

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，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**Weimob 微盟**

**WEIMOB INC.**

**微盟集團\***

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2013)

## 自願公告 建議收購向心雲51.8904%股權

本公告乃由微盟集團(「本公司」)自願作出。

董事會欣然宣佈，於2021年11月9日，本公司間接全資附屬公司微盟發展與(其中包括)各賣方及上海向心雲網絡科技有限公司(「向心雲」)訂立股權轉讓協議，據此，賣方有條件地同意出售，且微盟發展有條件地同意購買向心雲45.9693%股權，現金代價為人民幣14,195.02萬元。於同日，微盟發展與向心雲、騰訊產業投資基金以及創始人及持股平台訂立增資協議，內容有關(其中包括)微盟發展同意透過現金注資人民幣80百萬元作出資金供款，以購買向心雲人民幣3,196,130元的新增註冊資本，為增資完成後向心雲經擴大總股權的10.9589%。本次交易的總代價人民幣22,195.02萬元將由本公司內部資源提供資金。

於交易完成後，向心雲將成為本公司的附屬公司。本公司將透過微盟發展持有向心雲51.8904%股權，創始人及持股平台將持有向心雲30.7041%股權，且騰訊產業投資基金將持有向心雲17.4055%股權。向心雲的財務業績將會併入本集團財務報表。

向心雲是國內領先的泛零售運營數字化服務商，推出的SaaS軟件「超級導購」APP，致力於幫助零售企業實現導購店員的數字化。於交易完成後，本集團將獲得導購數字化能力的快速深化，夯實智慧零售領域的競爭優勢，通過標準化產品快速提升導購店員的商品認知和服務能力，系統性的幫助商家將消費者反饋轉化為重要決策依據，同時降低導購店員高頻流動造成的經營波動，提升商家在零售終端的潛力。

就董事做出一切合理問詢後所深知、所悉及所信，賣方及向心雲以及彼等各自的最終實益擁有人為獨立第三方。有關本次交易所有適用百分比率均低於5%。因此，本次交易不構成上市規則第十四章項下本公司的須予公佈交易或上市規則第十四A章項下本公司的關連交易。

## 一、本次交易概述

董事會欣然宣佈，於2021年11月9日，本公司間接全資附屬公司微盟發展與（其中包括）各賣方及向心雲訂立股權轉讓協議，據此，賣方有條件地同意出售，且微盟發展有條件地同意購買向心雲45.9693%股權，現金代價為人民幣14,195.02萬元。於同日，微盟發展與向心雲、騰訊產業投資基金以及創始人及持股平台訂立增資協議，內容有關（其中包括）微盟發展同意透過現金注資人民幣80百萬元作出資金供款，以購買向心雲人民幣3,196,130元的新增註冊資本，為增資完成後向心雲經擴大總股權的10.9589%。本次交易的總代價人民幣22,195.02萬元將由本公司內部資源提供資金。

本次交易代價乃經協議訂約方採用「股價營收比」作為估值指標，參考在中國、香港及美國上市的可比較的軟件公司股價營收比考量向心雲的估值，並經公平磋商後釐定。股價營收比是廣泛被市場參與者採納用於對軟件公司（尤其是對尚未盈利但處於成長期的軟件公司）的估值。基於本公司對上述可比公司市場信息的分析，根據2021年11月3日的彭博資訊，中國及全球上市軟件公司的平均股價營收比約為11.36。

待向心雲完成股權轉讓包括工商變更登記在內的所有法定程序且依法取得市場監督管理局頒發的新營業執照，微盟成為向心雲註冊股東且微盟提名的人選成為向心雲新的董事、監事後交易方告完成。

於交易完成後，向心雲將成為本公司的附屬公司。本公司將透過微盟發展持有向心雲51.8904%股權，創始人及持股平台將持有向心雲30.7041%股權，且騰訊產業投資基金將持有向心雲17.4055%股權。向心雲的財務業績將會併入本集團財務報表。

經董事（包括獨立非執行董事）作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，於本公告日期，賣方、向心雲及其各自最終實益擁有人（如適用）均為獨立第三方。該等協議乃經訂約方公平磋商後按一般商業條款訂立，其條款及條件屬公平合理，且符合本公司及股東的整體利益。

## 二、進行本次交易的理由及裨益

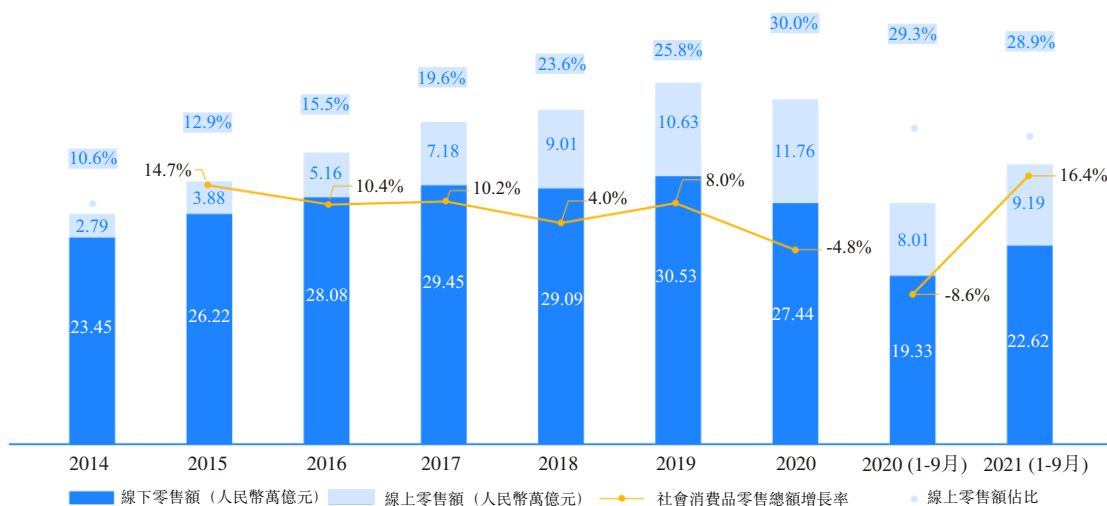
於交易完成後，本集團將獲得導購數字化能力的快速深化，夯實智慧零售領域的競爭優勢，通過標準化產品快速提升導購店員的商品認知和服務能力，系統性的幫助商家將消費者反饋轉化為重要決策依據，同時降低導購店員高頻流動造成的經營波動，提升商家在零售終端的潛力。

本集團將進一步夯實在智慧零售領域的數字化版圖，以更具有競爭優勢的「流量+工具+運營」的全鏈路解決方案幫助零售企業更加高效地經營全渠道業務，逐步建立起屬於零售企業自身的TSO數字化商業版圖。從實現路徑上，將採用生態企業夥伴入駐微盟雲以及投資併購的方式實現外延擴展，持續尋找、整合零售企業數字化的優秀服務商，共同為客戶創造長期價值。

### (一) 零售渠道場景日新月異，本集團將持續佈局全渠道數字化升級

#### 1、零售企業全渠道數字化經營趨勢

2021年國內消費穩步復甦，根據國家統計局數據，2021年1至9月，社會消費品零售總額人民幣31.8萬億元，同比增長16.4%，其中，商品零售總額為人民幣28.5萬億元，同比增長15.0%，消費仍然是經濟穩定運行的壓艙石。



疫情之下，新型消費快速發展，零售行業也經歷著日新月異的渠道變革，品牌商需要滿足消費者多樣化的購物場景，進一步刺激了零售業數字化需求，佈局全渠道業務是眾多品牌商與零售商的必選項。劃分渠道形態來看，線上部份中心化電商零售增速放緩，私域電商崛起，截至2021年6月，全網小程序數量已經超過700萬，其中微信小程序月度活躍用戶超過9億。線下部份，實體渠道仍然是零售行業銷售額的主流，特別是連鎖企業，2020年連鎖百強銷售規模人民幣2.4萬億元，其中線下銷售額佔比達67.7%。

隨著線上公域流量紅利趨於尾聲，線上線下「租售比」趨於一致，消費者的購物體驗需求逐步被喚醒，線下作為主流渠道的同時，也對零售企業終端的服務和數字化能力提出了更高要求，主要體現在：

- 1) 零售業務環境快速變化，多種場景疊加，觸達渠道呈指數級增加。品牌線上電商獨立運營，企業內部形成數據孤島，無法與線下互通。線上、線下渠道積累的會員資源較為分散，傳統運營手段效率低下，作業標準和業務能力的快速複製難以進行有效統一。業務運營的複雜性使得傳統模式難以進行有效的管理和溝通，線上、線下渠道雙軌驅動，線下場景標準化驅動成為零售行業的必然選擇；
- 2) 線下場景擁有自然流量，但缺乏持續運營方式和數字化工具。線下零售業態多以場地經營為主，受制於時間和物理空間的局限性，商品陳列、展示和客戶到店時間有限，業績受當日門店客流影響較大；特別是疫情等突發事件下，生意的穩定性和延展性嚴重受阻。終端消費者離店以後難以進行系統性、個性化的服務，團隊執行過程難以進行量化跟蹤；
- 3) 零售領域的企業數量和從業人員眾多，傳統模式下的管理較為粗放，同質化的競爭迫使企業更加注重效率的提升。線下導購人員流動頻繁，能力組合較為單薄，缺乏工具與相關培訓，銷售能力未能得到充足的培訓和開發，導購角色熟悉商品並直連消費者的核心價值並未得到充分體現。隨著人力成本上升、庫存積壓，企業經營難度加大，以數字化提升精益運營空間，將顯著釋放企業運營潛力。

## 2、微盟在智慧零售領域的佈局（包含本次交易所涉及的領域）

本集團作為中國領先的企業雲端商業化及營銷解決方案提供商，致力於幫助企業實現零售數字化轉型，包括渠道數字化、導購數字化、會員數字化、營銷數字化、服務及組織過程當中的數據生產和整合。從行業維度看，解決方案已從美妝護膚、服裝鞋帽、母嬰親子、食品生鮮、數碼家電等覆蓋至家居家裝、運動健康等領域，並且隨著海鼎信息的併購，將行業覆蓋維度進一步拓展至百貨商超、便利店及購物中心等業態。從服務客戶群體看，本集團深度洞察行業數字化趨勢之下，始終秉承「大客化」戰略，不斷豐富品牌客戶數字工具產品矩陣，為品牌客戶提供全案、全域、全時的解決方案。本集團的智慧零售解決方案是針對零售企業推出的全渠道營銷解決方案，通過數字技術承載企業的品牌、渠道、會員、營銷以及導購等核心業務板塊的全面在線化，滿足企業多渠道觸點和更廣時域內的業務運作需求，最終以技術和數據驅動幫助零售企業及其他實體渠道主體實現業務的運營增長。

2021年1至6月期間，本集團數字商業的營收中，智慧零售收入為人民幣1.83億元，較2020年同期增長298.3%，在訂閱解決方案的收入佔比提升至33.4%，相比2020年15.1%的佔比提升了18個百分點；智慧零售商戶上升到4,699家；其中，品牌商戶達到了830家，較2020年同期商戶數量增長82%，品牌商戶的每用戶平均訂單收入為人民幣23.2萬元，智慧零售業務在中國零售百強企業中的覆蓋度達到40%以上。智慧零售業務板塊已成為拉動SaaS訂閱解決方案的主引擎。



### 3、行業競爭格局

零售企業在數字化運營過程當中，必然面臨三個核心訴求，即流量的高效獲取和拓展整合、與私域電商息息相關的數字化工具以及針對私域用戶的深度運營。本集團通過深度服務零售企業客戶，提出了切合零售數字化趨勢的TSO戰略，其中，T代表Traffic（流量），S代表SaaS（工具），O代表Operation（運營），致力於通過一站式解決方案，幫助企業通過統一的商業操作平台高效地管理業務運轉。本集團的精準營銷業務已經覆蓋主流的中心化平台，通過對海鼎信息的收購，進一步完善了線下的流量觸點，包括自助收銀、移動POS以及聚合支付，向心雲的併購將快速推動零售企業實體渠道數字化業務的運作及融合效率。通過連接數以百萬計的一線導購人員，顯著豐富以門店為核心的業務運營場景，導購將成為企業私域運營的核心紐帶。訂閱化解決方案版塊，本集團的解決方案不僅覆蓋了品牌商城、渠道雲店、智能導購、分銷體系、會員中台、營銷工具，而且與向心雲的結合將最大化釋放零售企業在組織力、零售力上的業務價值，以導購的業務及效能成長，實現業務及消費者體驗的增長。在深度運營模塊層面，向心雲的解決方案將幫助零售企業以數字化流量工具和標準化輸出的銷售工具來賦能導購，能優化員工效率，並帶來更切合消費者需求的購物體驗，同時實現跨城市、跨門店、跨品類、跨品牌將商品與顧客連接在一起。

### 4、本集團智慧零售的全景圖譜

通過深度服務零售企業品牌客戶，本集團了解到企業完整的數字化進程其覆蓋維度包括流量數字化、場景數字化、組織力數字化、運營機制數字化以及客戶資產數字化。流量端，以數智決策為基礎，幫助企業更加精準、高效地獲取目標客戶人群。場景數字化承接前端流量來源，形成從投放到轉化的交易鏈路，突破時間、空間的局限性，形成多渠道統一、數據同步、雲店和線下場景映射，實現經營的全時全域。組織力數字化則幫助企業實現決策鏈路的跟蹤和反饋，不論是總部—渠道—終端的決策，還是終端市場向企業決策層的反饋，通過組織力的數字化工具來實現決策機制的完整性和無損性。通過運營機制的數字化，企業將業務運轉過程中產生的認知、經驗、素材進行內容和數據的沉澱，通過結構化和標籤化，更加精準地輔助多部門協同，提升機制內的精細化運營和管理。客戶資產數字化則助力企業實現客戶的全生命週期管理，豐富企業一方數據的顆粒度，以更智能和個性化的服務模式為終端消費者帶來全新的購物體驗。

本集團在流量數字化、場景數字化以及客戶資產數字化方面已經擁有較為豐富的數字化產品體系，本次對於向心雲的收購則是在組織力數字化和運營機制數字化方面進一步做深入佈局，幫助企業實現內部組織協同、線下門店業務在線化和導購賦能。向心雲從導購管理切入，幫助企業打造零售業務中台，從商品管理、店員運營到客戶運營，產品貫穿企業數字化的業務產業鏈。

數字化的「人、貨、場」將成為未來零售的新基建，其中核心要素「人」，既包括終端消費者，也包括與消費者實時互動並掌握市場最前沿趨勢的導購業務人員。新的數字化基建能夠根據不同的場和消費者特徵，匹配相應的服務和產品體系，構建零售企業從運營到執行的競爭要素。由於直連終端消費者，導購角色將成為新零售業態下的核心鏈接中心，可將線下流量和線上私域充分融合，通過精細化的客戶運營，提高單客價值，同時提升企業整體的經營效率。

## (二) 目標公司深耕泛零售行業多年，具備較高的戰略價值

### 1. 國內領先的泛零售運營數字化服務商

向心雲成立於2014年，成立時即從零售行業切入，致力於幫助零售企業賦能真正實現交易的人群－導購員，並通過該群體的有效運營來實現終端零售能力和業績的提升。向心雲自2014年起自主研發並不斷迭代SaaS軟件「超級導購」APP，支持客戶在零售運營體系內持續賦能導購店員，賦能業務運營，以及賦能組織。與向心雲長期合作的客戶，在員工能力成長、店舖管理水平、營銷能力、以及商品運營能力等方面均有顯著的提升。向心雲在2018年與騰訊達成戰略級合作關係後，開始快速構建在零售私域運營方面的能力，開發了圍繞導購社群運營場景的小程序商城產品「草動」，通過幫助導購基於微信吸粉，種草商品，並完成交易閉環。

2019年至今，向心雲產品實現了企業微信化，最大限度利用企業微信的平台效應，開拓中小客戶市場，也基於企業微信和微信的打通，讓社群營銷方案也有了更好的落地平台，能夠為客戶提供完整的基於企業微信平台的導購運營方案和社群營銷方案。

向心雲目前已與多個細分行業標誌性品牌企業深入合作，先後被BT Awards評選為「最具潛在投資價值企業」；入選國家高新技術企業，成為《中歐商業評論》新零售運營標誌企業案例研究對象；2018年獲得騰訊雲與智慧產業事業群CSIG戰略投資，成為騰訊智慧零售最佳運營服務商，憑藉具有核心競爭力的產品技術和誠意服務持續收穫企業客戶及合作夥伴信賴。

## 2. 向心雲經營表現

向心雲核心管理團隊行業資源豐富，深耕零售及信息化系統十多年，至今已累計服務200+家各零售細分領域頭部客戶，累計覆蓋24萬家門店和超過200萬店員用戶。目前，向心雲除了SaaS服務收費模式之外，還與客戶開展聯合私域運營，實現業績上升下的GMV分成。

下列圖表列示了向心雲於所示期間的財務和經營表現：

	截至 2021年 6月30日 止上半年	截至12月31日止年度 2020年	2019年
收入(人民幣萬元)	2,117	4,457	3,654
SaaS產品客單價(人民幣萬元)	27	34	34
SaaS客戶續約率	93%	84%	75%
超級導購平台累積用戶數(萬)	258	243	180
活躍門店數量(萬)	15	15	14

- 1) 近年保持了較為穩定的收入水準，即使在去年疫情期間，線下零售受到重大衝擊的情況下，也實現了一定的增長；
- 2) SaaS系統的單客戶付費規模可觀，鑑於向心雲的SaaS產品以賬號數量為收費基礎，反映了向心雲所服務的客戶以頭部和大型企業為主，據統計，平均每個客戶的門店規模在1,000家左右；
- 3) SaaS產品續約率逐年優化，2021上半年客戶數續約率為93%；
- 4) 「超級導購」產品平台用戶持續增長，活躍門店數量已超過15萬家。

### (三) 交易完成後，本集團在智慧零售領域的發展策略

#### 1、交易完成後，本集團將夯實TSO的競爭優勢

本集團的TSO戰略意在通過數字化營銷、數字化系統、數字化運營三大能力，幫助企業構建全鏈路營銷閉環，實現私域業態的增長。向心雲的產品和服務以企業流量經營與轉化為核心，以導購數字化為觸點，提供私域運營諮詢服務、生態合作資源支持以及底層的技術支持和數據賦能。交易完成後，本集團將在流量數字化、SaaS工具和私域運營等方面為商家提供更具競爭力的一站式全鏈路營銷解決方案，實現導流、盤活私域、沉澱數據資產。



流量端，本集團將進一步完善線下場景流量的數字化觸點和工具，為零售企業持續運營奠定基礎，幫助零售企業在高頻流動的導購群體中，鞏固作業標準，實現業務能力的快速複製和穿透力。企業零售力不會因人員變動而形成斷層和丟失，從而突破內部形成的數據孤島，以更標準化、延續性的方式收集消費者會員資源。

工具端，本集團將深度延展「門店運營」和「導購數字化」的觸點場景，助力企業組織力數字化和客戶資產數字化，將消費者反饋轉化為企業的商品決策大數據庫，為系統性、個性化的服務提供商業決策，突破場地經營帶來的時間和物理空間的局限性。同時，當業務發生快速變化時，不受企業規模、架構和能力的影響，實現信息在相關組織內快速、完整、精準地傳遞；信息的質量和速度決定了企業在不確定環境下的生存能力和應變能力，工具所承接的企業零售力以更加規範、敏捷、高效的方式快速響應市場變化。

運營端，對於有眾多門店或分支機構的企業，本集團將以更貼近市場前端的數字化工具和相關培訓賦能一線業務人員，快速傳遞商品信息，提升員工能力組合，將一線人員對於商品／服務的理解、市場洞察以更加智能的方式沉澱並向上反饋，讓企業內部的員工，特別是一線業務人員成為企業專業經驗和創造性解決問題的源泉，同時降低因人員流動頻繁造成的經營波動，充分激發直連消費者的核心價值，顯著提升企業在零售終端的潛力。

在未來的零售市場上，市場前沿的反饋將被及時傳導到企業決策層，良好的激勵機制將激發優秀的創意、促進寶貴經驗的沉澱和分享，每一個員工也將參與到企業的共建過程中，原本處於基層的導購和業務人員將變為與整個企業休戚與共的「利益共同體」。



## 2、本集團的長期發展策略

構建智慧商業生態平台是本集團的長期發展策略之一，從實現路徑上，將採用生態企業夥伴入駐微盟雲以及投資併購的方式實現外延擴展，持續尋找、整合零售企業數字化的優秀服務商，共同為客戶創造長期價值。



### 本集團投資併購佈局 (本集團自行整理)

在智慧零售領域，本集團曾先後投資、併購了達摩網絡、海鼎信息，獲得了橫向行業的擴展和縱向產品維度的垂直深度，形成了集前、中、後台一體化的解決方案。交易完成後，本集團將進一步夯實在智慧零售領域的數字化版圖，以更具競爭優勢的「流量+工具+運營」的全鏈路解決方案幫助零售企業更加高效地經營全渠道業務，真正實現從流量數字化、場景數字化到組織力數字化、運營機制數字化以及客戶資產數字化的深度轉型，逐步建立起屬於零售企業自身的TSO數字化商業版圖。本集團將持續探索多元化、數智化的解決方案，不斷豐富微盟雲生態體系，幫助提高企業不確定因素下的抗風險能力，優化內部經營效率、提升終端消費者的滿意度，為客戶延展長期價值的同時也為本集團的業績增長奠定紮實基礎。

有關本次交易包含的訂約方詳情，請參閱「四、釋義」。

### 三、上市規則下之涵義

就董事做出一切合理問詢後所深知、所悉及所信，賣方及向心雲以及彼等各自的最終實益擁有人為獨立第三方。有關本次交易所有適用百分比率均低於5%。因此，本次交易不構成上市規則第十四章項下本公司的須予公佈交易或上市規則第十四A章項下本公司的關連交易。

本次交易須待該等協議所載先決條件達成後方告完成。概不保證本次交易將完成或完成的時間。股東及潛在投資者於買賣本公司證券時務請審慎行事。

### 四、釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「董事會」	指	本公司董事會
「增資」	指	微盟發展同意透過現金注資人民幣80百萬元作出資金供款，以購買向心雲人民幣3,196,130元的新增註冊資本
「本公司」或「微盟」	指	Weimob Inc.，一間於開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所主板上市（股份代號：2013）
「交易完成」	指	根據股權轉讓協議及增資協議條款完成本次交易
「達摩網絡」	指	浙江達摩網絡科技有限公司，一間於中國成立的有限責任公司
「董事」	指	本公司董事
「股權轉讓」	指	賣方已有條件同意出售且微盟發展已有條件同意購買的賣方所持向心雲45.9693%股權
「創始人及持股平台」	指	於本公告日期向心雲的若干股東及持股平台，包括彭軍學、李偉、李治銀、上海寧賢及上海襄業
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「海鼎信息」	指	上海海鼎信息工程股份有限公司，一間於中國成立的有限責任公司及本公司的附屬公司

「香港」	指	中國香港特別行政區
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士(定義見上市規則)的任何實體或人士
「九盛投資」	指	西藏工布江達縣九盛投資有限責任公司，一間在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事投資及投資諮詢服務
「康同投資」	指	寧波梅山保稅港區康同投資合夥企業(有限合夥)，一間在中國註冊成立，並在中國證券投資基金業協會備案註冊的人民幣基金，主要從事對中國大消費領域的股權投資
「康御投資」	指	寧波梅山保稅港區康御投資合夥企業(有限合夥)，一間在中國註冊成立，並在中國證券投資基金業協會備案註冊的人民幣基金，主要從事對中國大消費領域的股權投資
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(經不時修訂)
「中國」	指	中華人民共和國。僅就本公告而言，除文意另有所指外，中國不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「賣方」	指	九盛投資、萬興投資、創始人與持股平台、康同投資及康御投資
「上海寧賢」	指	上海寧賢商務諮詢中心(有限合夥)，一間在中國成立的有限合夥企業，主要從事投資管理
「上海襄業」	指	上海襄業商務諮詢中心(有限合夥)，一間在中國成立的有限合夥企業，主要從事投資管理
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有上市規則所賦予的涵義

「騰訊」	指	騰訊控股有限公司，一間根據開曼群島法律組織及存續的有限公司，其股份在聯交所主板上市（股份代號：700）及／或其附屬公司
「騰訊產業投資基金」	指	深圳市騰訊產業投資基金有限公司，一間依據中國法律有效設立並合法存續的有限責任公司
「本次交易」	指	根據股權轉讓協議，賣方有條件地同意出售，且微盟發展有條件地同意購買向心雲45.9693%股權，現金代價為人民幣14,195.02萬元。且微盟發展與向心雲、騰訊產業投資基金以及創始人及持股平台訂立增資協議，內容有關（其中包括）微盟發展同意透過現金注資人民幣80百萬元作出資金供款，以購買向心雲人民幣3,196,130元的新增註冊資本
「向心雲」	指	上海向心雲網絡科技有限公司，一間成立於2014年的互聯網科技企業。公司從零售行業的導購管理與賦能切入，致力於構建零售業務中台
「萬興投資」	指	萬興投資發展有限公司，一間在中國註冊成立的有限公司，主要從事以自有資金進行投資活動
「微盟發展」	指	上海微盟企業發展有限公司，一間在中國成立的有限責任公司及本公司的間接全資附屬公司
「%」	指	百分比

承董事會命  
**Weimob Inc.**  
 董事會主席兼首席執行官  
 孫濤勇

中國上海  
 2021年11月9日

於本公告日期，董事會包括執行董事孫濤勇先生、方桐舒先生、游鳳椿先生及黃駿偉先生；以及獨立非執行董事孫明春先生、李緒富先生及唐偉先生。

\* 僅供識別