
業 務

概覽

我們是誰

我們是一家數字營銷服務提供商，致力於助力「中國企業出海」，實現全球業務增長。截至最後實際可行日期，我們已助力客戶實現超過13億次商業轉化，例如應用程序安裝、用戶註冊或產品銷售。根據灼識諮詢的資料及參考2024年的總流水，我們在全球市場的中國獨立第三方移動廣告平台及中國出海數字營銷服務提供商中分別排名第三及第四。我們的業務已展現可觀增長。於往績記錄期間，我們的收入由2023年的人民幣2,143.3百萬元增加至2025年的人民幣3,830.1百萬元，複合年增長率為33.7%。

我們透過我們的專有系統(即Cyberclick、Yeahmobi及zMaticoo)提供數字營銷服務，實現傳統廣告代理業務的AI輔助演進。我們積極參與並深入鑽研客戶的品牌定位、產品、目標受眾、目標地區及KPI要求。憑藉以數據驅動的營銷策劃，我們亦能識別不同媒體及地區的消費者行為路徑及轉化率。

就商業模式而言，全球廣告服務市場可分為兩類：自有流量平台及獨立第三方平台。自有流量平台是主要從其自身用戶群及自營內容產生廣告收入的數字生態系統，我們稱之為「主要媒體平台」。自有流量平台會將廣告主的需求與其自有媒體流量進行直接匹配。相比之下，獨立第三方平台並不擁有大量媒體流量，而是提供廣告技術服務，通過流量採購、活動執行及效果優化，將廣告主需求與媒體供應連接起來。

我們通過兩條業務線提供服務，使客戶能夠與自有流量平台及獨立第三方平台建立聯繫：

- (i). 整合營銷服務 — 透過Cyberclick，我們在主要媒體(如Google及Meta)上開展廣告活動。透過對每場廣告活動中收集的數據進行實時處理所作的營銷後分析，亦有助於更準確地預測轉化率及更有效地觸達目標受眾的推薦做法。於最後實際可行日期，我們已幫助客戶在超過30家主要媒體平台投放廣告；
- (ii). 廣告平台業務 — 透過Yeahmobi及zMaticoo，我們的技術使我們能夠通過API集成或我們建立的全球廣告交易平台zMaticoo ADX與媒體連接。Yeahmobi可實現目標受眾匹配及廣告預算分配，從而在合適的媒體上投放客戶的廣告。zMaticoo允許客戶透過我們的獨立平台zMaticoo ADX實時競價廣告庫存並在媒體上投放廣告。於最後實際可行日期，我們已將我們的廣告平台與超過600,000家媒體連接。

我們的專有系統以數據為驅動、以AI賦能，實現自動化，並提供分析與效果優化。有關我們專有系統技術能力的進一步詳情，請參閱「業務 — 我們的技術 — 專有系統」一節。

業 務



我們的市場機遇

根據灼識諮詢的資料，全球移動廣告服務市場正保持穩定增長，由2019年的2,412億美元增至2024年的5,039億美元，複合年增長率為15.9%，並預計將於2029年達到8,549億美元，2024年至2029年的複合年增長率為11.2%。特別是，獨立第三方移動廣告平台的市場規模於2024年達936億美元，預計於2029年將達1,911億美元，2024年至2029年的複合年增長率為15.4%。

對獨立第三方移動廣告平台的需求由若干關鍵因素推動：(i)用戶需求增加及移動媒體廣告預算的重新分配；(ii)需要通過廣告平台聚合的媒體流量增加；及(iii)對廣告主與分散媒體流量之間匹配能力的需求增加。

有利的行業趨勢為我們提供了重大的增長機會。我們認為，我們已處於有利地位，可把握該等市場機遇並進一步增長。

我們的優勢

覆蓋數字營銷全週期的紮實技術能力

我們擁有堅實的技術能力，這些能力已完全融入我們的業務運營。隨著AI繼續重塑數字營銷行業，我們積極構建和開發我們的技術基礎設施，以便我們能夠有效地將我們在「營銷+AI」業務計劃下對AI驅動的營銷解決方案的持續投資轉化為切實的業務成果。憑藉我們的基礎設施和中台，我們開發並提供一系列AI驅動的營銷解決方案，涵蓋數字營銷的全週期，包括數據驅動的營銷規劃、AI驅動的內容生成、自動化廣告投放以及數據分析與表現優化。這使我們能夠滿足不同規模和行業客戶的營銷需求，從實現海外市場擴張到以經濟高效的方式提高商業轉化。在我們的AI算法和模型的支持下，我們顯著增強了廣告定位的準確性和實時競價能力。

我們亦成立了專門的研發團隊，專注於三大領域的持續研發投入：我們的基礎設施及數據中台

業 務

建設、自動化廣告投放系統開發及AI核心技術(包括但不限於AI模型集成、智能任務編排、算法迭代及優化)。所有該等技術研發成果均已成功實現並全面融入我們的業務運營中。

覆蓋廣泛行業與地域的多元媒體資源

我們已建立覆蓋全球主要市場的廣泛媒體資源網絡，因此在廣告庫存採購方面擁有極強的競爭力。我們注重發揮中國企業與全球市場的橋樑作用，與全球各類媒體(如社交網絡、搜索引擎、公用工具應用)建立了長期穩定的合作關係，使我們既能接觸主流媒體，又能接觸其他媒體，互為補充。通過主要媒體，客戶可以實現大規模的品牌曝光和精準的用戶獲取，而其他媒體憑藉成本優勢和特定領域的受眾鎖定能力，可以幫助客戶有效實現用戶基礎多元化，實現更具性價比的增長。

我們不僅是Google及Meta等多個全球頂尖媒體的合作夥伴或優質代理商，同時也與AppLovin、Amazon Ads及The Trade Desk等多家主要媒體保持穩定的合作關係。截至最後實際可行日期，通過我們的專有系統，我們已與超過600,000家媒體建立合作關係。

這些長期穩定的合作夥伴關係為我們和我們的客戶帶來了巨大的價值。作為該等媒體的核心合作夥伴，我們在媒體流量獲取、媒體政策解讀及新產品測試方面享有顯著的先發優勢，使我們能夠為客戶確保具有競爭力的廣告庫存及媒體成本。與媒體的技術整合可實現廣告投放和轉化的高效數據流，這些數據資產構成了我們數據分析和商業智能能力的核心基礎，支持投放策略和效果歸因的優化，並顯著提高我們客戶的ROI。我們與媒體長期穩定的關係也使我們能夠在客戶的廣告活動中快速部署最新的AI驅動廣告產品和技術，幫助中國品牌在全球市場實現業務增長。

穩固的客戶基礎及廣泛的營銷見解

憑藉十多年的全球業務經驗，我們已建立了一個多層次、廣泛且聲譽良好、粘性高的客戶群。我們的核心客戶覆蓋範圍包括大型互聯網公司、快速增長的國內出海互聯網公司及知名全球企業，如阿里巴巴、騰訊、TrainPal及SHEIN。這些客戶擁有領先的業務規模、良好的信用狀況和強勁的業務增長韌性，這反過來為我們的穩定業績和發展提供了堅實的基礎。

我們持續支持核心客戶分部的海外營銷擴張，包括跨境電子商務、在線遊戲以及公用事業應用。我們還拓展了短劇、AI應用、新能源、消費電子和文化旅遊等快速增長的在線新興領域，積累了廣泛的市場洞察和跨多個行業的運營經驗。我們長期關注全球各個地區的媒體流量格局、監管政策、消費者習慣及商業模式的變化。通過分析大量廣告交易和效果數據，我們對不同行業、商業模式和市場趨勢有了系統的了解。我們相信，我們的這種深入了解使我們能夠準確識別成熟市場的運營模式，並快速捕捉新興市場的增長機會。

憑藉我們的市場洞察力，我們可以快速響應不同客戶的差異化海外營銷需求，並提供定製化的營銷解決方案。我們相信，這使我們能夠幫助新客戶縮短海外市場的試錯週期，提高海外營銷效率，

業 務

同時也幫助成熟客戶優化投放策略，提高營銷轉化效率，提升全球品牌知名度。在此過程中，我們實現了客戶價值和核心競爭力的雙重提升，進一步鞏固了我們在所處行業的市場地位。

截至最後實際可行日期，我們已為中國及海外國家超過10,000名客戶提供服務。憑藉我們的專有系統和運營能力，我們成功幫助客戶實現了超過13億的應用安裝、用戶註冊和產品銷售等商業轉化，充分展示了我們的客戶服務能力和我們在交付商業價值方面的優勢。

富有遠見和經驗的管理團隊

我們的高級管理層團隊擁有豐富的行業經驗，具有前瞻性的戰略思維、紮實的技術研發能力及豐富的營銷行業經驗，為我們的發展奠定了堅實的基礎。特別是，我們的董事會主席鄒先生擁有逾17年營銷及管理經驗。自我們成立以來，其提供了清晰的戰略領導及指導，為我們的長期增長奠定了堅實的基礎。我們的執行董事兼總經理武瑩女士擁有逾21年的營銷及管理經驗，並曾領導我們的數據中台及AI中台的建設。我們的執行董事兼技術中心總經理秦鵬先生擁有約20年的技術研發及管理經驗，曾帶領技術中心團隊構建全球部署的基於雲的分佈式架構。請參閱「董事及高級管理層 — 董事」。在高級管理層的帶領下，我們相信我們完全有能力適應瞬息萬變的行業格局並把握市場機遇。

我們相信以人為本的管理理念，是激發僱員潛力、推動持續成長的核心動力。為吸引、留住及激勵人才，我們通過設置內部薪酬結構及設立股權激勵計劃，使關鍵僱員共享增量價值創造，保障團隊穩健發展。此外，我們通過內部e-learning平台，為僱員提供定期在職培訓。我們的人才培養框架已形成從文化浸潤到戰略落地的端到端完整閉環，為長期可持續發展提供強有力的人才支撐。

我們的策略

作為中國數字營銷服務提供商，致力於幫助「中國企業出海」，我們始終秉持「科技使世界變得更平」的企業使命。我們致力於為客戶提供全球數字營銷服務，幫助其提升品牌知名度並實現商業轉化。

深化AI技術與廣告技術融合

我們將持續投資AIGC，專注於改進AI賦能內容生成及多語言數字分身應用。我們也將探索AIGC在營銷內容生成、數據分析及策略算法創新等場景的商業化應用，從而進一步降低我們的內容創作成本。我們將繼續在我們的運營全流程中推進AI技術的應用，包括開發AI智能體生態系統。為提升我們在數字化營銷領域的競爭地位及提高客戶留存率，我們將持續增強我們在營銷策劃、內容生成、廣告投放及效果優化方面的技術能力。

業 務

為實現上述目標，我們正持續及全面升級我們的技術能力及我們的專有系統：

- 在基礎設施層面，我們將繼續完善我們對雲基礎設施及模型的整合。我們旨在構建一個高可用性、具成本效益且全球可擴展的技術基礎，以支持我們專有系統的穩定運營。
- 在中台層面，我們將繼續增強及升級我們的中台，以實現我們專有系統在廣告投放、變現及成本管理方面的端到端數據連接及整合。
- 在專有系統層面，我們將繼續在覆蓋數據驅動營銷策劃、AI賦能內容生成以及自動化廣告投放與效果優化的全服務鏈上開展AI應用的研發工作。

提升我們廣告平台的技術能力並擴大媒體網絡效應

我們將持續優化我們的廣告平台技術。我們擬升級zMaticoo的推薦算法及實時競價引擎，以提升其匹配效率。我們計劃將[編纂][編纂]中約[編纂]%（即約[編纂]港元）用於開發我們的廣告平台業務及提升我們的數據分析能力。具體而言，我們擬採購更多雲存儲服務、雲計算服務及帶寬，用於開發及優化我們的技術基礎設施。此外，我們擬吸引及留存廣告平台及數據分析等領域的專才，從而持續提升我們在自動化廣告創意製作、廣告表現預測與決策、實時廣告及自動化廣告運營方面的能力。請參閱「未來計劃及[編纂]」。同時，我們將繼續通過我們的廣告平台擴大與不同媒體的合作，使客戶的廣告能夠觸達更廣泛的目標受眾。

擴展客戶群及全球版圖

憑藉我們在跨境電商、移動應用及遊戲等多個行業積累的廣泛全球數字化營銷經驗及洞察力，結合我們的技術能力，我們擬透過與新能源、快速消費品、3C電子、傢俱、家電、服裝、美妝、遊戲、實用應用程序、音頻視頻、金融服務及短劇等行業的更多客戶建立合作關係，擴展我們的客戶群。

我們旨在建立一個覆蓋成熟市場及新興市場的全球服務網絡。在增強我們在亞太及北美等現有市場優勢的同時，我們將加快向南美等高增長新興市場的業務擴張。我們計劃設立海外辦事處，建立本地化團隊，並在不同地區配置資源。此外，我們將提升我們的本地響應速度及定製化服務能力。這將確保我們與客戶的海外擴張步伐緊密一致，並使我們能夠為其提供端到端及全天候的跨境數字化營銷支持。

吸引技術人才及探索選擇性收購

我們堅信，人才是我們技術進步及長期增長的基石。因此，我們高度重視吸引及留住有經驗的技術專業人才，並系統性地加強我們的研發能力。展望未來，我們將繼續實施及完善我們的激勵計劃，並營造支持可持續發展的組織文化及創新環境，從而提升整體組織效能。我們計劃將[編纂]所得

業 務

款項淨額的約[編纂]% (即約[編纂]港元)用於留存及擴充我們在AI技術應用領域的研發團隊，從而持續提升我們在推動AI應用工程化及構建數據資產方面的能力。我們亦計劃將[編纂][編纂]的約[編纂]% (即約[編纂]港元)用於吸引及留存廣告平台及數據分析等領域的人才。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

在識別並評估潛在機會時，我們將採取全面審慎的方法。我們將考慮多種因素，包括但不限於業務協同效應、技術能力、管理團隊的經驗及專業知識以及估值水平及預計成本。同時，我們將選擇性地尋求外部收購，以之作為對我們技術進步的策略性補充。例如，我們擬把握廣告及營銷行業智能轉型的趨勢。

我們未來投資或收購的規模或會有所不同。我們預計將[編纂][編纂]的[編纂]%，或約[編纂]港元，用於實施此策略。截至最後實際可行日期，我們尚未物色到任何擬動用[編纂][編纂]撥付的具體投資或收購目標。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

我們的業務模式

我們是一家數字營銷服務提供商，致力於助力「中國企業出海」實現全球業務增長。我們通過我們的專有平台幫助客戶在不同媒體上開展廣告活動，以增強品牌意識、獲取用戶及實現商業轉化。在我們的兩條業務線中，我們主要根據以下因素之一或多個因素向客戶收費並確認收入：(i)用於購買媒體流量的媒體支出；(ii)按媒體支出的百分比計算的服務費；(iii)安裝量、曝光次數、註冊量或其他行為的數量；(iv)KPI (如ROI、留存率或其他指標)的達成情況；及(v)按產品銷售額百分比計算的服務費。下表載列我們於往績記錄期間按業務線劃分的收入：

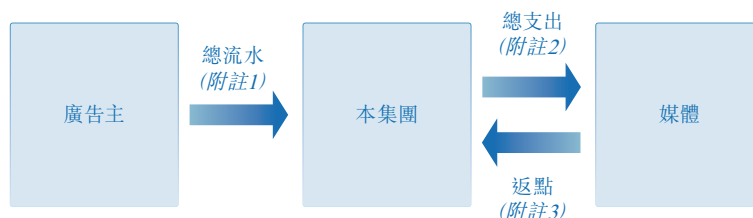
	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
整合營銷服務	862,708	40.3	1,308,071	51.4	1,953,614	51.0
廣告平台業務	1,274,184	59.4	1,234,271	48.5	1,838,115	48.0
其他	6,428	0.3	4,468	0.1	38,338	1.0
總計	<u>2,143,320</u>	<u>100.0</u>	<u>2,546,810</u>	<u>100.0</u>	<u>3,830,067</u>	<u>100.0</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

資金流向

下圖說明了我們服務中的典型資金流向：



附註：

- 倘廣告主透過我們購買媒體流量，總流水包括我們的服務費及購買媒體流量的媒體支出。倘廣告主直接向媒體購買媒體流量，則總流水僅指我們的服務費。
- 倘廣告主透過我們購買媒體流量，總支出指我們就購買媒體流量向媒體支付的款項。倘廣告主直接向媒體購買媒體流量，我們不會向該媒體付款，亦不會產生總支出。
- 視乎媒體（通常為主媒體）的政策，我們可能因向相關媒體購買媒體流量而獲得媒體支出返點。

下表載列我們於往績記錄期間的基於客戶註冊成立地點的總流水：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	金額	金額	金額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總流水	7,554,830	10,255,557	13,857,224
包括：			
— 海外	6,337,856	9,164,376	11,584,377
— 國內 ^(附註)	<u>1,216,974</u>	<u>1,091,181</u>	<u>2,272,847</u>
已確認收入	<u>2,143,320</u>	<u>2,546,810</u>	<u>3,830,067</u>

附註： 國內指中國內地，就本文件而言及僅供地域參考，不包括香港、澳門特別行政區及中國台灣地區。

我們的解決方案

在我們的兩條業務線中，我們透過提供主要服務來交付解決方案，包括：(i) 營銷策劃；(ii) 內容生成；(iii) 廣告投放；及(iv) 績效優化。根據客戶的具體需求及其營銷計劃，我們的解決方案可通過整合營銷服務業務下的Cyberclick交付，或通過廣告平台業務下的Yeahmobi或zMaticoo交付。

我們的客戶主要為具有海外營銷需求的廣告主，旨在提升品牌知名度、獲取用戶並實現商業轉化。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

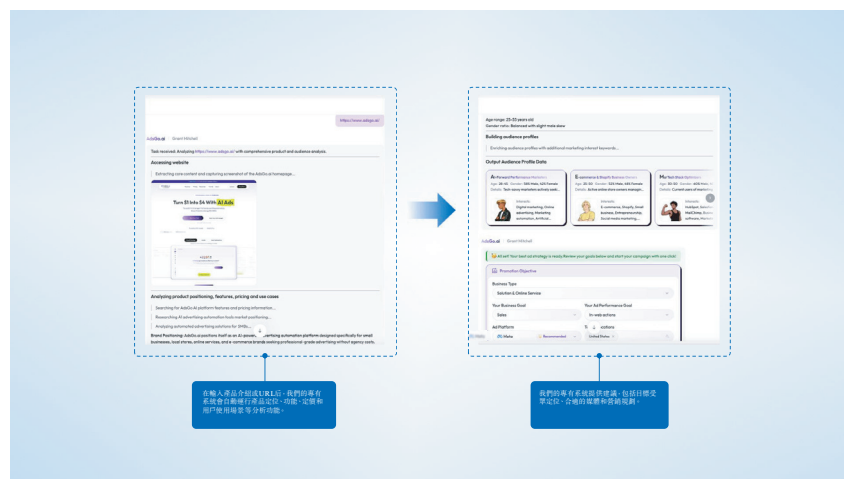
業 務

主要服務流程

我們營銷解決方案的主要服務流程如下：



- **數據驅動的營銷規劃。**我們獲取客戶的營銷預算及目標後，進一步獲取有關其品牌定位、產品、目標受眾、目標地區及KPI要求等信息。基於此等資料，我們參考匯總的廣告交易及效果數據，制定定製化的預算計劃及營銷策略。



業 務

- **AI賦能的內容生成。**我們利用AI賦能的內容生成模型，自動生成切合客戶需求的廣告內容。該等內容的形式包括圖像、短視頻及AI數字分身等。



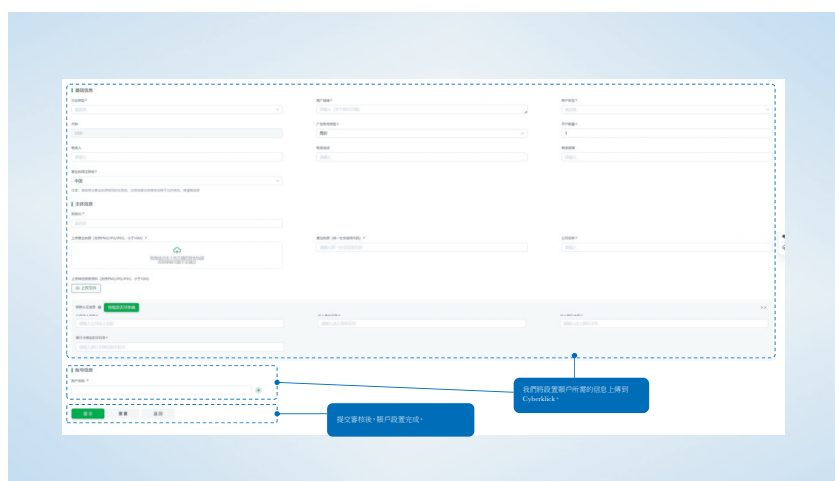
- **自動化廣告投放**

- **整合營銷服務。**

- (A) **媒體代理服務**

我們作為主流媒體的代理商，主要協助廣告主通過Cyberclick在該等媒體上設立、管理及維護其廣告賬戶。

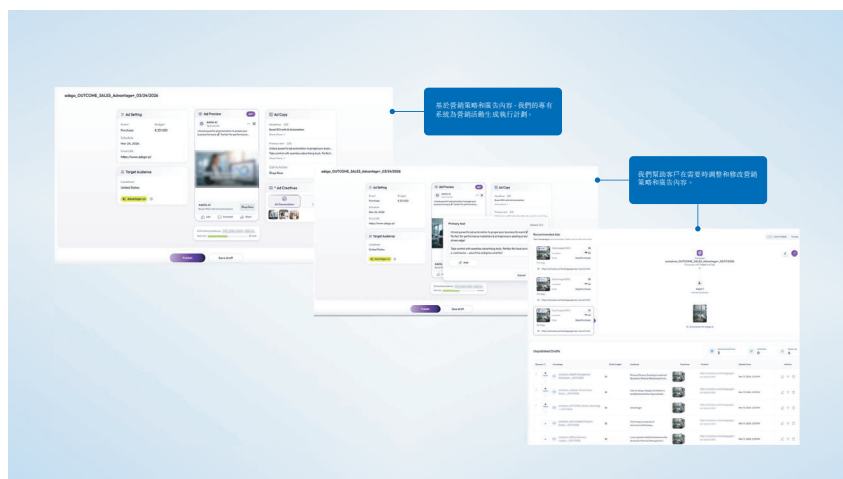
- (a) **賬戶設立及管理服務。**我們協助客戶在主流媒體上設立及為其廣告賬戶充值。透過處理賬戶設立及管理流程，我們能夠減輕客戶的行政負擔。我們亦提供技術支持，協助廣告主解決在設立過程中及與其賬戶相關的任何問題。
 - (b) **行業情報服務。**我們為客戶提供主流媒體的最新行業趨勢及商業政策變動。這有助於客戶及時了解可能影響其廣告策略的發展情況，並作出相應調整。



業 務

(B) 營銷解決方案

除為客戶設立、管理及維護其廣告賬戶外，我們的客戶亦可透過識別目標受眾及選擇合適的時間表在主要媒體的廣告平台投放廣告，委聘我們設計及執行定製廣告活動。我們通常在全面執行廣告活動前進行試驗並評估不同廣告創意的表現。



- o **廣告平台業務。**我們透過廣告平台設計並執行定製化的廣告活動：
 - (a) **Yeahmobi**：Yeahmobi通過API集成的方式與其他媒體對接，使客戶能夠在該等媒體上獲取廣告庫存。根據客戶設定的KPI要求，Yeahmobi可進行目標受眾匹配和廣告預算分配，並將客戶的廣告進一步投放到合適的媒體。
 - (b) **zMaticoo**：zMaticoo通過zMaticoo SSP或zMaticoo SDK與媒體對接，使客戶能夠實時就廣告庫存進行競價並將廣告投放到媒體。具體而言：
 - (i) **廣告請求**。當用戶訪問媒體時，他們會向zMaticoo SSP或嵌入媒體的zMaticoo SDK發送廣告請求。
 - (ii) **交易匹配**。於收到廣告請求後，zMaticoo ADX會向所有連接的DSP(包括zMaticoo DSP)廣播此競價機會。
 - (iii) **價值決策(DSP競價)**。收到請求後，zMaticoo DSP會整合我們數據中台的數據，評估交易決策並在100毫秒內向zMaticoo ADX返回出價及相應的廣告創意。
 - (iv) **交易完成及展示**：zMaticoo ADX收集來自所連接DSP的出價，通過出價最高的拍賣確定勝出者，並將勝出的DSP的廣告創意透過zMaticoo SSP傳回至媒體以供展示。

業 務



- **數據分析與表現優化。**我們分析在每次廣告活動中收集的數據。通過實時處理，我們生成投放績效報告。這些報告提供轉化率預測及建議行動。基於該等見解，我們調整廣告內容、投放策略和預算分配，使得廣告活動更有效地觸達受眾。



整合營銷服務案例研究

案例研究一

由Cyberclick驅動(幫助我們的客戶在主要媒體上開展全球廣告活動)— 我們為一家領先的中國全球技術和電子商務集團，提供定製的數字營銷解決方案，業務覆蓋200多個國家。在彼等規定的預算內，我們實施了一項整合營銷計劃，在客戶已經在線開展業務的各種主要媒體上執行。通過Cyberclick和AI驅動數據分析，我們首先了解目標購物群體如何與線上商店互動、彼等的瀏覽模式、購買決策、動機和關鍵驅動因素(如評論的功效，免費送貨，有競爭力的價格)、導航的便利性和最終點擊購買的便利性。然後，我們將該分析擴展至多個相關國家，考慮到不同的社會、消費、文化規範及語言，以及在Android、iOS及PC/WAP平台上呈現該等廣告的方式。我們向客戶交付的服務包括 — 增強買家體驗的算法和AI驅動的定製建議、根據社交情境或客戶群體量身的廣告內容，針對不同國家活動最合適的媒體選擇，而這一切均有我們專有的執行及交付技術作為支撐。通過建

業 務

立自動化廣告投放機制和持續分析買家轉化率，我們還不斷完善算法模型，以識別和獲取高價值用戶。鑒於客戶的成本取決於其廣告投放的頻率，我們使客戶能夠將其高價值用戶的獲取成本降低約43%，並使其核心渠道的有效商機比例提升超過50%。

案例研究二

由Cyberclick驅動(幫助我們的客戶在主要媒體上開展全球廣告活動)— 我們幫助一家全球時尚和生活方式電子零售商客戶在東南亞推廣了一系列新手機。該客戶打算將手機瞄準年輕消費者。通過Cyberclick和AI驅動數據分析，我們通過評估產品在東南亞11個國家的增長潛力開始了多維度分析。然後，我們根據人口統計和消費者行為模式對目標受眾進行細分。我們向客戶交付的服務包括— 算法和AI驅動的定製建議，包括通過關鍵意見領袖為該人群部署視頻活動，此外還有傳統的應用內橫幅廣告和策劃的應用內購買增強功能，以將觀眾轉化為買家。於2023年5月至2023年6月期間，該客戶在東南亞一個電商平台的3C品類銷售額排名第一，與該活動啟動前相比，品牌熱度增長了146%。與此同時，與活動啟動前相比，客戶的CPM下降了57%。

廣告平台業務案例研究

案例研究三

由zMaticoo驅動(幫助我們的客戶對廣告庫存進行投標，並在其他媒體上實時投放廣告) — 我們曾有一位已擁有成熟流量基礎的客戶。其希望更好地將現有流量變現，當然，也要捕捉新的流量。zMaticoo SSP是一個專注於流量變現和管理的供應方平台，使媒體能夠優化廣告填充率。該客戶是東南亞的主要流媒體之一，希望實現其戲劇內容的更廣泛分發。透過zMaticoo和AI驅動數據分析，我們幫助客戶為其目標受眾識別首選媒體渠道。針對18至24歲的核心目標用戶，我們引入了橫幅廣告之外的多元化形式，例如獎勵視頻廣告(用戶觀看短視頻即可獲得獎勵)，從而提高了用戶參與度並獲得了新的流量增長。我們還通過實時掃描和評估用戶體驗來對我們的廣告進行24/7全天候動態監控。例如，並非所有富媒體廣告都適用於互聯網帶寬或穩定性較低的地區或地域。我們的技術和服務通過用良好廣告(正確呈現的廣告)替換不良廣告(未按預期呈現給用戶的廣告)來快速糾正用戶體驗，保護客戶的品牌，並通過及時糾正更好地留住用戶。此次活動後，該客戶在其平台上產生的廣告收入增長了32%，並提高了廣告填充率。

我們的技術

我們具備強大的技術能力，這些能力已充分融入我們的業務運營。我們的專有系統(即整合營銷服務業務的Cyberclick及廣告平台業務的Yeahmobi或zMaticoo)建立在我們的基礎架構以及數據和AI中台之上並由其支持。

業 務

我們主要透過專有系統提供數字營銷服務，該等系統由以下支持：

- **基礎設施**：我們的智能多雲管理平台是我們技術能力的基礎層。其主要支持我們中台的海量存儲、異構計算、高速網絡及多雲協調，並促進大模型的高效接入及聚合。
- **中台**：我們技術架構的中間層包括我們的數據中台及AI中台。我們的數據中台將廣告交易及表現數據處理為可行輸入數據，並將該等輸入數據發送至AI中台。我們的AI中台進一步將該等輸入數據處理為圖表及報告，供客戶使用。



AI中台

我們的AI中台主要包括：

名稱	主要功能
營銷規劃模型	分析各媒體的ROI及流量質量，以計算最優預算分配，最大化廣告效率及ROI。
AI賦能內容生成模型	結合生成式模型能力與創意需求及表現指標，生成廣告圖像、短視頻及音樂，顯著提升創意產出。
AI投放模型	分析歷史效果及流量趨勢，以預測展示次數、點擊量及支出，應用於廣告投放及廣告庫存競價。
表現分析模型	對廣告效果及交易數據進行多模態分析，自動生成可視化報告，以突顯運營機遇。

業 務

專有系統

我們的專有系統(即Cyberclick、Yeahmobi及zMaticoo)主要提供以下技術能力：

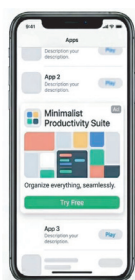
- **數據驅動的營銷規劃。**我們的專有系統分析不同媒體和行業的廣告效果及交易數據，幫助客戶匹配目標受眾，並制定初始營銷策略和廣告預算分配方案。
- **AI驅動的內容生成。**憑藉我們的AI驅動的內容生成模型，我們的專有系統可幫助客戶高效地製作大量覆蓋不同格式並針對其目標受眾量身定製的廣告內容。
- **自動化廣告投放。**
 - **Cyberclick。**通過從落地頁URL自動生成廣告活動，Cyberclick幫助客戶在主要媒體上啟動全球廣告活動。
 - **Yeahmobi。**Yeahmobi通過API集成與媒體對接，使客戶能夠在該等媒體上獲取廣告庫存。根據客戶設定的KPI要求，Yeahmobi可進行目標受眾匹配和廣告預算分配，並將客戶的廣告進一步投放到合適的媒體。
 - **zMaticoo。**zMaticoo通過zMaticoo SSP或zMaticoo SDK與媒體對接，使客戶能夠實時就廣告庫存進行競價並將廣告投放到其他媒體。zMaticoo由zMaticoo ADX、zMaticoo DSP和zMaticoo SSP組成：
 - **zMaticoo ADX。**zMaticoo ADX是一個全球程序化廣告交易平台。作為連接媒體與廣告主的中央樞紐，其利用算法和高並發架構，實時將廣告競價請求與合適的流量進行匹配，並支持每秒數百萬次查詢。
 - **zMaticoo DSP。**zMaticoo DSP是一個用於實時競價及廣告決策的需求方平台。其利用深度學習框架預測跨多個目標的用戶價值，並在實時競價環境中制定高效的競價策略，從而實現ROI最大化及預算分配優化。
 - **zMaticoo SSP。**zMaticoo SSP是一個專注於流量變現與管理的供應方平台。通過輕量級SDK及多元化整合方式，其聚合流量並使媒體能夠優化廣告填充率。
- **數據分析與表現優化。**憑藉我們的表現分析模型，我們的專有系統基於廣告效果和交易數據為客戶生成標準化的報告和儀表板，並使我們能夠及時為客戶調整和優化廣告投放決策。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

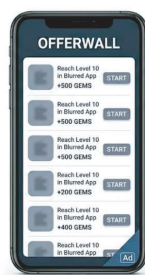
業 務

我們的廣告形式

我們協助各業務線的客戶，運用多種量身訂製的形式，於各類媒體開展廣告活動。以下說明我們的主要廣告形式：



原生信息流廣告



積分牆



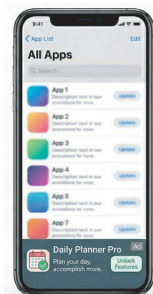
激勵視頻



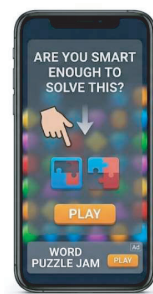
插屏廣告



開屏廣告



橫幅廣告



试玩廣告

銷售及營銷

我們的營銷工作集中於識別潛在客戶及分析現行行業趨勢。我們通常透過以下方式直接獲取新客戶：(i)參與投標；(ii)參加展會及論壇，通過設立展位、發表主題演講或主持小組討論；(iii)透過直播參與由媒體主辦的線上行業活動及網絡研討會；(iv)主動聯繫潛在客戶以表達合作意向；及(v)現有客戶推薦。

我們通常對我們的銷售及營銷活動及工作採取統一的方法。我們的銷售及營銷團隊通常專注於為我們的兩個業務線獲取客戶，因為視乎客戶的特定營銷計劃，其可能會就其特定廣告活動委聘我們於我們的兩個或其中一個業務線提供服務。

於2023年、2024年及2025年，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣40.6百萬元、人民幣43.9百萬元及人民幣65.2百萬元，分別佔我們總收入的1.9%、1.7%及1.7%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們的全球佈局

截至最後實際可行日期，我們的數字營銷服務通過海外媒體提供，覆蓋超過230個國家及地區。下表載列於往績記錄期間我們按客戶地理位置劃分的收入：

	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	%
亞太地區	1,908,998	89.1	2,111,470	82.9	3,052,814	79.7
北美洲	112,099	5.2	356,896	14.0	516,962	13.5
其他地區 <small>(附註)</small>	122,223	5.7	78,444	3.1	260,291	6.8
總計	2,143,320	100.0	2,546,810	100.0	3,830,067	100.0

附註： 其他地區主要包括歐洲及南美洲等。

於最後實際可行日期，我們已在美國及日本設立兩個海外辦事處。我們的海外辦事處是我們長期增長戰略的基石，使我們能夠在海外市場吸引及挽留關鍵的本地人才，並確保優質的媒體資源。這種本地化佈局鞏固我們的可持續擴張，並深化我們在該等地區的競爭優勢。

我們的客戶及供應商

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括來自跨境電子商務、遊戲及娛樂、實用應用程序及新興品牌行業的直接客戶以及其他有海外營銷推廣需求的企業。我們的客戶主要為具有海外營銷需求的廣告主，以提升品牌知名度、獲取用戶及實現商業轉化。我們的客戶可能會在我們的兩個或其中一個業務線就其特定廣告活動使用我們的服務。於2023年、2024年及2025年，往績記錄期間各年來自五大客戶的收入分別為人民幣460.6百萬元、人民幣681.5百萬元及人民幣1,144.5百萬元，佔各年總收入的21.5%、26.8%及29.9%。於2023年、2024年及2025年，來自我們最大客戶的收入分別佔我們同年總收入的5.2%、8.6%及12.4%。

憑藉我們豐富的營銷經驗、市場洞察力及媒體資源，我們已建立龐大的客戶基礎。於最後實際可行日期，我們已服務超過10,000名中國及外國客戶。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間的五大客戶詳情：

截至2023年12月31日止年度

客戶	背景及主要業務	業務關係		佔總收入		信貸期	結算方式
		始於	所提供服務	收入	百分比		
客戶A	一家總部位於中國的全球科技及電子商務公司集團，經營數字零售市場、雲計算、物流及金融科技平台	2016年	整合營銷服務及廣告平台業務	110.6	5.2%	收到發票後最多90天	銀行轉賬
客戶B	一家總部位於新加坡的移動廣告及數據分析公司，專門從事用戶獲取、實時競價及數字營銷解決方案	2020年	廣告平台業務	108.4	5.0%	日曆月結束後最多90天	銀行轉賬
客戶C	一家於香港註冊成立的手機遊戲開發商及發佈商，專注於在線娛樂內容創作、分銷及互動遊戲服務	2020年	整合營銷服務及廣告平台業務	100.6	4.7%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
客戶D	一家總部位於香港的私營科技公司，專注於移動應用程式、數字內容開發及信息技術服務	2018年	廣告平台業務	83.2	3.9%	日曆月結束後最多90天	銀行轉賬
客戶E	一家總部位於中國的全球科技公司，專注於移動遊戲、社交娛樂及AI賦能平台	2021年	廣告平台業務	57.8	2.7%	收到發票後最多60天	銀行轉賬

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	背景及主要業務	業務關係		估總收入		信貸期	結算方式
		始於	所提供服務	收入	百分比		
客戶A	一家總部位於中國的全球科技及電子商務公司集團，經營數字零售市場、雲計算、物流及金融科技平台	2016年	整合營銷服務及廣告平台業務	218.5	8.6%	收到發票後最多90天	銀行轉賬
客戶F	一家總部位於中國的跨國在線旅遊服務集團公司，在全球範圍內提供住宿預訂、交通票務、跟團遊、企業差旅管理及其他旅遊相關服務	2019年	整合營銷服務	124.7	4.9%	收到發票後最多45天	銀行轉賬
客戶G	一家位於香港的技術驅動的在線經紀公司，透過其專有平台提供證券交易、財富管理、保證金融資及數字投資服務	2022年	整合營銷服務	117.0	4.6%	日曆月結束後最多90天	銀行轉賬
客戶H	一家總部位於美國的互動娛樂公司，專注於手機遊戲、互動故事、短劇及數字內容分銷	2019年	整合營銷服務及廣告平台業務	112.1	4.4%	日曆月結束後最多60天	銀行轉賬
客戶I	一家總部位於迪拜的自由區廣告及營銷服務公司，專門從事數字媒體、品牌推廣及促銷解決方案	2023年	廣告平台業務	109.2	4.3%	日曆月結束後最多60天	銀行轉賬

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至2025年12月31日止年度

客戶	背景及主要業務	業務關係		佔總收入		信貸期	結算方式
		始於	所提供服務	收入	百分比		
客戶A	一家總部位於中國的全球科技及電子商務公司集團，經營數字零售市場、雲計算、物流及金融科技平台	2016年	整合營銷服務及廣告平台業務	476.8	12.4%	收到發票後最多60個營業日	銀行轉賬
客戶F	一家總部位於中國的跨國在線旅遊服務公司集團，在全球範圍內提供住宿預訂、交通票務、跟團遊、企業差旅管理及其他旅遊相關服務	2019年	整合營銷服務及廣告平台業務	272.4	7.1%	收到發票後最多45天	銀行轉賬
客戶J	一家總部位於沙特阿拉伯的技術驅動的金融服務提供商公司集團，向全球零售、機構及企業客戶提供證券交易、財富管理、投資顧問及跨境金融解決方案	2023年	整合營銷服務及廣告平台業務	152.1	4.0%	日曆月結束後最多75天	銀行轉賬
客戶K	一家總部位於中國的跨國電子商務及科技公司附屬公司，專注於營銷服務	2025年	整合營銷服務	125.6	3.3%	日曆月結束後最多60天	銀行轉賬
客戶L	一家總部位於新加坡的私營全球時尚及生活方式電子零售集團，提供飾品與生活方式產品的按需製造及直供服務	2016年	廣告平台業務	117.6	3.1%	日曆月結束後最多60天	銀行轉賬

截至最後實際可行日期，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東(擁有或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者)於往績記錄期間的任何五大客戶中擁有任何權益。我們於往績記錄期間的所有五大客戶均為獨立第三方。

業 務

與客戶的主要條款及安排

我們通常與客戶訂立年度框架協議。協議的主要條款通常包括：

期限	(i)年度框架協議(經雙方共同同意後可續期)，或(ii)針對特定廣告活動的固定期限協議。
我們的服務	我們會詳細說明我們將向客戶提供的整合營銷服務及／或廣告平台業務。
定價方式	請參閱「業務 — 我們的業務模式」。
結算方式及信貸期	客戶為訂單支付預付款項及／或在每月月底收到我們的發票後結算付款。我們通常向客戶提供收到我們發票後最長180日的信貸期。
責任	我們會詳細說明就政府部門或相關媒體施加的任何處罰，以及與非法或不當營銷內容有關的任何第三方索償，並須彌償我們的客戶因該等非法或不當營銷內容而可能產生的任何索償及虧損。
終止	在特定條件下，合約可經發出事先書面通知予以終止。

我們可能會向客戶授出返點，以激勵及鼓勵彼等使用我們的服務，根據灼識諮詢的資料，這是行業慣例。我們根據多項因素釐定給予各客戶的返點率，例如彼等的估計總流水、客戶的業務前景、我們的服務成本及我們預期於特定年度自媒體收取的返點總額。

我們的供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括自有流量媒體、廣告交易平台及媒體代理商。儘管我們的最大供應商因其在整合營銷服務中的廣泛媒體流量而集中於主要媒體，但我們亦可能從廣告平台業務中的其他媒體獲取媒體流量。截至最後實際可行日期，我們已將廣告平台與超過600,000家媒體連接。於2023年、2024年及2025年，往績記錄期間各年我們向五大供應商的採購額分別為人民幣5,594.1百萬元、人民幣8,185.4百萬元及人民幣10,954.9百萬元，分別佔我們各年度總流量採購額的79.7%、83.7%及82.3%。於2023年、2024年及2025年，我們向最大供應商的採購額分別佔我們同年總流量採購額的38.8%、46.7%及30.7%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間的五大供應商詳情：

截至2023年12月31日止年度

供應商	背景及主要業務	業務關係 始於	向我們提供的 服務	估流量		信貸期	結算方式
				購買 金額	總採購額 百分比		
供應商A	一家於香港註冊成立的廣告及營銷服務公司，專門從事海外推廣策劃、創意製作、數字廣告培訓及戰略營運優化	2018年	媒體流量	2,728.5	38.8%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商B	一家總部位於美國的跨國科技公司集團，專門從事互聯網服務、雲計算、軟件、硬件、人工智能及數字廣告	2016年	媒體流量	1,846.2	26.3%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商C	一家總部位於中國的跨國科技公司集團，專門從事人工智能驅動的內容平台、社交媒體、娛樂及數字服務，經營全球知名短視頻社交媒體	2018年	媒體流量	763.3	10.9%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商D	一家總部位於美國的跨國科技集團，專注於軟件開發、IT服務和硬件製造	2021年	媒體流量	152.9	2.2%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商E	一家總部位於中國的雲端商業及營銷解決方案提供商的附屬公司，專門從事社交廣告及數字營銷	2022年	媒體流量	103.2	1.5%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	背景及主要業務	業務關係 始於	向我們提供的 服務	估流量		信貸期	結算方式
				購買 金額	總採購額 百分比		
供應商A	一家於香港註冊成立的廣告及營銷服務公司，專門從事海外推廣策劃、創意製作、數字廣告培訓及戰略營運優化	2018年	媒體流量	4,568.5	46.7%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商B	一家總部位於美國的跨國科技公司集團，專門從事互聯網服務、雲計算、軟件、硬件、人工智能及數字廣告	2016年	媒體流量	2,081.8	21.3%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商C	一家總部位於中國的跨國科技公司集團，專門從事人工智能驅動的內容平台、社交媒體、娛樂及數字服務，全球知名短視頻社交媒體的母公司	2018年	媒體流量	1,027.8	10.5%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商D	一家總部位於美國的跨國科技集團，專注於軟件開發、IT服務和硬件製造	2021年	媒體流量	409.9	4.2%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商E	一家總部位於中國的雲端商業及營銷解決方案提供商的附屬公司，專門從事社交廣告及數字營銷	2022年	媒體流量	97.4	1.0%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至2025年12月31日止年度

供應商	背景及主要業務	業務關係 始於	向我們提供的 服務	估流量		信貸期	結算方式
				購買 金額	總採購額 百分比		
				(人民幣 百萬元)			
供應商B	一家總部位於美國的跨國科技公司，專門從事互聯網服務、雲計算、軟件、硬件、人工智能及數字廣告	2016年	媒體流量	4,089.4	30.7%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商A	一家廣告及營銷服務公司，專門從事海外推廣策劃、創意製作、數字廣告培訓及戰略營運優化	2018年	媒體流量	4,007.5	30.1%	日曆月結束後最多30天	銀行轉賬
供應商C	一家總部位於中國的跨國科技公司集團，專門從事人工智能驅動的內容平台、社交媒體、娛樂及數字服務，經營全球知名短視頻社交媒體	2018年	媒體流量	2,058.1	15.5%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商D	一家總部位於美國的跨國科技集團，專注於軟件開發、IT服務和硬件製造	2021年	媒體流量	451.0	3.4%	收到發票後最多60天	銀行轉賬
供應商F	一家總部位於美國的移動技術公司集團，專門從事應用程序營銷、變現、分析及發佈解決方案	2016年	媒體流量	348.9	2.6%	收到發票後最多30天	銀行轉賬

截至最後實際可行日期，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東(擁有或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者)於往績記錄期間的任何五大供應商中擁有任何權益。我們於往績記錄期間的所有五大供應商均為獨立第三方。

供應商集中度

於往績記錄期間，我們主要向主要供應商採購媒體流量。根據灼識諮詢的資料，數字營銷服務市場的大規模媒體流量供應高度集中於主要媒體。由於大規模媒體流量的替代選擇有限，向主要供應商採購我們大部分的媒體流量符合行業慣例。有關供應商集中度所產生的風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面臨依賴為數不多的主要媒體的風險」。

我們的董事認為，我們與主要供應商的關係不大可能發生重大不利變動或終止，原因為(i)自2018年以來，我們與主要供應商保持長期穩定的合作關係；(ii)於往績記錄期間，我們與主要供應商並無任何糾紛。

業 務

與供應商的主要條款及安排

我們通常與供應商訂立年度框架協議。協議的主要條款通常包括：

期限	初步為期一年，可自動重續或經雙方同意後續期。
向我們提供的服務	我們會詳細說明供應商將向我們提供的媒體流量。
定價方法	請參閱「業務 — 我們的業務模式」。
結算方式及信貸期	我們通常在每月月底收到發票後結算付款。我們通常獲提供收到發票後最長60日的信貸期。
保密	除適用法律法規另有規定，或經另一方事先書面同意外，各方均須對履行相關協議過程中獲得的資料及其合約條款保密。
終止	在特定條件下，合約可經發出事先書面通知予以終止。

我們按行業慣例從媒體獲得返點。我們從媒體獲得的返點乃基於多項因素釐定，包括我們在相關媒體的總支出、客戶群的質量以及媒體各自的KPI政策。正如灼識諮詢所確認，於往績記錄期間，我們從媒體獲得的返利率符合行業市場範圍。

重疊客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的五大客戶中的若干客戶亦是我們的供應商，而五大供應商中的若干供應商亦是我們的客戶。彼等主要向我們供應媒體流量，同時向我們購買數字營銷服務。此類重疊主要由於該等客戶及供應商均為科技公司或營銷服務提供商。根據灼識諮詢的資料，此類安排在全球數字營銷服務行業中較為常見，即媒體於有營銷需求推廣其產品或服務時，或會成為營銷服務提供商的客戶。

於往績記錄期間，客戶A、客戶E及客戶I亦為我們的供應商。於2023年、2024年及2025年，客戶A、客戶E及客戶I分別貢獻了我們總收入的8.8%、14.3%及16.6%，以及我們流量採購總額的0.1%、0.3%及0.7%。

於往績記錄期間，供應商B及供應商C亦為我們的客戶。於2023年、2024年及2025年，供應商B及供應商C分別貢獻了我們總收入的1.6%、2.9%及2.6%，以及我們流量採購總額的37.1%、31.8%及46.2%。

業 務

轉讓定價安排

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司及我們所概述受控聯屬人士及附屬公司已進行涉及以下各項的公司間交易：(i)廣告運營服務，(ii)代理銷售服務及(iii)營銷支持服務(統稱為「涵蓋交易」)，其詳情載列如下：

- 廣告運營服務。本集團內的若干實體負責執行特定的營銷活動、廣告運營、客戶維繫活動及技術支持，以確保營銷策略有效實施。
- 代理銷售服務。本集團內若干實體負責執行合約簽署、向客戶收款及開具發票。
- 營銷支持服務。本集團內若干實體負責開發本地客戶及媒體並與其互動。

經濟合作與發展組織(「經合組織」)是一個旨在促進跨國合作的國際組織，該組織發佈了《經合組織跨國企業與稅務機關轉讓定價指南》(「經合組織轉讓定價指南」)。全球各地的稅務機關在評估關聯方交易時廣泛採用該等指南。根據《經合組織轉讓定價指南》，本集團實體間的交易應按照公平交易原則進行。

我們已委任一家國際專業事務所為我們的轉讓定價顧問。該顧問已審核我們的轉讓定價安排，其已審閱涵蓋交易，以確定涉及涵蓋交易的附屬公司所取得的利潤水平是否達到公平交易的利潤水平。相關分析乃根據2022年發佈的《經合組織轉讓定價指南》進行。中國及其他相關稅務司法管轄區的轉讓定價法規與《經合組織轉讓定價指南》所概述的方法一致。

我們的轉讓定價顧問選擇交易淨利潤法(「TNMM」)作為合適的轉讓定價方法來評估涵蓋交易是否按公平交易原則進行。TNMM將涵蓋交易的受測方的淨利潤率與進行類似交易的獨立公司的淨利潤率進行比較。

根據對涵蓋交易的評估以及通過篩選和評估可資比較公司進行的轉讓定價基準分析，我們了解到相關實體的淨利潤率水平屬合理，且與其各自的功能及風險相稱。因此，受審核實體的利潤水平符合公平交易原則。

董事確認，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並不知悉相關稅務司法管轄區的任何稅務機關就我們的公司內交易及轉讓定價安排有任何未決質詢、審計、調查或質疑。

我們一直並將繼續密切監察本集團的轉讓定價安排，包括定期檢討集團內交易定價政策的合理性。然而，我們無法保證我們的轉讓定價安排未來不會受到稅務機關的審查或質疑。我們有合理依據對潛在質疑進行辯護。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能面臨與轉讓定價安排相關的風險」。

業 務

轉讓定價合規性

我們已採取並將繼續採取以下措施，確保持續遵守我們營運所在司法管轄區的相關轉讓定價法律法規及《經合組織轉讓定價指南》。

- 我們將繼續聘請外部稅務顧問每年就轉讓定價事宜向我們提供意見，並將繼續根據稅務顧問就轉讓定價方法的應用及評估所提供的意見行事。
- 我們將根據稅務顧問的轉讓定價意見制定轉讓定價政策及預算計劃。
- 我們將就相關司法管轄區轉讓定價法律法規的最新變化為高級管理層人員開展培訓。
- 我們的董事及財務總監將於向相關稅務機關提交任何與轉讓定價有關的申報表格前對其進行審閱。
- 我們的董事及財務總監將確保所採用的轉讓定價政策與各實體的價值貢獻一致。
- 我們的董事將審閱重大公司間交易的條款，並定期監察我們的轉讓定價政策，以確保交易按照公平交易原則進行。
- 我們的財務總監將就各方的價值貢獻記錄並歸檔相關支持文件，以作風險管理之用。該等文件將包括但不限於與職能及風險特徵相關的文件、往來通信等。

研究與開發

研發團隊

我們擁有一支經驗豐富的研發人才團隊。截至2025年12月31日，我們共有298名研發人員，佔僱員總數的26.8%。彼等主要負責大數據分析、機器學習及AI算法等領域的廣告相關技術開發。於2023年、2024年及2025年，我們的研發開支分別為人民幣86.7百萬元、人民幣91.4百萬元及人民幣159.3百萬元。請參閱「財務資料 — 綜合損益表選定項目描述」。

研發流程

我們的研發流程由內部創新與客戶需求驅動，並涉及銷售、設計及運營等多個內部部門的緊密協作。我們鼓勵僱員與客戶保持積極溝通，以了解其不斷變化的需求，同時賦予研發團隊探索新想法與技術的自主權。我們的研發項目通常根據具體需求分為以下兩種模式組織進行：(i)升級（主要針對現有系統，並在相對短時間內完成）及(ii)創新探索（將組建獨立項目團隊，無特定時限）。針對特定研發項目的開發流程一般包括：(i)從我們的運營中收集具體的研發需求；(ii)進行產品需求分析；(iii)確認開發需求；及(iv)提供迭代反饋並持續完善及優化產品，以確保與不斷變化的需求保持一致。

業 務

競爭格局

我們在中國出海數字營銷服務市場競爭，同時亦於全球移動廣告服務市場內與中國的獨立第三方平台競爭，這兩個市場均競爭激烈。在技術快速進步及客戶需求多樣化的推動下，這兩個市場近年來均持續發展，並預計未來亦將增長。

基於我們紮實的技術能力、廣泛的媒體覆蓋範圍、穩固的客戶基礎及經驗豐富的管理團隊，我們相信，我們處於有利位置，能夠維持我們的競爭地位，並抓住我們經營所在行業的未來機遇。

進一步詳情請參閱「行業概覽」。

季節性

於往績記錄期間，我們並無經歷重大季節性影響。然而，廣告行業普遍存在一個特點，即許多廣告主通常會將大部分廣告預算分配至假日季節及特殊促銷活動期間。該等期間通常發生於曆年下半年，與預期的消費支出增長吻合。

由於我們已於各行各業建立多元的客戶基礎，過往的收入增長普遍超越並抵銷了與個別行業相關的特定季節性影響。儘管過往表現如此，預期我們未來的收入仍將因應影響整體移動廣告行業的更廣泛季節性趨勢而出現波動。

僱員

截至2025年12月31日，我們於中國及海外共有1,114名全職僱員。下表載列我們於同日按職能劃分的僱員明細：

職能	僱員數目	%
管理	128	11.5
設計	12	1.1
銷售	109	9.8
研發	298	26.8
運營	567	50.9
總計	1,114	100.0

下表載列我們截至2025年12月31日按地理位置劃分的僱員明細：

地點	僱員數目	%
國內	1,100	98.7
海外 ^(附註)	14	1.3
總計	1,114	100.0

附註：海外包括美國、日本、韓國、香港及新加坡。

業 務

我們的發展取決於我們是否能吸引、挽留及激勵合資格人才。我們主要通過招聘門戶、獵頭公司、校園招聘及內部推介會招聘僱員。我們為僱員提供新員工入職培訓及定期在職培訓。我們與每位僱員簽訂了個人僱傭合約，涵蓋事宜包括薪資、獎金、僱員福利、保密義務、競業禁止條款、工作成果及知識產權轉讓條款以及合約終止原因。僱員的薪酬待遇包括薪資及獎金，通常根據其資歷及工作表現評核而定。我們亦提供股份激勵及晉升機會以激勵僱員。

與僱員共享成功並賦予其成長動力是我們企業文化的核心要素之一。我們始終致力為僱員提供完善的社會福利、安全的工作環境及多樣化的職業發展機會。同時，我們嚴格遵守相關國家及地區有關工作場所安全的法律、法規及標準，致力通過實施高效的管理體系，為僱員創造安全健康的工作環境，保障其安全及身心健康。

我們已根據中國法律法規要求，參與由地方政府管理的各項僱員社會保險計劃，包括住房公積金、養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險。

我們認為，我們與僱員保持良好的工作關係。我們的僱員由工會代表。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未經歷任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的勞資糾紛或罷工。

獎項及榮譽

於往績記錄期間，我們就品牌、服務及創新能力獲得諸多獎項及榮譽。下表概述我們於往績記錄期間及截至最後實際可行日期獲得的主要獎項及榮譽：

年份	獎項或榮譽名稱	頒獎機構
2025年	2025 — 2026年度國家文化出口重點企業	商務部
2025年	2025艾菲年度出海企業榜單	大中華區艾菲獎
2025年	2024年度微軟廣告 • 出海廣告客戶深耕獎	微軟廣告
2024年	谷歌2024年度卓越代理商大獎	谷歌
2024年	中國廣告長城獎 — 銅獎及優秀獎	中國廣告協會
2024年	2024福布斯中國出海全球化品牌Top 30	福布斯中國
2023年	2023 — 2024年度國家文化出口重點企業	商務部等

業 務

年份	獎項或榮譽名稱	頒獎機構
2023年	服貿會全球服務實踐案例	中國國際服務貿易交易會
2023年	金投賞海外組銀獎	金投賞

知識產權

我們將保護知識產權視為業務成功的關鍵要素。我們積極管理知識產權組合，以保障我們的創新，並維持市場競爭優勢。我們的其中一項主要措施是為核心技術申請專利保障，以獲得專有權利，並防止未經授權的使用。截至最後實際可行日期，我們擁有對我們的業務而言屬重大的49項註冊商標、63項軟件著作權、22項專利及67個域名。請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的進一步資料 — 2.我們的重大知識產權」。

我們依靠我們營運所在司法管轄區的專利、商標、版權及其他知識產權保護法律的組合保護。此外，我們亦通過一系列措施保護知識產權，包括與僱員、供應商及客戶簽訂保密協議及合約安排等。儘管我們已採取預防措施，但仍可能會面臨被指控侵犯第三方知識產權或第三方侵犯我們知識產權的相關風險。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能無法防止未經授權的使用或對我們知識產權的侵犯。相反，我們也可能面臨我們的服務或技術侵犯他人知識產權的指控」。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的知識產權並未遭受任何重大侵權，亦無遭到第三方向我們提出任何重大知識產權申索。

物業

我們的總部位於中國陝西省西安市，並於北京、成都、深圳、上海及廣州設有國內辦事處，以及在美國及日本設有海外辦事處。截至最後實際可行日期，我們所持有或租賃的物業中，概無任何物業的賬面值佔我們綜合總資產的15%或以上。根據《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條的規定，無須按照《公司(清盤及雜項條文)條例》附表三第34(2)段所述將土地或樓宇的一切權益納入估值報告。

截至最後實際可行日期，我們並無於中國或海外擁有任何物業，並於中國租賃八項物業以及於美國及日本各租賃一項物業，總建築面積合共約16,395.64平方米(不包括在成都、廣州、美國及日本的租賃物業內的共享辦公空間)，主要用作我們的辦公空間。

截至最後實際可行日期，本集團在中國的五項租賃協議並未向相關政府部門辦理登記手續。據我們的中國法律顧問告知，未能租賃協議登記可能導致相關部門對相關實體處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於往績記錄期間，就上述租賃物業而言，我們並未遭受相關部門處罰或罰款。我們的中國法律顧問認為，上述未能完成租賃協議登記不會對我們的業務營運造成重大不利影響。未能完成租賃協議登記並不影響租賃協議的效力，亦不影響我們對租賃物業的正常使用，且不會對

業 務

我們的業務及營運造成重大影響。因此，我們相信，未能在中國完成租賃協議登記不會對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

數據隱私及數據安全

我們的客戶主要為企業而非個人。因此，在日常業務過程中，我們主要從業務合作夥伴獲取信息，通常包括(i)業務合作夥伴為便於我們與其進行業務溝通之必要而提供的基本聯絡信息(如聯絡人姓名及電郵地址)及(ii)我們提供廣告投放及活動相關服務所必要的信息，其中可能包括與我們業務合作夥伴的終端用戶有關的數據(如加密廣告標識符)。我們不會收集或存儲識別至自然人身份的終端用戶的個人數據，例如用戶的真實姓名、身份證號碼或家庭住址。

本集團已制定多項有關數據保護及安全的內部控制政策及機制，例如(i)有關數據存儲、訪問及使用等的全面內部政策及程序；(ii)與僱員訂立保密協議要求其履行保密義務；及(iii)信息安全事件應急響應機制。我們亦實施一系列技術措施，例如(i)數據備份及數據恢復安排；(ii)防病毒措施；(iii)加密措施；及(iv)有關數據訪問的授權及驗證程序。此外，我們亦為僱員提供有關信息安全的培訓。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何重大數據洩露，亦未發生任何對本集團造成重大不利影響的數據事故。有關網絡安全、數據隱私及數據保護的適用法律及法規詳情，請參閱「監管概覽」。

環境、社會及管治

我們將環境、社會及管治(「ESG」)事宜視為我們業務運營的組成部分。我們致力於持續加強我們的ESG管治體系，並將ESG因素納入我們的服務及業務運營中。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，經我們的中國法律顧問告知，我們並無涉及任何有關健康、工作安全、社會及環境保護的重大申索、處罰或事故，且在所有重大方面均已遵守相關中國法律法規。

ESG管治

為確保有效實施我們的ESG戰略，我們已建立由董事會、戰略委員會及ESG人員組成的三級ESG管治架構。董事會為ESG的決策及領導機構，負責制訂我們ESG戰略的整體方向、實施及監督，包括審閱ESG報告及就ESG相關事宜進行深入討論。戰略委員會負責將我們的ESG戰略轉化為可行的計劃及方案，其中包括審閱有關ESG相關事宜的深入研究及討論，以制訂及實施我們的ESG戰略，監督及指導ESG人員開展相關工作，確保ESG原則貫徹於我們運營的各個方面。來自各內部部門的ESG人員負責監督各部門不同ESG舉措的執行，組織及實施ESG計劃，並確保ESG計劃得到妥善執行。ESG人員亦定期向董事會及戰略委員會報告進度及已識別的問題，從而促進對我們ESG管治的協同綜合管理。

業 務

ESG重要性評估

我們已制訂ESG重要性評估，當中已考慮主要持份者的考量因素、我們的行業特點、業務運營及國際可持續發展標準。我們已識別出以下對我們業務有重大影響的ESG議題：

環境

指標及目標

耗電、耗水及耗紙

下表載列於所示期間我們消耗相關資源的指標：

	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
耗電量	兆瓦時	527.94	579.36	540.00
耗電密度	兆瓦時／每名僱員	0.71	0.66	0.48
耗水量	噸	6,008.00	6,833.00	2,160.00 ^(附註)
耗水密度	噸／每名僱員	8.08	7.77	1.94
耗紙量	噸	26.60	42.84	28.00
耗紙密度	噸／每名僱員	0.04	0.05	0.03

附註：本集團於2025年租用的辦公空間減少，導致用水量顯著下降。

根據2025年的耗電、耗水及耗紙數據，我們計劃到2030年將耗電、耗水及耗紙密度降低5%，按噸水、兆瓦時電及噸紙計量。

溫室氣體排放

下表載列於所示期間的溫室氣體排放量：

	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	2,487.80	2,055.91	2,457.40
範圍二	噸二氧化碳當量	280.12	307.41	286.52
範圍三	噸二氧化碳當量	2,207.68	1,748.50	2,170.87
密度	噸二氧化碳當量／每名僱員	3.34	2.34	2.21

根據2025年的溫室氣體排放數據，我們計劃到2030年將溫室氣體排放密度降低5%，按每名僱員的溫室氣體排放噸二氧化碳當量計量。

環保舉措

為達成我們的目標，我們已實施多項措施以減少資源消耗及廢物排放：

- **耗電量。**我們鼓勵僱員在離開辦公室時關掉電燈及電腦。

業 務

- **耗紙量。**我們鼓勵僱員使用具備存儲、編輯、傳輸及審閱等線上功能的企業協作電子平台，以減少用紙及提高工作效率。

僱員

僱員福祉

我們視僱員為我們可持續發展的核心要素之一。我們一貫恪守信任、責任、執行及持續學習的價值觀，同時倡導多元及包容的企業文化。我們透過以下措施為僱員提供各種福利，重視僱員的福祉、健康及工作與生活平衡：

- **包容及支持性的工作環境：**我們積極保護僱員的權益，不論其年齡、性別或種族，並遵守相關法律法規為殘疾僱員提供支持性工作條件。
- **健康與健身：**我們關心僱員的健康及福祉，並設立了配備跑步機、瑜伽設備及淋浴間的健身區，鼓勵僱員保持積極健康的生活方式。
- **其他福利：**我們亦為僱員提供其他福利，例如僱員餐廳、季節性及生日禮物以及其他補貼，如停車場補貼及快遞補貼。

我們亦積極促進僱員之間的包容、平等及多元化。於2023年、2024年及2025年，我們分別聘用744名、879名及1,114名僱員，其中459名、556名及679名為女性，分別佔各期間僱員總數的61.7%、63.3%及61.0%。於各期間，我們亦分別聘用5名、4名及4名殘疾僱員，分別佔各期間僱員總數的0.7%、0.5%及0.4%。

專業發展

我們堅信人才是我們服務能力的基石。我們鼓勵僱員根據自身偏好尋求專業發展機會。為實現此目標，我們為僱員提供從解決問題、溝通技巧到行業最新資訊的各種培訓及職業發展計劃，以支持其成長及向上流動的機會。我們從而為各級僱員建立了學習藍圖，根據僱員的具體需求及偏好為其提供高度定製的培訓組合。

慈善舉措

在我們對社會責任的承諾指引下，我們持續推進教育支持及社區發展。於2024年，我們與陝西宋慶齡基金會合作，向安康市的三所幼兒園捐贈了智能黑板、空調、陳列櫃、飲水機及圖書。我們亦

業 務

與純山教育基金會合作，向渭南市的兩所小學捐贈了書籍、筆記本、其他學習用品及日用品等物資。透過持續的努力及投入，我們專注於農村青年教育的真正需求，踐行社會責任，並為下一代的培養賦能。

數據隱私及安全

我們認為信息安全及隱私保護是贏得客戶及其他持份者信任的基本要求。我們已基於ISO/IEC 27001信息安全管理體系及ISO 27701隱私信息管理體系建立管理框架並獲得相關體系認證，且於往績記錄期間，我們並無錄得任何導致重大財務或聲譽損失的信息安全違規事件。我們致力於保護數據安全，為此我們實施了管理策略、安全架構和技術措施。我們定期進行與數據保護相關的評估、檢查和內部培訓，藉此不斷改進和確保數據的持續安全。

反貪污及賄賂

我們對貪污及賄賂採取零容忍態度。我們已根據相關法律法規制訂反舞弊及反賄賂政策，以規管我們營運中的反貪污、反賄賂及反舞弊行為，從而加強我們的企業管治及內部控制，並保障本公司及我們股東的權益。

我們的高級管理層負責制訂及實施相關政策，以確保我們的僱員遵守，透過內部審計及風險管理監督政策執行，並與監管機構合作提供必要信息，以確保我們的做法保持合規。

我們亦將反舞弊措施融入我們的培訓體系，提高對相關法律法規及風險防範要求的認識，以規範僱員行為。對於財務、採購及銷售等高風險職位，我們已建立風險評估機制並採取控制措施，包括加強內部審計、嚴格的財務管理及僱員培訓。我們會進行內部審計以確保高風險職位的合規性，同時利用電子財務管理系統等技術工具提高本公司內部的透明度。此外，我們亦對潛在供應商進行盡職調查。我們將終止與任何被發現從事貪污或賄賂行為的供應商的業務關係，且該等供應商將被列入黑名單。

牌照、批准及許可證

我們的中國法律顧問已告知我們，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已自相關政府部門取得對我們業務營運屬重大的所有必要牌照、批准及許可證，且所有該等牌照、批准及許可證於最後實際可行日期仍然完全有效，且目前不存在任何會導致其被吊銷或撤銷的情況。我們須不時續期該等證書、許可證及牌照，且我們預期續期不會遇到任何重大困難。

保險

我們根據適用法律法規，並視乎營運需要和行業慣例投購保險。根據適用法律法規的要求，我們為中國僱員繳納社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險、醫療保險及住房公積金。我們亦為僱員提供額外的商業保險。

遵循一般市場慣例，我們通常並無投購任何非中國法律強制要求的保險，包括業務中斷保險或產品責任保險。我們亦無投購關鍵人員保險、覆蓋我們網絡基礎設施或信息技術系統損壞的保險，或任何有關我們物業的保險。儘管如此，我們已投購董事及高級管理人員責任保險。我們的董事認為，我們的保險範圍充足，且符合行業慣例。

於往績記錄期間，我們並未提出任何與我們業務有關的重大保險索償。

業 務

風險管理及內部控制

我們於日常業務經營中面臨多種風險。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險」。因此，我們致力於建立及維持我們認為對業務營運而言屬必要且恰當的風險管理及內部控制政策。我們已在多個方面採納並實施的風險管理政策，例如財務報告、信貸管理、信息技術、營運管理、人力資源及合規。董事會承擔於本集團內維持有效風險管理及內部控制體系的全面及最終責任，負責識別及評估本集團於營運過程中可能面臨的重大風險。我們將持續監察本集團對規管我們業務營運的相關法律法規的持續遵守情況，並監督任何必要措施的實施。

風險管理

財務報告風險管理

我們於日常及一般業務過程中面臨多種財務風險，例如信貸風險、流動資金風險、匯率風險及利率風險。請參閱「財務資料 — 市場風險及風險管理」。因此，我們已就財務報告風險管理採納會計政策，例如財務管理、預算管理及應收款項結算及管理。我們將為財務部門成員提供持續培訓，以確保該等政策及指引得到妥善遵守及實施。此外，我們已建立內部問責機制，以提高我們財務披露的準確性、完整性及時效性，並加強參與編製及審閱年報的人員的責任。截至2025年12月31日，我們的財務部門由財務總監鄭正東先生領導，其在公眾公司財務報告方面擁有豐富經驗。我們財務部門的其他成員亦在財務及會計方面擁有豐富經驗。

信貸風險管理

我們的信貸風險主要歸因於應收賬款及與媒體代理服務相關的其他應收款項。我們主要透過以下措施管理信貸風險：

- 我們已實施「了解你的客戶」程序及信貸審查，以核實潛在客戶的背景；
- 我們對申請超過預定額度信貸的潛在及新客戶進行個別信貸評估。該等評估專注於客戶的過往付款行為、其當前財務支付能力，以及有關客戶及其營運所在經濟環境的特定資料。我們可能要求其預付服務費用，以最大限度降低我們的信貸風險敞口；
- 我們針對授予客戶的信貸限額及信貸期制定了信貸政策，並會持續審閱及修訂該等政策；及
- 我們利用撥備矩陣計算應收賬款及與媒體代理服務相關的其他應收款項的預期信貸虧損，以評估我們的信貸風險敞口。

有關我們應收賬款分析的詳情，請參閱「財務資料 — 綜合財務狀況表選定項目說明 — 應收賬款」。

信息技術風險管理

我們通過IT運維部防範數據洩漏及網絡威脅。我們已根據ISO/IEC 27001信息安全管理體系及ISO 27701隱私信息管理體系建立管理框架，並已取得相關體系認證。我們已制定一系列內部政策，以管理數據處理的各個階段，例如數據安全管理規定、訪問控制管理規定、操作安全管理規定及信息安全事件管理規定。為確保該等政策有效執行，我們指定IT運維部作為我們數據安全及網絡安全管理的負責部門，並成立信息安全管理委員會，該委員會由不同部門的負責人組成，負責制定我們的整體信息規劃戰略。我們對相關數據實施加密及備份措施，其中特定密鑰使用自動化交換機制，就登錄保護及完整性驗證有安全性要求的情形，必須使用哈希算法。我們遵循最小權限及職責分離原則，以

業 務

實施基於角色的訪問控制。我們的雲基礎設施已獲合規認證，部署於設有網絡層訪問控制列表及內置分佈式拒絕服務(DDoS)防護功能的虛擬私有雲中。我們與僱員訂立保密協議。對於任何涉及技術機密的外部合作，我們都會與合作夥伴簽訂保密條款。

營運風險管理

為確保我們的業務營運符合相關規則及法規，特別是規管移動廣告行業的規則及法規，我們已採納內部政策以跟進法律法規及行業標準的最新變動。我們通過管治結構管理營運風險，該結構明確界定由董事會負責建立並維持有效內部控制，並由高級管理層每日監察關鍵控制措施，並每季度向董事會確認合規情況。審計委員會由會計專業人士擔任主席，負責監督內部審計制度、審閱財務信息及披露，並跟進補救措施的落實情況。所有重大業務決策均須職能部門主管及管理層雙重批准，且董事會及委員會會議記錄均予以保存，以提供完整的審核記錄。

此外，我們會持續檢討風險管理政策及措施的實施情況，以確保其有效及充分。我們亦已聘請中國外部法律顧問協助我們更新法律文件範本、審查我們與客戶及供應商簽訂的法律條款以及在與客戶及供應商簽訂任何合約或業務安排前，對必要的基礎盡職材料進行調查。

人力資源風險管理

我們已採納涵蓋人力資源管理不同方面的內部控制政策，例如招聘、培訓、職業道德及法律合規。例如，我們已針對新僱員實施管理指南，內容涉及(其中包括)預防欺詐、反洗錢、反腐敗及資料保密。我們維持高水平的招聘標準，以確保新僱員的素質。我們已建立監察體系以落實反賄賂及反腐敗措施，從而確保僱員遵守我們的內部規則及政策以及適用法律法規。例如，我們的董事會及高級管理層負責營造廉潔文化，並負責不時進行欺詐及賄賂風險評估，而我們的審計委員會則審閱及批准我們的風險評估結果及政策。我們亦在內部反賄賂及反腐敗政策中明確禁止若干行為，其中包括禁止接受賄賂或未經授權的激勵、侵佔或挪用我們的資產、誤導性財務報告以及偽造或篡改我們的會計記錄。

我們亦設有內部反欺詐及匿名舉報機制，通過該機制及時向董事及高級管理層報告本集團各層級可能違反內部政策或可疑非法反腐敗行為，並採取適當措施以減少損害。

業 務

我們亦提供針對不同團隊及不同級別僱員需要而設的專門培訓，內容涵蓋解決問題、溝通技巧以至行業最新資訊，以支持其成長及向上流動的機會。我們從而為各級僱員建立了學習藍圖，根據僱員的具體需求及偏好為其提供高度定製的培訓組合。

合規及法律風險管理

我們通過一套框架管控合規及法律風險，該框架要求在實施每項重大業務決策前均根據組織章程細則進行評估，以確保遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》及其他適用法規。董事會監督此流程，而審計委員會則監察相關披露的完整性及準確性。

我們亦已建立正式的信息披露管理制度，以降低法律及監管風險。該制度規定，須按證券交易所規則所要求，及時準確地披露重大事件，例如重大訴訟、控制權變動或重大交易。我們的公司秘書監督所有披露事宜，並擔任與監管機構的主要聯絡人。我們的董事及高級管理層須就定期報告的真實性個別負責，而我們對不合規行為（包括內幕交易或違反披露規定的處分）施加紀律處分。此綜合方法確保我們能持續遵守法律義務，並盡量降低面臨監管處罰或民事索償的風險。

內部控制

董事會確認其負責建立並維持足夠的內部控制，並每年檢討其有效性。高級管理層每日監察關鍵控制措施的運作情況，並每季度向董事會確認合規情況。為籌備[編纂]，我們已實施或將實施以下強化措施：

- 我們已設立審計委員會，以審閱及監督我們的財務報告流程及內部控制體系。審計委員會由三名獨立非執行董事組成，其主席具備合適的專業資格。有關審計委員會成員的資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層 — 董事」；
- 我們將於[編纂]後聘請或繼續聘請法律顧問，就日後所有重大方面就持續遵守中國、香港及海外法律法規向我們提供持續法律意見；
- 在申請[編纂]前，我們已安排董事及高級管理層出席由本公司香港法律顧問提供的有關相關適用法律法規（包括《上市規則》）的培訓計劃。為積極識別與任何潛在不合規事宜有關的關注點及問題，我們將繼續不時及於必要時安排由中國、香港及海外法律顧問及／或任何合適的認可機構提供培訓課程，以向我們的董事、高級管理層及相關僱員提供相關法律法規的最新情況。此外，必要時亦將舉辦有關適用法律法規最新情況的專門培訓計劃；及
- 我們已委任力高企業融資有限公司為我們的合規顧問，就遵守《上市規則》提供意見。

基於以上所述，我們的董事認為，我們的風險管理及內部控制體系得以實施後，就《上市規則》而言將屬足夠及有效，可確保本集團持續遵守相關法律法規。

業 務

[編纂]安排

於往績記錄期間，若干客戶（「**相關客戶**」）通過相關客戶指定的第三方支付方賬戶與我們結算款項（「**第三方支付安排**」）。於2023年、2024年及2025年，相關客戶數量分別為1,214名、807名及1,109名。

該等相關客戶的付款被歸類為第三方支付，乃由於以下原因中的一個或多個：

- (i) 為便捷及靈活起見，該等相關客戶會要求其關聯方或業務合作夥伴代表相關客戶付款。於2025年，使用第三方支付安排的相關客戶數目增加，乃主要由於我們的媒體代理服務的自然增長。特別是，於該等相關客戶中，分別有896名、583名及850名客戶委聘我們在其媒體代理服務下設立廣告賬戶。該等相關客戶遍佈全球多個地區（惟彼等並無位於受制裁國家）；及／或
- (ii) 該等付款的一部分是透過第三方支付運營商（如WorldFirst）支付至我們在香港或中國的銀行賬戶。在此情況下，第三方支付運營商將被認定為付款人，而非實際指示第三方支付運營商作出該付款的客戶。

於2023年、2024年及2025年，根據第三方支付安排結算的總金額分別為人民幣1,667.9百萬元、人民幣1,399.1百萬元及人民幣1,629.1百萬元，分別佔我們同期總流水的22.1%、13.6%及11.8%。於整個往績記錄期間，概無任何個別相關客戶對我們的收入作出重大貢獻。根據灼識諮詢的資料，第三方支付安排在移動廣告服務市場中對於同一集團內的實體為方便及靈活性而與其供應商結算交易而言並不罕見。

我們的董事確認，於往績記錄期間，(i)相關客戶指定的第三方支付人均非本集團的關連人士，且該等指定的第三方支付人獨立於本集團的任何董事、高級管理層及股東；(ii)第三方支付安排是由相關客戶發起，而非本集團為規避任何適用法律法規而發起，且已從所有第三方支付人取得確認第三方支付安排的確認；(iii)本集團並無參與任何其他形式的該等安排；(iv)本集團並無向任何相關客戶提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益以促進或鼓勵第三方支付安排；(v)我們與相關客戶訂立的協議的定價及付款條款與未參與第三方支付安排的該等客戶一致；(vi)根據第三方支付安排收到的所有款項均已按照會計程序及政策適當記錄；(vii)第三方支付人作出的結算並非由本集團、本集團董事、高級管理層及股東以及彼等各自的任何聯繫人直接或間接提供資金；及(viii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被要求退還資金，且本集團並無遭受與第三方支付安排有關的任何實際或待決爭議或行政處罰。

自2026年3月1日起，我們已終止第三方支付安排。我們的董事認為，終止第三方支付安排並未且將不會對我們的業務運營及財務表現造成任何重大不利影響。在終止之前，本集團已採取以下內部控制措施來管理第三方支付安排：

業 務

- (i) 為確保每筆第三方付款交易的真實性及可追溯性，我們會與相關客戶確認付款詳情、付款方式及第三方付款方，並以付款證明作支持；
- (ii) 在我們、相關客戶與其指定第三方付款方訂立任何第三方付款協議前，須經財務部、業務部及法律部批准；及／或
- (iii) 我們會為相關客戶設立指定銀行賬戶，讓其第三方付款方直接付款，以便清晰識別及妥善配對相關交易。

我們的中國法律顧問已確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因參與第三方付款安排而成為任何調查、查詢、處罰或附加費的對象。據我們的中國法律顧問告知，(i) 第三方付款安排並無違反現行有效的《中華人民共和國民法典》或其他適用中國法律法規的強制性條文；(ii) 就提供妥為簽署的付款授權協議或承諾函，或已就其獲取付款授權資料的相關客戶及其指定的第三方付款方而言，本公司僅因第三方付款安排而被要求向該等相關客戶或其指定的第三方付款方退還資金的風險屬低；(iii) 本公司因存在出於必要性及商業合理性而設立的第三方付款安排，而因違反有關逃稅的中國法律法規而受到任何行政處罰的可能性屬低；及(iv) 本公司因存在出於必要性及商業合理性而設立的第三方付款安排，而被視為犯有《中華人民共和國刑法》第191條項下涉及隱瞞或掩飾所得款項或收益的來源及性質的洗錢罪的風險屬低。

根據我們的法律顧問就若干附屬公司在香港的營運所提供的有關香港監管及合規事宜的進一步意見，根據香港法律，通常不禁止公司代表他人或為履行他人所負義務而收取第三方付款，惟該等付款安排合法、有妥善記錄，且不涉及任何非法成分，如欺詐、洗錢、賄賂或其他違法行為。《有組織及嚴重罪行條例》第25(1)條訂明，如有人知道或有合理理由相信任何財產代表任何人從可公訴罪行的得益而仍處理該財產，即屬犯罪。該條文旨在防止處理犯罪所得，並構成香港反洗錢框架的一部分。因此，雖然僅僅收取第三方付款本身並不受禁止，惟收款人知悉或有合理理由懷疑該等資金為犯罪得益或與非法活動有關連，則收取該等付款可能引起法律問題。經計及(i) 引起第三方付款安排的香港附屬公司的業務營運屬真實的商業交易且具商業合理性，及相關付款乃根據相關客戶及／或第三方付款人與相關對手方訂立的合約支付；(ii) 並無合理理由懷疑從香港附屬公司客戶指定的第三方收取的資金構成犯罪得益；(iii) 香港附屬公司並未因第三方付款安排而就其合法性受到任何爭議、調查或監管查詢，亦未因此而被裁定違反香港任何適用的反洗錢、反賄賂或反恐怖主義融資法律法規，根據香港法律，香港附屬公司收取第三方付款（包括根據《有組織及嚴重罪行條例》第25(1)條）獲准許，我們的董事認為，香港附屬公司因第三方付款安排而被調查或檢控洗錢、賄賂或恐怖主義融資的風險被視為極低。

業 務

另請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面臨與若干第三方付款安排相關的風險」。

我們已制定並採納加強的內部監控措施，以減低與第三方付款安排有關的風險，並防止日後再次發生。根據該等措施，付款須由相關買賣協議的訂約方直接作出，而我們不接受來自關聯方賬戶或任何其他第三方付款方的付款。終止第三方付款安排並未對客戶的結算慣例造成不利影響。

根據對措施實施情況的跟進審閱，董事認為上述措施在防止第三方付款安排方面有效且充分，且董事將定期監察有關第三方付款安排的強化內部控制的有效性。

基於(i)審閱管理第三方付款安排的加強內部控制措施(包括但不限於禁止第三方付款安排)；(ii)審閱由本公司委聘的獨立內部控制顧問為評估其內部控制系統及程序並就其內部控制提供建議而編製的內部控制報告，據此，並無發現管理第三方付款安排的加強內部控制措施存在重大缺陷；及(iii)與本公司管理層就加強管理第三方付款安排進行的討論，並無任何事宜引起保薦人注意，使其對加強內部控制措施的有效性及其充分性產生懷疑。

法律訴訟及合規

法律訴訟

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無直接或間接涉及我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響的任何實際或待決法律、仲裁或行政程序(包括破產或接管程序)。我們的董事亦並無涉及任何個別或合共可能對我們的業務或財務狀況造成重大不利影響的實際或潛在索償或訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無任何針對本公司財產或業務的重大法律、仲裁或行政程序正在法院進行或待決，從而對本公司任何財產或成員造成影響。

然而，我們可能不時捲入日常業務過程中產生的各種法律、仲裁或行政程序及訴訟。不論結果如何，訴訟或任何其他法律或行政程序均可能導致一定的成本，並分散我們的資源，包括管理層的時間及注意力。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們及我們的董事、高級管理層及單一最大股東集團面臨訴訟、調查及其他法律或監管程序的風險」。

合規

於往績記錄期間，我們並無發生任何管理層認為很可能會對我們的業務或財務狀況造成重大不利影響的不合規事件。我們的中國法律顧問已告知我們及基於我們的理解，我們亦認為，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守所有相關法律法規。