AI相關業務。.

關鍵成本構成分析

線下廣告資源及線上平台成本

此部分涵蓋為協助品牌方及廣告代理獲取流量並在線上及線下獲得曝光而產生的所有開支，以確保營銷訊息觸達核心目標受眾。該部分開支構成國內大多數營銷企業的核

心成本。按每次點擊成本(CPC)及每千次展示成本(CPM)等計費模式支付，該等媒體採購成本佔部分營銷公司總營銷業務成本的比例可超過95%。

員工成本

此部分包括負責創意策劃、策略分析及項目執行等各類人員的薪酬。該類與人力資本相關的成本確保有效營銷方案的制定及其成功實施。中國營銷公司普遍隸屬於「租賃及商業服務業」。於2020年至2024年間，非私營城鎮單位就業人員的平均薪資由人民幣92.9千元增加至人民幣110.4千元，而私營單位的平均薪資則由人民幣58.2千元增加至人民幣69.2千元。

法規

本節概述對我們旗下中國經營實體的業務及營運構成重大影響的中國法律、規則、法規、政府及行業政策及規定的要點。本摘要並不構成所有適用法律及法規的全部描述。**[編纂]**應注意，本摘要乃基於截至本文件日期生效的法律及法規，而該等法律及法規或予修訂。

與企業及外商投資相關的法規

中國企業實體的設立、營運及管理受《中華人民共和國公司法》(「**《公司法》**」)規管，《公司法》於1993年12月29日頒佈，最近於2023年12月29日修訂，並於2024年7月1日生效。其規管有限責任公司及股份有限公司(兩者均為法人)。公司以其全部資產對其債務承擔責任。有限責任公司的股東以其認繳的出資額為限承擔責任，而股份有限公司的股東以其認購的股份為限承擔責任。《公司法》同時適用於內資公司及外商投資公司。我們旗下中國附屬公司乃根據《公司法》設立的有限責任公司，而廣東聖火則於2014年改制為股份有限公司。

於2019年3月15日，《中華人民共和國外商投資法》(「**《外商投資法》**」)獲通過。於2019年12月26日，《中華人民共和國外商投資法實施條例》(「**《實施條例》**」)頒佈。兩者均於2020年1月1日生效，取代先前規管在中國外商投資的三部法律及其各自實施細則。《外商投資法》將「外商投資」定義為外國投資者在中國的直接或間接投資活動，包括：(i)在中國設立外商投資企業；(ii)取得中國企業的股份、股權或類似權益；(iii)在中國投資新建項目；及(iv)法律、法規或國務院規定的其他形式的投資。《實施條例》採用「穿透」原則，據此，外商投資企業在中國進行的投資亦須遵守《外商投資法》及《實施條例》。兩者確立外商投資的准入前國民待遇加負面清單制度。除負面清單上的行業外，外國投資者在准入階段享受不低於國內投資者的待遇。禁止投資負面清單中列明的行業；限制投資的行業須遵守關於股權比例及高級管理人員等方面的特殊要求。

現行的中國外商投資准入要求載於2024年11月1日生效的《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》(「**《2024年負面清單》**」)。未列入《2024年負面清單》的行業，一般允許外商投資，並享有國民待遇。禁止投資負面清單中列明的行業，而投資於限制類行業則必須遵守其中列明的條件。我們旗下中國附屬公司並未從事《2024年負面清單》禁止或限制的任何行業。

根據《實施條例》，外商投資企業應由國家市場監督管理總局(「**國家市場監督管理總局**」)或其授權的地方對應機構登記。對於受許可規管行業，主管部門應按照與國內投資者相同的條件及程序審查申請，不得設置歧視性要求。

根據《外商投資法》、《實施條例》及《外商投資信息報告辦法》，已建立外商投資信息報告制度。外國投資者或外商投資企業應通過企業登記系統以及國家企業信用信息公示系統向主管商務部門報送投資信息。市場監督管理部門應及時將該等信息轉送主管商務部門。未能遵守報告要求的，須承擔法律責任。

與股息分派相關的法規

根據《公司法》、《外商投資法》及其實施條例，公司須提取不少於稅後利潤的10%作為一般儲備，直至該等儲備達到註冊資本的50%。利潤分配不得在彌補以往年度虧損前進行。以往年度留存的利潤可連同本年度可供分配利潤一併分配。根據國家外匯管理局第3號通知(2017年)，對於超過50,000美元的利潤匯出，銀行應核實董事會決議、納稅申報表及經審計財務報表，且以往年度虧損須在匯款前彌補。

與廣告行業相關的法規

《中華人民共和國廣告法》(「**《廣告法》**」)於1994年10月27日頒佈，1995年2月1日生效，最近於2021年4月29日修訂。根據《廣告法》，廣告不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得使用「國家級」、「最高級」、「最佳」等用語，不得貶低其他生產經營者的商品或者服務，並須顯著標明「廣告」；廣告經營者須查驗有關證明文件，核對廣告內容，對內容不符或者證明文件不全的廣告，不得提供服務；對於虛假廣告，廣告經營者可能須與廣告主承擔連帶責任，向消費者先行賠償，並面臨行政處罰甚至刑事責任；醫療、藥品、醫療器械、農藥、獸藥和保健食品以及依法規定的其他廣告，須在發佈前由有關主管部門對廣告內容進行審查。

《廣告法》進一步規定，互聯網信息服務提供者不得以打斷正常使用頁面等方式干擾用戶正常使用互聯網，彈出廣告須顯著標明關閉標誌，確保能夠一鍵關閉。根據2023年2月25日頒佈、2023年5月1日生效的《互聯網廣告管理辦法》，廣告經營者、發佈者須建立登記、審核、檔案管理制度，核驗並登記廣告主信息，建立廣告檔案並妥善保存不少於三年，並配備熟悉廣告法規的廣告審查人員。廣告內容須符合知識產權的要求。未經授權使用版權作品可能構成侵權。商標的使用不得存在仿冒或混淆情況。專利產品或者方法須標明專利號和專利種類，禁止未取得專利權謊稱取得專利權。

根據《廣告法》，廣告經營者須公佈其收費標準及辦法。根據2005年11月28日頒佈、2006年1月1日生效的《廣告服務明碼標價規定》，廣告經營者提供廣告服務須實行明碼標價，其價格實行市場調節價，由經營者根據經營成本及市場供求狀況自主制定。

與營業性演出經紀服務及營銷活動相關的法規

根據1997年8月11日頒佈、最近於2020年11月29日修訂的《營業性演出管理條例》(「**《營業性演出條例》**」)，從事營業性演出活動的實體，須向文化主管部門取得營業性演出許可證。外國投資者獲准設立外商獨資的演出經紀機構，該等機構須向國務院文化主

管部門申請批准以從事營業性演出經營活動。廣東聖火持有廣州市文化廣電旅遊局於2024年12月6日發出的營業性演出許可證，有效期至2026年12月16日。該許可證將其分類為內資演出經紀機構，業務範圍涵蓋演出組織、營銷及經紀。於重組為外商投資企業後，廣東聖火正在更新該許可證所記錄的實體類型。《營業性演出管理條例實施細則》進一步界定演出經紀機構為從事演出組織、製作、營銷，以及中介、代理服務，以及演員簽約、推廣及代理的實體。

根據2007年9月14日頒佈、2007年10月1日生效的《大型群眾性活動安全管理條例》(「**《大型群眾性活動條例》**」)，「大型群眾性活動」定義為面向公眾舉辦、預計參加人數達1,000人或以上的活動，包括體育賽事、演唱會、展覽、展銷、節日慶典及彩票銷售。公安機關對此實施安全許可制度：縣級公安機關審批預計參加人數1,000人以上5,000人以下的活動，而市級公安機關則審批預計參加人數5,000人以上的活動。承辦者對活動安全負主要責任，包括制定涵蓋活動細節、安全人員部署及應急響應措施的安全工作方案。經批准的活動不得擅自變更活動時間、地點、內容或舉辦規模。公安機關視需要部署警力維護現場秩序、管理交通、處置突發事件及調查違法犯罪活動。

根據《中華人民共和國消防法》，大型群眾性活動的承辦者應當向公安機關申請安全許可，制定滅火和應急疏散預案並組織演練，明確消防安全責任，確定消防安全管理人，確保消防設施和器材齊全、完好有效，並遵守疏散通道、安全出口、警示標識、應急照明以及消防車通道等方面的消防安全技術標準和管理規定。

《中華人民共和國噪聲污染防治法》對噪聲污染防治作出明確規定。在商業經營活動中，禁止使用高音喇叭或者採用其他持續反覆發出高噪聲的方法進行廣告宣傳。經營者必須採取有效措施，防止其經營活動產生噪聲干擾周圍環境。禁止在噪聲敏感建築物集中區域使用高音廣播喇叭。開展公眾娛樂及健身活動時，須遵守場所管理規定的區域、時段、音量等要求，採取噪聲防控措施，並禁止音量過大。

根據《中華人民共和國民法典》，群眾性活動的組織者未盡到安全保障義務，造成他人損害的，應當承擔侵權責任。因第三人的行為造成他人損害的，由第三人承擔侵權責任；組織者未盡到安全保障義務的，承擔相應的補充責任，承擔責任後可以向第三人追償。

涉及食品銷售或餐飲服務的營銷活動，必須遵守《中華人民共和國食品安全法》及其配套法規。從事食品生產、食品銷售或餐飲服務(食用農產品除外)的實體，必須取得所需許可或完成備案程序。所有經營者須確保食品安全，持有相關資格，並在採購、儲存、加工及運輸過程中遵守安全要求。

營銷活動的宣傳資料須遵守《廣告法》，不得含有虛假或引人誤解的內容，或使用不當的國家相關元素。包裝標籤須遵循《食品安全法》(預包裝食品)及《產品質量法》(非食品產品)，以確保信息準確完整。印刷品中的商標使用須遵守《商標法》並獲得適當授權，以防止侵權。

與互聯網信息服務相關的法規

根據《互聯網信息服務管理辦法》及《非經營性互聯網信息服務備案管理辦法》，互聯網信息服務分為經營性及非經營性服務。國家對經營性互聯網信息服務實行許可制度，對非經營性互聯網信息服務實行備案制度。非經營性服務提供者應當向省、自治區、直轄市電信管理機構辦理備案手續，並在其主頁底部的顯著位置標明其備案編號及工業和信息化部(「**工信部**」)備案管理系統網址，以供公眾查核，且須接受省、自治區、直轄市電信管理機構的年度審核。

與產品質量及產品責任相關的法規

根據《中華人民共和國產品質量法》及《中華人民共和國民法典》，銷售者應當建立進貨檢查驗收制度，保持產品質量，不得偽造標識，對售出的產品不符合質量要求須承擔責任，並有權向生產者或其他供貨者追償。

根據《中華人民共和國消費者權益保護法》及其實施條例，經營者必須保證其提供的商品或服務符合保障人身、財產安全的要求，提供真實、全面的商品信息，違反規定者須承擔民事責任或刑事責任；消費者享有人身、財產安全不受損害的權利。

《中華人民共和國標準化法》及其實施條例適用於跨領域的統一技術要求。企業生產的產品、提供的服務不符合強制性標準，或者不符合其公開聲明的技術要求的，須依法承擔民事責任。本公司的二維碼服務自2025年7月1日起須符合國家標準GB/T 33993–2024的要求。

與知識產權相關的法規

中國已制定涵蓋著作權、商標、專利及域名等方面的全面知識產權法例。中國是知識產權範疇主要國際公約的簽署國，自2001年12月加入世界貿易組織以來，一直是《與貿易有關的知識產權協定》的成員。

著作權

《中華人民共和國著作權法》於1990年9月7日頒佈，1991年6月1日生效，最近於2020年11月11日修訂。其將著作權保護延伸至互聯網活動、網絡傳播的產品及軟件，並設立由中國版權保護中心管理的自願登記制度。《信息網絡傳播權保護條例》(2006年7月

1日生效，2013年1月30日修訂)規定，通過信息網絡向公眾提供他人的作品、表演或錄音錄像製品，須取得權利人許可並支付報酬。《計算機軟件保護條例》及《計算機軟件著作權登記辦法》訂明軟件著作權登記的程序及要求。

商標

根據1982年8月23日頒佈、最近於2019年4月23日修訂的《中華人民共和國商標法》，國家市場監督管理總局轄下商標局負責商標註冊與管理，而國家市場監督管理總局轄下商標評審委員會則負責處理商標爭議。註冊商標有效期為十年，期滿前十二個月內可以辦理續展，另有六個月的寬展期；期滿未辦理續展的，註銷其註冊商標，每次續展有效期為十年。《中華人民共和國商標法實施條例》具體訂明商標註冊及續展的要求。

專利

根據1984年3月12日頒佈、最近於2020年10月17日修訂的《中華人民共和國專利法》及其實施細則，國務院專利行政部門負責管理全國的專利工作，省、自治區、直轄市人民政府管理專利工作的部門負責本行政區域內的專利管理工作。專利分為三類：發明專利、實用新型專利及外觀設計專利，有效期分別為20年、10年及15年，均自申請日起計算。中國實行「先申請先註冊」原則。授予專利權的發明及實用新型，應當具備新穎性、創造性及實用性。未經許可實施其專利，構成專利侵權。

域名

於2017年8月24日，工信部頒佈《互聯網域名管理辦法》(「**《域名管理辦法》**」)，自2017年11月1日起施行。工信部是負責中國互聯網域名管理的主要監管機構，而由工信部授權及監督的中國互聯網絡信息中心(CNNIC)則負責「.CN」域名及中文國家代碼頂級域名的日常管理工作。域名註冊遵循「先申請先註冊」原則，並應通過域名註冊服務機構完成。根據CNNIC的國家頂級域名爭議解決規則，域名爭議可通過指定的爭議解決機構、人民法院或仲裁機構解決。

與外匯相關的法規

根據《中華人民共和國外匯管理條例》(1996年1月29日頒佈，最近於2008年8月5日修訂)及國家外匯管理局的規定，人民幣在經常項目交易(例如貿易、利息及股息)中可自由兌換，只要符合程序性要求，毋須事先經國家外匯管理局批准。對於資本項目項目(例如境外貸款、直接投資及證券投資)的兌換及對外匯款，則須獲得政府批准或登記。外商投資實體可將稅後股息兌換及匯往境外。

自2015年起，國家外匯管理局就外商投資企業外匯資本的結算及使用發佈一系列通知，包括國家外匯管理局第19號通知(2015年)、第16號通知(2016年)、第28號通知(2019年)、第8號通知(2020年)及第28號通知(2023年)。外商投資企業可將外幣資本金結算為人民幣，用於真實合規的、屬於經營範圍內的股權投資(須遵守負面清單)，不得用於經營範圍以外的用途或向非關聯企業發放貸款。企業可通過專用資本賬戶匯出及使用境外上市**[編纂]**，毋須就每筆交易向國家外匯管理局備案。濫用外匯須受行政處罰。

與中國居民所持離岸特殊目的公司相關的法規

於2013年5月11日頒佈的《國家外匯管理局關於印發〈外國投資者境內直接投資外匯管理規定〉及配套文件的通知》對外國投資者在中國的直接投資實行登記管理，銀行根據國家外匯管理局的登記信息辦理相關外匯業務。於2014年7月4日發出的《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「**國家外匯管理局第37號通知**」)要求中國居民或實體就設立或控制境外特殊目的公司以進行境外投資或融資向國家外匯管理局辦理登記，並在特殊目的公司發生重大變更時更新登記。於2015年2月13日發出的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局第13號通知**」)(2015年6月1日生效)允許在合資格銀行辦理特殊目的公司登記，而未有遵守國家外匯管理局第37號通知的補辦登記仍由當地國家外匯管理局負責管理。未能完成登記可能會限制相關企業的利潤分配、跨境外匯活動及注資。根據國家外匯管理局第3號通知(2017年)，境內實體須說明資金來源及用途，並就境外投資登記提交證明文件。

與稅務相關的法規

企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(2007年3月16日頒佈，2008年1月1日生效，2018年12月29日修訂)及其實施條例(統稱「**《企業所得稅法及規則》**」)，標準企業所得稅稅率為25%；在中國設有實際管理機構的境外企業為中國稅務居民，須就其全球收入繳納25%的企業所得稅；在中國未設立機構、場所的非居民企業，須就其來源於中國境內的所得繳納10%的企業所得稅；符合條件的小型微利企業及國家重點扶持的高新技術企業，可分別享受20%及15%的減免企業所得稅稅率。用於新技術、新產品、新工藝研發的費用，殘疾職工工資及其他國家鼓勵安置的職工工資，在計算應納稅所得額時准予扣除。

根據財政部(「**財政部**」)及國家稅務總局(「**國家稅務總局**」)發佈的2022年第13號公告、2023年第6號公告及2023年第12號公告，小型微利企業是指從事國家非限制和禁止行業，且同時符合年度應納稅所得額不超過人民幣3百萬元、從業人數不超過300人、資產總額不超過人民幣50百萬元等條件的企業。其應納稅所得額減按25%計算，按20%的稅率繳納企業所得稅，實際稅負為5%。該優惠政策有效期至2027年12月31日。

於2015年2月3日，國家稅務總局發佈《國家稅務總局關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》(「**7號公告**」)。7號公告取代先前的規則，針對非居民企業間接轉讓中國資產的情況。如果境外轉讓缺乏「合理商業目的」，稅務機關可將其重新定性為直接轉讓，並徵收10%的中國企業所得稅。在以下情況下，交易將被推定為濫用安排：(i)被轉讓實體價值的至少75%直接或間接來自於中國應稅財產；(ii)其非現金資產的至少90%或年收入的至少90%來源於中國；(iii)中間層企業缺乏經濟實質；及(iv)境外應繳稅款明顯低於直接轉讓情況下對應的中國稅款。根據7號公告，符合特定安全港條件(合格的集團內部重組、公開市場買賣、稅收協定豁免)的交易，可豁免在中國繳納企業所得稅。

於2017年10月17日，國家稅務總局發佈《國家稅務總局關於非居民企業所得稅源泉扣繳有關問題的公告》(「**37號公告**」)，自2017年12月1日起生效，並於2018年6月15日修訂。37號公告規管非居民企業所得稅的源泉扣繳事宜。其訂明，非居民企業股權轉讓的應納稅所得額，為轉讓收入減除股權淨值後的餘額。股權淨值一般指初始出資成本或購入成本，並就國家批准的資產重估增值作出調整，不得扣除被投資企業未分配利潤等股東留存收益。對於部分轉讓同一項股權的情況，應按照轉讓比例計算確定被轉讓股權對應的成本。

根據7號公告及1992年9月4日頒佈、最近於2015年4月24日修訂的《中華人民共和國稅收徵收管理法》，對於間接轉讓，負有支付轉讓價款義務的單位或個人為扣繳義務人。扣繳義務人未扣繳或未足額扣繳應納稅款的，股權轉讓方應在納稅義務發生之日起七日內，向主管稅務機關申報繳納稅款。扣繳義務人應扣未扣款項，而股權轉讓方亦未按規定繳納稅款的，稅務機關可向股權轉讓方加收滯納金，追究扣繳義務人責任，並處不繳或者少繳稅款50%以上300%以下的罰款；若扣繳義務人已根據7號公告的規定提交相關間接轉讓資料，該罰款可予減輕或豁免。

有關股息分派的預扣稅

根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》(於2006年8月21日簽訂)，香港居民企業直接持有中國公司至少25%股權的，可適用5%的股息預提稅稅率。根據2009年2月20日頒佈並生效的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，要享受此項稅收協定優惠稅率，必須同時滿足以下所有條件：(i)股息收取人為符合稅收協定條件的公司，且為股息的受益所有人；(ii)其持有中國公司的直接股權及表決權比例達到稅收協定規定的比例；(iii)在收取股息前的任何連續12個月期間內，該直接持股比例均達到稅收協定規定的比例。

根據2019年10月14日頒佈、2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，符合條件的非居民納稅人可在納稅申報時，或通過扣繳義務人進行扣繳申報時，自行享受協定待遇，並應收集及留存相關資料，以備後續稅務檢查及管理。

增值稅

根據1993年12月13日頒佈、最後於2017年11月19日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及其實施細則，增值稅適用於在中國境內銷售貨物、服務、無形資產、不動產以及進口貨物的行為，除另有規定外，貨物適用的標準稅率為17%，服務為6%。在標準稅率基礎上，當局會不時因應經濟狀況及政策目標推出稅務措施。2018年4月4日頒佈的《財政部、國家稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，將貨物及進口貨物的增值稅稅率分別由17%下調至16%、由11%下調至10%。此外，財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(2019年第39號公告)，將貨物及進口貨物的稅率由16%及10%分別下調至13%及9%。自2019年4月1日至2021年12月31日，容許從事生產、生活性服務業(指提供郵政服務、電信服務、現代服務、生活服務取得的銷售額佔全部銷售額的比重超過50%的納稅人)的納稅人按當期可抵扣進項稅額加計10%，抵減應納稅額。根據2019年9月30日發佈的《關於明確生活性服務業增值稅加計抵減政策的公告》(2019年第87號公告)，自2019年10月1日至2021年12月31日，容許生活性服務業(指提供生活服務取得的銷售額佔全部銷售額的比重超過50%的納稅人)納稅人按當期可抵扣進項稅額加計15%，抵減應納稅額。此外，於2022年3月3日頒佈、自2022年1月1日起生效的《關於促進服務業領域困難行業紓困發展有關增值稅政策的公告》，將2019年第39號公告及2019年第87號公告規定的生產、生活性服務業增值稅加計抵減政策的執行期限延長至2022年12月31日。根據2023年1月9日頒佈、自2023年1月1日起生效的《關於明確增值稅小規模納稅人減免增值稅等政策的公告》，自2023年1月1日至2023年12月31日，生產性服務業納稅人按當期可抵扣進項稅額加計5%，抵減應納稅額；生活性服務業納稅人按當期可抵扣進項稅額加計10%，抵減應納稅額。截至2024年12月31日及2025年12月31日止年度，並無適用於生產性服務業及生活性服務業的增值稅進項稅額加計抵減相關的續期或新政策。

上述適用於生產性服務業及生活性服務業的增值稅加計抵減政策，是財政部及國家稅務總局統一制定的、在整個中華人民共和國境內實施的全國性稅收優惠政策。上述兩個行業的合資格企業，在對應政策的法定實施期內依法享受相關優惠，屬報告期內服務行業中正常且廣泛適用的稅收優惠。

此外，《國務院關於加快發展生產性服務業促進產業結構調整升級的指導意見》(國發[2014]26號)及《國務院辦公廳關於加快發展生活性服務業促進消費結構升級的指導意見》(國發[2015]85號)等國家層面政策，明確要求並授權地方政府加大對生產性及生活性服務業的政策支持力度，並結合地方產業發展需要，出台財政補貼、專項資金扶持等

配套激勵措施。地方政府就前述行業發放的該等政府補助，是嚴格遵照上述國家統一政策要求制定的支持性措施，具備充分的上位法依據，是對相應行政區域內所有合資格行業企業普遍適用的優惠政策，屬正常的行業慣例。

《中華人民共和國增值稅法》(「**《增值稅法》**」)於2024年12月25日頒佈，並於2026年1月1日起生效，同時廢止《中華人民共和國增值稅暫行條例》。根據《增值稅法》及其實施條例，在中國境內銷售貨物、服務、無形資產、不動產以及進口貨物的單位和個人(包括個體工商戶)，為增值稅的納稅人。《增值稅法》釐清構成應稅交易的條件，縮減視同應稅交易範圍，並優化不徵稅項目。增值稅的計稅方法分為兩種：一般計稅方法(應納稅額為當期銷項稅額抵扣當期進項稅額後的餘額)及簡易計稅方法(適用於小規模納稅人)。稅率結構分為三檔(13%、9%、6%)，簡易計稅方法的徵收率為3%。《增值稅法》明確了免稅項目，並授權國務院規定優惠政策。稅收徵管得到優化，明確了申報期限(10日、15日、1個月、1個季度)。對於境外交易，除另有規定外，通常以購買方為扣繳義務人。《增值稅法》亦簡化了應稅銷售額的計算方式，允許退還結餘的進項稅額，並確認電子發票與紙質發票具有同等法律效力。

與勞工、社會福利及工作安全相關的法規

《中華人民共和國勞動法》(1994年7月5日頒佈，最近於2018年12月29日修訂)、《中華人民共和國勞動合同法》(2007年6月29日頒佈，2012年12月28日修訂)及《中華人民共和國勞動合同法實施條例》(2008年9月18日頒佈並生效)共同規管勞動合同、工資、工作場所安全、社會保險及勞動爭議解決。書面勞動合同為強制性要求，用人單位自用工之日起超過一個月不滿一年未與勞動者訂立書面勞動合同的，應當向勞動者每月支付兩倍的工資。用人單位支付勞動者的工資不得低於當地最低工資標準，低於當地最低工資標準支付勞動者工資的，勞動行政部門有權責令其支付差額、經濟補償及額外賠償金。

《中華人民共和國社會保險法》(2010年10月28日頒佈，2018年12月29日修訂)、《工傷保險條例》(2004年1月1日生效，2010年12月20日修訂)、《企業職工生育保險試行辦法》(1995年1月1日生效)及《社會保險費征繳暫行條例》(1999年1月22日生效，2019年3月24日修訂)規定，用人單位須為其中國籍僱員辦理法定社會保險登記，包括基本養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及基本醫療保險，並按時足額繳納社會保險費。用人單位不辦理社會保險登記的，由社會保險行政部門責令限期改正；逾期不改正的，對用人單位處應繳社會保險費數額一倍以上三倍以下的罰款，對其直接負責的主管人員和其他直接責任人員處人民幣500元以上3,000元以下的罰款。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收0.05%的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據《住房公積金管理條例》(1999年4月3日頒佈，最近於2019年3月24日修訂)，單位應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續。單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金

賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣10,000元以上50,000元以下的罰款。單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，住房公積金管理中心可以申請人民法院強制執行。

根據於2025年7月31日發佈、2025年9月1日生效的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「**該解釋**」)，勞動者與用人單位約定不繳納社會保險費的協議無效；用人單位未依法繳納社會保險費的，勞動者有權解除勞動合同並主張經濟補償，但用人單位已依法補繳並將已支付給勞動者的社會保險待遇損失返還給用人單位的除外。據中國法律顧問確認，該解釋既未擴大本公司的處罰風險，亦未廢止現行的社會保險法律法規，且並無任何僱員就此提起訴訟或仲裁。有鑑於此，加上控股股東已就所有未繳差額、罰款或損害賠償提供彌償保證，董事認為，該解釋的實施不會對本公司的業務或財務業績造成重大不利影響。

根據《中華人民共和國安全生產法》(2002年6月29日頒佈，2002年11月1日實施，最近於2021年6月10日修訂)，生產經營單位應當遵守《安全生產法》，加強安全生產管理，建立健全全員安全生產責任制和安全生產規章制度。不具備安全生產條件的，不得從事生產經營活動。生產經營單位還應當對從業人員進行安全生產教育和培訓，向從業人員提供符合國家標準或者行業標準的勞動防護用品，並監督、教育從業人員按照使用規則佩戴、使用。

與境外上市及併購相關的法規

《關於外國投資者並購境內企業的規定》(「**《併購規定》**」)於2006年8月8日頒佈，2006年9月8日生效，並於2009年6月22日修訂。《併購規定》要求外國投資者在以下情況下取得必要批准並完成登記手續：(i)股權併購，即購買境內企業的股權；(ii)認購境內公司增資，使該公司變更設立為外商投資企業；(iii)設立外商投資企業，並通過該企業協議購買境內企業資產且運營該資產；或(iv)協議購買境內企業資產，並以該資產投資設立外商投資企業運營該資產。境內公司、企業或自然人以其在境外合法設立或控制的公司名義併購與其有關聯關係的境內的公司，應報商務部審批。

根據商務部於2008年12月18日頒佈並實施的《外商投資准入管理指引手冊》，已設立的外商投資企業中方向外方轉讓股權，不參照《併購規定》。不論中外方之間是否存在關聯關係，也不論外方是原有股東還是新進投資者。《併購規定》的適用對象僅限於境內非外商投資企業。

《併購規定》及其他與併購有關的法規規定了額外的程序和要求，可能增加外國投資者進行併購活動的時間及複雜性。例如，外國投資者購買境內公司資產或股權並取得控制權，如所涉行業屬於重要行業、存在影響或可能影響國家經濟安全因素、或擁有馳名商標或中華老字號，應進行商務部的事前申報。

根據《國務院辦公廳關於建立外國投資者並購境內企業安全審查制度的通知》(2011年2月3日頒佈，2011年3月3日生效)及《商務部實施外國投資者並購境內企業安全審查制度的規定》(2011年8月25日頒佈，2011年9月1日生效)，外國投資者並購境內國家安全審查範圍內的企業，包括涉及國防安全的境內企業，或外國投資者可能取得境內企業實際控制權且該併購涉及國家安全的，須接受商務部的嚴格審查。任何規避安全審查的行為，包括以委託、合約控制協定等方式進行的交易，均屬禁止之列。

《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》於2021年7月6日發佈。該意見強調加強對證券違法活動及境內公司境外上市的監管，並提出完善相關監管制度，以應對中國背景境外上市公司所面臨的風險及事件。

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「**《試行辦法》**」)，自2023年3月31日起施行。根據《試行辦法》，境內企業尋求直接或間接境外發行證券和上市的，應當向中國證監會履行備案程序。首次公開發行並上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內備案；在同一境外市場發行證券用於發行上市的，應當在發行完成後3個工作日內備案。發生控制權變更、境外監管機構調查或制裁、上市狀態變更、自願或強制終止上市等重大事項並公開披露的，發行人應當在發生相關事項後3個工作日內向中國證監會報告。

《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》(「**《保密和檔案管理規定》**」)於2023年2月24日頒佈，2023年3月31日生效，旨在規範境外發行上市相關文件、資料及會計檔案的管理。其規定，境內企業及參與此類活動的境外企業及證券服務提供者，不得泄露國家秘密或政府工作秘密，不得損害國家安全和公共利益。境內企業在披露或提供含有該等秘密的材料前，應當報有決定權的主管部門批准，並報同級保密行政管理部門備案。此外，在中國境內形成的業務活動工作底稿須保存在中國境內，如需將其轉移至中國境外或通過網絡傳輸至境外，應當辦理相關批准手續。

與網絡安全及數據安全相關的法規

根據《中華人民共和國網絡安全法》(2025年10月28日頒佈，2026年1月1日生效)，網絡建設、運營及網絡服務提供應當依照法律、法規的規定和國家標準、行業標準的強制性要求，採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。

《中華人民共和國數據安全法》於2021年6月10日頒佈，2021年9月1日生效。該法對從事數據活動的單位和個人施加數據安全及隱私保護義務，並根據數據的重要性及可能

造成的危害，建立數據分類分級保護制度，要求採取相應的保護措施。重要數據的處理者應當明確數據安全負責人和管理機構，對其數據處理活動開展風險評估，並向主管部門報送風險評估報告。該法亦規定對影響國家安全的數據活動進行國家安全審查，對數據出境實施限制，並禁止未經中國主管機關批准，向外國司法或執法機構提供存儲於中國境內的數據。

修訂後的《網絡安全審查辦法》於2021年12月28日頒佈，2022年2月15日生效，同時廢止2020年4月13日發佈的先前版本。該辦法規定，關鍵信息基礎設施運營者(「**關鍵信息基礎設施運營者**」)採購網絡產品和服務，以及網絡平台運營者開展數據處理活動影響或可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。掌握超過一百萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須申報網絡安全審查。

《關鍵信息基礎設施安全保護條例》(「**《關基保護條例》**」)於2021年7月30日頒佈，2021年9月1日生效。《關基保護條例》將關鍵信息基礎設施界定為在重要行業和領域中，一旦遭到破壞、喪失功能或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要網絡設施、信息系統等。關鍵信息基礎設施運營者應當落實分層次的技術防護和其他必要措施，保障設施安全、穩定運行，維護數據的完整性、保密性和可用性。行業主管部門或監管部門負責識別關鍵信息基礎設施運營者，將認定結果通知運營者，並報國務院公安部門備案。

截至最後可行日期，本公司及旗下中國附屬公司均未被識別或通知為關鍵信息基礎設施運營者，其信息系統或網絡設施亦未被認定為關鍵信息基礎設施。並無客戶要求本公司履行《關基保護條例》項下的合作義務。鑑於本公司並不運營所界定的關鍵信息基礎設施，中國法律顧問及中國網絡安全與數據隱私法律顧問認為，本集團被歸類為關鍵信息基礎設施運營者的可能性較低。

根據《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，中國堅定致力於完善數據安全、跨境數據傳輸及保密信息管理方面的法律法規，加快修訂境外證券發行上市保密和檔案管理相關規則，並強化境外上市公司的信息安全責任。該意見亦規定深化審計監管的跨境合作，以及建立資本市場法律的域外適用制度。

《數據出境安全評估辦法》於2022年7月7日頒佈，2022年9月1日生效。該辦法規定，在以下數據出境情形中，數據處理者應當向國家網信部門申報安全評估：(i)向境外提供重要數據；(ii)關鍵信息基礎設施運營者或處理1百萬人以上個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；(iii)自上年1月1日起累計向境外提供100,000人個人信息或10,000人敏感個人信息的數據處理者；及(iv)國家網信部門規定的其他情形。根據《數據出境安全評估申報指南》，數據出境活動包括將在境內運營中收集和產生的數據傳輸至境外、存在於境內的數據被境外機構、組織或個人遠程訪問或調取，以及《個人信息保護法》所規定的其他處理活動。

《網絡數據安全管理條例》於2024年9月24日頒佈，2025年1月1日生效。該條例規範網絡數據處理活動，保障個人、組織的合法權益，維護國家安全和公共利益。條例明確個人信息保護規則，並完善重要數據管理制度。重要數據是指一旦遭到篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用，可能直接危害國家安全、經濟運行、社會穩定、公共健康和安全的數據。重要數據的處理者應當明確網絡數據安全負責人和管理機構。條例亦規定互聯網平台服務提供者及第三方服務和產品提供者的數據保護義務。

根據2024年3月22日頒佈並生效的《促進和規範數據跨境流動規定》，數據處理者應當按照相關規定識別、申報重要數據。未被相關部門、地區告知或者公開發佈為重要數據的，數據處理者無需作為重要數據申報數據出境安全評估。數據處理者向境外提供個人信息，屬於為訂立、履行個人作為一方當事人的合同所必需，或者按照依法制定的勞動規章制度和依法簽訂的集體合同實施跨境人力資源管理所必需，或者為保護自然人生命健康和財產安全等緊急情況所必需，且其並非關鍵信息基礎設施運營者，自當年1月1日起累計向境外提供未達到100,000人以上非敏感個人信息(不含重要數據)的，免予申報數據出境安全評估、訂立標準合同、通過個人信息保護認證。截至最後可行日期，本公司及旗下中國附屬公司均未獲任何監管機構通知其處理的數據構成重要數據。基於其業務及數據特性，結合重要數據的法定定義，本公司處理的數據不大可能被歸類為重要數據。中國法律顧問及中國網絡安全與數據隱私法律顧問認為，由於本集團不處理重要數據，且其向境外提供個人信息的活動符合上述豁免標準，因此毋須申報數據出境安全評估。

與個人信息及隱私權保護相關的法規

《中華人民共和國民法典》為個人信息及隱私提供全面保護。個人信息的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開等處理活動，必須符合法律規定，任何組織和個人應當採取必要措施保障個人信息安全。違法者需承擔包括損害賠償在內的民事責任。自然人享有隱私權，任何組織或個人不得侵害。個人信息中的私密信息適用隱私權保護規定，未明確規定的則適用個人信息保護相關條款。國家機關及其工作人員對履職中知悉的個人信息和隱私負有保密義務，不得洩露或非法提供。

《中華人民共和國個人信息保護法》於2021年8月20日頒佈，2021年11月1日生效。該旨在保護個人信息權益，規範處理活動，促進個人信息合法流通與合理利用。個人信息是指以電子或其他方式記錄的與已識別或可識別自然人相關的各種信息，不包括匿名化處理後的信息。該法對敏感個人信息作出特別規定，包括生物識別、醫療健康、金融賬戶、行蹤軌跡以及不滿十四周歲未成年人信息等。處理個人信息應遵循目的明確、直接相關、對個人權益影響最小原則，收集範圍僅限於實現處理目的的最小範圍。個人信息處理者對其處理活動負責，並需採取必要安全保障措施。違反規定者將面臨責令改正、暫停服務、沒收違法所得、罰款等處罰。

根據《中華人民共和國刑法》，違反國家有關規定，向他人出售或者提供公民個人信息，情節嚴重的，處三年以下有期徒刑或者拘役，並處或者單處罰金；情節特別嚴重的，處三年以上七年以下有期徒刑，並處罰金。在履行職責或者提供服務過程中獲取公民個人信息的，從重處罰。竊取或者以其他方法非法獲取公民個人信息的，依照前述規定處罰。單位犯罪的，對單位判處罰金，並對直接負責的主管人員和其他直接責任人員追究相應責任。《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯公民個人信息刑事案件適用法律若干問題的解釋》將「公民個人信息」界定為能夠單獨或者與其他信息結合識別特定自然人身份或者反映特定自然人活動情況的各種信息，包括姓名、身份證件號碼、通信通訊聯繫方式、住址、賬號密碼、財產狀況、行蹤軌跡等。違反法律、法規、規章關於個人信息保護的規定，即認定為「違反國家有關規定」。向特定人提供公民個人信息，以及通過信息網絡或者其他途徑發佈公民個人信息的，應當認定為「提供個人信息」。未經被收集者同意，將合法收集的公民個人信息向他人提供的，屬於違法行為，但是經過處理無法識別特定個人且不能復原的除外。通過購買、收受、交換等方式獲取公民個人信息，或者在履行職責、提供服務過程中收集公民個人信息的，屬於「非法獲取個人信息」。

與AI技術、服務及應用相關的法規

網信辦、工信部、中華人民共和國公安部(「**公安部**」)及國家市場監督管理總局於2021年12月31日發佈《互聯網信息服務算法推薦管理規定》(「**《算法推薦規定》**」)，自2022年3月1日起施行。網信辦、工信部、公安部於2022年11月25日發佈《互聯網信息服務深度合成管理規定》(「**《深度合成規定》**」)，自2023年1月10日起施行。網信辦、國家發改委、教育部、科學技術部、工信部、公安部及國家廣播電視總局(「**國家廣播電視總局**」)於2023年7月10日發佈《生成式人工智能服務管理暫行辦法》(「**《生成式AI暫行辦法》**」)，自2023年8月15日起施行。網信辦、工信部、公安部及國家廣播電視總局於2025年3月7日發佈《人工智能生成合成內容標識辦法》(「**《標識辦法》**」)，自2025年9月1日起施行。總體而言，該等相繼出台的監管文件為規管中國AI及算法相關互聯網信息服務的關鍵領域建立日益完善的框架，其他相關法律法規亦對該體系予以補充，並在必要時涵蓋特定場景。網信辦負責統籌協調全國算法推薦及深度合成服務的監督管理工作。國務院轄下電信、公安、市場監督管理等主管部門依據各自職責負責相關的監督管理工作。

根據相關法規，具有輿論屬性或社會動員能力的AI服務(包括生成式AI及深度合成服務)須完成算法備案、變更、註銷及安全評估。《生成式AI暫行辦法》規定生成式AI服務提供者須完成算法備案及安全評估。《深度合成規定》要求，在推出新產品、新應用、新功能前須完成備案及安全評估。《算法推薦規定》要求相關服務提供者須通過指定系統在規定期限內完成備案、變更、註銷手續，並對服務終止作出妥善安排。

根據《算法推薦規定》，算法推薦服務提供者應當堅持主流價值導向，傳播正能量，不得利用算法推薦服務從事違法活動或者傳播違法信息，不得傳播負面信息。應當落實算法安全主體責任，建立健全管理制度，配備專業人員，定期審核評估算法，防範算法產生用戶成癮、過度消費等風險。應當加強信息安全管理，發現違法信息的，應當立即停止傳輸並報告，發現負面信息的，應當依法依約處置。

根據《深度合成規定》，深度合成服務提供者應確保資訊安全，並建立完善的管理制度。其須依法標示合成內容，並依法留存記錄。對於可能誤導公眾的內容，必須明確標註，提供識別功能並通知使用者，且禁止竄改此類標示。

在中國境內利用算法推薦、深度合成或生成式AI技術向公眾提供文字、圖片、音頻、視頻等內容服務的提供者，應當遵守《標識辦法》。應當在用戶服務協議中明確內容標識的方法與標準，並提示用戶相關要求。若用戶要求提供未經標註的生成／合成內容，提供者於明確告知用戶應盡的標識義務後，始得提供該內容，並應將相關記錄保存至少六個月。所有標識行為皆應符合適用的法律法規及標準。

本公司須根據其AI業務發展情況，完成算法備案、變更及註銷手續，並適時進行安全評估。在提供生成式AI服務時，本公司須對AI生成合成內容進行標識，完善用戶協議中的標識條款，規範內容發佈，確保標識活動合規。就算法備案而言，本公司須按照《標識辦法》提交識別材料，加強信息共享，協助防範違法犯罪。

在開發廣告內容、IP及消費市場數據庫時，提供者須使用合法來源的數據及模型，並遵循合法、正當、必要及最小必要原則，遵守《個人信息保護法》及《生成式AI暫行辦法》。生成式AI服務提供者須依法處理訓練數據，確保數據的真實性、準確性、客觀性、多樣性，建立清晰的數據標註規則，開展質量評估並對標註人員進行培訓。IP數據庫若使用含著作權的作品作為訓練數據，須取得授權。涉及個人信息的消費市場數據庫，須取得個人同意，並遵守《個人信息保護法》的其他規定，包括公開處理規則，明示處理目的、方式、範圍，保障數據安全，避免過度收集或不當使用。

概覽

我們的歷史可追溯至鍾堅先生及羅新燕女士於2013年創立廣東聖火(當時稱為廣東聖火傳媒發展有限公司)。成立廣東聖火前，鍾先生曾在一家主要從事演出經營及經紀代理的公司擔任執行董事，負責該公司的整體管理、戰略規劃及業務發展。經過多年深耕細作，彼於廣告領域積累豐富經驗及行業知識，並建立相關業務網絡。憑藉過去閱歷，並有感市場格局不斷演變以及對整合營銷及廣告解決方案的需求與日俱增，鍾先生在中國廣州創立廣東聖火，主力提供整合營銷及廣告營銷服務。

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，助力客戶制定以數據驅動的營銷方案。詳情請參閱本文件「業務」。

廣東聖火的股份於2016年11月至2025年4月期間在新三板掛牌，進一步詳情載於本節下文「集團架構及企業歷史—我們的歷史—從新三板摘牌及在聯交所**[編纂]**的原因」。

就**[編纂]**而言，本公司於2025年1月20日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，並於重組完成後成為本集團的境外控股公司。有關重組的詳情，請參閱本節下文「重組」。

本集團的重大業務里程碑

下表載列本集團自成立以來直至最後可行日期的業務發展重要里程碑：

年份	里程碑
2013年	我們於中國成立主要運營實體廣東聖火。
2016年	我們於中國成立主要運營實體廣東龍矍及秀飛(上海)。
2016年	廣東聖火榮獲高新技術企業(「**高新技術企業**」)認證。 廣東聖火獲廣州工業經濟聯合會／企業聯合會／企業家協會評選為「2015年度廣州優秀企業」 廣東聖火於新三板掛牌(股票代碼：839953)。

年份	里程碑
2017年	我們已成立互聯網研發中心，著力發展營銷技術服務業務；該中心其後分拆為一物一碼數據(我們的主要運營實體之一)。
2018年	一物一碼數據開展「一物一碼」信息技術及數據服務。
2019年	一物一碼數據獲廣州市科學技術局認定為「科技創新小巨人」。
	廣東聖火獲中國廣告協會認許為一級廣告企業。
2020年	本集團採用「一物一碼」技術為客戶開發的端對端數字平台獲廣州信息協會評選為「廣州市互聯網、大數據、人工智能和實體經濟深度融合應用優秀案例」及「新一代信息技術賦能智慧灣區創新案例」。
2021年	廣東聖火獲中國國際投資促進會評選為「零售領域領軍企業」。
	廣東龍矍完成更名，開始專門提供營銷技術及廣告營銷服務。
	廣東聖火獲評選為廣州4A執行委員會主席單位。
	一物一碼數據獲廣東省工業和信息化廳評定為「專精特新中小企業」。
2022年	一物一碼數據獲廣州市科技創新企業協會評選為「廣州種子獨角獸企業」。
2024年	我們於中國成立主要運營實體上海聖火。
	廣東聖火獲廣州市委金融委員會辦公室評選為「廣州市最具成長性領頭羊企業」。
2025年	廣東聖火從新三板摘牌。
	我們於中國成立主要運營實體聖火創意及聖火互聯。

集團架構及企業歷史

公司架構

本公司為本集團的境外控股公司，並透過主要運營附屬公司廣東聖火、廣東龍矍、秀飛(上海)、一物一碼數據、上海聖火、聖火創意及聖火互聯在中國經營業務。

運營附屬公司

以下為我們於中國運營的主要附屬公司：

中國附屬公司名稱	成立日期	重組完成後股權擁有權	主要業務	截至最後可行日期的註冊資本(人民幣)
廣東聖火	2013年9月10日	(i) 由廣東青松擁有98.8%權益； (ii) 由燮恒香港擁有1.0%權益；及 (iii) 由其他境內股東擁有0.2%權益	提供整合營銷服務及廣告營銷服務	42.2百萬元
廣東龍矍	2016年6月13日	由廣東聖火擁有100%權益	提供營銷技術服務及廣告營銷服務	5.1百萬元
秀飛(上海)	2016年6月30日	由廣東聖火擁有100%權益	提供整合營銷服務及廣告營銷服務	10.0百萬元
一物一碼數據	2017年8月21日	由廣東聖火擁有100%權益	提供營銷技術服務	15.0百萬元
上海聖火	2024年10月18日	由廣東聖火擁有100%權益	提供整合營銷服務	5.0百萬元
聖火創意	2025年5月28日	由廣東聖火擁有100%權益	提供廣告營銷服務	5.0百萬元
聖火互聯	2025年5月28日	由廣東聖火擁有100%權益	尚未營業	5.0百萬元

我們的歷史

截至最後可行日期，廣東聖火為我們的主要運營附屬公司之一。廣東聖火的詳細企業歷史如下：

廣東聖火成立及發展

廣東聖火於2013年9月10日成立，初始註冊資本為人民幣10,000,000元，其中人民幣6,000,000元及人民幣4,000,000元分別由鍾堅先生及其配偶羅新燕女士出資。鍾

堅先生及羅新燕女士分別透過其各自的代名人鍾榮泉先生(鍾堅先生的父親(作為代名人))及羅智勇先生(羅新燕女士的胞兄(作為代名人))持有廣東聖火的60%及40%股權。鍾堅先生及羅新燕女士採納上述代名人安排是考慮到當時工作日程繁忙且商務頻繁，認為委託各自的直系家庭成員(即鍾榮泉先生及羅志勇先生)以代名人方式持有廣東聖火的股權更為便利，有利於處理與廣東聖火設立及存續相關的日常行政事務。

於2014年4月，廣東聖火通過股東決議案，批准(其中包括)：(i)廣東聖火由有限責任公司轉制為股份有限公司；及(ii)更名為廣東聖火傳媒股份有限公司。完成轉制後，廣東聖火的股本為人民幣10,000,000元，分為10,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份，由鍾榮泉先生及羅智勇先生按各自當時持股比例擁有。

於2016年1月，鍾榮泉先生與鍾堅先生及羅智勇先生與羅新燕女士分別訂立股份轉讓合同，據此，鍾榮泉先生將其於廣東聖火的60%股權轉讓予鍾堅先生，而羅智勇先生將其於廣東聖火的40%股權轉讓予羅新燕女士，藉此以零代價將該等股權歸還予其實益擁有人，同時實質取消代名人安排。因此，鍾堅先生及羅新燕女士分別法定擁有廣東聖火60%及40%股權。即使進行上述股權轉讓，廣東聖火的實際控制權及實益擁有權仍保持不變。

於2016年1月，鍾堅先生成立福緣正德，作為統一投資平台。於2016年3月，鍾堅先生及羅新燕女士與福緣正德訂立股份轉讓合同，據此，彼等分別以零代價將所持廣東聖火的全部股權轉讓予福緣正德。鍾堅先生自福緣正德成立以來一直持有其全部股權。

於2016年2月，羅智勇先生、鍾智勇先生、陳建先生及陳丹鳳女士成立秀飛投資(有限合夥企業)作為員工持股平台。於2016年6月，羅新燕女士加入秀飛投資，成為有限合夥人。截至2016年6月，羅智勇先生(執行董事)為秀飛投資的普通合夥人，而羅新燕女士、鍾智勇先生(廣東聖火現職員工及鍾堅先生的侄子)、孫林梅女士(廣東聖火現職員工)、陳建先生(廣東聖火現職員工及鍾堅先生的侄子)、陳丹鳳女士(廣東聖火現職員工及鍾堅先生的侄女)及鍾小建女士(執行董事)等人則為秀飛投資的有限合夥人。

於2016年3月，廣東聖火股東議決將廣東聖火的註冊資本由人民幣10,000,000元增加至人民幣20,000,000元，所增加的註冊資本人民幣10,000,000元分別由福緣正德及秀飛投資以現金出資人民幣6,400,000元及人民幣3,600,000元。

股份轉讓及增資完成後，廣東聖火由福緣正德及秀飛投資分別擁有82%及18%權益。

先前在新三板掛牌

為加強企業管治、提升品牌知名度及吸引戰略投資者，廣東聖火尋求在新三板掛牌。廣東聖火亦旨在透過掛牌拓展股權融資渠道，為其業務擴張提供支持，包括用戶基礎的增長和收益來源的多元化。於2016年11月30日，廣東聖火在新三板掛牌(股票代碼：839953)。

於2018年12月，廣東聖火通過股東決議案，批准(其中包括)更名為廣東聖火傳媒科技股份有限公司。

於2019年7月，許堅強先生(當時為獨立第三方)通過新三板以人民幣75,000元(相當於每股作價人民幣7.5元)向福緣正德購入10,000股股份，相當於廣東聖火當時股份總數的0.05%。據董事所深知、盡悉及確信，許先生為個人投資者，因看好本集團前景及增長潛力而投資於本集團。購入價乃通過新三板市場集合競價方式釐定。

於2023年6月，廣東聖火股東議決以未分派溢利發行紅股，藉此將廣東聖火的註冊資本由人民幣20,000,000元增加至人民幣40,000,000元。因此，廣東聖火由福緣正德、秀飛投資及許堅強先生分別擁有約81.95%、18.00%及0.05%權益。

於2023年9月，廣東聖火通過股東決議案，批准(其中包括)更名為廣東聖火傳媒科技集團股份有限公司。

於2023年11月，廣東聖火召開股東大會，通過定向發行最多2,608,696股普通股(每股作價人民幣5.75元)以籌集所得款項合計不超過約人民幣15.0百萬元。根據於2024年2月在新三板網站發佈的《股票定向發行情況報告書》(「**報告書**」)，發行價乃基於多項因素而釐定，包括每股資產淨值、新三板同業公司的市盈率，以及廣東聖火所處行業的整體狀況及發展潛力。每股作價低於2019年7月許先生所支付的每股購入價，主要歸因於2023年6月廣東聖火進行紅股發行所產生的攤薄效應。根據報告書及於2024年2月在新三板網站發佈的《股票定向發行認購提前結束暨認購結果公告》，王麗芬女士及開源證券股份有限公司(「**開源證券**」)分別以現金代價約人民幣5.0百萬元及人民幣5.0百萬元(兩者均代表認購價約為每股人民幣5.75元)認購870,000股股份及869,500股股份，所得款項總額合計約為人民幣10.0百萬元。上述認購已於2024年2月1日繳足。根據報告書以及據董事所深知、盡悉及確信，王女士(認購前為獨立第三方)為個人投資者，因看好本集團前景及增長潛力而投資於本集團。

就增加註冊資本完成相應登記後，截至2024年3月26日，廣東聖火的股權如下：

股東	佔廣東聖火股權概約百分比
福緣正德	75.4%
秀飛投資*(附註1)*	17.3%
王麗芬女士	2.1%
開源證券股份有限公司	2.1%
陳紫彬先生	0.4%
陳欣女士	0.4%
鍾敏雄先生	0.2%
許堅強先生	0.0%*(附註2)*
其他獨立第三方	2.1%
總計	100%

附註：

1. 據董事確認，秀飛投資於相關時間由(i)羅新燕女士擁有約35.3%權益；(ii)羅智勇先生擁有約22.2%權益；(iii)鍾智勇先生擁有約22.2%權益；(iv)孫林梅女士擁有約11.1%權益；(v)陳建先生擁有約4.2%權益；(vi)陳丹鳳女士擁有約2.2%權益；及(vii)鍾小建女士擁有約1.4%權益。

2. 實際百分比大於0%，但由於四捨五入，數字顯示為0.0%。

從新三板摘牌

於2024年11月29日，廣東聖火股東通過自願將股份從新三板摘牌的決議案，並已於2025年4月14日摘牌。有關決定乃經廣東聖火股東及董事審慎周詳考慮，並結合廣東聖火的戰略目標及業務發展需要而作出。

據董事所深知、盡悉及確信，於建議摘牌公告發佈後，開源證券已透過新三板市場出售所持廣東聖火全部股權，藉此變現投資。

作為從新三板摘牌申請的一部分，廣東聖火當時的控股股東福緣正德承諾，其將以根據相關出售股東的原收購成本或根據廣東聖火當時最近期經審核賬目計算的每股資產淨值(以較高者為準)釐定的每股價格購回任何持異議或棄權股東所持的股份。福緣正德以其內部資金相應購回的股份總數佔廣東聖火當時已發行股本約3.6%。針對王麗芬女士(既非異議股東，亦非棄權股東)，福緣正德經公平磋商後同意按每股人民幣1.80元(較其初始認購價有所折讓)購回其於廣東聖火的股份，此

舉乃考慮到其已透過於新三板市場上出售大部分股份獲利。據董事所深知、盡悉及確信，王女士認為當時乃變現其於廣東聖火全部投資的適當時機，因而選擇撤資。

完成從新三板摘牌及福緣正德購回股權後，廣東聖火的股權架構如下：

股東	所持股份數目	股權百分比
福緣正德	33,113,335	79.3%
秀飛投資 *(附註1)*	7,200,000	17.3%
陳欣女士 *(附註2)*	1,034,201	2.5%
陳紫彬先生 *(附註3)*	173,900	0.4%
鍾敏雄先生 *(附註4)*	102,000	0.2%
劉海頻先生 *(附註5)*	39,000	0.1%
許堅強先生	16,557	0.0% *(附註8)*
其他獨立第三方 *(附註6)*	60,507	0.2%

附註：

1. 據董事確認，秀飛投資於相關時間由(i)羅新燕女士擁有約42.2%權益；(ii)鍾智勇先生擁有約22.2%權益；(iii)羅智勇先生擁有約16.7%權益；(iv)孫林梅女士擁有約11.1%權益；(v)陳建先生擁有約4.2%權益；(vi)陳丹鳳女士擁有約2.2%權益；及(vii)鍾小建女士擁有約1.4%權益。

2. 陳欣女士為獨立第三方。據董事經作出一切合理查詢後所深知，陳女士為資深廣告界人士，因看好業界及本集團發展潛力而投資於本集團。

3. 陳紫彬先生為獨立第三方。據董事經作出一切合理查詢後所深知，陳先生為紡織業從業者，因看好業界及本集團發展潛力而投資於本集團。

4. 鍾敏雄先生為獨立第三方。據董事經作出一切合理查詢後所深知，鍾先生為資深廣告界人士，因看好業界及本集團發展潛力而投資於本集團。

5. 劉海頻先生為獨立第三方。據董事經作出一切合理查詢後所深知，劉先生為個人投資者，因看好業界及本集團發展潛力而投資於本集團。

6. 其他獨立第三方包括11名個人及機構投資者，其中7名自新三板摘牌後未能取得聯繫(即使管理層已採取一切合理步驟)。該等股東在重組後均繼續作為廣東聖火的其他境內股東。

7. 據董事經作出一切合理查詢後所深知，除福緣正德及秀飛投資外，上表所列廣東聖火當時所有其他股東(i)均為獨立第三方；及(ii)其持有的廣東聖火股份均透過新三板市場以集合競價方式購入。

8. 實際百分比大於0，但由於四捨五入，數字顯示為0.0。

從新三板摘牌及在聯交所[編纂]的原因

董事相信，廣東聖火從新三板摘牌及本集團尋求在聯交所**[編纂]**與業務策略一致，並將符合本集團及股東的整體利益，理由如下：

(i) 新三板是中國國內市場，僅限於符合特定要求(如實繳資本或日均金融資產門檻)的合資格投資者，其有限的流動性帶來挑戰，包括：(a)公開籌集資金(無論是通過股本或債務)以持續支持業務增長時面臨限制；(b)識別及建立充分反映本集團競爭優勢的公允價值存在困難；及(c)股東在進行大量市場出售時受到限制；

(ii) 作為國際金融市場的重要參與者，聯交所提供直接進入國際資本市場的途徑，不單有助增強我們的集資能力，令資金來源更加多元化，同時亦可擴大我們的股東基礎；及

(iii) 在聯交所**[編纂]**將提升我們的企業形象，增強我們吸引新客戶、業務夥伴及戰略投資者的能力。此外，上市亦將加強我們招募、激勵及挽留關鍵管理人員的能力，對引領本集團業務邁向成功至關重要。

有關我們擬動用**[編纂][編纂]**的進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]—[編纂]**」。

股份在新三板掛牌到摘牌期間的合規情況

據董事及中國法律顧問確認，在廣東聖火於新三板掛牌的整段期間：(i)廣東聖火及其當時的董事在所有重大方面均遵守與其在中國新三板掛牌有關的所有適用法律及法規；(ii)廣東聖火及其當時的董事均未受到任何相關執法部門或監管機構的任何紀律處分；及(iii)上文所述廣東聖火在新三板掛牌或從新三板摘牌不存在需要敦請監管機構或投資者垂注的事項。

此外，於新三板掛牌期間，廣東聖火已委聘持續督導券商，以用於(包括但不限於)監控其根據適用規例及要求所承擔的合規義務。本公司確認，廣東聖火與任何持續督導券商於相應委聘期間並無任何分歧。

據中國法律顧問確認，廣東聖火從新三板摘牌已正式完成，並取得所有必要的批准。

廣東龍矍

於2016年6月13日，廣東龍矍(前稱廣東全橙樂跑體育發展有限公司)在中國成立為有限責任公司。廣東龍矍初始成立目的在於拓展體育營銷板塊業務。憑藉刁遠軍先生(緊接認購廣東龍矍股權前為獨立第三方)在該領域的經驗及網絡，本集團與其合作成

立廣東龍矍。於成立之時，廣東龍矍的註冊資本為人民幣10.0百萬元，其中廣東聖火認購51%股權，刁遠軍先生(緊接認購前為獨立第三方)則認購餘下49%股權。上述股權比例乃由廣東聖火與刁先生按公平原則磋商後釐定，當中已考慮各自預期對廣東龍矍作出的貢獻。於2020年12月16日，廣東龍矍的註冊資本減至人民幣5.1百萬元，而廣東聖火與刁先生之間的股權比例維持不變。於2021年1月22日，刁先生以零代價將所持廣東龍矍的49%股權轉讓予廣東聖火(當中考慮到(i)廣東聖火已繳足所認購的廣東龍矍註冊資本部分；(ii)由於規定的繳款期限尚未屆滿，刁先生尚未繳所認購的廣東龍矍註冊資本部分；及(iii)本集團與刁先生基於發展重心轉移及決定不再拓展體育營銷業務而協定刁先生退出廣東龍矍)，廣東龍矍因而成為廣東聖火的全資附屬公司。於2021年6月，該公司更名為廣東龍矍，主要從事提供營銷技術服務及廣告營銷服務。於最後可行日期，廣東龍矍的註冊資本已繳足。

秀飛(上海)

於2016年6月30日，秀飛(上海)在中國成立為有限責任公司。於註冊成立之時，廣東聖火(作為唯一股東)認購全部註冊資本人民幣10.0百萬元。於最後可行日期，秀飛(上海)的註冊資本已悉數繳足。

一物一碼數據

於2017年8月21日，一物一碼數據(前稱火哥娛樂(廣州)有限公司)在中國成立為有限責任公司。於註冊成立之時，廣東聖火(作為唯一股東)認購全部註冊資本人民幣1.0百萬元；一物一碼數據的註冊資本於2020年7月6日增至人民幣5.0百萬元，並於2021年9月29日進一步增至人民幣15.0百萬元，均由廣東聖火出資。於最後可行日期，一物一碼數據的註冊資本已悉數繳足。

為配合本集團策略發展重心優化，其於2018年更名為一物一碼數據(廣州)實業有限公司。

上海聖火

於2024年10月18日，上海聖火在中國成立為有限責任公司。於註冊成立之時，廣東聖火(作為唯一股東)認購全部註冊資本人民幣5.0百萬元。於最後可行日期，廣東聖火已向上海聖火的註冊資本出資人民幣1.0百萬元。根據上海聖火的組織章程細則，餘下註冊資本須於2029年10月7日或之前繳足。

聖火互聯

於2025年5月28日，聖火互聯在中國成立為有限責任公司。於註冊成立之時，廣東聖火(作為唯一股東)認購全部註冊資本人民幣5.0百萬元。於最後可行日期，聖火互聯的註冊資本已悉數繳足。

聖火創意

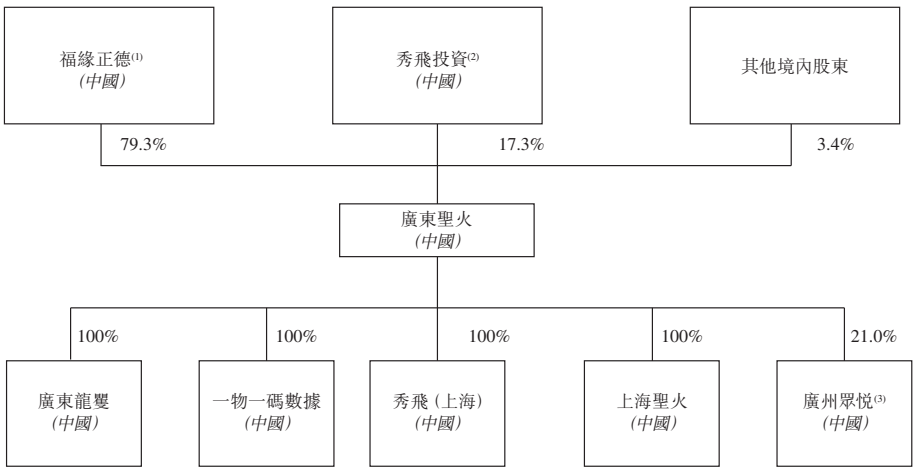
於2025年5月28日，聖火創意在中國成立為有限責任公司。於註冊成立之時，廣東聖火(作為唯一股東)認購全部註冊資本人民幣5.0百萬元。於最後可行日期，聖火創意的註冊資本已悉數繳足。

主要收購及出售

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無進行任何重大收購、出售或合併。

重組

下圖載列本集團從新三板摘牌後的公司及股權架構：



附註：

1. 福緣正德由鍾堅先生直接全資擁有。

2. 據董事確認，秀飛投資於相關時間由(i)羅新燕女士擁有約42.2%權益；(ii)鍾智勇先生擁有約22.2%權益；(iii)羅智勇先生擁有約16.7%權益；(iv)孫林梅女士擁有約11.1%權益；(v)陳建先生擁有約4.2%權益；(vi)陳丹鳳女士擁有約2.2%權益；及(vii)鍾小建女士擁有約1.4%權益。

3. 廣州眾悅餘下股權由獨立第三方持有。於最後可行日期，本集團已出售所持廣州眾悅全部股權，進一步詳情請參閱本節下文「重組—3.出售廣州眾悅」。

為籌備**[編纂]**，我們已進行重組，詳情如下：

1. 本集團成立境外控股架構

企業股東註冊成立

於2024年11月14日，福緣BVI於英屬處女群島註冊成立為英屬處女群島商業有限公司，並獲授權發行最多50,000股每股面值1美元的普通股。同日，鍾堅先生獲配發及發行100股股份(相當於福緣BVI當時全部已發行股份)。於上述配發及發行股份完成後，福緣BVI由鍾堅先生直接全資擁有。

於2025年4月10日，秀飛BVI於英屬處女群島註冊成立為英屬處女群島商業有限公司，並獲授權發行最多50,000股每股面值1美元的普通股。同日，羅智勇先生獲配發及發行100股股份(相當於秀飛BVI當時全部已發行股份)。於2025年5月29日，秀飛BVI進一步配發及發行股份。於上述配發及發行股份完成後，秀飛BVI分別由羅新燕女士、鍾智勇先生、羅智勇先生、孫林梅女士、陳建先生、陳丹鳳女士及鍾小建女士(「**秀飛股東**」)擁有42.2%、22.2%、16.7%、11.1%、4.2%、2.2%及1.4%權益。

於2025年3月4日，慧聚BVI於英屬處女群島註冊成立為英屬處女群島商業有限公司，並獲授權發行最多50,000股每股面值1美元的普通股。同日，陳欣女士獲配發及發行100股股份(相當於慧聚BVI當時全部已發行股份)。於2025年5月29日，慧聚BVI進一步配發及發行股份。於上述配發及發行股份完成後，慧聚BVI分別由陳欣女士、陳紫彬先生、鍾敏雄先生、劉海頻先生及許堅強先生(「**慧聚股東**」)擁有75.7%、12.7%、7.5%、 2.9%及1.2%權益。

本公司註冊成立為[編纂]工具

本公司於2025年1月20日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，作為本集團的最終控股公司。於註冊成立日期，本公司的初始法定股本為380,000港元，分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份。於註冊成立之時，初始認購方獲配發及發行一股入賬列作繳足的股份，並於同日轉讓予福緣BVI。

於2025年6月16日，本公司向福緣BVI、秀飛BVI及慧聚BVI配發及發行入賬列作繳足的股份。完成上述配發及發行後，福緣BVI、秀飛BVI及慧聚BVI分別持有本公司已發行股本的79.4%、17.3%及3.3%。

英屬處女群島中間公司註冊成立

於2025年5月15日，勝蓮BVI於英屬處女群島註冊成立為英屬處女群島商業有限公司，並獲授權發行最多50,000股每股面值1美元的普通股。同日，本公司獲配發及發行100股勝蓮BVI股份。因此，勝蓮BVI成為本公司的直接全資附屬公司。

香港中間公司註冊成立

於2025年5月27日，東晟香港根據香港法律註冊成立為有限公司。於註冊成立之時，勝蓮BVI認購其100股普通股(相當於東晟香港當時全部已發行股本)。因此，東晟香港成為勝蓮BVI的直接全資附屬公司及本公司的間接全資附屬公司。

2. [編纂]及廣東聖火轉制為中外合資企業

根據廣東聖火與當時獨立第三方燮恒香港所訂立日期為2025年6月23日的增資協議，廣東聖火建議將股本由約人民幣41.7百萬元增加至人民幣42.2百萬元，並將其中約1%當時經擴大股本配發及發行予燮恒香港，代價約845,000港元乃由訂約各方參照獨立估值師就廣東聖火編製的估值報告後公平磋商而釐定。燮恒香港當時乃由夏紅BVI全資擁有的公司，而夏紅BVI則由大明BVI全資擁有，最終由曾先生全資擁有。進一步詳情請參閱本節下文「**[編纂]**」。上述增資已於2025年6月27日登記，而代價已於2025年7月17日全數結清。完成增資登記後，廣東聖火成為中外合資企業。

3. 出售廣州眾悅

於2025年7月15日，廣東聖火與福緣正德就出售廣州眾悅電影金融有限公司(「**廣州眾悅**」)21%股權(相當於廣東聖火所持廣州眾悅全部股權)訂立股權轉讓協議，現金代價人民幣50,000元乃由廣東聖火與福緣正德經考慮廣州眾悅於2024年6月30日的經審核業績所示累計虧絀狀況後公平磋商而達致。代價已於2025年8月13日悉數支付。據董事確認，廣州眾悅自2018年起停止業務運作，並由本集團售出。此外，據董事確認，廣州眾悅於往績記錄期間並無涉及任何重大索賠、訴訟或不合規事宜。此外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，出售事項並無對本集團業務、運營及財務表現造成重大影響。

4. 成立廣東青松及廣東青松收購廣東聖火

於2025年7月21日，廣東青松在中國成立為外商獨資企業，註冊資本為10.0百萬港元，並由東晟香港直接全資擁有。廣東青松的註冊資本須於2030年7月16日前繳足。

於2025年7月31日及8月5日，廣東青松分別與慧聚股東、福緣正德及秀飛投資訂立股權轉讓協議，以總代價約人民幣74.5百萬元收購廣東聖火合共約98.8%權益。代價乃參考獨立專業估值師根據廣東聖火於2025年5月31日的所有權權益價值編製的估值報告而釐定。代價須於上述協議簽訂後一年內悉數償付。廣東青松應付代價以福緣正德(鍾堅先生直接全資擁有的公司)向廣東青松提供的股東貸款(相關還款其後獲福緣正德豁免)償付。完成上述轉讓及向主管機關登記後，廣東聖火成為本公司的附屬公司。

5. 收購夏紅BVI

於2025年8月20日，大明BVI向本公司轉讓夏紅BVI全部已發行股份，以換取本公司向大明BVI配發及發行10,000股股份。完成上述配發及發行後，本公司分別由福緣BVI、秀飛BVI、慧聚BVI及大明BVI持有78.7%、17.1%、3.2%及1.0%權益。

[編纂]

下表概列**[編纂]**的**[編纂]**細節。

[編纂]姓名：	燮恒香港
[編纂]資料：	作出**[編纂]**時，燮恒香港為夏紅BVI全資擁有的公司，而夏紅BVI則由大明BVI全資擁有，最終由曾先生全資擁有。作為投資控股公司，燮恒香港於最後可行日期尚未開展任何業務活動。曾先生擁有超過40年紡織貿易業務經驗，同時亦投資於其他公司及行業，包括作為交運燃氣有限公司(其股份於聯交所主板上市，股份代號：1407)的**[編纂]**之一。 據董事經作出適當查詢後所深知及確信，**[編纂]**及曾先生各自為獨立第三方。

	曾先生於2015年或前後在一次商業活動中結識鍾堅先生，其後通過鍾先生得悉潛在**[編纂]**機會。曾先生對本集團業務增長潛力充滿信心，並決定參與**[編纂]**。
[編纂]為本公司帶來的戰略裨益：	董事相信，本集團可受惠於**[編纂]**所作**[編纂]**帶來的額外資金以及曾先生的知識與經驗。**[編纂]**亦構成完成重組的重要一步。
[編纂]細節及[編纂]日期：	根據日期為2025年6月23日的增資協議，廣東聖火將註冊資本由約人民幣41.7百萬元增加至人民幣42.2百萬元，並以現金代價約845,000港元向**[編纂]**配發及發行約1.0%當時經擴大股權。
緊隨[編纂]完成後認購股份數目及持股百分比：	10,000股股份（相當於緊隨**[編纂]**及重組完成後本公司經擴大已發行股本約1.0%）
已付代價金額：	約845,000港元
代價釐定基準：	代價乃由本公司與**[編纂]**參照獨立估值師編製的估值報告所示廣東聖火100%股權於2025年5月31日的估值約人民幣75.4百萬元後按公平磋商原則釐定。
代價清償日期：	2025年7月17日
[編纂]後股份數目及概約持股百分比（*附註1*）**：**	**[編纂]**股股份（相當於緊隨**[編纂]**後本公司股權約**[編纂]**%）

已付每股成本 *（附註2）*:	約**[編纂]**港元
相對[編纂]折讓 *（附註3）*:	約**[編纂]**%
禁售:	6個月
[編纂][編纂]用途:	一般運營資金。於最後可行日期，**[編纂][編纂]**已悉數動用。

附註：

1. 該等數字並無計及根據**[編纂]**而可予配發及發行的任何股份。

2. 每股成本的計算方式是將已付總代價除以**[編纂]**及**[編纂]**後就**[編纂]**所持有的股份總數。

3. 相對**[編纂]**折讓乃假設**[編纂]**每股**[編纂]**港元(即指示性**[編纂][編纂]**港元至**[編纂]**港元的中位數)計算。

除**[編纂]**外，於最後可行日期，**[編纂]**過去或目前與本公司、其附屬公司、股東、董事或高級管理層以及彼等各自任何聯繫人並無任何關係(包括但不限於家族、信託、業務或僱傭關係)或任何協議、安排、諒解或承諾，且為獨立第三方。

[編纂]後仍然有效的特殊權利

[編纂]未獲授予任何特殊權利。

[編纂]

就上市規則第8.24條而言，**[編纂]**持有的所有股份將被視為**[編纂]**的一部分，原因在於(i)**[編纂]**並非本公司或其附屬公司的董事、主要行政人員或主要股東或上述任何一方的緊密聯繫人(「**[編纂]**」)；(ii)**[編纂]**收購股份的資金並非來自非公眾股東；及(iii)**[編纂]**並非慣常接受非公眾股東對於**[編纂]**所持股份進行投票或處置的指示。

獨家保薦人確認

獨家保薦人認為，鑑於**[編纂]**乃於本公司遞交**[編纂]**申請日期前超過28個整日進行，且**[編纂]**並無獲授予特殊權利，**[編纂]**在適用範圍內符合聯交所所發出指引第4.2章的規定。

最低公眾持股量及自由流通量

上市規則第8.08條規定，尋求上市的證券必須有一個公開市場，就初次申請上市的證券類別而言，這一般指上市時由公眾人士持有的相關證券類別最少須佔某個指定的百分比。倘該類證券於上市時的預期市值不超過6,000,000,000港元，則上市時由公眾人士持有的最低訂明百分比為25%。

假設**[編纂]**未獲行使，基於**[編纂]**每股**[編纂]**[**編纂]**港元(即指示性**[編纂]**範圍的下限)計算，我們預期**[編纂]**後的市值為**[編纂]**百萬港元；(ii)基於**[編纂]**每股**[編纂]**[**編纂]**港元(即指示性**[編纂]**範圍的中位數)計算，我們預期**[編纂]**後的市值為**[編纂]**百萬港元；及(iii)基於**[編纂]**每股**[編纂]**[**編纂]**港元(即指示性**[編纂]**範圍的上限)計算，我們預期**[編纂]**後的**[編纂]**為**[編纂]**百萬港元。

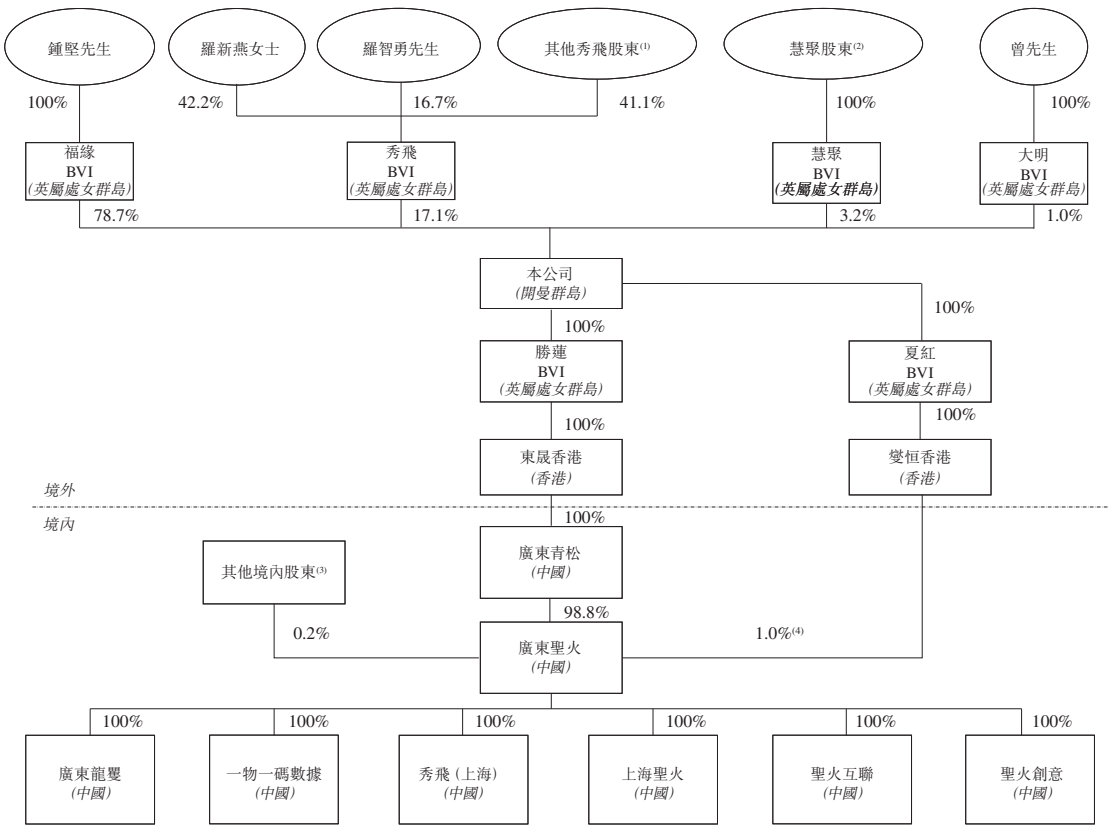
除福緣BVI(鍾堅先生全資擁有的公司)及秀飛BVI(羅新燕女士控制的公司)持有的股份(合共佔緊隨**[編纂]**完成(假設**[編纂]**未獲行使)後已發行股份總數的**[編纂]**%)根據上市規則第8.08條將不計入**[編纂]**外，所有其他股東持有的股份(佔已發行股份總數的**[編纂]**%)將計入**[編纂]**。因此，本公司將符合上市規則第8.08條的**[編纂]**規定。

上市規則第8.08A條規定，新申請人尋求上市的股份必須有足夠的數量由公眾人士持有，且於上市時可供交易。這一般指尋求上市的股份類別由公眾人士持有，且不受(無論是合約、上市規則、適用法律或其他規定下的)任何禁售規定所限的一部分，於上市時必須符合以下其中一項條件：(i)佔尋求上市的股份類別已發行股份(不包括庫存股份)總數至少10%，以及上市時的預期市值不少於50,000,000港元；或(ii)上市時的預期市值不少於600,000,000港元。基於以下假設：(i)本公司任何核心關連人士或根據上市規則第8.24條不被視為公眾人士的人士不會於**[編纂]**項下獲分配任何**[編纂]**；及(ii)由於控股股東、秀飛BVI及**[編纂]**所持全部股份均受禁售承諾約束，故不計入滿足**[編纂]**要求的計算範圍，預期**[編纂]**股股份(假設**[編纂]**未獲行使)將由公眾持有(佔**[編纂]**完成後本公司已發行股份總數的**[編纂]**%，預期**[編纂]**時的市值約為**[編纂]**百萬港元(基於**[編纂]**每股**[編纂]**[**編纂]**港元(即指示性**[編纂]**範圍下限)計算))，且**[編纂]**後不受(無論是合約、上市規則、適用法律或其他規定下的)任何禁售規定所限。因此，本公司預期於**[編纂]**後將符合上市規則第8.08A條項下**[編纂]**要求。

公司架構

緊隨重組完成後但[編纂]及[編纂]前

本集團於緊隨重組後但**[編纂]**及**[編纂]**前的公司架構載列如下：



附註：

1. 其他秀飛股東包括鍾智勇先生、孫林梅女士、陳建先生、陳丹鳳女士及鍾小建女士。彼等各自於秀飛BVI的持股量與上文重組第一步所載者相同。

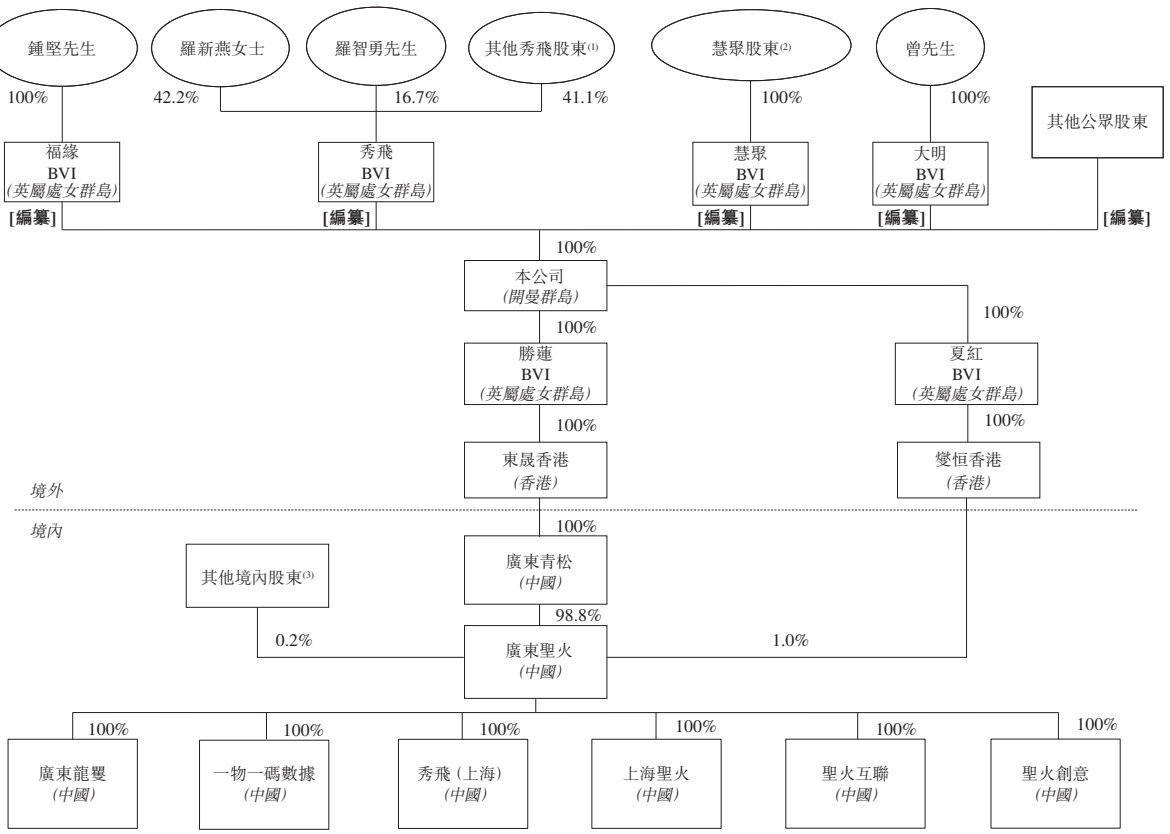
2. 慧聚股東包括陳欣女士、陳紫彬先生、鍾敏雄先生、劉海頻先生及許堅強先生。彼等各自於慧聚BVI的持股量與上文重組第一步所載者相同。

3. 據董事經作出一切合理查詢後所深知，其他境內股東(i)均為獨立第三方；(ii)彼此獨立；及(iii)過往或現時與本公司或其任何附屬公司、控股股東、董事或高級管理層或彼等各自任何聯繫人概無任何關係(包括業務、僱傭、家族、信託或融資關係)。

4. 燮恒香港保留廣東聖火1%股權，主要為維持本集團於中國境內的外資架構，以便進行重組。

緊隨[編纂]及[編纂]後

以下為本集團緊隨**[編纂]**及**[編纂]**後的公司架構及股權架構(不計及因行使**[編纂]**而可予發行的股份)：



附註：

1. 其他秀飛股東包括鍾智勇先生、孫林梅女士、陳建先生、陳丹鳳女士及鍾小建女士。彼等各自於秀飛BVI的持股量與上文重組第一步所載者相同。

2. 慧聚股東包括陳欣女士、陳紫彬先生、鍾敏雄先生、劉海頻先生及許堅強先生。彼等各自於慧聚BVI的持股量與上文重組第一步所載者相同。

3. 據董事經作出一切合理查詢後所深知，其他境內股東(i)均為獨立第三方；(ii)彼此獨立；及(iii)過往或現時與本公司或其任何附屬公司、控股股東、董事或高級管理層或彼等各自任何聯繫人概無任何關係(包括業務、僱傭、家族、信託或融資關係)。

中國國家外匯管理局登記

根據自2014年7月14日起生效的國家外匯管理局第37號通知，中國境內居民在境外設立或控制的特殊目的公司在中國境內進行往返投資的，須在向特殊目的公司投入境內外合法資產或權益前，向當地外匯管理局辦理外匯登記。已註冊的境外特殊目的公司的

境內居民個人股東、名稱、經營期間等基本資料發生變更或發生重大變化的，包括但不限於境內居民個人增加或減少註冊資本、轉讓或置換股權、合併或分立等，應向外匯局辦理變更境外投資外匯登記。

根據自2015年6月1日起生效的國家外匯管理局第13號通知，接受國家外匯管理局登記的權力由當地國家外匯管理局下放至國內實體資產或權益所在地的當地銀行。

據中國法律顧問確認，下列人士已根據國家外匯管理局第37號通知在國家外匯管理局相關地方分支完成辦理所需登記：鍾堅先生、羅新燕女士、羅智勇先生、鍾智勇先生、孫林梅女士、陳建先生、陳丹鳳女士、鍾小建女士、陳紫彬先生、陳欣女士、鍾敏雄先生、劉海頻先生及許堅強先生。

境外[編纂]

中國證監會已於2023年2月17日頒佈境外上市試行辦法，自2023年3月31日起施行。根據境外上市試行辦法，境內企業直接進行境外發行上市的，應向中國證監會備案；境內企業間接進行境外發行上市的，應指定境內主要經營實體，由該主要經營實體作為境內負責實體向中國證監會備案。境外上市試行辦法規定，若發行人同時符合以下兩項條件，發行人進行的境外證券發行及上市將被視為中國境內公司間接境外發行：(i)發行人最近一個財政年度經審計的綜合財務報表所記錄的任何營業收益、溢利總額、資產總額或資產純利的50%或以上由境內公司核算；及(ii)發行人的主要業務活動在中國內地進行，其主要營業地點位於中國內地，或負責其業務經營及管理的高級管理人員以及管理層大部分為中國公民或居駐中國內地。

鑑於我們符合上述兩項條件，中國法律顧問認為我們須遵照境外上市試行辦法的規定，就**[編纂]**向中國證監會辦理備案手續並填報相關資料，而董事、獨家保薦人及其中國法律顧問亦同意上述見解。中國法律顧問亦確認，我們已於向聯交所提交**[編纂]**申請後三個營業日內提交中國證監會備案所需文件，而中國證監會已於[●]發出關於完成**[編纂]**及**[編纂]**備案程序的通知。據中國法律顧問表示，**[編纂]**及**[編纂]**毋須取得中國證監會的其他批准。

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。於往績記錄期間，我們為客戶(尤以快消品行業為主)提供服務。

根據弗若斯特沙利文提供的數據，按2024財年相關服務收益計算，我們在中國二維碼營銷解決方案服務商中排名第四，市場份額約為1.8%，全賴我們逐步將技術融入營銷服務，充分展現我們迎合行業發展拓展服務組合的能力。隨著營銷技術趨勢持續深化，董事相信我們已掌握戰略定位，積極捕捉創新數字解決方案日益增長的需求。

旗下三大業務板塊的詳情如下：

— 整合營銷服務

我們的整合營銷服務提供全方位整合營銷解決方案，涵蓋從規劃、協調到執行營銷活動的整個營銷範疇，包括策略制定、創意開發、內容製作、活動策劃及整合傳播。我們的整合營銷服務兼具全面性與顧問屬性，核心在於為客戶提供靈活的一站式營銷解決方案，並依循客戶需求統籌協調不同層面的營銷工作，以傳遞連貫一致的品牌訊息。憑藉行業專長與技術實力，我們專精於無縫融合線下渠道與數字平台，以先進技術為各行各業品牌方(尤其擅長快消品領域)打造營銷方案，助力品牌達成其營銷目標並提升市場能見度。

— 營銷技術服務

我們提供營銷技術服務，旨在協助客戶運用技術工具及數據驅動系統支持營銷活動，重點在於提升營銷活動的精準度、效率及可衡量性。我們提供技術基礎設施，以支援客戶在主要線上平台及數字渠道高效規劃與執行營銷活動。借助專有「一物一碼」技術(即透過二維碼為每件產品或包裝賦予獨特數字身份)，我們協助客戶將其實體產品無縫接入線上數字生態，建立品牌、分銷商、零售商與終端消費者之間的連結，從而賦能客戶開展互動性強、參與度高的營銷活

動(例如透過微信及其他社交媒體平台承載的小程序或應用程式進行)，同時讓客戶能夠獲取有價值的銷售數據，以深化消費者洞察並實現更有效的渠道管理。透過持續的數字互動與個人化接觸，我們以技術賦能的營銷解決方案亦協助客戶強化終端消費者忠誠度，並持續提升其客戶群體的黏性。

— 廣告營銷服務

我們提供廣告營銷服務，涵蓋以影片、橫幅廣告、海報及圖像等形式進行的廣告內容創意設計及製作，以及針對該等內容與素材進行策略性投放與部署。我們協助進行媒體渠道採買以投放廣告內容，旨在獲取流量，提升廣告內容的受眾觸達率及曝光度。我們的廣告投放於線下戶外公眾廣告資源、室內廣告空間、數字媒體資源以及新興或線上及數字廣告空間。

憑藉於品牌、消費者及市場分析方面的專業經驗，加上於傳播策略制定與執行方面的核心實力，我們致力通過多元整合營銷策略及活動協助客戶提升營銷效果與品牌價值。我們的服務助力客戶增強品牌及產品知名度。於往績記錄期間，我們旗下三大業務板塊共承接超過500個營銷項目。

我們一直與客戶集團A保持長期穩定的合作關係；該集團作為中國領先的飲料與即食麵製造及分銷商，在市場上佔有重要地位。客戶集團A自2014年起成為我們的客戶，於往績記錄期間始終位列我們最大客戶之一，見證我們三大業務板塊持續革新及擴展。具體而言，透過提供營銷技術服務，我們參與該客戶於中國華東、華南、西北及西南四大區域的運營管理。我們協助客戶集團A落實運營數字化，藉由營銷技術服務加強其理解並掌控產品流轉與渠道分銷體系的能力，從而提升管理效能、促進消費者精準營銷，並優化私域運營。我們相信，過往為客戶集團A提供跨服務類別的協作經驗，成就我們對其背景、品牌特色、服務需求與期望的透徹了解，確保服務過程多年來維持順暢高效。

我們的項目囊括各類型獎項，包括麒麟國際廣告獎金獎、IAI傳鑒國際廣告獎技術營銷金獎、TopDigital營銷服務類金獎、DMAA國際數字營銷獎金獎、金勢獎金獎、長城獎銀獎、虎嘯獎私域營銷類銀獎、金投賞新零售組銀獎、國際艾奇獎銀獎、虎嘯獎年度大數據&智能公司大獎以及IAI傳鑒國際廣告獎年度最具成長力數字營銷公司獎。有關我們所獲獎項的詳情，請參閱本節下文「榮譽及獎項」。

有感科技在我們提供營銷服務過程中扮演日益重要的角色，我們認為技術整合對提升運營效率及資源運用效益至關重要。我們透過整合「一物一碼」技術、二維碼、AI及AR等技術，協助客戶提升營銷策略的執行成效。我們相信，藉由整合數字技術、創意策略與場景化運營，我們得以提供創新的營銷解決方案，既可提升品牌知名度，又能協助品牌優化從生產到銷售的整體流程，此亦為我們有別於傳統營銷公司的核心優勢。

下表載列我們於往績記錄期間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	
		佔總收益概約百分比		佔總收益概約百分比		佔總收益概約百分比
	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	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

我們的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢成就過往佳績，並將推動未來增長：

我們憑藉技術實力提供全方位整合營銷服務，為客戶量身定制營銷解決方案

我們的核心優勢在於策劃並執行無縫融合實體與數字策略的營銷方案。憑藉先進數字技術能力，我們運用廣泛的線上線下渠道，助力客戶實現高效的線上線下協同效應。憑藉多元創意解決方案、全面整合營銷專業知識及創新營銷技術，我們相信能協助客戶提升品牌知名度、曝光率及營銷效果。基於多年為客戶開發營銷策略及協調多元服務商的經驗，我們在整合營銷鏈中擔任核心聯絡點，免除客戶協調多方供應商的繁複流程，確保品牌推廣策略得以無縫貫徹執行。

憑藉行業經驗及項目協調與執行能力，我們借助自主研發的營銷系統及應用程式提供融合數字平台專業技術的整合解決方案。我們的專業服務範疇亦擴展至二維碼解決方案應用以及多元營銷活動管理，業務遍及中國內地多個城市。同時，我們利用微博、微信、抖音及小紅書等廣泛線上媒體渠道，在內部技術設計及運營團隊協助下制定個性化營銷策略。除傳統實體營銷策略外，我們致力協助客戶加強運用不同技術及數字營銷渠道與工具，創造更具吸引力的體驗，藉提升參與度增強終端消費者黏性。

董事認為，此整合多元技術模式賦能我們為客戶提供更高效靈活的營銷方案，從而強化營銷效果。

憑藉自身技術實力、對營銷技術研發的持續投入以及於營銷領域積累的經驗，我們得以不斷完善營銷系統，拋離其他傳統營銷服務供應商

我們多年來專注研發營銷技術，成功積累技術實力以構建一系列自主開發及定制化營銷系統。我們不單具備技術實力，多年來在營銷領域積累的經驗亦令我們得以收集專有數據，持續完善營銷系統。旗下系統包括微信小程序等具備多元功能與互動體驗的消費者互動平台(賦能客戶開展互動性強、參與度高的營銷活動)及後端管理系統(與我們專有的「一物一碼」技術整合，並連結每件產品內嵌的獨特數位身份，實現實時數據收集與追溯，同時賦能客戶作出數據驅動的營銷決策)。憑藉上述技術實力，加上對營銷技術研發的持續投入，讓我們有別於傳統營銷服務供應商。

旗下數字營銷技術服務的核心在於「一物一碼」技術。透過於個別產品及包裝盒上嵌入獨特二維碼，分銷商、零售商或消費者等不同單位一經掃碼即可無縫啟動營銷活動，同時支援不同渠道的定制化互動。我們的線上營銷小程序及私域會員系統通常部署於微信等主流社交媒體平台，整合紅包、抽獎、小遊戲及獎勵計劃等互動功能。我們相信，上述私域會員系統與小程序可作為品牌私域運營的基礎，結合「一物一碼」技術，有助提升終端用戶參與度並鼓勵持續互動。

此外，我們的營銷技術服務透過全面數據收集，賦能客戶及時掌握銷售表現、活動參與度及消費者反饋的深度洞察。上述以數據驅動的模式賦能客戶作出明智決策並持續優化營銷策略，從而實現可量化的成效及長遠成功。我們相信，上述種種元素有助促進終端用戶更廣泛的參與及持續互動，充分展現我們提供數字營銷解決方案的能力。

我們運用及開發AI技術以擴大服務範疇，尤其針對運營效率及服務質量方面

據弗若斯特沙利文表示，營銷公司增加AI應用實屬常見且必要之舉，而整合AI對於保持競爭力至關重要。於往績記錄期間，我們成立AIGC智能實驗室，並逐步將AI垂直智能體融入業務運營。目前，我們借助上述舉措提升製作營銷素材的效率及質量，同時促進營銷提案及活動設計流程。有關AI垂直智能體的詳情，請參閱下文「我們的業務策略」。我們的AI技術與營銷行業經驗相輔相成，助力我們將實踐經驗轉化為客戶價值。

我們的AI實力建基於持續擴展的歷史項目數據庫；此行業專屬數據基礎賦能我們更高效地為客戶準備及完成營銷素材。我們運用行業特定數據及領域知識持續整合AI垂直智能體，不僅有助提升當前服務交付與運營響應能力，亦賦能我們在未來營銷解決方案中進一步拓展先進技術的應用，以應對目標營銷需求。截至最後可行日期，我們的數據庫已納入超過2,000項已完成的營銷案例。

於往績記錄期間，我們成功應用AI技術生成圖像、裸眼3D視頻、視頻特效及剪輯，展示我們對技術進步及運營提升的積極承諾。我們亦開發以AI驅動的IP助理工具，支援一鍵生成定制化的品牌IP角色及表情包，為企業品牌注入獨特的視覺形象與個性，著力強化用於廣告、社交媒體、品牌故事、聯名合作及周邊商品的品牌資產，旨在促進消費者互動及品牌連結。有關AIGC智能實驗室的詳情(包括數目及背景)，請參閱本節下文「研發」。

我們已與客戶建立穩固業務關係

我們透過整合技術提供營銷服務。經過多年運營，我們在整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務領域累積豐富經驗，深入掌握不同行業客戶(尤其專注於快消品市場)的營銷需求。我們有能力跨業務板塊提供多元化服務，為客戶量身定制個性化方案以達成營銷目標。於往績記錄期間，我們為各行各業提供服務，包括快消品、信息技術及家庭用品行業。

本集團一大優勢在於與客戶建立的持久業務關係，此關係建基於我們的聲譽，並轉化為強大的客戶忠誠度及反覆回購，其中與主要客戶維持接近12年的合作關係正是最佳實證，彰顯客戶對我們服務的信任與肯定。上述穩固關係不僅為持續增長提供穩定基礎，更強化我們在整合營銷領域的行業聲譽及競爭力。

我們擁有具遠見且經驗豐富的管理團隊

我們擁有具遠見且經驗豐富的管理團隊。我們的管理團隊實力雄厚，具備全面的運營及行業知識。我們緊貼中國營銷技術及二維碼市場趨勢，據弗若斯特沙利文表示，按2024年相關服務所得收益計算，我們於中國二維碼營銷解決方案服務商中排名第四，市場份額約為1.8%。

本集團由創始人、執行董事兼董事會主席鍾先生領導，其擁有約20年管理經驗及逾12年營銷行業經驗。鍾先生於2013年創立本集團，始終致力為業界提供優質營銷服務。鍾先生自2021年起擔任廣州4A會長，在廣告及營銷行業擁有豐富經驗。鍾先生獲頒「廣州市傑出廣告人」及「ECI中國年度最具商業創新營銷人物」獎項，充分表揚其經驗與貢獻。

本集團發揮競爭優勢，成功打造一支經驗豐富的管理團隊，能夠有效統籌跨工作流的業務運營以確保順暢運作。借助團隊制定方案、統籌項目及交付優質服務的能力，我們得以協助客戶解決需求，並確保符合標準的預期服務交付。有關董事及高級管理層背景與經驗的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。憑藉其經驗、知識及洞察力，我們相信管理團隊能夠引領本集團把握中國整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務市場的擴展機遇。

我們的業務策略

我們持續增強在營銷領域的競爭優勢及提升數字化能力，借助革新科技於日新月異的消費洪流下保持領導地位。我們力求透過下列策略提升市場地位並持續擴大市場份額。

透過升級與開發AI垂直智能體強化營銷解決方案與實力

董事認為，強大技術能力(尤其針對AI領域)是營銷服務商賴以成功的關鍵要素之一。據弗若斯特沙利文表示，AI在營銷行業日益普及，透過消除重複性勞動密集型工作，不單提高營銷產出效率及降低營銷公司的運營成本，更有助增強營銷公司所提供服務的多樣性。根據弗若斯特沙利文提供的數據，中國整合營銷市場於2020年至2024年間呈現強勁增長，以4.6%的複合年增長率擴張—由約人民幣672億元增至人民幣804億元。預計至2029年，中國整合營銷市場規模將達到約人民幣993億元，2024年至2029年間預測複合年增長率約為4.3%。為把握市場增長機遇、提升運營效率及擴展整合營銷服務範疇，我們擬開發新一代營銷主導AI系統，以增強整合營銷能力並拓寬營銷解決方案的範圍與價值。我們相信，進一步發展該技術將推動本集團運營與服務升級，支持長期增長，並加強在新興市場的佈局。憑藉現有AI技術基礎，我們計劃進一步優化內部流程及面向客戶的平台。

我們目前已設立AIGC智能實驗室，作為本集團內部特定設立的專責部門，其職責有別於本集團的研發團隊，主力聚焦於開發及完善本集團的AI系統及AI驅動工具，旨在將AI技術融入本集團的運營工作流程，以提升服務質量、效率及成效。

AI垂直智能體

憑藉AIGC智能實驗室的努力，我們成功開發AI垂直智能體—專門為特定行業或商業領域設計及訓練的人工智能模型，而非通用型AI。有別於ChatGPT或DeepSeek等其他涵蓋廣泛主題與任務的通用模型，AI垂直智能體深度聚焦於特定行業或狹義明確的領域，在選定範圍內積累專業知識，以提升準確性、效率及精準度。

在營銷與快消品領域的應用中，AI垂直智能體運用本集團獨有的行業特定數據集，包括與品牌形象相符的創意營銷素材庫、附有詳細時間、地點及情境資訊的營銷及廣告活動案例，以及全面的線下銷售數據。上述數據資產構成競爭壁壘，賦能實現精準的領域特定模型訓練。透過整理、標註及清洗相關數據，AI垂直智能體經訓練後將能夠理解快消品行業專業領域內的特定資訊、模式以及情境與行為關聯，從而賦能其生成與目標受眾共鳴的營銷內容或素材，並產出創意成果(如宣傳材料、活動策略及個性化營銷信息或標語)，不僅符合品牌形象，更能針對市場狀況進行優化。

AI垂直智能體的實際應用包括配合不同需求或規格快速生成創意營銷材料及廣告文案、個性化品牌IP設計與生成、以數據驅動的營銷活動成效預測與分析，以及提供深入的AI驅動營銷洞察與分析，以制定營銷策略並優化營銷及廣告方案。

董事相信，我們可借助AI垂直智能體保持成本效益，同時提升服務的質量、效率及成效，並增強客戶參與度。

升級及開發AI垂直智能體

截至最後可行日期，我們已在AI垂直智能體的數據庫中累積逾2,000項營銷案例的原始數據以待清洗，其中絕大部分源自本集團過往項目。隨著現有客戶需求日益增長及為把握未來市場機遇，展望未來，AIGC智能實驗室將負責進一步提升現有AI垂直智能體的能力，以應對目標營銷需求，並基於該智能體開發一個面向客戶的平台，賦能客戶透過AI驅動工具，積極參與營銷活動策劃與內容創作的早期階段。

為升級及開發AI垂直智能體，我們擬(i)強化AI數據庫；(ii)提升數據處理能力及營銷提案與營銷素材的產出效率與質量；(iii)透過開發面向客戶的平台加強本集團與客戶之間的互動；及(iv)收集實時數據用於分析營銷策略效果。

(i) *強化AI數據庫*

本集團的AI數據庫現已收錄源自過往項目的營銷案例。我們擬獲取用於AI垂直智能體訓練的市場數據，包括廣告素材數據庫、品牌視覺識別與IP數據庫、創意元素標籤庫、競爭對手推廣數據、消費者市場數據，以及行業表現與趨勢數據。

本集團將在AI系統中部署先進數據清洗及標註技術，以提升訓練數據集的質量與可靠性。數據清洗是指檢測並修正原始數據中不準確、不一致或錯誤之處，確保其達到準確、完整且可靠的分析或系統訓練標準，具體包括刪除重複記錄、統一格式及處理缺失或錯誤項目。數據標註是指為數據賦予有意義的標籤或識別符，例如

圖像分類、文本歸類或用戶交互註釋，使人工智能系統能夠有效識別、分析並從中學習。高質量的數據清洗與標註對於實現精準可靠的AI驅動營銷解決方案至關重要。

通過確保圖像、文本及用戶交互等數據獲準確標記與分類，我們可提升AI驅動營銷模型的表現，支持更精準的受眾細分、推廣活動優化及內容個性化。實施數據清洗與標註並配合持續質控，有助促成數字營銷解決方案交付更高效成果，同時減少偏差並提升對新興市場趨勢的適應力。

透過AI系統升級，我們預期將擁有超過150百萬個數據項及逾2太字節(TB)經清洗及／或標註的數據，從而構建一個堅實的營銷數據庫。

(ii) *提升數據處理能力及營銷提案與營銷素材的產出效率與質量*

借助升級AI數據庫，AI系統將處理數據輸入，並制定符合客戶獨特需求與主流市場趨勢的定制化品牌策略，同時亦將支持自動生成營銷提案，包括受眾識別、媒體與平台選擇、內容形式、排期及網紅推薦，以及數字與整合營銷的實用策略。AI系統亦將協助生成創意營銷素材(包括視覺廣告與應用先進特效的多媒體內容)，並確保客戶品牌形象的一致性、準確性與協調性。

我們現有AI系統建基於「140億參數」架構(通稱「**14B**」AI模型)，意味著系統已透過140億個數據點進行訓練，使其在理解、生成及分析內容、數據與客戶互動方面具備先進能力。一經升級，AI系統將以「720億參數」(「**72B**」)模型作為藍本。是次升級結合上文所述已獲取、清洗及標註的市場數據，賦能AI系統即時處理大量數據，實現更精準的定向與個人化，確保營銷素材能觸動目標受眾並提升互動效果，同時可提出更獨特的切入角度、形式與內容風格，從而提升我們向客戶所提供方案與服務的質量。

據弗若斯特沙利文指出，「14B」AI模型通常為初階營銷技術公司所採用，而「72B」AI模型則大多由領先營銷技術公司所採用，不單有助服務商從競爭對手中突圍而出，同時亦可實現更優越的績效。

我們預期，升級AI系統將有助開發及提供更切合客戶需求的定制化解決方案。

(iii) *透過開發面向客戶的平台加強本集團與客戶之間的互動*

我們擬開發一個面向客戶的平台，運用AI系統賦能客戶直接參與初步推廣策劃及內容創作。該平台主要針對尋求更高效定製化營銷解決方案但可能缺乏資源組建內部技術團隊的快消品品牌及區域客戶。客戶預計將因應具體使用的AI服務(如自動化廣告文案生成或品牌IP形象定製)支付費用，收費視乎實際使用水平及項目規模而定。客戶可藉由該平台生成個性化IP，例如品牌視覺元素及營銷創意概念。該工具為用戶提供簡易切入點，使其在營銷初期即可創建原創品牌資產，其後再採用我們全方位營銷服務。

透過結合龐大IP數據庫、AI驅動創意工作流及先進生成式模型，該平台能實現高效的內容創作與初步營銷規劃，並將成為吸引客戶與我們專業服務互動並從中受益的渠道。該平台擬整合多項核心功能，以增強我們現有的服務範疇。例如，我們計劃納入廣告文案生成模型(配合客戶所輸入數據加速生成書面廣告內容，同時保持內容一致性)及品牌IP形象生成模型(加快為不同個案與場景製作定製化視覺輸出，從而實現更具擴展性及成本效益的廣告材料製作方式)。我們亦計劃為平台納入簡易廣告效果預測模型，利用歷史項目數據估算及預測活動成效，同時支持基礎媒體規劃與優化。

透過將早期營銷流程自動化，董事相信AI平台將有助我們開拓新市場板塊，尤其尋求自助服務或數字優先解決方案的客戶，從而開闢新渠道吸引潛在客戶選用本集團更全面的營銷服務。董事相信，該面向客戶的平台與現有流程並行運作，透過提供用戶友好介面，賦能客戶在營銷活動的初始階段創建基礎營銷內容與材料，與現有服務發揮互補作用。此外，其亦將作為我們進一步與客戶互動的跳板，加強客戶對我們營銷生態系統及全方位營銷服務的依賴，最終擴大客戶群及提供更多選項以滿足不同需求。

(iv) *收集實時數據用於分析營銷策略效果*

我們現有AI系統並不支持營銷表現及數據實時監測。升級後，AI系統將持續監測所有渠道已部署營銷活動的表現，收集並處理受眾參與度、轉化率及品牌影響力等方面的實時數據。該系統亦將生成可行的洞見與建議，以優化進行中的推廣活動，配合市場即時反饋動態調整策略與資源分配。所收集的實時數據亦包括市場數據，將為本集團制定營銷決策提供洞察。

實時數據收集亦將持續用於AI系統訓練，進一步增強AI數據庫，從而為客戶提供更精準的市場提案、分析及營銷素材。透過運用先進的預測建模與機器學習技

術，該系統將產出及時的情報以支持營銷策略制定，讓本集團得以更有效地預測市場變化與客戶需求。

為升級及開發AI模型，我們擬將**[編纂][編纂]**淨額用於：

(i) 招聘15名專業人員，包括五名算法工程師、兩名數據科學家、三名AI模型訓練工程師及五名數據標註專員；

(ii) 強化AI數據庫並訓練AI模型，包括(a)為逾500,000份歷史營銷素材添加標籤，標籤內容關聯品牌特徵、產品類別、目標消費者、創意元素、銷售數據及營銷成效，藉此訓練AI模型識別有效模式；(b)採購約五百萬份外部創意營銷材料，以擴充AI數據庫並提升AI生成內容的多樣性；(c)獲取競爭對手的推廣數據(涵蓋廣告投放記錄、策略及行業或市場趨勢報告等市場洞察)以增強市場分析能力；及(d)獲取其他AI訓練資源，例如雲端GPU或張量處理器租用服務，以及用於AI模型追蹤與數據處理的相關軟件及開發工具；及

(iii) 購置或升級本集團硬件設備，包括(a)購置八台GPU伺服器以提升處理器性能；(b)購置100TB分散式存儲系統，以提升數據讀寫速度；(c)升級網絡硬件設備，以支援100 Gbps端口帶寬，並採用先進的遠端直接記憶體存取技術(該技術允許一台電腦透過網絡直接存取另一台電腦的記憶體，毋須經過作業系統或CPU，從而實現更低延遲、更高效率的數據傳輸並減少CPU負載)；及(d)改造數據中心設施，為GPU伺服器配置精密空冷系統及不間斷電源備援，以確保運算作業穩定運行。

董事認為，通過針對性投資於技術基礎設施、專業人才及高價值市場數據支持AI系統的戰略性升級與開發，本集團將能夠提供創新的全方位營銷解決方案。憑藉新一代AI科技，本集團將擴展整合營銷服務範疇、提升運營效率，並在快速演變的營銷行業中鞏固自身競爭地位。上述行動旨在驅動可持續增長，為客戶與持份者創造長期價值。

擴展業務版圖至東南亞(尤其印尼及泰國)及香港

於往績記錄期間，我們向中國客戶提供營銷服務。憑藉於中國市場積累的成熟經驗及堅實營銷實力，我們擬進一步擴展業務至東南亞(尤其聚焦於印尼及泰國)及香港。此擴張計劃建基於既有專業能力，再藉由本地化措施作支持，確保在新市場中保持關聯性與成效。

選擇於印尼及泰國擴展業務的原因

我們決定進軍印尼及泰國的原因在於:

(i) *蓬勃經濟增長*

根據弗若斯特沙利文提供的數據，印尼是東南亞最大經濟體，其GDP由2020年的10,591億美元上升至2024年的13,963億美元，期內複合年增長率為7.2%。預計至2029年，GDP將進一步增加至19,167億美元，即2024年至2029年間複合年增長率為6.5%。泰國的GDP由2020年的 5,005億美元增加至2024年的5,264億美元，期內複合年增長率為1.3%，預計至2029年，GDP將進一步增加至6,161億美元，即2024年至2029年間複合年增長率為3.2%。

此外，據弗若斯特沙利文表示，該等司法權區的整合營銷市場預計將穩步增長。泰國整合營銷市場規模由2020年約116.9百萬美元擴大至2024年約139.2百萬美元，並有望於2029年進一步增至約167.6百萬美元；而印尼整合營銷市場規模則由2020年約119.3百萬美元擴大至2024年約131.1百萬美元，並有望於2029年進一步增至約182.0百萬美元。董事相信，上述增長趨勢為本集團等整合營銷服務商在相關市場拓展業務提供充足空間。

(ii) *二維碼支付系統普及*

印尼銀行與印尼支付系統協會（ASPI）於2019年推出標準化二維碼系統（QRIS），以推動無現金支付並加強印尼支付系統間的互聯互通。泰國銀行家協會則於2017年推出Thai QR，該系統為高度標準化的支付體系，支持跨機構支付，並有助於與東盟國家及其他地區建立緊密經濟聯繫。上述市場對二維碼支付基礎設施的應用，締造極為有利於數字營銷活動的環境，支持高效推行線上推廣及互動客戶參與。二維碼支付基礎設施將助力我們結合推廣優惠與交易功能，例如即時折扣、忠誠獎勵及關聯購買等。

(iii) *營銷技術發展相對青澀*

據弗若斯特沙利文所示，印尼及泰國的營銷技術基礎設施雖不斷進步，然與中國相比仍相對欠發達。本集團可把握上述機遇，藉由引進先進營銷技術及發揮專業實力，應對當地企業未獲滿足的需求。於2020年至2024年間，泰國及印尼營銷技術市場規模分別按複合年增長率12.7%及30.6%增長。預計至2029年，泰國及印尼營銷技術市場規模將進一步擴大至191.9百萬美元及423.6百萬美元。

董事進一步指出，營銷軟件即服務(SaaS)乃營銷技術解決方案的關鍵交付模式，其滲透率是衡量特定地區營銷技術市場成熟程度的有效指標。2024年，營銷

SaaS分別佔泰國及印尼整體SaaS市場約18.5%及22.0%，而中國的相應比例約為39.6%，反映泰國及印尼在採納營銷SaaS解決方案方面仍有巨大空間，其營銷技術市場尚處於相對早期發展階段，增長潛力驚人。

從行業角度而言，董事觀察到東南亞地區有兩個行業尤其將持續驅動對營銷技術解決方案的需求，分別為(i)零售電商—泰國及印尼的市場規模分別由2020年約83億美元及360億美元增至2024年約140億美元及794億美元，期間複合年增長率分別約為14.1%及21.9%，且品牌方日益傾向運用營銷技術獲取消費者洞察、推送個人化營銷信息及提升顧客體驗；及(ii)旅遊業—旅遊管理機構及相關運營商期望透過定向廣告、主題線下活動及推廣優惠，提升旅遊目的地曝光率及旅客參與度。董事相信，上述行業趨勢將為本集團在印尼及泰國推出整合營銷及營銷技術解決方案創造有利條件。

於印尼及泰國兩地設立辦事處的理由

董事相信，於印尼及泰國設立新辦事處將讓本集團建立穩固的當地據點，有助深化與區域客戶及合作夥伴的聯繫。憑藉於中國市場積累的經驗，我們將因應當地的消費者偏好、價值觀及市場狀況調整營銷解決方案，從而確保服務貼合具體本地需求並具成效。於該等地區設立實體據點亦將加強我們支持現有中國客戶海外擴張的能力，把握來自跨國企業及本地公司的嶄新商機，並迅速應對不斷演變的市場趨勢。透過戰略性分配資源及組建實力雄厚的當地團隊，我們旨在實現最大運營效率及市場應變能力，從而把握該等潛力優厚市場中的商機，並鞏固我們的長期競爭優勢。

(i) *印尼—雅加達*

為進一步把握市場機遇並建立本地市場認知，我們擬於印尼首都兼主要商業中心雅加達設立新辦事處，初期編製約[20]名員工。計劃團隊預期包括約[10]名印尼本地招聘人員，以及從本集團總部調派約[1]名員工、約[1]名總經理、[2]名管理層人員及[1]名助理經理(負責監督當地運營及主要客戶)，連同[4]名負責策略、創意、技術及運營事務的普通員工，以及[3]名負責業務發展、行政及財務事務的普通員工。

(ii) *泰國—曼谷*

我們擬於泰國首都兼主要商業中心曼谷設立新辦事處，預期編製約[11]名員工。該辦事處旨在作為我們的區域基地，以把握泰國及鄰近東南亞市場對整合營銷及營銷技術快速增長的需求。泰國的計劃團隊預期包括約[1]名總經理、[2]名管理層人員及[1]名助理經理(負責監督當地運營及主要客戶)，連同[5]名負責策略、創意、技術及運營事務的員工，以及[3]名負責業務、行政及財務事務的員工。

印尼及泰國是我們在東南亞初步確定的擴張目標，而香港則因其區域商業樞紐地位以及對本集團整體區域增長與整合策略的特殊戰略意義而與別不同。董事相信，此組織架構將有助本集團開展客戶獲取工作、加強與當地夥伴合作、支持遵守當地法律及監管要求，並鞏固本集團在東南亞的中長期業務發展。

於香港設立辦事處的理由

於香港設立新辦事處與本集團拓展至印尼及泰國的戰略佈局相輔相成。香港作為眾多跨國企業的區域總部所在地，加上與東南亞市場保持緊密聯繫，相信有助本集團更高效協調跨境項目、分享運營知識，並在不同地區實踐最佳常規。香港辦事處將促進業務資源更緊密整合、改善信息流動，並提升我們支持客戶執行涵蓋中國、香港、印尼及泰國各地推廣活動的能力。透過發展整合區域佈局，本集團致力最大化運營協同效應及深化客戶互動，加強自身在亞洲的競爭定位。

此外，董事相信，香港**[編纂]**地位將顯著提升本集團聲譽與市場知名度，從而有利於進入香港本土市場、促進與商業夥伴接洽並吸引高質素人才。香港作為國際金融中心及中國與全球市場之間的重要橋樑，可提供龐大機遇接觸成熟客戶群、區域與跨國企業及充滿活力的商業社群。根據弗若斯特沙利文提供的數據，香港線上廣告開支由2020年約11億美元增加至2024年約19億美元，期內複合年增長率為14.3%。香港數字應用與廣告開支持續增長，進一步印證本集團認為當地辦事處將有助把握新商機並支持長期戰略發展的觀點。

我們擬於香港設立新辦事處，預計容納約[13]名員工。考慮到香港與內地在文化及商業上緊密對接，包括廣泛使用淘寶、拼多多及微信等相似電商平台及社交媒體，香港辦事處將以相對精簡的團隊運作，重點聚焦香港市場的客戶接洽與業務發展，並作為服務內地品牌及客戶在香港推廣及營銷產品的據點。我們亦擬將香港新辦事處定位為本集團業務擴展至海外市場的服務中心。香港的計劃團隊預期包括約[1]名總經理、[2]名經理、[7]名負責策略、創意、技術及運營事務的員工，以及[3]名負責業務、行政及財務事務的員工。

我們擬將**[編纂]**[**編纂**]淨額用於在印尼、泰國及香港各地設立新辦事處，並在當地招聘人才，包括選址及租賃辦公場所、購置必要的辦公基礎設施及IT系統，以及招募員工，涵蓋管理人員、IT人員、營銷人員及行政人員。透過上述實施計劃，我們的目標是促進從中國業務無縫轉移知識及最佳實踐、加快進入當地市場，並提供切合每個司法權區客戶期望的定制營銷解決方案。

於中國謀求戰略性併購以擴大客戶群及業務運作

我們或會伺機尋求戰略收購與合作，通過併購擴展業務佈局。根據弗若斯特沙利文提供的數據，中國快消品市場規模由2020年的人民幣7.4萬億元擴大至2024年的人民幣9.1萬億元，即2020年至2024年間複合年增長率為5.2%，並有望以4.1%的複合年增長率於2029年進一步增至人民幣11.2萬億元。有見及此，我們擬通過戰略性併購擴大客戶群。於往績記錄期間，我們主要為快消品行業中的食品與飲料板塊執行營銷項目。憑藉於該板塊積累的經驗，我們擬通過收購於快消品行業其他細分領域擁有穩固客戶基礎的營銷公司，進一步滲透快消品行業。

董事擬按以下標準甄選潛在收購目標：(i)於快消品行業(不包括食品與飲料板塊)擁有至少三年營銷服務經驗；(ii)具備運用AI技術開發線上及線下平台適用營銷素材的能力；(iii)過去三年平均年收益不少於人民幣50百萬元且純利超過人民幣5百萬元。據弗若斯特沙利文確認，於最後可行日期，中國存在符合條件的潛在收購目標。

董事認為，收購於快消品行業具備良好往績的目標公司可(i)促進新公司與現有業務互相整合；(ii)豐富我們的營銷數據庫；(iii)吸納人才以壯大我們的人才庫；及(iv)擴大客戶群。我們視此為戰略優勢，有助強化市場地位並支持本集團業務的可持續增長。

於最後可行日期，我們尚未物色到任何具體收購目標，亦未制定具體時間表或預算資本開支計劃以實施任何收購，且未就任何該等交易簽訂協議、承諾或諒解備忘錄，而我們計劃將**[編纂][編纂]**撥作上述用途。**[編纂]**的實際運用時間將取決於合適目標的識別、市場狀況及戰略收購的伺機性質。

於中國增設辦事處以擴展業務版圖

於往績記錄期間，我們的客戶遍佈中國各地，而業務主要透過廣州及上海辦事處運營。於往績記錄期間，我們絕大部分收益來自快消品市場客戶，彰顯本集團於該界別建立的專業實力與領先地位。為進一步擴大及多元發展業務，我們擬將國內業務拓展至其他高增長行業(如家居護理產品、美妝護膚及新能源汽車領域)，尤其將戰略重點聚焦於中國西南地區。

根據弗若斯特沙利文的數據，(i)2024年中國家居護理產品市場規模約為人民幣1,168億元，2024年至2029年間預測複合年增長率約為2.5%；(ii)2024年中國美妝護膚市場規模約為人民幣5,945億元，2024年至2029年間預測複合年增長率約為3.8%；及(iii)2024年中國新能源汽車保有量約為31.4百萬輛，同年中國新能源乘用車市場銷量達11.1百萬輛，2024年至2029年間新能源乘用車銷量的複合年增長率估計約為9.5%。

據弗若斯特沙利文表示，營銷行業中在地佈局至為關鍵，原因在於客戶更傾向於選擇理解區域偏好、市場需求及商業環境的服務商。透過於中國西南地區設立新辦事處，本集團得以深化廣州及上海以外的市場滲透，並發揮地理優勢提升客戶溝通水平，從而直接把握四川、重慶及周邊省份快速擴張的區域經濟與多元產業集群所帶來的機遇。透過在相關市場建立實體據點，本集團將能夠直接與當地及全國行業領袖接洽，迅速適應獨特的區域市場需求，並為橫跨分銷商、零售商以至終端消費者的更廣大客戶群提供定制營銷解決方案。

根據弗若斯特沙利文的數據，2023年中國西南地區(如四川、重慶、雲南、貴州及廣西)快消品零售銷貨額高達人民幣10,478億元，佔中國整體快消品市場的12%。於2019年至2023年間，該地區的複合年增長率為7.5%。在地理標誌品牌、本土化包裝及文化差異化推動下，區域品牌持續成長，反映消費者愈趨偏好真實性及原產地價值主張，同時意味更多品牌著力強調其獨特本土根源及文化身份，力求於競爭激烈的快消品市場中脫穎而出。此外，政府推行如「川貨全國行」及「廣西商品走出去」等舉措，為區域品牌提供系統化支持及更高能見度，開拓更廣泛的全國零售與電商平台通道，進一步放大此效應。

強化本地運營將有助深化客戶關係、把握新商機，並鞏固我們作為全國性整合營銷服務商的競爭地位。董事相信，此舉不僅可降低業務集中風險，更將推動可持續業務增長及長期價值創造。

此外，作為廣州4A主席單位，本集團受益於行業認可的領導地位、廣泛的專業網絡及於中國營銷界的協作影響力。依托既有聲譽，董事對我們於西南地區及新目標行業中與潛在客戶及持份者建立信任、信譽及戰略合作關係的能力充滿信心。此一基礎使本集團獨具優勢，能夠成功實現市場進入、提供高標準營銷解決方案，並在中國不斷演變的商業格局中擴張版圖。

我們擬將**[編纂]**[編纂]淨額用於在中國設立新辦事處，包括選址及租賃辦公場所、購置必要的辦公基礎設施及IT系統，以及招募員工。我們目前正評估於中國西南地區設立新辦事處的具體地點，以優化客戶聯繫與溝通、便利新客戶識別及接觸為目標。透過地域擴張及強化本地佈局，我們旨在提升市場滲透度、多元化客戶群、提高客戶滿意度並爭取更多服務項目份額，從而支持自身在中國的長期增長及競爭優勢。

我們的業務模式

我們的服務範圍涵蓋(i)整合營銷服務、(ii)營銷技術服務及(iii)廣告營銷服務。我們自2013年開展整合營銷及廣告營銷業務，並逐步提升技術能力以升級及豐富整合營銷及

廣告營銷服務範疇，涵蓋整合營銷活動及廣告營銷項目相關協調與執行工作。憑藉歷來累積的經驗與廣告資源，我們有能力為不同行業提供廣泛營銷服務，尤其專注於快消品領域。

為應對客戶需求演變及行業科技與數字化進程，本集團拓展服務範圍至營銷技術，協助客戶整合關鍵技術以提升業務運作及營銷能力。

整合營銷服務

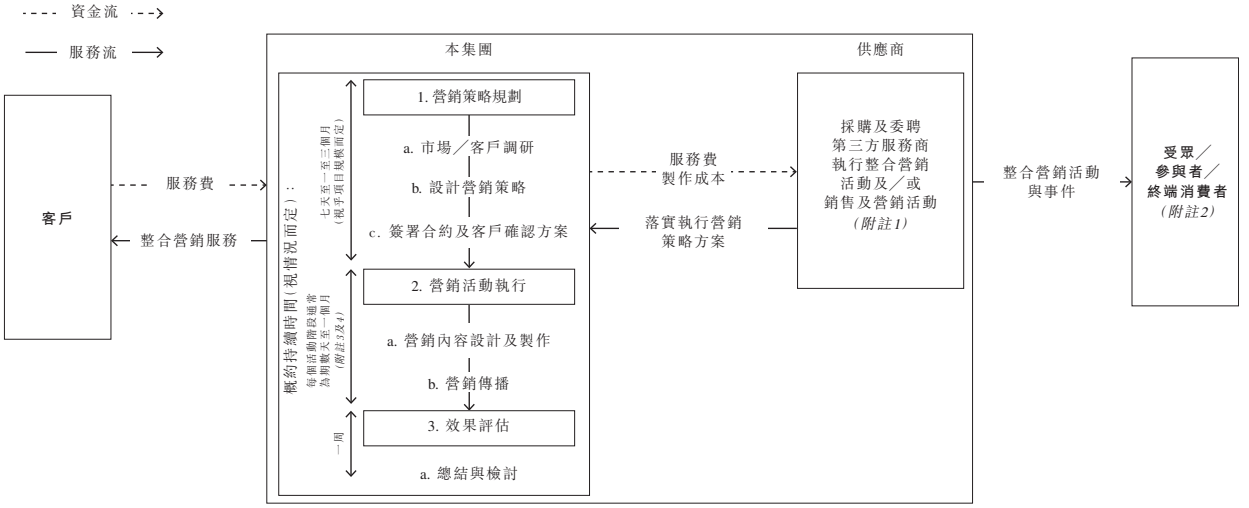
我們的整合營銷服務提供全方位整合營銷解決方案，涵蓋從規劃、協調到執行營銷活動的整個營銷範疇，包括策略制定、創意開發、內容製作、活動策劃及整合傳播。我們的整合營銷服務兼具全面性與顧問屬性，核心在於為客戶提供靈活的一站式營銷解決方案，並依循客戶需求統籌協調不同層面的營銷工作，以傳遞連貫一致的品牌訊息。憑藉行業專長與技術實力，我們專精於無縫融合線下渠道與數字平台，以先進技術為各行各業品牌方(尤其擅長快消品領域)打造營銷方案，助力品牌達成其營銷目標並提升市場能見度。

此線上線下協同模式支持客戶各階段需求，從初期市場定位到品牌建立，以至持續的品牌管理與推廣，實現更廣泛高效的市場覆蓋。我們緊密協作以理解客戶的商業目標與市場挑戰，並進行市場調研以評估市場需求與挑戰，運用行業經驗與專業設計創新策略。團隊具備駕馭不同規模及複雜水平項目的實戰經驗，並高度重視在各工作階段維護客戶標準。我們擁有服務領先品牌及《財富》中國500強企業的實績記錄，並曾執行大規模綜合營銷活動，包括實體活動(例如於中國多個城市舉辦觸及超過20,000名目標觀眾的巡迴演唱會、體育賽事或運動競賽)以及產生逾百萬次瀏覽量及曝光次數的線上推廣活動，借助多元渠道創造廣泛的公眾曝光。憑藉相關經驗，我們致力發揮線上線下相結合的能力以有效地設計、執行及實施大規模整合營銷活動，從而實現高水平的受眾觸及率及行業認可。董事相信，融合運營精準度與策略性技術優勢的承諾乃維繫多年穩定客戶關係的關鍵因素。我們持續深化行業理解與市場敏銳度，力求成為品牌擴大市場影響力及實現可持續增長的強大後盾。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自整合營銷服務的收益分別約為人民幣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，我們分別承接137個、105個及112個整合營銷服務項目。

運營流程

我們在整合營銷服務的整個運營過程中通常會採取以下主要步驟：



附註：

1. 該等第三方服務商提供的服務涵蓋人力、活動管理、物資及場地。

2. 參與方可能涉及品牌推廣策略中包含體育或音樂等競賽類活動的情況。

3. 概約持續時間僅涵蓋每個活動階段的推廣活動執行工作，而一個營銷活動可能涉及橫跨數月的多個階段。

4. 就若干活動而言，活動本身可能僅持續一天，而籌備及執行工作則歷時數周至兩個月左右。

我們首先就每個項目組建內部專責團隊，成員通常包括策略規劃師、設計師及項目經理，負責監督項目由初始至完成的整個過程。

1. 營銷策略規劃

a. *市場／客戶需求調研*

我們負責根據客戶需求制定定制化營銷策略。在此階段，我們與客戶溝通以了解其業務目標，並進行必要的市場調研，以評估市場需求及目標受眾(如目標消費者分析)。我們透過全面研究市場及分析競爭對手識別商機以指引戰略方向，同時分析客戶運營現狀、現有營銷定位及目標。

b. *設計營銷策略*

根據調研結果(如目標消費者年齡層及需求相關分析)，我們為客戶制定個性化營銷策略。基於內部提出的創意構想與策略，我們的內部項目團隊整合所獲資訊並舉行會議討論營銷策略，同時與設計團隊協作，為營銷策略方案製作創意素材。在

制定相關策略時，我們同時考慮實體及數字線上解決方案及／或服務，從而發掘創意活動概念並確保推廣奏效。作為交付成果的一部分，我們會綜合考量實體與數字線上解決方案及／或服務，力求探索創新活動概念並確保推廣效果。作為交付成果的一部分，我們會視乎需要為客戶準備及提供市場研究分析、品牌定位分析與提案、創意內容構想及創新營銷提案設計，以及企業品牌與產品及／或服務的品牌理念與數字體驗規劃，並制定銷售及營銷策略。

c. ***簽署合約及客戶確認方案***

我們將與客戶敲定合約條款並簽訂合約。在確認相關廣告資源及／或第三方服務商的收費與可用性後，我們將落實列明費用及執行計劃的方案以供客戶確認。我們通常優先選用過往曾合作的第三方服務商，以確保所提供服務的可靠性與品質。

如需進行投標程序，我們亦將製備相關投標文件並提交方案。

2. 營銷活動執行

a ***營銷內容設計及製作***

策略提案一經接納，我們會進一步細化已確認的營銷提案，詳細規劃活動方案與項目安排。在已獲批核的營銷方案基礎上，我們亦會著手設計、準備及製作所需的營銷內容與材料，或在必要時委聘外部製作公司協助完成相關材料的製作，將我們先前設計的創意內容(如標語)轉化為實體呈現。

b ***營銷傳播***

我們將配合營銷策略分階段採購媒體資源以建立品牌知名度與關注度。團隊將決定線上與線下元素的組合方式，以實現經濟高效的橋接。營銷傳播可採取多種形式，包括在社交媒體平台及數字廣告網絡等多重線上渠道進行推廣，或透過實體方式進行線下推廣。例如，掃描實體二維碼可將終端用戶延伸至營銷活動的數字空間。作為品牌推廣的重要環節，我們負責開發傳播內容、選擇傳播媒介並協商確認價格。在執行大型整合營銷活動時，我們可能旨在打造線上線下協同體驗，並運用我們的多渠道專業能力，在活動各個階段(可能包括透過小紅書及抖音等平台採購數字媒體資源及發佈線上廣告)分別進行事前曝光、活動推廣及宣傳品的二次傳播。

c　*整合營銷活動實施*

我們的團隊制定項目時間表以協調及監控項目實施。對於涉及線上傳播的營銷活動，我們於不同平台投放廣告內容(如影片及圖像)；對於涉及實體活動的營銷活動，我們負責委聘、協調及管理第三方服務商(包括舞台搭建、聲效配置、燈光調校及攝影／錄影服務)，以確保營銷活動按確認策略執行。我們管理及統籌整合品牌推廣活動的實施與質量，確保工程符合設計規格及工期要求。

整合營銷活動類型

於往績記錄期間，我們成功為客戶籌辦的活動類型包括宣傳攤位、明星見面會、車隊巡遊、體育活動、音樂節／演唱會以及歌唱及體育賽事。

我們將配合客戶需要量身定制推廣活動。

3.　效果評估

總結與檢討

我們重視客戶就整合品牌推廣活動效果所提出的反饋。營銷活動執行完畢後，我們將編製評估及總結報告，以綜述活動實施細節並分析其效果，例如數字指標。我們(i)為客戶提供數據分析服務，助其評估推廣活動及／或項目的效果，例如活動受眾及參與者數量、公眾評論、曝光次數、瀏覽次數及點擊率)；及(ii)結合實體參與成果及數字分析工具的深度分析，提出建議協助客戶改進及優化未來活動。

我們的整合營銷項目周期通常介乎一個月至五個月不等。我們或會與客戶簽訂年度框架合約，並另行簽訂項目制合約。我們將根據合約條款不時向訂約方開具發票。

代表性項目

以下為我們於往績記錄期間其中一個代表性項目：

項目簡介:

於往績記錄期間，本集團為客戶(王老吉)實施一項全方位營銷活動，以線上線下相結合的方式推廣其喉糖產品。該活動策略性地選擇於520情人節、世界無煙日、父親節及教師節期間進行，旨在協助客戶品牌與消費者建立真摯聯繫。

為最大化觸及範圍，我們於中國主流數字及社交媒體平台(包括微博(博客)、抖音(短視頻應用程式)、小紅書(生活交流社群)、微信公眾號、微信視頻號、微信朋友圈及線上新聞媒體)同步進行媒體投放，並於跨平台發放宣傳材料。我們的數字策略輔以KOL合作及創意話題標籤植入，鼓勵不同客群參與並提升活動聲量。此營銷策略與手法讓我們得以於整個綜合營銷活動中實現總計1.625億次的曝光量，展現我們有效執行大規模整合營銷項目的能力。董事相信，透過規劃主題、設計差異化宣傳材料並為不同紀念日打造定制內容，我們可助力激發話題討論並帶動線上媒體及社交媒體平台的流量，從而更有效地傳播宣傳材料。

除數字渠道外，我們亦於商場組織線下體驗活動，例如專門為父子而設的互動遊戲及繪畫環節，以及由KOL主持的打卡簽到及快閃活動。本集團亦開發互動網頁或小程序，讓消費者參與特定營銷活動，例如讓用戶在父親節創建附帶文字說明的個人相冊以喚起情感故事，同時促進用戶分享及轉發等互動行為，以最大化曝光度及參與度。透過上述互動性強的體驗，我們致力為消費者提供直接參與機會，強化情感連結，擴展品牌親和力。我們相信此案例充分展現我們有能力無縫融合創意內容、先進技術、網紅合作、跨渠道媒體及實體活動策動，並為大規模整合營銷活動提供端對端的品牌營銷策劃、設計、傳播及執行服務。

獎項：

金梧獎—社會化營銷類金獎及大數據營銷類銀獎

營銷策略規劃

營銷活動執行與效果評估

營銷技術服務

我們提供營銷技術服務，賦能客戶運用技術工具及數據驅動系統支持營銷活動，重點在於提升營銷活動的精準度、效率及可衡量性。透過專有「一物一碼」技術，我們構建技術基建以助客戶高效規劃及執行主流線上平台與數字渠道的營銷活動，支持其應對數字營銷及消費者互動趨勢。

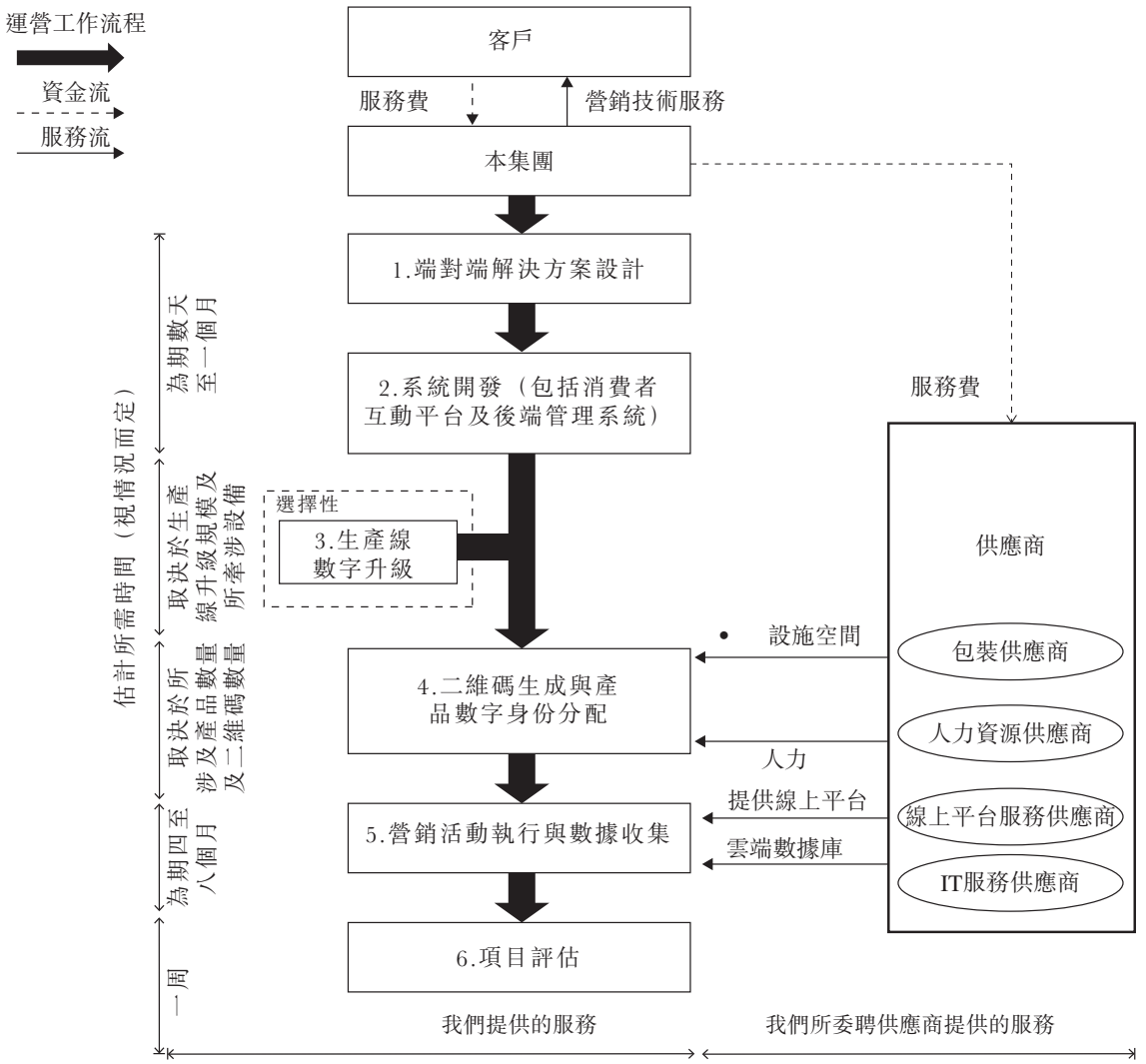
據弗若斯特沙利文指出，隨著智能手機普及及線上互動日益活躍，企業紛紛納入數據驅動的多渠道方案，將營銷策略拓展至傳統方案之外。根據弗若斯特沙利文提供的數據，在商業數字化加速等因素推動下，2020年至2024年間營銷技術市場按複合年增長率23.1%實現顯著增長，並有望於2029年達到約人民幣1,345億元。與此同時，二維碼市場亦快速擴張，2020年至2024年間複合年增長率達15.0%，規模自人民幣127億元增長至人民幣223億元。根據弗若斯特沙利文提供的數據，2024年我們於中國二維碼解決方案服務商中排名第四。我們致力賦能客戶提供並執行以數據為本的創新數字營銷解決方案，於數字洪流下保持競爭力。

我們的營銷技術服務專注於提供專有的「一物一碼」技術，該技術透過二維碼為每件產品或包裝賦予獨特數字身份，從而協助客戶將其實體產品無縫連接至線上數字生態系統，並建立品牌、分銷商、零售商與終端消費者之間的連結。我們進一步開發及操作營銷系統，包括消費者互動平台(如具備多元功能與互動體驗的微信小程序及私域會員平台)，使客戶能夠在社交媒體平台及其他線上或數字渠道開展互動性強、參與度高的營銷活動；及後端管理系統，該系統與內嵌於每件產品的獨特數字身份連接，促進實時數據收集與追溯，同時賦能客戶作出數據驅動的營銷決策。在必要情況下，我們的服務亦包括協助客戶升級生產線，以提升其技術能力並配備必要的技術基礎設施，從而應對不斷演變的數字環境，並適應日益增長的數字化、數據驅動及多渠道營銷需求。結合「一物一碼」技術，用戶可透過掃描二維碼無縫接入客戶平台及小程序以參與營銷活動，從而為客戶及其目標受眾提供直接互動交流的渠道。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自營銷技術服務的收益分別約為人民幣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，我們分別承接36項、33項及33項營銷技術服務合約。

運營流程

下圖概括旗下營銷技術服務的業務模式及運營流程：



營銷技術服務的運營流程通常包括：(i)端對端解決方案設計；(ii)系統開發；(iii)生產線數字升級；(iv)二維碼生成與產品數字身份分配；(v)營銷活動執行與數據收集；及(vi)項目評估。根據與客戶訂立的協議條款，我們提供涵蓋整個運營流程的一站式解決方案，或按客戶營銷需求與目標提供模組化服務選項。

1. *端對端解決方案設計*

我們設計全面的端對端數字解決方案，根據客戶的獨特需求與營銷計劃進行定製，範圍涵蓋運用專有「一物一碼」技術開發系統、生產線升級以至數字營銷活動的實施。透過軟硬件整合，我們的全方位策略可賦能執行數字營銷活動，橋接實體產品與線上數

字渠道，並無縫連結品牌、分銷商、零售商及終端消費者，旨在提供與目標持份者引發共鳴的互動體驗，並推動可量化的成效。

2. *系統開發*

我們提供必要的營銷技術，助力實現並有效執行相關提案。具體而言，我們協助客戶開發消費者互動平台，例如在微信等社交媒體平台、支付寶等線上支付平台或其他電商平台上構建、部署及運營的小程序、線上系統、功能或專屬頁面。該等小程序採用吸睛的個性化介面設計，具備直觀且動態的視覺佈局或特效，既可融合互動及遊戲化元素(如每日簽到、任務及小遊戲)、獎勵功能(如優惠券領取、紅包、推廣代碼、幸運抽獎及積分商城)，亦可整合AR掃描等技術。所有設計均旨在提供具吸引力的互動用戶體驗。

我們的活動亦配備特別設計的營銷策略，例如推出限時功能以增加活動曝光，以及提供實體獎品及可在線下零售店使用的優惠券或代金券，從而鼓勵產品復購並實現線上及線下渠道無縫整合。我們亦提供其他營銷系統開發(如私域會員制)服務，賦予客戶更加多元化的營銷解決方案與靈活彈性，進一步突顯我們與傳統單向營銷的差別。

此外，我們的解決方案包含開發整合式後端管理系統，助力客戶實現運營數字化與流程優化。該整合式後端管理系統與嵌入每件產品的獨特數字身份相連，透過展示在各運營階段擷取的數據，提供庫存與供應鏈運營的即時可視化，賦能客戶精準監控運營流程，同時作出以數據驅動的營銷決策。我們的系統亦能協助客戶及時識別並處理運營與營銷全流程中的異常情況，從而確保運營可靠性與策略靈活性。詳情請參閱本節下文「5.營銷活動執行與數據收集」。

3. *生產線數字升級*

作為中國領先的二維碼解決方案服務商，我們的營銷技術解決方案主要透過專有「一物一碼」技術應用二維碼。作為端對端解決方案的一部分，我們協助客戶實現生產線數字化升級以提升技術能力。我們在客戶及／或其供應商的生產設施中安裝及維護生產機器，並為其配備於產品上印刷及嵌入二維碼所需的技術基礎設施，以及將數字產品身份與我們的後端管理系統連接，促進實時數據收集。此類生產線升級賦能其運用「一物一碼」技術，借助二維碼為產品賦予獨特數字身份，再藉由定製化後端管理系統精簡運營流程、促進實時數據收集與產品追溯，最終利用嵌入產品的二維碼開展營銷活動。

4. *二維碼生成與產品數字身份分配*

我們協助客戶透過「一物一碼」技術隨機為每件產品或包裝盒生成獨特非序列二維碼。用戶掃描二維碼後將跳轉至客戶平台及小程序，於營銷活動期間為用戶提供簡單直接的參與途徑。

我們提供各類二維碼，包括：(i)產品碼(印於單件產品特定部位(如瓶蓋)及包覆容器(如塑料瓶)的收縮膜標籤上)—供終端消費者購買時掃描，旨在激勵消費者回購指定產品；(ii)內箱碼(印於裝載多件產品的每個包裝盒內部)—供零售商及分銷商拆箱補貨時掃描，主要用於渠道營銷，旨在鼓勵其於客戶零售店網絡註冊以增強客戶聯繫；及(iii)外箱碼及載體碼—供客戶員工、承運商及分銷商在包裝、倉儲、儲存、運輸至分銷的運營全流程掃描，主要用於產品追蹤及數據收集，覆蓋客戶完整供應鏈與零售鏈。

生成後的二維碼將印刷或嵌入於產品指定部位(如瓶蓋或收縮膜標籤)或包裝盒的指定位置，視乎客戶要求及編碼類型而定。相關二維碼隨後會被掃描並錄入整合式後端管理系統，與最終產品建立連結，從而有效為每件產品及包裝盒賦予獨特數字身份，實現產品流向的實時追蹤。

此外，我們的服務範疇包括提供人力支援，協助客戶完成二維碼印刷與嵌入流程，並為其產品分配獨特數字身份，包括但不限於(i)向客戶員工及(如適用)其供應商的員工提供機器操作培訓；及(ii)進行例行檢查與質量核查，以確保印刷質量、印刷精度(如二維碼是否印於指定位置)及二維碼的可掃描性與可讀性。

針對外箱碼及載體碼，我們亦會向客戶提供PDA設備，供其於倉儲及分銷等運營環節掃描讀取二維碼。該等PDA設備連接我們的整合式後端管理系統，以便客戶讀取二維碼數字身份所承載的產品資訊，同時實現實時產品流向追蹤及數據收集，全面覆蓋其供應鏈及零售鏈。

5. *營銷活動執行與數據收集*

我們為客戶設計營銷活動並就其於各類線上平台上線及實施提供全面支援。在正式推出及部署小程序或系統前，我們須於系統內設定定制操作參數，包括活動時間軸、獎品庫存及事件觸發條件。我們會進行全面測試，以確保運作順暢，並正確配置存取權限、用戶許可及數據隱私設定。

於整個營銷活動執行期間，我們的團隊亦協助維護小程序或系統的正常運作。我們定期檢視小程序，並在必要時提交更新版本或修補程序。我們持續監測各項系統運行數據，包括但不限於系統負載、記憶體使用及網絡吞吐量，以確保系統正常運行與功能穩定。我們亦提供及時線上支援，以處理及解決任何回報的技術問題，力求確保營銷活動順利執行及用戶無間斷參與。

我們於運營過程的不同階段收集數據，並委聘供應商將所有數據安全儲存於雲端數據庫。相關數據隨後透過整合式後端管理系統進行處理與呈現。

該等系統分析並展示客戶運營各階段所收集的全部數據，為其提供即時可視化的多元數據、統計及分析，包括但不限於(i)透明的產品流向追溯功能，賦能客戶追蹤產品從包裝、倉儲、儲存、運輸至交付的完整供應鏈；(ii)實時區域分銷及零售數據，協助客戶及時補貨並防止商品在指定區域外未經授權流通；(iii)消費者數據與用戶人口統計資料(含性別、年齡、教育程度及職業)，助力客戶深入了解終端消費者行為；及(iv)營銷活動成效數據及數字互動指標，例如點擊率、曝光率、分享次數、瀏覽次數、用戶掃碼次數、回購次數與掃碼時段，以及紅包、禮品及獎品派發價值與數量統計數據。我們相信，整合式後端管理系統將提升客戶的庫存與物流管理能力，助力其預測需求、制定數據驅動的營銷決策以規劃未來銷售策略、應對實時市場狀況及優化營銷活動執行。相關數據亦為我們提供寶貴洞察，協助客戶籌備及設計未來營銷計劃與方案。

6. *項目評估*

除於運營過程不同階段持續收集數據外，我們亦會透過營銷活動期間進行有獎調查及問卷，藉由我們開發的小程序收集終端用戶反饋。我們亦會在活動執行後進行市場調研，並向客戶提供數據驅動的項目評估。該等評估包括對績效指標的深入分析，例如地域銷售數據、按城市或省份劃分的表現、隨時間變化的活動參與趨勢，以及整段活動期間的獎品分發。此外，我們亦提供有關目標受眾群體的詳細分析，涵蓋年齡、性別、職業及所在地等人口統計細節，以及消費行為數據，包括購買渠道、頻率、時間、參與者如何得知活動及其對獎品的期望。上述分析為客戶提供有關營銷效果的寶貴可行洞察，識別改進領域，並提供策略建議以優化未來營銷計劃，助其作出明智的營銷決策並提升營銷效果。

代表性項目

以下為我們於往績記錄期間其中一個代表性項目：

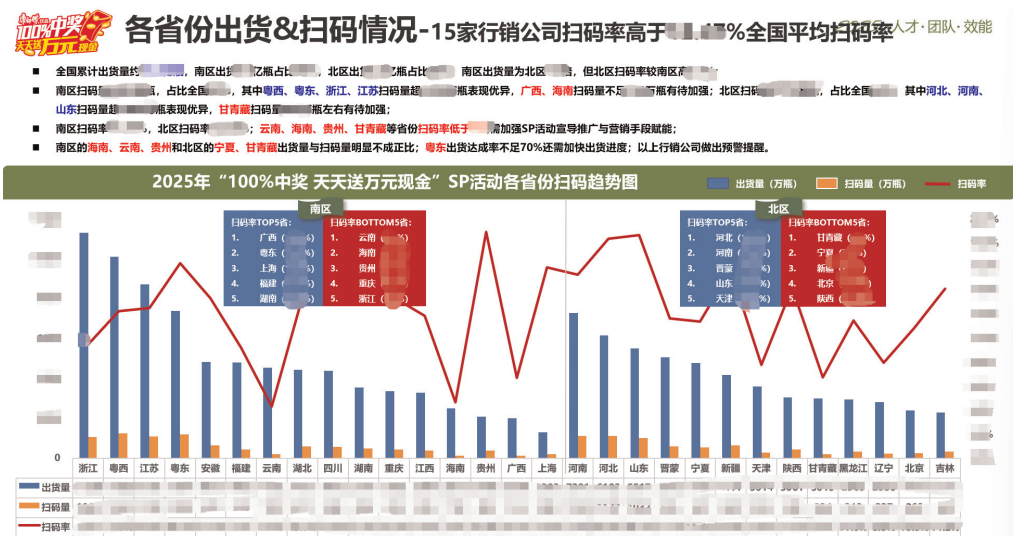
端對端解決方案設計與系統開發

首页　活动规则　中现金大奖　中复购奖　我的奖品

【2025年康饮“100%中奖，天天送万元现金”SP活动】测试计划

关键节点	开始时间	结束时间	测试概要	计划测试项	当前测试项	测试细则	测试结果
功能测试	2024/2/17	2024/2/18	功能测试	232	232	后台系统及小程序功能模块测试	合格
	2024/2/18	2024/2/19	回归测试	160	160	小程序开奖回归测试	合格
	功能测试小计			392	392		
性能测试	2024/2/20	2024/2/21	压力测试	1300	1300	模拟实际应用的软硬件环境及用户使用过程的系统负荷，长时间或超大负荷地运行测试接口，来测试被测系统的性能、可靠性、稳定性	合格
	2024/2/21	2024/2/22	安全检测	112	112	对系统平台进行安全性能、安全功能、安全机制等全面检测评估	合格
	2024/2/22	2024/2/23	UI及体验检测	86	86	对UI界面呈现是否合乎标准，用户体验是否良好进行检测	合格
	性能测试小计			1498	1498		
二维码测试	2024/2/23	2024/2/24	码包测试	25	25	检测正式码各工厂生码总量是否符合目前进度，码包回传、激活端口是否正常，已作废码包废弃无法扫码开奖测试	合格
	2024/2/24	2024/2/25	瓶盖码测试	125	125	已生成瓶盖厂的不同色系瓶盖分别进行多次扫码测试，测试验证扫码识别率、扫码功能、开奖功能（*注意100%中奖）	合格
	二维码测试小计			150	150		
项目验收前测试	2024/2/26	2024/2/26	项目上线前测试	70	70	项目上线前持续测试活动全部功能	合格
	项目验收小计			70	70		
项目上线	2024/2/27	2024/2/28	项目验收	100	100	对平台系统功能进行测试验收	合格
	2024/3/1	2024/3/1	项目上线	35	35	项目上线	合格
	项目上线小计			135	135		
所有测试项目数合计				2245	2245		

項目評估



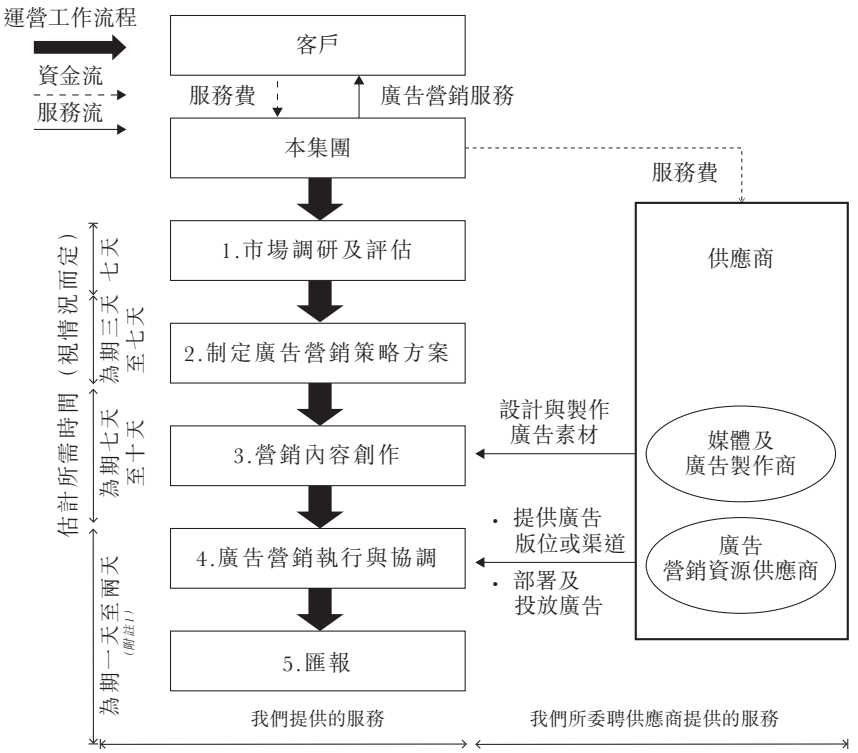
廣告營銷服務

我們就此板塊提供的服務主要包括以影片、橫幅廣告、海報及圖像等形式進行的廣告內容創意設計及製作，以及將該等內容與素材在合適時機、日程及指定位置或媒體渠道進行策略性投放與部署。我們協助進行媒體渠道採買以投放廣告內容，旨在獲取流量，提升廣告內容的受眾觸達率及曝光度。根據所簽署的協議，我們或會參與廣告內容設計及製作，並就有效的廣告及投放策略向客戶提供建議。於往績記錄期間，我們亦已開始將自主開發的AI工具融入設計及內容創作流程，力求提升效率並支持創意產出。廣告可投放於傳統廣告渠道(如電視)、戶外公眾廣告資源(其中包括戶外廣告牌以及公共交通與基礎設施上的LED顯示屏)、室內廣告空間(如電梯內電視屏幕及建築物內LCD數字廣告屏幕)或線上及數字廣告版位(包括網站、應用程式及社交媒體平台)。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自廣告營銷服務的收益分別約為人民幣18.5百萬元、人民幣81.5百萬元及人民幣134.9百萬元，分別佔總收益約11.3%、32.3%及44.9%。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別承接27個、26個及44個項廣告營銷服務項目。

運營流程

下圖概括旗下廣告營銷服務的業務模式及運營流程：



附註：

1. 估計所需時間不包括廣告內容的投放時間及持續期間(須受合約條款約束)。

1. 市場調研及評估

作為規劃環節的一部分，我們會評估客戶需求並進行市場調研。視乎個別項目需求，此過程可能包括研究客戶品牌、其產品及／或服務性質、目標消費者及其年齡層，並結合目標消費者特徵評估適合投放廣告營銷素材的媒介與位置，旨在透過在該等媒介或位置投放廣告，實現對目標受眾的最大曝光度。

2. 制定廣告營銷策略方案

在理解客戶需求並完成必要的市場調研與評估後，我們可根據研究結果與評估結論擬定廣告營銷提案。制定該提案時，我們會綜合考量各項關鍵策略因素，包括但不限於擬採用的廣告營銷形式與模式、內容設計、合適的廣告媒介與位置、預計觸達範圍與受眾覆蓋面、預算考量以及最佳排期安排，例如廣告日程、時段、持續時間及頻次。

3. 營銷內容創作

我們亦會協助客戶創作、修訂及／或優化擬投放廣告中所使用的營銷內容，並依據廣告空間大小、播放時長及頻次等因素進行調整。該等內容可涵蓋不同形式，從圖像、橫幅廣告及海報等靜態視覺，到影片與動態圖形等2D或3D格式的動態呈現。憑藉AIGC智能實驗室的努力，我們已成功將AI技術融入常規創意工作流程，並運用自研AI工具生成營銷內容、圖像及影片，包括裸眼3D素材及其他影片特效。完成廣告內容設計後，我們會與客戶協作，確保設計圖稿與輸出成果符合其要求及品牌定位。

代表性項目

以下為我們於往績記錄期間部分代表性項目：

康師傅「康師傅冰紅茶」

項目簡介：

我們運用由AIGC智能實驗室驅動的先進AI技術，為客戶提供廣告與營銷服務，設計並生成裸眼3D創意內容，專門針對中國某商場戶外屏幕展示而開發，為途人創造無需特殊眼鏡即可體驗的沉浸式視覺效果。

4.　廣告營銷執行與協調

在創作擬用於廣告的營銷內容後，我們透過與可信賴的第三方供應商網絡合作，協助客戶在指定位置或合適渠道執行並投放其廣告。

我們透過與廣告營銷資源供應商（如社交媒體平台運營商及傳統廣告渠道商）協作，於各類傳統廣告渠道以及線上與數字廣告版位協調廣告投放。

透過與可信賴的廣告營銷資源供應商(即不同社交媒體平台及傳統廣告空間或渠道的所有者及運營商，負責廣告內容投放與部署)網絡保持緊密合作關係，我們得以為客戶匹配符合其廣告需求的供應商，從而協助客戶於不同渠道投放廣告，覆蓋高速公路、高鐵站及地鐵站等線下戶外廣告牌以至室內數字廣告空間、數字媒體資源及線上社交媒體。

根據協議條款，我們或需向該等服務商預付資源費用。我們亦會監控投放執行情況並評估廣告效果，例如確保線上廣告於社交媒體平台正常運作，以及確保線下廣告持續展示且維持完好狀態，包括監測有否遭遇惡劣天氣或人為破壞。我們持續監測廣告效果直至相關廣告期結束，並協助完成後續撤除工作。

5. 匯報

於媒體投放期間，我們會根據投放媒介收集瀏覽次數與點擊率等數據。我們彙整相關數據並向客戶提交報告，藉此協助客戶評估廣告效果、受眾觸達率及曝光度。

我們的項目

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。

採用項目制及恆常制的項目

以下為我們於所示年度按合約性質劃分來自整合營銷服務及營銷技術服務的收益明細：

整合營銷服務

	2023財年收益 *(人民幣千元)*	*%*	**2024財年收益** *(人民幣千元)*	*%*	**2025財年收益** *(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	77,635	100.0	111,747	100.0	102,320	100.0

營銷技術服務

	2023財年收益（人民幣千元）	%	2024財年收益（人民幣千元）	%	2025財年收益（人民幣千元）	%
項目制	23,557	35.0	10,971	18.7	8,640	13.6
恆常制	43,782	65.0	47,683	81.3	54,808	86.4
總計	67,339	100.0	58,654	100.0	63,448	100.0

項目數量變動

下表載列於往績記錄期間我們有收益貢獻的項目及已獲授予但尚未動工的項目數量變動，並按2023財年、2024財年及2025財年獲授予的新項目及相關年度已完成的項目細分：

	2023財年 *項目數量*	2024財年 *項目數量*	2025財年 *項目數量*
承前項目	4	12	19
相關年度獲授新項目	194	156	154
減：相關年度已完成項目	(186)	(149)	(165)
結轉項目	12	19	8

未完成項目

於2023年12月31日、2024年12月31日及2025年12月31日，我們的未完成項目（包括已動工但尚未完成的項目以及已獲授予本集團但尚未動工的項目）總數分別為12個、19個及8個，就此產生或預期將產生的收益如下：

	於2023年12月31日 *項目數量*	於2024年12月31日 *項目數量*	於2025年12月31日 *項目數量*
未完成項目數量	12	19	8
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
估計合約總額	21,415	52,701	2,669
於所示日期或之前已確認的相關項目應佔總收益	(12,461)	(25,781)	(1,306)
於所示日期尚待確認的相關項目應佔總收益	8,953	26,921	1,363

主要項目

下表載列我們於2023財年、2024財年及2025財年按收益貢獻計算的十大項目詳情：

2023財年

項目	客戶	本集團提供的服務類型	實際或預期項目期限	合約總額 *人民幣千元*	年內已確認收益 *人民幣千元*	佔年內總收益百分比	截至2023年12月31日尚待確認收益 *人民幣千元*
項目1	客戶集團A	營銷技術服務	2022年11月至2023年2月	4,510	4,510	4.02%	—
項目2	客戶集團A	整合營銷服務	2023年12月至2024年1月	4,019	3,848	3.43%	171
項目3	客戶D	廣告營銷服務	2023年8月至2023年11月	3,565	3,565	3.18%	—
項目4	客戶集團A	營銷技術服務	2023年3月至2023年9月	3,337	3,337	2.97%	—
項目5	客戶集團A	整合營銷服務	2023年3月	3,265	3,265	2.91%	—
項目6	客戶集團A	整合營銷服務	2023年8月至2023年9月	2,917	2,917	2.60%	—
項目7	客戶集團A	營銷技術服務	2023年4月至2023年11月	2,711	2,692	2.40%	19
項目8	客戶集團A	整合營銷服務	2023年8月至2023年10月	2,610	2,610	2.32%	—
項目9	客戶N	整合營銷服務	2023年7月至2023年12月	2,481	2,481	2.21%	—
項目10	客戶集團A	廣告營銷服務	2023年4月至2023年10月	2,264	2,264	2.02%	—

2024財年

項目	客戶	本集團提供的服務類型	實際或預期項目期限	合約總額 *人民幣千元*	年內已確認收益 *人民幣千元*	佔年內總收益百分比	截至2024年12月31日尚待確認收益 *人民幣千元*
項目11	客戶I	廣告營銷服務	2024年7月至2025年3月	22,920	19,725	17.57%	3,195
項目12	客戶J	廣告營銷服務	2024年7月至2024年8月	8,779	8,779	7.82%	—
項目13	客戶集團H	廣告營銷服務	2024年12月	7,776	7,776	6.92%	—
項目14	客戶集團L	整合營銷服務	2024年10月至2025年1月	9,434	7,123	6.34%	2,311
項目15	客戶集團A	整合營銷服務	2024年6月	4,371	4,371	3.89%	—
項目16	客戶集團H	廣告營銷服務	2024年12月	4,365	4,365	3.89%	—
項目17	客戶集團H	廣告營銷服務	2024年12月	4,340	4,340	3.86%	—
項目18	客戶集團A	整合營銷服務	2024年8月	4,288	4,288	3.82%	—
項目19	客戶J	廣告營銷服務	2024年9月	4,231	4,231	3.77%	—
項目20	客戶集團H	廣告營銷服務	2024年11月	4,068	4,068	3.62%	—

2025財年

項目	客戶	本集團提供的服務類型	實際或預期項目期限	合約總額 *人民幣千元*	年內已確認收益 *人民幣千元*	佔年內總收益百分比	截至2025年12月31日尚待確認收益 *人民幣千元*
項目21	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年8月	8,354	8,354	2.78%	—
項目22	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年9月至2025年10月	7,578	7,578	2.52%	—
項目23	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年11月至2025年12月	7,110	7,110	2.36%	—
項目24	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年4月至2025年5月	7,019	7,019	2.33%	—
項目25	客戶K	整合營銷服務	2025年3月	6,877	6,877	2.29%	—
項目26	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年4月至2025年5月	6,781	6,781	2.26%	—
項目27	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年9月	6,384	6,384	2.12%	—
項目28	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年5月至2025年6月	6,368	6,368	2.12%	—
項目29	客戶集團H	廣告營銷服務	2025年10月至2025年11月	5,955	5,955	1.98%	—
項目30	客戶K	整合營銷服務	2025年2月	5,733	5,733	1.91%	—

於往績記錄期間，我們錄得兩個虧蝕項目。首個項目於2023財年上半年產生，涉及一物一碼數據與客戶集團G的服務協議，其中因發生火災導致客戶集團G的推廣獎品損毀，繼而引發法律程序。第二個項目於2024財年下半年產生，歸因於項目執行期間一次性文書失誤及無心之失。

針對上述導致項目虧蝕的情況，我們已加強有關項目執行及成本管理的內部監控措施。具體而言，我們已細化現有項目人員的角色及職責，以加強對實施過程的監督、對關鍵項目細節的核實以及與客戶的溝通，並就重大項目事宜引入高級管理層額外審閱及審批程序。此外，我們亦已制定項目成本管理政策，要求對項目成本進行更具結構性的預算編製及監控，並將適時設法改善合約中的風險分配，以及為涉及客戶財產或重大第三方資產的項目維持合適的保險保障，力求降低日後再出現類似虧蝕項目的可能性及影響。

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括從事快消品行業的企業。我們主力服務快消品行業，同時亦以積極態度多元拓展客戶群，納入來自汽車、家庭用品、商業服務、電訊及信息技術等各行各業的企業。我們主要通過直接委託或投標方式爭取客戶合約。

本集團根據相應協議內規定的相關服務範疇及服務收費提供各類服務。大多數客戶於評估我們的表現時，主要依據我們能否完成與客戶所簽訂協議內要求的所有工作範疇。本集團持續致力拓展客戶，務求發揮所能協助各行各業客戶。

五大客戶

於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別約有91.2%、79.8%及91.3%的收益來自五大客戶。同年，最大客戶(即客戶集團A)分別佔我們收益約78.6%、49.3%及40.4%。

下表載列我們於往績記錄期間各年度來自五大客戶的收益明細及其背景資料：

2023財年

排名	客戶	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間提供的服務類型	信貸期	2023財年來自客戶的收益	佔總收益百分比
					人民幣千元	*%*
1	客戶集團A	2013年	• 整合營銷服務，包括品牌策略規劃以及跨線上線下渠道組織與執行推廣活動 • 營銷技術服務，包括生產線數字化升級以及運用「一物一碼」技術以印刷於個別產品上的二維碼規劃及執行營銷活動 • 廣告營銷服務，包括廣告方案制定、創意設計、廣告內容製作及於相關媒體與渠道投放	30至90天	128,495	78.6
2	客戶B	2021年	• 整合營銷服務，包括跨線上及線下渠道規劃、組織及執行推廣活動 • 廣告營銷服務包括於戶外媒體製作及投放廣告內容	90天	9,502	5.8
3	客戶集團F	2023年	整合營銷服務，包括製作及安裝營銷活動所需的宣傳物料	30天	4,379	2.7
4	客戶D	2019年	• 整合營銷服務，包括規劃及執行線上推廣活動及線下用戶互動活動 • 廣告營銷服務，包括創意方案制定、廣告內容製作及於LED戶外媒體投放	15個營業日	3,565	2.2
5	客戶集團G	2018年	• 整合營銷服務，包括規劃、組織及執行推廣活動 • 營銷技術服務，包括運用「一物一碼」技術以印刷於個別產品上的二維碼規劃及執行營銷活動	60天	3,028	1.9
				五大客戶合計	148,969	91.2
				所有其他客戶	14,477	8.8
				2023財年總收益	163,446	100.0

2024財年

排名	客戶	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間提供的服務類型	信貸期	2024財年來自客戶的收益 *人民幣千元*	佔總收益百分比 *%*
1	客戶集團A	2013年	• 整合營銷服務，包括品牌策略規劃以及跨線上線下渠道組織與執行推廣活動 • 營銷技術服務，包括生產線數字化升級以及運用「一物一碼」技術以印刷於個別產品上的二維碼規劃及執行營銷活動 • 廣告營銷服務，包括廣告方案制定、創意設計、廣告內容製作及於相關媒體與渠道投放	30至90天	124,302	49.3
2	客戶集團H	2024年	廣告營銷服務，包括創意方案制定、線上廣告內容製作及投放，以進行品牌推廣	180個營業日	32,392	12.9
3	客戶I	2024年	廣告營銷服務，包括創意方案制定、廣告內容製作及於LED戶外媒體投放	158天	19,743	7.8
4	客戶J	2024年	廣告營銷服務，包括廣告內容的創意設計、製作及於相關媒體渠道投放	180個營業日	13,010	5.2
5	客戶集團F	2023年	整合營銷服務，包括營銷活動宣傳物料的製作及安裝	30天	11,470	4.6
				五大客戶合計	200,917	79.8
				所有其他客戶	50,969	20.2
				2024財年總收益	251,886	100.0

2025財年

排名	客戶	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間提供的服務類型	信貸期	2025財年來自客戶的收益 *人民幣千元*	佔總收益百分比 *%*
1	客戶集團A	2013年	• 整合營銷服務，包括品牌策略規劃以及跨線上線下渠道組織與執行推廣活動 • 營銷技術服務，包括生產線數字化升級以及運用「一物一碼」技術以印刷於個別產品上的二維碼規劃及執行營銷活動 • 廣告營銷服務，包括廣告方案制定、創意設計、廣告內容製作及於相關媒體與渠道投放	30至90天	121,581	40.4
2	客戶集團H	2024年	廣告營銷服務，包括創意方案制定、線上廣告內容製作及投放，以進行品牌推廣	180個營業日	117,300	39.0
3	客戶K	2024年	整合營銷服務，包括在中國規劃及執行大型演唱會活動，涵蓋營銷策略設計、內容籌備及跨線上線下渠道的多渠道傳播	15至30天	21,130	7.0
4	客戶集團L	2024年	整合營銷服務，包括品牌策略規劃、活動設計及跨線上線下平台的多渠道內容部署	7天	9,009	3.0
5	客戶集團M	2024年	整合營銷服務，包括營銷活動的現場管理及統籌、與第三方服務供應商聯絡，以及支持線下營銷活動的實施與執行	120至180天	5,642	1.9
				五大客戶合計	274,662	91.3
				所有其他客戶	26,019	8.7
				2025財年總收益	300,681	100.0

附註：

1. 客戶集團A為於聯交所主板上市的領先食品及飲品集團，於中國從事生產及分銷快消品(具體指即食麵及飲品)。

2. 客戶B為於2013年成立的中國有限責任公司，主要從事提供營銷及媒體廣告服務，註冊資本為人民幣20百萬元。

3. 客戶D為中國省級事業單位，正式負責體育彩票活動的管理及運營，成立日期並不適用。

4. 客戶集團F為於1999年成立的領先電訊集團，於聯交所主板上市，主要從事提供移動及信息服務。

5. 客戶集團G為於納斯達克交易所上市的全球領先食品及飲品集團，從事生產及分銷飲品、零食及食品。客戶集團旗下公司分別於1988年及1998年成立。

6. 客戶集團H為中國國有集團，主要從事衛星通信服務、電訊、媒體廣告設計及發佈，註冊資本介乎約人民幣350百萬元至人民幣10億元。

7. 客戶I為於2023年成立的中國有限責任公司，主要從事護膚品及化妝品的開發、生產及銷售，註冊資本為人民幣30百萬元。

8. 客戶J為於2001年成立的中國國有有限責任公司，主要從事廣播及電訊網絡運營、提供有線電視及相關媒體服務，註冊資本為人民幣450百萬元。

9. 客戶K為於2015年成立的中國有限責任公司，主要從事白酒及其他烈酒的生產及分銷，註冊資本約為人民幣187百萬元。

10. 客戶集團L為於2015年成立的中國集團，主要從事開發及提供技術解決方案，各公司註冊資本約為人民幣1百萬元。

11. 客戶集團M為於2010年成立的中國集團，主要從事會議及展覽服務、文化及體育活動組織、廣告設計製作以及相關諮詢及技術服務，註冊資本介乎約人民幣5百萬元至人民幣10百萬元之間。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，董事或其緊密聯繫人或就董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，概無於往績記錄期間任何五大客戶中擁有任何權益。

此外，於往績記錄期間，我們來自客戶集團A的毛利率仍為本集團所有客戶中最高。本集團曾向客戶集團A提供所有三個業務板塊的服務。其中，就營銷技術板塊所提供服務實現相對較高的毛利率，歸因於我們提供端對端解決方案設計、系統開發及生產線數字化升級等技術複雜度與要求較高的服務。董事相信，上述相對較高的毛利率亦反映我們的持續議價能力，並體現本集團與客戶集團A多年來建立的長期穩定、互惠互利的合作關係。

下表載列我們於所示年度從客戶集團A、其餘五大客戶及其他客戶所產生的毛利率明細：

	2023財年毛利率	**2024財年毛利率**	**2025財年毛利率**
客戶集團A	38.5%	35.9%	37.2%
其餘五大客戶	16.3%	10.3%	13.3%
其他客戶	21.9%	15.9%	25.4%

客戶集中情況

於2023財年、2024財年及2025財年，我們各年度五大客戶分別佔總收益約91.2%、79.8%及91.3%。於2023財年、2024財年及2025財年，我們各年度最大客戶(即客戶集團A)分別佔總收益約78.6%、49.3%及40.4%。倘任何主要客戶減少對我們服務的需求，甚至終止與我們的業務關係，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。進一步詳情請參閱本文件「風險因素—與本集團有關的風險—我們面臨客戶集中風險」。

我們自2014年起與客戶集團A建立長期穩定業務關係。我們為客戶集團A提供的多元化服務涵蓋整合營銷服務、營銷技術服務以及廣告營銷服務。

董事認為，我們有能力控制客戶集中風險，而客戶集中情況既不會對業務運營及財務表現造成不利影響，亦不會影響本集團是否適合**[編纂]**，理由如下：

(1) 合作關係穩定牢固且互惠互利

我們與客戶集團A的合作關係始於2014年，至今已維持接近12年。隨著多年來營銷及數字能力持續強化，我們相信客戶集團A充分領會我們的優勢及能力，因而增購更多服務類別。就營銷技術服務方面，我們與客戶集團A訂立年度合約；至於營銷系統開發與運作服務，則簽訂為期八年具法律約束力的長期合約。

據弗若斯特沙利文表示，提供涉及數字化及營銷解決方案的營銷技術服務往往需要高度定制化，並與客戶的運營線、IT及營銷系統深度整合。鑑於此類深度整合需投入大量資源、投資及專業技術，服務商較傾向與少數主要客戶建立長期專屬關係。因此，對我們此類型服務商而言，集中與少數主要客戶(如客戶集團A)建立長期關係的做法實屬常見。

此外，董事相信，我們建立的長期合作關係充分發揮穩定性及持續性，且據董事所深知，於往績記錄期間及最後可行日期，客戶集團A不曾針對我們提供的服務提出任何重大投訴或表示不滿。

再者，董事經審視既有長期關係後認為，本集團與客戶集團A的相互依賴具互補性，理由如下：

— 據弗若斯特沙利文表示，(i)快消品行業的數字化項目通常大規模啟動，有時甚至覆蓋全國或廣泛產品組合；及(ii)由於需投入大量資源、資金及技

術整合，規模較小的品牌未必需要或具備預算採購如此廣泛的服務，服務商主要收益來源集中於少數具備大型項目承載力的領先品牌實屬常見。

— 據董事所知，作為原始供應商之一，我們負責為其在中國各地的飲料產品供應鏈提供營銷技術服務。儘管我們並非客戶集團A在中國或任何特定區域或渠道的獨家營銷服務商，但截至最後可行日期，我們透過提供營銷技術服務協助客戶集團A開發、實施及運營營銷系統，並作為其中一名主要飲料產品營銷技術服務商參與其在中國華東、華南、西北及西南四大關鍵區域共計最多20類飲料產品的供應鏈。我們相信，上述長期合作關係讓我們得以深入了解客戶集團A的業務運作、特定需求及戰略重心，從而提供量身定制且高效的營銷技術解決方案。此外，我們相信此長期合作關係已成功構建營運契合度、專業知識及流程對接，使客戶集團A能夠更高效地持續與本集團合作，滿足其現有及新增的營銷及技術需求。

— 據弗若斯特沙利文觀察，以及考慮到自有技術與營銷系統融入客戶集團A運營的程度，我們相信轉換服務商或內部化數字功能將面臨嚴峻挑戰並牽涉重大調整與投入，例如需尋求並協調不同服務商、調整或替換本集團過去七年所開發及運營的複雜營銷系統、投資新設備及人員培訓。此類轉換不單牽涉大量時間及成本，亦涉及移交多年累積的運營數據及重大內部流程變更，並可能面臨業務中斷風險或潛在數據安全問題。因此，董事認為現有解決方案的整合度及對其流程與運營需求的熟悉度，使客戶集團A繼續採用我們服務更為實際且具成本效益。

(2) 依賴程度日益下降

於2023財年、2024財年及2025財年，我們向客戶集團A提供服務所得收益分別約為人民幣128.5百萬元、人民幣124.3百萬元及人民幣121.6百萬元，分別佔同期總收益約78.6%、49.3%及40.4%。儘管於2023財年、2024財年及2025財年來自客戶集團A的收益相對穩定，其佔總收益的比例有所下降，歸因於本集團致力拓展客戶組合以減少對客戶集團A的依賴。此外，我們計劃(i)於東南亞及中國策略性部署新辦事處，藉此擴大市場份額，並接觸客戶集團A以外更廣泛的客戶群；及(ii)透過開發AI模型增強營銷解決方案，令服務範疇更加多元化，同時接觸新細分市場並擴大客戶群。進一步詳情請參閱本節上文「我們的業務策略」及本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

作為應對客戶集中情況的緩解措施一部分，我們在持續專注快消品行業的同時，一直積極擴闊客戶基礎以涵蓋信息技術、家居必需品、商業服務、電信及汽車等各行各業的企業，並已提交標書以爭取特定項目或合約。進一步詳情請參閱本節下文「銷售及營銷—投標」。通過種種努力，我們於往績記錄期間成功吸納新客戶並拓展客戶群，其中包括客戶集團H(國有集團，其業務範圍涵蓋(其中包括)電訊、媒體資訊服務、廣告設計及發佈，並委聘我們提供廣告營銷服務)。

於往績記錄期間各年度，我們與五大客戶保持穩定關係。除本文件「業務—法律訴訟」一節所披露的訴訟外，各年度五大客戶與本集團之間並無重大糾紛或申索。有關客戶集中風險的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素—與本集團有關的風險—我們面臨客戶集中風險」。

與主要客戶所訂立項目制及恆常制合約及協議的主要條款

以下為我們與主要客戶所訂立典型項目制及恆常制合約及協議的主要條款：

	整合營銷服務	營銷技術服務	廣告營銷服務
合約期	**項目制：** 合約期限通常介乎單日至最多六個月，視乎項目性質及持續時間而定。	**項目制：** 固定期限，通常為期四個月至13個月。	**項目制：** 固定期限，通常為期一個月至十個月。
	恆常制： 固定期限，通常為期一年至兩年。	**恆常制：** 固定期限，通常為期一年至八年。	
收費	**項目制：** 費用按固定金額或根據協議所載費用表按實際提供服務收取。	**項目制：** 費用通常基於協議中規定的固定金額計算。	**項目制：** 費用通常基於協議中規定的固定金額計算。
	恆常制： 費用根據協議所載費用表按實際提供服務收取。	**恆常制：** 費用(i)按固定費率以消費量為基礎計算，並設有平均保證最低消費量；或(ii)按協議所載固定金額計算。	

	整合營銷服務	營銷技術服務	廣告營銷服務
付款期	**項目制：** 費用一般於項目完成後一次性付清，或按項目不同階段分期支付。 **恒常制：** 費用通常定期支付，或於各項服務完成後一次性付清。	**項目制：** 費用一般於項目完成後一次性付清，或按項目不同階段分期支付。 **恒常制：** 費用通常定期支付。	**項目制：** 費用一般一次性付清或分期支付。
服務範疇	**項目制：** 提供整合營銷服務，例如營銷策略設計、活動策劃與執行。 **恒常制：** 作為服務供應商，為客戶提供長期採購服務。	**項目制及恒常制：** 提供營銷技術服務，運用「一物一碼」技術在每個產品及／或包裝盒上生成及印刷二維碼，並開發小程序或系統，以便於社交媒體平台或其他線上平台實施營銷活動。	**項目制：** 於LED屏幕及廣告牌等平台製作、展示及投放廣告。
違約	一般而言，若公司違反協議，客戶可要求賠償，且於發生重大違約情況時或有權終止協議。		

銷售及營銷

我們的銷售及營銷工作由管理層負責。我們主要透過以下方式物色新項目、識別潛在客戶及推廣業務：(i)參與公開招標；(ii)藉由現有客戶轉介接觸潛在客戶；(iii)與現有客戶溝通及維持關係，以了解其需求並掌握潛在新項目的資訊；及(iv)積極參與行業活動及展會。我們亦不時透過發佈本集團經手項目、參與行業展覽的情況以及所獲得的主要獎項及認可而推廣本集團。

於往績記錄期間，我們參與多項行業活動，例如與廣州4A整合營銷傳播委員會相關的活動。我們參與業界內、外部活動，並擔任行業獎項的評委，維持本集團在廣告行業的知名度。此外，我們亦會出席行業會議，積極於營銷行業中招攬新客戶及推廣品牌。

投標

我們定期監察線上公開招標資訊，並通常指派業務主任不時從不同來源收集招標資訊，供管理層審閱及決定是否參與招標程序。

於往績記錄期間，我們曾參與比稿招標(即為潛在客戶設計、制定及呈交詳細建議書)，並透過正式公開招標程序提交投標申請，以爭取及落實若干項目或合約，或回應客戶的邀請。

下表載列我們於往績記錄期間提標項目數量、獲授項目數量及中標率：

	2023財年	**2024財年**	**2025財年**
提標數目	52	63	95
授標數目	36	44	60
中標率(%)	69.23%	69.84%	63.16%

董事認為，於往績記錄期間中標率大致維持穩定，惟於2025財年略有下降，主要歸因於我們為開拓商機以擴大及多元化客戶群而投入更多努力，導致該年度提標數目顯著上升。

透過投標獲授的項目通常涉及領先品牌或較大型項目(客戶須透過正式甄選及招標流程選定供應商)以及中國國有或國家聯屬企業。此外，對於若干現有客戶，我們參與投標有時乃為遵循其採購政策所需。董事相信，提交標書讓我們得以(i)透過積極回應客戶的投標邀請，維持與客戶的關係並保留未來持續合作的機會；(ii)獲取領先品牌或較大規模項目的業務；及(iii)在市場競爭激烈的情況下保持市場參與度。

董事確認，投標周期不涉及季節性因素。

我們的供應商

我們為客戶提供各種服務，所牽涉的供應商類型繁多。就整合營銷服務而言，部分常見供應商包括人力資源供應商、場地供應商、表演供應商、製作及物料供應商。至於營銷技術服務方面，我們聘用的供應商包括人力資源供應商、包裝製造商、機器與雲端服務供應商。針對廣告營銷服務，我們主要聘用廣告營銷資源供應商。

五大供應商

於2023財年、2024財年及2025財年，各年度五大供應商分別佔我們總採購額約29.8%、40.0%及55.9%。於2023財年、2024財年及2025財年，各年度最大供應商分別佔我們總採購額約6.8%、10.7%及26.6%。

下表載列本集團於往績記錄期間各年度的五大供應商：

2023財年

排名	供應商	供應商背景	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間購入的服務類型	信貸期	2023財年與供應商的交易金額 *人民幣千元*	佔購買總額百分比 *%*
1	供應商A	中國有限公司，主要從事舉辦文化藝術交流活動、提供技術服務，以及提供廣告及活動策劃解決方案，註冊資本約為人民幣3百萬元	2020年	營銷活動執行及人力資源	60天	8,244	6.8
2	供應商集團B	中國集團，主要從事生產及分銷環保包裝材料及紙製品，包括瓦楞紙板、紙箱及相關產品	2018年	包裝	60天	7,828	6.4
3	供應商F	中國有限公司，主要從事線上技術服務(包括食品配送及電商平台)，註冊資本約為50億美元	2023年	線上平台	0天	7,159	5.9
4	供應商C	中國有限公司，主要從事人力資源服務(包括勞務派遣及外包服務)，註冊資本約為人民幣10百萬元	2015年	人力資源	60天	6,554	5.4
5	供應商G	中國有限公司，主要從事人力資源服務(包括招聘及勞務管理)，註冊資本約為人民幣2百萬元	2021年	人力資源	29天	6,402	5.3
					五大供應商合計	36,187	29.8
					所有其他供應商	85,238	70.2
					2023財年總採購額	121,425	100.0

2024財年

排名	供應商	供應商背景	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間購入的服務類型	信貸期	2024財年與供應商的交易金額 人民幣千元	佔購買總額百分比 %
1	供應商H	中國有限公司，主要從事網絡技術及音頻內容服務(包括播客平台)，註冊資本約為人民幣96百萬元	2024年	媒體投放	0天	21,678	10.7
2	供應商I	中國有限公司，主要從事廣告設計、製作及媒體服務，註冊資本約為人民幣50百萬元	2024年	媒體投放	104天	18,742	9.2
3	供應商A	中國有限公司，主要從事舉辦文化藝術交流活動、提供技術服務，以及提供廣告及活動策劃解決方案，註冊資本約為人民幣3百萬元	2020年	營銷活動執行及人力資源	60天	16,755	8.2
4	供應商J	中國有限公司，主要從事汽車服務相關物聯網技術，註冊資本約為人民幣10百萬元	2024年	媒體投放	0天	13,421	6.6
5	供應商K	中國有限公司，主要從事文化媒體及活動策劃服務，註冊資本約為人民幣120百萬元	2023年	營銷活動執行及供應	45個營業日	10,782	5.3
					五大供應商合計	81,378	40.0
					所有其他供應商	122,015	60.0
					2024財年總採購額	203,393	100.0

2025財年

排名	供應商	供應商背景	與本集團開展業務關係的年份	本集團於往績記錄期間購入的服務類型	信貸期	2025財年與供應商的交易金額 人民幣千元	佔購買總額百分比 %
1	供應商L	中國有限公司，主要從事互聯網汽車資訊服務，註冊資本約為人民幣57百萬元	2025年	媒體投放	0	67,418	26.6
2	供應商F	中國有限公司，主要從事線上技術服務(包括食品配送及電商平台)，註冊資本約為50億美元	2023年	線上平台	0	17,983	7.1
3	供應商A	中國有限公司，主要從事舉辦文化藝術交流活動、提供技術服務，以及提供廣告及活動策劃解決方案，註冊資本約為人民幣3百萬元	2020年	營銷活動執行及人力資源	60天	16,730	6.6
4	供應商O	中國有限公司，主要從事文化傳播、廣告及媒體服務(包括線上媒體廣告投放)，註冊資本約為人民幣3.25百萬元	2025年	媒體投放	0	15,639	6.2
5	供應商M	中國有限公司，主要從事網絡技術及媒體服務，註冊資本約為人民幣24百萬元	2024年	媒體投放	0	9,912	3.9
					五大供應商合計	127,682	50.5
					所有其他供應商	125,298	49.5
					2025財年總採購額	252,980	100.0

於往績記錄期間各年度，我們五大供應商均為獨立第三方。於往績記錄期間各年度，董事或其各自的緊密聯繫人或持有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無於本公司五大供應商中擁有任何權益。

我們與主要供應商訂立的合約及協議分為項目制及長期制。就項目制協議而言，我們為每個獨立項目訂立單獨合約，當中訂明精確的服務範疇、代價及付款條款。就長期制協議而言，我們與供應商訂立服務期較長的合作協議，據此，供應商須於該期間內提供指定服務或本集團所需服務，包括但不限於人力資源及素材製作。

與主要供應商所訂立項目制及長期制合約及協議的主要條款

以下為我們與主要供應商所訂立典型項目制及長期制合約及協議的主要條款：

	整合營銷服務	營銷技術服務	廣告營銷服務
合約期	**項目制：** 合約期限通常介乎一個月至三個月，視乎項目長短及性質而定。	**項目制：** 固定為期數月，視乎項目長短而定。	**項目制：** 固定期限，通常介乎一個月至四個月。
	長期制： 固定期限，通常介乎一至四年。	**長期制：** 固定期限，通常介乎一年至八年。	
收費	**項目制：** 費用一般基於協議中規定的固定金額計算。	**項目制：** 費用一般基於協議中規定的固定金額計算。	**項目制：** 費用一般基於協議中規定的固定金額計算。
	長期制： 費用根據協議所載付款安排按實際提供服務計收。	**長期制：** 費用根據協議所載固定費率按消耗量計收。	
付款期	**項目制：** 費用一般一次性付清。	**項目制：** 費用一般一次性付清。	**項目制：** 費用一般一次性付清或分期支付。
	長期制： 費用通常定期支付，或於確認特定期間內產生的費用後支付。	**長期制：** 費用通常定期支付，或於確認特定期間內產生的費用後支付。	
服務範疇	**項目制及長期制：** 提供整合營銷服務，例如營銷策略設計、營銷活動執行、活動策劃與執行，以及提供人力資源。	**項目制及長期制:** 提供設施空間、包裝服務、人力資源及線上平台。	**項目制：** 提供平台或廣告空間以供投放媒體及廣告。
違約	一般而言，若一方違反協議，客戶可尋求賠償，並在發生重大違約時或有權終止協議。		

季節性因素

本集團業務存在季節性特徵，銷售表現及業務動能通常於下半年較為強勁。此現象主要受主要節假日(如中秋節、國慶日、元旦及農曆新年)及大型電商活動(如雙十一及雙十二)所驅動，品牌方於上述期間加強推廣及營銷力度。對快消品客戶而言，夏季亦因天氣炎熱帶動飲料及季節性產品需求上升，從而帶來更強的業務動能及更多營銷活動。

根據弗若斯特沙利文的資料，營銷服務市場存在季節性乃行業常態，原因包括(i)品牌傾向於下半年及夏季等需求高峰期為產品與服務分配更多營銷服務預算；及(ii)儘管元旦與農曆新年落於上半年，品牌或會提前於前一年下半年開始籌劃並啟動節日營銷活動。

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因應個別情況決定向客戶收取的費用，同時亦會考慮其他各種因素，包括(i)項目預估耗時及複雜程度，例如所牽涉技術、參與項目的員工人數及客戶要求；(ii)所提供服務的範圍；(iii)供應商(包括第三方服務商)收取的費用；(iv)客戶預算；(v)服務時限要求；(vi)客戶背景；及(vii)與客戶的未來業務機遇。

在釐定整合營銷服務相關收費時，我們會參考員工成本、物料成本、供應商成本及運營成本，包括但不限於場地租賃、舞台搭建、促銷展位設置、物料採購、音效、燈光、攝影及錄像、名人及KOL參與、車輛租賃、人力配置、數字及社交媒體資源採購，以及跨平台宣傳材料發佈。相關收費可能因營銷活動規模、活動大小、項目周期及客戶要求而有所不同。

在釐定營銷技術服務相關收費時，我們會參考員工成本、供應商成本及運營成本，包括但不限於二維碼印刷及嵌入、系統與小程序開發、用戶介面及功能設計、平台與數據庫運營維護、雲端服務採購、向終端用戶提供線上客戶服務、市場調研、人力配置，以及獎品與紅包現金。相關收費可能因營銷活動規模(如所需二維碼數量、終端用戶數量、數據規模、所涉獎品價值)、項目周期及客戶要求而有所不同。

在釐定廣告營銷服務相關收費時，我們會參考員工成本、物料成本及供應商成本，包括但不限於廣告素材採購與製作、攝影及錄像、剪輯與視覺效果，以及廣告位採購(包括線上與線下、實體與數字形式)，例如戶外廣告牌、屏幕、網站、智能手機應用程式或社交媒體平台。相關收費可能因廣告營銷活動的媒介或位置、廣告內容的規模與質量、項目周期及客戶要求而有所不同。

據弗若斯特沙利文表示，整合營銷服務商、營銷技術服務商及廣告營銷服務商通常採用成本加成法釐定收費。

研發

我們的研發工作對業務至關重要，有助鞏固我們創新及提供先進技術整合與數據驅動營銷解決方案的能力。截至最後可行日期，我們擁有一支經驗豐富的研發團隊，成員主要專長涵蓋軟件與技術管理、系統架構及技術管理。除日常運作(包括對現有及／或

已推出營銷系統進行監控、故障排除、優化及升級)外，研發團隊亦負責為小程序開發創新功能，包括互動遊戲化功能、獎品發放系統、電商活動架構及大數據分析整合。進行中項目包括整合AR技術以實現互動式營銷、AI驅動圖像識別進行產品分析、用戶情緒分析工具、全天候聊天機器人客戶服務系統、虛擬現實產品展示系統，以及大型線下活動票務功能。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別錄得研發成本約人民幣5.3百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣4.7百萬元，分別佔總收益約3.2%、1.4%及1.6%。

於最後可行日期，本集團擁有一支經驗豐富的研發團隊，由20名僱員組成，佔最後可行日期僱員總數約18.5%，其中19名僱員持有文憑或高等教育學歷。

於最後可行日期，我們分別有91項及九項版權及專利，當中一部分歸功於我們的研發團隊。有關我們於中國所持電腦軟件版權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本集團業務的進一步資料—2.知識產權」。

此外，我們亦已設立AIGC智能實驗室，此乃本集團內部特定設立的專責部門，其職責有別於研發團隊，主力聚焦於開發及完善本集團的AI系統及AI驅動工具，旨在將AI技術融入本集團的運營工作流程，以提升服務質量、效率及成效。截至最後可行日期，AIGC智能實驗室由四名成員組成，全員均持有學士學位或更高學歷。

於往績記錄期間，AIGC智能實驗室集中開發及推進AI垂直智能體，致力優化AI模型以加強理解特定行業背景、提升所生成營銷內容的質量與相關性，並提高進行市場調研及開發營銷素材的運營效率。其工作整體包括(i)整理及建構行業專有數據集；(ii)數據標註與註釋；(iii)數據清洗；(iv)調整及優化AI模型的設定與算法；(v)運行及訓練AI模型；及(vi)審核AI模型的輸出，以確保數據解讀正確準確。

於往績記錄期間，憑藉AIGC智能實驗室的努力，我們已成功應用AI技術並借助AI驅動的自動化與分析功能，生成營銷內容、圖像與影片(包括裸眼3D素材及其他影片特效)、新創意構想，優化活動概念，並為客戶提供更加個性化的解決方案，展現我們對技術進步與運營提升的積極承諾。我們亦已開發AI驅動的IP形象助手工具，支援一鍵生成定制化的品牌IP角色及表情包，為企業品牌注入獨特的視覺形象與個性，以強化用於廣告、社交媒體、品牌故事、聯名合作及周邊商品的品牌資產，旨在促進消費者互動及品牌連結。AI技術的持續融合不僅改善我們當前的服務交付與運營應變能力，亦賦能我們在未來的營銷解決方案中進一步拓展先進技術的應用，實現更高的精準度與相關性。

截至最後可行日期，我們已在AI垂直智能體的數據庫中累積逾2,000項營銷案例的原始數據以待清洗，其中絕大部分主要源自本集團過往項目。

展望未來，我們擬繼續開展AI技術的研發，尤其側重於訓練及強化我們的AI垂直智能體，以支持內部需求及營銷應用，並計劃開發一個面向客戶的平台，讓客戶能夠透過AI驅動工具積極參與營銷活動策劃與內容創作的早期階段。有關未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務—我們的業務策略—透過升級與開發AI垂直智能體模型強化營銷解決方案與實力」。

網絡安全與數據隱私

在提供營銷服務過程中，我們或會收集及處理消費者個人信息，以代表客戶執行一系列線上及線下營銷活動。

就線上營銷活動而言，我們會為客戶開發及運營定制化營銷系統。系統推出後，我們即開始收集用戶資料。用戶通常需提供基本個人信息(如暱稱、頭像及手機號碼)以參與一般營銷活動。我們亦可能透過微信小程序或線上活動網頁收集消費者個人信息，以提供資訊展示、推廣活動、會員計劃及互動遊戲等服務。在特定營銷活動(如幸運抽獎、獎勵兑換及獎品寄送)中，為履行活動義務及遵守獎品相關的稅務申報規定，我們或需收集額外敏感資料，包括交易記錄、支付憑證、個人身份識別號碼及配送地址。

就線下營銷活動而言，參與者通常透過線上系統篩選或登記，其個人信息僅經由該等線上系統收集。然而，對於在實體場所(如商場)舉辦且即時派發實體獎品的活動，並不涉及額外個人信息收集。因此，該等線下營銷活動不涉及個人信息收集。

本集團致力依據適用法律法規處理個人信息，保障消費者隱私及安全。我們已採取以下多項網絡安全及數據隱私保障措施：

(i) 我們已制定多項相關內部政策、指引及措施，包括：

- 《個人信息保護和數據安全管理辦法》—規範整體數據及個人信息管理。本集團設有專責的數據安全委員會，負責監督數據安全策略、重大決策及跨部門協調工作。我們亦已指定專職網絡及私隱主任；

- 《個人信息突發事件應急預案》—訂明處理個人信息事故的應急程序及響應機制，並設分級響應及通報制度；

- 《數據分類分級管理辦法》—根據數據敏感度及業務用途界定數據分類原則與管控要求；及

- 《數據脱敏及加密安全指南》—為數據生命周期各階段(包括靜態數據、傳輸中數據及使用中數據)建立匿名化及加密標準，並提供明確的風險管理技術方案。

(ii) 針對透過線下及線上營銷活動收集及處理個人信息，我們已制定並公佈《個人信息保護政策》，並於收集數據前充分知會數據主體並獲其同意。我們將嚴格依據所獲同意處理個人信息，倘使用目的、類型、範圍或方式發生變更，我們亦會及時更新政策並重新獲取同意。收集任何敏感個人信息前，我們須透過彈窗通知獲取單獨同意，並披露收集處理該信息的必要性及其對數據主體權益的影響；

(iii) 作為受託方，我們運營客戶委託的線上系統，代其處理及管理個人信息。儘管中國網絡安全與數據隱私法律顧問確認，目前中國國家法律對數據所有權並無明確規定，本集團遵循《關於構建數據基礎制度更好發揮數據要素作用的意見》(2022年)所提出的「三權分置」原則。該法律文件區分數據資源持有權、數據加工使用權及數據產品經營權。根據本集團與客戶訂立的協議，本集團通常持有數據資源的持有權。然而，數據所有權並不視為專屬於本集團或其客戶。未來，我們擬與他方訂立標準化《數據委託處理協議》，明確定義處理目的、期限、方式、個人信息種類、保護措施及雙方權利義務；

(iv) 針對用戶數據存儲，我們現時委聘單一雲端數據庫服務供應商提供雲端數據存儲服務。消費者數據存儲於該服務供應商的雲端數據庫內。除法律法規另有規定外，本集團將按照其已公佈的《個人信息保護政策》所述之目的，在必要期限內保留用戶個人信息。保留期限屆滿後，用戶個人數據將被刪除或進行匿名化處理。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團曾從事與旗下服務相關的軟件開發活動(如小程序及系統開發)，亦曾向第三方服務商採購軟件開發服務以便提供營銷技術服務，但從未採購任何數據智能解決方案服務。此外，本集團於運營過程中使用私有或國有雲端平台。所有雲端數據庫服務均由雲端數據庫服務供應商透過公共雲端基礎設施提供；及

(v) 就任何推送通知活動，我們提供明確標示說明推送性質，並為用戶提供便捷退出選項以停用自動推薦及營銷推廣。

中國網絡安全與數據隱私法律顧問於2025年7月15日代表我們透過熱線向中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心(「**CCRC**」)的官員進行諮詢。據中國網絡安全與數據隱私法律顧問表示，根據網信辦發佈的官方公告，CCRC受網信辦委託，承擔受理申請材料、開展審核工作以及設立網絡安全審查諮詢熱線的職責。基於該次諮詢，CCRC官員表示於香港**[編纂]**並不構成「赴國外**[編纂]**」，因此我們毋須主動申報網絡安全審查。

此外，我們不曾接獲任何主管部門要求配合網絡安全審查的通知。本集團運營及管理的信息系統及網絡設施未被任何主管部門通知或認定為關鍵信息基礎設施，亦未被確定或告知可能被歸類為關鍵信息基礎設施運營者。同時，我們未獲任何客戶通知因其作為關鍵信息基礎設施運營者而導致本集團須履行《關鍵信息基礎設施安全保護條例》項下相關義務。

基於上述各項，中國網絡安全與數據隱私法律顧問認為(i)我們目前並無處理中國法律規定須承擔特定義務的重要或核心數據，且毋須就數據出境進行安全評估申報；(ii)本集團已針對中國境內業務實施適當的組織、制度及技術措施以保障網絡安全、數據安全及個人信息保護等關鍵層面，大致符合中國相關法律、行政法規及規範性文件要求，且從未發生重大事故、訴訟或監管調查或處罰；(iii)本集團於實質層面已遵守有關數據安全及隱私的適用法律法規，並不存在可能對業務運營造成重大阻礙的重大缺陷或法律風險；及(iv)於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團未曾遭遇任何網絡攻擊、服務中斷、系統故障、數據不當使用及／或數據遺失情況。此外，據中國網絡安全與數據隱私法律顧問核證及本集團自身確認，本集團的境內業務在作為個人信息處理者的身份下，從未向外部披露消費者個人信息，亦不曾進行任何消費者個人信息跨境傳輸。此外，據中國法律顧問確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團對開源軟件的使用均遵守相關許可條款。

機器

我們自置所有主要生產機器。我們定期檢查及維護生產機器，並因應磨損情況更換損耗的零件及組件。我們的主要生產機器的估計平均使用年限為五至十年。我們採用直線法計提折舊撥備，主要年率為10%至20%。根據所用折舊法，相關機器的剩餘使用年限平均約為2.4年。

下表載列於最後可行日期與生產機器有關的若干資料：

機器類型	用途／功能	數量	購入年份	平均估計使用年限	平均剩餘使用年限
數據採集	數據採集、分析及實時追蹤	67	2018年至2022年	8年	2.1年
二維碼打印及嵌入	於產品及／或包裝盒上打印及嵌入二維碼	12	2018年至2020年	7.8年	1.5年
其他	輔助設備與組件	18	2018年至2023年	7.2年	1.2年

我們概不從事任何生產活動。作為營銷技術服務的一部分，我們提供端對端解決方案，包括協助客戶實現生產線數字化升級以提升其技術能力。我們在客戶及／或其供應商的設施中安裝並維護相關機器，以精簡其運營流程，同時賦能其運用我們的「一物一碼」技術。

透過操作該等機器，客戶可在其產品上印刷並嵌入二維碼，將數字產品身份與我們的後端管理系統連接，並在其業務運營的不同階段促進實時數據收集，從而賦能其利用二維碼執行各類型營銷活動並協助營銷策略的執行。詳情請參閱本節上文「營銷技術服務—運營流程」。

牌照及許可證

除「監管概覽」所披露者外，除一般在中國及香港經營業務所需的牌照外，本集團在中國及香港經營業務毋須遵守其他特定牌照規定。於最後可行日期，本集團已取得在中國及香港經營業務所需的所有重要牌照、許可證及證書。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已取得所有對旗下業務及運營而言屬重大的批文、許可證、同意書、牌照及登記，且上述各項於最後可行日期均屬有效。我們不時更新所有該等重要許可證及牌照，力求於所有重大方面遵守相關法律及法規。董事認為，更新該等牌照及許可證時不會面臨重大法律障礙。

無論如何，除日常業務牌照外，截至最後可行日期，我們已取得下列董事認為對旗下業務屬重要的牌照及許可證：

持有人	牌照及許可證名稱	發證機構	授出／備案日期	屆滿日期
廣東聖火	營業性演出許可證[1]	廣州市文化廣電旅遊局	2024年12月17日	2026年12月16日

附註：

1. 由於廣東聖火單位類型變化，須更新此許可證。於最後可行日期，廣東聖火正在就許可證辦理單位類型變更的手續。

在業務經營過程中，本集團不時需要取得臨時註冊及許可以完成項目，常見情況包括根據《大型群眾性活動安全管理條例》在中國舉辦公眾活動所需的公安備案。

榮譽及獎項

下表載列我們獲得的主要獎項及榮譽：

獎項名稱	頒獎機構	年份
支付寶(碰一下)2025年度無界新銳合作夥伴獎	支付寶支付科技有限公司	2025年
大中華區年度整合營銷公司	IAI國際廣告獎執行委員會	2021年
年度最具成長力數字營銷公司	IAI國際廣告獎執行委員會	2021年
最佳營銷效果獎	金鼠標數字營銷大賽	2023年
中國國際公共關係案例大賽—文化體育傳播與公共關係類銅獎	中國國際公共關係協會	2018年

獎項名稱	頒獎機構	年份
跨渠道整合類金獎	DMAA國際數字營銷獎	2023年
年度數字營銷影響力代理商	金鼠標數字營銷大賽	2023年
事件營銷金獎	DMAA國際數字營銷獎	2023年
金投賞—新零售組銀獎	金投賞	2018年
金梧獎—大數據營銷類銀獎	金梧獎組委會	2020年
金梧獎—年度創新MarTech公司	金梧獎組委會	2021年
金梧獎—社會化營銷類金獎	金梧獎組委會	2020年
長城獎—整合營銷類銅獎	中國國際廣告節	2020年
長城獎—智能營銷類銀獎	中國國際廣告節	2021年
長城獎—社會化營銷類銅獎	中國國際廣告節	2021年
智能營銷類金獎／銀獎	金鼠標數字營銷大賽	2023年／2021年
智能營銷類金獎／銀獎	金鼠標數字營銷大賽	2021年
互聯網平台獎金獎	DMAA國際數字營銷獎	2025年
麒麟獎—年度營銷案例金獎	麒麟國際廣告獎	2024年
麒麟獎—飲料類金獎	麒麟國際廣告獎	2024年
麒麟獎—效果轉化類銀獎	麒麟國際廣告獎	2024年
麒麟獎—活動營銷類金獎	麒麟國際廣告獎	2024年

獎項名稱	頒獎機構	年份
金勢獎—年度最佳整合營銷案例	市場部網	2024年
MarTech營銷技術創新類—銀獎	國際數字營銷獎	2024年
營銷服務類金獎	創新營銷盛典	2019年
活動營銷金獎	媒介360	2016年
技術營銷金獎／銀獎	IAI國際廣告獎執行委員會	2022年／2021年
虎嘯獎—年度大數據&智能公司大獎	虎嘯獎	2021年
虎嘯獎—私域營銷類銀獎	虎嘯獎	2022年
視頻類平台獎金獎	DMAA國際數字營銷獎	2025年
2020非凡大賞—典型案例獎	非凡資本	2020年
2020非凡大賞—優選案例獎	非凡資本	2020年

保險

我們為僱員提供社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險及醫療保險（包括生育保險）。

我們認為現有保單的保障範圍足以應對當前運營需求，且符合行業慣例。有關保險保障的風險，請參閱本文件「風險因素—與本集團有關的風險—我們的承保範圍未必足以覆蓋業務運營中所有風險」。

環境、社會及管治

ESG管治

我們視環境、社會及管治(「**ESG**」)事宜為實現長遠可持續發展的關鍵要素。聚焦經濟、員工、環境及社會責任，我們致力穩步完善ESG管治體系，持續提升ESG實踐水平與表現成效，並透過各項ESG舉措為社區及社會福祉作出貢獻。

為有效處理及管理ESG事宜，我們將於**[編纂]**時設立ESG管治框架，旨在確保ESG相關事宜得到有效管理。我們將落實由董事會(包括審核委員會)及管理層組成的ESG管治架構，致力達致高效系統化的ESG管理水平。

董事會

董事會於監督及領導本集團ESG工作方面發揮核心作用。作為ESG管理的最高決策機構，董事會負責監督本集團ESG活動並就重大決策提供指引，包括定期監察ESG舉措的實施進度，以確保符合企業目標與監管規定要求。董事會將進行年度企業風險評估及審查或聘請外部專家協助評估相關風險以及本集團的策略、目標及控制措施，再視乎需要實施改進措施以管理及降低風險。

董事會關鍵職責之一為審閱及批准本集團年度ESG報告，以及董事ESG相關履歷與培訓記錄等披露文件。董事會同時行使獲授予的其他ESG相關職權，全面監察本集團可持續發展及管治常規。

在戰略層面，董事會制定本集團ESG目標及中長期計劃，將其融入整體企業戰略，建立基礎ESG管理體系，並審議重要性評估結果以識別關鍵ESG議題優先次序。除年度ESG報告外，董事會亦評估可能影響本集團運營或聲譽的其他重大ESG事宜。

審核委員會

審核委員會的職責涵蓋(其中包括)實現有效監督，並確保將ESG考量因素全面融入本集團的策略及運營決策流程。

管理層

本集團管理層負責統籌及推行集團整體ESG管理工作，其核心職責在於確保ESG舉措有效落實且契合本集團戰略方向，具體包括結合整體戰略目標審視公司ESG中長期計劃，以及評估基礎ESG管理體系以確保其充分性及適用性。

管理層亦領導ESG相關活動的識別、評估及管理工作，釐定並達成清晰目標。

管理層關鍵職責涵蓋定期進行ESG重要性評估，整合持份者參與、外部反饋及內部評審以識別關鍵ESG議題。

此外，管理層獲授權制訂並定期更新ESG關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」)以監控進度及表現，同時亦負責執行董事會授予的其他ESG相關職能及權力，確保ESG工作納入本集團日常運營及決策程序。

職能部門

職能部門負責落實本集團ESG管理工作，包括執行ESG決策、支援體系建設、嚴格遵循ESG要求開展部門運作；其職責涵蓋識別關鍵ESG議題、維護並呈報指標數據及報告，以及向管理層匯總ESG數據。各部門負責監察ESG關鍵績效指標，管理層則據此總結分析結果並向董事會匯報。

ESG管理體系

為有效管理可持續發展表現，我們已就包括經濟、環境、社會及管治領域在內的重大ESG議題制定並落實ESG管理體系。

本集團ESG管理體系立足於對綠色發展及國家「雙碳」目標的堅定承諾。在科技創新引領下，本集團聚焦生態保護，致力開拓綠色零碳發展路徑，積極識別運營產生的直接與間接碳排放源，並採取必要措施減緩負面影響。通過環境技術升級革新，本集團持續提升運營能效，促進可持續發展。

安全領域方面，本集團著重構建堅實安全管理體系、落實安全責任分級機制及營造安全文化氛圍，並建立涵蓋職業健康風險管控、安全教育培訓及安全操作規範的全流程機制。本集團視風險識別與隱患防控為首要任務，全面強化安全環保生產承諾。

本集團同步推進人才管理創新，為員工提供支持性工作環境及社會保障，倡導多元包容、持續培訓及績效掛鈎激勵機制，培育知識型、技能型、創新型人才隊伍。此模式實現員工成長與企業發展同頻共振，全面提升福祉及歸屬感。

管治方面，本集團通過組建專業合規團隊及營造問責文化，持續強化法律合規與風險管控，同時亦不斷完善合規管理體系，開展重大風險評估，並將內控機制深度嵌入業務運營，以預防及緩釋法律與運營風險。

為支撐上述舉措，本集團已建立涵蓋組織架構、政策制度、績效指標、運作機制及評估流程的全維度ESG管理體系，制定統一ESG指標框架指導監督對標、報告編製及評級提升工作。該框架覆蓋經濟、環境、社會及管治四大維度，依據職能定位分解至相關部門及單位，並定期參照監管標準、評級要求及ESG趨勢演進進行動態更新。

ESG風險

於2024年12月31日，我們已識別下列視為重大且有機會影響業務、策略或財務表現的ESG風險。為應對相關風險，我們已實施以下緩解措施：

主要ESG議題	**潛在風險、影響及緩解措施**
資訊安全與隱私保護	資訊安全與隱私保護不力將為我們構成嚴重風險及影響。客戶及消費者敏感資料的數據外洩、未經授權存取或濫用，或會導致信任喪失、聲譽受損、監管行動或重大財務損失，包括業務中斷及合規成本增加。為減輕相關風險，我們已實施多項數據隱私及資訊安全政策與措施，以保護我們的伺服器及系統。
人力資源管理	人力資源管理失效可能導致招聘或挽留人才困難，繼而造成流失率上升、生產力下降，以及客戶解決方案的交付受阻。上述問題亦可能影響我們創新驅動業務模式的長期可持續性。為減輕相關風險，我們已推行旨在吸引及挽留人才的政策。
應對氣候變化	極端天氣或相關事件引致的業務中斷或數碼基礎設施損毀，可能擾亂我們的廣告宣傳活動並影響供應商可靠性。上述干擾亦可能對員工構成安全風險，並進一步觸發運營或聲譽後果。為應對相關風險，我們已實施ESG管理體系，以識別及處理環境風險。
健康與安全	健康與安全管理失效可能為本集團帶來諸多風險及潛在影響。員工健康問題頻發或會導致工作效率下降及工作失誤增加，直接影響我們的運營。此外，健康問題反覆出現可能對員工士氣及團隊凝聚力造成負面影響，甚或損害我們的企業文化。此外，不合規的健康管理行為或使我們面臨法律訴訟及罰款，進而損害我們的聲譽及財務狀況。為應對相關風險，我們落實職業健康與安全管理體系並提供相關培訓。

應對ESG相關風險的策略

本集團將每年至少進行一次企業風險評估，涵蓋本集團當前及潛在面臨的風險，包括但不限於ESG方面所產生的風險，以及圍繞氣候變化等顛覆性力量的戰略風險。董事會將評估或聘請外部專家評估相關風險，並檢討本集團現有策略、目標及內部監控，同時亦會實施必要的改進措施以減輕風險。董事會及審核委員會將維持對本集團風險管理方針(包括氣候相關風險)的監督，並將風險監控納入標準運營流程，以確保在定期管理檢討中落實適當的緩解措施。涉及緩解、轉移、接受或控制風險的決策，將取決於政府規管、交通網絡及公眾觀感等多項因素。

本集團會將氣候相關議題納入風險評估流程及風險胃納設定中。若相關風險及機遇被視為重大，本集團將在策略及財務規劃過程中予以考慮。經每年檢討環境、社會及氣候相關風險以及本集團應對該等風險的表現後，我們或會酌情修訂及調整ESG策略。

指標與目標

董事會將於**[編纂]**後根據上市規則附錄C2及其他相關規則與規定的報告要求，於各財政年初為每項重大關鍵績效指標設定目標。重大關鍵績效指標的相關目標將每年檢討，以確保其持續符合本集團的需求。在設定關鍵績效指標目標時，本集團已考慮2023財年至2025財年的相應歷史水平，並在平衡業務增長與環境保護以實現可持續發展的前提下，全面審慎考量我們未來的業務擴張計劃。我們在設定與溫室氣體排放及廢物處理相關的關鍵績效指標目標時亦參考行業標準。縱然關鍵績效指標目標通常因行業同業而異，但行業同業採納的關鍵績效指標目標普遍顯示排放強度趨於穩定或逐年下降的趨勢。我們的關鍵績效指標目標詳情載於下文相應章節，且該等目標與上述行業標準一致。本集團將持續監察關鍵績效指標目標設定方面的行業趨勢，並會於必要時據此調整我們的關鍵績效指標目標。

我們已將「雙碳」目標(即2030年實現碳達峰、2060年實現碳中和)納入ESG管理體系。該體系構建一個涵蓋經濟、環境、社會及管治指標的綜合框架，並將責任分解至各部門。其遵循行業標準，確保戰略引領、管理優先、有效整合及上下聯動。ESG指標體系包含基礎資訊、關鍵議題及關鍵績效指標，並每年根據監管及評級要求進行調整。基於歷來溫室氣體排放總量數據，我們計劃於2030年之前將員工人均溫室氣體排放總量減少5%。

環境保護

鑑於我們並無經營任何生產設施，我們得以避免重大的健康、職業安全、社會或環境風險。然而，我們仍然設法提升環境問責標準及強化公共領域參與度。我們意識到作為負責任企業的重要性，並致力實施促進可持續發展及降低環境足跡的舉措。

我們已將ESG政策融入營銷運作，強調印刷品／實體材料、包裝及器具的可持續使用，力求將環境影響減至最低，並與雙碳目標保持一致。例如，我們已制定環保設計與生產相關政策，規定使用低揮發性有機化合物油墨及節能印刷工藝，並要求供應商報告碳足跡；在可持續材料採購方面，我們要求印刷品(如宣傳手冊、海報)100%使用森林管理委員會認證或再生紙。

我們致力減少運營過程中的碳足跡。為最大限度降低能耗，我們優先利用自然光，並實施分區照明系統與獨立控制，以減少不必要的使用。我們的設施配備節能電器，並遵循嚴格的維護計劃(包括定期清潔燈具及空調過濾器)，以確保最佳運作效率。此外，我們透過避免空調機組受陽光直射及進行常規洩漏檢查，優化製冷系統。

能源消耗及排放

下表載列我們於所示年度的能源消耗及排放量：

環境績效數據[1]	**單位**	**2025財年**	**2024財年**	**2023財年**
空氣排放				
氮氧化物(「**NOx**」)	千克	1.27	1.53	1.15
硫氧化物(「**SOx**」)	千克	0.25	0.30	0.23
顆粒物(「**PM**」)	千克	0.09	0.11	0.08
能源消耗				
總能耗	***兆瓦時***	***293.52***	***297.43***	***243.29***
直接能源消耗				
● *移動燃料能源(汽油)*	兆瓦時	182.55	222.18	166.20
間接能源消耗				
● 外購電力	兆瓦時	110.97	75.25	77.09
密度				
● *按員工人數*	兆瓦時(每人)	2.55	2.08	1.89
溫室氣體(「GHG」)排放				
溫室氣體總排放量	***噸二氧化碳當量***[2]	***202.71***	***183.24***	***144.18***
● 範圍1[3]	噸二氧化碳當量	47.88	58.27	43.59
● 範圍2[4]	噸二氧化碳當量	67.70	45.91	47.03
● 範圍3[5] [6]	噸二氧化碳當量	87.13	79.06	53.56
密度				
● *按員工人數*	噸二氧化碳當量(每人)	1.76	1.28	1.12

附註：

1 此計算已參考溫室氣體協議—跨界別排放系數工具及聯交所所發佈「如何準備環境、社會及管治報告附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引」內發佈的排放系數。

2 噸二氧化碳當量指「公噸二氧化碳當量」。

3 範圍1排放涵蓋本公司車輛使用汽油所產生的直接溫室氣體排放。

4 範圍2排放涉及廣州及上海辦公室外購電力引致的間接溫室氣體排放。

5 範圍3排放包括紙張處置以及廣州及上海商務航空差旅所衍生的其他間接溫室氣體排放。

6 本集團採用中國民航專項氣候變化研究中針對中型航機的排放因子。鑑於2023財年至2025財年間100%差旅均於中國境內航線完成，此項聚焦中國航機的研究數據具直接適用性。該氣候變化研究由中國氣象局主導管理。有關上述研究的詳細資訊，請參閱此網站：**https://statics.teams.cdn.office.net/evergreen-assets/safelinks/1/atp-safelinks.html**。

社會責任

我們致力從以下各方面履行社會責任。

僱員

下表載列我們於2025年12月31日的僱員組成情況：

僱員數據	**於2025年12月31日**
總人數	***115***
按性別	
男性	53 (46.09%)
女性	62 (53.91%)
按年齡組別	
30歲以下	43 (37.39%)
30至50歲	67 (58.26%)
50歲以上	5 (4.35%)
按地區	
中國	115 (100%)
按職級	
高級管理層	12 (10.43%)
中級管理層	29 (25.22%)
一般職員	74 (64.35%)

僱員流轉數據[7]	於2025年12月31日
總流轉率	***45 (39.13%)***
按性別	
男性	22 (41.51%)
女性	23 (37.10%)
按年齡組別	
30歲以下	25 (58.14%)
30至50歲	20 (29.85%)
50歲以上	0 (0%)
按地區	
中國	45 (39.13%)

附註：

7　流轉率乃按特定類別離職員工人數除以特定類別平均員工人數計算。

職業安全

我們視職業健康及安全為重要責任之一，並致力為員工及客戶提供安全、高效、舒適的工作環境及服務。我們已建立符合GB/T 45001-2020/ISO 45001標準的職業健康與安全管理體系。人力資源部負責記錄及追蹤工傷事故，並跟進相關保險索賠(如意外及補充醫療保險)。

重大事故

於往績記錄期間，我們並無因工傷損失工作日，亦無因工死亡事故。

供應商

下表載列本集團於所示年度的供應商數目：

供應商數目[8]	2025財年	2024財年	2023財年
總計	***726***	***858***	***770***

附註:

8　所有供應商均位於中國。

供應鏈管理

我們篩選供應商以確保產品質量、準時交付及生產能力，同時強調評估其環境及社會風險。我們要求供應商遵守所有反賄賂、反貪污及其他相關法律法規，以確保其運營

合規。我們優先選擇本地或鄰近供應商，以降低運輸成本及減輕對環境的影響。我們相信，通過建立完善的供應鏈體系，我們能夠為客戶提供更優質的服務，同時促進業務的可持續發展。

我們已將ESG管理體系延伸至供應鏈，促進可持續發展與資源整合。我們的《供應鏈ESG政策》已納入採購流程，要求供應商遵守ESG標準，並設定量化指標進行監測。供應商在准入時必須滿足ESG標準，包括環境合規(例如對違反中國環境法律零容忍)及社會標準(例如符合國際勞工組織公約的勞工權益)。我們對所有主要供應商進行年度盡職審查評估。我們已設立可量化的ESG相關指標，包括：(i)反賄賂培訓完成率達100%；及(ii)勞工標準合規情況(體現為零宗童工事件及符合最低工資規定)。於往績記錄期間，我們未發現任何供應商未能通過ESG審查。

慈善捐款

我們的目標是透過捐款支持教育及發展、環境問題、健康與安全以及災難救助等領域，從而踐行企業社會責任。下表載列本集團於往績記錄期間作出的慈善捐款金額。

捐款金額(人民幣)[9]	**2025財年**	**2024財年**	**2023財年**
廣東聖火	150,000.00	218,980.00	52,000.00
一物一碼數據	10,000.00	2,000.00	/
總計	160,000.00	220,980.00	52,000.00

附註:

9 社區活動及捐款旨在支持教育與發展、災害救援、環境保護、健康與安全、鄉村振興及基礎設施建設等領域。

數據安全與隱私保護

為應對數據隱私相關風險，我們已實施多項政策，包括《數據脱敏及加密安全指引》、《個人信息保護與數據安全管理辦法》、《個人信息事件應急預案》及《數據分級分類管理辦法》。進一步詳情請參閱本節下文「業務—網絡安全與數據隱私」。

反貪污

為防範及打擊貪污與腐敗行為，本集團已實施適用於全體員工、高級管理層、關聯方及第三方合作夥伴的反腐反貪管理體系。該體系廣泛界定貪污與腐敗行為，涵蓋賄賂、濫用職權、記錄篡改、資產侵佔及損害本集團利益的重大事實隱瞞。

根據反腐反貪管理體系，為降低貪污風險，本集團須執行嚴謹內控措施，包括職責分離、關鍵職能分級授權、嚴密財務管理，以及設有黑名單機制的透明供應商監管，同時亦須建立獨立、安全且保密的舉報渠道以鼓勵舉報可疑不當行為，並提供強力反報復保障。合規部門須及時徹查所有舉報事項，重大案件由審核委員會監督，並可適時聘請外部專家協助。經證實的違規行為將導致紀律處分(最高罰則為解僱)及轉交司法機關。

員工須簽署誠信承諾書，確認遵守適用法律法規、拒絕不正當利益、迴避利益衝突及配合調查。通過上述措施，本集團致力秉持對貪污零容忍的文化，維護企業聲譽與資產，並促進公平透明的商業實踐。

僱員

於最後可行日期，我們共有108名員工，全部位於中國。按職能劃分的僱員明細載列如下：

	於最後可行日期
管理	8
設計與研發	38
運營與採購	39
會計與財務	6
人力資源與行政	5
銷售與營銷	12
總計	108

招聘

我們通常因應部門需求招聘員工。各部門可提出增聘員工的要求以待審批。獲得批准後，人力資源部門會針對所需職位發佈招聘廣告。各部門主管負責為應徵者進行面試，並視乎應徵者所申請的職位進行兩輪或三輪面試。我們一般透過在各大線上求職平台刊登廣告的方式招聘員工。

員工關係

董事認為，我們一直與員工保持良好關係。除本節下文「合規」所披露者外，董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已在所有重大方面遵守所有適用的勞工法律及法規。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們不曾與僱員發生任何重大糾紛或因勞資糾紛導致運營中斷，亦無在招聘及挽留資深員工或技術人員方面遇到任何困

難。於最後可行日期，我們已根據中國相關法規成立工會。該工會享有及承擔《中華人民共和國工會法》所規定的權利及義務。

有關僱員保險的詳情，請參閱本節上文「保險」。

培訓

我們不時為員工提供培訓，以增進其與我們日常運營及服務相關的知識、技能及能力，涵蓋由風險管理以至技術相關及行業專屬培訓。

薪酬及福利

我們一般向僱員支付基本薪金、職位掛鉤薪金及績效花紅。基本薪金及職位掛鉤薪金相對固定，視乎員工職能、職位、技能及教育背景等因素而定；而績效薪金則屬浮動形式，取決於員工績效考核。我們須根據適用中國法律法規為中國僱員繳納向社會保險基金及住房公積金供款。

知識產權

我們視專屬域名、版權、軟件版權、商標、商業機密及其他知識產權為業務運營關鍵。我們依賴版權、商標、商業機密法以及披露限制等法規保護知識產權。於最後可行日期，本集團已於中國註冊57項專利、91項版權、9項專利及11個域名以及於香港註冊六項商標。有關我們認為對我們業務屬重要之知識產權之詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料 — A.有關本集團業務的進一步資料 — 2.知識產權」。

於最後可行日期，我們並無牽涉與知識產權被侵犯有關的重大糾紛，董事相信，我們已採取合理措施避免知識產權遭受侵犯。於往績記錄期間，我們並無因侵犯第三方商標、特許權及其他知識產權而牽涉任何重大糾紛或申索。

物業

於最後可行日期，本集團並無擁有任何物業，我們於中國租賃以下重大物業以經營業務：

編號	地址	概約建築面積 （平方米）	用途	租期
1.	廣州天河區黃埔大道西100號之一704–706	633.76	辦公室	2024年8月1日至2030年7月31日
2.	匯景新城龍憙山E1-負3–040單元	10	倉庫	2025年10月1日至2027年9月30日
3.	廣州天河區黃埔大道西100號之一707–710	667.90	辦公室	2024年8月1日至2030年7月31日
4.	江干區（下沙）元成時代中心3幢12樓1202室	53	宿舍	2025年9月1日至2027年8月31日
5.	廣州天河區黃埔大道西100號之一711	160.45	辦公室	2024年8月1日至2030年7月31日
6.	上海市閔行區吳中路1799–5號4幢710–711	413.76	辦公室	2023年8月1日至2027年2月28日
7.	上海市普陀區曹楊路1888弄11號樓803室-Z	6	辦公室	2024年10月11日至2027年10月10日
8.	梅州市梅江區三角鎮華南大道18號203號房	35	辦公室	2025年5月19日至待定日期
9	興寧市興寧·天河創新產業園孵化中心東棟317室	40.92	運營	2025年12月15日至2026年12月14日
10	廣州市天河區黃埔大道西100號之一709房	137.12	辦公室	2025年8月6日至2030年7月31日

於最後可行日期，附屬公司所租用物業的租賃協議其中三份未按適用中國法律法規規定向相關中國政府機關登記，詳情請參閱本節下文「合規」。

合規

於往績記錄期間，除下表所披露者外，過去並無發生其他屬重大或系統性的不合規事宜。

不合規事宜詳情	成因	潛在法律後果及影響	補救措施及內部監控措施
社會保險及住房公積金			
於往績記錄期間，旗下部分中國附屬公司(即廣東聖火、上海聖火、秀飛(上海)、廣東龍矍、一物一碼數據、聖火創意及聖火互聯(「**主要附屬公司**」)未能為僱員支付或全額繳納社會保險及住房公積金。 我們估計，於2023財年、2024財年及2025財年，本集團未繳員工社會保險及住房公積金供款分別約為人民幣3.0百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣2.8百萬元。	不合規事宜主要源於部分僱員基於個人原因(主要涉及財務負擔考量)而不願全額繳納社會保險及住房公積金。	根據《中華人民共和國社會保險法》，若用人單位未按時足額繳納社會保險費，有關主管機關應責令其限期繳納或補足，並自欠繳之日起按日加收0.05%的滯納金。若用人單位逾期仍未繳納，有關主管機關可處以欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。 根據《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「**該解釋**」)，用人單位與勞動者約定放棄繳納社會保險費的協議或勞動者向用人單位作出的相關承諾，人民法院應認定無效。若用人單位未依法繳納社會保險費，勞動者依據《勞動合同法》第38(3)條規定請求解除勞動合同並要求用人單位支付經濟補償的，人民法院應予支持。用人單位依法補繳社會保險費後，請求勞動者返還已經支付的經濟補償的，人民法院應予支持。	為確保完全遵守該解釋及有關社會保險與住房公積金繳納的其他相關法律法規，本集團已實施以下措施：(i)我們已為全體董事及高級管理層全額繳納社會保險及住房公積金；(ii)我們已與全體僱員溝通，致力尋求其理解及配合以遵守適用的當地慣例及政策，並將於切實可行情況下盡快為同意配合的僱員安排向相關部門發出通知及進行繳款；(iii)我們將繼續竭盡所能與仍在評估補救措施的其他現職僱員溝通；及(iv)我們日後將盡最大努力為所有新入職僱員作出全額繳納。 此外，控股股東鍾堅先生及羅新燕女士已承諾，若本集團被要求支付任何未繳社會保險或住房公積金款項，或因逾期繳納而被相關中國主管部門追繳滯納金或處以罰款，其將對本集團作出補償。

不合規事宜詳情	成因	潛在法律後果及影響	補救措施及內部監控措施
		根據《住房公積金管理條例》，若用人單位未按時足額繳存住房公積金，有關主管機關可責令其限期整改；逾期未整改者，有關主管機關可向法院申請強制執行。 根據主要附屬公司於國家企業信用信息公示系統及公共信用信息報告的公開記錄，於往績記錄期間，主要附屬公司未曾因違反社會保險及住房公積金相關法律法規而遭受有關機關處罰。 董事認為，上述不合規事宜過往並未對我們造成且日後亦不會造成任何重大不利財務或營運影響，原因在於(i)我們於往績記錄期間及直至最後可行日期並無遭受任何重大行政處罰；(ii)我們截至最後可行日期並無接獲任何有關社會保險及住房公積金繳納的通知或要求(無論是補繳款項或罰款)；(iii)截至最後可行日期，主要附屬公司與僱員簽訂的勞動合約並無包含任何同意放棄繳納社會保險的條款，亦不存在僱員已向主要附屬公司承諾放棄繳納該等款項的情況；及(iv)於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並不知悉任何僱員就社會保險或住房公積金繳納提出投訴或付款要求。 倘主管政府機關提出要求，我們承諾於規定期限內全額補繳相關差額。	此外，我們已採取以下整改措施防範日後再次發生同類不合規事宜，例如(i)加強與僱員溝通以獲取其對全額繳存社會保險及住房公積金的同意；(ii)加強內部教育，同時亦會定期諮詢中國法律顧問，力求緊貼社會保險及住房公積金法律法規的最新發展，包括為僱員提供相關培訓課程及諮詢中國法律顧問，確保持續及時獲取最新發展資訊；(iii)優化人力資源政策，制定並於內部頒佈合規制度，要求嚴格遵循主管政府機關規定及時足額繳存社會保險及住房公積金；及(iv)指派人力資源專員每月審核及監督社會保險及住房公積金的申報及供款狀況。

不合規事宜詳情	成因	潛在法律後果及影響	補救措施及內部監控措施
		根據2018年9月21日頒佈的《人力資源社會保障部辦公廳關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》(人社廳函[2018]246號)，地方政府機關嚴禁集中清繳過往欠繳的社會保險費。 經考慮中國法律顧問向社會保險費及住房公積金徵收主管機關進行電話諮詢所得回覆，以及包括該解釋在內的相關法律法規，中國法律顧問認為：(i)該解釋並未擴大我們受處罰的風險；(ii)有關社會保險費及住房公積金的現行政策法規以及主管機關對其實施及監管的要求並無重大變動；(iii)本集團並無僱員在中國就社會保險或住房公積金繳納事宜提出任何訴訟或仲裁；及(iv)根據主管機關的電話回覆，實務上除非出現大規模僱員投訴或舉報，或現行徵收政策有變，否則稅務機關及住房公積金管理中心一般不會主動要求企業補繳社會保險或住房公積金、繳納滯納金或施加行政處罰。 經計及本集團所採取補救措施及控股股東就未繳社會保險或住房公積金款項提供的補償承諾後，中國法律顧問認為並經董事及保薦人作出適當查詢後同意，本集團因相關法律法規(包括該解釋)而被主管機關要求限期補繳社會保險費或住房公積金、繳納滯納金或遭受處罰的風險相對較低，且任何該等潛在處罰不會對本集團的營運或財務表現造成重大不利影響。	

不合規事宜詳情	成因	潛在法律後果及影響	補救措施及內部監控措施
租賃登記			
截至最後可行日期，主要附屬公司所租賃物業其中三份租賃協議尚未根據中國適用法律法規向相關中國政府機關完成登記。	此類租賃登記須得到出租人配合，而截至最後可行日期，相關出租人一直不願意配合完成登記程序。	據中國法律顧問表示，根據《商品房屋租賃管理辦法》，租賃協議訂約方須於簽立租賃協議後30天內辦理租賃登記及備案手續。若本公司逾期未辦理，有關主管機關可責令其限期改正；若本公司逾期未改正，可被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。 據中國法律顧問表示，該等租賃協議未辦理登記不影響其有效性，因此，概不會僅因未登記而面臨被驅逐及／或中止佔用的風險。在租賃協議持續有效期間，主要附屬公司可繼續承租未辦理登記的物業，不會僅因缺乏登記而被責令騰退及／或停止使用該等物業。 根據主要附屬公司於國家企業信用信息公示系統及公共信用信息報告的公開記錄，截至最後可行日期，中國相關政府機關未就是項不合規事件施加任何行政處分、罰款或處罰，且主要附屬公司未收到任何罰款繳付令或要求。 中國法律顧問認為，基於上述情況，相關部門就前述違規行為責令主要附屬公司限期改正或處以行政罰款的可能性極低。	我們一直並將繼續與出租人保持聯繫，力求讓其配合完成登記程序。

法律程序

於2023年2月，客戶集團G(我們2023財年五大客戶之一)與一物一碼數據訂立服務協議，據此，一物一碼數據須為客戶集團G的推廣活動提供技術服務及活動運營服務(包括管理及分發實體推廣獎品，例如品牌手推車、T恤、行李箱、冰桶、藍牙音箱及烏克麗麗)。為履行其代表客戶集團G儲存該等推廣獎品的義務，一物一碼數據向上海克騰實業發展有限公司(「**直接分租人**」)租用位於上海市閔行區中春路6988號第1號廠房倉庫105室的倉庫(「**該倉庫**」)；該倉庫乃由直接分租人向上海浩帛實業發展有限公司(「**中層分租人**」)租用，中層分租人則持有源自上海美吉食品有限公司(「**主出租人**」)的主租約，而主出租人連同上海榮華實業總公司為該倉庫的最終擁有人(「**最終擁有人**」)。直接分租人、中層分租人及最終擁有人各自為獨立第三方。於2023年5月，該倉庫所在建築物因電線故障發生火災(「**火災事故**」)，導致該倉庫及存放其中的推廣獎品嚴重損毀。客戶集團G的保險公司中國人民財產保險股份有限公司上海支行(「**保險公司**」)其後向客戶集團G賠付約人民幣2.9百萬元。

於2024年9月，客戶集團G向中國上海市黃浦區人民法院(「**黃浦法院**」)對一物一碼數據提出民事訴訟(「**客戶集團G訴訟**」)，指控一物一碼數據未能妥善履行其有關儲存推廣獎品的合約義務及法定保管職責，並索償人民幣4.2百萬元(即指稱已損毀推廣獎品的價值減去客戶集團G從保險公司收回的金額)及法律費用。中層分租人亦作為第三方被加入客戶G訴訟。黃浦法院於2025年8月作出一審判令，裁定一物一碼數據須向客戶集團G支付損害賠償約人民幣3.3百萬元。一物一碼數據向上海市第一中級人民法院(「**中級法院**」)提出上訴。

於2026年2月，一物一碼數據與客戶集團G在中級法院經法院調解達成和解(「**該和解**」)，據此，一物一碼數據同意分兩期向客戶集團G支付總額人民幣2.2百萬元：(i)於2026年2月14日或之前支付約人民幣1.5百萬元(「**首期款項**」)；及(ii)於2026年4月30日或之前支付約人民幣0.7百萬元，作為此事項的最終及全面解決方案。一物一碼數據已按時全額支付首期款項。

另外，保險公司於2025年5月向黃浦法院對一物一碼數據及廣東聖火提出訴訟(「**保險訴訟**」)，索償約人民幣3.0百萬元(包括追償已支付的保險賠償約人民幣2.9百萬元及利息)。保險訴訟的一審庭審已於2025年12月進行。截至最後可行日期，保險訴訟的一審判決仍有待頒佈。

此外，一物一碼數據於2026年2月向上海市閔行區人民法院對中層分租人及最終擁有人(「**出租人及擁有人**」)提出訴訟，指稱出租人及擁有人作為該倉庫的出租人及擁有人，對該倉庫的消防安全管理負有法定責任，而其未履行相關義務導致火災發生並造成推廣獎品損毀，因此應承擔賠償客戶集團G的推廣獎品損失的責任。為此，一物一碼數據正尋求法院判令出租人及擁有人共同及個別地(i)賠償一物一碼數據的貨物損失約人民

幣2.2百萬元；(ii)向一物一碼數據支付逾期利息；及(iii)承擔一物一碼數據所產生的法律費用人民幣30,000元。該案件已於2026年3月獲上海市閔行區人民法院正式立案受理。截至最後可行日期，審訊日期尚未確定。

據中國法律顧問告知，儘管在保險訴訟中一物一碼數據可能須對保險公司承擔部分責任，但由於火災是由第三方或意外因素造成，黃浦法院支持保險公司全額索償的可能性較低。此外，中國法律顧問亦表示，若法院認定出租人及擁有人須對火災的發生及由此造成的推廣獎品損毀承擔責任，則一物一碼數據在該案中的相關索償請求應可成立。一物一碼數據及廣東聖火亦有權就其在保險訴訟中可能被要求支付的任何賠償(如有)向出租人及擁有人追償。若出租人及擁有人未能履行其作為出租人及擁有人的安全管理義務，例如明知該倉庫存在消防安全隱患而未予消除、疏於維護電路、未進行定期消防安全檢查，或以其他方式違反其監督及維修保養職責，則須對一物一碼數據因此遭受的損失承擔責任。

本集團因客戶集團G訴訟或保險訴訟而產生或可能產生的實際或潛在負債，並未納入本集團所投購的任何保險範圍內。我們已就該兩宗法律程序於2023財年計提撥備約人民幣7.1百萬元。本集團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與客戶集團G已於2026年2月達成和解，故就客戶集團G相關法律程序確認訴訟索償撥回人民幣2.0百萬元，惟部分被與保險公司法律程序相關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「財務資料—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)」。

董事相信，上述法律訴訟並無且預期不會對我們與客戶的業務關係造成任何重大不利影響，原因如下：

(i) 該和解已達成，以全面及最終解決客戶集團G與一物一碼數據之間的糾紛；

(ii) 該等法律訴訟乃因火災事故而引發，並非由本集團造成，亦不反映我們的核心營銷能力存在任何重大或系統性缺陷；

(iii) 除上述法律訴訟外，於往績記錄期間，我們各年度五大客戶與本集團之間並無發生任何重大糾紛或索償；

(iv) 於整個往績記錄期間，我們的總收益以及來自回頭客的收益均錄得持續顯著增長，而回頭客於往績記錄期間各財政年度佔我們總收益逾90%，反映我們整體客戶基礎維持穩定；及

(v) 於整個往績記錄期間，我們的中標率亦大致維持穩定，顯示該等法律訴訟及火災事故並無重大不利影響市場對本集團的看法或信心。

本集團亦已實施一系列措施，以降低類似事件日後發生的可能性及影響，其中包括(i)租用前加強對第三方倉庫的盡職審查及實地視察(包括核實消防安全設施及合規記錄)；(ii)加強針對倉儲及物流服務供應商的合約保障(例如訂明更詳細的倉儲標準、彌償及保險相關條款以及事故報告責任)；(iii)就客戶推廣物料的儲存及處理採納更嚴格的內部運營程序；(iv)就保險要求及保障範圍的必要性採納更嚴格的評估；(v)在倉庫內張掛安全措施海報，以提高相關人員的安全意識；(vi)更新供應商評估表，加入對潛在倉庫服務供應商是否存在任何負面消息(包括過往曾否發生任何安全事故)的具體核查；及(vii)為相關員工提供有關安全措施及緊急程序的額外內部培訓。

經考慮上述因素後，董事認為，前述法律程序並無且不會對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成任何重大不利影響。

除上文所披露者外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何其他重大訴訟、仲裁或申索，且就董事所知，我們並無尚未了結或面臨威脅的重大訴訟、仲裁或申索，而該等訴訟、仲裁或申索將對我們的業務、財務狀況或經營業績構成重大不利影響。

內部監控措施及風險管理

為維持良好有效的監控以保障股東利益及本集團資產，我們已委聘獨立內部監控顧問(「**內部監控顧問**」)協助審閱內部監控程序、系統與監管機制，並提出相應建議。我們已於**[編纂]**前採納或預計將採納一系列內部監控政策與程序，旨在為實現高效運營、可靠財務匯報及遵守適用法律法規等目標提供合理保證。我們的內部監控系統主要涵蓋以下方面：

- 我們已實施反欺詐及反貪污管理制度，要求員工行為合法合規、恪守道德，並要求供應商遵守所有相關反賄賂、反貪污及相關法律法規。為將合規文化植根於本公司，我們定期檢討風險管理及內部監控程序，嚴格執行內部問責機制，並開展定期合規培訓。我們始終致力推行適切的內部監控措施，確保持續符合適用法律法規的要求。

- 我們已成立審核委員會，負責監管財務記錄、內部監控程序及風險管理體系。有關審核委員會的具體職責說明及其成員資歷與經驗的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

- 我們已實施多項措施，以優化本集團的溝通機制及人力資源職能，並將定期檢討溝通系統的充分性與有效性。

- 我們已制定涵蓋招聘、培訓、工作操守及法律合規等多方面人力資源管理的內部監控政策。員工手冊中包含關於工作道德及防範欺詐與貪污的指引，相關指引將不時檢討及更新，以符合最新勞動法律法規的要求。

- 我們將持續監察對相關法律法規的遵守情況，高級管理團隊將與員工緊密合作，落實各項合規措施。我們亦將持續安排由香港法律顧問為董事、高級管理層及員工提供關於上市規則(包括但不限於企業管治及關連交易相關方面)的持續培訓，並由中國法律顧問提供中國法律法規培訓。高級管理層、內部審計團隊及審核委員會將持續共同監督內部監控系統的實施情況，以確保政策及執行的有效性與充分性。

- 我們已成立投資委員會，負責監督本集團的投資活動，包括制訂及定期檢討投資政策與策略、識別及管理投資風險、定期向董事會匯報，以及處理與本公司投資相關的事宜。請參閱(i)本文件「董事及高級管理層」以了解投資委員會的職責說明及其成員的資歷與經驗詳情；及(ii)本節下文「投資管理政策」。

投資管理政策

於往績記錄期間，董事負責管理及監督投資活動。為識別、管理及控制投資風險，並確保妥善監察未來投資，我們已成立由鍾堅先生、王歡女士及謝昉先生組成的投資委員會，負責監督本集團的投資活動及交易。有關投資委員會的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層—董事委員會」。

我們亦已實施一項投資管理政策(「**投資管理政策**」)，當中載列有關本集團投資的各項內部監控措施，其中包括(i)投資委員會須定期檢討及監察本集團投資的表現，並定期向董事會匯報；(ii)投資委員會須訂明投資目標及目的、風險承受水平以及交易限額，並須拒絕超出該等範圍或限額的建議投資；及(iii)所有潛在投資項目均須進行可行性研究，並須向董事會提交潛在投資項目的詳細建議書(包括預期回報、成本效益分析、對本集團運營的影響、關鍵績效指標及風險)以供批准。

任何潛在投資均須經董事會批准。董事會亦應確保**[編纂]**後進行的任何投資符合上市規則第14章的規定。

我們的控股股東

緊接[**編纂**]及[**編纂**]完成前，(i)鍾堅先生透過福緣BVI(其全資擁有的公司)於本公司已發行股本中擁有78.7%權益；(ii)羅新燕女士透過秀飛BVI(由其持有42.2%股權並控制的公司)於本公司已發行股本中擁有17.1%權益；及(iii)基於配偶關係，鍾堅先生及羅新燕女士各自根據證券及期貨條例被視為於另一方擁有權益的所有股份中擁有權益(合共佔本公司已發行股本的95.8%)。

緊隨[**編纂**]及[**編纂**]完成後(不計及因[**編纂**]獲行使而可予發行的任何股份)，(i)鍾堅先生將透過福緣BVI於本公司已發行股本中擁有[**編纂**]%權益；(ii)羅新燕女士將透過秀飛BVI於本公司已發行股本中擁有[**編纂**]%權益；及(iii)基於配偶關係，鍾堅先生及羅新燕女士各自將根據證券及期貨條例被視為於另一方擁有權益的所有股份中擁有權益(合共佔本公司已發行股本的[**編纂**]%)。由於福緣BVI、鍾堅先生及羅新燕女士於[**編纂**]後直接有權行使或控制行使本公司股東大會30%或以上的投票權，根據上市規則，福緣BVI、鍾堅先生及羅新燕女士各自於[**編纂**]後被視為控股股東。

鍾堅先生為執行董事兼主席。詳情請參閱本文件「董事及高級管理層—執行董事」。

獨立於控股股東

經考慮下列因素後，董事信納我們有能力在[**編纂**]後獨立於控股股東及其緊密聯繫人經營旗下業務。

管理獨立

我們由董事會及高級管理層負責管理工作。董事會由四名執行董事鍾堅先生、羅智勇先生、王歡女士及鍾小建女士，以及三名獨立非執行董事段淳林女士、何捷先生及謝昉先生組成。詳情請參閱本文件「董事及高級管理層」。

我們認為，基於以下原因，董事會及高級管理層能夠獨立於控股股東運作：

(a) 各董事(包括控股股東鍾堅先生)知悉其作為董事的受信責任，該責任(其中包括)要求其為本公司的利益及最佳利益行事，且不允許其作為董事的職責與其個人利益之間存在任何衝突；

(b) 董事會由三名獨立非執行董事組成，董事會內將有足夠強大且獨立的權力，以平衡任何涉及利益衝突的情況，並保障獨立股東的利益；

(c) 本集團的管理、運營及事務由董事會整體而非個別董事領導、管理及監督。根據章程規定，董事會必須以大多數決定集體行動，任何個別董事除非獲得董事會授權或符合章程規定，否則不得單獨代表本公司進行交易或作出任何決定。董事的任何意見均會受到其他董事會成員意見的制衡；

(d) 若本集團與董事或其各自的聯繫人之間將進行的任何交易(「**衝突交易**」)產生潛在衝突，則有利害關係的董事應於本公司相關董事會會議上就該等交易放棄投票，且不得計入法定人數，除非章程及／或上市規則另行允許則作別論。有利害關係的董事不得出席僅由獨立非執行董事組成的獨立董事委員會會議。若有衝突交易須提呈獨立非執行董事考慮及核准，彼等須具備足夠的經驗及知識從不同方面監督該衝突交易；

(e) 本公司亦已建立內部監控機制，以識別上市規則規定的關聯方交易及／或關連交易，包括申報、公告、通函及獨立股東批准(如適用)規定；

(f) 為使董事會的非衝突成員能正常運作，並在獲得必要的專業意見後作出明智決策，本公司將視乎衝突交易的性質與重要性，於必要時聘請第三方專業顧問為董事會提供意見；

(g) 控股股東已承諾提供本集團所要求的一切資料，相關資料對獨立非執行董事進行年度審閱及執行不競爭契據而言屬必要；

(h) 獨立非執行董事將根據所得資料(i)每年審閱不競爭契據的遵守情況；(ii)檢討應否根據不競爭契據爭取新機遇的所有決策；及(iii)透過年報或公告方式向公眾披露與年度審閱有關的所有決策；及

(i) 本公司已建立企業管治程序，以維護股東權益及提升股東價值。詳情請參閱本節下文「企業管治措施」。

經考慮上述因素後，董事信納彼等能夠在**[編纂]**後獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人履行彼等作為董事的職責及管理本集團的業務。

運營獨立

我們獨立作出業務決策。董事認為，基於以下原因，我們於**[編纂]**後將繼續在運營上獨立於控股股東及其各自的聯繫人：

(a) 我們持有所有對業務運作構成重大影響的許可證，並有足夠的資本、設備及員工可獨立經營業務；

(b) 我們自有運營及行政資源，且不會與控股股東及其各自的聯繫人或控股股東及其各自的聯繫人所控制的其他公司分享該等資源；

(c) 我們自設組織及企業管治架構，並已自行建立會計、法律及人力資源部門；

(d) 我們已建立一套內部監控措施，以促進業務的有效運作；

(e) 我們能夠獨立接洽客戶及供應商；

(f) 我們[已成立]投資委員會，負責評估商機及作出投資決策；及

(g) 於往績記錄期間，各控股股東及其各自的聯繫人與本集團各年度五大客戶及五大主要供應商概無關係(於本集團日常及一般業務過程中訂立的業務合約除外)。

財務獨立

於往績記錄期間，本集團以控股股東及執行董事的個人擔保取得借款；控股股東及執行董事提供的所有個人擔保將於**[編纂]**當日或之前解除，並由本集團提供的公司擔保所取代。

除本節及本文件「財務資料—[債務—銀行借款]」一節所披露者外，董事確認，於最後可行日期，控股股東並無向本集團提供任何其他擔保或貸款。

董事會相信，基於以下原因，我們能夠在財務上獨立於控股股東及其聯繫人：

(a) 我們擁有獨立的財務、內部監控及會計制度、會計及財務部門、獨立的庫務現金收支功能，並因應本集團個別業務及運營需要獨立作出財務決策；

(b) 經計及本集團的內部資源及**[編纂]**估計**[編纂]**淨額後，董事相信本集團有足夠資金應付其財務需求，而毋須依賴控股股東；

(c) **[編纂]**後，本集團有能力獨立從外部來源取得融資，而毋須控股股東及其各自的緊密聯繫人提供任何擔保或抵押；

(d) 我們可於有需要時按市場條款及條件獨立獲取第三方融資以應付業務運營；及

(e) 我們設有獨立銀行賬戶，且不會與控股股東或其緊密聯繫人共用任何銀行賬戶、貸款額度或信貸額度。

不競爭契據

控股股東[已]訂立以本公司(為其本身及作為其不時各附屬公司的受託人)為受益人的不競爭契據，據此，各控股股東向本公司承諾，於受限期間(定義見下文)內，其不得且應促致其各自緊密聯繫人(本集團成員公司除外)不得直接或間接、不論自行、聯同、代表或透過任何人士、商號或公司進行、參與或擁有權益、從事或以其他方式涉及或收購或持有(在每種情況下不論作為股東、合夥人、代理人或其他身份，亦不論為利潤、回報或其他原因)任何與本集團所從事業務相似或構成或可能直接或間接構成競爭的業務(包括但不限於提供(i)整合營銷服務、(ii)營銷技術服務及(iii)廣告營銷服務)，以及本集團於**[編纂]**後可能不時在中國或任何其他地區從事的任何其他新業務(「**受限業務**」)。

控股股東根據不競爭契據作出的承諾不適用於：

(a) 持有本集團任何成員公司的股份或相關權益；及

(b) 持有下列公司(本集團成員公司除外)的股份或相關權益：

(i) 其股份於認可證券市場(定義見證券及期貨條例)**[編纂]**，惟相關控股股東及／或其緊密聯繫人持有的股份總數不得超過該公司該類別已發行股份的5%，且該控股股東及其各自緊密聯繫人不會參與或以其他方式涉及該公司的管理；或

(ii) 就其經審核賬目所示，受限業務產生的收益佔該公司或公司集團綜合收益少於5%。

不競爭契據將於**[編纂]**成為無條件時生效，並於**[編纂]**起計直至以下較早發生的日期為止(「**受限期間**」)持續有效：

(a) 股份不再於聯交所**[編纂]**；或

(b) 控股股東連同其各自的緊密聯繫人(本集團成員公司除外)不再為本公司的控股股東(定義見上市規則)。

各控股股東進一步承諾，於受限期間內將以下列方式向本集團轉介或促使轉介控股股東及／或其各自緊密聯繫人(本集團成員公司除外)(「**要約人**」)自行識別或所獲提出任何涉及受限業務的商業投資或其他商業機會(「**新機會**」)：

(a) 控股股東須自行及促使其各自緊密聯繫人(本集團成員公司除外)盡快以書面通知本公司轉介或促使轉介新機會予本集團，當中須載列一切合理所需資料，以便本集團考慮(i)新機會是否構成受限業務；及(ii)追求新機會是否符合本集團利益，包括但不限於新機會的性質及投資或收購成本的詳情(「**要約通知**」)；

(b) 本公司須於接獲要約通知後十個營業日內回覆要約人，表明(i)新機會是否構成受限業務及(ii)本集團是否有意追求新機會(「**回覆**」)；

(c) 倘本集團有意追求新機會，要約人須盡最大努力促使以不遜於要約人所獲提供的條款將該新機會轉介予本集團；

(d) 倘本集團拒絕新機會但於回覆中表明新機會構成受限業務，則要約人不得投資或以其他方式參與該新機會；及

(e) 倘我們於回覆中表明新機會不構成受限業務，或本公司未能在接獲要約通知後十個營業日內作出回覆，則要約人可投資或以其他方式參與該新機會。

接獲要約通知後，我們將徵求僅由獨立非執行董事組成的董事委員會的意見及決定，以判斷(i)新機會是否構成受限業務；(ii)接納新機會是否符合本公司及股東整體利益；及(iii)應接納或拒絕新機會。

為避免本集團與控股股東之間出現業務競爭，獨立非執行董事將至少每年審閱不競爭契據的遵守及執行情況，相關審閱結果將載入年報內。

各控股股東進一步承諾及時：

(a) 提供所有相關資料供獨立非執行董事審閱，以確保不競爭契據獲得遵守及執行；

(b) 在遵守任何第三方所施加保密限制的前提下，容許或促使容許我們的代表、核數師及**[編纂]**(如需要)查閱其業務、財務及／或公司記錄，以便獨立非執行董

事視乎需要判斷控股股東及其各自緊密聯繫人(本集團成員公司除外)是否已遵守不競爭契據；

(c) 根據上市規則作出年度聲明並載入年報內，說明不競爭契據的遵守及執行情況；

(d) 回應聯交所、證監會、任何其他監管機構或本公司不時提出的其他查詢；及

(e) 遵守不時對本公司具管轄權的相關法律、規則、規例以及聯交所與監管機構就不競爭契據所訂的要求，並採取一切必要行動以協助本公司遵守該等規定。

控股股東進一步共同及個別承諾，其不會且將促使各自緊密聯繫人不會：

(a) 直接或間接招攬、干擾或誘使任何(據控股股東所知)於該招攬、干擾或誘使行為發生時正屬、或於此前一年內曾屬本集團任何成員公司的客戶、供應商、分銷商或僱員(管理層或以上職級)的自然人、法人實體、企業或其他實體；或

(b) 為從事、投資或參與任何受限業務之目的，利用其以控股股東身份或其他方式獲悉任何有關本集團業務的資訊。

根據上市規則第8.10條作出披露

各控股股東確認，截至最後可行日期，除本集團業務外，其於直接或間接與本公司業務構成或可能構成競爭的業務中並無任何須根據上市規則第8.10條予以披露的權益。

企業管治措施

本公司及董事深明保障全體股東權利及權益(包括少數股東權利及權益)的重要性。

我們已採取下列措施，旨在確保良好企業管治標準，同時避免本集團與控股股東之間出現潛在利益衝突：

(a) 若需召開股東大會以審議控股股東或其各自任何聯繫人擁有重大權益的建議交易，相關控股股東或聯繫人概不會就相關決議案投票；

(b) 本公司已建立內部監控機制以識別關連交易。**[編纂]**後，若本公司與控股股東或其任何聯繫人進行關連交易，本公司將遵守適用上市規則；

(c) 獨立非執行董事將每年檢討本集團與控股股東之間是否存在任何利益衝突，並提供公正專業的建議，以保障少數股東的權益；

(d) 控股股東將承諾提供一切所需資訊，包括所有相關財務、營銷及市場資訊，以及獨立非執行董事為進行年度審閱所要求的任何其他必要資訊；

(e) 本公司將根據上市規則的規定在年報或公告內披露獨立非執行董事所審閱事項的相關決策；

(f) 當董事合理要求獨立專業人員(如財務顧問)提供建議時，委任相關獨立專業人員所牽涉的費用將由本公司承擔；

(g) 我們已委任**[編纂]**為**[編纂]**，就遵守適用法律法規及上市規則(包括各項企業管治相關規定)提供建議及指導；及

(h) 我們[已成立]審核委員會、提名委員會及薪酬委員會，並依據上市規則及上市規則附錄C1所載企業管治守則訂明其書面職權範圍。

基於上文所述，董事相信已制定足夠的企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突，並在**[編纂]**後保障少數股東權益。

概覽

董事會由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。

董事會負責並擁有監督我們業務管理、運營及行為的一般授權與權力。旗下業務的日常管理由資深管理團隊負責，而該團隊則於董事會的監督與指導下運作。

下表載列若干有關董事及高級管理層的資料：

董事

姓名	年齡	加入本集團日期	就任董事日期	於本集團現職	職務及職責	與其他董事及／或高級管理層的關係
鍾堅先生	51	2013年9月10日	2025年1月20日	執行董事、主席、提名委員會及投資委員會主席、廣東聖火董事會主席、薪酬委員會成員	本集團整體管理、策略及業務發展	羅智勇先生的妹夫
羅智勇先生	52	2013年9月10日	2025年8月22日	執行董事兼本公司首席執行官、廣東聖火董事兼執行總裁	本集團整體運營及管理	鍾堅先生的妻舅
王歡女士	41	2016年5月9日	2025年8月22日	執行董事、投資委員會成員、本公司公司秘書、廣東聖火董事兼董事會秘書	監督本集團企業管治及董事會運作、投資者關係管理、風險及合規事宜	無
鍾小建女士	36	2013年9月10日	2025年8月22日	執行董事、廣東聖火董事、秀飛(上海)總經理	監督本集團銷售、營銷及業務發展	無
段淳林女士	61	[●]	[●]	獨立非執行董事、[審核委員會主席以及薪酬委員會及提名委員會成員]	[監督董事會並為其提供獨立建議]	無
何捷先生	37	[●]	[●]	獨立非執行董事、[薪酬委員會主席以及審核委員會成員]	[監督董事會並為其提供獨立建議]	無
謝昉先生	41	[●]	[●]	獨立非執行董事以及[審核委員會、提名委員會及投資委員會成員]	[監督董事會並為其提供獨立建議]	無

高級管理層

姓名	年齡	加入本集團日期	就任日期	於本集團現職	職務及職責	與其他董事及／或高級管理層的關係
鍾堅先生	51	2013年9月10日	2025年8月22日	執行董事、主席、提名委員會及投資委員會主席、廣東聖火董事會主席、薪酬委員會成員	本集團整體管理、策略及業務發展	羅智勇先生的妹夫
羅智勇先生	52	2013年9月10日	2025年8月22日	執行董事兼本公司首席執行官、廣東聖火董事兼執行總裁	本集團整體運營及管理	鍾堅先生的妻舅
王歡女士	41	2016年5月9日	2025年8月22日	執行董事、投資委員會成員、本公司公司秘書、廣東聖火董事兼董事會秘書	監督本集團企業管治及董事會運作、投資者關係管理、風險及合規事宜	無
鍾小建女士	36	2013年9月10日	2025年8月22日	執行董事、廣東聖火董事、秀飛(上海)總經理	監督本集團銷售、營銷及業務發展，以及秀飛(上海)整體管理工作	無
方賢浩先生	45	2018年7月13日	2025年8月22日	廣東聖火董事兼副總裁、一物一碼數據總經理	整體管理營銷技術服務業務板塊運作	無
胡海超先生	44	2018年3月26日	2025年8月22日	首席財務官	本集團整體財務管理	無

董事

執行董事

鍾堅先生，51歲，於2013年9月創立本集團，並自2016年2月起擔任廣東聖火董事，現任廣東聖火董事會主席。彼於2025年1月20日獲委任為董事，其後於2025年8月22日調任為執行董事，並於2025年8月22日獲委任為董事會主席，主要負責本集團整體管理、策略及業務發展。

鍾先生擁有逾20年管理經驗。於2005年1月至2010年7月，鍾先生擔任廣州泓暉實業有限公司(「**廣州泓暉**」，主要從事玻璃鋼制品及五金製品加工、安裝與銷售)執行董事，負責該公司整體管理、策略規劃及業務發展。於2007年12月至2013年11月，鍾先生擔任

廣東啟宏傳媒發展有限公司(「**廣東啟宏**」，主要從事經營演出及經紀業務)執行董事兼經理，負責該公司整體管理、策略規劃及業務發展。於2016年6月至2021年6月，鍾先生擔任秀飛(上海)董事。

鍾先生於2017年3月獲中國演出行業協會頒發舞美(舞台)專業技術資質(舞台燈光師)，並於2018年11月獲中華人民共和國文化和旅遊部頒發演出經紀人員資格證。

鍾先生於2002年7月在中國中山大學取得金融(證券)專業文憑。

鍾先生為控股股東及羅智勇先生(執行董事)的妹夫。

鍾先生於下列公司解散前擔任其董事：

公司名稱	註冊成立地點	解散前主要業務	解散日期	解散方式	解散原因
廣東啟宏	中國	經營演出及經紀業務	2013年11月11日	註銷	停業
廣州泓暉	中國	玻璃鋼制品及五金製品加工、安裝與銷售	2010年7月26日	註銷	停業
廣州市伊駿實業有限公司	中國	廣告、生產及製造戶外玻璃纖維、桌椅及傘子	2005年8月30日	註銷	停業

據董事經作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，並無判斷或發現上述公司解散涉及鍾先生任何欺詐、不實、不當或錯誤行為。於最後可行日期，該等公司解散前並無任何針對鍾先生作為董事的未償責任、進行中申索或訴訟。鍾先生確認，該等公司於解散時具有償債能力。

羅智勇先生，52歲，於2013年9月加入本集團，並於2016年2月獲委任為廣東聖火董事，現任廣東聖火執行總裁。彼於2025年8月22日獲委任為本公司執行董事兼首席執行官，主要負責本集團整體運營及管理。

羅先生擁有約25年廣告行業及業務管理經驗。於2000年8月至2004年8月，羅先生擔任海南佳林廣告有限公司(主要從事設計、製作、代理及發佈廣告)創辦人兼執行董事，負責該公司整體業務管理、策略規劃及業務發展。於2004年8月至2009年11月，羅

先生擔任廣州泓暉經理，主要負責日常管理及業務發展。於2009年11月至2013年8月，羅先生擔任廣東啟宏副總經理，主要負責日常運營管理及業務與客戶群拓展。自2016年6月起，羅先生擔任秀飛(上海)監事。

羅先生於2017年3月獲中國演出行業協會頒發舞美(舞台)專業技術資質(舞美總監及舞台燈光師)，並於2018年11月獲中華人民共和國文化和旅遊部頒發演出經紀人員資格證。

羅智勇先生為鍾先生(控股股東、執行董事兼董事會主席)的妻舅。

羅先生於下列公司解散前擔任其董事：

公司名稱	註冊成立地點	解散前主要業務	解散日期	解散方式	解散原因
廣州市拓維廣告有限公司	中國	設計、製作、代理及發佈廣告	2011年6月8日	註銷	停業
海南佳林廣告有限公司(「**海南佳林**」)	中國	設計、製作、代理及發佈廣告	2004年8月10日	吊銷	因公司未進行年檢及停業而被吊銷營業執照
海口鑫美廣告裝飾工程有限公司(「**海口鑫美**」)	中國	設計廣告	2001年8月15日	吊銷	因公司未進行年檢及停業而被吊銷營業執照

據羅先生確認，海南佳林及海口鑫美分別於2003年或前後及2000年12月停業。此情況導致當時缺乏熟悉相關中國法律法規要求的行政或法律人員，而該等人員的缺失又造成兩間公司的秘書支援出現斷層，未能協助包括羅先生在內的董事及時完成年度檢查。此遺漏屬無意及非故意行為。海南佳林及海口鑫美各自於營業執照被吊銷前遺漏一次年度檢查。

羅先生確認(i)其本人並無故意干犯導致海南佳林及海口鑫美營業執照被吊銷的不當行為；及(ii)其未獲悉因海南佳林及海口鑫美營業執照被吊銷而已經或可能對其提出的任何實際或潛在申索。

董事認為，就上市規則第3.08及3.09條而言，海南佳林及海口鑫美解散不會影響羅先生擔任本集團董事的適任性，原因在於(i)相應停業時間遠早於廣東聖火及本公司成立時間；(ii)羅先生從未經任何法院、監管機構或其他主管機關裁定就海南佳林及海口鑫美的事務涉及任何不當行為、違反受信責任或其他失當行為；(iii)據中國法律顧問告知，自羅先生首次加入本集團以來，中國並無任何適用法律法規限制其擔任任何公司的董事或高級管理人員；及(iv)羅先生於本集團任職期間在業內建立良好往績及聲譽，充分展現其誠信、能力及作為董事的適任性，並獲其他董事會成員信納。

據董事經作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，並無判斷或發現上述公司解散涉及羅先生任何欺詐、不實、不當、疏忽或錯誤行為。於最後可行日期，上述公司解散前並無任何針對羅先生作為董事的未償責任、進行中申索或訴訟。羅先生確認，上述公司於解散時具有償債能力。

王歡女士，41歲，於2016年5月加入本集團擔任廣東聖火董事長助理及信息披露負責人，現任廣東聖火董事及董事會秘書。彼獲委任為執行董事，並於2025年8月22日出任公司秘書，主要負責監督本集團企業管治及董事會運作、投資者關係管理、風險及合規事宜。

王女士擁有逾15年會計及管理經驗。於2007年7月至2010年3月，王女士於廣東溢達紡織有限公司(主要從事紡織業)任職，主要負責內部會計工作。於2012年8月至2013年9月，王女士擔任廣州中茂園林建設工程有限公司上市辦主任，負責統籌該公司上市工作。於2013年9月至2015年5月，王女士於嘉合基金管理有限公司任職(最後職位為基金會計)，負責該公司基金產品的估值核算。於2015年6月至2015年12月，王女士擔任廣州翼鋒信息科技有限公司投資總監，負責管理該公司投資項目。王女士於2017年4月獲委任為廣東聖火董事，並於2017年8月獲委任為一物一碼數據監事。

王女士於2014年12月取得中國廣州市人力資源和社會保障局頒發的金融經濟專業技術資格證書。王女士於2017年5月獲全國中小企業股份轉讓系統有限公司頒發董事會秘書資格證書。

王女士於2007年6月在中國中南財經政法大學取得投資學學士學位。

王女士於下列公司解散前擔任其監事：

公司名稱	註冊成立地點	解散前主要業務	解散日期	解散方式	解散原因
廣州同賢投資管理有限公司	中國	投資管理	2013年7月9日	註銷	停業

據董事經作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，並無判斷或發現上述公司解散涉及王女士任何欺詐、不實、不當或錯誤行為。於最後可行日期，該公司解散前並無任何針對王女士作為監事的未償責任、進行中申索或訴訟。王女士確認，該公司於解散時具有償債能力。

鍾小建女士（亦曾用名鍾妃花），36歲，於2013年9月加入本集團，並於2014年4月獲委任為廣東聖火董事。鍾女士自2025年2月起擔任秀飛（上海）總經理，主要負責監督該公司業務運營。彼於2025年8月22日獲委任為執行董事，主要負責監督本集團銷售、營銷及業務發展。

於2013年9月至2017年4月，鍾女士擔任廣東聖火客戶服務經理，主要負責該公司客戶服務部門日常管理、賬目核對及客戶關係管理。

鍾女士於2011年7月在中國肇慶工商職業技術學院（現稱廣東工商職業技術大學）取得工商企業管理文憑。

獨立非執行董事

段淳林女士，61歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。彼主要負責[監督董事會並為其提供獨立建議]。

段女士擁有逾19年高等教育行業經驗。自2006年12月起，段女士出任華南理工大學新聞與傳播學院教授。

段女士(i)自2022年7月起擔任廣東廣州日報傳媒股份有限公司（深交所上市股份代號：002181，主要從事報業媒體業務）獨立非執行董事；(ii)自2022年4月起擔任廣東省廣告集團股份有限公司（深交所中小企業板上市股份代號：002400，主要從事廣告業務）

獨立非執行董事；及(iii)自2023年8月起擔任廣東電聲營銷股份有限公司(深交所創業板上市股份代號：300805，主要從事營銷服務)獨立非執行董事，主要職責為監督各公司董事會並為其提供獨立建議。

段女士於2023年11月獲中國廣告協會頒發「中國廣告教育40年突出貢獻人物」獎項，並於2023年3月獲廣東省廣告協會頒發「廣東省廣告教育傑出貢獻獎」。

段女士於1986年7月在中國山西師範大學取得哲學學士學位(主修政治教育)，於1991年6月在中國西安交通大學取得馬克思主義理論教育碩士學位，並於2010年6月在中國武漢大學取得新聞傳播學博士學位(媒介經營與管理)。

段女士於下列公司解散前擔任其監事：

公司名稱	註冊成立地點	解散前主要業務	解散日期	解散方式	解散原因
廣州市智沃企業管理顧問有限公司	中國	企業管理	2017年10月26日	註銷	停業

據董事經作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，並無判斷或發現上述公司解散涉及段女士任何欺詐、不實、不當或錯誤行為。於最後可行日期，該公司解散前並無任何針對段女士作為監事的未償責任、進行中申索或訴訟。段女士確認，該公司於解散時具有償債能力。

何捷先生，37歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。彼主要負責[監督董事會並為其提供獨立建議]。

何先生擁有約15年審計、會計及管理經驗。於2010年7月至2021年1月，何先生擔任廣東正中珠江會計師事務所(特殊普通合夥)審計員及項目經理，主要負責提供稅務審計、資產評估及諮詢服務。何先生於2021年1月加入廣東司農會計師事務所(特殊普通合夥)，現任稅務審計部經理，主要負責提供稅務審計服務。彼亦自2025年1月起擔任中國共產黨司農會計師事務所(特殊普通合夥)委員會副書記。

何先生為註冊會計師，並自2021年3月起成為廣東省註冊會計師協會執業會員。何先生於2016年9月獲廣東省人力資源和社會保障部及中華人民共和國財政部認可為中級會計師，並於2023年7月獲廣東省社會政策研究會頒授專家榮譽證書。何先生於2023年6

月通過全國會計專業技術高級資格考試。彼亦於2025年11月取得廣州市人力資源和社會保障局頒發的高級會計師資格證書。

何先生於2016年7月獲中共中國注冊稅務師行業委員會評選為稅務師行業優秀黨務工作者。彼於2023年7月獲廣東省社會政策研究會頒授專家證書，並於2024年5月經廣東省科學技術廳審定為廣東省基礎與應用基礎研究基金項目財務管理專家。

何先生2010年7月在中國江西財經職業學院取得會計學(註冊會計師方向)文憑，並於2022年5月通過美國紐約理工學院與中國江西財經大學合辦課程取得工商管理碩士學位。

謝昉先生，41歲，於[●]獲委任為獨立非執行董事。彼主要負責[監督董事會並為其提供獨立建議]。

謝先生擁有約18年金融及投資行業經驗。於2007年7月至2009年5月，謝先生擔任長江證券股份有限公司營業部理財顧問，主要負責客戶服務部門日常運營及客戶管理。於2009年6月至2010年8月，謝先生擔任金元證券股份有限公司營業部財務經理，主要負責監督日常運營、客戶管理及銷售拓展。於2010年10月至2014年10月，謝先生擔任廣州證券有限責任公司總部股票投資中心副總裁兼首席投資顧問，主要負責監督投資顧問中心管理及服務高淨值客戶。於2015年4月至2021年4月，謝先生擔任深圳市圓融方德投資管理有限公司(現稱深圳市圓融方德企業管理咨詢有限公司)高級合夥人，主要負責管理客戶資產及服務高淨值客戶。自2021年7月起，謝先生出任廣州市銀國達私募證券投資基金管理有限公司總經理，主要負責管理客戶資產及服務高淨值客戶。

謝先生於2013年2月獲廣東省人力資源和社會保障廳頒發金融中級資格，並於2013年6月獲廣東省人力資源和社會保障廳頒發國家理財規劃師資質。

謝先生於2007年6月在中國中南財經政法大學取得金融及法律學士學位，並於2015年9月修畢中國中山大學經濟學研究生課程。

根據上市規則第13.51(2)條作出的其他披露

除本文件「董事及高級管理層—董事」一節所披露者外，各董事確認，就其本人而言：

(i) 於最後可行日期並無於本公司或本集團其他成員公司擔任任何其他職位；

(ii) 於緊接本文件日期前三年內並無於任何證券在香港或海外任何證券市場上市公司擔任任何其他董事職務；

(iii) 於最後可行日期與任何董事、高級管理層成員、主要股東或控股股東概無其他關係；

(iv) 除本文件「主要股東」所披露者外，概無於股份中擁有證券及期貨條例第XV部所界定的任何權益；

(v) 概無於與本集團業務構成或可能構成直接或間接競爭的任何業務中擁有根據上市規則須予披露的任何權益；及

(vi) 據董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，於最後可行日期，並無有關董事或高級管理層的其他資料須根據上市規則第13.51(2)條予以披露，亦無有關彼等獲委任的其他事宜須敦請股東垂注。

董事確認

各董事確認(i)已於2025年8月22日取得上市規則第3.09D條所述的法律意見及(ii)了解自身作為**[編纂]**董事在上市規則項下的義務。

各獨立非執行董事確認(i)其就上市規則第3.13(1)條至(8)條所述各項因素而言具有獨立性；(ii)於最後可行日期，其過去或目前在本公司或其附屬公司的業務中並無擁有財務或其他權益，與上市規則所界定本公司任何核心關連人士亦無任何關係；及(iii)獲委任時並無其他可能影響其獨立性的因素。

高級管理層

有關鍾堅先生、羅智勇先生、王歡女士及鍾小建女士的詳細履歷及背景，請參閱上文「董事—執行董事」。

方賢浩先生，45歲，於2018年7月加入本集團擔任廣東聖火互聯網研發中心總監。彼於2025年8月22日獲委任為副總裁，負責整體管理營銷技術服務業務板塊運作。

方先生擁有約逾17年管理經驗。於2008年4月至2008年8月，方先生擔任廣東省電信工程有限公司(現名中通服建設有限公司)(主要從事電信工程)研究中心項目經理，主要負責軟件開發項目架構設計及項目管理。於2008年9月至2011年3月，方先生擔任北京神州泰岳軟件股份有限公司(主要提供遊戲產品及數字化解決方案)售前技術顧問，主要負責擬定售前技術方案、撰寫草案及軟件項目投標。於2011年4月至2013年6月，方先生擔任廣東海格怡創科技有限公司(主要提供通信網絡建設、規劃及優化服務)高級產品經理，主要負責綜合管理平台的產品規劃、設計及版本迭代管理。於2013年9月至2016年11月，方先生擔任廣州寬度信息技術有限公司(主要提供軟件開發及信息技術顧問服務)產品總監，主要負責管理產品部門。於2016年12月至2018年3月，方先生擔任廣東未來信息有限公司(主要從事計算機技術開發及電子通信研究)產品總監同類職務，主要負責管理產品部門。於2018年7月至2020年12月，方先生擔任廣東聖火互聯網研發中心總監，負責運營監督。方先生自2020年1月起出任一物一碼數據總經理，並自2023年5月起出任廣東聖火董事。

方先生於2004年7月在中國廣東技術師範學院(現稱廣東技術師範大學)取得計算機科學與技術學士學位。

胡海超先生，44歲，於2018年3月加入本集團擔任財務總監。胡先生於2025年8月22日獲委任為首席財務官，負責本集團整體財務管理，包括會計、稅務合規及運營資金管理。

加入本集團前，於2004年6月至2009年12月，胡先生擔任遠光軟件股份有限公司(企業管理及社會服務信息技術產品及服務供應商)軟件應用工程師，主要負責軟件實施及處理客戶需求。於2010年1月至2012年5月，胡先生擔任廣州市勁源諮詢服務有限公司(現稱廣州勁源科技股份有限公司，主要從事提供會計、人力資源及諮詢服務)諮詢部

顧問，主要負責執行多個諮詢項目。於2012年5月至2014年1月，胡先生擔任廣州翔曦能源科技有限公司(現稱廣州翔曦科技有限公司，主要從事太陽能及風能產品與服務開發)項目經理，主要負責項目規劃及管理。於2014年11月至2017年4月，胡先生擔任廣東正中珠江會計師事務所(特殊普通合夥)助理審計員，負責審計工作。

胡先生於2016年12月獲中國註冊稅務師協會頒發中國稅務師資格證書。胡先生於2016年12月取得財政部註冊會計師考試委員會頒發的註冊會計師全國統一考試專業階段考試合格證，並於2020年9月獲中國人力資源和社會保障部及財政部認證為中級會計師。胡先生於2021年2月獲中國註冊會計師協會頒授註冊會計師專業資格(現非執業)。彼亦於2025年11月取得廣州市人力資源和社會保障局頒發的高級會計師資格證書。

胡先生於2004年6月在中國長沙理工大學取得會計學學士學位。

聯席公司秘書

王歡女士於2025年8月22日獲委任為聯席公司秘書，自**[編纂]**起生效。其履歷詳情請參閱上文「執行董事」。

盧潔妍女士，來自SSC Corporate Services Limited，於2025年8月22日獲委任為聯席公司秘書，自**[編纂]**起生效。盧女士目前為SSC Corporate Services Limited的部門主管。自2010年7月起，盧女士於譚盧潔妍會計師事務所擔任執業會計師及公司秘書。盧女士於會計範疇積逾20年經驗，曾於2000年9月至2004年4月期間在林海涵會計師行擔任專業見習生並於隨後晉升為高級審計師，於2004年4月至2005年12月期間在青葉會計師有限公司擔任高級審計師，以及於2006年1月至2010年2月期間在羅兵咸永道會計師事務所擔任資深顧問。盧女士於2000年11月取得香港理工大學會計學文學士學位。彼目前持有香港會計及財務匯報局註冊執業會計師資格。

董事委員會

董事會將若干責任下放予各個委員會。我們已成立四個董事委員會，分別為審核委員會、薪酬委員會、提名委員會及投資委員會。

審核委員會

我們已遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則(「**企業管治守則**」)成立審核委員會，並制定其書面職權範圍。審核委員會的主要職責涵蓋(其中包

括)檢討及監督本集團的財務申報制度及內部監控系統、監督審核程序、提名及監督外聘核數師，以及就企業管治相關事宜向董事會提供建議及意見。

審核委員會由三名成員組成，分別為何捷先生、段淳林女士及謝昉先生。審核委員會主席為獨立非執行董事段淳林女士。

薪酬委員會

我們已遵照上市規則第3.25條及企業管治守則成立薪酬委員會，並制定其書面職權範圍。薪酬委員會的主要職責涵蓋(其中包括)檢討董事及高級管理層的薪酬政策及架構以及制定各董事及高級管理層相關薪酬政策及薪酬待遇的正式及具透明度程序，並就此向董事會提出建議。

薪酬委員會由三名成員組成，分別為段淳林女士、何捷先生及鍾堅先生。薪酬委員會主席為獨立非執行董事何捷先生。

提名委員會

我們已遵照上市規則第3.27條及企業管治守則成立提名委員會，並制定其書面職權範圍。提名委員會的主要職責涵蓋(其中包括)檢討董事會的架構、規模與組成以及董事會多元化政策、評估獨立非執行董事的獨立性，並就董事的委任與續聘以及董事繼任計劃向董事會提出建議。

提名委員會由三名成員組成，分別為鍾堅先生、段淳林女士及謝昉先生。提名委員會主席為執行董事鍾堅先生。

投資委員會

本集團可不時將盈餘資金、非指定用途資金或已指定用途但毋須即時動用的資金(統稱「**公司資金**」)投資於主要銀行所發行的理財產品，旨在達成公司資金保值及／或實現資本增值的目標。

我們已於[●]成立投資委員會，並制定其書面職權範圍。投資委員會旨在(i)監督投資活動；(ii)制定、審閱及更新投資政策；(iii)確立本集團短期與長期投資策略及目標；(iv)識別及管理投資活動可能面臨的風險；(v)定期檢討投資狀況並向董事會匯報；及(vi)處理涉及本公司投資範疇的任何問題或事務。

投資委員會由三名成員組成，分別為鍾堅先生、王歡女士及謝昉先生。投資委員會主席為執行董事鍾堅先生。

薪酬政策

各董事的董事袍金須由董事會經考慮薪酬委員會的建議後不時酌情檢討。各董事的薪酬待遇乃參考市場條款、年資、經驗以及於本集團擔任的職務及職責而釐定。董事有權享有根據適用法律不時規定的法定福利。

[編纂]前，本集團獎勵員工及行政人員的薪酬政策建基於其表現、資歷、能力及市場可比對象。薪酬待遇通常包括薪金、退休金計劃供款以及與相關公司利潤相關的酌情花紅。**[編纂]**時及之後，除上述因素外，董事及高級管理層的薪酬待遇將與股東回報掛鉤。薪酬委員會將每年檢討全體董事的薪酬以確保其保持競爭力，從而吸引並保留一支勝任的執行團隊。

董事及高級管理層的薪酬

董事及高級管理層從本集團獲得薪酬的形式包括薪金、津貼及實物福利、與表現掛鉤的花紅、退休金計劃供款以及社會福利。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們支付予董事的薪酬總額(包括薪金、津貼及實物福利、與表現掛鉤的花紅、退休金計劃供款以及社會福利)分別約為人民幣2.5百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣2.5百萬元。

於2023財年、2024財年及2025財年，本集團支付予五名最高薪人士的薪酬總額(包括薪金、津貼及實物福利、與表現掛鉤的花紅、退休金計劃供款以及社會福利)分別約為人民幣3.1百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣3.1百萬元。

於往績記錄期間，本集團並無向董事或五名最高薪人士支付任何酬金作為加入本集團的獎勵或於加入本集團時支付的獎勵，亦無支付任何酬金作為離職補償。此外，概無董事於同一期間內放棄或同意放棄任何酬金。

根據現行安排，截至2026年12月31日止年度，董事的薪酬總額(包括薪金、津貼及實物福利、與表現掛鉤的花紅、退休金計劃供款以及社會福利)估計約為人民幣2.5百萬元。

除本節及本文件附錄一所披露者外，於往績記錄期間，本集團任何成員公司概無向董事或五名最高薪人士支付或應付任何其他款項。

有關往績記錄期間董事酬金的其他資料以及五名最高薪人士的資料，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註13。

董事會多元化政策

我們[已採納]董事會多元化政策(「**董事會多元化政策**」)，當中列明我們實現董事會多元化的方法。

本公司提名委員會負責檢討及評估董事會的組成，並建議任命新董事。在此過程中，我們會考慮多項因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識、行業與地區經驗以及服務年期。董事會所有任命均基於任人唯才的原則，候選人必須符合客觀標準，同時充分考慮董事會多元化的益處。我們將每年在企業管治報告內披露董事會的組成，並監督董事會多元化政策的實施情況。提名委員會將檢討董事會多元化政策並評估其成效，必要時提出修訂建議以供董事會審議及批准。

董事會擁有均衡的經驗與行業背景。董事各具不同教育背景(包括法律、金融、商業、會計、諮詢、哲學、新聞及傳播)以及多元化行業經驗及專業資格。我們有三名具備不同行業專業知識的獨立非執行董事，佔董事會成員的三分之一以上。此外，董事會有三名女董事，且年齡分佈廣泛，成員年齡介乎30多歲至60多歲不等。考慮到本公司的業務模式以及董事的背景及能力，我們相信董事會組成符合董事會多元化政策的目標。

提名委員會負責確保董事會多元化。**[編纂]**後，提名委員會將不時檢討董事會多元化政策，以確保其持續有效。我們亦將每年在企業管治報告內披露董事會多元化政策的實施情況。

[編纂]

根據上市規則第3A.19條，本公司已委任**[編纂]**為**[編纂]**。根據上市規則第3A.25條，本公司將在下列情況下及時諮詢**[編纂]**並尋求其意見：

(a) 在刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；

(b) 擬進行根據上市規則第14章或第14A章可能構成須予公佈或關連交易的交易(包括股份發行及股份購回)；

(c) 本公司擬動用**[編纂]**[**編纂**]的方式與本文件所詳述者不同，或本集團的業務活動、發展或業績偏離本文件所載任何預測、估計或其他資訊；及

(d) 聯交所根據上市規則第13.10條向**[編纂]**作出查詢。

本公司**[編纂]**的任期自**[編纂]**起至本公司就**[編纂]**後開始的首個完整財政年度的財務業績遵守上市規則第13.46條規定之日止，並可在雙方同意下延長。

法定及已發行股本

以下為本公司於本文件日期已發行且緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使)將以繳足或入賬列作繳足方式發行的法定及已發行股本：

		面值 *港元*
法定股本		
[10,000,000,000]股	每股面值[0.01]港元的股份	[100,000,000]
已發行及將予發行、繳足或入賬列作繳足的股份：		
[1,000,000]股	緊接**[編纂]**及**[編纂]**前已發行的股份	[10,000]
[編纂]股	根據**[編纂]**將予發行的股份	**[編纂]**
[編纂]股	根據**[編纂]**將予發行的股份	**[編纂]**
[編纂]股	股份合計	**[編纂]**

假設

上表假設**[編纂]**已成為無條件，且已根據**[編纂]**及**[編纂]**發行股份。上表並未計及因行使**[編纂]**而可能配發及發行的任何股份或本公司根據下文所述授予董事配發及發行或購回股份的一般授權而可能配發及發行或購回的任何股份。

地位

[編纂]與本文件所述目前已發行或將予發行的所有股份在各方面均享有同等地位，尤其是將符合資格享有就記錄日期在本文件日期後的股份宣派、作出或派付的所有股息或其他分派，惟**[編纂]**項下的任何權利除外。

[編纂]

根據股東於[●]日通過的書面決議案，並在本公司股份溢價賬因**[編纂]**項下**[編纂]**發行而錄得進賬的前提下，董事獲授權透過將本公司股份溢價賬內進賬金額**[編纂]**港元**[編纂]**，向於[●]營業時間結束時名列本公司股東名冊的股份持有人(或按彼等可能指示)按彼等各自的持股比例配發及發行合共**[編纂]**股入賬列作繳足的股份(惟股東無權獲配發或發行任何零碎股份)，而根據本決議案配發及發行的股份將於各方面與現有已發行股份享有同等地位(參與**[編纂]**的權利除外)。

發行股份的一般授權

待本文件「**[編纂]**的架構及條件—**[編纂]**的條件」所載條件達成或獲豁免(如適用)後，董事獲授一般無條件授權以行使本公司一切權力配發、發行及處理數目不超過以下總和的股份：(1)緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後已發行股份總數的20%(不計及因**[編纂]**獲行使而可予配發及發行的任何股份)；及(2)本公司根據下文所述購回股份的一般授權而購回的已發行股份總數(如有)。

按照細則，根據供股、以股代息計劃或類似安排配發及發行股份一般毋須經股東於股東大會上批准，而董事根據此授權配發及發行的股份總面值不會因配發及發行該等股份而減少。

此一般授權將一直有效，直至以下最早發生者為止：

(i) 本公司下屆股東週年大會結束時；

(ii) 細則或開曼群島任何其他適用法律規定本公司須召開下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

(iii) 股東在股東大會上通過普通決議案撤銷、更改或重續該授權時。

有關配發及發行股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司及其附屬公司的進一步資料—4.股東決議案」。

購回股份的一般授權

待本文件「**[編纂]**的架構及條件—**[編纂]**的條件」所載條件達成或獲豁免(如適用)後，董事獲授一般無條件授權以行使本公司一切權力購回不超過緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後已發行股份總數10%的股份(不計及因**[編纂]**獲行使而可予配發及發行的任何股份)。

此授權僅適用於在聯交所或股份**[編纂]**所在任何其他證券交易所(獲證監會及聯交所認可作此用途)進行的購回，且有關購回須符合所有適用法律及上市規則。相關上市規則的概要載於本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司及其附屬公司的進一步資料—5.本公司購回本身股份」。

此一般授權將一直有效，直至以下最早發生者為止：

(i) 本公司下屆股東週年大會結束時；

(ii) 細則或開曼群島任何其他適用法律規定本公司須召開下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

(iii) 股東在股東大會上通過普通決議案撤銷、更改或重續該授權時。

有關購回股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司及其附屬公司的進一步資料—4.股東決議案」。

需要召開股東大會及類別大會的情況

根據公司法以及組織章程大綱及細則的條款，本公司可不時通過股東普通決議案以(i)增加股本；(ii)將股本合併及分拆為面額較大的股份；(iii)將股份拆細為面額低於組織章程大綱所規定的股份；及(iv)註銷任何未獲承購的股份。此外，在公司法條文規限下，本公司可通過股東特別決議案削減股本。進一步詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。

根據公司法以及組織章程大綱及細則的條款，股份或任何類別股份所附帶的全部或任何特別權利，須經由持有該類別已發行股份表決權不少於四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人於另行召開的會議上以不少於四分之三的多數票通過決議案批准，方可變更、修訂或廢除。進一步詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。

主要股東

據董事所知，緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後(不計及因**[編纂]**獲行使而可予配發及發行的任何股份)，以下人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

主要股東姓名／名稱	身份／權益性質	於最後可行日期持有的股份數目[1]	概約百分比	緊隨[編纂]完成後持有的股份(不計及因[編纂]獲行使而可予發行的任何股份)	
				數目	*概約百分比*
鍾堅先生	受控法團權益[2]、配偶權益[3]	957,562	95.8%	**[編纂]**	**[編纂]**
羅新燕女士	受控法團權益[4]、配偶權益[3]	957,562	95.8%	**[編纂]**	**[編纂]**
福緣BVI	實益擁有人	786,540	78.7%	**[編纂]**	**[編纂]**
秀飛BVI	實益擁有人	171,022	17.1%	**[編纂]**	**[編纂]**

附註:

(1) 所示權益均為好倉。

(2) 於最後可行日期，福緣BVI全部已發行股份由鍾堅先生持有。因此，根據證券及期貨條例，鍾堅先生被視為於福緣BVI所持股份中擁有權益。

(3) 鍾堅先生及羅新燕女士為配偶。因此，根據證券及期貨條例，鍾堅先生及羅新燕女士被視為於彼此擁有權益的全部股份中擁有權益。

(4) 於最後可行日期，羅新燕女士法定實益擁有秀飛BVI的42.2%股權，因此，就證券及期貨條例而言，羅新燕女士被視為於秀飛BVI所持股份中擁有權益。

除上文所披露者外，董事並不知悉任何人士／實體將於緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後(不計及因**[編纂]**獲行使而可予配發及發行的任何股份)於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

*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

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

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」。

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。

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	(107,513)	(191,256)	(228,464)
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	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
除所得稅開支前溢利	**31,658**	**39,975**	**46,111**
所得稅開支	(4,506)	(6,771)	(7,504)
年度溢利	**27,152**	**33,204**	**38,607**
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	39	48	55
	27,152	**33,204**	**38,607**

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	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

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財年收益		**2024財年收益**		**2025財年收益**	
	(人民幣千元)	*%*	*(人民幣千元)*	*%*	*(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	77,635	100.0	111,747	100.0	102,320	100.0

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財年收益 *(人民幣千元)*	*%*	**2024財年收益** *(人民幣千元)*	*%*	**2025財年收益** *(人民幣千元)*	*%*
項目制	23,557	35.0	10,971	18.7	8,640	13.6
恆常制	43,782	65.0	47,683	81.3	54,808	86.4
總計	67,339	100.0	58,654	100.0	63,448	100.0

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 *人民幣千元*	*%*	**2024財年** *人民幣千元*	*%*	**2025財年** *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	3,719	2.3	3,764	1.5	3,877	1.3
	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

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
	163,446	100.0	251,886	100.0	300,681	100.0

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。

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。

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1.0百萬元的項目數量由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5.0百萬元的項目數量由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5.0百萬元的項目數量由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項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	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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財年涉及回頭客的項目數量與相應年度項目總數的比較：

	2023財年	**2024財年**	**2025財年**
項目總數	200	164	189
涉及回頭客的項目數量	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，我們涉及回頭客的項目數量分別為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。

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
	107,513	100.0	191,256	100.0	228,464	100.0

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

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%	**−5%**	**+10%**	**−10%**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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%	**−5%**	**+10%**	**−10%**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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%	**−5%**	**+10%**	**−10%**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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。

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	55,933	34.2	60,630	24.1	72,217	24.0

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	2024財年	2025財年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	405	139	36
總計	**1,715**	**455**	**156**

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。

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)匯兑虧損淨額；(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	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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)
匯兑虧損淨額	—	—	(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，部分被客戶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。

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	—	—	—	—
	5,653	100.0	5,966	100.0	4,712	100.0

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
	13,929	100.0	14,744	100.0	15,739	100.0

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%。

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	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	107	240	358
總計	**630**	**472**	**1,419**

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	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	(979)	(290)	300
總計	4,506	6,771	7,504

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、廣東龍矍及秀飛(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，廣東龍矍及秀飛(上海)的適用減免稅率如下：年度應課稅溢利不超過人民幣1百萬元的部分，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3百萬元的部分，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3百萬元的部分，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

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。

- *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。

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

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」。

- *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。

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	**2024財年**	**2025財年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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

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。

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

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	**2024年**	**2025年**	**2026年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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**

	於12月31日			於1月31日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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。

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。

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	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	(439)	(950)	(626)
	68,075	**179,047**	**158,794**

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。

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	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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。

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	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	74	2,617	2,426
	7,246	13,901	11,768
減：已確認減值虧損撥備	(19)	(62)	(47)
	7,227	13,839	11,721
非流動			
預付款項	68	259	392
	7,295	**14,098**	**12,113**

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。

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。

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	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	10	215	105
	19,647	**53,433**	**16,354**
貿易應付款項周轉天數 *（附註）*	55.8	69.7	55.7

*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。

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	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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。

債務

下表載列我們於所示日期的債務明細：

	於12月31日			於1月31日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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	1,549	1,536	1,907	1,915
	3,589	7,288	37,207	38,815
非流動部分				
銀行借款	10,400	11,248	26,037	25,737
租賃負債	1,864	6,746	4,839	4,671
總計	15,853	25,282	30,876	30,408

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：

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

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	1,864	6,746	4,839
	3,413	8,282	6,746

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。

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。

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。

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。

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。

業務目標及策略

有關業務目標及策略的詳細說明，請參閱本文件「業務—業務策略」。

[編纂]用途

假設**[編纂]**為每股**[編纂]**港元(即指示性**[編纂]**每股**[編纂]**港元至每股**[編纂]**港元的中位數)，我們估計將從**[編纂]**中獲得**[編纂]**淨額約人民幣**[編纂]**百萬元(相當於約**[編纂]**百萬港元)，當中已扣除**[編纂]**佣金以及我們就**[編纂]**已付及應付的其他估計開支，但並無扣除任何額外**[編纂]**。我們擬按下列數額將**[編纂]**[**編纂]**淨額撥作下列用途：

(a) 約人民幣**[編纂]**百萬元(相當於約**[編纂]**百萬港元)(佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%)用於透過升級及開發AI垂直智能體強化我們的營銷解決方案與實力。該部分**[編纂]**淨額的主要擬定用途如下：

(i) 約人民幣**[編纂]**百萬元(相當於約**[編纂]**百萬港元)(佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%)預期用於招聘[15]名專業人員，包括[五]名算法工程師、[兩]名數據科學家、[三]名AI模型訓練工程師及[五]名數據標註專員；

(ii) 約人民幣**[編纂]**百萬元(相當於約**[編纂]**百萬港元)(佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%)預期用於強化AI數據庫並訓練AI模型，包括(i)為歷史營銷資產添加標籤，以訓練AI模型識別有效模式；(ii)採購外部創意營銷材料，以擴充AI數據庫並提升AI生成內容的多樣性；(iii)獲取競爭對手的推廣數據及市場洞察，以增強市場分析能力；及(iv)獲取其他AI訓練資源，例如雲端租用服務以及用於AI模型追蹤與數據處理的軟件及開發工具；及

(iii) 約人民幣**[編纂]**百萬元(相當於約**[編纂]**百萬港元)(佔**[編纂]**[**編纂]**淨額約**[編纂]**%)預期用於購置及升級本集團的硬件設備，包括(i)購置GPU伺服器以提升處理器運算性能；(ii)購置分散式存儲系統以提升數據讀寫速度；(iii)升級網絡硬件設備，以實現更低延遲、更高效率的數據傳輸並減少CPU負載；及(iv)改造數據中心設施，以確保運算作業穩定運行；

(b) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)用於拓展我們在東南亞(尤其印尼及泰國)及香港的地域覆蓋範圍。該部分[編纂]淨額的主要擬定用途如下：

(i) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於招聘人員；

(ii) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於租賃辦公場所、支付公用事業費用及營銷開支；及

(iii) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於辦公室裝修、購置設備及辦公用品；

(c) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)用於以併購方式擴展我們在中國的客戶群及業務運作；

(d) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)用於在中國新增辦事處以擴展業務版圖。該部分[編纂]淨額的主要擬定用途如下：

(i) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於招聘人員；

(ii) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於租賃辦公場所、支付公用事業費用及營銷開支；及

(iii) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)預期用於辦公室裝修、購置設備及辦公用品；

(e) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)(佔[編纂][編纂]淨額約[編纂]%)用作一般運營資金。

倘最終**[編纂]**定為指示性**[編纂]**的最高點或最低點，我們從**[編纂]**收取的**[編纂]**淨額將分別增加或減少約**[編纂]**百萬港元。在此情況下，不論**[編纂]**定為指示性**[編纂]**的最高點或最低點，**[編纂]**淨額將按上文所披露的相同比例使用。

倘董事決定將**[編纂]**用途大幅重新分配至本集團其他業務計劃及╱或新項目及╱或上述**[編纂]**用途出現重大修改，本集團將根據上市規則於年報中披露有關變動，並在變動構成內幕消息時刊發公告。

在**[編纂]**[**編纂]**淨額未即時撥作上述用途的情況下並在適用法律法規允許的範圍內，倘我們未能如期實施任何未來計劃，我們只會將該等**[編纂]**淨額存入持牌商業銀行及╱或其他認可金融機構(定義見證券及期貨條例或其他司法權區適用法律法規)的短期計息賬戶。在此情況下，我們亦將遵守上市規則項下適當披露規定。倘未來計劃所牽涉資金除**[編纂]**[**編纂]**淨額外尚需額外融資，則有關差額將酌情以內部資源及╱或銀行融資撥付。

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

以下為第[●]頁至第[●]頁所載本公司申報會計師香港立信德豪會計師事務所有限公司(香港執業會計師)出具的報告全文，以供載入本文件；該報告乃根據香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報工作準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」的規定編製，並致本公司董事及保薦人。

BDO

Tel：+852 2218 8288
Fax: +852 2815 2239
www.bdo.com.hk

25th Floor Wing On Centre
111 Connaught Road Central
Hong Kong

電話：+852 2218 8288
傳真：+852 2815 2239
www.bdo.com.hk

香港干諾道中111號
永安中心25樓

就歷史財務資料出具的會計師報告
致聖火控股集團有限公司(前稱「聖火科技集團有限公司」)
列位董事及信達國際融資有限公司

緒言

吾等謹此就聖火控股集團有限公司(前稱「**聖火科技集團有限公司**」)(「**貴公司**」)及其附屬公司(統稱「**貴集團**」)載於第I-4頁至第I-[57]頁的歷史財務資料作出報告；該等歷史財務資料包括於2023年、2024年及2025年12月31日的綜合財務狀況表、於2025年12月31日的貴公司財務狀況表、截至2023年、2024年及2025年12月31日止各年度(「**往績記錄期間**」)的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱「**歷史財務資料**」)。第I-4頁至第I-[57]頁所載歷史財務資料構成本報告的一部分，乃為載入 貴公司就 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板首次**[編纂]**所刊發日期為[●]的文件(「**文件**」)而編製。

董事對歷史財務資料的責任

貴公司董事負責根據歷史財務資料附註1(c)及2所載呈列及編製基準編製真實而公允的歷史財務資料，並採取董事認為必要的內部控制，以確保於編製歷史財務資料時不存在重大錯誤陳述(不論是否因欺詐或錯誤所致)。

申報會計師的責任

吾等的責任為就歷史財務資料發表意見，並向 閣下匯報。吾等根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港投資通函呈報工作準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」開展工作。該準則規定吾等須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料是否確無重大錯誤陳述獲取合理保證。

吾等的工作涉及執行程序以獲取與歷史財務資料金額及披露事項有關的憑證。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估歷史財務資料出現重大錯誤陳述(不論是否因欺詐或錯誤所致)的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮與實體根據歷史財務資料附註1(c)及2所載呈列及編製基準編製真實而公允的歷史財務資料相關的內部控制，以設計於各類情況下適當的程序，惟並非為就實體內部控制的成效提出意見。吾等的工作亦包括評估董事所採用的會計政策是否恰當及所作出的會計估計是否合理，以及評估歷史財務資料的整體呈列方式。

吾等相信，吾等所獲得的憑證屬充分及恰當，可為吾等的意見提供基礎。

意見

吾等認為，就會計師報告而言，根據歷史財務資料附註1(c)及2所載呈列及編製基準，歷史財務資料真實而公允地反映 貴公司於2025年12月31日的財務狀況、貴集團於2023年、2024年及2025年12月31日的財務狀況以及 貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

根據聯交所證券上市規則及《公司(清盤及雜項條文)條例》須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，並無對相關財務報表(定義見第I-3頁)作出任何調整。

股息

吾等謹此提述歷史財務資料附註15，當中表示 貴公司並無就往績記錄期間派付股息。

貴公司並無歷史財務報表

貴公司自註冊成立日期以來並無編製歷史財務報表。

執業會計師
[●]
執業證書編號

香港，[日期]

貴集團歷史財務資料

編製歷史財務資料

以下歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

歷史財務資料所依據 貴集團於往績記錄期間的財務報表(「**相關財務報表**」)經香港立信德豪會計師事務所有限公司根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則審核。

歷史財務資料以人民幣(「**人民幣**」)呈列，除另有指明外，所有數值均四捨五入至最接近的千位數(人民幣千元)。

綜合損益及其他全面收益表

		截至12月31日止年度		
		2023年	**2024年**	**2025年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收益	*7*	163,446	251,886	300,681
收益成本		(107,513)	(191,256)	(228,464)
毛利		55,933	60,630	72,217
其他收入	*8*	1,715	455	156
其他收益淨額	*9*	651	626	46
訴訟索償(撥備)／撥回	*38*	(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	*10*	(630)	(472)	(1,419)
[編纂]開支		**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
除所得稅前溢利	*11*	31,658	39,975	46,111
所得稅開支	*14*	(4,506)	(6,771)	(7,504)
年度溢利		27,152	33,204	38,607
以下人士應佔年度溢利及全面收益總額：				
貴公司擁有人		27,113	33,156	38,552
非控股權益		39	48	55
		27,152	33,204	38,607
貴公司擁有人應佔每股盈利				
基本(人民幣)	*16*	0.14	0.18	0.21

綜合財務狀況表

		於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動資產				
物業、廠房及設備	*17*	19,561	16,965	11,777
使用權資產	*18*	3,265	7,728	5,878
於聯營公司的投資	*19*	—	—	—
遞延稅項資產	*29*	2,315	3,500	2,955
預付款項、按金及其他應收款項	*23*	68	259	392
非流動資產總值		25,209	28,452	21,002
流動資產				
存貨	*20*	13	—	—
按公允價值計入損益的金融資產	*21*	—	6,012	—
貿易應收款項	*22*	68,075	179,047	158,794
預付款項、按金及其他應收款項	*23*	7,227	13,839	11,721
合約成本	*24*	389	965	68
應收聯營公司款項	*25*	—	—	—
應收董事款項	*26*	—	—	9
現金及現金等價物	*28*	64,014	17,789	37,024
流動資產總值		139,718	217,652	207,616
總資產		164,927	246,104	228,618
流動負債				
貿易應付款項	*30*	19,647	53,433	16,354
其他應付款項及應計費用	*31*	17,144	19,347	37,380
應付董事款項	*26*	—	54	—
應付關聯公司款項	*27*	—	—	308
合約負債	*33*	1,190	2,464	36
借款	*32*	2,040	5,752	35,300
租賃負債	*18*	1,549	1,536	1,907
應付所得稅		3,300	4,065	3,494
流動負債總額		44,870	86,651	94,779
流動資產淨值		94,848	131,001	112,837
總資產減流動負債		120,057	159,453	133,839
非流動負債				
遞延稅項負債	*29*	313	1,208	963
借款	*32*	10,400	11,248	26,037
租賃負債	*18*	1,864	6,746	4,839
非流動負債總額		12,577	19,202	31,839
淨資產		107,480	140,251	102,000
貴公司擁有人應佔權益				
股本	*34*	—	—	9
儲備	*35*	107,326	140,050	101,846
		107,326	140,050	101,855
非控股權益		154	201	145
總權益		107,480	140,251	102,000

貴公司財務狀況表

	附註	於2025年12月31日 人民幣千元
非流動資產		
於附屬公司的投資	*36*	74,519
非流動資產總值		74,519
流動資產		
應收董事款項	*26*	9
遞延發行成本	*23*	2,241
現金及現金等價物		*
流動資產總值		2,250
總資產		76,769
流動負債		
應付附屬公司款項	*37*	7,428
應付關聯公司款項	*27*	155
其他應付款項及應計費用	*31*	1,424
流動負債總額		9,007
流動負債淨額		(6,757)
總資產減流動負債		67,762
淨負債		67,762
貴公司擁有人應佔權益		
股本	*34*	9
儲備	*35*	67,753
總權益		67,762

* *少於人民幣1,000元。*

綜合權益變動表

	貴公司擁有人應佔							
	股本 人民幣千元 *(附註34)*	合併儲備 人民幣千元 *(附註35)*	法定儲備 人民幣千元 *(附註35)*	其他儲備 人民幣千元 *(附註35)*	保留盈利 人民幣千元 *(附註35)*	貴公司擁有人應佔 人民幣千元	非控股權益 人民幣千元 *(附註i)*	總權益 人民幣千元
於2023年1月1日	—	19,971	7,990	884	51,368	80,213	115	80,328
年度溢利	—	—	—	—	27,113	27,113	39	27,152
由保留盈利轉撥至法定儲備	—	—	3,279	—	(3,279)	—	—	—
附屬公司進行資本化*(附註ii)*	—	19,971	—	—	(19,971)	—	—	—
於2023年12月31日及2024年1月1日	—	39,942	11,269	884	55,231	107,326	154	107,480
年度溢利	—	—	—	—	33,156	33,156	48	33,204
由保留盈利轉撥至法定儲備	—	—	6,838	—	(6,838)	—	—	—
附屬公司宣派股息*(附註15)*	—	—	—	—	(10,420)	(10,420)	(15)	(10,435)
附屬公司發行股份*(附註iii)*	—	9,988	—	—	—	9,988	14	10,002
於2024年12月31日	—	49,930	18,107	884	71,129	140,050	201	140,251
於2025年1月1日	—	49,930	18,107	884	71,129	140,050	201	140,251
年度溢利	—	—	—	—	38,552	38,552	55	38,607
附屬公司宣派股息*(附註15)*	—	—	—	—	(77,524)	(77,524)	(112)	(77,636)
貴公司發行股份	9	—	—	—	—	9	—	9
附屬公司發行股份*(附註iv)*	—	768	—	—	—	768	1	769
股東透過其他儲備注資	—	—	—	74,518	—	—	—	74,518
重組時收購附屬公司*(附註v)*	—	(74,518)	—	—	—	—	—	(74,518)
本公司發行股份作為股份交換*(附註vi)*	*	*	—	—	—	—	—	—
由保留盈利轉撥至法定儲備	—	—	7,596	—	(7,596)	—	—	—
於2025年12月31日	9	(23,820)	25,703	75,402	24,561	101,855	145	102,000

* 少於人民幣1,000元。

附註：

i. 非控股權益指持有廣東聖火傳媒科技集團股份有限公司(「廣東聖火」)0.14%股權的股東，於重組後成為目前組成貴集團的附屬公司(附註1(b))。根據附註4(a)所載合併會計原則，非控股權益被視為猶如其於業務首次受控制方控制時已存在。

ii. 於2023年5月31日，廣東聖火以每持有10股股份獲發10股紅股的方式向其股東發行20,000,000股股份。因此，人民幣19,971,000元由保留盈利轉入合併儲備，即廣東聖火於當日進行**[編纂]**。該發行對非控股權益並無影響。

iii. 於2024年2月1日，廣東聖火透過配發方式以人民幣5.75元向兩名獨立投資者發行1,739,500股每股面值人民幣1.00元的股份，合共人民幣10,002,000元。因此，人民幣9,988,000元及人民幣14,000元已分別計入合併儲備及非控股權益。

iv. 於2025年7月17日，廣東聖火以配發方式向燮恒科技有限公司發行425,000股每股面值人民幣1.00元的股份，作價每股人民幣1.81元，總金額為人民幣769,000元。因此，合併儲備及非控股權益分別獲計入人民幣768,000元及人民幣1,000元。

v. 於2025年7月31日及2025年8月5日，廣東青松投資控股有限公司(「廣東青松」， 貴公司間接全資附屬公司)與廣東聖火多名股東訂立股權轉讓協議，按總代價約人民幣74,518,000元收購廣東聖火合共約98.85%股權。總代價乃參考獨立專業估值師根據廣東聖火於2025年5月31日的擁有權權益價值編製的估值報告而釐定。代價以現金結算。完成轉讓後，廣東聖火成為 貴公司附屬公司。

vi. 於2025年8月20日， 貴公司、大明科技有限公司(貴公司股東)與夏紅投資有限公司(「夏紅」，大明科技有限公司當時全資附屬公司)訂立換股協議，內容有關將夏紅全部已發行股本轉讓予 貴公司，以換取10,000股每股面值0.01港元的股份(全部入賬列作繳足)配發及發行予大明科技有限公司。夏紅透過其全資附屬公司燮恒科技有限公司(「燮恒」)持有廣東聖火約1.01%股權。完成轉讓後，夏紅成為 貴公司全資附屬公司，而 貴公司間接持有的廣東聖火股權增至99.86%。

綜合現金流量表

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自經營活動的現金流量			
除所得稅開支前溢利	31,658	39,975	46,111
調整項目：			
物業、廠房及設備折舊	5,324	5,133	5,246
使用權資產折舊	1,273	1,841	1,850
提前終止租賃的收益	—	(59)	—
出售物業、廠房及設備的虧損	1	—	—
出售聯營公司的收益	—	—	(50)
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)	—
融資成本	630	472	1,419
利息收入	(137)	(196)	(66)
訴訟索償撥備／(撥回)	7,108	—	(1,803)
就貿易及其他應收款項確認的減值虧損(撥回)／撥備淨額	(679)	554	203
運營資金變動前經營溢利	44,618	47,161	52,910
存貨減少	114	13	—
貿易應收款項(增加)／減少	(31,964)	(111,482)	20,065
預付款項、按金及其他應收款項(增加)／減少	(3,786)	(6,847)	3,934
合約成本減少／(增加)	425	(576)	897
貿易應付款項增加／(減少)	6,414	33,786	(37,079)
其他應付款項及應計費用減少	2,697	2,209	63
合約負債增加／(減少)	880	1,274	(2,428)
經營所得／(所用)現金	19,398	(34,462)	38,362
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

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
來自投資活動的現金流量			
購買物業、廠房及設備	(479)	(2,537)	(58)
購入按公允價值計入損益的金融資產	(161,500)	(273,997)	(80,000)
出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項	162,060	268,544	86,012
向董事墊款	—	—	(9)
出售聯營公司所得款項	—	—	50
已收利息	137	196	66
投資活動所得／(所用)現金淨額	218	(7,794)	6,061
來自融資活動的現金流量			
借款所得款項*(附註40)*	10,000	12,100	50,800
償還借款*(附註40)*	(4,140)	(7,540)	(6,463)
償還租賃負債本金部分*(附註40)*	(1,163)	(1,376)	(1,536)
附屬公司發行股份所得款項	—	10,002	769
董事墊款*(附註40)*	—	54	—
關聯公司墊款	—	—	308
向董事還款*(附註40)*	—	—	(54)
貴公司發行股份	—	—	9
重組時收購附屬公司	—	—	(74,518)
股東透過其他儲備注資	—	—	74,518
貴集團向非控股權益及實益股東派付股息*(附註40)*	—	(10,435)	(57,891)
已付利息*(附註40)*	(621)	(478)	(1,391)
已付**[編纂]**開支	—	—	(1,964)
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
現金及現金等價物結餘分析：			
現金及銀行結餘	64,014	17,789	37,024

歷史財務資料附註

1. 公司資料及呈列基準

(a) 一般資料

貴公司於2025年1月20日根據開曼群島法例第22章公司法(1961年法例3，經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。 貴公司註冊辦事處位於PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。其主要營業地點為中華人民共和國(「**中國**」)廣東省廣州市珠江新城富力盈泰廣場A棟7樓。

於2026年3月10日， 貴公司由「聖火科技集團有限公司」更名為「聖火控股集團有限公司」。

貴公司為投資控股公司，其附屬公司(統稱「**貴集團**」)主要於中國從事提供整合營銷服務、營銷技術服務以及廣告營銷服務(「**[編纂]業務**」)。於往績記錄期間， 貴集團的主營業務並無重大變動。

貴公司董事認為，**[編纂]**業務於整個往績記錄期間均由鍾堅先生(「**鍾先生**」)及其配偶羅新燕女士控制。

(b) 重組

於 貴公司註冊成立及文件「歷史、重組及公司架構」一節所述重組完成前，**[編纂]**業務乃由廣東聖火傳媒科技集團股份有限公司、秀飛(上海)文化傳播有限公司、廣東龍矍數字營銷有限公司、一物一碼數據(廣州)實業有限公司、上海聖火數字科技有限公司、廣東聖火數字創意科技有限公司及廣東聖火數智互聯技術有限公司(統稱「**聖火集團**」)提供。於重組完成前，聖火集團於往績記錄期間一直由鍾先生及其配偶羅女士控制。

為籌備 貴公司股份於聯交所主板**[編纂]**並旨在重整 貴集團架構， 貴公司已於2025年8月5日成為現時組成 貴集團各公司的控股公司。 貴公司及其現時組成 貴集團各附屬公司進行文件「歷史、重組及公司架構」一節所載的重組。除重組外， 貴公司自註冊成立以來並無開展任何業務或運營。

於本報告日期， 貴公司於其附屬公司擁有直接及間接權益，該等附屬公司均為私人有限公司(或倘在香港境外註冊成立，則具備與在香港註冊成立的私人公司大致相同的特質)，詳情載列如下：

附屬公司名稱	註冊成立／成立地點及日期以及企業結構形式	貴公司應佔股權百分比 直接	貴公司應佔股權百分比 間接	已發行及繳足普通股股本或註冊資本	主營業務及主要營業地點	附註
勝蓮科技發展有限公司(「**勝蓮**」)	英屬處女群島(「**英屬處女群島**」)，2025年5月15日，有限公司	100%	—	已發行及繳足資本100美元	投資控股，英屬處女群島	(a)
東晟科技國際有限公司(「**東晟**」)	香港(「**香港**」)，2025年5月27日，有限公司	—	100%	已發行及繳足資本100港元	投資控股，香港	(b)

附屬公司名稱	註冊成立／成立地點及日期以及企業結構形式	貴公司應佔股權百分比 直接	間接	已發行及繳足普通股股本或註冊資本	主營業務及主要營業地點	附註
夏紅	英屬處女群島，2025年5月20日，有限公司	100%	—	已發行及繳足資本100美元	投資控股，英屬處女群島	(a)
燮恒	香港，2025年5月29日，有限公司	—	100%	已發行及繳足資本100港元	投資控股，香港	(b)
廣東青松	中國，2025年7月21日，有限公司	—	100%	註冊資本人民幣10,000,000元	投資控股，中國	(a)
廣東聖火	中國，2013年9月10日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣42,164,500元	提供整合營銷服務及廣告營銷服務，中國	(c)
秀飛(上海)文化傳播有限公司(「**秀飛(上海)**」)	中國，2016年6月30日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣10,000,000元	提供整合營銷服務及廣告營銷服務，中國	(a)
廣東龍矍數字營銷有限公司(「**廣東龍矍**」)	中國，2016年6月13日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣5,100,000元	提供營銷技術服務及廣告營銷服務，中國	(a)
一物一碼數據(廣州)實業有限公司(「**一物一碼數據**」)	中國，2017年8月21日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣15,000,000元	提供營銷技術服務及整合營銷服務，中國	(a)
上海聖火數字科技有限公司(「**上海聖火**」)	中國，2024年10月18日，有限公司	—	99.86%	註冊資本人民幣5,000,000元	提供整合營銷服務及整合營銷服務，中國	(a)
廣東聖火數字創意科技有限公司	中國，2025年5月28日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣5,000,000元	提供廣告營銷服務，中國	(a)
廣東聖火數智互聯技術有限公司	中國，2025年5月28日，有限公司	—	99.86%	註冊及繳足資本人民幣5,000,000元	提供廣告營銷服務，中國	(a)

附註：

(a) 該等附屬公司註冊成立所在司法權區的相關規則及規例並無法定審核規定。於往績記錄期間，概無就該等實體編製經審核財務報表。

(b) 由於該等附屬公司於2025年新註冊成立，且除重組外並無參與任何重大業務，故並無編製於往績記錄期間各報告期末的法定經審核財務報表。

(c) 該附屬公司截至2023年12月31日止年度的法定經審核財務報表經立信會計師事務所(特殊普通合夥)審核。於2025年4月14日完成從全國中小企業股份轉讓系統(「**新三板**」)摘牌後，根據中國相關規則及法規，並無法定審核規定。

(c) 呈列基準

緊接及緊隨重組前後，**[編纂]**業務由聖火集團經營。根據重組，**[編纂]**業務及聖火集團轉讓予 貴公司並由 貴公司持有。於重組期間新成立的 貴公司於重組前並無參與任何其他業務，其運營亦不符合業務的定義。重組僅為**[編纂]**業務的重組，該業務的管理層並無任何變動，而**[編纂]**業務的最終控股股東亦維持不變。因此，重組所產生的 貴集團被視為聖火集團旗下**[編纂]**業務的延續，且就本報告而言，歷史財務資料已編製及呈列為聖火集團綜合財務報表的延續，而 貴集團的資產及負債於所有呈列期間均按聖火集團綜合財務報表項下**[編纂]**業務的賬面值確認及計量。

就編製及呈列往績記錄期間的歷史財務資料而言， 貴集團於往績記錄期間一直貫徹應用符合香港財務報告準則會計準則的會計政策，該等準則於 貴集團自2025年1月1日開始的會計期間生效。

於本報告日期，香港會計師公會已頒佈若干新訂或經修訂香港財務報告準則會計準則，惟尚未生效而 貴集團亦未提早採納，詳情載於附註3。

2. 編製基準

(a) 合規聲明

本報告所載歷史財務資料乃根據下文附註4所載會計政策編製，符合香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則會計準則及聯交所主板證券上市規則(「**上市規則**」)的適用披露條文。

(b) 計量基準

歷史財務資料乃按歷史成本基準編製，惟按公允價值計入損益的金融負債按公允價值計量(詳情載於下文會計政策)除外。

(c) 功能及呈列貨幣

歷史財務資料以人民幣(「**人民幣**」)呈列。 貴公司的功能貨幣為人民幣。 貴公司的主要附屬公司於中國註冊成立，就該等附屬公司而言，人民幣為功能貨幣。

3. 已頒佈但尚未生效的新訂／經修訂香港財務報告準則會計準則

下列可能與 貴集團歷史財務資料有關的新訂或經修訂香港財務報告準則會計準則已頒佈但尚未生效，且 貴集團並無提早採納。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂	金融工具分類及計量的修訂[1]
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂	涉及依賴自然電力的合約[1]
香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號的修訂	香港財務報告準則會計準則的年度改進—第11冊[1]
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露[2]
香港財務報告準則第19號	無公眾問責性的附屬公司：披露[2]
香港詮釋第5號的修訂	財務報表的呈列—借款人對包含按要求償還條款的定期貸款的分類[2]
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號的修訂	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資[3]
香港會計準則第21號的修訂	換算為惡性通貨膨脹的呈列貨幣[2]

[1] 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。
[2] 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。
[3] 生效日期待定。

有關該等尚未生效及預期適用於 貴集團的香港財務報告準則會計準則的進一步詳情如下：

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂「金融工具分類及計量的修訂」

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂闡明金融資產及金融負債確認及終止確認日期的規定(終止確認透過電子轉移結算的金融負債除外)、評估金融資產合約現金流量特徵的要求，並就或然特徵、無追索權貸款特性及合約關聯工具的評估提供額外指引。該等修訂亦針對分類為按公允價值計入其他全面收益的股本工具以及具有或然特徵的金融工具引入額外披露要求。

該等修訂預期不會對 貴集團財務資料造成任何重大影響。

香港財務報告準則第18號「財務報表的呈列及披露」

香港財務報告準則第18號載列有關財務報表的呈列及披露規定，並將取代香港會計準則第1號「財務報表的呈列」。該新訂香港財務報告準則會計準則引入新規定，要求在損益表中呈列指定類別及定義的小計項目；在財務報表附註中披露管理層界定的表現指標；以及改進將在財務報表中披露的資料的匯總及分類。香港財務報告準則第18號將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。預期應用新訂準則不會對本集團的財務表現及財務狀況造成重大影響，但預期會影響未來財務報表的呈列及披露。

4. 重大會計政策

(a) 重組的合併會計法

緊接及緊隨重組前後，**[編纂]**業務主要透過 貴集團控股股東共同控制的廣東聖火及其附屬公司進行。重組乃對**[編纂]**業務進行資本重整，而有關業務的管理層並無變動，且**[編纂]**業務的最終擁有人維持不變。因此，重組所產生的 貴集團被視為**[編纂]**業務在 貴公司轄下的延續，而就本報告而言，綜合財務報表包括綜合實體或業務的財務報表，猶如該等實體或業務自綜合實體或業務首次受控股方控制當日起已合併。

綜合實體或業務的淨資產採用控股方角度的現有賬面值合併。在控股方權益持續的情況下，概不會就商譽或收購方所佔被收購方可識別資產、負債及或然負債的公允淨值高於共同控制合併時成本的差額確認任何金額。

綜合損益及其他全面收益表包括各綜合實體自最早呈列日期起或自綜合實體首次受共同控制日期起(若較短)的業績，而不論共同控制合併的日期。

貴集團內公司間交易及公司間結餘產生的所有收入、開支及未變現損益於合併時對銷。

(b) 綜合基準

除上文所述重組的合併會計法外，所有其他收購附屬公司或業務均採用收購會計法。

歷史財務資料包括 貴公司及其附屬公司的財務報表。在編製歷史財務資料時，集團內公司間交易及結餘連同未變現溢利全面對銷。未變現虧損亦予對銷，除非交易提供所轉讓資產減值的證據，在此情況下，虧損於損益中確認。

年內收購或出售附屬公司的業績自收購日期起或直至出售日期止(視適用情況而定)計入綜合損益及其他全面收益表。如有需要，附屬公司的財務報表須予調整，確保其會計政策與 貴集團其他成員公司所採用者一致。

(c) 附屬公司

附屬公司乃 貴公司能夠行使控制權的投資對象。當同時存在以下三項要素時， 貴公司即對投資對象擁有控制權：對投資對象行使權力、面臨投資對象所產生的可變回報風險或享有相關權利，以及有能力運用權力影響該等可變回報。倘事實及情況顯示任何控制要素可能發生變動，須重新評估控制權是否存在。

當 貴公司於未持有多數表決權的情況下仍具備主導投資對象相關活動的實際能力時，即存在實際控制權。在判斷是否存有實際控制權時， 貴公司考量所有相關事實及情況，包括：

- 貴公司所持表決權相對於其他持有表決權方的規模及分散程度的比例；
- 貴公司及其他持有表決權方所持具實質意義的潛在表決權；
- 其他合約安排；及
- 過往參與表決的模式。

於 貴公司財務狀況表內，附屬公司投資按成本減任何減值虧損(如有)列賬；而附屬公司的業績乃由 貴公司按已收及應收股息入賬。

(d) 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及累計減值虧損列賬。

物業、廠房及設備以直線法按其估計使用年限撇銷其成本(扣除預期剩餘價值)計提折舊。使用年限、剩餘價值及折舊方法於各報告期末予以檢討，並於適當情況下作出調整。主要年率如下：

自有資產	
租賃改良	租期或20%(以較短者為準)
傢俱及設備	20%至33.33%
汽車	25%
機械	10%至20%

使用年限、剩餘價值及折舊方法於各報告期末予以檢討，並於適當情況下作出調整。

出售收益或虧損乃透過比較所得款項與賬面值釐定，並於綜合損益及其他全面收益表的「其他收益及虧損」內確認。

(e) 金融工具

(i) *金融資產*

金融資產(不含重大融資成分的貿易應收款項除外)最初按公允價值另加並非按公允價值計入損益的項目直接歸屬於其收購或發行的交易成本計量。不含重大融資成分的貿易應收款項初始按交易價格計量。

債務工具

債務工具的後續計量取決於 貴集團管理資產的業務模式及資產的現金流量特徵。 貴集團將其債務工具分為三個計量類別：

攤銷成本：為收取合約現金流量而持有的資產，若現金流量僅代表本金及利息付款，則按攤銷成本計量。按攤銷成本列賬的金融資產採用實際利息法進行後續計量。利息收入、匯兑損益及減值在損益中確認。終止確認時產生的任何收益或虧損在損益中確認。

按公允價值計入損益：按公允價值計入損益的金融資產包括持作買賣的金融資產、初始確認時指定按公允價值計入損益的金融資產或強制規定按公允價值計量的金融資產。若購入金融資產的目的是在短期內出售或購回，則分類為持作買賣的金融資產。衍生工具(包括獨立嵌入式衍生工具)亦分類為持作買賣，除非其被指定為有效的對沖工具則作別論。現金流量並非僅為本金及利息付款的金融資產，不論其業務模式為何，均按公允價值計入損益的金融資產分類及計量。即使債務工具分類為按攤銷成本或按公允價值計入其他全面收益計量須遵循標準，但若此舉可消除或大幅減少會計錯配，則債務工具可於初始確認時指定為按公允價值計入損益。

股本工具

在初始確認並非持作買賣的股本投資時，貴集團有權不可撤銷地選擇在其他全面收益中呈列投資公允價值的後續變動。此選擇按個別投資基準作出。按公允價值計入其他全面收益的股本投資按公允價值計量。股息收入在損益中確認，除非股息收入明顯代表收回部分投資成本則作別論。其他收益及虧損淨額於其他全面收益確認，且不會重新分類至損益。所有其他股本工具分類為按公允價值計入損益，據此，公允價值變動、股息及利息收入在損益中確認。

(ii) ***金融資產減值虧損***

貴集團就貿易應收款項及其他金融資產的預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)確認虧損撥備。

預期信貸虧損乃對信貸虧損的概率加權估計。信貸虧損按根據合約應付予貴集團的所有合約現金流量與貴集團預期將收取的所有現金流量之間的差額計量。不足之數再按資產原有實際利率的近似值貼現。

貴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，並已基於全期預期信貸虧損計算預期信貸虧損。貴集團已根據貴集團過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並就債務人及經濟環境的特定前瞻性因素作出調整。

就其他債務金融資產而言，預期信貸虧損乃根據全期預期信貸虧損計算，除非信貸風險自初始確認以來並無顯著增加，在此情況下，撥備將根據12個月預期信貸虧損計算。

在釐定金融資產的信貸風險自初始確認以來有否顯著增加及估計預期信貸虧損時，貴集團考慮毋須付出過多成本或努力即可獲取的相關合理及可支持資料，當中包括基於貴集團過往經驗及知情信貸評估的定量及定性資料分析，並包括前瞻性資料。

若金融資產逾期超過30天，貴集團會假設該金融資產的信貸風險已顯著增加。

當債務人不可能向貴集團全額支付其信貸責任，而貴集團又不能採取追索行動(如變現抵押品(如有))，或金融資產逾期超過90天，貴集團即視該金融資產為違約。

視乎金融工具的性質，信貸風險有否顯著增加的評估按個別或集體基準進行。當採用集體基準評估時，金融工具按共同信貸風險特徵分組，例如逾期狀況及信貸風險評級。

當出現以下情況時，貴集團視金融資產出現信貸減值：

- 債務人面臨重大財務困難；
- 發生違約事件，例如拖欠或逾期超過90天；
- 貴集團按非慣常條款重組貸款或墊款；
- 債務人可能進入破產或其他財務重整程序；或
- 因財務困難導致活躍證券市場消失。

貴集團就所有金融工具於損益賬確認減值收益或虧損，並透過減值撥備賬相應調整其賬面值。

當有資料表明債務人陷入嚴重財務困難且無實際回收可能時， 貴集團將撇銷金融資產。已撇銷金融資產仍可能根據 貴集團追收程序採取追收行動，並在適當情況下考慮法律意見。任何收回款項於損益確認。

信貸減值金融資產的利息收入按金融資產攤銷成本(即賬面總值扣除減值撥備)計算。至於非信貸減值金融資產，利息收入則按賬面總值計算。

(iii) ***金融負債***

按攤銷成本列賬的金融負債最初按公允價值扣除直接產生的應佔成本計量。其後採用實際利息法按攤銷成本計量。相關利息開支在損益中確認。

收益或虧損在負債終止確認時以及攤銷過程中在損益中確認。

(iv) ***實際利息法***

實際利息法乃計算金融資產或金融負債攤銷成本，並將利息收入或利息開支分配至相關期間的方法。實際利率指在金融資產或負債預期存續期或較短期間(如適用)精確折算估計未來現金收款或付款的利率。

(v) ***股本工具***

貴公司發行的股本工具按扣除直接發行成本後的所得款項入賬。

(vi) ***終止確認***

當金融資產涉及未來現金流量的合約權利屆滿，或當金融資產已轉讓且轉讓符合香港財務報告準則第9號的終止確認準則時， 貴集團即終止確認金融資產。

當相關合約訂明的責任獲解除、撤銷或屆滿時，金融負債即予終止確認。

(f) **存貨**

存貨最初按成本確認，其後按成本與可變現淨值兩者中的較低者確認。成本包括所有採購成本、轉換成本以及將存貨達到目前地點及狀況所產生的其他成本。

先入先出基準用於確定通常可互換項目的成本。

(g) 租賃

貴集團作為承租人

所有租賃均須在綜合財務狀況表中資本化為使用權資產及租賃負債，但實體可選擇不將短期租賃資本化的會計政策。與該等租賃相關的租賃付款在租期內按直線法列作開支。

使用權資產

使用權資產初步按成本確認，包括:

(i) 租賃負債的初始計量金額(租賃負債入賬的會計政策見下文)；

(ii) 於開始日期或之前支付的任何租賃款項，扣除已收取的任何租賃優惠；

(iii) 承租人產生的任何初始直接成本；及

(iv) 承租人將相關資產拆卸及移除至租賃條款及條件規定的狀況所產生的估計成本，除非相關成本源於生產存貨則作別論。

貴集團採用成本模式計量使用權資產。在成本模式下， 貴集團以成本減任何累計折舊及任何減值虧損計量使用權，並就任何租賃負債的重新計量作出調整。使用權資產按租期與相關資產估計可使用年期兩者中較短者以直線法折舊。

租賃負債

租賃負債按於租賃開始日期尚未支付的租賃付款的現值確認。租賃付款採用承租人的增量借款利率貼現。

於開始日期後， 貴集團透過以下方式計量租賃負債：

(i) 增加賬面值以反映租賃負債的利息；

(ii) 減少賬面值以反映已支付的租賃款項；及

(iii) 重新計量賬面值以反映任何重新評估或租賃修訂，或反映經修訂的實質固定租賃款項。

當 貴集團與出租人重新協商租賃的合約條款時，會計處理取決於修訂的性質：

- 倘重新協商結果導致一項或多項額外的資產被租賃，且金額與所獲得的額外使用權的獨立價格相稱，則根據上述政策，該修訂將作為單獨租賃處理。

- 於所有其他情況下，若重新協商增加租賃範圍(無論是延長租期抑或導致一項或多項額外資產被租賃)，租賃負債將按修訂日期適用的貼現率重新計量，並按相同金額調整使用權資產。

- 倘重新協商導致租賃範圍減少，則租賃負債及使用權資產的賬面值均按相同比例減少，以反映部分或全部終止租賃，而任何差額於損益中確認。其後對租賃

負債進行進一步調整，以確保其賬面值反映經重新協商期限內重新協商的付款金額，經修訂的租賃款項按於修訂日期適用的比率貼現。使用權資產按相同金額進行調整。

(h) 僱員福利

(i) ***短期僱員福利***

短期僱員福利指預期將於僱員提供相關服務的各報告期末後十二個月前悉數清償的僱員福利(終止僱傭福利除外)。短期僱員福利於僱員提供相關服務的年度確認。

(ii) ***定額供款退休計劃***

根據中國政府相關法規， 貴集團參與由當地市政府運營的中央退休金計劃(「**該計劃**」)，據此， 貴公司於中國的附屬公司須按其僱員基本薪金的某一百分比向該計劃供款，以撥付彼等的退休福利計劃供款。當地市政府承諾承擔 貴公司附屬公司所有現有及未來退休僱員的退休福利責任。 貴集團對該計劃的唯一責任是支付該計劃持續規定的供款。該計劃的供款於產生時計入損益。

(i) 收益確認

收益主要源自整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務。

收益於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認。視乎合約條款及適用於合約的法律而定，貨品及服務的控制權可於一段時間內或於某一時間點轉移。倘 貴集團在履約過程中符合下列條件，貨品或服務的控制權乃在一段時間內轉移：

- 提供全部利益，而客戶亦同步收訖並消耗有關利益；
- 貴集團履約時創建或優化由客戶控制的資產；或
- 並無產生對 貴集團有替代用途的資產，且 貴集團可強制執行其權利以收取累計至今已完成履約部分的款項。

若合約涉及多項服務的銷售，則交易價格會根據每項履約義務的相對獨立售價分配。若獨立售價不可直接觀察，則根據可觀察資訊的可用性，以預期成本加溢利率或調整評估法為基礎進行估算。

(i) ***來自整合營銷服務的收益***

整合營銷服務提供貫穿完整價值鏈的全方位解決方案，涵蓋市場調研、品牌策略及設計、創意策劃、多渠道營銷執行(包括線下渠道及線上平台與形式)以及品牌推廣活動。

— *活動策劃及執行服務*

此為一項綜合服務，涵蓋籌辦及執行營銷活動以宣傳客戶品牌、產品及／或服務。具體而言，旗下服務包括為各類營銷活動提供活動策劃、場地佈置、舞台設計，以及現場管理與協調。由於各項任務高度整合形成組合產出並隨時間轉移至客戶，活動策劃及執行服務合約通常識別為單一履約義務。

活動策劃及執行項目的周期通常介乎一個月至六個月。發票按分項收費或於活動完成時開具，一般須於開票日期起計30至60天內支付。鑑於合約通常於一年內完成並計及付款條款， 貴集團已採用實際權宜法，不就任何融資成分作出確認。

活動策劃服務產生的收益按產出法以直線基準在整段活動期內隨時間確認，原因為 貴集團須在合約終止的情況下向客戶提供已完成的設計資料，亦需要定期向客戶提供具足夠細節的互動內容及營銷素材，讓客戶毋須與其他實體訂約以執行重大返工。

— *製作宣傳品*

貴集團按客戶要求簽訂設計及製作各類宣傳品的合約。發票於工作完成並經驗收後開具，一般須於開票日期起計60天內支付。宣傳品製作收益於貨品交付予客戶並經其驗收的時間點確認。

(ii) ***來自營銷技術服務的收益***

貴集團提供營銷技術服務，包括提供技術基礎設施以支持線上平台及數字渠道的營銷活動策劃與執行。 貴集團亦運用產品序列化技術，透過二維碼及多層編碼系統為每件產品賦予獨特數字身份，並為各類線上平台與數字渠道的營銷活動提供支援，其中包括於指定期間部署線上項目以執行推廣計劃。

營銷技術服務涉及授予客戶使用 貴集團專有整合數字編碼系統的權利，或提供藉由先進技術線上項目實現的定製營銷活動。

— *營銷系統服務的特許權收入*

營銷系統服務涉及在固定合約期內向客戶提供使用 貴集團所開發整合數字編碼系統的權利。該系統包括實施及運營整合數字編碼系統，以精簡生產流程並促進營銷策略執行。由於各項投入高度整合形成單一組合產出並隨時間轉移至客戶，故識別為單一履約義務。

特許權費按固定費率根據客戶實際用量收費，並設有平均保證最低用量的計費門檻。相關收益按每月用量於系統許可予客戶的期間內隨時間確認，原因為客戶同時接收並消耗 貴集團所提供的效益。

— *線上營銷方案開發與運作服務*

貴集團開發及運營線上營銷項目，包括協助客戶執行定製化創新營銷解決方案，透過技術驅動的推廣活動有效連接品牌與終端客戶。由於各項任務高度整合形成單一組合產出並隨時間轉移至客戶，故線上營銷方案開發與運作服務普遍識別為單一履約義務。

各項目通常為期一個月至三個月不等。來自線上營銷方案開發及運作服務的收益於營銷方案發佈後至推廣期結束前按產出法隨時間確認，原因為 貴集團須在合約終止的情況下向客戶提供已完成的設計資料，亦需要定期向客戶提供具足夠細節的互動內容及營銷素材，讓客戶毋須與其他實體訂約以執行重大返工。

(iii) ***來自廣告營銷服務的收益***

廣告營銷服務旨在透過單一項目為客戶提供營銷解決方案，包括於傳統廣告渠道及線上媒體廣告平台提供媒體策劃服務及廣告投放服務。 貴集團一般負責制定廣告策略及廣告投放計劃、製作或委聘第三方服務商製作廣告內容及素材，以及採買及協調廣告投放。由於各項任務高度整合形成組合產出並隨時間轉移至客戶，或 貴集團無法透過獨立轉移各項服務履行其承諾，故廣告營銷服務合約通常識別為單一履約義務。

媒體廣告服務項目通常為期一個月至兩個月不等。由於客戶同時接收及消耗 貴集團提供的利益，媒體廣告服務產生的收益按產出法以直線基準在整段廣告期內隨時間確認。

由於 貴公司主要負責履行合約，且向客戶銷售時擁有定價自主權，收益一般按總額基準確認。倘 貴公司不符合按總額基準確認收益的標準，則按淨額基準記錄收益。

(iv) ***利息收入***

利息收入以未償還本金按適用利率按時累計。

合約資產及負債

合約資產指 貴集團就已完成轉移予客戶的服務而擁有惟尚未成為無條件的代價收取權。相對而言，應收款項代表 貴集團無條件的代價收取權(即僅需待時間過去，有關代價即到期支付)。合約資產須接受減值評估，詳情載於金融資產減值的會計政策。

合約負債指 貴集團有責任向客戶轉移服務，而 貴集團已收取客戶代價(或有代價金額已到期)的義務。

合約成本

當履行合約所產生的成本符合下列全部準則時， 貴集團即確認相關資產：

(a) 該成本直接與實體能夠明確識別的合約或預期合約相關；

(b) 該成本產生或增進實體資源，而該等資源將用於履行(或持續履行)未來的履約義務；及

(c) 該成本預期可收回。

已確認資產其後按系統化基準攤銷至損益，該基準與向客戶轉讓與成本有關的貨品或服務的基準一致。資產須進行減值檢討。

委託人與代理人

當涉及第三方向客戶提供貨品或服務時， 貴集團釐定其承諾性質屬自行提供指定貨品或服務的履約義務(即 貴集團作為委託人)或安排該等貨品或服務由第三方提供(即 貴集團作為代理人)。

若 貴集團於指定貨品或服務轉移至客戶前已控制該等貨品或服務，即作為委託人。

若 貴集團的履約義務為安排第三方提供指定貨品或服務，即作為代理人。在此情況下， 貴集團於該等貨品或服務轉移至客戶前，並未控制由第三方提供的指定貨品或服務。當 貴集團擔任代理人時，所確認的收益金額為預期有權就安排第三方提供指定貨品或服務而收取的任何費用或佣金。

(j) 政府補助

在合理保證 貴集團將遵守政府補助的附帶條件及將收到補助之前，政府補助不予確認。

政府補助於 貴集團將該補助擬補償的相關成本確認為開支的期間內，有系統地於損益內確認。

作為已產生開支或虧損的補償，或為給予 貴集團即時財務支援而無未來相關成本的應收政府補助，於應收期間在損益內確認，並確認為其他收益而非減少相關開支。

(k) 所得稅

年內所得稅包括即期稅項及遞延稅項。所得稅於損益確認，惟若其涉及於其他全面收益確認的項目，則相關稅項亦於其他全面收益確認；或若涉及直接於權益確認的項目，則相關稅項亦直接於權益確認。

即期稅項乃基於日常活動產生的損益，並就稅務上毋須徵稅或不可扣減的項目作出調整，且採用於各報告期末已頒佈或實質頒佈的稅率計算。即期應付或應收稅項的金額為反映所得稅相關不確定性後，預期應付或應收稅款的最佳估計。

遞延稅項乃就財務報告用途的資產與負債的賬面值與就稅務所用相應數值間的暫時差額確認。除不可扣稅的商譽、不屬於業務合併的資產及負債的初始確認(既不影響會計溢利亦不影響應課稅溢利)、投資於附屬公司及聯營公司產生的應課稅暫時差額(貴集團能夠控制暫時差額的撥回)以及暫時差額在可見將來很可能不會撥回外，所有應課稅暫時差額均予確認遞延稅項負債。遞延稅項資產於有可能動用應課稅溢利抵銷可扣減暫時差額的情況下確認，惟可扣稅暫時差額並非因業務合併以外的交易中資產及負債的初始確認而產生，且不影響應課稅溢利或會計溢利。遞延稅項乃按適用於預期變現資產或清償負債賬面值的方式以及於各報告期末已頒佈或實質頒佈的稅率計量，並反映有關所得稅的任何不確定性。

遞延稅項資產及負債在有法定權利以即期稅項資產抵銷即期稅項負債時，以及當遞延稅項資產及負債與同一稅務機關徵收的所得稅有關，且 貴集團擬按淨額基準結算其即期稅項資產及負債時予以抵銷。

(l) 撥備及或然負債

當 貴集團因過往事項而產生法定或推定義務，且該義務很可能導致可合理估計的經濟利益流出時，即確認有關時間或金額不確定的負債撥備。

若經濟利益流出非很可能發生，或金額未能可靠估計，則該義務披露為或然負債，惟經濟利益流出的可能性極低者除外。僅透過一項或多項未來事件發生或不發生方能確認是否存在的潛在義務亦披露為或然負債，惟經濟利益流出的可能性極低者除外。

(m) 資產減值(金融資產除外)

於各報告期末， 貴集團審閱以下資產的賬面值，以確定是否有任何跡象顯示該等資產已出現減值虧損，或先前確認的減值虧損不再存在或可能已減少:

- 物業、廠房及設備；
- 使用權資產；
- 合約成本；
- 於附屬公司的投資；及
- 於聯營公司的投資

倘資產的可收回金額(即公允價值減出售成本與使用價值兩者中的較高者)估計低於其賬面值，則資產的賬面值將減至其可收回金額。減值虧損會即時確認為開支。在進行減值測試時，資產會被歸類為最小的資產組別，該組別從持續使用中產生的現金流入大致獨立於其他資產的現金流入。

(n) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括現金結餘及短期存款，以及自收購日期起三個月或以內到期、公允價值變動風險輕微的高流動性投資，供 貴集團管理短期承擔之用。就綜合現金流量表而言，須按要求償還且構成 貴集團現金管理不可或缺部分的銀行透支已計入現金及現金等價物。

(o) 研發成本

所有研究成本均於產生時計入損益。

開發新產品所產生的開支，只有在 貴集團能證明完成無形資產的技術可行性，使其可供使用或出售、有意完成及有能力使用或出售該資產、該資產將如何產生未來經濟利益、有資源完成及有能力可靠地計量開發期間的開支時，方予資本化及遞延處理。不符合相關標準的產品開發開支於產生時支銷。

5. 關鍵會計判斷及估計不確定性的主要來源

在應用 貴集團會計政策時， 貴公司董事須就未能輕易從其他來源獲得的資產及負債賬面值作出判斷、估計及假設。該等估計及相關假設乃根據過往經驗及其他被視為相關的因素而作出。實際結果與上述估計有所不同。

估計及相關假設將持續予以檢討。就會計估計作出的修訂若僅影響當期，則在修訂估計的期間確認；若同時影響當期及未來期間，則在修訂期間及未來期間確認。

(a) 應用會計政策時的關鍵判斷

(i) ***委託人與代理人代價***

在評估 貴集團於交易中作為委託人或代理人時，管理層審視 貴集團是否於貨品及服務轉移予客戶前已取得其控制權。若 貴集團在將承諾貨品及服務轉移予客戶前已控制該等貨品及服務，則作為委託人，收益按總額基準確認；反之，則作為代理人，收益按淨額基準確認。

(b) 估計不確定性的主要來源

(i) ***物業、機器及設備的使用年限及剩餘價值***

貴集團管理層釐定其物業、廠房及設備的估計使用年限及剩餘價值；該估計乃基於性質及功能相近的物業、廠房及設備過往實際使用年限經驗。若使用年限短於先前估計，管理層將增加折舊支出。已廢棄或出售的技術過時或非戰略性資產將予撇銷或撇減。實際經濟年限可能與估計使用年限存在差異，實際剩餘價值亦可能與估計剩餘價值存在差異。定期評估或導致可折舊年限及剩餘價值改變，繼而影響未來期間的折舊支出。

(ii) ***貿易應收款項、按金及其他應收款項減值***

根據香港財務報告準則第9號計量減值虧損需要作出判斷，尤其於釐定減值虧損時估計未來現金流量及抵押品價值的金額及時間以及評估信貸風險有否顯著增加。該等估計受多項因素(包括經濟衰退)驅動，令該等估計更具判斷性，繼而可能導致不同程度的撥備。

於各報告期末， 貴集團比較報告日期與初始確認日期之間預期年期內發生違約的風險，從而評估自初始確認以來承擔的信貸風險有否顯著增加。 貴集團為此目的會考慮合理及可支持的相關資訊，且該等資訊毋須付出過多成本或努力即可獲得，當中包括定量及定性資訊以及前瞻性分析。

(iii) ***物業、廠房及設備以及使用權資產減值***

物業、廠房及設備以及使用權資產在出現減值跡象時進行減值測試。減值虧損按資產賬面值超出其可收回金額(即公允價值減出售成本或使用價值)的金額確認。就減值評估而言，資產按可獨立識別現金流的最低級別分類。

(vi) ***所得稅及遞延稅項***

釐定所得稅撥備需要 貴集團就若干交易的未來稅務處理作出判斷。 貴集團根據現行稅務法規仔細評估交易的稅務影響，並作出相應的稅項撥備。此外，遞延稅項資產的確認以未來應課稅溢利有可能抵銷可抵扣暫時差額為限。此舉需要對若干交易的稅務處理作出重大判斷，並評估是否有足夠的未來應課稅溢利可用以收回遞延稅項資產。

6. 板塊資料

經營板塊

貴集團主要從事於中國提供整合營銷服務、營銷技術服務以及廣告營銷服務。

根據香港財務報告準則第8號「經營板塊」的規定，經營板塊須按 貴集團內部匯報的組成部分予以識別；該組成部分由主要運營決策者定期審閱，以便向板塊分配資源並評估其表現。

貴公司董事(即主要運營決策者)為資源分配及表現評估目的而獲呈報的資料，並不包含獨立經營板塊的財務資料，且董事乃審閱 貴集團整體的財務業績。因此，並無進一步呈列有關經營板塊的資料。

地域資料

於往績記錄期間， 貴集團來自外部客戶的收益大多歸屬於中國，並以 貴集團產生相關收益的業務活動所在地為基準。

非流動資產的地理位置以資產實際位置為基準。於2023年、2024年及2025年12月31日， 貴集團所有非流動資產均位於中國。

有關主要客戶的資料

於往績記錄期間各報告期內，來自佔 貴集團總收益10%或以上的客戶的收益如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
客戶A	128,495	124,302	121,581
客戶H	不適用	32,392	117,300

7. 收益

各報告期內收益指 貴集團提供服務並賺取的發票淨值。

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
整合營銷服務	77,635	111,747	102,320
營銷技術服務	67,339	58,654	63,448
廣告營銷服務	18,472	81,485	134,913
	163,446	251,886	300,681

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收益確認時間			
於某一時間點	23,556	28,886	4,396
隨時間轉移	139,890	223,000	296,285
	163,446	251,886	300,681

貴集團已就銷售合約採用實際權宜法，因此，上述資料不包括 貴集團在履行原有預定期限為一年或以下的合約的剩餘履約責任時將有權獲得收益的相關資料。

8. 其他收入

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
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
政府補助*(附註i)*	370	120	54
雜項收入	405	139	36
	1,715	455	156

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 貴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) 貴集團所產生的租金；

(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。

該等政府補助並無任何未達成的條件或或然事項。

(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)， 貴集團自2023年1月1日起至2023年12月31日止合資格享有5%額外增值稅進項扣減，惟須符合所有適用標準。截至2024年及2025年12月31日止年度並無進一步發佈措施。

9. 其他收益淨額

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
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
出售聯營公司的收益	—	—	50
提前終止租賃的收益	—	59	—
貿易銷售收益淨額	93	8	1
出售物業、廠房及設備的虧損	(1)	—	—
匯兑虧損淨額	—	—	(103)
其他雜項虧損	(1)	—	(4)
	651	626	46

10. 融資成本

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*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	107	240	358
	630	472	1,419

11. 除所得稅前溢利

貴集團的經營溢利乃經扣除下列各項後得出：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
核數師酬金	—	—	—
收益成本*(附註)*	107,513	191,256	228,464
確認為開支的存貨成本	241	69	—
折舊支出：			
— 物業、廠房及設備*(附註17)*	5,324	5,133	5,246
— 使用權資產*(附註18)*	1,273	1,841	1,850
僱員成本*(附註12)*	23,702	25,355	22,446
[編纂]開支—香港交易及結算所有限公司(「**港交所**」)	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
研究成本，計入行政開支	5,251	3,646	4,686
短期租賃開支	3,451	4,881	2,718

附註： 截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的收益成本包括僱員成本分別為人民幣9,623,000元、人民幣11,994,000元及人民幣9,315,000元以及短期租賃開支分別為人民幣3,451,000元、人民幣4,881,000元及人民幣2,718,000元，上述各項亦已分別計入上文所披露的各類開支總額內。

12. 僱員成本

僱員成本(包括董事酬金(附註13))包括：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
工資及薪金	19,490	21,155	19,471
退休福利計劃供款	3,375	3,607	2,312
其他僱員福利	837	593	663
	23,702	25,355	22,446

13. 董事薪酬及高級管理層酬金

(i) 董事薪酬

於往績記錄期間各報告期間，根據上市規則披露已付或應付予獲委任為 貴公司董事的人士的董事酬金(包括於成為 貴公司董事前於集團實體擔任僱員／董事的酬金)如下：

		截至2023年12月31日止年度				
		袍金	薪金、津貼及實物福利	酌情花紅	退休福利計劃供款	酬金總額
	附註	*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*
執行董事						
鍾先生	*(i)*	—	998	—	123	1,121
羅智勇先生	*(ii)*	—	457	47	111	615
王歡女士	*(iii)*	—	290	32	94	416
鍾小建女士	*(iv)*	—	219	24	65	308
		—	1,964	103	393	2,460
獨立非執行董事						
段淳林女士	*(v)*	—	—	—	—	—
何捷先生	*(vi)*	—	—	—	—	—
謝昉先生	*(vii)*	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
		—	1,964	103	393	2,460

		截至2024年12月31日止年度				
	附註	袍金 人民幣千元	薪金、津貼及實物福利 人民幣千元	酌情花紅 人民幣千元	退休福利計劃供款 人民幣千元	酬金總額 人民幣千元
執行董事						
鍾先生	*(i)*	—	1,013	—	113	1,126
羅智勇先生	*(ii)*	—	449	72	106	627
王歡女士	*(iii)*	—	287	48	97	432
鍾小建女士	*(iv)*	—	208	36	65	309
		—	1,957	156	381	2,494
獨立非執行董事						
段淳林女士	*(v)*	—	—	—	—	—
何捷先生	*(vi)*	—	—	—	—	—
謝昉先生	*(vii)*	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
		—	1,957	156	381	2,494

		截至2025年12月31日止年度				
	附註	袍金 人民幣千元	薪金、津貼及實物福利 人民幣千元	酌情花紅 人民幣千元	退休福利計劃供款 人民幣千元	酬金總額 人民幣千元
執行董事						
鍾先生	*(i)*	—	1,028	—	104	1,132
羅智勇先生	*(ii)*	—	458	72	102	632
王歡女士	*(iii)*	—	297	48	90	435
鍾小建女士	*(iv)*	—	[199]	[36]	66	301
		—	[1,982]	[156]	362	2,500
獨立非執行董事						
段淳林女士	*(v)*	—	—	—	—	—
何捷先生	*(vi)*	—	—	—	—	—
謝昉先生	*(vii)*	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
		—	[1,982]	[156]	362	2,500

附註：

(i) 鍾先生於2025年1月20日獲委任為 貴公司執行董事。

(ii) 羅智勇先生於2025年8月22日獲委任為 貴公司執行董事。

(iii) 王歡女士於2025年8月22日獲委任為 貴公司執行董事。

(iv) 鍾小建女士於2025年8月22日獲委任為 貴公司執行董事。

(v) 段淳林女士於[●]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。

(vi) 何捷先生於[●]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。

(vii) 謝昉先生於[●]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。

於往績記錄期間，概無董事放棄或同意放棄任何酬金，而 貴集團亦無向任何董事支付酬金作為加入 貴集團的獎勵或於加入 貴集團時支付的獎勵，或作為離職補償。

(ii) 五名最高薪人士

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度， 貴集團五名最高薪人士包括2名、3名及3名董事，其酬金反映於附註13(i)。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，餘下3名、2名及2名最高薪人士的酬金分析載列如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
薪金及其他福利	992	605	629
酌情花紅	102	100	83
退休福利計劃供款	277	190	199
	1,371	895	911

酬金在下列範圍內的非董事最高薪人士數目如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
零至1,000,000港元	3	2	2

於往績記錄期間，五名最高薪人士概無放棄或同意放棄任何酬金，而 貴集團亦無向五名最高薪人士支付任何酬金作為加入 貴集團的獎勵或於加入 貴集團時支付的獎勵，或作為離職補償。

(iii) 高級管理層酬金級別

酬金在下列範圍內的高級管理層數目如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
零至1,000,000港元	2	2	2

14. 所得稅開支

綜合損益及其他全面收益表中的所得稅開支金額代表：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期稅項—中國企業所得稅			
(「**中國企業所得稅**」)			
— 本年度	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*(附註29)*			
— 本年度	(979)	(290)	300
所得稅開支	4,506	6,771	7,504

貴集團須就 貴集團成員公司註冊及經營所在稅務司法權區所產生或衍生的溢利按實體基準繳納所得稅。根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，於開曼群島註冊成立的 貴公司及於英屬處女群島註冊成立的 貴公司附屬公司毋須繳納任何所得稅。

貴公司於香港註冊成立的附屬公司按估計應課稅溢利的16.5%計提香港利得稅撥備。由於 貴集團於往績記錄期間並無在香港產生應課稅溢利，故並無於綜合財務報表計提香港利得稅撥備。

根據中國所得稅規則及規例， 貴公司附屬公司按法定稅率25%計提中國所得稅撥備，惟以下附屬公司(「**合資格中國附屬公司**」)根據國家稅務總局頒佈的企業所得稅優惠政策享有優惠稅率除外：

- 根據中國企業所得稅法及其相關法規，一物一碼數據獲批高新技術企業(「**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」，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的減免稅率如下：年度應課稅溢利不超過人民幣1百萬元的部分，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3百萬元的部分，按25%計入應納稅所得額並適用20%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(「**超級扣稅**」)。

於往績記錄期間各報告期間的所得稅開支與綜合損益及其他全面收益表內除所得稅開支前溢利對賬如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
除所得稅開支前溢利	31,658	39,975	46,111
按中國法定稅率25%計算的稅項	7,915	9,994	11,528
不可扣稅開支	42	356	2,060
於中國註冊成立的附屬公司可享有的研發開支稅務優惠	(1,226)	(962)	(1,065)
合資格中國附屬公司獲授優惠稅率的影響	(2,182)	(3,019)	5,014
過往年度撥備不足／(超額撥備)	(43)	402	(5)
所得稅開支	4,506	6,771	7,504

15. 股息

於往績記錄期間， 貴公司並無派付或宣派股息。

於2024年10月11日，廣東聖火以現金股息形式向實益股東宣派及派付股息合共人民幣10,435,000元。

於2025年5月20日及2025年5月28日，廣東聖火分別以現金股息形式向實益股東宣派股息合共人民幣41,739,500元及人民幣35,895,970元。

往績記錄期間的股息指現時組成 貴集團各公司於往績記錄期間各年度向公司當時股權持有人宣派的股息(撇除集團內股息)。概無呈列股息率及獲派股息的股份數目，原因為該等資料對本報告而言並無意義。

16. 每股盈利

貴公司擁有人應佔每股基本盈利乃基於以下數據計算：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
用於計算每股基本盈利的母公司普通權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	27,113	33,156	38,552
用於計算每股基本盈利的年內已發行普通股加權平均數	[187,500,000]	[187,500,000]	[187,500,000]

就計算每股基本盈利而言，普通股加權平均數乃基於以下假設而釐定：附註1(b)及43所詳述的重組及**[編纂]**已於2023年1月1日完成，且於整段往績記錄期間保持不變。由於並無潛在普通股發行在外，因此並無呈列往績記錄期間的每股攤薄盈利。

17. 物業、廠房及設備

	租賃改良	傢俱及設備	汽車	機械	總計
	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*
成本					
於2023年1月1日	582	1,306	2,682	37,575	42,145
添置	149	175	—	155	479
出售	—	(27)	—	—	(27)
於2023年12月31日	731	1,454	2,682	37,730	42,597
添置	2,137	400	—	—	2,537
於2024年12月31日	2,868	1,854	2,682	37,730	45,134
添置	—	58	—	—	58
於2025年12月31日	2,868	1,912	2,682	37,730	45,192
累計折舊及減值					
於2023年1月1日	291	945	1,200	15,302	17,738
年內計提	135	194	414	4,581	5,324
出售時撇銷	—	(26)	—	—	(26)
於2023年12月31日	426	1,113	1,614	19,883	23,036
年內計提	290	215	414	4,214	5,133
於2024年12月31日	716	1,328	2,028	24,097	28,169
年內計提	471	191	369	4,215	5,246
於2025年12月31日	1,187	1,519	2,397	28,312	33,415
賬面淨值					
於2025年12月31日	1,681	393	285	9,418	11,777
於2024年12月31日	2,152	526	654	13,633	16,965
於2023年12月31日	305	341	1,068	17,847	19,561

18. 租賃

貴集團就其運營中使用的物業及樓宇訂立租賃合約。物業及樓宇的租期一般介乎3至6年。

(a) 使用權資產

貴集團使用權資產的賬面值及於往績記錄期間的變動如下：

	總計
	人民幣千元
於2023年1月1日	2,021
租賃生效	2,517
年內折舊	(1,273)
於2023年12月31日	3,265
租賃生效	6,621
提前終止租賃	(317)
年內折舊	(1,841)
於2024年12月31日	7,728
年內折舊	(1,850)
於2025年12月31日	5,878

(b) 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*
年初賬面值	2,059	3,413	8,282
租賃生效	2,517	6,621	—
提前終止租賃	—	(376)	—
租賃付款	(1,270)	(1,616)	(1,894)
利息開支	107	240	358
年末賬面值	3,413	8,282	6,746

未來租賃付款到期情況如下：

	未來租賃付款	利息	現值
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2023年12月31日			
不多於一年	1,657	108	1,549
多於一年但不多於兩年	978	52	926
多於兩年但不多於五年	959	21	938
	3,594	181	3,413
於2024年12月31日			
不多於一年	1,894	358	1,536
多於一年但不多於兩年	2,182	275	1,907
多於兩年但不多於五年	4,417	406	4,011
多於五年	838	10	828
	9,331	1,049	8,282
於2025年12月31日			
不多於一年	2,182	275	1,907
多於一年但不多於兩年	1,543	198	1,345
多於兩年但不多於五年	3,712	218	3,494
	7,437	691	6,746

未來租賃付款現值分析如下：

	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	1,864	6,746	4,839
	3,413	8,282	6,746

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，於綜合現金流量表中確認有關租賃(包括短期租賃)的現金流出總額分別約為人民幣4,614,000元、人民幣6,257,000元及人民幣4,254,000元。

19. 於聯營公司的投資

	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*
於非上市聯營公司的投資成本	1,478	1,478	—
減：減值虧損	(1,478)	(1,478)	—
	—	—	—

於2023年及2024年12月31日， 貴集團投資於下列聯營公司：

聯營公司名稱	註冊／成立地點及日期以及企業結構形式	貴公司應佔股權百分比 直接	貴公司應佔股權百分比 間接	已發行及繳足普通股股本或註冊資本	主營業務及主要營業地點
廣州眾悅電影金融有限公司(「**廣州眾悅**」)	中國，2015年12月2日，有限公司	—	2023年 & 2024年: 20.97%	註冊資本人民幣30,000,000元	電影製作，中國

於往績記錄期間， 貴集團未確認應佔聯營公司虧損金額概列如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
廣州眾悅	2	1	—

於往績記錄期間各期末， 貴集團未確認累計應佔聯營公司虧損金額概列如下：

	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*
廣州眾悅	10	11	—

下表列示其匯總財務資料：

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度虧損及全面開支總額	(9)	(6)	—

由於聯營公司投資已悉數減值，故並無確認來自持續經營業務的虧損。

20. 存貨

	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*
貿易貨物	13	—	—

21. 按公允價值計入損益的金融資產

	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
理財產品，以公允價值計算	—	6,012	—

按公允價值計入損益的金融資產包括由中國主要銀行發行的理財產品。由於其合約現金流量並非僅為本金及利息付款，故強制分類為按公允價值計入損益的金融資產。

22. 貿易應收款項

	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
貿易應收款項	68,514	179,997	159,420
減：已確認減值虧損撥備	(439)	(950)	(626)
	68,075	179,047	158,794

貴集團主要按信貸形式與客戶進行交易。信貸期一般介乎發票日期起計30天至270天。

截至各報告期末，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)賬齡分析如下：

	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
3個月內	65,319	153,265	127,293
3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

貴集團貿易應收款項減值撥備變動如下：

	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
於年初	1,092	439	950
貿易應收款項減值虧損撥備／(撥回)淨額	(653)	511	(188)
虧損撥備撇銷	—	—	(136)
於年末	439	950	626

有關 貴集團信貸政策及貿易應收款項所產生信貸風險的進一步詳情載於附註41(a)。

23. 預付款項、按金及其他應收款項

(a) 貴集團

	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			
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	74	2,617	2,426
	7,246	13,901	11,768
減：已確認減值虧損撥備	(19)	(62)	(47)
	7,227	13,839	11,721
非流動			
預付款項	68	259	392
	7,295	14,098	12,113

有關 貴集團就其他應收款項所產生信貸風險的進一步詳情載於附註41(a)。

(b) 貴公司

	2025年
	人民幣千元
流動	
遞延發行成本	2,241

24. 合約成本

	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
合約成本	389	965	68

於2023年、2024年及2025年12月31日，因客戶與 貴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期間在損益確認為「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。

25. 應收聯營公司款項

	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			
廣州眾悅	11	11	—
減：已確認減值虧損撥備	(11)	(11)	—
	—	—	—

應收聯營公司款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。

26. 應(付)／收董事款項

(a) 貴集團

	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
	Dr./(Cr.)	Dr./(Cr.)	Dr./(Cr.)
鍾先生	—	(22)	9
羅智勇先生	—	(32)	—
王歡女士	—	(—*)	—
	—	(54)	9

* 少於人民幣1,000元。

	年內最高未償還餘額 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
鍾先生	—	—	9

應(付)／收董事款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。餘款將於**[編纂]**前結清。

(b) 貴公司

	於2025年12月31日
	人民幣千元
	Dr./(Cr.)
鍾先生	9

	年內最高未償還餘額於2025年12月31日
	人民幣千元
鍾先生	9

應收董事款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。餘款將於**[編纂]**前結清。

27. 應付關聯公司款項

(a) 貴集團

	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*
廣東福緣正德投資控股有限公司（「**廣東福緣正德**」）	—	—	308

廣東福緣正德由 貴公司董事鍾先生全資擁有及控制。應收關聯公司款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。餘款將於**[編纂]**前結清。

(b) 貴公司

	於2025年12月31日
	人民幣千元
廣東福緣正德	155

廣東福緣正德由 貴公司董事鍾先生全資擁有及控制。應收關聯公司款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。餘款將於**[編纂]**前結清。

28. 現金及現金等價物

	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*
現金及銀行結餘	64,014	17,789	37,024

銀行現金根據每日銀行存款利率賺取按浮動利率計算的利息。銀行結餘存放於信用良好且近期無違約記錄的銀行。

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團的現金及銀行結餘包括存放於中國銀行以人民幣計值的銀行結餘分別人民幣64,014,000元、人民幣17,789,000元及人民幣37,024,000元。人民幣並非自由兌換貨幣。根據中國《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》， 貴集團獲准透過獲授權經營外匯業務的銀行將人民幣兌換為外幣。

29. 遞延稅項

遞延所得稅資產及負債變動淨額如下：

	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*
於年初	1,023	2,002	2,292
計入／(扣自)年內損益*(附註14)*	979	290	(300)
於年末	2,002	2,292	1,992

遞延稅項資產

	應計開支	稅項虧損	租賃負債	預期信貸虧損撥備	訴訟撥備	總計
	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*
	(附註a)					
於2023年1月1日	708	20	388	267	—	1,383
(扣自)／計入年內損益	103	(20)	(48)	(169)	1,066	932
於2023年12月31日及2024年1月1日	811	—	340	98	1,066	2,315
計入年內損益	142	—	954	89	—	1,185
於2024年12月31日及2025年1月1日	953	—	1,294	187	1,066	3,500
扣自年內損益	(21)	—	(187)	(66)	(271)	(545)
於2025年12月31日	932	—	1,107	121	795	2,955

(a) 該金額指截至2023年12月31日止年度因應計社會保險費用及住房公積金費用而產生的遞延稅項資產分別人民幣718,000元及人民幣109,000元、截至2024年12月31日止年度的應計款項分別人民幣700,000元及人民幣214,000元以及截至2025年12月31日止年度的撥回款項分別人民幣100,000元及人民幣123,000元。

(b) 根據企業所得稅法及實施條例，中國預扣所得稅適用於應付予在中國境內並無設立機構或營業地點的「非稅收居民企業」投資者的利息及股息，或在中國境內設立機構或營業地點但有關收入與該機構或營業地點並無實際聯繫的投資者的利息或股息，惟以該等利息或股息的來源地在中國境內為限。在此情況下， 貴公司於中國的附屬公司分派予境外集團實體的股息須按10%或較低的協定稅率繳納預扣稅。就 貴集團而言，適用稅率為10%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的綜合財務報表並無就中國附屬公司累計溢利應佔的暫時差額分別約人民幣56,074,000元、人民幣72,311,000元及人民幣32,681,000元計提遞延稅項撥備。

貴公司董事會確認，中國附屬公司截至2023年、2024年及2025年12月31日的未分派盈利將預留作擴大運營之用。因此， 貴集團並無就 貴集團中國實體的剩餘未分派盈利的預扣稅計提遞延稅項負債撥備，原因為 貴集團有能力控制撥回有關暫時差額的時間，且有關暫時差額極可能不會在可見將來撥回。

遞延稅項負債

	使用權資產 *人民幣千元*
於2023年1月1日	360
計入年內損益	(47)
於2023年12月31日及2024年1月1日	313
扣自年內損益	895
於2024年12月31日及2025年1月1日	1,208
計入年內損益	(245)
於2025年12月31日	963

30. 貿易應付款項

	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*
貿易應付款項*(附註(a))*	19,647	53,433	16,354

附註:

(a) 於往績記錄期間各報告日期，按服務提供日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	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*
3個月內	19,395	41,464	15,386
3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	10	215	105
	19,647	53,433	16,354

貴集團的貿易應付款項為不計息，付款期一般介乎發票日期起計30至104天。

31. 其他應付款項及應計費用

(a) 貴集團

	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*
訴訟撥備*(附註38)*	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*(附註(i))*	—	—	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

附註(i)：應付股息指廣東聖火於2025年5月20日及2025年5月28日向其實益股東宣派的現金股息。

其他應付款項及應計費用均不計息，並預期於各報告期末起計十二個月內變現。

(b) 貴公司

	於2025年12月31日
	人民幣千元
應計開支	1,424

應計開支為不計息，並預期於各報告期末起計十二個月內變現。

32. 借款

	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*
非流動：			
長期銀行借款，有抵押	10,400	11,248	26,037
流動：			
短期銀行借款，有抵押	—	—	32,900
長期銀行借款流動部分，有抵押	2,040	5,752	2,400
	2,040	5,752	35,300
借款總額	12,440	17,000	61,337
實際年利率	3.60%–4.10%	2.75%–4.05%	2.75%–3.25%

(a) 借款的抵押及擔保詳情

於2023年及2024年12月31日， 貴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 貴集團於中國國家知識產權局登記的專利作抵押以及由 貴公司最終控股方鍾先生提供個人擔保。於2025年12月31日，銀行借款已悉數償還。

於2023年12月31日， 貴集團的長期銀行借款(有抵押)人民幣6,700,000元乃於中國取得，並以 貴公司最終控股方鍾先生及其配偶羅新燕女士提供的物業作抵押以及由 貴公司最終控股方鍾先生及 貴公司董事羅先生提供個人擔保。於2024年12月31日，上述銀行借款已悉數償還。

於2024年12月31日， 貴集團的長期銀行借款(有抵押)人民幣12,100,000元由 貴公司最終控股方鍾先生提供個人擔保。於2025年12月31日，上述個人擔保已解除。

於2025年12月31日， 貴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。

(b) 還款期及利息

於各報告期末，流動及非流動借款總額的預定還款期如下：

	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*
按要求或一年內	2,040	5,752	35,300
1年以上但2年以下	6,100	852	11,944
2年以上但5年以下	4,300	10,396	14,093
	12,440	17,000	61,337

貴集團銀行借款為浮息借款，按一年期LPR減0.05%至加 0.4%計息。

33. 合約負債

合約負債主要與自客戶收取的預付代價有關。 貴集團已確認以下合約負債:

	截至12月31日止年度		
	2023年	**2024年**	**2025年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
整合營銷服務	269	2,311	36
營銷技術服務	224	153	—
廣告營銷服務	697	—	—
	1,190	2,464	36

下表顯示於往績記錄期間各報告期內計入各報告期初合約負債的已確認收益金額:

	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*
於年初	310	1,190	2,464
年初已確認並計入合約負債的收益	(310)	(1,190)	(2,464)
向客戶收取代價墊款導致合約負債增加	1,190	2,464	36
於年末	1,190	2,464	36

34. 貴公司股本

	股份數目	**金額**	**金額**
		千港元	*人民幣千元*
每股面值0.01港元的普通股			
法定			
於2025年1月20日(註冊成立日期)及2025年12月31日	38,000,000	380	348

	股份數目	**金額**	**金額**
		千港元	*人民幣千元*
已發行及繳足			
於2025年1月20日(註冊成立日期)	1	—*	—*
發行股份	999,999	10	9
於2025年12月31日	1,000,000	10	9

* 少於人民幣1,000元。

由於 貴公司於2023年1月1日以及2023年及2024年12月31日尚未成立，故當時並無股本。

貴公司於2025年1月20日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為380,000港元，分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份。於註冊成立日期， 貴公司按面值配發及發行1股面值0.01港元的普通股。截至2025年12月31日止年度，作為重組其中一部分， 貴公司按面值配發及發行999,999股每股面值0.01港元的普通股(相當於約人民幣9,000元)。

35. 儲備

(a) 貴集團

貴集團於往績記錄期間的儲備變動詳情載於綜合權益變動表。

(b) 貴公司

貴公司自2025年1月20日(註冊成立日期)至2025年12月31日的儲備變動披露如下：

	其他儲備	累計虧損	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2025年1月20日(註冊成立日期)	—	—	—
股東透過其他儲備注資	74,518	—	74,518
年度虧損	—	(6,765)	(6,765)
於2025年12月31日	74,518	(6,765)	67,753

(c) 以下說明擁有人權益內各項儲備的性質及用途：

儲備	概況及用途
合併儲備	指 貴集團根據重組所收購中國附屬公司的已付購買代價與繳入資本兩者之間的差額。
法定儲備	根據中國相關法律法規及組織章程細則，中國附屬公司須將根據會計規則及規例釐定的純利其中10%轉撥至法定儲備，直至該儲備達到註冊資本的50%為止。向該儲備的轉撥必須在向權益股東分派之前進行。該儲備可用作抵銷累計虧損或增加資本，且除清算外不可分派。
其他儲備	就2023年1月1日以及2023年及2024年12月31日的結餘人民幣884,000元而言，主要指自非控股權益收購部分持股附屬公司的額外權益時所收購的非控股權益賬面值與就此支付代價之間的差額。 就截至2025年12月31日止年度的結餘人民幣74,518,000元而言，指與廣東聖火各股東就收購廣東聖火合共約98.8%股權所訂立股權轉讓協議的代價(由鍾先生注資)。
保留盈利／(累計虧損)	結餘指於損益確認的累計溢利及虧損淨額。

36. 於附屬公司的投資

貴公司

	於2025年 12月31日 *人民幣千元*
非上市投資，按成本	74,519

有關 貴公司直接及間接持有的附屬公司的詳情載於歷史財務資料附註1(b)。

37. 應付附屬公司款項

貴公司

	於2025年12月31日
	人民幣千元
廣東聖火	7,425
勝蓮	1
夏紅	1
燮恒	1
	7,428

應付附屬公司款項屬非貿易性質，並為無抵押、免息及須按要求償還。

38. 訴訟索償撥備／(撥回)

於2023年2月17日， 貴公司旗下附屬公司一物一碼數據與一名客戶簽訂推廣協議，涉及為該客戶所舉辦的一項推廣活動管理及分派推廣獎品，一物一碼數據代該客戶租用一間倉庫儲存推廣獎品。其後，於2023年5月2日，該倉庫意外起火，導致推廣獎品被燒毀。於2023年12月31日，一物一碼數據就該意外確認客戶賠償撥備人民幣7,108,000元。

於2024年9月10日，該客戶在獲得其保險公司人民幣2,941,000元的賠償後，經上海市黃浦區人民法院對一物一碼數據提出正式訴訟，索償人民幣4,167,000元。於2026年2月3日，一物一碼數據達成協議，同意合共賠償人民幣2,200,000元，其中人民幣1,540,000元須於2026年2月14日前支付，人民幣660,000元須於2026年4月30日前支付。因此，一物一碼數據於2025年12月31日確認訴訟索償撥回人民幣1,967,000元。

於2025年5月8日，該客戶的保險公司亦經上海市黃浦區人民法院對廣東聖火及一物一碼數據提出正式訴訟，索償剩餘賠償款人民幣2,941,000元及截至當日的應計利息人民幣108,000元。截至本會計師報告日期，與保險公司的訴訟案件仍有待判決。截至2025年12月31日止年度，一物一碼數據就截至2025年12月31日的應計利息總額確認訴訟索償撥備人民幣164,000元。

於往績記錄期間的訴訟撥備變動如下：

	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*
於年初	—	7,108	7,108
扣自／(計入)年度損益	7,108	—	(1,803)
於年末*(附註31)*	7,108	7,108	5,305

39. 關聯方披露

除歷史財務資料所披露的交易及結餘外，貴集團於往績記錄期間訂立以下關聯方交易，該等交易於[編纂]後將構成上市規則第14A章所界定的關連交易：

(a) 主要管理人員報酬

貴集團的主要管理人員指貴集團董事及其他高級管理層。於往績記錄期間向彼等支付的酬金詳情載於歷史財務資料附註13。

(b) 與關聯方的結餘

有關貴集團應收聯營公司款項、應收／(付)董事款項以及應收關聯公司款項的詳情分別載於附註25、26及27。

(c) 關聯方提供的擔保

於往績記錄期間，貴公司董事就貴集團獲授的銀行貸款向若干銀行提供個人擔保(附註32)。所有個人擔保已於2025年12月31日解除。

40. 綜合現金流量表附註

(a) 非現金交易

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，貴集團分別有非現金添置使用權資產及租賃負債人民幣2,517,000元、人民幣6,621,000元及人民幣零元。

(b) 融資交易負債對賬

	應付董事款項	應付關聯公司款項	附屬公司應付股息(計入其他應付款項及應計費用)	借款	租賃負債
	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*
於2023年1月1日	—	—	—	6,580	2,059
現金流量變動：					
新造借款所得款項	—	—	—	10,000	—
償還借款	—	—	—	(4,140)	—
償還本金部分	—	—	—	—	(1,163)
已付利息	—	—	—	(514)	(107)
其他變動：					
租賃生效	—	—	—	—	2,517
租賃付款產生的推算利息	—	—	—	—	107
應付利息增加	—	—	—	(9)	—
利息開支	—	—	—	523	—
於2023年12月31日及2024年1月1日	—	—	—	12,440	3,413

	應付董事款項	應付關聯公司款項	附屬公司應付股息（計入其他應付款項及應計費用）	借款	租賃負債
	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*
現金流量變動：					
新造借款所得款項	—	—	—	12,100	—
償還借款	—	—	—	(7,540)	—
償還本金部分	—	—	—	—	(1,376)
已付利息	—	—	—	(238)	(240)
董事墊款	54	—	—	—	—
向廣東聖火實益股東派付股息	—	—	(10,435)	—	—
其他變動：					
提前終止租賃	—	—	—	—	(376)
租賃生效	—	—	—	—	6,621
租賃付款產生的推算利息	—	—	—	—	240
應付利息減少	—	—	—	6	—
利息開支	—	—	—	232	—
廣東聖火向實益股東宣派股息	—	—	10,435	—	—
於2024年12月31日	54	—	—	17,000	8,282
於2025年1月1日	54	—	—	17,000	8,282
現金流量變動：					
新造借款所得款項	—	—	—	50,800	—
償還借款	—	—	—	(6,463)	—
償還本金部分	—	—	—	—	(1,536)
已付利息	—	—	—	(1,033)	(358)
關聯方墊款	—	308	—	—	—
向廣東聖火實益股東派付股息	—	—	(57,891)	—	—
向董事還款	(54)	—	—	—	—
其他變動：					
應付利息增加	—	—	—	(28)	—
利息開支	—	—	—	1,061	358
廣東聖火向實益股東宣派股息	—	—	77,636	—	—
於2025年12月31日	—	308	19,745	61,337	6,746

41. 財務風險管理

貴集團及 貴公司主要金融資產為直接源自運營的貿易應收款項、按公允價值計入損益的金融資產、按金及其他應收款項、應收聯營公司款項、應收董事款項、應收關聯公司款項以及現金及現金等價物。 貴集團主要金融負債包括貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、應付董事款項、借款以及租賃負債。該等金融負債主要用作為 貴集團運營提供資金。

貴集團金融工具產生的主要風險為信貸風險、流動資金風險及利率風險。一般而言， 貴集團採用保守的風險管理策略。 貴集團承受的市場風險維持於最低水平。

(a) 信貸風險

信貸風險指交易對手不履行其在金融工具或客戶合約下的責任而導致財務損失的風險。 貴集團面對的信貸風險來自其經營活動(主要為貿易應收款項)及銀行存款。

貴集團客戶主要為信譽良好的企業，因此信貸風險被視為較低。由於 貴集團持續對債務人的財務狀況進行信貸評估，並嚴格監控應收款項結餘的賬齡，因此其他應收款項的信貸風險極低。 貴集團亦會針對逾期結餘採取跟進行動。此外，管理層會於各報告日期檢討整體應收款項的可收回金額，以確保就不可收回金額計提足夠的減值虧損。 貴集團於往績記錄期間一直遵守信貸政策，並認為該等政策能有效將 貴集團的信貸風險限制於理想水平。

貴集團採用香港財務報告準則第9號規定的簡化方法就預期信貸虧損計提撥備，該方法允許就香港財務報告準則第15號範圍內所有交易產生的貿易應收款項使用全期預期信貸虧損撥備。管理層已評估交易對手的違約風險，於往績記錄期間已確認的虧損撥備於附註22詳述。

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項根據共同信貸風險特徵及逾期天數分類。撥備釐定如下：

	未逾期	逾期少於3個月	逾期3至6個月	逾期6個月至1年	逾期1至2年	逾期超過2年	總計
貴集團							
於2023年12月31日							
預期虧損率	0.29%	1.87%	5.03%	16.67%	100%	100%	
賬面總值(人民幣千元)	67,741	374	159	12	—	228	68,514
虧損撥備(人民幣千元)	194	7	8	2	—	228	439
於2024年12月31日							
預期虧損率	0.16%	1.41%	3.44%	12.98%	100%	100%	
賬面總值(人民幣千元)	167,257	11,311	582	395	224	228	179,997
虧損撥備(人民幣千元)	267	159	21	51	224	228	950
於2025年12月31日							
預期虧損率	0.24%	2.49%	11.11%	37.50%	100%	100%	
賬面總值(人民幣千元)	158,596	563	9	24	—	228	159,420
虧損撥備(人民幣千元)	374	14	1	9	—	228	626

於2023年、2024年及2025年12月31日，貿易應收款項的公允價值與其賬面值相若。於各報告日期的最大信貸風險為上述各類應收款項的賬面值。 貴集團並無就該等結餘持有任何抵押品或其他信貸提升措施。

由於 貴集團若干貿易應收款項涉及 貴集團五大客戶，故 貴集團的信貸風險集中，詳情如下。

	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*
五大客戶	63,270	147,634	148,142

貴集團主要銀行結餘均存放於聲譽良好並獲國際信貸評級機構給予高信貸評級的銀行，因此，管理層預期不會因該等銀行未能履約而蒙受任何損失。

對於其他應收款項，董事根據歷史結算記錄、過往經驗以及合理且具支持性的前瞻性資訊的定量及定性資訊，定期對其他應收款項的可收回性進行個別評估。

於往績記錄期間，其他應收款項的虧損撥備變動如下：

	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*
於年初	45	19	62
其他應收款項減值虧損(撥回)／撥備淨額	(26)	43	(15)
於年末	19	62	47

(b) 流動資金風險

在流動資金風險管理方面， 貴集團的政策是定期監察其流動資金需求及遵守貸款契約的情況，以維持充足的現金儲備及來自主要銀行的充足已承諾融資額度，從而滿足其短期及長期的流動資金需求。於往績記錄期間， 貴集團一直遵守流動資金政策，並被視為有效管理流動資金風險。

下表詳列 貴集團非衍生金融負債的剩餘合約到期日。該表乃根據金融負債的未貼現現金流量(以 貴集團可被要求付款的最早日期為基準)編製。其他非衍生金融負債的到期日以協定還款日期為準。該表包括利息及本金現金流。倘利息流為浮動利率，則未貼現金額按各報告期末的利率計算。

	利率	**賬面值**	**合約未貼現現金流量總額**	**1年內或按要求**	**超過1年但少於2年**	**超過2年但少於5年**	**超過5年**
		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*
貴集團							
於2023年12月31日							
貿易應付款項	不適用	19,647	19,647	19,647	—	—	—
其他應付款項及應計費用	不適用	538	538	538	—	—	—
借款	3.60%–4.10%	12,440	13,114	2,118	6,355	4,641	—
租賃負債	4.15%–4.75%	3,413	3,594	1,657	978	959	—
		36,038	36,893	23,960	7,333	5,600	—

	利率	賬面值	合約未貼現現金流量總額	1年內或按要求	超過1年但少於2年	超過2年但少於5年	超過5年
		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
於2024年12月31日							
貿易應付款項	不適用	53,433	53,433	53,433	—	—	—
其他應付款項及應計費用	不適用	729	729	729	—	—	—
應付董事款項	不適用	54	54	54	—	—	—
借款	2.75%–4.05%	17,000	18,019	5,520	627	11,872	—
租賃負債	4.15%–4.90%	8,282	9,331	1,894	2,182	4,417	838
		79,498	81,566	61,630	2,809	16,289	838
於2025年12月31日							
貿易應付款項	不適用	16,354	16,354	16,354	—	—	—
其他應付款項及應計費用	不適用	21,750	21,750	21,750	—	—	—
應付關聯公司款項	不適用	308	308	308	—	—	—
借款	2.75%–3.25%	61,337	63,828	36,815	12,685	14,328	—
租賃負債	4.15%–4.90%	6,746	7,437	2,182	1,543	3,712	—
		106,495	109,677	77,409	14,228	18,040	—
貴公司							
於2025年12月31日							
應付附屬公司款項		7,428	7,428	7,428	—	—	—
應付關聯公司款項		155	155	155	—	—	—
其他應付款項及應計費用		418	418	418	—	—	—
		8,001	8,001	8,001	—	—	—

(c) 利率風險

利率風險指利率變動引致金融工具公允價值或未來現金流量波動的風險。浮動利率工具將導致 貴集團面臨現金流量利率風險，而固定利率工具將導致 貴集團面臨公允價值利率風險。

除附註28所載銀行現金外， 貴集團並無重大計息資產。銀行不時頒佈的任何利率變動被視為不會對 貴集團造成重大影響。

貴集團的公允價值利率風險主要來自附註32所披露的浮息借款。 貴集團並無使用任何金融工具對沖利率的潛在波動。

下表列示在所有其他變量保持不變的情況下，貴集團於往績記錄期間各報告期末面臨重大風險的利率上調／下調100個基點的合理可能變動對除所得稅開支後溢利的概約影響。

對除所得稅後溢利的影響	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
利率變動：			
上調100個基點	(124)	(170)	(613)
下調100個基點	124	170	613

貴集團借款的利率及還款期於附註32披露。

(d) 資本風險管理

貴集團管理資本的目標是保障貴集團持續經營的能力，從而為股東提供回報，並維持最佳資本結構以降低資本成本。

貴集團管理其資本結構，並因應經濟狀況變化作出調整。為維持或調整資本結構，貴集團可能調整向股東派付的股息、向股東退還資本、發行新股或出售資產以減少債務。於往績記錄期間，目標、政策或程序並無任何變動。

貴集團利用資本負債比率監控資本，即總債務除以總資本加總債務。總債務按借款及租賃負債計算。資本包括貴公司擁有人應佔權益。

	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*
總債務	15,853	25,282	68,083
貴公司擁有人應佔權益	107,326	140,050	101,846
總債務及權益	123,179	165,332	169,929
資本負債比率	12.87%	15.29%	40.07%

(e) 公允價值

並非按公允價值計量的金融工具

並非按公允價值計量的金融工具包括現金及現金等價物、貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收聯營公司款項、應收董事款項、應付關聯公司款項、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、應付董事款項以及借款。

由於屬短期性質，現金及現金等價物、貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收聯營公司款項、應收董事款項、應付關聯公司款項、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用以及應付董事款項的賬面值與其公允價值相若。

按公允價值計量的金融工具

公允價值層級

下表呈列 貴集團金融工具於報告期末按經常性基準計量的公允價值，並分類為香港財務報告準則第13號「公允價值計量」所界定的第三級公允價值層級。公允價值計量的級別乃參考估值技術所用輸入數據的可觀察程度及重要性釐定如下：

- 第一級估值：公允價值僅採用第一級輸入數據計量，即相同資產或負債於計量日期在活躍市場上的未調整報價。

- 第二級估值：公允價值採用第二級輸入數據計量，即不符合第一級的可觀察輸入數據，且不採用重大不可觀察輸入數據。不可觀察輸入數據指無法獲得市場數據的輸入數據。

- 第三級估值：採用重大不可觀察輸入數據計量的公允價值。

	採用以下層級的公允價值計量			
	第一級	**第二級**	**第三級**	**總計**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貴集團				
於2024年12月31日				
理財產品	—	6,012	—	6,012

於2023年12月31日及2025年12月31日， 貴集團並無任何按公允價值計量的金融資產或負債。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，第一級與第二級之間並無轉移，亦無轉入或轉出第三級。

按公允價值計入損益的金融資產的公允價值調整於綜合損益及其他全面收益表的「其他收益及虧損」項目中確認。

所有於年內損益確認的收益或虧損均來自於往績記錄期間各報告期末持有的按公允價值計入損益的金融資產。

(f) 外匯風險

貴集團於中國從事提供整合營銷服務、營銷技術服務及廣告營銷服務(「**[編纂]**業務」)，幾乎所有交易均以人民幣計值及結算，而人民幣為集團公司的功能貨幣。因此，其外匯風險有限。 貴集團目前並無外幣對沖政策，並透過密切監察外幣匯率變動管理外幣風險。

42. 按類別劃分的金融資產及金融負債概要

	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
貴集團			
金融資產			
按攤銷成本列賬的金融資產—流動			
貿易應收款項	68,075	179,047	158,794
按金及其他應收款項	1,955	4,733	7,014
應收董事款項	—	—	9
應收聯營公司款項	—	—	—
現金及現金等價物	64,014	17,789	37,024
	134,044	201,569	202,841
按公允價值列賬的金融資產—流動			
按公允價值計入損益的金融資產	—	6,012	—
金融負債			
按攤銷成本列賬的金融負債—流動			
貿易應付款項	19,647	53,433	16,354
其他應付款項及應計費用	538	729	21,750
借款	2,040	5,752	35,300
應付關聯公司款項	—	—	308
應付董事款項	—	54	—
租賃負債	1,549	1,536	1,907
	23,774	61,504	75,619
按攤銷成本列賬的金融負債—非流動			
借款	10,400	11,248	26,037
租賃負債	1,864	6,719	4,839
	12,264	17,967	30,876
	36,038	79,471	106,495

	於2025年 12月31日 *人民幣千元*
貴公司	
金融資產	
按攤銷成本列賬的金融資產—流動	
應收董事款項	9
金融負債	
按攤銷成本列賬的金融負債—流動	
應付附屬公司款項	7,428
應付關聯公司款項	155
其他應付款項及應計費用	418
	8,001

43. 期後事件

於2025年12月31日後發生以下事項：

[編纂]

於[●]， 貴公司股東通過書面決議案，批准將 貴公司股份溢價進賬額**[編纂]**港元撥充資本，據此配發及發行**[編纂]**股 貴公司按面值入賬列為繳足的股份，該等股份在各方面均與現有已發行股份享有同等地位。

44. 期後財務報表

貴公司或其任何附屬公司並無就2025年12月31日後任何期間編製經審核財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

本公司組織章程概要

1　組織章程大綱

本公司於[●]有條件採納組織章程大綱，當中訂明(其中包括)本公司股東僅須承擔有限責任，本公司的成立宗旨並無限制，且本公司應有全部權力及授權執行公司法或開曼群島任何其他法律並無禁止的任何宗旨。

誠如附錄五「展示文件」一節所載，組織章程大綱於聯交所網站及本公司網站展示。

2　組織章程細則

本公司於[●]有條件採納組織章程細則，其中載有以下條文：

2.1　董事

(a)　*配發及發行股份的權力*

在組織章程大綱條文(及本公司於股東大會發出的任何指示)的規限下，及在不損害任何現有股份所附有之任何權利的情況下，董事可按其認為適當的時間及其他條款向該等人士配發、發行、授出購股權或以其他方式處置任何股份(無論是否附帶有關股息或其他分派、表決權、歸還資本或其他方面的優先、遞延、或有其他權利或限制)。

(b)　*出售本公司或任何附屬公司資產的權力*

在公司法、組織章程大綱及細則的條文以及特別決議案發出的任何指示的規限下，本公司之業務由董事管理，董事可行使本公司的一切權力。組織章程大綱及細則的任何修訂及該等指示，不得使董事先前在有關修訂或指示並無作出或發出的情況下屬有效的任何行動失效。

(c)　*離職補償或付款*

組織章程細則並無有關董事離職補償或付款的條文。

(d)　*向董事貸款*

組織章程細則並無關於向董事提供貸款的條文。

(e) *購買股份的財務資助*

組織章程細則並無關於本公司提供財務資助以購買本公司或其附屬公司股份的條文。

(f) *披露在與本公司或其任何附屬公司所訂立合約中的權益*

任何人士不得因以賣方、買方或其他身份與本公司簽訂合約而失去擔任董事或代理董事的資格，亦不得因擔任董事或代理董事而無法以賣方、買方或任何其他身份與本公司簽訂合約，且任何該等合約或本公司或本公司的代表簽訂的任何董事或代理董事以任何方式擁有利益關係或承擔責任的任何合約或交易亦不得且無須被撤銷。參加訂約或在其中擁有利益關係的任何董事或代理董事無須因其董事或代理董事職務或由此建立的受信關係而向本公司變現其由任何此等合約或交易所獲得或產生或與此有關的利潤，前提是任何董事或任何代理董事於任何此等合約或交易中享有的權益性質須由彼等在其就此考量及對其任何表決時或之前披露。

董事不得就有關其或其任何緊密聯繫人擁有任何重大利益關係的任何合約或安排或任何其他方案的任何董事決議案表決(董事亦不可計入有關決議案的法定人數內)，即使其表決亦不可計入有關決議案的結果內(其亦不可計入有關決議案的法定人數內)，惟該項限制不適用於下列任何情況，即：

(i) 就董事或其任何緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司要求或為其利益借出款項或產生或承擔責任而向該董事或其任何緊密聯繫人提供任何抵押品或彌償保證；

(ii) 就董事或其任何緊密聯繫人本身為本公司或其任何附屬公司的債項或債務單獨或聯名作出全部或部分擔保或彌償保證或提供抵押，而向第三方提供任何抵押品或彌償保證；

(iii) 有關提呈發售本公司(或由本公司發售)或本公司可能創辦或擁有權益的任何其他公司股份、債權證或其他證券以供認購或購買，而董事或其任何緊密聯繫人因參與發售的**[編纂]**或**[編纂]**而有或將有利益關係的任何建議；

(iv) 有關本公司或其任何附屬公司僱員利益的任何建議或安排，包括：

(A) 採納、修改或執行董事或其任何緊密聯繫人可能享有利益的任何僱員股份計劃或任何股份獎勵計劃或購股權計劃；或

(B) 採納、修改或執行有關本公司或其任何附屬公司董事、其緊密聯繫人及僱員的養老金或退休、身故或傷殘撫恤計劃，而並無給予任何董事或其任何緊密聯繫人一般不會給予與該計劃或基金有關類別人士的任何該特權或利益；及

(v) 董事或其任何緊密聯繫人僅因持有本公司股份或債權證或其他證券權益而與其他持有本公司股份或債權證或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

(g) *酬金*

支付予董事的薪酬(如有)應為董事釐定的酬金。董事亦應有權獲付其因出席董事或董事委員會會議，或本公司股東大會，或本公司任何類別股份或債券持有人的獨立會議，或與本公司業務或履行其董事職責有關的其他會議而合理招致的所有差旅、酒店住宿費及其他開支，或收取董事可能釐定的固定津貼(或上述各項任意比例的組合)。

董事可批准就董事認為超出其作為董事的日常工作的任何服務向任何董事支付額外酬金。支付予同時擔任本公司法律顧問、授權人或律師的董事或以專業身份為其提供服務的董事的任何費用應不計入其作為董事的酬金。

(h) *退任、委任及罷免*

本公司可通過普通決議案委任任何人士出任董事，以填補空缺或出任為新增董事。

本公司可通過普通決議案罷免任何該等董事任期未屆滿的董事(包括董事總經理或其他執行董事)，而不受組織章程細則或本公司與該董事訂立的任何協議所影響，並可通過普通決議案選舉其他人士代替。對任何董事的罷免均不得被視為剝奪該董事因其遭終止董事委任或任何因終止董事委任而導致失去其他委任或職位終止而應支付予該董事的補償或損害賠償。

董事可委任任何人士出任董事，以填補空缺或出任新增董事，前提是委任不會導致董事人數超過組織章程細則規定的任何人數或根據組織章程細則的董事人數上限。按上述方式委任的董事，任期將於本公司首屆股東週年大會舉行時屆滿，屆時將合資格於大會上重選連任。

董事毋須持有股份以符合出任董事的資格，出任董事亦無任何具體年齡限制。

在下列情況下董事須離職：

(i) 董事致函通知本公司其辭去董事職務；

(ii) 董事連續12個月缺席(為免生疑，並未由其委任的代表或代理董事代表出席)且未獲得董事特別休假，而董事通過決議案以其缺席為由將其罷免；

(iii) 董事身故、破產或與其債權人達成任何債務償還安排或債務重整協議；

(iv) 董事被裁定或變得精神不健全；或

(v) 向董事送達由當時在任的不少於四分之三董事人數(或倘非整數，則以最接近的較低整數為準)的董事(包括該董事)簽署的書面通知將其罷免。

於本公司每屆股東週年大會上，三分之一的在任董事(或倘若董事人數並非三或三的倍數，則最接近而不少於三分之一)須輪席退任，惟每名董事(包括按指定任期獲委任的董事)均須最少每三年輪席退任一次。退任董事的任期應至其須輪值退任的大會結束為止，屆時有資格於會上膺選連任。本公司可於任何股東週年大會上選舉相同數目人士為董事以填補任何董事離職空缺。

(i) *借貸權力*

董事可行使本公司所有權力借款及抵押或質押其現時及日後業務、物業及資產與未催繳資本或其中任何部分，並發行債權證、債股、按揭、債券及其他該等證券(不論是直接發行或作為本公司或任何第三方的任何債務、責任或義務的擔保)。

2.2 更改章程文件

除以特別決議案通過外，不得更改或修訂組織章程大綱或組織章程細則。

2.3 修訂現有股份或類別股份的權利

倘本公司股本於任何時間分為不同類別股份，除非某類別股份的發行條款另有規定(不論本公司是否正在清盤)，否則當時已發行任何類別股份所附有的全部或任何權利，僅可經由不少於持有該類別已發行股份投票權四分之三的持有人書面同

意，或經由該類別股份持有人在另行召開的大會上以不少於四分之三的大多數票數通過的決議案通過後變更。組織章程細則中關於股東大會的全部條文每次在作出必要的修改後適用於任何該等大會，惟必要法定人數須為一名或多名持有該類別已發行股份投票權至少三分之一的人士(或其受委代表或正式獲授權代表)。

除非有關類別股份所附權利或發行條款另有明確規定，否則賦予任何類別股份持有人的權利，不得因設立或進一步發行與其享有同等權益的股份而視為被更改。

2.4 更改股本

本公司可以通過普通決議案：

(a) 增加普通決議案所指定數額的股本，以及附加本公司於股東大會上決定的權利、優先權及特權；

(b) 將其所有或任何部分股本匯總及分拆為數額大於現有股份的股份。在匯總任何繳足股份並將其分拆為數額較更大的股份時，董事可按其認為適宜的方式解決任何可能出現的困難，尤其是(但在不影響前述條文的一般性原則下)在將予匯總股份的持有人之間決定將何種股份匯總為一股匯總股份。倘若任何人士因股份匯總而獲得碎股，則該碎股可由董事就此委任的人士出售，所委任人士可將如此售出的碎股轉讓予買方，而該項轉讓的有效性不應受質疑，並且該項將出售的所得款項淨額(在扣除該項出售費用後))可根據彼等的權利及權益，按比例分派予原本有權獲得碎股的人士，或支付予本公司而歸本公司所有；

(c) 通過拆細其現有股份或任何現有股份，將其全部或任何部分股本分拆成為面值少於組織章程大綱所釐定者或無面值的股份；及

(d) 註銷在普通決議案通過當日仍未獲任何人士認購或同意認購的任何股份，並按所註銷股份的數額削減股本。

本公司可按公司法條文的規限下，以特別決議案削減其股本或任何資本贖回儲備金。

2.5 特別決議案—須以大多數票通過

根據組織章程細則，「特別決議案」的定義與公司法中的定義相同，指須由有權表決的本公司股東在股東大會上親自或(若為公司)由其正式授權代表或受委代表(若允許受委代表)以不少於四分之三大多數票通過的決議案，而指明擬提呈的決議案為特別決議案的有關大會通告已妥為發出，亦包括由有權在本公司股東大會上表決的全部本公司股東以一份或多份而每份由一名或多名股東簽署的文書以書面形式批准的特別決議案，而如此採納的特別決議案的生效日期即為該份文書或該等文書最後一份(如多於一份)的簽立日期。

相反，組織章程細則界定「普通決議案」一詞指須由本公司的有權表決股東在根據組織章程細則舉行的股東大會親自或(若為公司)由其正式授權代表或受委代表(若允許受委代表)以簡單多數票通過的決議案，亦包括上述本公司全體股東以書面形式批准的普通決議案。

2.6 投票權

在任何股份當時附帶的任何投票權利或限制的規限下，在任何以投票方式表決的股東大會上，每名親自出席(或如屬法團股東，則為其正式授權代表)或委派受委代表出席的本公司股東(a)有權發言；(b)以舉手示意的方式表決時可投一票；及(c)以投票的方式表決時，可就其持有的每股股份投一票。

根據上市規則，凡任何股東須就任何特定決議案放棄表決或僅限於投贊成或反對票，任何違反有關規定或限制的股東表決或代表有關股東表決，將不能被計入表決結果內。

如屬聯名持有人，排名最先的持有人所投之票(無論是親自或通過受委代表(或如為法團或其他非自然人，則由其正式授權代表或受委代表))應獲接納，其他聯名持有人的投票一律不獲接納，而持有人排名順序應按本公司股東名冊的登記順序而定。

精神不健全或被任何有司法管轄權的法院已就其作出精神不健全認定的股東，在投票表決時(無論是舉手表決或投票表決)，可通過其監護人、財產接管人、財產受託人或由法院指定的代表該股東的其他人士進行表決，且任何該等監護人、財產接管人、財產受託人或其他人士均可通過委任代表進行表決。

概無人士會被計入任何股東大會的法定人數或有權於會上投票，除非其於有關會議的記錄日期登記為股東，或現時就有關股份應付的所有催繳款項或其他款項已經繳付。

於任何股東大會上，任何提呈大會表決的決議案須以投票方式表決，惟大會主席可准許就純粹與上市規則所規定的程序或行政事宜有關的決議案以舉手方式表決。

如法團或其他非自然人為本公司股東，可根據其組織章程文件或(若無有關條文，通過其董事或其他管理機構的決議案)，授權其認為適合的有關人士作為其代表參加本公司任何大會或任何類別股東大會，該獲授權的人士有權行使如同該法團屬個人股東時可行使的相同權力。

倘一家獲認可結算所(或其代名人)為本公司股東，結算所可授權其認為適當的一位或多位人士作為其代表，出席本公司任何股東大會或本公司任何類別股東大會，惟倘若超過一名人士獲授權，則授權書須列明各獲授權人士所代表的股份數目及類別。根據本條文獲授權的人士有權行使其代表的獲認可結算所(或其代名人)猶如為持有該授權書所註明股份數目及類別的本公司個人股東而可行使的同等權利及權力，包括發言權及在允許以舉手方式表決的情況下可個別舉手投票的權利。

2.7 股東週年大會及股東特別大會

本公司須於每個財政年度結束後六個月內(或上市規則或聯交所允許的其他期間)舉行一次股東大會作為該財政年度的股東週年大會。召開股東週年大會的通告中須指明其為股東週年大會。

董事可召集股東大會，並須於股東請求時立刻著手召開本公司的股東特別大會。股東請求是指在提出請求當日，持有不少於當日隨附本公司股東大會表決權的已發行股份10%投票權(按一股一票的基準)的一名或多名股東請求。股東請求須列明會議目的及擬加入會議議程的決議案，且必須由請求人簽署並送交予本公司於香港的主要辦事處或(倘本公司不再有主要辦事處)本公司註冊辦事處。請求可由多份格式類似的文件組成，每份文件均由一名或多名請求人簽署。倘於送交股東請求當日概無董事，或倘董事並未於送交股東請求之日起計21日內正式著手召開須於其後21日內舉行之股東大會，請求人或代表所有請求人全部表決權半數以上的任何請求人可以自行召開股東大會，但如此召開的任何大會須於前述21日期限屆滿後三個月之內舉行。請求人召開股東大會的方式應盡可能與董事會召開股東大會的方式相同。

2.8 賬目及核數

董事應確保本公司備存關於以下各項的適當會計賬冊：本公司收支的所有款項以及該等收支所涉及的事項；本公司的所有商品出售與購買；及本公司的資產與負債。有關賬冊須自編製之日起至少保留五年。若有關會計賬冊無法真實、公允地體現本公司事務的狀態並說明其交易，則應視為未備存適當會計賬冊。

董事須決定是否並且在何種情況或法規下，以及至何種程度及時間、地點公開本公司賬目和賬冊或其一，供本公司非董事的股東查閱。除公司法賦予權利或獲董事或本公司在股東大會上授權外，任何非董事的股東無權查閱本公司任何賬目或賬冊或文件。

董事須安排編製自上一份賬目起之期間的損益賬連同於損益賬編製日期的資產負債表、董事就損益賬涵蓋期間的本公司利潤或虧損及本公司於該期間末的業務狀況的報告、核數師就該賬目編製的報告及法律可能規定的其他報告及賬目，並在每屆股東週年大會向本公司呈報。

2.9 核數師

本公司須在每屆股東週年大會上以普通決議案的方式委任本公司一名或多名核數師，任期至下屆股東週年大會為止。本公司可通過普通決議案於核數師任期屆滿前罷免核數師。除非有關人士獨立於本公司，否則概無人士可委任為本公司核數師。核數師薪酬須由本公司於委任核數師的股東週年大會上通過普通決議案，或有關決議案所指定的方式釐定。

2.10 大會通告及議程

股東週年大會須以不少於21日的通告召開，任何股東特別大會須以不少於14日的通告召開，通知期不包括送達日期或視為送達日期及所通知日期。召開股東週年大會的通告須指明該會議為股東週年大會，而召開會議以通過特別決議案的通告須指明擬提呈決議案為一項特別決議案。每份通告應列明會議地點、日期、時間以及須於會議上處理的決議案詳情及該事項的一般性質。儘管有上文規定，但不論有否發出上述通告及是否符合組織章程細則有關股東大會的規定，只要得到以下同意，則本公司的股東大會將視為已正式召開：

(a) 倘召開股東週年大會，則全體有權出席會議及於會上表決的本公司股東；及

(b) 倘召開股東特別大會，則有權出席及投票的大多數股東(合共持有的股份以面值計不少於具有該項權利的股份的95%)。

倘於寄發股東大會通知後但於大會舉行前，或於股東大會休會後但於續會舉行前(不論是否須發出續會通知)，董事會基於任何理由全權酌情認為，在股東大會通知指定日期或時間或地點舉行股東大會並不可行或不合理，則可將大會押後至另一日期、時間及地點舉行。

董事亦有權在召開股東大會的每一份通知中規定，倘股東大會當天任何時間發出烈風警告或黑色暴雨警告(除非有關警告在董事可能於相關通知中指明之股東大會前最短時間內撤銷)，會議須押後至較遲日期重新召開，而毋須另行通知。

倘股東大會押後：

(a) 本公司須盡力在切實可行範圍內盡快於本公司網站發出及於聯交所網站上發佈該押後通告，遵守上市規則載列押後的理由，惟因烈風警告或黑色暴雨警告於股東大會當日生效而未能發出或發佈該通告不會影響股東大會的自動押後；

(b) 董事須釐定續會之日期、時間及地點，並發出最少七個完整日的續會通告；且相關通告須指明延會重新召開之日期、時間及地點，以及代表委任書在續會上被視作有效的提交日期及時間(惟就原大會提交之任何代表委任書在續會上仍繼續有效，除非經撤銷或已替換新代表委任書)；及

(c) 在重新召開的大會上僅處理原大會通告中列出的事務，為重新召開的大會發出的通告毋須說明在重新召開的大會上要處理的事務，亦毋須重新分發任何隨附文件。倘在該重新召開的大會上要處理新的事務，本公司應根據組織章程細則的規定，為該重新召開的大會重新發出通告。

2.11 股份轉讓

股份轉讓可藉轉讓文據進行，文據須為書面及聯交所指定的任何標準轉讓格式或董事可能批准的其他格式。轉讓文據須由轉讓人及(除非董事另有決定)承讓人雙方或其代表簽署，而在承讓人名稱列入本公司股東名冊前，轉讓人仍被視為股份持有人。

董事可拒絕登記任何未全數繳足股份或本公司有留置權股份的任何轉讓。董事亦可拒絕登記任何股份的任何轉讓，除非：

(a) 轉讓文據連同有關的股票(於轉讓登記後即予註銷)及董事合理要求顯示轉讓人有權作出轉讓之其他證明一併送交本公司；

(b) 轉讓文據僅涉及一類股份；

(c) 轉讓文據已妥當蓋上印鑑(如須蓋印鑑者)；

(d) 如將股份轉讓予聯名持有人，聯名持有人不超過四名；

(e) 有關股份不涉及本公司為受益人的任何留置權；及

(f) 就此向本公司支付不超出聯交所不時釐定的最高應付費用(或董事不時要求的較低數額)。

倘董事拒絕登記任何股份轉讓，彼等須於有關拒絕後兩個月內向轉讓人及承讓人發出通知。

於本公司暫停辦理股份過戶登記手續期間暫停辦理轉讓登記。董事可以在聯交所網站以刊登通告的形式，或在上市規則的規限下，按組織章程細則規定本公司以電子方式送達通告的方法或在報章刊發通告發出至少10個營業日的通知(而如屬供股，則為至少6個營業日)後，於董事可不時釐定的時間及期間暫停辦理股份過戶登記手續，惟暫停辦理股份過戶登記手續的期間於任何年度均不得超過30日(或本公司股東以普通決議案決定的較長期間，惟該期間在任何年度均不得超過60日)。

2.12 本公司購回本身股份的權力

在公司法條文的規限下，本公司可購買其自身股份，惟(a)購買方式已由本公司股東透過普通決議案事先授權，及(b)任何該等購買應僅根據聯交所或香港證券及期貨事務監察委員會所頒佈並不時生效的任何有關守則、規則或法規作出。

2.13 本公司任何附屬公司擁有股份的權力

組織章程細則並無關於附屬公司擁有股份的條文。

2.14 股息及其他分派方式

在公司法及組織章程細則的規限下，本公司可透過普通決議案議決，就已發行股份派付股息及其他分派，以及授權自本公司可合法作此用途的資金中支付股息或作出其他分派，惟股息金額不得高於董事所建議者。除自本公司已變現或未變現利潤中或股份溢價賬中支付的股息或作出的其他分派外，或除法律另行允許外，概不得支付股息或作出其他分派。

董事可不時向本公司股東派付就本公司的利潤而言董事認為屬合理的中期股息。董事亦可不時按其認為適當的金額及日期就股份宣派及派付特別股息。

除股份所附權利另行規定者外，所有股息及其他分派均須根據股東於派付股息所涉期間的任何一段或多段時間內所持股份的已繳足金額予以派付。就此而言，凡在催繳前就股份所繳付的股款不會被視為股份的實繳股款。

董事可從應付本公司任何股東的任何股息或其他分派中扣減該股東因股款催繳或其他原因而在當時應付本公司的所有款項(如有)。董事可就本公司擁有留置權的股份保留任何股息或其他應付款項，並可將該等股息或款項用作清償有關留置權的債項、債務或協議責任。

本公司毋須就股息支付利息。除任何股份附帶的權利另有規定外，股息及其他分派可以任何貨幣支付。

當董事或本公司在股東大會上議決就本公司股本派付或宣派股息時，董事可繼而議決：(a)配發入賬列為繳足股款的股份作為支付全部或部分股息，但所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別，且有權獲派股息的本公司股東可選擇收取現金作為全部股息或部分股息以代替配發；或(b)有權獲派股息的本公司股東可選擇獲配發入賬列為繳足股款的股份以代替董事認為適合的全部或部分股息，但所配發的股份須與承配人已持有的股份屬於相同類別。本公司在董事建議下可通過普通決議案，就本公司任何一項特定股息議決(儘管有上述情況)該股息可透過配發入賬列為繳足股款的股份悉數支付股息，而不給予本公司股東任何選擇收取有關現金股息以代替有關配發的權利。

就股份應向持有人支付的任何股息、利息或其他現金金額，須通過電匯支付予持有人或通過支票或股息單寄往持有人的登記地址，如屬聯名持有人，則寄往在本公司股東名冊名列首位持有人的登記地址，或寄往持有人或聯名持有人書面指示的有關人士及地址。每張支票或股息單均須以其接收人為抬頭。兩名或以上聯名持有

人其中任何一人均可就有關該等聯名持有人所持股份的股息、其他分派、紅利或其他應付款項發出有效收據。

於該等股息或分派應付之日後六年仍無人領取的任何股息或其他分派須予沒收且撥歸至本公司。

經本公司股東透過普通決議案批准，董事議決任何全部或部分股息或其他分派可透過分派指定資產，尤其是(包括但不限於)透過分派股份、債權證或任何其他公司的證券或上述任何一種或多種方式進行派付，而當有關分派出現任何困難時，董事可以其認為權宜的方式解決，尤其是可將碎股忽略不計、四捨五入，或規定零碎配額的利益撥歸本公司，可釐定該等指定資產或其任何部分的價值以作分派，可決定按所釐定的價值基準向本公司任何股東支付現金，以調整所有股東的權利，並可在董事認為權宜的情況下將任何該等指定資產歸屬予受託人。

2.15 受委代表

任何有權出席本公司股東大會及於會上表決的本公司股東均有權委任其他人士(須為個人)為其受委代表，代其出席大會及表決，而該名獲委任的受委代表在會議上享有如該名股東的同等發言權。股東可親身或透過受委代表進行表決。受委代表毋須為本公司股東。股東可委任任何數目之受委代表代其出席任何股東大會(或任何類別大會)。

委任代表文據須為書面形式，並由委任人或其書面正式授權的代表親筆簽署後簽立，或倘委任人為法團或其他非自然人士，則須經由其正式獲授權代表親筆簽署。

董事應在召開任何會議或續會的通告或本公司發出的受委代表文據中，列明委任代表文據存放的方式(包括電子方式)及委任代表文據存放的地點及時間(不遲於受委代表所涉及會議或續會開始的指定時間)。

代表委任文據須為慣常或通用格式(或董事可能批准的其他格式)，並可表明其僅適用於特定會議或其任何續會，或適用於所有會議直至該委任撤回為止。

2.16 催繳股款及沒收股份

在任何股份配發及發行條款的規限下，董事可就其股份向本公司股東催繳股款(不論按面值或溢價計算)，而本公司每名股東在接獲至少14個整日指明付款日期的通知後均應按規定的時間向本公司支付就其股份催繳的股款。董事可決定撤銷或延

遲催繳全部或部分股款。被催繳的股款或須分期支付。接獲催繳股款通知的人士須負責支付向其催繳的股款，而不論涉及催繳股款的股份其後是否已經轉讓。

於授權催繳的董事決議案通過之時，催繳即被視為作出。股份的聯名持有人應對股份的所有到期催繳款項及分期付款承擔共同及個別責任。

若催繳款項於其到期應付時仍未繳付，則應繳股款的人士應就未付款項按董事釐定的利率繳納自催繳款項到期應付之日至實際繳付之日止的利息(以及本公司因有關未繳款項而產生的所有開支)，惟董事可豁免繳付全部或部分利息或開支。

倘催繳款項或其分期付款於其到期應付時仍未繳付，則董事可向欠款人士發出不少於14個整日的通知，要求支付未繳款項，連同任何應計利息以及本公司因有關未繳款項而產生的任何開支。該通知應註明付款地點並聲明倘未遵從通知則可沒收受催繳股款的股份。

若未遵從前述通知，則通知所涉及的任何股份可在該通知要求的付款前，可透過董事的相關決議案予以沒收。該等沒收包括被沒收股份於沒收前未派付的所有股息、其他分派或其他應付款項。

被沒收股份可按董事認為合適的條款及方式出售、重新配發或另行處置。

任何股份被沒收的人士將不再為本公司被沒收股份的股東，並應退還本公司被沒收股份的證書以作註銷，且仍有責任向本公司繳付其在沒收之日就該等股份應付本公司的所有款項(連同按董事可能釐定利率計算的利息)，惟倘本公司已全額收取其就該等股份到期應付的款項，則該人士的責任應告終止。

2.17 查閱股東名冊

本公司須根據公司法存置或安排存置其股東名冊。透過在聯交所網站刊登公告或在上市規則的規限下，以組織章程細則所規定本公司以電子方式送交通告的方式或以在報紙上刊登廣告的方式提前十個營業日發出通告(或倘為供股，則提前六個營業日發出通告)後，董事可在其釐定的時間及期間內暫停辦理股東名冊全部或任何類別股份的登記，惟在任何一年內，股東名冊暫停登記的期間不得超過30日(或本公司股東以普通決議案決定的較長期間，但該期間在任何一年均不得超過60日)。

除非暫停辦理登記手續，否則股東名冊須於營業時間內免費供本公司任何股東查閱。

2.18 大會及另行召開的類別大會的法定人數

除非出席股東大會人數達到法定人數，否則不可於該會議上處理任何事項。兩名親身出席的本公司股東或其受委代表(倘為法團或其他非自然人，則由其正式授權的代表或受委代表出席)為會議的法定人數，惟倘本公司僅有一名有權於該股東大會表決的股東，則法定人數為親自出席或其受委代表所代表(倘為法團或其他非自然人，則由其正式授權的代表或受委代表出席)的股東。

本公司獨立類別股份的持有人所另行召開的股東大會的法定人數乃於上文第2.3段作出規定。

2.19 少數股東在遭受欺詐或壓制時可行使的權力

組織章程細則並無關於少數股東在遭受欺詐或壓制時可行使權利的條文。

2.20 清盤程序

在遵守公司法的前提下，本公司可透過特別決議案決議本公司自願清盤。

根據股份所附帶的權利，於清盤時：

(a) 倘可向本公司股東分派的資產不足以償還本公司全部繳足股本，則該等資產的分派方式為盡可能由本公司股東按開始清盤時各自所持股份的已繳足股款或應繳股本比例分擔虧損；

(b) 倘本公司股東分派的資產於開始清盤時償還本公司全部繳足股本之後仍有剩餘，則超過部分可按本公司股東於開始清盤時其所持股份的繳足股本的比例向彼等分派。

倘若本公司清盤，清盤人可在獲得本公司特別決議案批准及公司法規定的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物或現物分派予本公司股東，而不論該等資產是否包含同一類財產。就此目的而言，清盤人可為任何財產進行估值，並決定本公司股東或不同類別股東間的分派方式。清盤人可在獲得同樣批准的情況下，將全部或任何部分資產交予清盤人在獲得同樣批准下認為適當的受託人(為本公司股東利益而設立的信託)，惟不得強迫本公司股東接受任何負有債務的資產、股份或其他證券。

2.21 失去聯絡的股東

倘若出現下列情況，則本公司有權出售本公司股東的任何股份或因身故、破產或法例實施而轉移予他人的股份：(a)向該等股份持有人發出有關任何應付現金款項的所有支票或認股權證(總數不少於三張)在12年內仍未兑現；(b)本公司在上述期間或下文(d)所述的三個月期間屆滿前，並無接獲任何有關該股東的所在地點或存在的任何消息；(c)在12年期間，上述股份至少應已就三次股息到期應付，而於該期間內該股東並無領取股息；及(d)待12年期限屆滿時，本公司透過在報章刊發廣告或以本公司可送達通告的方法以組織章程細則所規定的電子方式發出電子通訊(惟須遵守上市規則)，表示有意出售該等股份，且由刊登廣告日期起計三個月期間已屆滿，並已知會聯交所本公司欲出售該等股份。任何有關出售所得款項淨額將撥歸本公司所有，本公司於收訖該所得款項淨額後，即欠付該名前股東一筆相等於該所得款項淨額的款項。

開曼群島公司法及税務概要

1　緒言

公司法在很大程度上源自舊有英國公司法，惟公司法與現時的英國公司法有相當大的差異。下文乃公司法若干條文的概要，惟此概要並非旨在包括所有適用的限制及例外情況或全面檢討公司法及税項的所有事項(該等事項與有利益關係的各方可能較熟悉的司法權區同類條文可能有所不同)。

2　註冊成立

本公司於2025年1月20日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此須主要在開曼群島以外地區經營業務。本公司須每年向開曼群島公司註冊處遞交年度報表，及支付按其法定股本金額計算的費用。

3　股本

公司法准許公司發行普通股、優先股、可贖回股份或同時發行上述各種股份。

公司法規定，倘若公司按溢價發行股份，不論是旨在換取現金或其他對價，須將相等於該等股份的溢價總值的款項撥入名為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，該公司根據作為收購或註銷任何其他公司股份的對價的任何安排而按溢價配發及發行的

股份溢價，可不按上述規定處理。公司法規定，公司可根據組織章程大綱及細則的條文(如有)，按其不時決定的方式運用股份溢價賬，其中包括(但不限於)：

(a) 向股東支付分派或股息；

(b) 繳足擬發行予股東作為繳足股款紅股的公司未發行股份；

(c) 贖回及購回股份(惟須符合公司法第37條的規定)；

(d) 撇銷公司的籌辦費用；

(e) 撇銷發行公司任何股份或債權證的已付開支、佣金或折讓；及

(f) 作為贖回或購買公司任何股份或債權證的應付溢價。

公司不得自股份溢價賬向股東支付分派或股息，除非在緊隨建議的分派或股息支付日期後，該公司有能力償還在日常業務過程中到期的債項。

公司法規定，在開曼群島大法院認可的規限下，股份有限公司或具有股本的擔保有限公司(如其組織章程細則許可)可透過特別決議案以任何方式削減其股本。

倘公司法詳細條文之規限下，股份有限公司或具有股本的擔保有限公司(如其組織章程細則許可)可發行由公司或股東可選擇予以贖回或有責任贖回的股份。此外，該公司(如其組織章程細則許可)可購買其本身的股份，包括任何可贖回股份。購買方式須獲組織章程細則授權或經公司通過普通決議案授權。組織章程細則可規定該購買方式由公司董事釐定。除非其股份已繳足，否則公司在任何時間不得贖回或購買其股份。如公司贖回或購買本身股份後再無任何持股的股東，則公司不得贖回或購買其任何股份。除非緊隨建議付款當日後，該公司有能力償還其於日常業務過程中到期的債項，否則公司以公司股本中撥款贖回或購買本身股份乃屬違法。

開曼群島對公司提供財務資助以購買或認購公司本身或其控股公司的股份並無法定限制。因此，倘公司董事在審慎及真誠履行職責時認為合適且符合公司利益，公司可提供該等財務資助。有關資助須以公平原則進行。

4　股息及分派

除公司法第34條的規定外，公司法並無有關派息的法定條文。根據英國案例法(可能於開曼群島在此方面具有說服力)，股息僅可從利潤分派。此外，公司法第34條規定，在償還能力測試及遵守公司組織章程大綱及細則條文(如有)的規限下，可由股份溢價賬支付股息及分派(詳情請參閱上文第3段)。

5　股東訴訟

開曼群島法院一般會參考英國的案例法判例。開曼群島的法院已引用並依循*Foss v. Harbottle*判例(及其例外情況，該例外案例准許少數股東以公司名義進行集體訴訟或引申訴訟，以對(a)超越公司權限或非法行為，(b)欺詐少數股東的行為，而過失方為對公司有控制權的人士，及(c)並非由所需合資格大多數(或特別指定大多數)股東通過的決議案提出訴訟)。

6　對少數股東的保護

倘公司並非銀行且其股本分為股份，則開曼群島大法院可根據持有公司已發行股份不少於五分之一的股東申請，委派調查員審查公司業務並按大法院指定的方式向法院呈報結果。

公司任何股東可入稟開曼群島大法院，如法院認為根據公平中肯的理由公司理應清盤，則可發出清盤令。

按一般規則，股東對公司的申索須根據適用於開曼群島的一般契約法或民事侵權法，或根據公司組織章程大綱及細則所確立的作為股東所具有的個別權利而提出。

開曼群島法院經已採用及沿用英國普通法中有關大多數股東不可對少數股東進行欺詐行為的規則。

7　出售資產

公司法並無對董事出售公司資產的權力作出特定限制。根據一般法律，董事在行使該等權力時須以審慎及真誠的態度履行其職責並以合適及符合公司利益的方式行事。

8　會計及審計規定

公司法規定，公司須就下列各項保存適當的賬冊：

(a)　公司所有收支款項，及所有發生的收支事項；

(b) 公司所有銷貨與購貨記錄；及

(c) 公司的資產與負債。

倘若賬冊不能真實中肯反映公司業務狀況及解釋有關交易，則不視為保存適當賬冊。

9　股東名冊

在組織章程細則條文的規限下，獲豁免公司可在其董事不時認為適當的開曼群島或以外的地點設立股東名冊總冊及任何分冊。公司法並無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處提交任何股東名單。因此，股東姓名及地址並非公開資料，且不可供公眾查閱。

10　查閱賬冊及記錄

根據公司法，公司股東並無查閱或獲得公司股東名冊或公司記錄的一般權利。然而，倘公司的組織章程細則載有條文，則彼等可享有有關權利。

11　特別決議案

公司法規定，若一項特別決議案獲最少三分之二的大多數有權出席股東大會及於會上投票的股東親身或(如准許委派代表)委任代表在股東大會通過，並已正式發出召開該大會並指明擬提呈的決議案為特別決議案的通告，惟公司可於其組織章程細則指明規定的大多數須為三分之二以上的人數，並可另外規定該大多數(即不少於三分之二)可因特別決議案將批准的事項而有所不同。如公司的組織章程細則許可，公司當時所有有權表決的股東以書面簽署的決議案亦可具有特別決議案的效力。

12　附屬公司擁有母公司的股份

如公司的宗旨許可，則公司法並不禁止開曼群島公司購買及持有其母公司的股份。任何附屬公司的董事在進行上述收購時，必須以審慎及真誠的態度履行其職責並以合適及符合附屬公司利益的方式行事。

13　併購及合併

公司法允許開曼群島公司之間及開曼群島公司與非開曼群島公司之間進行併購及匯總。就此而言，(a)「併購」指兩間或以上組成公司合併，並將其業務、財產及負債歸屬至其中一間存續公司內，及(b)「合併」指兩間或以上的組成公司整合為一間合併公司，並將該等公司的業務、財產及負債歸屬至該合併公司。為進行併購或合併，併購或合併

計劃書須獲各組成公司的董事批准，而該計劃必須獲(a)各組成公司以特別決議案授權及(b)組成公司的組織章程細則可能列明的其他授權(如有)。該併購或合併計劃書必須向開曼群島公司註冊處存檔，連同有關合併或存續公司償債能力的聲明、各組成公司的資產及負債清單以及承諾將有關併購或合併證書送交各組成公司股東及債權人的承諾書，並將在開曼群島憲報刊登併購或合併的通告。除若干特殊情況外，有異議股東有權於作出所需程序後獲支付其股份的公允價值，惟倘各方未能就此達成共識，則將由開曼群島法院釐定。遵守此等法定程序進行的併購或合併毋須經法院批准。

14　重組

法定條文規定進行重組及兼併須於就此召開的大會上獲得(a)出席大會的股東價值75%，或(b)佔出席大會的債權人價值75%的大多數(視情況而定)贊成，並於其後獲開曼群島大法院批准。雖然有異議的股東有權向大法院表示申請批准的交易對股東所持股份並無給予公允價值，但如無證據顯示管理層有欺詐或不誠實行為，大法院不大可能僅因上述理由而否決該項交易，而倘該項交易獲批准及完成，有異議股東將不會獲得類似諸如美國公司的異議股東一般具有的估值權利(即以司法方式釐定其股份的估值而獲得現金的權利)。

15　收購

如一家公司提出收購其他公司股份建議，且在提出收購建議後四個月內，不少於90%被收購股份的持有人接納收購建議，則收購人在上述四個月屆滿後的兩個月內，可隨時發出通知要求反對收購的股東按收購建議的條款轉讓其股份。反對收購建議的股東可在該通知發出後一個月內向開曼群島大法院提出反對轉讓。反對收購建議的股東須證明大法院應行使其酌情權，除非有證據顯示收購人與接納收購建議的有關股份持有人間有欺詐或不誠實或勾結，以不公平手法逼退少數股東，否則大法院一般不會行使其酌情權。

16　彌償保證

開曼群島法律並不限制組織章程細則對高級職員或董事作出彌償保證的程度，惟以開曼群島法院認為違反公眾政策的任何有關條文為限(例如表示對觸犯刑事罪行的後果作出彌償保證)。

17　重組

公司可向開曼群島大法院提交委任重組人員的呈請，理由是公司：

(a) 無法或可能無法償還債務；及

(b) 擬根據《公司法》、外國法律或通過達成一致重組，向其債權人(或多類債權人)提出和解或安排。

大法院可(其中包括)在聆訊該呈請後頒令委任重組人員，賦予其法院可能授予的權力並履行法院可能准許的職能。於(i)提交委任重組人員的呈請後而頒令委任重組人員之前，及(ii)頒令委任重組人員之時直至該命令被撤銷的任何時間，均不得對公司進行或提起訴訟、行動或其他法律程序(刑事訴訟除外)、不得通過公司清盤的決議案且不得提交公司清盤的呈請，除非已有法院准許。然而，儘管已提交委任重組人員的呈請或已委任重組人員，對公司全部或部分資產享有擔保的債權人有權強制執行擔保，而無須法院准許及無須徵求已委任的重組人員同意。

18　清盤

法院可對公司頒令強制清盤，或(a)倘公司有能力償債，則根據其股東特別決議案，或(b)倘公司無力償債，則根據其股東的普通決議案自願清盤。清盤人負責集中公司資產(包括出資人(股東)應付的款項(如有))、確定債權人名單及償還公司所欠債權人的債務(如資產不足償還全部債務則按比例償還)，並確定出資人的名單，以及根據彼等的股份所附權利分派剩餘資產(如有)。

19　轉讓的印花稅

開曼群島對開曼群島公司股份轉讓並不徵收印花稅，惟轉讓在開曼群島擁有土地權益的公司股份除外。

20　稅項

根據開曼群島稅務優惠法(經修訂)第6條，本公司已獲得開曼群島財政司司長承諾：

(a) 開曼群島並無制定任何法律對本公司或其業務的利潤、收入、收益或增值徵收任何稅項；及

(b) 此外，毋須就下列各項利潤、收入、收益或增值所需繳納的稅項或具有遺產稅或承繼稅性質的稅項：

(i) 本公司股份、債權證或其他承擔；或

(ii) 就全部或部分任何有關付款（定義見稅務優惠法（經修訂）第6(3)條）繳納預扣稅。

上述承諾自2025年2月3日起為期三十年。

開曼群島現時對個人或公司之利潤、收入、收益或增值並不徵收任何稅項，且無承繼稅或遺產稅性質的稅項。除不時因在開曼群島司法權區內訂立若干文據或將該等文據帶入開曼群島而可能須予支付若干印花稅外，開曼群島政府不大可能對本公司徵收其他重大稅項。開曼群島並無參與訂立適用於向本公司作出或由本公司作出任何付款的雙重徵稅公約。

21　外匯管制

開曼群島並無外匯管制法規或貨幣限制。

22　一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問邁普達律師事務所（香港）有限法律責任合夥已向本公司發出一份意見函，概述開曼群島公司法的各方面。誠如附錄六「展示文件」一節所述，該函件連同公司法已展示於有關網站。任何人士如欲查閱開曼群島公司法的詳細概要，或欲瞭解該法律與其較熟悉的任何司法權區法律之間的差異，應尋求獨立法律意見。

A. 有關本公司及其附屬公司的進一步資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2025年1月20日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。本公司的註冊辦事處位於PO Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands。本公司已於香港設立主要營業地點(地址為香港尖沙咀柯士甸道136至138號金門商業大廈6樓602室)，並已於2025年8月20日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司。

本公司於開曼群島註冊成立，並受公司法規範。其組織章程文件包括組織章程大綱及細則。組織章程大綱及細則各條文及公司法相關內容的概要載於本文件附錄三。

2. 本公司股本變動

(a) 本公司於註冊成立日期的法定股本為380,000港元，分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份。

(b) 緊隨**[編纂]**及**[編纂]**後(未計及因行使**[編纂]**而可能配發及發行的任何股份)，本公司的已發行股本將為**[編纂]**港元，分為**[編纂]**股繳足或入賬列作繳足股份以及**[編纂]**股未發行股份。

(c) 本公司目前無意發行任何法定但未發行股本。

進一步詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—本公司主要股權變動」。除上述者外，本公司股本於緊接本文件刊發前兩年內並無任何變動。

3. 本公司各附屬公司及中國運營實體股本變動情況

本公司各附屬公司及中國運營實體列於本公司會計師報告內，全文載於本文件附錄一。

除本文件「歷史、重組及公司架構」一節及附錄一所載「會計師報告」內載述的變動外，各附屬公司的股本於緊接本文件日期前兩年內並無其他變動。

4. 股東決議案

根據於[●]舉行的股東大會，股東議決(其中包括)以下各項：

(a) 待上市後及自**[編纂]**起，大綱及細則獲批准及採納；

(b) 透過增設[9,962,000,000]股在各方面與現有股份享有同等權益的股份，本公司法定股本由[380,000]港元(分為[38,000,000]股股份)增加至[100,000,000]港元(分為[10,000,000,000]股股份)；

(c) 待本文件「**[編纂]**的架構及條件」所載各項條件達成或獲豁免後，並在本公司股份溢價賬有足夠餘額或因**[編纂]**項下新股發行而錄得其他進賬的前提下，董事獲授權透過將本公司股份溢價賬內進賬金額**[編纂]**港元撥充資本，向於[●]營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東(按彼等當時於本公司的持股比例)按面值配發及發行合共**[編纂]**股入賬列作繳足股份，每股股份在各方面與當時現有已發行股份享有同等權益；

(d) 待本文件「**[編纂]**的架構及條件」所載各項條件達成或獲豁免後，**[編纂]**及**[編纂]**獲批准；

(e) 授予董事一般無條件授權(「**發行授權**」)，授權彼等行使本公司一切權力(包括作出及授出將或可能須配發及發行股份的要約、協議及購股權的權力)配發股份(惟根據或由於供股或根據任何以股代息計劃或根據細則規定配發及發行股份以代替全部或部分股份股息的類似安排或其他類似安排或根據股東於股東大會所授予的特別授權而配發者除外)，股份總數不得超過緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後已發行股份數目的20%(惟不計及因**[編纂]**獲行使而可予發行的股份數目)，而該項發行授權將一直有效，直至下列各項中最早發生者為止：(a)本公司下屆股東週年大會結束時；(b)細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期間屆滿時；或(c)股東於股東大會上通過普通決議案撤銷、修訂或更新發行授權時；

(f) 授予董事一般無條件授權(「**購回授權**」)，以行使本公司一切權利於聯交所購回股份，所購回股份的總數不得超過緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後已發行股份數目的10%(惟不計及因**[編纂]**獲行使而可予發行的股份數目)，而該項購回授權建議仍有效，直至以下各項中最早發生者為止：(a)本公司下

屆股東週年大會結束時；(b)細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期間屆滿時；或(c)股東於股東大會上通過普通決議案撤銷、修訂或更新該項購回授權時；及

(g) 透過在董事根據發行授權可能配發或有條件或無條件同意配發的股份數目加上本公司根據購回授權所購回的股份數目，擴大發行授權。

5. 本公司購回本身股份

本段載有聯交所規定須載入本文件有關本公司購回股份的資料。

(a) ***上市規則的規定***

上市規則允許第一**[編纂]**地為主板的公司在聯交所購回證券，惟須遵守若干限制規定，其概要載列如下：

(i) *股東批准*

上市規則規定，所有第一**[編纂]**地為聯交所的公司建議購回股份(如屬股份則必須為繳足股份)，必須事先經股東以普通決議案(不論透過一般授權或特別批准某項交易)批准，方可進行。

根據股東於[●]日舉行的本公司股東週年大會上通過的普通決議案，於有關期間(定義見下文)內授予董事本公司所有權力的一般及無條件授權(「**購回授權**」)，以按照證監會、聯交所或開曼群島法例第22章公司法(1961年法例3，經綜合及修訂)的規則及規例及此方面的所有其他適用法例，於聯交所或股份可能上市並獲證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回股份；且本公司於有關期間(定義見下文)內依據該批准可能購回或同意購回的股份總數，不得超過本公司於該決議案通過當日的已發行股本總額的10%。

「**有關期間**」指由上述決議案獲通過當日至下列最早日期止的期間：

(i) 本公司下屆股東週年大會結束時；

(ii) 組織章程細則或開曼群島適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；及

(iii) 股東於股東大會上通過一項普通決議案撤銷或修訂上述決議案授予董事的授權時。

(ii) *資金來源*

本公司進行購回的資金必須根據組織章程細則、開曼群島適用法律及規則及法規及上市規則可合法作此用途的資金撥付。本公司不得以非現金代價或聯交所不時的交易規則規定以外的結算方式於聯交所購回其股份。

本公司的任何購回，將由溢利或股份溢價或就購回而新發行股份的所得款項中撥付，而倘購回須支付任何溢價，則由購回股份之前或當時以本公司溢利或本公司的股份溢價賬撥付。在組織章程細則授權並符合公司法的前提下，回購亦可由股本撥付。

(iii) *核心關連人士*

上市規則禁止本公司於知情情況下在聯交所向「核心關連人士」(定義見上市規則，包括本公司或其任何附屬公司的董事、主要行政人員或主要股東或彼等的任何緊密聯繫人)購回股份，而核心關連人士亦不得於知情情況下在聯交所向本公司出售股份。

(b) ***行使購回授權***

按緊隨**[編纂]**及**[編纂]**後已發行股份**[編纂]**股(未計及因行使**[編纂]**而可能配發及發行的任何股份)計算，悉數行使購回授權可能導致本公司於購回授權仍然生效的有關期間內購回最多**[編纂]**股股份。

(c) ***購回的理由***

購回股份僅在董事相信獲股東授予一般授權以讓本公司在市場上購回股份符合本公司及股東的最佳利益時方會進行。視乎當時市況及資金安排而定，有關購回可提高本公司淨值及其資產及／或其每股盈利，且僅在董事相信該等購回將有利於本公司及股東時方會進行。

(d) ***購回的資金***

本公司購回證券時僅可動用組織章程細則、上市規則及開曼群島適用法例允許可合法作此用途的資金。

基於本文件所披露的本集團現時財務狀況，並計及本集團現時運營資金狀況，董事認為倘購回授權獲全面行使，其可能對本集團的運營資金及／或資產負債狀況產生重大不利影響(相較本文件所披露的狀況而言)。然而，倘行使購回授權會對本集團的運營資金需求或董事認為本集團不時適宜的資產負債水平有重大不利影響，則董事不擬行使購回授權。

(e) ***一般事項***

董事經作出一切合理查詢後所深知，概無董事，亦無任何彼等的緊密聯繫人(定義見上市規則)目前有意在購回授權獲行使的情況下，將任何股份出售予本公司。

董事已向聯交所承諾，在適用情況下，彼等將根據上市規則、細則以及開曼群島不時生效的適用法例及法規行使購回授權。

倘購回將導致公眾持股數目低於已發行股份總數25%(或上市規則可能指定的其他最低公眾持股百分比)，董事將不會行使購回授權。

倘因根據購回授權購回股份導致股東於本公司投票權的權益比例增加，則就收購守則而言，該項增加將被視作收購。於若干情況下，視乎股東權益的增幅，一名股東或一組一致行動股東(定義見收購守則)可能取得或鞏固對本公司的控制權，並可能因有關增加而須根據收購守則規則26作出強制性要約。董事並不知悉根據購回授權進行股份購回將會產生收購守則項下的任何後果。

目前，據董事所知，倘董事根據購回授權行使權力全面購回股份，概無股東可能須根據收購守則規則26提出強制性收購建議。

並無本公司核心關連人士(定義見上市規則)向本公司表示，倘購回授權獲行使，彼現時有意向本公司出售股份，亦無承諾不會向本公司出售股份。

B. 有關本集團業務的進一步資料

1. 重大合約概要

下列合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)乃本集團成員公司於緊接本文件日期前兩年內訂立且屬重大或可能屬重大的合約：

(a) 廣東聖火與燮恒香港所訂立日期為2025年6月23日的增資協議，據此，廣東聖火將註冊資本由人民幣41,739,500元增加至人民幣42,164,500元，另燮恒香港同意認購而廣東聖火同意配發及發行10,000股本公司股份(相當於當時經擴大股權約1%)，代價為769,250港元；

(b) 聖火控股集團有限公司、大明科技有限公司及夏紅投資有限公司所訂立日期為2025年8月20日的換股協議，內容有關將夏紅投資有限公司全部已發行股本轉讓予聖火控股集團有限公司，以換取大明科技有限公司獲配發及發行10,000股入賬列作繳足的股份；

(c) 陳紫彬先生與廣東青松所訂立日期為2025年7月31日的股權轉讓協議，內容有關以總代價人民幣310,900元轉讓廣東聖火0.4124%股權；

(d) 鍾敏雄先生與廣東青松所訂立日期為2025年7月31日的股權轉讓協議，內容有關以總代價人民幣182,400元轉讓廣東聖火0.2419%股權；

(e) 陳欣女士與廣東青松所訂立日期為2025年7月31日的股權轉讓協議，內容有關以總代價約人民幣1,849,100元轉讓廣東聖火2.4528%股權；

(f) 劉海頻先生與廣東青松所訂立日期為2025年7月31日的股權轉讓協議，內容有關以總代價約人民幣69,700元轉讓廣東聖火0.0925%股權；

(g) 許堅強先生與廣東青松所訂立日期為2025年7月31日的股權轉讓協議，內容有關以總代價人民幣29,600元轉讓廣東聖火0.0393%股權；

(h) 福緣正德與廣東青松所訂立日期為2025年8月5日的股權轉讓協議，內容有關以總代價人民幣59,203,400元轉讓廣東聖火78.5337%股權；

(i) 秀飛投資與廣東青松所訂立日期為2025年8月5日的股權轉讓協議，內容有關以總代價人民幣12,872,900元轉讓廣東聖火17.076%股權；

(j) 彌償契據；

(k) 不競爭契據；及

(l) **[編纂]**。

2. 知識產權

(a) ***商標***

於最後可行日期，我們已註冊以下我們認為對業務而言屬或可能屬重大的商標：

編號	商標	類別	註冊地點	商標編號／註冊編號	註冊人／商標擁有人	註冊日期	屆滿日期
1.		35	中華人民共和國	21076993	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
2.		25	中華人民共和國	21077149	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
3.		18	中華人民共和國	21077179	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
4.		41	中華人民共和國	21076635	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
5.		18	中華人民共和國	21077256	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
6.		41	中華人民共和國	21076852	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
7.		35	中華人民共和國	21076733	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
8.		28	中華人民共和國	21077105	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
9.		28	中華人民共和國	21077125	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日
10.		25	中華人民共和國	21077111	廣東聖火	2017年10月21日	2027年10月20日

編號	商標	類別	註冊地點	商標編號／註冊編號	註冊人／商標擁有人	註冊日期	屆滿日期
11.	HolyFire	41	中華人民共和國	13445960	廣東聖火	2025年2月7日	2035年2月6日
12.	圣火科技	42	中華人民共和國	76675841	廣東聖火	2024年10月14日	2034年10月13日
13.	物码大叔	41	中華人民共和國	32837692	一物一碼數據	2019年4月28日	2029年4月27日
14.	物码大叔	39	中華人民共和國	32857108	一物一碼數據	2019年4月28日	2029年4月27日
15.	物码大叔	36	中華人民共和國	32845058	一物一碼數據	2019年4月21日	2029年4月20日
16.	物码大叔	35	中華人民共和國	32862026	一物一碼數據	2019年4月28日	2029年4月27日
17.	物码大叔	9	中華人民共和國	32839100	一物一碼數據	2019年4月21日	2029年4月20日
18.	物码大叔	16	中華人民共和國	32850221	一物一碼數據	2019年4月28日	2029年4月27日
19.	物码大叔	42	中華人民共和國	32855174	一物一碼數據	2019年4月28日	2029年4月27日
20.	物码大叔	38	中華人民共和國	32846647	一物一碼數據	2019年4月21日	2029年4月20日
21.	HOLYFIRE	35, 41, 42	香港	306771970	廣東聖火	2024年12月31日	2034年12月30日
22.	圣火科技集团	35, 41, 42	香港	306771989	廣東聖火	2024年12月31日	2034年12月30日
23.		35, 41, 42	香港	306771998	廣東聖火	2024年12月31日	2034年12月30日
24.	HOLYFIRE	16	香港	307023852	廣東聖火	2025年9月9日	2035年9月8日
25.		16	香港	307023861	廣東聖火	2025年9月9日	2035年9月8日
26.	圣火科技集团	16	香港	307023870	廣東聖火	2025年9月9日	2035年9月8日

(b) ***版權***

於最後可行日期，我們已註冊以下我們認為對本集團業務而言屬或可能屬重大的版權：

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
1	聖火候車亭廣告管理系統V1.0	廣東聖火	2015SR154960	2015年1月28日	2065年12月31日
2	聖火網絡平台廣告系統V1.0	廣東聖火	2015SR152480	2015年2月11日	2065年12月31日
3	聖火廣告發佈管理軟件V1.0	廣東聖火	2015SR153125	2015年2月11日	2065年12月31日
4	聖火公交車廣告管理系統V1.0	廣東聖火	2015SR152734	2015年2月9日	2065年12月31日
5	聖火客戶在線問卷調查系統V1.0	廣東聖火	2015SR162368	2015年4月3日	2065年12月31日
6	聖火廣告市場分析管理軟件V1.0	廣東聖火	2015SR162667	2015年4月3日	2065年12月31日
7	聖火視頻製作市場價格和利潤數據分析系統V1.0	廣東聖火	2015SR162676	2015年4月3日	2065年12月31日
8	聖火商業活動人員管理系統V1.0	廣東聖火	2015SR162669	2015年4月15日	2065年12月31日
9	聖火廣告活動策劃管理系統V1.0	廣東聖火	2015SR185520	2015年5月18日	2065年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
10	聖火售後諮詢服務管理系統V1.0	廣東聖火	2015SR184706	2015年3月5日	2065年12月31日
11	聖火廣告媒體財務結算軟件V1.0	廣東聖火	2015SR185490	2015年4月28日	2065年12月31日
12	聖火在線路由器運維管理軟件(簡稱：路由器運維管理軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR250964	2014年9月26日	2064年12月31日
13	聖火DSP平台軟件(簡稱：DSP平台軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR250749	2014年11月20日	2064年12月31日
14	聖火線上媒體管理系統(簡稱：線上媒體管理系統)V1.0	廣東聖火	2015SR252141	2014年7月22日	2064年12月31日
15	聖火在線廣告數據監控平台軟件(簡稱：數據監控平台軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR252003	2014年1月16日	2064年12月31日
16	聖火SDK數據採集軟件(簡稱：SDK數據採集軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR250757	2015年10月9日	2065年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
17	聖火移動用戶行為數據採集軟件(簡稱：行為數據採集軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR253461	2015年9月15日	2065年12月31日
18	聖火安卓系統裝機軟件(簡稱：安卓裝機軟件)V1.0	廣東聖火	2015SR251976	2015年8月20日	2065年12月31日
19	聖火在線路由器雲數據採集系統(簡稱：路由器雲數據採集系統)V1.0	廣東聖火	2015SR253234	2014年3月5日	2064年12月31日
20	聖火股份一物一碼管理系統(簡稱：一物一碼管理系統)V1.0	廣東聖火	2017SR532336	2017年5月5日	2067年12月31日
21	聖火大學生活動管理平台(簡稱：易領校園)V1.0	廣東聖火	2018SR444378	2017年9月29日	2067年12月31日
22	聖火短視頻內容電商平台(簡稱：短視頻平台)V1.0	廣東聖火	2018SR549477	2017年11月23日	2067年12月31日
23	促銷員求職招聘及活動管理平台(簡稱：招聘及活動管理平台)V1.0	廣東聖火	2018SR782049	2018年3月20日	2068年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
24	聖火傳媒大數據管理軟件V1.0	廣東聖火	2018SR932331	2017年12月28日	2067年12月31日
25	聖火電商平台廣告位投放排期軟件V1.0	廣東聖火	2018SR932122	2017年12月30日	2067年12月31日
26	聖火公關活動行業資源平台V1.0	廣東聖火	2018SR936303	2017年8月29日	2067年12月31日
27	聖火基於移動互聯網企業品牌傳播與推廣系統V1.0	廣東聖火	2018SR932290	2017年3月6日	2067年12月31日
28	聖火客戶媒體投放智能分析系統V1.0	廣東聖火	2018SR935560	2017年10月7日	2067年12月31日
29	聖火媒體運營系統V1.0	廣東聖火	2018SR932328	2017年9月10日	2067年12月31日
30	聖火媒體資源搜尋引擎系統V1.0	廣東聖火	2018SR932067	2017年11月11日	2067年12月31日
31	聖火企業品牌價值測評系統V1.0	廣東聖火	2018SR936289	2017年6月16日	2067年12月31日
32	聖火企業品牌形象策劃軟件V1.0	廣東聖火	2018SR932330	2017年2月1日	2067年12月31日
33	聖火企業品牌形象創意設計軟件V1.0	廣東聖火	2018SR936283	2017年5月10日	2067年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
34	聖火傳媒廣告屏蔽軟件V1.0	廣東聖火	2018SR954952	2018年3月24日	2068年12月31日
35	聖火傳媒廣告推送軟件V1.0	廣東聖火	2018SR955005	2018年2月5日	2068年12月31日
36	聖火傳媒廣告製作軟件V1.0	廣東聖火	2018SR954969	2018年1月26日	2068年12月31日
37	聖火互動體驗營銷系統V1.0	廣東聖火	2018SR961196	2018年5月22日	2068年12月31日
38	聖火微電影影視製作軟件V1.0	廣東聖火	2018SR956454	2018年8月2日	2068年12月31日
39	聖火微營銷精準分析系統V1.0	廣東聖火	2018SR954958	2018年7月3日	2068年12月31日
40	聖火宣傳片攝製軟件V1.0	廣東聖火	2018SR954964	2018年9月1日	2068年12月31日
41	聖火藝人經紀業務管理系統V1.0	廣東聖火	2018SR956361	2018年9月16日	2068年12月31日
42	聖火營銷案例分享平台V1.0	廣東聖火	2018SR954854	2018年4月28日	2068年12月31日
43	聖火影視收視數據監測系統V1.0	廣東聖火	2018SR955001	2018年8月10日	2068年12月31日
44	聖火C端營銷微信小程序軟件(簡稱：C端營銷小程序)V1.0	廣東聖火	2020SR1806551	2020年8月27日	2070年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
45	聖火終端門店陳列付費APP軟件(簡稱：終端門店陳列付費)V1.0	廣東聖火	2021SR0027897	2020年7月31日	2070年12月31日
46	聖火積分營銷商城系統(簡稱：積分營銷商城)V1.0	廣東聖火	2021SR0027829	2020年8月31日	2070年12月31日
47	聖火微信卡券營銷工具系統(簡稱：微信卡券營銷工具)V1.0	廣東聖火	2021SR0028795	2020年9月10日	2070年12月31日
48	聖火新零售電商平台(簡稱：新零售商城)V1.0	廣東聖火	2021SR0027898	2020年10月19日	2070年12月31日
49	一物一碼UI設計與視覺營銷系統V1.0	一物一碼數據	2018SR936826	2018年3月8日	2068年12月31日
50	一物一碼大數據雲存儲系統V1.0	一物一碼數據	2018SR935207	2017年11月30日	2067年12月31日
51	一物一碼電商H5開發平台V1.0	一物一碼數據	2018SR934962	2017年11月25日	2067年12月31日
52	一物一碼互聯網+全網營銷網絡平台V1.0	一物一碼數據	2018SR932115	2018年2月10日	2068年12月31日
53	一物一碼商城在線支付安全管理平台V1.0	一物一碼數據	2018SR932994	2017年12月28日	2067年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
54	一物一碼微信客服應用平台V1.0	一物一碼數據	2018SR932350	2017年12月31日	2067年12月31日
55	一物一碼微信營銷第三方開發平台軟件V1.0	一物一碼數據	2018SR939359	2018年5月6日	2068年12月31日
56	一物一碼線上線下數據同步軟件V1.0	一物一碼數據	2018SR935212	2017年12月2日	2067年12月31日
57	一物一碼遊戲運營推廣平台V1.0	一物一碼數據	2018SR939354	2018年4月14日	2068年12月31日
58	一物一碼智慧促銷員小程式軟件V1.0	一物一碼數據	2018SR932246	2018年1月5日	2068年12月31日
59	一物一碼AR智能營銷平台V1.0	一物一碼數據	2018SR954985	2018年8月1日	2068年12月31日
60	一物一碼產品防偽查詢平台V1.0	一物一碼數據	2018SR959423	2018年8月25日	2068年12月31日
61	一物一碼產品消費群體數據採集與分析系統V1.0	一物一碼數據	2018SR956010	2018年9月2日	2068年12月31日
62	一物一碼二維碼搜索引擎軟件V1.0	一物一碼數據	2018SR959087	2018年8月16日	2068年12月31日
63	一物一碼防偽防竄管理系統V1.0	一物一碼數據	2018SR959426	2018年6月17日	2068年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
64	一物一碼積分商城系統V1.0	一物一碼數據	2018SR959384	2018年9月9日	2068年12月31日
65	一物一碼客戶產品溯源系統V1.0	一物一碼數據	2018SR957902	2018年7月4日	2068年12月31日
66	一物一碼雙微營銷管理平台V1.0	一物一碼數據	2018SR957959	2018年7月15日	2068年12月31日
67	一物一碼移動CRM系統V1.0	一物一碼數據	2018SR959079	2018年9月20日	2068年12月31日
68	一物一碼在線二維碼可變數字賦碼軟件V1.0	一物一碼數據	2018SR954994	2018年7月23日	2068年12月31日
69	一物一碼數據駕駛艙移動端平台(簡稱：數據駕駛艙)V1.0	一物一碼數據	2020SR0694409	2019年8月23日	2069年12月31日
70	一物一碼微商城分銷管理系統(簡稱：微商城分銷管理系統)V1.0	一物一碼數據	2020SR0694416	2019年12月24日	2069年12月31日
71	一物一碼微商城購物平台V1.0(簡稱：微商城平台)	一物一碼數據	2020SR0700149	2019年12月15日	2069年12月31日
72	一物一碼電子合同管理系統V1.0	一物一碼數據	2021SR2069671	2021年11月20日	2071年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
73	一物一碼促銷活動管理系統V1.0	一物一碼數據	2021SR2069668	2021年7月20日	2071年12月31日
74	一物一碼工單管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0284094	2021年8月20日	2071年12月31日
75	一物一碼客戶認證率報表系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0284093	2021年11月20日	2071年12月31日
76	一物一碼電子回單管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0284092	2021年9月20日	2071年12月31日
77	一物一碼商品貨架管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0278880	2021年6月20日	2071年12月31日
78	一物一碼司機管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0278920	2021年10月20日	2071年12月31日
79	一物一碼商品陳列管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0278932	2021年5月20日	2071年12月31日
80	一物一碼店鋪管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0278931	2021年3月20日	2071年12月31日
81	一物一碼實名認證管理系統V1.0	一物一碼數據	2022SR0753206	2021年4月20日	2071年12月31日
82	一物一碼AI營銷互動管理系統(簡稱: AI營銷互動管理系統)V1.0	一物一碼數據	2026SR0300563	2026年2月14日	2076年12月31日

編號	版權	擁有人	註冊／申請編號	首次公佈／申請日期	屆滿日期
83	一物一碼物料管理系統(簡稱:物料管理系統)V1.0	一物一碼數據	2026SR0301089	2026年2月14日	2076年12月31日
84	一物一碼賽事營銷管理系統(簡稱:賽事營銷管理系統)V2.1	一物一碼數據	2026SR0301103	2026年2月14日	2076年12月31日
85	一物一碼AI像素級拆解應用系統(簡稱: AI像素級分解)V1.0	一物一碼數據	2026SR0348055	2026年2月28日	2076年12月31日
86	藥品行業社會化客戶關係管理系統(簡稱:藥品行業SCRM)V1.0	一物一碼數據	2026SR0301076	2026年2月14日	2076年12月31日
87	廣州大學生微電影節	廣東聖火	國作登字-2014-F-00123975	2014年5月28日	2064年12月31日
88	火龍果音樂節	廣東聖火	國作登字-2024-F-00118442	2024年3月4日	2074年12月31日
89	火龍果音樂節	廣東聖火	國作登字-2024-F-00118441	2024年3月4日	2074年12月31日

(c) ***專利***

於最後可行日期，我們擁有以下我們認為對本集團業務而言屬或可能屬重大的專利：

編號	專利權	註冊擁有人	註冊編號	專利類型	註冊地點	註冊日期	屆滿日期
1	動態用戶畫像管理系統	廣東聖火	ZL 2022 1 0746105.6	發明專利	中華人民共和國	2022年6月28日	2042年6月27日
2	基於特徵碼標識及驗證技術的區塊鏈溯源系統	一物一碼數據	ZL 2022 1 0852148.2	發明專利	中華人民共和國	2022年7月20日	2042年7月19日
3	基於二維碼的質量檢測跟蹤的方法	一物一碼數據	ZL 2022 1 0787077.2	發明專利	中華人民共和國	2022年7月6日	2042年7月5日
4	基於大數據分析的追蹤溯源系統	一物一碼數據	ZL 2022 1 0703137.8	發明專利	中華人民共和國	2022年6月21日	2042年6月20日
5	一種基於貨物轉移進度及用戶行為監控的貨物分類方法	一物一碼數據	ZL 2024 1 0512997.2	發明專利	中華人民共和國	2024年4月26日	2044年4月25日
6	一種出入庫信息採集方法及系統	一物一碼數據	ZL 2024 1 0577285.9	發明專利	中華人民共和國	2024年5月10日	2044年5月9日
7	一種基於人工智能的活動方案生成方法及系統	一物一碼數據	ZL 2024 1 0623889.2	發明專利	中華人民共和國	2024年5月20日	2044年5月19日

編號	專利權	註冊擁有人	註冊編號	專利類型	註冊地點	註冊日期	屆滿日期
8	一種基於虛擬現實技術的產品展示交互方法及系統	一物一碼數據	ZL 2024 1 0805595.1	發明專利	中華人民共和國	2024年6月21日	2044年6月20日
9	標籤信息採集裝置	一物一碼數據	ZL 2019 2 2490886.3	實用新型專利	中華人民共和國	2019年12月30日	2034年12月29日

(d) ***域名***

於最後可行日期，我們擁有以下我們認為對業務而言屬或可能屬重大的域名：

域名	註冊人	註冊日期	屆滿日期
gdshcm.com（*附註*）	本公司	2013年10月24日	2026年10月24日
biqr.cn（*附註*）	一物一碼數據	2015年9月28日	2026年9月28日

附註：網站所載資料並不構成本文件的一部分。

除前述者外，概無其他就本集團業務而言屬重大的商標或服務商標、專利、版權、其他知識產權或工業產權。

C. 有關董事及主要股東的進一步資料

1. 權益披露

(a) ***董事及主要行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債權證中的權益***

就董事所知，假設已發行股份總數自最後可行日期起至本文件日期止維持不變，則緊隨**[編纂]**後，董事及本公司主要行政人員於本公司及其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部將須知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉（包括根據證券及期貨條例的有關條文彼等被當作或視為擁有的權益或淡倉），

或根據證券及期貨條例第352條規定將須記入該條例所指登記冊的權益及／或淡倉，或根據上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則規定將須知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉如下：

於本公司的權益及／或淡倉

董事姓名	權益性質	所持股份數目	佔本公司權益百分比
鍾堅先生	受控法團權益(2)、配偶權益(3)	**[編纂]** (L)	**[編纂]**%

附註：

1. 字母「L」指所持股份的好倉。

2. 於最後可行日期，福緣BVI全部已發行股份由鍾堅先生持有。因此，根據證券及期貨條例，鍾堅先生被視為於福緣BVI所持股份中擁有權益。

3. 鍾堅先生為羅新燕女士的配偶，故根據證券及期貨條例被視為於羅新燕女士擁有權益的全部股份中擁有權益。

除上文所披露者外，緊隨**[編纂]**完成後，概無董事或本公司主要行政人員於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部將須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文彼等被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條規定將須記入該條例所指登記冊的任何權益或淡倉，或根據上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則規定將須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉。

有關詳情，請參閱本文件「主要股東」及「附錄四—法定及一般資料」各節。

(b) ***主要股東及其他人士於本公司股份及相關股份的權益及淡倉***

請參閱本文件「主要股東」，以獲得假設已發行股份總數自最後可行日期至本文件日期維持不變，將於本公司股份或相關股份中擁有須於緊隨**[編纂]**後根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文向本公司披露的權益或淡倉的人士／實體的資料。

除上文所載者外，本公司董事並不知悉有任何其他人士／實體於緊隨**[編纂]**完成後，於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司披露的任何權益及／或淡倉，或於本集團任何其他成員公司的10%或以上已發行有表決權股份中擁有權益。

2. 服務合約及委任函詳情

(a) ***執行董事***

各執行董事均已與本公司訂立服務協議，據此，彼等同意擔任執行董事，初步由**[編纂]**起計為期三年。任何一方均有權發出不少於三個月書面通知終止服務協議。

根據本公司與執行董事訂立的服務合約條款，各執行董事的年度酬金(不包括酌情及表現花紅)如下：

姓名	薪金及津貼 *(人民幣)*	退休計劃供款 *(人民幣)*
鍾堅先生	1,050,000	104,566
羅智勇先生	552,000	102,574
王歡女士	360,000	94,483
鍾小建女士	246,000	67,773

本公司應付相關執行董事的基本月薪須由董事會及本公司薪酬委員會進行年度審核。

各執行董事將可享有本公司薪酬委員會參考本公司的財務表現及相關執行董事的個人表現可能不時釐定的酌情花紅及表現花紅。

(a) *獨立非執行董事*

獨立非執行董事已各自與本公司訂立委任函，初步為期三年。

根據委任函，本公司應向各獨立非執行董事支付的年度董事袍金為人民幣[30,000]元。

除上文所披露者外，董事與本集團任何成員公司並無訂立或擬訂立服務協議(不包括於一年內屆滿或僱主可於一年內終止而毋須支付賠償的合約(法定賠償除外))。

(b) *董事薪酬*

(i) 於2023財年、2024財年及2025財年，我們支付予董事的薪酬總額(包括薪金、酌情花紅、退休福利計劃供款及其他福利)分別約為人民幣2.5百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣2.5百萬元。

(ii) 根據現行安排，就截至2025年12月31日止年度應付董事的薪酬總額(包括實物福利但不包括任何佣金或酌情花紅)估計約為人民幣2.3百萬元。

(iii) 於往績記錄期間，我們概無向董事或五名最高薪人士支付酬金而彼等亦無應收的酬金，以作為招攬加入或加入本公司後的獎勵。於各個往績記錄期間我們亦無向任何董事、前任董事或五名最高薪人士支付補償而彼等亦無應收的補償，以作為離任本公司任何附屬公司事務管理有關的任何職務的補償。

(iv) 於往績記錄期間，概無董事已放棄或同意放棄任何薪酬。

(v) 除本節及本文件「董事及高級管理層—董事及高級管理層的薪酬」一節所披露者外，本集團任何成員公司於往績記錄期間概無向任何董事支付或應支付其他款項。

3. 關聯方交易

除本文件附錄一所載會計師報告附註38所披露者外，於往績記錄期間，本集團並無參與任何其他重大關聯方交易。

4. 代理費或佣金

除本文件「**[編纂]—[編纂]**安排及開支」一節所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，並無就發行或出售本公司或任何附屬公司任何股份或借貸資本授出佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。

5. 免責聲明

(a) 除「主要股東」及「附錄四—C.有關董事及主要股東的進一步資料—1.權益披露—董事及主要行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債權證中的權益」各節所披露者外，本公司董事或主要行政人員概無於本公

司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須於股份在聯交所上市後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文彼等被當作或視作擁有的權益或淡倉)；或根據證券及期貨條例第352條的規定須於股份在聯交所上市後隨即記入該條所述的登記冊的權益或淡倉；或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須於股份在聯交所**[編纂]**後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉；

(b) 除「主要股東」及「附錄四—C.有關董事及主要股東的進一步資料—1.權益披露—(b)主要股東及其他人士於本公司股份及相關股份的權益及淡倉」各節所披露者外，就本公司任何董事或主要行政人員所知，概無任何人士於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可在所有情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益；

(c) 概無董事或下文「D.其他資料—專家資格」所列的任何人士於本集團任何成員公司的發起中，或於緊接本文件刊發前兩年內由本集團任何成員公司收購或出售或租用或擬由本集團任何成員公司收購或出售或租用的任何資產中擁有權益；

(d) 概無董事或下文「D.其他資料—4.專家資格」所列的任何人士於本文件日期仍然有效且其性質或條件屬不尋常或對本集團整體業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益；

(e) 除與**[編纂]**協議有關者外，下文「D.其他資料—4.專家資格」所列的任何人士概無於本集團任何成員公司擁有任何股權或可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論是否可依法強制執行)；

(f) 概無董事與本公司或本集團任何成員公司訂立或擬訂立任何服務協議(於一年內屆滿或可由僱主免付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外)；及

(g) 概無董事、其各自的聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司已發行股本5%以上權益的股東於往績記錄期間內各年於本公司的五大客戶及五大供應商中擁有任何權益。

D. 其他資料

1. 稅項及其他彌償保證

控股股東已與本公司(為我們本身及作為代表其附屬公司的受託人)訂立以本公司作為受益人的彌償契據(即本附錄「B.有關本集團業務的進一步資料—1.重大合約概要」一段所述的重大合約，以就(其中包括)直接或間接因或基於下列情況，與截至**[編纂]**於主板**[編纂]**生效之日所賺取的任何收入、應計的溢利、收取的盈利、進行的交易或發生或視作發生的任何事件、事宜或事項而使本集團任何成員公司可能產生的任何責任或本集團任何成員公司須繳納的任何及所有稅項有關的任何申索提供彌償保證。

董事已獲告知，本集團任何成員公司並不太可能會產生任何重大遺產稅責任。

2. 訴訟

截至最後可行日期，除本文件「業務—法律程序」一節所披露者外，本集團成員公司概無牽涉任何重大訴訟或仲裁，且本集團任何成員公司概無尚未了結或面臨任何重大訴訟或索償。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向**[編纂]**申請批准本文件所述的已發行及將予發行的股份於主板**[編纂]**及**[編纂]**。

保薦人已向聯交所確認其已符合上市規則第3A.07條規定的獨立性測試。

本公司應付予獨家保薦人就**[編纂]**擔任獨家保薦人的費用為**[編纂]**。

4. 專家資格

本文件所載或提及提供意見或建議的專家(「**專家**」)(定義見上市規則)的資格如下：

名稱	資格
信達國際融資有限公司	根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團

名稱	資格
香港立信德豪會計師事務所有限公司	《專業會計師條例》(香港法例第50章)項下的會計師 《會計及財務匯報局條例》(香港法例第588章)項下的註冊公眾利益實體核數師
北京大成律師事務所	本公司有關中國法律的法律顧問
邁普達律師事務所(香港)有限法律責任合夥	本公司有關開曼群島法律的法律顧問
廣東廣悅律師事務所	本公司有關中國網絡安全及數據隱私法律的法律顧問
弗若斯特沙利文	獨立行業顧問

5. 專家同意書

各專家已發出且並未撤回其同意書，同意分別以現有形式及內容刊發載有其報告、信函、意見或意見概要(視情況而定)並提述其名稱及標誌的本文件。

於最後可行日期，概無上文所述專家於本集團任何成員公司中擁有任何股權或權利(不論是否可強制執行)以認購或提名人士認購本集團任何成員公司的證券。

6. 開辦費用

本公司並無產生任何重大開辦費用。

7. 發起人

就上市規則而言，本公司並無發起人。於緊接本文件日期前兩年內，本公司並未向發起人支付或給予、或擬支付或給予任何款項或利益。

8. 雙語[編纂]文件

本文件的中英文版本乃依據香港法例第32L章《公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免而分別刊發。倘本文件的英文版與中文版有任何歧義，概以英文版為準。

9. 其他事項

(a) 於緊接本文件日期前兩年內：

(i) 本公司或其任何附屬公司並無發行、同意發行或建議發行任何繳足或部分繳足股份或貸款資本，以換取現金或非現金代價；

(ii) 本公司或其任何附屬公司並無就發行或出售任何資本而授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；

(iii) 概無就認購或同意認購，或促使或同意促使認購任何股份或本公司債權證而已付或應付任何佣金(給予分**[編纂]**者除外)；及

(iv) 概無發行或同意發行本公司或其任何附屬公司的創辦人股份、管理層股份或遞延股份或任何債權證；

(b) 本公司或其任何附屬公司的股份、認股權證或貸款資本並無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權；

(c) 本公司概無股本及債務證券於任何其他證券交易所上市或買賣，亦無尋求或擬尋求於任何其他證券交易所上市或批准買賣；

(d) 本公司已作出一切必需安排，令股份獲接納入**[編纂]**；

(e) 本公司概無尚未行使的可換股債務證券；

(f) 董事確認，彼等毋須持有任何股份以符合董事資格，亦無於發起本公司中擁有任何權益；

(g) 董事確認，自2025年6月30日(即本集團最近期經審核綜合財務報表的編製日期)以來，本集團的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動；

(h) 緊接本文件日期前12個月，本集團業務並無出現可能對或已對本集團財務狀況造成重大影響的任何中斷；

(i) 目前並無訂立任何安排以豁免或同意豁免任何未來股息；及

(j) 由香港境外將溢利匯入或將資本調返香港並不受限制。

送呈香港公司註冊處處長的文件

連同本文件一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件包括：

(a) 本文件附錄四「法定及一般資料—D.其他資料—5.專家同意書」所述的同意書；及

(b) 本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關本集團業務的進一步資料—1.重大合約概要」所述的重大合約副本。

展示文件

下列文件副本將於本文件日期起計14天期間在聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們的網站**www.gdshcm.com**展示：

(a) 組織章程大綱及細則；

(b) 香港立信德豪會計師事務所有限公司編製的會計師報告，全文載於本文件附錄一；

(c) 本集團於往績記錄期間的經審核綜合財務報表；

(d) 香港立信德豪會計師事務所有限公司編製的未經審核**[編纂]**財務資料報告，全文載於本文件附錄二；

(e) 中國法律顧問北京大成律師事務所就本集團若干一般公司事宜出具的法律意見；

(f) 本文件附錄三所述由開曼群島法律顧問邁普達律師事務所(香港)有限法律責任合夥編製的意見函件，當中概述開曼群島公司法的若干方面；

(g) 中國法律顧問廣東廣悅律師事務所就本集團若干網絡安全及數據隱私事宜出具的法律意見；

(h) 本文件「行業概覽」所述的弗若斯特沙利文報告；

(i) 公司法；

(j) 本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關本集團業務的進一步資料—1.重大合約概要」所述的重大合約；

(k) 本文件附錄四「法定及一般資料—C.有關董事及主要股東的進一步資料—2.服務合約及委任函詳情」所述的服務協議及委任函件；

(l) 本文件附錄四「法定及一般資料—D.其他資料—5.專家同意書」所述的同意書。