

業 務

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。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。因此，我們通過這些代理商（即我們的供應商）從自媒體發佈者獲取用戶流量。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

(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%。

業 務

供服務，使我們擁有逾7.33億粉絲。我們亦通過在中國迅速普及並獲得用戶群的多個自媒體平台為多樣化的新一代自媒體發佈者提供服務。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，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。

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、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⁽¹⁾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。

此外，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且預期會繼續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。我們擁有通過自媒體發佈者為文本類自媒體目標受眾提供量身定制產品的經驗，因此，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作數據貼標及產品分析用途的數據，我們相信這將有利於優化短視頻平台的專有產品推薦算法。我們亦與北京影瀾訂立一份為期三年的戰略合作協

(1) 人均創利乃按某個期間的毛利除以該期末員工總人數計算。根據弗若斯特沙利文的資料，此為評估中國自媒體營銷市場中市場參與者的生產力的常用主要表現指標。

業 務

議，而北京影漪為一家我們在早期階段就對其進行戰略投資的專業短視頻製作公司，擁有龐大自媒體網絡。我們相信，與北京影漪合作及對其投資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。

我們的收益由截至2017年12月31日止年度的人民幣135.3百萬元增加93.9%至截至2018年12月31日止年度的人民幣262.3百萬元。我們的收益由截至2018年12月31日止年度的人民幣262.3百萬元增加80.6%至截至2019年12月31日止年度的人民幣473.6百萬元。我們的收益由截至2019年3月31日止三個月的人民幣97.5百萬元增加71.5%至截至2020年3月31日止三個月的人民幣167.3百萬元。我們的淨利潤由截至2017年12月31日止年度的人民幣32.1百萬元增加41.8%至截至2018年12月31日止年度的人民幣45.5百萬元。我們的淨利潤由截至2018年12月31日止年度的人民幣45.5百萬元增加48.1%至截至2019年12月31日止年度的人民幣67.4百萬元。我們的淨利潤由截至2019年3月31日止三個月的人民幣10.7百萬元增加91.9%至截至2020年3月31日止三個月的人民幣20.5百萬元。

競爭優勢

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

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。我們通過分析其產品，並在優質及多樣化的自媒體網絡上分銷其產品，為行業客戶提供效果類營銷服務，有助行業客戶獲取用戶。在此過程中，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。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。作為一家以算法為基礎及技術驅動的公司，我們能夠根據以算法為基礎的數據貼標及產品分析結果通過自媒體發佈者向目標受眾提供量身訂製的產品組合。

業 務

我們在中國一些最大的自媒體平台（例如微信公眾號）上為自媒體發佈者提供服務及賦能。根據弗若斯特沙利文的資料，與移動應用程序和其他媒體形式（如門戶網站）不同，自媒體於2013年開始出現起已迅速增長，受到碎片化閱讀熱潮以及移動內容不斷提高個性化的趨勢所推動，已經成為目前媒體格局中的重要部分。

我們相信，我們於往績記錄期的高速增長主要有賴我們在自媒體領域享有先發優勢。早在2015年，我們便將自媒體視為數字營銷的下一個重點，並開始為行業客戶提供效果類自媒體營銷服務。我們作為市場的先行者及發展先驅，得以享有迅猛增長。我們相信，未來對效果類自媒體營銷服務的需求將仍然龐大，原因是預料市場規模於2024年將達到人民幣1,107億元，2019年至2024年的複合年增長率為28.3%。

專有商業智能技術支撐海量數據收集、強勁的數據分析能力及強大的技術平台

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。我們相信，我們能夠利用我們在收集海量數據過程中運用的專有商業智能技術、強勁的數據分析能力及強大的技術平台，根據內部效果測試結果高效地推薦產品。請參閱「一 研發」。我們亦相信，該等技術使我們得以準確地模擬營銷活動的實際效果及提供高轉化率的效果類營銷服務，從而確保我們的盈利能力。我們商業智能數據收集、數據分析及技術平台的詳情載列如下：

- *收集海量且有效的數據。*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。
- *強勁的數據分析能力。*我們的數據分析能力是我們的核心競爭力。我們已開發產品推薦引擎的協同過濾算法，能夠促成自動及智能識別和推薦營銷活動以及自媒體發佈者的匹配。我們繼續使用我們創建的數據庫改進及優化該等算法。根據我們數據分析結果及算法，我們能夠推薦符合行業客戶及自媒體發佈者需求的適合產品。

業 務

- **專有技術平台。**運用我們的商業智能技術，我們已開發基於算法的技術平台，有效地處理及分析我們積累的行為數據，並提高效果類營銷服務的準確性及用戶友好性。該等專有技術平台亦為我們向新市場（如短視頻市場）拓展服務提供了優於同行的行業洞察力及優勢，推動我們業務的戰略拓展。

受益於該等技術、能力及平台，我們的點閱率相對高於其他類型的自媒體營銷。此外，我們能夠提高生產力，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。

豐富、廣泛及高質量產品組合

我們向自媒體發佈者提供全面的變現產品組合，主要由線上產品（包括移動應用程序、網絡文學、Html 5遊戲及小程序）及實物產品組成，以迎合其不斷變化的多樣需求。考慮到在文本類自媒體變現市場中移動應用程序、網絡文學、Html 5遊戲及小程序等產品備受青睞，在中國自媒體變現市場佔據主導地位，2019年佔91.8%的市場份額（以自媒體發佈者的收益計量），我們相信我們豐富及廣泛的產品組合使我們距成功僅咫尺之遙。通過我們高質量的產品組合，我們能夠提供針對自媒體發佈者粉絲的跨媒體變現服務。

- **豐富及廣泛的組合。**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，我們建立的移動應用程序組合覆蓋超過十個種類及網絡文學組合包括覆蓋69個文學類別的逾681冊網絡書籍。此外，根據弗若斯特沙利文的資料，截至同日，我們已積累逾157個Html 5遊戲，種類涵蓋RPG、戰略、動作及冒險，佔中國經政府批准所有Html 5遊戲的約57%。自2018年初起，隨著相關法律法規日趨嚴格，取得在中國合法合規推出遊戲及賺取收入所需的網絡遊戲發行批准越來越困難，為許多Html 5遊戲設立了准入門檻。
- **高質量。**我們向自媒體發佈者（如攜程程序和今日頭條程序）提供各類需求量大、知名度高的熱門產品。為維持高質量的產品組合，我們與知名營銷代理、網絡文學提供商及遊戲提供商（如掌聯）維持了長期穩定的業務關

業 務

係。此等業務夥伴中有多家定期向我們下達訂單，每年訂單總價值超過人民幣100.0百萬元，為我們提供了強大且可持續的產品組合。

高品質及多樣化的自媒體網絡

我們相信，優質及多樣化的自媒體網絡對我們的業務至關重要。

- *與眾多自媒體市場領導者合作。*於往績記錄期，我們為其提供服務的大部分自媒體發佈者擁有國內部分最大型自媒體平台上的賬戶，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。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。
- *新一代自媒體資源。*根據弗若斯特沙利文的資料，視頻博客、直播及短視頻是新一代媒體形式。我們在多個自媒體平台上服務網絡觸達面廣的新一代自媒體發佈者，主要迎合此等新媒體形式及在中國的普及程度及用戶群迅速增加。我們認為，我們重視該等新一代自媒體發佈者在將來於我們的業務擴張中使我們受益。
- *策略性網羅有非常活躍粉絲群的自媒體。*根據弗若斯特沙利文的資料，微信及抖音上約90.0%的活躍自媒體發佈者為中小型自媒體賬號。效果類營銷因產品供應的多樣性及變現機會而受到中小型自媒體發佈者的青睞。我們策略性專注於服務該等自媒體發佈者，而市場上絕大部分效果類自媒體營銷開支均流向自媒體發佈者。我們亦已開發一個涵蓋遊戲、小說和笑話等流行類型並擁有高度活躍粉絲群的自媒體網絡。憑藉我們的專有商業智能技術及在效果類自媒體營銷方面的豐富經驗，我們能夠識別擁有活躍粉絲的自媒體發佈者。該等自媒體發佈者的活躍粉絲群使我們能夠提供相對於其他自媒體營銷服務轉化率及盈利能力較強的效果類自媒體營銷服務。

業 務

快速增長短視頻變現服務市場的先行者

隨著4G無線網絡及公共Wi-Fi的普及，短視頻最先於2016年末出現，作為一種媒體形式自2017年快速增長。與基於文本的自媒體相比，短視頻自媒體在相同的時間段內可傳遞更多信息，且更具娛樂性，使其能夠吸引用戶的注意力且有效佔據用戶分散的休閒時間。過去數年，短視頻已展示出強大的變現能力，因此自媒體發佈者越來越多地使用短視頻平台積累可觀的流量及用戶。短視頻自媒體變現市場已經且預期會繼續成為整體自媒體變現服務市場的高增長分部。根據弗若斯特沙利文的資料，短視頻變現服務的市場規模於2019年為人民幣109億元，預期於2024年前達至人民幣578億元，2019年至2024年的複合年增長率為39.6%。根據同一資料來源，短視頻平台的MAU由2017年的2.269億人增加至2019年的6.271億人，並預期到2024年達到8.429億人。隨著市場發展，在短視頻平台向自媒體發佈者提供變現服務的提供商於2017年至2018年間逐漸出現。近期電商變現日益盛行，被認為是自媒體發佈者最重要的變現方式之一。根據弗若斯特沙利文的資料，抖音於2018年推出電商變現業務。作為該市場分部的先行者，我們採取了響應措施，並於2018年8月開始在短視頻平台向自媒體發佈者提供變現服務。根據弗若斯特沙利文的資料，我們在以下方面亦為行業先行者之一：(i)向中小型自媒體發佈者提供變現服務，(ii)在短視頻平台提供多元化的產品組合，以迎合自媒體發佈者多樣及增長的需求，及(iii)與MCN合作提升服務。我們已開始為未來發展奠定基礎。

- **算法及技術平台。**我們擁有通過自媒體發佈者為文本類自媒體目標受眾提供量身定制產品的經驗，因此，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。自進入短視頻市場以來，我們一直自短視頻平台收集匿名用戶的行為數據，以分析用戶並建立我們的數據庫，我們認為此舉將有助於我們繼續優化專有產品推薦算法（該算法服務短視頻平台的自媒體發佈者）及發現最有價值的自媒體發佈者，便於進行潛在業務合作。

業 務

- *服務中小型短視頻自媒體發佈者的先驅*。由於認識到用戶粉絲網絡流量的業務潛力，作為業內翹楚，我們現時注重在中國最大的短視頻平台上發展自媒體網絡。於2018年8月，我們透過中型自媒體發佈者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我們首個營銷活動，該活動已吸引18.3百萬次流覽及0.3百萬個贊好。截至2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，於短視頻平台推廣實物產品的收益分別為人民幣3.8百萬元、人民幣23.0百萬元及人民幣10.5百萬元。
- *短視頻自媒體網絡*。為於短視頻平台發展我們的自有自媒體發佈者，取得優質的短視頻製作資源並在主要短視頻平台獲得變現機會，我們與北京影漪訂立了為期三年的戰略合作協議，該公司為一家擁有龐大自媒體網絡的專業短視頻製作公司，我們在該公司的早期階段對其進行了戰略投資。憑藉在電影製作及動畫製作方面擁有豐富行業經驗的製作團隊，我們認為與北京影漪合作及對其投資將為我們帶來發展自有自媒體發佈者及優先觸及優質短期視頻製作資源及變現機會的協同效應。為促進普及的專業生成內容製作，我們與北京影漪共享數據庫，藉此北京影漪可識別最受歡迎且具變現潛力的內容類別。自其於2018年12月註冊成立以來，北京影漪一直專注開發運營迎合有特定興趣（如遊戲、時尚及食評）的觀眾的自媒體發佈者。北京影漪為持有廣播電視節目製作經營許可證、淘寶TaoLive及專業生成內容資格的少數MCN之一，能夠在抖音上傳最長15分鐘的視頻。截至最後實際可行日期，北京影漪擁有至少22個抖音賬號，粉絲人數約21.0百萬人，包括魔術師阿瑟等部分頂級賬號。

富有遠見及經驗豐富的管理層團隊

自我們註冊成立以來，我們的創始人兼行政總裁朱先生領導公司業務運營戰略方向。憑藉朱先生在互聯網及媒體行業擁有超過14年的豐富經驗，彼能夠預測主要行業趨勢及市場發展，帶領公司向前發展。朱先生的願景由經驗豐富且忠於職守的管理層團隊實現，大部分團隊成員在媒體行業擁有超過五年經驗。我們的執行董事兼總經理張先生於互聯網及網絡遊戲行業擁有約九年經驗。我們管理團隊的其他成員於互聯網

業 務

技術、媒體及數字營銷等廣泛領域具有豐富及互補經驗。我們相信，我們經驗豐富的管理層團隊發揮至關重要的作用，並將繼續作為指引我們在中國效果類自媒體營銷行業取得更大成就的明燈。

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

我們相信，短視頻自媒體變現將是中國自媒體變現服務市場的高增長分部，佔整體自媒體變現服務市場的比例日益上升，根據弗若斯特沙利文的資料，由2019年的8.2%增長到2024年的17.1%。我們致力充分發揮我們的先發優勢，增加變現產品，開發自有用戶流量及增加國際市場份額，從而提高我們的盈利能力及實現持續增長。

- *增加我們的變現產品。*為了鞏固於行業的領先地位，滿足短視頻自媒體發佈者無法滿足的大量變現需求及把握大型短視頻平台的變現機會，我們計劃向短視頻平台的自媒體發佈者拓展文本類自媒體的多種線上產品組合，例如應用、網絡文學和Html 5遊戲。我們計劃通過與國內優質線上產品提供商（包括網頁遊戲提供商、動漫產品提供商、文學提供商及電子競技體育組織）簽訂獨家產品許可協議，進一步加強線上產品的供應，以透過自媒體發佈者分銷該等優質產品。我們計劃透過與海外產品提供商合作以開發新形式的線上產品。我們還打算加強與直接客戶的合作，以擴大我們的實物產品組合。此外，為把握短視頻市場的機遇，我們擬與中國兩大短視頻平台合作，以制訂效果類營銷的新變現策略及算法。
- *開發自有用戶流量。*藉由我們收集海量數據及擁有強勁數據分析能力的優勢，我們計劃擴大自有的用戶流量。我們計劃策略性投資更多與北京影漪類似般擁有專業內容製作能力及高增長潛力的專業生成內容製作公司。通過該等策略性投資，我們擬發展具有高變現潛力的自有短視頻自媒體並為我們未來發展探索更好的短視頻變現策略。此外，我們計劃投資或收購韓國及東南亞的藝人經紀公司，透過中國的自媒體平台推出國際藝人經紀服務。我們認為，韓國及東南亞等地有大量偶像練習生，能夠豐富中國短視

業 務

頻平台的短視頻自媒體內容。此外，我們亦計劃借助偶像練習生資源培育更為受歡迎的粉絲人數過百萬的短視頻自媒體賬號，以開發自有用戶流量及提升效果類營銷服務的盈利能力。

- **增加國際市場份額。**我們擬首先通過國際短視頻平台，然後通過建立新的海外辦事處及打造國際銷售與營銷團隊來增加我們的國際市場份額。請參閱「未來計劃及[編纂]用途－[編纂]用途」。我們計劃將我們的經驗運用到中國最大的短視頻平台上，成為最早進入亞洲短視頻自媒體變現市場的先驅之一。

我們的商業智能技術及技術平台進行持續升級

我們計劃繼續開發及優化我們的商業智能技術，並且通過採取以下措施加強我們的技術平台：

- **繼續組建強大團隊。**我們計劃聘請具有才幹及經驗豐富的人才，包括算法優化工程師、數據庫架構師，並通過增聘人手來提升我們研發、技術及營運團隊的能力。此外，我們相信高水準及盡職的管理團隊及技術人員對於我們的成功至關重要。因此，我們計劃完善我們的薪酬及晉升體系以激勵員工，並專注於員工培訓及發展。
- **短視頻商業智能平台。**隨著我們短視頻變現服務業務的發展，我們計劃進一步提升我們技術平台－美接平台的能力，包括其用戶界面、數據收集能力及推薦準確度。我們亦會考慮與專業編程公司合作以改善我們的平台效率。
- **AI技術及先進的機器學習算法。**我們擬不斷加強AI技術在我們服務中的應用。未來五年，我們計劃開發機器人程序進行初步內容（包括文字內容及引申內容）篩選，以及收集及分析短視頻內容。此外，我們擬在產品推薦算法中引入AI技術及深化學習算法。我們擬提高我們的數據儲存及寬帶能力，並利用能夠進行複雜海量數據分析的超級電腦，這對於我們的大數據能力而言至關重要。此外，我們擬開發及優化短視頻的推薦算法。

業 務

擴展我們的自媒體資源

我們計劃透過採取以下措施繼續擴展我們的自媒體資源，加強我們提供效果類自媒體營銷服務的能力：

- 我們計劃加強與受歡迎微信公眾號的合作及獲取用戶流量，以獲得優質自媒體資源。我們亦計劃與大型自媒體平台代理等上下游行業參與者建立戰略合作。
- 我們計劃使我們所服務的自媒體發佈者類型多樣化。特別是，我們計劃拓展以專業為導向的自媒體資源，例如我們為專注動漫及遊戲的領先視頻共享平台以及女性線上社區的大量高潛力自媒體發佈者提供服務。我們的目標是提供個性化的產品組合，以迎合該等以專業為導向的自媒體發佈者的需要，並擁有更多優質消費者。
- 我們將繼續擴展三線及較低級別城市中有較廣大粉絲群且我們認為未來有龐大增長潛力的自媒體發佈者的自媒體覆蓋範圍。根據弗若斯特沙利文的資料，城鎮居民及農村居民於2019年的消費開支增長率分別為7.5%及9.9%，而城鎮居民及農村居民於2019年的可支配收入增長率分別為7.9%及9.6%。根據同一來源，2019年短視頻平台約60%的新用戶來自中國三線及較低級別城市。我們相信，三線及較低級別城市的短視頻消費者群的擴大及需求上升，將成為短視頻營銷市場的主要增長來源。

為向更廣泛的行業客戶提供優質效果類營銷服務，我們計劃繼續優化我們的自有平台、算法及數據分析能力。

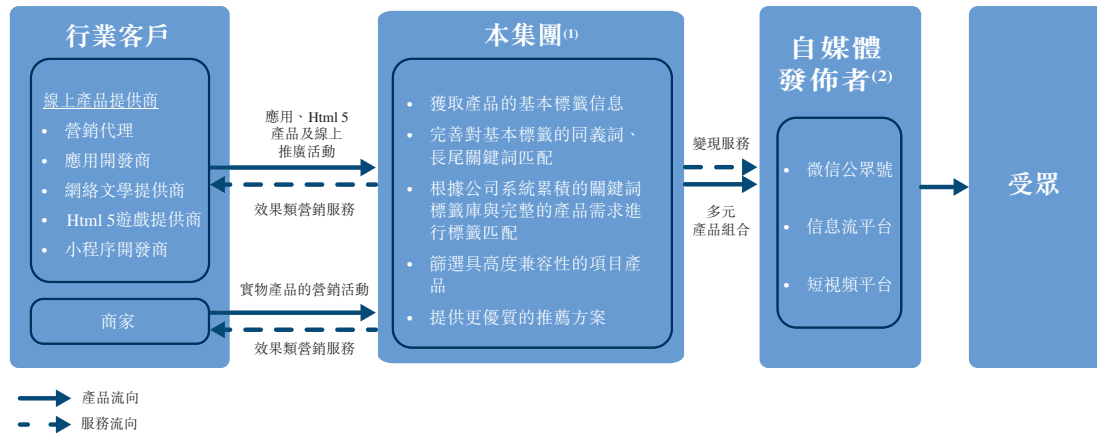
戰略性地尋求收購及投資機會

作為我們整體增長戰略的一部分，我們計劃尋求收購及投資機會，藉此鞏固我們的市場地位及提升我們的競爭力。我們擬專注於(i)在推薦算法開發及優化方面具有強大研發能力的科技公司；(ii)擁有龐大用戶流量的公司及短視頻製作公司；及(iii)於韓國及東南亞擁有強大藝人資源的藝人經紀公司，以擴展自媒體網絡。在選擇收購及投資機會時，我們將考慮多種因素，當中包括我們的戰略目標、市場地位、管理經驗、估值、往績記錄及財務表現。截至最後實際可行日期，我們並無確定任何投資或收購目標。

業 務

我們的業務模式

我們向行業客戶提供效果類營銷服務及向自媒體發佈者提供變現服務。以下流程圖說明我們的產品及服務流向。



(1) 有關我們平台及技術的內容詳情，請參閱「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

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HTML5遊戲的HTML5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。

業 務

我們向行業客戶提供效果類營銷服務，通過分析及分發客戶在適合的自媒體上提供的產品以協助行業客戶獲取用戶。我們建立一個優質及觸達面廣的自媒體網絡，涵蓋中國部分最大的自媒體平台上的各大賬號。通過我們的效果類營銷服務，我們能夠識別目標受眾及通過自媒體發佈者向其分發量身定制的產品組合。請參閱「我們的服務」。

自媒體發佈者

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，我們向合共約23,000名自媒體發佈者提供變現服務。該等自媒體發佈者的活躍粉絲群使我們能夠提供相對於其他自媒體營銷服務轉化率及盈利能力較強的效果類自媒體營銷服務。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。自2018年底起，我們通過向動漫及遊戲和女性社區等擁有特定受眾的領先平台的自媒體發佈者提供服務，不斷擴大我們的自媒體網絡。

我們不是以代理向自媒體發佈者簡單地購買流量庫存並將其售予行業客戶，而是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。我們向自媒體發佈者推薦產品及分銷策略，如網絡文學及Html 5遊戲，自媒體發佈者可選擇面向其粉絲者。我們免費向自媒體發佈者提供變現服務。我們向自媒體發佈者支付流量獲取成本，以通過自媒體平台的代理取得可用流量庫存。

我們向自媒體發佈者提供增值變現服務，而非僅擔任代理商，考慮到(i)對於在我們的平台上註冊並尋求通過網絡文學及Html 5遊戲獲得變現服務的自媒體發佈者，我們將利用專有算法對自媒體發佈者的內容及粉絲群進行分析，並向自媒體發佈者呈列按用戶參與機會排序的推薦產品名單，而自媒體發佈者能夠選擇面向其粉絲的首選網絡文學及Html 5遊戲，藉此允許更有效的變現；(ii)我們基於算法的產品推薦引擎向自媒體發佈者分析及推薦具有最高變現價值及用戶參與潛力的合適產品，對自媒體發佈者的價值極高，原因為該等產品讓自媒體發佈者實現流量的有效變現；及(iii)如弗若斯特沙利文所告知，僅擔任代理商的公司並無擁有海量數據收集或由先進技術及算法支撐的處理及分析能力，得以進行有效率的推薦並提供我們向自媒體發佈者提供的增值變現服務類型。

業 務

我們相信，變現服務的質量對我們維持與自媒體發佈者（及彼等的代理）的長期關係及維持效果類營銷服務的穩定客戶基礎至關重要。為提高我們變現服務的有效性及效率，我們應用專有商業智能技術進行數據收集、數據貼標、基於機器的產品分析、分銷策略及產品推薦。為提供更佳的用戶體驗及服務自媒體發佈者的多種變現需要，我們亦為自媒體發佈者開發直觀的界面和用戶友好的平台。自媒體發佈者若通過網絡文學及Html 5產品尋求變現服務，則能夠將其賬戶連接至我們的技術平台、輕易發佈及調整我們推薦產品的分發。此等自媒體發佈者亦能夠藉產品推薦引擎的幫助優化變現策略。請參閱「我們的平台及技術」。

我們的服務

我們為行業客戶提供效果類營銷服務。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。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)									
線上產品	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 ⁽¹⁾	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) 其他主要指我們於往績記錄期向客戶提供的非效果類營銷活動。

業 務

線上產品

我們維持豐富、廣泛及高質量的線上產品組合，主要包括應用及Html 5產品。下表載列於所示期間按產品類別劃分的線上產品所得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		2019年		2020年	
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
應用	69,232	52.5%	132,919	51.9%	329,809	73.5%	72,901	81.2%	134,865	86.3%
Html 5產品										
– 網絡文學	26,215	19.8	37,801	14.7	17,167	3.8	2,946	3.3	7,661	4.9
– Html 5遊戲	23,491	17.8	31,939	12.5	11,905	2.7	884	1.0	7,901	5.1
– 小程序	–	–	10,034	3.9	7,165	1.6	1,367	1.5	3,774	2.4
Html 5產品總收益	49,706	37.6	79,774	31.1	36,237	8.1	5,197	5.8	19,336	12.4
線上推廣活動	13,016	9.9	43,620	17.0	82,629	18.4	11,638	13.0	2,075	1.3
總計	<u>131,954</u>	<u>100.0%</u>	<u>256,313</u>	<u>100.0%</u>	<u>448,675</u>	<u>100.0%</u>	<u>89,736</u>	<u>100.0%</u>	<u>156,276</u>	<u>100.0%</u>

應用

截至2020年3月31日，我們構建了涵蓋超過十個類別的應用組合，例如遊戲、視頻及工具應用。我們的應用由營銷代理及應用開發商提供。特別是，我們與中國知名營銷代理建立了長期業務關係，其向我們提供廣泛系列的不同類別的流行應用並與我們定期投放每年至少價值人民幣100.0百萬元的廣告訂單。此外，我們亦直接與應用開發商合作。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們自應用產生效果類營銷收益分別為人民幣69.2百萬元、人民幣132.9百萬元、人民幣329.8百萬元及人民幣134.9百萬元。

下表載列所示期間按應用類別劃分的效果類營銷收益明細。

業 務

	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	
	(人民幣千元，百分比除外)							
遊戲	15,840	22.9%	18,329	13.8%	170,630	51.7%	105,380	78.1%
視頻	6,775	9.8	16,187	12.2	43,375	13.2	2,849	2.1
文化及文學	232	0.3	6,766	5.1	33,886	10.3	17,973	13.3
財務	9,509	13.7	2,768	2.1	21,399	6.5	1,934	1.4
公用事業	26,829	38.8	68,369	51.4	18,991	5.8	1,154	0.9
新聞	1,637	2.4	10,662	8.0	16,722	5.1	4,490	3.3
購物	7,585	11.0	5,434	4.1	13,010	3.9	-	-
其他 ⁽¹⁾	825	1.1	4,404	3.3	11,796	3.5	1,085	0.9
總計	69,232	100.0%	132,919	100.0%	329,809	100.0%	134,865	100.0%

(1) 其他包括音樂、社交、文學及教學應用。

我們向應用提供的效果類營銷服務主要分三個階段。首先，我們會與我們的客戶訂立期限為一年的框架服務協議。訂立框架服務協議及接獲客戶服務請求後，我們對客戶的產品進行分析並將合適的自媒體平台，以及具有目標粉絲基礎的自媒體發佈者擁有的必備功能（例如年齡組別、性別及地理分佈）推薦予我們的客戶。請參閱「我們的平台及技術 – 我們的平台 – 內部管理及分析平台」。

各營銷活動的初步營銷預算均由行業客戶提供，而供應商收取的流量獲取價格則由自媒體平台釐定。於接受客戶的服務請求之前，我們通過進行內部效果測試來管理我們的盈利能力。客戶的應用尋求效果類營銷服務時，我們會根據我們的數據分析及初始自媒體平台推薦進行內部效果測試。在進行測試前，我們將營銷活動的若干基本信息錄入測試系統，包括產品種類、自媒體平台類型、營銷持續時間和營銷預算。經計及該等參數，我們的測試系統根據所收集數據中的歷史數據，在類似自媒體平台上搜索營銷持續時間相似的類似產品，並計算其歷史流量獲取成本。基於有關歷史流量

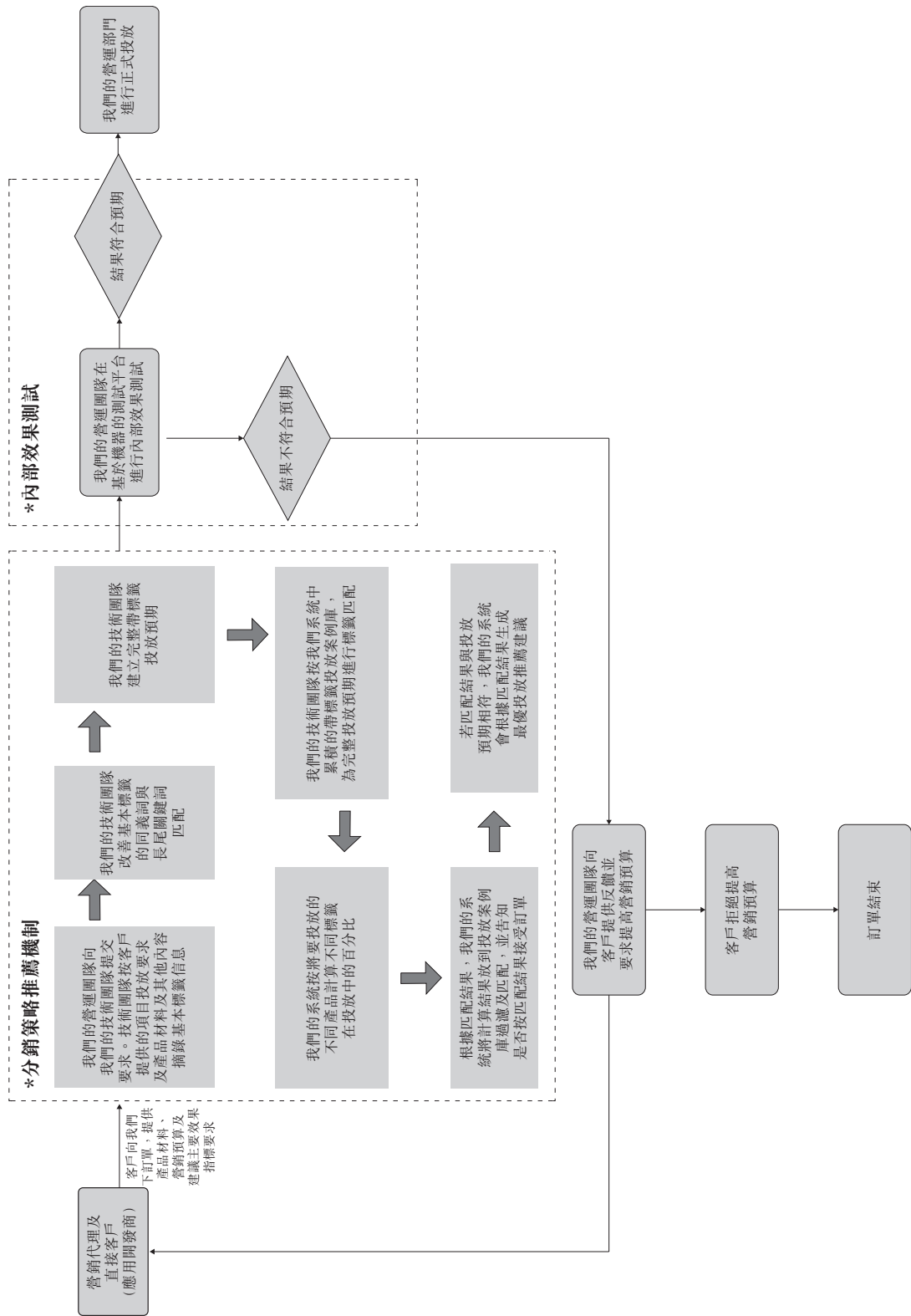
業 務

獲取成本，我們的測試系統會生成估計流量獲取成本，用於我們對有關產品的內部效果測試。若內部效果測試結果達到客戶的效果預期，我們將接受該行業客戶對效果類營銷服務的請求。若內部效果測試結果不能在客戶估計營銷預算內達到效果預期（如可收費點閱數）或我們的內部成本要求，於拒絕服務請求前，我們將於測試期內調整我們的算法和參數，以改善測試結果及與潛在客戶重新磋商營銷預算。

客戶通常會指定營銷活動持續時間、首選的自媒體平台類型、營銷類型（如橫幅廣告、插屏廣告或圖文廣告）及定價模式。客戶向我們下訂單後，我們會進行另一次內部效果測試，並在此過程中向客戶推薦三種分銷策略。其後我們將透過客戶所選的第三方自媒體平台進行營銷活動投放。我們將監控營銷活動的效果並按需就分銷策略進行調整。

業 務

以下流程圖載列我們針對應用的效果類營銷服務的業務流程：



業 務

個案研究

App X (知名短視頻平台) 於2019年6月通過營銷代理委聘我們提供為期一個月的效果類營銷服務，營銷預算為人民幣3.5百萬元。使用我們以算法為基礎的技術平台，我們能夠實現3.93%的平均點閱率，根據弗若斯特沙利文的資料，明顯高於效果類自媒體營銷的行業平均水平2.0%。

定價模式

我們就我們的應用的效果類營銷服務按多種定價模式向客戶收費，主要包括：

- 每次點擊成本(CPC)，根據營銷活動點擊次數計算，通常而言，每次點擊收取的單價；
- 每次操作成本(CPA)，根據用戶的動作次數計算，通常而言，每次下載或每次註冊收取的單價；
- 每次成交成本(CPS)，根據實際的成交量計算。

我們每次交易根據一種定價模式向客戶收費。我們應用的效果類營銷服務的流量獲取成本基於第三方自媒體平台上的實時競價而定。供應商收取的流量獲取價格由自媒體平台決定，並因流量特性（如時間段、粉絲地理位置和分發持續時間）而異。

費用釐定及結算

我們每月會向我們的客戶開具發票，當中列出雙方協定的資料，包括定價模式、單價、有效點擊、操作或成交數（以適用者為準）以及每次營銷活動的總發票金額，供客戶確認。

我們通過第三方自媒體平台計量及保存每次營銷活動的效果及收集數據。我們一般使用雙方協定的效果數據作為我們與客戶結算費用的基礎。就通過微信等大型自媒體平台分銷的營銷活動，我們利用其平台上記錄的效果數據，作為與客戶結算費用的基準。就根據行業客戶的許可通過其他第三方平台分銷的營銷活動，我們將API植入分銷頁面，以實時收集營銷活動點擊次數。我們的營運人員每日收集數據，我們的業務

業 務

管理人員按每日數據報告提交每週數據分析報告。我們的部門經理每月總結及審閱所有數據分析報告。我們會進行定期隨機測試，以查核所收集數據的準確度。我們通常運用內部數據報告作為評估客戶及供應商所提供效果數據準確度的參考資料。

Html 5產品

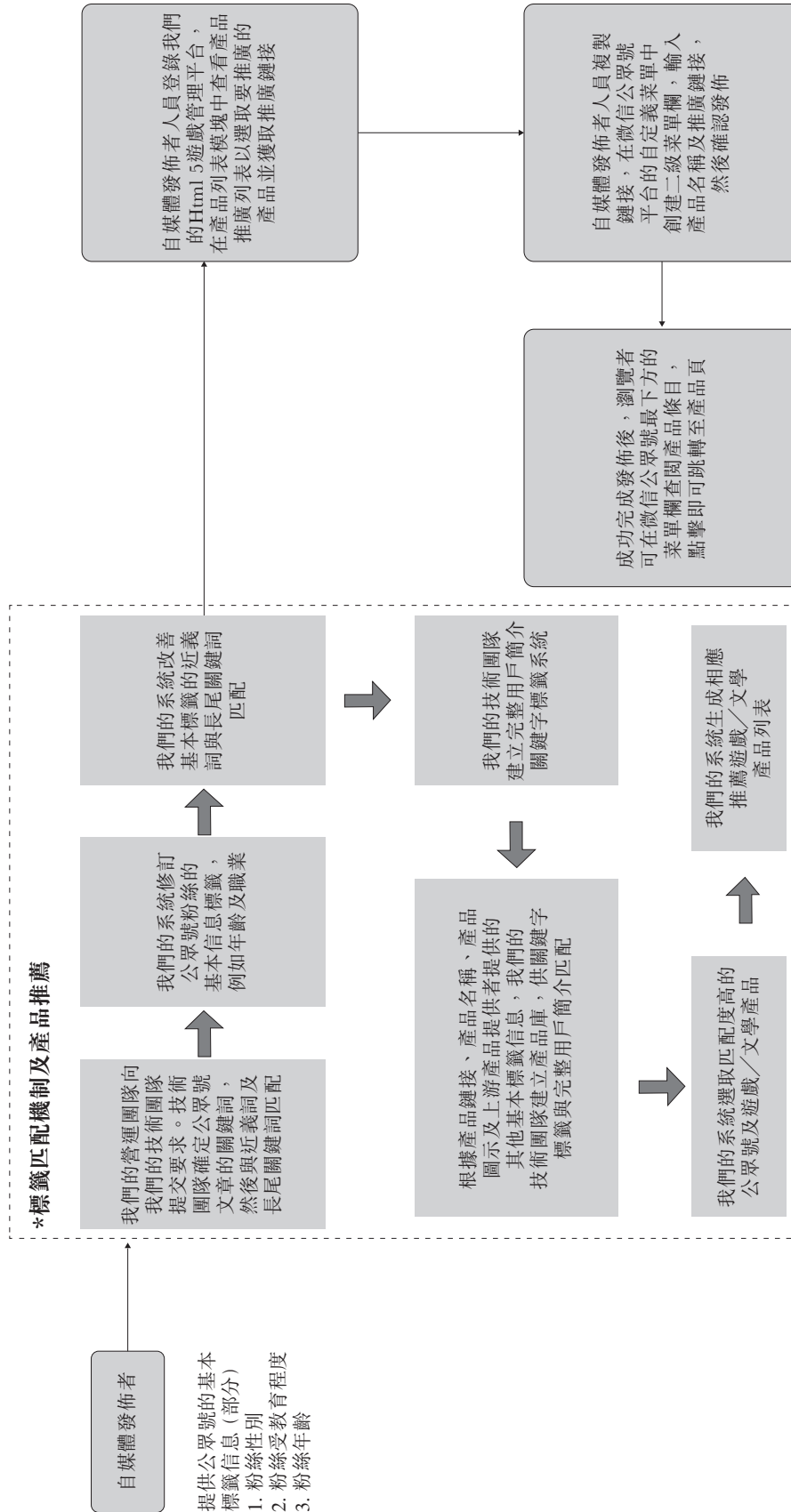
文學

我們於2017年3月開始向網絡文學提供效果類營銷服務，並自此積累了一個廣泛的文學產品組合。截至2020年3月31日，我們的文學內容組合包括超過681本涉及69種文學體裁的網絡書籍。我們已與中國一個領先的在線閱讀平台的代理訂立合作安排，使我們能夠提供流行文學產品。

我們已開發在線技術平台以更好地服務於通過網絡文學產品尋求變現服務的自媒體發佈者。通常而言，在我們與網絡文學平台代理訂立協議之後，彼等首先向我們提供在網絡文學平台的網絡文學產品和媒體平台類型及潛在定價模式方面的規格。我們將網絡文學產品與我們的文學平台連接，進行數據分析。我們透過代理獲得其用戶流量的自媒體發佈者可以在我們平台上註冊。當註冊自媒體發佈者在我們的文學平台上發起變現服務請求時，我們的產品推薦引擎將會根據我們的數據分析結果將合適的網絡文學產品與其自媒體賬號匹配，並生成一份網絡文學產品推薦名單供自媒體發佈者從中選擇。我們選擇的網絡文學產品將在自媒體賬號中以下拉式菜單展示。請參閱「我們的平台及技術－我們的平台－Html 5產品平台」。

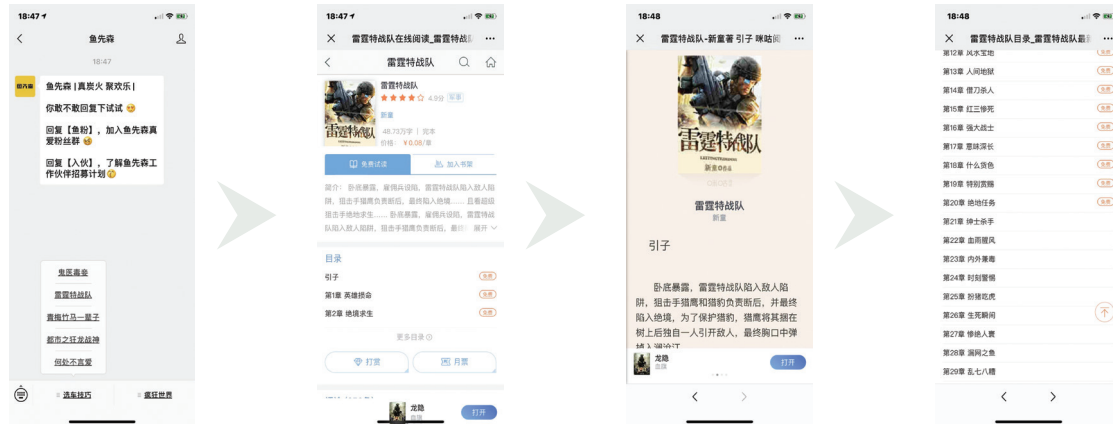
業 務

以下流程圖載列我們網絡文學及Html 5遊戲產品的流程：



業 務

下圖說明我們針對網絡文學產品的效果類營銷服務。



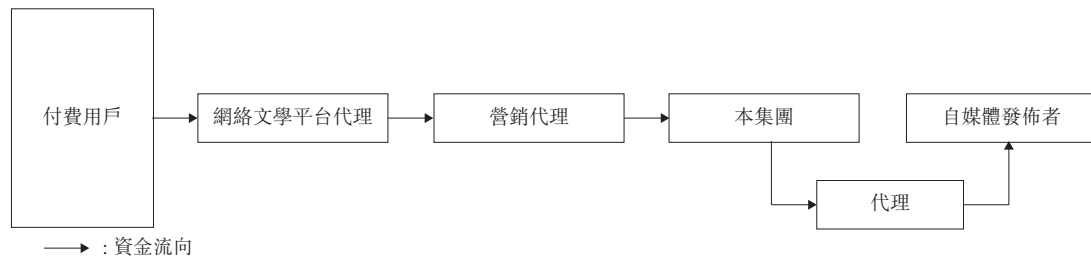
定價模式及費用結算

我們主要以CPC模式向網絡文學產品的效果類營銷服務客戶收費。我們每次交易根據一種定價模式向客戶收費。我們按月向我們的客戶開具發票，供客戶確認。一般而言，我們從自有平台及自媒體發佈者平台代理獲取點閱數目，並根據當中列出經雙方協定的點閱數目、每次操作價格及總發票金額的發票結算費用。就通過微信等大型自媒體平台分銷的營銷活動，我們利用其平台上記錄的效果數據，作為我們與客戶結算費用的基準。就根據行業客戶的許可通過其他第三方平台分銷的營銷活動，我們將API植入分銷頁面，以實時收集營銷活動的點擊次數。我們的營運人員每日收集數據，我們的業務管理人員按每日數據報告提交每週數據分析報告。我們的部門經理每月總結及審閱所有數據分析報告。我們會進行定期隨機測試，以查核所收集數據的準確度。我們通常運用內部數據報告作為評估客戶及供應商所提供效果數據準確度的參考資料。

根據客戶的營銷預算及來自我們的數據收集的同類自媒體發佈者就網絡文學的歷史數據，我們的算法通過分析代理介紹在我們平台上註冊的自媒體發佈者的信息得出流量獲取成本的估計價格範圍。根據估計價格範圍，我們與供應商商定效果類網絡文學營銷服務的流量獲取成本。

業 務

下圖說明我們的效果類網絡文學產品營銷服務的資金流向。



Html 5遊戲

我們早於2012年已預見到Html 5技術將在數字媒體開發商中大行其道並成為下一代市場主流網頁編程語言。意識到Html 5技術的潛力，我們是中國第一批發佈Html 5遊戲的網站之一。有別於要求在遊戲前進行下載及安裝的遊戲應用，Html 5遊戲讓玩家以點擊鏈接進行遊戲，對玩家更有吸引力，因為此舉不但省時，而且佔用較少的移動設備儲存空間。截至2020年3月31日，我們已經積累了龐大Html 5遊戲產品組合，根據弗若斯特沙利文的資料，佔已獲政府批准的中國全部Html 5遊戲的約57%。自2018年起，我們已與掌聯等著名Html 5遊戲提供商簽署分發協議，以繼續增強我們的Html 5遊戲儲備。

於2017年，我們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）。我們通過我們的伍遊網(www.5you.cc)共同發行遊戲及與手機遊戲及應用開發商兼著名的Html 5遊戲發行商掌聯展開合作，在安卓分發渠道共同發行遊戲。掌聯為客戶I，乃我們於往績記錄期的五大客戶之一及於往績記錄期及直至最後實際可行日期的一名獨立第三方。我們於2014年11月開始與掌聯合作，當時我們與之訂立發行合作協議以進行遊戲共同發行。我們通過朱先生（彼通過其過往工作經歷結識掌聯的前董事及股東）與掌聯成為商業合作夥伴。

根據我們與掌聯於2017年的合作，我們主要負責通過掌聯的分發渠道提供將予銷售及發行的遊戲。掌聯主要負責向我們提供安卓分發渠道。作為遊戲共同發行商，我們亦向遊戲提供商提供包括遊戲開發商及遊戲發行商等在內的增值服務。我們主要負責在我們選擇的媒體平台或分發渠道營銷及分銷遊戲。我們在發行的遊戲中使用軟件開發工具包，並收集每日營運數據。根據已收集的數據，我們向遊戲開發商及遊戲發行商提供數據分析及回饋。我們運用微信支付等第三方付款渠道處理遊戲中購買事宜。伍遊網產生的遊戲發行收入按總額確認。於2017年，在第三方安卓分發渠道上發行遊戲產生的收入按淨額確認。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－收益－線上產品－Html 5產品－Html 5遊戲」。

業 務

我們於2017年年終前已不再提供遊戲共同發行服務。自2018年年初起，我們開始向Html 5遊戲提供效果類營銷服務。根據效果類營銷服務，我們通過微信公眾號等文字類自媒體發佈者營銷及分發Html 5遊戲。該等服務所產生的收入按總額確認。

我們已開發在線技術平台以更好地服務於通過我們Html 5遊戲產品尋求變現服務的自媒體發佈者。通常，Html 5遊戲提供商為我們提供並無媒體平台類型的規格的遊戲。我們將遊戲連接到我們的Html 5遊戲平台並對Html 5遊戲產品進行數據分析。我們通過與我們有合作的代理獲取用戶流量的自媒體發佈者可以在我們平台上註冊。當自媒體發佈者在我們的Html 5遊戲平台上發起變現服務請求時，我們的產品推薦引擎將合適的Html 5遊戲與自媒體賬號匹配，並生成一份Html 5遊戲推薦名單，供自媒體發佈者挑選。經挑選的遊戲將在自媒體賬號中以下拉式菜單展示。請參閱「我們的平台及技術 – 我們的平台 – Html 5產品平台」。

下表載列我們於2017年通過安卓分發渠道共同發行的遊戲的關鍵經營數據。

遊戲	遊戲內 購買金額	活躍 用戶	付費用戶 人數	DAU	DPU	ARPPU
	人民幣千元					
遊戲A	9,180.5	3,597,594	1,007,326	9,856	2,759	9.1
遊戲B	7,501.5	3,228,481	903,974	8,845	2,476	8.3
遊戲C	7,005.2	1,406,567	393,838	3,853	1,079	17.8
遊戲D	6,739.5	1,705,354	477,498	4,672	1,308	14.1
遊戲E	5,760.4	2,479,499	694,260	6,793	1,902	8.3
遊戲F	4,876.8	1,213,655	339,823	3,325	931	14.4
遊戲G	2,608.0	585,947	164,066	1,605	449	15.9
遊戲H	1,824.4	470,847	131,838	1,289	361	13.8
遊戲I	1,814.9	1,799,068	503,739	4,928	1,380	3.6
遊戲J	1,743.9	187,334	52,457	513	143	33.2
遊戲K	1,602.7	271,948	76,145	745	208	21.0
遊戲L	1,527.4	1,719,178	481,372	4,710	1,318	3.2
遊戲M	1,485.3	635,473	177,932	1,741	487	8.3
遊戲N	1,483.8	282,958	79,229	775	217	18.7
遊戲O	1,443.9	823,776	230,656	2,256	631	6.3
遊戲P	1,366.5	314,302	88,004	861	241	15.5
遊戲Q	1,337.8	794,697	222,514	2,177	609	6.0
遊戲R	1,192.9	688,392	192,750	1,886	528	6.2
遊戲S	1,053.3	1,166,229	326,544	3,195	894	3.2
遊戲T	1,009.8	602,483	168,695	1,650	462	6.0
遊戲U	975.9	190,789	53,421	522	146	18.3
遊戲V	957.1	216,516	60,624	593	166	15.8
遊戲W	251.8	150,380	42,107	412	115	6.0
遊戲X	219.6	125,050	35,014	342	95	6.3
	<u>64,963</u>	<u>24,656,517</u>	<u>6,903,826</u>			

業 務

下表載列我們於2017年通過伍遊網共同發行的遊戲的關鍵經營數據。

遊戲	遊戲內 購買金額	付費用戶 人數 ⁽¹⁾	DPU ⁽¹⁾	ARPPU
	人民幣千元			
遊戲B	873.1	61,717	184	14.1
遊戲E	718.2	47,879	143	15.0
遊戲F	568.6	38,532	115	14.8
遊戲G	560.2	36,701	109	15.3
遊戲H	522.0	35,434	106	14.7
遊戲I	454.8	31,556	94	14.4
遊戲J	406.1	28,194	84	14.4
遊戲K	390.7	30,794	92	12.7
遊戲L	377.3	28,287	84	13.3
遊戲M	317.6	22,850	68	13.9
遊戲O	283.9	25,148	75	11.3
遊戲P	271.6	23,740	71	11.4
遊戲Q	250.8	18,755	56	13.4
遊戲R	243.0	23,127	69	10.5
遊戲S	227.7	21,034	62	10.8
遊戲U	220.4	19,501	58	11.3
遊戲V	175.7	19,000	56	9.2
遊戲W	163.2	17,272	51	9.5
遊戲X	93.1	12,589	37	7.4
	<u>7,118</u>	<u>542,110</u>		

(1) 按11個月計算，原因是我們於2017年11月25日不再通過伍遊網提供遊戲共同發行服務。

於2017年，我們通過伍遊網提供的共同發行服務的收益、毛利及毛利率分別為人民幣6.8百萬元（佔總收益5.0%）、人民幣1.2百萬元（佔毛利總額2.6%）及17.8%。

業 務

下圖說明通過我們的效果類營銷服務將Html 5遊戲推薦在自媒體賬號上時的用戶界面。



定價及結算

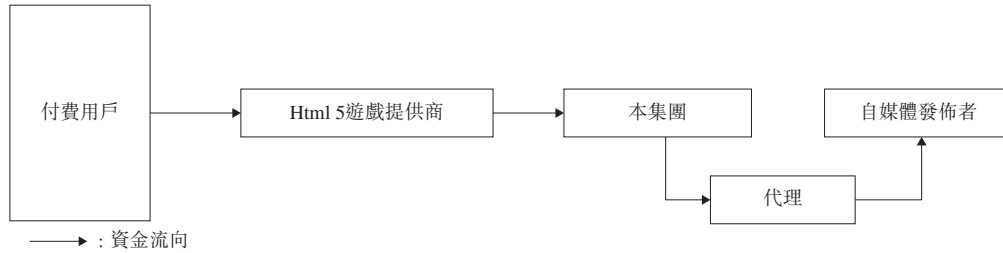
於往績記錄期，對於Html 5遊戲，我們一般有兩種定價及結算模式。

- **遊戲共同發行。**我們從遊戲中出售的虛擬物品產生收益。我們與遊戲提供商、共同發行商及支付渠道進行遊戲充值分成。由於伍遊網由我們運營，我們將暢玩通過我們的伍遊網發佈的遊戲的遊戲玩家支付的款項確認為收益，以及將我們向遊戲提供商及共同發行商支付的費用、流量獲取成本及第三方支付渠道費用確認為成本。對於通過第三方安卓分發渠道發佈的遊戲的所得收益，由於我們並非該等渠道的運營商及僅擔任代理，我們將收取自安卓分發渠道運營商的佣金確認為我們的收益，且不會確認任何成本。
- **效果類營銷服務。**我們一般會按CPC基準，就效果類營銷服務向Html 5遊戲提供商收費。我們每次交易根據一種定價模式向客戶收費。Html 5遊戲通過我們的服務在自媒體賬號上推出後，我們將收到Html 5遊戲提供商發出的月度報告，當中列出定價模式、遊戲的表現及每月產生的總價值。每月總產值基於點閱數及每次操作價格計算。我們根據雙方協定的效果數據按月向我們的客戶開具發票，供彼等確認。Html 5遊戲的業務流程與網絡文學產品的業務流程相同。請參閱「一文學」。

業 務

根據客戶的營銷預算及來自我們的數據收集的同類自媒體發佈者就網絡文學的歷史數據，我們的算法通過分析代理介紹在我們平台上註冊的自媒體發佈者的信息得出流量獲取成本的估計價格範圍。根據估計價格範圍，我們與供應商商定效果類Html 5遊戲營銷服務的流量獲取成本。

下圖說明我們效果類Html 5遊戲營銷服務的資金流向。



小程序

自2018年5月開始，我們開始為小程序提供效果類營銷服務。小程序來自微信小程序開發商。我們主要按CPC或CPA基準就效果類營銷服務向客戶收費。小程序效果類營銷服務業務流程類似於應用程序。請參閱「一應用」。

線上推廣活動

我們提供的線上推廣活動主要為效果類營銷服務，為知名營銷代理及品牌提供購物節及信用卡推廣營銷活動。我們主要按CPC或CPM基準就效果類營銷服務向客戶收費。我們每次交易根據一種定價模式向客戶收費。我們線上推廣活動的效果類營銷服務的流量獲取成本基於第三方自媒體平台上的實時競價而定。供應商收取的流量獲取價格由自媒體平台決定，並因流量特性（如時間段、粉絲地理位置和分發持續時間）而異。線上推廣活動的業務流程與應用相似。

業 務

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 ⁽²⁾ (人民幣元)	0.17	0.47	0.55	1.24
瀏覽次數 ⁽³⁾ (百萬次)	不適用	11,829.4	24,657.2	5,022.8
點閱率 ⁽⁴⁾	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 ⁽⁵⁾	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 ⁽²⁾ (人民幣元)	2.26 ⁽⁵⁾	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 ⁽²⁾ (人民幣元)	0.3	0.54	1.84	4.41
瀏覽次數 ⁽³⁾ (百萬次)	不適用	891.1	1,865.4	35.3
點閱率 ⁽⁴⁾	不適用	3.9%	1.7%	1.2%

(1) 有瀏覽次數數據的推廣營銷活動的點閱數目。不包括無瀏覽次數數據的推廣營銷活動。

(2) 每次點擊的平均價格乃以期內收益除以同期的點閱數目計算得出。該數字僅作說明用途呈列。

(3) 瀏覽次數指第三方平台記錄的營銷活動頁面瀏覽總數。

(4) 點閱率乃按第三方平台記錄的瀏覽總數除以第三方平台記錄的可收費點擊總數計算得出。

(5) 僅包括2017年文學效果數據。於2017年，我們向遊戲發行商提供遊戲共同發行服務，遊戲共同發行服務的表現指標與Html 5遊戲的效果類營銷服務有別。於2017年，平均DAU為67,552人、平均DPU為18,914人，而ARPPU為人民幣8.88元。自2018年年初，我們開始Html 5遊戲的效果類營銷服務。我們自2018年5月起開始提供小程序的效果類營銷服務。

業 務

就應用的效果類營銷服務而言，2017年至2019年點擊及瀏覽的次數一直增加，主要反映業務迅速增長。每次點擊的平均價格由2017年的人民幣0.17元增加至2018年的人民幣0.47元，並保持相對穩定，截至2019年12月31日止年度略增至人民幣0.55元，乃主要由於流量獲取成本增加。每次點擊的平均價格增加至截至2020年3月31日止三個月的人民幣1.24元，乃主要由於自每次點擊價格高於其他類型應用的遊戲應用產生的收益比例增加以及我們的算法及數據分析能力增強。

就Html 5產品的效果類營銷服務而言，點擊次數由2018年的99.2百萬次減少至截至2019年12月31日止年度的48.6百萬次，乃主要由於市面上的Html 5產品減少及自2018年初起，中國政府加強了對版權及網絡遊戲發行批文的監管。據我們的中國法律顧問告知，產品若無版權，遊戲產品若無網絡遊戲發行批文的，根據法律不得推出，亦不得在線上運營。我們認為，對微信公眾號上線產品（包括遊戲）的內部監管會因中國政府加強監管而愈加嚴格。根據弗若斯特沙利文的資料，遊戲的生命週期通常為幾個月，自2018年初起，有關機構加強了監管，對遊戲審批施加了更嚴格的限制。因此，我們認為此舉對整個遊戲市場產生了不利影響，影響從2018年後期開始顯現。在2018年初前，超逾9,000款網絡遊戲發行於2017年獲批，之後，2018年及2019年獲批的網絡遊戲發行數量約為2017年的五分之一。因此，我們Html 5產品的收益間接受到影響，由截至2018年12月31日止年度的人民幣79.8百萬元減至截至2019年12月31日止年度的人民幣36.2百萬元，我們Html 5產品的毛利由截至2018年12月31日止年度的人民幣28.7百萬元減至截至2019年12月31日止年度的人民幣12.4百萬元。每次點擊的平均價格於截至2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月維持相對穩定，分別為人民幣0.70元、人民幣0.73元及人民幣0.70元。

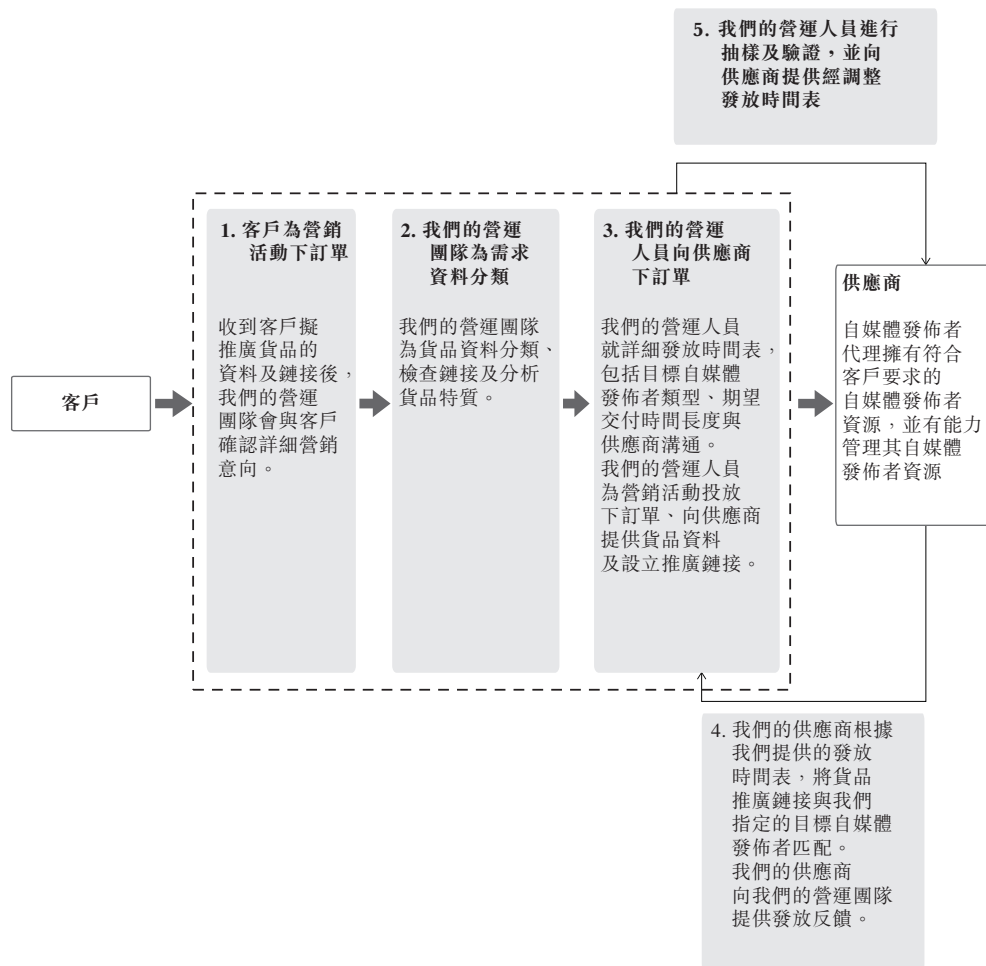
就線上推廣活動的效果類營銷服務而言，點擊次數由2017年的28.8百萬次增加至2018年的35.2百萬次，主要由於我們業務的快速增長；而每次點擊的平均價格由2017年的人民幣0.3元增加至2018年的人民幣0.54元；點擊次數由2018年的35.2百萬次減少至截至2019年12月31日止年度的31.4百萬次，而每次點擊的平均價格由人民幣0.54元增加至人民幣1.84元，乃主要由於自媒體平台分銷的營銷活動收益比例下降，且2019年的單價相對較低。截至2020年3月31日止三個月，每次點擊的平均價格進一步增至人民幣4.41元，主要是由於2020年1月進行每次點擊價格高達人民幣12元的信用卡推廣營銷活動，截至2020年3月30日止三個月，其收益佔我們線上推廣活動所得收益的54.6%。

實物產品

自2018年8月起，我們通過在中國最大的短視頻平台上為一個著名3C數碼配件品牌的實物產品發起營銷活動，開始透過我們的效果類營銷服務供應實物產品。該營銷活動吸引了18.3百萬次流覽及0.3百萬個贊好。我們與該知名3C數碼配件品牌的合作乃透過其銷售代理進行。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，有關銷售代理均為獨

業 務

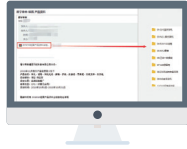
立第三方。通過營銷活動，短視頻受眾能夠直接購買我們通過在短視頻平台託管的自媒體賬號推廣的實物產品。我們賺取商品總銷售額介乎19.0%至22.0%的百分比作為我們的服務費。截至2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們在短視頻平台上推廣實物產品的收益分別為人民幣3.8百萬元、人民幣23.0百萬元及人民幣10.5百萬元。我們亦正在開發美接平台，一個旨在在短視頻平台上為行業客戶及自媒體發佈者提供服務的技術平台。我們正對美接平台進行內部測試，有望於2020年第四季正式推出該平台。以下流程圖載列我們針對實物產品的效果類營銷服務的業務流程：



業 務

於2018年8月，作為試運營，我們開始提供實物產品效果類營銷服務，為一個知名3C數碼配件品牌推出多項營銷活動。下圖說明我們的實物產品效果類營銷服務於2018年的業務流程。

1. 客戶下單：客戶在與運營部溝通後，下單需求會以郵件形式發送至運營部郵箱。郵箱內容包含：分發期限、自媒體賬號平台、結算類型以及投放產品相關物料等信息。



2. 篩選產品：運營部將客戶需求下達至供應商業務人員，供應商業務人員對產品進行篩選、測試及預備文案等操作。



4. 結案：分發市場營銷活動結束後，運營人員會根據導出的有效數據與客戶進行對賬、結算。



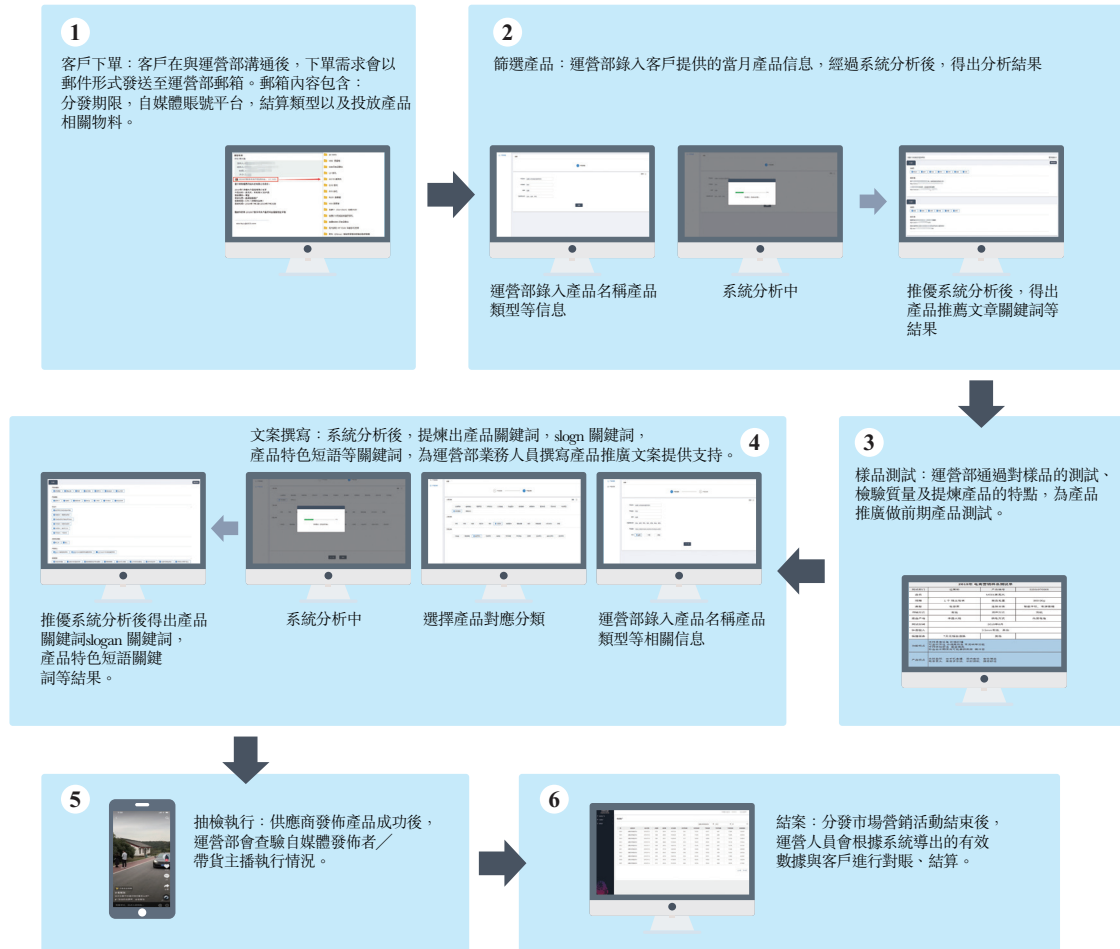
3. 抽檢執行：供應商業務人員發佈產品成功後查驗自媒體發佈者／帶貨主播執行情況。



由供應商業務人員人工對自媒體發佈者／主播帶貨進行抽檢執行情況。

業 務

於2019年，隨著經驗及對市場的了解增多，我們開始利用我們龐大的數據收集及強大的數據分析能力，相對自媒體平台代理在提供效果類營銷服務方面發揮更顯著的作用。於2019年，我們承擔代理的若干責任，包括樣品測試、製作腳本、抽檢執行及售後協調。我們亦承擔了新責任，包括與3C數碼配件品牌及其銷售代理就質量控制及售後保證相關事宜協調、引入新知名品牌產品、篩選及引入熱銷款產品。請參閱「財務資料—經營業績主要組成部分的描述—毛利及毛利率」。下圖說明我們的實物產品效果類營銷服務於2019年及2020年第一季度的業務流程。



業 務

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及分銷策略以及產品推薦，使用我們積累的行為數據以有效且具成本效益的方式推薦產品。受益於該等技術、能力及平台，我們的點閱率相對高於其他類型的自媒體營銷。此外，我們能夠提高生產力，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。人均創利乃按某個期間的毛利除以該期末員工總人數計算。根據弗若斯特沙利文的資料，此為評估中國自媒體營銷市場中市場參與者的生產力的常用主要表現指標。

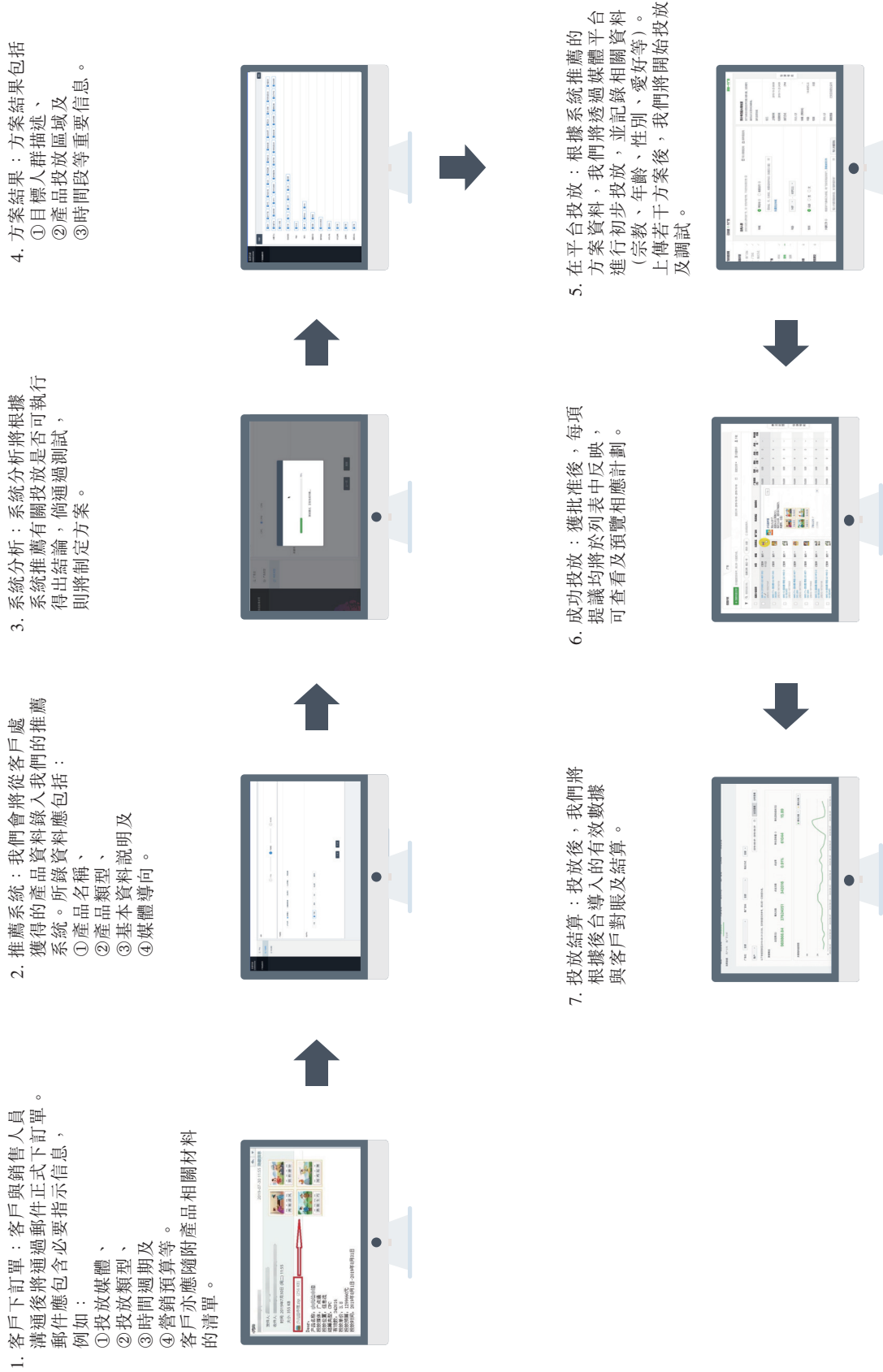
我們的平台

內部管理及分析平台

我們開發了一個內部管理平台用以管理及監控我們的線上產品（網絡文學及Html 5遊戲除外）及實物產品，並開發了數據分析平台用以進行內部效果測試。請參閱「我們的技術－分銷策略及產品推薦」。

透過我們的內部管理平台，我們能高效管理營銷活動；透過我們的數據分析平台，我們能進行內部效果測試，可優化營銷活動效果。我們透過變現服務提供的應用及其他線上產品主要自卓越的營銷代理處獲得。我們向微信等大型自媒體平台上的自媒體發佈者賬戶發佈營銷活動。下圖說明我們針對應用、線上推廣活動及小程序的效果類營銷服務的業務流程：

業 務

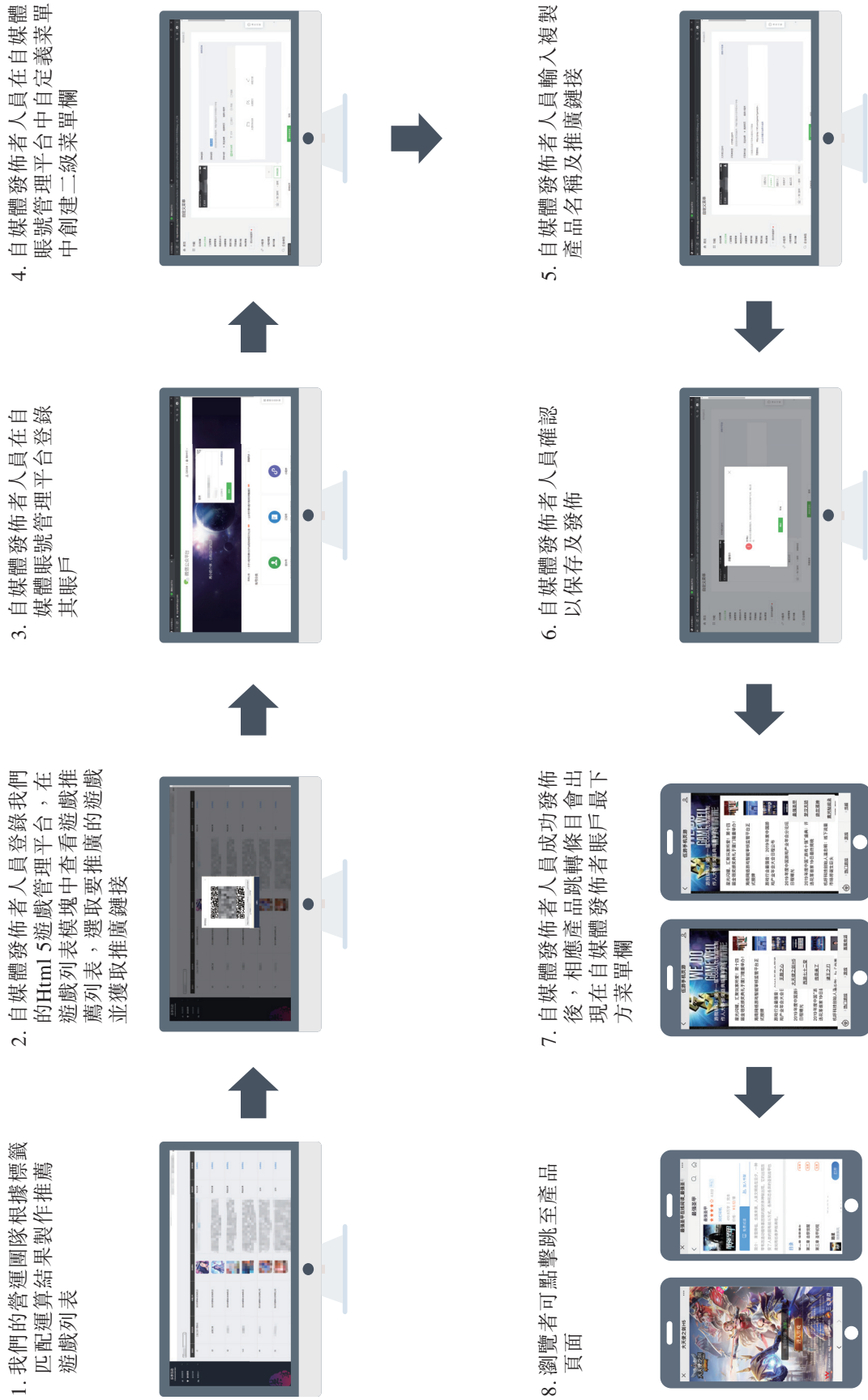


業 務

Html 5產品平台

為提供更好的用戶體驗及滿足自媒體發佈者的多種變現需求，我們已開發兩個相似的平台來達致自媒體發佈者尋求我們網絡文學及Html 5遊戲產品的變現服務。這兩個平台在2017年6月首次亮相，使通過網絡文學及Html 5遊戲產品尋求變現服務的自媒體發佈者能夠註冊及提交關於其賬戶的資料及尋找合適的網絡文學或Html 5遊戲。自媒體發佈者能按需提交對我們產品的要求。自媒體發佈者亦可通過電子郵件提交要求，我們的營運團隊負責向我們的技術平台手動上傳該等要求。下圖顯示我們針對網絡文學及Html 5平台的效果類營銷服務的業務流程。

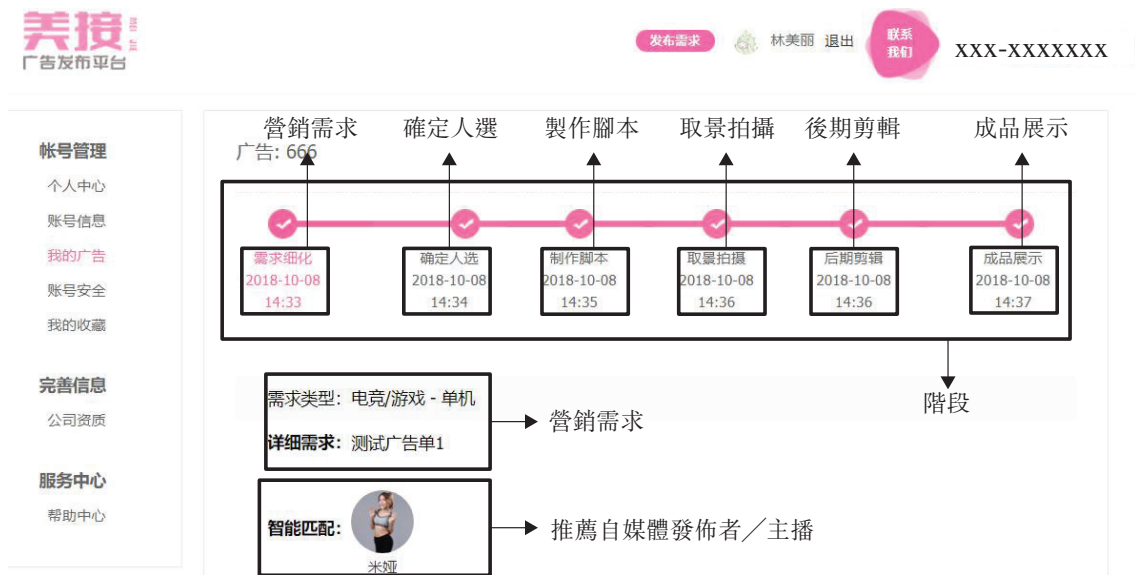
業 務



業 務

美接平台

我們正在面向短視頻平台上的行業客戶及自媒體發佈者開發一個技術平台，即美接平台。我們正對美接平台進行內測，預計於2020年第四季正式推出該平台。下圖顯示美接平台的界面。



行業客戶界面

The screenshot shows the industry client interface for fan attributes. The interface is divided into two main sections: '帐号管理' (Account Management) and '完善信息' (Improve Information). The '完善信息' section is further divided into '基本信息' (Basic Information) and '粉丝属性' (Fan Attributes). The '粉丝属性' section contains several dropdown menus and radio buttons for selecting fan characteristics. The '粉丝属性(选填)' (Fan Attributes - Optional) section includes: '粉丝年龄' (Fan Age) with options from '不限' (Unlimited) to '65岁以上' (Over 65); '粉丝性别' (Fan Gender) with options '不限' (Unlimited), '男' (Male), and '女' (Female); '粉丝学历' (Fan Education) with options from '全部' (All) to '小学' (Primary School); '粉丝所属地域' (Fan Region) with dropdown menus for '省份' (Province) and '市' (City); '粉丝婚姻状况' (Fan Marital Status) with options from '不限' (Unlimited) to '离异' (Divorced); '粉丝职业划分' (Fan Occupation) with options from '不限' (Unlimited) to '实体' (Physical); '粉丝性别占比' (Fan Gender Ratio) with options '男性占比多' (Male Ratio High) and '女性占比多' (Female Ratio High); and '粉丝所属平台' (Fan Platform) with options from '不限' (Unlimited) to '企鹅' (Qipao). A '提交' (Submit) button is located at the bottom of the form.

自媒體發佈者界面

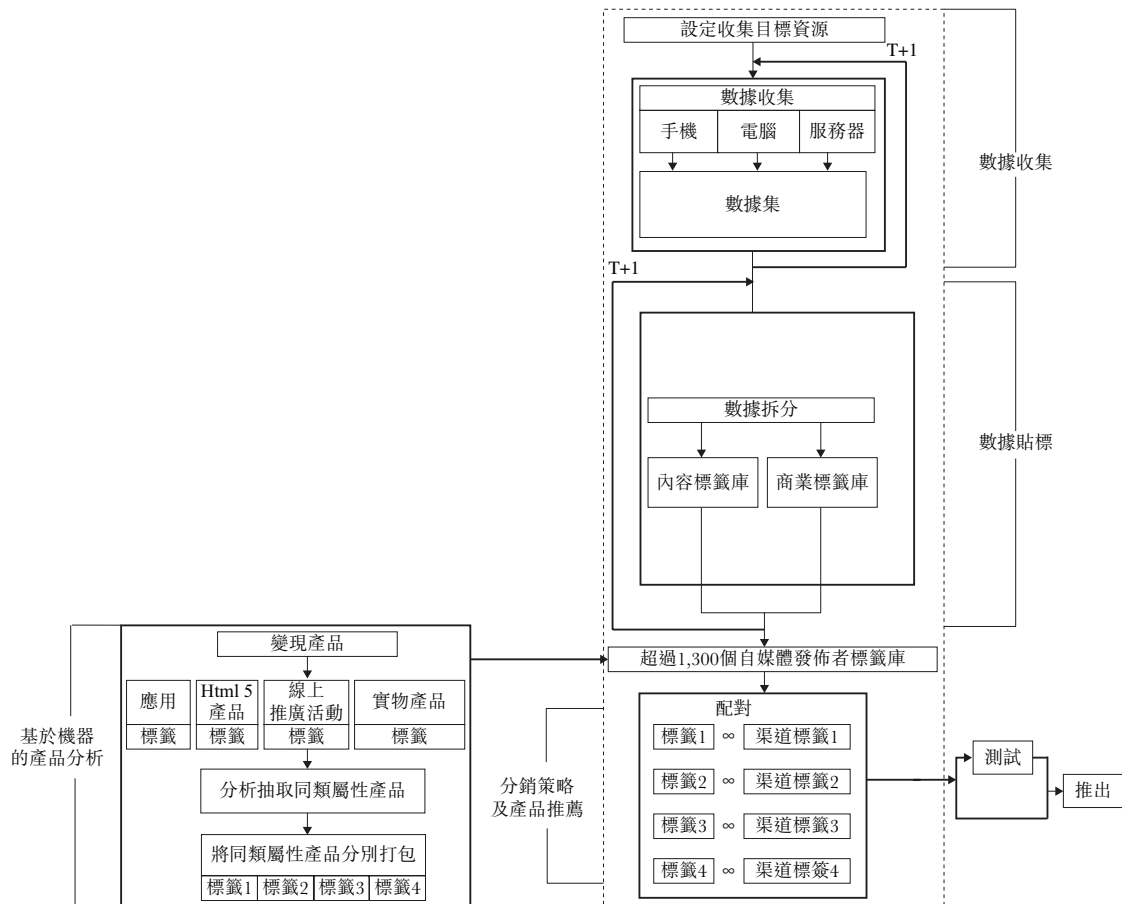
業 務

美接平台旨在通過以下方式來幫助自媒體發佈者更好地獲利：

- **基本信息。**美接平台旨在協助自媒體發佈者通過分析其粉絲的年齡段、性別、預測教育程度及職業來劃分他們。
- **地理區域。**美接平台旨在協助自媒體發佈者追蹤粉絲的地理位置，為精確投放營銷活動創造機會。
- **平台喜好。**美接平台旨在通過分析自媒體發佈者粉絲的平台喜好確定並推薦合適的產品予自媒體發佈者。

我們的技術

下圖說明了我們技術的運作流程。



業 務

數據收集

我們通過追蹤及分析營銷活動分銷時間表自動收集信息，能夠建立海量數據收集庫及持續擴張。於往績記錄期，我們通過服務積累近15億次點擊，從而積累大量匿名用戶行為數據。我們在數據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，能夠方便地應用到效果測試以模擬實際效果。我們巨大且有效的數據庫使我們能夠分析不同的用戶偏好及行為，從而提升我們的效果類營銷服務及滿足自媒體發佈者多變的需求。

我們已能夠積累龐大匿名用戶行為數據，例如點閱數、地理區域及移動設備種類等。有關信息將被匿名化，並標記為不同的標籤。我們收集受眾儲存在瀏覽器的匿名行為數據，但不會觸達儲存在服務器的數據，除非我們獲得行業客戶或自媒體發佈者的許可。我們不會收集或儲存受眾的個人數據，如法定姓名及個人身份證號碼。此外，我們已實行數據保密規定及程序並與各主要僱員訂立保密協議，以防止不當使用或披露數據。我們的中國法律顧問認為，基於我們積累的數據範圍，及我們確認有關數據不具備識別個人用戶的能力，該等數據不構成中國適用法律及法規項下的「個人身份數據」。

數據貼標

就新自媒體發佈者而言，我們根據(i)從自媒體發佈者所填資料表格收集到的詳情，及(ii)我們眾多自媒體發佈者當中類似的自媒體發佈者的用戶資料，對自媒體發佈者的粉絲進行初步的用戶分析後，對自媒體發佈者應用標籤加以分類。根據所提供的信息及我們的用戶分析結果，我們為自媒體發佈者建立擁有逾1,300個標籤的標籤庫。標籤包括(i)其粉絲的人口統計信息，例如年齡段、性別、地理區域及預測教育水平；(ii)其粉絲的瀏覽興趣及偏好；以及(iii)自媒體的內容性質，如內容格式及類別等。

基於機器的產品分析

就希望通過我們的效果類營銷服務來推廣其產品的行業客戶而言，我們的營運團隊審查原內容確保產品符合相關法律法規。我們識別主題、視覺輔助及行業領域等產品特徵及為新產品創建不同的標籤。我們根據產品分析結果對新產品分類。所有具相同特徵的產品將應用相同標籤加以分類。

業 務

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，以實現高點閱率及轉化率。由於我們通常與行業客戶保持長期關係，故我們的產品組合傾向於在一段時間內維持相對穩定且相若。

分銷策略

對於線上產品（網絡文學及Html 5遊戲除外）而言，我們根據算法結果調整我們的整體分銷策略。我們分析在自媒體平台上相同或類似行業的類似營銷活動的營銷活動分銷時間表及效果，以為營銷者進行內部效果測試尋找合適的分銷時間表。商業推送之前，我們會根據數據分析結果使用我們的數據進行內部效果測試。進行內部效果測試期間，我們會通過調整目標受眾、交付時間跨度等因素來模擬投放情景並優化分銷時間表，以實現目標效果指標（如可收費點閱數）。在進行測試前，我們將營銷活動的若干基本信息錄入測試系統，包括產品種類、自媒體平台類型、營銷持續時間和營銷預算。經計及該等參數，我們的測試系統根據所收集數據中的歷史數據，在類似自媒體平台上搜索營銷持續時間相似的類似產品，並計算其歷史流量獲取成本。基於有關歷史流量獲取成本，我們的測試系統會生成估計流量獲取成本，用於我們對有關產品的內部效果測試。倘內部效果測試能於測試期內成功實現期望的效果指標，我們將接納該行業客戶的服務需求。倘內部效果測試未能於測試期內達到客戶估計營銷預算內期望的效果指標（如可收費點閱數）或我們的內部成本要求，於拒絕該行業客戶的服務需求前，我們會於測試期內調整我們的算法和參數以改善測試結果及與潛在客戶重新磋商營銷預算。

產品推薦

對於網絡文學及Html 5遊戲而言，根據我們的算法結果向在我們的平台上註冊並尋求通過我們的Html 5產品獲得變現服務的自媒體發佈者呈列推薦產品清單。具最高變現力及用戶參與潛力的網絡文學及Html 5遊戲會列入清單。例如，尋求通過分發Html 5遊戲將其流量變現的自媒體發佈者可以在我們的Html 5遊戲平台上註冊及提交資料收集表格，當中包括其賬號及其粉絲的詳細資料，如內容特徵、行業領域、媒體形式，以及其粉絲的年齡段、性別、地理區域、預測教育水平、活躍時段及瀏覽興趣。進行內部效果測試後，我們可批准有關自媒體發佈者的註冊要求及為其開設賬號。在我們的平台上就遊戲提交要求後，自媒體發佈者能夠自按用戶參與機會排序的

業 務

推薦Html 5遊戲名單中挑選。自媒體發佈者挑選Html 5遊戲時，其將收到一個自動生成的網址，將我們提供的Html 5遊戲與其在自媒體平台的賬號連接。有關發佈者能夠實時監察Html 5遊戲的表現及通過調整營銷活動的分銷時間表、時段及其他參數來優化變現策略。

客戶及供應商

客戶

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遊戲提供商及小程序開發商。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，付費客戶人數分別為13人、74人、77人及39人。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們的五大客戶分別約佔我們收益的82.9%、73.5%、50.3%及63.3%。同期，我們的最大客戶分別約佔我們收益的23.0%、25.0%、19.6%及22.6%。為提供多元及廣泛的產品組合，營銷服務提供商一般與不同行業的行業客戶合作，當中部分為大型營銷代理。根據弗若斯特沙利文的資料，為確保營銷活動的質量，市場上許多品牌與選定的大型營銷代理維持穩定的關係，這些代理從市場上取得大額營銷預算。我們一般與客戶訂立框架營銷協議。我們與客戶間協議的主要條款概要如下：

- **期限。**一般12個月。
- **定價。**一般按CPC、CPA、CPM或CPS等基準釐定，可與客戶磋商。
- **服務。**我們主要為客戶的線上產品（主要是應用、Html 5產品及線上推廣活動）提供效果類營銷服務。如有需要，我們的客戶以其中意的形式（如鏈接）向我們提供營銷內容及相關營銷產品的合規證明文件。
- **支付。**我們一般按月根據發票向客戶出具發票，發票列出相互協定的資料（包括定價模式、單價、可收費點閱數、動作或銷售（以適用者為準）以及發票總額，供客戶確認。付款通常以人民幣通過銀行轉賬方式結算。

業 務

- 終止。協議一般僅經相互同意後方可終止。

下表載列我們往績記錄期內的五大客戶詳情：

客戶	交易金額 <i>人民幣千元</i>	佔總收益 百分比 %	概約 關係年期 年	背景	標的產品類型	註冊資本 <i>(人民幣百萬元)</i>	地點
<i>截至2020年3月31日止三個月</i>							
客戶集團A	37,830	22.6	一年以上	營銷代理	應用（包括公用事業、遊戲、教育、文化及文學以及財務）以及線上推廣活動	10.0	杭州
客戶L	25,538	15.3	一年以上	營銷代理	應用（包括公用事業、遊戲、文化及文學以及購物）以及線上推廣活動	8.9	杭州
客戶C	21,226	12.7	一年以上	營銷代理（2017年於新三板上市）	遊戲應用	9.1	北京
客戶I	10,750	6.4	五年以上	營銷代理及應用開發商	Html 5遊戲	1.0	深圳
客戶集團E	10,481	6.3	一年以上	營銷代理及電子商務供應鏈服務提供商	3C數碼配件	40.0	北京
總計	<u>105,825</u>	<u>63.3</u>					

業 務

客戶	交易金額	佔總收益 百分比	概約 關係年期	背景	標的產品類型	註冊資本	地點
	人民幣千元	%	年			(人民幣百萬元)	
截至2019年12月31日止年度							
客戶集團A	92,653	19.6	一年以上	營銷代理	應用（包括公用事業、遊戲、教育、文化及文學以及財務）以及線上推廣活動	10.0	杭州
客戶B ⁽¹⁾	52,630	11.1	一年以上	遊戲發行商、開發商及運營商	遊戲應用	10.0	蘇州
客戶C	41,806	8.8	一年以上	營銷代理（2017年於新三板上市）	遊戲應用	9.1	北京
客戶集團D	28,302	6.0	一年以上	營銷代理（一家中國上市公司的全資附屬公司）	視頻應用及公用事業應用	10.0	天津
客戶集團E	23,022	4.9	一年以上	營銷代理及電子商務供應鏈服務供應商	3C數碼配件	40.0	北京
總計	238,413	50.4					

業 務

客戶	交易金額	佔總收益 百分比	概約 關係年期	背景	標的產品類型	註冊資本	地點
	人民幣千元	%	年			(人民幣百萬元)	
截至2018年12月31日止年度							
客戶集團F	65,614	25.0	三年以上	營銷代理(一家中國 上市公司的附屬 公司)	應用(包括公用 事業、視頻、 社交及新聞) 以及線上 推廣活動	20.0	北京
客戶G	36,638	14.0	三年以上	營銷代理	應用(包括公用 事業、視頻、 新聞、社交及 遊戲)以及 線上推廣活動	5.4	北京
客戶集團H	33,588	12.8	三年以上	網絡文學平台的代理	網絡文學	10.0	南京
客戶I	31,875	12.2	五年以上	營銷代理及應用 開發商	Html 5遊戲	1.0	深圳
客戶J	24,917	9.5	一年以上	營銷代理	應用(包括公用 事業、遊戲、 新聞、財務、 文化及 文學以及購物)	5.0	北京
總計	<u>192,632</u>	<u>73.5</u>					

業 務

客戶	交易金額	佔總收益 百分比	概約 關係年期	背景	標的產品類型	註冊資本	地點
	人民幣千元	%	年			(人民幣百萬元)	
截至2017年12月31日止年度							
客戶G	31,044	23.0	三年以上	營銷代理	應用(包括公用事業、財務、視頻、遊戲及購物)以及線上推廣活動	5.4	北京
客戶集團H	26,215	19.4	三年以上	網絡文學平台的代理	網絡文學	10.0	南京
客戶集團F	24,856	18.4	三年以上	營銷代理(一家中國上市公司的附屬公司)	應用(包括遊戲、購物、公用事業、音樂、新聞及財務)以及線上推廣活動	20.0	北京
客戶I	16,682	12.3	五年以上	營銷代理及應用開發商	Html 5遊戲	1.0	深圳
客戶集團K	13,213	9.8	三年以上	營銷代理	應用(包括遊戲、公用事業、文化及文學、視頻、新聞)	10.0	上海
總計	112,010	82.9					

(1) 客戶B及供應商F為同一集團內的公司。

業 務

於往績記錄期，我們向我們視為重要業務夥伴的若干客戶及供應商提供短期財務資助，作為我們與彼等保持良好長期業務關係的措施的一部分。

誠如我們的中國法律顧問告知，根據於1996年8月1日生效的《貸款通則》，貸款人必須經中國人民銀行批准經營貸款業務，持有中國人民銀行頒發的《金融機構法人許可證》或《金融機構營業許可證》。屬非持證金融機構的公司不得發放貸款。中國人民銀行或會對屬非持證金融機構的貸款人處以相當於貸款墊款活動所得收入一倍以上五倍以下罰款。

誠如我們的中國法律顧問告知，我們向借款人發放的貸款並不符合《貸款通則》。然而，根據於2015年9月1日生效的《最高人民法院關於審理民間借貸案件適用法律若干問題的規定》（「《規定》」），法人之間、其他組織之間以及它們相互之間為生產、經營需要訂立的民間借貸合同，除《中華人民共和國合同法》第五十二條或《規定》第十四條所載的情形外，當事人主張民間借貸合同有效的，人民法院應予支持。此外，《規定》訂明借貸雙方約定的利率未超過年利率24%，出借人請求借款人按照約定的利率支付利息的，人民法院應予支持。誠如中國法律顧問確認，(i)訂立此類貸款協議的程序符合本集團在相關時間在公司章程中的相關內部批准要求；及(ii)由於我們向借款人發放的貸款不涉及《中華人民共和國合同法》第五十二條或《規定》第十四條規定的情形，該等貸款協議的條款對雙方均有效且具有法律約束力，並無違反中國的任何法律或行政法規。再者，誠如中國法律顧問告知，由於我們向借款人發放的貸款利率未超過每年24%，人民法院將支持我們要求借款人按照約定利率支付利息的請求。有關貸款已於最後實際可行日期結清。

我們的董事、彼等的聯繫人及據董事所知截至最後實際可行日期擁有我們5%以上股份的任何股東概無於我們往績記錄期內及直至最後實際可行日期的五大客戶中擁有任何權益。

供應商

我們的供應商主要包括自媒體平台的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均聘用自媒體平台的代理來處理流量資源。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。

業 務

	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收益及內部效果測試收益。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，與我們有合作的供應商數量分別為23、36、27及5。CPC或CPA的單價視乎產品種類及自媒體平台而定。CPC或CPA的單價受幾項因素影響，包括：

- (i) 自媒體平台類型。不同自媒體平台的收費不同，因為每個平台均有本身的定價政策，市場地位亦不相同。此外，每個平台均有本身的自媒體發佈者和受眾，並轉化為不同的流量特徵和不同的單價；
- (ii) 產品種類。具有不同特徵的產品吸引不同類型的受眾，因此需要目標受眾不同的各種適合的自媒體平台或自媒體發佈者。中高端汽車品牌是其中一個例子，其目標人群是高淨值人士。針對該等目標受眾的流量特徵明顯，如年齡段、職業和地理區域，因此有關流量的單價較高。視頻應用是另一個例子，其目標受眾是普通公眾。針對此類目標受眾的流量不需要細分，因此相關流量的單價較低；
- (iii) 流量特徵。流量獲取單價因發佈營銷活動的時間段、發佈時間長短以及流量獲取地理位置而異。例如，午餐時段和晚餐時段的流量單價較高；

業 務

- (iv) 營銷預算和總購買金額。營銷預算和總購買金額較高通常帶來流量批量銷售和較低單價；及
- (v) 營銷活動持續時間。營銷活動持續時間的長短通常會影響流量的單價。

我們與供應商訂立協議的主要條款概要如下：

- *年期*。一般一年。若干協議載有續期安排。
- *定價*。我們一般與代理訂立框架協議並按CPC或CPA基準向供應商支付流量獲取成本。在與大型自媒體平台代理訂立的若干協議中，須列明最低採購額及預付款項。我們僅有少數與大型自媒體平台代理訂立的協議載列標準最低採購額規定，根據該等規定，倘我們不達到最低採購額，則供應商有權保留我們的履約保證金（倘有）或向我們收取相等於實際採購金額120%的金額作為賠償金。然而，於往績記錄期，我們已達成所有最低採購額規定。我們因最低採購額及預付款項而能以優惠價格獲取有利廣告投放，獲取流量，提前在有利時間段獲取用戶流量。
- *服務*。代理在自媒體平台向我們提供流量資源。
- *支付及信貸期*。代理通常按相互協定的效果數據就各營銷需求向我們出具發票（按慣例，為每月），而我們則支付相應的流量獲取成本。我們獲授的信貸期一般為購買貨品或服務起計90天。
- *終止*。框架協議訂約方一般可在30個營業日內向另一訂約方發出事先通知終止協議。

於往績記錄期，我們並無收到供應商（包括自媒體平台的代理及自媒體發佈者）的任何回扣。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們的五大供應商⁽¹⁾分別約佔我們總採購額的85.7%、86.5%、92.7%及100.0%。同期，我們的最大供應商分別約佔我們總採購額的31.5%、47.6%、34.0%及54.3%。

附註：

- (1) 截至2020年3月31日止三個月，我們僅向四名供應商採購。

業 務

下表載列我們往績記錄期內的五大供應商詳情：

供應商	交易金額 人民幣千元	佔總收益 百分比 %	概約 關係年期 年	背景	註冊資本 (人民幣 百萬元)	自媒體平台代表	地點
截至2020年3月31日 止三個月							
供應商B	67,879	54.3	四年以上	自媒體平台代理及遊 戲發行商	10.0	微信、其他第三 方平台 ⁽²⁾	深圳
供應商集團C	34,317	27.5	一年以上	自媒體平台代理（一 家前新三板上市公 司的附屬公司）	2.0	微信	北京
供應商集團A	21,001	16.8	兩年以上	自媒體平台代理	10.0	微信、最大短 視頻平台、 其他第三方 平台 ⁽²⁾	湖北
供應商L	1,764	1.4	一年以內	自媒體平台代理（一 家A股上市公司的 附屬公司）	6.0	微信、其他第三 方平台	西安
總計	124,961	100.0					

業 務

下表載列我們往績記錄期內的五大供應商詳情：

供應商	佔總採購金額		概約 關係年期	背景	註冊資本	自媒體平台代表	地點
	交易金額	百分比					
	人民幣千元	%	年		人民幣 百萬元		
截至2019年12月31日							
止年度							
供應商集團A	121,120	34.0	兩年以上	自媒體平台代理	10.0	微信、最大 短視頻平台、 其他第三方 平台 ⁽²⁾	湖北
供應商B	116,320	32.6	四年以上	自媒體平台代理及 遊戲發行商	10.0	其他第三方 平台 ⁽²⁾	深圳
供應商集團C	68,437	19.2	一年以上	自媒體平台代理 (一家前新三板上市 公司的附屬公司)	2.0	微信	北京
供應商D	14,434	4.1	三年以上	自媒體平台代理 (一家中國上市 公司的國有附屬 公司)	100.0	微信、其他 第三方平台 ⁽²⁾	杭州
供應商E	10,188	2.9	兩年以上	遊戲發行商及 應用發佈商	10.0	其他第三方 平台 ⁽²⁾	深圳
總計	330,499	92.8					

業 務

供應商	佔總採購金額		概約 關係年期	背景	註冊資本	自媒體平台代表	地點
	交易金額	百分比					
	人民幣千元	%	年		人民幣 百萬元		
截至2018年12月31日							
止年度							
供應商B	93,307	47.6	四年以上	自媒體平台代理及 遊戲發行商	10.0	微信、視頻自 媒體平台及 其他第三方 平台 ⁽²⁾	深圳
供應商集團A	33,683	17.2	兩年以上	自媒體平台代理	10.0	微信(最大 短視頻平台)、 視頻自媒體 平台及其他 第三方平台 ⁽²⁾	湖北
供應商F ⁽¹⁾	16,981	8.7	一年以上	自媒體平台代理	10.0	微信	天津
供應商G	13,650	7.0	兩年以上	自媒體平台分銷代理	5.8	微信	北京
供應商H	11,707	6.0	兩年以上	自媒體平台代理	10.0	其他第三方 平台 ⁽²⁾	無錫
總計	169,328	86.5					

業 務

供應商	佔總採購金額		概約 關係年期	背景	註冊資本	自媒體平台代表	地點
	交易金額	百分比					
	人民幣千元	%	年		人民幣 百萬元		
截至2017年12月31日							
止年度							
供應商B	28,270	31.5	四年以上	自媒體平台代理及 遊戲發行商	10.0	微信、其他 第三方平台 ⁽¹⁾	深圳
供應商I	15,080	16.8	三年以上	遊戲發行商	10.0	-	北京
供應商J	12,160	13.5	兩年以上	線上營銷服務提供商	10.0	微信、其他 第三方平台 ⁽²⁾	北京
供應商K	12,067	13.4	三年以上	自媒體平台代理	1.0	微信、其他 第三方平台 ⁽²⁾	北京
供應商D	9,475	10.5	兩年以上	自媒體平台代理	100.0	-	杭州
總計	77,052	85.7					

(1) 客戶B及供應商F為同一集團內的公司。

(2) 其他第三方平台主要包括除了微信以外的文本類自媒體平台。

我們的董事、彼等的聯繫人及據董事所知截至最後實際可行日期擁有我們5%以上股份的任何股東概無於我們往績記錄期內及截至最後實際可行日期的五大供應商中擁有任何權益。

根據國家工商總局公開資料及北京樂享在新三板網站提交的資料，於往績記錄期開始前，即2011年12月至2016年2月，朱先生的妻子王瑾女士為供應商B的法人代表及執行董事。

供應商B的創始人於建立供應商B及王女士加入供應商B時有意以投資方式與朱先生合作。雖然朱先生有意於供應商B初期仍為初創公司時對其投資，但彼於籌備北京樂享股份先前在新三板上市期間決定不進行投資，因此，王女士於2016年2月辭任上述職位。王女士自2016年2月起與供應商B概無任何其他關係，而於王女士不再擔任供應商B法人代表及執行董事後，供應商B成為獨立第三方。於往績記錄期，我們與Lesou Technology交易的主要條款與其他獨立供應商者類似。

業 務

客戶與供應商重疊

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。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們自客戶B產生的收益分別為零、零、人民幣52.6百萬元及零，分別佔我們總收益零、零、11.1%及零。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年3月31日止三個月，我們向供應商F支付的成本分別為零、人民幣17.0百萬元、零及零，分別佔我們總銷售成本的零、8.7%、零及零。除本節所披露者外，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度，我們並無任何五大供應商於同期亦為佔我們收益1%或以上的客戶。反之，除本節所披露者外，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度，我們並無任何五大客戶於同期亦為佔我們採購額1%或以上的供應商。

董事確認，我們對客戶B的所有銷售及向供應商F的採購均於日常業務過程中根據正常商業條款及按公平基準進行。我們對客戶B的銷售及向供應商F的採購條款按個別基準磋商及銷售及採購並非相互關連或互為條件。

向客戶及供應商貸款以及向供應商作出的預付款項

於往績記錄期，我們不時向我們的客戶、供應商及彼等各自的聯繫人提供短期貸款以維持與客戶及供應商之間的良好業務關係。以下為我們於往績記錄期向我們的客戶及供應商提供的貸款概要。

借款人	貸款期限	借款日期	結付日期	本金金額	客戶／供應商截至12月31日			客戶／供應商
					止年度的收益／成本貢獻			截至3月31日
					2017年	2018年	2019年	止三個月的 收益／成本貢獻
					2020年			
客戶								
一名客戶的 聯繫人	約六個月	2018年1月	2018年6月	人民幣3.5百萬元	少於5%	少於1%	-	-

業 務

借 款 人	貸 款 期 限	借 款 日 期	結 付 日 期	本 金 金 額	客 戶 / 供 應 商 截 至 12 月 31 日			客 戶 / 供 應 商
					止 年 度 的 收 益 / 成 本 貢 獻			截 至 3 月 31 日
					2017 年	2018 年	2019 年	止 三 個 月 的
					收 益 / 成 本 貢 獻	2020 年		
客 戶 G	三 個 月	2018 年 2 月	2018 年 5 月	人 民 幣 2.0 百 萬 元				
客 戶 G 的 一 家 附 屬 公 司	少 於 一 個 月	2018 年 11 月	2018 年 12 月	人 民 幣 4.0 百 萬 元	23.0%	14.0%	1.4%	-
供 應 商								16.8%
供 應 商 集 團 A 的 控 股 公 司	約 一 個 月	2018 年 12 月	2019 年 1 月	人 民 幣 20.0 百 萬 元	-	17.2%	34.0%	
供 應 商 集 團 A 的 控 股 公 司	少 於 兩 個 月	2019 年 12 月	2020 年 1 月	人 民 幣 29.9 百 萬 元				

根據我們的內部政策，我們的管理層負責對潛在借款人的信譽進行信用評估，包括其信用資料、財務狀況、業務營運、訴訟記錄、外部擔保及抵押情況。建議貸款總價值超過人民幣100.0百萬元的，須待董事會及股東審核及批准；建議貸款總價值超過人民幣50.0百萬元的，須待董事會審核及批准；建議貸款總價值較低的，須待我們管理層審核及批准。

此外，於往績記錄期，我們向我們的若干大供應商購買流量而支付預付款項，以便提前以優惠的價格獲得若干有利時段。截至2017年、2018年及2019年12月31日以及截至2020年3月31日，供應商B分別應佔我們用於購買流量的預付款項結餘的人民幣26.1百萬元、人民幣39.0百萬元、人民幣105.8百萬元及人民幣81.7百萬元。截至2018年及2019年12月31日以及截至2020年3月31日止三個月，供應商集團A分別應佔我們用於購買流量的預付款項結餘的人民幣9.3百萬元、人民幣64.7百萬元及人民幣118.4百萬元。請參閱「財務資料－若干主要綜合資產負債表項目的討論－預付款項」。

競 爭

我們經營所在效果類自媒體營銷行業高度分散且競爭激烈。我們直接與其他效果類營銷服務供應商競爭。我們認為我們在自媒體資源、數據及算法資源、內容資源及資本資源等方面與競爭對手有所區分。我們預計效果類自媒體營銷行業的競爭將會加劇。請參閱「風險因素－與業務及行業有關的風險－我們面臨激烈競爭」。有關我們行業內競爭的詳情，請參閱「行業概覽」。

業 務

研發

我們研發及技術人員主要負責我們的產品開發、算法開發及專有平台開發。截至最後實際可行日期，這些人員中有38.7%持有計算機科學相關的大專以上學歷。於往績記錄期，我們的研發工作主要專注於(i)開發以商業智能推動的技術平台；(ii)開發及改善我們的產品推薦引擎；及(iii)開發及提升我們的數據收集及數據分析能力。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年3月31日止三個月，我們產生研發開支人民幣2.9百萬元、人民幣3.9百萬元、人民幣6.8百萬元及人民幣1.8百萬元。於往績記錄期，我們並無將任何研發開支資本化。我們於往績記錄期招聘資深技術開發工程人員及Python數據工程人員，以加強研發能力。於2017年及2018年，我們的研發工作主要專注於(i)收集數據以建立供自媒體發佈者及線上產品使用的標籤庫，及(ii)建立及持續優化分銷策略及產品推薦算法，此為我們於往績記錄期的業務發展（特別是線上產品）打下基礎。此外，自2018年起，我們開始專注於開發及優化短視頻應用技術及算法以及開發美接平台，以促進短視頻自媒體變現服務的發展。

銷售及營銷

我們並無設立專職銷售及營銷的獨立團隊。我們的銷售及營銷活動由兩名高級管理層成員朱先生和成林先生領導。我們的銷售及營銷工作專注於通過參加行業會議及公關活動提升品牌及效果類營銷服務的知名度以及提高社交媒體曝光度。

知識產權

我們已獲得與業務營運有關的關鍵知識產權和專有權。於最後實際可行日期，我們在中國擁有七個註冊商標和69個軟件版權，在香港擁有在知識產權署商標註冊處的兩個註冊商標，並已申請註冊五個商標。在中國，我們還有四個註冊域名，包括 www.adjoy.com.cn。截至最後實際可行日期，我們未將我們的任何知識產權許可給任何第三方。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何有關任何知識產權的重大糾紛或待決法律訴訟，亦無接獲任何侵犯知識產權的索償通知。

業 務

有關我們知識產權的進一步詳情，請參閱「附錄四 – 法定及一般資料 – B.有關我們業務的進一步資料 – 2.知識產權」。

牌照及許可證

我們的中國法律顧問向我們表示，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已從相關政府機關取得對我們於中國的業務經營而言屬重要的一切所需牌照、批文、許可證、登記及備案，且相關牌照、批文、許可證、登記及備案仍全面有效。我們不時更新所有相關牌照、批文、許可證、登記及備案，以遵守相關法律法規。

牌照／許可證／證書	持有人	發證機關	首次授予日期	屆滿日期
網絡文化經營許可證	北京樂享	北京文化和旅遊局	2017年12月28日	2020年12月27日
電信與信息服務業務 經營許可證	北京樂享	北京通信管理局	2011年11月3日	2021年12月13日
網絡文化經營許可證	北京伍遊	北京文化和旅遊局	2015年6月24日	2021年5月20日
增值電信業務經營許可證	北京伍遊	北京通信管理局	2016年3月2日	2021年3月2日
網絡文化經營許可證	霍爾果斯伍遊	新疆文化和旅遊廳	2019年5月27日	2022年5月26日
增值電信業務經營許可證	霍爾果斯伍遊	新疆通信管理局	2019年9月11日	2024年9月11日

業 務

牌照／許可證／證書	持有人	發證機關	首次授予日期	屆滿日期
網絡文化經營許可證	霍爾果斯耀西	新疆文化和旅遊廳	2019年5月27日	2022年5月26日
增值電信業務經營許可證	霍爾果斯耀西	新疆通信管理局	2019年9月11日	2024年9月11日
網絡文化經營許可證	智普數聯	新疆文化和旅遊廳	2020年6月22日	2023年6月21日

僱員

截至最後實際可行日期，我們擁有71名全職員工，所有員工均位於中國。下表載列截至最後實際可行日期按職能劃分的員工人數：

	員工人數	佔總數百分比
研發及技術	31	43.66%
運營	21	29.58%
行政	14	19.72%
管理	5	7.04%
總計	71	100.0%

我們通過專業獵頭公司及招聘網站招聘人員。我們設有有效的僱員激勵計劃，將僱員薪酬與彼等的整體表現掛鉤，並設有以業績為基礎的薪酬獎勵制度。僱員在晉升時不僅僅依據職位及資歷。

於往績記錄期，我們未發生任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大勞資糾紛或罷工。根據適用中國法規，我們已為員工繳納社保（包括退休金計劃、醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險）及住房公積金。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無為所有員工全額繳納社會保險及住房公積金。我們將致力根據適用法律法規為員工繳納社會保險及住房公積金。請參閱「風險

業 務

因素－與業務及行業有關的風險－我們可能須支付額外社會保險金及住房公積金供款以及繳納相關監管機關徵收的滯納金或罰款」。

物業

我們的總部位於北京。截至最後實際可行日期，我們並無任何自有物業，且我們向獨立第三方租賃12項物業，總建築面積約1,547.6平方米。租賃物業主要用作我們的辦公室場所，租賃協議的屆滿日期介於2020年7月至2023年12月之間。截至最後實際可行日期，我們並未向相關監管機關妥為登記所有租賃協議。於往績記錄期，我們並無涉及任何租賃物業產生的糾紛。

截至最後實際可行日期，一項總建築面積93.6平方米的租賃物業的出租人並無向我們提供有效所有權證或相關授權文件證明其有權向我們分租物業。因此，該等租賃可能無效，且存在我們可能無法繼續使用有關物業的風險。我們認為，倘相關合法所有權持有人或其他第三方質疑我們使用有關租賃物業的權利且我們須搬離，我們可於同一地區尋找合適替代物業，而不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。請參閱「風險因素－與業務及行業有關的風險－我們於若干租賃物業的法律權利可能受到質疑，且我們並無登記租賃協議」。

根據適用中國法律法規，物業租賃合同須在中國住房和城鄉建設部地方分支機構進行登記。截至最後實際可行日期，我們並無登記任何租賃物業。我們的中國法律顧問向我們表示，根據中國法律，我們並無登記租賃合同不會影響租賃協議的效力，同時亦向我們表示，每項並未登記的租約可能最高被處以人民幣10,000元的罰款。估計最高罰款總額為人民幣120,000元。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無受任何機關責令登記任何未登記租賃協議。

根據上市規則第五章及公司條例（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）條例附表三第342(1)(b)條須就本集團於土地及樓宇的所有權益編製估值報告的規定，原因為截至2019年12月31日我們並無單一物業的賬面值佔資產總值15%或以上。

業 務

保險

我們根據中國法律法規的規定及我們對我們的經營需要作出的評估及行業慣例投購保單。按照中國行業慣例，我們選擇不投購若干種類的保險，如業務中斷險或要員保險。請參閱「風險因素－與業務及行業有關的風險－未能挽留主要管理層團隊或吸引額外人才可能會對我們的業務造成重大不利影響」。董事認為，我們現有的保險覆蓋範圍對我們當前的營運而言屬充足並符合中國的行業慣例。

職業、健康及安全及環境事宜

我們的業務遵守適用中國法律法規，除此之外，並無涉及重大職業、健康及工作安全及環境事宜。我們的中國法律顧問已向我們表示，於往績記錄期，我們並無出現任何重大職業、健康及安全及環境事故，且於所有重大方面遵守相關法律法規。

法律訴訟及合規

我們於正常業務過程中可能不時涉及法律訴訟。於往績記錄期，我們及我們的董事概無涉及任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何針對我們或我們的董事而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的未決或構成威脅的訴訟、仲裁或行政程序。

根據中國法律顧問的意見，於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守相關中國法律法規。

風險管理及內部控制

我們的經營涉及多種風險，請參閱「風險因素－與業務及行業有關的風險」。我們已制定我們認為對業務經營屬適當的風險管理系統及相關政策及程序。有關政策及程序旨在管理及監察業務表現。

業 務

[編纂]後，為監察持續實施風險管理政策及企業管治措施，我們已採取或將繼續採取（其中包括）以下風險管理措施：

- 設立審核委員會以審閱及監督財務報告程序及內部控制系統。審核委員會由三名成員組成：唐偉先生（委員會主席）、徐翀先生及郭思嘉先生。有關該等成員的資質及經驗，請參閱「董事及高級管理層」；
- 採用多項政策以確保遵守上市規則，包括但不限於有關風險管理、關連交易及信息披露的政策；
- 向高級管理層及僱員定期提供反貪污及反賄賂合規培訓，以加強彼等對適用法律法規的了解及遵守意識；及
- 安排董事及高級管理層參加有關上市規則規定及香港上市公司董事責任的培訓研討會。

我們已委任一名內部控制顧問對我們各主要業務流程方面內部控制措施的有效性進行檢討、識別有待改進的不足之處、建議整改措施及檢討有關措施的實行情況。我們已採取相應內部控制措施，以解決所識別的若干內部控制問題。我們已實施內部控制顧問提出的建議，而內部控制顧問已就我們於2019年5月採取的補救措施完成內部控制系統有關的跟進程序，並無發現我們的內部控制系統存在任何重大不足。