

## 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，本概要並不完整，故閣下須連同本文件全文一併閱讀。閣下決定[編纂]於[編纂]前，須閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分具體風險載於「風險因素」。閣下決定[編纂]於[編纂]前，須仔細閱讀該節。

## 概覽

根據弗若斯特沙利文報告，我們是中國最大的在線電子導覽提供商，以二零一八年的交易總額計，我們佔在線電子導覽服務的市場份額為86.2%、佔整體導覽服務的市場份額為0.4%，並佔在線旅遊市場的市場份額為0.02%。截至二零一九年六月三十日，我們開發共12,913個在線電子導覽，包括2,086個覆蓋日本、南韓、澳大利亞、意大利等海外旅遊景區的在線電子導覽。截至同日，我們的在線電子導覽覆蓋8,304個中國（包括香港、澳門及台灣）旅遊景區，包括中國259個AAAAA級旅遊景區及2,021個AAAA級旅遊景區。

我們在雲端系統上提供具有專有內容的在線電子導覽，當中包括旅遊景區的手繪地圖，以及旅遊景區內景點的文字介紹及語音講解，並且加入實時導航等功能。於往績記錄期，我們從通過在線旅遊平台銷售在線電子導覽獲取大部分收益。我們提供API給在線旅遊平台，以接入它們的內嵌門戶網站、小程序或APP，讓終端用戶能夠通過在線旅遊平台購買，然後使用我們的H5頁面訪問各個旅遊景區的在線電子導覽。

於往績記錄期，我們錄得重大業務增長，主要歸因於我們企業及業務發展的關鍵里程碑以及近年來中國在線旅遊市場的迅速發展。自二零一三年成立以來，我們投入於技術基礎設施建設及改良產品功能、系統穩定性及營銷。於二零一五年，我們首次向旅遊代理銷售中國一個AAAAA級旅遊景區的在線電子導覽，為該類別業務下的首次合作。中國在線電子導覽服務市場及在線旅遊平台持續增長，我們的產品亦日趨成熟及穩定。於二零一六年，我們的內容定製業務首次就中國一個AAAAA級旅遊景區獲得旅遊景區管理機構的委聘。憑藉我們現有的旅遊景區資源及行業增長，我們透過銷售及營銷活動（包括行業會議），將業務拓展至與在線旅遊平台合作。我們於二零一六年與弗若斯特沙利文報告所載中國五大在線旅遊平台中的三個成功建立合作關係。因此，我們截至二零一六年十二月三十一日止年度取得盈利。於二零一七年，我們覆蓋中國超過1,000個旅遊景區，並開發首批覆蓋包括日本、南韓、意大利及澳大利亞等地區的海外旅遊景區的在線電子導覽。終端用戶透過在線旅遊平台購買我們在線電子導覽的數目從截至二零一六年十二月三十一日止年度約2.0百萬次大幅增長至截至二零一八年十二月三十一日止年度約74.1百萬次。截至二零一九年六月三十日，我們100%覆蓋中國所有AAAAA級旅遊景區，而我們的內容定製業務獲委聘為五個旅遊景區開發智慧旅遊系統，包括人工智能語音交互功能。

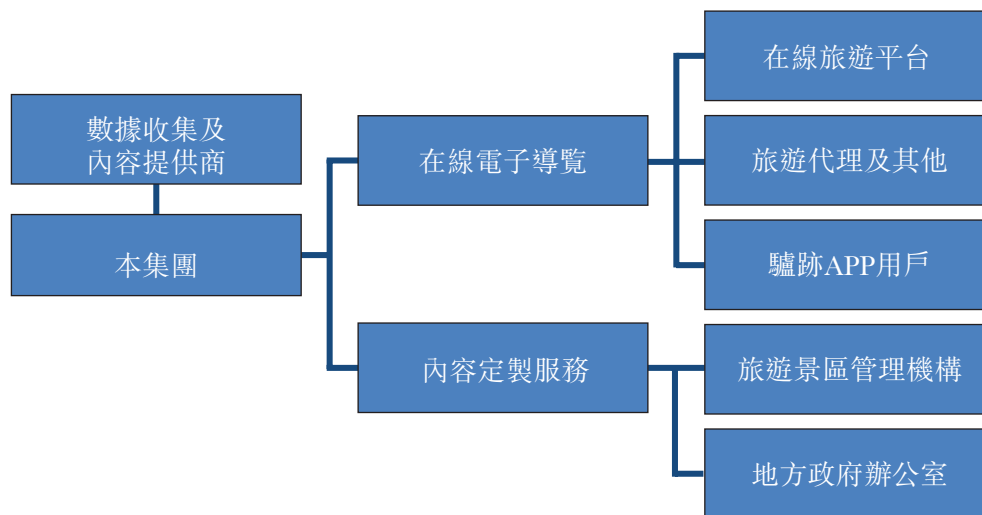
## 概 要

我們的收益總額由截至二零一六年十二月三十一日止年度的約人民幣13.5百萬元增加至截至二零一七年十二月三十一日止年度的約人民幣71.6百萬元，並進一步增至截至二零一八年十二月三十一日止年度的約人民幣301.7百萬元以及由截至二零一八年六月三十日止六個月的約人民幣63.7百萬元增至截至二零一九年六月三十日止六個月的約人民幣183.0百萬元。我們於截至二零一六年、二零一七年、二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年六月三十日止六個月的純利分別為約人民幣3.8百萬元、人民幣25.6百萬元、人民幣99.8百萬元及人民幣51.9百萬元。

### 我們的業務模式

我們開發專屬的在線電子導覽，涵蓋旅遊景區手繪地圖以及旅遊景區熱門景點的文字介紹及語音講解。對旅遊景區有興趣的旅客可以通過在線旅遊平台、旅遊代理或我們的驢跡APP購買及享用我們雲端系統上的標準在線電子導覽服務。我們亦會應有關景區的管理機構或地方政府辦公室的要求，透過開發定製的在線電子導覽產品及服務為旅遊景區提供內容定製服務。

下圖說明我們的業務模式：



下表載列我們於所示期間的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一六年 (人民幣千元)		二零一七年 (人民幣千元)		二零一八年 (人民幣千元)		二零一八年 (人民幣千元)		二零一九年 (人民幣千元)	
		%		%		%		%		%
通過以下渠道銷售										
在線電子導覽										
在線旅遊平台	12,758	94.7	66,102	92.3	288,147	95.5	60,536	95.1	175,726	96.0
旅遊代理	299	2.2	3,991	5.6	4,429	1.5	275	0.4	130	0.1
驢跡APP	31	0.2	417	0.6	559	0.2	232	0.4	309	0.2
小計	<u>13,088</u>	<u>97.1</u>	<u>70,510</u>	<u>98.5</u>	<u>293,135</u>	<u>97.2</u>	<u>61,043</u>	<u>95.9</u>	<u>176,165</u>	<u>96.3</u>
銷售定製內容	391	2.9	1,103	1.5	8,557	2.8	2,637	4.1	6,797	3.7
總計	<u><u>13,479</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>71,613</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>301,692</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>63,680</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>182,962</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

## 概 要

於往績記錄期，我們從通過在線旅遊平台銷售在線電子導覽獲取大部分收益。我們提供API給在線旅遊平台，以接入它們的內嵌門戶網站或小程序或APP，讓終端用戶能夠通過在線旅遊平台購買，然後使用我們的H5頁面訪問各個旅遊景區的在線電子導覽。當終端用戶通過在線旅遊平台購買我們的在線電子導覽時，我們每月按照單價及銷量與在線旅遊平台結算終端用戶支付的費用，同時我們將終端用戶通過在線旅遊平台支付的費用總額確認為收益而在線旅遊平台保留的分成則確認為銷售成本。

對於向旅遊代理的銷售，我們就一批將售予終端用戶的在線電子導覽，向旅遊代理收取一次性費用。終端用戶亦可透過我們的驢跡APP購買我們的在線電子導覽，我們直接向該等終端用戶收取費用。我們就為旅遊景區管理機構定製在線電子導覽內容收取一次性服務費。我們考慮旅遊景區的地理位置及規模、我們的內容製作成本、旅遊景區類別及遊客偏好等因素後為各個旅遊景區的在線電子導覽及內容製作項目設定價格。

下表載列於往績記錄期終端用戶透過在線旅遊平台及驢跡APP購買我們的在線電子導覽的次數：

	截至			
	截至十二月三十一日止年度			六月三十日
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	(千次)	(千次)	(千次)	(千次)
透過在線旅遊平台購買				
在線電子導覽的次數	2,023	12,102	74,077	23,845
透過驢跡APP購買				
在線電子導覽的次數	4	25	34	19

於截至二零一六年、二零一七年、二零一八年十二月三十一日止年度以及截至二零一九年六月三十日止六個月，我們亦向旅遊代理分別售出約18,000份、237,000份、289,000份及17,000份在線電子導覽激活碼（一般嵌入實體卡中分為包含多個在線電子導覽在內的城市版、全國版、全球版及海外版等）。於往績記錄期，我們為300多名客戶製作500多個旅遊景區的定製內容。於往績記錄期，終端用戶購買我們在線電子導覽的次數有大幅增長。

截至二零一九年六月三十日，我們開發了12,913個在線電子導覽，涵蓋中國（包括香港、澳門、台灣）及海外的旅遊景區，其中，我們已分別為中國的AAAAA級旅遊景區及AAAA級旅遊景區開發585個及2,776個在線電子導覽。

## 概 要

	截至十二月三十一日			截至
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	六月三十日 二零一九年
中國				
A	0	4	18	25
AA	1	16	99	193
AAA	40	208	850	1,284
AAAA	312	849	2,250	2,776
AAAAA	174	302	500	585
其他 <sup>(附註)</sup>	92	601	2,756	4,828
香港、澳門及台灣	0	33	999	1,136
海外	0	224	584	2,086
總計	<b>619</b>	<b>2,237</b>	<b>8,056</b>	<b>12,913</b>

附註：其他包括中國無評級旅遊景區。於往績記錄期，我們所覆蓋的其他無評級旅遊景區數量大增，這是由於我們加大力度為該等旅遊景區（包括中國無評級的博物館、文化旅遊景區及小眾旅遊景區）開發在線電子導覽。

### 我們的產品及服務

- **在線電子導覽。**我們就我們所覆蓋的旅遊景區向終端用戶提供全面在線電子導覽。我們為我們的每個旅遊景區創作手繪地圖，手繪地圖質量好、精準並且融入各種美學風格及熱門景點精華介紹。我們於在線電子導覽上為終端用戶提供觀光路線推薦。我們的文字介紹及語音講解包括景點的歷史及地理背景資料，均呈現在手繪地圖中每個旅遊景點位置上。我們亦手動計量及驗證每個景點的全球定位系統坐標，當終端用戶進入景點鄰近地區時自動觸發語音講解內容。我們的在線電子導覽價格一般介乎人民幣2元至人民幣20元。於往績記錄期，透過在線旅遊平台售出的在線電子導覽的平均單價介乎約人民幣3.9元至人民幣7.4元。在某些情況下，我們亦會按全城、全國、全球及海外旅遊景區將多個在線電子導覽打包成套餐，供終端用戶單次購買。更多詳情，請參閱「業務－我們的客戶－定價」。
- **內容定製。**我們通常受旅遊景區管理機構及少數地方政府辦公室的委託，為旅遊景區提供定製在線電子導覽產品及服務。我們通常收集旅遊景區的全球定位系統數據、圖像和文字介紹，以促進我們定製在線電子導覽產品及服務的內容及功能開發工作。除標準在線電子導覽外，客戶可能要求的若干額外特點包括大數據分析功能（如終端用戶分析及熱力圖等）、室內地圖及其他特點。內容定製價格乃經公平磋商後按個別情況釐定。

---

## 概 要

---

### 我們的行業

中國的旅遊市場包括在線旅遊市場及線下旅遊市場。由於移動互聯網及在線旅遊服務的普及，中國在線旅遊市場的交易額由二零一四年的約人民幣4,568億元增加至二零一八年的人民幣14,065億元，複合年增長率為32.5%。預期中國在線旅遊市場的交易額於二零二三年將達到人民幣26,419億元，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為13.4%。

導遊服務是旅遊景區、旅遊代理或其他旅遊機構提供的主要服務之一。導覽主要可分為在線電子導覽、語音講解器以及私人導遊。特別是，在線電子導覽作為新興導覽服務，是在線旅遊市場一部分。中國在線電子導覽服務市場的交易額由二零一四年的約人民幣5.0百萬元增加至二零一八年的人民幣340.0百萬元，複合年增長率為187.2%；預期會增至二零二三年的人民幣2,280.0百萬元，複合年增長率為46.3%。

### 客戶

於往績記錄期，我們向終端用戶提供服務，但我們向在線旅遊平台收取相關銷售所得款項。如「業務－我們的客戶」一節所述，基於收款來源流向，在線旅遊平台被視作我們的客戶；其他類型客戶包括旅遊代理、驢跡APP用戶、旅遊景區管理機構及政府辦公室。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年六月三十日止六個月，五大客戶分別約佔收益總額的95.9%、92.2%、96.8%及97.8%。

我們分別於二零一八年九月及二零一九年四月與兩大在線旅遊平台訂立獨家合作協議，據此，我們是它們的獨家第三方在線電子導覽提供商，透過其平台向終端用戶提供服務。我們可與該等在线旅遊平台建立獨家合作關係，原因為我們提供優質在線電子導覽內容，包括旅遊景區介紹及路線推薦、服務點指南及其他豐富產品功能供終端用戶選用，因此我們提供整體流暢而良好的用戶體驗。我們作為快速增長的市場領導者的聲譽及我們與在線旅遊平台的合作歷史亦有助於我們獲取獨家合作協議。我們認為，建立獨家合作關係屬互利互惠，因為與專業的在線電子導覽提供商建立獨家合作關係，可讓在線旅遊平台(i)產品質量保持穩定，以維持並吸納更多終端用戶使用其平台，及(ii)與在線電子導覽專業提供商順暢的營運合作關係可節省其營運成本。

### 供應商

從財務角度而言，因在線旅遊平台預先扣除的分成金額確認為我們的銷售成本，故將其分類為我們的供應商。於往績記錄期，在線旅遊平台分成金額分別為人民幣6.4百萬元、人民幣33.1百萬元、人民幣144.1百萬元及人民幣87.9百萬元。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度以及截至二零一九年六月三十日止六個月，最大在線旅遊平台應佔的在線旅遊平台分成（按在線旅遊平台分成貢獻計算）分別約人民幣3.2百萬元、人民幣17.5百萬元、人民幣80.3百萬元及人民幣52.8百萬元，佔相應期間銷售成本分別約45.4%、46.7%、50.0%及49.5%。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年六月三十日止六個月，五大在線旅遊平台應佔的在線旅遊平台分成（按在線旅遊平台分成貢獻計算）分別

---

## 概 要

---

約人民幣6.3百萬元、人民幣33.0百萬元、人民幣144.1百萬元及人民幣87.9百萬元，佔相應期間銷售成本分別約90.1%、88.1%、89.7%及82.5%。更多詳情請參閱「業務－我們的供應商」。

我們直接支付採購款項的運營供應商主要包括(i)數據收集及內容提供商；(ii)數據存儲、服務器託管和寬帶供應商；及(iii)為我們提供經驗豐富僱員的人力資源外包代理。以採購金額計（不包括在線旅遊平台分成、諮詢開支成本及[編纂]費用），我們的五大供應商於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度及截至二零一九年六月三十日止六個月分別佔我們的採購總額約98.8%、96.3%、96.3%及95.6%。我們的主要供應商主要負責勞動密集型工作，包括數據收集、語音製作和文稿撰寫以及翻譯。由於與我們合作的旅遊景區迅速增加，我們將數據收集及部分內容製作外包予內容提供商。有關詳情，請參閱「業務－我們的供應商」。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度以及截至二零一九年六月三十日止六個月，我們對最大供應商（供應商D）的採購額分別約佔我們採購總額（不包括在線旅遊平台的分成、諮詢開支成本及[編纂]費用）的零、66.0%、88.5%及93.6%。有關詳情，請參閱「業務－我們的供應商－與最大供應商的關係」。

### 我們的優勢

我們相信以下競爭優勢促使我們取得成功並將有助推動未來發展：(1)作為中國領先的在線電子導覽提供商，佔據龐大市場份額；(2)我們自成立起順應行業發展趨勢取得快速增長；(3)與領先在線旅遊平台的戰略合作關係；(4)以多媒體形式呈現全面和高質量的在線電子導覽內容；及(5)高瞻遠矚及經驗豐富的管理層。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：(1)進一步擴展我們在中國的旅遊景區覆蓋率並開拓與旅遊景區新的合作機會；(2)探索傳統線下市場機遇和加強營銷；(3)把我們的業務擴展至海外市場；(4)開發以大數據驅動的軟件平台及人工智能輔助在線電子導覽，藉此加強我們的技術實力；及(5)探索收購機會以補足內生增長。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「風險因素」所載的若干風險。閣下決定[編纂]於我們的股份前，應細閱該節所載的全部資料。我們面臨的部分主要風險包括以下各項：(i)我們於往績記錄期的絕大多數收益均來自數目有限的在線旅遊平台。倘有關在線旅遊平台不繼續與我們合作，我們的收益將會減少；(ii)倘我們未能繼續就新旅遊景區開發及成功推出在線電子導覽以吸引及保留更大的終端用戶群，則我們的業務及收益增長將不能持續；(iii)我們在一個不斷變化的新行業中經營的歷史有限，我們的歷史增長可能並不代表我們未來的增長。倘我們未能有效管理我們的增長、實施我們的業務策略

## 概 要

及控制我們的成本和開支，則可能會損害我們的業務及經營業績；(iv)未能維持我們與主要供應商的關係及續訂與其訂立的協議，可能對我們的業務前景、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(v)我們的在線電子導覽產品和服務可能會受到遊客喜好及消費習慣變化帶來的不利影響，而未能開發成功的旅遊產品和服務可能會對我們的業務產生負面影響；及(vi)其他無形資產於合併財務狀況表資產中佔重大比重，如果我們決定把其他無形資產進行減值或增加其他無形資產的攤銷成本，可能會對經營業績及財務狀況產生重大影響。

### 我們的控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使且概無股份根據購股權計劃獲配發及發行），基於臧先生、Lu Jia Technology、樊先生、Invest Profit、Qifu Honglian LLP、Qifu Honglian BVI、Jieming Sanhao LLP及Jieming Sanhao BVI簽署一致行動契據（據此彼等同意彼此之間一致行動及投票），臧先生、Lu Jia Technology、樊先生、Invest Profit、Qifu Honglian LLP、Qifu Honglian BVI、Jieming Sanhao LLP及Jieming Sanhao BVI為我們的控股股東，其於最後實際可行日期合共擁有本公司已發行股本總額約49.7275%權益。為避免潛在競爭，各控股股東已與本公司訂立不競爭契據。更多詳情請參閱「歷史、重組及公司架構」及「與控股股東的關係」。

### 我們的[編纂]投資者

我們的[編纂]投資者包括樊先生、Qifu Honglian LLP、Jieming Sanhao LLP、Yongtai LLP、BOCIFP、Zhongrong Qidian LLP、吳先生、粵科共贏、粵科粵莞、極至科技、Tiyu Chanye LLP、Bohai Holdings、Pufeng Yunhua LLP、Qianhai LLP、新華聯及Qicheng Chuanghe LLP，合共對本集團投資人民幣308,000,000元及18,779,752.79美元。截至最後實際可行日期，樊先生、Qifu Honglian LLP、Jieming Sanhao LLP、Yongtai LLP、BOCIFP、Zhongrong Qidian LLP、吳先生、粵科共贏、粵科粵莞、極至科技、Tiyu Chanye LLP、Bohai Holdings、Pufeng Yunhua LLP、Qianhai LLP、新華聯及Qicheng Chuanghe LLP直接或透過彼等各自全資擁有的公司或聯屬公司間接合共擁有本公司已發行股本總額約63.7046%權益。概無[編纂]投資者（不包括我們的控股股東樊先生、Qifu Honglian LLP及Jieming Sanhao LLP）於[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使，且概無股份根據購股權計劃獲配發及發行）將持有10%以上的股份。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構」。

Fuzhi BVI為[編纂]，其根據[編纂]提呈[編纂][編纂]。

### 過往財務資料概要

下表載列往績記錄期合併財務資料的財務數據概要（摘錄自本文件附錄一會計師報告）。下文所載合併財務數據概要應與本文件所載合併財務報表（包括相關附註）一併閱讀，以保證其完整性。合併財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

## 概 要

### 合併損益表節選項目

下表載列於所示期間的合併損益表：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一六年 (人民幣千元)	二零一七年 (人民幣千元)	二零一八年 (人民幣千元)	二零一八年 (人民幣千元)	二零一九年 (人民幣千元)
收益	13,479	71,613	301,692	63,680	182,962
銷售成本	(7,047)	(37,415)	(160,539)	(35,367)	(106,554)
毛利	6,432	34,198	141,153	28,313	76,408
其他收入及收益	170	2,609	11,751	1,324	9,794
銷售及分銷開支	(739)	(3,638)	(21,296)	(7,906)	(10,584)
行政開支	(724)	(3,213)	(15,677)	(3,560)	(14,878)
其他開支	(1)	(1)	(14)	(13)	(141)
財務成本	-	(138)	(123)	(71)	(34)
除稅前盈利	5,138	29,817	115,794	18,087	60,565
所得稅開支	(1,295)	(4,257)	(16,011)	(2,680)	(8,684)
年內／期內盈利	<b>3,843</b>	<b>25,560</b>	<b>99,783</b>	<b>15,407</b>	<b>51,881</b>

下表載列我們於所示期間按絕對金額及佔收益百分比計的銷售成本組成部分明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一六年 (人民幣千元)		二零一七年 (人民幣千元)		二零一八年 (人民幣千元)		二零一八年 (人民幣千元)		二零一九年 (人民幣千元)	
	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	估收益 %	
在線電子導覽										
在線旅遊平台分成	6,379	47.4	33,051	46.2	144,073	47.8	30,268	47.6	87,863	48.0
其他無形資產攤銷	460	3.4	3,564	5.0	12,638	4.2	4,041	6.3	16,152	8.9
稅項及開支	30	0.2	328	0.4	1,615	0.5	82	0.1	984	0.5
小計	<b>6,869</b>	<b>51.0</b>	<b>36,943</b>	<b>51.6</b>	<b>158,326</b>	<b>52.5</b>	<b>34,391</b>	<b>54.0</b>	<b>104,999</b>	<b>57.4</b>
內容定製	178	1.3	472	0.6	2,213	0.7	976	1.5	1,555	0.8
總計	<b>7,047</b>	<b>52.3</b>	<b>37,415</b>	<b>52.2</b>	<b>160,539</b>	<b>53.2</b>	<b>35,367</b>	<b>55.5</b>	<b>106,554</b>	<b>58.2</b>

有關我們的銷售成本於往績記錄期內波動詳情，請參閱「財務資料－我們經營業績的主要組成部分說明－銷售成本」。

其他收入及收益主要包括政府補助、特許經營收入及其他。截至二零一六年、二零一七年、二零一八年十二月三十一日止年度以及截至二零一九年六月三十日止六個月，政府補助分別約為人民幣0.2百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣10.7百萬元及人民幣9.0百萬元。有關其他收入及收益的明細，請參閱「財務資料－我們經營業績的主要組成部分說明－其他收入及收益」。



## 概 要

### 合併資產負債表節選項目

下表載列於所示日期摘錄自合併財務狀況表的節選資料：

	於十二月三十一日			於六月三十日
	二零一六年 (人民幣千元)	二零一七年 (人民幣千元)	二零一八年 (人民幣千元)	二零一九年 (人民幣千元)
非流動資產總值	9,079	61,490	213,616	346,709
流動資產總值	14,591	30,958	241,685	236,819
流動負債總額	2,267	11,387	47,724	26,980
流動資產淨值	<b>12,324</b>	<b>19,571</b>	<b>193,961</b>	<b>209,839</b>
資產總值減流動負債	<b>21,403</b>	<b>81,061</b>	<b>407,577</b>	<b>556,548</b>
非流動負債總額	386	3,484	1,546	1,586
資產淨值	<b>21,017</b>	<b>77,577</b>	<b>406,031</b>	<b>554,962</b>

### 其他無形資產

於往績記錄期，其他無形資產主要包括版權（包括我們採購自供應商並進一步開發及整合作為在線電子導覽的手繪地圖、文字及音頻內容）。於二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日及二零一九年六月三十日，其他無形資產賬面值分別約為人民幣9.0百萬元、人民幣56.1百萬元、人民幣207.9百萬元及人民幣340.8百萬元。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度／期間以及截至二零一九年六月三十日止六個月，內部內容製作成本增加分別約人民幣1.4百萬元、人民幣5.8百萬元、人民幣9.1百萬元及人民幣7.7百萬元，而向供應商採購成本則增加分別約人民幣8.1百萬元、人民幣44.8百萬元、人民幣155.4百萬元及人民幣141.2百萬元。相關成本計入其他無形資產並按版權可使用年期分五至十年攤銷。其他無形資產攤銷佔我們於相應期間收益約3.4%、5.0%、4.2%及8.9%。有關更多詳情，請參閱「財務資料－關鍵會計政策、估計及判斷－其他無形資產」及「財務資料－合併財務狀況表節選項目－其他無形資產」。

其他無形資產佔我們於往績記錄期間總資產的重大部分。若我們的業務表現及遊覽旅遊景區（我們為此開發在線電子導覽）的終端用戶數量大幅下降，我們或須要計提無形資產減值準備。任何其他無形資產的重大減值或會對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響。請參閱「風險因素－有關我們業務及行業的風險－其他無形資產於合併財務狀況表資產中佔重大比重，如果我們決定把其他無形資產進行減值或增加其他無形資產的攤銷成本，可能會對經營業績及財務狀況產生重大影響」。

## 概 要

### 合併現金流量表節選項目

下表載列於所示期間的現金流量：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日
				止六個月
	二零一六年 (人民幣千元)	二零一七年 (人民幣千元)	二零一八年 (人民幣千元)	二零一九年 (人民幣千元)
<b>營運資金變動前經營活動</b>				
所得現金流量 <sup>(附註)</sup>	5,601	34,527	130,868	77,861
經營活動所得現金淨額	4,702	29,882	90,400	71,509
投資活動(所用)現金淨額	(9,647)	(52,629)	(176,873)	(236,542)
融資活動所得現金淨額	9,319	26,830	169,167	164,652
<b>現金及現金等價物增加／ (減少)淨額</b>	4,374	4,083	82,694	(381)
年／期初現金及現金等價物	290	4,664	8,747	91,441
<b>年／期末現金及現金等價物</b>	<b>4,664</b>	<b>8,747</b>	<b>91,441</b>	<b>91,060</b>

附註：營運資金變動前經營活動所得現金流量指已就融資成本、銀行利息收入、來自按公允值計入損益的短期投資的其他利息收入、物業、廠房及設備項目折舊、使用權資產折舊及其他無形資產攤銷調整的除稅前盈利。有關除稅前盈利與營運資金變動前經營活動所得現金流量的對賬詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告「一 合併現金流量表」。

### 主要財務比率

下表載列於所示期間的主要財務比率：

	截至十二月三十一日／ 截至十二月三十一日止年度			截至 六月三十日／ 截至六月三十日 止六個月
				二零一九年
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	
毛利率 <sup>(1)</sup>	47.7%	47.8%	46.8%	41.8%
純利率 <sup>(2)</sup>	28.5%	35.7%	33.1%	28.4%
權益回報 <sup>(3)</sup>	0.18	0.33	0.25	不適用
資產總值回報 <sup>(4)</sup>	0.16	0.28	0.22	不適用
流動比率 <sup>(5)</sup>	6.44	2.72	5.06	8.78

附註：

1. 毛利率為年內或期內毛利佔年內或期內收益的百分比。截至二零一九年六月三十日止六個月的毛利率下降主要是由於銷售成本上升。有關銷售成本上升主要因增加其他無形資產（主要歸因於我們在二零一八年下半年開發的在線電子導覽數目增加）而導致二零一九年上半年其他無形資產攤銷增加。

## 概 要

2. 純利率為年內或期內純利佔年內或期內收益的百分比。
3. 權益回報比率為年度盈利佔年末權益總額的比率。
4. 資產總值回報比率為年度盈利佔年末資產總值的比率。
5. 流動比率為年末或期末流動資產總值佔年末或期末流動負債總額的比率。

### [編纂]統計數據

表內所有統計數據均假設[編纂]未獲行使而計算：

	按[編纂] [編纂]計算	按[編纂] [編纂]計算	按[編纂] [編纂]計算
市值 <sup>(1)</sup>	[編纂]	[編纂]	[編纂]
每股股份未經審核備考 經調整有形資產淨值 <sup>(2)</sup>	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

1. 市值乃按預期緊隨[編纂]完成後[編纂]已發行[編纂]計算，惟並無計及[編纂]，並假設概無股份將根據購股權計劃獲發行。更多詳情請參閱「股本」。
2. 每股股份未經審核備考經調整有形資產淨值乃經作出「附錄二－未經審核備考財務資料－A. 未經審核備考經調整合併有形資產淨值報表」所指的調整後，並根據於[編纂]完成後將發行[編纂]的基準計算（假設[編纂]並無獲行使，且並無計及根據購股權計劃可予發行的股份）。

更多詳情請參閱「附錄二－未經審核備考財務資料－A. 未經審核備考經調整合併有形資產淨值報表」。

### 股息

於往績記錄期，本公司自註冊成立日期以來並未支付或宣派任何股息。我們並無任何預設派息率。股息的宣派須由董事會酌情決定。本公司宣派任何期末股息亦須經股東在股東大會上批准方可作實。日後董事可在考慮我們的運營及盈利、資金要求及盈餘、整體財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展需要、股東權益及董事認為適時相關的其他因素後建議支付股息。股息的任何宣派及支付連同其金額均須符合章程文件、任何適用法律及法規，包括開曼公司法的規定。

---

## 概 要

---

### 未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為[編纂]（即指示性[編纂]範圍[編纂][編纂]至[編纂]的中位數），經扣除[編纂]相關[編纂]佣金及其他預計開支後，並假設[編纂]並無獲行使，我們預計將收取[編纂][編纂]（作為[編纂]一部分）的[編纂]淨額約[編纂]。我們計劃將[編纂][編纂]按下述金額擬作下列用途：

- 約50%或[編纂]用於製作中國及海外旅遊景區的在線電子導覽，以覆蓋更多旅遊景區並提高我們的競爭力；
- 約10%或[編纂]用於招聘研發人才及提高我們的研發能力，以提高產品質量及研發新產品及新服務；
- 約10%或[編纂]用於提升我們的品牌價值及增強我們的銷售及營銷能力；
- 約20%或[編纂]用於戰略投資及收購；及
- 約10%或[編纂]用作營運資金及一般企業用途。

### [編纂]開支

截至二零一九年六月三十日，我們就[編纂]產生[編纂]開支約[編纂]，其中約[編纂]從我們的合併損益表中扣除，而約[編纂]資本化為遞延開支並將於[編纂]後從權益中扣除。我們預期於[編纂]完成前將會產生[編纂]的額外開支，其中預期約[編纂]將從合併損益表中扣除，而預期約[編纂]將於[編纂]後根據相關會計準則從權益中扣除。我們預期該等開支將不會對我們二零一九年的經營業績產生重大影響。詳情請參閱「財務資料－[編纂]開支」。

### 近期發展

往績記錄期末至最後實際可行日期，我們的業務經營不斷擴大。截至二零一九年十一月三十日止十一個月，我們的期內收益總額及盈利較二零一八年同期有所增加。

我們的董事確認，自二零一九年六月三十日至本文件日期止，我們的財務狀況或前景、收益或毛利率並無重大不利變動，且並無發生會對本文件附錄一所載會計師報告所示資料有重大影響的事件。