

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，因此並無載列所有可能對閣下而言屬重要的資料。閣下在決定投資[編纂]前，務請閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

概覽

我們是中國領先的大數據短視頻營銷解決方案供應商及集中於泛娛樂的線上內容服務供應商。根據艾瑞諮詢，於二零一九年，按(i)短視頻廣告的用戶流量消耗量¹及(ii)投放於短視頻平台的效果廣告的用戶流量消耗量²計算，我們為中國第三大營銷解決方案供應商，市場份額分別為3.6%及6.3%。根據同一份資料，按二零一九年中國平均每DAU計算，我們亦在所有泛娛樂信息網站中排名第一。此外，我們為觀眾及廣告主製作優質及具有吸引力的內容，例如短視頻、影視名星採訪節目及娛樂新聞節目。我們主要透過抖音、抖音火山版、西瓜視頻及快手等中國頂級網路平台提供線上營銷解決方案。

我們主要通過(i)向廣告主及廣告代理商提供線上營銷解決方案(包括獲取用戶流量、廣告素材製作及廣告效果優化)；及(ii)我們的**花邊**平台向廣告聯盟及廣告主提供的廣告位產生收入。我們就主要由結合oCPM(優化後每千次展示成本)、oCPC(優化後每次點擊成本)及CPC計量的線上營銷解決方案向廣告客戶收取費用，而我們向媒體供應商獲取用戶流量以於線上投放廣告，並主要根據相同機制支付流量獲取成本。媒體合作夥伴主要根據我們的總支出，不時向我們提供返點。我們也會不時給予廣告客戶返點，以激勵他們繼續使用我們的解決方案。請參閱「業務 — 我們的線上營銷解決方案業務一定價模式」。此外，於往績記錄期，就我們在**花邊**網站(www.huabian.com)及其移動端(「統稱**花邊**平台」)提供的廣告位而言，我們主按CPM向廣告聯盟收費及按CPT或CPA向廣告主收費。

受益於短視頻的興起，我們自二零一七年以來經歷了快速增長。於往績記錄期，我們的收入由二零一七年的人民幣235.4百萬元大幅增至二零一九年的人民幣2,313.0百萬元，複合年增長率為213.5%，而我們的年內溢利由二零一七年的人民幣33.0百萬元增至二零一九年的人民幣72.9百萬元，複合年增長率為48.6%。鑒於持續減少移動網絡流量每GB成本及網絡基建的技術發展，共同導致短視頻觀眾快速擴展，我們已策略性地將重心轉移至線上營銷解決方案(尤其是短視頻營銷)，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，我們的收入分別佔總收入約70.4%、94.5%及98.7%。我們認為，5G的商業化及普及將加速數據傳輸，進一步降低每GB移動互聯網流量成本，推進AR、VR等短視頻的技術發展，從而改善短視頻用戶體驗，豐富短視頻呈現形式，提升短視頻的吸引力。根據艾瑞諮詢，短視頻內容市場的規模預期將由二零二零年的人民幣2,115億元進一步增加至二零二四年的人民幣7,095億元，複合年增長率為35.3%。我們相信，我們已經並將繼續受益於整體短視頻內容市場的快速增長，實現持續盈利增長。

我們的線上營銷解決方案於二零一三年推出，協助我們的廣告客戶從頂尖網路平台獲取高質量的流量、製作具有吸引力且引人注目的廣告素材以吸引目標消費者，並利用我們的大數據分析及AI功能自動、智能及實時優化活動效果，從而改善我們廣告主的營銷效率。

我們的自營技術驅動內容平台**花邊**平台於二零一二年推出，集合了來自專業媒體、人才機構及自媒體帳戶的泛娛樂文章及照片，並向訪客提供實時定制及受歡迎的供稿。

¹ 此排名乃基於中國所有網路平台及內容分發渠道的短視頻廣告的用戶流量消耗量。

² 此排名乃僅基於投放在短視頻平台的效果廣告用戶流量消耗量，不包括其他網路平台或其他內容分發渠道。

概 要

我們亦已推出兩個短視頻KOL節目，進行電視及電影明星採訪及娛樂新聞，以擴大我們的泛娛樂覆蓋範圍。

我們的內容製作能力為我們從競爭對手中脫穎而出的核心競爭力之一。我們的內部內容製作團隊(主要包括編劇、導演及製作團隊)能夠製作定制、具吸引力及矚目的廣告創作，每月可製作約2,400段短視頻。憑藉我們強大的內容製作能力，我們已建立跨媒體多頻道全面服務的內平台，涵蓋內容製作、交換及分發，將廣告主與互聯網用戶、內容供應商及內容分發渠道直接連接，以(i)為廣告主製作原創內容，尤其是短視頻；(ii)促進廣告主與內容供應商之間的內容交換；及(iii)向互聯網用戶分發內容。

我們與多家頂尖的網路平台保持良好的關係，包括中國六大短視頻平台，例如抖音、快手、西瓜視頻、抖音火山版及騰訊微視，以及其他領先的內容分發平台，包括小紅書及趣頭條。特別是，我們與巨量引擎的主要內容分發平臺擁有穩定合作關係，包括抖音、西瓜視頻、抖音火山版及頭條。我們為巨量引擎的早期合作夥伴並於二零一六年開始自其內容分發平臺獲取用戶流量。我們亦為於二零一六年九月推出抖音後透過其提供短視頻營銷服務的早期線上營銷解決方案供應商之一。

我們為快速增長及多元化的廣告主群提供服務，該等廣告主群體經營廣泛的垂直行業，包括網絡遊戲、金融服務、電子商務、網絡服務、廣告及文化和媒體。我們的廣告主(為我們線上營銷解決方案業務及泛娛樂內容服務業務的直接客戶)由二零一七年的558名增至二零一九年的669名，複合年增長率為9.5%，而每家直接廣告主平均開支由二零一七年的人民幣0.5百萬元增至二零一九年的人民幣3.4百萬元，複合年增長率為160.8%。

作為一家以技術驅動的公司，我們已開發專有的DMP，以通過大數據分析及AI科技支持內部廣告活動管理系統以及內容管理及分發系統。我們的專有DMP實時從網路平台收集及儲存各種原始數據，包括廣告效果數據及行為數據，以生成準確的用戶資料，並持續監控及分析該等數據，以優化活動效果，從而以更有效及高效的方式獲取、轉換及挽留消費者。

我們的業務模式

於往績記錄期，我們主要通過(i)向廣告主及廣告代理提供我們的線上營銷解決方案；及(ii)在我們的自營花邊平台上為廣告聯盟及廣告主提供廣告版面產生收入。

線上營銷解決方案業務

憑藉我們的自有DMP，我們通過規劃、推出及管理廣告宣傳活動直接或通過廣告代理向廣告主提供一站式線上營銷解決方案，包括獲取用戶流量、製作廣告素材及優化活動效果，以助廣告主獲取、轉化及挽留消費者，並以有效及有效率的方式達到彼等的營銷目標。我們主要透過頂級網路平台以原生信息流廣告的形式投放短視頻或文本及圖像素材。我們擁有內部內容製作團隊，可製作定製化、具吸引力及引人注目的廣告素材。

泛娛樂內容服務業務

我們透過我們的**花邊網站**(www.huabian.com)及其移動端(統稱「**花邊平台**」)運營一個技術驅動型泛娛樂內容平台。**花邊平台**匯總來自專業媒體、藝人經紀公司及自媒體帳號的泛娛樂文章及圖片，並向訪問者即時呈現定制化的信息流。於二零一九年，我們亦推出兩個KOL節目，進行電視及電影明星採訪及娛樂新聞，以擴大我們的泛娛樂覆蓋範圍。我們主要通過在**花邊平台**上向廣告聯盟及廣告主提供廣告版面產生收入。我們與內容分發合作夥伴合作，以推廣我們的內容並為我們的**花邊平台**帶來流量，並主要根據CPC向彼等支付流量獲取費用。

概 要

我們的內容製作能力

我們的內容製作能力為我們的核心競爭力之一，可令我們在我們營運所在行業中脫穎而出。我們擁有內部內容製作團隊，可為我們的線上營銷解決方案業務及泛娛樂內容服務業務製作定製化、具吸引力及引人注目的廣告素材。截至二零一九年十二月三十一日，我們的內部內容製作團隊由71名全職僱員組成，包括編劇、導演、剪輯師及後期製作團隊，每月可製作約2,400個短視頻。

除原創廣告素材外，我們的內部內容製作團隊亦製作其他原創短視頻內容。例如，我們已製作一套以影視明星訪談為主的短視頻KOL節目偶像請回答，並在愛奇藝等約40個網路平台發佈相關視頻。截至最後實際可行日期，偶像請回答的微博公眾號的關注者超過900,000人。作為我們泛娛樂覆蓋率的一部分，我們亦擁有另一個KOL品牌嬉游大娛記，該品牌以最新及突破性的明星娛樂新聞為藍本，在約27家網路平台(如騰訊視頻及芒果TV)發行。根據領先的中國視頻數據收集及分析平台卡思數據，截至最後實際可行日期，偶像請回答及嬉游大娛記在中國所有專業生產內容中排名前50名。該兩個KOL節目累計展示次數超過500百萬次。

主要經營數據

下表載列於下表所示年度我們廣告服務的節選表現指標：

	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
線上營銷解決方案業務			
展示次數(短視頻)(百萬次) ⁽¹⁾	7,522.9	79,880.2	179,743.3
點閱量(短視頻)(百萬次) ⁽²⁾	145.1	1,312.6	4,493.6
點閱率(短視頻)(%) ⁽³⁾	1.9	1.6	2.5
泛娛樂內容服務業務			
PV(百萬人) ⁽⁴⁾	2,624.3	2,341.3	1,182.1
平均DPV(千人) ⁽⁴⁾	7,190.0	6,414.6	3,238.7
平均DAU(千人) ⁽⁵⁾	3,807.6	4,672.3	1,755.1
平均MAU(千人) ⁽⁶⁾	115,815.3	142,117.1	53,385.3

附註：

- (1) 展示次數為我們廣告於所示年度的總頁面訪問次數。
- (2) 點閱量為我們所投放的廣告於所示年度的總點閱量。
- (3) 點閱量按總點閱量除以總展示次數計算。
- (4) 瀏覽量指特定時期內訪問我們的**花邊**平台的總次數。特定年度的平均日瀏覽量指該年度內每日的瀏覽量的平均值。
- (5) 平均DAU指特定日期訪問我們的**花邊**平台的唯一獨立設備數。來自同一設備的多次訪問僅計為一位DAU。特定年度的平均DAU指該年度內每日的DAU的平均值。
- (6) 平均MAU指特定月份訪問我們的**花邊**平台的唯一獨立設備數。來自同一設備的多次訪問僅計為一位MAU。特定年度的平均MAU指該年度內每月的MAU的平均值。

我們的客戶及供應商

我們的客戶

於往績記錄期，我們的客戶主要包括(i)廣告主及廣告代理(就線上營銷解決方案而言)；及(ii)第三方廣告聯盟及廣告主(就我們**花邊**平台的廣告位而言)。於往績記錄期，我們與五大客戶維持一至六年的業務關係。我們一般授予客戶30至90日的信貸期，並以電匯方式與客戶結算。

概 要

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，來自我們五大客戶的收入分別約佔我們總收入的37.2%、40.1%及43.3%，來自我們最大客戶的收入分別約佔我們同年總收入的15.8%、18.6%及28.4%。我們的五大客戶包括廣告聯盟、金融服務公司及線上遊戲開發商。除上海不維外，所有客戶於往績記錄期的五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期，概無董事、其各自的聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於任何客戶中擁有任何權益。更多詳情請參閱「業務—主要客戶及供應商—主要客戶」。

我們的供應商

於往績記錄期，我們的供應商主要包括(i)媒體合作夥伴(包括網路平台(即內容分發平台的擁有人)及代表網路平台聘請我們的媒體代理)(就流量獲取而言)；及(ii)根據收入分成安排為我們的花邊平台帶來流量的第三方內容分發合作夥伴。於往績記錄期，我們與五大供應商維持一至五年的業務關係。我們的供應商一般通過電匯與我們結算，並授予我們90日以內的信貸期。若干供應商亦要求預付款項以獲取流量。

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，來自我們五大供應商的銷售成本合共分別佔我們總銷售成本的約63.5%、92.6%及96.1%，而來自我們最大供應商的銷售成本分別佔我們同年總銷售成本的約31.9%、84.3%及85.7%。於往績記錄期，我們的五大供應商包括網路平台及媒體代理商。於往績記錄期，我們的五大供應商均為獨立第三方。就董事所知，於往績記錄期，概無董事、彼等各自聯繫人或持有我們已發行股本超過5%的任何股東於五大供應商擁有任何權益。更多詳情請參閱「業務—主要客戶及供應商—主要供應商」。

定價模式

就我們的線上營銷解決方案而言，我們主要基於oCPM(優化每千次展示成本)或oCPC(優化每次點擊成本)或CPC，向代表其各自廣告主的廣告主或廣告代理收取費用。我們亦基於多種其他定價模式向廣告客戶收取費用，包括CPC、CPT及CPM(視乎相關廣告合約所指定的模式)有關我們定價模式的詳情，請參閱業務—我們的線上營銷觀眾方案業務—定價模式。

我們不時以流量形式向某些廣告客戶提供返點，以激勵及鼓勵彼等使用我們的解決方案。該等返點通常基於其解決方案的總支出計算，並記錄為收入扣除。我們主要按結合oCPM、oCPC及CPC向媒體合作夥伴付費以獲取流量。媒體合作夥伴(i)就獲取未來流量的預付款項的方式；(ii)抵銷我們尚欠彼等的貿易應付款項；或(iii)以現金向我們提供返點，我們將其記錄為經營成本或現金減少，主要根據我們的流量獲取費用總支出計算。我們將有關返點記錄為按總額基準計算的銷售成本或按淨額基準計算的收入減少。

就泛娛樂內容服務而言，我們主要基於CPM向廣告聯盟收費，而我們擁有及提供的花邊平台的廣告版面則主要基於CPT或CPA向廣告主收費。

有關進一步詳情，請參閱「業務—我們的線上營銷解決方案業務—定價模式」及「財務資料—重大會計政策及估計—收入確認」。

我們的競爭優勢

我們認為我們擁有以下競爭優勢：

- 中國線上營銷行業領先的短視頻營銷解決方案供應商
- 巨量引擎的線上營銷解決方案主要合作夥伴之一
- 涵蓋內容製作、交換及分發的跨媒體多頻道全方位服務內容平台
- 強大的大數據分析及AI能力
- 多元化的網路平台群及快速增長的廣告主群

概 要

- 富有遠見及經驗豐富的高級管理團隊

我們的策略

我們計劃實施以下策略：

- 加強及加深我們與頂級網路平台的合作，並使我們的媒體合作夥伴群多元化
- 擴大我們的廣告客戶群並探索特定行業的機會
- 繼續釋放我們提供全方位服務的內製內容、交換及分發平台的變現潛力
- 增強我們的大數據分析及AI能力
- 選擇性尋求戰略合作、投資及收購機會

風險因素

我們的業務面臨的風險包括「風險因素」一節所載者。由於在釐定一項風險重大與否時不同投資者可能有不同的解讀及標準，閣下在決定投資於我們的[編纂]前，應仔細閱讀本文件「風險因素」一節全文。我們面臨的若干主要風險包括：

- 於往績記錄期，我們倚賴TD集團為我們的廣告主獲取用戶流量。倘我們未能維持與TD集團的業務關係或倘TD集團失去其市場領先地位或受歡迎程度，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。
- 若我們無法挽留現有廣告客戶及媒體合作夥伴、深化或擴展與廣告客戶及媒體合作夥伴的關係或吸引新的廣告客戶及媒體合作夥伴，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。
- 倘我們未能為花邊平台獲取新訪客或挽留現有訪客，或倘我們平台的訪客參與度下降，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。
- 政府加強對內容平台的規管可能使我們受到處罰及其他行政行動。
- 倘線上營銷行業無法持續發展及增長，或者線上營銷行業的發展或增長速度較預期慢，我們的盈利能力及前景可能受到重大不利影響。
- 我們現時可得或可能獲得的優惠稅收待遇或政府補助於日後發生任何中斷或變動或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。
- 我們可能於收取貿易應收款項時面臨若干風險，倘未能收取，則可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。
- 於往績記錄期，我們自經營活動錄得負現金流量，並可能面臨流動資金風險，從而可能限制我們營運的靈活性，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，王先生、徐先生及覃先生通過彼等各自的全資控股公司(即Derun Investments、Quantum Computing及CareFree Planning)及彼等各自家族信託的信託控股特殊目的公司(即王氏特殊目的實體、徐氏特殊目的實體及覃氏特殊目的實體)以一致行動訂約方的身份，共同有權行使附帶於本公司已發行股本總額約40.25%的投票權，並被視為我們的控股股東。

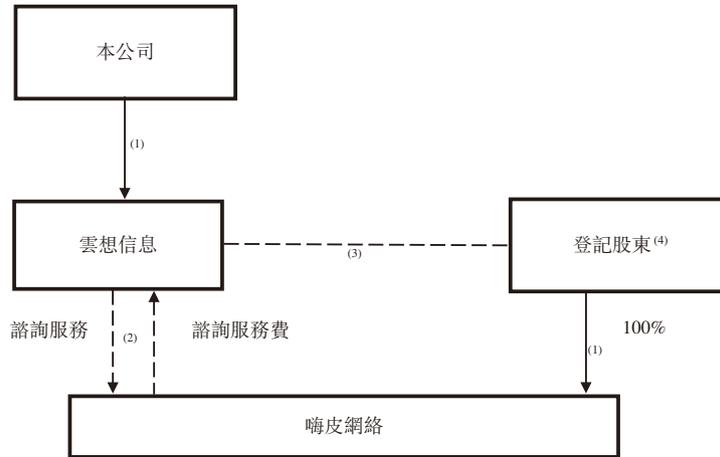
緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使且不計及根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權獲行使時可能發行的股份)，我們的控股股東將合共有權行使本公

概 要

司擴大後已發行股本總數約[編纂]%所附帶的投票權，並於[編纂]後繼續為我們的控股股東。有關進一步詳情，請參閱「與我們的控股股東的關係—控股股東」。

合約安排

由於我們合併聯屬實體的營運受中國法律及法規對外資所有權的若干限制或禁令所規限，故本公司無法直接通過股本所有權持有我們的合併聯屬實體。於二零二零年三月二十日，我們通過雲想信息與登記股東及合併聯屬實體訂立合約安排，據此，雲想信息已取得嗨皮網絡的財務及營運政策的有效控制權，並已有權享有自其業務衍生的所有經濟利益。以下簡化圖表列示合約安排所制定的經濟利益由合併聯屬實體流向本集團的過程：



附註：

- (1) 「→」指股權中的直接法定及實益擁有權。
- (2) 「—→」指透過合約安排的合約關係
- (3) 「- -」指雲想信息透過(i)行使嗨皮網絡所有股東權利的授權書；(ii)收購嗨皮網絡全部或部分股權的獨家選擇權；及(iii)嗨皮網絡股權的股權質押對登記股東及綜合聯屬實體的控制權。
- (4) 截至最後實際可行日期，嗨皮網絡由登記股東持有100%，其詳情載於「合約安排」。

[編纂]投資

為完成重組，古先生於二零一九年作為[編纂]投資者被介紹予本集團。截至最後實際可行日期，古先生持有本公司全部已發行股本的約0.05%。於[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使且不計及根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權獲行使時可能發行的股份)，古先生將持有本公司經擴大已發行股本的約[編纂]%。有關進一步詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]投資」。

歷史財務資料的概要

下表載列往績記錄期合併財務資料的財務數據概要(摘錄自本文件附錄一會計師報告)。閣下於閱讀本概要時，應與本文件附錄一會計師報告所載的合併財務資料(包括隨附附註)及「財務資料」所載資料一併閱讀。

概 要

合併損益表的概要

	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)	
收入	235,425	1,186,172	2,313,036
銷售成本	(185,720)	(1,077,913)	(2,153,747)
毛利	49,705	108,259	159,289
其他收入及收入	359	1,123	15,600
銷售及分銷開支	(1,301)	(5,910)	(7,793)
行政開支	(5,658)	(13,525)	(41,561)
金融資產減值虧損，淨額	(1,899)	(3,316)	(29,630)
研發開支	(5,522)	(6,936)	(9,923)
其他開支	-	(2,070)	(750)
融資成本	(341)	(2,712)	(6,524)
分佔聯營公司溢利及虧損	42	(304)	381
除稅前溢利	35,385	74,609	79,089
所得稅開支	(2,387)	(5,126)	(6,155)
年內溢利	32,998	69,483	72,934

收入

按業務分部劃分的收入

下表載列所示年度我們按業務分部劃分的收入明細：

	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	
	佔總額的 (人民幣千元)	百分比	佔總額的 (人民幣千元)	百分比	佔總額的 (人民幣千元)	百分比
線上營銷解決方案業務						
總額法	158,548	67.3	1,093,601	92.2	2,243,548	97.0
淨額法	7,291	3.1	27,826	2.3	38,756	1.7
小計	165,839	70.4	1,121,427	94.5	2,282,304	98.7
泛娛樂內容服務業務 ..	69,586	29.6	64,745	5.5	30,732	1.3
總計	235,425	100.0	1,186,172	100.0	2,313,036	100.0

就線上營銷解決方案業務的收入而言，我們採用總額基準及淨額基準確認收入。詳情請參閱本文件「財務資料 — 重大會計政策及估計 — 收入確認」及「附錄一 — 會計師報告」附註2及3。

我們的收入由截至二零一七年十二月三十一日止年度的人民幣235.4百萬元增加至截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣1,186.2百萬元，主要由於我們策略性地將業務重心轉移至線上營銷解決方案，尤其是短視頻營銷，其於二零一八年快速增長，與短視頻需求增加及短視頻營銷市場快速增長一致。我們的收入由截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣1,186.2百萬元增加至截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣2,313.0百萬元，主要由於我們的線上營銷解決方案業務快速增長。

概 要

毛利及毛利率

下表載列所示年度我們按業務分部劃分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	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%
線上營銷解決方案業務						
總額法.....	7,111	4.5	52,330	4.8	113,806	5.1
淨額法 ⁽¹⁾	7,291	100.0	27,826	100.0	38,756	100.0
小計.....	14,402	8.7	80,156	7.1	152,562	6.7
泛娛樂內容服務業務..	35,303	50.7	28,103	43.4	6,727	21.9
總計.....	49,705	21.1	108,259	9.1	159,289	6.9

附註：

- (1) 當我們僅向廣告客戶提供流量獲取服務時，我們作為中介人，收入按淨額基準列賬，且不會就銷售成本列賬。因此，我們按淨額法的毛利率為100.0%。

我們的毛利由截至二零一七年十二月三十一日止年度的人民幣49.7百萬元增加至截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣108.3百萬元，並進一步增加至截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣159.3百萬元，主要由於我們的線上營銷解決方案業務快速增長，反映我們於往績記錄期努力擴展業務並與收入快速增長一致。我們的毛利率由二零一七年的21.1%減少至二零一八年的9.1%，並進一步減少至二零一九年的6.9%，主要由於毛利率相對較低的線上營銷解決方案業務於二零一七年至二零一九年佔我們總收入的比例不斷增加及為主要部分。

合併資產負債表的概要

	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)		
流動資產.....	135,342	422,748	598,574
非流動資產.....	4,343	10,771	40,387
資產總值.....	139,685	433,519	638,961
流動負債.....	63,391	224,019	356,240
非流動負債.....	1,523	1,277	1,044
負債總額.....	64,914	225,296	357,284
權益總額.....	74,771	208,223	281,677
流動資產淨值.....	71,951	198,729	242,334

有關我們流動資產淨值的詳情，請參閱「財務資料—流動資產淨值」。

概 要

合併現金流量表的概要

下表載列我們於往績記錄期的現金流量概要：

	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)	
營運資金變動前的經營現金量.....	38,191	81,388	118,098
經營活動所得／(所用)現金淨額.....	7,097	(113,900)	(3,968)
投資活動所用現金淨額.....	(1,235)	(5,910)	(10,769)
融資活動(所用)／所得現金淨額.....	(6,210)	99,920	43,277
現金及銀行結餘(減少)／增加淨額...	(348)	(19,890)	28,540
年初現金及銀行結餘.....	26,538	26,190	6,300
年末現金及銀行結餘.....	26,190	6,300	34,840

有關我們現金流量的詳情，請參閱「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 現金流量」。

主要財務比率

下表載列我們於所示日期或年度的部分主要財務比率：

	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
		%	
盈利能力比率			
毛利率 ⁽¹⁾	21.1	9.1	6.9
淨利潤率 ⁽²⁾	14.0	5.9	3.2
股本回報率 ⁽³⁾	44.1	33.4	25.9
資產回報率 ⁽⁴⁾	23.6	16.0	11.4

	截至十二月三十一日		
	二零一七年	二零一八年	二零一九年
流動性比率			
流動比率 ⁽⁵⁾	2.14	1.89	1.68
速動比率 ⁽⁶⁾	2.14	1.89	1.68
資本充足率			
槓桿比率(%) ⁽⁷⁾	不適用 ⁽⁸⁾	11.3	21.8

附註：

- (1) 毛利率乃按毛利除以收入再乘以100%計算。
- (2) 淨利潤率乃按年內溢利除以收入再乘以100%計算。
- (3) 股本回報率乃按年內溢利除以年末權益總額再乘以100%計算。
- (4) 資產回報率乃按年內溢利除以年末總資產再乘以100%計算。
- (5) 流動比率乃按流動資產總值除以流動負債總額計算。
- (6) 速動比率乃按總流動資產減存貨再除以總流動負債計算。由於我們於二零一七年、二零一八年及二零一九年十二月三十一日並無存貨結餘，我們於該等日期的速動比率相等於流動比率。
- (7) 槓桿比率乃按借款總額(包括銀行及其他借款，以及租賃負債)減現金及現金等價物除以權益總額再乘以100%計算。
- (8) 由於我們於二零一七年十二月三十一日有淨現金，於該日的槓桿比率為不適用。

有關上述比率的詳情，請參閱「財務資料 — 主要財務比率」。

概 要

近期發展

爆發2019新型冠狀病毒病

新型冠狀病毒病導致的傳染性病毒(「COVID-19」)爆發。病毒於中國及全球快速擴散，對全球經濟帶來了嚴重不利影響。

董事認為，近期全球爆發COVID-19對我們的業務、經營業績及財務狀況造成了以下影響：

- **銷售服務**：我們的線上營銷解決方案及泛娛樂內容服務的銷售受中度至嚴重影響。由於COVID-19爆發，部分廣告主正面臨財務困難，尤其是來自旅遊行業或位處高危地區的廣告主。儘管對於不受COVID-19嚴重影響的行業而言，由於經濟的不確定性，廣告主亦延遲了廣告項目，甚至減少廣告支出。然而，來自其他行業的廣告主正在經歷穩定的增長，例如線上保險及社交媒體。由於上述兩個原因，我們於COVID-19期間錄得服務銷售的適度下降；及
- **營運**：我們採取了嚴格的疾病預防計劃，以降低員工感染COVID-19的風險。所採取的措施包括(其中包括)每天兩次於工作場所進行消毒、對工作場所進行通風，要求員工分批覆工、間隔午餐時間、每天兩次量度員工體溫以及跟踪外遊歷史及員工與其直系親屬的健康狀況。截至最後實際可行日期，我們所有僱員工均已復工。

董事確認，截至本文件日期，(i)自二零一九年十二月三十一日以來，我們的財務或交易狀況概無任何重大不利變動；及(ii)我們的業務、營運所在行業及/或所處市場或監管環境概無任何重大不利變動。

[編纂]

	按每股[編纂] [編纂]港元的 [編纂]計算	按每股[編纂] [編纂]港元的 [編纂]計算
於[編纂]完成後的股份市值.....	[編纂]港元	[編纂]港元
每股[編纂]未經審核備考經調整 有形資產淨值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

(1) 有關所用假設及計算方法的更多詳情，請參閱「附錄二—未經審核備考財務資料」。

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括[編纂]佣金以及就法律顧問及申報會計師提供[編纂]及[編纂]相關服務而向彼等支付的專業費用。[編纂]的估計[編纂]開支總額(基於[編纂]指示性[編纂]的中間價，並假設[編纂]未獲行使)約為人民幣[編纂]。於往績記錄期，我們產生[編纂]開支約人民幣[編纂]，其中約人民幣[編纂]於二零一九年十二月三十一日的合併損益表中作為行政開支扣除，而約人民幣[編纂]於二零一九年十二月三十一日的合併財務狀況表中資本化，並將於成功[編纂]後自權益中扣除。我們預期將產生額外[編纂]開支約[編纂]，其中約[編纂]預期將確認為行政開支，而約[編纂]預期將於[編纂]後直接確認為權益的扣減。董事預期該等開支並不會對我們截至二零二零年十二月三十一日止年度的經營業績造成重大不利影響。

概 要

股息

嗨皮網絡於二零一八年十一月向其股東宣派股息人民幣11.0百萬元，並已於二零一九年一月結清。除現金股息外，嗨皮網絡於2017年及2018年向當時現有股東派發紅股作為股息，分別為人民幣12.9百萬元及人民幣13.8百萬元。除此之外，自其註冊成立以來，本公司或本集團任何附屬公司於往績記錄期內概無建議、支付或宣派股息。

我們目前並無正式的股息政策或固定股息支付比率。未來的任何股息宣派將由董事全權酌情決定並將取決於我們的未來運營及收入、資本要求、盈餘、整體財務狀況、合約限制及董事認為有關的其他因素。更多詳情請參閱「財務資料—股息」。

[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述[編纂]的中間價)，經扣除[編纂]佣金及我們就[編纂]應付的估計開支後，並假設[編纂]未獲行使，估計我們將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂]。

我們擬將[編纂]用於以下用途：

[編纂]百分比	未來計劃	概約百萬港元
[編纂]%	加強我們的研發能力(尤其是機器學習及AI能力)及改善我們的信息技術基建。請參閱「業務—我們的策略—增強我們的大數據分析及AI能力」。	[編纂]
[編纂]%	透過擴大廣告主及媒體合作夥伴群以及達致多元化收入資源擴張業務。請參閱「業務—我們的策略—擴大我們的廣告客戶群並探索特定垂直行業的機會」。	[編纂]
[編纂]%	尋求上下游行業參與者的策略投資與收購機會，達致協同效應。請參閱「業務—我們的策略—選擇性尋求戰略合作、投資及收購機會」。	[編纂]
[編纂]%	營運資金及其他一般企業用途。	[編纂]