

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，亦明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

# Mobvista

**Mobvista Inc.**  
**匯量科技有限公司**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代碼: 1860)

## 截至2020年12月31日止年度之 全年業績公告

### 致股東的信

致股東：

2020年充滿了意料之外的挑戰。

新冠疫情(Covid-19)的爆發加劇了全球經濟與政治環境的不穩定性，也帶動了線上商業生態的蓬勃發展，進一步加速了企業的數字化轉型。我們的程序化互動式廣告平台Mintegral在2020年的廣告交易額同比2019年迎來了105.4%的增長，實現了2015年平台上線以來的歷史新高。然而，在國際經濟體摩擦加劇，數據隱私和保護監管趨嚴的背景下，我們也首次遭遇了來自西方競爭對手的輿論攻擊，這導致部分歐美流量發佈商選擇了暫停合作，對我們的業務造成了短期衝擊。

此外，蘋果在2020年6月23日發佈了iOS 14，並宣佈了一項震動全球移動廣告業的隱私策略更新。被廣泛用於追蹤用戶並投放定向廣告的IDFA(廣告商識別符)將在不久之後變為需要用戶在打開新安裝應用時主動確認授權，而非之前的做法——把關閉IDFA的開關放在一個很深且很少有用戶會主動找到的設置界面。這不是蘋果第一次採取隱私默認(Privacy-by-Default)的做法。早在2017年蘋果率先在Safari中限制了Cookie的使用，谷歌Chrome也跟進了這一策略，最終只有

不到10%的用戶確認允許網頁使用Cookie。因此，我們有理由相信類似的事情會發生在IDFA上，這意味著移動廣告將很難再基於IDFA來追蹤和定向用戶。

我們很慶幸，從2019年年中開始，Mintegral就逐步側重用戶即時興趣的建模和預估，並在動態創意優化(Dynamic Creative Optimization)上投入了大量精力，雖然這意味著我們需要為每次廣告請求的預估投入更多的算力——實際上這讓Mintegral的個性化推理比其他的廣告平台多了一個創意組合的維度——但最終取得了非常積極的優化效果。這會使蘋果IDFA新政對我們的影響小於全球其他的移動廣告平台。同時，我們也從去年這次史無前例的輿論攻擊中收穫了進步。Mintegral成為業內率先開源SDK(軟件開發工具包)的廣告平台，並在較短時間內通過了美國權威第三方軟件安全平台WhiteSource的開源審計。目前，受輿論負面影響而暫停合作的流量發佈商中，已有約80%重啟合作，Mintegral的平台交易規模也恢復至歷史較高水平。此外，我們預計會在4月份主動披露Mintegral 2021年一季度的核心經營數據供市場參考。

我們從2013年創立之初即採用了「All-in-Cloud」的系統架構，借助雲計算合作夥伴覆蓋全球的服務器網絡快速搭建了服務中國開發者出海的聯盟廣告平台。隨著2015年投入建設Mintegral，並在2020年升級深度學習模型和動態創意優化算法以來，我們每天處理的數據量已超過10PB，使用的模型特徵參數規模超過百億，處理的廣告請求量超過千億，在線推理量超過10萬億次(1 Trillion Predictions)。由此，我們將雲計算技術的發展重心，圍繞在解決「如何以超低延遲的方式滿足實時預估和個性化推理」以及「如何以極具成本優勢的方式滿足超大規模分析」這兩大核心挑戰上。

鑒於此，我們從2017年起就將目光轉向了「雲原生」(「**Cloud-Native**」)<sup>1</sup>。經過3年多的持續投入，我們從底層的基礎設施管理開始，向上構建起一整套大數據在線推理引擎(Online Inference Engine)，共同構成Mobvista在「雲原生」的核心技術，並幫助我們在算法複雜度不斷提升的情況下，單位廣告請求的處理成本相比2017年底仍然降低了65%以上。

1 根據「雲原生」計算基金會的定義：「雲原生」技術是通過一系列的軟件、規範和標準幫助企業構建和運行可彈性擴展的應用。

為了讓更多的開發者可以從我們的技術實踐中受益，Mobvista在2020年通過亞馬遜雲科技的應用市場(AWS Marketplace)正式向全球開發者發佈了第一款來自我們核心技術的商業化產品SpotMax — 一款優化雲計算成本和效率的綜合解決方案。主打模塊MaxGroup可以讓開發者充分使用雲計算廉價的閒置算力而不用擔心可靠性問題，避免額外採購昂貴的新算力。從長期來看，我們認為這是一種更加綠色的可持續增長方式，通過技術讓有限的雲計算設施可以服務更多的開發者。

正如2019年的致股東信所述，我們希望打造一個服務全球開發者線上增長的SaaS工具生態，從統計分析、廣告變現、跨渠道投放、程序化創意到雲計算設施的優化管理，SpotMax將成為其中的重要一員。此外，我們的統計分析平台GameAnalytics在2020年獲得了長足的進步。平台每個月追蹤的獨立玩家數量達19.4億，同比增長超過60%，成為我們服務全球遊戲開發者的重要入口。

我們在2018年第一次提出「Be the Bridge」的口號，背後代表了Mobvista從2013年創立時專注做中國App揚帆出海的擺渡人到雙向橋接東西方市場的差異化定位。2020年Mobvista的客戶群體已覆蓋85個國家和地區，「Be the Bridge」的內涵延伸為更長期的使命：我們希望通過一系列的產品和技術幫助分佈在各個國家的客戶以更高效的方式橋接全球市場的數字資源以獲得高速增長，這些資源包含了越來越碎片化的流量、預算、創意、數據源以及動態環境(公有雲、私有雲和混合雲)下的雲計算設施。這些產品和技術是元素化的組織，客戶可以有選擇的構建屬於自己的增長工具，這也是我們提倡的去中心化理念，而非時下流行的中心化超級平台。

2021年3月7日是Mobvista邁過的第8個週年日，但如果放在全球企業數字化的進程中來看，這只是剛剛起步。因此，我們不會追求短期的每股盈利增長，而會更關注健康的現金流和長期投入背後的遠期回報。創業心態(keep starting up)和擁抱復利(focus on compound interest)是我們長期堅持的核心文化。謹此感謝我們的客戶、股東以及每一個員工對Mobvista長期使命的包容、理解和支持！

**曹曉歡**

聯合創始人兼首席執行官

匯量科技有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)，謹公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2020年12月31日止年度(「報告期間」)之經審核全年業績。該全年業績已由本公司之審核委員會審閱。

## 商業回顧

### I. 公司和行業概述

#### 公司概述

我們是一家基於全球移動互聯網生態的技術服務公司。

目前，我們的SaaS工具矩陣主要包括廣告技術平台、數據統計分析平台和雲計算平台。移動應用(「App」)開發者可通過我們的SaaS工具矩陣產品輕鬆、快速、高效的實現營銷、變現、數據統計分析、大數據計算及雲計算資源成本優化等工作，從而提升其工作效率和商業推廣效率。圍繞移動應用開發者的全生命週期需求，我們致力於進一步打造集成化的SaaS工具矩陣生態，助力移動應用開發者的發展，並加強其對公司產品的粘性和經濟價值。

基於移動硬件新形式的不斷迭代及移動互聯網用戶的日益增長，移動互聯網迅速普及和迭代，去中心化及碎片化趨勢日益明顯。根據Statista的數據，移動應用市場已經成為了一個高度分散的市場；目前，在谷歌Play Store中有超過287萬的應用程序，在Apple App Store中有196萬的應用程序；其中，有130多萬款遊戲可供移動互聯網用戶選擇。

對於移動應用開發者，他們需要在高度碎片化並且高度競爭的市場中脫穎而出，成功地推廣其應用產品獲取收入；同時，他們需要專注於產品的高效開發和迭代，不斷改善產品功能，從而滿足市場迅速變化的需求。這對大量的中小型移動開發者來說尤其困難。因此，他們需要集成式、一站式的營銷和變現平台幫助他們推廣和獲取收入，並且需要專業的、高質量的、經濟的開發和監測工具幫助他們提高開發和迭代效率。

我們的SaaS工具矩陣致力於幫助這些移動應用開發者解決上述痛點，使其更高效地提高市場競爭力並優化投資回報。移動應用開發者通過實時的、結合專有行業數據的行業對比監測信息與最佳實踐(「**best practice**」)建議實現產品優化；通過在全球範圍內大規模的觸達最匹配的受眾提高其用戶規模；通過最大化其應用內廣告庫存變現獲取更多收益；通過更高效的雲端管理和雲計算資源的採買降低時間與經濟成本。

長期來看，SaaS工具矩陣的搭建所形成的戰略飛輪，將推動我們業務的增長並增強我們的競爭優勢。隨著越來越多的移動應用開發者使用我們的SaaS工具來分析、推廣、變現他們的移動應用程序，我們觸達了更多的移動互聯網用戶，從而進一步擴大了我們的平台規模。此外，隨著我們對移動應用開發者需求瞭解的加深，我們不斷迭代和研發新產品，進一步完善工具矩陣。飛輪的不斷改進使得我們的平台效應不斷加強，我們的業務邊界不斷擴展。

## 1. 廣告技術業務

通過基於雲的廣告技術平台，我們為客戶提供觸達全渠道、全球移動設備及流量、多種廣告形式的效果廣告投放服務，以幫助其獲取高質量的用戶並實現商業變現；同時，我們幫助全球移動流量的廣告庫存資源實現更高的填充率和採買價格，從而提高其廣告收入。

我們的客戶主要是移動互聯網商業，尤其是移動應用開發者。基於營銷推廣效果，我們向客戶收取效果廣告費用，效果是根據我們為其獲取用戶的數量(即，用戶下載或安裝其應用的數量)計算的。

目前，我們的廣告技術業務主要分為Mintegral平台業務和Nativex平台業務。其中，Mintegral平台為我們的核心業務平台。



## **1.1. Mintegral**

Mintegral平台為程序化營銷平台，其鏈接大量的碎片化的中小型移動應用開發者。它通過集成化和規模化的程序化廣告平台為客戶提供用戶增長服務。Mintegral平台採用雲原生架構，日均處理廣告請求次數超過1,000億次，處理超過10萬億次預測。

通過擴大中小型移動應用開發者的移動流量的聚合規模和利用自主迭代的機器學習算法，Mintegral平台不斷提高分發和變現效率，幫助客戶實現用戶增長，優化客戶的營銷投入經濟效果，從而進一步提升客戶黏性與在平台的投放預算金額，並吸引新的客戶。

從商業模式角度，Mintegral聚合的移動流量規模的擴大，與吸引及留存客戶並提高客戶預算增長的能力具有相互促進性，且平台算法的效率與效果隨著流量與客戶側的數據積累而迅速自主迭代。長期來看，平台的流量、客戶數量及其預算投放金額、以及算法能力三方持續共同增長。同時，隨著收入規模和單個客戶收入規模的增長，客戶的全生命週期價值增加（「LTV」），平台的研發和銷售費用邊際遞減，形成強經營槓桿。長期來看，當平台達到一定規模時，平台收入的快速增長和經營性槓桿將不斷提高平台的盈利能力。

## **1.2. Nativex**

Nativex為綜合性營銷平台。其旗下有鏈接全球移動端大媒體開發者的程序化營銷平台，及傳統非程序化營銷平台。

其中，大媒體程序化營銷平台整合全球移動端頭部媒體流量，為客戶提供數據驅動的、跨移動設備的、跨多種頭部媒體渠道的程序化效果廣告投放服務。通過為客戶提供實時監控與管理廣告投放服務，和清晰的、實時的投放數據報告以幫助客戶優化投放策略方案。我們幫助客戶營銷預算的投資回報率不斷增長，從而提高客戶對該平台的粘性和預算分配，並形成品牌力，進一步吸引用戶。

目前，平台整合的頭部流量已經包括Google、Facebook、Apple Search Ads、Snapchat、騰訊社交廣告、巨量引擎等。

傳統非程序化平台業務為客戶提供跨全非程序化移動媒體渠道的非程序化營銷平台，並通過靈活的解決方案滿足不同客戶的不同需求。

## 2. 雲計算SaaS業務

報告期內，我們成立了雲計算及基礎架構業務中心（「雲事業部」），並對雲計算SaaS產品SpotMax進行了商業化。

SpotMax是雲計算資源成本優化的SaaS解決方案。通過該SaaS系統，我們可以幫助客戶，即公有雲計算資源採買者，在保證業務系統穩定性的前提下，大幅優化雲計算資源採買成本。通常，我們可幫助客戶節約60–70%的雲計算資源成本。

該平台通過向客戶收取平台訂閱費用或交易規模抽成（按雲計算資源使用費用的百分比計算）獲取收入。

此外，SpotMax的推出降低了公有雲閒置計算資源的使用門檻，從而促進雲廠商公有雲閒置計算資源的使用效率的提高，降低單位計算資源的能耗成本，達到節約能耗的環保目的。

### 3. 數據分析業務

GameAnalytics (「GA」) 是我們的分析SaaS工具。目前，該平台是全世界最大之一的輕度／超輕度遊戲數據統計分析平台。GA可為遊戲開發者提供深度分析和見解，使開發者實時追蹤、度量、優化自身遊戲運營，改善用戶參與度。

基於對相關遊戲領域的專有數據和行業見解，我們發佈了行業數據分析解決方案Benchmark+，旨在為開發者提供數據分析及行業比較信息，使其實時洞察自己遊戲的競爭力，並瞭解所在細分遊戲領域的潛在市場現狀和機會。該產品根據功能和數據分析維度的不同按月收取訂閱費用，訂閱費從350美元至3000美元每月不等。

#### 行業概述

目前，移動互聯網生態迅速發展。同時，優質、易用的開發和營銷軟件工具的開放和增長，使得移動互聯網生態產品的開發時間縮短、成本大幅減低，營銷和盈利能力不斷增強。

#### 1. 移動互聯網營銷及數據分析行業

根據IDC的數據，全球應用內廣告總收入約為1,010億美元；此外，根據Statista對行業增長的預測及管理層對遊戲行業數據統計分析需求規模的評估，我們認為，在2024年，我們在移動應用生態系統中的總市場機會將超過2,000億美元。

**1.1 移動互聯網生態的發展驅動數字廣告預算持續提升。**隨著移動互聯網數字化趨勢的推進，商業與媒體持續向移動互聯網端轉移。同時，隨著COVID-19的爆發，用戶更頻繁地使用移動互聯網，並形成長期使用習慣。該改變使得廣告預算跟隨用戶進一步向移動互聯網加速轉移。我們相信，隨著移動互聯網商業和用戶規模的發展，廣告商將把更多的支出轉移到移動數字媒體上。



- 1.2 線上用戶的個性化需求與移動互聯網行業的去中心化趨勢使得移動互聯網生態碎片化趨勢和競爭進一步加強。**隨著移動互聯網商業的蓬勃和用戶個性化需求的加強，移動互聯網生態的多樣化和去中心化將成為常態。此外，各國家地區移動互聯網生態分化趨勢持續，進一步加劇了生態的碎片化趨勢和競爭。因此，營銷平台跨地域、跨場景的流量聚合能力與分析能力是為客戶提供價值的關鍵因素。
- 1.3 效果廣告持續受廣告主青睞，市場規模加速增長。**應用生態的品類及區域的分散化增加了廣告主投放策略與效果評估的複雜性，因此，效果廣告憑借其確定性、效果可追溯和投放投資收益比可量化的特性持續受到青睞。同時，隨著線上商業的不斷擴張，以及線上與線下商業的不斷融合，投放效果廣告的可行性不斷加強，市場規模加速增長。
- 1.4 以數據驅動的程序化購買持續主導行業趨勢。**線上營銷的複雜性加大了程序化精準投放的需求。生態的碎片化及投放決策所涉數據及其分析維度的不斷增加，而程序化廣告投放可以快速實現高性價比的有效決策，觸達匹配用戶。通過使用程序化平台，客戶可以根據逐次展示的反饋優化投放策略，從而實現更有效的匹配。
- 1.5 移動遊戲買量已經成為佔比最大且增長最快的領域之一，且其數據分析需求不斷增長。**根據Sensor Tower的數據，移動遊戲佔全球應用下載量的39%，佔app store用戶消費總額的72%。隨著手機遊戲市場的快速發展和迭代，移動遊戲買量預算成為移動互聯網廣告行業佔比最大且增長最快的領域之一。

此外，由於移動遊戲領域中輕度、超休閒遊戲的高迭代特性，這類廠商需要更專注於遊戲的研發和迭代，以及遊戲體驗的改善。基於此，清晰的、多維度的、結合行業綜合數據的數據統計分析產品的需求亦迅速增長，從而使遊戲開發者可以專注於遊戲開發，並提高遊戲用戶的參與度。

## 2. 雲計算行業

企業數字化轉型趨勢持續推進，公共雲資源的發展為該趨勢提供了可行性和靈活性。雲計算平台「按需獲取」的特性使得用戶可以隨時獲取所需計算資源，實現計算資源與業務規模的動態匹配。但是，目前，粗放式的雲資源使用和採買方式導致雲端系統成本昂貴，對整體業務轉型造成拖累。

根據Flexera《2020雲計算現狀報告》，Garner在2020年11月的最新報告預測全球公有雲用戶在基礎設施服務(IaaS)支出在2022年達到822.3億美元，同時，73%的受訪企業表示將雲計算成本降低是企業重點計劃。

長期來看，雲計算資源優化技術的進步將成為驅動公有雲計算市場更快發展的一大關鍵點。

## II. 財務表現

- 截至2020年12月31日止年度，本集團的營業收入同比增長3.2%至516.1百萬美元(2019年同期：500.3百萬美元)；
- 報告期內，集團堅持加速向以Mintegral平台為核心的程序化業務轉型，主動收縮並將逐漸退出Nativex平台中的媒體代理業務及部分非程序化廣告業務，導致Nativex業務收入同比下降40.3%至209.6百萬美元(2019年同期：351.4百萬美元)，Mintegral業務收入同比上升105.4%至305.8百萬美元(2019年同期：148.9百萬美元)；

- 截至2020年12月31日止年度，集團應收賬款計提壞賬大幅下降，經營性現金流轉正。由於集團堅持收縮佔用運營資金且利潤增長空間較小的非程序化廣告代理業務，集團應收賬款計提壞賬下降54.5%至5.6百萬美元(2019年同期：12.3百萬美元)。公司經營性現金流由負轉正至14.7百萬美元(2019年同期：-1.1百萬美元)；
- 報告期下半年度，集團積極推進雲計算產品的市場擴展與宣傳推廣活動，使得報告期銷售費用增長69.8%至17.0百萬美元；
- 截至2020年12月31日止年度，本集團權益持有人應佔當期虧損為5.2百萬美元(2019年同期：溢利22.1百萬美元)；非國際財務報告準則本集團權益持有人應佔有當期溢利下降78.1%至9.0百萬美元。

### III. 業務回顧

1. **廣告技術業務向以Mintegral為核心的程序化業務加速轉型，並持續收縮Nativex中佔用運營資金且利潤增長空間較小的媒體代理及部分非程序化業務**

目前，移動營銷行業持續從非程序化向程序化轉型，且移動互聯網生態的去中心化和碎片化趨勢日益顯著。業務方面，媒體代理業務與部分非程序化廣告業務發展空間有限，對平台的運營資金流動性佔用較多、且對運營及銷售人員規模有較高要求，因此，公司堅持向程序化業務加速轉型，主動收縮並將逐漸退出Nativex中佔用運營資金且業績增長空間較小的媒體代理及部分非程序化業務。

報告期間，Mintegral業務收入上升105.4%至305.8百萬美元；Nativex業務收入下降40.3%至209.6百萬美元，佔整體收入的比值由2019年的70.2%下降至2020年的40.7%。

## 2. Mintegral業務受短期衝擊，客戶與流量持續增長

### 2.1. 受下半年特殊情況影響，Mintegral業務短期波動

2020年三季度下旬到四季度，受到經濟體間摩擦加劇、全球監管機構對數據隱私及保護的監管政策趨嚴、及海外競爭對手的惡意競爭等因素影響，Mintegral平台的部分歐美合作流量商暫停與平台的合作，從而對平台觸達的受眾規模產生影響，使得該平台在下半年的收入增長放緩，對全年收入增長產生一定的不利影響。

基於公司於報告期內完成的多項第三方機構審查和認證，以及公司與各方合作夥伴的互信基礎，Mintegral業務於四季度下旬開始迅速恢復。

截至本財報發佈之日，受該不利影響而暫停與平台合作的主要流量發佈商中，已有大約80%的發佈商重啟合作，平台廣告交易規模已恢復至歷史較高水平。經過管理層謹慎評估，我們認為此次事件對業務的影響屬於暫時性的影響，目前已基本恢復，且不會對公司未來發展形成持續性的負面影響。

### 2.2. Mintegral流量與客戶保持高留存，平台穩步發展

儘管受下半年多個不利因素影響，2020年下半年環比上半年，Mintegral平台客戶留存率達82.3% (2020年上半年度：91.3%)，客戶數量增長43.7%，留存客戶在平台投放的廣告預算環比下降10.8%。留存客戶廣告預算環比下降原因系平台部分流量商因事件暫停合作，對平台觸達的受眾規模產生影響，從而影響平台分發效率，但較高水平的留存率體現了客戶基於平台交付較高ROI的能力而產生的高粘性。

流量方面，報告期末，Mintegral平台流量開發者數量達到5,071，較2020年上半年增長21.5%，留存率達78.0% (2020年上半年度：91.6%)，該下降系事件造成的短期影響；同時，觸達移動流量39,000余個，較2020年上半年增長18.2%。

### **3. 雲事業部驅動公司長期第二增長曲線，相關產品商業化進程加速**

#### **3.1. 雲事業部將與廣告技術事業部並行驅動公司長期增長**

基於對雲計算行業和移動互聯網應用生態痛點的瞭解，公司於報告期內將內部雲計算資源成本優化軟件系統正式商業化，預期將與廣告技術業務共同驅動公司長期增長。

組織架構方面，報告期內，公司宣佈成立雲計算事業部，事業部總負責人為公司技術副總裁及首席工程架構師蔡超先生，其直接向聯合創始人暨公司首席執行官曹曉歡先生匯報。

#### **3.2. 雲資源成本優化軟件解決方案SpotMax上線主流雲應用市場，雲計算產品商業化進程加速**

目前，雲事業部核心產品為雲計算資源成本優化SaaS系統——SpotMax。報告期內，SpotMax實現收入13.1萬美元。

截止本業績報告發佈之日，該產品已正式上線亞馬遜雲科技的應用商店(AWS Marketplace)。亞馬遜雲科技全球24個區域用戶均可通過亞馬遜雲科技的應用商店查找、購買並部署SpotMax服務。



#### 4. 數據統計分析業務持續拓展，公司工具矩陣模式得以加強

報告期內，GA整體實現收入13.1萬美元。此外，GA及其擴展的SaaS工具和服務產品系列在美國iOS排名前100款遊戲中的平均市場份額超過40%，達到了一個新的高峰。

平台覆蓋度方面，GA的合作遊戲工作室數量為6,500，同比上升36%，合作遊戲開發者數量為95,000，環比2020H1上升18.75%，覆蓋的活躍遊戲數量為97,500，覆蓋的月度活躍玩家(MAU)數量為19.4億，覆蓋的總體遊戲玩家數上升30%。GA數據的廣泛覆蓋與高顆粒度使得其數據分析服務深受遊戲開發者的信任和依賴。

此外，GA與Mintegral平台的協同作用凸顯，公司工具矩陣模式得以加強。在Mintegral平台支出大於10萬美元的客戶中，有22%的Mintegral平台客戶使用GameAnalytics的服務。同時，GA客戶中MAU大於100,000的客戶中，有8%使用Mintegral的服務，這一部分客戶貢獻了Mintegral平台73%的收入。

#### 5. 公司數據和隱私安全獲多項認證，業務合規治理及風險管理系統持續有效運行

當前，全球監管機構對數據保護和隱私安全的治理的要求愈加嚴格<sup>1</sup>。對於廣告技術企業，數據和隱私保護關乎業務發展及與行業合作夥伴關係的維繫，對企業長期可持續發展起到重要作用。

1. 歐盟及英國遵循的GDPR(通用數據保護條例)，美國在2020年初生效並於當年8月進一步加強的CCPA(California Consumer Privacy Act of 2018)，針對兒童用戶的COPPA，以及報告期內通過計劃於2023生效的針對用戶允許對信息共享及追蹤選擇權的CPRA；蘋果公司停止IDFA的使用，並賦予用戶數據共享的選擇權；谷歌於報告期後，2021年3月，宣佈將於2022年禁用其Chrome瀏覽器中的第三方Cookie，以加強對用戶隱私的保護。可以預期，數據及隱私保護在全球範圍內獲得的重視將持續提升，同時也將成為影響互聯網企業經營、相互合作與競爭的重要因素。

基於公司數據和隱私保護的長期戰略，報告期內，Mintegral通過第三方機構對公司數據和隱私安全相關的多項評估及認證。相關的評估及認證包括：

- a) 2020年9月，Mintegral通過AICPA的SOC2 Type 1審計，成為中國少數獲得該權威性數據安全審計報告的移動廣告平台之一，審計報告顯示平台擁有完整的系統保證用戶數據等敏感信息的安全；
- b) 2020年10月，Mintegral通過KidSAFE Seal Program的COPPA認證的年度審核，延續2019會員資格；
- c) 2020年12月，Mintegral的源代碼通過全球前十會計師事務所進行的用戶隱私安全評，報告顯示平台擁有完整的系統保證用戶數據等敏感信息的；
- d) 2020年12月，Mintegral通過IabTech Lab的OM SDK認證，平台程序化廣告流量對合作夥伴的透明度(廣告效果評估過程的準確性和效果)進一步提升；
- e) 2020年12月，Mintegral的SDK通過美國權威第三方開源安全平台WhiteSource的開源安全審計，表明平台SDK開源安全處於高水平；

此外，Mintegral已支持Apple的官方歸因解決方案SKAdNetwork。

報告期後，2021年1月，Mintegral通過目前國際公認的最權威、最嚴格且應用最廣泛的信息安全管理體系認證標準ISO/IEC 27001的權威認證。

## IV. 公司戰略及展望

公司的戰略舉措包括：

### 1. 廣告技術業務向以Mintegral為核心的程序化廣告業務轉型

公司堅持向以Mintegral為核心的程序化廣告業務轉型，縮減並逐漸退出Nativex平台中佔用運營資金和利潤增長空間較小的媒體代理及部分非程序化廣告業務。

### 2. 堅持研發投入和產品創新，打造SaaS工具生態

憑藉對移動應用不同生命週期階段對業務及技術的需求的深刻洞察及理解，本集團持續推出數據分析工具、營銷雲、素材創意工具、雲技術等產品或服務，不斷打造SaaS工具生態，以集成式的工具服務加強並擴展我們和客戶的長期合作關係。

#### 2.1 雲技術

持續致力於雲計算及大數據領域的研發：我們將繼續提升自主研發能力，充分利用與領域領先公司的合作關係，推動產品創新與應用落地，發展服務網絡，從而加速工具產品與技術的商業化進程與整體業務佈局。

## 2.2 廣告技術

持續推進Nativex向基於雲的可自助服務效果廣告平台發展：通過我們開放的、基於雲的自助式平台，客戶可以實時鏈接全球流量，獲取詳實可比的數據與智能優化建議，高效實現廣告建立、投放、追蹤與反饋的全鏈需求，從而加速自身的發展。

平台致力於以數據與算法服務客戶，幫助其實現跨移動設備、跨全渠道的智能化移動廣告投放活動，進而達成長期穩定合作關係。

3. 堅持全球化戰略：我們始終堅持全球化戰略。本集團不斷加強在亞太地區的品牌形象，加強與客戶及潛在客戶的合作關係。此外，我們還在EMEA和美洲地區實施本地化戰略，積極拓展市場。
4. 堅持拓展全球優質流量資源：我們認為，在全球移動互聯網生態愈發分散的背景下，廣告主正將更多的預算向聚合優質、多樣化流量資源的廣告平台轉移，全球優質流量資源的拓展將加速我們公司的廣告技術業務的發展。
5. 戰略收購以加快SaaS工具矩陣生態系統的搭建：作為我們增長戰略的一部分，我們會通過收購公司、整合業務、團隊和技術的方式，加強我們的客戶資源和工具能力，從而加快我們SaaS工具矩陣的搭建。
6. 堅持數據和隱私保護：我們的平台收集並分析移動互聯網用戶的行為數據，但我們不會通過收集的數據來辨識特定個體，也不會將數據信息與特定個體關聯。我們始終堅持積極踐行數據和隱私保護，並且相信這一舉措將使得公司長期受益。

## 管理層討論及分析

### 收益

#### 按服務類型劃分的收益

截至2020年12月31日止年度，我們錄得收益516.1百萬美元(2019：500.3百萬美元)，同比上升3.2%。我們的收益來源於移動廣告業務、數據分析業務和雲計算業務。其中，雲計算業務和數據分析業務收入為本報告期新增業務收入。

我們從客戶在SaaS工具平台的支出中獲得收入。

- 我們的移動廣告業務收入通常來自移動互聯網客戶，尤其是移動應用開發者。他們通過我們的軟件平台去推廣其業務。通常，我們會基於推廣效果收費，即按交付效果的數量與每次交付的費用(每次下載或安裝的費用)確定收益。
- 我們的數據分析業務收入和雲計算業務收入來自客戶對數據分析產品Benchmark+及雲計算資源成本優化產品SpotMax的採購。通常，我們收取軟件訂閱費或者按基於軟件平台的交易規模抽取一定比例的軟件使用費用。

下表載列所示期間按服務類型劃分的收入：

	截至12月31日止年度		2019		同比變動
	2020	佔總	2019	佔總	
	千美元	收益比	千美元	收益比	
移動廣告收入	515,457	99.9%	500,257	100.0%	3.0%
數據分析收入	560	0.1%	—	—	—
雲相關產品及 服務收入	131	0.0%	—	—	—
總計	<u>516,148</u>	100.0%	<u>500,257</u>	100.0%	3.2%



## 移動廣告業務按業務部門劃分的收入

截至2020年12月31日止年度，本集團錄得移動廣告業務收入515.5百萬美元，同比增長3.0%（2019年同期：500.3百萬美元）。我們的移動廣告業務收入來源於兩個業務部門：Mintegral和Nativex。其中，來自Mintegral平台的收入為305.8百萬美元，佔移動廣告業務比重為59.3%；來自Nativex平台的收入為209.6百萬美元，佔移動廣告收入比重為40.7%。

下表載列所示期間按業務平台劃分的移動廣告業務的收益：

	截至12月31日止年度				
	2020	佔移動廣告業務收入比	2019	佔移動廣告業務收入比	同比增長
	千美元		千美元		
Mintegral平台收入	305,817	59.3%	148,875	29.8%	105.4%
Nativex平台收入	209,640	40.7%	351,382	70.2%	-40.3%
移動廣告收入總計	<u>515,457</u>	100.0%	<u>500,257</u>	100.0%	3.0%

按業務性質來看，Mintegral平台為程序化平台，其鏈接大量的碎片化的中長尾移動流量，通過集成化和規模化的程序化投放平台為客戶提供用戶增長服務。Nativex為綜合性平台，旗下有鏈接全球移動端大媒體的程序化投放平台，及傳統非程序化投放平台。

報告期內，集團加速向以Mintegral平台為核心的程序化業務轉型，主動收縮並將逐漸退出Nativex平台中的媒體代理業務及部分非程序化廣告業務。該因素疊加非程序化行業萎縮的影響，導致Nativex平台收入同比下滑40.3%至209.6百萬美元（2019：351.4百萬美元）。

同時，受益於集團轉型戰略、Mintegral平台的規模效應和平台效應逐漸增強等因素，該平台的客戶留存率繼續維持較高水平，來自留存客戶的平均收入提升較快，且新增客戶數量進一步增長，共同使得Mintegral平台收入同比增長105.4%至305.8百萬美元(2019：148.9百萬美元)。

此外，2020年下半年，由於受到經濟體間摩擦加劇、全球監管機構對數據隱私及保護的監管政策趨嚴、及海外競爭對手的惡意競爭等因素影響，Mintegral平台的部分歐美流量開發者暫停與該平台的合作，從而對平台觸達的受眾規模產生一定不良影響，使得該平台在下半年的收入增長放緩，對全年收入增長產生一定不利影響。

公司認為，媒體代理及部分非程序化廣告業務運營資金使用效率較低，業績增長空間較小；而以Mintegral平台為核心的程序化業務所處行業發展迅速、市場空間較大，且公司在相關業務方面的技術和商業基礎良好，商業模式可以驅動業績快速增長並保持良好的現金流，所以公司將進一步堅持並加速戰略轉型。

### **Mintegral主要運營及財務數據**

	<b>Mintegral 平台收入 (千美元)</b>	<b>環比增速 (%)</b>	<b>同比增速 (%)</b>
2020H2	146,028	-8.6%	57.5%
2020Q4	53,457	-42.3%	0.1%
2020Q3	92,571	11.0%	135.4%
2020H1	159,789	72.3%	184.6%
2020Q2	83,396	9.2%	192.1%
2020Q1	76,393	43.1%	176.9%

	2020H2 環比	2020H1 環比
廣告主留存率(%)	82.3%	91.3%
留存廣告主平均廣告預算變化(%)	-10.8%	85.0%
新增廣告主數量變動(%)	43.7%	43.0%
流量發佈者留存率(%)	78.0%	91.6%
新增流量發佈者數量變動(%)	21.5%	36.3%
新增流量APP數量變動(%)	18.2%	26.9%

\* 2020H1廣告主留存率、新增廣告主數量、流量發佈者留存率、新增流量發佈者數量變動為環比2019年四季度。

2020年下半年，Mintegral平台錄得收入146.0百萬美元，較上半年環比下滑8.6%(2020H1：159.8百萬美元)。其中，三季度與四季度分別錄得收入92.6百萬美元和53.5百萬美元，分別環比增長11.0%和下降42.3%。三季度下旬及四季度，受到經濟體摩擦加劇、數據隱私及監管政策趨嚴及海外競爭對手惡意競爭的影響，Mintegral平台業務在相應季度受到短期衝擊，因此導致季度收入環比下滑。

報告期末，相關事件產生導致的暫停合作的商業關係已逐漸回復。廣告主環比留存率較最低點的40.0%增長至82.3%，且新增廣告主數量環比增長43.7%；流量發佈者環比留存率較最低點的40.2%增長至78.0%，且新增流量發佈者數量環比增長21.5%，流量APP數量環比增長18.2%。

## 移動廣告業務按地區劃分的收入

按地區劃分(1)的移動廣告業務收入明細如下：

	2020		截至12月31日止年度 2019		同比變動
	千美元	佔移動廣告業務收入比	千美元	佔移動廣告業務收入比	
中國 <sup>(2)</sup>	<b>171,460</b>	<b>33.3%</b>	291,137	58.3%	<b>-41.1%</b>
歐洲、非洲及中東地區(EMEA地區) <sup>(3)</sup>	<b>135,707</b>	<b>26.3%</b>	72,737	14.5%	<b>86.6%</b>
美洲 <sup>(4)</sup>	<b>126,216</b>	<b>24.5%</b>	67,755	13.5%	<b>86.3%</b>
亞太地區 <sup>(5)</sup>	<b>77,361</b>	<b>15.0%</b>	63,138	12.6%	<b>22.5%</b>
其他地區	<b>4,713</b>	<b>0.9%</b>	5,490	1.1%	<b>-14.2%</b>
<b>移動廣告收入合計</b>	<b><u>515,457</u></b>	<b>100.0%</b>	<b><u>500,257</u></b>	100.0%	<b>3.0%</b>

附註：

- (1) 圖中所示意的地區劃分是根據使用我們廣告主要營業部所在地分佈情況而劃分。
- (2) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。
- (3) 主要包括英國、瑞士、德國、俄羅斯、希臘、冰島、沙特阿拉伯、約旦、埃及、伊拉克和土耳其。
- (4) 包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷、智利和哥倫比亞。
- (5) 主要包括澳大利亞、新西蘭和不包括中國的亞洲其他國家。

報告期內，我們移動廣告業務收入區域結構更為均衡。

其中，中國為最大的收入來源地區，錄得總收入為171.5百萬美元(2019年同期：291.1百萬美元)，佔總體收入的比重為33.3%。上半年度，受COVID-19對中國經濟帶來的不確定性影響，部分廣告主對廣告預算投放計劃進行時間調整。下半年度，受海外政治及經濟環境動盪加劇的影響，中國廣告主海外業務擴張及廣告計劃預算受到一定限制。此外，集團在加速戰略轉型和業務發展、加強客戶及風險管理的過程中，對業務發展的重點區域性進行了一定調整。前述因素導致來自中國客戶的收入下滑。

美洲與EMEA地區對整體收入貢獻提升顯著。其中，美洲地區收入為126.2百萬美元(2019年同期：67.8百萬美元)，同比增長86.3%，佔整體收入比重為24.5%；EMEA地區收入為135.7百萬美元(2019年同期：72.7百萬美元)，同比增長86.6%，佔整體收入比重為26.3%。自2019年以來，公司持續拓展歐美市場，由此推動歐美地區廣告主數量與廣告收入的快速增長。

亞太區域收入穩健增長，同比上漲22.5%達77.4百萬美元(2019年同期：63.1百萬美元)。亞太地區收入的積極增長來源於集團在區域的前瞻性佈局，隨著亞太地區互聯網不斷普及、智能終端的滲透率不斷加強，區域收入實現穩健有序增長，並預計在長期實現持續正向增長。

隨著集團各平台技術與算法的提升，以及全球優質流量規模的擴大，集團面向全球客戶的服務能力與品牌效應亦持續加強，從而形成均衡平穩的區域結構。



## 移動廣告業務按移動應用類型劃分的收入

按應用類型劃分的移動廣告業務收入明細如下：

	2020		截至12月31日止年度 2019		同比變動
	千美元	佔移動 廣告業務 收入比	千美元	佔移動 廣告業務 收入比	
遊戲	306,159	59.4%	205,896	41.2%	48.7%
電商	102,619	19.9%	106,170	21.2%	-3.3%
社交及內容	33,552	6.5%	97,994	19.6%	-65.8%
生活服務	15,360	3.0%	32,934	6.6%	-53.4%
工具	17,840	3.5%	28,682	5.7%	-37.8%
其他	39,927	7.7%	28,581	5.7%	39.7%
移動廣告收入合計	<u>515,457</u>	100.0%	<u>500,257</u>	100.0%	3.0%

附註：

(1) 圖中所示意的應用類型劃分是根據使用我們的應用(廣告主)的應用類型而劃分。

報告期間，遊戲品類錄得收入306.2百萬美元(2019年同期：205.9百萬美元)，同比上升48.7%，佔整體收入比為59.4%。報告期內，集團持續強化GA與廣告技術業務協同效應，夯實在輕度／超輕度遊戲領域的長期優勢，為遊戲品類進一步發展奠定基礎。此外，公司在中重度遊戲垂類取得進展。

電商品類錄得收入102.6百萬美元(2019年同期：106.2百萬美元)，同比小幅下滑3.3%，佔整體收入的比重為19.9%。該小幅下滑主要由於公司戰略性地收縮媒體代理及部分非程序化業務，因此減少了與部分Nativex平台的電商類客戶的合作所致。此外，報告期內，公司Mintegral平台的電商垂類發展迅速，部分抵銷了Nativex平台的電商類客戶的收入的減少。

社交和內容收入下滑65.8%至33.6百萬美元(2019年同期：98.0百萬美元)，該下降主要是部分客戶受宏觀政治環境影響被動調整廣告投放策略，及公司戰略性收縮媒體代理及部分非程序化業務，戰略性減少與部分Nativex平台的社交和內容類客戶的合作所致。

生活服務應用廣告收入亦出現下滑，報告期內錄得收入15.4百萬美元(2019年同期：32.9百萬美元)，同比下降53.4%。該下滑主要是由於受宏觀環境不確定性影響，海內外廣告主對廣告預算計劃作出調整導致。

報告期內，集團持續完善場景覆蓋，積極拓展細分垂類，精細化運營成熟應用類型服務，在獲取市場份額的同時深化競爭壁壘，為長期發展奠定基礎。

## 銷售成本

截至2020年12月31日止年度，我們的銷售成本同比增長13.8%至434.0百萬美元(2019年同期：381.5百萬美元)。銷售成本及其增長主要來源於移動廣告業務。

下表載列於所示期間按成本類型劃分的銷售成本明細：

	2020年		截至12月31日止年度 2019		同比變動
	千美元	佔業務 收入比	千美元	佔業務 收入比	
移動廣告業務成本	<b>433,978</b>	<b>84.2%</b>	381,494	76.3%	<b>13.8%</b>
流量獲取成本	<b>414,207</b>	<b>80.4%</b>	365,830	73.2%	<b>13.2%</b>
— 流量成本	<b>400,247</b>	<b>77.7%</b>	350,330	70.1%	<b>14.2%</b>
— 激勵計劃成本	<b>13,960</b>	<b>2.7%</b>	15,500	3.1%	<b>-9.9%</b>
服務器成本	<b>19,771</b>	<b>3.8%</b>	15,664	3.1%	<b>26.2%</b>
數據分析業務成本	<b>13</b>	<b>2.3%</b>	—	—	—
服務器成本	<b>13</b>	<b>2.3%</b>	—	—	—
雲計算業務成本	<b>17</b>	<b>13.0%</b>	—	—	—
服務器成本	<b>17</b>	<b>13.0%</b>	—	—	—
<b>總計</b>	<b><u>434,008</u></b>	<b>84.2%</b>	<b><u>381,494</u></b>	76.3%	<b>13.8%</b>

移動廣告業務成本主要包括流量獲取成本以及服務器成本。流量獲取成本的上漲主要由收入結構變化及受到短期影響的Mintegral平台的恢復戰略導致。服務器成本上漲主要由於平台規模擴大導致的服務器需求增加，以及為確保雲系統穩定性而調整雲服務器廠商採購結構導致。

數據分析業務系本報告期新增業務，其成本主要為服務器成本。

雲計算業務系本報告期新增業務，其成本主要為服務器成本。

## 毛利及毛利率

下表載列所示期間整體業務的毛利與毛利率：

業務	2020年		截至12月31日止年度 2019年		毛利 同比變動 百分比
	毛利 千美元	毛利率 百分比	毛利 千美元	毛利率 百分比	
移動廣告業務	81,479	15.8%	118,763	23.7%	-31.4%
數據分析業務	547	97.7%	—	—	—
雲計算業務	114	87.0%	—	—	—
合計	<u>82,140</u>	<u>15.9%</u>	<u>118,763</u>	<u>23.7%</u>	<u>-30.8%</u>

報告期內，本集團錄得毛利為82.1百萬美元(2019年同期：118.8百萬美元)，同比下降30.8%。毛利率下滑至15.9%(2019年同期：23.7%)。其中，移動廣告業務毛利同比下降31.4%至81.5百萬美元，毛利率為15.8%；數據分析業務毛利為0.5百萬美元，毛利率達97.7%；雲計算業務毛利為0.1百萬美元，毛利率達87.0%。

## 銷售及營銷開支

截至2020年12月31日止年度，我們的銷售及營銷開支同比上漲69.8%至17.0百萬美元(2019年同期：10.0百萬美元)。該小幅上漲的主要因為公司全年由於COVID-19而減少的差旅及宣傳活動導致相關費用的大幅下降，以及下半年度公司為大力推進雲事業部SaaS產品的市場擴張，而產生的相關宣傳推廣活動及費用的增長綜合所致。

此外，報告期內，計入銷售及營銷開支的股份酬金計0.7百萬美元。

## 研發開支

截至2020年12月31日止年度，我們的研發開支同比小幅下降9.4%至31.9百萬美元(2019年同期：35.2百萬美元)。本次小幅下降主要來源於部分前期的研發投入取得階段性成果，數據統計分析Benchmark+產品和雲事業部的SaaS產品進入商業化階段，相關費用資本化所致。如果我們將資本化研發支出與費用化研發支出合併，合計研發開支為53.1百萬美元，較去年同期上漲13.3%。

此外，集團始終堅信研發與技術升級是業務增長的核心驅動力。因此，對研發人員進行股份授予作為激勵。報告期內，計入研發開支的股份酬金計7.2百萬美元。

## 一般及行政開支

截至2020年12月31日止年度，我們的一般行政開支同比下降13.4%至44.3百萬美元(2019年同期：51.2百萬美元)，系管理效率的提升和股份酬金的下降導致。報告期內，計入一般行政開支的股份酬金達5.2百萬美元。

## 貿易應收款項減值虧損

截至2020年12月31日止年度，我們貿易應收款項減值虧損同比下降54.5%至5.6百萬美元(2019年同期：12.3百萬美元)。該下降得益於公司加強客戶及賬款管理，其中，2020年下半年度公司轉回部分上半年度已計提貿易應收款項減值虧損(2020年上半年度：7.7百萬美元)。

## 經營(虧損)/溢利

截至2020年12月31日止年度，我們的經營虧損為5.2百萬美元(2019年同期：盈利25.2百萬美元)。如果我們排除股份酬金影響，我們的經營利潤將同比下降82.3%至8.0百萬美元(2019年同期：45.1百萬美元)。

## 貿易應收款/貿易應付款

截至2020年12月31日止年度，我們的分別錄得貿易應收款和貿易應付款199.1百萬美元和123.0百萬美元。由於公司縮減賬期較長的大媒體代理及部分非程序化廣告業務，並進一步加強對應收賬款的管理，報告期內應收賬款周轉天數下降28.9%。

下表載列於所示期間按平台劃分的貿易應收款和貿易應付款明細：

	截至12月31日止年度			
	貿易 應收款 (\$'000)	佔總貿易 應收款 %	貿易 應付款 (\$'000)	佔總貿易 應付款 %
Nativex平台	160,532	80.6%	83,086	67.6%
Mintegral平台	38,553	19.4%	39,889	32.4%
<b>合計</b>	<b>199,085</b>	<b>100%</b>	<b>122,975</b>	<b>100%</b>

附註：貿易應收賬款已扣除呆賬撥備。

報告期間，Nativex平台分別佔集團貿易應收款和貿易應付款的80.6%和67.6%，為影響集團整體賬款管理表現及資金效率的主要因素。

Mintegral平台分別錄得貿易應收款和貿易應付款38.6百萬美元和39.9百萬美元，分別佔集團貿易應收款和貿易應付款的19.4%和32.4%。Mintegral平台貿易應收款和貿易應付款的相對均衡，反映出Mintegral面對上游供應商及下游客戶的賬期政策具有一致性，及Mintegral商業模式具有良好的經營性現金流循環。

## 財務成本

截至2020年12月31日止年度，我們的財務成本同比上漲10.4%至1.9百萬美元(2019年同期：1.7百萬美元)。

## 所得稅

截至2020年12月31日止年度，我們錄得所得稅收益1.9百萬美元(2019年同期：費用1.4百萬美元)，主要原因系報告期虧損。

## 期內本公司權益持有人應佔(虧損)/溢利

截至2020年12月31日止年度，本公司的權益股東應佔虧損為5.2百萬美元(2019年同期：溢利22.1百萬美元)。



## 其他財務資料(非國際財務報告準則計量)

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

	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔總收入比	千美元	佔總收入比	
經營(虧損)/利潤	(5,213)	-1.0%	25,176	5.0%	-120.7%
折舊與攤銷	<u>12,572</u>	<u>2.4%</u>	<u>7,562</u>	<u>1.5%</u>	<u>66.3%</u>
息稅折舊及攤銷前盈利	<u><u>7,359</u></u>	<u><u>1.4%</u></u>	<u><u>32,738</u></u>	<u><u>6.5%</u></u>	<u><u>-77.5%</u></u>
加回：					
股份酬金	13,194	2.6%	19,891	4.0%	-33.7%
與收購有關的一次性開支	—	—	—	—	—
上市費用	—	—	—	—	—
以公平值計量且變動計入損益的金融資產投資收益/(損失)非國際財務報告準則計量	<u>991</u>	<u>0.2%</u>	<u>(1,009)</u>	<u>-0.2%</u>	<u>-198.2%</u>
經調整息稅折舊及攤銷前盈利 <sup>(1)</sup>	<u><u>21,544</u></u>	<u><u>4.2%</u></u>	<u><u>51,620</u></u>	<u><u>10.3%</u></u>	<u><u>-58.3%</u></u>

## 截至12月31日止年度

	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔總收入比	千美元	佔總收入比	
淨(虧損)/利潤/期內 (虧損)/溢利	(5,206)	-1.0%	22,069	4.4%	-123.6%
加回：					
股份酬金	13,194	2.6%	19,891	4.0%	-33.7%
與收購有關的一次性開支	—	—	—	—	—
上市費用	—	—	—	—	—
以公平值計量且變動計入 損益的金融資產投資收 益/(虧損)	991	0.2	(1,009)	-0.2%	-198.2%
調整後淨利潤額 <sup>(1)</sup>	<u>8,979</u>	<u>1.7%</u>	<u>40,951</u>	<u>8.2%</u>	<u>-78.1%</u>

附註：

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

報告期間，集團經調整息稅折舊及攤銷前盈利為21.5百萬美元(2019年同期：51.6百萬美元)，同比下降58.3%，經調整後利潤淨額為9.0百萬美元(2019年同期：41.0百萬美元)，同比下降78.1%。

### 資本結構及資產負債比

本公司於開曼群島註冊成立，截至2020年12月31日止年度，本公司法定股本為100,000,000美元，分為10,000,000,000股，每股0.01美元的股份。截至2020年12月31日止年度，本公司已發行股份數為1,534,204,000股，已全部繳足股款。

本集團資本管理的主要目標在於保障本集團能夠持續經營，通過按相應的風險水平進行產品定價及按合理成本取得融資，持續為股東提供回報及為其他利益相關者帶來利益。

本集團資產負債比率界定為本集團的負債總額比其資產總值。於2020年12月31日，我們的資產總值為497.6百萬美元(2019年12月31日：511.5百萬美元)，而負債總額為229.8百萬美元(2019年12月31日：245.4百萬美元)，資產負債比(負債總額除以資產總值)下降至46.2%(2019年12月31日：48.0%)。

本集團經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。本集團的利率風險主要來自浮息，浮息借款實際利率在2020年全年為4.00%–4.79%(2019年12月31日：3.14%–4.79%)。

## 財務資源

本公司撥付現金所需的資金主要來自股東出資、經營業務所產生的現金及銀行貸款。於2020年12月31日，我們的現金及現金等價物為39.3百萬美元(2019年12月31日：67.3百萬美元)。

## 資本開支

下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至12月31日止年度	
	2020 千美元	2019 千美元
物業、廠房及設備	240	462
無形資產及發展開支	35,436	11,677
<b>總計</b>	<b>35,676</b>	<b>12,139</b>

我們的資本開支主要包括(i)物業、廠房及設備；(ii)無形資產包括已開發技術(經資本化處理的研發支出)、專利、軟件及商標。截至2020年12月31日，資本開支同比增加193.9%至35.7百萬美元(2019年同期：12.1百萬美元)，該項開支主要反映為在研發開支資本化部分的增加。

## 持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營企業及合營企業

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

## 本集團抵押資產

截至2020年12月31日，本集團概無向任何人士或金融機構抵押資產。

## 重大投資或未來重大投資計劃

截至2020年12月31日，本集團並未持有任何重大投資、亦無制定進行重大投資或資本資產的特定計劃。

## 或然負債及財務擔保

截至2020年12月31日，概無向本集團的第三方授予或然負債或財務擔保。

## 僱員及薪酬政策

截至2020年12月31日，本集團在全球擁有18個辦事處，有670名全職僱員(2019年12月31日：777名)，主要在中國廣州總部。我們擁有312名從事研發活動的僱員，研發僱員由46.6%全職僱員組成。本集團僱傭的僱員數目視乎需要而不時有所變更，僱員薪金參照市場情況及個別僱員的表現、資歷及經驗釐定。

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

## 外匯風險管理

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

## 其他資料

### 主要客戶及供應商

截至2020年12月31日止年度，本集團前五大客戶共佔本集團總收入約18.9%。本集團的最大客戶佔本集團總收入為6.0%。

截至2020年12月31日止年度，本集團前五大供應商共佔本集團總採購量約26.4%。本集團的最大供應商佔本集團總採購額為6.7%。

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

## 首次公開發售所得款項用途

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

截至2020年12月31日，下表載列全球發售所得款項用途的明細：

所得款項淨額的用途	獲分配金額 (百萬美元)	已使用金額 (百萬美元)	結餘 (百萬美元)
1 大數據、AI技術及IT基礎設施	46.3	21.0	25.3
2 改善我們移動廣告及 移動分析平台的服務	46.3	36.4	9.9
3 通過我們的本地服務能力及 拓展全球足跡實施我們的 「Glocal」戰略	15.4	5.9	9.5
4 戰略投資及收購	30.8	1.3	29.5
5 一般經營資金	15.4	2.3	13.1
合計(所得款項淨額)	<u>154.2</u>	<u>66.9</u>	<u>87.3</u>

於報告期內，本集團遵循本公司日期為2018年11月30日的招股章程中所載之所得款項用途計劃並預期在來年動用餘下的所得款項淨額約87.3百萬美元。



## 購買、出售及贖回本公司的上市證券

本公司或本集團任何附屬公司於報告期間內並無購買、出售或贖回本公司任何股份。

## 遵守企業管治守則

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

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

段威先生在報告期間會為本公司董事會主席兼首席執行官。段先生在移動廣告及移動分析行業擁有豐富經驗，在報告期間，段先生會負責本集團的整體策略規劃及全面管理，對我們自成立以來的發展及業務拓展十分重要。報告期內，權力平衡會因以下原因得到保證：

- 本公司的審核委員會由所有獨立非執行董事組成；和
- 在必要時，獨立非執行董事會可以自由並直接地諮詢公司的外部審計師和獨立專業顧問。

董事會認為，在這樣的經營規模下，這樣的結構是適當的，能夠使公司迅速有效地制定和執行決策。董事會對段先生充滿信心，並相信於報告期間內，他擔任董事會主席兼首席執行官的職位有利於本公司的業務前景。

除上述情況外，本公司在報告期間已應用企業管治守則所載的原則和規定。

於2021年1月14日，段先生辭任本公司首席執行官職務，曹曉歡先生獲委任為本公司首席執行官。該等變更后本公司已應用企業管治守則所載的所有原則和規定。

## 標準守則

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

可能擁有本公司內幕消息的本公司員工亦須遵守標準守則。截至2020年12月31日止年度，本公司並無注意到出現員工不遵守標準守則的事件。

## 末期股息

截至2020年12月31日止年度，董事會不建議派發末期股息。

## 報告期後事項

於2021年1月3日，本公司與一位投資人訂立一份投資協議，據此，投資人已有條件同意認購而本公司已有條件同意發行本金額為30,000,000美元的債券。最終到期日為債券發行日起計60個月，利息為每年3.5%，按複利計息。投資者有權在自債券發行日起至贖回通知前一個營業日期間，將債券之全部或部分未償還本金轉換為一定數目之換股股份。換股價為港幣5.54元(可調整)。有關詳情，請參閱公司日期為2021年1月3日的公告。

於2021年3月19日，Mintegral移動廣告平台和Nativex廣告平台正式通過ePrivacye隱私保護認證，在歐盟範圍內被授予ePrivacyseal證書。該認證反映了公司符合ePrivacyseal的認證標準。該標準包含歐盟《通用數據保護規範》(GDPR)規定的要求。

## 審閱財務報表

審核委員會已審閱本集團於報告期內的經審核綜合財務報表。本公司核數師畢馬威會計師事務所已對本集團2020年的初步業績公告所載數字，與本集團的年度經審核綜合財務報表所載數字作出比對及確認相符。就此而言，畢馬威會計師事務所的工作並不構成香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》、《香港審閱委聘準則》或《香港保證委聘準則》的保證委聘。

## 公眾持股量

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

## 股東週年大會

應屆股東週年大會（「股東週年大會」）將於2021年6月8日（星期二）舉行。召開股東週年大會的通告及其他相關文件將於2021年4月刊發並寄發予股東。

## 暫停辦理股份過戶登記

為釐定有權出席將於2021年6月8日舉行的股東週年大會並於會上投票的資格，本公司的股份過戶登記將於2021年6月3日（星期四）至2021年6月8日（星期二）（包括首尾兩日）期間暫停，期間不會進行股份過戶登記。為合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有備妥的股份過戶文件連同有關股票須於2021年6月2日（星期三）下午4時30分前送交本公司於香港的股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

## 刊發2020年年度業績及年報

本集團2020年的年度業績公告刊登於聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.mobvista.com](http://www.mobvista.com))。載有上市規則規定所有適用數據的2020年年報將於2021年4月寄發予本公司股東及刊登於上述網站。

## 綜合損益表

截至2020年12月31日止年度

(以美元列示)

	附註	2020年 千美元	2019年 千美元
收益	2	516,148	500,257
銷售成本		<u>(434,008)</u>	<u>(381,494)</u>
毛利		<u>82,140</u>	<u>118,763</u>
銷售及營銷開支		(16,957)	(9,988)
研發開支		(31,874)	(35,241)
一般及行政開支		(44,342)	(51,230)
其他收入淨額		<u>5,820</u>	<u>2,872</u>
經營(虧損)/溢利		(5,213)	25,176
財務成本		<u>(1,897)</u>	<u>(1,718)</u>
除稅前(虧損)/溢利		(7,110)	23,458
所得稅	3	<u>1,904</u>	<u>(1,389)</u>
年內本公司權益股東應佔(虧損)/溢利		<u><u>(5,206)</u></u>	<u><u>22,069</u></u>
每股(虧損)/盈利	4		
基本(美分)		<u><u>(0.35)</u></u>	<u><u>1.50</u></u>
攤薄(美分)		<u><u>(0.34)</u></u>	<u><u>1.47</u></u>

綜合損益及其他全面收益表  
截至2020年12月31日止年度  
(以美元列示)

	2020年 千美元	2019年 千美元
年內(虧損)／溢利	(5,206)	22,069
年內其他全面(虧損)／收入		
可能於其後重新分類至損益內的項目： 海外附屬公司財務報表的換算差額	<u>(1,842)</u>	<u>503</u>
年內應撥歸於本公司權益股東的 全面(虧損)／收入總額	<u><u>(7,048)</u></u>	<u><u>22,572</u></u>

綜合財務狀況表  
於2020年12月31日  
(以美元列示)

	附註	2020年 12月31日 千美元	2019年 12月31日 千美元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		10,888	8,836
無形資產		43,324	14,682
商譽		28,998	28,998
遞延稅項資產		15,111	10,102
其他金融資產		3,065	1,433
按金及預付款項		676	3,302
		<u>102,062</u>	<u>67,353</u>
<b>流動資產</b>			
貿易及其他應收款項	5	296,523	317,651
受限制現金		4,887	5,021
現金及現金等價物		39,311	67,348
其他金融資產		54,274	53,796
即期可回收稅款		549	316
		<u>395,544</u>	<u>444,132</u>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項	6	149,863	172,871
應付即期稅項		9,670	6,380
銀行貸款		56,441	55,471
租賃負債		4,600	4,276
		<u>220,574</u>	<u>238,998</u>
<b>流動資產淨額</b>		<u>174,970</u>	<u>205,134</u>
<b>資產總值減流動負債</b>		<u>277,032</u>	<u>272,487</u>



	附註	2020年 12月31日 千美元	2019年 12月31日 千美元
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債		2,101	1,167
租賃負債		6,972	5,137
其他非流動負債		157	143
		<u>9,230</u>	<u>6,447</u>
<b>資產淨值</b>		<u>267,802</u>	266,040
<b>資本及儲備</b>			
股本	7	15,341	15,341
儲備		252,461	250,699
<b>權益總額</b>		<u>267,802</u>	<u>266,040</u>

## 財務報表附註

(除另有註明外，均以美元列示)

### 1 重大會計政策

#### (a) 合規聲明

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

國際會計準則理事會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效或可提早採納之新訂及經修訂《國際財務報告準則》。於當前及過往會計期間首次應用該等與本集團有關的變動所引致的任何會計政策變動，已反映於該等財務報表內。

#### (b) 財務報表的編製基準

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

管理層在編製符合《國際財務報告準則》的財務報表時須作出判斷、估計和假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及所呈報的資產、負債、收入及開支金額。該等估計和相關假設乃根據過往經驗及相信於該等情況下屬合理的多項其他因素作出，有關結果構成在無法從其他來源明確得知的資產與負債的賬面值時所作出判斷的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

該等估計及相關假設會予以持續審查。倘會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂會在該期間內確認；倘會計估計的修訂對本期間及未來期間均產生影響，則會在該修訂期間和未來期間內確認。

### (c) 會計政策變動

本集團對當前會計期間之財務報表已採納國際會計準則理事會頒佈之以下《國際財務報告準則》修訂本：

- 《國際財務報告準則》第3號之修訂，業務之定義
- 《國際財務報告準則》第16號之修訂，新冠病毒疫情相關租金減免

該等變動概無對本集團就本期間或過往期間編製或呈列業績及財務狀況的方式造成重大影響。本集團並無採納於當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

## 2 收入及分部報告

### (a) 收入

本集團主要服務為提供移動廣告相關服務、數據分析相關服務以及雲相關產品及服務。有關本集團主要業務的進一步詳情於附註2(b)披露。

**(i) 收入劃分**

按服務種類劃分來自客戶合約的收入如下：

	<b>2020年</b> 千美元	2019年 千美元
移動廣告相關服務的收入	<b>515,457</b>	500,257
數據分析服務的收入	<b>560</b>	—
雲相關產品及服務的收入	<b>131</b>	—
	<b><u>516,148</u></b>	<b><u>500,257</u></b>

按收入確認時間及按地區市場劃分的來自客戶合約的收入分別於附註2(b)(i)及2(c)披露。

本集團的客戶基礎呈多元化，截至2020年12月31日止年度，概無單獨貢獻本集團收入10%或以上的客戶(2019年：無)。

**(ii) 於報告日期存續的客戶合約所產生預期於日後確認的收入**

於2020年12月31日，分配至本集團現有合約項下餘下履約責任的交易價總額為190,000美元(2019年：無)。該金額指就本集團的數據分析平台訂閱期間屆滿預期於日後確認的收益。本集團將於日後訂閱期間屆滿時確認預期收益，預期於未來1至12個月內發生(2019年：無)。

## (b) 分部報告

本集團按分部管理其業務，而分部乃根據服務種類及地區劃分。本集團已呈報以下三個可呈報分部，方式與向本集團最高行政管理層內部呈報資料以評估資源分配及表現評估的方式一致。並無經營分部合併組成以下可呈報分部。

- 移動營銷業務：該分部透過一個類似軟件即服務（「SaaS」）程序化廣告平台、頭部媒體及附屬廣告服務平台在全球範圍內為其客戶提供移動廣告服務。
- 數據分析業務：該分部透過本集團的SaaS平台在全球範圍內為其客戶提供移動應用數據分析服務。
- 雲業務：該分部為其客戶提供雲原生科技服務，該服務包括雲基礎設施的部署及優化服務以及雲計算引擎及大數據計算框架的實施服務。

### (i) 分部業績

為評估分部表現及於分部間分配資源，本集團主要經營決策者（「主要經營決策者」）乃按以下基礎監察各個可呈報分部的業績：

收入及開支乃參考該等分部所產生的銷售以及該等分部產生的開支或該等分部應佔之資產折舊或攤銷另外產生之開支，分配至可呈報分部。

主要經營決策者主要基於分部收入及分部毛利評估經營分部的表現。向主要經營決策者呈報的來自外部客戶收入乃作為分部收入計量，即各分部來自客戶的收入。分部毛利按分部收入減分部銷售成本計算。此乃向本集團最高行政管理層呈報的基準。

按收入確認時間劃分來自客戶合約的收入連同就截至2020年及2019年12月31日止年度之資源分配及評估分部表現而言向本集團主要經營決策者所提供與本集團可呈報分部相關的資料載於下文：

	移動廣告業務		數據分析業務		雲業務		總計	
	2020年 千美元	2019年 千美元	2020年 千美元	2019年 千美元	2020年 千美元	2019年 千美元	2020年 千美元	2019年 千美元
按收入確認時間劃分								
按時間點確認	515,457	500,257	424	—	131	—	516,012	500,257
隨時間確認	—	—	136	—	—	—	136	—
可呈報分部收入	515,457	500,257	560	—	131	—	516,148	500,257
可呈報分部成本	<u>(433,978)</u>	<u>(381,494)</u>	<u>(13)</u>	<u>—</u>	<u>(17)</u>	<u>—</u>	<u>(434,008)</u>	<u>(381,494)</u>
毛利	<u>81,479</u>	<u>118,763</u>	<u>547</u>	<u>—</u>	<u>114</u>	<u>—</u>	<u>82,140</u>	<u>118,763</u>

本集團主要經營決策者根據各分部的毛利作出決策。因此，僅呈列以上分部業績。

## (ii) 分部資產及負債

由於並無定期向本集團主要經營決策者提供分部資產及負債資料，以便作出彼等關於資源分配及表現評估的決策，故不提供有關資料。



(c) 地理資料

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

	外部客戶收入	
	2020年 千美元	2019年 千美元
中國(附註(i))	171,591	291,137
美洲(附註(ii))	126,216	67,755
亞太地區	68,963	52,535
亞洲其他地區(附註(iii))	8,398	10,603
歐洲、非洲及中東地區 (EMEA地區)(附註(iv))	136,267	72,737
其他地區	4,713	5,490
	<u>516,148</u>	<u>500,257</u>

附註：

(i) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。

(ii) 主要包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷和智利。

(iii) 主要包括中亞和南亞地區。

(iv) 主要包括英國、瑞士、德國、沙特阿拉伯、約旦、埃及和尼日利亞。

### 3 綜合損益表的所得稅

(a) 綜合損益表的所得稅指：

	2020年 千美元	2019年 千美元
即期稅項	2,150	3,498
遞延稅項	<u>(4,054)</u>	<u>(2,109)</u>
	<u><b>(1,904)</b></u>	<u><b>1,389</b></u>

附註：

- (i) 根據開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾的規則及法規，本集團毋須於開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾繳納任何所得稅。
- (ii) 2020年的香港利得稅撥備乃經計及香港特別行政區政府就2019至2020年度應評稅應付稅款授出的75%扣減額(各項業務最高扣減額為零港元)(2019年：2018至2019年度就應評稅授出最高扣減額20,000港元，且於計算2019年撥備時已計及此扣減額)。
- (iii) Adlogic Technology Pte.Ltd.(新加坡的附屬公司)須於新加坡按現行稅率17%繳納企業所得稅。
- (iv) USCore, Inc.及GT Inc(美國的附屬公司)於截至2020年12月31日及2019年12月31日止年度需根據2018年1月1日生效的美國《減稅與就業法案》(Tax Cuts and Jobs Acts)按21%的稅率繳納美國聯邦所得稅。此外，USCore, Inc.須繳納美國多個州的稅項。nativeX, LLC(USCore, Inc.的全資附屬公司)就所得稅而言不被視為實體，其收入或虧損計入USCore, Inc.的所得稅計算結果。
- (v) 於年內，適用於在中國註冊的附屬公司的企業所得稅(「企業所得稅」)稅率為25%。
- (vi) 廣州匯量信息科技有限公司(中國的附屬公司)被認證為「高新技術企業」，自2017年起至2020年適用優惠企業所得稅稅率15%。

- (vii) 根據中國國家稅務總局頒佈的自2017年起生效的相關法律及法規，從事研發活動的本集團之中國附屬公司於釐定彼等於各年度的應課稅溢利時有權就此產生的研發開支的175%（就截至2020年12月31日止三年而言）申索為可抵扣開支（「加計扣除」）。本集團已就本集團實體於釐定彼等於年內的應課稅溢利時申索的加計扣除作出最佳估計。
- (viii) 除非獲得稅收協定或安排削減，中國企業所得稅法及其實施細則對中國居民企業就自2008年1月1日起賺取的溢利向其非中國居民公司投資者分派的股息按10%稅率徵收預扣稅。根據內地與香港避免雙重徵稅安排，倘本集團的香港附屬公司為中國企業的「實益擁有人」並直接持有中國企業25%或以上股權，則其享有經削減的預扣稅稅率5%。

(b) 按適用稅率計算的所得稅(抵免)／開支與會計(虧損)／溢利的對賬：

	2020年 千美元	2019年 千美元
除稅前(虧損)／溢利	<u>(7,110)</u>	<u>23,458</u>
除稅前溢利的名義稅項，按相當國家適用 於溢利的稅率計算	(1,966)	3,069
不可扣稅開支的稅務影響	278	57
毋須課稅收入的稅務影響	(299)	(88)
研發開支的加計扣除	(634)	(1,044)
過往年度的撥備不足／(超額撥備)	360	(298)
稅收減免	(162)	(608)
本年度未確認稅項虧損的稅務影響	525	301
其他	(6)	—
實際稅項(抵免)／開支	<u>(1,904)</u>	<u>1,389</u>

## 4 每股(虧損)/盈利

### (a) 每股基本(虧損)/盈利

每股基本(虧損)/盈利乃基於本公司權益股東應佔虧損5,206,000美元(2019年：溢利22,069,000美元)及年內已發行股份的加權平均數1,505,258,184股股份(2019年：1,471,466,607股)計算如下：

#### 普通股加權平均數

	2020年	2019年
於1月1日(附註)	1,474,115,242	1,446,866,842
已歸屬受限制股份單位的影響(附註8(f))	31,306,084	9,598,918
就受限制股份單位購買股份的影響 (附註8(f))	(163,142)	—
發行超額配售股份的影響(附註8(b)(v))	—	15,000,847
	<u>1,505,258,184</u>	<u>1,471,466,607</u>
於12月31日的普通股加權平均數	<u>1,505,258,184</u>	<u>1,471,466,607</u>

附註：

於2020年1月1日的普通股數目為該日發行在外的1,534,204,000股(2019年：1,518,867,000股)普通股，扣除2020年1月1日受限制股份單位受託人持有的60,088,758股(2019年：72,000,158股)庫存股份。

### (b) 每股攤薄(虧損)/盈利

每股攤薄(虧損)/盈利乃基於本公司權益股東應佔虧損5,206,000美元(2019年：溢利22,069,000美元)及已發行股份的加權平均數1,536,857,074股股份(2019年：1,496,241,136股)計算，已就根據股份獎勵計劃授出的股份所引致的潛在攤薄影響作出調整。

普通股加權平均數(攤薄)

	2020年	2019年
於12月31日的普通股加權平均數	<b>1,505,258,184</b>	1,471,466,607
本公司股份獎勵計劃未歸屬股份的影響	<b>31,598,890</b>	24,774,529
於12月31日的普通股加權平均數(攤薄)	<b><u>1,536,857,074</u></b>	<b><u>1,496,241,136</u></b>

5 貿易及其他應收款項

	2020年 千美元	2019年 千美元
貿易應收款項	<b>216,829</b>	245,743
減：呆賬撥備	<b>(17,744)</b>	(26,330)
	<b>199,085</b>	219,413
按金及預付款項	<b>10,368</b>	12,308
其他應收款項(附註(i))	<b>87,746</b>	89,232
	<b>297,199</b>	320,953
減：非流動按金及預付款項(附註(ii))	<b>(676)</b>	(3,302)
	<b><u>296,523</u></b>	<b><u>317,651</u></b>

預期所有計入流動資產的貿易及其他應收款項均將於一年內收回或確認為開支。

附註：

- (i) 於2020年12月31日，本集團的其他應收款項包括對中國及香港財務機構發行的74,640,000美元(2019年：78,640,000美元)理財產品(一年內到期、保本及有固定每年回報)的投資。
- (ii) 於2019年12月31日，本集團有應收一名第三方的貸款，本金額為1,700,000美元，於兩年內到期，年利率為3%，並已由第三方於截至2020年12月31日止年度償還。

(a) 賬齡分析

於2020年12月31日，貿易應收款項(已扣除呆賬撥備)的賬齡分析(按收入確認日期計算)如下：

	2020年 千美元	2019年 千美元
3個月內	97,833	128,800
3至6個月	47,801	59,700
6至12個月	47,702	29,019
超過12個月	5,749	1,894
	<u>199,085</u>	<u>219,413</u>

貿易應收款項於收入確認日期起計60至90日內到期。

6 貿易及其他應付款項

	2020年 千美元	2019年 千美元
貿易應付款項(附註(a))	122,975	144,722
應付關聯方款項	193	193
其他應付款項	7,627	10,687
預收款項	11,198	8,601
應付員工成本	6,285	6,358
增值稅(「增值稅」)及其他應付稅項	1,585	2,310
	<u>149,863</u>	<u>172,871</u>

所有貿易及其他應付款項預期於一年內結清或確認為收入，或須按要求償還。

於2020年及2019年12月31日，應付關聯方款項為非貿易相關、無抵押且免息。

(a) 貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	2020年 千美元	2019年 千美元
1個月內	26,745	38,081
1至2個月	24,753	36,420
2至3個月	9,657	29,473
超過3個月	<u>61,820</u>	<u>40,748</u>
	<u><b>122,975</b></u>	<u><b>144,722</b></u>

## 7 股本

(a) 法定股本

	2020年		2019年	
	股份數目	股份面值 千美元	股份數目	股份面值 千美元
於1月1日	10,000,000,000	100,000	10,000,000,000	100,000
增加	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
於12月31日	<u><b>10,000,000,000</b></u>	<u><b>100,000</b></u>	<u><b>10,000,000,000</b></u>	<u><b>100,000</b></u>

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

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



(b) 已發行及繳足股款

		普通股	繳足股款
	附註	普通股數目	普通股 面值 千美元
於2019年1月1日		<b>1,518,867,000</b>	15,188
在IPO超額配售發售中發行普通股股份	v	<b>15,337,000</b>	153
於2019年12月31日、2020年1月1日 及2020年12月31日		<b><u>1,534,204,000</u></b>	<b><u>15,341</u></b>

普通股持有人有權隨時收取本公司宣派的股息，並於本公司會議上享有每股1票的表決權。就本公司剩餘資產而言，所有普通股都具有同等地位。

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

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

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

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

## 8 儲備及股息

本集團綜合權益各組成部分的期初與期末餘額的對賬載列於綜合權益變動表。本公司在年初至年末期間權益各個組成部分的變動詳情如下：

	股本 千美元 (附註7)	資本 贖回儲備 千美元 (附註8(a))	股本溢價 千美元 (附註8(b))	庫存 股份儲備 千美元 (附註8(f))	以股份 為基礎 的付款儲備 千美元 (附註8(e))	(累計虧損)/ 保留溢利 千美元	權益總額 千美元
於2019年1月1日	15,188	60,207	139,078	(720)	5,596	(12,852)	206,497
年內溢利	—	—	—	—	—	17,969	17,969
全面收入總額	—	—	—	—	—	17,969	17,969
已歸屬受限制股份 單位	—	—	5,862	119	(5,981)	—	—
以股份為基礎的付款 在IPO超額配售中發 行普通股股份	—	—	—	—	19,891	—	19,891
已宣派股息	153	—	7,446	—	—	—	7,599
	—	—	(15,686)	—	—	—	(15,686)
<b>於2019年12月31日及 2020年1月1日</b>	<b>15,341</b>	<b>60,207</b>	<b>136,700</b>	<b>(601)</b>	<b>19,506</b>	<b>5,117</b>	<b>236,270</b>
年內溢利	—	—	—	—	—	382	382
全面收入總額	—	—	—	—	—	382	382
已歸屬受限制股份 單位	—	—	18,122	372	(18,494)	—	—
以股份為基礎的付款 就受限制股份單位 購買股份	—	—	—	—	13,194	—	13,194
	—	—	—	(4,384)	—	—	(4,384)
<b>於2020年12月31日</b>	<b>15,341</b>	<b>60,207</b>	<b>154,822</b>	<b>(4,613)</b>	<b>14,206</b>	<b>5,499</b>	<b>245,462</b>

**(a) 資本儲備**

資本儲備指註冊資本增加與注資總額以及重組產生的其他儲備之間的差額。

**(b) 股份溢價**

根據開曼群島的公司法，在緊隨建議分派股息之日後，本公司的股份溢價賬可分配予本公司股東，本公司將有能力償還於日常業務過程中的到期債務。

**(c) 法定儲備**

根據中國法規的規定，本公司於中國內地成立及運營的附屬公司須根據中國會計規則及法規釐定的除稅後溢利(抵銷過往年度虧損後)的10%劃轉至法定盈餘儲備，直至儲備結餘達到註冊資本的50%。向該儲備劃轉必須在向母公司分派溢利前作出。

獲有關部門批准後，法定儲備可用於抵銷累計虧損或增加附屬公司的資本，惟該發行後的結餘不低於其註冊資本的25%。

**(d) 匯兌儲備**

外匯儲備包括因換算外商業務財務報表而產生的所有外匯差額。

**(e) 以股份為基礎的付款儲備**

以股份為基礎的付款儲備指已確認授予本集團董事、僱員的受限制股份單位授出日期公平值的部分。

(f) 庫存股份

本公司的庫存股份包括受限制股份單位受託人所持本公司股份的成本。於2018年10月12日，本公司向受限制股份單位受託人發行63,830股每股面值0.01美元的普通股。

截至2020年及2019年12月31日止年度，受限制單位受託人所持股份數目之變動如下：

	2020年	2019年
截至1月1日未歸屬	60,088,758	72,000,158
年內自市場所購	7,993,000	—
年內已歸屬	(37,315,508)	(11,911,400)
截至12月31日未歸屬	<u>30,766,250</u>	<u>60,088,758</u>

(g) 可分派儲備

截至2020年12月31日，可向本公司權益股東分派的儲備總額為174,527,000美元(2019年：161,323,000美元)。

(h) 股息

分派予本公司股東的股息於本公司股東或董事(如適用)批准股息期間在本集團及本公司財務報表中確認為負債。

年內應付本公司權益股東之股息如下：

	2020年 千美元	2019年 千美元
已宣派及派付之末期股息每股普通股零 港元(2019年：每股普通股零港元)	—	—
已宣派及派付之特別股息每股普通股零 港元(2019年：每股普通股0.08港元)	—	15,686
	<u>—</u>	<u>15,686</u>

並無提出建議於報告期末後派付末期股息。

(i) 資本管理

本集團資本管理的主要目標在於保障本集團能夠持續經營，通過按相應的風險水平進行產品定價及按合理成本取得融資，持續為股東提供回報及為其他利益相關者帶來利益。

本集團積極及定期檢討並管理資本架構，在較高的股東回報(可能伴隨較高的借款水平)與良好的資本狀況可提供的益處及保障中維持平衡，並因應經濟狀況變動調整資本架構。

本集團參考債務狀況監督資本架構。本集團的策略是維持股本與債務之間的平衡，確保有充足的營運資金履行債務責任。於2020年及2019年12月31日，本集團的資產負債比率(即本集團的負債總額比其資產總值)分別為46%及48%。

本集團於2020年及2019年12月31日的資產負債比率如下：

	2020年 12月31日 千美元	2019年 12月31日 千美元
流動負債：		
貿易及其他應付款項	149,863	172,871
應付即期稅項	9,670	6,380
銀行貸款	56,441	55,471
租賃負債	4,600	4,276
非流動負債：		
遞延稅項負債	2,101	1,167
租賃負債	6,972	5,137
其他非流動負債	157	143
負債總額	<u>229,804</u>	<u>245,445</u>
資產總值	497,606	511,485
資產負債比率	46%	48%

## 致謝

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

承董事會命  
匯量科技有限公司  
主席  
段威

中國廣州，2021年3月31日

於本公告日期，董事會包括執行董事段威先生(主席)、曹曉歡先生(首席執行官)、方子愷先生及宋笑飛先生；非執行董事黃德煒先生；以及獨立非執行董事應雷先生、胡杰先生及孫洪斌先生。

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

本公告中英文版本如有任何不一致之處，概以英文版本為準。