

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公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**ACTIVATION GROUP**

**艾德韋宣**

**Activation Group Holdings Limited**

**艾德韋宣集團控股有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9919)

**截至2019年12月31日止年度  
之年度業績公告**

艾德韋宣集團控股有限公司(「**本公司**」)董事(「**董事**」)會(「**董事會**」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)截至2019年12月31日止年度「**2019財年**」的經審核年度業績連同上個財政年度比較數字。該等年度業績經由本公司審核委員會審閱。

**財務摘要**

**1. 經調整溢利創新高**

2019年經調整溢利人民幣72.0百萬元，較2018年的人民幣43.5百萬元增長65.5%

**2. 毛利率大幅提高**

毛利率從2018年的25.2% 提升至2019年的29.9%，經調整溢利率從2018年的6.4%提升至2019年的10.9%。

**3. 數字營銷與品牌推廣服務仍保持穩定增長**

數字營銷與品牌推廣服務2019年產生收益人民幣110.5百萬元，過去4年複合增速42.1%。

**4. IP發展領域首次實現盈利**

2018年：虧損人民幣9.9百萬元；2019年：盈利人民幣9.3百萬元

**5. 強大的財務實力**

集團於2019年12月31日的現金及現金等價物共計約人民幣129.5百萬元，此金額尚不包括公司於2020年1月IPO估計所得款項淨額約345.0百萬元(相當於人民幣308.4百萬元)。

\* 該調整溢利：純利加一次性上市開支以及公司由於重組回購原股東股份進行的一次性貸款產生的手續費、利息及滙兌損益。

\* 複合增遞：複合年均增長率

## 主席報告

董事會欣然宣佈本集團上市以來首份全年業績。

2019年是本集團發展的重大里程碑，為與國際金融市場接軌，本集團於年內積極籌備上市事宜。於2020年1月16日集團股份成功於聯交所主板上市，自此，本集團的資本實力大幅增強，發展潛力進一步釋放，為集團未來發展奠下穩固基礎。

本集團積極把握市場的各種機遇，並達到理想表現。於2019財年，集團收入為人民幣661.8百萬元，以及股東應佔盈利人民幣30百萬元。撇除上市所涉及的一次性開支影響，本集團於2019財年經調整溢利為人民幣72.0百萬元，較截至2018年12月31日止年度（「**2018財年**」）大幅增長65.5%。

董事會不建議就2019財年派發股息。

## 業務回顧

作為大中華區國際高端及奢侈品牌的領先體驗營銷服務提供商，本集團向客戶提供全面的營銷解決方案，我們的客戶包括時尚消費品行業及汽車行業的國際高端及奢侈品牌，集團與該等品牌已建立穩定客戶關係。

2019年上半年，集團經調整溢利強勁增長。惟自2019年6月起，由於香港發生社會動盪，部份奢侈及高端品牌客戶延遲原計劃在2019年下半年於香港推出的體驗營銷項目。另外，由於中美貿易戰等原因，汽車行業客戶在2019年受到較明顯的影響，但來自奢侈品、化粧品及珠寶等行業客戶的收入則繼續錄得雙位數增長。根據市場情況，本集團調整選取營銷項目策略。自2019年上半年開始，本集團策略性地放棄高收入但低毛利率的汽車類項目，專注於毛利率較高的時尚行業客戶，令體驗營銷業務的毛利率由2018年的26.2%提高至2019年的26.6%。同時，本集團積極發展數字營銷，提升該業務的盈利能力以及附加價值，因此，帶動數字營銷業務的毛利率由2018年的30.8%提升至2019年的39.6%。雖然由於以上的客戶策略，導致來自汽車行業客戶的收入大幅減少，拖累公司整體收入有所下滑，但本集團於2019年的整體毛利率則較2018年按年上升4.7個百分點達到29.9%，毛利總額繼續保持長期增長。本集團經調整溢利率自2018年的6.4%提升至2019年的10.9%。

憑藉擅長提供創意解決方案的能力，以及向客戶提供優質服務的承諾，於2019年，本集團成功轉向開拓其他類別品牌的推廣活動，令客戶群取得突破。於2019年9月，本集團與阿里巴巴集團成員公司完成阿里巴巴集團20週年年會的重大體驗營銷項目。

另一方面，集團進一步擴大體育業務的地域佈局，於2019年下半年在中國內地成功舉行多項體育賽事及活動，令知識產權(「IP」)發展業務取得較好的進展。2019財年內，IP發展業務的毛利較2018財年錄得大幅的增長34.2%。於2019年11月，在上海完成環法職業繞圈賽，以及於2019年12月在雲南澄江完成環法挑戰賽。集團以環法自行車賽及西甲俱樂部品牌舉辦賽事，並於中華人民共和國(「中國」)各大城市大規模複製，藉以利用相關IP在中國進行營銷、贊助、商品推廣活動等。

## 前景與展望

踏入2020年，新型冠狀病毒對全球經濟無可避免造成打擊，預計對本集團的業績亦會造成一定影響。然而，由於本集團業務有明顯的季節性，加上首季度受春節假期影響，體驗營銷項目上半年佔比相對較少，於過往年度，上半年的收入僅約為全年的30-40%，故暫時對集團的影響有限。不過，如果疫情繼續蔓延，不排除仍會拖累體驗營銷業務的全年業績表現。管理層會根據疫情隨時調整運營策略。

雖然疫情令線下推廣活動大幅減少，但卻造就線上推廣活動普及起來。本集團具競爭力的數字營銷和品牌推廣服務，使客戶能夠繼續線上推廣業務。本集團已計劃在2020年進一步加快數字化佈局，投放更多精力和人員，以提升數字營銷的服務內容以及服務深度。

為把握數字營銷領域不斷增長的市場機遇，本公司將通過以下方式促進數字營銷業務的發展，並投放更多資源發展有關業務：(i) 繼續向更多客戶推廣「全方位數字營銷方案」，包括藉營銷活動於跨社交平台(例如微博、微信、抖音、小紅書等)建立品牌；我們亦集中憑該活動以網上(例如天貓、客戶電子商務網站)及線下推動銷售。(ii) 透過發展培育時尚網紅、投資型媒體以及銷售績效管理，提升我們的媒體／網紅平台。(iii) 為我們的客戶提供社交客戶關係管理系統(CRM)。該系統包括數據和參與平台、零售解決方案及數據集成，同時提供包括大數據分析的增值服務；(iv) 結合線上線下營銷資源，並建立更好的雲秀場基礎設施，以便為客戶推動綜合線上活動。

展望未來，集團將繼續利用自身的優勢，並通過實施一系列策略，進一步提高市場份額，及提升作為領先整合營銷解決方案提供商的整體競爭力，同時進一步擴大IP發展業務。

在整合營銷解決方案業務方面，為擴大地域覆蓋範圍及增加客戶，本集團已經在杭州開設辦公室以服務杭州本土的互聯網及消費品牌。另一方面，集團亦擬在廣州設立辦事處，增強在中國一線城市的業務佈局及抓住粵港澳大灣區發展帶來的商機。本集團進一步計劃通過在巴黎設立辦事處，以擴大歐洲的客戶基礎並增強集團未來幫助中國本土品牌在歐洲推廣的能力。

除自身增長外，本集團正積極物色及尋求收購及合作機會，以鞏固集團的市場地位，提升在中國整合營銷解決方案行業的競爭力。本集團將尋求能幹的商業夥伴加入集團，以進一步豐富其體驗營銷／整合營銷解決方案業務。在中國境內，本集團正物色營銷自動化、大數據以及自媒體MCN公司等收購目標，以加快數字營銷業務發展，實現數位行銷領域的多元化服務。在國際上，本集團將在全球範圍內尋求從事中高端消費品品牌營銷服務領域為合適的國際併購目標，冀能通過這些收購計劃躋身全球專注服務中高端品牌的整合營銷方案提供商的領導位置，進一步提升公司的競爭力和競爭壁壘。

IP發展業務方面，除了繼續在中國釋放西甲俱樂部及環法自行車賽品牌的價值外，集團計劃爭取更多國際知名IP在中國的獨家運營權，藉以為集團帶來大量新營銷服務及產品。此外，我們將通過斯達菲亞洲與Stufish Productions Limited及通過本集團合資公司與其他潛在市場參與者的合作，繼續探索於娛樂IP發展的商業機會。

全球各地正被疫情陰霾濃罩，集團上下將以正面態度應對當前環境，並希望疫情盡快完結，經濟能於2020年下半年回暖。一般而言，下半年是零售行業傳統旺季，屆時所累積的購買力爆發，奢侈品需求將回升，帶動消費市場反彈。集團會密切留意市場情況，為客戶提供最合適的綜合營銷解決方案，以把握市場逆轉的機遇。

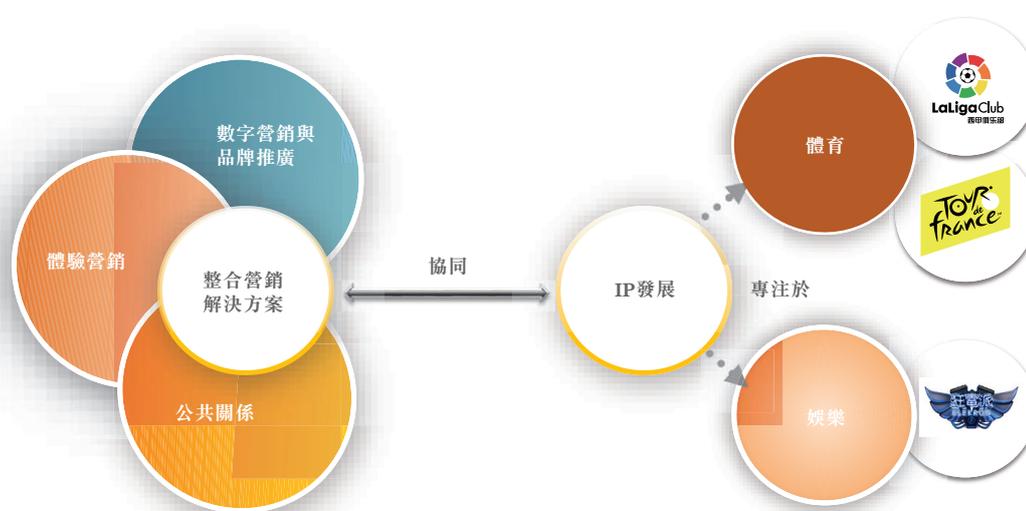
隨著集團成功於香港上市，財務實力更加堅實，市場聲譽及知名度提升，有助本集團吸引更多優質的合作夥伴以及客戶。本集團有信心成為全球整合營銷解決方案提供商的龍頭。

最後，管理層察覺由於疫情及市場客觀因素影響，公司股份(「**股份**」)現時的交易價未能反映其內含價值。因此董事會正考慮短期內將於市場進行購回股份。相信進行購回股份(「**回購股份**」)將能反映本公司對業務長期展望具有信心，且最終將令公司得益，為公司及其股東(「**股東**」)創造價值。

本人再一次藉此機會向全體員工之忠誠努力，以及各位股東對集團的支持致以衷心謝意。

## 業務回顧

本集團是領先並快速增長的整合營銷解決方案提供商，專注於提供(i) 體驗營銷，(ii) 數字營銷與品牌推廣以及(iii) 主要在上海及北京(覆蓋大中華)營運的公共關係服務。根據灼識行業諮詢有限公司發出的獨立市場研究報告，2018年，我們於大中華高端及奢侈品牌市場(即本集團經營所在的市場，市場規模約人民幣79億元)的體驗營銷領域排名第一，佔市場份額約6.3%。我們亦專注於開拓體育與娛樂IP發展領域。自2016年起，我們開始經營體育市場的IP發展業務，我們分別與西甲聯賽及阿莫里體育組織訂立合作協議(「IP合作協議」)，獲授與西甲俱樂部品牌及環法自行車賽品牌於中國舉辦獲批准賽事的獨家權利，以及在中國進行營銷、贊助、商品推廣及其他用途的其他權利，但須受相關IP合作協議的條款規限。於2017年，我們亦與Stufish Productions Limited成立斯達菲(亞洲)有限公司，以進軍娛樂IP發展業務。



2019年度，由於中美貿易戰、香港社會動盪及汽車行業不景氣的影響，2019年度本集團整體總收入為661.8百萬元(2018年：人民幣684.3百萬元)較2018年輕微下降3.3%；但同時得益於本集團及時調整經營策略選擇承接高毛利項目，控制成本並開拓更多新的行業客戶，本集團於2019年仍實現了毛利總額以及毛利率的增長。2019年實現毛利198.1百萬元(2018年：人民幣172.4百萬元)，整體毛利率由2018財年的25.2%大幅上升至2019財年的29.9%；

本集團錄得本年度純利為人民幣40.9百萬元(2018年：人民幣43.5百萬元)，純利下跌的原因主要是錄得一次性上市開支以及上市重組相關的財務成本所導致，上市開支主要包括與本公司首次公開發售(「**首次公開發售**」)有關的法律、審計及其他專業支出(損益表影響約為人民幣26.8百萬元)；公司由於重組回購原股東股份進行的一次性貸款產生的手續費、利息及匯兌損益共計人民幣4.3百萬元，以上部分總計削減公司利潤人民幣31.1百萬。如不考慮以上一次性的費用，公司2019年年度實現經調整溢價利人民幣72.0百萬元(2018年：人民幣43.5百萬元)同比增長65.5%，實現了業績的大幅增長。

## 地區回顧

地區方面，本集團中國業務於2019年實現收益626.9百萬元(2018年：人民幣605.4百萬元)佔本集團2019年總收益的94.7%(2018年：88.5%)；香港及新加坡業務實現收益人民幣34.9百萬元，佔本集團2019年總收益5.3%(2018年：11.5%)較2018年的人民幣78.9百萬元下降55.8%，主要是由於香港的社會動盪導致2019年下半年客戶紛紛取消或推遲公關活動所致。

## 業務分部回顧

於2019財年，本集團整合營銷解決方案服務的收益為人民幣616.6百萬元(2018年：人民幣645.9百萬元)，佔本集團總收益的93.2%(2018年：94.4%)。此分部溢利為人民幣90.8百萬元(2018年：人民幣78.7百萬元)。此分部溢利增加主要由於體驗營銷服務的毛利率提升所導致。就分部而言，整合營銷解決方案分部貢獻了比較年度內幾乎全部收益增長，而IP發展分部則保持穩定增長。於2019年IP發展分部收益為人民幣45.2百萬元，比去年同期增長17.7%。

收益於2019年下降的主要原因是由於本集團所服務的汽車行業收入減少，汽車行業受到宏觀形勢及中美貿易戰影響，汽車類型整合行銷項目毛利降低，所以本集團戰略性地放棄低毛利項目，將精力專注於時尚及互聯網行業客戶。汽車行業的項目呈現收入大毛利低的特點，該類項目減少引致集團的整體收入較2018年減少，但另一方面，集團整合營銷業務解決方案分部的毛利率也出現了提升。2019年集團自汽車行業客戶取得的收益總計人民幣70.6百萬元(2018年：118.7百萬元)，同比下滑40.5%，同時2019年度來自於互聯網行業客戶的收益達到人民幣74.0百萬，成為僅次於時尚行業的第二大客戶行業，也抵消了來自汽車客戶收益下滑的影響。

同時我們看到數字營銷、公關服務的收入貢獻及毛利率都進一步提升，拉高了集團的盈利能力。

## 解決方案分部

### (a) 體驗營銷

本集團是大中華國際高端及奢侈品牌的體驗營銷提供商，向客戶提供全面的營銷解決方案，包括活動概念、活動策劃及管理。通過我們設計、組織及管理的項目，客戶有望實現重大品牌建設及面向公眾或目標受眾的推廣效果。

此等服務收益為人民幣470.8百萬元(2018年：人民幣514.7百萬元)，佔本集團總收益的71.1%(2018年：75.2%)。體驗營銷服務收益的比例下降主要是由於本集團更加注重提供多元化的全案服務，所以公關及數字營銷與品牌推廣服務增速較快。

### (b) 數字營銷與品牌推廣

本集團的數字營銷與品牌推廣服務通常在微博、微信、抖音、小紅書、Facebook、Instagram等社交媒體平台幫客戶推廣其品牌及產品。本集團將監督整個項目實施過程，包括創意策略、管理及協調管理及協調項目各方參與者，制定詳細工作計劃，實施項目直至項目上線，並預收費用提供維護及持續線上服務。

該等服務收益為人民幣110.5百萬元(2018年：人民幣108.2百萬元)，佔本集團總收益的16.7%(2018年：15.8%)。

在2018財年與2019財年之間，該等服務收益增加2.1%，該業務的毛利率從2018年的30.8%提升至39.6%，毛利總額從2018年的人民幣33.4百萬元提升30.8%至2019年的人民幣43.7百萬元，該業務2019年年度收益增速較低，但毛利率及毛利金額增速較快，主要是由於本集團幫助越來越多的客戶提供營銷策略服務，給客戶帶來更高的附加值，毛利率也隨之提升。

### (c) 公共關係

本集團的公共關係服務通常涉及幫助其客戶制定可觸達目標消費者的傳播計劃營銷活動。本集團的服務包括公共關係策略諮詢服務、日常客戶溝通、媒體關係管理、聯絡及名人協調服務。

該等服務2019年收益大幅增長53.5%至人民幣35.3百萬元(2018年：人民幣23.0百萬元)，佔本集團總收益的5.3%(2018年：3.4%)。此增長主要是由於不同業務間的協同效應增強帶來了公共關係業務的增長。

公共關係服務2019年實現毛利人民幣18.2百萬元，相較2018年人民幣7.7百萬元同比大幅增長136.4%，主要是由於2019年收入的大幅增長所導致。

## **IP發展分部**

本集團已進軍IP發展領域，專注於體育及娛樂。該等IP發展品牌雖然在中國相對較新，但受到全球關注，具有極佳宣傳效果，董事相信透過與本集團的整合營銷解決方案分部相結合，將具備龐大商業潛力，能為我們的整合營銷解決方案創造新商機。

此分部收益為人民幣45.2百萬元(2018年：人民幣38.4百萬元)，同比增長17.7%，佔本集團2019年總收益的6.8%(2018年：5.6%)。毛利為人民幣11.0百萬元(2018年：人民幣-3.8百萬元)，相較去年同期由虧損轉為大幅盈利，本集團在2019年舉行了多個IP類項目，取得較好的進展，2019年，本集團與諸暨及雲南分別簽署為期3年的長期當地環法自行車賽賽事合同，大幅加強公司IP發展分部的可持續性和盈利能力，且IP發展分部的發展帶動整合營銷解決方案分部內包括體驗營銷及公共關係服務的更多業務，加強集團內不同業務的協同效應。

## **市場回顧**

踏入2020年，新型冠狀病毒疫情在全球爆發，對中國以致全球經濟造成嚴重衝擊，雖然在中國政府的有效防控措施下，國內疫情已大致受控，但疫情蔓延至全球各地且未見好轉象，這將大大打擊投資者及消費者信心。金融市場動盪及全球經濟活動因疫情而受阻，短時間內壓抑了消費者對奢侈品的需求，大型戶外運動也因疫症而無法進行。

幸好，各國紛紛推出多項防止該冠狀病毒擴散的措施，同時大規模推行貨幣及財政刺激措施，促進消費及保護就業。一旦全球疫情逐步緩解，經濟將可逐步回暖，而累積了的購買力亦會爆發，奢侈品需求將可重新回升，推動全球消費市場反彈。

為了應對市場最新變化，集團將在未來採取以下行動：

### **1. 加強服務互聯網及消費行業的品牌客戶**

隨着去年為中國互聯網巨頭阿里巴巴舉行週年年會後，本集團了解到國內互聯網行業的優質品牌，對體驗營銷服務的需求正在增長。本集團在全國互聯網企業集中地——杭州開設了辦公室，期望可以將體驗營銷業務由時裝珠寶首飾及汽車等領域，逐步推廣至互聯網及其他消費行業的市場。

## 2. 通過併購及合作加快數字營銷業務

數字經濟在中國方興未艾，隨着新冠病毒在中國爆發，導致實體經濟嚴重受創，造就了數字經濟急速發展的良機。同時，中國5G發展領先全球，為數字營銷業務帶來巨大商機。本集團將利用大數據分析定制軟件，提升經營效率及服務類別。為了快速增加業務量及市場份額，本集團計劃在國內通過併購加快發展數字營銷業務，現正物色營銷自動化、大數據及自媒體多頻道網絡(MCN)公司等收購目標。

## 3. 擴大體驗營銷業務的地域覆蓋範圍

在衝出中國，全球發展的方向，本集團專注圍繞中高端消費品服務市場，尋找合適的國際併購目標，期望能夠躋身全球專注服務中高端品牌的整合營銷方案服務商的領導位置，進一步提升集團的競爭力以及擴大亞洲以外業務的覆蓋範圍。

## 4. 吸引更多優質合作夥伴及客戶，強化及拓展整合營銷及體育IP發展業務

隨着消費者的健康意識日漸提高，將帶動體育需求，對體育營銷而言是一個新的發展機會。集團將針對現時市場環境，調整整合營銷的策略，為客戶提供最合適的綜合營銷解決方案，吸引更多優質合作夥伴及客戶，強化及拓展體育IP業務。本集團將以正面態度應對當前經濟的挑戰。下半年屬於行業的傳統旺季，本集團希望隨着疫情緩解，經濟逐步回暖，奢侈品需求有望再度回升，帶動消費市場反彈。本集團將會密切注視市況，把握市場逆轉的機會。

## 財務回顧

### 銷售成本

本集團的銷售成本由2018財年的人民幣511.9百萬元下降9.4%至2019財年的人民幣463.6百萬元。整體而言，本集團銷售成本減少主要是由於收益減少以及毛利率提升所導致的，而銷售成本組成部分的波動主要取決於本集團在各期間進行的項目類型及組合。銷售成本的組成部分主要包括製作成本、媒體成本及場地租賃成本。

## 毛利及毛利率

由於上文所述，本集團的毛利由2018財年的人民幣172.4百萬元增加14.9%至2019財年的人民幣198.1百萬元。本集團的整體毛利率由2018財年的25.2%大幅上升至2019財年的29.9%，如上文所述，主要是各個板塊的毛利率在2019年皆有提升，且毛利率較高的數字營銷與公共關係板塊佔比亦有提升。

## 其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2018財年的人民幣6.8百萬元大幅增加180.9%至2019財年的人民幣19.1百萬元，主要來自(i)於2019年8月8日，我們針對第三方的合約申索約人民幣8.0百萬元(含稅)獲得有利法院裁決，作為有關環法挑戰賽的補償(原先定於2018年舉行但其後因該名第三方未能履約而未能進行)；及(ii)本集團於同期收取政府補助約人民幣6.8百萬元。

## 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2018財年的人民幣66.2百萬元增加16.2%至2019財年的人民幣76.9百萬元。該增加主要是由於員工成本的增加。本集團於2019年加大對於數字營銷、IP拓展及其他服務運營的投入，導致員工年度總薪酬增加所推動，員工成本的增加在很大程度上與員工人數增加一致。

## 一般及行政開支

本集團的行政開支由2018財年的人民幣42.6百萬元增加60.1%至2019財年的人民幣68.2百萬元。主要由於一般及行政開支中錄得一次性上市開支上市開支主要包括與本公司首次公開發售有關的法律及其他專業支出(損益表影響約為26.8百萬元)，重組中涉及的一次性貸款手續費共計1.6百萬元以及為IPO工作準備的相關差旅和人員費用。

## 其他開支淨額

本集團的其他開支淨額由2018財年的人民幣2.9百萬元減少至2019財年的人民幣0.4百萬元。該等減少主要是由於2019年不再存在任何重大本集團資產減值損失。

## 財務成本

本集團的財務成本由2018財年的人民幣1.0百萬元增加350.0%至2019財年的人民幣4.5百萬元，主要是由於2019財年為準備IPO進行重組產生的人民幣64.8百萬元一次性貸款在2019年產生較高的貸款利息人民幣2.6百萬元。

## 純利

本集團錄得本年度純利為人民幣40.9百萬元(2018年：人民幣43.5百萬元)，純利下跌的原因主要是錄得一次性上市開支以及上市重組相關的財務成本所導致，上市開支主要包括與本公司首次公開發售(「**首次公開發售**」)有關的法律、審計及其他專業支出(損益表影響約為人民幣26.8百萬元)；公司由於重組回購原股東股份進行的一次性貸款產生的手續費、利息及匯兌損益共計人民幣4.3百萬元，以上部分總計削減公司利潤人民幣31.1百萬。如不考慮以上一次性的費用，公司2019年年度實現經調整溢價利人民幣72.0百萬元(2018年：人民幣43.5百萬元)同比增長65.5%，實現了業績的大幅增長。

## 末期股息

董事會不建議就2019財年派發末期股息。

## 流動資金及財務資源

### 現金及現金等價物

於2019年12月31日，本集團現金及現金等價物約為人民幣129.5百萬元(2018年12月31日：人民幣88.4百萬元)。

### 全球發售所得款項淨額

股份於2020年1月16日掛牌上市，所得款項淨額估計約為345.0百萬港元，下表載列截至本公告日期全球發售所得款項的使用情況：

所得款項淨額指定用途	百分比	所得款項淨額 百萬港元
發展及擴大我們的現有整合營銷解決方案及IP發展業務	55.9%	192.8
用作策略投資基金的現金儲備，以尋求合適合作或投資機會	34.2%	118.0
一般營運資金及一般企業用途	9.9%	34.2
	<u>100%</u>	<u>345.0</u>

於本公告日期，本公司預期其2019年12月31日的招股章程中所述的募集資金使用計劃不會有任何變化。

## 借款及本集團資產的抵押

於2019年12月31日，本集團有息借款總額為人民幣74.8百萬元(2018年12月31日：人民幣19.0百萬元)，借款的增長主要是人民幣64.8百萬的一次性重組貸款。

## 資本負債比率

於2019年12月31日的資產負債比率(按銀行及其他借款除以總權益計算)為103.9%，而於2018年12月31日的資產負債比率為13.3%。資本負債比率的上升主要是由於集團於2019年借入的一次性貸款以回購集團原股東所持有的股權，該等回購在2019年12月31日降低了本集團的所有者權益，並提供了本集團的流動負債。

有鑒於目前現金及現金等價物水平以及可獲得的銀行貸款，本集團的流動資金狀況仍然強勁，且擁有充足財務資源滿足目前營運資金及未來擴展需求。

## 人力資源

於2019年12月31日，本集團的僱員總數約為343人，僱員福利開支(含董事酬金)約為人民幣92.3百萬元。本集團提供全面的薪酬待遇，管理層對其定期檢討。本集團亦為其管理層人員及其他僱員投資繼續教育及培訓項目，旨在持續提升其技能及知識。本集團視僱員為最寶貴的資產，相信有效的僱員參與是業務實現成功的重要部分。因此，本集團高度重視與各級僱員展開有效溝通，其最終目標是提高為客戶提供優質服務的效率。

## 綜合損益表

截至2019年12月31日止年度

	附註	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
<b>收益</b>	4	661,774	684,335
銷售成本		<u>(463,646)</u>	<u>(511,929)</u>
毛利		198,128	172,406
其他收入及收益	4	19,142	6,831
銷售及分銷開支		(76,881)	(66,197)
一般及行政開支		(68,206)	(42,550)
其他開支淨額		(404)	(2,884)
財務成本		(4,515)	(968)
分佔聯營公司溢利及虧損		<u>(398)</u>	<u>(1,378)</u>
<b>除稅前溢利</b>	5	66,866	65,260
所得稅開支	6	<u>(25,995)</u>	<u>(21,743)</u>
<b>年內溢利</b>		<u>40,871</u>	<u>43,517</u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		29,969	37,114
非控股權益		<u>10,902</u>	<u>6,403</u>
		<u>40,871</u>	<u>43,517</u>
<b>母公司普通股持有人應佔每股盈利</b>	8		
基本及攤薄(人民幣仙)		<u>4.99</u>	<u>6.19</u>

## 綜合全面收益表

截至2019年12月31日止年度

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
年內溢利	40,871	43,517
其他全面收益		
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面收益： 換算海外業務的匯兌差額	<u>1,520</u>	<u>2,831</u>
年內全面收益總額	<u><u>42,391</u></u>	<u><u>46,348</u></u>
以下各項應佔：		
母公司擁有人	31,489	39,945
非控股權益	<u>10,902</u>	<u>6,403</u>
	<u><u>42,391</u></u>	<u><u>46,348</u></u>

## 綜合財務狀況表

2019年12月31日

	附註	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		1,873	1,865
使用權資產		16,569	10,057
商譽		10,233	10,233
無形資產		268	232
於聯營公司的投資		5,512	6,524
投資娛樂項目		—	283
遞延稅項資產		551	2,434
非流動資產總值		<u>35,006</u>	<u>31,628</u>
<b>流動資產</b>			
投資娛樂項目		1,594	6,917
貿易應收款項	9	170,322	258,647
預付款項、按金及其他應收款項		14,324	19,525
質押銀行按金		8,940	—
現金及現金等價物		129,493	88,397
流動資產總值		<u>324,673</u>	<u>373,486</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	10	149,673	163,073
其他應付款項及應計費用		33,547	55,910
計息銀行及其他借款		74,813	19,000
租賃負債		4,175	1,651
應付稅項		11,975	13,234
流動負債總額		<u>274,183</u>	<u>252,868</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>50,490</u>	<u>120,618</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>85,496</u>	<u>152,246</u>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		13,257	9,394
遞延稅項負債		210	250
非流動負債總額		<u>13,467</u>	<u>9,644</u>
<b>資產淨值</b>		<u><u>72,029</u></u>	<u><u>142,602</u></u>

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
<b>權益</b>		
<b>母公司擁有人應佔權益</b>		
已發行股本	88	—
儲備	<u>59,804</u>	<u>121,126</u>
	<b>59,892</b>	121,126
非控股權益	<u>12,137</u>	<u>21,476</u>
	<b>72,029</b>	142,602
總權益	<u><b>72,029</b></u>	<u><b>142,602</b></u>

## 財務報表附註

截至2019年12月31日止年度

### 1. 公司及集團資料

艾德韋宣集團控股有限公司為一間在開曼群島註冊成立的有限公司。本公司註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司主要營業地點位於中華人民共和國(「**中國**」)上海市徐匯區柳州路399甲號8樓。本公司股份於2020年1月16日在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板上市(「**上市**」)。

本公司為投資控股公司。截至2019年12月31日止年度(「**相關期間**」)，本公司附屬公司涉及以下主營業務：

- 提供整合營銷解決方案；
- 管理及經營體育賽事；及
- 投資娛樂項目。

### 2.1 重組及呈列基準

根據本公司與上市有關的重組(「**重組**」)，本公司於2019年7月22日成為本集團現時旗下公司的控股公司。重組主要涉及本公司註冊成立、在現有集團之上加入新的控股實體以及將若干艾德韋宣集團當時股東(統稱「**有關股東**」)於艾德韋宣集團的股權轉讓予本公司。重組並無導致艾德韋宣集團及其附屬公司業務的經濟實質於重組前後出現任何變動。

因此，該等財務報表已應用權益合併法作為艾德韋宣集團及其附屬公司的延續呈列，猶如重組已於所示最早期間的開始之時完成。有關重組的詳情載於本公司日期為2019年12月31日的招股章程(「**招股章程**」)中「歷史、重組及公司架構」一節「重組」段落。

本集團截至2019年12月31日止年度的綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表乃按現時集團架構編製，猶如現時集團架構於所示最早日期已存在。本集團於2019年12月31日的綜合財務狀況表乃按現時集團架構呈列本集團旗下公司的資產及負債，猶如現時集團架構於該等日期已存在。概無作出調整以反映公平值或確認任何因重組產生的新資產或負債。

重組前由有關股東以外人士持有的附屬公司股權及其變動，採用權益合併法於權益內呈列為非控股權益。

集團內公司間的交易及結餘均於合併入賬時對銷。

## 2.2 編製基準

財務報表已根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」)，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「**香港會計準則**」)及詮釋)、香港公認會計原則以及香港公司條例的披露要求而編製。財務報表乃根據歷史成本法編製，惟已按公平值計量的娛樂項目投資除外。財務報表以人民幣(「**人民幣**」)呈列，除另有指明外，所有數值約整至最接近的千位數。

## 2.3 會計政策變動及披露

本集團已於所示最早期間採納／提早採納自2019年1月1日開始的會計期間生效的所有新訂及經修訂香港財務報告準則以及相關過渡條文。

## 3. 經營分部資料

基於管理目的，本集團按所提供的服務劃分業務單元，形成如下兩個報告經營分部：

- (a) 整合營銷解決方案分部
- (b) IP發展分部

管理層單獨監察本集團的經營分部業績，以決定資源分配及業績評估。分部業績根據報告分部溢利／虧損進行評估，而報告分部溢利／虧損的計算方式為經調整的除稅前溢利／虧損。經調整除稅前溢利／虧損的計算方法與本集團的除稅前溢利一致，惟未分配收益、財務成本及公司及其他未分配開支則不撥入該項計算中。

分部資產不包括遞延稅項資產、使用權資產、質押銀行按金以及公司及其他未分配資產，因為該等資產乃按組別基準管理。

分部負債不包括計息銀行及其他借貸、應付股息、應付稅項、租賃負債、遞延稅項負債以及公司及其他未分配負債，因為該等負債乃按組別基準管理。

截至2019年12月31日止年度／於2019年12月31日

	整合營銷 解決方案 人民幣千元	IP發展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益</b>			
向外部客戶作出的銷售	616,563	45,211	<u>661,774</u>
<b>分部業績</b>	90,844	9,308	100,152
對賬：			
公司及其他未分配開支，淨額			(28,771)
財務成本			<u>(4,515)</u>
除稅前溢利			<u>66,866</u>
<b>分部資產</b>	291,378	40,937	332,315
對賬：			
公司及其他未分配資產			<u>27,364</u>
總資產			<u>359,679</u>
<b>分部負債</b>	138,866	28,142	167,008
對賬：			
公司及其他未分配負債			<u>120,642</u>
總負債			<u>287,650</u>
<b>其他分部資料</b>			
折舊及攤銷	975	12	987
貿易應收款項減值	784	2	786
資本開支*	1,037	—	1,037

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

截至2018年12月31日止年度／於2018年12月31日

	整合營銷 解決方案 人民幣千元	IP發展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益</b>			
向外部客戶作出的銷售	645,931	38,404	<u>684,335</u>
<b>分部業績</b>	78,655	(9,880)	68,775
對賬：			
公司及其他未分配開支，淨額			(2,547)
財務成本			<u>(968)</u>
除稅前溢利			<u>65,260</u>
<b>分部資產</b>	349,333	42,881	392,214
對賬：			
公司及其他未分配資產			<u>12,900</u>
總資產			<u>405,114</u>
<b>分部負債</b>	158,115	43,305	201,420
對賬：			
公司及其他未分配負債			<u>61,092</u>
總負債			<u>262,512</u>
<b>其他分部資料</b>			
折舊及攤銷	964	6	970
貿易應收款項減值	1,174	6	1,180
資本開支*	1,123	—	1,123

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

## 地域資料

### (a) 來自外部客戶的收益

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
中國內地	626,915	605,413
香港／新加坡	34,859	78,922
	<u>661,774</u>	<u>684,335</u>

上述收益資料乃根據提供有關服務所在地呈列。

### (b) 非流動資產

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
中國內地	12,374	12,842
香港／新加坡	5,512	6,295
	<u>17,886</u>	<u>19,137</u>

上述非流動資產資料乃根據資產所在地呈列，不包括遞延所得稅資產及使用權資產。

## 主要客戶資料

佔本集團截至2019年及2018年12月31日止年度收益總額超過10%的來自整合營銷解決方案分部銷售的外部客戶收益載列如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
客戶	<u>73,593</u>	<u>不適用*</u>

來自該客戶的收益包括向一組已知與該等客戶在共同控制之下的實體的銷售。

\* 低於本集團的收益總額的10%

#### 4. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
客戶合約收益		
<b>主要服務線</b>		
整合營銷解決方案		
體驗營銷服務	470,843	514,721
數字營銷與品牌推廣服務	110,470	108,204
公共關係服務	35,250	23,006
	<u>616,563</u>	<u>645,931</u>
<i>IP</i> 發展		
體育及娛樂服務	45,211	38,404
	<u>45,211</u>	<u>38,404</u>
	<u>661,774</u>	<u>684,335</u>

##### (i) 分拆收益資料

###### 地理位置

整合營銷解決方案

中國內地

香港／新加坡

581,704

567,009

34,859

78,922

616,563

645,931

###### *IP* 發展

中國內地

45,211

38,404

客戶合約總收益

661,774

684,335

###### 收益確認時間

於某一時間點

於一段時間\*

516,054

553,125

145,720

131,210

客戶合約總收益

661,774

684,335

\* 包括維護項目

下表載列於各報告期初計入合約負債的於報告期內確認的收益金額：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
整合營銷解決方案	5,712	6,012
IP 發展	8,364	9,938
	<u>14,076</u>	<u>15,950</u>

其他收入及收益分析如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行利息收入	606	186
政府補助*	6,819	6,565
賠償	7,992	—
出售一家聯營公司的收益	586	—
終止營運租賃收益	1,144	—
其他	1,995	80
	<u>19,142</u>	<u>6,831</u>

\* 若干附屬公司已收到中國當地政府機關的各項政府補助，作為激勵政策以支持本集團的業務發展／對當地經濟作出的貢獻／對發展特定城市的文化產業作出的貢獻。該等政府補助並無涉及尚未達成條件或或然情況。

## 5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(計入)以下各項：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
提供服務的成本	463,646	511,929
物業、廠房及設備折舊**	860	853
使用權資產折舊**	3,355	2,921
無形資產攤銷**	127	117
未計入租賃負債計量的租賃付款**	2,728	2,323
投資娛樂項目公平值收益*	(704)	(288)
出售於一家聯營公司投資的虧損／(收益)	(586)	433
貿易應收款項減值淨額*	786	1,180
其他應收款項撇銷*	—	269
其他應收款項減值撥回*	(1,300)	—
外匯差額淨額	<u>1,445</u>	<u>(83)</u>

\* 計入綜合損益表中的「其他開支淨額」項目。

\*\* 計入綜合損益表中的「一般及行政開支」項目。

## 6. 所得稅

年內，中國內地應課稅溢利之稅項按25% (2018年：25%)之適用中國企業所得稅(「**企業所得稅**」)稅率計算。

根據開曼群島及英屬維京群島的規則及規例，本集團毋須於開曼群島及英屬維京群島繳納任何所得稅。

就於香港註冊成立的附屬公司而言，香港利得稅乃按照年內於香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2018年：16.5%)計提撥備。

就於新加坡註冊成立的附屬公司而言，新加坡利得稅乃按照年內於新加坡產生的估計應課稅溢利按稅率17% (2018年：17%)計提撥備。

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
即期 — 中國		
本年度支出	22,927	18,479
即期 — 香港／新加坡		
本年度支出	1,225	3,648
遞延	1,843	(384)
年度稅項支出總額	<u>25,995</u>	<u>21,743</u>

## 7. 股息

本公司自註冊成立以來並未派付或宣派任何股息。

本公司的一家附屬公司於年內向其當時股東宣派的股息如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
股息	<u>33,544</u>	<u>33,544</u>

## 8. 母公司普通股股東應佔每股盈利

截至2019年12月31日止年度的每股基本盈利乃基於母公司擁有人應佔溢利人民幣29,969,000元(2018年：人民幣37,114,000元)以及本公司已發行及可發行普通股加權平均數600,000,000股(2018年：600,000,000股)(包括於2019年12月31日已經發行的100,000,000股股份以及於2020年1月16日資本化發行的500,000,000股股份，猶如相關股份於所示期間一直流通)計算得出。

由於本集團於截至2019年及2018年12月31日止年度並無已發行的潛在攤薄普通股，故並無調整該等期間的每股基本盈利。

## 9. 貿易應收款項

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
應收已開票款項 減值	106,457 (2,204)	113,224 (3,618)
應收未開票款項	104,253 66,069	109,606 149,041
	<u>170,322</u>	<u>258,647</u>

除新客戶通常須預先付款外，本集團與客戶的交易條款主要以信貸進行。信貸期一般自該等客戶的發票日期起介乎 60 至 90 日不等。本集團嚴格控制其未償還應收款項。高級管理層會定期檢視過期結欠。鑒於上文所述，以及本集團的貿易應收款項與為數眾多且分散的客戶有關，本集團並未就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升物。貿易應收款項為免息。

基於發票日期或同等指標並扣除虧損撥備的應收已開票款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
一個月內	57,894	69,760
一至三個月	33,179	22,695
三個月以上	13,180	17,151
	<u>104,253</u>	<u>109,606</u>

## 10. 貿易應付款項

於各報告期末的貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
一個月內	109,392	144,992
一至三個月	19,279	13,035
三個月以上	21,002	5,046
	<u>149,673</u>	<u>163,073</u>

貿易應付款項為免息，且一般以介乎 60 日至 90 日為期結算。

## 其他資料

### 購買、出售或贖回本公司上市證券

由於本公司股份於2020年1月16日在主板上市，本公司或本集團任何成員公司於截至2019財年概無購買、出售或贖回本公司任何股份。

### 遵守企業管治守則

本公司致力於恪守誠信、問責、透明、獨立、負責及公平的原則，實現並維持高水平的企業管治。本公司已制定並且實施完善的企業管治政策及措施，董事會負責履行該等企業管治職責。董事會將繼續參照香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「**上市規則**」）附錄十四所載《企業管治守則》和《企業管治報告》（「**企業管治守則**」）及其他適用法律及法規要求，檢討及監察本公司企業管治以及若干內部政策及程序，包括但不限於適用於僱員及董事的政策及程序，以維持本公司的高水平企業管治。

由於本公司直至2020年1月16日尚未在聯交所主板上市，故企業管治守則於2019財年期間不適用於本公司。但董事認為，本公司於該期間已完全遵守企業管治守則，惟偏離企業管治守則之守則條文第A.2.1條除外。

劉錦耀先生（「**劉先生**」）現時擔任本集團董事會聯席主席兼行政總裁。根據上市規則附錄十四第A.2.1條守則條文，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。鑒於劉先生在營銷行業的豐富經驗，董事會認為，由劉先生兼任聯席主席與行政總裁的角色能夠使本集團的業務規劃及實施更加有效。為維持良好的企業管治及全面遵守企業管治守則條文，董事會將定期檢討是否需要委任不同人士分別出任聯席主席與行政總裁。

### 證券交易行為守則

由於本公司股份於2020年1月16日在主板上市。載列於上市規則附錄十內的標準守則作為有關本公司證券交易行為守則，於截至2019財年並不適用於董事。

### 審核委員會及財務報表審閱

本公司已遵照上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會（「**審核委員會**」），並訂有其書面職權範圍。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。張少雲女士獲委任為審核委員會主席。

審核委員會已審閱本集團截至2019財年的年度業績，並確認已遵守適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分的披露。審核委員會亦討論了審計、內部控制及財務報告事宜。

### **核數師就本業績公告執行的程序**

初步公告所載本集團2019財年綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表的數字及相關附註已經由本公司核數師安永會計師事務所與本集團本年度綜合財務報表草稿的金額核對一致。安永會計師事務所就此執行的工作並不構成香港會計師公會頒佈的香港審核準則、香港審閱工作準則或香港核證工作準則項下的核證工作，因此，安永會計師事務所並無就初步公告作出任何核證意見。

### **股東週年大會**

即將召開的股東週年大會將於2020年6月2日(星期二)舉行，其通告及所有其他相關文件將於2020年4月發佈並寄發予股東。

### **暫停辦理股份過戶登記**

為確定股東有權出席2020年股東週年大會(「**2020股東週年大會**」)並投票，本公司將於2020年5月28日(星期四)至2020年6月2日(星期二)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間，將不會進行任何股份轉讓。為符合資格出席2020年股東週年大會並進行投票，所有轉讓文件及相關股票須在2020年5月27日(星期三)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712至1716號舖。

### **刊發2019年年度業績及年報**

本集團2019財年的年度業績公告於聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)及本公司網站[www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com)刊載。2019年年報載有上市規則所規定的所有適用資料，將於2020年4月寄發予本公司股東，並在上述網站刊登。

## 致謝

吾等謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及各員工於年內的盡忠職守及所作出的貢獻衷心致謝，亦謹此答謝監管機構的指導及股東與客戶的長期支持。

承董事會命  
艾德韋宣集團控股有限公司  
聯席主席  
劉錦耀及伍寶星

香港，2020年3月24日

於本公告日期，董事會包括四名執行董事，即劉錦耀先生、伍寶星先生、陳偉彬先生及劉慧文女士；及三名獨立非執行董事，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。

本公告可於本公司網站 [www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com) 及聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 瀏覽。