

香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本聆訊後資料集的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何意見，並明確表示概不就因本聆訊後資料集全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

ADTIGER CORPORATIONS LIMITED 虎視傳媒有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的 聆訊後資料集

警告

本聆訊後資料集乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本聆訊後資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向虎視傳媒有限公司(「本公司」)、其保薦人、顧問及承銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件所載資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其保薦人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行任何發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本聆訊後資料集並非最終的上市文件，本公司可能不時根據上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約，且並非旨在邀請公眾人士提呈認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或其任何聯屬人士、保薦人、顧問或承銷團成員概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券根據《1933年美國證券法》(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，閣下同意自行了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定；招股章程的文本將於發售期內向公眾人士派發。

重要提示

閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

AdTiger

ADTIGER CORPORATIONS LIMITED

虎視傳媒有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

- [編纂]項下的[編纂]數目 : [編纂]股股份(視乎[編纂]行使情況而定)
- [編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂])
- [編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂]及視乎[編纂]行使情況而定)
- 最高[編纂] : 每股股份[編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費(須在申請時繳足，且可予退還)
- 面值 : 每股股份0.0005美元
- 股份代號 : [編纂]

獨家保薦人



[編纂]

[編纂]

[編纂]

[•]

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文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本文件全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件副本連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及備查文件」一段所述文件，已遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

[編纂]預期將由[編纂](為彼等本身及代表[編纂])與我們於[編纂]協定。[編纂]預期為[編纂]或前後，且無論如何不遲於[編纂]。[編纂]將不超過[編纂]港元，且現時預期不低於[編纂]港元。申請[編纂]的投資者必須在申請時就[編纂]支付最高[編纂][編纂]港元，連同1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費，若[編纂]低於每股[編纂]股份[編纂]港元，則可予退還。

經本公司同意，[編纂](為彼等本身及代表[編纂])可在根據[編纂]提交申請的最後一日早上前的任何時間，將[編纂]數目及/或指示性[編纂]降低至低於本文件所述者(即[編纂]港元至[編纂]港元)。在此情況下，削減[編纂]數目及/或指示性[編纂]的通知將不遲於根據[編纂]提交申請的最後一日早上，在《南華早報》(以英文)及《香港經濟日報》(以中文)刊發。相關通知亦將刊載於聯交所網站(www.hkex.com.hk)及本公司網站(www.adtiger.hk)。進一步詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」章節。若因任何原因，[編纂](為彼等本身及代表[編纂])與本公司未能在[編纂]就[編纂]達成協議，則[編纂]將不會成為無條件並將即時失效。

於作出投資決定前，有意投資者應仔細考慮本文件所載全部資料，包括本文件「風險因素」一節所載的風險因素。倘若若干事件於[編纂]上午八時正之前發生，則[編纂](為彼等本身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]下認購及促使認購人認購[編纂]的義務。相關終止的理由載於本文件「[編纂]」一節。閣下務必參閱該節，以獲得進一步詳情。

[編纂]並未且將不會根據[編纂]或美國任何州的證券法律登記，且僅能按[編纂][編纂]於美國境外在離岸交易中[編纂]及出售。

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

	頁次
概要.....	1
釋義.....	19
技術詞彙	29
前瞻性陳述	31
風險因素	32
豁免嚴格遵守上市規則	64
有關本文件及[編纂]的資料	67
董事及參與[編纂]的各方	71
公司資料	74
行業概覽	76
監管概覽	89
歷史、發展及重組.....	109
業務.....	126
與控股股東的關係.....	197
關連交易	201
董事及高級管理層.....	204
主要股東	214
股本.....	216
財務資料	219
未來計劃及[編纂]用途	257
[編纂]	266
[編纂]的架構	278
如何申請[編纂].....	287

目 錄

	頁次
附錄一 — 會計師報告.....	I-1
附錄二 — [編纂]財務資料	II-1
附錄三 — 本公司組織章程及開曼公司法概要.....	III-1
附錄四 — 法定及一般資料	IV-1
附錄五 — 送呈公司註冊處處長及備查文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括可能對閣下而言重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，務請閱畢整份文件。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干具體風險載於本文件「風險因素」。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。任何投資均涉及多項風險。閣下作出投資決定前應考慮該等因素。

概覽

我們是一個透過媒體發佈商的指定經銷商直接或間接連接廣告主與媒體發佈商的線上廣告平台。我們主要向中國廣告主提供海外線上廣告服務。我們策略性地重點覆蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們為臉書中國區優質合作夥伴（「CEP」）及按二零一九年的臉書廣告版位的廣告開支計，我們在臉書的23家CEP中排名第一。我們亦自二零一六年起成為谷歌在谷歌關鍵詞廣告經銷商項目（Google AdWords Reseller Programme）中的合作夥伴。此外，我們自二零一八年起成為百度授權的Snapchat銷售代表。我們通常通過作為頂級媒體發佈商的經銷商（如臉書之經銷商香港飛書數字行銷有限公司；推特之經銷商香港一網互通科技有限公司；及谷歌之經銷商維度互動有限公司）的其他第三方線上廣告平台投放廣告主的廣告版位，擔任連接廣告主與頂級媒體發佈商的代理。我們亦作為若干媒體發佈商的經銷商與彼等直接聯繫。

我們可協助廣告主優化其廣告投放，並通過在各類媒體平台，特別是頂級媒體平台上投放廣告來獲取全球範圍的用戶。我們於我們的平台連接媒體發佈商與廣告主，幫助媒體發佈商將其可用的廣告版位變現。我們的服務轉而讓我們能持續從媒體發佈商的平台收集及分析用戶數據，包括移動設備機型、人口統計數據（如性別、年齡及語言）、興趣（如購物、遊戲及飲食）、行為（如旅行）及地區（如居住地），使我們能夠為廣告主提供更精準和更有針對性的服務、提高媒體發佈商的變現效率及提升我們的大數據和AI能力。

我們的服務是由我們專有的廣告優化管理平台 — AdTensor支持。AdTensor利用AI技術實現自動、智能及實時的廣告優化及管理。我們利用API從媒體發佈商的平台收集用戶數據並在AdTensor平台上對數據進行實時分析。API為媒體發佈商於媒體發佈商應用程序代碼獨立執行及我們於第三方廣告平台的廣告系統獨立執行的通用接口，允許交換數據以達致廣告互動事件的自動廣告投放及反饋。SDK為由第三方廣告平台開發的一組程式化代碼，以供應用程序開發商（如媒體發佈商）接入其自身應用程序代碼，以實現廣告互動事件的自動廣告投放及反饋等程式化廣告功能。API接口通常由廣告代理用於連接臉書及谷歌等頂級媒體發佈商，因有關媒體發佈商通常於其專有廣告平台通過API程式化方式或以人工方式提供彼等的廣告版位，而非透過第三方廣告平台開發的SDK集成提供，而API接口允許頂級媒體發佈商對其用戶流量擁有較高控制權。因於發展初期我們已策略性地集中覆蓋頂級媒體發佈商，而我們透過AdTensor的服務及數據收集現時限於使用媒體發佈商平台的API接口。我們擬透過SDK集成與中長尾媒體發佈商建立連接，而SDK集成對該等媒體發佈商的技術要求更低，且能令我們獲取更為全面的用戶數據及觸及更為廣泛的媒體發佈商群體。

利用大數據和AI能力，我們能將合適的廣告內容投放到最可能促成轉化的平台及地點的廣告版位，從而實現廣告主的廣告目標，同時最大化媒體發佈商的變現潛力。另外，AdTensor擁有一個內含海量廣告內容模板的模板庫，提供由我們的內部設計團隊及外聘設計師製作的文本、圖片、視頻及音頻，幫助廣告主快速生成廣告內容。

概 要

於二零一九年，我們的媒體發佈商覆蓋協助我們的廣告主投放廣告至約250個國家及地區的用戶，共實現廣告展示次數約83,029百萬次。於往績記錄期間，我們的總收益由二零一七年的人民幣116.4百萬元增加至二零一九年的人民幣191.1百萬元，複合年增長率為28.1%。

我們的業務模式

我們的線上廣告平台提供一站式服務，滿足廣告主獲取用戶的需求以及滿足媒體發佈商的變現需求。平台向廣告主提供用戶獲取服務，其中包括於媒體發佈商平台開設廣告主賬戶及／或進行充值、廣告設計、廣告優化及廣告活動整體管理等服務，並向其收取費用。平台亦向媒體發佈商提供服務，向彼等收取協助彼等將廣告版位變現的返點並向其支付於彼等廣告版位投放廣告的流量獲取成本。

我們採用多種定價模式確認收益。我們按CPA或每次完成行動成本基準就發生的協定行動向廣告主收取費用。該等協定行動通常根據廣告投放後廣告主應用程序的新安裝數量計量。我們亦會使用CPC或每次點擊成本(根據廣告的點擊量計算)及CPM或每千次成本(根據廣告的每千次曝光計算)作為定價模式。下表載列CPA及CPC/CPM定價模式的比較：

	CPA定價模式	CPC/CPM定價模式
我們的服務範圍及作用	我們擔任主事人並提供全面的用戶獲取服務，其中包括於媒體發佈商平台開設廣告主賬戶及／或充值、廣告設計、廣告優化及廣告活動整體管理。	我們擔任代理並主要協助廣告主於媒體發佈商平台開設賬戶及／或充值。
來自廣告主的服務費	我們就全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費。	在有限的基準上，我們向廣告主收取其實際廣告支出一個較小百分比的金額作為我們於媒體發佈商平台開設賬戶及／或充值的服務費。
來自媒體發佈商的返點	我們在達到一定支出門檻額後，向媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。該等返點於銷售成本中錄為扣減，作為向媒體發佈商支付流量獲取成本。	我們在達到一定支出門檻額後，向媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。 我們可能會將該等返點的一部分作為吐點優惠返還予廣告主。
收益的組成部分	就全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費。	(i) 返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們向廣告主返還的返點(如有))；及 (ii) 我們向廣告主收取的服務費(按有限基準)

概 要

	CPA定價模式	CPC/CPM定價模式
銷售成本組成部分	<ul style="list-style-type: none"> (i) 為於媒體發佈商的廣告版位投放廣告主的廣告支付的流量獲取成本，扣除媒體發佈商的返點淨額； (ii) 向外聘優化師及設計師支付的部分費用； (iii) 向內部優化師及設計師支付的部分薪金及福利；及 (iv) 部分服務器成本。 	<ul style="list-style-type: none"> (i) 向內部優化師支付有關開戶的部分薪金及福利；及 (ii) 部分服務器成本。 <p>我們的廣告主透過我們的平台向媒體發佈商支付流量獲取成本並且彼等的流量獲取成本並不構成我們的銷售成本。</p>
會計處理	我們作為主事人，因此按反映廣告主透過我們於媒體發佈商廣告平台的實際廣告開支的毛額基準確認所賺取的收益及所產生的成本。	我們作為廣告主的代理人，讓其透過我們連接媒體發佈商的廣告平台，因此按淨額基準確認所賺取的收益及所產生的成本，而不將廣告主透過我們於媒體發佈商廣告平台的實際廣告支出入賬。

於往績記錄期間，我們於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年的收益中分別有78.3%、88.5%及76.4%是來自採用CPA定價模式向廣告主收取的費用。

下圖分別說明了於CPA及CPC/CPM定價模式下，我們的業務模式及我們與廣告主及媒體發佈商的關係：



我們的客戶及供應商

我們的客戶為需要第三方廣告服務提供商協助彼等進行線上廣告宣傳以獲取用戶流量的廣告主，以及(數量相對較少)由需要我們服務的廣告主指定的廣告代理商。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，與我們有直接合約關係的廣告主分別佔99.3%、99.5%及99.3%，其餘為我們透過其向其廣告主提供用戶獲取服務的廣告代理。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，我們的廣告主人數分別達到140、200及273名。我們認為，廣告主選擇使用我們的用戶獲取服務乃基於我們優化廣告宣傳的能力、媒體發佈商群、技術能力、定價、行業品牌知名度及聲譽。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們的五大客戶分別佔我們收益的80.2%、70.7%及51.9%。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們的各最大客戶分別佔我們收益的46.6%、30.5%及13.1%。

概 要

下表載列於所示期間CPA定價模式及CPC/CPM定價模式下的經常性客戶及新客戶數量及收益明細：

	截至十二月三十一日止年度								
	二零一七年			二零一八年			二零一九年		
	客戶數量	收益金額	收益貢獻百分比	客戶數量	收益金額	收益貢獻百分比	客戶數量	收益金額	收益貢獻百分比
	(人民幣千元)			(人民幣千元)			(人民幣千元)		
CPA定價模式									
經常性客戶	15	76,651	65.8%	13	85,050	48.9%	15	106,678	55.8%
新客戶	11	14,554	12.5%	20	68,792	39.6%	18	39,422	20.6%
CPC/CPM定價模式									
經常性客戶	20	15,165	13.0%	77	16,799	9.7%	98	29,224	15.3%
新客戶	94	10,076	8.7%	90	3,209	1.8%	142	15,802	8.3%
總計：	140	116,446	100%	200	173,850	100%	273	191,126	100%

下表載列於所示期間的客戶數量、流失客戶及客戶流失率：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
有關年度年初的客戶總數	40	140	200
有關年度年末的客戶總數	140	200	273
有關年度流失客戶總數	5	50	87
於前一年度成為新客戶的			
流失客戶總數	3	36	50
客戶流失率 ^{附註}	5.6%	29.4%	36.8%

附註：客戶流失率乃以有關年度流失客戶總數除以有關年度年初的客戶總數與有關年度年末的客戶總數之間的平均值再乘以100%計算。

由於我們致力於向客戶提供穩定及具成本效益的優質用戶流量，我們認為我們整體上與客戶維持良好關係。我們亦持續提升我們的AI及大數據能力以為客戶達致更優的ROI，此有助於吸引及挽留客戶。於往績記錄期間，我們並無倚賴特定的重要客戶。我們的最大客戶可能會因應其廣告活動策略而選擇減少或增加彼等於我們的平台的廣告開銷，因此，於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們五大客戶的組成均有所不同。儘管我們的客戶群組成有所變動，我們於往績記錄期間仍能實現收益的迅速增長。此外，我們致力於向客戶提供更優的用戶獲取服務，以維持與最大客戶的關係。有關我們對最大客戶的倚賴的相關風險詳情，請參閱本文件「風險因素 — 我們嚴重倚賴我們的數名最大客戶；倘我們未能維持與我們的該等最大客戶的關係，則我們的財務狀況、營運業績及前景可能會受到重大不利影響」。

於往績記錄期間，我們的流失客戶總數及客戶流失率均有所上升。於二零一七年發展初期，由於我們的廣告主群體相對較小，客戶流失率亦較低。誠如艾瑞諮詢告知，廣告主可能因多種原因而改變彼等對廣告代理商的選擇，包括(其中包括)彼等的產品種類及相應廣告需求調整，以及廣告策略及預算變動。於往績記錄期間，我們的新客戶總數有所上升。於二零一九年，新客戶數量大幅增加並無產生相應的收益增長，原

概 要

因是該等新客戶大部分選擇CPC/CPM定價模式。於CPC/CPM定價模式產生的收益乃按淨值基準入賬，與毛額基準(即收益包括廣告主的實際廣告支出)相比並無計及廣告主透過我們於媒體發佈商平台的實際廣告支出，因此於CPC/CPM定價模式下來自該等客戶的收益並無得到全面反映。

於二零一七年，我們主要集中資源培養現有廣告主的需求並且來自經常性客戶的收益貢獻佔比相對較高。於二零一八年，我們的銷售及營銷團隊大幅擴張，有助於帶動新客戶對我們的線上廣告服務的額外需求，使得來自新客戶的收益貢獻佔比增加，而降低來自經常性客戶的收益貢獻佔比。於二零一八年，來自經常性客戶的收益貢獻佔比下降亦歸因於來自實用工具及內容應用程序的經常性客戶數量小幅減少。於二零一九年，由於經常性客戶的收益貢獻較二零一八年有所增加，經常性客戶數量有所增長。同時，我們於二零一九年繼續發掘新客戶的需求，我們就擴張所作出的努力(包括變現新客戶收益)需要時間方能見到成效，而我們已努力維持經常性客戶的穩定需求。

我們的供應商主要為向我們提供頂級媒體平台廣告版位的經銷商。我們的供應商亦包括為我們提供雲計算服務的IT服務提供商及為我們的線上廣告業務提供廣告優化、設計及翻譯服務的外聘優化師、設計師及翻譯。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們的五大供應商分別佔我們總銷售成本的95.8%、91.5%及62.1%。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們的最大供應商分別佔我們總銷售成本的45.0%、24.7%及19.6%。

我們的優勢

我們相信以下優勢促成了我們迄今的成功：

- 覆蓋優質的頂級媒體發佈商；
- 可觀及多元的廣告主群體及與廣告主的直接關係；
- 具有大數據及AI能力的專有AdTensor平台；
- 實現廣告策略優化及廣告內容創意設計的優化師及設計師團隊；
- 與業務夥伴合作賦能強大的本地化服務能力；及
- 具有前瞻眼光、豐富經驗及穩定組成的管理層團隊。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的優勢」。

我們的策略

我們擬進一步實施以下策略：

- 繼續提升於重要海外市場及中國選定地區的本地化服務能力；
- 加強我們AdTensor平台的供應；
- 繼續強化我們的數據及技術能力；及
- 物色戰略投資以及合併及收購機會。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的策略」。

風險因素

投資本公司涉及多項風險及不明朗因素，包括：(i)我們經營歷史短暫，在迅速發展及不斷演變的行業中面臨著各種風險及不明朗因素。我們有限的經營歷史令評估我們的財務狀況、業務及前景存在困難；(ii)我們嚴重倚賴我們的數名最大客戶；倘我們未能維持與該等最大客戶的關係，則我們的財務狀況、營運業績及前景可能會受到重大

概 要

不利影響；(iii)我們的線上廣告服務很大程度上倚賴於有限數量的頂級媒體，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎；倘我們未能與該等頂級媒體發佈商維持關係，則可能會嚴重損害我們的業務；(iv)若我們無法推出新的或升級的服務，以緊貼在線廣告行業的技術發展或新業務模式，或廣告主及媒體發佈商不斷轉變的需要，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大及不利影響；(v)我們的業務須符合複雜且不斷演變的法律法規，尤其是有關數據私隱的法律法規。此等法律法規當中不少可能有變且詮釋上不明，可能會引起申索、令我們的業務慣例改變、遭受金錢懲罰、營運成本增加，或令用戶增長或互動下滑，或在其他方面對我們的業務不利；及(vi)我們預期將繼續面對激烈的競爭。若我們無法於其他在線廣告公司中脫穎而出，則我們可能會流失廣告主或媒體發佈商，以及我們的收益及溢利可能下滑。有關該等及其他風險的詳細討論載於「風險因素」。

於往績記錄期間，我們的附屬公司香港虎視出現未完全遵守稅務條例若干規定的情況。有關所涉及的事件及風險的進一步詳情，請參閱本文件「業務—法律程序及合規事宜—不合規事件」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—未遵守稅務條例可能會導致被處以罰款或徵收額外稅項」。

歷史財務資料概要

下表載列自我們於往績記錄期間的綜合財務資料選取的財務數據(摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告)。以下所載選取的財務數據應與我們的綜合財務報表及相關附註以及本文件「財務資料」一併閱讀。

綜合全面收益表概要

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益	116,446	173,850	191,126
銷售成本	(76,308)	(132,581)	(137,424)
毛利	40,138	41,269	53,702
其他收入及收益	70	427	1,143
銷售及分銷開支	(2,902)	(4,202)	(4,893)
行政開支	(2,872)	(6,815)	(21,507)
其他開支	(37)	(8)	(607)
融資成本	—	—	(48)
除稅前溢利	34,397	30,671	27,790
所得稅開支	(7,550)	(5,934)	5,742
年內溢利	26,847	24,737	22,048

我們的純利由二零一七年的人民幣26.8百萬元減少人民幣2.1百萬元至二零一八年的人民幣24.7百萬元，減幅為7.8%。我們的淨利率由二零一七年的23.1%減少至二零一八年的14.2%。於二零一八年，為保持廣告主群體增長及為持續提升我們的線上廣告服務，我們持續投資以加強我們的團隊並在招聘額外的具有海外背景且經驗豐富的優化師及設計師，以及技術人員方面產生大量成本及開支。出於同一原因，於整個二零一八年間，我們於參與及組織各類營銷活動時，亦產生大量成本。此等擴展舉措令致我們於二零一八年的行政開支增加134.5%及銷售及分銷開支增加44.8%，實現有關回報需要時間。

概 要

我們的純利由二零一八年的人民幣24.7百萬元減少人民幣2.7百萬元或10.9%至二零一九年的人民幣22.0百萬元，主要是由於計入行政開支項下的一次性[編纂]人民幣12.6百萬元的影響。我們的經調整溢利(為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算)由二零一八年的人民幣24.7百萬元增加40.1%至二零一九年的人民幣34.6百萬元。我們的經調整淨利率(為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算)由二零一八年的14.2%上升至二零一九年的18.1%。有關進一步詳情，請參閱本節的「非香港財務報告準則計量」。

非香港財務報告準則計量

作為我們根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表的補充，我們亦使用一項非香港財務報告準則計量，即經調整年內溢利，作為額外的財務計量，其並非根據香港財務報告準則要求或呈列的財務計量。我們認為，該項非香港財務報告準則計量可剔除我們管理層認為並不反映我們經營表現的一次性[編纂]的潛在影響，方便於各期間及公司之間比較經營業績。我們相信，該等計量可為投資者及其他人士提供有用的資料，幫助彼等以與我們管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。

下表載列我們於所示期間的溢利及加回一次性[編纂]調整後的正常化溢利：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
年內溢利	26,847	24,737	22,048
加回：[編纂]	—	—	[編纂]
非香港財務報告準則計量			
經調整年內溢利 ^(附註)	<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>34,618</u>

附註：經調整年內溢利指剔除一次性[編纂]的年內溢利。

收益、銷售成本、毛利、毛利率及淨利率概要

下表載列我們於所示期間按廣告類別劃分的收益以及其各自佔我們總收益的百分比明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
實用工具及內容應用程序						
開發商	90,864	78.0	145,103	83.5	100,908	52.8
電子商務	21,460	18.5	16,236	9.3	61,774	32.3
旅遊	1,886	1.6	6,832	3.9	17,321	9.1
金融	—	—	3,824	2.2	7,662	4.0
其他 ^{附註}	2,236	1.9	1,855	1.1	3,461	1.8
總計	<u>116,446</u>	<u>100.0</u>	<u>173,850</u>	<u>100.0</u>	<u>191,126</u>	<u>100.0</u>

附註：其他主要包括於遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的廣告。

於往績記錄期間的收益增長乃主要由於我們的業務規模擴張及廣告主群體增加，而我們認為這主要是由於AdTensor提供的服務提升，而得以進行更加優化及實時調整以及實施廣告投放策略所致。我們的總收益於二零一七年及二零一八年間增加49.4%及我們的廣告主群體由二零一七年的143名增加至二零一八年的200名，乃主要由於實用工具及內容應用程序行業的開發商的廣告產生的收益增加人民幣54.2百萬元以及於二零一八年旅遊業的用戶獲取需求普遍上升令該等行業的廣告產生的收益增加人民幣4.9百萬元所推動。於二零一七年媒體及教育行業的其他廣告主產生的收益亦保持穩定增長。我們亦於二零一七年向電影及醫療行業以及於二零一八年向金融行業擴展我們的服務

概 要

以涵蓋其他新行業的廣告主。於二零一九年該等行業的用戶獲取需求普遍上升的情況下，我們的總收益於二零一八年至二零一九年期間增長9.9%，而我們的廣告主群體從二零一八年的200名增至二零一九年的273名，來自電子商務的廣告主的收益增加人民幣45.5百萬元，來自旅遊業的廣告主貢獻的收益增加人民幣10.5百萬元，來自金融業的廣告主的收益增加人民幣3.8百萬元。該等增加被來自實用工具及內容應用程序開發商的廣告收益減少人民幣44.2百萬元所部分抵銷，此乃由於該行業的若干廣告主減少廣告支出及我們更專注於電子商務、旅遊及金融行業廣告主。

下表載列於所示期間我們的銷售成本明細，包括與銷售成本中確認的僅與CPA定價模式有關的流量獲取成本的明細以及主要媒體發佈商產生的流量獲取成本的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售成本						
流量獲取成本 ^{附註}						
臉書.....	63,937	83.8	112,541	84.9	51,007	37.1
谷歌.....	2,232	2.9	8,163	6.2	45,171	32.8
Snapchat.....	1	0.0	767	0.6	6,290	4.5
抖音.....	—	—	—	—	2,570	1.9
其他.....	—	—	—	—	21,697	15.9
	<u>66,170</u>	<u>86.7</u>	<u>121,471</u>	<u>91.7</u>	<u>126,735</u>	<u>92.2</u>
向外聘優化師及設計師支付的 費用.....	9,137	12.0	8,811	6.6	6,120	4.5
向內部優化師及設計師支付的 薪金及福利.....	995	1.3	2,284	1.7	4,488	3.2
服務器成本.....	6	0.0	15	0.0	81	0.1
總計.....	<u>76,308</u>	<u>100.0</u>	<u>132,581</u>	<u>100.0</u>	<u>137,424</u>	<u>100.0</u>

附註：流量獲取成本僅由CPA定價模式產生及與CPA定價模式有關。

於往績記錄期間，銷售成本增加主要反映(i)廣告主人數增加，令流量獲取成本增加；及(ii)因線上廣告業務增長，令內部優化師及設計師的薪金增加。因我們將較大部分廣告優化及設計工作轉移至內部資源，我們於二零一八年及二零一九年對外聘優化師的需求減少，令二零一八年及二零一九年的外聘優化師開支較二零一七年有所減少。

如上表所示，於截至二零一九年十二月三十一日止三個年度，臉書及谷歌合共分別佔本集團流量獲取成本的近100%、99.4%及75.9%。臉書及谷歌的流量獲取成本有所波動乃主要由於客戶組成的變動。實用工具及內容應用程序開發商一般更傾向臉書，而來自電子商務的廣告主通常選擇谷歌。

概 要

下表載列於所示期間我們CPA定價模式及CPC/CPM定價模式的毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	(人民幣 千元/%)	(人民幣 千元/%)	(人民幣 千元/%)
CPA定價模式			
收益.....	91,205	153,842	146,100
銷售成本.....	(74,110)	(131,303)	(135,041)
毛利.....	17,095	22,539	11,059
毛利率.....	18.7%	14.7%	7.6%
CPC/CPM定價模式			
收益.....	25,241	20,008	45,026
銷售成本.....	(2,198)	(1,278)	(2,383)
毛利.....	23,043	18,730	42,643
毛利率.....	91.3%	93.6%	94.7%
總收益.....	116,446	173,850	191,126
總銷售成本.....	(76,308)	(132,581)	(137,424)
總毛利.....	40,138	41,269	53,702
總毛利率.....	34.5%	23.7%	28.1%

我們的整體毛利率自二零一七年的34.5%減少至二零一八年的23.7%，主要因(i)相較二零一七年的78.3%，我們於二零一八年自CPA定價模式獲得88.5%的收益貢獻，而使用CPA定價模式向廣告主收費的毛利率顯著低於使用CPC/CPM定價模式向廣告主收費的毛利率，因來自使用CPC/CPM定價模式產生的收益已按淨值基準確認；及(ii)就我們於CPA定價模式下提供的服務，我們於二零一八年大幅擴張我們的優化師團隊，以迎合廣告主需求，而新入職優化師需要時間熟悉我們的AdTensor平台分析工具及制定有效的廣告投放策略。我們的優化師團隊於推行具成本效益的廣告活動的過程中至關重要，因彼等負責透過利用AdTensor平台的分析工具，制定及執行特定的廣告投放策略。有關我們的優化師於一項廣告活動中的作用的進一步詳情，請參閱「業務 — 廣告主用戶獲取服務 — 我們向廣告主提供的用戶獲取服務」。首先，鑒於新入職優化師選定的用戶流量類型可能非最具效益的一類，彼等將向媒體發佈商購買更多的用戶流量，以覓得廣告目標對象，而經驗豐富的優化師將能夠有效地利用我們平台的分析工具，透過以更具成本效益的方式購買用戶流量以幫助彼等覓得類似的廣告目標對象。經過一段時間的學習，我們的優化師將能夠更有效地利用AdTensor的分析工具以制定廣告投放策略(如設定目標受眾類型及投放區域或時段)，從而提高我們的毛利率。我們的整體毛利率自二零一八年的23.7%增至二零一九年的28.1%。

CPA定價模式下的毛利率自二零一七年的18.7%降至二零一八年的14.7%，主要乃由於上述與我們的新入職優化師有關的流量獲取成本增加所致。於二零一九年，CPA定價模式下的毛利率自14.7%降至7.6%，主要乃由於年內來自具有較高毛利率的實用工具應用程序開發商的收益貢獻下降。實用工具應用程序開發商的廣告主數量自二零一八年十二月三十一日的14名降至二零一九年十二月三十一日的12名，而實用工具應用程序開發商的廣告主貢獻的總收益自二零一八年的人民幣106.8百萬元降至二零一九年的人民幣39.6百萬元，相當於實用應用程序開發商的廣告主貢獻的總收益由二零一八年的61.4%下降40.7%至二零一九年的20.7%。由於CPA及CPC/CPM定價模式的會計處理方式不同，CPA定價模式納入流量獲取成本作為其銷售成本，因而CPA定價模式下的毛利率大幅低於CPC/CPM定價模式下的毛利率。此外，由於為新廣告主投放廣告的流量獲取成本增加，因此二零一九年CPA定價模式下的銷售成本有所增加。CPA定價模式下，我們毛額基準確認收益及產生的成本，以反映廣告主的實際廣告支出。相反，我們按淨額基準確認CPC/CPM定價模式下賺取的收益及產生的成本，而並無計及廣告主透過本公司平台於媒體發佈商平台的實際廣告支出。

概 要

CPC/CPM定價模式下的毛利率自二零一七年至二零一九年期間持續增長。有關增長主要乃由於我們的業務規模擴大及廣告主群體增加導致我們與廣告主及媒體發佈商的議價能力增強，此使我們能夠從媒體發佈商獲得更高的返點。於二零一七年及二零一九年，我們的CPC/CPM定價模式下的銷售成本(包括與開戶有關的內部優化師的部分薪金及福利以及服務器部分成本)保持相對穩定。於二零一八年，CPC/CPM定價模式下的銷售成本有所下降，主要乃由於我們使用CPC/CPM定價模式的廣告主比例降低，因此於二零一八年為CPC/CPM客戶開戶的內部優化師數量有所減少。我們於二零一八年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一七年有所增加，導致二零一八年於CPC/CPM定價模式下的收益減少。我們於二零一九年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一八年有所減少，導致相應年度於CPC/CPM定價模式下的收益增加。

我們的淨利率由二零一七年的23.1%減少至二零一八年的14.2%。於二零一八年，為保持廣告主群體增長及為持續提升我們的線上廣告服務，我們持續投資以加強我們的團隊並在招聘額外的具有海外背景的經驗豐富的優化師及設計師，以及技術人員方面產生大量成本及開支。出於同一原因，於整個二零一八年間，我們於參與及組織各類營銷活動時，亦產生大量成本。此等擴展舉措令致我們於二零一八年的行政開支增加134.5%及銷售及分銷開支增加44.8%，實現有關回報需要時間。我們的淨利率由二零一八年的14.2%減少至二零一九年的11.5%，主要由於二零一九年計入行政開支項下的一次性[編纂]人民幣[編纂]元的影響。於二零一九年，我們的[編纂]利率(為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算)為[編纂]%。有關進一步詳情，請參閱本節的「非香港財務報告準則計量」。

自綜合財務狀況表摘選的財務資料

下表載列我們於所示資產負債表的流動資產及流動負債：

	截至十二月三十一日			截至
	二零一七年	二零一八年	二零一九年	二零二零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
貿易應收款項.....	88,562	82,373	140,660	202,493
預付款項、按金及其他應收款項.....	2,191	3,470	8,100	9,992
應收關聯方款項.....	96	85	—	—
現金及現金等價物.....	110,907	151,040	171,639	162,453
	<u>201,756</u>	<u>236,968</u>	<u>320,399</u>	<u>374,938</u>
流動負債				
貿易應付款項.....	152,269	162,844	230,389	263,162
其他應付款項及應計費用.....	11,552	20,033	15,995	16,787
應付關聯方款項.....	1,960	5,971	—	—
應付稅項.....	9,228	15,504	16,932	20,316
租賃負債.....	—	—	553	230
	<u>175,009</u>	<u>204,352</u>	<u>263,869</u>	<u>300,495</u>
淨流動資產	<u>26,747</u>	<u>32,616</u>	<u>56,530</u>	<u>74,443</u>

我們的應付稅項於往績記錄期間增加，主要由於(i)因業務擴張令除稅前溢利增加；及(ii)香港虎視並未及時向稅務局提交報稅表，因此其於綜合財務報表撥備的相應稅項負債於結算日並未結付，有關更多詳情載於本文件「業務 — 法律程序及合規事宜 — 不合規事件」。

概 要

截至二零二零年四月三十日(即就我們淨流動資產狀況而言的最後實際可行日期)，我們的淨流動資產為人民幣74.4百萬元，較截至二零一九年十二月三十一日的人民幣56.5百萬元增加31.7%，主要乃由於(i)我們的客戶增加廣告支出、我們的廣告主群體擴大及延長向若干客戶授予的信貸期，導致貿易應收款項增加人民幣61.8百萬元；(ii)接受廣告主的Paypal付款增加(作為支付服務費用的結算方式)導致預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣1.9百萬元，惟部分由(i)購買更多廣告版位導致貿易應付款項增加人民幣32.8百萬元，此與我們的客戶增加廣告支出及媒體發佈商授予更佳的信貸期相符；及(ii)接受廣告主的Paypal付款令現金及現金等價物減少人民幣9.2百萬元及於中國農曆新年向若干客戶延長信貸期所抵銷。

截至二零一九年十二月三十一日，我們的流動資產淨值為人民幣56.5百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日的流動資產淨值人民幣32.6百萬元增加73.3%，主要乃由於(i)貿易應收款項增加人民幣58.3百萬元，此乃由於我們客戶的廣告支出增加，廣告主群體擴大及我們延長向若干客戶授予的信貸期；(ii)現金及現金等價物增加人民幣20.6百萬元，此乃由於我們的營運產生純利及貿易應收款項週轉天數縮短；(iii)應付關聯方款項因向股東償還股息而減少人民幣6.0百萬元；(iv)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣4.6百萬元，此乃主要由於[編纂][編纂]及租賃預付款項人民幣[編纂]百萬元；及(v)其他應付款項及應計費用減少人民幣4.0百萬元，此乃主要由於我們向若干之前使用預付款項的廣告主延長信貸期及若干客戶減少廣告支出而導致廣告主預付款項減少，而該等款項被(i)貿易應付款項因我們的業務擴張導致採購廣告版位增加及媒體發佈商授予的更優信貸期而增加人民幣67.5百萬元；及(ii)應付稅項因收益增長而增加人民幣1.4百萬元所部分抵銷。進一步詳情請參閱本文件「財務資料—選定資產負債表項目—淨流動資產」及「財務資料—關鍵會計政策、估計及判斷—非金融資產減值」。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日的資產淨值分別為人民幣26.9百萬元、人民幣33.0百萬元及人民幣57.6百萬元。

綜合現金流量表摘要

下表為我們於所示期間的綜合現金流量表的簡要摘要：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金流量淨額	120,030	47,880	24,840
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	1,191	1,755	(44)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	(11,753)	(16,120)	(4,421)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	109,468	33,515	20,375
年初現金及現金等價物	4,918	110,907	151,040
年末現金及現金等價物	<u>110,907</u>	<u>151,040</u>	<u>171,639</u>

進一步詳情請參閱本文件「財務資料—流動資金及資本資源—現金流量」。

主要運營指標

AdTensor乃我們的業務模式不可或缺的一部分，為優化師提供有關主要運營指標的完整分析。下表載列截至所示日期或於所示期間我們已篩選的在線廣告業務運營指標：

概 要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
展示次數(百萬) ⁽¹⁾			
— CPA定價模式	8,783	15,520	18,528
— CPC/CPM定價模式	15,181	25,252	64,501
— 總計	23,964	40,772	83,029
點擊次數(百萬) ⁽²⁾			
— CPA定價模式	220.4	282.0	271.3
— CPC/CPM定價模式	356.0	429.5	756.2
— 總計	576.4	711.5	1,027.5
安裝次數(百萬) ⁽³⁾	72.8	110.7	73.9
安裝率(%) ⁽⁴⁾	33.1	39.2	27.2

附註：

- (1) 展示次數指所示期間廣告的總瀏覽次數。
- (2) 點擊次數指所示期間用戶瀏覽廣告後點擊廣告的總次數。
- (3) 安裝次數乃於所示期間僅適用於CPA定價模式下的廣告帶來的安裝總量。
- (4) 安裝率指於所示期間僅適用於CPA定價模式下的安裝總量佔點擊總量的比率。

儘管於相應期間的展示次數及點擊次數均有所增加，但我們錄得CPC/CPM定價模式下的收益由二零一七年的人民幣25.2百萬元減少人民幣5.2百萬元至二零一八年的人民幣20.0百萬元，及CPC/CPM定價模式下的毛利由二零一七年的人民幣23.0百萬元減少人民幣4.3百萬元至二零一八年的人民幣18.7百萬元。有關減少主要歸因於我們的廣告主群體於二零一八年有所擴張，引致廣告活動及用戶流量增加，而相較二零一七年，我們於二零一八年提高返還予CPC/CPM客戶的返點，繼而引致二零一八年的收益及毛利減少。於二零一九年，CPC/CPM定價模式下的收益及毛利分別增至人民幣45.0百萬元及人民幣42.6百萬元。我們於二零一九年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一八年有所減少，導致相應年度於CPC/CPM定價模式下的收益增加。

下表載列按國家劃分以展示次數統計用戶流量的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	(百萬)	(%)	(百萬)	(%)	(百萬)	(%)
印度	2,205	9.2	5,097	12.5	31,778	38.3
美國	5,919	24.7	6,605	16.2	13,907	16.7
印尼	1,821	7.6	8,276	20.3	9,679	11.6
南非	431	1.8	489	1.2	7,461	9.0
巴西	1,079	4.5	1,549	3.8	1,389	1.7
英國	743	3.1	979	2.4	1,304	1.6
加拿大	575	2.4	530	1.3	1,101	1.3
墨西哥	623	2.6	775	1.9	892	1.1
其他 ^{附註}	10,568	44.1	16,472	40.4	15,518	18.7
總計：	23,964	100.0	40,772	100.0	83,029	100.0

附註：其他包括於往績記錄期間我們提供用戶流量的約240個國家及地區。

進一步詳情請參閱本文件「業務 — 主要運營指標」。

概 要

主要財務比率

下表載列於所示日期的若干主要財務比率：

	於十二月三十一日或截至該日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
權益回報率 ⁽¹⁾	99.7%	74.9%	60.1% ⁽⁷⁾
總資產回報率 ⁽²⁾	13.3%	10.4%	10.8% ⁽⁷⁾
流動比率 ⁽³⁾	1.2	1.2	1.2
資產負債比率 ⁽⁴⁾	—	—	—
毛利率 ⁽⁵⁾	34.5%	23.7%	28.1%
經調整淨利率 ⁽⁶⁾	23.1%	14.2%	18.1% ⁽⁷⁾

附註：

- (1) 權益回報率按年度溢利除以年末總權益再乘以100%計算。
- (2) 總資產回報率按年度溢利除以年末總資產再乘以100%計算。
- (3) 流動比率按年末總流動資產除以年末總流動負債計算。
- (4) 資產負債比率按年末的計息銀行借款總額除以年末的總資產計算。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們並無任何計息銀行借款。
- (5) 毛利率為年度毛利佔收益百分比。
- (6) 淨利率為年度溢利佔收益百分比。
- (7) 基於經調整年內溢利，其為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算。

進一步詳情請參閱本文件「財務資料—主要財務比率」。

我們的行業及競爭格局

根據艾瑞諮詢報告，由於互聯網技術發展迅速以及互聯網接入設備類型增加，全球互聯網用戶數目由二零一五年的32億人（普及率達42.9%）增加至二零一九年的41億人（普及率達53.7%）。於二零二四年，全球互聯網用戶數目預測會達到53億人，普及率達63.6%。因此，線上廣告開銷於二零一五年佔廣告開銷總額的33.5%及於二零一九年增長至51.3%，由二零一五年的1,957億美元增長至二零一九年的4,074億美元，複合年增長率為20.1%。此外，預期線上廣告開銷於二零二四年將達到62.6%及預計於二零二四年將增長至6,368億美元，複合年增長率為9.3%。根據艾瑞諮詢報告，線上廣告的發展大致為對手機廣告的使用增加。手機廣告開銷佔線上廣告開銷總額的比例由二零一五年的36.0%增加至二零一九年的67.3%，複合年增長率為40.4%，且預計於二零二四年將達到78.8%，複合年增長率為12.6%。

根據艾瑞諮詢報告，自二零一七年起北美廣告主的線上廣告支出仍領先全球，中國廣告主緊隨其後並遠超歐洲。此外，中國廣告主於中國以外地區投入的線上廣告支出由二零一五年之36億美元增加至二零一九年之156億美元，複合年增長率為44.3%，並估計將以19.5%的複合年增長率增長至二零二四年之380億美元。另外，二零一五年東南亞之線上廣告支出僅為17億美元，而估計於二零二四年將增加至57億美元。憑藉其龐大的人口基數及經過較長一段時期的基礎設施發展，東南亞市場正迎來迅猛增長。

進一步詳情請參閱本文件「行業概覽」。

概 要

[編纂]

本文件乃就屬[編纂]一部分的[編纂]而刊發。[編纂]包括：

- 按本文件「[編纂]的架構 — [編纂]」所述於香港初步提呈[編纂]股份(可予[編纂])的[編纂]；及
- 按本文件「[編纂]的架構 — [編纂] — [編纂]」所述根據[編纂]在美國境外(包括向香港境內的專業及機構投資者)以離岸交易方式初步提呈[編纂]股份(可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定)的[編纂]。

[編纂]將佔本公司緊隨[編纂](假設[編纂]未獲行使)完成後已發行股本的約[編纂]%。倘[編纂]獲悉數行使，[編纂]將佔本公司緊隨[編纂]完成後已發行股本的約[編纂]%

[編纂]統計數據

	基於[編纂]港元的[編纂]	基於[編纂]港元的[編纂]
股份市[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
每股有形資產[編纂] ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市[編纂]乃根據[編纂]及[編纂]完成後預計將發行[編纂]股份，及指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元計算。
- (2) [編纂]每股有形資產淨值乃經作出本文件附錄二「[編纂]財務資料」所述調整，根據[編纂][編纂]及[編纂]完成後預計將發行合共[編纂]股份，以及指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元計算。

[編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所列指示性[編纂]的中位數)，我們就[編纂]的[編纂]、佣金連同聯交所[編纂]、證監會交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及其他開支總額估計約為人民幣[編纂]百萬元。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止三個年度各年，我們於綜合損益扣除的[編纂]分別為[編纂]、[編纂]及人民幣[編纂]百萬元。我們預期估計剩餘[編纂]人民幣[編纂]百萬元將於二零二零年的綜合損益表扣除，並在[編纂]後將約人民幣[編纂]百萬元資本化。假設[編纂]為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，則與[編纂]相關的估計開支總額約為人民幣[編纂]百萬元，佔我們[編纂]估計[編纂]總額的約[編纂]%。上述[編纂]為最後實際可行估計，僅供參考，或與實際金額有別。

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使及[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數)，我們估計將從[編纂]收取[編纂]約為[編纂][編纂]百萬港元(已扣除[編纂]、[編纂]及我們就[編纂]應付的[編纂])。

董事擬將自[編纂]取得的[編纂]用於以下用途：

- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於加強我們的AI及技術能力、提升AdTensor平台的服務；
- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於提升我們的本地服務能力及拓展我們的全球業務佈局；
- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於提升我們的IT基礎設施、管理系統、ERP系統、ORACLE系統及績效監控系統，為我們的全球營運建立一個整合且具透明度的系統；
- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於透過加強銷售與營銷工作及擴增在中國選定地區的本地業務據點，擴大我們的廣告主群體；
- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於探尋戰略投資及併購。我們尚未確定任何收購目標；及
- 估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作一般營運資金。

進一步詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」。

股息

本公司自註冊成立日期以來並無派付或宣派任何股息。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止各年度，本公司一間附屬公司分別向其當時的股東宣派股息1.0百萬美元、3.0百萬美元及零。

於[編纂]完成後，我們的股東將有權收取我們宣派的股息。我們派付任何股息的金額將由董事酌情釐定，並將視乎我們日後的營運及盈利狀況、發展計劃、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素而定。宣派及派付任何股息及股息的金額將受我們的憲章文件及相關法律規限。進一步詳情請參閱本文件「附錄三—本公司組織章程及開曼公司法概要」。只能從溢利及合法可供分派的儲備中撥款宣派或派付股息。過往宣派的任何股息並非我們未來股息政策的指標。董事可全權酌情建議宣派任何股息。

由於我們是控股公司，我們宣派及派付股息的能力取決於我們自附屬公司(特別是在中國的附屬公司)所收取的股息。中國法律規定股息只能從按照中國會計準則計算的純利中支付，而中國會計準則在多方面不同於其他司法權區的公認會計準則(包括香港財務報告準則)。中國法律亦規定，外商投資企業(例如我們在中國的所有附屬公司)須撥出部分純利作為法定儲備，而該等法定儲備不可用作分派現金股息。我們不擬自北京虎示於二零一九年前產生之可供分派溢利宣派或派付任何股息。倘若附屬公司出現債務或虧損，或根據我們或我們的附屬公司未來可能訂立的銀行信貸融資或其他協議的任何限制性契諾有所規定，來自我們附屬公司的分派亦可能受到限制。

概 要

控股股東資料

緊隨[編纂]及[編纂]完成後並假設[編纂]未獲行使，常女士(通過Fetech及Rowtel)及李女士(通過Hera及Westel)合共將於我們已發行股本的約[編纂]%擁有權益，並將根據上市規則仍作為我們的控股股東。

據常女士及李女士書面確認，鑒於彼等創立本集團，彼等(作為一致行動人士)持有本集團旗下公司的權益及不時透過各自於該等公司的權益集體行使對該等公司的控制權。而Rowtel及Westel合共將控制已發行股份數目的30%以上，常女士、Fetech、Rowtel、李女士、Hera及Westel將於[編纂]後被視為我們一組控股股東(定義見上市規則)的一部分。

進一步詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」。

近期發展及爆發COVID-19

中國湖北省武漢市於二零一九年十二月首次報導由新型冠狀病毒(COVID-19)引起的呼吸道疾病爆發，並在中國乃至全球範圍內不斷擴大。COVID-19被認為具有高度傳染性，並可能構成嚴重的公共衛生威脅。於二零二零年一月二十三日，中國政府宣佈封鎖武漢市，以隔離該市。自其時起，中國其他主要城市以及其他國家及地區採取限制出行等嚴厲措施，以遏制冠狀病毒的爆發。世界衛生組織(「世衛組織」)正密切監測及評估局勢。於二零二零年一月三十日，世衛組織宣佈COVID-19(曾用臨時名稱「2019-nCoV」)爆發為國際關注的突發公共衛生事件，並於二零二零年三月十一日宣佈其構成全球大流行。

董事已對COVID-19對我們營運帶來的影響進行全面的審視，當中已考慮二零二零年若干全球媒體發佈商的潛在業務放緩及廣告支出減少的預期，並確認COVID-19並無對本集團的持續經營業務造成任何重大不利影響且預期不會對我們的業務營運帶來任何長期或重大的干擾，所依據理由如下：

對業務營運的影響

下表載列於所示期間按主要行業類型劃分的廣告主於我們的平台的線上廣告開支總額及相應波幅：

	二零一九年 第一季度	二零二零年 第一季度	二零二零年 第一季度相比 二零一九年 第一季度的 百分比變動 增加/(減少)	二零二零年 四月及五月 兩個月之 廣告開支
	(人民幣千元)	(人民幣千元)		(人民幣千元)
實用工具及內容應用程序開發商	29,400	88,100	199.9%	85,500
電子商務	181,800	162,100	(10.9%)	245,900

我們來自電子商務行業的廣告主受全球性爆發的COVID-19帶來的干擾最為頻繁，導致該行業廣告主於二零二零年第一季度的廣告開支與二零一九年同期相比有所減少。然而，於二零二零年四月及五月兩個月，彼等於平台上的線上廣告開支表明較二零一九年同期大幅增加，尤其是來自美國的用戶，已開始將彼等的開支習慣由線下轉為線上。

我們亦看到二零二零年第一季度來自其他行業(例如遊戲、教育及醫療)的實用工具及內容應用程序開發商以及廣告主的廣告開支有所增加。於COVID-19爆發後不久，由於我們的廣告主群體涵蓋廣泛的行業類別，我們已迅速將銷售重點轉至發展更蓬勃的行業的廣告主。

我們的廣告主總數由二零一九年年底的273名增加36名至二零二零年四月三十日的309名。下表載列自二零一九年年底至二零二零年四月三十日的廣告主數量變化情況以及截至二零二零年四月三十日止四個月按行業類型劃分的收益貢獻：

概 要

	二零一九年年底至 二零二零年 四月三十日的廣告 主數量變化情況 增加／(減少)	截至二零二零年 四月三十日 止四個月的 收益貢獻
實用工具及內容應用程序開發商	31	56.1%
電子商務	(14)	27.4%
旅遊	—	2.0%
金融	3	5.4%
其他 ^{附註}	16	9.1%
總計	<u>36</u>	<u>100.0%</u>

附註： 其他主要包括遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的廣告。

截至二零二零年四月三十日止四個月，我們的電子商務行業廣告主數量有所減少，此乃主要由於COVID-19導致物流及運輸服務暫時中斷所致，其影響客戶自若干電子商務平台的購買，並因此減少彼等的廣告需求。

儘管COVID-19帶來不確定性，惟董事們認為廣告開支已由一個行業轉至另一行業，因此於二零二零年第一季度，平台上若干行業的廣告開支大幅增長。除上文所披露的電子商務行業外，平台上其他主要行業的廣告開支並無減少。因此，我們需要密切關注行業趨勢及廣告主分配廣告開支的領域，以便集中我們的銷售活動以維持我們業務的盈利能力。我們預計，由於我們的收益主要受廣告主的廣告開支帶動，全球媒體發佈商的潛在業務放緩不會對我們的業務營運產生重大影響。我們已維持多元化的廣告主群體，並與現有的廣告主及媒體發佈商保持穩定的合作關係。董事相信此將有助於我們適應廣告需求的快速變化，並預計COVID-19不會對本集團的業務營運產生任何重大不利影響。

董事預期，COVID-19的爆發將不會對主要專注於線上活動的業務及經營業績產生重大不利影響。

對我們管理層及僱員工作安排的影響

為最大程度地緩解COVID-19爆發的影響，我們亦已實施全公司範圍的自我保護政策，以使僱員可以遠程工作或於現場工作時採取防護措施。根據我們的自我保護及應急政策，我們的僱員應採取所有切實可行的措施，以為所有可能身處現場的人員(包括僱員、分包商或訪客)的利益維持潔淨的環境。董事確認，我們已於辦公室採取以下防護措施，其中包括：(i)進入大廈時進行體溫測量；(ii)對雙手進行消毒；(iii)對公共區域進行消毒；及(iv)為僱員及我們的分包商提供口罩。因此，所有僱員及分包商須熟悉我們有關疫情爆發的自我保護及應急政策，並確保妥善執行有關措施。此外，於

概 要

COVID-19爆發後不久，我們購置並設立了基於雲的會議設施及在家工作的支持系統，我們的管理層及僱員已採用在家工作的方式恢復正常的業務營運。此方式可行乃由於我們的業務營運並非勞動密集型且業務過程中不會導致人群聚集。鑒於我們業務的資訊科技及屬於線上的性質，董事認為該等自我防護及應急政策可有效減輕潛在的影響。

對我們財務業績的影響

從財務角度看，基於本公司分別截至二零一九年四月三十日及二零二零年四月三十日止四個月的未經審核綜合管理賬目，鑒於我們於二零二零年首四個月的平均月收益實際上相較二零一九年同期的平均月收益為高，COVID-19的爆發對我們的影響甚微，儘管因中國春節期間中國政府實施的企業停工政策導致我們於二零二零年二月錄得的收益較二零一九年二月減少人民幣1.9百萬元。該政策導致我們的假期延長並對我們的正常業務營運造成暫時性影響。然而，由於如上文所述我們做出快速反應，實施應急計劃和在家工作安排並將銷售重心轉至發展蓬勃的行業，我們的收益於二零二零年三月大幅回升並超過二零一九年三月的收益。我們於截至二零二零年四月三十日止四個月的收益、毛利及純利較二零一九年同期分別增加47.4%、43.8%及57.3%。

然而，概不能保證COVID-19的爆發不會進一步升級，或不會對我們的經營業績造成重大不利影響。進一步詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面對與自然災禍、健康疫症及其他公眾安全問題有關的風險」。本集團已進行最壞情況的情景假設，假設發生極端及不大可能發生的情況，即本集團的業務營運暫時性全面暫停而並無錄得額外銷售收益，基於我們於二零二零年四月三十日的流動資產淨值、每月固定成本(包括員工成本(假設現有員工沒有裁員及減薪)、租金及服務器成本)且沒有任何現有和未來借款的情況下，董事認為即使沒有任何[編纂][編纂]，我們於本文件日期起計未來至少12個月內有足夠營運資金來應付業務所需及保持財務穩健。倘上文提及的所有假設維持不變，加上將用作一般營運資金的[編纂][編纂]約[編纂]百萬元，我們將可保持12個月以上的財務穩健。

並無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自二零一九年十二月三十一日(即本文件附錄一所載會計師報告所呈報期間末)以來本集團的財務或經營狀況或前景並無發生重大不利變動。此外，董事確認，自二零一九年十二月三十一日以來直至本文件日期止，並無發生任何可能對會計師報告所列資料產生重大影響的事項。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干其他詞彙於「技術詞彙」一節闡釋。

「一致行動協議」	指	創始人於二零一六年五月十一日、二零一六年五月三十一日及二零一九年九月六日就本集團的管理及對本集團行使控制權合作成為一致行動人士而訂立的一致行動協議
「AdTiger Company」	指	Adtiger Company Limited，一間於二零一九年三月五日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「AdTiger International」	指	Adtiger International Limited，一間於二零一九年三月二十七日在香港註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「AdTiger Media」	指	Adtiger Media Limited，一間於二零一九年二月二十一日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「Apotheosis」	指	Apotheosis Limited，一間於二零一八年十一月五日在香港註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司

[編纂]

「細則」或「組織章程細則」	指	本公司於二零二零年六月二十二日採納的組織章程細則(經不時修訂)，其概要載於本文件附錄三
「北京虎示」	指	北京虎示傳媒有限公司，一間於二零一六年五月十一日在中國註冊成立的有限公司，為本公司的營運附屬公司及間接全資附屬公司
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港的銀行開門進行辦理一般銀行業務的日子(不包括星期六、星期日或公眾假期)
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島

釋 義

[編纂]	指	如本文件附錄四「法定及一般資料 — A.有關本公司的進一步資料 — 3.於二零二零年六月二十二日通過的股東書面決議案」一節所述，於將本公司股份溢價賬進賬額的若干金額[編纂]後將發行股份
「開曼公司法」或「公司法」	指	開曼群島法例第22章《公司法》(一九六一年第3號法例，經綜合及修訂)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中央結算系統」	指	香港結算建立及營運的中央結算及交收系統
「中央結算系統結算參與者」	指	獲准以直接結算參與者或全面結算參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統託管商參與者」	指	獲准以託管商參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲准以投資者戶口持有人身份參與中央結算系統的人士，可為個人或聯名個人或法團
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統結算參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「希程式」	指	希程式科技有限公司，一間於二零一七年十月九日在香港註冊成立的有限公司，為本公司一間暫無營業的間接全資附屬公司
「中國」	指	中華人民共和國，除文義另有所指外及僅就本文件而言，不包括香港、澳門及台灣
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》(經不時修訂或補充)
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》(經不時修訂或補充)
「本公司」、「我們」	指	虎視傳媒有限公司，一間於二零一九年二月一日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「控股股東」	指	常女士、Fetech、Rowtel、李女士、Hera及Westel

釋 義

「COVID-19」	指	新型冠狀病毒 (2019-nCoV)
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會，負責監督管理中國國內證券市場的監管機構
「彌償契據」	指	控股股東以我們(為我們本身及作為我們各附屬公司的受託人)為受益人訂立日期為二零二零年[六月二十二日]的彌償契據，據此，控股股東已作出若干彌償保證，有關進一步詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料—E.其他資料—1.彌償契據」一節
「董事」	指	本公司董事
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅
「企業所得稅法」	指	於二零零七年三月十六日頒佈的《中華人民共和國企業所得稅法》及其於二零零七年十二月六日頒佈的實施條例，兩者均自二零零八年一月一日生效

[編纂]

「Fetech」	指	Fetech Media Limited，一間於二零一八年十月二十九日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一
「創始人」	指	常女士及李女士

[編纂]

「本集團」	指	本公司及其附屬公司，除文義另有所指外，我們的所有附屬公司，或倘文義指的是我們成為我們現時附屬公司的控股公司之前的時間，則為我們現時附屬公司
「Hera」	指	Hera Bridge Media Limited，一間於二零一八年十月二十九日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一

釋 義

「和月投資」	指	米林和月投資有限公司，一間於二零一五年四月二十九日在中國成立的有限公司，由一名獨立第三方及張寧先生(常女士的配偶)分別擁有70%及30%
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港虎視」	指	香港虎視傳媒有限公司(前稱為亞太兒童成長學會有限公司)，一間於二零一零年十一月二十二日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的營運附屬公司及間接全資附屬公司
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，香港結算的全資附屬公司

[編纂]

釋 義

「獨立第三方」 指 據董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，與本公司或我們的關連人士(定義見上市規則)並無關連的人士或公司及彼等各自的最終實益擁有人

[編纂]

「稅務局」 指 香港稅務局

「艾瑞諮詢」 指 行業顧問上海艾瑞市場諮詢有限公司

「艾瑞諮詢報告」 指 我們委託並由艾瑞諮詢編製名為「中國線上廣告行業的市場研究」的市場研究報告

「稅務條例」 指 香港法例第112章節《稅務條例》

「霍爾果斯虎視」 指 霍爾果斯虎視信息科技有限公司，一間於二零一七年六月二日在中國成立的有限公司及於二零一九年四月十八日撤銷註冊

釋 義

「最後實際可行日期」	指	二零二零年六月二十二日，即本文件於付印前為確定當中若干資料的最後實際可行日期
「法律顧問」	指	香港大律師何浪前先生

[編纂]

「上市規則」	指	《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(經不時修訂或補充)
「澳門」	指	中華人民共和國澳門特別行政區
「主板」	指	聯交所營運的股票市場(不包括期權市場)，其獨立於聯交所GEM及與之並行營運

[編纂]

「併購規定」	指	《關於外國投資者併購境內企業的規定》(商務部令[二零一九年]第6號)
「大綱」或「組織章程大綱」	指	本公司組織章程大綱(經不時修訂)
「Hsia先生」	指	HSIA Timothy Chunhon先生，為我們的非執行董事及我們的主要股東
「楊先生」	指	楊威先生，為常女士的姻兄
「常女士」	指	常素芳女士，為我們的執行董事、我們的創始人及控股股東之一
「李女士」	指	李慧女士，為我們的執行董事、我們的創始人及控股股東之一

釋 義

[編纂]

「中國人民銀行」	指	中國人民銀行，中國的中央銀行
「[編纂]購股權計劃」	指	本公司有條件採納的購股權計劃，進一步詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料 — D.[編纂]購股權計劃」分節
「中國政府」	指	中國中央政府，包括所有政府分支機構(包括省級、市級及其他地區或地方政府實體)
「中國法律顧問」	指	通商律師事務所，我們有關中國法律的法律顧問

[編纂]

「研發」	指	研究與開發
------	---	-------

釋 義

[編纂]

「重組」	指	本集團為籌備[編纂]而進行的重組，詳情載於本文件「歷史、重組及企業架構」一節
「購回授權」	指	我們的股東授予董事會的購回股份的一般無條件授權，詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料 — A.有關本公司及其附屬公司的進一步資料 — 3.本公司股東決議案」一段
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「Robust Season」	指	Robust Season Limited，一間於二零一五年六月五日在開曼群島註冊成立的公司，由常女士全資實益擁有
「Rowtel」	指	Rowtel Technology Limited，一間於二零一八年十二月二十七日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一
「潤智傳媒」	指	霍爾果斯潤智傳媒有限公司，一間於二零一七年五月八日在中國成立的公司，並已於二零一九年四月十五日註銷登記
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局，負責外匯管理相關事宜的中國政府機構
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例(經不時修訂及補充)
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0005美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「獨家保薦人」	指	光銀國際資本有限公司(持牌從事根據證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動)
「Son of Sunrise」	指	Son of Sunrise Investment Ltd，一間於二零一六年四月八日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，於二零一九年十一月四日除名及解散，由李女士全資實益擁有

釋 義

[編纂]

「國務院」 指 中華人民共和國國務院

[編纂]

「聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司

「Taschh」 指 Taschh Limited，一間於二零一五年五月二十二日在香港註冊成立的有限公司，我們的主要股東

「Tiequan LLC」 指 Tiequan LLC，一間於二零一五年五月二十五日在庫克群島註冊成立的有限公司，我們的主要股東

「Tiequan Trust」 指 於庫克群島成立的信託(Hsia先生為唯一受益人及其受託人為Southpac Trust International, Inc. (於二零一五年五月二十五日獲委任))，我們的主要股東

「往績記錄期間」 指 由截至二零一九年十二月三十一日止三個年度組成的期間

[編纂]

「美國」 指 美利堅合眾國、其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區

「美國證券法」 指 美國一九三三年證券法(經修訂)

「美元」 指 美國法定貨幣美元

「Venus」 指 Venus Holdings Limited，一間於二零一五年七月十日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，由常女士全資實益擁有

「Westel」 指 Westel Technology Limited，一間於二零一八年十二月二十七日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一

「五蓮深標」 指 五蓮深標電子科技合夥企業(有限合夥)，一間於二零一七年五月二日在中國成立的有限合夥企業，由李女士實益擁有89%

釋 義

「五蓮思果」	指	五蓮思果電子科技合夥企業(有限合夥)，一間於二零一七年五月三日在中國成立的有限合夥企業，由常女士及李女士分別擁有63.75%及36.25%
「新余投資」	指	新余米和月華投資管理有限公司，一間於二零一六年一月十九日在中國成立的公司，由獨立第三方全資擁有

於本文件內，除非文義另有所指，否則「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」、「附屬公司」及「主要股東」詞彙應具有上市規則賦予該等詞彙的涵義。

中國公民、企業、部門、設施、證書、法規、職稱等的英文名稱為其中文名稱的翻譯及／或音譯，僅供識別。倘中文名稱與其英文翻譯及／或音譯不一致，概以中文名稱為準。

除另有指明外，凡提及於[編纂]完成後於本公司的持股之處均假設[編纂]未獲行使且並無計及根據[編纂]購股權計劃可能發行的任何股份。

技術詞彙

本技術詞彙表載有本文件所用與本公司及我們的業務有關的若干詞彙的釋義。部分該等詞彙的釋義未必與行業標準釋義一致。

「廣告活動」	指	為廣告主進行的廣告活動
「廣告版位」	指	在線媒體上可用於廣告的流量
「廣告素材」	指	廣告內容的特定呈現
「廣告格式」	指	廣告格式的特定呈現
「AdTensor」	指	我們專有的廣告優化及管理平台
「代理商」	指	媒體發佈商的二級廣告代理商
「AI」	指	人工智能
「廣告經理」	指	廣告經理
「API」	指	應用程序編程接口，用於構建軟件應用程序的一組程序、協議及工具
「應用程序」	指	為在移動設備上運行而設計的一種計算機程序
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「中國區優質合作夥伴」或「CEP」	指	獲臉書認可的二級廣告代理商
「CPA」	指	每次完成行動成本，廣告基於移動設備用戶的每次行動(如下載、安裝或註冊)支付的表現型定價模式。CPI通常稱為CPA
「CPC」	指	每次點擊成本，基於廣告的每次點擊向廣告主收費的非表現型定價模式
「CPI」	指	每次安裝成本，基於應用程序的每次安裝向廣告主收費的表現型定價模式
「CPM」	指	每千次曝光成本，基於千次曝光向廣告主收費的非表現型定價模式
「點擊次數」	指	廣告點擊次數，指設備用戶於某個時間段點擊廣告的行為
「點擊率」或「CTR」	指	廣告點擊次數與廣告展示次數之比率

技術詞彙

「轉化率」	指	用戶採取廣告主期望行為（如註冊新賬戶或進行購買）佔觀看或點擊廣告的用戶總數的比率
「DAU」	指	日活躍用戶
「設備ID」	指	一種獨特的設備專用標識符，用於精確測量特定設備所採取的操作
「ERP」	指	企業資源管理，為機構利用集成應用程序，管理業務及自動化大量科技、服務及人力資源相關後台功能的系統的業務程序管理軟件
「谷歌關鍵詞廣告 經銷商項目」	指	谷歌目前向經銷商提供的廣告項目
「展示」	指	廣告瀏覽量，指於一段時間內，用戶瀏覽我們的廣告或於網頁展示的次數總量。
「互聯網服務提供商」	指	互聯網服務提供商
「KPI」	指	關鍵績效指標，就移動廣告而言，指反映廣告宣傳有效性及表現的指標，如新增安裝、註冊或銷售數量
「長尾媒體發佈商」	指	廣告網絡或其他小型媒體發佈商
「MAU」	指	每月活躍用戶數，指一個月的DAU總數
「OCP」	指	光學字符識別，將打印、手寫或印刷文字圖像轉換為機器編碼文本的電子轉換技術
「經銷商」	指	媒體發佈商的一級廣告代理商
「ROI」	指	投資報酬率
「SDK」	指	軟件開發工具包，可為某一軟件包創建應用程序的一組軟件開發工具
「流量」	指	就移動廣告的流量而言，移動媒體上的廣告受眾流量
「無線應用協議」	指	無線應用協議

前瞻性陳述

本文件載有前瞻性陳述，闡明我們對未來的意向、信念、期望或預測，而該等陳述本質上受重大風險及不明朗因素的影響。該等前瞻性陳述包括本文件內所有並非歷史事實的陳述，包括(但不限於)有關下列各項的陳述：

- 我們維持及擴大廣告主和媒體發佈商群的能力；
- 我們增強AdTensor平台服務的能力；
- 我們提升我們的技術實力及資訊科技基礎設施的能力；
- 我們控制成本(包括員工及服務器成本)的能力；
- 我們吸引、保留及培育合資格及技能熟練的僱員的能力；
- 我們的戰略、業務計劃、宗旨、前景及目標；
- 線上廣告行業的未來增長、發展、趨勢及狀況；
- 我們經營所在的線上廣告行業及市場的未來競爭；
- 我們的未來合作；
- 中國及我們可能營運的其他司法權區的未來監管環境及我們未來遵守適用法規的能力；
- 我們的未來股息及股息政策；
- 我們的未來資本需求、資本開支計劃及獲取融資的能力；
- 有關我們業務的預期財務事宜；
- 中國及我們可能拓展業務的海外市場的整體政治及經濟環境；及
- 本文件「風險因素」所述的所有其他風險及不確定性。

本文件所用與我們有關的「旨在」、「預計」、「相信」、「能夠」、「估計」、「預期」、「展望」、「擬」、「或會」、「計劃」、「尋求」、「將會」、「將」等字眼及類似措辭，旨在作出前瞻性陳述。該等陳述反映我們的管理層目前對未來事件的見解，並涉及若干風險、不明朗因素及假設，包括本文件所述的風險因素。倘出現一項或多項有關風險或不明確因素，或相關假設證實為不正確，我們的經營業績及財務狀況或會受到不利影響，並可能與本文件所載預計、相信或預期者有重大差異。因此，該等陳述並非日後表現的保證，且閣下不應過分倚賴該等前瞻性資料。此外，本文件所載的前瞻性陳述不應被視作我們將達致或實踐計劃及目標的聲明。

風險因素

投資我們的股份涉及各項風險。閣下於決定購買我們的股份前，應審慎考慮下列有關風險的資料連同本文件所載的其他資料，包括我們的財務報表及相關附註。倘實際出現或發生下文所述的任何情況或事件，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景很可能會受損。在任何該等情況下，我們股份的市價或會下跌，而閣下可能損失全部或部分投資。本文件亦載有涉及風險及不明朗因素的前瞻性資料。我們的實際業績可能因許多因素而導致與該等前瞻性陳述所預期者存在重大差別，該等因素包括下文及本文件其他章節所述的風險。

與我們的業務及行業有關的風險

我們經營歷史短暫，在迅速發展及不斷演變的行業中面臨著各種風險及不明朗因素。我們有限的經營歷史令評估我們的財務狀況、業務及前景存在困難。

我們於二零一五年建立業務，其後逐步擴展業務。我們預期，隨著我們致力拓展廣告主與媒體發佈商群體及探尋新的市場機會，我們的業務將持續擴張。然而，由於我們有限的經營歷史，我們過往的增長率未必反映我們未來的表現，與其他行業有較長經營歷史的公司相比，我們未來的表現可能更容易受到若干風險的影響。下文討論的多項因素可能會對我們的財務狀況、業務及前景以及未來表現產生不利影響，其中包括：

- 線上廣告行業的持續增長及發展；
- 廣告主進行營銷廣告宣傳活動的選擇及媒體發佈商變現其廣告版位的選擇；
- 維繫、開拓及進一步發展我們與廣告主及媒體發佈商之間的關係，並滿足彼等與日俱增的需求的能力；
- 我們於營運經驗有限或並無營運經驗的海外國家不斷擴展業務；
- 推出及管理新服務開發的能力；
- 我們及時更新現有技術或開發新技術以保持市場領先地位或緊跟市場發展步伐的能力；
- 於線上廣告行業的競爭對手中脫穎而出的能力；及
- 吸引及保留勝任及熟練的僱員的能力。

風險因素

閣下於考慮我們的財務狀況、業務及前景時，應顧及到我們作為一間早期成長型公司在迅速發展及不斷演變的市場中經營而可能面對的風險及不明朗因素。我們未必能成功應對(其中包括)上列風險及不明朗因素，繼而可能對我們的業務及前景以及未來表現構成重大及不利影響。

若我們無法保留現有廣告主及媒體發佈商、與廣告主及媒體發佈商增進或拓展關係，或吸引新的廣告主及媒體發佈商，則我們的財務狀況、經營業績及前景可能受到重大及不利影響。

我們的商業模式不僅圍繞著我們與廣告主之間的關係，亦圍繞著我們與媒體發佈商及其指定經銷商的關係，後者為我們提供該等媒體發佈商平台上的廣告版位。為了挽留及吸引新廣告主，我們需要繼續提供更精準和更具針對性的廣告服務，以最大限度地提高廣告主的廣告投資回報並達成預先確定的KPI。為了保留及吸引向我們提供廣告版位的新的媒體發佈商及經銷商，我們需要繼續提高媒體發佈商的變現效益。

我們無法向閣下保證，我們日後將能成功達成每個廣告活動的KPI、保留現有廣告主、深化或開拓我們與現有廣告主之間的關係，或吸引新廣告主。若我們的廣告主認為其對我們線上廣告平台所用支出未有帶來足夠回報，則彼等可能降低廣告預算或終止與我們的廣告安排。我們通常與廣告主訂立為期一年的協議及我們的廣告主一般並無受與我們訂立的長期合約約束。無法保留現有廣告主或吸引新廣告主在我們的平台上投放廣告可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景構成重大及不利影響。

此外，我們成功與否亦取決於我們日後保留現有媒體發佈商、深化或開拓我們與向我們提供廣告版位的媒體發佈商及其指定經銷商之間的關係及吸引新媒體發佈商的能力。由於我們通常與媒體發佈商的指定經銷商訂立為期一年的協議及我們的媒體發佈商通常並無受長期合約約束，若我們的媒體發佈商不再滿意使用我們平台的變現效益，則彼等可能會減少或終止與我們合作，而我們亦會失去部分或全部可投放廣告的廣告版位。經銷商的廣告版位供應可能並不總是對我們有利。例如，媒體發佈商可能會通過該等經銷商對使用彼等的廣告版位作出限制，包括禁止為特定廣告主投放廣告。倘若我們失去媒體發佈商或彼等的廣告版位訪問權，則我們未必能及時或完全無法為廣告主完成廣告投放並可能產生龐大的成本來物色新媒體發佈商或新廣告版位，繼而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景構成不利影響。

風險因素

我們嚴重倚賴我們的數名最大客戶；倘我們未能維持與該等最大客戶的關係，則我們的財務狀況、營運業績及前景可能會受到重大不利影響。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止各年，我們的五大客戶分別為我們貢獻收益人民幣93.4百萬元、人民幣123.0百萬元及人民幣99.0百萬元，分別佔我們有關期間總收益的80.2%、70.7%及51.9%。

由於我們過去一直及預期將繼續高度倚賴該等最大客戶，我們易受上述因素的影響，而該等因素可能會對我們與該等最大客戶的關係或業務狀況產生不利影響。該等因素中的眾多因素超出我們的控制。我們並無與客戶訂立長期合約。我們的框架協議可由訂約一方向另一方發出事先通知而終止。倘我們無法維持與該等最大客戶的關係，或倘我們現有安排的條款發生任何不利變動，則我們的收益及盈利能力可能下降且該下降可能屬重大。

我們的線上廣告服務很大程度上倚賴於有限數量的頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎；倘我們未能與該等頂級媒體發佈商維持關係，則可能會嚴重損害我們的業務。

我們的戰略重點是覆蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們為媒體發佈商的可用廣告版位匹配適當的廣告活動，從而最大限度地提升彼等的變現潛力。通過我們與該等頂級媒體發佈商之間的關係，我們能夠幫助廣告主獲得大規模的優質用戶流量。我們很大程度上倚賴於該等頂級媒體發佈商平台上購買的廣告版位。於往績記錄期間，我們絕大部分的用戶流量是通過臉書、谷歌及Snapchat上的廣告版位購得的，其中我們平均約有80%的用戶流量是通過臉書及谷歌的廣告版位購得的。我們通常會透過第三方經銷商將廣告主與頂級媒體發佈商平台對接起來。另一方面，我們直接與抖音簽約擔任其經銷商且我們透過其指定經銷商及直接作為經銷商與谷歌聯繫，為廣告主投放廣告。

為了保留頂級媒體發佈商的廣告流量，我們需要不斷提高並向我們的媒體發佈商提供高效的變現服務，且與向我們提供廣告版位的指定經銷商保持關係。雖然我們為谷歌於谷歌關鍵詞廣告經銷商項目(Google AdWords Reseller Programme)的合作夥伴及臉書的CEP，但我們無法向閣下保證，我們於日後將成功維持與任何頂級媒體發佈商的合作夥伴關係或保留彼等及彼等指定的經銷商以不斷向我們提供廣告版位。倘我們無法與該等頂級媒體發佈商或其指定的經銷商保持良好關係，或者倘任何頂級媒體決定終止我們擔任其線上廣告代理的合作關係，或其指定的經銷商拒絕向我們提供該等平台上的廣告版位，我們獲得優質用戶流量的能力將受到重大不利影響，因此我們維護及擴展用戶基礎的能力可能會受到損害。上述任何一項均可能對我們的業務，財務狀況、經營業績及前景構成重大不利影響。

風險因素

倘媒體發佈商(尤其是臉書及谷歌)的變現政策(包括其代理商的數據訪問政策)由透過線上廣告變現的方式轉為其他變現方式，我們的業務及經營業績可能收到重大不利影響。

我們的變現服務有助於將媒體發佈商的可用廣告版位與合適的廣告活動進行配對，旨在幫助媒體發佈商達致更佳變現結果。我們嚴重倚賴該等頂級媒體發佈商平台的廣告版位以幫助我們的廣告主達致彼等的廣告目標。於往績記錄期間，我們所購買的約80%的用戶流量與臉書及谷歌的廣告版位有關。臉書及谷歌可能不時調整彼等的變現政策(包括其代理商的數據訪問政策)以最大化彼等的變現預算的盈利，而有關變動非我們所能控制。概無法保證媒體發佈商將繼續分配變現預算至線上廣告。倘媒體發佈商(尤其是臉書及谷歌)決定將彼等的變現重心由線上廣告轉至其他變現方式，如付費訂閱服務或業務合作夥伴的品牌內容，我們的業務及經營業績可能受到重大及不利影響。

若我們無法推出新的或升級的服務，以緊貼線上廣告行業的技術發展或新業務模式，或廣告主及媒體發佈商不斷轉變的需要，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大及不利影響。

互聯網與線上廣告行業瞬息萬變，且受到技術日新月異和廣告主及媒體發佈商需求不斷轉變的衝擊。我們認為，我們將來成功與否部分取決於我們適時以符合成本效益的方法，提升及推出定價實惠且特徵可滿足瞬息萬變的技術發展以及廣告主及媒體發佈商需要的新服務的能力。為保持我們的競爭地位，我們亦必須開發及推廣新服務來應對新興的線上市場。若我們無法因應該等變化及時有效地調節我們的服務，則我們可能會流失現時使用我們服務的廣告主及媒體發佈商。

此外，技術變革或新業務模式可能需要我們對產品開發、IT基礎架構及我們營運的其他方面作出龐大投資。基於技術障礙、預測市場需求不準確或所需資源不足等各種原因，我們的投資未必能成功。無法緊貼線上廣告行業的技術發展或新業務模式或廣告主及媒體發佈商不斷轉變的需要，可能削弱我們的服務對現有或潛在廣告主及媒體發佈商的吸引力，繼而可能對我們的業務、經營業績及前景構成重大及不利影響。

若我們無法成功應對此種技術發展或業務模式，則我們的業務、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

可對我們引入新服務或升級服務的能力產生負面影響的因素有多種：

- 在開發、整合或定制新服務時出現延誤或困難；
- 我們的競爭對手搶先推出新服務，或彼等所推出的服務更為優勝或廉價；

風險因素

- 開發內部服務，因而可能不再需要我們的服務；
- 無法預料在用戶獲取及變現需求上的轉變；
- 未能適應其他技術發展；及
- 未能對新廣告定價模式的普及化作出及時回應。

概不能保證我們能夠引入必要的服務，以緊跟線上廣告行業的技術發展或新業務模式，或廣告主及媒體發佈商不斷轉變的需求。

倘我們的廣告主決定於若干媒體發佈商的經銷商的其他第三方線上廣告平台投放廣告或於某些情況下直接於媒體發佈商的廣告平台上投放廣告，則我們的盈利能力及前景可能受到重大不利影響。

我們通常擔任聯繫廣告主與頂級媒體發佈商的代理，通過有關媒體發佈商的經銷商的其他第三方線上廣告平台的廣告版位投放廣告主的廣告。於其他情況下，我們作為媒體發佈商的指定經銷商直接與彼等投放廣告主的廣告。例如，我們作為CEP（一類授權代理）聯繫臉書。另一方面，我們亦作為抖音的經銷商直接與其聯繫並且我們透過谷歌的指定經銷商及自身直接作為經銷商與其聯繫，以投放廣告主的廣告。我們的業務及前景很大程度上取決於我們開發用戶的能力及廣告優化能力，以吸引新廣告主及挽留廣告主透過我們投放廣告以及維持與媒體發佈商及彼等的指定經銷商的合作關係，以便我們獲得優質用戶流量。然而，由於線上廣告市場的競爭越演越烈，媒體發佈商可能與更多作為其直接經銷商的中國線上廣告代理進行合作。概無法保證廣告主將繼續透過我們的平台投放廣告，因彼等可能決定與其他經銷商投放廣告。若干媒體發佈商亦可能允許廣告主於彼等的平台開設賬戶並直接投放廣告，而倘我們未能就我們的線上廣告服務維持更具競爭力的返還返點百分比以吸引新廣告主及挽留現有廣告主，我們無法向閣下保證廣告主將利用我們的平台投放廣告，而非直接與媒體發佈商投放廣告。有關決定可能非我們所能控制。倘廣告主決定於若干媒體發佈商的經銷商的其他第三方線上廣告平台投放廣告或於某些情況下直接於媒體發佈商的廣告平台上投放廣告，我們的業務、經營業績及前景將受到重大及不利影響。

倘線上廣告行業未有持續發展和增長，或倘線上廣告市場的發展或增長速度較預期緩慢，則我們的盈利能力及前景可能受到重大及不利影響。

由於我們的絕大部分收益乃來自我們的線上廣告服務，故我們的業務及前景取決於線上廣告行業的持續發展。我們的盈利能力及前景取決於線上廣告行業的持續發展和增長，並可能受到多種因素所影響，當中不少非我們所能控制，包括：

- 線上廣告行業技術創新或新業務模式或應用開發者不斷轉變的需要；

風險因素

- 線上廣告作為有效營銷渠道的認受性，以及其他替代營銷渠道的興起；
- 影響線上廣告行業的政府規例或政策出現變動；及
- 全球互聯網行業整體的增長。

概不能保證線上廣告行業的發展及增長。

若我們未能有效地管理我們的增長，則我們的經營表現可能惡化，並可能會流失廣告主及媒體發佈商。

我們的廣告主數目及業務經營一直節節高升。我們可能會通過內部增長以及進行收購或組成策略性聯盟帶動業務持續增長。我們的擴展一直並將繼續使我們對管理、營運、技術及其他資源方面的需求若渴。為實行規劃擴展，我們亦將須提供始終如一的服務，以確保我們的市場聲譽不會因我們所提供服務的質量實際上或觀感上出現任何偏差而受到影響。我們將來的經營業績在很大程度上取決於我們能否成功管理有關擴展及增長。具體而言，持續增長可能令我們面對以下的額外挑戰：

- 為我們不斷發展的國際業務招募、培訓及保留技能熟練人員(包括銷售及營銷、資訊科技及研發、客戶服務及線上廣告專家)的挑戰；
- 成功改良我們的線上廣告平台以配合線上開發、新廣告定價模式以及新的獲客及變現需求的挑戰；
- 透過AdTensor平台成功改良我們的內部優化能力，以配合廣告主的需求的挑戰；
- 在多個區域維持有效的運營、財務及管理監控的挑戰，包括合併不同國家與地區的附屬公司及業務財務業績方面的更大挑戰；及
- 應對影響我們不斷增長的國際業務瞬息萬變的行業標準及政府規例的挑戰，尤其是在數據保護及私隱領域。

概不能保證我們現有的平台、技術、程序、資源及監控將足以支持我們預期的增長。若我們無法有效地管理增長，則我們的業務、經營業績及前景可能受到重大及不利影響。

風險因素

我們預期將繼續面對激烈的競爭。若我們無法於其他線上廣告公司中脫穎而出，則我們可能會流失廣告主或媒體發佈商，以及我們的收益及盈利可能下滑。

由於線上廣告服務的需求越來越殷切，我們預期新的競爭對手將會進入該等市場，以及現有的競爭對手將會增撥額外資源投入該等市場。此外，我們的廣告主可能同時指定一家以上的經銷商或代理幫助彼等進行線上廣告活動。因此，我們預期線上廣告行業的競爭將會越演越烈。我們的直接競爭對手為線上廣告業務的其他經銷商或代理商，彼等主要位於中國。我們能否取勝取決於許多因素，當中不少非我們所能控制，包括：

- 與競爭對手相較，我們服務的受歡迎程度、實用性、易用性、表現及可靠性；
- 價格、廣告開支的回報及我們提升收益及利潤率的能力；
- 我們與競爭對手爭取廣告主、業務合作夥伴及與媒體發佈商的代理關係的能力；
- 優質廣告版位的供應；
- 我們搶先於競爭對手識別及把握新市場機會的能力；
- 我們相較競爭對手的聲譽及品牌優勢；
- 我們技術的效用；
- 我們經營所在市場的法規或政府政策；
- 我們吸引、保留及激勵有才幹僱員的能力；及
- 我們以具成本效益的方式管理及發展業務的能力。

我們若干現有及未來競爭對手可能比我們具有更悠久的經營歷史、更廣大的覆蓋及遠勝於我們的財務、技術及營銷資源。此等競爭對手所進行的研發工作、營銷廣告宣傳活動及銷售工作可能超出我們能力範圍之內，所開發或推廣的服務與我們相比亦可能相類似或更佳。此外，根據艾瑞諮詢，中國當前海外線上廣告市場極為分散，且大量的線上廣告代理將廣告主與媒體發佈商的指定經銷商進行對接或直接與媒體發佈商對接。倘大型參與者投資中國的線上廣告市場並佔據市場規模的重要部分，其可能導致競爭格局變動，並影響我們的市場地位及我們的線上廣告服務需求。新形成及加劇的競爭很可能導致割價、削弱利潤率或失去我們的市場領導地位，任何此等情況均可能令我們流失廣告主或媒體發佈商，或以導致我們收益下滑的方式令我們平台的廣告支出減少，進而可能對我們的業務、經營業績、盈利能力及財務狀況構成重大及不利影響。

風險因素

我們的變現服務及數據收集目前僅限於使用媒體平台的API接口，且與使用SDK集成的其他線上廣告平台相較，我們可能處於不利地位。

我們目前通過媒體發佈商的API接口或手動將媒體發佈商連接至我們的AdTensor平台，為媒體發佈商提供我們的變現服務。此外，我們不會收集我們本身的用戶數據，亦不會倚賴媒體發佈商通過API接口發佈的數據。目前，若干線上廣告平台已轉向使用SDK集成連接至媒體發佈商及收集數據。與API相比，SDK可收集更多類型的數據，例如有關用戶設備環境信息的數據、用戶移動設備上安裝的應用類型、地理位置及曝光數據等。為了規劃及優化廣告活動並有效提供變現服務，我們需要訪問及分析該等信息。通過SDK集成，亦可獲得更好及更精準的受眾定向結果。然而，SDK的安裝對成本、技術能力以及就與平台的連接編碼、調試及測試所花費的時間有更高的要求。**[編纂]**後，隨著我們的服務擴展，我們可能會尋求通過SDK集成連接至其他的中長尾媒體發佈商，而這需要媒體發佈商安裝SDK集成，以便為我們提供更全面的數據。

倘我們日後繼續僅倚賴API接口及未能發展集成SDK或其他可用連接形式的功能，我們可能會失去競爭地位，而我們的業務將受到不利影響。

對我們有權採集及使用第三方數據的質疑，可能大大削弱我們技術及服務的價值，以及導致我們流失廣告主、媒體發佈商，並有損我們的業務及經營業績。

我們目前倚賴媒體發佈商的用戶數據，通過我們的平台提供廣告優化及變現服務。若干媒體發佈商可能會禁止或限制我們採集或使用其數據。操作系統或若干用戶端應用亦可能在技術上限制媒體發佈商合法採集設備特有數據的能力。彼等的數據採集系統出現中斷、故障或缺陷，以及因採集設備特有數據而引起的私隱關注問題，亦可能限制我們分析有關設備特有數據的能力。此外，概不保證政府將不會採納法例以禁止或限制於互聯網上採集及運用設備特有數據，或第三方將不會針對我們的媒體發佈商提起有關互聯網私隱及數據採集的訴訟，從而影響我們使用數據。由於有關數據保護及私隱的法律法規的近期發展，其他公司將須就與第三方共享數據遵守更嚴格的要求，這可能會限制我們向彼等收集數據的能力。如發生上述任何情況，則我們可能無法提供有效的服務、流失廣告主及媒體發佈商，以及我們的業務、財務狀況及經營業績將會受到不利影響。訴訟或行政查詢亦可能產生昂貴成本及分散管理資源，而有關訴訟或查詢的結果或為未知之數，並可能有損我們的業務。

風險因素

盜用或濫用私隱資料可能會引起申索、令我們的業務慣例改變、遭受金錢懲罰、營運成本增加，或廣告主、媒體發佈商或用戶基礎縮小，或在其他方面有損我們的業務。

我們在媒體發佈商平台上收集設備特有數據，包括與用戶的人口統計資料(例如性別、年齡及語言)、行為(例如旅行)、興趣(例如購物、遊戲、食品及飲料)以及地區(例如居住地)相關的數據。我們目前不會收集或存儲任何個人數據，例如受眾的法定名稱及個人ID號碼。因此，技術上而言，我們的定向投放是基於設備，並且與此設備的實際用戶並無關聯。我們目前於由三家外部雲計算服務提供商運營及維護的安全的數據庫服務器內保存數據。儘管我們於整個營運過程中遵循保密措施及限制有關資料的訪問，但我們不能向閣下保證，我們將能防止未經授權人士取得此等數據庫服務器的訪問。我們的服務器遭未經授權訪問或我們的僱員濫用有關資料可構成盜竊或導致私隱資料遺失。倘私隱資料遭盜用、濫用或遺失，則我們可能會流失廣告主或媒體發佈商，或因而承擔責任或面臨起訴，以及我們的聲譽可能受損，任何此等情況均可能對我們的業務及經營業績構成重大及不利影響。

我們的業務須符合複雜且不斷演變的法律法規，尤其是有關數據隱私的法律法規。此等法律法規當中不少可能有變且詮釋上不明，可能會引起申索、令我們的業務慣例改變、遭受金錢懲罰、營運成本增加，或令用戶增長或互動下滑，或在其他方面對我們的業務不利。

我們須遵守各種法律法規，當中涉及對我們業務而言為重要的事宜，包括隱私、數據保護及個人資料、公眾權益、內容、知識產權、廣告、營銷、分發、數據安全、數據保留及刪除、電子合同及其他通訊、競爭、保護未成年人、消費者保障、電信或稅務。推出新服務或我們可能採取的其他行動，均可能使我們須遵守更多法律、法規或接受其他政府審查。

尤其是，擬訂或新訂有關數據私隱及數據保護的法例及規例亦可能對我們的業務構成深遠的影響。例如，《歐洲通用數據保護條例》(European General Data Protection Regulation，或GDPR)於二零一八年五月生效，並適用於我們所有在歐洲提供的服務。GDPR將載有針對接收或處理歐盟居民個人資料的公司的營運規定，而該等規定乃與歐盟現行者不同。未能遵守GDPR或會導致大量罰款及其他行政處罰。GDPR或會增加我們對我們處理的設備特有數據的責任及賠償責任，且我們或須建立額外機制以確保GDPR獲遵守。這可能造成繁重負擔，及倘我們為遵守GDPR或其他適用的歐盟法律法規所付出的努力未有獲得成功，則可能會對我們在歐盟的業務產生不利影響。

風險因素

再者，部分國家正考慮或已通過法例落實數據保護規定，或制定當地數據儲存及處理或類似規定，這可能會增加我們提供服務的成本及複雜性。此等法律法規以及任何相關查詢或調查或任何其他政府行動，可能產生昂貴的成本，並可能延誤或窒礙新產品的開發、引起負面形象、增加我們的營運成本、令管理層需要花費很多時間及注意力以及使我們須作出可能有損我們業務的補救行動，包括罰款或提出有關我們須變更或中止現時業務慣例的要求或命令。

倘CPC/CPM定價模式下向廣告主返還的返點部分增加，我們的財務業績及經營業績可能受到重大不利影響。

我們於CPC/CPM定價模式下的收益主要包括在達到一定支出門檻額後，向媒體發佈商收取基於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。我們可能會將該等返點的一部分作為吐點優惠返還予廣告主，並確認為收益的返點淨額。因此，向廣告主返還的自媒體發佈商收取的任何返點部分（無論由於廣告主要求或有意挽留廣告主，而向有關廣告主支付吐點優惠）增加，將會減少我們的收益及毛利。我們於二零一八年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一七年有所增加，導致二零一八年於CPC/CPM定價模式下的收益減少。我們於二零一九年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一八年有所減少，導致相應年度於CPC/CPM定價模式下的收益增加。概無法保證我們將能後控制或維持所返還返點部分。此外，新競爭對手及現有競爭對手可能提升所返還返點部分以招攬新廣告主及挽留現有廣告主。CPC/CPM定價模式下返還予廣告主返點部分增加可能對我們的財務業績及經營業績造成重大不利影響。

倘我們未能有效管理及控制我們的流量獲取成本，我們的毛利及財務業績將受到重大不利影響。

我們相當大部分收益來自CPA定價模式下產生的收益，於該模式下，我們僅在用戶因廣告而進行安裝等指定行動情況下向廣告主收取費用。我們就於媒體發佈商的廣告版位投放廣告向彼等支付流量獲取成本。

我們力求使我們的流量獲取成本不會超過我們向廣告主收取的服務費。然而，我們倚賴歷史數據進行分析及制定廣告投放策略；倘我們的廣告投放策略並無達致預期的廣告目標，我們將產生高於預測的成本，此將影響我們的毛利，及倘我們未能有效管理有關成本，我們的盈利能力及財務業績將會受到不利影響。

此外，儘管我們透過第三方跟蹤系統監察用戶流量及密切注意異常流量，概無法保證不會出現非法或欺詐性的廣告點擊，此會降低廣告主的投資回報，並因此對彼等使用我們服務的意願產生不利影響。任何該等事件均會損害我們的線上廣告業務表現，降低客戶滿意度並導致客戶流失，可能損害我們的聲譽並對我們的業務、財務狀況、

風險因素

經營業績及前景構成不利影響。此外，我們在評估廣告主的廣告宣傳活動效果及釐定我們向廣告主收取的廣告費用及我們向媒體發佈商支付的流量獲取成本時，倚賴媒體發佈商所提供數據的準確性及真實性。倘媒體發佈商所提供的廣告表現數據或其他數據不準確或虛假，我們將無法提升用戶定向投放的精準性及為廣告主實現更好的廣告表現並為媒體發佈商實現更高的變現效益。

倘我們未能遵守法律或監管要求或取得適用於我們業務的必要批准、牌照或許可，這可能對我們的業務及經營業績構成重大不利影響。

有關線上廣告及互聯網相關業務的法律法規，及與互聯網及線上廣告行業內公司相關的牌照及許可規定，相對新近及不斷演變。此等法律法規的詮釋及執行情況亦涉及重大不明朗因素。因此，在若干情況下可能難以判定哪些行為可能被視為違反所適用的法律法規。我們不能向閣下保證，我們已取得在我們經營所在全部司法權區經營業務所需的全部許可或牌照，或我們將能維持現有牌照或取得新牌照。

倘任何政府認為我們在沒有適當批准、牌照或許可的情況下經營，或頒佈新法律法規規定我們任何部分的業務經營須取得其他批准或牌照或就此施加其他限制，則其有權(其中包括)徵收罰款、充公我們的收入、撤銷我們的營業執照，以及要求我們終止經營有關業務或對我們受影響部分的業務施加限制。有關政府採取任何此等行動均可能對我們的業務及經營業績構成重大不利影響。

倘我們未能向媒體發佈商提供符合標準的廣告內容或向廣告主提供優質的廣告版位，可能會損害我們的品牌及聲譽並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生負面影響。

我們向媒體發佈商平台提供廣告主的廣告內容，並為廣告主提供廣告版位協助彼等透過媒體發佈商觸及覆蓋廣泛的受眾。廣告主及媒體發佈商均會擔心涉及到彼等認為不適當或與其品牌不一致或非法的內容。此外，廣告主可能會尋求在不允許進行有關廣告活動的司法權區進行廣告宣傳活動。概無法保證我們能夠有效監控廣告素材方面的事宜或阻攔欺詐性庫存。儘管我們努力避免，但我們仍有可能會提供對我們的廣告主不利的廣告版位資源，或可能會向媒體發佈商投放包含惡意軟件或對其不利的內容的廣告內容。倘我們未能提供廣告主及媒體發佈商信賴的服務，可能會損害我們或我們客戶的品牌及聲譽，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生負面影響。

風險因素

倘我們預測廣告目標受眾的技術可能為或成為有缺陷或無效，我們可能無法為廣告主改善營銷效果。

我們吸引廣告主選擇我們的線上廣告服務以及在過程中建立信任的能力，很大程度上取決於我們有效評估及預測受眾對相關廣告的興趣的能力。我們利用專有算法及AdTensor為廣告主優化廣告投放及提高投資回報率。進一步詳情請參閱本文件「業務 — AdTensor — 我們的廣告優化及管理平台」。

我們收集的數據未必與所有行業相關，就若干行業而言，我們未必具備足夠用戶數據可確保我們的算法及數據引擎能有效運作。此外，我們一般不會驗證所收集的數據，該等數據可能有欺騙性或不準確。即便相關數據準確，亦有可能不具相關性或過時，因此，儘管我們能實時或按指定時間為廣告主生成報告以管理用戶流量，數據可能無法反映用戶的真實興趣或準確預測用戶與特定廣告的互動。舉例而言，在我們取得相關數據之後，受眾的興趣及行為模式可能有變，或其可能已經完成交易而不再對營銷信息感興趣。

此外，我們預期隨著我們繼續開發新服務及特色以迎合演變及增長的廣告主需求，我們擁有的數據量將大大增加。隨著我們擁有的數據及可變因素數量增加，我們的算法及AdTensor平台處理更複雜的計算，因此出現缺陷及錯誤的可能性增加。倘我們的專有算法及AdTensor未能準確評估或預測受眾對相關營銷內容的興趣及互動，或出現重大錯誤或缺陷，廣告主則無法以符合成本效益的方式或根本無法實現其營銷目標，從而令我們平台對廣告主的吸引力下降，導致我們的聲譽受損及市場份額下降，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。

我們的安全措施被入侵(包括AdTensor遭到未經授權訪問、電腦病毒及黑客)可能對我們的數據庫及AdTensor平台造成不利影響，令我們的服務被減少使用以及毀壞我們的聲譽及品牌。

我們處理的數據量使我們或寄存我們服務器的第三方服務供應商成為吸引的目標，並可能受到網絡攻擊、電腦病毒侵害、實質或電子入侵或類似干擾所影響。任何意外或蓄意的安全入侵或我們的AdTensor平台或儲存我們數據的第三方雲服務提供商系統的其他未經授權訪問可能導致保密資料被盜並用作非法用途。安全入侵或未經授權訪問保密資料亦可能使我們面臨因資料遺失而招致的責任，耗費時間及捲入昂貴的訴訟，並蒙上負面形象。倘安全措施因第三方行動、僱員犯錯、不法行為或其他原因而被入侵，或倘我們的技術基礎設施在設計上的瑕疵被發現及利用，則我們與廣告主及媒體發佈商之間的關係可能受到嚴重損害，我們可能招致重大責任，以及我們的業務及營運可能受到不利影響。雖然我們已採取措施務求符合適用法律法規和規章，但概不能保證該等措施將卓有成效。若我們被監管機關發現有任何未遵守適用數據安全法律及法規的情況，則我們將面臨被警告、罰款、沒收違法所得、吊銷許可證、取消備案、關閉平台，或承擔刑事責任，而我們的業務、財務狀況及經營業績將會受到不利影響。

風險因素

倘AdTensor或日後可能開發的任何其他平台或我們的IT基礎設施受到干擾或藏有未被發現的錯誤，我們的業務可能會受到不利影響。

我們的營運(包括我們與媒體發佈商平台的連接以及我們分析數據和優化廣告的能力)主要倚賴於AdTensor及我們的IT基礎設施。我們的技術及IT基礎設施依靠AdTensor平台軟件檢索、處理及管理海量數據的能力。我們可能會於日後為業務開發其他平台或IT基礎設施。AdTensor及我們所依靠的軟件目前或將來可能藏有未被發現的錯誤或程式錯誤，從而可能導致對我們的運營至關重要的AdTensor主要功能出現故障或無法運行。我們所依靠的軟件中的錯誤或其他設計缺陷可能導致對廣告主及媒體發佈商帶來負面的體驗、新功能的推出或升級出現延遲、出現錯誤或損害我們保護數據或知識產權的能力。於我們所依靠的軟件中發現任何錯誤、程式錯誤或缺陷可能導致我們的聲譽(包括AdTensor平台的聲譽)受損、流失廣告主及媒體發佈商或負上賠償責任。此外，由於我們倚賴媒體發佈商履約投放廣告，倘若彼等的資訊科技及通信系統出現中斷或故障，導致媒體發佈商與AdTensor之間的API連接中斷，可能會影響我們廣告服務的效益及導致我們流失廣告主。任何上述事件均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

廣告活動的季節性波動或會對我們的收入、現金流量及經營業績產生重大影響。

由於我們的廣告主在廣告活動上的廣告開支存在季節性波動，我們的收入、現金流、經營業績以及其他主要經營及業績指標可能因季度而異。例如，很多廣告主傾向於在消費者消費預期增長的節日期間投放更多廣告預算。此外，假期的廣告版位可能更為昂貴，此乃由於對廣告版位的需求增加所致。我們預期，收入將繼續根據季節性因素波動，影響整體線上廣告行業。我們的歷史收入增長掩蓋了季節性的影響，惟倘我們的增長率下降或季節性廣告支出變得更加明顯，季節性或會對我們不同期間的收入、現金流量及經營業績產生重大影響。

我們計劃擴充我們於海外司法權區的業務營運，而我們沒有或僅有有限的相關運營經驗，這可能令我們面臨更大的業務及經濟風險，從而可能對我們的財務業績產生影響。

作為業務策略的一部分，我們計劃通過在主要海外市場設立附屬公司加強我們的本地服務能力，以提升我們的全球覆蓋，同時提升我們與廣告主及媒體發佈商之間全球合作的廣度及深度。我們可能會進入我們在移動廣告或可能計劃提供的其他服務領域沒有經驗或僅有有限經驗的新國際市場。倘我們未能成功部署、管理或監督我們的國際業務運營，則我們的業務可能受到不利影響。此外，我們可能面臨經營國際業務的各類固有風險，包括：

- 政治、社會或經濟動蕩；

風險因素

- 外匯管制及稅務及其他法規及命令可能限制我們現金的自由流動並阻礙我們高效進行相關現金的投資；
- 就我們在外國管轄區提供服務及運營而適用於我們的法律、監管及其他政府監督相關的風險，包括數據私隱、稅務、法律執行、內容、貿易合規、知識產權及陸上基礎設施事宜相關風險；
- 因遵守當地法律(包括潛在審查或向當地政府部門提供用戶資料的規定)而對我們的品牌及聲譽造成的潛在損害；
- 匯率波動及遵守外匯管制；
- 信貸風險及支付欺詐增多；
- 整合海外收購難度增加；
- 全球業務的人事、管理及監督存在的困難及多個國際地點相關的差旅、基礎設施及法律合規成本增加；
- 深入了解當地市場及文化存在的困難；
- 與我們能否與國際夥伴(包括向我們提供國際結算及信貸融資的當地銀行)建立合作關係相關的風險；及
- 遵守法定權益規定及管理稅務後果。

倘我們未能成功應對全球業務的複雜性並擴大我們的全球覆蓋範圍，則我們的財務業績可能會受到不利影響。

根據我們的業務性質及我們平台上的內容，我們面臨潛在的責任及對我們業務的損害。

儘管我們於合約中要求廣告主向我們聲明彼等確保其廣告符合適用的法律及規例，但我們並不會對有關廣告內容進行徹底核實。倘任何該等聲明不真實，我們可能須承擔潛在責任及我們的聲譽可能會受損。儘管我們的廣告主通常有責任向我們作出賠償，惟有關賠償或無法完全足夠支付我們的費用或我們可能無法收到賠償。除和解費用外，我們可能須承擔我們自身的訴訟費用，而有關費用可能非常高昂。

根據《中華人民共和國廣告法》(「廣告法」)及《互聯網廣告暫行辦法》，廣告主須負責廣告內容的真實性，廣告經營者明知或應知廣告是欺騙性、引人誤解或在其他方面違法時仍就廣告提供廣告設計、製作或代理服務的，中國主管機關可沒收廣告經營者有關服務的廣告收入、罰款、責令停止發佈虛假、欺騙性、引人誤解或在其他方面違法的廣告或糾正有關廣告，或情節嚴重的可暫停或吊銷其營業執照。根據廣告法，「廣

風險因素

告經營者」包括為廣告主的廣告活動提供廣告設計、製作或代理服務的任何自然人、法人或其他組織。由於我們的廣告服務包括向廣告主提供設計服務及優化服務，我們被視為廣告法項下的「廣告經營者」。我們無法保證(i)我們在媒體發佈商平台投放的每個廣告均符合中國所有與廣告活動相關的法律及規例；(ii)我們客戶提供的證明文件是真實或完整的；或(iii)我們能夠及時識別和糾正所有不合規行為。

有關我們、整個線上廣告行業或合作夥伴的任何負面宣傳均可能對我們的聲譽、業務及經營業績造成重大不利影響。

有關整個線上廣告行業或本公司(具體包括線上廣告解決方案的質量、有效性及可靠性、專有平台、保密及安全規範以及營銷內容)的投訴、訴訟、監管行動或其他負面宣傳，即使理由並不充足，均可能對我們的聲譽及廣告主對我們的信心造成不利影響。聲譽及廣告主信心亦會因許多其他原因而受到損害，包括僱員的不當行為、我們合作的媒體發佈商或其經銷商或其他交易對手的不當行為、該等人士或實體未能符合最低質量標準或以其他方式履行合約責任或遵守適用法律及法規。此外，由於我們的業務及經營倚賴該等合作夥伴，對我們的數據、AdTensor或媒體發佈商的負面宣傳亦可能影響我們的業務及經營。此外，由於在我們經營所在行業，誠信、客戶的信任及信心非常重要，故我們容易受到負面市場認知的影響。訴訟及爭議、我們人員的不當行為、高級人員的變動、客戶投訴、監管調查結果或對我們的處罰均可能損害我們的聲譽。對我們的聲譽造成的任何損害均可能導致我們的現有及潛在客戶未來不願意選擇我們的服務，因此可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生重大不利影響。

我們承受業務經營產生的外匯風險。

於往績記錄期間，我們產生的大部分收益以美元列值及剩餘部分收益以人民幣列值。然而，我們向媒體發佈商支付的流量獲取成本主要以美元列值，而我們大部分經營開支以人民幣列值。人民幣兌美元或其他貨幣的價值或會波動及受我們控制範圍以外(其中包括)全球政治及經濟狀況變動等影響。因此，人民幣兌其他貨幣匯率的任何波動或會令我們承受匯率風險，並可能對我們的經營業績造成不利影響。

我們於往績記錄期間並無對沖外匯風險。有關往績記錄期間除稅後溢利的敏感度分析，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註28。

風險因素

國內及全球經濟嚴重或長期下滑可能對我們的業務及財務狀況構成重大及不利影響。

我們的收入來自廣告主透過我們於全球範圍內的媒體發佈商投放彼等之廣告。因此，我們的業務受國內及全球經濟狀況的影響。全球宏觀經濟環境正面臨挑戰。例如，比較過去十載，中國的經濟放緩增長，且趨勢可能持續。部分全球主要經濟體系(包括美國及中國)的央行及金融機關採取擴張性貨幣及財務政策，所帶來的長遠影響極不明確。中東、歐洲及非洲的動盪及恐怖威脅一直備受關注，導致市場出現波動。中國與其他國家(包括周邊的亞洲國家)的關係亦受到關注，對於經濟構成潛在影響。美國對中國及其他國家發起的潛在貿易戰亦備受關注。我們經營所在市場的經濟狀況乃對全球經濟狀況、以及國內的經濟和政治政策變動及預期或感知整體經濟增長率極為敏感。全球或我們經營所在市場的經濟嚴重或長期放緩可能對我們的業務、經營業績及財務狀況構成重大及不利影響。國內或全球經濟嚴重或長期下滑可能對我們的業務及財務狀況構成重大及不利影響。

我們可能無法阻止他人未經授權使用我們的知識產權。

我們將商標、版權、域名、專有知識、專有技術及類似知識產權視為我們成功的關鍵，我們倚賴知識產權法律及合約安排(包括與僱員及其他人士訂立保密及不競爭協議)保護我們的專有權利。進一步詳情請參閱本文件「業務—知識產權」。儘管有該等措施，但我們的任何知識產權均可能遭質疑、成為無效、被規避或遭濫用，或相關知識產權可能無法為我們提供競爭優勢。

在中國維護及執行知識產權可能存在困難。法律及法規可能需要司法解釋及強制執行且其適用可能存在不一致。相關對手方可能會違反保密、發明轉讓及不競爭條款，而我們就相關違約可能無法獲充分的救濟。因此，我們可能無法在所有司法管轄區有效保護我們的知識產權或執行我們的合約權利。防止任何未經授權使用我們知識產權的行為可能存在困難且成本高昂，而我們採取的措施可能不足以防止他人對我們知識產權的濫用。倘我們尋求以訴訟方式執行我們的知識產權，則相關訴訟可能產生大量成本並分散我們的管理及財務資源。我們不能保證我們能夠在相關訴訟中勝訴。此外，我們的商業秘密可能被洩露給競爭對手，或被競爭對手以其他方式獲得，或被競爭對手獨立發現。倘我們的僱員在為我們工作過程中使用他人擁有的知識產權，則可能產生與專有知識及發明相關的糾紛。倘我們未能保護或執行自身的知識產權，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

風險因素

我們可能被提出知識產權的侵權索償，就此作出抗辯可能耗時且昂貴。

我們無法確定我們的營運或業務任何方面並無或將不會侵犯或違反第三方所持有的商標、專利、版權、專有技術或其他知識產權。我們日後可能不時遭他人就知識產權提起法律訴訟及索償。此外，在我們不知情的情況下，我們的產品、服務或業務其他方面可能侵犯第三方商標、專利、版權、專有技術或其他知識產權。該等知識產權的持有人可能在各司法權區針對我們強制執行該等知識產權。若我們被提起任何第三方侵權索償，則不論有關索償是否具有理據，亦可能迫使管理層從我們的業務及營運中抽出時間及其他資源，來就此等索償作出抗辯。

此外，知識產權法的應用及詮釋以及批授商標、專利、版權、專有技術或其他知識產權的程序及標準在不斷演進且可能不明確，因此我們不能向閣下保證，法院或監管機關將會同意我們的分析。若我們被裁定已侵害他人的知識產權，則我們可能須負上侵權活動的責任，或可能被禁止使用有關知識產權，以及我們可能產生許可使用費或被迫自行開發替代品。因此，我們的業務及財務表現可能會受到重大及不利影響。

我們在日常業務過程中可能遭提起法律程序。倘我們於有關法律程序中敗訴，則可能對我們的業務、經營業績及財務狀況構成重大不利影響。

我們在日常業務過程中可能不時遭提起法律程序，繼而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況構成重大不利影響。我們或會就法律法規的合規事宜接獲政府機構及監管者的正式及／或非正式的閱詢，其中許多法律法規正在改變並須加以解釋。廣告主、媒體發佈商、競爭對手或政府部門在民事或刑事調查及程序中或其他實體可能針對我們提起因實際或指稱違反法律相關的索償。此等索償可能根據不同司法權區的各项法律及規例而提出，包括但不限於廣告法例、互聯網信息服務法例、知識產權法例、不正當競爭法例、數據保護及私隱法例、勞工及僱傭法例、侵權法例、合同法例、財產法例及僱員福利法例。我們亦可能因我們媒體發佈商或廣告主的行動而遭起訴。

概不保證我們將能在法律及行政行動中成功自我抗辯或維護我們在不同法律下的權利。即使我們在法律及行政行動中成功自我抗辯或維護我們於不同法律下的權利，但強制執行我們對各涉及人士的權利可能屬昂貴、耗時及最終徒然。此等行動可能令我們產生負面形象及招致龐大的金錢賠償及法律抗辯成本、遭頒發強制性濟助以及刑事和民事罰款及懲處，包括但不限於吊銷或撤銷營業執照。

風險因素

未遵守稅務條例可能會導致被處以罰款或徵收額外稅項。

香港虎視未按照稅務條例第51(2)條項下規定及時就二零一六／一七及二零一七／一八財政年度提交其利得稅報稅表。根據稅務局作出的稅務評估，香港虎視就二零一六／一七、二零一七／一八及二零一八／一九課稅年度應繳所得稅總額合共為7,057,886港元。稅務局概無就其稅務評估加徵附加費用。截至二零二零年六月四日，我們已繳足香港虎視就二零一六／一七、二零一七／一八及二零一八／一九課稅年度的應繳稅項。進一步詳情請參閱本文件「業務—法律程序及合規事宜—不合規事件」。

截至最後實際可行日期，我們並無收到稅務局有關香港虎視未及時提交其二零一六／一七及二零一七／一八財政年度利得稅報稅表的任何通知、查詢、調查、實地審核、起訴或處罰。根據稅務條例，倘被提起訴訟，香港虎視就其未及時報稅可能被處的最高財務處罰為少繳稅款額的三倍另加不超過10,000港元的額外罰款。我們已獲法律顧問告知，基於彼獲提供的可用文件及經考慮有關事件的情況，對香港虎視施加或處以最高處罰的可能性很低。截至最後實際可行日期，我們並無收到稅務局就香港虎視未及時通知其二零一六／一七年及二零一七／一八年應繳利得稅作出任何通知、查詢、調查、實地審核、起訴或處罰。我們亦已採取詳情載於本文件「業務—法律訴訟及合規—不合規事件」的補救措施。然而，概不能保證稅務局不會對香港虎視採取可能導致罰款甚或最高罰款的任何行動。

我們業務合作第三方的不合規行為可能對我們的業務產生不利影響。

我們的業務合作夥伴(例如媒體發佈商及廣告主)，以及與我們的業務合作夥伴建立業務關係的其他第三方線上廣告平台，可能因未能滿足監管合規要求而受到監管罰款或處罰，這可能直接或間接地干擾我們的業務。我們無法確定有關第三方是否已經侵犯或將侵犯任何其他方的合法權利或違反任何監管規定。我們無法排除因第三方的任何不合規行為而承擔責任或蒙受損失的可能性。

我們無法向閣下保證，我們定能識別我們的業務合作夥伴或其他第三方在業務實踐中的不正當或不合規行為，或定能及時、妥當地糾正該等不正當或不合規行為，甚至可能完全無法糾正該等行為。我們的業務合作夥伴的法律責任及監管行動可能影響我們的業務活動和聲譽，從而可能影響我們的經營業績。

我們倚賴高級管理層及其他主要僱員，且倘我們失去他們的服務或未能吸引新僱員代替該等主要員工，我們的業務及發展前景或會遭受嚴重影響。

我們的業務營運倚賴高級管理層及其他主要僱員的持續服務。具體而言，我們倚賴核心高級管理層(對本公司的戰略方向及整體管理極其重要)的專業知識、經驗及領導能力。此外，於往績記錄期間，我們的大部分主要客戶經由我們的創始人與客戶的關係而被推薦予我們。

風險因素

雖然我們已向管理層給予激勵，但我們不能向閣下保證，我們可以繼續獲得他們提供服務。若本公司一名或多名主要人員未能或不願意留任其現時崗位，我們未必能輕易物色到或根本無法物色合適的替代人選，可能導致我們的業務營運、戰略方針及戰略執行受到重大影響，以及我們的財務狀況及經營業績可能受到重大及不利影響。此外，儘管我們已與管理層訂立保密及不競爭協議，但不保證我們管理團隊的成員將不會加盟我們的競爭對手或組成競爭性業務。若我們與現任或前任高級人員之間發生任何爭議，則我們或需產生龐大的成本及開支來強制執行該等協議，或我們可能完全不能強制執行該等協議。

此外，由於業內人才的需求及競爭激烈，我們日後或需提供更優厚的薪酬及其他福利以吸引及挽留主要員工，而此舉將加大我們的薪酬開支。

我們人員的不當行為或會損害我們的聲譽及業務

我們人員的不當行為或會導致我們違反法律、招致監管處罰以及嚴重損害聲譽或財務損失。該等不當行為包括開展未經授權或不成功的活動引起未知及無法管理的風險或損失、不當使用或披露機密信息、參與欺詐行為，或在其他方面不遵守法律或我們的內部監控程序。我們無法向閣下保證，我們的人員不會作出任何不當行為，且我們為防止及發現該等活動所採取的預防措施未必在所有情況下均有效。我們亦可能因我們人員的不當行為遭受負面輿論、聲譽損害或訴訟損失，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的風險管理及內部監控亦倚賴於僱員的有效實施。我們無法向閣下保證該等實施不會涉及任何人為失誤或錯誤，這會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。隨著我們可能在未來提供範圍更廣及更加多元化的服務與解決方案。服務供應的多元化要求我們繼續提高風險管理能力。倘我們未能及時調整風險管理政策及程序以適應不斷變化的業務，我們的業務、經營業績及財務狀況或會遭受重大不利影響。

此外，近年我們增加投入大量資源以發展我們的業務，包括通過提高技術能力及IT基礎架構以及增加員工(尤其是內部優化師及設計師)人數。我們預計持續增長可能需要大量財務及其他資源，其中包括：

- 投資我們的IT基礎架構(包括但不限於投資SDK集成)，以提高AdTensor平台的能力；
- 投資我們的內部優化師及設計師，努力提升我們的廣告服務；
- 投資我們的IT團隊，創新及改進我們的IT服務；

風險因素

- 拓展我們的全球業務佈局以擴增我們在全球的廣告主及媒體發佈商群體；及
- 發掘戰略性收購。

我們的開支未必會產生預期回報或為我們的業務帶來利益，且若我們未能有效管理我們的成本，我們或無法維持盈利能力。

我們可能在收取貿易應收款項方面面臨若干風險，如未能收取，則可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

截至二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項為人民幣140.7百萬元。於二零一九年，我們的貿易應收款項週轉天數為35.0天。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們錄得貿易應收款項減值虧損分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.8百萬元。由於我們的業務持續擴大，我們的貿易應收款項結餘可能會持續增加，這可能加大不可收取應收款項的風險。我們的信用期通常為一個月，主要客戶可延長至三個月。我們通常並無就貿易應收款項要求提供抵押品或其他信用增強。倘我們無法及時向客戶收取貿易應收款項，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

倘客戶延遲結算發票或倘我們未能向關聯方收取貿易應收款項，我們的信貸風險經增加且我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們面臨有關來自客戶及關聯方的貿易應收款項的信貸風險。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項分別為人民幣88.6百萬元、人民幣82.4百萬元及人民幣140.7百萬元。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項包括應收關聯方款項人民幣11.5百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣2.1百萬元，有關款項須於一至12個月的信貸期內償還。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，貿易應收款項結餘的週轉天數分別為47.9天、36.8天及35.0天。有關我們於加強信貸控制所採用的措施的詳細討論請參閱本文件「財務資料—選定資產負債表項目—貿易應收款項」。我們的業務經營及現金流量面臨客戶延期付款的風險。我們的客戶的結算日可能會受到其內部政策的影響，且我們無法保證我們的債務人／客戶將及時清償款項。我們為加強收回及管理貿易應收款項而作出的努力可能會白費，而即使有收回的可能，我們無法保證將可悉數收回應收客戶（包括債務人／客戶）的未清償款項，亦無法保證我們的客戶或關聯方將及時清償款項。

概不能保證我們的集團內公司間交易將不會受到主管部門作出的納稅調整限制。

於往績記錄期間，我們透過香港虎視及北京虎示提供線上廣告服務。香港虎視與北京虎示之間的集團內公司間交易涉及北京虎示向香港虎視提供廣告設計、優化服務、與客戶溝通及相關行政支持。透過香港虎視與我們海外媒體發佈商的廣告代理關係，

風險因素

香港虎視與海外媒體發佈商安排購買廣告版位及直接與海外客戶訂立服務合約。香港虎視與北京虎示之間訂有服務協議以規範集團內公司間交易。法律顧問已確認於往績記錄期間，香港虎視及北京虎示間的集團內公司間交易符合公平交易原則並與稅務條例所述經濟合作與發展組織(OECD)推薦建議的分析方法相一致。我們的中國法律顧問亦已確認，香港虎視與北京虎示之間的服務協議條款(包括服務範圍、服務費、定價基準及稅項負債的條款)並不違反適用中國法律及規例的任何強制性條文。董事經向羅申美稅務諮詢有限公司(「**稅務顧問**」)諮詢後認為，有關集團內公司間交易已根據香港及中國的相關適用法律法規按公平基準進行。截至最後實際可行日期，董事並不知悉有任何稅務機關對我們的集團內公司間交易開展任何進行中的查詢、審核、調查或繳納額外稅項的要求或質疑。

概無保證相關稅務機關其後不會質疑我們集團內交易安排的適宜性，或監管此類安排的相關規例或標準日後將不會發生變化。倘相關稅務機關隨後發現我們應用的定價政策及條款不適宜，則有關機關可能會要求我們重新評估定價政策以及重新分配收入或調整應課稅收入。任何重新分配或調整均可能會加重我們的稅項負債，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利的影響。

由於承保範圍有限，我們或會面臨重大虧損及業務中斷。

我們並無就運營情況投保任何可彌補潛在損失或損害的保單。發生任何未獲保的情況(其中包括業務中斷、訴訟或自然災害，或對我們的未投保設備或設施造成的重大損害)均可能會對我們的經營業績產生重大不利影響。中國的保險行業仍處於發展初期階段，而且中國的保險公司目前提供有限的業務相關保險產品。因此，即使我們有所期望，但我們可能無法就與我們的資產或業務相關的若干風險投保。如果我們因火災、爆炸、洪水或其他自然災害、我們的網絡基礎設施或業務運營出現中斷或任何重大訴訟而招致大量虧損或負債，則我們的經營業績可能會受到重大不利影響。如果我們蒙受任何不獲保單承保的虧損，或者獲賠償金額遠低於我們的實際虧損，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

控股股東對本公司擁有重大影響力，且其利益可能與其他股東的利益不相符。

緊隨[編纂]及[編纂]後，控股股東將合共擁有我們約[編纂]%的股份(假設[編纂]未獲行使)。控股股東將通過在股東會議上行使投票權及其在董事會的代表對我們的業務及事務(包括就兼併或其他企業合併、收購或處置資產、發行額外股份或其他股本證券、

風險因素

股息派付時間及數額作出的決策)以及管理層產生重大影響。控股股東的行為可能不符合我們少數股東的最佳利益。此外，未經控股股東同意，我們不得進行我們可能受益的交易。該股權集中度可能亦會妨礙、延遲或阻止本公司控制權轉變，而這可能會剝奪股東在出售本公司中獲取股份溢價的機會。

我們面對與自然災禍、健康疫症及其他公眾安全問題有關的風險。

我們的業務可能因自然災禍、健康疫症或傳染病(包括但不限於COVID-19)大流行或其他公眾安全問題而受到重大不利影響。自然災禍可能引致服務器中斷、失靈、系統故障、技術平台故障或互聯網故障，此情況可能導致數據遺失或破壞，或軟件或硬件故障，並對我們操作平台以及提供解決方案的能力構成不利影響。倘僱員受到健康疫症所影響，我們的業務亦可能受到不利影響。此外，倘若任何健康疫症危及整體國家經濟，則我們的經營業績可能受到不利影響。中國武漢市及其他地區於二零一九年初爆發COVID-19，導致大量確診及死亡個案。倘日後再次爆發COVID-19、禽流感或其他類似的重大疫症，可能會令(其中包括)我們的業務受到嚴重干擾。倘交通中斷，甚至迫使我們的辦公室在正常營業時間內關閉，我們的正常業務營運(包括廣告優化及廣告投放)可能會在廣告活動並非由AdTensor的自動操作規則管理時出現延遲。該等風險帶來影響的頻率及程度超出我們的控制範圍，我們無法保證允許遠程訪問計算機系統的資訊科技基礎設施能夠充分支持我們的業務運營。此外，由於政府或會實行監管或行政措施隔離受影響地區或實施其他措施以控制或遏止傳染病爆發，因此傳染病爆發亦可能嚴重影響及限制經濟活動程度，從而可能令我們的業務、財務狀況及經營業績受到重大不利影響。我們亦不能保證COVID-19的爆發不會進一步升級，或不會對我們的經營業績造成重大不利影響。為最大程度地緩解COVID-19爆發的影響，我們亦已實施全公司範圍的自我保護政策，以使僱員可以遠程工作或於現場工作時採取防護措施。進一步詳情請參閱本文件「概要 — 近期發展及爆發COVID-19」。目前，我們大部分的管理層及僱員目前於北京居住。因此，倘任何自然災禍、健康疫症或其他公眾安全問題影響到北京或我們於香港的另一辦事處，則我們的營運可能遭受重大干擾，繼而對我們的業務、財務狀況及經營業績構成重大及不利影響。

與在中國開展業務有關的風險

中國經濟、政治及社會狀況以及政府政策如有任何變動，可能會對我們造成不利的影響。

我們在全球範圍為廣告主投置廣告，而我們大部分的業務在中國經營。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景受到中國的經濟、政治及社會狀況以及政府政策的嚴重影響。中國的經濟在許多方面與大部分發達國家的經濟不同，包括結構、政府的干預程度、發展水平、增長率、外匯管制及資源分配等方面。雖然中國的經濟於過去數十年突飛猛進，但在地理上及多個經濟板塊之間的增長不均衡。

風險因素

中國政府採取策略性資源分配、外幣付款責任管制、制定貨幣政策及向特定行業或公司提供優惠待遇來對中國的經濟增長施以重大管控。儘管中國的經濟於過去數十年長足增長，但增長未必持續，而放緩現象可能對我們的業務構成負面影響。中國的經濟、政治及社會狀況、政府政策或中國法律、法規政策出現任何不利變動，均可能對中國整體的經濟增長構成重大不利影響，而該等影響可能對我們的業務構成不利影響，削弱廣告主的需求，從而或會對我們的競爭地位產生不利影響。

中國法律制度尚不健全，存在固有不確定因素，可能影響我們業務及股東可獲得的保障。

中國的法律體系以成文法為基礎，且全國人民代表大會常務委員會負責詮釋中國的法律法規。有別於普通法體系，已裁決的法律案件在中國法律體系的先例價值很低。中國的法律體系急速演變，許多法例、規例及規則的詮釋可能存在不一致性。此外，中國行政機關及法院在詮釋及實施法定及合約條款方面擁有重大酌情決定權。因此難以評估行政及法庭訴訟程序的結果及我們享有的法律保障實際水平。該等不確定因素可能影響我們就法律規定的相關性作出判斷及影響我們就將採取的措施及行動以遵守上述法律規定作出決定，且可能影響我們實現在有關法律下與合約或侵權行為相關的權利的能力。此外，我們無法預測中國法制未來發展所帶來的影響，尤其對互聯網相關行業的影響，包括頒佈新法例、現行法例或其詮釋或執行情況改變，或國家法例凌駕地方法規。因此，我們無法保證日後我們會享有相同水平的法律保障，或該等新法律法規不會影響我們的營運，進而對我們的財務狀況及業績產生不利影響。

中國政府對兌換貨幣的管制可能局限我們有效動用收入的能力，並影響閣下投資的價值。

中國政府對人民幣兌換外幣及(在若干情況下)匯款至中國境外實施管制。外幣供應短缺可能限制北京虎示匯入足夠的外幣向我們派付股息或支付其他款項或以其他方式履行其外幣付款責任的能力。將人民幣兌換為外幣並匯出中國境外以支付資本開支，須取得國家外匯管理局或其地方分局的批准或登記。若我們因外匯管制體系而無法獲取足夠外幣滿足我們的貨幣需求，我們可能無法以外幣向股東派付股息。

中國政府亦可酌情限制日後在經常賬交易中使用外幣。根據現行中國外匯法規，若干經常賬項目的付款可依照若干程序要求以外幣作出，而無須經國家外匯管理局地方分局事先批准。然而，將人民幣兌換為外幣並匯出中國境外以支付資本開支，則須取得適當政府部門的批准。中國政府亦可能行使其酌情權，於日後限制經常項目交易取得外幣。倘外匯管制制度令我們無法取得足夠的外幣以滿足貨幣需要，則我們未必能以外幣向股東派付股息。

風險因素

人民幣價值波動可能對閣下的投資構成重大不利影響。

人民幣根據中國人民銀行所訂定的匯率兌換成外幣，包括港元及美元。於二零一五年十一月三十日，國際貨幣基金組織執行董事會完成對組成特別提款權（「特別提款權」）貨幣籃子的五年例行覆審，並決定自二零一六年十月一日起，將人民幣釐定為可自由使用的貨幣，並將成為繼美元、歐元、日圓及英鎊後第五種獲納入特別提款權籃子的貨幣。隨著外匯市場的發展以及利率自由化及人民幣國際化的推進，中國政府未來可能公佈匯率制度的進一步變動，而我們不能向閣下保證，未來人民幣兌港元或美元不會大幅升值或貶值。

[編纂][編纂]預期將以人民幣以外的貨幣存放在海外。倘若我們決定在中國使用一部分[編纂]，我們須向中國有關監管機關取得所需批准及備案，將此等[編纂]兌換成在岸人民幣。倘[編纂]不能及時兌換成在岸人民幣，則我們有效率地部署此等[編纂]的能力可能受到影響，原因是我們將無法把此等[編纂]投資於境內的人民幣計值資產或部署到需要人民幣的境內用途，此情況可能對我們的業務、經營業績及財務狀況構成不利影響。

可能難以向我們或居住在中國的董事或行政人員送達法律程序文件或在中國向彼等或我們強制執行自非中國法院獲得的任何判決。

我們大部分的董事及高級管理層居住在中國且彼等的資產亦可能主要位於中國。因此，投資者可能無法向我們或該等人士送達來自中國境外的法律程序文件或在中國向我們或彼等強制執行自非中國法院獲得的任何判決。中國並無與開曼群島、美國、英國、日本以及許多其他國家或司法權區簽訂規定互相承認及執行法院裁決的條約。因此，在中國承認及執行該等任何司法權區法院的裁決可能存在困難或甚至不可能。

中國最高人民法院與香港政府於二零零六年七月十四日簽署《關於內地與香港特別行政區法院互相認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》（「二零零六年安排」）。並進一步簽署《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》（「二零一九年安排」）。二零一九年安排建立了一個雙邊法律機制，使得相互承認及執行香港及中國法項下在民事及商業案件的判決更清晰。僅於香港及中國兩地均

風險因素

已完成必要程序以執行實施並將於二零一九年安排開始日期或之後執行香港及中國法院作出的判決後，二零一九年安排方於香港及中國宣佈的日期生效。二零一九年安排生效後，二零零六年安排將被取代。然而，二零零六年安排將仍適用於二零一九年安排生效日之前作出的「書面協議管轄」。儘管二零一九年安排已簽署，目前尚不清楚其生效日期，亦不確定二零一九年安排項下任何訴訟的後果及可執行性。

就中國所得稅而言，我們可能被歸類為中國居民企業，因而可能對我們及非中國稅收居民股東構成不利的稅務後果。

根據中國企業所得稅法及其實施條例，在中國境外成立但「實際管理機構」設於中國境內的企業被視為居民企業，將須就其全球收入按25%的稅率繳納企業所得稅。實施條例將「實際管理機構」界定為對企業的生產經營、人員、賬務及財產等實施實質性全面管理和控制的機構。於二零零九年四月二十二日，稅務總局印發《國家稅務總局關於境外註冊中資控股企業依據實際管理機構標準認定為居民企業有關問題的通知》(於二零零八年一月一日起實施)(「**稅務總局82號文**」)，其規定了認定「實際管理機構」若干具體標準，即符合以下所有條件：(i)日常經營管理的主要地點位於中國境內；(ii)企業的財務及人事決策由位於中國境內的機構或人員決定或需要得到其批准；(iii)企業的主要財產、會計賬簿及紀錄、公司印章、董事會和股東決議案位於或備存於中國境內；及(iv)具有至少50%投票權的董事會成員或高級行政人員經常居住於中國境內。作為82號文的補充，稅務總局頒佈於二零一一年九月一日生效的《境外註冊中資控股居民企業所得稅管理辦法(試行)》(「**45號公告**」)，澄清「境外註冊中資控股居民企業」的申報及備案義務。

稅務總局82號文及45號公告可反映出稅務總局關於一般情況下釐定外資企業稅收居所的準則。然而，該等規則僅適用於由中國企業控股的境外企業，而非由中國個人投資或控股的境外企業(如我們)。現時並無適用於我們的任何進一步詳細規則或先例。然而，企業的稅務居民身份由中國稅務機關所決定，而「實際管理機構」一詞的詮釋仍存在不確定性。由於我們絕大部分的管理層成員駐守中國，故稅務居住規則會否對我們的情況適用仍未明確。倘就中國企業所得稅而言，中國稅務機關認為我們位於中國境外的任何附屬公司為中國居民企業，則有關附屬公司可能須就其全球收入按25%稅率繳納中國稅項，此情況可能會顯著降低我們的淨收入。此外，我們亦將須承擔中國企業所得稅申報責任。

《中華人民共和國外商投資法》的詮釋及實施，及對我們的業務營運構成何種影響存在重大不確定性。

商務部於二零一五年一月印發《外商投資法》的草案徵求意見稿，旨在於其制定後取代中國現行規範外商投資的三項法例，即《中外合資經營企業法》、《中外合作經營企業法》及《外資企業法》(統稱「**前外商投資法**」)。於二零一九年三月十五日，《外商投資法》由第十三屆全國人民代表大會頒佈，並將自二零二零年一月一日起生效。外商投資法

風險因素

將取代前外商投資法，並成為中國外商投資的基本法。外商投資法將外商投資界定為由一名或以上外國自然人、企業或其他組織（「外國投資者」）直接或間接在中國境內進行的任何投資活動，並特別規定四種形式的投資活動為外商投資，即(a)外國投資者單獨或與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；(b)外國投資者取得中國境內企業的股份、股權、財產份額或其他類似權益；(c)外國投資者單獨或與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及(d)法律、行政法規或國務院規定的任何其他方式的投資。由於外商投資法的詮釋及實施尚未正式頒佈，故尚不確定其將如何影響我們現有公司架構、企業管治及業務營運的可行性。

規管中國互聯網行業及相關業務的法律及法規不斷演變，可能涉及重大不確定性。

中國政府對互聯網行業施加廣泛的監管，包括互聯網行業從業公司的外資擁有權以及相關牌照及許可規定。該等互聯網方面的法律及法規相對較新並不斷演變，有關詮釋及執行涉及重大不確定性。此外，與中國互聯網業務規管有關的風險及不明朗因素包括可能頒佈或發佈新的法律、法規或政策規管互聯網活動，包括線上廣告業務。倘頒佈該等法律、法規或政策，我們或須就我們的營運取得額外的許可。倘於該等新法規生效後，我們的營運並未遵守該等新法規，或倘我們未能根據該等新的法律及法規取得所需許可，我們或會面臨罰款，而我們的業務營運可能會被中斷。

實施更嚴格的勞動法律及法規或對我們的業務及盈利能力造成不利影響。

截至二零一九年十二月三十一日，我們共有48名僱員，其中絕大部分駐於我們的中國辦事處。我們在與僱員訂立勞動合約及為僱員福利向指定政府部門支付多項法定僱員福利（包括養老金、住房公基金、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險）方面，須遵守更嚴格的監管規定。

根據《中華人民共和國勞動合同法》及其實施條例，僱主須在簽署勞動合同、最低工資、支付薪酬、約定僱員試用期及單方解除勞動合同方面遵守更嚴格的規定。倘我們決定終止僱用部分僱員或另行更改我們的僱傭慣例或用工行為，《中華人民共和國勞動合同法》及其實施條例可能限制我們按理想或經濟的方式作出該等變動，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。根據《中華人民共和國社會保險法》，僱員必須參加養老保險、工傷保險、醫療保險、失業保險及生育保險，而僱主必須與僱員一道或單獨為有關僱員支付社會保險金。

風險因素

由於勞動相關法律及法規的詮釋及實施仍在不斷演變中，我們無法向閣下保證，我們的僱傭情形並不及將不會違反中國的相關勞動法律及法規，如有違反，則可能導致我們陷入勞資糾紛或遭到政府調查。我們無法向閣下保證，我們已經或將能遵守所有相關勞動法律及法規，如該等與支付社會保險金及住房公積金供款的責任相關的法律及法規等。倘被視為違反相關勞動法律及法規，我們可能須按規定向僱員作出額外補償，且我們的業務、財務狀況及經營業績將受到不利影響。

出售股份的收益及股份的股息可能須繳納預扣中國企業所得稅。

倘我們就企業所得稅而言被中國稅務機關分類為中國稅收居民企業，屬於「非中國稅收居民」的股東可能須於出售或以其他方式處置股份所變現的收益或應收股份股息被視為源自中國境內的收入時，就該等收入按10%的稅率（如為企業所得稅法所界定的非居民企業）或20%的稅率（如為自二零一九年一月一日起實施的《中華人民共和國個人所得稅法》所界定的非居民個人）繳納預扣中國企業所得稅。於前述兩種情況下，均有可能適用稅收協定及中國法律所載的任何扣減或豁免。

我們為一間在開曼群島註冊成立的控股公司，我們相當大部分業務位於中國。尚不確定我們會否就《企業所得稅法》而言被認定為「中國稅收居民企業」。因此，尚不清楚我們股份的股息或轉讓我們股份所變現的任何收益會否被視為源自中國境內的收入及會否因此須繳納中國所得稅。倘我們被認定為「中國稅收居民企業」，則向屬於「非中國稅收居民」的股東派付的任何股息以及該等股東轉讓我們股份所變現的任何收益可能被視為源自中國的收入並須繳納中國所得稅，惟有關稅項被另行扣減或豁免則除外。亦不清楚股東是否能主張享有中國與其他國家或地區之間所訂稅收協定或協議下的利益。倘我們應付非中國稅收居民股東的股息或轉讓我們股份的收益須繳納中國稅項，有關非中國股東於我們股份的投資的價值可能受到重大不利影響。

我們的現金需求倚賴日後附屬公司向我們支付的股息，而中國法律對中國附屬公司向我們派息的能力的限制可能對我們運用有關資金的能力造成不利影響。

本公司為一間於開曼群島註冊成立的控股公司，旗下相當一部分業務均是透過我們在北京及香港的附屬公司進行。因此，用以向股東支付股息及償付債務的資金的充裕度取決於收取自該等附屬公司的股息。倘附屬公司招致任何債務或損失，有關債務或損失可能損害彼等向我們支付股息或其他分派的能力，從而對我們的派息或支付其他分派以及償還債務的能力構成限制。

風險因素

中國法律規定，將以純利支付的股息將根據中國會計原則計算，而該等原則在許多方面與在其他司法權區普遍認可的會計原則（包括香港財務報告準則）存在差異。中國法律亦規定，外商投資企業（例如我們設在中國的附屬公司）必須撥出一部分純利留作法定儲備，不可作為現金股息用於分派。

倘我們自中國附屬公司收取股息而有關股息可能須繳納中國預扣稅，則我們可能向股東支付的股息（如有）的金額會受到重大不利影響。

我們為一間根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，在中國設有可能須向我們支付股息的附屬公司。根據《企業所得稅法》，除非外國投資者稅務住址所在的司法權區與中國訂有規定稅收優惠待遇的稅收協定，否則「中國稅收居民企業」向外國企業支付的股息目前適用預扣稅稅率10%。根據避免雙重徵稅安排，倘中國企業於分派股息前連續至少12個月由香港企業持有至少25%權益及符合若干其他條件（例如實益擁有權規定），則優惠預扣稅稅率5%或可適用。此外，優惠預扣稅稅率申請人須向其主管稅務機關進行申報，並提交全部所需申請資料。有關申請毋須經由政府批准，但有關稅務機關其後可對優惠預扣稅稅率的適用性提出異議。進一步詳情請參閱本文件「監管概覽—中國法律法規—有關稅項的法律及法規—企業所得稅」。我們無法向閣下保證，我們認定自身合資格享有稅收優惠待遇不會遭到相關中國稅務機關的質疑，亦無法保證我們將能夠在相關中國稅務機關完成必要備檔和就中國附屬公司向香港股東支付的股息享有避免雙重徵稅安排下的優惠預扣稅稅率。

有關境外控股公司向中國實體提供貸款及進行直接投資的中國法規可能延遲或阻止我們向中國實體提供貸款或作出額外出資。

我們作為中國附屬公司的境外控股公司，可向中國附屬公司提供貸款或向彼等作出額外出資。向我們中國附屬公司提供有關貸款及出資受限於中國法規及批准。例如，我們向附屬公司提供的貸款不得超過法定限額，且必須在國家外匯管理局或其地方分支機構進行登記。向我們中國附屬公司出資必須經中國商務部或其地方分局批准或備案。此外，中國政府亦限制將外幣轉換為人民幣及所得款項的用途（倘我們在中國使用部分所得款項）。我們無法向閣下保證，我們將能夠就我們日後向中國附屬公司提供貸款或日後向中國附屬公司出資及時完成必要的政府登記或取得必要的政府批准（如有的話）。違反適用通知及規則可能導致遭到嚴重處罰，包括《中華人民共和國外匯管理條例》所載的高額罰款。倘我們未能完成有關登記或取得有關批准，我們作出額外出資為中國業務提供資金的能力可能受到負面影響，繼而可能對我們的流動資金以及我們撥付和擴大業務的能力造成重大不利影響。

風險因素

與[編纂]有關的風險

股份過往並無公開市場，且未必形成活躍的買賣市場。

於[編纂]完成前，我們的股份並無公開市場。不能保證我們的股份將於[編纂]完成後形成或能維持活躍的買賣市場。[編纂]乃本公司與[編纂]（為彼等本身及代表[編纂]）進行協商後的結果，但未必反映我們的股份於[編纂]完成後的成交價。我們股份的[編纂]可能會於[編纂]完成後的任何時間下降至低於[編纂]。

我們股份的成交價可能波動因而可能令閣下蒙受重大損失。

我們股份的成交價可能反覆不定，並可能受到我們不可控制的因素影響而大幅波動，包括香港、中國及全球其他地方的證券市場的整體市況。尤其是，業務營運主要位於中國且證券在香港上市的其他公司的[編纂]表現及波動可能影響我們股份的價格及成交量波動。眾多的中國公司已經將其證券在香港上市，而部分亦正在籌備過程中。該等公司中有部分公司曾經歷顯著波動，包括於首次公開發售後價格顯著下跌。此等公司的證券於發售之時或之後的成交表現可能影響到整體投資者對投資於在香港上市的中國公司的情緒，因而可能影響到我們股份的成交表現。無論我們實際的經營表現如何，此等廣泛的市場及行業因素亦可能對我們股份的[編纂]及波動構成重大影響。

投資者將面臨即時攤薄。

由於我們股份的[編纂]乃高於緊接[編纂]前每股綜合[編纂]淨值，故我們股份於[編纂]中的買家將面臨即時攤薄。我們現有股東所持股份的[編纂]經調整每股綜合有形資產淨值則獲增加。此外，倘[編纂]行使[編纂]，或我們日後發行額外股份以籌備額外資金，則股份持有人可能面臨權益被進一步攤薄。

日後發行、[編纂]或出售我們股份或對我們股份的現行[編纂]及我們於有利時間以有利價格籌集未來資本的能力造成不利影響。

我們股份的[編纂]可能會因我們的股份或與股份相關的其他證券日後在公開市場上被大量出售導致下跌。我們發行新股份或與股份相關的其他證券，或預期該等出售或發行可能發生，亦可能導致價格下跌。我們的股份日後被大量出售或預期大量出售，可能對我們股份的現行[編纂]及我們日後適時按有利價格籌集資金的能力構成重大不利影響。我們股東的持股比例會因基於任何原因發行或出售更多證券而被攤薄。

風險因素

我們股份的[編纂]在開始買賣時可能因(其中包括)出售時間至買賣開始時間之間可能發生的不利市況或其他不利變動而低於[編纂]。

[編纂]將於[編纂]釐定。然而，[編纂]在直至交付前不會於香港聯交所開始買賣，而交付時間預期為二零二零年七月十日。因此，投資者於該期間可能無法出售或以其他方式處理[編纂]，故[編纂]持有人須承擔的風險是[編纂]的價格在開始買賣時可能因(其中包括)出售時間至買賣開始時間之間可能發生的不利市況或其他不利變動而低於[編纂]。

倘證券或行業分析師不發佈有關我們業務的研究報告，或彼等對關於我們股份的建議作出不利更改，則我們股份的[編纂]及成交量可能下跌。

我們股份的買賣市場將會因行業或證券分析師發佈有關我們或我們業務的研究及報告而受到影響。倘報道我們的一名或多名分析師將我們的股份降級，則我們股份的價格很可能會下跌。倘其中一名或多名分析師不再報道本公司或未有定期發佈有關我們的報告，則我們可能會失去在金融市場的曝光率，進而可能導致我們的股票價格或成交量下跌。

我們日後或無法宣派股份的股息。

我們目前並無任何預定的派息率。本公司自註冊成立日期以來並無派付或宣派任何股息。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止各年度，本公司一間附屬公司向其當時的股東分別宣派股息1.0百萬美元、3.0百萬美元及零。實際向股東分派的股息金額將取決於我們的盈利與財務狀況、經營需求、資本需求以及我們董事可能視為相關的任何其他條件，並須經股東同意。董事會對建議任何股息擁有全權酌情權。

我們日後的股息宣派不一定會反映我們過去的股息宣派，且宣派將由董事會全權酌情決定。實際向股東分派的股息金額將取決於我們的盈利與財務狀況、經營需求、資金需求以及我們董事可能視為相關的任何其他條件，並須經股東同意。董事會對是否建議任何股息擁有全權酌情權。我們無法向閣下保證日後何時及是否派付股息。

概不保證本文件所載源自不同政府刊物、市場數據供應商及其他獨立第三方來源(包括行業專家報告)的若干事實、預測及其他統計數據的準確性或完整性。

本文件中的若干事實、統計數據及資料來源於我們認為就有關資料而言屬可靠及適當的各種渠道(包括多個政府官方渠道)。然而，我們不能保證該等來源資料的質量或可靠性。我們並無理由相信有關資料失實或具有誤導性，或相信任何事實遭遺漏或

風險因素

隱瞞，以致有關資料失實或具有誤導性。儘管我們董事已合理審慎地摘錄及轉載有關資料，但因有關資料並非由我們或任何有關人士編製或獨立核實，故彼等概不對有關事實、統計數據及資料的準確性或完整性發表任何聲明。鑒於搜集資料的方法可能有缺陷或無效或已出版資料之間的差異、市場常規及其他問題，本文件所載的統計數據可能不準確，或無法與為其他刊物或目的編製的統計數據比較，故不應過份加以倚賴。此外，概不保證該等資料乃按相同基準陳述或編製或與其他刊物呈列的類似統計數據具有相同的準確度。在所有情況下，投資者應考慮對該等資料或統計數據的偏重或重視程度。

閣下應仔細閱覽整份文件，且不應在未慎重考慮本文件所載風險及其他資料的情況下考慮已刊發媒體報導中的任何特定陳述。

於本文件日期後但[編纂]完成前，可能有關於我們及[編纂]的新聞及媒體報道，當中可能包含(其中包括)有關我們及[編纂]的若干財務資料、預測、估值及其他前瞻性資料。我們並無授權新聞或媒體披露任何該等資料，亦不就該等新聞稿或其他媒體報道的準確性或完整性承擔任何責任。我們並不就有關我們的預測、估值或其他前瞻性資料的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘該等內容與本文件所載資料不符或有所衝突，我們對此不負上任何責任。因此，務請有意投資者僅依據本文件所載資料作出投資決定，而不應倚賴任何其他資料。

閣下在作出有關我們股份的投資決定時，應僅倚賴本文件、由我們在香港刊發的[編纂]及正式公告所載的資料。我們對新聞或其他媒體所報道的任何資料的準確性或完整性以及新聞或其他媒體就我們股份、[編纂]或我們所發表的任何預測、見解或意見的公平性或適當性概不承擔任何責任。我們並不就任何相關數據或公佈的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。因此，有意投資者在決定是否投資於我們的[編纂]時，不應倚賴任何該等資料、報告或公佈。閣下申請認購我們[編纂]中的股份時，即被視為已同意閣下將不會倚賴並非載於本文件及[編纂]的任何資料。

投資者在執行股東權利方面可能遇到困難。

本公司為一間在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，而開曼群島的法律在若干方面與香港或投資者可能身處的其他司法權區的法例不同。本公司的公司事務受到大綱及細則、公司法及開曼群島的普通法管轄。股東針對本公司及／或我們董事採取法律行動的權利、少數股東採取的行動及我們董事根據開曼群島法律對本公司的受信責任，在很大程度上受開曼群島的普通法管轄。開曼群島的普通法部分衍生自開曼群島較為有限的司法先例及英國普通法(其於開曼群島的法院具有說服力但無約束力)。股東在面對本公司管理層、董事或大股東所採取的行動而行使其權利時所擁有的救濟措施，可能不同於彼等若為香港公司或於其他司法權區註冊成立的公司的股東而可能享有者。

風險因素

我們在如何使用[編纂][編纂]方面有重大酌情權，閣下不一定同意我們使用該等所得款項的方式。

我們的管理層可能以閣下未必認同的方式，或以不會帶來良好回報的方式運用[編纂][編纂]。有關我們的[編纂]擬定用途詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。然而，我們的管理層將酌情決定[編纂]的實際運用。閣下將資金委託予我們的管理層（閣下須倚賴彼等的判斷），供我們就特定用途使用[編纂][編纂]。倘我們變更本文件所披露的[編纂]用途，我們將根據上市規則妥為刊發公告及遵守所用適用規定。

我們與一間德國公司的公司名稱類似。

本公司與一間德國網絡營銷服務供應商的公司名稱類似。因公眾未必能區分名稱相似的公司，與我們的公司名稱類似的德國公司的有關投訴、訴訟、監管行動或其他負面宣傳可能被誤認為與本集團有關而對我們的聲譽及市場認可度產生不利影響。此外，作為我們的擴張計劃的一部分，我們將在歐洲設立附屬公司。在德國公司以其公司名稱註冊相關知識產權的司法權區，我們可能在以公司名稱註冊商標或申請其他知識產權時遇到困難。此外，我們可能面臨德國公司就我們註冊與使用類似名稱相關的知識產權的潛在糾紛或法律程序。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已申請並獲准豁免嚴格遵守以下上市規則的相關條文：

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，公司必須有足夠的管理層留駐香港。此表明一般情況下其至少須有兩名執行董事常居香港。由於我們的總部及業務營運均主要在中國建立、管理及經營，故我們並無且在可預見的將來亦不會有執行董事常居於香港以符合上市規則第8.12條的規定。目前，我們的全體執行董事均常居於中國。

因此，我們已向聯交所申請[而聯交所已批准]豁免嚴格遵守上市規則第8.12條的規定。我們已作出下列安排以保持聯交所與我們之間的有效溝通渠道：

- (i) 根據上市規則第3.05條，本公司已指定常素芳女士及林仕萍女士作為其授權代表，彼等將隨時作為我們與聯交所的主要溝通渠道。授權代表已向聯交所提供其日常聯絡方式詳情，並已確認，聯交所可隨時與其聯絡，其可應聯交所的要求(如必要)於接獲合理通知後與聯交所會面。
- (ii) 聯交所如欲就任何事宜聯絡董事，我們各授權代表能夠隨時迅速聯絡所有董事(包括非執行董事及獨立非執行董事)及高級管理層。授權代表將可通過電話、傳真、電郵及通訊地址等方式聯繫每名董事。
- (iii) 為方便與聯交所溝通，本公司已向其授權代表及聯交所提供各董事的聯絡資料，包括移動電話號碼、辦公室電話號碼、住所電話號碼、電郵地址及傳真號碼。藉此確保我們的授權代表及聯交所能夠於有需要時迅速聯絡所有董事(包括非執行董事及獨立非執行董事)。倘任何董事預期將會外出及因其他原因離開辦事地點，彼將向本公司授權代表提供住宿地點的電話號碼。就本公司所知及所悉，各董事持有或可申請到訪香港的有效旅遊證件，可應聯交所要求於合理時間內與聯交所在香港會面。

豁免嚴格遵守上市規則

- (iv) 本公司已依照上市規則第3A.19條委任鎧盛資本有限公司為其的合規顧問（「合規顧問」）。合規顧問將（其中包括）就[編纂]後由上市規則及香港其他適用的法例及規例所引致的持續合規規定及其他事宜提供建議，且除擔任本公司的法定代表外，合規顧問亦充擔本公司與聯交所進行溝通的額外渠道，並至少於自[編纂]起至本公司根據上市規則第13.46條就首個完整財政年度寄發其年度報告之日止期間回覆聯交所的垂詢。

有關聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第3.28條及8.17條的規定，本公司的公司秘書必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。

我們已委任趙曉娟女士及林仕萍女士為我們的聯席公司秘書。有關趙女士及林女士資格的進一步資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

趙女士現為本公司財務總監，負責監督會計及財務管理。趙女士擁有逾8年會計及財務工作經驗。彼為中國註冊會計師，並取得中國證券投資基金業協會頒發的從業資格。儘管趙女士不具備上市規則第3.28條規定的公司秘書所需的正式資格，惟我們已申請[且聯交所已授予]豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及8.17條的規定，初步期限為[編纂]起計三年，因此趙女士可獲委任為本公司的聯席公司秘書，條件為於此期間委聘林女士擔任聯席公司秘書及為趙女士提供協助。倘林女士於此期間不再向趙女士提供協助，豁免將即時撤銷。

林女士現為本公司的授權代表，負責與本公司董事及高級管理層保持持續聯絡。林女士於公司秘書領域擁有逾8年經驗。彼為香港特許秘書公會會員，因此符合上市規則第3.28條的資格要求並符合上市規則第8.17條的規定。

林女士將與趙女士密切合作，參考彼等的過往經驗及教育背景，共同履行聯席公司秘書的職責及責任，且林女士將協助趙女士取得上市規則第3.28條及8.17條所要求的有關經驗。此外，我們將確保趙女士可獲得相關培訓及支持，以熟悉上市規則及香港其他相關規則和規定。另外，趙女士承諾會根據上市規則第3.29條的規定，在每個財政年度參加不少於15小時的有關上市規則、公司管治、資料披露、投資者關係及香港上

豁免嚴格遵守上市規則

市發行人公司秘書的職能和職責方面的相關專業培訓。趙女士及林女士均可於需要時獲得有關香港法律的法律顧問及本公司合規主任協助。

於三年期限屆滿時，本公司將評估趙女士的資格及經驗以及是否繼續需要林女士的協助。預期本公司及趙女士屆時將盡力向聯交所證明，使其信納在林女士的協助下，趙女士屆時已具備上市規則第3.28條所界定的「有關經驗」，而毋須再授予任何豁免。本公司了解到，倘林女士在[編纂]後首三年期間不再向趙女士提供協助，聯交所可撤回豁免。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍
----	----	----

執行董事

常素芳	中國北京 朝陽區 望京西園四區 415號樓1812室	中國
-----	-------------------------------------	----

李慧	中國北京 朝陽區 望京西園二區 201號樓1單元404室	中國
----	---------------------------------------	----

非執行董事

HSIA Timothy Chunhon	104 Taragreen Lane Norwich, NY 13815 USA	美國
----------------------	--	----

獨立非執行董事

姚亞平	中國北京 朝陽區 惠生園6號 5單元602室	中國
-----	---------------------------------	----

陳歡	香港新界 馬鞍山嵐岸 沃泰街1號 5座10樓F室	中國
----	-----------------------------------	----

張耀亮	中國北京 朝陽區 慧忠北里 107號樓403室	中國
-----	----------------------------------	----

進一步詳情請參閱本文件「董事及高級管理層」。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

獨家保薦人

光銀國際資本有限公司
香港
干諾道中1號
友邦金融中心22層

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港法律：
金杜律師事務所
香港
中環
皇后大道中15號
置地廣場告羅士打大廈13樓

有關中國法律：
通商律師事務所
中國北京
建國門外大街甲12號
新華保險大廈6層

有關開曼群島法律：
衡力斯律師事務所
香港
皇后大道中99號
中環中心3501室

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問

有關香港法律：
亞司特律師事務所
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈11樓

有關中國法律：
競天公誠律師事務所
中國北京市
建國路77號
華貿中心3號寫字樓34層

董事及參與[編纂]的各方

核數師及申報會計師

安永會計師事務所
註冊會計師
香港
中環
添美道1號
中信大廈22樓

行業顧問

上海艾瑞市場諮詢有限公司
中國
上海
漕溪北路333號
中金國際廣場
B棟701室

收款銀行

[編纂]

公司資料

註冊辦事處	4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, George Town, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002 Cayman Islands
總部	中國北京市朝陽區 來廣營誠盈中心 5號樓1004-1005室
香港主要營業地點	香港北角電氣道148號31樓
公司網址	www.adtiger.hk (該網頁內容並不構成本文件的一部分)
聯席公司秘書	趙曉娟 中國北京市 朝陽區孫河鎮康營家園 23區7號樓2單元601室 林仕萍 (ACIS、ACS) 香港北角電氣道148號31樓
授權代表	常素芳 中國北京市朝陽區 望京西園四區415號樓1812室 林仕萍 (ACIS、ACS) 香港北角電氣道148號31樓
審核委員會	陳歡 (主席) 張耀亮 HSIA Timothy Chunhon
薪酬委員會	張耀亮 (主席) 常素芳 姚亞平
提名委員會	常素芳 (主席) 姚亞平 陳歡
開曼群島[編纂]	[編纂]
香港[編纂]	[編纂]

公司資料

合規顧問

鎧盛資本有限公司
香港中環
雲咸街8號
11樓

主要往來銀行

香港上海滙豐銀行有限公司
香港皇后大道中1號
滙豐總行大廈

花旗銀行(香港分行)
香港九龍觀塘海濱道83號
One Bay East花旗大樓21樓

招商銀行(望京支行)
中國北京市朝陽區
南湖南路
15號院甲1號1層

行業概覽

除另有指明者外，本節所載資料乃來自各種官方的政府刊物及其他刊物以及我們委託艾瑞諮詢編製的市場研究報告。我們相信該等資料乃來自適當來源，並已在摘錄及轉載該等資料時合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成份，或者當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面失實或存在誤導成份。我們、獨家保薦人或我們或彼等各自的任何董事、高級職員、代表或任何參與[編纂]的其他人士並無對該等資料進行獨立核實，亦不對其準確性或完整性發表任何聲明。本節所載資料及統計數據未必與其他情況下編撰的其他資料及統計數據一致。

資料來源

艾瑞諮詢成立於二零零二年，是中國領先的線上用戶數據及消費觀察供應商。艾瑞諮詢總部位於北京及上海，全球僱員超過400名，並在研究及觀察中國線上廣告行業(包括個人電腦(「個人電腦」)及移動廣告)發展方面積累了豐富經驗。

我們已同意就《中國海外線上廣告行業市場研究報告》(「艾瑞諮詢報告」)支付佣金約人民幣550,000元。艾瑞諮詢報告有關市場規模及線上用戶的數據主要透過對行業參與者的訪問、市場調查、二級來源及其他研究方法取得。

艾瑞諮詢乃基於以下假設編製艾瑞諮詢報告：(i)全球及中國的社會、經濟及政治環境在預測期間內將保持穩定，這將確保線上廣告行業的可持續及穩定發展；(ii)可能驅動中國線上廣告市場增長的相關主要行業驅動因素以及該等驅動因素可能包括但不限於全球線上廣告行業增長和中國廣告主需求不斷增加；及(iii)市場參與者之間的收益分成安排符合市場標準，且並無極端不可抗力事件或出現一套會極大地或從根本上影響市場的新行業規例。

董事經作出合理查詢後確認，艾瑞諮詢報告中所呈列的市場資料自發佈日期起並無發生可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。

全球廣告行業

線上廣告行業發展

根據艾瑞諮詢的報告，由於互聯網技術發展迅速以及互聯網接入設備類型增加，全球互聯網用戶數目由二零一五年的32億人(普及率達42.9%)增加至二零一九年的41億人(普及率達53.7%)。於二零二四年，全球互聯網用戶數目預測會達到53億人，普及率達65.2%。

全球線上廣告市場(尤其是全球移動廣告市場)的發展主要是受移動互聯網技術改進、移動內容優化及移動流量提升所推動。在移動互聯網市場的初期，移動設備上的流量低，廣告格式則一般是文本及多媒體信息。自二零零四年起，移動無線應用協議(「無線應用協議」)的問世積累若干流量，移動無線應用協議廣告應運而生。自二零零九年起，移動設備升級帶動全球移動互聯網流量急速增長，令無線應用協議廣告規模得以增長。隨後，自二零一一年起智能手機出貨量增加及硬件性能改善則助推應用程序數目大幅增加，帶動移動廣告市場的快速增長。然而，當時的線上廣告市場仍由個人電腦佔主導地位。移動廣告開始在成千上萬的應用程序上以各種各樣的方式展示。與此同時，應用程序開發商經歷需求不斷升級及應用程序貨幣化，極大刺激了移動廣告的發展。自二零一二年起，程序化購買已見諸移動廣告行業，其使用將購買相關程序及交易自動化的系統，可動態連續地在網站或應用程序上投放廣告。同時，互聯網服務供應商(「互

行業概覽

聯網服務供應商)之間的競爭則拉低了數據轉移成本，令移動流量飆升，讓廣告主只需付出合理成本就可吸引到受眾注意。

根據艾瑞諮詢報告，全球移動互聯網用戶數量已由二零一五年的25億增長至二零一九年的38億，並預期將於二零二四年增長至47億。此乃由於移動數據成本下降、智能手機日益普及以及移動手機性能不斷提升。具體而言，儘管過去五年各地區的移動互聯網用戶均有高增長，北美及歐洲等發達市場於二零一八年後的增速估計將相對放緩。相反，中國及東南亞的移動互聯網用戶滲透率持續提高，促使移動互聯網用戶基礎相應擴大，此意味著該等新興經濟體的移動互聯網將持續蓬勃發展。同時，全球移動通信普及率由二零一五年的33.9%提高至二零一九年的48.7%，並預計將於二零二四年上升至57.8%。隨著移動設備基建的優化以及移動數據成本降低，全球移動互聯網用戶的日均在線時間已由二零一五年的3.0小時增加至二零一九年的4.1小時，並預計將於二零二四年達到4.5小時，為移動廣告提供更多機遇。具體而言，儘管北美及歐洲的移動互聯網用戶滲透率較高，亞洲地區移動用戶就日均在線時間而言排名更為靠前。東南亞地區作為發展中的亞洲地區，正在經歷類似的移動互聯網發展。

因應行業、科技的發展及廣告主需求的不斷增長，線上廣告如今發展出多種形式。於早期發展階段，橫額廣告較為流行，原因為該種形式可有效提高用戶認知度。隨著廣告發展，移動設備上的視頻及原生廣告呈現快速增長，該類形式廣告與非廣告內容單元的形式及基調一致，以吸引更多用戶。目前廣告發展均在致力提升使用應用程序的用戶體驗、提升廣告的豐富性，同時更精準地面向用戶，避免產生負面干擾。與傳統廣告相比，線上廣告具有多重鮮明特色及優勢。對廣告主而言，線上廣告的更全面覆蓋可使彼等連接大量用戶，有效攫取流量價值。對媒體發佈商而言，線上廣告因可持續優化廣告格式，為媒體發佈商帶來額外的廣告收益，變現能力優異。對用戶而言，線上廣告用戶體驗更佳，及移動廣告的豐富形式允許廣告內容針對用戶的不同需求進行定制，進而提高用戶的點擊率及交互比率。線上廣告能夠基於設備屬性及互動行為數據蒐集數據，使數據維度更加豐富。配合用戶畫像功能，未來線上廣告可帶來更加全面的數據洞察。

廣告優化服務

廣告優化指使廣告主投資報酬率最大化的服務。優化結果可根據點擊率及廣告轉換率等廣告主最重視的項目按指標計量。視乎廣告活動所處階段，可有多種產出不同結果的優化方式：

- 於投放前期，優化服務包括根據客戶標籤進行精準的受眾定位、廣告細節(如平面設計、草擬廣告內容、選擇廣告投放位置、設置關鍵詞搜索)解決方案以及根據預測對廣告策略進行測試及調整；
- 於投放中期，優化服務涉及全天候的監控服務，提供可視化的表現反饋以及根據預設目標對廣告策略進行自動實時調整；及
- 於投放後期，優化服務涉及生成集成報告及使用機器學習驅動的調整，以根據終端用戶數據形成廣告策略。

根據艾瑞諮詢報告，廣告主愈發倚賴第三方專業優化公司提升展示效果。考慮到僱傭內部優化策略師會產生不利的成本以及獲取複雜數據的渠道限制，廣告主通常並無配備必要的技術及專業人員以提高彼等的投資回報率表現。此外，媒體發佈商缺乏動力為廣告主提高投資回報率，其內部開發的算法優化能力有限且僅能獲取其自身平台的數據，因此優化能力有限。另一方面，第三方專業優化公司擁有全職的策略師及

行業概覽

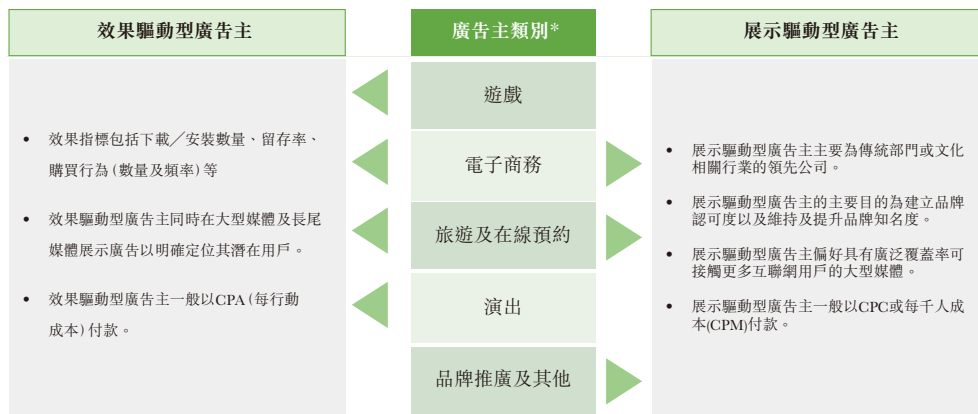
代理客戶資源向其自有平台提供的豐富數據庫。因此，廣告主倚賴第三方專業優化公司提高投資報酬率符合彼等的利益。

CPA定價模式及CPC/CPM定價模式

廣告主根據各項廣告活動要求設定具體指標，並於各項廣告活動完成後根據移動廣告平台交付的數量付費。彼等要求以相對低廉的成本透過多種線上營銷渠道向目標客戶推廣彼等的產品及服務。廣告主主要分為展示導向型廣告主及效果導向型廣告主。展示導向型廣告主主要為傳統行業、文化相關產業的頭部公司或官方媒體(如中國中央電視台及地方旅遊局)。彼等通常面向廣泛用戶群進行大規模營銷，以實現長遠的用戶積累。展示導向型廣告主主要為遊戲、實用工具、內容及電商等應用程序。彼等通常追求根據產品特性行業發展縱向客戶，需要聚焦目標團體及有詳細投資報酬率指標的精準廣告。

全球線上廣告定價模式有兩大主要類別(i) CPA(即每次完成行動成本)，該模式中廣告主根據廣告受眾因廣告活動影響執行的行動(如銷售或安裝)次數支付費用；及(ii) CPC/CPM(即每次點擊成本/每千次曝光成本)，該模式中廣告主按實際交付的廣告支付費用，無論該等廣告效果如何。

定價模式的選擇視乎我們的廣告主所來自行業的類別以及彼等是否展示驅動型抑或效果驅動型而有所不同。就展示驅動型廣告主而言，彼等竭力實現更大的客戶覆蓋率及以CPC/CPM收費，而效果驅動型廣告主則注重表現指標，如下載或安裝數量、留存率或購買行為及一般以CPA付款。下圖展示不同廣告主的分類情況：



資料來源：艾瑞諮詢報告

附註：廣告主類別乃根據臉書分類釐定。

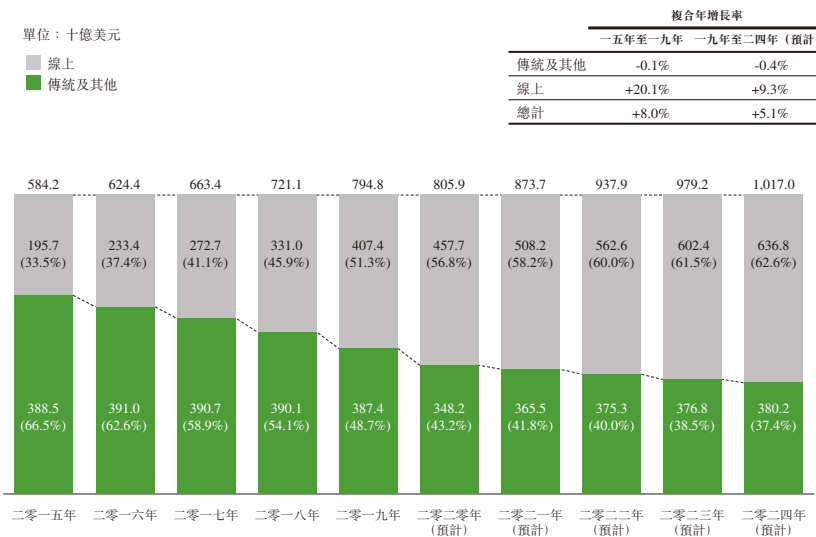
線上廣告市場的規模

就整體趨勢來說，媒體廣告支出總額在不同媒體市場份額方面一直在轉變。在印刷、收音機及電視等傳統媒體的廣告支出佔媒體廣告支出總額的比例於二零一五年至二零一九年呈下降趨勢，預期在未來五年將繼續下降。與此同時，線上廣告支出(包括個人電腦及手機廣告)佔廣告支出總額的比例正快速增長，與用戶花費在手機設備的整體時間一致。根據艾瑞諮詢報告，全球線上廣告支出於二零一五年佔廣告支出總額的33.5%，於二零一九年佔比增長至51.3%。廣告支出總額由二零一五年的1,957億美元增長至二零一九年的4,074億美元，複合年增長率為20.1%，預期於二零二四年將增長至6,368億美元，複合年增長率為9.3%，佔廣告支出總額的62.6%。下圖載列所示期間按媒體類

行業概覽

別劃分的全球廣告支出總額：

二零一五年至二零二四年(預計)按媒體類別劃分的全球媒體廣告支出總額

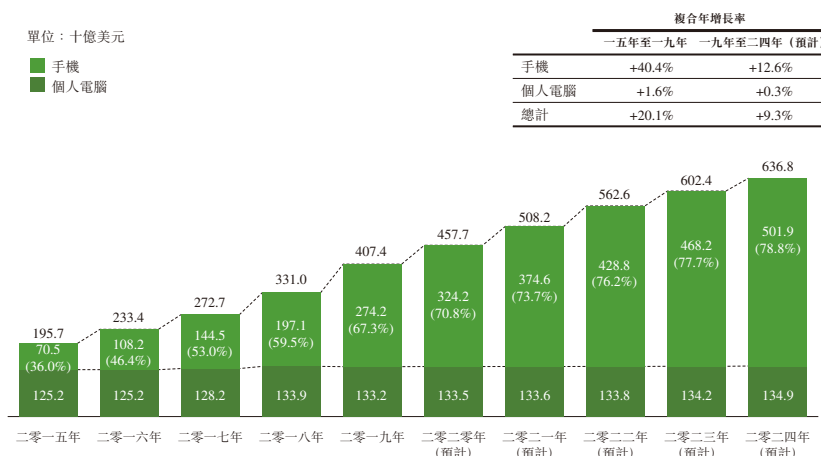


資料來源：艾瑞諮詢報告

附註：「線上」包括手機及個人電腦；「傳統」包括收音機、印刷、電視；而「其他」包括索引及戶外途徑。

線上廣告的發展主要為手機廣告的使用增加。根據艾瑞諮詢報告，鑒於智能手機的普及且每日花費在手機設備上的時間增加，手機廣告佔線上廣告支出總額的比例由二零一五年的36.0%增加至二零一九年的67.3%，複合年增長率為40.4%，且預計於二零二四年將達到78.8%，複合年增長率為12.6%。手機廣告市場已呈現出巨大增長潛力，並在方便程度及可攜性方面具有顯著優勢。鑒於手機受眾群體不斷增長及手機技術持續創新，能透過手機渠道幫助廣告主更好地策劃、推出、管理及評量廣告的廣告服務提供商，更有機會贏得更多市場份額。下圖載列所示期間按手機及個人電腦廣告劃分的線上廣告支出趨勢：

二零一五年至二零二四年(預計)按媒體劃分的全球線上廣告支出



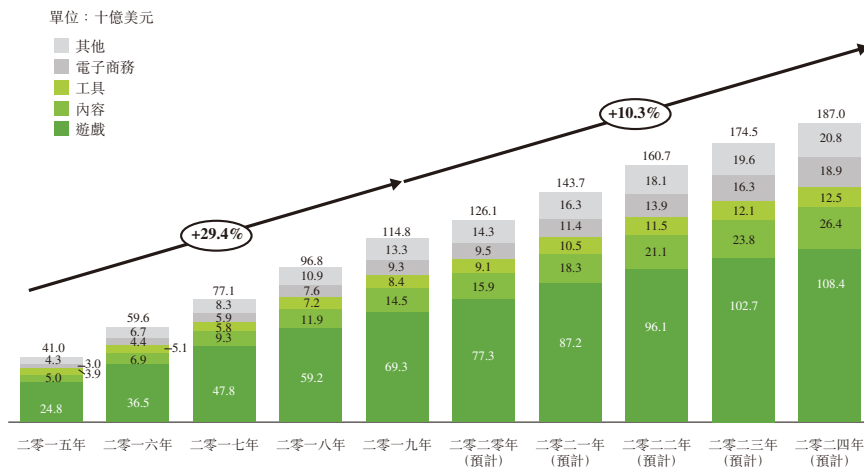
資料來源：艾瑞諮詢報告

行業概覽

線上廣告主的類別及地理位置

根據艾瑞諮詢報告，手機廣告於二零一五年佔廣告支出總額的12.1%及於二零一九年增加至34.5%。目前，手機應用程序開發商正主導手機廣告支出，因為其對獲取客戶的需求強勁以促進下載量。根據艾瑞諮詢報告，手機應用程序開發商的全球廣告支出由二零一五年的410億美元增加至二零一九年的1,148億美元，複合年增長率為29.4%，且預計於二零二四年將進一步增加至1,870億美元，複合年增長率為10.3%。根據艾瑞諮詢報告，在遊戲方面的手機廣告支出佔手機廣告支出的比例最高，主要是因為其對快速獲取用戶的需求較高。與此同時，鑒於領先電商平台的全球化及手機支付服務在尚待開發國家的發展，在電子商務方面的手機廣告支出預期將增加。其他類別應用程序的廣告支出預計亦會增長。下圖載列所示期間按應用程序類別劃分的手機廣告支出明細：

二零一五年至二零二四年(預計)按應用程序類別劃分的全球手機應用程序廣告主的廣告支出



資料來源：艾瑞諮詢報告

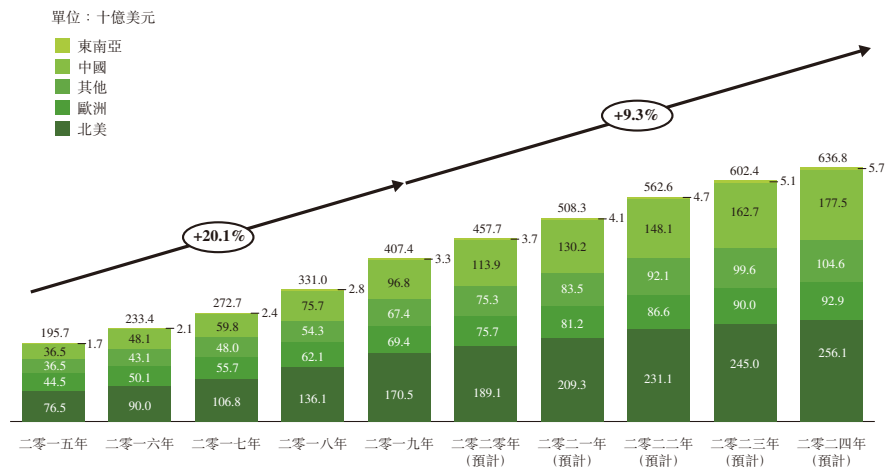
附註：「遊戲」包括所有遊戲應用程序，包括動作遊戲、博彩遊戲、棋牌遊戲等。「內容」包括新聞整合、音樂及視頻等。「工具」包括地圖及導航等工具以及日曆、壁紙及天氣等生產力應用。「電子商務」包括亞馬遜、eBay、天貓及京東商城等在線購物平台。「其他」包括手機支付、教育、金融、醫療及其他應用程序。

按應用程序類別下載量計，遊戲在所有類別中的增幅最為顯著，對手機廣告的需求最大。另一方面，電子商務應用程序開始的下載量相對較低，但該類別增長迅速且預計將以比其他類別更快的速度(按全球下載量計)增長。工具應用程序的總下載量於二零一六年開始下降，而新聞整合、音樂及視頻等內容應用的下載量則因短視頻的流行而呈平穩增長趨勢。

根據艾瑞諮詢報告，於全球線上廣告支出方面，北美地區於二零一九年達到1,705億美元，佔市場份額41.9%，領先全球。其他地區呈現巨大的增長潛力。最顯著的是，二零一五年東南亞之線上廣告支出為17億美元，而估計於二零二四年將增加至57億美元。憑藉其龐大的人口基數及經過較長一段時期的基礎設施發展，東南亞市場正迎來迅猛增長。中國自二零一七年起之線上廣告支出金額居全球第二位，並遠超歐洲。預計至二零二四年，中國線上廣告支出將佔全球廣告支出的四分之一以上，表明中國線上廣告市場存在巨大的增長潛力。下圖載列所示期間不同地區之線上廣告支出明細：

行業概覽

二零一五年至二零二四年(預計)按地區劃分之線上廣告支出



資料來源：艾瑞諮詢報告

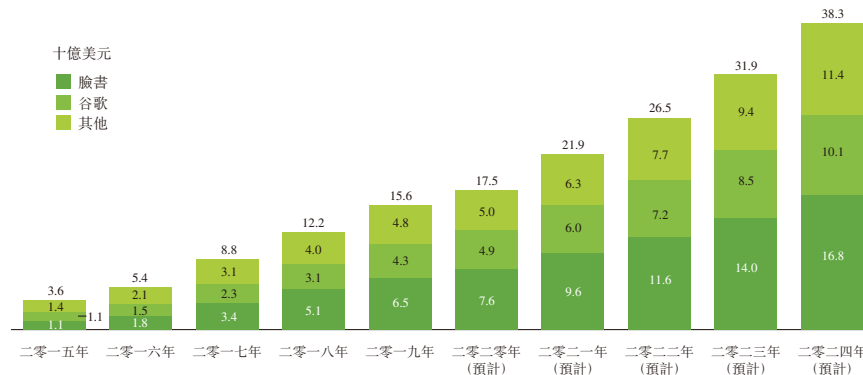
附註：地理區域乃基於廣告主的位置。

中國海外線上廣告行業

中國海外線上廣告行業之發展

海外線上廣告指廣告主旨在通過於互聯網投放廣告吸引海外潛在用戶的營銷策略。根據艾瑞諮詢報告，中國海外線上廣告支出規模由二零一五年之36億美元增加至二零一九年之156億美元，複合年增長率為44.6%，並估計將以19.6%的複合年增長率增長至二零二四年之383億美元。下圖列示於所示期間按主要媒體發佈商劃分的中國的海外線上廣告總支出增長率明細：

二零一五年至二零二四年(預計)中國海外線上廣告總支出



資料來源：艾瑞諮詢報告

新冠病毒爆發對海外線上廣告行業的影響

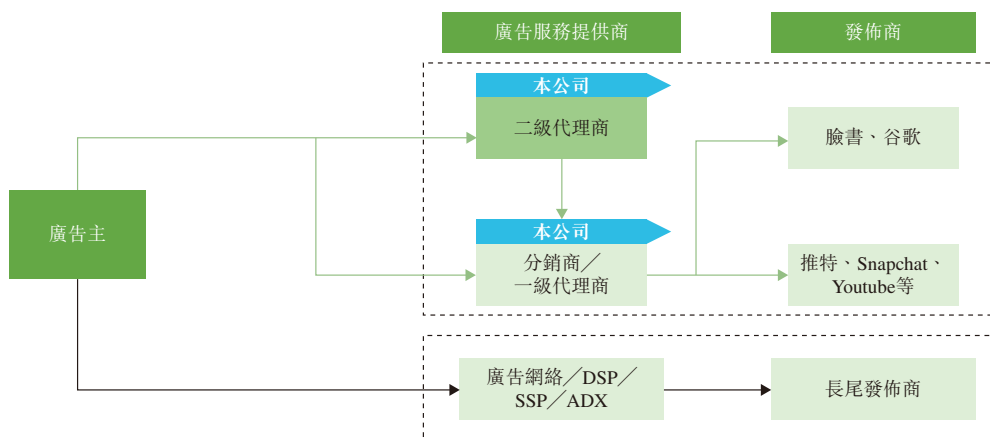
新冠病毒已對全球經濟造成顯著影響，並可能令中國的海外線上廣告行業面臨重大不明朗因素。於眾多廣告主中，線上教育、博彩、網上視頻及其他線上活動板塊的廣告主所受影響為最輕微。電子商務板塊的廣告主可能因全球貿易活動放緩而受到負面影響。中小型企業可能面臨流動性問題，並可能削減廣告預算。然而，相信所有負面影響僅屬短期性質。

行業概覽

海外線上廣告市場之參與者

海外線上廣告市場主要有三大參與者，分別為廣告主、廣告服務供應商及媒體發佈商。此外，廣告跟蹤服務能夠記錄並提供實時流量數據，以協助廣告主及廣告服務提供商分析並優化廣告效果。下圖顯示海外線上廣告行業之參與者類別：

海外線上廣告行業之參與者



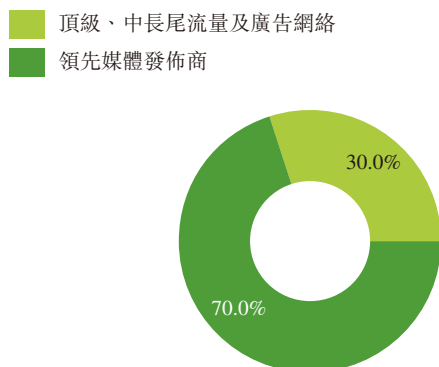
資料來源：艾瑞諮詢報告

於發展初期，中國主要廣告主為傳統行業或文化相關領域的龍頭企業以及互聯網翹楚，彼等擬將其於國內市場之成功經驗複製至海外市場。自二零一五年起，部分中小型企業開始立足海外市場並於本地化方面取得卓越成果。此外，多款已推出全球市場的應用程序(如工具型、遊戲及內容應用程序)亦顯著增長。自二零一六年起，中國的泛娛樂應用程序於海外迅猛發展。隨著中國企業之海外移動廣告需求持續增長，海外線上廣告行業預期將迎來快速增長。

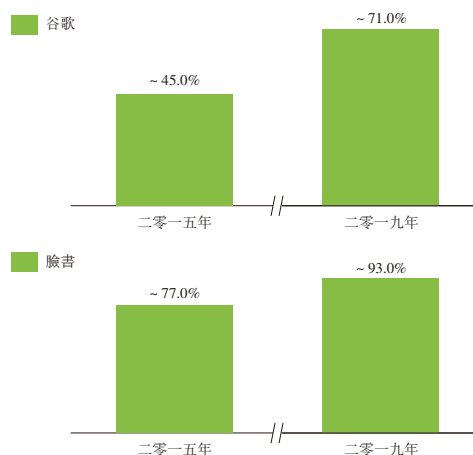
媒體發佈商包括頂級媒體發佈商至長尾媒體發佈商等媒體發佈商，彼等通過線上廣告向用戶提供流量，從而變現。廣告主一般於多個媒體發佈商平台面向全球用戶投放各種形式的廣告。頂級媒體發佈商(如臉書和谷歌)主要透過經銷商提供廣告版位以提升變現效率及規模。與之相反，多數長尾媒體發佈商則並無資源建立專屬的移動廣告平台以提供其自有的廣告版位。因此，該等廣告主通常於廣告網絡購買小型流量來源，此等廣告網絡一般充當聚合長尾媒體發佈商的中介機構。於二零一九年，領先媒體發佈商(如谷歌和臉書)佔到全球用戶總流量的最大份額約70%份額，而剩餘30%份額由頂級媒體發佈商(如Snapchat及推特)、專注幫助中型應用程序提高盈利效能的廣告網絡及通過SDK與廣告網絡集成的長尾流量分佔。另外，根據臉書及谷歌各自之年度報告，臉書及谷歌之大部分廣告收入均來自移動廣告收入。於二零一五年，移動廣告收入佔谷歌廣告收入總額約45.0%。受智能手機的高滲透率及移動設備使用谷歌搜索引擎影響，其移動廣告收入所佔比例於二零一九年達到約71.0%。同樣地，移動廣告收入佔臉書二零一五年廣告收入總額之77.0%，並於二零一九年達到93.0%。下圖列示二零一九年各類別媒體之全球用戶流量分佈，以及二零一五年及二零一九年谷歌和臉書各自之移動廣告收入佔其總收入之比例：

行業概覽

二零一九年按媒體類別劃分之全球用戶流量分佈



二零一五年及二零一九年
谷歌和臉書之
移動廣告收入佔其總收入之比例



資料來源：艾瑞諮詢報告

第三方線上廣告服務供應商連接廣告主及媒體發佈商，並為中國廣告主提供針對目標潛在海外用戶的營銷解決方案，而廣告主也投放海外移動廣告以擴大用戶群及收集流量。該等第三方線上廣告服務供應商向廣告主提供創新實惠的方式，用以優化線上廣告活動和實現基於效果的用戶獲取。與廣告主自有內部團隊相比，第三方線上廣告服務供應商不僅有全方位的媒體曝光和更深刻的廣告認識，也能為廣告主提供受眾鎖定準確度及廣告質量方面的先進技術及集成數據。彼等的集成數據驅動服務可幫助廣告主發現、吸引及激活潛在客戶，監測及衡量營銷活動的結果，並為不同內容分銷渠道的潛在用戶提供內容。彼等亦能從頂尖媒體平台獲得更理想的交易，並能夠藉允許廣告主於投放廣告後結付款項減輕廣告主的現金流負擔。第三方線上廣告服務供應商為廣告主提供以下解決方案：

- **開戶**：協助廣告主根據廣告需求及風險組合開設個人及／或企業賬戶，並為廣告主提供賬戶管理服務以及後台操作指引。有關賬戶一般更為穩定，且極少有可能被鎖定。
- **廣告設計及格式**：就廣告內容提供支持及本地化建議，並從視頻、相片、輪播廣告及幻燈片等中挑選適當類型的廣告格式。第三方線上廣告服務供應商亦能透過廣告設計整合營銷策略；
- **優化**：包括(i)設定目標吸引訪客、增加應用程式安裝及提高網站轉換率；(ii)界定目標集團及目標受眾的利益；及(iii)制定預算及選擇適當的投標策略和成本模式。第三方線上廣告服務供應商能根據海外用戶信息及行為模式以及透過各種人群定位方法準確地接觸到海外用戶；及
- **監控效果**：使用媒體發佈商的衡量工具瞭解受眾對廣告的反應、接觸目標受眾及達成CTR及轉化率等績效指標。第三方線上廣告服務供應商亦提供數據可視化、深度挖掘服務及優化建議，以及時調整廣告策略和改善廣告效果。

行業概覽

中國線上廣告市場的驅動因素

根據艾瑞諮詢報告的資料，中國海外線上廣告市場的驅動因素包括：

- **政府鼓勵。**中國政府大力扶持及鼓勵具有競爭優勢的互聯網企業在海外進行擴張和接觸全球範圍內的用戶。因此，政府鼓勵將持續推動中國海外線上廣告行業的發展。
- **全球互聯網用戶持續增長。**業已分化的全球市場將吸引更多的中國廣告主開拓東南亞及非洲等新興市場。全球線上廣告市場的需求結構形式多樣，增長率不一。例如，在歐洲及美國等發達地區，互聯網普及率約為90%，接近飽和。而相比之下，印度作為總人口達14億的第二大互聯網用戶市場，互聯網普及率僅為35%。因此，尚有巨大的市場可供中國企業利用先進技術及豐富經驗於開拓海外流量市場時大展身手。
- **中國企業全球化增長潛力巨大。**隨著中國企業在海外不斷提升的擴張規模，全球線上廣告需求經歷顯著增長。中國的領先企業已開始實施全球化策略及在海外地區啟動業務，包括部分中小型應用程序開發商在內的應用程序廣告主亦已開始尋求新業務增長。於二零一七年及二零一八年，在iOS平台上架的應用程序分別達到5.6百萬個及6.0百萬個。

中國海外線上廣告市場的未來趨勢

根據艾瑞諮詢報告的資料，中國海外線上廣告市場的未來趨勢包括：

- **流量不斷集中。**隨著近年來全球線上廣告流量大幅增長，按全球線上廣告支出計，臉書及谷歌等領先媒體發佈商已佔據約70%的市場份額。目前的趨勢是全球媒體流量繼續變得更加集中，有意尋求與佔據領先市場地位的主要媒體進行合作的全球廣告主也會越來越多。
- **大數據智能廣告。**過往的廣告內容採購一直以來在滿足不同用戶需求方面並不理想，故目前正在被大數據智能廣告分析所取代。線上廣告供應商所進行的大數據智能廣告通過集成及分析海量積累數據，能夠很快地根據短期活躍內容生成大量不同的營銷活動策略、有效地識別各種場景，從而為用戶提供定制內容及服務。
- **廣告預算轉向新興市場。**儘管北美洲及歐洲等地區因為市場成熟及用戶教育程度高而受到廣告主青睞，但該等地區的競爭激烈導致廣告主須背負高昂成本。全球互聯網基建改善及新興市場互聯網普及率提高及移動互聯網用戶增多則為中國廣告主在欠發達地區獲取用戶奠定堅實基礎。以東南亞為主的新興市場擁有類似於中國的文化，其因為市場格局競爭相對不太激烈及增長潛力巨大而吸引著中國廣告主。
- **廣告主需求水平升級。**自二零一八年起，中國企業的海外擴張一直經歷著升級過程。隨著涉及3C、電商、旅遊、線上預訂及傳統行業等的各種應用程序開發商近年加大海外線上廣告投放密度，廣告主的類型也不斷擴大。同時，廣告主正追求更加具有成本效益的解決方案，以透過增加品牌曝光度及提高轉化率優化線上廣告活動。

行業概覽

中國海外線上廣告市場的准入門檻

根據艾瑞諮詢報告，廣告平台進入中國海外線上廣告市場的准入門檻包括：

- **規模效應**。向廣告主及媒體發佈商提供服務的第三方廣告服務提供器具備網絡效應。該等平台亦可累積大量用戶數據及設備數據以優化其廣告交易算法及AI模型。
- **技術門檻**。專有技術(包括AI及大數據分析)對程式化廣告平台至關重要。此外，可靠的技術基礎設施乃建立大型廣告平台的基礎，從而實現精準定位並以各種本地交互格式實時進行廣告投放。
- **數據門檻**。線上廣告服務提供商積累的大數據可助其提高分析及精準定位，亦為新型數據服務的基礎。
- **資本門檻**。線上廣告服務提供商需在重點市場組建本地團隊或分部，建立專有技術平台並招募人才，以上均需要大量資本投入。

中國海外線上廣告市場的挑戰

根據艾瑞諮詢報告，中國海外線上廣告市場的挑戰包括：

- **數據保護及私隱**。各地區有關數據保護及私隱的法律法規各不相同，但近年來世界各地不斷加強該等法律法規。歐盟於二零一八年頒佈《通用數據保護條例》(GDPR)，旨在保護歐盟內外個人數據，公認為互聯網數據保護的統一通用標準。
- **文化衝突**。線上廣告面向全球，受眾的文化背景十分多元。由於廣告投放地的文化背景、地方政策及生活方式可能與中國截然不同，海外廣告本地化將成為一大挑戰。
- **用戶獲取成本不斷增加**。不斷增加的市場研究及技術投資需求推高了廣告成本。CPI方面，全球線上廣告的總成本不斷增加，而中國海外線上廣告的平均CPI於二零一七年達到1.9美元。由於用戶獲取成本增加，若干中小型廣告主很可能會重新分配廣告預算，以更具成本效益的方式獲取用戶。

競爭格局

根據艾瑞諮詢，中國當前海外線上廣告市場極為分散，且大量的線上廣告代理將廣告主與媒體發佈商的指定經銷商進行對接或直接與媒體發佈商對接。根據艾瑞諮詢，絕大部分廣告主各自佔中國海外線上廣告市場總市場份額的不足1%。根據艾瑞諮詢，於二零一九年，我們佔中國海外線上廣告市場的總市場份額約1%。倘大型參與者投資中國的線上廣告市場並佔據市場規模的重要部分，競爭格局可能發生重大變動。根據艾瑞諮詢，其預期中國海外線上廣告市場於日後將更為集中。

根據艾瑞諮詢報告，主要包括臉書及谷歌在內的領先線上廣告媒體的佔據市場份額最大，於二零一九年，按媒體收入計分別佔中國海外手機廣告市場約42%及28%。同時，於二零一九年其他媒體佔中國海外線上廣告市場剩餘約30%。臉書大量線上受眾的影響及基於受眾興趣的精確營銷策略提高了轉換率並吸引更多客戶。

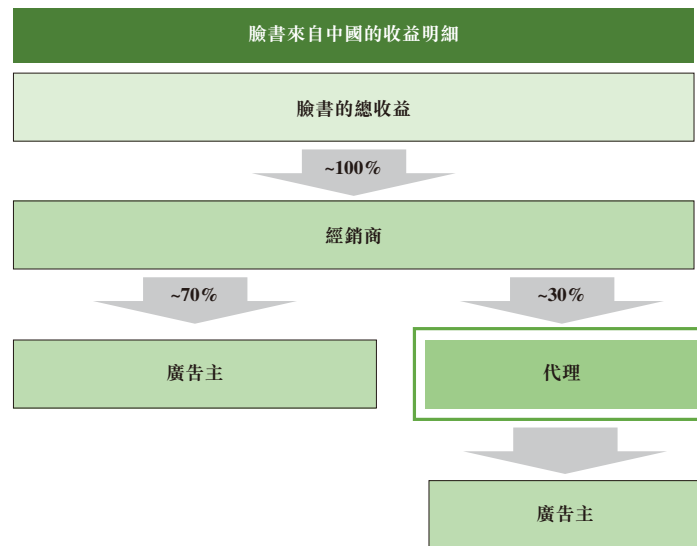
行業概覽

根據艾瑞諮詢報告，合作關係分為兩大類 — (i)經銷商；及(ii)代理商。一般而言，經銷商及代理商於線上廣告市場所發揮的作用有所不同。經銷商通常專注於達致媒體發佈商設立的流量消費KPI，而相較經銷商，代理商通常專於若干行業並具備較強的客戶獲取能力。此外，代理商更為專注於中小型廣告主，並可提供定制廣告解決方案以優化廣告主的ROI。

根據艾瑞諮詢，經銷商通常更為完備及擁有更大營運規模，包括提供除純粹擔任媒體發佈商的經銷商外的更廣泛的服務。因此，相較代理商而言，經銷商通常更具技術能力並作出更多資本投資。

如臉書，經銷商主要向臉書提供服務，並提供綜合的臉書廣告服務。代理商類別內既有獲得臉書認可的中國區優質合作夥伴(CEP)，亦有未獲臉書認可的其他代理商。CEP面向特定行業，且需滿足臉書的營銷知識及服務質素要求。CEP可為廣告主開立賬戶，從經銷商獲取流量並根據廣告主的需求提供解決方案。臉書有就廣告主於臉書投放廣告提供不同業務服務線的多類CEP，包括廣告代理、營銷軟件即服務(SaaS)、數據監控以及網站開發、電子商務培訓和跨境支付公司等其他業務。

根據艾瑞諮詢報告，臉書於二零一九年自中國廣告主產生的總收益達約65億美元，其中70%的流量來自直接與經銷商合作的廣告主，而30%的流量來自為廣告主提供服務的代理。下圖列示臉書在經銷商與代理商之間的收益明細：



資料來源：艾瑞諮詢報告

於二零一九年，臉書在中國共有9間經銷商。在臉書的其他中國經銷商中，有23間為二零一九年的CEP及有約100至200間未獲認可代理商。

行業概覽

下圖列示二零一九年經銷商在臉書廣告版位的廣告開支金額方面的排名：

臉書於中國的經銷商		
公司	於二零一九年臉書廣告版位的廣告開支(以美元計值)	
一級	經銷商A [△]	約18億美元
	經銷商B	約17億美元
二級	經銷商C [△]	約8億美元
	經銷商D [△]	約5億美元
	經銷商E	約4億美元
三級	經銷商F	合共約13億美元
	經銷商G	
	經銷商H	
	經銷商I	

資料來源：艾瑞諮詢報告

附註：來自經銷商的廣告開支金額乃按毛額基準(即包括廣告主於臉書的直接實際廣告開支)確認。級別乃按一間公司使用的臉書廣告版位所產生的廣告開支金額進行劃分。就經銷商而言，一級指金額逾10億美元的就臉書廣告版位的廣告開支；二級指金額4億美元至10億美元間的就臉書廣告版位的廣告開支；及三級指金額低於4億美元的就臉書廣告版位的廣告開支。

[△] 本文件「業務 — 主要客戶及主要供應商」中的經銷商A指公司L；經銷商C指公司N；及經銷商D指集團E。

於臉書的九間經銷商中，一級參與者單個於二零一九年就臉書廣告版位的廣告開支約35億美元，而二級及三級參與者於二零一九年就臉書廣告版位的廣告開支分別約17億美元及13億美元。

下圖列示二零一九年CEP在臉書廣告版位的廣告開支金額方面的排名：

中國區優質合作夥伴		
公司	於二零一九年臉書廣告版位的廣告開支(以美元計值)	
一級	AdTiger	約100百萬美元
	CEP A	約30百萬美元
二級	CEP B	約8百萬美元
	CEP C	約7百萬美元
三級	*CEP	少於7百萬美元
	D, E, F, G, H, I, J, K,	
	L, M, N, O, P, Q, R, S,	
	T, U, V	

資料來源：艾瑞諮詢報告

附註：來自CEP的廣告開支金額乃按毛額基準(即包括廣告主透過臉書經銷商的實際廣告開支)確認。級別乃按一間公司使用的臉書廣告版位所產生的廣告開支金額進行劃分。就CEP而言，一級指金額逾50百萬美元的就臉書廣告版位的廣告開支；二級指金額7百萬美元至50百萬美元間的就臉書廣告版位的廣告開支；及三級指金額低於7百萬美元的就臉書廣告版位的廣告開支。

* 各三級CEP於二零一九年就臉書廣告版位的廣告開支均少於7百萬美元。

行業概覽

根據艾瑞諮詢的資料，於二零一九年就臉書廣告版位的廣告開支方面，我們在臉書的23家CEP中排名第一。我們於二零一九年就臉書廣告版位產生的廣告開支約100百萬美元，屬於行業內僅有的於二零一九年就臉書廣告版位直接聯繫四家指定經銷商的一級CEP。按二零一九年透過我們的平台於臉書流量的總廣告開支計算，我們佔二零一九年中國臉書線上廣告市場份額的約1.5%。

監管概覽

中國法律法規

有關公司設立及外商投資的法律法規

公司成立

在中國註冊成立、經營及管理企業實體須受《中華人民共和國公司法》規管，該法例由全國人民代表大會（「全國人大」）常務委員會於一九九三年十二月二十九日頒佈及於一九九四年七月一日生效並於二零一八年十月二十六日最新修訂。根據《中華人民共和國公司法》，公司一般分為兩類，即有限責任公司及股份有限公司。《中華人民共和國公司法》亦適用於外國投資者投資的有限責任公司及股份有限公司。倘有關外商投資的任何法律條文另有規定，則概以該等條文為準。此外，中國公司的設立、變更及終止應遵循《中華人民共和國公司登記管理條例》的規定進行登記，該條例由國務院於一九九四年六月二十四日頒佈，並於二零一六年二月六日最新修訂。

《中華人民共和國中外合資經營企業法》由全國人大頒佈並於一九七九年七月八日生效，該法例於二零一六年九月三日最新修訂並於二零一六年十月一日生效。《中華人民共和國中外合資經營企業法實施條例》由國務院頒佈並於一九八三年九月二十日生效，且於二零一九年三月二日最新修訂。上述法律法規構成中國政府監管中外合資經營企業（「合資企業」）的法律框架，規管合資企業的成立、變更（包括註冊資本、股東、企業形式的變動）、合併及分立、解散及終止。外商獨資企業的設立程序、批准程序、註冊資本要求、外匯事宜、會計實務、稅務及勞務事宜則須受全國人大於一九八六年四月十二日頒佈並於二零一六年九月三日修訂的《中華人民共和國外資企業法》及國務院於一九九零年十二月十二日頒佈並於二零一四年二月十九日最新修訂的《中華人民共和國外資企業法實施細則》規管。

於二零一九年三月十五日，全國人大批准《中華人民共和國外商投資法》（「外商投資法」），該法例已於二零二零年一月一日生效。外商投資法為中國外商投資的基本法，將取代《中外合資經營企業法》、《中外合作經營企業法》及《外資企業法》，成為適用於中國外商投資的一般法律。外商投資法載列促進中國外商投資的原則及措施，並明確規定中國在法律上保護外國投資者在中國的投資、盈利及其他合法權利及權益。外商投資法進一步規定，外商投資法生效前設立的外商投資企業可以在外商投資法生效後五年內保留原有的組織形式。具體實施措施將由國務院規定。

外商投資政策

於二零一八年六月二十八日，國家發改委及商務部發佈《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2018年版）》，其後由國家發改委及商務部於二零一九年六月三十日發佈並於二零一九年七月三十日施行的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2019年版）》（「負面清單」）取代。負面清單列出了負面清單內產業的股權要求、高管要求等外商投資准入方面的其他特別管理措施。同時，負面清單列出了取消或放寬准入限制的過渡期，過渡期滿後將按時取消或放寬其准入限制。任何負面清單之外的領域，按照內外資一致原則實施管理。

我們的中國法律顧問認為，根據最近期的負面清單，按以下基準，本集團現時從事的線上廣告業務並不屬於負面清單的範疇或構成負面清單中受限制或禁止進行外商投資。

監管概覽

A. 廣告業外商投資政策

本集團現時從事廣告業務並主要提供設計及製作服務，擔任線上廣告的代理，且有關廣告業務並無列入負面清單。儘管根據國家工商行政管理總局及商務部於二零零八年八月二十二日頒佈並於二零零八年十月一日生效的《外商投資廣告企業管理規定》，外商投資者須擁有至少三年廣告業務相關經驗，有關限制政策由於二零一五年六月二十九日頒佈的《國家工商行政管理總局關於廢止〈外商投資廣告企業管理規定〉的決定》所替代。因此，本集團的廣告業務屬於許可行業目錄內且不屬於外商投資中的「限制類」及「禁止類」。

B. 增值電信服務的外商投資政策

根據負面清單，增值電信服務(不包括電子商務、國內各方通信、存儲轉發類及呼叫中心)受限。據我們的中國法律顧問所告知，我們的業務模式並無涉及《電信業務分類目錄(2015年版)》下的任何增值電信服務類型。

誠如於二零一六年二月六日發佈的《中華人民共和國電信條例》所界定，增值電信服務指透過公共網絡基礎設施提供的電信及資訊服務，且於開始營運前需取得許可證。《中國電信條例》隨附的《電信業務分類目錄(2015年版)》進一步將增值電信服務劃分為兩大類別及十項詳細類別。於該等類別中，第B21項在線數據處理與交易處理業務指利用各類與公用通信網或互聯網相連的數據與交易處理應用平台，通過公用通信網或互聯網為用戶提供在線數據處理與交易處理業務，而B25項信息服務業務指通過信息採集、開發、處理及信息平台的建設，透過公用通信網或互聯網向用戶提供信息服務的業務。

我們現時透過我們的廣告優化及管理平台AdTensor提供廣告服務(有關更多詳情，請參閱本文件「業務 — AdTensor — 我們的廣告優化及管理平台」)。AdTensor僅作為軟件平台，其與公用通信網或互聯網服務有所差異。該平台僅供我們內部所用，而非透過公共通信網絡或互聯網向任何互聯網用戶或廣告主開放以賺取盈利，且我們的中國附屬公司註冊的兩項域名均無透過向互聯網用戶收費提供獲利資料服務。我們認為本集團的業務並無涉及在線數據處理及交易處理服務或信息服務業務，或進行任何其他類型的增值電信服務。因此，本集團的業務並不屬於提供增值電信服務的範疇且無須就此受外商投資限制。

有關廣告業務的法律法規

《中華人民共和國廣告法》或廣告法由全國人大於一九九四年十月二十七日頒佈並分別於二零一五年四月二十四日及二零一八年十月二十六日修訂。廣告法監管廣告內容、廣告行為規範以及廣告業的監督管理，規定廣告主、廣告經營者及廣告發佈商從事廣告活動，應當遵守廣告法及其他適用的法律法規，遵循誠實信用的原則公平競爭。廣告主、廣告代理、廣告發佈商之間在廣告活動中應當依法訂立書面合同。根據廣告法，廣告主應當對廣告內容的真實性負責，廣告經營者、廣告發佈商應當根據適用法律及規例查驗有關證明文件，核對廣告內容。對內容不符或者證明文件不全的廣告，廣告發佈商不得發佈。此外，關係消費者生命健康的商品或者服務的虛假廣告，造成消費者損害的，其廣告經營者應當與廣告主承擔連帶責任。前述以外的商品或者服務的虛假廣告，造成消費者損害的，其廣告經營者明知或者應知廣告虛假仍設計、製作、代理、

監管概覽

發佈或者作推薦、證明的，應當與廣告主承擔連帶責任及可被處罰，包括沒收廣告收入並處以罰款，而中國的主管部門可吊銷或撤銷其營業執照。

於二零一六年七月四日，國家工商行政管理總局頒佈《互聯網廣告管理暫行辦法》（「**互聯網廣告辦法**」）（於二零一六年九月一日生效），規範利用互聯網進行的廣告活動。根據**互聯網廣告辦法**，互聯網廣告主、廣告代理、廣告發佈商之間在互聯網廣告活動中應當依法訂立書面合約。利用互聯網發佈、發送廣告，不得影響使用者正常使用網絡。例如，在頁面以彈出等形式發佈的廣告，應當顯著標明「關閉」標誌以確保可「一鍵關閉」。任何實體或個人不得以欺騙方式誘使使用者點擊廣告內容。互聯網發佈商或廣告經營者應建立並健全可接受的廣告主登記、審核及檔案管理制度，審核、查驗並登記廣告主的身份信息。**互聯網廣告辦法**亦規定，互聯網廣告主應當對廣告內容的真實性負責，且互聯網發佈商及廣告經營者應當查驗有關證明文件，核對廣告內容，對內容不符或者證明文件不全的廣告，不得設計、製作、提供服務或發佈，否則將由中華人民共和國國家工商行政管理總局（「**工商局**」）下屬的地方部門責令改正，或處以不超過人民幣50,000元的罰款。

有關信息服務的法律法規

於二零零零年九月二十五日，國務院頒佈《互聯網信息服務管理辦法》（「**互聯網辦法**」），之後於二零一一年一月八日修訂。根據**互聯網辦法**，互聯網信息服務分為經營性服務和非經營性服務，從事非經營性互聯網信息服務前，應履行備案手續。

同時，根據**互聯網辦法**，互聯網信息內容受到嚴格監管。從事非經營性互聯網信息服務的互聯網信息提供商如製作、複製、發佈或傳播的互聯網內容包含法律或行政法規所禁止內容，中國政府可關閉其網站。互聯網信息服務提供商亦須監測其網站，不得發佈或傳播屬於被禁止類別的內容，並須從其網站刪除此類內容、保存相關記錄並上報相關政府部門。此外，根據全國人大於二零零九年十二月二十六日頒佈並於二零一零年七月一日生效的《中華人民共和國侵權責任法》，互聯網信息服務提供商因使用互聯網提供錯誤或不實內容而侵犯他人權益的，應承擔侵權責任。互聯網服務提供商利用互聯網服務實施侵權行為的，被侵權人有權要求互聯網服務提供商採取刪除、屏蔽內容及斷開連結等必要措施。互聯網服務提供商接到通知後未採取必要措施的，須對所產生損害的擴大部分承擔責任。互聯網服務提供商明知互聯網用戶利用其互聯網服務侵害他人權益，未採取必要措施的，與該互聯網用戶承擔連帶責任。

有關信息安全及個人信息保護的法律法規

在中國，互聯網信息內容從國家安全角度進行監管和限制。於二零零零年十二月二十八日，全國人大頒佈《全國人大常委會關於維護互聯網安全的決定》（其後於二零零九年八月二十七日修訂），當中規定以下違法行為將在中國面臨刑事處罰：(i)利用互聯網銷售偽劣產品或者對商品、服務作虛假宣傳；(ii)利用互聯網損害他人商業信譽和商品聲譽；(iii)利用互聯網侵犯他人知識產權；(iv)利用互聯網編造並傳播影響證券、期貨交易或者其他擾亂金融秩序的虛假信息；或(v)在互聯網上建立淫穢網站、網頁，提供淫穢網站連結，或者傳播淫穢書刊、影片、音像、圖片。根據於一九九七年十二月十一日由國務院批准並於二零一一年一月八日由國務院修訂的《計算機信息網絡國際聯網安

監管概覽

全保護管理辦法》，使用互聯網不得造成洩露國家機密或傳播影響社會穩定的內容等。於二零零五年十二月十三日，公安部頒佈《互聯網安全保護技術措施規定》(於二零零六年三月一日生效)，要求互聯網服務提供商採取妥善措施(包括防病毒、數據備份及其他相關措施)，將若干用戶資料(包括用戶的註冊信息、上網時間、IP地址、提供的信息內容及其發佈時間)至少保存60日，偵測違法信息、阻止違法信息傳播並保存相關記錄。倘互聯網信息服務提供商違反該等措施，公安部及地方公安局可吊銷其經營許可證(如有)並關閉其網站。於二零一六年十一月七日，全國人大頒佈《中華人民共和國網絡安全法》(於二零一七年六月一日生效)，據此，網絡運營商應遵守法律法規和在開展業務和提供服務時履行保護網絡安全的義務。通過網絡提供服務的，應當依照法律法規和國家強制要求採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全穩定運行，有效應對網絡安全事件，防止非法和犯罪活動，維護網絡資料的完整性、機密性和可用性。

中國政府部門已頒佈有關互聯網使用的法律法規來防止個人資料被未經授權披露。於二零一二年十二月二十八日，全國人大頒佈並施行《關於加強網絡信息保護的決定》，加強對互聯網信息安全和私隱的法律保護。於二零一一年十二月二十九日，工業和信息化部(「工信部」)頒佈《規範互聯網信息服務市場秩序若干規定》，於二零一二年三月十五日生效。根據該規定，未經用戶同意，互聯網信息服務提供商不得收集與用戶相關、能夠單獨或者與其他信息結合識別用戶身份的信息。於二零一三年七月十六日，工信部頒佈《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》(於二零一三年九月一日生效)，規範在中國提供電信服務和互聯網信息服務的過程中對用戶個人信息的收集和使用。電信業務營運商及互聯網服務提供商須制定用戶資料收集和使用規則；未經用戶同意，不得收集或使用用戶資料，亦不得洩露、篡改、毀損或向他人出售或者非法提供所收集的個人信息。網絡安全法亦制定若干規則以規管網絡營運商的個人信息保護，當中要求網絡營運商履行多項網絡安全保護職能並加強網絡信息管理。於二零一七年五月八日，為依法懲治侵犯公民個人信息犯罪活動，最高人民法院及最高人民檢察院發佈《最高人民法院，最高人民檢察院關於辦理侵犯公民個人信息刑事案件適用法律若干問題的解釋》，其中規定任何網絡服務提供者拒不履行法律或法規規定的信息網絡安全管理義務，經監管部門責令採取改正措施而拒不改正，致使用戶的公民個人信息洩露，造成嚴重後果的，應當依照刑法的規定，以拒不履行信息網絡安全管理義務罪定罪處罰。

有關知識產權的法律法規

著作權

全國人大於一九九零年九月七日採納並於二零一零年二月二十六日最新修訂的《中華人民共和國著作權法》(「著作權法」)，以及國務院於二零零二年八月二日採納並於二零一三年一月三十日修訂的《中華人民共和國著作權法實施條例》規定，中國公民、法人或其他組織的作品，包括文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及計算機軟件，不論是否發表，均由其享有著作權。著作權自作品創作完成之日起產生。就於任職期間創作的作品而言，著作權由個人作者享有，惟以下情況除外：(i)作品主要是利用僱主的物質技術條件創作，並由僱主承擔責任，或(ii)根據法律、法規規定或合約協議，作品的著作權由僱主享有。於該等情況下，個人作者享有作品的署名權，著作權(署名權

監管概覽

除外)由僱主享有，僱主可給予創作或開發作品的個人作者獎勵。此外，由中國版權保護中心管理的自願登記體系已經設立，作品經成功登記後，獲該中心頒發作品登記證。

由國務院頒佈，於二零一三年一月三十日最新修訂並於二零一三年三月一日生效的《中華人民共和國計算機軟件保護條例》，保護電腦軟件著作權人的權利及權益，鼓勵軟件產業和信息經濟的發展。在中國，中國公民、法人或其他組織所開發的軟件，無論是否申請或獲批准，將於開發後自動即時受到保護。軟件著作權可以向指定機構辦理登記，倘登記，軟件登記機構發放的登記證書將成為著作權所有權及其他登記事項的初步證明。於二零零二年二月二十日，國家版權局發佈《計算機軟件著作權登記辦法》，概述軟件著作權登記、軟件著作權許可合約和轉讓合約登記的操作程序。

商標

商標受全國人大於一九八二年八月二十三日採納、其後分別於一九九三年二月二十二日、二零零一年十月二十七日、二零一三年八月三十日及二零一九年四月二十三日修訂的《中華人民共和國商標法》，以及國務院於二零零二年八月三日採納並於二零一四年四月二十九日修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》保護。工商局轄下的商標局處理商標的註冊事宜，所授註冊商標的有效期為十年，首個或任何續展的十年有效期屆滿後可申請另外續展十年。商標許可協議須報商標局備案。

域名

互聯網域名的註冊及相關事宜主要受工信部於二零零四年十一月五日刊發並於二零零四年十二月二十日生效的《中國互聯網絡域名管理辦法》(已由工信部於二零一七年十一月一日刊發的《互聯網絡域名管理辦法》取代)，以及中國互聯網絡信息中心(「中國互聯網絡信息中心」)發佈並於二零一二年五月二十九日生效的《中國互聯網絡信息中心域名註冊實施細則》規管。域名註冊通過根據相關法規設立的域名服務機構處理，申請人將在成功註冊後成為域名持有人。《中國互聯網絡信息中心域名爭議解決辦法》由中國互聯網絡信息中心發佈，並於二零一四年九月一日開始生效，當中要求域名爭議由中國互聯網絡信息中心認可的機構受理解決。

專利

於一九八四年三月十二日，全國人大頒佈《中華人民共和國專利法》，並先後於一九九二年九月四日、二零零零年八月二十五日及二零零八年十二月二十七日修訂。於二零零一年六月十五日，國務院頒佈《中華人民共和國專利法實施細則》並於二零一零年一月九日修訂。根據該等法律法規，國家知識產權局負責管理中國的專利。中國的專利體系採用「在先申請」原則，這意味著超過一名申請人分別就同樣的發明創造申請專利的，專利權將授予最先申請的人。授予專利權的發明或實用新型須具備新穎性、創造性和實用性三個條件。一項發明專利權的期限為二十年，實用新型專利權和外觀設計專利權的期限為十年。第三方使用者實施專利前，須取得相關專利權人的同意或適當許可，否則將構成侵犯其專利權。

有關勞動的法律及法規

勞動

根據全國人大於一九九四年七月五日頒佈並自一九九五年一月一日起生效、於二零零九年八月二十七日及二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國勞動法》以及全國人大於二零零七年六月二十九日頒佈並於二零一二年十二月二十八日修訂的《中華人民共和國勞動合同法》，用人單位與勞動者建立勞動關係應當訂立書面勞動合同。有關法律對每日及每週最高工作時數分別作出規定。此外，有關法律亦規定了最低工資。用人單位必須建立、健全勞動安全衛生制度，嚴格執行中國政府的勞動安全衛生規程和標準，對勞動者進行勞動安全衛生教育，防止勞動過程中的事故，減少職業危害。

監管概覽

社會保險

《中華人民共和國社會保險法》由全國人大於二零一零年十月二十八日頒佈並於二零一八年十二月二十九日修訂，建立了包含基本養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及基本醫療保險（「五險」）的社會保險制度，並就不遵守社會保險相關法律及法規的用人單位的法定義務及責任作出詳細詮釋。

根據中共中央辦公廳及國務院辦公廳於二零一八年七月二十日發佈的《國稅地稅徵管體制改革方案》，自二零一九年一月一日起，五險等各項社會保險費交由稅務部門統一徵收。此外，根據二零一八年九月十三日發佈的《國家稅務總局辦公廳關於穩妥有序做好社會保險費徵管有關工作的通知》及二零一八年九月二十一日發佈的《人力資源和社會保障部辦公廳關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，負責徵收社會保險費的各級稅務機關嚴禁自行組織對企業歷史欠費進行集中清繳。於二零一八年十一月十六日頒佈的《國家稅務總局關於實施進一步支援和服務民營經濟發展若干措施的通知》強調，對包括民營企業在內的繳費人以前年度欠費，各級稅務機關一律不得自行組織開展集中清繳。

住房公積金

根據國務院所頒佈自一九九九年四月三日起生效而後於二零零二年三月二十四日及二零一九年三月二十四日修訂的《住房公積金管理條例》，職工個人繳存的住房公積金和職工所在單位為職工繳存的住房公積金，屬於職工個人所有。單位應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並於住房公積金管理中心審核後為本單位職工在受委託銀行設立住房公積金賬戶。單位應當按時、足額繳存住房公積金，不得逾期繳存或者少繳。違反上述規定，單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款。違反本條例的規定，單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

有關稅項的法律及法規

企業所得稅（「企業所得稅」）

根據全國人大所頒佈自二零零八年一月一日生效並於二零一八年十二月二十九日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》或《企業所得稅法》及國務院於二零零七年十二月六日頒佈並於二零一九年四月二十三日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，企業分為居民企業及非居民企業。當中所指「居民企業」，是指依照中國法律在中國境內成立，或者依照外國（地區）法律成立但實際管理機構在中國境內的企業。

中國居民企業普遍按25%的稅率支付企業所得稅，而在中國未設機構的非中國居民企業應按10%的稅率繳納其在中國所得收入的企業所得稅。在中國境外設立但「實際管理機構」位於中國的企業視為「居民企業」，這意味著其企業所得稅待遇可能與中國國內企業類似。企業所得稅法實施條例將實際管理機構界定為「對企業的生產經營、人員、賬務、財產等實施實質性全面管理和控制」的管理機構。

監管概覽

企業所得稅法及實施條例規定，10%的所得稅率通常適用於向屬於「非居民企業」的投資者支付的股息，以及(a)在中國境內未設立經營機構或場所或(b)在中國設立經營機構或場所，但源自中國境內的股息及所得與該等經營機構或場所並無實際聯繫的投資者的所得。該等股息所得稅可根據中國與其他司法權區簽訂的稅務協定予以扣減。根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》(於二零零六年八月二十一日簽訂並自二零零七年一月一日起在中國內地生效)或避免雙重徵稅安排及中國的其他適用法律，倘香港居民企業獲中國主管稅務部門認定為符合避免雙重徵稅安排及其他適用法律的相關條件和要求，則在獲得主管稅務部門批准後，該香港居民企業從中國居民企業收取的股息的預提稅可由10%降至5%。此外，根據於二零一五年八月二十七日發佈並於二零一八年六月十五日經《國家稅務總局關於修改部分稅收規範性文件的公告》進一步修訂的《國家稅務總局關於發佈〈非居民納稅人享受稅收協定待遇管理辦法〉的公告》，符合資格享受優惠預扣稅率的申請人需向其主管稅務部門作出備案並提交所有必要申請材料。然而，根據國家稅務總局(「**國家稅務總局**」)於二零零九年二月二十日刊發的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，倘中國相關稅務部門認定企業因以獲取優惠的稅收地位為主要目的的交易或安排而享受稅收優惠，則可調整該稅收優惠；及根據國家稅務總局於二零一八年二月三日刊發並自二零一八年四月一日起生效的《國家稅務總局關於稅收協定中「受益所有人」有關問題的公告》，判定「受益所有人」和代理人時，應根據該公告所列因素，結合實際情況進行綜合分析。在認定「受益所有人」時，指定名義收款人明確不包含在內。

企業所得稅法及其實施條例和《中華人民共和國稅收徵收管理法》(由全國人民代表大會頒佈並於二零一五年四月二十四日最新修訂)規定了納稅調整規則，要求企業與其關聯方之間的業務往來應當遵守獨立交易原則。企業及其關聯方之間的業務往來不按獨立交易原則進行，而減少其應納稅收入的，稅務機關有權進行合理調整。

增值稅

根據國務院頒佈並於二零一七年十一月十九日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及由財政部(「**財政部**」)頒佈並於二零一一年十月二十八日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，從事服務業的任何實體或個人須支付提供服務所得收入的增值稅。除增值稅法規定的項目外，銷售服務或無形資產的稅率為6%。

此外，根據財政部及國家稅務總局於二零一六年三月二十三日發佈並於二零一六年五月一日生效的《關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》，自二零一六年五月一日起，中國全面推開營業稅改徵增值稅試點。建築業、房地產業、金融業、生活服務業等全部營業稅納稅人納入試點項目範圍，由繳納營業稅改為繳納增值稅。

有關外匯的法規

根據國務院於一九九六年一月二十九日頒佈並於一九九七年一月十四日及二零零八年八月五日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》，人民幣(「**人民幣**」)通常在經常項目下可自由兌換，包括分派股息、支付利息、貿易及服務相關外匯交易，但在資本項目下不可自由兌換，如直接投資、貸款、轉移投資及投資中國境外證券，除非獲得國家外匯管理局(「**外管局**」)事先批准並於外管局事先登記。

監管概覽

外管局頒佈《關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**外管局19號通知**」，自二零一五年六月一日起生效)，並進一步頒佈於二零一六年六月九日生效的《關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(「**外管局16號通知**」)，當中包括對外管局19號通知的若干條文作出修訂。根據外管局19號通知及外管局16號通知，外商投資企業外匯資本金結匯所得人民幣資金的劃轉和使用將予以規範，不得將所得人民幣資金用於其業務範圍以外的業務或向非關聯企業提供貸款，經營範圍明確許可的情形除外。違反外管局19號通知或外管局16號通知將被處以行政處罰。

於二零一三年五月十日，外管局頒佈《國家外匯管理局關於印發〈外國投資者境內直接投資外匯管理規定〉及配套文件的通知》(「**外管局21號通知**」)並於二零一八年十月十日進一步修訂，對外國投資者直接投資相關的外匯事宜(包括外匯登記、賬戶開立及使用、資金收付及結售外匯)的操作程序及法規作出規定及簡化。

根據外管局頒佈並於二零一四年七月四日生效的《關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「**外管局37號通知**」)，(a)境內居民(「**境內居民**」)為進行投融資而直接成立或控制的境外特殊目的公司(「**境外特殊目的公司**」)，其須向外管局地方支部登記後，方可向該境外特殊目的公司以資產或股權出資(「**初步登記**」)；及(b)該境內居民在初步登記後，境外特殊目的公司發生境內居民個人股東、名稱、經營期限等變更，或發生境外特殊目的公司任何增資、減資、股權轉讓或置換、合併或分立等重要事項變更後，應及時到外管局地方分局辦理變更登記手續。根據外管局37號通知，未能遵照登記程序可能會被罰款。

根據於二零一五年二月十三日頒佈並於二零一五年六月一日生效的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**外管局13號通知**」)，銀行按照外管局13號通知直接審核辦理境內直接投資項下外匯登記和境外直接投資項下外匯登記，外管局及其分支機構通過銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。

有關股息分派的法律法規

規管外商投資企業股息分派的主要法規包括中國公司法、外資企業法及其實施細則。根據該等法律法規，中國的外資企業僅可從根據中國會計準則及法規釐定的累計稅後利潤(如有)中分派股息。此外，中國的外資企業每年須將累計利潤(如有)的至少10%提撥若干準備金，直至該等準備金達到其註冊資本的50%為止。外資企業可酌情將按照中國會計準則釐定的稅後利潤的一部分提撥員工福利及獎勵基金。該等準備金不可作為現金股息分派。

有關不正當競爭的法律法規

根據全國人大於一九九三年九月二日頒佈並於二零一九年四月二十三日最新修訂及生效的《中華人民共和國反不正當競爭法》(「**反不正當競爭法**」)，經營者不得對其商品的性能、功能、質量、銷售狀況、用戶評價、曾獲榮譽等作任何虛假或者引人誤解的商業宣傳，以欺騙、誤導消費者。根據反不正當競爭法，經營者利用網絡從事生產或經營活動，應當遵守反不正當競爭法的各項規定。經營者不得利用技術手段，通過影響使用者選擇或者其他方式，實施妨礙、破壞其他經營者合法提供的網絡產品或者服務正常運行的行為。

監管概覽

此外，根據反不正當競爭法，經營者不得從事任何以下不正當行為：(i)經營者不得實施混淆行為，引人誤認為是他人商品或者與他人存在特定聯繫；(ii)經營者不得採用財物或者任何其他手段賄賂相關單位或個人，以謀取交易機會或者競爭優勢；(iii)侵犯商業秘密；(iv)有獎銷售活動違反反不正當競爭法的規定；及(v)編造或傳播虛假信息或者誤導性信息，以損害競爭對手的商業信譽或商品聲譽。

有關境外投資的法規

《企業境外投資管理辦法》(「境外投資辦法」)經發改委於二零一七年十二月二十六日採納，並於二零一八年三月一日生效。「境外投資」指中國境內企業(「投資主體」)直接或通過其控制的境外企業，以投入資產、權益或提供融資、擔保等方式，獲得境外所有權、控制權、經營管理權及其他相關權益的投資活動。投資主體開展境外投資，應當履行境外投資項目(「項目」)核准、備案等手續，報告有關信息，配合發改委對境外投資的監督檢查。對於並非屬境外投資辦法規定的敏感類項目，則僅需進行備案，且發改委於備案完成後會出具一份備案通知書。

此外，根據商務部於二零一四年九月六日頒佈的《境外投資管理辦法》，商務部及地方商務主管部門應負責對境外投資實施管理和監督。對於並不涉及敏感國家、地區或行業的境外投資，僅需向商務部備案，從事此類境外投資的企業於完成備案後將取得由商務部地方分局頒發的《企業境外投資證書》。

有關併購規定的法規

於二零零六年八月八日，包括商務部、外管局及中國證監會在內的中國六大監管部門聯合採納《關於外國投資者併購境內企業的規定》(「併購規定」)，於二零零六年九月八日生效並由商務部於二零零九年六月二十二日修訂。根據併購規定第二條，外國投資者於以下情況下應遵守併購規定：購買境內公司的股權或認購境內公司增資，使該境內公司變更設立為外商投資企業；或者，外國投資者在中國設立外商投資企業，並通過該企業協議購買境內企業資產且運營該資產，或外國投資者協定購買境內企業資產，並以該資產投資設立外商投資企業運營該資產。根據併購規定第十一條，境內公司、企業或自然人以其在境外合法設立或控制的公司名義併購與其有關聯關係的境內的公司，應報商務部審批。當事人不得以外商投資企業境內投資或其他方式規避前述要求。

於二零一六年十月八日，商務部公佈《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》，並於二零一八年六月二十九日修訂。根據備案辦法，由於併購、吸收合併等方式，非外商投資企業轉變為外商投資企業，屬於備案辦法的備案範圍的，按照該辦法辦理設立備案手續，填報《設立申報表》。

香港的法例及法規

廣告行業

儘管關於誹謗的法律仍主要屬於普通法的範疇，但《誹謗條例》(第21章)提供了若干免責辯護的情形，例如：(a)不含實際惡意，亦無嚴重疏忽(對永久形式誹謗作出道歉)及(b)非故意的誹謗(提出賠罪)。此外，基於：(a)經口述和發佈的言詞如意指任何婦人或少女不貞或通姦，及(b)貶低職位、專業或業務聲譽的短暫形式誹謗提出的訴訟，毋須證明特殊損害即可予以訴訟。另外，任何人惡意發佈他明知屬虛假的永久形式誹謗，可處監禁2年以及被判繳付法院判處的罰款。

監管概覽

根據《淫褻及不雅物品管制條例》(第390章)，發佈淫褻或不雅物品屬刑事罪行，而淫褻物品審裁處有權裁定物品是否屬淫褻及不雅並對被視為屬不雅的物品施加發佈條件。

資料收集及處置

在香港收集及處置個人資料受《個人資料(私隱)條例》(第486章)的規管。「個人資料」必須是(a)與一名個人有關；(b)透過數據可合理地辨別出該名個人；(c)數據可以合理的方式檢索。法令下的監管體制透過應用六項資料保障原則實現：(i)收集、(ii)準確性及保留、(iii)使用、(iv)安全性、(v)公開性以及(vi)資料當事人存取及更正個人資料的權利。

使用電子方式

根據《電訊條例》(第106章)，香港政府可向電訊網絡、系統、安裝或服務的運營商或提供商授出牌照，或就設置或維持向公眾往來傳送固定／移動地點之間通訊的電訊網絡而發出牌照。

根據《電子交易條例》(第553章)，電子交易中使用的電子記錄及數碼簽署一經核證機關認證，即與其紙質副本具有相同的法律地位。因此，電子簽署可以滿足簽署的法律規定(倘若符合特定的規定)，並可以電子記錄的形式保留資料。此外，在執行條例下的功能的過程中或在為條例的目的執行功能的過程中可取閱記錄或其他材料的任何其他人士向他人披露記錄冊或材料所載的資料，即屬刑事罪行。

《非應邀電子訊息條例》(第593章)規管發送有「香港聯繫」的非應邀商業電子訊息。根據條例，為預先錄製的電話留言、短訊及傳真訊息設立「拒收訊息登記冊」，且商業電子訊息的發送人應取閱登記冊以更新及清除其地址資料庫，不應向該等號碼發送訊息。條例規定了發送人應該遵守的關於商業電子訊息內容的規定，包括：(a)準確性、語言、身份展示及發送人的聯絡資料；(b)提供取消接收選項、其語言及展示。發送人必須對收到的取消接收要求保留記錄至少三年，且商業電郵訊息中不應使用具誤導性的標題或隱藏來電線路識別資料。

知識產權

《版權條例》(第528章)提供保護及執行版權、精神權利及在表演中的權利。具體而言，根據條例，以下行為屬犯罪行為：製作或交易侵犯權利物品；在拷貝服務業務中擁有侵犯版權複製品；定期或時常以列印的形式分發版權作品的侵犯版權複製品；或規避版權作品中使用的有效技術措施。於二零一四年六月，香港政府推出《2014年版權(修訂)條例草案》，嘗試提出以下立法建議：(a)為版權擁有人推出新的溝通權利，可透過任何電子傳送模式交流工作；(b)擴大版權例外情況的範圍，以豁免出於不同目的的刑事及民事責任；(c)澄清關於未經授權向公眾分發及傳播版權作品的刑事責任；(d)為聯線服務提供者建立法定的避風港；(e)加入可供法院於侵權成立情況下評估民事案件的賠償時考慮的更多因素。然而，出於對限制互聯網言論自由的考慮，草案於二零一六年立法會屆滿時失效。

《商標條例》(第559章)規管香港商標的註冊以及與侵犯香港商標有關的法律程序。根據條例，除非觸犯條例中註明的任何拒絕註冊的理由，否則任何商標均可註冊。註冊商標可與企業的商譽分開轉讓或以其他方式傳轉。

產品銷售

根據《貨品售賣條例》(第26章)，於與客戶的貨品售賣合約中隱含若干保證／條件，例如以下的保證／條件(a)產品具可商售品質；(b)對於通常購買該種貨品所作用途的適用性；(c)並無缺點；以及(d)如合理預期般安全、耐用。

監管概覽

《商品說明條例》(第362章)禁止(a)使用虛假商品說明；(b)虛假、具誤導性或不完整的資料；(c)作出產品的虛假標記及錯誤陳述；以及(d)關於所提供服務的虛假商品說明。此外，條例將若干營商手法定為刑事罪行，即：(a)誤導性遺漏；(b)具威嚇性的營業行為；(c)餌誘式廣告宣傳；(d)先誘後轉銷售行為；及(e)不當地接受付款。條例亦規定了有關偽造商標以及以虛假方式應用商標或模仿標記的罪行。

根據《服務提供(隱含條款)條例》(第457章)，與客戶的服務提供合約中隱含若干條款，包括：(a)提供人須以合理程度的謹慎及技術作出服務；(b)提供人須在合理時間內作出服務(倘服務時間並無固定或以協定的方式訂定)；(c)與提供人立約的一方須付出合理費用(倘代價並無以協議的方式訂定，亦並非以雙方的交易過程來決定)。

根據《不合情理合約條例》(第458章)，倘香港法庭裁定貨品售賣合約或服務提供合約(其中一方以消費者身份交易)在立約時的情況下已屬不合情理，則法庭可：(a)拒絕強制執行該合約；(b)強制執行合約中不合情理部分以外的其餘部分；(c)限制任何不合情理部分的適用範圍，或修正或更改該等不合情理部分，以避免產生任何不合情理的結果。

公司

根據《公司(清盤及雜項條文)條例》(第32章)，針對公眾公司規定了以下(其中包括)監管制度，即：(a)有關文件的規例；及(b)有關股份配發的規例。

根據《公司條例》(第622章)，公司及其董事／高級職員必須遵守關於(其中包括)成員、股本、利潤及資產分派、登記、管理及行政、委任及罷免高級職員的多項不同規例。公司及／或其董事／高級職員如未能遵守相關規例，即屬犯罪。為使法院能夠根據條例以簡易程序罪行審理，(a)必須於犯該罪行後三年內向裁判官提交或作出關於罪行的資料或申訴；以及(b)上述資料或申訴必須於律政司司長得悉支持證據之日起十二個月內提交或作出。

僱傭

《僱傭條例》(第57章)適用於按僱傭合約在香港受僱於一名僱主的每名僱員以及該僱主與僱員之間的僱傭合約。條例向僱員提供以下權利或保障：(a)年終付款；(b)生育保障；(c)休息日；(d)職工會不受歧視的保障；(e)遣散費；(f)長期服務金；(g)僱傭保障；(h)疾病津貼；(i)有薪假期；(j)有薪年假。除了保障外，條例亦提供僱主與僱員之間合約隱含的標準責任及義務以及為僱傭合約而遵行的手續。

根據《僱員補償條例》(第282章)，除非有關於任何僱員有一份由保險人所發出的有效保險單，而該保險單就僱主的法律責任承保的款額不小於條例所指明的適用款額，否則僱主不得僱用該僱員從事任何工作。任何僱主如未能遵守上述規定，即屬犯罪，可被處罰款100,000港元及監禁兩年(一經循公訴程序定罪)或一年(一經循簡易程序定罪)。

根據按《強制性公積金計劃條例》(第485章)成立的計劃，年齡介於18至65歲且月收入界於7,100港元至30,000港元間的所有僱員(以及自僱人士)有法律責任向計劃供款其收入的5%；月收入超過30,000港元的人士有法律責任向計劃供款1,500港元。首先，僱員及僱主均必須向計劃作出相等於月度總收入5%的供款，除非收入低於最低門檻(在此情況下，僅要求僱主作出供款)。倘若僱員及僱主願意，可以作出超過法定最低額的供款。此外，僱主有責任代其自身及為僱員妥為繳付強制性供款。僱主如無合理理由而未能支付供款(或未能按時支付供款)，則構成刑事罪行，可處：(a)罰款100,000港元及監禁六個月(如屬初犯者)；(b)罰款200,000港元及監禁十二個月(如屬再犯者)。

監管概覽

根據稅務條例，任何僱主如僱用需要或很有可能需要繳納薪俸稅人士或任何已婚人士，須於僱傭開始日期起計不遲於三個月內書面通知稅務局局長，註明有關僱員的全名及地址、僱傭開始日期及期限。另外，倘若僱傭終止，僱主須於僱員不再受僱於香港前不遲於一個月內書面通知局長該事項，註明姓名、地址及預期終止的日期。任何人士如無合理理由而未能遵守上述規定，即屬犯罪並可被處罰款10,000港元，且法院可能會命令於規定時間內改正。

集團內公司間交易

於香港，關聯企業之間的集團內公司間安排受稅務條例以及香港與其他國家(包括中國)之間的全面性雙重課稅協定(「**雙重課稅協定**」)規管。根據稅務條例，為產生利潤而招致的支出及開支獲豁免利得稅。然而，條例不允許向非公平交易的關聯企業(即作為獨立企業)作出付款。倘交易乃就獲取稅收優惠而訂立，則評核員可行使有關權力評估納稅人的稅務責任，猶如該交易並未訂立或執行，或以抵銷本應取得的稅收優惠的其他方式進行。

倘納稅人為香港居民企業且與非居民企業有關聯，該非居民企業可申請其他國家的雙重課稅寬免。為消除雙重課稅，香港稅務局局長(「**稅務局局長**」)將考慮對徵收的稅額作出適當調整的要求。條例亦已設立機制供納稅人與稅務局局長事先協定集團內公司間安排。

美國法律及法規

於往績記錄期間，我們為多個行業的廣告主提供網上廣告服務，以在眾多市場(包括美國)中宣傳其產品及服務。部分美國聯邦及州的數據安全法律法規及其他法律法規可能適用於我們在美國提供的線上廣告服務。對我們的運營影響最大的法律、規則及法規論述如下。然而，其他美國聯邦、州及地方法律亦可能對我們施加若干義務，並會影響我們的廣告主在美國境內銷售的產品及服務。

《美國法典》第15編《聯邦貿易委員會法》第41至第58條

儘管美國缺乏全面綜合性數據安全法，聯邦貿易委員會(「**聯邦貿易委員會**」)以其在《聯邦貿易委員會法》第5條下的一般權力填補了行業特定法律及規則的缺口。《聯邦貿易委員會法》第5條賦予聯邦貿易委員會廣泛的權力，以調查「商業活動中或對商業活動構成影響的不公平或欺詐行為或做法」。聯邦貿易委員會越來越多地在私隱及數據安全方面積極使用這一廣泛的權力，就各種「不公平」或「欺詐」做法發起調查。特別是，聯邦貿易委員會已就若干指控網站運營商從事欺詐行為，未遵守其既定政策及做法提起執法行動及案件。

除其於《聯邦貿易委員會法》第5條下的一般權力外，聯邦貿易委員會有權根據33項不同的規則、法律及指引對侵犯私隱及數據安全違規進行調查及起訴。在聯邦貿易委員會調查中較頻繁援引的法律包括《兒童網絡私隱保護法》、《公平信用報告法》(包括處置規則)、《Graham-Leach-Bliley法保護規則》以及《電話營銷與消費者欺詐和濫用法》。

《美國法典》第15編《兒童網絡私隱保護法》(「**COPPA**」)第6501至第6506條

於一九九八年首次頒佈的COPPA就針對13歲以下兒童的網站或網絡服務運營商，以及實際上知道正透過網絡收集13歲以下兒童的個人資料的其他網站或網絡服務的運營商，實施若干規定。該法律詳述網站運營商必須於私隱政策中訂明的內容，何時以及如何向父母或監護人尋求可證實的同意，以及運營商擁有哪些在網絡上保護兒童私隱及安全的責任，包括向13歲以下兒童營銷的限制。聯邦貿易委員會和州總檢察長是COPPA的執行者。

州數據私隱法規

我們受限於個別州法律及法規，其規定我們是否、如何及在何種情況下可以轉移、處理及／或接收若干對我們的營運至關重要的數據。美國各州的法律不盡相同，並不

監管概覽

受其他各州統一採納。例如，《加州網絡私隱及保護法》適用於商業網站的運營商，此類網站通過互聯網收集居住在加州的個人消費者的個人身份資料。

然而，美國最近在聯邦及州層面均提出了多項立法提案，可能在私隱等方面施加新的義務。美國政府責任署及聯邦貿易委員會等多個美國政府部門提議對透過互聯網收集的資料實施更嚴格的數據私隱法規，包括建議在聯邦層面頒佈全面的數據私隱及安全立法。此外，美國商務部國家標準與技術研究院正在開發一個自願性私隱框架（「私隱框架」），並於二零一九年九月發佈其私隱框架草案以供討論。

《加州消費者私隱法》（「CCPA」）已於二零二零年一月一日生效，並為美國首部全面監管收、使用及披露消費者個人資料（即加州消費者）的法案。加州檢察長（「AG」）負責強制執行CCPA並可對單一蓄意違法行為處以最高7,500美元的民事罰金（加州民法第1798.155條）。該法案亦允許消費者於某些情況下就數據洩露事項提起訴訟（第1798.150條）。CCPA將「企業」定義為收集消費者個人資料、釐定處理消費者個人資料的目的及方式、於加州開展業務，並滿足一個或以上所列門檻的法律實體。

在CCPA範疇內的企業須遵守多項規定。如彼等須發佈或分發私隱聲明（其中須包含若干內容），授予加州消費者權利（即有權訪問或刪除企業所擁有的彼等個人資料），及授予加州消費者就出售彼等個人資料的「選擇退出權」。

《美國法典》第47編《通信內容端正法》第230條（「《通信內容端正法》」）

《通信內容端正法》第230(c)(1)條訂明，「任何交互式計算機服務的使用者及提供者應被視為其他資訊內容提供者所提供的任何資訊的發行者或發言者」（《美國法典》第47編第230條）。因此，根據該條文，託管或轉發言論的網絡中介受到保護，可不受系列法律的約束，否則有關法律可能會使彼等對他人的言論及行為承擔法律責任。受保護的中介不僅包括常規的互聯網服務提供商（ISP），亦包括廣泛「交互式計算機服務提供商」，其主要包括直接發佈（及不參與創作）第三方內容的任何網絡服務提供商。此外，根據《通信內容端正法》第230(c)(2)條，交互式計算機服務的提供者及使用者亦獲豁免就彼等為限制被視為令人不快的資訊訪問或可用性而採取的任何行動，或通過採取行動使互聯網內容提供者和其他人能夠使用技術手段限制訪問在線材料而承擔任何民事責任。儘管存在《通信內容端正法》第230條不適用的若干例外情況，包括知識產權法及通信私隱法，但《通信內容端正法》第230條設立了對第三方網上發佈商的廣泛保護，使得網絡創新及言論自由蓬勃發展。

儘管法院普遍將《通信內容端正法》第230條詮釋為賦予上述廣泛保護，惟亦存在不適用《通信內容端正法》保護的案例。此外，亦有不少人呼籲對《通信內容端正法》第230條進行法定改革，例如限制其廣泛範圍或縮減其豁免條文。

許可規定

美國聯邦法律對我們以本文件所述方式開展業務並無特定許可要求。

競爭及反壟斷法

美國成立反壟斷法是為應對公司、企業壟斷部門及信託的不公平商業行為及反競爭行為。美國反壟斷法的核心為《謝爾曼反壟斷法》（「謝爾曼法」），是項法案禁止訂立不合理限制貿易及單邊濫用壟斷權力的協議。根據謝爾曼法，嚴禁價格壟斷、串通投標、限制產量、分配區或客戶群及排他行為等以達到壟斷權力目的的行為。違反謝爾曼法及其他反壟斷法律法規可能導致刑事及／或民事制裁。此外，大多數州均存在類似成文法，該等成文法同樣禁止限制貿易安排、不公平或欺詐行為以及不公平或酌情定價行為。該等州成文法由州總檢察長或其他州份監管機構強制執行，亦可作為私人訴訟當事人的行動基礎。

監管概覽

美國反壟斷法適用於商業及個人。若干法律法規亦具有域外效力。根據《一九八二年外貿反壟斷改進法》，倘美國境外發生以下行為(1)對美國貿易(包括美國進出口貿易)有直接、重大及合理可預見影響；及(2)根據謝爾曼法提出申索，則謝爾曼法適用於該等行為。因此，我們與美國發佈商及廣告主的貿易及商業往來受美國反壟斷法規限。

知識產權法規

美國商標法受州法及聯邦法規管。主要聯邦成文法為《拉納姆法》。商標包括任何文字、名稱、符號、口號或設備或該等的任何組合，用以識別貨品或服務並與他人所製造、銷售或服務的商品或服務區分。商標侵權的補救措施可能包括禁令、損失利潤及損害補償。

美國專利法獨受聯邦法(即《專利法》)規管，是項法案確保發明者對其成果擁有獨家權。美國法律認可的專利類型包括實用專利、外觀設計專利及植物專利。專利用以為創新作品或新產品的開發者或創造者提供保護，並授予該開發者或創造者於有限期間內製造、使用及銷售獲得專利的創新作品或產品的獨家權。

澳洲法律及法規

許可規定

澳洲並無規定客戶必須就獲取用戶數據取得許可。

澳洲並無專門法律監管數據挖掘。

可能與本集團相關的澳洲主要私隱相關法律為《一九八八年聯邦私隱法令》(「私隱法」)。私隱法就個人資料的收集、使用及披露作出規定。就該等目的而言，「個人資料」被界定為關於已識別個人或可合理識別的個人的資料或意見。由於本集團並無收集可能與澳洲個人最終用戶相關的任何資料，本集團並無在澳洲收集任何個人資料，因此不受私隱法的約束。即使本集團收集的部分資料可能被描述為澳洲最終用戶的個人資料，本集團仍不受私隱法的約束，除非其被視為在澳洲開展業務。

加拿大法律及法規

加拿大私營部門私隱制度概述

加拿大目前有四項針對私營部門的私隱法令，監管個人資料的收集、使用及披露。個人資料被定義為有關可識別個人的任何資料。該定義包括關於個人的任何事實或主觀信息(無論是否有記錄)，包括但不限於姓名、年齡、族裔、種族、婚姻狀況、DNA、宗教、社會保障編號、電子郵件或IP地址、財務資料、生物資料、信用報告、教育歷史及財務資料。於二零零零年四月十三日頒佈的聯邦《個人資料保護及電子文件法》(「個人資料保護及電子文件法」)對組織在商業活動過程中收集、使用及披露個人資料作出規定。在省級層面，有三個私營部門法規：(i)於二零零四年一月一日生效的艾伯達省《個人資料保護法》(「艾伯達省個人資料保護法」)；(ii)於二零零四年一月一日生效的英屬哥倫比亞省《個人資料保護法》(「英屬哥倫比亞省個人資料保護法」)；及(iii)於一九九四年一月一日生效的魁北克省《有關保護私營部門個人資料法案》(「魁北克省私隱法」)(與個人資料保護及電子文件法一起統稱為「加拿大私隱法」)。自上述法案各自頒佈之日起，加拿大私隱法已有所修訂。

為了令同意有效，必須合理預期個人理解收集、使用或披露他們所同意的個人資料的性質、目的及後果。不得將同意作為提供產品或服務的條件，但為實現明確指定及合法目的者除外(例如，不得出於市場推廣目的要求用戶同意獲取其聯繫方式；但是為了令移動設備正常運作而要求獲取有關聯繫方式的則可能是適當的及准許的。個人可隨時撤銷同意，但受法律或合約限制、例外情況及合理通知的約束。加拿大私隱法規定了組織必須以公平合法方式收集個人資料的一般義務，(即不得通過欺騙、脅迫或誤導性做法獲得同意)。即使獲得有效的同意，組織亦必須遵守一項總體法律要求，即只有在合理的人認為適合的情況下，才能收集、使用及披露個人資料。

監管概覽

加拿大私隱法亦賦予個人若干權利，包括請求訪問組織所持有的其個人資料的權利，包括出於更正理由，以及撤銷組織使用其個人資料同意的權利，但受法律或合約限制及合理通知的限制。組織必須告知個人撤銷同意的影響。收集、使用或披露個人資料用於市場推廣的亦需取得用戶同意。所需的同意形式(選擇加入或選擇退出)將因情況、資料敏感性及個人的合理期望而變化。倘若選擇退出同意是適當的，則必須在收集時或之前以明確且可理解的方式讓個人了解市場推廣的目的。個人必須能夠輕鬆選擇退出；選擇退出必須立即生效及持續生效；並且，必須在選擇退出之後盡快銷毀或有效地對所收集及使用資料進行匿名處理。敏感資料幾乎總是需要獲得明確同意之後方可用於市場推廣，而且有關使用必須仍然合理。

違反加拿大私隱法的通知

加拿大在聯邦層面及根據艾伯達省個人資料保護法在艾伯達省執行強制性違規報告。《數碼私隱法》於二零一八年十一月一日對個人資料保護及電子文件法作出修訂，以引入該等規定。在出現因違反組織保護措施而導致實際重大損害風險的情況下，受個人資料保護及電子文件法約束的組織必須向加拿大私隱專員報告，並通知受影響的個人。在組織確定發生違規行為後，必須盡快發出通知，並包括規定的資料。組織亦必須保留任何違反組織保護措施的記錄，無論違規行為是否會存在造成重大損害的實際風險。未遵守該等規定的組織可能會被罰款。對於公司而言，罰款金額高達100,000加元。

與個人資料保護及電子文件法修正案類似，艾伯達省個人資料保護法規定，當發生任何涉及個人資料丟失或未經授權的訪問或披露的事件時，且在合理的人認為有關丟失或未經授權的訪問或披露可能存在對個人造成重大損害的實際風險的情況下，必須在沒有不合理延遲的情況下作出報告。然後，艾伯達省專員可命令組織發出包含規定資料的個人違規通知。倘若公司未能向艾伯達省專員提供此類通知，則可能會面臨高達100,000加元的罰款。對於個人而言，潛在罰款金額為10,000加元。

加拿大私隱法的監督及執行

聯邦數據保護監管機構(加拿大私隱專員)可根據個人資料保護及電子文件法對正式投訴展開調查，或啟動專員主導的調查。隨後，加拿大私隱專員可發佈調查結果報告，其中可能包括合規建議。調查結果可由加拿大私隱專員公佈。新的強制性違規報告法規同樣得到執行。聯邦法院有權下達命令，包括糾正組織行為的命令，並對申訴人因「申訴人遭受的侮辱」而給予損害賠償。除了該等權力外，加拿大私隱專員亦可與組織簽訂合規協議，且有關合規協議可在加拿大聯邦法院執行。

英屬哥倫比亞省個人資料保護法、艾伯達省個人資料保護法及魁北克省私隱法制定了類似的監管監督。但是，在該等省份中，存在組織可能因未遵守各自立法中的義務而被罰款的情況(例如，上述艾伯達省個人資料保護法規定了未能向艾伯塔省專員發出指定違規行為通知而被罰款的情況)。

許可規定

就不同個人的個人資料匯總而言，倘若無法合理地實現個人資料的逆向工程，則無需根據加拿大法律為我們的業務獲得特定許可。

印尼法律及法規

有關數據私隱／保護的法律及法規

目前，數據私隱或數據保護主要受以下三項主要法規監管，即：(a)有關電子資料及交易二零零八年法例第11條(經二零一六年法例第19條修訂)(「電子資料交易法例」)；(b)政府法規二零一九年第71號有關實施電子系統及交易(「政府法規第71號」)；及(c)印尼信息與通訊部法規(「印尼信息與通訊部」)二零一六年第20條有關電子系統數據保護(「數據保護法規」)(統稱「數據隱私法律」)。

個人數據

根據政府法規第71號，「個人數據」的定義為「可識別及／或單獨或綜合透過電子系統及／或非電子方式直接或間接所得其他資料而可識別的所有個人數據」。

監管概覽

政府法規第71號及草擬個人數據保護法例

政府法規第71號於近期(即二零一九年底)頒佈。政府法規第71號的第14.3條似乎是要從印尼即將頒佈的新數據保護法例草案(「**草擬法例**」)過時版本中抽取的條文之一。該觀點乃為使政府法規第71號及草擬法例(一經頒佈)在個人數據保護方面設有一致條文。

然而，草擬法例的最新版本向歐盟《通用數據保護條例》(「**通用數據保護條例**」)傾斜。在該版本的草擬法例中，該等額外規定已予修訂，因此有關規定被視為豁免同意，而非作為額外規定(與通用數據保護條例中採納的理念類似)。因此，取決於草擬法例的最終同意情況，或會出現條文不一致的情況。

此外，政府法規第71號的第14.3條載有「控制者」一詞。然而，「個人數據控制者」於政府法規第71號並無定義，該詞亦無獲採納至任何其他法律。此定義其後將於草擬法例引入。因此，吾等僅可評定「控制者」定義的方式及草擬法例一經頒佈後「控制者」的責任／授權。

草擬法例屬於二零一九年的國家立法計劃(為國會優先考慮的法律清單)。然而，由於二零一九年印尼舉行選舉，印尼已委任新議員，此舉使得草擬法例未能於二零一九年頒佈。近期，通訊和信息技術部(「**通信部**」)宣佈，其將優先頒佈草擬法例，惟吾等預計該法例僅將於二零二零年頒佈。

制裁

電子資料交易法例、政府法規第82號及數據保護條例並無就違反資料私隱規定任何具體刑事制裁。然而，應注意的是，電子資料交易法例第32條規定，所有人士禁止有意及非法：(i)對屬於其他人士或公眾的電子資料及／或電子文件作出變更、增加、減少、傳輸、銷毀、滅失、傳輸及隱藏。(ii)移動或傳輸屬於其他人士的電子資料及／或電子文件。(iii)進行第(i)條所述的行動，導致公眾可憑藉完全不符實際資料的資料，查閱機密電子資料及／或電子文件。

違反上述條文可面臨監禁最多10年及／或罰款最多五十億印尼盾。除電子資料交易法例外，印尼刑事法第322.1條亦規定，任何人士有意披露其就目前或過去崗位或受僱而有責任保密的機密資料，須面臨監禁九個月。違反政府法規第71號及數據保護條例者亦須面臨警告信、行政罰款、暫時停權及撤銷註冊等行政制裁。

就我們的印尼法律顧問所深知，印尼尚未執行資料私隱條款(例如透過法院)，且概無有關違反資料私隱的報告法庭案例。然而，印尼不公開法律案例，亦不如普通法國家那樣有案例彙編。

許可規定

印尼法律對我們以本文件所述方式開展業務並無特定許可要求。

英國的法律及法規

下文概述適用於英國(「**英國**」)資料保護及線上廣告方面的最重要法規及規例。

通用數據保護條例

有關就處理個人資料對自然人提供保護及資料自由流通的歐洲議會和理事會條例2016/679，即通用數據保護條例，當中規定個人資料處理須於歐洲聯盟(「**歐盟**」)境內進行。如歐盟境內人士的個人資料由歐盟境外公司處理，此規定亦適用，以監督有關人士在歐盟境內的行為。協助廣告主鎖定歐盟境內用戶的廣告平台可能屬於此範疇。於通用數據保護條例適用於歐盟境外公司時，通用數據保護條例下有一項規定，要求該實體指定歐盟境內(即行為受到監視的資料當事人所處的某一歐盟成員國境內)的代表，惟若干豁免適用則除外。

監管概覽

隨著通用數據保護條例於二零一八年五月在英國生效，英國的二零一八年數據保護法（「數據保護法」）亦同步生效。數據保護法擬與通用數據保護條例一併閱覽，當中載有通用數據保護條例所准許的若干減損（如有關資料當事人權利的豁免）。由於英國脫歐，已作出進一步改動，以將通用數據保護條例納入英國法律。

通用數據保護條例僅適用於「個人資料」，即任何與已識別或可識別的自然人（「資料當事人」）有關的資料。此人可直接或間接識別，尤其是參考姓名、身份證號碼、位置資料等標識符或線上標識符識別。藉此，不僅可獲取IP地址、設備ID、數字指紋及cookie串等資料，又能得到留下資料（能結合其他資料生成個人檔案）痕跡的任何技術。監管指引闡明，就被認為帶個人性質的資料而言，僅需要能夠就定向廣告「挑出」某一人士或其設備，而不需以名稱或類似者識別該人士。此外，通用數據保護條例適用「特定類別個人數據」，包括種族、政見、宗教或哲學信仰、或工會會員，以及基因數據、可獨一無二地識別自然人之生物識別數據以及有關健康或自然人之性生活或性取向的數據的處理。

通用數據保護條例視處理個人資料的公司屬於以下兩種角色之一。第一個角色被冠以「控制者」之稱，控制者為決定處理用途的手段的實體。第二個角色則被冠以「處理者」之稱，處理者代表控制者而非為自身（即根據控制者的指示）從事處理個人資料。通用數據保護條例介紹了處理者及控制者的責任。

通用數據保護條例的基本原則是控制者處理個人資料的所有行為必須具有合法的理由，例如(i)遵守法律責任；(ii)履行與資料當事人之間的合約；(iii)給予許可；或(iv)對控制者及／第三方的合法權益而言屬必要。通用數據保護條例規定控制者須向資料當事人發出有關資料處理方式的通知，以便資料當事人可對資料的使用做出知情決定。

於委任處理者時，控制者須進行若干盡職調查並須確保控制者與處理者之間的協議中包含若干條款。控制者可能須對其處理者的違約行為負上法律責任。控制者亦可能須對屬接收者的「控制者」（於兩間公司被「共同」控制資料的情況下）的行為負上法律責任。

通用數據保護條例規定控制者執行（並能夠證明）「適當的技術及組織安全措施」，以確保個人資料安全程度達到與風險相稱的水平。其亦規定控制者須採取措施確保根據彼等授權行事能夠接觸到個人資料的人士（如僱員）僅根據公司指示處理有關資料。倘個人資料的接收者位於歐盟經濟區或其他「具有足夠設施的」國家以外的地區，必須有一項關於將資料轉出歐盟的機制落實到位。

通用數據保護條例加強了「問責性」的概念，要求控制者及處理者根據責任維持自身的處理活動記錄。就資料保留而言，通用數據保護條例准許控制者在具有合法理由處理個人資料的情況下可保管該等資料。通用數據保護條例的一個主要目標是保護及鞏固個人（如訂戶）的權利。為此，其向個人提供一套較之通用數據保護條例之前實施的權利而言更寬泛更強化的權利，並提高個人對控制者強制執行該等權利的能力。

通用數據保護條例要求控制者於若干情況下及在發生若干個案時在規定期限內向國家監督機構報告任何「個人資料外洩」，向受到影響的個人溝通有關外洩情況。因此，控制者需要確保落實適當措施，以便能及時識別個人資料外洩，並需制定須遵循的適當政策及程序，以便能及時對個人資料外洩作出反應。違反通用數據保護條例的機構可被處以每年全球營業額的4%或20百萬歐元（以較高者為準）的罰款。此外，個人可就因控制者或處理者未能遵守通用數據保護條例而產生的任何損害提起申索。撰稿時，資訊專員辦公室最近就二零一八年資料外洩提出的罰款高達183百萬英鎊及99百萬英鎊。

私隱與電子通信條例

二零零三年私隱與電子通信（電子通信指令）條例（經修訂）（「PECR」）是為了在英國法律中執行歐盟電子私隱指令而頒佈的英國法律。PECR與通用數據保護條例一同根據電子私隱指令（除通用數據保護條例所規定者外予以應用）在數據保護規定方面發揮作用。PECR具體處理電子通信網絡及服務方面的私隱事宜，同時規管cookie及／或其他類似追蹤技術的使用。

監管概覽

就運用cookie或其他方式儲存或收集個人設備的資料而言，PECR規定公司須在訂戶／用戶「終端設備」進行儲存或查閱前，發出通知和取得訂戶／用戶同意，惟有部分豁免情況，包極有必要提供訂戶／用戶所明確要求的資訊社會服務時。資訊專員辦公室及國家信息與自由委員會於二零一九年六月及七月分別刊發的指引尤其側重於cookie同意規定以及為構成通用數據保護條例下的有效同意而需要就所有非必要cookie／追蹤設備取得自願同意。

歐盟委員會已提議設立新法律取代PECR和使電子私隱與通用數據保護條例一致。在英國，PECR及通用數據保護條例／數據保護法的監管機構為資訊專員辦公室。

英國廣告監管框架概覽

英國的主要廣告監管機關為廣告標準局（「廣告標準局」），而廣告執行局（「廣告執行局」）則為廣告標準局的姊妹機構。廣告執行局負責起草廣告準則，當中載列廣告主、代理商及媒體擁有人必須遵守的準則。自二零一一年起，廣告執行局亦對在網站及社交媒體平台等進行的線上廣告主張進行規管。廣告準則包括兩套準則：

- (a) 英國非廣播電視廣告、促銷及直銷準則（「CAP準則」）規管非廣播電視廣告、促銷及直銷通訊；及
- (b) 英國電視廣播廣告準則（「BCAP準則」）適用於廣播及電視服務的所有廣告及節目贊助。廣播電視廣告規管由通訊管理局（「通訊管理局」）分擔。

根據二零零三年通訊法，通訊管理局擁有要求其他規管形式的職責，故與廣告標準局訂立此監管夥伴關係。於二零一四年，通訊管理局宣佈，其與廣告標準局的共同監管夥伴關係將再續10年。儘管廣告標準局主要經手維持廣播電視廣告內容標準（及透過廣告執行局撰寫及更新BCAP準則），通訊管理局對廣播電視運營商擁有監管權力，廣告標準局可在有必要採取進一步法律行動的情況下將廣播電視運營商轉交通訊管理局。英國規管廣告的主要法律為：(a)保障消費者免於不公平交易規例；及(b)保障企業免於誤導營銷規例。此外，對所有擬投放的廣告而言，以下各項因素須納入考量：(a)行業專門法律（如廣告規管類產品，食品及藥品等）；及(b)法律中影響廣告的其他主要方面，如知識產權、競爭、私隱及誹謗。

牌照規定

概無規定線上廣告平台進行有關業務須取得特定牌照。

印度的法律及法規

印度並無適用於廣告行業的特別法律，以下為可能適用於線上廣告方面的一般法律。

二零零零年資訊科技法（「資訊科技法」）

根據資訊科技法制定的二零一一年資訊科技（合理保安慣例及程序與敏感個人數據或資料）規則（「SPD規則」）對敏感個人數據（包括密碼、財務資料、身體、生理及心理健康狀況、性取向、病歷及病史以及生物特徵資料）的處理進行規管。

發行人提供廣告服務，其服務可能包括收集或處理涉及個人的若干資料。倘一間實體收集、獲取、儲存或處理個人資料（包括敏感個人數據），則其必須遵守SPD規則所規定的義務，包括制定隱私政策並取得提供敏感個人資料人士的同意。

根據資訊科技法第43A條，法人團體如在其擁有、控制或運營的計算機資源中存有、交易或處理敏感個人數據，必須訂有並實施合理的安全慣例及程序。違反者將須以賠償方式向受此不合規操作影響的人士支付補償。

印度刑法典（「印度刑法典」）

印度刑法典第292條對首次定罪為（其中包括）發佈、傳播任何淫褻內容及刊登淫褻廣告處以最多兩年監禁及最高可達2,000印度盧比的罰款。此外，印度刑法典第293條單

監管概覽

獨將向任何未滿20歲人士發佈及傳播淫褻內容定為一項違法行為，該等行為首次定罪可被處以最高三年監禁及最多可達2,000印度盧比的罰款。

印度刑法典亦根據特別或地方法律對唆使罪作出處罰。印度刑法典將唆使行為界定為煽動、串謀或故意協助他人犯罪或實施違法行為。構成唆使罪不一定要作出所唆使的行為，亦不一定要產生構成犯罪所需的後果。因此，倘所宣傳的活動／業務不獲印度法律准許，則投放該等活動／業務的任何廣告可能被視為唆使罪。

二零一一年資訊科技(中介指引)規則(「中介指引」)

資訊科技法將與任何特定電子記錄相關的中介定義為：代表其他人士接收、存儲或傳輸電子記錄或提供有關該記錄的任何服務的人士，包括搜索引擎、在線支付網站、在線拍賣網站及網上市場。中介指引對中介的行為進行規管並對其施加多項義務以維護知識產權及其他法律。中介亦須在接獲法院或政府部門的命令後將違反中介指引所列條文的資料從其系統中刪除，該等資料包括：(a)用戶無權獲取；(b)嚴重危害、騷擾、褻瀆、誹謗、淫穢、色情、戀童、中傷、侵犯他人私隱、仇恨、或種族、民族敵對、詆毀、涉及或鼓勵洗錢或賭博，或其他違法；(c)危害未成年人；(d)侵犯任何專有權；(e)違反任何法律；(f)就該等訊息的來源誤導接收人，或傳遞嚴重冒犯或恐嚇性的資訊；(g)假冒他人；(h)包含病毒或其他破壞性代碼；及(i)威脅印度的統一、完整、國防、安全或主權，與外國的友好關係或公共秩序，或導致煽動實施任何可辨認的犯罪，或阻止調查任何犯罪，或侮辱任何其他國家的資料。

任何違反中介指引的實體須(a)向因其違法行為受影響的人士支付最高25,000印度盧比的賠償；或(b)被處以最高25,000印度盧比的罰款。倘中介未能根據中介指引進行所需的盡職審查，其所獲授的安全港保護亦會被取消並須受到其他法律的處罰。

為享受獲授的安全港保護，中介必須滿足下列兩項條件的其中一項：(a)其功能必須僅限於提供一個讓第三方可於當中傳輸或臨時存儲或託管資料的通訊系統的訪問權；或(b)其不得發起傳輸、選擇傳輸資料的接收人或選擇或修改傳輸中包含的資料。

印度廣告標準委員會制定的廣告自律守則(「ASCI守則」)

ASCI守則為發佈或協助發佈廣告的實體自願遵守的守則。其適用於在印度閱讀、收聽或觀看且針對印度消費者的廣告，不管該等廣告是否源自國外／於國外發佈。ASCI守則旨在確保(其中包括)廣告作出真實及誠實的呈現／聲明、避免有害產品／情況及保護公平競爭。

博彩法

博彩行為受印度聯邦政府及邦政府訂立的公共博彩法規管。邦政府的公共博彩法主要基於印度聯邦政府執行的一八六七年公共博彩法(「PGA」)制定，惟特倫甘納邦(Telangana)、阿薩姆邦(Assam)及奧里薩邦(Odisha)政府頒佈的公共博彩法除外，該等邦禁止進行博彩活動(「禁止邦」)。

根據PGA，任何人士不得提供場所進行涉及投注或博彩的活動，而提供該等場所的人士須被罰款最多200印度盧比或監禁最高三個月。此外，被發現在該場所內的任何人士須被罰款最多100印度盧比或監禁最高1個月。儘管PGA所指為提供博彩的實體場所，惟近期法院並無對提供線上或線下博彩場所的案件的判決依據加以明確區分且以同樣方式審理。因此，該限制亦適用於線上博彩。根據PGA，禁止博彩的規定不適用於「純技巧」遊戲。法院將「技巧遊戲」的含義詮釋為技能成分高於機會成分的遊戲。

部分邦已制定有別於PGA的獨立博彩法。錫金邦(Sikkim)及那加蘭邦(Nagaland)的邦政府已頒佈相關法例規管提供線上技巧遊戲的活動並要求於該等邦提供該等遊戲的實體獲取許可證。

監管概覽

誠如上文標題為「印度刑法典」一段所述，唆使他人違法亦受到印度法律的懲處。因此，倘廣告涉及法律並不允許的博彩行為／活動，則該廣告或會被視為唆使他人違法。故此，其將受到與下列人士相同的處罰：(a)進行構成博彩的遊戲的個人(罰款100印度盧比或監禁最高一個月)，及(b)發行該等遊戲的開發商(罰款200印度盧比或監禁最高三個月)。此外，由於廣告可能導致部分公眾或10人以上違反博彩法，因此廣告發行商亦可能被處以監禁三年或罰款或兩者兼有。

行業特定限制／禁令

印度法律規定廣告不得(a)含有電子方式的挑逗或迎合色慾或傾向於腐化或腐蝕他人，色情或描繪兒童露骨色情行為的內容；(b)以不雅、貶損或貶低女性，或可能腐化、腐蝕或破壞公共道德的方式描繪女性形象；(c)未經許可使用其他實體擁有的知識產權(包括版權資料或商標)；(d)載有與印度勘探局所發佈的印度地圖不一致的印度地圖；(e)與軍隊及軍火相關；(f)與人體器官及組織相關；(g)與若干藥物及特效藥相關；(h)有關性別偏見及產前性別確定；(i)代訟人廣告；(j)宣傳獎金及金錢騙局；(k)宣傳煙草產品；(l)醫生廣告；(m)包含若干特定國家標誌、國印、國旗、國徽、紋章；及(n)包含並不符合重量、度量或算數標準單位的任何數量或尺寸。

印度法律亦對食品廣告、證券廣告及政治廣告施加若干限制。

許可要求

於印度從事線上廣告業務無需取得任何特定許可。

歷史、發展及重組

我們的歷史

本公司於二零一九年二月一日根據開曼公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。自註冊成立起，本公司一直為投資控股公司，並無業務營運。

我們的歷史可追溯至二零一五年，當時常女士及李女士計劃開展線上廣告業務。當時楊先生有一間暫無營業的在香港正式註冊成立的公司，本集團乃透過收購楊先生全資擁有的香港虎視的前身的方式成立。根據香港虎視的前身的公司秘書提交的利得稅報稅表所顯示的財務資料，其自註冊成立以來直至二零一五年六月由常女士收購並無開展任何業務營運。本集團隨後於二零一五年七月開始營業。於香港虎視營運近一年後，我們已發展起自身的客戶，而我們於二零一六年五月成立北京虎示，以進一步發展及鞏固於中國的線上廣告業務。

根據重組，本公司已就[編纂]目的成為本集團的控股公司，並透過控股公司間接持有營運公司的全部權益。

我們的主要里程碑

以下概述本集團的主要發展里程碑：

年份	主要里程碑
二零一五年	<ul style="list-style-type: none">常女士及李女士於二零一五年六月透過收購一間暫無營業的私人公司創立本集團我們於二零一五年七月通過香港虎視開始我們的業務營運
二零一六年	<ul style="list-style-type: none">我們成立北京虎示我們開始幫助廣告主在臉書上投放廣告我們開始幫助廣告主在谷歌上投放廣告，並成為谷歌關鍵詞廣告經銷商項目的合作夥伴
二零一七年	<ul style="list-style-type: none">我們成為臉書中國區優質合作夥伴

歷史、發展及重組

年份	主要里程碑
二零一八年	<ul style="list-style-type: none">我們開始與Snapchat合作，並成為百度授權的Snapchat銷售代表我們連續三年獲認可為谷歌關鍵詞廣告經銷商項目的合作夥伴我們榮獲第九屆虎嘯獎「年度最具潛力新創公司大獎」我們榮獲中國國際電子商務博覽會組委會授予「最佳電商服務企業獎」我們榮獲第十一屆金投賞「商業創意提名獎」我們榮獲谷歌授予「谷歌視頻廣告創新獎—二零一八年優質合作夥伴獎」

股權及公司架構

緊隨重組完成後，本集團由(i)本公司；(ii)兩間營運公司(即香港虎視及北京虎示)；(iii)於香港及英屬處女群島成立作為營運公司的中間控股公司的四間附屬公司；及(iv)一間暫無營業的公司組成。

控股公司

控股公司於英屬處女群島及香港註冊成立為有限責任公司。自註冊成立以來，控股公司一直為投資控股公司，暫無業務營運。於最後實際可行日期，控股公司為本公司的全資附屬公司，並作為營運公司的中間控股公司行事。於最後實際可行日期各控股公司的詳情載列如下：

	中間控股公司名稱	註冊成立日期及地點	已發行股份總數	我們持有的股權比例	備註
1.	Adtiger Company Limited	二零一九年三月五日 (英屬處女群島)	50,000股	100%	香港虎視的控股公司
2.	Adtiger Media Limited	二零一九年二月二十一日 (英屬處女群島)	50,000股	100%	AdTiger International及Apotheosis的控股公司
3.	Adtiger International Limited	二零一九年三月二十七日 (香港)	10,000股	100%	北京虎示的控股公司 (擁有80%權益)
4.	Apotheosis Limited	二零一八年十一月五日 (香港)	10,000股	100%	北京虎示的控股公司 (擁有20%權益)

(各為「控股公司」及本集團成員公司)

歷史、發展及重組

營運公司

下表載列於最後實際可行日期從事提供線上廣告服務的兩間營運公司的詳情：

	附屬公司名稱	註冊成立日期及地點	已發行股份		主要業務活動
			總數／認繳 註冊股本	我們持有的 股權比例	
1.	香港虎視傳媒有限公司	二零一零年十一月 二十二日(香港)	10,000股	100%	線上廣告服務
2.	北京虎示傳媒有限公司	二零一六年五月 十一日(中國)	人民幣 12.5百萬元	100%	線上廣告服務

(各為「營運公司」及本集團成員公司)

香港虎視傳媒有限公司

於二零一五年六月三十日，根據成立本集團的創始人之間的安排，常女士以代價10,000港元收購一間於香港註冊成立的私人公司(即香港虎視的前身)的全部已發行股份，而該公司此前由楊先生(常女士的姻兄)全資擁有及有關代價乃經參考其股本後釐定。收購香港虎視的代價由常女士提供。由於我們的業務性質，我們毋須大量的初始設立成本或營運資金。於培育期內主要由我們的創始人進行業務營運，而彼等並無收取任何薪酬。實施該安排乃由於我們並無收到來自投資者的任何股權投資，創始人認為彼等毋須以發放工資的形式自本集團取出資金。此外，我們的營運毋須實體物業，因我們的管理層團隊能遠程工作。

於香港虎視開始營業後不久及受益於創始人於業內的過往經歷，我們獲得首位客戶，該客戶乃常女士透過彼過往工作經歷所結識。倚賴常女士於線上廣告的過往經歷，連同其聲譽及與業內人士維持的良好關係，我們得以吸引首位客戶，該客戶為常女士於二零一二年至二零一五年的前僱主的控股公司，於二零一五年十一月向我們支付預付款約1.5百萬美元，其中約30,000美元為我們於CPA定價模式下收取的總服務費及約1.44百萬美元為我們於CPC/CPM定價模式下就客戶的廣告活動產生的流量獲取成本；並且我們自首位客戶產生收益約73,000美元，其中(i)約30,000美元為CPA定價模式下的服務費；及(ii)約43,000美元為因購買臉書的廣告版位而收取的CPC/CPM定價模式下的返點淨額。經艾瑞諮詢確認，代理通常要求廣告主於首次合作時提前付款。於廣告主建立穩定的業務關係後，代理可能按個別情況基準允許廣告主購買用戶流量，而無須支付預付款項；而此種預付款項安排為我們競爭對手亦採納的業內普遍市場慣例。

歷史、發展及重組

於二零一五年八月二十八日，香港虎視的全部股權轉讓予Venus，代價為10,000港元（經參考香港虎視的股本釐定）。該轉讓已妥善完成及結算。於有關轉讓後，常女士透過其受託人康旭奎先生（「康先生」，常女士的遠親）實益及間接擁有香港虎視的全部股權。常女士已與康先生訂立信託安排，以協助管理香港虎視的公司事宜。據常女士確認，常女士於培育期專注於香港虎視的業務發展及營運。鑒於康先生當時已經退休，由彼代表常女士到港處理公司相關事宜及行使股東權利及利益相對更方便。常女士及康先生於二零一五年七月十日訂立信託安排，以確認康先生自彼成為Venus的控股公司Robust Season的登記股東起代常女士保留委託權益的所有股東權利及利益（「開曼信託安排」），同時提名或罷免董事、收取股息或分佔溢利的權利仍屬於常女士。

Hsia先生為於本集團成立之前透過Taschh與常女士結識，因Taschh曾與常女士的前僱主有業務往來。鑒於彼等之前的關係以及Hsia先生認可線上廣告行業的前景，經與Taschh其他亦支持其決定的股東討論後，Hsia先生決定透過Taschh購買香港虎視20%股權投資於香港虎視。

Taschh作為品牌代理，其主要從事提供品牌及營銷解決方案服務，包括就全球數字廣告趨勢提供商業智能，尤其是了解最適宜向目標用戶投放特定廣告的國家及地區。為於培育期支撐我們的業務增長，創始人將包括提供本公司用於開發AdTensor雛形的源代碼、提供線上廣告業務的流程的一般指引及所需技術、相關軟件的使用、全球線上廣告需求及測試需求等的IT支援服務外包予Taschh，其之後協助我們建立我們的資訊科技基礎設施。自我們開始營運以來，本集團就Taschh的IT支援服務支付的總成本約為27,500美元。我們於往績記錄期間進一步開發AdTensor，為我們的發展及用戶獲取能力提供支撐。鑒於Taschh的支持及為本集團帶來的協同效益，於二零一六年五月三十一日，常女士促請Venus將其於香港虎視的20%股權轉讓予Taschh，而Taschh同意以2,000港元（經參考香港虎視的股本釐定）購買，因我們仍處於培養期初期，且所有股東均無法保證本集團將於日後存續及取得成功。該轉讓已妥善完成及按公平值基準結算，因此，根據香港財務報告準則第2號，概無以股份為基礎的付款開支。

於二零一六年五月三十一日，根據成立本集團的創始人之間的安排，常女士指示Venus將其於香港虎視的30%股權轉讓予Son of Sunrise（該公司由李女士實益全資擁有），代價為3,000港元（經參考香港虎視的股本釐定），因我們仍處於培養期初期，且所有股東均無法保證本集團將於日後存續及取得成功。該轉讓已妥善完成及按公平值基準結算。於有關轉讓後，李女士透過其代名人索志東先生（「索先生」）實益擁有香港虎視的30%權益。經李女士確認，索先生及李女士就讀及畢業於同一所高中，已建立了長期互信。鑒於本集團業務擴張，李女士一直將其時間及精力投放於本集團的業務發展，且須經常出差及與我們的客戶於全國各地舉行實體會議。鑒於索先生在當時為一名自由室內設計師，故李女士認為索先生的工作性質使其能靈活到香港處理香港虎視的公司

歷史、發展及重組

相關事宜。李女士及索先生決定訂立信託安排，以協助管理香港虎視的公司相關事宜，並讓索先生代表李女士行使股東權利及利益且彼等於二零一六年四月八日訂立一份信託安排，以確認索先生自Son of Sunrise註冊成立起代李女士保留委託權益的所有股東權利及利益（「英屬處女群島信託安排」），而提名或罷免董事、收取股息或分佔溢利的權利仍屬於李女士。

經董事確認，香港虎視的股份轉讓已合法完成及有關代價已妥為結算。

於上述轉讓後及根據上述信託安排及創始人之間的安排，常女士（透過其代名人康先生間接）及李女士（透過其代名人索先生間接）分別透過Venus及Son of Sunrise實益持有及擁有於香港虎視的50%及30%委託股權，並有權享有有關股權產生的所有權利及利益。

下表載列上述轉讓後及緊接重組前香港虎視的股權架構：

註冊股東名稱	股權比例	與我們的關連人士的關係
Venus	50%	由常女士實益擁有100%權益
Son of Sunrise	30%	由李女士實益擁有100%權益
Taschh	20%	由以下人士實益擁有：Hsia先生(51%)、Chou Min-yi ⁽¹⁾ (14%)及為獨立第三方 ⁽³⁾ 的少數股東 ⁽²⁾ （其餘35%）

- (1) Chou Min-yi於自二零一六年五月至二零一九年七月擔任香港虎視的董事及截至最後實際可行日期為Apotheosis的董事。因此，周先生為本公司的關連人士。
- (2) 該等股份由以下人士實益持有：Lawrence Paraiso Tope (10%)、Joseph Herbozo (10%)、Michael Harris Starr (10%)及Hiroyuki Asami (5%)，彼等為獨立第三方。
- (3) 此處表示的百分比代表Taschh的普通股。於計算所有權百分比時，並無計及Taschh的無投票權股份。於最後實際可行日期，Chou Min-yi及兩名獨立第三方分別於Taschh實益持有12、5及5股無投票權股份。於最後實際可行日期，Taschh的1,033,384股普通股由Hsia先生實益持有，佔Taschh已發行股本總額的約99.99%；Taschh的14股普通股及12股無投票權股份由Chou Min-yi實益持有，佔Taschh已發行股本總額的約0.003%，而餘下權益由獨立第三方持有，佔Taschh已發行股本總額的約0.007%。

北京虎示傳媒有限公司

於北京虎示成立時，其註冊資本並未付訖，因當時創始人認為並無急需注資需求；且根據中國法律，於北京虎示的組織章程細則規定的期限（即二零三五年十二月十八日）屆滿前，註冊資本毋須付訖。於北京虎示成立後，其毋須取得資本投資且僅需較少的初始設立成本，主要用於採購辦公設備，乃由常女士撥付。因香港虎視於經營近乎一年後，本集團已建立其自身的客戶群，而設立北京虎示以發展及鞏固我們於中國的線

歷史、發展及重組

上廣告業務。於北京虎示成立時，香港虎視向其推薦客戶，及北京虎示收取客戶預付款項，而其現金流入已足以抵銷其營運成本並為其提供營運資金。

北京虎示於二零一六年五月十一日成立後，其認繳註冊資本為人民幣10百萬元，其由常女士及李女士(透過其代名人索先生)實益持有70%及30%權益。李女士與索先生於二零一六年五月十一日訂立代名人安排，以確認索先生於二零一六年五月十一日北京虎示成立起至二零一七年六月二十七日期間代李女士保留於北京虎示的委託權益的所有股東權利及利益。由於李女士專注於本集團業務的發展而需要經常出差到中國各地與我們的客戶會面，且鑒於信任索先生，彼指派索先生於北京虎示成立時作為其註冊股東，代其行使股東權利，而提名或罷免董事、收取股息、分佔溢利的權利屬於李女士。於二零一七年六月二十七日，代名人安排已於索先生於北京虎示的全部委託權益按照李女士的促使轉讓予潤智傳媒後終止。

於二零一七年六月，常女士及李女士分別將其於北京虎示的70%及30%實益權益以零代價(基於北京虎示的實收資本釐定)轉讓予五蓮思果及潤智傳媒，有關轉讓已於二零一七年六月二十七日於當地工商局完成登記手續。

於二零一七年六月上述北京虎示的轉讓完成後，五蓮思果由常女士、李女士及和月投資分別直接持有56.14%、42.86%及1%權益。於二零一七年九月，李女士以零代價(基於五蓮思果的實收資本釐定)將其於五蓮思果的14.29%權益轉讓予五蓮深標及將28.57%權益轉讓予其母親索桂英女士(「索女士」)，有關轉讓已於二零一七年九月二十五日於當地工商局完成登記手續。自二零一七年九月二十八日，五蓮深標由李女士(透過其代名人索女士)、袁交朋(為本集團之僱員)及新余投資分別持有89%、10%及1%權益。李女士與索女士分別於二零一七年九月二十八日及二零一七年九月二十五日訂立代名人安排，以確認索女士自其分別於二零一七年九月二十八日成為五蓮深標及於二零一七年九月二十五日成為五蓮思果的合夥人之日起代李女士保留委託權益的所有合夥權利及利益，而提名或罷免董事、收取股息或分佔溢利的權利屬於李女士。經李女士確認，鑒於李女士高度參與本集團業務發展，需要經常往返中國各地，彼與其母親訂立代名人安排，讓索女士擔任李女士於五蓮思果及五蓮深標的代名人，可協助李女士於中國履行對該等合夥企業的行政及程序責任。李女士與索女士於五蓮思果的代名人安排已於二零一八年十一月十二日在索女士於五蓮思果的合夥權益註銷登記手續完成後終止。

於二零一七年六月北京虎示股權轉讓時，潤智傳媒由常女士透過彼直接持有之33.3%股權及透過其代名人候亭先生(「候先生」)實益持有66.7%權益而全資實益擁有。候先生為常女士的前同事，自二零一六年十月至二零一八年十二月為北京虎示的銷售總監，自二零一九年二月起擔任北京虎示的董事。常女士與候先生於二零一七年五月八日訂立代名人安排，以確認候先生於二零一七年五月八日潤智傳媒成立起至二零一九年四

歷史、發展及重組

月十五日期間代常女士保留委託權益的所有股東權利及利益(連同本文件本節所述中國成立公司或合夥公司的代名人安排，統稱「中國代名人安排」)，而提名或罷免董事、收取股息或分佔溢利的權利屬於常女士。常女士與候先生訂立代名人安排是因為彼於本集團的職責及責任(主要專注於推廣本集團的業務及開發新客戶)。因預期於重組期間代名人安排將不受約束，候先生於二零一九年二月獲委任為北京虎示的董事，以認可候先生的努力及讓候先生在代表北京虎示進行業務開發時更具優勢。常女士與候先生於潤智傳媒的代名人安排已於二零一九年四月十五日在潤智傳媒註銷登記後終止。

經董事確認，北京虎示的股份轉讓均已合法完成。據中國法律顧問告知，上述代名人安排的條款並無違反適用中國法律及規例。根據代名人安排，常女士及李女士透過彼等的代名人實益持有及擁有於北京虎示、潤智傳媒、五蓮思果及五蓮深標的委託權益，並享有該等股權及／或合夥權益的所有權利及利益。

下表載列上述轉讓後及重組前北京虎示的股權結構：

股東名稱	股權比例	與我們的關連人士的關係
五蓮思果	70%	由常女士實益擁有約56%實際權益；由李女士實益擁有41%權益；及由少數股東持有約3%權益 ⁽¹⁾
潤智傳媒	30%	由常女士實益擁有100%權益

(1) 該等股份由以下人士實益持有：袁交朋(1.5%)、陳國宏(0.1%)、馮維敏(0.04%)、周琳(0.7%)及張寧(0.3%)。除張寧(常女士的配偶)之外，所有少數股東均為獨立第三方。

於開曼信託安排、英屬處女群島信託安排或中國代名人安排(統稱「該等安排」)生效期間，創始人透過有關安排持有及控制營運公司股權，並負責營運公司的戰略管理、規劃及業務發展。創始人已就本集團的戰略及計劃共同作出關鍵管理決策。儘管股權架構以及信託及代名人安排發生變動，惟各創始人的實益權益並無重大變動，而創始人已於整個往績記錄期間共同行使對彼等及／或彼等的代名人所持有的權益所附帶的投票權的控制權。

康先生、索先生、索女士及候先生(統稱「該等代名人」)及我們的創始人各自已確認(a)一方面，創始人與我們之間並無資金往來，及另一方面亦無與代名人有資金往來；(b)代名人於安排存續期間並無收取任何形式的補償(包括酬金、薪金、津貼及股息)；及(c)於往績記錄期間，由我們的其中一間附屬公司向Venus及Son of Sunrise支付的股息乃悉數支付予我們的創始人以作為彼等對營運公司的實益擁有權及控制權的酬金。

歷史、發展及重組

暫無營業的附屬公司

下表載列截至最後實際可行日期暫無營業的附屬公司的詳情：

附屬公司名稱	註冊成立日期及地點	已發行 股份總數	我們持有的 股權比例	主要業務活動
希程式科技有限公司	二零一七年十月 九日(香港)	1	100%	無業務營運

透過一致行動共同控制

常女士及李女士以分享經濟回報為共識計劃開展線上廣告業務。於二零一五年六月，創始人已協定彼等於聯合創辦集團的權益須由常女士持有50%權益、由李女士持有30%權益及餘下少數股份將由金融投資者持有。本集團乃通過收購香港虎視的前身初步成立並透過成立北京虎示於中國進一步擴闊我們的道路。常女士及李女士(為我們的控股股東及創始人)自其創立本集團起控制營運公司的管理及營運。創始人已作為一致行動人士對本集團共同行使控制權及發展本集團業務(當時彼等打算匯集各自的技能、業務網絡、財務及其他資源)，以及共同投資運營公司並控制其管理及運營。作為我們的創始人，彼等一直維持一致行動，透過定期開會及共同作出決定處理營運公司及與彼等共同建立的本集團業務有關的任何其他公司的營運事宜，並已透過彼此配合行使對本集團的控制權。

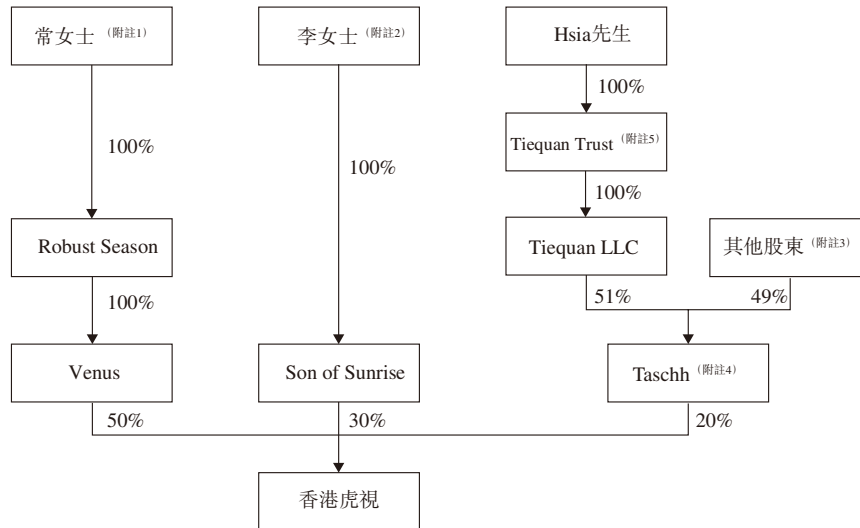
創始人主導股東與管理層之間的實際活動。作為共同擁有緊隨[編纂](未計及根據[編纂]及根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)完成後已發行股份總數約[編纂]%的控股股東，彼等為主要負責管理本集團及監督及指導本集團的財務業績及財務表現的核心團隊，已能對本集團的其他董事及管理層施加重大影響。營運公司的股權架構變動並未改變創始人對本集團管理的控制或影響。常女士及李女士(作為營運公司及本公司的最終實益擁有人及董事)同意及打算繼續彼此就本集團任何股東及董事會議的事宜的有關事宜諮詢彼此及達致一致共識。

創始人已簽立一致行動協議，以確定及反映互相之間的諒解及意向及確認有關一致行動安排已達成，並將於創始人直接或間接保留本集團權益期間內繼續進行。

歷史、發展及重組

下表載列緊接重組前我們營運公司的公司及股權架構：

(i) 香港虎視

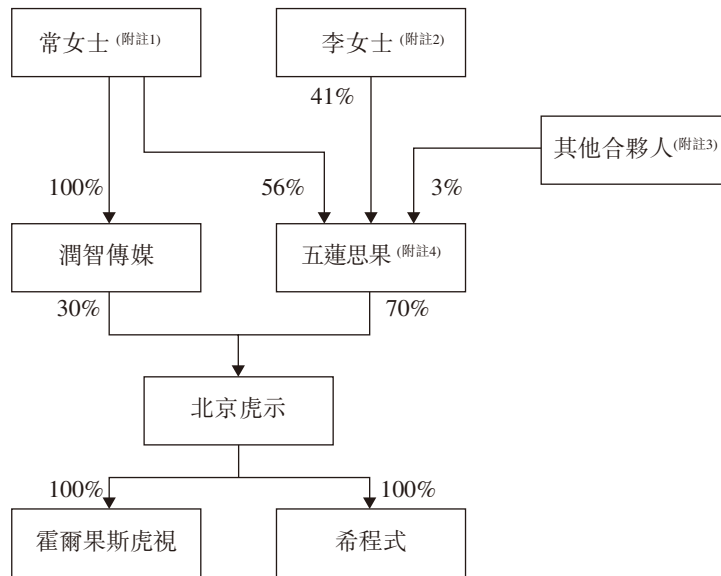


附註：

- 1 常女士自康先生成為Robust Season的登記股東起為Venus全部已發行股份的實益擁有人。Robust Season的股份乃以康先生(常女士的遠親)的名義登記，並根據康先生所簽立以常女士為受益人的信託聲明以信託方式為常女士的利益持有。
- 2 李女士自Son of Sunrise註冊成立起為其全部已發行股份的實益擁有人。該等股份乃以索先生(為李女士信任的人士，彼等就讀及畢業於同一所高中，並建立了長期互信)的名義登記，並根據索先生所簽立以李女士為受益人的信託聲明以信託方式為李女士的利益持有。
- 3 Taschh普通股的其他最終實益擁有人包括Chou Min-yi(14%)、Lawrence Paraiso Tope (10%)、Joseph Herbozo (10%)、Michael Harris Starr (10%)及Hiroyuki Asami (5%)。除周先生外，所有有關股東均為獨立第三方。
- 4 此處表示的百分比僅代表Taschh之普通股。
- 5 Tiequan LLC由Southpac Trust International, Inc.以信託方式為Tiequan Trust全資擁有；而Hsia先生為Tiequan Trust的唯一受益人。

歷史、發展及重組

(ii) 北京虎示



附註：

- 1 自潤智傳媒註冊成立以來，根據常女士及候先生(常女士的前同事，自二零一六年十月至二零一八年十二月為北京虎示的銷售總監，自二零一九年二月起擔任北京虎示的董事)訂立的代名人安排，常女士自願向候先生(作為其代名人)委託其於潤智傳媒的66.7%股權，委託權益的權利及利益將歸常女士所有。於潤智傳媒的其餘33.3%股權由常女士自其註冊成立起實益及合法擁有。因此，潤智傳媒受控於常女士，其實益權益全部由常女士擁有。
- 2 於索女士為五蓮思果的合夥人之一期間(即二零一七年九月二十五日至二零一八年十一月十二日止期間)，根據李女士及索女士訂立的代名人安排，李女士自願向索女士(作為代名人)委託其於五蓮思果的28.57%合夥權益，而委託權益的合夥權利及利益歸李女士所有。

索女士擁有五蓮深標的89%合夥權益，而後者持有五蓮思果的14.3%權益。自二零一七年九月二十八日索女士為五蓮深標的登記合夥人之一起，根據李女士及索女士訂立的代名人安排，李女士自願向索女士(作為其代名人)委託其於五蓮深標的89%合夥權益，及委託權益的合夥權利及利益歸李女士所有。

- 3 該等合夥人於重組期間不再為本集團的股東，包括袁交朋(1.4%)、周琳(0.7%)、張寧(0.3%)、陳國宏(0.1%)及馮維敏(0.04%)。除張寧(常女士的配偶)外，餘下合夥人均為獨立第三方，而彼等於五蓮思果的合夥權益乃透過五蓮深標、新余投資(0.14%)及和月投資(1%)持有。
- 4 此處表示的百分比代表各方的實際權益。有關各方所有權架構及權益的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組—北京虎示傳媒有限公司」。

歷史、發展及重組

重組

於重組前，本公司及營運公司為一群由常女士、李女士、Hsia先生直接及／或間接實益擁有的私人實體及／或由彼等連同於重組後不再為股東的其他少數合夥人或股東控制的實體（無單一控股公司）。為籌備[編纂]，我們進行了一系列重組步驟，旨在將資產及業務轉移至本公司，並簡化及合理化我們的股權架構。

重組涉及以下步驟：

第1步：Fetech及Hera註冊成立

Fetech及Hera於二零一八年十月二十九日於英屬處女群島註冊成立為有限公司，初步法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。50,000股股份已由Fetech及Hera分別向常女士及李女士配發、發行及入賬列作繳足。

第2步：Rowtel及Westel註冊成立

Rowtel及Westel於二零一八年十二月二十七日於英屬處女群島註冊成立為有限公司，初步法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。50,000股股份已由Rowtel及Westel分別向Fetech及Hera配發、發行及入賬列作繳足。

第3步：本公司註冊成立

本公司於二零一九年二月一日於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，初步法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。50,000股股份已向Rowtel及Westel配發、發行及入賬列作繳足。緊隨配發完成後，本公司分別由Rowtel及Westel擁有63.75%及36.25%權益。

第4步：控股公司註冊成立

AdTiger Media及AdTiger Company（彼等各自為「英屬處女群島中間控股公司」）已分別於二零一九年三月五日及二零一九年二月二十一日於英屬處女群島註冊成立為有限公司，初步法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份。各英屬處女群島中間控股公司的50,000股股份已向本公司配發、發行及入賬列作繳足。

AdTiger International及Apotheosis（彼等各自為「香港中間控股公司」）已分別於二零一九年三月二十七日及二零一八年十一月五日於香港註冊成立為有限公司。AdTiger International的初始股本為10,000港元，分為10,000股每股面值1.00港元的股份，而10,000股股份已向AdTiger Media配發、發行及入賬列作繳足。

Apotheosis的初始股本為1港元，包括1股每股面值1.00港元的股份。1股股份已向Taschh配發、發行及入賬列作繳足及轉讓；而9,999股股份已於同日向Taschh配發、發行及入賬列作繳足。有關本集團收購Apotheosis的詳情，請參閱下文第7步。

歷史、發展及重組

第5步：北京虎示的股權變動

於二零一八年十月，潤智傳媒將其於北京虎示的30%股權以零代價（乃基於北京虎示的實收資本釐定）轉讓予五蓮思果。有關轉讓已於二零一八年十一月一日於當地工商局完成登記手續。緊隨有關轉讓完成後，北京虎示成為五蓮思果的全資附屬公司。

於重組前分別擁有五蓮思果的14.29%、1%及28.57%合夥權益的五蓮深標、和月投資及李女士（透過其代名人索女士）於二零一八年十一月十二日以減資方式（原因為五蓮思果的繳足資本為零）退出合夥企業；而常女士增加彼等於五蓮思果的注資及李女士認購了五蓮思果36.25%的合夥權益，因此彼等分別直接持有63.75%及36.25%合夥權益。

於二零一九年一月，五蓮思果以零代價（乃基於北京虎示的實收資本釐定）將其於北京虎示的1%股權出售予北京虎世浩宇文化傳媒有限公司（分別由常女士及李女士擁有63.75%及36.25%權益）。有關轉讓已於二零一九年一月二十三日於當地工商局完成登記手續。

於二零一九年一月二十四日，Apotheosis與五蓮思果訂立認購協議，據此，Apotheosis同意向北京虎示的註冊資本出資人民幣2.5百萬元，乃參考北京虎示於二零一八年十二月三十一日全部股權的估值釐定；而北京虎世浩宇文化傳媒有限公司根據北京虎示的實繳資本以零代價將其於北京虎示的全部股權出售予五蓮思果。有關認購及轉讓已於二零一九年二月一日完成登記手續。緊隨上述認購及轉讓完成後，北京虎示由五蓮思果及Apotheosis分別擁有80%及20%權益。

第6步：註銷霍爾果斯虎視

霍爾果斯虎視乃由北京虎示於二零一七年六月二日於中國成立為有限公司，註冊資本人民幣1百萬元乃由北京虎示悉數認購。為精簡公司架構及由於霍爾果斯虎視並無業務營運，其已於二零一九年四月十八日註銷。有關其註銷的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層—執行董事—常素芳女士」及「—李慧女士」。

第7步：收購北京虎示

於二零一九年四月十九日，AdTiger International與五蓮思果訂立股份轉讓協議，據此，北京虎示的80%股權已以零代價（乃參考北京虎示於二零一九年三月三十一日全部股權的估值釐定）轉讓予AdTiger International。有關轉讓已於二零一九年五月八日於當地工商局完成登記手續。

於二零一九年六月二十六日，Taschh、AdTiger Company及本公司訂立重組協議，據此，Apotheosis的全部已發行股本已由Taschh轉讓予AdTiger Media，代價為發行及配發12,500股入賬列作繳足的本公司股份。代價乃根據北京虎示於二零一九年四月三十日的總資產釐定。

緊隨上述轉讓完成後，北京虎示由香港中間控股公司直接全資擁有及為本公司的間接全資附屬公司。本公司其後分別由Rowtel、Westel及Taschh擁有51%、29%及20%權益。

歷史、發展及重組

第8步：收購香港虎視

於二零一九年六月二十六日，Venus、Son of Sunrise及Taschh各自與AdTiger Company訂立重組協議，據此，其各自於香港虎視的股權已轉讓予AdTiger Company，現金代價分別人民幣18,522,080.35元、人民幣11,113,248.21元及人民幣7,408,832.14元乃參考香港虎視於其二零一九年四月三十日的管理賬目中的資產淨值釐定。有關轉讓的總代價為人民幣37,044,160.70元及上述轉讓已妥善完成及結算。

緊隨上述轉讓完成後，香港虎視已成為AdTiger Company的直接全資附屬公司及本公司的間接全資附屬公司。

股本變動

於二零一九年六月二十六日，本公司的法定股本透過額外增設12,500股股份(作為上文「收購北京虎示」一段所述收購事項的代價)由50,000美元增至62,500美元。

於二零一九年九月十八日，本公司的法定股本由62,500美元進一步增加至100,000美元，及因向本公司注資分別向Rowtel、Westel及Taschh配發19,125股、10,875股及7,500股額外股份，認購價分別為人民幣18,892,521.96元、人民幣10,742,806.60元及人民幣7,408,832.14元。有關認購總額為人民幣37,044,160.70元。於認購完成後，Rowtel、Westel及Taschh於本公司擁有的股權比例並無變動。

本公司於二零一九年九月二十日進行股份拆細，其中每股每股面值1.00美元的現有已發行及未發行普通股拆細成2,000股每股面值0.0005美元的普通股，拆細股份與其他拆細股份享有同等權利，使拆細後本公司的法定股本變成100,000美元，分為200,000,000股每股面值0.0005美元的股份，而本公司已發行股本變成100,000美元，分為200,000,000股每股面值0.0005美元的股份。

於二零二零年六月二十二日，本公司的法定股本透過增設[編纂]股新增股份由100,000美元(分為200,000,000股每股面值0.0005美元的股份)增加至[編纂]美元(分為[編纂]股每股面值0.0005美元的股份)。

[編纂][編纂]

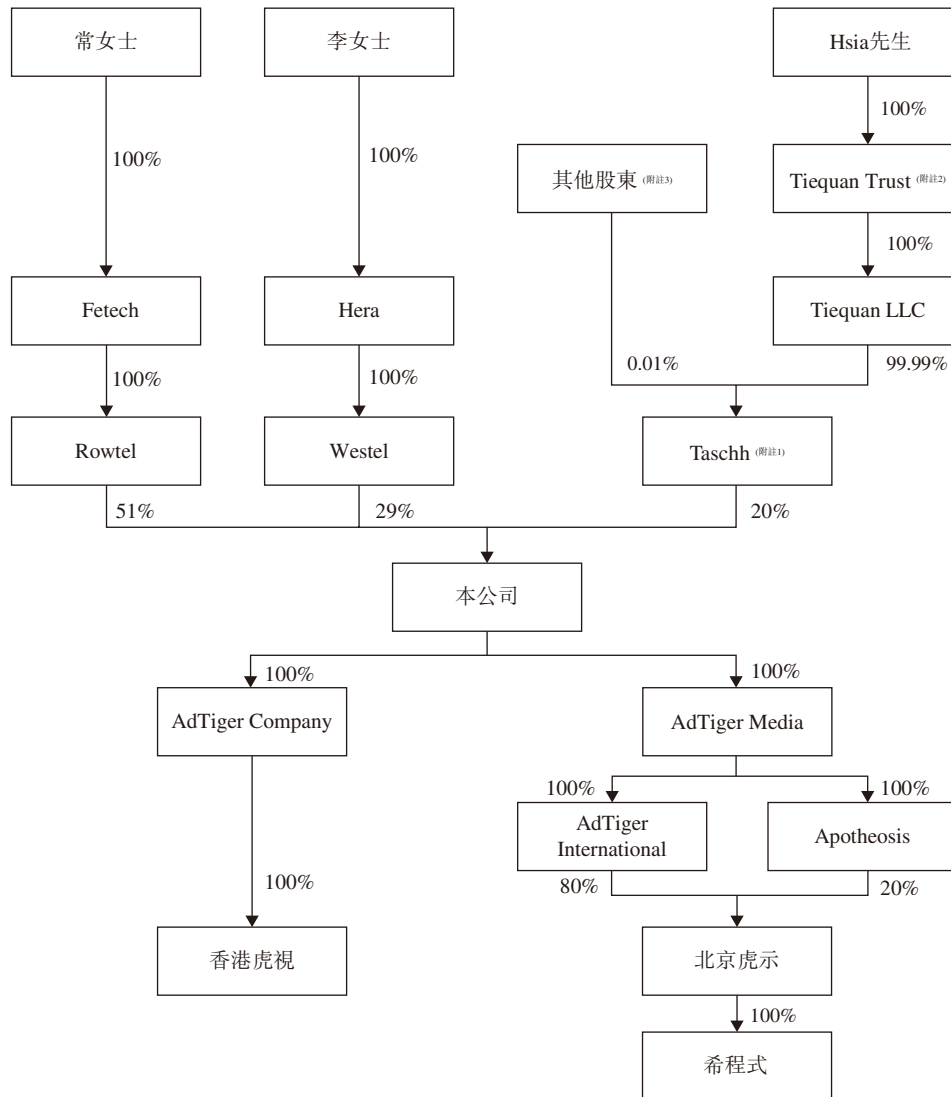
待本公司股份溢價賬因根據[編纂][編纂]股份而錄得進賬後，董事獲授權將本公司股份溢價賬的進賬額[編纂]美元資本化，用於按面值悉數繳足合共[編纂]股股份，以按比例配發及發行予我們於二零二零年六月二十二日的股東。

無[編纂]投資

於重組前後，本集團並無上市規則界定的[編纂]投資者。

歷史、發展及重組

下表載列本集團於緊隨重組完成後但於[編纂]及[編纂]發行前的公司及股權架構：



附註：

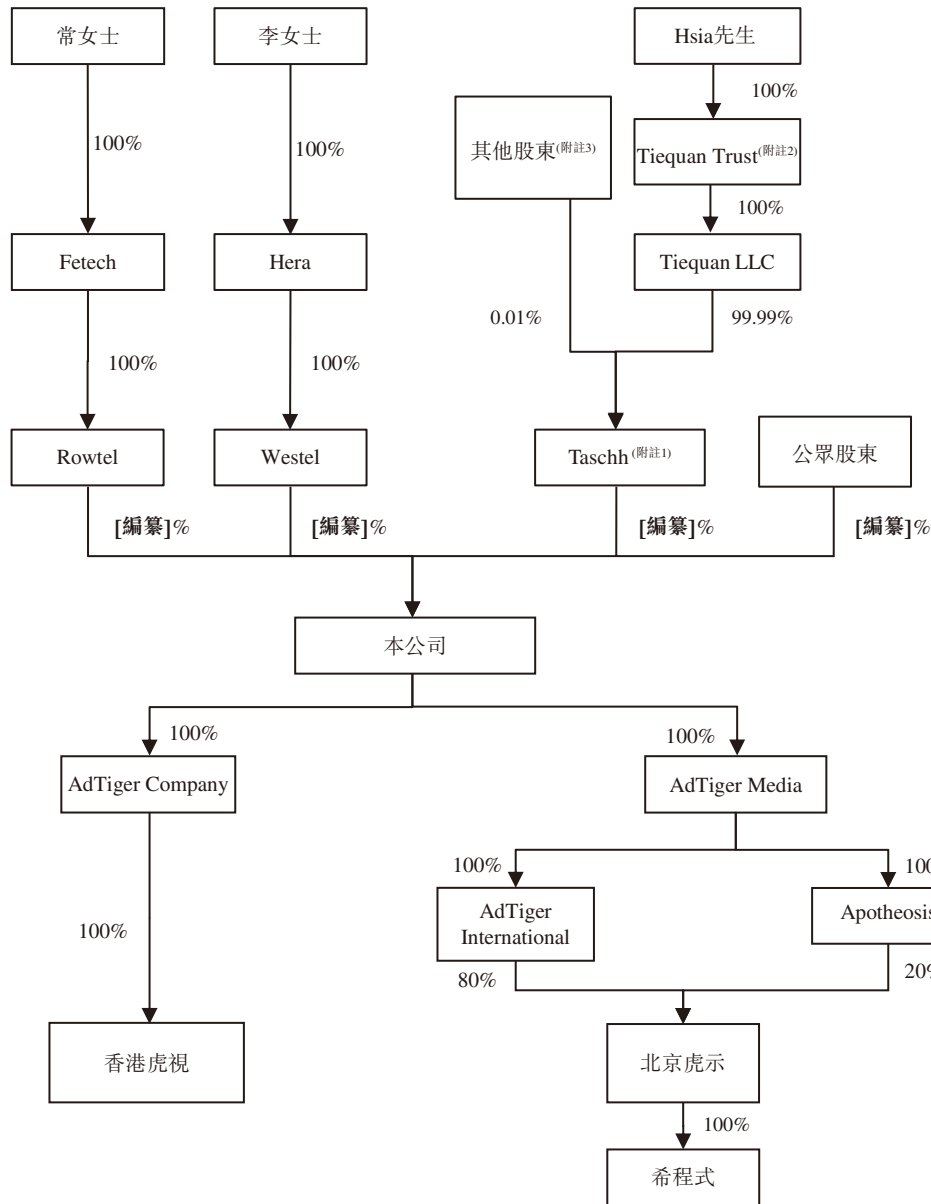
- 1 此處表示的百分比僅代表Taschh的普通股。

於二零一九年六月六日，Taschh向Tiequan LLC配發1,033,333股入賬列作繳足的普通股。於配發股份後，Tiequan LLC持有1,033,384股普通股，佔Taschh普通股總數及已發行股本總數的約99.99%。

- 2 Tiequan LLC由Southpac Trust International, Inc.以信託方式為Tiequan Trust持有100%權益；而Hsia先生為Tiequan Trust的唯一受益人。
- 3 Taschh普通股的其他最終實益擁有人包括周先生(0.0014%)、Lawrence Paraiso Tope (0.001%)、Joseph Herbozo (0.001%)、Michael Harris Starr (0.001%)及Hiroyuki Asami (0.0005%)。除關連人士周先生外，所有少數股東均為獨立第三方。

歷史、發展及重組

下表載列於本集團於[編纂]及[編纂]完成後的公司及股權架構(假設[編纂]未獲行使以及未計及因行使根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的股份)：



附註：

- 1 此處表示的百分比僅代表Taschh的普通股。
- 2 Tiequan LLC由Southpac Trust International, Inc.以信託方式為Tiequan Trust持有100%權益；而Hsia先生為Tiequan Trust的唯一受益人。
- 3 Taschh普通股的其他最終實益擁有人包括周先生(0.0014%)、Lawrence Paraiso Tope (0.001%)、Joseph Herbozo (0.001%)、Michael Harris Starr (0.001%)及Hiroyuki Asami (0.0005%)。除關連人士周先生外，所有少數股東均為獨立第三方。

歷史、發展及重組

誠如董事所確認，重組所進行的各股份轉讓均已妥善合法完成及結算。本公司已取得就重組所需的所有相關批文並已遵守適用重組的所有相關法律及法規。

中國監管規定

據中國法律顧問告知，本節所述有關北京虎示的相關股權轉讓已根據適用的中國法律法規在所有重大方面妥善及合法地完成，並已根據適用的中國法律及規例取得所有必要的中國監管機構批准。

併購規則

根據併購規則，外商投資者於收購內資非外商投資企業的股權而將其轉型外商投資企業，或透過增加內資非外商投資企業的註冊股本而認購內資非外商投資企業的新股權而將其轉型外商投資企業時應遵守併購規則。於二零一八年六月三十日，商務部頒佈了《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》（「**備案辦法**」）。倘非外商投資企業以收購、併購或其他方式轉型為外商投資企業，應當根據備案辦法的規定予以備案，亦應根據該等辦法辦理註冊成立的手續並提交註冊成立申請。

誠如中國法律顧問所告知，Apotheosis所認購的北京虎示的20%新增股權（佔北京虎示經擴大認購註冊股本的20%）（「**認購事項**」）須遵守併購規則及備案辦法，北京虎示已根據併購規則及備案辦法就認購事項取得外商投資企業設立備案回執及新的營業執照。

於認購事項後，北京虎示成為一間中外合資企業。就AdTiger International收購北京虎示的80%股權（「**轉讓事項**」）而言，中國法律顧問認為由於進行轉讓事項時，北京虎示已轉型為中外合資企業，併購規則並不適用於轉讓事項。此外，轉讓事項應遵守《外商投資企業投資者股權變更的若干規定》（「**規定**」）及備案辦法。北京虎示已根據規定及備案辦法就轉讓事項取得外商投資企業變更備案回執及新的營業執照。

國家外匯管理局37號文

誠如本文件「監管概覽 — 有關外匯的法規」一節所披露，國家外匯管理局37號文規定中國居民就成立或間接控制境外實體以進行境外投資及融資須向國家外匯管理局的

歷史、發展及重組

地方分局辦理登記。國家外匯管理局37號文進一步規定，倘若出現(其中包括)特殊目的公司、境內個人居民股東、經營期限、資本及合併或分拆事件等任何重大變動，須修訂登記。

根據於二零一五年六月一日生效的國家外匯管理局13號文，外匯管理登記工作已由國家外匯管理局的地方分局授權當地銀行執行。

我們的中國法律顧問認為，於最後實際可行日期，作為中國公民的各創始人已於二零一八年十二月二十一日就其於本集團的各項投資及因重組而根據國家外匯管理局37號文及國家外匯管理局13號文妥善辦理登記。

業 務

概覽

我們是一個直接或透過媒體發佈商的指定經銷商間接連接廣告主與媒體發佈商的線上廣告平台。我們主要向中國廣告主提供海外線上廣告服務。我們策略性地重點覆蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們為臉書中國區優質合作夥伴（「CEP」）及於二零一九年的臉書廣告版位的廣告開支方面，我們在臉書的23家CEP中排名第一。我們亦自二零一六年起成為谷歌在谷歌關鍵詞廣告經銷商項目(Google AdWords Reseller Programme)中的合作夥伴。此外，我們自二零一八年起成為百度授權的Snapchat銷售代表。我們通常擔任代理，通過作為頂級媒體發佈商的經銷商(如臉書之經銷商香港飛書數字行銷有限公司；推特之經銷商香港一網互通科技有限公司；及谷歌之經銷商維度互動有限公司)的其他第三方線上廣告平台投放廣告主的廣告版位，連接廣告主與頂級媒體發佈商。我們亦作為若干媒體發佈商的經銷商與彼等直接聯繫。

我們可協助廣告主優化其廣告投放，並通過在各類媒體平台，特別是頂級媒體平台上投放廣告來獲取全球範圍的用戶。我們於我們的平台連接媒體發佈商與廣告主，幫助媒體發佈商將其可用的廣告版位變現。我們的服務轉而讓我們能持續從媒體發佈商的平台收集及分析用戶數據，包括移動設備機型、人口統計數據(如性別、年齡及語言)、興趣(如購物、遊戲及飲食)、行為(如旅行)及地區(如居住地)，使我們能夠為廣告主提供更精準和更有針對性的服務、提高媒體發佈商的變現效率及提升我們的大數據和AI能力。

我們的服務是由我們專有的廣告優化管理平台 — AdTensor支持。AdTensor利用AI技術實現自動、智能及實時的廣告優化及管理。我們利用API從媒體發佈商的平台收集用戶數據並在AdTensor平台上對數據進行實時分析。API為媒體發佈商於媒體發佈商應用程序代碼獨立執行及我們於第三方廣告平台的廣告系統獨立執行的通用接口，允許交換數據以達致廣告互動事件的自動廣告投放及反饋。SDK為由第三方廣告平台開發的一組程式化代碼，以供應用程序開發商(如媒體發佈商)接入其自身應用程序代碼，以實現廣告互動事件的自動廣告投放及反饋等程式化廣告功能。API接口通常由廣告代理用於連接臉書及谷歌等頂級媒體發佈商，因有關媒體發佈商通常於其專有廣告平台通過API程序化方式或以人工方式提供彼等的廣告版位，而非透過第三方廣告平台開發的SDK集成提供，而API接口允許頂級媒體發佈商對其用戶流量擁有較高控制權。因於發展初期我們已策略性地集中覆蓋頂級媒體發佈商，而我們透過AdTensor的服務及數據收集現時限於使用媒體發佈商平台的API接口。我們擬透過SDK集成與媒體或長尾媒體發佈商建立連接，而SDK集成對該等媒體發佈商的技術要求更低，且能令我們獲取更為全面的用戶數據及觸及更為廣泛的媒體發佈商群體。

利用大數據和AI能力，我們能將合適的廣告內容投放到最可能促成轉化的平台及地點的廣告版位，從而實現廣告主的廣告目標，同時最大化媒體發佈商的變現潛力。

業 務

另外，AdTensor擁有一個內含海量廣告內容模板的模板庫，提供由我們的內部設計團隊及外聘設計師製作的文本、圖片、視頻及音頻，幫助廣告主快速生成廣告內容。

於二零一九年，我們的媒體發佈商覆蓋協助我們的廣告主投放廣告至約250個國家及地區的用戶，共實現廣告展示次數約83,029百萬次。於往績記錄期間，我們的總收益由二零一七年的人民幣116.4百萬元增加至二零一九年的人民幣191.1百萬元，複合年增長率為28.1%。

我們的優勢

覆蓋優質的頂級媒體發佈商

我們保持了對媒體發佈商資源的高質量覆蓋，為我們的廣告主提供廣告版位及用戶流量。我們的戰略重點是覆蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們認為，頂級媒體發佈商是廣告主接觸龐大用戶群體最吸引的平台。根據艾瑞諮詢的資料，臉書於二零一九年的平均MAU達到22.50億，同年谷歌佔全球搜索引擎市場份額的92.5%。根據艾瑞諮詢的資料，推特根據其年度報告於二零一九年的MAU達到3.3億。

頂級媒體發佈商通常對廣告合作夥伴有著嚴格的甄選流程，並非常重視與合作夥伴的合作，尤其是合作夥伴夠為彼等提供高質量相關廣告宣傳活動且該等活動對頂級媒體廣告的用戶群具有相關性、吸引性的並能夠病毒式傳播。我們為臉書的CEP，且於二零一九年的臉書廣告版位的廣告開支方面，我們在臉書的23家CEP中排名第一。我們亦自二零一六年起成為谷歌在谷歌關鍵詞廣告經銷商項目(Google AdWords Reseller Programme)中的合作夥伴。此外，我們自二零一八年起成為百度授權的Snapchat銷售代表。

憑藉我們與該等頂級媒體發佈商的關係，我們能夠協助廣告主獲得可觀規模的優質用戶流量。於二零一九年，我們的發佈商覆蓋協助我們的廣告主投放廣告至約250個國家及地區的用戶，實現廣告展示次數約83,029百萬次。我們相信，我們對高質量頂級媒體發佈商的覆蓋以及我們與彼等的合作關係，使我們能夠在我們的平台上吸引額外的廣告支出，從而獲得優質用戶流量。

可觀及多元的廣告主群體及與廣告主的直接關係

我們已經積累了來自不同行業的廣告主群體，包括實用工具及內容應用程序開發商，以及電子商務、媒體、旅遊、金融、遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的公司。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的廣告主數目分別達到140名、200名及273名。我們的廣告主總數由二零一九年年底的273名增加36名至二零二零年四月三十日的309名。

我們的最大廣告主留存率較高。我們於二零一八年的前10大廣告主中80%於二零一九年仍為我們的廣告主。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，與我們直接訂約的廣告主佔比分別為99.3%、99.5%及99.3%，其餘為我們透過廣告代理商為其提供用戶獲取服務的廣告主。我們的廣告主通常是大中型企業，其中多為上市公司或國有企業。我們相信該等廣告主有足夠的廣告預算，有能力及時結付我們的服務費。

業 務

具有大數據及AI能力的專有AdTensor平台

AdTensor是我們專有的廣告優化管理平台，可運用AI技術，自動、智能及實時地進行廣告優化及管理。我們的大數據和AI能力通過將合適的廣告內容交付到最有可能將廣告轉化的廣告版位中，從而使我們能夠實現廣告主的廣告目標，同時最大化媒體發佈商的變現潛力。AdTensor亦能對特定廣告的過往表現及用戶數據進行歷史分析、透過建立自動化規則及依據廣告主的需求實時或按指定時間生成報告來監察及優化廣告宣傳活動，從而使經由我們的平台投放的廣告更為有效及高效。透過AdTensor，廣告主能夠實現全球廣告投放及持續優化效果、提高廣告主的投資回報率，並在廣告投放過程中節省勞動力成本。

實現廣告策略優化及廣告內容創意設計的優化師及設計師團隊

我們的優化師團隊在業務團隊及廣告經理的協助下，透過我們的AdTensor平台持續實時監控各項廣告的表現，進行調整以使用戶流量最大化，並按實時或具體時間基準為我們的廣告主生成報告以管理用戶流量。我們相信，該等工作使我們能夠於其生命週期內持續優化廣告策略及提高廣告表現。

我們的設計師團隊持續豐富我們的模板庫，模板庫現已有超過300款廣告格式以及文本、圖片、視頻及音頻等多種形式的廣告素材，使我們的廣告主能夠快速製作及優化定制廣告。我們的設計師已創設及並將持續創設可供廣告主生成及優化廣告內容的廣告格式及廣告素材。截至二零一九年十二月三十一日，我們的團隊共有23名優化師及設計師，彼等均有豐富廣告業經驗。我們的優化師及設計師團隊會與廣告主保持緊密溝通，了解彼等的需求，以適應不斷變化的市場趨勢及消費者行為。我們相信，通過交付採用客制化廣告格式製作的創意廣告內容，配合透過我們AdTensor平台執行廣告投放策略，可幫助廣告主以高效及具成本效益的方式實現更理想的營銷結果。

與業務夥伴合作賦能強大的本地化服務能力

我們通過與選定海外市場的個人開展合作，由彼等協助我們設計及翻譯廣告內容，及就當地目標受眾的特點和興趣向我們提供意見，從而提高我們的本地服務能力。我們合作的本地顧問能夠提供廣告內容的翻譯及本地化建議，幫助我們創作及交付可迎合特定國家或地區用戶的特定品味及文化的廣告。彼等亦協助我們發現及確定合適進行具體某項廣告活動的當地中小型媒體發佈商。我們相信，與當地夥伴合作能夠使我們更好地了解地方市場的用戶獲取及變現需要。

業 務

具有前瞻眼光、豐富經驗及穩定組成的管理層團隊

我們的前瞻性管理層團隊在技術、媒體及廣告行業擁有深厚經驗，我們相信這使得我們能夠對不斷變化的行業趨勢迅速作出反應。我們的管理層團隊曾準確把握中國廣告主尋求獲取海外用戶需求快速增長的機遇，成功擴充我們的業務以順應線上廣告行業的市場趨勢。我們管理層團隊的主要成員擁有平均約10年的領先技術及媒體公司經驗。憑藉我們管理層團隊的行業經驗，我們已成功建立及維繫與多名領先媒體發佈商的合作關係。我們的管理層團隊成員自建立以來保持穩定。我們認為，我們的管理層團隊將繼續帶領我們擴充業務及執行我們的策略。

我們的策略

繼續提升於主要海外市場及中國選定地區的本地化服務能力

我們通過與選定海外市場的個人開展合作，由彼等協助我們設計及翻譯廣告內容，及就當地目標受眾的特點和興趣向我們提供意見，從而提高我們的本地服務能力。我們計劃繼續通過於主要海外市場成立附屬公司提升我們的本地化服務能力，以擴張我們的全球業務範圍以及提高與廣告主及媒體發佈商全球合作的範圍及深度。

我們認為，海外市場廣告主對於中國及全球用戶獲取需求的需求持續增加，將成為我們未來業務增長的巨大驅動力。我們計劃擴大我們的廣告主群體至覆蓋更多的海外國家及地區(尤其是線上廣告平台利潤水平較高的市場)廣告主。我們亦計劃招募能夠為我們提供廣告內容翻譯及本地化建議以幫助我們創作及交付可迎合本地受眾需求的廣告的本地顧問。此外，我們計劃招聘更多銷售與營銷人員，並加強在中國選定地區(包括若干三線及四線城市)的銷售與營銷工作。我們相信，加強我們於主要海外市場及中國選定地區的服務能力將有助擴展我們的廣告主和媒體發佈商群體及並為應對未來競爭做好準備。

加強我們AdTensor平台的供應

AdTensor為我們專有的廣告優化及管理平台，利用AI技術進行廣告優化以及自動、智能及實時的管理。我們計劃加強我們AdTensor平台的機器學習及AI演算能力。通過利用機器進行廣告優化及廣告投放，我們相信我們將能夠增強我們服務更多廣告主的能力，擴大我們的廣告主範圍至涵蓋新的中小型廣告主。我們亦計劃通過補充更多應用於更多廣告場景的廣告格式，豐富AdTensor模板庫的選擇。我們計劃開發擴增實境及小程序營銷、以及互動式廣告等新廣告形式的技術。我們將尋求進一步自其他網站運營商、設備集成商及電訊運營商開發新的廣告版位種類，透過我們的AdTensor平台連通彼等。

業 務

繼續強化我們的數據及技術能力

我們將繼續強化我們於線上廣告業的數據及技術能力。我們將加大對資訊科技基礎設施及AdTensor技術能力的投入，以更好地服務廣告主及媒體發佈商。我們旨在進一步加強於大數據及AI技術的研發能力，以及擴大AI運算以及機器學習於我們服務中的應用。我們亦將繼續加強我們的運算能力、優化我們的系統架構以及提升我們的資訊科技基礎設施。此外，我們計劃通過SDK集成與更多媒體發佈商建立連接，此使我們能於媒體發佈商安裝SDK後獲取更全面的數據。

物色戰略投資以及合併及收購機會

在實現業務內生增長同時，我們亦計劃尋求可幫助我們強化供應及提高業務聲譽的戰略投資以及併購機會。我們旨在鎖定於以下方面具有競爭優勢的公司：(i)可幫助我們覆蓋更多媒體發佈商；(ii)可幫助我們覆蓋更多廣告主；或(iii)具有強勁本地化能力，將能使我們在具體地方市場創造面向目標受眾廣告內容。

我們的業務模式

我們的線上廣告平台提供一站式服務，滿足廣告主獲取用戶的需求以及滿足媒體發佈商的變現需求。平台向廣告主提供用戶獲取服務，其中包括於媒體發佈商平台開設廣告主賬戶及／或充值、廣告設計、廣告優化及廣告活動整體管理等服務，並向其收取費用。平台亦向媒體發佈商提供服務，向彼等收取協助彼等將廣告版位變現的返佣並向其支付於彼等廣告版位投放廣告的流量獲取成本。

我們通常擔任代理，通過作為有關媒體發佈商的經銷商的其他第三方線上廣告平台連接媒體發佈商的平台。於其他情況下，我們作為媒體發佈商的指定經銷商直接與彼等投放廣告主的廣告。經艾瑞諮詢確認，透過媒體發佈商的指定經銷商及代理於媒體發佈商投放廣告乃廣告主的行業規範，尤其是大規模的廣告主，因此舉允許彼等利用不同層級的廣告代理比較廣告投放結果。相較經銷商，代理通常集中時間精力於廣告優化。因此，廣告主，尤其是該等欠缺廣告優化能力的廣告主，傾向於利用代理投放彼等的廣告，以期取得更佳效果。此外，經銷商及代理為廣告主提供不同的信貸期。透過經銷商及代理投放廣告，而非直接於媒體發佈商的平台投放廣告，廣告主可在現金流方面擁有更多靈活性。

業 務

我們採用多種定價模式確認收益。我們按CPA或每次完成行動成本基準就發生的協定行動向廣告主收取費用。該等協定行動通常根據廣告投放後廣告主移動應用程序的新安裝數量計量。我們亦會使用CPC或每次點擊成本(根據廣告的點擊量計算)及CPM或每千次成本(根據廣告的每千次曝光計算)作為定價模式。下表載列CPA及CPC/CPM定價模式的比較：

	CPA定價模式	CPC/CPM定價模式
我們的服務範圍及作用	我們擔任主事人及提供全面的用戶獲取服務，其中包括於媒體發佈商平台開設廣告主賬戶及／或充值、廣告設計、廣告優化及廣告活動整體管理。	我們擔任代理及主要協助廣告主於媒體發佈商平台開設賬戶及／或充值。
來自廣告主的服務費	我們就全面的用戶獲取服務向廣告主收取總服務費。	在有限的基準上，我們就於媒體發佈商平台開設廣告主賬戶及／或充值向廣告主收取其實際廣告支出一個較小百分比的金額作為我們的服務費。
來自媒體發佈商的返點	在達到一定支出門檻額後，我們向媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。該等返點於銷售成本中錄為扣減，作為向媒體發佈商支付流量獲取成本。	我們在達到一定支出門檻額後，向媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。 我們可能會將該等返點的一部分作為吐點優惠返還予廣告主。
收益的組成部分	我們就全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費。	(i) 返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們向廣告主返還的返點(如有))；及 (ii) 我們向廣告主收取的服務費(按有限基準)
銷售成本組成部分	(i) 於媒體發佈商的廣告版位投放廣告主的廣告支付的流量獲取成本，扣除媒體發佈商的返點； (ii) 向外聘優化師及設計師支付的部分費用； (iii) 向內部優化師及設計師支付的部分薪金及福利；及 (iv) 部分服務器成本。	(i) 向內部優化師支付有關開戶的部分薪金及福利；及 (ii) 部分服務器成本。 我們的廣告主透過我們的平台向媒體發佈商支付流量獲取成本並且彼等的流量獲取成本並不構成我們的銷售成本。

業 務

	CPA定價模式	CPC/CPM定價模式
會計處理	我們作為主事人，因此按反映廣告主透過我們於媒體發佈商廣告平台的實際廣告開支的毛額基準確認所賺取的收益及所產生的成本。	我們作為廣告主的代理人，讓其透過我們連接媒體發佈商的廣告平台，因此按淨額基準確認所賺取的收益及所產生的成本，而不將廣告主透過我們於媒體發佈商廣告平台的實際廣告支出入賬。

於往績記錄期間，我們截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年的收益中，分別有78.3%、88.5%及76.4%是來自採用CPA定價模式向廣告主收取的費用。

下圖分別說明了於CPA及CPC/CPM定價模式下，我們的業務模式及我們與廣告主及媒體發佈商的關係：



我們的地域覆蓋

自成立以來，我們主要經營「從中國到全球」的廣告業務，使中國的廣告主能夠接觸到約250個國家及地區的用戶。我們通過與選定海外市場的個人開展合作，由彼等協助我們設計及翻譯廣告內容，及就當地目標受眾的特點和興趣向我們提供意見，從而提高我們的本地服務能力。我們的定位乃基於我們對中國企業需求及透過海外合作夥伴關係對海外線上廣告市場特點的了解。我們亦助力有意進入中國市場的海外廣告主更好地開發用戶，並了解其廣告效果及其用戶在我們平台上的行為。我們於中國的定位為我們帶來競爭優勢，因其令我們貼近中國用戶，我們得以了解彼等不斷變化的特徵及需求，以最大化廣告表現並幫助海外廣告主更好地獲得中國用戶。儘管地處中國，我們能透過與本地顧問、設計師及優化師進行海外合作，掌握海外廣告市場知識。[編纂]後，我們計劃向更多進軍中國及全球市場的海外廣告主提供服務，拓展我們的地域覆蓋並進一步擴大我們的廣告主及媒體發佈商群體。

業 務

我們的定價模式

獲取收益的定價模式

於開展一個廣告活動前，我們與廣告主就定價模式之選擇進行協商。我們用於獲取收益的定價模式分為以下兩種主要類型：

- CPA或每次行動成本，指根據協定之行動收取費用。該等行動主要按媒體發佈商用戶瀏覽廣告產生之新安裝或銷售數量計量。CPA定價模式表現為CPI或每次安裝成本，據此，根據廣告產生之新用戶安裝數量對廣告主進行收費；及
- CPC或每次點擊成本，指根據廣告點擊量計算之費用以及CPM或每千次廣告曝光成本，指根據廣告的每千次曝光計算之費用。

廣告主選擇的定價模式一般因應廣告主所在行業類別及其廣告目標而有所不同。廣告主一般可分為展示驅動型及表現驅動型。表現驅動型廣告主(包括從事實用工具及遊戲的應用程序開發商及廣告主)更傾向採用CPA定價模式。該等廣告主向特定的用戶獲取目標付費(如安裝)，及彼等需要線上廣告服務幫助彼等精準定位潛在用戶。展示驅動型廣告主(包括旅遊及媒體行業的廣告主)更傾向採用CPC或CPM定價模式。該等廣告主通常尋求於廣泛的受眾中獲取流量以展示廣告資訊，一般於點擊廣告或廣告曝光時付款，而不論用戶瀏覽廣告後的後續行動。

支付流量獲取成本的定價模式

我們一般採用CPM及CPC(以較為有限的基準)定價模式向媒體發佈商付款。我們的流量獲取成本乃基於按媒體發佈商實時報價確定的廣告版位定價以及按廣告產生的展示次數(屬CPM的情況下)或廣告產生的點擊量(屬CPC的情況下)確定的所購買廣告版位數量，而不論通常由安裝次數來衡量的廣告實際效果如何。

CPA定價模式的案例研究

案例研究：客戶X(為一間應用程序開發商)委聘我們提供於指定媒體發佈商平台開設賬戶及後續進行充值的服務及使用我們的服務協助彼等投放廣告，為期一年。客戶X根據媒體發佈商過往流量獲取成本及其以往的經驗，就其廣告目標設定一個廣告活動的總體廣告預算上限，供我們釐定是否接受有關委聘，如接受，則開展其廣告活動。我們使用部分預算進行廣告試投放測試盈利情況，以制定廣告投放策略。之後，我們根據廣告預算及我們制定的廣告投放策略，向客戶X指定的頂級媒體發佈商的指定經銷商購買廣告版位。客戶X亦指定基於廣告產生的廣告主應用程序安裝次數計算我們的服務費。我們通過郵件與客戶X確認結算方式及廣告內容的細節。客戶X通過郵件對我們

業 務

委聘期間的廣告活動設定例如每月用戶留存率等若干廣告目標。我們通過AdTensor於媒體發佈商平台發佈客戶X的廣告內容，並由我們的優化師團隊實時監控廣告點擊次數及報告廣告投放效果。客戶X通過郵件更新其於廣告活動不同階段的廣告目標。我們於月初根據由我們與客戶X協定的第三方數據追蹤公司記錄的實際移動設備用戶安裝次數向客戶X發出服務費發票並要求於收到發票後30天內付款。我們根據廣告產生的展現次數而非廣告的表現向相關媒體發佈商的指定經銷商支付流量獲取成本。於此過程中，我們亦按季度向相關媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出一個預先釐定固定百分比的返點。

CPC定價模式案例研究

案例研究：客戶Y(為一間線上服務公司)委聘我們提供於指定媒體發佈商平台開設賬戶及後續進行充值的服務及使用我們的服務協助彼等進行廣告活動，為期一年。客戶Y向我們提供其廣告預算及廣告內容。客戶Y指定根據其於媒體發佈商A的實際廣告支出的5%及其於媒體發佈商B的實際廣告支出的2%計算我們的服務費。客戶Y對我們委聘期間的廣告活動設定若干KPI，包括留存率及ROI等。雖然該等KPI不會直接與我們的服務費相關，但可能會影響廣告主的預算。我們代表客戶Y於媒體發佈商A及B開設賬戶，並使用客戶Y存入我們的預付款項向媒體發佈商或透過指定經銷商充值客戶Y的賬戶。我們每月根據客戶Y實際廣告支出一個預定固定百分比計算的服務費向客戶Y開具賬單。我們亦每季度向相關媒體發佈商或其指定經銷商收取相當於客戶Y實際廣告支出一個預定固定百分比金額的返點。為向客戶Y提供優惠激勵，我們可能會將有關返點的一部分作為吐點返還予客戶Y。

我們根據CPC及CPM定價模式向廣告主收費的業務模式基本相同。

廣告主用戶獲取服務

我們的廣告主

截至二零一九年十二月三十一日，我們已從不同行業(包括約250個國家及地區的實用工具及內容應用程序開發商以及從事電子商務、媒體、旅遊、金融、遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的公司)積累多元化的廣告主群體。我們的廣告主通常為大中型企業，其中眾多為上市公司或國有企業。我們相信該等廣告主擁有足夠的廣告預算並能夠及時支付我們的服務費。廣告主與我們洽談用戶獲取服務時，彼等通常向我們提供指示性的總體廣告預算上限。我們是時評估廣告主業務的規模及開展其廣告活動的盈利能力，以決定是否將廣告主納為我們的客戶。於正式委聘後及作為廣告活動進程，廣告預算可能隨實際廣告投放結果發生變動，而客戶可自由選擇將彼等任何一部分廣告預算分配至其他廣告活動及／或其選定應當如此行事的其他廣告代理。

我們向廣告主收取的服務費費率乃基於我們與廣告主協定的每次點擊次數或安裝次數的價格(就CPA客戶而言)及每次展示次數的價格(就CPC/CPM客戶而言)。市場定價率的範圍取決於諸多因素，包括所涉及的媒體發佈商的廣告版位及廣告主是否將透過

業 務

我們開設的賬戶投放廣告或我們是否亦將為廣告主提供廣告優化及投放服務。此外，定價率視乎廣告活動的效果而有所變動。基於其他線上廣告代理用於服務同一媒體發佈商的有關費率均可資比較，艾瑞諮詢已確認我們於往績記錄期間向廣告主收取的服務費費率與行業標準相一致。

下表載列我們於所示期間按廣告類別劃分的總收益以及其各自佔我們總收益的百分比明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
實用工具及內容應用						
程序開發商.....	90,864	78.0	145,103	83.5	100,908	52.8
電子商務.....	21,460	18.5	16,236	9.3	61,774	32.3
旅遊.....	1,886	1.6	6,832	3.9	17,321	9.1
金融.....	—	—	3,824	2.2	7,662	4.0
其他 ^{附註}	2,236	1.9	1,855	1.1	3,461	1.8
總計.....	<u>116,446</u>	<u>100.0</u>	<u>173,850</u>	<u>100.0</u>	<u>191,126</u>	<u>100.0</u>

附註：其他主要包括遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的廣告。

我們廣告主群體的多樣化加深我們對不同地區各行各業獲客需求的理解，並使我們能夠把握新的商機。我們致力緊貼線上廣告行業及海外投資趨勢的發展。廣告主一般根據流量獲取費、歷史用戶獲取績效、流量質量及廣告曝光量選擇媒體平台。我們致力於為廣告主提供穩定且經濟高效的流量。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，與我們直接訂約的廣告主佔比分別為99.3%、99.5%及99.3%，其餘為我們透過廣告代理商為其提供用戶獲取服務的廣告主。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的廣告主數量分別為140名、200名及273名。

業 務

下表載列於所示期間CPA定價模式及CPC/CPM定價模式下的經常性客戶及新客戶數量及收益明細：

	截至十二月三十一日止年度								
	二零一七年			二零一八年			二零一九年		
	客戶數量	收益貢獻		客戶數量	收益貢獻		客戶數量	收益貢獻	
		收益金額	百分比		收益金額	百分比		收益金額	百分比
(人民幣千元)			(人民幣千元)			(人民幣千元)			
CPA定價模式									
經常性客戶	15	76,651	65.8%	13	85,050	48.9%	15	106,678	55.8%
新客戶	11	14,554	12.5%	20	68,792	39.6%	18	39,422	20.6%
CPC/CPM定價模式									
經常性客戶	20	15,165	13.0%	77	16,799	9.7%	98	29,224	15.3%
新客戶	94	10,076	8.7%	90	3,209	1.8%	142	15,802	8.3%
總計：	140	116,446	100%	200	173,850	100%	273	191,126	100%

下表載列於所示期間的客戶人數、流失客戶及客戶流失率：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
有關年度年初的客戶總數	40	140	200
有關年度年末的客戶總數	140	200	273
有關年度流失客戶總數	5	50	87
於前一年度成為新客戶的 流失客戶總數	3	36	50
客戶流失率 ^{附註}	5.6%	29.4%	36.8%

附註：客戶流失率乃以有關年度流失客戶總數除以有關年度年初的客戶總數與有關年度年末的客戶總數之間的平均值再乘以100%計算。

於往績記錄期間，我們的流失客戶總數及客戶流失率均有所上升。於二零一七年發展初期，由於我們的廣告主群體相對較小，客戶流失率亦較低。誠如艾瑞諮詢告知，廣告主可能因多種原因而改變彼等對廣告代理商的選擇，包括(其中包括)彼等的產品種類及相應廣告需求調整，以及廣告策略及預算變動。於往績記錄期間，我們的新客戶總數有所上升。

我們力求通過加強我們的銷售及營銷力度，並增加我們在中國特定地區(包括部分三四線城市)的本地業務據點，以繼續擴大我們的廣告主群體。下表載列於往績記錄期間按客戶總部位置劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
華南及華東 ⁽¹⁾	61,465	52.8	76,553	44.0	99,805	52.2
華北 ⁽²⁾	41,587	35.7	87,029	50.1	44,771	23.4
其他 ⁽³⁾	13,394	11.5	10,268	5.9	46,550	24.4
總計⁽⁴⁾	116,446	100.0	173,850	100.0	191,126	100.0

業 務

附註：

- (1) 華南及華東：廣東、福建、上海、江蘇及浙江。
- (2) 華北：北京、天津、河南、山東及黑龍江。
- (3) 其他包括中國其他地區及其他國家及地區。
- (4) 按客戶總部所在地歸類。

往績記錄期間總部位於華北地區的客戶為我們貢獻大部分收益，乃主要由於臨近北京辦事處使然。往績記錄期間總部位於華南及華東地區的客戶亦為我們貢獻大部分收益。此符合我們集中於在中國東南沿海地區設立辦事處的策略。進一步詳情請參見本文件「未來計劃及[編纂]用途」。同時，上文所披露的本集團的收益明細乃基於我們的客戶的總部位置，會計師報告附註5所披露的收益明細乃基於我們的客戶的簽署實體位置。

我們向廣告主提供的用戶獲取服務

我們通過策劃、設計、推出及管理彼等廣告宣傳活動為廣告主提供一站式跨媒體用戶獲取服務，協助彼等在各種媒體平台上獲客，並將戰略重點側重於頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。該等頂級媒體發佈商通常於其專有廣告平台通過API程序化方式或以人工方式或以雙管齊下方式提供其廣告版位。頂級媒體發佈商直接與個人廣告主進行開戶、充值及管理彼等個人賬戶通常較為繁複，因為個人廣告主一般無法生成高質量的廣告內容及精準定位受眾群，而頂級媒體發佈商更偏向委聘第三方專業人士將其廣告版位變現。因此，該等媒體發佈商會指定若干授權經銷商或CEP負責處理開戶、充值及管理服務。此使頂級媒體發佈商能確保其廣告版位得到有效利用並減少自身對廣告主開展「認識你的客戶」的工作負擔。我們的一站式服務使廣告主能夠訪問頂級媒體發佈商提供的高質量廣告版位，並簡化在頂級媒體平台上購買廣告版位的流程，使廣告主能輕易地於不同的媒體平台進行具有特定受眾定向投放要求的廣告宣傳活動。憑藉我們的大數據及AdTensor的AI能力支持，我們協助廣告主優化其廣告投放及滿足其獲客需求。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務 — AdTensor — 我們的廣告優化及管理平台」。

我們向廣告主提供一站式用戶獲取服務，涵蓋以下階段推出廣告宣傳活動的整個過程：

- **分析及策略規劃**：我們通過API連接收集用戶的歷史數據(包括移動設備模型、人口統計(如性別、年齡及語言)、興趣(如購物、遊戲及飲食)、行為(如旅行)及地區(如居住地))，該等數據乃獲取自我們媒體發佈商的平台。我們的優化

業 務

師團隊將用戶數據處理成有意義的信息類別，藉此我們能夠分析不同形式廣告的歷史效果，並向廣告主就廣告內容或廣告投放提供策略建議，以支持其廣告目標。

- *廣告的內容設計*：我們擁有包含300多種廣告格式及廣告素材模板庫，包括由我們的內部設計團隊以及外聘設計師多年來開發的圖像及視頻模板。我們的設計師團隊已創作並繼續製作廣告格式及廣告素材，使我們的廣告主能夠生成及優化廣告內容。我們合作的本地顧問能夠提供廣告內容的翻譯及本地化建議，幫助我們創作及交付可迎合特定國家用戶特定品味的廣告。
- *廣告的投放*：廣告內容設計完成後，我們的優化師透過利用平台的分析工具，根據基於人口統計資料(包括目標國家、年齡組、性別及興趣)作出的廣告投放策略，設定廣告的目標對象。AdTensor能夠使用自媒體發佈商積累的數據協助廣告主自動高效地覓得目標用戶。
- *廣告管理*：我們的優化師團隊持續監控廣告的表現，並在其生命週期內持續改進。通過我們專有的廣告優化及管理平台AdTensor，我們的優化師及設計師團隊在我們的指定媒體團隊負責人及AM團隊支持下，能夠實時監控廣告的表現，進行必要的調整以最大化用戶流量，提升廣告成本效益及實時或按指定時間生成報告向我們的廣告主匯報以管理用戶流量。
- *廣告結算*：我們通常會每月向廣告主結算付款。我們的營運團隊通過AdTensor確認用戶流量數據並相應地調整服務費，向廣告主出具發票並收款。

我們通常會與各廣告主簽訂框架協議，並在框架協議下就每項廣告宣傳活動與其簽訂一份廣告宣傳活動加插訂單，通常會持續一年。框架協議通常載有服務範圍、平台、支付週期、結算方法、定價模式及支付條款。一般而言，我們的廣告主會告知我們其廣告目標並通過電郵進行確認。我們會在策劃、分析及策略評估階段尋找預期可提供最佳流量結果的潛在廣告版位投放，並相應制定廣告投放策略。我們會持續監控及分析績效指標，並利用我們的AdTensor平台及優化師團隊優化宣傳活動績效。我們致力通過建立信任及保持我們在業內的聲譽維持與廣告主的關係。框架協議通常可在其中一訂約方向另一方給予事先書面通知的情況下終止。

業 務

下圖闡述我們用戶獲取服務的一般程序及流程：



釐定用戶獲取服務費用

我們根據廣告活動所採用的特定定價模式向廣告主收取用戶獲取服務費用。於廣告活動過程中，我們可以改變與每名廣告主的定價模式。

於CPA定價模式下，我們於達成協定行動時就用戶獲取服務向廣告主收取費用，我們基於協定行動(如安裝)的總數收取服務費。我們通常每月於與廣告主根據協定的計算基準核實表現數據後，向廣告主開具賬單。表現數據可從相關媒體發佈商平台或由廣告主委聘用作核實有關表現數據的第三方數據追蹤系統平台獲取。我們於確認委聘後會與廣告主協定計費時核實表現數據應使用的平台數據。廣告主於收到我們的賬單後的一段期間內(視乎協定信貸期而定)向我們支付用戶獲取服務的服務費。我們一般要求廣告主於一個月內支付賬單。

業 務

於CPC或CPM定價模式下(按有限基準)，我們就協助於廣告主開設賬戶及／或充值賬戶向廣告主收取相當於廣告主實際廣告支出一個較小百分比的金額作為服務費。

我們與廣告主訂立的框架協議通常為一年，涵蓋廣告主於整個期間的所有廣告活動並可能因此涉及CPA及CPC/CPM兩種定價模式。廣告主透過電郵向我們確認具體廣告活動(即廣告宣傳活動加插訂單)將予採用的定價模式(CPA或CPC/CPM)。因此，我們能夠根據各個廣告活動的特定計算基準，追查不同定價模式下各廣告主產生的收入。

向媒體發佈商提供的變現服務

我們的媒體發佈商

我們的戰略重點放在涵蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們協助媒體發佈商將可用廣告版位與合適的廣告活動相匹配，使其最大化變現潛能。我們認為頂級媒體發佈商向廣告主提供的平台最具吸引力，令彼等可接觸龐大的用戶群。通過我們與該等頂級媒體發佈商的關係，我們能夠協助廣告主獲得大量優質用戶流量。於二零一九年，我們平均超過75%的用戶流量乃直接或透過彼等的經銷商購入並與臉書及谷歌的廣告版位有關。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們購買廣告版位的媒體發佈商數量分別為11名、14名及15名。我們計劃於日後擴展我們的媒體發佈商群至涵蓋頭部、腰部及中長尾媒體發佈商的組合，尤其是該等具備國際影響力及於若干國家或地區擁有大規模業務的腰部及中長尾媒體發佈商。

我們向媒體發佈商提供的變現服務

我們將廣告主與頂級媒體發佈商平台連接及將媒體發佈商的廣告版位變現，方式為為其終端用戶將每名媒體發佈商的廣告版位匹配合適的廣告類型。於線上廣告行業，用戶每次登入媒體發佈商的平台時將會產生廣告版位，而該等廣告版位需即時向廣告主提供以向用戶展示廣告，否則將失效。我們認為我們的變現服務對協助媒體發佈商達致更佳變現結果具有關鍵作用。

我們一般通過作為媒體發佈商的指定經銷商的其他第三方線上廣告平台連接廣告主與頂級媒體發佈商平台。根據艾瑞諮詢，與代理不同，經銷商主要服務彼等的重要客戶(KA)並專注達致媒體發佈商設立的流量消費KPI。另一方面，代理服務廣大客戶並提供定制廣告解決方案以優化廣告主的ROI。相較經銷商，代理通常專於若干行業並具備較強的客戶獲取能力。

我們一般作為代理，透過其他第三方線上廣告平台與媒體發佈商平台聯繫，因我們認為我們擁有強大的客戶獲取及優化能力。此外，我們自經銷商收取的作為代理的返點較自媒體發佈商直接收取的返點通常更高。臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎等頂級媒體發佈商直接與中國數量有限的線上廣告代理訂立合約以作為彼等之指定經銷商。

業 務

具體而言，由於臉書的營運流程複雜，臉書僅使用授權經銷商，並要求所有其他代理透過其授權經銷商與臉書聯繫。我們作為CEP（授權代理的一類）與臉書聯繫。另一方面，我們直接與抖音簽約擔任其經銷商，且我們透過其指定經銷商及直接作為經銷商與谷歌聯繫，為廣告主投放廣告。我們作為臉書的CEP或若干頂級媒體發佈商的認可經銷商，通過向該等頂級媒體發佈商的專有廣告平台直接開設賬戶為我們的廣告主購買廣告版位，及代表廣告主提供廣告服務或允許廣告主直接進入及使用我們為其開設的賬戶。於結算時，我們（作為經銷商）將直接向我們直接簽約的媒體發佈商付款，或我們透過媒體發佈商的指定經銷商付款。就廣告流量向該等經銷商付款之裨益乃由於彼等的付款週期更加靈活，因此與直接向媒體發佈商付款相比，我們能夠維持超額現金流量。就大部分經銷商而言，彼等之服務主要著重於就其本身的廣告投放為廣告主開設賬戶。相反，我們更專注於為客戶投放及優化廣告、批量投放以及廣告服務本身，及在此過程中，我們透過廣告投放及優化享有額外利潤率。目前，我們通過將媒體發佈商的API與我們的AdTensor對接以為彼等提供變現服務。API為媒體發佈商於媒體發佈商應用程序代碼獨立執行及我們於我們的廣告平台系統獨立執行的通用接口，允許交換數據以達致廣告互動事件的自動廣告投放及反饋。通過與媒體發佈商平台的API對接，我們能夠在平台上直接投放廣告及直接自平台本身獲取表現統計數據。

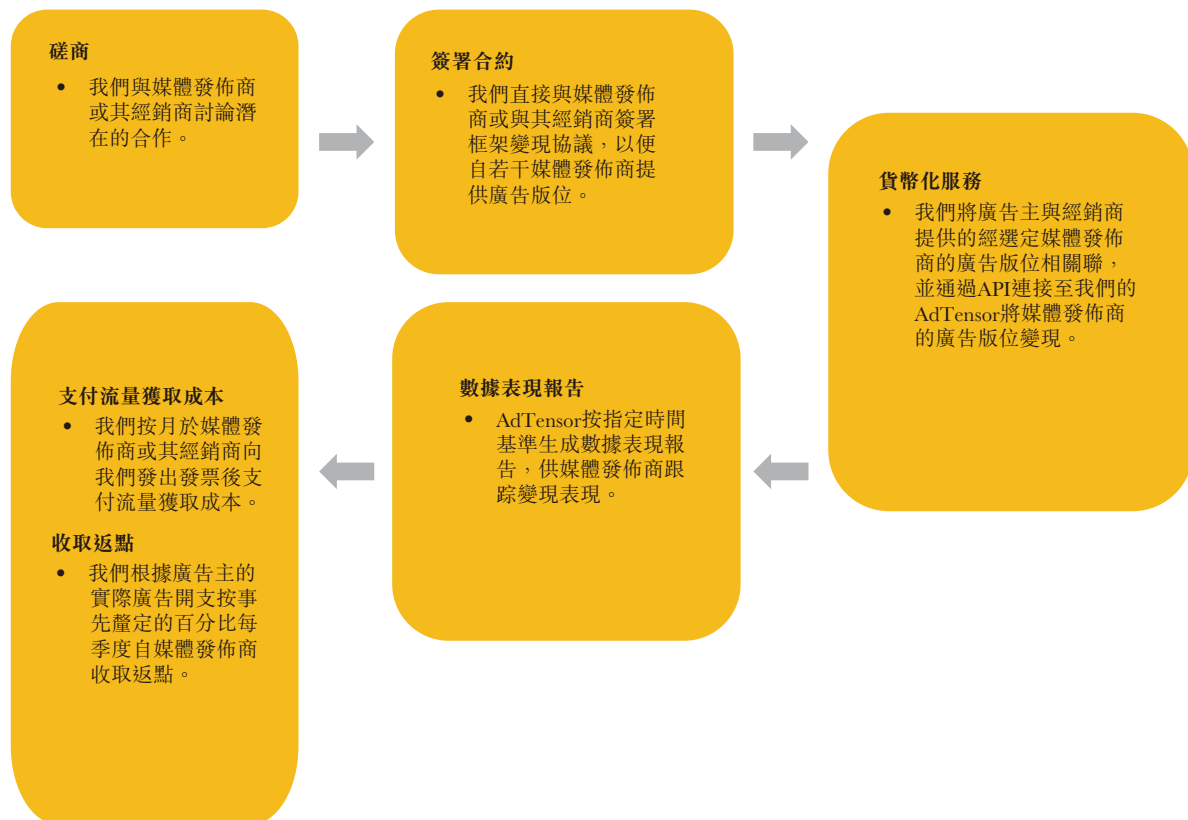
頂級媒體發佈商通常會對經銷商及代理商備有嚴格的篩選流程，且非常重視與該等可向彼等用戶群提供相關、吸引人且具傳播色彩的優質廣告宣傳活動的合作夥伴的合作。作為頂級媒體發佈商的重要廣告代理，我們能夠利用該等關係協助廣告主獲得具規模的高效用戶流量。我們的平台不僅僅是作為中間商向我們的媒體發佈商為我們的廣告主購買廣告版位，亦能夠利用其大數據及AI功能生成預定規則及進行定向廣告，以幫助我們的媒體發佈商取得更佳的貨幣化結果。我們的平台亦能實時或按指定時間生成數據表現報告，以便我們通知媒體發佈商移動設備用戶與其平台上廣告的互動情況，並跟蹤及監控貨幣化指標。對於每位頂級媒體發佈商而言，我們設有專責團隊跟進以支持我們的服務：

- *團隊領導*，負責監督整個團隊從廣告設計至廣告宣傳活動結算過程的表現；
- *廣告經理*，負責與我們的廣告主聯絡，協助銷售流程並於完成廣告宣傳活動後跟進客戶服務；
- *設計師*，負責為各廣告製作廣告素材；及
- *優化師*，負責調整廣告素材，並於整個廣告活動過程中持續監控及優化廣告投放的表現，包括持續修改廣告內容及調整投放，以實現最佳的流量結果。

業 務

我們通常會與媒體發佈商的各名指定經銷商簽訂框架變現協議，而並非直接與媒體發佈商本身簽訂框架變現協議。另一方面，我們直接與抖音簽約擔任其經銷商，且我們透過其指定經銷商及直接作為經銷商與谷歌聯繫，為廣告主投放廣告。我們與媒體發佈商或彼等的指定經銷商簽署的協議期限通常為一年，部分載有續約條款。於簽訂框架變現協議之前，我們一般會於簽訂框架變現協議前就媒體發佈商基於我們於指定期間在其平台上所投放廣告的表現向我們支付的任何績效獎金付款及任何續期條款進行商討。框架變現協議通常僅可由媒體發佈商的指定經銷商終止，惟前提為須完成廣告版位供應訂單並發出事先書面通知。我們的媒體發佈商通常每月通過指定經銷商向我們發出賬單。我們通常須於30天、45天或60天內（視乎媒體發佈商而定）支付賬單。

下圖說明我們的媒體發佈商變現服務的一般程序及流程：



釐定流量獲取成本

我們一般採用CPM及CPC（較為有限的基準）定價模式向媒體發佈商付款。我們的流量獲取成本乃由媒體發佈商設立並基於按彼等實時報價確定的特定廣告版位定價。經艾瑞諮詢確認，媒體發佈商設立的流量獲取成本於業內透明可得且於所有廣告代理間一致。因此，經艾瑞諮詢確認，於往績記錄期間，我們的流量獲取成本較中國其他第三方廣告平台上的流量獲取成本更為合理。同時，所購買廣告版位數量乃按廣告產生

業 務

的展示次數(屬CPM的情況下)或廣告產生的點擊量(屬CPC的情況下)確定，而不論通常由安裝次數來衡量的廣告實際效果如何。

返點

我們自媒體發佈商或彼等的指定經銷商收取的返點乃基於廣告主透過我們於相關媒體發佈商平台的實際廣告支出之預定百分比而釐定。返利率由媒體發佈商或彼等的經銷商設定，並視乎媒體發佈商平台的實際廣告支出及媒體發佈商或彼等的經銷商設定的若干KPI的完成程度而定。有關資料於業內公開並且艾瑞諮詢確認本集團於往績記錄期間向媒體發佈商或彼等的經銷商收取的返利率與行業慣例相一致。

根據CPC/CPM定價模式，我們可能會將部分返利作為吐點優惠返還予彼等並將返點淨額記為收入。CPA定價模式下的返點將不會返回予廣告主，惟將就我們向媒體發佈商支付的流量獲取成本錄為銷售成本的扣減。我們向廣告主返還的返利率通常基於廣告主所購買的流量而有所變動。基於其他廣告代理所用的有關利率均可資比較，艾瑞諮詢確認我們於往績記錄期間向廣告主返還的返利率與行業標準相一致。

下表載列於所示期間各CPA及CPC/CPM定價模式下，向媒體發佈商收取的總返點及返還予廣告主的返點：

	截至十二月三十一日止年度								
	二零一七年			二零一八年			二零一九年		
	自媒體 發佈商 收取的 總返點	返還予 廣告主 的返點	確認為收 入的協定 返點	自媒體 發佈商 收取的 總返點	返還予 廣告主 的返點	確認為收 入的協定 返點	自媒體 發佈商 收取的 總返點	返還予 廣告主 的返點	確認為收 入的協定 返點
	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)
CPA	6,050	—	—	10,508	—	—	6,788	—	—
CPC/CPM	31,873	(10,156)	21,717	46,623	(27,721)	18,902	75,368	(33,057)	42,311
總計.....	<u>37,923</u>	<u>(10,156)</u>	<u>21,717</u>	<u>57,131</u>	<u>(27,721)</u>	<u>18,902</u>	<u>82,156</u>	<u>(33,057)</u>	<u>42,311</u>

ADTENSOR — 我們的廣告優化及管理平台

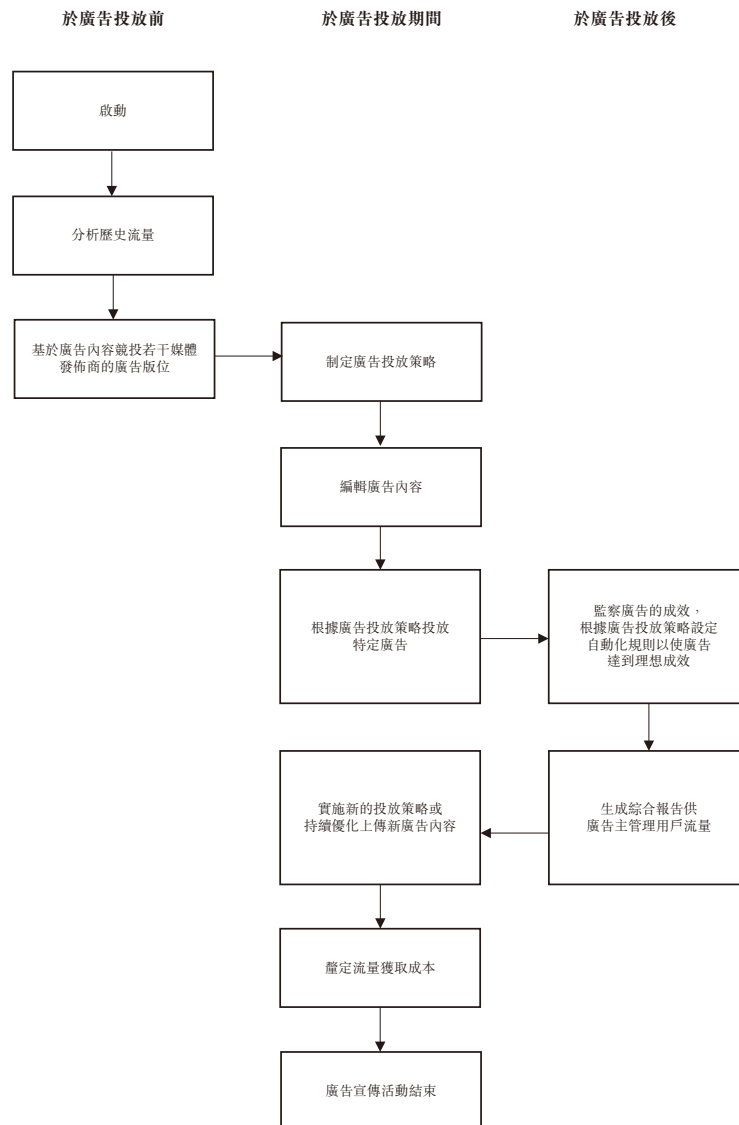
AdTensor概覽

於二零一七年推出及註冊的AdTensor為我們專有的廣告優化及管理平台，利用AI技術自動、智能及實時對廣告進行優化及管理。我們的大數據及AI功能使我們能夠通過向最有可能轉換的廣告版位投放適當的廣告內容達致廣告主的廣告目標，同時最大限度地提高媒體發佈商的貨幣化潛力。AdTensor亦擁有包含廣泛的廣告內容模板集的模板庫，包括由我們的內部設計團隊以及外聘設計師開發的文本、圖像、視頻及音頻，使我們的廣告主能夠快速生成及優化定制廣告。此外，AdTensor能夠對特定廣告及用戶數據的過往表現進行歷史分析，建立自動規則並實時或按指定時間生成智能報告，從而使通過我們平台投放的廣告更加有效及高效。AdTensor為一款利用版本管理軟件運行的自主研發程序，其進行獨立的迭代週期更新以增強自身技術能力。各更新週期經歷管

業 務

理層批准更新代碼編譯流程、技術總監或項目經理授權經批准的更新代碼、指定開發商開發及測試經授權更新代碼並最終於AdTensor推出成功的線上更新代碼。各更新週期開發了AdTensor的多項技術功能，其可分類為以下類別：用戶流量分析、自動化規則、視頻合成、廣告投放策略及後台內容管理。通過AdTensor，廣告主可實現持續優化結果，提高其投資回報率並於廣告投放過程中節省人工成本。

下圖說明AdTensor的一般流程：

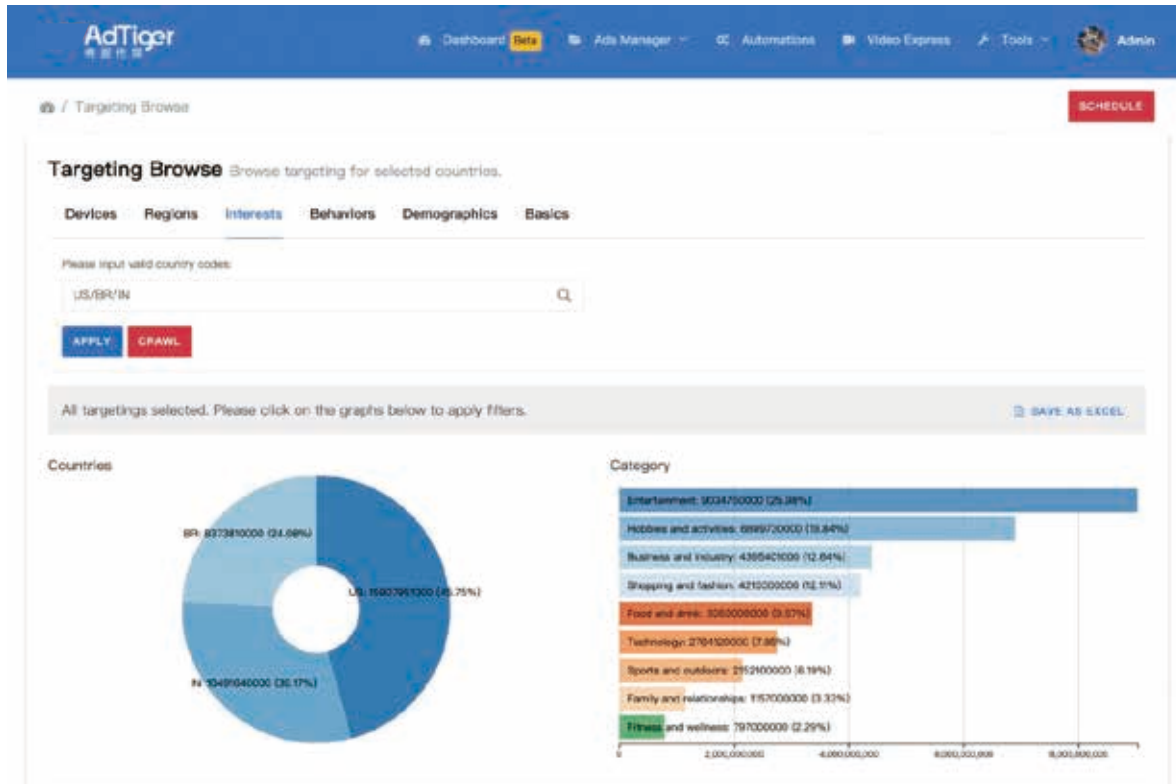


業 務

AdTensor的主要組成部分及功能

下列步驟以及屏幕截圖說明AdTensor在各個階段的運作：

步驟1：分析受眾數據並制定特定廣告活動的投放策略



AdTensor已通過API直接從臉書及谷歌等各種媒體發佈商平台收集及累積數據。透過該等API連接，AdTensor能夠實時從媒體發佈商收集可靠的用戶數據，並將來自媒體發佈商平台的用戶數據提煉為有意義的用戶數據類別，包括(其中包括)約900種移動設備模型、人口統計(如性別、年齡和語言)、300多種興趣類型(如購物、遊戲、食品和飲料)、約290種行為(如旅行)及地區(如居住地)。該等信息類別對於有針對性的廣告和了解用戶在媒體發佈商平台上的行為模式十分有用。AdTensor為我們的優化師提供數據分析工具，從而為每個廣告活動制定廣告策略。於二零一九年，AdTensor能夠分析來自約250個國家及地區的數據。

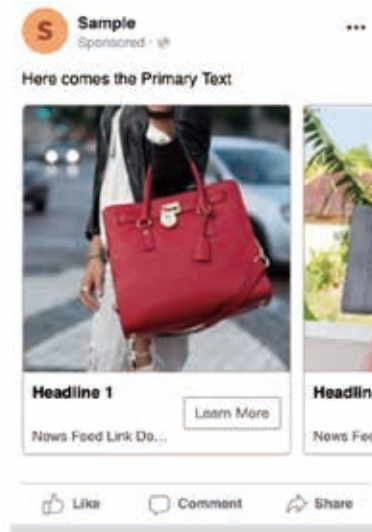
業 務

步驟2：使用各種廣告格式設計廣告素材，並允許定制廣告

AdTensor擁有一個模板庫，其中包含大量廣告內容模板，包括我們內部設計團隊和外聘設計師開發的文本、圖像、音頻及視頻。



文本及圖片—單圖



文本及圖片—輪播



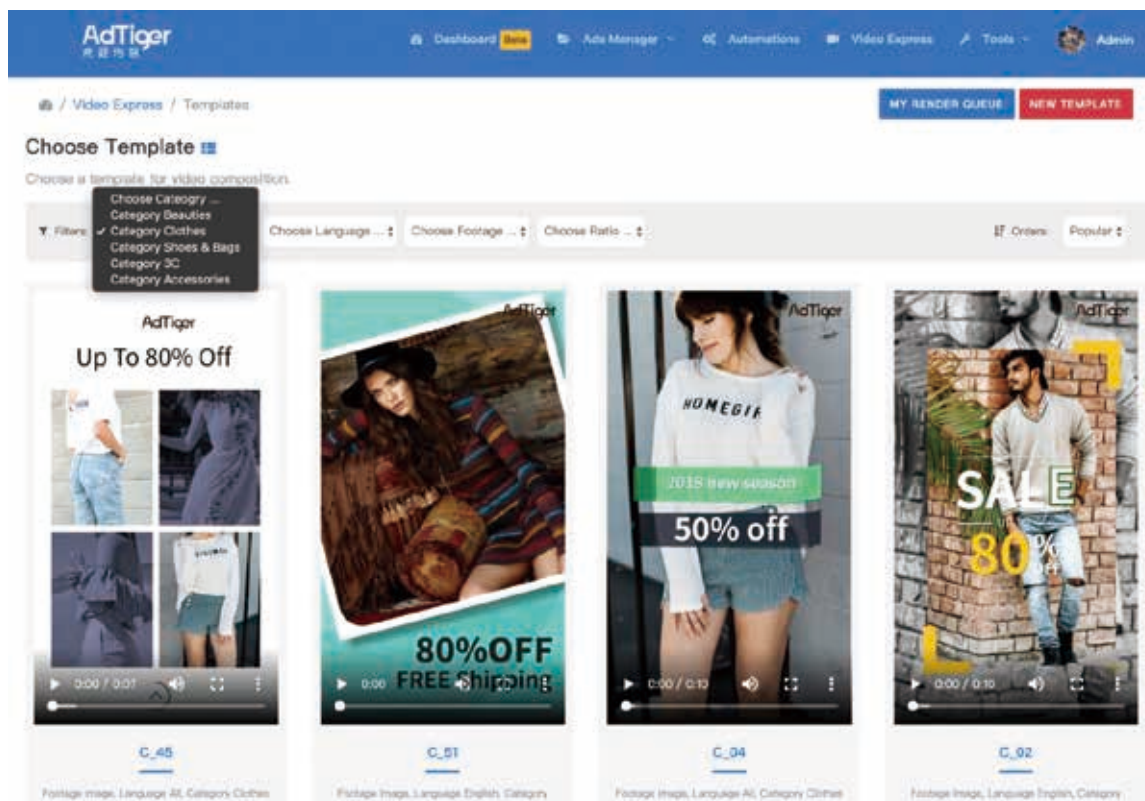
視頻

我們平台上的廣告可以不同的格式發佈，並且可以定制。我們的通用格式可以在幾乎所有類型的平台中使用和顯示，包括以下各項：

- 橫幅，屏幕頂部或底部的矩形圖像形式；
- 插播式廣告，以圖像或視頻的形式出現在彈出對話框中；
- 多元媒體，高度動態和互動的廣告，旨在產生高點擊率和轉化率；
- 視頻，以短視頻的形式在用戶打開或與應用程序交互時播放；及
- 原生廣告，與媒體發佈商的應用程序無縫集成。

業 務

在幫助廣告主定制廣告內容時，我們能夠利用定制的信息(包括產品描述和廣告主產品的折扣金額)生成文本、圖像、短視頻或其他創意。我們的可定制格式通常由實用程式和內容應用程序開發人員以及零售和電子商務行業的廣告主使用。此外，隨著廣告素材上傳和存儲在AdTensor的後端，我們的系統為優化師及設計師提供獲取現有廣告素材的便捷途徑，AdTensor使我們的優化師及設計師能夠無縫地將一種廣告格式轉換為另一種格式。下列屏幕截圖說明如何在AdTensor上實現按產品分類定制廣告格式：



在創建一個廣告之後，AdTensor亦支持批量編輯多個廣告，通過API批量上傳到各個平台。我們的優化師負責在頂級媒體平台上管理和投放廣告，並根據其交付結果持續優化每個廣告的創意。我們有專責的優化師團隊負責服務及管理四家特定的媒體發佈商。

我們相信，通過定制廣告格式交付廣告素材，以及利用我們的AdTensor平台，能夠幫助廣告主以一種高效經濟的方式獲得更好的營銷效果。

步驟3：通過自動交付廣告實現自動廣告合成和優化

AdTensor能夠利用技術根據內容類別(如美容、時尚和遊戲)和廣告主提供的信息(如提供的折扣金額)自動撰寫廣告。我們為廣告主收集廣告內容及廣告素材後，會篩選其特定目標受眾及廣告目標，以確定展示其廣告的合適廣告版位。此過程中會根據特定要求(例如若干地域目標)剔除與可用廣告版位不匹配的廣告。我們會基於廣告素材，

業 務

釐定我們直接與媒體發佈商或透過其指定經銷商競投我們所確定在特定媒體發佈商平台的合適廣告版位的競投價。通過API連接，AdTensor使我們能夠代表廣告主競投廣告版位並獲取最適合彼等的廣告版位。於廣告活動中，AdTensor可通過我們的優化師預先設定規則，基於廣告投放結果優化廣告素材(如圖像及視頻)及廣告的投放，而我們的設計師可持續擴展廣告素材及提升其質量。

在優化廣告素材時，我們亦可能會調整廣告投放策略。通過AdTensor，廣告投放可以根據我們的優化師預先設定的規則自動進行，從而在每個廣告活動中消除任何人為干預的需要。該等預先設定的規則包括設定時間表來決定廣告活動的開始和結束，根據預先設定的廣告策略進行微調。以下屏幕截圖說明如何新建一個管理廣告投放的時間表：

Create New Schedule

You can select a date range from above calendar to specify the start and end date of your campaign.

Campaign Name

Variables in {} will be replaced by real value during campaign creation, currently supported variables are: date

Start Date End Date

Specify the start date for your campaign using the timezone of relevant account. Specify the end date for your campaign using the timezone of relevant account.

Choose Ad Account

Please choose an ad account to create campaign on selected date.

Notifications

Once the campaign creation is finished, we will send a notification email to the addresses above. Please validate email addresses by a comma .

Mode Multi Device Images

Predefined modes that tell the system how to use each creative.

Group creatives with the same key(s, device code) into one ad set

	Ad Set Name	User Device	Ad Name	Creative Type	Image Hash	Image Name
1	Zte Maven 3	maven 3	Zte Maven 3 - 1	Link Page Float Ad	8086826454820018c8cb52e04	Zte Maven 3-f.jpg
2	Zte Maven 3	maven 3	Zte Maven 3 - 2	Link Page Post Ad	8906625454820018c8cb52e04	Zte Maven 3-p.jpg

Each row's data will be used to create a new ad, overwriting the homonymic rules in the strategy's campaign settings. Columns starting with _ are not for ad creation, just for reference.

業 務

New Advertising Strategy

Name

Please input the name of this advertising strategy.

Product

Please choose a product. We will use corresponding price strategy to delivery campaigns.

Countries

Please input countries to delivery campaigns, e.g. BR/US or BR/US

Campaign Name Format

Please input the name format for the campaign created by this advertising Strategy. Variables in will be replaced by real value during campaign creation.

Prices SAMPLE

Current prices on 2019-07-25:

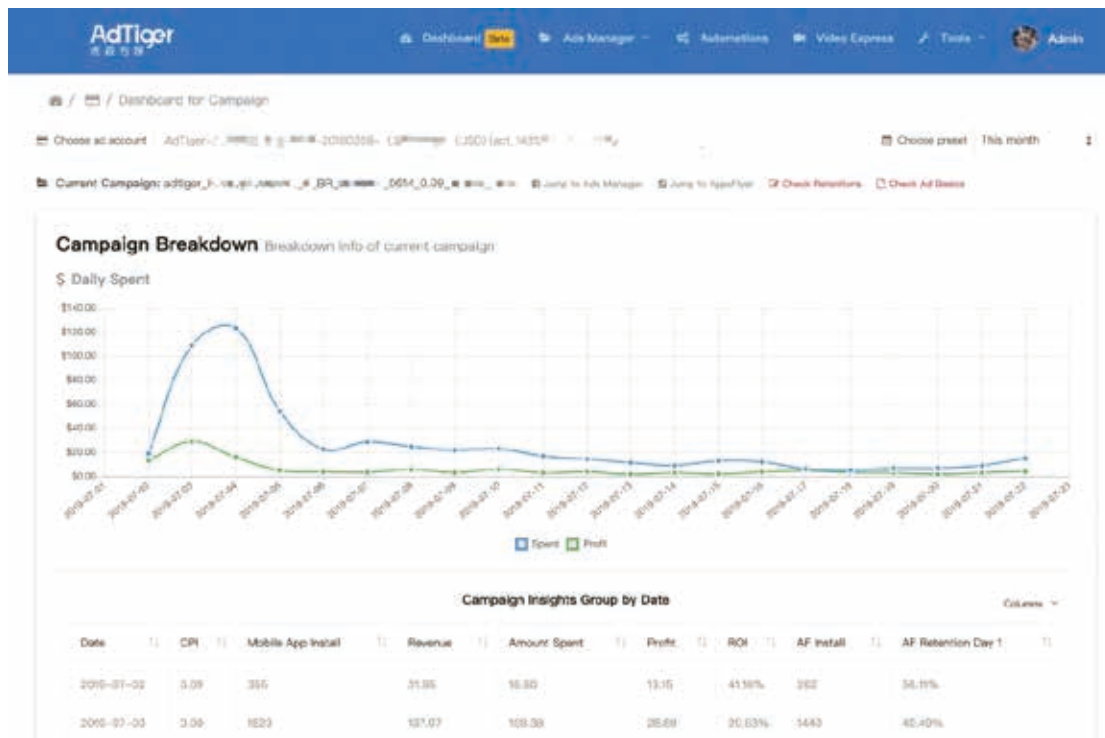
T1: JP/US \$0.5

T2: FR/GB/BE/LK \$0.4

T3: BR/MX \$0.2

T4: IN/VN \$0.1

步驟4：監控廣告成效



業 務

AdTensor利用媒體發佈商提供的績效指標，有效地監控、分析及生成含有每個廣告投放數據的綜合報告，以顯示每個廣告投放的信息數據。我們的智能報告使用以下指標進行細分交付分析：移動應用程序安裝(就使用CPI定價模式的應用程序開發商而言)、廣告支出金額、產生的利潤、投資回報率、安裝率及保留率。AdTensor使我們能夠準確、快速地預測各種流量入口的廣告點擊率，並使廣告的投放更加精準，從而使廣告主獲得更高的投資回報率。

AdTensor能夠報告統計數據，如廣告支出、總安裝量、印象、保留率。AdTensor能夠實時或按指定時間生成報告，並定期發送給相關的廣告主。利用AdTensor的表現監控和智能報告功能，我們能夠幫助廣告主跟蹤、監控、分析及改進彼等的廣告效果。我們的優化師亦基於生成的智能報告不斷微調廣告內容及投放策略。我們的運營團隊亦可利用該等報告以高效的方式與客戶進行結算。

AdTensor能夠持續優化廣告，並在廣告表現不佳(例如無法達到特定的點擊瀏覽目標或估計收益低於流量獲取成本)時自動終止廣告。通過預先設定的規則及通過AdTensor對廣告投放和廣告預算的持續微調，我們的廣告主可獲得更高的投資回報率。AdTensor的自動化系統目前能夠每分鐘捕獲約3,000個廣告，並根據預先設定的規則進行自動優化。北京虎示為AdTensor存續的所有知識產權的唯一及獨家擁有人。有關對我們的業務營運而言至關重要的專有商標、域名、版權、商業秘密及其他知識產權的知識產權清單，請參閱本文件「業務 — 知識產權」及附錄四「法定及一般資料 — B.有關我們業務的資料 — 2.本集團的知識產權」一節。

主要運營指標

AdTensor乃我們流動廣告服務不可或缺的一部分，為優化師提供有關主要運營指標的全面分析。下表載列於所示期間我們已篩選的線上廣告業務運營指標：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
展示次數(百萬) ⁽¹⁾			
— CPA定價模式	8,783	15,520	18,528
— CPC/CPM定價模式	15,181	25,252	64,501
— 總計	23,964	40,772	83,029
點擊次數(百萬) ⁽²⁾			
— CPA定價模式	220.4	282.0	271.3
— CPC/CPM定價模式	356.0	429.5	756.2
— 總計	576.4	711.5	1,027.5
安裝次數(百萬) ⁽³⁾	72.8	110.7	73.9
安裝率(%) ⁽⁴⁾	33.1	39.2	27.2

附註：

- (1) 展示次數指所示期間廣告的總觀看次數。
- (2) 點擊次數指所示期間用戶觀看廣告後點擊廣告的總次數。

業 務

- (3) 安裝次數乃於所示期間僅適用於CPA定價模式下的廣告帶來的安裝總量。
- (4) 安裝率指於所示期間僅適用於CPA定價模式下的安裝總量佔點擊總量的比率。

儘管於相應期間的展示次數及點擊次數均有所增加，但我們錄得CPC/CPM定價模式下的收益由二零一七年的人民幣25.2百萬元減少人民幣5.2百萬元至二零一八年的人民幣20.0百萬元，及毛利由二零一七年的人民幣23.0百萬元減少人民幣4.3百萬元至二零一八年的人民幣18.7百萬元。有關減少主要歸因於我們的客戶群於二零一八年有所擴張，引致廣告活動及用戶流量增加，而相較二零一七年的31.9%，我們於二零一八年提高返還予CPC/CPM客戶的返點，繼而引致二零一八年的收益及毛利減少。於二零一九年，CPC/CPM定價模式下的收益及毛利分別增至人民幣45.0百萬元及人民幣42.6百萬元。我們於二零一九年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一八年有所減少，導致相應年度於CPC/CPM定價模式下的收益增加。

下表載列於所示期間按國家劃分以展示次數統計用戶流量的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	(百萬)	(%)	(百萬)	(%)	(百萬)	(%)
印度.....	2,205	9.2	5,097	12.5	31,778	38.3
美國.....	5,919	24.7	6,605	16.2	13,907	16.7
印尼.....	1,821	7.6	8,276	20.3	9,679	11.6
南非.....	431	1.8	489	1.2	7,461	9.0
巴西.....	1,079	4.5	1,549	3.8	1,389	1.7
英國.....	743	3.1	979	2.4	1,304	1.6
加拿大.....	575	2.4	530	1.3	1,101	1.3
墨西哥.....	623	2.6	775	1.9	892	1.1
其他 ^{附註}	10,568	44.1	16,472	40.4	15,518	18.7
總計：	23,964	100.0	40,772	100.0	83,029	100.0

附註：其他包括於往績記錄期間我們提供用戶流量的約240個國家及地區。

我們的技術

我們相信，對接眾多媒體發佈商平台的API連接有助於提升我們製作廣告、精調廣告內容及投放廣告的效率。我們以大數據支持的AI能力是提升我們廣告投放效率並持續優化之關鍵所在。

業 務

API連接

大數據

我們的AI能力乃基於數據挖掘及大數據分析始於數據收集的能力。我們透過對接媒體發佈商專有平台的API連接以及記錄及可供下載用戶流量表現數據的廣告服務網站獲取數據。

我們自身的API連接是我們挖掘數據的主要來源，該API連接並不收集某一移動設備的數據或移動設備用戶的資料。相反，API監察廣告用戶的瀏覽訪客活動。我們蒐集的數據乃基於實時性及顯示我們的用戶流量相關主要資料，其中包括移動設備型號、人口統計資料(如性別、年齡及語言)、興趣(如購物、遊戲、食物及飲品)、行為(如旅遊)及地區(如居住地)。我們所蒐集的所有數據均屬有關媒體發佈商平台的公開範圍，並不包含個人資料亦無法進行用戶識別。

我們亦使用廣告服務網站記錄我們的廣告投放的表現數據並補充我們現有的數據庫。於二零一九年，我們從廣告中收集了75百萬用戶的數據。隨著數據收集的不斷增加，我們的AI能力正在逐步提升，以引導我們的設計師及優化師進行廣告創意設計及優化廣告投放。我們應用圖像識別工具完成對圖像的智能分析及詮釋。科技的應用令我們能夠有效地分析用戶數據，並以有意義的方式積累數據，從而形成一個針對特定廣告活動的綜合數據庫。

[編纂]後及隨著我們服務的擴張，我們或會通過SDK集成尋求接入更多中長尾媒體發佈商，要求媒體發佈商從我們的平台進行安裝，以為我們提供更全面的數據。透過SDK集成，我們將能夠收集及分析用戶的數據及線上資料，從而精準地定位廣告的受眾。

自動製作廣告內容及交付廣告

我們開發並採用了以下功能，以實現自動製作廣告、交付及監督廣告的智能化：

- Video Express — 精心設計的視頻模板功能幫助我們在短短幾分鐘內將廣告投放組合成影像格式。Video Express可在短期內批量生成多個視頻，從而大幅提高我們製作廣告內容的效率。
- Batch Edit — 透過該功能，可在批量編輯多個賬戶中優化多達2,000條請求，從而大幅減少廣告編輯所需的時間。
- Automation — AdTensor中的這項功能使我們能夠根據廣告生成的數據流量自動控制廣告的投放。當廣告表現良好時，系統能夠提醒我們，通過我們預設的規則，我們將增加廣告投放及獲得更多廣告版位，以達致最佳的廣告效果；當廣

業 務

告表現不佳時，系統會自動暫停廣告投放，以防止我們產生損失。自動規則的功能類似於一個智能助手，能夠根據預設的規則監控及優化廣告的投放。

- **Smart Report** — 此功能將多個廣告賬戶及我們蒐集的表現數據整合在一起，生成包括廣告支出、投放效果分析、異常支出、被封賬戶檢測等各個廣告表現指標的報告。因為涉及到多個數據來源而且數據量極大，用人工來生成這些報告是非常耗時的。**Smart Report**能夠實時或在指定的時間生成報告，大大提高了運營、AM和優化師的工作效率。

通過對接媒體發佈商平台的API，這些功能被用於提升廣告主廣告的製作、投放及管理效率。

我們AI能力的應用

通過多個數據挖掘渠道收集用戶數據後，我們透過我們專有的AdTensor平台將自數據挖掘來源獲取的用戶數據篩選為更有效、有意義的結構化數據，以訓練我們的AI模型及AdTensor內的機器學習算法，而有關模型及算法可應用至我們業務的不同方面，使我們得以為廣告主提供廣告策略。我們使用機器學習技術框架(如谷歌的TensorFlow)設計、構建及訓練深度學習模型，以預測點擊率。例如，我們正在線下培訓不同的學習模型，例如DeepFM及Wide & Deep模型，以預測點擊率。我們將這些經過訓練的學習模型嵌入到AdTensor中，這樣我們就可以透過預測點擊率在廣告創作及優化過程中獲得建議，從而獲得廣告效能的最佳結果。

創建廣告的時候，我們使用訓練出來的機器學習模型給不同的廣告進行分析，從而自動的將更多的預算分配給點擊率更高的廣告；同時也會提供該等廣告投放的優化建議，如最優的目標年齡段、合適的廣告版位及最佳投放時間等。這些初始的智慧優化設置使得廣告的投放更有效率，能夠更精準地直達滿足條件的用戶。

在廣告投放過程中，我們的AI模型不斷採集和分析表現數據，配合預先設置好的規則自動優化廣告，例如，我們的AI給表現好的廣告逐步增加預算或者增加廣告投放，或暫停表現不好的廣告。該自動化優化廣泛應用於我們的平台，並根據廣告策略顯著提高廣告投放的精準度。AdTensor現已支持機器學習模式，能夠按預定規則自動持續管理及優化我們的廣告。

業 務

通過AdTensor及結合深層學習工具，我們能夠進行大型廣告投放，顯著減少我們對人力的倚賴，以及不斷分析廣告表現，並通過將廣告投放至最可能產生轉化的廣告版位的方式優化我們投放的廣告。

於[編纂]後及隨著我們服務的擴展，我們會持續在AI技術方面進行投入，提升機器學習模型預測的準確性，並且在更大範圍內應用機器學習算法。

防止點擊欺詐

點擊欺詐是線上廣告行業的常見問題。當一個人通過自動腳本或電腦程序反覆點擊廣告，從廣告主榨取收入而並非真正對廣告感興趣時，就會發生這種情況。我們透過第三方追蹤系統監控用戶流量及密切關注異常流量，我們相信，此舉有助於我們防止點擊欺詐。

我們的IT基礎設施

我們的IT基礎設施由外部雲存儲供應商提供支持。我們一直與中國最大的兩間雲計算公司保持合作，這兩家公司均部署著能夠保護數據存儲的全球服務器。我們亦與一間國際Web服務公司合作，由其作為我們存儲海外市場數據的主要雲存儲服務供應商。該等數據存儲供應商支持我們龐大且日益增長的數據庫。作為我們預防措施的一部分，我們已採用一個場外災難恢復系統，以避免因某一媒體發佈商不幸出現故障而導致我們的營運崩潰。於[編纂]後，我們擬持續加強我們的計算能力，優化我們的系統架構及提升我們的IT基礎設施。

我們的IT及研發團隊

我們擁有一支由專業的IT及研發人才組成的團隊，負責監控從頂級媒體發佈商收集的大量數據，及開發AdTensor AI技術及機器學習算法，以期通過大數據及AI技術提升我們的廣告服務效率。我們的IT團隊由馮維敏先生領導，彼先前於二零零四年至二零零六年任職於滙豐電子資料處理(廣東)有限公司及於二零零六年至二零一零年任職於滙豐軟件開發(廣東)有限公司，離職前擔任軟件工程團隊主管職位。馮先生負責我們內部的業務資訊系統並負責AdTensor平台的開發。此外，我們於廣州及北京擁有兩支長期的外聘IT團隊。

我們的研發團隊由韓鑾先生領導，彼曾於北京朝陽區房屋管理局、Beijing Xinfadi Fresh Network Distribution Co., Ltd.、China Agriculture Alliance (Beijing) Brand Management Co., Ltd.任職，並在網站設計、營運及維護方面擁有六年經驗。自二零一八年以來，韓先生受僱於北京虎示，負責我們的平台廣告推廣及廣告素材及內容製作。在廣告主及媒體發佈商的需求以及線上廣告行業競爭日益激烈的推動下，我們的研發團隊專注於改進我們的廣告形式及廣告素材，以及支持AdTensor的開發及維護。於[編纂]後，我們

業 務

計劃加強我們於大數據及AI技術方面的研發能力，並招募資深的AI專家團隊，以支持新購置和經升級IT系統的運作及加強我們的AI和技術能力。

數據保護及私隱

我們十分重視消費者的數據私隱保護。於我們的業務營運過程中，我們不會主動或直接收集任何用戶專屬或設備專屬的數據，例如法定名稱、設備ID或IP地址，而是倚賴於媒體發佈商根據用戶的實時行為所發佈的公開數據並進行我們自有的用戶數據分析，包括用戶人口統計、興趣及行為數據。若干媒體發佈商可能就使用彼等的數據施加若干禁令或加以限制。比如，臉書已有相應政策，對與在其平台投放廣告有關的若干數據使用施加限制。該等限制包括禁止將臉書的數據作任何其他用途使用，惟用於評估廣告於臉書的廣告活動(包括重新定位、透過多個廣告主活動混合數據，或允許使用標籤借道或重定向，惟按聚合及匿名基準或臉書授權的其他方式)的表現及成效除外。臉書亦禁止使用廣告數據更改任何用戶的個人資料(包括與任何移動設備識別符或特殊識別符有關的個人資料)，以及將有關數據轉至任何廣告網絡、廣告交易平台、數據代理公司或其他廣告或變現相關服務。

我們已採取措施以遵守有關數據保護及私隱的通用數據保護條例的規定，儘管我們並無收集或存儲原數據或任何用戶的個人資料，例如訪客的IP地址或法定名稱。我們已實施內部數據私隱保護技術措施及數據保密管理方案，以防止僱員不當使用或披露數據。收集數據後，我們將數據分析為有意義的用戶流量信息，並將該等信息存儲於信譽良好的第三方雲計算服務供應商所經營的有防火牆保護的雲服務器。我們亦配置我們的數據庫及服務器，包括定期系統檢查、密碼政策及數據備份，以保護我們專有廣告平台上的數據免遭盜竊及操縱。此外，我們已實施內部數據私隱保護技術措施及數據保密性管理方案，確保我們所收集的數據不會被盜用或濫用，並防止僱員不當使用或披露數據。此外，我們與各僱員使簽訂保密性協議，以防止僱員不當使用或披露數據。作為我們策略的一部分，我們計劃通過SDK集成與其他媒體發佈商建立連接，在媒體發佈商安裝SDK後我們能夠獲得更全面的數據。倘我們通過SDK收集的數據範圍擴大，我們會致力遵守有關數據保護的適用法律及規例。基於就廣告主廣告開支的主要司法權區向法律顧問作出的諮詢，我們當前的業務並無特定許可且資料私隱法律及法規並不適用於我們所蒐集的資料類型。

知識產權

我們認為我們的專有商標、域名、版權、商業秘密及其他知識產權對我們的業務營運而言至關重要。我們依靠專利、版權、商標及商業秘密法律以及與我們的僱員、供應商、合作夥伴及其他人士的保密及許可協議等披露限制，保護我們的知識產權。

業 務

一般而言，我們的僱員須訂立一份標準的僱傭合約，其中包括一項條款，確認彼等代表我們所產生的一切發明、商業秘密、發展及其他程序，均屬我們的財產，並將彼等於該等作品中所可能主張的任何所有權轉讓予我們。我們不會授權予與我們合作的第三方使用我們的任何知識產權。

截至最後實際可行日期，我們已註冊：

- 有關AdTiger及AdTensor的四個中國註冊藝術設計版權；
- 有關AdTiger及AdTensor的10個中國註冊軟件版權；
- 八個中國註冊商標及四個香港註冊商標；及
- 有關AdTiger及AdTensor的兩個中國域名及一個香港域名。

我們目前正於中國申請註冊三個商標及於中國申請六項發明專利。

有關我們重大知識產權的詳盡資料，請參閱本文件「附錄四 — 法定及一般資料 — B. 有關我們業務的資料 — 2. 本集團的知識產權」。

於往績記錄期間，我們並未發現任何重大侵犯我們知識產權的情況。截至二零一九年十二月三十一日，我們並無因侵犯第三方商標、授權或其他知識產權而面臨任何重大糾紛或索賠。

有關保護我們知識產權的風險詳情，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能被提出知識產權的侵權索償，就此作出抗辯可能耗時且昂貴」。

季節性

在線上廣告業中，公司的收益通常會出現季節性波動。例如，許多廣告主將其大部分廣告預算分配在節日期間（例如聖誕節及中國春節）及預期消費者消費將增加的特殊時間（例如黑色星期五及網絡星期一）。我們預計我們的收益將基於影響整體線上廣告行業的季節性因素而波動。

競爭

我們經營所在的市場競爭高度激烈，於優化能力、廣告主及媒體發佈商群體、技術、數據及資本等方面的進入門檻相對較高。我們的競爭對手為線上廣告業務的其他經銷商或代理且主要位於中國。

業 務

我們認為我們的有效競爭能力取決於多項因素，包括我們的服務質量、廣告主群體、媒體發佈商群、技術能力、定價及品牌知名度以及聲譽。有關我們的行業競爭格局的更多資料，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們預期將繼續面對激烈的競爭。若我們無法於其他線上廣告公司中脫穎而出，則我們可能會流失廣告主或媒體發佈商，以及我們的收益及盈利可能下滑。」及「行業概覽」。

我們相信，我們在以下方面與競爭對手不同：

- 我們有能力獲取眾多行業的廣告主；
- 我們能夠利用與頂級媒體發佈商(如臉書及谷歌)的穩固關係；
- 我們擁有於頂級媒體平台提供優質及可靠流量的聲譽；
- 我們的技術，包括AdTensor，能夠提供大量的圖片及視頻廣告內容，建立自動化規則、交付實際內容、生成智能報告等；
- 我們有能力根據智能報告實時監控我們的廣告投放表現並對特定廣告活動表現進行精調；
- 我們擁有獨家模板數據庫，可高效及智能地生成素材；
- 我們本地顧問提供的本地化意見集合可迎合特定國家或地區用戶特定品味及文化的新創意概念；及
- 我們的團隊成員經驗豐富、才華橫溢且兼具國際背景。

銷售及營銷

我們已實施各種營銷及推廣措施以推廣我們的平台。特別是，我們通過我們的銷售及營銷團隊推廣我們的平台。我們根據多項因素確定合作的廣告主，如良好的聲譽及行業排名。我們亦尋求具備充足的現金流量、還款能力及可作出穩定廣告預算的客戶。我們的銷售團隊向新客戶或潛在客戶介紹我們的業務，我們的廣告主經理一方面向運營團隊傳達客戶設定的廣告目標，另一方面交付由設計師團隊創作並經優化師優化的廣告創意，致力達成客戶設定的目標。此外，我們的廣告主經理亦會根據優化後的交付結果為客戶制定最優廣告策略。同時，運營團隊分析月報產生的流量數據並與客戶結算款項。廣告主經理亦協助我們的銷售人員確保我們能夠及時獲得客戶付款。截至二零一九年十二月三十一日，我們擁有一支由11名銷售及營銷僱員組成的團隊。我們的營銷及推廣工作重點為尋找合適的客戶、評估業務機會及相關風險、致力於與業務夥伴合作及提升行業聲譽。

業 務

主要客戶及供應商

主要客戶

我們的客戶為需要第三方線上廣告服務提供商協助彼等進行線上廣告宣傳以獲取用戶流量的廣告主，以及(數量相對較少)由需要我們服務的廣告主指定的廣告代理商。基於CPC/CPM定價模式下的淨返點(我們向媒體發佈商收取的返點減返還予廣告主的返點(如有))被視為應佔相應廣告主的收益(如附錄一的會計師報告所採納者)，截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止各年，我們的五大客戶分別佔我們收益的80.2%、70.7%及51.9%。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間的整體前五名客戶（不論彼等採用何種定價模式（CPA或CPC/CPM））的詳情，此乃基於CPC/CPM定價模式下的淨返點（我們向媒體發佈商收取的返點減返還予廣告主的返點（如有））被視為應佔相應廣告主的收益（如本集團會計政策所採納者）。

截至二零一七年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為CPA 定價模式下 的銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要運營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司B	一間提供實用工具及內容應用程序的移動應用程序開發商	實用工具及內容應用程序	3.5	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾為常女士前雇主的前客戶。兩人自此一直維繫關係	54,282	服務費：54,282 總返點：— 返還的返點(如有)：不適用	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	46.6%	40,691	展示次數(百萬)：4,085 點擊次數(百萬)：95 安裝次數(百萬)：34 安裝率：34.4%	中國	美元
百度(香港)有限公司*	一間運作一個領先的搜索引擎的實用工具及內容應用程序開發商	實用工具及內容應用程序	4.0	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾於常女士先前任職期間就若干海外產品的推廣活動共同合作。該聯繫人於常女士離職後與其聯繫	20,751	服務費：20,751 總返點：— 返還的返點(如有)：不適用	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	17.8%	14,308	展示次數(百萬)：3,440 點擊次數(百萬)：95 安裝次數(百萬)：27 安裝率：28.2%	中國	美元
漢通網絡(香港)有限公司	一間提供實用工具及內容應用程序的移動應用程序開發商	實用工具及內容應用程序	2.0	基於與我們合作的其中一家媒體發佈商所推薦，客戶的聯繫人於二零一七年主動聯繫常女士	6,356	服務費：6,356 總返點：— 返還的返點(如有)：不適用	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	5.5%	4,475	展示次數(百萬)：857 點擊次數(百萬)：25 安裝次數(百萬)：10 安裝率：38.0%	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	客戶收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位所屬媒體發佈商	客戶收益佔總收益的百分比	流量獲取成本的金額 (確認為CPA 定價模式下的銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要運營指標 統計數據 ^B	營運所在國家	用於發票及結算的貨幣
集團 ^A	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	實用工具及內容應用程序	4.5	此客戶集團的附屬公司為常女士的前僱主。此客戶的聯繫人為常女士的前同事，其於常女士離職後為彼介紹業務	6,136	服務費：6,136 總返點：— 返還的返點(如有)：不適用	開設賬戶及後續進行充值服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	5.3%	4,421	展示次數(百萬)：64 點擊次數(百萬)：1 安裝次數(百萬)：0.5 安裝率：63.3%	中國	美元
做基國際有限公司	一間電子商務及小工具製造商	時尚電子商務應用程序	4.0	透過李女士認識李女士前僱主的前客戶。李女士與前客戶建立良好的關係，此客戶於二零一六年為李女士引薦其聯繫人	5,901	服務費：8,824 總返點：(2,923) 返還的返點(如有)：	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	5.1%	101,519 (非確認為CPC/CPM 定價模式下的銷售成本)	展示次數(百萬)：3,027 點擊次數(百萬)：108 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元

業 務

截至二零一八年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為CPA 定價模式下 的銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
Touchnal HK Co., Limited	一間內容及實用工具應 用程序開發商	實用工具 及內容 應程序	1.5	透過我們的一名現有客戶 的推薦，其於二零一七 年向常女士引薦此客戶 的聯繫人。兩人自此一 直維繫關係	53,010	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進 行充值的服務、廣 告優化以及廣告 投放	臉書	30.5%	44,204	展示次數(百萬)： 2,434 點擊次數(百萬)： 40 安裝次數(百萬)： 18 安裝率： 44.7%	中國	美元
公司G	一間內容應程序開發 商	實用工具 及內容 應程序	2.0	透過常女士與推薦人的私 人文情，其因商機於二 零一七年向常女士引薦 此客戶的聯繫人	28,477	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進 行充值的服務、廣 告優化以及廣告 投放	臉書	16.4%	23,642	展示次數(百萬)： 3,954 點擊次數(百萬)： 31 安裝次數(百萬)： 7 安裝率： 23.3%	中國	美元
漢通網絡(香港) 有限公司	一間提供實用工具及內 容應程序的移動 應程序開發商	實用工具 及內容 應程序	2.0	基於與我們合作的其中一 家媒體發佈商所推薦， 客戶的聯繫人於二零 一七年主動聯繫常女士	26,356	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進 行充值的服務、廣 告優化以及廣告 投放	臉書	15.2%	20,303	展示次數(百萬)： 5,318 點擊次數(百萬)： 126 安裝次數(百萬)： 53 安裝率： 41.8%	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為CPA 定價模式下 的銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司H	一間專業從事音樂數字 產品營銷的實用工 具應用程序開發商	短視頻應 用程序	2.0	透過帶女士與推薦人的熟 識，其曾為帶女士前 僱主的前客戶。推薦 人因商機隨後於二零 一七年前帶女士引薦 其聯繫人	8,273	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開誠賬戶及後續進 行充值的服務、廣 告優化以及廣告 投放	臉書	4.8%	5,746	展示次數(百萬)： 848 點擊次數(百萬)： 11 安裝次數(百萬)： 3 安裝率： 29.3%	中國	美元
公司I	一間從事旅遊行業的應 用程序開發商	旅遊應用 程序	1.0	透過本公司於二零一八年 在杭州舉行的推廣活 動，帶女士認識此客 戶的聯繫人	6,823	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開誠賬戶及後續進 行充值的服務、廣 告優化以及廣告 投放	臉書	3.9%	3,950	展示次數(百萬)： 163 點擊次數(百萬)： 1 安裝次數(百萬)： 0.3 安裝率： 25.2%	中國	美元

業 務

截至二零一九年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益佔總成本部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (經認為CPA 定價模式下 的銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
Touchpal HK Co., Limited	一間內容及實用工具應 用程序開發商	實用工具及 內容應 用程序	1.5	透過我們的一名現有客戶 的推薦，其於二零一七 年向常女士引薦此客戶 的聯繫人。兩人自此一 直維繫關係	25,057	服務費： 25,057 總返點： — 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書、 谷歌及 Snapchat	13.1%	21,071	展示次數(百萬)： 1,748 點擊次數(百萬)： 39 安裝次數(百萬)： 13 安裝率： 34.0%	中國	美元
公司Z	一間經營視頻及社交網 絡平台的技術公司	實用工具及 內容應 用程序	3.0	透過常女士與推薦人的熟 識，其曾為常女士前雇 主的前客戶，推薦人其 後因商機於二零一五年 向常女士引薦此客戶的 聯繫人	22,072	服務費： 22,072 總返點： — 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務	谷歌	11.5%	19,607	展示次數(百萬)： 849 點擊次數(百萬)： 9 安裝次數(百萬)： 5 安裝率： 5.7%	中國	美元
公司Y	一間提供線上購物的電 子商務公司	時尚電子商 務應用 程序	2.5	透過常女士於其先前受雇 期間與此客戶的聯繫人 的熟識，有關聯繫人過 去常向應用程序開發商 供應大量用戶流量，而 其後轉為從事電商業 務。兩人自此一直維繫 關係	19,790	服務費： 19,790 總返點： — 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書、 谷歌、 Snapchat 及抖音	10.4%	17,943	展示次數(百萬)： 4,019 點擊次數(百萬)： 41 安裝次數(百萬)： 5 安裝率： 11.0%	中國、 烏拉圭	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 [△] (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為CPA 定價模式下的 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司	一間從事旅遊行業的應用程序開發商	旅遊應用程序	1.0	透過本公司於二零一八年杭州舉行的推廣活動，常女士認識此客戶的聯繫人	17,321	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開戶及隨後的充值服務、廣告優化及廣告投放	臉書	9.1%	11,094	展示次數(百萬)： 548 點擊次數(百萬)： 4 安裝次數(百萬)： 1 安裝率： 30.1%	中國	美元
公司	一間提供互聯網營銷解決方案電子商務公司	家居用品電子商務應用程序	2.5	透過常女士於其先前受僱期間與此客戶的聯繫人的熟識。有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而其後從事電商業務。兩人自此一直維持關係	14,717	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： (10.639)	開戶及隨後的充值服務	臉書及 谷歌	7.7%	316,590 (非確認為 CPC/CPM 定價模式下的 銷售成本)	展示次數(百萬)： 3,290 點擊次數(百萬)： 101 安裝次數(百萬)： 不適用 安裝率： 不適用	香港、中國	美元

* 重疊客戶及供應商，即於往績記錄期間均擔任我們的廣告主及媒體發佈商。自二零一八年一起，我們的廣告主從百度(香港)有限公司分拆，作為獨立實體，然而該廣告主仍為百度(香港)有限公司的附屬公司。

△ 重疊客戶及供應商，彼等為於往績記錄期間擔任我們的廣告主及媒體發佈商的同一集團內的兩名實體。

^ 收益乃按以下計算基準計算：(a)就CPA客戶而言，我們就提供全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費；及(b)就CPC/CPM客戶而言，返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們返回予廣告主的返點(如有))及我們向廣告主收取的小部分服務費(按有限基準)。有關所使用主要運營指標的計算基準詳情，請參閱本文件「業務—主要運營指標」。

返還返點不適用該等客戶，因彼等於往績記錄期間採用CPA定價模式，而我們僅向我們的CPC/CPM客戶返還一部分自媒體發佈商獲取的返點。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間於CPA定價模式項下的前五名客戶的詳情。

截至二零一七年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流媒體收 成本的金額 (確認為銷售 成本)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司B	一間提供實用戶具及內容應用程序的移動應用程序開發商	實用戶具及內容應用程序	3.5	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾為常女士前僱主的前客戶。兩人自此一直維繫關係	54,282	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	46.6%	40,691	展示次數(百萬)： 4,085 點擊次數(百萬)： 95 安裝次數(百萬)： 34 安裝率： 34.4%	中國	美元
百度(香港)有限公司*	一間運作一個領先的搜索引擎的內容及實用戶具應用程序開發商	實用戶具及內容應用程序	4.0	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾於常女士先前受僱期間就若干海外產品的推廣活動共同合作。該聯繫人於常女士離職後與其聯繫	20,751	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	17.8%	14,308	展示次數(百萬)： 3,440 點擊次數(百萬)： 95 安裝次數(百萬)： 27 安裝率： 28.2%	中國	美元
漢思網絡(香港)有限公司	一間提供實用戶具及內容應用程序的移動應用程序開發商	實用戶具及內容應用程序	2.0	基於與我們合作的其中一家媒體發佈商所推薦，客戶的聯繫人於二零一七年主動聯繫常女士	6,356	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開設賬戶及後續進行充值的服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	5.5%	4,475	展示次數(百萬)： 857 點擊次數(百萬)： 25 安裝次數(百萬)： 10 安裝率： 38.0%	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為銷售 成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
集團 ^A	一間提供實用工具應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的互聯網數字營銷公司	實用工具及內容應用程序	4.5	此客戶集團的附屬公司為常女士的前僱主。此客戶的聯繫人為常女士的前同事，其於常女士離職後為彼引進業務	6,136	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用 ^C	開設賬戶及後續進行充值服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	5.3%	4,421	展示次數(百萬)： 64 點擊次數(百萬)： 1 安裝次數(百萬)： 0.5 安裝率： 63.3%	中國	美元
公司W	一間運作搜索引擎的應用程序開發商	實用工具及內容應用程序	2.5	透過常女士與推薦人的熟識，其曾為常女士前僱主的前客戶。推薦人隨後於常女士離職後向其引薦此客戶的聯繫人。兩人自此一直維繫關係	1,274	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用 ^C	開設賬戶及後續進行充值服務、廣告優化以及廣告投放	臉書	1.1%	788	展示次數(百萬)： 179 點擊次數(百萬)： 12 安裝次數(百萬)： 1 安裝率： 42.3%	中國	美元

業 務

截至二零一八年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲贈服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
Toucheppal HK Co., Limited	一間內容及實用工具應 用程序開發商	實用工具 及內容 應程序	1.5	透過我們的其中一名現有 客戶的推薦，其於二零 一七年至二零一八年向 常女士引薦此客戶。兩 人自客戶的聯繫人。兩 人自 此一直維繫關係	53,010	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開設賬戶及後續 進行充值的服務、 廣告優化及廣告 投放	臉書	30.5%	44,204	展示次數(百萬)： 2,434 點擊次數(百萬)： 40 安裝次數(百萬)： 18 安裝率： 44.7%	中國	美元
公司G	一間內容應程序開發 商	實用工具 及內容 應程序	2.0	透過常女士與推薦人的私 人交情，其因商機於二 零一七年至二零一八年 向常女士引薦此客戶的 聯繫人	28,477	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開設賬戶及後續 進行充值的服務、 廣告優化及廣告 投放	臉書	16.4%	23,642	展示次數(百萬)： 3,954 點擊次數(百萬)： 31 安裝次數(百萬)： 7 安裝率： 23.3%	中國	美元
漢達網絡(香港) 有限公司	一間提供內容及實用工 具應程序的移動 應程序開發商	實用工具 及內容 應程序	2.0	基於與我們合作的其中一 家媒體發佈商所推薦， 客戶的聯繫人於二零 一七年至二零一八年主 動聯繫常女士	26,356	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開設賬戶及後續 進行充值的服務、 廣告優化及廣告 投放	臉書	15.2%	20,303	展示次數(百萬)： 5,318 點擊次數(百萬)： 126 安裝次數(百萬)： 53 安裝率： 41.8%	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司H	一間專業從事音樂數字 產品營銷的實用工 具應用程序開發商	短視頻應 用程序	2.0	透過帶女士與推薦人的熟 識，其曾為帶女士前 僱主的前客戶。推薦 人其後因商機於二零 一七年前向帶女士引薦 其聯繫人	8,273	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開設賬戶及後續 進行充值服務、 廣告優化及廣告 投放	臉書	4.8%	5,746	展示次數(百萬)： 848 點擊次數(百萬)： 11 安裝次數(百萬)： 3 安裝率： 29.3%	中國	美元
公司I	一間從事旅遊行業的應 用程序開發商	旅遊應用 程序	1.0	透過本公司於二零一八年 在杭州舉行的推廣活 動，帶女士認識此客 戶的聯繫人	6,823	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開設賬戶及後續 進行充值服務、 廣告優化及廣告 投放	臉書	3.9%	3,950	展示次數(百萬)： 163 點擊次數(百萬)： 1 安裝次數(百萬)： 0.3 安裝率： 25.2%	中國	美元

業 務

截至二零一九年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲釋服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為銷售 成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要運營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
Touchpal HK Co., Limited	一間內容及實用工具應 用程序開發商	實用工具 及內容 應程序	1.5	透過我們的其中一名現有 客戶的推薦，其於二零 一七年前常女士引薦此 客戶的聯繫人。兩人自 此一直維持關係	25,057	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書、 谷歌及 Snapchat	13.1%	21,071	展示次數(百萬)： 1,748 點擊次數(百萬)： 39 安裝次數(百萬)： 13 安裝率： 34.0%	中國	美元
公司Z	一間經營視頻及社交網 絡平台的技術公司	實用工具 及內容 應程序	3.0	透過常女士與推薦人的熟 識，其曾為常女士前雇 主的前客戶。推薦人其 後因商處於二零一五年 向常女士引薦此客戶的 聯繫人	22,072	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務	谷歌	11.5%	19,607	展示次數(百萬)： 849 點擊次數(百萬)： 9 安裝次數(百萬)： 5 安裝率： 5.7%	中國	美元
公司Y	一間提供線上購物的電 子商務公司	時尚電子 商務應 用程序	2.5	透過常女士於其先前受雇 期間與此客戶的聯繫人 的熟識，有關聯繫人過 去常向應程序開發商 供應大量用戶流量，而 其後從事電商業務。兩 人自此一直維持關係	19,790	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用*	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書、 谷歌、 Snapchat 及抖音	10.4%	17,943	展示次數(百萬)： 4,019 點擊次數(百萬)： 41 安裝次數(百萬)： 5 安裝率： 11.0%	中國、 烏拉圭	美元

業 務

客戶 公司	背景及主要業務	廣告主題	業務 關係 年期	本集團服務客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 [△] (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (確認為銷售 成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要運營指標 統計數據 [*]		用於發票 及結算 的貨幣
											廣告活動的主要運營指標 統計數據 [*]	所在國家	
漢通網絡(香港) 有限公司	一間從事旅遊行業的應 用程序開發商	旅遊應用 程序	1.0	透過本公司於二零一八年 在杭州舉行的推廣活 動，帶女士認識此客戶 的聯繫人	17,321	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書	9.1%	11,194	展示次數(百萬)： 548 點擊次數(百萬)： 4 安裝次數(百萬)： 1 安裝率： 30.1%	中國	美元
重豐客戶(香港) 有限公司	一間提供實用工具及內 容應用程序開發商	實用工具 及內容 應用程 序	2.0	基於與我們合作的其中一 家媒體發佈商所推薦， 客戶的聯繫人於二零 一七年主動聯繫當女士	14,315	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 不適用	開戶及隨後的充值 服務、廣告優化 及廣告投放	臉書及 谷歌	7.5%	11,355	展示次數(百萬)： 4,233 點擊次數(百萬)： 78 安裝次數(百萬)： 33 安裝率： 42.2%	中國	美元

* 重豐客戶及供應商，即於往績記錄期間均擔任我們的廣告主及媒體發佈商。自二零一八年起，我們的廣告主從百度(香港)有限公司分拆，作為獨立實體，然而該廣告主仍為百度(香港)有限公司的附屬公司。

△ 重豐客戶及供應商，彼等為於往績記錄期間擔任我們的廣告主及媒體發佈商的同一集團內的兩名實體。

△ 收益乃按以下計算基準計算：(a)就CPA客戶而言，我們就提供全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費；及(b)就CPC/CPM客戶而言，返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們返回予廣告主的返點(如有))及我們向廣告主收取的小部分服務費(按有限基準)。有關所使用主要運營指標的計算基準詳情，請參閱本文件「業務—主要運營指標」。

返還返點不適用該等客戶，因彼等於往績記錄期間採用CPA定價模式，而我們僅向我們的CPC/CPM客戶返還一部分自媒體發佈商獲取的返點。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按上述基準於CPC/CPM定價模式項下的前五名客戶的詳情，此乃基於CPC/CPM定價模式下的淨返點（我們向媒體發佈商收取的返點減返還予廣告主的返點（如有））被視為應佔相應廣告主的收益（如本集團的會計政策所採納者）。

截至二零一七年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的 金額(並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
傲基國際有限公司	一間電子商務及小工具製造商	時尚電子商務應用程序	40	透過李女士與其前僱主的前客戶的熟識。李女士與前客戶建立良好的關係，此客戶於二零一六年為李女士引薦其聯繫人	5,901	服務費： — 總返點： 8,824 返還的返點(如有)： (2,923)	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	5.1%	101,519	展示次數(百萬)： 3,027 點擊次數(百萬)： 103 安裝次數(百萬)： 不適用 安裝率： 不適用	中國	美元
Taschh	從事品牌及營銷解決方案的品牌代理	電子產品及日用品電子商務應用程序	40	透過常女士於其先前受僱期間與Taschh實益擁有人熟識且Taschh與其有業務往來。Taschh亦成為我們的IT支持服務合作夥伴並成為我們的主要股東之一	3,678	服務費： — 總返點： 3,678 返還的返點(如有)： —	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書、 谷歌、 Snapchat 及雅虎	3.2%	41,818	展示次數(百萬)： 35 點擊次數(百萬)： 2 安裝次數(百萬)： 不適用 安裝率： 不適用	台灣、中國	美元

業 務

客戶	客戶背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團服務客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	客戶收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位 所屬媒體 發佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的 金額(並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司C	一間提供互聯網營銷解決方案方案的電子商務公司	家居用品電子商務應用程序	2.5	透過帶女士於其先前受雇期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而其後從事電商業務。兩人自此一直維繫關係	3,429	服務費： — 總返點： 8,283 返還的返點(如有)： (4,854)	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	2.9%	92,143	展示次數(百萬)：1,288 點擊次數(百萬)：49 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	香港、中國	美元
公司R	一間擔任廣告代理的互聯網數字營銷公司	電子產品及日用品電子商務應用程序	3.0	透過帶女士於其先前受雇期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而其後從事電商業務。兩人自此一直維繫關係	3,328	服務費： 1,915 總返點： 1,413 返還的返點(如有)： —	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	2.9%	17,243	展示次數(百萬)：61 點擊次數(百萬)：3 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
公司S	一間運作搜索引擎及提供互聯網營銷解決方案方案的電子商務公司	政府部門旅遊相關內容	3.0	李女士先前曾擔任此客戶的客服總監，且其前同事於李女士離職後向其引薦此客戶當前的聯繫人	1,886	服務費： 364 總返點： 1,522 返還的返點(如有)： —	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	1.6%	14,850	展示次數(百萬)：444 點擊次數(百萬)：7 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	人民幣

業 務

截至二零一八年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 [^] (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版 位所屬 媒體發 佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 [*]	營運 所在國家	用於發票 及 結算的貨 幣
公司	一間提供互聯網營銷解決方案的公司	家居用品 電子商 務應用 程序	2.5	透過常女士於其先前受僱期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而後從事電商業務。兩人自此一直維持關係	5,170	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： — 20,665 (15,495)	開設賬戶及後續進行充值的服務	臉書	3.0%	275,350	展示次數(百萬)：2,886 點擊次數(百萬)：123 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	香港、中國	美元
公司	一間提供網購的貿易公司	時尚電子 商務應 用程序	2.5	透過李女士與推薦人的熟識；其當時為李女士前僱主的客戶。推薦人隨後於二零一七年向李女士引薦此客戶的聯繫人	1,503	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： — 2,512 (1,009)	開設賬戶及後續進行充值的服務	Snapchat	0.9%	33,941	展示次數(百萬)：2,945 點擊次數(百萬)：20 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
公司	提供移動廣告服務的領先移動商務服務平台	新聞及實 用工具 應用程 序	3.5	透過常女士與此客戶董事的私人關係	1,341	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)： 678 663 —	開設賬戶及後續進行充值的服務以及廣告投放	臉書、 谷歌及 Snapchat	0.8%	7,621	展示次數(百萬)：1,166 點擊次數(百萬)：12 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	人民幣

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版 位所屬 媒體發 佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據	營運 所在國家	用於發票 及 結算的貨 幣
Taschh	從事品牌及營銷解決方案的品牌代理	電子產品及日用品電子商務應用程序	4.0	透過常女士於其先前受僱期間與Taschh實益擁有人的熟識且Taschh亦有業務往來。Taschh亦成為我們的IT支持服務合作夥伴並成為我們的主要股東之一	1,236	服務費： — 總返點： 1,236 返還的返點(如有)： —	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書、 谷歌、 Snapchat 及雅虎	0.7%	17,438	展示次數(百萬)：8 點擊次數(百萬)：0.2 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	台灣、中國	美元
公司V	一間專門從事視頻製作及提供廣告服務的多媒體製作公司	電子產品及日用品電子商務應用程序	2.5	透過常女士於其先前受僱期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而其後從事電商業務。兩人自此一直維持關係	1,105	服務費： — 總返點： 1,390 返還的返點(如有)： (285)	開設賬戶及後續進行充值服務	臉書	0.6%	17,459	展示次數(百萬)：324 點擊次數(百萬)：11 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	馬來西亞	美元

業 務

截至二零一九年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團服務客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版 位所屬 媒體發 佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本的金額 (並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司	一間提供互聯網營銷解決方案的電子商務公司	家居用品 電子商 務應用 程序	2.5	透過常女士於其先前受僱期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而後從從事電商業務。兩人自此一直維持關係	14,717	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	開戶及隨後的充值 服務	騰書及 谷歌	7.7%	316,590	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	香港、 中國	美元
北京九狐時代 智能科技有 限公司	一間提供人工智能解決方案的金融科技公 司	金融電子 商務應 用程序	1.0	透過李女士與此客戶的聯繫人的熟識，其曾於李女士先前任職期間共同合作。李女士自此一直與聯繫人維持關係	4,651	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	開戶、隨後的充值 服務及廣告優化	騰書及 谷歌	2.1%	34,676	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	人民幣
傲基國際有 限公司	一間電子商務及小工具 製造商	時尚電子 商務應 用程序	4.0	透過李女士認識李女士前僱主的前客戶。李女士與前客戶建立了良好關係，其於二零一六年前李女士可藉此客戶的聯繫人	2,796	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	開戶及隨後的充值 服務	騰書、 谷歌及 Supachat	1.5%	80,205	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位所屬媒體發佈商	客戶收益佔總收益的百分比	流量獲取成本的金額 (並無確認為銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標		用於發票及結算的貨幣
											統計數據	所在國家	
公司ZA	電腦遊戲開發商	實用工具及內容應用程序	1.0	透過我們的其中一名現有客戶於二零一八年的推薦，本公司管理層於二零一八年底在廣州與客戶會面並自此一直合作	2,016	服務費：— 總返點：4,679 返還的返點(如有)：(2,663)	開戶及隨後的充值服務、廣告優化及廣告投放	臉書、谷歌、Snapchat及抖音	1.1%	40,512	中國	展示次數(百萬)：22,215 點擊次數(百萬)：127 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	美元
公司ZB	由中國政府部門運營的線上新聞平台	新聞及實用工具應用程序	3.0	透過李女士前同事的推薦，其於二零一五年向彼引薦此客戶的聯繫人	1,498	服務費：765 總返點：733 返還的返點(如有)：—	開戶及隨後的充值服務、廣告優化及廣告投放	臉書及推特	0.8%	9,155	中國	展示次數(百萬)：2,615 點擊次數(百萬)：100 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	人民幣

* 重疊客戶及供應商，即於往績記錄期間均擔任我們的廣告主及媒體發佈商。自二零一八年一起，我們的廣告主從百度(香港)有限公司分拆，作為獨立實體，然而該廣告主仍為百度(香港)有限公司的附屬公司。

△ 重疊客戶及供應商，彼等為於往績記錄期間擔任我們的廣告主及媒體發佈商的同一集團內的兩名實體。

^ 收益乃按以下計算基準計算：(a)就CPA客戶而言，我們就提供全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費；及(b)就CPC/CPM客戶而言，返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們返回予廣告主的返點(如有))及我們向廣告主收取的小部分服務費(按有限基準)。有關所使用主要運營指標的計算基準詳情，請參閱本文件「業務—主要運營指標」。

我們的非執行董事Hsia先生為Taschh之實益擁有人，該公司於二零一七年及二零一八年為我們於CPC/CPM定價模式下的五大客戶之一。我們與Taschh的交易與其透過我們的平台自媒體發佈商購買廣告版位有關。來自Taschh的收益反映了我們因Taschh的實際廣告開銷自媒體發佈商收取的返點。我們的執行董事常女士自二零一五年七月九日至二零一八年三月三十一日持有北京米和科技有限公司約29.4%股權，而北京米和科技有限公司於整個往績記錄期間持有米和傳媒有限公司全部股權。北京米和科技有限公司於二零一八年為我們於CPC/CPM定價模式下的五大客戶之一。我們與北京米和傳媒有限公司的交易與於我們的平台宣傳其產品的廣告有關。除本文件所披露者外，於往績記錄期間，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或本公司任何股東(據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上)概無於我們的任何五大客戶擁有任何權益。

業 務

倘CPC/CPM定價模式下的淨返點(我們自媒體發佈商收取的返點減返回予廣告主的返點(如有))被視為來自該等媒體發佈商的收益，而非應佔相應廣告主的收益，則本集團於CPC/CPM定價模式下五大客戶於往績記錄期間的組成部分概述如下：

截至二零一七年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告位所屬 媒體發佈 佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流媒體取 成本的 金額(並無 確認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	各類	3.0	客戶於二零一六年直接與我們聯繫。常女士自 此與客戶的聯繫人維持業務關係	8,571	服務費： — 總返點： 10,985 返還的返點(如有)： (2,414)	為經銷商網絡廣告 主及產生用戶流 量	臉書	7.4%	123,055	展示次數(百萬)：5,801 點擊次數(百萬)：165 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
集團D ^A	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商高的經銷商的互聯網數字營銷公司	各類	4.5	此客戶集團的附屬公司為常女士的前僱主。此客戶的聯繫人為常女士的前同事，其於常女士離職後為彼介紹業務	8,274	服務費： — 總返點： 14,713 返還的返點(如有)： (6,439)	為經銷商網絡廣告 主及產生用戶流 量	臉書	7.1%	167,810	展示次數(百萬)：8,827 點擊次數(百萬)：264 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
公司O	一間直接提供廣告版位的頂級媒體發佈商	各類	3.5	透過常女士與我們的另一名客戶的谷歌客戶經理熟識。常女士自此與此客戶維持業務關係	2,547	服務費： — 總返點： 3,005 返還的返點(如有)： (458)	為媒體發佈商網絡 廣告主及產生用 戶流量	谷歌	2.2%	39,408	展示次數(百萬)：4,907 點擊次數(百萬)：33 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告位所屬媒體發佈商	客戶收益佔總收益的百分比	流量獲取成本的金額(並無確認為銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標統計數據 ^B	營運所在國家	用於發票及結算的貨幣
公司R	一間擔任廣告代理的互聯網數字營銷公司	電子產品及日用品電子商務應用程序	3.0	透過帝女士於其先前受雇期間與此客戶的聯繫人的熟識，有關聯繫人過去常向應用程序開發商供應大量用戶流量，而其後從事電商業務。兩人自此一直維繫關係	1,915	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	提供一間媒體發佈商的額外廣告版位	臉書	1.6%	17,243	展示次數(百萬)：61 點擊次數(百萬)：3 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
集團P	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	各類	2.5	帝女士因商機於二零一七年直接與此客戶的聯繫人聯繫。兩人自此一直維持關係	1,178	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為經銷商聯繫廣告主及產生用戶流量	臉書	1.0%	17,398	展示次數(百萬)：989 點擊次數(百萬)：26 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元

業 務

截至二零一八年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益組成部分 ^a (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位所屬媒體發佈商	客戶收益佔總收益的百分比	流量獲取成本的金額 (並無確認為銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標統計數據 ^b	營運所在國家	用於發票及結算的貨幣	
集團B ¹	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	各類	4.5	此客戶集團的附屬公司為常女士的前僱主。此客戶的聯繫人為常女士的前同事，其於常女士離職後為徵引進業務	5,713	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	— 16,691 (10,978)	連接廣告主與經銷商及產生用戶流	臉書	3.3%	214,540	展示次數(百萬)：8,694 點擊次數(百萬)：234 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
百度(香港)有限公司*	一間運作一個領先的搜索引擎的實用工具及內容應用程序開發商	各類	4.0	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾於常女士先前任職期間就若干海外產品的推廣活動共同合作。該聯繫人於常女士離職後與其聯繫	4,960	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	— 7,391 (2,431)	連接廣告主與經銷商及產生用戶流	Snapchat	2.9%	98,494	展示次數(百萬)：9,808 點擊次數(百萬)：96 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	各類	3.0	客戶於二零一六年直接與我們聯繫。常女士自此與客戶的聯繫人維持業務關係	4,823	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	— 15,646 (10,823)	連接廣告主與經銷商及產生用戶流	臉書	2.8%	204,116	展示次數(百萬)：6,623 點擊次數(百萬)：180 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元
公司O	一間直接提供廣告版位的頂級媒體發佈商	各類	3.5	透過李女士與我們的另一名客戶的谷歌客戶經理熟識，常女士自此與此該客戶維持業務關係	2,704	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	— 4,548 (1,844)	連接廣告主與媒體發佈商及產生用戶流	谷歌	1.6%	71,784	展示次數(百萬)：6,180 點擊次數(百萬)：61 安裝次數(百萬)：不適用 安裝率：不適用	中國	美元

業 務

客戶	公司U	背景及主要業務	提供移動廣告服務的領先移動商務服務平台	廣告主題	新聞及實用工具應用程序	業務關係年期	3.5	本集團認識客戶的方式	透過帝女士與此客戶的董事的私人關係	客戶收益 (人民幣千元)	678	客戶收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	678	本集團提供的用戶獲取服務類型	開設賬戶及後續進行增值的服務以及廣告投放	廣告版位所屬媒體發佈商	騰訊	客戶收益佔總收益的百分比	0.4%	流量獲取成本的金額 (並無確認為銷售成本) (人民幣千元)	7,621	廣告活動的主要經營指標統計數據	展示次數(百萬): 1,165 點擊次數(百萬): 12 安裝次數(百萬): 不適用 安裝率: 不適用	營運所在國家	中國	用於發票及結算的貨幣	美元
----	-----	---------	---------------------	------	-------------	--------	-----	------------	-------------------	--------------	-----	--------------------------------	-----	----------------	----------------------	-------------	----	--------------	------	-------------------------------	-------	-----------------	--	--------	----	------------	----

業 務

截至二零一九年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 ^A (人民幣千元)	本集團提供的用戶 獲取服務類型	廣告版 位所屬 媒體發 佈商	客戶收益 佔總收益的 百分比	流量獲取 成本 金額(並無確 認為 銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標 統計數據 ^B	營運 所在國家	用於發票 及結算 的貨幣
集團 ^C	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	各類	4.5	此客戶集團的附屬公司為常女士的前僱主。此客戶的聯繫人為常女士的前同事，其於常女士離職後為欲引進業務	19,301	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為經銷商網絡廣告主及產生用戶流量	臉書	10.1%	385,623	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元
公司	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	各類	3.0	常女士因商機於二零一六年直接聯繫此客戶的聯繫人，兩人自此一直維持關係	6,073	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為經銷商網絡廣告主及產生用戶流量	臉書	3.2%	109,293	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元
公司 ^D	一間直接提供廣告版位的頂級媒體發佈商	各類	3.5	透過李女士與我們的另一名客戶的谷歌客戶經理熟識，常女士自此與此客戶維持業務關係	4,744	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為媒體發佈商網絡廣告主及產生用戶流量	谷歌	2.5%	135,150	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元
百度(香港)有限公司 ^E	一間運作一個領先的搜索引擎的內容及實用工具開發商	各類	4.0	透過常女士與此客戶的聯繫人熟識，其曾於常女士先前提議期間就若干海外產品的推廣活動共同合作。該聯繫人於常女士離職後與其聯繫	4,013	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為經銷商網絡廣告主及產生用戶流量	Snaphat	2.1%	117,233	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元

業 務

客戶	背景及主要業務	廣告主題	業務關係年期	本集團認識客戶的方式	客戶收益 (人民幣千元)	收益的組成部分 [△] (人民幣千元)	本集團提供的用戶獲取服務類型	廣告版位所屬媒體發佈商	客戶收益佔總收益的百分比	流量獲取成本的金額(並無確認為銷售成本) (人民幣千元)	廣告活動的主要經營指標統計數據*	營運所在國家	用於發票及結算的貨幣
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	各類	3.0	客戶於二零一六年直接與我們聯繫，而女士自此與客戶的聯繫人維持業務關係	3,481	服務費： 總返點： 返還的返點(如有)：	為經銷商聯絡廣告主及產生用戶流量	臉書及谷歌	1.8%	99,222	展示次數(百萬)： 點擊次數(百萬)： 安裝次數(百萬)： 安裝率：	中國	美元

△ 重疊客戶及供應商，彼等為於往續記錄期間擔任我們的廣告主及媒體發佈商的同集團內的兩名實體。

* 重疊客戶及供應商，即於往續記錄期間均擔任我們的廣告主及媒體發佈商。於二零一八年，我們的廣告主從百度(香港)有限公司分拆，作為獨立實體，然而該廣告主仍為百度(香港)有限公司的附屬公司。

^ 收益乃按以下計算基準計算：(a)就CPA客戶而言，我們就提供全面的用戶獲取服務向廣告主收取的總服務費；及(b)就CPC/CPM客戶而言，返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們返回予廣告主的返點(如有))及我們向廣告主收取的小部分服務費(按有限基準)。有關使用主要運營指標的計算基準詳情，請參閱本文件「業務—主要運營指標」。

業 務

主要供應商

我們的供應商主要為向我們提供頂級媒體平台廣告版位的經銷商。我們的供應商亦包括為我們提供雲計算服務的IT服務提供商及為我們的線上廣告業務提供廣告優化、設計及翻譯服務的外聘優化師、設計師及翻譯。

於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，我們的五大供應商分別佔我們總銷售成本的95.8%、91.5%及62.1%。

下表載列我們於往績記錄期間的五大供應商詳情。

截至二零一七年十二月三十一日止年度						
供應商	背景及主要業務	業務關係年期	提供予本集團的服務類型	已付供應商成本 (人民幣千元)	已付供應商成本 佔總銷售成本 的百分比	廣告版位 所屬的 媒體發佈商
集團E [△]	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	4.5	為廣告投放提供廣告版位	34,305	45.0%	臉書
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	3.0	為廣告投放提供廣告版位	17,611	23.0%	臉書
公司M	一間廣告內容及廣告素材優化公司	3.5	廣告的優化及設計	9,137	12.0%	臉書及谷歌
公司L	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	3.0	為廣告投放提供廣告版位	8,742	11.5%	臉書
集團P	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	2.5	為廣告投放提供廣告版位	3,278	4.3%	臉書

截至二零一八年十二月三十一日止年度						
供應商	背景及主要業務	業務關係年期 [#]	提供予本集團的服務類型	已付供應商成本 (人民幣千元)	已付供應商成本 佔總銷售成本 的百分比	廣告版位 所屬的 媒體發佈商
集團E [△]	一間提供實用工具應用程序的應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	4.5	為廣告投放提供廣告版位	32,703	24.7%	臉書
集團P	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	2.5	為廣告投放提供廣告版位	31,840	24.0%	臉書及谷歌
公司L	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	3.0	為廣告投放提供廣告版位	24,035	18.1%	臉書及谷歌
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	3.0	為廣告投放提供廣告版位	24,004	18.1%	臉書及谷歌
公司M	一間廣告內容及廣告素材優化公司	3.5	廣告的優化及設計	8,811	6.6%	臉書及谷歌

業 務

截至二零一九年十二月三十一日止年度

供應商	背景及主要業務	業務關係年期	提供予本集團的服務類型	已付供應商成本		廣告版位所屬的媒體發佈商
				已付供應商成本 (人民幣千元)	佔總銷售成本的百分比	
集團E [△]	一間提供實用工具應用程序的移動應用程序開發商及擔任頂級媒體發佈商的經銷商的互聯網數字營銷公司	4.5	為廣告投放提供廣告版位	27,002	19.6%	臉書
公司N	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	2.5	為廣告投放提供廣告版位	19,851	14.4%	臉書及谷歌
公司L	一間互聯網數字營銷公司及頂級媒體發佈商的經銷商	3.0	為廣告投放提供廣告版位	13,739	10.0%	臉書及谷歌
公司O	一間直接提供廣告版位的頂級媒體發佈商	3.5	為廣告投放提供廣告版位	12,596	9.2%	谷歌
公司X	一間互聯網數字營銷公司	0.5	為廣告投放提供廣告版位	12,285	8.9%	今日頭條

[△] 客戶與供應商重疊，彼等為於往績記錄期間擔任我們的廣告主及媒體發佈商的同一集團內的兩名實體。

據董事所深知，於往績記錄期間，概無我們的董事或彼等各自之緊密聯繫人或擁有我們已發行股本或我們附屬公司5%以上的任何人士於我們的任何五大供應商擁有任何權益。

客戶與供應商重疊

於往績記錄期間，我們有兩名使用我們用戶獲取服務的主要客戶，同時亦基於同一公司內的不同部門以及同一集團內的不同實體，向我們供應廣告版位。我們與該等客戶的銷售及採購條款乃由不同人士按個別基準進行磋商，銷售與採購之間不存在關聯，亦不互為條件。我們的董事確認，我們與重疊客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按正常商業條款公平進行。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，來自該等客戶的收益佔我們總收益的百分比分別為23.1%、5.6%及0.0%。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年止年度，流量獲取成本(扣除CPA定價模式下該等媒體發佈商的返點，作為百度(香港)有限公司的銷售成本)佔我們總銷售成本的比例分別為零、0.6%及零，而就集團E而言分別為45.0%、24.7%及零。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年止年度各年，與百度(香港)有限公司的銷售交易的毛利率分別為31.0%、46.5%及95%。二零一七年至二零一八年間的有關波動乃主要由於相較二零一七年而言，二零一八年推出廣告宣傳新的實用工具及內容應用程序，通過廣告活動相對更容易吸引新用戶。於二零一九年，本集團與百度(香港)有限公司的銷售交易僅限於CPC/CPM廣告主的廣告活動，年內毛利率為95%。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年止年度，與集團E的銷售交易毛利率分別為28.0%、24.6%及零。二零一七年至二零一八年間的有關波動乃主要由於集團E的應用程序開發人員於二零一七年首次推

業 務

出彼等的應用程序，相對更容易吸引新用戶。於二零一九年，本集團並無為集團E的廣告主進行任何廣告活動。

下表載列於往績記錄期間我們與百度(香港)有限公司及集團E訂立的交易所涉及的收益額及銷售成本：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	(人民幣)	(人民幣)	(人民幣)
百度(香港)有限公司			
作為客戶涉及的收益額	20,750,943	6,153,762	152
本集團作為供應商涉及的銷售成本 ...	1,373	767,178	6,318,038
集團E			
本集團作為客戶涉及的收益額.....	6,135,818	3,653,027	不適用
本集團作為供應商涉及的銷售成本 ...	34,305,342	32,702,513	27,002,432

就百度(香港)有限公司而言，我們於二零一七年及二零一八年向彼等的廣告主提供開戶及後續的充值服務、廣告設計、廣告優化及廣告投放以及廣告活動服務的整體管理，同時百度(香港)有限公司向我們供應或獲取Snapchat的廣告版位。於二零一九年，我們的服務僅限於為百度(香港)有限公司開戶及後續的充值服務以及廣告投放，而其除向我們供應或獲取Snapchat的廣告版位，亦向其他兩名媒體發佈商供應或獲取廣告版位。於往績記錄期間與百度(香港)有限公司交易的理由及促成交易的情況乃因為我們能夠提供堅實的廣告主群體，而有關廣告主群體可為彼等的廣告版位帶來更多用戶流量，因此我們協助百度(香港)有限公司將我們的廣告主與彼等所供應的廣告版位進行對接。另一方面，百度(香港)有限公司的附屬公司向我們供應廣告版位。

就集團E而言，我們於二零一七年及二零一八年向彼等的廣告主提供開戶及後續的充值服務、廣告設計、廣告優化及廣告投放以及廣告活動服務的整體管理。於二零一九年，本集團並無與集團E開展任何廣告活動。同時，集團E於二零一七年及二零一八年向我們供應或獲取臉書的廣告版位且於二零一九年僅有集團E向我們供應臉書的廣告版位。於往績記錄期間與集團E交易的理由及促成交易的情況乃因為集團E為我們於二零一五年創立以來的首位客戶，並且我們於二零一七年及二零一八年持續為彼等開展廣告活動。恰巧向我們供應臉書廣告版位的實體由集團E所收購。

業 務

僱員

截至二零一九年十二月三十一日，我們於北京及香港各設有一間辦事處，共有48名僱員。

下表載列我們截至二零一九年十二月三十一日按職能劃分之僱員：

職能	僱員人數	佔總數%
優化師及設計師.....	23	47.9
銷售及營銷.....	11	22.9
營運.....	5	10.4
財務及行政.....	7	14.6
資訊科技及研發.....	2	4.2
總計.....	48	100

我們根據所接獲的廣告要求與選定海外市場的第三方個人開展合作。視乎廣告主的需求及我們當時開展的廣告宣傳量，我們有時會聘用外聘優化師及設計師。我們在接獲海外投放廣告的需求時，可能會與廣告行業的個人或企業合作，利用本地優化師及設計師的廣告內容及創意。此外，我們可能會聘用該等公司處理若干廣告的翻譯工作。於[編纂]後，我們預期將繼續擴張我們的優化師及設計師團隊，及完全使用內部資源進行該等職能。

我們相信，維持穩定及具主動性的人力資源對於我們的業務取得成功至關重要。作為一家快速發展的公司，我們向僱員提供具競爭力的薪金和績效花紅、住房補貼、定期團建活動、內外部培訓及進修機會。

我們主要透過招聘網站招聘僱員。我們亦鼓勵內部推介並透過線上發佈我們的空缺職位。我們具備嚴格的面試流程，藉此評估候選人的過往行業經驗、誠信、學業背景及工作經驗。

我們為新進僱員提供入職培訓，幫助彼等更好地融入我們的文化及團隊並了解公司的價值觀及工作環境。我們亦為團隊領導提供招聘面試培訓，助力彼等為各業務招聘優秀僱員。此外，我們定期為僱員提供廣告投放培訓，提高彼等的工作表現及工作效率。

我們一般與僱員訂立為期三年的標準合約及協議。該等合約一般包括一項不競爭性條款(該條款於僱傭期間有效)及一項保密條款(該條款於僱傭期間及僱傭後有效)。我們的標準僱傭合約亦包括特定的知識產權條款，確保於僱傭期間產生及開發的所有知識產權全權歸我們所有。

業 務

按中國法律法規規定，我們已向多個強制性社會保障基金作出供款，包括基本養老保險基金、失業保險基金、基本醫療保險基金、生育保險基金及工傷保險基金。我們亦向僱員提供住房公積金並每年提供體檢。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何重大勞資糾紛，亦無在就營運進行員工招聘方面遇到任何困難。

獎項及殊榮

我們自成立以來榮獲多個獎項及殊榮，包括以下各項：

獎項／殊榮	獲獎日期	頒發機構／部門
AdTensor — 2019年度推薦出海營銷系統平臺	二零一九年	Phoenix ADX Festival
第十一屆金投賞—商業創意獎提名獎	二零一八年	金投賞
2018年度谷歌菁英合作夥伴大獎—視頻廣告創新獎(中國內地)	二零一八年	谷歌
第九屆(2017-2018)虎嘯獎年度最具潛力新創公司大獎	二零一八年	虎嘯獎組委會
最佳電商服務企業獎	二零一八年	中國國際電子商務博覽會組委會

健康、工作安全、社會及環境事宜

我們根據政府規範制定健康及工作安全規範並要求所有僱員遵守該等規範。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無出現有關職業健康或安全的任何重大事故，亦無因違反健康、安全或環境法規而受到任何罰款或其他處罰。

保險

我們認為，我們投購風險保單符合我們的行業標準。根據一般行業慣例，我們並無投購任何業務中斷險、要員保險、網絡基礎設施或資訊科技系統損害保險或財產損失險。

業 務

於往績記錄期間，我們並無有關我們業務之任何重大保險索賠。進一步詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 由於承保範圍有限，我們或會面臨重大虧損及業務中斷」。

物業

我們的總部位於北京。截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業，而於中國租賃一項物業，總建築面積為約360平方米。截至最後實際可行日期我們的租賃物業的詳情載於下表：

地址	物業類型	租賃期	到期日
中國北京市朝陽區來廣營鄉來廣營村新天 國際城IV (D4、5、6地塊) C座辦公樓 10層1004/05室.....	辦公室	一年及六個月，享 有優先承租權	二零二零年七月 二十五日

該物業用於非物業業務(定義見上市規則第5.01(2)條)。

業 務

截至二零一九年十二月三十一日，由於我們並無持有或租賃賬面值超過綜合總資產15%或以上的物業，故根據第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條與公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段相關的規定，此等規定要求針對本集團所有土地或樓宇權益提供估值報告。

法律程序及合規事宜

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽構成重大不利影響之任何實際或待決法律、仲裁或行政訴訟(包括任何破產或接管訴訟)。

於最後實際可行日期，我們的董事並無涉及任何實際或面臨重大申索或訴訟。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期後期間，我們在任何法院並無有關本公司財產或業務的重大現有或未決法律、仲裁或行政訴訟，且本公司任何財產或員工並無受到任何該等訴訟。然而，我們在一般業務過程中有時可能成為各類法律、仲裁或行政訴訟的一方。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守適用法律及法規，包括遵守向稅務局提交僱員薪酬表相關的規定（在適用情況下）並於往績記錄期間及直至最後實際可行日期為我們於香港的僱員繳納強積金。然而，香港稅務局出現下述於香港未完全遵守稅務條例若干規定的情況。

不合規事件

香港虎視於往績記錄期間曾未完全遵守《稅務條例》的若干規定。

(i) 不合規的原因

不合規事件

根據相關香港稅務法例及規例，任何業務實體，除非已被註明在合理時間內提交報稅表，否則應在有關課稅年度的評稅基期結束後四個月內，以書面通知稅務局其應繳香港利得稅。於二零一六/一七及二零一七/一八課稅年度，香港虎視未有在稅務條例第51(2)條規定的時間內及時通知稅務局其應繳香港利得稅（「稅務事件」）。

(ii) 涉事人員的身份及職位

香港虎視於二零一五年開始營業，是本集團在香港的首個業務實體，而創始人並不熟悉稅務條例下的相關規定。因此，創始人決定留任自二零一零年十一月起一直為香港虎視（包括其前身）提供服務的企業服務秘書（「外聘公司秘書」），並指派一名會計人員與外聘公司秘書聯絡。外聘公司秘書於二零零零年在香港成立，並向本地企業提供全面的企業支持，包括有關公司成立及公司秘書事務的服務、會計及稅務、商標註冊等。根據外聘公司秘書的網站，於最後實際可行日期，其於香港及中國擁有逾10間辦事處，團隊成員超過100名，已服務超過30,000家企業。創始人真誠而合理地相信，外聘公司秘書有能力處理香港虎視的稅務相關事宜。

於二零一六年以前，香港虎視並無產生任何應課稅溢利，故香港虎視並無收到稅務局提出有關提交二零一五/一六、二零一六/一七及二零一七/一八課稅年度利得稅報稅表的要求，而會計人員相信稅務局將於各課稅年度末時按慣例提供利得稅報稅表。本集團在其於二零一九年年初開始籌備編纂時發現這一不合規事件。

法律後果、可能最高處罰及其他財務責任

根據稅務局發出的要求最終評稅單，香港虎視就二零一六/一七及二零一七/一八課稅年度的利得稅總額合共為6,371,770港元（「稅務局就二零一六/一七及二零一七/一八年的評核金額」）。

稅務局的處罰政策及相關法定條文

相關法規

關於逾期通知應繳利得稅，

- (i) 稅務局可根據稅務條例第80(2)條採取懲罰措施，據此，香港虎視可能被起訴，或
- (ii) 倘並無根據第80(2)條被起訴，根據稅務條例第82A條，香港虎視可能須繳納稅務局局長或副局長評定的補加稅。

已採取的糾正措施及現狀

補救措施及撥備

自獲悉有關不合規事項後，本集團即時於二零一九年五月委派一家香港會計師事務所（「會計師事務所」）編製集團公司的相關文件及相應的利得稅報稅表。我們亦委派稅務顧問對往績記錄期間香港虎視與北京虎視之間的集團內公司間交易安排進行研究以審閱及評估。香港虎視已主動向稅務局請求提供二零一六/一七及二零一七/一八課稅年度利得稅報稅表。於二零二零年五月十八日，稅務局已發出該等課稅年度的要求最終評稅單，並評定利得稅總額合共應為6,371,770港元。稅務局概無就其稅務評估加徵附加費用。

香港虎視有關二零一六/一七、二零一七/一八及二零一八/一九課稅年度的企業所得稅撥備分別反映於截至二零一八年十二月三十一日止三個財政年度的綜合財務報表，金額合共相當於稅務局就二零一六/一七、二零一七/一八及二零一八/一九課稅年度評定的應繳所得稅總額7,057,886港元（相當於約人民幣6,195,677元）。截至二零二零年六月四日，我們已繳足稅務局就二零一六/一七、二零一七/一八及二零一八/一九課稅年度評定的應繳稅項總額7,057,886港元。

業 務

<p>不合規事件</p>	<p>(i) 不合規的原因</p> <p>(ii) 涉事人員的身份及職位</p> <p>儘管稅務事件乃由於外聘公司秘書的書面疏忽及對本集團會計人員的誤解所致，但其亦涉及董事的無意疏忽。於導致稅務事件在中國業務營運，我們絕大部分管理人員及關鍵人員乃於中國從事本集團的業務。董事當時並不熟悉稅務委託予外聘公司秘書而缺乏足夠的直接的監督。然而，稅務事件並無涉及任何董事的蓄意逃稅企圖或行為。糾正有關不合規事件，我們已在所有重大方面遵守業務營運主要所在地中國的適用法律及法規，包括遵守相關的稅務法律及法規。</p>	<p>法律後果、可能最高處罰及其他財務責任</p> <p>我們已向法律顧問尋求法律意見，供意見認為，基於彼等提供的可用文件及經考慮有關事件的情況(於下文一段作進一步闡述)，對香港虎視施加或處以最高處罰的可能性很低。實際上，極少對納稅人施加或處以按法定最高水平收繳額外稅項，惟有關逃稅、拒絕配合稅務局及其披露稅務資料、存在連例記錄及缺乏補救措施，而我們目前並無存在所有該等情況。</p>	<p>已採取的糾正措施及現狀</p> <p>控股股東的彌償保證</p> <p>控股股東常女士、Fetech、Rowtel、李女士、Hera及Weste將按照彌償契據共同及個別就香港虎視違反稅務條例第51條而可能被施加的任何罰金及補加稅作出彌償及保證本集團獲得彌償。有關彌償契據的詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料—五、其他資料—稅項及其他彌償保證」一節。</p>	<p>業務</p> <p>我們亦已實施充分的內部監控系統，包括(其中包括)委任我們的財務總監兼聯席公司秘書趙曉娟女士，彼為一名具有豐富會計經驗的註冊會計師。趙女士負責確保及時提交本集團的報稅表，且將在有需要時委任稅務顧問。我們亦委聘會計師事務所處理香港虎視的納稅申報。由於本集團的業務增長至較大規模，我們已部署額外名員工專門處理我們業務過程中所有稅務相關事宜，彼等的工作職責包括監督及處理根據適用法律規定進行報稅及其他行政存檔和登記工作，並定期向本集團高級管理層匯報，以避免再次發生此類事件。我們將委聘專業會計師及我們會計部門對稅務問題及有關香港稅務的最新信息，以加強培訓及有關香港稅制變動的認識。</p> <p>我們亦已採取若干政策以審查我們遵守稅務法例的情況，具體包括(i)已設立登記冊記錄申報的不同性質稅項及其各自的截止日期；及將指派一名負責監察有關狀態及定期向我們的高級管理層報告；及(ii)向我們的高級管理層及會計部門發送提醒，提醒彼等提交納稅申報表及/或答覆稅務局和任何其他機關函件的截止日期。</p>
--------------	---	--	--	---

業 務

我們的董事及獨家保薦人認為，我們已根據上市規則的規定設有充足有效的內部監控程序，且稅務事件將不會影響上市規則第3.08及3.09條項下創始人擔任[編纂]董事的合適性及／或上市規則第8.04條項下本公司[編纂]的合適性，理由如下：

- 發生稅務事件乃主要由於外聘公司秘書的過往無心疏忽及我們會計人員的理解錯誤。儘管稅務事件亦涉及董事的監管疏忽，其與創始人及董事的品質無關，且並無涉及創始人及董事的不實或欺詐行為，亦不構成對彼等的誠信或能力的質疑；
- 當創始人意識到發生一次性稅務事件後，彼等立即在可行的範圍內著手糾正不合規事件；
- 就法律顧問意見所顯示，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團已在所有重大方面遵守業務營運主要所在地中國的適用法律及法規，包括遵守相關的稅務法律及法規；
- 隨著稅務事件的發生，董事對可能導致任何不合規的事項均保持警覺，並如上文披露已設有措施防止不合規事件的再度發生，且有關措施被認為屬充分及有效；
- 在對董事提供培訓課程後，董事充分了解上市規則項下有關擔任[編纂]董事的規定及義務，並承諾遵守及遵從所有有關規則及規例；
- 我們已委聘一名內部監控顧問對我們的內部監控系統進行檢討，並已針對稅務事件採取及落實經改進的內部監控政策及措施，以防止日後再度發生類似事件。自落實經改進內部監控政策及措施及直至最後實際可行日期，我們的董事確認，除上文披露的稅務事件外，本集團並無因重大違反任何規則及規例而受到檢控；及
- 就彌償契據而言，稅務事件並不重大，不曾且將不會對我們產生任何重大的財務及營運影響。

香港虎視與北京虎示之間的集團內公司間交易

於往績記錄期間，香港虎視及北京虎示向我們的廣告主提供用戶獲取服務，協助彼等於媒體發佈商投放廣告。香港虎視與海外客戶訂立服務合約並主要從事提供有關協助客戶於各類媒體發佈商平台刊登廣告的線上廣告服務，而北京虎示與中國客戶訂立類似合約並向客戶提供廣告服務及向香港虎視提供支援服務。香港虎視亦與我們的媒體發佈商經銷商或直接與媒體發佈商訂立購買廣告版位的合約。香港虎視與北京虎示之間的集團內公司間交易涉及北京虎示向香港虎視提供廣告設計服務、廣告優化服務、

業 務

協助與客戶溝通、協助進行發票結算及相關行政支持。香港虎視直接與海外客戶進行交易並與之訂立服務合約，及負責收回相應的貿易債務。因此，北京虎示承擔更大的職責，其中包括制定營銷策略及售價、決定營銷方法、發掘及維持客戶關係、公司聲譽及分銷網絡。此外，北京虎示負責進行廣告設計及製作以及履行本集團的行政及技術職能。

於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年，北京虎示向香港虎視收取的服務費分別為人民幣8.3百萬元、人民幣10.4百萬元及人民幣5.8百萬元。

我們與香港虎視及北京虎示之間訂立服務協議，以根據適用的法律及規例規管集團內公司間交易。我們亦已向相關地方稅務機關完成必要的服務協議備案及所得稅申報。此外，我們已制定符合適用指引及法規的政策。

我們已委聘稅務顧問進行研究以審閱及評估往績記錄期間香港虎視與北京虎示之間的集團內公司間交易安排。稅務顧問已對香港虎視與北京虎示進行職能及風險分析並應用交易淨利潤法（「**交易淨利潤法**」）進行基準研究，以測試彼等之間的集團內公司間交易是否遵循香港及中國的有關法律及規例按公平基準進行。交易淨利潤法為中國轉移定價法規規定的一類以利潤為基礎的方法，用於進行轉移定價分析。該方法將受控交易的其中一方（「**被測試方**」）的盈利能力與與被測試方相似的公司盈利能力進行比較。因交易淨利潤法於比較被測試方及可資比較公司間的經營溢利水平時計及銷售及整體行政開支，有關方法不易受實體發揮功能及承擔風險差異影響。稅務顧問識別一組與香港虎視發揮功能大致相似及承擔相似風險的公司並認為倘香港虎視與北京虎示之間的公司間交易乃遵守公平交易原則，則交易淨利潤法乃測試之最佳方法。儘管可資比較公司與香港虎視提供的服務存在差異，但與其他方法相比，交易淨利潤法下僅需較少服務相似度即可獲得可靠結果。法律顧問已確認，於往績記錄期間，香港虎視及北京虎示間的集團內公司間交易符合公平交易原則並與稅務條例所述經濟合作與發展組織（OECD）規則下推薦建議的分析方法相一致。此外，我們的中國法律顧問已確認香港虎視與北京虎示之間的服務協議條款（包括服務範圍、服務費、定價基準及稅項負債的條款）並無違反適用中國法律及規例的任何強制性條文。

如會計師報告附註10所述，本集團已作出稅項撥備並錄入本集團的綜合財務報表。根據經參考八間可資比較公司於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十日止年度的經營溢利水平所作出的全面評估，稅務顧問認為，從轉移定價角度考慮，可以合理認定往績記錄期間香港虎視與北京虎示之間的集團內公司間交易毋須作出額外的稅項撥備，原因為該等交易按公平基準進行，且有關稅務機關實施轉移定價調整的可能性較小。

業 務

截至最後實際可行日期及於往績記錄期間，董事並不知悉有任何稅務機關對我們的集團內公司間交易開展任何進行中的查詢、審核、調查或繳納額外稅項的要求或質疑。我們的管理層一直並將繼續密切監察本集團的集團內公司間交易，包括不時檢討集團內公司間交易的定價政策是否合理。

經考慮稅務顧問的研究、上述法律顧問及中國法律顧問的建議，董事及獨家保薦人認為於往績記錄期間，集團內公司間交易乃按公平基準進行並遵守有關轉移定價安排的相關中國法律及規例。

風險管理及內部監控

我們已於二零一九年五月委聘內部監控顧問以檢討我們的內部監控及系統是否完備及有效。內部監控顧問為一間專門為新上市申請人及上市公司提供企業管治、內部審計及內部監控檢討服務的專業公司。

我們的內部監控顧問已就收益、採購、固定資產管理、人力資源、財務管理、資訊科技及企業管治等若干方面對我們的內部監控系統進行檢討。

內部監控顧問於檢討後提出若干調查結果及建議。我們已於其後因應該等調查結果及建議採取補救措施。內部監控顧問於二零一九年七月就我們採取的措施對內部監控系統進行跟進程序。經向內部監控顧問諮詢後，我們確認截至最後實際可行日期並無任何未解決的重大內部監控問題。

改善企業管治的內部監控措施

董事負責建立及更新我們的內部監控系統，而高級管理層則監督我們各附屬公司及職能部門的內部監控程序及措施的日常執行情況。為持續改善我們的企業管治，我們已實施及／或將實施以下措施：

- 我們將委聘中國及香港法律顧問以向我們提供有關日後於所有方面遵守中國及香港法律及法規的法律意見。具體而言，我們將向我們的中國及香港法律顧問具體詢問我們於適用的稅務法律及法規下的責任，以防日後發生任何稅務不合規事項；
- 我們已於申請[編纂]前安排董事及高級管理層參加由本公司香港法例顧問提供的相關適用法律及法規(包括上市規則)培訓課程。我們將持續安排由我們的香港及中國法律顧問及／或任何合適認可機構提供各種培訓課程，以為董事、

業 務

高級管理層及相關僱員更新相關法律及法規資訊。此外，有關適用法律及法規更新的特定培訓課程亦將於需要時舉辦；

- 我們已委任鎧盛資本有限公司作為我們的合規顧問以就上市規則合規事宜提供意見；
- 倘有需要，我們將委聘外部專業人士，包括核數師、稅務顧問、內部監控顧問及外部法律顧問，為我們提供有關遵守不時適用於我們的法定及規管要求的專業意見；
- 我們已為員工提供有關合規事宜的培訓，以提升彼等的知識從而更好地管控我們的營運風險。我們計劃每年為管理層級的員工提供培訓，並在必要時對所有相關員工開展專項培訓；及
- 於二零二零年六月二十二日，我們成立了審核委員會，其將會實施正式及具透明度的安排，以應用有關會計及財務事宜的財務報告及內部監控準則，以確保遵守上市規則及其他相關法律及法規，包括準時編製及申報賬目。我們亦將定期檢討我們於[編纂]後對香港法例的合規狀況。審核委員會將透過下列方式進行監督工作：
 - (i) 檢討我們的內部監控及法律合規情況；及
 - (ii) 與我們的管理層討論我們內部監控系統的狀況，以確保我們的管理層已履行其維持有效的內部監控系統的職責。

牌照及許可證

截至最後實際可行日期，誠如我們的中國法律顧問所告知，我們已自相關政府機構獲得所有對我們於中國現有經營業務所需的重要牌照及許可證，且有關牌照及許可證仍具十足效力及並無情況顯示其將撤回或註銷。根據適用的中國法律及規例，我們毋須就我們現時於中國的業務運營獲得任何業務或行業特定的牌照或許可。根據我們與相關海外律師之溝通，我們知悉，我們無須於我們產生收益之主要海外司法權區取得任何業務或行業特殊牌照或許可證。

與控股股東的關係

我們的控股股東

常女士及李女士均為我們的創始人。於最後實際可行日期，Rowtel（由常女士間接全資擁有的公司）及Westel（由李女士間接全資擁有的公司）分別實益擁有我們已發行股本的51%及29%，合併彼等共同有權行使本公司已發行股本80%的投票權。因此，截至本文件日期，常女士、李女士、Rowtel、Westel、Fetech及Hera均為我們的控股股東。

自創始人於二零一五年六月創立本集團以來，彼等作為一致行動人士合作以對本集團行使控制權及發展本集團的業務。彼等已共同作出有關我們策略及計劃的主要決策，包括成立香港虎視及北京虎示。此外，創始人已成為主要負責管理本集團及產生財務業績的管理團隊的核心成員，且共同作為一組能夠對本集團其他董事及管理層施加重大影響的控股股東。創始人透過彼此之間的合作對本集團行使控制權。因此，創始人被推定為收購守則下的一致行動人士，截至本文件日期，創始人（透過彼等各自的間接全資控股公司Rowtel及Westel）為控股股東。創始人已簽訂一致行動協議，其詳情載於本文件「歷史、發展及重組 — 透過一致行動共同控制」。

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使，且不計及因根據[編纂]購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份），Rowtel及Westel將有權共同行使本公司已發行股本總額約[編纂]%的投票權。因此，創始人（透過彼等各自的間接全資控股公司Rowtel及Westel）將繼續為我們的控股股東。

競爭權益

我們各控股股東及董事確認，截至最後實際可行日期，彼或彼等各自的緊密聯繫人概無於直接或間接與我們業務競爭或可能競爭的業務（本集團業務除外）中擁有任何權益，而須根據上市規則第8.10條作出披露。

獨立於我們的控股股東

作為重組的一部分，本公司於二零一九年二月一日於開曼群島註冊成立，有關詳情載於本文件「歷史、發展及重組 — 重組」。根據我們的重組，與本集團開展業務有關或存在附帶關係的控股股東的所有公司及業務均已轉介予本公司。

與控股股東的關係

我們認為，本集團於[編纂]後可獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人(本集團除外)經營業務，理由如下：

管理獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理。我們的董事會及高級管理層成員均獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人行使職能。我們的董事會目前包括兩名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。我們的高級管理層包括四名成員。我們的董事及高級管理團隊擁有足夠的專業知識及經驗處理本集團的日常管理及營運。

我們的董事認為，董事會與我們的高級管理團隊能夠獨立於控股股東管理我們的業務，理由如下：

- (a) 已訂有足夠企業管治措施管理現有及潛在利益衝突。另外，我們的董事不得就任何批准彼或其任何緊密聯繫人擁有重大利益的合約或安排或任何其他提議的董事會決議案投票，亦不得計入出席特定董事會會議的法定人數中；
- (b) 我們擁有三名獨立非執行董事，有助促進管理層的獨立性；
- (c) 全體高級管理層成員均為本集團全職僱員並將為本集團全力奉獻才能。其中大多數高級管理層成員於往績記錄期間全部或大部分時間一直承擔我們業務的高級管理層監督職責。高級管理層團隊的職責包括管理營運及財務事宜、制定決策及執行本集團的日常業務策略。此舉可確保本集團日常管理及營運能夠獨立於控股股東；及
- (d) 各董事均知悉彼作為董事的受信責任，當中規定(其中包括)彼為股東利益及以符合股東整體最佳利益的方式行事，且不容許其董事職責與個人利益之間有任何衝突，以致影響彼履行董事職責。

營運獨立

基於以下理由，我們的董事認為，本公司將繼續獨立於控股股東及受控股股東控制的其他公司營運：

- (a) 本集團為對經營業務而言屬重要的全部相關牌照的持牌人，並有足夠資金、設備及僱員獨立經營業務；
- (b) 本公司自設營運及行政資源以及企業管治組織機構(包括自設會計、法務及人力資源部)；

與控股股東的關係

- (c) 全部用作主要營業地點及辦公場所的物業均由本公司或其附屬公司自獨立第三方租用；
- (d) 本公司已設立一套內部監控程序，以促進業務有效營運；及
- (e) 本公司並不倚賴控股股東接觸供應商及／或客戶。我們的絕大部分供應商及客戶為可獨立接觸的公眾客戶。

基於上述安排，董事認為，本公司將可獨立於控股股東從事經營活動。

財務獨立

應收我們的控股股東及彼等各自緊密聯繫人的所有貸款、墊款及結餘以及應付我們的控股股東的所有貸款、墊款及結餘將於[編纂]前償還。我們的控股股東及彼等各自的緊密聯繫人就本集團的借款提供的所有股份抵押及擔保亦將於[編纂]後悉數解除。

因此，我們認為，我們能夠獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人保持財務獨立。此外，我們自設內部監控系統、會計及財務部、收付現金的獨立庫務職能及獲取第三方融資的獨立渠道。我們的董事相信，我們可從外界渠道獲得融資而毋須倚賴控股股東。

基於上文所述，我們的董事認為從財務角度來看，本公司將能獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人經營業務，亦可維持與控股股東及彼等各自緊密聯繫人的財務獨立。

企業管治措施

本公司將遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則的條文，當中載列良好企業管治原則。

我們的控股股東各自己確認，其已完全理解其為我們股東的整體最佳利益行事的義務。我們的董事認為，現行的企業管治措施足以管理現有及潛在的利益衝突。為進一步避免潛在的利益衝突，我們已實施以下措施：

- (a) 作為我們籌備[編纂]的一部分，我們已修訂我們的組織章程細則以遵守上市規則。具體而言，我們的組織章程細則規定，除另行規定外，倘任何董事或其任何緊密聯繫人於批准任何合約或安排或任何其他建議的任何決議案中擁有重大權益，則該董事不得就有關決議案投票，亦不得計入有關會議的法定人數；

與控股股東的關係

- (b) 倘董事或其聯繫人於與我們的利益存在衝突或潛在衝突的事宜中擁有重大權益，其應詳盡披露有關情況並放棄出席有關擁有重大權益事宜的董事會會議，惟大多數獨立非執行董事特別要求該董事出席或參與該董事會會議者除外；
- (c) 我們已建立內部監控機制以識別關連交易。**[編纂]**後，若本公司與控股股東或其任何聯繫人訂立關連交易，本公司將遵守適用的上市規則；
- (d) 我們承諾，董事會當中執行董事與獨立非執行董事的組合應該保持均衡。我們已委任獨立非執行董事，並認為我們的獨立非執行董事擁有足夠的經驗且彼等均不牽涉任何有可能重大影響其作出獨立判斷的業務或其他關係，且將能夠提供公正的外部意見，以保障我們公眾股東的權益。有關我們獨立非執行董事的詳情請參閱本文件「董事及高級管理層 — 董事會 — 獨立非執行董事」；
- (e) 倘董事合理要求獨立專業人士(如財務顧問)提供意見，則委任相關獨立專業人士的費用由本公司承擔；及
- (f) 我們已委任鎧盛資本有限公司作為我們的合規顧問，將就遵守適用法律及上市規則(包括與董事職責及企業管治有關的各項規定)向我們提供意見及指引。

基於上文所述，我們的董事信納已採取充足的企業管治措施，可管理於**[編纂]**後本集團與控股股東之間的利益衝突及保障少數股東的利益。

關連交易

於[編纂]後，我們與關連人士之間的任何交易將構成上市規則第14A章項下的關連交易或持續關連交易。

關連人士

截至最後實際可行日期，Taschh為我們的主要股東。與此同時，我們的非執行董事Hsia先生實益擁有Taschh已發行股本總額的約99.99%股權。因此，Taschh亦為Hsia先生的聯繫人。因此，於[編纂]後，Taschh將成為我們的關連人士，Taschh與我們之間的持續交易將構成上市規則第14A章項下的持續關連交易。

獲全面豁免持續關連交易 — 線上廣告服務框架協議

訂約方： Taschh (作為服務接收方)；及
本公司 (作為服務提供商)

背景及主要條款：自二零一五年十二月起及於往績記錄期間，Taschh一直利用我們的廣告平台於與本集團有關聯的媒體平台(「**媒體發佈商**」)投放廣告，並就以下服務供應與香港虎視訂立線上廣告服務協議：

- i. 在媒體發佈商平台開設及維持賬戶(「**賬戶**」)以便Taschh通過該等平台的可用廣告版位投放廣告：本集團應於收到Taschh提供的所需資料後協助Taschh開設賬戶及維持其賬戶；
- ii. 充值賬戶：本集團應代表Taschh支付預付款，以確保Taschh的賬戶有足夠餘額可根據Taschh日常業務需要在媒體發佈商平台投放廣告；及
- iii. 有關於媒體發佈商投放廣告的指引：本集團應向Taschh提供操作手冊及其他所需文件，以便Taschh有效、獨立地運作及管理其賬戶，並於Taschh在媒體發佈商投放其廣告材料過程中遇到任何困難或有任何查詢時向其提供協助及諮詢服務。

(統稱「**廣告服務**」)

關連交易

由於Taschh於其日常業務營運過程中對廣告服務有需求；及鑒於Taschh與我們的長期合作、我們的廣告服務質量、我們的媒體發佈商、品牌認知度及行業聲譽，Taschh擬持續與我們進行該等交易。因此，我們於二零二零年六月二十二日與Taschh訂立線上廣告服務框架協議（「**框架協議**」），據此，我們同意向Taschh提供廣告服務。

根據框架協議，我們不得就提供廣告服務收取費用。然而，Taschh應向我們支付我們透過提供廣告服務所產生的若干流量獲取成本（即Taschh透過媒體發佈商平台的廣告版位投放廣告時其實際廣告支出）（「**流量獲取成本**」）；及有關金額應等同於我們向媒體發佈商或彼等各自代理支付的流量獲取成本。

我們不會分享我們因協助媒體發佈商變現廣告版位而根據Taschh產生的流量獲取成本自媒體發佈商收取的返點；及所收取的有關返點將成為我們透過提供廣告服務確認的收益。

期限：框架協議的期限將於**[編纂]**開始及於二零二二年十二月三十一日結束。

歷史數據：於二零一七年、二零一八年及二零一九年，我們就我們與Taschh之間的交易所確認的歷史收益分別約為人民幣3,678,000元、人民幣1,236,000元及人民幣561,000元。該等金額為我們就Taschh產生的流量獲取成本而自媒體發佈商收取的返點。

年度上限：截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度各年，我們根據Taschh產生的流量獲取成本自媒體發佈商收取的最高返點金額連同Taschh應付我們的廣告服務供應費用（如有）（統稱「**費用**」）將分別不超過人民幣770,000元、人民幣770,000元及人民幣550,000元。

定價政策：於釐定有關服務的費用時，我們會考慮提供廣告服務的現行市場費率及自媒體發佈商收取的返點分成比率。

上限基準：於釐定上述年度上限時，我們已考慮(i)於往績記錄期間我們於收益中確認由Taschh產生的流量獲取成本的歷史費用；(ii)經考慮Taschh透過其賬戶購買廣告版位的預期需求，Taschh及媒體發佈商根據Taschh產生的流量獲取成本將向我們支付的估計費用；(iii)我們將從各媒體發佈商收取的返點百分比及廣告版位價格的估計變動；及(iv)Taschh的業務計劃等其他因素。與二零一七年及二零一八年的歷史數據相比，截至二零一九年十二月三十一日止年度的年度上限及實際交易額大幅減少乃由於Taschh的廣告策略有所改變，其中，其對透過媒體發佈商投放的線上廣告的需求及預算減少。

關連交易

上市規則的涵義： 框架協議乃按向獨立第三方提供的正常商業條款或不遜於向獨立第三方提供的條款訂立，及由於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度各年的廣告服務最高適用百分比率(盈利比率除外)低於5%及代價總額不足3,000,000港元，彼等將於[編纂]後構成本公司之持續關連交易，惟將獲豁免遵守上市規則第14A章項下的公告、披露、年度審閱及申報、通函及獨立股東批准規定。

董事及高級管理層

董事會

董事會現時由六名董事組成，包括兩名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。董事會的權力及職責包括召開股東大會並於股東大會上匯報董事會的工作、釐定業務及發展計劃、編製年度財政預算及財政報告、制訂股息分派及增加或削減法定股本的方案，以及行使組織章程大綱及細則賦予的其他權力、職能及職責。我們已與各執行董事訂立服務合約。我們亦已與各非執行董事及獨立非執行董事訂立委任函。

下表列示有關董事及高級管理層的若干資料：

董事會成員

姓名	年齡	加入本集團的日期	委任為董事的日期	於本集團的現任職位	角色與職責	與其他董事及高級管理層的關係
常素芳	33	二零一五年六月三十日	二零一九年二月一日	執行董事、董事會主席兼行政總裁	負責本集團的整體戰略規劃、管理及營運以及研發	無
李慧	33	二零一五年七月一日	二零一九年二月一日	執行董事兼高級副總裁	負責監督本集團的營銷、業務發展及營運計劃的制訂	無
HSIA Timothy Chunhon	35	二零一九年七月十日	二零一九年九月十二日	非執行董事	負責為本集團的整體發展提供戰略指導	無
姚亞平	38	二零二零年六月二十二日	二零二零年六月二十二日	獨立非執行董事	負責監督及向董事會提供獨立意見	無
陳歡	47	二零二零年六月二十二日	二零二零年六月二十二日	獨立非執行董事	負責監督及向董事會提供獨立意見	無
張耀亮	35	二零二零年六月二十二日	二零二零年六月二十二日	獨立非執行董事	負責監督及向董事會提供獨立意見	無

董事及高級管理層

高級管理層成員

姓名	年齡	加入本集團的日期	委任為高級管理層的日期	於本集團的現任職位	角色與職責	與董事及其他高級管理層的關係
常素芳	33	二零一五年六月三十日	二零一五年六月三十日	執行董事、 董事會主席 兼行政總裁	負責本集團的整體戰略規劃、管理及運營以及研發方面	無
李慧	33	二零一五年七月一日	二零一六年五月一日	執行董事兼 高級副總裁	負責監督營銷、業務發展及本集團營運計劃的制訂	無
趙曉娟	29	二零一六年一月一日	二零一八年十二月一日	財務總監兼 聯席公司秘書	負責監督本集團的會計及財務管理以及處理公司秘書事宜	無
李文靜	30	二零一六年一月一日	二零一六年十二月一日	廣告主管	負責提供諮詢及優化服務以及與本集團廣告主的關係管理	無

執行董事

常素芳女士，33歲，自二零一五年六月起加入本集團，為我們的創始人之一。彼於二零一九年二月一日獲委任為董事，並於二零一九年九月十二日調任為執行董事。常女士為本公司董事會主席兼行政總裁，主要負責本集團的整體戰略規劃、管理及運營以及研發方面。彼為提名委員會主席及薪酬委員會成員。常女士於廣告、營銷及技術方面擁有約10年工作經驗。

常女士目前於我們的營運公司擔任董事職務。自二零一五年六月及二零一六年五月起，彼分別擔任香港虎視及北京虎示的董事。

於二零一五年七月創辦本集團之前，彼自二零零九年九月至二零一二年二月於國都證券股份有限公司（一間於新三板掛牌的公司，股份代號：870488）任職銷售專員。自二零一二年三月至二零一二年十月，常女士任職於樂活行（北京）科技有限公司，提供市場營銷及銷售服務。自二零一二年十一月至二零一五年九月，常女士就職於北京金

董事及高級管理層

山安全軟件有限公司(一間於紐約證券交易所上市的公司Cheetah Mobile Inc.(股份代號：CMCM)的全資附屬公司)，擔任其海外廣告部門的業務發展經理，主要負責與各媒體發佈商的業務發展。

常女士曾為下列以撤銷註冊方式解散的公司的董事或監事及彼確認緊隨該等公司解散前，該等已解散公司有償債能力且並無任何未結清索償或負債。相關詳情載列如下：

公司名稱	註冊		現況	解散日期	撤銷註冊的原因
	成立地點	職務			
芝蘭玉樹香港有限公司	香港	董事	以撤銷註冊方式 解散	二零一九年 六月二十一日	無業務營運
霍爾果斯虎視信息 科技有限公司 ...	中國	監事	以撤銷註冊方式 解散	二零一九年 四月十八日	無業務營運

常女士於二零零九年六月獲得中國廣東外語外貿大學國際商務學士學位。

李慧女士，33歲，自二零一五年七月起加入本集團擔任顧問。彼於二零一六年七月獲委任為高級副總裁，並於二零一九年二月一日獲委任為董事，並於二零一九年九月十二日調任為執行董事。李女士為本公司高級副總裁，主要負責監督營銷、新客戶開發及制訂本集團的營運計劃。李女士於在線營銷服務領域擁有超過10年的工作經驗。

李女士目前於我們的營運公司擔任董事職務。自二零一九年二月及二零一九年七月起，彼分別擔任北京虎視及香港虎視的董事。

於加入本集團之前，彼自二零零九年三月至二零一四年六月擔任北京吉獅互動網絡營銷技術有限公司的客戶服務總監。自二零一四年七月至二零一六年七月，彼擔任北京金山安全軟件有限公司(一間於紐約證券交易所上市的公司Cheetah Mobile Inc.(股份代號：CMCM)的全資附屬公司)的海外業務部門經理，負責客戶服務及廣告優化。

董事及高級管理層

李女士曾為以撤銷註冊方式解散的霍爾果斯虎視的主管；且彼確認緊隨其解散前，其有償債能力且並無任何未結清索償或負債。詳情如下表所示。

公司名稱	成立地點	現況	解散日期	撤銷註冊的原因
霍爾果斯虎視信息 科技有限公司....	中國	以撤銷註冊 方式解散	二零一九年 四月十八日	無業務營運

李女士於二零一三年六月獲得中國河北工程大學會計學士學位(為遠程教育學位)。

非執行董事

HSIA Timothy Chunhon先生，35歲，自二零一九年七月起加入本集團，於二零一九年九月十二日獲委任為非執行董事。Hsia先生負責為本集團的整體發展提供戰略指導。彼為審核委員會成員。作為非執行董事，Hsia先生參與董事會會議，就本集團的重大事項作出決策。彼並無參與本集團的日常管理。Hsia先生於在線營銷服務及系統開發領域擁有超過13年的工作經驗。

自二零零七年至二零零八年，Hsia先生擔任Cellco Partnership(作為Verizon Wireless進行交易)的數據庫管理員。自二零零八年六月起，彼擔任Tetra Communications LLC的營銷總裁兼創始人，負責其業務管理。自二零一一年九月至二零一二年四月，Hsia先生擔任Appitalism Inc.的全球營銷總監。

Hsia先生曾擔任Chakrify Limited的董事，該公司已根據《公司條例》第751條由香港公司註冊處處長撤銷註冊而解散。Hsia先生確認，下列已解散的公司於緊接解散前有償付能力且並無尚未終結的申索或尚未清償的債務。有關詳情如下：—

公司名稱	註冊成立地點	現況	解散日期	撤銷註冊的原因
Chakrify Limited.....	香港	以撤銷註冊 方式解散	二零一六年 七月十五日	無業務營運

Hsia先生於二零零六年五月獲得美國羅格斯大學計算機科學理學士學位。

獨立非執行董事

姚亞平先生，38歲，自二零二零年六月二十二日起加入本集團，於二零二零年六月二十二日獲委任為獨立非執行董事，負責監督及向董事會提供獨立意見。彼為薪酬委員會及提名委員會成員。自二零零六年二月至二零零九年四月，姚先生擔任漢能投資

董事及高級管理層

集團的高級投資經理。自二零一零年三月至二零一一年七月，彼就職於Baidu Inc. (一間於納斯達克上市的公司，股份代號：BIDU) 並擔任高級業務拓展經理。自二零一一年八月至二零一四年四月，彼擔任凱旋創投的副總裁。自二零一四年四月至二零一六年四月，姚先生擔任高原資本的執行董事兼合夥人。自二零一六年五月起，彼成為沸點資產管理(天津)有限公司的高級管理層成員及監事。

姚先生於二零零四年七月獲得中國西安交通大學工程學士學位，並於二零一零年七月獲中國清華大學工商管理碩士學位。彼曾榮登福布斯中國的二零一八中國最佳創業投資人TOP 100榜單。

陳歡先生，47歲，自二零二零年六月二十二日起加入本集團，於二零二零年六月二十二日獲委任為獨立非執行董事，負責監督及向董事會提供獨立意見。彼為審核委員會主席及提名委員會成員。自一九九八年一月至二零零零年五月，陳先生擔任德勤•關黃陳方會計師行審計部門的會計師。自二零零零年十月至二零零三年七月，彼擔任羅兵咸永道會計師事務所核證及商業諮詢服務部的高級助理。自二零零三年八月至二零零四年四月，陳先生擔任瑞安建業有限公司(一間於聯交所上市的公司，股份代號：983)的內部助理核數師。自二零零四年十二月至二零零七年四月，彼擔任瑞陽製藥有限公司(其股份於二零一一年四月從新加坡證券交易所有限公司(「新交所」)除牌)的集團財務總監兼公司秘書。自二零零七年五月起，陳先生擔任力恒化纖科技有限公司(其股份於二零一七年二月從新交所除牌)的財務總監兼聯席公司秘書。彼自二零一二年七月起擔任中國晶體新材料控股有限公司(一間於韓國交易所科斯達克上市的公司，股份代號：900250)的獨立非執行董事，並自二零一七年一月起擔任中國供應鏈產業集團有限公司(前稱日成控股有限公司)(一間於聯交所上市的公司，股份代號：3708)的獨立非執行董事。陳先生亦自二零一八年十月起擔任Hightsun Chemical Holdings B.V.及Fibrant B.V.的監事會董事。

陳先生於一九九七年五月獲得美國南加州大學會計學理學士學位，並自二零零三年七月起成為香港會計師公會的註冊會計師。

張耀亮先生，35歲，自二零二零年六月二十二日起加入本集團，於二零二零年六月二十二日獲委任為獨立非執行董事，負責監督及向董事會提供獨立意見。彼為薪酬委員會主席及審核委員會成員。於二零一零年七月至二零一一年十二月，張先生擔任International Business Machines Corporation (一間於紐約證券交易所上市的公司，股份代號：IBM)的顧問。於二零一一年十二月至二零一二年六月，彼擔任Baidu Inc. (一間於納斯達克上市的公司，股份代號：BIDU)的高級研發工程師。於二零一二年六月至二零一四年二月，彼擔任Renren Inc. (一間於紐約證券交易所上市的公司，股份代號：RENN)的高級經理，負責併購事宜。自二零一四年三月起，彼為北京酷劃在線網絡技術有限公司的行政總裁。

董事及高級管理層

張先生於二零零七年七月自中國清華大學取得機械工程專業工程學士學位，及於二零一零年七月自中國科學院聲學研究所取得信息技術工程碩士學位。

除上文所披露者外，各董事已確認，於最後實際可行日期，彼於過往三年並無於其證券在香港或海外任何證券市場上市的其他公眾公司出任董事職務。各董事亦確認，於最後實際可行日期，(i)彼獨立於我們任何其他董事、高級管理層成員、主要股東或控股股東且與彼等並無關係；及(ii)除本文件附錄四「法定及一般資料—C.有關我們的董事及主要股東的進一步資料」一節所披露者外，彼並無擁有證券及期貨條例第XV部所界定的任何股份權益。除上文所披露者外，概無有關各董事的任何事宜須根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條予以披露，且概無有關董事的任何其他重大事宜須提請股東垂注。

高級管理層

執行董事及高級管理層負責我們業務的日常管理及營運。

有關同時擔任執行董事的高級管理層的資料，請參閱本文件「董事及高級管理層—執行董事」。除上述執行董事外，本集團的高級管理層團隊如下：

趙曉娟女士，29歲，為本集團財務總監兼聯席公司秘書。彼於二零一六年一月加入本集團擔任顧問，並分別於二零一八年十二月及二零一九年六月獲委任為北京虎示的財務主任及我們的財務總監。彼主要負責監督本集團的會計及財務管理。趙女士擁有超過八年的會計及財務工作經驗。

於加入本集團之前，彼曾自二零一一年七月至二零一二年九月擔任山東渤海實業股份有限公司的財務分析師。自二零一二年十月至二零一五年十一月，趙女士擔任瑞華會計師事務所(特殊普通合伙)的助理經理，負責審計項目的策劃及監督。

自二零一五年十一月至二零一八年十一月，趙女士擔任歡樂成長(北京)資產管理有限公司的財務經理，負責編製財務報告及進行財務預測及分析。趙女士於二零一一年七月獲得中國山東大學會計學士學位。趙女士自二零一七年十一月起成為中國註冊會計師，並於二零一六年十二月取得中國證券投資基金業協會的從業資格。

董事及高級管理層

李文靜女士，30歲，為我們的廣告主管。彼自二零一六年一月起加入本集團擔任顧問；並於二零一六年八月獲委任為廣告優化師，並自二零一六年十二月起成為廣告主管。彼負責提供諮詢及優化服務以及維護與本集團廣告主的關係。

於加入本集團之前，李女士曾自二零一四年六月至二零一五年十月擔任環球金語教育機構的英語教師，負責教學及處理查詢與關注。李女士於二零一四年六月獲得中國河北師範大學英語專業學士學位。自二零一五年十一月至二零一六年六月，彼擔任北京臻勢汽車科技有限公司的客戶服務主管，負責處理主要客戶投訴及組織員工培訓。

概無我們的高級管理人員於緊接本文件刊發日期前三年內在香港或海外上市的任何其他公司擔任或曾擔任任何董事職位。

聯席公司秘書

趙曉娟女士為我們的聯席公司秘書，請參閱本文件「董事及高級管理層 — 高級管理層」。

林仕萍女士於二零一九年九月二十日獲委任為我們的聯席公司秘書。

林女士乃根據本公司與寶德隆訂立的委聘函件(據此寶德隆同意向本公司提供若干公司秘書服務)獲寶德隆企業服務(香港)有限公司(「寶德隆」)指定。彼從於多間香港上市公司工作經驗中累積了逾八年的公司秘書事務經驗。彼於二零一五年四月獲認許為香港特許秘書公會會員及英國特許秘書及行政人員公會會員。

林女士於二零零一年十二月獲得澳洲Australian Institute for University Studies商業文憑。彼於二零零三年七月獲得澳洲科廷科技大學工商管理學士學位。彼其後於二零一四年十月獲得香港的香港理工大學企業管治碩士學位。

董事委員會

審核委員會

我們已於二零二零年六月二十二日遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告成立審核委員會，並訂明其書面職權範圍。審核委員會由三名成員組成，其中兩名為獨立非執行董事陳歡先生及張耀亮先生，其中一名為非執行董事HSIA Timothy Chunhon先生。審核委員會由陳歡先生擔任主席，彼為具有會計

董事及高級管理層

專業資格的獨立非執行董事。審核委員會的主要職責為協助董事會，就本集團的財務匯報程序、內部監控及風險管理系統的成效提供獨立意見，監督審核程序，建立及檢討我們的政策以及履行董事會所指派的其他職務與職責。

薪酬委員會

我們已於二零二零年六月二十二日遵照上市規則第3.25條及上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告成立薪酬委員會，並訂明其書面職權範圍。薪酬委員會由三名成員組成，其中兩名為獨立非執行董事姚亞平先生及張耀亮先生，其中一名為執行董事常素芳女士。薪酬委員會由張耀亮先生擔任主席。薪酬委員會的主要職責乃就董事及高級管理層的全體薪酬政策與架構、設立正規而具透明度的程序制訂薪酬政策以及董事及高級管理層薪酬待遇向董事會提供建議；以及因應董事會所訂企業方針及目標而檢討及批准管理層的薪酬建議。

於往績記錄期間，董事及高級管理層成員的薪酬政策乃根據彼等的經驗、所負責任及整體市場狀況釐定。任何酌情花紅及其他獎勵金乃與本集團營運表現以及董事與高級管理層成員個人表現掛鈎。**[編纂]**後，我們擬採納相同薪酬政策，惟須待薪酬委員會檢討及給予建議方可作實。

提名委員會

我們已於二零二零年六月二十二日遵照上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告成立提名委員會，並訂明其書面職權範圍。提名委員會由三名成員組成，其中一名為執行董事常素芳女士，其中兩名為獨立非執行董事陳歡先生及姚亞平先生。提名委員會由常素芳女士擔任主席。提名委員會的主要職責為就委任董事會成員向董事會提供建議。

企業管治

本公司遵守或有意遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則及企業管治報告的所有守則條文，惟企業管治守則守則條文第A.2.1條除外，其中規定主席與行政總裁的角色應有區分。

根據企業管治守則及企業管治報告的守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。常女士現兼任該兩個職位。自本集團成立以來，常女士一直擔任我們的主要領導人物，主要參與制訂業務策略及釐定本集團的整體方

董事及高級管理層

向。由於彼直接監督高級管理層，彼亦主要負責營運。考慮到業務計劃執行的連續性，董事(包括獨立非執行董事)認為，常女士為擔任該兩個職位的最佳人選，而現時的安排具有裨益並符合本公司及股東的整體利益。

董事將於各財政年度檢討我們的企業管治政策及遵守企業管治守則及企業管治報告的情況，並於[編纂]後載入我們年報內的企業管治報告中遵守「不遵守就解釋」的原則。

董事及高級管理層薪酬

身為我們僱員的執行董事以僱員身份收取董事袍金、薪金、住房補貼及其他補貼、實物利益、退休計劃僱主供款及酌情花紅形式的報酬。高級管理層的薪酬待遇與董事相若。我們的非執行董事及獨立非執行董事根據彼等的職責(包括擔任董事委員會的成員或主席)收取報酬。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，本集團已付董事的薪酬總額(包括袍金、薪金、退休計劃供款、住房津貼及其他津貼、實物利益及酌情花紅)分別為人民幣2,115,000元、人民幣3,160,000元及人民幣4,002,000元。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，本集團五名最高薪酬人士包括兩名董事，其薪酬計入上文所載薪酬總額(包括袍金、薪金、酌情花紅、津貼、實物利益及退休計劃供款)。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，已付剩餘三名人士的袍金、薪金、酌情花紅、津貼、實物利益及退休計劃供款總額分別約為人民幣917,000元、人民幣1,106,000元及人民幣1,455,000元。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，本集團概無向董事或離任董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬，作為促使加盟或加盟本集團時的酬金或離職補償。此外，概無董事於同期放棄任何薪酬。

根據我們的現行安排，估計截至二零二零年十二月三十一日止年度的董事薪酬總額(包括袍金、薪金、退休計劃供款、住房津貼及其他津貼以及實物利益)將不超過人民幣5.6百萬元。

董事及高級管理層

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任鎧盛資本有限公司為合規顧問。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將就下列情況向我們提供意見：

- (a) 於刊發任何監管公佈、通函或財務報告前；
- (b) 倘本公司擬進行或屬於須予通知或關連交易的交易，包括股份發行及股份回購；
- (c) 倘我們建議動用[編纂][編纂]的方式有別於本文件所詳述者，或倘我們的業務活動、發展或業績偏離本文件的任何預測、估計或其他資料；及
- (d) 倘聯交所根據上市規則第13.10條就股份價格或成交量的不尋常波動或任何其他事宜向我們作出查詢。

委任期將於[編纂]開始，並於我們就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績發佈年報之日結束，而有關委任可能會經雙方協議延期。

主要股東

就董事或行政總裁所知，截至最後實際可行日期，緊接[編纂]及[編纂]完成前及緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]不獲行使，且並無計及根據[編纂]購股權計劃可能發行的任何股份)，下列人士將於我們的股份或相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文向我們披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶投票權可於所有情況下在本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

股東名稱／姓名	權益性質	緊接[編纂]及 [編纂]前持有的股份 ⁽¹⁾		緊隨[編纂]及 [編纂]完成後持有的股份 ^{(1)、(2)}	
		數目	百分比(概約)	數目	百分比(概約)
Rowtel ⁽³⁾	實益擁有人	[229,500,000] (L)	[51]%	[編纂] (L)	[編纂]%
Fetech ⁽³⁾	受控制法團權益	[229,500,000] (L)	[51]%	[編纂] (L)	[編纂]%
常女士 ⁽³⁾⁽⁶⁾	受控制法團權益	[229,500,000] (L)	[80]%	[編纂] (L)	[編纂]%
	一致行動人士權益	[130,500,000] (L)		[編纂] (L)	
Westel ⁽⁴⁾	實益擁有人	[130,500,000] (L)	[29]%	[編纂] (L)	[編纂]%
Hera ⁽⁴⁾	受控制法團權益	[130,500,000] (L)	[29]%	[編纂] (L)	[編纂]%
李女士 ⁽⁴⁾⁽⁶⁾	受控制法團權益	[130,500,000] (L)	[80]%	[編纂] (L)	[編纂]%
	一致行動人士權益	[229,500,000] (L)		[編纂] (L)	
Taschh ⁽⁵⁾	實益擁有人	[90,000,000] (L)	[20]%	[編纂] (L)	[編纂]%
Tiequan LLC ⁽⁵⁾	受控制法團權益	[90,000,000] (L)	[20]%	[編纂] (L)	[編纂]%
Southpac Trust International, Inc. ⁽⁵⁾	信託受託人	[90,000,000] (L)	[20]%	[編纂] (L)	[編纂]%
Hsia先生 ⁽⁵⁾	信託受益人	[90,000,000] (L)	[20]%	[編纂] (L)	[編纂]%

附註：

- (1) 「L」指該人士於股份的好倉。
- (2) 該計算乃基於緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份總數並假設[編纂]不獲行使而得出。
- (3) Rowtel由Fetech實益全資擁有，而Fetech則由常女士實益全資擁有。因此，Fetech及常女士各自被視為於Rowtel持有的股份中擁有權益。
- (4) Westel由Hera實益全資擁有，而Hera則由李女士實益全資擁有。因此，Hera及李女士各自被視為於Westel持有的股份中擁有權益。
- (5) Taschh由Tiequan LLC實益擁有99.99%權益。Tiequan LLC由Tiequan Trust實益全資擁有，而Southpac Trust International, Inc.則擔任Tiequan Trust的受託人。Hsia先生為Tiequan Trust的唯一受益人。因此，Tiequan LLC、Tiequan Trust、Southpac Trust International, Inc.及Hsia先生各自被視為於Taschh持有的股份中擁有權益。

主要股東

- (6) 根據一致行動協議，常女士及李女士已承認及確認(其中包括)，彼等自李女士實益擁有集團公司股份權益以來於管理及行使本集團投票權的所有重大方面與彼此一致行動。因此，常女士及李女士為一致行動人士(具有收購守則所賦予的涵義)；根據證券及期貨條例，常女士及李女士各自被視為於彼等各自擁有權益的所有股份中擁有權益。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組 — 透過一致行動共同控制」。

除上文及本文件附錄四「法定及一般資料 — C.有關我們的董事及主要股東的進一步資料 — 權益披露」一節所披露者外，我們的董事並不知悉任何人士於緊接[編纂]及[編纂]發行完成前及緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]不獲行使，且並無計及根據[編纂]購股權計劃可能發行的任何股份)，將於我們的任何股份或相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文向我們披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶投票權可於所有情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。我們的董事並不知悉任何可能於日後導致本集團控制權變更的安排。

股本

法定及已發行股本

下文載述本公司截至最後實際可行日期的法定及已發行股本以及於緊接[編纂]發行及[編纂]完成前及緊隨[編纂]及[編纂]完成後本公司的已發行及將予發行為繳足或入賬列作繳足的股本：

	面值
	美元
截至最後實際可行日期及緊接[編纂]完成前的法定股本：	
<u>1,000,000,000</u> 股每股面值0.0005美元的股份	<u>500,000</u>
	面值
	美元
於[編纂]完成後已發行及將予發行、繳足或入賬列作繳足的股份	
[200,000,000] 股於本文件日期已發行的股份	[100,000]
[編纂] 股根據[編纂][編纂]將予發行的股份	[編纂]
[編纂] 股根據[編纂]將予發行的股份	[編纂]
[編纂] 股緊隨[編纂]後已發行的股份	[編纂]

假設

上表假設[編纂]成為無條件且股份已根據[編纂]及[編纂][編纂]予以發行。上表並無計及因行使[編纂]及[編纂]購股權計劃、根據下文所述授予董事以發行及配發或購回股份的一般授權而可能配發及發行的任何股份。

地位

[編纂]將為本公司股本中的普通股，在所有重大方面將與本文件內所述的已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，尤其是，將全面享有就股份所宣派、作出或派付而記錄日期處於本文件日期後的所有股息或其他分派（惟[編纂]發行項下的權利除外）。

股 本

配發及發行新股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，董事獲授一般授權，以配發、發行及處置本公司股本中總面值不超過以下之總和的股份：

- (1) 緊隨[編纂]及[編纂]完成後本公司已發行股本(不包括因[編纂]及[編纂]購股權計劃獲行使而可能配發及發行的股份)總面值的20%；及
- (2) 我們根據下文所述授予董事購回股份的一般授權而購回的本公司股本總面值(如有)。

發行股份的此項一般授權將持續有效，直至以下最早發生者為止：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；或
- (ii) 任何適用法律或其組織章程細則規定本公司須舉行其下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- (iii) 當股東在股東大會上藉普通決議案修改或撤銷時。

有關此項一般授權的進一步資料載於本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司的進一步資料—3.股東於二零二零年六月二十二日通過的書面決議案」一節。

除根據此項一般授權獲授權發行的股份外，董事可根據供股、以股代息計劃或類似安排配發、發行或處置股份。

購回授權

待[編纂]成為無條件後，董事已獲授予一般授權，以供行使本公司一切權力購回股份，而所涉及的股份總面值不得超過緊隨[編纂]及[編纂][編纂]完成後本公司已發行股本總面值的10%(不包括因行使[編纂]或根據[編纂]購股權計劃可能授出的任何購股權而可予配發及發行的股份)。

此項授權僅與於聯交所或股份[編纂]所在(並就此獲證監會及聯交所認可)的任何其他證券交易所進行的購回有關，並須根據上市規則進行。相關上市規則的概要載於本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司的進一步資料—6.本公司購回本身證券」一節。

股 本

此項購回股份的一般授權將維持生效，直至下列最早發生者為止：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；或
- (ii) 任何適用法律或組織章程細則規定本公司須舉行其下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- (iii) 當股東在股東大會上藉普通決議案修改或撤銷時。

有關此項一般授權的進一步資料載於本文件附錄四「法定及一般資料—A.有關本公司的進一步資料—3.股東於二零二零年六月二十二日通過的書面決議案」一節。

須召開股東大會及類別股東大會的情況

本公司僅有一個類別的股份，即普通股，其中每股股份均與其他股份享有同等權利。

根據開曼公司法以及大綱及細則的條款，本公司可不時通過股東普通決議案(i)增加其股本；(ii)合併及分拆其股本為較大面值的股份；(iii)將其股份分拆為若干類別；(iv)將其股份拆細為較小面值的股份；及(v)註銷未獲接納的任何股份。此外，在開曼公司法條文的規限下，本公司可藉由股東通過特別決議案削減其股本或資本贖回儲備。更多詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼公司法概要—2.組織章程細則—2.1股份—(c)更改股本」。

根據開曼公司法及組織章程細則的條款，經不少於該類別已發行股份面值四分之三持有人的書面同意或該類別股份持有人另行召開的股東大會通過特別決議案批准，股份或任何類別股份所附的所有或任何特別權利可被更改、修訂或廢除。更多詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼公司法概要—2.組織章程細則—2.1股份—(b)更改現有股份或股份類別的權利」。

財務資料

閣下應將以下討論連同本文件附錄一所載的會計師報告中的綜合財務報表(包括其附註)以及本文件其他章節所載的經選定歷史財務資料及運營數據一併閱讀。綜合財務報表乃根據香港財務報告準則編製。

我們的歷史業績並不一定表示任何未來期間之預期業績。以下討論及分析包含涉及風險及不確定性的前瞻性陳述。我們的實際業績可能會因多項因素(包括本文件「前瞻性陳述」及「風險因素」所載者)而與該等前瞻性陳述所預期者存在差異。

概覽

我們是一個透過媒體發佈商的指定經銷商直接或間接連接廣告主與媒體發佈商的線上廣告平台。我們主要向中國廣告主提供海外線上廣告服務。我們策略性地重點覆蓋頂級媒體發佈商，包括臉書、谷歌、Snapchat、推特及雅虎。我們為臉書中國區優質合作夥伴(「CEP」)及於二零一九年的臉書廣告版位的廣告開支方面，我們在臉書的23家CEP中排名第一。我們亦自二零一六年起成為谷歌在谷歌關鍵詞廣告經銷商項目(Google AdWords Reseller Programme)中的合作夥伴。此外，我們自二零一八年起成為百度授權的Snapchat銷售代表。我們通常通過作為頂級媒體發佈商的經銷商(如臉書之經銷商香港飛書數字行銷有限公司；推特之經銷商香港一網互通科技有限公司；及谷歌之經銷商維度互動有限公司)的其他第三方線上廣告平台投放廣告主的廣告版位，擔任連接廣告主與頂級媒體發佈商的代理。我們亦作為若干媒體發佈商的經銷商與彼等直接聯繫。

我們可協助廣告主優化其廣告投放，並通過在各類媒體平台，特別是頂級媒體平台上投放廣告來獲取全球範圍的用戶。我們於我們的平台連接媒體發佈商與廣告主，幫助媒體發佈商將其可用的廣告版位變現。我們的服務轉而讓我們能持續從媒體發佈商的平台收集及分析用戶數據，包括移動設備機型、人口統計數據(如性別、年齡及語言)、興趣(如購物、遊戲及飲食)、行為(如旅行)及地區(如居住地)，使我們能夠為廣告主提供更精準和更有針對性的服務、提高媒體發佈商的變現效率及提升我們的大數據和AI能力。

我們的服務是由我們專有的廣告優化平台 — AdTensor支持。AdTensor利用AI技術實現自動、智能及實時的廣告優化及管理。我們從媒體發佈商的平台收集用戶數據並在AdTensor平台上對數據進行實時分析。API為媒體發佈商於媒體發佈商應用程序代碼獨立執行及我們於第三方廣告平台的廣告系統獨立執行的通用接口，允許交換數據以達致廣告互動事件的自動廣告投放及反饋。SDK為由第三方廣告平台開發的一組程式化代碼，以供應用程序開發商(如媒體發佈商)接入其自身應用程序代碼，以實現廣告互動事件的自動廣告投放及反饋等程式化廣告功能。API接口通常由廣告代理用於連接頂級媒體發佈商，因其允許頂級媒體發佈商對媒體發佈商的流量擁有較高控制權。因於發展初期我們已策略性地集中覆蓋頂級媒體發佈商，而我們透過AdTensor的服務及

財務資料

數據收集現時限於使用媒體發佈商平台的API接口。我們擬透過SDK集成與中長尾媒體發佈商建立連接，而SDK集成對該等媒體發佈商的技術要求更低，能令我們獲取更為全面的數據。

利用大數據和AI能力，我們能將合適的廣告內容投放到最可能促成轉化的平台及地點的廣告版位，從而實現廣告主的廣告目標，同時最大化媒體發佈商的變現潛力。另外，AdTensor擁有一個內含海量廣告內容模板的模板庫，提供由我們的內部設計團隊及外聘設計師製作的文本、圖片、視頻及音頻，幫助廣告主快速生成廣告內容。

於二零一九年，我們的媒體發佈商覆蓋協助我們的廣告主投放廣告至約250個國家及地區的用戶，共實現廣告展示次數約83,029百萬次。於往績記錄期間，我們的總收益由二零一七年的人民幣116.4百萬元增加至二零一九年的人民幣191.1百萬元，複合年增長率為28.1%。

呈列基準

根據本文件「歷史、發展及公司架構」一節詳細闡述的重組，本公司於二零一九年六月二十六日成為本集團現時旗下公司的控股公司。本集團現時旗下公司於重組前後均受控股股東的共同控制。因此，會計師報告內的歷史財務資料已按綜合基準採用合併會計原則編製，猶如重組已於往績記錄期間初完成。本集團於往績記錄期間的綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表包括本集團所有現時旗下公司於最早呈列日期或自該等附屬公司及／或業務首次受控股股東共同控制之日起(以較短期間為準)的業績及現金流量。本集團於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日的綜合財務狀況表已經編製，以使用現有賬面值從控股股東的角度呈列附屬公司及／或業務的資產及負債。概無作出任何調整以反映公平值或確認任何因重組而產生的新資產或負債。重組前由除控股股東以外的人士於附屬公司及／或業務持有的股權及其變動應用合併會計原則呈列為權益中的非控股權益。所有集團內公司間交易及結餘已於綜合賬目時對銷。

我們的歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則(包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)及香港普遍採納之會計準則編製。所有於二零一九年一月一日開始的會計期間生效的香港財務報告準則連同相關過渡性條文已於本集團編製於整個往績記錄期間的歷史財務資料時提早採納。

歷史財務資料乃根據歷史成本法編製。

財務資料

採納香港財務報告準則第9號金融工具、香港財務報告準則第15號來自客戶合約的收入及香港財務報告準則第16號租賃對本集團之影響如下：

香港財務報告準則第9號

香港財務報告準則第9號取代香港會計準則第39號及引入分類、計量及減值的新規定。金融資產於初始確認時的分類取決於金融資產的合約現金流量特點及本集團管理該等金融資產的業務模式。

吾等認為採納香港財務報告準則第9號不會對本公司財務狀況及表現產生重大影響。

香港財務報告準則第15號

採納香港財務報告準則第15號不會影響於往績記錄期間的收入確認時間及金額。於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，本集團概無任何合約負債，即本集團就向客戶收取預付款項而承擔向該客戶轉讓貨品或服務的責任。

吾等認為採納香港財務報告準則第15號不會對本公司財務狀況及表現產生重大影響。

香港財務報告準則第16號

根據香港財務報告準則第16號，於租賃開始日期，承租人將確認於租賃期內支付租賃款項之負債(即租賃負債)及代表相關資產使用權之資產(即使用權資產)。除非使用權資產符合香港會計準則第40號內投資物業之定義或與重估模式適用的物業、廠房及設備類別相關，否則使用權資產其後按成本減累計折舊及任何減值虧損計量。租賃負債其後隨租賃負債利息的增加而增加及因支付租賃款項而減少。承租人將須分別確認租賃負債之利息開支及使用權資產之折舊開支。承租人亦須於若干事件發生時重新計量租賃負債，例如由於租賃期變更或用於釐定未來租賃款項之一項指數或比率變更而引致該等款項變更。承租人通常將重新計量租賃負債之金額確認為對使用權資產之調整。

本集團應用可供使用的實際可行權宜方法，對租賃期於租賃開始日期起計12個月內結束的租賃應用短期租賃豁免。

應用香港財務報告準則第16號後，本集團之總資產及負債較香港會計準則第17號項下均有所增加，此外，本集團財務狀況及表現均無受到重大影響。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，吾等確認使用權資產分別為零、零及人民幣0.5百萬元及確認租賃負債分別為零、零、零及人民幣0.6百萬元。

吾等認為採納香港財務報告準則第16號不會對本公司財務狀況及表現產生重大影響。

財務資料

影響我們經營業績的主要因素

我們的業務、財務狀況及經營業績已經或可能預計在未來受到諸多因素的重大影響，其中多數可能非我們所能控制。有關若干該等關鍵因素的討論載列如下。

線上廣告行業的增長及我們於業內的競爭定位

我們業務的增長部分由線上廣告業的整體增長推動。根據艾瑞諮詢，近年來全球線上廣告總支出及其佔媒體廣告總支出的比例大幅增長。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的線上廣告服務所得收益分別為人民幣116.4百萬元、人民幣173.9百萬元及人民幣191.1百萬元。根據艾瑞諮詢，線上廣告總支出將繼續增長，我們相信其將繼續增加市場對我們線上廣告服務的需求。然而，倘線上廣告行業的發展或增速遠低於預期，我們的歷史增長可能並不代表我們未來的表現。此外，我們預期線上廣告行業將繼續面臨激烈競爭。倘我們未能與其他線上廣告公司有效競爭，我們可能會失去廣告主或媒體發佈商，且我們的收益可能會減少。

我們的定價模式

我們採用多種定價模式確認收益。我們按CPA或每次完成行動成本基準就發生的協定行動向廣告主收費。該等協定行動通常根據廣告主應用程序的新安裝數量計量。我們向廣告主收取總服務費，並將總額確認為收益。我們就於媒體發佈商的廣告版位投放廣告主的廣告向彼等支付流量獲取成本，此構成我們銷售成本的主要組成部分。我們在達到一定支出門檻額後，向媒體發佈商收取相當於廣告主實際廣告支出的合約訂明百分比的金額作為返點。有關返點入賬為我們銷售成本的減項。在CPA定價模式下，我們作為主事人，因此按透過我們於媒體發佈商的廣告平台反映廣告主實際廣告開支的毛額基準確認所賺取的收益及所產生的成本。

我們亦會使用CPC或每次點擊成本(根據廣告的點擊量計算)，及CPM或每千次成本(根據廣告的每千次曝光計算)作為定價模式。我們於CPC/CPM定價模式下的收益主要包括來自媒體發佈商的返點，而該返點乃在達到一定支出門檻額後根據廣告主實際廣告支出之合約訂明百分比計算。我們可能會將返點的一部分作為吐點優惠返還予廣告主並將返點淨額確認為收益。在有限的基準上，我們亦要求廣告主支付相當於其實際廣告支出一個較小百分比的金額作為於媒體發佈商平台開設廣告主的賬戶及／或進行充值的服務費，並將該等費用確認為收益。廣告主通過我們的平台向媒體發佈商支付其流量獲取成本，而該等流量獲取成本並不構成我們的銷售成本。在CPC/CPM定價模式下，我們作為廣告主的廣告代理人，讓其透過我們連接媒體發佈商的廣告平台，因此按淨額基準確認所賺取的收益及所產生的成本，而不將廣告主透過我們於媒體發佈商廣告平台的實際廣告支出入賬。

財務資料

相較使用CPA定價模式向廣告主收費的毛利率，我們使用CPC/CPM定價模式向廣告主收費的毛利率較高，乃由於我們按淨額基準確認使用CPC/CPM定價模式產生的收益。因此，使用不同定價模式的廣告主收益貢獻比例會影響我們的總收益及毛利率。於往績記錄期間，我們於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年止年度的收益中分別有78.3%、88.5%及76.4%是來自向採用CPA定價模式的廣告主收取的費用。概無法保證我們來自CPA及CPC/CPM定價模式的過往收益貢獻會成為我們未來收益分佈的指標，且我們的毛利率可能會因此發生重大波動。

廣告主群體及廣告主的線上廣告支出

我們的經營業績受廣告主群體的質素、規模及多元性以及每位廣告主的廣告支出影響。自成立以來，我們已積累了廣告主群體，我們現時向大量來自各行各業的廣告主群體提供服務，包括實用工具及內容應用程序開發商，以及遊戲、電子商務、媒體、旅遊、金融及教育行業的公司。我們認為，廣告主群體的規模、多元性及質素已使我們能夠增加收入並使我們保持可持續增長。特別是，我們的廣告主群體由大中型企業組成且最大廣告主的挽留率較高。我們於二零一八年的前10大廣告主中80%於二零一九年仍是我們的廣告主。倘我們未能挽留現有廣告主，深化或加強我們與廣告主的關係，或吸引新的廣告主，我們的經營業績及前景可能會受到不利影響。

進一步詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 若我們無法保留現有廣告主及媒體發佈商、與廣告主及媒體發佈商增進或拓展關係，或吸引新的廣告主及媒體發佈商，則我們的財務狀況、經營業績及前景可能受到重大及不利影響。」。

與媒體發佈商的關係及媒體發佈商提供廣告版位

我們的經營業績受使用我們變現服務的媒體發佈商類型以及此類媒體發佈商提供的廣告版位影響。我們需要從各種媒體發佈商獲取高質量的廣告版位，以滿足廣告主的需求，從而最終推動我們收益增長。為獲取媒體發佈商及其廣告版位，我們的變現服務需要使媒體發佈商能夠獲取適當的廣告內容以匹配其廣告版位。頂級媒體發佈商通常對廣告合作夥伴有著嚴格的甄選流程，並非常重視與合作夥伴的合作，尤其是該等能夠為彼等提供高質量相關廣告宣傳活動且該等活動對頂級媒體廣告的用戶群具有相關性、吸引力並能夠病毒式傳播的合作夥伴。因此，倘我們無法有效滿足媒體發佈商的變現需求，我們可能無法提供有效的用戶獲取服務並與彼等維持合作。

進一步詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 若我們無法保留現有廣告主及媒體發佈商、與廣告主及媒體發佈商增進或拓展關係，或吸引新的廣告主及媒體發佈商，則我們的財務狀況、經營業績及前景可能受到重大及不利影響。」。

財務資料

人才成本

我們認為，我們未來能否取得成功取決於我們能否吸引、聘用、挽留及激勵高技能僱員。尤其是，經驗豐富的優化師及設計師就創造廣告內容及制定助廣告主達成廣告目標的廣告策略而言至關重要。技術專家乃創建機器學習模型的AI算法及持續發展技術能力的關鍵。此外，我們擬進行全球擴張計劃，需要更多深諳各本地市場的本地人才。高技能、經驗豐富的專業人員競爭異常激烈，導致並可能繼續導致我們吸引及挽留技能員工的成本不斷增加。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，我們的員工成本分別為人民幣4.9百萬元、人民幣9.6百萬元及人民幣12.8百萬元。倘我們未成功僱傭及挽留高素質人才或以其他方式管理我們的員工成本，我們的業務及經營業績將受到不利影響。

技術進步

我們的經營業績取決於我們的技術能力，包括我們的大數據及AI能力以及資訊科技基礎設施實力。我們認為，我們能否開發及應用改進技術影響我們能否提高廣告主的廣告用戶獲取表現及提升媒體發佈商的獲利效率，從而影響我們線上廣告服務的創收能力。我們的專有廣告優化及管理平台AdTensor使我們可以為廣告主及媒體發佈商提供服務。我們預計，未來AdTensor及我們資訊科技基礎設施的技術改進將提高我們利用AI設計及優化廣告的能力，並繼續推動收益增長。此外，我們加強技術能力及資訊科技基礎設施的能力亦將影響我們為更多廣告主及媒體發佈商提供服務的能力，從而影響我們的營運效率。

關鍵會計政策、估計及判斷

我們乃基於根據本文件附錄一內會計師報告所載的主要會計政策編製的綜合財務報表對財務狀況及經營業績進行討論及分析。編製我們的個別及綜合財務資料需要我們於應用可能對我們的綜合業績有重大影響的若干關鍵會計政策時作出估計及判斷。我們的估計乃基於以往經驗及我們的管理層相信於當時情況下屬於合理的其他假設。業績可能與根據不同假設及條件作出的此等估計有所差異。

以下論述提供有關我們關鍵會計政策的補充資料，其中若干資料需要我們的管理層作出估計及假設。

收益確認

我們透過綜合使用定價模式提供線上廣告服務產生收益。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的業務模式」及「業務—我們的定價模式」。

財務資料

我們於根據合約特定條款提供相關服務時確認收益，其通常基於(i)具體行為及相關推廣活動預算，視廣告主喜好及彼等開展的推廣活動而定；或(ii)所賺取的協定返點。

我們於協定行動實現時確認收益。並無因素單獨被視為假定性或決定性，因為本集團是主要責任人及負責(i)尋找本集團視為客戶的第三方廣告主並與其訂立合約；(ii)尋找本集團視為供應商之媒體發佈商，以提供廣告版位；(iii)確定售價；(iv)進行所有計費及收款活動，包括保留信用風險；及(v)承擔完成廣告的全部責任，我們作為該等安排的主事人及因此按毛額基準確認該等交易賺取的收益及產生的成本。相關媒體發佈商的返點於記錄銷售成本時自相應流量獲取成本扣除。

一旦達到若干消費閾值，我們根據合約訂明的金額自媒體發佈商賺取返點。我們將該等返點記為淨收益，而並無入賬為本集團擔任代理時，廣告主透過本集團於媒體發佈商平台上的實際廣告開支。該等返點根據與媒體發佈商訂立安排中協定的條款按季度計算。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年，我們的收益分別為人民幣116.4百萬元、人民幣173.9百萬元及人民幣191.1百萬元。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，我們CPA定價模式產生的收益分別為人民幣91.2百萬元、人民幣153.8百萬元及人民幣146.1百萬元，佔我們於各期間總收益的78.3%、88.5%及76.4%。於二零一七年、二零一八年及二零一九年，CPC定價模式產生的收益分別為人民幣25.2百萬元、人民幣20.0百萬元及人民幣45.0百萬元，佔我們於各期間總收益的21.7%、11.5%及23.6%。進一步詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註3。

非金融資產減值

倘出現減值跡象或須對資產(不包括遞延稅項資產及金融資產)進行年度減值測試，則會估計資產的可收回金額。資產的可收回金額乃資產或現金產生單位使用價值與其公平值減出售成本兩者中的較高者，並且就個別資產釐定，如果資產並不產生大部分獨立於其他資產及資產組合的現金流入，在該情況下，可收回金額則按資產所屬的現金產生單位釐定。

只有資產的賬面金額超過其可收回金額時，減值虧損方予確認。評估使用價值時，估計未來現金流量採用反映當前市場對貨幣時間價值及該項資產的特有風險的評估的稅前折現率貼現為現值。減值虧損乃於產生期間自損益表內與減值資產功能一致的開支類別扣除。

於每個有關期間末評估是否有跡象顯示過往已確認的減值虧損可能已不再存在或可能減少。倘出現該等跡象，則會估計可收回金額。只有在用以釐定資產(商譽除外)的可收回金額的估計方法出現變動時，方會撥回該資產過往已確認的減值虧損，但撥

財務資料

回的金額不可超逾假設過往年度並無就該項資產確認減值虧損而釐定的賬面值(扣除任何折舊／攤銷)。撥回的減值虧損乃於其產生期間計入損益。請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註3。

使用權資產

我們於租賃開始日期(即有關資產可供使用之日)確認使用權資產。使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債款額、已產生之初步直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取租賃獎勵。除非我們合理確定於租期結束時取得租賃資產所有權，否則已確認使用權資產於其估計可使用年期及租期內(以較短者為準)按直線法折舊。使用權資產可能出現減值。進一步詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註3。

租賃負債

於租賃開始日期，我們按租賃期內將作出的租賃付款現值確認租賃負債。租賃付款包括定額付款(含實質定額款項)減任何應收租賃獎勵、取決於指數或利率的可變租賃款項以及預期根據剩餘價值擔保支付的金額。租賃付款亦包括本集團合理確定行使的購買選擇權的行使價及有關終止租賃的罰款(倘租期反映我們選擇行使終止權)。不取決於指數或利率的可變租賃付款在出現觸發付款的事件或條件的期間內確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，倘租賃內含利率無法輕易確定，則我們應用租賃開始日期的增量借款利率計算。於開始日期後，租賃負債金額增加反映了利息增長，其減少則反映作出租賃付款。此外，倘存在修訂、租期變動、實質定額租賃付款變動或購買相關資產的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

我們應用可供使用的實際可行權宜方法，對租賃期於租賃開始日期起計12個月內結束的租賃應用短期租賃豁免。進一步詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註3。

財務資料

經營業績

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要，乃摘錄自本文件附錄一會計師報告所載的綜合損益表：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益.....	116,446	173,850	191,126
銷售成本.....	(76,308)	(132,581)	(137,424)
毛利.....	40,138	41,269	53,702
其他收入及收益.....	70	427	1,143
銷售及分銷開支.....	(2,902)	(4,202)	(4,893)
行政開支.....	(2,872)	(6,815)	(21,507)
其他開支.....	(37)	(8)	(607)
融資成本.....	—	—	(48)
除稅前溢利.....	34,397	30,671	27,790
所得稅開支.....	(7,550)	(5,934)	(5,742)
年內溢利.....	<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>22,048</u>

非香港財務報告準則計量

作為我們根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表的補充，我們亦使用一項非香港財務報告準則計量，即經調整年內溢利，作為額外的財務計量，其並非根據香港財務報告準則要求或呈列的財務計量。我們認為，該項非香港財務報告準則計量可剔除我們管理層認為並不反映我們經營表現的一次性[編纂]的潛在影響，方便於各期間及公司之間比較經營業績。我們相信，該等計量可為投資者及其他人士提供有用的資料，幫助彼等以與我們管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。

下表載列我們於所示期間的溢利及經加回一次性[編纂]調整後的正常化溢利：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
年內溢利.....	26,847	24,737	22,048
加回：[編纂].....	—	—	[編纂]
非香港財務報告準則計量 [編纂] ^(附註)	<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>34,618</u>

附註：經調整年內溢利指剔除一次性[編纂]的年內溢利。

財務資料

我們綜合全面收益表的主要組成部分

收益

於往績記錄期間，我們的全部收益產生自提供線上廣告服務。我們來自向採用CPA定價模式的客戶收費的收益包括我們就全面的用戶獲取服務(包括於媒體發佈商平台為廣告主開設賬戶及／或充值賬戶、廣告設計、廣告優化及廣告活動整體管理)向廣告主收取的總服務費，有關費用按毛額基準確認。我們來自向採用CPC/CPM定價模式的客戶收費的收益包括我們在達到一定支出門檻額後的返點淨額(我們向媒體發佈商收取的返點減我們向廣告主返還的返點(如有))以及(金額相對較小)就於媒體發佈商平台為廣告主開設賬戶及／或充值賬戶收取相當於廣告主實際支出一個較小百分比的服務費。

下表載列於所示期間按CPA及CPC/CPM定價模式劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收益						
CPA定價模式						
—指定行動收益.....	91,205	78.3	153,842	88.5	146,100	76.4
CPC/CPM定價模式						
—指定行動收益.....	3,524	3.0	1,106	0.6	2,715	1.4
—協定返點.....	21,717	18.7	18,902	10.9	42,311	22.2
—小計	25,241	21.7	20,008	11.5	45,026	23.6
總計.....	116,446	100.0	173,850	100.0	191,126	100.0

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的收益分別為人民幣116.4百萬元、人民幣173.9百萬元及人民幣191.1百萬元。於往績記錄期間的收益增長乃主要由於業務規模擴大及廣告主群體增加，而我們認為此主要是由於AdTensor提供的服務提升，而得以進行更佳優化及實時調整以及實施廣告投放策略所致。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的廣告主數目分別達到140名、200名及273名。AdTensor為我們專有的廣告優化及管理平台，利用AI技術自動、智能及實時對廣告進行優化及管理。AdTensor現已支持算法工具，能夠按預定規則自動持續管理及優化我們的廣告，幫助廣告主智能地實現更高的投資回報率。其機器學習功能亦允許自動選擇及生成廣告內容，從而提高優化師及設計師的效率。此外，其亦能夠對特定廣告及用戶數據的過往表現進行歷史分析，建立自動規則並按實時或特定時間基準生成智能報告，從而令通過我們平台投放的廣告更加有效及高效。我們認為，我們於AdTensor所提供服務的改進可吸引新廣告主及使我們加深與現有廣告主的合作。

財務資料

我們目前主要為以下類別的廣告主提供線上廣告服務：實用工具及內容應用程序開發商，以及電子商務、旅遊、金融、遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的公司。下表載列於所示期間我們按廣告類型及各自佔我們總收益的百分比劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
實用工具及內容應用程序						
開發商.....	90,864	78.0	145,103	83.5	100,908	52.8
電子商務.....	21,460	18.5	16,236	9.3	61,774	32.3
旅遊.....	1,886	1.6	6,832	3.9	17,321	9.1
金融.....	—	—	3,824	2.2	7,662	4.0
其他 ^{附註}	2,236	1.9	1,855	1.1	3,461	1.8
總計.....	116,446	100.0	173,850	100.0	191,126	100.0

附註：其他主要包括遊戲、媒體、教育、醫療及電影行業的廣告。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)向直接或透過經銷商為我們提供廣告版位的媒體發佈商支付的流量獲取成本；(ii)就設計廣告內容及優化廣告投放向外聘優化師及設計師支付的費用；(iii)向內部優化師及設計師支付的薪金及福利；及(iv)服務器成本。

流量獲取成本為我們採用CPA定價模式向媒體發佈商支付的費用減去我們於CPA定價模式下自媒體發佈商收取的返點。我們的流量獲取成本可因多種因素而不同，包括展示次數、廣告活動質量、流量的源地、流量的目標受眾、流量規模及目標展示次數。於發展初期，我們主要委聘外部獨立第三方優化師協助我們監控及優化廣告投放，乃由於我們認為此舉更具成本效益。隨著我們的業務擴展，我們內部已增聘優化師及設計師，開始將較大比例的廣告優化及設計工作轉移到我們的內部資源。我們的服務器成本主要指向第三方雲計算服務提供商支付的雲服務費，該等服務提供商向我們提供存儲我們所收集及分析的數據的雲空間，及就我們線上廣告服務直接產生的其他網絡相關服務費。

財務資料

下表載列於所示期間我們的銷售成本明細，包括與銷售成本中確認的僅與CPA定價模式有關的流量獲取成本的明細以及主要媒體發佈商產生的流量獲取成本明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售成本						
流量獲取成本 ^(附註)						
臉書.....	63,937	83.8	112,541	84.9	51,007	37.1
谷歌.....	2,232	2.9	8,163	6.2	45,171	32.8
Snapchat.....	1	0.0	767	0.6	6,290	4.5
抖音.....	—	—	—	—	2,570	1.9
其他.....	—	—	—	—	21,697	15.9
	<u>66,170</u>	<u>86.7</u>	<u>121,471</u>	<u>91.7</u>	<u>126,735</u>	<u>92.2</u>
向外聘優化師及設計師支付的 費用.....	9,137	12.0	8,811	6.6	6,120	4.5
向內部優化師及設計師支付的 薪金及福利.....	995	1.3	2,284	1.7	4,488	3.2
服務器成本.....	6	0.0	15	0.0	81	0.1
總計.....	<u>76,308</u>	<u>100.0</u>	<u>132,581</u>	<u>100.0</u>	<u>137,424</u>	<u>100.0</u>

附註：流量獲取成本僅由CPA定價模式產生並與之有關。

毛利及毛利率

毛利指收益減銷售成本。毛利率指毛利佔收益的百分比。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的毛利分別為人民幣40.1百萬元、人民幣41.3百萬元及人民幣53.7百萬元，而各期間毛利率分別為34.5%、23.7%及28.1%。

財務資料

相較使用CPA定價模式向廣告主收費的毛利率，我們使用CPC/CPM定價模式向廣告主收費的毛利率較高，乃由於我們按淨額基準確認使用CPC/CPM定價模式產生的收益。下表載列於所示期間我們CPA定價模式及CPC/CPM定價模式的毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	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/%)
CPA定價模式			
收益.....	91,205	153,842	146,100
銷售成本.....	(74,110)	(131,303)	(135,041)
毛利.....	17,095	22,539	11,059
毛利率.....	18.7%	14.7%	7.6%
CPC/CPM定價模式			
收益.....	25,241	20,008	45,026
銷售成本.....	(2,198)	(1,278)	(2,383)
毛利.....	23,043	18,730	42,643
毛利率.....	91.3%	93.6%	94.7%
總收益.....	116,446	173,850	191,126
總銷售成本.....	(76,308)	(132,581)	(137,424)
總毛利.....	40,138	41,269	53,702
總毛利率.....	34.5%	23.7%	28.1%

CPA定價模式下的毛利率自二零一七年的18.7%降至二零一八年的14.7%，主要乃由於與我們的新入職優化師有關的流量獲取成本及彼等用於熟悉AdTensor及制定有效的廣告投放策略所耗費的時間增加所致。我們的優化師團隊於推行具成本效益的廣告活動的過程中至關重要，因彼等負責透過利用AdTensor平台的分析工具，制定及執行特定的廣告投放策略。有關我們的優化師於一項廣告活動中的作用的進一步詳情，請參閱「業務 — 廣告主用戶獲取服務 — 我們向廣告主提供的用戶獲取服務」。首先，鑒於新入職優化師選定的用戶流量類型可能非最具效益的一類，彼等向媒體發佈商購買更多的用戶流量，以覓得廣告目標對象，此可能將產生更多流量獲取成本，而經驗豐富的優化師將能夠有效地利用我們平台的分析工具，透過以更具成本效益的方式購買用戶流量以幫助彼等覓得類似的廣告目標對象。經過一段時間的學習，我們的優化師將能夠更有效地利用AdTensor的分析工具以制定廣告投放策略（如設定目標受眾類型及投放區域或時段），從而提高我們的毛利率。於二零一九年，CPA定價模式下的毛利率自14.7%降至7.6%，主要乃由於年內來自具有較高毛利率的實用工具應用程序開發商的收益貢獻下降。實用應用程序開發商的廣告主數量自二零一八年十二月三十一日的14名降至二零一九年十二月三十一日的12名，而實用應用程序開發商的廣告主貢獻的總收益自二零一八年的人民幣106.8百萬元降至二零一九年的人民幣39.6百萬元，相當於實用應用程序開發商的廣告主貢獻的總收益由二零一八年的61.4%下降40.7%至二零一九年的20.7%。由於CPA及CPC/CPM定價模式的會計處理方式不同，CPA定價模式納入流量獲取成本作為其銷售成本，因而CPA定價模式下的毛利率大幅低於CPC/CPM定價模式下的毛利率。此外，由於為新廣告主投放廣告的流量獲取成本增加，因此二零一九年CPA定價模式下的銷售成本有所增加。CPA定價模式下，我們毛額基準確認收益及產生的成本，

財務資料

以反映廣告主的實際廣告支出。相反，我們按淨額基準確認CPC/CPM定價模式下賺取的收益及產生的成本，而並無計及廣告主透過本公司平台於媒體發佈商平台的實際廣告支出。

CPC/CPM定價模式下的毛利率自二零一七年至二零一九年期間持續增長。有關增長主要乃由於我們的業務規模擴大及廣告主群體增加導致我們與廣告主及媒體發佈商的議價能力增強，此使我們能夠從媒體發佈商獲得更高的返點。於二零一七年及二零一九年，我們的CPC/CPM定價模式下的銷售成本(包括與開戶有關的內部優化師的部分薪金及福利以及服務器部分成本)保持相對穩定。於二零一八年，CPC/CPM定價模式下的銷售成本有所下降，主要乃由於我們使用CPC/CPM定價模式的廣告主比例降低，因此於二零一八年為CPC/CPM客戶開戶的內部優化師數量有所減少。於二零一八年，我們向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一七年有所增加，導致二零一八年於CPC/CPM定價模式下的收益減少。我們於二零一九年向CPC/CPM客戶返還的返點較二零一八年有所減少，導致相應年度二零一九年於CPC/CPM定價模式下的收益增加。

其他收入及收益

其他收入及收益主要包括(i)其他廣告收入，包括於聯合推廣活動中，就營銷服務向媒體發佈商收取的贊助費；(ii)銀行利息收入；及(iii)外匯收益。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的其他收入及收益分別為人民幣70,000元、人民幣0.4百萬元及人民幣1.1百萬元。下表載列所示期間的其他收入及收益總額明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	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)
其他收入及收益			
其他廣告收入	—	—	401
銀行利息收入	31	337	300
外匯收益	39	90	362
其他	—	—	80
總計	70	427	1,143

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包括：(i)銷售及營銷團隊的薪金及福利；(ii)花紅款項，主要包括根據工作表現向銷售及營銷人員支付的花紅款項；及(iii)其他銷售及分銷開支，主要包括獎項申請費用及其他與營銷及推廣活動直接相關的開支。

財務資料

下表載列所示期間的銷售及分銷開支款項以及佔銷售及分銷開支總額百分比的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%
銷售及分銷開支						
花紅款項	1,941	66.9	2,519	60.0	3,402	69.5
薪金及福利	961	33.1	1,263	30.0	1,377	28.2
其他	—	—	420	10.0	114	2.3
總計	2,902	100.0	4,202	100.0	4,893	100.0

行政開支

我們的行政開支主要包括：(i)籌備[編纂]的[編纂]；(ii)僱員薪金及福利，主要為管理層、營運團隊、財務及管理團隊、IT團隊及研發團隊的薪金及福利；(iii)有關租賃物業的使用權資產折舊；(iv)諮詢費，主要為我們就一般營運事宜向第三方專業人士支付的服務費，例如招聘代理費、商標註冊費及翻譯費；(v)貿易應收款項減值，主要為我們就逾期貿易應收款項作出的撥備；(vi)辦公室的租賃開支及公用事業費；(vii)有關固定資產(主要為電腦及設備)的折舊及攤銷開支；及(viii)其他行政開支，主要為差旅開支、辦公室開支及其他雜項開支。

下表載列所示期間的行政開支款項以及佔行政開支總額百分比的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一七年		二零一八年		二零一九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
行政開支						
[編纂]	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]
薪金及福利	1,017	35.4	3,722	54.6	4,250	19.8
使用權資產折舊	—	—	—	—	915	4.3
諮詢費	217	7.6	1,238	18.2	1,626	7.6
貿易應收款項減值	511	17.8	96	1.4	[804]	[3.7]
租賃及公用事業	558	19.4	811	11.9	159	0.7
折舊及攤銷開支	—	—	46	0.7	194	0.9
其他	569	19.8	902	13.2	989	4.6
總計	2,872	100.0	6,815	100.0	21,507	100.0

其他開支

其他開支主要包括銀行服務費。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，其他開支分別為人民幣37,000元、人民幣8,000元及人民幣607,000元。

財務資料

融資成本

截至二零一九年十二月三十一日止年度，香港財務報告準則第16號下的融資成本包括租賃負債相關的利息開支人民幣48,000元。我們於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度並無任何融資成本，原因為該等期間內的租賃協議無須根據適用會計準則分類為租賃負債。

所得稅開支

所得稅開支包括即期所得稅及遞延稅項。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的所得稅開支分別為人民幣7.6百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣5.7百萬元。我們須根據不同司法權區的多種稅率繳納所得稅。下表載列所示期間所得稅開支的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
所得稅開支			
即期所得稅 — 香港	1,882	3,333	2,402
即期所得稅 — 中國內地	5,757	2,618	3,553
遞延所得稅	(89)	(17)	(213)
總計	7,550	5,934	5,742

截至二零一九年十二月三十一日止三個年度，我們有關稅項負債的已繳稅項為人民幣3.7百萬元，其中人民幣3.6百萬元已於二零一九年五月付訖。我們自二零一六年至二零一八年的已繳稅款大幅低於相應稅項開支，因香港虎視由於外聘公司秘書的過往無心疏忽及我們會計人員的理解錯誤並無及時向稅務局提供報稅表。其亦涉及董事的監管疏忽。於二零一六年以前，香港虎視並無產生任何應課稅溢利，故香港虎視並無收到稅務局提出有關提交二零一五／一六、二零一六／一七及二零一七／一八課稅年度的所得稅報稅表的要求，而會計人員相信稅務局將於各課稅年度末時按慣例提供所得稅報稅表。本集團於二零一九年年初開始籌備[編纂]時發現這一不合規事件。已於綜合財務報表撥備的香港虎視相應稅項負債因此並無結清。自獲悉有關不合規事項後，本集團即時實施經加強的內部監控措施。

根據稅務局就二零一六／一七、二零一七／一八及二零一八／一九課稅年度發出的稅務評定，香港虎視就該等課稅年度應繳所得稅總額合共應為7,057,886港元。概無就其稅務評估加徵附加費用。香港虎視就二零一六／一七、二零一七／一八及二零一八／一九課稅年度的企業所得稅合共人民幣6,195,677元於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止財政年度的綜合財務報表中作出撥備，相當於稅務

財務資料

局評定的應繳稅項總額7,057,886港元(相當於人民幣6,195,677元)。截至二零二零年六月四日，我們已繳足稅務局就二零一六／一七、二零一七／一八及二零一八／一九課稅年度評定的應繳稅項總額7,057,886港元。截至最後實際可行日期，我們未收到稅務局就香港虎視逾期通知二零一六／一七及二零一七／一八年應繳利得稅而作出任何通知、查詢、調查、實地審核、檢控或處罰。

各控股股東常女士、Fetech、Rowtel、李女士、Hera及Westel將按照彌償契據共同及個別就香港虎視違反稅務條例第51條而可能被施加的任何罰金及補加稅作出彌償及保證本集團獲得彌償。彌償契據的詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料—E.其他資料—稅項及其他彌償保證」一節。

有關更多詳情，請參閱本文件如「業務—法律程序及合規事宜—不合規事件」所述。

下文概述我們於香港及中國的若干適用稅務法律及法規。

香港

香港利得稅稅率乃按我們應課稅溢利以現時稅率16.5%徵收，除非有關溢利為適用8.25%的一半稅率徵稅的於二零一八年四月一日或之後開始的課稅年度應課稅溢利首2百萬港元溢利。

中國

根據自二零零八年一月一日起生效的《中華人民共和國企業所得稅法》，中國附屬公司須按法定稅率25%繳納企業所得稅(「**企業所得稅**」)，而若干受鼓勵經濟領域的合資格企業可享受優惠稅項待遇。根據《中華人民共和國企業所得稅法》，我們正在向中國國家稅務總局申請獲批為高新技術企業，以獲得15%的企業所得稅優惠稅率(與法定稅率25%比較)。

有關我們於往績記錄期間所獲得適用稅率的進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註10。

財務資料

過往經營業績回顧

截至二零一九年十二月三十一日止年度與截至二零一八年十二月三十一日止年度比較

收益

我們的總收益由二零一八年的人民幣173.9百萬元增加人民幣17.3百萬元或9.9%至二零一九年的人民幣191.1百萬元，主要是由於來自電子商務廣告主的收益增加人民幣45.5百萬元，此乃由於我們於二零一九年為吸引新客戶而增加向電子商務廣告主吐點的促銷活動，來自旅遊業廣告的收益增加人民幣10.5百萬元及來自金融業廣告的收益增加人民幣3.8百萬元，此與我們的行業著重點及業務擴張計劃相符。該等增加被來自實用工具及內容應用程序開發商的廣告收益減少人民幣44.2百萬元所部分抵銷，此乃由於該行業的若干廣告主減少廣告支出及我們更專注於電子商務、旅遊及金融行業廣告主。

銷售成本

我們的總銷售成本由二零一八年的人民幣132.6百萬元增加人民幣4.8百萬元或3.7%至二零一九年的人民幣137.4百萬元，主要反映流量獲取成本增加人民幣5.2百萬元，及內部優化師及工程師的薪金及福利增加人民幣2.2百萬元。該等增加被外聘優化師的薪金及福利減少人民幣2.7百萬元所部分抵銷，主要因二零一九年我們已擴大內部優化師團隊，外聘優化師需求有所減少，此與我們的業務增長計劃相符。

毛利及毛利率

我們的總毛利由二零一八年的人民幣41.3百萬元增加人民幣12.4百萬元或30.1%至二零一九年的人民幣53.7百萬元。我們的整體毛利率由二零一八年的23.7%增加至二零一九年的28.1%。我們的總毛利及整體毛利率增加主要由於使用CPC/CPM定價模式的廣告主數量增加，而有關收益乃按淨額基準確認。由於來自具有較高毛利率的實用工具應用程序開發商的收益貢獻下降，導致來自使用CPA定價模式的收費廣告主的收益減少，上述增加被部分抵銷。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由二零一八年的人民幣0.4百萬元增加人民幣0.7百萬元或167.7%至二零一九年的人民幣1.1百萬元，主要由於(i)其他廣告收入增加人民幣0.4百萬元(包括於聯合推廣活動中，就營銷服務向媒體發佈商收取的贊助費)；(ii)二零一九年人民幣兌美元升值導致外匯收益較二零一八年增加人民幣0.3百萬元；及(iii)中國的新增值稅進項稅超額抵扣政策(財政部稅務總局公告2019年第39號)產生的其他收入增加人民幣80,000元，被利息收入減少人民幣37,000元所部分抵銷。

財務資料

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由二零一八年的人民幣4.2百萬元增加人民幣0.7百萬元或16.4%至二零一九年的人民幣4.9百萬元，主要由於向銷售及營銷人員支付的薪金及獎金增加。銷售及分銷開支佔收益的百分比由二零一八年的2.4%增加至二零一九年的2.6%。

行政開支

我們的行政開支由二零一八年的人民幣6.8百萬元增加人民幣14.7百萬元或215.6%至二零一九年的人民幣21.5百萬元，主要由於(i)籌備[編纂]增加人民幣[編纂]元；(ii)我們就商標註冊費、香港利得稅申報費及翻譯費支付予第三方專業人士的服務費相關的諮詢費增加人民幣0.4百萬元；及(iii)薪金及福利增加人民幣0.5百萬元，主要是由於管理人員數目及彼等的薪酬增加。我們二零一九年的行政開支較二零一八年增加，亦歸因於有關租賃物業的使用權資產折舊及應收貿易款項減值增加。該等增加被租賃及公用事業以及其他雜項行政開支減少所部分抵銷。

其他開支

我們的其他開支由二零一八年的人民幣8,000元增加人民幣599,000元或7,487.5%至二零一九年的人民幣0.6百萬元，主要由於匯兌虧損導致外匯虧損增加。

融資成本

我們的融資成本由二零一八年的零增加至二零一九年的人民幣48,000元，反映與香港財務報告準則第16號下的二零一九年租賃負債有關的利息開支。我們於二零一八年並無產生任何融資成本，原因是我們於該期間的租賃協議並無要求根據適用會計準則分類為租賃負債。

所得稅開支

我們的所得稅開支由二零一八年的人民幣5.9百萬元減少人民幣0.2百萬元或3.2%至二零一九年的人民幣5.7百萬元。我們的實際所得稅稅率(按所得稅開支除以除稅前溢利計算)由二零一八年的19.3%上升至二零一九年的20.7%，主要由於二零一九年北京虎示所貢獻的除稅前溢利比例上升而香港虎視所貢獻的除稅前溢利比例下降。就實際所得稅率而言，本集團於籌備[編纂]期間的絕大部分[編纂]由北京虎示提供，北京虎示受益於專業人士所提供的服務。該等開支可抵扣稅項。有關北京虎示及香港虎視的適用所得稅率的進一步詳情，請參閱「財務資料 — 我們綜合全面收益表的主要組成部分 — 所得稅開支」。

年內溢利

我們的年內溢利由二零一八年的人民幣24.7百萬元減少人民幣2.7百萬元或10.9%至二零一九年的人民幣22.0百萬元。於二零一九年，我們的經調整溢利(為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]人民幣[編纂]元計算)為人民幣34.6百萬元，較二零一八年的溢利增加39.9%。

財務資料

截至二零一八年十二月三十一日止年度與截至二零一七年十二月三十一日止年度比較

收益

我們的總收益由二零一七年的人民幣116.4百萬元增加人民幣57.5百萬元或49.4%至二零一八年的人民幣173.9百萬元，主要由於我們的廣告主及其廣告支出整體增加。我們的廣告主群體由二零一七年的140名增加42.9%至二零一八年的200名。我們相信，我們的廣告主群體擴大得益於我們為廣告主提供精準定位的能力提升。按廣告類型劃分，來自實用工具及內容應用程序開發商行業的開發商的廣告收益增加人民幣54.2百萬元，來自旅遊業的廣告收益增加人民幣4.9百萬元，乃由二零一八年該等行業的用戶獲取需求普遍上升所推動。於二零一八年，我們亦將服務拓展至金融業，二零一八年來自該行業的廣告收益為人民幣3.8百萬元。該等收益增加被相較二零一七年來自電子商務廣告的收益減少人民幣5.2百萬元部分抵銷。我們來自電子商務廣告的廣告收益有所減少，乃由於我們為吸引新客戶而增加向電子商務廣告主吐點的促銷活動，導致確認為收益的返點淨額減少。而該等促銷活動帶動二零一九年來自電子商務的廣告收益增加。

銷售成本

我們的總銷售成本由二零一七年的人民幣76.3百萬元增加人民幣56.3百萬元或73.8%至二零一八年的人民幣132.6百萬元，主要反映(i)與二零一七年相比，二零一八年的流量獲取成本為人民幣55.3百萬元，增幅為83.6%，原因為廣告主的數目增加；(ii)隨著線上廣告業務增長，我們內部優化師及設計師的薪金增加人民幣1.3百萬元。我們的內部優化師及設計師人數由二零一七年末的10名增加至二零一八年末的17名，令二零一八年內部優化師及設計師的薪金及福利較二零一七年增加129.5%。由於我們將更大部分廣告優化及設計工作轉由內部進行，二零一八年對外聘優化師的需求有所減少，令致二零一八年的外聘優化師薪金及福利較二零一七年減少。

毛利及毛利率

我們的總毛利由二零一七年的人民幣40.1百萬元增加人民幣1.2百萬元或3.0%至二零一八年的人民幣41.3百萬元，與我們的收益增長大致相符。然而，我們的整體毛利率由二零一七年的34.5%減少至二零一八年的23.7%，主要由於(i)相較二零一七年的78.3%，我們於二零一八年CPA定價模式獲得88.5%的收益貢獻，並且由於CPC/CPM定價模式產生的收益乃按淨值基準確認，我們的就使用CPA定價模式向廣告主收費的毛利率大幅低於我們使用CPC/CPM定價模式向廣告主收費的毛利率；及(ii)我們於二零一八年大力擴大我們的優化師團隊以讓新入職優化師熟悉我們AdTensor平台的分析工具制定有效的廣告投放策略。因此，為覓得廣告的目標對象，我們新加入的優化師必須從媒體發佈商購買更多的用戶流量，而經驗豐富的優化師將能夠有效地利用我們平台的分析工具，透過以更具成本效益的方式購買用戶流量以幫助彼等覓得類似的廣告目標對象。經過一段時間的學習，我們的優化師將能夠更有效地利用AdTensor的分析工具以制定廣告投放策略，從而提高我們的整體毛利率。有關我們的優化師於廣告活動中的作用的進一

財務資料

步詳情，請參閱本文件「業務 — 用戶獲取服務 — 廣告主用戶獲取服務 — 我們向廣告主提供的用戶獲取服務」。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由二零一七年的人民幣70,000元增加人民幣0.3百萬元或471.4%至二零一八年的人民幣0.4百萬元，主要是由於：(i)因銀行存款增加而產生的利息收入增加；及(ii)人民幣兌美元升值導致匯兌收益增加。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由二零一七年的人民幣2.9百萬元增加人民幣1.3百萬元或44.8%至二零一八年的人民幣4.2百萬元。伴隨業務擴增，為深入了解行業趨勢及提升我們的市場聲譽，我們於二零一八年全年積極參與並組織多種營銷活動，如GMIC全球移動互聯網大會、谷歌沙龍、義烏國際博覽會及UEE shop電子商務營銷峰會，令我們的銷售及分銷開支增加。我們亦擴增我們的銷售及營銷團隊並增加彼等的基本薪金及支付的獎金。我們的銷售及分銷開支佔收益百分比於二零一七年及二零一八年相對維持穩定，分別為2.5%及2.4%。

行政開支

我們的行政開支由二零一七年的人民幣2.9百萬元增加人民幣3.9百萬元或134.5%至二零一八年的人民幣6.8百萬元，主要是由於：(i)薪金開支增加人民幣2.7百萬元，此乃主要由於我們的營運團隊僱員人數增加；(ii)我們的辦事處規模擴大導致租賃支出及一般辦公室開支增加人民幣0.2百萬元；及(iii)諮詢費增加人民幣1.0百萬元，主要指核數師的服務費、就升級及維護IT系統及商標及版權註冊的IT諮詢服務費。該增加主要被壞賬撥備減少人民幣0.4百萬元所抵銷，此主要是由於我們加強對貿易應收款項及壞賬的管理。我們的行政開支佔收益百分比由二零一七年的2.5%增加至二零一八年的3.9%。

其他開支

我們的其他開支由二零一七年的人民幣37,000元減少人民幣29,000元或78.4%至二零一八年的人民幣8,000元，主要是由於我們於二零一八年四月開設PayPal賬戶以滿足客戶的結算需求。客戶使用PayPal賬戶向我們付款時支付的託收費抵銷了我們的銀行手續費，因此導致我們的銀行手續費降低。

所得稅開支

我們的所得稅開支由二零一七年的人民幣7.5百萬元減少人民幣1.6百萬元或21.3%至二零一八年的人民幣5.9百萬元，主要是由於除稅前溢利由二零一七年的人民幣34.4百萬元減少10.8%至二零一八年的人民幣30.7百萬元。我們的實際所得稅稅率(按所得稅開支除以除稅前溢利計算)由二零一七年的21.9%下降至二零一八年的19.3%。我們的實際所得稅稅率下降主要是由於北京虎視貢獻的除稅前溢利佔比減少及香港虎視貢獻的除稅前溢利佔比增加。

財務資料

年度溢利

我們的年度溢利由二零一七年的人民幣26.8百萬元減少人民幣2.1百萬元或7.8%至二零一八年的人民幣24.7百萬元。於二零一八年，為保持廣告主群體增長及為持續提升我們的線上廣告服務，我們持續投資以加強我們的團隊並在招聘額外的具有海外背景的經驗豐富的優化師及設計師，以及技術人員方面產生大量成本及開支。

流動資金及資本資源

概覽

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們主要透過經營活動產生的現金撥付現金需求。於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們分別有現金及現金等價物人民幣110.9百萬元、人民幣151.0百萬元及人民幣171.6百萬元。

現金流量

下表為我們於所示期間的綜合現金流量表以及現金及現金等價物結餘分析的簡要摘要：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金流量淨額	120,030	47,880	24,840
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	1,191	1,755	(44)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	(11,753)	(16,120)	(4,421)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	109,468	33,515	20,375
年初現金及現金等價物	4,918	110,907	151,040
年末現金及現金等價物	<u>110,907</u>	<u>151,040</u>	<u>171,639</u>

經營活動所產生／所用現金流量

截至二零一九年十二月三十一日止年度，我們經營活動產生的現金淨額為人民幣24.8百萬元，包括除稅前溢利人民幣27.8百萬元，並經下列各項調整：(i)加回非現金項目，包括財務費用人民幣48,000元、貿易應收款項及其他應收款項減值人民幣0.8百萬元、使用權資產折舊人民幣0.9百萬元以及物業、廠房及設備項目折舊人民幣93,000元；(ii)負數的營運資金調整淨額人民幣0.2百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣4.7百萬元。我們負數的營運資金調整淨額主要包括(i)貿易應收款項增加人民幣59.1百萬元，此乃主要由於我們客戶的廣告支出增加，我們的廣告主群體擴大及我們延長向若干客戶授予的信貸期；(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣4.6百萬元，此乃主要由於[編纂][編纂]及租賃預付款項人民幣[編纂]元；及(iii)其他應付款項及應計費用減少人民幣4.0百萬元，主

財務資料

要是由於我們向若干之前需要預付款項的廣告主延長信貸期而導致廣告主預付款項減少，而該等款項被主要因我們的業務擴張導致採購廣告版位增加及媒體發佈商授予的信貸期延長而導致貿易應付款項增加人民幣67.5百萬元所部分抵銷。

截至二零一八年十二月三十一日止年度，我們經營活動產生的現金淨額為人民幣47.9百萬元，包括除稅前溢利人民幣30.7百萬元，並經下列各項調整：(i)加回非現金項目，包括貿易應收款項及其他應收款項減值人民幣96,000元以及物業、廠房及設備折舊人民幣46,000元；(ii)正數的營運資金調整淨額人民幣17.2百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣0.1百萬元。我們正數的營運資金調整淨額主要包括(i)貿易應付款項減少人民幣9.8百萬元，主要是由於我們加強對信貸期管理的控制及加強貿易應收款項的收款；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣7.7百萬元，主要是由於廣告主預付款項增加；(iii)貿易應付款項增加人民幣2.8百萬元，主要是由於我們的業務擴張導致廣告版位增加及媒體發佈商授予的信貸期延長，並被預付款項、按金及其他應收款增加人民幣3.1百萬元部分抵銷，此主要是由於我們的Paypal賬戶結餘增加及我們向一名新媒體發佈商支付的預付款項。

截至二零一七年十二月三十一日止年度，我們經營活動產生的現金淨額為人民幣120.0百萬元，包括除稅前溢利人民幣34.4百萬元，並經下列各項調整：(i)加回非現金項目貿易應收款項及其他應收款項減值人民幣0.5百萬元；及(ii)正數的營運資金調整淨額人民幣85.1百萬元。我們正數的營運資金調整淨額主要包括(i)貿易應付款項增加人民幣130.4百萬元，主要是由於我們的業務擴張導致廣告版位增加及媒體發佈商授予的信貸期延長；及(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣10.2百萬元，主要是由於廣告主預付款項增加及應付薪金增加，並被下列各項部分抵銷：(i)貿易應收款項增加人民幣49.5百萬元，主要是由於我們的業務擴張；及(ii)應付關聯方款項減少人民幣5.7百萬元。

投資活動所得／(所用)現金流量

截至二零一九年十二月三十一日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣44,000元，主要與購買電腦及設備有關。

截至二零一八年十二月三十一日止年度，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣1.8百萬元，包括其他公司還款人民幣2.0百萬元，並被購買電腦及設備人民幣0.3百萬元部分抵銷。

截至二零一七年十二月三十一日止年度，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣1.2百萬元，包括其他公司還款人民幣1.2百萬元，並被購買電腦及設備人民幣8,000元部分抵銷。

融資活動所得／(所用)現金流量

截至二零一九年十二月三十一日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣4.4百萬元，主要是由於已付股息人民幣6.0百萬元及租賃負債付款人民幣1.0百萬元由一間附屬公司當時的權益股東注資人民幣2.5百萬元所部分抵銷。

財務資料

截至二零一八年十二月三十一日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣16.1百萬元，乃由於派付股息所致。

截至二零一七年十二月三十一日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣11.8百萬元，包括償還其他借款人民幣7.0百萬元及已付股息人民幣4.8百萬元。

選定資產負債表項目

淨流動資產

下表載列我們於所示結算日的流動資產及流動負債：

	截至十二月三十一日			截至
	二零一七年	二零一八年	二零一九年	二零二零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	四月三十日
				人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
貿易應收款項.....	88,562	82,373	140,660	202,493
預付款項、按金及其他應收款項.....	2,191	3,470	8,100	9,992
應收關聯方款項.....	96	85	—	—
現金及現金等價物.....	110,907	151,040	171,639	162,453
	<u>201,756</u>	<u>236,968</u>	<u>320,399</u>	<u>374,938</u>
流動負債				
貿易應付款項.....	152,269	162,844	230,389	263,162
其他應付款項及應計費用.....	11,552	20,033	15,995	16,787
應付關聯方款項.....	1,960	5,971	—	—
應付稅項.....	9,228	15,504	16,932	20,316
租賃負債.....	—	—	553	230
	<u>175,009</u>	<u>204,352</u>	<u>263,869</u>	<u>300,495</u>
淨流動資產	<u>26,747</u>	<u>32,616</u>	<u>56,530</u>	<u>74,443</u>

截至二零二零年四月三十日(即就我們淨流動資產狀況而言的最後實際可行日期)，我們的淨流動資產為人民幣74.4百萬元，較截至二零一九年十二月三十一日的人民幣56.5百萬元增加31.7%，主要乃由於(i)我們的客戶增加廣告支出、我們的廣告主群體擴大及延長向若干客戶授予的信貸期，導致貿易應收款項增加人民幣61.8百萬元；(ii)接受廣告主的Paypal付款增加(作為支付服務費用的結算方式)導致預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣1.9百萬元，惟部分由(i)購買更多廣告版位導致貿易應付款項增加人民幣32.8百萬元，此與我們的客戶增加廣告支出及媒體發佈商授予更佳的信貸期相符；及(ii)接受廣告主的Paypal付款令現金及現金等價物減少人民幣9.2百萬元及於中國農曆新年向若干客戶延長信貸期所抵銷。

財務資料

截至二零一九年十二月三十一日，我們的流動資產淨值為人民幣56.5百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日的流動資產淨值人民幣32.6百萬元增加73.3%，主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣58.3百萬元，此乃由於我們客戶的廣告支出增加，廣告主群體擴大及我們延長向若干客戶授予的信貸期；(ii)現金及現金等價物增加人民幣20.6百萬元，此乃由於我們的營運產生純利及貿易應收款項週轉天數縮短；(iii)應付關聯方款項因向股東償還股息而減少人民幣6.0百萬元；(iv)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣4.6百萬元，此乃主要由於[編纂]及租賃預付款項人民幣[編纂]百萬元；及(v)其他應付款項及應計費用減少人民幣4.0百萬元，此乃主要由於我們向若干之前使用預付款項的廣告主延長信貸期及若干客戶減少廣告支出而導致廣告主預付款項減少，而該等款項被(i)貿易應付款項因我們的業務擴張導致採購廣告版位增加及媒體發佈商授予更佳的信貸期而增加人民幣67.5百萬元及(ii)應付稅項因收益增長而增加人民幣1.4百萬元所部分抵銷。

截至二零一八年十二月三十一日，我們錄得淨流動資產人民幣32.6百萬元，較截至二零一七年十二月三十一日錄得淨流動資產人民幣26.7百萬元增加22.1%，主要是由於(i)現金及現金等價物增加人民幣40.1百萬元，主要是由於我們的經營業務產生的純利及貿易應收款項週轉天數縮短；及(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣1.3百萬元，主要是由於我們的Paypal賬戶結餘增加及我們向一名新媒體發佈商作出的預付款項，並被下列各項部分抵銷：(i)貿易應付款項增加人民幣10.6百萬元，主要是由於我們的業務擴張導致購買廣告版位增加及媒體發佈商授予更佳的信貸期；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣8.5百萬元，主要是由於廣告主預付款項增加；(iii)貿易應收款項減少人民幣6.2百萬元，主要是由於我們加強對信貸期管理的控制及加強貿易應收款項的收款；(iv)應付稅項增加人民幣6.3百萬元，主要由於我們的業務增長；及(v)有關應付一名股東的股息的應付關聯方款項增加人民幣4.0百萬元。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日的資產淨值分別為人民幣26.9百萬元、人民幣33.0百萬元及人民幣57.6百萬元。

貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要為應收客戶的款項。我們一般要求新客戶作出預付款及授予已與我們建立穩定關係的客戶一個月的信貸期。我們或會向極有限的主要客戶授出最多三個月的信貸期。每名客戶均設有最高信貸額度。我們致力嚴格控制我們的未償還應收款項，以幫助監控我們的信貸風險。我們的信貸控制人員定期審閱逾期結餘。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項中包括應收關聯方款項分別人民幣11.4百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣2.1百萬元，該等款項須於一至12個月的信貸期內償還。

財務資料

下表載列我們於所示結算日的貿易應收款項總額：

	截至十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	89,461	83,455	142,557
貿易應收款項減值.....	(899)	(1,082)	(1,897)
總計.....	88,562	82,373	140,660

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項結餘總額分別為人民幣88.6百萬元、人民幣82.4百萬元及人民幣140.7百萬元。

我們的貿易應收款項由二零一七年十二月三十一日的人民幣88.6百萬元減少人民幣6.2百萬元或7.0%至二零一八年十二月三十一日的人民幣82.4百萬元，主要是由於我們加強對信貸期管理的控制及加強貿易應收款項的收款。我們的貿易應收款項由二零一八年十二月三十一日的人民幣82.4百萬元增加人民幣58.3百萬元或70.8%至二零一九年十二月三十一日的人民幣140.7百萬元，主要是由於業務擴張及我們向若干客戶授予信貸期延長令廣告活動(尤其是現有電子商務客戶)增加。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項減值分別為人民幣0.9百萬元、人民幣1.1百萬元及人民幣1.9百萬元。我們基於預期信貸虧損模式對貿易應收款項的可收回性進行減值分析。下表載列我們於所示結算日基於發票日期及扣除撥備後的貿易應收款項賬齡分析：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1個月內.....	81,536	80,008	119,011
1至3個月.....	7,565	2,392	17,675
3至6個月.....	35	81	1,724
6至12個月.....	320	723	3,408
12個月以上.....	5	251	739
總計.....	89,461	83,455	142,557

財務資料

下表載列我們於所示結算日的貿易應收款項週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
貿易應收款項週轉天數 ⁽¹⁾	47.9	36.8	35.0

附註：

- (1) 貿易應收款項週轉天數乃按年初與年末貿易應收款項結餘(並無計及減值)的平均值除以相關年度的收益，再乘以(就截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度而言)365天計算。因會計師報告中的貿易應收款結餘乃按毛額基準入賬，因此於計算貿易應收款項週轉天數時，收益已透過加回CPC/CPM定價模式下廣告主就廣告活動的實際廣告支出作出調整，以反映按毛額基準而非淨額基準入賬的CPC/CPM定價模式下的收益。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應收款項結餘週轉天數分別為47.9天、36.8天及35.0天。於往績記錄期間我們的貿易應收款項結餘週轉天數減少主要由於我們加快貿易應收款項收款的信貸控制措施。

我們已採取以下加強信貸控制及減低信貸風險的措施：(i)我們每十天更新貿易應收款項的賬齡分析，並相應調整客戶的信貸限額；(ii)我們要求我們的客戶經理加快貿易應收款項的收款。對於任何未結付的長期貿易應收款項或已識別的壞賬，我們會指示負責相關客戶的客戶經理密切跟進付款；及(iii)我們對新客戶採取更嚴格的信貸政策。

於最後實際可行日期，我們於二零一九年十二月三十一日的貿易應收款項中的約人民幣141百萬元(佔98.7%)其後已結清。

預付款項、按金及其他應收款項

我們的預付款項、按金及其他應收款項主要包括(i)就購買廣告版位向媒體發佈商預付的款項，以及就營銷目的及團建活動向其他賣方預付的款項(情況較少)；及(ii)於日常業務過程之外的其他應收第三方款項及我們的Paypal賬戶結餘。我們於二零一八年四月開始接納廣告主以Paypal付款作為結算方式，而Paypal賬戶結餘指我們向廣告主收取的服務費，而該等服務費有待匯入我們的銀行賬戶。

財務資料

下表載列我們於所示結算日的預付款項、按金及其他應收款項：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項	53	324	742
按金及其他應收款項	2,138	3,146	7,358
總計	2,191	3,470	8,100

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的預付款項、按金及其他應收款項結餘分別為人民幣2.2百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣8.1百萬元。

於二零一九年十二月三十一日，我們的預付款項、按金及其他應收款項較二零一八年十二月三十一日增加人民幣4.6百萬元，主要是由於[編纂][編纂]及租賃預付款項人民幣[編纂]元。於二零一八年十二月三十一日，我們的預付款項、按金及其他應收款項較二零一七年十二月三十一日增加人民幣1.3百萬元，主要由於二零一八年使用Paypal作為結算方式向我們支付服務費的廣告主人數相較二零一七年更高，令Paypal賬戶結餘增加。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要包括就購買廣告版位應付媒體發佈商的款項。我們的貿易應付款項及應付票據為不計息及通常於60天的期限內結算。

下表載列我們於所示結算日的貿易應付款項總額及賬齡分析：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	152,269	162,844	230,389
總計	152,269	162,844	230,389

於二零一七年及二零一八年及二零一九年十二月三十一日我們的貿易應付款項結餘分別為人民幣152.3百萬元、人民幣162.8百萬元及人民幣230.4百萬元。

於往績記錄期間我們的貿易應付款項增加主要是由於我們的業務擴張導致我們向媒體發佈商購買廣告版位增加。此外，隨著合作的加深，我們已獲得媒體發佈商給予更優惠的信貸條款。

財務資料

下表載列我們於所示期間的貿易應付款項週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
貿易應付款項週轉天數 ⁽¹⁾	72.1	74.9	65.6

附註：

- (1) 貿易應付款項週轉天數乃按年度的年初與年末貿易應付款項結餘的平均值除以相關年度的銷售成本，再乘以(就截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度而言)365天計算。於計算貿易應付款項週轉天數時，銷售成本已透過加回CPC/CPM定價模式下向媒體發佈商支付的廣告主流量獲取成本作出調整，以反映按毛額基準而非淨額基準入賬的CPC/CPM定價模式下的銷售成本。於會計師報告中貿易應付款項結餘是按毛額基準入賬。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的貿易應付款結餘週轉天數分別為72.1天、74.9天及65.6天。於二零一八年，我們的貿易應付款項結餘週轉天數由72.1天增至74.9天，主要是由於我們的媒體發佈商授予的信貸期延長。我們的貿易應付款項週轉天數由二零一八年的74.9天減少至二零一九年的65.6天，主要是由於我們於結賬日期前向多家供應商付款。

截至最後實際可行日期，所有貿易及其他應付款項預期將於一年內結算或確認為收入或須按要求償還。我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於支付貿易及其他應付款項方面概無任何重大違約情況。

其他應付款項

下表載列我們截至結算日的其他應付款項及應計費用明細：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應付款項	10,920	19,437	15,297
應付工資及福利	200	569	655
其他應付稅項	432	27	43
總計	11,552	20,033	15,995

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的其他應付款項及應計費用分別為人民幣11.6百萬元、人民幣20.0百萬元及人民幣16.0百萬元。於二零一七年十二月三十一日至二零一八年十二月三十一日期間我們的其他應付款項及應計費用的波動主要是由於因我們的業務擴張及我們加強信貸管理要求新客戶預付款項而令入賬為其他應付款項的自廣告主收到的預付款項增加。我們於二零一九年十二月三十一日的其他應付款項及應計費用較二零一八年十二月三十一日減少人民幣4.0百萬元，主要是由於我們向若干之前使用預付款項的廣告主延長信貸期及若干客戶減少廣告支出而導致廣告主預付款項減少。

財務資料

非控股權益

非控股權益指於重組完成前由控股股東以外的一方持有的股權。於重組完成後，本公司擁有其附屬公司的所有權益。

有關於所示期間擁有重大非控股權益的本集團附屬公司的詳情載列如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分配予非控股權益的年度溢利：			
香港虎視	1,905	3,374	810
派付予非控股權益股息：			
香港虎視	1,348	3,980	—
非控股權益於報告期的累計結餘：			
香港虎視	990	638	—

有關非控股權益的更多資料，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註23。

營運資金充足性

經考慮經營活動產生的現金及[編纂]的[編纂]，董事認為我們將有足夠資金應付自本文件日期起計至少12個月內的營運資金需求及資本開支的財務需求。

財務資料

債務及或然資金需求

銀行借貸

於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並無申請或取得任何銀行融資，且未動用銀行融資金額為零。

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們並無任何未償還債務證券、按揭、質押、債權證或其他借貸資本(已發行或同意發行)、銀行透支、貸款、承兌負債或承兌信貸或其他類似的債務、租賃及融資租賃承擔、租購承擔、擔保或其他重大或有負債。董事確認，自二零一九年十二月三十一日以來我們的債務並無任何重大變動。

租賃負債

如會計師報告附註3所述，我們已於往績記錄期間採納國際財務報告準則第16號。因此，租賃已以資產(就使用權)及金融負債(就付款責任)形式於我們的綜合財務狀況表內確認。於二零一九年十二月三十一日，我們的租賃負債總額為人民幣0.6百萬元。

資產負債表外承擔及安排

截至二零一九年十二月三十一日，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

資本支出

於往績記錄期間，我們的資本支出主要包括購買電腦及設備。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的資本支出分別為人民幣8,000元、人民幣0.2百萬元及人民幣44,000元。

我們預計於二零二零年、二零二一年及二零二二年將產生資本支出約人民幣50.4百萬元，主要是用於我們的持續擴張計劃，主要涉及提升我們的AI及技術能力、優化我們的AdTensor平台、提升我們的IT基礎設施、管理系統、ERP系統及ORACLE系統。有關我們現時擴張計劃的進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的策略」及「未來計劃及[編纂]用途」。

財務資料

關聯方交易

與關聯方的交易

下表載列所示期間我們與關聯方進行的交易：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
向關聯方提供的服務：			
Taschh	3,678	1,236	561
北京米和科技有限公司	1,053	314	—
米和傳媒有限公司.....	34	—	—
代付款項：			
潤智傳媒	37	—	—
五蓮深標	24	—	—
五蓮思果	24	—	—
Venus.....	5	—	—
支付的股息：			
Venus.....	3,371	10,150	—
Son of Sunrise	2,023	5,770	—
Taschh	1,348	3,980	—

我們與Taschh的交易涉及通過我們的平台向媒體發佈商購買廣告版位。上表所載列交易金額反映因Taschh的廣告開支，我們向媒體發佈商收取的返點。

我們與米和傳媒有限公司及北京米和科技有限公司的交易涉及我們向本身為米和傳媒有限公司及北京米和科技有限公司的直接客戶的廣告主提供的用戶獲取服務。由於米和傳媒有限公司及北京米和科技有限公司主要從事開發及提供技術服務及尚未能完全開發其媒體發佈商網絡或廣告優化能力，彼等均對開展線上廣告業務尤為重要。因此，其後該兩家公司均暫無經營線上廣告業務，並將彼等之業務轉為向本集團轉介及聯繫廣告主，而非直接進行廣告投放。米和傳媒有限公司及北京米和科技有限公司向廣告主獲取及訂立合約，同時透過我們執行實際廣告投放。最終，我們自二零一六年與該等廣告主建立業務關係後，於二零一八年直接與該等廣告主訂立服務協議。

我們代關聯方支付的款項包括我們代該等公司支付有關公司登記及稅務申報的費用。

財務資料

董事確認，於往績記錄期間的任何重大關聯方交易乃基於各自獨立利益進行，並不會扭曲我們於往績記錄期間的經營業績或使我們於往績記錄期間的過往業績不能反映我們對未來表現的預期。

主要財務比率

下表載列於所示日期的若干主要財務比率：

	於十二月三十一日或截至該日期止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
權益回報率 ⁽¹⁾	99.7%	74.9%	60.1% ⁽⁷⁾
總資產回報率 ⁽²⁾	13.3%	10.4%	10.8% ⁽⁷⁾
流動比率 ⁽³⁾	1.2	1.2	1.2
資產負債比率 ⁽⁴⁾	—	—	—
毛利率 ⁽⁵⁾	34.5%	23.7%	28.1%
經調整淨利率 ⁽⁶⁾	23.1%	14.2%	18.1% ⁽⁷⁾

附註：

- (1) 權益回報率按年度溢利除以年末總權益再乘以100%計算。
- (2) 總資產回報率按年度溢利除以年末總資產再乘以100%計算。
- (3) 流動比率按年末總流動資產除以年末總流動負債計算。
- (4) 資產負債比率按年末的計息銀行借款總額除以年末的總資產計算。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們並無任何計息銀行借款。
- (5) 毛利率為年度毛利佔收益百分比。
- (6) 淨利率為年度溢利佔收益百分比。
- (7) 基於經調整年內溢利，其為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算。

權益回報率

我們的權益回報率由二零一七年的99.7%下降至二零一八年的74.9%並降至二零一九年的60.1%（其為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算），主要是由於總權益增加及根據我們的業務擴張計劃導致行政開支以及銷售及分銷開支增加而令純利有所減少，實現回報尚需時間。倘我們計及一次性[編纂]人民幣[編纂]元，我們於二零一九年的權益回報率為38.3%。

總資產回報率

我們的總資產回報率由二零一七年的13.3%減少至二零一八年的10.4%並降至二零一九年的10.8%（其為一項非香港財務報告準則計量及按剔除一次性[編纂]的影響計算），主要是由於根據我們的業務擴張計劃，行政開支以及銷售及分銷開支增加而令二零一八年純利有所減少，實現回報尚需時間。倘我們計及一次性[編纂]人民幣[編纂]元，我們於二零一九年的總資產回報率為6.9%。

財務資料

流動比率

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的流動比率維持相對穩定，於各期間均為1.2。有關於往績記錄期間我們的流動資產及流動負債變動的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—選定資產負債表項目—淨流動資產」。

資產負債比率

截至二零一七年、二零一八及二零一九年十二月三十一日，我們並無任何計息銀行借款。

毛利率

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的毛利率為34.5%、23.7%及28.1%。有關於往績記錄期間，毛利及毛利率變動的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」一節。

淨利率

截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們的經調整淨利率為23.1%、14.2%及18.1%（透過剔除一次性[編纂]的影響計算的非香港財務報告準則計量）。有關於往績記錄期間，年度溢利變動的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」一節。

市場風險

我們面臨多種金融及市場風險，包括外幣風險、信貸風險及流動資金風險。董事會審閱及批准管理各項該等風險的財務管理政策及慣例。

外幣風險

我們主要在中國內地經營，我們的大部分貨幣資產、負債及交易主要以人民幣及美元計值。我們面臨人民幣、美元及我們開展業務的其他貨幣之間匯率的波動所產生的外匯風險。我們面臨以人民幣及美元以外貨幣計值的貿易應付款項及銀行結餘產生的外幣風險。於往績記錄期間，我們並無使用任何衍生金融工具對沖我們的外幣風險。

有關進一步資料（包括我們所承受風險對外幣匯率變動的敏感度分析），請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註28。

財務資料

信貸風險

信貸風險主要來自交易對手可能違反其協議條款的風險。我們的其他金融資產(包括現金及現金結餘、存款、應收關聯方款項及其他應收款項)的賬面值即為我們就該等工具面臨的最高信貸風險。

我們已制定於接受新業務時評估信貸風險並對個別客戶設定信貸風險上限的政策。我們僅與獲認可且信譽良好的第三方及零售客戶進行交易。我們秉持的政策是，所有希望以信貸方式進行交易的客戶須接受信貸審核程序。此外，我們持續對應收款項結餘進行監控，而我們承受的壞賬風險並不重大。董事認為，我們於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日並無重大的信貸風險集中情況。由於我們僅與獲認可且信譽良好的第三方及零售客戶進行交易，因此我們並無要求客戶提供抵押品。

有關進一步資料(包括我們信貸風險的若干量化披露)，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註15及28。

流動資金風險

我們的目標是維持充足的現金及信貸額度，以滿足我們的流動資金需求。我們採用經常性流動資金規劃工具監控資金短缺的風險，該工具會計及我們的金融投資及金融資產(例如貿易應收款項及其他金融資產)的到期日及預計經營產生的現金流量。

有關其他資料(包括我們流動資金風險的若干量化披露)，請參閱本文件附錄一所載會計師報告的附註28。

未經審核[編纂]

以下[編纂]經調整綜合[編纂]淨值報表乃根據上市規則第4.29條編製，載於下文乃為說明[編纂]對我們於二零一九年十二月三十一日的[編纂]淨值的影響，猶如其於該日已經進行。本集團[編纂]經調整綜合[編纂]淨值報表僅為說明目的而編製，而由於其假設性質，未必能真實反映倘[編纂]於二零一九年十二月三十一日或於任何未來日期完成情況下我們的[編纂]淨值。

財務資料

下文所載[編纂]經調整綜合[編纂]淨值乃根據會計師報告(其全文載於本文件附錄一)所列於二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔經審核綜合資產淨值計算，並按下述方式調整：

	於二零一九年 十二月三十一日 本公司擁有人 應佔本集團之 綜合有形資產淨值	[編纂]估計 [編纂]	本公司擁有人 應佔本集團之 [編纂] 經調整綜合 [編纂]淨值	每股股份 [編纂]經調整 綜合[編纂]淨值	
	(人民幣千元) (附註1)	(人民幣千元) (附註2)	(人民幣千元)	(人民幣元)	(港元) (附註4)
按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算.....	57,640	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算.....	57,640	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- 截至二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔綜合[編纂]淨值乃摘錄自會計師報告，其乃根據如本文件附錄一所示截至二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔經審核綜合權益約人民幣57,640,000元釐定。
- [編纂]估計[編纂]淨額乃基於[編纂]每股[編纂]股份[編纂]及每股[編纂]股份[編纂]港元(已扣除本集團應付的[編纂]及其他相關開支且並無計及於[編纂]獲行使後可能發行的任何股份)得出。[編纂]估計[編纂]按1.0港元兌人民幣0.9002元的匯率兌換為人民幣。
- 每股股份[編纂]經調整綜合[編纂]淨值乃按緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算且並無計及於[編纂]或根據[編纂]購股權計劃可能授出之任何購股權獲行使後可能發行的任何股份或如本文件「附錄四—法定及一般資料」所述根據有關配發及發行或購回股份之一般授權可能配發及發行或購回之任何股份。
- 每股股份[編纂]經調整綜合[編纂]淨值按1.0港元兌人民幣0.9002元的匯率兌換為港元。
- 並無作出任何調整以反映本集團於二零一九年十二月三十一日後的任何交易結果或公開交易。

股息政策

本公司自註冊成立日期以來並無派付或宣派任何股息。於截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止各年度，本公司一間附屬公司分別向其當時的股東宣派股息零、1.0百萬美元、3.0百萬美元及零。

於[編纂]完成後，本公司股東將有權收取我們宣派的股息。我們派付任何股息的金額將董事酌情釐定，並將視乎我們日後的營運及盈利狀況、發展計劃、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素而定。宣派及派付任何股息及股

財務資料

息的金額將受我們的憲章文件及相關法律規限。進一步詳情請參閱本文件「附錄三—本公司組織章程及開曼公司法概要」。股息只能從溢利及合法可供分派的儲備中撥款宣派或派付。我們未來的股息宣派未必與過往宣派的股息相符，並將由我們的董事全權酌情決定。

由於我們是控股公司，我們宣派及派付股息的能力取決於我們自附屬公司(特別是在中國境內的附屬公司)所收取的股息。中國法律規定股息只能從按照中國會計準則計算的純利中支付，而中國會計準則在多方面不同於其他司法權區的公認會計準則(包括香港財務報告準則)。中國法律亦規定，外商投資企業(例如我們在中國的所有附屬公司)須撥出部分純利作為法定儲備，而該等法定儲備不可用作分派現金股息。我們不擬自北京虎示於二零一九年前產生之可供分派溢利宣派或派付任何股息。倘若附屬公司出現債務或虧損，或根據我們或我們的附屬公司未來可能訂立的銀行信貸融資或其他協議的任何限制性契諾有所規定，來自我們附屬公司的分派亦可能受到限制。

可分派儲備

截至二零一九年十二月三十一日，我們並無任何可分派儲備。

[編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所載指示性[編纂]範圍的中位數)，我們就[編纂]應付的[編纂]、佣金，連同香港聯交所[編纂]、證監會交易徵費及香港聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及其他開支估計合共約為人民幣[編纂]百萬元。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度，我們於綜合損益扣除的[編纂]分別為[編纂]、[編纂]及人民幣[編纂]百萬元。我們預計估計剩餘[編纂]人民幣[編纂]百萬元將於二零二零年的綜合損益表扣除，並在[編纂]後將約人民幣[編纂]元予以資本化。上述[編纂]為最後實際可行估計，僅供參考，實際金額可能有所不同。

根據上市規則第13.13條至13.19條作出的披露

董事確認，於最後實際可行日期，並無任何會導致須根據上市規則第13.13條至13.19條作出披露的情況。

近期發展及爆發COVID-19

有關Covid-19的爆發對我們的業務、營運及財務狀況的影響的進一步詳情，請參閱本文件「概要—近期發展及爆發COVID-19」。

財務資料

並無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自二零一九年十二月三十一日（即本文件附錄一所載會計師報告所呈報期間末）以來本集團的財務或經營狀況或前景並無發生重大不利變動。此外，董事確認，自二零一九年十二月三十一日以來直至本文件日期止，並無發生任何可能對本文件附錄一所載的會計師報告所列資料產生重大影響的事項。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的策略」。

[編纂]用途

下表載列經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、[編纂]及估計開支後我們將收到的[編纂]估計[編纂]總數：

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 (即本文件所列[編纂]的中位數).....	[編纂]百萬港元
假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 (即本文件所列[編纂]的最高位).....	[編纂]百萬港元
假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 (即本文件所列[編纂]的最低位).....	[編纂]百萬港元

我們擬將[編纂][編纂]連同我們的內部資源按以下方式用作下列用途(假設[編纂]未獲行使及假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所列[編纂]範圍的中位數))：

[編纂]的分配	具體用途	預期時間框架
估計[編纂]總數的約[編纂]%或 [編纂]百萬港元將用於加強 我們的AI及技術能力、提 升AdTensor平台的服務	(i)加強我們的大數據、機器學習及專有AI 能力，包括招募一支經驗豐富的AI專家 團隊；(ii)透過內部創製更多設計及向第 三方購買補充適合更多廣告場景的廣告 格式，增加AdTensor模板庫的資源；(iii) 開發新廣告形式(如增強現實和小程序營 銷及互動式廣告)的技術；及(iv)通過SDK 集成與更多媒體發佈商建立連接	於未來三年逐步 實施
估計[編纂]總數的約[編纂]%或 [編纂]百萬港元將用於提升 我們的本地服務能力及拓 展我們的全球業務佈局	(i)於我們的主要海外市場(如美國、日本、 印度及印尼)設立附屬公司；及(ii)招募本 地團隊包括業務開發專員以支持銷售及 營銷以及優化師及設計師以為本地市場 提供內部廣告優化及設計支持。	於未來三年逐步 實施

未來計劃及[編纂]用途

[編纂]的分配	具體用途	預期時間框架
<p>估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於提升我們的IT基礎設施、管理系統、ERP系統、ORACLE系統及績效監控系統，為我們的全球營運建立一個整合且具透明度的系統</p>	<p>(i)提升我們的系統架構及IT基礎設施；(ii)建立及升級本集團的ERP系統，以管理我們持續擴展的全球業務的財務、稅務、法律、營銷及人力資源事務；(iii)購買ORACLE系統，以更好地監察本集團各辦事處的整體營運及財務表現；及(iv)招募一名具有管理國際業務經驗的營運總監，以監督我們在多個司法權區的整體營運</p>	<p>於未來三年逐步實施</p>
<p>估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於透過加強銷售與營銷工作及擴增在中國選定地區的本地業務據點，擴大我們的廣告主群體</p>	<p>(i)招募額外22名於線上廣告行業擁有豐富經驗的銷售與營銷人員，其中17名專注於中國選定地區；(ii)加強我們在中國選定地區(包括若干三線及四線城市)的銷售與營銷工作；及(iii)於中國選定地區(重點為東南沿海地區)設立約八個新辦事處</p>	<p>於未來三年逐步實施</p>
<p>估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於探索戰略投資及併購</p>	<p>投資或收購有助我們增強服務及提高業務聲譽的公司。我們尚未確定任何收購目標，惟我們將尋求收購或投資以下領域的目標：(i)有助我們擴大媒體發佈商覆蓋；(ii)有助我們擴大廣告主覆蓋；或(iii)具有強大的本地能力有助我們創製適合特定本地市場目標受眾的廣告內容。</p> <p>我們預期將成立一個[投資委員會](由一名獨立非執行董事及兩名行業專家組成)，負責審查與我們的擬定策略及[編纂]用途相關的潛在投資及併購機會。</p>	<p>於二零二一年及二零二二年逐步實施</p>
<p>估計[編纂]總數的約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作一般營運資金</p>	<p>用作一般營運資金</p>	<p>—</p>

未來計劃及[編纂]用途

下表載列我們為實施上述各項未來計劃而將採取的具體步驟及未來計劃[編纂]明細：

大致目的	估計[編纂] (百萬港元)	年份	具體步驟	基礎設施 投資(百萬 港元)	員工成本 (百萬 港元)	辦公室 租金(百萬 港元)	銷售及 營銷開支 (百萬 港元)	補充營運 資金(百萬 港元)	投資及 收購(百萬 港元)
AI技術及技術能力； AdTensor平台的服務	[編纂]	二零二零年	專注於大數據算法及購買完善的數據庫工具庫，以運行我們的AI技術架構並進一步提升我們技術的精確性及準確性	[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		二零二一年	將我們的AI技術與新的廣告形式(如增強現實與互動廣告)結合起來。提升我們的AI技術以匹配第三方媒體平台數據	[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		二零二二年	開發SDK平台，並應用我們的AI技術將SDK平台進行整合	[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		總計			[編纂]	[編纂]			[編纂]
本地服務能力及全球業務佈局	[編纂]	二零二零年	印尼：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年	聘用一支由兩名本地業務拓展專員及一名翻譯組成的團隊，並逐步將業務拓展專員人數增至兩名	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二二年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		二零二零年	印度：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年	聘用兩名本地業務拓展專員，同時聘用本地的設計及優化師團隊，憑藉印度營銷人才相對較低的成本，旨在逐步成為英語內容的「設計及優化中心」	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二二年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		二零二零年	日本： 聘用一名業務拓展專員，負責日本本地客戶	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		二零二二年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		二零二零年	美國：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年	聘用一名業務拓展專員並逐步增至兩名，負責洛杉磯的客戶	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二二年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		總計			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

未來計劃及[編纂]用途

大致目的	估計[編纂] (百萬港元)	年份	具體步驟	基礎設施 投資(百萬 港元)	員工成本 (百萬 港元)	辦公室 租金(百萬 港元)	銷售及 營銷開支 (百萬 港元)	補充營運 資金(百萬 港元)	投資及 收購(百萬 港元)
IT基礎設施、管理系統、ERP系統、ORACLE系統及績效監控系統	[編纂]	二零二零年	購買ORACLE系統。自動監測從投標到開票的全流程以及管理賬戶支出資料，同時提供實時財務管理功能，以監察多達數千個賬戶的風險及應收賬款。聘用一名有經驗的營運總監進行營運。應營運需求及內部控制而使用全球ERP系統	[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		二零二一年	開發內部基於雲端項目管理應用程序，以加強廣告經理、優化師及財務團隊處理跨國及跨部門項目時的協作，同時開發成效評估及風控監察功能。升級及維護ORACLE系統及ERP系統	[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		二零二二年		[編纂]	[編纂]			[編纂]	[編纂]
		總計			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
銷售與營銷工作及在中國選定地區的本地業務據點	[編纂]	二零二零年	提升銷售及營銷力量，並在華東及華南地區以及陝西、四川及湖南設立八間附屬公司		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二二年			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		總計				[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
策略投資及併購	[編纂]	二零二零年	評估及完成可補充我們業務模式的目標的交易，並持續進行收購後的整合及管理	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
		二零二一年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		二零二二年		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
		總計			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
一般營運資金	[編纂]	二零二零年	—					[編纂]	
		二零二一年	—					[編纂]	
		二零二二年	—					[編纂]	
		總計			[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

我們相信，我們的擴張計劃及[編纂]擬定用途符合我們的過往發展、未來業務策略及行業趨勢。

加強大數據及技術能力、提升IT基礎設施及優化AdTensor

使用[編纂]提升我們的大數據及技術能力以及IT基礎設施符合我們加強技術能力的策略。過往，我們在發展初期採取輕資產模式，IT基礎設施是由中國兩家最大的計算公司提供支持。我們認為，為提升我們於線上廣告行業的競爭地位，需要加強我們內部

未來計劃及[編纂]用途

的數據及技術能力。我們目前擁有一支相對精簡的研發團隊，而發展大數據及AI能力需要經驗豐富的專家。我們預計將招募一支經驗豐富的AI專家團隊，以支持我們加強AI及技術能力的策略。

我們過去使用API從發佈商的平台獲取數據。於[編纂]後及隨著我們的服務擴展，我們將尋求透過SDK集成連接至更多中長尾發佈商，而這需要媒體發佈商安裝SDK集成，以便為我們提供更全面的數據。根據艾瑞諮詢的資料，與API連接相比，SDK集成可讓第三方廣告平台對廣告流程進行更多控制。例如，第三方廣告平台可完全控制廣告的展示次序，並可確保傳輸至發佈商應用程序的廣告確實展現給移動用戶。第三方線上廣告平台亦可設置其SDK支持發佈更複雜的廣告素材(例如視頻及互動式廣告)及以定制和原生格式發佈。此外，與API連接相比，第三方線上廣告平台亦可設置其SDK支持提供更多種來自媒體發佈商應用程序的反饋數據。我們預計將實現通過SDK集成與更多媒體發佈商建立連接。

我們建立專有的廣告優化及管理平台AdTensor，以向客戶提供先進的線上廣告服務。使用[編纂]提升AdTensor平台的服務(包括投資大數據算法及完善的數據庫)符合我們擴大與廣告主及媒體發佈商的業務的策略。AdTensor平台已為100多名廣告主提供服務，旨在CPA定價模式下的創作及設計、進行廣告優化及廣告活動整體管理以及CPA及CPC定價模式下確認用戶流量數據結算及生成智能報告。我們希望鼓勵越來越多的廣告主日後使用我們的AdTensor平台。例如，我們計劃透過內部創製更多設計及向第三方購買補充適合更多廣告情節的廣告格式，增加AdTensor模板庫的資源。我們亦計劃開發新廣告形式(如增強現實和小程序營銷及互動式廣告)的技術。預期優化AdTensor的服務將有助我們擴大與廣告主及發佈商的業務範圍及深度。

提升於海外的本地服務能力及本地覆蓋

自成立以來，我們主要從事「中國面向全球」的廣告業務，幫助位於中國的廣告主觸及約250個國家及地區的用戶。使用[編纂]提升本地服務能力符合我們擴展全球業務佈局的策略。過往，我們通過與選定海外市場的個人開展合作，由彼等協助我們設計和翻譯廣告內容及就當地目標受眾的特點及興趣點向我們提供意見，提升了我們的本地服務能力。我們計劃透過於主要海外市場設立附屬公司，擴大我們的全球覆蓋及加大我們與廣告主及發佈商全球合作的範圍及深度，繼續提升我們的本地服務能力。尤其是，我們有意在印尼、印度、日本及美國設立附屬公司。根據艾瑞諮詢，就全球線上廣告行業而言，北美佔據領先地位，於二零一九年佔全球媒體廣告總支出的41.8%，仍為最大廣告支出市場。此外，我們的現有海外廣告主一直以美國為主要基地，於二零一八年為我們總收益貢獻人民幣0.6百萬元，而於二零一九年為我們總收益貢獻人民幣1.7百萬元，而於二零一八年及二零一九年，已分別向美國提供基於展示次數的16.2%及16.7%用戶流量。我們計劃於大型成熟移動應用程序開發商及電商公司雲集的加州洛杉磯設立一間辦事處，以期把握更多商機，並擴大我們的廣告主群體。

未來計劃及[編纂]用途

根據艾瑞諮詢的資料，東南亞等亞洲地區的移動互聯網用戶正以較快速動增長，而日本的相關增長較為溫和，日本現時的線上廣告支出於全球線上廣告業排名第四，二零一九年為188億美元，估計於二零二四年將增加至224億美元。此外，印尼及印度被視為世界兩大新興市場。根據艾瑞諮詢的資料，印度為第二大互聯網用戶量國家。然而，在印度的14億人口中，實際互聯網滲透率僅為35%，表明該地區有開發線上廣告的巨大潛力。於二零一八年，我們向印度交付12.5%的用戶流量，而此百分比於二零一九年增至38.3%，大大超過相應年度我們於美國的用戶流量。另一方面，印尼的電商市場在二零一七年至二零二二年預計有達八倍的增長，由二零一七年的消費額80億美元增加至二零二二年的550億美元至650億美元，與中國在二零一零年至二零一五年之間的發展軌跡類似。同時，我們於二零一八年及二零一九年向印尼分別交付20.3%及11.6%的用戶流量。隨著全球互聯網基礎設施改善以及互聯網滲透率提升，為中國廣告主獲取東南亞新興市場用戶提供了堅實的基礎。此外，東南亞市場的文化與中國類似，吸引中國廣告主投資這一競爭小而增長潛力巨大的市場。故此，我們將向東南亞新興市場調撥預算視為優先事項，旨在發掘業務擴張的增長潛力。因我們拓展至該等海外市場，我們計劃招募本地業務開發專員、能為我們提供優化廣告策略內部支持的額外優化師及能為我們提供針對當地受眾群體量身定制的廣告內容設計的額外本地設計師。我們亦擬於選定的市場招募一名翻譯以迎合本地客戶的需求。就我們擬定的海外拓展計劃而言，我們可能委聘海外法律顧問及其他專業顧問。透過於該等選定海外市場設立本地業務據點，我們能與當地設計師及翻譯建立更為緊密的關係，且我們的海外附屬公司當時能向我們提供有關最切合當地受眾的廣告內容的建議，以便我們提供最佳的本地化服務。

提升IT基礎設施、管理系統、ERP系統及ORACLE系統

於往績記錄期間，我們主要透過我們在北京及香港的兩間附屬公司，在一支相對精簡的IT團隊支持下開展經營。為實施提升本地服務能力及在海外司法管轄區設立額外附屬公司的關鍵策略，我們需要建立一個更精細的IT系統以及一個更強大ERP系統及購買ORACLE系統，以協助我們綜合管理及監察本集團的營運及財務表現。

我們目前使用金蝶的K/3應用程序以支持我們的財務管理，並無針對營運管理提供支持。我們現有的軟件在不同階段均需要我們的業務團隊及財務團隊的輸入數據，此乃由於一個程序要求處理結算，而另一個程序則要求生成財務報告。鑒於我們近期預期營運規模，為因應我們的業務擴張計劃而提升管理效率，我們有意升級為ORACLE系統，從而將財務及營運管理整合至一個更先進的系統當中。ORACLE系統深受業界認可，能夠為本集團提供以下成熟的財務及營運功能：(a)一個多維的會計及報告平台，通過自我申報功能及多維分析，可根據實時資料計算賬戶餘額及高效監察財務數據及應收賬款；(b)可進行智能數據識別及擷取發票特徵的光學字符識別(OCR)技術，從而消除在交易管理出現的人為失誤；(c)並列運行的會計應用程序，可為多個賬戶進行智能及

未來計劃及[編纂]用途

移動財務分析並易於採用新的會計準則；及(d)自動化管理功能，與發起一個廣告活動從投標到開票的流程同步，從而實現同時管理多個賬戶、無縫推動客戶服務功能及提升風險管理水平。

ORACLE乃基於開放指令構建，可靈活鏈接常規或第三方應用程序，以無縫複雜的方式支持財務及營運管理功能。我們相信，ORACLE系統可為我們的項目管理提供廣泛的支持並支持AdTensor的報告功能，從而實施廣告投放效果最大化及提升財務業績效益。綜上所述，我們認為，安裝ORACLE系統將提升透明度、營運效率及風險管理水平，進而有助於我們的企業管治。我們亦擬將我們的ERP系統升級為基於雲端的ERP軟件，透過強化廣告經理、優化師及財務團隊之間的合作，有效管理全球項目成本，從而最大限度地提升效果，滿足營運需求，並執行風險管理程序，從而有效控制及消除交易中的風險及失誤。

預期ORACLE系統將作為頂尖業務管理架構，可整合我們的財務及營運管理。我們的業務模式需要對龐大的用戶賬戶進行精細化管理。我們現有的ERP系統僅能對媒體發佈商的用戶賬戶活動進行監管，而有關監管須對同一廣告主的不同用戶賬戶進行人工分類，以核對廣告主的賬戶資料。通過將我們的ERP系統升級為基於雲端的ERP軟件，我們預期對媒體發佈商及廣告主實現全面的用戶賬戶管理，而自動彙集同一廣告主於不同媒體發佈商平台的不同用戶賬目的支出並生成廣告主的業績報告，而毋須人工，則能夠實現更為精確及全面地監控賬目數據。預期將專門設計及開發用於我們的業務模式的基於雲端的ERP系統，且該系統有別於頂尖業務管理架構ORACLE系統，ORACLE系統並無有關特定功能模塊。我們認為，ORACLE系統，搭配經升級的基於雲端的ERP系統所提供的特定功能模塊，將更好的滿足我們的經營及管理需求，尤其為應我們的擴張計劃而因此提升我們的營運效率。基於雲端的項目管理系統為AdTensor平台的一部分，乃主要為優化廣告主的廣告投放而開發，而非應我們的內部營運或財務需求。由於我們的AI能力進一步增強，我們預期持續開發及提升該系統。我們已決定購買ORACLE，及將我們現有的ERP系統升級為基於雲端的軟件而非綜合一體化管理系統用於跨團隊合作，從而在風險管控角度而言減少本集團對單一軟件應用的倚賴。此外，使用多個系統可以降低本集團遭受網絡攻擊和黑客攻擊的脆弱性，從而避免本集團的IT基礎設施完全關閉。

我們亦計劃招募多名經驗豐富的IT專家以支持多個新系統的運作，並聘用一名具有管理國際業務經驗的營運總監以監督我們在多個司法權區的整體營運。

未來計劃及[編纂]用途

透過加強銷售與營銷工作擴大廣告主群體

我們已累積了來自不同行業多元的廣告主群體。截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，我們的廣告主數量分別為140名、200名及273名。我們致力透過加強銷售與營銷工作及擴展我們在中國選定地區(包括若干三線及四線城市)的本地業務據點，繼續擴大我們的廣告主群體。

於往績記錄期間，除我們的北京辦事處所在的華北外，我們的大部分收益產生自華南及華東地區。進一步詳情請參閱本文件「業務—廣告主用戶獲取服務」所載表格。於八間新辦事處中，我們計劃在華東地區(即上海、江蘇及浙江)、華南地區(廣東及福建)分別設立三間及兩間辦事處。華南及華東地區是本集團重要的業務地區，此乃由於我們大部分客戶在該等地區均設有主要營業地點。我們有意通過改善對現有客戶的服務及探尋與新客戶合作的機會，提升我們的業務據點並於該等選定地區建立我們的聲譽。我們計劃於新上海、江蘇及浙江辦事處聘用七名新銷售與營銷人員以及於新廣東及福建辦事處聘用招聘合共四名新銷售與營銷人員。我們計劃在山西、四川及湖南額外設立三間辦事處。山西及四川的本地製造企業有較高的海外出口需求，惟缺乏線上營銷策略。我們有意探索與該等企業的合作並協助彼等實現數字化及在線上營銷彼等的業務。我們有意尋求與該等企業合作並協助彼等實現數字化及線上營銷彼等的業務。我們計劃分別在山西及四川的辦事處招聘兩名新銷售與營銷人員並安置工作。我們相信我們現時業務尚未覆蓋到的湖南具有強勁的業務需求，因此我們計劃在湖南辦事處聘用兩名新銷售與營銷人員並安置工作，以尋覓更多商機。

策略投資及收購

我們於二零一五年成立業務，於發展初期主要專注於內生增長。儘管我們自成立以來並無進行任何收購，惟根據艾瑞諮詢報告，移動廣告平台在經過發展初期後(尤其是在具備透過投資理想的目標公司獲得協同效益所需的行業資源時)進行併購及行業整合，預期將成為中國海外移動廣告行業的一個普遍趨勢。與其他移動廣告業務相比，海外移動廣告行業歷史相對較短，預計未來將呈現與其他移動廣告業務類似的發展趨勢。根據艾瑞諮詢報告，進行併購的主要動機是透過獲取資源(例如技術解決方案、豐富的數據庫及廣告主資源等)促進業務發展，以提高效率及提升提供更優質流量的能力。我們尚未確定任何收購目標，惟我們將尋求收購或投資有助我們擴大媒體發佈商及廣告主覆蓋的公司以及具有強大的本地能力有助我們創製適合特定本地市場目標受眾的廣告內容的公司。我們相信，[編纂]將使我們能夠獲得籌資及在進行策略投資及收購中處於更有利的地位。

上述[編纂]用途的分配乃基於我們現時的業務計劃及我們預期將從[編纂]收到的[編纂]而預測。倘我們未能自[編纂]籌集到預期的[編纂]，我們預期將按比例調整分配作上述用途的[編纂]。

未來計劃及[編纂]用途

倘[編纂]設定於[編纂]的最高位或最低位，[編纂][編纂]（假設[編纂]未獲行使）分別將增加至[編纂]百萬港元或減少至[編纂]百萬港元。於此情況下，我們將按比例增加或減少分配作上述用途的[編纂]。

倘[編纂]悉數行使[編纂]，則按[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）計算，經扣除我們應付的[編纂]及佣金後，我們將就於[編纂]獲悉數行使後分別將予出售及轉讓的[編纂]股股份收到[編纂]約[編纂]百萬港元。我們擬將額外[編纂]按上文所述的比例用作上述用途。

倘[編纂][編纂]未即時用作上述用途且在適用法律及規例允許的範圍內，我們擬將有關[編纂]存入持牌銀行及／或金融機構的計息銀行賬戶。

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

獨家保薦人的獨立性

光銀國際資本有限公司符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性準則。

[編纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

以下為本公司申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供載入本文件。



香港中環
添美道1號
中信大廈22樓

敬啟者：

吾等就第I-3至I-50頁所載之虎視傳媒有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)之歷史財務資料發出報告，包括 貴集團截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度各年(「有關期間」)之綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表、 貴集團於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日之綜合財務狀況表、 貴公司於二零一九年十二月三十一日之財務狀況表以及主要會計政策概要及其他解釋資料(統稱「歷史財務資料」)。第I-3至I-50頁所載之歷史財務資料構成本報告之一部分，乃供載入 貴公司就 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板[編纂]而編製的日期為[編纂]之文件(「文件」)。

董事就歷史財務資料的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2.1及2.2分別所載的呈列基準及編製基準編製作出真實公平反映的歷史財務資料，並落實董事認為必要的內部監控，以確保於編製歷史財務資料時不存在重大錯誤陳述(無論是否由於欺詐或錯誤)。

申報會計師之責任

吾等之責任為就歷史財務資料發表意見，並向閣下匯報。吾等根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港投資通函呈報聘用準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」開展工作。該準則規定吾等須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料有無重大錯誤陳述作出合理確認。

吾等之工作涉及實程序以獲取與歷史財務資料金額及披露事項有關之憑證。選擇之程序取決於申報會計師之判斷，包括評估歷史財務資料出現重大錯誤陳述(不論是否由於欺詐或錯誤)的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮有關實體根據分別載於歷史財務資料附註2.1及2.2的呈列基準及編製基準編製作出真實及公允反映的歷

附錄一

會計師報告

史財務資料的內部控制，以設計於各類情況下適當的程序，惟目的並非對實體內部控制之有效性發表意見。吾等之工作亦包括評估董事所採用之會計政策是否恰當及所作出之會計估計是否合理，以及評估歷史財務資料之整體呈列。

吾等認為，吾等所獲得之憑證屬充分及恰當，可為吾等之意見提供基礎。

意見

吾等認為，就會計師報告而言，歷史財務資料根據分別載於歷史財務資料附註2.1及2.2之編製基準及呈列基準而編製，真實及公允反映 貴集團於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日之財務狀況及 貴公司於二零一九年十二月三十一日之財務狀況，以及 貴集團於各有關期間之財務業績及現金流量。

根據聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-3頁界定之相關財務報表作出調整。

股息

吾等提述歷史財務資料附註11，當中提及 貴公司於有關期間並無派付股息。

貴公司並無歷史財務報表

於本報告日期， 貴公司自註冊成立日期以來並無編製法定財務報表。

此致

虎視傳媒有限公司

列位董事

光銀國際資本有限公司 台照

安永會計師事務所

執業會計師

香港

謹啟

[編纂]

I 歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

貴集團於有關期間的財務報表(歷史財務資料乃據此編製)已由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審核(「**相關財務報表**」)。

歷史財務資料以人民幣(「**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(人民幣千元)。

附錄一

會計師報告

綜合損益表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零一七年	二零一八年	二零一九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益.....	6	116,446	173,850	191,126
銷售成本.....		(76,308)	(132,581)	(137,424)
毛利.....		40,138	41,269	53,702
其他收入及收益.....	6	70	427	1,143
銷售及分銷開支.....		(2,902)	(4,202)	(4,893)
行政開支.....		(2,872)	(6,815)	(21,507)
其他開支.....		(37)	(8)	(607)
融資成本.....		—	—	(48)
除稅前溢利.....	7	34,397	30,671	27,790
所得稅開支.....	10	(7,550)	(5,934)	(5,742)
年內溢利.....		<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>22,048</u>
以下人士應佔：				
母公司擁有人.....		24,786	21,243	20,017
非控股權益.....		2,061	3,494	2,031
		<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>22,048</u>
母公司擁有人應佔每股盈利	12			
基本及攤薄(人民幣元).....		<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>

附錄一

會計師報告

綜合全面收益表

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年內溢利	<u>26,847</u>	<u>24,737</u>	<u>22,048</u>
其他全面收益			
可能於其後期間重新分類至損益的			
其他全面收益			
換算海外業務的匯兌差額	(1,017)	1,265	74
年內全面收益總額	<u>25,830</u>	<u>26,002</u>	<u>22,122</u>
下列人士應佔：			
母公司擁有人	23,973	22,254	20,070
非控股權益	1,857	3,748	2,052
	<u>25,830</u>	<u>26,002</u>	<u>22,122</u>

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

		於十二月三十一日		
		二零一七年	二零一八年	二零一九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備.....	13	8	216	167
使用權資產.....	14	—	—	541
遞延稅項資產.....		161	186	402
非流動資產總值.....		169	402	1,110
流動資產				
貿易應收款項.....	15	88,562	82,373	140,660
預付款項、按金及其他應收款項.....	16	2,191	3,470	8,100
應收關聯方款項.....	25(c)	96	85	—
現金及現金等價物.....	17	110,907	151,040	171,639
流動資產總值.....		201,756	236,968	320,399
流動負債				
貿易應付款項.....	18	152,269	162,844	230,389
其他應付款項及應計費用.....	19	11,552	20,033	15,995
應付關聯方款項.....	25(c)	1,960	5,971	—
應付稅項.....		9,228	15,504	16,932
租賃負債.....	14	—	—	553
流動負債總額.....		175,009	204,352	263,869
流動資產淨值.....		26,747	32,616	56,530
總資產減流動負債.....		26,916	33,018	57,640
資產淨值.....		26,916	33,018	57,640
權益				
母公司擁有人應佔權益.....				
股本.....	20	—	—	679
儲備.....	21	25,770	32,104	56,961
		25,770	32,104	57,640
非控股權益.....		1,146	914	—
權益總額.....		26,916	33,018	57,640

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

	母公司擁有人應佔							權益總額 人民幣千元		
	股本 人民幣千元 (附註20)	股份溢價* 人民幣千元 (附註21)	合併儲備* 人民幣千元 (附註21)	股本儲備* 人民幣千元 (附註21)	匯兌波動 儲備* 人民幣千元	法定盈餘 公積金* 人民幣千元 (附註21)	保留溢利* 人民幣千元			
於二零一七年一月一日	—	—	—	—	448	219	6,524	7,191	637	7,828
年內溢利	—	—	—	—	—	—	24,786	24,786	2,061	26,847
年內其他全面收益	—	—	—	—	(813)	—	—	(813)	(204)	(1,017)
年內全收益總額	—	—	—	—	(813)	—	24,786	23,973	1,857	25,830
分撥至法定盈餘公積金	—	—	—	—	—	1,711	(1,711)	—	—	—
派付予當時股東之股息	—	—	—	—	—	—	(5,394)	(5,394)	(1,348)	(6,742)
於二零一七年十二月三十一日及 二零一八年一月一日	—	—	—	—	(365)	1,930	24,205	25,770	1,146	26,916
年內溢利	—	—	—	—	—	—	21,243	21,243	3,494	24,737
年內其他全面收益	—	—	—	—	1,011	—	—	1,011	254	1,265
年內全收益總額	—	—	—	—	1,011	—	21,243	22,254	3,748	26,002
分撥至法定盈餘公積金	—	—	—	—	—	774	(774)	—	—	—
派付予當時股東之股息	—	—	—	—	—	—	(15,920)	(15,920)	(3,980)	(19,900)
於二零一八年十二月三十一日及 二零一九年一月一日	—	—	—	—	646	2,704	28,754	32,104	914	33,018
年內溢利	—	—	—	—	—	—	20,017	20,017	2,031	22,048
年內其他全面收益	—	—	—	—	53	—	—	53	21	74
年內全收益總額	—	—	—	—	53	—	20,017	20,070	2,052	22,122
收購非控股權益	86	2,414	—	466	—	—	—	2,966	(2,966)	—
注資(附註1)	593	36,451	—	—	—	—	—	37,044	—	37,044
一間附屬公司當時的權益股東之注資	—	—	2,500	—	—	—	—	2,500	—	2,500
視作分派(附註2)	—	—	—	—	—	—	(37,044)	(37,044)	—	(37,044)
分撥至法定盈餘公積金	—	—	—	—	—	984	(984)	—	—	—
於二零一九年十二月三十一日	679	38,865	2,500	466	699	3,688	10,743	57,640	—	57,640

* 於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，該等儲備賬目包括綜合財務狀況表中的綜合儲備，分別為人民幣25,770,000元、人民幣32,104,000元及人民幣33,018,000元。

附註1：於二零一九年九月十八日，本公司之法定股本由62,500美元進一步增加至100,000美元，並因Rowtel、Westel及Taschh向本公司注資而分別向彼等配發19,125股、10,875股及7,500股額外股份，認購價分別為人民幣18,892,521.96元、人民幣10,742,806.60元及人民幣7,408,832.14元。該等認購事項總額為人民幣37,044,160.70元。

附註2：於二零一九年六月二十六日，Venus Holdings Limited、Son of Sunrise Investment Ltd及Taschh Limited各自與Adtiger Company Limited訂立重組協議，據此，彼等各自於香港虎示之股權分別以現金代價人民幣18,522,080.35元、人民幣11,113,248.21元及人民幣7,408,832.14元轉讓予Adtiger Company Limited。現金代價總額為人民幣37,044,160.70元。該轉讓被視作向香港虎示之當時股東作出分派。

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零一七年	二零一八年	二零一九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金流量				
除稅前溢利		34,397	30,671	27,790
調整如下：				
財務成本		—	—	48
貿易應收款項及其他				
應收款項減值	7	511	96	804
使用權資產折舊	7及14	—	—	915
物業、廠房及設備項目折舊	7及13	—	46	93
		34,908	30,813	29,650
貿易應收款項(增加)/減少		(49,543)	9,786	(59,100)
預付款項、按金及其他				
應收款項增加		(130)	(3,107)	(4,636)
應收關聯方款項(增加)/減少		(91)	12	86
貿易應付款項增加		130,366	2,811	67,546
其他應付款項及應計				
費用增加/(減少)		10,239	7,695	(4,044)
應付關聯方款項減少		(5,719)	—	—
業務所得現金		120,030	48,010	29,502
已付所得稅		—	(130)	(4,662)
經營活動所得現金流量淨額		120,030	47,880	24,840
投資活動所得現金流量				
購置物業、廠房及設備項目		(8)	(254)	(44)
其他公司還款		1,199	2,009	—
投資活動(所用)/				
所得現金流量淨額		1,191	1,755	(44)
融資活動所得現金流量				
償還其他借貸		(6,971)	—	—
派付予當時股東之股息		(4,782)	(16,120)	(5,971)
租賃負債付款	22	—	—	(950)
來自一間附屬公司當時權益				
股東的注資		—	—	2,500
融資活動所用現金流量淨額		(11,753)	(16,120)	(4,421)

附錄一

會計師報告

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及現金等價物(減少)／			
增加淨額	109,468	33,515	20,375
年初現金及現金等價物.....	4,918	110,907	151,040
匯率變動的影響，淨額.....	(3,479)	6,618	224
年末現金及現金等價物	<u>110,907</u>	<u>151,040</u>	<u>171,639</u>
現金及現金等價物結餘分析			
綜合現金流量表及綜合財務狀況表			
呈列之現金及現金等價物.....	<u>110,907</u>	<u>151,040</u>	<u>171,639</u>

附錄一

會計師報告

貴公司之財務狀況表

	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
非流動資產	
於附屬公司的投資.....	39,544
非流動資產總值.....	39,544
流動資產	
現金及現金等價物.....	365
流動資產總值.....	365
流動負債	
應付一名關聯方款項.....	365
流動負債總額.....	365
流動資產淨值.....	—
總資產減流動負債.....	39,544
資產淨值.....	39,544
權益	
股本(附註20).....	679
股份溢價(附註21).....	38,865
權益總額.....	39,544

II. 歷史財務資料附註

1. 公司資料

貴公司於二零一九年二月一日在開曼群島註冊成立為有限責任公司。貴公司的註冊辦事處地址位於4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, George Town, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。

貴公司為一間投資控股公司。於有關期間，貴公司的附屬公司於中華人民共和國（「中國」）及國際上從事提供線上廣告服務業務。

貴公司及貴集團現時旗下的附屬公司進行文件「歷史、發展及重組」一節所述重組。除重組外，貴公司自其註冊成立以來並無開始任何業務或營運。

於本報告日期，貴公司於其附屬公司擁有直接及間接權益，所有附屬公司均為私人有限責任公司（或倘於香港以外的地方註冊成立，則具有與在香港註冊成立之私人公司大致類似的特徵），詳情載列如下：

名稱	註冊成立／註冊地點及日期以及營業地點	已發行普通股／註冊股本面值	貴公司應佔股權百分比		主要業務
			直接	間接	
Adtiger Company Limited (附註(a))	英屬處女群島 二零一九年三月五日	50,000美元	100%	—	投資控股
Adtiger Media Limited (附註(a))	英屬處女群島 二零一九年二月二十一日	50,000美元	100%	—	投資控股
香港虎視傳媒有限公司 (「香港虎視」)(附註(b))	香港(「香港」) 二零一零年十一月二十二日	10,000港元	—	100%	廣告服務
Adtiger International Limited (附註(c))	香港(「香港」) 二零一九年三月二十七日	10,000港元	—	100%	投資控股
Apotheosis Limited (附註(c))	香港(「香港」) 二零一八年十一月五日	10,000港元	—	100%	投資控股
北京虎示傳媒有限公司 (附註(a))	中國／中國內地 二零一六年五月十一日	人民幣 12,500,000元	—	100%	廣告服務
希程式科技有限公司 (「希程式」)(附註(d))	香港(「香港」) 二零一七年十月九日	1美元	—	100%	已停止業務及 並無業務經營

附註：

- (a) 由於該等實體註冊成立之司法權區的相關規則及規例並無規定須編製法定賬目，因此該等實體自註冊成立以來並無編製經審核財務報表。
- (b) 該實體根據香港私人公司財務報告準則及香港公司條例編製之截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度之法定財務報表已由執業會計師陳思俊審核。
- (c) 由於該等實體分別於二零一八年及二零一九年新註冊成立，故並無編製法定賬目。

(d) 由於該實體屬新註冊成立及無業務活動，且並無產生應課稅溢利，故並無編製法定賬目。

2.1 呈列基準

根據重組(詳見文件「歷史、發展及重組」一節)，貴公司於二零一九年六月二十六日成為貴集團現時旗下的公司的控股公司。貴集團現時旗下的公司於重組前後受控股股東之共同控制。因此，就本報告而言，歷史財務資料已按綜合基準採用合併會計原則編製，猶如重組已於有關期間開始時完成。

貴集團於有關期間之綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表包括現貴集團現時旗下的所有公司自最早呈列日期起或自該等附屬公司及／或業務首次受控股股東共同控制日期以來(以較短期間為準)之業績及現金流量。已編製貴集團於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日之綜合財務狀況表，以自控股股東之角度採用現有賬面值呈列該等附屬公司及／或業務之資產及負債。並無因重組作出任何調整以反映公平值，或確認任何新資產或負債。

於重組之前，除控股股東以外之有關方持有之於附屬公司及／或業務之股權以及其變動，已應用合併會計處理原則於權益內呈列為非控股權益。

所有集團內公司間交易及結餘於綜合入賬時對銷。

2.2 編製基準

歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則(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)及香港公認會計原則編製。於整個有關期間及於中期比較財務資料所涵蓋期間內，貴集團於編製歷史財務資料時已提早採納於二零一九年一月一日的會計期間生效的所有香港財務報告準則，連同相關過渡性條文。

歷史財務資料採用歷史成本慣例編製。歷史財務資料以人民幣呈列，而除另有指明外，所有數額均調整至最接近之千位數。

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則

貴集團並無於歷史財務資料應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第3號修訂本	業務的定義 ¹
香港財務報告準則第9號、香港會計準則第39號及香港財務報告準則第7號修訂本	利率基準改革 ¹
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂本(二零一一年)	投資者與其聯營或合營公司之間的資產出售或投入 ³
香港財務報告準則第17號	保險合約 ²
香港會計準則第1號及香港會計準則第8號修訂本	重大的定義 ¹

¹ 於二零二零年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二一年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 未確定強制生效日期但可採納

貴集團管理層預期採用新訂及經修訂香港財務報告準則不會對貴集團的財務狀況及財務表現產生重大影響。

3. 主要會計政策概要

附屬公司

附屬公司乃一間由貴公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當貴集團對參與投資對象業務的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力(即賦予貴集團現有有能力指引投資對象相關活動之既存權利)影響該等回報時，即取得控制權。

當貴公司直接或間接擁有少於投資對象大多數的表決或類似權利，在評估其是否擁有對投資對象的權力時，貴集團會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象其他表決權持有者的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 貴集團的表決權及潛在表決權。

公平值計量

貴集團於各報告期末按公平值計量其金融工具，如按公平值計入損益之債務工具及金融負債。公平值指於計量日期之市場參與者之間之有序交易中，就出售資產所收

取之價格或轉讓負債所支付之價格。公平值計量乃基於假設出售資產或轉讓負債之交易於資產或負債之主要市場，或在未有主要市場之情況下，則於資產或負債之最有利市場進行。主要或最有利市場須位於 貴集團能到達之地方。資產或負債之公平值乃使用市場參與者為資產或負債定價所用之假設計量(假設市場參與者依照彼等之最佳經濟利益行事)。

非金融資產之公平值計量乃經計及一名市場參與者透過使用其資產之最高及最佳用途或透過將資產出售予將使用其最高及最佳用途之另一名市場參與者而能夠產生經濟利益之能力。

貴集團使用適用於不同情況之估值技術，而其有足夠數據計量公平值，以盡量利用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

於歷史財務資料計量或披露公平值之所有資產及負債，均根據對公平值計量整體而言屬重要之最低層輸入數據在下述公平值等級架構內進行分類：

- 第一層 — 按同等資產或負債於活躍市場之報價(未經調整)計算
- 第二層 — 按估值技術計算(藉此直接或間接可觀察對公平值計量而言屬重要之最低層輸入數據)
- 第三層 — 按估值技術計算(藉此觀察不到對公平值計量而言屬重要之最低層輸入數據)

就按經常性基準於歷史財務資料確認之資產及負債而言， 貴集團於每個報告期末通過重新評估分類(基於對公平值計量整體而言屬重大之最低層輸入數據)以決定等級架構內各層之間是否有轉移。

非金融資產減值

倘出現減值跡象或須對資產(不包括遞延稅項資產及金融資產)進行年度減值測試，則會估計資產的可收回金額。資產的可收回金額乃資產或現金產生單位使用價值與其公平值減出售成本兩者中的較高者，並且就個別資產釐定，如果資產並不產生大部分獨立於其他資產及資產組合的現金流入，在該情況下，可收回金額則按資產所屬的現金產生單位釐定。

只有資產的賬面金額超過其可收回金額時，減值虧損方予確認。評估使用價值時，估計未來現金流量採用反映當前市場對貨幣時間價值及該項資產的特有風險的評估的稅前折現率貼現為現值。減值虧損乃於產生期間計入損益賬中與減值資產相應的費用類別。

於每個有關期間末評估是否有跡象顯示過往已確認的減值虧損可能已不再存在或可能減少。倘出現該等跡象，則會估計可收回金額。只有在用以釐定資產(商譽除外)的可收回金額的估計方法出現變動時，方會撥回該資產過往已確認的減值虧損，但撥回的金額不可超逾假設過往年度並無就該項資產確認減值虧損而釐定的賬面值(扣除任何折舊／攤銷)。撥回的減值虧損乃於其產生期間計入損益。

關聯方

在以下情況下，一方將被視為 貴集團的關聯方

(a) 有關方為一名人士或該人士之關係密切家庭成員，而該人士

(i) 控制或共同控制 貴集團；

(ii) 對 貴集團有重大影響；或

(iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的其中一名主要管理人員；

或

(b) 該方為實體而符合下列任何一項條件

(i) 該實體與 貴集團屬同一集團之成員公司；

(ii) 該實體為另一間實體的聯營公司或合營企業(或另一間實體的母公司、附屬公司或同系附屬公司)；

(iii) 該實體與 貴集團均為同一第三方的合營企業；

(iv) 該實體為第三方實體的合營企業，而另一間實體則為該第三方實體的聯營公司；

(v) 該實體為 貴集團或與 貴集團有關連之實體就僱員利益設立之離職福利計劃；

(vi) 該實體受(a)項所界定人士控制或受共同控制；

(vii) 於(a)(i)項所識別人對該實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)主要管理層成員；及

(viii) 該實體或該實體所屬集團之任何成員，向 貴集團或 貴集團之母公司提供主要管理人員服務。

附錄一

會計師報告

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備之成本包括其購買價及使資產達致營運狀況及地點以作擬定用途之任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備投入運作後產生之開支，如維修及保養費用等，一般於產生期間自損益扣除。倘能符合確認條件，主要檢查之開支可按替代品於資產賬面值撥充資本。倘物業、廠房及設備之主要部分須分期替換，貴集團會確認該等部分為有特定使用年期之個別資產並對其作出相應折舊。

折舊乃按以直線法將每項物業、廠房及設備項目之成本於估計可使用年期撇銷至其剩餘價值計算。就此採用之主要年率如下：

電子設備	33.33%
傢具及固定裝置.....	20.00%

倘物業、廠房及設備項目各部分具有不同可使用年期，有關項目之成本乃按合理基礎於各部分間分配，而各部分將個別折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度年結日檢討及於適當時調整。

物業、廠房及設備項目以及任何已初步確認之重大部分於出售時或預期使用或出售不會產生任何日後經濟利益時終止確認。於資產終止確認之年度因出售或報廢而在損益確認之任何收益或虧損，乃有關資產之出售所得款項淨額與賬面值間之差額。

研究與開發成本

所有研究成本於產生時於損益表扣除。

開發新產品的項目所產生的開支僅在貴集團可證明能完成無形資產使其能作使用或銷售用途的技術可行性、其完成的意向及其使用或銷售該資產的能力、該資產日後如何產生經濟利益、具備資源完成項目及能可靠地計量開發期間的開支時，方會撥充資本及作遞延處理。未能符合該等標準的產品開發開支在產生時支銷。

使用權資產

貴集團於租賃開始日期(即有關資產可供使用之日)確認使用權資產。使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債款額、已產生之初步直接成本及於開始日期或之前作

附錄一

會計師報告

出的租賃付款減任何已收取租賃獎勵。除非 貴集團合理確定於租期結束時取得租賃資產所有權，否則已確認使用權資產於其估計可使用年期及租期內(以較短者為準)按直線法折舊。使用權資產可能出現減值。

租賃負債

於租賃開始日期， 貴集團按租賃期內將作出的租賃付款現值確認租賃負債。租賃付款包括定額付款(含實質定額款項)減任何應收租賃獎勵、取決於指數或利率的可變租賃款項以及預期根據剩餘價值擔保支付的金額。租賃付款亦包括 貴集團合理確定行使的購買選擇權的行使價及有關終止租賃的罰款(倘租期反映 貴集團選擇行使終止權)。不取決於指數或利率的可變租賃付款在出現觸發付款的事件或條件的期間內確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，倘租賃內含利率無法輕易確定，則 貴集團應用租賃開始日期的增量借款利率計算。於開始日期後，租賃負債金額增加反映了利息增長，其減少則反映作出租賃付款。此外，倘存在修訂、租期變動、非實質定額租賃付款變動或購買相關資產的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

貴集團應用可供使用的實際可行權宜方法，對租賃期於租賃開始日期起計12個月內結束的租賃應用短期租賃豁免。

金融資產

初步確認及計量

金融資產於初步確認時分類為其後按攤銷成本、按公平值計入其他全面收益及按公平值計入損益計量。

於初始確認時，金融資產分類取決於金融資產的合約現金流量特點及 貴集團管理該等金融資產的業務模式。除並無重大融資成分或 貴集團已就此應用未經調整重大融資成分影響的可行權宜方法的貿易應收款項外， 貴集團初步按公平值加上(倘金融資產並非按公平值計入損益)交易成本計量金融資產。並無重大融資成分或 貴集團已應用可行權宜方法的貿易應收款項根據下文「收入確認」所載之政策以香港財務報告準則第15號釐定的交易價格計量。

為使金融資產按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益進行分類及計量，需產生純粹為支付本金及未償還本金利息(「純粹為支付本金及利息」)的現金流量。

貴集團管理金融資產的業務模式指其如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式確定現金流量是否來自收集合約現金流量、出售金融資產，或兩者兼有。

須按照市場規定或慣例確定的時限內交付資產的金融資產購買或出售（常規方式交易）乃於交易日（即 貴集團承諾購買或出售資產的日期）確認。

後續計量

金融資產的後續計量取決於其如下分類：

按攤銷成本計量的金融資產（債務工具）

倘滿足以下兩個條件， 貴集團將按攤銷成本計量金融資產：

- 於旨在持有金融資產以收取合約現金流量的業務模式中持有的金融資產。
- 金融資產的合約條款於特定日期產生的現金流量純粹為支付本金及未償還本金的利息。

按攤銷成本計量的金融資產其後使用實際利率法計量，並可能受減值影響。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益表中確認。

終止確認金融資產

出現以下情形時，金融資產（或（如適用）一項金融資產的部分或一組同類金融資產的部分）會被終止確認（即自 貴集團綜合財務狀況表剔除）：

- 從資產收取現金流量的權利已屆滿；或
- 貴集團已轉讓從資產收取現金流量的權利，或已根據「過手」安排承擔向第三方無重大延誤全額支付所收現金流量的責任；及(a) 貴集團已轉讓資產的絕大部分風險及回報，或(b) 貴集團雖未轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，但已轉讓資產的控制權。

當 貴集團已轉讓從資產收取現金流量的權利或訂立過手安排，則評估有否保留該資產所有權的風險及回報以及保留程度。當 貴集團並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓資產控制權， 貴集團將以其持續參與程度為限繼續確認所轉讓資產。在該情況下， 貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債根據反映 貴集團所保留權利及責任的基準計量。

以對已轉讓資產擔保的形式作出的持續參與按該資產原賬面值與 貴集團可能須償還的最高代價兩者的較低者計量。

金融資產減值

貴集團對並非按公平值計入損益的所有債務工具確認預期信貸虧損的撥備。預期信貸虧損乃基於根據合約到期的合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額而釐定，並以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押的現金流量或組成合約條款的其他信貸提升措施。

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段確認。就自初始確認起未有顯著增加的信貸風險而言，預期信貸虧損將按未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提撥備。就自初始確認起已經顯著增加的信貸風險而言，不論何時發生違約，於餘下風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

於各報告日期， 貴集團評估自初步確認後金融工具的信貸風險是否有大幅增加。當作出評估時， 貴集團比較於報告日期金融工具發生違約風險與於初步確認日期金融工具發生違約風險，並考慮於沒有過度成本或努力的情況下可得的合理及可支持資料，包括過往及前瞻性資料。

貴集團認為，倘合約付款已逾期90日，則該等金融資產屬違約。然而，在若干情況下，倘內部或外部資料顯示，在計及 貴集團持有的任何信貸提升措施前， 貴集團不大可能悉數收取未償還合約款項，則 貴集團亦可認為金融資產違約。當並無合理預期可收回合約現金流量時，金融資產會被撇銷。

按公平值計入其他全面收益的債務投資及按攤銷成本計量的金融資產按一般方法可能會減值，且除應用簡化方法的貿易應收款項及合約資產外，彼等分類為以下階段用於計量預期信貸虧損，詳情如下。

- 第一階段 — 信貸風險自初步確認以來並無顯著增加的金融工具，其虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損之金額計量
- 第二階段 — 信貸風險自初步確認以來大幅增加但並非信貸減值金融資產之金融工具，其虧損撥備按全期預期信貸虧損之金額計量

第三階段 — 於報告日期已發生信貸減值的金融資產(但未購買或產生信貸減值的金融資產)，其虧損撥備按全期預期信貸虧損之金額計量

簡化方法

不包含重大融資成分的貿易應收款項，或當貴集團對該筆貿易應收款項已採用未經調整重大融資成分影響的可行權宜方法時，貴集團採納簡化方法計算預期信貸虧損。根據簡化方法，貴集團於各報告日期並無追蹤信貸風險的變動，而是根據全期預期信貸虧損確認虧損撥備。貴集團已根據其過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並根據債務人及經濟環境的前瞻性因素作出調整。

金融負債

初步確認及計量

金融負債於初步確認時分類為按公平值計入損益的金融負債、貸款及借款、應付款項或於有效對沖中指定為對沖工具的衍生工具(如適用)。

所有金融負債初步按公平值確認，而倘為貸款及借款以及應付款項，則扣除直接歸屬的交易成本。

貴集團的金融負債包括貿易及其他應付款項、應付最終控股公司款項、衍生金融工具以及計息銀行及其他借款。

後續計量

金融負債的後續計量取決於其如下分類：

貸款及借款

於初始確認後，借款隨後以實際利率法按攤銷成本計量，惟貼現的影響不重大除外，而在該情況下則按成本列賬。當負債透過實際利率攤銷程序終止確認時，其收益及虧損於損益表內確認。

攤銷成本於計及收購事項任何折讓或溢價以及組成實際利率一部分的費用或成本後計算。實際利率攤銷在損益表中的融資成本列示。

終止確認金融負債

當負債責任獲解除或註銷或屆滿時，終止確認金融負債。

倘現有金融負債被同一貸款方以大部分條款不同的另一金融負債所取代，或者現有負債的條款經大幅修改，則此類替換或修改作為終止確認原負債和確認新負債處理，且各自賬面金額的差異在損益表中確認。

抵銷金融工具

當目前擁有可強制執行的合法權利以抵銷已確認金額，且有意按淨額結算或同時變現資產及償還負債，方會抵銷金融資產及金融負債，並於財務狀況表中呈列淨額。

現金及現金等價物

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括庫存現金、活期存款及可隨時轉換為已知數額現金、價值變動風險極微及一般自購入後三個月內到期的短期高流動性投資。

就財務狀況表而言，現金及現金等價物包括用途不受限制的庫存及存放於銀行的現金(包括定期存款)及與現金性質相似的資產。

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。與已於損益以外確認項目相關的所得稅於損益以外的其他全面收益或直接在權益確認。

即期稅項資產及負債乃經考慮 貴集團經營所在國家當時的詮釋及常規後，根據於年末已實施或實際上已實施的稅率(及稅法)，按預期自稅務機關退回或付予稅務機關的金額計算。

遞延稅項採用負債法就於報告期末資產及負債的稅基與兩者用作財務報告的賬面值之間的所有暫時差額計提準備。

遞延稅項負債乃就所有應課稅暫時差額而確認，惟下列情況除外：

- 遞延稅項負債乃因初步確認商譽或在一項並非業務合併的交易中資產或負債而產生，且於交易時並不影響會計溢利或應課稅溢利或虧損；及
- 就與於附屬公司的投資有關的應課稅暫時差額而言，暫時差額的撥回時間為可控制，且該等暫時差額於可見將來可能不會撥回。

附錄一

會計師報告

遞延稅項資產乃就所有可扣稅暫時差額，及未動用稅項抵免及未動用稅項虧損的結轉而確認，惟以可能將有應課稅利潤可動用以抵銷可抵扣暫時性差異以及未動用稅項抵免及未動用稅務虧損的結轉的情況下予以確認，惟下列情況除外：

- 與可扣稅暫時差額有關的遞延稅項資產乃因在一項並非業務合併的交易中初步確認資產或負債而產生，且於交易時並不影響會計溢利及應課稅溢利或虧損；及
- 就與於附屬公司的投資有關的可扣稅暫時差額而言，遞延稅項資產僅於暫時差額於可見將來有可能撥回以及將有應課稅溢利以動用暫時差額以作對銷的情況下，方予確認。

於各報告期末審閱遞延稅項資產的賬面值，並在不再可能有足夠應課稅溢利以動用全部或部分遞延稅項資產時，相應扣減該賬面值。未被確認的遞延稅項資產會於各報告期末重新評估，並在可能有足夠應課稅溢利以收回全部或部分遞延稅項資產時予以確認。

遞延稅項資產及負債乃按預期適用於變現資產或清償負債期間的稅率，根據於報告期末已實施或實際上已實施的稅率（及稅法）計算。

當且僅當 貴集團有可合法強制執行權利可將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷，且遞延稅項資產與遞延稅項負債與同一稅務機關對同一應課稅實體或於各未來期間預期有大額遞延稅項負債或資產需要結算或收回時，擬按淨額基準結算即期稅項負債及資產或同時變現資產及結算負債的不同應課稅實體徵收的所得稅相關，則遞延稅項資產與遞延稅項負債可予抵銷。

收入確認

來自客戶合約之收入

收入按與客戶訂立的合約中訂明的代價計量，並不包括代表第三方收取的金額。 貴集團於其向客戶轉讓服務的控制權時確認收入。

下文為 貴集團產生收入的主要活動情況。

附錄一

會計師報告

提供線上廣告服務

貴集團主要服務為提供線上廣告服務。貴集團使用綜合定價模式並於根據合約特定條款交付相關服務時確認收入，其通常基於：

- i) 貴集團作為主事人時的具體行為(即每項行為成本及相關推廣活動預算，視廣告主喜好及彼等開展的推廣活動而定)；或
- ii) 貴集團作為代理時所賺取的協定返點。

具體行為

一旦進行協定行動，則按指定行動確認收入。並無因素單獨被視為假定性或決定性，因為貴集團是主要責任人及負責(1)尋找貴集團視為客戶的第三方廣告主並與其訂立合約；(2)尋找移動發佈商，以提供移動空間，而貴集團將移動發佈商視為供應商；(3)制定指定行動定價模式的售價；(4)履行所有計費及收集活動，包括保留信用風險；及(5)承擔完成廣告的獨家責任，貴集團作為該等安排的主事人及因此已按毛額基準確認該等交易賺取的收入及產生的成本。相關媒體發佈商的返點於記錄銷售成本時自相應流量獲取成本扣除。

所賺取的協定返點

當達到若干支出限額時，貴集團根據合約規定的金額賺取獎勵。貴集團將有關獎勵記錄為淨收益，而並無入賬為本集團擔任代理時，廣告主透過本集團於媒體發佈商平台上的實際廣告開支。獎勵按照安排中協定的條款按季度計算。

合約結餘

貿易應收款項

貿易應收款項指貴集團收取代價的無條件權利(即代價僅隨時間推移即會成為到期應付)。

利息收入

利息收入乃透過採用於金融工具預期年期內將估計未來現金收入準確貼現至金融資產賬面淨值的利率以實際利率法按應計基準確認。

附錄一

會計師報告

僱員福利

退休金計劃

貴集團於中國內地經營的附屬公司的僱員須參與由地方市政府營運的中央退休金計劃。該附屬公司須按其工資成本之某一百分比向中央退休金計劃供款。供款於根據中央退休金計劃規定應付時自損益表扣除。

股息

當末期股息於股東大會上獲股東批准時，即確認為負債。

因 貴公司的組織章程大綱及細則授權董事宣派中期股息，故 貴公司同時擬派及宣派中期股息。因此，中期股息於擬派及宣派時即時確認為負債。

外幣

歷史財務資料以人民幣呈列。 貴集團各實體確定其自身的功能貨幣，且每個實體的歷史財務資料中包含的項目均使用該功能貨幣計量。 貴集團實體所錄得的外幣交易初步按其各自於交易日期的現行功能貨幣匯率入賬。以外幣計值的貨幣資產及負債按報告期末的功能貨幣匯率換算。結算或換算貨幣項目產生的差額於損益表確認。

按歷史成本以外幣計值的非貨幣項目乃按於初始交易日期的匯率換算。以外幣計值按公平值列賬的非貨幣項目乃按於公平值計量日期的匯率換算。換算按公平值計量的非貨幣項目所產生的收益或虧損，按確認該項目的公平值變動的收益或虧損一致的方法處理(即公平值收益或虧損於其他綜合收益或損益中確認之項目之交易差額，亦分別於其他綜合收益或損益中確認)。

若干海外附屬公司的功能貨幣為人民幣以外的貨幣。於報告期末，該等實體的資產及負債按報告期末現行的匯率換算為人民幣，其損益表按年內加權平均匯率換算為人民幣。

所產生的匯兌差額於其他全面收益確認並於匯兌波動儲備累計。出售海外業務時，其他全面收益中與該特定海外業務有關的組成部分於損益表確認。

4. 重大會計判斷、估計及假設

編製歷史財務資料需要管理層作出影響所呈報收益、開支、資產與負債金額以及其附隨披露及或然負債披露的判斷、估計及假設。此等假設及估計的不確定因素可能導致日後須對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。

判斷

於應用 貴集團的會計政策過程中，除涉及估計的判斷外，管理層已作出以下對歷史財務資料內已確認金額有最重大影響的判斷：

委託人與代理人的考量 — 提供線上廣告服務的收入

釐定 貴集團提供線上廣告服務時擔任委託人還是代理人需作出判斷及對所有相關事實及情況進行考量。倘 貴集團於服務轉移至客戶前擁有所提供服務的控制權，則於該交易中其身份為委託人。倘無法確定控制權，於 貴集團在交易中承擔主要責任、可自由訂立價格及選擇發佈商或擁有若干但非全部該等指標時， 貴集團收益按毛額基準入賬。否則， 貴集團將所賺取淨額入賬列為提供服務的佣金。

估計不確定因素

於各報告期末關於未來的主要假設及估計不確定因素的其他主要來源(具有導致須於下一個財政年度對資產及負債賬面值作出重大調整的重大風險)載述如下：

當期所得稅

貴集團須在不同司法權區繳納所得稅。於釐定所得稅撥備時須作出重大判斷。 貴集團就適用稅務法例屬不確定及有待詮釋的情況定期評估報稅表的狀況。 貴集團亦在適用情況下根據預期須向稅務機關支付的稅款提撥準備。

應收貿易款項預期信貸虧損撥備

貴集團使用撥備矩陣計算應收貿易賬款的預期信貸虧損。撥備率乃基於因就擁有類似虧損模式的多個客戶分部進行分組(即地理位置、產品類型、客戶類別及評級、信用證及其他信貸保險形式的保障範圍)而逾期的日數計算。

附錄一

會計師報告

撥備矩陣最初基於 貴集團的歷史觀察違約率。 貴集團將通過調整矩陣以調整歷史信貸虧損經驗及前瞻性資料。例如，若預測經濟狀況（即國內生產總值）預期於未來一年內惡化，從而導致客戶行業的違約數量增加，歷史違約率將得到調整。於各報告日期，歷史觀察違約率將會予以更新，並分析前瞻性估計的變化。

對歷史觀察違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損之間的相關性評估乃一項重要的估計。預期信貸虧損的金額對環境及預測經濟狀況的變動敏感。 貴集團的歷史信貸虧損經驗及對經濟狀況的預測亦可能無法表示客戶於日後的實際違約情況。有關 貴集團應收貿易賬款的預期信貸虧損資料於歷史財務資料附註15披露。

5. 分部資料

經營分部資料

於各有關期間，並無經營分部資料呈列為 貴集團的收入及呈報業績，而 貴集團於各有關期間結束時的總資產來自單一經營分部，即提供線上廣告服務。

地域資料

下表載列有關基於外部客戶註冊所在國家／司法權區的 貴集團來自外部客戶收益的地域位置資料。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
香港.....	102,894	117,269	93,888
中國內地.....	4,934	6,950	33,200
新加坡.....	6,854	48,189	39,691
其他.....	1,764	1,442	24,347
	<u>116,446</u>	<u>173,850</u>	<u>191,126</u>

貴集團的非流動資產主要位於中國內地，因此，並無呈列按非流動資產的地域分部之進一步分析。

有關主要客戶的資料

於各有關期間向個別貢獻超過 貴集團總收入10%的客戶銷售產生的收入載列如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
客戶A	20,751	不適用*	不適用*
客戶B	54,282	不適用*	不適用*
客戶C	不適用*	53,060	25,057
客戶D	不適用*	28,477	不適用*
客戶E.....	不適用*	26,356	不適用*
客戶F.....	不適用*	不適用*	19,988

* 不超過 貴集團總收入的10%。

6. 收入、其他收入及收益

收入主要指於有關期間提供線上廣告服務的收入。

收入、其他收入及收益的分析如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自客戶合約之收入			
具體行為收益(貴集團作為主事人時)	94,729	154,948	148,815
— CPA定價模式下的綜合用戶獲取服務	91,205	153,842	146,100
— CPC/CPM定價模式下的廣告主開戶及／或 充值服務	3,524	1,106	2,715
CPC/CPM定價模式下的協定返點(貴集團作為代理時)	21,717	18,902	42,311
	<u>116,446</u>	<u>173,850</u>	<u>191,126</u>
其他收入及收益			
其他.....	<u>70</u>	<u>427</u>	<u>1,143</u>

附錄一

會計師報告

貴集團在某個時間點於以下收入類別獲得收入：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入確認時間			
時間點			
線上廣告服務	116,446	173,850	191,126

7. 除稅前溢利

貴集團除稅前溢利乃經扣除／(計入)下列各項後達致：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
提供服務的成本(不包含計入僱員福利開支的費用)	75,314	130,297	132,936
銀行利息收入	(31)	(337)	(300)
物業、廠房及設備項目的折舊	13	46	93
使用權資產折舊	14	—	915
貿易應收款項及其他應收款項減值 ...	511	96	804
短期租賃產生的租賃開支*	558	810	146
研發成本	—	200	768
[編纂]	—	—	[編纂]
核數師薪酬	—	—	194
僱員福利開支 (包括董事酬金(附註8))			
薪金、津貼及實物福利	4,475	8,557	11,225
退休計劃供款	439	1,031	1,527

* 貴集團採用香港財務報告準則第16號的實用權宜之計，其中將短期租賃豁免應用於租期於租賃開始日期起12個月內結束的租賃。短期租賃產生的租賃開支與租期在12個月內結束的租賃相關。

8. 董事及首席執行官的薪酬

貴公司於二零一九年二月一日(即本公司註冊成立日期)前並無任何最高行政人員、執行董事、非執行董事及獨立非執行董事。

常素芳女士及李慧女士於二零一九年二月一日獲委任為 貴公司執行董事。Hsia Timothy Chunhon先生於二零一九年九月十二日獲委任為 貴公司非執行董事。姚亞平先生、陳歡先生及張耀亮先生分別於二零二零年六月二十二日、二零二零年六月二十二日及二零二零年六月二十二日獲委任為 貴公司獨立非執行董事。

附錄一

會計師報告

若干董事從 貴集團現時旗下附屬公司就彼等獲委任為該等附屬公司董事收取薪酬。附屬公司財務報表所載各董事的薪酬載列如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
袍金.....	—	—	—
其他薪酬			
薪金、津貼及實物福利	2,019	2,987	3,769
退休計劃供款.....	96	173	233
董事總薪酬	<u>2,115</u>	<u>3,160</u>	<u>4,002</u>

(a) 非執行董事

Hsia Timothy Chunhon於二零一九年九月十二日獲委任為 貴公司非執行董事。於有關期間並無應付非執行董事的袍金及其他薪酬。

(b) 獨立非執行董事

姚亞平先生、陳歡先生及張耀亮先生分別於二零二零年六月二十二日、二零二零年六月二十二日及二零二零年六月二十二日獲委任為 貴公司獨立非執行董事。於有關期間，並無應付獨立非執行董事的袍金及其他酬金。

(c) 執行董事

	截至二零一七年十二月三十一日止年度			
	袍金	薪金、津貼及 實物福利	退休計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
常素芳女士	—	1,259	50	1,309
李慧女士	—	760	46	806
	<u>—</u>	<u>2,019</u>	<u>96</u>	<u>2,115</u>

附錄一

會計師報告

	截至二零一八年十二月三十一日止年度			
	袍金	薪金、津貼及 實物福利	退休計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
常素芳女士	—	2,110	85	2,195
李慧女士	—	877	88	965
	<u>—</u>	<u>2,987</u>	<u>173</u>	<u>3,160</u>
	截至二零一九年十二月三十一日止年度			
	袍金	薪金、津貼及 實物福利	退休計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
常素芳女士	—	2,349	109	2,458
李慧女士	—	1,420	124	1,544
	<u>—</u>	<u>3,769</u>	<u>233</u>	<u>4,002</u>

於有關期間，概無董事放棄或同意放棄任何酬金的安排。

9. 五名最高薪酬僱員

有關期間五名最高薪酬僱員包括兩名董事，其薪酬詳情載於上文附註8。有關期間餘下三名最高薪酬僱員的詳情如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
薪金、津貼及實物福利	853	984	1,225
退休計劃供款	64	122	230
	<u>917</u>	<u>1,106</u>	<u>1,455</u>

薪酬在以下範圍內的非董事最高薪酬僱員人數如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	零至1,000,000港元		
	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>3</u>

附錄一

會計師報告

於有關期間，貴集團概無向董事或五名最高薪酬僱員中的任何一人支付薪酬作為加入或於加入貴集團後的獎勵或作為離職的補償。

10. 所得稅

貴集團須就於貴集團成員公司註冊成立及經營業務的國家／司法權區產生或賺取的溢利按實體基準繳納所得稅。

貴公司根據開曼公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此毋須繳納所得稅。

香港利得稅乃就於有關期間在香港產生的估計應課稅溢利按16.5%的稅率計提，除非有關溢利為適用8.25%的一半稅率徵稅的於二零一八年四月一日或之後開始的課稅年度應課稅溢利首2百萬港元溢利。

中國內地企業所得稅撥備乃就根據於二零零八年一月一日批准並生效的《中國企業所得稅法》釐定的貴集團於中國內地經營的附屬公司的應課稅溢利按25%的法定稅率計算。

貴集團所得稅開支的主要組成部分如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
即期所得稅 — 香港	1,882	3,333	2,402
即期所得稅 — 中國內地	5,757	2,618	3,553
遞延所得稅	(89)	(17)	(213)
年度稅項支出總額	<u>7,550</u>	<u>5,934</u>	<u>5,742</u>

按中國內地適用法定稅率計算除稅前溢利適用的稅項開支與按實際所得稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
除所得稅前溢利	34,397	30,671	27,790
按25%的稅率計算的稅項	8,599	7,668	6,948
貴集團不同附屬公司適用不同稅率的影響	(1,116)	(1,794)	(1,396)
計稅時不可抵扣的開支	67	60	190
	<u>7,550</u>	<u>5,934</u>	<u>5,742</u>

根據中國企業所得稅法，自二零零八年一月一日起，向海外投資者所宣派的股息須繳納10%預扣稅，並適用於二零零七年十二月三十一日之後的溢利。倘中國內地與海外投資者的司法權區訂立稅務條約，則可能享有較低的預扣稅率。因此，貴集團須就於中國內地成立的附屬公司於二零零八年一月一日起賺取的溢利所分派的股息繳納預扣稅。貴集團的適用稅率為10%。於各有關期間末，貴集團並無就貴集團在中國內地成立之附屬公司須繳納預扣稅的未匯出盈利而應付之預扣稅確認遞延稅項。董事認為，由於貴集團將保留資金用於在中國內地的發展，故附屬公司於可見未來不大可能分派有關保留盈利。於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，與投資中國內地附屬公司相關的暫時性差額總額(尚未就其確認遞延稅項負債)分別為人民幣17,622,000元、人民幣24,702,000元及人民幣35,704,000元。貴公司向其股東支付股息並無附帶所得稅影響。

11. 股息

貴公司自其註冊成立以來並無派付或宣派股息。

截至二零一七年十二月三十一日止年度，貴公司一間附屬公司向當時股東宣派的股息為1,000,000美元。

截至二零一八年十二月三十一日止年度，貴公司一間附屬公司向當時股東宣派的股息為3,000,000美元。

由於股息率對本報告而言並無意義，故並無呈列有關資料。

12. 每股盈利

因進行重組，載入每股盈利資料對本報告而言並無意義，故並無呈列有關資料。

附錄一

會計師報告

13. 物業、廠房及設備

二零一七年十二月三十一日

	傢俬及固定裝置	電子設備	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零一七年一月一日			
成本.....	—	—	—
累計折舊.....	—	—	—
賬面淨值.....	—	—	—
於二零一七年一月一日，			
扣除累計折舊.....	—	—	—
添置.....	—	8	8
於二零一七年十二月三十一日，			
扣除累計折舊.....	—	8	8
於二零一七年十二月三十一日：			
成本.....	—	8	8
累計折舊.....	—	—	—
賬面淨值.....	—	8	8

二零一八年十二月三十一日

	傢俬及固定裝置	電子設備	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零一七年十二月三十一日及 於二零一八年一月一日：			
成本.....	—	8	8
累計折舊.....	—	—	—
賬面淨值.....	—	8	8
於二零一八年一月一日，			
扣除累計折舊.....	—	8	8
添置.....	19	235	254
年內計提折舊.....	(2)	(44)	(46)
於二零一八年十二月三十一日.....	17	199	216
於二零一八年十二月三十一日：			
成本.....	19	243	262
累計折舊.....	(2)	(44)	(46)
賬面淨值.....	17	199	216

附錄一

會計師報告

二零一九年十二月三十一日

	傢俬及固定裝置	電子設備	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零一八年十二月三十一日及 於二零一九年一月一日：			
成本.....	19	243	262
累計折舊.....	(2)	(44)	(46)
賬面淨值.....	<u>17</u>	<u>199</u>	<u>216</u>
於二零一九年一月一日，			
扣除累計折舊.....	17	199	216
添置.....	—	44	44
年內計提折舊.....	(4)	(89)	(93)
於二零一九年十二月三十一日.....	<u>13</u>	<u>154</u>	<u>167</u>
於二零一九年十二月三十一日：			
成本.....	19	287	306
累計折舊.....	(6)	(133)	(139)
賬面淨值.....	<u>13</u>	<u>154</u>	<u>167</u>

14. 使用權資產及租賃負債

貴集團租賃若干樓宇作為其辦公室。租期為一年半。

於各有關期間使用權資產及租賃負債的變動如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
使用權資產			
年初賬面值.....	—	—	—
添置.....	—	—	1,456
年內計提折舊.....	—	—	(915)
年末賬面值.....	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>541</u>

附錄一

會計師報告

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
租賃負債			
年初賬面值	—	—	—
添置	—	—	1,456
年內利息	—	—	47
年內付款	—	—	(950)
年末賬面值	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>553</u>

15. 貿易應收款項

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	89,461	83,455	142,557
減值	(899)	(1,082)	(1,897)
	<u>88,562</u>	<u>82,373</u>	<u>140,660</u>

貴集團與其客戶的交易條款主要為賒賬方式。信貸期一般為一個月，主要客戶則獲延長至最多三個月。每名客戶設有最高的信貸限額。貴集團致力嚴格監控其未收回的應收款項並設有信貸監控部門以盡量減低信貸風險。貴集團並無就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或採取其他增信措施。貿易應收款項為不計息。

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，貴集團貿易應收款項中分別包括應收貴集團關聯方款項人民幣11,432,000元、人民幣2,999,000元及人民幣2,074,000元，有關款項的信貸期為一至十二個月。

於各有關期間末基於發票日期及經扣除撥備後的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1個月內	81,536	80,008	119,011
1-3個月	7,565	2,392	17,675
3-6個月	35	81	1,724
6-12個月	320	723	3,408
12個月以上	5	251	739
	<u>89,461</u>	<u>83,455</u>	<u>142,557</u>

附錄一

會計師報告

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年初結餘	439	899	1,082
減值	460	183	815
年末結餘	<u>899</u>	<u>1,082</u>	<u>1,897</u>

有關期間根據香港財務報告準則第9號的減值

就貿易應收款項可收回性進行的減值分析乃基於預期信貸虧損模式作出。確認減值與否需要管理層作出判斷及估算，當中會考慮結餘的賬齡、是否存在糾紛、近期過往付款模式、任何其他有關對手方信譽的可得資料及宏觀經濟的影響。

以下載列有關使用撥備矩陣得出的 貴集團貿易應收款項信貸風險敞口資料：

於二零一七年十二月三十一日

	貿易應收款項賬齡					
	1個月內	1-3個月	3-6個月	6-12個月	12個月以上	總計
預期信貸虧損率	0.97%	1.25%	1.50%	2.80%	75.00%	1.00%
賬面總值						
(人民幣千元)	81,536	7,565	35	320	5	89,461
預期信貸虧損						
(人民幣千元)	790	95	1	9	4	899

於二零一八年十二月三十一日

	貿易應收款項賬齡					
	1個月內	1-3個月	3-6個月	6-12個月	12個月以上	總計
預期信貸虧損率	0.98%	1.23%	3.10%	5.90%	90.00%	1.30%
賬面總值						
(人民幣千元)	80,008	2,392	81	723	251	83,455
預期信貸虧損						
(人民幣千元)	781	29	3	43	226	1,082

附錄一

會計師報告

於二零一九年十二月三十一日

	貿易應收款項賬齡					總計
	1個月內	1-3個月	3-6個月	6-12個月	12個月以上	
預期信貸虧損率.....	0.66%	1.13%	3.12%	5.74%	90.03%	1.34%
賬面總值						
(人民幣千元).....	119,011	17,675	1,724	3,408	739	142,557
預期信貸虧損						
(人民幣千元).....	782	200	54	196	665	1,897

16. 預付款項、按金及其他應收款項

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項	53	324	742
按金及其他應收款項	(a) 2,138	3,146	7,358
	2,191	3,470	8,100

附註：

- (a) 其他應收款項為無抵押、不計息及並無固定還款期。其他應收款項既未逾期亦未減值，而其預期信貸虧損考量載於歷史財務資料附註28。

17. 現金及現金等價物

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘.....	<u>110,907</u>	<u>151,040</u>	<u>171,639</u>

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，貴集團以人民幣（「人民幣」）計值的現金及銀行結餘為人民幣4,075,000元、人民幣4,266,000元及人民幣37,471,000元。人民幣不能自由兌換為其他貨幣，惟根據中國內地的《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，貴集團可通過獲授權進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行現金按基於每日銀行存款利率的浮動利率賺取利息。銀行結餘乃存放於信譽良好且近期無違約記錄的銀行。

附錄一

會計師報告

18. 貿易應付款項

於各有關期間末基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內.....	<u>152,269</u>	<u>162,844</u>	<u>230,389</u>

貿易應付款項為不計息及一般於60日內結算。

19. 其他應付款項及應計費用

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
其他應付款項.....	10,920	19,437	15,297
應付工資及福利.....	200	569	655
其他應付稅項.....	432	27	43
	<u>11,552</u>	<u>20,033</u>	<u>15,995</u>

其他應付款項為不計息及須按要求償還。

20. 股本

	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
法定：	
200,000,000股每股面值0.0005美元的普通股.....	<u>679</u>
	於二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元
已發行及繳足：	
200,000,000股每股面值0.0005美元的普通股.....	<u>679</u>

貴公司於二零一九年二月一日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1美元的股份。於二零一九年六月二十六日，法定股本增加至62,500美元，分為62,500股每股面值1美元的股份。於二零一九年九月十八日，法定股本增加至100,000美元，分為100,000每股面值1美元的股份。本公司於二零一九年九月二十日進行股份拆細，其中每股面值1.00美元的現有已發行及未發行普通股拆細成2,000股每股面值0.0005美元的普通股，拆細後，法定股本100,000美元分為

200,000,000股每股面值0.0005美元的股份。於二零一九年十二月三十一日，200,000,000股股份已發行及配發並繳足。

除上文所述及重組外，貴公司於有關期間並無進行任何業務。

21. 儲備

於有關期間 貴集團儲備的金額及其變動載列於本報告的綜合權益變動表內。

股份溢價

股份溢價指已發行股份面值與已收代價之差額。

合併儲備

就編製綜合財務狀況表目的，合併儲備結餘指 貴集團附屬公司當時權益股東之注資。

於二零一九年一月二十四日，Apotheosis同意向北京虎示的註冊資本注資人民幣2.5百萬元。於二零一九年九月二十三日，人民幣2.5百萬元的資金已注入北京虎示。

資本儲備

資本儲備指非控股權益之調整款額與收購附屬公司非控股權益已付代價之公平價值兩者間之任何差額。

法定盈餘儲備

根據中國公司法，中國內地成立的 貴公司附屬公司須將除稅後純利的10%撥作法定盈餘儲備，此乃根據中國公認會計原則釐定，直至儲備結餘達到其註冊資本50%為止。受相關中國法規所載若干限制的規限，法定盈餘儲備可用於抵銷虧損或轉換為增加股本，但轉換後結餘不得少於實體註冊資本的25%。儲備不得用作其設立目的以外的其他用途，亦不得作為現金股息分派。

22. 綜合現金流量表附註

融資活動產生之負債變動

	來自融資活動之債務總額	
	租賃負債	務總額
	人民幣千元	人民幣千元
於二零一七年一月一日	—	—
來自融資活動之現金流量	—	—
於二零一七年十二月三十一日	—	—
來自融資活動之現金流量	—	—
於二零一八年十二月三十一日	—	—
來自融資現金流量變動	(950)	(950)
新租賃	1,456	1,456
利息開支	47	47
於二零一九年十二月三十一日	<u>553</u>	<u>553</u>

23. 擁有重大非控股權益之非全資附屬公司

非控股權益指於重組完成前由控股股東以外的一方持有的股權。於重組完成後，貴公司擁有其附屬公司的所有權益。

有關擁有重大非控股權益的貴集團附屬公司的詳情載列如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
非控股權益持有股權百分比：			
香港虎視	20%	20%	—
	十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分配予非控股權益年度溢利：			
香港虎視	1,905	3,374	810
派付予非控股權益股息：			
香港虎視	1,348	3,980	—
非控股權益於報告日期的累計結餘：			
香港虎視	990	638	—

附錄一

會計師報告

下表闡明上述附屬公司的財務資料概要。所披露的金額為任何公司間對銷前的金額：

二零一七年	香港虎視
	人民幣千元
收益.....	115,985
開支總額.....	(106,460)
年內溢利.....	9,525
年內全面收益總額.....	<u>8,508</u>
流動資產.....	191,334
非流動資產.....	145
流動負債.....	<u>(184,140)</u>
經營活動所得現金流量淨額.....	117,552
融資活動所用現金流量淨額.....	(11,753)
匯率變動的影響.....	(3,479)
現金及現金等價物增加淨額.....	<u>102,320</u>
二零一八年	香港虎視
	人民幣千元
收益.....	173,172
開支總額.....	(156,303)
年內溢利.....	16,869
年內全面收益總額.....	<u>18,134</u>
流動資產.....	226,420
非流動資產.....	165
流動負債.....	<u>(221,015)</u>
經營活動所得現金流量淨額.....	47,429
投資活動所得現金流量淨額.....	2,009
融資活動所用現金流量淨額.....	(16,120)
匯率變動的影響.....	6,618
現金及現金等價物增加淨額.....	<u>39,936</u>

附錄一

會計師報告

二零一九年	香港虎視
	人民幣千元
收益.....	135,866
開支總額.....	(123,699)
年內溢利.....	12,167
年內全面收益總額.....	<u>12,406</u>
流動資產.....	263,721
非流動資產.....	144
流動負債.....	<u>(245,696)</u>
經營活動所用現金流量淨額.....	(9,697)
融資活動所用現金流量淨額.....	(5,971)
匯率變動的影響.....	224
現金及現金等價物(減少)淨額.....	<u>(15,444)</u>

24. 承擔

於各有關期間末，貴集團及貴公司並無任何重大承擔。

25. 關聯方交易及結餘

貴公司董事認為，以下人士／公司為於有關期間與貴集團有交易或結餘的關聯方。

附錄一

會計師報告

(a) 名稱及關係

關聯方名稱	與 貴集團及 貴公司的關係
Venus Holdings Limited	由 貴集團一名控股股東控制的實體
Taschh Limited	對香港虎視具有重大影響力的股東
北京米和科技有限公司 ⁽¹⁾	於二零一六年一月一日至二零一八年三月三十日 貴集團一名控股股東具有重大影響力的實體
米和傳媒有限公司 ⁽¹⁾	於二零一六年一月一日至二零一八年三月三十日 貴集團一名控股股東具有重大影響力的北京米和科技有限公司的附屬公司
Son of Sunrise Investment Ltd.	由 貴集團一名控股股東控制的實體
霍爾果斯潤智傳媒有限公司 (「霍爾果斯潤智」) ⁽²⁾	由 貴集團一名控股股東控制的實體
五蓮思果電子科技合夥企業 (有限合夥)(「五蓮思果」)	自二零一七年六月二十七日(五蓮思果成立日期)起 由 貴集團一名控股股東控制的實體
五蓮深標電子科技合夥企業 (有限合夥)(「五蓮深標」)	自二零一七年六月二十七日(五蓮深標成立日期)起 由 貴集團一名控股股東控制的實體

附註：

- (1) 貴集團一名控股股東已於二零一八年三月三十日出售北京米和科技有限公司的權益。
- (2) 霍爾果斯潤智已於二零一九年四月十五日撤銷註冊。

附錄一

會計師報告

(b) 關聯方交易

除歷史財務資料其他地方披露的交易及結餘外，貴集團於有關期間有以下與關聯方進行的重大交易：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
向關聯方提供的服務：			
Taschh Limited	3,678	1,236	561
北京米和科技有限公司	1,053	314	—
米和傳媒有限公司	34	—	—
代付款項：			
霍爾果斯潤智	37	—	—
五蓮深標	24	—	—
五蓮思果	24	—	—
Venus Holdings Limited	5	—	—
支付的股息：			
Venus Holdings Limited	3,371	10,150	—
Son of Sunrise Investment Ltd.	2,023	5,770	—
Taschh Limited	1,348	3,980	—

(c) 與關聯方的未結結餘

貴集團有以下與關聯方的結餘：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應收關聯方款項：			
Taschh Limited ⁽¹⁾	7,800	2,999	2,074
北京米和科技有限公司 ⁽¹⁾	3,632	—	—
霍爾果斯潤智 ⁽²⁾	36	37	—
五蓮深標 ⁽²⁾	24	24	—
五蓮思果 ⁽²⁾	24	24	—
Venus Holdings Limited ⁽²⁾	12	—	—
	<u>11,528</u>	<u>3,084</u>	<u>2,074</u>
應付關聯方款項：			
Son of Sunrise Investment Ltd. ⁽²⁾	<u>1,960</u>	<u>5,971</u>	<u>—</u>

附註：

- (1) 應收關聯方款項計入歷史財務資料附註15的貿易應收款項，並屬貿易性質款項。
- (2) 關聯方結餘屬非貿易性質款項。

附錄一

會計師報告

(d) 貴集團主要管理人員的報酬

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
短期僱員福利.....	163	237	425
退休金計劃供款.....	45	61	63
	<u>208</u>	<u>298</u>	<u>488</u>

董事及最高行政人員薪酬的進一步詳情載於歷史財務資料附註8。

26. 按類別劃分的金融工具

於各有關期間末各類別金融工具的賬面值如下：

於二零一七年十二月三十一日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	88,562
計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產.....	2,138
應收關聯方款項.....	96
現金及現金等價物.....	110,907
	<u>201,703</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	152,269
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	10,920
應付關聯方款項.....	1,960
	<u>165,149</u>

附錄一

會計師報告

於二零一八年十二月三十一日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	82,373
計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產.....	3,146
應收關聯方款項.....	85
現金及現金等價物.....	151,040
	<u>236,644</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	162,844
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	19,437
應付關聯方款項.....	5,971
	<u>188,252</u>

於二零一九年十二月三十一日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	140,660
計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產.....	7,358
現金及現金等價物.....	171,639
	<u>319,657</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	230,389
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	15,297
租賃負債.....	553
	<u>246,239</u>

27. 金融工具的公平值及公平值層級

管理層評估認為，現金及現金等價物、貿易應收款項、貿易應付款項、計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產、計入其他應付款項及應計費用的金融負債、應收關聯方款項及應付關聯方款項的公平值與其賬面值相若，主要原因為該等工具於短期內到期。

金融資產及負債的公平值按自願雙方於當前交易(強制或清算出售除外)中交換有關工具的金額入賬。

公平值層級

於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，貴集團並無任何按公平值計量的金融資產及負債。

28. 財務風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括現金及現金等價物。該等金融工具的主要目的是為貴集團的業務營運籌資。貴集團有多項其他金融資產及負債，包括直接由其營運產生的貿易應收款項、計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產、貿易應付款項及計入其他應付款項及應計費用的金融負債。

貴集團金融工具產生的主要風險為外幣風險、信貸風險及流動資金風險。董事會審閱及批准管理該等風險的政策，詳情概述如下。

外匯風險

貴集團主要在中國內地及香港經營，貴集團大部分貨幣資產、負債及交易主要以人民幣、美元及歐元計值。貴集團並無使用任何衍生工具對沖其外幣風險。

下表列示在其他所有變數保持不變的情況下，貴集團除稅前溢利及貴集團權益(不包括保留溢利)對貴集團於各有關期間末具有重大風險敞口的外匯匯率合理可能變動的概約變動：

附錄一

會計師報告

	外幣匯率 上升／(下降)	除稅前溢利 增加／(減少)	權益 增加／(減少)
	%	人民幣千元	人民幣千元
截至二零一七年十二月三十一日			
止年度			
倘人民幣兌美元貶值	5	(581)	—
倘人民幣兌美元升值	(5)	581	—
倘人民幣兌歐元貶值	5	1,852	—
倘人民幣兌歐元升值	(5)	(1,852)	—
截至二零一八年十二月三十一日			
止年度			
倘人民幣兌美元貶值	5	1,710	—
倘人民幣兌美元升值	(5)	(1,710)	—
倘人民幣兌歐元貶值	5	1,059	—
倘人民幣兌歐元升值	(5)	(1,059)	—
截至二零一九年十二月三十一日			
止年度			
倘人民幣兌美元貶值	5	(247)	—
倘人民幣兌美元升值	(5)	247	—
倘人民幣兌歐元貶值	5	1,405	—
倘人民幣兌歐元升值	(5)	(1,405)	—

* 不包括保留溢利

信貸風險

貴集團僅與獲認可且信譽良好的第三方進行交易。貴集團秉持的政策是，所有希望以信貸方式進行交易的客戶須接受信貸審核程序。此外，持續對應收款項結餘進行監控，而貴集團承受的壞賬風險並不重大。對於並非以有關營運單位功能貨幣計值的交易，貴集團在未取得信貸監控主管特定批准的情況下不會授予信貸期。

貴集團其他金融資產(包括現金及現金等價物、應收關聯方款項、貿易應收款項及其他應收款項)的信貸風險源自對手方違約，最高風險承擔為該等工具的賬面值。

(i) 貿易應收款項的信貸風險

為管理貿易應收款項產生的風險，貴集團已制定政策確保信貸期乃給予具有適當信貸記錄的對手方，而管理層會對對手方進行持續信貸評估。授予客戶的信貸期一般不超過90天，並會評估該等客戶的信貸質素，當中會考慮其財務狀況、過往經驗及其他因素。於有關期間，該等結餘的預期虧損撥備並不重大。鑒於應收款項的收款記錄良好，管理層認為貴集團的未償還貿易應收款項結餘固有的信貸風險並不重大。

於計算預期信貸虧損率時，貴集團會考慮其客戶的過往虧損率，並就前瞻性宏觀經濟資料作出調整。有關貴集團因貿易應收款項產生的信貸風險敞口的進一步量化資料於附註15披露。

(ii) 其他應收款項及應收關聯方款項的信貸風險

對於應收關聯方款項及其他應收款項，管理層根據歷史結算記錄及過往經驗，定期對應收關聯方款項及其他應收款項的可收回性進行集體評估及個別評估。於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日，其他應收款項及應收關聯方款項的信貸評級為良好。貴集團評估認為，根據12個月預期虧損法該等應收款項及應收關聯方款項的預期信貸虧損並不重大。鑒於與債務人往來的記錄及應收賬款的收款記錄良好，管理層認為貴集團的未償還其他應收款項結餘及應收關聯方款項固有的信貸風險並不重大。預期信貸虧損率接近於零。

(iii) 現金及現金等價物的信貸風險

為管控現金及現金等價物產生的風險，主要將其存放於信貸評級較高的銀行。該等金融機構近期並無違約記錄。根據歷史數據及管理層的分析，收款損失並不重大，因此認為毋須計提撥備。

流動資金風險

流動資金風險為貴集團因資金短缺而難以履行財務責任的風險。貴集團面臨的流動資金風險主要來自金融資產與負債到期日錯配。貴集團通過考慮其金融負債及金融資產的到期期限來監控資金短缺風險。

貴集團的目標是在資金連續性與靈活性之間維持平衡。貴集團致力維持足夠的現金及現金等價物以滿足其流動資金需求。

於各有關期間末基於合約未折現付款的貴集團金融負債到期情況如下：

	按要求／		
	少於2個月	2至12個月	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零一七年十二月三十一日			
貿易應付款項.....	152,269	—	152,269
其他應付款項.....	—	10,920	10,920
應付關聯方款項.....	1,960	—	1,960
	<u>154,229</u>	<u>10,920</u>	<u>165,149</u>
二零一八年十二月三十一日			
貿易應付款項.....	162,844	—	162,844
其他應付款項.....	—	19,437	19,437
應付關聯方款項.....	5,971	—	5,971
	<u>168,815</u>	<u>19,437</u>	<u>188,252</u>

附錄一

會計師報告

	按要求／		
	少於2個月	2至12個月	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
二零一九年十二月三十一日			
貿易應付款項.....	230,389	—	230,389
其他應付款項.....	—	15,297	15,297
租賃負債.....	—	553	553
	<u>230,389</u>	<u>15,850</u>	<u>246,239</u>

資本管理

貴集團資本管理的首要目標是確保 貴集團維持良好的信用狀況及穩健的資本比率，以支持其業務發展及實現股東價值最大化。

貴集團管理其資本架構並因應經濟狀況變化對其作出調整。為維持或調整資本架構， 貴集團或會調整支付予股東的股息款額、返還資本予股東或發行新股份。 貴集團並無受任何外部施加的資本要求約束。於有關期間，有關目標、政策及流程並無作出任何變動。

貴集團使用債務對資產比率(即總負債除以總資產)監控資本。於各有關期間末的債務對資產比率如下：

	於十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總負債.....	175,009	204,352	263,869
總資產.....	201,925	237,370	321,509
債務對資產比率.....	<u>87%</u>	<u>86%</u>	<u>82%</u>

29. 有關期間後事項

於二零二零年初爆發新型冠狀病毒(COVID-19)對 貴集團的經營環境帶來更多不確定性並可能會影響 貴集團的營運及財務狀況。 貴集團一直密切監察COVID-19對 貴集團業務的影響並已制定若干替代行動計劃。

根據目前可得的資料，管理層已評估並初步得出結論認為，在目前階段，於截至二零一九年十二月三十一日止年度之後直至本報告日期止，並無對 貴集團的財務表現及狀況產生重大影響。

貴公司管理層將繼續密切監察COVID-19疫情並評估其對經營業績及財務狀況的影響。

30. 其後財務報表

貴集團或其任何附屬公司並無就二零一九年十二月三十一日後的任何期間編製經審核財務報表。

附錄二

[編纂]財務資料

以下資料概不構成本公司申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)所發出會計師報告(載於本文件附錄一)的一部分，並僅載入作參考用途。未經審核備考財務資料應與「財務資料」一節及本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀。

A. 未經審核備考經調整綜合有形資產淨值

以下未經審核備考經調整綜合有形資產淨值根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則香港上市規則第4.29條及參考香港會計師公會頒佈的會計指引第7號「編製備考財務資料以供載入投資通函」編製，僅供說明用途，載於此處以說明[編纂]對截至二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔本集團之綜合有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於二零一九年十二月三十一日進行。

本公司擁有人應佔本集團之未經審核備考經調整綜合有形資產淨值已予編製，僅供說明用途，而由於其假設性質，未必能真實反映[編纂]於二零一九年十二月三十一日或任何未來日期已完成情況下本集團的財務狀況。其乃根據本文件附錄一會計師報告載列的我們於截至二零一九年十二月三十一日的綜合有形資產淨值編製而成，並已作出下列調整。未經審核備考經調整綜合有形資產淨值並不組成本文件附錄一所載會計師報告的一部分。

	於二零一九年 十二月三十一日 本公司擁有人 應佔本集團之 綜合有形 資產淨值	[編纂]估計 [編纂]	本公司擁有人 應佔本集團之 未經審核備考 經調整綜合 有形資產淨值	每股股份 未經審核備考經調整 綜合有形資產淨值	
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣元)	(港元)
	(附註1)	(附註2)		(附註3)	(附註4)
按[編纂]每股股份[編纂]港元計算..	57,640	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股股份[編纂]港元計算..	57,640	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- 截至二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔綜合有形資產淨值乃摘錄自會計師報告，其乃根據如本文件附錄一所示截至二零一九年十二月三十一日本公司擁有人應佔經審核綜合權益約人民幣57,640,000元釐定。
- [編纂]估計[編纂]乃基於[編纂]每股股份[編纂]港元及每股股份[編纂]港元(已扣除本集團應付的[編纂]費用及其他相關開支且並無計及於[編纂]獲行使後可能發行的任何股份)得出。[編纂]估計[編纂]按1.0港元兌人民幣0.9002元的匯率兌換為人民幣。

附錄二

[編纂]財務資料

- (3) 每股股份未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃按緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算且並無計及於[編纂]或根據[編纂]購股權計劃可能授出之任何購股權獲行使後可能發行的任何股份或如「附錄四 — 法定及一般資料」所述根據有關配發及發行或購回股份之一般授權可能配發及發行或購回之任何股份。
- (4) 每股股份未經審核備考經調整綜合有形資產淨值按1.0港元兌人民幣0.9002元的匯率兌換為港元。
- (5) 並無作出任何調整以反映本集團於二零一九年十二月三十一日後的任何交易結果或公開交易。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

以下為本公司組織章程大綱及細則的若干條文以及開曼公司法若干方面的概要。

本公司於二零一九年二月一日根據開曼公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司的章程文件包括其已修訂及重列組織章程大綱（「大綱」）及其已修訂及重列組織章程細則（「細則」）。

1. 組織章程大綱

1.1 大綱規定（其中包括）本公司股東承擔的責任屬有限，而本公司的成立宗旨並無限制（因而包括作為一家投資公司），且本公司擁有並能夠隨時或不時以主事人、代理、承包商或其他身份，行使可由自然人或法人團體行使的任何及全部權力，而因本公司為獲豁免公司，故本公司將不會在開曼群島與任何人士、商號或公司進行交易，惟為促進本公司在開曼群島以外地區進行的業務者則除外。

1.2 本公司可藉特別決議案修改大綱所載有關任何宗旨、權力或其他指定事項的內容。

2. 組織章程細則

細則於[•]獲有條件採納。細則若干條文的概要載列如下。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司的股本由普通股組成。

(b) 更改現有股份或股份類別的權利

在開曼公司法的規限下，倘本公司股本在任何時間分拆為不同股份類別，則任何股份類別所附的全部或任何特別權利可（除非該股份類別的發行條款另有規定）經由持有該類已發行股份面值不少於四分之三的持有人的書面同意，或經由該類股份持有人在另行召開的股東大會上通過的特別決議案批准而予以更改、修改或廢除。細則內有關股東大會的條文在加以必要變通後均適用於上述各另行召開的股東大會，惟所需法定人數（惟續會除外）不得少於兩名合共持有（或倘股東為公司，則為其獲正式授權代表）或由受委託代表持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士。該類別股份的每名持有人有權於投票表決時就其所持每股股份投一票，而任何親身或由受委託代表代為出席的該類別股份持有人均可要求以投票方式表決。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

除非有關股份的發行條款所附權利另有明文規定，否則賦予任何股份或股份類別持有人的任何特別權利，均不會因增設或發行與該等股份享有相同地位的額外股份而被視為已予變更。

(c) 更改股本

本公司可藉股東普通決議案：(a)按本公司認為適當的數目增設新股份，以增加其股本；(b)將其全部或任何股本合併或分拆為面額高於或低於其現有股份的股份；(c)將其未發行股份劃分為多個類別，並將任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權或條件附於該等股份；(d)將其股份或任何股份拆細為面額低於大綱所訂者的股份；(e)註銷於決議案日期仍未獲任何人士承購或同意承購的任何股份，並按所註銷的股份數額削減其股本金額；(f)就配發及發行不附帶任何投票權的股份訂定條文；(g)更改其股本的貨幣面值；及(h)以法律許可的任何方式並在法律規定的任何條件規限下削減其股份溢價賬。

(d) 股份轉讓

在開曼公司法及聯交所規定的規限下，所有股份轉讓須以一般或通用格式或董事會可能批准的其他格式且可為親筆簽署的轉讓文據辦理，或倘轉讓人或承讓人為結算所(定義見細則)或其代名人，則該文據可以親筆簽署或機印簽署或以董事會可能不時批准的其他簽立方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人雙方或其代表簽立，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽立轉讓文據或接納機印簽立轉讓文據。在有關股份的承讓人姓名列入本公司股東名冊前，轉讓人仍被視為該等股份的持有人。

董事會可全權酌情決定隨時及不時將股東名冊總冊的任何股份移往任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊的任何股份移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除非董事會另有協定，否則股東名冊總冊的股份不得移往任何股東名冊分冊，而任何股東名冊分冊的股份亦不得移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。一切移送文件及其他所有權文件必須送交登記。倘股份在任何股東名冊分冊登記，則須於相關註冊辦事處辦理，而倘股份在股東名冊總冊登記，則須於存放股東名冊總冊的地點辦理。

董事會可全權酌情決定拒絕為轉讓任何未繳足股份予其不批准的人士或轉讓任何本公司擁有留置權的未繳足股份辦理登記。其亦可拒絕為任何根據購股權計劃所發行且設有轉讓限制的任何股份或超過四名聯名持有人承讓的任何股份辦理轉讓登記。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

除非本公司已獲支付若干費用(上限為聯交所可能釐定應付的最高金額)、轉讓文書已妥為繳付印花稅(如適用)，且只涉及一類股份，並連同有關股票及董事會可能合理要求用以證明轉讓人行使轉讓權的其他證明文件(及倘轉讓文據由若干其他人士代其簽立，則該名人士的授權書)送達相關註冊辦事處或存置股東名冊總冊的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

在上市規則規限下，本公司可於董事會可能決定的時間或期間暫停辦理股東名冊登記，該等時間或期間於每一年度合計不得超過30個整日(或本公司股東可透過普通決議案所決定的該等較長期間，惟該等期間於任何年度均不應延長至超過60日)。

繳足股份不受任何轉讓限制(惟獲聯交所批准者除外)，亦不受任何留置權所約束。

(e) 本公司購回自身股份的權力

本公司可在若干限制的規限下購回自身股份，惟董事會代表本公司行使該權力時，必須遵守細則或聯交所及／或香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈的任何守則、規則或規例所不時施加的任何適用規定。

倘本公司購回可贖回股份作贖回用途，非經市場或非以招標方式購回的股份的購回價格須以某一最高價格為限；倘以招標方式購回，則有關招標須一視同仁地開放予全體股東。

(f) 本公司任何附屬公司擁有本公司自身股份的權力

細則並無有關附屬公司擁有本公司股份的條文。

(g) 催繳股款及沒收股份

董事會可不時按其認為合適的方式，向股東催繳有關彼等各自所持股份尚未繳付(不論按股份的面值或以溢價方式計算)而依據配發條件並無於指定時間繳付的任何股款。催繳股款可一次付清，亦可分期繳付。倘任何催繳股款或分期股款未於指定付款日期或之前繳付，則欠款人士須按董事會將釐定的不超過20%的年利率支付該等股款於指定付款日期至實際付款日期止期間的利息，惟董事會可豁免繳付全部或部分利息。董事會可按其認為合適的方式向任何願意預繳該等股款的股東收取(以貨幣或貨幣等值代價繳付)其所持任何股份的全部或部分未催繳及未付股款或應繳分期股款，而本公司可就上述的全部或任何部分預繳股款按董事會可能釐定的不超過20%的年利率(如有)支付利息。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

倘股東未能於指定付款日期支付任何催繳股款或分期股款，董事會可就尚未繳付的任何部分催繳股款或分期股款向該名股東發出不少於14日的通知，要求繳付尚未繳付的催繳股款或分期股款，連同任何已累計並可繼續累計至實際付款日期止的利息。該通知須指明其規定須於該日或之前繳款的其他日期(不早於自通知日期起計14日屆滿時)及繳款的地點。該通知亦須註明倘於指定時間或之前仍未付款，則有關催繳的股份將遭沒收。

倘不依照任何有關通知的規定行事，則該通知所涉及的任何股份於其後(按通知的規定付款前)可隨時由董事會通過決議案予以沒收。有關沒收將包括所有就被沒收股份已宣派但於沒收前尚未實際派付的股息及紅利。

股份被沒收的人士將不再為有關被沒收股份的股東，惟仍有責任向本公司支付於沒收當日應就該等股份應付予本公司的全部款項連同該等款項(倘董事會酌情要求)按董事會可能訂明的不超過20%的年利率計算於沒收當日至支付利息當日的利息。

2.2 董事

(a) 委任、退任及免職

董事會有權隨時或不時委任任何人士為董事以填補董事會臨時空缺或出任現有董事會新增董事席位，惟董事人數須不超過股東於股東大會上可能釐定的董事人數上限(如有)。任何就填補臨時空缺而獲委任的董事任期應僅至其獲委任後本公司首屆股東大會為止，並須於該大會上膺選連任。任何出任現有董事會新增席位而獲委任的董事任期應僅至其獲委任後本公司首屆股東週年大會為止，並合資格於該大會上膺選連任。任何由董事會委任的董事於股東週年大會上釐定輪席退任的董事或董事人數時將不予計算在內。

在每屆股東週年大會上，屆時三分之一的董事須輪席退任。然而，倘董事人數並非三的倍數，則退任董事的人數須為最接近但不少於三分之一的人數。每年退任的董事應為自上次獲選連任或委任以來任期最長的董事，但倘多名董事於同日獲任或獲選連任，則退任董事(除非彼等另有協定)須以抽籤決定。

退任董事以外的人士(獲董事會推薦參與應選除外)概無資格於任何股東大會上膺選董事職務，除非表明有意提名該名人士膺選董事的書面通知及該名人士表明願意參選的書面通知已送抵本公司總辦事處或註冊辦事處。發出該等通知的期間須自不早於

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

寄發有關會議的通知翌日開始，並於不遲於該會議日期前七日結束，而可發出該等通知的最短期間最少為七日。

董事毋須以合資格方式持有本公司任何股份，且不論董事自董事會就任或退任均不設年齡上限或下限。

本公司可通過普通決議案罷免任何任期未滿的董事（惟不損害該名董事就其與本公司訂立的任何合約遭違反導致的損失而可能提出的任何申索），並可通過普通決議案委任其他人士填補其職位。任何就此獲委任的董事須遵守有關輪席退任條文。董事人數不得少於兩名。

董事將在下列情況下離職：

- (i) 辭職；
- (ii) 身故；
- (iii) 被宣佈神志不清且董事會議決要求其離職；
- (iv) 破產或收到財產接管令或中止付款或與其債權人全面達成債務重整協議；
- (v) 法例禁止其出任董事或根據法例不再出任董事；
- (vi) 未有告假而連續六個月缺席董事會會議且董事會議決要求其離職；
- (vii) 已應有關地區（定義見細則）證券交易所要求不再出任董事；或
- (viii) 根據細則由所需大多數董事或以其他方式罷免。

董事會可不時按董事會可能釐定的任期及條款，委任一名或多名董事為董事總經理、聯席董事總經理或副董事總經理或擔任本公司任何其他職位或行政職位，董事會亦可撤銷或終止任何該等委任。董事會亦可將其任何權力授予由有關董事或董事會認為合適的其他人士組成的委員會，並可不時就任何人士或目的全面或部分撤回有關授權或撤回委任及解散任何有關委員會，惟就此成立的各委員會於行使獲授予的權力時，須遵守董事會不時施加的任何規例。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

(b) 配發及發行股份及認股權證的權力

在遵守開曼公司法、大綱及細則條文且不損害賦予任何股份或類別股份持有人任何特別權利的情況下，本公司可通過普通決議案釐定(或倘未有任何有關釐定或該等釐定並無作出具體條文，則可由董事會決定)發行具有或附帶有關股息、投票、資本回報或其他方面權利或限制的任何股份。本公司可在任何股份的發行條款中訂明，一旦發生某特定事件或於指定日期後，本公司或股份持有人可選擇贖回股份。

董事會可按其不時釐定的相關條款發行可認購本公司任何類別股份或其他證券的認股權證。

倘認股權證發行予不記名持有人，概不就該等認股權證發行證書以代替已遺失者，除非董事會有合理理由相信原證書已被銷毀，且本公司已就發行任何有關替代證書而獲得按董事會認為適當的方式作出的賠償。

根據開曼公司法、章程細則、以及(如適用)相關地區任何證券交易所規則條款，且在不影響當時附於任何股份或任何股份級別的任何特別權利或限制的情況下，本公司所有未發行股份應由董事會處置，董事會可全權酌情發售、分配、授予期權或以其他方式將股份向認為合理的人士，在認為合理的時間，以認為合理的代價和條款進行處置，前提是不得折價發行任何股份。

在進行或授予股份任何分配、發售、期權或處置時，本公司或董事會均無義務向登記地址位於董事會認為如果缺少登記聲明或其他特殊手續的情況下屬於或可能屬於不合法或不可行的任何特定地區的股東或其他人進行或提供任何此類分配、發售、期權或股份。但是，由於上述條款受到影響的股東均不應由於任何原因作為或視為單獨的股東類別。

(c) 處置本公司或其任何附屬公司資產的權力

雖然章程細則中沒有與本公司或其任何附屬公司資產處置相關的具體條款，但董事會可行使並進行本公司可行使或進行或批准，以及章程細則或開曼公司法並無要求須由本公司在股東大會上行使或進行的所有權力和所有行為及事宜，但是如果該權力或行為由本公司在股東大會規定，則該規定不得使如果未制定相應規定將有效的董事會的任何先前行為失效。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

(d) 借貸權力

董事會可行使本公司一切權力籌集或借貸款項及將本公司的全部或任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或抵押，並根據開曼公司法，發行本公司債權、債權股、債券及其他證券，不論直接或作為本公司或任何第三方的任何債務、負債或責任的抵押擔保。

(e) 酬金

董事有權就其所提供的服務收取由董事會或本公司於股東大會上(視乎情況而定)不時確定的一般酬金，該酬金(除非確定酬金的決議另有規定)將按董事商定的比例及方式分配，如未能達成協議，則由各董事平分，或如果有任何董事在應付酬金相應時期內僅有部分時間任職，則按比例分配。董事還應有獲得因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或以其他方式與履行董事職務相關而合理產生的所有開支的補償。該等酬金為擔任本公司任何受薪職務或職位的董事因擔任相關職務或職位而有權獲得的任何其他酬金以外的酬金。

任何董事應本公司要求履行董事會認為超過董事正常職責的服務，則可收取由董事會確定的特別或額外酬金，作為董事任何正常酬金的額外或代替酬金。被任命為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他執行人員的執行董事，可收取董事會不時確定的酬金、以及相應其他福利及津貼。上述酬金可作為董事正常酬金以外的報酬。

董事會可自行或與本公司的附屬公司或本公司與其有業務關聯的公司連同或商定為本公司僱員(此詞彙在本段及下段均包括可能或曾經擔任本公司或其任何附屬公司任何執行職位或任何受薪職務的董事或前任董事)、前任僱員及其供養人士或上述任何一類或多類人士設立退休金、醫療津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利的任何計劃或基金，或由本公司負責向該等計劃或基金繳款。

董事會亦可在須遵守或無須遵守任何條款或條件的情況下支付、訂立協議支付或授出可撤回或不可撤回的退休金或其他福利予僱員及前任僱員及其供養人士或任何上述人士，包括該等僱員或前任僱員或其供養人士根據任何上述計劃或基金享有或可享有者以外的退休金或福利(如有)。在董事會認為適當的情況下，上述退休金或福利可在僱員實際退休前及預期退休時，或在實際退休時或實際退休後隨時授予僱員。

(f) 就離職作出的補償或支付

凡向任何現任董事或前任董事支付任何款項作為離職補償或其卸任的代價或相關代價（並非有關董事有權收取的合約或法定支款），均須獲本公司於股東大會上批准。

(g) 向董事提供貸款及貸款抵押

本公司不得直接或間接向董事或本公司任何控股公司的董事或其各自的任何緊密聯繫人提供貸款，就任何人士向董事或本公司任何控股公司的董事或其各自的任何緊密聯繫人所提供的貸款作出任何擔保或提供任何抵押，或如果一名或多名董事（共同或分別或直接或間接）持有另一家公司的控股權益，向該其他公司提供貸款或就任何人士向該其他公司所提供的貸款作出任何擔保或提供任何抵押。

(h) 披露與本公司或其任何附屬公司所訂立合約的權益

除了本公司審計師職務以外，董事可於任職董事期間兼任本公司任何其他職位或受薪崗位，任期及條款由董事會確定，並可就相應的其他職位或受薪崗位獲得任何其他細則所規定或根據任何其他細則而享有的任何酬金以外的任何形式的額外酬金。董事可擔任或出任本公司可能擁有權益的任何其他公司的董事、高管或股東，而無須就其在該其他公司兼任董事、高管或股東而收取的任何酬金或其他利益向本公司或股東交代。董事會亦可按其認為在所有方面均合適的方式，安排行使本公司所持有或擁有的任何其他公司股份所賦予的投票權，包括行使贊成委任董事或任何董事成為該其他公司的董事或高管的任何決議案的投票權。

任何董事或候任董事不會因其職位而失去與本公司訂約的資格，且任何相關合約，或任何董事於其中以任何方式擁有權益的任何其他合約或安排亦無須廢止，而以上述方式訂約或擁有權益的任何董事亦無須僅因其董事職位或由此建立的信託關係而向本公司交代通過任何該等合約或安排獲得的任何利益。與本公司訂立或擬與本公司訂立的合約或安排中以任何方式擁有重大權益的董事應在盡可能早的董事會會議上申明其權益性質。

本公司無權因直接或間接在任何股份中擁有權益的人士未能向本公司披露其權益，而凍結或以其他方式損害其所持股份附帶的任何權利。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

董事不得就有關其或其緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約、安排或提議的任何董事會決議案投票，或計入法定人數，如果該董事針對相應決議進行上述投票，將不計算其投票，且不將其計入法定人數，但是此限制不適用於任何下列事項：

- (i) 董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司的要求或為本公司或其任何附屬公司的利益而借出的款項或招致或承擔的責任，而向該董事或其緊密聯繫人提供任何抵押或彌償；
- (ii) 董事或其緊密聯繫人就本公司或其任何附屬公司的債務或責任，通過擔保或彌償或提供抵押單獨或共同承擔全部或部分責任，而向第三方提供任何抵押或彌償；
- (iii) 關於董事或其緊密聯繫人作為發售的包銷或分包銷參與者而於其中擁有或將擁有權益的本公司或本公司可能發起或由於認購或收購擁有權益的任何其他公司的股份、債權或其他證券發售的任何提案；
- (iv) 關於本公司或其任何附屬公司僱員利益的任何提案或安排，包括採納、修改或實施：(i)董事或其緊密聯繫人可能受益的任何僱員股份計劃或任何股份獎勵或購股權計劃；或(ii)與董事、其緊密聯繫人及本公司或其任何附屬公司僱員有關的養老金或退休、身故或傷殘福利計劃，而該等建議或安排並無授予任何董事或其緊密聯繫人與該等計劃或基金相關的類別人士一般未獲賦予的任何特權或利益；及
- (v) 董事或其緊密聯繫人僅因持有本公司股份、債權或其他證券的權益而與其他持有本公司股份、債權或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

2.3 董事會議事程序

董事會可在全球認為適宜的任何地點舉行會議以處理事務，並可延期會議及以其他方式規管會議。在任何會議上提出的問題應由多數投票決定。如果票數相同，則會議主席應有第二票或決定票。

2.4 修改章程文件和本公司名稱

在開曼群島法律允許的範圍內，並根據細則，僅能通過本公司特別決議修改或修訂本公司大綱和細則，或更改本公司名稱。

2.5 股東會議

(a) 特別和普通決議

本公司的特別決議須於且正式發出作為特別決議提出決議意圖的通知的股東大會上親自或通過委託代理並有權投票的股東，或如果股東為公司，其正式授權代表或委託代理以不少於四分之三的多數票通過。

根據開曼公司法，必須在特別決議通過後15日內將任何特別決議副本送交開曼群島公司註冊處處長。

相反，本公司的普通決議是指於依法發出通知的股東大會上親自投票並有權投票的股東，或如果股東為公司，其正式授權代表或委託代理以簡單多數票通過的決議。

由所有股東或代表所有股東書面簽署的決議應視為本公司依法召開並舉行的股東大會上依法通過的普通決議，在相關情況下視為正式通過的特別決議。

(b) 投票權和要求投票的權利

根據任何股東大會上當時任何或多個類別股份附帶的關於投票的特別權利、限制或特權：(a)在投票表決時，親自或通過委託代理出席，或如果股東為公司，由其正式授權代表出席的每名股東在本公司股東登記冊上以其名義登記的每股全額繳足的股份或記為全額繳足的股份可投一票，前提是在催繳或分期繳納股款之前預付的金額不會出於此目的被視為已繳股款；以及(b)舉手表決時，親自(或如果股東是公司，由其正式授權代表)或通過委託代理出席的每名股東可投一票。如果屬於結算所或其代名人的股東委任了一名以上委託代理，每名委託代理在舉手表決時均可投一票。在投票時，有權投多票的股東不需要以相同方式盡投其票。

除非大會主席可根據上市規則允許通過舉手方式對某一決議進行表決，否則在任何股東大會上，需經大會表決的決議需通過投票表決。如果允許舉手表決，在宣佈舉手表決結果之前或之時，下列人士可要求進行投票表決(均為親自或通過委託代理或由正式授權公司代表出席的股東)：

- (i) 至少兩名股東；
- (ii) 佔大會上所有有投票權股東所有投票權不少於十分之一的任何股東；或

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

- (iii) 持有授予在大會上投票權，且已繳總額不少於授予該權利所有股份已繳總額十分之一的本公司股份的股東。

倘本公司股東為結算所或其代名人，則可授權其認為適當的人士作為其在本公司任何大會或本公司任何股東類別大會的代表，前提是如果授權多名人士，則授權應說明每名經授權人士對應的股份數量和類別。根據本條款經授權的人士應被視為已獲正式授權而無須作進一步證明，且有權代表結算所或其代名人行使如同此人為個人股東的相同權利及權力，包括分別舉手表決的權利。

如果本公司了解到根據上市規則，任何股東需要就任何特定決議迴避投票，或受限制僅能投票贊成或反對任何特定決議，該股東進行或代表該股東進行的違反相應要求或限制的任何投票應不予計入。

(c) 股東週年大會

除了本公司採納細則的當年以外，本公司必須每年舉行一次股東週年大會。必須在上一次股東週年大會舉行之後15個月內，或經聯交所授權的更長期限內，在董事會決定的時間和地點舉行股東週年大會。

(d) 大會通知和審議事項

本公司股東週年大會應提前至少21日(不少於20個完整營業日)發出書面通知召開，本公司任何其他股東大會應提前至少14日(不少於10個完整營業日)發出書面通知召開。通知不應包括送達或視為送達之日，以及發出之日，且必須說明大會時間、地點和議程，以及大會待審議決議詳情，如果有特別事項，需說明該事項的一般性質。

除另行列明者外，任何根據細則將予發出或印發的通告或文件(包括股票)均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式按有關股東的登記地址，或(倘屬通告)以在報章刊登廣告的方式，送達予任何股東。任何登記地址位於香港以外地區的股東，可書面知會本公司一個香港地址，而該地址就此而言將被視為其登記地址。在開曼公司法及上市規則的規限下，本公司亦可以電子方式向任何股東送達或寄發通告或文件。

儘管本公司可於較上述者為短的時間通知召開大會，惟倘獲以下股東同意，則有關大會可被視作已正式召開：

- (i) 倘屬股東週年大會，獲全體有權出席該大會並於會上投票的本公司股東同意；
及

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

- (ii) 倘屬任何其他大會，獲大多數有權出席該大會並於會上投票的股東(即合共持有本公司總投票權不少於95%的大多數股東)同意。

於股東特別大會上處理的所有事項須被視為特別事項。於股東週年大會上處理的所有事項亦須被視為特別事項，惟若干日常事項則被視為普通事項。

(e) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時及直至大會結束時出席大會人數達到法定人數，否則不得於任何股東大會上處理任何事項。

股東大會的法定人數應為兩名親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表出席並有權投票的股東。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會(不包括續會)而言，所需法定人數須為兩名持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士或其受委代表。

(f) 受委代表

任何有權出席本公司大會及於會上投票之本公司股東，均有權委任另一名人士作為受委代表代其出席大會及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上受委代表作其代表並於本公司股東大會或類別股東大會代其投票。受委代表毋須為本公司股東，並應有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表公司股東行使權力，該等權力與所代表的股東倘屬個人股東時所能行使的權力相同。以投票或舉手方式表決時，股東可親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表代其投票。

委任受委代表的文件須由委任人或其正式書面授權代理人親筆簽署，或倘該委任人為公司，則須加蓋印章或由正式授權高級人員或代理人親筆簽署。各委任受委代表的文件(無論供特定大會或其他大會之用)的格式須符合董事會可不時批准者，惟不排除使用雙向格式。任何向股東發出以供其委任受委代表出席處理任何事務的股東特別大會或股東週年大會並於會上投票的表格應當讓股東按其意願指示受委代表對處理任何該等事務的每一決議投贊成票或反對票(或在無指示的情況下，行使其酌情權)。

(g) 股東會議要求

任何於提請要求當日持有不少於本公司繳足股本(附有權利在股東大會投票)十分之一的一名或多名股東，可向本公司董事會或秘書發出書面要求，要求董事會召開股東特別大會，以處理有關要求所指明的事項。該會議須於提請該要求後兩個月內舉行。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

倘提請後21天內董事會未有召開大會，則提請要求的人士可自行召開，且本公司須償還提請要求的人士因董事會未有召開大會而引致的所有合理開支。

2.6 賬目及審核

董事會須安排妥善保存賬冊，記錄本公司收支款項及本公司資產及負債，以及開曼公司法所規定對於真實公平地反映本公司事務狀況、顯示及解釋其交易屬必要的其他一切事項(包括公司所有貨品買賣)。

本公司賬冊須存置在本公司總辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。除獲開曼公司法授權、具有司法權力的法院頒令或經董事會或本公司於股東大會上授權者外，任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件。

於股東週年大會日期前不少於21天，董事會須不時安排編製及於其股東週年大會上向本公司提呈資產負債表及損益賬(包括法律規定於其中附錄的每份文件)，連同董事會報告書及核數師報告的副本。該等文件的副本連同股東週年大會通告須於大會日期前不少於21天，送交根據細則的條文有權接收本公司股東大會通知的每名人士。

在有關地區證券交易所規則的規限下，本公司可向根據有關地區證券交易所規則已同意並選擇收取財務報表概要以代替詳盡財務報表的股東寄發財務報表概要。財務報表概要必須附有有關地區證券交易所規則規定的任何其他文件，且必須於股東大會日期前不少於21天一併寄發予已同意並選擇收取財務報表概要的該等股東。

本公司須委任核數師，任期至下屆股東週年大會結束為止，有關委任的條款及職責可與董事會協定。核數師薪酬須由本公司於股東大會或由董事會(倘獲股東授權)釐定。股東可於任何根據細則召開及舉行的股東大會上，以特別決議案在核數師任期屆滿前隨時將其罷免，並應以普通決議案在該大會上委任新核數師代其履行餘下任期。

核數師須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所批准的其他準則審核本公司的財務報表。

2.7 股息及其他分派方式

本公司可於股東大會上宣佈將以任何貨幣派發予股東股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。

除任何股份所附權利或發行條款另有規定外：

- (a) 所有股息須按派息股份的繳足股款宣派及派付，惟就此而言，在催繳前已就股份所繳足的股款將不會被視為股份的繳足股款；
- (b) 所有股息須按股份於派息期間任何部分時間內的實繳股款金額，按比例分攤及派付；及
- (c) 倘任何股東現時欠付本公司催繳股份、分期或其他款項，則董事會可自應付彼等的任何股息或其他款項中扣除該股東所欠的全部款項(如有)。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可議決：

- (i) 以配發入賬列作繳足股份的方式支付全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可有權選擇收取該等現金股息(或其中部分)，以代替有關配股；或
- (ii) 有權收取該股息的股東將有權選擇收取獲配發入賬列作繳足的股份，以代替收取董事會可能認為適當的全部或部分股息。

在董事會建議下，本公司可藉普通決議案就本公司任何一項個別股息，議決配發入賬列為繳足股份以全數支付該項股息，而不給予股東任何選擇收取現金股息以代替該項配發的權利。

本公司向股份持有人以現金支付的任何股息、紅利或其他應付款項，均可以支票或股息單形式透過郵寄方式支付。上述每張支票或股息單均以其收件者為抬頭人，郵誤風險概由有關持有人或聯名持有人承擔，且有關支票或股息單一經銀行兌現，本公司的責任即獲充分解除。兩名或以上聯名持有人當中任何一名人士，可就該等聯名持有人所持股份有關的任何股息或其他應付款項或可分配財產發出有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可繼而議決分派任何種類的指定資產以支付全部或部分該等股息。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

倘董事會認為適當，可向任何願意預繳股款(以金錢或有價實物繳付)的股東收取就其所持任何股份應繳的全部或任何部分未催繳及未支付的股款或分期股款，亦可就預繳的全部或任何款項按董事會釐定不超過年息20厘的利率(如有)支付利息，惟在催繳前預付的款項，並不賦予股東就與其在催繳前所預付款項有關的該等股份或部分股份收取任何股息或行使作為股東的任何其他權利或特權的權利。

宣派後一年未獲認領的所有股息、紅利或其他分派，均可在獲認領前由董事會投資或用作其他用途，收益撥歸本公司所有，且本公司不會被視為有關款項的受託人。宣派後六年仍未獲認領的所有股息、紅利或其他分派均可被董事會沒收，且一經沒收即撥歸予本公司。

本公司就任何股份應付的股息或其他款項概不附息。

倘股息權益支票或股息單已連續兩次未獲兌現，或該等支票或股息單首次無法投遞而遭退回，則本公司可行使權力終止寄發股息權益支票或股息單。

2.8 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所上市，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊(惟暫停辦理股東名冊登記時除外)，並可要求取得該股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據香港公司條例註冊成立並須受該條例規限。

2.9 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

細則並無關於少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法律若干補救方法，其概要載於本附錄第3.6段。

2.10 清盤程序

有關本公司被法院頒令清盤或自願清盤的決議案須為特別決議案。

在任何類別股份當時所附有關可供分配清盤後剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

- (a) 倘本公司清盤，且可供分配予本公司股東的資產超出償還清盤開始時的全部已繳股本，則超額資產將根據該等股東分別所持繳足股份的數額按比例予以分配；及

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

- (b) 倘本公司清盤，且可供分配予股東的資產不足以償還全部已繳足股本，則該等資產仍會分派，令損失盡可能分別根據股東所持股份的已繳股本比例由股東承擔。

倘本公司清盤(不論自動清盤或由法院強制清盤)，則清盤人在獲得特別決議案的批准及開曼公司法規定的任何其他批准的情況下，可將本公司全部或任何部分資產以現金或實物形式分發予股東，而不論該等資產為一類財產或不同類別的財產，清盤人可就此為將以該等形式分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並可決定股東或不同類別股東及同類別股東間的分發方式。清盤人在獲得同樣批准的情況下，可將任何部分資產授予清盤人認為適當而為股東利益而設的信託受託人，惟不得強迫股東接納任何涉及債務的股份或其他財產。

2.11 認購權儲備

在開曼公司法未予禁止及以其他方式遵守開曼公司法的前提下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，且本公司採取的任何行動或進行的任何交易會導致該等認股權證的認購價降至低於因行使該等認股權證而將予發行的股份的面值，則須設立認購權儲備，用以繳足認購價與該等股份面值之間的差額。

3 開曼公司法

本公司於二零一九年二月一日根據開曼公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。以下為開曼公司法若干條文，惟本節概不表示已包括全部適用的約制及例外情況，亦不表示屬開曼公司法及稅務方面的全部事項的總覽，該等條文或與有利害關係的一方可能較熟悉的司法權區的相應條文有所不同。

3.1 公司業務

獲豁免公司(如本公司)必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。此外，獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交週年報表存檔，並按其法定股本支付費用。

3.2 股本

根據開曼公司法，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合。倘公司按溢價發行股份(不論以現金或其他代價)，須將相當於該等股份溢價總額或總值的款項撥入名為股份溢價賬的賬目內。視公司的選擇而定，該等條文可能不適用於該公司根據以收購或註銷任何其他公司股份作為代價的任何安排而配發按溢價

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

發行的股份溢價。在組織章程大綱及細則條文(如有)的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

- (a) 向股東作出分派或支付股息；
- (b) 將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；
- (c) 開曼公司法第37條規定的任何方式；
- (d) 撤銷公司的開辦費用；及
- (e) 撤銷公司股份或債權證的任何發行開支，或就該等發行所支付的佣金或給予的折扣。

儘管出現上述情況，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還日常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

倘其組織章程細則許可，則在獲法院確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

3.3 購買公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島在法律上並無禁止公司就購買或認購其本身、其控股公司或附屬公司的股份向他人提供財務資助。因此，倘公司董事在建議提供該等財務資助時審慎履行職責及誠信行事、為適當目的及對公司有利，則公司可提供財務資助。該項資助必須按公平原則提供。

3.4 公司及其附屬公司購回股份及認股權證

倘組織章程細則許可，則股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可發行公司或股東可選擇將予贖回或有責任贖回的股份，而為免生疑，在公司組織章程細則條文的規限下，任何股份所附權利的變更屬合法，從而訂明該等股份將被或有責任被贖回。此外，倘其組織章程細則許可，則公司可購回其本身的股份，包括任何可贖回股份；倘組織章程細則並無批准購回的方式及條件，則將須獲公司以普通決議案批准購回的方式及條件。除非有關股份已全數繳足，否則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，倘公司贖回或購回其任何股份後再無任何公司已發行股份(作為庫存股份持有的股份除

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

外)，則不得贖回或購回任何股份。再者，除非在緊隨建議付款日後公司仍有能力償還在日常業務過程中到期的債項，否則公司以其股本支付贖回或購回其本身股份乃屬違法。

倘根據開曼公司法第37A(1)條的規定持有股份，則由公司購買或贖回或向公司交回之股份，不得視為已註銷但須列作庫存股份。任何該等股份須繼續分類為庫存股份，直至該等股份根據開曼公司法獲註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可根據有關認股權證文據或證書的條款及條件及在其規限下購回其本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司組織章程大綱或細則須載有許可該項購買的具體條文。公司董事可依據組織章程大綱載列的一般權力買賣及進行各項個人財產的交易。

附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購該等股份。

3.5 股息及分派

如開曼公司法所規定，在償付能力測試及公司組織章程大綱及細則之條文(如有)之規限下，公司可從其股份溢價賬支付股息及作出分派。此外，根據在開曼群島具有相當說服力的英國案例法，股息可從利潤中撥付。

只要公司持有庫存股份，將不會就該等庫存股份宣派或派付股息，且概不會就該等庫存股份作出有關公司資產(包括於清盤時向股東進行的任何資產分派)的其他分配(無論以現金或其他方式)。

3.6 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般會依循英國案例法的先例(特別是*Foss vs. Harbottle*案例的規則及該規則的例外情況)，准許少數股東以公司名義提出集體或引伸訴訟，以對抗超越公司權力、屬違法、對少數股東涉嫌(且由控制公司的人士作出)作出欺詐之行為，或須以認可(或特別)大票數通過的決議案以違規方式通過(該大票數並未獲得)。

倘公司(並非銀行)的股本分為若干數目的股份，法院可在持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出申請時，委任一位調查員調查該公司的業務，並按該法院指定的方式就此作出申報。此外，公司的任何股東均可向法院申請將公司清盤，倘該法院認為公司清盤屬公平及公正，便會發出清盤令。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

一般而言，公司股東對公司所提出的索償必須根據開曼群島適用的一般合約法或侵權法，或基於公司組織章程大綱及細則訂明的股東個別權利遭潛在違反而提出。

3.7 出售資產

並無有關董事出售公司資產的權力的明確限制，然而，除真誠行事的受信責任外，預期董事會以合理審慎的人士在類似情況下應有的謹慎、盡職及技巧履行責任，並就恰當目的以及符合開曼群島法院一般所依循的英國普通法項下的規定為公司謀求最佳利益。

3.8 會計及核數規定

公司必須將賬簿記錄保存妥當，賬目內容須包括：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨與購貨記錄及(iii)公司的資產與負債。

若未能按需要保存以能夠真實及公正地反映公司事務及闡釋所進行的各項交易的賬冊，則公司不應被視為已妥善保存賬冊。

倘公司於其註冊辦事處以外任何地方或於開曼群島內任何其他地方存置其賬冊，其須於接收稅務資訊局根據開曼群島的稅務資訊局法(二零一七年修訂本)發出法令或通知後，按該法令或通知所規定，以電子形式或任何其他媒體，於其註冊辦事處提供其賬冊副本或其任何一個或多個部分。

3.9 外匯管制

開曼群島並無實施任何外匯管制規例或現行的貨幣限制。

3.10 稅項

開曼群島現時概無向任何人士或公司徵收利得稅、所得稅、收益稅或增值稅，亦無屬於繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文據支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府不會徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

3.11 轉讓的印花稅

開曼群島對開曼群島公司股份轉讓並不徵收印花稅，惟轉讓在開曼群島持有土地權益的公司股份除外。

3.12 貸款予董事

並無明文禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司組織章程細則可規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

3.13 查閱公司記錄

公司股東並無查閱或獲得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利，惟具有公司的組織章程細則可能載列的權利。

3.14 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於公司不時決定的任何國家或地區(無論於開曼群島以內或以外)存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。並無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單。因此，股東名稱及地址並非公開資料，亦不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司須以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供有關股東名冊(包括任何股東名冊分冊)，遵守其於接收稅務資訊局根據開曼群島的稅務資訊局法例(二零一七年修訂本)發出的法令或通知後的有關規定。

3.15 董事及高級人員名冊

根據開曼《公司法》，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級人員名冊。公司註冊辦事處須提供本公司現任董事(倘適用，亦須提供本公司現任候選董事)名單，以供任何人士付費後查詢。本公司須將董事及高級人員名冊副本送呈開曼群島公司註冊處處長存案，而該等董事或高級人員的任何變動(包括該等董事或高級人員的姓名變動)須於30天內通知公司註冊處處長。

3.16 清盤

開曼群島公司可：(i)根據法院命令；(ii)自動(由其股東提出)；或(iii)在法院監督下清盤。

法院在若干特定情況下(包括在法院認為將該公司清盤乃屬公平公正的情況下)有權頒令清盤。

倘公司以特別決議案議決公司自動清盤，或公司於股東大會上議決自動清盤(因其無法支付到期債務)，則該公司可自動清盤(特定規則所適用的有限存續公司除外)。倘自動清盤，則該公司須由清盤開始時起停止營業，但倘繼續營業或對其清盤有利者則屬例外。自動清盤人一經委任，董事的一切權力即告終止，但倘公司於股東大會上或清盤人批准該等權力延續者則屬例外。

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

倘屬股東提出的公司自動清盤，則委任一名或以上清盤人，以負責結束公司事務及分派其資產。

待公司事務完全結束後，清盤人即須編撰有關清盤的報告及賬目，顯示清盤及出售公司財產的過程，並召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就此加以闡釋。

倘公司已通過決議案以進行自動清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請法令，以延續在法院監督下進行的清盤過程，該申請須基於以下理由：(i)公司無償債能力，或相當可能變成無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助更有效、更經濟地或加快進行公司清盤。倘監管令生效，則其就各方面而言均猶如一項由法院進行公司清盤的命令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人先前所作的行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為進行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上人士為正式清盤人。法院可委任其認為適當的人士臨時或以其他方式擔任該等職位，且倘超過一人獲委任，則法院須表明正式清盤人須作出或獲授權作出的任何行為應否由全部或任何一名或以上正式清盤人作出。法院亦可決定正式清盤人於獲委任時是否須給予任何及須給予何種抵押品；倘無委任正式清盤人，或在該職位懸空期間，則公司的所有財產均由法院保管。

3.17 重組

倘就重組及合併召開的大會上佔出席股東或債權人(視情況而定)所持價值75%的股東或債權人大多數贊成，則有關安排可獲批准，且其後獲法院批准。儘管異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易對股東所持股份將不能給予公平值，倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實的行為，則法院不大可能僅因上述理由而不批准該項交易，且倘該項交易獲批准及完成，則異議股東將不會獲得類似美國公司異議股東等一般所能得到的估值權利(即按照法院對其股份的估值而獲付現金的權利)的權利。

3.18 收購

如一家公司提出收購另一家公司股份的要約，且在提出要約後四個月內不少於90%被收購股份的持有人接納收購要約，則要約人在有關四個月期滿後的兩個月內，可隨時發出通知要求有異議股東按要約條款轉讓其股份。有異議股東可在該通知發出後一

附錄三

本公司組織章程及開曼公司法概要

個月內向開曼群島法院提出反對轉讓。有異議股東須證明法院應行使其酌情權，除非有證據顯示要約人與接納要約的有關股份持有人之間有欺詐或不誠實或勾結，以不公平手法逼退少數股東，否則大法院一般不會行使其酌情權。

3.19 彌償保證

開曼群島法律並不限制公司組織章程細則對高級人員及董事作出彌償保證，惟以法院認為違反公眾政策的任何有關條文為限，如表示對觸犯法律的後果作出彌償保證的條文。

3.20 經濟實質

開曼群島實施二零一八年國際稅務合作(經濟實質)(於二零一九年一月一日生效)，連同開曼群島資訊局不時頒佈的指引註釋。本公司須自二零一九年七月一日起遵守經濟實質規定並就其是否開展任何相關活動於開曼群島作出年度報告，倘若如此，其須滿足經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問衡力斯律師事務所已向本公司發出一份意見函，概述《公司法》的若干方面。本文件附錄五「備查文件」一段所指該意見函連同《公司法》文本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼《公司法》的詳細概要，或欲了解該等法律與其較熟悉的任何司法權區法律之間的差異，應尋求獨立法律意見。

附錄四

法定及一般資料

A. 有關本公司的進一步資料

1. 註冊成立

本公司於二零一九年二月一日根據開曼公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司，並於二零一九年八月二日根據公司條例第16部於香港公司註冊處註冊為一間非香港公司。我們已於香港北角電氣道148號31樓設立香港營業地點。林仕萍女士獲委任為本公司的授權代表，代表本公司於香港接收送達的程序文件及通告。

由於本公司於開曼群島註冊成立，其營運須遵守開曼公司法及其自身的組織章程，其中包括組織章程大綱及組織章程細則。有關其組織章程的若干條文及開曼公司法相關方面的概要載於本文件附錄三。

2. 本公司的股本變動

於二零一九年二月一日，本公司於註冊成立日期的法定股本為50,000美元，分為50,000股每股1.00美元的股份。於二零一九年二月一日，一名初始認購人按面值獲配發及發行一股繳足股份，且該股份於其後轉讓予Rowtel。於同日，Rowtel及Westel分別按面值獲配發及發行31,874股及18,125股繳足股份。

根據於二零一九年六月二十六日通過的股東書面決議案及本公司董事書面決議案，通過額外增設12,500股股份，本公司法定股本由50,000美元增加至62,500美元，分為62,500股每股面值為1.00美元的股份。於二零一九年六月二十六日，我們向Taschh配發及發行12,500股繳足股份。

根據於二零一九年九月十八日通過的股東書面決議案及本公司董事書面決議案，透過增設額外37,500股股份，本公司法定股本由62,500美元增加至100,000美元，分為100,000股每股面值1.00美元的股份。我們分別向Rowtel、Westel及Taschh配發及發行19,125股、10,875股及7,500股股份，彼等就該等股份支付的總認購價分別為人民幣18,892,521.96元、人民幣10,742,806.60元及人民幣7,408,832.14元。

本公司於二零一九年九月二十日進行股份拆細，其中每股面值1.00美元的現有已發行及未發行普通股拆細成2,000股每股面值0.0005美元的普通股，拆細股份彼此之間享有同等權利，拆細後，本公司的法定股本100,000美元分為200,000,000股每股面值0.0005美元的股份，而本公司已發行股本變成100,000美元，分為200,000,000股每股面值0.0005美元的股份。

根據本公司股東於二零二零年六月二十二日通過的書面決議案，透過增設[編纂]股新增股份，本公司的法定股本由100,000美元(分拆為200,000,000股每股面值0.0005美元的

附錄四

法定及一般資料

股份)增加至[編纂]美元(分拆為[編纂]股每股面值0.0005美元的股份)。於二零二零年六月二十二日，我們根據[編纂]向我們當時的現有股東配發及發行合共[編纂]股股份。

緊隨[編纂]及[編纂][編纂]完成後，且不計及於[編纂]獲行使後可予發行的任何股份，本公司已發行股本將為[編纂]美元，分為[編纂]股悉數繳足或入賬列為繳足股份，[編纂]股股份將仍為未發行股份。

除上述變動以及本附錄下文「A. 有關本公司的進一步資料 — 3.於二零二零年六月二十二日通過的股東書面決議案」一段所述者外，本公司自其註冊成立以來股本概無變動。

3. 於二零二零年六月二十二日通過的股東書面決議案

根據於二零二零年六月二十二日通過的股東書面決議案，其中包括：

- (a) 本公司已批准並有條件採納將於[編纂]生效的組織章程細則；
- (b) 本公司已批准並採納即時生效的組織章程大綱；
- (c) 通過額外增設[編纂]股股份，本公司的法定股本由100,000美元(由200,000,000股每股面值0.0005美元的股份組成)增加至[編纂]美元(分為[編纂]股每股面值0.0005美元的股份)，該等股份在所有方面與該決議案日期已發行股份享有同等權利；
- (d) 待[編纂][編纂]存入本公司股份溢價賬後，授權董事透過將本公司股份溢價賬之進賬總額[編纂]美元予以[編纂]，向緊接[編纂]之前一日(或董事會可能指定的任何其他日期)的股東按彼等當時於本公司所持股權比例配發及發行合計[編纂]股股份(按面值入賬為繳足)，而根據[編纂]將予配發及發行的該等股份與現有已發行股份於各方面享有同地位；動議批准根據[編纂]進行上述股份發行及配發；及授權董事根據[編纂]配發及發行股份，並促使[編纂]及股份配發生效；
- (e) 待(i)聯交所[編纂]批准我們的已發行股份、根據[編纂]將予發行的股份以及本文件所述將予發行的股份(包括因[編纂]獲行使後而可予發行的任何股份)[編纂]及買賣；(ii)本公司與[編纂](為彼等本身及代表[編纂])於[編纂]就[編纂]價簽訂協議；及(iii)[編纂]根據[編纂]的責任成為無條件[(包括由[編纂]豁免任何條件)]

附錄四

法定及一般資料

及並無根據其中的條款或其他原因而各自於[編纂]中所訂明的日期或之前被終止：

- (i) [編纂]獲批准且董事獲授權根據[編纂]配發及發行[編纂]；
- (ii) [編纂]獲批准；及
- (f) 授予董事一般無條件授權，以配發、發行及處理(包括需要或可能需要配發及發行股份而作出要約或訂立協議或授出證券之權力)未發行股份，總面值不超過緊隨[編纂]及[編纂]完成後本公司已發行股本總面值之20%(不計入因[編纂]獲行使而可予發行的任何股份以及因[編纂]購股權計劃所授出之購股權獲行使後將予發行的任何股份獲行使而可予發行的任何股份)，惟按供股或依照組織章程細則或根據股東於股東大會上授出之特別授權配發及發行股份代替股份全部或部分股息之任何以股代息計劃或類似安排除外，該項授權將一直有效，直至本公司下屆股東週年大會結束，或組織章程細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期間屆滿，或由股東於股東大會上通過普通決議案撤回或修訂該項授權(以最早發生者為準)；
- (g) 授予我們董事一般無條件授權，以行使本公司一切權力，於聯交所或本公司證券可能[編纂]而證監會及聯交所就此認可的任何其他獲批准證券交易所購回不超過本公司緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股本總面值(但不計入因[編纂]獲行使而可予發行的任何股份以及因[編纂]購股權計劃所授出之購股權獲行使後將予發行的任何股份獲行使而可予發行的任何股份)10%的數目的股份，該項授權將一直有效，直至本公司下屆股東週年大會結束，或組織章程細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期間屆滿，或由股東於股東大會上通過普通決議案撤回或修訂該項授權(以最早發生者為準)；及
- (h) 上文第(f)段所述的一般無條件授權可藉在董事根據該一般授權可予配發及發行或同意有條件或無條件配發的本公司股本總面值中加入本公司根據上文第(g)段所述購回股份的授權而購回的本公司股本總面值而擴大。

附錄四

法定及一般資料

4. 重組

為籌備股份在聯交所[編纂]，本集團旗下各公司曾進行重組。有關重組的資料，請參見本文件「歷史、發展及重組」。

5. 本公司附屬公司的股本變動

本公司的附屬公司載列於會計師報告內，其全文載於本文件附錄一。

除本文件「歷史、發展及重組」一節所披露者外，緊接本文件日期前兩年內，本公司附屬公司的註冊資本並無變動。

6. 本公司購回其本身證券

(a) 上市規則之條文

上市規則容許於聯交所[編纂]的公司於聯交所購回其本身證券，惟須受若干限制，有關主要限制概述如下：

(i) 股東批准

以聯交所為主要上市地的公司所有購回證券(倘為股份則必須悉數繳足股款)的建議必須事先由股東於股東大會上以普通決議案經一般授權或就個別交易作出特別批准的方式批准。

根據股東於二零二零年六月二十二日通過的決議案，董事獲授一般無條件授權(「購回授權」)，授權本公司於聯交所或本公司證券可能[編纂]而證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回不超過本公司緊隨[編纂]及[編纂][編纂]完成後已發行股本總面值(但不計入因[編纂]獲行使而可予發行的任何股份以及因[編纂]購股權計劃所授出之購股權獲行使後將予發行的任何股份獲行使而可予發行的任何股份)10%的股份，該項授權將於本公司下屆股東週年大會結束，開曼公司法、組織章程細則或開曼群島任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會當日，或由股東於股東大會上通過普通決議案撤回或修訂該項授權時屆滿(以最早發生者為準)。

(ii) 資金來源

根據組織章程細則、上市規則以及開曼群島適用法律，只可動用可合法作購回用途的資金進行購回。

附錄四

法定及一般資料

上市公司不得以現金以外的代價或按聯交所訂定的交易規則以外的其他結算方式在聯交所購回本身證券。根據上文所述，本公司進行的任何購回可從本公司的溢利撥付，或以就進行購回目的而發行新股份所得款項撥付，或若受開曼公司法所限，可由資本中撥付。且對於購買而應付的任何溢價，必須從本公司的溢利或本公司股份溢價賬的進賬金額撥付，或若受開曼公司法所限，可由資本中撥付。

(iii) 買賣限制

上市公司可於聯交所購回股份的總數最多不超過已發行股份總數的10%。緊隨購回股份後三十日內，在未獲聯交所事先批准的情況下，公司不得發行或宣佈建議發行新證券(惟因根據於有關購回前尚未行使之認股權證、購股權或規定本公司須發行證券之類似工具而發行證券者除外)。另外，如購買價較其股份於聯交所交易前五個交易日的平均收市價高出5%或以上，則上市公司不得於聯交所購回其股份。上市規則亦禁止上市公司購回其證券如購回將導致公眾持有的上市證券數目低於聯交所要求的有關規定最低百分比。公司須促使其委任進行購回證券的經紀按聯交所要求向聯交所披露有關購回的資料。

(iv) 所購回股份的地位

所有購回證券(無論是否於聯交所或其他交易所進行)將自動撤銷上市，且該等證券的證書必須予以註銷及銷毀。

(v) 暫停購回

於獲悉內幕消息後任何時間，上市公司不得購回任何證券，直至有關資料已公佈為止。尤其於緊接以下日期(以較早者為準)前一個月內：(a)召開董事會會議以批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論是否為上市規則所規定者)的日期(以根據上市規則首次知會聯交所的有關日期為準)及(b)上市公司根據上市規則刊登任何年度或半年度業績公告、刊登季度或任何其他中期業績公告(無論是否為上市規則所規定者)的最後限期，上市公司不得在聯交所購回其股份，惟特殊情況除外。此外，倘上市公司違反上市規則，聯交所可禁止其在聯交所購回證券。

(vi) 呈報規定

有關在聯交所或其他證券交易所購回證券的若干資料，必須不遲於下一個營業日的早市或任何開市前時段(以較早者為準)開始前30分鐘向聯交所呈報。此外，上市公

附錄四

法定及一般資料

司年報必須披露本年度內購回證券的詳情，包括購回證券數目的每月分析、每股購買價或就全部該等購回支付的最高及最低價格(如有關)，以及所付總價格。

(vii) 關連人士

上市公司不得在知情的情況下在聯交所向「核心關連人士」(即本公司或其任何附屬公司的董事、最高行政人員或主要股東或彼等的聯繫人)購回證券，且關連人士亦不得在知情的情況下向公司出售其證券。

(b) 購回的理由

董事相信，可購回股份乃符合本公司及股東的利益。購回可使淨資產及／或每股股份盈利增加(視乎情況而定)。董事尋求獲授一般授權以購回股份，使本公司能在適當情況下靈活購回。於任何情況擬購回的股份數目以及價格及其他條款將由董事於有關時間考慮當時的有關情況後決定。購回股份僅會在董事相信有關購回將對本公司及股東有利的情況下進行。

(c) 購回資金

購回證券時，本公司僅可動用根據其組織章程細則、上市規則以及開曼群島適用法律合法可作此用途之資金。倘於股份購回期間任何時候悉數行使購回授權，則或會對本公司的營運資金及／或資產負債狀況有重大不利影響(與本文件所披露的狀況相比)。然而，董事不擬在對本公司的營運資金需求或董事認為不時適合本公司的資產負債水平有重大不利影響的情況下行使該一般授權。

(d) 一般事項

按緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行[編纂]股股份(不計及因[編纂]獲行使而可予發行的任何股份以及因[編纂]購股權計劃所授出之任何購股權獲行使後可予發行的任何股份)計算，本公司於以下期間(以最早者為準)前悉數行使購回授權，可購回最多約[編纂]股股份：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；或
- (ii) 任何適用法律或組織章程細則規定我們須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

附錄四

法定及一般資料

(iii) 股東於股東大會上通過普通決議案更改或撤銷購回授權之日。

就董事作出一切合理查詢後所知，董事及彼等各自任何緊密聯繫人目前均無意向本公司或我們的附屬公司出售任何股份。

董事已向聯交所承諾，在適用情況下，彼等將按照上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

概無本公司核心關連人士知會本公司，表示其目前有意向本公司[編纂]，或已承諾在購回授權獲行使時不會向本公司出售股份。

倘任何購回股份導致一名股東所佔本公司投票權的權益比例增加，則就香港公司收購及合併守則(「收購守則」)而言，該項增加將被視作一項收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東可取得或鞏固對本公司的控制權，及可能須按照收購守則第26條提出強制收購要約。除上述者外，就董事所知，根據購回授權作出任何購回不會引致收購守則的任何後果。

倘任何購回股份會導致公眾持有的股份數目跌至低於已發行股份總數的[編纂](即聯交所規定的相關最低百分比)，則該購回僅在獲聯交所同意豁免遵守上市規則第8.08條有關公眾持股量的規定後方可進行。然而，董事目前無意於該情況下行使購回授權致使公眾持股量不足上市規則所規定者。

B. 有關我們業務的資料

1. 重大合約概要

以下為本公司或其任何附屬公司於緊接本文件日期前兩年內所訂立的重大或可能為重大的合約(即非日常業務過程中訂立的合約)：

- (a) Taschh Limited、虎視傳媒有限公司及Adtiger Media Limited於二零一九年六月二十六日訂立的重組協議，據此Adtiger Media Limited收購Apotheosis Limited的10,000股已發行股份，代價為虎視傳媒有限公司向Taschh Limited配發及發行12,500股入賬列為繳足的股份；
- (b) Taschh Limited與Adtiger Company Limited於二零一九年六月二十六日訂立的重組協議，據此Adtiger Company Limited向Taschh Limited收購香港虎視傳媒有限公司的2,000股已發行股份，代價為人民幣7,408,832.14元；

附錄四

法定及一般資料

- (c) Son of Sunrise Investment Ltd.與Adtiger Company Limited於二零一九年六月二十六日訂立的重組協議，據此Adtiger Company Limited向Son of Sunrise Investment Ltd.收購香港虎視傳媒有限公司的3,000股已發行股份，代價為人民幣11,113,248.21元；
- (d) Venus Holdings Limited與Adtiger Company Limited於二零一九年六月二十六日訂立的重組協議，據此Adtiger Company Limited向Venus Holdings Limited收購香港虎視傳媒有限公司的5,000股已發行股份，代價為人民幣18,522,080.35元；
- (e) 彌償契據；及
- (f) [編纂]。

2. 本集團的知識產權

(a) 商標

截至最後實際可行日期，本集團已註冊下列商標：

商標註冊編號	商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	屆滿日期
1. 304701230		香港虎視	香港	9, 35	二零二八年 十月十五日
2. 304701249		香港虎視	香港	9, 35	二零二八年 十月十五日
3. 304701258		香港虎視	香港	9, 35	二零二八年 十月十五日
4. 304701221		香港虎視	香港	9, 35	二零二八年 十月十五日
5. 32745734A		北京虎示	中國	9	二零二九年 七月二十七日
6. 32732909， 32738367， 37553956		北京虎示	中國	9, 35	二零二九年 六月二十日 (類別35- 32732909)； 二零二九年 九月六日 (類別9-32738367)； 二零三零年二 月二十日(類別 9-37553956)
7. 32748672， 32737450		北京虎示	中國	9, 35	二零二九年 六月十三日
8. 32735981， 32741720		北京虎示	中國	9, 35	二零三零年四月 二十七日 (類別9-32735981) 二零三零年 六月二十七日 (類別35- 32741720)；

附錄四

法定及一般資料

(b) 版權

截至最後實際可行日期，本集團已註冊下列版權：

	版權	註冊編號	註冊擁有人	註冊地點	註冊日期
1.	虎視傳媒的標誌	國作登字-2018-F-00629246	北京虎示	中國	二零一八年 九月二十九日
2.	AdTensor的標誌	國作登字-2018-F-00629247	北京虎示	中國	二零一八年 九月二十九日
3.	虎示傳媒的標誌	國作登字-2018-F-00629248	北京虎示	中國	二零一八年 九月二十九日
4.	AdTiger的卡通形象	國作登字-2019-F-00702709	北京虎示	中國	二零一九年 一月二十四日

(c) 域名

截至最後實際可行日期，本集團已註冊下列域名：

	域名	註冊擁有人	註冊日期	屆滿日期
1.	www.adtiger.hk	香港虎視	二零一五年 四月十四日	二零二一年 四月十四日
2.	www.adtensor.com	北京虎示	二零一七年 二月二十八日	二零二一年 二月二十八日
3.	www.adtensor.net	北京虎示	二零一七年 十二月二十八日	二零二零年 十二月二十八日

(d) 軟件版權

於最後實際可行日期，本集團為以下軟件版權的註冊擁有人及實益擁有人：

	軟件版權	註冊編號	註冊地	註冊版權 擁有人	註冊日期
1.	AdTensor App (V1.0)	2019SR0546019	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
2.	AdTensor系統平台(V1.0)	2019SR0544681	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
3.	AdTiger Engine平台(V1.0)	2019SR0546037	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
4.	Adeffect App (V1.0)	2019SR0544704	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
5.	虎視科技App (V1.0)	2019SR0544710	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
6.	Smart AdTiger App (V1.0)	2019SR0544720	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
7.	虎視跨境幫平台(V1.0)	2019SR0544664	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
8.	虎視優化通平台(V1.0)	2019SR0544731	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
9.	Adcare軟件(V1.0)	2019SR0544690	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日
10.	Adleopard工具軟件(V1.0)	2019SR0546029	中國	北京虎示	二零一九年五月三十日

除本文件所披露者外，並無任何對我們業務而言屬重大的知識產權。

附錄四

法定及一般資料

C. 有關我們的董事及主要股東的進一步資料

1. 權益披露

(a) 董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團的權益

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及因[編纂]及[編纂]購股權計劃獲行使而可予配發及發行的任何股份)，董事或本公司最高行政人員於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須於股份上市後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文彼等被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須於股份上市後隨即於該條所述名冊記錄的權益或淡倉，或根據[編纂]公司董事進行證券交易的標準守則須於股份[編纂]後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

董事姓名	權益性質	緊隨[編纂]及 [編纂]完成後所持股份	
		數目	概約百分比
常女士 ⁽¹⁾⁽³⁾	受控法團權益	[編纂] (L)	[編纂]%
	一致行動人士權益	[編纂] (L)	
李女士 ⁽²⁾⁽³⁾	受控法團權益	[編纂] (L)	[編纂]%
	一致行動人士權益	[編纂] (L)	
Hsia先生 ⁽⁴⁾	信託受益人	[編纂] (L)	[編纂]%

附註：

- (1) 常女士持有Fetech的全部股本，而Fetech持有Rowtel的全部股本。Rowtel直接持有[編纂]股股份。因此，常女士被視為於Rowtel所持的[編纂]股股份中擁有權益。
- (2) 李女士持有Hera的全部股本，而Hera持有Westel的全部股本。Westel直接持有[編纂]股股份。因此，李女士被視為於Westel所持的[編纂]股股份中擁有權益。
- (3) 根據一致行動協議，常女士及李女士承認及確認(其中包括)彼等將與彼此一致行動。因此，常女士及李女士為收購守則所定義之一致行動人士；及根據證券及期貨條例，常女士及李女士各自被視為於彼等任一人擁有權益的全部股份中擁有權益。
- (4) Hsia先生為由Southpac Trust International, Inc.作為受託人的Tiequan Trust的唯一受益人。Southpac Trust International, Inc.持有Tiequan LLC的全部股本，而Tiequan LLC持有Taschh約99.99%的股本。Taschh直接持有[編纂]股股份。因此，Hsia先生被視為於Taschh所持的[編纂]股股份中擁有權益。

附錄四

法定及一般資料

(b) 主要股東的權益

除「主要股東」所披露者外，於緊隨[編纂][編纂]及[編纂]完成後（不計及因[編纂]及[編纂]購股權計劃獲行使而可予配發及發行的任何股份），就董事或最高行政人員所知，除董事或本公司最高行政人員外，概無任何其他人士於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

2. 董事服務合約及委任書

我們的各執行董事，即常女士及李女士已與本公司訂立初步任期為自[編纂]起三年的服務合約，且可由任一方通過向另一方發出兩個月的書面通知而終止。

我們的非執行董事，即Hsia先生；及我們的各獨立非執行董事，即姚先生、陳先生及張先生已與本公司訂立初步任期為自二零二零年六月二十二日起三年的委任函，且可由任一方通過向另一方發出一個月的書面通知而終止。

3. 董事薪酬

各董事有權收取董事袍金，並按一年十二個月之基準獲支付酬金。截至二零二零年十二月三十一日止年度，董事現時年薪（包括薪金、養老計劃供款、住房津貼、其他津貼及實物福利，惟不包括任何或會支付予執行董事的任何酌情花紅）如下：

姓名	董事年薪
常女士.....	人民幣100,000元
李女士.....	人民幣100,000元
Hsia先生.....	人民幣50,000元
姚先生.....	100,000港元
陳先生.....	100,000港元
張先生.....	100,000港元

根據目前生效的安排，截至二零二零年十二月三十一日止年度，董事薪酬總額（包括薪金、養老計劃供款、住房津貼、其他津貼及實物福利）估計將為不超過人民幣5.6百萬元。

附錄四

法定及一般資料

執行董事於代表本集團履行彼等職責的過程中所產生的所有合理差旅及旅行相關開支、娛樂開支及其他實報實銷開支將由本公司承擔。除上述者外，概無董事與本公司或我們的任何附屬公司訂立或擬訂立服務合約，惟於一年內屆滿或可由僱主於一年內不付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外。

有關上述服務合約條款的進一步詳情載於本附錄上文「C.有關我們的董事及主要股東的進一步資料—2.董事服務合約及委任書」一段。

4. 已收代理費或佣金

除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩個年度內，概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何股本而收取佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。

5. 董事的競爭權益

董事概無於本集團業務以外任何與本集團業務直接或間接構成或可能構成競爭的業務中擁有權益。

6. 免責聲明

除本文件所披露者外：

- (a) 概無董事或本公司最高行政人員於本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有任何根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須於股份上市後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉，或根據證券及期貨條例第352條須於股份上市後隨即於該條所述名冊記錄的權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須於股份上市後隨即知會本公司及聯交所的權益或淡倉；
- (b) 概無董事或本附錄「E.其他資料—8.專家同意書」一段所列的任何專家於本公司的發展中擁有任何直接或間接權益，或於緊接本文件日期前兩年內在本集團任何成員公司所收購或出售或租賃的任何資產中，或本集團任何成員公司擬收購或出售或租賃的任何資產中，擁有任何直接或間接權益；
- (c) 概無董事或本附錄「E.其他資料—8.專家同意書」一段所列的任何專家於在本文件日期仍然存續且對本集團整體業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益；

附錄四

法定及一般資料

- (d) 概無董事與本集團任何成員公司訂立或擬訂立任何服務合約，(惟於一年內屆滿或可由僱主於一年內不付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外)；
- (e) 不計及根據[編纂][編纂]及[編纂]或因[編纂]及[編纂]購股權計劃獲行使而獲承購的股份，就董事所知，除董事或本公司最高行政人員外，概無任何其他人士將於緊隨[編纂]完成後於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值5%或以上的權益；
- (f) 本附錄「E.其他資料 — 8.專家同意書」一段所列的任何專家概無於本集團任何成員公司擁有任何股權或可自行或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論是否可依法執行)；及
- (g) 據董事所知，截至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司已發行股本5%以上權益的本公司股東於本集團的五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。

D. [編纂]購股權計劃

以下為本公司股東於二零二零年六月二十二日有條件批准及採納的[編纂]購股權計劃的主要條款概要，該計劃須待[編纂]後方可作實。

(a) 目的

[編纂]購股權計劃目的是透過激勵和獎勵合資格人士對本集團的貢獻，讓彼等的利益與本公司的利益掛鉤，以鼓勵彼等致力提高本公司價值。

(b) 可參與人士

董事會(包括董事會根據[編纂]購股權計劃規則為履行其任何職責而委任的任何委員會或董事會代表)可全權酌情向本集團成員公司或本公司聯營公司的僱員(不論全職或兼職)或董事(「合資格人士」)要約授出購股權，以認購董事會可能釐定的有關股份數目。

(c) 可能授出的購股權涉及的股份數目上限

因行使根據本公司的[編纂]購股權計劃及任何其他購股權計劃(「其他計劃」)授出的全部購股權而可予發行的股份上限數目合共不得超過[編纂]已發行股份總數的10%，即

附錄四

法定及一般資料

[編纂]股股份，或聯交所根據其酌情授出的豁免可允許的較高限額（「計劃授權上限」）。於計算計劃授權上限時，根據本公司[編纂]購股權計劃及任何其他計劃的條款失效的購股權將不予計算。

董事會可在股東於股東大會上批准後更新計劃授權上限，惟根據經更新計劃授權上限，因行使本公司[編纂]購股權計劃及任何其他計劃授出的全部購股權而可予發行的股份總數，不得超過股東批准更新計劃授權上限當日已發行股份的10%或聯交所根據其酌情授出的豁免可允許的較高限額。於計算「經更新」計劃授權上限時，先前根據本公司[編纂]購股權計劃及任何其他計劃授出的購股權（包括尚未行使、已註銷、根據有關計劃條款已失效或已行使的購股權）將不予計算。董事會可在股東於股東大會上批准後，向其指定的任何合資格人士授出超出計劃授權上限的購股權。本公司將向股東發出載有上市規則規定資料的通函，以徵求股東的批准。

因行使根據本公司[編纂]購股權計劃及任何其他計劃向合資格人士授出所有發行在外而尚未行使的購股權而可予發行的最高股份數目於任何時候不得超過不時已發行股份總數的30%。

倘本公司的資本架構出現任何變動（不論因溢利或儲備[編纂]、供股、股份合併或拆細或削減本公司股本），可能授出的購股權所涉及的最高股份數目將以本公司核數師或董事會委任的獨立財務顧問向董事會書面證明屬公平合理的方式調整，惟發行股份作為交易代價不得作出有關調整。

(d) 每名人士可獲授權益上限

倘根據本公司[編纂]購股權計劃及任何其他計劃向任何合資格人士授出的購股權獲行使將導致有關合資格人士有權認購的股份數目，加上其於直至有關購股權要約日期（包括該日）止12個月期間根據其獲授的全部購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）而獲發行或將獲發行的股份總數超過該日已發行股份的1%或聯交所根據所獲授豁免按其酌情決定可能允許的有關更高上限，則不得授出有關購股權。

倘進一步向合資格人士授出購股權而超出該1%上限或聯交所根據所獲授豁免按其酌情決定可能允許的有關更高上限，則須經股東於股東大會上批准，而有關合資格人士及其緊密聯繫人（或倘有關合資格人士為本公司關連人士，則為其聯繫人）須放棄投票。

附錄四

法定及一般資料

本公司必須向股東發出通函，以披露有關合資格人士的身份、將授出購股權的數目及條款(及先前授予有關合資格人士的購股權)及上市規則規定的有關其他資料。

向有關合資格人士授出的購股權數目及條款(包括行使價)必須於提呈股東批准前釐定，而批准該進一步授出購股權的董事會會議日期應被視為授出日期，以釐定購股權的行使價。

(e) 向關連人士授出購股權

每次根據[編纂]購股權計劃向本集團任何成員公司或本公司聯營公司的董事(包括獨立非執行董事)、本公司最高行政人員或主要股東或任何彼等各自的聯繫人授出任何購股權，均須經獨立非執行董事(不包括任何身為購股權建議承授人的獨立非執行董事)批准。

倘向本公司主要股東、獨立非執行董事或任何彼等各自的聯繫人授出任何購股權，導致於直至有關授出日期(包括該日)止12個月期間因行使根據[編纂]購股權計劃已授出及將授出的所有購股權(包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權)而向該名人士發行及將予發行的股份：

- (i) 合共佔已發行股份0.1%以上；及
- (ii) 按該等證券於各授出日期的收市價計算的總值超過5百萬港元，

則董事會進一步授出購股權前必須先經股東於股東大會上批准。任何身為本公司關連人士的股東不得就批准進一步授出購股權的決議案投票，惟該關連人士根據上市規則規定投票反對該決議案除外。本公司將向股東發出載有上市規則規定資料的通函，以徵求股東的批准。

(f) 接納購股權要約

購股權要約於董事會決定並通知有關合資格人士的有關期間(由要約日期起(包括該日)計30日內)可供接納，惟於[編纂]購股權計劃屆滿後，有關要約將不被接納。該期間不被接納的購股權要約將告失效。於接納所授出的購股權時須支付1.00港元，而該款項將不予退還，且不應視為行使價的部分款項。

附錄四

法定及一般資料

(g) 行使價

除按下文(u)分段作出調整外，行使價須由董事會釐定，並須通知購股權持有人，且不得低於以下較高者：

- (i) 於購股權要約日期聯交所每日報價表所報的股份收市價；
- (ii) 緊接購股權要約日期前五個交易日聯交所每日報價表所報的股份平均收市價；
及
- (iii) 股份面值。

(h) 購股權計劃期限

[編纂]購股權計劃由[編纂]起十年期間內有效及生效，該期間後不得再授出購股權，但[編纂]購股權計劃的條文仍具十足效力及效用，以致先前授出任何可於當時或其後根據[編纂]購股權計劃行使的購股權得以行使，或其他方面以致於根據[編纂]購股權計劃條文規定有效。

(i) 購股權的歸屬及行使時限

購股權持有人一經接納提呈的購股權後，任何購股權須即時歸屬予購股權持有人，惟倘購股權要約列明任何歸屬時間表及／或條件，則有關購股權僅根據有關歸屬時間表及／或於歸屬條件達成時(視乎情況而定)歸屬予購股權持有人。除董事會按其全權酌情權另行釐定外，任何已歸屬而未失效的購股權於達成條件或董事會按其全權酌情決定豁免條件後，可於購股權要約獲接納後的下一個營業日起隨時行使。任何尚未行使的購股權於購股權期間屆滿後將告失效，而該期限由董事會釐定，不得超過購股權要約日期起計十年或聯交所根據所獲授豁免按其酌情決定可能允許的有關更長期限(「購股權期間」)。

購股權須受董事會可能釐定及購股權要約列明的有關條款及條件(如有)限制，包括任何歸屬時間表及／或條件、行使任何購股權前必須持有的任何最短期限及／或購股權持有人於行使購股權前須達成的任何表現目標。董事會釐定的條款及條件不得與[編纂]購股權計劃的目的有所抵觸，同時必須符合股東不時可能批准的有關指引(如有)。倘購股權持有人調職至中國或其他國家，且仍根據與本集團成員公司或本公司聯營公司訂立的合約繼續擔任受薪職位或受僱，且其因調職而(i)蒙受購股權的有關稅務虧損(須

附錄四

法定及一般資料

提供董事會信納的證明)；或(ii)中國或其被調職國家的證券法或外匯管制法律限制其行使購股權，或持有或買賣股份或出售行使時獲授股份[編纂]的能力，則董事會可允許其於調職前三個月至調職後三個月期間內行使已歸屬或未歸屬的購股權。

倘董事會認為行使購股權將違反法定或監管規定，則不得行使。

(j) 授出購股權的時間限制

我們知悉內幕消息後不得授出購股權，直至有關內幕消息根據上市規則的規定作出公告為止。尤其是，在緊接以下較早者前一個月起至業績公佈當日起止期間不得授出購股權：

- (i) 董事會為批准本公司任何年度、半年度、季度或其他中期(不論上市規則有否規定)業績舉行的董事會會議日期(即根據上市規則首先通知聯交所的有關日期)；及
- (ii) 本公司根據上市規則刊發任何年度、半年度、季度或任何其他中期(不論上市規則有否規定)業績公告的截止日期，

購股權亦不得於業績公告延遲刊發的任何期間授出。

(k) 股份權利

尚未行使的購股權不會獲派股息(包括本公司清盤所作的分配)及享有投票權。因行使購股權而配發及發行的股份在各方面與於配發當日已發行股份享有同等權利，惟並無享有記錄日期於配發當日前的股份所附任何權利。

(l) 轉讓限制

除於購股權持有人身故而向其遺產代理人轉移購股權外，任何購股權持有人不得向任何其他人士或實體轉讓、指讓或出售購股權或任何所附權利。倘購股權持有人主動或非主動轉讓、指讓或出售任何購股權或所附權利，則有關購股權即時失效。

(m) 自願辭任時的權利

倘購股權持有人因自願辭任(推定遭解僱的情況除外)而不再為合資格人士，任何尚未獲接納的購股權要約可由董事會按其全權酌情釐定並已通知該名合資格人士的期間繼續供接納。於該名合資格人士終止受僱日期，所有已歸屬但尚未行使的購股權可於董事會按其全權酌情釐定並已通知該名合資格人士的有關期間繼續行使。

附錄四

法定及一般資料

(n) 終止受聘時的權利

倘購股權持有人因：(i)其僱主根據僱傭合約的條款或法律賦予僱主的任何權利而終止其僱傭合約；或(ii)其僱傭合約按固定年期訂立，而屆滿後不獲重續；或(iii)其僱主因其嚴重行為不當終止其合約而不再為合資格人士，則任何尚未獲接納的購股權要約及所有購股權(已歸屬或未歸屬)將於購股權持有人不再為合資格人士當日失效。

(o) 身故、殘疾、退休及調職時的權利

倘購股權持有人因下列原因而不再為合資格人士：

- (i) 身故；或
- (ii) 患有並非自行造成的重病或嚴重受傷，而董事會認為有關購股權持有人不適宜履行其僱傭職責，並導致購股權持有人在正常情況下不適宜根據其僱傭合約繼續履行未來12個月的職責；或
- (iii) 根據購股權持有人的僱傭合約條款退休；或
- (iv) 購股權持有人與僱主協定提早退休；或
- (v) 僱主以裁員為由而終止其僱傭合約；或
- (vi) 僱主不再為本集團的成員公司或本公司聯營公司或不再受本公司控制；或
- (vii) 向並非受本公司或本集團成員公司或本公司聯營公司控制的人士轉讓購股權持有人的業務或部分業務；或
- (viii) 倘董事會全權酌情釐定購股權持有人原應失效的購股權並無失效，並根據[編纂]購股權計劃的條文(並受其規限)繼續存續乃就[編纂]購股權計劃的目的而言屬適當及相符，

則任何未獲接納的購股權要約及任何未歸屬的購股權將告失效，而購股權持有人或其遺產代理人(如適用)可於終止受僱日期起計三個月內悉數行使其已歸屬但尚未行使的購股權。該期限屆滿前尚未行使的任何購股權將告失效。

附錄四

法定及一般資料

倘董事會認為其購股權根據上述 (o) (viii)分段繼續存續而不再為合資格人士的購股權持有人：

- (a) 觸犯可導致其僱傭合約遭解除的任何失當行為，而本公司於其停止受僱於本集團任何成員公司或聯營公司後方得悉上述事宜；或
- (b) 違反僱傭合約(或與其僱傭合約有關的其他合約或協議)的任何重大條款，包括但不限於其與本集團任何成員公司或聯營公司訂立的任何保密協議或載有不競爭或不招攬限制的協議；或
- (c) 披露本集團任何成員公司或聯營公司的商業秘密或機密資料；或
- (d) 與本集團任何成員公司或聯營公司競爭或違反其僱傭合約的不招攬條文，

則董事會可全權酌情釐定購股權持有人持有的任何未行使購股權(已歸屬或未歸屬)於董事會作出有關決議時即時失效(不論購股權持有人是否已獲告知有關決定)。

(p) 終止為董事時的權利

倘任何董事不再為本集團任何成員公司或聯營公司的董事，則本公司其後須在實際可行情況下盡快通知因此而不再為合資格人士的有關購股權持有人。任何未獲接納的購股權要約及任何未歸屬的購股權將於購股權持有人不再為合資格人士當日失效。購股權持有人(或其遺產代理人)可於董事會發出通知日期後三個月內悉數行使其已歸屬但尚未行使的購股權。該期限屆滿前尚未行使的任何購股權將告失效。

(q) 全面要約時的權利

倘因向股份持有人提出全面要約，而董事會得悉一般於本公司股東大會上可按投票方式表決的逾50%表決權已歸屬或將歸屬予要約方、任何由要約方控制的公司或任何與要約方有關或一致行動的人士(「**控制權變動**」)，則董事會將於得悉此事後14日內或任何法律或監管披露限制不再適用後於可行情況下盡快就此通知各購股權持有人。各購股權持有人將有權於董事會通知購股權持有人日期起計一個月內行使其已歸屬但尚未行使的購股權。於該期間結束前尚未行使的全部購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(r) 公司重組時權利

倘訂立和解方案或安排，則本公司須於向股東或債權人發出會議通知當日向所有購股權持有人發出通知，以考慮該和解方案或安排，而每名購股權持有人(或其遺產代

附錄四

法定及一般資料

理人)其後可於本公司通知的時間前隨時行使其全部或部分已歸屬但尚未行使的購股權，待本公司接獲行使通知及行使價後，本公司須盡快(在任何情況下不得遲於緊接擬定股東大會召開日期前一個營業日)配發、發行及以購股權持有人名義登記因行使有關購股權而將發行的有關繳足股份數目。任何尚未行使的購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(s) 清盤時的權利

倘本公司向其股東發出通告召開股東大會以考慮及酌情批准將本公司自動清盤的決議案，則本公司須於當日或向股東寄發通知後隨即向所有購股權持有人發出有關通知，而每位購股權持有人有權最遲於擬召開本公司股東大會前七日內隨時行使其全部或任何部分已歸屬但尚未行使的購股權，而待本公司接獲行使通知及行使價後，本公司須盡快(在任何情況下不得遲於緊接擬定股東大會召開日期前的營業日)配發、發行及以購股權持有人名義登記因行使有關購股權而將發行的有關繳足股份數目。任何尚未獲行使的購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(t) 購股權失效

購股權將在以下較早者發生時失效：

- (i) 董事會釐定的購股權期間屆滿時；或
- (ii) 購股權持有人違反(l)分段當日；
- (iii) 上文(m)至(s)分段所指任何情況的適用規則規定的時限屆滿時。

(u) 股本變動影響

倘於任何購股權仍可行使期間，本公司的股本架構因根據適用法例及監管規定而將溢利或儲備資本化、進一步就股份進行供股、合併或分拆股份或削減本公司股本(就交易發行任何股本作為代價除外)而出現任何變動，則須對股份數目、尚未行使的購股權的主要事宜及／或購股權行使價作出本公司核數師或董事會委聘的獨立財務顧問以書面向董事會證明彼等認為公平合理的相應調整(如有)。本公司須就任何調整向購股權持有人發出通知。

任何有關調整乃根據購股權持有人於本公司已發行股本的持股比例須與調整前所持有者相同的基準作出。有關調整不得使任何股份以低於其面值的價格發行，亦不得導

附錄四

法定及一般資料

致任何購股權持有人於緊接有關調整前全數行使其持有的購股權時原本可認購本公司已發行股本的比例增加。

本公司核數師或董事會選任的獨立財務顧問(如適用)必須以書面向董事會確認，有關調整乃符合上市規則第17.03(13)段附註及聯交所不時頒佈有關上市規則適用的指引及／或詮釋的規定(包括但不限於二零零五年九月五日聯交所向所有發行人就購股權計劃發出的函件「主板上市規則補充指引第17.03(13)條及規則項下附註」)，惟以就[編纂][編纂]作出的調整除外。

核數師或獨立財務顧問的身份為專家而非仲裁人，而彼等的證明(在並無出現欺詐或明顯錯誤下)將為最終定論，並對本公司及購股權持有人具有約束力。核數師或獨立財務顧問的費用將由本公司承擔。

(v) 註銷購股權

除非購股權持有人同意，否則董事會僅可於下列情況下決定是否註銷已授出但尚未行使的購股權：

- (i) 本公司與其核數師或由董事會委任的獨立財務顧問進行諮詢後，向購股權持有人支付等同購股權於註銷日期由董事會全權酌情釐定的公平市值金額；或
- (ii) 董事會提呈授予購股權持有人補發購股權(或根據本集團任何成員公司任何其他購股權計劃授出的購股權)或作出購股權持有人可能同意的購股權損失補償安排；或
- (iii) 董事會作出購股權持有人可能同意的購股權註銷補償安排。

(w) 終止[編纂]購股權計劃

[編纂]購股權計劃將於緊接[編纂]第十週年前當日自動屆滿。董事會可議決不再根據[編纂]購股權計劃授出購股權，並隨時終止[編纂]購股權計劃而毋須經股東批准，在此情況下，不得根據[編纂]購股權計劃提出新要約以授出購股權，而任何已授出但尚未行使的購股權將(i)根據[編纂]購股權計劃繼續有效；或(ii)根據(v)分段註銷。

附錄四

法定及一般資料

(x) 修訂[編纂]購股權計劃

董事會可隨時修改[編纂]購股權計劃的任何規定，包括為符合法律或監管要求變動而作出修訂，惟修訂不得對任何購股權持有人於作出修訂當日應得的任何權利有不利影響。倘修訂上市規則第17.03條所載事宜而導致現有或未來購股權持有人獲益，則修訂須經股東於股東大會上批准。

[編纂]購股權計劃的重大條款及條件或任何已授出購股權的任何條款僅可在股東批准後方可修訂，惟根據[編纂]購股權計劃現有條款自動生效的修訂則除外。

倘須修訂已授予身為本公司主要股東或獨立非執行董事或彼等各自的任何聯繫人的購股權持有人的購股權條款，則必須經股東在股東大會上批准。批准修訂的決議案須以投票方式表決，而任何本公司關連人士須就批准該項修訂的決議案放棄投票，惟可投票反對有關決議案。

倘須修改任何[編纂]購股權計劃規則的董事會權力，則須由股東於股東大會上批准後方可修訂。

(y) [編纂]購股權計劃條件

[編纂]購股權計劃須待以下條件達成後，方可採納：

- (i) [編纂]批准或同意批准(須符合聯交所可能規定的條件)因行使根據[編纂]購股權計劃授出的購股權而發行的股份[編纂]及買賣；及
- (ii) 股份開始在聯交所買賣。

倘上述條件截至於有條件採納[編纂]購股權計劃當日起計六個月當日或之前未能達成：

- (a) [編纂]購股權計劃即告終止；
- (b) 根據[編纂]購股權計劃已授出或同意授出的任何購股權及任何有關授出的要約將告失效；及
- (c) 概無人士將根據或就[編纂]購股權計劃或任何購股權獲賦予任何權利或利益或承擔任何責任。

附錄四

法定及一般資料

(z) 一般事項

本公司已向聯交所[編纂]申請批准因行使根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權而發行的新股份[編纂]及買賣。

截至最後實際可行日期，本公司概無根據[編纂]購股權計劃授出或同意授出購股權。

[編纂]購股權計劃詳情(包括本公司於各財政年度內所授購股權詳情及變動)以及授出購股權的僱員成本將於本公司年報披露。

E. 其他資料

1. 稅項及其他彌償保證

根據各控股股東以本公司(及其附屬公司)為受益人作出的彌償契據，並待[編纂]後，控股股東已同意並共同及個別向本集團各成員公司同意、契諾及承諾，將彌償本集團各成員公司於[編纂]日期當日或之前所賺取、應計或已收取、訂立(或視為已賺取、應計、收取或訂立)或發生之收入、溢利或收益、交易、事件、行動、遺漏行動、事項或事情而應付之稅項。

然而，控股股東根據彌償契據提供的彌償保證並不涵蓋以下任何稅務及稅務申索責任，而控股股東概不就此承擔任何責任：

- (a) 已於截至二零一九年十二月三十一日或之前的會計期間本集團的經審核合併賬目或本集團任何成員公司的經審核賬目作出撥備者；或
- (b) 本集團任何成員公司就於二零一九年十二月三十一日或之後開始的任何會計期間的責任，除非該等負債於[編纂]或之前的本應不會發生，惟因本集團任何成員公司的若干作為或不作為、或所訂立的交易(不論何時發生，亦不論是否單獨或連同任何其他行動、遺漏或交易發生)，而並非日常業務過程中或日常收購及出售資本資產過程中產生者；或
- (c) [編纂]後，因任何法定或政府機關對法律、規則或規例或詮釋或應用作出任何具有追溯效力的變動而產生或招致的責任，或於[編纂]後出現具有追溯效力的稅率或其他罰款增加而產生或增加的責任；或
- (d) 該類責任由並非本集團成員公司的另一位人士解除，而概無本集團成員公司須為該類責任的解除向該人士作出補償；或

附錄四

法定及一般資料

- (e) 上文第(a)項條款所指已於經審核賬目中就該類責任作出的任何撥備或儲備最終確定為超額撥備或超額儲備，惟就該類責任用以減低本公司控股股東責任的任何該等撥備或儲備金額，不得用於其後產生的任何該類責任。

2. 訴訟

截至最後實際可行日期，本集團任何成員公司未曾參與任何重大訴訟或仲裁，且據董事所知，並無待決或威脅本集團任何成員公司的任何重大訴訟或仲裁。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向聯交所[編纂]申請批准本文件所述已發行及將予發行的所有股份[(包括根據[編纂]及[編纂]購股權計劃項下任何購股權獲行使而可能發行的任何股份)][編纂]及買賣。本公司已作出一切必要安排，以使股份獲納入中央結算系統。

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。

保薦人費用為[編纂]百萬港元，並由本公司支付。

4. 開辦費用

估計本公司產生及支付的開辦費用約為200,000港元。

5. 發起人

就上市規則而言，本公司並無任何發起人。除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述有關交易向任何發起人支付、配發或給予或建議支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益。

6. 股份持有人的稅項

(a) 香港

買家及賣家買賣及轉讓登記於本公司香港股東名冊分冊的股份須各自按現行稅率(即所出售或轉讓股份的代價或(若較高)公平值的0.1%)繳納香港印花稅。買賣股份而於香港產生或所得的利潤亦可能須繳納香港利得稅。董事獲告知，本集團任何成員公司均應不用根據香港法律繳納重大遺產稅。

附錄四

法定及一般資料

(b) 開曼群島

根據當前開曼群島法律，轉讓股份於開曼群島無須繳付印花稅。

(c) 諮詢專業顧問

有意持有我們股份的人士如對認購、購買、持有、出售或買賣股份的稅務影響有任何疑問，應諮詢專業顧問。謹請留意，本公司、董事或參與[編纂]的其他各方概不就股份持有人認購、購買、持有或出售或買賣股份或行使所附任何權利而引致的任何稅務影響或負債承擔責任。

7. 專家資格

以下為於本文件內提供或引述意見或建議的專家(定義見上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例)的資格：

名稱	資格
光銀國際資本有限公司	持牌可從事證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動
何浪前先生	香港大律師
上海艾瑞市場諮詢有限公司	行業顧問
安永會計師事務所	執業會計師
衡力斯律師事務所	開曼群島法律的法律顧問
通商律師事務所	中國法律的法律顧問
羅申美稅務諮詢有限公司	稅務顧問

8. 專家同意書

本附錄「E.其他資料 — 7.專家資格」一段所列的各專家，已分別就本文件的刊發發出同意書，表示同意按本文件所載的形式及涵義載列其報告及／或函件及／或意見及／或引述彼等的名稱，且迄今並無撤回彼等各自的同意書。

9. 專家於本公司的權益

本附錄「E.其他資料 — 7.專家資格」一段所列人士概無於任何股份或本集團任何成員公司股份中擁有任何實益權益或認購或提名他人認購本集團任何成員公司任何股份或證券的權利或期權(無論可否依法強制執行)。

附錄四

法定及一般資料

10. 約束力

倘根據本文件作出申請，則本文件具有效力，致使所有相關人士均需受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有條文(罰則除外)約束，惟以適用情況為限。

11. 其他事項

除本文件所披露者外：

- (a) 於緊接本文件日期前兩年內：
 - (i) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行任何繳足或部分繳足股份或借貸資本，以換取現金或現金以外的代價；
 - (ii) 本公司或其任何附屬公司的股份或借貸資本概無受限於購股權或有條件或無條件同意受限於購股權；
 - (iii) 概無就發行或出售本公司或其任何附屬公司的任何股份或借貸資本而已授出或同意授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；
 - (iv) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或其任何附屬公司的任何股份而支付或應付佣金；
- (b) 本公司或其任何附屬公司概無任何創始人股份、管理層股份或遞延股份或任何債權證；
- (c) 董事已確認，自二零一九年十二月三十一日(即本集團最近期經審核綜合財務報表的編製日期)以來，本集團的財務或交易狀況或前景並無任何重大不利變動；
- (d) 於緊接本文件日期前12個月，本集團並無發生任何可能或已對本集團的財務狀況有重大影響的業務中斷；
- (e) 本公司股東的[編纂]須由[編纂]存置於開曼群島，而本公司股東的[編纂]則存置於[編纂]。除非董事另行同意，否則股份所有權的所有轉讓及其他文件必須交回本公司的香港股份過戶登記處進行登記及註冊，而於開曼群島未必會提交該等資料。本公司已作出一切必要安排，以使股份納入中央結算系統；
- (f) 本集團內目前概無公司於任何證券交易所[編纂]，亦無於任何交易系統買賣；

附錄四

法定及一般資料

- (g) 董事已獲告知，根據開曼公司法，本公司使用中文名稱並無觸犯開曼公司法；
及
- (h) 本公司並無任何發行在外的可換股債務證券或債權證。

12. 雙語文件

本文件的中英文版本乃依據香港法例第32L章《公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免條文而分別刊發。

附錄五

送呈公司註冊處處長及備查文件

送呈公司註冊處處長的文件

連同本文件副本一併送呈香港公司註冊處處長註冊的文件包括：

- (a) [編纂]、[編纂]及[編纂]副本；
- (b) 本文件附錄四「法定及一般資料 — E.其他資料 — 8.專家同意書」一節所述的同意書；及
- (c) 本文件附錄四「法定及一般資料 — B.有關我們業務的資料 — 1.重大合約概要」一節所述的各份重大合約副本。

備查文件

以下文件在本文件日期起計14日(包括該日)內上午九時正至下午六時正的正常辦公時間內於金杜律師事務所的辦事處(地址為香港皇后大道中15號置地廣場告羅士打大廈13樓)可供查閱：

- (a) 經修訂及重列的組織章程大綱及細則；
- (b) 開曼公司法；
- (c) 由安永會計師事務所出具的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- (d) 安永會計師事務所就[編纂]財務資料出具的報告，其全文載於本文件附錄二；
- (e) 本集團截至二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度的相關財務報表；
- (f) 我們有關香港法例若干方面的法律顧問何浪前先生出具的法律意見；
- (g) 我們的開曼群島法律顧問衡力斯律師事務所出具的意見函件，概述本公司組織章程及開曼公司法的若干方面，載於本文件附錄三；
- (h) 我們的中國法律顧問通商律師事務所就本集團若干公司事宜及物業權益所出具的中國法律意見；
- (i) 上海艾瑞市場諮詢有限公司出具的行業報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節；

附錄五

送呈公司註冊處處長及備查文件

- (j) 羅申美稅務諮詢有限公司就本集團集團內公司間交易出具的轉讓定價報告；
- (k) 本文件附錄四「法定及一般資料 — B.有關我們業務的資料 — 1.重大合約概要」一節所述的重大合約；
- (l) 本文件附錄四「法定及一般資料 — C.有關我們的董事及主要股東的進一步資料 — 2.董事服務合約及委任書」一節所述的董事服務合約及委任書；及
- (m) 本文件附錄四「法定及一般資料 — E.其他資料 — 8.專家同意書」一節所述的同意書。