

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

Shanghai Yuepu Digital Intelligence Technology Co., Ltd. 上海悦普數智科技股份有限公司

(「本公司」)

(於中華人民共和國成立的股份有限公司)

的申請版本

警告

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

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

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問或承銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本文件並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問或承銷團成員概無於任何司法權區通過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不予接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國《證券法》(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

本公司招股章程根據香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》送呈香港公司註冊處處長登記前，本公司不會向香港公眾人士提出要約或邀請。倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定，招股章程的文本將於發售期內向公眾人士刊發。

重要提示

重要提示：閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應尋求獨立專業意見。

Shanghai Yuepu Digital Intelligence Technology Co., Ltd.

上海悦普數智科技股份有限公司

(於中華人民共和國成立的股份有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目：[編纂]股H股(視乎[編纂]而定)
香港[編纂]數目：[編纂]股H股(可予[編纂])
國際[編纂]數目：[編纂]股H股(可予[編纂]及視乎[編纂]而定)
最高[編纂]：每股H股[編纂]港元，另加1.0%經紀佣金、
0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會
財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費
(須於申請時以港元繳足及可予退還)
面值：每股H股人民幣1.00元
[編纂]：[編纂]

獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、[編纂]、[編纂]及[編纂]

CMS  **招商證券國際**

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

本文件之副本，連同本文件附錄五「送呈香港公司註冊處處長及展示文件」一節所載列之文件，已根據香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[編纂]將由整體協調人(為其本身及代表[編纂])與本公司於[編纂]協定。[編纂]預期為[編纂](香港時間)或前後，且無論如何不遲於[編纂]中午十二時正(香港時間)。
[編纂]不會高於每股[編纂][編纂]港元，且預期將不會低於每股[編纂][編纂]港元。倘因任何理由，整體協調人(為其本身及代表[編纂])與本公司未能於[編纂]中午十二時正或之前協定[編纂]，則[編纂]將不會進行並將告失效。整體協調人(代表[編纂])可在認為恰當並獲本公司同意的情況下，於[編纂][編纂][編纂]截止日期上午或之前，隨時將[編纂]數目及／或[編纂]調至低於本文件所述者(即[編纂]港元至[編纂]港元)。在此情況下，我們會在決定作出有關調減後在切實可行的情況下盡快且無論如何作出有關調減的決定將不遲於[編纂][編纂][編纂]截止日期上午予以公告，於本公司網站 www.eshyp.com 及香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 刊發公告，而[編纂]將會取消，並根據上市規則第11.13條的規定(包括刊發補充或新文件(倘適用))按修改後的[編纂]數目及／或經修訂[編纂]範圍重啟[編纂]。進一步詳情載於本文件[編纂]及[編纂]章節。

倘於[編纂]上午八時正前出現若干事件，則整體協調人(為其本身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。請參閱本文件[編纂]一節。

於作出[編纂]決定前，有意[編纂]應審慎考慮本文件所載的全部資料，包括但不限於「風險因素」一節所列的風險因素。

[編纂]並未根據美國證券法或美國任何州份證券法律登記，亦不會進行登記，且不得在美國境內提呈[編纂]、出售、質押或轉讓，且不得向美國人士(定義見S規例)提呈[編纂]、出售、質押或轉讓，或為美國人士的賬戶或利益而提呈[編纂]、出售、質押或轉讓，惟根據美國證券法登記規定的豁免進行或不受其規限的交易除外。[編纂]依據144A規則在美國境內及向美國人士提呈[編纂]及出售，或根據美國證券法登記規定的另一項豁免或不受其規限的交易進行，且僅限向合資格機構買家提呈。[編纂]可根據S規例在美國境外以離岸交易方式向非美國人士提呈[編纂]、出售或交付。

[編纂]

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

致[編纂]的重要通知

本文件由我們僅就[編纂]及[編纂]而刊發，除本文件根據[編纂]提呈[編纂]外，並不構成[編纂]出售或[編纂]購買任何證券的招攬。本文件不可用作亦不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下的[編纂]或邀請。我們概無採取任何行動以獲准於香港以外的任何司法管轄區[編纂][編纂]，亦無採取任何行動以獲准於香港以外的任何司法管轄區派發本文件。在其他司法管轄區派發本文件以進行[編纂]以及提呈[編纂]及[編纂][編纂]須受限制，除非根據該等司法管轄區的適用證券法獲准許，並根據在相關證券監管機構的登記或獲其授權或豁免，否則不得進行有關活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出[編纂]決定。[編纂]售僅基於本文件所載資料及所作聲明進行。我們並無授權任何人士向 閣下提供有別於本文件所載的資料。對於任何並非本文件所載資料或所作聲明， 閣下不應視為已獲我們、獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]及[編纂]、我們或他們各自的任何董事、高級人員、僱員、代理或代表，或參與[編纂]的任何其他各方授權而加以依賴。

頁次

預期時間表	iii
目錄	vi
概要	1
釋義	16
技術詞彙表	25
前瞻性陳述	28
風險因素	30
豁免	61
有關本文件及[編纂]的資料	65
董事及參與[編纂]的各方	70

目 錄

	頁次
公司資料	72
行業概覽	74
監管概覽	85
歷史、發展及公司架構	98
業務	111
董事及高級管理層	182
與控股股東的關係	193
主要股東	196
股本	197
財務資料	200
未來計劃及[編纂]用途	231
[編纂]	234
[編纂]的架構	246
如何申請[編纂]	257
附錄一 – 會計師報告	I-1
附錄二 – 未經審核[編纂]財務資料	II-1
附錄三 – 公司章程概要	III-1
附錄四 – 法定及一般資料	IV-1
附錄五 – 送呈香港公司註冊處處長及展示文件	V-1

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽，且應與本文件全文一併閱覽。由於此為概要，故並無載入可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定[編纂]前，應閱讀本文件全文，包括財務報表及隨附附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」內。閣下決定[編纂][編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們是中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者。自二零零九年進軍社交媒體營銷服務行業以來，我們已建立深厚的專業知識並涵蓋社交媒體營銷全價值鏈、核心交付功能及綜合服務解決方案的服務能力。根據弗若斯特沙利文資料，按二零二五年收入計，我們於中國社交媒體整合營銷服務市場排名第二。我們自主研發的悅普雙擎智能平台(「**YP T-Engine**」)主要作為我們的內部交付及作業系統，由用於業務交付的悅普智算引擎(「**YP ICE**」)及用於運營管理的悅普智能經營管理系統(「**YP I-Ops**」)組成。基於我們自身的服務工作流程與技術工具，我們向客戶提供(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案及(iii)其他營銷服務。於二零二五年，我們合共服務284名客戶，其中188名為全鏈路整合營銷解決方案客戶，並於往績記錄期間服務130個具有全國影響力的品牌。根據弗若斯特沙利文，截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作。

我們的成就及成果概覽如下：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的數據，按二零二五年的收入計
- (2) 截至二零二五年十二月三十一日
- (3) 我們服務多元化的客戶群，於二零二五年涵蓋23個垂直行業領域
- (4) 純利率乃按年內溢利除以年內收入，再乘以100%計算

概 要

我們所在的社交媒體整合營銷服務市場正受惠於品牌營銷預算持續向以內容為中心的場景遷移的趨勢。憑藉我們的多平台資源整合能力、穩定的優質客戶群及廣泛的項目經驗，我們已樹立廣受認可的市場地位。我們對主要社交媒體平台的內容生態、推薦機制及流量特徵具備深入理解，並能持續適應其發展變化，從而得以在符合相關規定的前提下，優化及有效執行跨平台的內容、達人及付費媒體投放策略。因此，我們具備良好條件持續把握行業整合所帶來的市場機遇。隨著業務規模擴大，我們持續建立數據資產、資源能力及行業經驗，並通過YP T-Engine強化算法及分析能力，使項目經驗得以保留、累積及在後續營銷活動中重複使用。結合標準化流程及項目管理制度，此技術基礎有助我們的團隊在處理更大規模項目時，仍能保持交付的一致性。於二零二五年，本集團員工平均創收約為人民幣3.8百萬元，較二零二四年的人人民幣3.5百萬元有所增加，此乃受惠於本集團採用結合人工智能技術賦能、標準化流程及項目管理能力的運營模式，以提升項目執行效率及跨職能協調效率。

我們的業務模式

我們通過社交媒體整合營銷解決方案服務，在中國領先社交媒體平台上彌合品牌客戶與終端消費者之間的鴻溝來創造價值。我們根據客戶需要及具體目標，設計並執行定制化的全鏈路營銷策略，按需整合達人內容創作、創意製作以及精準付費媒體投放等服務。我們採用整合方法，對營銷活動進行全生命週期管理，從策略制定、執行統籌到效果監測，再到活動後復盤全程覆蓋。將數據驅動的洞察與AI驅動的工​​具融入我們的服務能力，我們通過根據適用的平台規則及效果反饋定制的內容、達人及付費媒體執行，協助品牌提升其社交媒體互動的相關性及效率，提高品牌知名度及用戶互動，並支持客戶實現轉化目標。

我們的服務主要分為三大業務線：(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案；及(iii)其他營銷服務。



概 要

- **全鏈路整合營銷解決方案。**我們的全鏈路整合營銷解決方案通過在統一策略下，於各大中國社交媒體平台上整合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，實現覆蓋全營銷鏈路的全面傳播。該類解決方案涵蓋完整的營銷活動生命週期，包括活動策略制定、達人篩選與匹配、內容創作、審核與發佈、付費媒體執行及優化、社交媒體賬號管理、效果追蹤以及活動後復盤。這一擴展範圍在基礎營銷服務之上疊加了付費媒體投放，使客戶能夠實現更廣泛的受眾觸達、更精準的定向以及更強的管理活動規模及節奏及監察活動表現的能力。
- **內容整合營銷解決方案。**我們的內容整合營銷解決方案以達人內容創作與傳播為核心，達人為客戶觸達並與目標受眾互動的主要渠道。該等解決方案亦採用整合方法，涵蓋活動策略制定、達人篩選與匹配、內容創作、審核與發佈、成效追蹤及活動後復盤。與我們的全鏈路整合營銷項目不同 – 其在單一項目中融入了付費媒體投放及其他服務模組 – 我們的內容整合營銷解決方案主要基於達人生成內容及自然傳播渠道。
- **其他營銷服務。**我們還提供其他營銷服務，以獨立及單一服務形式交付。該等服務包括：內容推廣服務，包括根據客戶的推廣目標制定媒體投放策略及方案，以及通過主要中國社交媒體平台的競價系統對廣告活動進行執行及實時優化；及創意與內容服務，涵蓋營銷活動策略制定、創意構思、內容腳本撰寫及文案策劃以及視頻和圖片內容製作，以獨立諮詢或製作項目形式交付。

關鍵運營數據

下表載列我們於往績記錄期間業務的若干關鍵運營數據：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
客戶數目			
客戶總數 ⁽¹⁾	350	299	284
全鏈路整合營銷解決方案客戶 ⁽¹⁾	154	177	188
內容整合營銷解決方案客戶 ⁽¹⁾	297	223	175
其他營銷服務客戶 ⁽¹⁾	89	63	96
KA客戶 ⁽²⁾	38	29	35
KA客戶留存率 ⁽³⁾	97.1%	97.4%	100.0%
活動數目	6,109	5,715	6,609
合作達人數目	35,428	39,346	71,273
主要平台爆文率 ⁽⁴⁾	45.6%	50.7%	50.7%
員工平均創收 ⁽⁵⁾ (人民幣千元／人)	3,392	3,473	3,761

概 要

附註：

1. 客戶於同一年度內可能使用我們超過一項服務，而於每項適用服務線均會計算。因此，各服務線的客戶數量總和或會超過客戶總數。
2. 指在完整財政年度內貢獻收益超過人民幣10.0百萬元的客戶。
3. 按前一年度的關鍵賬戶客戶中，於相關年度持續使用我們的服務的客戶數目，除以前一年度的關鍵賬戶客戶總數計算。
4. 主要平台爆文率指在抖音及小紅書(於往績記錄期間，我們營銷活動中最活躍的兩個社交媒體平台)上發佈的付費內容中，在抖音獲得超過10,000次互動及在小紅書獲得超過1,000次互動的內容所佔百分比。根據弗若斯特沙利文，該等互動門檻為社交媒體營銷業界常用的參考基準，用於評估內容表現與營銷活動成效。
5. 按相關年度收入除以該年度平均員工人數計算。

於往績記錄期間，我們持續提升全鏈路整合營銷能力並優化客戶組合。自二零二三年下半年起，我們已加強客戶篩選及付款週期管理，同時選擇性地減少與若干結算週期通常較長或策略契合度較低的行業的合作。因此，我們的客戶總數於往績記錄期間有關減少。同時，選擇我們全鏈路整合營銷解決方案的客戶數目穩定增長，反映我們的整合營銷能力持續提升以及客戶對整合營銷解決方案日益增長的需求。與此同時，於往績記錄期間，購買我們的內容整合營銷解決方案的客戶數目有所下降，主要由於我們全鏈路整合營銷解決方案的持續擴展，該方案的客戶需求不斷增加，以及我們持續優化客戶組合的努力。部分客戶由內容整合營銷合作升級至全鏈路整合營銷解決方案，導致與主要品牌客戶的合作更為深入、服務覆蓋範圍更廣，並帶來此等客戶的營銷支出增加。因此，雖然購買我們整合內容營銷解決方案的客戶數量有所下降，惟該下降部分被全鏈路整合營銷解決方案的持續增長所抵消，而後者貢獻來自高價值客戶的收入比例不斷上升。有關詳情，請參閱「業務 — 關鍵運營數據」。

概 要

我們的發展歷程及市場機遇

隨著移動互聯網的快速滲透，消費者獲取信息及作出購物決定的方式已大幅改變。社交媒體、內容平台及線上社區已成為消費者獲取購物建議、產品信息、用戶評價及使用體驗的核心渠道，也成為品牌塑造消費者認知、激發用戶興趣及引導購物決定的重要場景。我們從內容營銷服務切入市場，並隨著中國社交媒體生態系統中的平台形式、內容形式及品牌營銷需求不斷演變，我們亦持續擴展服務項目。



回顧我們的發展歷程，我們的業務隨著中國社交媒體營銷市場的三大關鍵浪潮而發展。於二零零九年起的第一波浪潮，微博等開放式社交平台興起，具備影響力的個人開始以自媒體形式參與內容傳播，KOL合作逐步成為品牌營銷預算中的一項新選擇。於二零一五年起的第二波浪潮，微信生態及內容電商快速崛起，以長文章及其他豐富圖文內容為主的深度內容傳播加強了品牌與用戶之間的信任連接。達人營銷、短視頻內容及種草內容成為品牌預算分配的重要領域。於二零一七年至今的第三波浪潮，抖音、小紅書及Bilibili等平台推動視頻、圖文等多元內容形式發展，並逐步形成內容種草、付費媒體投放及電商轉化的完整營銷閉環。同時，品牌客戶對多平台及多形態的內容，以及對更清晰可量化的轉化效果的需求急劇增長。自二零二二年以來，我們重點拓展整合營銷服務，推進由內容整合營銷解決方案向全鏈路整合營銷解決方案的戰略轉型。

概 要

根據弗若斯特沙利文，中國社交媒體營銷服務市場規模由二零二一年的人民幣0.4萬億元增長至二零二五年的人民幣0.7萬億元，複合年增長率為13.1%，並預期將於二零三零年進一步增長至人民幣1.2萬億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為12.6%。中國社交媒體整合營銷服務市場規模由二零二一年的人民幣400億元增長至二零二五年的人民幣786億元，複合年增長率為18.4%，並預計將於二零三零年進一步增長至人民幣3,552億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為35.2%。

全鏈路整合營銷解決方案已成為中國社交媒體整合營銷服務市場的主要增長板塊，市場規模於二零二五年達至人民幣378億元，二零二一年至二零二五年的複合年增長率為24.0%，並預期將於二零三零年進一步增長至人民幣2,415億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為44.9%。內容整合營銷解決方案亦保持強勁增長，於二零二五年達至人民幣409億元，二零二一年至二零二五年的複合年增長率為14.3%，並預期將於二零三零年增長至人民幣1,137億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為22.7%。根據弗若斯特沙利文，按二零二五年收入計算，我們為中國第二大社交媒體整合營銷服務提供者。

我們運營所在的市場正受到三大持續趨勢的影響，整合機會亦隨之湧現。首先，社交媒體平台的電商基建持續完善，品牌客戶營銷預算正加速從傳統渠道向社交媒體渠道轉移。其次，品牌客戶對整合多種營銷方式的一站式解決方案的需求增加。第三，AI大模型商業化正催生新型營銷工具、內容生產方式及行業客戶需求。於二零二五年，我們為中國絕大部分領先AI智能助手軟件提供商提供營銷服務，根據弗若斯特沙利文，我們的服務覆蓋二零二五年中國前五大AI智能助手的80%，反映我們能夠把握新興行業客戶的需求並將其轉化為收入貢獻。

我們的AI技術路線圖

我們積極推動AI技術的發展，並圍繞兩大主線推進技術路線圖：提升運營管理效率，並加強業務執行及標準化交付能力。

我們的核心技術基礎設施為自主研發的*YP T-Engine*，由用於業務交付的*YP ICE*及用於運營管理的*YP I-Ops*組成，共同覆蓋營銷項目執行及企業運營管理的關鍵環節。*YP T-Engine*打通前端項目數據與後端經營數據，實現整合營銷執行與管理控制的協同運作。在技術層面，我們基於開源大語言模型進行針對性微調及不同的場景適配，並持續以過往成功項目經驗及行業方法論對模型進行訓練，使其具備營銷應用的專業知識及分析能力。該等模型能力已嵌入*YP ICE*，用以支持策略分析、達人篩選、內容生成及數據解讀等關鍵決策環節。透過將該等功能整合至日常工作流程中，而非僅作為獨立工具使用，我們旨在提升策略規劃、執行監控及活動後復盤的一致性。

- **業務交付層面：***YP ICE*協助我們的業務團隊減少對個人專業知識的依賴，並使交付流程更加標準化、可追溯且可重複使用。在項目前期，其可基於客戶所處行業、營銷目標、預算範圍、目標受眾及歷史項目經驗，生成營銷策略、內容方向及資源組合建議。在項目執行期間，其可協助進行付費媒體投放方案設計、預算分配、媒體資源匹配及投放效果監測。在項目後期，其可支持內容發佈驗收、結案素材整理、投放效果分析及活動後復盤。

概 要

- **運營管理層面：**YP I-Ops應用AI識別及進行智能校驗，以提供風險預警及數據整合能力，覆蓋項目全周期管理。我們的項目團隊可實時查看項目進度、預算使用情況、應收應付賬款、回款進度及資金周轉情況。YP I-Ops亦可整合主流社交媒體平台數據及內部項目管理流程，使項目盈利、現金流及執行風險得以可視化。透過強化收款追蹤、資金運用效率及風險警示機制，我們得以在業務擴張之際維持運營效率。

我們的競爭優勢

我們認為以下優勢促成我們的成功並使我們有別於競爭對手：(i)我們是中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者，具備跨平台、跨行業及規模化交付能力；(ii)我們的YP T-Engine於全鏈路流程中嵌入AI及數據能力，以提升人均效率並轉化為財務表現；(iii)我們的整合平台能力及資源網絡支撐端到端的社交媒體營銷交付；(iv)我們多元化的客戶基礎增強我們應對市場週期及把握新興行業機遇的能力；(v)我們擁有經驗豐富且具前瞻性的管理團隊及專業人才基礎。

我們的策略

我們擬透過以下策略充分發揮競爭優勢：(i)擴大業務規模、深化客戶及市場覆蓋並拓展增長機遇；(ii)構建行業領先的AI賦能營銷能力；(iii)構建專業、全面及可擴展的人才團隊；及(iv)選擇性推進戰略合作、投資及收購，以擴展業務版圖。

我們的客戶及供應商

我們培育了廣泛而多元的客戶群，主要包括互聯網電商、電腦、通訊及消費電子產品(3C電子)、家居家電、日化美妝、快速消費品(「FMCG」)、汽車及AI智能助手等行業的領先品牌客戶。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們來自前五大客戶的合計收入分別為人民幣541.8百萬元、人民幣496.9百萬元及人民幣505.1百萬元，分別佔我們總收入的36.0%、37.2%及36.0%。於相同年份，於往績記錄期間來自單一最大客戶的收入分別為人民幣200.3百萬元、人民幣185.5百萬元及人民幣149.1百萬元，分別佔我們總收入的13.3%、13.9%及10.6%。更多詳情請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的供應商主要為社交媒體平台。我們的服務通常通過主要中國社交媒體平台執行，這些平台是我們進行活動統籌與媒體執行的主要渠道。於二零二三年、二零二四及二零二五年，我們向前五大供應商的合計採購額分別為人民幣1,008.9百萬元、人民幣943.7百萬元及人民幣1,035.4百萬元，分別佔我們總採購額的76.2%、79.7%及82.8%。於相同年份，往績記錄期間向單一最大供應商的採購額分別為人民幣583.0百萬元、人民幣482.8百萬元及人民幣644.5百萬元，分別佔我們總採購額的44.0%、40.8%及51.5%。更多詳情請參閱「業務－我們的供應商」。

概 要

競爭

中國社交媒體營銷解決方案行業競爭激烈且相對分散。我們主要與中國社交媒體營銷解決方案市場的多家國內廣告及營銷公司競爭。我們的某些競爭對手可能擁有更佳的財務、技術或營銷資源，給予更優惠的定價政策，或享有更高的品牌知名度、市場份額及客戶群。詳情請參閱「風險因素 – 與我們業務及經營所在行業有關的風險– 我們在競爭激烈的市場中經營。倘我們無法成功與現有及未來競爭對手展開競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。」。我們相信，憑藉我們的戰略定位、優質且全面的解決方案服務、廣泛且多元化的客戶群、強大的品牌認可度及技術能力，我們已在行業中做好充分準備，以把握快速增長的市場機遇、吸引並維持客戶並提高我們的市場份額。詳情請參閱「行業概覽」一節。

歷史財務資料概要

下文載列主要財務資料概要乃摘錄自歷史財務資料，並應與歷史財務資料一併閱讀，包括本文件附錄一會計師報告所載隨附附註，以及「財務資料」一節所載資料。

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列我們於所示年度的綜合損益表概要：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	1,505,939	100.0	1,337,158	100.0	1,403,039	100.0
銷售成本	(1,324,780)	(88.0)	(1,184,626)	(88.6)	(1,251,138)	(89.2)
毛利	181,159	12.0	152,532	11.4	151,901	10.8
其他收入及收益	11,777	0.8	6,816	0.5	7,145	0.5
銷售及營銷開支	(62,618)	(4.2)	(49,540)	(3.7)	(47,298)	(3.4)
行政開支	(35,402)	(2.4)	(33,603)	(2.5)	(23,140)	(1.6)
研發開支	(9,962)	(0.7)	(9,790)	(0.7)	(11,755)	(0.8)
金融資產減值虧損撥備	(11,274)	(0.7)	(6,563)	(0.5)	(1,338)	(0.1)
其他開支	(275)	(0.0)	(205)	(0.0)	(326)	(0.0)
財務成本	(8,527)	(0.6)	(8,360)	(0.6)	(10,163)	(0.7)
應佔聯營公司溢利及虧損	(1,444)	(0.1)	750	0.1	500	0.0
除稅前溢利	63,434	4.2	52,037	3.9	65,526	4.7
所得稅開支	(13,680)	(0.9)	(9,882)	(0.7)	(15,169)	(1.1)
年內溢利及全面收益總額	49,754	3.3	42,155	3.2	50,357	3.6

概 要

收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自向客戶提供社交媒體整合營銷解決方案。根據合作性質，我們的服務劃分為三條服務線：(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案；及(iii)其他營銷服務。下表載列我們於所示年度按服務線劃分以絕對金額及佔總收入百分比列示的收入明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	505,033	33.5	695,406	52.0	715,106	51.0
內容整合營銷解決方案	937,778	62.3	618,200	46.2	672,373	47.9
其他營銷服務	63,128	4.2	23,552	1.8	15,560	1.1
總計	1,505,939	100.0	1,337,158	100.0	1,403,039	100.0

毛利及毛利率

下表載列我們於所示年度按服務線劃分的毛利及毛利率明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	63,905	12.7	76,279	11.0	83,286	11.6
內容整合營銷解決方案	103,807	11.1	72,562	11.7	65,770	9.8
其他營銷服務	13,447	21.3	3,691	15.7	2,845	18.3
總計	181,159	12.0	152,532	11.4	151,901	10.8

於往績記錄期間，我們的財務表現主要受服務組合、客戶基礎及項目規模變動，以及我們的戰略重點調整及客戶需求轉向全鏈路整合營銷解決方案所影響。我們的收入從二零二三年的人民幣1,505.9百萬元下降至二零二四年的人民幣1,337.2百萬元，主要由於我們策略性地加強付款週期管理、減少與結算週期通常較長的行業客戶的合作，並優化客戶結構，導致內容整合營銷解決方案及其他營銷服務的收入減少，惟部分被全鏈路整合營銷解決方案的增長所抵銷，該增長主要由客戶對該等服務需求持續上升以及我們與主要品牌客戶合作深化所帶動。其後，我們的收入於二零二五年增加至人民幣1,403.0百萬元，主要由於全鏈路整合營銷解決方案的持續增長、內容整合營銷解決方案需求復甦、高價值客戶收入貢獻增加、客戶覆蓋範圍擴大，以及主要品牌客戶營銷支出增加所致。

概 要

我們的毛利由二零二三年的人民幣181.2百萬元減少至二零二四年的人民幣152.5百萬元，毛利率由12.0%下降至11.4%，主要由於內容整合營銷解決方案及其他營銷服務的收入減少，連同因應本公司向全鏈路整合營銷解決方案的戰略轉型，以及相關的客戶拓展措施，導致項目執行成本上升。二零二五年，我們的毛利維持相對穩定，為人民幣151.9百萬元，而毛利率則輕微下降至10.8%，主要由於內容整合營銷解決方案的媒體資源成本及其他項目執行成本的增長速度，超過了該服務線的收入增長，主要是由於客戶的活動越來越多地涉及中階及長尾達人，導致我們所接觸的達人人數增加和相應採買成本上升。該下降部分被全鏈路整合營銷解決方案的毛利率提升所抵銷，而該毛利率提升主要由於高成本項目減少，以及部分得益於以YP T-Engine為代表的AI技術工具應用的支援，項目執行及資源採購效率提升所致。

詳情請參閱「財務資料」。

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表概要：

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總非流動資產	48,909	46,101	39,074
總流動資產	941,570	696,399	777,141
總資產	990,479	742,500	816,215
總非流動負債	21,967	16,865	7,946
總流動負債	393,704	380,636	558,738
總負債	415,671	397,501	566,684
淨流動資產	547,866	315,763	218,403
淨資產	574,808	344,999	249,531
總權益及負債	990,479	742,500	816,215

概 要

我們的淨流動資產由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣547.9百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣315.8百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項及應收票據減少人民幣130.6百萬元，主要是由於應收款項收回的加強，(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣86.6百萬元，及(iii)現金及現金等價物減少人民幣30.8百萬元。我們流動資產淨額的減少部分被(i)貿易應付款項減少人民幣17.3百萬元；及(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣13.0百萬元所抵銷，主要由於應付股息的結算及應付薪酬及福利減少所致。

我們的淨流動資產由截至二零二四年十二月三十一日的人民幣315.8百萬元減少至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣218.4百萬元，主要是由於(i)計息銀行及其他借款增加人民幣140.3百萬元，主要用於支持與我們的業務擴張有關的運營資金需求及(ii)應付稅項增加人民幣14.4百萬元。淨流動資產減少部分被以下因素所抵銷：(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣82.1百萬元，主要歸因於二零二五年我們的收入增加而導致應收客戶款項增加；以及(ii)以公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具增加人民幣20.4百萬元，與我們於二零二五年的業務擴張及營運資金管理需要相符。

我們的淨資產由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣574.8百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣345.0百萬元，主要由於向權益持有人償還資本人民幣272.0百萬元，部分被人民幣42.2百萬元的年內溢利所抵銷。我們的淨資產由截至二零二四年十二月三十一日的人民幣345.0百萬元減少至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣249.5百萬元，主要由於向權益持有人償還資本人民幣132.5百萬元及一間附屬公司宣派的股息人民幣13.3百萬元，部分被人民幣50.4百萬元的年內溢利所抵銷。

詳情請參閱「財務資料」。

現金流量

下表載列於所示年度我們的現金流量：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得／(所用)現金淨額	117,614	130,967	(4,147)
投資活動所用現金淨額	(3,987)	(2,761)	(9,612)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(85,297)	(158,975)	6,000
現金及現金等價物增加／(減少)			
淨額	28,330	(30,769)	(7,759)
年初現金及現金等價物	30,491	58,821	28,052
年末現金及現金等價物	58,821	28,052	20,293

詳情請參閱「財務資料」。

概 要

關鍵財務比率

下表載列於所示年度／截至所示日期我們的若干關鍵財務比率。

	截至十二月三十一日／截至該日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
純利率 ⁽¹⁾	3.3%	3.2%	3.6%
資產回報率 ⁽²⁾	5.3%	4.9%	6.5%
股權回報率 ⁽³⁾	8.9%	9.2%	16.9%

附註：

- (1) 純利率按年內溢利除以年內收入，再乘以100%計算。
- (2) 資產回報率乃基於年度溢利除以同一年度的總資產年初及年末餘額的算術平均值，再乘以100%計算。
- (3) 股權回報率乃基於年度溢利除以同一年度總股權年初及年末餘額的算術平均值，再乘以100%計算。

風險因素

我們認為，我們的營運中存在若干風險，其中許多因素並非我們所能控制。有關該等風險的進一步詳情，請參閱「風險因素」。我們面臨的若干主要風險包括：(i)我們在競爭激烈的市場中經營。倘我們無法成功與現有及未來競爭對手展開競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；(ii)倘我們未能留住現有客戶、深化或擴展與客戶的合作關係，或未能吸引新客戶，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；(iii)我們的成功有賴於我們維護與主要社交媒體平台穩定關係的能力；(iv)倘我們未能維持並擴展由內容創作者及MCN代理商組成的優質網絡，或倘彼等未能提供合適的推廣服務、遵守適用規定或避免不當行為，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大且不利影響；(v)倘我們未能維護並提升我們解決方案的品質、執行力、有效性或可靠性，我們的業務可能受到不利影響；(vi)倘社交媒體營銷解決方案行業未能持續增長，或增長慢於預期，我們的業務、盈利能力及發展前景可能受到重大不利影響；(vii)消費者行為、內容消耗模式或平台互動方式的變化，可能會降低我們解決方案的有效性，並對我們的業務產生不利影響；(viii)於往績記錄期間，我們的收入有所波動，且我們可能無法持續維持收入增長或保持盈利能力；(ix)倘我們無法有效管理銷售成本及運營開支，可能難以維持盈利能力；(x)我們可能需要額外資金，且可能無法及時或以可接受的條款取得有關資金，甚至可能完全無法取得；(xi)我們可能無法成功回收客戶應付的應收賬款及應收票據，且我們持有的按公平值計量並計入其他全面收益的債務工具，可能會增加我們的信貸風險及流動性風險；及(xii)我們向供應商支付的預付款以及其他應收款項，可能涉及回收與結算風險。倘未能部分或全數回收或結清有關結餘，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

概 要

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，董事長、執行董事兼總經理林先生得以直接控制本公司約57.92%的投票權。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，林先生將有權控制本公司約[編纂]%的投票權。因此，林先生將於[編纂]後成為我們的控股股東。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」。

我們的[編纂]前投資

於二零二六年三月，我們透過增資進行[編纂]前投資。有關詳情，請參閱本文件的「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資」。

股息

於往績記錄期間內，我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別宣派股息人民幣15.0百萬元、零及零。截至最後實際可行日期，我們已悉數派付上述股息。於往績記錄期間後及截至本文件日期，我們並未向股東宣派任何股息。根據中國適用法律及我們的組織章程細則，股息僅可從可分配溢利中派付，且我們可在彌補虧損並撥付法定儲備後分派除稅後溢利。未來是否派付任何股息以及股息金額將由董事會酌情釐定，並須經股東批准。有關決定可能基於多項因素，包括但不限於我們的未來運營及盈利、資本需求及盈餘、現金流量及整體財務狀況、合約限制、稅項以及董事會不時認為相關的其他因素，並須遵守我們的組織章程細則及章程文件以及適用法律法規。未來宣派及派付任何股息未必能反映以往的股息宣派及派付。

[編纂]

概 要

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)[編纂]相關開支，例如[編纂]費及[編纂]；及(ii)非[編纂]相關開支，包括法律顧問及報告會計師就[編纂]及[編纂]提供的服務而向其支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設全額支付[編纂]，[編纂]的估計[編纂]開支總額(基於[編纂]中位數並假設[編纂]未獲行使)約為[編纂]百萬港元，佔我們的[編纂]總額約[編纂]%。在上述估計[編纂]開支總額當中，我們預計將支付[編纂]相關開支[編纂]百萬港元、法律顧問及報告會計師專業費用[編纂]百萬港元以及其他費用及開支[編纂]百萬港元。預計[編纂]開支的金額為[編纂]百萬港元(佔[編纂]總額約[編纂]%)將於損益表中支銷，而剩餘的[編纂]百萬港元預計將在[編纂]後直接作為權益扣減確認。截至二零二五年十二月三十一日，我們並未在損益及其他全面收益表中產生[編纂]開支。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]介乎每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]、費用及估計開支後，並假設[編纂]未獲行使，我們估計將從[編纂]收取[編纂]約[編纂]百萬港元。

我們現擬將[編纂]按以下用途使用：(i)約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於業務擴張，包括加強與主要社交媒體平台的合作、擴大客戶服務及業務拓展能力，以及提升行業影響力和品牌知名度；(ii)約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於加強我們的研究及開發工作，以提高社交媒體整合營銷工作流程中的自動化水平、數據驅動決策能力及服務交付效率；(iii)約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於符合我們發展戰略的選擇性併購或戰略投資，以補充我們的行業佈局並獲取新的增長驅動力；(iv)約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於新市場及海外業務探索；及(v)約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，預計將用於運營資金及一般企業用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」一節。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期間後，我們持續把握因AI行業快速發展而衍生的新興營銷機會。我們為更多從事AI相關領域的客戶提供整合營銷解決方案，用於其AI智能助手產品，截至二零二六年四月三十日止四個月，該等營銷活動的總合約價值較二零二五年同期大幅提升。

概 要

與此同時，AI技術在我們營運各環節的深度整合進一步提升我們的營運效率及服務能力。透過在關鍵工作流程中運用AI，截至二零二六年四月三十日止四個月，我們的員工平均創收較二零二五年同期有所提升。我們亦加強與主要社交媒體平台的合作，並因創新及行業專業知識而獲得平台合作夥伴的多次肯定。

我們的董事已確認，截至本文件日期，自二零二五年十二月三十一日(即我們最近期的經審核財務報表的截止日期)起，我們的財務、運營或交易狀況、債務、或然負債或前景並無發生重大不利變化，且自二零二五年十二月三十一日起並未發生任何可能對附錄一所載會計師報告所示資料造成重大影響的事件。

釋 義

於本文件內，除非文義另有所指，下列詞彙具有以下涵義。若干其他詞彙於「詞彙表」一節解釋。

「會計師報告」	指	本公司的會計師報告，其全文載於本文件附錄一
「聯屬人士」	指	直接或間接控制該特定人士或受該特定人士控制或與該特定人士受直接或間接共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「細則」或「組織章程細則」	指	本公司的組織章程細則(經不時修訂)，將於[編纂]起生效，其概要載於附錄三
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行一般向公眾開門辦理正常銀行業務的任何日子(星期六、星期日或香港特別行政區公眾假期除外)

[編纂]

「中國」或「中國內地」	指	中華人民共和國，僅就本文件及地理區域參考而言，不包括中華人民共和國香港特別行政區、中華人民共和國澳門特別行政區及台灣地區
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂或補充或以其他方式修改

釋 義

「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂或補充或以其他方式修改
「本公司」	指	上海悅普數智科技股份有限公司，一家於二零一四年三月十七日在中國成立的有限責任公司，並於二零二零年九月二十二日改制為股份有限公司，前稱上海悅普廣告集團股份有限公司、上海悅普傳媒科技集團股份有限公司及上海思傳廣告有限公司
「公司法」或「中國公司法」	指	中華人民共和國公司法，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「合規顧問」	指	泓博資本有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義，除非文義另有所指，指林先生。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事

[編纂]

「極端情況」	指	香港政府宣佈超強颱風引起的極端情況

釋 義

[編纂]

「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，行業顧問
「弗若斯特沙利文報告」	指	我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告

[編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司，或如文義所指，就本公司成為其現有附屬公司的控股公司前期間，由該等附屬公司或其前身(視情況而定)所經營的業務
「新上市申請人指南」	指	香港聯交所發佈的自二零二四年一月一日起生效的《新上市申請人指南》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的股份，將以港元[編纂]並將於香港聯交所[編纂]

[編纂]

「港元」及「港仙」	指	香港的法定貨幣港元

[編纂]

釋 義

[編纂]

「香港」 指 中國香港特別行政區

[編纂]

「香港聯交所」或「聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司

「香港收購守則」或
「收購守則」 指 證監會頒佈的《公司收購及合併守則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

[編纂]

釋 義

[編纂]

「獨立第三方」 指 並非本公司關連人士(定義見香港上市規則)的任何實體或人士

[編纂]

「最後實際可行日期」 指 二零二六年六月十四日，即本文件刊發前為確定當中所載若干資料的最後實際可行日期

[編纂]

「上市委員會」 指 香港聯交所上市委員會

釋 義

[編纂]

「上市規則」或「香港上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「主板」	指	香港聯交所運作的股票市場(不包括期權市場)，獨立於香港聯交所GEM並與其並行運作
「林先生」	指	林悅先生，創辦人、董事長、執行董事、總經理及控股股東
「提名委員會」	指	董事會提名委員會

[編纂]

釋 義

「中國法律顧問」	指	北京市通商律師事務所，本公司有關中國法律的法律顧問
「 [編纂] 前股權激勵平台」	指	上海韻程，為本公司設立的 [編纂] 前股權激勵平台，其詳情載於「附錄四-法定及一般資料- [編纂] 前股權激勵平台」一節
「 [編纂] 前投資」	指	於 [編纂] 前， [編纂] 前投資者對本集團進行的投資，有關詳情載於「歷史、發展及公司架構 - [編纂] 前投資」
「 [編纂] 前投資者」	指	於 [編纂] 前對本集團進行投資的投資者，有關詳情載於「歷史、發展及公司架構 - [編纂] 前投資」

[編纂]

「文件」	指	就 [編纂] 刊發的本文件
「合資格機構買家」	指	第144A條所界定的合資格機構買家
「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	中國的法定貨幣人民幣
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》，經不時修訂或補充

釋 義

「上海韻程」 指 上海韻程企業管理合夥企業(有限合夥)，前稱寧波梅山保稅港區雲成投資合夥企業(有限合夥)，一家於二零一六年十月二十一日在中國成立的有限合夥企業，並為我們的[編纂]前股權激勵平台

「股份」 指 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股

「股東」 指 股份持有人

[編纂]

「獨家保薦人」 指 於「董事及參與[編纂]的各方」所述的[編纂]獨家保薦人

「保薦人兼整體協調人」 指 名列「董事及參與[編纂]的各方」一節的保薦人兼整體協調人

[編纂]

「附屬公司」 指 具有公司條例第15條賦予該詞的涵義

「主要股東」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義

「往績記錄期間」 指 包括截至二零二五年十二月三十一日止三個年度的期間

「庫存股份」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義

[編纂]

「未上市股份」 指 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，並無於任何證券交易所上市或買賣

釋 義

「美國」	指	美利堅合眾國，其國土、屬地及受其司法管轄的所有地區
「美元」	指	美國的法定貨幣美元
「美國政府」	指	美利堅合眾國聯邦政府，包括其行政、立法及司法部門
「美國人士」	指	S規例所界定的美國人士
「美國證券法」	指	一九三三年美國證券法，經不時修訂及補充或以其他方式修改，及據此頒佈的規則及規例
「悅普網絡」	指	上海悅普網絡科技有限公司，於二零零九年七月八日在中國成立之有限責任公司，為我們的附屬公司之一
「%」	指	百分比

本文件所載的若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格內所示的總數未必為其之前數字的算術總和。

為方便參閱，中國法律法規、政府部門、機構、自然人或其他實體(包括我們的附屬公司)的中英文名稱均已載入本文件，而中英文版本如有任何不符，概以中文版本為準。中文公司名稱及其他詞彙的英文譯名僅供識別。

技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用有關我們及我們業務的若干技術術語的釋義。其中若干術語可能與標準行業釋義有所不同，亦可能無法與其他公司採用的類似詞彙相比較。

「A3受眾」	指	根據抖音受眾群類別，已經熟悉有關品牌且願意購買的用戶群體
「客戶服務」	指	管理客戶關係並確保服務成功交付
「AI」	指	人工智能
「AI智能體」或「智能體」	指	一種智能系統或程式，能夠代表使用者自動執行特定任務以實現擬定目標
「算法」	指	一種基於執行一系列特定操作以解決問題的程序或方法
「API」	指	應用程式介面，乃一套允許不同軟件系統相互通訊及互動的規則及工具
「AIPS」	指	品牌人群資產指數，為小紅書開發的綜合指數，通過將用戶互動信號與下游轉化成果及投資回報率指標相整合，以衡量品牌的累計人群資產及推廣活動成效
「活動」	指	一系列圍繞單一訊息、旨在實現特定目標的廣告
「客戶留存率」	指	按相比緊接對上一個年度於本年度仍為我們客戶的百分比計算
「CPA」	指	吸納每名客戶成本
「CPC」	指	每次點擊成本，一種基於效果的定價模式，客戶為用戶每次點擊廣告或特定內容付費
「CPM」	指	每千次展示成本，一種並非基於效果的付費模式，客戶按每千次曝光次數付費
「CPT」	指	單位時間成本，一種並非基於效果的付費模式，客戶按廣告投放時間支付費用

技術詞彙表

「點擊率」	指	點擊率，社交媒體營銷的一項指標，用來衡量用戶於接觸指定鏈結、廣告或行動號召後點擊有關鏈結、廣告或行動號召的百分比
「DAU」	指	日活躍用戶
「電子商務」	指	利用互聯網買賣商品或服務，以及為執行該等交易而進行資金及數據傳輸
「ESG」	指	環境、社會及管治
「微調」	指	將預先訓練的模型調整以適應指定任務或應用場景的過程
「快速消費品」	指	快速消費品，銷售速度快、價格相對較低、保存期限較短，且需要頻繁替換的產品
「溫室氣體」	指	溫室氣體
「GMV」	指	商品交易總值，於指定期間扣除退貨或取消訂單前透過平台或渠道下訂單的所有訂單總值
「曝光量」	指	廣告瀏覽量，即於指定時間內用戶觀看廣告或於網頁上顯示廣告的總次數。
「達人」	指	在社交媒體或數字平台上創建及分發內容，並有能力影響受眾參與度或購買決策的個人或實體
「KOC」	指	關鍵意見消費者，即粉絲數目相對較少，但樂於分享產品或服務體驗的用戶，通常被受眾認為更具真實感、更容易產生共鳴
「KOL」	指	關鍵意見領袖，即擁有相對龐大的粉絲數目，並對受眾互動及購買決策具有既定影響力的達人
「KOS」	指	關鍵意見銷售，即指利用專業銷售技巧及深厚行業知識，在社交媒體平台上推廣產品的銷售人員或前線員工
「KPI」	指	關鍵績效指標

技術詞彙表

「大型語言模型」或「LLM」	指	基於海量文本數據進行訓練的高級AI模型，能夠理解、生成文字並使用人類語言進行互動。其能夠執行廣泛系列自然語言處理任務，例如文字生成、翻譯、摘要及問答
「MCN」	指	多渠道網絡，向多個內容創作者或社交媒體渠道提供支援及服務的公司或實體
「ROI」	指	投資回報率
「研發」	指	研究與發展
「種草」	指	在社交媒體平台上創建內容並分發予目標用戶群體，旨在提高用戶參與度並推動轉化率
「社交媒體平台」	指	一組線上平台及應用程序，允許用戶創建、分享及交換文字、圖像、影片等形式的內容
「SPU」	指	標準產品單位
「流量」	指	在社交媒體營銷中，指媒體平台的受眾流量或使用者的造訪量
「UGC」	指	用戶生成內容，即由用戶或消費者而非品牌或專業內容創作者所創造及發佈的內容
「看後搜」	指	社交媒體營銷的一項關鍵指標，用來衡量用戶觀看廣告後並未點擊，但其後於指定時間段內完成所期望操作(例如購買或搜尋)的情況
「爆文率」	指	社交媒體營銷的一項績效指標，用來衡量達到爆量效果的內容百分比(通常定義為互動量與曝光量的比例超過設定門檻)

前瞻性陳述

本文件載有前瞻性陳述。並非歷史事實的陳述，包括但不限於有關我們對未來的意向、信念、期望或預測的陳述，均屬前瞻性陳述。

本文件載有若干前瞻性陳述及與我們及我們的附屬公司有關的資料，該等陳述及資料根據管理層的意圖、信念、期望或預測以及管理層所作假設和管理層現有資料作出。本文件所使用的詞語「旨在」、「預計」、「相信」、「可能」、「預期」、「展望未來」、「擬」、「或會」、「應當」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「應該」、「目標」、「將」、「會」以及有關詞語的否定形式及其他類似表達，其涉及我們或我們的管理層時，乃旨在識別前瞻性陳述。該等陳述反映出我們的管理層對未來事件、運營、流動性及資金來源的當前觀點，其中若干觀點可能不會實現或發生改變。該等陳述受若干風險、不確定因素及假設影響，包括本文件「風險因素」及其他章節所述的風險因素，其中若干因素乃我們的控制範圍之外，可能會導致我們的實際業績、表現、成就或行業業績與前瞻性陳述所明示或暗示的任何未來業績、表現或成就出現重大差異。強烈提醒閣下，依賴任何前瞻性陳述均涉及已知及未知的風險及不確定因素。我們所面臨可能會影響前瞻性陳述的準確性的風險及不確定因素包括但不限於以下各項：

- 我們經營及業務的前景；
- 我們當前經營或計劃涉足的行業及市場的未來發展、趨勢及情況；
- 我們運營所在市場的總體經濟、政治及業務情況，包括但不限於利率、外匯匯率；
- 我們運營所屬行業及市場的監管環境及普遍前景的變化；
- 我們維持與我們業務夥伴、供應商及客戶的關係的能力，以及影響我們主要業務夥伴、供應商及未來客戶的行動及發展；
- 我們有效控制成本及經營開支的能力；
- 業務夥伴遵守合約義務的能力；
- 我們留住高級管理層及關鍵僱員的能力；
- 我們的業務戰略以及實現有關戰略的計劃；及
- 「風險因素」一節所述的所有其他風險及不確定因素。

前瞻性陳述

由於性質使然，有關該等及其他風險的若干披露資料僅為估計，倘實際出現上述一項或多項(其中包括)不確定因素或風險，則實際業績可能與所估計、預計或預測者以及過往業績迥然不同。尤其是(但不限於)，銷售可能減少而成本可能增加，資本成本可能增加而資本投資可能推遲，以及預期的業績增長可能無法完全實現。

根據適用法律、規則及法規的規定，不論由於出現新資料、未來事件或其他理由，我們概無或無需承擔任何責任更新或以其他方式修訂本文件的前瞻性陳述。鑒於上文所述及其他風險、不確定因素及假設，本文件所討論的前瞻性事件及情況未必會如我們所預期般發生，甚或根本不會發生。因此，閣下不應過分依賴任何前瞻性資料。本節的警告聲明以及本文件「風險因素」一節所論述的因素及不確定因素均適用於本文件所載的所有前瞻性陳述。

於本文件，有關我們或董事意向的陳述或提述乃於本文件日期作出。任何該等資料均可能因日後發展而有所變動。

風險因素

與我們業務及經營所在行業有關的風險

我們在競爭激烈的市場中經營。倘我們無法成功與現有及未來競爭對手展開競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們在社交媒體營銷解決方案行業面臨激烈競爭，且無法保證我們將能成功維持或擴大我們的市場地位。社交媒體營銷解決方案行業高度分散，且發展迅速。我們的競爭對手包括整合營銷服務提供者、數字營銷代理商、達人營銷平台、內容運營服務提供者、MCN代理商、付費媒體投放代理商、創意製作公司、科技驅動的營銷解決方案提供者，以及其他市場參與者。我們亦與品牌客戶的內部營銷團隊，以及可能直接向品牌客戶提供自研營銷工具、數據產品、廣告系統和創作者資源的主要社交媒體平台競爭。

競爭取決於多項因素，包括服務品質、營銷活動成效、平台關係與認證資格、達人及MCN資源的取得能力、付費媒體投放的管理能力、數據分析與AI能力、定價、執行速度、合規能力、品牌聲譽、客戶關係，以及展現投資回報率(「ROI」)的能力。部分競爭對手可能擁有比我們更雄厚的資金、更龐大的客戶群、更強大的平台支持、更廣泛的內容創作者網絡，或是更先進的技術。因此，該等競爭對手可能能夠提供更受客戶歡迎的服務，或對新出現或不斷變化的機遇、技術、法規或客戶需求作出更快速且有效的應對。與此同時，主要競爭對手可能會利用其規模優勢，爭取更有利的平台政策、媒體資源、創作者供應或商業條款。

此外，我們的一些競爭對手可能會採取更激進的定價政策或提供更具吸引力的商業條款。這可能導致我們失去業務機會，或迫使我们降低價格或以其他方式調整商業安排以保持競爭力，從而可能對我們的收入及盈利能力產生不利影響。若競爭對手達成戰略聯盟、籌集大量額外資金，或若來自相鄰領域的公司擴張至我們的市場，我們亦可能面臨競爭加劇。若我們無法與現有或未來的競爭對手成功競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

倘我們未能留住現有客戶、深化或擴展與客戶的合作關係，或未能吸引新客戶，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們絕大部分收入來自向客戶提供社交媒體整合營銷解決方案。我們的業務取決於我們留住現有客戶、加深彼等對我們服務的參與度、擴大我們向其提供服務的範圍以及吸引新客戶的能力。

風險因素

我們為涵蓋廣泛行業的客戶提供服務。他們對我們服務的需求主要受到其業務表現、產品上市時程表、銷售渠道、年度營銷預算、產業環境、平台偏好，以及內部採購與結算程式等因素的影響。我們必須持續證明，我們的解決方案能夠協助客戶提升品牌曝光度、內容推廣、用戶互動、搜尋熱度、流量獲取、轉化率以及其他營銷活動目標。隨著客戶越來越重視營銷支出的可量化回報，他們可能會根據活動目標，透過關鍵績效指標(KPI)來評估我們的表現，例如曝光次數、互動次數、點擊率、搜尋量、受眾資產增長、轉換效率、投資報酬率(ROI)或對商品交易總額(「GMV」)的貢獻。倘我們的解決方案未能符合客戶的期望；倘營銷活動的成效受到我們無法控制的因素影響，例如平台流量分配或消費者反應；或倘客戶認為競爭對手或直接通過平台採購能提供更高的效率或更優惠的價格，他們可能會減少或終止與我們的合作。

品牌客戶亦可能同時與多家服務提供者合作、維持內部營銷團隊、直接購買平台資源，或在不同平台與服務形式之間調整預算分配。此外，許多客戶是通過項目基準或框架協定與我們合作，有關合作模式未必能保證最低採購金額或未來的營銷活動規模。我們能否深化與現有客戶的關係，亦取決於我們能否將獨立項目拓展為全鏈路整合營銷解決方案，或是其他更高價值的服務方案。倘我們無法爭取到客戶社交媒體營銷預算中更大的份額、維持與品牌擁有者的直接關係，或有選擇性地接納具備可接受盈利能力及信用狀況的客戶，則我們的收入、盈利能力、現金流量及成長前景或會受到不利影響。

我們無法保證我們將能成功留住現有客戶、加深或擴大與彼等的關係，或以具成本效益的方式獲取新客戶。品牌客戶可能因各種因素減少其營銷預算、將支出轉向其他渠道或服務提供者，或終止與我們的安排，該等因素包括對營銷活動表現、定價或服務質量不滿，或其自身營銷策略或巨集觀經濟狀況的變化。此外，獲取新客戶的成本可能會隨時間增加，且從該等客戶產生的收入可能不足以抵銷相關的獲客及留存成本。若我們未能維持或擴大品牌客戶群體，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的成功有賴於我們維護與主要社交媒體平台穩定關係的能力。

我們的成功與我們與主要社交媒體平台維持穩定關係的能力密切相關。作為媒體合作夥伴，我們通過解決方案提供社交媒體整合營銷服務及洞察，在品牌客戶、社交媒體平台及內容創作者之間發揮著促進良性迴圈的重要作用。我們與社交媒體平台的合作對於向客戶提供全面且有效的全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案及其他營銷服務至關重要。我們與中國主要社交媒體平台維持穩定且長期的關係。更多詳情請參閱「業務 – 我們的供應商 – 與社交媒體平台的關係」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未與主要社交媒體平台發生任何重大中斷、終止合作或重大糾紛。

風險因素

主要社交媒體平台為我們服務提供模式中的核心資源。視合作性質而定，他們提供廣告流量、媒體庫存、競價系統、官方賬號與創作者市集、數據分析工具、成效衡量介面及其他平台資源。我們亦仰賴平台規則、工具及商業安排，來協調內容創作、達人合作、付費媒體投放、活動優化以及活動後報告。我們的部分能力，包括跨平台策略規劃、付費媒體投放、成效追蹤、返利追蹤及數據驅動的活動優化，取決於我們能否在商業上合理的條款下存取並使用平台系統及數據工具。平台合作亦可能影響我們的成本結構，包括媒體資源採購成本、返利、折扣及其他安排。

我們無法向閣下保證我們未來能夠與主要社交媒體平台維持穩定的關係。若我們無法維持該等關係，或若我們的任何社交媒體平台合作夥伴減少、暫停或中止與我們的合作，我們提供有效服務的能力可能會受到重大不利影響。

此外，社交媒體平台可能會以對我們不利的方式改變其算法、流量分配機制、廣告產品、定價政策、技術要求、數據訪問安排、賬號管理實踐或其他平台規則。彼等可能在通知有限的情況下限制或終止我們的存取、降低向我們提供的商業或運營支持水準，或以其他方式調整其資源分配。他們亦可能優先推廣自家營銷產品、開發競爭性工具、與其他服務提供者簽訂獨家或優惠安排、調整服務提供者的資格要求、限制API或數據存取、變更官方市集規則、修改內容審查標準，或限制第三方技術的使用。有關變更可能會在未經事先通知的情況下進行，且各平台的實施方式可能有所不同。若發生任何該等變化而我們未能及時有效地應對，我們的服務能力、客戶關係、收入及經營業績可能會受到重大不利影響。

倘我們未能維持並擴展由內容創作者及MCN代理商組成的優質網絡，或倘彼等未能提供合適的推廣服務、遵守適用規定或避免不當行為，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別通過合約MCN及直接達人合作模式與35,428名、39,346名及71,273名達人開展合作。截至二零二五年十二月三十一日，我們可接觸各主要社交媒體平台合共約5.9百萬名達人的網絡。我們的社交媒體整合營銷解決方案，在提供全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案及其他營銷服務方面之所以能取得成功，關鍵在於我們能持續接觸龐大且多元的KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商。

風險因素

達人生態系統已日益專業化與多元化，其資源涵蓋各平台、垂直領域、內容形式及粉絲規模層級的KOL到KOC、KOS以及其他創作者。不同的營銷活動目標可能需要不同組合的KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商；而營銷活動的成效，則取決於我們能否找出合適的內容創作者、協調內容製作與發佈，並在曝光度、真實性、受眾信任度與成本效益之間取得平衡。我們的全鏈路整合營銷解決方案與內容整合營銷解決方案要求我們必須管理客戶、內容創作者、MCN代理商、社交媒體平台與終端消費者之間的複雜互動。隨著達人營銷活動的規模與複雜度不斷增加，我們可能需要協調大量內容創作者，涵蓋多個批次、平台、內容格式及時程安排，同時還需監控內容品質、品牌一致性、法規遵循狀況、發佈狀態及成效數據。

然而，由於內容形式、受眾偏好及平台算法的快速變化，識別及挖掘合適的達人已變得日益複雜。我們需要不斷識別能夠適應演變趨勢、並能創作符合品牌客戶預期及平台要求的內容的KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商。若未能做到這一點，可能會導致我們的達人資源與客戶需求之間出現錯配，從而降低我們解決方案的相關性及有效性。

此外，保留及擴大與現有KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商的關係面臨進一步挑戰。具備強大市場影響力的達人可能會選擇直接與品牌客戶或平台合作，而成熟的MCN可能會擴張自身能力或與競爭服務提供者合作。優質內容創作者可能會要求更高的費用、將有限的資源分配給其他營銷活動，或在營銷旺季期間無法接案。我們在獲取高品質達人資源方面亦面臨來自其他社交媒體營銷服務的競爭。倘我們未能維持並擴展由KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商所組成的高品質網絡，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，KOL、KOC、KOS、其他內容創作者及MCN代理商可能未能提供有效的推廣服務、製作品質不理想的內容、未能履行其合約義務、違反平台規則或適用法律法規，或從事損害我們或我們客戶聲譽的行為，包括發表虛假或誤導性言論、參與欺詐活動或捲入公眾爭議。即使有關行為並非由我們所致，仍可能導致客戶投訴、平台處罰、監管審查、聲譽受損或額外的執行成本。上述任何情況均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

倘我們未能維護並提升我們解決方案的品質、執行力、有效性或可靠性，我們的業務可能受到不利影響。

我們所處的社交媒體營銷解決方案行業具有技術創新快、品牌客戶預期演變以及新內容形式、平台功能及商業模式不斷湧現的特點。我們吸引新品牌客戶及留住現有品牌客戶的能力，取決於我們持續精簡及升級解決方案，並提供有效、高效且可擴張服務的能力。

風險因素

我們的服務交付高度依賴執行力，需要我們整合策略制定、達人篩選、創意內容製作、付費媒體投放、平台賬號管理、數據分析、合規審查、活動監測以及活動後報告等環節。我們解決方案的品質與可靠性，不僅取決於個別服務環節，更取決於我們能否將有關環節整合成一套連貫的營銷計劃，並實現可量化的營銷成效。品牌客戶的需求正從單一渠道曝光，轉向整合營銷策略，有關策略需在多個社交媒體平台上，協調內容植入、達人合作、付費媒體投放、賬號運營、流量獲取及成效優化等各項環節。倘我們無法開發出能涵蓋整個活動生命週期及營銷鏈路各階段的解決方案，或倘我們無法將我們的全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案及其他營銷服務，調整以適應不斷演變的客戶需求，我們的解決方案吸引力可能會隨之減弱。

我們維持服務品質的能力，亦取決於我們的內部系統、技術應用、數據分析及AI能力，包括我們的YP T-Engine(其中包括YP ICE及YP I-Ops)。然而，該等工具可能無法達到預期效果，可能無法滿足新平台的要求，或可能需要進一步開發與投資。若我們未能有效應對技術發展、平台功能的變化或演變中的行業標準，或若我們未能提供滿足品牌客戶預期的服務提升，我們的客戶可能會減少在我們解決方案上的支出，或選擇不再聘用我們。這可能導致客戶留存率下降、營銷活動量減少及收入減少，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

倘社交媒體營銷解決方案行業未能持續增長，或增長慢於預期，我們的業務、盈利能力及發展前景可能受到重大不利影響。

我們面臨與我們所處的社交媒體營銷解決方案行業的發展及增長相關的風險。若社交媒體營銷解決方案行業未能維持其增長勢頭，或發展速度慢於預期，則對我們服務的需求可能不會如預期般持續增加，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

根據弗若斯特沙利文的數據，中國社交媒體營銷服務市場規模由二零二一年的人民幣0.4萬億元增長至二零二五年的人民幣0.7萬億元，預計到二零三零年將達人民幣1.2萬億元。中國的社交媒體整合營銷服務市場規模由二零二一年的人民幣400億元增長至二零二五年的人民幣786億元，預計到二零三零年將達人民幣3,552億元。我們的業務前景在一定程度上取決於該等市場趨勢是否如預期般實現。

風險因素

社交媒體營銷行業的發展受多種因素驅動，其中許多因素並非我們所能控制，包括社交媒體平台的重要性日益提升、社交媒體營銷生態系統日益複雜、整合營銷服務模式與數據驅動的精準營銷發展、AI技術的快速進步、達人群體日益專業化與多元化、企業數字轉型，以及宏觀經濟環境的持續增長。該等推動行業成長的因素可能不會如預期般發展。舉例來說，企業客戶可能會因宏觀經濟的不確定性或特定行業的挑戰而削減非必要營銷預算；社交媒體平台可能會改變商業化策略、流量分配機制或廣告產品，進而降低對第三方服務提供者的需求；與廣告、數據保護、AI、內容管治或平台運營相關的法規發展，可能會增加合規成本；以及消費者對贊助內容或達人營銷的反應也可能趨於冷淡。我們無法保證社交媒體營銷行業將繼續按預期發展及增長。該行業增長軌跡的任何放緩、中斷或惡化，均可能對我們吸引及留住客戶、有效執行營銷活動以及維持競爭地位的能力產生不利影響。

消費者行為、內容消耗模式或平台互動方式的變化，可能會降低我們解決方案的有效性，並對我們的業務產生不利影響。

我們的絕大部分收入產生自我們的社交媒體整合營銷解決方案。我們的業務模式取決於在消費者發現產品及作出購買決策的過程中，在線平台、社交媒體內容及達人營銷持續具備重要性。我們圍繞此消費者決策路徑來設計並執行我們的服務。我們的全鏈路整合營銷解決方案結合內容創作、達人營銷與付費媒體投放，涵蓋從認知、考慮到轉化的完整客戶旅程；而我們的內容整合營銷解決方案則以達人驅動的內容創作與發佈為核心；我們的其他營銷服務包括獨立的內容推廣及創意與內容服務。倘社交媒體內容、產品評論、使用者生成內容或達人推薦在消費者購買決策中所扮演的角色減弱，則我們服務的感知價值與成效可能會下降。

消費者對社交媒體營銷的接受度亦可能受到內容飽和、廣告疲勞、贊助內容揭露規範的變動、涉及達人營銷的負面輿情，或消費者注意力轉移至新渠道(例如AI智能體平台、私密社群、封閉式電商生態系統或其他新興媒體形式)等因素的影響。該等變動可能會使我們更難設計出能帶來實質曝光、互動、搜尋熱度、用戶獲取或轉化的廣告活動。此外，即使社交媒體平台仍屬重要渠道，消費者與內容互動方式的轉變－例如從圖文貼文轉向短視頻、直播、基於搜尋的內容探索、AI生成的推薦，或更個人化或私密的內容消費－可能需要我們重新設計活動策略、重新分配資源並升級技術。倘我們未能做到這一點，客戶或會減少在我們這裡的支出，或要求降低服務費。

消費者行為、內容消耗模式或平台互動方式的任何重大變化，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

於往績記錄期間，我們的收入有所波動，且我們可能無法持續維持收入增長或保持盈利能力。

我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年的收入分別為人民幣1,505.9百萬元、人民幣1,337.2百萬元及人民幣1,403.0百萬元。我們於同年的毛利分別為人民幣181.2百萬元、人民幣152.5百萬元及人民幣151.9百萬元，本年度利潤則分別為人民幣49.8百萬元、人民幣42.2百萬元及人民幣50.4百萬元。於往績記錄期間，我們的收入有所波動。我們可能無法繼續增長或維持過往的增長率，且閣下不應將我們的過往增長視為我們未來財務表現的指標。多種因素可能影響我們未來的增長，包括我們留住現有客戶及吸引新客戶、擴大我們的服務能力、應用先進技術以及遵守適用法律法規的能力。

我們的業務及運營規模的擴張已經並可能繼續對我們的管理、行政、運營、財務及其他資源提出重大要求。隨著業務的發展，我們將需要繼續改進我們的運營及財務控制、報告程序及管理系統，而我們可能無法有效地做到這一點。此外，隨著規模擴大，我們可能無法高效地管理成本及開支，這可能會對我們的盈利能力產生負面影響。若我們增長策略所依據的假設被證明不正確，倘我們無法維持客戶需求，或若我們未能應對與業務發展相關的風險及挑戰，我們的增長率可能會放緩，盈利能力可能下降，且我們的業務可能會受到不利影響。

倘我們無法有效管理銷售成本及運營開支，可能難以維持盈利能力。

我們的銷售成本於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為人民幣1,324.8百萬元、人民幣1,184.6百萬元及人民幣1,251.1百萬元。我們的整體毛利率於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為12.0%、11.4%及10.8%。此外，我們的經營開支於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為人民幣108.0百萬元、人民幣92.9百萬元及人民幣82.2百萬元，分別佔我們相關年度總收入的7.2%、7.0%及5.9%。我們能否維持盈利能力，部分取決於我們能否有效管理成本及開支。

該等成本及開支可能因多種因素而增加，包括社交媒體平台、MCN代理商、達人或其他第三方服務提供者提高收費；媒體合作夥伴提供的返利或獎勵減少；員工薪酬上漲；技術或基礎設施開支增加；以及市場競爭加劇。我們可能無法及時將任何有關漲幅轉嫁給客戶，甚至可能完全無法轉嫁。倘我們的銷售成本或運營開支大幅增加、倘毛利率持續下降，或倘我們的開支未能產生預期回報或運營效益，則我們的盈利能力、業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們可能需要額外資金，且可能無法及時或以可接受的條款取得有關資金，甚至可能完全無法取得。

我們可能不時需要額外資金，以滿足營運資金需求、償還或再融資債務、投資技術、系統及其他項目，以及應對商業機會或競爭壓力。截至二零二六年四月三十日，我們持有現金及現金等價物人民幣52.2百萬元，總債項(包括計息銀行及其他借款以及租賃負債)為人民幣351.3百萬元。根據若干貸款協議，我們須遵守慣常契諾。倘未能遵守該等契諾，可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及獲取資本資源的能力造成不利影響。此外，鑒於資本市場及行業的不可預測性質，無法保證我們在需要時能夠以有利於我們的條款籌集額外資金，甚至無法保證我們能否籌集到任何資金。倘我們無法取得所需充足的資金，我們為運營提供資金、把握意外商機、償還或再融資債務，以及應對競爭壓力的能力可能會受到重大限制。倘我們通過發行股權或可轉換債務證券籌集額外資金，股東的持股比例可能會大幅稀釋。該等新發行證券可能享有較現有股東更優先的權利、優先權或特權。

我們可能無法成功回收客戶應付的應收賬款及應收票據，且我們持有的按公平值計量並計入其他全面收益的債務工具可能會增加我們的信貸及流動性風險。

我們的應收賬款及應收票據主要指品牌客戶因我們提供社交媒體整合營銷解決方案而欠付的未結款項。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們的應收賬款及應收票據分別為人民幣646.3百萬元、人民幣515.7百萬元及人民幣597.7百萬元，有關金額已扣除截至同日分別計提的減值人民幣12.6百萬元、人民幣19.2百萬元及人民幣19.9百萬元。我們的應收賬款及應收票據周轉天數於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為166天、159天及145天。我們亦分別於二零二三年、二零二四年及二零二五年就金融資產計提減值虧損撥備人民幣11.3百萬元、人民幣6.6百萬元及人民幣1.3百萬元，主要與貿易應收款及其他應收款有關。

我們通常會根據客戶類型、項目性質、歷史結算記錄及內部信貸評估，向客戶提供10至120天的信貸期。然而，無法保證我們能及時向客戶收回應收款項，甚至無法保證能否收回。倘我們與任何客戶的關係終止或惡化，或任何客戶在清償應收賬款時遭遇財務困難，則我們相應應收賬款的可收回性可能會受到不利影響。此外，隨著業務擴張，我們的應收賬款餘額可能會持續增加，可能提高我們面臨應收賬款無法回收的風險。此外，我們按公平值計量並計入其他全面收益的債務工具(包括按公平值計量並計入其他全面收益的應收賬款以及按公平值計量並計入其他全面收益的應收票據)，於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日分別為人民幣3.9百萬元、人民幣6.2百萬元及人民幣26.6百萬元。倘我們無法如預期般收回應收賬款及應收票據，或無法如預期般將其變現、保理、貼現、出售或轉讓，則我們的現金流量、營運資金狀況及財務狀況可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們向供應商支付的預付款項以及其他應收款項可能涉及收回與結算風險。倘未能部分或全數收回或結清有關結餘，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們的預付款項、其他應收款項及其他資產分別為人民幣241.2百萬元、人民幣153.0百萬元及人民幣138.8百萬元。具體而言，於往績記錄期間，我們向供應商支付的預付款項，主要包括向社交媒體平台支付之預付款項，以支持營銷活動的執行。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們向供應商支付的預付款項分別為人民幣44.3百萬元、人民幣68.1百萬元及人民幣65.2百萬元。

倘未來支付予供應商的預付款項或其他應收款項結餘顯著增加，我們可能會面臨信貸及流動性風險，並可能因支付供應商款項以及向客戶收回應收賬款及應收票據的時間錯配，而面臨營運資金壓力。倘我們的供應商未能按時向我們提供合約規定的服務，或根本未能向我們提供合約規定的服務；倘相關交易對手未能如期償還或結清應付予我們的款項；或倘該等供應商或交易對手的業務或財務狀況出現任何重大不利變動，我們可能無法全數或及時收回有關結餘。上述任何一項均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們依賴少數社交媒體平台為客戶提供解決方案及服務。

於往績記錄期間，我們的五大供應商主要為中國領先社交媒體平台的運營商，於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別佔我們總採購額的76.2%、79.7%及82.8%。我們與該等供應商保持緊密合作，以確保媒體及流量資源能夠及時獲取及交付。儘管我們的合約及付款流程通常通過該等平台進行，但我們採購的核心價值實際上來自於內容創作者及MCN於該等平台生態系統內所產生的創意輸出及受眾觸達能力。

倘該等平台限制我們的數據存取權限、徵收額外費用、修改合作條款，或以其他方式更改其政策或技術架構而對我們不利，則我們優化營銷活動及提供社交媒體整合營銷解決方案的能力可能受到不利影響。任何有關變動均可能干擾我們的技術整合、導致服務中斷或運營效率下降、增加合規成本，並對客戶滿意度造成負面影響。

此外，倘任何該等平台將其自身營銷解決方案列為優先事項、重大限制或終止我們的存取權限，或中止與我們的合作，我們可能無法及時(或根本無法)物色具備相若規模、用戶參與度或成本效益的替代平台。由於我們的供應商基礎相對集中，任何與該等主要平台的合作關係中斷均可能對我們的運營造成不成比例的影響。

風險因素

再者，我們服務的有效性取決於該等平台的用戶基礎及參與度，以及在該等平台上營運的內容創作者及MCN機構的受眾觸達能力。倘該等平台的用戶活躍度、市場地位或聲譽出現顯著下滑，或內容創作者的受歡迎程度或互動水平下降，均可能減弱客戶營銷活動的觸達範圍及成效，從而影響我們挽留現有客戶或吸引新客戶的能力。任何負面輿論、監管行動或影響該等平台的其他不利發展(包括中國法律法規的變動)，亦可能削弱其吸引力並影響我們的服務能力。

我們的業務依賴於與達人賬號及廣告投放相關數據的可獲得性、準確性及及時獲取。任何影響該等數據的中斷、不準確或限制，均可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

為提供社交媒體整合營銷解決方案，我們於日常業務過程中定期收集及處理(i)達人賬號數據(包括達人個人信息、受眾人口統計資料、行為及互動指標、過往營銷活動表現數據，以及與合作相關的信息(如定價、排期及結算等信息))；以及(ii)廣告投放數據(包括投放、轉化、曝光、點擊率及留存等指標)。有關詳情，請參閱「業務－數據隱私與安全」一節。若該等數據因平台變更、技術問題、第三方限制或其他原因而不準確、不完整、不一致、延遲或無法獲取，我們設計、實施及優化有效營銷活動的能力可能會受損。

此外，社群媒體平台或其他第三方可能會更改相關數據、API或分析工具的訪問範圍、格式、頻率或條件，這可能會影響我們按商業合理條款或根本無法獲取或使用該等數據的能力。若我們無法獲取可靠及時的數據，我們解決方案的有效性可能會下降，廣告主滿意度可能會受到不利影響，而我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的業務受數據保護、網絡安全、隱私法律法規及其他義務的約束，任何未能遵守相關要求可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們受到一系列與數據安全、網絡安全及個人資料保護相關的法律、法規及其他義務的約束，包括監管數據收集、使用、存儲、傳輸及保護的相關要求。該等領域的監管制度持續演變，且其範圍、解釋及執行可能隨時間而改變。因此，現有及未來要求將如何適用於我們的業務及運營，以及是否會對我們施加額外的合規義務，仍存在不確定性。有關可能適用於我們的監管要求詳情，請參閱「監管概覽－有關網絡安全、私隱及數據保護的法律法規」。

風險因素

我們或我們的第三方業務合作夥伴任何未能(或被認為未能)遵守適用的數據保護、隱私或網絡安全要求，或未能採取充分措施保障數據安全的行為，均可能導致政府調查、監管行動、罰款、處罰、訴訟、合約索賠、負面宣傳或其他責任。此外，應對及辯護任何該等事項可能要求我們投入大量資源及管理層精力。上述任何情況均可能損害我們的聲譽、削弱客戶信任，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們高級管理層及關鍵僱員的持續協作對我們的成功至關重要，若我們失去其服務，我們的業務可能受到損害。

我們未來的成功在很大程度上取決於我們高級管理層及其他關鍵僱員的持續服務。若我們失去任何該等個人的服務，及無法及時找到合適或合格的接替人選，則可能會產生額外的費用來招聘、培訓及整合新的人員，這可能會中斷我們的運營及增長。我們的高級管理層，尤其是擔任執行董事、董事長兼總經理的林先生，對我們的戰略方向、執行能力、企業文化及整體業務成功至關重要。我們管理團隊、內部組織架構或職責分配的任何重大變化，亦可能對我們的運營產生不利影響。若我們高級管理層的一名或多名成員無法或不願繼續留任現職，或若我們無法在關鍵人員之間維持有效的協作，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到不利影響。

我們的成功有賴於我們吸引、招募、留用及激勵高技能員工的能力，員工相關成本的增加可能對我們維持盈利能力的的能力產生不利影響。

我們的成功在很大程度上取決於我們吸引、聘用、留住及激勵客戶服務、營銷活動執行、創意策劃、數據分析、技術及運營等各職能部門高技能僱員的能力。為競爭人才，我們可能需要提供更高的薪酬、更好的培訓、更具吸引力的職業發展機會及其他福利，這可能會增加我們的經營成本並對我們的盈利能力產生壓力。我們無法向閣下保證我們將能吸引或留住支持我們未來增長所需的合資格工作力。此外，與僱員的糾紛或與勞工相關的監管或法律訴訟可能會分散管理及財務資源、對員工士氣產生負面影響、降低生產力或損害我們的聲譽及未來的招聘工作。此外，我們有效培訓及整合新僱員的能力可能無法跟上我們業務擴張的需求。任何該等勞動力相關問題均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們將專有工具、系統及技術融入我們社交媒體整合營銷解決方案的交付與執行。該等工具、系統及技術的任何故障、受阻或表現不佳均可能對我們的業務產生不利影響。

為維持我們的競爭力及提高經營效率，我們已投入並將繼續投入大量資源於技術創新及內部系統，包括自研 *YP T-Engine* (其中包括 *YP ICE* 及 *YP I-Ops*)、數據分析系統及其他技術基礎設施。詳情請參閱「業務－我們的技術」。該等工具及系統支持我們運營的各個方面，包括項目管理、營銷活動執行、數據分析、工作流協調及服務交付。

風險因素

若我們的任何工具或系統發生故障、變得無法使用、遭遇中斷、產生不準確的輸出或以其他方式未能滿足我們的運營需求，我們可能會面臨服務中斷、執行錯誤、效率降低、交付延遲或客戶不滿。我們的技術基礎設施性能的任何中斷或下降，均可能損害我們向客戶提供優質服務的能力，並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

因我們採用和使用AI技術可能出現的潛在問題可能會對我們的業務造成不利影響。

我們將AI技術整合至我們運營及解決方案的若干方面。詳情請參閱「業務 – 我們的技術」。雖然該等技術可能增強我們的服務能力及經營效率，但亦使我們面臨與AI開發、部署及治理相關的風險。AI生成或AI輔助的輸出可能不準確、具誤導性、存在偏見、不適當、與廣告主要求或平台規則不一致，或以其他方式不適合用於營銷活動。此外，使用AI可能會引發與知識產權、隱私、肖像權、人格權或第三方其他合法權益相關的疑慮。

該等問題可能源於內部因素，如模型選擇不當、數據輸入缺陷、人工審核不足或治理程式不完善，亦可能源於外部因素，如第三方誤用AI生成素材。我們在AI技術使用中的任何實際或被認為的誤用或失敗，均可能導致客戶投訴、聲譽受損、客戶、達人或其他業務合作夥伴的信任度下降、法律索賠或監管審查。此外，與AI相關的法律、法規及行業預期持續演變，並可能對AI技術的開發及使用施加額外的合規義務或限制。若我們未能妥善管理該等風險，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

若我們未能跟上AI技術的發展，或及時更新並加強我們的AI賦能工具及能力，我們的業務可能受到不利影響。

我們的業務部分取決於我們預見技術發展並持續改進我們的AI賦能工具及能力的的能力。該等努力可能涉及重大成本、技術複雜性及執行風險，且可能無法及時或在商業有效率的基礎上完成。對新興AI技術的投入(無論是通過內部開發、收購或戰略合作)均需要大量的財務資源及管理層精力，且可能無法產生預期回報。

此外，我們的競爭對手採納新AI技術的速度可能比我們更快或更有效，這可能導致彼等提供更優質的產品、擁有更高的經營效率或更強的市場競爭力。若我們未能跟上技術變革、誤判市場趨勢，或未能以及時且具商業可行性的方式將改進後的AI能力整合至我們的工作流及服務產品中，我們的解決方案競爭力可能會下降。任何該等失敗均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

我們在若干AI賦能工具中採用第三方基礎模型及開源技術，該等技術的可用性、成本、性能、安全或授權條款的變化可能對我們的業務產生不利影響。

我們的AI賦能工具部分基於第三方大型語言模型應用程式介面及開源大型語言模型構建。我們並不控制該等技術的開發、維護或持續可用性。該等技術的提供者或開發者可能會停止開發、更改定價或授權條款、施加使用限制、引入與我們系統不相容的修改，或經歷性能下降。此外，開源技術可能包含難以檢測及及時補救的缺陷、漏洞或其他問題。

若任何該等技術變得無法使用、成本增加、表現欠佳、引發安全疑慮或受到不利的授權限制，我們可能需要投入大量的時間及資源以遷移至替代技術或修改我們的系統。該等努力可能耗時且昂貴，且可能無法達到同等效果。若我們無法有效適應，我們的AI賦能能力、服務品質、經營效率及競爭力可能會受到不利影響，從而可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。

對我們資訊科技系統或安全措施的任何破壞，包括未經授權的訪問、電腦病毒、駭客攻擊或其他網絡事件，可能中斷我們的業務運營、泄露機密資訊，並損害我們的聲譽。

我們處理及存儲的數據與業務資訊量，連同我們對資訊科技系統及第三方雲端、託管或其他技術服務提供者的依賴，可能使我們成為網絡攻擊、電腦病毒、物理或電子入侵或類似干擾的誘人目標。雖然我們已採取安全措施以保護我們的系統及資訊，但該等措施可能不足以防止所有事件發生。由於用於破壞系統或獲取未經授權訪問的技術頻繁變化，且在針對目標發動之前可能無法被識別，我們可能無法預見該等技術或及時採取充分的預防措施。

我們的系統或我們的第三方服務提供者的系統發生任何實際或企圖進行的違規行為，均可能導致機密資訊(包括客戶資訊、業務資訊或其他敏感數據)的丟失、洩漏、竊取、誤用或未經授權的披露，並可能中斷我們運營或損害我們提供服務的能力。該等事件可能使我們面臨責任、監管審查、修復成本、業務中斷、聲譽受損及失去客戶信任。若發生上述任何情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們技術基礎設施、業務設施或業務連續性安排的中斷、故障或缺陷，均可能中斷我們的運營，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們的業務依賴於技術基礎設施的持續穩定運行，包括支撐我們運營及服務交付的內部系統、伺服器、網絡及其他設施。我們的系統或設施可能因軟體或硬體故障、網絡擁塞、電信故障、停電、人為錯誤或其他事故而遭遇中斷或停機。此外，我們的業務場所及配套設施可能受到火災、洪水、地震、極端天氣、公共衛生事件、能源短缺或其他自然災害或不可預見事件的影響。雖然我們已採取措施以維持基礎設施及運營的穩定，但我們無法向閣下保證該等措施將會充分，或我們將能夠及時或根本無法應對中斷或從中恢復。

任何影響我們技術基礎設施、業務設施或業務連續性安排的長期中斷、故障或缺陷，均可能中斷我們的運營、延遲項目執行、損害我們向客戶提供服務的能力、損害我們的聲譽、降低客戶滿意度並導致失去業務機會、產生額外成本或其他負債。若發生上述任何情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的業務受複雜且持續演變的法律法規所約束。

我們運營所在的社交媒體營銷解決方案行業受限於與對我們業務而言屬重要的事項相關的廣泛法律法規，包括數據安全及個人信息保護、內容傳播、廣告及促銷活動、知識產權、電子合約及通訊、反不正當競爭、稅務以及勞工及僱傭。隨著我們繼續開發服務或使服務多元化(包括通過加大使用技術及AI賦能工具)，我們可能會受到額外的法律、法規或監管審查。

該等法律法規持續演變，且其詮釋、實施及執行可能不時變動。新的法律、法規、監管政策或執行趨勢可能要求我們修改業務慣例、加強內部控制、投入額外資源以進行合規或產生更高的運營成本。任何實際或指稱未能遵守適用法律法規的行為，均可能使我們面臨政府查詢、調查、處罰、罰款、索賠、負面宣傳或要求我們暫停或修改某些業務慣例的命令，其中任何一項均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

我們於二零二五年錄得且未來可能仍將持續錄得負經營現金流量。

我們於二零二三年及二零二四年分別錄得經營活動產生的現金流量淨額人民幣117.6百萬元及人民幣131.0百萬元，惟於二零二五年錄得經營活動所用現金流量淨額人民幣4.1百萬元。該等經營現金流出主要是由於我們向社交媒體平台、MCN代理商、達人及其他供應商付款，與我們向客戶收款之間存在時間錯配。我們無法向閣下保證我們將來能夠產生經營活動的正現金流量。倘我們未來出現長期持續經營現金淨流出，我們或未能擁有足夠營運資金以支付經營成本，且我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

未能履行我們的合約義務可能對我們的流動性及財務狀況造成不利影響。

我們的合約負債主要指與全鏈路整合營銷解決方案相關的客戶預收款項，該等款項截至相關年度末尚未確認為收益。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們錄得合約負債分別為人民幣3.0百萬元、人民幣12.0百萬元及人民幣23.7百萬元。該等金額是否確認為收益，取決於我們是否成功履行協定履約責任。然而，概不保證我們能於所有情況下完全履行該等責任，任何未能履行均可能導致相應合約負債無法確認為收益，並可能要求我們向客戶退還預付款項。

履行合約義務受多項風險及不確定因素影響，其中許多因素均非我們所能控制，包括核心系統的技術故障或中斷、傳染病爆發、不可抗力事件、監管規定變動及自然災害。任何營銷服務交付中斷均可能影響我們履行現有合約的能力。倘我們未能履行合約負中的重大部分，則可能須退還大量預付款項，從而對我們的現金流、流動性及財務狀況造成不利影響。此外，該等失誤亦可能損害我們的聲譽及客戶關係，進一步加劇對我們業務、經營業績及財務狀況的不利影響。

我們曾獲得關聯方及第三方提供的短期資金支持，但未來我們可能無法獲得有關支持。

截至二零二五年十二月三十一日，我們自關聯方取得的貸款為人民幣60.5百萬元及自第三方取得的貸款為人民幣12.5百萬元，而截至二零二三年及二零二四年十二月三十一日，有關餘額均為零。截至本文件日期，有關結餘已全數結清。詳情請參閱「財務資料－負債」。

我們取得有關資金支持，用以補充我們業務規模於二零二五年底左右大幅增長所產生的短期運營資金需求。我們無意日後與關聯方或第三方訂立此類融資安排。即使我們如此行事，概不保證我們的關聯方或第三方將來會向我們提供類似的融資支持，亦無法保證任何此類融資將能以商業上可接受的條款提供，或根本無法獲得。倘我們的營運資金需求增加，而我們無法取得足夠的銀行融資或其他融資，則我們的流動性、業務運營及財務狀況可能會受到重大不利影響。

風險因素

國際政策、出口管制及經濟制裁可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

適用於我們業務的出口管制及制裁制度複雜、不斷演變且可能隨時有所變動。根據美國《出口管理條例》，實體清單相關限制適用於受出口管理條例所規限的項目，包括受適用外國直接產品規則涵蓋的若干外國生產項目。另一方面，美國財政部外國資產控制辦公室負責執行封鎖性制裁及特別指定國民及被封鎖人士名單。此外，美國商務部工業與安全局於二零二五年十一月公佈規則，暫緩若干二零二五年附屬公司擴展修訂至二零二六年十一月九日。未來若該規則、實體清單條目、外國直接產品規則的涵蓋範圍，或美國、英國、歐盟或其他司法管轄區的制裁措施出現變動，均可能改變目前合法交易的法律處理方式。

因此，目前毋須授權的交易未來可能變得受限、被禁止、在商業上不可行，或須接受加強的盡職審查、監控、許可或申報要求。任何有關變動均可能延遲或阻礙銷售、限制我們服務若干客戶或市場的能力、限制我們接觸供應商、物流服務商、金融機構或其他業務合作夥伴，或增加我們的合規成本。

於往績記錄期間，我們向若干中國客戶提供社交媒體整合營銷解決方案，該等客戶涉及美國出口管制方面的敏感性(「目標客戶」)。該等目標客戶包括：(i)客戶H(為我們於二零二五年的五大客戶之一)，其被列入實體清單；及(ii)一名中國客戶，其與一家被列入實體清單的實體存在關聯關係。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，來自目標客戶的收入分別約為零、人民幣3.3百萬元及人民幣111.2百萬元，分別佔我們相應年度總收入的零、0.2%及7.9%。詳情請參閱「業務－與若干實體有關的商務活動」。

儘管根據我們國際制裁法律顧問的意見，於往績記錄期間我們與目標客戶的交易並未違反任何美國出口管制限制或其他美國制裁措施，但概不保證未來適用法律、法規、制裁措施或執法政策的變動不會影響我們繼續向該等客戶或其他類似客戶提供服務的能力。

倘任何客戶、供應商、金融機構、投資者或其他第三方採納比適用法律要求更嚴格的政策，我們亦可能面臨聲譽及交易風險。倘重大客戶關係因出口管制或制裁問題，或因內部合規政策變動而被暫停、終止、不予續約或大幅減少，我們的收入及增長前景可能受到重大不利影響。

風險因素

此外，由於我們計劃拓展海外業務，因此面臨貿易限制的風險可能會增加。海外拓展可能需要我們根據多項制裁及出口管制制度，對客戶、供應商、社交媒體平台、付款機構、提供者、最終廣告主及其他交易對手進行篩查與監控；評估任何交付成果、數據流、營銷活動工具、平台存取權限、雲端服務、軟件或技術是否受《出口管理條例》或其他出口管制法律規範；並考量當地關稅、海關規定、進出口管制、數據傳輸限制或與制裁相關的限制，是否會影響我們的服務或付款安排。無法保證我們的內部控制措施能夠識別所有有關限制，亦無法保證監管機構、金融機構、平台或其他第三方不會採取比我們評估結果更為嚴格的措施。任何違規或疑似違規行為，都可能導致調查、處罰、合約終止、付款延遲、失去客戶或供應商、平台或金融服務的使用受限，或造成聲譽受損。

我們可能評估並潛在探索新業務機會，並完成戰略投資或收購，但上述舉措可能未能成功，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們可能會評估並潛在探索新的業務機會，並完成戰略投資或收購，以擴大我們的運營規模並增強我們的業務聲譽。然而，我們完成收購的能力受多項風險及不確定因素影響。即使我們能夠完成收購，我們通過該等收購成功增長業務的能力亦涉及重大挑戰及風險，其中包括將收購的業務整合至我們運營中的困難、對我們現有業務的中斷、分散我們管理層及僱員的精力以及增加我們的開支。因此，無法保證我們完成的任何投資或收購不會對我們的業務經營業績及聲譽產生不利影響。

社交媒體營銷解決方案的季節性波動可能對我們的收入、現金流及經營業績產生重大影響。

我們的收入曾受季節性波動影響，這與社交媒體營銷解決方案行業的普遍慣例一致。各行業客戶的季節性需求模式各不相同，乃由於不同行業的營銷開支高峰通常出現在一年中的不同時期。於往績記錄期間，我們的客戶一般在重大購物節及假期期間對營銷活動有更多需求，以捕捉旺盛的消費者需求。因此，於往績記錄期間，我們的收入一般在第二季及第四季達到高峰，而第一季則相對平淡。因此，本集團於某一財政年度部分期間的財務資料未必能反映本集團整個財政年度的表現。詳情請參閱「業務－季節性」。

風險因素

我們已授予並可能繼續向合資格僱員授予以股份為基礎的薪酬，這可能導致以股份為基礎的薪酬開支、對現有股東持股比例的攤薄及僱員糾紛。

我們已授出且可能繼續向合資格僱員授出以股份為基礎的薪酬，以激勵彼等的表現並使其利益與我們的利益一致，因為我們相信授出以股份為基礎的薪酬對於吸引及留任關鍵人員及僱員至關重要。我們過去已涉及，且日後可能繼續涉及與現任或前任僱員就我們股權激勵平台合夥權益歸屬或其他相關事宜而產生的訴訟或其他糾紛。此外，我們的以股份為基礎之薪酬或會導致以股份為基礎之薪酬開支，並進一步攤薄現有股東的持股比例。

基於我們的業務性質及我們社交媒體整合營銷解決方案的內容，我們現正並可能繼續面臨與廣告合規相關的潛在責任及業務損害。

由通過我們的社交媒體整合營銷解決方案匹配的達人所創作，並通過第三方社交媒體平台發佈的廣告活動可能引發與著作權或商標侵權、公開表演權稅或其他取決於相關廣告性質及內容的索賠或處罰有關的糾紛。根據《中華人民共和國廣告法》(「《廣告法》」)，若廣告經營者在明知或應知廣告虛假、欺詐、具誤導性或以其他方式違法的情況下，就該廣告提供廣告設計、製作或代理服務，相關中國主管部門可以沒收該廣告經營者因該等服務產生的廣告收入、處以罰款、責令其停止發佈該等虛假、欺詐、具誤導性或以其他方式違法的廣告或更正該等廣告，或在若干嚴重情況下暫停或吊銷其營業執照。根據《廣告法》，「廣告經營者」包括為客戶的廣告活動提供廣告設計、製作或代理服務的任何自然人、法人或其他組織。由於我們的社交媒體整合營銷解決方案涉及向客戶提供「廣告設計、製作及代理服務」，我們可能被視為《廣告法》項下的「廣告經營者」。因此，預期我們將在商業可行範圍內採取合理措施，確保由達人創作並通過第三方社交媒體平台發佈的廣告內容符合適用法律法規。此外，對於與若干類型的產品及服務(如酒類、化妝品、藥品及醫療器械)相關的廣告內容，預期我們將確認客戶已獲得必要的政府批准，包括經營資格、廣告產品的品質檢驗證明、政府對廣告內容的預先批准以及向地方當局辦理的備案。於往績記錄期間，我們曾因廣告合規事宜受到一項行政處罰。我們已於規定期限內悉數繳納相關罰款及被沒收的廣告費用，且就該事項並無任何尚未了結的爭議或進一步法律程序。於發生有關事件後，我們進一步加強了有關廣告內容的內部審核及合規程序，尤其是針對受較嚴格監管規定所規限的產品及服務。然而，無法保證未來由達人製作或透過第三方社交媒體平台傳播的所有廣告內容均符合所有適用中國法律及法規，亦無法保證客戶提供的證明文件均屬真實、準確且完整。

風險因素

若由達人製作的任何廣告內容或由客戶提供的證明檔未能符合中國法律法規，我們可能會承擔潛在責任，且我們的聲譽可能會受損。雖然根據我們的商業協議，客戶通常有義務向我們提供補償，但該等補償可能無法完全彌補我們的損失，包括聲譽受損。此外，我們可能無法向相關客戶全額或及時追討該等款項。

我們的員工或業務合作夥伴的不當行為、錯誤或遺漏可能損害我們的業務及聲譽。

我們依賴員工維護及經營業務，並已實施內部行為準則以指導員工的行動。然而，我們可能無法及時預防或察覺員工的所有不當行為，員工任何不當行為均可能對我們的聲譽及業務產生重大不利影響。我們亦在業務運營中依賴業務合作夥伴。雖然我們已採取措施篩選業務合作夥伴，但我們未必能成功監控、維持及提升其產品及服務的質素。若我們的業務合作夥伴及／或其員工表現不理想，我們的業務、前景、經營業績、財務狀況及現金流量可能會受到重大不利影響。

我們與若干供應商合作，以支持內容製作及營銷活動執行。上述提供者未能達到我們的標準或履行其義務，可能損害我們交付符合廣告商期望的解決方案的能力，並對我們的業務產生不利影響。

在提供我們的全鏈路整合營銷解決方案過程中，我們可能會聘請第三方服務提供者以支持內容製作及營銷活動執行的若干方面，例如文案創作、平面設計、攝影、視頻製作及其他創意或執行服務。

若任何該等第三方服務提供者未能及時交付素材或服務、製作的內容未能達到品牌客戶預期、品牌要求或平台規則、侵犯第三方知識產權、違反保密義務或以其他方式未能按要求履行義務，則相關營銷活動可能會延遲、受阻或需要重做，且我們可能會產生額外成本，或面臨客戶投訴、合約糾紛、聲譽受損或潛在責任。此外，若我們無法及時且具成本效益地識別及聘請合適的替代提供者，我們高效且按預期品質水準提供解決方案的能力可能會受到不利影響，從而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

風險因素

與跨國企業的關係可能使我們面臨與其在中國經營策略相關的風險。

我們的部分客戶基礎由跨國企業組成，因此我們的業務表現高度受其在中國的經營策略變動所影響。倘該等企業調整其戰略重點，例如削減、重新分配或甚至停止其在中國的營銷預算，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們與跨國企業的關係使我們面臨多項風險，包括但不限於：(i)全球經濟及政治不確定性：跨國企業可能因其總部或主要營運市場所面對的宏觀經濟下行、地緣政治緊張、通脹壓力或貿易限制而調整營銷開支；(ii)監管及合規風險：國際貿易政策變動、跨境數據保護法規及外商投資限制，可能影響外國企業在若干市場持續營運的能力或意願，從而導致其營銷預算轉移或縮減；(iii)企業重組及成本削減措施：在財務壓力或戰略調整期間，跨國企業可能整合業務、縮減全球業務規模或優化營銷支出，從而減少對我們服務的開支；及(iv)市場優先次序變化：跨國企業可能重新分配資源至更高增長或更具戰略重要性的地區，導致投資由我們所營運市場轉移。

鑒於我們與跨國企業的關係，倘彼等在業務策略、財務優先次序或市場重心方面出現任何不利調整，均可能對我們的收入來源、客戶留存及整體增長前景造成負面影響。倘我們未能進一步分散客戶基礎、緩解該等風險或拓展至其他增長市場，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的品牌對我們的成功至關重要。若我們未能有效維護、推廣和提升我們的品牌，我們的業務及競爭優勢可能受到損害。

我們需要維持及增強我們的品牌形象，同時提高市場對我們業務及服務聲譽的認知。我們品牌推廣的成功將取決於我們在實現服務的廣泛認可、吸引及留任客戶、維持我們目前的市場領先地位，以及成功將我們的產品與競爭對手的產品區分開來等方面所做的努力。該等努力需要大量支出，且我們預計隨著市場競爭加劇及我們向新市場擴張，開支將會增加。此外，該等在品牌推廣及思想領導力方面的投入未必能帶來收入增加。即便能帶來收入增加，所產生的收入仍可能不足以抵銷我們產生的開支增加。若我們未能有效維持、推廣及增強我們的品牌，我們的業務及競爭優勢可能會受損。

風險因素

涉及我們、我們所處行業、我們的品牌及解決方案、我們的股東、董事、監事、管理層或員工，以及與我們合作的業務合作夥伴或其他方的負面輿論，可能對我們的業務及聲譽產生重大不利影響。

與歸因於我們、我們的股東、董事、監事、管理層或僱員，以及與我們合作的業務合作夥伴或其他方的事件或活動有關的負面輿論(無論是否有理據)，均可能損害我們的聲譽並降低我們的品牌價值。例如，毫無根據且具敵對性的言論或意見可能具有誤導性，並損害我們的業務及聲譽。鑒於我們經營所在行業的敏感及複雜性質，我們容易受該等言論或意見的影響。若我們未能以適當方式應對該等言論或意見，我們的業務聲譽、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。若我們無法成功增強及保護我們的聲譽，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

我們可能無法隨時取得經營業務所需的執照、許可及批准。

若我們未能獲得適用於我們業務的必要執照、許可及批准，或政府政策或法規發生進一步修訂或發展，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。政府當局可能會通過監管我們業務的新法規或對現行法規的新詮釋，且我們可能會擴展至新的業務經營，這可能要求我們獲得額外的執照、許可或批准，以便我們能夠繼續經營現有或未來業務；或者若我們未能遵守該等新要求，我們經營受新要求約束的業務類型可能會被禁止。在此情況下，該等新法規或對現行法規的新詮釋可能會增加我們的經營成本，並阻礙我們高效交付服務，並使我們面臨潛在處罰及罰款。若我們的任何實體被政府當局視為在無適當許可及執照的情況下運作，或超出其授權經營範圍運作，或以其他方式未能遵守相關法律法規，我們可能會受到處罰，且我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的保險承保範圍可能不足以覆蓋我們的業務風險。

我們已採購並維持我們認為與行業內規模及性質相若的公司市場慣例相符的保險保障。我們並未投保營業中斷險、關鍵人員人壽保險、承保網絡基礎設施或資訊科技系統受損的保險單，或任何其他關於我們物業的保險單，該等保險根據中國法律並非強制性。然而，我們面臨與業務相關的各種風險，且可能缺乏充足的保險保障或並無相關保險保障。我們已確定，對該等風險進行投保的成本，以及按商業合理條款獲取該等保單的困難，使得該等保單對我們的業務而言並不切實可行。然而，任何未投保的業務中斷均可能導致我們產生大量成本及資源分散，這可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

風險因素

與員工及其他第三方簽訂的保密協議及不競爭條款可能不足以防止商業秘密及其他專有資訊的披露。

我們已投入大量資源研發我們的技術及專有知識。儘管我們與僱員訂立包含保密、不競爭條款及知識產權歸屬條款的僱傭協議，但我們無法向閣下保證該等協定不會被違反，亦無法保證我們將能及時或根本無法就任何違約行為獲得充足的救濟，或者我們的專有技術、專有知識或其他知識產權不會以其他方式被第三方獲悉。此外，他人可能會獨立發現商業秘密及專有資訊，從而限制我們對該等人士行使任何專有權利的能力。執行及確定我們專有權利範圍可能需要進行耗時且昂貴的訴訟，而未能獲得或維持商業秘密保護可能會對我們的競爭地位產生不利影響。

未能充分保護我們的知識產權可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們的業務取決於專有技術、軟體、品牌及專有知識。我們依賴中國及其他司法管轄區的專利、商標、著作權及商業秘密法律，以及保密安排及合約保護的結合，以維護我們的知識產權。然而，該等措施在所有情況下未必能提供充分或有效的保護。我們無法保證任何待批專利申請將獲授權、任何獲授的專利將提供實質性的競爭保護，或該等專利的範圍不會被縮減、挑戰、宣佈無效或規避。即使獲得專利授權，執法過程亦可能成本高昂、耗時且存在不確定性。我們已就對我們運營至關重要標誌的相關類別註冊商標。然而，商標註冊申請可能會被拒絕，且第三方可能會註冊或使用相似或令人混淆地相似的商標。該等活動可能會攤薄我們的品牌或分流客戶，而防止或補救該等行為可能既困難且成本高昂。此外，我們對商業秘密及保密信息的保護在很大程度上取決於與僱員、承包商及業務合作夥伴的合約安排。該等安排可能會被違反，或被證明不足以防止未經授權的披露或使用。此外，第三方可能獨立開發或獲得相似資訊，從而限制我們主張商業秘密索賠的能力。

知識產權的執行(尤其是橫跨多個司法管轄區)涉及固有的不確定性。監督未經授權使用我們知識產權的行為可能需要訴訟或行政行動，這可能導致重大成本、分散管理層注意力及不確定的結果。任何未能保護或執行我們知識產權權利的行為，均可能削弱我們的競爭地位，並對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。

風險因素

我們可能面臨知識產權侵權索賠，應對該等索賠可能耗費大量費用和時間，並可能通過轉移我們的財務和管理資源而擾亂我們的業務運營。

我們的成功在很大程度上取決於我們在不侵犯、挪用或以其他方式違反第三方權利(包括第三方知識產權權利)的情況下經營業務的能力。我們無法確定我們的運營或業務的任何方面現在或將來不會侵犯或以其他方式違反第三方持有的商標、著作權或其他知識產權權利。我們可能會不時面臨該等程序及索賠。我們無法向閣下保證，聲稱與我們技術基礎設施或業務某些方面相關的專利持有人(若存在該等持有人)不會尋求在中國或任何其他司法管轄區對我們執行該等專利。此外，中國專利法的應用及詮釋，以及在中國授予專利的程序及標準仍在演變，並可能發生變化，我們無法保證向閣下中國法院或監管機構會同意我們的分析。若我們被發現違反他人的知識產權權利，我們可能須就我們的侵權活動承擔責任，或可能被禁止使用該等知識產權，且我們可能產生授權費或被迫開發自己的替代方案。針對該等侵權或授權指控及索賠進行辯護費用高昂且耗時，並可能分散管理層本用於我們的業務及運營的時間及其他資源，且該等索賠及程序的結果多數無法預測。若發生涉及支付重大金額的判決、罰款或和解，或對我們發出禁制令，則可能導致重大負債，並可能通過限制或禁止我們使用相關知識產權而對我們的業務及運營造成重大中斷，且我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們可能面臨投訴、索賠、爭議、監管行動及法律訴訟，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們可能會受到或捲入或被提及於各種申訴、索賠、爭議、監管行動、仲裁及法律訴訟。申訴、索賠、仲裁、訴訟及法律行動可能導致我們產生重大成本或罰款、耗用我們大部分資源並分散管理層對日常運營的注意力，或大幅修改或暫停我們的業務運營，其中任何一項均可能對我們的財務狀況、經營業績及業務前景產生重大不利影響。

應對或辯護針對我們的訴訟或其他索賠、爭議或申訴成本高昂，且可能給我們的管理層及僱員帶來重大負擔，或對我們的聲譽產生負面影響，且無法保證在所有案件中均能獲得有利的最終結果。此外，無法保證我們針對其他方提出的索賠會獲得成功。任何產生的負債、損失或開支，或為降低未來負債風險而對我們業務進行的必要變動，均可能對我們的業務、財務狀況及前景產生重大不利影響。

風險因素

與ESG事宜相關的預期及相關報告義務，使我們面臨潛在責任、成本增加、聲譽損害及其他對我們業務的不利影響。

為識別、管理及減輕ESG風險，我們可能會產生額外成本及開支，這可能會影響我們的財務表現。鑒於我們業務的性質，我們並無經營任何生產設施，故不會產生大量廢水、廢氣或固體廢棄物。儘管如此，我們仍監察可能影響我們業務、戰略及財務表現的環境及氣候相關風險，並評估其在短、中、長期內所產生的影響程度。我們監察用電量、溫室氣體排放量、用水量及廢物產生量等廣泛指標，以管理我們運營中產生的環境及氣候相關風險，並致力於為員工提供充足支持，以培育友好且具啟發性的企業文化。該等承諾可能涉及產生大量額外成本，並可能潛在影響我們的盈利能力。詳情請參閱「業務-ESG」。

此外，日益嚴格的ESG相關監管要求(包括我們經營所在司法管轄區的各種ESG披露指令)，可能導致合規成本上升，且經營開支亦可能增加。若未能適應新規定或未能達到不斷演變的行業預期及標準，可能導致消費者選擇其他公司的解決方案，這可能對我們的經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

全球及區域宏觀經濟狀況的變化、自然災害、健康流行病及傳染病、社會動蕩及其他突發事件可能影響我們的業務增長及經營業績。

全球經濟狀況及監管變動的不確定性，以及其他因素，包括利率波動、通脹水準、我們經營所在行業的狀況、失業率、勞工及醫療保健成本、信貸獲取、消費者信心及其他宏觀經濟因素，均可能帶來風險並對我們解決方案的需求產生重大不利影響。此外，洪水、地震、沙塵暴、雪災、火災或乾旱等自然災害、廣泛傳染病或任何嚴重疫病的爆發、戰爭行為、恐怖主義或其他我們無法控制的不可抗力事件，均可能中斷我們的業務運營，其中任何一項均可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生不利影響。

風險因素

與我們經營所在司法管轄區開展業務相關的風險

我們須就在聯交所進行的[編纂]取得中國證監會或其他政府主管部門的批准、完成備案或履行其他規定。

根據《境外上市試行辦法》，我們須就H股在香港聯交所[編纂]及[編纂]完成辦理中國證監會備案程序，並就相關信息或重大事項向中國證監會進行後續報告。任何未能完成或延遲完成該等備案或報告程序的情況，均可能使我們受到中國證監會或其他中國監管機構的制裁。根據《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》（「《**保密檔案規定**》」），境內企業無論以直接或間接形式開展境外證券發行上市活動，均須嚴格遵守保密及檔案管理的相關要求，建立健全的保密及檔案制度，並採取必要措施履行保密及檔案管理職責。《保密檔案規定》的詮釋及實施可能持續演變，未能遵守相關規定可能對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大影響。

此外，我們無法向閣下保證，未來頒布的新規則或規例不會對我們或我們的融資活動施加額外要求或限制。若我們未能在未來的融資活動中尋求中國證監會批准或其他政府授權，或未履行備案程序，我們可能會面臨中國證監會或其他中國監管機構的制裁，並限制我們在中國的經營活動、限制我們在中國境外支付股息的能力，或採取其他措施限制我們的融資活動。

我們面臨著運營所在司法權區法律體系變動所帶來的挑戰。

我們的業務及運營主要於中國境內進行，並受運營所在地司法權區之法律及法規所規範。中國針對我們所屬行業的法律體系仍在發展中，規範我們的業務活動之法律及法規，以及其詮釋與實施方式未來均可能有所變動。任何未能遵守適用法律及法規的情況均可能使我們面臨行政處罰、聲譽受損或法律責任。於我們運營所在司法權區內發生的任何訴訟或監管執法行動，可能曠日持久，並可能導致巨額成本，以及資源與管理層注意力的分散。

風險因素

閣下在對我們、董事、監事及高級管理層送達法律程序檔或執行境外判決方面的資源可能十分有限。

執行外國判決的能力在全球範圍內並不一致。我們是一家在中國註冊成立的股份有限公司。此外，我們幾乎所有的董事、監事及高級管理人員均居住於中國內地，且我們及彼等的絕大部分資產均位於中國境內。因此，[編纂]可能難以根據其他司法管轄區的法律，在中國境內向我們或我們的董事、監事及高級管理人員直接送達法律程序檔。根據最高人民法院於二零二四年一月二十五日頒布並於二零二四年一月二十九日實施的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》，對於中國內地法院及香港特別行政區法院就民商事案件或刑事案件中的民事賠償作出的生效判決，任何當事人均可根據該安排向中國內地相關人民法院或香港特別行政區法院申請認可和執行。然而，新實施法律於實務上的詮釋與執行仍不斷演變，因此無法保證香港法院作出的所有判決均會獲得中國法院的承認及執行。

我們的H股持有人可能須承擔中國所得稅義務。

根據適用中國稅務法律，我們支付予H股非中國居民個人持有人（「**非居民個人股東**」）的股息，以及該等股東通過出售或以其他方式轉讓H股所實現的收益，均須按20%的稅率繳納中國個人所得稅，除非適用的稅務條約或安排有所減免。而我們支付予H股非中國居民企業持有人的股息，以及該等股東通過出售或以其他方式轉讓H股所實現的收益，均須按10%的稅率繳納中國企業所得稅，除非適用的稅務條約或安排有所減免。就非居民個人股東而言，根據適用中國法規，目前轉讓境內上市公司股票所得收入獲豁免繳納個人所得稅。然而，上述法規並未明確規定非中國居民個人出售於境外證券交易所上市的中國居民企業股份可獲豁免個人所得稅。中國稅務機關對中國適用稅法及法規的詮釋及執行（包括是否及如何對非中國居民股東徵收所得稅）將根據當時有效的法律及法規予以決定。我們的H股非中國居民持有人應知悉，彼等可能有責任就股息及通過出售或以其他方式轉讓H股所實現的收益繳納中國所得稅，且無法保證出售我們的H股所產生的任何收益及相關股息未來不會被徵收中國所得稅。

風險因素

任何政府補貼或優惠稅收待遇的終止可能影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

本公司及我們的若干附屬公司根據相關法律法規享有若干稅收優惠，包括企業所得稅稅率減免。此外，於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別確認政府補助人民幣5.3百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣5.8百萬元，主要來自中國地方政府部門就我們的業務運營及對地方經濟發展的貢獻所提供的獎勵。儘管本公司及我們的附屬公司過去曾獲得優惠稅務待遇及政府補助金，但我們無法保證我們將來能繼續受益於優惠稅務待遇或獲得政府補助金。適用於本公司及我們中國附屬公司的企業所得稅率的任何增加，或本公司及我們中國附屬公司目前享有的任何優惠稅務待遇及政府補助金的任何中斷、追溯或未來的減少或退回，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

未能續簽租約或未能遵守中國與我們若干租賃物業相關的物業相關法律法規可能對我們的業務產生不利影響。

根據適用中國法律法規，出租人及承租人均須向相關當局辦理租賃協定備案登記，並就其租賃取得房屋租賃登記備案證明。截至最後實際可行日期，我們於中國境內的三份租賃協議均未根據中國適用法律法規向相關房地產管理局辦理登記。根據我們中國法律顧問的意見，租賃協定未辦理登記不會影響租賃協定的效力，但相關地方住房行政當局可要求我們在規定期限內完成登記，且我們可能就每份延遲登記的租賃協定面臨人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。最高罰款總額將為人民幣30,000元。截至最後實際可行日期，相關地方住房行政當局尚未要求我們完成登記，亦未曾受到相關當局的處罰或罰款。考慮到可能徵收的最高罰款總額，以及相關當局在施加該等處罰前會給予的寬限期，我們的董事認為，該等事件不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生任何重大不利影響。儘管如此，我們無法向閣下保證，我們未來不會因該等租賃協定未辦理登記而受到任何處罰。

若干過往違反中國勞動法及社會保障法規可能使我們面臨潛在的處罰及責任。

根據《中華人民共和國社會保險法》、《住房公積金管理條例》及其他相關法律法規，中國已建立社會保險制度，包括基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險及住房公積金制度。僱主須按照相關規定所提供的費率為其僱員繳納法定社會保險及住房公積金，並代扣應由僱員本人支付的供款金額。

風險因素

於往績記錄期間，我們委託第三方機構代為向若干僱員支付工資，導致我們未能根據適用中國法律法規為該等僱員全額繳納社會保險及住房公積金供款。我們已採取糾正措施，且截至最後實際可行日期，我們於中國境內運營的實體已終止委託第三方機構管理該等付款的安排，並已根據中國相關法律法規為其僱員全額繳納社會保險及住房公積金。若我們未能準時及全額繳納社會保險供款或住房公積金供款，主管當局可能責令我們在規定期限內進行補繳。若我們未能在該等期限內遵守規定，我們可能面臨罰款或強制執行，這可能對我們的財務狀況及經營業績產生負面影響。詳情請參閱「業務－僱員－社會保險及住房公積金」。

與[編纂]相關的風險

我們的H股的[編纂]及[編纂]可能出現波動，可能導致 閣下蒙受重大損失。

我們H股的[編纂]可能存在波動，且受我們無法控制的因素影響可能大幅波動，包括香港、中國、美國及全球其他地區證券市場的一般市場狀況。尤其是，其他業務主要位於中國且其證券已在香港上市的公司的表現及市價波動，可能會影響我們H股[編纂]及[編纂]的波動。多家中國公司證券已在香港上市，而部分公司正準備其證券在香港上市。其中若干公司曾經歷重大波動，包括在[編纂]後價格大幅下跌。該等公司的證券在[編纂]後的[編纂]表現，可能會影響投資者對在香港上市的中國公司的整體情緒，並進而影響我們H股的[編纂]。不論我們的實際經營表現如何，該等廣泛的市場及行業因素均可能顯著影響我們H股的[編纂]及[編纂]。

我們的H股活躍且具流動性的[編纂]可能無法形成或持續維持。

於[編纂]前，我們的H股並無[編纂]。我們無法保證在[編纂]完成後，我們H股的活躍[編纂]將會形成或得以持續。我們H股的[編纂]是我們與整體協調人(為其本身及代表[編纂])協商的結果，未必能反映[編纂]完成後我們H股的[編纂][編纂]。在[編纂]完成後的任何時間，我們H股的[編纂]均可能跌破[編纂]。

風險因素

在[編纂]未來出售或預期出售大量H股可能對H股的現行[編纂]及本公司未來籌集額外資本的能力產生重大不利影響，或可能導致 閣下的持股比例被攤薄。

我們H股的[編纂]高於緊接[編纂]前我們的每股股份有形資產淨值。因此，[編纂]下我們H股的[編纂]及[編纂]將面臨預計每股股份[編纂]有形資產淨值的即時攤薄。為擴張業務，我們未來可能考慮[編纂]及[編纂]額外股份，或在未來籌集額外資金為我們的業務擴張、現有運營或新收購提供資金。若通過發行我們的新股本或股本掛鉤證券籌集額外資金(而非按比例向現有股東發行)，則(i)現有股東的持股百分比可能會減少，且彼等可能面臨後續攤薄及每股盈利減少；(ii)該等新發行的證券可能擁有優於現有股東股份的權利、優惠或特權；及／或(iii)若我們未來以低於每股股份有形資產淨值的價格發行額外股份，我們H股的[編纂]及[編纂]可能會面臨每股股份有形資產淨值的攤薄。

對於如何使用[編纂][編纂]，我們享有重大自主決定權， 閣下未必認同我們的使用方式。

我們的管理層可能以 閣下未必同意或未能產生理想回報的方式動用[編纂][編纂]。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。然而，我們的管理層將就[編纂]的實際應用擁有酌情權。 閣下正將資金委託予我們的管理層，且 閣下須依賴其決定我們從本次[編纂][編纂]的具體用途的判斷。

我們並無作為[編纂]公司運營的經驗，且可能因成為[編纂]公司而產生額外成本。

我們並無作為[編纂]公司進行運營的經驗。由於在香港聯交所[編纂]，我們可能面臨更高的行政及合規要求，這可能使我們產生作為[編纂]公司時未曾產生的重大相關成本及開支。我們預期適用於[編纂]公司的規則及法規將增加我們的會計、法律及財務合規成本，並使若干企業活動更為耗時且成本高昂。我們的管理層可能須投入大量時間及注意力於我們的[編纂]公司報告義務及其他合規事項。我們將評估及監察有關該等規則及法規的發展，但我們無法預測或估計可能產生的額外成本金額或該等成本產生的時間。在可預見的未來，我們作為[編纂]公司的報告及其他合規義務，可能會為我們的管理、運營及財務資源以及系統帶來巨大壓力。

風險因素

此外，由於我們正成為一家[編纂]公司，我們的管理團隊將需要培養必要的專業知識，以遵守適用於[編纂]公司的眾多監管及其他要求，包括與企業管治、[編纂]標準、[編纂]及[編纂]關係問題相關的要求。作為一家[編纂]公司，我們的管理層將必須以新的重要性門檻評估我們的內部控制體系，並對我們的內部控制體系實施必要的變動。我們無法保證我們能夠及時且有效地完成該等工作。

我們無法向閣下保證未來將於何時、以何種形式或以何種規模派發股息，亦無法保證是否會派發股息。

於往績記錄期間，我們分別已於二零二三年、二零二四年及二零二五年宣派人民幣15.0百萬元、零及零的股息。我們無法保證在[編纂]後何時以及以何種形式就[編纂]支付股息。股息的宣派由董事會動議，並受多種因素影響及限制，例如我們的業務及財務表現、資本及監管要求、可供分配儲備、現金流量、合約限制，以及一般業務及運營狀況。於未來即便我們的財務報表顯示運營已實現盈利，我們仍可能沒有足夠或任何利潤或可供分配儲備以向股東進行股息分派。未來任何股息的宣派及派發可能與我們過往的股息宣派及派發情況有所不同。

如[編纂]或行業分析師不發佈有關我們的研究報告，或如其不利地改變對H股的建議，H股的[編纂]及[編纂]可能下跌。

我們H股的[編纂]將受到行業或[編纂]分析師發表有關我們或我們業務的研究及報告所影響。若一名或多名追蹤我們的分析師下調我們H股的評級，我們H股的[編纂]可能會下跌。若一名或多名該等分析師停止追蹤我們或未能定期發表有關我們的報告，我們可能會在金融市場失去知名度，這進而可能導致我們的[編纂]或[編纂]下跌。

我們無法保證取自政府官方來源的事實、預測及其他統計數據的準確性。

本文件，尤其是「行業概覽」一節中，載有與我們經營所在市場相關的資訊及統計數據。該等資訊及統計數據源自第三方報告(不論是由我們委託或可公開獲取)以及其他公開可得來源。我們相信資訊來源為該等資訊的適當來源，且我們已在提取及轉載該等資訊時採取合理的審慎措施。

風險因素

然而，我們無法保證官方政府來源信息的質素或可靠性。該等資訊並未經我們、獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、[編纂]、[編纂]及[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理人或代表，或參與[編纂]的任何其他方獨立核實，亦不對其準確性作出任何陳述。該等資訊的收集方法可能存在缺陷或無效，或者已公佈的資訊與市場慣例之間可能存在差異，這可能導致統計數據不準確或與為其他經濟體產生的統計數據不具可比性。因此，閣下不應過度依賴該等資訊。此外，我們無法向閣下保證，該等資訊的陳述或編製基準或準確程度與其他地方呈現的類似統計數據相同。在任何情況下，閣下應審慎考慮該等資訊或統計數據的重要性。

本文件中所包含的前瞻性陳述受風險及不確定性因素影響。

本文件包含若干前瞻性的陳述及數據，並使用「預計」、「相信」、「可能」、「展望未來」、「擬」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「預期」、「可」、「應該」、「應當」、「會」或「將」等前瞻性術語及類似表達。我們謹此提醒閣下，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不確定性，且任何或全部該等假設可能被證實為不準確，因此，基於該等假設的前瞻性陳述亦可能不準確。鑒於該等及其他風險和不確定性，本文件中包含的前瞻性陳述不應被視為我們聲明或保證我們的計劃及目標將會實現，且該等前瞻性陳述應連同多項重要因素(包括本節所載的因素)一併考慮。在上市規則的規定規限下，我們無意因獲得新數據、日後事件或其他原因而公開更新或以其他方式修訂本文件中的前瞻性陳述。因此，閣下不應過度依賴任何前瞻性資料。本文件所載的所有前瞻性陳述均受本提示聲明的限制。

務請閣下仔細閱讀本文件全文，我們鄭重提示閣下切勿依賴新聞文章或其他媒體報導中有關我們及[編纂]的資料。

我們強烈敦促閣下，切勿依賴新聞報導或其他媒體中有關我們及[編纂]的任何資訊。在本文件刊發前，曾有關於我們及[編纂]的新聞及媒體報導。該等新聞及媒體報導可能包含本文件未載有的若干資訊的引用，包括若干經營及財務資訊與預測、估值及其他資訊。我們並未授權在新聞或媒體中披露任何該等資訊，亦不對任何該等新聞或媒體報導或任何該等資訊或刊物的準確性或完整性承擔任何責任。我們不就任何該等資訊或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性作出任何陳述。若任何該等資訊與本文件所載資訊不一致或衝突，我們概不承擔責任，且閣下不應依賴該等資訊。

豁 免

為籌備[編纂]，本公司已尋求在以下方面豁免嚴格遵守上市規則相關條文。

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，於聯交所首次上市之新申請人須有足夠管理層留駐香港，這一般是指本公司至少須有兩名執行董事通常居於香港。上市規則第19A.15條進一步規定，除其他考慮因素外，考慮到本公司對維持與聯交所的定期溝通方面所作的安排，可豁免遵守上市規則第8.12條的規定。

我們並無足夠的管理層人員留駐香港，以符合上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。我們的管理總部、高級管理層、業務運營及資產均主要位於香港境外。董事認為，無論是通過調動本公司現有執行董事或委任將通常居於香港的額外執行董事，都將不利於或不適合本集團，因而將不符合本公司或股東的整體最佳利益。因此，我們已向聯交所申請且聯交所[已]向我們[授出]豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條。我們將通過(其中包括)以下條件確保我們與聯交所之間有定期且高效的溝通：

- (a) 我們已根據上市規則第3.05條委任並將繼續維持兩名授權代表，作為我們與聯交所之間的主要溝通渠道及確保本公司始終遵守上市規則。獲委任的兩名授權代表分別為林悅先生及簡雋藝女士(「授權代表」)。簡雋藝女士居於香港，可應聯交所要求於合理時間內與聯交所會面。兩名授權代表均可隨時通過電話、傳真(如適用)及電郵聯絡，以迅速處理聯交所的詢問。本公司已向聯交所提供兩名授權代表的聯絡資料，若授權代表有任何變動，將迅速知會聯交所；
- (b) 若聯交所擬就任何事宜與董事聯絡，各授權代表均可隨時迅速聯絡全體董事(包括獨立非執行董事)。本公司已實施一項政策，據此：(i)每名董事已向授權代表提供其各自有效的電話號碼或其他通訊方式；(ii)如某董事預期將外遊或離開辦公室，彼將盡力向授權代表提供其住宿地點的電話號碼，或保持其手提電話通訊暢通；及(iii)每名董事已向聯交所提供其手提電話號碼、辦公室電話號碼、電郵地址及(如適用)傳真號碼，若董事聯絡資料有任何變動，將迅速通知聯交所；

豁 免

- (c) 根據上市規則第3.20條，各董事已向聯交所及授權代表提供其聯絡資料。此舉將確保聯交所及授權代表可於有需要時隨時迅速聯絡全體董事。
- (d) 所有並非常居於香港的董事均確認其持有或可申請有效訪港旅遊證件，並可在必要時於合理通知後於香港與聯交所相關人員會面；
- (e) 我們已根據上市規則第3A.19條委聘宏博資本有限公司於[編纂]後擔任合規顧問，任期自[編纂]起至[編纂]後我們首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條之日止。合規顧問將作為與聯交所溝通的額外渠道並可回應聯交所的查詢。我們已向聯交所提供合規顧問的聯絡詳情；
- (f) 我們的授權代表、董事及其他高級職員將及時提供合規顧問可能合理要求的有關資料及協助，以履行上市規則第3A章規定的合規顧問職責。本公司、授權代表、董事及本公司其他高級職員與合規顧問之間將建立充分及有效的溝通方式，並在合理切實可行及法律允許的情況下，我們將向合規顧問告知聯交所與我們之間的所有溝通及往來；聯交所與董事之間的會議可透過我們的授權代表或合規顧問安排，或在合理的時間範圍內直接與董事會晤。授權代表及／或合規顧問如有任何變動，我們將在切實可行的情況下盡快知會聯交所。
- (g) 我們將於[編纂]後委任其他專業顧問(包括香港法律顧問)，協助我們處理聯交所可能提出的任何問題，並確保與聯交所保持及時有效的溝通；及
- (h) 本公司已指派我們其中一名員工於[編纂]後擔任總部的溝通專員，負責保持與授權代表及本公司於香港的專業顧問(包括我們於香港的法律顧問及合規顧問)的日常溝通，以了解聯交所的任何通信及／或查詢的最新情況，並向執行董事匯報，從而進一步促進聯交所與本公司之間的溝通。

豁 免

有關聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第3.28條及第8.17條及新上市申請人指南第3.10章，於聯交所上市之新申請人須委任一名公司秘書，且必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。上市規則第3.28條附註1規定，聯交所認為下列學術或專業資格均可予接納：

- (a) 香港公司治理公會成員；
- (b) 律師或大律師(定義見《法律執業者條例》(香港法例第159章))；及
- (c) 執業會計師(定義見《專業會計師條例》(香港法例第50章))。

上市規則第3.28條附註2進一步規定，聯交所評估個人的「相關經驗」時將考慮下列因素：

- (a) 受僱於發行人及其他發行人的年資及其所擔任的職責；
- (b) 對上市規則及其他相關法律及法規，包括證券及期貨條例、公司條例、《公司(清盤及雜項條文)條例》及收購守則的熟悉程度；
- (c) 除上市規則第3.29條規定的最低要求外，已接受及／或將接受的相關培訓；及
- (d) 於其他司法權區的專業資格。

本公司已委任閻依婷女士(「**閻女士**」)及簡雋藝女士(「**簡女士**」)擔任我們的聯席公司秘書。彼等的履歷詳情請參閱「董事及高級管理層－聯席公司秘書」。

本公司認為，由了解本公司日常事務的閻女士擔任其聯席公司秘書，符合本公司及本集團企業管治的最佳利益。閻女士與董事會進行必要的聯繫，並與本公司管理層保持緊密工作關係，以履行聯席公司秘書的職能，並以最有效及高效的方式採取必要行動。然而，閻女士目前不具備上市規則第3.28條及8.17條規定的任何資格，可能無法完全符合上市規則的要求。因此，本公司已委任簡女士(為香港治理公會及英國特許治理公會之會員，完全符合上市規則第3.28條及8.17條所訂的規定)擔任另一名聯席公司秘書，初步任期自[編纂]起為期三年向閻女士提供協助，讓閻女士能獲得上市規則第3.28條附註2規定的「相關經驗」，從而完全符合上市規則第3.28條及8.17條所載規定。

豁 免

因此，我們已向聯交所申請且聯交所[已授出]豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及8.17條的規定，因而閻女士可獲委任為本公司聯席公司秘書。

有關豁免由[編纂]起初步為期三年有效，授予豁免的條件為簡女士作為本公司聯席公司秘書，將與閻女士密切合作，共同履行公司秘書職責及責任，以及協助閻女士獲得上市規則第3.28條及8.17條項下規定的相關經驗。簡女士亦會協助閻女士組織本公司董事會會議及股東大會，以及本公司與公司秘書職責相關的其他事項。預期簡女士將與閻女士密切合作，並將與閻女士、董事及本公司高級管理層保持定期聯繫。另外，閻女士將於[編纂]起計三年期內遵守上市規則第3.29條每年參與專業培訓的規定及加強對上市規則的了解。閻女士亦將就本公司持續遵守上市規則及適用法律法規的事宜，獲得(a)合規顧問協助，尤其是在遵守上市規則方面；及(b)本公司的香港法律顧問協助。

根據新上市申請人指南第3.10章，若於[編纂]後三年期間，簡女士不再向閻女士(作為聯席公司秘書)提供協助或若本公司嚴重違反上市規則，豁免將被立即撤銷。

於初步三年期屆滿前，我們將重新評估閻女士的資格及經驗，以釐定是否符合上市規則第3.28條及第8.17條規定的要求及是否仍需要繼續協助。我們將與聯交所聯絡，讓其評估閻女士過去三年在簡女士協助下是否已獲得履行公司秘書職責所需的技能以及上市規則第3.28條附註2所界定的相關經驗，因此無需授出進一步豁免。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍

執行董事

林悅先生	中國上海市徐匯區 龍蘭路399弄9號 1801室	中國

蔡永輝先生	中國上海市徐匯區 天鑰橋南路999號 4-1502	中國

鮑秀雲女士	中國上海市楊浦區 昆明路1399弄3幢 15號202室	中國

獨立非執行董事

李西沙先生	中國北京市朝陽區 雅寶里6樓2門13室	中國

夏蔚先生	香港九龍 友翔道1號 御金•國峯2座10A	中國(香港)

陳迅安先生	香港北角 雲景道12號 美家閣9樓B室	中國(香港)

有關董事的進一步資料，請參閱「董事及高級管理層」。

參與[編纂]的各方

獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、 整體協調人、[編纂]、 [編纂]、[編纂]及 [編纂]	招商證券(香港)有限公司 香港中環 康樂廣場8號 交易廣場1座32樓

本公司的法律顧問	有關香港及美國法律： 科律香港律師事務所 香港中環 康樂廣場8號 交易廣場2座35樓

董事及參與[編纂]的各方

有關中國法律：

北京市通商律師事務所

中國北京

建國門外大街1號

國貿寫字樓2座12-15層

有關制裁法律：

摩根路易斯律師事務所

1111 Pennsylvania Avenue, NW

Washington, DC 20004-2541

United States

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問

有關香港及美國法律：

海問律師事務所有限法律責任合夥

香港中環

港景街1號

國際金融中心一期6樓

601-602及610-616室

有關中國法律：

海問律師事務所

中國北京市

朝陽區東三環中路5號

財富金融中心20層

核數師及申報會計師

安永會計師事務所

根據《會計及財務匯報局條例》的執業會計師及註冊
公眾利益實體核數師

香港鰂魚涌

英皇道979號

太古坊一座27樓

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司

中國上海市

南京西路1717號

會德豐國際廣場2504室

合規顧問

滄博資本有限公司

香港中環

德輔道中71號

永安集團大廈7樓710室

[編纂]

公司資料

中國註冊辦事處、總部及 主要營業地點

註冊辦事處
中國上海市
嘉定區真南路4268號
2幢JT10337室

總部及主要營業地點
中國上海市
徐匯區龍耀路175號
星揚西岸中心23樓

香港主要營業地點

香港
銅鑼灣希慎道33號
利園一期19樓1922室

本公司網站

www.eshyp.com
(該網站所載資料並不構成本文件的一部分)

聯席公司秘書

閻依婷女士
中國上海市
松江區谷陽北路
2399弄22號402室

簡雋藝女士(ACG, HKACG)
香港
銅鑼灣希慎道33號
利園一期19樓1922室

授權代表

林悅先生
中國上海市徐匯區
龍蘭路399弄9號
1801室

簡雋藝女士(ACG, HKACG)
香港
銅鑼灣希慎道33號
利園一期19樓1922室

審計委員會

夏蔚先生(主席)
李西沙先生
陳迅安先生

薪酬與考核委員會

夏蔚先生(主席)
林悅先生
蔡永輝先生
李西沙先生
陳迅安先生

公司資料

提名委員會

林悦先生(主席)
鮑秀雲女士
夏蔚先生
李西沙先生
陳迅安先生

[編纂]

主要往來銀行

中國銀行龍華東路支行
中國上海市黃浦區
龍華東路858號1樓

中國工商銀行上海世博支行
中國上海市浦東新區
國展路839號
華電大廈1樓

行業概覽

本節所載若干資料及統計數據是摘錄自各份官方政府刊物、市場數據提供者及我們委託獨立第三方弗若斯特沙利文編製的報告。政府官方來源的資料並未經我們、獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，亦不對其準確性發表任何聲明。

中國社交媒體營銷服務市場概覽

隨著數字經濟的快速發展，營銷已成為企業開展商業活動及實現可持續增長的核心組成部分。在競爭日益激烈的市場環境下，單憑產品質量及功能往往不足以使企業建立長期競爭優勢，因此市場對有效營銷策略及客戶互動的需求不斷增長。

如何通過有效的營銷服務有效觸達目標用戶、建立品牌知名度及推動用戶轉化，已成為企業實現商業成功的關鍵因素。營銷是企業推廣其產品及服務的重要手段，並已發展成為連接企業與消費者、推動品牌增長及實現商業價值的重要基礎設施。移動網絡的普及正從根本上重塑消費者獲取信息的方式及其消費決策流程。消費者在購買決策過程中，依賴社交媒體、內容平台及線上社區獲取產品信息、用戶評價及使用體驗。同時，社交媒體行業持續發展，內容形式(包括圖文、文字、短視頻及直播)及用戶互動模式正由基礎信息傳播逐步升級至以內容種草、興趣互動及社區交流為驅動的多元化生態系統。企業需持續通過以社交媒體平台為核心的營銷方式觸達潛在用戶，以提升品牌曝光度、用戶參與度及轉化效率，從而達致商業變現及業務增長。

中國社交媒體營銷服務市場的發展

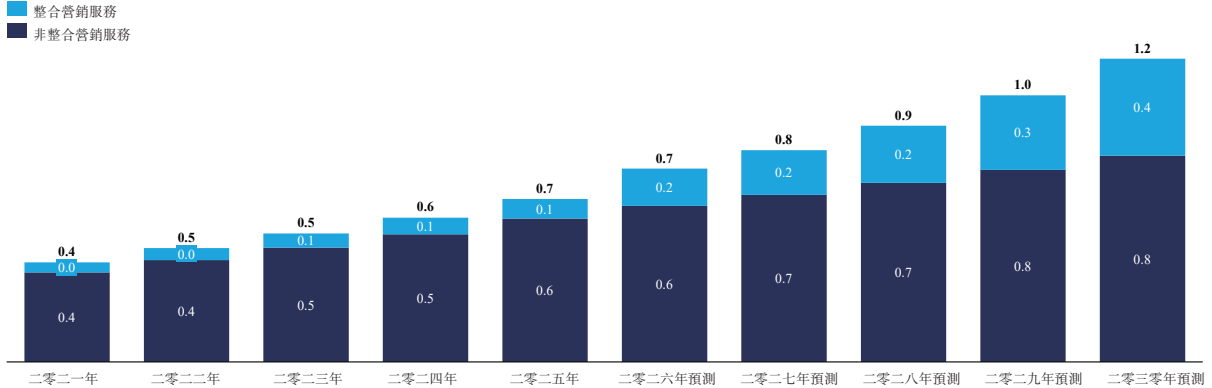
社交媒體營銷服務指通過分析及建模社交媒體平台上產生的大規模用戶行為數據、內容數據及營銷表現數據，以提升企業於社交媒體平台上的營銷活動成效的服務。預計中國社交媒體營銷服務市場規模將由二零二五年的人民幣0.7萬億元進一步增長至二零三零年的人人民幣1.2萬億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為12.6%。

行業概覽

中國社交媒體營銷服務市場規模

人民幣萬億元，二零二一年至二零三零年預測

複合年增長率	二零二一年至 二零二五年	二零二五年至 二零三零年預測
總計	13.1%	12.6%
整合營銷服務	18.4%	35.2%
非整合營銷服務	12.5%	7.5%



資料來源：國家市場監督管理總局、弗若斯特沙利文

中國社交媒體營銷服務市場的驅動力

- 社交媒體平台的重要性日益提升。**隨著移動網絡及智能設備的廣泛普及，中國典型社交媒體平台的人均月度使用時長由二零二一年的約41小時增加至二零二五年的約56小時，預計將於二零三零年進一步增加至約95小時。通過基於算法推薦等機制，社交媒體平台已成為信息、娛樂及社交互動的重要渠道，並成為影響消費者購買決策的關鍵來源。隨著用戶的注意力持續集中於社交媒體平台，企業通過社交媒體平台進行品牌傳播、產品推廣及用戶互動，以在用戶日常消費場景中建立品牌認知並影響購買決策，從而推動社交媒體營銷及服務市場的持續增長。
- 社交媒體營銷生態系統的複雜性。**隨著社交媒體平台數量持續增加及營銷方式日益多元化，企業在進行社交媒體營銷活動時，需同時管理多個平台、達人資源、流量資源及廣告形式。不同平台在內容形式、用戶結構及廣告投放機制方面存在差異，使企業在執行營銷活動時面臨較高的運營及管理複雜度。與此同時，達人生態系統已演變為由頭部達人(即擁有超過100萬名粉絲的達人)至長尾達人(即擁有1萬至10萬名粉絲的達人)構成的金字塔狀結構，並伴隨直播及沉浸式互動形式等內容形式與互動場景的持續創新。此類複雜性為企業帶來運營痛點，成為推動社交媒體營銷服務需求增長的主要驅動力。

行業概覽

- **AI技術的快速發展**。隨著人工智能技術的發展，社交媒體營銷活動的運作模式正經歷重大轉變。傳統營銷及傳統營銷活動的執行與管理往往高度依賴人工協調。相較之下，AI技術能協助企業簡化活動報告及成效分析，並自動化工作流程管理，從而提升服務提供者的運營效率。
- **達人的專業化及多元化**。達人及其支持生態系統的日益成熟，確保高質量內容的穩定供應。達人一般包括具有廣泛影響力及龐大追蹤者群體的關鍵意見領袖，以及在小眾社交中被視為更具真實性及互動導向的關鍵意見消費者。達人的專業化及MCN的發展，代表行業的進步。這類代理商在內容策劃、受眾拓展及商業運營等方面為達人提供支持，同時亦推動行業標準化，並維持服務質量及可靠性。
- **企業數字化轉型推動智能營銷服務需求**。隨著企業數字化轉型不斷深化，企業正依賴數據分析及技術工具以提升營銷效率。傳統營銷活動主要依賴人為經驗，在複雜的數字營銷環境下較難實現規模化運營及實時優化。通過分析用戶行為、營銷及平台數據，社交媒體營銷服務能協助企業實現精準用戶洞察、執行自動化營銷，並持續優化營銷成效。
- **中國企業對海外拓展需求持續增長**。隨著中國企業在跨境電商等行業拓展海外市場，市場對具備多平台運營能力及熟悉海外社交媒體生態系統分發機制的社交媒體營銷服務需求不斷增加。中國社交媒體平台的國際化亦為海外品牌推廣及用戶獲取創造更多機會。此外，企業在海外拓展過程中面臨語言、文化及合規等多重挑戰，持續推動對具備全鏈路社交媒體營銷能力的整合營銷服務需求。

中國社交媒體營銷服務市場的未來趨勢

- **整合營銷服務已成為社交媒體營銷服務的重要模式**。隨著社交媒體營銷服務形式持續多元化，單一營銷服務模式已難以滿足企業多樣化的社交媒體營銷需求。整合營銷服務通過系統性整合內容創作及製作、達人合作、媒體投放及數據分析等多種營銷服務方式，協助企業擴大內容及用戶互動，並在不同社交媒體平台之間創造協同效應，從而提升營銷效率及增強品牌傳播的一致性。預計社交媒體營銷服務將通過數據分析及智能算法進一步支持整合營銷模式，實現不同社交媒體營銷渠道之間的協調優化。

行業概覽

- **數據驅動的精準營銷服務持續深化。**隨著社交媒體平台產生的數據量持續增加，企業能夠循合規途徑獲取豐富的用戶行為數據及營銷表現數據。通過對這類數據進行分析及建模，社交媒體營銷服務能協助企業建立更精準的用戶檔案，並實施更精細的營銷策略，從而提升營銷效率及轉化成效。
- **生成式引擎優化的興起。**隨著LLM的進步，用戶正通過人工智能驅動的應用程式獲取信息、進行查詢及尋求消費建議。由於AI模型能夠基於用戶需求進行理解、整合及推薦，從而對用戶決策過程產生影響，因此，生成式引擎優化作為一種旨在提升品牌及產品於AI生成內容中的曝光度及推薦概率的新型營銷方式應運而生。通過優化AI模型的推薦邏輯、內容結構及數據來源，社交媒體營銷服務提供者可協助企業提升其品牌或產品於AI生成內容中的曝光度及推薦概率，從而在AI驅動的信息獲取場景中吸引用戶關注。此外，預計AI生成內容未來將進一步滲透社交媒體營銷服務的全流程，包括創意生成、素材製作、達人配對、活動優化及成效分析，從而推動社交媒體營銷服務向自動化、智能化及規模化演進。

中國社交媒體營銷服務市場的關鍵成功因素及進入壁壘

- **資格及經驗壁壘。**資格及經驗壁壘主要體現在為跨行業多元化客戶提供深度營銷洞察的能力。服務提供者需長期累積跨行業及社交媒體平台的經驗及專業知識，以深入理解內容趨勢、用戶行為及決定內容曝光度與互動的算法分發機制。此外，社交媒體平台通常設立層級服務提供者管理制度，據此，獲選的服務提供者可根據其服務能力及往績記錄獲得商業支持。複雜的營銷項目依賴具備資質的服務提供者提供專業的營銷活動策劃、達人管理、內容運營及效果優化服務。若干平台資源、運營工具及數據功能的存取，通常集中於具備成熟運營記錄及客戶資源的特定服務提供者，進一步提高行業壁壘。多元化的跨行業客戶基礎亦有助服務提供者累積更廣泛的營銷經驗及數據洞察，從而提升服務能力及客戶黏性。加上客戶轉換提供者成本相對較高，新進入者通常需要較長時間建立行業聲譽及客戶資源，某種程度上進一步提高市場進入的難度。

行業概覽

- **資金壁壘。**社交媒體營銷服務提供者一般需要大量運營資金。在為客戶進行營銷活動時，營銷服務提供者通常需預先支付與廣告投放、達人合作及平台資源採購相關的費用，而品牌客戶的結算週期一般相對較長，導致企業在業務拓展過程中面臨資金周轉壓力。因此，企業需具備強大的財務實力及穩定的融資渠道，以支持業務持續拓展及不斷增長的客戶需求。財務資源相對有限的新進入者在拓展業務及獲取客戶的過程中可能面臨巨大的資金壓力，從而形成一定的資金壁壘。
- **運營效率及成本管理壁壘。**在初期階段，流量獲取成本主要取決於廣告規模及財務實力。然而，隨著廣告競價機制日趨成熟及流量紅利逐漸減弱，市場對運營效率、創意素材迭代、受眾細分、廣告策略及數據分析能力的要求亦隨之提高。在此背景下，具備精細化運營能力及成本管理的服務提供者，能通過持續優化轉化路徑及廣告模式實現卓越的投資回報率，從而建立以數據能力及運營效率為核心的成本及運營壁壘。
- **人才壁壘。**社交媒體營銷服務的有效實施高度依賴跨領域人才團隊，包括具備數據分析及算法理解能力的廣告投放及優化人員，以及具備創意策劃能力的內容及運營人員。這類人才的培養週期相對較長，難以通過短期招聘填補人才缺口。因此，擁有成熟團隊及系統化人才體系的服務提供者，能在策略制定、執行效率及績效優化等方面建立持續競爭優勢，從而形成相對較高的人才進入壁壘。
- **數據分析及應用壁壘。**社交媒體營銷服務依賴持續的數據分析，以及對內容傳播成效的持續訓練與優化，構成實現精準營銷及廣告優化的重要基礎。缺乏足夠數據累積及分析能力的新進入者，往往難以建立有效的營銷模型及優化機制，從而難以提供具競爭力的服務。此外，數據分析及相關應用有助企業提升內部運營效率，從而在業務拓展過程中實現更高效的可擴展性增長。

行業概覽

中國社交媒體整合營銷服務市場概覽

中國社交媒體整合營銷服務市場的發展

社交媒體整合營銷服務是指在統一營銷策略下，根據廣告主的目標，於社交媒體平台開展的整合達人營銷、付費媒體投放，以及內容創作、賬號運營、營銷活動執行管理及成效評估等服務的營銷服務。社交媒體整合營銷服務透過對社交媒體平台上的內容、達人資源及廣告流量進行協同管理，協助品牌客戶實現品牌推廣、用戶互動及提升轉化。

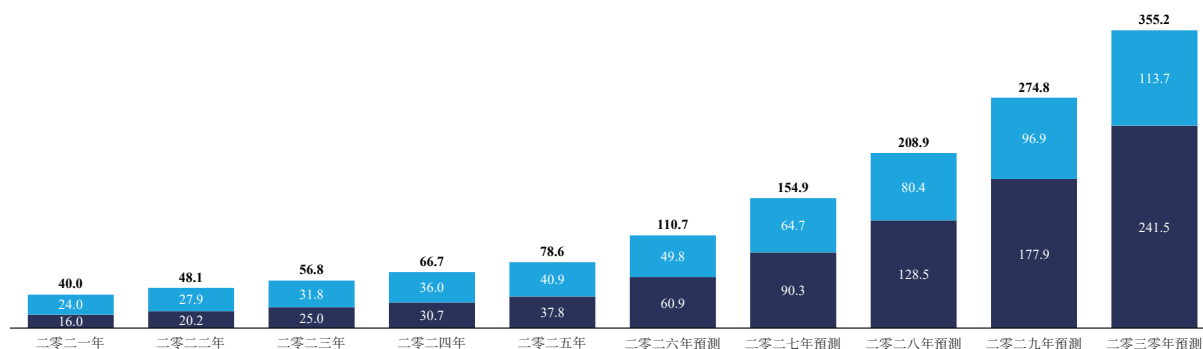
社交媒體整合營銷服務有別於單一達人營銷或單一媒體投放服務。相反地，其涉及在統一營銷目標，對內容、達人、流量資源、賬號運營及成效分析等進行協同規劃、配置及優化。透過社交媒體整合營銷服務，客戶可降低因委聘多間服務提供者而產生的溝通及協調成本，同時提升活動一致性、執行效率及營銷成效的可衡量性。中國社交媒體整合營銷服務市場規模預計將進一步增長至二零三零年的人民幣3,552億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為35.2%，而全鏈路整合營銷解決方案與內容整合營銷解決方案於二零二五年分別達人民幣378億元及人民幣409億元，並預期於二零三零年進一步分別增長至人民幣2,415億元及人民幣1,137億元。

中國社交媒體整合營銷服務市場規模

人民幣十億元，二零二一年至二零三零年預測

複合年增長率	二零二一年至 二零二五年	
	二零二一年至 二零二五年	二零二五年至 二零三零年預測
總計	18.4%	35.2%
全鏈路整合營銷解決方案	24.0%	44.9%
內容整合營銷解決方案	14.3%	22.7%

■ 全鏈路整合營銷解決方案
■ 內容整合營銷解決方案



資料來源：國家市場監督管理總局、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國社交媒體整合營銷服務市場的驅動力及未來趨勢

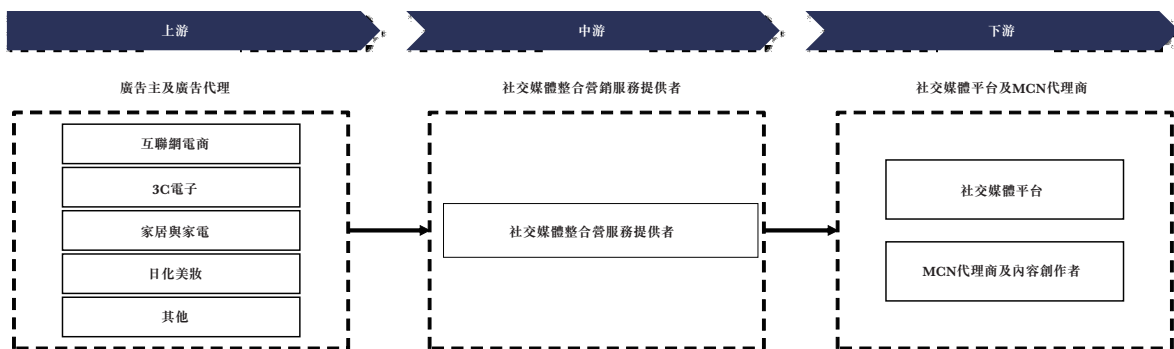
- **達人營銷及付費媒體投放持續增長，為社交媒體整合營銷服務奠定增長基礎。**達人營銷透過內容種草、產品評測、用戶互動及口碑傳播等方式，協助品牌建立消費者信任並影響購買決策，而付費媒體投放則透過精準廣告投放及流量獲取，提高活動觸達及轉化效率。隨著品牌客戶持續增加於達人營銷及付費媒體投放的開支，整合營銷服務提供者能在統一策略下協調達人內容與平台流量，從而提升預算效率及營銷成效。達人營銷市場及付費媒體投放市場的持續增長預期將為社交媒體整合營銷服務市場的擴張提供堅實基礎。
- **對一站式社交媒體整合營銷服務需求持續增長。**隨著社交媒體營銷日益涉及跨多個平台協同執行內容創作、達人合作、付費媒體投放、賬號運營及成效評估等環節，客戶對統一營銷策略、資源協同配置、集中項目管理及全面成效評估的重視程度不斷提高。因此，對一站式社交媒體整合營銷服務的需求預期將持續增長。具備在統一框架下整合內容創作、達人資源、付費媒體流量、賬號運營及數據分析能力的服務提供者，預期將更有能力協助品牌客戶提升營銷成效、執行效率及活動一致性。對整合服務日益增長的需求，預期將成為推動社交媒體整合營銷服務市場發展的重要動力。
- **AI智能體平台的增長催生營銷需求。**AI智能體平台的快速發展正催生出一批對獲取使用者及品牌建設需求強烈的新興廣告主。隨著AI智能體提供者之間的競爭日趨激烈，預計市場參與者將日益增加對達人合作及付費流量獲取的投資，以提升品牌知名度、吸引使用者，並透過社交媒體平台推廣產品採用。此外，新功能的頻繁推出需要持續進行使用者教育與市場溝通，從而創造對社交媒體整合營銷服務的持續需求。因此，AI智能體平台的擴張預計將成為社交媒體整合營銷服務市場增長的重要驅動力。

行業概覽

- 平台、達人生態系統及內容形式日趨複雜，推動對專業整合營銷服務提供者的需求。**短視頻、圖文內容、內容社區、搜索式發現及社交電商的持續發展，提高了社交媒體營銷的複雜程度。品牌客戶需要同時管理多個平台的規則、內容形式、達人層級、流量機制及成效指標。與此同時，達人生態系統已由頂級達人擴展至中尾及長尾達人、KOCs、KOSs及MCN代理商。儘管更廣泛的資源覆蓋有助品牌提升市場觸達，其亦增加達人篩選、資源匹配、內容審核、活動排程、預算管理及成效評估的複雜性。因此，具備跨平台資源整合能力、達人管理能力、付費媒體投放專業知識、項目統籌協調能力及數據分析能力的整合營銷服務提供者，預期將在品牌客戶的營銷活動中發揮愈加重要的作用。
- AI及大數據技術的進步加速整合營銷服務的智能轉型。**隨著營銷流程日益冗長、執行流程日趨複雜，加上達人及廣告數據量持續增長，整合營銷服務提供者正日益善用AI及數據工具，以提升達人匹配、內容審核、活動優化、項目管理及活動後分析。AI及數據的價值不僅在於替代人工操作，更在於將累積的項目經驗、平台規則、內容表現數據及廣告投放洞察轉化為可重複使用的工具及標準化流程。人工智能及大數據技術的進步，使服務提供者能在管理規模更大、更複雜的營銷活動時，仍能保持交付的一致性及營運效率，從而推動整體市場的增長。

中國社交媒體整合營銷服務市場價值鏈

中國社交媒體營銷服務市場的上游環節主要來自多個行業的品牌客戶組成，包括互聯網電商、3C電子、家居與家電、日化美妝及其他等行業。中游包括社交媒體整合營銷服務提供者。下游環節則主要包括多個社交媒體平台、MCN代理商及內容創作者。



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國社交媒體整合營銷服務市場的競爭格局

中國社交媒體整合營銷服務市場相對分散。按二零二五年收入計算，本公司為中國第二大社交媒體整合營銷服務提供者。

中國社交媒體整合營銷服務提供者排名（二零二五年）			
排名	公司	收入 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	A公司	3.2	4.0%
2	本公司	1.4	1.8%
3	B公司	1.3	1.7%
4	C公司	1.3	1.6%
5	D公司	1.2	1.5%

附註：

- (1) A公司為一家成立於一九九六年、總部位於北京的社交媒體整合營銷服務提供者，主要提供(其中包括)品牌推廣服務、廣告代理服務、元宇宙營銷服務等。
- (2) B公司為一家成立於二零一八年、總部位於武漢的社交媒體整合營銷服務提供者，主要提供(其中包括)精準營銷解決方案、社交電商管理服務等。
- (3) C公司為一家成立於二零零六年、總部位於上海的社交媒體整合營銷服務提供者，主要於社交媒體及數字媒體領域提供廣告服務。
- (4) D公司為一家成立於二零二零年、總部位於上海的社交媒體整合營銷服務提供者，主要提供(其中包括)品牌諮詢服務、創意策劃服務等。

資料來源：年報、專家訪談、弗若斯特沙利文

社交媒體整合營銷服務市場的關鍵成功因素及進入壁壘

- **一站式整合交付能力壁壘。**隨著客戶對涵蓋達人營銷、付費媒體投放、內容創作及賬號運營的一站式整合營銷解決方案需求不斷增加，領先服務提供者需具備在統一營銷框架下，協調內容策略、達人資源、付費媒體投放、賬號運營、活動執行及成效評估的能力。該等能力要求服務提供者同時具備全面的營銷策略專業知識、資源統籌能力、跨部門協作能力、項目管理能力、財務結算能力及成效評估能力，並能作為廣告主複雜營銷目標的單一責任合作夥伴。新進入者通常難以在短時間內建立全面的整合交付系統，因此形成顯著的進入壁壘。

行業概覽

- **主要社交媒體平台合作夥伴關係及端到端服務資質壁壘。**社交媒體平台為整合營銷服務交付的重要基礎。領先服務提供者通常已與主要社交媒體平台建立長期合作關係，並取得相關資質、認證，以及數據及營銷工具使用權、營銷資源支持及商業激勵計劃等。該等平台合作關係使服務提供者能夠更高效地獲取媒體庫存、流量資源、平台工具、廣告投放機會及激勵政策，從而提升跨平台營銷活動的執行能力及效率。由於社交媒體平台一般傾向與具備成熟服務能力、良好執行往績及較高合規標準的服務提供者合作，新進入者往往難以在短時間內取得同等水平的平台資源、認證及商業支持，因此形成顯著的進入壁壘。
- **付費媒體投放能力壁壘。**在社交媒體整合營銷中，達人內容的自然分發有助於建立消費者信任，而付費媒體投放則可擴大受眾覆蓋範圍、提升定向精準度，並增強營銷成效的可衡量性。領先服務提供者需深入掌握主要社交媒體平台的廣告產品、競價機制、受眾定向工具、預算分配策略、創意測試方法及實時優化能力，並能在統一營銷策略下協同整合付費媒體投放、內容創作、達人合作及賬號運營。此類能力有別於傳統媒體購買代理商，更強調透過內容、達人及流量資源的協同分發，以實現統一營銷目標。對於缺乏廣告投放經驗或內容營銷能力的新進入者而言，往往難以同時平衡內容真實性、活動執行效率及轉化表現，因此形成顯著的進入壁壘。
- **數據累積壁壘。**隨著社交媒體營銷流程日益複雜、平台規則快速演變，以及達人及廣告數據量持續擴大，整合營銷服務提供者日益需要依賴AI及數據分析能力，以提升達人匹配、內容審核、活動優化、項目管理及活動後評估的效率。該等能力的核心並不在於開發基礎AI模型，而在於將累積的項目經驗、平台規則、內容表現洞察、達人合作記錄、廣告數據及項目管理數據，轉化為可重用的業務規則、操作工具及管理框架。擁有更成熟數據資產、更豐富項目經驗及更完善內部系統的服務提供者，能夠在業務規模擴大時維持交付一致性及營運效率。相反，即使通用AI工具已廣泛可用，新進入者仍需較長時間建立針對營銷業務的數據資產、運營經驗及組織流程，方能有效支撐大規模服務交付，因此形成顯著的進入壁壘。

行業概覽

- **優質品牌客戶關係及跨行業項目經驗壁壘。**社交媒體整合營銷服務通常涉及品牌策略制定、內容策劃、預算管理、轉化優化及跨部門協同。因此，品牌客戶一般傾向選擇具備成熟交付能力、豐富跨行業經驗及強大項目管理能力的服務提供者。透過與領先品牌建立長期合作關係，成熟服務提供者能夠累積不同行業、社交媒體平台、內容形式及營銷目標方面的寶貴經驗，並持續將相關洞察應用於營銷策劃、資源配置及成效優化之中。相反，新進入者通常缺乏穩定的客戶關係、標杆性項目案例及累積的營運經驗，可能限制其獲取大型品牌客戶預算及承接複雜綜合營銷項目的能力，因此形成顯著的進入壁壘。

資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘弗若斯特沙利文就我們所經營的市場進行詳細分析並編製行業報告(「弗若斯特沙利文報告」)。弗若斯特沙利文提供的服務包括針對多個行業的市場評估、競爭力基準分析以及戰略與市場規劃。我們已同意就編製及使用弗若斯特沙利文報告支付合共人民幣500,000元的費用及開支。該款項的支付與我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結果無關。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他行業報告。

我們已於本節以及本文件中「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他部分中摘錄弗若斯特沙利文報告的若干資料，以向潛在[編纂]更全面地呈現我們所經營的行業。除非另有說明，本節所載的所有數據及預測均源自弗若斯特沙利文報告、各份官方政府刊物及其他出版物。弗若斯特沙利文基於其內部資料庫、獨立第三方報告以及來自信譽良好的行業機構的公開資料編製其報告。如有必要，弗若斯特沙利文會聯絡業內公司，以收集及整合有關市場、價格及其他相關信息。弗若斯特沙利文認為，用於編製弗若斯特沙利文報告的基本假設(包括用於未來預測的假設)均為真實、準確且不具誤導性。弗若斯特沙利文已對資料進行獨立分析，惟其審查結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能受這類假設及所選用的一手及二手資料來源的準確性影響。

監管概覽

本節概述與我們於中國的業務運營有關的主要中國法律法規及規例。

有關廣告業務的法律法規

廣告

《中華人民共和國廣告法》(「《廣告法》」)由全國人大常委會於一九九四年十月二十七日頒佈，最近一次修訂為二零二一年四月二十九日。《廣告法》規定，廣告內容必須真實合法。包含若干特定內容的廣告，於刊登前須經主管機關審批通過。《廣告法》進一步禁止廣告(其中包括)：(i)使用或變相使用中國國旗、國歌、國徽、軍旗、軍歌或軍徽；(ii)使用或變相使用國家機關及其人員的名稱、形象；(iii)使用「國家級」、「最高級」或「最佳」等表達；(iv)損害國家尊嚴或利益，或洩漏國家機密；(v)危害社會穩定或損害公共利益；(vi)危害人身或財產安全，或侵犯個人私隱；(vii)擾亂公共秩序或違反社會道德；(viii)含有淫穢、色情、賭博相關、迷信、恐怖主義或暴力內容；(ix)含有種族、民族、宗教或性別歧視；(x)妨礙環境保護、自然資源保護或文化遺產保護；或(xi)屬於適用法律及行政法規禁止的其他情況。違反上述規定者，可能導致罰款、沒收廣告收入，或被勒令停止發佈相關廣告或在相應範圍內消除影響。如情況嚴重者，市場監管部門可勒令違規方停止廣告業務活動或吊銷其營業許可證。

互聯網廣告

由國家市場監督管理總局頒佈的《互聯網廣告管理辦法》(「《互聯網廣告辦法》」)，自二零二三年五月一日起生效。《互聯網廣告辦法》對在中國境內透過網站、網頁、互聯網應用程式或其他互聯網媒體以文字、圖片、音頻、視頻或其他形式直接或間接推廣商品或服務的商業廣告活動進行規範。除其他事項外，《互聯網廣告辦法》特別規定：(i)互聯網廣告應當真實、合法，以健康的表現形式表達廣告內容，符合有關社會道德、文化價值及弘揚中國傳統文化的要求；(ii)互聯網廣告應具有可識別性，消費者應能夠清楚地識別其為廣告；具體而言，任何產品或服務的付費搜尋廣告，廣告發佈者應顯著地標誌其為「廣告」，以便與自然搜索結果明顯區分；(iii)倘互聯網廣告以彈出視窗或其他具干擾性的格式發佈，品牌客戶及廣告發佈者應清楚標明「關閉」按鈕，確保一鍵即可關閉廣告，且不得採取任何影響該一鍵關閉功能的行為；(iv)禁止欺騙或誤導用戶點擊或者瀏覽廣告；(v)品牌客戶應當對互聯網廣告內容的真實性負責；(vi)廣告代理及廣告發佈者應當建立、健全及實施互聯網廣告業務運營的登記、審核及檔案管理制度；(vii)利用算法推薦或類似方式發佈互聯網廣告，應當將適用的算法推薦服務規則及廣告投放記錄等納入廣告檔案；及(viii)不得以知識分享、體驗分享或消費者評論等形式變相發佈廣告。

監管概覽

有關企業及外國投資的法規

在中國境內設立並運營的公司須受《中華人民共和國公司法》(「《**公司法**》」)管轄。該法由全國人大常委會頒佈，最近一次修訂為二零二三年十二月二十九日，並自二零二四年七月一日起生效。《公司法》規範公司的設立、組織架構及公司管治，且有關規定亦同樣適用於在中國的外商投資企業。除中國外商投資法律另有規定者外，均須以《公司法》規定為準。

根據商務部及國家發改委聯合頒佈的《鼓勵外商投資產業目錄(二零二五年版)》(「《**鼓勵目錄**》」)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(二零二四年版)》(「《**負面清單**》」)，外商投資產業被劃分為三個類別：「鼓勵類」、「限制類」及「禁止類」。未列入《鼓勵目錄》或《負面清單》的行業，除中國其他法律法規另有明確限制者外，通常被視為屬於「允許類」。

於二零一九年三月十五日，全國人大頒佈了《中華人民共和國外商投資法》(「《**外商投資法**》」)，而於二零一九年十二月二十六日，國務院頒佈了《中華人民共和國外商投資法實施條例》(「《**實施條例**》」)，以進一步明確及闡釋《外商投資法》的相關條文規定。根據《外商投資法》，「外商投資」乃指外國投資者(包括外國自然人、外國企業或其他外國組織)在中國境內直接或間接開展的投資活動。《實施條例》引入「穿透原則」，並進一步規定在中國境內投資的外商投資企業亦須受《外商投資法》及《實施條例》規管。

有關知識產權的法規

商標

根據全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零一九年四月二十三日並於二零一九年十一月一日生效的《中華人民共和國商標法》(「《**商標法**》」)，以及由國務院頒佈於二零一四年四月二十九日修訂並於二零一四年五月一日起生效的《中華人民共和國商標法實施條例》，註冊商標自註冊日期起計有效期為十年。於註冊商標有效期屆滿後，須於期滿前十二個月內提交註冊商標續期申請。就商標而言，《商標法》在處理商標註冊時採用了「先申請」原則。申請註冊的商標，凡與他人在同一種商品或服務或類似商品或服務上已經註冊的或初步審定及批准使用的商標相同或者近似，則有關商標註冊申請可能會被駁回。申請商標註冊的任何人士不得損害他人現有的在先權利，也不得搶先註冊他人已經使用並有「一定影響」的商標。

監管概覽

著作權

根據全國人大常委會於一九九零年九月七日頒佈、最近一次修訂為二零二零年十一月十一日並於二零二一年六月一日生效的《中華人民共和國著作權法》，以及國務院於二零零二年八月二日頒佈、最近一次修訂為二零一三年一月三十日的《中華人民共和國著作權法實施條例》，中國公民、法人或其他組織的作品，包括文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及電腦軟件，不論是否發表，均由其享有著作權。受保護作品的著作權人享有發表、署名、修改、保護作品完整、複製、發行、出租、展覽、表演、放映、廣播、信息網絡傳播、攝製、改編、翻譯、彙編等人身權及財產權，以及應當由著作權人享有的其他權利。除《著作權法》另有規定者外，未經著作權人許可，複製、發行、表演、放映、廣播或剽竊其作品，應當構成侵犯著作權行為。

為進一步實施由國務院頒佈(並分別於二零零一年十二月二十日及二零一三年一月三十日修訂)的《計算機軟件保護條例》，國家版權局於二零零二年二月二十日頒佈了《計算機軟件著作權登記辦法》(並於二零零四年七月一日修訂)，明確有關軟件著作權登記的具體程序及要求。

專利

由全國人大常委會頒佈的《中華人民共和國專利法》，最近一次修訂為二零二零年十月十七日，並於二零二一年六月一日生效。由國務院頒佈《中華人民共和國專利法實施細則》，最近一次修訂為二零二三年十二月十一日，並於二零二四年一月二十日生效。中國的專利制度採用「先申請」原則，即兩個以上的申請人分別就同樣的發明創造(如發明、實用新型或外觀設計)申請專利的，有關專利權授予最先提出申請的人士。若想申請專利權，發明或實用新型必須滿足三個條件：新穎性、創造性及實用性。

發明專利的有效期限為20年，實用新型及外觀設計專利的有效期限分別為10年及15年，自申請日期起計算。除法律規定的若干特定情況外，任何第三方使用者均須事先獲得專利權人的同意或適當許可，方可使用有關專利，否則，該第三方可能會侵犯專利權持有人的權利。

監管概覽

域名

根據工信部於二零一七年八月二十四日頒佈(並自二零一七年十一月一日起生效)的《互聯網域名管理辦法》、中國互聯網絡信息中心於二零一九年六月十八日頒佈(並於當日生效)的《國家頂級域名註冊實施細則》，以及工信部於二零一七年十一月二十七日頒佈並於二零一八年一月一日起生效的《工業和信息化部關於規範互聯網信息服務使用域名的通知》，域名所有者必須對其擁有的域名進行註冊。工信部負責監督管理中國互聯網域名，各省、自治區及直轄市通信管理局負責各自行政區域內的域名服務。域名註冊實行「先申請」原則。申請人必須提供真實的身份信息，並與域名註冊服務機構訂立註冊協議。域名註冊程序完成後，申請人即成為域名持有者。

有關網絡安全、私隱及數據保護的法律法規

根據由全國人大常委會頒佈於二零二五年十月二十八日修訂並於二零二六年一月一日起生效的《中華人民共和國網絡安全法》(「《網絡安全法》」)，網絡運營者建設、運營網絡或者通過網絡提供服務，應當依照法律、行政法規規定及國家標準載列的強制性要求，採取技術措施及其他必要措施，以保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，以及維護網絡數據的完整性、保密性及可用性。《網絡安全法》強調，任何個人及組織使用網絡，不得危害網絡安全，不得利用網絡從事危害國家安全、經濟秩序及社會秩序的活動，或侵害他人的名譽、隱私、知識產權及其他合法權益。

於二零二一年六月十日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國數據安全法》(「《數據安全法》」)，該法於二零二一年九月一日起生效。《數據安全法》對開展數據處理活動的實體及個人施加數據安全及隱私保護義務。數據處理者應當依照中國法律法規的規定開展數據處理活動，建立及完善全流程數據安全管理制度，組織及開展數據安全教育培訓，並採取相應的技術措施及其他必要措施，以保障數據安全。《數據安全法》亦規定對影響或可能影響國家安全的數據處理活動進行國家安全審查程序，並對若干數據及信息施加出口限制。

根據全國人大於二零二零年五月二十八日頒佈並於二零二一年一月一日起生效的《中華人民共和國民法典》，自然人的個人信息受法律保護。任何組織或者個人需要獲取他人個人信息的，應當依法取得，並不得非法收集、使用、加工、傳輸、買賣、提供或者公開他人個人信息。

監管概覽

《中華人民共和國個人信息保護法》(「**《個人信息保護法》**」)於二零二一年八月二十日頒佈並於二零二一年十一月一日生效。《個人信息保護法》不再單純依賴《網絡安全法》確立的「知情同意」原則，而是重申了個人信息處理者可以處理個人信息的情況以及該等情況下的具體要求。該法亦規定了個人信息處理者的義務。違反《個人信息保護法》的規定，個人信息處理者可能面臨責令改正、警告、罰款、暫停相關業務、吊銷許可證、記入相關信用記錄，甚至被追究刑事責任。

於二零二一年十二月二十八日，國家互聯網信息辦公室(網信辦)聯同其他中國相關監管機構修訂並頒佈《網絡安全審查辦法》，該辦法於二零二二年二月十五日生效。根據《網絡安全審查辦法》的規定，關鍵信息基礎設施運營者(「**關鍵信息基礎設施運營者**」)採購網絡產品及服務，或網絡平台運營者開展數據處理活動，倘影響或可能影響國家安全，應當進行網絡安全審查。《網絡安全審查辦法》進一步規定，掌握超過一百萬用戶個人信息的網絡平台運營者尋求國外上市，必須申報網絡安全審查。倘網絡安全審查工作機制成員單位認為網絡產品及服務以及數據處理活動影響或可能影響國家安全，應當由網絡安全審查辦公室匯報中央網絡安全和信息化委員會批准後，依照相關法規進行審查。

於二零二四年九月二十四日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》，該條例於二零二五年一月一日生效。該條例闡明網絡數據安全管理的通用規定，並細化個人信息保護、重要數據安全管理、網絡數據跨境安全管理以及網絡平台服務提供者義務等方面的具體要求。

於二零二四年三月二十二日，網信辦頒佈《促進和規範數據跨境流動規定》(「**《新數據傳輸規定》**」)。根據《新數據傳輸規定》，在國際貿易、跨境運輸、學術合作、跨國製造及市場營銷等活動中收集及產生的數據跨境傳輸，倘不涉及個人信息或重要數據，均獲豁免遵循數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同或取得個人信息保護認證規定。《新數據傳輸規定》亦訂明，關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者，自當年一月一日起累計向境外提供少於100,000名個人信息(不包括敏感個人信息)，則可獲豁免遵循數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同或取得個人信息保護認證規定。

監管概覽

有關反壟斷及反不正當競爭的法規

根據由全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零二二年六月二十四日並於二零二二年八月一日生效的《中華人民共和國反壟斷法》，禁止達成壟斷協議、濫用市場支配地位以及具有或可能具有排除、限制競爭效果的經營者集中等壟斷行為。根據由國務院頒佈、最近一次修訂為二零二四年一月二十二日的《國務院關於經營者集中申報標準的規定》，進一步闡明當經營者集中發生且達到任一法定申報標準時，相關經營者應當事先向反壟斷執法機構申報。倘經營者集中未達到法定申報標準，且有證據證明該集中具有或可能具有排除、限制競爭的效果，國家市場監督管理總局有權要求經營者進行申報。

經營者之間的競爭通常受到由全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零二五年六月二十七日的《中華人民共和國反不正當競爭法》(「**《反不正當競爭法》**」)管轄。根據《反不正當競爭法》的規定，經營者在市場交易中應當遵循自願、平等、公平及誠信的原則，並且遵守法律及商業道德。經營者違反《反不正當競爭法》，須根據具體情況承擔相應的民事、行政或刑事責任。於二零二四年五月六日，國家市場監督管理總局頒佈《網絡反不正當競爭暫行規定》，該規定於二零二四年九月一日生效。該等條文規定為預防及制止網絡不正當競爭行為、維護公平競爭的市場秩序、鼓勵創新、保護經營者及消費者的合法權益以及促進數字經濟規範化、可持續及健康發展提供監管依據。

有關房地產的法規

根據由全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零一九年八月二十六日並於二零二零年一月一日生效的《中華人民共和國城市房地產管理法》，當租賃物業時，出租人及承租人須訂立書面租賃合約。此外，根據《中華人民共和國城市房地產管理法》以及住房和城鄉建設部於二零一零年十二月一日頒佈並於二零一一年二月一日生效的《商品房屋租賃管理辦法》，出租人及承租人均須在房屋租賃合約訂立後30日內，在房地產主管部門辦理房屋租賃登記。倘出租人及承租人未能辦理登記手續，則出租人及承租人可能會被處以介乎人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。根據《中華人民共和國民法典》，承租人經出租人同意，可以將租賃物業轉租予第三方。房屋租賃合約未有辦理登記手續，不會影響合約的效力。

監管概覽

有關僱傭及社會福利的法規

僱傭

規範僱傭關係的主要中國法律法規包括由全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零一八年十二月二十九日的《中華人民共和國勞動法》(「《勞動法》」)、由全國人大常委會頒佈、最近一次修訂為二零一二年十二月二十八日並於二零一三年七月一日生效的《中華人民共和國勞動合同法》(「《勞動合同法》」)，以及由國務院於二零零八年九月十八日頒佈並於同日生效的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》。根據上述法律法規，僱主與僱員之間建立勞動關係，必須訂立書面勞動合同。根據法律法規的明文規定，僱主須保障僱員休息的權利，以及僱員收取的工資不得低於地方最低工資標準的權利。

社會保險

根據最近一次修訂為二零一八年十二月二十九日的《中華人民共和國社會保險法》，以及中國其他相關法律法規，僱主須向社會保險機關辦理社會保險登記，並為僱員繳納涵蓋基本養老保險、基本醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險等社會保險計劃供款。基本養老金、醫療保險及失業保險費由僱主及僱員共同繳納，而工傷保險及生育保險供款則只由僱主繳納。僱主未能按時足額繳納社會保險費，由社會保險費徵收機構責令於限期內繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收0.05%的滯納金；逾期仍不繳納，由有關行政機關處以介乎欠繳金額一倍以上三倍以下的罰款。

根據於二零二五年九月一日生效的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》，僱主與僱員協定無需繳納社會保險費，或僱員向僱主作出無需繳納社會保險費的承諾，人民法院將視該協定或承諾為無效。倘僱主未能依法繳納社會保險費，而僱員根據《勞動合同法》第38(3)條的規定要求終止勞動合約，並提出經濟補償申索，人民法院須依法予以支持。在前段規定的情況下，倘僱主其後依法繳納社會保險費，並請求僱員返還已付社會保險費補償，人民法院須依法予以支持。

監管概覽

住房公積金

根據國務院於一九九九年四月三日頒佈、最近一次修訂為二零一九年三月二十四日的《住房公積金管理條例》，任何新成立的實體須於指定管理中心辦理住房公積金繳存登記，並為存入僱員住房公積金辦理開立賬戶手續。僱主及僱員亦須按時足額繳存住房公積金，其繳存金額不得低於僱員於上一年度的每月平均工資的百分之五。任何逾期不繳或少繳住房公積金的實體，由住房公積金管理中心責令於指定限期內繳存；倘逾期仍不繳存，住房公積金管理中心有權申請由人民法院強制執行。

有關稅項的法規

企業所得稅

根據全國人大於二零零七年三月十六日頒佈、最近一次修訂為二零一八年十二月二十九日的《中華人民共和國企業所得稅法》(「**《企業所得稅法》**」)，以及由國務院於二零零七年十二月六日頒佈、最近一次修訂為二零二四年十二月六日並於二零二五年一月二十日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(與《企業所得稅法》統稱為「**中國企業所得稅法**」)，除對特定行業及項目給予稅收優惠外，外商投資企業及內資企業統一適用25%的企業所得稅稅率。經認定為「高新技術企業」的企業，有權享有15%的企業所得稅優惠稅率，而非25%的法定統一稅率。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施條例(最近一次由全國人民代表大會常務委員會於二零一八年八月三十一日修訂，並自二零一九年一月一日起生效)，向個人支付所得的實體或個人即為扣繳義務人，並須就該筆支付款項代扣代繳個人所得稅。

增值稅

於二零二四年十二月二十五日，全國人民代表大會常務委員會頒佈《中華人民共和國增值稅法》(「**增值稅法**」)，並於二零二六年一月一日起生效。根據增值稅法，在中國境內從事貨物、服務、無形資產及不動產銷售以及貨物進口之任何實體及個人(包括個體工商戶)均為增值稅納稅人，並須依照增值稅法繳納增值稅。除納稅人出口貨物、國務院規定範圍內之境內實體及個人跨境銷售服務或無形資產以及國務院規定的其他情形外，銷售貨物、加工、修理更換勞務、有形動產租賃服務或進口貨物的增值稅稅率為13%，除另有規定外。除上述情形外，銷售服務或無形資產的增值稅稅率為6%。

監管概覽

股息預扣稅

根據中國企業所得稅法及其實施細則，中國外商投資企業於二零零八年一月一日後產生並應付予其外國投資者(即法律定義屬非居民企業)之股息，須繳納10%的預扣稅稅率，除非有關外國投資者之註冊成立司法管轄區與中國訂有稅務協定並規定不同的預扣安排。根據於二零零六年八月二十一日頒佈，並於二零一九年七月十九日作最後修訂的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》(「**避免雙重徵稅安排**」)，倘香港居民企業在收取股息前連續12個月內的任何時間內，持有中國居民企業超過25%的股權，中國主管稅務機關可認定該香港居民企業符合避免雙重徵稅安排下相關條件及規定，且該香港居民企業自中國居民企業收取股息之預扣稅率可由中國企業所得稅法適用的10%降至5%。

然而，根據國家稅務總局於二零零九年二月二十日頒佈並生效之《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，倘中國稅務機關認為有關公司因主要以避稅為目的之交易或安排而享受減免稅率，則有關機關可調整稅務優惠待遇。於二零一九年十月十四日頒佈並於二零二零年一月一日生效之《國家稅務總局關於發佈〈非居民納稅人享受協定待遇管理辦法〉的公告》，規定申請人如欲證明其「實益擁有人」身份，須收集及保存相關文件，並於稅務機關提出要求時，向主管稅務機關提交有關文件。

有關外幣兌換的法規

中國外匯兌換之主要法規為《中華人民共和國外匯管理條例》(「**外匯管理條例**」)，該條例由國務院於一九九六年一月二十九日頒佈，並於二零零八年八月五日作最後修訂。根據外匯管理條例，人民幣於經常項目下(包括股息分派、利息支付、貿易及服務相關之外匯交易)可自由兌換，但於資本項目下(例如直接投資、貸款、投資匯回及於中國境外證券投資)則不可自由兌換，除非事先獲得國家外匯管理局的批准並向國家外匯管理局登記。

根據國家外匯管理局於二零二四年四月三日頒佈並於二零二四年五月六日生效之《資本項目外匯業務指引(二零二四年版)》，原則上境內企業於境外上市所募集資金應及時調回中國，並可選擇以人民幣或外幣形式匯回。資金用途須與已公開披露文件所載內容一致。境內企業如使用境外上市募集資金進行海外直接投資、海外證券投資、海外放貸及其他業務，須遵守相關外匯管理規定。

監管概覽

國家外匯管理局於二零一五年二月十三日頒佈《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局13號文**」)，於二零一五年六月一日生效，其後於二零一九年十二月三十日部分廢除。國家外匯管理局13號文規定，中國居民或實體就中國境外的外匯直接投資，須向合資格銀行登記，而非向國家外匯管理局或其地方分支機構。國家外匯管理局於二零一七年一月二十六日頒佈《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》，並於同日生效，該通知對境內實體向境外匯出利潤等資金實施若干資本管制措施，並規定境內實體在辦理境外投資相關登記程序時，須詳細說明資金來源及使用安排，並提供證明。

於二零一三年五月十日，外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於印發〈外國投資者境內直接投資外匯管理規定〉及配套文件的通知》，並於二零一八年十月十日作出修訂，及於二零一九年十二月三十日部分廢止，其規定，外匯管理局或其地方分支機構對外國投資者在中國的直接投資的管理應以登記方式進行。機構和個人應向外匯管理局及／或其分支機構登記其在中國的直接投資。銀行應根據外匯管理局及其分支機構提供的登記資訊，處理與在中國的直接投資有關的外匯業務。

國家外匯管理局於二零一五年三月三十日頒佈《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**國家外匯管理局19號文**」)，於二零一五年六月一日生效，其後於二零一九年十二月三十日部分廢除，並於二零二三年三月二十三日最後修訂。根據國家外匯管理局19號文，外商投資企業之外匯資本金實行「意願結匯」方式。外商投資企業外匯資本金之意願結匯比例暫定為100%，而國家外匯管理局可根據國際收支狀況適時調整上述比例。

於二零一六年六月九日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局16號文**」)，即時生效，其後於二零二三年十二月四日修訂。根據國家外匯管理局16號文，已於中國登記之企業亦可自行決定將其外幣債務由外匯轉換為人民幣。此外，國家外匯管理局於二零一九年十月二十三日頒佈《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(「**國家外匯管理局28號文**」)，其後於二零二三年十二月四日修訂。國家外匯管理局28號文明確允許經批准經營範圍內不包含股權投資之外商投資企業，在真實投資及符合外商投資相關法律法規之前提下，使用其資本項目結匯所得資金進行境內股權投資。

監管概覽

根據《國家外匯管理局關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的通知》(國家外匯管理局於二零二三年十二月四日發佈並施行)，境內實體欠付境內股權轉讓方(包括機構及個人)的外幣股權轉讓代價，以及境內企業境外上市募集的外匯資金，可直接匯入資本項目結匯賬戶。資本項目結算賬戶中的資金可自主結算及使用。

於二零二零年四月十日，外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》，據此，在保證資金使用真實、合規的前提下，遵守現行資本賬目收入使用管理規定，允許符合條件的企業使用資本賬目收入，如資本金、外債、境外上市等，用於境內支付，不需事先就每宗交易向銀行提供真實性證明材料。

有關股權激勵計劃的法規

《國家外匯管理局關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》(「**國家外匯管理局7號文**」)由國家外匯管理局於二零一二年二月十五日頒佈，並於同日起生效。根據7號文及其他相關規定，參與境外公眾上市公司任何股權激勵計劃之境內僱員、董事、監事、顧問及其他高級管理層，如屬中國公民或在中國連續居住不少於一年的非中國公民，須向國家外匯管理局及其地方分支機構完成登記及其他程序。參與股權激勵計劃之中國居民須委任一名合資格之境內代理人，負責向國家外匯管理局辦理登記、銀行賬戶開立、資金轉移及與股權激勵計劃相關之其他程序。同時，亦須委託境外機構負責行使、買賣相應股份或權益、資金轉移及其他事宜。中國居民根據股權激勵計劃出售股份所得之外匯收入及境外上市公司派發之股息，須先匯入境內機構所開立之中國境內銀行賬戶後，方可向中國居民分派。

有關境外證券發售及上市的法規

於二零二一年七月六日，中共中央辦公廳、國務院辦公廳聯合頒佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，強調需加強證券違法活動管理及對境外上市中資公司的監督，並建議採取有效措施，且規定將修訂國務院有關股份有限公司境外發售及上市之特別規定。

於二零二三年二月十七日，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「**境外上市試行辦法**」)及五項配套指引，並於二零二三年三月三十一日生效。境外上市試行辦法及配套指引將全面改善及改革現行中國境內企業證券境外發售及上市之監管制度，並透過採取備案制監管制度，規範中國境內企業證券之直接及間接境外發售及上市。

監管概覽

根據境外上市試行辦法，擬以直接或間接方式在境外市場發行及上市證券之中國境內企業，須履行向中國證監會備案程序並報告相關資料。倘發行人向境外主管監管機構提交首次公開發售申請，該發行人須於提交相關申請後三個營業日內向中國證監會備案。境外上市試行辦法亦規定，已完成境外發行及上市之發行人如發生重大事件(例如控制權變更或自願或強制退市)，須就有關事項向中國證監會作出後續報告。

於二零二三年二月二十四日，中國證監會、財政部、國家保密局及國家檔案局聯合頒佈《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》，並於二零二三年三月三十一日生效，據此，境外證券監管機構及有關主管海外機構可就境內企業境外發行及上市，要求查閱、調查或取證，或向進行相關業務之境內證券公司及證券服務提供者進行查閱、調查及取證，而有關查閱、調查及取證須透過跨境監管合作機制進行，中國證監會或其他中國主管機關將根據雙邊及多邊合作機制提供必要協助。境內企業、證券公司及證券服務提供者須事先取得中國證監會或其他中國主管機關批准，方可配合境外證券監管機構或有關主管海外機構之查閱及調查，或提供相關查閱及調查所要求之文件及資料。具體而言，境內企業如擬直接或透過其境外上市實體向包括證券公司、證券服務提供者及境外監管機構等相關人士或實體公開披露或提供，(i)載有國家機密或政府機關工作機密之文件及資料，須先取得主管機關批准並向保密行政主管部門備案；(ii)一旦洩露可能損害國家安全或公共利益之任何其他文件及資料，則須嚴格履行相關國家規定之程序。境內企業向證券公司及證券服務提供者提供文件及資料時，須遵守適用之國家機密規定處理相關文件及資料，並同時提供書面聲明。

有關H股全流通的法規

根據中國證監會於二零一九年十一月十四日頒佈並於同日生效，以及於二零二三年八月十日進行部分修訂的《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》，「全流通」一詞指H股公司境內未上市股份(包括境外上市前境內股東持有的境內未上市股份、境外上市後境內增發的境內未上市股份及境外股東持有的未上市股份)在聯交所的流通。在符合有關法律法規及國有資產管理、外商投資、行業監管等政策的前提下，境內未上市股份的股東可以通過協商，自行確定申請流通的股份數量及比例，委託H股公司提出「全流通」申請。境內未上市股份在聯交所上市流通後，不得轉回中國內地。境內未上市股份的股東可以按照相關業務規則減持或增持其在聯交所流通的相關股份。H股公司應在向中國證券登記結算有限責任公司(「中國結算」)申請所涉及股份完成登記後的15日內，向中國證監會提交相關信息報告。

監管概覽

根據中國結算深圳分公司頒佈並於二零二五年六月二十七日作最新修訂且自二零二五年六月三十日起生效之《中國證券登記結算有限責任公司深圳分公司H股「全流通」業務指南》，當中規定業務準備、賬戶安排、跨境股份過戶登記及境外集中存管等事項。根據該指引，H股公司須於公告所載現金股息派發日期下午四時前，將全額人民幣現金股息轉入中國結算深圳分公司之銀行賬戶。中國結算深圳分公司須於公告所載現金股息派發日期後三個H股「全流通」工作日內完成股息資金清算，其後股息資金將劃付予境內證券公司，再由境內證券公司向投資者派發股息資金。

根據境外上市試行辦法，就直接境外上市的境內企業而言，持有其境內未上市股份的股東如申請將其所持股份轉換為境外上市股份並於境外證券交易所上市，須遵守中國證監會之相關規定並向中國證監會備案。

美國出口管制及經濟制裁法律法規

美國出口管制主要受聯邦法律及法規規管，包括由美國商務部工業與安全局管理的出口管理條例。《出口管理條例》規管若干受美國司法管轄的商品、軟件及技術的出口、再出口及轉讓(包括境內轉讓)。受《出口管理條例》管制的項目包括美國原產項目、若干含有超過適用門檻之受管制美國原產內容的外國製造項目，以及若干屬於特定美國原產軟件或技術的直接產品之外國製造項目。

視乎相關軟件或技術的分類、目的地、最終用戶及最終用途，可能需要事先取得美國商務部工業與安全局的批准。就提供數據分析、數字營銷、AI驅動內容工具、軟件即服務、應用程式介面及相關技術服務之業務而言，倘有關業務採購、存取、開發、轉讓或提供美國原產軟件、源代碼、雲端工具、AI工具或其他受管制技術，則可能涉及出口管理條例的考慮。

美國經濟制裁由海外資產控制辦公室管理。海外資產控制辦公室制裁針對若干國家、地區、政府、實體及個人。美國制裁一般適用於美國人士及與美國存在關聯之交易，包括涉及美國原產貨品、軟件或技術、美國金融機構、美元結算或美國人士之交易。

美國政府亦設有多項受限制方名單，包括由美國商務部工業與安全局管理的實體清單、被拒絕人士名單及未經核實名單，以及由海外資產控制辦公室管理的特別指定國民及被封鎖人士名單。涉及名單所列人士之交易可能須遵守許可規定、禁令或其他限制。

未能遵守適用之美國出口管制及經濟制裁法律，可能導致民事處罰、刑事處罰、出口權限被撤銷、業務活動受限及聲譽受損。

歷史、發展及公司架構

概覽

我們為中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者。詳情請見「業務」。

本公司於二零一四年三月十七日在中國成立，並於二零二零年九月二十二日轉換為股份有限公司。在林先生及高級管理團隊之願景與領導下，我們已於中國社交媒體整合營銷行業建立市場領先地位。有關林先生之履歷，請見「董事及高級管理人員」。

里程碑

以下為我們自成立以來之主要發展里程碑概要：

年份	里程碑
二零零九年	我們的首家附屬公司上海悅普網絡科技有限公司於中國成立
二零一四年	本公司(前稱上海思傳廣告有限公司)於中國成立
二零一七年	附屬公司上海卓而文化傳媒有限公司及上海令行文化傳媒有限公司於中國成立
	我們成為中國4A會員單位的會員
二零一九年	我們進入了抖音平台，並拓展短視頻內容生態系統
二零二零年	本公司轉換為股份有限公司
	我們在小紅書上推出內容營銷活動
二零二二年	我們獲中共上海市委宣傳部及上海市文化和旅遊局評選為「上海文化企業十佳」
	我們積極從達人驅動型業務轉向社交媒體整合營銷解決方案
二零二三年	我們推出悅普智能經營管理系統(「YP I-Ops」)
	我們在小紅書和抖音上的社交媒體整合營銷業務經歷快速增長

歷史、發展及公司架構

年份	里程碑
二零二四年	我們成為首批五家小紅書靈犀金牌數據服務商之一
二零二五年	我們推出悅普智算引擎(「YP ICE」)
二零二六年	我們於二零二六年入選小紅書官方推薦代運營服務商，並位列第一梯隊
	我們完成[編纂]前投資

主要附屬公司

於往績記錄期間，對我們的經營業績作出重大貢獻或對我們具有戰略重要性的主要附屬公司載列如下：

附屬公司	成立地點	成立日期	直接或間接 持股比例	主要業務
上海悅普網絡科技有限公司	中國	二零零九年 七月八日	100%	整合營銷服務
上海卓而文化傳媒有限公司	中國	二零一七年 八月二日	100%	整合營銷服務
上海令行文化傳媒有限公司	中國	二零一七年 九月十一日	60%	整合營銷服務

本公司之成立及主要股權變動

本公司之成立及早期股權變動

本公司於二零一四年三月十七日在中國以有限責任公司形式成立，註冊資本為人民幣100,000元。於成立後，本公司由林先生及蔡先生分別擁有70%及30%股權。於二零一七年十一月至二零一八年一月，林先生及蔡先生與上海韻程(一間設立作為[編纂]前股權激勵平台的有限合夥企業)訂立股權轉讓協議，據此，林先生及蔡先生將其持有的本公司若干註冊資本轉讓予上海韻程，作為股權激勵。完成該等股權轉讓後，本公司由林先生、蔡先生及上海韻程分別持有63%、27%及10%股權。

歷史、發展及公司架構

於二零一九年三月二十六日，本公司當時股東批准兩名個人投資者(即葉茂勇及蘇佳)分別以代價人民幣1,500,000元及人民幣1,166,667元認購人民幣77,054元及人民幣59,931元的本公司註冊資本。葉茂勇為獨立第三方，而蘇佳則為林先生的表親。上述事項完成後，本公司由林先生、蔡先生、上海韻程、葉茂勇及蘇佳分別持有61.32%、26.28%、9.73%、1.50%及1.17%的股權。

於二零一九年七月十八日，Orchid Asia VII Classic Investment Limited(「**Orchid Asia VII**」)及深圳市領瑞基石股權投資基金合夥企業(有限合夥)(「**深圳領瑞**」)(各為獨立第三方)與林先生及蔡先生訂立股權轉讓協議。根據股權轉讓協議，Orchid Asia VII及深圳領瑞分別向林先生收購本公司註冊資本人民幣128,885元及人民幣64,442元，並分別向蔡先生收購本公司註冊資本人民幣55,236元及人民幣27,619元。同日，Orchid Asia VII及深圳領瑞進一步認購本公司註冊資本合共人民幣386,655元，代價為人民幣73.50百萬元。

上述事項完成後，本公司由林先生、蔡先生、上海韻程、Orchid Asia VII、深圳領瑞、葉茂勇及蘇佳分別持有53.54%、22.94%、9.05%、8.00%、4.00%、1.39%及1.08%的股權。

本公司於二零二零年九月轉換為股份有限公司

於二零二零年九月二十二日，本公司轉換為股份有限公司，並更名為上海悅普傳媒科技集團股份有限公司。完成轉換後，本公司註冊資本為人民幣10,000,000元，分為10,000,000股股份，每股面值為人民幣1.00元。

增資及於二零二零年九月至二零二一年九月的股權轉讓

於二零二零年九月二十九日，我們與上海量雅量恒企業管理合夥企業(有限合夥)(「**量雅量恒**」)、深圳市達晨創鴻私募股權投資企業(有限合夥)(「**達晨創鴻**」)、上海敏鑾管理諮詢合夥企業(有限合夥)(「**上海敏鑾**」)、東莞市達晨創景股權投資合夥企業(有限合夥)(「**達晨創景**」)、海南久盈投資合夥企業(有限合夥)(「**海南久盈**」)、杭州萬飛管理諮詢合夥企業(有限合夥)(「**杭州萬飛**」)、黃明傑及深圳市財智創贏私募股權投資企業(有限合夥)(「**財智創贏**」)(各為獨立第三方)訂立增資協議，據此，量雅量恒、達晨創鴻、上海敏鑾、達晨創景、海南久盈、杭州萬飛、黃明傑及財智創贏分別認購544,445股、175,000股、116,666股、83,333股、83,333股、55,555股、33,333股及19,445股股份(「**增資**」)，總代價為人民幣200百萬元。

歷史、發展及公司架構

於二零二零年十一月十二日，本公司當時股東批准(其中包括)透過資本化本公司資本儲備人民幣108,888,890元以增加本公司股本，並按比例向所有當時股東發行及配發108,888,890股股份。完成上述事項後，本公司股本由11,111,110股股份增加至120,000,000股股份，本公司股權結構如下：

序號	股東	所持股份數目	權益 (%)
1.	林先生	57,809,864	48.17
2.	蔡先生	24,775,623	20.65
3.	上海韻程	9,776,160	8.15
4.	Orchid Asia VII	8,640,000	7.20
5.	量雅量恒	5,880,006	4.90
6.	深圳領瑞	4,320,000	3.60
7.	達晨創鴻	1,890,000	1.58
8.	葉茂勇	1,506,578	1.26
9.	上海敏鑾	1,259,992	1.05
10.	蘇佳	1,171,789	0.98
11.	達晨創景	899,996	0.75
12.	海南久盈	899,996	0.75
13.	杭州萬飛	599,994	0.50
14.	黃明傑	359,996	0.30
15.	財智創贏	210,006	0.18
總計		120,000,000	100.00

於二零二一年九月二十四日，Orchid Asia VII與上海量雅惟實企業管理合夥企業(有限合夥)(「量雅惟實」)及達晨創鴻(各為獨立第三方)各自分別訂立股權轉讓協議，據此，Orchid Asia VII同意以總代價人民幣93.6百萬元，向量雅惟實轉讓7,716,923股股份，並向達晨創鴻轉讓923,077股股份。

歷史、發展及公司架構

先前A股上市申請

於二零二二年六月，本公司向中國證監會提交申請，擬於上海證券交易所（「上交所」）主板上市。本公司於二零二二年十月收到中國證監會一輪意見，並於二零二三年三月收到上交所一輪意見，並分別於二零二三年一月及二零二三年五月提交回覆。鑑於資本市場及監管環境之變化，導致本公司上市時間表存在不確定性，本公司於二零二三年七月自願撤回上市申請，該申請已獲上交所接納。

董事認為，先前於上交所主板之上市申請並無任何事項會對本次[編纂]造成重大不利影響，或須提請聯交所或潛在投資者注意。本集團與先前就上交所主板上市申請所委聘之專業機構並無任何重大爭議或分歧。

根據獨家保薦人所進行之盡職調查，並無任何與董事就先前上交所主板上市申請所披露的觀點在任何重大方面存在矛盾的重大事項引起獨家保薦人注意。

資本削減

自二零二四年一月至二零二五年四月期間，由於若干投資者的流動資金因素，本公司完成數輪資本削減，方式為向若干本公司股東回購所持股份並予以註銷，隨後根據適用法律法規相應減少股本。因此，本公司先前投資者（葉茂勇除外，其仍為本公司股東）已退出本公司並不再為股東。該等先前投資者於本公司持有的股權（即26,131,775股股份）已由本公司以總代價人民幣404.5百萬元購回，該代價乃由本公司與相關投資者按公平原則磋商後釐定。本公司已於二零二五年十二月二十三日全數支付該代價。上述事項完成後，已發行股份總數由120,000,000股減少至93,868,225股，本公司股權結構如下：

序號	股東	所持股份數目	權益 (%)
1.	林先生	57,809,864	61.59
2.	蔡先生	24,775,623	26.39
3.	上海韻程	9,776,160	10.41
4.	葉茂勇	1,506,578	1.60
	總計	93,868,225	100.00

歷史、發展及公司架構

二零二六年[編纂]前投資

於二零二六年三月二十五日，本公司與韓雨川、深圳市柏榮信息科技合夥企業(有限合夥)(「**深圳柏榮**」)、Modern Leaves Limited(「**Modern Leaves**」)、丁思榕、王松泉、余振威、吳結偉及WANG Chen(各為獨立第三方)訂立增資協議，據此，上述投資者同意按總代價人民幣76百萬元認購合共5,944,988股股份。詳情請參閱下文「——[編纂]前投資」。完成上述事項後，本公司股本由93,868,225股股份增加至99,813,213股股份，本公司股權結構如下：

序號	股東	所持股份數目	權益 (%)
1.	林先生	57,809,864	57.92
2.	蔡先生	24,775,623	24.82
3.	上海韻程	9,776,160	9.80
4.	葉茂勇	1,506,578	1.51
5.	韓雨川	1,251,576	1.25
6.	深圳柏榮	938,682	0.94
7.	Modern Leaves	938,682	0.94
8.	丁思榕	938,682	0.94
9.	王松泉	547,565	0.55
10.	余振威	547,565	0.55
11.	吳結偉	391,118	0.39
12.	Wang Chen	391,118	0.39
	總計	99,813,213	100.00%

合併及收購事項

於整個往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無進行任何重大的收購、合併或出售事項。

[編纂]理由

董事會認為，於聯交所[編纂]將為本公司提供一個國際平台，使其能夠獲取外國資金，且[編纂]淨額將為我們提供必要的資金，藉以拓展業務、加強研發力量、進行經篩選的併購、發掘新市場及海外業務，以及進行一般公司行動。有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

歷史、發展及公司架構

[編纂]前投資

下表概列[編纂]前投資者對本公司進行[編纂]前投資的主要條款：

	二零二六年 [編纂]前投資
[編纂]前投資者認購股份數目	5,944,988股股份
[編纂]前投資後已發行股份總數	99,813,213股股份
已付代價金額	人民幣76百萬元
投資後概約估值 ⁽¹⁾	人民幣1,276百萬元
協議日期	二零二六年三月二十五日
最後付款日期	二零二六年六月十五日
每股股份成本 ⁽²⁾	人民幣12.78元
[編纂]折讓 ⁽³⁾	[編纂]%
代價基準	[編纂]前投資代價乃經各[編纂]前投資者與本集團公平磋商後釐定，並考慮投資時點、本集團業務運營狀況、財務表現及業務前景。
禁售期	根據中華人民共和國公司法，於[編纂]後十二個月內，本公司於[編纂]前已發行股份(包括[編纂]前投資者於[編纂]時持有之股份)不得[編纂]。
[編纂]前 投資所得款項用途	所得款項已用於支持本公司業務發展及擴張。截至最後實際可行日期，我們尚未悉數使用[編纂]前投資所得款項淨額。本公司擬於[編纂]後動用[編纂]前投資的剩餘所得款項淨額。

歷史、發展及公司架構

對本公司之 戰略裨益

於[編纂]前投資時，董事認為本公司可受益於[編纂]前投資者所提供之額外資本，以及若干[編纂]前投資者的業務網絡及資源。

附註：

- (1) 投資後估值乃根據(i)就[編纂]前投資向本公司支付之每股股份成本；及(ii)[編纂]前投資完成後之已發行股份總數計算。
- (2) 每股股份成本乃根據相關[編纂]前投資者支付之認購價格及其所獲股份數額計算。
- (3) 與[編纂]之折讓乃根據每股[編纂]港元即[編纂]之中位數)計算。

[編纂]前投資者之權利

授予[編纂]前投資者的特別權利包括(但不限於)知情權及查閱權、優先認購權、優先購買權、跟售權、反稀釋權及贖回權。於二零二六年六月十一日，全部現有股東已訂立股東協議補充協議，據此，自同日起，授予我們的[編纂]前投資者的所有特殊權利均於我們首次提交[編纂]申請之前被不可撤銷地終止。[編纂]前投資者獲得的任何特殊權利於[編纂]後將不再保留。

獨家保薦人之確認

基於以下前提：(i)[編纂](即H股於聯交所開始[編纂]的首日)將不早於[編纂]前投資完成後足120日；及(ii)如上所述授予[編纂]前投資者的特別權利已按「[編纂]前投資者之權利」分節所述予以終止，獨家保薦人認為[編纂]前投資符合指南第4.2章的規定。

有關[編纂]前投資者之資料

以下載列[編纂]前投資者之詳情。據董事所深知，以下各[編纂]前投資者及其各自的最終實益擁有人(如適用)均為獨立第三方。

深圳柏榮

深圳柏榮為於中國成立之有限合夥企業。深圳柏榮之普通合夥人為獨立第三方馮丹，截至最後實際可行日期，持有25.00%合夥權益。截至最後實際可行日期，尚有三名其他個人有限合夥人，各為獨立第三方，並持有深圳柏榮25.00%合夥權益。

歷史、發展及公司架構

Modern Leaves

Modern Leaves為根據英屬維爾京群島法律成立之公司。截至最後實際可行日期，Modern Leaves Limited由(i) Nascent Leaves Limited(由獨立第三方王雲安先生作為財產授予人設立的信託(其家庭成員為受益人)擁有99.0%；及(ii) Ancient Leaves Limited(由王先生全資擁有)擁有1.0%。

個人投資者

葉茂勇、韓雨川、丁思榕、王松泉、余振威、吳結偉及Wang Chen各自為個人投資者及獨立第三方。

公眾持股量及自由流通量

於[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，以下為核心關連人士之股東所持合共[編纂]股H股，佔本公司已發行股本總額約[編纂]%，將不計入公眾持股量。

- 執行董事林先生於[編纂]完成後持有已發行股份總數約[編纂]%；
- 執行董事蔡先生於[編纂]完成後持有已發行股份總數約[編纂]%；及
- 上海韻程，其普通合夥人為執行董事鮑秀雲女士，於[編纂]完成後持有已發行股份總數約[編纂]%。

據本公司董事所深知，除上文所披露者外，在假設[編纂]未獲行使的情況下，緊隨[編纂]完成後，[編纂]股由股東(並非核心關連人士)持有之H股(約佔[編纂]%)將計入公眾持股量。根據上市規則第19A.13A(1)條，緊隨[編纂]後(假設[編纂]未獲行使)，本公司之市值預期將[編纂](不論[編纂]之下限、中位數或上限)，因此最低規定公眾持股百分比為[編纂]%。據此，本公司將符合上市規則第19A.13A(1)條項下之公眾持股量規定。

歷史、發展及公司架構

根據上市規則第19A.13C條，如中國發行人並無其他已上市股份，則須確保其尋求申請[編纂]的H股總數中由公眾持有且不受任何轉讓限制所限的部分，於[編纂]時(i)必須佔H股所屬類別於上市時已發行股份總數(不包括庫存股份)的至少10%，且於上市時的預期市值不低於50,000,000港元，或(ii)市值至少為600,000,000港元。緊隨[編纂]完成後，於[編纂]時在聯交所[編纂]且不受任何轉讓限制所限的H股數量預期將不少於本公司已發行股本總額的[編纂]%，且預期市值不低於[編纂]。因此，本公司將符合上市規則第19A.13C(1) 條所規定的自由流通量要求。

[編纂]前股權激勵平台

為表彰本公司員工所作的貢獻並激勵彼等進一步推動本公司發展，截至最後實際可行日期，我們已成立上海韻程作為我們的[編纂]前股權激勵平台。有關更多詳情，請參閱「附錄四—法定及一般資料—[編纂]前股權激勵平台」。

本公司資本化

本公司已申請H股全流通，將全部未上市股份按相關股東指示轉換為H股。未上市股份轉換為H股涉及由現有股東持有的合共[編纂]股未上市股份，約佔本公司於完成未上市股份轉換為H股及[編纂]後已發行股本總額之[編纂]%。有關更多詳情，請參閱「股本」。

歷史、發展及公司架構

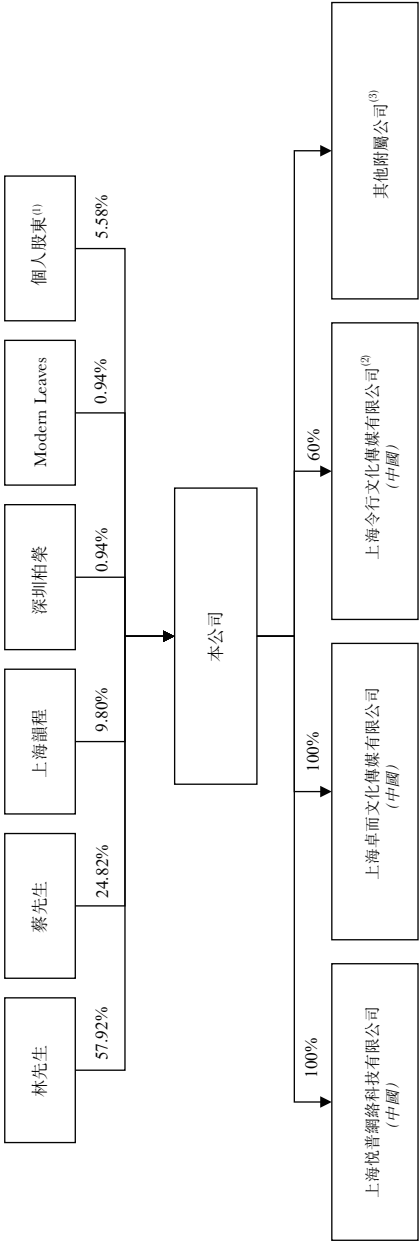
下表為本公司於完成未上市股份轉換為H股及[編纂]後之資本化概要：(假設[編纂]未獲行使)

股東	截至最後實際可行日期		緊隨[編纂]完成及 未上市股份轉換為H股之後	
	未上市	概約持股	H股數目	概約持股
	股份數目	百分比 (%)		百分比 (%)
林先生	57,809,864	57.92	[編纂]	[編纂]
蔡先生	24,775,623	24.82	[編纂]	[編纂]
上海韻程	9,776,160	9.80	[編纂]	[編纂]
葉茂勇	1,506,578	1.51	[編纂]	[編纂]
韓雨川	1,251,576	1.25	[編纂]	[編纂]
丁思榕	938,682	0.94	[編纂]	[編纂]
深圳柏榮	938,682	0.94	[編纂]	[編纂]
Modern Leaves	547,565	0.55	[編纂]	[編纂]
王松泉	938,682	0.94	[編纂]	[編纂]
余振威	547,565	0.55	[編纂]	[編纂]
吳結偉	391,118	0.39	[編纂]	[編纂]
Wang Chen	391,118	0.39	[編纂]	[編纂]
			[編纂]	[編纂]
小計	99,813,213	100.00	[編纂]	[編纂]
			[編纂]	[編纂]
參與[編纂]的[編纂]	—	—	[編纂]	[編纂]
總計：	99,813,213	100.00	[編纂]	100.00

歷史、發展及公司架構

緊接[編纂]完成前的公司架構

下圖載列緊接[編纂]完成前本集團的簡明股權及公司架構：



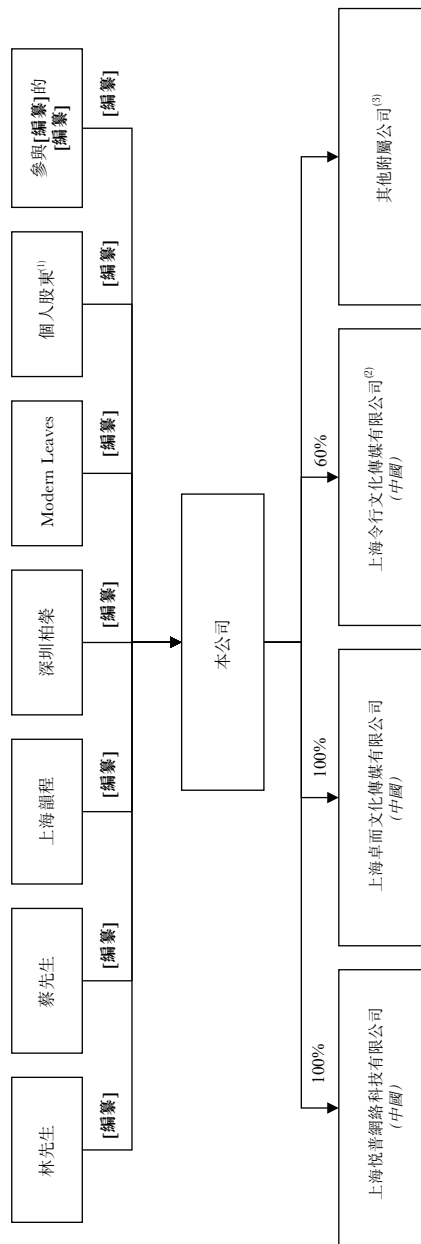
附註：

- (1) 個人股東包括葉茂勇、韓雨川、丁思榕、王松泉、余振威、吳結偉及WANG Chen。請參閱上文「- 有關[編纂]前投資者之資料」一節。
- (2) 截至最後實際可行日期，上海令行文化傳媒有限公司(「上海令行」)由本公司擁有 60%的股權，並由宗漪女士持有40%股權，彼為上海令行的監事及主要股東。
- (3) 其他附屬公司合共包括11間本公司於中國設立的附屬公司。

歷史、發展及公司架構

緊隨[編纂]完成後的公司架構

下圖載列緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)本集團的簡明股權及公司架構：



附註(1)至(3)：請參閱上文「—緊接[編纂]完成前的公司架構」的附註1至3。

業 務

概覽

我們是中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者。自二零零九年進軍社交媒體營銷服務行業以來，我們已建立深厚的專業知識並涵蓋社交媒體營銷全價值鏈、核心交付功能及綜合服務解決方案的服務能力。根據弗若斯特沙利文資料，按二零二五年收入計，我們於中國社交媒體整合營銷服務市場排名第二。我們自主研發的悅普雙擎智能平台(「**YP T-Engine**」)主要作為我們的內部交付及作業系統，由用於業務交付的悅普智算引擎(「**YP ICE**」)及用於運營管理的悅普智能經營管理系統(「**YP I-Ops**」)組成。基於我們自身的服務工作流程與技術工具，我們向客戶提供(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案及(iii)其他營銷服務。於二零二五年，我們合共服務284名客戶，其中188名為全鏈路整合營銷解決方案客戶，並於往績記錄期間服務130個具有全國影響力的品牌。根據弗若斯特沙利文，截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作。

我們的成就及成果概覽如下：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的數據，按二零二五年的收入計
- (2) 截至二零二五年十二月三十一日
- (3) 我們服務多元化的客戶群，於二零二五年涵蓋23個垂直行業領域
- (4) 純利率乃按年內溢利除以年內收入，再乘以100%計算

業 務

我們所在的社交媒體整合營銷服務市場正受惠於品牌營銷預算持續向以內容為中心的場景遷移的趨勢。憑藉我們的多平台資源整合能力、穩定的優質客戶群及廣泛的項目經驗，我們已樹立廣受認可的市場地位。我們對主要社交媒體平台的內容生態、推薦機制及流量特徵具備深入理解，並能持續適應其發展變化，從而得以在符合相關規定的前提下，優化及有效執行跨平台的內容、達人及付費媒體投放策略。因此，我們具備良好條件持續把握行業整合所帶來的市場機遇。隨著業務規模擴大，我們持續建立數據資產、資源能力及行業經驗，並通過YP T-Engine強化算法及分析能力，使項目經驗得以保留、累積及在後續營銷活動中重複使用。結合標準化流程及項目管理制度，此技術基礎有助我們的團隊在處理更大規模項目時，仍能保持交付的一致性。於二零二五年，本集團員工平均創收約為人民幣3.8百萬元，較二零二四年的人人民幣3.5百萬元有所增加，此乃受惠於本集團採用結合人工智能技術賦能、標準化流程及項目管理能力的運營模式，以提升項目執行效率及跨職能協調效率。

我們的發展歷程及市場機遇

隨著移動互聯網的快速滲透，消費者獲取信息及作出購物決定的方式已大幅改變。社交媒體、內容平台及線上社區已成為消費者獲取購物建議、產品信息、用戶評價及使用體驗的核心渠道，也成為品牌塑造消費者認知、激發用戶興趣及引導購物決定的重要場景。我們從內容營銷服務切入市場，並隨著中國社交媒體生態系統中的平台形式、內容形式及品牌營銷需求不斷演變，我們亦持續擴展服務項目。



業 務

回顧我們的發展歷程，我們的業務隨著中國社交媒體營銷市場的三大關鍵浪潮而發展。於二零零九年起的第一波浪潮，微博等開放式社交平台興起，具備影響力的個人開始以自媒體形式參與內容傳播，KOL合作逐步成為品牌營銷預算中的一項新選擇。於二零一五年起的第二波浪潮，微信生態及內容電商快速崛起，以長文章及其他豐富圖文內容為主的深度內容傳播加強了品牌與用戶之間的信任連接。達人營銷、短視頻內容及種草內容成為品牌預算分配的重要領域。於二零一七年至今的第三波浪潮，抖音、小紅書及嗶哩嗶哩等平台推動視頻、圖文等多元內容形式發展，並逐步形成內容種草、付費媒體投放及電商轉化的完整營銷閉環。同時，品牌客戶對多平台及多形態的內容形式，以及對更清晰可量化的轉化效果的需求急劇增長。自二零二二年以來，我們重點拓展整合營銷服務，推進由內容整合營銷解決方案向全鏈路整合營銷解決方案的戰略轉型。

我們的整合營銷服務串聯不同渠道、內容形式與方法，協助品牌客戶觸達目標用戶、建立品牌形象、提升轉化率，並優化整體營銷表現。通過整體規劃營銷活動而非孤立執行，我們能避免零散努力造成的資源浪費，確保品牌訊息的一致性，並提升轉換效率。該等能力亦結合我們的跨平台專業能力、達人資源及累積的項目數據，使我們能針對各客戶的具體目標定制化產出，創意內容產出、達人營銷、付費媒體投放及內容運營服務。

我們運營所在的市場正受到三大持續趨勢的影響，整合機會亦隨之湧現。首先，社交媒體平台的電商基建持續完善，品牌客戶營銷預算正加速從傳統渠道向社交媒體渠道轉移。其次，品牌客戶對整合多種營銷方式的一站式解決方案的需求增加。第三，AI大模型商業化正催生新型營銷工具、內容生產方式及行業客戶需求。於二零二五年，我們為中國絕大部分領先AI智能助手軟件提供商提供營銷服務，根據弗若斯特沙利文，我們的服務覆蓋二零二五年中國前五大AI智能助手的80%，反映我們能夠把握新興行業客戶的需求並將其轉化為收入貢獻。

我們的AI技術路線圖

我們積極推動AI技術的發展，並圍繞兩大主線推進技術路線圖：提升運營管理效率，並加強業務執行及標準化交付能力。

業 務



我們的核心技術基礎設施為自主研發的*YP T-Engine*，由用於業務交付的*YP ICE*及用於運營管理的*YP I-Ops*組成，共同覆蓋營銷項目執行及企業運營管理的關鍵環節。*YP T-Engine*打通前端項目數據與後端經營數據，實現整合營銷執行與管理控制的協同運作。在技術層面，我們基於開源大語言模型進行針對性微調以針對不同的場景適配，並持續以過往成功項目經驗及行業方法論對模型進行訓練，使其具備各類營銷應用的專業知識及分析能力。該等模型能力已嵌入*YP ICE*，用以支持策略分析、達人篩選、內容生成及數據解讀與數據分析等關鍵決策環節。通過將該等功能整合至日常工作流程中，而非僅作為獨立工具使用，我們旨在提升策略規劃、執行監控及活動後復盤的一致性。

- **業務交付層面：***YP ICE*協助我們凝結業務團隊的專家智慧，並使交付流程更加標準化、可追溯且可重複使用。在項目前期，其可基於客戶所處行業、營銷目標、預算範圍、目標受眾及歷史項目經驗，生成營銷策略、內容方向及資源組合建議。在項目執行期間，其可協助進行付費媒體投放方案設計、預算分配、媒體資源匹配及投放效果監測。在項目後期，其可支持內容發佈驗收、結案素材整理、投放效果分析及活動後復盤。
- **運營管理層面：***YP I-Ops*應用AI識別及進行智能校驗，以提供風險預警及數據整合能力，覆蓋項目全周期管理。我們的項目團隊可實時查看項目進度、預算使用情況、應收應付賬款、回款進度及資金周轉情況。*YP I-Ops*亦可整合主流社交媒體平台數據及內部項目管理流程，使項目盈利、現金流及執行風險得以可視化。通過強化收款追蹤、資金運用效率及風險警示機制，我們得以在業務擴張之際維持運營效率。

業 務

我們的業務組合及財務表現

於往績記錄期間，我們的服務主要包括(i)全鏈路整合營銷解決方案，該等服務在統一的營銷活動策略下，整合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，橫跨中國各大社交媒體平台，服務範圍涵蓋策略制定、營銷活動策劃、達人營銷及付費媒體投放的執行與交付、社交媒體賬號管理、效果跟蹤及營銷活動後復盤；(ii)內容整合營銷解決方案，該等服務以內容策略制定以及達人生成內容創作與發布為核心，服務範圍涵蓋策略制定、營銷活動策劃、創意內容創作、達人識別與匹配、內容發布、效果跟蹤及營銷活動後復盤；及(iii)其他營銷服務，包括獨立的內容推廣服務以及創意與內容服務。

多元化的媒體資源及品牌客戶是我們抵禦任何單一市場波動、駕馭行業周期並持續提供營銷服務的關鍵因素。在媒體資源方面，我們覆蓋中國主要社交媒體平台及內容生態系統，截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作，並與各類達人、MCN機構及內容合作伙伴保持合作，使我們能夠根據不同品牌客戶的品類、預算、目標受眾及營銷目標，靈活組合內容創意、達人資源、付費媒體投放服務及內容運營。

於往績記錄期間，我們所服務的品牌客戶涵蓋互聯網電商、3C電子、家居與家電、日化美妝、FMCG、汽車及AI智能助手，形成相對多元及具韌性的客戶基礎。多元化客戶結構有助於降低對任何單一行業周期或客戶類型的依賴。其亦使我們能夠在不同品類、平台及營銷目標之間持續累積可復用的營銷策略、內容洞察及最佳投放慣例，並通過與優質品牌客戶的持續合作，將項目經驗及反饋數據持續沉淀至YP T-Engine，進一步提升其資源匹配、內容洞察及復盤能力。

同時，我們觀察到隨著AI行業的快速發展，AI應用提供者仍處於市場拓展及用戶教育的早期階段，其對品牌認知建設、用戶獲取、向用戶教育應用場景及商業化推廣的需求持續提升，為我們帶來廣闊的業務機遇。憑藉我們跨行業的服務經驗、數據分析能力，以及對AI相關應用及用戶溝通方式的理解，我們能有效支持AI及技術客戶，將相對複雜的產品特點轉化為用戶可理解並可採取行動的內容。在該等新興類別的合作亦使我們能收集項目反饋，並進一步完善內容策略、數據審查方法及由YP T-Engine支持的交付流程。

業 務

下表載列於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	505,033	33.5	695,406	52.0	715,106	51.0
內容整合營銷解決方案	937,778	62.3	618,200	46.2	672,373	47.9
其他營銷服務	63,128	4.2	23,552	1.8	15,560	1.1
總計	<u>1,505,939</u>	<u>100.0</u>	<u>1,337,158</u>	<u>100.0</u>	<u>1,403,039</u>	<u>100.0</u>

我們的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢使我們能夠在快速演變且高度分散的社交媒體整合營銷服務市場中持續獲取品牌客戶預算、提升項目交付效率並擴大市場份額。

中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者，具備跨平台、跨行業及規模化交付能力

我們是中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者。根據弗若斯特沙利文資料，按二零二五年收入計，我們於中國社交媒體整合營銷服務市場排名第二。隨著社交媒體平台發展、內容形式及用戶關注度持續變化，品牌客戶愈來愈難依賴單一平台、單一內容形式或單一投放方式來獲得穩定營銷效果。因此，能夠理解客戶需求、整合跨平台資源並持續優化營銷效果的經驗豐富的服務提供者，正成為客戶配置社交媒體營銷預算的重要合作伙伴。我們自主研發的*YP T-Engine*進一步支撐此服務模式，協助我們保留項目經驗、優化資源配對，並在更廣泛的項目基礎上管理執行流程。

我們的核心價值在於將內容創意、達人營銷、付費媒體投放服務及內容運營整合為整合營銷解決方案。根據客戶的品牌定位、目標用戶及營銷目標，我們制定適合社交媒體傳播的內容營銷策略，匹配合適的達人及媒體資源，通過付費媒體投放服務擴大有效觸達，並通過內容運營及效果復盤持續優化營銷表現。根據弗若斯特沙利文，截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作。於二零二五年，我們合共服務284名客戶，其中188名為全鏈路整合營銷解決方案客戶，並於往績記錄期間服務130個具有全國影響力的品牌。我們穩定的客戶基礎及豐富的項目經驗，使我們能夠持續深化對不同行業客戶需求、社交媒體傳播規律及用戶互動方式的理解。通過反覆的項目實踐，我們亦積累了關於內容形式、平台規則、推薦機制及流量特徵如何影響各主要社交媒體平台內容曝光及用戶參與度的實踐經驗，並將有關經驗應用於後續解決方案設計及項目交付。

業 務

我們的整合營銷能力主要體現於以下方面：

- **統一策略與內容表達。**我們從客戶的定位、產品價值及各階段的營銷目標出發，制定社交媒體營銷策略及內容方案。我們的重點並非單純製作推廣素材，而是將產品賣點轉化為用戶能夠理解、願意互動並可能進一步分享的內容。在跨平台傳播中，我們會根據不同平台的內容邏輯和用戶行為調整品牌信息的表達方式，使品牌信息在不同傳播場景下保持一致，同時提升內容的傳播效果。
- **達人資源組織與信任傳播。**我們根據客戶希望觸達的受眾及各活動的傳播目標，組織不同層級的達人及內容創作者。達人營銷的作用不只是擴大曝光，更重要的是通過達人與其粉絲之間既有的信任關係，使品牌信息以更接近終端用戶日常消費決策的方式被接收。通過形成適合各項目目標的達人組合，我們幫助客戶覆蓋種草、評測、互動及口碑傳播等關鍵傳播場景。於二零二五年，我們實際合作的達人總數達71,273名，可觸達達人總數約為5.9百萬名。
- **付費媒體投放與內容推廣。**在內容創意和達人傳播建立初步用戶認知後，我們通過付費媒體投放擴大有效觸達，並推動內容流量向更可衡量的營銷結果轉化。我們並非將付費投放作為獨立的廣告購買環節，而是將其納入整體項目框架，根據項目目標和執行反饋調整投放安排，使內容、達人傳播和平台流量形成聯動，從而提升營銷活動的轉化效率和效果可衡量性。
- **全週期項目統籌與跨團隊協同。**社交媒體整合營銷項目通常涉及策略、創意、達人、媒體投放、運營、合規及財務等多個職能。我們以客戶服務團隊作為客戶的統一對接窗口，將這些職能納入同一項目管理框架，覆蓋從理解客戶需求到執行交付及活動後復盤的完整項目週期。通過在同一框架下管理項目節奏、資源配置和執行反饋，我們能夠在營銷活動全週期內動態協調內容、達人及付費流量之間的關係，從而提升執行效率及交付一致性。

業 務

- **數據復盤與持續優化。**我們在項目執行過程中持續沉澱來自不同平台、客戶行業、內容形式、達人資源及投放表現的經驗和數據，並將活動後復盤結果用於後續解決方案設計和項目交付。*YP T-Engine* (包括用於業務交付的*YP ICE*及用於運營管理的*YP I-Ops*) 主要作為我們的內部交付及運營基礎設施，幫助項目團隊更有效地調用過往項目經驗、識別可資比較項目的執行參考並提升項目管理一致性。通過這一機制，單個項目的執行經驗能夠逐步沉澱為可複用、可迭代的服務能力。

憑藉我們的一站式整合營銷服務能力、多平台資源整合經驗及技術驅動的交付系統，我們能夠在多個營銷週期中服務具有較大營銷預算及持續營銷需求的客戶。我們將於完整財政年度貢獻超過10.0百萬人民幣收入的客戶界定為KA客戶。於二零二五年，我們的KA客戶留存率達100%，反映該等客戶對我們服務能力及穩定交付的認可。於往績記錄期間，我們分別服務350名、299名及284名客戶，覆蓋該等客戶旗下多個品牌。隨着客戶基礎擴大及項目經驗累積，我們預期將進一步加深對客戶需求及營銷場景的理解，提升資源組織和項目交付能力，從而增強客戶合作並拓闊服務潛在範圍。

***YP T-Engine*於全鏈路流程中嵌入AI及數據能力，以提升人均效率及規模化交付效率**

我們自主研發的*YP T-Engine*由兩部分組成：用於業務交付的*YP ICE*及用於運營管理的*YP I-Ops*。前者用於營銷項目方案開發、資源匹配、投放優化及效果復盤，協助業務團隊將過往項目經驗轉化為可復用方法及工作流程參考資料。後者則用於項目進度、訂單交付、回款及成本管理，使管理層能夠實時掌握項目執行及運營質量。通過兩個系統的協同運作，我們把AI及數據能力嵌入從客戶需求理解、項目交付到運營管理的核心流程，使營銷服務逐步從高度依賴個人專業經驗的模式，轉變為由數據支撐、流程管控及結果可量化的規模化交付模式。

我們的AI能力價值不僅體現在單個項目效率提升，更重要的是隨着業務擴展，其體現在支持更大規模項目交付的能力。隨著客戶、項目及媒體資源持續增加，標準化及可視化平台能力使我們能在不按比例增加人力的情況下承接更多項目並維持交付質量一致性。於二零二五年，我們的員工平均創收增加至約人民幣3.8百萬元，而二零二四年則為約人民幣3.5百萬元，反映*YP T-Engine*對項目執行效率、團隊產出及規模化交付能力的支撐。隨著項目完成數量不斷增加，項目反饋及表現復盤的結果會留存於我們的系統中，並作為日後進行內容判斷、資源匹配及營銷活動優化的參考依據。

業 務

我們持續將研發視為核心戰略。截至二零二五年十二月三十一日，我們擁有178項軟件著作權。持續的研發投入及知識產權積累，為YP *T-Engine*的持續迭代升級提供基礎，並支持我們將技術能力不斷轉化為經營效率及財務表現。

我們的技術能力主要體現於以下四個方面：

- **業務交付智能化。**通過YP *ICE*，我們將累積的項目經驗、行業認知、平台規則及資源數據嵌入業務交付流程。YP *ICE*將過往項目經驗轉化為業務團隊在方案構思、資源判斷、內容把關及項目復盤中的可調用參考，有助於減少重複性信息整理及基礎分析工作，使團隊能夠更專注於創意內容、客戶溝通及效果優化。
- **項目經營一體化。**通過YP *I-Ops*，我們將項目執行、資源採購、內部審批、回款管理、成本控制及經營分析納入統一系統以作管理。項目團隊及管理層可在同一系統內跟蹤項目狀態、交付進度、客戶確認及財務信息。通過減少信息分散，YP *I-Ops*提升了跨團隊協作效率及管理透明度。
- **數據沉澱與復盤。**在符合適用授權及數據合規要求的前提下，我們整合項目執行、內容表現、媒體投放及訂單管理過程中產生的數據，用於項目復盤、效果分析及風險監測。通過將單個項目的執行經驗及復盤結果應用於後續工作流程，我們持續提升內容判斷、資源匹配、投放優化及項目管理能力。
- **可擴展的智能體及自動化工具體系。**YP *ICE*結合AI應用模型能力、自研本地AI智能體自動化框架及工作流程編排能力，支持在關鍵業務場景中開發智能體工具，並隨着業務擴展進一步嵌入我們的日常交付及經營管理流程。

整合平台能力及資源網絡支撐我們的端到端社交媒體營銷交付

社交媒體整合營銷並非達人、廣告及平台資源的簡單相加。其交付取決於服務提供者能否將平台能力、創作者資源、付費媒體及執行數據連接為一套協調一致的交付體系。隨着各平台商業規則及數據工具不斷專業化，單一服務提供者與整合營銷服務提供者之間的差異越來越體現在提供者能夠取得什麼平台能力、能夠協調什麼資源，以及能否將分散的執行轉化為可複用的交付能力。

業 務

我們圍繞這一交付邏輯建設能力。我們並非將平台准入、創作者資源、付費媒體和數據工具視為彼此割裂的資產，而是將其組織在同一項目框架下。這使我們能夠根據客戶的目標、目標受眾及預算安排設計並執行定制化營銷方案，而不是受限於少數標準化服務。

- **平台能力決定服務交付的深度。**社交媒體平台通常會對特定業務活動、商業化工具、數據分析工具及投放權限設置准入要求。該等要求篩選出只能從事表層內容撮合或單一媒體投放的服務提供者。通過取得或接入與業務開展相關的平台能力，並覆蓋多個主流社交媒體平台，我們能夠參與更深層的營銷鏈路，並在需要協調平台規則、內容執行、媒體投放及效果分析的場景中為客戶提供支持。
- **達人資源只有被組織為營銷觸點時才形成價值。**達人的差異並不只體現在粉絲數量，也體現在終端用戶圈層、內容風格、平台語境及轉化功能。我們並不將創作者合作視為獨立的內容投放環節，也不使其脫離整體營銷目標。相反，我們會根據客戶的營銷目標及每類創作者在項目中承擔的功能進行匹配和組織，例如建立認知、塑造產品理解、促進互動或支持轉化。這使創作者內容能夠成為整合交付方案的一部分，而不是停留在零散的流量曝光。
- **付費媒體將內容傳播轉化為可控交付。**自然內容傳播具有固有不確定性，未必足以支撐客戶對觸達範圍或效果的要求。通過將創作者內容與付費媒體結合，我們能夠放大符合項目策略的內容，在執行過程中管理流量分配，並提升營銷效果的可衡量性。因此，我們的交付並不止於內容生產或發佈，而是進一步覆蓋內容如何被分發、放大及優化。
- **系統和數據將項目經驗轉化為可複用能力。**整合營銷的難點在於在同一項目中協調不同平台、創作者、媒體資源及交付階段。通過內部系統及數據反饋機制，我們能夠以更結構化的方式管理項目執行，並在符合適用授權及數據合規要求的前提下，沉澱資源匹配、內容表現、媒體投放及項目復盤等方面的經驗。這使我們能夠基於實際項目反饋優化後續執行，而不是單純依賴分散的人工判斷。

業 務

多元化客戶基礎提升我們穿越市場週期並把握新興行業機遇的能力

自成立以來，我們深耕社交媒體營銷行業，憑藉穩定的交付質量、跨平台整合營銷能力及對不同行業營銷需求的理解，已累積覆蓋多個行業的多元化品牌廣告主客戶基礎。於往績記錄期間，我們服務130個具全國影響力的品牌，覆蓋互聯網電商、消費性電子產品、家居用品與家電、日化美妝、快速消費品、汽車、AI智能助手及其他行業。該等多元化客戶基礎降低了我們對任何單一行業需求週期的依賴，並為我們穿越不同市場週期獲得穩定項目需求提供基礎。

現有客戶基礎的穩定性及價值主要體現在以下方面：

- **多元化客戶行業覆蓋支撐穿越市場週期的穩定需求。**社交媒體營銷需求廣泛存在於消費、互聯網、科技及其他行業，不同行業的營銷預算週期、產品推廣節奏及內容表達方式存在差異。我們覆蓋多個行業的客戶基礎有助於降低任何單一行業需求波動對業務的影響，並使我們能夠在不同客戶預算環境下持續承接營銷需求。該等客戶結構亦使我們能夠累積跨行業服務經驗，並將不同場景下形成的內容策略、資源組織及效果優化經驗應用於後續項目。
- **KA客戶留存支撐核心業務連續性。**憑藉我們的一站式整合營銷服務能力、多平台資源整合經驗及技術驅動的交付系統，我們能夠在多個營銷週期中服務具有較大營銷預算及持續營銷需求的客戶。我們將於完整財政年度貢獻超過10.0百萬人民幣收入的客戶界定為KA客戶。於二零二五年，我們的KA客戶留存率達100%，反映該等客戶對我們服務能力及項目交付穩定性的認可。穩定的KA客戶基礎支撐我們核心業務的連續性，並為進一步延展服務範圍提供基礎。
- **服務延展提升客戶關係價值。**隨着客戶需求日益系統化，我們現有的客戶關係使我們能夠從單一項目執行延伸至更長期及更廣泛的整合營銷合作。於二零二五年，我們的全鏈路整合營銷解決方案客戶數量達188名，較二零二三年的154名持續增加，反映我們通過深化合作及擴大服務範圍提升客戶價值的機會。

除深化現有客戶關係外，我們亦持續把握新型客戶帶來的增量需求。AI智能助手及其他科技產品正成為社交媒體營銷市場中的新型客戶。不同於用戶認知已經較為成熟的消費品，許多AI相關產品仍需要向用戶解釋其功能、使用場景及用戶價值。其商業化進程因而產生對用戶教育、場景化內容及跨平台傳播的需求。

業 務

我們把握該等新興行業機會的能力主要體現在以下方面：

- **AI智能助手催生新型營銷需求。**AI相關產品通常需要將技術能力轉化為用戶可理解及可採用的使用場景。對於該等產品而言，社交媒體營銷並不只是獲取流量，而是解釋產品功能、展示使用場景及建立用戶信任的過程。因此，AI及科技客戶會產生與我們整合營銷能力相匹配的內容策略、達人溝通及跨平台傳播需求。
- **跨行業服務經驗幫助我們拓展新興客戶類別。**我們服務互聯網電商、消費性電子產品、家居用品與家電、日化美妝、快速消費品、汽車、AI智能助手及其他行業客戶的經驗，使我們能夠理解不同用戶決策路徑及內容表達方式。我們可將該等經驗應用於AI及科技客戶，協助其將複雜技術能力轉化為用戶可理解、可感知及可行動的內容表達。於二零二五年，我們為中國絕大部分領先AI智能助手軟件提供商提供營銷服務，根據弗若斯特沙利文，我們的服務覆蓋二零二五年中國前五大AI智能助手的80%，反映我們能夠把握新興行業客戶的需求並將其轉化為收入貢獻。

經驗豐富且具前瞻性的管理團隊及專業人才基礎

林先生於二零零九年創立本公司前身並進入互聯網媒體行業。在中國社交媒體快速發展及消費者決策路徑持續變化的背景下，林先生憑藉其對營銷行業及社交媒體傳播邏輯的理解，選擇以達人營銷作為切入點，開啟我們的發展歷程。在林先生的領導下，我們把握社交媒體平台及品牌營銷需求的演進趨勢，先後從微博拓展至微信生態，再延伸至抖音、小紅書等內容平台，並在此過程中持續擴展服務範圍、提升項目交付能力及擴大業務規模。於二零二二年，基於林先生對付費媒體投放服務及整合營銷需求的前瞻性判斷，我們開始構建相關服務能力，並逐步發展為行業領先的整合營銷服務提供者。林先生亦獲得行業及社會認可。彼於二零一八年獲中國商務廣告協會授予「青年創業榜樣獎」，並現任上海市嘉定區人民代表大會代表。

我們的管理團隊兼具行業經驗、平台理解及業務執行能力，平均行業經驗為十年。長期參與中國社交媒體營銷行業的發展，使我們能夠理解不同平台的內容機制及商業化規則，並判斷客戶在不同階段的營銷需求。社交媒體營銷的難點不在於單一環節的執行，而在於將客戶行業、平台環境、內容表達及投放節奏轉化為可落地的項目方案。在十餘年的項目服務過程中，我們圍繞這一業務本質沉澱專業人才，使團隊能夠服務互聯網電商、3C電子產品、家居與家電、日化美妝、快速消費品、汽車及AI智能助手等不同行業客戶，並根據客戶目標及平台場景配置項目團隊，支持多行業、多平台營銷項目的穩定交付。

業 務

我們亦通過自主設計的「悅計劃」持續建設內部人才梯隊。該計劃圍繞我們的服務流程及客戶交付標準，將十餘年的項目經驗轉化為可學習、可實踐及可考核的能力要求，並通過課程體系及實戰項目培養員工對客戶需求、內容效果、執行節奏及數據反饋的判斷能力。我們根據員工教育背景、技能優勢及業務表現，引導其向合適的職業發展路徑發展。通過該等安排，我們持續完善內部人才結構，為服務質量、執行一致性及規模化交付能力提供支持。

我們的策略

擴大業務規模、深化客戶及市場覆蓋並拓展增長空間

中國社交媒體整合營銷服務市場近年快速增長，並預期將持續擴大。根據弗若斯特沙利文的資料，該市場預期將由二零二五年的人民幣786億元增長至二零三零年的人民幣3,552億元。在此市場背景下，我們認為，業務規模的擴大並非僅體現在項目數量增長，也體現在我們能否更深入地參與客戶的營銷預算分配。隨著項目基礎擴大，我們將更有條件提升資源採購效率，承接更大規模的客戶需求，並進一步鞏固市場地位。

深化現有客戶關係並提升每位客戶預算覆蓋

現有客戶的增長空間不只來自新增項目，也來自我們在其整體預算中的參與深度。我們計劃依託現有合作，逐步覆蓋客戶更多產品系列及平台場景，並由單項服務延伸至更完整的整合營銷服務。隨著客戶持續加大在內容種草、付費媒體投放及交易轉化方面的投入，我們擬進一步承接其在社交媒體平台上的營銷需求。通過提升每位客戶的服務深度及預算覆蓋，我們能夠更穩定地參與客戶的營銷工作流程，並將現有客戶關係轉化為更可持續的收入來源。

複製服務能力並拓展行業覆蓋

我們亦計劃將現有服務能力複製至更多具備社交媒體營銷需求的行業，以及其他更依賴內容觸達和線上轉化的行業。隨著社交媒體平台持續強化電商及交易能力，客戶需要的已不只是單點執行服務，而是能夠將內容策略、達人合作、付費投放及效果復盤納入同一項目框架的服務夥伴。在我們現有參與廣告主營銷工作流程的基礎上，我們擬進一步運用雲端服務基礎架構與AI技術，提升方案設計、內容構思、執行監控及成效評估的效率。該等能力有助於我們更快識別客戶需求，更及時優化項目執行，並在更多行業場景中複製我們的整合營銷服務模式。

業 務

分階段拓展海外市場機會

我們認為海外市場亦為社交媒體整合營銷服務行業的重要長期增長機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，全球社交媒體整合營銷服務市場由二零二一年的187億美元增長至二零二五年的333億美元，複合年增長率為15.5%，並預期將進一步增長至二零三零年的1,109億美元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為27.2%。我們計劃分階段發展海外社交媒體整合營銷服務能力。初期，我們擬以中國品牌出海營銷需求作為切入點，並依託既有國內合作經驗，為其在海外市場的社交媒體營銷提供支持。同時，我們計劃在若干主要海外市場逐步建設本地銷售及合作網絡，並在中國設立專門國際業務拓展團隊，以連接中國客戶與海外平台、本地創作者資源及跨境電商生態。隨著海外業務經驗積累，我們將根據不同市場的平台環境、內容習慣及商業規則調整服務模式。我們認為，該策略將有助於擴大可服務市場範圍，分散收入來源，並降低對單一市場環境的依賴。

構建行業領先的AI賦能營銷能力

我們計劃持續升級*YP T-Engine*，該系統由*YP ICE*及*YP I-Ops*組成。*YP ICE*用於自動化及優化社交媒體整合營銷服務工作流程中各關鍵節點的高頻及重複性任務，而*YP I-Ops*則支撐端到端項目管理、財務監控、合同管理及審批流程。通過持續研發投入及產品迭代升級，我們旨在擴展*YP T-Engine*於業務及管理流程中的應用範圍，並逐步提升對核心工作流程及職能的覆蓋率。

中期而言，我們計劃在*YP ICE*下九大主要職能中部署超過十個AI智能助手，覆蓋活動前期洞察及策略制定、活動中期執行以及活動後復盤及知識沉淀，以進一步提升AI在服務流程中的滲透率。例如，在項目啟動前，AI工具可支持平台規則合規提示、數據輔助達人匹配及營銷方案生成。在活動執行期間，AI工具可支持廣告方案設計及營銷策略動態調整。在活動完成後，AI工具可支持活動後復盤、自動化報告生成、活動結算核驗及營銷投入回報率分析。在管理方面，*YP I-Ops*將持續整合媒體資源及採購管理、賬號管理及風險控制、運營分析及決策儀表板、工作流程及合規工具、客戶資源及項目全生命周期管理，以及移動端及實時決策支持等功能，以提升運營透明度、資金管理效率及成本控制與流動性管理能力。

我們認為AI對我們的業務具有價值，不僅因其能自動化任務，亦因其有助於保留並重複利用以往營銷活動所積累的經驗。隨著業務規模擴大，我們預期AI賦能的工作流程將有助於縮短交付周期、提升執行一致性，並以更低的邊際人力投入將成功項目經驗應用於同類型營銷活動。我們擬持續基於業務、運營及財務團隊反饋優化AI工具，並進一步把AI能力融入業務全生命周期。

業 務

我們亦計劃把握AI相關產品及服務快速發展所帶來的市場機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，中國人工智能市場由二零二一年的人民幣721億元增長至二零二五年的人民幣2,189億元，複合年增長率為32.0%，並預期將於二零三零年達人民幣9,930億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為35.3%。AI產品及大模型應用正持續加大在用戶獲取、產品教育、場景培育及生態建設方面的投入。憑藉我們在AI行業客戶方面的合作關係及整合營銷能力，我們擬深化與有關客戶的合作，並在社交、購物及搜索等場景中開發差異化營銷策略。同時，我們亦計劃密切關注AI原生界面作為新型用戶發現及內容分發渠道的發展，並相應調整營銷策略以把握潛在機遇。

構建專業、全面及可擴展的人才團隊

專業、全面且具執行力的人才團隊是支持我們可持續增長及服務穩定性的基礎。社交媒體營銷行業要求持續創意能力、嚴格執行標準化流程，以及對平台規則、消費者行為及技術變化的快速反應能力。我們擬持續完善人才培養體系，以支持服務質量、運營規模化及標準化交付能力提升。

我們計劃進一步擴展內部人才培訓覆蓋範圍，並深化內部培養模式。通過將服務流程拆解為清晰能力模塊，並設計針對性的課程系統、實戰項目及考核標準，並將我們的企業文化、方法論及服務標準融入培訓體系，我們擬根據員工教育背景、專業技能及個人優勢，引導其向合適職業發展路徑發展，從而持續完善核心運營能力體系，涵蓋策略策劃、創意制作、付費媒體投放運營、客戶管理、項目執行及數據分析等職能。

我們亦計劃拓展組織架構並精細化團隊專業分工，以支持更全面的社交媒體整合營銷服務。我們持續建設自有內容創作人才基地。隨著時間推進，我們計劃逐步提高內部生產營銷素材的比例，以替代外部採購，從而降低創意成本、提升內容一致性，並增強營銷內容的質量及回應效率。我們相信，更強的內部創意及執行團隊也將產生可重用的內容資產及運營反饋，進一步強化我們的AI賦能服務能力。

選擇性推進戰略合作、投資及併購以擴展業務版圖

我們擬選擇性地探索與現有業務具協同效應的戰略合作、投資及併購機會。我們認為，適當的戰略交易有助於加速我們在地理覆蓋、客戶基礎、行業垂直領域、媒體及創作者資源、技術能力及人才團隊等方面的擴張，從而進一步鞏固市場地位，惟前提為相關機會符合我們的戰略優先事項及財務資源。

業 務

我們計劃主要考慮營銷服務價值鏈上下游國內及海外企業，包括在客戶、平台、創作者、數據或技術資源方面具有互補性的企業。在評估潛在標的或合作伙伴時，我們將重點考慮業務規模、商業化路徑、與現有業務的協同程度及與我們戰略目標的一致性、技術能力(尤其是AI算法、大數據分析及垂直行業營銷能力)、客戶或數據資源的互補性、管理團隊經驗、估值、歷史經營指標、預計所需的財務成本、財務表現、合規情況及與現有業務的兼容性等因素。我們將保持審慎態度，優先選擇能夠產生明確戰略協同、提升運營效率或擴展整合營銷服務能力的機會。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何具體收購或投資目標，亦未就任何該等收購或投資訂立任何具法律約束力的協議或安排。

我們的業務模式

我們通過社交媒體整合營銷解決方案，在中國領先社交媒體平台上彌合品牌客戶與終端消費者之間的鴻溝來創造價值。我們根據客戶需要及具體目標，設計並執行定制化的全鏈路營銷策略，按需整合達人內容創作、創意製作以及精準付費媒體投放等服務。我們採用整合方法，對營銷活動進行全生命週期管理，從策略制定、執行統籌到效果監測，再到活動後復盤全程覆蓋。通過將數據驅動的洞察及AI賦能工具疊加於我們的服務能力之上，我們通過根據適用的平台規則及效果反饋定制的內容、達人及付費媒體執行，協助品牌提升其社交媒體互動的相關性及效率，提高品牌知名度及用戶互動，並支持客戶實現轉化目標。

我們的整合營銷解決方案

我們為不同行業的客戶提供社交媒體整合營銷解決方案，包括互聯網電商、3C電子、家居家電、日化美妝、快速消費品、汽車及AI智能助手。我們的服務主要分為三大業務線：(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案；及(iii)其他營銷服務。

下表載列於所示期間按業務線劃分的收入明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	505,033	33.5	695,406	52.0	715,106	51.0
內容整合營銷解決方案	937,778	62.3	618,200	46.2	672,373	47.9
其他營銷服務	63,128	4.2	23,552	1.8	15,560	1.1
總計	<u>1,505,939</u>	<u>100.0</u>	<u>1,337,158</u>	<u>100.0</u>	<u>1,403,039</u>	<u>100.0</u>

業 務

全鏈路整合營銷解決方案

我們的全鏈路整合營銷解決方案通過在統一策略下，於各大中國社交媒體平台上整合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，實現覆蓋全營銷鏈路的全面傳播。該類解決方案涵蓋完整的營銷活動生命週期，包括活動策略制定、達人篩選與匹配、內容創作、審核與發佈、付費媒體執行及優化、社交媒體賬號管理、效果追蹤以及活動後盤。這一擴展範圍在基礎營銷服務之上疊加了付費媒體投放，使客戶能夠實現更廣泛的受眾觸達、更精準的定向以及更強的管理活動規模及節奏及監察活動表現的能力。這使營銷活動能夠於整個客戶旅程中，從受眾互動到轉化，更有效地與客戶建立連結。通過將付費推廣與真實內容和可信創作者聲音相協調，這些解決方案幫助客戶提升用戶獲取效率，並實現可量化增長成果。

內容整合營銷解決方案

我們的內容整合營銷解決方案以達人內容創作與傳播為核心，達人為客戶觸達並與目標受眾互動的主要渠道。該等解決方案亦採用整合方法，涵蓋活動策略制定、達人篩選與匹配、內容創作、審核與發佈、成效追蹤及活動後復盤。與我們的全鏈路整合營銷項目不同 – 其在單一項目中融入了付費媒體投放及其他服務模組 – 我們的內容整合營銷解決方案主要基於達人生成內容及自然傳播渠道。



業 務

其他營銷服務

我們還提供其他營銷服務，以獨立及單一服務形式交付。該等服務包括：

- 內容推廣服務，包括根據客戶的推廣目標制定媒體投放策略及方案，以及通過主要中國社交媒體平台的競價系統對廣告活動進行執行及實時優化；及
- 創意與內容服務，涵蓋營銷活動策略制定、創意構思、內容腳本撰寫及文案策劃以及視頻和圖片內容製作，以獨立諮詢或製作項目形式交付。

關鍵運營數據

下表載列我們於往績記錄期間業務的若干關鍵運營數據：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
客戶數目			
客戶總數 ⁽¹⁾	350	299	284
全鏈路整合營銷解決方案客戶 ⁽¹⁾	154	177	188
內容整合營銷解決方案客戶 ⁽¹⁾	297	223	175
其他營銷服務客戶 ⁽¹⁾	89	63	96
KA客戶 ⁽²⁾	38	29	35
KA客戶留存率⁽³⁾	97.1%	97.4%	100.0%
活動數目	6,109	5,715	6,609
合作達人數目	35,428	39,346	71,273
主要平台爆文率⁽⁴⁾	45.6%	50.7%	50.7%
員工平均創收⁽⁵⁾(人民幣千元／人)	3,392	3,473	3,761

附註：

1. 客戶於同一年度內可能使用我們超過一項服務，而於每項適用服務線均會計算。因此，各服務線的客戶數量總和或會超過客戶總數。
2. 指在完整財政年度內貢獻收益超過人民幣10.0百萬元的客戶。
3. 按前一年度的關鍵賬戶客戶中，於相關年度持續使用我們的服務的客戶數目，除以前一年度的關鍵賬戶客戶總數計算。
4. 主要平台爆文率指在抖音及小紅書(於往績記錄期間，我們營銷活動中最活躍的兩個社交媒體平台)上發佈的付費內容中，在抖音獲得超過10,000次互動及在小紅書獲得超過1,000次互動的內容所佔百分比。根據弗若斯特沙利文，該等互動門檻為社交媒體營銷業界常用的參考基準，用於評估內容表現與營銷活動成效。
5. 按相關年度收入除以該年度平均員工人數計算。

業 務

於往績記錄期間，我們持續提升全鏈路整合營銷能力並優化客戶組合。自二零二三年下半年起，我們已加強客戶篩選及付款週期管理，同時選擇性地減少與若干結算週期通常較長或策略契合度較低的行業的合作。因此，我們的客戶總數由二零二三年的350名減少至二零二四年的299名，並於二零二五年進一步減少至284名。同時，選擇我們全鏈路整合營銷解決方案的客戶數目穩定增長，由二零二三年的154名增加至二零二四年的177名，並於二零二五年進一步增加至188名，反映我們的整合營銷能力持續提升以及客戶對整合營銷解決方案日益增長的需求。與此同時，於往績記錄期間，購買我們的內容整合營銷解決方案的客戶數目有所下降，主要由於我們全鏈路整合營銷解決方案的持續擴展，該方案的客戶需求不斷增加，以及我們持續優化客戶組合的努力。部分客戶由內容整合營銷合作升級至全鏈路整合營銷解決方案，導致與主要品牌客戶的合作更為深入、服務覆蓋範圍更廣，並帶來此等客戶的營銷支出增加。因此，雖然購買我們整合內容營銷解決方案的客戶數量有所下降，惟該下降部分被全鏈路整合營銷解決方案的持續增長所抵消，而後者貢獻來自高價值客戶的收入比例不斷上升。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的KA客戶留存率分別維持於97.1%、97.4%及100.0%的較高水平，體現我們與主要客戶關係的穩定性以及其對我們服務的認可度。於二零二四年，KA客戶數目有所下降，主要是由於我們實施客戶組合優化計劃，其後於二零二五年隨著若干客戶擴大合作範圍並晉升為KA客戶，KA客戶數目有所回升。

營銷活動數目由二零二三年的 6,109 個減少至二零二四年的5,715個，主要反映我們優化客戶組合後客戶數目有所減少；其後於二零二五年隨著我們加深與主要客戶的互動並執行更多全鏈路整合營銷活動，營銷活動數目增加至 6,609 個。

隨著業務擴張，我們的合作達人數目由二零二三年的35,428名增加至二零二四年的39,346名，並進一步增加至二零二五年的71,273名。該增長主要由於我們於各大社交媒體平台推薦算法方面的專業知識日益精進，使我們得以實施針對各平台的達人策略。為取得更有效的推廣成效及滿足品牌客戶的需求，我們進一步擴大與各層級達人的合作範圍，包括加強與中階及長尾達人的互動。於往績記錄期間，我們在主要平台的爆文率於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為45.6%、50.7%及50.7%，主要反映我們更強大的整合營銷服務能力以及更深入的市場洞察。往績記錄期間的員工平均創收於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為人民幣3.4百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣3.8百萬元。該增長主要歸因於我們的運營效率持續提升，這得益於AI技術於我們各項業務流程中的廣泛應用，包括YP ICE及YP I-Ops系統，該等系統可提升工作流程效率及員工生產力。

業 務

我們的服務

品牌現時面臨在日益分散且瞬息萬變的數字化市場環境中尋找方向的挑戰，其營銷效果與否取決於能否在內容、創作者、媒體部署及成效優化各方面作出正確的策略決策。社交媒體整合營銷服務提供者的作用並不局限於運營協調。憑藉豐富的營銷活動經驗，該等服務提供者形成了對主要社交媒體平台中影響內容分發、推薦機制及流量特徵的平台算法的實踐性理解與適配能力，同時亦具備對品牌目標及消費者行為的深入理解。根據弗若斯特沙利文，通過將該等專業能力與成熟的營銷方法論相結合，社交媒體整合營銷服務提供者能夠協助品牌制定更具針對性的營銷策略，以提升營銷成效及營銷投入回報。

我們的社交媒體整合營銷解決方案由早期單一的達人營銷服務發展演變而來。隨著中國社交媒體生態的發展，我們亦同步擴展平台覆蓋範圍，以適應新興社交媒體平台的不斷出現。自二零二二年起，針對客戶對由同一服務提供者統一管理整體營銷活動、以提升活動責任歸屬與效果的需求不斷增強，我們拓展至付費媒體投放服務領域，並在統一營銷解決方案交付模式及定制策略下逐步形成整合能力。該整合模式現正形成我們核心服務體系。

全鏈路整合營銷解決方案

我們的全鏈路整合營銷解決方案能全面覆蓋全營銷鏈路，將內容創作、達人營銷及付費媒體投放整合於單一項目中，由我們作為統一服務提供者進行管理。在實際操作中，客戶服務團隊為與客戶的主要聯繫窗口，負責梳理並統一營銷活動的需求，並通過內部協調以制定營銷策略。同一團隊亦負責監督達人篩選、內容製作、內容傳播及付費媒體執行，從而在原本相互分割的職能之間建立即時聯動與反饋機制。通過將該等職能整合至單一責任主體之下，我們的整合模式使得我們能夠基於即時表現數據，在營銷活動全週期內動態調整達人內容與付費媒體投放之間的平衡。該模式亦為客戶提供統一、合併的效果呈現視角及可量化的增長成果，簡化了活動執行流程，並提升了對整體營銷效果的可見性，提升投放效率。

於往績記錄期間，我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年通過全鏈路整合營銷解決方案產生的收入分別為人民幣505.0百萬元、人民幣695.4百萬元及人民幣715.1百萬元，分別佔同期總收益約33.5%、52.0%及51.0%。該類解決方案為我們的旗艦產品，並整合我們服務能力的核心要素。

業 務

儘管該服務以整合形式交付，但其具體構成及各模組之間的權重可根據客戶的目標、產品類別、預算規模及其他參數進行定制化配置。該類營銷解決方案通常由付費媒體投放及以下一個或多個互補服務模組構成：

- **活動策略開發。**我們通過分析客戶目標(包括品牌知名度、內容種草、用戶獲取或銷售轉化)、並明確目標受眾、核心訊息、內容方向，平台選擇以及預算分配，制定全面活動策略。
- **內容創作。**我們通過內部內容團隊或第三方提供者，製作各類營銷內容，包括短視頻、圖文帖、產品圖片、文本及文案撰寫。這些內容均依據活動策略制定，並針對中國內地的各目標社交媒體平台的格式要求及算法偏好進行適配。
- **達人營銷。**我們與中國主要社交媒體平台上的各類達人(包括KOL、KOC及KOS以及其他內容創作者)合作，創作並傳播贊助內容，以進行品牌種草及用戶互動。
- **社交媒體賬號管理。**我們為客戶在社交媒體平台上的品牌官方賬號提供管理及內容製作服務，包括內容策劃、創作、發佈排期及社區互動。
- **付費媒體投放。**我們透過社交媒體平台的競價與廣告系統採購流量，管理並優化廣告活動，旨在為客戶驅動精準的使用者曝光及活動成效。

例如，一項合作可在統一活動框架內將達人驅動的內容與付費媒體投放傳播相結合，而達人內容則通過更具信任度的聲音提升受眾接受度及營銷活動成效，其中付費媒體投放提供可規模化的觸達與精準定向能力。此外，一項合作也可將付費媒體投放與持續的內容創作及客戶自有社交媒體賬號管理整合，在流量引入與使用者留存之間形成閉環。一項合作亦可將付費媒體投放與社交媒體賬號管理相結合，通過付費流量推廣我們通過品牌自有社交媒體賬號發佈的內容，支持粉絲增長並提升賬號影響力。

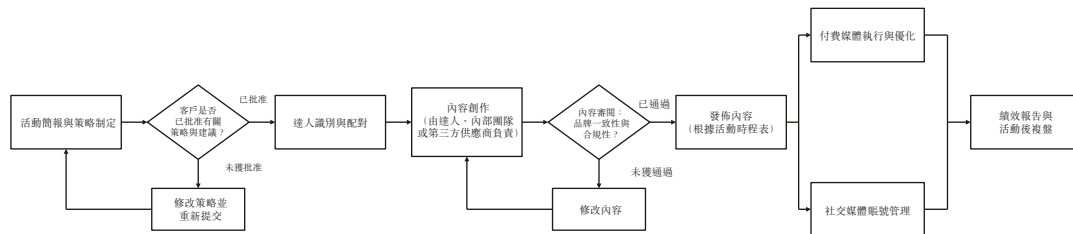
此整合方法創造出強大的協同效應 – 高品質的達人內容賦予付費媒體真實感與互動性，而付費媒體投放則為內容帶來規模效益與精準觸達、定位，以及策略規劃確保整體活動一致，成效與客戶目標的契合。根據客戶反饋及數據分析，與單獨開展達人或付費媒體推廣活動相比，該方法帶來的營銷投入回報率顯著更高。

業 務

服務流程

我們全鏈路整合營銷解決方案的典型服務流程如下。具體的服務組合以及各步驟的側重點可能會因項目性質和客戶需求而有所不同。

下圖說明我們全鏈路整合營銷解決方案的典型流程與步驟：



- **活動簡報與策略制定。**我們的客戶服務團隊作為與客戶對接的唯一視窗，將與彼等共同明確活動目標、目標受眾、平台選擇及預算分配，並制定活動策略與執行計劃，供客戶審批。
- **達人識別與匹配。**我們的達人營銷團隊通過數據驅動分析，從MCN代理合作夥伴及獨立達人中篩選合適達人，並根據活動目標和預算構建分層達人矩陣。
- **內容創作、審核與發佈。**內容由達人根據活動簡報創作、由內部製作或由我們委聘的第三方內容製作服務提供者所制作。所有內容在發佈前均需經過分級審核流程，以確保符合品牌定位及監管合規要求。隨後，達人將根據啟用時程表發佈內容。
- **付費媒體執行與優化。**我們的付費媒體運營團隊通過平台競價系統執行廣告活動，配置定向參數、競價策略及預算分配。持續監控活動表現數據，並實時調整競價水準、受眾定向、創意輪播及預算分配，以優化品牌客戶的KPI目標。
- **社交媒體賬號管理。**我們制定並執行專門的賬號運營策略，包括賬號定位、內容方向、發佈頻率及增長目標。基於該等策略，我們制定並發佈多種形式的內容，包括文字內容、圖文內容及短視頻內容，同時持續監測賬號表現，並進行效果跟蹤及優化。
- **績效報告與活動後復盤。**活動結束後，我們向客戶提供完整的活動後報告，涵蓋核心表現指標分析及針對未來營銷活動的策略性優化建議。

業 務

能力

我們支撐交付全鏈路整合營銷解決方案的核心能力包括：

- **數據驅動的營銷洞察及活動優化。**我們利用自有分析能力以及平台數據分析工具，支持營銷活動策略制定及執行。通過使用者互動指標、流量及轉化以及歷史營銷活動表現等平台層面的數據，我們對受眾行為、內容表現及平台動態形成量化洞察，而非依賴主觀判斷。這些洞察為營銷活動的關鍵決策提供支持，包括受眾定位、內容方向、達人篩選及付費媒體分配等。我們的分析方法也有助於形成系統化、可複製的投放方法論，從而提升營銷效果。
- **自研AI工具與工作流程自動化。**我們開發了自有AI驅動悅普智算引擎(「**YP ICE**」)，在關鍵服務環節集成AI能力。其核心模組包括營銷策略客製化、達人推薦、媒體投放管理、內容審核、項目結案報告，以及工作流程協調。此外，我們還運營為社交媒體營銷行業定制的自有悅普智能經營管理系統(「**YP I-Ops**」)，在整個活動全生命週期提供端到端項目追蹤及管理、財務管理(如應收應付監控)、合同管理以及多層級審批流程。
- **廣泛達人網絡與結構化MCN管理。**於二零二五年，我們在社交媒體平台與超過71,000名達人保持合作，覆蓋不同行業、內容類別、受眾群體及價格層級。通過MCN合作以及直接達人合作關係，截至二零二五年十二月三十一日，我們可觸達一個橫跨社交媒體平台、覆蓋約5.9百萬名達人的網絡。我們對達人資源實施統一管理機制，通過內部規則在項目執行中優先匹配優質供應商資源，並在整個項目中維持透明的定價標準。
- **全週期項目管理。**我們的專屬客戶服務團隊作為客戶的單一對接視窗，負責從項目立項、達人篩選、內容製作、發佈、付費媒體執行直至活動後復盤的全流程管理。彼等協調內部策略、媒體、付費媒體、創意及合規等多個職能團隊，確保活動無縫交付。該全流程管理能力由自有**YP I-Ops**系統支持，實現對所有並行活動在項目進度、交付物、財務指標及審批流程方面的實時追蹤。

業 務

- **多層級內容合規機制。**我們建立了覆蓋品牌一致性、內容準確性及監管合規性的三層審核體系，尤其適用於醫療健康、醫藥及金融服務產品等受監管產品類別。同時，我們的法務團隊會對新客戶進行前置風險評估，包括監管歷史及行業合規要求，並按風險等級分類客戶，從而決定在參與期間所採用的內容審核的嚴格程度。
- **專職的付費媒體營運基礎設施。**我們專職的付費媒體運營團隊按不同平台及客戶類型進行分組管理。該團隊負責不同社交媒體平台的實時活動優化，並具備按小時級頻率對重點項目進行監並調整高優先級別的運作能力。

我們的全鏈路整合營銷解決方案由內部研發的*YP T-Engine*賦能，其包含負責業務交付的*YP ICE*及負責運營管理的*YP I-Ops*：

YP ICE，一套專有的AI驅動系統，涵蓋我們營銷服務工作流程的全週期，協助業務團隊從以經驗為主導的手動執行模式升級為由數據與AI輔助的標準化且可複製的執行模式。在項目初步階段，其有助於根據客戶的行業、營銷目標、預算範圍、目標受眾以及過往項目經驗，制定客製化的營銷策略、內容方向及達人推薦。在項目執行期間，其能協助管理媒體投放、審核內容，並監控投放成效，並協助協調跨職能部門的作業流程。在項目後期階段，其能協助彙整活動素材以完成項目結案，並進行投放成效分析。

YP I-Ops，我們的運營管理平台有助於將我們在項目執行、財務管理、採購、合約管理及內部審批等各方面的運營管理流程集中化並標準化。其擁有龐大且多元化的歷史合作達人及供應商資料庫，追蹤項目層級的開票與收款狀況，支持跨業務單位的收入、利潤及預算分析，並通過結構化的審批與合約管理工作流程加強運營合規性。該系統亦支持客戶分群與項目生命週期追蹤，同時亦提供行動儀表板、即時警示及運營分析，藉此提升整體業務運營的管理效率、跨部門協調能力及決策反應速度。

有關我們服務中技術能力及應用的詳細資料，請參閱「我們的技術」。

案例

我們領先的整合營銷能力已獲得客戶與社群媒體平台的廣泛認可。特別是，我們曾與多家頂尖社交媒體平台合作推出多項共同創作的營銷企劃，這充分展現我們順應平台趨勢演變，並善用最新平台工具與方法的能力。以下客戶案例將說明我們的全鏈路整合營銷解決方案驅動生意增長。

業 務

案例一：一個現制茶飲品牌的全鏈路整合營銷解決方案



附註：

- 活動期：二零二五年三月五日至二零二五年四月十五日。
- 總營銷曝光次數：指活動期間內，所有發佈於該社群媒體平台上的活動相關內容，於平台上向用戶顯示的累計次數。
- 總互動次數：指活動期間內，所有發佈於該平台上的活動相關內容所產生的用戶互動活動總數。
- 品牌顧客排名：指該品牌於社交媒體平台茶飲及果汁飲料類別中，依據品牌受眾資產指數(AIPS)所排定的名次。AIPS為由小紅書開發的綜合指數，通過整合用戶互動訊號等過程指標，以及下游轉化率及ROI等成果指標，用以衡量品牌的累積受眾資產與活動成效。
- SPU排名：標準產品單位排名，指在相關社交媒體平台根據類別搜尋量，茶飲及果汁飲料類別中主打產品的排名。

資料來源：平台數據、品牌客戶

我們與一個現制茶飲品牌合作，在小紅書上推廣其以健康為導向的產品。我們透過數據驅動的洞察指導主打產品的篩選、內容策略、KOL配對及媒體投放。該活動榮獲多項業界殊榮，包括小紅書白犀計劃優秀案例獎，以及小紅書種草大獎銅獎。

業 務

主打產品篩選。我們協助品牌客戶根據行業趨勢與競爭格局，鎖定適合推廣的主打產品。根據熱門搜尋關鍵字及對競爭對手暢銷產品的分析，我們觀察到儘管以健康為導向的產品正在獲得強勁的消費者認可，惟該等產品大部分集中在高階區間，反映較具價格競爭力的市場細分領域存在尚待開發的市場機遇。因此，我們將品牌客戶的蔬果汁系列重新定位為主打產品，並以「輕、健康、好喝、不貴」為核心訴求，使其在競爭激烈的茶飲大類中脫穎而出。

精準植入與消費者驗證。在活動第一階段，我們通過數據分析鎖定活動的核心目標受眾及差異化的消費者群體，制定量身打造的植入式內容策略，並執行精準的付費媒體投放。通過分析目標受眾特徵、搜尋趨勢、內容偏好以及表現優異的競爭對手內容，我們鎖定追求「輕鬆健康」生活方式的低線城市消費者作為關鍵潛在受眾。接著，我們將這項洞察延伸至環繞輕鬆無負擔的享受、低壓力體重管理，以及簡單日常健康時刻的生活場景，並根據搜尋需求、競爭對手的內容以及平台標籤訊號，將內容方向與關鍵購買決策時刻相結合。

與此同時，我們透過精準的付費媒體投放執行該等植入策略。通過對受眾細分群體進行開發及反覆測試，我們識別出低線城市中尋求健康生活方式、體重管理及整體健康的消費者，為進行規模化媒體投放最具成效的目標受眾群體。接著，我們根據互動與轉換表現，增加表現最佳內容的曝光度，引導用戶搜尋高意圖關鍵字，並將流量導向品牌搜尋著陸頁。此舉建立了一個從內容植入、搜尋觸發到最終轉換的閉環鏈路。

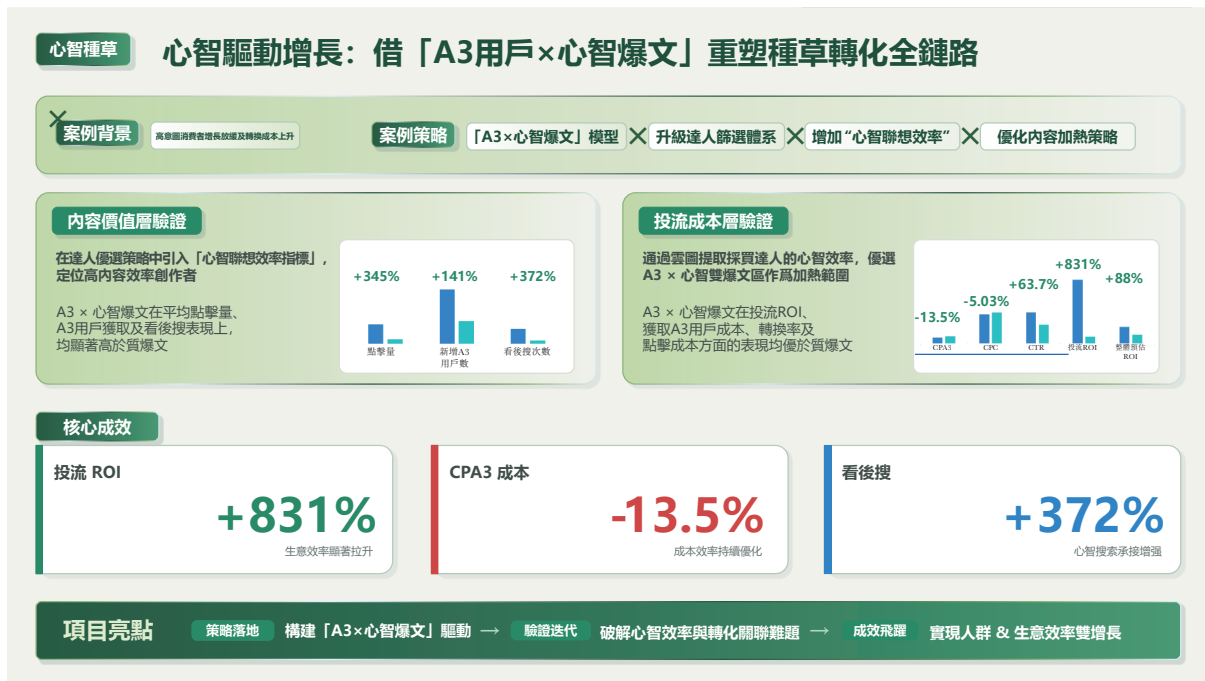
大規模內容推廣及達人啟動。在活動第二階段，我們將目標受眾從核心低線城市「輕鬆健康」消費者，擴展至更廣泛的健康意識消費者。我們將觸達範圍從日常健康生活場景延伸至相鄰的生活方式場景，並通過增量測試驗證新受眾群體。根據該等延伸情境中的內容互動與搜尋行為，我們發現受眾對運動與健身相關內容展現出高度偏好，並選定了一位相關的運動明星。我們以該運動明星為核心支柱，建構了多層次的達人矩陣，藉此擴大受眾層級與內容類別的覆蓋範圍以實現有效的達人營銷，輔以年輕藝人以及涵蓋健康、紓壓、美容、戶外活動、旅遊及日常「悠閒生活」時刻等領域的廣泛內容創作者群，甚至包含店內員工的真實貼文。這些努力共同強化了品牌清新健康的形象，並拓展了更廣泛的受眾觸達範圍。

我們進一步推出了一個互動式活動登陸頁，旨在將線上互動與線下銷售推廣活動相結合。我們鼓勵用戶創作內容並在活動主題下發文以解鎖優惠券。這項舉措為品牌的微程序和官方賬號帶來流量，同時亦促進了店內轉化率及線下銷售活動。

業 務

增長成效。該活動產生超過86百萬次總營銷曝光次數，以及超過740,000次總互動。活動期間，主打產品在平台茶飲與果汁飲料類別的搜尋量中排名第一，而我們的品牌客戶在該平台茶飲品牌中按品牌受眾資產指數(AIPS)總值排名第二。與前一期間的相同期間相比，該品牌的搜尋量增加約419.2%，閱讀量增加約199.5%，顯示使用者興趣與互動效率顯著提升。在門市層面，與緊隨活動開始前一天的訂單量相比，日均出杯量增加40%，且在活動期間，社交媒體平台貢獻了超過60%的新客獲取量。這些成果顯示，在品牌認知度、用戶互動及轉換方面均表現優異。

案例二：一個日化美妝品牌的全鏈路整合營銷解決方案



附註：

- 活動期間：二零二五年十月九日至二零二五年十一月十一日。
- 投流ROI：指通過廣告產生的總交易額與實際廣告支出之間的比率。
- A3用戶。根據抖音的受眾細分框架，A3受眾指已熟悉品牌並願意購買的用戶群體，並已展現出明確的意圖訊號，例如搜尋品牌或產品資料、與相關內容互動，或反覆接觸相關資料，且於購買前正積極評估該品牌。該階段對應於5A模型(認知－吸引－詢問－行動－倡導)中的「詢問」階段，該框架由菲利普·科特勒於《行銷4.0》一書中提出，用以描述顧客從最初認知到建立忠誠度及成為倡導者的旅程。A3受眾轉化率為抖音營銷生態中的一項KPI，用以評估消費者獲取及品牌建設活動的成效。
- CPA3：A3受眾的獲客成本，即獲取一名A3用戶所需的廣告成本。較低的CPA3表示營銷活動能以更高效率及更低成本獲取此類高意向消費者。
- 質爆內容：就抖音而言，指A3新用戶率排名所屬行業前50%的贊助內容，反映內容在引發用戶興趣及產品種草效率方面具有強勁成效。

資料來源：平台數據，品牌客戶

業 務

我們與某日化美妝品牌合作，在抖音支持其旗艦護膚產品於雙11購物節的增長。面對高意向消費者增長放緩及在激烈促銷競爭下轉化成本上升，我們實施一套整合框架，涵蓋創作者選擇、內容優化及流量投放，旨在通過更具針對性及數據驅動的方法提升消費者心智滲透率及轉化效率。

心智驅動的創作者選擇。我們升級創作者選擇框架，在傳統受眾及內容表現指標之外，引入「心智關聯效率」指標。通過分析內容創作者歷史內容的心智關鍵詞，並將其與產品的目標品牌、功效及使用場景的心智屬性進行匹配，我們識別出更能傳達期望消費者認知並影響購買決定的創作者。此舉使我們能更精準地選擇既具備受眾觸達力、又能有效建立心智的創作者。

雙重爆文策略及精準媒體優化。我們進一步將內容推廣策略由主要致力於最大化內容觸達範圍及互動程度的傳統模式，演變為旨在同時推動流量生成及心智建設的雙重目標策略。憑藉平台數據，我們根據心智關聯表現評估內容，並優先選擇具高潛力的內容進行付費放大。受眾定位持續透過品牌相關心智信號及消費者興趣數據加以優化。為兼顧即時及持續影響，我們持續監測多個內容發佈後的時間窗口內容表現，以持續優化定位參數、預算分配及放大策略。

增長影響。此次活動成功在業務及品牌建設方面均取得成效。與活動期間同一產品的優質爆文內容相關指標相比，付費媒體ROI提升約831%，而CPA3(即高意向消費者的獲客成本)則下降約13.5%。由內容驅動的搜索活動增加約372%，顯示在內容曝光後消費者興趣及考慮顯著增強。該活動展示我們能將消費者洞察轉化為可衡量的品牌及業務成果的能力。

內容整合營銷解決方案

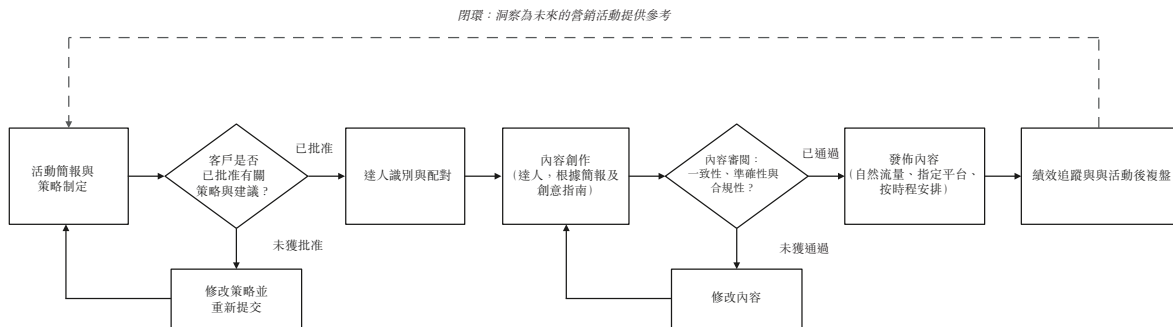
我們的內容整合營銷解決方案提供基於閉環流程的達人驅動內容創作與傳播服務，覆蓋活動策略與規劃、達人匹配、內容共創、內容發佈以及效果跟蹤等環節。與我們的全鏈路整合營銷解決方案不同 – 後者在單一項目中整合包括付費媒體投放在內的多種不同服務模組 – 而內容整合營銷解決方案主要聚焦於達人營銷領域，其核心交付為由達人驅動的內容創作及自然傳播。這些解決方案面向那些無需付費媒體投放，僅通過達人自然內容即可有效實現營銷目標的客戶。

於往績記錄期間，我們的內容整合營銷解決方案所產生的收入於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為人民幣937.8百萬元、人民幣618.2百萬元及人民幣672.4百萬元，佔相應年度總收入的約62.3%、46.2%及47.9%。

業 務

服務流程

下圖說明我們內容整合營銷解決方案的典型流程與步驟：



我們的內容整合營銷解決方案的典型服務流程如下：

- **項目簡報與策略制定。**我們與客戶共同明確項目目標、受眾畫像、核心資訊及平台選擇，並制定以內容為核心的營銷策略，確定最優達人組合、內容形式及傳播方式。
- **達人篩選與匹配。**基於受眾結構、互動表現、內容匹配度及品牌契合度等維度進行分析，篩選並匹配達人資源，構建覆蓋不同層級及內容垂類的達人組合，以支持項目目標實現。
- **內容創作、審核與發佈。**達人根據項目簡報及創意指引進行內容創作，有關內容在發佈前均需經過我方、平台和客戶三方審核，以確保符合客戶要求、資訊準確性及合規要求。經審核通過的內容由達人在指定社交媒體平台按既定排期進行發佈與分發。
- **效果跟蹤與項目復盤。**在項目執行期間持續跟蹤內容表現，並在項目結束後提供效果復盤報告，涵蓋數據分析及未來優化建議。

能力

我們用於支撐內容整合營銷解決方案實施的核心能力，與我們全鏈路整合營銷解決方案中達人營銷部分所採用的能力基本一致，包括數據驅動的策略制定與達人篩選能力、廣泛的達人網絡及規範化的MCN管理、內部內容製作、全周期項目管理以及多層級的內容合規流程。這些能力更通過我們的專有技術工具獲得進一步支持，包括YP ICE及YP I-Ops，這些工具能強化整個交付流程中的活動規劃、達人配對、內容審核及運營管理。有關這些能力的詳細說明，請參閱上文「全鏈路整合營銷解決方案－能力」部分。

業 務

案例

以下客戶案例展示我們的內容整合營銷解決方案驅動生意增長。

案例一：一個關節保健營養品牌的內容整合營銷解決方案



附註：

- 活動期間：二零二五年十二月二十九日至二零二六年三月二十四日。
- 質爆／量爆率：指於指定期間內達到特定成效門檻的贊助內容所佔的比例。就抖音而言，此類內容指達人內容於發佈後3天內達到以下任一成效門檻：(1)量爆內容：其自然播放量處於分行業前10%，顯示具有極強的原生傳播力與流量觸達率；或(2)質爆內容：其A3用戶新增率處於分行業前50%，反映出內容於驅動用戶興趣及產品種草效率的強大成效。
- 看後搜成本：指每次因用戶觀看內容而未直接與其互動、並於適用歸因窗口期內隨後進行相關搜索所帶來的轉化所產生的平均成本。其計算方式為將總廣告支出除以該廣告應佔看後搜次數。
- CPA3：A3受眾的獲客成本，即獲取一名A3用戶所需的廣告成本。根據抖音的受眾細分框架，A3受眾指已熟悉品牌並願意購買的用戶群體，並已展現出明確的意圖訊號，例如搜尋品牌或產品資料、與相關內容互動，或反覆接觸相關資料，且於購買前正積極評估該品牌。該階段對應於5A模型(認知－吸引－詢問－行動－倡導)中的「詢問」階段，該框架由菲利普•科特勒於《行銷4.0》一書中提出，用以描述顧客從最初認知到建立忠誠度及成為倡導者的旅程。A3受眾轉化率為抖音營銷生態中的一項KPI，用以評估消費者獲取及品牌建設活動的成效。較低的CPA3表示營銷活動能以更高效率及更低成本獲取此類高意向消費者。

資料來源：平台數據、品牌客戶

業 務

我們與一個關節保健品牌合作，通過利用抖音的流量及種草生態系統推廣其產品。作為由社交媒體新推出的先進AI營銷工具的受邀試點代理商，我們透過AI驅動的內容與創作者策略，協助我們的品牌客戶實現突破性的受眾觸達率及高價值流量增長。

AI賦能受眾及內容洞察。我們結合同類產品分析及該產品的優質定位，首先將白領消費者鎖定為核心目標受眾。通過反覆AI提示與優化，將產品成分、功效及使用場景進一步整合，我們為本次活動挖掘出關鍵洞察：(i)高潛力受眾分類包括久坐辦公室專業人士及注重健身的白領消費者；(ii)轉化趨勢正從以痛點為導向的訊息，轉向以行動力、戶外活動及積極生活為核心的理想生活風格內容；及(iii)白領受眾對關節不適及預防性保健的關注度日益提升，為情感導向的營銷及預防性照護定位創造契機。這些AI驅動受眾及內容洞察有助於實現精準定位、形成相關內容及強烈的情感共鳴，為高效且可擴展的內容構思奠定基礎。

AI實現具備擴充性且高效能的內容構思。我們進一步將這些受眾洞察轉化為高效內容場景及適合創作者使用的腳本，包括(i)因久坐導致的工作場所及通勤過程中的痛點時刻；(ii)以情感為主導的敘事，描述在加班文化下關節不適所引發的挫折感、疲憊感及生活方式的限制；及(iii)充滿激勵性的戶外與運動主題故事，強調健康關節如何讓人們盡情享受籃球、健身、旅行、健行以及充滿活力的社交生活。這些成果乃通過AI輔助的創意構思工作流程產生，持續精鍊受眾痛點、情感觸發點、產品優勢以及適合創作者的場景，最終整合成可擴展的「受眾+情境+訊息」組合。因此，內容創意構思與策略制定效率提升，展現出能夠大規模快速產出多元且表現優異的創意方向的能力。

精準達人匹配，高效觸達。基於對受眾及內容洞察，我們在抖音上發起一場達人種草活動以引發熱議、提升品牌知名度並促進高效轉化。通過運用先進的AI營銷工具，我們在特定垂直領域或利基領域中篩選出合適的創作者，將基於洞察的策略轉化為可執行的達人匹配框架。針對各內容方向，我們確立目標創作者檔案，精進篩選標準，並從多個影響力層級中精選出高度契合的創作者人才庫。此工作流程將達人篩選從以經驗為基礎的決策轉變為標準化、數據驅動的流程，使達人初篩選中率有所提升，不僅提高了鎖定精準度、擴大創作者覆蓋範圍，更增強了數據透明度，從而使種草投資更具成效。

增長成效。該活動有效激發了使用者興趣及轉化率。CPA3(指獲取單個高購買意慾消費者的獲客成本)較業界基準低60%。此活動的質爆／量爆率達到80%。這種強勁的受眾參與度亦反映在搜尋相關的指標上。看後搜成本降至人民幣2元以下，表現超出初始目標約200%，使該活動躋身抖音行業領先的搜尋趨勢之列，並顯示出搜尋驅動型內容表現已達到突破性的水準。

業 務

其他營銷服務

我們亦提供其他營銷服務，均以獨立、單一服務形式交付，主要包括：

- **內容推廣服務。**我們提供單獨的付費媒體投放服務，包括根據客戶的推廣目標制定媒體投放策略及方案，以及通過主流社交媒體平台的競價及廣告系統進行廣告活動的規劃、執行及實時優化。該類服務主要面向已由其他提供者負責達人營銷或創意製作，或已具備內部相關能力，僅需專業廣告投放支持的客戶。
- **創意與內容服務。**我們提供獨立的創意與策略服務，包括營銷策略制定、創意構思、內容腳本撰寫、文案及視覺設計等。該類服務適用於在營銷規劃的特定階段需要策略或創意支持，但不需要完整端到端項目執行的客戶。交付成果通常包括營銷方案、品牌定位框架、內容製作方案以及可供客戶或其他服務商直接使用的創意素材。

我們在提供該等單獨的營銷服務時，充分運用自有的悅普智算引擎及YP I-Ops平台。例如，在提供內容推廣服務時，悅普智算引擎支持媒體投放優化及成效監測，而YP I-Ops則支撐項目協調、審批流程及整體執行過程中的運營跟蹤。

於往績記錄期間，我們其他營銷服務產生的收入於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別為人民幣63.1百萬元、人民幣23.6百萬元及人民幣15.6百萬元，佔相應年度總收入約4.2%、1.8%及1.1%。

業 務

我們的技術

我們持續投資於專有技術，以提升運營效率、將結構化控制嵌入工作流程並增強服務交付能力。我們的技術基礎設施以悅普雙擎智能平台(「**YP T-Engine**」)為核心，該平台包括(i)悅普智算引擎(「**YP ICE**」)，一個以AI驅動的業務引擎，可提升團隊能力及整體營銷服務流程中的執行效率；及(ii)悅普智能經營管理系統(「**YP I-Ops**」)，一個一體化運營核心，用於支持項目運營、財務監控、業務分析及風險控制。該等系統共同協助我們標準化服務執行、提升運營效率，並增強業務可擴展性及運營品質。

悅普智算引擎

我們的**YP ICE**於二零二五年五月推出，是一套自主研發的AI驅動系統，旨在增強並提升我們的團隊在社交媒體整合營銷服務流程整個生命週期中的專業能力。**YP ICE**目前包括六個已上線的AI智能體，覆蓋策略、客戶服務、廣告運營及技術等關鍵職能。在技術層面，我們基於開源大語言模型進行針對性微調及場景適配，並持續以過往成功項目經驗及行業方法對模型進行訓練，使其具備面向營銷場景的專業知識及分析能力。該等模型能力已被整合至**YP ICE**之中，以支持策略分析、內容生成及數據解讀等關鍵決策環節，同時使我們能夠由依賴經驗的人工交付轉變為由數據及AI輔助的標準化及可複製交付，尤其是在管理大型達人營銷活動、活動後報告及廣告數據處理。

業 務

YP ICE 驅動系統



策略定制智能體

制定量身訂製的營銷策略

達人推薦智能體

協助發現、配對及篩選達人

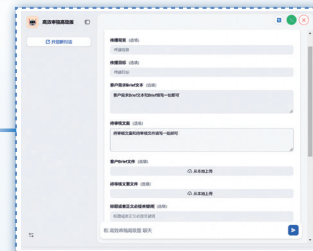


媒體投放管理智能體

通過將基於電子表格的批量配置與平台連接相結合，實現大規模活動設定及報告自動化

內容審核智能體

根據語言質量、關鍵字納入及邏輯一致性幫助審核營銷內容



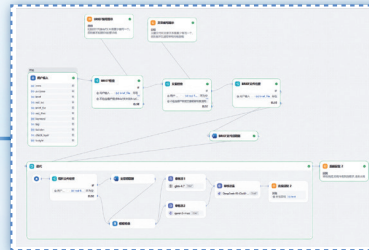
結案報告智能體

活動結束後自動捕獲及整理活動材料



工作流程編排智能體

通過將執行步驟組織為標準化流程，協助協調及建構不同功能的運營工作流程



業 務

自研AI驅動系統。YP ICE結合第三方大語言模型(LLM)API、自研本地AI自動化框架及桌面智能體技術構建。目前已上線的智能體模組包括營銷策略定制、達人推薦、媒體投放管理、內容審核、結案報告以及工作流程編排。該等智能體的主要功能載列如下：

- **策略定制智能體。**根據客戶的行業、活動目標、預算範圍、目標受眾及歷史活動表現，生成定制化的營銷策略、內容方向及資源分配推薦。實現更精準及更高效的營銷執行。
- **達人推薦智能體。**協助發掘達人、配對及篩選，基於品牌定位、活動目標、受眾結構、內容風格、互動品質及過往合作表現，提升創作者篩選效率及活動匹配度。
- **媒體投放管理智能體。**通過結合基於電子表格的批量配置與平台連接，自動化大規模活動的設定及報告生成。該智能體可支持批量推出投放活動，自動獲取達人及表現數據，並生成結構化報告。通過以統一的上傳、同步及報告流程，取代逐頁手動設置及數據整合操作，提升運營效率、準確性及可擴充性。
- **內容審核智能體。**基於語言品質、關鍵詞覆蓋及邏輯一致性審核營銷內容，並通過連接第三方大語言模型，在發佈前識別潛在問題並提供優化建議。該智能體標準化審核流程，並提升運營效率及品質。
- **結案報告智能體。**於活動完成後自動收集及整理活動素材，包括截圖、創作者鏈接及表現數據。該智能體通過已授權API存取社交媒體平台及其官方數據服務平台，提取達人資訊及相關表現指標，並生成標準化案例報告，結合數據驗證及分析。減少跨多個數據來源之人工數據收集、複製及格式整理工作。
- **流程編排智能體。**通過將不同職能之間的運營流程組織及拆解為標準化步驟，以協調及結構化流程。該智能體可自動化流程路由、任務協調、狀態追蹤及跨部門交接，提升執行效率。

可量化的效率提升。在多個項目中，單一項目每月可能涉及數百至逾1,000個內容素材，於內容處理、數據整合及報告方面造成龐大的人工負擔。YP ICE的開發正是為了應對該等挑戰。自上線以來約六個月內，YP ICE累計處理逾110,000行數據輸出。

在一次重要項目中，YP ICE自動處理逾12,000張圖片，並生成逾5,000頁結案演示文稿，全部按時交付，無需人工干預。引入自動化結案報告智能體後，通過自動數據整合及AI輔助分析，將報告工作量縮短至約50分鐘。該等可量化的提升，顯示YP ICE如何融入並提升我們日常營銷運營的效率及可擴充性。

業 務

擴展路線圖。YP ICE設計為一個具可擴展的智能體系統，可根據業務需要逐步引入及上線新的AI智能體。平台目前聚焦於一組支持核心社交媒體工作流程的AI智能體，僅供內部使用。我們計劃於一年內覆蓋整個工作流程生命週期中更廣泛的任務。同時，我們計劃結合多平台服務戰略，逐步將覆蓋範圍擴展至更多平台，同時在現階段研發資源配置及內部優化空間仍然充足的情況下，在現有工作流程內繼續優先專注於提升內部效率。

悅普智能經營管理系統

我們的自有YP I-Ops是一套為公司業務場景打造的運營管理平台，作為項目管理、財務監控、合同管理及多層級審批流程的核心基礎設施貫穿公司整體運營體系。社交媒體營銷活動通常涉及大量達人、碎片化的執行流程及快速的交付週期，需要高度協調及即時管控。YP I-Ops於二零二三年上線，用於替代此前使用的第三方平台，針對公司業務運營需求進行定制開發，並在高併發項目環境下通過內嵌風險控制機制實現結構化流程管理。



業 務

一體化運營支柱。YP I-Ops整合媒體資源及採購管理、應收應付賬款監控、業務分析、運營合規及管控、客戶關係及項目全生命週期管理，以及覆蓋所有運營職能的多級審批工作流程等關鍵運營工作流程。其主要工作流程功能載列如下：

- **媒體資源及採購管理。**整合達人及供應商數據，包括過往合作記錄、定價及返利水準，以及供應商級別及分類。此舉可提升業務單位之間的資訊透明度，並支持更具依據的談判及採購決策。
- **應收應付賬款監控。**追蹤項目層面的賬單狀況及收款進度，涵蓋合同付款條款、應收應付賬款管理、對賬流程，以及逾期及付款風險監控。該措施有助於及時確認收入，並加強對收款及結算流程的管控。
- **業務分析看板。**提供收入、毛利及現金流報告，並對事業部進行多維度分析，包括KPI表現、客戶結構、收入貢獻及預算使用方式。支持績效追蹤，以及對盈利能力、資源分配及預算執行的評估。
- **運營合規及管控。**管理非標準審批、追蹤未簽署合同，以及管控交易後的帳單及發票流程。此舉可確保所有關鍵活動均獲適當授權、具備合同支持，並於執行及結算過程中保持財務一致性，從而加強運營風險管控。
- **客戶關係及項目全生命週期管理。**管理客戶分類及級別，追蹤項目由啟動至交付的進度，並監控客戶表現及風險。確保對客戶品質、項目執行及交付成果的一致性管控。
- **行動運營及即時決策支持。**提供移動看板、即時預警及決策類比工具，用於運營監測及情景評估。使企業能夠更快速作出決策及應對業務及財務變化。

通過將分散的工作流程整合至共用運營系統中，YP I-Ops在單個活動及整體項目組合層面實現對項目執行狀態、財務狀況及交付進度的即時的可視化管理，該等功能有助於提升精細化運營能力及跨部門協作效率。值得注意的是，應收應付賬款監控模組可將對賬處理時間及逾期付款提醒回應時，以及付款匹配效率大幅縮短，顯著提升財務管控及運營反應。截至最後實際可行日期，YP I-Ops被積極用於管理逾22,000個項目，反映其已被廣泛應用於我們大規模及持續進行的活動執行中。

持續反覆運算。該系統根據管理需求的演變及業務規模的擴張進行反覆運算開發，其優化主要來源於運營團隊的使用反饋，以及監管要求與合規環境的變化。

業 務

數據分析能力

我們的數據分析能力支撐營銷服務交付的每個階段，從前期策略制定直至後期效果評估。我們的團隊充分利用結構化數據工作流程結合AI驅動的分析工具，為營銷策略制定、達人篩選、內容優化及廣告投放執行提供數據支撐，從而實現營銷全流程中更加精準、及時的決策優化，而非單純依賴主觀判斷或人工經驗。

在服務全生命週期中的應用。在策略制定階段，我們通過分析受眾特徵、內容表現指標、搜尋與興趣趨勢，以及創作者表現數據等平台數據識別目標受眾細分、內容趨勢及競爭基準；在達人篩選階段，我們基於受眾結構、互動表現、歷史投放效果及品牌契合度等量化指標對達人進行評估與篩選；在投放執行階段，我們的系統根據預設的定向投放及優化參數，通過主要社交媒體平台的競價平台自動搭建及管理廣告活動。我們持續實時監測曝光量、點擊率、互動率、轉化指標及預算使用方式等數據，並持續優化競價策略、受眾定向及素材輪播機制，以實現客戶KPI目標的最大化達成。

自動化報告與洞察提取。我們已為內部使用者開發自動化報告工具，可生成全面的活動結案報告，包括數據可視化、績效基準與項目KPI對比及洞察摘要，所需人工干預極少。上述工具顯著縮短活動後期分析與客戶交付物所需的周轉時間，並降低人工成本，並支持達人和平台費用結算的驗證過程。

與AI工具的整合。我們的數據分析工作流程正通過YP T-Engine日益與AI能力深度整合，以實現結構性數據分析自動化、從使用者評論和內容互動信號等非結構化數據中提取洞察，並生成摘要與戰略建議，進一步提升分析輸出的速度與深度。

有關我們的數據隱私與安全措施的資料，請參閱「- 數據隱私與安全」。

研究與開發

我們的研發能力及創新驅動文化，使我們能持續提升社交媒體整合營銷解決方案的有效性及運營效率，從而維持我們在行業中的競爭優勢。

截至最後實際可行日期，本公司已建立由七名算法工程師組成的研發團隊。研發團隊負責項目管理、後端工程、前端開發及桌面營銷智能體開發，並負責跨職能協調，包括產品需求溝通及用戶反饋收集。儘管其架構精簡高效，該團隊已交付多項數碼化技術工具，覆蓋社交媒體整合營銷服務工作流程的各個階段，提升內部運營與管理能力，以及服務交付效率。

業 務

在我們研發工作的核心，是自主開發的專有*YP T-Engine*，該平台由用於業務交付的*YP ICE*及用於運營管理的*YP I-Ops*組成，將數據能力融入至項目執行及內部管理中。詳情請參閱「我們的技術」。截至二零二五年十二月三十一日，我們的研發成果包括於中國取得178項軟件版權。於二零二六年四月，我們的*YP ICE*獲納入上海服務業發展引導基金支持項目，反映我們的技術能力及持續投資數碼化運營基礎設施獲得認可。

我們的研發活動主要由服務交付過程中不斷演變的業務及運營需求所驅動。開發需求可由客戶直接提出，亦可由內部業務及運營團隊識別，當若干流程無法以人工方式高效執行，或需要通過自動化以提升運營效率時，便會產生相關研發需求。當提出該等研發項目後，會由技術負責人及管理層從業務規模、可行性、資源可用性及成本效益等多方面進行評估及審批，方可進入實施階段。於開發過程中，研發團隊會與業務及運營團隊保持密切溝通，以確保需求持續一致。我們採用反覆運算式及增量式開發方法，以小規模版本發佈及快速反饋驅動優化為特徵，從而靈活及高效地交付新功能。於內部開發完成後，我們會進行內部測試，以在發佈前識別及修復技術問題；並於上線後持續監測系統表現及收集用戶反饋，以進行持續優化及反覆運算提升。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們員工平均創收分別為人民幣3.4百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣3.8百萬元，反映我們運營效率持續提升。展望未來，我們將持續投入技術發展，進一步將智能體整合至內部運營及管理流程，並擴展其於更多社交媒體平台的應用。

我們的客戶

我們培育了廣泛而多元的客戶群，主要包括互聯網電商、電腦、通訊及3C電子產品(3C電子)、家居家電、日化美妝、快速消費品、汽車及AI智能助手等行業的領先品牌客戶。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別向350名、299名及284名客戶提供社交媒體營銷服務，其中分別有154名、177名及188名客戶委聘我們提供全鏈路整合營銷解決方案及分別有297名、223名及175名客戶委聘我們提供內容整合營銷解決方案。於往績記錄期間，我們亦服務130個具有全國影響力的品牌客戶，涵蓋多個行業。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別擁有38名、29名及35名KA客戶，代表在一個完整財政年度內貢獻超過人民幣10.0百萬元收入的客戶。我們的KA客戶留存率於二零二三年、二零二四年及二零二五年一直保持在較高水平，分別達97.1%、97.4%及100.0%，反映其對我們服務品質及執行能力的持續認可。我們在維持高價值客戶堅實基礎的同時，亦能夠持續吸引新客戶。於二零二五年，我們為中國絕大部分領先AI智能助手軟件提供商提供營銷服務，根據弗若斯特沙利文，我們的服務覆蓋二零二五年中國前五大AI智能助手的80%，反映我們能夠把握新興行業客戶的需求並將其轉化為收入貢獻。

業 務

我們的主要客戶

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們來自前五大客戶的合計收入分別為人民幣541.8百萬元、人民幣496.9百萬元及人民幣505.1百萬元，分別佔我們總收入的36.0%、37.2%及36.0%。於相同年份，往績記錄期間來自單一最大客戶的收入分別為人民幣200.3百萬元、人民幣185.5百萬元及人民幣149.1百萬元，分別佔我們總收入的13.3%、13.9%及10.6%。

客戶	提供的服務	背景	業務關係 開始年份	付款方式	信貸期	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)
截至二零二三年十二月三十一日止年度							
A客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的全球科技公司，專注於雲服務及電商，於紐約證券交易所及聯交所上市	二零一六年	銀行轉賬	15個營業日	200,308	13.3%
B客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於法國的上市全球化妝品集團於中國註冊成立的附屬公司	二零二一年	銀行轉賬	60天	194,134	12.9%
C客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的汽車公司，於上海證券交易所上市	二零二二年	銀行轉賬	40天	60,303	4.0%
D客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於美國的全球食品及寵物護理公司	二零二一年	銀行轉賬	120天	44,152	2.9%
E客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於德國的上市全球護膚品公司	二零二二年	銀行轉賬	120天	42,916	2.8%
總計						541,813	36.0%

業 務

客戶	提供的服務	背景	業務關係 開始年份	付款方式	信貸期	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)
截至二零二四年十二月三十一日止年度							
A客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的全球科技公司，專注於雲服務及電商，於紐約證券交易所及聯交所上市	二零一六年	銀行轉賬	15個營業日	185,474	13.9%
B客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於法國的上市全球化妝品集團於中國註冊成立的附屬公司	二零二一年	銀行轉賬	60天	112,243	8.4%
F客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於美國的全球媒體投資管理公司	二零一六年	銀行轉賬	60個營業日	100,615	7.5%
G客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的家電公司，於上海證券交易所上市	二零二一年	銀行轉賬	10個營業日	52,597	3.9%
D客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於美國的全球食品及寵物護理公司	二零二一年	銀行轉賬	120天	45,955	3.4%
總計						496,883	37.2%
客戶	提供的服務	背景	業務關係 開始年份	付款方式	信貸期	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)
截至二零二五年十二月三十一日止年度							
A客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的全球科技公司，專注於雲服務及電商，於紐約證券交易所及聯交所上市	二零一六年	銀行轉賬	15個營業日	149,108	10.6%
H客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的全球提供者，提供信息與通信技術基礎設施及智能設備	二零二四年	銀行轉賬	30天	111,146	7.9%
B客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於法國的上市全球化妝品集團於中國註冊成立的附屬公司	二零二一年	銀行轉賬	60天	93,710	6.7%
I客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的現製飲品公司，於聯交所上市	二零二二年	銀行轉賬	10個營業日	77,338	5.5%
J客戶	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	一家總部位於中國的文化傳媒公司	二零二四年	銀行轉賬	60天	73,772	5.3%
總計						505,074	36.0%

業 務

我們的董事確認，於往績記錄期間各年度及截至最後實際可行日期，並無發生任何可能對我們的業務經營產生重大影響的違反客戶服務協議的行為。據我們所深知，於往績記錄期間各年度，我們的前五大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，我們的董事、其各自的聯繫人或任何股東(就董事所知，其擁有我們已發行股本的5%以上)於往績記錄期間各年度的前五大客戶中概無擁有任何權益。

服務協議主要條款

我們與客戶訂立框架協定或單項項目協定。與客戶協定的典型條款及條件摘要載列如下：

- **協定期限**。框架協定的典型期限為一年，具體項目通過單獨的項目執行單確認，單項項目協定在簽署時載明固定期限。部分協定如服務在到期時尚未完成，可能包含自動續期條款。
- **服務範圍**。我們根據相關協議規定，在各大中國社交媒體平台上向客戶提供社交媒體營銷服務，涵蓋創意策略、內容製作、達人營銷及付費媒體投放。
- **服務費與付款**。項目制合作的服務費一般採用簽約時約定的固定總費用，或按照與有關活動相關實際發生用於獲取流量的媒體支出及達人採購成本乘以預先約定的百分比計算。付款條款根據具體情況商定，部分項目需預付款項，其他項目則在活動完成後指定期間內支付。就框架協定而言，服務費根據相關項目執行單按項目逐一結算。在若干安排下，我們亦可能向客戶提供經雙方同意的折扣。
- **知識產權**。我們對所有獨立創作的作品保留知識產權。客戶保留其為活動目的提供的所有材料、數據、產品資訊及其他內容的知識產權。
- **保密**。雙方應對合作資料、個人資料及與合作相關的其他資料嚴格保密，除非經雙方另行協定，否則不得向任何第三方披露有關資料。
- **終止**。協定可經雙方同意終止。雙方亦可根據相關合約條款，就提前終止安排達成協定。

業 務

我們的定價及收入模式

定價模式

我們的定價因服務類型而異，並根據具體項目逐一確定：

- **全鏈路整合營銷解決方案。**我們通常根據相應服務協議所訂明的服務範圍收取固定項目費用。該項目費用主要參考多項因素確定，包括營銷活動的覆蓋範圍及複雜程度、需採購的達人資源數量及層級結構、內容製作需求、預定媒體投放預算(如適用)、客戶的整體投放預算結構，以及同類服務的市場價格水準。在特定安排下，我們也可能依據活動規模、廣告／流量投放支出或與相關平台協商的商業條款，向我們的客戶提供協定折扣。若項目中包含投放服務，則相關媒體投放費用依據所使用媒體平台的定價機制確定，主要包括：(i)CPC(按點擊付費)，即根據使用者點擊廣告行為計費；(ii)CPT(按時間計費)，即根據廣告展示時長計費；以及(iii)CPM(按千次展示計費)，即根據廣告每一千次曝光計費。
- **內容整合營銷解決方案。**我們通常根據相應服務協議所訂明的服務範圍收取固定項目費用。項目費用的確定通常參考多項因素，包括活動範圍及複雜程度、所需採購的達人資源數量及其影響力等級、內容製作要求、客戶預算規模以及同類服務的市場通行價格水準。在特定安排下，我們也可能依據活動規模、廣告／流量投放支出或與相關平台協商的商業條款，向我們的客戶提供協定折扣。

收入模式

我們的收入主要來自與客戶開展的項目合作。我們的客戶主要為尋求社交媒體整合營銷服務的品牌直營客戶。我們亦服務少量廣告代理商，該等廣告代理商委聘我們作為服務提供者，為其終端品牌客戶開展的營銷活動提供支持。

我們確認收入的依據取決於每項合作中提供的服務性質。我們在主要服務線中的收入確認方法如下：

- **全鏈路整合營銷解決方案服務。**我們的全鏈路整合營銷解決方案收入按總額法確認，因為我們在此類項目中通常作為主責方，主導並統籌整體服務履約過程，涵蓋內容創作、達人營銷、付費媒體投放執行以及社交媒體賬號管理。我們根據相關項目的履約進度，按向客戶收取的全部項目費用為基準確認收入。

業 務

- **內容整合營銷解決方案。**我們的內容整合營銷解決方案收入按總額法確認。在此類交易中我們作為主責方，主導服務履約過程。我們按向客戶收取的全部項目費用確認為收入。
- **其他服務。**對於其他單項服務，收入確認方式取決於具體服務類型。對於單獨的內容推廣投放服務，由於我們代表客戶向社交媒體平台購買流量，因此我們在安排相關廣告投放時擔任代理人。因此，我們按淨額確認收入，即就安排有關投放所賺取的服務費，而非支付予媒體平台的總額。對於所有其他獨立服務(包括創意策略及內容製作)，我們按向客戶收取的服務費總額確認收入，而提供相關服務的直接成本則確認為銷售成本。

返利安排

我們與社交媒體平台及MCN代理商或個人達人訂立返利安排。根據弗若斯特沙利文的數據，該等返利安排符合社交媒體營銷行業的普遍行業慣例。絕大部分返利以現金返利形式提供，並確認為銷售成本的扣減項目。

社交媒體平台一般根據若干因素向我們給予梯度返利，該等因素包括我們於特定期間的廣告累計消費金額、歷史表現以及各相關平台的適用返利政策。該等返利根據合約協議預先確定，並通過平台賬單或電郵通知予以確認，按月，雙月或季度基準結算，其中若干額外返利按半年或年度基準結算。

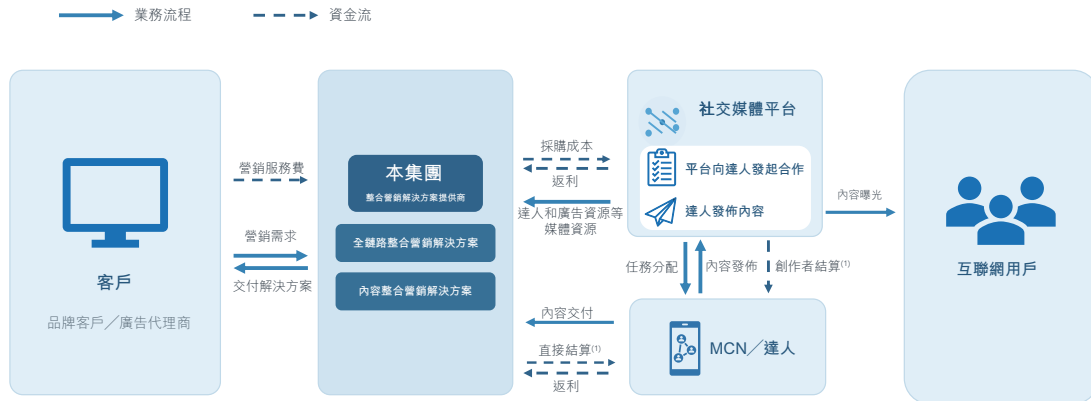
我們亦可能就達人營銷合作向MCN機構及個人達人收取返利：

- **就MCN機構而言**，我們通常訂立框架協議，在協議下預先商定返利比率並按梯度結構釐定，與合作規模掛鉤。該等返利通過合約協議及結算單予以確認，並按月度、雙月、季度或年度基準結算，具體視商定的結算周期而定。
- **就個人達人而言**，返利安排一般按逐項推廣活動的基準確定。各次合作的返利比率均預先商定，並可隨我們與同一達人的合作規模增加而適時調整。該等安排通常通過書面通訊予以確認，並於內容交付及平台驗收後結算。通常以月度為基準向我們支付返利。

業 務

資金及服務流程

下圖列示在我們社交媒體整合營銷解決方案下，品牌客戶、本集團、社交媒體平台、達人／MCN之間的主要資金及服務流程：



附註：

- (1) 大部分達人由平台結算及支付，彼等亦可從平台提取資金。在少數情況下，倘我們直接與達人或MCN合作提供平台合作安排以外的非標準化服務，則我們會直接與達人／MCN結算及支付款項。

在典型的項目制合作中，品牌客戶委聘我們作為其社交媒體整合營銷解決方案服務提供者，並根據相關服務協議中約定的工作範圍向我們支付項目服務費。憑藉我們的經驗、專業知識，以及與達人及社交媒體營銷平台已建立的良好關係，我們作為項目的核心統籌者，將品牌客戶目標及營銷預算轉化為橫跨內容創作、達人合作、媒體投放、活動執行及效果復盤的可執行項目方案。

在供給側，我們主要採購及統籌媒體資源：社交媒體平台，提供達人資源、廣告流量、媒體庫存、競價系統、平台工具及公眾效果數據。我們與達人及MCN的合作主要透過社交媒體平台進行，包括內容訂單投放、活動執行及結算。我們亦委聘第三方服務供應商執行內容製作及線下活動執行等特定運營工作。

終端使用者是活動觸達的最終受眾。他們通過社交媒體平台及達人賬號傳播的營銷內容和廣告進行互動，並可能通過品牌客戶指定的銷售渠道或平台店鋪進行購買或採取其他轉化行為。我們不會直接向終端使用者收取費用。

業 務

我們通過促進品牌廣告需求與內容供給之間的高效對接，積極參與並推動該生態系統的發展。對品牌客戶而言，我們為不同社交媒體平台及達人資源的營銷策略、資源統籌及執行管理提供了統一介面。對社交媒體平台、達人及MCN而言，我們聚合了客戶需求，並以標準化、可規模化的方式管理活動執行。我們相信，這一居中服務角色強化了我們在高效配置預算、管理交付品質及將活動執行能力變現方面的優勢，進而為品牌客戶、創作者及平台合作夥伴創造更多價值。

下表概述了我們業務模式中的典型資金與服務流向：

參與方	在生態系統中的角色	典型資金流向	典型服務／價值流向
品牌客戶	需求方；設定活動目標與預算	向我們支付項目服務費	接收活動策略、內容與達人營銷執行、付費媒體投放管理及效果報告
本集團	居中社交營銷解決方案提供者及活動統籌者	自品牌客戶收取服務費；向平台、達人／MCN及其他提供者付款；可能自平台獲得返利及優惠政策；可能自達人獲得返利	全鏈路社交媒體整合營銷解決方案及內容整合營銷解決方案
社交媒體平台	媒體與流量基礎設施；廣告系統與數據介面	在適用情況下自我們收取廣告流量／媒體投放款項；可能向我們提供返利或優惠商業政策	提供媒體庫存、流量資源、平台工具、賬戶／競價系統及活動效果數據

業 務

參與方	在生態系統中的角色	典型資金流向	典型服務／價值流向
達人／MCN	內容創作與分發資源	自我們獲取內容創作、達人合作、發佈機會，並直接向我們或通過平台訂單分配及結算機制收取與我們所管理活動有關的服務費；可能向我們提供返利	創作並發佈贊助內容、與粉絲互動並支持活動觸達與轉化
終端消費者	最終受眾及品牌客戶產品或服務的潛在購買者	不直接向我們付款；可能通過指定銷售渠道或平台店鋪購買品牌客戶的產品或服務	與營銷內容和廣告互動，產生曝光、互動、轉化及效果數據

我們的供應商

我們的供應商主要為社交媒體平台。我們的服務通常通過中國主要社交媒體平台執行，這些平台是我們進行活動統籌與媒體執行的主要渠道。在此框架下，我們採購媒體資源，包括：(i)達人資源，包括KOL、KOC、KOS及其他創作者；及(ii)付費流量及效果廣告，涵蓋社交媒體平台內的競價與非競價廣告投放。

儘管達人發現、合作匹配及流量部署通過平台系統實現，我們亦與MCN機構及個人達人簽訂單獨的服務協議，以約束相關的達人服務安排。針對某些營銷活動，我們聘請第三方服務商承接個別環節工作，包括攝影、攝像、平面設計、文案撰寫、視頻剪輯等內容製作，以及線下活動場地搭建、配套物料製作。這種情況下，我們管理整體項目方案和質量，並協調和監督這些第三方服務商的服務交付。

我們的主要供應商

於二零二三年、二零二四及二零二五年，我們向前五大供應商的合計採購額分別為人民幣1,008.9百萬元、人民幣943.7百萬元及人民幣1,035.4百萬元，分別佔我們總採購額的76.2%、79.7%及82.8%。於相同年份，往績記錄期間向單一最大供應商的採購額分別為人民幣583.0百萬元、人民幣482.8百萬元及人民幣644.5百萬元，分別佔我們總採購額的44.0%、40.8%及51.5%。

業 務

下表載列往績記錄期間我們前五大供應商的詳情：

供應商	採購的產品／服務	背景	業務關係開始年份	付款方式	信貸期	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額百分比 (%)
截至二零二三年十二月三十一日止年度							
A供應商	媒體資源	一家總部位於中國的科技公司，從事互聯網內容平台開發及運營	二零一九年	銀行轉賬	預付款項	582,991	44.0%
B供應商	媒體資源	一家總部位於中國的社交網絡及電商公司	二零二零年	銀行轉賬	預付款項	329,145	24.8%
C供應商	媒體資源	一家總部位於中國的互聯網及科技公司，於聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	90天	38,301	2.9%
D供應商	媒體資源	一家總部位於中國的公司，從事線上視訊平台及興趣社群開發及經營，於納斯達克及聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	預付款項	35,831	2.7%
E供應商	媒體資源	一家總部位於中國的平台型公司，專注於達人經濟	二零二二年	銀行轉賬	預付款項	22,608	1.7%
總計						1,008,876	76.2%

供應商	採購的產品／服務	背景	業務關係開始年份	付款方式	信貸期	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額百分比 (%)
截至二零二四年十二月三十一日止年度							
B供應商	媒體資源	一家總部位於中國的社交網絡及電商公司	二零二零年	銀行轉賬	預付款項	482,783	40.8%
A供應商	媒體資源	一家總部位於中國的科技公司，從事互聯網內容平台開發及運營	二零一九年	銀行轉賬	預付款項	398,144	33.6%
F供應商 ⁽¹⁾	媒體資源	一家總部位於中國的公司，提供人力資源及靈活的就業解決方案	二零二四年	銀行轉賬	預付款項	25,385	2.1%
D供應商	媒體資源	一家總部位於中國的公司，從事線上視訊平台及興趣社群開發及經營，於納斯達克及聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	預付款項	23,109	2.0%
C供應商	媒體資源	一家總部位於中國的互聯網及科技公司，於聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	90天	14,250	1.2%
總計						943,673	79.7%

業 務

供應商	採購的產品／ 服務	背景	業務關係 開始年份	付款方式	信貸期	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)
截至二零二五年十二月三十一日止年度							
B供應商	媒體資源	一家總部位於中國的社交網絡及電商公司	二零二零年	銀行轉賬	預付款項	644,525	51.5%
A供應商	媒體資源	一家總部位於中國的科技公司，從事互聯網內容平台開發及運營	二零一九年	銀行轉賬	預付款項	318,410	25.4%
C供應商	媒體資源	一家總部位於中國的互聯網及科技公司，於聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	90天	36,169	2.9%
F供應商 ⁽¹⁾	媒體資源	一家總部位於中國的公司，提供人力資源及靈活的就業解決方案	二零二四年	銀行轉賬	預付款項	21,332	1.7%
D供應商	媒體資源	一家總部位於中國的公司，從事線上視訊平台及興趣社群開發及經營，於納斯達克及聯交所上市	二零二一年	銀行轉賬	預付款項	14,998	1.2%
總計						1,035,434	82.8%

附註：

- (1) 於往績記錄期間，我們主要委聘F供應商就社交媒體整合營銷解決方案中的達人資源採購為我們與若干個人創作者合作提供行政支持。

董事確認，於往績記錄期間，我們並無經歷供應商所定價格的任何重大波動、供應商出現重大違約或重大延遲交付我們訂單的情況。截至最後實際可行日期，我們的董事、其各自的聯繫人或任何股東(就董事所知，其擁有我們已發行股本的5%以上)於往績記錄期間各年度的前五大供應商中均不擁有任何權益。

與社交媒體平台的關係

我們與主要社交媒體平台保持穩定且長期的關係，從而能夠在多平台及多元化環境下支撐客戶的營銷需求。我們已於中國主要社交媒體平台的達人生態系統商業化早期階段(通常於該等商業化開始當年前後)與其建立合作關係，並至今仍維持合作，建立起長期穩定的合作夥伴關係。截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作，該等平台包括抖音、小紅書、微信、微博、嗶哩嗶哩及快手(資料來源：弗若斯特沙利文)。這些合作夥伴關係為我們帶來以下優勢：

- **有利的商業條款。**我們與主要社交媒體平台建立的長期穩定合作關係，體現了我們強大的運營能力及卓越的執行往績。憑藉該等合作關係，我們能夠獲得更有利的商業條款，包括基於投放規模的返利，從而提升我們的定價競爭力。

業 務

- **領先的數據分析及應用能力。**我們優先獲得進階平台工具及早期功能的使用許可權，從而增強我們的數據驅動營銷能力。我們是首批五家小紅書靈犀金牌數據服務商之一，並獲數家主要社交媒體平台邀請，作為其先進AI賦能營銷工具的試點代理商。此外，作為獲授權的平台服務商，我們可接入API介面，實現數據互聯互通，並在符合平台要求的前提下支持營銷活動管理及成效優化。該等許可權進一步增強了我們自有工具(如YP T-Engine)的數據輸入及分析能力。
- **提升市場知名度及行業影響力。**我們與社交媒體平台的緊密合作關係使我們能夠積極參與平台項目及行業合作計劃，從而提升市場知名度及行業影響力。我們曾獲一家主要社交媒體平台邀請參與達人營銷白皮書編製工作，體現了我們對行業標準建設的參與。截至最後實際可行日期，我們已獲得主要社交媒體平台授予的超過50項獎項及認可，以表彰我們作為業務合作夥伴的表現及營銷活動案例成果。該等舉措進一步增強我們的獲客能力。

我們是小紅書首批五家指定的靈犀金牌數據服務商之一，並多年榮膺小紅書年度最佳合作夥伴獎項，這反映了我們對小紅書生態系統的早期參與及成熟能力。我們亦獲得抖音官方營銷平台多項表彰，包括年度卓越代理商獎及技術共建榮譽獎 – 技術提效，充分彰顯本集團的營銷服務能力及其在技術賦能推廣活動執行方面的貢獻。有關我們獲得各大社交媒體平台認可的獎項與榮譽詳情，請參閱「– 獎項與榮譽」。

根據弗若斯特沙利文的資料，鑑於中國社交媒體市場高度集中，主要社交媒體平台佔據大量用戶流量，而社交媒體整合營銷解決方案提供者維持較高水平的供應商集中度亦屬行業常態。我們與該等主要平台的策略性合作對持續獲取媒體資源至關重要。隨着我們持續在主要社交媒體平台保持長期及穩定合作，以更好地滿足客戶跨平台營銷需求，我們預期在可見的未來，從該等平台採購媒體資源的規模將保持相對穩定。

為減輕供應商集中的相關風險，我們已採納整合營銷策略，使我們能在多個社交媒體平台開展營銷活動，而非依賴任何單一平台。我們亦持續關注平台政策的變動，並相應調整運營程序，以確保遵守平台規則及廣告要求。我們的媒體採購規模、與主要平台的長期合作關係及豐富的運營經驗，進一步支持與該等平台的穩定商業合作。上述措施共同有助於降低因任何單一平台的商業條款、政策或合作安排變動而可能引致的中斷風險。

業 務

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無與主要社交媒體平台發生任何重大中斷或終止合作或重大爭議。

與社交媒體平台協定主要條款

我們與社交媒體平台訂立協定的典型條款及條件摘要載列如下：

- **協定期限。**我們與社交媒體平台協定的期限通常為一個歷年，由雙方協商並在協定中載明，部分協定可延長至兩年。部分協定包含到期後的過渡期，在此期間可消耗剩餘預付餘額。
- **服務範圍。**我們委聘社交媒體平台主要用於：(i)達人與創作者營銷服務，包括通過平台運營的市場進行的內容種草、共創品牌內容、付費內容推廣以及創作者主導的視頻、直播和活動啟動；及(ii)付費流量與效果廣告服務，包括競價廣告產品(如CPM、CPC及oCPM競價形式)，以及非競價或保量投放。具體活動根據單獨的服務訂單或執行單進行，其中確認投放範圍、定價、排期及內容要求等關鍵參數。
- **付款。**付款根據媒體資源的約定價格確定，通常採用預付制。我們一般在活動啟動前向相關社交媒體平台充值我們的賬戶餘額，廣告支出在訂單確認或活動執行時扣除。平台通常要求提前繳納保證金。我們亦與社交媒體平台訂立返利安排。
- **知識產權。**我們或我們客戶提供的推廣內容的知識產權歸有關權利持有方所有，而由平台或其關聯創作者生成或聯合製作的內容通常由平台保留。

我們的達人網絡

我們維持廣泛的達人網絡(包括KOL、KOC、KOS及其他內容創作者)，用以支撐內容創作與分發，從而提供我們的社交媒體整合營銷解決方案。該等合作乃按各項活動進行且不具排他性。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別通過簽約的MCN及與達人的直接合作，與35,428名、39,346名及71,273名達人展開合作。截至二零二五年十二月三十一日，我們可觸達一個橫跨各大社交媒體平台、涵蓋約5.9百萬名達人的網絡。

我們主要透過主流社交媒體平台與達人合作，該等平台為我們與達人互動、下單及結算的主要渠道。此外，我們會與達人直接或透過其各自的MCN代理商訂立獨立協議，以規管相關合作安排。該等協議通常會列明關鍵商業及運營條款，包括內容要求、知識產權、返利安排以及其他合作事宜。有關我們與達人的返利安排詳情，請參閱「我們的定價及收入模式 – 收入模式 – 返利安排」。

業 務

我們已為達人資源建立標準化管理框架，包括：

- **達人篩選。**我們維持一個跨平台及垂直領域的精選達人資源庫，以支撐多元化的活動需求。雖然客戶可能會表示對某些頂級達人的偏好，但通常不會強制要求特定選擇。聘請達人受多項因素影響，如檔期、合作意願、活動匹配度、內容品質、受眾人口特徵、平台相關性、定價及合規記錄。針對若干季節性的大規模活動，我們可能會為關鍵客戶提前預訂達人檔期，以確保執行的確定性。
- **執行監測及合規。**在活動執行期間，我們根據約定要求監測達人的交付成果，包括內容品質、發佈時程表及排他性安排。我們亦會每日進行檢查，以識別潛在的違約行為(如未披露的競品合作或不合規內容)，確保與活動目標及平台規則保持一致，直至個案完成。
- **成本控制及返利管理。**我們通過與個人達人及MCN進行商業談判來實施成本控制措施，以實現具競爭力的定價。我們定期對達人定價進行基準對照，並尋求與選定的達人或MCN訂立框架協定，以增強定價穩定性及成本效率。此外，我們從達人收取返利，並積極跟蹤結算及應收款項回收情況，以降低回收風險並維持毛利率穩定。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，據我們所知，我們合作的MCN或達人於與我們合作期間均未涉及重大違規行為，且我們並未對其發起任何重大法律訴訟。

主要客戶與供應商的重疊情況

於往績記錄期間，主要由於我們業務的性質使然，我們若干主要供應商同時亦為我們的客戶。例如，我們定期從若干社交媒體平台(作為我們的主要供應商)購買媒體資源，該等平台亦可能委聘我們提供社交媒體整合營銷解決方案，以推廣彼等本身的產品及服務。根據弗若斯特沙利文，科技公司及社交媒體平台運營商推廣及銷售本身的產品及服務時，與社交媒體整合營銷解決方案提供者存在客戶及供應商關係重疊的情況，而這一情況屬行業慣例。於往績記錄期間，供應商A、供應商B及供應商C乃我們的主要供應商，同時亦為我們的客戶。

業 務

下表載列於所示年度的往績記錄期間各年，該等重疊客戶及供應商的詳情。

客戶／供應商	年度	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	收入性質	購買金額 (人民幣千元)	佔總購買 金額百分比 (%)	購買性質
供應商A	二零二五年	1,576	0.1	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	318,410	25.4	媒體資源
	二零二四年	98	0.0	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	398,144	33.6	媒體資源
	二零二三年	31,729	2.1	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	582,991	44.0	媒體資源
供應商B	二零二五年	10,893	0.8	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	644,525	51.5	媒體資源
	二零二四年	9,912	0.7	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	482,783	40.8	媒體資源
	二零二三年	26,488	1.8	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	329,145	24.8	媒體資源
供應商C	二零二五年	29,465	2.1	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	36,169	2.9	媒體資源
	二零二四年	-	-	-	14,250	1.2	媒體資源
	二零二三年	900	0.1	全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案、其他營銷服務	38,301	2.9	媒體資源

我們就與重疊客戶及供應商銷售及採購的條款展開的磋商乃按每筆交易為基準進行。我們與該等重疊客戶及供應商的銷售及採購互不關聯，且彼此並非相互條件。董事已確認，與該等重疊客戶及供應商的所有交易均(i)經考慮相關時期的現行採購及銷售價格後達成，(ii)在日常業務過程中按正常商業條款經公平磋商後進行，(iii)價格屬公平市價，及(iv)我們向該等重疊客戶及供應商採購的產品／服務與我們向其銷售的產品／服務不同。截至最後實際可行日期，董事、其緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，均概無於該等重疊客戶及供應商中擁有任何權益。

業 務

與若干實體有關的商務活動

美國政府已實施一系列出口管制及經濟制裁措施，對涉及特定國家、實體、個人及技術的交易施加限制。美國商務部工業與安全局(「**BIS**」)依據《出口管理條例》(「**EAR**」)制定若干受加強出口管制限制的個人及實體名單，包括實體清單。對於被列入實體清單者，凡屬於**EAR**項下受管制且需要許可證的項目，其出口、再出口或境內轉移均受到限制。此外，美國財政部海外資產控制辦公室(「**OFAC**」)根據多項制裁計劃管理特別指定國民和被封鎖人員名單(「**SDN名單**」)。一般而言，位於美國境內或由美國人士持有或控制的**SDN**財產及財產權益必須被凍結，且除非獲得**OFAC**授權，美國人士通常不得與**SDN**進行交易或往來。在有限情況下，部分美國制裁法規亦可域外適用於非美國人士，包括相關行為涉及與特定受制裁人士進行重大交易、涉及受全面制裁司法權區的交易，或屬於其他受次級制裁法規針對的行為。

於最後實際可行日期，根據董事的評估及國際制裁法律顧問的意見，現時或潛在適用於本集團及／或客戶、供應商、社交媒體平台及其他業務夥伴(統稱「**貿易限制**」)的特定貿易管制、關稅、制裁及出口管制主要包括：(i)美國《出口管理條例》(**EAR**)下的美國出口管制最終用戶限制，包括就受**EAR**規管的物項出口、再出口或(境內)轉讓至實體清單(**Entity List**)及工業和安全局(**BIS**)其他受限方名單所列主體時適用的許可證要求；(ii)與若干客戶相關的實體清單限制，該等客戶曾於往績記錄期間接受本集團提供的整合營銷解決方案服務；(iii)美國海外資產控制辦公室(**OFAC**)實施的凍結制裁，包括特別指定國民及被封鎖人員名單(**SDN**名單)及**OFAC**的50%規則；(iv)在有限情況下可能適用於非美國人士的美國二級制裁授權，包括涉及與若干受制裁人士或全面受制裁司法管轄區進行重大交易；(v)在現行暫緩執行到期或修訂後，**BIS**關聯方或最終用戶管制規則可能適用於已列名實體的非列名關聯方；及(vi)其他貿易限制、制裁、出口管制、海關措施、關稅或貿易救濟稅項，於本集團拓展海外業務、使用海外平台或服務提供者，或進行跨境採購、付款、數據或技術安排時可能成為相關考慮因素。

於往績記錄期間，我們向若干中國客戶提供整合營銷解決方案，該等客戶涉及美國出口管制方面的敏感性(「**目標客戶**」)。該等目標客戶包括：(i)客戶**H**(為我們於二零二五年的五大客戶之一)，其被列入美國實體清單；及(ii)一名中國客戶，其與一家被列入美國實體清單的實體存在關聯關係。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，來自目標客戶的收益分別約為零、人民幣3.3百萬元及人民幣111.2百萬元，分別佔本集團同期總收入的零、0.2%及7.9%。根據本集團現有業務模式及所審閱的事實資料，本集團並未識別出於往績記錄期間直接適用於與相關目標客戶交易的任何關稅，原因在於該等交易涉及中國境內服務，並不涉及跨境進出口貨物。為免生疑問，美國實體清單乃依據**EAR**所管理的出口管制清單，與美國財政部外國資產控制辦公室(**OFAC**)的封鎖制裁措施有所區別。因此，下文的分析主要著重於受審查的服務是否涉及受**EAR**管制之項目，抑或涉及其他相關的美國制裁關聯。

業 務

根據國際制裁法律顧問的意見，與目標客戶的相關交易並不違反任何美國出口管制限制或其他美國制裁措施，原因在於該等交易均完全在中國境內開展，通過中國銀行渠道以人民幣計值及結算，且並不涉及我們出口、再出口、轉移(境內)、或披露或提供商品、軟件、原始碼、技術數據、平台存取、API、SDK、雲端存取或其他與技術相關的交付成果。基於上述情況，董事認為，我們與目標客戶所進行的經審查交易並未違反適用的美國出口管制限制或美國制裁法，不大可能對我們的業務運營及財務表現造成重大不利影響。

隨著我們計劃拓展海外業務，我們所面臨的貿易限制風險敞口或有所增加。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」及「風險因素－與我們業務及所處行業相關的風險－國際政策、出口管制及經濟制裁可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。我們已採取內部控制措施，以確保持續遵守適用的出口管制及制裁法規。該等措施包括：(i)定期根據最新制裁名單及受限制方名單(包括BIS實體清單)對客戶及交易對手進行篩查；及(ii)審閱所提供服務的性質及範圍，以確保有關服務不屬於適用法律(包括EAR)項下受限制活動的範圍。我們將持續關注相關監管動態，並在必要時調整合規程序，以降低任何潛在風險敞口。

銷售與營銷

我們的業務發展活動主要由客戶服務職能承擔。客戶獲取主要依賴我們既有的客戶基礎及良好的行業聲譽。

我們通過結合推薦驅動參與以及選擇性的在線線下營銷活動獲取客戶。我們的獲客方式主要包括以下各項：

- **口碑推薦。**我們的一部分新業務是通過現有客戶的口碑推薦獲得，這反映了客戶對我們服務品質及執行能力的滿意度，以及我們已建立的行業聲譽。
- **客戶拓展。**我們配備專門的業務開發人員，主動接觸潛在品牌客戶，介紹我們的服務項目，並參與客戶提案及競標流程。
- **線下活動。**我們的管理團隊積極參與並經常受邀在行業會議、平台組織的交流計劃及合作夥伴生態系統活動中發言，與平台夥伴、代理機構及行業參與者分享運營經驗及營銷最佳實踐。特別是，我們多次受邀與主要社交媒體平台進行案例分享會及與同行機構的經驗交流，反映我們在平台生態系統中獲得認可的行業地位。該等線下參與增強我們的品牌知名度，鞏固我們的專業聲譽並促進獲客。

業 務

- **在線活動**。我們的在線品牌活動主要通過官方數碼渠道進行，包括我們在不同社交媒體平台上的官方賬號，以及通過搜尋引擎清單獲得的基本曝光。該等在線渠道共同支持我們的品牌建設，並增強我們在現有及潛在客戶中的知名度。
- **平台推薦**。我們與主要社交媒體平台建立強大的合作夥伴關係，並獲授予多項官方認證、獎項及核心代理資格。詳情請參閱「我們的供應商-與社交媒體平台的關係」。該等資質作為我們在各平台生態系統內的服務能力及運營表現的認可。此外，我們屢獲殊榮的案例及服務紀錄定期刊登於官方平台代理門戶及數據服務頻道。憑藉我們強大的認可紀錄及行業獎項，我們的案例研究經常在平台首頁及官方推薦板塊中脫穎而出，從而提高了我們在潛在客戶中的知名度。

我們已建立一套全面服務框架，為客戶提供全面支持。截至最後實際可行日期，我們的客戶服務團隊由204名成員組成，擔任客戶的主要聯絡點。客戶服務團隊負責管理客戶溝通、監督項目時程表、確保端到端活動交付，並進行活動後審查及表現分析。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未收到任何重大客戶投訴。

季節性

我們的收入曾受季節性波動影響，這與社交媒體營銷解決方案行業的普遍慣例一致。各行業客戶的季節性需求模式各不相同，乃由於不同行業的營銷開支高峰通常出現在一年中的不同時期。於往績記錄期間，我們的客戶一般在重大購物節及假日期間對營銷活動有更多需求，以捕捉旺盛的消費者需求。因此，於往績記錄期間，我們的收入一般在第二季及第四季達到高峰，而第一季則相對平淡。為降低季節性因素的影響，我們持續將多個垂直行業及客戶類別的客戶群多元化。因此，我們的收入組合在全年中已趨於平衡，季節性因素對整體業務的影響已減輕。我們預期季節性波動仍將在某種程度上影響營運，但我們相信多元化的客戶組合將持續緩解此類影響。請參閱「風險因素 - 與我們業務及經營所在行業有關的風險 - 社交媒體營銷解決方案行業的季節性波動可能對我們的收入、現金流及經營業績產生重大影響。」。

數據隱私與安全

我們的業務運營受限於中國監管網絡安全、數據安全及個人信息保護的若干法律法規，包括《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》。詳情請參閱「監管概覽-有關網絡安全、私隱及數據保護的法律法規」一節。

業 務

為提供我們的社交媒體整合營銷解決方案，我們會在日常業務過程中定期收集及處理：(i)達人賬戶數據，包括達人個人檔案、受眾人口統計資料、行為及互動指標、過往活動成效數據，以及與合作相關的數據(例如定價、排期及結算詳情)；以及(ii)廣告投放數據，包括觸達率、轉化率、曝光率、點擊率及留存率等指標。有關數據乃據合約安排所授予的授權，向我們的客戶或合作媒體平台及數據服務提供者收集，主要用於目標受眾分析、內容策略制定、活動前期階段的達人配對，以及活動後期階段的成效監測與評估。

為確保遵守適用的網絡安全、數據安全及個人信息保護法律法規，我們僅在取得事先授權後收集及使用數據，並嚴格將數據收集限制在業務所必需的資訊範圍內。我們已制定與數據安全及個人信息保護相關的內部政策及程序，涵蓋個人信息安全管理、系統安全管理、網絡及資訊安全管理以及數據安全事件管理等方面。

我們已設立網絡安全及用戶隱私保護管理小組，以保障網絡及數據安全，並保護數據主體的權利及利益。管理小組負責制定網絡安全及數據保護政策，開展網絡安全風險評估及管理，並組織員工培訓及提升安全意識。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大數據洩露事件。基於上述情況，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有關數據安全及個人信息保護的適用法律法規。

獎項與榮譽

下表載列截至最後實際可行日期我們所獲得的獲選獎項及認可：

年份	獎項／認可	授予機構
二零二五年	悅普AI營銷工作台－上海服務業發展引導資金支持項目	上海市市場監督管理局
二零二五年	騰訊廣告二零二五年「達人行銷领航服務商」	騰訊廣告

業 務

年份	獎項／認可	授予機構
二零二五年	二零二五小紅書「年度最佳合作夥伴」、「年度經營力合作夥伴」與「WILL商業大會年度種草力合作夥伴獎」	小紅書
二零二五年	巨量星圖「年度卓越代理商」	抖音巨量星圖
二零二五年	巨量引擎「技術共建榮譽獎－技術提效」	抖音巨量引擎
二零二四年	創新拓展代理商	快手
二零二三年	年度卓越花火合作夥伴獎	嗶哩嗶哩
二零二二年	年度最強外腦商業合作夥伴	知乎
二零二二年	上海文化企業十佳	中共上海市委宣傳部、上海市文化和旅遊局、上海市文化創意產業促進會、上海第一財經傳媒有限公司

競爭

中國社交媒體營銷解決方案行業競爭激烈且相對分散。根據弗若斯特沙利文的資料，中國社交媒體整合營銷服務市場的市場規模由二零二一年的人民幣400億元增至二零二五年的人民幣786億元，複合年增長率為18.4%，並預計於二零三零年達到人民幣3,552億元，二零二五年至二零三零年的複合年增長率為35.2%。根據同一資料來源，按二零二五年的收入計算，我們在中國社交媒體整合營銷服務市場中排名第二。

業 務

我們主要與中國社交媒體營銷解決方案市場的多家國內廣告及營銷公司競爭。我們的某些競爭對手可能擁有更佳的財務、技術或營銷資源，給予更優惠的定價政策，或享有更高的品牌知名度、市場份額及客戶群。詳情請參閱「風險因素 – 與我們業務及經營所在行業有關的風險 – 我們在競爭激烈的市場中經營。倘我們無法成功與現有及未來競爭對手展開競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。」。我們相信，憑藉我們的戰略定位、優質且全面的解決方案服務、廣泛且多元化的客戶群、強大的品牌認可度及技術能力，我們已在行業中做好充分準備，以把握快速增長的市場機遇、吸引並維持客戶並提高我們的市場份額。詳情請參閱「行業概覽」一節。

知識產權

截至二零二五年十二月三十一日，我們已在中國註冊九項商標、一項專利、178項軟件著作權及四個域名。

我們依靠知識產權法以及保密程序、保密協定、員工保密及競業禁止協定以及其他合約限制的結合，來建立並保護我們的知識產權。儘管我們已作出努力，但我們仍可能面臨與被指控侵犯第三方知識產權或第三方侵犯我們知識產權相關的風險。詳情請參閱「風險因素 – 與我們業務及經營所在行業有關的風險 – 未能充分保護我們的知識產權可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響」及「– 我們可能面臨知識產權侵權索賠，為此辯護可能耗費巨大且耗時，並可能因分散我們的財務及管理資源而擾亂我們的業務運營」。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大的知識產權侵權行為，亦未捲入任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大知識產權糾紛、索賠或侵權訴訟。

僱員

截至最後實際可行日期，我們擁有413名全職僱員，全部均駐於中國。下表載列截至最後實際可行日期按職能劃分的僱員明細：

職能	人數	百分比(%)
客戶服務	204	49.4
運營	160	38.7
一般及行政	42	10.2
技術及研發	7	1.7
總計	413	100.0

業 務

我們吸引、留住及激勵合資格人才的能力對我們的成功至關重要。針對多元化的人才需求，我們主要通過內部招聘、招聘仲介、校園招聘會及在線渠道招聘員工。我們亦與員工訂立標準勞動協定，其中包括有關知識產權安排、保密及競業禁止義務的條款。關鍵員工離職時，我們會與其訂立單獨的保密及競業禁止協定，以保護我們的商業利益。

我們設有穩健的員工學習及發展體系，包括入職培訓以及旨在提升專業技能、管理能力及企業文化的定期與定制培訓。我們建立了專門針對應屆畢業生的人才中心及培訓基地，提供創意素材製作方面的專業培訓，以支撐我們的廣告運營。此外，我們已啟動一項管理孵化計劃，旨在培養未來領導者並確保組織的可持續發展。

根據中國法律，我們參加政府強制僱員福利計劃，包括養老、醫療、失業、工傷、生育社會保險及住房公積金。中國法律要求我們根據僱員薪金、獎金及若干津貼的一定比例(最高不超過當地法規規定的限額)向僱員福利計劃供款。於往績記錄期間，我們在所有重大方面均符合該等要求，且未產生任何重大行政罰款或處罰。

我們相信我們與員工保持正面的工作關係。我們的員工並非由工會代表。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無經歷過對我們業務運營產生重大影響的任何罷工或勞資糾紛。

社會保險及住房公積金

於往績記錄期間，我們委託第三方代理機構代為向若干僱員支付工資，導致我們未能按照中國適用法律法規就該等僱員足額繳納社會保險及住房公積金。我們已進行整改，截至最後實際可行日期，我們於中國境內經營的實體已終止委託第三方代理機構管理相關款項支付的安排，並已按照相關中國法律法規就其僱員足額繳納社會保險及住房公積金。截至最後實際可行日期，我們尚未收到相關中國政府部門要求我們繳納任何社會保險及住房公積金欠款或對我們處以任何行政處罰的任何通知，亦未察覺任何有關社會保險及住房公積金的重大僱員投訴或捲入與僱員的任何重大勞資糾紛。

有關社會保險及住房公積金的風險，請參閱「風險因素 – 與我們業務及經營所在行業有關的風險 – 若干過往違反中國勞動法及社會保障法規可能使我們面臨潛在的處罰及法律責任」。

業 務

保險

於往績記錄期間，我們為僱員購買補充醫療保險。我們並未維持營業中斷保險、關鍵人員人壽保險、覆蓋網絡基礎設施或資訊科技系統損害的保險單，或任何其他物業保險，該等保險根據中國法律並非強制性。我們相信我們的保險覆蓋範圍與行業慣例一致。於往績記錄期間，我們並未發生任何與業務相關的重大保險索賠。詳情請參閱「風險因素 – 與我們業務及經營所在行業有關的風險 – 我們的保險覆蓋範圍可能不足以覆蓋我們的業務風險」。

物業

我們的總部設於中國上海。截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了四處物業，總建築面積約為5,123.82平方米。我們租賃的物業主要用作辦公場所。我們相信，目前的場所足以滿足我們的緊迫需求，且可以按商業合理條款獲得額外空間以滿足我們的未來需求。我們預計在租約到期後續約不會有重大困難。

根據適用的中國法律法規，物業租賃協定須向中國住房和城鄉建設部的地方分支機構辦理備案登記。截至最後實際可行日期，我們在中國的租賃協定中有三份尚未辦理備案登記。我們的中國法律顧問認為，租賃協定未辦理備案登記不會影響該等租賃協定的有效性，但相關地方住房行政管理部門可能要求我們在規定時限內完成備案登記，且我們可能因延遲辦理該等備案登記而就每份租約被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。因此，我們有權根據租賃協定使用該等物業，但如未按要求完成租賃備案登記，我們可能面臨罰款風險。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無因租賃協定未辦理備案登記而受到任何處罰。詳情請參閱「風險因素 – 與我們經營所在司法管轄區開展業務相關的風險 – 未能續簽租約或未能遵守中國與我們若干租賃物業相關的物業法律法規可能對我們的業務產生不利影響。」一節。

根據《公司(豁免公司及招股章程遵守條文)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》附表三第34(2)段的規定(該規定要求就我們在土地或建築物的所有權益提供估值報告)，理由是截至最後實際可行日期，我們租賃的物業中，沒有任何一項物業的眼面值佔我們綜合總資產的15%或以上。

業 務

ESG

我們將ESG理念融入企業策略及運營中，以推動可持續發展。我們承諾於上市後遵守香港交易及結算所有限公司上市規則附錄C2《ESG報告守則》，並將發佈年度ESG報告，向利益相關方披露我們的管理措施及表現。

公司管治

ESG管治

我們將ESG理念全面融入本公司發展戰略和日常運營之中，並建立權責清晰的ESG管治架構。董事會作為ESG事務的最高責任機構，負責監督和決策ESG相關事宜。我們成立了跨部門ESG工作小組，推進相關職能部門落實常態化ESG管理措施，監督績效達成情況，並定期向董事會匯報進展，保障ESG管治體系的有效運轉。各職能部門則依據職責分工，在各自業務領域內協同推進ESG管理要求，形成了權責清晰、協同高效的ESG管治體系。

商業道德

我們嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》及《中華人民共和國刑法》為根本指引，建立並實行《管理手冊》、《反賄賂實施方案》及《舉報及調查管理程序》等商業道德內部管理制度，從制度層面杜絕貪腐、賄賂與洗錢現象。

我們通過廉潔部門監督反賄賂管理體系的實施，用法律的約束力規範員工行為。我們已建立了標準化的違反商業道德舉報、調查與報告流程，允許員工及利益相關方通過多元渠道進行實名或匿名舉報，確保舉報人身份信息不被洩露並禁止報復行為。同時，我們持續完善內控體系，通過識別關鍵風險、評估制度有效性及進行復盤分析，制定針對性預防措施。所有調查材料均按規定歸檔，形成從受理、調查到反饋、保護的全閉環管理流程。此外，我們面向董事會及全體員工定期開展合規與反貪腐培訓，通過內部渠道持續推送廉潔從業知識，持續提升全員合規意識。

於往績記錄期間，本公司未發生任何與貪污、行賄、受賄等相關的商業道德訴訟案件，亦未受到監管部門就商業道德違規事項的任何調查或處罰。

業 務

ESG風險管理

基於本公司的運營及業務發展，並考量監管要求、行業特性及利益相關方的期望，我們已針對潛在的ESG議題進行評估，評估維度包括風險發生可能性、潛在影響程度及可補救性。此流程已識別並梳理出可能對本公司產生重大影響的ESG議題清單，具體涵蓋：應對氣候變化、水資源管理、廢棄物管理、勞工管理、產品責任、信息安全與隱私保護、知識產權保護、供應鏈管理以及社區貢獻等。

我們將ESG風險與機遇管理納入ESG管理實踐中，包括：

- 整合至本公司ESG管治框架和戰略規劃中；
- 整合至本公司風險管理框架中；
- 更新利益相關方溝通。

通過上述舉措，本公司確保董事會和高級管理層充分掌握ESG相關風險及管理動態，進而持續提升風險管控與決策的有效性。

環境

應對氣候變化

氣候變化對全球經濟和產業發展產生深遠影響，綠色低碳經濟轉型已成為推動可持續發展的重要機遇。作為一家負責任的數字營銷公司，我們已深刻認識到氣候變化對企業運營環境的潛在影響，並致力於通過技術創新和負責任的運營減少碳足跡，以實際行動助力雙碳目標實現。

本公司結合業務性質，開展氣候相關風險與機遇的識別，並制定相應的應對措施，以提升氣候適應能力，確保業務的長期穩健運營。

類別	潛在影響	
實體風險	• 急性風險(極端天氣事件的頻率與強度增加)； • 慢性風險(長期氣溫上升及海平面上升)	員工通勤中斷、辦公基礎設施損壞、計算設施服務中斷，從而影響業務的連續性；對經營產生不利影響，從而導致運營成本增加及收入可能下降。

業 務

類別		潛在影響
轉型風險	- 政策與法規風險(國內外碳排放相關政策趨嚴)； - 聲譽類風險(利益相關方在可持續發展方面的期望與擔憂持續加強)	國內外氣候相關監管及政策日益趨嚴，利益相關方對公司氣候相關信息披露的關注逐漸提升，業務運營可能面臨更嚴格的碳足跡核查與披露要求。我們在信息披露、合規運營等方面面臨一定的轉型壓力，並且提升自身運營標準，可能導致運營管理成本增加。
機遇	綠色產品機遇(低碳環保產品與解決方案的市場需求日趨增加)	市場對綠色產品、循環經濟及低碳解決方案日益重視。為此，本公司重構數字營銷工藝流程，自主研發DMS系統和AI Studio系統，採用AI智能投放技術，實現創意自動化生產，在提升業務效能的同時推動節能減排。

本公司能源消耗來自辦公場所外購電力。我們嚴格遵循《中華人民共和國節約能源法》等其他適用的法律法規，制定《綠色辦公倡導書》等制度，將節能減排融入日常運營。我們積極倡導綠色辦公文化，通過選用節能設備、升級辦公室智能管理系統、開展員工節能培訓等措施，提升能源使用效率。

業 務

下表載列往績記錄期間的溫室氣體及能源績效：

類別	單位	截至二零二三年 十二月三十一日 止年度	截至二零二四年 十二月三十一日 止年度	截至二零二五年 十二月三十一日 止年度
溫室氣體排放				
範圍2 ^{1,2}	噸二氧化碳當量	63.81	66.58	61.76
範圍3類別5：運營中產生的廢棄物 ³	噸二氧化碳當量	2.75	2.75	2.75
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	66.56	69.33	64.51
溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量／百萬人民幣營業收入	0.04	0.05	0.05
能源消耗				
綜合能源消耗量 ⁴	兆瓦時	120.26	125.48	116.40
能源消耗強度	兆瓦時／百萬人民幣營業收入	0.08	0.09	0.08

本公司已制定明確的節能及溫室氣體減排定量目標，並每年邀請第三方專業機構進行碳核查，跟蹤目標完成進度。以二零二五年為基準年，我們計劃於二零三零年前將範圍2溫室氣體排放強度降低20%。

水資源管理

在水資源管理方面，本公司用水主要集中在辦公場所生活用水。我們嚴格遵守《中華人民共和國水法》及相關法律法規，鼓勵員工節約用水行為。

¹ 本公司所有自有車輛均為新能源汽車，且日常辦公運營過程中不涉及範圍1排放源。

² 範圍2排放來源為外購電力，基於中國生態環境部、國家統計局於二零二五年十二月發佈的二零二三年電力部門排放因子0.5306 kg二氧化碳／千瓦時計算。

³ 範圍3排放主要為通過焚化處理廢棄物所產生的排放，排放因子參照生態環境部環境規劃院發佈的《中國產品全生命週期溫室氣體排放係數集》。

⁴ 我們在運營過程中消耗的能源類型為外購電力，參考綜合能耗計算通則GB/T 2589-2020進行計算。

業 務

下表載列本公司於往績記錄期間的水資源使用情況：

類別	單位	截至二零二三年 十二月三十一日 止年度 ⁵	截至二零二四年 十二月三十一日 止年度	截至二零二五年 十二月三十一日 止年度
用水量	噸	/	275.00	306.00
用水強度	噸／百萬人民幣營業 收入	/	0.21	0.22

廢棄物管理

由於本公司業務性質，本公司並無運作任何生產設施，故不會產生大量廢水、廢氣或固體廢棄物。我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等相關法律法規。我們在廢棄物管理方面貫徹「減量、再利用、回收」的原則，並建立完善的廢棄物分類回收體系。我們已制定廢棄物管理制度，對日常運營產生的各類廢棄物分類識別，並逐一明確回收方式，引導員工規範處理和回收。電子產品及硒鼓等有害廢棄物則均由專業回收機構進行回收處理。

本公司已制定廢棄物管理目標，並每年審查目標完成情況。

- 辦公廢棄物回收利用率≥90%；
- 有害廢棄物合規處置率：100%；
- 年度廢棄物總量減少率≥3%；
- 員工廢棄物分類培訓完成率：100%。

下表載列於往績記錄期間的廢棄物處置數據：

類別	單位	截至二零二三年 十二月三十一日 止年度	截至二零二四年 十二月三十一日 止年度	截至二零二五年 十二月三十一日 止年度
有害廢棄物處置總量	噸	0.002	0.002	0.002
無害廢棄物處置總量	噸	5.47	5.47	5.47

⁵ 於二零二三年，本公司辦公區域內未設置獨立的水錶設施，員工日常用水由大廈物業管理處統一管理，故未能取得該年度用水數據。自二零二四年起，本公司已對辦公區域用水設施及數據管理機制進行優化，實現對辦公用水的有效監測與記錄。

業 務

社會責任

員工僱傭

本公司堅持以人為本的核心價值觀，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，建立並持續更新《員工聘用管理制度》等內部政策，確立合規、公平、無歧視的招聘原則。我們實施嚴格的招聘審查流程，通過身份核驗、背景調查等關鍵控制點，堅決杜絕童工及任何形式的強迫勞動行為。我們高度重視保障僱員的合法權益。

關懷與福利

本公司秉持以人為本理念，建立《員工手冊》等內部制度，構建全面且具有競爭力的薪酬福利體系，並基於市場水平、崗位價值及個人績效綜合確定薪酬框架，確保內部公平性與外部競爭力。根據中國相關法規，本公司為全體員工依法足額繳納社會保險及住房公積金。

本公司建立一套完善的員工福利計劃，包括年度健康體檢、帶薪年假、法定假日津貼及定期團隊活動，全面關注員工身心健康，提升組織凝聚力。

此外，本公司構建多元化激勵體系，包括績效獎金及長期留任計劃，以提升核心人才的積極性及投入度。

培訓與發展

為深化人力資本可持續發展，本公司制定並實施《悅普人才發展YUE計劃》，構建覆蓋全公司的人才培訓體系。依託數字化學習平台，本公司系統性地提供涵蓋基礎技能、專業素養及領導能力的核心課程資源。在實施路徑上，採取「線上+線下」雙軌並行的混合式培訓模式，確保培訓觸達的廣泛性與實效性。同時，本公司創新引入績效導向的激勵機制，以獎金激勵提升員工參與內驅力，並建立嚴格的培訓效果評估閉環，致力於將學習成果有效轉化為業務績效，實現員工個人價值與組織發展的協同共進。

本公司建立透明晉陞機制，依據《悅普績效考核體系》規範選拔流程，確立公平、公開的用人流程，為員工提供清晰且公平的職業發展路徑，支持員工能力提升與職業進步，在增強企業核心競爭力的同時實現員工長期價值。

業 務

下表載列於往績記錄期間的員工培訓數據：

類別	單位	截至二零二三年 十二月三十一日 止年度	截至二零二四年 十二月三十一日 止年度	截至二零二五年 十二月三十一日 止年度
平均受訓時數	小時	19.59	17.18	13.00

職業健康與安全

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國職業病防治法》等國家職業健康及安全法律法規，建立職業健康安全管理體系。公司通過實施系統化的安全培訓，增強員工安全意識，分析工作當中的健康風險，實施預防性管控措施，幫助全體員工形成健康的工作習慣，提高工作效率，賦能員工職業長遠發展。

本公司高度重視員工的心理問題，為緩解員工因高強度工作和績效期望導致的焦慮和抑鬱，我們為全體員工提供保密的心理諮詢服務，幫助員工緩解工作壓力，保持積極的心態，並維護身心健康。於往績記錄期間，本公司未發生重大工傷、工亡事故。

下表載列於往績記錄期間的員工工傷工亡數據：

類別	單位	截至二零二三年 十二月三十一日 止年度	截至二零二四年 十二月三十一日 止年度	截至二零二五年 十二月三十一日 止年度
因工傷損失工作日數	天	0	13	0
因工傷造成的死亡比率	%	0	0	0

產品責任

本公司始終堅持以數據驅動的技術發展藍圖，以提升品牌營銷效果、優化客戶服務體驗為核心價值主張，依託端到端整合營銷方面的專業知識，助力產品力基礎突出的品牌實現更廣泛的市場觸達與用戶認知提升。

在服務責任履行層面，本公司致力於通過全鏈路、量化的營銷代理服務，持續提升品牌客戶的營銷投資回報率，並不斷完善服務流程與質量控制體系，確保營銷活動的合規性與效果一致性。由於本公司定位為知識密集型服務型企業，核心業務聚焦於專業解決方案的交付與價值創造，不涉及傳統實體生產製造環節，亦無實體產品輸出及產品召回事件。

業 務

信息安全與隱私保護

我們嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規，制定並實施《悅普集團網絡安全及用戶隱私保護工作日常管理制度》將合規要求全面融入公司數據安全與隱私保護管理框架，並設立專門的網絡安全及用戶隱私保護監督小組，對公司各部門及員工的執行情況進行日常監督，有效管控本公司運營過程中的信息安全風險。

本公司制定了數據安全事件管理制度。在此基礎上，本公司重點提升全員及跨職能團隊的信息安全素養，深化「快速定位、及時止損、責任追溯」閉環處置流程的實戰能力，同時進一步明晰各崗位在信息安全事件中的職責邊界與協同聯動機制，構建權責清晰、響應迅速的防禦體系，確保在面臨突發風險時能夠高效協同、妥善處置。

知識產權保護

我們高度重視數字內容資產的知識產權合規性，依據《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國著作權法》等法律法規，將版權風險防控深度嵌入業務全流程。本公司已建立素材版權專項審查與授權管理機制，內部需求優先採用自有資產，外部採購須嚴格核查授權範圍，嚴禁未經許可使用網絡公開資源。本公司定期開展項目自查，對未獲授權素材實施風險分級管控，充分踐行知識產權保護。

供應鏈管理

本公司秉持可持續發展核心理念，將其深度融入供應商合作體系。我們已制定《悅普集團－供應商評估制度及全流程標準作業程序》及《採購部行為準則》等規範性文件，旨在定期識別供應商的環境及社會風險，並及時淘汰不合格供應商。

本公司已構建供應商全生命週期管理機制，規範准入、評估及退出全流程。我們於准入環節實施嚴格的審核資質，確保符合業務及可持續發展要求；同時建立分級考核體系，實施四級動態管理，對表現不達標的供應商實施從資源庫移除措施。此外，我們通過與全體供應商簽訂《供應商行為準則》，在準則中明確禁止商業賄賂、虛假報價等行為，保障供應鏈的穩健運行與持續優化。

業 務

社區貢獻

本公司積極履行社會責任，構建多元化公益實踐體系。我們積極響應國家鄉村振興戰略，援建奢烹小學，捐贈書籍、教學設備及生活設施，改善鄉村基礎教育條件；聯合恒基中國開展「書送希望，愛助成長」捐贈活動，動員員工為鄉村兒童募集圖書，深化教育公平實踐。本公司通過推出「永恒之美」計劃，積極實踐小區關懷與文化傳承的理念。該計劃著重於長者的精神與文化需求，運用非劇本式紀錄片拍攝手法，為長者保存珍貴的回憶與夢想時刻。響應高溫季節民生需求，為一線勞動者提供防暑物資保障；緊急馳援甘肅地震災區，我們定向捐贈棉被、棉衣等御寒物資，助力災後重建。關愛動物福利，向報恩寺捐贈狗糧及善款。通過上述舉措，我們逐步實現企業與社會的和諧共生，共創可持續價值。二零二三年以來，本公司累計投入公益資金逾200,000元，員工累計志願小時數超5,000小時，實施多項務實行動，彰顯了負責任企業的時代擔當。

執照、許可及批准

截至最後實際可行日期，誠如我們的中國法律顧問所告知，我們已取得在中國運營業務所需的所有重大牌照及許可，且該等營業牌照均維持十足效力。有關我們所受約束的法律及法規的更多詳情，請參閱「監管概覽」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在重續該等牌照、許可、批准及證書時並無遭遇任何重大困難，且我們目前預期於其屆滿時(如適用)重續亦不會遇到任何重大困難。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，自業務運營相關監管批准發出日期起以來，並無發生任何可能對本公司維持及續期重大牌照、許可、批准及證書造成不利影響的重大意外或不利變動。

法律程序與合規

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未捲入、亦未察覺任何(我們認為)可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的法律、仲裁或行政訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在開展業務運營方面，在所有重大方面均已遵守適用的法律法規。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大違規事件，而導致產生(單獨或合計)可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的罰款、執法行動或其他處罰。

業 務

風險管理及內部控制

我們致力於建立及維護風險管理與內部控制體系，該體系由針對本集團業務運營而制定的政策及程序構成。我們持續致力於完善上述體系，以確保其切實有效。

風險管理

我們在業務運營過程中面臨各種風險，且我們認為有效的風險管理對我們的成功至關重要。我們的董事負責監督及管理與我們運營相關的整體風險。我們已根據《上市規則》第3.21條及《上市規則》附錄C1所載的《企業管治守則》及《企業管治報告》制定了書面職權範圍。

為監控[編纂]後風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採取或將繼續採取多項風險管理措施。該等措施包括成立審計委員會以審閱及監督財務報告程序及內部控制體系；制定政策以確保在風險管理、關連交易及資訊披露等領域遵守《上市規則》；為高級管理層及僱員提供定期的反腐敗及反賄賂合規培訓，以增強其對適用法律法規的意識及遵守；以及安排我們的董事及高級管理層參加有關《上市規則》要求以及香港上市公司董事職務與責任的培訓課程。

作為內部控制程序的一部分，我們已根據適用法律法規制定了一系列反賄賂及反腐敗合規政策。我們亦為僱員制定了行為準則，其中載列了適用於我們業務運營的反賄賂合規要求。從事會計及財務職能的僱員須對任何可疑交易保持警惕，並向我們的合規部門報告任何發現的疑似違規行為。我們進一步鼓勵全體僱員報告該領域任何疑似不當行為或違規情況。

內部控制

我們已聘請獨立內部控制顧問，為[編纂]目的對我們的內部控制體系進行評估。該顧問進行了審閱，涵蓋財務報告及披露控制、實體層面控制、信息系統控制管理及其他運營程序等特定領域。通過採納及實施建議的改進措施，我們已加強並完善了我們的內部控制體系。展望未來，我們將繼續對內部控制政策、措施及程序進行定期審閱及完善。截至最後實際可行日期，基於本集團的內部控制審閱程序，並無發現重大內部控制缺陷。

董事及高級管理層

董事

於[編纂]後，董事會將由六名董事組成，當中包括三名執行董事及三名獨立非執行董事。下表載列有關本公司董事的主要資料。

姓名	年齡	職位	職責	首次獲委任為董事的日期	加入本集團的時間
林悅先生	[39]	董事長、執行董事兼總經理	負責作出重大企業決策及本集團的整體管理	二零一八年二月	二零零九年七月
蔡永輝先生	[58]	執行董事兼副總經理	負責就本集團的整體策略規劃及業務管理提供建議	二零一四年三月	二零零九年七月
鮑秀雲女士	[35]	執行董事兼首席運營官	負責監督本集團的採購、媒體、策略、運營、技術、法務及營銷	二零一九年八月	二零一五年九月
李西沙先生	[70]	獨立非執行董事	向董事會提供獨立意見及判斷	二零二零年九月	二零二零年九月
夏蔚先生	[37]	獨立非執行董事	向董事會提供獨立意見及判斷	[編纂]	[編纂]
陳迅安先生	[52]	獨立非執行董事	監督董事會並向董事會提供獨立意見及判斷	[編纂]	[編纂]

董事及高級管理層

林悅先生，[39]歲，於二零一四年三月加入本公司，並自此擔任總經理。彼自二零一八年二月起獲委任為本公司董事，並自二零一九年八月起獲委任為董事長。彼於二零二六年六月獲調任為執行董事。彼主要負責作出重大企業決策及本集團的整體管理。

林先生於數字營銷及廣告行業擁有豐富經驗。於二零零九年七月，林先生創立上海悅普網絡科技有限公司，並自此擔任其執行董事兼總經理。自二零一二年四月至二零一九年十一月，彼擔任上海微博咖啡有限公司的監事。自二零一二年七月至二零一八年七月，彼擔任上海顯田電子商務有限公司的執行董事。

林先生曾獲多項榮譽及社會職務委任。彼現任上海市嘉定區人民代表大會代表、上海市浙江商會副會長、上海溫州商會執行會長兼新生代會長，以及上海溫州青年聯合會副會長。於二零一八年，彼獲中國商務廣告協會頒發青年創業榜樣獎。林先生已於二零二一年九月完成中國長江商學院EMBA課程。

蔡永輝先生，[58]歲，於二零一四年三月加入本公司。蔡先生自二零一四年三月至二零一八年二月擔任本公司董事，並自二零一八年二月至二零一九年八月擔任本公司監事。蔡先生於二零一九年八月獲委任為本公司董事，並於二零二六年六月獲調任為執行董事。蔡先生亦擔任本公司副總經理，主要負責就本集團的整體戰略規劃及業務管理提供建議。

蔡先生於廣告及媒體行業擁有豐富經驗。彼自二零零七年十二月至二零一零年十二月擔任上海複再特企業管理諮詢有限公司執行董事。彼自二零零九年七月至二零一四年三月擔任上海悅普網絡科技有限公司副總經理。自二零一四年三月至二零二零年九月，彼擔任本公司總經理，負責監督運營以及人力資源及行政管理。

鮑秀雲女士，[35]歲，於二零一五年九月加入本公司。自二零一五年九月至二零二一年六月，鮑女士曾擔任多個職位，包括媒體經理、媒體總監及媒體部總經理。彼自二零二一年七月至二零二二年六月擔任本公司副總裁，並自二零二二年七月起擔任首席運營官。彼亦於二零一九年八月獲委任為本公司董事，並於二零二六年六月獲調任為執行董事。彼主要負責監督本集團的採購、媒體、策略、運營、技術、法務及營銷。

鮑女士於廣告及媒體行業擁有豐富經驗。自二零一五年四月至二零一五年八月，彼於華揚聯眾數字技術股份有限公司(一間於上海證券交易所上市的公司，股份代號：603825.SH)工作。鮑女士於二零一三年六月取得中國安徽工程大學行政管理學士學位。

董事及高級管理層

李西沙先生，[70]歲，於二零二零年九月獲委任為獨立董事。彼於二零二六年六月獲調任為獨立非執行董事，並即時生效。彼負責向董事會提供獨立意見及判斷。

李先生於廣告及營銷行業擁有豐富經驗。自二零零一年十月至二零一五年十一月，彼先後擔任北京電通廣告有限公司重整委員會主席、企業社會責任委員會主席、業務推廣委員會主席及紀律委員會主席；自二零一六年一月至二零一六年十二月，彼擔任北京電通廣告有限公司執行副總經理。自二零一六年一月至二零二六年二月，彼擔任中國商務廣告協會會長。李先生自二零一七年八月起擔任靈思雲途營銷顧問股份有限公司獨立董事，並自二零二一年三月起擔任廣東電聲市場營銷股份有限公司獨立董事。彼亦於二零一九年十月至二零二五年八月擔任廣東因賽品牌營銷集團股份有限公司(一間於深圳證券交易所上市的公司，股份代號：300781.SZ)獨立董事。李先生於一九八四年七月取得中國政法大學法學學士學位。

夏蔚先生，[37]歲，於二零二六年六月獲委任為本公司獨立非執行董事，自[編纂]起生效。彼負責向董事會提供獨立意見及判斷。

夏先生於企業融資、投資銀行及離岸資本市場方面擁有豐富經驗。夏先生於二零一四年一月至二零一七年四月在德勤會計師事務所擔任審計師。彼在財務會計及風險控制方面擁有豐富經驗，並曾參與多家大型企業集團及上市公司之審計及鑑證工作。自二零一七年四月至二零二五年十月，彼於建銀國際金融有限公司任職，期間歷任多個職位，包括新能源行業團隊聯席董事。任職期間，彼參與多個中國新經濟企業之首次公開發售及再融資項目，並主導執行多個大型金融機構及國有企業之境外債券發行。自二零二五年十一月起，彼於撥康視雲製藥有限公司(一間於香港聯交所上市的公司，股份代號：2592.HK)擔任副總裁，彼負責監督本集團之財務策略、資本市場及投資者關係。夏先生於二零二五年十一月獲認可為澳洲會計師公會的註冊會計師。彼於二零一二年六月取得美國Keuka College的管理科學學士學位，並於二零一四年一月取得英國赫爾大學的金融學碩士學位。

董事及高級管理層

陳迅安先生，[52]歲，於二零二六年六月獲委任為本公司獨立非執行董事，自[編纂]起生效。彼主要負責監督董事會並向董事會提供獨立建議及判斷。

陳先生於旅遊、酒店、零售及科技行業的數字創新、電子商務策略及數字轉型方面擁有逾二十年經驗。彼於一九九七年十一月加入國泰航空有限公司(一間於聯交所主板上市的公司，股份代號：0293.HK)展開其職業生涯，並曾先後擔任多個職位，包括空中服務員、互聯網營銷統籌、概念及內容統籌、互動內容統籌、國泰代理統籌及互動營銷助理經理，直至二零零八年八月。其後，自二零零八年八月至二零一一年七月，彼於萬豪國際集團(一間於納斯達克上市，股份代號：MAR)擔任高級電子商務經理。自二零一一年七月至二零一二年八月，彼於威尼斯人澳門股份有限公司擔任電子商務及網上營銷總監。其後，彼加入莎莎國際控股有限公司(一間於聯交所主板上市的公司，股份代號：0178.HK)，於二零一三年三月至二零一四年十一月擔任電子商務總監。自二零一四年十一月至二零一五年三月，彼於歷峰亞太有限公司擔任區域電子商務經理。其後，彼於二零一五年三月至二零一七年八月於凱崙(香港)有限公司擔任區域分銷及電子商務總監。於二零一七年九月至二零二零年九月，陳先生於沃爾瑪(中國)投資有限公司擔任電子商務高級總監。自二零二零年十一月至二零二二年十二月，彼同時於DFI Retail Group Holdings Limited及Retail Technology Asia Ltd.擔任戰略運營副總裁。除企業任職經歷外，陳先生自二零二二年二月及二零二二年十二月起擔任Vulcan Consultancy Limited及Neptune AR Technology Limited的創辦人。此外，彼亦自二零二四年六月起擔任Star Q Technology Limited的首席執行官。

陳先生於一九九七年十二月在香港取得香港浸會大學地理學學士學位。其後，彼分別於二零零四年十二月及二零一一年十一月在香港取得香港大學電子商務及互聯網運算碩士學位及工商管理碩士學位。

董事及高級管理層

高級管理層

於[編纂]後，我們的高級管理層將由五名成員組成，負責我們的日常管理及運營。下表載列有關我們的高級管理層的主要資料。

姓名	年齡	職位	職責	獲委任為 高級管理層 的日期	加入 本集團的時間
林悅先生	[39]	董事長、 執行董事兼總 經理	負責作出重大企業 決策及本集團的 整體管理	二零一四年 三月	二零零九年 七月
蔡永輝先生	[58]	執行董事兼副總 經理	負責就本集團的整 體策略規劃及業 務管理提供建議	二零一四年 三月	二零零九年 七月
鮑秀雲女士	[35]	執行董事兼首席 運營官	負責監督本集團 的採購、媒體、 策略、運營、技 術、法律事務及 營銷	二零二二年 七月	二零一五年 九月
閻依婷女士	[35]	首席財務官兼董 事會秘書	負責監督本集團整 體財務管理	二零二六年 五月	二零二五年 九月
金晶女士	[51]	首席人才官	負責監督本集團整 體人力資源管理	二零二一年 九月	二零二一年 九月

有關林悅先生、蔡永輝先生及鮑秀雲女士的履歷詳情，請參閱「-董事」。

董事及高級管理層

閻依婷女士，[35]歲，於二零二五年九月加入本集團，並自二零二六年五月起擔任本公司首席財務官兼董事會秘書。自二零二五年九月至二零二六年五月，閻女士擔任本公司財務總監。彼主要負責監督本集團整體財務管理。

閻女士於廣告、營銷、互聯網電子商務及文化傳媒等多個行業擁有逾十年財務管理經驗。彼精通集團整體財務管理、財務制度建設、內部控制及合規、運營分析及業財融合管理，並對上市公司及外資企業之財務治理、財務風險管控及集團財務管理具備強大能力。彼自二零一二年七月至二零一三年三月任職於北京華誼伽信整合營銷集團股份有限公司(前稱北京華誼嘉信整合營銷集團股份有限公司)。自二零一三年四月至二零一五年五月，彼任職於上海寶尊電子商務有限公司(一間於香港聯交所上市的公司，股份代號：9991.HK；並於納斯達克上市，股份代號：BZUN)。於二零一五年六月至二零一九年六月，彼於星宇視光文化傳媒(北京)有限公司(前稱首映視界文化傳播(天津)有限公司及華視典映影視傳媒(天津)有限公司)擔任財務總監及運營總監。自二零一九年十月至二零二三年六月，彼於上海精實營銷諮詢有限公司(漢威士集團附屬公司)擔任財務經理。於二零二三年六月至二零二五年一月，彼於上海贊意條條起量文化有限公司擔任財務總監。閻女士於二零一二年十二月在中國取得華東理工大學工商管理學士學位。

金晶女士，[51]歲，於二零二一年九月加入本集團，自此擔任本公司首席人才官。彼主要負責監督本集團整體人力資源管理。

金女士於人力資源管理方面擁有豐富經驗。自二零零四年十一月至二零零五年十一月，彼於林麥(香港)有限公司擔任人力資源經理。自二零零五年十一月至二零一零年十一月，彼於陽獅銳奇廣告公司(前稱狄傑斯企業管理諮詢(上海)有限公司)擔任人力資源總監。自二零一零年十二月至二零一二年十月，彼於上海寶開軟件有限公司擔任亞太區人力資源總監。於二零一二年十月至二零一三年五月，彼於華德士商務諮詢(上海)有限公司(前稱華德士人才諮詢(上海)有限公司)擔任人力資源總監。自二零一三年五月至二零二一年二月，彼於上海韋柯廣告有限公司擔任人力資源總監。金女士於二零零四年七月獲得上海市職業技能鑒定中心頒發人力資源管理師二級資格。金女士於一九九九年四月在中國取得華東師範大學英語專科學位。

董事及高級管理層

一般事宜

截至最後實際可行日期，據董事在作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，

- (i) 除上文所披露者外，概無董事或高級管理層成員於緊接本文件日期前三年，在其證券於任何香港或海外證券市場上市的任何公眾公司擔任任何董事職務；
- (ii) 本公司董事或高級管理層成員概無與任何其他董事及高級管理層成員有關連；
- (iii) 除本文件「主要股東」及「附錄四 – 法定及一般資料」所披露者外，概無董事或本公司總經理於股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部所規定須予披露的任何權益；及
- (iv) 截至最後實際可行日期，概無有關委任董事的其他事宜須敦請股東垂注，亦無有關董事的其他資料根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條須予披露。

董事的確認

上市規則第8.10條

各董事確認，截至最後實際可行日期，彼概無於與本公司業務直接或間接競爭或可能競爭而須根據上市規則第8.10條作出披露的業務中擁有任何權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於二零二六年五月二十六日取得上市規則第3.09D條所提述的法律意見；及(ii)明白在上市規則下適用於其作為上市發行人董事的規定。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事已確認，(i)彼就上市規則第3.13(1)至(8)條所提述的各項因素而言具有獨立性；(ii)截至最後實際可行日期，彼於本公司或其附屬公司的業務中概無過去或現在的財務或其他權益，亦概無與上市規則所指本公司的任何核心關連人士有任何關連；及(iii)於彼受委任時概無其他可能影響其獨立性的因素。

董事及高級管理層

聯席公司秘書

閔依婷女士，[35]歲，於二零二六年六月獲委任為本公司聯席公司秘書，自[編纂]起生效。有關閔女士的履歷詳情，請參閱「-高級管理層」。

簡雋藝女士於二零二六年六月獲委任為本公司聯席公司秘書，並自[編纂]起生效。簡女士現為卓佳服務有限公司公司秘書部助理經理，負責為聯交所上市公司及其他跨國企業、私人及離岸公司提供公司秘書及合規服務。簡女士在公司秘書專業及知識產權相關法律領域分別擁有逾五年及四年經驗。簡女士分別於二零一七年七月及二零二零年七月取得香港城市大學工商管理(信息管理)學士學位及專業會計與企業管治碩士學位。彼已取得特許秘書及特許治理專業人士資格，並為香港公司治理公會及英國特許治理公會之會員。簡女士亦持有香港特許治理公會ESG證書。

董事委員會

董事會將若干職責授權予各個委員會。根據相關中國法律及法規以及上市規則附錄C1所載的企業管治守則，本公司已成立三個董事委員會，分別為審計委員會、提名委員會及薪酬與考核委員會。

審計委員會

本公司已設立審計委員會，並制定符合上市規則第3.21條及企業管治守則的書面職權範圍。審計委員會由三名董事組成，分別為夏蔚先生、李西沙先生及陳迅安先生，其中夏蔚先生擔任主席。夏蔚先生具備上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當專業經驗。

提名委員會

本公司已設立提名委員會，並制定符合上市規則第3.27A條及企業管治守則的書面職權範圍。提名委員會由五名董事組成，分別為林悅先生、夏蔚先生、李西沙先生、陳迅安先生及鮑秀雲女士，其中林悅先生擔任主席。

董事及高級管理層

薪酬與考核委員會

本公司已設立薪酬與考核委員會，並制定符合上市規則第3.25條及企業管治守則的書面職權範圍。薪酬與考核委員會由五名董事組成，分別為夏蔚先生、李西沙先生、陳迅安先生、林悅先生及蔡永輝先生，其中夏蔚先生擔任主席。

企業管治守則

本公司致力達致高水平的企業管治，以保障股東利益。為此，本公司擬於[編纂]後遵守上市規則附錄C1所載的企業管治守則以及上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，於聯交所上市的公司應當遵守，但亦可選擇偏離主席與首席執行官的角色應有區分且不應由同一人兼任的規定。本公司並無區分主席與總經理，林先生目前兼任這兩個角色。林先生於我們所在行業擁有豐富經驗。董事會認為，將董事長及總經理兩項職務由同一人士兼任，有助確保本集團內部領導的一致性，並使本集團能更有效及高效地進行整體策略規劃。董事會將持續檢討，並於適當時候，在考慮本集團整體情況後，考慮分開本公司主席與首席執行官的職務。有關本公司企業管治措施的進一步資料，請參閱「與控股股東的關係－企業管治」一節。

董事會成員多元化政策

我們已採納董事會成員多元化政策，當中載列達致及維持董事會成員多元化的目標及方法，以提升其效率。根據董事會成員多元化政策，本公司經考慮多項因素(包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及／或服務年限)尋求實現董事會成員多元化。董事會候選人的最終選擇將基於業績及對董事會的潛在貢獻，並適當考慮董事會成員多元化的裨益以及本公司的具體需求，而非專注於單一的多元化方面。我們的董事擁有均衡的知識及技能組合，包括整體管理及戰略發展，以及於廣告與營銷、財務、策略規劃及企業管理等領域的知識和經驗。

董事及高級管理層

就董事會的性別多元化而言，我們認同性別多元化尤為重要。本公司董事會目前由一名女性董事及五名男性董事組成。我們亦已採取並將繼續採取措施，促進及加強本公司各級的性別多元化，包括但不限於董事會及高級管理層。在招聘中高級員工時，我們亦將繼續專注於性別多元化，以為董事會培養潛在的女性繼任者。本集團亦將不時物色及選擇於不同領域具有廣泛技能、經驗及知識的女性候選人及制定擁有成為董事會成員資格的女性候選人名單，該名單將由提名委員會定期審閱，以維持董事會性別多元化。考慮到我們現有的業務模式、特定需求以及董事的不同背景，董事會的組成符合我們的董事會成員多元化政策。

於[編纂]後，提名委員會將不時討論及協定預期目標，以確保董事會成員多元化，並檢討及(如必要)更新董事會成員多元化政策，以確保該政策維持有效。本公司將於其年度企業管治報告中披露各董事的履歷詳情，並報告董事會成員多元化政策的實施情況(包括我們是否已實現董事會成員多元化)。

董事薪酬及五名最高薪人士的薪酬

董事及高級管理層成員自本公司收取薪酬(以薪金、表現掛鉤花紅、津貼及實物福利、退休計劃供款及社會福利等形式支付)。獨立非執行董事的酬金乃根據其職責釐定。董事及高級管理層成員的薪酬乃參照可資比較公司支付的薪酬及本公司主要經營指標的達成情況釐定。

截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，支付予董事的薪酬總額(包括薪金、表現掛鉤花紅、津貼及實物福利、退休計劃供款及社會福利)分別為人民幣3.55百萬元、人民幣2.89百萬元及人民幣2.39百萬元。於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，本集團五名最高薪人士分別包括兩名、兩名及兩名董事。本集團五名最高薪人士(不包括董事)於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度的薪酬總額(包括薪金、花紅、津貼及實物福利、表現掛鉤花紅、退休計劃供款及社會福利)分別為人民幣5.36百萬元、人民幣4.51百萬元及人民幣3.95百萬元。

根據現行薪酬安排，我們估計截至二零二六年十二月三十一日止年度董事應計的除稅前薪酬總額(包括估計以股份為基礎的薪酬)約為人民幣2.45百萬元。董事於二零二六年的實際薪酬與預期薪酬或會有差異。

董事及高級管理層

我們確認於往績記錄期間，本公司並無向董事或五名最高薪人士支付而彼等亦無收取任何薪酬，作為邀請其加入或於加入本公司之後的獎金或失去所擔任本公司或本公司任何附屬公司管理職位的補償。於往績記錄期間，本公司董事概無放棄任何薪酬。除上文所披露者外，於往績記錄期間，本公司或本公司附屬公司概無其他已付或應付董事或五名最高薪人士的款項。

合規顧問

本公司已根據上市規則第3A.19條委任泓博資本有限公司為我們的合規顧問。合規顧問將就遵守上市規則及其他適用法律、規則、守則及指引向我們提供指導及意見。根據上市規則第3A.23條，合規顧問會於若干情況下向本公司提供意見，包括但不限於：(i)刊發任何監管公告、通函或財務報告前；(ii)擬進行可能屬須予公佈交易或關連交易的交易；(iii)本公司擬運用[編纂]的方式與本文件所詳述者不同；及(iv)聯交所根據上市規則第13.10條向本公司查詢。

任期將於[編纂]開始，並預期至本公司遵照上市規則第13.46條就我們在[編纂]後起計首個完整財政年度的財務業績的結算日止。

與控股股東的關係

概覽

截至最後實際可行日期，董事長、執行董事兼總經理林先生得以直接控制本公司約57.92%的投票權。

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，林先生將有權控制本公司約[編纂]%的投票權。因此，林先生將於[編纂]後成為我們的控股股東。

有關林先生的背景及個人履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

獨立於控股股東

我們的董事認為，基於以下所述理由，本集團於[編纂]後將能獨立於控股股東及其緊密聯繫人開展業務。

運營獨立性

我們已建立自有組織架構，各部門獲分配特定職責範圍，並一直獨立於控股股東及其緊密聯繫人運營，預期將持續獨立運營。我們持有經營及運營業務所需的所有相關執照、資產、版權、商標及其他知識產權。此外，就資本與人力而言，本公司具備充足的運營能力，足以獨立運營。

基於上文所述，我們的董事認為，本集團於[編纂]後將能夠獨立於我們的控股股東及其緊密聯繫人運營。

管理獨立性

[編纂]後，董事會將由三名執行董事及三名獨立非執行董事組成，而本公司高級管理團隊則由五名成員組成。本公司執行董事及高級管理團隊負責日常運營管理。

我們的董事相信，基於以下原因，本集團於[編纂]後將能夠獨立於控股股東及其緊密聯繫人運營：

- (a) 董事會由執行董事與獨立非執行董事的均衡結構組成。我們的獨立非執行董事與控股股東或其緊密聯繫人並無關聯，確保董事會的決策僅於充分考慮獨立且公正的意見後作出；
- (b) 我們的獨立非執行董事個別及共同具備必要的知識、經驗及能力，足以於可能存在利益衝突的董事之間取得平衡，從而促進本公司及股東的整體利益；

與控股股東的關係

- (c) 本公司已建立內部監控機制，以識別關連交易，確保於建議交易中存在利益衝突的股東或董事將就相關決議案放棄投票；
- (d) 各董事均知悉其根據上市規則所承擔的受信責任及職責，該等責任及職責要求董事須為本公司之利益及最佳權益行事，且不得讓其作為董事的職責與個人利益之間產生任何衝突；及
- (e) 倘本集團與董事或其各自的緊密聯繫人之間的任何交易可能引致潛在利益衝突，有關董事有責任申報並全面披露該衝突，且必須就相關董事會決議案放棄投票。

基於上述情況，董事認為，董事會整體與我們的高級管理團隊能夠獨立履行本集團的管理職責。

財務獨立性

我們設有獨立的財務、內部控制及會計系統。我們根據自身的業務需求作出財務決策。我們亦設有獨立財務部門負責履行財務管理職能，並設有由獨立非執行董事全數組成的董事會審計委員會，以監督我們的會計及財務報告程序。我們擁有充足的資本以獨立經營業務，並具備充足的內部資源及良好的信貸狀況，足以支持日常運營。

於往績記錄期間，本集團取得若干銀行融資及／或貸款（「擔保貸款」），而我們的控股股東林先生及其緊密聯繫人就此提供擔保（「控股股東擔保」）。截至最後實際可行日期，該等擔保貸款的未償還總額約為人民幣290.0百萬元。所有控股股東擔保預期將於[編纂]前解除。截至最後實際可行日期，我們已自擔保貸款之全部貸款人取得函件，據此，貸款人原則上同意於[編纂]時終止控股股東擔保，或以其他適當的替代性擔保取代控股股東擔保。我們認為，於[編纂]前提前解除控股股東擔保不符合本集團及股東整體的最佳利益，由於這將導致於各筆擔保貸款到期日期前，為其全部或部分進行再融資而產生不必要的額外成本、開支及時間。

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，控股股東及其緊密聯繫人之間並無其他尚未悉數結清的貸款、墊款或應收應付款項結餘。截至最後實際可行日期，我們並未向控股股東及其緊密聯繫人提供任何擔保或抵押。

儘管有上述情況，鑒於本集團具備獨立籌集及取得資金的能力，我們認為本集團有能力在毋須控股股東或其緊密聯繫人提供財務援助的情況下，自獨立第三方取得外部融資。我們一直並能夠自獨立投資者取得融資。於二零二六年六月，我們完成最近一輪融資，自[編纂]前投資者籌集所得款項約人民幣76百萬元。

與控股股東的關係

基於上述情況，董事認為，我們並無對控股股東產生財務依賴。

競爭

截至最後實際可行日期，我們的控股股東及其緊密聯繫人並無於任何與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭，且並無於根據上市規則第8.10條須予披露的業務(除本集團外)中擁有權益。

企業管治

我們的董事深知良好的企業管治對保障股東權益至關重要。為維持良好的企業管治標準，並避免本集團與控股股東及其緊密聯繫人之間可能產生的利益衝突，我們已採取以下企業管治措施：

- (a) 本公司已建立內部監控機制以識別關連交易，且倘本集團於[編纂]後與控股股東或其緊密聯繫人進行關連交易，將遵守適用的上市規則規定；
- (b) 倘召開股東大會以審議涉及本集團控股股東或其緊密聯繫人擁有任何重大權益的建議交易，我們的控股股東及其緊密聯繫人(視情況而定)將不會就相關決議案投票；
- (c) 我們的獨立非執行董事將審查本集團與控股股東及其緊密聯繫人之間是否存在任何利益衝突，並提供公正的專業意見以保障少數股東的權益；
- (d) 倘任何控股股東或董事於董事會將予審議之事項中存在利益衝突，且董事會已判定該利益衝突屬重大性質，則該事項將透過實體會議而非書面決議案方式處理。此外，對該事項並無重大利益關係之獨立非執行董事將出席相關董事會會議；
- (e) 倘董事(包括獨立非執行董事)合理要求徵詢獨立專業人士(例如財務或法律顧問)的意見，則委聘該獨立專業人士的費用將由本公司承擔；及
- (f) 我們已委任浚博資本有限公司擔任合規顧問，其將就遵守適用法例及上市規則向本公司提供意見及指引，包括有關董事職責及企業管治事宜的各項規定。

基於上述情況，我們的董事確信，已實施充分的企業管治措施，以處理本集團與控股股東及其緊密聯繫人之間的潛在利益衝突，並於[編纂]後保障少數股東的權益。

主要股東

據董事所知，緊隨[編纂]完成及未上市股份轉換為H股後(假設[編纂]未獲行使)，下列人士將於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向我們及聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有本公司任何類別股本(其附有權利可於所有情況下在本公司股東大會上投票)面值10%或以上的權益：

股東姓名／名稱	權益性質	截至最後實際可行日期		緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使)	
		股份數目	佔股本總額的 概約持股 百分比 (%)	H股數目 ⁽¹⁾	於股本總額的 概約持股 百分比 ⁽²⁾ (%)
林先生	實益權益	57,809,864	57.92	[編纂]	[編纂]
蔡永輝先生	實益權益	24,775,623	24.82	[編纂]	[編纂]
上海韻程 ⁽³⁾	實益權益	9,776,160	9.80	[編纂]	[編纂]
鮑秀雲女士 ⁽³⁾	於受控制法團的權益	9,776,160	9.80	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 全部所示權益均為好倉。
- (2) 此乃基於緊隨[編纂]完成後已發行合共[編纂]股H股計算，原因為全部[編纂]股未上市股份將轉換為H股，並將根據[編纂][編纂][編纂]股H股(假設[編纂]未獲行使)。
- (3) 上海韻程為在中國成立的有限合夥企業，其普通合夥人為鮑秀雲女士(「鮑女士」)。因此，鮑女士根據證券及期貨條例被視為於上海韻程所持股份中擁有權益。概無上海韻程的有限合夥人持有合夥權益逾三分之一。

除上文及「附錄四 – 法定及一般資料 – 有關董事、高級管理層及主要股東的進一步資料」一節所披露者外，董事並不知悉任何其他人士將於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有任何類別股本(其附有權利可於所有情況下在本公司或本集團任何其他成員公司的股東大會上投票)面值10%或以上權益。

股 本

本節呈列於[編纂]完成前及完成後有關我們股本的若干資料。

[編纂]完成前

截至最後實際可行日期，本公司的註冊資本為人民幣99,813,213元，由99,813,213股每股面值人民幣1.00元的未上市股份組成。

[編纂]完成後

緊隨[編纂]完成及[編纂]股未上市股份轉換為H股後，假設[編纂]未獲行使，本公司股本將如下：

股份概況	股份數目	佔股本總額的 概約百分比 (%)
由未上市股份轉換的H股	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100.00

緊隨[編纂]完成及[編纂]股未上市股份轉換為H股後，假設[編纂]已獲悉數行使，本公司的已發行股本將如下：

股份概況	股份數目	佔股本總額的 概約百分比 (%)
由未上市股份轉換的H股	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100.00

股 本

地位

[編纂]完成後，股份將僅由H股組成。H股及未上市股份(如有)均為本公司股本中的普通股。然而，除中國境內若干合資格境內機構投資者、滬港通或深港通下的合資格中國投資者，以及其他根據中國相關法律法規或經相關主管部門批准有權持有我們H股的人士外，H股一般不可供中國投資者認購或在彼等之間買賣。

未上市股份(如有)與H股在各方面均享有同等地位，尤其是就本文件日期後宣派、派付或作出的所有股息或分派享有同等權利。H股的所有股息將以人民幣計值及宣派，並以港元或人民幣支付。除現金外，股息亦可以H股形式派付。

未上市股份轉換為H股

本公司已就現有[編纂]股未上市股份按一換一基準轉換為H股申請「全流通」，並按照中國證監會的規定提交申請報告、未上市股份股東就申請H股「全流通」所作授權文件、股份取得合規性說明及其他文件。

現有股東持有的現有[編纂]股未上市股份按一換一基準轉換為H股的相關備案手續已於[•]完成。

[編纂]完成後，我們的未上市股份持有人可將其股份轉換為H股，但該等轉換須已完成必要的內部審批程序，並遵守國務院證券監管部門所訂規定以及境外證券交易所所訂法規、規定及程序，並已完成向國務院證券監管部門(包括中國證監會)的必要備案手續。該等轉換後股份於香港聯交所[編纂]亦須獲得香港聯交所批准。

根據本節所披露的未上市股份轉換為H股的程序，我們可在任何擬議轉換前預先向香港聯交所申請所有或部分未上市股份以H股形式[編纂]，以確保在通知香港聯交所並將股份交付登記於[編纂]後，可迅速完成轉換程序。由於香港聯交所通常將我們在香港聯交所首次[編纂]後增加[編纂]股份視為純行政事宜，故毋須在我們於香港首次[編纂]時預先申請[編纂]。

轉換後股份於香港聯交所[編纂]及[編纂]毋須進行類別股東投票。我們首次[編纂]後就轉換後股份向香港聯交所申請[編纂]，須預先以公告方式通知股東及公眾有關擬議轉換事宜。

股 本

在取得所有必要批准後，須完成以下程序：相關未上市股份將從股份登記冊中撤銷，我們將把該等H股重新登記於在香港存置的[編纂]，並指示[編纂]發出H股股票。在[編纂]登記須符合以下條件：(a)[編纂]向香港聯交所提交確認函，確認相關H股已妥善登記於[編纂]及H股股票已妥善寄發；及(b)該等H股獲准在香港聯交所[編纂]須符合上市規則及不時生效的[編纂]。在轉換後股份重新登記於我們的[編纂]之前，該等H股將不會以H股形式[編纂]。進一步詳情請參閱「風險因素 – 與[編纂]相關的風險」。

[編纂]前已發行股份的轉讓

根據中國公司法，我們於[編纂]前已發行的股份自[編纂]起一年內不得轉讓。

我們的董事及高級管理層成員在任期間每年轉讓的股份不得超過其各自於本公司持股總數的25%。上述人員在本公司持有的股份自[編纂]起一年內不得轉讓，亦不得在其離任董事或本公司高級管理層成員職務後半年內轉讓。

發行股份、出售及／或轉讓庫存股份的一般授權及購回授權

待[編纂]完成後，根據本公司股東決議案，我們的董事已獲授予一般無條件授權，以發行本公司股份及出售及／或轉讓持作庫存股份的本公司股份，以及購回本公司股份。進一步詳情請參閱「附錄四 – 法定及一般資料 – 有關本公司的進一步資料 – 股東決議案」。

未於境外證券交易所上市的股份登記

根據中國證監會公佈的《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》，本公司的未上市股份的境內股東須按照中國證券登記結算有限責任公司的相關業務規則辦理股份過戶登記業務。此外，H股公司應在中國證券登記結算有限責任公司完成相關申請所涉及過戶登記後15日內，向中國證監會提交相關情況報告。

股東大會

有關須舉行股東大會的情況詳情，請參閱「附錄三 – 組織章程細則概要」。

財務資料

以下討論及分析應與附錄一會計師報告所載我們的綜合財務報表連同隨附附註一併閱讀。我們的綜合財務報表乃根據國際財務報告準則會計準則編製。

以下討論及分析包含前瞻性陳述，有關陳述反映我們當前對未來事件及財務表現的看法。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往趨勢、當前狀況及預期未來發展的看法所作出的假設及分析，以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素。然而，實際結果及發展能否符合我們的期望及預測，取決於多項風險及不確定因素。在評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件中提供的資料，包括但不限於「風險因素」及「業務」等章節。

就本節而言，除非文義另有所指，否則提及二零二三年、二零二四年及二零二五年時，指該等年度截至十二月三十一日止年度。

概覽

我們是中國領先的AI驅動社交媒體整合營銷服務提供者。自二零零九年進軍社交媒體營銷服務行業以來，我們已建立深厚的專業知識並涵蓋社交媒體營銷全價值鏈、核心交付功能及綜合服務解決方案的服務能力。根據弗若斯特沙利文資料，按二零二五年收入計，我們於中國社交媒體整合營銷服務市場排名第二。我們自主研發的悅普雙擎智能平台(「**YP T-Engine**」)主要作為我們的內部交付及作業系統，由用於業務交付的悅普智算引擎(「**YP ICE**」)及用於運營管理的悅普智能經營管理系統(「**YP I-Ops**」)組成。基於我們自身的服務工作流程與技術工具，我們向客戶提供(i)全鏈路整合營銷解決方案；(ii)內容整合營銷解決方案及(iii)其他營銷服務。於二零二五年，我們合共服務284名客戶，其中188名為全鏈路整合營銷解決方案客戶，並於往績記錄期間服務130個具有全國影響力的品牌。根據弗若斯特沙利文，截至二零二五年十二月三十一日，我們已取得全方位服務資質，涵蓋提供市場推廣服務所需的全部資質，以便與所有DAU超過一億的中國社交媒體公司合作。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們錄得的收入分別為人民幣1,505.9百萬元、人民幣1,337.2百萬元及人民幣1,403.0百萬元。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的毛利分別為人民幣181.2百萬元、人民幣152.5百萬元及人民幣151.9百萬元，而我們於同年的整體毛利率分別為12.0%、11.4%及10.8%。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們錄得的年內溢利分別為人民幣49.8百萬元、人民幣42.2百萬元及人民幣50.4百萬元。

財務資料

呈列基準

歷史財務資料乃根據遵照國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則的會計政策編製。此外，歷史財務資料包括香港聯合交易所有限公司證券上市規則及香港公司條例規定的適用披露。請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註2.1。

影響我們經營業績的重大因素

我們的業務、財務狀況及經營業績受到及預期將會持續受到多項因素所影響，包括下文所載者。

中國社交媒體營銷解決方案行業發展與平台動態

我們的經營業績受中國社交媒體營銷解決方案行業整體發展以及國內主要社交媒體平台的演變所影響。隨著消費者將注意力持續轉向內容驅動及以興趣為本的社交媒體平台，客戶更傾向尋求能夠整合品牌曝光、內容種草、達人驅動的互動、精準付費媒體投放、用戶獲取及績效優化的營銷解決方案。

我們主要透過中國領先的社交媒體平台提供社交媒體整合營銷解決方案。不同社交媒體平台的相對增長、用戶活躍度、商業化速度及廣告預算分配的變化可能會影響我們的平台組合、服務組合、收入增長及盈利能力。

社交媒體平台用戶流量、商業化策略、廣告資源和流量分配規則的變化亦可能影響我們的表現。主要社交媒體平台的營商環境或政策出現任何重大變化均可能影響我們進行活動、管理媒體資源成本、取得平台支持以及維持收入增長及盈利能力的的能力。

我們的客戶群及我們獲取客戶營銷支出的能力

我們主要通過向客戶提供社交媒體整合營銷解決方案產生收入。因此，我們的經營業績取決於我們的客戶群的規模、品質、行業組成、留存率及信貸狀況，以及我們獲取其更大營銷支出份額的能力。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別服務350名、299名及284名客戶。同期，我們KA客戶留存率分別為97.1%、97.4%及100.0%。我們服務的客戶涵蓋廣泛的行業。我們主要服務直接品牌客戶，使我們能夠直接與品牌擁有人溝通，更了解其營銷目標，更有效率地協調營銷活動執行，並提升服務品質。我們亦為數量有限的廣告代理機構提供服務，該等代理機構委聘本集團作為服務供應商，以支持其為終端品牌客戶開展的營銷推廣活動。我們維持及深化與現有客戶(尤其為KA客戶)的合作關係，並拓展新客戶，對我們的收入穩定性及長期增長至為重要。

財務資料

我們的收入亦受客戶年度營銷預算、產品上市週期、平台偏好、採購安排及營銷目標所影響。考慮到不同類型客戶的執行週期、信貸條款、利潤及運營資金要求，我們會持續審查及調整客戶組成及活動選擇標準。該持續的客戶組合管理可能會不時影響我們的收入結構，惟有助於我們提升客戶品質、維持盈利能力、管理信貸風險及加強現金流量管理。我們的未來增長將取決於我們深化與現有客戶合作、取得新優質客戶，並選擇性地引入符合我們的盈利能力及信貸標準的客戶的能力。

我們與社交媒體平台、MCN代理商及達人的關係

我們的經營業績顯著受到與社交媒體平台、MCN代理商及達人的關係影響。我們採購平台媒體資源、達人合作服務及其他營銷資源，為客戶推行營銷活動。該等資源的可用性、定價、品質及結算條款均影響我們的服務交付能力、銷售成本、毛利率及運營資金要求。

我們與主要社交媒體平台保持穩定、長期的合作關係，使我們能夠在多平台、多元化的環境下支持客戶的營銷需求。自中國主要社交媒體平台的發展初期，我們便與其建立合作關係，且至今仍一直保持此等合作關係，隨著時間推移已建立了長期且穩定的合作關係。該等平台關係使我們能夠獲取平台資源、使用官方活動管理及數據工具、取得平台支持，並按照平台要求進行活動。

我們亦擁有龐大的MCN代理商及個人達人網絡，包括KOL、KOC、KOS及其他創作者。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們分別通過合約MCN及直接達人合作模式與35,428名、39,346名及71,273名達人開展合作。截至二零二五年十二月三十一日，我們可接觸各主要社交媒體平台合共5.9百萬名達人的網絡。我們維持與MCN代理商的關係、甄選合適的達人、管理發佈時間表、監控內容品質以及控制採購成本的能力對活動的成效及客戶滿意度至關重要。

我們拓展及升級社交媒體整合營銷解決方案的能力

我們的經營業績受我們的服務表現及組合所影響。我們為各行各業的客戶提供社交媒體整合營銷解決方案。我們的服務分為三條服務線：全鏈路整合營銷解決方案、內容整合營銷解決方案及其他營銷服務。更多詳情請參閱「業務－我們的業務模式」。

多年來，我們的服務模式不斷演進，從早期的以達人為主的營銷服務，發展至全鏈路整合營銷解決方案。我們的全鏈路整合營銷解決方案在統一策略下結合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，提供涵蓋整個營銷鏈路的全面活動覆蓋。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的全鏈路整合營銷解決方案所產生的收入分別為人民幣505.0百萬元、人民幣695.4百萬元及人民幣715.1百萬元，分別佔我們於同年的總收入的33.5%、52.0%及51.0%。

財務資料

該演進對我們的財務表現至關重要，原因為不同的服務線及服務組成部分具有不同的收入模式、成本結構、執行要求及利潤特徵。舉例而言，我們的全鏈路整合營銷解決方案通常結合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，因而同時涉及達人及MCN代理商資源以及平台媒體或流量資源。我們的內容整合營銷解決方案主要涉及達人驅動內容創作及分發，而其他營銷服務主要包括內容推廣、創作以及內容服務。我們持續升級服務產品、深化客戶採用全鏈路整合營銷解決方案及掌握用戶獲取及效果驅動營銷場景中的增長機會的能力，將持續影響我們的收入組合、毛利率及經營效率。

我們的運營效率與運營資本管理

於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的銷售成本分別為人民幣1,324.8百萬元、人民幣1,184.6百萬元及人民幣1,251.1百萬元。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的整體毛利率分別為12.0%、11.4%及10.8%。此外，於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們的運營開支分別為人民幣108.0百萬元、人民幣92.9百萬元及人民幣82.2百萬元，分別佔各年度總收入的7.2%、7.0%及5.9%。我們能否維持盈利能力，部分取決於我們能否有效管理成本及開支。由於社交媒體營銷服務涉及大量執行密集型工作，我們投資於專有技術，特別是我們的YP T-Engine，以提升營運效率、將結構化管控措施融入工作流程，並強化服務交付能力。我們進一步將先進技術應用於重覆性工作流程、提高員工生產力、規範項目管理並加強內部控制的能力將影響我們的成本結構及運營槓桿。

我們的經營業績及現金流量亦受到業務運營資金要求所影響。我們通常在收到客戶全額付款前，就平台媒體資源、達人合作及項目執行產生成本。若干平台資源需要預付款項或結算週期較短，而客戶付款通常在活動完成、驗收、出具發票及內部審批流程完成後作出。因此，業務快速增長可能會增加我們的運營資金需求及融資成本。我們管理應收款項、優化供應商及平台結算安排、加快項目驗收以及按合理的商業條款獲得融資的能力將繼續影響我們的流動資金、融資成本及盈利能力。

重大會計政策資料及估計

根據國際財務報告準則會計準則編製的歷史財務資料需要運用若干重大會計政策及估計。我們所使用的估計及假設以及我們在應用會計政策時所作出的判斷對我們的財務狀況及經營業績有重大影響。我們的管理層會根據過往經驗及其他因素(包括行業慣例及對未來事件的預期，其在當時情況下被視為屬合理)持續評估有關估計、假設及判斷。於往績記錄期間，我們的管理層估計或假設與實際結果之間不存在任何重大偏差，我們亦未對該等估計或假設作出任何重大變動。我們預期在可預見的未來，該等估計及假設不會發生任何重大變動。

財務資料

有關我們的重大會計政策、估計及會計判斷的詳情(對理解我們的財務狀況及經營業績屬重要)載於本文件附錄一所載會計師報告的附註2.3及附註3。

綜合損益及其他全面收益表

下表載列我們於所示年度的綜合損益及其他全面收益表概要。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	1,505,939	100.0	1,337,158	100.0	1,403,039	100.0
銷售成本	(1,324,780)	(88.0)	(1,184,626)	(88.6)	(1,251,138)	(89.2)
毛利	181,159	12.0	152,532	11.4	151,901	10.8
其他收入及收益	11,777	0.8	6,816	0.5	7,145	0.5
銷售及營銷開支	(62,618)	(4.2)	(49,540)	(3.7)	(47,298)	(3.4)
行政開支	(35,402)	(2.4)	(33,603)	(2.5)	(23,140)	(1.6)
研發開支	(9,962)	(0.7)	(9,790)	(0.7)	(11,755)	(0.8)
金融資產減值虧損撥備	(11,274)	(0.7)	(6,563)	(0.5)	(1,338)	(0.1)
其他開支	(275)	(0.0)	(205)	(0.0)	(326)	(0.0)
財務成本	(8,527)	(0.6)	(8,360)	(0.6)	(10,163)	(0.7)
應佔聯營公司溢利及虧損	(1,444)	(0.1)	750	0.1	500	0.0
除稅前溢利	63,434	4.2	52,037	3.9	65,526	4.7
所得稅開支	(13,680)	(0.9)	(9,882)	(0.7)	(15,169)	(1.1)
年內溢利及全面收益總額	49,754	3.3	42,155	3.2	50,357	3.6

我們的經營業績的主要組成部分描述

收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自於向客戶提供社交媒體整合營銷解決方案。我們主要通過項目合作產生收入。根據合作性質，我們的服務劃分為三條服務線：(i)全鏈路整合營銷解決方案，在統一策略下結合內容創作、達人營銷及付費媒體投放，提供涵蓋整個營銷鏈路的全面活動覆蓋；(ii)內容整合營銷解決方案，其亦採用涵蓋推廣活動策略制定、創意內容開發、達人識別與匹配、內容發佈及成效追蹤的整合式方案，但以達人作為品牌客戶觸達及吸引目標受眾的主要渠道；及(iii)其他營銷服務，主要包括內容推廣、創意及內容服務，各自以獨立及單一服務形式提供。有關我們的業務及收入模式的詳情，請參閱「業務－我們的業務模式」、「業務－我們的定價及收入模式－收入模式」及本文件附錄一所載之會計師報告附註5。

財務資料

下表載列我們於所示年度按服務線劃分以絕對金額及佔總收入百分比列示的收入明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	505,033	33.5	695,406	52.0	715,106	51.0
內容整合營銷解決方案	937,778	62.3	618,200	46.2	672,373	47.9
其他營銷服務	63,128	4.2	23,552	1.8	15,560	1.1
總計	1,505,939	100.0	1,337,158	100.0	1,403,039	100.0

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)媒體資源成本，主要涵蓋媒體流量資源、達人合作服務、與內容創作相關的執行資源及其他推廣活動執行資源採購成本；(ii)員工成本，主要指我們的直接勞動力成本；及(iii)其他成本。下表載列我們於所示年度按性質以絕對金額及佔總銷售成本百分比列示的銷售成本明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
媒體資源成本	1,287,149	97.2	1,147,566	96.9	1,218,980	97.4
員工成本	29,952	2.3	28,583	2.4	25,493	2.0
其他成本	7,679	0.6	8,477	0.7	6,665	0.5
總計	1,324,780	100.0	1,184,626	100.0	1,251,138	100.0

下表載列我們於所示年度按服務線以絕對金額及佔總銷售成本百分比列示的銷售成本明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	441,128	33.3	619,127	52.3	631,820	50.5
內容整合營銷解決方案	833,971	63.0	545,638	46.1	606,603	48.5
其他營銷服務	49,681	3.8	19,861	1.7	12,715	1.0
總計	1,324,780	100.0	1,184,626	100.0	1,251,138	100.0

財務資料

毛利及毛利率

下表載列我們於所示年度按服務線劃分的毛利及毛利率明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
全鏈路整合營銷解決方案	63,905	12.7	76,279	11.0	83,286	11.6
內容整合營銷解決方案	103,807	11.1	72,562	11.7	65,770	9.8
其他營銷服務	13,447	21.3	3,691	15.7	2,845	18.3
總計	181,159	12.0	152,532	11.4	151,901	10.8

其他收入及收益

我們的其他收入及收益主要包括(i)政府補助，主要指中國地方政府機關為基於我們的業務運營及對當地經濟發展的貢獻而提供的激勵，且不附帶任何未履行之條件或或有事項、(ii)來自銀行存款的利息收入、(iii)出售物業、廠房及設備項目所得收益、(iv)根據適用於現代服務企業的優惠稅務政策所確認的增值稅加計抵減、(v)終止租賃所得收益，以及(vi)其他。下表載列我們於所示年度的其他收入及收益明細。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	5,303	5,935	5,769
利息收入	338	217	432
出售物業、廠房及設備項目 所得收益	—	157	28
增值稅加計抵減	5,779	—	—
終止租賃所得收益	—	31	—
其他	357	476	916
總計	11,777	6,816	7,145

財務資料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支主要包括(i)員工成本，主要指我們的客戶服務及其他前端職能的僱員薪酬；(ii)辦公室開支，主要包括因銷售及推廣用途而產生的辦公室及差旅開支；及(iii)其他，主要包括業務發展開支及其他雜項銷售及營銷開支。下表載列我們於所示年度以絕對金額及佔總銷售及營銷開支百分比列示的銷售及營銷開支明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
員工成本	58,009	92.6	45,360	91.6	44,691	94.5
辦公室開支	3,005	4.8	2,219	4.5	1,631	3.4
其他	1,604	2.6	1,961	4.0	976	2.1
總計	62,618	100.0	49,540	100.0	47,298	100.0

行政開支

我們的行政開支主要包括(i)員工成本，主要指我們的行政人員的僱員薪酬；(ii)辦公室及其他行政開支，主要包括因行政用途而產生的辦公室及差旅開支；(iii)專業服務費，主要指支付審計、法律等外部專業服務機構的服務費；及(iv)其他，主要包括業務拓展開支及其他雜項行政開支。下表載列我們於所示年度以絕對金額及佔總行政開支百分比列示的行政開支明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
員工成本	23,119	65.3	22,962	68.3	15,004	64.8
辦公室及其他行政開支	8,420	23.8	7,370	21.9	5,749	24.8
專業服務費	1,185	3.3	748	2.2	619	2.7
其他	2,678	7.6	2,523	7.5	1,768	7.6
總計	35,402	100.0	33,603	100.0	23,140	100.0

財務資料

研發開支

我們的研發開支主要包括(i)員工成本，主要指我們的研發人員的僱員薪酬、(ii)折舊及攤銷，以及(iii)其他雜項研發開支。下表載列我們於所示年度以絕對金額及佔總研發開支百分比列示的研發開支明細。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二三年		二零二四年		二零二五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
員工成本	9,286	93.2	9,298	95.0	11,304	96.2
折舊及攤銷	585	5.9	445	4.5	413	3.5
其他	91	0.9	47	0.5	38	0.3
總計	9,962	100.0	9,790	100.0	11,755	100.0

金融資產減值虧損撥備

我們的金融資產減值虧損撥備主要指我們的金融資產的預期信貸虧損，主要與貿易應收款項及其他應收款項有關。我們分別於二零二三年、二零二四年及二零二五年錄得金融資產減值虧損撥備人民幣11.3百萬元、人民幣6.6百萬元及人民幣1.3百萬元。

其他開支

我們的其他開支主要包括(i)出售物業、廠房及設備項目的虧損，及(ii)其他，主要包括雜項非經營開支。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們錄得其他開支分別為人民幣0.3百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。

財務成本

我們的財務成本主要包括：(i)銀行及其他借款利息；(ii)租賃負債利息；(iii)貼現應收票據利息，及(iv)保理貿易應收款項利息。下表載列我們於所示年度的財務成本明細。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行及其他借款利息	7,592	7,356	9,180
租賃負債利息	413	811	894
貼現應收票據利息	84	44	63
保理貿易應收款項利息	438	149	26
總計	8,527	8,360	10,163

財務資料

應佔聯營公司溢利及虧損

我們的聯營公司主要為業務性質與我們相似或互為補充的營銷行業公司。我們應佔聯營公司的損益指我們按權益法入賬的該等聯營公司業績所佔份額。於二零二三年、二零二四年及二零二五年，我們應佔聯營公司溢利及虧損分別為虧損人民幣1.4百萬元、溢利人民幣0.8百萬元及溢利人民幣0.5百萬元。上述變動主要反映於相關年度我們的聯營公司的財務表現。有關詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註16及附註31。

所得稅開支

我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別錄得所得稅開支人民幣13.7百萬元、人民幣9.9百萬元及人民幣15.2百萬元。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與相關稅務機關之間不存在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爭議或未決稅務問題。

年內溢利

綜上所述，我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別錄得年內溢利人民幣49.8百萬元、人民幣42.2百萬元及人民幣50.4百萬元。

稅項

我們須按實體基準，就於我們所在及經營所在司法權區產生或衍生的溢利繳納所得稅。

中國內地

根據中國企業所得稅法（「**企業所得稅法**」）及企業所得稅法實施條例，我們的中國附屬公司於往績記錄期間的企業所得稅稅率為25%。我們在中國內地經營的附屬公司之一悅普網絡已獲認定為高新技術企業，有權自二零二四年一月一日至二零二六年十二月三十一日享有15%的優惠稅率。有關資格須由中國相關稅務機關每三年進行審核。根據企業所得稅法及其相關法規規定，我們若干符合企業所得稅法所定義的「小型微利企業」資格的附屬公司有權享有20%的優惠企業所得稅稅率，且其應課稅收入已降至25%。

財務資料

經營業績年度比較

截至二零二五年十二月三十一日止年度與截至二零二四年十二月三十一日止年度比較

收入

我們的收入由二零二四年的人民幣1,337.2百萬元增加4.9%至二零二五年的人民幣1,403.0百萬元，主要歸因於下列各項：

- **全鏈路整合營銷解決方案。**來自全鏈路整合營銷解決方案的收入由二零二四年的人民幣695.4百萬元輕微增加至二零二五年的人民幣715.1百萬元，主要由於客戶覆蓋範圍擴大以及來自主要品牌客戶的營銷開支增加。該服務分部的客戶數量由二零二四年的177名增加至二零二五年的188名，而客戶的平均收入則維持相對穩定，於二零二四年約為人民幣3.9百萬元，於二零二五年約為人民幣3.8百萬元。整體而言，有關增長主要受我們持續提升整合式服務能力、不斷優化客戶結構、獲取新優質客戶，以及現有主要品牌客戶增加支出所帶動。
- **內容整合營銷解決方案。**來自內容整合營銷解決方案的收入由二零二四年的人民幣618.2百萬元增加8.8%至二零二五年的人民幣672.4百萬元，主要由於來自頭部客戶的收入貢獻增加以及內容整合營銷解決方案的需求回升。該服務分部的客戶數量由二零二四年的223名減少至二零二五年的175名，而客戶的平均收入則由二零二四年的約人民幣2.8百萬元大幅增加至二零二五年的約人民幣3.8百萬元。此反映我們持續聚焦高價值客戶關係、較大型項目機會以及持續優化客戶結構，特別是來自某些高價值客戶的收入在當年增加顯著。
- **其他營銷服務。**來自其他營銷服務的收入由二零二四年的人民幣23.6百萬元減少33.9%至二零二五年的人民幣15.6百萬元，主要由於獨立營銷業務合作的規模於二零二五年有所縮減。有關減少亦反映我們與客戶均持續將營銷預算及執行重心轉移至我們的整合式服務。

銷售成本

我們的銷售成本由二零二四年的人民幣1,184.6百萬元增加5.6%至二零二五年的人民幣1,251.1百萬元，主要由於媒體資源成本增加人民幣71.4百萬元。該增加與收入增長整體一致，主要反映媒體流量資源、達人合作服務及其他營銷活動執行需求增加。

財務資料

毛利及毛利率

綜上所述，我們的整體毛利於二零二四年及二零二五年保持相對穩定，分別為人民幣152.5百萬元及人民幣151.9百萬元。我們的整體毛利率由二零二四年的11.4%輕微下降至二零二五年的10.8%。具體而言：

- **全鏈路整合營銷解決方案。**全鏈路整合營銷解決方案的毛利由二零二四年的人民幣76.3百萬元增加9.2%至二零二五年的人民幣83.3百萬元。全鏈路整合營銷解決方案的毛利率由二零二四年的11.0%增加至二零二五年的11.6%，主要是由於我們的收入持續增長，客戶覆蓋範圍擴大，同時高成本項目減少，以及部分得益於應用YP T-Engine等AI技術工具的支援使得項目執行及資源採購效率提升。
- **內容整合營銷解決方案。**內容整合營銷解決方案的毛利由二零二四年的人民幣72.6百萬元減少9.4%至二零二五年的人民幣65.8百萬元。內容整合營銷解決方案的毛利率由二零二四年的11.7%減少至二零二五年的9.8%，主要是由於媒體資源成本及其他項目執行成本的增幅超過該服務分部收入的增幅。上述情況主要歸因於行業關注從頭部達人向中階及長尾達人轉變，導致我們所接觸的達人人數增加和相應採買成本上升。
- **其他營銷服務。**其他營銷服務的毛利由二零二四年的人民幣3.7百萬元減少22.9%至二零二五年的人民幣2.8百萬元，主要由於獨立營銷項目終止或規模縮減以及客戶轉向我們的整合式營銷服務，導致該服務分部的收入減少。其他營銷服務的毛利率由二零二四年的15.7%增加至二零二五年的18.3%，主要是由於項目組合變動以及若干毛利率或效益較低的項目減少。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益保持相對穩定，於二零二四年為人民幣6.8百萬元及於二零二五年則為人民幣7.1百萬元。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由二零二四年的人民幣49.5百萬元輕微減少至二零二五年的人民幣47.3百萬元，主要是由於(i)其他開支減少人民幣1.0百萬元，主要反映由於我們的開支控制措施，業務發展及其他雜項銷售及營銷開支有所下降；及(ii)我們通過內部技術工具持續提高前端運營效率、優化客戶服務職能結構及控制人事成本，令員工成本得以減少人民幣0.7百萬元。

財務資料

行政開支

我們的行政開支由二零二四年的人民幣33.6百萬元減少31.1%至二零二五年的人民幣23.1百萬元，主要是由於(i)我們優化管理人員結構令員工成本得以減少人民幣8.0百萬元，以及(ii)辦公室及其他行政開支減少人民幣1.6百萬元，主要由於我們持續的成本控制措施及營運效率提升。

研發開支

我們的研發開支由二零二四年的人民幣9.8百萬元增加20.1%至二零二五年的人民幣11.8百萬元，主要由於員工成本增加人民幣2.0百萬元，該增加主要與我們對技術開發及系統升級的持續投資有關。

金融資產減值虧損撥備

我們的金融資產減值虧損撥備由二零二四年的人民幣6.6百萬元減少79.6%至二零二五年的人民幣1.3百萬元，主要由於貿易應收款項減值虧損撥備減少人民幣5.9百萬元，該減少主要由於我們加強應收款項對賬及收款工作、持續優化客戶組合、更專注於信貸狀況較佳的客戶，以及改善相關應收款項結餘的可收回性評估。

其他開支

我們的其他開支於二零二四年及二零二五年保持相對穩定，分別為人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。

財務成本

我們的財務成本由二零二四年的人民幣8.4百萬元增加21.6%至二零二五年的人民幣10.2百萬元，主要是由於我們使用額外借款以支持我們業務擴張所需的運營資金需要，以致銀行及其他借款利息增加人民幣1.8百萬元。

應佔聯營公司溢利及虧損

我們應佔聯營公司溢利及虧損由二零二四年的溢利人民幣0.8百萬元減少33.3%至二零二五年的溢利人民幣0.5百萬元，主要反映於相關年度內，我們的聯營公司盈利能力略有下降。

所得稅開支

我們的所得稅開支由二零二四年的人民幣9.9百萬元增加53.5%至二零二五年的人民幣15.2百萬元，主要是由於多家運營附屬公司的應課稅溢利增加。

年內溢利

基於上述原因，我們的年內溢利由二零二四年的人民幣42.2百萬元增加19.5%至二零二五年的人民幣50.4百萬元。

財務資料

截至二零二四年十二月三十一日止年度與截至二零二三年十二月三十一日止年度比較

收入

我們的收入由二零二三年的人民幣1,505.9百萬元減少11.2%至二零二四年的人民幣1,337.2百萬元，主要歸因於下列各項：

- **全鏈路整合營銷解決方案。**來自全鏈路整合營銷解決方案的收入由二零二三年的人民幣505.0百萬元增加37.7%至二零二四年的人民幣695.4百萬元，主要反映我們對全鏈路整合營銷解決方案的策略重心，原因在於客戶的營銷需求日益向該服務線轉移，以及我們深化與重點品牌客戶的合作並承接規模更大、價值更高的全鏈路整合營銷項目。該服務分部的客戶數量由二零二三年的154名增加至二零二四年的177名，而客戶的平均收入則由二零二三年的約人民幣3.3百萬元增加至二零二四年的約人民幣3.9百萬元。此反映我們滿足客戶對全鏈路整合營銷解決方案需求的能力有所提升，從而支持更高價值項目的收入貢獻增加。
- **內容整合營銷解決方案。**來自內容整合營銷解決方案的收入由二零二三年的人民幣937.8百萬元減少34.1%至二零二四年的人民幣618.2百萬元，主要是由於我們於二零二四年戰略性地加強付款週期管理、減少與結算週期通常較長的行業客戶的合作及優化客戶結構，導致客戶數量及項目覆蓋範圍有所縮減。該服務分部的客戶數量由二零二三年的297名減少至二零二四年的223名，而每名客戶的平均收入則由二零二三年的約人民幣3.2百萬元輕微下降至二零二四年的約人民幣2.8百萬元。有關減少亦由於客戶的營銷需求轉向全鏈路整合營銷解決方案。
- **其他營銷服務。**來自其他營銷服務的收入由二零二三年的人民幣63.1百萬元減少62.7%至二零二四年的人民幣23.6百萬元，主要是由於獨立營銷項目業務數額減少、規模縮減或轉向到整合式服務中。這反映我們戰略性地聚焦於更高價值的整合式服務，以及主動減少規模較小的獨立項目。

銷售成本

我們的銷售成本由二零二三年的人民幣1,324.8百萬元減少10.6%至二零二四年的人民幣1,184.6百萬元，主要是由於媒體資源成本減少人民幣139.6百萬元。有關減少整體與我們的總收入減少一致，主要反映內容整合營銷解決方案及其他營銷服務項下的客戶數量及推廣活動執行規模有所下降。

財務資料

毛利及毛利率

綜上所述，我們的整體毛利由二零二三年的人民幣181.2百萬元減少15.8%至二零二四年的人民幣152.5百萬元。我們於二零二三年的整體毛利率由12.0%輕微下降至二零二四年的11.4%。具體而言：

- **全鏈路整合營銷解決方案。**全鏈路整合營銷解決方案的毛利由二零二三年的人民幣63.9百萬元增加19.4%至二零二四年的人民幣76.3百萬元，主要由於我們深化與主要品牌客戶的合作，並承接規模更高價值的整合式營銷項目，帶動該服務分部收入增加。全鏈路整合營銷解決方案的毛利率由二零二三年的12.7%減少至二零二四年的11.0%，主要是由於我們策略性地轉向全鏈路整合營銷解決方案並採取客戶拓展措施以獲取市場份額及深化客戶關係，相關項目執行成本有所增加。
- **內容整合營銷解決方案。**內容整合營銷解決方案的毛利由二零二三年的人民幣103.8百萬元減少30.1%至二零二四年的人民幣72.6百萬元，主要由於我們戰略性地優化了客戶結構，導致該服務分部收入減少。內容整合營銷解決方案的毛利率由二零二三年的11.1%上升至二零二四年的11.7%，主要由於相關媒體流量資源、達人合作及其他推廣活動執行成本的降幅略高於收入的降幅，反映我們持續提升資源採購管理及項目執行效率。
- **其他營銷服務。**其他營銷服務的毛利由二零二三年的人民幣13.4百萬元減少72.6%至二零二四年的人民幣3.7百萬元。其他營銷服務的毛利率由二零二三年的21.3%減少至二零二四年的15.7%，主要是由於獨立營銷項目收入減少及該服務分部規模縮小，而部分基礎執行成本及外部採購成本未能按相同比例下降。該減少亦反映我們策略性聚焦於全鏈路整合式營銷解決方案及整合式內容營銷解決方案，該等解決方案為我們長期服務模式的核心。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由二零二三年的人民幣11.8百萬元減少42.1%至二零二四年的人民幣6.8百萬元，主要是由於主要由於二零二四年不再享有額外人民幣5.8百萬元的增值稅加計抵減，部分由政府補助增加人民幣0.6百萬元所抵銷。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由二零二三年的人民幣62.6百萬元減少20.9%至二零二四年的人民幣49.5百萬元，主要是由於我們的業務戰略調整，導致對客戶服務職能進行的整體結構調整和人員縮減，令員工成本減少人民幣12.6百萬元。

財務資料

行政開支

我們的行政開支由二零二三的人民幣35.4百萬元減少5.1%至二零二四年的人民幣33.6百萬元，主要是由於辦公室及其他行政開支減少人民幣1.1百萬元以及專業服務費減少人民幣0.4百萬元，主要反映我們持續的成本控制措施及營運效率提升。

研發開支

我們的研發開支於二零二三年及二零二四年保持相對穩定，分別為人民幣10.0百萬元及人民幣9.8百萬元。

金融資產減值虧損撥備

我們的金融資產減值虧損撥備由二零二三年的人民幣11.3百萬元減少41.8%至二零二四年的人民幣6.6百萬元，主要由於貿易應收款項減值撥備減少人民幣4.1百萬元，該減少主要由於我們加強應收款項對賬及收款工作、持續優化客戶組合、更專注於信貸狀況較佳的客戶，以及改善相關應收款項結餘的可收回性評估。

其他開支

我們的其他開支於二零二三年及二零二四年保持相對穩定，分別為人民幣0.3百萬元及人民幣0.2百萬元。

財務成本

我們的財務成本於二零二三年及二零二四年保持相對穩定，分別為人民幣8.5百萬元及人民幣8.4百萬元。

應佔聯營公司溢利及虧損

我們應佔聯營公司溢利及虧損由二零二三年的虧損人民幣1.4百萬元變為二零二四年的溢利人民幣0.8百萬元，主要反映於相關年度我們聯營公司的財務表現有所改善。

所得稅開支

我們的所得稅開支由二零二三年的人民幣13.7百萬元減少27.8%至二零二四年的人民幣9.9百萬元，主要是由於若干運營附屬公司的應課稅溢利減少。

年內溢利

基於上述原因，我們的年內溢利由二零二三年的人民幣49.8百萬元減少15.3%至二零二四年的人民幣42.2百萬元。

財務資料

我們綜合財務狀況表中若干關鍵項目的討論

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表中的節選資料，其乃摘錄自本文件附錄一所載的經審核綜合財務報表。

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總非流動資產	48,909	46,101	39,074
總流動資產	941,570	696,399	777,141
總資產	990,479	742,500	816,215
總非流動負債	21,967	16,865	7,946
總流動負債	393,704	380,636	558,738
總負債	415,671	397,501	566,684
淨流動資產	547,866	315,763	218,403
淨資產	574,808	344,999	249,531
總權益及負債	990,479	742,500	816,215

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債。

	截至十二月三十一日			截至 四月三十日
	二零二三年	二零二四年	二零二五年	二零二六年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
貿易應收款項及應收票據	646,311	515,665	597,742	575,947
預付款項、其他應收款項及其他 資產	232,586	145,958	132,488	179,960
按公平值計量且其變動計入其他 全面收益的債務工具	3,852	6,182	26,618	23,964
受限制現金	—	542	—	—
現金及現金等價物	58,821	28,052	20,293	52,179
總流動資產	941,570	696,399	777,141	832,050

財務資料

	截至十二月三十一日			截至 四月三十日
	二零二三年	二零二四年	二零二五年	二零二六年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動負債				
貿易應付款項	104,625	87,362	93,929	120,787
合約負債	2,973	12,023	23,718	18,310
其他應付款項及應計費用	34,287	21,283	25,972	19,640
計息銀行及其他借款	230,037	237,748	378,036	338,450
租賃負債	3,659	8,595	9,093	8,784
應付稅項	18,123	13,625	27,990	32,840
總流動負債	393,704	380,636	558,738	538,812
淨流動資產	547,866	315,763	218,403	293,238

我們的淨流動資產由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣547.9百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣315.8百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項及應收票據減少人民幣130.6百萬元，主要是由於應收款項收回的加強、(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣86.6百萬元及(iii)現金及現金等價物減少人民幣30.8百萬元。我們流動資產淨額的減少部分被(i)貿易應付款項減少人民幣17.3百萬元；及(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣13.0百萬元所抵銷，主要由於應付股息的結算及應付薪酬及福利減少所致。

我們的淨流動資產由截至二零二四年十二月三十一日的人民幣315.8百萬元減少至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣218.4百萬元，主要是由於(i)計息銀行及其他借款增加人民幣140.3百萬元，主要用於支持與我們的業務擴張有關的運營資金需求；及(ii)應付稅項增加人民幣14.4百萬元。淨流動資產減少部分被以下因素所抵銷：(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣82.1百萬元，主要歸因於二零二五年我們的收入增加而導致應收客戶款項增加；以及(ii)以公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具人民幣20.4百萬元，與我們於二零二五年的業務擴張及營運資金管理需要相符。

我們的淨流動資產由截至二零二五年十二月三十一日的人民幣218.4百萬元增加至截至二零二六年四月三十日的人民幣293.2百萬元，主要是由於(i)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣47.5百萬元，主要由於為支持即將展開的營銷活動而向社交媒體平台支付預付款項；(ii)計息銀行貸款及其他借款減少人民幣39.6百萬元，原因是我們於資金及營運資金管理過程中償還了若干短期借款；及(iii)現金及現金等價物增加人民幣31.9百萬元。增加部分被以下各項所抵銷：(i)貿易應收款項及應收票據減少人民幣21.8百萬元，主要由於其後收回客戶款項；及(ii)貿易應付款項增加人民幣26.9百萬元。

財務資料

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據主要指與我們提供的社交媒體整合營銷解決方案有關的未償還應收客戶款項。我們通常會根據客戶類型、項目性質、歷史結算記錄及內部信貸評估，向客戶授出10至120天的信貸期。我們的客戶結算週期可能會因活動完成時間、客戶確認、開立發票以及客戶的內部審批流程而有所不同。下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項及應收票據明細：

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	658,879	534,461	612,556
應收票據	–	399	5,103
減值	(12,568)	(19,195)	(19,917)
總計	646,311	515,665	597,742

我們的貿易應收款項及應收票據由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣646.3百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣515.7百萬元，主要是由於貿易應收款項減少人民幣124.4百萬元，反映應收款項收回率提高以及應收款項管理有所改善所致。我們的貿易應收款項及應收票據其後增加至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣597.7百萬元，主要是由於貿易應收款項增加人民幣78.1百萬元及應收票據增加人民幣4.7百萬元，反映二零二五年我們的業務增長以及收入增加以致應收客戶款項增加。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項扣除減值後的賬齡分析。

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內	601,729	490,200	568,875
一至兩年	43,357	23,679	23,529
兩至三年	1,225	1,387	235
總計	646,311	515,266	592,639

財務資料

下表載列我們於所示年度的貿易應收款項及應收票據週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
貿易應收款項及應收票據週轉天數	166	159	145

附註：

- (1) 貿易應收款項及應收票據週轉天數按相關期間貿易應收款項及應收票據平均結餘除以收入，再乘以相關期間的天數計算。平均結餘按指定期間的期初結餘與期末結餘的平均值計算。截至十二月三十一日止年度的天數為365天。

我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數於二零二三年及二零二四年保持相對穩定，分別為166日及159日，其後於二零二五年減少至145日，主要是由於我們的二零二五年業績增長和收入增加、客戶組成改善、加強收回應收款項管理及客戶信貸狀況有所改善所致。

截至二零二六年四月三十日，截至二零二五年十二月三十一日我們尚未償付的貿易應收款項中的人民幣411.5百萬元(或69.4%)已於其後結清。

我們已建立內部信貸控制程序，以監控未償還應收款項並管理潛在信貸風險。我們的財務與業務團隊負責對客戶的信貸狀況進行初步評估及持續監控。信貸期通常根據多項因素釐定，包括客戶的財務狀況、歷史結算記錄、客戶類型、項目性質以及相關活動的規模。

付款條款通常根據行業慣例及所提供廣告服務的性質與客戶協定。我們會持續監控貿易應收款項及應收票據的賬齡狀況，並跟進客戶的未償還結餘。若干長期應收款項可能源於大型企業客戶的執行週期及結算程序，並不一定表示信貸質素惡化。我們會根據適用會計準則項下的預期信貸虧損模型評估應收款項減值。我們的貿易應收款項及應收票據不計息。

財務資料

預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)向供應商作出預付款項，主要指為支持我們的營銷活動執行而向社交媒體平台支付的墊款；(ii)保證金，主要涉及辦公室租賃、平台合作及執行活動所涉及的保證金；(iii)向聯營公司提供貸款，主要為向本集團一家聯營公司提供的短期非貿易墊款，以應付其臨時營運資金需要；(iv)可抵扣進項增值稅；(v)於日常業務過程中的其他雜項應收款項；及(vi)股份購回預付款項。下表載列截至所示日期我們的預付款項、其他應收款項及其他資產詳情。

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動			
向供應商預付款項	44,304	68,102	65,176
保證金	1,464	9,151	6,048
向聯營公司提供貸款	—	500	10,706
可扣減進項增值稅	6,513	17,265	18,005
其他應收款項	47,480	42,037	40,866
股份回購預付款項	140,586	16,600	—
非流動			
保證金	8,634	7,036	6,274
減值虧損	(7,761)	(7,697)	(8,313)
總計	241,220	152,994	138,762

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣241.2百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣153.0百萬元，主要由於於完成股本削減後，股份購回預付款項減少人民幣124.0百萬元，部分被以下各項所抵銷：(i)向供應商作出的預付款項增加人民幣23.8百萬元，主要歸因於向社交媒體平台支付預付款項增加，以確保媒體流量及達人資源；及(ii)可扣減進項增值稅增加人民幣10.8百萬元。我們的預付款項、其他應收款項及其他資產進一步減少至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣138.8百萬元，主要由於股份回購預付款項減少人民幣16.6百萬元所致。

按公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具

我們按公平值計量且其變動計入其他全面收益(「按公平值計量且其變動計入其他全面收益」)之債務工具包括(i)按公平值計量且其變動計入其他全面收益的貿易應收款項，即我們於日常業務過程中產生的若干貿易應收款項，該等款項可能會作為現金流管理的一部分進行保理；及(ii)按公平值計量且其變動計入其他全面收益之應收票據，即我們於相關年末持有的銀行承兌票據。我們按公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣3.9百萬元增加至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣6.2百萬元，並進一步增至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣26.6百萬元，主要反映為配合我們的業務規模及運營資金管理需求，貿易應收款項保理安排有所增加。

財務資料

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括租賃物業裝修、辦公設備及傢俱以及汽車。我們的物業、廠房及設備的賬面值由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣3.3百萬元增至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣3.9百萬元，主要是由於與我們的辦公室及業務運營相關的租賃物業裝修、汽車及辦公設備以及傢俱添置，部分被年內計提的折舊所抵銷。賬面值其後減少至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣2.2百萬元，主要是由於隨著我們持續審慎管理資本支出，若干汽車及辦公設備以及傢俱折舊以及處置所致。

使用權資產

我們的使用權資產主要指我們日常運營所用的租賃辦公處所。我們的使用權資產的賬面價值由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣25.5百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣20.2百萬元，並進一步降至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣13.1百萬元，主要原因為於相關年度計提折舊及租賃辦公空間優化，部分被新簽訂或續約的辦公租約所新增的資產所抵銷。

無形資產

我們的無形資產主要包括用於支持我們的業務運營及內部管理系統的軟件，包括用於工作流程管理、財務管理及營銷服務交付的系統與工具。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們的無形資產賬面值分別為人民幣0.2百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.1百萬元。

於聯營公司的投資

我們於聯營公司的投資主要指於業務性質與我們相似或互為補充的營銷行業公司之權益，該等權益乃採用權益法入賬。有關詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註16及附註31。我們於聯營公司的投資由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣3.2百萬元增至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣4.7百萬元，並進一步增至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣5.2百萬元，主要是由於相關年度我們應佔聯營公司溢利以及其他權益變動所致。

遞延稅項資產

我們的遞延稅項資產主要源自於若干項目的會計與稅務處理之間的暫時性差異，包括金融資產減值、租賃負債及稅項虧損(扣除使用權資產所產生的遞延稅項負債)。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們錄得的遞延稅項資產分別為人民幣7.6百萬元、人民幣10.2百萬元及人民幣12.2百萬元。

財務資料

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指與我們採購媒體流量資源、達人合作服務及其他活動執行服務相關的應付社交媒體平台、MCN代理商、達人及其他供應商款項。我們的貿易應付款項為不計息，通常於90日內結算。我們的貿易應付款項由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣104.6百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣87.4百萬元，主要由於內容整合營銷解決方案及其他營銷服務下的客戶數量與營銷活動執行規模減少。我們的貿易應付款項其後於截至二零二五年十二月三十一日增加至人民幣93.9百萬元，主要原因是配合業務規模及活動執行需求，特別是隨著全鏈路整合營銷解決方案的擴展，我們增加媒體流量資源及達人合作服務的採購量。

下表載列截至所示日期我們的貿易應付款項的賬齡分析。

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內	94,309	75,017	77,919
超過一年	10,316	12,345	16,010
總計	104,625	87,362	93,929

下表載列我們於所示年度的貿易應付款項週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
貿易應付款項週轉天數 ⁽¹⁾	27	30	26

附註：

- (1) 貿易應付款項週轉天數按相關期間貿易應付款項平均結餘除以銷售成本，再乘以相關期間的天數計算。平均結餘按指定期間的期初結餘與期末結餘的平均值計算。截至十二月三十一日止年度的天數為365天。

我們的貿易應付款項週轉天數於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別維持穩定於27、30及26天。

截至二零二六年四月三十日，截至二零二五年十二月三十一日我們尚未償付的貿易應付款項中的人民幣84.9百萬元(或90.4%)已於其後結清。

財務資料

合約負債

我們的合約負債主要指於截至相關年度末就全鏈路整合營銷解決方案向客戶收取的短期預收款，該等款項尚未確認為收入。我們的合約負債由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣3.0百萬元增加至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣12.0百萬元，並進一步增至截至二零二五年十二月三十一日的人民幣23.7百萬元，主要是由於全鏈路整合營銷解決方案服務線的新訂單及活動數目日益增多，導致向相關客戶收取的短期預收款增加所致。

截至二零二六年四月三十日，截至二零二五年十二月三十一日我們尚未償付的合約負債中的人民幣23.7百萬元(或100.0%)已於其後確認為收入。

其他應付款項及應計費用

下表載列截至所示日期我們其他應付款項及應計費用明細。

	截至十二月三十一日		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付工資及福利	12,162	10,176	11,200
應付股息	8,459	1,200	4,820
應計費用	5,531	3,749	3,166
應付其他稅項	4,426	2,426	1,774
保證金	3,045	3,255	3,822
其他應付款項	664	477	1,190
總計	34,287	21,283	25,972

我們的其他應付款項及應計費用由截至二零二三年十二月三十一日的人民幣34.3百萬元減少至截至二零二四年十二月三十一日的人民幣21.3百萬元，主要是由於應付股息減少人民幣7.3百萬元、應付薪酬及福利減少人民幣2.0百萬元及應付其他稅項減少人民幣2.0百萬元。我們的其他應付款項及應計費用其後於截至二零二五年十二月三十一日增至人民幣26.0百萬元，主要是由於應付股息增加人民幣3.6百萬元、應付薪酬及福利增加人民幣1.0百萬元及其他應付款項增加人民幣0.7百萬元。

應付稅項

我們的應付稅項主要指每年年末須向相關稅務機關繳納的所得稅。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們的應付稅項分別為人民幣18.1百萬元、人民幣13.6百萬元及人民幣28.0百萬元。二零二四年的減少主要是由於年內應課稅溢利減少，而二零二五年的增加則主要是由於應課稅溢利增加，以及相應應付所得稅的增加所致。

財務資料

流動資金及資本資源

現金流量

下表載列於所示年度我們的現金流量。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得／(所用)現金淨額	117,614	130,967	(4,147)
投資活動所用現金淨額	(3,987)	(2,761)	(9,612)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(85,297)	(158,975)	6,000
現金及現金等價物增加／(減少)			
淨額	28,330	(30,769)	(7,759)
年初現金及現金等價物	30,491	58,821	28,052
年末現金及現金等價物	58,821	28,052	20,293

經營活動所得／(所用)現金淨額

於二零二五年的經營活動所用現金淨額為人民幣4.1百萬元，主要包括除稅前溢利人民幣65.5百萬元，並已就若干非現金及非經營項目進行調整，主要包括財務成本人民幣10.1百萬元及使用權資產折舊人民幣7.2百萬元。有關金額亦就運營資金變動作進一步調整，主要包括貿易應收款項及應收票據及以公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具增加人民幣113.3百萬元，部分被預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣7.2百萬元，以及合約負債增加人民幣11.7百萬元所抵銷。

於二零二四年的經營活動所得現金淨額為人民幣131.0百萬元，主要包括除稅前溢利人民幣52.0百萬元，並已就若干非現金及非經營項目進行調整，主要包括財務成本人民幣8.4百萬元、使用權資產折舊人民幣8.2百萬元及貿易應收款項減值人民幣6.6百萬元。有關金額亦就運營資金變動作進一步調整，主要包括貿易應收款項及應收票據及按公平值計入其他全面收益之債務工具減少人民幣121.0百萬元以及合約負債增加人民幣9.1百萬元，惟部分被預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣35.2百萬元、貿易應付款項減少人民幣17.3百萬元以及其他應付款項及應計費用減少人民幣5.7百萬元，加上已繳納所得稅人民幣16.9百萬元。

財務資料

於二零二三年的經營活動所得現金淨額為人民幣117.6百萬元，主要包括除稅前溢利人民幣63.4百萬元，並已就若干非現金及非經營項目進行調整，主要包括貿易應收款項減值人民幣10.7百萬元、財務成本人民幣8.5百萬元及使用權資產折舊人民幣8.3百萬元。有關金額亦就運營資金變動作進一步調整，主要包括貿易應收款項及應收票據及以公平值計量且其變動計入其他全面收益之債務工具減少人民幣53.5百萬元、預付款項及其他應收款項及其他資產減少人民幣19.8百萬元，部分被其他應付款項及應計費用減少人民幣15.8百萬元及貿易應付款項減少人民幣13.4百萬元，以及已付所得稅人民幣22.9百萬元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

於二零二五年的投資活動所用現金淨額為人民幣9.6百萬元，主要歸因於向一間聯營公司提供貸款人民幣9.9百萬元以及支付物業、廠房及設備及無形資產人民幣0.3百萬元，部份被出售物業、廠房及設備項目以及無形資產所得款項人民幣0.6百萬元所抵銷。

於二零二四年的投資活動所用現金淨額為人民幣2.8百萬元，主要歸因於支付物業、廠房及設備以及無形資產款項人民幣2.6百萬元以及向一間聯營公司提供貸款人民幣0.5百萬元，部分被出售物業、廠房及設備項目以及無形資產所得款項人民幣0.3百萬元所抵銷。

於二零二三年的投資活動所用現金淨額為人民幣4.0百萬元，主要歸因於支付物業、廠房及設備以及無形資產款項人民幣10.6百萬元，部分被出售物業、廠房及設備項目以及無形資產所得款項人民幣7.9百萬元所抵銷。

融資活動(所用)／所得現金淨額

於二零二五年的融資活動所得現金淨額為人民幣6.0百萬元，主要歸因於向銀行及其他人士借款人民幣640.5百萬元，部分被償還銀行及其他借款人民幣492.3百萬元、向股東分派資本人民幣115.9百萬元、向非控股股東支付股息人民幣9.7百萬元、租賃付款本金部分人民幣8.6百萬元以及已付利息人民幣8.0百萬元所抵銷。

二零二四年融資活動所用現金淨額為人民幣159.0百萬元，主要歸因於償還銀行及其他借款人民幣417.6百萬元、向股東償還資本人民幣148.0百萬元、已付利息人民幣8.7百萬元、向本公司股東支付股息人民幣5.3百萬元、租賃付款本金部分人民幣3.8百萬元，以及向非控股股東支付股息人民幣2.0百萬元，惟部分被向銀行及其他人士借入的款項人民幣426.3百萬元所抵銷。

於二零二三年的融資活動所用現金淨額為人民幣85.3百萬元，主要歸因於償還銀行及其他借款人民幣267.6百萬元、向股東償還資本人民幣140.6百萬元、已付本公司股東股息人民幣11.2百萬元、租賃付款本金部分人民幣9.2百萬元、已付利息人民幣7.7百萬元及已付非控股股東股息人民幣1.8百萬元，部分被銀行及其他人士借款人民幣352.8百萬元所抵銷。

財務資料

運營資金充足性

於往績記錄期間內，我們主要通過經營活動產生的現金流量以及銀行借款為運營提供資金。經計及我們可用的財務資源，包括經營活動產生的預期現金流量、現有現金及現金等價物、可用銀行融資及[編纂]估計[編纂]淨額，我們的董事認為，我們擁有充足的運營資金，以滿足我們目前及自本文件日期起計未來12個月的運營資金需求。

我們計劃主要以經營活動產生的預期現金、銀行融資及融資活動籌集的資金(包括我們將從[編纂]獲得的[編纂]淨額)為我們的未來運營資金需求及資本開支提供資金。

債項

於往績記錄期間內，我們的債項包括計息銀行及其他借款(包括銀行貸款、來自關聯方貸款及來自第三方貸款)以及租賃負債。下表載列截至所示日期我們的債項。

	截至十二月三十一日			截至 四月三十日
	二零二三年	二零二四年	二零二五年	二零二六年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動				
銀行貸款	230,037	237,748	305,056	309,300
來自關聯方貸款	—	—	60,480	24,150
來自第三方貸款	—	—	12,500	5,000
租賃負債	3,659	8,595	9,093	8,784
非流動				
租賃負債	21,967	16,115	7,196	4,084
總債項	255,663	262,458	394,325	351,318

銀行貸款

我們的銀行貸款主要指所取得的短期銀行借款，以補足我們的運營資金及撥作一般企業用途。該等銀行貸款以人民幣計值，按實際利率介乎每年0.86%至6.80%計息，並須於一年內償還。我們的銀行貸款維持穩定，截至二零二三年十二月三十一日為人民幣230.0百萬元及截至二零二四年十二月三十一日為人民幣237.8百萬元。該等銀行貸款於截至二零二五年十二月三十一日增至人民幣305.1百萬元，主要是由於我們為配合因二零二五年的業務規模大幅度增長而產生的短期運營資金需求而取得額外借款所致。截至二零二六年四月三十日，我們的銀行貸款維持相對穩定，為人民幣309.3百萬元。

財務資料

截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日及二零二六年四月三十日，我們的銀行貸款人民幣230.0百萬元、人民幣237.7百萬元、人民幣300.2百萬元及人民幣309.3百萬元均由控股股東林先生及其配偶提供擔保。截至最後實際可行日期，若干已擔保銀行貸款已予償還，而其餘已擔保銀行貸款所涉及的擔保將於[編纂]時獲解除。此外，截至二零二三年、二零二四年、二零二五年十二月三十一日及二零二六年四月三十日，我們的銀行貸款中分別有零元、零元、人民幣4.8百萬元及零元以相應已貼現應收票據作抵押。

截至二零二六年四月三十日及截至最後實際可行日期，我們的未動用已承擔銀行融資分別為人民幣42.6百萬元及人民幣206.4百萬元。

我們的董事確認，於往績記錄期間內及截至最後實際可行日期，我們的借款協議並未包含任何可能對我們未來進行額外借款或發行債務或股權證券的能力造成重大不利影響的契諾。我們的董事進一步確認，於往績記錄期間內及截至最後實際可行日期，我們在取得銀行貸款及其他借款方面並未遇到任何困難，亦未發生銀行貸款及其他借款的違約償還或違反契諾的情況。

來自關聯方貸款

我們來自關聯方貸款主要指由我們的關聯方(包括(i)控股股東林先生，(ii)執行董事鮑女士，(iii)我們的一名監事，及(iv)我們的一家聯營公司)提供的短期融資支持，用於補足我們因二零二五年的業務規模大幅度增長而產生的短期運營資金需求。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日以及二零二六年四月三十日，我們來自關聯方貸款分別為零、零、人民幣60.5百萬元及人民幣24.2百萬元。我們來自關聯方貸款均為非貿易性質、無抵押、無擔保、按實際年利率3.00%至6.00%計息且須按要求償還。截至本文件日期，該等結餘已悉數結清。我們無意於未來與關聯方進行該等貸款安排。

來自第三方貸款

我們來自第三方貸款主要指為來自獨立第三方的短期借款，以支持我們因二零二五年的業務規模大幅度增長所產生的短期運營資金需求。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日以及二零二六年四月三十日，我們來自第三方貸款分別為零、零、人民幣12.5百萬元及人民幣5.0百萬元。該等貸款均為非貿易性質、無抵押、無擔保、按實際年利率4.00%計息且須按要求償還。截至最後實際可行日期，該等結餘已悉數結清。我們無意於未來與第三方進行該等貸款安排。

租賃負債

我們的租賃負債為我們的租賃協議項下尚未償付的租賃付款現值，主要涉及我們的辦公室物業。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日以及二零二六年四月三十日，我們的租賃負債(包括流動部分及非流動部分)分別為人民幣25.6百萬元、人民幣24.7百萬元、人民幣16.3百萬元及人民幣12.9百萬元。

財務資料

債務聲明

除上文所述者外，截至二零二六年四月三十日(即我們的債務聲明日期)，我們並無尚未償付債務、已發行及尚未償付或已同意發行的貸款資本、銀行透支、貸款或類似債務、承兌負債(一般貿易票據除外)、承兌信貸、債權證、按揭、押記、融資租賃或租購承擔、擔保或其他或然負債或與之相關的任何契諾。經審慎周詳的考慮，我們的董事確認，自二零二六年四月三十日起及截至最後實際可行日期，我們的債務並未發生重大變化。

資本開支

於往績記錄期間內，我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備以及無形資產的開支。下表載列於所示年度我們的資本開支。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
購買物業、廠房及設備	10,515	2,585	199
購買無形資產	85	—	113

我們將繼續進行資本開支，以滿足業務預期增長及擴張計劃。請參閱「未來計劃及[編纂]用途 – [編纂]用途」。我們計劃利用我們可得的財務資源為未來資本開支提供資金，包括業務運營產生的現金以及[編纂]淨額。

資本承擔

截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們並無任何資本承擔。

關鍵財務比率

下表載列於所示年度／截至所示日期我們的若干關鍵財務比率。

	截至十二月三十一日／截至該日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
純利率 ⁽¹⁾	3.3%	3.2%	3.6%
資產回報率 ⁽²⁾	5.3%	4.9%	6.5%
股權回報率 ⁽³⁾	8.9%	9.2%	16.9%

附註：

- (1) 純利率按年內溢利除以年內收入，再乘以100%計算。
- (2) 資產回報率乃基於年度溢利除以同一年度的總資產年初及年末餘額的算術平均值，再乘以100%計算。
- (3) 股權回報率乃基於年度溢利除以同一年度總股權年初及年末餘額的算術平均值，再乘以100%計算。

財務資料

關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。有關我們的關聯方交易詳情，請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註31。

我們的董事認為，本文件附錄一所載的會計師報告附註31中載列的各项關聯方交易乃於一般業務過程中按公平交易原則進行，且相關訂約方之間遵守正常商業條款。我們的董事亦認為，我們於往績記錄期間內的關聯方交易不會扭曲我們的往績記錄，亦不會導致我們的過往業績無法反映我們的未來表現。

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們概無任何尚未償付的資產負債表外安排。

或然負債

截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，我們並無任何或然負債。我們的董事確認，截至最後實際可行日期，我們的或然負債並未出現重大變化。

財務風險披露

我們的活動使我們面臨多種財務風險，主要包括信貸風險及流動性風險。我們的整體風險管理計劃注重於應對金融市場的不確定性，並致力尋求最大限度地降低其對我們的財務表現造成的潛在不利影響。風險管理由我們的高級管理層負責執行。詳情請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註34。

股息

於往績記錄期間內，我們於二零二三年、二零二四年及二零二五年分別宣派股息人民幣15.0百萬元、零及零。截至最後實際可行日期，我們已悉數派付上述股息。於往績記錄期間後及截至本文件日期，我們並未向股東宣派任何股息。根據中國適用法律及我們的組織章程細則，股息僅可從可分配溢利中派付，且我們可在彌補虧損並撥付法定儲備後分派除稅後溢利。未來是否派付任何股息以及股息金額將由董事會酌情釐定，並須經股東批准。有關決定可能基於多項因素，包括但不限於我們的未來運營及盈利、資本需求及盈餘、現金流量及整體財務狀況、合約限制、稅項以及董事會不時認為相關的其他因素，並須遵守我們的組織章程細則及章程文件以及適用法律法規。未來宣派及派付任何股息未必能反映以往的股息宣派及派付。

財務資料

可供分派儲備

截至二零二五年十二月三十一日，我們的可供分派儲備為人民幣119.6百萬元。

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)[編纂]相關開支，例如[編纂]費及[編纂]；及(ii)非[編纂]相關開支，包括法律顧問及報告會計師就[編纂]及[編纂]提供的服務而向其支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設全額支付[編纂]，[編纂]的估計[編纂]開支總額(基於[編纂]範圍中位數並假設[編纂]未獲行使)約為[編纂]百萬港元，佔我們的[編纂]總額約[編纂]%。在上述估計[編纂]開支總額當中，我們預計將支付[編纂]相關開支[編纂]百萬港元、法律顧問及報告會計師專業費用[編纂]百萬港元以及其他費用及開支[編纂]百萬港元。預計[編纂]開支的金額為[編纂]百萬港元(佔[編纂]總額約[編纂]%)將於損益表中支銷，而剩餘的[編纂]百萬港元預計將在[編纂]後直接作為權益扣減確認。截至二零二五年十二月三十一日，我們並未在損益及其他全面收益表中產生[編纂]開支。

[編纂]

無重大不利變動

我們的董事已確認，截至本文件日期，自二零二五年十二月三十一日(即我們最近期的經審核財務報表的截止日期)起，我們的財務、運營或交易狀況、債務、或然負債或前景並無發生重大不利變化，且自二零二五年十二月三十一日起並未發生任何可能對附錄一所載會計師報告所示資料造成重大影響的事件。

根據上市規則第13.13至13.19條作出的披露

我們的董事確認，截至最後實際可行日期，概不存在任何可能引致根據上市規則第13.13至13.19條作出披露規定的情況。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來業務計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的策略」。

[編纂]用途

假設[編纂]為每股H股[編纂]港元(即[編纂]介乎每股H股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]、費用及估計開支後，並假設[編纂]未獲行使，我們估計將從[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]百萬港元。

根據我們的策略，我們擬於未來五年將[編纂][編纂]淨額按以下用途及金額使用：

- (i) 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於業務擴張，包括加強與主要社交媒體平台的合作、擴大客戶服務及業務拓展能力，以及提升行業影響力和品牌知名度。具體而言：
 - 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將於未來五年用於就我們的達人營銷及內容管理服務向主要社交媒體平台支付預付款項，以鎖定優質媒體資源及合作條款、保障廣告投放穩定性並支持我們的業務增長。該等預付款項預計包括：(i)每年向抖音支付約[編纂]百萬港元；(ii)每年向小紅書支付約[編纂]百萬港元；及(iii)每年向其他主要社交媒體平台(包括但不限於微信及嗶哩嗶哩)支付合計約[編纂]百萬港元，視乎我們的業務需要、市況及合作安排而定。該等預付款項與我們深化平台合作、加強媒體資源獲取及擴大業務運營規模的舉措相關。結合我們在策略制定、創意開發、達人管理、付費媒體投放及活動後復盤方面已建立的能力，該等安排預期將支持我們更好地提供社交媒體整合營銷解決方案。
 - 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於擴大我們的客戶服務及業務拓展能力、優化客戶結構並降低客戶集中度。我們運營的社交媒體營銷解決方案行業高度依賴人員效率以及滿足客戶定製化及區域化服務需求的能力。我們計劃招聘更多具備跨行業經驗的客戶對接及業務拓展人員。該等人員將專注於日化美妝個護、母嬰用品、遊戲及金融科技等高潛力垂直領域開發新客戶，並為新行業客戶提供前期項目支持，從而增強我們業務增長的可持續性。

未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於提升我們的行業影響力和品牌知名度，並深化與主要社交媒體平台的合作。該等[編纂]將主要用於組織行業活動，包括大型年度行業峰會、商業大會及生態系統合作夥伴活動；較小部分將用於支持我們參與其他主要互聯網平台主辦的重大行業活動，以深化平台合作並提升我們的行業影響力。
- (ii) 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於加強我們的研究及開發工作，以提高社交媒體整合營銷工作流程中的自動化水平、數據驅動決策能力及服務交付效率。有關我們現有技術能力的進一步詳情，請參閱「業務－我們的技術」。具體而言：
 - 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於持續開發及升級我們的核心技術基礎設施。具體而言，我們計劃(i)升級以YP ICE為核心的AI賦能業務引擎，並擴展AI智能體在各業務職能中的應用，以提升業務效率及交付質量；(ii)優化YP I-Ops，即我們的綜合運營管理中樞，通過深化媒體採購、賬款風控及經營決策方面的數字化管理，提升運營效率和公司管控能力；及(iii)建設及完善數據中台，打通各業務系統的數據，提升數據標準化及可重複使用能力，並為經營決策提供數據支持。
 - 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於採購本地及雲算力資源以及招聘專業人才，以支持我們現有技術基礎設施升級及YP T-Engine的持續迭代。具體而言，我們計劃(i)部署自有算力服務器及相關設備，並採購雲資源及調用第三方大型語言模型服務以支持AI應用在我們各業務中的落地以及技術基礎設施的運營及迭代；及(ii)招聘更多AI技術應用專業人員，包括負責算法開發和系統研發的開發型「AI Developers」，以及負責將AI工具適配於不同業務職能的應用型「AI Builders」，以支持YP ICE及YP I-Ops的迭代和功能擴展，並推動AI工具在不同業務職能中的應用。

未來計劃及[編纂]用途

- (iii) 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於符合我們發展戰略的選擇性併購或戰略投資，以補充我們的行業佈局並獲取新的增長驅動力。評估潛在目標時，我們會考慮包括與現有業務運營的協同程度及與戰略目標的一致性、技術能力(尤其是在AI算法、大數據分析及垂直行業營銷方面)、客戶或數據資源的互補性、管理團隊經驗、估值、歷史運營指標及估計所需財務成本等因素。截至最後實際可行日期，我們並無確定任何具體收購或投資目標，亦無就任何該等收購或投資訂立任何具法律約束力的協議或安排。
- (iv) 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於新市場及海外業務探索。我們的策略主要是跟隨中國主要社交媒體平台以及品牌客戶的出海發展。具體而言，我們計劃將該等[編纂]用於在中國設立專業國際業務拓展團隊，招聘更多熟悉相關海外目標市場的客戶開發及服務人員。我們計劃主要依託中國境內人員並結合當地客戶資源，支持我們的社交媒體整合營銷解決方案拓展至海外市場。
- (v) 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，預計將用於運營資金及一般企業用途。

倘[編纂]的定價高於或低於本文件所述[編纂]的中位數，則上述[編纂][編纂]淨額的分配將按比例進行調整。倘[編纂]定為每股H股[編纂]港元(即[編纂]的上限)，則[編纂][編纂]淨額將增加至約[編纂]百萬港元。倘[編纂]定為每股H股[編纂]港元(即[編纂]的下限)，則[編纂][編纂]淨額將減少至約[編纂]百萬港元。

倘[編纂]獲悉數行使，假設[編纂]為每股H股[編纂]港元(即[編纂]的中位數)，我們將獲得的[編纂]淨額將約為[編纂]百萬港元。倘[編纂]獲悉數行使，我們擬按上述比例將額外[編纂]淨額用於上述用途。

倘[編纂][編纂]淨額未能立即用於上述用途，且於適用法律及法規允許的範圍內，我們將僅將該等[編纂]淨額存入持牌商業銀行及／或證券及期貨條例或其他司法權區適用法律及法規所界定的其他獲授權金融機構的短期計息賬戶。倘上述[編纂]擬定用途有任何重大變動，我們將刊發相應的公告。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

附錄一

會計師報告

以下為 貴公司申報會計師香港執業會計師安永會計師事務所獲得之報告全文，以供載入文件。

[To insert the firm's letterhead]

致上海悅普數智科技股份有限公司列位董事及招商證券(香港)有限公司之歷史財務資料的會計師報告

緒言

吾等就上海悅普數智科技股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)載於第[•]至[•]頁之歷史財務資料出具報告，該等歷史財務資料包括 貴集團截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止各年度(「有關期間」)的綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表， 貴集團及 貴公司於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日的綜合財務狀況表及財務狀況表，以及重大會計政策資料及其他說明資料(統稱「歷史財務資料」)。第[•]至[•]頁所載之歷史財務資料構成本報告組成部分，乃為載入 貴公司就 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板[編纂]所刊發日期為[•]之文件(「文件」)而編製。

董事對歷史財務資料之責任

貴公司董事負責根據歷史財務資料附註2.1所載之編製基準編製真實而公平地反映情況之歷史財務資料，並落實董事認為必要之內部控制，以確保於編製歷史財務資料時不存在由於欺詐或錯誤而引致之重大錯誤陳述。

申報會計師之責任

吾等之責任是對歷史財務資料發表意見，並將吾等之意見向 閣下報告。吾等已按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港投資通函報告委聘準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具之會計師報告」進行吾等之工作。該準則要求吾等遵守道德規範，並規劃及執行工作，以對歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述獲取合理保證。

附錄一

會計師報告

吾等之工作涉及執程序，以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露資料之證據。所選定之程序取決於申報會計師之判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述之風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與實體根據歷史財務資料附註2.1所載之編製基準編製真實而公平地反映情況之歷史財務資料有關之內部控制，以設計於各種情況下均屬恰當之程序，但目的並非對實體內部控制之成效發表意見。吾等之工作亦包括對董事所採用之會計政策是否恰當及所作出之會計估計是否合理作出評價，以及對歷史財務資料之整體呈列方式作出評價。

吾等相信，吾等所獲取之憑證能充足及適當地為吾等之意見提供基礎。

意見

吾等認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2.1所載之編製基準，真實而公平地反映 貴集團及 貴公司於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日之財務狀況以及 貴集團於各有關期間之財務表現及現金流量。

根據聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例須呈報之事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第[•]頁界定之相關財務報表作出調整。

股息

吾等提述歷史財務資料附註11，當中載有 貴公司就有關期間派付股息的資料。

[•]

執業會計師

香港

[Date]

附錄一

會計師報告

I 歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告之組成部分。

貴集團於有關期間之財務報表(歷史財務資料乃根據其編製)，已由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審核準則(「**香港審核準則**」)審核(「**相關財務報表**」)。

歷史財務資料乃以人民幣(「**人民幣**」)呈列且所有金額均約整至最接近的千位數(人民幣千元)，另有註明者除外。

附錄一

會計師報告

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	5	1,505,939	1,337,158	1,403,039
銷售成本	6	(1,324,780)	(1,184,626)	(1,251,138)
毛利		181,159	152,532	151,901
其他收入及收益	5	11,777	6,816	7,145
銷售及營銷開支		(62,618)	(49,540)	(47,298)
行政開支		(35,402)	(33,603)	(23,140)
研發開支	6	(9,962)	(9,790)	(11,755)
金融資產減值虧損撥備	6	(11,274)	(6,563)	(1,338)
其他開支	5	(275)	(205)	(326)
財務成本	7	(8,527)	(8,360)	(10,163)
應佔聯營公司溢利及虧損	6	(1,444)	750	500
除稅前溢利		63,434	52,037	65,526
所得稅開支	10	(13,680)	(9,882)	(15,169)
年內溢利及全面收益總額		49,754	42,155	50,357
歸屬於：				
母公司擁有人		46,382	38,892	50,738
非控股權益)		3,372	3,263	(381)
		<u>49,754</u>	<u>42,155</u>	<u>50,357</u>
母公司普通股權益持有人應佔				
每股盈利				
基本及攤薄(人民幣)	12	<u>0.39</u>	<u>0.37</u>	<u>0.52</u>

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

	附註	於十二月三十一日		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備	13	3,314	3,929	2,156
使用權資產	14	25,502	20,153	13,076
無形資產	15	244	117	142
於聯營公司的投資	16	3,190	4,690	5,190
預付款項、其他應收款項及其他資產	18	8,634	7,036	6,274
遞延稅項資產	19	7,625	10,176	12,236
受限制現金	22	400	—	—
總非流動資產		48,909	46,101	39,074
流動資產				
貿易應收款項及應收票據	20	646,311	515,665	597,742
預付款項、其他應收款項及其他資產	18	232,586	145,958	132,488
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具	21	3,852	6,182	26,618
受限制現金	22	—	542	—
現金及現金等價物	22	58,821	28,052	20,293
總流動資產		941,570	696,399	777,141
流動負債				
貿易應付款項	23	104,625	87,362	93,929
合約負債	24	2,973	12,023	23,718
其他應付款項及應計費用	25	34,287	21,283	25,972
計息銀行及其他借款	26	230,037	237,748	378,036
租賃負債	14	3,659	8,595	9,093
應付稅項		18,123	13,625	27,990
總流動負債		393,704	380,636	558,738
淨流動資產		547,866	315,763	218,403
總資產減流動負債		596,775	361,864	257,477

附錄一

會計師報告

	附註	於十二月三十一日		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動負債				
租賃負債	14	21,967	16,115	7,196
長期應付款項		—	750	750
總非流動負債		21,967	16,865	7,946
淨資產		574,808	344,999	249,531
權益				
母公司擁有人應佔權益				
股本	27	120,000	104,257	93,868
儲備	28	429,147	211,818	140,440
		549,147	316,075	234,308
非控股權益	29	25,661	28,924	15,223
總權益		574,808	344,999	249,531

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

	母公司擁有人應佔					非控股 權益	總權益
	股本	資本儲備*	法定 盈餘儲備*	保留溢利*	總計		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	附註 (附註27)	(附註28)	(附註28)				
於二零二三年一月一日	120,000	187,025	9,629	201,111	517,765	27,291	545,056
年內溢利	—	—	—	46,382	46,382	3,372	49,754
年內全面收益總額	—	—	—	46,382	46,382	3,372	49,754
轉撥至法定盈餘儲備	—	—	3,447	(3,447)	—	—	—
宣派股息	11	—	—	(15,000)	(15,000)	—	(15,000)
附屬公司宣派股息	—	—	—	—	—	(5,002)	(5,002)
於二零二三年十二月 三十一日	<u>120,000</u>	<u>187,025</u>	<u>13,076</u>	<u>229,046</u>	<u>549,147</u>	<u>25,661</u>	<u>574,808</u>

* 該等儲備賬包括於二零二三年十二月三十一日的綜合財務狀況表中的綜合儲備人民幣429,147,000元。

附錄一

會計師報告

		母公司擁有人應佔					非控股	
		股本	資本儲備*	法定 盈餘儲備*	保留溢利*	總計	權益	總權益
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
附註		(附註27)	(附註28)	(附註28)				
於二零二四年一月一日		120,000	187,025	13,076	229,046	549,147	25,661	574,808
年內溢利		—	—	—	38,892	38,892	3,263	42,155
年內全面收益總額		—	—	—	38,892	38,892	3,263	42,155
向權益持有人償還資本	27	(15,743)	(187,025)	—	(69,196)	(271,964)	—	(271,964)
轉撥至法定盈餘儲備		—	—	1,591	(1,591)	—	—	—
於二零二四年十二月三十一日		<u>104,257</u>	<u>—</u>	<u>14,667</u>	<u>197,151</u>	<u>316,075</u>	<u>28,924</u>	<u>344,999</u>

* 該等儲備賬包括於二零二四年十二月三十一日的綜合財務狀況表中的綜合儲備人民幣211,818,000元。

附錄一

會計師報告

		母公司擁有人應佔					非控股	
		股本	資本儲備*	法定 盈餘儲備*	保留溢利*	總計	權益	總權益
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
附註		(附註27)	(附註28)	(附註28)				
於二零二五年一月一日		104,257	–	14,667	197,151	316,075	28,924	344,999
年內溢利		–	–	–	50,738	50,738	(381)	50,357
年內全面收益總額		–	–	–	50,738	50,738	(381)	50,357
向權益持有人償還資本	27	(10,389)	–	–	(122,116)	(132,505)	–	(132,505)
一間附屬公司宣派股息	29	–	–	–	–	–	(13,320)	(13,320)
轉撥至法定盈餘儲備		–	–	6,214	(6,214)	–	–	–
於二零二五年十二月三十一日		<u>93,868</u>	<u>–</u>	<u>20,881</u>	<u>119,559</u>	<u>234,308</u>	<u>15,223</u>	<u>249,531</u>

* 該等儲備賬包括於二零二五年十二月三十一日的綜合財務狀況表中的綜合儲備人民幣140,440,000元。

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動現金流量				
除稅前溢利		63,434	52,037	65,526
就下列各項作出調整：				
財務成本	7	8,527	8,360	10,163
利息收入	5	(338)	(217)	(432)
出售物業、廠房及設備項目				
虧損／(收益)	5	78	(157)	(28)
終止租賃收益	6	—	(31)	—
貿易應收款項減值	6	10,732	6,627	722
其他應收款項減值／(減值撥回)	6	542	(64)	616
物業、廠房及設備減值	6	2,685	1,843	1,450
使用權資產折舊	6	8,304	8,246	7,249
無形資產攤銷	6	126	87	88
聯營公司分佔(虧損)／溢利	6	1,444	(750)	(500)
		95,534	75,981	84,854
貿易應收款項及應收票據以及 按公平值計量且其變動計入 其他全面收益的債務工具 減少／(增加)		53,461	120,996	(113,308)
預付款項、其他應收款項及其他 資產減少／(增加)		19,770	(35,196)	7,222
受限制現金(增加)／減少		(400)	(142)	542
其他應付款項及應計費用 (減少)／增加		(15,761)	(5,745)	1,069
貿易應付款項(減少)／增加		(13,360)	(17,263)	6,567
合約負債增加		981	9,050	11,695
經營所得現金		140,225	147,681	(1,359)
已收利息		338	217	76
已付所得稅		(22,949)	(16,931)	(2,864)
經營活動所得／(所用) 現金流量淨額		117,614	130,967	(4,147)

附錄一

會計師報告

		截至十二月三十一日止年度		
	附註	二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資活動所得現金流量				
物業、廠房及設備以及無形資產				
付款		(10,600)	(2,585)	(312)
收購一間聯營公司		(1,250)	—	—
向一間聯營公司貸款		—	(500)	(9,850)
出售物業、廠房及設備以及無形 資產項目所得款項		7,863	324	550
投資活動所得現金流量淨額		(3,987)	(2,761)	(9,612)
融資活動所用現金流量				
向權益持有人償還資本		(140,586)	(147,978)	(115,905)
銀行及其他方借款		352,830	426,341	640,470
償還銀行及其他借款		(267,638)	(417,556)	(492,336)
已付利息		(7,732)	(8,741)	(7,936)
租賃付款本金部分		(9,158)	(3,782)	(8,593)
貴公司股東已付股息		(11,211)	(5,259)	—
已付非控股股東股息		(1,802)	(2,000)	(9,700)
融資活動(所用)／所得現金流量 淨額		(85,297)	(158,975)	6,000
現金及現金等價物增加／(減少)				
淨額		28,330	(30,769)	(7,759)
年初現金及現金等價物		30,491	58,821	28,052
年末現金及現金等價物	22	58,821	28,052	20,293
現金及現金等價物結餘分析				
綜合財務狀況表及綜合現金流量 表所示現金及現金等價物	22	58,821	28,052	20,293

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

	附註	於十二月三十一日		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備	13	635	684	474
使用權資產	14	—	—	150
無形資產	15	244	117	142
於附屬公司的投資	17	71,871	71,871	71,871
預付款項、其他應收款項及其他資產	18	866	1,170	1,170
遞延稅項資產	19	1,012	1,784	1,595
總非流動資產		74,628	75,626	75,402
流動資產				
貿易應收款項及應收票據	20	870,486	538,572	399,427
預付款項、其他應收款項及其他資產	18	183,213	94,942	88,665
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具	21	—	—	25,172
應收附屬公司款項	31(c)	25,426	4,867	147,561
現金及現金等價物	22	21,355	12,069	11,752
總流動資產		1,100,480	650,450	672,577
流動負債				
貿易應付款項	23	179,814	84,236	166,421
合約負債	24	2,127	3,398	73,096
其他應付款項及應計費用	25	14,330	9,567	13,225
計息銀行及其他借款	26	110,042	144,219	184,755
應付附屬公司款項	31(c)	474,616	352,671	236,024
租賃負債	14	—	—	98
應付稅項		10,437	4,302	16,972
總流動負債		791,366	598,393	690,591
淨流動資產／(負債)		309,114	52,057	(18,014)
總資產減流動負債		383,742	127,683	57,388

附錄一

會計師報告

	附註	於十二月三十一日		
		二零二三年	二零二四年	二零二五年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動負債				
租賃負債	14	—	—	75
總非流動負債		—	—	75
淨資產		383,742	127,683	57,313
權益				
股本	27	120,000	104,257	93,868
儲備	28	263,742	23,426	(36,555)
總權益		383,742	127,683	57,313

附錄一

會計師報告

II 歷史財務資料附註

1. 公司資料

上海悅普數智科技股份有限公司(「貴公司」，前稱「上海悅普廣告集團股份有限公司」)於二零一四年三月十七日在中華人民共和國(「中國」)成立為有限責任公司。貴公司註冊辦事處位於上海市嘉定區真南路4268號。貴公司於二零二零年九月二十二日由有限責任公司改制為股份有限公司。

於有關期間，貴公司及其附屬公司(統稱「貴集團」)主要從事提供全鏈路整合營銷解決方案服務、達人驅動內容整合營銷解決方案服務及其他營銷服務。

董事會認為，貴公司的控股股東為林悅先生。

於本報告日期，貴公司於其附屬公司擁有直接權益，而所有附屬公司均為私人有限責任公司。貴公司的主要附屬公司詳情如下：

實體名稱	附註	註冊地點及 日期以及 經營地點	已發行 普通股/ 註冊股本面值	貴公司應佔權益百分比		主要活動
				直接	間接	
				%	%	
上海悅普網絡科技有限公司 (「悅普網絡」)	<i>a</i>	二零零九年 七月八日 中國／中國內地	人民幣 35,000,000元	100	–	整合營銷服務
上海卓而文化傳媒有限公司	<i>b</i>	二零一七年 八月二日 中國／中國內地	人民幣1,000,000 元	100	–	整合營銷服務
上海令行文化傳媒有限公司 (「上海令行」)	<i>b</i>	二零一七年 九月十一日 中國／中國內地	人民幣 10,000,000元	60	–	整合營銷服務

上表列示董事認為主要影響有關期間業績或構成貴集團資產淨值重大部分之貴集團附屬公司。貴公司董事認為提供其他附屬公司之詳情會使內容過於冗長。

附註：

- (a) 該實體截至二零二三年及二零二四年十二月三十一日止年度的法定財務報表按中國企業會計準則編製，並由中國註冊會計師上海德義致遠會計師事務所(普通合夥)審計。
- (b) 該等實體概無編製經審核財務報表。

附錄一

會計師報告

2.1 編製基準

歷史財務資料已根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則會計準則編製。所有自二零二五年一月一日開始的會計期間生效的國際財務報告準則會計準則連同相關過渡性條文已獲 貴集團貫徹採用，用於編製於整個有關期間的歷史財務資料。

歷史財務資料已根據歷史成本慣例編製，惟若干已按公平值計量的金融工具除外。

綜合基準

歷史財務資料包括 貴公司及其附屬公司於有關期間的財務報表。附屬公司為 貴公司直接或間接控制的實體。當 貴集團通過參與被投資方的相關活動而承擔可變回報的風險或享有可變回報，並且有能力運用對被投資方的權力(即使 貴集團目前有能力主導被投資方的相關活動的現時權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般情況下，有一個推定，即多數投票權形成控制權。當 貴公司擁有少於被投資方大多數的投票或類似權利，在評估其是否擁有對被投資方的權力時， 貴集團會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與被投資方其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 貴集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司的財務報表乃按與 貴公司於相同的報告期間使用一致的會計政策編製。附屬公司的業績由 貴集團取得控制權之日起並直至有關控制權失效日期止綜合計算。

損益及其他綜合收益的各部份歸屬於 貴集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益有虧絀結餘。所有有關 貴集團各成員公司間交易的集團內部公司間資產及負債、權益、收入、開支及現金流量於綜合計算時悉數抵銷。

若事實與情況顯示上述三個控制要素中的一個或多個發生變化，則 貴集團重新評估是否控制被投資方。在不喪失控制權的情況下，附屬公司所有權權益的變動會以權益性交易方式處理。

倘 貴集團失去對附屬公司的控制權，則會終止確認相關資產(包括商譽)、負債、任何非控股權益；並確認任何保留投資的公平值及損益中任何因此產生的盈餘或虧損。 貴集團應佔之前在其他全面收益中確認的組成部分會重新分類至損益或保留溢利(如適用)，其基準與 貴集團直接出售相關資產或負債所需的基準相同。

附錄一

會計師報告

2.2 已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則會計準則

貴集團概無於歷史財務資料應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則。貴集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則(如適用)生效時應用。

國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列與披露 ²
國際財務報告準則第19號及其修訂本	無公共責任之附屬公司：披露 ²
國際財務報告準則第20號	監管資產及監管負債 ³
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號 (修訂本)	金融工具分類及計量之修訂本 ¹
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號 (修訂本)	依賴自然能源生產電力的合同 ¹
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號 (修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或 注資 ⁴
國際會計準則第21號	換算為惡性通脹呈列貨幣 ²
國際財務報告準則會計準則年度改進 – 第11卷	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、 國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10 號及國際會計準則第7號(修訂本) ¹

¹ 於二零二六年一月一日或其後開始的年度期間生效

² 於二零二七年一月一日或其後開始的年度／報告期間生效

³ 於二零二九年一月一日或其後開始的年度期間生效

⁴ 尚未釐定強制生效日期，但可予採納

貴集團現正詳細評估首次應用該等新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則的影響。迄今為止，貴集團認為除國際財務報告準則第18號外，該等新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則可能會導致若干會計政策出現變化，預計於首次應用期間不會對貴集團的財務表現及財務狀況造成重大影響。預計應用國際財務報告準則第18號不會對貴集團的財務狀況造成重大影響，但會影響綜合損益及其他全面收益表以及現金流量表的呈列(財務報表中將包括額外披露)。貴集團將持續評估國際財務報告準則第18號對貴集團財務資料造成的影響。

2.3 重大會計政策資料

於聯營公司的投資

聯營公司為貴集團於其一般不少於20%股本投票權中擁有長期權益且貴集團對其有重大影響力的實體。重大影響力指的是參與投資對象的財務和經營決策的權力，但不是控制或共同控制該等決策的權力。

貴集團於聯營公司的投資乃按貴集團根據權益會計法應佔資產淨額減任何減值虧損於綜合財務狀況表列賬。貴集團應佔聯營公司收購後業績及其他全面收入計入綜合損益及其他全面收益表。此外，倘於聯營公司的權益直接確認出現變動，則貴集團會於綜合權益變動表確認其應佔任何變動(如適用)。貴集團與貴集團的聯營公司間交易的未變現收益及虧損將以貴集團於聯營公司的投資為限對銷，惟倘未變現虧損為所轉讓資產減值的憑證則除外。收購聯營公司所產生的商譽已計作貴集團於聯營公司投資的一部分。

附錄一

會計師報告

公平值計量

貴集團於各報告期間末計量按公平值計量的按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具。公平值乃在市場參與者於計量日期進行的有序交易中出售資產所收取或轉移負債所支付的價格。公平值計量乃基於假設出售資產或轉移負債的交易於資產或負債的主要市場進行或於未有主要市場的情況下，則於資產或負債的最有利市場進行。主要市場或最有利市場必須為貴集團所能進入的市場。資產或負債的公平值乃基於市場參與者為資產或負債定價所用的假設計量(假設市場參與者依照彼等的最佳經濟利益行事)。

非金融資產的公平值計量會考慮市場參與者通過將資產用於最高及最佳用途或將資產出售予會將該資產用於最高及最佳用途的另一市場參與者而產生經濟利益的能力。

貴集團使用適用於不同情況的估值方法，而其有足夠資料計量公平值，以盡量使用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

公平值於財務報表計量或披露的所有資產及負債，基於對公平值計量整體屬重要的最低水平輸入數據按如下所述在公平值層級中分類：

第一級 – 根據可識別資產或負債於活躍市場中所報未調整價格

第二級 – 根據對公平值計量有重大影響的最低水平輸入數據可直接或間接被觀察的估值方法

第三級 – 根據對公平值計量有重大影響的最低水平輸入數據不可觀察的估值方法

對於在財務報表按經常性基準確認的資產及負債，貴集團於各報告期間末根據對公平值計量整體屬重要的最低水平輸入數據通過重估分類以確定是否已於層級之間發生轉移。

非金融資產減值

倘有跡象顯示存在減值，或倘須就資產進行年度減值測試(遞延稅項資產及金融資產除外)，便會估計資產的可收回金額。資產的可收回金額按資產或現金產生單位的使用價值及公平值減出售成本(以較高者為準)而計算，並就個別資產而釐定，除非有關資產並不產生在頗大程度上獨立於其他資產或資產組別的現金流入，在此情況下則就該資產所屬的現金產生單位釐定可收回金額。於對現金產生單位進行減值測試時，倘能夠在合理且一致的基礎上分配予個別現金產生單位，則將公司資產(例如總部大樓)的賬面值的一部分分配予個別現金產生單位，否則，將其分配予最小的現金產生單位組別。

減值虧損僅於資產賬面值超過其可收回金額時予以確認。於評估使用價值時，估計未來現金流量按可反映現時市場對貨幣時間價值及資產特定風險的評估的稅前貼現率折現至其現值。減值虧損會於其產生期間的損益中，在與減值資產功能一致的有關費用類別中扣除。

於各報告期間末，會就是否有任何跡象顯示先前確認的減值虧損不再存在或可能已減少作出評估。倘有該跡象，則會估計可收回金額。先前就資產(不包括商譽)確認的減值虧損，僅於用以釐定該資產的可收回金額的估計有變時予以撥回，但撥回金額不得高於假設過往年度並無就該資產確認減值虧損而應釐定的賬面值(扣除任何折舊／攤銷)。減值虧損的撥回於產生期內計入損益。

附錄一

會計師報告

關聯方

於下列情況下，一方被視為與 貴集團有關聯：

(a) 該方屬以下人士或該人士的家庭近親成員

- (i) 控制或共同控制 貴集團；
- (ii) 對 貴集團有重大影響力；或
- (iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理層成員；

或

(b) 該方為一間實體，符合下列任何條件：

- (i) 該實體及 貴集團屬同一集團的成員公司；
- (ii) 一間實體為另一實體(或另一實體的母公司、附屬公司或同系附屬公司)的聯營公司或合營企業；
- (iii) 該實體及 貴集團屬同一第三方的合營企業；
- (iv) 一間實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司；
- (v) 該實體為 貴集團或與 貴集團有關的實體就僱員利益設立的離職福利計劃；
- (vi) 該實體受(a)所指明人士控制或共同控制；
- (vii) 於(a)(i)所指明人士對該實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)的主要管理層成員；及
- (viii) 該實體或其所屬集團的任何成員公司向 貴集團或 貴集團的母公司提供主要管理人員服務。

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本，包括購買價及使該資產達致其營運狀況及地點以作其擬定用途時任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投產後產生支出(如維修及保養費用)，一般於其產生期間自損益扣除。在確認標準達成的情況下，重大檢查支出於資產賬面值撥充資本作為重置成本。如物業、廠房及設備的主要部分須分階段重置，則 貴集團將該等部分確認為個別資產，並訂出具體的可使用年期及據此計提折舊。

折舊以直線法計算，按每項物業、廠房及設備項目之估計使用年期撇銷其成本至其剩餘價值。為此而使用的主要年率如下：

辦公設備及傢俱	19%至32%
汽車	24%
租賃物業裝修	租賃期與25%(以較短者為準)

物業、廠房及設備項目(包括初始確認的任何主要部分)於出售時或於預期使用或出售不會產生未來經濟利益時終止確認。於終止確認資產的年度在損益確認的任何出售或報廢損益，為有關資產的銷售所得款項淨額與賬面值的差額。

附錄一

會計師報告

無形資產

單獨收購之無形資產於初步確認時按成本計量。無形資產之可使用年期乃評估為有限或無限。有限期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法至少於各財政年度末覆核一次。

軟件

購買的軟件按成本減任何減值虧損列值，並在其估計可使用年限5年內按直線法攤銷。

研發成本

所有研究成本於產生時計入損益。

新產品開發項目產生的開支僅於 貴集團證明在技術上能夠完成無形資產供使用或出售、有意完成及有能力使用或出售該資產、該資產將帶來的未來經濟利益、具有完成項目所需的資源且 貴集團能夠可靠地計量開發期間的開支時，方會撥充資本並以遞延方式入賬。不滿足上述要求的產品開發支出在發生時確認為費用。

租賃

貴集團於合約初始評估有關合約是否屬租賃或包含租賃。倘合約為換取對價而讓渡在一段期間內已識別資產之使用控制權，則該合約屬租賃或包含租賃。

貴集團作為承租人

貴集團對所有租賃採用單一確認及計量方法(短期租賃及低價值資產租賃除外)。 貴集團確認租賃負債以作出租賃付款及代表使用有關資產權利的使用權資產。

(a) 使用權資產

於租賃開始日期(即相關資產可供使用之日)確認使用權資產。使用權資產按成本減累計折舊及任何減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債、已產生的初始直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款金額減任何已收取租賃優惠。使用權資產按租賃期及資產估計可使用年期(以較短者為準)按直線法計提折舊如下：

樓宇

2至4年

(b) 租賃負債

於租賃開始日期按租賃期內將作出的租賃付款現值確認租賃負債。租賃付款包括固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠、取決於指數或利率的可變租賃付款以及預期根據剩餘價值擔保支付的金額。租賃付款亦包括 貴集團合理確定行使的購買選擇權的行使價及支付終止租賃的罰款(倘租賃條款反映 貴集團行使選擇權終止租賃)。並非取決於指數或利率的可變租賃付款在出現導致付款的事件或條件所發生期間內確認為開支。

附錄一

會計師報告

於計算租賃付款的現值時，因租賃中所隱含的利率不易確定，因此 貴集團於租賃開始日期使用增量借貸利率。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映了利息的增長及減少租賃付款。此外，如果發生變更、租賃期限發生變化、租賃付款額發生變化(例如，因指數或利率變化而導致的未來租賃付款額發生變化)或購買相關資產的選擇權評估變化，則重新計量租賃負債的眼面值。

(b) 短期租賃

貴集團將短期租賃確認豁免應用於樓宇的短期租賃，即自開始日期起計之租期為十二個月或以下並且不包括購買選擇權的租賃。

短期租賃的租賃付款在租賃期內按直線法確認為費用。

投資及其他金融資產

初步確認及計量

金融資產於初步確認時分類為其後按攤銷成本計量及按公平值計量且其變動計入其他全面收益。

於初始確認時，金融資產分類取決於金融資產的合約現金流量特點及 貴集團管理該等金融資產的業務模式。除並無重大融資成分或 貴集團已應用可行權宜方法(即概不調整重大融資成分的影響)的貿易應收款項及應收票據外， 貴集團初步按公平值加上(倘金融資產並非按公平值計量且其變動計入損益)交易成本計量金融資產。並無重大融資成分或 貴集團已應用可行權宜方法的貿易應收款項及應收票據按國際財務報告準則第15號釐定的交易價格計量，與下述「收入確認」所載政策一致。

金融資產需產生純粹為支付本金及未償還本金利息(「**純粹為支付本金及利息**」)的現金流量，方可按攤銷成本進行分類及計量，或按公平值計量且其變動計入其他全面收益。現金流量不是純粹為支付本金及利息的金融資產被分類為按公平值計量且其變動計入損益並按此計量，與業務模式無關。

貴集團管理金融資產的業務模式指其如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式確定現金流量是否來自收集合約現金流量、出售金融資產，或兩者兼有。以攤銷成本分類和計量的金融資產，是在旨在持有金融資產以收集合約現金流量的業務模式中持有；通過按公平值計量且其變動計入其他全面收益分類和計量的金融資產，則在同時旨在持有以收集合約現金流量和出售的業務模式中持有。不屬於上述業務模式的金融資產，乃分類為按公平值計量且其變動計入損益並按此計量。

於市場規定或慣例一般設定的期限內進行資產交付的金融資產買賣於交易日(即 貴集團承諾購買或出售資產的日期)確認。

其後計量

金融資產的其後計量取決於其以下分類：

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)

按攤銷成本計量的金融資產其後使用實際利率法計量，並可能出現減值。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

附錄一

會計師報告

按公平值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產(債務工具)

就按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具而言，利息收入、外匯重估及減值虧損或撥回均計入損益，其計算方法與按攤銷成本計量的金融資產相同。剩餘的公平值變動於其他全面收益內確認。於終止確認時，其他全面收益內已確認的累計公平值變動已轉入損益。

終止確認金融資產

金融資產(或金融資產其中一部分或一組類近金融資產其中部分，如適用)主要在下列情況下終止確認(即自 貴集團的綜合財務狀況表中移除)：

- 自該資產收取現金流量的權利屆滿；或
- 貴集團已轉讓自該資產收取現金流量的權利，或根據「轉付」安排有責任在無重大延誤情況下，將已收取現金流量悉數支付第三方；且(a) 貴集團已轉讓該資產的絕大部分風險及回報；或(b) 貴集團並無轉讓或保留該資產的絕大部分風險及回報，惟已轉讓該資產的控制權。

倘 貴集團已轉讓自資產收取現金流量的權利或訂立轉付安排，其將評估是否及於何等程度保留資產所有權的風險及回報。當其並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓該資產的控制權，則該資產將按 貴集團持續涉及有關資產的程度確認轉讓資產。於該情況下， 貴集團亦確認一項關連負債。已轉讓資產及關連負債乃按反映 貴集團已保留權利及責任的基準計量。

若以就已轉讓資產作出保證的形式持續涉及，則按該項資產的原賬面值與 貴集團或須償還的對價數額上限兩者中之較低者計量。

金融資產減值

貴集團就並非按公平值計量且其變動計入損益的所有債務工具確認預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)的撥備。預期信貸虧損乃基於根據合約到期的合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額而釐定，並以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押品或組成合約條款的其他信貸提升措施的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段確認。就自初始確認起未有顯著增加的信貸風險而言，須為未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提預期信貸虧損撥備。就自初始確認起經已顯著增加的信貸風險而言，不論何時發生違約，於餘下風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

於各有關期間末， 貴集團評估金融工具的信貸風險自初始確認以來是否大幅增加。進行評估時， 貴集團會比較各有關期間末就金融工具產生的違約風險與於初始確認日期就金融工具產生的違約風險，並會考慮合理及有理據且毋須花費過度成本或精力即可獲得的資料，包括歷史及前瞻性資料。 貴集團認為，當合約付款逾期超過30天時，信貸風險顯著增加。

倘合約付款已逾期90日，則 貴集團認為金融資產違約。然而，在若干情況下，倘內部或外部資料顯示，在概無計及 貴集團所持有的任何信貸提升措施前， 貴集團不大可能悉數收到未償還合約款項，則 貴集團亦可認為金融資產違約。倘無法合理預期收回合約現金流量，則撇銷金融資產。

附錄一

會計師報告

按攤銷成本計量的金融資產可按一般方法予以減值，並分類至下列不同階段以計量預期信貸虧損(不包括使用簡化方法的貿易應收款項)，詳情如下。

第1階段 – 金融工具的信貸風險自初始確認以後並無顯著增加，其虧損撥備按等同12個月預期信貸虧損的金額計量

第2階段 – 信貸風險自初始確認以來顯著增加的金融工具(惟並非信貸減值的金融資產)，其虧損撥備按等同全期預期信貸虧損的金額計量

第3階段 – 於各有關期間末為信貸減值的金融資產(惟並非購入或源生的信貸減值金融資產)，其虧損撥備按等同全期預期信貸虧損的金額計量

簡化方法

就沒有重大融資成分或 貴集團應用可行權宜方法並未對重大融資成分的影響作出調整的貿易應收款項而言， 貴集團應用簡化方法計算預期信貸虧損。根據簡化方法， 貴集團並無追蹤信貸風險變動，而是根據於各有關期間末的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。 貴集團已設立根據其過往信貸虧損經驗計算的撥備矩陣，並按債務人的特定前瞻性因素及經濟環境作出調整。

金融負債

初始確認及計量

金融負債在初始確認時，按適用情況分類為貸款及借款及應付款項。

所有金融負債乃初步按公平值確認，如為貸款及借款以及應付款項，則扣除直接應佔交易成本。

其後計量

金融負債的其後計量取決於其以下分類：

按攤銷成本計量的金融負債(貿易及其他應付款項及借款)

初始確認後，貿易及其他應付款項、計息貸款及其他負債其後以實際利率法按攤銷成本計量，惟倘貼現的影響不重大則按成本列賬。當負債透過實際利率攤銷程序終止確認時，收益及虧損均會在損益表確認。

計算攤銷成本時將計及收購時的任何折讓或溢價，以及組成實際利率一部分的費用或成本。實際利率攤銷在損益表計入融資成本。

終止確認金融負債

如果金融負債的責任已解除、取消或屆滿，則終止確認該負債。

如果現有金融負債被同一貸款方以大部分條款不同的另一金融負債所取代，或者現有負債的條款經大幅修改，則此類替換或修改作為終止確認原負債和確認新負債處理，且各自賬面值的差異會在損益中確認。

附錄一

會計師報告

金融工具的抵銷

當目前擁有可強制執行的合法權利以抵銷已確認金額，且有意按淨額結算或同時變現資產及償還負債，方會抵銷金融資產及金融負債，並於財務狀況表中呈列淨額。

現金及現金等價物

財務狀況表中的現金及現金等價物包括手頭現金及銀行現金，以及到期日通常在三個月內的短期高流動性存款。該等存款可隨時轉換為已知金額的現金，其價值變動風險不大及為滿足短期現金承諾而持有。

就綜合現金流量報表而言，現金及現金等價物包括手頭現金及銀行現金以及上文界定的短期存款，扣除須應要求償還及構成貴集團現金管理組成部分的銀行透支。

撥備

如因過往事件產生現有責任(法定或推定)，且資源可能須於日後流出以履行責任，而且該項責任的金額能可靠估計時，則確認撥備。

如貼現影響屬重大，則就撥備確認的金額為履行責任預期所需的未來支出於報告期間末的現值。已貼現現值因時間流逝而產生的增幅在損益中計入融資成本。

所得稅

所得稅包括當期及遞延稅項。與於損益以外確認項目有關的所得稅，乃於損益以外，在其他全面收入確認或直接於權益確認。

當期稅項資產及負債，根據於報告期間末前已頒佈或實際已頒佈的稅率(及稅法)，計及貴集團經營業務所在國家現行詮釋及慣例，按預期自稅務機關退回或付予稅務機關的金額計算。

遞延稅項乃採用負債法就報告期間末資產及負債的稅基與其就財務申報的賬面值間一切暫時差額作出撥備。

遞延稅項負債就一切應課稅暫時差額予以確認，惟以下情況除外：

- 因初始確認非業務合併交易(於交易時不會影響會計利潤或應課稅利潤或虧損且不會產生相等的應課稅及可扣減暫時差額者)中的資產或負債而產生遞延稅項負債；及
- 就於附屬公司及聯營公司的投資相關的應課稅暫時差額而言，可以控制暫時差額的撥回時間，及暫時差額於可見將來可能不會撥回。

遞延稅項資產乃就所有可予扣減的暫時差額、未動用稅項抵免結轉及任何未動用稅務虧損確認。於可能有可動用應課稅利潤以抵銷可扣減暫時差額，且可動用未動用稅項抵免結轉及未動用稅務虧損的情況下，可確認遞延稅項資產，惟以下情況除外：

- 因初始確認非業務合併交易(於交易時不會影響會計利潤或應課稅利潤或虧損且不會產生相等的應課稅及可扣減暫時差額者)中資產或負債而產生與可扣減暫時差額相關的遞延稅項資產；及
- 就於附屬公司及聯營公司的投資相關的可扣減暫時差額而言，僅於暫時差額將在可見將來撥回及將可動用應課稅利潤抵銷暫時差額的情況下，方會確認遞延稅項資產。

附錄一

會計師報告

遞延稅項資產的賬面值乃於報告期間末進行審閱，並予以扣減，直至不再可能有足夠應課稅利潤以致可動用全部或部分遞延稅項資產為止。未確認的遞延稅項資產乃按可能獲得足夠應課稅利潤以致可收回全部或部分遞延稅項資產的情況下，於報告期間末重新評估並予以確認。

遞延稅項資產及負債乃根據於報告期間末已頒佈或已實際頒佈的稅率(及稅法)，按變現資產或清償負債期間預計適用的稅率計量。

當且僅當 貴集團有合法可強制執行權利將當期稅項資產與當期稅項負債抵銷，且遞延稅項資產及遞延稅項負債與同一稅務機關對同一課稅實體或不同課稅實體(在預期清償或收回遞延稅項負債或資產重大金額的各未來期間，擬按淨值基準結算當期稅項負債及資產，或同時變現該資產及清償該負債)徵收的所得稅有關，方可抵銷遞延稅項資產與遞延稅項負債。

政府補助

倘有合理保證將收取政府補助並將遵從其附帶所有條件，則政府補助按公平值確認。倘此項補助與支出項目有關，則按系統基準於擬補償的成本支銷期間確認為收入。

收入確認

客戶合約收入

客戶合約收入於服務的控制權轉讓予客戶時確認。該金額能反映 貴集團預期就交換該等服務有權獲得的對價。

當合約中的對價包含可變金額時，對價金額估計為 貴集團向客戶轉讓服務而有權收取的金額。可變對價於合約開始時估計並受到約束，直至與可變對價相關的不確定因素其後得到解決時，確認的累積收入金額極有可能不會發生重大收入撥回。

以下為 貴集團主要收入來源的會計政策描述。

全鏈路整合營銷解決方案

全鏈路整合營銷解決方案主要來自兩個來源：

- 提供整合營銷服務；及
- 提供社交媒體帳戶營運服務。

就整合營銷服務及社交媒體帳戶營運服務而言，收入在相關服務提供時確認，且客戶同時收到及耗用實體履行責任時所提供的利益。

內容整合營銷解決方案

收入在提供承諾的服務並獲客戶接納及扣除任何折讓後確認。

其他營銷服務

其他營銷服務主要來自兩個來源：

- 提供內容推廣服務；及
- 提供創意及內容服務。

附錄一

會計師報告

內容推廣服務

履約責任於承諾服務完成時履行，而費用主要於用戶點擊廣告時(「**CPC**」)收取，或根據所投放廣告每千次展示(「**CPM**」)收取。

創意及內容服務

收入在提供所承諾服務並經客戶接納後確認。

其他收入

利息收入採用於金融工具預計年期或更短期間(如適用)將估計未來現金收款準確貼現至金融資產賬面淨值的利率，以實際利率法按應計基準確認。

合約負債

當 貴集團轉移產品／商品之前，收到客戶的款項或應付款(以較早者為準)時，確認合約負債。
當 貴集團根據合約履約時(即將產品／商品的控制權轉移給客戶)，合約負債確認為收入。

僱員福利

退休金計劃

在中國內地經營的 貴集團的員工必須參加由當地市政府運營的中央養老金計劃。該等公司須將其工資成本的一定比例支付予中央養老金計劃。供款根據中央養老金計劃的規定在應付時自損益扣除。

借款成本

收購、建設或生產合資格資產(即需要一段長時間籌備方可作擬定用途或銷售的資產)直接應佔的借款成本資本化為該等資產成本的一部分。當有關資產大致準備好作擬定用途或銷售時，有關借款成本即停止資本化。在將特定借款用於合資格資產之前，將其臨時投資所產生的投資收益，可從資本化借款成本中扣除。所有其他借款成本於產生期間支銷。借款成本包括實體就借入資金而產生的利息及其他成本。

報告期後事項

倘 貴集團於報告期後但於授權刊發日期前接獲有關報告期末已存在條件的信息， 貴集團將評估該信息是否影響其於財務報表中確認的金額。 貴集團將調整其財務報表中確認的金額，以反映報告期後發生的任何調整事件，並根據新信息更新與該等條件有關的披露。對於報告期後發生的非調整事件， 貴集團將不會更改其財務報表中確認的金額，但會披露非調整事件的性質及其財務影響的估計，或無法作出估計的聲明(如適用)。

股息

股息於股東大會上獲股東批准後，即被確認為負債。

附錄一

會計師報告

3. 重大會計判斷及估計

歷史財務資料之編製需要管理層作出判斷、估計及假設，有關判斷、估計及假設會影響所呈報收入、開支、資產及負債之金額及其相關披露以及或然負債之披露。有關該等假設及估計之不確定因素可能導致管理層須就日後受影響之資產或負債之賬面值作出重大調整。

估計不確定因素

以下為於報告期間末有關未來的主要假設及其他估計不確定因素的主要來源，存在導致下一個財政年度內資產及負債賬面值重大調整的重大風險。

貿易應收款項預期信貸虧損撥備

貴集團採用撥備矩陣計算貿易應收款項預期信貸虧損。撥備矩陣初步基於 貴集團過往觀察的違約率。 貴集團會根據前瞻性資料對矩陣進行校準，以調整過往信貸虧損經驗。於各報告日期， 貴集團會更新過往觀察的違約率，並分析前瞻性估計的變化。

對過往觀察的違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損之間的關聯性進行評估是一項重要的估計。預期信貸虧損金額對狀況變化及預測經濟狀況相當敏感。 貴集團過往的信貸虧損經驗及對經濟狀況的預測亦未必能代表客戶未來的實際違約情況。

有關 貴集團貿易應收款項預期信貸虧損的資料，請參閱歷史財務資料附註20。

4. 經營分部資料

貴集團透過主要營運決策者對其整體業務進行管理，以進行資源分配及績效評估。 貴集團有一個經營分部。 貴集團的主要營運決策者是 貴集團的高級行政管理人員，負責審核 貴集團的綜合經營業績，以評估該分部的績效及作出分配決策。因此，概無呈列可呈報分部資料。

地理資料

貴集團使用的主要資產位於中國上海。因此，於有關期間並無呈列基於非流動資產地理位置的分部資料。

貴集團於有關期間的絕大部分來自外部客戶的收入均源於中國內地。因此，並無呈列按地理區域劃分的收入資料。

有關主要客戶的資料

於有關期間所貢獻收入個別佔 貴集團收入10%或以上的主要客戶載列如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
客戶A	200,308	185,474	149,108
客戶B	194,134	不適用*	不適用*
總計	394,442	185,474	149,108

* 少於 貴集團收入的10%

附錄一

會計師報告

5. 收入、其他收入及收益以及其他開支

收入分析如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
客戶合約收入	1,505,939	1,337,158	1,403,039

客戶合約收入

(a) 分拆收入資料

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
服務類型			
全鏈路整合營銷解決方案	505,033	695,406	715,106
內容整合營銷解決方案	937,778	618,200	672,373
其他營銷服務	63,128	23,552	15,560

總計	1,505,939	1,337,158	1,403,039

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元

收入確認時間

於某一時間點轉移服務	1,000,906	641,752	687,933
隨時間轉移服務	505,033	695,406	715,106

總計	1,505,939	1,337,158	1,403,039

下表列示本報告期間確認的收入金額，其於報告期初已計入合約負債：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元

於報告期初已計入合約負債的已確認

收入：

全鏈路整合營銷解決方案	1,992	2,973	12,023

附錄一

會計師報告

(b) 履約責任

除歷史財務資料附註2.3所披露的資料外，有關 貴集團履約責任的資料概述如下：

全鏈路整合營銷解決方案

付款一般於發票日期後10至120天內到期，惟新客戶通常則須預付款項。

內容整合營銷解決方案

付款一般於發票日期後10至120天內到期。

其他營銷服務

付款一般於發票日期後10至120天內到期。

根據國際財務報告準則第15號的實際權宜之計，分配予未履行或部分未履行的履約責任的交易價格金額毋須披露，原因為該等責任為原預定期限為一年或以下的合約的一部分。

其他收入及收益以及其他開支分析如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
其他收入及收益			
利息收入	338	217	432
政府補助*	5,303	5,935	5,769
額外增值稅抵扣**	5,779	—	—
出售物業、廠房及設備項目 收益	—	157	28
終止租賃收益	—	31	—
其他	357	476	916
其他收入及收益總計	<u>11,777</u>	<u>6,816</u>	<u>7,145</u>
其他開支			
出售物業、廠房及設備項目 虧損	78	—	—
其他	197	205	326
其他開支總計	<u>275</u>	<u>205</u>	<u>326</u>

* 與收入有關的政府補助主要指中國地方政府提供的財政獎勵。該等補助不存在任何未滿足的條件或附帶條件。

** 根據財政部(「**財政部**」)及國家稅務總局(「**國家稅務總局**」)的規定， 貴集團內若干實體可享有額外5%的增值稅(「**增值稅**」)抵扣，其按進項增值稅計算，並從應繳納增值稅中扣除。

附錄一

會計師報告

6. 除稅前溢利

貴集團的除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

		截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
	附註			
所提供服務成本*		1,324,780	1,184,626	1,251,138
物業、廠房及設備折舊	13	2,685	1,843	1,450
使用權資產折舊	14(a)	8,304	8,246	7,249
無形資產攤銷	15	126	87	88
分佔聯營公司損益	16	1,444	(750)	(500)
研發開支**		9,962	9,790	11,755
概無計入租賃負債計量的租賃付款	14(c)	90	3	1
核數師薪酬		1,181	625	349
僱員福利開支(包括董事、行政總裁及監事 薪酬(附註8))：		90,131	77,554	72,037
工資、薪金及其他津貼		26,449	21,863	20,418
退休金計劃供款		116,580	99,417	92,455
貿易應收款項減值虧損撥備	20	10,732	6,627	722
其他應收款項減值虧損撥備／(撥回)	18	542	(64)	616
出售廠房及設備虧損／(收益)		78	(157)	(28)
終止租賃收益	14(c)	—	(31)	—

* 所提供服務成本金額包括員工成本及折舊及攤銷開支，其亦已分別計入上文「僱員福利開支」、「物業、廠房及設備折舊」、「使用權資產折舊」及「無形資產攤銷」中個別披露的總額。

** 研發開支金額包括與員工成本有關的開支以及折舊及攤銷開支，其亦已分別計入上文就各類開支個別披露的總額。

7. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
銀行及其他借款利息	7,592	7,356	9,180
租賃負債利息	413	811	894
貼現應收票據利息	84	44	63
貿易應收款項保理利息	438	149	26
總計	8,527	8,360	10,163

附錄一

會計師報告

8. 董事、行政總裁及監事薪酬

董事、行政總裁及監事於有關期間薪酬如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
袍金：	100	100	100
其他酬金：			
薪金、津貼及實物福利	4,456	3,827	3,344
績效花紅	460	382	577
退休金計劃供款	469	472	417
總計	5,485	4,781	4,438

* 貴公司若干執行董事及監事可享有花紅，金額由關鍵績效指標釐定。

(a) 獨立非執行董事

李西沙先生自二零二零年九月起獲委任為獨立非執行董事。

於有關期間，李先生的年薪為人民幣100,000元。

(b) 執行董事、行政總裁及監事

貴公司董事、行政總裁及監事於有關期間的薪酬載列如下：

	薪金、津貼及 實物福利 人民幣千元	績效相關獎金 人民幣千元	退休金 計劃供款 人民幣千元	薪酬總額 人民幣千元
截至二零二三年十二月三十一日止年度				
執行董事：				
林悅先生(a)	680	—	70	750
蔡永輝先生(b)	488	—	70	558
鮑秀雲女士(c)	810	131	70	1,011
Chang Xin女士(d)	942	217	70	1,229
小計	2,920	348	280	3,548
監事：				
祝華爭女士(e)	361	40	50	451
顧敏佳女士(f)	614	—	69	683
王麗女士(g)	561	72	70	703
小計	1,536	112	189	1,837
總計	4,456	460	469	5,385

附錄一

會計師報告

	薪金、津貼及 實物福利	績效相關獎金	退休金 計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至二零二四年十二月三十一日止年度				
執行董事：				
林悅先生(a)	679	40	73	792
蔡永輝先生(b)	485	21	70	576
鮑秀雲女士(c)	748	143	73	964
Chang Xin女士(d)	499	—	54	553
小計	2,411	204	270	2,885
監事：				
祝華爭女士(e)	385	45	56	486
顧敏佳女士(f)	469	53	73	595
王麗女士(g)	562	80	73	715
小計	1,416	178	202	1,796
總計	3,827	382	472	4,681

	薪金、津貼及 實物福利	績效相關獎金	退休金 計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至二零二五年十二月三十一日止年度				
執行董事：				
林悅先生(a)	679	78	73	830
蔡永輝先生(b)	495	48	68	611
鮑秀雲女士(c)	733	144	74	951
小計	1,907	270	215	2,392
監事：				
祝華爭女士(e)	402	66	59	527
顧敏佳女士(f)	465	144	69	678
王麗女士(g)	570	97	74	741
小計	1,437	307	202	1,946
總計	3,344	577	417	4,338

- (a) 林悅先生自二零一四年三月起出任總經理。彼自二零一八年二月起獲委任為本公司董事，自二零一九年八月起出任董事會主席，並自二零二六年六月起調任為執行董事。
- (b) 蔡永輝先生自二零一九年八月起獲委任為董事，並自二零二六年六月起調任為執行董事。
- (c) 鮑秀雲女士自二零一九年八月起獲委任為董事，自二零二二年七月起獲委任為營運總監，並自二零二六年六月起獲調任為執行董事。

附錄一

會計師報告

- (d) Chang Xin女士於二零二三年一月一日獲委任為董事，並於二零二三年一月一日出任首席增
長官。彼已於二零二四年九月三十日辭任。
- (e) 祝華爭女士自二零二三年一月起獲委任為監事。
- (f) 顧敏佳女士自二零二三年一月起獲委任為監事。
- (g) 王麗女士自二零二三年一月起獲委任為監事。

於有關期間，概無任何董事、監事或行政總裁放棄或同意放棄任何薪酬的安排。

9. 五名最高薪酬僱員

於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度五名最高薪酬僱員分別包括2名、2名及4名董事／監事。該等董事的薪酬詳情載於上文附註8。於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，其餘3名、3名及1名最高薪酬僱員(並非 貴公司董事／監事或行政總裁)的薪酬詳情如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
薪金、津貼及實物福利	2,518	2,408	697
績效相關獎金	393	124	—
退休金計劃供款	210	218	55
總計	3,121	2,750	752

薪酬屬於以下範圍的非董事及非行政總裁最高薪酬僱員人數如下：

	僱員人數		
	截至十二月三十一日止年度		
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
零至1,000,000港元	—	1	1
1,000,001港元至1,500,000港元	3	2	—
總計	3	3	1

10. 所得稅

貴集團須就 貴集團成員公司所處及經營所在司法管轄區產生或源自有關司法管轄區的溢利，按實體基準繳納所得稅。

根據中華人民共和國企業所得稅法(「**企業所得稅法**」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司的企業所得稅稅率為25%，惟倘符合下文所述的優惠稅率除外。

Yuepu Network已獲認定為高新技術企業，並自二零二四年一月一日起至二零二六年十二月三十一日止，享有15%的優惠稅率。此資格每三年須經中國相關稅務機關審閱一次。

附錄一

會計師報告

根據企業所得稅法及其相關規定，符合企業所得稅法定義的「小型微利企業」資格的若干附屬公司，可適用20%的優惠企業所得稅率，且其應納稅所得額可按25%計算。

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
即期所得稅			
中國內地	18,568	12,433	17,229
遞延所得稅(附註19)	(4,888)	(2,551)	(2,060)
年內稅項支出總額	<u>13,680</u>	<u>9,882</u>	<u>15,169</u>

按法定稅率計算得出的稅前溢利所適用的所得稅開支與按實際稅率計算得出的所得稅開支的對賬如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
除稅前溢利	<u>63,434</u>	<u>52,037</u>	<u>65,526</u>
按法定稅率25%課稅	15,859	13,009	16,382
針對特定省份或由地方當局制定的較低稅率	(370)	(3,350)	41
稅率下調對遞延稅項的影響	—	1,651	—
不可扣稅開支	544	224	185
符合資格的研發開支的額外扣除額*	(2,366)	(1,653)	(1,980)
未確認的稅務虧損及暫時性差額	<u>13</u>	<u>1</u>	<u>541</u>
所得稅開支	<u>13,680</u>	<u>9,882</u>	<u>15,169</u>

* 二零二三年三月，根據中華人民共和國財政部、國家稅務總局及科學技術部(「科技部」)頒布的相關法律法規，從事研發活動的企業自二零二三年一月一日起，有權將其研發開支按200%的比例作為額外扣除額申報。

11. 股息

	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二五年 人民幣千元
已宣派股息	<u>15,000</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

附錄一

會計師報告

12. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額乃基於母公司擁有人應佔年度溢利及於有關期間發行在外普通股加權平均數計算。

於有關期間，所呈列的每股基本盈利金額並未因攤薄效應作出任何調整，原因為 貴集團並無任何發行在外的可能具攤薄效應普通股。

每股基本及攤薄盈利金額的計算乃基於：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
盈利：			
母公司擁有人應佔年內溢利	46,382	38,892	50,738
	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年
股份數目：			
發行在外普通股加權平均數	120,000	106,167	98,515

13. 物業、廠房及設備

貴集團

	辦公設備 及傢俱 人民幣千元	汽車 人民幣千元	租賃物業裝修 人民幣千元	總計 人民幣千元
二零二三年十二月三十一日				
於二零二三年一月一日：				
成本	4,027	2,839	3,366	10,232
累計折舊	(2,677)	(2,014)	(2,116)	(6,807)
賬面淨值	1,350	825	1,250	3,425
於二零二三年一月一日，扣除累計折舊	1,350	825	1,250	3,425
添置	1,488	7,456	1,571	10,515
出售	(371)	(7,570)	–	(7,941)
年內折舊撥備(附註6)	(1,259)	(304)	(1,122)	(2,685)
於二零二三年十二月三十一日，扣除累計折舊	1,208	407	1,699	3,314
於二零二三年十二月三十一日：				
成本	4,952	442	4,937	10,331
累計折舊	(3,744)	(35)	(3,238)	(7,017)
賬面淨值	1,208	407	1,699	3,314

附錄一

會計師報告

	辦公設備 及傢俱	汽車	租賃物業裝修	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零二四年十二月三十一日				
於二零二四年一月一日：				
成本	4,952	442	4,937	10,331
累計折舊	(3,744)	(35)	(3,238)	(7,017)
賬面淨值	1,208	407	1,699	3,314
於二零二四年一月一日，扣除累計折舊	1,208	407	1,699	3,314
添置	638	701	1,246	2,585
出售	(56)	–	(71)	(127)
年內折舊撥備(附註6)	(821)	(145)	(877)	(1,843)
於二零二四年十二月三十一日，扣除累計折舊	969	963	1,997	3,929
於二零二四年十二月三十一日：				
成本	5,470	1,143	2,746	9,359
累計折舊	(4,501)	(180)	(749)	(5,430)
賬面淨值	969	963	1,997	3,929
	辦公設備 及傢俱	汽車	租賃物業裝修	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零二五年十二月三十一日				
於二零二五年一月一日：				
成本	5,470	1,143	2,746	9,359
累計折舊	(4,501)	(180)	(749)	(5,430)
賬面淨值	969	963	1,997	3,929
於二零二五年一月一日，扣除累計折舊	969	963	1,997	3,929
添置	130	–	69	199
出售	(2)	(520)	–	(522)
年內折舊撥備(附註6)	(457)	(244)	(749)	(1,450)
於二零二五年十二月三十一日，扣除累計折舊	640	199	1,317	2,156
於二零二五年十二月三十一日：				
成本	5,592	444	2,815	8,851
累計折舊	(4,952)	(245)	(1,498)	(6,695)
賬面淨值	640	199	1,317	2,156

附錄一

會計師報告

貴公司

	辦公設備 及傢俱	汽車	租賃物業裝修	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零二三年十二月三十一日				
於二零二三年一月一日：				
成本	919	—	—	919
累計折舊	(654)	—	—	(654)
賬面淨值	265	—	—	265
於二零二三年一月一日，扣除累計折舊	265	—	—	265
添置	9	441	71	521
年內折舊撥備	(115)	(36)	—	(151)
於二零二三年十二月三十一日，扣除累計折舊	159	405	71	635
於二零二三年十二月三十一日：				
成本	907	441	71	1,419
累計折舊	(748)	(36)	—	(784)
賬面淨值	159	405	71	635
	辦公設備 及傢俱	汽車	租賃物業裝修	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零二四年十二月三十一日				
於二零二四年一月一日：				
成本	907	441	71	1,419
累計折舊	(748)	(36)	—	(784)
賬面淨值	159	405	71	635
於二零二四年一月一日，扣除累計折舊	159	405	71	635
添置	412	—	—	412
出售	—	—	(71)	(71)
年內折舊撥備	(187)	(105)	—	(292)
於二零二四年十二月三十一日，扣除累計折舊	384	300	—	684
於二零二四年十二月三十一日：				
成本	1,319	441	—	1,760
累計折舊	(935)	(141)	—	(1,076)
賬面淨值	384	300	—	684

附錄一

會計師報告

	辦公設備及傢俱	汽車	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零二五年十二月三十一日			
於二零二五年一月一日：			
成本	1,319	441	1,760
累計折舊	(935)	(141)	(1,076)
賬面淨值	384	300	684
於二零二五年一月一日，扣除累計折舊	384	300	684
添置	13	–	13
出售	(2)	–	(2)
年內折舊撥備	(116)	(105)	(221)
於二零二五年十二月三十一日，扣除累計折舊	279	195	474
於二零二五年十二月三十一日：			
成本	1,327	441	1,768
累計折舊	(1,048)	(246)	(1,294)
賬面淨值	279	195	474

14. 租賃

貴集團作為承租人

(a) 使用權資產

使用權資產於有關期間的賬面值及變動載列如下：

	樓宇
	人民幣千元
於二零二三年一月一日	9,056
添置	24,750
折舊費用	(8,304)
於二零二三年十二月三十一日	25,502
	樓宇
	人民幣千元
於二零二四年一月一日	25,502
添置	3,063
折舊費用	(8,246)
終止	(166)
於二零二四年十二月三十一日	20,153

附錄一

會計師報告

	樓宇
	人民幣千元
於二零二五年一月一日	20,153
添置	172
折舊費用	(7,249)
於二零二五年十二月三十一日	13,076

(b) 租賃負債

租賃負債於有關期間的賬面值及變動載列如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
於一月一日的賬面值	10,034	25,626	24,710
新增租賃	24,750	3,063	172
年內已確認利息增加	413	811	894
付款	(9,571)	(4,593)	(9,487)
終止	—	(197)	—
於十二月三十一日的賬面值	25,626	24,710	16,289
分析為：			
即期部分	3,659	8,595	9,093
非即期部分	21,967	16,115	7,196
包括：			
— 一年以上但兩年內	7,815	8,995	6,784
— 兩年以上但五年內	14,152	7,120	412

(c) 於損益中就租賃確認的金額如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
租賃負債利息	413	811	894
使用權資產的折舊費用	8,304	8,246	7,249
終止租賃的收益	—	(31)	—
與短期租賃有關的開支	90	3	1
於損益中確認的總金額	8,807	9,029	8,144

租賃的現金流出總額於歷史財務資料附註30(c)中披露。

附錄一

會計師報告

貴公司作為承租人

(a) 使用權資產

使用權資產於有關期間的賬面值及變動載列如下：

	樓宇
	人民幣千元
於二零二五年一月一日	—
添置	172
折舊費用	(22)
	<u>150</u>
於二零二五年十二月三十一日	<u>150</u>

(b) 租賃負債

租賃負債於有關期間的賬面值及變動載列如下：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
於一月一日的賬面值	—
新增租賃	172
年內已確認利息增加	1
	<u>173</u>
於十二月三十一日的賬面值	<u>173</u>
分析為：	
即期部分	98
非即期部分	75

附錄一

會計師報告

15. 無形資產

貴集團

	軟件
	人民幣千元
二零二三年十二月三十一日	
於二零二三年一月一日：	
成本	561
累計攤銷	(276)
賬面淨值	285
於二零二三年一月一日，扣除累計攤銷	285
添置	85
攤銷	(126)
於二零二三年十二月三十一日，扣除累計攤銷	244
於二零二三年十二月三十一日：	
成本	647
累計攤銷	(403)
賬面淨值	244
	軟件
	人民幣千元
二零二四年十二月三十一日	
於二零二四年一月一日：	
成本	647
累計攤銷	(403)
賬面淨值	244
於二零二四年一月一日，扣除累計攤銷	244
出售	(40)
攤銷	(87)
於二零二四年十二月三十一日，扣除累計攤銷	117
於二零二四年十二月三十一日：	
成本	607
累計攤銷	(490)
賬面淨值	117

附錄一

會計師報告

	軟件
	人民幣千元
二零二五年十二月三十一日	
於二零二五年一月一日：	
成本	607
累計攤銷	(490)
賬面淨值	117
於二零二五年一月一日，扣除累計攤銷	117
添置	113
攤銷	(88)
於二零二五年十二月三十一日，扣除累計攤銷	142
於二零二五年十二月三十一日：	
成本	720
累計攤銷	(578)
賬面淨值	142
貴公司	
	軟件
	人民幣千元
二零二三年十二月三十一日	
二零二三年一月一日：	
成本	547
累計攤銷	(262)
賬面淨值	285
於二零二三年一月一日，扣除累計攤銷	285
添置	85
攤銷	(126)
於二零二三年十二月三十一日，扣除累計攤銷	244
於二零二三年十二月三十一日：	
成本	632
累計攤銷	(388)
賬面淨值	244

附錄一

會計師報告

	軟件
	人民幣千元
二零二四年十二月三十一日	
於二零二四年一月一日：	
成本	632
累計攤銷	(388)
賬面淨值	244
於二零二四年一月一日，扣除累計攤銷	244
出售	(40)
攤銷	(87)
於二零二四年十二月三十一日，扣除累計攤銷	117
於二零二四年十二月三十一日：	
成本	592
累計攤銷	(475)
賬面淨值	117
二零二五年十二月三十一日	
於二零二五年一月一日：	
成本	592
累計攤銷	(475)
賬面淨值	117
於二零二五年一月一日，扣除累計攤銷	117
添置	113
攤銷	(88)
於二零二五年十二月三十一日，扣除累計攤銷	142
於二零二五年十二月三十一日：	
成本	706
累計攤銷	(564)
賬面淨值	142

附錄一

會計師報告

16. 於聯營公司的投資

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
分佔淨資產	3,190	4,690	5,190

下表列示 貴集團各聯營公司的綜合財務資料，惟有關聯營公司個別而言並不重大：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
分佔聯營公司年內溢利／(虧損)	(1,444)	750	500
貴集團於聯營公司的投資總賬面值	3,190	4,690	5,190

貴集團應收／應付聯營公司結餘已於歷史財務資料附註31(c)項中披露。

由於有關分佔聯營公司的虧損已超過 貴集團於有關聯營公司的權益，且 貴集團無須承擔進一步虧損，故 貴集團已中止確認其分佔聯營公司的虧損。截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度， 貴集團分佔該聯營公司的未確認虧損的金額分別為零、人民幣17,000元及人民幣52,000元。於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日， 貴集團分佔該聯營公司的未確認虧損的累計金額分別為零、人民幣17,000元及人民幣69,000元。

17. 於附屬公司的投資

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
投資，按成本	71,871	71,871	71,871

於本報告日期，附屬公司的詳情載於歷史財務資料附註1。

附錄一

會計師報告

18. 預付款項、其他應收款項及其他資產

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
即期			
支付予供應商的預付款項	44,304	68,102	65,176
按金	1,464	9,151	6,048
向一間聯營公司提供的貸款	—	500	10,706
可抵扣進項增值稅	6,513	17,265	18,005
其他應收款項	47,480	42,037	40,866
股份回購的預付款項	140,586	16,600	—
小計	240,347	153,655	140,801
非即期			
按金	8,634	7,036	6,274
減值虧損	(7,761)	(7,697)	(8,313)
總計	241,220	152,994	138,762

其他應收款項主要指來自多渠道網絡(「MCN」)代理商或達人的採購返利。貴集團採用一般方法計算其他應收款項、向一間聯營公司提供的貸款及按金的預期信貸虧損。其可收回性乃參照債務人的信貸狀況進行評估。

附錄一

會計師報告

計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產減值撥備變動如下：

貴集團

	12個月 第一階段	全期 第二階段	全期 第三階段	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二三年一月一日	978	–	6,241	7,219
減值虧損，淨額	(458)	–	1,000	542
於二零二三年十二月三十一日及二零二四年一月一日	<u>520</u>	<u>–</u>	<u>7,241</u>	<u>7,761</u>
轉入第三階段	(56)	–	56	–
減值虧損，淨額	(64)	–	–	(64)
於二零二四年十二月三十一日及二零二五年一月一日	<u>400</u>	<u>–</u>	<u>7,297</u>	<u>7,697</u>
轉入第三階段	(525)	–	525	–
減值虧損，淨額	616	–	–	616
於二零二五年十二月三十一日	<u>491</u>	<u>–</u>	<u>7,822</u>	<u>8,313</u>

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
即期			
支付予供應商的預付款項	16,017	41,322	43,320
按金	714	8,549	3,887
可抵扣進項增值稅	5,565	3,630	–
其他應收款項	20,998	26,179	22,755
應收股息	–	–	19,980
股份回購預付款項	<u>140,586</u>	<u>16,600</u>	<u>–</u>
小計	<u>183,880</u>	<u>96,280</u>	<u>89,942</u>
非即期			
按金	<u>866</u>	<u>1,170</u>	<u>1,170</u>
減值虧損	<u>(667)</u>	<u>(1,338)</u>	<u>(1,277)</u>
總計	<u>184,079</u>	<u>96,112</u>	<u>89,835</u>

附錄一

會計師報告

計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產減值撥備變動如下：

	12個月 第一階段	全期 第二階段	全期 第三階段	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二三年一月一日	543	—	—	543
減值虧損，淨額	124	—	—	124
於二零二三年十二月三十一 日及二零二四年一月一日	667	—	—	667
轉入第三階段	(56)	—	56	—
減值虧損，淨額	671	—	—	671
於二零二四年十二月三十一 日及二零二五年一月一日	1,282	—	56	1,338
轉入第三階段	(524)	—	524	—
減值虧損，淨額	(61)	—	—	(61)
於二零二五年 十二月三十一日	697	—	580	1,277

附錄一

會計師報告

19. 遞延稅項

貴集團

遞延稅項資產

	金融資產減值 人民幣千元	租賃負債 人民幣千元	稅項虧損 人民幣千元	總計 人民幣千元
於二零二三年一月一日	2,201	2,068	301	4,570
年內計入綜合損益表的遞延稅項	<u>2,886</u>	<u>4,141</u>	<u>2,189</u>	<u>9,216</u>
於二零二三年十二月三十一日及二零二四年一月一日的遞延稅項資產總額	5,087	6,209	2,490	13,786
年內計入綜合損益表／(自損益扣除)的遞延稅項	<u>806</u>	<u>(2,740)</u>	<u>1,109</u>	<u>(825)</u>
於二零二四年十二月三十一日及二零二五年一月一日的遞延稅項資產總額	5,893	3,469	3,599	12,961
年內計入綜合損益表／(自損益扣除)的遞延稅項	<u>(201)</u>	<u>(1,211)</u>	<u>2,470</u>	<u>1,058</u>
於二零二五年十二月三十一日的遞延稅項資產總額	<u>5,692</u>	<u>2,258</u>	<u>6,069</u>	<u>14,019</u>

遞延稅項負債

	使用權資產 人民幣千元
於二零二三年一月一日	1,833
年內自綜合損益表扣除的遞延稅項	<u>4,328</u>
於二零二三年十二月三十一日及二零二四年一月一日的遞延稅項負債總額	6,161
年內計入綜合損益表的遞延稅項	<u>(3,376)</u>
於二零二四年十二月三十一日及二零二五年一月一日的遞延稅項負債總額	2,785
年內計入綜合損益表的遞延稅項	<u>(1,002)</u>
於二零二五年十二月三十一日的遞延稅項負債總額	<u>1,783</u>

附錄一

會計師報告

為呈報目的，若干遞延稅項資產與負債已於綜合財務狀況表抵消。為財務報告目的，貴集團遞延稅項結餘分析如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
於綜合財務狀況表中確認的遞延稅項 資產淨額	7,625	10,176	12,236

以下項目尚未確認遞延稅項資產：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
稅項虧損	31	58	2,153
可扣稅暫時性差額	142	111	407
	173	169	2,560

貴集團於各有關期間末分別產生自中國內地的稅項虧損人民幣31,000元、人民幣58,000元及人民幣2,153,000元，該等稅項虧損將於一至五年內到期，可用於抵消未來應課稅溢利。

並無就上述項目確認遞延稅項資產，乃因其被視為不大可能會產生足夠的應課稅溢利用以抵消上述項目。

貴公司

遞延稅項資產

	金融資產減值 人民幣千元
於二零二三年一月一日	325
年內計入損益表的遞延稅項	687
於二零二三年十二月三十一日及二零二四年一月一日的遞延稅項資產總額	1,012
年內計入損益表的遞延稅項	772
於二零二四年十二月三十一日及二零二五年一月一日的遞延稅項資產總額	1,784
年內自損益表扣除的遞延稅項	(189)
於二零二五年十二月三十一日的遞延稅項資產總額	1,595

附錄一

會計師報告

20. 貿易應收款項及應收票據

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
貿易應收款項	658,879	534,461	612,556
應收票據	—	399	5,103
減值	(12,568)	(19,195)	(19,917)
總計	<u>646,311</u>	<u>515,665</u>	<u>597,742</u>

貿易應收款項及應收票據主要源自提供服務。貴集團尋求嚴格控制未收回貿易應收款項，並設有信貸控制部門，將信貸風險減至最低。高級管理人員定期審核逾期結餘。鑒於上述情況，加上貴集團的貿易應收款項及應收票據分別涉及眾多且多元化的客戶，因此並無顯著的信貸風險集中情況。貿易應收款項及應收票據為不計息。

應收票據的可收回性乃參照債務人的信貸狀況進行評估，且於各有關期間末的預期信貸虧損被視為微不足道。

於各有關期間末，貴集團基於發票日期及扣除減值的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
1年內	601,729	490,200	568,875
1至2年	43,357	23,679	23,529
2至3年	1,225	1,387	235
總計	<u>646,311</u>	<u>515,266</u>	<u>592,639</u>

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
於年初	1,836	12,568	19,195
年內減值，淨額	10,732	6,627	722
於年末	<u>12,568</u>	<u>19,195</u>	<u>19,917</u>

貴集團於計算貿易應收款項的預期信貸虧損時採用簡化方法。針對已知存在財務困難或收款存在重大疑慮的客戶所產生的貿易應收款項，將個別評估其減值撥備。其餘的貿易應收款項已進行分組，並一併評估減值撥備。根據集體方法，將於各有關期間末使用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃基於虧損模式相近的多個客戶分部組別的賬齡釐定。有關計量反映可能性加權結果、貨幣時間值及於各有關期間末可取得有關過往事件、現時狀況及未來經濟狀況預測的合理及有理據支持的資料。

附錄一

會計師報告

下文載列採用撥備矩陣呈列的 貴集團貿易應收款項的信貸風險承擔資料：

於二零二三年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值	減值
		人民幣千元	人民幣千元
逾期應收款項	100%	1,344	1,344
1年內	0.42%	604,282	2,553
1至2年	12.91%	49,784	6,427
2至3年	47.74%	2,344	1,119
超過3年	100.00%	1,125	1,125
總計	1.91%	658,879	12,568

於二零二四年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值	減值
		人民幣千元	人民幣千元
逾期應收款項	100%	2,003	2,003
1年內	0.83%	494,304	4,104
1至2年	17.47%	28,691	5,012
2至3年	79.31%	6,703	5,316
超過3年	100.00%	2,760	2,760
總計	3.59%	534,461	19,195

於二零二五年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值	減值
		人民幣千元	人民幣千元
逾期應收款項	100%	1,407	1,407
1年內	0.76%	573,254	4,379
1至2年	14.10%	27,391	3,862
2至3年	90.73%	2,535	2,300
超過3年	100.00%	7,969	7,969
總計	3.25%	612,556	19,917

已轉讓但未全數終止確認的金融資產

貴集團已於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日將若干由中國內地銀行承兌的應收票據(「已貼現票據」)貼現予若干銀行，其賬面值分別為零、零及人民幣4,810,000元。董事認為， 貴集團仍保留了相關的重大風險及回報，其中包括與有關已貼現票據有關的違約風險；因此， 貴集團繼續就已貼現票據確認其全部賬面值。在貼現事項後， 貴集團不再對已貼現票據的用途保有任何權利，包括向任何其他第三方出售、轉讓或質押已貼現票據。

附錄一

會計師報告

已轉讓並全數終止確認的金融資產

貴集團已貼現由中國內地銀行承兌的若干應收票據(「已終止確認票據」)，其賬面值於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日合共分別為人民幣2,710,000元、零及人民幣3,220,000元。於各有關期間末，已終止確認票據的到期日為一至五個月。根據中國票據法，已終止確認票據持有人可對任何、部分或全部就該等已終止確認票據承擔責任的人士(包括 貴集團)行使追索權，且無須受優先順序的限制(「持續參與」)。董事認為，在承兌銀行未發生違約的情況下， 貴集團面臨被已終止確認票據持有人提出索償的風險極低。 貴集團已將與已終止確認票據相關的絕大部分風險及回報轉移。因此， 貴集團已將已終止確認票據的全部賬面值予以終止確認。 貴集團因持續參與已終止確認票據所面臨的最大虧損風險，以及用於回購該等已終止確認票據的未貼現現金流量，均等於其賬面值。董事認為， 貴集團於已終止確認票據的持續參與的公平值並不重大。

在有關期間， 貴集團未在已終止確認票據轉讓日期確認任何收益或虧損。持續參與在有關期間及累計均未確認任何收益或虧損。貼現已在有關期間內持續進行。

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
貿易應收款項	873,866	543,969	399,428
應收票據	—	399	5,103
減值	(3,380)	(5,796)	(5,104)
總計	870,486	538,572	399,427

於各有關期間末， 貴公司基於發票日期及扣除減值的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
1年內	856,693	532,337	387,731
1至2年	13,772	5,548	6,525
2至3年	21	288	68
總計	870,486	538,173	394,324

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
於年初	345	3,380	5,796
年內減值，淨額	3,035	2,416	(692)
於年末	3,380	5,796	5,104

附錄一

會計師報告

下文載列採用撥備矩陣呈列的 貴公司貿易應收款項的信貸風險承擔資料：

於二零二三年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值 人民幣千元	減值 人民幣千元
應收附屬公司	—	589,766	—
1年內	0.42%	268,052	1,125
1至2年	12.91%	15,814	2,042
2至3年	48.78%	41	20
超過3年	100.00%	193	193
總計	0.39%	873,866	3,380
於二零二四年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值 人民幣千元	減值 人民幣千元
應收附屬公司	—	225,955	—
1年內	0.93%	309,270	2,888
1至2年	22.06%	7,118	1,570
2至3年	79.31%	1,392	1,104
超過3年	100.00%	234	234
總計	1.07%	543,969	5,796
於二零二五年十二月三十一日	預期信貸虧損率	總賬面值 人民幣千元	減值 人民幣千元
應收附屬公司	—	40,017	—
1年內	0.83%	350,641	2,927
1至2年	16.41%	7,806	1,281
2至3年	90.71%	732	664
超過3年	100.00%	232	232
總計	1.28%	399,428	5,104

21. 按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的應收票據	—	—	968
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的貿易應收款項	3,852	6,182	25,650
總計	3,852	6,182	26,618

附錄一

會計師報告

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的貿易應收款項**	-	-	25,172

貴集團認為，由於交易對手為信用評級良好的高質素企業客戶，故信貸風險有限。因此，相應的預期信貸虧損被視為微不足道。

* 有關已轉讓應收票據的資料於歷史財務資料附註20披露。

** 於有關期間內，貴集團分別有人民幣45,540,000元、人民幣22,542,000元及人民幣16,888,000元的貿易應收款項，有關款項乃按公平值計量且其變動計入其他全面收益，並已轉讓予銀行，且銀行無追索權。由於貴集團已將相關已轉讓應收款項的所有權所涉及之絕大部分風險及回報轉移予銀行，故該等已轉讓貿易應收款項已予以終止確認。

22. 現金及現金等價物以及受限制現金

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
現金及銀行結餘	59,221	28,594	20,293
減：受限制現金	(400)	(542)	-
現金及現金等價物	58,821	28,052	20,293

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
現金及銀行結餘	21,355	12,069	11,752
現金及現金等價物	21,355	12,069	11,752

於各有關期間末，貴集團的所有現金及銀行結餘均以人民幣計值。人民幣雖不可自由兌換為其他貨幣，但根據中國內地的外匯管理條例及結匯、售匯及付匯管理規定，貴集團獲准透過獲授權經營外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

存於銀行的現金將根據每日銀行存款利率按浮動利率計息。銀行結餘及受限制現金均存放於信用良好且近期無違約紀錄的銀行。現金及現金等價物的賬面值與其公平值相若。

附錄一

會計師報告

23. 貿易應付款項

貴集團

以下為根據發票日期，對各有關期間末的貿易應付款項進行的賬齡分析：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
1年內	94,309	75,017	77,919
超過1年	10,316	12,345	16,010
總計	104,625	87,362	93,929

貿易應付款項為不計息，且通常於90天內結清。

貴公司

以下為根據發票日期，對各有關期間末的貿易應付款項進行的賬齡分析：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
1年內	177,736	79,244	159,402
超過1年	2,078	4,992	7,019
總計	179,814	84,236	166,421

24. 合約負債

貴集團

	於 一月一日 二零二三年 人民幣千元	於 十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於 十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於 十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
全鏈路整合營銷解決方案	1,992	2,973	12,023	23,718

於各有關期間末，合約負債的增加與全鏈路整合營銷解決方案預收款項的增加相符。

附錄一

會計師報告

貴公司

	於 一月一日	於 十二月三十一日	於 十二月三十一日	於 十二月三十一日
	二零二三年	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
全鏈路整合營銷解決方案	487	2,127	3,398	73,096

25. 其他應付款項及應計費用

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
薪資及福利應付款項	12,162	10,176	11,200
應付股息	8,459	1,200	4,820
應計開支	5,531	3,749	3,166
其他應付稅項	4,426	2,426	1,774
存款	3,045	3,255	3,822
其他應付款項*	664	477	1,190
總計	34,287	21,283	25,972

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
薪資及福利應付款項	2,992	4,076	6,811
應付股息	5,259	—	—
應計開支	199	486	30
其他應付稅項	2,485	1,347	2,313
存款	3,045	3,255	3,822
其他應付款項*	350	403	249
總計	14,330	9,567	13,225

*其他應付款項為無擔保及須按要求償還。

附錄一

會計師報告

26. 計息銀行及其他借款

貴集團

	於二零二三年十二月三十一日			於二零二四年十二月三十一日			於二零二五年十二月三十一日		
	實際利率(%)	期限	人民幣千元	實際利率(%)	期限	人民幣千元	實際利率(%)	期限	人民幣千元
即期									
銀行貸款－有擔保	3.00%-3.90%	2024	230,037	2.75%-6.80%	2025	237,748	2.07%-6.80%	2026	300,246
銀行貸款－有抵押**	-	-	-	-	-	-	0.86%-1.41%	2026	4,810
關聯方貸款	-	-	-	-	-	-	3.00%-6.00%	2026	60,480
第三方貸款	-	-	-	-	-	-	4.00%	2026	12,500
總計			<u>230,037</u>			<u>237,748</u>			<u>378,036</u>

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
分析為：			
應償還銀行貸款：			
一年內	230,037	237,748	305,056
應償還其他借款：			
一年內	-	-	72,980
總計	<u>230,037</u>	<u>237,748</u>	<u>378,036</u>

於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，所有借款均以人民幣計值。

* 於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，銀行借款均由林悅先生及其配偶提供擔保。

** 於二零二五年十二月三十一日，銀行借款由相應已貼現票據及應收款項提供抵押。

貴公司

	於二零二三年十二月三十一日			於二零二四年十二月三十一日			於二零二五年十二月三十一日		
	實際利率(%)	期限	人民幣千元	實際利率(%)	期限	人民幣千元	實際利率(%)	期限	人民幣千元
即期									
銀行貸款－有擔保	3.30%-3.90%	2024	110,042	2.75%-6.80%	2025	144,219	2.07%-6.80%	2026	174,945
銀行貸款－有抵押							0.86%-1.41%	2026	4,810
關聯方貸款	-	-	-	-	-	-	3.00%	2026	5,000
總計			<u>110,042</u>			<u>144,219</u>			<u>184,755</u>

附錄一

會計師報告

27. 股本

貴集團及 貴公司

	附註	股本 人民幣千元
於二零二三年一月一日		120,000
權益持有人的資本扣除		—
於二零二三年十二月三十一日		120,000
權益持有人的資本扣除	a)	(15,743)
於二零二四年十二月三十一日		104,257
權益持有人的資本扣除	b)	(10,389)
於二零二五年十二月三十一日		93,868
a) 貴公司股東已批准資本削減人民幣271,964,000元，導致股本減少人民幣15,743,000元，資本儲備減少人民幣187,025,000元，保留溢利減少人民幣69,196,000元。		
b) 貴公司股東已批准資本削減人民幣132,505,000元，導致股本減少人民幣10,389,000元，保留溢利減少人民幣122,116,000元。		

28. 儲備

貴集團

貴集團於有關期間儲備金額及其變動載列於 貴集團綜合權益變動表。

(i) 資本儲備

資本儲備指 貴公司權益持有人的出資額超出股本及向 貴公司股東償還資本的部分。資本儲備變動的詳情載於歷史財務資料中的綜合權益變動表內。

(ii) 法定盈餘儲備

根據中華人民共和國公司法，在中國內地註冊的公司須將除稅後溢利的10%轉撥至法定儲備金，直至有關儲備金的累計總額達到其註冊資本的50%。在中國公司法所載若干限制的規限下，部分儲備金可為註冊資本，惟轉換後的結餘不得低於註冊資本的25%。

附錄一

會計師報告

貴公司

截至二零二三年十二月三十一日止年度

	股本	資本儲備	法定 盈餘儲備	保留溢利	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二三年一月一日	120,000	198,655	9,629	35,990	364,274
年內溢利	—	—	—	34,468	34,468
年內全面收益總額	—	—	—	34,468	34,468
轉撥至法定盈餘儲備	—	—	3,447	(3,447)	—
已宣派股息	—	—	—	(15,000)	(15,000)
於二零二三年 十二月三十一日	<u>120,000</u>	<u>198,655</u>	<u>13,076</u>	<u>52,011</u>	<u>383,742</u>

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	股本	資本儲備	法定 盈餘儲備	保留溢利	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二四年一月一日	120,000	198,655	13,076	52,011	383,742
年內溢利	—	—	—	15,905	15,905
年內全面收益總額	—	—	—	15,905	15,905
向權益持有人償還資本	(15,743)	(198,655)	—	(57,566)	(271,964)
轉撥至法定盈餘儲備	—	—	1,591	(1,591)	—
於二零二四年 十二月三十一日	<u>104,257</u>	<u>—</u>	<u>14,667</u>	<u>8,759</u>	<u>127,683</u>

附錄一

會計師報告

截至二零二五年十二月三十一日止年度

	股本	資本儲備	法定盈餘儲備	保留溢利	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二五年一月一日	104,257	—	14,667	8,759	127,683
年內溢利	—	—	—	62,135	62,135
年內全面收益總額	—	—	—	62,135	62,135
向權益持有人償還資本	(10,389)	—	—	(122,116)	(132,505)
轉撥至法定盈餘儲備	—	—	6,214	(6,214)	—
於二零二五年 十二月三十一日	93,868	—	20,881	(57,436)	57,313

29. 擁有重大非控股權益的合資附屬公司

貴集團旗下擁有重大非控股權益的附屬公司詳情載列如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
非控股權益持有的股權百分比：			
上海令行	40%	40%	40%
分配予非控股權益的年內溢利：			
上海令行	3,676	1,173	1,463
上海令行向非控股權益的 已宣派股息	(4,000)	—	(13,320)
於報告日期非控股權益的累計結餘：			
上海令行	25,642	26,813	14,957

下表列示上述附屬公司的財務資料摘要。所披露的金額均未扣除任何集團內公司間的抵銷項目

附錄一

會計師報告

	上海令行 人民幣千元
二零二三年	
收入	235,686
開支總額	(226,493)
年內溢利	9,193
年內全面收益總額	9,193
流動資產	220,167
非流動資產	2,687
流動負債	(158,749)
非流動負債	—
經營活動所得現金流量淨額	11,921
投資活動所用現金流量淨額	(88)
融資活動所得現金流量淨額	100
現金及現金等價物增加淨額	11,933
二零二四年	上海令行 人民幣千元
收入	115,598
開支總額	(112,672)
年內溢利	2,926
年內全面收益總額	2,926
流動資產	172,168
非流動資產	2,648
流動負債	(107,785)
非流動負債	—
經營活動所用現金流量淨額	(11,255)
投資活動所用現金流量淨額	(783)
融資活動所用現金流量淨額	(3,037)
現金及現金等價物減少淨額	(15,075)

附錄一

會計師報告

	上海令行 人民幣千元
二零二五年	
收入	113,684
開支總額	(110,027)
年內溢利	3,657
年內全面收益總額	3,657
流動資產	217,272
非流動資產	1,671
流動負債	(181,555)
非流動負債	—
經營活動所用現金流量淨額	(6,753)
投資活動所得現金流量淨額	602
融資活動所得現金流量淨額	5,816
現金及現金等價物減少淨額	(335)

30. 綜合現金流量表附註

(a) 重大非現金交易

於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，貴集團就樓宇租賃安排分別錄得使用權資產及租賃負債的非現金增加人民幣24,750,000元、人民幣3,063,000元及人民幣172,000元。

於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，貴集團分別就已貼現但未全部終止確認的應收票據擁有應收票據非現金交易人民幣6,800,000元、人民幣500,000元及人民幣9,984,000元及計息銀行借款非現金交易人民幣6,800,000元、人民幣500,000元及人民幣9,984,000元，且於該等票據到期時，相關客戶直接與貼現銀行結算全部票據金額，並無透過貴集團作出任何現金流入或流出。

(b) 融資活動產生的負債變動

	銀行及 其他借款 人民幣千元	租賃負債 人民幣千元	應付股息已計入 其他應付款項及 應計費用 人民幣千元	總計 人民幣千元
於二零二三年一月一日	151,372	10,034	1,470	162,876
融資現金流量變動	77,873	(9,571)	(13,013)	55,289
已宣派股息	—	—	20,002	20,002
新增租賃	—	24,750	—	24,750
非現金交易變動	(6,800)	—	—	(6,800)
年內已確認利息增加	7,592	413	—	8,005
於二零二三年 十二月三十一日	230,037	25,626	8,459	264,122

附錄一

會計師報告

	銀行及 其他借款	租賃負債	應付股息已計入 其他應付款項及 應計費用	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二四年一月一日	230,037	25,626	8,459	264,122
融資現金流量變動	855	(4,593)	(7,259)	(10,997)
新增租賃	–	3,063	–	3,063
租賃終止	–	(197)	–	(197)
非現金交易變動	(500)	–	–	(500)
年內已確認利息增加	7,356	811	–	8,167
於二零二四年 十二月三十一日	<u>237,748</u>	<u>24,710</u>	<u>1,200</u>	<u>263,658</u>
	銀行及 其他借款	租賃負債	應付股息已計入 其他應付款項及 應計費用	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二五年一月一日	237,748	24,710	1,200	263,658
融資現金流量變動	141,092	(9,487)	(9,700)	121,905
已宣派股息	–	–	13,320	13,320
新增租賃	–	172	–	172
非現金交易變動	(9,984)	–	–	(9,984)
年內已確認利息增加	9,180	894	–	10,074
於二零二五年 十二月三十一日	<u>378,036</u>	<u>16,289</u>	<u>4,820</u>	<u>399,145</u>

(c) 租賃的現金流出總額

	截至 十二月三十一日 止年度	截至 十二月三十一日 止年度	截至 十二月三十一日 止年度
	二零二三年	二零二四年	二零二五年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動範圍	90	3	1
融資活動範圍	<u>9,571</u>	<u>4,593</u>	<u>9,487</u>
總計	<u>9,661</u>	<u>4,596</u>	<u>9,488</u>

31. 關聯方交易

(a) 關聯方名稱及其與 貴集團的關係

名稱／姓名	關係
上海我可了文化創意發展有限公司	聯營公司
上海黑芒營銷策劃有限公司	聯營公司
上海東來廣告文化傳播有限公司	聯營公司
林悅先生	控股股東
鮑秀雲女士	執行董事
顧敏佳女士	監事

附錄一

會計師報告

(b) 與關聯方的交易

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
向以下對象提供服務：(i)			
聯營公司	5,425	7,275	16,795
總計	<u>5,425</u>	<u>7,275</u>	<u>16,795</u>
向以下對象採購服務：(ii)			
聯營公司	22,426	13,825	25,775
總計	<u>22,426</u>	<u>13,825</u>	<u>25,775</u>
利息收入來自：			
聯營公司	—	—	356
總計	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>356</u>
財務成本：			
控股股東	—	22	146
執行董事	—	—	19
聯營公司	—	—	38
監事	—	—	4
總計	<u>—</u>	<u>22</u>	<u>207</u>
向關聯方提供的借款：			
聯營公司	<u>—</u>	<u>500</u>	<u>9,850</u>
自關聯方取得的借款：			
聯營公司	—	—	28,000
執行董事	—	—	2,000
控股股東	—	20,000	75,180
監事	—	—	500
總計	<u>—</u>	<u>20,000</u>	<u>105,680</u>
向關聯方償還借款：			
聯營公司	—	—	23,000
控股股東	—	20,022	22,207
總計	<u>—</u>	<u>20,022</u>	<u>45,207</u>

(i) 向聯營公司提供服務乃根據 貴集團與聯營公司之間共同協議而進行。

(ii) 向聯營公司採購乃根據 貴集團與聯營公司之間共同協議而進行。

附錄一

會計師報告

(c) 與關聯方的結餘

貴集團

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
應收關聯方：			
貿易相關 聯營公司	8,500	3	—
總計	8,500	3	—
非貿易相關 聯營公司	—	500	10,706
總計	—	500	10,706
應付關聯方：			
貿易相關 聯營公司	15,141	17,219	21,818
總計	15,141	17,219	21,818
非貿易相關			
聯營公司	—	—	5,000
控股股東	—	—	52,980
執行董事	—	—	2,000
監事	—	—	500
總計	—	—	60,480

(i) 應收關聯方非貿易相關款項按年利率6%計息，應付關聯方非貿易相關款項則按年利率3%至6%計息，且無固定付款期限。

(ii) 除上述情況外，所有其他結餘均屬無抵押、不計息，並須按要求償還。

附錄一

會計師報告

貴公司

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
應收關聯方：			
貿易相關			
聯營公司	8,456	3	—
附屬公司	589,766	225,955	40,017
總計	598,222	225,958	40,017
非貿易相關			
附屬公司	25,426	4,867	147,561
總計	25,426	4,867	147,561
應收附屬公司股息			
附屬公司	—	—	19,980
總計	—	—	19,980
應付關聯方：			
貿易相關			
聯營公司	14,763	16,841	21,177
附屬公司	144,137	39,053	120,550
總計	158,900	55,894	141,727
非貿易相關			
聯營公司	—	—	5,000
附屬公司	474,616	352,671	236,024
總計	474,616	352,671	241,024

應付聯營公司非貿易相關款項按年利率3%計息，且無固定還款期。除上述款項外，所有其他結餘均為無抵押、免息，且可按要求償還。

(d) 貴集團主要管理人員薪酬：

	截至 十二月三十一日 止年度 二零二三年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二四年 人民幣千元	截至 十二月三十一日 止年度 二零二五年 人民幣千元
短期僱員福利	6,822	5,930	5,133
離職後福利	660	616	497
支付予主要管理層成員的總薪酬	7,482	6,546	5,630

董事及行政總裁的薪酬詳情載於歷史財務資料附註8。

附錄一

會計師報告

32. 按類別劃分的金融工具

於各有關期間末，各類金融工具的賬面值如下：

於二零二三年十二月三十一日

金融資產

	按公平值計量且 其變動計入 其他全面收益 的金融資產	按攤銷成本計量 的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	—	646,311	646,311
計入預付款項、其他應收款項及其他 資產的金融資產	—	49,817	49,817
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的債務工具	3,852	—	3,852
受限制現金	—	400	400
現金及現金等價物	—	58,821	58,821
總計	3,852	755,349	759,201

金融負債

	按攤銷成本計量的 金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項	104,625
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	17,699
計息銀行及其他借款	230,037
總計	352,361

於二零二四年十二月三十一日

金融資產

	按公平值計量且 其變動計入 其他全面收益 的金融資產	按攤銷成本計量 的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	—	515,665	515,665
計入預付款項、其他應收款項及其他 資產的金融資產	—	51,027	51,027
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的債務工具	6,182	—	6,182
受限制現金	—	542	542
現金及現金等價物	—	28,052	28,052
總計	6,182	595,286	601,468

附錄一

會計師報告

金融負債

	按攤銷成本計量的 金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項	87,362
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	8,681
計息銀行及其他借款	237,748
長期應付款項	750
總計	334,541

於二零二五年十二月三十一日

金融資產

	按公平值計量且 其變動計入其他 全面收益的 金融資產	按攤銷成本計量 的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	—	597,742	597,742
計入預付款項、其他應收款項及其他 資產的金融資產	—	55,581	55,581
按公平值計量且其變動計入其他全面 收益的債務工具	26,618	—	26,618
現金及現金等價物	—	20,293	20,293
總計	26,618	673,616	700,234

金融負債

	按攤銷成本計量的 金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項	93,929
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	12,998
計息銀行及其他借款	378,036
長期應付款項	750
總計	485,713

附錄一

會計師報告

33. 金融工具的公平值及公平值層級

貴集團金融工具(其賬面值與公平值相若者除外)的賬面值及公平值如下：

於二零二三年十二月三十一日

	賬面值 人民幣千元	公平值 人民幣千元
金融資產		
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具	3,852	3,852

於二零二四年十二月三十一日

	賬面值 人民幣千元	公平值 人民幣千元
金融資產		
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具	6,182	6,182

於二零二五年十二月三十一日

	賬面值 人民幣千元	公平值 人民幣千元
金融資產		
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具	26,618	26,618

管理層已對現金及現金等價物、貿易應收款項及應收票據、按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產、受限制現金、計息銀行及其他借款、貿易應付款項以及計入其他應付款項及應計費用的金融負債的公平值進行評估，認為由於該等工具的到期日較短，故其公平值與賬面值相若。

貴集團財務部由財務經理領導，負責釐定金融工具公平值計量的政策及程序。貴集團財務經理直接向財務負責人匯報。於各有關期間末，財務部分析金融工具的價值變動及釐定估值應用的主要輸入數據。估值由財務負責人審閱及批准。財務負責人每年討論估值過程及結果作年度財務申報用途。

金融資產及負債的公平值按自願雙方在當前交易(而非強制或清盤出售)中就有關工具進行交易的金額入賬。

貴集團採用基於類似條款及風險的金融工具市場利率所建立的現金流量貼現估值模型，估算按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具的公平值。

管理層認為，採用估值方法得出的估計公平值(已計入綜合財務狀況表)及相關公平值變動均屬合理，且為各有關期間末最恰當的價值。

附錄一

會計師報告

公平值層級

下表闡明 貴集團金融工具的公平值計量架構：

按公平值計量的資產：

於二零二三年十二月三十一日

	採用以下基準進行公平值計量			
	於十二月三十一日	活躍市場報價	重大可觀察輸入數據	重大不可觀察輸入數據
	二零二三年	第一級	第二級	第三級
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按公平值計入其他全面收益計量的債務工具	3,852	—	3,852	—

於二零二四年十二月三十一日

	採用以下基準進行公平值計量			
	於十二月三十一日	活躍市場報價	重大可觀察輸入數據	重大不可觀察輸入數據
	二零二四年	第一級	第二級	第三級
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按公平值計入其他全面收益計量的債務工具	6,182	—	6,182	—

於二零二五年十二月三十一日

	採用以下基準進行公平值計量			
	於十二月三十一日	活躍市場報價	重大可觀察輸入數據	重大不可觀察輸入數據
	二零二五年	第一級	第二級	第三級
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按公平值計入其他全面收益計量的債務工具	26,618	—	26,618	—

於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，金融資產均無第一級與第二級之間的公平值計量轉移，第三級公平值計量亦無轉入或轉出。

附錄一

會計師報告

34. 金融風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括銀行貸款、現金及現金等價物。此等金融工具主要用於為貴集團籌集業務所需的資金。貴集團的各種其他金融資產及負債(如貿易應收款項及應收票據及貿易應付款項)均直接由其業務產生。

貴集團金融工具所產生的主要風險為信貸風險及流動資金風險。董事會審閱並同意各項風險管理政策，其概述如下。

信貸風險

貴集團僅與獲認可及信譽良好的第三方進行交易。貴集團的政策規定，所有欲以信貸條款進行交易的客戶均須經過信貸核實程序。此外，應收款項結餘受到持續監控，且貴集團面臨的壞帳風險並不重大。

最大風險敞口及年末階段

下表顯示根據貴集團的信貸政策得出的信貸質素及最大信貸風險敞口(除非在毋須付出不必要的成本或努力下取得其他資料，主要以逾期資料為根據)，以及按於十二月三十一日年結階段的分級。

所呈列的金額為金融資產的總賬面值。

於二零二三年十二月三十一日

	12個月預期	全期預期信貸虧損			
	信貸虧損				
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化法	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據*	—	—	—	658,879	658,879
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產					
– 正常**	50,337	—	—	—	50,337
– 可疑**	—	—	7,241	—	7,241
按公平值計入其他全面收益計量的債務工具					
– 尚未逾期	—	—	—	3,852	3,852
受限制現金					
– 尚未逾期	400	—	—	—	400
現金及現金等價物					
– 尚未逾期	58,821	—	—	—	58,821
總計	109,558	—	7,241	662,731	779,530

附錄一

會計師報告

於二零二四年十二月三十一日

	12個月預期 信貸虧損	全期預期信貸虧損			總計
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化法	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據*	399	—	—	534,461	534,860
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產					
– 正常**	51,427	—	—	—	51,247
– 可疑**	—	—	7,297	—	7,297
按公平值計入其他全面收益計量的債務工具					
– 尚未逾期	—	—	—	6,182	6,182
受限制現金					
– 尚未逾期	542	—	—	—	542
現金及現金等價物					
– 尚未逾期	28,052	—	—	—	28,052
總計	80,420	—	7,297	540,643	628,360

於二零二五年十二月三十一日

	12個月預期 信貸虧損	全期預期信貸虧損			總計
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化法	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據*	5,103	—	—	612,556	617,659
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產					
– 正常**	56,072	—	—	—	56,072
– 可疑**	—	—	7,822	—	7,822
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的債務工具					
– 尚未逾期	968	—	—	25,650	26,618
現金及現金等價物					
– 尚未逾期	20,293	—	—	—	20,293
總計	82,436	—	7,822	638,206	728,464

* 就 貴集團採用簡化減值法的貿易應收款項及應收票據而言，根據撥備矩陣而估計的資料於歷史財務資料附註20披露。

** 計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產的信貸質素在未逾期，且並無資料顯示金融資產的信貸風險自首次確認以來大幅上升的情況下被視為「正常」。否則，金融資產的信貸質素將被視為「可疑」。

於二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日，本集團存在若干信貸風險集中情況，由於應收本集團最大債務人及五大債務人的款項分別佔13%、17%及14%及40%、40%及51%。除上述信貸風險集中情況外，本集團的貿易應收款項來自大量不同客戶。

附錄一

會計師報告

流動資金風險

貴集團透過監控流動比率來監控其流動資金風險，該比率是透過比較流動資產與流動負債來計算得出。

貴集團的目標是透過運用計息貸款，在資金的持續性與靈活性之間取得平衡。貴集團的政策規定，所有借款均須經財務負責人批准。

下表根據合約未貼現付款，概述貴集團於各有關期間期末的金融負債到期情況：

於二零二三年十二月三十一日

	少於1年	1至5年	超過5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款	232,397	—	—	232,397
貿易應付款項	104,625	—	—	104,625
其他應付款項及應計費用	17,699	—	—	17,699
租賃負債	4,441	22,938	—	27,379
總計	359,162	22,938	—	382,100

於二零二四年十二月三十一日

	少於1年	1至5年	超過5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款	241,772	—	—	241,772
貿易應付款項	87,362	—	—	87,362
其他應付款項及應計費用	8,681	—	—	8,681
租賃負債	9,240	16,542	—	25,782
長期應付款項	—	750	~	750
總計	347,055	17,292	—	364,347

於二零二五年十二月三十一日

	少於1年	1至5年	超過5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款	381,887	—	—	381,887
貿易應付款項	93,929	—	—	93,929
其他應付款項及應計費用	12,998	—	—	12,998
租賃負債	9,452	7,267	—	16,719
長期應付款項	—	750	—	750
總計	498,266	8,017	—	506,283

附錄一

會計師報告

資本管理

貴集團資本管理的主要目標是確保維持強健的信貸狀況及良好資本比率以支持其業務及為股東創造最大價值。

貴集團將總權益視為資本並根據經濟狀況的變化管理其資本結構並進行調整。為維持或調整資本結構，貴集團可調整支付予股東的股息款項、向股東發還資本或發行新股。於有關期間內，資本管理的目標、政策或流程並無任何變動。

貴集團採用負債權益比率監控資本，該比率為計息負債總額除以權益總額。於各有關期間末的負債權益比率如下：

	於十二月三十一日 二零二三年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二四年 人民幣千元	於十二月三十一日 二零二五年 人民幣千元
計息銀行及其他借款	230,037	237,748	378,036
租賃負債	25,626	24,710	16,289
債務總額	255,663	262,458	394,325
權益總額	574,808	344,999	249,531
負債權益比率	44%	76%	158%

35. 有關期間後事項

於二零二六年三月二十五日，貴公司與韓雨川、深圳市柏榮信息科技合夥企業(有限合夥)、Modern Leaves Limited、丁思榕、王松泉、余振威、吳結偉及WANG Chen簽訂增資協議，據此，彼等同意合共認購5,944,988股股份。上述事項完成後，貴公司股本由93,868,225股增加至99,813,213股。

36. 後續財務報表

貴公司、貴集團或目前構成貴集團的任何公司均未就二零二五年十二月三十一日之後的任何期間編製經審核財務報表。

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

[編纂]

附錄三

公司章程概要

本附錄載有本公司公司章程(「**公司章程**」)的主要條款，並將自H股在香港聯合交易所有限公司(「**香港聯交所**」)[**編纂**]之日起生效並實施。本附錄的主要目的在於為潛在投資者提供本公司公司章程的概覽，未包含對潛在投資者而言屬重要的所有資料。

股份發行

公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同類別的每一股份具有同等權利。同次發行的同類別股份，每股的發行條件和價格相同；認購人所認購的股份，每股支付相同價額。公司發行的所有股份均為普通股股份。

股份增減和回購

公司根據經營和發展的需要，依照法律、法規、公司股票上市地證券監管機構規則的規定，經股東會分別作出決議，可以採用下列方式增加資本：

- (一) 向不特定對象發行股份；
- (二) 向特定對象發行股份；
- (三) 向現有股東派送紅股；
- (四) 以公積金轉增股本；
- (五) 法律、行政法規規定等公司股票上市地監管規則以及中國證監會等證券監管機構批准的其他方式。

公司增加註冊資本，按照公司章程的規定批准後，根據有關法律法規及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(以下簡稱「**《香港上市規則》**」)等規定的程序辦理。

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照《公司法》《香港上市規則》以及其他有關規定和公司章程規定的程序辦理。

公司不得收購本公司股份。但是，有下列情形之一的除外：

- (一) 減少公司註冊資本；
- (二) 與持有本公司股份的其他公司合併；

附錄三

公司章程概要

- (三) 將股份用於員工持股計劃或者股權激勵；
- (四) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求公司收購其股份；
- (五) 將股份用於轉換公司發行的可轉換為股票的公司債券；
- (六) 公司為維護公司價值及股東權益所必需；
- (七) 法律、行政法規、部門規章、規範性文件以及公司股票上市地監管規則規定的其他情況。

公司收購本公司股份，可以以法律、行政法規和中國證監會(如需)、公司股票上市地監管規則或證券監管機構即證券交易所認可的方式進行。

公司因上述第(一)項、第(二)項規定的情形收購本公司股份的，應當經股東會決議；公司因上述第(三)項、第(五)項、第(六)項規定的情形收購本公司股份的，在符合公司股票上市地監管規則的前提下，可以經三分之二以上董事出席的董事會會議決議。

在符合公司股票上市地監管規則的前提下，公司依照上述規定收購本公司股份後，屬於上述第(一)項情形的，應當自收購之日起十日內註銷；屬於上述第(二)項、第(四)項情形的，應當在六個月內轉讓或者註銷；屬於上述第(三)項、第(五)項、第(六)項情形的，公司合計持有的本公司股份數不得超過本公司已發行股份總額的百分之十，並應當在三年內轉讓或者註銷。

相關適用法律、行政法規、部門規章、其他規範性文件和公司股票上市地監管規則對公司收購本公司股份的相關事項另有規定的，從其規定。

股份轉讓

公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在香港聯交所上市交易之日起一年內不得轉讓。

附錄三

公司章程概要

公司董事、高級管理人員應當向公司申報其所持有的本公司股份及其變動情況，在就任時確定的任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司同一類別股份總數的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的本公司的股份。法律、行政法規或者中國證監會及公司股票上市地監管規則對公司股份的轉讓限制另有規定的，從其規定。

公司董事、高級管理人員、持有百分之五以上股份的股東，將其持有的本公司股票或者其他具有股權性質的證券在買入後六個月內賣出，或者在賣出後六個月內又買入，由此所得收益歸本公司所有，本公司董事會將收回其所得收益。但是，證券公司、香港中央結算有限公司和香港中央結算(代理人)有限公司因購入包銷售後剩餘股票而持有百分之五以上股份的，以及有中國證監會、公司股票上市地監督管理機構、證券交易所等相關監管機構規定的其他情形的除外。前款所稱董事、高級管理人員、自然人股東持有的股票或者其他具有股權性質的證券，包括其配偶、父母、子女持有的及利用他人賬戶持有的股票或者其他具有股權性質的證券。

公司董事會不按照前款規定執行的，股東有權要求董事會在三十日內執行。公司董事會未在上述期限內執行的，股東有權為了公司的利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。公司董事會不按照前款規定執行的，負有責任的董事依法承擔連帶責任。

股東和股東會

股東

公司依據股票上市地證券登記結算機構提供的憑證建立股東名冊，股東名冊是證明股東持有公司股份的充分證據。在香港上市的H股股東名冊正本的存放地為香港，供股東查閱，但公司可根據適用法律法規及公司股票上市地證券監管規則的規定暫停辦理股東登記手續。股東按其所持有股份的類別享有權利，承擔義務；持有同一類別股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

附錄三

公司章程概要

公司召開股東會、分配股利、清算及從事其他需要確認股東身份的行為時，由董事會或股東會召集人確定股權登記日，股權登記日收市後登記在冊的股東為享有相關權益的股東。法律、行政法規、部門規章、規範性文件及公司股票上市地證券交易所或監管機構對暫停辦理股份過戶登記手續期間有規定的，從其規定。

公司股東享有下列權利：

- (一) 依照其所持有的股份份額獲得股利和其他形式的利益分配；
- (二) 依法請求、召集、主持、參加或者委派股東代理人參加股東會，在股東會上發言，並行使相應的表決權；
- (三) 對公司的經營進行監督，提出建議或者質詢；
- (四) 依照法律、行政法規、公司股票上市地監管規則及公司章程的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；
- (五) 查閱、複製公司的章程、股東名冊、股東會會議記錄、董事會會議決議、財務會計報告、債券持有人名冊，符合規定的股東可以查閱公司的會計賬簿、會計憑證，公司股票上市地證券監管規則另有規定的，從其規定；
- (六) 公司終止或者清算時，按其所持有的股份份額參加公司剩餘財產的分配；
- (七) 對股東會作出的公司合併、分立決議持異議的股東，要求公司收購其股份；
- (八) 法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》等公司股票上市地監管規則或公司章程規定的其他權利。

公司章程、股東會決議或者董事會決議等應當依法合規，不得剝奪或者限制股東的法定權利。公司應當保障股東的合法權利並確保其得到公平對待。

附錄三

公司章程概要

股東提出查閱前述有關信息或者索取資料的，應當遵守《公司法》《證券法》及公司股票上市地證券監管規則等法律、行政法規的規定，並向公司提供證明其持有公司股份以及持股數量的書面文件，公司經核實股東身份後按照股東的要求予以提供。

公司股東會、董事會決議內容違反法律、行政法規的，股東有權請求人民法院認定無效。股東會、董事會的會議召集程序、表決方式違反法律、行政法規或者公司章程，或者決議內容違反公司章程的，股東有權自決議作出之日起六十日內，請求人民法院撤銷。但是，股東會、董事會的會議召集程序或者表決方式僅有輕微瑕疵，對決議未產生實質影響的除外。未被通知參加股東會會議的股東自知道或者應當知道股東會決議作出之日起六十日內，可以請求人民法院撤銷；自決議作出之日起一年內沒有行使撤銷權的，撤銷權消滅。

存在如下情形的之一的，股東會、董事會的決議不成立：

- (一) 未召開股東會、董事會會議作出決議；
- (二) 股東會、董事會會議未對決議事項進行表決；
- (三) 出席會議的人數或者所持表決權數未達到《公司法》或者公司章程規定的人數或者所持表決權數；
- (四) 同意決議事項的人數或者所持表決權數未達到《公司法》或者公司章程規定的人數或者所持表決權數；

股東會、董事會決議被人民法院宣告無效、撤銷或者確認不成立的，公司根據該決議與善意相對人形成的民事法律關係不受影響。

審計委員會成員以外的董事、高級管理人員執行公司職務時違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，連續一百八十日以上單獨或合併持有公司百分之一以上有表決權股份的股東有權書面請求審計委員會向人民法院提起訴訟；審計委員會執行公司職務時違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，前述股東可以書面請求董事會向人民法院提起訴訟。

附錄三

公司章程概要

審計委員會、董事會收到前款規定的股東書面請求後拒絕提起訴訟，或者自收到請求之日起三十日內未提起訴訟，或者情況緊急、不立即提起訴訟將會使公司利益受到難以彌補的損害的，前款規定的股東有權為了公司的利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。

他人侵犯公司合法權益，給公司造成損失的，上述規定的股東可以依照上述規定向人民法院提起訴訟。

公司全資子公司的董事、監事(如有)、高級管理人員執行職務違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，或者他人侵犯公司全資子公司合法權益造成損失的，連續一百八十日以上單獨或合併持有公司百分之一以上有表決權股份的股東可以依照上述三款規定書面請求全資子公司的監事會(如有)、董事會向人民法院提起訴訟或者以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。

董事、高級管理人員違反法律、行政法規或者公司章程的規定，損害股東利益的，股東可以向人民法院提起訴訟。

公司股東承擔下列義務：

- (一) 遵守法律、行政法規、公司股票上市地監管規則和公司章程；
- (二) 依其所認購的股份和入股方式繳納股金；
- (三) 除法律、行政法規規定的情形外，不得退股；
- (四) 不得濫用股東權利損害公司或者其他股東的利益；不得濫用公司法人獨立地位和股東有限責任損害公司債權人的利益；
- (五) 法律、行政法規、公司股票上市地監管規則及公司章程規定應當承擔的其他義務。

持有公司百分之五以上有表決權股份的股東，將其持有的股份進行質押的，應當自該事實發生當日，向公司作出書面報告。

附錄三

公司章程概要

公司控股股東、實際控制人應當依照法律、行政法規、中國證監會和公司股票上市地證券交易所的規定行使權利、履行義務，維護上市公司利益。

公司的控股股東、實際控制人指示董事、高級管理人員從事損害公司或者股東利益的行為的，與該董事、高級管理人員承擔連帶責任。

股東會的一般規定

公司股東會由全體股東組成。股東會是公司的權力機構，依法行使下列職權：

- (一) 選舉和更換董事，決定有關董事的報酬事項；
- (二) 審議批准董事會的報告；
- (三) 審議批准公司的年度財務預算方案、決算方案；
- (四) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (五) 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- (六) 對發行公司債券作出決議；
- (七) 對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；
- (八) 修改公司章程；
- (九) 對公司聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所及其報酬事項作出決議；
- (十) 審議批准須經股東會審議通過的擔保事項；
- (十一) 審議公司在一年內購買、出售重大資產超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的事項；
- (十二) 審議批准變更募集資金用途事項；
- (十三) 審議股權激勵計劃和員工持股計劃；

附錄三

公司章程概要

(十四) 審議法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》等公司股票上市地監管規則或公司章程規定應當由股東會決定的其他事項。

股東會可以授權董事會對發行公司債券作出決議。經股東會決議，或者經股東會授權由董事會決議的發行公司債券事項，其具體執行應當遵守法律、行政法規、中國證監會及香港聯交所的規定。

除法律、行政法規、中國證監會規定、公司股票上市地證券監管規則或公司章程另有規定外，前款所述股東會的職權不得通過授權的形式由董事會或者其他機構和個人代為行使。

公司發生股票上市地證券交易所規定須予以公佈的交易，應按照《香港上市規則》的規定履行相應審批決策程序並進行披露。

公司下列對外擔保事項應當在董事會審議通過後提交股東會審議：

- (一) 公司及其控股子公司的對外擔保總額，超過公司最近一期經審計淨資產百分之五十以後提供的任何擔保；
- (二) 公司的對外擔保總額，超過最近一期經審計總資產的百分之三十以後提供的任何擔保；
- (三) 公司在一年內向他人提供擔保的金額超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的擔保；
- (四) 為資產負債率超過百分之七十的擔保對象提供的擔保；
- (五) 單筆擔保額超過公司最近一期經審計淨資產百分之十的擔保；
- (六) 公司為股東、實際控制人及其關連(聯)方提供的擔保；
- (七) 根據法律、行政法規、部門規章、規範性文件、《香港上市規則》等公司股票上市地監管規則或公司章程規定，須經股東會審議通過的其他對外擔保。

附錄三

公司章程概要

除公司股票上市地其他證券監管規則另有規定外，公司為全資子公司提供擔保，或者為控股子公司提供擔保且控股子公司其他股東按所享有的權益提供同等比例擔保，不損害公司利益的，可以豁免提交董事會或者股東會審議。公司為關連(聯)人士(定義見《香港上市規則》)提供擔保的，應當遵守《香港上市規則》的適用規定(除香港聯交所豁免除外)。股東會在審議為股東、實際控制人及其關連(聯)人提供的擔保議案時，該股東或者受該實際控制人支配的股東，不得參與該項表決，該項表決由出席股東會的其他股東所持表決權的過半數通過。

公司發生關連(聯)交易，應當保證關連(聯)交易的合法性、必要性、合理性和公允性，保持公司的獨立性，不得利用關連(聯)交易調節財務指標，損害公司利益。

公司發生股票上市地證券交易所規定須予以公佈的關連(聯)交易，應按照《香港上市規則》的規定履行相應審批決策程序並進行披露。

股東會分為年度股東會和臨時股東會。年度股東會每年召開一次，應當於上一會計年度結束後的六個月內舉行。

有下列情形之一的，公司在事實發生之日起兩個月以內召開臨時股東會：

- (一) 董事人數不足《公司法》規定人數或公司章程所規定人數的三分之二時；
- (二) 公司未彌補的虧損達實收股本總額的三分之一時；
- (三) 單獨或者合計持有公司百分之十以上有表決權股份的股東書面請求召開臨時股東會時；
- (四) 董事會認為必要時；
- (五) 審計委員會提議召開時；
- (六) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則或公司章程規定的其他情形。

附錄三

公司章程概要

股東會的召集

股東會會議由董事會召集。

經全體獨立非執行董事過半數同意，獨立非執行董事有權向董事會提議召開臨時股東會。對獨立非執行董事要求召開臨時股東會的提議，董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地監管規則和公司章程的規定，在收到提議後十日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，將在作出董事會決議後五日內發出召開股東會的通知；董事會不同意召開臨時股東會的，應當說明理由並公告。公司股票上市地證券監管機構另有規定的，從其規定。

審計委員會有權向董事會提議召開臨時股東會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地監管規則和公司章程的規定，在收到提案後十日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，將在作出董事會決議後五日內發出召開股東會的通知，通知中對原提議的變更，應徵得審計委員會的同意。董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到提案後十日內未作出反饋的，視為董事會不能履行或者不履行召集股東會會議職責，審計委員會可以自行召集和主持。

附錄三

公司章程概要

單獨或者合計持有公司百分之十以上有表決權股份的股東有權向董事會請求召開臨時股東會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、公司股票上市地監管規則和公司章程的規定，在收到請求後十日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，應當在作出董事會決議後五日內發出召開股東會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到請求後十日內未作出反饋的，單獨或者合計持有公司百分之十以上有表決權股份的股東有權向審計委員會提議召開臨時股東會，並應當以書面形式向審計委員會提出請求。審計委員會同意召開臨時股東會的，應在收到請求五日內發出召開股東會的通知，通知中對原提案的變更，應當徵得相關股東的同意。審計委員會未在規定期限內發出股東會通知的，視為審計委員會不召集和主持股東會，連續九十日以上單獨或者合計持有公司百分之十以上有表決權股份的股東可以自行召集和主持。審計委員會或股東決定自行召集股東會的，須書面通知董事會，同時按照《香港上市規則》等適用的公司股票上市地監管規則的規定，完成必要的報告、公告或備案(如需)。在股東會決議公告前，召集股東所持有表決權股份比例不得低於百分之十。

審計委員會或召集股東應在發出股東會通知及股東會決議公告時，按照《香港上市規則》等適用的公司股票上市地監管規則的規定向香港聯交所提交有關證明材料(如需)，並完成必要的報告或公告。

股東會的提案與通知

提案的內容應當屬於股東會職權範圍，有明確議題和具體決議事項，並且符合法律、行政法規、公司股票上市地監管規則和公司章程的有關規定。

公司召開股東會，董事會、審計委員會以及單獨或者合併持有公司百分之一以上有表決權股份的股東，有權向公司提出提案。

附錄三

公司章程概要

單獨或者合計持有公司百分之一以上有表決權股份的股東，可以在股東會召開十日前提出臨時提案並書面提交召集人。臨時提案應當有明確議題和具體決議事項。召集人應當在收到提案後兩日內發出股東會補充通知，公告臨時提案的內容，並將該臨時提案提交股東會審議；但臨時提案違反法律、行政法規、公司股票上市地監管規則或者公司章程的規定，或者不屬於股東會職權範圍的除外。如根據公司股票上市地證券監管規則的規定股東會須因刊發股東會補充通知而延期的，股東會的召開應當按公司股票上市地證券監管規則的規定延期。除前款規定的情形外，召集人在發出股東會通知後，不得修改股東會通知中已列明的提案或增加新的提案。

股東會通知中未列明或不符合公司章程規定的提案，股東會不得進行表決並作出決議。

召集人將在年度股東會召開至少二十一日前以公告方式通知各股東，臨時股東會將於會議召開至少十五日前以公告方式通知各股東。公司在計算起始期限時，不應當包括發出通知當日以及會議召開當日。

股東會的通知包括以下內容：

- (一) 會議的時間、地點和會議期限；
- (二) 提交會議審議的事項和提案；
- (三) 以明顯的文字說明：全體股東均有權出席股東會，並可以書面委託代理人出席會議和參加表決，該股東代理人不必是公司的股東；
- (四) 有權出席股東會股東的股權登記日；
- (五) 會務常設聯繫人姓名，電話號碼；
- (六) 股東會採用網絡或其他方式的，網絡或其他方式的表決時間及表決程序；
- (七) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地證券監管規則及公司章程規定的其他要求。

附錄三

公司章程概要

股東會通知和補充通知中應當充分、完整說明所有提案的全部具體內容。擬討論的事項需要獨立非執行董事發表意見的，發佈股東會通知或補充通知時應當同時說明獨立非執行董事的意見及理由。

股權登記日與會議日期之間的時間隔應當不多於七個工作日。股權登記日一旦確認，不得變更。

股東會擬討論董事選舉事項的，股東會通知中將充分披露董事候選人的詳細資料，至少包括以下內容：

- (一) 教育背景、工作經歷、兼職等個人情況；
- (二) 與本公司或本公司的控股股東及實際控制人是否存在關連(聯)關係；
- (三) 披露持有本公司股份數量；
- (四) 是否受過中國證監會及其他有關部門的處罰和證券交易所懲戒；
- (五) 是否符合法律、行政法規及公司股票上市地監管規則規定的其他任職資格。

除採取累積投票制選舉董事外，每位董事候選人應當以單項提案提出。

發出股東會通知後，無正當理由，股東會不應延期或取消，股東會通知中列明的提案不應取消。一旦出現延期或取消的情形，召集人應當在原定召開日前至少兩個工作日公告並說明原因。公司股票上市地證券監管規則就延期召開或取消股東會的程序有特別規定的，在不違反境內監管要求的前提下，從其規定。

股東會的召開

股權登記日登記在冊的所有股東或其代理人，均有權出席股東會，並依照有關法律、行政法規、公司股票上市地監管規則及公司章程行使表決權(除非個別股東受公司股票上市地證券監管規則規定須就個別事宜放棄投票權)。股東有權在股東會發言。

附錄三

公司章程概要

股東可以親自出席股東會，也可以委託代理人代為出席、發言和表決，該代理人無須是公司的股東。

股東會由董事長主持。董事長不能履行職務或不履行職務時，由過半數董事共同推舉的一名董事主持。審計委員會自行召集的股東會，由審計委員會召集人主持。審計委員會召集人不能履行職務或不履行職務時，由過半數審計委員會成員共同推舉的一名審計委員會成員主持。股東自行召集的股東會，由召集人或者其推舉代表主持。

召開股東會時，會議主持人違反議事規則使股東會無法繼續進行的，經現場出席股東會有表決權過半數的股東同意，股東會可推舉一人擔任會議主持人，繼續開會。

公司制定股東會議事規則，詳細規定股東會的召開和表決程序，包括通知、登記、提案的審議、投票、計票、表決結果的宣佈、會議決議的形成、會議記錄及其簽署等內容，以及股東會對董事會的授權原則，授權內容應明確具體。股東會議事規則應作為章程的附件，由董事會擬定，股東會批准。

在年度股東會上，董事會應當就其過去一年的工作向股東會作出報告。

董事、高級管理人員在股東會上就股東的質詢和建議作出解釋和說明。

會議主持人應當在表決前宣佈現場出席會議的股東和代理人人數及所持有表決權的股份總數，現場出席會議的股東和代理人人數及所持有表決權的股份總數以會議登記為準。

股東會應有會議記錄，由董事會秘書負責。

召集人應當保證會議記錄內容真實、準確和完整。出席會議的董事、董事會秘書、召集人或其代表、會議主持人應當在會議記錄上簽名。會議記錄應當與現場出席股東的簽名冊、代理出席的委託書、網絡及其他方式表決情況的有效資料一併保存，保存期限為十年。

附錄三

公司章程概要

召集人應當保證股東會連續舉行，直至形成最終決議。因不可抗力等特殊原因導致股東會中止或不能作出決議的，應採取必要措施盡快恢復召開股東會或直接終止本次股東會，並按照法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則的規定及時進行公告或報告。

股東會的表決和決議

股東會決議分為普通決議和特別決議。股東會作出普通決議，應當由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持表決權的過半數通過。股東會作出特別決議，應當由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持表決權的三分之二以上通過。

下列事項由股東會以普通決議通過：

- (一) 董事會的工作報告；
- (二) 董事會擬定的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (三) 董事會成員的任免及其報酬和支付方法；
- (四) 公司年度預算方案、決算方案；
- (五) 公司年度報告；
- (六) 聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所及決定會計師事務所的審計費用；
- (七) 除法律、行政法規、公司股票上市地監管規則或者公司章程規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項由股東會以特別決議通過：

- (一) 公司增加或者減少註冊資本；
- (二) 公司的分立、分拆、合併、解散、清算或者變更公司形式；
- (三) 公司章程的修改；

附錄三

公司章程概要

(四) 公司在一年內購買、出售重大資產或者擔保金額超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的；

(五) 涉及新股發行的股權激勵計劃；

(六) 法律、行政法規、公司股票上市地監管規則或公司章程規定的，以及股東會以普通決議認定會對公司產生重大影響的、需要以特別決議通過的其他事項。

公司股票上市地證券監管規則另有規定的，從其規定。

股東(包括股東代理人)以其所代表的有表決權的股份數額行使表決權，每一股份享有一票表決權。

公司持有的本公司股份沒有表決權，且該部分股份不計入出席股東會有表決權的股份總數。

根據適用的法律法規及《香港上市規則》，若任何股東需就某決議事項放棄表決權、或限制任何股東只能夠投票支持(或反對)某決議事項，則該等股東或其代表在違反有關規定或限制的情況投下的票數不得計入有表決權的股份總數。

在遵守適用法律、行政法規、公司股票上市地監管規則的前提下，公司董事會、獨立非執行董事、持有百分之一以上有表決權股份的股東或者依照法律、行政法規或者中國證監會、公司股票上市地監管機構的規定設立的投資者保護機構可以公開徵集股東投票權。徵集股東投票權應當向被徵集人充分說明具體投票意向等信息。禁止以有償或者變相有償的方式徵集股東投票權。除法定條件外，公司不得對徵集投票權提出最低持股比例限制。

股東會審議有關關連(聯)交易事項時，關連(聯)股東不應當參與投票表決，其所持有表決權的股份數不計入有效表決總數，並不得代理其他股東行使表決權。股東會決議的公告應當充分披露非關連(聯)股東的表決情況。

董事候選人名單以提案的方式提請股東會表決。

附錄三

公司章程概要

股東會就選舉董事進行表決時，根據公司章程的規定或者股東會的決議，可以實行累積投票制。股東會選舉兩名以上獨立非執行董事時，應當實行累積投票制。股東會以累積投票方式選舉董事的，獨立非執行董事和其他董事的表決應當分別進行，並根據應選董事人數，按照獲得的選舉票數由多到少的順序確定當選董事。不採取累積投票方式選舉董事的，每位董事候選人應當以單項提案提出。前述所稱累積投票制是指股東會選舉董事時，每一股份擁有與應選董事人數相同的表決權，股東擁有的表決權可以集中使用。《香港上市規則》對公司董事提名的方式和程序另有規定的，從其規定。

除累積投票制外，股東會將對所有提案進行逐項表決，對同一事項有不同提案的，將按提案提出的時間順序進行表決。除因不可抗力等特殊原因導致股東會中止或不能作出決議外，股東會不會對提案進行擱置或不予表決。

股東會審議提案時，不會對提案進行修改，否則，有關變更應當被視為一個新的提案，不能在本次股東會上進行表決。

董事和董事會

董事的一般規定

公司董事為自然人，有下列情形之一的，不能擔任公司的董事：

- (一) 無民事行為能力或者限制民事行為能力；
- (二) 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞市場經濟秩序行為，被判處刑罰，執行期滿未逾五年，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年，被宣告緩刑的，自緩刑考驗期滿之日起未逾二年；
- (三) 擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年；

附錄三

公司章程概要

- (四) 擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照、責令關閉之日起未逾三年；
- (五) 個人所負數額較大的債務到期未清償被人民法院列為失信被執行人；
- (六) 被中國證監會、公司股票上市地證券監管機構或香港聯交所採取證券市場禁入措施，期限未滿的；
- (七) 被公司股票上市地證券監管規則認定為不適合擔任上市公司董事、高級管理人員等，期限未滿的；
- (八) 法律、行政法規、部門規章或者公司股票上市地證券監管規則規定的其他內容。

違反前款規定選舉、委派董事的，該選舉、委派或者聘任無效。董事在任職期間出現前款情形的，公司應解除其職務，停止其履職。

董事由股東會選舉或更換，並可在任何董事(包括執行董事)任期屆滿前由股東會通過普通決議解除其職務，但此類解除職務並不影響該董事依據任何合同提出損害賠償。董事任期三年，任期屆滿可連選連任。

董事任期從就任之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。董事任期屆滿未及時改選，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則和公司章程的規定，履行董事職務。

由股東會選舉或更換為董事以填補董事會某臨時空缺或增加董事會名額的任何人士，只任職至公司在其獲委任後的首個年度股東會為止，並於其時有資格重選連任。

董事可以由高級管理人員兼任，但兼任高級管理人員職務的董事以及由職工代表擔任的董事，總計不得超過公司董事總數的二分之一。

附錄三

公司章程概要

董事應當遵守法律、行政法規、公司股票上市地證券監管規則和公司章程，對公司負有下列忠實義務：

- (一) 不得侵佔公司財產、挪用公司資金；
- (二) 不得將公司資金以其個人名義或者其他個人名義開立賬戶存儲；
- (三) 不得利用職權賄賂或者收受其他非法收入；
- (四) 未向董事會或者股東會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東會決議通過，不得直接或者間接與本公司訂立合同或者進行交易；
- (五) 不得利用職務便利，為自己或者他人謀取屬於公司的商業機會，但向董事會或者股東會報告並經股東會決議通過，或者公司根據法律、行政法規或者公司章程的規定，不能利用該商業機會的除外；
- (六) 未向董事會或者股東會報告，並經股東會決議通過，不得自營或者為他人經營與本公司同類的業務；
- (七) 不得接受他人與公司交易的佣金歸為己有；
- (八) 不得擅自披露公司秘密；
- (九) 不得利用其關連(聯)關係損害公司利益；
- (十) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則及公司章程規定的其他忠實義務。

董事違反前款規定所得的收入，應當歸公司所有；給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

附錄三

公司章程概要

董事應當遵守法律、行政法規和公司章程，對公司負有下列勤勉義務：

- (一) 應謹慎、認真、勤勉地行使公司賦予的權利，以保證公司的商業行為符合國家法律、行政法規以及國家各項經濟政策的要求，商業活動不超過營業執照規定的業務範圍；
- (二) 應公平對待所有股東；
- (三) 及時瞭解公司業務經營管理狀況；
- (四) 應當對公司定期報告簽署書面確認意見。保證公司所披露的信息真實、準確、完整；
- (五) 應當如實向審計委員會提供有關情況和資料，不得妨礙審計委員會行使職權；
- (六) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則及公司章程規定的其他勤勉義務。

董事連續兩次未能親自出席，也不委託其他董事出席董事會會議，視為不能履行職責，董事會應當建議股東會予以撤換。在符合公司股票上市地證券監管規則的前提下，董事以網絡、視頻、電話或其他具同等效果的方式出席董事會會議的，亦視為親自出席。

董事可以在任期屆滿以前提出辭職。董事辭職應向董事會提交書面辭職報告。

除本款所列情形外，公司收到辭職報告之日辭任生效，董事會將在兩日內披露有關情況：

- (一) 董事的辭職導致公司董事會人數低於法定最低人數時(包括獨立非執行董事少於三人)；
- (二) 獨立非執行董事辭職導致獨立非執行董事人數少於董事會成員的三分之一或獨立非執行董事中沒有具備適當的專業資格或具備適當的會計或相關的財務管理專長的人士。

附錄三

公司章程概要

上述情形下，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則和公司章程規定，履行董事職務。出現第二款情形的，公司必須立即通知香港聯交所並刊登公告，公佈有關詳情及原因。該獨立非執行董事的原提名人或公司董事會應在法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則規定的期限內提名新的獨立非執行董事候選人。

董事辭職生效或者任期屆滿，應向董事會辦妥所有移交手續，其對公司和股東承擔的忠實義務，在任期結束後並不當然解除。離任董事對公司商業秘密的保密義務在其離任後仍然有效，直至該秘密成為公開信息為止；其他忠實義務的持續期間應當根據公平原則，結合有關事項的具體情況而定，董事與公司就忠實義務的履行達成協議的，按照協議約定履行。

未經公司章程規定或者董事會的合法授權，任何董事不得以個人名義代表公司或者董事會行事。董事以其個人名義行事時，在第三方會合理地認為該董事在代表公司或者董事會行事的情況下，該董事應當事先聲明其立場和身份。

董事執行公司職務時違反法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則或公司章程的規定，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

董事會

公司設董事會，對股東會負責。

董事會由六名董事組成，其中三名為獨立非執行董事。董事會設董事長一人。

董事會行使下列職權：

- (一) 召集股東會，並向股東會報告工作；
- (二) 執行股東會的決議；
- (三) 決定公司的經營計劃和投資方案；

附錄三

公司章程概要

- (四) 制訂公司的年度財務預算方案、決算方案；
- (五) 制訂公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (六) 制訂公司增加或者減少註冊資本、發行債券或其他證券及上市方案；
- (七) 擬訂公司重大收購、收購本公司股份或者合併、分立、解散及變更公司形式的方案；
- (八) 在股東會授權範圍內，決定公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連(聯)交易、對外捐贈等事項；
- (九) 決定公司內部管理機構的設置；
- (十) 決定聘任或者解聘公司總經理、董事會秘書及其他高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；根據總經理的提名，決定聘任或者解聘公司副總經理、財務負責人(財務總監)等高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；
- (十一) 制訂公司的基本管理制度；
- (十二) 制訂公司章程的修改方案；
- (十三) 管理公司信息披露事項；
- (十四) 向股東會提請聘請或更換為公司審計的會計師事務所；
- (十五) 聽取公司總經理的工作匯報並檢查總經理的工作；
- (十六) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則、公司章程或股東會授予的其他職權。

超過股東會授權範圍的事項，應當提交股東會審議。

公司董事會設審計委員會，行使《公司法》規定的監事會的職權。除審計委員會外，董事會設置提名委員會、薪酬與考核委員會等其他專門委員會(如需)。董事會各專門委員會成員由董事會以選舉方式確定。

附錄三

公司章程概要

專門委員會對董事會負責，按照公司章程和董事會授權履行職責，提案應當提交董事會審議決定。專門委員會成員全部由董事組成，具體的組成人員及資質要求等適用《公司法》等法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則的規定。董事會負責制定專門委員會工作規程，規範專門委員會的運作。

公司董事會應當就註冊會計師對公司財務報告出具的非標準審計意見向股東會作出說明。

董事會制定董事會議事規則，以確保董事會落實股東會決議，提高工作效率，保證科學決策。董事會議事規則為公司章程的附件，由董事會擬定，股東會批准。

董事會應當確定對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連(聯)交易、對外捐贈等權限，建立嚴格的審查和決策程序；重大投資項目應當組織有關專家、專業人員進行評審，並報股東會批准。法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》等公司股票上市地監管規則規定應當提交董事會審議的公司發生的交易或事項，按照相應規定執行。

董事長由董事會以全體董事的過半數選舉產生。

董事長行使下列職權：

- (一) 主持股東會和召集、主持董事會會議；
- (二) 督促、檢查董事會決議的執行；
- (三) 簽署董事會重要文件或其他應由公司法定代表人簽署的其他文件；
- (四) 行使法定代表人的職權；
- (五) 法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則及公司章程規定或董事會授予的其他職權。

附錄三

公司章程概要

公司董事長不能履行職務或者不履行職務的，由過半數董事共同推舉一名董事履行職務。

董事會每年至少召開四次定期會議，約每個季度一次，由董事長召集，於會議召開至少十四日以前，通過書面、信函、傳真、電子郵件或專人送達的方式通知全體董事。

代表十分之一以上表決權的股東、三分之一以上董事、審計委員會、董事長、過半數獨立非執行董事，可以提議召開董事會臨時會議。董事長應當自接到提議後十日內，召集和主持董事會會議。

召開董事會臨時會議，董事會辦公室應當在會議召開至少兩日以前(不含會議當天)將會議通知，通過書面、信函、電話、傳真或電子郵件等方式發出。會議通知非直接送達的，還應當通過電話進行確認並作相應記錄。情況緊急，需要盡快召開董事會臨時會議的，按照相關法律法規及公司股票上市地證券監管規則的規定，可不受上述會議通知時間的限制，可以隨時通過電話或者其他口頭方式發出會議通知，但召集人應當在會議上作出說明。

董事會會議應有過半數的董事(包括代理人在內)出席方可舉行。董事會作出決議，必須經全體董事的過半數通過。相關法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則對董事會決議的相關事項另有規定的，從其規定。

董事會決議的表決，實行一人一票。當議案表決反對票與贊成票相等時，董事會可就該等事項進行再次審議和表決；如連續三次出現平票情形，則將該等事項提交股東會審議。

董事與董事會會議決議事項所涉及的企業有關連(聯)關係的，不得對該項決議行使表決權，也不得代理其他董事行使表決權。該董事會會議由過半數的無關連(聯)關係董事出席即可舉行，董事會會議所作決議須經無關連(聯)關係董事過半數或三分之二以上(視情況而定)通過。出席董事會的無關連(聯)關係董事人數不足三人的，應將該事項提交股東會審議。

董事會決議表決方式為：以書面方式記名表決。

附錄三

公司章程概要

董事會會議以現場召開為原則。必要時，在保障董事充分表達意見且符合公司股票上市地監管規則的前提下，經召集人同意，可以用視頻、電話、傳真或者電子郵件等方式召開。董事會會議非以現場方式召開的，以視頻顯示在場的董事、在電話會議系統中顯示參會的董事、規定期限內實際收到傳真或者電子郵件等有效表決票，或者董事事後提交的有效參會證明文件等計算出席會議的董事人數。在通訊表決時，董事應當將其對審議事項的書面意見和投票意向在簽字確認後通過傳真、電子郵件等方式發送至董事會，董事會據此統計表決結果，並形成董事會會議決議。如法律法規和公司股票上市地證券監管規則對董事參與董事會會議及投票表決有任何額外限制的，從其規定。

董事會會議，應由董事本人出席；董事因故不能出席，可以書面委託其他董事代為出席，委託書中應載明代理人的姓名，代理事項、授權範圍和有效期限，並由委託人簽名或蓋章。代為出席會議的董事應當在授權範圍內行使董事的權利。董事未出席董事會會議，亦未委託代表出席的，視為放棄在該次會議上的投票權。一名董事不得在一次董事會會議上接受超過兩名董事的委託代為出席會議。在審議關連(聯)交易事項時，非關連(聯)董事不得委託關連(聯)董事代為出席會議。

董事會應當對會議所議事項的決定做成會議記錄，出席會議的董事應當在會議記錄上簽名。

董事會會議記錄作為公司檔案保存，保存期限為十年。

獨立非執行董事

獨立非執行董事必須保持獨立性。獨立非執行董事的任職條件、提名和選舉程序、職權等相關事項應按照法律、法規和公司股票上市地證券規則的有關規定執行。獨立非執行董事應當每年對獨立性情況進行自查，並將自查情況提交董事會。董事會應當每年對在任獨立非執行董事獨立性情況進行評估並出具專項意見，與年度報告同時披露。

附錄三

公司章程概要

獨立非執行董事作為董事會的成員，對公司及全體股東負有忠實義務、勤勉義務，審慎履行下列職責：

- (一) 參與董事會決策並對所議事項發表明確意見；
- (二) 對公司與控股股東、實際控制人、董事、高級管理人員之間的潛在重大利益衝突事項進行監督，保護中小股東合法權益；
- (三) 對公司經營發展提供專業、客觀的建議，促進提升董事會決策水平；
- (四) 法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券監管規則和公司章程規定的其他職責。

獨立非執行董事行使下列特別職權：

- (一) 獨立聘請中介機構，對公司具體事項進行審計、諮詢或者核查；
- (二) 向董事會提議召開臨時股東會；
- (三) 提議召開董事會會議；
- (四) 依法公開向股東徵集股東權利；
- (五) 對可能損害公司或者中小股東權益的事項發表獨立意見；
- (六) 法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券監管規則和公司章程規定的其他職權。

獨立非執行董事行使前款第一項至第三項所列職權的，應當經全體獨立非執行董事過半數同意。

獨立非執行董事行使第一款所列職權的，公司將及時披露。上述職權不能正常行使的，公司將披露具體情況和理由。

附錄三

公司章程概要

下列事項應當經公司全體獨立非執行董事過半數同意後，提交董事會審議：

- (一) 應當披露的關連(聯)交易；
- (二) 公司及相關方變更或者豁免承諾的方案；
- (三) 被收購上市公司董事會針對收購所作出的決策及採取的措施；
- (四) 法律、行政法規、中國證監會、公司股票上市地證券監管規則和公司章程規定的其他事項。

公司建立全部由獨立非執行董事參加的專門會議機制。董事會審議關連(聯)交易等事項的，由獨立非執行董事專門會議事先認可。

公司定期或者不定期召開獨立非執行董事專門會議。公司章程規定的獨立非執行董事職權事項中的第一款第(一)項至第(三)項、公司章程規定的須經公司全體獨立非執行董事過半數同意後並提交董事會審議的所列事項，應當經獨立非執行董事專門會議審議。

獨立非執行董事專門會議可以根據需要研究討論公司其他事項。

獨立非執行董事專門會議由過半數獨立非執行董事共同推舉一名獨立非執行董事召集和主持；召集人不履職或者不能履職時，兩名及以上獨立非執行董事可以自行召集並推舉一名代表主持。

獨立非執行董事專門會議應當按規定製作會議記錄，獨立非執行董事的意見應當在會議記錄中載明。獨立非執行董事應當對會議記錄簽字確認。

高級管理人員

公司設總經理、副總經理、財務負責人(財務總監)、董事會秘書，由董事會決定聘任或解聘。

附錄三

公司章程概要

公司高級管理人員為總經理、副總經理、財務負責人(財務總監)、董事會秘書以及公司董事會認定的其他高級管理人員。

公司章程關於不得擔任董事的情形，同時適用於高級管理人員。

公司章程關於董事的忠實義務和勤勉義務的規定，同時適用於高級管理人員。

在公司控股股東單位擔任除董事、監事以外其他行政職務的人員，不得擔任公司的高級管理人員。公司高級管理人員僅在公司領薪，不由控股股東代發薪水。

總經理每屆任期三年，總經理連聘可以連任。

總經理對董事會負責，行使下列職權：

- (一) 主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；
- (二) 組織實施公司年度經營計劃和投資方案；
- (三) 擬訂公司內部管理機構設置方案；
- (四) 擬訂公司的基本管理制度；
- (五) 制定公司的具體規章；
- (六) 提請董事會聘任或者解聘公司副總經理、財務負責人(財務總監)、董事會秘書及其他高級管理人員；
- (七) 決定聘任或者解聘除應由董事會決定聘任或者解聘以外的管理人員。
- (八) 審議批准除依據公司章程需提交董事會或股東會批准的關連(聯)交易之外的一般關連(聯)交易；
- (九) 審議批准除依據法律、法規、公司股票上市地監管規則或公司章程需提交董事會或股東會批准其他重大交易、對外投資、對外擔保等事項；

附錄三

公司章程概要

(十) 決定公司設立全資子公司和／或分公司；

(十一) 公司章程、公司股票上市地證券監管規則或董事會授予的其他職權。

總經理列席董事會會議。

總經理應制訂總經理工作細則，報董事會批准後實施。

總經理工作細則包括下列內容：

(一) 總經理會議召開的條件、程序和參加的人員；

(二) 總經理及其他高級管理人員各自具體的職責及其分工；

(三) 公司資金、資產運用，簽訂重大合同的權限，以及向董事會的報告制度；

(四) 董事會認為必要的其他事項。

總經理可以在任期屆滿以前提出辭職。有關總經理辭職的具體程序和辦法由總經理與公司之間的勞動合同約定。

副總經理人選由總經理提名後，由公司董事會召開會議決定聘任或者解聘。副總經理對總經理負責，按照總經理授予的職權各司其職，協助總經理開展工作。

公司設董事會秘書，負責公司股東會和董事會會議的籌備、文件保管以及公司股東資料管理，辦理信息披露及投資者關係管理等事宜。

董事會秘書應遵守法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則及公司章程的有關規定。

高級管理人員執行公司職務時違反法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地監管規則或公司章程的規定，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

附錄三

公司章程概要

公司高級管理人員應當忠實履行職務，維護公司和全體股東的最大利益。公司高級管理人員因未能忠實履行職務或違背誠信義務，給公司和股東的利益造成損害的，應當依法承擔賠償責任。

財務會計制度、利潤分配和審計

財務會計制度及利潤分配

公司應當按照有關法律、行政法規、部門規章、公司股票上市地其他證券監管規則的規定編製、刊載和分發年度報告、中期報告。公司除法定的會計賬簿外，將不另立會計賬簿。公司的資金，不得以任何個人名義開立賬戶存儲。

公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的百分之十列入公司法定公積金。公司法定公積金累計額為公司註冊資本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。

公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。

公司彌補虧損和提取公積金後所餘稅後利潤，按照股東持有的股份比例分配，但法律法規、公司證券上市地監管規則、公司章程規定或全體股東一致同意不按持股比例分配的除外。公司違反前款規定向股東分配利潤的，股東應當將違反規定分配的利潤退還公司；給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、高級管理人員應當承擔賠償責任。公司持有的本公司股份不參與分配利潤。

公司的公積金用於彌補公司的虧損、擴大公司生產經營或者轉為增加公司註冊資本。公積金彌補公司虧損，應當先使用任意公積金和法定公積金；仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。法定公積金轉為增加註冊資本時，所留存的該項公積金將不少於轉增前公司註冊資本的百分之二十五。

股東會對利潤分配方案作出決議後，公司董事會須在股東會召開後兩個月內完成股利(或股份)的派發事項。

附錄三

公司章程概要

公司的利潤分配政策為：公司的利潤分配應充分重視對投資者的回報，保持公司的利潤分配政策的連續性和穩定性，同時兼顧公司的長遠利益、全體股東的整體利益及公司的可持續發展，並符合法律、行政法規、規章、規範性文件、《香港上市規則》等公司股票上市地監管規則及公司章程的相關規定。

內部審計

公司實行內部審計制度，配備專職審計人員，對公司財務收支和經濟活動進行內部審計監督。

公司內部審計制度和審計人員的職責，應當經董事會批准後實施。審計負責人向董事會負責並報告工作。

合併、分立、增資、減資、解散和清算

合併、分立、增資和減資

公司合併可以採取吸收合併或者新設合併。一個公司吸收其他公司為吸收合併，被吸收的公司解散。兩個以上公司合併設立一個新的公司為新設合併，合併各方解散。

公司與其持股百分之九十以上的公司合併，被合併的公司不需經股東會決議，但應當通知其他股東，其他股東有權請求公司按照合理的價格收購其股權或者股份。公司合併支付的價款不超過本公司淨資產百分之十的，可以不經股東會決議；但是，公司章程另有規定的除外。公司依照前述規定合併不經股東會決議的，應當經董事會決議審議。

公司合併，應當由合併各方簽訂合併協議，並編製資產負債表及財產清單。公司應當自作出合併決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在所在地工商行政管理機關認可的報紙上或國家企業信用信息公示系統公告。債權人自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，可以要求公司清償債務或者提供相應的擔保。

公司合併時，合併各方的債權、債務，由合併後存續的公司或者新設的公司承繼。

附錄三

公司章程概要

公司分立，其財產作相應的分割。公司分立，應當編製資產負債表及財產清單。公司應當自作出分立決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在公司所在地工商管理機關認可的報紙上或國家企業信用信息公示系統公告。公司分立前的債務由分立後的公司承擔連帶責任。但是，公司在分立前與債權人就債務清償達成的書面協議另有約定的除外。公司需要減少註冊資本時，必須編製資產負債表及財產清單。

公司應當自作出減少註冊資本決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在公司所在地工商管理機關認可的報紙上或國家企業信用信息公示系統公告。債權人自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，有權要求公司清償債務或者提供相應的擔保。

公司減資後的註冊資本將不低於法定的最低限額。

公司按照公司章程或公司法的規定彌補虧損後仍有虧損的，可以通過減少註冊資本彌補虧損。減少註冊資本彌補虧損的，公司不得向股東分配，也不得免除股東繳納出資或者股款的義務。如因彌補虧損原因進行減資的，應當自股東會作出減少註冊資本決議之日起三十日內在報紙上或者國家企業信用信息公示系統公告。

公司依據前款規定完成減資的，在法定公積金和任意公積金累計額達到公司註冊資本百分之五十前，不得分配利潤，違規利潤分配的，股東需退回相關利潤給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、高級管理人員應當承擔賠償責任。

公司合併或者分立，登記事項發生變更的，應當依法向公司登記機關辦理變更登記；公司解散的，應當依法辦理公司註銷登記；設立新公司的，應當依法辦理公司設立登記。公司增加或者減少註冊資本，應當依法向公司登記機關辦理變更登記。

解散和清算

公司因下列原因解散：

- (一) 公司章程規定的營業期限屆滿或者公司章程規定的其他解散事由出現；
- (二) 股東會決議解散；
- (三) 因公司合併或者分立需要解散；
- (四) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；
- (五) 公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有公司百分之十以上表決權的股東，可以請求人民法院解散公司。

公司出現前款規定的解散事由，應當在十日內將解散事由通過國家企業信用信息公示系統予以公示。

公司有上述規定第一款第(一)項、第(二)項情形且公司尚未向股東分配財產的，可以通過修改公司章程或者經股東會決議而存續。

依照前款規定修改公司章程或者經股東會決議，須經出席股東會會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

公司因上述規定第一款第(一)項、第(二)項、第(四)項、第(五)項規定而解散的，應當在解散事由出現之日起十五日內成立清算組，開始清算。清算組由董事或者股東會確定的人員組成。逾期不成立清算組進行清算的，債權人可以申請人民法院指定有關人員組成清算組進行清算。

清算組應當自成立之日起十日內通知債權人，並於六十日內在公司所在地工商管理部門認可的報紙上或國家企業信用信息公示系統公告。債權人應當自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，向清算組申報其債權。

債權人申報債權，應當說明債權的有關事項，並提供證明材料。清算組應當對債權進行登記。在申報債權期間，清算組不得對債權人進行清償。

附錄三

公司章程概要

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，應當制定清算方案，並報股東會或者人民法院確認。公司財產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，繳納所欠稅款，清償公司債務後的剩餘財產，公司按照股東持有的股份比例分配。清算期間，公司存續，但不能開展與清算無關的經營活動。公司財產在未按前款規定清償前，將不會分配給股東。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，發現公司財產不足清償債務的，應當依法向人民法院申請宣告破產。公司經人民法院裁定宣告破產後，清算組應當將清算事務移交給人民法院。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記，公告公司終止。

公司被依法宣告破產的，依照有關企業破產的法律實施破產清算。

修改章程

有下列情形之一的，公司應當修改章程：

- (一) 《公司法》或有關法律、行政法規、公司股票上市地監管規則修改後，章程規定的事項與修改後的法律、行政法規、公司股票上市地監管規則的規定相牴觸；
- (二) 公司的情況發生變化，與章程記載的事項不一致；
- (三) 股東會決定修改章程。

股東會決議通過的章程修改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准；涉及公司登記事項的，依法辦理變更登記。

董事會依照股東會修改章程的決議和有關主管機關的審批意見修改公司章程。

附錄四

法定及一般資料

有關本公司的其他資料

本公司成立

本公司於二零一四年三月十七日在中國成立為有限責任公司，並於二零二零年九月二十二日根據中國法律改制為股份有限公司。截至最後實際可行日期，本公司的註冊股本為人民幣99,813,213元。

本公司已於香港銅鑼灣希慎道33號利園一期19樓1922室設立香港營業地點，並已於[•]根據《公司條例》第16部於香港登記為非香港公司。聯席公司秘書簡雋藝女士已獲委任為本公司於香港代表本公司接受法律程序文件及通知書的授權代表。本公司在香港接收法律程序文件的地址與我們在香港的主要營業地點相同。

由於我們在中國成立，我們的公司架構及組織章程細則受中國相關法律法規所規限。組織章程細則相關條文的概要載於「附錄三 – 組織章程細則概要」。

本公司股本變動

除「歷史、發展及公司架構 – 本公司之成立及主要股權變動」及「歷史、發展及公司架構 – [編纂]前投資」章節所披露者外，本公司的股本於緊接本文件日期前兩年內概無其他變動。

附屬公司的股本變動

公司資料概要及我們的附屬公司詳情載於本文件附錄一會計師報告。

於二零二四年七月二十二日，上海悅朗普網絡科技有限公司於中國註冊成立為有限責任公司，註冊資本為人民幣1,000,000元。

於二零二五年二月十九日，上海智匯坊網絡科技有限公司於中國註冊成立為有限責任公司，註冊資本為人民幣3,000,000元。

附錄四

法定及一般資料

除上文所披露者外，附屬公司的股本於緊接本文件日期前兩年內並無其他變動。

股東決議案

根據於二零二六年六月十一日舉行的股東大會，下列決議案(其中包括)已獲正式通過(惟須待相關監管部門批准、備案及登記)：

- (a) 本公司發行每股面值人民幣1.00元的H股，以及該等H股於香港聯交所[編纂]；
- (b) 擬發行H股的數目不超過[編纂]完成後本公司經擴大的已發行股本總數的[編纂]%，並授予[編纂](或其代表)不超過根據[編纂]所發行H股數目的[編纂]%的[編纂]；
- (c) 授權董事會及其獲授權人士處理(其中包括)與[編纂]、H股的[編纂]及[編纂]等相關事宜；
- (d) 待[編纂]完成後，授予董事會一般授權以購回於聯交所發行的H股，購回H股的總數不超過授予一般授權的決議案日期已發行H股總數(不包括庫存股份)的10%；
- (e) 待[編纂]完成後，授予董事會一般授權，以於截至下屆股東週年大會結束之日或股東通過特別決議案撤銷或更改上述授權之日(以較早者為準)止期間內的任何時間，按董事會全權酌情認為合適的條款及條件、目的及對象，配發、發行股份，或出售及／或轉讓持作庫存股份的股份，並對組織章程細則作出必要修訂；惟擬發行股份的數目不得超過授予一般授權的決議案日期已發行股份數目(不包括庫存股份)的20%；
- (f) 待[編纂]完成後，有條件採納組織章程細則，該組織章程細則將於[編纂]起生效，並授權董事會根據相關法律法規及應聯交所及中國相關監管部門的要求對組織章程細則作出修訂；及
- (g) 董事會已獲授權處理與H股的發行及[編纂]等實施有關的所有相關事宜。

附錄四

法定及一般資料

有關購回本身證券的說明函件

以下各段包括(其中包括)聯交所規定就購回本身證券須載入本文件的若干資料。

(a) 購回理由

董事會認為購回股份將有利於及符合本公司及其股東的整體最佳利益。此舉可增強[編纂]對本公司的信心並對維持本公司於資本市場的聲譽起到積極作用。該等購回只會在董事會相信有關購回對本公司及其股東整體有利時方會進行。

購回股份後，本公司可註銷任何購回股份及／或將其持作庫存股，惟須取決於(其中包括)購回時的市況及其資本管理需求，而該等因素可能會因情況的變化而改變。

(b) 行使一般授權購回股份

待批准授予購回H股的一般授權之特別決議案於股東週年大會上獲通過後，董事會將獲授購回H股的一般授權直至有關期間結束。購回股份的一般授權將於以下較早日期屆滿：

- (i) 其於本公司將於下屆股東週年大會結束時將失效，除非該授權在該次大會上通過特別決議案有條件地或受條件規限下獲續期者除外；或
- (ii) 在本公司任何股東大會上通過特別決議案撤銷或更改該決議案下的授權。

此外，我們需就實際授予董事會購回授權(如適用)向相關政府部門完成登記及批准程序。全面行使一般授權購回H股(以截至[編纂]已發行的[編纂]股H股為基準且本公司將不會於[編纂]後舉行的下屆股東週年大會日期或之前配發及發行或購回任何H股)將導致本公司於有關期間最多購回[編纂]股H股，即最多為截至[編纂]已發行H股(不包括任何庫存股份)的[編纂]%。

附錄四

法定及一般資料

(c) 資金來源

於購回其股份時，本公司擬動用本公司內部資源(可能包括盈餘資金及保留溢利)中根據組織章程細則及中國適用的法律、規則及法規可合法作此用途的資金。

本公司獲其組織章程細則授權購回其股份。倘組織章程細則及適用法律及法規允許，將予購回的任何股份將被註銷或保留作庫存股。本公司不得以現金以外的代價或聯交所不時規定的交易規則以外的其他交收方式在聯交所購買證券。

(d) 暫停購回

上市公司在知悉內幕消息後任何時間直至有關消息獲公佈前，不得於聯交所購回其股份。尤其是，於緊接：(i)就批准公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期期間(不論上市規則有否規定)的業績舉行董事會會議的日期(根據上市規則最先通知聯交所的日期)；及(ii)發行人根據上市規則公佈其任何年度或半年度或季度或任何其他中期期間(不論上市規則有否規定)的業績的最後限期(以較早者為準)前一個月至業績公告日期止期間，公司不得在聯交所購回其股份，惟特殊情況除外。

(e) 緊密聯繫人及核心關連人士

董事(就其作出一切合理查詢後所深知)或任何彼等的緊密聯繫人目前概無意於購回股份的一般授權獲批准後將任何股份出售予本公司。

本公司概無接獲本公司核心關連人士知會，表示彼等目前有意向本公司出售股份，或承諾，倘購回股份的一般授權獲批准，將向本公司出售股份。

上市公司不得在知情的情況下於聯交所向核心關連人士(即公司或其任何附屬公司的董事、最高行政人員或主要股東或任何彼等的緊密聯繫人)購買其股份及核心關連人士不得在知情的情況下向其出售所持有的公司股份權益。

(f) 購回股份之地位

視乎組織章程細則、上市規則及任何其他適用法律及法規而定，本公司購回的股份將註銷或保留作為庫存股份。

附錄四

法定及一般資料

(g) 收購影響

倘因購回任何股份而導致股東於本公司投票權之權益比例增加，則有關增加就收購守則而言將被視為一項收購。因此，股東或一組一致行動之股東可取得或鞏固於本公司之控制權，並須根據收購守則第26條提出強制要約。

除上文所述者外，董事並不知悉根據購回股份的一般授權購回股份會導致收購守則項下的任何後果。

(h) 暫行措施

對於本公司存放於[編纂]有待在聯交所重售的任何庫存股，經董事會批准後，本公司將實施以下暫行措施，其中包括(但不限於)：

- (i) 促使其經紀不得向[編纂]發出在股東大會上就存放於[編纂]的庫存股投票的任何指示；
- (ii) 在股息或分派(如有及適用)的情況下，從[編纂]提取庫存股，並在股息或分派各情況下的相關記錄日期前，以其本身名義將該等股份重新登記為庫存股份或註銷該等股份；或
- (iii) 採取任何其他措施，確保其不會行使任何股東權利或收取任何權益(根據適用法律，倘該等股份以其自身名義登記為庫存股份，則該等權利或權益將被中止)。

(i) 一般事項

截至最後實際可行日期，本公司並無持有任何庫存股，且於[編纂]後將不會持有任何庫存股份。

倘於任何時間全面行使購回股份的一般授權，則可能會對我們的運營資金或資本負債狀況(與我們最近刊發的經審核賬目所披露的資本負債狀況相比較)造成重大不利影響。然而，董事不建議在對我們的運營資金或資本負債狀況構成重大不利影響的情況下，行使購回股份的一般授權。

董事已向聯交所承諾，彼等將根據上市規則及中國適用法律行使購回股份的一般授權。有關購回本公司股份的說明函件及建議購回股份事宜均無任何異常之處。

附錄四

法定及一般資料

有關我們業務的進一步資料

重大合約概要

我們已於緊接本文件日期前兩年內訂立以下屬重大或可能屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)：

- (a) [編纂]。

知識產權

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對本集團的業務而言屬重大的知識產權。

商標

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的商標：

序號	已註冊商標	擁有人	註冊編號	類別	註冊地點	屆滿日期
1.		悦普網絡	45618396	35	中國	二零三零年十二月二十七日
2.	无涯子文化传媒	本公司	52393054	35	中國	二零三一年八月二十七日
3.	卓而文化传媒	本公司	52393053	35	中國	二零三一年八月二十七日
4.		本公司	24963926	35	中國	二零二八年十月六日
5.	悦普传媒集团	本公司	52393056	35	中國	二零三二年六月十三日
6.	YEPESH	本公司	62190779	35	中國	二零三二年七月十三日
7.		本公司	62196454	35	中國	二零三二年七月十三日

附錄四

法定及一般資料

專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊或獲授權使用以下我們認為對業務而言屬重大的專利：

序號	專利說明	註冊擁有人	註冊地點
1.	文本處理模型的訓練裝置和方法	悅普網絡	中國

著作權

截至最後實際可行日期，我們具有以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的著作權：

序號	著作權名稱	註冊擁有人	註冊地點
1.	傳播策略決策系統	悅普網絡	中國
2.	傳播效能監測預警系統	悅普網絡	中國
3.	創意靈感智能推薦系統	悅普網絡	中國
4.	社交影響力評估軟件	悅普網絡	中國
5.	消費者需求感知平台	悅普網絡	中國
6.	營銷活動自動化執行軟件	悅普網絡	中國

域名

截至最後實際可行日期，我們具有以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的已註冊互聯網域名：

序號	域名	註冊擁有人
1.	www.eshyp.com	本公司

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，概無對我們的業務而言屬重大的其他知識產權。

附錄四

法定及一般資料

有關董事、高級管理層及主要股東的進一步資料

本公司董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債權證中的權益及淡倉

除「主要股東」一節及下文所披露者外，緊隨[編纂]完成及未上市股份轉換為H股後(假設[編纂]未獲行使)，就本公司股份於聯交所[編纂]後，本公司董事及最高行政人員於本公司或任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會我們及聯交所的任何權益及淡倉(包括彼等根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉)，或(ii)根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊的任何權益及淡倉，或(iii)根據上市規則所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會我們及聯交所的任何權益及淡倉如下：

於股份及相關股份的權益

董事／ 最高行政人員姓名	職位	身份／權益性質	股份概況 ⁽¹⁾	股份數目	佔股本總額 的概約持股 百分比 ⁽²⁾
林先生	董事長、 執行董事兼總 經理	實益擁有人	H股(L)	[編纂]	[編纂]%
蔡永輝先生	執行董事兼副總 經理	實益擁有人	H股(L)	[編纂]	[編纂]%
鮑秀雲女士	執行董事兼 首席運營官	於受控法團的 權益 ⁽³⁾	H股(L)	[編纂]	[編纂]%

附註：

- (1) 全部所示權益均為好倉。
- (2) 此乃基於緊隨[編纂]完成後已發行合共[編纂]股H股計算，原因為全部[編纂]股未上市股份將轉換為H股，並將根據[編纂]發行[編纂]股H股(假設[編纂]未獲行使)。
- (3) 鮑秀雲女士為上海韻程之普通合夥人，上海韻程為於中國境內成立之有限合夥企業，於最後實際可行日期持有9,776,160股H股。因此，鮑女士根據證券及期貨條例被視為於上海韻程所持股份中擁有權益。概無上海韻程的有限合夥人持有合夥權益逾三分之一。

附錄四

法定及一般資料

主要股東於股份中的權益

除「主要股東」所披露者外，緊隨[編纂]完成後及未計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何H股，我們的董事並不知悉任何其他人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部條文須向我們及香港聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接於本公司10%或以上已發行的有表決權的股份中擁有權益。

於本集團其他成員公司中主要股東的權益

姓名／名稱	權益性質	本集團成員公司名稱	持有已註冊 資本金額 (人民幣)	佔本集團成員公司 權益概約百分比 (%)
宗裔 ⁽¹⁾	實益擁有人	上海令行文化傳媒有限公司 (「上海令行」)	4,000,000	40
朗冠(上海)廣告 有限公司 ⁽²⁾	實益擁有人	上海悅朗普網絡科技有限公司 (「上海悅朗普」)	400,000	40
俞松青 ⁽²⁾	於受控制法團的 權益	上海悅朗普	400,000	40
黃鑫 ⁽³⁾	實益擁有人	成都辰木新聲傳媒科技有限公司 (「成都辰木」)	4,900,000	49
廣州千顆星科技有限 公司 ⁽⁴⁾	實益擁有人	廣州阿海德數字科技有限公司 (「廣州阿海德」)	4,500,000	45
陳迎 ⁽⁴⁾	於受控制法團的 權益	廣州阿海德	4,500,000	45

附註：

- 截至最後實際可行日期，上海令行由本公司擁有60%股份，以及由上海令行的監事兼主要股東宗裔擁有40%的股份。
- 截至最後實際可行日期，上海悅朗普由本公司擁有60%股份，以及由朗冠(上海)廣告有限公司擁有40%股份，而朗冠(上海)廣告有限公司則由俞松青控制。據董事所深知，鑒於上海悅朗普根據上市規則第14A.09條規定屬於非重大附屬公司，朗冠(上海)廣告有限公司及俞松青均為獨立第三方，而非附屬公司層面的關連人士。

附錄四

法定及一般資料

3. 截至最後實際可行日期，成都辰木(i)由本公司擁有51%股份，以及(ii)由黃鑫擁有49%股份。據董事所深知，鑒於成都辰木根據上市規則第14A.09條規定屬於非重大附屬公司，黃鑫為獨立第三方，而非附屬公司層面的關連人士。
4. 截至最後實際可行日期，廣州阿海德(i)由本公司擁有55%的股份；(ii)由廣州千顆星科技有限公司擁有45%股份，而該公司由廣州阿海德一名主要股東陳迎控制。

除上文所載及本文件所披露者外，截至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉任何人士將於緊隨[編纂]完成後直接或間於有本集團其他成員公司(本公司除外)10%或以上已發行有表決權的股份中擁有權益。

董事的服務合約及委任函詳情

我們[已]就(其中包括)遵守相關法律法規、組織章程細則及適用仲裁條款分別與各董事[訂立]服務合約或委任函。

除上文所披露者外，我們並未與任何董事就彼等各自擔任董事的職位訂立，亦無建議訂立任何服務合約(於一年內屆滿或僱主於一年內可在毋須作出賠償(法定補償除外)的合約除外)。

董事薪酬

除「董事及高級管理層」及載於附錄一的會計師報告附註8所披露者外，截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止三個財政年度，概無董事取得我們提供的其他實物利益薪酬。

免責聲明

除本文件所披露者外：

- (a) 概無董事或最高行政人員於本公司或任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會我們及聯交所的任何權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所指登記冊的任何權益或淡倉，或H股於聯交所[編纂]後，根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會我們及聯交所的任何權益或淡倉；

附錄四

法定及一般資料

- (b) 董事概不知悉任何人士(並非本公司董事或最高行政人員)將在緊隨[編纂]完成及未上市股份轉換為H股後(未計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何H股)後於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部條文須向我們披露的權益或淡倉，或直接或間接於本集團任何成員公司10%或以上已發行的有表決權的股份中擁有權益；
- (c) 概無董事、彼等各自的緊密聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司5%以上已發行股份的股東於本集團的五大客戶或五大供應商中擁有任何權益；及
- (d) 概無董事或本附錄「專家資格」所列的任何一方：
 - i. 於我們的發起過程中，或於緊接本文件日期前兩年內我們已收購或出售或租賃，或本集團任何成員公司擬收購或出售或租賃的任何資產中擁有權益；或
 - ii. 於本文件日期存續且對我們業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益。

[編纂]前股權激勵平台

1. 背景

上海韻程乃作為本公司[編纂]前股權激勵平台而成立，旨在獎勵本公司核心員工及高級管理層成員對本公司所作的貢獻，並鼓勵彼等為本公司提供長期、穩定的服務。

[編纂]前股權激勵平台的各名有限合夥人(「該等有限合夥人」，各稱「有限合夥人」)根據其有限合夥協議(「有限合夥協議」)透過上海韻程合夥權益的方式而間接持有本公司股份。該等相關合夥權益根據相關合夥權益的股權激勵協議或轉讓協議(「授出協議」)授出。各名有限合夥人須受有限合夥協議及相關授出協議的條款及限制所規限。誠如下文進一步闡釋，[編纂]前股權激勵平台或有限合夥協議及授出協議項下的激勵安排不受上市規則第17章規定約束，原因為於[編纂]後將不會根據該等安排授予任何獎勵。

附錄四

法定及一般資料

2. 股份最高數目

截至最後實際可行日期，[編纂]前股權激勵平台持有本公司9,776,160股股份，佔截至最後實際可行日期已發行股份總數約9.80%。於[編纂]完成後，[編纂]前股權激勵平台將持有[編纂]股H股，佔緊隨[編纂]完成後本公司已發行H股總數約[編纂]%(假設[編纂]並無行使)。

3. 轉讓／退出限制

根據授出協議，自相關激勵日期起直至本公司完成[編纂]為止，承授人轉讓任何相關激勵需受下列條件規限：(i)任何轉讓須取得[編纂]前股權激勵平台普通合夥人的事先書面同意；及(ii)受讓人不得為本公司或其附屬公司的競爭對手(由普通合夥人釐定)，或與本公司或其附屬公司存在利益衝突的任何實體。

根據授出協議，創辦人有權(但無義務)在發生下列任何事件時按承授人原先支付的價格從相關承授人購回任何尚未歸屬激勵：(i)承授人因違反法律法規、專業失當、披露機密資料、疏忽或玩忽職守，或任何其他損害本公司或其任何附屬公司利益或聲譽的行為而遭解僱；(ii)承授人因績效考核不達標或無法履行職務而遭解僱；(iii)本公司或其任何附屬公司選擇在承授人的僱傭合約到期後不予續約；(iv)承授人因其他原因已不再受僱於本公司或其任何附屬公司；或(v)承授人因刑事罪行或其他原因無法繼續受僱。

4. 合夥權益詳情

截至最後實際可行日期，所有[編纂]前股權激勵平台的合夥權益均已獲認購。截至最後實際可行日期，該等相關合夥權益相當於合共9,776,160股股份，佔已發行股本總額約9.80%。於[編纂]後，將不再授出獎勵，因此[編纂]前股權激勵平台將不會導致股東於[編纂]後的股權被攤薄。

截至最後實際可行日期，上海韻程由其普通合夥人鮑秀雲女士(我們的執行董事)持有16.40%的股權。其餘合夥權益由七名有限合夥人持有，包括：(i)兩名執行董事，即林先生及蔡先生，分別持有約24.24%及9.96%的合夥權益；及(ii)本公司五名現任及前任員工，合共持有約49.40%的合夥權益。

附錄四

法定及一般資料

其他資料

遺產稅

董事已獲告知，本公司或其任何附屬公司須承擔重大遺產稅責任的可能性不大。

訴訟

截至最後實際可行日期，本集團並無任何成員公司涉及任何重大訴訟、仲裁、行政程序或索賠，就我們所知，亦無任何針對或由本集團任何成員公司提出而懸而未決或面臨威脅的重大訴訟、仲裁、行政程序或索賠。

籌備費用

截至最後實際可行日期，本公司並無產生任何重大籌備費用。

發起人

本公司的所有發起人為緊接本公司於二零二零年九月二十二日改制為股份有限公司前本公司的當時股東。除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述相關交易而已向或擬向上述發起人支付、配發或給予現金、證券或利益。

H股持有人的稅項

香港印花稅目前按H股的代價或市值(以較高者為準)之0.10%從價稅率徵收，買方須就每次購買任何香港證券(包括H股)繳納，而賣方則須就每次出售任何香港證券(包括H股)繳納(換言之，涉及H股的一般買賣交易目前合共須繳納0.20%的印花稅)。此外，任何H股轉讓文件目前均須繳納5.00港元的定額印花稅。倘其中一方為香港境外居民且未繳付其應付的從價印花稅，則未繳付的稅款將於轉讓文件(如有)上予以評定，並由承讓人繳付。倘未於到期日或之前繳繳印花稅，則可能被處以最高達應繳稅款十倍的罰款。

無重大不利變動

董事確認，截至最後實際可行日期，自二零二五年十二月三十一日(即載於本文件附錄一會計師報告之報告期末)起，本集團的財務、運營或交易狀況或前景概無出現任何重大不利變動。

附錄四

法定及一般資料

專家資格

以下為提供本文件所載意見或建議的專家資格：

名稱	資格
招商證券(香港)有限公司	一家根據證券及期貨條例獲准從事第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(證券諮詢)、第6類(企業融資諮詢)及第9類(資產管理)受規管活動的持牌法團
摩根路易斯律師事務所	本公司有關美國制裁與出口管制法律的法律顧問
安永會計師事務所	根據《會計及財務匯報局條例》的執業會計師及註冊公眾利益實體核數師
北京市通商律師事務所	本公司有關中國法律的法律顧問
弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司	獨立行業顧問

截至最後實際可行日期，上述專家概無於本公司或我們任何附屬公司擁有任何股權，亦無擁有認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論可否依法強制執行)。

專家同意書

本附錄「專家資格」所述的每名專家已各自就本文件的刊發發出書面同意書，表示同意按本文件所載的形式及內容轉載其報告及／或函件及／或意見及／或提述其名稱，且迄今並無撤回同意書。

獨家保薦人

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則。根據本公司與獨家保薦人訂立的委聘函，就獨家保薦人擔任有關於聯交所[編纂]的保薦人服務而應付獨家保薦人的費用總額為500,000美元。

附錄四

法定及一般資料

購回股份的限制

有關本公司購回股份限制的詳情，請參閱「附錄三－組織章程細則概要」。

約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，在適用情況下令一切有關人士受《公司(清盤及雜項條文)條例》第44A及44B條所有條文(罰則條文除外)約束。

雙語文件

根據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免規定，本文件分別以英文及中文刊發。

其他事項

除本文件另行披露者外：

- (a) 於本文件日期前兩年內：
 - (i) 本公司或其任何附屬公司尚未發行或同意發行、或建議全部或部分以現金或現金以外的代價支付的股份或借貸資本；
 - (ii) 本公司或其任何附屬公司的股份或借貸資本概無附有購股權或有條件或無條件同意附有購股權；
 - (iii) 並無就發行或出售本公司或其任何附屬公司任何股份而給予佣金、折扣、經紀佣金或其他特殊條款；及
 - (iv) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司的任何股份或債權證而支付或應付佣金；
- (b) 本公司或其任何附屬公司概無創始人、管理層或遞延股份，亦無任何債權證；
- (c) 概無任何由本公司租用或出租且租期超過一年，而就本公司業務而言屬重大之廠房租賃或租購合約；

附錄四

法定及一般資料

- (d) 於本文件日期前12個月內，本集團的業務並無出現可能對或已經對本集團的財務狀況產生重大影響的中斷情況；
- (e) 概無影響我們從香港境外將利潤匯入或資本調回香港的任何限制；
- (f) 本公司並無任何發行在外的可轉換債務證券或債權證；
- (g) 概無有關放棄或同意放棄未來股息的安排；
- (h) 本公司的股本及債務證券概無在任何其他證券交易所[編纂]或[編纂]，亦無正在或建議尋求上市或獲准買賣；
- (i) 本公司為一家股份有限公司，受中國公司法所規限；及
- (j) 本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則規定的董事進行證券交易的行為守則。

附錄五

送呈香港公司註冊處處長及展示文件

隨同本文件副本一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件為：

- (a) 「附錄四 – 法定及一般資料 – 有關我們業務的進一步資料 – 重大合約概要」所述的各重大合約副本；及
- (b) 「附錄四 – 法定及一般資料 – 其他資料 – 專家同意書」所述的書面同意書。

展示文件

下列文件的副本將於本文件日期起計14日期間內登載於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 www.eshyp.com：

- (a) 組織章程細則；
- (b) 本集團截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止三個年度的經審核綜合財務報表；
- (c) 安永出具的會計師報告，其全文載於附錄一；
- (d) 安永就本集團未經審核[編纂]財務資料出具的報告，其全文載於附錄二；
- (e) 「附錄四 – 法定及一般資料 – 有關我們業務的進一步資料 – 重大合約概要」所述的重大合約；
- (f) 「附錄四 – 法定及一般資料 – 其他資料 – 專家同意書」所述的書面同意書；
- (g) 「附錄四 – 法定及一般資料 – 有關董事、高級管理層及主要股東的進一步資料 – 董事的服務合約及委任函詳情」所述的服務合約及委任函；
- (h) 我們的中國法律顧問北京市通商律師事務所就本集團在中國法律項下有關(其中包括)一般公司事務及物業權益所出具的法律意見書；
- (i) Morgan, Lewis & Bockius LLP就美國出口管制提供的法律備忘錄；
- (j) 「行業概覽」所述由弗若斯特沙利文出具的行業報告；及
- (k) 下列中國法律的副本，連同中國公司法、中國證券法及《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》的非官方英文譯本。