

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，並不包括可能對閣下而言屬重要的所有資料，且僅在整體上屬合格，故閣下須連同本文件全文一併閱讀。於閣下決定投資[編纂]前，須閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。投資於[編纂]的部份具體風險載於本文件「風險因素」。於閣下決定投資[編纂]前，須仔細閱讀該節。

我們的使命

我們的使命是助力中小企業向數字化轉型，通過科技驅動商業革新讓商業變得更智慧。

概覽

按2017年收益計，我們是中國領先的中小企業雲端商業及營銷解決方案提供商，亦為中國領先的騰訊社交網絡服務平台中小企業精準營銷服務提供商。透過我們的SaaS產品，我們提供多種針對於垂直行業的智慧商業解決方案且我們的精準營銷服務可使企業面向中國領先數字內容平台上的特定受眾進行推廣。根據弗若斯特沙利文報告，按收益計，我們於中國中小企業雲端商業及營銷解決方案市場的市場份額為5.8%，且2017年於中國各種規模企業雲端商業及營銷解決方案市場的市場份額為4.2%。我們主要透過中國領先的社交媒體平台微信交付我們的SaaS產品及精準營銷服務，根據弗若斯特沙利文報告，按2017年收益及付費商戶數量計，我們亦為微信上最大的中小企業第三方服務提供商（按收益計，市場份額為15.3%）。

騰訊的社交媒體平台及服務在我們提供SaaS產品及精準營銷服務時發揮重要作用。我們主要以微信小程序及微信公眾號的形式在微信上提供我們的SaaS產品。我們主要通過微信朋友圈等騰訊社交媒體平台向廣告主提供精準營銷。我們預期我們在業務營運方面對騰訊的依賴將不會於可見將來有所減少。更多詳情，請參閱下文「我們與騰訊的關係」。於2015年及2016年，我們錄得虧損，原因為我們仍處於變現的初期階段，並產生大量銷售及營銷開支。我們於截至2018年6月30日止六個月錄得虧損淨額，且預期將於截至2018年12月31日止年度產生虧損淨額，主要乃由於金融工具的公平值變動及就[編纂]所產生的[編纂]開支。有關詳情，請參閱下文「歷史財務資料概要－匯總全面收益表概要－業務分部」。

我們的業務模式

SaaS或軟件即服務為軟件及相關數據受集中託管的一種雲端軟件許可及交付模式，可使用戶無需在其計算機或其數據中心安裝及運行應用程序。我們於2013年首次發佈SaaS產品，旨在幫助在傳統零售模式下運營的中小企業克服其在當下新零售時代面臨的重大挑戰。由於中小企業線下門店規模有限，且對線上專業知識了解甚少，

概 要

故此，通常缺乏易用且具成本效益的數字工具來發展業務及管理顧客關係。傳統的網上商城平台提供的商戶服務有限，同時須控制用戶流量及與終端顧客的關係。我們透過提供去中心化的社交媒體平台打破該模式，允許中小企業直接接觸顧客、與顧客溝通、並能透過線上線下渠道管理其與其顧客之間的互動及關係。於去中心化平台（如微信）上，商戶可利用社交媒體訪問量建立品牌知名度，直接向目標受眾推銷並獲得顧客。我們為商戶提供全套易於使用的SaaS產品，使其以微信公眾號或微信小程序的形式開設線上業務。商戶可利用SaaS產品於微信及其他數字平台上進行業務運營、提高運營效率及管理線上線下的顧客關係。在這種顛覆性的模式下，我們透過向商戶提供其顧客流量及數據的所有權，將主導權交還予商戶。

於2016年，我們開始提供精準營銷，使廣告主可透過於中國領先社交媒體平台上進行移動社交營銷並優化其營銷活動，觸及其目標受眾。

我們的產品及服務

我們的雲產品包括我們的SaaS產品（即我們的商業雲、營銷雲及銷售雲）及我們的PaaS產品（包括我們的微盟雲平台）。

商戶使用我們的SaaS產品在社交媒體平台上開設個性化店面並管理其主要數字商務營運，包括產品展示、訂單獲取及支付流程、客戶關係管理及社交媒體營銷。我們各SaaS產品均具備其獨特的功能及特點設計，以滿足商戶的特定商業需求。商業雲產品使商戶能夠建立綜合線上線下數字化運營，並使彼等提高顧客的參與度、轉換率、收益及忠誠度。營銷雲產品為商戶提供數字工具以精準鎖定受眾群體並優化在線營銷活動，包括廣告製作及預算分配。銷售雲產品幫助商戶提升獲客能力並有效取得更高銷售業績。詳情請參閱「業務－我們的產品及服務範圍－SaaS產品」。

儘管我們的銷售雲產品於往績記錄期間並無產生任何收益，我們隨後已於2018年下半年自商戶獲得訂單，且截至最後實際可行日期，我們已因將產品售予約500名商戶而錄得收益。更多詳情，請參閱「業務－我們的產品及服務範圍－SaaS產品－銷售雲」。

於2017年10月，我們推出一款平台即服務（或PaaS，即提供平台及環境使軟件開發商創建及部署應用程序的一種雲計算服務）微盟雲平台。該平台專為第三方開發商設計，為用戶提供除我們現有的雲服務之外更多的應用程序選擇。透過使用我們的微盟雲平台，第三方開發商即可設計、構建和實施企業級自定義應用程序。第三方開發商不僅在其應用程序中整合我們的店面、產品、交易、支付、營銷、會員及物流模塊，亦可連接至微盟服務市場（應用商店）的數百個插件，以豐富其應用程序產品種類。截至最後實際可行日期，我們累積已有近400位第三方開發商，並在微盟雲平台上為商戶提供由該等第三方開發商開發的逾600個應用程序。於往績記錄期間，我們的微盟雲平台並無產生任何收益。然而，由於我們預期第三方開發商平台日後將會更加完善，我們可能

概 要

透過分享第三方開發商經我們平台分銷的應用程序產生的部份收益而從該生態系統中獲利。請參閱「業務－我們的產品及服務範圍－微盟雲平台－變現能力」。

我們於2016年開展精準營銷業務。我們透過該業務提供便捷、實惠及高效的一站式移動社交營銷解決方案，確保廣告主優化其營銷活動並實現其品牌宣傳或精準營銷的目標。集成分析和優化技術的專有數據管理平台（DMP）助力廣告主精準營銷，以更精準地物色可能對品牌感興趣或成為付費顧客的受眾。該DMP亦可使廣告主便捷地選擇媒體資源、創建社交推廣計劃及使用其他強大工具進行營銷及推廣。此外，我們與優質媒體資源的合作有助於廣告主的營銷活動觸達海量受眾。我們的優質媒體資源主要包括主流社交媒體平台和其他高流量渠道，如微信朋友圈、微信公眾號、QQ、QQ空間、百度及知乎。

我們的商戶及廣告主

我們擁有龐大且迅速增長的客戶群。截至2018年6月30日，我們就我們的SaaS產品及精準營銷擁有約270萬註冊商戶，為我們提供可定期從中獲利的龐大的潛在客戶群。過往，購買我們SaaS產品或精準營銷的商戶所在行業包括時裝、食品、美妝、數碼產品、家電、圖書、酒店、餐飲、房地產及婚禮服裝。

於往績記錄期間，我們擴大我們SaaS產品及精準營銷的客戶群。我們SaaS產品的付費商戶人數於2015年、2016年及2017年12月31日以及2018年6月30日分別為23,895名、36,344名、51,494名及56,313名。我們SaaS產品的每用戶平均收益於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月分別為人民幣4,771元、人民幣4,834元、人民幣5,100元及人民幣2,758元。使用我們精準營銷的廣告主數量於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月分別為3,217名、17,681名及14,189名。我們每廣告主平均開支於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月分別為人民幣54,023元、人民幣52,767元及人民幣68,084元。我們龐大且不斷增長的客戶基礎為我們提供了龐大的大數據庫，我們可以利用該數據庫更好地了解客戶需求，並進一步完善我們的產品及服務範圍，以改善客戶體驗。

我們的增長

我們於往績記錄期間錄得顯著增長。我們的總收益由2015年的人民幣114.0百萬元增加至2016年的人民幣189.2百萬元並進一步增加至2017年的人民幣534.0百萬元，複合年增長率為116.4%。我們的總收益由截至2017年6月30日止六個月的人民幣212.0百萬元增加至截至2018年6月30日止六個月的人民幣332.1百萬元。我們的毛利由2015年的人民幣98.2百萬元增加至2016年的人民幣166.9百萬元並進一步增加至2017年的人民幣344.2百萬元，複合年增長率為87.2%。我們的毛利由截至2017年6月30日止六個月的人民幣166.4百萬元增加至截至2018年6月30日止六個月的人民幣231.0百萬元。

概 要

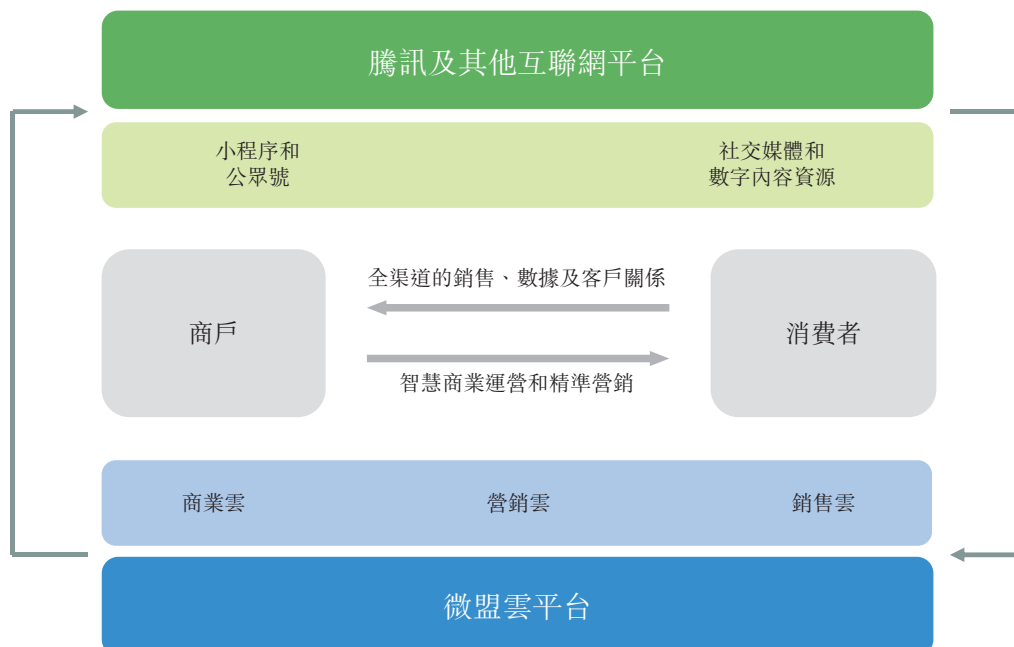
我們的生態系統及其參與者

我們的雲端商業及營銷服務平台構成連接我們商戶、消費者及社交媒體平台的充滿活力的生態系統的一部份。透過該生態系統，我們已顛覆商戶於當今新零售時代透過社交媒體開展其業務的方式，並在我們的生態系統參與者中建立了值得信賴的成功平台的聲譽。由於我們主要透過微信平台提供我們的SaaS產品及精準營銷服務，我們的微盟生態系統已納入騰訊生態系統。

以下為受益於我們生態系統的主要參與者。

- **商戶**。我們的產品及服務主要面向中小企業。中小企業佔中國全部註冊企業的約94.0%，佔2017年中國國內生產總值的60.0%以上。根據弗若斯特沙利文報告，2017年有27.3百萬家中小企業。我們服務於龐大且日益增長的旨在通過數字化進行業務轉型的商戶群體。
- **消費者**。根據弗若斯特沙利文報告，截至2017年12月31日中國網購消費者為533百萬人。隨著消費者從可支配收入和在線時間的增加中受益，他們更多地選擇可提供個性化、全渠道購物體驗的商戶和平台。截至最後實際可行日期，我們商戶的消費者數量累計達約4億人。截至最後實際可行日期，我們商戶的粉絲數量累計達約10億人。
- **社交媒體平台**。我們目前與騰訊及其他社交媒體平台合作，提供SaaS產品及精準營銷。我們主要以微信小程序及微信公眾號的形式在微信上提供我們的SaaS產品。我們主要在騰訊社交媒體平台（如微信朋友圈及QQ）上提供精準營銷。於往績記錄期間，我們亦與其他媒體發佈商（包括百度及知乎）合作以提供我們的精準營銷。

下圖展示了我們生態系統中的網絡效應及參與者互動：



概 要

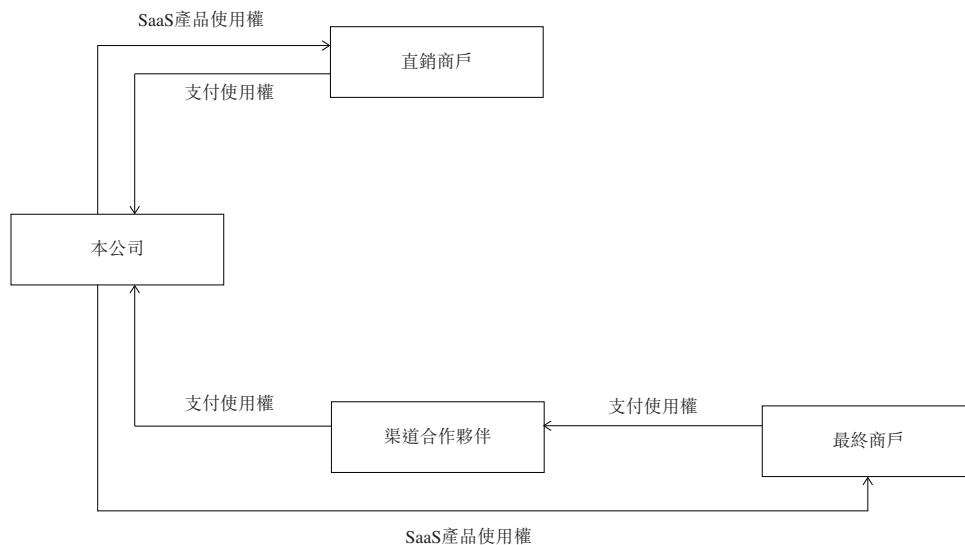
銷售渠道

我們的銷售網絡包括中國一線城市及其他戰略性城市的自有直銷團隊以及遍佈全國的本地渠道合作夥伴網絡。截至2018年6月30日，我們擁有超過1,500家渠道合作夥伴的線下網絡，涵蓋中國所有省、直轄市及自治區，使我們能夠與客戶建立本地化的緊密業務關係。我們SaaS產品渠道合作夥伴主要為專門從事營銷信息技術或互聯網服務的企業。我們的精準營銷渠道合作夥伴主要為廣告代理商。我們渠道合作夥伴的較低流失率體現了我們與渠道合作夥伴的良好關係。例如，於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月，我們SaaS產品渠道合作夥伴的流失率分別為8.1%、3.4%、5.2%及3.7%。

我們的銷售渠道讓我們SaaS產品的商戶在具成本效益的情況下轉化為精準營銷廣告主，反之亦然，與單獨獲取新客戶相比，這使我們可以減少獲客成本。我們向渠道合作夥伴提供培訓以及技術、營銷及客戶服務支持，以更好地服務商戶及廣告主。於往績記錄期間，我們來自渠道合作夥伴的SaaS產品收益於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月分別為人民幣98.8百萬元、人民幣124.8百萬元、人民幣163.2百萬元及人民幣101.4百萬元。於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月，透過於渠道合作夥伴產生的的精準營銷毛收入分別為人民幣111.5百萬元、人民幣313.9百萬元及人民幣313.0百萬元。

SaaS產品

以下流程圖載明我們SaaS產品銷售渠道的銷售與資金流：



精準營銷

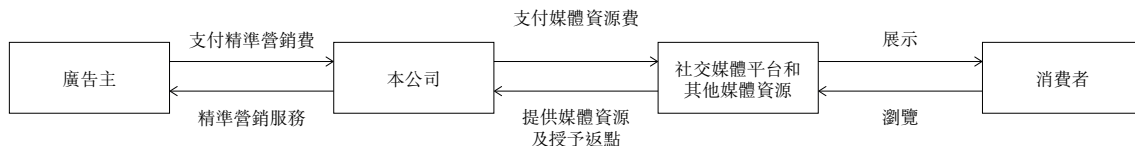
我們主要透過自身的直銷團隊及渠道合作夥伴銷售精準營銷服務。我們就我們提供的精準營銷向廣告主或渠道合作夥伴基於不同定價模式（如CPC、CPM或CPA）收取費用（即彼等各自廣告主的費用）。媒體發佈商主要按照廣告主的總支出以廣告服務的預付款項或現金的形式向我們授予返點。我們可申請預付款項用作日後購買精準營銷的廣告流量。我們自精準營銷確認的收益金額受我們於與廣告主簽訂的各項特定合約

概 要

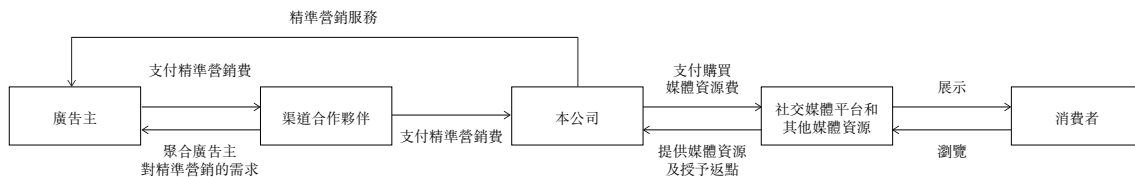
下的角色所影響。就我們作為委託人的合約而言，我們按總額基準確認收益，而就我們作為代理人的合約而言，我們按淨額基準確認收益。進一步詳情請參閱「業務－銷售渠道－精準營銷」。

以下流程圖載明我們精準營銷業務項下兩種銷售渠道的服務與資金流：

直銷



渠道合作夥伴



有關透過我們的SaaS產品及精準營銷渠道合作夥伴而展開的業務銷售流程討論詳情，請參閱「業務－銷售渠道－SaaS產品－渠道合作夥伴－業務流程」及「業務－銷售渠道－精準營銷－渠道合作夥伴－業務流程」。

客戶

我們的主要客戶為：(i)就我們的精準營銷給予我們返點的騰訊；(ii)購買或通過我們的渠道合作夥伴購買我們SaaS產品的商戶；及(iii)購買或通過我們的渠道合作夥伴購買我們精準營銷的廣告主。我們不依賴於特定垂直行業的客戶。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度及截至2018年6月30日止六個月，來自我們最大客戶的收益分別佔我們於該等期間總收益的3.8%、5.2%、17.1%及27.1%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度及截至2018年6月30日止六個月，來自我們五大客戶的收益分別佔我們於該等期間總收益的11.6%、12.4%、37.0%及47.8%。進一步詳情請參閱「業務－客戶」。

供應商

我們的主要供應商為媒體發佈商以及雲計算服務器、帶寬、廣告、物流及支付服務供應商。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月，我們最大供應商的收費分別佔我們於該等期間銷售成本的17.5%、20.3%、

概 要

79.9%及73.0%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月，我們五大供應商的收費分別佔我們於該等期間銷售成本的50.9%、30.5%、84.0%及78.3%。進一步詳情請參閱「業務－供應商」。

我們與騰訊的關係

我們與騰訊有長期穩定的合作關係，而騰訊是我們的戰略合作夥伴和投資者。緊隨[編纂]完成後，Tencent Mobility將有權行使本公司股份（相當於本公司已發行股本總額約[編纂]）所附帶的投票權（假設其不會行使其在[編纂]中認購任何[編纂]的優先購買權。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構－股東權利」）。我們是微信第三方服務提供商中的領航者，是2013年微信公眾號的首批合作夥伴，且為騰訊於2017年推出的微信小程序接口的首批商業及營銷解決方案提供者之一。上述所有因素使我們在微信平台擁有先發優勢。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年收益及付費商戶數量計，我們為最大的微信平台中小企業第三方服務提供商。我們於2016年及2017年均獲授予騰訊社交廣告區域與行業渠道年度最佳服務商。我們於微信第三方服務市場的領先地位及與騰訊的合作關係使我們能透過微信（尤其是微信小程序）把握移動社交商業的未來發展潛力。

騰訊的社交媒體平台及服務在我們提供SaaS產品及精準營銷服務時發揮重要作用。於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月，我們就精準營銷自騰訊收取的入賬列作收益的返點分別為人民幣零元、人民幣9.8百萬元、人民幣91.4百萬元及人民幣89.9百萬元，佔我們於同期總收益的0%、5.2%、17.1%及27.1%，致使騰訊成為我們於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月的最大客戶。就精準營銷向騰訊購買廣告流量及雲數據服務器和託管服務的費用合共佔我們於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月總採購額的0%、0%、82.4%及76.5%，致使騰訊成為我們於2017年及截至2018年6月30日止六個月的最大供應商。我們預期我們在業務營運方面對騰訊的依賴將不會於可見將來有所減少。在最壞的情況下，倘我們無法獲得騰訊的平台及服務，我們的經營業績及財務狀況會受到重大不利影響。詳情請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們倚賴騰訊平台和服務開展我們的業務」。

就我們的SaaS產品、精準營銷和雲端技術基礎設施而言，騰訊乃我們重要的業務合作夥伴。我們預期我們將繼續就該等方面與騰訊合作。騰訊在我們業務中的作用概述如下：

我們SaaS產品的運行環境

我們主要以微信小程序及微信公眾號的形式在微信上提供我們的SaaS產品。截至最後實際可行日期，我們幾乎所有SaaS產品銷售收益均由以微信小程序或微信公眾號形式提供的SaaS產品貢獻。於2015年、2016年及2017年以及截至2018年6月30日止六個月，我們的SaaS產品產生的收益為人民幣114.0百萬元、人民幣175.7百萬元、人民幣262.6百萬元及人民幣155.3百萬元，分別佔我們於同期總收益的100.0%、92.9%、49.2%及46.8%。

概 要

我們精準營銷的發佈商

我們於2016年開始精準營銷業務，且主要通過微信朋友圈、微信公眾號、QQ、QQ空間、騰訊新聞和騰訊視頻廣告等騰訊社交媒體平台向廣告主提供精準營銷。就我們的精準營銷業務而言，我們將騰訊社交媒體平台視為我們的重要媒體發佈商。我們於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月在騰訊社交媒體平台上購買廣告流量分別佔我們廣告流量購買總額的96.0%、96.6%及96.9%。

雲端技術基礎設施的服務提供商

我們主要使用騰訊雲作為我們雲端技術基礎設施的雲數據服務器和託管服務提供商。騰訊雲服務包括雲計算服務和物理雲數據庫服務器，為我們開發及提供SaaS產品及精準營銷提供基礎設施及硬件環境。於2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月，相關雲服務開支分別佔我們銷售成本的0.4%、2.5%及3.5%。我們於2015年並無產生任何該等開支。

進一步詳情，請參閱「業務 — 我們與騰訊的關係」。

我們的行業及競爭格局

我們經營所在市場競爭激烈。我們的競爭對手包括面向中國中小企業的雲端商業和營銷服務提供商、面向中小企業的騰訊社交網絡服務平台的精準營銷提供商以及中國微信第三方服務提供商。我們相信，我們行業的主要競爭因素包括產品和服務的功能、用戶體驗、技術能力、銷售能力、定價、品牌認知度以及聲譽。此外，新技術和技術進步可能會使行業內的競爭更為激烈。我們相信，我們有能力在上述因素的基礎上有效競爭。然而，我們目前或潛在的若干競爭對手可能會開發出被商戶和廣告主更好地接受的產品和服務，或者更快速和更有效地響應新的或不斷變化的機會、技術、規章及客戶要求。有關我們行業競爭格局的更多詳情，請參閱「行業概覽」。

我們的優勢

我們認為以下競爭優勢促使我們取得成功並將有助於推動我們未來的發展：

- 中國微信生態系統最大的中小企業第三方服務提供商；
- 中國領先的中小企業雲端商業及營銷解決方案提供商；
- 去中心化的智慧商業解決方案賦能中小企業實現數字化運營；
- 具有變現能力的龐大客戶群；
- 遍佈全國的銷售網絡；

概 要

- 強大的研發能力助力持續技術創新；及
- 極具創新精神和創業熱誠的管理團隊。

更多詳情，請參閱「業務－我們的優勢」。

我們的戰略

為完成使命並進一步鞏固領導地位，我們擬推行以下戰略：

- 加強及擴展我們的營銷雲和銷售雲產品；
- 拓展到新的垂直行業；
- 加強客戶群的變現能力；
- 加強與騰訊及其他去中心化移動平台的合作；
- 透過我們的微盟雲平台優化我們的生態系統；
- 發展及提升我們的銷售渠道；及
- 探索戰略合作關係及收購機會。

更多詳情，請參閱「業務－我們的戰略」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載若干風險。閣下在決定投資股份前，應細閱該節全部內容。我們所面臨的部份主要風險包括以下各項：

- 我們倚賴騰訊平台和服務開展我們的業務。
- 由於我們於新興及發展中市場的經營歷史有限，故我們準確預測我們未來經營業績及前景的能力有限，並受到多種不確定因素影響。
- 倘我們未能順應客戶不斷演變的需求改善及提升我們產品及服務的功能性、性能、可靠性、設計、安全性及可擴展性，我們的客戶可能不會回購我們的解決方案及服務，進而將會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。
- 我們利用當地渠道合作夥伴營銷及推廣我們的產品及服務並自當地渠道合作夥伴獲得可觀收益。倘我們無法成功與當地渠道合作夥伴發展及維持關係，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。
- 我們的業務、發展及前景極大程度上受中國SaaS產品及精準營銷數字渠道及使用率增加所影響。

概 要

主要經營數據

下表載列我們於所示期間的若干主要經營指標：

	截至12月31日止年度／截至12月31日			截至6月30日 止六個月／ 截至6月30日	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
SaaS產品					
新增付費商戶數量	18,599	24,076	25,035	10,998	11,672
付費商戶數量	23,895	36,344	51,494	43,400	56,313
流失率 ⁽¹⁾	59.2%	48.7%	27.2%	10.8%	13.3%
收益 (人民幣百萬元)	114.0	175.7	262.6	122.4	155.3
每用戶平均收益 (人民幣元)	4,771	4,834	5,100	2,821	2,758
精準營銷					
新增廣告主數量	–	3,217	16,447	6,152	9,814
廣告主數量	–	3,217	17,681	7,211	14,189
復投率 (已復投廣告主數量 ⁽²⁾ ／ 廣告主數量)	–	34.9%	50.6%	44.9%	48.7%
毛收入 (人民幣百萬元)	–	173.8	933.0	295.1	966.0
每廣告主平均開支 (人民幣元)	–	54,023	52,767	40,929	68,084

附註：

- (1) 流失率指一段時間內的未留存付費商戶數量除以截至過往期間末的付費商戶數量。
- (2) 已復投廣告主指年內或期內已使用我們精準營銷一次以上的廣告主。

主要股東集團

主要股東集團 (即孫先生、游先生及方先生 (通過彼等及／或彼等各自的控股實體)) 為一組與彼等一致行動的人士及本公司單一最大的股東集團。有關一致行動確認書的進一步詳情請參閱「與主要股東集團的關係」。

截至最後實際可行日期，主要股東集團於本公司已發行股本總額中擁有約28.36%的權益。緊隨[編纂]及[編纂]完成後，主要股東集團將於本公司已發行股本總額中擁有約[編纂]%的權益，包括(i)Sun SPV持有本公司股本約[編纂]%的股份；(ii)You SPV持有本公司股本約[編纂]%的股份；(iii)Fang SPV持有本公司股本約[編纂]%的股份；及(iv)Weimob Teamwork根據受限制股份單位計劃 (孫先生為委託人及管理人) 持有本公司股本約[編纂]%的股份。進一步詳情請參閱「與主要股東集團的關係」。

歷史財務資料概要

下表載列往績記錄期間匯總財務資料的財務資料概要 (摘錄自載於附錄一的會計師報告)。下文所載匯總財務數據概要應與本文件所載匯總財務報表 (包括相關附註) 一併閱讀，以保證其完整性。匯總財務資料已根據香港財務報告準則編製。

概 要

匯總全面收益表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
	(未經審計)				
	(人民幣百萬元)				
收益	114.0	189.2	534.0	212.0	332.1
銷售成本	(15.8)	(22.3)	(189.8)	(45.6)	(101.1)
毛利	98.2	166.9	344.2	166.4	231.0
銷售及分銷開支	(103.8)	(202.4)	(299.2)	(139.6)	(187.8)
一般及行政開支	(84.0)	(50.7)	(59.7)	(32.5)	(75.1)
其他收入	0.6	1.4	14.8	0.2	7.8
其他(虧損)/收益淨額	(0.2)	(0.4)	2.7	3.5	5.1
經營(虧損)/利潤	(89.2)	(85.2)	2.8	(2.1)	(19.0)
財務成本	-	-	-	-	(0.6)
財務收入	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1
並非自身信貸風險產生的 金融負債公平值變動	(8.6)	(1.0)	-	-	(600.9)
除所得稅前(虧損)/利潤	(97.6)	(86.1)	2.8	(2.1)	(620.5)
所得稅抵免/(開支)	9.1	5.1	(0.2)	2.1	0.9
年/期內(虧損)/利潤	(88.6)	(80.9)	2.6	0.0	(619.5)
其他全面(虧損)/收入(扣除稅項)					
— 自身信貸風險產生的 金融工具公平值變動	(0.5)	(0.2)	-	-	(2.6)
年/期內全面(虧損)/收入總額	(89.1)	(81.2)	2.6	0.0	(622.2)
非香港財務報告準則計量工具 ⁽¹⁾ ：					
經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前					
盈利(未經審計)	(50.5)	(74.0)	23.2	6.8	38.1
經調整淨(虧損)/利潤(未經審計)	(50.6)	(76.3)	11.1	(0.4)	28.4

附註：

- (1) 我們將經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利界定為期內除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(經營(虧損)或利潤加折舊及攤銷開支)，經加回以股份為基礎的補償及一次性上市開支而作出調整。我們將經調整淨(虧損)/利潤界定為期內(虧損)/利潤淨額，經加回以股份為基礎的補償、一次性[編纂]開支、並非自身信貸風險產生的金融負債公平值變動、發行予投資者工具的變動收益及稅項影響而作出調整。於往績記錄期間，一次性[編纂]開支指我們就[編纂]引致的開支。期內，我們採用並非香港財務報告準則所規定或據此呈列的經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利以及經調整淨(虧損)/利潤。該等非香港財務報告準則計量工具用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代我們根據香港財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。詳情請參閱「財務資料—非香港財務報告準則計量工具：經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利以及經調整淨(虧損)/利潤」。

非香港財務報告準則計量指標

為補充我們按照香港財務報告準則呈列的匯總財務報表，我們亦使用並非香港財務報告準則規定或按其呈列的經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利及經調整淨(虧損)/利潤作為附加財務計量指標。我們認為此等非香港財務報告準則計量指標有助透過消除管理層認為對我們經營業績不具指示性的項目的潛在影響，對比不同期間及不同公司的經營業績。

概 要

於所示期間經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利及經調整淨（虧損）／利潤，與根據香港財務報告準則計算及呈列的最具直接可比性的財務指標（即期內經營（虧損）／利潤及期內淨（虧損）／利潤的對賬載於下表：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
				(未經審計)	
	(人民幣百萬元)				
經營（虧損）／利潤與除利息、 稅項、折舊及攤銷前盈利及 經調整除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利的對賬：					
期內經營（虧損）／利潤	(89.2)	(85.2)	2.8	(2.1)	(19.0)
加：					
折舊	0.2	1.2	3.1	1.5	1.6
攤銷	0	1.3	5.4	2.1	7.6
除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利	(89.0)	(82.7)	11.3	1.5	(9.8)
加：					
以股份為基礎的補償	38.5	8.7	11.9	5.3	27.8
一次性上市開支	—	—	—	—	20.1
經調整除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利	(50.5)	(74.0)	23.2	6.8	38.1

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
				(未經審計)	
	(人民幣百萬元)				
淨（虧損）／利潤與經調整 淨（虧損）／利潤的對賬：					
期內淨（虧損）／利潤	(88.6)	(80.9)	2.6	—	(619.5)
加：					
以股份為基礎的補償	38.5	8.7	11.9	5.3	27.8
一次性[編纂]開支	—	—	—	—	20.1
並非自身信貸風險產生的 金融負債公平值變動	8.6	1.0	—	—	600.9
發行予投資者工具的變動收益	—	—	(3.6)	(3.6)	—
稅務影響	(9.1)	(5.1)	0.2	(2.1)	(0.9)
經調整淨（虧損）／利潤	(50.6)	(76.3)	11.1	(0.4)	28.4

業務分部

於往績記錄期間，我們主要透過分別向中國的商戶和廣告主銷售SaaS產品及精準營銷獲得收益。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2017年		2017年		2018年	
收益	%		%		%		%		%	
	(未經審計)									
	(以人民幣百萬元計，百分比除外)									
SaaS產品	114.0	100.0	175.7	92.9	262.6	49.2	122.4	57.7	155.3	46.8
精準營銷	—	—	13.5	7.1	271.4	50.8	89.6	42.3	176.8	53.2
總計	114.0	100.0	189.2	100.0	534.0	100.0	212.0	100.0	332.1	100.0

概 要

下表載列於所示期間我們按產品劃分的SaaS產品收益明細：

收益	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2017年		2017年		2018年	
	%		%		%		%		%	
	(未經審計)									
	(以人民幣百萬元計，百分比除外)									
商業雲 ⁽¹⁾	74.5	65.3	124.1	70.6	191.4	72.9	88.9	72.6	118.2	76.1
營銷雲 ⁽²⁾	39.5	34.7	51.6	29.4	71.2	27.1	33.5	27.4	37.1	23.9
總計	<u>114.0</u>	<u>100.0</u>	<u>175.7</u>	<u>100.0</u>	<u>262.6</u>	<u>100.0</u>	<u>122.4</u>	<u>100.0</u>	<u>155.3</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 商業雲主要包括微商城、客來店及智慧餐廳。進一步資料，請參閱「業務－我們的產品及服務範圍－SaaS產品－商業雲」。
- (2) 營銷雲主要包括微站（及其前身）、廣告助手及微盟表單。進一步資料，請參閱「業務－我們的產品及服務範圍－SaaS產品－營銷雲」。

我們的總收益由2015年的人民幣114.0百萬元大幅增加至2016年的人民幣189.2百萬元，並進一步增加至2017年的人民幣534.0百萬元，主要由於SaaS產品以及精準營銷所產生的收益均有所增加。我們的總收益由截至2017年6月30日止六個月的人民幣212.0百萬元增加至截至2018年6月30日止六個月的人民幣332.1百萬元，主要是由於SaaS產品及精準營銷所產生的收益均有所增加。於往績記錄期間，SaaS產品以及精準營銷的收益增加分別主要由於我們SaaS產品的付費商戶數量增加及精準營銷的廣告主數量增加。有關我們於往績記錄期間經營業績的分析詳情，請參閱「財務資料」。

我們於2015年及2016年錄得虧損，而於截至2018年6月30日止六個月錄得虧損淨額。於2015年、2016年及截至2018年6月30日止六個月，我們的虧損淨額分別為人民幣88.6百萬元、人民幣80.9百萬元及人民幣619.5百萬元。於2015年及2016年，我們產生大額虧損淨額，原因為我們仍處於變現的初期階段，並產生大量銷售及營銷開支以擴大及銷售我們的SaaS產品及精準營銷。我們於截至2018年6月30日止六個月錄得虧損淨額，且預期亦將於截至2018年12月31日止年度產生虧損淨額，主要乃由於(i)向C系列及D系列投資者發行的金融工具的公平值變動；及(ii)就[編纂]所產生的[編纂]開支。

於往績記錄期間，僱員福利開支包括我們一項主要成本及開支。於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月，我們的僱員福利開支分別為人民幣60.0百萬元、人民幣125.4百萬元、人民幣200.1百萬元及人民幣132.4百萬元。僱員福利開支整體增加乃主要由於往績記錄期間僱員人數增加及薪金水平有所提升。有關我們僱員福利開支的更多詳情，請參閱附錄一會計師報告附註8。

概 要

匯總財務狀況表概要

	截至12月31日			截至6月30日
	2015年	2016年	2017年	2018年
	(人民幣百萬元)			
流動資產.....	66.3	166.4	286.6	1,939.1
流動負債.....	112.8	468.8	536.4	1,622.9
流動(負債)/資產淨額.....	(46.4)	(302.4)	(249.8)	316.2
非流動資產.....	32.4	134.3	180.1	195.6
非流動負債.....	45.5	118.4	145.1	2,467.6
負債淨額.....	(59.5)	(286.5)	(214.7)	(1,955.9)
股本及儲備.....	35.9	(113.5)	(44.2)	(1,164.7)
累計虧損.....	(97.7)	(175.0)	(172.9)	(789.9)
權益總額.....	(59.5)	(286.5)	(214.8)	(1,955.9)

截至2015年、2016年及2017年12月31日，我們錄得負債淨額，乃主要由於我們的合約負債及其他應付款項及應計費用增加導致我們錄得流動負債淨額。截至2018年6月30日，我們錄得負債淨額，乃主要由於我們將與[編纂]前投資有關的可贖回及可換股優先股列作非流動負債。除該等可贖回及可換股優先股截至2018年6月30日的賬面值人民幣2,326.4百萬元外，我們的經調整資產淨值將為人民幣370.5百萬元。所有可贖回及可換股優先股將於緊接[編纂]完成前轉換為本公司普通股，而該等可贖回及可換股優先股負債將於[編纂]及[編纂]後終止確認並入賬列作股權增加。我們預期我們的負債淨額狀況將於[編纂]後轉為正權益狀況。

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的下限)且[編纂]的估計所得款項淨額(基於[編纂]為每股[編纂][編纂]港元)，則於[編纂]及[編纂]後，本公司擁有人應佔我們的有形資產淨值將為人民幣[編纂]百萬元。假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的上限)且[編纂]的估計所得款項淨額(基於[編纂]為每股[編纂][編纂]港元)，則於[編纂]及[編纂]後，本公司擁有人應佔我們的有形資產淨值將為人民幣[編纂]百萬元。截至2018年6月30日，我們的負股本及儲備為人民幣1,164.7百萬元，乃主要由於就公司重組而購買微盟發展股權產生的視作分派金額所致。更多詳情，請參閱附錄一會計師報告附註31。

匯總現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2015年	2016年	2017年	止六個月
	(人民幣百萬元)			
經營活動所得/(所用)現金淨額.....	5.4	7.0	49.4	(136.5)
投資活動所用現金淨額.....	(4.0)	(35.2)	(21.8)	(25.6)
融資活動所得/(所用)現金淨額.....	7.2	48.6	(35.0)	997.0
現金及現金等價物的增加/(減少)淨額.....	8.6	20.3	(7.4)	834.9
年初的現金及現金等價物.....	-	8.6	29.0	21.5
匯率差額的影響.....	-	-	-	1.1
年末的現金及現金等價物.....	8.6	29.0	21.5	857.6

概 要

我們於截至2018年6月30日止六個月錄得經營活動所用現金淨額，乃主要由於我們於同期就精準營銷業務向騰訊大量購買廣告流量的預付款項增加。該增加主要與我們向騰訊購買的廣告流量增加有關，其與我們的精準營銷業務增長相一致。截至2018年6月30日及2018年10月31日，我們分別錄得流動資產淨額人民幣316.2百萬元及人民幣238.8百萬元且我們的現金及現金等價物合共分別為人民幣857.6百萬元及人民幣151.3百萬元。於2015年、2016年以及截至2018年6月30日止六個月，我們分別產生虧損淨額人民幣88.6百萬元、人民幣80.9百萬元及人民幣619.5百萬元。倘不計及金融工具公平值變動、以股份為基礎的補償、一次性[編纂]開支及其他調整的影響，我們於2015年的經調整虧損淨額為人民幣50.6百萬元，於2016年的經調整虧損淨額為人民幣76.3百萬元及於截至2018年6月30日止六個月的經調整利潤淨額為人民幣28.4百萬元。我們的董事認為，計及[編纂]所得款項淨額及我們可用財務資源（包括現金及現金等價物及銀行借款），我們有足夠營運資金滿足目前自本文件日期起計至少12個月的需求。

本集團於截至2015年1月1日的現金及現金等價物因分拆會計法並根據該方法計算並無結餘。[編纂]業務原先由微盟企業開展，而其後於2016年9月轉讓予微盟發展（「業務轉讓」）。於業務轉讓前將分拆會計法應用於當前[編纂]業務時，微盟企業[編纂]業務於截至2015年1月1日所產生的現金結餘呈列為其他應收款項，乃由於該等現金款項合法歸屬於微盟企業且並無於業務轉讓期間轉移予微盟發展。

主要財務比率

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2015年	2016年	2017年	2018年
收益增長總額	不適用	66.0%	182.2%	56.7%
SaaS產品	不適用	54.1%	49.5%	26.9%
精準營銷	不適用	不適用	1,910.4%	97.4%
毛利率 ⁽¹⁾	86.1%	88.2%	64.5%	69.5%
SaaS產品	86.1%	87.5%	87.0%	84.4%
精準營銷	不適用	97.8%	42.6%	56.5%
經調整除利息、稅項、折舊及 攤銷前利潤率 ⁽²⁾	(44.3)%	(39.1)%	4.3%	11.5%
淨利率 ⁽³⁾	(77.7)%	(42.8)%	0.5%	(186.5)%
經調整淨利率 ⁽⁴⁾	(44.3)%	(40.4)%	2.1%	8.6%

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以期內收益，乘以100%。
- (2) 經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前利潤率等於經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利除以期內收益，乘以100%。
- (3) 淨利率等於（虧損）／利潤除以期內收益，乘以100%。
- (4) 經調整淨利率等於經調整（虧損）／利潤除以期內收益，乘以100%。

概 要

歷史虧損淨額及流動負債淨額

截至2015年1月1日，我們錄得累計虧損。我們於2015年及2016年亦錄得虧損，而於2017年實現盈利。我們於截至2018年6月30日止六個月錄得虧損淨額。於2015年、2016年及截至2018年6月30日止六個月，我們的虧損淨額分別為人民幣88.6百萬元、人民幣80.9百萬元及人民幣619.5百萬元，而我們於2017年的利潤淨額為人民幣2.6百萬元。倘不計及以股份為基礎的補償及其他調整的影響，我們於2015年的經調整虧損淨額為人民幣50.6百萬元，於2016年的經調整虧損淨額為人民幣76.3百萬元，於2017年的經調整利潤淨額為人民幣11.1百萬元及於截至2018年6月30日止六個月的經調整利潤淨額為人民幣28.4百萬元。有關非香港財務報告準則計量工具對賬的討論，請參閱「財務資料－非香港財務報告準則計量工具」。

於2015年及2016年，我們產生大額虧損淨額，原因為我們仍處於變現的初期階段，並產生大量銷售及營銷開支以擴大及銷售我們的SaaS產品及精準營銷。我們已由2015年及2016年的虧損轉為2017年的盈利，主要乃由於(i)我們SaaS產品及精準營銷的銷售額（尤其是精準營銷業務於2017年的銷售額）實現大幅增加；及(ii)運營效率的提高及業務的增長，導致銷售及分銷開支以及一般及行政開支合共佔總收益的百分比由2016年的133.8%下降至2017年的67.2%。我們於截至2018年6月30日止六個月錄得虧損淨額，乃主要由於(i)並非我們的自身信貸風險產生的金融負債公平值變動人民幣(600.9)百萬元，其與向C系列及D系列投資者發行的金融工具的公平值變動相關；及(ii)就[編纂]所產生的[編纂]開支。於2015年、2016年、2017年及截至2018年6月30日止六個月，我們並非我們的自身信貸風險產生的金融負債公平值變動（與向投資者發行的金融工具有關）分別為人民幣(8.6)百萬元、人民幣(1.0)百萬元、人民幣零元及人民幣(600.9)百萬元。更多詳情，請參閱附錄一會計師報告附註26。

此外，截至2015年、2016年及2017年12月31日，我們的流動負債淨額分別為人民幣46.4百萬元、人民幣302.4百萬元及人民幣249.8百萬元，主要乃由於我們的合約負債及其他應付款項及應計費用增加。我們的合約負債主要由尚未提供相關服務時顧客就SaaS產品作出的不可退還預付款項所引致。該等合約負債並不涉及任何現金流出。截至2015年、2016年及2017年12月31日以及2018年6月30日，我們確認的合約負債（流動部份）分別為人民幣77.0百萬元、人民幣141.8百萬元、人民幣192.9百萬元及人民幣218.0百萬元。我們的合約負債整體增長與SaaS產品業務於往績記錄期間的增加保持一致。進一步資料，請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」。

申請於聯交所[編纂]

經參考(i)我們2017年的收益為人民幣534.0百萬元（約605.5百萬港元），超過500百萬港元；及(ii)按照指示性[編纂]範圍的低位數計算，我們[編纂]時的預計市值超過40億港元，故我們符合上市規則第8.05(3)條項下的市值／收益測試，在此基礎上，我們已向聯交所上市委員會申請批准已發行及根據[編纂]將予發行的股份[編纂]及買賣。

概 要

股息

據我們的開曼群島法律顧問所告知，根據開曼群島法律，累計虧損及負債淨額狀況未必會使本公司自我們的利潤或股份溢價賬向股東宣派及派付股息受到規限，惟該狀況不會導致本公司於日常業務過程中無法支付其到期債務。由於我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，因此，日後是否派付任何股息及股息金額亦將取決於我們可否自附屬公司獲得股息而定。中國法律規定，股息僅可自按照中國會計原則計算的年內利潤派付，而中國會計原則與其他司法權區之公認會計原則（包括香港財務報告準則）在多方面存在差異。我們派付的任何股息將由董事會經考慮各種因素後全權酌情釐定，包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制以及董事會認為適當的其他因素。我們的股東可在股東大會上批准宣派任何股息，其不得超過董事會建議的金額。

於往績記錄期間，我們並無宣派或派付任何股息。目前，我們並無固定股息分派率。

近期發展

於2018年7月20日，我們訂立購股協議以收購北京為盟30%的股權，總代價為人民幣18.0百萬元。收購事項於2018年9月28日完成並向當地有關市場監督管理局登記，此後，北京為盟成為我們的全資附屬公司。進一步詳情請參閱「歷史、重組及公司架構－北京為盟（微盟發展的一家主要營運附屬公司）」。

我們的總收益由截至2017年9月30日止九個月的人民幣359.5百萬元增加50.7%至截至2018年9月30日止九個月的人民幣541.6百萬元，乃主要由於我們SaaS產品及精準營銷業務的收益有所增加。我們SaaS產品業務的收益由截至2017年9月30日止九個月的人民幣189.9百萬元增加30.3%至截至2018年9月30日止九個月的人民幣247.4百萬元。我們精準營銷業務的收益由截至2017年9月30日止九個月的人民幣169.5百萬元增加73.6%至截至2018年9月30日止九個月的人民幣294.2百萬元。我們精準營銷的毛收入由截至2017年9月30日止九個月的人民幣520.5百萬元增加224.6%至截至2018年9月30日止九個月的人民幣1,689.5百萬元。

上文所載我們於截至2017年及2018年9月30日止九個月的財務資料乃摘錄自我們於截至2018年9月30日及截至該日止九個月的未經審計中期簡明綜合財務資料，且已由我們的申報會計師根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

概 要

我們預計於截至2018年12月31日止年度產生虧損淨額，乃主要由於(i)與[編纂]前投資有關的發行予投資者的優先股的公平值變動；及(ii)就[編纂]所產生的[編纂]開支。

我們的董事認為，自2018年6月30日（即附錄一會計師報告所載我們的匯總財務報表截止日期）起直至本文件日期，我們的財務、運營或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

[編纂]

下表所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成且已根據[編纂]發行[編纂]股股份；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後，已發行及發行在外的股份數目為[編纂]股。

	按[編纂]每股 [編纂][編纂]港元 (按[編纂] 10%後)計算	按[編纂]每股[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂]每股[編纂] [編纂]港元計算
緊隨[編纂]完成後的市值	[編纂]港元	[編纂]港元	[編纂]港元
每股股份未經審計備考 經調整有形資產淨值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

(1) 本公司擁有人應佔本公司每股股份未經審計備考經調整有形資產淨值乃經作出「附錄二－未經審計備考財務資料」所指定的調整後計算。

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]所產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。我們預計我們的[編纂]開支將約為[編纂]港元（根據指示性[編纂]範圍的中位數及假設[編纂]未獲行使），其中約[編纂]港元將直接歸因於向公眾發行股份並將予資本化及攤銷，約[編纂]港元已或預計將於2018年被支銷，且約[編纂]港元預計將於2019年被支銷。董事預計該等開支將會對我們截至2018年12月31日止年度的經營業績造成不利影響。

所得款項用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即所述[編纂]範圍每股股份[編纂]港元及[編纂]港元的中位數），經扣除[編纂]的[編纂]佣金及其他預計開支後，並假設[編纂]未獲行使，我們預計將收取[編纂]所得款項淨額約[編纂]港元。根據我們的戰略，我們計劃將[編纂]所得款項按下述金額擬作下列用途：

- 約30.0%或[編纂]港元用於提高我們的研發能力及改善我們的技術基礎設施，包括：
 - (i) 約25.0%或[編纂]港元用於以具有競爭力的薪資，引入更多的AI、機器學習及智能硬件領域人才，以開發智慧商業算法數據庫、加強我們微盟雲平台並開發軟硬件整合的智慧商業解決方案；

概 要

- (ii) 約5.0%或[編纂]港元用於投資大數據中心（包括購買IT服務器和設備），以建立更多的服務器和實時計算節點，以提升數據存儲容量並提升實時計算能力；
- 約25.0%或[編纂]港元用於尋求我們所認為可增加產品及供應的戰略合作、投資及收購，使我們進入新的垂直行業、加強技術及研發能力或投資於與我們當前業務互補的其他移動或數字領域。截至最後實際可行日期，我們並無確立或尋求任何收購目標。參閱「業務－我們的戰略－探索戰略合作關係及收購機會」，以了解我們在選擇戰略合作夥伴及收購目標時考慮的因素；
- 約15.0%或[編纂]港元用於提升銷售及營銷能力方面的投資，包括：
 - (i) 約5.0%或[編纂]港元用於加大廣告開支以提高我們的品牌知名度；
 - (ii) 約5.0%或[編纂]港元用於加大搜索引擎的數字化營銷開支來獲取更多客戶；
 - (iii) 約3.0%或[編纂]港元用於成立電銷中心來提高我們的直銷能力，並招募更多合資格人員加入電銷中心；及
 - (iv) 約2.0%或[編纂]港元用於招募更多具有行業專業知識及商戶關係的渠道合作夥伴；
- 約10.0%或[編纂]港元用於購買精準營銷業務的社交媒體廣告流量，以加強我們與騰訊及中國其他領先社交媒體平台的合作；
- 約10.0%或[編纂]港元用於擴展我們的營銷雲及銷售雲產品種類及擴展我們的銷售渠道以擴大雲產品的客戶群；及
- 約10.0%或[編纂]港元用於營運資金及一般公司用途。

如[編纂]獲行使，我們將不會收取任何所得款項淨額。如[編纂]獲悉數行使，[編纂]將會收取因[編纂]獲行使而出售及轉讓最多[編纂]股額外[編纂]的所得款項淨額。

進一步詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。