

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所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，亦明確表示，概不對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。

Mobvista

Mobvista Inc. 匯量科技有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代碼: 1860)

截至2019年12月31日止年度之全年業績公告

財務摘要

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------------------|----------------|-------------|-------|
| | 2019 千美元 | 2018 千美元 | 同比變動 |
| 收益 | 500,257 | 434,727 | 15.1% |
| 毛利 | 118,763 | 97,901 | 21.3% |
| 年內溢利 | 22,069 | 21,854 | 1.0% |
| 非國際財務報告準則計量 | | | |
| 經調整息稅折舊及攤銷前盈利 ⁽¹⁾ | 51,620 | 43,190 | 19.5% |
| 經調整後利潤淨額 ⁽²⁾ | 40,951 | 35,269 | 16.1% |

(1) 我們將經調整息稅折舊及攤銷前盈利定義為年內的息稅折舊及攤銷前盈利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資收益(如有)通過加回或扣除予以調整。

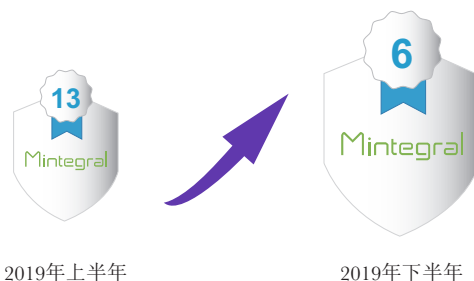
(2) 我們將經調整後利潤淨額定義為年內溢利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資收益(如有)通過加回或扣除予以調整。

業務摘要

程序化廣告業務收入



Mintegral 榮登AppsFlyer 廣告平台全球綜合實力榜¹



收益



經調整息稅折舊及攤銷前盈利



研發開支



接入Mintegral SDK的Apps數量²及DAU³



程序化廣告業務服務器成本



附註：

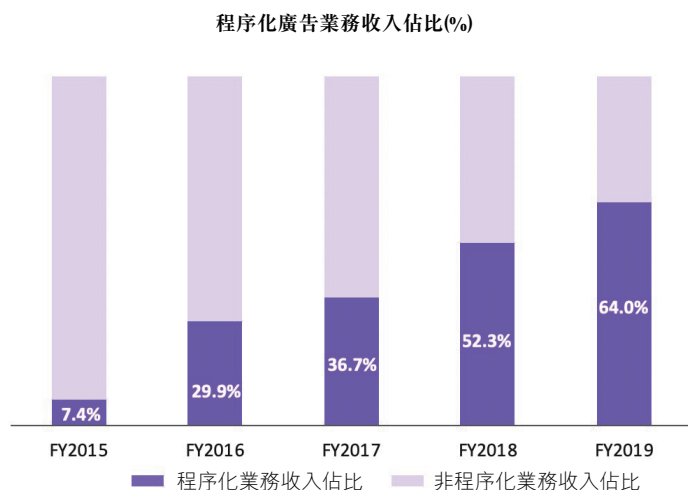
- 1 根據以色列第三方移動廣告效果監測機構AppsFlyer每半年發佈的《廣告平台綜合表現報告》，我們的程序化互動式廣告品牌Mintegral躋身2019年上半年全球綜合實力榜第13位，並在下半年迅速升至第6位。
- 2 我們將這裡的Apps數量定義為接入了Mintegral SDK的Apps在2019年底的累計數。
- 3 我們將這裡的DAU定義為接入Mintegral SDK的Apps的SDK的DAU，取值是SDK的DAU在2019年第四季度的每日平均數。

致股東的信

尊敬的各位股東

我們謹欣然代表董事會呈報本集團截至2019年12月31日止年度的全年業績。

我們從2015年開始建設程序化廣告交易平台，請看一組數字：



這代表了程序化廣告的交易額在Mobvista整體廣告交易額中的貢獻於過去五年的變化，從11.7百萬美元增長到320.0百萬美元，複合增長率為128.8%。我們的程序化互動式廣告平台Mintegral在2019年9月首次進入以色列第三方移動廣告效果監測機構AppsFlyer發佈的全球綜合實力榜單中位列第13，並在2020年3月最新公佈的綜合排名中上升至全球第6，是前十名中

唯一的一家中國公司。與此同時，Mobvista的非程序化廣告交易額在去年首次出現同比下滑，從2018年的207.4百萬美元降至2019年的180.2百萬美元。

相比較於投放預期不穩定的品牌廣告，我們一直相信按照效果轉化收費的效果廣告是在不確定的世界經濟環境下確定增長的賽道，尤其是以遊戲、社交和內容為代表的線上廣告主，為用戶增長而支出的效果預算與全球移動互聯網市場的增長是正相關的。無論何種交易方式，Mobvista始終專注於效果廣告領域，關注廣告主的投資回報率(「ROI」)，優化每一塊錢廣告費的回報。並且我們已經從原來聚焦服務中國廣告主在海外的用戶增長變為輻射全球60多個國家超過3,000個活躍的線上廣告主。包括在巴西聖保羅新開設的辦公室，2019年我們在全球已經擁有18個辦公室，歐美客戶全年貢獻了約30%的收入。

誠然從非程序化交易到程序化交易是一個自我變革的過程，這是由運營主導交易撮合的低頻優化逐步轉向由機器和算法主導的高頻優化，就像華爾街的股票交易從交易員向機器人過渡一樣，是效率演進的需求。為此我們需要投入更多的研發來打造高效的程序化交易平台。2019年Mobvista整體的研發支出超過35.2百萬美元，銷售和市場支出10.0百萬美元，產品和研發團隊的人數逐步超過了銷售、運營和職能團隊的總和。

我們正在使用越來越龐大的線上服務器集群來處理日峰值逼近1,000億次的實時廣告請求，每次請求所涉及的廣告收益預估和決策正在日益依賴人工智能，這讓我們需要採購大量的雲計算資源，也催生了內部搭建技術中台，聚焦優化底層技術框架的想法。直接的體現是，我們的線上服務器成本佔程序化廣告交易額的比例從2017年的8.5%下降至2019年的4.2%，顯著提升了雲計算資源的使用效率。即便如此，Mobvista也是國內最大的全部基於雲計算來部署線上應用的服務提供商之一。

我們的團隊從第一天就推崇「一號位」文化，始終保持著旺盛的「創業心態」，這讓我們在快速變化的市場環境下擁有足夠的敏捷和執行力。2019年我們把「擁抱複利」首次加入企業文化，這是我們創業6年的總結，也是對於未來不確定性的態度。在復利的視角下，企業和個人在時間和資金成本的投入上都需要更加關注長期價值的創造，而不僅僅著眼於短期收益，複合增長率要拉到5年以上來看。

基於對複利的追求，我們的決策可能有別於其他的企業。Mobvista並不是只為客戶解決效果廣告交易需求的平台，我們希望為他們打造最好的工具以輔助效果的增長，從統計分析、A/B測試、創意製作、數據管理到線上成本優化，我們希望打造一個服務全球開發者線上增長的工具生態。以GameAnalytics為例，通過幫助遊戲開發者學習和了解玩家的行為來改善遊戲留存，優化用戶增長的成本，現在已經服務了全球7萬多個開發者運營的約10萬款遊戲，平台每個月追蹤的獨立玩家數量超過12.0億。這仍然是一款免費的遊戲統計工具，隨著時間的推移，我們還會持續進行投資，並且讓它變得更好用，短期的商業化並不是我們優先考慮的問題。

最後我們想說團隊始終是最需要用複利視角來投資的對象，我們在嘗試用虛擬的內部市場化機制讓更多的團隊成員可以用CEO的視角來思考問題。這也是在被問及港股IPO的原因時回答的第一個核心點：我們全球的辦公室都需要吸引更好的人才，所以我們需要有一個可用於長期激勵的RSU計劃讓團隊收穫公司長期增長的收益。換句話說，團隊也是我們的股東。

非常感謝所有信任我們的客戶與合作夥伴，正是你們不斷提高的要求讓我們有機會創造更多的價值。感謝股東的持續支持，感謝全球團隊的開拓與付出，我們會始終保持「擁抱複利」的心態。

此致

段威
主席兼執行董事

曹曉歡
總裁兼執行董事

中國廣州
2020年3月31日

匯量科技有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)，謹公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2019年12月31日止年度(「報告期間」)之經審核全年業績。該全年業績已由本公司之審核委員會審閱。

業務回顧

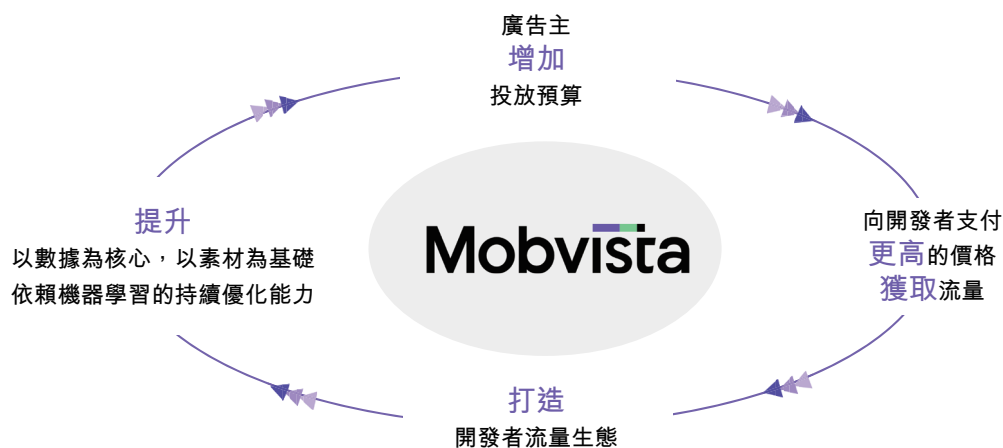
2019年業績回顧

我們是為全球應用(「App」)開發者提供移動廣告和數據分析服務的綜合性技術平台。

2019年，在全球經濟承壓、廣告市場需求疲軟的大背景下，公司依然保持了較為快速的增長。報告期內，公司錄得收益同比增長15.1%至500.3百萬美元(2018：434.7百萬美元)。最為值得一提的是，公司重點投入資源打造的程序化廣告收入規模從2018年的227.3百萬美元增長至2019年的320.0百萬美元，同比增長40.8%。

在2019年裏，公司各項業務具有里程碑意義的事件，具體分析如下：

1、 程序化廣告業務取得重大突破，飛輪效應加速



(1) 2019年上半年公司程序化互動式廣告平台Mintegral市場地位顯著提升

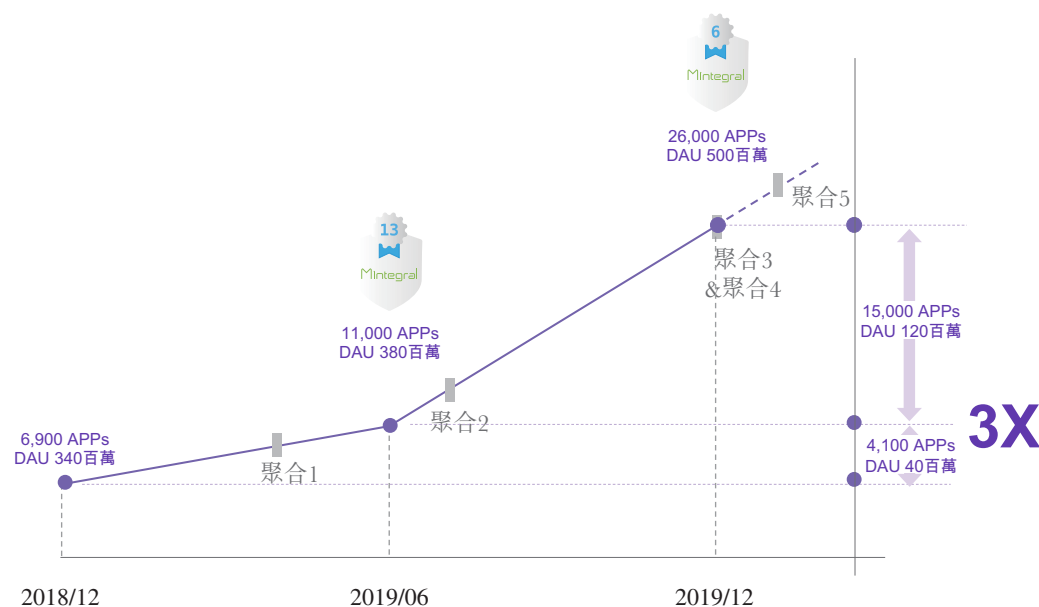
公司自2016年開始在程序化廣告業務進行持續的業務和研究和開發(「研發」)資源投入。尤其從2018年開始公司實施開發者激勵計劃，以此鼓勵核心市場的優質開發者集成我們Mintegral SDK，擴大了公司優質流

量的覆蓋。同時，基於雲原生架構的大數據機器學習算法和動態優化的交互創意能力的不斷提升，我們對廣告主的程序化廣告交付能力也隨之不斷提高。

隨着我們不懈努力，我們的程序化互動式廣告平台Mintegral在廣告主中逐漸形成了良好的品牌效應，Mintegral以2018年來唯一的新面孔的身份躋身2019年上半年全球綜合實力榜Top20，位列第13，成為海外效果類廣告平台的競爭格局的破局力量。

(2) 2019年4月開始Mintegral SDK陸續被各大主流聚合平台接入，程序化廣告流量顯著增長，開發者激勵計劃的開支大幅減少

Mintegral市場地位的提升，促使我們受到了海外主流廣告變現聚合(Mediation)¹平台的認可，我們的Mintegral SDK分別於2019年4月、7月和12月先後被接入海外各大主流聚合平台。這意味著我們可以直接通過這些Mediation平台更方便地獲取使用這些Mediation平台的App的流量，我們可觸達的流量類型和獨立設備覆蓋得到了迅速的增長。



¹ 聚合 (Mediation) 平台：海外移動廣告產業鏈中的一個重要角色，除Google，Facebook，Amazon等擁有自建廣告變現系統的開發者，海外的中小型開發者幾乎均通過利用一家聚合平台進行廣告平台SDK的接入和整體廣告收益的優化。海外主流的聚合平台約6-8家，每家會選擇集成不超過20家廣告平台的SDK。

由上圖可以看出，由於上述Mediation平台接入我們的Mintegral SDK, 2019年下半年，Mintegral SDK可以觸達的App增加數量為15,000個，是2019年上半年增加數量4,100的3.7倍；而Mintegral SDK可以觸達的DAUs增加數量120百萬，是上半年增加數量40百萬的3倍。

由於接入Mediation平台以及品牌影響力提高的雙重利好，開發者激勵計劃開支金額大幅減少，2019年下半年開發者激勵計劃僅為6.0百萬美元，較2019年上半年的9.5百萬美元，降低了37.0%。開發者激勵計劃佔程序化廣告收入的比例更是由上半年的7.5%降低至下半年的3.1%，未來不會再對公司程序化廣告收入的毛利率產生重大影響。

(3) 我們的程序化廣告業務飛輪效應加速

加速增長的App接入，一方面進一步擴大了流量覆蓋的廣度和深度，另一方面也拓展了精準定向算法的優化空間，從而使得廣告主向我們分配更多廣告預算。2019年下半年實現程序化業務收入193.2百萬美元，環比增長52.5%。同時，我們在AppsFlyer最新發佈的2019年下半年廣告平台全球綜合實力榜單中更是進一步攀升至全球第6位。

2020年2月，Twitter旗下的知名Mediation平台Mopub也開始接入我們的Mintegral SDK，而最新的全球第6的排名將進一步強化Mintegral在應用開發者中的品牌效應，加速拓展流量覆蓋、迅速提升廣告主給我們分配的廣告預算金額，進一步加速我們的程序化廣告業務流量與廣告預算相互促進的飛輪運轉。

2、數據分析業務穩步擴大用戶覆蓋，新推出收費的SaaS服務

數據分析平台是我們在遊戲這一移動應用行業的重要垂直類別的戰略佈局，一方面作為移動應用開發者首先使用的第三方工具而成為我們提供廣告服務的生態入口，為廣告業務引入更多的潛在的廣告主和流量資源，而另一方面，數據分析服務所獨有的遊戲內用戶行為數據積累，使我們在廣告精準定向的算法優化上，相較於競爭對手形成了差異化的競爭優勢。

截止2019年第四季度，使用我們遊戲數據分析平台GameAnalytics的遊戲開發者累計達到了71,000個，覆蓋了全球超過1/3的遊戲用戶，月活躍用戶超過了12.0億。

經過了2019年一整年的開發，GameAnalytics在原有免費SaaS服務之外，於12月推出了全新的收費SaaS服務 — Benchmarks+。該服務基於使用GameAnalytics免費SaaS服務的遊戲的統計分析數據，幫助遊戲開發者、媒體、市場研究機構掌握最新的行業數據，輔助商業決策。

3、技術能力中台化，開啓商業化進程

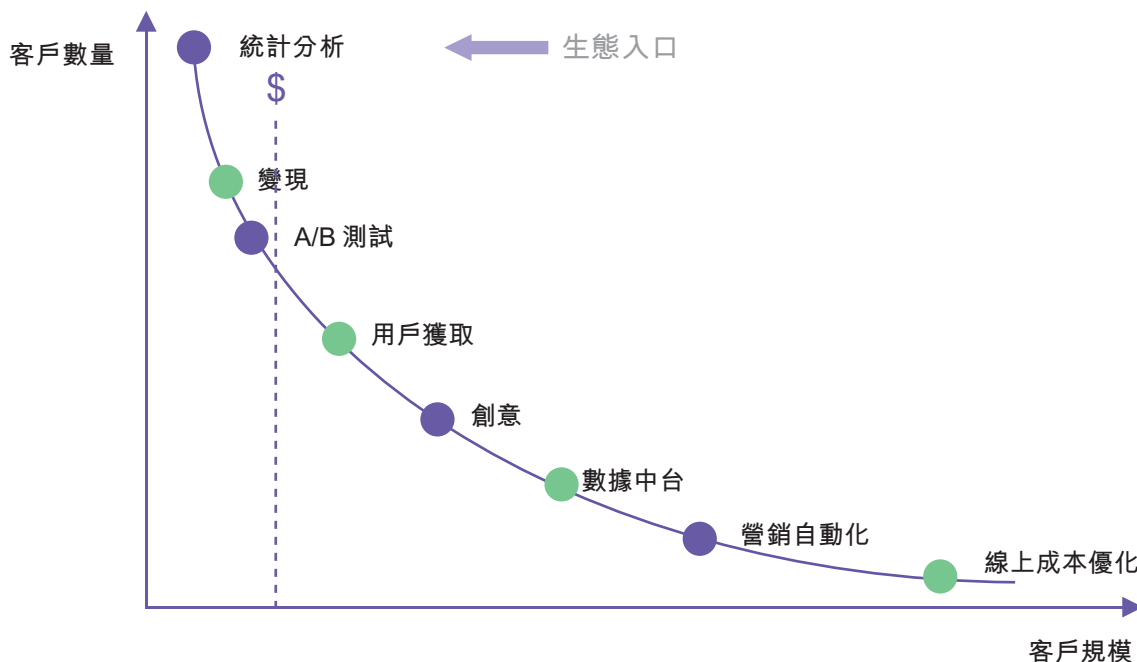
技術基礎設施的持續投入是支持廣告平台業務持續擴張，以及未來更多元的應用場景下形成競爭壁壘的關鍵。2019年，我們的研發開支為35.2百萬美元，較2018年的29.2百萬美元同比增長20.5%，佔收入的比例為7.0%，研發技術團隊僱員增至391人，佔我們總僱員人數的50.3%。

在程序化廣告業務的長期實踐中，我們已經將大數據計算引擎(EnginePlus)、大規模機器學習算法平台(MindAlpha)、數據管理平台(Datatory)和雲服務器彈性集群管理平台(SpotMax)沉澱為可複用、共享和迭代的技術中台。技術中台提供的大數據實時計算的能力為支持廣告精準定向和展示向安裝的轉化率持續提升，推動程序化業務的規模化增長提供了技術基礎。而技術中台更為直觀的作用是實現雲服務器成本的集約。2019年，在我們程序化業務收入增長40.8%的同時，程序化業務的服務器成本下降10.8%，服務器成本佔程序化廣告業務收入的比例從2018年的6.6%降至4.2%。

在支持我們自身業務發展的同時，我們的技術中台也已封裝成獨立產品，開啓了對外商業化的進程。我們於2019年7月加入亞馬遜AWS全球合作夥伴網絡(APN)，將我們技術中台所囊括的一系列技術解決方案上架至線上商店，服務其生態網絡中廣大的企業客戶。我們亦在2019年的雲栖大會上與阿里雲對雲服務器彈性集群管理解決方案(SpotMax)進行了聯合發佈，攜手阿里雲在其全球化的進程中賦能應用開發者。

上述技術中台封裝成獨立產品並在國內外名列前茅的知名雲計算廠商的市場上上架，意味著我們在移動廣告平台和數據分析服務之外，開始為全球應用開發者更為基礎的技術需求提供支持。我們與這些應用開發者之間的連接將更加緊密，公司的商業邊界也隨之拓展。

未來戰略



公司一直堅持為全球的應用開發者提供技術服務，公司已經初步具備了提供上圖所標識的技術服務的能力，而這些服務是針對不同規模開發者所需要的不同層次的需求。比如幾乎所有應用開發者在開發App之初就需要使用數據分析服務，而只有規模很大的頭部應用開發者才存在線上服務器成本的壓力需要進行服務器成本優化服務。公司未來將圍繞著應用開發者的不同層級的服務需求打造並不斷完善一個「工具生態」。

- 1、數據分析業務(包含A/B Test)作為應用開發者在App開發時就必須使用的技術服務，將成為我們整個企業服務生態的入口級服務，以持續擴大的客戶覆蓋範圍，源源不斷地為公司其他業務導入客戶。與此同時，數據分析業務還將為公司移動廣告業務構建競爭對手望塵莫及的數據壁壘，形成可持續的競爭優勢。

- 2、 公司廣告業務對應於上圖中的變現、獲客和創意服務，滿足應用開發者貫穿始終的獲客以及變現需求，並通過優秀的創意完成更低成本獲客更高收益的變現。而經過了近4年的投入期，我們的程序化廣告業務開始迎來收穫期。在移動互聯網線上業務仍加速發展的背景下，不斷強化程序化廣告業務的飛輪效應，持續提高我們在移動應用開發者中的品牌影響力，將公司移動廣告業務打造成以程序化為核心、業務邊界不斷擴大、毛利率穩步提升的核心業務群。

- 3、 而剩下的數據中台、營銷自動化和服務器成本優化更多基於公司現有技術中台的迭代和延展。其中，數據中台和營銷自動化更是未來顛覆行業格局的舉措，公司將從幫助客戶消耗廣告預算的模式，進化成公司通過提供易用的系統幫助客戶更好地利用自身數據完成自動化的內部廣告預算消耗。而數據中台、營銷自動化以及服務器成本優化不僅可以滿足頭部應用開發者的需求，還可以滿足應用開發者以外的其他行業客戶的需求。在不久的將來，它們不再只是加強與應用開發者連接的工具。它還將成為公司將客戶拓展到應用開發者以外的最有潛力的業務板塊，承擔著公司更為長遠發展的未來。

管理層討論及分析

收益

按服務類型劃分的收入

截至2019年12月31日止年度我們錄得收益500.3百萬美元(2018:434.7百萬美元)，同比增長15.1%。下表載列所示年份按服務類型劃分的收益：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 同比變動 |
|--------|-----------------------|---------------|-----------------------|-----------|--------------|
| | 千美元 | 佔總 收益比 | 千美元 | 佔總 收益比 | |
| 移動廣告收入 | 500,257 | 100.0% | 434,688 | 100.0% | 15.1% |
| 手遊收入 | <u>—</u> | <u>—</u> | <u>39</u> | <u>—</u> | <u>—</u> |
| 總計 | <u>500,257</u> | 100.0% | <u>434,727</u> | 100.0% | 15.1% |

移動廣告收入持續增長。截至2019年12月31日止年度，我們的收入全部源自移動廣告業務，移動廣告業務收入同比增長15.1%至500.3百萬美元(2018年：434.7百萬美元)。

按採購模式劃分的收入

下表載列於所示年份按採購模式劃分的移動廣告業務收入明細：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 同比變動 |
|----------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|---------------|
| | 千美元 | 佔移動 廣告業務 收入比 | 千美元 | 佔移動 廣告業務 收入比 | |
| 程序化 | 320,017 | 64.0% | 227,312 | 52.3% | 40.8% |
| 非程序化 | 180,240 | 36.0% | <u>207,376</u> | 47.7% | -13.1% |
| 移動廣告收入總計 | <u>500,257</u> | 100.0% | <u>434,688</u> | 100.0% | 15.1% |

程序化廣告收入增長提速，程序化採購成為了我們移動廣告平台中的主要採購模式。截至2019年12月31日止年度，程序化廣告業務收入保持強勁增長，同比增長40.8%至320.0百萬美元(2018年：227.3百萬美元)，程序化廣告業務收入佔移動廣告業務收入的比例上升至64.0%。加速積累的優質程序化流量、可玩廣告等新型交互廣告素材技術的推陳出新和算法能力提升了廣告效果，進而吸引移動應用開發者加大投入平台中的廣告預算；另一方面，持續增長的廣告預算有效地提升了移動應用開發者的廣告變現收益，促使更多移動應用開發者將其優質的應用流量接入我們的程序化廣告平台。伴隨著廣告預算和流量的規模的持續擴大，我們的程序化廣告業務的飛輪效應在接入Mediation平台後開始加速。

與此同時，順應移動應用開發者對營銷精準、透明以及高效的需求趨勢，我們的非程序化採買和交付的營銷業務也開始向既提供非程序化廣告，也包括程序化廣告的整合營銷服務轉型。僅就非程序化這一採買和創造的收入而言，在2019年度有所下降，但非程序化的採買方式將長期作為我們的程序化流量採買方式外的重要補充。截至2019年12月31日止年度，非程序化廣告業務收入為180.2百萬美元(2018：207.4百萬美元)，佔移動廣告收入的比例下降至36.0%(2018：47.7%)。

按地區劃分的收入

下表載列於所示年份按地區劃分⁽¹⁾的移動廣告業務收入明細：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 同比變動 |
|---|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|---------------|
| | 千美元 | 佔移動 廣告總 收入比 | 千美元 | 佔移動 廣告總 收入比 | |
| 中國 ⁽²⁾ | 291,137 | 58.2% | 279,964 | 64.4% | 4.0% |
| 歐洲、非洲及 中東地區 (EMEA地區) ⁽³⁾ | 72,737 | 14.5% | 38,913 | 9.0% | 86.9% |
| 美洲 ⁽⁴⁾ | 67,756 | 13.5% | 41,735 | 9.6% | 62.3% |
| 亞太地區 | 52,535 | 10.5% | 55,686 | 12.8% | -5.7% |
| 亞洲其他地區 ⁽⁵⁾ | 10,603 | 2.1% | 12,102 | 2.8% | -12.4% |
| 世界其他地區 | 5,489 | 1.2% | 6,288 | 1.4% | -12.7% |
| 移動廣告收入合計 | <u>500,257</u> | 100.0% | <u>434,688</u> | 100.0% | 15.1% |

附註：

- (1) 圖中所示意的地區劃分是根據使用我們廣告主運營總部所在地分佈情況而劃分。
- (2) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。
- (3) 主要包括英國、瑞士、德國、沙特阿拉伯、約旦、埃及和尼日利亞。
- (4) 主要包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷和智利。
- (5) 主要包括中亞和南亞地區。

中國、EMEA和美洲地區移動應用開發者的全球化佈局需求是我們移動廣告業務增長的主要驅動因素。我們大部分收入源自為中國、EMEA及美洲地區的應用開發者提供面向海外移動設備用戶的移動廣告投放業務。基於China-to-Global的市場趨勢，中國應用開發者的全球化推廣依然構成了我們收入的主要部分。截至2019年12月31日止年度，我們錄得來自中國的應用開發者的移動廣告收入291.1百萬美元(2018：280.0百萬美元)，佔我們移動廣告收入的比例為58.2%。同時，我們於2019年加大了對歐美市場的投入，提升了在歐美市場的品牌影響力，進而使來自EMEA和美洲地區當地的移動廣告收入大幅增長。來自EMEA和美洲地區的移動廣告收入分別同比增加86.9%和62.3%至72.7百萬美元和67.8百萬美元，佔我們移動廣告收入的比例分別上升至14.5%和13.5%。

按應用類型劃分的收入

下表載列於所示年份按應用類型劃分的移動廣告業務收入明細：

| | 截至12月31日止年度 | | | | |
|----------|----------------|-----------|----------------|-----------|--------|
| | 2019年 | 佔移動廣告總收入比 | 2018年 | 佔移動廣告總收入比 | 同比變動 |
| | 千美元 | | 千美元 | | |
| 遊戲 | 205,896 | 41.2% | 117,278 | 27.0% | 75.6% |
| 電商 | 106,170 | 21.2% | 73,555 | 16.9% | 44.3% |
| 內容及社交 | 97,994 | 19.6% | 167,590 | 38.6% | -41.5% |
| 生活服務 | 32,934 | 6.6% | 24,881 | 5.7% | 32.4% |
| 工具 | 28,682 | 5.7% | 24,816 | 5.7% | 15.6% |
| 其他 | 28,581 | 5.7% | 26,568 | 6.1% | 7.6% |
| 移動廣告收入合計 | <u>500,257</u> | 100.0% | <u>434,688</u> | 100.0% | 15.1% |

從應用類別方面來看，我們的廣告主品類分佈保持多樣化的特徵，其中來自遊戲和電商應用開發者的廣告預算是我們收入增長的主要驅動因素。對全球應用市場的深入了解使我們的移動廣告業務擁有服務來自不同類別應用開發者的能力。截至2019年12月31日止年度，我們除在內容及社交品類之外均實現不同程度的增長，其中在遊戲、電商和生活服務類應用所獲的移動廣告收入同比分別增長75.6%、44.3%和32.4%，合計實現收入345.0百萬美元，佔移動廣告收入的69.1%。

在2019年，由於超休閒遊戲應用從主要依賴交叉推廣到大規模進行用戶獲取的策略的轉變，超休閒遊戲風靡全球。與之相對應的，以短視頻應用為代表的內容與社交應用在市場上的推廣力度較2018年有所下降。我們將流量等資源戰略性的向遊戲品類傾斜，遊戲品類亦因此取代內容及社交應用開發者成為了我們移動廣告業務最大的客戶類別。截至2019年12月31日止年度，我們在遊戲品類業務的收入同比增加75.6%至205.9百萬美元(2018：117.3百萬美元)，佔移動廣告收入比例上升至41.2%(2018：27.0%)。超休閒遊戲不斷更新迭代的數據分析、用戶規模增長和變現需求與我們這樣的第三方移動效果廣告和數據分析平台提供的服務形成了天然的契合。我們在遊戲品類上的流量資源，獨特的創意素材交互廣告形式和數據分析產品的協同佈局構築了很強的競爭優勢，正吸引更多的遊戲應用開發者使用我們用戶獲取服務，在我們的業務平台中投入更多的廣告預算，進而使我們的移動廣告業務規模進一步增長。

與此同時，作為一個以服務移動應用全球化為核心的移動廣告平台，伴隨全球電商平台加速國際化的進程和不斷加大廣告投放預算，我們成為很多電商應用開發者獲取用戶的重要合作夥伴，我們在電商品類的業務規模迅速增長。截至2019年12月31日止年度，我們在電商品類業務的收入同比增加44.3%至106.2百萬美元(2018：73.6百萬美元)。

銷售成本

截至2019年12月31日止年度，我們的銷售成本同比增長13.3%至381.5百萬美元（2018：336.8百萬美元）。該增長主要是由我們在移動廣告服務收入規模的快速增長所推動的。下表載列於所示年份按成本類型劃分的銷售成本明細：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 同比變動 |
|----------|-----------------------|--------------|-----------------------|-----------|---------------|
| | 千美元 | 佔總 收入比 | 千美元 | 佔總 收入比 | |
| 移動廣告業務成本 | 381,494 | 76.3% | 336,802 | 77.5% | 13.3% |
| 流量成本 | 365,830 | 73.1% | 319,023 | 73.4% | 14.7% |
| 服務器成本 | 15,664 | 3.1% | 17,779 | 4.1% | -11.9% |
| 手遊業務成本 | <u>—</u> | <u>—</u> | <u>24</u> | <u>—</u> | <u>—</u> |
| 總計 | <u>381,494</u> | 76.3% | <u>336,826</u> | 77.5% | 13.3% |

下表載列於所示年份按採購類型劃分的銷售成本明細：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 同比變動 |
|--------|----------------|--------------|----------------------|--------------|---------------|
| | 千美元 | 佔程序化 收入比 | 千美元 | 佔程序 化收入比 | |
| 程序化成本 | 246,359 | 77.0% | 180,887 | 79.6% | 36.2% |
| 流量成本 | 233,045 | 72.8% | 165,959 | 73.0% | 40.4% |
| 服務器成本 | 13,314 | 4.2% | 14,928 | 6.6% | -10.8% |
| | 千美元 | 佔非程序化 收入比 | 千美元 | 佔非程序化 收入比 | 同比變動 |
| 非程序化成本 | 135,135 | 75.0% | 155,915 | 75.2% | -13.3% |
| 流量成本 | 132,785 | 73.7% | 153,064 | 73.8% | -13.2% |
| 服務器成本 | 2,350 | 1.3% | 2,851 | 1.4% | -17.6% |

更強大的技術中台在支援程序化業務規模化增長的同時，進一步優化伺服器成本。相比非程序化廣告業務，程序化廣告業務對我們在服務器的投入上有更高的要求。截至2019年12月31日止年度，程序化廣告業務伺服器成本佔程序化廣告業務收入的百分比為4.2%，而非程序化廣告業務伺服器成本佔非程序化廣告業務收入的百分比1.3%。

我們在伺服器架構和彈性雲計算技術研發領域的不斷投入提升了我們業務在伺服器配置方面的效率。隨著程序化廣告業務規模的擴大，我們有效地降低了移動廣告平台每單位請求的服務器成本。截至2019年12月31日止年度，我們在程序化廣告業務收入實現同比增長40.8%的同時，程序化廣告業務伺服器成本同比下降10.8%，佔程序化廣告業務收入的百分比下降至4.2% (2018：6.6%)。伴隨程序化廣告業務規模的迅速增長，伺服器成本的優化將使我們顯著降低伺服器成本對收入規模增長的影響，進而為移動廣告業務創造更多的利潤空間。

為支持我們程序化廣告業務在全球市場的規模化增長，我們持續深化與優質流量渠道的合作關係。截至2019年12月31日止年度，隨著我們程序化廣告業務收入規模的增長，我們程序化廣告業務的流量採購成本同比增加40.4%至233.0百萬美元 (2018：166.0百萬美元)。我們在AppsFlyer發佈的《廣告平台綜合表現報告》全球綜合實力排行榜(Power Ranking)上升至第六位，廣泛受到開發者和Mediation的認可，我們程序化互動式廣告平台Mintegral接入的App數量和覆蓋設備量呈現幾何級增長。在品牌知名度以及市場地位上升的雙重利好下，自2018年推出的為鼓勵重點戰略區域的優質移動應用開發者接入Mintegral SDK的激勵計劃補貼金額也因此於2019年大幅收窄。截至2019年12月31日止年度，激勵計劃產生的程序化流量採購成本為15.5百萬美元，該部分的流量採購成本佔當期程序化廣告收入的比例大幅收窄至4.8% (2018：9.8%)。可預見的是，隨著我們的品牌知名度進一步提升，以及繼續被Mopub等Mediation平台的接入，激勵計劃補貼金額在未來將進一步下降，對成本的影響不再顯著。

非程序化廣告業務採買方式對收入的貢獻降低，成本率保持穩定。截至2019年12月31日止年度，非程序化廣告業務的銷售成本下降至135.1百萬美元。從非程序化廣告成本佔非程序化廣告收入比例來看，該比例並未發生重大變化，我們非程序化業務的流量採購成本佔比微降至73.7%。而伺服器成本所佔比例微降至1.3%。

毛利及毛利率

下表載列於所示年份本公司整體業務的毛利與毛利率：

| 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 毛利 同比變動 百分比 |
|-----------|------------|----------------------|------------|-------------------|
| 毛利 千美元 | 毛利率 百分比 | 毛利 千美元 | 毛利率 百分比 | |
| 118,763 | 23.7% | 97,901 | 22.5% | 21.3% |

我們保持毛利的持續增長，毛利增幅超收入增幅。截至2019年12月31日止年度，我們的毛利同比增長21.3%至118.8百萬美元(2018：97.9百萬美元)。我們的毛利率增加至23.7% (2018：22.5%)。

下表載列於所示年份我們採購模式劃分的移動廣告業務毛利與毛利率：

| | 2019年 | | 截至12月31日止年度 2018年 | | 毛利 同比變動 百分比 |
|------|----------------|------------|----------------------|------------|-------------------|
| | 毛利 千美元 | 毛利率 百分比 | 毛利 千美元 | 毛利率 百分比 | |
| 程序化 | 73,658 | 23.0% | 46,425 | 20.4% | 58.7% |
| 非程序化 | 45,105 | 25.0% | 51,461 | 24.8% | -12.4% |
| 總計 | <u>118,763</u> | 23.7% | <u>97,886</u> | 22.5% | 21.3% |

程序化廣告平台的市場地位和精准定向與高效轉化的技術能力提升，使程式化廣告業務毛利和毛利率均實現增長。截至2019年12月31日止年度，我們的程序化業務毛利同比增長58.7%至73.7百萬美元(2018：46.4百萬美元)。得益於我們在技術基礎設施研發上的不斷投入，服務器成本的持續優化，以及程序化流量和廣告預算相互促進的飛輪效應，我們在程序化業務上的議價能力穩步提升，截至2019年12月31日止年度，我們的程序化廣告業務的毛利率提升至23.0% (2018：20.4%)。

2019年，我們以出讓部分毛利給開發者的方式延續執行對優質應用開發者集成和使用Mintegral SDK的激勵計劃，以拓展歐美地區的流量資源，同時吸引廣告主更多的預算分配。同時，受益於日漸提升的品牌知名度和程序化廣告技術水平，我們成功地降低了激勵計劃的開支水平。在2019年，我們於此計劃上的開支為15.5百萬美元，佔程序化廣告業務收入的比例降至4.8%，大幅低於2018年的9.8%。在未來，業務增長飛輪的加速轉動將促使我們市場地位得到持續鞏固提升，以及獲得更多Mediation平台的認可接入，這將有利於我們更進一步地降低激勵計劃的開支，進而使程序化廣告業務的毛利水平得到優化。

非程序化廣告業務毛利隨程序化廣告業務收入下降，毛利率保持穩定。截至2019年12月31日止年度，非程序化廣告業務毛利隨著非程序化業務收入下降至45.1百萬美元(2018: 51.5百萬美元)，毛利率25.0%，較同期相比保持穩定(2018: 24.8%)。

下表載列於所示年份我們按應用類型劃分的移動廣告業務毛利與毛利率：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | | |
|-------|----------------|-------------|------------|---------------|-------------|------------|-------------------|
| | 2019年 | | | 2018年 | | | 毛利 同比變動 百分比 |
| | 毛利 千美元 | 毛利佔比 百分比 | 毛利率 百分比 | 毛利 千美元 | 毛利佔比 百分比 | 毛利率 百分比 | |
| 遊戲 | 50,337 | 42.4% | 24.4% | 34,137 | 34.9% | 29.1% | 47.5% |
| 電商 | 31,299 | 26.4% | 29.5% | 22,473 | 23.0% | 30.6% | 39.3% |
| 內容及社交 | 19,265 | 16.2% | 19.7% | 24,746 | 25.3% | 14.8% | -22.1% |
| 生活服務 | 9,351 | 7.9% | 28.4% | 7,735 | 7.9% | 31.1% | 20.9% |
| 工具 | 5,270 | 4.4% | 18.4% | 4,212 | 4.3% | 17.0% | 25.1% |
| 其他 | 3,241 | 2.7% | 11.3% | 4,583 | 4.6% | 17.3% | -29.3% |
| 總計 | <u>118,763</u> | 100.0% | 23.7% | <u>97,886</u> | 100.0% | 22.5% | 21.3% |

從應用類型來看，我們的總毛利主要源自於推廣遊戲、電商和內容及社交類別的廣告業務所產生的毛利。截至2019年12月31日止年度，我們在遊戲、電商和內容及社交類別的應用廣告業務產生的毛利合計佔毛利總額的85.0%。

我們在2019年的總毛利增長主要是由遊戲、電商和生活服務應用類別的廣告業務的增長所推動。除去內容及社交應用廣告外，其餘所有品類的應用廣告業務的毛利均呈現不同程度的增長，其中，隨著收入規模的大幅增長，遊戲、電商和生活服務應用廣告業務的毛利增長顯著。

截至2019年12月31日止年度，伴隨著遊戲品類廣告收入規模的擴大，我們在遊戲應用廣告所產生的毛利增長至50.3百萬美元(2018：34.1百萬美元)，同比增長47.5%。順應超休閒遊戲用戶獲取需求的爆發趨勢，加上我們在遊戲品類上的流量資源，數據分析產品的協同佈局，以及獨特創新的交互廣告創意素材帶來更好的轉化效果的優勢逐漸顯現，我們同時採取了主動進取的市場策略，以較低的毛利率搶佔更大的市場份額，吸引更多的超休閒遊戲開發團隊的投放預算，促進了遊戲品類應用廣告收入規模和毛利的大幅增長。

另一方面，電商應用全球化進程加速以及生活服務類應用在全球市場的興起讓這兩個品類的應用開發者增加了廣告投放預算。因此，我們移動廣告業務中電商和生活服務品類廣告的毛利也相應隨著收入規模的擴大而增長。截至2019年12月31日止年度，我們在電商和生活服務應用廣告業務所產生的毛利分別同比增長39.3%和20.9%至31.3百萬美元和9.4百萬美元。

銷售及營銷開支

截至2019年12月31日止年度，我們的銷售及營銷開支為10.0百萬美元(2018年：7.8百萬美元)，同比增長28.2%。上述增長主要來自於記錄於銷售及營銷開支的股份酬金，如果剔除股份酬金的影響，銷售及營銷開支同比增長16.3%至8.0百萬美元(2018：6.9百萬美元)，佔收益的比例為1.6%(2018：1.6%)，仍然維持在較低的水平。由於我們的移動廣告業務是以向移動應用開發者交付用戶安裝的效果廣告，我們將主要通過優質的廣告技術服務能力滿足使用者對於獲取高品質用戶安裝的需求，提升我們在市場的品牌影響力，進而獲得更大份額的移動廣告預算。因此我們無需投入大量的銷售及營銷開支以維持業務規模的可持續增長。

研發開支

誠如上文所述，我們提供的移動廣告服務是基於交付使用者安裝的效果廣告，持續的研發投入有助於我們以更低的成本在眾多流量中精準找到廣告主潛在的目標使用者群體，以更高的轉化效率實現高品質用戶的安裝交付，最終實現收入和毛利的增長。同時移動廣告技術也在快速迭代，我們需要維持一定的研發投入在日新月異的移動互聯網廣告行業中穩固領先優勢和提升核心競爭力。因此，我們持續加大對程序化廣告產品、雲計算底層架構和大數據與人工智能領域進行研發投入。截至2019年12月31日止年度，我們的研發開支為35.2百萬美元(2018: 29.2百萬美元)。研發開支的增長主要由記錄於研發開支的股份酬金增長所致，如果剔除相關股份酬金開支的影響，研發開支僅微增0.8%至27.1百萬美元(2018: 26.9百萬美元)，佔當期收入的比例下降至5.4%(2018: 6.2%)。鑒於我們目前已經建立起一定的技術優勢，研發僱員數量增速在未來將會放緩，我們的研發投入增長將保持相對穩定。

一般及行政開支

截至2019年12月31日止年度，我們的一般及行政開支增加至51.2百萬美元(2018：35.9百萬美元)。

於2019年全年，記錄於一般及行政開支部分的股份酬金增加至9.5百萬美元。如果我們排除這兩年同期內相關的股份酬金影響，我們的一般及行政開支將同比上升27.3%至41.7百萬美元(2018：32.8百萬美元)，佔同期收益的比例將為8.3%(2018：7.5%)。

經營溢利

截至2019年12月31日止年度，我們的經營利潤為25.2百萬美元(2018：26.9百萬美元)。如果我們排除股份酬金影響，我們的經營利潤將同比增長35.0%至45.1百萬美元(2018：33.4百萬美元)。

財務成本

截至2019年12月31日止年度，我們的財務成本增加至1.7百萬美元(2018：0.8百萬美元)。財務成本的增加主要由於新增銀行貸款餘額產生貸款利息，以及使用新租賃準則(IFRS 16)核算的利息費用所致。

所得稅

截至2019年12月31日止年度，我們的所得稅開支減少至1.4百萬美元(2018：4.3百萬美元)。所得稅開支的減少主要由遞延稅項的變動所引起。

本公司權益持有人應佔溢利

截至2019年12月31日止年度，本公司的權益股東應佔溢利同比增長1.0%至22.1百萬美元(2018：21.9百萬美元)。於2018及2019年，我們向合資格管理層及僱員授予股份激勵計劃。該股份酬金於該等管理層及僱員服務期間內確認，截至2019年12月31日止年度，產生開支19.9百萬美元(2018：6.4百萬美元)。如果我們排除以股權為基礎的薪酬開支影響，本公司權益股東應佔溢利將同比增加48.3%至42.0百萬美元(2018：28.3百萬美元)。

其他財務資料(非國際財務報告準則計量)

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的非國際財務報告準則衡量指標(即息稅折舊及攤銷前盈利及經調整息稅折舊及攤銷前盈利)作為額外財務衡量指標。我們相信，該非國際財務報告準則衡量指標有利於通過去除我們的管理層認為對我們經營表現不具指示性的項目的潛在影響，來比較不同期間的經營表現。我們相信，該衡量指標為投資者及其他人士提供有幫助的信息，以通過與我們的管理層相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整息稅折舊及攤銷前盈利未必可與其他公司所呈列類似衡量指標相比。該非國際財務報告準則衡量指標用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

| | 2019年 | | 截至12月31日年度 2018年 | | 同比變動 |
|----------------------------------|----------------|-----------|---------------------|-----------|--------|
| | 千美元 | 佔總 收益比 | 千美元 | 佔總 收益比 | |
| 經營利潤 | 25,176 | 5.0% | 26,939 | 6.2% | -6.5% |
| 加回： | | | | | |
| 折舊與攤銷 | 7,562 | 1.5% | 2,836 | 0.7% | 166.6% |
| 息稅折舊及攤銷前盈利 | <u>32,738</u> | 6.5% | <u>29,775</u> | 6.8% | 10.0% |
| 加回： | | | | | |
| 股份酬金 | 19,891 | 4.0% | 6,448 | 1.5% | 208.5% |
| 與收購有關的一次性開支 | — | — | 34 | — | — |
| 上市費用 | — | — | 6,933 | 1.6% | — |
| 以公平值計量且其變動計入 損益的金融資產投資收益 | <u>(1,009)</u> | -0.2% | — | — | — |
| 非國際財務報告準則計量 | | | | | |
| 經調整息稅折舊及 攤銷前盈利 ⁽¹⁾ | <u>51,620</u> | 10.3% | <u>43,190</u> | 9.9% | 19.5% |

附註：

- (1) 我們將經調整息稅折舊及攤銷前盈利定義為年內的息稅折舊及攤銷前盈利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資收益(如有)通過加回或扣除予以調整。

| | 2019年 | | 截至12月31日年度 2018年 | | 同比變動 |
|--|---------------|-------------|---------------------|-------------|--------------|
| | 千美元 | 佔總 收益比 | 千美元 | 佔總 收益比 | |
| 年內溢利 | 22,069 | 4.4% | 21,854 | 5.0% | 1.0% |
| 加回： | | | | | |
| 股份酬金 | 19,891 | 4.0% | 6,448 | 1.5% | 208.5% |
| 與收購有關的一次性開支 | — | — | 34 | — | — |
| 上市費用 | — | — | 6,933 | 1.6% | — |
| 以公平值計量且其變動計入 損益的金融資產投資收益 | (1,009) | -0.2% | — | — | — |
| 非國際財務報告準則計量 經調整後的利潤淨額⁽¹⁾ | 40,951 | 8.2% | 35,269 | 8.1% | 16.1% |

附註：

- (1) 我們將經調整後利潤淨額定義為年內溢利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資收益(如有)通過加回或扣除予以調整。

伴隨著移動廣告業務毛利水平的提升，我們同時也有效地控制了其他開支的增長，進而增強了我們移動廣告業務的盈利能力。誠如前文所述，在中台技術的長期投入和持續提升的市場知名度讓我們移動廣告業務的增長飛輪持續加速，隨之也增強了移動廣告業務的議價能力，使我們的毛利水平實現提升。與此同時，我們在其他開支的投入水平也保持與去年持平的水準，為移動廣告業務創造了更大的利潤空間。在排除股份酬金開支的影響下，我們於報告期內的銷售及營銷開支佔當期收入的比例為1.6%，與去年同期持平(2018：1.6%)；研發開支佔當期收入的比例將下降至5.4%(2018：6.2%)。因此，我們於報告期內的經調整息稅折舊及攤銷前盈利同比增長19.5%至51.6百萬美元(2018：43.2百萬美元)，經調整後淨利潤淨額同比增長16.1%至41.0百萬美元(2018：35.3百萬美元)。

資本結構及資產負債比

截至2019年12月31日，我們的資產總值為511.5百萬美元(2018年12月31日：406.2百萬美元)，而負債總額為245.4百萬美元(2018年12月31日：174.5百萬美元)，資產負債比(負債總額除以資產總值)增加至48.0%(2018年12月31日：43.0%)。

財務資源

本公司撥付現金所需的資金主要來自股東出資，經營業務所產生的現金及銀行貸款。截至2019年12月31日，我們的現金及現金等價物為67.3百萬美元(2018年12月31日：64.9百萬美元)。

資本開支

下表載列於所示期間我們的資本開支：

| | 截至12月31日止年度 | |
|-----------|---------------|--------------|
| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
| 物業、廠房及設備 | 462 | 658 |
| 無形資產及發展開支 | 11,677 | 4,058 |
| 物業預付款項 | — | 756 |
| 總計 | 12,139 | 5,472 |

我們的資本開支主要包括(i)物業、廠房及設備；及(ii)無形資產包括已開發技術(經資本化處理的研發支出)、專利、軟件及商標。截至2019年12月31日，資本開支增加至12.1百萬美元(2018年12月31日：5.5百萬美元)。資本開支的增加主要反映為研發開支資本化部分的增加，資本化的研發開支於2019年度增加至11.6百萬美元(2018：3.8百萬美元)。

持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營公司及合營企業

截至本報告期間，概無持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營公司及合營企業。

本集團抵押資產

截至2019年12月31日，本集團概無向任何人士或金融機構抵押資產。

重大投資或未來重大投資計劃

截至2019年12月31日，本集團並未持有任何重大投資，亦無制定進行重大投資或資本資產的特定計劃。

或然負債及財務擔保

截至2019年12月31日，概無向本集團的第三方授予或然負債或財務擔保。

外匯風險管理

我們經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。我們主要因產生以美元以外的貨幣計值的應收款項、應付款項及現金結餘的買賣而承受貨幣風險。我們透過定期審視外匯敞口管理外匯風險。

僱員及薪酬政策

截至2019年12月31日，本集團在全球擁有18個辦事處，有777名全職僱員(2018年12月31日：735名)，主要在我們中國廣州總部。我們擁有391名從事研發活動的僱員，研發僱員由50.3%全職顧員組成。本集團僱傭的僱員數目視乎需要而不時有所變更，僱員薪金參照市場情況及個別僱員的表現、資歷及經驗釐定。

為培養和挽留優秀人才，本集團制定有系統的招聘程序，並提供具有競爭力的福利及培訓機會。本集團定期審閱僱員的薪酬政策和整體酬金。僱員將按評核評級，從而釐定所獲得的表現花紅及股份獎勵。

其他資料

主要客戶及供應商

截至2019年12月31日止年度，本集團前五大客戶共佔本集團總收入約16.8%。本集團的最大客戶佔本集團總收入為5.3%。

截至2019年12月31日止年度，本集團前五大供應商共佔本集團總採購量約29.5%。本集團的最大供應商佔本集團總採購額為10.4%。

就董事所知，概無董事、彼等之連絡人或任何股東(就董事所知擁有本公司股本的5%以上)於本集團前五大客戶及供應商中擁有權益。

首次公開發售所得款項用途

本公司股份於2018年12月12日(「上市日」)通過全球發售方式在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市，募集所得款項總淨額約146.6百萬美元(經扣除專業費用、包銷佣金及其他相關上市開支後)。於2019年1月4日超額配股權獲部分行使，募集所得款項總額約7.6百萬美元。於2019年12月31日，本公司募集所得款項總淨額約為154.2百萬美元。

截至2019年12月31日，下表載列全球發售所得款項用途的明細：

| 所得款項淨額的用途 | 獲分配金額 (百萬美元) | 已使用金額 (百萬美元) | 結餘 (百萬美元) |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 1 大數據、AI技術及IT基礎設施 | 46.3 | 9.5 | 36.8 |
| 2 改善我們移動廣告及移動分析平台的服務 | 46.3 | 8.2 | 38.1 |
| 3 通過我們的本地服務能力及拓展全球足跡實施我們的「Glocal」戰略 | 15.4 | 2.4 | 13.0 |
| 4 戰略投資及收購 | 30.8 | 1.3 | 29.5 |
| 5 一般經營資金 | 15.4 | 1.1 | 14.3 |
| 合計(所得款項淨額) | <u>154.2</u> | <u>22.5</u> | <u>131.7</u> |

自上市日起至本公告日止，本集團遵循本公司招股章程中所載之所得款項用途計劃並預期在未來2年內動用餘下的所得款項淨額約131.7百萬美元。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

本公司或本集團任何附屬公司於報告期間內並無購買、出售或贖回本公司任何股份。

遵守企業管治守則

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益以及提升企業價值及問責性。本公司已採納聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治守則(「企業管治守則」)，作為其本身的企業管治守則。

根據企業管治守則條文A.2.1，主席及行政總裁之職位應予區分，由不同人士擔任。

段威先生為本公司董事會主席兼首席執行官。段先生在移動廣告及移動分析行業擁有豐富經驗，負責本集團的整體策略規劃及全面管理，對我們自成立以來的發展及業務拓展十分重要。董事會認為，讓同一人擔任主席及首席執行官職責有利於本集團的管理。高級管理層及董事會運作確保權力和權限制衡，而董事會由經驗豐富及資優人士組成。

除上述規定外，本公司已於報告期間應用企業管治守則所載的原則和規定。

標準守則

本集團已採納上市規則附錄10所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為董事進行證券交易之行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，於報告期內，每位董事均遵守了標準守則要求的規定。

可能擁有本公司內幕消息的本公司員工亦須遵守標準守則。截至2019年12月31日止年度，本公司並無注意到出現員工不遵守標準守則的事件。

股息政策及末期股息

根據組織章程細則，於股東大會上，本公司可能向我們的股東宣派以任何貨幣派付的股息，股息的金額不得超過我們董事所建議者。此外，我們的董事可能不時向股東派付董事認為根據就本公司溢利而言為合理的該等中期股息。我們只可從合法分派的溢利及儲備(包括股份溢價)中宣派或派付股息。

我們是一間根據開曼群島法例註冊成立的控股公司。因此，將來任何股息的派付及金額亦視乎是否獲我們附屬公司派發股息而定。中國法例規定只可從年度溢利(根據中國會計準則計算)中派付股息，而該等準則與其他司法權區的公認會計原則(包括國際財務報告準則)在許多方面有所不同。中國法例亦規定，外國投資企業須預留其除稅後溢利(如有)至少10%作為其法定儲備，而有關儲備不可進行現金股息分派。我們及我們附屬公司的分派亦可能受制於任何銀行信貸融資額度的任何限制性契諾、可換股債券工具，或我們或我們附屬公司日後可能訂立的其他協議。

於上市日至2019年12月31日止期間，本公司向其股東宣派122.74百萬港元之特別股息。

截至2019年12月31日止年度，董事會不建議派發末期股息。

報告期後事項

自2020年初以來，冠狀病毒的爆發給本集團的經營環境帶來了更多不明朗因素，並可能影響本集團的經營及財務狀況。本集團一直密切關注新冠病毒爆發對本集團業務的影響，並已制定應急措施。該應急措施包括並不限於：協商部分債務人的還款計劃，評估供應商的準備情況，持續監控海外辦事處的日常運作，加強成本控制。目前，管理層尚未發現因冠狀病毒爆發造成的重大影響，須對財務報表進行調整或於財務報表披露。截至本公告之日，除冠狀病毒爆發事件外，於2019年12月31日後並無其他需要調整財務報表或於財務報表中披露的事件。

審閱財務報表

審核委員會已審閱本集團於報告期內的經審核綜合財務報表。本公司核數師畢馬威會計師事務所已對本集團2019年的初步業績公告所載數字，與本集團的年度經審核綜合財務報表所載數字作出比對及確認相符。就此而言，畢馬威會計師事務所的工作並不構成香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》、《香港審閱委聘準則》或《香港保證委聘準則》的保證委聘。

公眾持股量

根據本公司所得公開資料及就董事所知，於本公告日期，本公司已維持已發行股份不少於25%的公眾持股量，符合上市規則的規定。

股東週年大會

應屆股東週年大會（「股東週年大會」）將於2020年6月16日（星期二）舉行。召開股東週年大會的通告及其他相關文件將於2020年4月刊發並寄發予股東。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定有權出席將於2020年6月16日舉行的股東週年大會並於會上投票的資格，本公司的股份過戶登記將於2020年6月11日（星期四）至2020年6月16日（星期二）（包括首尾兩日）期間暫停，期間不會進行股份過戶登記。為合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有備妥的股份過戶文件連同有關股票須於2020年6月10日（星期三）下午4時30分前送交本公司於香港的股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

刊發2019年年度業績及年報

本集團2019年的年度業績公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mobvista.com)。載有上市規則規定所有適用數據的2019年年報將於2020年4月寄發予本公司股東及刊登於上述網站。

綜合損益表
截至2019年12月31日止年度
(以美元列示)

| | 附註 | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|---------------|----|----------------------|----------------------|
| 收益 | 2 | 500,257 | 434,727 |
| 銷售成本 | | <u>(381,494)</u> | <u>(336,826)</u> |
| 毛利 | | <u>118,763</u> | <u>97,901</u> |
| 銷售及營銷開支 | | (9,988) | (7,792) |
| 研發開支 | | (35,241) | (29,212) |
| 一般及行政開支 | | (51,230) | (35,897) |
| 其他收入淨額 | | <u>2,872</u> | <u>1,939</u> |
| 經營溢利 | | 25,176 | 26,939 |
| 財務成本 | | (1,718) | (788) |
| 除稅前溢利 | | 23,458 | 26,151 |
| 所得稅 | 3 | <u>(1,389)</u> | <u>(4,297)</u> |
| 年內本公司權益股東應佔溢利 | | <u><u>22,069</u></u> | <u><u>21,854</u></u> |
| 每股盈利 | 4 | | |
| 基本(美分) | | <u><u>1.50</u></u> | <u><u>1.91</u></u> |
| 攤薄(美分) | | <u><u>1.47</u></u> | <u><u>1.87</u></u> |

附註：本集團已於2019年1月1日採用經修訂式追溯法首次應用《國際財務報告準則》第16號。根據該方法，比較資料不予重列。請參閱附註1(c)。

綜合損益及其他全面收入表
截至2019年12月31日止年度
(以美元列示)

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|--------------------------|---------------|---------------|
| 年內溢利 | 22,069 | 21,854 |
| 年內其他全面收入 | | |
| 可能於其後重新分類至損益內的項目： | | |
| 海外附屬子公司財務報表的換算差異 | 503 | (64) |
| 年內應撥歸於本公司權益股東的 全面收入總額 | <u>22,572</u> | <u>21,790</u> |

附註：本集團已於2019年1月1日採用經修訂式追溯法首次應用《國際財務報告準則》第16號。根據該方法，比較資料不予重列。請參閱附註1(c)。

綜合財務狀況表
於2019年12月31日
(以美元列示)

| | 附註 | 2019年 12月31日 千美元 | 2018年 12月31日 千美元 (附註) |
|------------------|----|------------------------|--------------------------------|
| 非流動資產 | | | |
| 物業、廠房及設備 | | 8,836 | 656 |
| 無形資產 | | 14,682 | 5,989 |
| 商譽 | | 28,998 | 28,998 |
| 遞延稅項資產 | | 10,102 | 7,749 |
| 其他金融資產 | | 1,433 | 71,000 |
| 按金及預付款項 | | 3,302 | 1,306 |
| | | <u>67,353</u> | <u>115,698</u> |
| 流動資產 | | | |
| 貿易及其他應收款項 | 5 | 317,651 | 220,854 |
| 受限制現金 | | 5,021 | 4,754 |
| 現金及現金等價物 | | 67,348 | 64,865 |
| 其他金融資產 | | 53,796 | — |
| 即期可收回稅款 | | 316 | — |
| | | <u>444,132</u> | <u>290,473</u> |
| 流動負債 | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 6 | 172,871 | 152,101 |
| 應付即期稅項 | | 6,380 | 4,794 |
| 銀行貸款 | | 55,471 | 16,697 |
| 租賃負債 | | 4,276 | — |
| | | <u>238,998</u> | <u>173,592</u> |
| 流動資產淨額 | | <u>205,134</u> | <u>116,881</u> |
| 資產總值減流動負債 | | <u>272,487</u> | <u>232,579</u> |

綜合財務狀況表
於2019年12月31日
(以美元列示)

| | 附註 | 2019年 12月31日 千美元 | 2018年 12月31日 千美元 (附註) |
|--------------|----|------------------------|--------------------------------|
| 非流動負債 | | | |
| 遞延稅項負債 | | 1,167 | 915 |
| 租賃負債 | | 5,137 | — |
| 其他非流動負債 | | 143 | — |
| | | <u>6,447</u> | <u>915</u> |
| 資產淨值 | | <u>266,040</u> | <u>231,664</u> |
| 資本及儲備 | | | |
| 股本 | 7 | 15,341 | 15,188 |
| 儲備 | | <u>250,699</u> | <u>216,476</u> |
| 權益總額 | | <u>266,040</u> | <u>231,664</u> |

附註：本集團已於2019年1月1日採用經修訂式追溯法首次應用《國際財務報告準則》第16號。根據該方法，比較資料不予重列。請參閱附註1(c)。

年度財務報表附註

(除另有註明外，均以美元列示)

1 重大會計政策

(a) 合規聲明

本公告所載的綜合業績並不構成匯量科技有限公司(「本公司」)及其附屬公司(「本集團」)截至2019年12月31日止年度的綜合報表，惟摘錄自綜合財務報表。

財務報表是根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用的《國際財務報告準則》(「《國際財務報告準則》」)(此統稱包含所有適用的個別《國際財務報告準則》、《國際會計準則》和詮釋)的規定以及《香港公司條例》的披露規定編製。財務報表亦遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《證券上市規則》的適用披露規定。

國際會計準則理事會已頒佈若干於本集團現時會計期間首次生效或可提早採納之新訂及經修訂《國際財務報告準則》。附註1(c)提供初次應用該等變更導致會計政策出現任何變動的資料，前提是該等變更於此等財務報表所反映的當前和過往會計期間與本集團有關。

(b) 財務報表的編製基準

財務報表以美元(「美元」)呈列，並四捨五入至最接近的千位數。本公司的功能貨幣為港元。除債權和股權投資按公允價值列賬外，編製財務報表所使用的計量基準為歷史成本基準。

(c) 會計政策變動

國際會計準則理事會已頒佈於本集團於當前會計期間首次生效之新訂《國際財務報告準則》、《國際財務報告準則》第16號「租賃」以及《國際財務報告準則》之若干修訂本。

除《國際財務報告準則》第16號「租賃」外，該等變動概無對本集團就本期或過往期間編製或呈列業績及財務狀況的方式造成重大影響。本集團並無採納於當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

《國際財務報告準則》第16號「租賃」

《國際財務報告準則》第16號取代《國際會計準則》第17號「租賃」及相關詮釋、國際財務報告詮釋委員會詮釋第4號「釐定安排是否包括租賃」、常設詮釋委員會詮釋第15號「經營租賃 — 優惠」以及常設詮釋委員會詮釋第27號「評估涉及租賃法律形式交易的內容」。其就承租人引入一項單一的會計模型，該模型要求承租人就所有租賃確認使用權資產及租賃負債，惟租期為12個月或以下的租賃（「短期租賃」）及低價值資產租賃除外。出租人的會計方法規定沿襲了《國際會計準則》第17號，且並無重大改變。

《國際財務報告準則》第16號亦引入額外定性及定量披露要求，旨在讓財務報表使用者評估租賃對實體財務狀況、財務表現及現金流量的影響。

本集團自2019年1月1日起首次應用《國際財務報告準則》第16號。本集團已選用修改後的追溯性方法，因此已將首次應用的累計影響確認為2019年1月1日的期初權益餘額調整。比較資料並未重列，且繼續根據《國際會計準則》第17號呈列。

先前會計政策變動的性質及影響以及所應用的過渡方法的進一步詳情載列如下：

(a) 租賃新定義

租賃定義之變化主要與控制權概念有關。《國際財務報告準則》第16號按照客戶是否有權控制使用某一時間內的已識別資產定義租賃，可按照界定的使用金額大小釐定。客戶同時有權管理使用可識別資產並從該使用中獲得絕大部分經濟利益時，表明該客戶擁有該資產的控制權。

本集團僅將《國際財務報告準則》第16號中對租賃的新定義應用於2019年1月1日當日或之後訂立或修訂的合約。就2019年1月1日之前訂立的合約，本集團已使用包含先前評估之過渡可行權宜方法，當中豁免現有安排為(或包含)租賃。

因此，先前根據《國際會計準則》第17號評為租賃的合約繼續入賬列為《國際財務報告準則》第16號項下的租賃，而先前評為非租賃服務安排的合約則繼續入賬列為待履行合約。

(b) 承租人會計處理方法及過渡影響

《國際會計準則》第17號先前規定承租人須將租賃分類為經營租賃或融資租賃，而《國際財務報告準則》第16號取消了該規定。本集團為承租人時，須將所有租賃資本化，包括先前根據《國際會計準則》第17號分類為經營租賃的租賃，惟短期租賃及低價值資產租賃除外。本集團認為，該等新資本化租賃主要與物業、廠房及設備有關。

於過渡至《國際財務報告準則》第16號日期(即2019年1月1日)，本集團釐定租賃的剩餘租期，並按餘下租賃付款的現值(按2019年1月1日相關增量借款利率貼現)計量先前分類為經營租賃之租賃的租賃負債。釐定餘下租賃付款現值所用的增量借款利率之加權平均數為4.6%。

為方便過渡至《國際財務報告準則》第16號，本集團於《國際財務報告準則》第16號首次應用日期採用以下確認豁免及可行權宜方法：

- (i) 本集團已選擇不就剩餘租期於《國際財務報告準則》第16號首次應用日期起計12個月內屆滿(倘於2019年12月31日或之前屆滿)的租賃應用《國際財務報告準則》第16號確認租賃負債及使用權資產的規定；
- (ii) 於《國際財務報告準則》第16號首次應用日期計量租賃負債時，本集團對具有合理相似特徵的租賃組合使用單一貼現率(如類似經濟環境中，就類似類別相關資產具有類似剩餘租期的租賃)；及
- (iii) 於《國際財務報告準則》第16號首次應用日期計量使用權資產時，本集團以先前於2018年12月31日就有償合約撥備進行的評估，作為減值審閱的替代方案。

下表為2018年12月31日經營租賃承擔與2019年1月1日所確認之租賃負債期初結餘的對賬：

| | 2019年 1月1日 千美元 |
|--|----------------------|
| 於2018年12月31日之經營租賃承擔 | 10,019 |
| 減：與豁免資本化的租賃相關的承擔： | |
| — 短期租賃及剩餘租期於2019年12月31日或 之前屆滿的其他租賃 | (71) |
| 加：在本集團合理肯定其將行使續租選擇權的 情況下，就額外期間所作的租賃付款 | 5,959 |
| | <hr/> 15,907 |
| 減：未來利息總開支 | (1,440) |
| | <hr/> 14,467 |
| 餘下租賃付款現值，按2019年1月1日的增量借款 利率貼現 | <u><u>14,467</u></u> |

倘一項租賃先前被分類為經營租賃，則就其確認的使用權資產金額相等於就餘下租賃負債所確認的金額，並根據2018年12月31日財務狀況表中就該項租賃所確認的任何預付或應計租賃付款金額進行調整。

下表概述採用《國際財務報告準則》第16號對本集團綜合財務狀況表的影響：

| | 於2018年 12月31日 的賬面金額 千美元 | 經營租賃 合約之 資本化 千美元 | 於2019年 1月1日的 賬面金額 千美元 |
|--|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| 採用《國際財務報告準則》 第16號影響的綜合財務 狀況表之會計項目： | | | |
| 其他物業、廠房及設備 | 656 | 12,818 | 13,474 |
| 其他應收款項 — 非流動 | 1,306 | 1,671 | 2,977 |
| 非流動資產總值 | 115,698 | 14,489 | 130,187 |
| 貿易及其他應付款項 | 152,101 | 22 | 152,123 |
| 租賃負債(流動) | — | 4,784 | 4,784 |
| 流動負債 | 173,592 | 4,806 | 178,398 |
| 流動資產淨值 | 116,881 | (4,806) | 112,075 |
| 資產總值減流動負債 | 232,579 | 9,683 | 242,262 |
| 租賃負債(非流動) | — | 9,683 | 9,683 |
| 非流動負債總額 | 915 | 9,683 | 10,598 |
| 資產淨值 | 231,664 | — | 231,664 |

(c) 對本集團財務業績及現金流量的影響

於2019年1月1日首次確認使用權資產及租賃負債後，本集團作為承租人須確認租賃負債尚未清償結餘應計的利息開支及使用權資產折舊，而非採納於租期內按直線基準確認經營租賃所產生的租賃開支的以往政策。與於本年度應用《國際會計準則》第17號相比之下，上文所述會使本集團綜合損益表內的報告經營溢利受不利影響。

於現金流量表內，本集團作為承租人須將資本化租賃所支付的租金分為本金部分和利息部分。該等部分均分類為融資現金流出(類似於先前《國際會計準則》第17號項下租賃分類為融資租賃的做法)，而非經營現金流出(類似於先前《國際會計準則》第17號項下租賃分類為經營租賃的做法)。儘管現金流量總額未受影響，但採用《國際財務報告準則》第16號會因此導致現金流量表內現金流量呈列產生重大變化。

通過調整該等綜合財務報表中根據《國際財務報告準則》第16號所呈報的金額來計算在2019年繼續應用《國際會計準則》第17號而非《國際財務報告準則》第16號的情況下將得到的估計假設金額，同時通過將該等2019年假設金額與2018年根據《國際會計準則》第17號編製的相應實際金額進行比較，下表說明採用《國際財務報告準則》第16號對本集團截至2019年12月31日止年度的財務業績及現金流量的估計影響。

| | 2019年 | | | 2018年 | |
|---|---|---|--|------------------------------------|-----------------------|
| | | | 扣除： 應用《國際會計準則》 第17號 | 應用 《國際會計準則》第17號 | 與根據 《國際會計準則》第17號 |
| | 根據 《國際財務報告準則》 第16號 所呈報 的金額 (A) | 加回： 《國際財務報告準則》 第16號 折舊及 利息開支 (B) | 計算出 的經營 租賃相關 估計金額 (附註1) (C) | 計算出的 2019年 假設金額 (D=A+B+C) | 所呈報的 2018年 金額比較 |
| | 千美元 | 千美元 | 千美元 | 千美元 | 千美元 |
| 採用《國際財務報告準則》 第16號影響的截至 2019年12月31日止年度 的財務業績： | | | | | |
| 經營溢利 | 25,176 | 4,250 | (4,514) | 24,912 | 11,519 |
| 財務成本 | (1,718) | 545 | - | (1,173) | (231) |
| 除稅前溢利 | 23,458 | 4,795 | (4,514) | 23,739 | 11,288 |
| 年內溢利 | <u>22,069</u> | <u>4,795</u> | <u>(4,514)</u> | <u>22,350</u> | <u>10,131</u> |

| | 2019年 應用 《國際會計 準則》第17號 根據 《國際財務 報告準則》 第16號所 呈報的金額 (A) 千美元 | | 2018年 應用 《國際會計 準則》第17號 計算出的經營 租賃相關 估計金額 (附註1及2) (B) 千美元 | | 2019年 《國際會計 準則》第17號 計算出的 2019年 假設金額 (C=A+B) 千美元 | 2018年 與根據 《國際會計 準則》第17號 所呈報的 金額比較 千美元 |
|--|---|--|--|--|--|---|
|--|---|--|--|--|--|---|

採用《國際財務報告準則》第16號
影響的截至2019年12月31日
止年度的綜合現金流量表之會
計項目：

| | | | | |
|---------------|---------------|--------------|---------------|----------------|
| 經營活動(所用)/所得現金 | (1,081) | (4,814) | (5,895) | 3,817 |
| 經營活動所用現金淨額 | (3,120) | (4,814) | (7,934) | (1,555) |
| 已付租金的本金部分 | (4,740) | 4,740 | - | - |
| 已付租金的利息部分 | (545) | 545 | - | - |
| 轉租所得款項 | 471 | (471) | - | - |
| 融資活動所得現金淨額 | <u>17,353</u> | <u>4,814</u> | <u>22,167</u> | <u>(4,621)</u> |

附註1：「經營租賃相關估計金額」指與將分類為經營租賃(倘2019年仍應用《國際會計準則》第17號)的租賃有關的2019年現金流量估計金額。該估計假設租金與現金流量並無差別，且2019年所有新訂租約將根據《國際會計準則》第17號分類為經營租賃(倘2019年仍應用《國際會計準則》第17號)。不計任何潛在的稅務淨額影響。

附註2：於此影響表格內，該等現金流出自融資活動重新分類至經營活動，以計算經營活動所得現金淨額以及融資活動所用現金淨額的假設金額(猶如仍應用《國際會計準則》第17號)。

(d) 出租人的會計處理方法

本集團作為融資租賃出租人將物業進行轉租。根據《國際財務報告準則》第16號，倘本集團作為轉租協議的中介出租人，則本集團須參照就主租賃產生的使用權資產而將轉租分類為融資租賃或經營租賃，而非參照相關資產分類。

2 收入

本集團主要業務為提供移動廣告服務。為進行資源配置及表現評估，本集團管理層整體聚焦本集團的經營業績。因此，本集團資源進行整合，並無獨立的經營分部資料。因此，並無呈列經營分部資料。

於年內來自與客戶的合約的收入按收入確認時間劃分如下：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|-------|----------------|----------------|
| 按時點確認 | 500,257 | 434,688 |
| 隨時間確認 | — | 39 |
| | <u>500,257</u> | <u>434,727</u> |

年內確認的各重大類別收入金額如下：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|----------|----------------|----------------|
| 提供移動廣告服務 | 500,257 | 434,688 |
| 發佈遊戲 | — | 39 |
| | <u>500,257</u> | <u>434,727</u> |

本集團的客戶基礎呈多元化，截至2019年12月31日止年度，概無單獨貢獻本集團收入10%或以上的客戶(2018年：一名)。截至2018年12月31日止年度，該等客戶的銷售額為101,048,000美元。

地理資料

下表載列有關本集團來自外部客戶收入的地理位置資料。客戶的地理位置乃基於客戶總部所在地劃分。

| | 來自外部客戶的收入 | |
|----------------------------|----------------|----------------|
| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
| 中國(附註(i)) | 291,137 | 279,964 |
| 歐洲、非洲及中東地區(EMEA地區)(附註(ii)) | 72,737 | 38,913 |
| 美洲(附註(iii)) | 67,755 | 41,735 |
| 亞太地區 | 52,535 | 55,725 |
| 亞洲其他地區(附註(iv)) | 10,603 | 12,102 |
| 其他 | 5,490 | 6,288 |
| | <u>500,257</u> | <u>434,727</u> |

附註：

- (i) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。
- (ii) 主要包括英國、瑞士、德國、沙特阿拉伯、約旦、埃及和尼日利亞。
- (iii) 主要包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷和智利。
- (iv) 主要包括中亞和南亞地區。

3 綜合損益表的所得稅

(a) 綜合損益表的所得稅指：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|------|--------------|--------------|
| 即期稅項 | 3,498 | 3,797 |
| 遞延稅項 | (2,109) | 500 |
| | <u>1,389</u> | <u>4,297</u> |

附註：

- (i) 根據開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾的規則及法規，本集團毋須於開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾繳納任何所得稅。
- (ii) 2019年的香港利得稅撥備乃經計及香港特別行政區政府就2018至2019年度應評稅應付稅款授出的75%扣減額(各項業務最高扣減額為20,000港元)(2018年：2017至2018年度就應評稅授出最高扣減額30,000港元，且於計算2018年撥備時已計及此扣減額)。
- (iii) Adlogic Technology Pte.Ltd.(新加坡的附屬公司)須於新加坡按現行稅率17%繳納企業所得稅。
- (iv) USCore, Inc.(美國的附屬公司)於截至2019年12月31日止年度需根據2018年1月1日生效的美國《減稅與就業法案》(Tax Cuts and Jobs Acts)按21%的稅率繳納美國聯邦所得稅。此外，USCore, Inc.須繳納美國多個州的稅項。nativeX, LLC (USCore, Inc.的全資附屬公司)就所得稅而言不被視為實體，其收入或虧損計入USCore, Inc.的所得稅計算結果。
- (v) 於年內，適用於在中國註冊的附屬公司的企業所得稅稅率為25%。
- (vi) 廣州匯量信息科技有限公司(中國的附屬公司)被認證為「高新技術企業」，自2017年起至2019年適用優惠企業所得稅稅率15%。
- (vii) 根據中國國家稅務總局頒佈的自2017年起生效的相關法律及法規，從事研發活動的本集團之中國附屬公司於釐定彼等於各年度的應課稅溢利時有權就此產生的研發開支的175%(就截至2019年12月31日止三年而言)申索為可抵扣開支(「加計扣除」)。本集團已就本集團實體於釐定彼等於年內的應課稅溢利時申索的加計扣除作出最佳估計。
- (viii) 除非獲得稅收協定或安排削減，中國企業所得稅法及其實施細則對中國居民企業就自2008年1月1日起賺取的溢利向其非中國居民公司投資者分派的股息按10%稅率徵收預扣稅。根據內地與香港避免雙重徵稅安排，倘本集團的香港附屬公司為中國企業的「實益擁有人」並直接持有中國企業25%或以上股權，則其享有經削減的預扣稅稅率5%。

(b) 按適用稅率計算的所得稅開支與會計溢利的對賬：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|----------------------------|---------------|---------------|
| 稅前溢利 | <u>23,458</u> | <u>26,151</u> |
| 除稅前溢利的名義稅項，按相當國家適用於溢利的稅率計算 | 3,069 | 3,343 |
| 不可扣稅開支的稅務影響 | 57 | 630 |
| 毋須課稅收入的稅務影響 | (88) | (136) |
| 研發開支的加計扣除 | (1,044) | (537) |
| 過往年度的超額撥備 | (298) | (384) |
| 稅收減免 | (608) | 1,356 |
| 其他 | <u>301</u> | <u>25</u> |
| 實際稅項開支 | <u>1,389</u> | <u>4,297</u> |

4 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃基於本公司普通權益股東應佔溢利22,069,000美元(2018年：21,854,000美元)及年內已發行普通股的加權平均數1,471,466,607股普通股(2018年：1,144,598,398股)計算如下：

普通股加權平均數

| | 2019年 | 2018年 |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|
| 於1月1日(附註) | 1,446,886,842 | 1,127,999,842 |
| 已歸屬受限制股份單位的影響 | 9,598,918 | - |
| 於首次公開發售時發行普通股的影響 (附註7(b)(iii)) | - | 16,598,556 |
| 發行超額配售股份的影響(附註7(b)(v)) | <u>15,000,847</u> | <u>-</u> |
| 於12月31日的普通股加權平均數 | <u>1,471,466,607</u> | <u>1,144,598,398</u> |

附註：

截至2018年12月31日止年度的已發行股份加權平均數乃基於1,127,999,842股股份(撇除71,936,328股庫存股份的影響)已於股份在聯交所上市前發行的假設，猶如該等股份於截至2018年12月31日止年度內一直發行在外。於2019年1月1日的普通股數目為該日發行在外的1,518,867,000股普通股，扣除2019年1月1日受限制股份單位受託人持有的72,000,158股庫存股份。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃基於本公司權益股東應佔溢利22,069,000美元(2018年：21,854,000美元)及已發行普通股的加權平均數1,496,241,136股普通股(2018年：1,165,766,460股)計算，已就根據股份獎勵計劃授出的股份所引致的潛在攤薄影響作出調整。

普通股加權平均數(攤薄)

| | 2019年 | 2018年 |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 於12月31日的普通股加權平均數 | 1,471,466,607 | 1,144,598,398 |
| 本公司股份獎勵計劃未歸屬股份的影響 | <u>24,774,529</u> | <u>21,168,062</u> |
| 於12月31日的普通股加權平均數(攤薄) | <u>1,496,241,136</u> | <u>1,165,766,460</u> |

5 貿易及其他應收款項

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 貿易應收款項 | 245,743 | 159,955 |
| 減：呆賬撥備 | <u>(26,330)</u> | <u>(14,453)</u> |
| | 219,413 | 145,502 |
| 按金及預付款項 | 12,308 | 8,688 |
| 其他應收款項(附註(i)) | <u>89,232</u> | <u>67,970</u> |
| | 320,953 | 222,160 |
| 減：非流動按金及預付款項(附註(ii)) | <u>(3,302)</u> | <u>(1,306)</u> |
| | <u>317,651</u> | <u>220,854</u> |

預期所有計入流動資產的貿易及其他應收款項均將於一年內收回或確認為開支。

附註：

- (i) 截至2019年12月31日，本集團於中國及香港金融機構所發行78,640,000美元的理財產品投資中的其他應收款項，於一年內到期，為保本產品，且附帶固定年回報。
- (ii) 截至2019年12月31日，本集團持有一項來自第三方的應收貸款，本金額為1,700,000美元，於兩年內到期，按年利率3%計息。

(a) 賬齡分析

於2019年12月31日，計入貿易及其他應收款項的貿易應收款項(已扣除呆賬撥備)的賬齡分析(以收入確認日期計算)如下：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|--------|----------------|----------------|
| 3個月內 | 128,800 | 108,791 |
| 3至6個月 | 59,700 | 21,772 |
| 6至12個月 | 29,019 | 12,117 |
| 超過12個月 | 1,894 | 2,822 |
| | <u>219,413</u> | <u>145,502</u> |

貿易應收款項於收入確認日期起計60至90日內到期。

6 貿易及其他應付款項

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|---------------|----------------|----------------|
| 貿易應付款項(附註(a)) | 144,722 | 124,918 |
| 應付關聯方款項 | 458 | 56 |
| 其他應付款項 | 10,422 | 15,279 |
| 預收款項 | 8,601 | 5,014 |
| 應付員工成本 | 6,358 | 5,635 |
| 增值稅及其他應付稅項 | 2,310 | 1,199 |
| | <u>172,871</u> | <u>152,101</u> |

所有貿易及其他應付款項預期於一年內結清或確認為收入，或須按要求償還。

於2019年及2018年12月31日，應付關聯方款項為非貿易相關、無抵押且免息。

(a) 貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

| | 2019年 千美元 | 2018年 千美元 |
|-------|----------------|----------------|
| 1個月內 | 38,081 | 43,231 |
| 1至2個月 | 36,420 | 27,305 |
| 2至3個月 | 29,473 | 20,908 |
| 3個月以上 | 40,748 | 33,474 |
| | <u>144,722</u> | <u>124,918</u> |

7 股本

(a) 已授權股本

| | 2019年 | | 2018年 | |
|---------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|
| | 股份數量 | 股份名義價值 千美元 | 股份數量 | 股份名義價值 千美元 |
| 於1月1日 | 10,000,000,000 | 100,000 | - | - |
| 增加 | <u>-</u> | <u>-</u> | 10,000,000,000 | 100,000 |
| 於12月31日 | <u>10,000,000,000</u> | <u>100,000</u> | <u>10,000,000,000</u> | <u>100,000</u> |

本公司於開曼群島註冊成立，法定股本為50,000美元，分為5,000,000股每股面值0.01美元的股份，並已發行一股列賬為繳足股款的股份。

依照2018年10月30日由本公司董事會同意的書面決議，本公司增發9,995,000,000股每股面值0.01美元的普通股，法定股本增至100,000,000美元，發行的股份將在所有方面與現有普通股具有同等地位。

(b) 已發行及繳足股款

| | | 普通股 | 繳足股款 普通股 名義價值 千美元 |
|------------------------|------------|----------------------|----------------------------|
| | 附註 | 普通股數量 | |
| 於2018年1月1日 | | — | — |
| 於註冊成立時發行普通股 | | 1 | — |
| 就重組發行普通股 | <i>i</i> | 1,000,000 | 10 |
| 向受限制股份單位受託人 發行普通股 | <i>ii</i> | 63,830 | 1 |
| 於首次公開發售時發行普通股 | <i>iii</i> | 318,867,000 | 3,188 |
| 資本化發行 | <i>iv</i> | <u>1,198,936,169</u> | <u>11,989</u> |
| 於2018年12月31日 | | <u>1,518,867,000</u> | <u>15,188</u> |
| 於2018年12月31日及2019年1月1日 | | 1,518,867,000 | 15,188 |
| 於IPO超額配售發行普通股股份 | <i>v</i> | <u>15,337,000</u> | <u>153</u> |
| 於2019年12月31日 | | <u>1,534,204,000</u> | <u>15,341</u> |

普通股股東有權隨時收取公司宣佈的股息，並於本公司會議上享有每股1票的表決權。就本公司剩餘資產而言，所有普通股都具有同等地位。

- (i) 於2018年4月13日，順流就重組在英屬處女群島成立Worldwide Target Limited (「Worldwide BVI」) 作為其全資附屬公司，並於其後將聚移有限公司、富拉百樂技術有限公司、艾德維特技術有限公司、聚移國際有限公司、Westcore Technology Limited、Adlogic Technology Pte. Ltd.及匯聚國際技術有限公司(統稱為「轉讓實體」)各自的全部股本轉讓予Worldwide BVI，以換取Worldwide BVI的60,217,492股股份。

於2018年8月8日，本公司向順流發行1,000,000股每股面值0.01美元的股份，以換取Worldwide BVI全部股本。於重組完成後，本公司成為本集團的控股公司。

因此，轉讓實體的合併股本39,000美元已從股本中扣除，而代價與轉讓實體股本間之差額29,000美元入賬列作資本儲備。

- (ii) 於2018年10月12日，本公司向受限制股份單位受託人發行63,830股每股面值0.01美元的普通股。
- (iii) 於首次公開發售完成後，本公司發行318,867,000股新股份，每股作價4.00港元。本公司就首次公開發售收取所得款項總額合共約163,056,000美元(相等於1,275,468,000港元)，其中3,188,000美元計入本公司股本賬中。所得款項餘額159,867,000美元扣除發行股份直接應佔上市成本9,520,000美元後，150,347,000美元計入本公司股份溢價賬。
- (iv) 於2018年12月12日，1,198,936,169股每股面值0.01美元的普通股透過從本公司股份溢價賬中資本化11,989,000美元的方式按面值發行予本公司股東。
- (v) 於2019年1月4日，本集團有關在香港聯交所進行首次公開發售的超額配股權獲部分行使並相應按每股股份4.00港元(相當於約0.5美元)發行合共15,337,000股股份。本公司就超額配售收取的所得款項總額約為7,599,000美元(相當於59,503,000港元)，其中153,000美元計入本公司股本賬。所得款項餘額7,446,000美元計入本公司股份溢價賬。

8 股息

於2019年7月25日，董事會決議向本公司股東派發每股0.08港元的特別股息，並已於2019年8月27日派付予股東。

截至2019年12月31日止年度並無建議派付末期股息。

致謝

本人謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及員工於年內的努力及奉獻致以謝意。本人亦謹此答謝監管機構的指導以及股東與客戶的長期支持。

承董事會命
匯量科技有限公司
主席兼執行董事
段威

中國廣州，2020年3月31日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事段威先生、曹曉歡先生及方子愷先生及獨立非執行董事應雷先生、王建新先生及胡杰先生。

本公告載有前瞻性陳述，涉及本集團的業務展望、財務表現估計、預測業務計劃及發展策略，該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本公司刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提，當中有些涉及主觀因素或不受我們控制，該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及許多風險及不明朗因素。鑒於風險及不明朗因素，本公告內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故股東及有意投資者不應過於依賴該等陳述。

本公告中英文版本如有任何不一致之處，概以英文版本為準。