

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的總覽，並非載有全部可能對閣下重要的資料。閣下在決定投資[編纂]前，應細閱整份文件。與[編纂]相關的任何投資均涉及風險，而部分有關投資[編纂]的特定風險載於「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]前，應小心細閱該節。

### 業務概覽

我們為一家高速發展的公司，在信息分發服務價值鏈上具備世界影響力，專注於透過使用人工智能技術開發移動應用及提供移動廣告平台服務。在我們的Solo X產品矩陣中，我們擁有超40款移動應用，可在安卓操作系統和iOS系統上使用。截至2018年12月31日，按設備ID計，我們已積累吸引超過669.9百萬全球用戶。根據艾瑞諮詢報告，於2018年12月31日，我們旗下一款核心產品Solo Launcher在89個國家及地區（如法國、以色列、新加坡及巴西）Google Play個性化應用單日下載量排名第一一次以上；我們還從事移動廣告平台及相關業務，為廣告主提供獲客解決方案，並為廣告發佈商提供變現解決方案。我們的廣告主包括應用開發者、品牌廣告主及廣告代理商，而我們的廣告發佈商主要為應用開發商及廣告代理商。根據艾瑞諮詢報告，我們的移動廣告平台在2018年12月日均處理廣告請求超過57億次，排名領先於所有其他專注於提供海外移動市場推廣服務的中國移動廣告公司的專有平台。

直至最後實際可行日期，根據艾瑞諮詢報告，我們是唯一一家主要以海外市場為目標，從事移動應用開發業務及移動廣告平台服務業務的中國公司，並且我們的業務覆蓋了整個程序化移動廣告生態系統。我們的人工智能引擎Solo Aware具有大數據分析和機器學習技術特徵，使我們能夠匯總從我們的移動應用和移動廣告平台累積的數據，進一步優化我們的移動應用開發和廣告定位能力，從而在我們的業務中創造協同效應。

### 移動應用開發

我們為200多個國家和地區（主要包括亞洲、美洲及歐洲）的用戶提供廣泛且多樣化的移動應用。我們的Solo X產品矩陣提供各式各樣的移動應用和插件，為用戶在各種使用場景中帶來流暢和定制化的體驗。我們已建立匯集多種產品的產品組合，包括但不限於桌面啟動器、安全、防病毒、音樂、娛樂、健身和遊戲應用。截至2018年12月31日，按設備ID計，我們Solo X產品矩陣已累積吸引超過669.9百萬全球用戶。我們將Solo X產品分成四個子矩陣，即用戶系統、健身、媒體娛樂以及遊戲。我們在每個子矩陣中開發了一系列應用，為用戶的特定需求打造量身定制的體驗。借助我們的人工智能技術，我們透過爆款應用組合，不斷地更新內容和優化，吸引用戶並改善用戶體驗。

Solo X產品矩陣的價值鏈包括產品開發和營運、獲客及變現。我們收集和分析來自應用商店和其他第三方移動應用分析平台的數據，深入了解全球應用市場的趨勢和發展。我們透過應用內交叉推廣來推廣我們的Solo X產品矩陣，並主要透過全球頂級互聯網公司向全球移動互聯網用戶推廣我們的品牌、產品和服務。我們的Solo X產

---

## 概 要

---

品矩陣主要通過移動廣告變現。我們的變現能力來自我們龐大、活躍的用戶基礎，對用戶興趣和需求的深刻理解，以及對在各種使用場景中為偏好不同內容的受眾精確定位。從2017年下半年至2018年下半年，我們Solo X產品矩陣中的日均展示次數增加了132.1%。我們移動應用變現帶來的收入由2016年的人民幣23.9百萬元增至2018年的人民幣92.9百萬元，複合年增長率為97.2%。

### 移動廣告平台

憑藉我們在Solo X產品矩陣中的移動應用開發、市場推廣及變現經驗，我們亦從事移動廣告平台服務，為廣告主提供獲客解決方案，以及為廣告發佈商提供變現解決方案。我們的廣告主包括應用開發者、品牌廣告主及廣告代理商，而我們的廣告發佈商主要為應用開發商及廣告代理商。在我們Solo Aware AI引擎的推動下，我們的專有程序化廣告平台Solo Math同時服務於向我們支付獲客服務費的廣告主以及就其廣告位展示廣告主的廣告而向我們收取費用的廣告發佈商。我們亦向廣告主提供中介媒體採買服務，即主要為廣告主向兩家頂級全球互聯網公司購買廣告庫存。於往績記錄期間，我們一直專注於升級我們的程序化移動廣告平台服務，並進一步建立我們的Solo Math品牌。憑藉我們開發及運營移動廣告平台的專業能力，我們也提供移動廣告平台相關服務，包括應客戶要求升級及優化移動廣告平台。我們的程序化廣告及相關業務收入由2016年的人民幣58.5百萬元增至2018年的人民幣172.8百萬元，複合年增長率達71.9%。因此，該等程序化廣告及相關業務收入佔我們移動廣告平台及相關業務總收入的百分比從2016年的51.8%增加至2018年的94.1%。

我們擁有龐大的廣告發佈商網絡和高質量的廣告主。我們的廣告發佈商網絡直接或間接覆蓋了遊戲、電子商務、媒體、社交網絡、新聞及其他類型應用。根據艾瑞諮詢報告，我們在2018年透過我們的專有廣告交易平台直接或透過應用開發者的代理商向約765,200款應用提供了變現服務，成為中國移動廣告公司專注於提供海外移動市場推廣服務的專有平台中覆蓋應用數目最多的公司。於2018年12月，Solo Math廣告平台上日均處理的廣告請求超過57億次，而截至2018年12月31日，Solo Math單日最大廣告請求量超過67億次。我們的廣告主包括應用開發者、品牌廣告主及廣告代理商。根據艾瑞諮詢報告，於2018年12月31日，全球應用下載量排名全球前50的移動互聯網公司中，我們的廣告主覆蓋其中37家；應用產生的收入總額排名全球前50的移動互聯網公司中，我們的廣告主覆蓋其中38家；此覆蓋率領先於所有其他專注於提供海外移動市場推廣服務的中國移動廣告公司的程序化廣告平台業務。此外，根據艾瑞諮詢報告，2018年全球廣告支出排名全球前100的廣告主中，我們向其中的87家提供移動市場推廣服務。

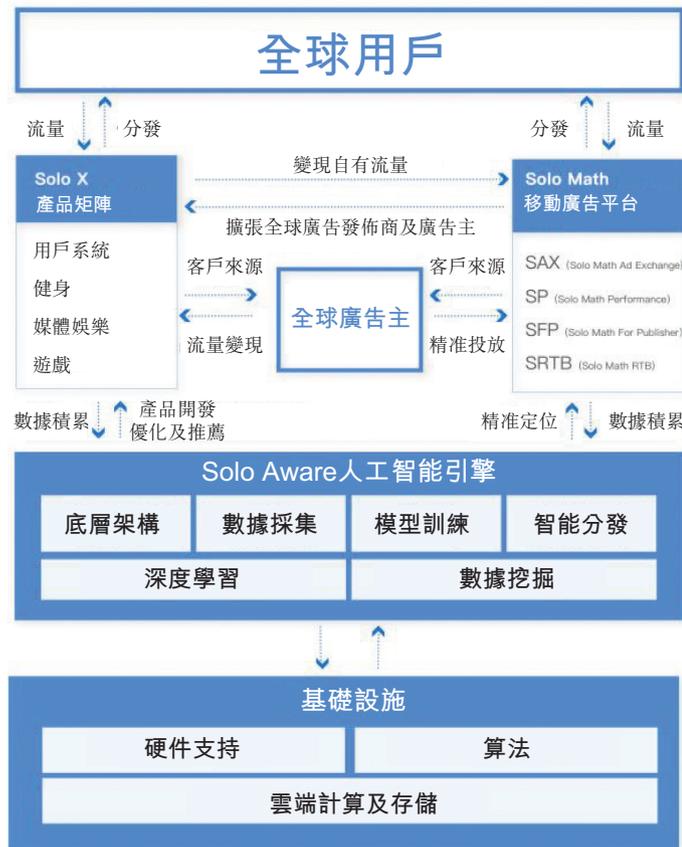
### Solo Aware人工智能引擎

我們專有的Solo Aware人工智能引擎賦能予我們的Solo X產品矩陣及Solo Math廣告平台。Solo Aware作為中央後端系統，透過大數據和機器學習技術存儲、處理和分析設備數據。其目標是為相應的用戶分發合適的內容。利用我們透過Solo X產品矩陣和Solo Math廣告平台積累的用戶數據庫，Solo Aware使我們能夠從數據集中提取有用信息，向用戶作出有針對性的響應，並為廣告主和廣告發佈商提供更高效的解決方案。我們開發了一種機器學習模型，可以用來分析數十億條不斷變化的設備特徵數

## 概 要

據，並且每十秒就實現一次新的模型更新，從而實時地適應實際的設備數據，進而優化內容分發。我們還利用高度可擴展的可靠第三方IT基礎設施，建立在一個微服務、無服務器和自動擴展的架構之上，可支持並優化我們的營運，使我們能夠向於200多個國家和地區的設備分發廣告，平均響應時間為大約20毫秒。

下圖載明我們的Solo生態系統的協同作用：



下表載列於往績記錄期間按業務劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%
移動廣告平台及相關業務 <sup>(1)</sup>	112,953	82.5	154,162	84.8	183,762	66.4
移動應用開發業務	23,899	17.5	27,680	15.2	92,924	33.6
<b>總計</b>	<b>136,852</b>	<b>100.0</b>	<b>181,842</b>	<b>100.0</b>	<b>276,686</b>	<b>100.0</b>

附註：

(1) 相關業務主要包括應我們客戶要求提供移動廣告軟件升級及優化服務。

## 概 要

### 客戶及供應商

我們客戶主要是應用開發者、品牌廣告主及廣告代理商，彼等需要廣告解決方案來幫助其開展移動廣告活動。我們的客戶群包括全球最大搜索引擎公司、全球最大的社交平台、印度最大的移動廣告提供商及眾多成熟應用開發商。截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，來自五大客戶的收入分別佔我們收入總額的36.3%、36.5%及46.1%。同年，來自最大客戶的收入分別佔我們收入總額的9.6%、11.6%及24.1%。我們通常與客戶訂立框架廣告協議，並使用CPM或CPA作為定價模型進行結算。我們經客戶驗證效果數據後向彼等開具發票，而後彼等向我們支付廣告費。框架協議協定的結算期通常為30日至45日。於往績記錄期間，我們部分客戶，尤其是媒體採買業務的客戶，較所提供結算期嚴重延遲付款。框架協議通常可以由一方事先通知另一方而終止。

我們的供應商主要為媒體廣告發佈商，包括我們與之建立業務關係以發佈和展示廣告的應用開發者和廣告代理商。我們的供應商亦包括提供互聯網基礎設施服務及技術服務的IT服務提供商。截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，我們的五大供應商分別佔我們採購總額的57.3%、42.3%及50.7%。同期，最大供應商分別佔我們採購總額的20.7%、10.6%及15.6%。我們通常與媒體發佈商訂立框架協議。流量採購需求係基於我們為廣告主開展的具體廣告活動。我們於廣告投放達至預定效果要求後進行支付。框架協議通常可以由一方事先通知另一方而終止。就我們自有移動應用廣告流量變現進行合作的廣告發佈商而言，並不會簽訂框架協議及就每項廣告活動下達訂單，我們同意廣告網絡提供的服務條款，作為廣告發佈商連接廣告網絡的平台。

根據艾瑞諮詢的報告，當媒體發佈商有推廣其應用或服務的廣告需求時，彼等成為廣告主亦屬常見。就我們的移動廣告平台及相關業務而言，使用我們的移動獲客或相關服務的一些客戶也是為我們提供廣告流量的供應商，反之亦然。於2016年、2017年及2018年，重疊的客戶兼供應商分別有61名、83名及109名，包括部分前五大客戶及供應商。詳情請參閱「業務－客戶及供應商－客戶」、「業務－客戶及供應商－供應商」及「業務－客戶及供應商－客戶與供應商重疊」一節。

### 我們的戰略投資

我們於2016年5月以對價人民幣17.9百萬元對北京端極進行投資（「**2016年米可投資**」）。2016年米可投資後，我們持有北京端極17.9%的權益，北京端極的其他股東包括中國移動互聯網行業知名投資者，如梅花創投及中國其他移動互聯網公司創始人。北京端極於2017年5月與米可合併，此後我們持有米可8.95%的權益。我們於2019年3月以人民幣100.0百萬元對米可進行追加投資（「**2019年米可投資**」，連同2016年米可投資統稱為（「**米可投資**」））。截至最後實際可行日期，我們持有米可約16.77%的權益。有關米可投資的詳情，請參閱本文件「業務－我們的戰略投資」。

### 我們的行業

#### 中國出海移動應用行業／信息分發行業

根據艾瑞諮詢報告，中國互聯網公司於2010年左右在海外市場發佈少量工具類應用。隨後，憑藉在中國的成功經驗，中國領先的互聯網公司開始在海外拓展業務。隨著移動設備性能的不斷提升，2015年左右參與並專注於海外市場的中國互聯網公司開發的應用數量顯著增加。

---

## 概 要

---

根據艾瑞諮詢報告，中國移動應用在海外市場的規模從2014年的35億美元增加至2018年的141億美元，複合年增長率為41.6%。據估計，2018年至2023年，該規模將按22.2%的複合年增長率繼續增長，到2023年將達到385億美元。在2015年至2016年以41.3%的年增長率爆炸式增長之後，2017年至2018年以相對穩健的年增長率19.4%增長。2018年末中國短視頻及直播應用在海外市場的普及進一步確立了中國移動應用海外發展的潛力。與此同時，即將到來的5G時代也為遊戲產品在用戶數量及使用時間方面迎接新一輪增長創造了新的機會。預計該市場到2023年將保持18.9%的增長率。

### 中國出海移動廣告市場

根據艾瑞諮詢報告，中國出海移動廣告市場的發展始於2013年左右，略晚於中國移動應用在海外的發展。中國應用在海外市場的數量增加催生獲取全球用戶的需求，從而為中國移動廣告公司提供移動廣告服務創造了巨大的市場。根據艾瑞諮詢報告，中國移動廣告海外市場的廣告總支出以52.8%的複合年增長率從2014年的20億美元增加至2018年的109億美元，預計自2018年起將按26.9%的複合年增長率增長至2023年的358億美元。北美應用開發者的廣告支出在全球開發者中排名第一，其次是中國應用開發者。此外，預計東南亞的移動廣告支出將從2014年的不到2億美元大幅增長至2023年的22.9億美元。

### 競爭優勢

我們認為，以下優勢乃我們保持成功的促因：

- 由互補的移動應用開發及移動廣告平台形成的協同業務模式
- 多樣化的產品供應和快速增長的全球用戶基礎
- 領先的程序化廣告平台覆蓋移動廣告行業的價值鏈
- 實際場景下穩定的大數據和先進的人工智能功能
- 高速增長的高質量全球廣告主基礎和龐大的廣告發佈商網絡
- 富有遠見、經驗豐富的穩定管理團隊

### 業務戰略

我們的使命是精準連接移動互聯網用戶與信息。為此，我們計劃實施以下戰略：

- 繼續升級Solo Aware並加強我們的數據和技術優勢
- 繼續豐富和擴展Solo X產品矩陣並擴展我們的用戶基礎
- 強化我們的程序化Solo Math廣告平台
- 擴展我們的本地化服務和發佈網絡
- 吸引、留聘和培養優秀僱員
- 探索戰略投資和收購機會

## 概 要

### 風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」一節所載若干風險。閣下在決定投資[編纂]前，應細閱該節全部內容。我們所面臨的部分主要風險包括：(i)我們面臨行業快速發展的競爭且我們可能無法保持持續研發及創新，我們或無法成功與現有及未來的競爭對手競爭；(ii)我們的Solo X產品矩陣及Solo Math移動廣告平台相對較新，而我們有限的營運歷史令我們難以預測我們的業務及前景；(iii)我們的業務承受與國際營運相關的風險，其可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響；(iv)倘若移動互聯網行業未能繼續發展，我們的盈利能力及前景或會受到重大不利影響；(v)我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到互聯網龍頭企業政策變化的不利影響；及(vi)任何未能挽留現有廣告主及媒體廣告發佈商或吸引新廣告主及媒體廣告發佈商，或會對我們的收入及業務產生負面影響。

### [編纂]前投資及控股股東集團

為支持中國營運實體的業務營運及發展，我們共引進10名[編纂]前投資者，其認購赤子城移動科技的新股份或收購若干當時現有股東的股權，該等投資者包括杜力先生、Future Capital Discovery Fund I, L.P.、梅花創投、海通開元、海桐信兮及鳳凰祥瑞。在該等[編纂]前投資者中，有廣受歡迎的中國天使投資者。進一步詳情，請參閱「歷史及公司架構－[編纂]前投資」。

控股股東集團，即劉春河先生及李平先生以及彼等各自的控股實體，為一組與彼此一致行動的人士及本公司單一最大的股東集團。於回購後，控股股東集團於本公司約38.19%的已發行股本總額中擁有權益。緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），控股股東集團將於本公司約[編纂]%的已發行股本總額中擁有權益，該等股本包括(i) Spriver Tech Limited持有的約佔本公司[編纂]%股本的股份，(ii) Parallel World Limited持有的約佔本公司[編纂]%股本的股份。進一步詳情，請參閱「與控股股東集團的關係」。

### 財務資料概要

下表載列截至2016年、2017年及2018年12月31日止三個年度的財務資料概要，應與本文件附錄一的合併財務資料（包括其後附註）一併閱讀。合併財務資料根據國際財務報告準則編製。

#### 合併綜合收益表概要

	截至12月31日止年度		
	2016年	2017年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
客戶合約收入	136,852	181,842	276,686
收入成本	(65,949)	(111,468)	(135,266)
毛利	70,903	70,374	141,420
銷售及市場推廣開支	(9,919)	(33,693)	(68,975)
研發開支	(2,596)	(11,538)	(17,492)
一般及行政開支	(12,139)	(13,459)	(14,981)
金融資產減值虧損淨值	(10,123)	(1,584)	(6,963)
其他收入	819	1,392	58
其他收益淨額	19,238	25,374	35,723

## 概 要

	截至12月31日止年度		
	2016年	2017年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營利潤	56,183	36,866	68,790
財務成本淨額	(203)	(90)	(180)
除所得稅前利潤	55,980	36,776	68,610
所得稅開支	(14,765)	(4,795)	(8,873)
<b>年內利潤</b>	<b>41,215</b>	<b>31,981</b>	<b>59,737</b>
其他綜合收益／(虧損)，扣除稅項 其後可能重新分類至損益的項目			
外幣折算差額	3,674	(7,277)	8,028
<b>年內綜合收益總額</b>	<b>44,889</b>	<b>24,704</b>	<b>67,765</b>

我們的總收入由2016年的人民幣136.9百萬元增加至2017年的人民幣181.8百萬元，並進一步增加至2018年的人民幣276.7百萬元，主要由於往績記錄期間的程序化移動廣告業務所得收入快速增長，同時於2018年間移動應用開發業務所得收入大幅增長。

我們的年內利潤由2016年的人民幣41.2百萬元減少至2017年的人民幣32.0百萬元，此乃由於我們業務快速發展階段的廣告投放成本大幅上升。我們的年內利潤由2017年的人民幣32.0百萬元增加至2018年人民幣59.7百萬元，主要由於應用類型的豐富、爆款應用的推出、專有移動應用的持續優化及推廣活動，使得移動應用開發業務的盈利能力增強。更多詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

### 合併資產負債表項目概要

	於12月31日		
	2016年	2017年	2018年
	(人民幣千元)		
流動資產	469,957	454,761	525,157
流動負債	86,510	74,638	101,712
<b>流動資產淨值</b>	<b>383,447</b>	<b>380,123</b>	<b>423,445</b>
非流動資產	51,250	63,457	89,072
非流動負債	1,320	2,999	4,171
<b>資產淨值</b>	<b>433,377</b>	<b>440,581</b>	<b>508,346</b>

我們的流動資產淨值由2016年的人民幣383.4百萬元小幅下跌至2017年的人民幣380.1百萬元，主要由於按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少，部分被我們的應付賬款減少及應收賬款及其他應收款項增加抵銷。我們的流動資產淨值由2017年的人民幣380.1百萬元增加至2018年的人民幣423.4百萬元，主要由於(i)業務擴張導致應收賬款增加；及(ii)高級管理層及兩家企業代表本集團收款導致其他應收款項增加，進一步詳情，請參閱「業務－若干結算安排」。

截至2016年、2017年及2018年12月31日，我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產分別為人民幣270.3百萬元、人民幣261.7百萬元及人民幣264.5百萬元。我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產指我們投資的金融產品及股權。該等投資包括中國信譽良好的大型金融機構發行的理財產品及基金及對私營企

## 概 要

業的戰略投資。我們已制定一套投資政策及內部控制措施，以減少投資風險，實現合理的理財產品投資回報。該等政策及措施包括(i)不需要用於短期營運資金用途的盈餘現金可用作投資；(ii)投資的類型通常為風險很低或由合資格商業銀行發行的低風險理財產品；及(iii)投資通常為短期且不具投機性，以保證我們的資金流動性及財務靈活性。進一步詳情，請參閱「財務資料－有關若干主要合併資產負債表項目的討論－以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產」。

### 合併現金流量表概要

	於12月31日		
	2016年	2017年	2018年
	(人民幣千元)		
經營活動所得淨現金(流出)／流入	(57,172)	(16,154)	1,678
投資活動所得淨現金(流出)／流入	(52,396)	34,585	4,571
融資活動所得淨現金流入／(流出)	146,710	(20,787)	(3,343)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	37,142	(2,356)	2,906
年初現金及現金等價物	37,838	78,884	71,738
匯率變動對現金及現金等價物之影響	3,904	(4,790)	5,896
年末現金及現金等價物	78,884	71,738	80,540

截至2016年12月31日止年度，我們錄得負經營活動所得現金流量人民幣57.2百萬元。該現金流出主要由於應收賬款增加人民幣106.6百萬元。在我們業務營運早期階段，我們主要以收入為導向，更注重吸引新客戶及創造收入，且為維護業務關係，我們在對若干客戶的信用進行評估後，偶而我們可能考慮給予該等客戶相對寬鬆的收款期。此外，作為一個新興市場參與者，由於議價能力有限，我們在談判獲得有利的信貸條款方面處於弱勢，這也對我們同期的現金流量產生了負面影響。截至2017年12月31日止年度，我們錄得負經營活動所得現金流量人民幣16.2百萬元，主要由於我們稅前利潤大幅減少。我們從2017年的負經營現金流量轉為2018年的正經營現金流量，主要由於我們業務的持續增長，盈利能力提高以及應收賬款催收管理加強。更多詳情，請參閱「財務資料－流動資金及資本資源」。

### 主要財務比率

下表載列所示期間的若干主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2016年	2017年	2018年
收入增長率	不適用	32.9%	52.2%
純利增長率	不適用	(22.4%)	86.8%
毛利率	51.8%	38.7%	51.1%
流動比率	543.2%	609.3%	516.3%
純利率	30.1%	17.6%	21.6%
權益回報率	9.5%	7.3%	11.8%
資產回報率	7.9%	6.2%	9.7%

## 概 要

有關主要財務比率的討論，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

### 股息

於往績記錄期間，我們並無宣派股息。我們是一家於開曼群島註冊成立的控股公司。宣派股息由董事會酌情決定。我們的董事會經考量我們的營運及盈利、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展需求、股東權益及該時期其可能視為有關的其他條件及其他因素後，可能建議自截至2020年12月31日止財政年度起，於各個財政年度由本公司擁有人應佔本集團年內淨利潤中派付股息。任何宣派及派付以及股息金額將受限於章程細則、開曼公司法及任何適用法律及法規。目前，我們並無制定正式的股息政策或固定派息比率。

### [編纂]

有關[編纂]的[編纂]主要包括[編纂]佣金及其他開支（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的中位數），估計約為人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元於截至2018年12月31日止年度的合併綜合收益表中扣除。我們預計其餘約人民幣[編纂]元的[編纂]將於往績記錄期間後的合併綜合收益表中扣除，而約人民幣[編纂]元將自股份溢價中扣除。上述[編纂]為最後實際可行之估計，僅供參考，而實際金額可能與該估計有所不同。

### [編纂]統計數據

下表所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成且根據[編纂]發行[編纂]股新股份；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後[編纂]股股份已發行在外。

	按[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂] [編纂]港元計算
股份市值	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核[編纂]經調整每股有形資產淨值	[編纂]港元	[編纂]港元

詳情請參閱「財務資料－未經審核[編纂]經調整有形資產淨值表」一節。

### [編纂]

假設[編纂]為[編纂]港元，（即本文件所載指示性[編纂]範圍的中位數），經扣減[編纂]佣金及[編纂]相關估計開支後，我們估計我們將收取[編纂]淨額約[編纂]港元。倘[編纂]獲悉數行使，假設[編纂]為每股[編纂]港元（即本文件所載指示性[編纂]範圍的中位數），經扣減[編纂]費用及[編纂]相關估計開支後，我們估計我們將收取額外[編纂]約[編纂]港元。

## 概 要

董事擬將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 預計約[編纂]%或[編纂]港元將用於開發、擴大及升級我們的Solo X產品矩陣；
- 預計約[編纂]%或[編纂]港元將用於升級我們的Solo Math程序化廣告平台；
- 預計[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元將用於增強我們Solo Aware 人工智能引擎的大數據及人工智能功能；
- 預計約[編纂]%或[編纂]港元將用於增強我們的本地化服務能力及建立我們的全球信息分發網絡；
- 預計[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元將用於戰略投資及收購與我們業務及技術相關或互補的公司及業務；及
- 預計[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元將用於營運資金及其他一般企業用途。

### 近期發展及重大不利變動

我們的業務模式自2018年12月31日以來一直保持不變。截至2019年3月31日止三個月，我們錄得收入人民幣90.5百萬元，較2018年同期人民幣50.9百萬元增加77.9%。截至2019年3月31日止三個月，我們錄得毛利人民幣58.3百萬元，較2018年同期的人民幣19.6百萬元亦增加197.2%；我們的毛利率由截至2018年3月31日止三個月的38.6%增至截至2019年同期的64.5%。比較截至2018年3月31日止三個月及截至2019年3月31日止三個月的表現，收入及毛利率增加主要歸因於我們移動應用開發業務的收入增加。整體毛利率增加主要由於自移動應用開發業務所得的收入佔比上升及該業務的整體毛利率上升。截至2019年3月31日止三個月的財務資料乃摘錄自董事根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製並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工作準則第2410號「由實體的獨立核數師進行的中期財務資料審閱」審閱的本集團未經審核財務報表。

2019年6月，本公司與若干股東訂立股份購回協議，以購回本公司B系列優先股。請參閱「歷史及公司架構－重組－2019年股份購回」。

我們的董事確認，除(i)上述[編纂]，及(ii)自Phoenix Auspicious FinTech Investment L.P.購回6,880,990股B系列優先股可能產生的以股份為基礎之支付開支將對我們的財務業績產生重大影響，自2018年12月31日起直至本文件日期，我們的財務或交易狀況或前景並無其他重大不利變動，亦無發生任何事件對本文件附錄一會計師報告中載列的合併財務報表列示的資料產生重大不利影響。