

業 務

概 覽

我們是一家位於中國廣州的綜合解決方案提供商，專注於向(i)娛樂及社交網絡直播、(ii)精準營銷及(iii)零售行業的客戶提供綜合SaaS解決方案。自二零二四年六月起，我們推出與我們SaaS解決方案相輔相成的線上營銷解決方案服務。SaaS或軟件即服務，是軟件及相關數據託管在雲端基礎設施上的一種軟件許可及交付模式。我們SaaS解決方案的特點為交付直接可用的SaaS產品，同時針對行業定製以及端到端覆蓋，涵蓋從軟件開發到發佈後的技術支持，客戶無需管理分散的IT資源。根據灼識諮詢報告，我們於中國的企業直播SaaS解決方案市場中排名第十，按二零二五年收益計，市場份額為0.8%。企業直播SaaS解決方案市場僅佔中國整體直播行業的一小部分。

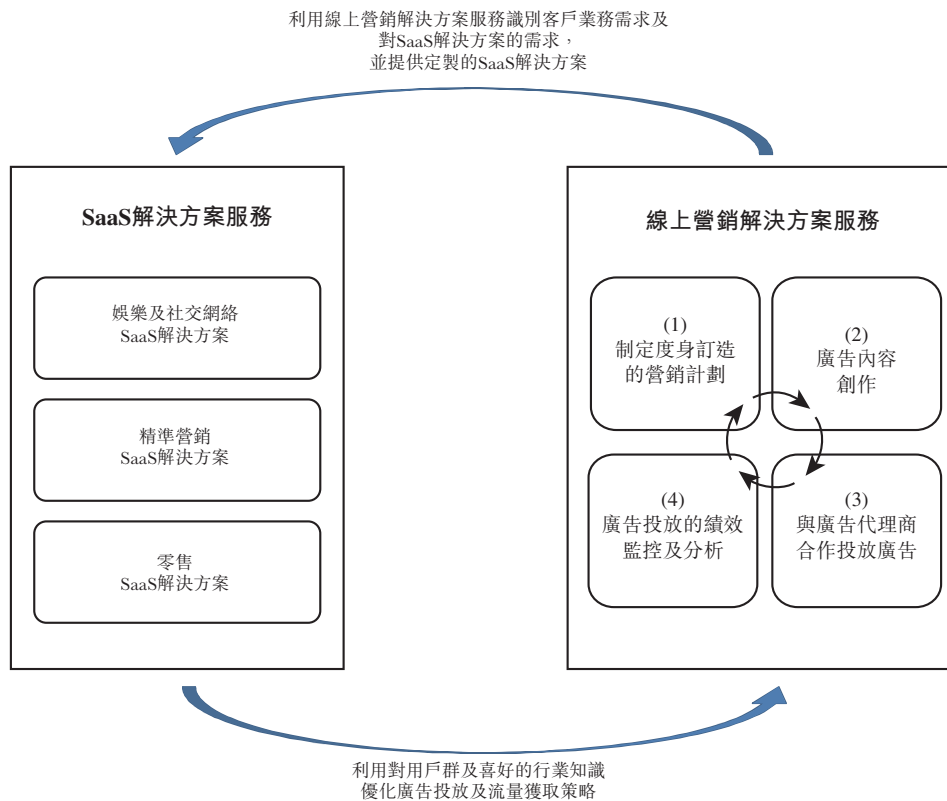
我們為客戶提供包括系統開發、技術支持和維護到業務優化的定製SaaS解決方案(包括針對流量獲取的數據分析及諮詢，以提高觀眾參與度、提升品牌知名度及最終將觀眾轉化為訂閱者或終端客戶)，以滿足客戶的多種業務需求。於往績記錄期間，我們以移動應用程序、小程序或軟件的形式提供定製的SaaS產品，專注於直播、精準營銷以及零售業務板塊。我們以模塊化方式設計和構建SaaS解決方案，通過整合一系列功能模塊實現SaaS產品的若干功能，藉此賦予客戶適配性與靈活性，充分契合客戶的獨特業務需求。於最後實際可行日期，我們擁有94個自主開發的功能模塊，可供運用於我們的SaaS解決方案產品中。根據客戶的業務目標，我們採用不同的功能模塊協助客戶開發及／或升級其SaaS產品。我們的SaaS解決方案業務的兩大範圍包括(i)軟件開發服務，我們可據此協助客戶開發新SaaS產品，或修改、升級及／或為客戶的現有SaaS產品添加新功能；及(ii)技術支持服務，包括但不限於在推出應用程序後的系統更新、新功能模塊的開發及維護、漏洞修復及其他軟件維護服務。

為進一步推進SaaS解決方案業務，我們自二零二四年六月起開拓了線上營銷業務。在向客戶提供SaaS解決方案時，我們發現他們對線上營銷解決方案的需求日益增加，構成其更廣泛業務生態系統的重要組成部分。移動互聯網的深入普及和滲透、消費者日益依賴數字平台提供信息搜索和娛樂、數字科技的進步以及零售的快速增長和數字空間競爭加劇，使中國線上營銷解決方案市場需求日益增加。我們認為，依託我們於SaaS解決方案的經驗、技術實力及市場洞察力，我們能開發深度融合的「SaaS解決方案+精準營銷」一體化模式，將我們強大的軟件能力與數據驅動的營銷實施相結合。我們致力於支持企業利用我們的線上營銷解決方案，有效整合具備受眾定位及轉化優化功能的基於SaaS的管理工具。這些服務包括制定量身定製的營銷計劃、設計及製作廣告素材、廣告投放及獲取線上流量、以及廣告投放績效監測及分析等其他額外相關服務。我們的精準營銷SaaS解決方案聚焦提供自動化分析平台，讓客戶能透過數據驅動的分析系統監控並優化廣告成效；而線上營銷解決方案服務則涵蓋一系列營銷活動管理，由內部設計師團隊制定廣告策略與創意設計，到將廣告投放至各類平台。

業 務

我們的SaaS解決方案業務與線上營銷解決方案業務可實現相輔相成及相互促進。我們一方面利用SaaS解決方案業務的用戶群和喜好的行業知識優化我們線上營銷解決方案業務的廣告投放及流量獲取策略，另一方面，我們利用線上營銷解決方案服務識別客戶的業務需求及對優化定製SaaS解決方案的需求。我們不定時開發並升級新功能模塊，有效處理客戶的多元化業務需求，確保我們的功能模塊穩定好用，同時適應瞬息萬變的市場需求。結合我們向客戶提供的線上營銷服務，我們致力確保從內容創作、受眾定位到廣告投放和效果追蹤的每個營銷環節都緊密銜接，並與客戶的整體業務目標保持一致。

下圖說明SaaS解決方案業務及線上營銷解決方案業務的互補關係：



我們於往績記錄期間實現增長。收益由二零二三財年約人民幣50.7百萬元增加至二零二四財年約人民幣99.0百萬元，並進一步增加至二零二五財年的約人民幣514.9百萬元。於二零二三財年，所有收益均來自SaaS解決方案業務。於二零二四財年，我們自SaaS解決方案業務產生的收益約佔63.7%，自線上營銷解決方案業務產生的收益約佔36.3%。於二零二五財年，我們自SaaS解決方案業務產生的收益約佔12.5%，而自線上營銷解決方案業務產生的收益約佔87.5%。

業 務

我們的優勢

我們認為，以下競爭優勢有助我們取得成功，並將推動我們未來增長。

SaaS解決方案與線上營銷解決方案的融合

我們可透過將SaaS解決方案與精準營銷能力結合建立差異化市場地位。不同於純粹的SaaS解決方案提供商(他們可能缺乏營銷專業知識)或傳統營銷機構(可能缺乏產品整合能力)，此種方法利用我們SaaS產品的用戶反饋來幫助完善線上營銷策略。用戶需求和營銷執行之間的持續回饋循環可加快營銷活動優化的迭代周期。通過我們的SaaS解決方案業務，我們能夠分析產品互動數據以支持受眾定位及營銷活動管理決策。這些用戶參與模式有助我們修改營銷參數，同時廣告反饋數據可深入了解不同使用者群體的產品喜好。

憑藉我們在開發直播、精準營銷和零售SaaS產品方面的豐富經驗及專業知識，我們已以高客戶支付意願和支付能力為特點確立穩固市場地位。我們能夠提供的綜合服務與客戶的商業需求一致，從而創造了強大的客戶忠誠度。我們的線上營銷解決方案與我們的SaaS解決方案業務相配套，不僅提供技術服務，還提供流量獲取渠道，從而加深客戶參與度。同時，我們的線上營銷解決方案業務幫助潛在客戶了解我們的SaaS解決方案服務。這種互補關係使兩項業務之間相互加強，令我們在市場上保持競爭地位。

深耕直播行業改進，滿足企業不同生命週期需求，培育忠誠客戶群

我們致力於提供全面的SaaS產品，滿足直播平台的不同生命週期需求，囊括初始基礎設施部署及系統整合到持續的性能最佳化及改進，以及持續的產品迭代和功能增強。我們的SaaS產品特別針對娛樂及社交網絡直播、精準營銷以及零售等關鍵業務領域進行量身定製，我們在這些領域中已展現出提供定製化數字轉型成果的成熟專業知識。

自二零二零年開始業務運營以來，我們始終堅持以客戶為中心的原則，通過開發新功能及改善用戶體驗，不斷豐富並增強我們的SaaS產品和功能模塊。我們以價值為導向的適應性解決方案已實現強大的客戶保留率，並使我們成為業內值得信賴的長期合作夥伴。隨著我們為目標垂直領域的更多企業提供服務，我們通過累積的業務實施經驗提升SaaS解決方案的功能，對市場洞見更為敏銳。根據灼識諮詢報告，我們於中國企業直播SaaS解決方案市場中排名第十，按二零二五年收益計，市場份額為0.8%。由此帶來的未來可見增長支持我們持續不時投入資源於新功能，以應對不斷變化的行業格局及客戶喜好，從而優化我們的產品以滿足客戶需求。

業 務

針對特定產業的定製化SaaS解決方案及強大的商業化能力

憑藉模塊化方法，我們將各種功能模塊整合為統一系統，從而使我們能夠定製SaaS解決方案，實現可擴展性、效率及成本效益。於最後實際可行日期，我們擁有94個自主開發的功能模塊，可供運用於我們的SaaS解決方案產品中。我們的功能模塊大致可分為(a)核心直播模塊；(b)社交生態模塊；(c)內容發現與推薦模塊；(d)變現模塊；(e)技術基礎設施模塊；(f)運營工具模塊；(g)多平台與全球化模塊；及(h)分析工具模塊。有關功能模組的進一步詳情，請參閱本節下文「SaaS解決方案業務—我們的技術」。於往績記錄期間，我們提供以移動應用程序、小程序或軟件的形式深度定製的SaaS產品，專注於娛樂及社交網絡直播、精準營銷以及零售業務板塊。

模塊化方法使我們能夠在相對較短的交貨時間內開發及交付定製化的SaaS產品，鑒於直播行業的快節奏和不斷發展的特性，這一點尤為重要。我們SaaS解決方案的開發過程通常歷時約一至兩個月，據灼識諮詢所告知，開發定製SaaS解決方案的行業平均時間通常介乎兩至六個月。快速適應瞬息萬變的市場趨勢和用戶需求的能力使我們能夠領先競爭對手，捕捉商業化機會。我們擁有一整套全面的可用技術，能夠簡化各種SaaS解決方案的開發，應用於不同的業務板塊，我們快速提供量身定製SaaS產品的能力，不僅提升了客戶滿意度，同時鞏固了我們作為可靠及創新服務供應商的聲譽，增強了客戶的獲利能力。

線上營銷解決方案業務快速增長

我們能夠提供中國蓬勃發展的數字經濟所高度需求的線上營銷解決方案。我們的服務組合，涵蓋從初期度身訂制的營銷規劃到廣告內容創作與投放等執行階段，為我們的廣告客戶提供與其特定業務需求相匹配的以數據驅動的定製化策略。通過分析行業趨勢、競爭格局、定價策略、消費者畫像、點擊率及轉化率，我們制定定製化的廣告投放策略及定向內容，並經由各類平台進行分發，同時配備追蹤關鍵績效指標的透明化數據後台。自我們於二零二四年六月開展線上營銷解決方案業務以來，我們自向客戶提供線上營銷解決方案服務所產生的收益由二零二四財年約人民幣35.9百萬元大幅增長至二零二五財年的人民幣450.3百萬元，分別佔我們二零二四財年及二零二五財年總收益的約36.3%及87.5%。於二零二五年，我們延續了該增長勢頭，並在二零二四財年已涵蓋的直播及零售行業基礎上，進一步將客戶群拓展至更多行業的直接廣告主，包括教育、醫療健康及保險行業。

根據灼識諮詢的資料，中國線上營銷解決方案市場規模由二零二零年的人民幣8,150億元增長至二零二五年的人民幣13,760億元，複合年增長率達11.0%，且預計到二零三零年將進一步達到人民幣22,610億元。為獲取競爭優勢並更有效地吸引消費者，潛在客戶正轉向線上營銷解決方案提供商，尋求其專業知識與資源，以設計度身定製的廣告素材、產生高質量線上流量，並通過分析績效數據以持續優化營銷策略。我們相信，憑藉我們透過自身SaaS解決方案所積累的技術能力和市場洞察，我們能夠提供倍受快速增長的線上營銷領域所需的度身定製且由數據驅動的服務，從而使我們在競爭中處於有利地位。

業 務

產品迭代能力

我們的模塊化SaaS解決方案，透過功能模塊的靈活組合，適應不斷變化的客戶需求。基於我們的功能模塊庫，客戶可訂閱並在其SaaS產品中加入額外的功能模塊，以達到更加定製化的效果。各個功能模塊針對特定的業務板塊進行垂直開發，同時支持整合和跨模塊數據互通。此種方法確保了可擴展性，而且還透過及時的模塊升級促進了系統的平穩進化。利用持續的技術迭代和累積的行業專業知識，SaaS解決方案有助我們的客戶在業務擴展或流程優化期間滿足不斷變化的用戶喜好，保持服務支持，而不會中斷營運。

我們的產品開發團隊在開發SaaS解決方案時採用市場驅動和以客為本的方針。我們通常按月升級功能模塊，讓我們的SaaS解決方案滿足客戶的實時需求及預測行業轉型向量。我們的產品迭代能力依托由首席技術官劉苗先生及產品開發中心副經理羅文輝先生領導的內部產品開發中心支持。於二零二五年十二月三十一日，我們的產品開發團隊擁有28名僱員，佔總員工人數的約27.2%。我們在產品及技術創新方面的成就已由眾多獎項和榮譽加以認可，例如於二零二二年獲頒「高新技術企業證書」、「創新型中小企業」、於二零二三年獲頒「專精特新中小企業」及於二零二五年獲頒「軟件企業證書」。

經驗豐富的管理團隊

董事會主席兼執行董事孔曉明先生於中國互聯網、軟件開發及信息科技行業擁有約15年經驗。憑藉該等經驗，孔曉明先生獲得開發及測試軟件解決方案、管理業務營運的知識及經驗，以及在該領域的廣泛人脈網絡及市場見解，為本集團業務奠定堅實基礎。本公司執行董事吳樹鑽先生在中國互聯網及信息科技行業擁有超過15年經驗。本公司行政總裁兼執行董事黎黎先生在互聯網和遊戲行業擁有超過18年經驗。彼負責本集團的日常行政管理及營運以及戰略合作。我們領導者的創業精神推動本公司的技術創新，帶領本公司成功開發出各種創新的軟件解決方案。

我們管理層團隊的其他成員於信息科技行業亦擁有豐富經驗。本集團的首席技術官劉苗先生在互聯網及軟件行業擁有超過12年經驗。羅文輝先生，為廣州隨手播研發中心副經理，負責廣州隨手播的項目品質保證及部門管理，在互聯網及軟件工程行業擁有超過14年經驗。有關孔曉明先生、吳先生、黎先生、劉苗先生及羅文輝先生的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

我們的高級管理層成員共同帶來豐富的行業專業知識和技術、銷售及營銷、財務及營運方面的深厚專業經驗，實現我們的長期成功。在本公司執行董事領導下，加上擁有卓越執行能力的管理層團隊的支持，我們多年來在市場上已佔據舉足輕重的地位。

業 務

我們的策略

持續發展現有的核心業務板塊及擴展我們的SaaS產品，涵蓋更多業務板塊，進一步擴大客戶群

我們認為，移動網絡的廣泛普及使娛樂及社交網絡需求多樣化，並深刻重塑各行業生態系統的動態。憑藉我們深厚的行業經驗，我們將繼續加深對娛樂及社交網絡直播、精準營銷及零售發展趨勢及不同行業參與者的商業模式的了解，以開發我們的SaaS解決方案及產品。為把握線上商業工具與服務日益增長的需求，我們計劃通過對現有功能模塊進行迭代改進，提升開發效率及產品質量。我們戰略性地聚焦於SaaS解決方案中的AI驅動功能，包括AI美顏濾鏡(具備視頻直播實時外觀美化功能)、AI工作站(具備自動化內容生成及編輯)以及AI虛擬直播場景(整合動態背景與虛擬形象)。同時，我們計劃整合先進的商業智能系統，為客戶提供營運數據洞察。

我們還致力擴大直播SaaS產品組合到新業務領域(例如教育及醫療行業)，在於二零二五年擴大我們的線上營銷解決方案客戶群至涵蓋該等行業的直接廣告主之後。提供針對該等業務領域量身定製的SaaS解決方案將為我們的產品和客戶創造互補及協同價值。根據灼識諮詢的資料，以收益計，中國企業直播SaaS解決方案市場規模預期將從二零二五年的約人民幣53.37億元增至二零三零年的人民幣86.93億元，複合年增長率為10.2%。我們計劃擴大產品開發團隊以及銷售及營銷團隊，加強推動市場滲透的能力，並把握直播、精準營銷及零售等各個細分領域的新興機遇。我們將繼續根據地域文化、市場趨勢及企業需求等因素定製SaaS解決方案。通過戰略性地擴展我們的服務產品，我們認為，我們有增長潛力擴大我們在現有及新型垂直領域的客戶群，並通過展示多樣化的SaaS整合能力來鞏固我們的市場地位，滿足各種業務需求，並通過多元化的解決方案應用來提高變現機會。這種擴展也將使我們能夠減少對主要客戶的依賴，減輕特定行業的波動，從而促進本集團業務的可持續發展。

進一步深耕線上營銷解決方案行業，提升市場份額並優化運營指標

我們預期線上營銷解決方案業務在未來將為相對快速成長的業務。自二零二四年六月起，我們開始向客戶提供線上營銷解決方案服務，於二零二四財年及二零二五財年分別產生收益約人民幣35.9百萬元及約人民幣450.3百萬元，佔總收益約36.3%及87.5%。根據灼識諮詢的資料，按收益計，中國線上營銷解決方案市場的市場規模預計從二零二五年約人民幣13,760億元增至二零三零年的人民幣22,610億元，複合年增長率為10.4%。為深度拓展線上營銷行業、吸引更多用戶及增加市場份額、提高用戶參與度及留存率，我們計劃採取以下措施：

- 聚焦業務創新，通過用戶參與分析推動AI驅動的廣告。我們正在努力進一步開發利用SaaS用戶參與模式的AI驅動的廣告技術，實現廣告創意生成、程序化廣告投放的自動化，以及實現廣告效果優化。我們目標為進一步開發實時

業 務

分析產品參與度指標(包括功能使用頻次、轉化路徑及留存模型)的技術，以便適應性地調整定向參數及廣告創意元素。日後的開發工作將拓展在不同媒體發佈商平台上投放廣告與融入垂直特定AI模型的優化能力，進一步強化我們在智能廣告解決方案方面的技術演進。

- **提升業務協同效應及交叉購買率。**我們致力深化我們服務產品的協同效應，以驅動客戶交叉購買率提升。通過無縫銜接SaaS解決方案與線上營銷解決方案，我們可讓客戶採用配套服務，以在提升用戶全生命週期價值的同時提高運營效率。通過處理參與度數據，我們制定客戶專屬的業務擴展路線圖，精準識別與每個客戶增長目標深度契合的增量服務。該方法強化客戶黏性，更實現單客收益潛力最大化，為我們的業務構建可擴展的增長引擎。
- **增強議價能力。**我們重點提升我們的服務能力及擴大我們的營運能力，這包括制定全面的營銷計劃、製作高效能的廣告素材以及實施數據驅動的優化工具，從而最大限度地提高客戶的營銷活動成效。通過技術升級和投資提高我們的服務能力，我們可管理更大的客戶組合，同時保持服務品質。這些工作將使我們能夠與業務合作夥伴協商更優惠的條款，為我們的增值服務取得溢價，並與客戶簽訂長期合約。憑藉擴大規模和深化專業知識，我們能夠利用新興的行業趨勢，確保我們始終處於線上營銷創新的前沿，同時為日益增長的客戶群提供可衡量的投資回報率。
- **為購買廣告空間提供預付款。**為了在業務擴張期間向更多客戶提供服務，我們需要足夠的資金為支付予廣告公司的預付款提供資金，從而使我們保持健康的現金流。我們在線上營銷解決方案業務方面的預付款指就購買獲得空間而支付予廣告公司的流量獲取成本。大多數廣告公司要求我們就購買廣告空間支付預付款。該等成本隨後將用於購買廣告空間。由於從廣告公司購買媒體平台廣告空間至收到客戶付款之間存在時間差，故此我們需要足夠的資金為我們的客戶獲取廣告空間。

將SaaS解決方案業務拓展至海外市場

我們正在推行海外擴張戰略，實現收益來源多元化，同時利用海外市場直播和零售領域的市場成長。於二零二四年，我們已在香港市場擴展SaaS解決方案業務，並已獲聘為六名位於香港的新客戶提供軟件開發服務(其中一名客戶在馬來西亞市場運營一個社交網絡平台)。於二零二五年，我們與一名馬來西亞新客戶簽訂SaaS解決方案服務合約，進一步開拓了馬來西亞的SaaS解決方案市場。憑藉我們的行業經驗及專業知識，除鞏固我們在中國直播行業的市場地位外，我們還將探索在香港、新加坡、馬來西亞和印度尼西亞的進一步商機，以把握市場增長及擴大收益來源。具體而言，我們擬以新加坡或香港作為核心市場及區域樞紐，採取分階段市場進入策略，其後逐步拓展至

業 務

印尼及馬來西亞市場。根據灼識諮詢，按直播平台的收益計算，東南亞直播行業的市場規模預計將由二零二五年約人民幣250億元增長至二零三零年的人民幣760億元，複合年增長率為25.3%。通過將我們的產品與不斷增長的多元化SaaS解決方案用戶群相結合，我們將增強我們在直播價值鏈上的價值主張。

我們特別重視為跨境直播電商平台開發SaaS解決方案。通過整合實時多語種翻譯引擎及多幣種支付中心(接入Apple Pay等全球化支付系統)，我們的SaaS產品將無縫打通直播互動與跨境交易通道。我們的SaaS產品亦可助力商戶突破地域限制，在主播及時展示商品的同時，實現即時庫存調配與合規跨境結算，而直播用戶更可沉浸式體驗「即看即買」的購物場景。通過重塑「直播引流、跨境支付、庫存履約」的閉環流程，我們將幫助海外客戶在新興市場複製中國零售模式，帶來多元化收益，並提升經營效率。為進一步將SaaS解決方案業務拓展至海外市場，我們計劃採取以下措施：

- 與現有本地市場參與者實現差異化。我們將針對東南亞地區提供雲端企業管理SaaS解決方案及／或AI驅動的客戶互動平台的現有本地參與者進行產品能力識別與比對。我們擬利用我們現有的直播及零售SaaS解決方案，實現低成本快速部署可嵌入直播與零售模塊(這些模塊均針對東南亞監管及文化環境定製)的SaaS解決方案，從而與當地競爭者形成差異化。我們計劃提供：(i)整合直播電商SDK的解決方案套件，(ii)人工智能客戶服務系統，及(iii)多平台集成功能(包括TikTok Shop及區域支付通道)。
- 部署本地化運營團隊。通過在新加坡或香港設立區域中心，我們將能與海外客戶及商業夥伴建立更緊密關係。憑藉海外團隊對當地行業的深度認知，其將為我們提供服務本地化的優化建議，從而增強客戶黏性與競爭優勢，並降低文化及商務談判風險。我們的目標包括(i)招募本地員工(如產品開發工程師、視覺設計師、銷售及市場營銷人員及產品經理)，(ii)採購IT基礎設施，(iii)租賃辦公場所及(iv)購置辦公設備及設施以支持海外團隊運作。
- 推動產品本地化。我們擬基於現有SaaS解決方案實現(i)多語言界面支持，(ii)嵌入兼容本地平台的直播電商SDK，(iii)採用混合雲部署架構以滿足數據本地化規定(如適用)，降低數據合規風險，及(iv)支持增量升級而無需全系統重構。
- 物色目標客戶並建立合作夥伴關係。為推動市場滲透並應對現有本地競爭格局，我們計劃通過在TikTok及Google等主流媒體平台投放廣告，重點開發被高成本全球服務商覆蓋不足的中型市場及中小企業客戶。同時擬與本地實施夥伴建立合作，以簡化業務設立流程並降低客戶獲取成本。

業 務

尋求投資、收購及戰略機會

在進行內生式增長業務的同時，我們擬選擇性地尋求戰略收購、投資及其他合作夥伴關係，以豐富我們的服務產品、提升技術並擴大客戶群。我們的目標是那些具有強大競爭優勢並適合及與我們業務需求互補的公司，以及那些具有強大本地化能力的公司，其將使我們能夠創建針對特定本地市場目標受眾的SaaS解決方案或線上營銷解決方案。

以下載列我們在尋求投資、收購和策略機遇時的選擇標準(包括但不限於)：(i)技術互補性；(ii)收益協同潛力；(iii)地域擴張；(iv)財務標準；及/或(v)整合可行性。於最後實際可行日期，我們尚未確定任何收購或投資目標，且並無就收購或投資於任何公司或業務訂立任何最終協議。我們相信，深厚的行業經驗及洞察力將助力我們物色合適目標，並有效地評估及把握潛在機遇。我們的選擇標準根據市況及策略需求的變化進行調整。有關選擇標準的更多詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

挽留、吸引及激勵高素質及經驗豐富的員工，以進一步加強研發能力

我們深信人才培育是SaaS業務可持續增長的核心驅動力。我們致力於通過擴大我們的產品開發團隊及聘用具有相關學術背景及研發經驗的新型人才來增強研發能力，並挽留核心僱員以確保我們SaaS解決方案的穩定性及可行性和持續創新。我們擬挽留、吸引、激勵高素質及經驗豐富的員工以維持我們的增長。就我們的SaaS解決方案業務而言，我們計劃招聘架構師、工程師及軟件開發人員(如AI相關研發領域人才)，提升我們的研發基礎平台，強化核心技術能力。就我們的線上營銷解決方案業務而言，我們側重培育兼具數據分析能力與程序化廣告技術的複合型人才。我們亦將繼續保持以人為本的管理文化及工作環境，促進僱員的個人及專業發展。我們致力於建立一支能幹且創新的員工隊伍，使其具備應對不斷變化的市場需求的能力，同時保持在行業解決方案領域的技術實力。

我們的產品服務

於往績記錄期間，我們向娛樂及社交網絡直播、精準營銷以及零售板塊的客戶提供定製的SaaS解決方案。我們SaaS解決方案業務的範圍包括(i)軟件開發服務，我們可據此協助客戶開發新的SaaS產品或為客戶的現有SaaS產品進行修改、升級及/或添加新功能；及(ii)技術支持服務，包括但不限於推出應用程序後的系統更新、新功能模塊的開發及維護、漏洞修復及其他軟件維護服務。

為推進SaaS解決方案業務，我們自二零二四年六月起擴展線上營銷解決方案業務。本集團策略性地擴展至線上市場解決方案業務，作為SaaS解決方案業務的自然延伸，以應對我們現有客戶群的需求。通過持續提供SaaS解決方案，我們認識到SaaS解決方案客戶對有效營銷策略的需求不斷增長，以推廣彼等的服務並接觸潛在用戶，這是彼

業 務

等業務增長的關鍵組成部分。例如，零售平台營運商需要我們基於SaaS的產品管理工具，同時依賴有效的營銷解決方案來促進銷售，而娛樂及社交網絡直播營運商則依賴持續的廣告提高市場知名度，並從公共領域吸引新用戶，以維持其平台的變現潛力。我們努力形成一個「SaaS解決方案+精準營銷」一體化模型，將我們強大的軟件能力與數據驅動的營銷實施相結合。我們的SaaS解決方案及線上營銷解決方案展示了戰略互補性，具有技術槓桿及可互換的市場洞察力。例如，為精準營銷客戶設計的現有SaaS產品已經包含有效線上營銷的若干基本功能，例如性能監控。於二零二四年六月推出的線上營銷解決方案業務通過提供量身定製的營銷計劃進一步增強該等能力。反過來，來自線上營銷活動的運營知識為我們提供見解，從而不斷完善我們的SaaS解決方案產品，以應對不斷變化的客戶偏好及市場趨勢。通過整合我們的線上營銷解決方案服務(包括制定度身定造的營銷計劃、廣告材料的設計及製作、廣告投放及線上流量獲取，以及信息科技服務及績效數據分析)，我們赋能企業有效整合SaaS驅動的管理工具與精準流量獲取及轉化能力，從而優化其數字化營運。

憑藉我們累積的行業專業知識及對用戶喜好(包括行為趨勢及市場動態)的見解，我們優化精準營銷及動態廣告定位，以確保符合用戶喜好及商業目標。在交付我們的線上營銷解決方案時，在啟動初始階段，準備工作及項目執行由現有員工處理，利用彼等通過SaaS解決方案業務(特別是精準營銷領域的解決方案業務)積累的市場知識和行業洞察力，其由黎先生(執行董事兼行政總裁)領導，彼對線上營銷行業有深刻理解，並通過彼以前的工作經驗與市場參與者建立聯繫。隨後，本集團從二零二四年底開始招募更多團隊成員(包括業務開發經理、新聞提要廣告投放專家以及視頻編輯及製作人)，以支持業務增長。

隨著SaaS行業的競爭加劇，我們的線上營銷解決方案作為SaaS客戶的增值服務，促進可擴展的收益來源並加強長期客戶忠誠度。此類線上營銷解決方案服務亦能夠深入洞察客戶需求的演變趨勢，為我們識別SaaS解決方案的新需求並優化SaaS業務開發。誠如互惠的客戶參與所證明，我們的SaaS解決方案及線上營銷解決方案展示了一種內在的相互依存關係。於最後實際可行日期，來自我們的SaaS解決方案業務的客戶中有14位後續又委聘我們提供線上營銷解決方案服務，而我們的線上營銷解決方案業務的客戶中有兩位(包括客戶E1)後續又訂購我們的SaaS解決方案。於二零二四財年，來自我們同時提供SaaS解決方案及線上營銷解決方案而產生收益的客戶貢獻的收益總額約為人民幣22.0百萬元，佔本集團同期總收益約22.2%。於同期，我們就線上營銷解決方案業務產生收益約人民幣5.5百萬元，該等收益來自最初委聘我們提供SaaS解決方案但其後委聘我們提供線上營銷服務的客戶。於二零二五財年，來自我們同時提供SaaS解決方案及線上營銷解決方案而產生收益的客戶貢獻的收益總額約為人民幣218.1百萬元，佔本集團同期總收益約42.4%。於同期，我們就線上營銷解決方案業務產生收益約人民幣42.9百萬元，該等收益來自最初委聘我們提供SaaS解決方案但其後委聘我們

業 務

提供線上營銷服務的客戶。該等交叉業務說明，我們的線上營銷解決方案業務不是獨立的業務，而是配套(a)增強核心SaaS解決方案產品的價值主張；(b)通過綜合服務交付提高客戶保留率；及(c)在現有客戶群內創造交叉收購機會。自於二零二零年開始業務運營以來，本集團始終將提供綜合SaaS解決方案作為我們的主要業務之一，且於[編纂]後我們的SaaS解決方案業務將繼續作為我們的業務重點，同時在互補的基礎上開展我們的線上營銷解決方案業務。

下表載列於所示期間按業務劃分的收益明細。

業務類型	二零二三財年		二零二四財年		二零二五財年	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
SaaS解決方案	50,666	100.0	63,067	63.7	64,570	12.5
線上營銷解決方案	—	—	35,884	36.3	450,348	87.5
總計	<u>50,666</u>	<u>100.0</u>	<u>98,951</u>	<u>100.0</u>	<u>514,918</u>	<u>100.0</u>

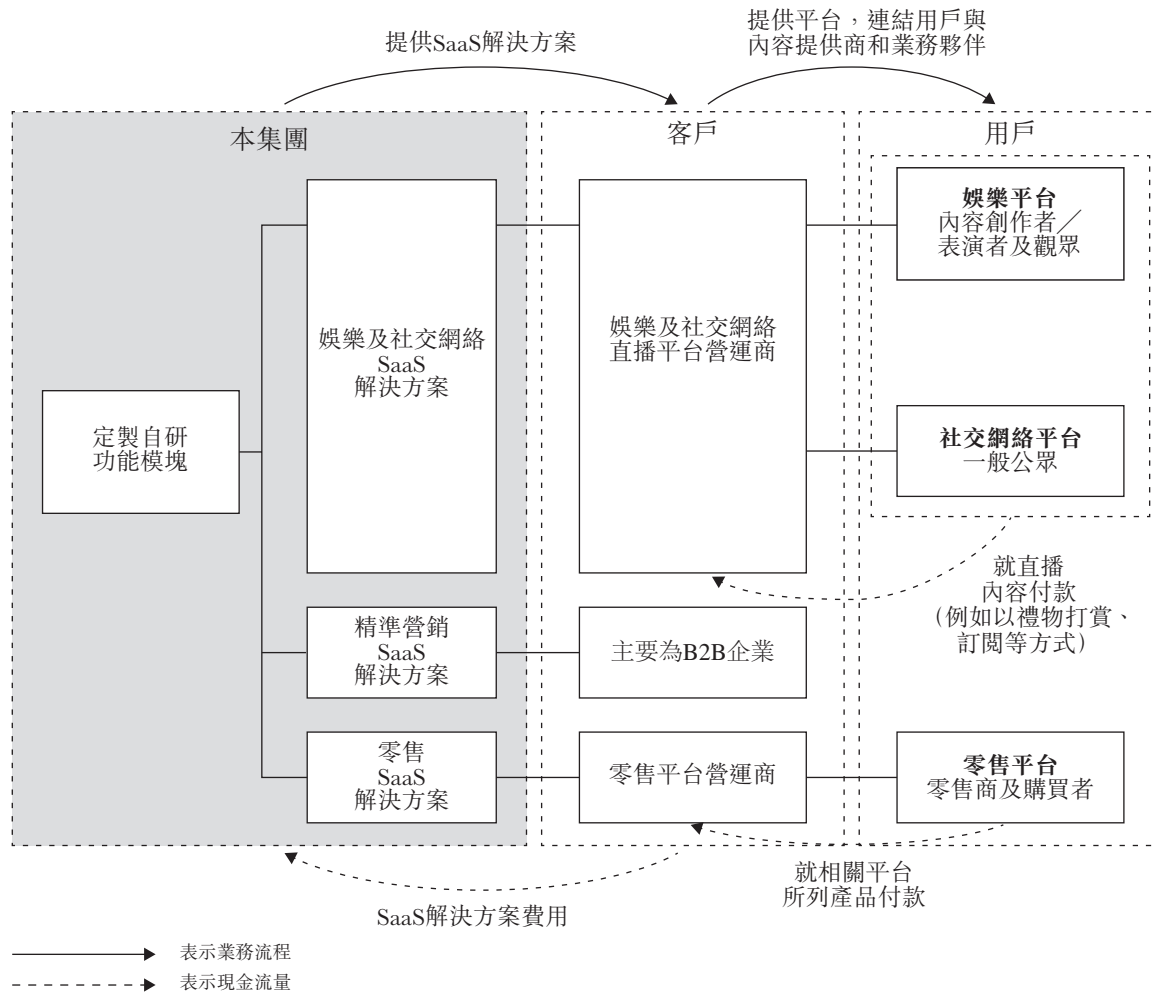
來自SaaS解決方案業務的收益由二零二三財年約人民幣50.7百萬元增加至二零二四財年約人民幣63.1百萬元，並進一步增加至二零二五財年的約人民幣64.6百萬元。為進一步拓展SaaS解決方案業務，我們自二零二四年六月起開拓了線上營銷解決方案業務，並於二零二四財年及二零二五財年分別錄得收益約人民幣35.9百萬元及約人民幣450.3百萬元，於二零二三財年至二零二四財年及二零二四財年至二零二五財年構成收益大幅增長的主要促成因素。於二零二三財年、二零二四財年及二零二五財年，我們的純利分別為約人民幣26.4百萬元、人民幣38.1百萬元及人民幣42.3百萬元。

我們在線上營銷解決方案業務方面產生的大部分成本來自購買廣告位的流量獲取成本。於二零二四財年及二零二五財年，流量獲取成本佔我們線上營銷解決方案業務收益約97.3%及94.1%。產生的其他額外費用包括為該業務委聘的額外人員的員工費用。與SaaS解決方案業務相比，線上營銷解決方案業務的利潤率相對較低。我們預計本集團於二零二四年開展線上市場解決方案業務的整體風險狀況不會發生任何重大變化。

業 務

SAAS解決方案業務

概覽



我們的SaaS解決方案均為定製，涵蓋多個業務板塊，同時專注於直播、精準營銷及零售業務板塊。我們以模塊化方法設計和構建我們的SaaS解決方案，通過整合一系列功能模塊實現SaaS產品的若干功能，藉此賦予客戶適配性與靈活性，充分契合客戶的獨特業務需求。我們的SaaS解決方案業務的兩個主要範圍包括以下各項：

- **軟件開發服務**

我們提供定製的軟件開發服務，以滿足客戶的特定需求。我們可協助客戶從零開始開發新的SaaS產品，或可受客戶委託修改、升級及／或為客戶的現有SaaS產品添加新功能。

業 務

- 技術支持服務

我們提供持續的技術支持服務，以確保最佳效能及可靠性。我們的服務包括但不限於系統升級、新功能模塊的開發及維護、漏洞修復及其他軟件維護服務。透過提供持續技術援助，我們協助客戶保持營運穩定，適應瞬息萬變的市場需求並增強用戶體驗。我們積極主動的技術支持方法可確保SaaS產品保持穩健、安全及最新狀態，以應對不斷改變的客戶喜好及市場趨勢。

我們的SaaS解決方案策略性地服務於三個關鍵業務板塊：(i)娛樂及社交網絡直播，促進一對多的才藝展示和互動，以及實時的一對一音視頻連接；(ii)精準營銷，主要為B2B公司進行廣告流量分析、成效評估、制定營銷策略及優化及(iii)零售，支持品牌擁有人 and 客戶之間的合作直播營銷活動。每個業務板塊均通過組合不同的功能模塊的定製化SaaS解決方案加以支持，以滿足不同的營運需求。

娛樂及社交網絡直播平台從用戶獲得的收益來源有多個方面。平台營運商一般以多種形式收取來自用戶的充值，包括(i)具有標記化互動框架特點的禮物打賞經濟(包括動畫數字道具和沉浸式場景效果)；(ii)分級訂閱框架，為高級會員提供獨家內容及特權；及(iii)社交增值服務，包括按分鐘付費的音視頻通話功能。我們可根據客戶需求按具體項目進行協商，採用以下方式向直播SaaS解決方案客戶收費：(i)交易分成定價；或(ii)產品買斷及維護定價。有關定價模式的詳細說明，請參閱本節下文「SaaS解決方案業務一定價模式」。

對於我們的精準營銷SaaS解決方案業務，我們主要服務於B2B公司，我們SaaS產品的功能包括廣告素材管理、關鍵績效指標的實時監控和警報以及用戶畫像建構。我們一般對我們的精準營銷SaaS解決方案客戶採用產品買斷及維護定價模式。

對於零售平台營運商客戶而言，我們的SaaS解決方案包括直播電商系統部署、智能產品推薦工具及綜合營銷分析模塊。我們一般對我們的零售SaaS解決方案客戶採用產品買斷及維護定價模式。

通過我們的SaaS解決方案，我們賦能客戶實現其業務目標、增強用戶參與度並在快速發展的數字環境中保持競爭優勢。透過將創收特性整合至我們的SaaS解決方案(例如禮物打賞和分級訂閱)，我們形成了與平台表現相關的經常性收入來源，這是由於我們來自SaaS解決方案業務的若干費用均來自交易分成定價模式下的收益分成安排(詳情請參閱本節下文「SaaS解決方案業務一定價模式」)。同時，我們的模塊化方法確保跨垂直適應性，實現無縫融合娛樂及社交網絡、精準營銷及零售業務板塊。這種方法不僅透過多樣化的費用結構保障收益的穩定性，還使業務具有可擴展性。

業 務

下表載列於所示期間按業務板塊及地理位置劃分的SaaS解決方案收益明細。

	二零二三財年		二零二四財年		二零二五財年	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
娛樂及社交網絡						
— 中國內地	48,519	95.8	35,986	57.1	26,901	41.7
— 香港	1,008	2.0	7,737	12.3	7,257	11.2
	<u>49,527</u>	<u>97.8</u>	<u>43,723</u>	<u>69.4</u>	<u>34,158</u>	<u>52.9</u>
精準營銷						
— 中國內地	254	0.5	9,864	15.6	6,040	9.4
— 香港	—	—	—	—	7,316	11.3
	<u>254</u>	<u>0.5</u>	<u>9,864</u>	<u>15.6</u>	<u>13,356</u>	<u>20.7</u>
零售						
— 中國內地	885	1.7	3,938	6.2	15,104	23.4
— 香港	—	—	5,542	8.8	1,952	3.0
	<u>885</u>	<u>1.7</u>	<u>9,480</u>	<u>15.0</u>	<u>17,056</u>	<u>26.4</u>
總計	<u>50,666</u>	<u>100.0</u>	<u>63,067</u>	<u>100.0</u>	<u>64,570</u>	<u>100.0</u>

有關於往績記錄期間不同業務分部收益波動的詳情，請參閱本文件「財務資料 — 經營業績主要組成部分說明 — 收益—SaaS解決方案服務」一節。

SaaS解決方案的主要特點

我們的SaaS解決方案採用模塊化方法設計及構建，整合一系列自研功能模塊，以實現我們SaaS產品的某些特點。每個功能模塊均為一個自包含單元，負責執行特定核心功能(例如統一賬戶系統、支付聚合、數據分析後台、連麥互動、關注與粉絲系統及多語言支持)。我們所提供的並非通用型SaaS解決方案，其包含的功能若干行業可能並不需要，而是在充分理解客戶的具體業務需求後，僅精選並組合相關的功能模塊，從而實現量身定製的實用效果。於最後實際可行日期，我們擁有94個自主開發的功能模塊，可供運用於我們的SaaS解決方案產品中。我們擁有一套全面的易於操作的技術，可以簡化應用於不同業務領域的各種SaaS解決方案的開發，我們能靈活地組合不同用途的功能模塊，並快速開發可執行不同功能的新型SaaS產品，以切合客戶獨特的業務需求。有關我們自研功能模塊的更多詳情，請參閱本節下文「SaaS解決方案業務 — 我們的技術」。

業 務

以下載列SaaS解決方案／產品在不同業務板塊的主要特點概覽：

娛樂及社交網絡

娛樂SaaS解決方案／產品旨在降低互動阻礙，促進社交聯繫，同時整合禮物打賞經濟、社交傳播及遊戲化元素，從而提高用戶留存率：

SaaS解決方案／產品的主要特點

說明

- | | |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 實時音視頻直播和互動 | <ul style="list-style-type: none">• 流技術：支持高清(HD)、低延遲的實時音視頻傳輸，實現主播和觀眾透過攝影機及／或話筒之間的實時互動；採用內容分發網絡(CDN)加速、自適應解析度切換及AI增強美顏濾鏡，確保觀看流暢。• 互動參與：具有彈出式實時評論(「彈幕」、點讚、語音聊天(一對一或多人)及「PK」對戰等實時互動功能。• 附加功能：部分平台加入語音轉換器及音效等娛樂增強功能，以提升聲音表達。 |
| 社交及社區生態系統 | <ul style="list-style-type: none">• 基於地理位置的配對：利用地理位置數據推薦附近主播和用戶。• 社區動態：作為使用者發佈多媒體內容(文字、圖片及短影片)的集中平台，以便使用者進行基於興趣的互動。• 粉絲系統：通過粉絲機制、直接消息及粉絲排名(基於禮物打賞、觀看時長及互動頻次)促進長期社交聯繫。 |
| 內容創作 | <ul style="list-style-type: none">• 對用戶友好的直播工具：嵌入美顏濾鏡、虛擬背景和音效，提高內容創作效率及降低創作門檻。• 創作者激勵：為內容創作者提供流量支持(如推送通知)以提高知名度，並通過認證系統(如主播分級和認證)培育優質內容。 |

業 務

SaaS解決方案／產品的

主要特點

說明

社交及配對功能

- 長期聯繫：體現為朋友圈系統和私信。
- 以地理位置為基礎的配對：利用地理位置數據並考慮興趣標籤來推薦附近的用戶，以鼓勵線下社交聯繫。
- 附加功能：部分平台採用「密友」或「耦合」(CP)模式，通過獨家一對一語音互動加深參與度。

禮物打賞和變現

- 用戶激勵：用戶可購買禮物打賞(例如自定義禮物及動畫禮物)表示對主播的支持，排行榜上會根據貢獻度(或受歡迎程度)顯示排名。部分平台還支持按分鐘計時的語音聊天。
- 主播激勵：主播通過禮物打賞的收益分成獲得收益，在部分平台，通過付費點歌及獨家一對一互動等優質服務獲得收入。

遊戲化與沉浸式體驗

- 核心互動：彈出式實時評論(「彈幕」、點讚、禮物打賞(帶動畫和特效)及付費語音聊天。
- 互動遊戲：通過歌曲競猜、問答、PK對戰等小遊戲營造沉浸式體驗，提升用戶留存率。
- 虛擬化身和增強現實(AR)效果：部分平台支持三維(3D)偶像和AR禮物動畫以產生視覺衝擊。
- 重播和分享：支持自動錄播，並具有重播和共享功能，以便將內容分發到其他平台。

技術驅動的用戶體驗優化

- 智能推薦：根據用戶行為推薦個性化內容(例如熱門直播和本地資訊)。
- 直播技術：支持超低延遲音頻直播，實現穩定的實時對話；語音增強工具(AI降噪)以提高音頻清晰度。

業 務

我們的社交網絡SaaS解決方案／產品旨在讓終端用戶能夠與其他終端用戶互動，並與具有相似興趣及背景的其他人士建立社交聯繫。我們致力提供一個可實現(i)高效配對，運用先進算法將用戶與相容的個人資料連結，減少尋找時間和成本；以及(ii)真實的連結，運用嚴格的身份驗證及個人資料篩選程序，盡量減少偽造賬戶，確保環境可信的SaaS解決方案：

SaaS解決方案／產品的

主要特點

說明

智能配對

- 算法驅動：分析用戶畫像(例如年齡、地理位置及興趣)並結合大數據分析實現精準配對。透過「右滑喜歡」及「左滑拒絕」的機制實時理解用戶喜好，同時整合用戶職業與活躍度等因素進行加權運算，進一步提升配對效率。
- 多重發現：支持「快速聊天」與「驚喜配對」等功能，允許用戶主動篩選或接收系統推薦的配對。部分軟件應用整合「親密度評分」機制以鼓勵用戶互動。

實時交流與互動

- 多渠道交流：支持文字、語音聊天及視頻聊天等多種通訊模式，並配有表情包與禮物打賞等趣味互動功能。例如內置小遊戲幫助緩解初次對話時的尷尬。
- 實時音視頻技術：通過信令加速與弱網對抗算法等技術保障通話穩定性。

隱私及安全保護

- 隱私控制：允許用戶設定貼文的可見性、屏蔽垃圾消息，並採用多層加密技術保障數據安全。

社區及動態特徵

- 發佈與公眾動態：讓用戶可在虛擬社區(例如「關注」、「熱門」及「周邊」等)中分享圖片、文字及短視頻，促進非實時社交互動。

變現及用戶體驗提升

- 虛擬貨幣與會員等級：通過儲值(例如虛擬「鑽石」形式)及VIP特權(例如頭像裝扮、對話氣泡)提升用戶黏性。
- 按時間計費及禮物打賞收益分成：通過與直播主進行按分鐘計費的音視頻通話及禮物打賞獲得的收益分成變現。

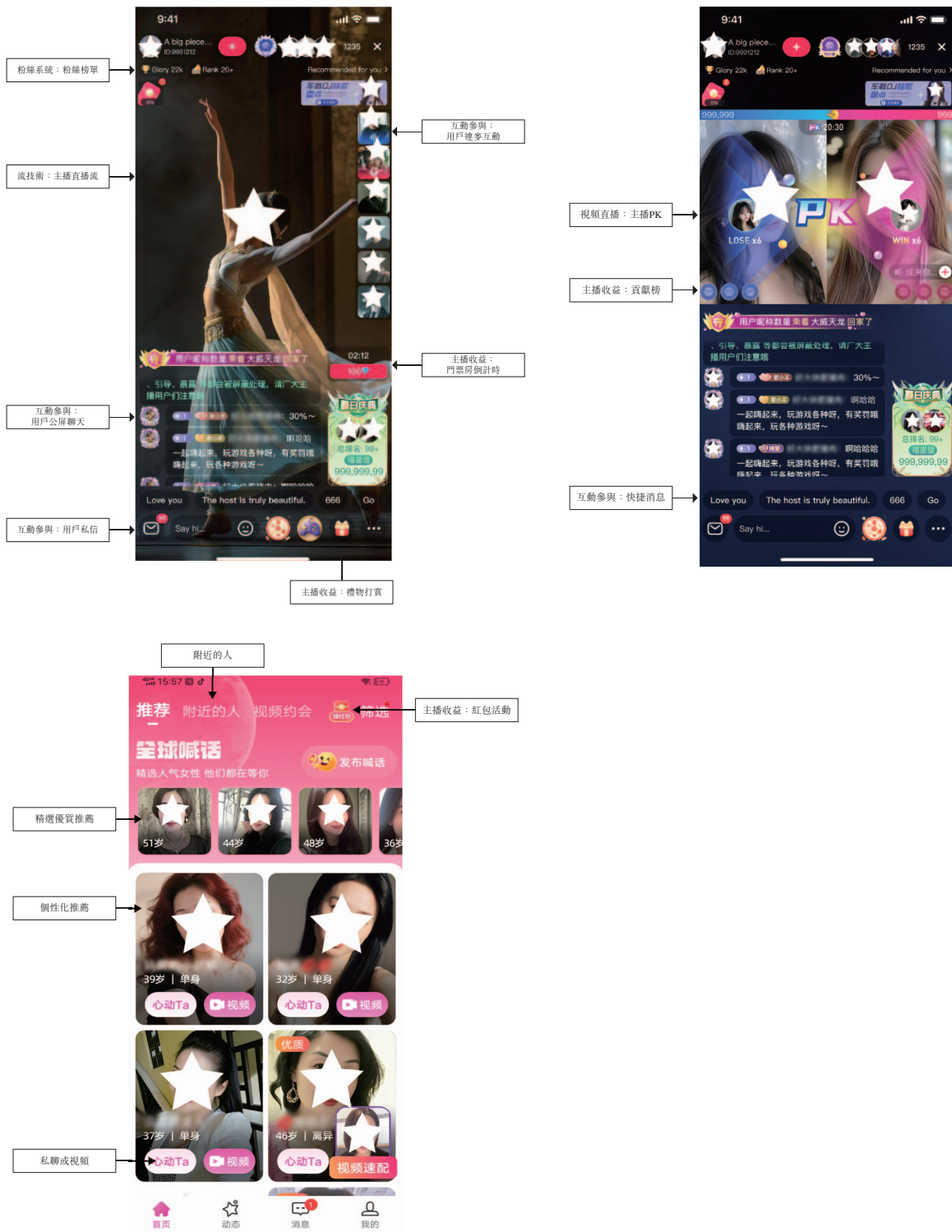
業 務

我們針對娛樂及社交網絡平台的SaaS解決方案／產品具有若干共同特徵：均支持直播技術、基於地理定位的匹配進行智能推薦，以及嵌入美顏濾鏡、虛擬背景和音頻效果的用戶友好的直播工具，以及禮物打賞和會員級別。除上述常見功能之外：

- 我們的娛樂平台SaaS解決方案／產品專注於實時視頻或語音直播，側重主持人和觀眾之間的即時互動(支持一對一和多互動)，有彈幕、點贊、語音聊天和PK對戰。其核心變現模式主要為來自禮物打賞用戶充值的收益分成。另一顯著特點是具有社區動態的社交和社區生態系統以及具有直接消息傳遞和粉絲排名的粉絲系統，共同促進具有一致興趣的用戶網絡之間的社交聯繫。
- 我們針對社交網絡平台的SaaS解決方案／產品側重於提供一對一多渠道通訊功能，包括文字、語音聊天及支持貼紙的視頻聊天。系統內設有互動遊戲，並具備多重探索機制，既能支持快速聊天，亦能實現隨緣配對且附帶親密度評分。其核心盈利模式主要透過分鐘計費的音頻或視頻通話用戶充值實現，此設計能促進用戶與潛在興趣對象展開更直接及沉浸的互動。社交網絡的標誌性特色在於隱私控制功能，用戶可自主設定貼文可見範圍，並有效屏蔽垃圾消息。

業 務

下列截屏顯示我們的娛樂及社交網絡SaaS解決方案／產品界面的範例：



業 務

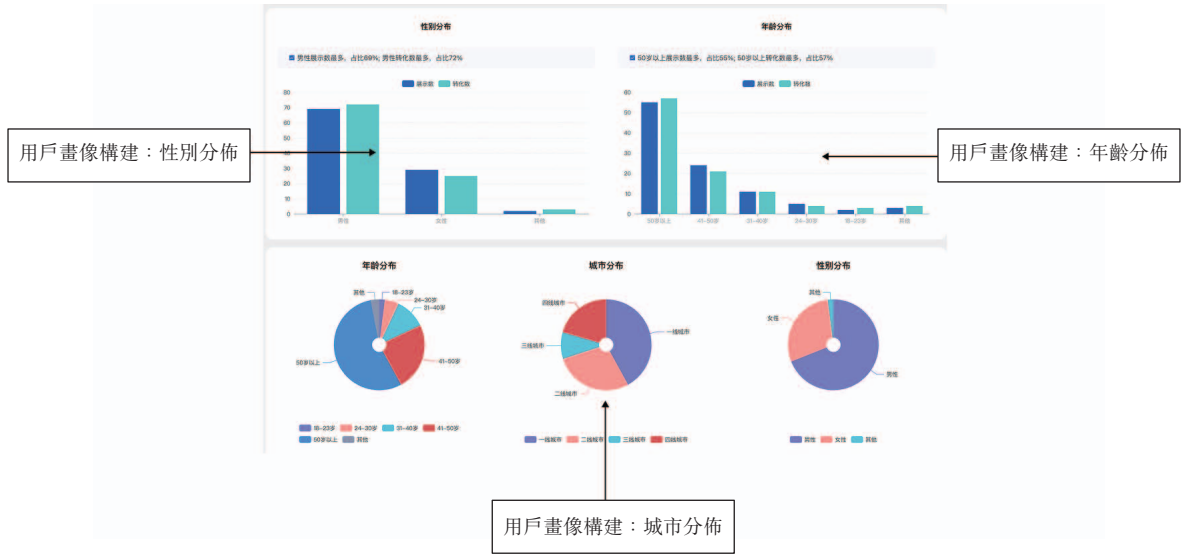
精準營銷

我們的精準營銷SaaS解決方案／產品旨在賦能B2B公司或顧問機構進行由數據驅動的廣告流量數據採集、處理、分析及生成報告，最終實現廣告成效優化。

SaaS解決方案／產品的主要特點	說明
個性化推廣策略與內容建議	<ul style="list-style-type: none">用戶畫像構建：系統通過分析用戶交互數據、瀏覽歷史及反饋信息構建精細化用戶畫像。該畫像不僅包含年齡、性別、地域等基礎信息，更涵蓋興趣偏好、消費習慣、行為模式等深度特徵。此類畫像有助用戶更精準地觸達客群及制定個性化的推廣方案，從而提升用戶參與度及忠誠度。定向投放：支持基於年齡、性別、興趣偏好及地理位置等維度實施廣告素材精準定向投放。系統還支持自定義用戶標籤功能，通過多維度用戶畫像實現更為精細化的市場細分。
實時成效監控	<ul style="list-style-type: none">數據監控：對有關創意表現實施即時追蹤，涵蓋點擊率、轉化率、用戶互動等關鍵指標。系統提供實時數據後台，使營銷人員可即時掌握有關創意表現並快速作出調整。預警系統：可針對關鍵指標設定預警閾值。當監測到異常波動時，系統會即刻通知用戶，使其能快速採取應對措施、調整策略，從而避免潛在損失。
多渠道數據整合	<ul style="list-style-type: none">數據聚合：將來自社交媒體平台、搜索引擎及廣告網絡等多渠道的數據聚合至統一後台，藉此簡化不同渠道成效的對比分析，精準識別對目標客群具備高觸達率的渠道，從而實現廣告預算分配優化。宏觀數據分析：編製數據分析報告以協助優化素材及投放策略。這些報告涵蓋市場趨勢分析、用戶行為分析及競品分析，為決策提供全面數據支撐。
效果評估	<ul style="list-style-type: none">效果評估：評估營銷活動效果，涵蓋投資回報率及每次行動成本等核心指標。系統同步配置A/B測試功能，通過比對不同素材或策略的投放表現，確定最優解決方案。反饋機制：配置用戶反饋實時收集分析功能，有助營銷人員及時掌握用戶需求並優化素材內容。

業 務

下列截屏顯示我們的精準營銷SaaS解決方案／產品界面的範例：



業 務

零售

我們的零售SaaS解決方案／產品旨在提供無縫銜接且具吸引力的購物體驗。通過利用數據分析、高效的產品及訂單管理系統以及全面的財務及營運工具，該軟件賦能商戶最大限度地提高其線上影響力，吸引消費者流量並推動業務增長：

SaaS解決方案／產品的主要特點	說明
產品及訂單管理	<ul style="list-style-type: none">產品管理系統：實現產品列表分類及組織。軟件還促進收集及顯示產品評論。訂單追蹤：商戶可實時追蹤訂單狀態、管理退貨及退款，並及時處理客戶反饋。
財務管理	<ul style="list-style-type: none">財務管理系統：理順來自終端客戶的資金流入和退款的跟蹤及處理，並與交易訂單進行對賬，確保財務報告的透明度及準確性，使商戶能夠清晰掌握其財務表現和追蹤交易訂單。
營運配置	<ul style="list-style-type: none">全面的營運配置模塊：允許對各種平台元素進行定製。商戶可管理平台廣告圖像、創建和分發優惠券以支持推廣活動並監督品牌管理活動。精準營銷：提供產品搜索的高級設置、推薦內容，使商戶能夠通過個性化推薦優化產品曝光率並增強用戶參與度。商戶亦可與直播主或平台合作進行推廣活動。
用戶管理	<ul style="list-style-type: none">用戶管理系統：提供管理用戶賬戶的工具，包括註冊、認證及資料管理。平台設有會員制，支持多重用戶身份，例如管理員、商戶及終端客戶，每個身份均有定製訪問權限。此功能確保用戶互動的安全及高效管理，為所有參與者營造安全可靠的環境。

業 務

下列截屏顯示我們的零售SaaS解決方案／產品界面的範例：



業 務

定價模式

於往績記錄期間，自我們SaaS解決方案業務確認的收益通常基於以下方法：

- (i) **交易分成定價**：通常根據娛樂或社交網絡直播平台上用戶充值的預定比例，按收益分成基準收取。按照與客戶訂立的合約一般介乎六(6)%至八(8)%，部分合約將付款總額限制在一個特定金額；或
- (ii) **產品買斷及維護定價**：收取固定預付軟件開發費用，按實際提供的服務釐定，並考慮到軟件規格、功能、複雜性、可變性及所需研發等因素。該等費用應於(a)訂立合約時；(b)達到特定里程碑日期時；及/或(c)項目完成時支付；對於需要後續持續技術支援服務(例如系統更新與升級及其他軟件維護服務)的客戶，我們亦或會(a)根據所需技術支援服務範圍收取定額定期費用(如年度費用)；或(b)在相同合約中納入一項框架協議，據此，此類技術支持服務將按需提供，並根據提供的具體服務進行收費。

若干合約的定價模式可能結合交易分成定價與產品買斷及維護定價，每種定價模式可適用於所提供服務的不同組成部分或項目的不同階段，具體取決於與相關客戶協定的特定安排。

下表載列於所示期間按不同定價模式劃分的SaaS解決方案業務收益明細。

	二零二三財年		二零二四財年		二零二五財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
交易分成定價	41,062	81.0	29,402	46.6	29,256	45.3
產品買斷及維護定價	9,604	19.0	33,665	53.4	35,314	54.7
總計	50,666	100.0	63,067	100.0	64,570	100.0

於往績記錄期間，基於交易分成定價模式的SaaS解決方案業務收益分別為二零二三財年約人民幣41.1百萬元、二零二四財年約人民幣29.4百萬元及二零二五財年約人民幣29.3百萬元，分別佔同期SaaS解決方案業務收益約81.0%、46.6%及45.3%。同時，基於產品買斷及維護定價模式的SaaS解決方案業務收益分別為二零二三財年約人民幣9.6百萬元、二零二四財年約人民幣33.7百萬元及二零二五財年約人民幣35.3百萬元，分別佔同期SaaS解決方案業務收益的約19.0%、53.4%及54.7%。於往績記錄期間，交易分成定價模式產生的收益整體呈下降趨勢，而產品買斷及維護定價模式產生的收益整體呈上升趨勢，此乃由於精準營銷及零售板塊之SaaS解決方案(通常採用產品買斷及

業 務

維護定價模式)的收益佔比提升所致。至於娛樂及社交網絡板塊之SaaS解決方案，我們根據客戶偏好及其業務需求，按個別情況協商採用上文所述兩種定價模式之一進行收費。

於往績記錄期間，按產品買斷及維護定價模式之SaaS解決方案於各年度訂立的新合約，其每份合約的平均合約價值(即固定預付軟件開發費)分別為二零二三財年約人民幣952,000元，二零二四財年約人民幣750,000元及二零二五財年約人民幣842,000元。

未完成手頭合約

下表列出截至各日期按業務板塊劃分的我們SaaS解決方案業務未完成手頭合約的合約數量變動情況：

	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年	自二零二六年 一月一日起 直至最後 實際可行日期
自上一年度／期間結轉的				
合約數量				
— 娛樂及社交網絡	12	17	21	16
— 精準營銷	1	3	10	12
— 零售	—	1	23	29
小計	<u>13</u>	<u>21</u>	<u>54</u>	<u>57</u>
加：年內／期內取得的				
新合約數量				
— 娛樂及社交網絡	7	6	3	1
— 精準營銷	3	10	11	—
— 零售	1	23	28	4
小計	<u>11</u>	<u>39</u>	<u>42</u>	<u>5</u>
減：年內／期內完成的				
合約數量				
— 娛樂及社交網絡	(2)	(2)	(8)	—
— 精準營銷	(1)	(3)	(9)	(4)
— 零售	—	(1)	(22)	(6)
小計	<u>(3)</u>	<u>(6)</u>	<u>(39)</u>	<u>(10)</u>
結轉至下一年度／期間的				
合約數量				
— 娛樂及社交網絡	17	21	16	17
— 精準營銷	3	10	12	8
— 零售	1	23	29	27
小計	<u>21</u>	<u>54</u>	<u>57</u>	<u>52</u>

下表載列截至各日期於產品買斷及維護定價模式下我們SaaS解決方案未完成手頭合約的合約價值變動情況(附註1)：

業 務

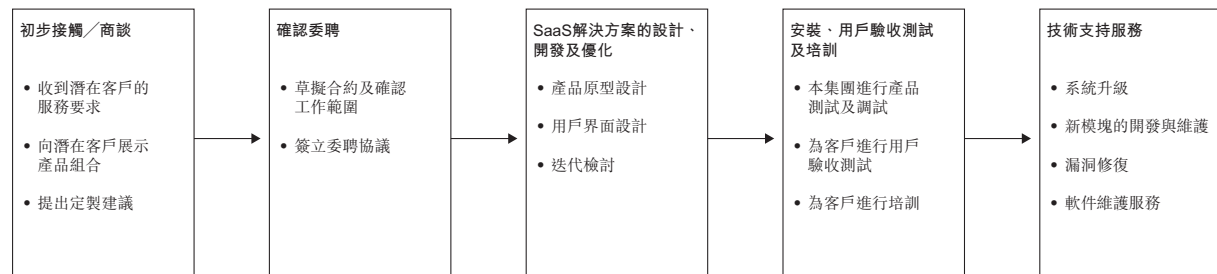
	二零二三財年 人民幣千元	二零二四財年 人民幣千元	二零二五財年 人民幣千元
年初未完成手頭合約的合約價值	—	3,620	1,357
加：年內取得的			
新產品買斷及維護定價			
合約的合約價值 ^(附註2)	4,759	28,495	35,364
減：年內就產品買斷及維護定價			
合約下的固定預付軟件			
開發費用確認的收益 ^(附註3)	1,139	30,758	34,312
	<u>3,620</u>	<u>1,357</u>	<u>2,409</u>
年末未完成手頭合約的合約價值	<u>3,620</u>	<u>1,357</u>	<u>2,409</u>

附註：

1. 合約價值指於產品買斷及維護定價模式下收取的固定預付軟件開發費用，且不包括技術支持服務的合約價值。
2. 包括因客戶提出額外SaaS解決方案要求，於年度內訂立補充合約所產生的額外合約價值，該部分於往績記錄期間佔比極低。
3. 不包括根據框架協議，按固定週期或按需收取的技術支持服務所確認之收益。

我們的工作流程

下圖載列我們SaaS解決方案的典型工作流程，說明業務營運的關鍵階段：



初步接觸／商談

於往績記錄期間，我們主要通過現有客戶推介及業務聯繫識別新客戶。潛在客戶或現有客戶亦可能會與我們接洽，要求提供針對特定類型SaaS解決方案，而我們的銷售及營銷團隊將擔任初步聯絡部門，以了解潛在客戶的業務需求。在初步了解潛在客戶的業務需求後，我們會準備SaaS解決方案的定製化建議。

業 務

確認委聘

一旦我們的SaaS解決方案建議獲客戶接納，我們將與客戶就SaaS解決方案業務訂立服務協議，通常包含以下條款：

- 協議期限：** 通常為一至五年
- 服務範圍：** 我們的服務範圍取決於客戶的特定要求。我們通常負責相關軟件應用程序的開發、安裝及測試，並提供售後服務及其他相關技術支持服務。我們(a)從零開始開發軟件，或(b)根據客戶的現有軟件應用程序修改、升級及／或添加新功能。在推出軟件應用程序後，我們一般提供技術支持服務，包括但不限於系統升級、新模塊的開發及維護、漏洞修復及其他軟件維護服務
- 付款條款：** 定價模式乃基於以下方法：(i)交易分成定價；或(ii)產品買斷及維護定價。有關更多詳情，請參閱本節上文「SaaS解決方案業務一定價模式」。
- 信貸期：** 我們一般於出具發票後向客戶授出通常最多10個工作日的信貸期
- 知識產權：** 我們可能擁有相關軟件應用程序的知識產權，並授予客戶使用相關軟件應用程序的非獨家及無限制權利
- 保密：** 除非另一方另行書面同意，否則所獲得的保密資料僅可用作履行各合約項下的責任
- 終止：** 除非SaaS產品停止運行或產生收益，否則到期終止或自動續約

SaaS解決方案的設計、開發及優化

視乎所涉及SaaS解決方案的具體功能，負責的產品開發團隊將負責SaaS解決方案的設計、開發及優化。

我們的SaaS解決方案採用模塊化方法設計及構建，整合一系列自研功能模塊來實現SaaS產品的若干功能。開發過程包括(a)產品原型設計，取決於與客戶協定的SaaS解決方案功能；及(b)用戶界面設計，其草稿會提交給客戶以供提出意見及優化。我們的SaaS解決方案採用迭代審查機制，確保與客戶的需求及業務目標高度契合。

業 務

安裝、用戶驗收測試及培訓

我們負責協助客戶使SaaS產品隨時可供使用。我們會先進行產品測試及調試以識別及解決任何問題，然後向客戶交付SaaS產品。在交付SaaS產品後，客戶在我們的指導及協助下進行用戶驗收測試，以確定已組裝的軟件是否能夠按照規格處理所需的任務及功能。用戶驗收測試可能需要多次進行以優化SaaS產品的功能及性能。用戶驗收測試確保我們提供的SaaS解決方案滿足客戶的需求及要求。部分客戶將在通過我們的用戶驗收測試後出具用戶驗收報告。我們向客戶的技術人員提供有關軟件應用程序的正確操作、維護及相關技術方面的用戶手冊及技術培訓。

技術支持服務

我們向客戶提供技術支持服務，例如系統升級、新模塊的開發及維護、漏洞修復及其他軟件維護服務。客戶通常會委聘我們根據同一組服務合約提供持續性技術支持服務。客戶偶爾亦會與我們訂立單獨的技術支持服務合約，以提供技術支持服務。

我們的技術

我們的SaaS解決方案採用模塊化方法設計及構建，整合一系列自研功能模塊來實現SaaS產品的若干功能。該設計使我們能夠靈活選擇及組合貼合客戶獨特業務需求的特定模塊。每個模塊均為執行不同功能而開發，並可整合為統一系統。

在考慮我們的SaaS解決方案採用的功能模塊時，以下為一般納入以形成我們SaaS解決方案基礎的主要基礎架構：

- **用戶資產管理**，例如統一的賬戶系統、用戶標籤、會員特權中心以及虛擬資產管理
- **交易平台**，例如支付聚合，集中訂單管理及結算對賬系統
- **風險管理**，例如內容安全審核系統(包括過濾成人內容和圖形暴力等不當內容)及交易反欺詐系統
- **互動平台**，例如即時通訊、彈幕分發引擎、禮物打賞特效庫、「PK」對戰及直播間內連麥互動
- **數據管理**，例如數據統計後台
- **系統運維**，例如容器化部署(將應用代碼封裝成標準化、輕量級可執行單元)及自動擴展基礎架構(依據系統需求及負載而定)
- **營銷管理**，例如廣告投放中心
- **媒體處理**，例如人工智能美顏濾鏡

於最後實際可行日期，我們擁有94個自主開發的功能模塊，可供運用於我們的SaaS解決方案產品中。我們的功能模塊可大致分為(a)核心直播模塊，包含直播推流與觀看、實時互動系統及互動內容功能；(b)社交生態模塊，包含關注與粉絲系統及社交分享功能；(c)內容發現與推薦模塊，包含首頁推薦系統及搜索與熱門話題功能；(d)變

業 務

現模塊，包含禮物及打賞及直播電商與零售整合功能；(e)技術基礎設施模塊，包含音視頻處理及安全與風險控制功能；(f)運營工具模塊，包含主播輔助工具及多渠道網絡機構管理功能；(g)多平台與全球化模塊，包含跨平台兼容及多語言支持功能；及(h)分析工具模塊，包括實時績效指標監控以及用戶畫像構建。每個功能模塊均為一個負責執行特定核心功能的自包含單元。我們所提供的並非通用型SaaS解決方案，其包含的功能若干行業可能並不需要，而是在充分理解客戶的具體業務需求後，僅精選並組合相關的功能模塊，從而實現量身定製的實用效果。有關我們針對不同業務板塊的SaaS解決方案的主要功能的進一步詳情，請參閱本節上文「SaaS解決方案業務 — SaaS解決方案的主要特點」。我們不時開發新功能模塊，以應對不斷變化的行業格局及客戶喜好。

在模塊化框架下，我們能夠就可擴展性、效率及成本效益定製SaaS解決方案。此方法亦促進未來升級及調整，確保我們的SaaS解決方案能持續符合客戶不斷變化的營運需求。我們擁有一套易於開發的全面技術，可簡化開發適用於不同業務板塊的多樣化SaaS解決方案，我們能夠靈活地組合不同用途的功能模塊並快速開發新的SaaS產品。我們致力於為客戶提供深度定製、可擴展、可靠、最新且安全的SaaS解決方案，以切合客戶的特定業務需求。

品質保證

我們的SaaS解決方案或產品在向客戶發佈之前，須由我們的產品開發團隊履行嚴格的品質保證程序，涵蓋SaaS解決方案的完整性、架構設計和流程標準化。我們的多層級品質保證體系包括(i)功能測試：通過單元測試、集成測試與系統測試驗證核心功能符合客戶需求；(ii)性能測試：模擬高併發場景(如數千名同時線上用戶)，藉由負載與壓力測試評估系統響應時間、吞吐量及瓶頸；(iii)安全測試：實施滲透測試、漏洞掃描及數據加密驗證，防範結構化查詢語言(SQL)注入與跨站腳本攻擊(XSS)攻擊等風險；及(iv)兼容性測試：確保多設備型號及跨平台運行流暢。我們已採用Selenium(用戶界面測試)與JMeter(性能測試)等自動化測試工具提升效能，並建立持續集成/持續交付(CI/CD)管道支持快速迭代。倘SaaS解決方案未能通過任何品質保證測試，我們的軟件開發團隊將執行漏洞修補等修正及改進程序。在通過所有品質保證測試後，我們將為客戶提供產品培訓及用戶手冊，以進行SaaS解決方案的初始設置及實施。

我們的品質控制流程融合標準化開發規範與持續改進機制，確保高效率與靈活適應性。持續改進方面，基於實時客戶反饋(如A/B測試)與採用計劃—執行—檢查—行動(PDCA)循環的定期內部審計，形成閉環優化流程。該雙軌方法可實現時效性與長期穩定性之間的平衡。我們始終將安全與數據管理置於首要位置，並已採用多種措施確保任意故障場景下的快速恢復能力。通過上述涵蓋嚴格測試、彈性架構、標準化流程與強大安全性的多維度品質保證與品質控制架構，我們確保SaaS解決方案實現高可靠性、可擴展性及穩定性能輸出。於往績記錄期間，我們並無面臨任何與我們的SaaS解決方案服務有關的第三方責任索賠。

銷售及營銷

於往績記錄期間，我們主要透過直銷團隊及其他來源(包括客戶轉介、業務聯繫及口碑)推廣我們的服務。於二零二五年十二月三十一日，我們的銷售及營銷團隊由20名僱員組成。我們在SaaS產品中進行深度定製，並致力於與客戶保持緊密溝通，以了解

業 務

其業務需求。通過緊貼其最新要求，我們可提供最新、務實的解決方案，以應對其具體挑戰及目標。我們亦提供持續技術支持服務，確保我們的SaaS解決方案無縫運作並持續提供價值。此種以客為本的方針不僅提高滿意度，亦培養長期忠誠度。

線上營銷解決方案業務

概覽

作為SaaS解決方案的配套，我們自二零二四年六月起已擴大產品供應，提供線上營銷解決方案服務。中國的線上營銷解決方案市場近年來穩定增長，成為國家數字經濟的重要部分。根據灼識諮詢的資料，中國線上營銷解決方案行業的市場規模由二零二零年的人民幣8,150億元擴大至二零二五年的人民幣13,760億元，複合年增長率為11.0%。在向客戶提供SaaS解決方案時，我們已發現他們對線上營銷解決方案的需求日益增加，構成其更廣泛業務生態系統的重要組成部分。我們支持企業利用我們的線上營銷解決方案，有效整合具備受眾定位及轉化優化功能的基於SaaS的管理工具。這些服務包括制定量身定製的營銷計劃、設計及製作廣告素材、廣告投放及獲取線上流量、以及廣告投放績效監測及分析等其他額外相關服務。

於二零二四財年及二零二五財年，我們向廣告客戶(其包括一名廣告合作夥伴和直播、零售及教育行業營運商等直接廣告主)提供線上營銷解決方案服務。自二零二四年起，我們與客戶E1(我們的廣告合作夥伴)合作，其於二零二四財年及二零二五財年分別佔我們線上營銷解決方案業務的收益超過80%及超過30%。據我們的董事所知，該公司是一家提供營銷策劃及品牌管理服務的成熟技術解決方案供應商，主要服務保險公司及保險中介。截至二零二四年十二月三十一日，該公司為主要位於中國的超過30家保險公司及超過120家保險中介提供服務。客戶E1是由[編纂]投資者介紹給本集團，該投資者在保險及財務規劃方面擁有約十年的行業經驗(進一步詳情載於本文件「歷史、發展及重組—[編纂]投資」)。我們與客戶E1(我們的廣告合作夥伴)的業務關係始於二零二四年八月，當時我們開始提供線上營銷解決方案，包括營銷方案制定、廣告投放策略、營銷活動績效監控與優化。據董事所知，客戶E1委聘本集團提供線上營銷解決方案，而非直接與廣告代理商協作，主要原因是其信賴我們的廣告內容製作實力，同時配合運用從我們的SaaS解決方案優異往績中獲得的精準營銷專業知識，以及[編纂]投資者的推介增強了對我們能力的信心。特別是，據本公司董事所知，客戶E1認為以下特點對支持其營銷策略具有優勢：(i)我們基於SaaS的技術能力，(ii)我們的內容創作工具支持的廣告素材庫，(iii)我們管理層及營銷團隊在互聯網和信息科技行業的豐富經驗，及(iv)與各廣告代理商的合作所實現的多元化分銷渠道。二零二五年，客戶E1還委聘我們提供精準營銷SaaS解決方案。除客戶E1以外，我們的線上營銷解決方案客戶組合還包括來自直播、零售及教育行業的客戶。部分這些客戶也使用我們的SaaS解決方案服務，這與我們董事的策略一致，即在SaaS與線上營銷解決方案業務之間創造協同效應。

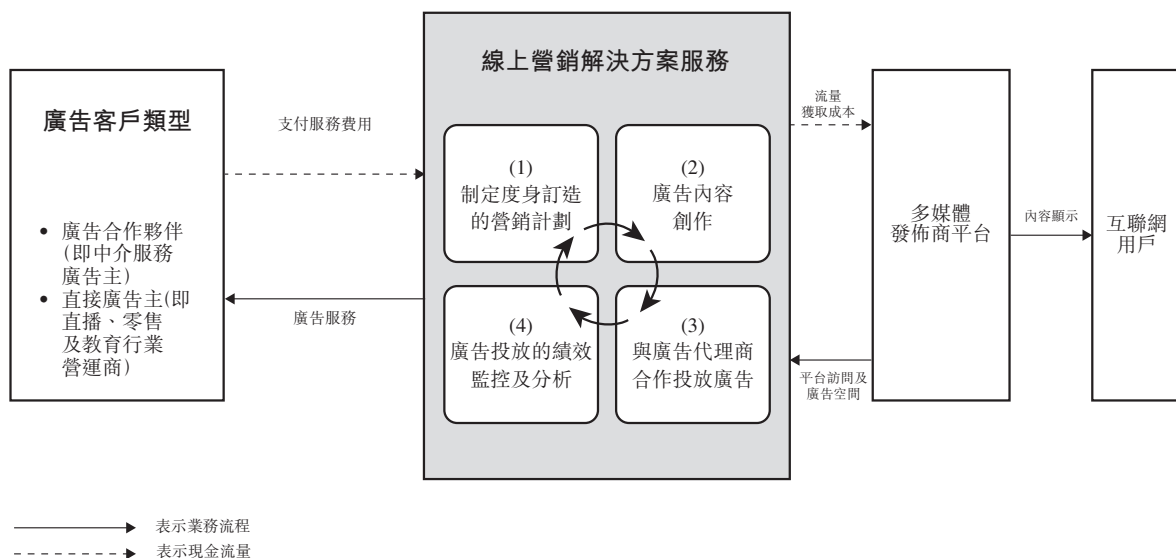
業 務

下表載列於所示期間按業務板塊及地理位置劃分的線上營銷解決方案收益明細。

	二零二四財年		二零二五財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
零售				
— 中國內地	32,108	89.5	421,291	93.5
— 香港	—	—	—	—
	<u>32,108</u>	<u>89.5</u>	<u>421,291</u>	<u>93.5</u>
教育				
— 中國內地	—	—	19,781	4.4
— 香港	—	—	—	—
	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>19,781</u>	<u>4.4</u>
娛樂及社交網絡				
— 中國內地	3,776	10.5	8,004	1.8
— 香港	—	—	1,272	0.3
	<u>3,776</u>	<u>10.5</u>	<u>9,276</u>	<u>2.1</u>
總計	<u>35,884</u>	<u>100.0</u>	<u>450,348</u>	<u>100.0</u>

有關不同業務板塊於往績記錄期間的收益波動詳情，請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分說明—收益—線上營銷解決方案服務」。

我們的業務模式



業 務

我們為一家線上營銷解決方案提供商，提供的服務包括制定量身定製的營銷計劃、設計及製作廣告素材、廣告投放及獲取線上流量，以及廣告投放績效監測及分析等其他額外相關服務。線上營銷解決方案業務的服務範圍詳情如下：

- **制定度身訂造的營銷計劃：**度身訂造的營銷計劃服務可針對廣告客戶的特定商業需求，提供定製、以數據為導向的策略。透過分析行業趨勢、競爭格局、定價策略及客戶概況，我們制定定製化的廣告投放策略及定向內容，透過各種渠道進行傳播。我們的方針結合累積的行業專業知識及市場分析，創造適應每名客戶業務增長的營銷計劃。
- **廣告內容創作：**我們的內部創意團隊利用人工智能工具設計及製作廣告素材，為不同平台及受眾分部定製具有高度影響力的視覺效果、視頻及文案。我們專注於為中國的主要數字生態系統創作特定平台的廣告內容，包括抖音或快手短視頻、騰訊廣點通小程序廣告。我們的製作流程嚴格遵守中國的內容審核標準，並結合節慶主題創意及本地明星代言等表現驅動因素。

我們專注於原生短片廣告的創作與製作，致力於無縫融入媒體平台的資訊流，為客戶提供廣告體驗。憑藉專業的內部團隊，我們打造影片、圖像與文字廣告，提升客戶營銷效率。專業團隊依據客戶需求製訂影片內容，透過其創意製作，支援產品與服務的推廣。

- **創意開發與拍攝：**根據客戶需求構思方案，由內部團隊負責素材製作並統籌攝製團隊完成影片製作。
- **後期製作：**精修素材剪輯、混音、音樂整合、特效及調色，製作出高質素成品。

我們致力協助廣告主透過更具策略性與表現內容，透過動態資訊提升曝光度與轉換率。

- **與廣告代理商合作投放廣告：**我們負責線上營銷活動生命週期中的大部分階段，包括從制定營銷計劃及廣告內容創作，再到分發廣告至各種平台。我們僅與廣告代理商就其代表我們的客戶在媒體發佈商的平台上開設廣告賬戶並為該等廣告賬戶充值的服務進行合作。根據我們與廣告客戶訂立的協議，我們並無義務必須預先購買線上流量庫存。根據個別情況，我們可能會向廣告代理商預先購買線上流量庫存及可能會就此類庫存預付有關款項，以確保廣告客戶在需要時有足夠的線上流量可用。為減輕有關預付款項相關風險，包括預先購買的線上流量庫存未充分利用，以及有關預付款項可能無法收回，進而可能影響本公司流動資金並導致減值虧損，本公司已實施措施以追蹤代表廣告客戶所支付的預付款項。該等措施包括(i)根據估計線上流量消耗量及廣

業 務

告客戶的信譽度，預先批核預購安排；及(ii)定期對預付款項與線上流量庫存的實際消耗量進行對賬及檢討。在選擇我們購買線上流量庫存的廣告代理商時，我們主要考量該代理商：(i)透過公開資訊評估其業界聲譽；以及(ii)審視其往績以檢視過往廣告活動的執行成效。於二零二四年十二月三十一日及二零二五年十二月三十一日，我們就此類預先購買的線上流量庫存錄得預付款項分別約人民幣7.5百萬元及人民幣53.6百萬元。

- *廣告投放的績效監控及分析*：我們廣告績效的監控及分析服務完善了我們的線上營銷解決方案服務，為廣告客戶提供透明的儀表板，可追蹤關鍵績效指標，如點擊率及轉化率。我們識別創意表現、受眾定位及轉化路徑的優化機會，並透過定期策略審查提供可行的見解。我們不斷完善營銷活動參數，以為我們的廣告客戶提高廣告支出的回報。

我們向廣告客戶(其包括一名廣告合作夥伴和直接廣告主(如直播、零售及教育行業營運商))提供線上營銷解決方案服務，以優化其廣告投放，並通過在各種媒體平台上進行廣告及流量獲取以將曝光率最大化。我們能夠制定及執行定製的營銷策略並製作廣告內容以滿足特定客戶需求。我們的績效驅動方針有助提供相關且有效的線上營銷解決方案。我們與廣告代理商合作，其主要負責在媒體發佈商平台上開設廣告賬戶，該等平台與我們客戶經營所處行業相匹配，以確保廣告能夠成功投放，並為在媒體發佈商平台上開設的客戶賬戶進行充值。

誠如灼識諮詢所確認，廣告主透過指定經銷商及媒體發佈商的附屬代理商分發及投放廣告乃行業慣例，原因是此方法可讓廣告主評估及比較不同層級廣告代理商所取得的績效成果，確保其推廣活動獲得最佳效果。一般而言，廣告主在媒體發佈商的平台上投放廣告時將有估計預算，同時會對預算投入在媒體發佈商平台設立的賬戶後的績效結果有大致預期。廣告主通常會將預算範圍內的預期廣告投放策略傳達給營銷解決方案提供商進行強化，再由營銷解決方案提供商形成廣告方案及策略加以執行。主要媒體平台鮮少直接與廣告主建立合作關係，此模式既非常態亦不符合經濟效益，原因在於廣告主通常需獲取營銷活動策劃、廣告製作及效果分析等增值服務以提升營銷效能(這些服務主要由線上營銷解決方案供應商提供)。此外，媒體發佈商平台普遍不提供此類服務，原因是(i)其核心盈利能力來自流量計費業務，其技術資源主要分配至用戶增長及內容推薦演算法系統，而非廣告主需求端服務；及(ii)建立額外服務團隊以滿足廣告主的客製化需求將會大幅提高服務成本。因此，線上營銷解決方案服務提供商通常能為廣告主提供更全面的服務組合，同時更高效實現媒體發佈商平台廣告空間的商業化價值。

業 務

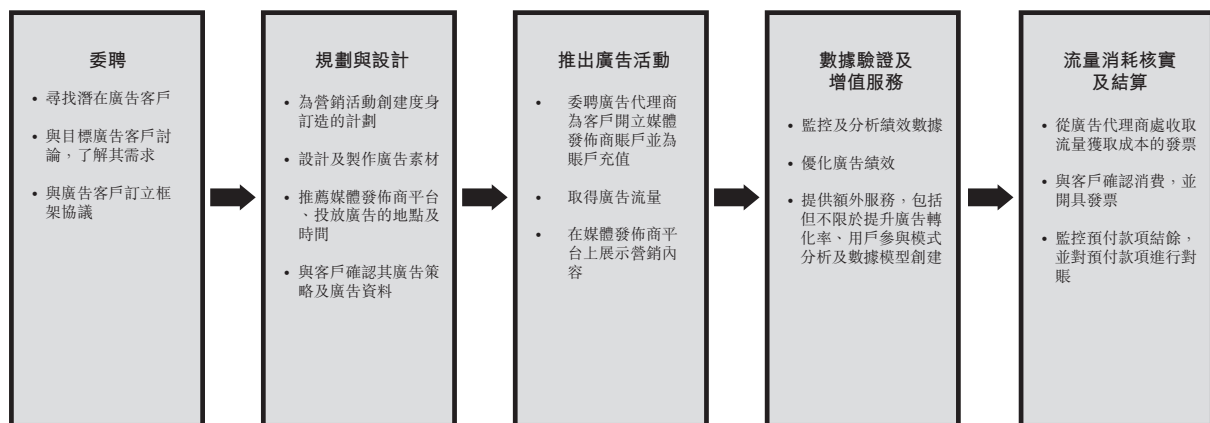
媒體發佈商通常就廣告空間分銷與線上營銷解決方案提供商建立合作，以降低成本並減少因處理廣告主廣告投放要求所產生的人力資源配置。廣告主傾向選擇與能夠直接實施廣告投放或與媒體發佈商進行溝通的線上營銷解決方案服務提供商合作，主要原因在於這些服務提供商可提供折扣優惠及附加服務。

我們的線上營銷解決方案服務收費主要按下列方式計算：(a)廣告客戶於指定媒體發佈商平台所產生的實際消費金額；及(b)按該消費金額收取的預定服務費(該服務費依客戶合約協議而異)。有關線上營銷解決方案業務的定價模式的進一步詳情，請參閱本節下文「線上營銷解決方案業務—定價模式」。誠如灼識諮詢確認，於往績記錄期間，我們向客戶收取的服務費與現行市場標準一致。

線上營銷解決方案業務的工作流程

我們為廣告客戶提供線上營銷解決方案服務，通過設計、推出、監控及優化其營銷活動，並戰略性地強調提供全面及跨平台的線上營銷解決方案。我們提供的服務使我們的廣告客戶能夠訪問領先媒體發佈商的優質廣告空間，簡化在頂級平台上購買廣告空間的流程。此綜合解決方案使廣告客戶能夠有效地執行針對特定受眾定位需求度身訂造的跨平台市場推廣活動，確保最佳的觸達和參與。根據灼識諮詢報告，頂級媒體發佈商經常與指定的廣告代理商合作，處理開戶、充值及管理服務，而非直接與可能無法精準定位受眾及提供高質量營銷材料的個別廣告主進行合作，以有效地最大限度利用媒體發佈商的廣告空間。此方法使領先的媒體發佈商能夠優化利用其廣告空間，同時減輕其對廣告主逐一進行客戶盡職調查程序的需求。

下圖概述我們提供線上營銷解決方案的一般過程及工作流程：



在確認我們與客戶的合作之前，我們會與潛在客戶進行討論，獲悉彼等對KPI目標、投資回報率及預算的預期。此舉有助於我們深入了解彼等的需求和營銷目標，從而實

業 務

現更有效及更具成本效益的廣告投放。根據潛在客戶的需求，我們會尋找合適的媒體平台，並適時推薦各種廣告投放方案，以提升營銷成效。

我們通常會與每名廣告客戶訂立框架服務協議。框架協議概述主要條款，例如服務範圍、付款週期、結算方法及付款條款。我們與廣告客戶訂立的框架服務協議通常包含以下條款：

協議期限： 通常為一年內

服務範圍： 我們的服務範圍根據客戶的具體要求而有所不同。我們通常提供整體定製的營銷計劃，包括(i)廣告賬戶管理及營運；(ii)設計及製作符合相關法律法規的廣告素材；(iii)推薦媒體發佈商平台及協調廣告資源的投放；(iv)提供相關信息科技服務，例如通過用戶參與模式分析及監控、數據模型創建，分析廣告素材與互聯網用戶需求的匹配程度，以提高廣告展示及分發的效率及質量，並提升廣告轉化率，從而優化資源分配、素材索引及排序策略設計

付款條款： 我們通常提供兩種付款條款：

- (i) 預先付款：客戶(特別是新客戶)須於我們提供服務前預付服務費用總額並為廣告賬戶充值，該金額通常基於估計線上流量消耗量計算，並確認為合約負債。根據灼識諮詢的資料，有關預付安排在業界屬常見做法，通常適用於(a)客戶屬新客戶或合作初期，尚未建立穩定信貸往績記錄；(b)客戶內部審批及付款流程繁複；或(c)廣告活動預算龐大或交付時程緊迫，以確保資源分配與執行順暢；或
- (ii) 費用確認後結算：客戶需根據廣告賬戶產生的總消費金額，或各方確認的充值至廣告賬戶的總金額另加我們的服務費來結算結餘。在此情況下，我們會預付款項予廣告代理商以取得線上流量庫存，並根據客戶實際消費金額或充值金額向其收費。

在合約到期時，倘客戶於媒體發佈商平台開設的廣告賬戶中仍有未消耗的預付餘額，則客戶可向我們申請提取相關現金餘額

業 務

- 信貸期：** 我們每週向客戶開具賬單，賬單金額基於前一週的實際廣告流量消耗加上預先確定的加成，付款通常在賬單日期後五天內作出
- 知識產權：** 根據合約產生或由我們創建或提交的廣告素材的所有權及知識產權，均歸創作者所有，惟訂約方均應在合約協定的範圍內享有使用權
- 保密性：** 訂約方在業務過程中接觸到另一方的機密資料時，均負有保密責任
- 終止：** 任何合約變更或提前終止，需提早一個月以書面形式通知其他訂約方，並於合約提早終止後20個工作天內完成所有財務結算

在策劃、分析及策略評估階段，我們識別可能帶來最佳流量結果的潛在廣告空間投放，並制定度身訂造的廣告投放策略。我們向廣告客戶提供線上營銷解決方案服務，涵蓋廣告活動生命週期的以下主要階段：

- **廣告活動的策略性策劃及設計：**在我們與客戶落實廣告活動訂單後，我們會識別目標受眾以及活動的時間及期限。然後，我們根據客戶的特定需求、廣告預算及要求的目標設計及創作廣告素材。我們的設計師不斷創作和完善廣告格式及創意素材，以幫助廣告客戶生成和優化廣告內容。在推出廣告之前，我們的團隊會與客戶對廣告內容進行最終審閱，並根據客戶的意見進行必要調整。我們將確保客戶對廣告方案感到滿意，並要求批准最終確定在媒體平台發佈的內容。
- **推出及投放廣告：**在推出廣告之前，我們聘請代理商在選定的媒體發佈商平台開設符合客戶經營所處行業的廣告賬戶並進行充值，彼等隨後將向我們提供賬戶登陸詳情。廣告內容設計完成後，我們繼續進行流量獲取。我們可訪問相關的廣告投放系統，管理賬戶，並處理廣告流量採購。
- **監控及優化廣告表現：**我們的銷售團隊在廣告的整個生命週期中監控其表現，並持續進行調整以提高效果。在我們的代理商支持下，我們的銷售團隊及設計師追蹤廣告績效並分析績效數據，例如展示量、點擊量及點擊率可作為評估廣告績效的KPI，有助於識別影響解決方案受歡迎程度的關鍵因素，以及需要改進的領域。我們進行必要修改以最大化用戶流量並提高成本效益。此外，我們向廣告客戶提供績效報告，使其能夠有效管理用戶流量並作出知情決策。
- **結算：**我們每週根據廣告客戶在各指定媒體平台的實際流量消耗，參照每次點擊成本(CPC)、CPM(每千次曝光成本)及CPA(每次行動成本)等計價機制向其開具賬單，並於適用時加收相關服務費。

業 務

不同階段的廣告策略

第1階段 — 冷啟動期

在廣告投放初始階段，我們採用核心渠道預算控制測試機制，通過三項主要指標進行系統化效果評估：以CPM(每千次曝光成本)評價受眾觸達效率，CTR(點擊率)評估廣告創意成效，CPA(每次行動成本)優化註冊渠道。此等模式可在盡量控制財務風險的同時實現數據驅動決策，配合每日效果監測機制，可有效識別高潛力受眾群體與廣告的投放格式。系統將根據點擊率、轉化率、廣告消耗金額和ROI進行用戶畫像的再分配，建立可規模化擴展基礎。倘廣告投放結果未如理想，我們將把重心轉向落地頁面優化。

第2階段 — 規模化增長期

在規模化增長期，我們採納終端用戶價值分層定價策略，利用歷史績效數據預測不同用戶群的終身價值(LTV)，從而實現跨廣告平台的合適價格調整。此外，我們重點進行再營銷，爭取喚醒漏斗關鍵階段的沉默用戶。

第3階段 — 成熟期

在成熟期，我們的廣告策略轉為通過擴大素材量的方式放大增長，系統也會追蹤可衡量指標，從而量化每個廣告活動如何有效地將覆蓋範圍擴展到初始目標受眾之外。

線上營銷解決方案的設計路徑

產品定位與廣告策略的一致性

我們的營銷方法從產品 - 用戶契合度分析開始，確保目標用戶群體與營銷活動策略之間的精準一致性，從而實現流量獲取質量。我們首先透過界定行業垂直領域、用戶角色及特定需求來定義核心用戶畫像。我們精確提煉產品關鍵差異化優勢，並策略性地在廣告素材中強化這些特點，在提升廣告投放成本效益的同時驅動更高轉化率。此方法指導我們的團隊製作精準定向的廣告素材，專注於受眾關聯性而非廣泛觸及，從而實現對目標客群的有效觸達。我們避免使用可能吸引非目標用戶的煽情信息傳播，此類做法易引發後續流失風險。相反，我們的創意團隊設計情境式廣告素材，透過展示產品在特定環境下的適用性，突顯客戶產品的具體功能特點。此種方法將抽象產品能力轉化為相關解決方案，與目標用戶產生即時共鳴。結合我們基於內容互動等用戶數據指標的受眾建模分析，此方法有助於提升廣告投放觸達及轉化。

高轉化率落地頁面設計

我們的落地頁面開發遵循既定的轉化優化原則，並根據當地市場需求進行調整。我們力求創建清晰及用戶友好界面，從最初的廣告曝光到轉化，保持一致的訊息傳遞。該設計系統專注創建從廣告初始曝光到客戶直接指定的落地頁面的無縫式用戶旅程

業 務

體驗。我們對設計變化進行測試並分析不同參數下廣告投放的績效。我們的設計系統亦整合實時適應功能，使頁面內容能夠根據用戶特徵及流量來源調整，進一步提升在競爭激烈的數字化市場中的關聯性及轉化潛力。

數據閉環、用戶留存及優化

我們部署預測分析以識別最佳接觸點，從而進行精確時機的介入以提升最大轉化率。系統監控多項數據指標，以預測點擊率或轉化率的降低風險並按所需予以優化。我們的線上營銷解決方案採用基於渠道及基於場合的推廣策略以優化收益，同時維持客戶滿意度。

另外，我們的廣告優化框架建立閉環數據系統，實現產品使用洞察與活動策略的持續校準。該系統基於用戶屬性(如點擊率及付費轉化率)識別及擴大類似受眾。

定價模式

我們的線上營銷解決方案服務包括制定度身訂製的營銷方案、設計製作廣告素材、廣告投放及獲取線上流量，以及廣告投放效果監測分析等配套服務。我們通過全方位服務體系滿足廣告客戶各類業務需求，涵蓋向廣告代理商採購廣告空間、製作廣告素材及廣告優化服務等。我們作為委託人，按總額法確認線上營銷解決方案服務產生的收益及相關成本。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分說明—收益—線上營銷解決方案服務」。

我們的線上營銷解決方案服務收費主要按下列方式計算：(a)客戶於指定媒體發佈商平台按協定定價機制所產生的實際消費金額；及(b)按該消費金額收取的預定服務費(該服務費依客戶合約協議而異)。

於二零二四財年及二零二五財年，我們線上營銷解決方案業務相關的流量獲取成本分別約為人民幣34.9百萬元及人民幣423.8百萬元。於二零二四財年及二零二五財年，我們每位客戶的流量獲取成本分別約為人民幣3.9百萬元及人民幣2.5百萬元。該等流量獲取成本主要基於我們合作的代理商提供的廣告空間定價以及我們在各媒體發佈商平台採購的廣告空間數量而釐定。流量獲取成本可能隨市場對廣告空間需求的波動而變化。於往績記錄期間，我們不時從廣告公司獲得若干折扣作為激勵措施。因此，我們可通過獲取廣告空間折扣價方式降低整體流量獲取成本。根據灼識諮詢的資料，在線上營銷行業，媒體發佈商或廣告代理商均有其各自的廣告空間定價及折扣機制為常見慣例，出於商業考量，這些機制通常不會直接向公眾披露。於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們未從合作的廣告代理商處收取任何現金返點，且我們並未從媒體發佈商平台或其他相關方(除上文所披露的來自廣告代理商的折扣外)獲得任何返點、激勵或折扣。

業 務

品質保證

我們的銷售團隊在廣告的整個生命週期內監控其表現，並進行持續調整以提高效能。我們亦不時聯絡廣告客戶，主要目的是了解客戶的業務發展、廣告投放的有效性及其對我們的素材及創意的滿意程度。倘我們收到客戶的任何投訴，我們將主動調查問題並在必要時提供解決方案。於往績記錄期間，我們並無面臨任何與我們的線上營銷解決方案服務有關的第三方責任申索。

銷售及營銷

於二零二五年十二月三十一日，我們擁有一支由20名僱員組成的專責銷售及營銷團隊，專注於(i)識別並與具有強大行業地位、穩定現金流量及穩定廣告預算的廣告客戶合作；(ii)通過了解SaaS解決方案客戶及其他潛在新客戶的線上營銷需求以發展新的客戶關係；及(iii)通過與廣告客戶保持密切溝通以了解其廣告需求，提供優化的線上營銷解決方案。董事認為，我們對服務質量的重視是客戶留存的關鍵驅動因素。透過整合端對端支持和靈活的解決方案，我們確保客戶對我們滿足其商業需求及支持其增長和發展的能力保持信心。

我們的客戶

於二零二三財年、二零二四財年及二零二五財年，各年度五大客戶產生的收益分別佔同期總收益的約90.6%、67.7%及57.8%，而各年度來自最大客戶的收益分別佔同期總收益約30.7%、30.5%及34.8%。

下表載列我們於往績記錄期間各年度五大客戶的詳情。

排名	客戶	提供服務類型	背景及主要業務	信貸期/ 付款方法	與本集團 建立業務 關係的年份	收益金額 (人民幣千元)	佔總收益 百分比
二零二三財年							
1	客戶組A(附註1)	娛樂社交軟件開發及技術支持服務	一組中國公司，主要從事專注於娛樂直播的直播平台開發及營運	開具後或開具發票後10天內；銀行轉賬	二零二零年	15,555	30.7%
2	客戶B(附註2)	娛樂社交軟件開發及技術支持服務	於二零一六年在中國成立，註冊資本為人民幣10,000,000元，主要從事專注於娛樂及社交網絡的直播平台營運	開具發票後10個工作日內；銀行轉賬	二零二零年	13,919	27.5%

業 務

排名	客戶	提供服務類型	背景及 主要業務	信貸期/ 付款方法	與本集團 建立業務 關係的年份	收益金額 (人民幣千元)	佔總收益 百分比
3	客戶C (附註3)	娛樂社交軟件開發	於二零一四年在中國成立，註冊資本為人民幣10,000,000元，主要從事社交媒體平台營運	開具發票後5天內；二零二三年銀行轉賬	二零二三年	6,740	13.3%
4	廣州大為文化股份有限公司	娛樂軟件開發及技術支持服務	於二零一三年在中國成立，註冊資本為人民幣30,954,989元，主要從事社交網絡平台營運	開具發票後7至10個工作日內；銀行轉賬	二零二零年	5,787	11.4%
5	客戶D (附註4)	社交軟件開發及技術支持服務	於二零二三年在中國成立，註冊資本為人民幣1,000,000元，主要從事專注於娛樂及社交網絡的社交媒體平台營運	開具發票後10個工作日內；銀行轉賬	二零二三年	3,891	7.7%
總計						45,892	90.6%

附註：

- (1) 於客戶組A中的客戶的註冊資本均為人民幣1,000,000元。客戶A1是客戶組A中的公司之一。
- (2) 客戶B的註冊資本為人民幣10,000,000元。
- (3) 據董事確認，客戶C最初由黎先生介紹至本集團，黎先生於珠海歡聚互娛科技有限公司廣州分公司任職期間與該客戶的相關人士建立關係。
- (4) 據董事確認，客戶D最初由黎先生介紹至本集團，黎先生於珠海歡聚互娛科技有限公司廣州分公司任職期間與該客戶的相關人士建立關係。

業 務

排名	客戶	提供服務類型	背景及 主要業務	信貸期/ 付款方法	與本集團 建立業務 關係的年份	收益金額 (人民幣千元)	佔總收益 百分比
二零二四財年							
1	客戶E1(附註1)	線上營銷解決方案	於二零二零年在中國成立，註冊資本為人民幣10,000,000元，主要從事營銷策劃及品牌管理服務	預付款； 銀行轉賬	二零二四年	30,175	30.5%
2	客戶組A	娛樂軟件開發及技術支持服務	一組中國公司，主要從事專注於娛樂直播的直播平台開發及營運	開具發票後10天內；銀行轉賬	二零二零年	16,976	17.2%
3	客戶B	娛樂軟件開發及技術支持服務以及線上營銷解決方案	於二零一六年在中國成立，註冊資本為人民幣10,000,000元，主要從事專注於娛樂及社交網絡的直播平台營運	開具發票後10至15個工作日內； 銀行轉賬	二零二零年	11,138	11.3%
4	客戶組F(附註2)	社交軟件開發及線上營銷解決方案	一組中國公司，主要從事專注於娛樂及社交網絡、精準營銷、廣告的直播平台營運	開具發票後10個工作日內	二零二三年	4,720	4.8%
5	廣州大為文化股份有限公司	娛樂軟件開發及技術支持服務以及線上營銷解決方案	於二零一三年在中國成立，註冊資本為人民幣30,954,989元，主要從事營運社交網絡	開具發票後7至10個工作日內； 銀行轉賬	二零二零年	4,021	4.1%
總計						67,030	67.7%

附註：

- (1) 據董事確認，客戶E1最初由[編纂]投資者羅女士介紹至本集團。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組—[編纂]投資」。
- (2) 於客戶組F中的客戶的註冊資本分別為人民幣2,000,000元及人民幣1,000,000元。

業 務

排名	客戶	提供服務類型	背景及 主要業務	信貸期/ 付款方法	與本集團 建立業務 關係的年份	收益金額 (人民幣千元)	佔總收益 百分比
二零二五財年							
1	客戶組E(附註1)	精準營銷軟件開發； 線上營銷解決方案	一組中國公司，主 要從事營銷策劃 及品牌管理服務	開具發票後(SaaS 解決方案)及預付 款或於開具發票 後5日內(網上營 銷解決方案)；銀 行轉賬	二零二四年	179,190	34.8%
2	客戶組G(附註2)	線上營銷解決方案	一組中國公司， 主要從事藥品線 上銷售	開具發票後或開 具發票後5個工作 日內；銀行轉賬	二零二四年	35,512	6.9%
3	客戶組H(附註3)	零售軟件開發；線 上營銷解決方案	主要從事文學藝 術創作廣告設計 服務及數字化人 力資源解決方案 服務的中國公司 集團	開具發票後(SaaS 解決方案)及預付 款(線上營銷解決 方案)；銀行轉賬	二零二五年	30,037	5.8%
4	客戶A1(附註4)	娛樂軟件開發及技 術支持服務	於二零一八年在 中國成立，註冊 資本為人民幣 1,000,000元，主 要從事專注於娛樂 直播的直播平台 營運	開具發票後；銀 行轉賬	二零二零年	27,867	5.4%
5	客戶I	線上營銷解決方案	於二零二零年在 中國成立，註冊 資本人民幣 12,000,000元，主 要從事資訊傳輸、 軟件及信息科技 服務	於開具發票後；銀 行轉賬	二零二五年	25,170	4.9%
總計						297,776	57.8%

附註：

- (1) 客戶E1為客戶組E公司之一。
- (2) 客戶組G中我們客戶的註冊資本分別為人民幣10,000,000元及人民幣1,000,000元。
- (3) 客戶組H中我們客戶的註冊資本分別為人民幣5,000,000元及人民幣120,000,000元。
- (4) 客戶A1是客戶組A中的公司之一。

業 務

除本文件「關連交易」所披露者外，據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度的五大客戶均為獨立第三方。

除本文件所披露者外，於最後實際可行日期，董事、其聯繫人或任何股東(據董事所知擁有5%以上的已發行股本)概無在我們於往績記錄期間各年度的任何五大客戶中擁有任何權益。

儘管我們於往績記錄期間各年度的五大客戶已出現若干程度的客戶集中度，但根據灼識諮詢的資料，該程度的客戶集中情況在軟件開發行業或線上營銷解決方案行業中並非罕見，而董事認為，由於以下原因，有關客戶集中度將不會對本集團構成重大風險：

(i) 擴大及多元化客戶群

於往績記錄期間，本集團一直大幅擴大及多元化客戶群。我們於二零二三財年、二零二四財年及二零二五財年分別自11名、42名及190名客戶產生收益。

於往績記錄期間，我們亦通過豐富SaaS解決方案來切合不同的業務板塊，尋求將客戶群多元化。於二零二三財年，我們逾97%的收益來自娛樂及社交網絡板塊的SaaS解決方案。於二零二四財年及二零二五財年，我們的收益來源更加多元。於二零二四財年，來自娛樂及社交網絡板塊、精準營銷板塊以及零售板塊的SaaS解決方案收益分別佔我們SaaS解決方案收益的69.4%、15.6%及15.0%，而於二零二五財年則分別佔52.9%、20.7%及26.4%。有關多元化得益於我們能夠調整SaaS解決方案以應對不同的營運需求，從而吸引更廣泛的企業群體。

下表載列於往績記錄期間內從經常性客戶及新客戶所產生收益的明細：

	二零二三財年		二零二四財年		二零二五財年	
	收益	客戶數目	收益	客戶數目	收益	客戶數目
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
收益						
一來自經常性客戶	30,298	5	35,590	7	241,445	17
一來自新客戶	20,368	6	63,361	35	273,473	173
總計	50,666	11	98,951	42	514,918	190

我們向客戶提供深度定製且擁有眾多功能模塊的SaaS解決方案，從而適應並符合客戶的業務需求。

我們一方面持續為現有客戶提供可靠及穩健的SaaS解決方案並與其保持良好關係，另一方面繼續物色與新客戶的商機及探索新業務板塊的SaaS解決方案，以

業 務

降低客戶集中度風險。我們功能模塊的適應能力不僅降低我們對任何單一客戶群的依賴，更把我們定位為能夠滿足不斷變化市場需求的全面SaaS解決方案供應商。

(ii) 中國內地以外的擴張

本集團總部設於中國廣州，於二零二三財年，我們的大部分客戶群集中在中國內地。在此期間，我們就社交網絡平台向一名香港客戶提供SaaS解決方案。於二零二四財年，鑑於香港直播平台及零售平台日益普及帶動SaaS解決方案需求增長，本集團出於戰略目的在香港成立一家附屬公司，以鞏固我們於香港的市場地位。於二零二五財年，約3.5%的收益來自香港客戶（而二零二三財年約為2.0%）。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已與12名香港客戶建立業務關係。憑藉我們在行業中的專業知識及技術能力，我們致力於在香港進一步擴大及多元化客戶群，以捕捉此動態市場中出現的新機遇。

(iii) 擴大服務範圍

作為SaaS解決方案業務的配套，我們自二零二四年起已擴大產品供應，提供線上營銷解決方案服務。於二零二四財年，我們約63.7%及36.3%的收益分別來自SaaS解決方案業務及線上營銷解決方案業務。於二零二五財年，我們約12.5%及87.5%的收益分別來自SaaS解決方案業務及線上營銷解決方案業務。在向客戶提供SaaS解決方案時，我們發現該等企業對線上營銷解決方案的需求日益增加，構成其更廣泛業務生態系統的重要組成部分。通過整合我們的線上營銷解決方案服務，我們賦能企業有效整合SaaS推動的管理工具與精準流量獲取及轉化能力，從而優化其數字化運營。我們的線上營銷解決方案服務可作為SaaS客戶的增值服務，促進穩定的收益來源，並加強長期客戶忠誠度。該等線上營銷解決方案服務亦提供對不斷變化的客戶需求的寶貴見解，使我們能夠識別SaaS解決方案的新需求，並據此完善我們的SaaS開發。

我們的供應商

我們SaaS解決方案業務的供應商主要包括(i)技術服務提供商，例如雲計算和網絡安全服務及SDK的提供商；及(ii)信息技術基礎設施租賃服務提供商，例如電腦和附屬設備等實體設備的租賃。我們線上營銷解決方案業務的供應商為從事安排流量獲取的廣告代理商。於二零二三財年、二零二四財年及二零二五財年，我們向各年度的五大供應商的採購分別佔該等期間的總採購額約98.2%、89.1%及68.7%，而向各年度的最大供應商的採購分別佔該等期間的總採購額約58.5%、67.1%及27.8%。

業 務

下表載列於往績記錄期間內各年度我們五大供應商的詳情。

排名	供應商	所採購服務種類	背景及主要業務	信貸期/ 付款方式	與本集團 建立業務 關係的年份	採購額 (人民幣千元)	佔採購 總額 百分比
二零二三財年							
1	上海兆言網絡科技有限公司	為雲端解決方案提供技術服務	於二零一四年在中國成立，註冊資本為人民幣50,000,000元，主要從事提供音視頻雲服務提供商	每月6日； 銀行轉賬	二零二一年	927	58.5%
2	供應商A	為雲端解決方案提供技術服務	於二零一零年在中國成立，註冊資本為人民幣1,042,500,000元，主要從事提供雲計算及一站式視頻解決方案	開具發票後10個 工作日內； 銀行轉賬	二零二二年	371	23.4%
3	供應商組B(附註)	為雲端解決方案提供技術服務	一組中國公司，主要從事提供信息傳輸、軟件	預付款； 銀行轉賬	二零二二年	166	10.5%
4	廣州智租信息科技有限責任公司	信息技術基礎設施租賃服務	於二零一八年在中國成立，註冊資本為人民幣50,000,000元，主要從事提供信息科技設備租賃及相關服務	預付款； 銀行轉賬	二零二二年	52	3.3%
5	北京易點淘網絡技術有限公司	信息技術基礎設施租賃服務	於二零一四年在中國成立，註冊資本為人民幣300,000,000元，主要從事提供辦公信息技術設備服務	預付款； 銀行轉賬	二零二一年	40	2.5%
總計						1,556	98.2%

附註：於供應商組B中的供應商的註冊資本分別為人民幣70,000,000元及人民幣10,000,000元。

業 務

排名	供應商	所採購 服務種類	背景及主要業務	信貸期/ 付款方式	與本集團 建立業務 關係的年份	採購額 (人民幣千元)	佔採購 總額 百分比
二零二四財年							
1	供應商C	安排流量獲取	於二零一八年在中國成立，註冊資本為人民幣10,000,000元，主要從事提供營銷服務	預付款； 銀行轉賬	二零二四年	25,363	67.1%
2	供應商D	安排流量獲取	於二零一九年在中國成立，註冊資本為人民幣5,000,000元，主要從事提供營銷服務	預付款； 銀行轉賬	二零二四年	3,610	9.5%
3	供應商E	安排流量獲取	於二零一四年在中國成立，註冊資本為人民幣50,000,000元，主要從事提供廣告服務	預付款； 銀行轉賬	二零二四年	2,282	6.0%
4	供應商組F (附註)	為雲端解決方案提供技術服務	一組中國公司，主要從事提供音視頻雲服務	預付款；於每月第六天自動扣款	二零二一年	1,530	4.0%
5	供應商G	安排流量獲取	於二零零六年在中國成立，註冊資本為人民幣100,000,000元，主要從事提供營銷服務	預付款； 銀行轉賬	二零二四年	960	2.5%
總計						33,745	89.1%

附註：於供應商組F中的供應商的註冊資本分別為人民幣50,000,000元及100,000,000美元。上海兆言網絡科技有限公司為供應商組F的其中一間公司。

業 務

排名	供應商	所採購服務種類	背景及主要業務	信貸期/ 付款方式	與本集團 建立業務 關係的年份	採購額 (人民幣千元)	佔採購 總額 百分比
二零二五財年							
1	供應商組H(附註)	安排流量獲取	一組中國公司，主要從事提供廣告服務	預付款；銀行轉賬	二零二五年	118,885	27.8%
2	供應商I	安排流量獲取	於二零二一年在中國成立，註冊資本人民幣1,000,000元，主要從事提供廣告服務	預付款；銀行轉賬	二零二四年	79,426	18.5%
3	供應商J	安排流量獲取	於二零一五年在中國成立，註冊資本人民幣2,200,000,000元，主要從事提供技術開發服務	預付款；銀行轉賬	二零二四年	46,992	11.0%
4	供應商K	安排流量獲取	於二零一六年在中國成立，註冊資本人民幣10,000,000元，主要從事提供技術開發服務	預付款；銀行轉賬	二零二五年	25,619	6.0%
5	供應商G	安排流量獲取	於二零零六年在中國成立，註冊資本人民幣100,000,000元，主要從事提供營銷服務	預付款；銀行轉賬	二零二四年	22,994	5.4%
總計						293,916	68.7%

附註：於供應商組H中的供應商的註冊資本分別為人民幣3,000,000元及人民幣1,000,000元。

儘管我們於往績記錄期間各年度向五大供應商(包括二零二三財年的SaaS解決方案業務服務供應商，以及二零二四財年及二零二五財年的主要線上營銷解決方案業務服務供應商)採購大部分服務，但我們認為我們並不過度依賴五大供應商。根據灼識諮詢的資料，該程度的供應商集中情況在軟件開發行業或線上營銷解決方案行業中並非罕見。於往績記錄期間，我們按照業務需求與不同供應商合作。我們為每個主要服務類別保存合資格供應商的數據庫，且我們認為，我們將能夠在有需要時以相若條款從替代供應商採購品質相若的可比產品及服務。我們相信，我們並無承受集中風險或依賴任何單一供應商。於往績記錄期間，我們並無遭遇供應商所訂價格的重大波幅、供應商嚴重違反合約，供應商延遲付運。

據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度的五大供應商均屬獨立第三方。

業 務

於最後實際可行日期，概無董事、彼等的聯繫人或據董事所知擁有已發行股本超過5%的股東於我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商中擁有任何權益。

研發

我們對創新的專注使我們能夠持續改善現有的SaaS產品，同時不定時更新我們的功能模塊。於最後實際可行日期，我們擁有94個自主開發的功能模塊，可供運用於我們的SaaS解決方案產品中。我們相信，研發能力對於我們開發可緊貼不斷演變行業格局的SaaS解決方案而言至關重要。我們密切關注客戶需求，並通過開發新的SaaS解決方案或在現有SaaS解決方案中添加額外功能以就客戶反饋及要求作出回應。我們的內部團隊開發SaaS解決方案的核心功能，並致力緊貼最新市場趨勢，確保我們的SaaS解決方案為客戶提供最佳價值。

我們擁有一支由經驗豐富的軟件開發工程師、軟件測試工程師及技術人員組成的產品開發團隊，從互聯網及科技公司中吸納人才，包括首席技術官劉苗先生及廣州隨手播研發中心副經理羅文輝先生，彼等分別於互聯網及軟件工程行業積逾12年及14年經驗。於二零二三財年、二零二四財年及二零二五財年，我們的研發開支分別約為人民幣9.6百萬元、人民幣14.1百萬元及人民幣15.9百萬元。於二零二五年十二月三十一日，我們的產品開發團隊擁有28名僱員，佔總僱員人數的約27.2%。我們的產品開發人員平均擁有逾九年的行業經驗。

競爭

企業直播服務在整個直播市場中佔據重要地位，為眾多直播平台和有直播需求的企業提供基礎的直播基礎設施及技術支持。該等服務及技術能力構成企業和平台進行直播活動的重要基礎，涵蓋了直播運營的整個生命週期。值得注意的是，企業直播SaaS解決方案佔企業直播服務市場約80%，是其核心組成部分，其市場規模在過去五年中以超過10%的複合年增長率增長。按功能價值及產業支持計，企業直播SaaS解決方案在中國整個直播價值鏈中發揮著不可或缺的戰略性重要作用。

我們在企業直播SaaS解決方案市場面臨主要來自其他企業直播SaaS解決方案提供商的激烈競爭。根據灼識諮詢的資料，企業直播SaaS解決方案市場高度分散，按二零二五年的收益計，中國十大企業直播SaaS解決方案提供商佔28.7%的市場份額。我們所處行業的主要競爭因素包括產品功能、範圍及定製能力、性能穩定性、服務的可擴展性及可靠性、技術實力、營銷和銷售能力、用戶體驗、定價、品牌知名度及聲譽。此外，新技術及技術升級或會進一步加劇行業競爭。基於上述因素，我們認為，我們完全具備在市場競爭中保持領先地位的實力。然而，我們的部分現有競爭對手擁有更高的知名度、更廣闊的全球佈局、更悠久的運營歷史、更龐大的客戶群以及更雄厚的財務、技術及其他資源。根據灼識諮詢的資料，我們是企業直播SaaS解決方案提供商之一，於二零二五年的市場份額約佔0.8%。

業 務

近年來，受數字空間競爭加劇、移動互聯網普及、消費者行為變化、技術創新，及零售行業發展等因素推動，中國的線上營銷解決方案市場規模逐漸擴大。根據灼識諮詢的資料，中國線上營銷解決方案市場規模由二零二零年的人民幣8,150億元增長至二零二五年的人民幣13,760億元，複合年增長率達11.0%，並預計到二零三零年將進一步達到人民幣22,610億元。隨著進軍線上營銷領域的品牌數量持續增加，對消費者注意力的爭奪日趨激烈。為獲取競爭優勢並更有效地吸引消費者，潛在客戶正轉向線上營銷解決方案提供商，借助其專業知識與資源來設計度身訂制的廣告素材、生成高質量線上流量，並通過績效數據分析持續優化營銷策略。線上營銷解決方案行業的主要競爭因素是藉助用戶行為數據分析，透過自動化創建個性化推薦和定向營銷，利用更多樣化的營銷渠道，培養長期內容製作商合作，以及融入人工智能的使用來提升用戶體驗的能力。

請參閱本文件「風險因素—我們的業務及行業的相關風險—我們在競爭激烈的市場中營運，可能無法與我們現有及未來的競爭對手成功競爭」。有關行業競爭格局的詳情，請參閱本文件「行業概覽」。

知識產權

我們認為我們的版權(包括軟件版權)、專利、商標、商業秘密及其他知識產權對業務營運至關重要。在此方面，我們主要依靠綜合性使用版權(包括軟件版權)、專利、商標、商業秘密及不正當競爭法以及合約權利(如保密協議)以保護我們的知識產權。我們在我們訂立的僱傭協議及商業協議中明確與知識產權所有權及保護有關的所有權利及義務。此外，我們已採取以下關鍵措施來保護我們的知識產權：(i)實施一套全面的內部政策以嚴格管理我們的知識產權；及(ii)及時註冊、備案及申請我們知識產權的所有權。

於最後實際可行日期，就軟件解決方案而言，我們擁有37項註冊軟件版權。此外，我們已在中國註冊兩項專利、10項商標、兩項版權及兩個域名，並在香港註冊六項商標。以下載列我們於最後實際可行日期提供SaaS解決方案時應用的主要軟件版權示例：

版權名稱	主要功能	業務範疇
直播間貨品管理系統V1.0	產品管理、貨架管理、價格管理、優惠券管理、訂單管理	零售
大數據分析語音交友軟件V1.0	語音通話、用戶個人信息、用戶標籤、動態廣場、禮物打賞	社交網絡
人工智能語音聊天軟件V1.0	智能內容審查、AI音效、語音通話、禮物打賞、支付充值	娛樂／社交網絡

業 務

版權名稱	主要功能	業務範疇
基於賬號單點登錄的管理系統V1.0	代幣管理、統一登入、認證、存取應用管理	基礎設施平台
智能化推送消息系統V1.0	推送頻道綁定、用戶標籤、推送效果分析、定時推送通知	基礎設施平台
基於直播體系應用系統V1.0	註冊登入、用戶管理、主播管理、視頻直播、公屏互動、追蹤及分析、禮物打賞、支付充值	娛樂
基於語音房個播互動系統V1.0	語音聊天、互動活動、禮物打賞、房間管理、會員系統、排行榜、問候、私聊	娛樂
基於實時互動社交的應用系統V1.0	即時通訊、視頻通話、用戶賬戶管理、禮物打賞	社交網絡

有關重大知識產權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料 — B.有關本集團業務的其他資料 — 2.知識產權」。

於最後實際可行日期，我們並無因侵犯第三方知識產權而遭遇過任何重大糾紛或索賠。

僱員

於二零二五年十二月三十一日，我們有101名全職僱員，其中100名位於中國內地及一名位於香港，並有兩名兼職僱員。下表載列於二零二五年十二月三十一日按職能劃分的全職僱員人數。

職能	二零二五年十二月三十一日	
	僱員人數	%
產品開發	28	27.2
管理及行政	21	20.4
銷售及營銷	20	19.4
營運	34	33.0
總計	<u>103</u>	<u>100.0</u>

業 務

我們的成功取決於我們吸引、挽留及激勵合資格僱員的能力。有鑒於此，作為我們人力資源策略的一部分，我們為僱員提供薪金、基於績效的現金花紅及其他獎勵。因此，我們一般可吸引且挽留合資格的僱員，並維持穩定的核心管理團隊。

我們主要通過招聘機構及第三方就業網站招聘僱員。我們為僱員提供定期培訓及考核，以提升其表現。

根據中國法律及法規的要求，我們參加當地相關市級及省級政府組織的住房公積金及各類僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、工傷及失業福利計劃。根據中國法律及法規，我們須按僱員薪金、花紅及若干津貼的指定百分比向僱員社會保障計劃供款。

我們的僱員現時並無成立任何工會。我們相信，我們與僱員保持了良好的工作關係，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大勞資糾紛，亦無在招聘營運所需員工方面遇到任何困難。

物業

我們的總部位於中國廣州市天河區黃埔大道中666號2210室。於往績記錄期間及於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。

於最後實際可行日期，我們於中國向第三方租賃以下重要物業：

地址	期限	用途	樓面面積 (平方米) (概約)
中國廣州市天河區黃埔大道 中路666號2210-2217號房	二零二五年十月一日至 二零二八年十一月十五日	辦公室	1,102.2
中國新疆霍爾果斯市 經濟開發區兵團分區 開元路1號創新創業科技 孵化基地大學生創業園3層 絲路眾創空間330室	二零二六年三月一日至 二零二七年二月二十八日	辦公室	30

業 務

截至最後實際可行日期，我們並未預見到上述租約續約的任何重大障礙。

於最後實際可行日期，一份租賃協議尚未向相關住房管理部門登記。有關進一步詳情，請參閱本節下文「法律程序及不合規」。

於二零二五年十二月三十一日，我們並無持有賬面值佔我們合併總資產15%或以上的物業。因此，根據上市規則第五章及香港法例第32L章《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)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定，當中規定須提交有關本集團在土地或建築物方面的一切權益的估值報告。

保險

我們並未購買任何業務中斷險或產品責任險。我們亦未購買關鍵員工人壽保險、信息科技系統損害保險或任何財產保險，其符合一般市場慣例，並符合中國相關規則及法規。請參閱本文件「風險因素 — 我們的業務及行業的相關風險 — 我們的保險範圍有限，可能會讓我們面臨巨大成本及業務中斷」。

法律程序及不合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽及合規產生重大不利影響的實際或待決法律、仲裁或行政程序(包括任何破產或接管程序)。

業 務

除下文所披露者外，據中國法律顧問告知，董事確認，於往續記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守所有相關中國法律及法規，並已自相關監管機構取得對我們於中國的業務營運屬重要的所有必要許可、批准及許可證。

以下載列我們於往續記錄期間的不合規事件詳情：

有關租賃物業登記的不合規事件

不合規事件詳情	不合規理由	法律後果及潛在的最高處罰	整改行動及其他措施
於最後實際可行日期，我們租賃辦公室的一份租賃協議尚未向相關中國政府機關登記及備案。	該不合規事件乃因租賃協議的登記需要出租人配合而發生。	根據《商品房屋租賃管理辦法》，租賃協議訂立後30日內，租賃雙方應到租賃房屋所在地直轄市、市、縣人民政府建設(房地產)主管部門辦理租賃登記及備案。	於往續記錄期間及於最後實際可行日期，相關中國政府機關概無就此不合規事件施以行政措施、罰款或處罰，本集團亦未收到任何命令以解決待處理的註冊和備案。
		據中國法律顧問所告知，未向相關政府機關登記租賃協議不會影響租賃協議的有效性及可執行性，惟我們或出租人可能會被相關政府機關責令在指定時限內登記租賃協議。倘未能在限期內完成，可能會就每項未登記租賃對我們處以行政罰款，金額介乎人民幣1,000元至人民幣10,000元。倘我們未能根據中國相關政府部門的要求登記租賃協議，於最後實際可行日期，我們可能會被處以最高人民幣10,000元的罰款。	倘有關政府機關要求我們完成租賃協議的登記和備案，我們承諾全面配合。

董事確認，此不合規事件預計不會對本集團的業務營運及財務狀況產生任何重大不利影響。

業務

有關社會保險及住房公積金供款的不合規事件

不合規事件詳情

於往績記錄期間，我們未能(i)就社會保險及住房公積金為兩間附屬公司(即廣東隨手播及霍爾果斯隨手播)向相關中國機關登記；及(ii)根據相關中國法律及法規的要求，為中國附屬公司的僱員全額繳納社會保險及住房公積金供款。我們於二零二二財年、二零二四財年及二零二五財年的社會保險及住房公積金供款的未繳總額分別約為人民幣2.0百萬元、人民幣2.7百萬元及人民幣4.0百萬元。

不合規理由

該等不合規事件主要是由於(i)若干僱員因個人理由而不願意全面參加住房公積金供款計劃；及(ii)行政員工對中國法律及法規中有關社會保險及住房公積金供款的規定理解不足和誤解。

法律後果及潛在的最高處罰

據中國法律顧問告知，倘我們未能及時為員工全額繳納社會保險供款，可能會被責令在規定期限內支付或補足相應金額，並需自未付款日起按每日0.05%的比率計算滯納金。倘我們未能在被要求後支付，我們可能會面臨不少於欠款一倍且不多於三倍的罰款。

據中國法律顧問告知，未能及時支付或不足額支付住房公積金可能導致我們被要求在指定期限內結清所欠款項。倘我們未能遵守該要求，我們可能面臨由相關中國法院責令付款。此外，倘我們未能為住房公積金付款登記或為僱員申請設立住房公積金賬戶，可能會被責令於指定期限前完成，進一步的不合規可能會產生不少於人民幣10,000元且不超過人民幣50,000元的罰款。

整改行動及其他措施

本集團已就二零二二財年、二零二四財年及二零二五財年已從本集團離職之僱員的社會保險及住房公積金供款的欠繳金額分別計提撥備約人民幣453,000元、人民幣829,000元及人民幣287,000元。於最後實際可行日期，我們一直積極與僱員磋商，為過往基於個人理由拒絕參與計劃的人士安排全額供款。為清繳差額，我們須調整社會保險和住房公積金的繳納基數，而該基數只能在指定的時間窗口內調整並向這些部門提交。於最後實際可行日期，我們已安排繳足有關我們執行董事及若干管理人員的社會保險及住房公積金。我們承諾在【編纂】或之前逐步採取有關糾正措施及安排為我們的大部分僱員繳足有關款項。

我們已實施多項措施加強我們於此方面的內部控制，包括(i)人力資源部門定期審查相關政府機構發佈的最新法規及政策；(ii)改善我們的人力資源管理政策，要求按時繳納社會保險和住房公積金，並在任何相關政府機構要求時立即繳納；及(iii)定期諮詢中國法律顧問有關社會保險和住房公積金供款的相關法律及法規。

我們的內部監控顧問已評估本集團採納的加強內部控制政策。根據評估，董事相信，該等升級後的內部監控措施足夠、有效且充分，足以防止未來發生類似的不合規問題。

業 務

不合規事件詳情

不合規理由

法律後果及潛在的最高處罰

整改行動及其他措施

據中國法律顧問告知，關於若干員工未登記的社會保險和住房公積金供款，根據《中華人民共和國社會保險法》，僱主應在成立之日起30日內向當地社會保險機構申請社會保險登記。我們未能及時為員工辦理社會保險登記，可能會被處以不少於欠款一倍且不少於三倍的罰款，而我們的直接負責監督人員及其他直接責任人可能會被處以不少於人民幣500元且不少於人民幣3,000元的罰款。此外，根據《住房公積金管理條例》，用人單位應在註冊成立之日起30日內向住房公積金管理中心登記住房公積金供款，並在登記後20日內為其員工設立賬戶。我們未能及時為住房公積金供款登記或為我們的員工設立賬戶，可能會被處以不少於人民幣10,000元且不少於人民幣50,000元的罰款。

基於以下考慮，我們的董事認為上述未能向中國有關政府部門登記社會保險及住房公積金及未能對我們的業務狀況或經營業績造成重大不利影響：(i)我們已為僱傭員工的附屬公司登記及設立社會保險及住房公積金賬戶；(ii)我們已取得相關中國附屬公司的主管機關發出的書面確認，顯示我們往續記錄期間並未受到任何有關社會保險及住房公積金的行政處罰；(iii)於往續記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在社會保險及住房公積金方面並無發現任何對我們的重大僱員投訴，亦無涉及與僱員的任何重大勞資糾紛；(iv)截至最後實際可行日期，我們並無接獲中國有關當局要求我們支付社會保險及住房公積金的差額或任何逾期費用的任何通知或命令；(v)經諮詢我們的相關中國附屬公司（其僱員佔我們中國僱員的大多數）的相關地政府主管部門，確認如果沒有相關方提出重大申訴或舉報，則該主管部門不會主動追討欠款，並且如果有關企業已按照主管部門的要求糾正違規行為，則不會對該企業進行處罰；及(vi)據我們的中國法律顧問告知，基於現行監管政策及上述事實，根據現行適用法律、法規及政策，且在沒有員工投訴的情況下，我們因於往續記錄期間未能為員工全額繳納社會保險及住房公積金而受到中國相關部門的任何重大行政處罰或被強制補繳的可能性較低。

我們的控股股東已承諾，其將就我們在社會保險及住房公積金供款方面的違規事件所產生的潛在責任，向我們彌償任何不足撥備，以及任何逾期費用、罰金或賠償。

業 務

健康、安全與環境事宜

我們不經營任何生產設施。因此，我們並不面臨重大健康、安全或環境風險。為確保遵守適用法律及法規，我們的人力資源部將在必要時及諮詢法律顧問的意見後對我們的人力資源政策作出調整，以適應相關勞動與安全法律及法規的重大變動。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因不遵守健康、安全或環境法規而被處以任何罰款或其他處罰。

環境、社會及管治事宜

董事會管治

董事會對本集團的環境、社會及管治(「ESG」)績效及相關風險和機遇的管理承擔最終監管責任。執行董事是負責ESG事務的最高層人員，反映出董事會在推動整個集團的可持續發展方面的領導地位和承諾。我們的董事會負責制定ESG相關政策，監督ESG策略的執行，以及將ESG融入本集團的整體策略和風險管理架構。董事會每年評估本集團的ESG表現，包括達致關鍵績效指標及ESG目標的進度，並對重大ESG議題的管理提供策略指導，包括減少碳排放、數據隱私及網絡安全以及人才吸引與挽留等。

為支持ESG策略的有效執行，本集團成立了由高級管理層領導的ESG工作小組。ESG工作小組由主要職能與部門主管組成，負責協調ESG措施的實施、監控關鍵績效指標，以及管理ESG相關風險與機會。管理層對ESG策略的執行負責，並致力於持續改善本集團的ESG績效，以符合國際標準和利益相關方的期望。ESG工作小組每年至少向董事會匯報一次，或視需要增加匯報頻次，以確保及時更新資料並與董事會的方向保持一致。匯報內容包括ESG風險與機遇評估、行動計劃更新及ESG目標進展情況。董事會負責審閱及討論相關報告，以確保履行適當的監督及提供指引。

此外，本集團聘請外部專業顧問，以獲取技術專長及基準分析意見，確保ESG披露具備高質量並與不斷演變的全球標準保持一致。[編纂]後，本集團將會根據上市規則的要求刊發年度ESG報告，藉此闡述其可持續發展策略、表現及目標，並支持長遠價值創造及持續改進。

重要性議題

利益相關方溝通

本集團高度重視與不同利益相關方之間的溝通與協作，並視其為評估議題重要性、制定有效ESG策略及推動可持續發展的重要基礎。透過與利益相關方建立長期穩定的互信關係，我們得以更精準掌握他們的關注點與期望，從而調整業務策略與營運方針，實現雙贏。

業 務

我們通過多元渠道，包括員工意見調查、客戶溝通、合作夥伴會議、社群媒體互動、官方網站等，了解利益相關方的關注與期望。我們的主要利益相關方包括：(a)員工；(b)客戶；(c)供應商與業務夥伴；(d)股東與投資者；(e)政府與監管機構；及(f)社區。

重要性評估

為識別與優先處理對本集團及利益相關方構成重大影響的ESG議題，我們定期開展重要性評估，並以此作為ESG策略與披露內容的依據。評估工作參考聯交所的相關披露原則，包括「重要性」及「對發行人業務有關連」，確保所識別的議題能準確反映本集團的實際營運風險與機遇。

本集團透過識別、優次排序、確認、審視等流程制定對本集團及利益相關方具有重大影響的ESG議題，作為實現本集團推動可持續發展的重要切入點。

重要ESG相關議題的評估分為四個步驟，包括：

- **第1步識別** — 我們參考國際標準(例如全球報告倡議組織(GRI)標準及可持續會計準則委員會(SASB)標準)、行業趨勢、同業比較及監管要求，結合本集團實際業務，識別潛在的重要ESG議題。
- **第2步優次排序** — 通過線上問卷邀請內部(如管理層與員工)及外部(如供應商與合作夥伴、客戶、股東與投資者)利益相關方，根據議題對其的重要程度進行評分。並透過交叉分析「對業務營運的重要性」與「對利益相關方的重要性」兩個維度，繪製重要性矩陣。
- **第3步確認** — 評估結果提交董事會審閱，由董事會結合業務發展方向與風險考量，確認最終的實質性議題清單。
- **第4步審視** — 評估結果與原始數據保存備查，並於每年檢討一次，或於業務模式重大變化時適時更新，以確保與實際情況保持一致。

ESG風險管理

本集團已將ESG風險管理全面整合至企業整體風險管理架構之中，並由董事會負責最終監督與策略指導。董事會定期審閱ESG相關策略及風險評估結果，確保所有重大風險均獲適當管理，並與業務發展目標保持一致。

環境風險

該等風險包括極端氣候事件(如高溫、暴雨)對營運設施、物流與供應鏈的潛在影響，以及碳排放監管收緊所帶來的合規風險。

業 務

社會風險

該等風險包括人力資源風險(如人才流失)、員工健康與安全、資料私隱與網絡安全，以及社會事件對聲譽的潛在衝擊。

管治風險

該等風險涉及內部控制不足、供應鏈商業操守缺失、反貪腐與合規監管挑戰。本集團已制定《反貪腐及反賄賂管理規定》，並加強對供應商道德行為的監管，確保穩步提升管治水平。此外，本集團持續委聘外部顧問支援ESG風險識別與政策優化，提升整體應變能力與可持續表現。

指標及目標

環境事宜

本集團深明於日常營運中維持環境可持續發展的重要性，秉持可持續發展的核心原則，致力在業務活動中遵守所有適用的國家及地區法律及法規。我們已制定《環境管理政策》和《環境、社會及管治(ESG)政策》，以規範公司在環境管理中的各項流程，涵蓋廢棄物管理、可持續資源運用以及節能管理等重點領域。另外，我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等環境保護相關法律法規。於往績記錄期間，本集團未發現任何與空氣及溫室氣體(「溫室氣體」)排放、向水體及土地的排放、以及有害及無害廢棄物產生相關的重大違規情況。

我們了解我們的業務營運可能產生的環境影響以及業務營運所需的資源。我們已經考慮反映管理環境相關風險的量化信息。我們監測以下指標，以評估及管理因業務營運產生的環境風險及機遇：

排放管理

廢氣排放

我們的廢氣排放主要來自公司車輛的使用。通常排放的廢氣污染物包括硫氧化物(SO_x)、氮氧化物(NO_x)及顆粒物(PM)。下表載列本集團於往績記錄期間的空氣污染物排放量：

空氣排放(公斤)	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
硫氧化物(SO _x)	0.06	0.14	0.16
氮氧化物(NO _x)	2.84	5.66	6.05
顆粒物(PM)	0.21	0.42	0.45

業 務

溫室氣體排放

參照聯交所提供的《如何編製ESG報告—附錄二：環境關鍵績效指標報告指引》(「附錄二」)，本集團的溫室氣體排放主要分為兩個範圍：(i)範圍1包括公司車輛的汽油使用；及(ii)範圍2包括辦公室範圍的用電。下表載列於往績記錄期間的溫室氣體排放量：

溫室氣體排放量	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
範圍一—直接排放(噸二氧化碳當量)	10.85	25.44	28.90
範圍二—能源間接排放(噸二氧化碳當量)	42.81	37.80	51.91
溫室氣體排放總量(噸二氧化碳當量)	53.66	63.24	80.81
溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量/每名員工)	1.05	1.13	0.78

根據中國的國家「雙碳」目標，我們已制定到二零三零年減少溫室氣體排放以達到「碳達峰」的目標。該目標與國家路線圖一致，並與《巴黎協定》等國際氣候行動框架保持一致。

資源使用

能源管理

本集團致力推動各項節能措施，以提升能源效率並減少業務運營過程中產生的溫室氣體排放，從而實現可持續資源利用並將環境影響降至最低，以期應對氣候變化。本集團的能源消耗主要來自辦公區域產生的電力消耗以及公司商務車輛使用所產生的汽油消耗。

作為我們環境管理政策的一部分，我們亦已制定措施以管理算力方面的能耗。本集團通過涵蓋辦公運營與IT基礎設施的全方位運營策略，積極推進節能減排。我們的具體措施包括實施智能照明及空調控制系統、執行電腦及顯示器自動待機設定，並通過內部宣傳活動及培訓培養員工的節能行為。

為優化基礎設施效能，我們採購節能辦公設備、推廣筆記本電腦替代台式機，並通過虛擬化技術及採用雲端解決方案提升服務器效率，從而減少閒置運算容量及能源浪費。這些算力管理實踐符合ISO 50001等國際公認標準。

此外，我們持續探索可持續能源解決方案，例如可再生能源證書及碳抵銷計劃，以在維持生產效率的同時，降低電力消耗。為確保我們的節能措施行之有效和持續改善，我們已設定節能目標，以減少我們自身營運的能源消耗密度，以二零二二年為基準年，到二零三零年降低10%。該目標與鼓勵在營運效率和氣候影響減緩方面取得可衡量進展的行業基準一致。根據我們過往的消耗數據，10%的減幅被認為是一個可以

業 務

實現但又頗具雄心的目標，同時反映出我們對持續改善能源效率的承諾。我們定期統計與分析辦公區域及主要設備的用電數據，對異常情況進行檢討並制定改善計劃。我們亦計劃於未來引入綠色電力採購選項，逐步朝向碳中和運營邁進。

下表載列於往績記錄期間的能源消耗量：

能源消耗量	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
直接能源消耗量(兆瓦時)	36.40	85.32	96.92
間接能源消耗量(兆瓦時)	79.78	70.44	96.75
能源消耗總量(兆瓦時)	116.18	155.76	193.67
能源消耗密度(兆瓦時／每名員工)	2.28	2.78	1.88

廢棄物管理

本集團致力於負責任的廢棄物管理，並已制定全面的環境管理政策，以管理我們業務營運中產生的廢棄物的分類、儲存、處理、運輸、回收和處置。於往績記錄期間，本集團並無識別任何不遵守適用環境及自然資源法規的情況，包括但不限於《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》。廢棄物分為一般、有害和可回收三類，每類均設有明確的處理和棄置程序。儘管我們在往績記錄期間並無產生有害廢棄物，但我們已制定相關規程，以確保在產生此類廢棄物時進行安全合法的處置。我們亦使用有資格的回收商管理電子廢棄物，並推廣綠色辦公室作法，從源頭減少廢棄物。

所有廢棄物的運輸和處置均由持牌服務供應商處理，以避免污染並確保符合法律規定。我們定期進行內部審查，以監控合規性並處理潛在風險。我們為員工提供培訓，以提高他們對廢棄物分類、減量和回收的意識。

為支持持續改善，我們已設定目標，以二零二二年為基準年，到二零三零年將廢棄物產生密度減少10%。該目標乃參考同業所採用的可持續發展目標及國際環境管理慣例而制定，其反映出我們在整個營運過程中，持續努力從源頭減少廢棄物，並加強廢棄物分類、回收利用及資源效率。下表載列於往績記錄期間的廢棄物產生量：

廢棄物產生量	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
有害廢棄物(公斤)	—	—	—
有害廢棄物密度(公斤／每名員工)	—	—	—
無害廢棄物(公斤)	56	65	60
無害廢棄物密度(公斤／每名員工)	1.10	1.16	0.58

業 務

水資源消耗

本集團高度重視水資源的有效管理，致力於將日常運營對用水的影響降至最低。我們嚴格遵守《中華人民共和國水法》等水資源使用相關法律法規，不斷完善資源管理體系，開展節水和綠色辦公等措施。

本集團營運產生的所有廢水均為生活污水，並全部排放至市政污水管網。我們已設定目標，以二零二二年為基準年，到二零三零年減少10%用水量。該目標同時考慮了內部用水模式及特定產業的基準，反映了我們對負責任的水資源管理的承諾。下表載列於往績記錄期間的用水量：

水資源消耗	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
水資源消耗量(立方米)	46	49	86
密度(立方米/每名僱員)	0.90	0.88	0.83

紙張消耗

本集團的主要紙張消耗包括A4辦公用紙。為減少紙張使用，我們鼓勵雙面打印以及無紙化辦公，以促進紙張的循環再利用。

紙張消耗	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
紙張消耗總量(公斤)	382.80	421.00	587.00

環境和自然資源

本集團致力於將業務運營對環境的影響降至最低，並透過持續推行各項措施來減少資源消耗，從而實現天然資源保育與環境保護。如果業務運營對環境產生任何潛在影響，本集團將密切監控，從而最大限度地減少對環境的影響。本集團業務運營所消耗的資源包括電力、汽油、紙張及水資源，而營運過程中不涉及包裝材料的使用。

倡導綠色辦公

我們亦積極倡導員工在日常工作中踐行環保行為。我們推廣「無紙化辦公」，以及鼓勵使用線上協作平台傳遞文件，減少紙張與打印資源的浪費。此外，我們提倡綠色出行文化，鼓勵員工使用公共交通工具上下班，或參與遠程會議以減少差旅碳足跡。我們亦定期組織環保主題培訓及員工參與的綠色活動，推動員工共同參與本集團可持續發展。

業 務

社會事宜

合規僱傭

本集團始終秉持尊重與保障員工合法權益的原則，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，於僱傭的各個環節，包括薪酬待遇、解僱管理、招聘與晉升制度、工時安排、休假政策、平等機會、多元包容、反歧視以及其他員工福利，均實行制度化與合規化的管理。我們已制訂並實施《員工手冊》，以明確規範員工行為與權利義務，確保所有僱傭活動均合法、透明並符合集團政策。

在招聘方面，本集團致力營造一個公平、公正、開放及包容的工作環境。我們廣泛通過線上招聘平台、及線下招聘等渠道吸納各類優秀人才，確保招聘流程公開透明。本集團堅決反對任何形式的童工與強制勞動，並對所有候選人一視同仁，不因其性別、年齡、籍貫、學歷、宗教信仰、國籍、種族、性取向或殘障等因素而產生歧視。

同時，我們亦積極營造包容環境，為符合條件的殘障人士提供合理便利與適配職位，確保其享有平等的就業機會與職業發展空間。

於往績記錄期間，本集團各類別員工構成詳情如下：

僱傭指標	於十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
僱員總數	51	56	103
按性別劃分			
男性	38	35	60
女性	13	21	43
按僱傭類別劃分			
全職	51	54	101
兼職	0	2	2
按年齡組別			
30歲及以下	32	26	60
31–40歲	17	25	35
41–49歲	2	5	8
50歲及以上	—	—	0
按地區分佈劃分			
中國內地	51	56	102
香港及澳門	—	—	1
其他地區	—	—	0

業 務

於往績記錄期間，本集團員工流失率詳情如下：

僱員流失率	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
總計	37.3%	67.9%	53.3%
按性別劃分			
男性	31.6%	94.3%	53.3%
女性	53.8%	23.8%	58.1%
按年齡組別劃分			
30歲及以下	43.8%	84.6%	60.0%
31–40歲	29.4%	60.0%	57.1%
41–49歲	—%	20.0%	12.5%
50歲及以上	—%	—%	—%
按地區分佈劃分			
中國內地	37.3%	67.9%	54.9%
香港及澳門	—%	—%	100%
其他地區	—%	—%	—%

薪酬與福利

本集團高度重視人才激勵與員工福祉，致力建立具備市場競爭力與可持續性的薪酬福利制度，藉此支持員工的長遠職業發展，並進一步提升企業凝聚力與向心力。

在薪酬管理方面，本集團嚴格依據《中華人民共和國勞動法》等相關法規為員工繳納社會保險及住房公積金，並設有年終績效獎金，以獎勵優秀表現與貢獻，激發團隊士氣與工作熱誠。

在福利政策方面，除依法提供法定節假日、年假、婚假、產假等法定休假外，我們亦關注員工身心健康與工作生活平衡，持續推出多項貼心措施，包括生日禮金、哺乳假、陪產假等人性化福利，體現對員工不同人生階段需求的關懷與支持。

員工溝通

本集團視員工溝通為建立信任與促進企業協作的核心要素。為加強內部溝通，廣泛聽取員工意見及訴求，本集團設立由總經辦管理的電郵信箱，並指派專人負責信箱收件與書面資料整理，建立匿名溝通及投訴渠道。員工可就公司營運、管理制度、部門效率、工作作風、廉潔自律等方面提出合理建議、反映意見或投訴。為保障員工安全及私隱，總經辦將按需要安排保密溝通，對相關個案嚴格保密，確保員工於權益受損時能及時申訴及獲得支援。

業 務

職業健康與安全

本集團高度重視員工的職業健康與安全，將其視為企業穩健運營與可持續發展的基石。我們嚴格遵循《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》等相關法律法規，並不斷完善內部安全管理體系，致力於為員工打造安全、健康、舒適的工作環境。

為全面落實職業健康與安全管理要求，本集團在《環境、社會及管治(ESG)政策》中明確規定，本集團需識別工作場所的潛在健康與安全風險，並定期組織包括消防疏散演練在內的安全演練，建立應急響應程序，以確保準備就緒及應變能力。

為深化健康與安全理念於企業文化中，本集團已在日常營運中建立一套系統化管理措施，以降低潛在安全風險。主要措施包括：劃設禁煙區域、規範用電行為(下班後關閉辦公設備電源)以及下班前檢查門窗的安全性。上述措施不僅有助於降低火災及設備故障風險，亦促進能源效率與碳排放管理。

於往績記錄期間，本集團職業健康與安全績效表現詳情如下：

	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
因工亡故人數	—	—	—
因工亡故比例	—%	—%	—%
因工傷損失工作天數(天)	—	—	—

發展與培訓

本集團秉持「人才與企業共同成長」的理念，致力於打造有利於員工持續學習與職涯發展的工作環境。在培訓體系方面，本集團已建立系統化、分層分類的培訓架構，涵蓋新入職培訓、崗位技能提升等主題課程。

- 入職培訓：所有新進員工均須參與全面的入職培訓課程，內容涵蓋本集團的歷史沿革、組織架構、企業文化、規章制度、薪酬福利以及日常辦公流程。此培訓有助於新員工快速熟悉工作環境、融入企業文化。
- 在職培訓：本集團根據各部門業務特性，定期開展專業技能與管理能力培訓，提高員工的工作效能與跨部門合作能力。

業 務

於往績記錄期間，本集團員工培訓績效表現詳情如下：

受訓僱員比例	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
所有僱員	19.6%	35.7%	58.3%
按性別劃分			
男性	18.4%	34.3%	60.0%
女性	23.1%	38.1%	55.8%
按職位等級劃分			
高級管理層	60.0%	57.1%	100%
中級管理層	58.3%	42.9%	50.0%
一般員工	—%	28.6%	58.1%
僱員平均受訓時數	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
所有僱員	2	2	2
按性別劃分			
男性	1.7	2	2
女性	2.7	2	2
按職位等級劃分			
高級管理層	2	2	2
中級管理層	2	2	2
一般員工	—	2	2

在職業發展方面，本集團設有明確且透明的晉升通道，支持內部輪崗與職能調動，並對表現突出的員工提供破格晉升機會和薪酬調整。我們亦鼓勵員工透過定期提交工作週報與經驗總結，主動反思與規劃，結合績效反饋制定個人發展計劃，實現自我提升與職業生涯規劃的有效結合。

勞工權益

本集團高度重視勞工權益的保障，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及其他勞動相關法規，同時參考國際勞工組織(ILO)相關公約，構建涵蓋招聘、僱傭、管理及解僱等全流程的合規政策體系，堅決杜絕童工、強制勞工及其他侵犯勞工權益的行為。

本集團明確規定所有招聘必須通過合法、透明程序進行，並嚴格核查應聘者身份證明文件，以確認其年齡及就業資格，確保不錄用任何未滿法定年齡的童工或強制勞工。於往績記錄期間，本集團未發生任何童工或強制勞工相關違規事件。

為進一步加強管理與風險防範，本集團定期開展內部審核與合規檢查，重點涵蓋勞動合同簽訂的合規性與完整性、工時與加班記錄的合理性、薪酬發放的準確性與合法性、員工休假，保險及福利制度的落實情況。

若發現潛在違規行為，本集團將立即啟動調查程序，採取終止非法僱傭、上報監管部門及追溯責任方等糾正措施，同時通過制度優化與員工培訓強化預防類似問題。

業 務

供應鏈管理

本集團致力於建立一套透明、合規且具社會及環境責任的供應鏈管理機制。我們不僅關注供應商的產品質量與交付能力，亦重視其在環境保護、勞工權益及商業操守等方面的表現。

本集團在聘用供應商時，遵循公平、公正及公開原則，並設有系統化的供應商準入與評估流程，有效控制供應商准入階段潛在的環境與社會風險。本集團的供應商主要涵蓋技術開發、數據儲存、硬體設備、物流配送與日常營運支持等多個領域。

所有新供應商均須提交企業合法經營證明，並承諾遵守適用法律法規及本集團之環境與社會責任標準。於往績記錄期間，本集團所合作的供應商績效數據如下：

	二零二三財年	二零二四財年	二零二五財年
供應商總數	10	30	70
按地區劃分			
中國內地	10	30	70
香港	—	—	—
澳門	—	—	—
其他地區	—	—	—

在供應商日常管理方面，我們實施分級管理制度，並定期開展年度評估，覆蓋價格合理性、履約能力、服務品質、反貪腐紀錄以及可持續發展表現。針對表現欠佳的供應商，本集團將發出整改通知，必要時終止合作。

本集團透過供應商自評問卷、現場訪查及績效監測等方式進行環境及社會風險識別與持續監控。對於高風險供應商，我們會要求其提出改善計劃，並跟進整改執行情況。若發現重大違規情形，我們將採取終止合作或上報監管機構等行動。

為回應全球氣候變化挑戰並履行企業環保責任，本集團已制定綠色採購政策。我們的綠色採購政策提倡負責任的採購，並支持我們供應鏈的可持續發展。該政策要求供應商遵守環保法律，並鼓勵使用環保材料和低碳產品。在供應商遴選及產品採購階段，我們優先選擇具備環境管理認證（如ISO：14001）、使用可再生資源等環保標準的合作夥伴。

產品責任

本集團是面向全球市場提供直播和零售一站式技術支持的綜合性服務商。本集團的產品涵蓋娛樂、教育與零售三大核心領域，藉由不斷拓展應用場景與增強互動功能，

業 務

推動業務與社會責任的協同發展。我們持續優化產品設計與服務流程，重視市場趨勢與用戶回饋，強化研發團隊能力與創新驅動，致力於提升用戶體驗。

產品質量保障

本集團致力於為客戶提供穩定、安全與高效的技術平台，並視平台質量為業務可持續發展的核心。我們已建立一套系統化的技術質量管理機制，涵蓋平台開發、測試、運維及技術支持等全流程控制，確保產品穩定性與用戶體驗。

在功能與性能方面，我們通過功能測試、壓力測試及回歸測試等手段，確保各項模塊按需求正常運作，並可於高併發環境下穩定運行。同時，對新開發功能實施用戶驗收測試(UAT)，透過客戶實際操作模擬真實場景，協助優化用戶體驗。

在安全與合規層面，我們定期開展滲透測試與網絡安全風險評估，保障平台系統免受外部攻擊及數據洩漏風險。平台亦設有身份驗證與權限管理機制，確保用戶資料安全與訪問合規。

本集團設有專責運維及技術支持團隊，提供實時平台運行監控與自動化預警系統，以提升異常狀況處理效率。技術支持團隊確保在承諾時效內響應並解決問題，提升客戶滿意度與信任度。

為進一步完善平台質量管理，我們亦會邀請第三方機構進行網絡安全審核與技術性能評估，並定期進行客戶滿意度調查，將用戶意見納入平台優化迭代的依據，從而打造穩定可靠、靈活可拓展的技術平台，滿足客戶業務發展的多元需求。此外，本集團產品並不涉及回收程序。

客戶投訴處理

本集團的產品研發均根據客戶需求量身定製，並在研發過程中及時回應和解決客戶提出的問題。產品經客戶驗收後即視為正式交付，因此並無涉及與產品或服務相關的投訴情況。

反貪污

本集團始終秉持誠信經營與廉潔從業的核心價值觀，嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》等相關法律法規，堅決杜絕任何形式的貪污、賄賂、勒索、欺詐及洗錢行為。本集團已將反貪污與反腐敗要求納入企業內控體系及員工手冊，從制度層面築牢風險防線。

業 務

本集團已建立一套完善的風險防控與監察機制，包括合同審核、財務監管、供應商篩查等多項流程管控，並通過內部審計機構定期審視高風險崗位與關鍵業務流程，發掘潛在舞弊風險。為促進制度落地，本集團持續開展涵蓋董事會及全體員工的反貪污與商業道德培訓，並針對管理層及採購、財務等重點崗位加強相關培訓，強化日常操作中的廉潔意識與法律合規風險防範能力。

在舉報管理方面，本集團設有匿名舉報熱線與專用電子郵箱，本集團已制定《反腐敗反賄賂管理規定》，其中明確了舉報流程、調查機制及舉報人權保障保護措施。本集團承諾對所有舉報人提供嚴格保密保護，禁止任何形式的報復行為，如降職、解僱、騷擾或歧視等，一經查實將嚴肅處理相關責任人，確保員工在安全環境中行使監督權利。對所有涉嫌違規事件均由合規部門啟動獨立調查程序，並根據違規程度採取內部警告、解除勞動合同、或移交司法機關等處置措施。

於往績記錄期間，本集團並無任何對本集團及集團員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

社區公益

本集團始終秉持「取之於社會，用之於社會」的理念，積極履行企業社會責任，將公益投入作為可持續發展戰略的重要一環。我們致力於將社會責任融入本集團業務發展，通過多元化的社區參與行動，實現企業價值與社會價值的雙向提升。

風險管理及內部控制

我們已設立且目前在繼續使用風險管理及內部控制制度，這些制度由我們認為合適的業務營運的政策及流程組成。我們致力於持續完善該等制度。我們已在業務營運的各個方面(如信息科技、財務報告及內部控制)採用及實施全面的風險管理政策。董事會負責制定並更新內部控制制度，而高級管理層則監察有關各附屬公司及功能性部門的內部控制流程及措施的日常實施。

數據隱私與信息安全風險管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》等相關法律法規。為確保健全的數據管理，我們已制定《信息安全與數據隱私保護政策》，概述了關於數據收集、使用、存取控制和外洩應對的明確指引。我們致力於保持零數據違規，並已實施相應的全面安全措施。

在數據與網絡安全方面，本集團實施多項管理制度：

- 互聯網使用管理：嚴禁員工在任何時間使用本集團設備訪問涉黃、涉暴或違反國家安全的網站，亦不得私自攜帶交換機、路由器進入辦公場所或私自更

業 務

改IP、DNS、網關地址等網絡設置。未經許可，不得向外發送或洩露集團資料(如流量數據、美術資源、代碼等)及其他關鍵敏感信息。

- 密碼與帳戶安全：培養良好的信息安全操作習慣，不得將密碼書寫於明顯處或長時間未鎖定電腦。嚴禁在不安全環境(如公共電腦)使用集團賬號或保存敏感信息。因保管不善導致集團資源外洩，相關責任將由員工承擔。
- 數據保密與備份：禁止任何未授權的數據洩露、外借或轉移商業資料行為，並設有相應數據備份與恢復機制，確保關鍵資料的完整性與可用性。

在我們業務過程中，所收集及使用的數據類型包括客戶平台的每日消費總額(此類數據來自客戶，用於根據我們SaaS解決方案業務的交易分成定價模式確定應付予本集團的費用)以及客戶平台上終端用戶的人口統計數據(此類數據為經處理的匿名化資料，無法識別至特定終端用戶)。董事確認，我們僅與企業進行交易，在主要業務過程中不會收集或處理個人資料，因此我們在主要業務過程中無需根據《中華人民共和國個人信息保護法》取得任何個人的同意。

我們實施的相關內部監控政策包括：

- 資料加密與存取控制：任何來自客戶的敏感數據都會在傳輸與儲存過程中加密，員工與系統帳號的存取權限也僅會依需要分配
- 多因素認證機制：關鍵作業需要雙因素認證，以防止未經授權的存取或操控
- 第三方平台資料合規管理：嚴格遵守各平台的數據接口規範與資料隱私權政策，僅在客戶授權範圍內取得與使用相關數據
- 持續培訓：定期舉辦數據安全與隱私權保護的內外部培訓，提升員工對網絡安全、個人信息保護、數據處理合規的認知與執行力

本集團將持續完善信息安全策略及員工培訓機制，提升整體信息安全管理水平，保障本集團長遠發展與客戶信任。

鑒於(i)我們專注於SaaS解決方案業務及線上營銷解決方案業務，且客戶為企業而非個人消費者，我們不會透過任何SaaS產品向第三方人士收集個人資料作研發用途，及(ii)誠如中國法律顧問所確認，本公司於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無因違反有關數據安全及私隱的中國適用法律及法規而遭受任何索償、罰款或其他處

業 務

罰，董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守有關數據安全及私隱的中國相關法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無因違反數據隱私法律及法規而遭受任何調查、處罰、訴訟或其他法律程序。

廣告風險管理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》及其他適用法律法規與國家標準。我們已建立「廣告合規內部控制制度」，明確廣告活動的要求與指引(包括但不限於客戶與產品盡職調查、創意設計、廣告投放渠道選擇、內容審查及發佈後監測)，確保廣告治理體系健全完善。

於廣告合規管理方面，本集團實施以下管理機制：

- 三級審查機制：所有廣告素材須經(i)我們的項目組自查；(ii)部門實質審核；及(iii)我們的廣告合規專員最終審批，高風險事項須上報我們的高級管理層。
- 記錄留存：我們設有記錄留存制度，確保廣告素材及相關內部審核記錄可追溯，以備監管核查與消費者投訴之需。該機制要求客戶資質文件、合同、廣告素材及內部審查記錄等專門項目文件資料，自最後發佈日起至少保存兩年。
- 事件應急：若發現廣告涉嫌違反相關法規或指引，則會立即中止投放，並組建應急團隊開展調查、風險評估、監管報備、利益相關方溝通、問題整改及事後覆盤。
- 職責分離與問責：我們的項目團隊負責簽約前盡職調查並將合規要求嵌入合同條款；設計團隊確保前期合法合規性，降低知識產權侵權索賠風險；運營團隊核驗媒體資質並執行上線前覆核；法務合規團隊提供法律風險評估並處理敏感審核與爭議。

我們還實施以下內部控制措施：

- 高風險內容禁止與管控：我們倡導廣告良俗導向，通過數據源驗證嚴格禁止投放違禁內容廣告，避免使用絕對化、最高級及／或誤導性對比表述，並遵循藥品／醫療器械／保健食品等特殊類別產品法規要求。
- 落地頁與鏈接合規：廣告鏈接的網站、小程序及電商頁面均須符合同等合規標準，確保實現廣告行為全鏈路合法負責。

業 務

- 持續培訓與監測：每年至少舉行一次全公司範圍廣告合規培訓，新員工須完成上崗考核，廣告合規專員亦定期抽檢以確保嚴格合規。

本集團將因應法律法規及行業規範的變化持續完善廣告合規政策、管理機制與內部控制措施，降低合規風險並提升品牌公信力，護航本集團長遠發展。

合規風險管理

為有效管理合規及法律風險，我們已採用嚴格的內部程序，務求確保業務營運符合適用規則及法規。根據該等程序，我們的內部法律部門履行基本職能，即審閱並更新我們與客戶及供應商所訂立合同。在訂立任何合同或業務安排前，法律部門檢查合同條款並審閱所有業務營運的相關文件，包括對手方取得履行業務合同所需的牌照及許可證，以及所需相關盡職調查資料。

內部法律部門負責在指定監管時間表內取得任何必要的政府前期批文或同意，包括預備及提交所有向相關政府部門備案的必要文件。我們持續根據法律、法規及行業標準變動改善內部政策，並更新法律文件的內部模板。我們承擔不同業務營運及僱員活動方面的合規管理。我們亦就僱員違反法律、法規及內部政策建立問責制度。此外，我們一直檢討風險管理政策及措施的實工作，以便確保政策及實工作有效且充分。我們備有僱員操守守則，當中載有有關基本工作規則、工作道德、保密、失職、反賄賂以及反貪汙的內部規定及指引。我們向僱員提供定期培訓及相關資源來解釋僱員操守守則所載指引。

財務報告風險管理

我們設有一系列相關財務報告風險管理的政策，如財務報告管理、內部審計、投資管理以及預算管理。我們亦制定實施上述政策的流程，而財務部門會按上述流程審閱管理賬目及檢討內部監控程序。此外，我們向財務部門員工提供定期培訓，確保彼等瞭解會計政策及流程。

牌照及許可證

我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已根據適用中國法律及法規自相關部門取得對我們於中國的營運屬重要的一切必要牌照、批文及許可證，且該等牌照、批文及許可證仍完全有效。中國法律顧問向我們表示，中國附屬公司續領業務許可證並無重大法律阻礙。

業 務

獎項及認可

我們的產品及服務在品質及市場認可度方面屢獲殊榮。下表載列於往績記錄期間有效的重大獎項及認可。

獎項／認可	年份	屆滿日期	頒獎機構／機關	實體
高新技術企業證書	二零二二年	二零二八年 十二月十九日	廣東省科學技術廳、 廣東省財政廳、 國家稅務總局廣東省 稅務局	廣州隨手播
創新型中小企業	二零二二年	二零二八年 九月十五日	廣東省工業和信息化廳	廣州隨手播
專精特新中小企業	二零二三年	二零二六年 一月十七日 ^(附註)	廣東省工業和信息化廳	廣州隨手播
軟件企業證書	二零二五年	二零二六年 十一月二日	廣州市軟件行業協會	廣州隨手播

附註：認可續期已於二零二六年二月十日獲批准，到期日已延長至二零二九年二月九日。