
概 要

概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國最大的效果類自媒體營銷服務提供商，利用商業智能技術為行業客戶及自媒體發佈者提供服務。在這高度分散行業⁽¹⁾按2019年收益計，我們在中國排名第一，所佔市場份額為1.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，以總收益計，中國的效果類自媒體營銷市場規模從2014年的人民幣13億元增至2019年的人民幣318億元，複合年增長率為90.0%。我們相信在具有利好行業趨勢的快速增長市場中作為行業領先者，使我們處於有利地位可受惠於持續及快速的未來增長。

我們使用專有技術及平台在行業客戶與自媒體發佈者之間架設紐帶，提供符合其各自需要的服務。我們通過在優質及多樣化的自媒體網絡上分析及分銷我們行業客戶的產品，為他們提供效果類營銷服務，幫助行業客戶獲得用戶。對於網絡文學及Html 5遊戲以外的線上產品（如應用、線上推廣活動及小程序）而言，我們在不同自媒體平台上提供推薦分銷策略，供行業客戶選擇。我們的行業客戶（即我們的客戶）主要包括線上產品提供商及通過我們的效果類營銷服務推廣其實物產品的商家。我們的線上產品提供商主要包括營銷代理、應用開發商、網絡文學提供商、Html 5遊戲開發商及小程序開發商。於往績記錄期，我們與超過145個行業客戶合作。截至2020年3月31日，我們建立的應用組合覆蓋超過十個種類（如遊戲、視頻及工具應用）；我們的網絡文學產品包括覆蓋69個文學類別的681多冊網絡書籍；而我們的Html 5遊戲產品包括超過157個覆蓋RPG、戰略、動作及冒險種類的Html 5遊戲。

我們亦向自媒體發佈者提供變現服務以變現其用戶粉絲網絡流量，但我們不會從中產生收益。對於網絡文學及Html 5遊戲而言，我們向在我們的平台上註冊的自媒體發佈者呈列推薦產品名單，彼等可從中酌情選擇其將予銷售的產品。我們通過提供多種類、跨媒體和跨平台的線上產品組合（主要包括應用、網絡文學、Html 5遊戲及小程序），使我們的變現服務與競爭對手有所區別。於往績記錄期，我們所服務及助力的大多數自媒體發佈者均在中國一些最大的自媒體平台上擁有賬戶，例如微信公眾號。於往績記錄期，我們累計為合共約22,960個微信公眾號及約229,610個用戶流量進入點提供服務，並且已經開發了一個涵蓋遊戲、小說及笑話等流行類型並擁有高度活躍粉絲群的自媒體網絡。截至2020年3月31日，我們為合共3,806個微信公眾號提供服務，使我們擁有逾7.33億粉絲。我們的戰略重點是為中小型自媒體發佈者提供服務，中小型自媒體發佈者在市場上佔據絕大部分效果類自媒體營銷開支。根據弗若斯特沙利文的資料，中小型自媒體發佈者通過大型自媒體平台的代理商變現其用戶流量在業內很常見。

(1) 效果類自媒體營銷行業在中國高度分散，按2019年收益計，五大參與者合計的市場份額低於5.0%。

概 要

我們的成功依託我們優化服務表現並滿足行業客戶及自媒體發佈者需求的能力。作為一家以算法為基礎及技術驅動的公司，我們能夠通過自媒體發佈者為目標受眾提供量身訂製的產品組合。於往績記錄期，我們累計為合共約22,960個微信公眾號及約229,610個用戶流量進入點提供服務。截至2020年3月31日，我們為合共3,806個微信公眾號提供服務，使我們擁有逾7.33億粉絲。我們已經積累大量匿名用戶行為數據（包括我們於往績記錄期透過我們的服務積累的約15億次點閱），從而使我們能夠建立由專有商業智能技術支撐重要而有效的數據收集、強勁的數據分析能力及強大的技術平台。我們專有的商業智能技術包括數據收集、數據貼標、以機器為基礎的產品分析以及分銷策略及產品推薦。我們認為，憑藉我們在數據收集、數據分析及技術平台中應用的專有商業智能技術，我們能夠根據內部效果測試結果有效推薦產品。我們進一步認為，該等技術令我們能夠準確模擬營銷活動的實際效果，從而確保我們的盈利能力。受益於該等技術，我們還能夠提高生產力，根據弗若斯特沙利文的資料，2019年人均創利人民幣1.7百萬元，達到行業領先水平，而自媒體營銷市場的行業平均水平為人民幣0.7百萬元。

我們是短視頻自媒體變現市場的先行者，其因高效變現能力而展現出強大增長。因此，近年自媒體發佈者對此一直有高度需求，短視頻自媒體變現市場已經成為整體自媒體變現服務市場的高增長分部。我們已開始為此分部打好基礎。我們在文本類自媒體方面的經驗令我們在為短視頻自媒體發佈者開發算法及技術平台方面較競爭對手具有優勢。憑藉我們將商業智能技術應用於文本類自媒體變現服務的豐富經驗，我們正在開發美接平台，作為技術平台，旨在服務行業客戶及短視頻平台上的自媒體發佈者。2018年，我們在中國最大的短視頻平台上為一個著名3C數碼配件品牌啟動了一項營銷活動，通過該活動我們能夠收集數據並優化短視頻平台的專有產品推薦算法。我們亦與北京影漪訂立戰略合作協議，我們相信，此舉將在開發我們的自有自媒體發佈者及優先獲得優質短視頻製作資源以及變現機會方面為我們提供協同效應，並通過北京影漪的頂級資質使我們獲得變現機會。

我們的業務

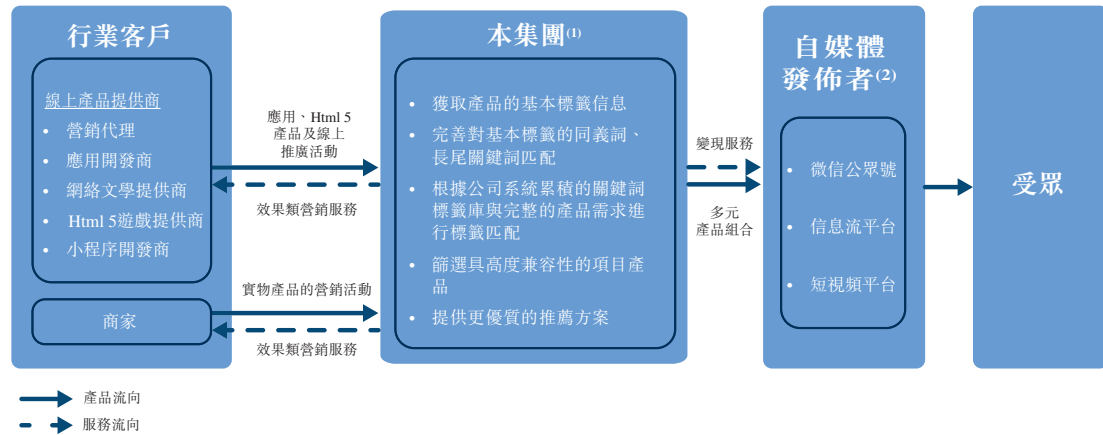
我們的業務模式

我們通過在優質及多樣化的自媒體網絡上分析及分銷我們行業客戶的產品，為他們提供效果類營銷服務，幫助行業客戶獲得用戶。通過我們的效果類營銷服務，我們的行業客戶可接觸到自媒體發佈者所累積的龐大用戶粉絲網絡流量。

與此同時，我們向自媒體發佈者提供一站式變現服務及來自行業客戶的多元化產品組合，自媒體發佈者能有效變現其用戶流量。我們免費向自媒體發佈者提供變現服務。

概 要

以下流程圖說明我們的產品及服務流向。



- (1) 有關我們各主要產品類別的服務業務流程詳情，請參閱「我們的服務－線上產品」。有關我們平台及技術的內容詳情，請參閱「業務－我們的平台及技術」。
- (2) 我們一般與代理商簽訂合約，通過代理商與自媒體發佈者進行結算。根據弗若斯特沙利文的資料，有關安排符合行業慣例。

行業客戶及自媒體發佈者

我們的行業客戶包括線上產品提供商及通過我們的效果類營銷服務推廣其實物產品的商家。我們的線上產品提供商主要包括：

- 應用開發商及品牌的營銷代理；
- 推出移動應用程序的應用開發商；
- 擁有龐大文學作品庫可供分發及通過付費在線閱讀變現的網絡文學提供商（主要為網絡文學平台代理）；
- 獲准發行、商業化、營銷及推廣Html 5遊戲的Html 5遊戲提供商（主要為遊戲開發商及遊戲發行商）；及
- 開發微信小程序的小程序開發商。

於往績記錄期，我們服務的自媒體發佈者大部分在中國主要自媒體平台上運營賬號，例如微信公眾號。我們一般與代理商簽訂合約，通過代理商與自媒體發佈者進行結算。於往績記錄期，我們累計向合共約22,960個微信公眾號提供服務。我們服務的自媒體發佈者既有大眾自媒體又有遊戲、小說及笑話等類型的專業自媒體，使用文本到短視頻等媒體形式。

概 要

我們的服務

於往績記錄期，我們的產品組合以線上產品為主，其次為實物產品。我們的線上產品主要包括應用、Html 5產品（如網絡文學、遊戲及小程序）以及線上推廣活動。於2017年，我們亦提供遊戲共同發行服務予遊戲提供商（包括遊戲開發商及遊戲發行商）。下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的效果類營銷服務收益明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
<i>線上產品</i>										
— 應用	69,232	51.2%	132,919	50.7%	329,809	69.6%	72,901	74.8%	134,865	80.6%
— Html 5產品 ⁽¹⁾	49,706	36.7	79,774	30.4	36,237	7.7	5,197	5.3	19,336	11.6
— 線上推廣活動	13,016	9.6	43,620	16.6	82,629	17.4	11,638	11.9	2,075	1.2
線上產品總收益	131,954	97.6	256,313	97.7	448,675	94.7	89,736	92.0	156,276	93.4
實物產品	-	-	3,774	1.5	23,022	4.9	7,565	7.8	10,481	6.3
其他 ⁽²⁾	3,303	2.4	2,168	0.8	1,868	0.4	211	0.2	517	0.3
總計	135,257	100.0%	262,255	100.0%	473,565	100.0%	97,512	100.0%	167,274	100.0%

(1) Html 5產品包括網絡文學、遊戲及小程序。

(2) 其他主要指我們向客戶提供的非效果類營銷活動。

我們的平台及技術

憑藉我們的先發優勢，我們開發了一套平台及技術，將商業智能應用於多個相互關聯的功能，包括數據收集、數據貼標、基於機器的產品分析以及分銷策略及產品推薦，使用我們積累的行為數據以高效推薦產品。我們已為線上產品開發內部管理平台及Html 5產品平台，並正開發一個技術平台美接平台，以在短視頻平台上為行業客戶及自媒體發佈者提供服務。我們的技術概要載於下文。

概 要

- **數據收集。**我們已通過本身服務積累大量匿名用戶行為數據。於往績記錄期，我們通過服務積累約15億次點閱。我們自行業客戶及自媒體發佈者收集的數據包括點閱數、地區及移動設備種類。我們在數據收集中應用文本挖掘技術，藉此我們能夠將行業客戶及自媒體發佈者發佈的非結構化文本信息自動轉換為已處理的有效數據並存入數據庫，能夠方便地應用到內部效果測試以模擬實際效果。
- **數據貼標及基於機器的產品分析。**我們對自媒體發佈者及行業客戶產品進行廣泛分析，以建立我們的數據庫。我們使用標籤將自媒體發佈者分類並就行業客戶的產品創建不同的標籤，以進行我們算法及為自媒體賬號配對產品。
- **分銷策略及產品推薦。**我們基於算法的產品推薦引擎優化分銷策略並向行業客戶及自媒體發佈者推薦合適的產品，以提供相對於其他自媒體營銷服務轉化率較強的效果類自媒體營銷服務。

競爭優勢及業務策略

我們相信下列競爭優勢將幫助我們繼續增強我們的市場地位並保證我們的可持續增長：(i)我們是國內最大的效果類自媒體營銷服務提供商，享有先發優勢並保持高速增長；(ii)我們擁有由專有商業智能技術支撐的海量數據收集、強勁的數據分析能力及強大的技術平台；(iii)我們擁有一個豐富、廣泛及高質量產品組合；(iv)我們擁有一個高品質及多樣化的自媒體網絡；(v)我們為快速增長短視頻變現服務市場的先行者；及(vi)我們擁有富有遠見及經驗豐富的管理層團隊。請參閱「業務－競爭優勢」。

我們的業務策略包括：(i)作為短視頻自媒體變現服務的先行者，奪得市場份額；(ii)我們的商業智能技術及技術平台進行持續升級；(iii)擴展我們的自媒體資源；及(iv)戰略性地尋求收購及投資機會。請參閱「業務－業務策略」。

客戶及供應商

我們的客戶主要為我們向其提供效果類營銷服務的行業客戶。我們的行業客戶包括線上產品提供商及通過我們的效果類營銷服務推廣其實物產品的商家。我們的線上產品提供商主要包括營銷代理、應用開發商、網絡文學提供商、Html 5遊戲提供商

概 要

及小程序開發商。我們的供應商主要包括自媒體平台代理及自媒體發佈者。我們的成本幾乎全部支付予自媒體平台的代理及自媒體發佈者，根據弗若斯特沙利文的資料，這是業內常見的情況，原因是大多數自媒體發佈者聘用自媒體平台代理來處理流量資源。請參閱「業務－客戶及供應商」。下表載列於所示期間我們按自媒體平台類別劃分的效果類營銷收益明細。

	截至12月31日止年度									截至3月31日止三個月		
	2017年			2018年			2019年			2020年		
	供應商 數目	人民幣 千元	%	供應商 數目	人民幣 千元	%	供應商 數目	人民幣 千元	%	供應商 數目	人民幣 千元	%
微信	3	26,215	19.4	18	158,715	60.5	16	364,121	76.9	5	152,474	91.1
其他文本類的信息流平台 ⁽¹⁾	9	77,691	57.4	19	90,311	34.4	12	82,826	17.5	1	4,130	2.5
短視頻平台	-	-	-	1	8,491	3.2	2	26,618	5.6	1	10,670	6.4
視頻平台	-	-	-	6	4,675	1.9	-	-	-	-	-	-
其他 ⁽²⁾	16	31,351	23.2	7	63	0.0	5	-	-	-	-	-
總計		<u>135,257</u>	<u>100.0</u>		<u>262,255</u>	<u>100.0</u>		<u>473,565</u>	<u>100.0</u>		<u>167,274</u>	<u>100.0</u>

(1) 如中國一家知名手機生產商運營的信息流平台及中國一家領先的搜索引擎公司運營的信息流平台。

(2) 其他指2017年遊戲共同發行服務的收益及內部效果測試收益。

於往績記錄期，我們的五大客戶之一客戶B與我們的五大供應商之一供應商F屬於同一集團。我們於2019年向客戶B提供遊戲應用效果類營銷服務，而於2018年向供應商F採購大型文本類自媒體平台自媒體發佈者的用戶流量。客戶B不單純直接向供應商F採購用戶流量，而要求我們提供營銷服務，因為我們能夠以擁有目標受眾（彼等最可能會中意客戶B的遊戲應用）的合適自媒體發佈者分析及分銷客戶B的遊戲應用，從而提供增值的效果類營銷服務。有關詳情，請參閱「業務－客戶及供應商－客戶與供應商重疊」。我們的董事確認，該等交易的條款乃於一般業務過程中按正常商業條款經公平磋商後進行。

概 要

線上產品關鍵效果數據

下表載列於所示期間線上產品效果類營銷服務的主要指標。

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
<i>應用</i>				
點閱數目 ⁽¹⁾ (百萬次)	200.7	255.9	502.5	105.9
– CPC	200.7	252.8	485.9	105.9
– CPA	–	0.4	16.1	–
– CPM	–	2.7	0.5	–
每次點擊的平均價格 (人民幣元)	0.17	0.47	0.55	1.24
瀏覽次數 (百萬次)	不適用	11,829.4	24,657.2	5,022.8
點閱率	不適用	2.2%	2.0%	2.1%
<i>Html 5產品</i>				
點閱數目 ⁽¹⁾ (百萬次)	11.6	99.2	48.6	27.8
– CPC	11.6	99.2	48.6	27.8
– CPA	–	–	–	–
– CPM	–	–	–	–
每次點擊的平均價格 (人民幣元)	2.26	0.70	0.73	0.70
<i>線上推廣活動</i>				
點閱數目 ⁽¹⁾ (百萬次)	28.8	35.2	31.4	0.4
– CPC	28.8	34.8	31.3	0.4
– CPA	–	–	–	–
– CPM	–	0.3	0.09	–
每次點擊的平均價格 (人民幣元)	0.3	0.54	1.84	4.41
瀏覽次數 (百萬次)	不適用	891.1	1,865.4	35.3
點閱率	不適用	3.9%	1.7%	1.2%

(1) 請參閱「業務－我們的服務－線上產品關鍵效果數據」。

關鍵財務資料概要

下文所載財務資料歷史數據概要來源於本文件「附錄一－會計師報告」所載經審核綜合財務資料（包括隨附附註）以及本文件「財務資料」所載資料，並應與之一併閱讀。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益及其他全面收益表數據概要

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
收益	135,257	100.0%	262,255	100.0%	473,565	100.0%	97,512	100.0%	167,274	100.0%
銷售成本	(89,846)	(66.4)	(196,190)	(74.8)	(356,619)	(75.3)	(74,126)	(76.0)	(124,961)	(74.7)
毛利	45,411	33.6	66,065	25.2	116,946	24.7	23,386	24.0	42,313	25.3
除稅前溢利	33,575	24.8	45,940	17.5	70,194	14.8	11,050	11.3	21,847	13.1
年內溢利	32,063	23.7%	45,451	17.3%	67,361	14.2%	10,684	11.0%	20,506	12.3%

綜合財務狀況表數據概要

	截至12月31日			截至3月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			
非流動資產	12,871	27,025	40,208	42,034
流動資產	125,514	217,150	417,807	455,742
流動負債	35,461	26,224	47,761	67,404
非流動負債	—	5,373	7,624	7,236
流動資產淨值	90,053	190,926	370,046	388,338
資產淨值	102,924	212,578	402,630	423,136

綜合現金流量表數據概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
營運資金變動前經營現金流量	36,035	50,904	78,927	12,062	35,166
貿易及其他應收款項以及 按金增加／(減少)	(12,489)	(12,930)	(39,143)	(12,386)	(74,290)
預付款項增加	(25,752)	(25,209)	(123,391)	(68,267)	(31,226)
貿易及其他應付款項增加	9,052	594	20,600	(2,297)	20,180
合約負債增加／(減少)	—	141	(356)	1,789	—
經營所得／(所用) 現金	6,864	13,500	(63,363)	(69,099)	(50,170)
已付所得稅	(1,964)	(1,543)	(981)	(26)	—
退回所得稅	—	118	—	—	—
經營活動所得／(所用) 現金淨額	4,900	12,075	(64,344)	(69,125)	(50,170)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(8,609)	(31,150)	(17,387)	20,810	24,853
融資活動所得／(所用) 現金淨額	57,874	53,224	114,824	(2,405)	(2,607)
現金及現金等價物增加淨額	54,165	34,149	33,093	(50,720)	(27,924)
年／期初現金及現金等價物	10,082	64,247	98,396	98,396	131,489
匯率變動的影響	—	—	—	—	(12)
年／期末現金及現金等價物， 以銀行結餘及現金列示	64,247	98,396	131,489	47,676	103,553

概 要

截至2020年3月31日止三個月，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣50.2百萬元，主要由於除稅前溢利人民幣21.8百萬元（經調整非現金及非經營項目），主要包括(i)減值虧損淨額人民幣11.4百萬元；及(ii)與租賃辦公室有關的使用權資產折舊人民幣1.1百萬元。該款項透過營運資金負變動進行進一步調整。營運資金變動主要包括(i)貿易及其他應收款項及按金增加人民幣74.3百萬元，反映我們的業務擴展；及(ii)預付款項增加人民幣31.2百萬元，主要反映我們為爭取自媒體流量優惠價格而向大型供應商支付預付款項。

截至2019年12月31日止年度，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣64.3百萬元，乃由於除稅前溢利人民幣70.2百萬元（經調整非現金及非經營項目），包括(i)減值虧損淨額人民幣5.2百萬元；及(ii)與租賃辦公室有關的使用權資產折舊人民幣2.7百萬元。該款項透過營運資金負變動及已付中國企業所得稅人民幣1.0百萬元進行進一步調整。營運資金變動主要包括(i)預付款項增加人民幣123.4百萬元，主要反映我們為爭取自媒體流量優惠價格而向大型供應商支付預付款項；及(ii)貿易及其他應收款項及按金增加人民幣39.1百萬元，反映我們的業務擴展。為達到充足的營運資金，我們擬通過(i)發展自有自媒體發佈者以控制成本，請參閱「業務－業務策略－作為短視頻自媒體變現服務的先行者，奪得市場份額」，(ii)密切監察貿易應收款項的收款情況，及(iii)控制有關購買總流量的預付款比例及更好地善用支付予大型供應商的預付款項，從而改善現金流量狀況。

主要財務比率⁽¹⁾

	截至12月31日／截至該日止年度			截至3月31日／ 截至該日
	2017年	2018年	2019年	止期間 2020年
股本回報率	51.1%	28.8%	21.9%	19.9%
資產回報率	36.2%	23.8%	19.2%	17.2%
流動比率	3.5	8.3	8.7	6.8

(1) 有關計算方法，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

於新三板掛牌及退市

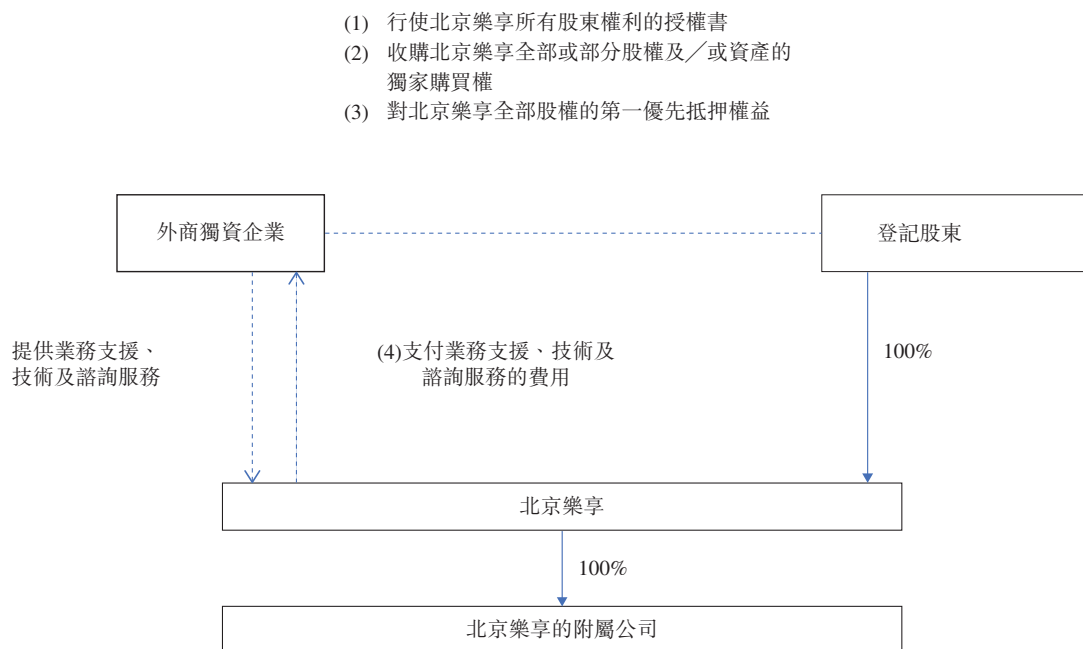
為支持業務增長及獲取替代融資，北京樂享的股份於2016年10月在新三板上市。新三板認購（定義見「歷史、重組及公司架構」）所得款項主要用作本集團的一般營運資金。於2018年11月，北京樂享為籌備股份於聯交所主板[編纂]，將其股份從新三板退市。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構－本集團－我們的主要附屬公司及綜合聯屬實體－北京樂享－從新三板退市」一節。

概 要

我們的控股股東、[編纂]前投資及公司架構

根據一致行動協議，朱先生與張先生已同意藉著於本公司及北京樂享的股東大會上一致投票以一致行動。截至最後實際可行日期，朱先生（透過ZZN. Ltd.）及張先生（透過ZZD. Ltd.）分別持有本公司已發行股本總額的45.81%及4.09%，而Laurence mate. Ltd.（由朱先生擁有90%及張先生擁有10%）持有本公司已發行股本總額的6.81%。緊隨資本化發行及[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使），朱先生及張先生被視為共同於本公司已發行股本總額約[編纂]%中擁有權益。於[編纂]後，朱先生、張先生、ZZN. Ltd.、ZZD. Ltd.及Laurence mate. Ltd. 將繼續為我們的控股股東。於2016年1月至2019年5月期間，北京樂享進行了數輪融資活動。有關[編纂]前投資的更多資料，請參閱本文件中的「歷史、重組及公司架構－[編纂]前投資」。

本公司在開曼群島註冊成立，我們通過（其中包括）外商獨資企業、北京樂享及登記股東訂立的一系列合約安排控制我們的綜合聯屬實體。下圖列示我們當前合約安排的架構：



「——>」指於股權的直接法定及實益擁有權，及
「- - ->」指合約關係。

附註：詳情請參閱本文件「合約安排」。

概 要

近期發展及無重大不利變動

為應對中國的2019年新型冠狀病毒疫情，中國政府自2020年1月起採取了一系列措施（如延長春節假期及鼓勵居民居家辦公等）控制疫情。中國的商業活動亦暫時中斷。2019年新型冠狀病毒疫情對我們業務的影響相對較小，原因在於(i)根據截至2020年6月30日止六個月的未經審核管理賬目，對比截至2019年6月30日止六個月，我們的收益及毛利增加，主要是因為隔離使互聯網用戶上網的時間增加、(ii)我們所提供的服務為線上服務，而我們透過服務提供的大部分產品均為線上產品；(iii)我們於春節假期之前提前安排並完成需要線下溝通的大部分業務流程，(iv)我們的僱員能夠遠程工作完成大部分業務流程，及(v)我們認為自媒體發佈者及營銷者對我們的服務需求並無因2019年新型冠狀病毒疫情受到重大不利影響。我們無法保證2019年新型冠狀病毒疫情不會令我們的業務運營及財務業績惡化，甚或對其造成重大不利影響。請參閱「風險因素－與運營有關的風險－我們面臨與自然災害、流行病及其他疫症爆發相關的風險，可能嚴重干擾我們的經營」。

根據弗若斯特沙利文的資料，與高度依賴線下經營活動的零售、旅遊及製造業等行業相比，預計互聯網行業受2019年新型冠狀病毒疫情流行及隔離政策的影響較小。在一定程度上，由於2019年新型冠狀病毒疫情流行及隔離政策，人們傾向於將更多的時間花費在互聯網活動上，例如在線閱讀、遊戲及購物等，從而使相關互聯網業務部門受益。鑒於我們的主要供應商主要向我們提供線上服務的流量資源，故我們於2019年新型冠狀病毒疫情期間未曾且預期不會發生主要供應商的供應鏈中斷情況。

截至2020年3月31日止三個月，我們自應用及Html 5產品的效果類營銷服務所得收益較截至2019年3月31日止三個月大幅增加，該收益於往績記錄期一般佔我們總收益70%以上。然而，截至2020年3月31日止三個月，我們自線上推廣活動的效果類營銷服務所得收益較截至2019年3月31日止三個月大幅減少。2019年新型冠狀病毒疫情已導致並可能繼續導致經營傳統行業的客戶減少或延遲營銷支出和預算。儘管2019年新型冠狀病毒疫情對我們線上推廣活動的效果類營銷服務造成不利影響，憑藉我們向自媒體發佈者提供的多元及廣泛產品組合，我們已能夠應對2019年新型冠狀病毒疫情對我們業務的不利影響。根據我們截至2020年6月30日止六個月的未經審核管理賬目，與截至2019年6月30日止六個月相比，我們的收益及毛利增加。截至最後實際可行日期，我們並不知悉因2019年新型冠狀病毒疫情而對我們業務及財務狀況造成的重大不利影響，且我們認為我們將[編纂]用於「未來計劃及[編纂]」所述擬定[編纂]以外的其他用途的可能性很小。

倘2019年新型冠狀病毒疫情持續到2020年下半年，全球經濟狀況可能會惡化，並可能繼續導致客戶營銷支出和預算減少或延遲。在最壞的情況下，假設(i)將沒有對自媒體營銷服務的需求，自媒體平台將停止運營，故我們的業務將自2020年7月起暫停，其後概不會產生任何收益或銷售成本且不會取得任何政府補助；(ii)我們將以有限的經營開支（如行政開支、研發開支以及分銷及銷售開支）留聘現有員工及維持最低限度的運營；(iii)我們於2020年度內結算貿易及其他應付款項，且2020年底前並無收到任何貿易應收款項，因此就該等已減值的貿易應收款項計提全額撥備；(iv)我們於2020年底前

概 要

將無法收回用於向供應商購買流量而尚未耗費的預付款項並因此對所有用於購買流量的預付款項作出悉數減值；(v)我們將延後推行本文件所述任何業務策略；(vi)我們能夠自[編纂]籌集充足的[編纂]，其中我們估計[編纂]淨額總額的約[編纂]%將用作營運資金及一般企業用途；(vii)我們並無任何銀行融資或進行任何融資活動或取得任何外部財政援助，經計及我們現有的銀行結餘及現金後，我們將有充足的營運資金自2020年7月起維持財務上可行最少12個月。

截至最後實際可行日期，截至2019年12月31日的貿易應收款項人民幣14.4百萬元尚未獲客戶集團F結算，原因是客戶集團F的若干客戶將其應付客戶集團F的款項延期。我們現正與客戶集團F就收回貿易應收款項進行密切溝通。我們於2020年5月22日正式向客戶集團F發出律師函，目前尚未收到客戶集團F的反饋。我們亦正準備採取進一步的法律行動，包括向中國法院起訴客戶集團F。我們於截至2019年12月31日止年度就應收客戶集團F的貿易應收款項信貸虧損計提撥備人民幣4.1百萬元，並於截至2020年3月31日止三個月計提進一步撥備人民幣10.3百萬元。我們已自2020年初終止與客戶集團F的合作。

董事確認，自2020年3月31日（即本文件「附錄一—會計師報告」所載經審核綜合財務資料日期）起直至本文件日期，我們的財務、營運或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

[編纂]統計數據

下表統計數據乃基於假設[編纂]完成及[編纂]完成時[編纂]股股份獲發行且[編纂]並無獲行使得出。

[編纂]

[編纂]用途

我們估計，假設[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），我們將收到[編纂][編纂]淨額（經扣除本公司就[編纂]應付的[編纂]及估計費用及開支）約[編纂]港元。我們擬將該等[編纂]淨額用於以下用途：(i)約[編纂]或[編纂]港元將用作發展我們的短視頻自媒體變現業務；(ii)約[編纂]或[編纂]港元將用作持續加強我們的效果類自媒體營銷服務的能力；(iii)約[編纂]或[編纂]港元將用作擴展我們的國際業務；及(iv)約[編纂]或[編纂]港元將用作營運資金及一般企業用途。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

概 要

[編纂]開支

我們將承擔的[編纂]開支估計約為人民幣[編纂]元（包括[編纂]），約佔[編纂][編纂]總額的[編纂]（假設[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）並假設[編纂]並無獲行使）。於往績記錄期，約人民幣[編纂]元已作為[編纂]開支自綜合損益及其他全面收益表扣除。於2020年3月31日後，我們預期約人民幣[編纂]元將作為[編纂]開支自損益及其他全面收益表扣除，且於[編纂]後，約人民幣[編纂]元將入賬列作自權益扣減。以上[編纂]開支為最近期實際可行估計，僅供參考用途，實際金額可能與該估計存在差異。董事預期該等[編纂]開支不會對我們截至2020年12月31日止年度的經營業績造成重大不利影響。

股息

本公司或北京樂享於往績記錄期並無派付股息。我們宣派未來股息的能力將取決於是否可自營運附屬公司收取股息（如有）。根據適用法律及營運附屬公司的章程文件，派付股息可能會受若干限制。董事會未來可於考慮日後的營運及盈利、資本要求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素後宣派股息。任何股息宣派及派付以及金額將受到組織章程文件及公司法的約束。目前，我們並無任何股息政策，亦無意於不遠將來宣派或派付股息。

風險因素

我們的業務及行業、我們的合約安排、在中國開展業務以及[編纂]涉及若干風險，而許多該等風險並非我們所能控制。我們認為所面臨的最為重大風險包括但不限於以下各項：(i)我們或未能挽留現有行業客戶及自媒體發佈者或吸引新的行業客戶及自媒體發佈者；(ii)我們可能無法就效果類自媒體營銷服務市場中快速變化的技術及新市場趨勢及時有效地創新、適應及作出回應；(iii)效果類自媒體營銷服務行業或未能繼續發展或發展或增長速度低於預期；(iv)我們評估及預測潛在目標受眾的算法可能為或變得有瑕疵或無效，且我們的效果類營銷可能未達到令人滿意的結果；(v)我們收集數據的能力可能有限，或我們收集及使用有關數據的權利可能受到質疑，均可能大大降低服務的價值，並導致我們失去行業客戶及自媒體發佈者；及(vi)我們從行業客戶及自媒體發佈者所收集的數據不準確或虛假。此外，於往績記錄期，我們的若干綜合聯屬實體享有優惠稅率。然而，於[編纂]後，綜合聯屬實體產生的純利預期將以服務費的形式轉至外商獨資企業，但須根據企業所得稅法按25%的所得稅率繳納所得稅。請參閱「風險因素－與業務及行業有關的風險－倘我們所享有的優惠稅務待遇遭到任何終止或出現任何變動，均可能會對我們的盈利能力產生不利影響」。有關風險因素的詳情，請參閱本文件「風險因素」。閣下於決定[編纂][編纂]前應審慎全面細閱該等風險因素。