

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。



**BABYTREE GROUP**

**寶寶樹集團**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1761)

## 截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度業績公告

寶寶樹集團(「本公司」或「寶寶樹」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二一年十二月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零二零年十二月三十一日止年度的比較數字。

在本公告中，「我們」及「我們的」指本公司及本集團(視乎文義所指)。

### 主要摘要

以下載列我們截至二零二一年十二月三十一日止年度的主要摘要：

1. 截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們的總收入及毛利為人民幣281.8百萬元及人民幣170.7百萬元，同比分別增加32.8%及77.0%；
2. 由於我們採納了有效的成本控制政策，截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們的年度虧損同比減少17.8%；
3. 截至二零二一年十二月三十一日，我們寶寶樹孕育App的核心變現用戶流量錄得21.6百萬，同比穩定增長8.5%。同時，我們的寶寶樹微信社群擁有約1.14百萬名社群活躍成員，為互聯網母嬰行業規模最大的社群及最活躍的社群；及
4. 我們的C2M業務的核心能力開發仍持續進行中，而我們計劃於二零二二年推出一款獨家選品。

## 主要經營數據

	截至 二零二一年 十二月 三十一日 止年度	截至 二零二零年 十二月 三十一日 止年度	同比變動 <sup>(4)</sup>
核心變現用戶流量(百萬) <sup>(1)</sup>	<b>21.6</b>	19.9	8.5%
次日留存率 <sup>(2)</sup>	<b>50.7%</b>	49.0%	1.7個百分點
平均每日參與時數(分鐘) <sup>(3)</sup>	<b>11.8</b>	14.5	(2.7分鐘)

附註：

- (1) 「核心變現用戶流量」指我們的寶寶樹孕育App的月活躍用戶(「月活躍用戶」)，通過計算相關歷月期間活躍用戶的數量來計算。我們App的月活躍用戶數量由友盟(北京銳訊靈通科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務)跟蹤及計算。截至二零二一年十二月三十一日，寶寶樹的平均月活躍用戶數為約75.9百萬。
- (2) 「次日留存率」指我們寶寶樹孕育App的活躍用戶於次日仍為活躍用戶的百分比。次日留存率數字由QuestMobile跟蹤及計算，QuestMobile為北京貴士信息科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務。
- (3) 「平均每日參與時數」指用戶花費於我們寶寶樹孕育App上的平均時長。
- (4) 核心變現用戶流量同比變動指百分比變動。次日留存率同比變動指所示期間之間的差值。平均每日參與時數同比變動指所示期間之間的差值。

## 主要財務數據

	截至		同比變動 (%)
	十二月三十一日止年度 二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元	
收入	<b>281,823</b>	212,260	32.8%
—廣告	<b>255,578</b>	188,295	35.7%
—電商	<b>23,885</b>	19,895	20.1%
—其他	<b>2,360</b>	4,070	-42.0%
毛利	<b>170,720</b>	96,479	77.0%
毛利率	<b>60.6%</b>	45.5%	15.1%
年度虧損	<b>(387,114)</b>	(470,906)	-17.8%

## 業務回顧及展望

### 1. 我們的品牌

品牌價值對母嬰(「母嬰」)品牌至關重要，這也是我們在15年的創業歷程堅持走提升品牌價值之路的原因。根據尼爾森IQ的資料，二零二一年母嬰市場的市場規模不斷擴大。國內潮牌的崛起(即國潮)在一二線城市流行，讓母嬰消費者擁有更廣泛的民族產品及服務選擇。此外，在政府政策的大力支持及鼓勵下，超過70%的家庭計劃生二胎，持續帶動行業發展。二零二一年中國國內生產總值(GDP)達到人民幣114.4萬億元，較二零二零年同比增長8.1%。我們相信，我們在母嬰行業無與倫比的地位以及一個良好的市場環境將使我們能夠把握每一個機會實施我們的業務戰略，並進一步鞏固我們作為行業領導者的地位。

此外，根據比達諮詢最新刊發的母嬰行業報告，我們寶寶樹孕育App為母嬰行業整體滿意度最高、月活躍用戶數行業領先、用戶覆蓋率最廣的移動應用程式。此外，寶寶樹於新世代中的品牌知名度及使用率最高，顯示出其在中國年輕家庭中卓越的品牌力及影響力。

## 2. 國家政策支持

根據國家統計局的最新資料，二零二一年中國約有10.62百萬名新生兒，較二零二零年的12.00百萬名減少11.5%。儘管整個行業面臨巨大壓力，但我們以用戶需求為出發點，投入大量資源用於提升品牌及內容構建，專注流量擴張及用戶年齡層擴展，期望為合適的年齡範圍內的更多用戶提供服務。根據最近公佈的《中國二零二二年政府工作報告》，為減輕育兒負擔，鼓勵生育，中國政府出台了鼓勵生育政策，支持實施三孩政策，將三歲以下嬰幼兒照護費用納入個人所得稅專項附加扣除。此外，報告承諾發展普惠托育服務，強化未成年人保護。由於中國政府採取如此廣泛的支持及有利措施，我們對服務中國年輕家庭及母嬰行業有著前所未有的信心。

## 3. 領先的母嬰社區用戶流量生態佈局

得益於實施一系列戰略及戰術，二零二一年，本公司核心產品寶寶樹孕育App的月活躍用戶繼續穩定增長，達到21.6百萬人，較二零二零年同比增長8.5%，其中，產後用戶佔35.0%，較二零二零年相對穩定。我們產品的次日留存率保持穩定，於二零二一年達50.7%，用戶時間保持在11分鐘以上。

此外，我們深入流量佈局，令本集團的新媒體社區用戶規模不斷擴大，並且我們在抖音、微信視頻號、小紅書等媒體領域的努力亦取得不錯成績，新媒體社區用戶累計接近1百萬，並且還在不斷擴大。

### **強化寶寶樹微信社群**

於二零二一年，我們實現了寶寶樹微信社群從無到有的突破。截至二零二一年十二月三十一日，-1至2歲年齡段社群活躍用戶約1.14百萬人，微信社群廣泛覆蓋中國所有省份及54個主要城市，為互聯網母嬰行業規模最大的社群及最活躍的社群，寶媽助理分銷體系及品牌廣告多模式社群營銷應運而生。

我們的寶寶樹微信社群劃分為特定的用戶群，具備不同的用戶氛圍，並涉及各種主題，例如嬰兒輔食、二手產品、購物消費及父親特定主題。在寶寶樹微信社群中，孕前、孕中及產後用戶分別佔3.9%、34.8%及61.4%。由於我們的精細化運營，截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們的平均社群活躍度超過25%。

此外，我們透過產品矩陣實現引流至社群，並透過微信小程序同步用戶數據，實現兩端無縫銜接。我們亦透過微信小程序進一步增強外部流量獲取能力，包括賦能知識共享及電商功能，目前合計帶來100,000名新社群成員。

### **基於數字化運營管理平台的精細化經營體系**

寶媽助理分銷體系的建設有助我們透過約1,400名用戶寶媽管理員經營逾7,000個社群大幅減少經營成本及提高盈利潛力。此外，我們的採集系統及信息管理系統等數字化運營中台，加上我們的分區、分級激勵機制，令我們得以實現一二線城市的精細化運營。

### **透過電商賦能增加收益**

我們自二零二一年五月起開始致力於從社群盈利。通過寶媽助理分銷體系的建設，二零二一年六月的月銷售淨額超過人民幣2百萬元。

### **營銷模式升級**

我們將品牌社群營銷擴展到六種營銷模式，打通從曝光到轉化的通道，其中，社群運營、A2母嬰第一單及美贊臣母嬰第一單為獲得新客戶提供必要支持。截至二零二一年十二月三十一日止年度，寶寶樹微信社群為超過128家廣告商提供服務。我們的品牌廣告執行取得合共約人民幣13.3百萬元。我們旨在不斷利用我們的社群生態系統支持我們的第一條收入曲線，並逐步增加我們的銷售額以增加我們的收入。

## 4. 新世代差異化內容及產品運營

### 豐富內容體系

我們希望通過不斷豐富平台的專業生成內容(PGC)及專業用戶生成內容(PUGC)，將「專泛結合」的內容生態及「視頻+圖文」的創新形式帶入平台，不僅整合豐富的專業用戶內容，亦提供用戶獨特資源的深度價值，從而促進平台內容生態系統的發展及繁榮。

*PGUC-創作者計劃*。於二零二一年下半年，透過「創作者大賽」選出關鍵意見消費者及關鍵意見領袖，「創作者大賽」包括逾1,500名經認證創作者，並產出近40,000條優質內容，平均點擊率(「點擊率」)為6.4%。

*PGC-引入專業內容*。於截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們已發佈640條PGC、2,780條專家代言及200條視頻，涵蓋為0至1歲嬰兒自製親子早教遊戲視頻52條，平均點擊率為28%。同時，平台策劃並發佈了13個內容主題，結合專家直播，旨在為用戶提供最實用的建議和最專業的內容。

*PGC及PUGC-直播內容*。我們共舉辦3,895場直播，其中與50名專家及193名關鍵意見消費者合作，分別舉辦1,646場及1,300場直播。這使我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度內總曝光量超過10百萬瀏覽量。其中，我們推出集娛樂、購物及教育於一體的IP節目寶樹綜藝Bar。年底，我們亦舉辦了寶樹辣媽K歌大賽。

### 用戶年齡層擴展

針對備孕用戶，我們更新了小工具的排卵試紙功能，增加了智慧識別功能。針對孕期用戶，我們於二零二一年下半年對小工具的產檢時間表進行了全面升級，更便於用戶理解及閱讀。針對產後用戶的需求，我們推出了小時光相冊、付費早教課程、育兒周刊等功能，旨在從內容和工具等方面擴大用戶的年齡範圍。自二零二一年九月推出小時光相冊以來，使用該功能的用戶的次日留存率為57.12%，遠高於其他用戶的次日留存率。

此外，新版孕期頁面及產後頁面的次日留存率較舊版分別增加1.9%及1.0%。截至二零二一年十二月三十一日止年度的整體次日留存率達到50.7%。

## **用戶體驗優化**

我們通過推出「Search SUG Direct Tool」優化搜索體驗，其將關鍵詞納入內容工具庫、搜索工具優化，貫穿新媽媽孕育及育兒兩個核心階段。其為新手媽媽提供一站式信息源，一鍵獲取權威母嬰知識。因此，二零二一年每日搜索用戶數增加28.6%，且每名用戶每週搜索天數增加6.5%。

## **5. 技術優化及升級**

### **技術升級，以提升業務的連續性**

**多雲部署能力。**技術體系具備雲原生開發和多雲部署的能力，以及全面的系統彈性和不同地點的多雲部署能力，減少我們對雲服務及基礎設施提供商的依賴。我們已升級運營人工智能處理能力，大幅提升預警和容災能力，提升業務連續性和系統穩定性。

### **業務端商用產品及消費端內容發佈技術能力升級**

就業務端商用產品而言，我們已完成電商微信小程序建設，並開發店主分類及裂變增長等核心功能。此外，我們構建了大規模的店主招聘、培訓、運營及變現系統，具備自動創建、高效運營和快速變現的能力。我們亦建立了自助廣告智能出價的算法能力，成功幫助客戶控制並降低廣告成本，且客戶留存率及整體收入不斷增加。

就消費端內容發佈而言，我們通過引入主流雲服務商提供的內容推薦能力，打造正向的賽馬機制，推動算法迭代優化，促進我們升級內容推薦能力，聚焦小眾長尾內容發佈機制，及擴大長尾內容佔比，從而促進社群內容創作及發佈的動態發展。此外，我們已為平台上生成的大量內容緩存建



立內容審查機制。為積極響應政府頒佈的三孩政策，藉以提升社群用戶生成內容質量及營造積極溫馨的母嬰社群，我們與多家安全廠商合作，通過人工智能自動過濾優質內容，以降低內容創作帶來的風險及不確定性。

## 6. 主要變現渠道

### 廣告

二零二一年對於互聯網廣告業務來說是充滿挑戰的一年。行業面臨激烈競爭。非傳統母嬰平台的碎片化產品形態對我們的業務基礎構成壓力。幸而廣告業務延續了二零二一年上半年的勢頭。截至二零二一年十二月三十一日止年度收入為人民幣255.6百萬元，較去年同期增加35.7%。

傳統品牌廣告及自助廣告收入分別佔廣告業務的79.9%及20.1%。廣告業務的毛利為人民幣149.0百萬元，經歷兩年不利的宏觀經濟環境後同比回升65.3%。以技術驅動的自助廣告業務的毛利率約為100.0%。

### 紮實的傳統品牌廣告

#### (i) 深挖國內客戶

截至二零二一年十二月三十一日止年度，國內客戶錄得的表現維持強勁，貢獻收入逾人民幣90百萬元，同比71.5%，約佔品牌廣告收入的46%。由於該廣告策略的實施於二零二一年有效地擴大了國內泛母嬰客戶群，我們牢牢把握國潮快速增長及國內品牌熱潮所帶來的機遇。我們與國內嬰幼兒配方奶粉品牌君樂寶的主要合作推動我們聯合舉辦「國粉日」。截至二零二一年十二月三十一日，我們通過多種試用活動、直播環節、話題趨勢等方式進行了大規模宣傳推廣，為君樂寶樹立了新一代的正面形象，成為我們廣告業務的經典案例。



*(ii) 持續拓展新客戶，尤其是泛母嬰客戶*

截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們繼續開展一系列深化與現有客戶的合作，與121個新品牌建立合作關係，包括70%的國內品牌及30%的國際品牌。其中，30%的現有客戶為泛母嬰客戶，為本集團貢獻收入約人民幣60百萬元。

二零二一年，我們與多個行業的廣告商合作，進行多維度拓展，如護膚及彩妝品客戶包括歐萊雅、絲塔芙以及電器及汽車品牌包括TCL、廣汽三菱等領先品牌。

*(iii) 升級吸引新廣告商的方式*

品牌是母嬰行業的核心。根據比達諮詢的研究報告，中國母嬰家庭每用戶平均收入(ARPU)穩步增長，預計於二零二二年將達到人民幣6,250元。此外，聯合心理機構發佈了一個有關品牌的趣味心理測試，分析了媽媽們的購物心理及購物邏輯的正相關關係。寶寶樹作為中國最具影響力的母嬰平台之一，於截至二零二一年十二月三十一日止年度，通過其流量運營能力推出了差異化的強化廣告渠道。上半年，我們與A2、恆安合作推出「微信合作」業務，其中社群運營及A2母嬰第一單、美贊臣母嬰第一單為我們的新客戶策略開展深度戰略合作提供核心支持。下半年，我們通過差異化的IP項目成功帶動客戶資源投入，如吳敏霞女士的「好孕周記」及我們於二零二二年迎來應采兒女士出任首席育兒官。

此外，天貓雙11和京東618期間推出的品效整合營銷計劃成為我們二零二一年的品牌標杆之一。二零二一年，我們在天貓雙11期間，在線邀請母嬰達人、育兒專家、品牌代表和素人用戶，提升對客戶的品牌推廣，並於我們寶寶樹孕育App推出「雙11好物鑑賞局」專題。在京東618期間，寶寶樹還聯動多個品牌，共同打造「神奇618—妙物研究所」。

最後，我們通過二零二一年的CBME中國孕嬰童展與復星集團展開戰略合作，大大加強了與廣告代理的合作，穩定老客戶增量及開發新客戶資源。

## 二零二二年業務重心

展望二零二二年，我們的品牌廣告業務將聚焦幾個方向，包括進一步探索母嬰行業頂級品牌和年輕家庭青睞的品牌，為廣告商升級全渠道業務解決方案，幫助其利用品牌知名度，成為我們的長期合作夥伴。

### 自助廣告的持續勢頭

近年，品牌不再滿足於單純的廣告投放。取而代之，基於效果的自助廣告及廣告形式的創新變得深受廣告商歡迎。尤其是自助廣告屬低營運及客戶留存成本的技術驅動業務分部，毛利高達人民幣51.3百萬元(截至二零二零年十二月三十一日止年度則為人民幣35.9百萬元)，每點擊價值與二零二零年相比保持穩定。有鑒於此，我們繼續利用自助廣告服務的強勁勢頭。二零二一年，我們持續優化營運算法，擴大品牌基礎。截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們有2,311名商家(截至二零二零年十二月三十一日止年度則為712名商家，同比增長224.6%)。我們的自助廣告服務廣告商主要包括瘦身、家政服務、產前瑜伽、母嬰護理服務中心等行業，佔來自自助廣告服務的收入80%以上。

## 電商

二零二一年下半年，平台持續優化商家結算流程。同時，社區原店主與私域新模式融合。商城欄目改版，與App內容對接。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，電商業務收入為人民幣23.9百萬元，與截至二零二零年十二月三十一日止年度相比實現兩位數20.1%增長，截至二零二一年十二月三十一日止年度毛利率為81.4%，主要得益於電商平台渠道業績顯著恢復。

### 社群分銷體系建設

於二零二一年六月，我們構建社群分銷體系，藉此實施全員店主計劃。截至二零二一年十二月三十一日，累計參與用戶13,182人，累計銷售金額佔我們相關平台交易量的近20%，實現平台內用戶的生態閉環建設，助力電商業務快速發展。

## 商家招聘系統分類

我們通過基於品牌知名度或相關平台銷售排名對平台商家進行精細化管理，建立有針對性的管理，將平台商家分為重要客戶商家、潛力商家及標準商家。我們基於商家分類實現差異化運營。截至二零二一年十二月三十一日，我們平台入駐商家達241家，其中包括8名重要客戶商家。得益於我們優秀的品類管理機制，我們的前三大品類商家貢獻了近50%的相關平台交易規模。

## 二零二二年工作重點

二零二二年，我們將繼續致力於C2M產品的研發及推廣以及米卡品牌的潛力研究。除自主研發的產品外，我們亦將繼續與第三方聯合推出聯名產品分品牌建設寶寶樹C2M產品體系和品牌矩陣。我們預計於二零二二年第二季推出首批自主研發、主要是為孕婦及嬰兒而設的清潔及護理產品，以及為消費者提供一站式清潔及護理方案的相關周邊產品。此外，我們將於未來就母嬰營養品、母嬰消費品及其他相關領域持續深入建設。

同時，我們將繼續優化供應鏈，降本增效，探索平台電商新模式，提升用戶滿意度和轉化率。

就營銷方法而言，我們將會透過於寶寶樹孕育站內的種草、宣傳、推廣及銷售，為我們的用戶實現營銷閉環營銷。同時，我們會於第三方渠道(如抖音及快手)開發短視頻、現場直播及其他名人品牌推廣方法，以及與線上平台(如天貓、京東及盒馬鮮生)合作，開通非母嬰消費品相關的線上銷售渠道。此外，我們亦希望逐步與線下超市合作，以開通線下配送渠道，從而實現三步營銷計劃。

## 有關合作業務的工作

我們亦在不斷提升我們的運營能力，例如發展線上及線下第三方代運營業務。第三方代運營業務涉及我們精準構建與品牌建設相關的完整第三方代運營服務鏈路，覆蓋國內外品牌的全生命週期。我們為國內外品牌提供品牌曝光、店舖運營、整合營銷、媒體運營、客戶服務及倉儲物流六大關鍵點服務策略建議。

於截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們一直在探索第三方運營業務，且已與多家國內外品牌(包括著名澳洲品牌Dr. Roebucks及國內新興牙膏品牌甘米藍)達成合作共識。此外，我們還與其他知名線上線下品牌達成合作共識，包括天貓及拼多多。以此方式，實現寶寶樹內外部資源的整合串聯，最終實現各種商業模式的突破式發展，從而提升通過我們的平台的整體變現機會。

二零二二年，我們將繼續加大力度，為各品牌提供從前期準備、品牌發展到持續營銷等全方位的解決方案，以及為海外優質品牌進入中國市場構建橋梁。我們為客戶提供前期經營策略，協助客戶在進入市場後進行整合營銷，把握策劃及創意營銷的爆發期，在長期合作階段進行營銷支持及帶貨裂變，以求通過我們線下母嬰分銷渠道的服務能力實現線上銷售最大化，同時助力品牌擴張。

## **O2O業務－於SaaS平台的不懈努力**

### **(i) 營銷SaaS能力**

O2O營銷SaaS平台的建立仍在進行中。通過線上線下聯通，賦能產後護理等線下門店等業務終端客戶，使彼等可挖掘新盈利模式的潛力。核心功能包括商家上線、銷售套餐、團購分銷、店鋪評價、線上獲客、線下轉化及私域流量運營。其有助於充分利用寶寶樹平台和微信社群的私域流量。

### **(ii) 人才戰略升級及女性僱員權益保護**

截至二零二一年十二月三十一日，我們有502名全職僱員，其中大部分均在中國，主要在北京及上海，其餘在武漢、廣州及杭州。

二零二一年，我們改變組織架構，打造橫向縱向的前中後台矩陣式組織架構，更好地促進業務協同、鼓勵部門協作及相互支持。根據「深挖第一條業務曲線B2B的潛力，覆蓋廣告業務流量端和新增長點，打造第二條增長曲線C2M和O2O商業模式」的1+2+7短中長期戰略目標，我們進行全面的組織升級和人員更替，為下半年引進更多適合新商業模式的人才作準備。為更好地吸引外部高素質人才加入、開放內部培訓晉升通道及讓員工與本公司業績和市場價值緊密掛鉤，我們優化關於崗位職級制度的設計，並補充相應的多元化激勵計劃，包括股權激勵，以增加員工的歸屬感和主人翁感，營造高績效的企業文化。

此外，我們充分利用股東的生態資源及與業務的生態聯動，獲得增長機會。在高端人才引進方面，通過引進高級顧問等形式，寶寶樹迅速組建專家團隊，奠定了行業人才優勢。我們推動多維度組織裂變機制，設計具吸引力的利潤分成模式，促進業務團隊、媽媽和用戶們的多重裂變，幫助業務實現指數級增長的目標。

## 7. 展望二零二二年

通過為中國年輕家庭服務超過15年，寶寶樹自信而自豪地向所有用戶傳播愛與關懷的信息。受益於中國政府政策的支持，我們相信我們可以實施以下改進及計劃：

### **以發展內容生態系統為基石**

我們將建立全面的關鍵意見消費者／關鍵意見領袖體系，從而形成從內容創作到變現的完整價值鏈。透過與今日頭條、快手、小紅書等龍頭企業合作，我們將大力引入泛母嬰視頻內容，提升內容消費和用戶粘性。此外，我們將在專家問答、輔助生殖及智能硬件等方面與復星生態系統內的實體進行進一步的合作。

### **優化及重振C2M生態**

我們十分重視改正過去的錯誤，為未來積累經驗。以高毛利、高增長、高回購、高科技、高顏值、高安全為標準，我們旨在通過全球選品，強化選品能力。此外，我們利用戰略股東復星的生態系統帶來的優勢，全面對接母嬰家庭消費生活。我們期望進一步拓展至耳溫槍、奶嘴及奶瓶等更多元化的品類，提供嬰兒消費品質、嬰兒生活方式及母嬰消費品一站式解決方案。

此外，我們擬基於全網數據源，建立集用戶洞察、產品設計、營銷與銷售、概念測試、供應鏈開放系統等功能於一體的C2M數據平台，以打造母嬰行業頂級C2M品牌。我們旨在通過生產、研究與電商的動態結合，實現對用戶包括學習、陪伴、購物、玩樂、回購等需求的全方位響應，基於內容社群建立完善的電商閉環。

### **跨界槓桿**

*元宇宙的可能性*。在符合國家政策及相關法律及法規的情況下，我們將探索母嬰行業於元宇宙等新興技術體系下的切入點，努力尋找用戶拓展和業務優化的槓桿。我們計劃通過我們的米卡品牌推出第一個元宇宙IP，這將促進其年輕和溫暖的品牌定位，同時從長遠而言有可能進入元宇宙領域。

*企業微信SCRM SaaS平台建設*。我們將完成企業微信SCRM SaaS平台建設，通過微信群和客戶管理、用戶獲取、私域流量獲取與轉化等核心功能，賦能業務端客戶運營其私域流量。我們將幫助創建用戶畫像，對接美囤媽媽、O2O營銷SaaS、淘客、微盟等第三方營銷平台，根據營銷轉化數據持續優化用戶畫像，提升獲客能力。我們通過智能選品、統一培訓、標準術語庫及統一SOP，幫助實現標準化的規模化運營模式，完成從私域建設、客戶運營到商業轉化的完整閉環。



## 管理層討論及分析

	截至	
	十二月三十一日止年度 二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
收入	281,823	212,260
營業成本	<u>(111,103)</u>	<u>(115,781)</u>
毛利	170,720	96,479
其他收入	40,910	35,137
其他收益／(虧損)淨額	4,298	(36,302)
銷售及營銷開支	(285,225)	(285,568)
一般及行政開支	(218,463)	(258,336)
研發開支	<u>(48,824)</u>	<u>(51,643)</u>
經營虧損	(336,584)	(500,233)
財務收益淨額	2,842	5,049
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融工具的公允價值變動	(60,216)	26,327
應佔聯營公司虧損	<u>(3,439)</u>	<u>(3,051)</u>
除稅前虧損	(397,397)	(471,908)
所得稅抵免	<u>10,283</u>	<u>1,002</u>
年度虧損	<u>(387,114)</u>	<u>(470,906)</u>
歸屬於：		
本公司權益股東	(387,099)	(470,262)
非控制性權益	<u>(15)</u>	<u>(644)</u>

## 收入

相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的總收入人民幣212.3百萬元，我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度的總收入增加32.8%至人民幣281.8百萬元，主要由於我們的廣告及電商業務的收入增加。下表載列於所示年度按分部劃分的收入：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二一年		二零二零年	
	金額	佔總收入	金額	佔總收入
	人民幣千元	的百分比	人民幣千元	的百分比
廣告	255,578	90.7%	188,295	88.7%
電商	23,885	8.5%	19,895	9.4%
其他	2,360	0.8%	4,070	1.9%
<b>總計</b>	<b>281,823</b>	<b>100.0%</b>	<b>212,260</b>	<b>100.0%</b>

## 廣告

廣告業務收入相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣188.3百萬元增加35.7%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣255.6百萬元，乃主要由於(i)我們有效拓展泛母嬰客戶，隨著中國國內品牌接受度的提高，客戶的廣告預算增加，且我們與現有客戶的合作不斷深化；及(ii)自助廣告業務發展保持強勁勢頭。

## 電商

電商業務收入相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣19.9百萬元增加20.1%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣23.9百萬元，乃主要由於(i)電商團隊建設逐步接近尾聲，電商業務在保持原有自營模式的同時，也充分發展了全網銷售業務；及(ii)電商平台業務的擴張令截至二零二一年十二月三十一日止年度的收入增加。

## 其他

其他業務收入相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣4.1百萬元減少42.0%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣2.4百萬元，乃主要由於中國出生人口數量仍在下降，而新生兒中二胎比率上升，進一步降低了對母嬰育兒類相關知識的需求。

## 營業成本

我們的營業成本相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣115.8百萬元減少4.0%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣111.1百萬元，乃主要由於電商業務自營板塊收入下降，相應成本下降。下表載列於所示期間按分部劃分的營業成本：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二一年		二零二零年	
	金額	佔總營業 成本的 百分比	金額	佔總營業 成本的 百分比
	人民幣千元		人民幣千元	
廣告	106,532	95.9%	98,126	84.8%
電商	4,448	4.0%	16,646	14.4%
其他	123	0.1%	1,009	0.8%
總計	<b>111,103</b>	<b>100.0%</b>	<b>115,781</b>	<b>100.0%</b>

## 毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣96.5百萬元增加77.0%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣170.7百萬元。我們的毛利率由截至二零二零年十二月三十一日止年度的45.5%上升至截至二零二一年十二月三十一日止年度的60.6%。下表載列於所示年度按分部劃分的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二一年		二零二零年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
廣告	149,046	58.3%	90,169	47.9%
電商	19,437	81.4%	3,249	16.3%
其他	2,237	94.8%	3,061	75.2%
總計	<b>170,720</b>	<b>60.6%</b>	<b>96,479</b>	<b>45.5%</b>

## 其他收入

我們的其他收入相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣35.1百萬元增加16.4%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣40.9百萬元，乃主要由於以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產投資收入增加。

## 其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收益／(虧損)淨額主要包括外匯收益淨額。我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得其他虧損淨額人民幣36.3百萬元，而於截至二零二一年十二月三十一日止年度我們錄得其他收益淨額人民幣4.3百萬元，主要乃由於外匯匯率波動。

## 銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣285.6百萬元減少0.1%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣285.2百萬元，基本保持穩定。就佔收入的比例而言，銷售及營銷開支由截至二零二零年十二月三十一日止年度的134.5%下降至截至二零二一年十二月三十一日止年度的101.2%。

## 一般及行政開支

我們的一般及行政開支相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣258.3百萬元降低15.4%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣218.5百萬元，乃主要由於本集團營運效率提升，相關成本降低。就佔收入的比例而言，一般及行政開支由截至二零二零年十二月三十一日止年度的121.7%降低至截至二零二一年十二月三十一日止年度的77.5%。

## 研發開支

我們的研發開支相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣51.6百萬元減少5.5%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣48.8百萬元，乃主要由於本集團研發人員工作效率提升。就佔收入的比例而言，研發開支由截至二零二零年十二月三十一日止年度的24.3%降低至截至二零二一年十二月三十一日止年度的17.3%。

## 經營虧損

由於上述原因，我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得經營虧損人民幣336.6百萬元，較於截至二零二零年十二月三十一日止年度產生的經營虧損人民幣500.2百萬元減少32.7%。

## 財務收益淨額

我們的財務收益主要包括來自存款的利息收入。我們的財務收益淨額相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣5.0百萬元減少至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣2.8百萬元。該減少乃主要由於銀行存款利息收入減少。

## 以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值變動

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值變動收益人民幣26.3百萬元，而於截至二零二一年十二月三十一日止年度則錄得以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值虧損人民幣60.2百萬元。

## 應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損相較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣3.1百萬元增加至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣3.4百萬元。

## 所得稅抵免

我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得所得稅抵免人民幣10.3百萬元，而於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得所得稅抵免人民幣1.0百萬元，乃主要由我們估計於可見將來將有足夠應課稅收益以動用結轉稅項虧損及可扣稅暫時性差異的所得稅。

## 本公司權益股東應佔虧損

由於上述原因，於截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們錄得本公司權益股東應佔虧損人民幣387.1百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度產生的本公司權益股東應佔虧損人民幣470.3百萬元減少17.7%。

## 資本結構

我們的資產總值由截至二零二零年十二月三十一日的人民幣2,442.0百萬元減少至截至二零二一年十二月三十一日的人民幣2,052.3百萬元。我們的負債總額由截至二零二零年十二月三十一日的人民幣127.3百萬元增加至截至二零二一年十二月三十一日的人民幣163.0百萬元。資產負債率由截至二零二零年十二月三十一日的5.2%變動至截至二零二一年十二月三十一日的7.9%。

相較截至二零二零年十二月三十一日的流動比率(即流動資產總值與流動負債總額的比率) 16.1，截至二零二一年十二月三十一日的流動比率為11.6。

## 流動資金、財務資源及資產負債比率

我們的現金及其他流動財務資源(由以下各項組成(i)現金及現金等價物，包括庫存現金及銀行存款，及(ii)我們所購入的短期債券組合及財富管理產品)，由截至二零二零年十二月三十一日的人民幣1,730.1百萬元減少至截至二零二一年十二月三十一日的人民幣1,416.6百萬元，乃主要由於營運資金減少。

截至二零二一年十二月三十一日，我們並無任何未償還借貸。因此，並無呈列資產負債比率。

## 資本支出

我們的資本支出包括購買物業、廠房及設備的款項，主要用於伺服器、電腦及辦公設備。相較截至二零二零年十二月三十一日的資本支出人民幣5.1百萬元，截至二零二一年十二月三十一日我們的資本支出為人民幣1.5百萬元。

## 外匯風險管理

我們擁有以外幣計值的銀行現金，因而須面對外匯風險。我們並無利用衍生工具合約對沖外匯風險。我們通過密切監察外幣匯率變動管理貨幣風險，並將採取審慎措施將匯兌風險降至最低。

## 或然負債

截至二零二一年十二月三十一日，我們並無任何重大或然負債。

## 重大收購及主要投資的未來計劃

截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營公司。

於本公告日期，我們並無任何重大投資的未來計劃。

## 重大投資

本集團截至二零二一年十二月三十一日並無持有任何重大投資。

## 資產抵押

於二零二一年十二月三十一日，人民幣2.1百萬元的銀行結餘已作為投資抵押。

## 報告期後重大事項

本集團於二零二一年十二月三十一日後及直至本公告日期並無任何重大期後事項。

## 末期股息

董事會未建議派付截至二零二一年十二月三十一日止年度的末期股息(截至二零二零年十二月三十一日止年度：無)。

## 股東週年大會

本公司股東週年大會(「股東週年大會」)將於二零二二年六月十日(星期五)舉行。召開股東週年大會的通告將按上市規則所規定的方式適時發佈並派發予本公司股東。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東出席股東週年大會並於會上投票之資格，本公司將於二零二二年六月六日(星期一)至二零二二年六月十日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不進行任何股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，本公司股份的未登記持有人務請確保在不遲於二零二二年六月二日(星期四)下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關股票送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖)以進行登記。



## 公司資料

本公司於二零一八年二月九日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司，其股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯交所主板上市。

## 僱員

截至二零二一年十二月三十一日，我們有502名全職僱員，其中大部分均在中國，主要在北京及上海，其餘在武漢、廣州、杭州、廈門及寧波。我們的成功取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。僱員的薪酬待遇一般包括工資及津貼。我們根據資格及經驗年數等因素釐定僱員薪酬。僱員亦可獲得福利，包括醫療、退休福利、工傷保險及其他雜項。我們為僱員提供強制性社保基金，以提供退休、醫療、工傷、生育及失業保險。

## 上市所得款項淨額用途

我們的股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯交所上市，於首次公開發售期間籌集的所得款項淨額約為1,769.7百萬港元。

下表載列首次公開發售所得款項淨額的使用情況<sup>(1)</sup>：

所得款項的擬定用途 類別	子類別	佔所得款項 擬定用途 百分比 (%)	首次公開發售所得 款項擬定 用途 (以百萬 港元計)	佔於	佔於	動用 未動用結 餘的時間表
				二零二一年 十二月 三十一日 已動用 金額百分比 (%)	二零二一年 十二月 三十一日 未動用 餘額百分比 (%)	
業務擴展，例如獲取用戶及提高用戶參與度、生成及獲得更多優質內容、招聘及挽留勝任人員以支持我們的擴充及品牌營銷活動，及通過營銷活動進一步提升我們的品牌知名度	獲取用戶及提高用戶參與度	5.0	88.5	5.0	0.0	不適用
	生成及獲得更多優質內容	10.0	177.0	10.0	0.0	
	招聘及挽留勝任人員 以支持我們的擴充及 品牌營銷活動	10.0	177.0	10.0	0.0	
	通過營銷活動進一步提升 我們的品牌知名度	5.0	88.5	5.0	0.0	
小計		30.0	530.9	30.0	0.0	

所得款項的擬定用途 類別	子類別	佔所得款項 擬定用途 百分比  (%)	首次公開發售所得 款項擬定 用途 (以百萬 港元計)	佔於	佔於	動用 未動用結 餘的時間表
				二零二一年 十二月 三十一日 已動用 金額百分比  (%)	二零二一年 十二月 三十一日 未動用 餘額百分比  (%)	
研發，例如招募及留住技術人才、 維護和強化我們的信息技術基 礎設施及進一步開發我們的技 術堆棧	通過提供具有競爭力的薪酬 及股權激勵及在新興技術 中心成立開發中心，招募 及留住技術人才以開發及 升級我們的移動應用程式 及更多功能的網站	10.0	177.0	8.1	1.9	未來六個月
	維護和強化我們的信息技術 基礎設施以適應我們的業 務擴充	10.0	177.0	7.0	3.0	
	進一步開發我們的技術堆 棧，包括數據及存儲管 理、計算機視覺、自然語 言處理及增強現實，以提 升用戶體驗	10.0	177.0	6.9	3.1	
小計		30.0	530.9	22.0	8.0	
未來投資、收購及戰略聯盟，例如 投資於擁有先進技術及服務解 決方案的公司或具有補充業務 線的公司或能夠與我們現時業 務產生協同效應的公司及與海 外國家優質的當地夥伴建立夥 伴關係		30.0	530.9	14.0	16.0	未來十二個月
營運資金及其他一般公司用途		10.0	177.0	8.5	1.5	
總計		100.0	1,769.7	74.5	25.5	

附註：

- (1) 表格內的數字為概約數字。
- (2) 本公司擬定用途為用於業務擴展的所得款項已獲悉數使用，較招股章程中所載的預期時間推遲了11個月。相關延遲主要乃由於受中國宏觀經濟環境影響，本集團的業務發展戰略發生調整。
- (3) 本公司預計剩餘未動用的用於研發的所得款項淨額將於未來六個月內獲悉數使用，較招股章程所載關於招聘及挽留技術人才以及進一步開發技術堆棧的預期時間表推遲了19個月，以及較招股章程所載關於維護及強化信息技術基礎設施的預期時間表延遲了7個月。相關延遲主要乃由於於受中國宏觀經濟環境影響，本集團的業務發展戰略發生調整。
- (4) 本公司預計剩餘未動用的用於投資的所得款項淨額將於未來12個月內獲悉數使用，較招股章程中所載的預期時間表延遲25個月。相關延遲主要乃由於潛在目標的經營業績受到新型冠狀病毒爆發的重大不利影響，本公司將繼續探索潛在的投資機會。

## 購股權計劃

本公司於二零一九年六月十三日舉行的股東週年大會上採納購股權計劃，並於二零二一年十月二十六日舉行的股東特別大會上對其作出修訂。有關修訂詳情，請參閱本公司於二零二一年十月七日發佈的通函。購股權計劃旨在吸引、挽留及激勵有才幹僱員努力達成本集團制定的長期表現目標，同時激勵彼等更加努力為本集團利益效力。購股權計劃會將本公司的價值與參與者的利益聯繫起來，使參與者及本公司能夠共同發展並弘揚本公司的企業文化。

購股權計劃維持有效，自二零一九年六月十三日起計為期十年。截至二零二一年十二月三十一日，尚未根據購股權計劃授出或同意授出任何購股權，故概無購股權獲行使、註銷或失效。因此，購股權計劃下可供授出的股份總數為166,071,160股，佔本公司截至二零二一年十月二十六日(即增加購股權計劃授權上限的批准日期)已發行股份總數的10%。

## 四捨五入

本公告所載若干數額及百分比數字已四捨五入。任何表格中總數與金額總和間的差異均由於四捨五入所致。

## 合併損益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

(以人民幣列示)

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
收入	4	281,823	212,260
營業成本		<u>(111,103)</u>	<u>(115,781)</u>
毛利		170,720	96,479
其他收入	5(a)	40,910	35,137
其他收益／(虧損)淨額	5(b)	4,298	(36,302)
銷售及營銷開支		(285,225)	(285,568)
一般及行政開支		(218,463)	(258,336)
研發開支		<u>(48,824)</u>	<u>(51,643)</u>
經營虧損		(336,584)	(500,233)
財務收益淨額	6(a)	2,842	5,049
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融工具的公允價值變動		(60,216)	26,327
應佔聯營公司虧損		<u>(3,439)</u>	<u>(3,051)</u>
除稅前虧損	6	(397,397)	(471,908)
所得稅抵免	7	<u>10,283</u>	<u>1,002</u>
年度虧損		<u>(387,114)</u>	<u>(470,906)</u>
歸屬於：			
本公司權益股東		(387,099)	(470,262)
非控制性權益		<u>(15)</u>	<u>(644)</u>
年度虧損		<u>(387,114)</u>	<u>(470,906)</u>
每股虧損	8		
基本及攤薄(人民幣元)		<u>(0.23)</u>	<u>(0.28)</u>

合併損益及其他全面收入表  
截至二零二一年十二月三十一日止年度  
(以人民幣列示)

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
年度虧損	<u>(387,114)</u>	<u>(470,906)</u>
年內其他全面開支(經扣除稅項及 作出重新分類調整)		
其後可重新分類至損益的項目： 換算本公司及海外附屬公司財務報表的 匯兌差額	(38,092)	(130,527)
應佔聯營公司其他全面開支	<u>(245)</u>	<u>(146)</u>
年內其他全面開支	<u>(38,337)</u>	<u>(130,673)</u>
年內全面開支總額	<u>(425,451)</u>	<u>(601,579)</u>
歸屬於：		
本公司權益股東	(425,430)	(600,897)
非控制性權益	<u>(21)</u>	<u>(682)</u>
年內全面開支總額	<u>(425,451)</u>	<u>(601,579)</u>

## 合併財務狀況表

於二零二一年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		<b>38,662</b>	26,189
無形資產		<b>4,609</b>	5,711
非流動資產預付款項		-	-
於聯營公司的權益	9	<b>38,922</b>	42,733
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融資產	10	<b>232,416</b>	326,889
遞延稅項資產		<b>38,428</b>	28,061
		<b>353,037</b>	429,583
<b>流動資產</b>			
存貨		<b>2,511</b>	186
合同資產	11(a)	<b>18,991</b>	8,128
貿易應收款項	12	<b>99,737</b>	84,175
預付款項及其他應收款項		<b>152,095</b>	174,577
其他流動資產		<b>9,292</b>	15,309
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融資產	10	<b>175,757</b>	650,360
現金及銀行結餘		<b>1,240,856</b>	1,079,716
		<b>1,699,239</b>	2,012,451
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	13	<b>23,433</b>	20,282
應計及其他應付款項	14	<b>100,688</b>	85,857
合同負債	11(b)	<b>7,592</b>	6,390
租賃負債		<b>14,398</b>	12,102
衍生金融工具		<b>114</b>	-
即期稅項		<b>63</b>	6
		<b>146,288</b>	124,637
<b>流動資產淨值</b>		<b>1,552,951</b>	1,887,814
<b>總資產減流動負債</b>		<b>1,905,988</b>	2,317,397

## 合併財務狀況表(續)

於二零二一年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	16,570	2,528
遞延稅項負債	115	115
	<u>16,685</u>	<u>2,643</u>
資產淨值	<u>1,889,303</u>	<u>2,314,754</u>
權益		
股本	15 1,152	1,153
儲備	<u>1,885,282</u>	<u>2,310,711</u>
本公司權益股東應佔權益總額	1,886,434	2,311,864
非控制性權益	<u>2,869</u>	<u>2,890</u>
權益總額	<u>1,889,303</u>	<u>2,314,754</u>



# 合併財務報表附註

(以人民幣列示)

## 1 一般資料

寶實樹集團(「本公司」)於二零一八年二月九日根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處位於P.O. BOX 309, Uglund House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands，而本公司的主要營業地點位於香港皇后大道東183號合和中心54樓。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)從事廣告、電商及其他服務業務(「業務」)。

本公司股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯合交易所有限公司主板上市(「上市」)。

該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈報，與本公司的功能貨幣美元(「美元」)不同。由於本集團主要在中國開展業務，因此該等合併財務報表以人民幣呈報。

## 2 編製基準

### (a) 合規聲明

該等合併財務報表乃按照所有適用之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)，該統稱包括國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋以及香港公司條例之披露規定編製。該等合併財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露條文。

國際會計準則理事會已頒佈若干國際財務報告準則之修訂，該等準則修訂為於本集團本會計期間首次生效或可提早採納。初次應用該等與本集團有關之國際財務報告準則所引致當前會計期間之任何會計政策變動，已反映於該等合併財務報表內，有關資料列載於附註3。

### (b) 合併財務報表編製基準

截至二零二一年十二月三十一日止年度的合併財務報表包括本集團及本集團於聯營公司的權益。

除若干金融資產及衍生金融工具以公允價值且變動計入當期損益(「以公允價值且變動計入當期損益」)入賬外，於編製合併財務報表時使用的計量基準為歷史成本基準。

為了按照國際財務報告準則的規定編製合併財務報表，管理層需作出一些對政策應用，以及資產、負債、收益及支出的列報金額構成影響的判斷、估計及假設。此等估計及相關假設乃根據過往經驗和各項在當時情況下被視為合理的其他因素而應用並作為基礎，為該未能透過其他方法容易確認賬面價值的資產及負債判斷其賬面價值提供基礎。實際結果可能有別於此等估計。

## 2 編製基準(續)

### (b) 合併財務報表編製基準(續)

此等估計及相關假設會持續檢討。倘會計估計的修正僅影響修正估計的期間，則有關會計估計的修正將於作出修正的期間確認，或倘修正對本期間及未來期間均會構成影響，則會於作出修正的期間及未來期間確認。

## 3 會計政策變動

本集團已對本會計期間的該等合併財務報表應用以下由國際會計準則委員會頒佈國際財務報告準則的修訂：

- 國際財務報告準則第16號之修訂，新型冠狀病毒相關之租金寬減
- 國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第4號及國際財務報告準則第16號之修訂，利率基準改革—第二階段

該等變動對本集團本期間或過往期間業績及財務狀況的編製或呈列方式並無重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

## 4 收入及分部報告

### (a) 收入

本集團的主要活動為向客戶提供廣告服務及電商業務服務。

#### (i) 收入劃分

本集團的收入均來自國際財務報告準則第15號範圍內與客戶的合同收入。各重要收入類別的金額如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
廣告	255,578	188,295
電商	23,885	19,895
其他	2,360	4,070
	<u>281,823</u>	<u>212,260</u>

來自與客戶的合同收入按收入確認時間及地區市場作出的劃分於附註4(b)披露。

於二零二一年，本集團的客戶群多元化，且有一名(二零二零年：一名)客戶交易佔本集團於報告期內收入逾10%。來自該客戶的廣告收入約為人民幣33.0百萬元(二零二零年：人民幣28.8百萬元)。

## 4 收入及分部報告(續)

### (a) 收入(續)

#### (ii) 產生自於報告日期與現存客戶的合約收入，預期於日後確認

與廣告客戶的合同原定預期期間始終為一年內。與個人客戶有關電商及其他服務的合同始終於一個月內完成。

本集團採用國際財務報告準則第15號第121段所述之可行權宜處理，而並無披露有關本集團在履行該等合同原定預期年期為一年或以內之餘下履約責任時有權收取之收入之資料。

### (b) 分部報告

本集團按業務分部(產品及服務)組織的部門管理其業務。本集團已就資源分配及表現評估向本集團最高行政管理人員內部呈報資料的方式呈列以下三個可報告分部：

- 廣告；
- 電商(包括直銷和平台)；及
- 其他，包括知識付費、保險代理服務及其他服務。

就評估分部表現及分部間的資源分配而言，本集團高級行政管理層監督各可報告分部應佔收入及毛利。折舊及攤銷、就貿易及其他應收款項及合同資產確認虧損撥備，財務收益淨額及其他收入會分配至各個可報告分部。其他損益項目並未分配至可報告分部。

收入及費用乃經參考該等分部產生的銷售額及該等分部產生的費用或因該等分部應佔資產的折舊及攤銷而產生的費用分配至可報告分部。

報告分部溢利的計量方法為「經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利」，當中「利息」視為包括投資收入，而「折舊及攤銷」視為包括非流動資產減值虧損。為得出經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利，本集團的溢利會就並無指定由個別分部應佔的項目(如應佔聯營公司之損益、董事及核數師酬金及其他總辦事處或企業行政成本)作出調整。

除獲取有關經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利的分部資料外，管理層獲提供有關分部間銷售的分部資料，本集團來自現金結餘的財務收益淨額、折舊及攤銷及虧損撥備。分部間的銷售價格參考就類似訂單向外部人士收取的價格定價。

向本集團高級行政管理層提供的其他資料(連同分部資料)的計量方式與該等合併財務報表所採用的方式一致。並無向本集團高級行政管理層提供單獨分部資產及分部負債資料，原因是彼等並未使用該資料向經營分部分配資源或評估經營分部的表現。

## 4 收入及分部報告(續)

### (b) 分部報告(續)

截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度來自與客戶的合同收入按收入確認時間之收入劃分，以及本集團向高級行政管理層提供用作資源分配及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下：

	截至二零二一年十二月三十一日止年度				總計 人民幣千元
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	抵銷 人民幣千元	
按收入確認時間作出之劃分					
按時間段確認	255,578	-	-	-	255,578
在某一時間點確認	-	23,885	2,360	-	26,245
來自外部客戶之收入	255,578	23,885	2,360	-	281,823
分部間收入	-	1,890	-	(1,890)	-
可報告分部收入	<u>255,578</u>	<u>25,775</u>	<u>2,360</u>	<u>(1,890)</u>	<u>281,823</u>
	截至二零二一年十二月三十一日止年度				總計 人民幣千元
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入	255,578	23,885	2,360		281,823
分部成本	(106,532)	(4,448)	(123)		(111,103)
毛利	<u>149,046</u>	<u>19,437</u>	<u>2,237</u>		<u>170,720</u>
可報告分部(虧損)/溢利(經調整除利息、 稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利)	<u>(145,738)</u>	<u>(8,403)</u>	<u>1,186</u>		<u>(152,955)</u>
折舊及攤銷	(18,275)	(1,618)	(150)		(20,043)
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之 虧損撥備	(93,591)	(9)	(665)		(94,265)
財務收益淨額	2,610	272	23		2,905
未分配之其他收入					36,009
未分配之應佔聯營公司虧損					(3,439)
未分配之以公允價值計量且變動計入 當期損益的金融工具的公允價值變動					(60,216)
未分配之折舊及攤銷					(3,494)
未分配之貿易及其他應收款項及 合同資產確認之虧損撥備					(200)
未分配之財務成本淨額					(63)
未分配之其他成本					<u>(101,636)</u>
除稅前虧損					<u>(397,397)</u>
所得稅抵免					<u>10,283</u>
年度虧損					<u><u>(387,114)</u></u>

#### 4 收入及分部報告(續)

##### (b) 分部報告(續)

	截至二零二零年十二月三十一日止年度				總計 人民幣千元
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	抵銷 人民幣千元	
按收入確認時間作出之劃分					
按時間段確認	188,295	-	-	-	188,295
在某一時間點確認	-	19,895	4,070	-	23,965
來自外部客戶之收入	188,295	19,895	4,070	-	212,260
分部間收入	-	557	-	(557)	-
可報告分部收入	<u>188,295</u>	<u>20,452</u>	<u>4,070</u>	<u>(557)</u>	<u>212,260</u>
截至二零二零年十二月三十一日止年度					
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元	
分部收入	188,295	19,895	4,070	212,260	
分部成本	<u>(98,126)</u>	<u>(16,646)</u>	<u>(1,009)</u>	<u>(115,781)</u>	
毛利	<u>90,169</u>	<u>3,249</u>	<u>3,061</u>	<u>96,479</u>	
可報告分部虧損(經調整除利息、稅項、 折舊及攤銷前之營運分部溢利)					
	<u>(256,634)</u>	<u>(61,354)</u>	<u>(2,121)</u>	<u>(320,109)</u>	
折舊及攤銷	(28,553)	(2,444)	(594)	(31,591)	
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之 虧損撥備	(137,876)	541	(3,557)	(140,892)	
財務收益淨額	1,178	414	42	1,634	
未分配之其他收入				31,082	
未分配之應佔聯營公司虧損				(3,051)	
未分配之以公允價值計量且變動計入 當期損益的金融工具的公允價值變動				26,327	
未分配之折舊及攤銷				(3,820)	
未分配之財務收益淨額				3,415	
未分配之其他成本				<u>(34,903)</u>	
除稅前虧損				<u>(471,908)</u>	
所得稅抵免				<u>1,002</u>	
年度虧損				<u>(470,906)</u>	

#### 4 收入及分部報告(續)

##### (b) 分部報告(續)

本集團來自外部客戶之收入按客戶所在地理位置劃分如下：

	來自外部客戶之收入	
	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
中國	280,872	205,189
加拿大	951	-
美國	-	7,071
	<u>281,823</u>	<u>212,260</u>

於二零二一年十二月三十一日，本集團絕大部分非流動資產(若干於聯營公司的權益、債券組合、非上市權益證券及理財產品除外)位於中國。

#### 5 其他收入及其他收益／(虧損)淨額

##### (a) 其他收入

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產的		
投資收入	34,606	29,724
政府補貼(附註(i))	1,079	3,435
增值稅優惠(附註(ii))	749	1,140
罰款收入	-	584
雜項收入	4,476	254
	<u>40,910</u>	<u>35,137</u>

附註：

- (i) 政府補貼為地方政府向本集團提供的資金激勵，主要是為了鼓勵本集團的品牌建設、文化發展以及退還由僱主支付的失業保險金。
- (ii) 主要包括由於增值稅進項稅額加計抵減形成的稅收優惠收入。自二零一九年四月一日至二零二一年十二月三十一日，允許生產、生活性服務業納稅人按照當期可抵扣進項稅額加計10%，抵減應納稅額。由於本集團部分經營業務符合該政策要求，因此該部分業務可享受該稅收優惠。

## 5 其他收入及其他收益／(虧損)淨額(續)

### (b) 其他收益／(虧損)淨額

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
外匯收益淨額	6,832	7,975
視為出售於一間聯營公司之權益之虧損淨額	(127)	-
出售物業、廠房及設備的(虧損)／收益淨額	(64)	165
非流動資產預付款項減值虧損確認	-	(42,670)
預付供應商之款項減值虧損撥回	-	810
應佔一間聯營公司之權益之減值虧損確認	-	(2,441)
撤銷物業、廠房及設備	(1,788)	-
其他	(555)	(141)
	<u>4,298</u>	<u>(36,302)</u>

## 6 除稅前虧損

除稅前虧損經(計入)／扣除下列各項後達致：

### (a) 財務收益淨額

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
銀行及其他金融機構的存款利息收入	(4,087)	(7,814)
計息貸款的利息開支	111	1,580
租賃負債的利息	1,134	1,185
	<u>(2,842)</u>	<u>(5,049)</u>

### (b) 員工成本

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	165,129	157,680
界定供款退休計劃供款(附註)	33,885	24,938
離職福利	9,714	15,465
	<u>208,728</u>	<u>198,083</u>

附註：

本集團在中國的附屬公司的僱員須參與當地市政府管理及營運的界定供款退休計劃。本集團在中國的附屬公司按當地市政府同意的平均僱員薪資之一定比例計算進行計劃供款，以為僱員的退休福利提供資金。

年內並無動用已沒收的供款(二零二零年：無)。於二零二一年及二零二零年十二月三十一日，並無可用已沒收的供款減少未來供款。

## 6 除稅前虧損(續)

### (c) 其他項目

以下開支計入營業成本、銷售及營銷開支、一般及行政開支以及研發開支中：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
就貿易應收款項及合同資產確認之虧損撥備	35,279	49,086
就其他應收款項確認之虧損撥備		
—應收關聯方	58,978	36,760
—應收第三方	208	55,046
應付關聯方顧問及服務費	27,022	—
存貨成本	4,193	11,767
有關短期租賃的支出	301	1,937
折舊支出		
—自有物業、廠房及設備	2,981	9,313
—使用權資產	18,902	24,154
無形資產攤銷成本	1,654	1,944
撇銷其他應收款項	—	391
核數師酬金		
—審計服務	4,730	4,600
—非審計服務	800	844

## 7 合併損益表內的所得稅

### (a) 合併損益表內的所得稅抵免指：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
即期稅項—中國		
企業所得稅		
年度撥備	63	6
過往年度撥備不足/(超額撥備)	21	(1,008)
遞延稅項		
暫時性差異的產生及轉回	(10,367)	—
	<u>(10,283)</u>	<u>(1,002)</u>



## 7 合併損益表內的所得稅(續)

### (b) 按適用稅率計算的所得稅抵免與會計虧損間的對賬：

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
除稅前虧損		<u>(397,397)</u>	<u>(471,908)</u>
按適用於各司法權區損益的法定稅率計算的稅項	(i)	(67,878)	(114,920)
以下各項之稅務影響：			
不可扣稅開支及虧損	(ii)	8,477	2,065
適用於一家附屬公司的優惠稅率	(i)	14,604	19,764
研發開支額外的可扣除撥備		(6,938)	(5,903)
未確認作遞延稅項資產的稅項虧損及暫時性差異		53,346	102,364
先前未確認的暫時性差異之使用		(11,915)	(3,364)
過往年度撥備不足／(超額撥備)		<u>21</u>	<u>(1,008)</u>
實際稅項抵免		<u>(10,283)</u>	<u>(1,002)</u>

#### 附註：

#### (i) 適用於本公司及其附屬公司的所得稅率

根據開曼群島及英屬維爾京群島法律及法規，本集團於開曼群島及英屬維爾京群島毋須繳納任何所得稅。

於報告期內，本集團於香港並無應課稅溢利，故而毋須繳納任何香港利得稅。於報告期內，香港利得稅率為16.5%。

根據《中國企業所得稅法》(「《所得稅法》」)，本集團的中國附屬公司於報告期內的企業所得稅率為25%。

根據相關中國所得稅法，本集團的附屬公司寶寶樹(北京)信息技術有限公司(「寶寶樹信息」)自二零一六年起獲認證為北京高新技術企業，有權享有15%的優惠所得稅率。寶寶樹信息現時所持有的高新技術企業認證將於二零二二年十二月一日屆滿。

海外附屬公司的稅項按相關國家當前的適用稅率繳納。

#### (ii) 不可扣稅開支及虧損主要指超逾扣減上限的不可扣減其他的開支或虧損(例如業務招待費、捐款及其他)。

## 8 每股虧損

### (a) 每股基本虧損

每股基本虧損乃按本公司股權持有人應佔虧損人民幣387.1百萬元(二零二零年：人民幣470.3百萬元)及普通股加權平均數1,660,712,000股(二零二零年：1,661,340,000股)計算如下：

#### (i) 本公司權益股東應佔虧損

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
本公司權益股東應佔虧損	<u>(387,099)</u>	<u>(470,262)</u>

#### (ii) 普通股的加權平均數

	二零二一年 千股	二零二零年 千股
於一月一日已發行的普通股	1,662,002	1,668,910
普通股回購與註銷的影響	<u>(1,290)</u>	<u>(7,570)</u>
於十二月三十一日的普通股的加權平均數	<u>1,660,712</u>	<u>1,661,340</u>

### (b) 每股攤薄虧損

每股攤薄虧損乃透過調整已發行普通股加權平均數(假設所有潛在攤薄普通股轉換)而計算。

由於二零二一年及二零二零年並無已發行潛在攤薄股份，故二零二一年及二零二零年的每股基本虧損與每股攤薄虧損之間並無差異。

## 9 於聯營公司的權益

下表僅載列重大聯營公司的詳情，該公司為一間非上市企業實體，並無市場報價：

公司名稱	註冊/成立 地點及日期	已發行及 繳足股本詳情	所佔擁有權權益比例		業務類型	主要業務
			本集團的 實際權益	由本公司 持有		
Vivoiz Healthtech Private Limited (「Vivoiz」)	印度，德里 二零一六年一月五日	17,784股股份 (二零二零年： 13,117股股份)	8.54% (二零二零年： 10.81%)	- (-)	8.54% (10.81%)	有限公司 經營社交網絡

上述聯營公司使用權益法於合併財務報表入賬。

Vivoiz被視為一間聯營公司，乃因本集團有能力通過參與決策過程(包括股息的釐定)從而行使其重大影響力。

於二零二零年十二月三十一日，本集團擁有Vivoiz的10.81%股權。於二零二一年十一月十四日，因Vivoiz若干新股東追加出資，Vivoiz的註冊資本擴大，本集團於Vivoiz的股權由10.81%攤薄至8.54%，導致視為出售於一間聯營公司之權益之虧損淨額約人民幣127,000元。

下文披露重大聯營公司Vivoiz的財務資料概要(已就會計政策的任何差異作出調整)及與合併財務報表所載賬面金額的對賬：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
流動資產	<u>24,847</u>	<u>7,556</u>
非流動資產	<u>3,234</u>	<u>7,413</u>
流動負債	<u>(5,663)</u>	<u>(3,815)</u>
非流動負債	<u>(8,733)</u>	<u>(4,206)</u>
收入	<u>3,836</u>	<u>264</u>
年度虧損	<u>(23,543)</u>	<u>(12,686)</u>
年度其他全面收入/(開支)	<u>206</u>	<u>(1,349)</u>
年度全面開支總額	<u>(23,337)</u>	<u>(14,035)</u>
年內自聯營公司收取的股息	<u>-</u>	<u>-</u>

## 9 於聯營公司的權益(續)

上述財務資料概要與合併財務報表內確認於Vivoiz權益的賬面金額的對賬如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
聯營公司的資產淨值	13,685	6,948
本集團於Vivoiz的擁有權權益份額	8.54%	10.81%
本集團應佔的聯營公司資產淨值	1,169	751
商譽	11,984	14,985
外幣匯兌差額的影響	(694)	(359)
本集團於Vivoiz權益的賬面金額	<u>12,459</u>	<u>15,377</u>

並非個別重大聯營公司的彙總資料：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
合併財務報表中個別非重大聯營公司之賬面值總額	<u>26,463</u>	<u>27,356</u>
本集團應佔該等聯營公司經營業務虧損總額		
年度虧損	(894)	(1,680)
年度其他全面收入	<u>-</u>	<u>-</u>
年度全面開支總額	<u>(894)</u>	<u>(1,680)</u>

## 10 股本及債務證券

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產		
非流動部分		
—非上市權益證券	167,052	190,000
—債券組合	<u>65,364</u>	<u>136,889</u>
	<u>232,416</u>	<u>326,889</u>
流動部分		
—債券組合	83,894	457,311
—理財產品	<u>91,863</u>	<u>193,049</u>
	<u>175,757</u>	<u>650,360</u>
總計	<u>408,173</u>	<u>977,249</u>

## 11 合同資產及合同負債

### (a) 合同資產

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
合同資產		
—履行廣告合同所產生	20,966	8,835
減：虧損撥備	(1,975)	(707)
	<u>18,991</u>	<u>8,128</u>

本集團有權在廣告服務完成時獲取對價，於二零二一年及二零二零年十二月三十一日該等合同有關廣告服務的責任仍在履行中。本集團於報告期末的合同資產將會在未來十二個月內變現，因為與廣告客戶的原始合同期限始終為一年內。

### (b) 合同負債

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
合同負債		
廣告	4,645	3,781
電商	2,947	2,609
	<u>7,592</u>	<u>6,390</u>

影響所確認合同負債金額的典型付款條款如下：

本集團於在線自訂廣告訂立前取得保證金。該保證金確認為合同負債，直至本集團展示了該廣告為止。

本集團向客戶交付貨物之前會向客戶收取貨物的代價總額。合同負債予以確認，直至客戶佔有並接受貨物為止。

#### 合同負債的變動

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
於一月一日的結餘	6,390	2,211
因於年內確認計入期初合同負債為收入而導致的 合同負債減少	(5,713)	(1,458)
因年內收取保證金而導致的合同負債增加	6,915	5,637
於十二月三十一日的結餘	<u>7,592</u>	<u>6,390</u>

## 12 貿易應收款項

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
應收第三方款項	220,734	171,161
應收關聯方款項	28,282	28,282
減：虧損撥備	(149,279)	(115,268)
	<u>99,737</u>	<u>84,175</u>

### 賬齡分析

截至各報告期末，貿易應收款項基於發票日期並扣除虧損撥備的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
六個月以內	82,989	82,796
六個月至一年	16,470	1,289
一至兩年	278	90
	<u>99,737</u>	<u>84,175</u>

與客戶協定的信貸期一般為於出票日期起計30至90天或發佈廣告日期後60至120天。並無就貿易應收款項收取利息。

## 13 貿易應付款項

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
應付第三方款項	23,107	19,946
應付關聯方款項	326	336
	<u>23,433</u>	<u>20,282</u>

截至各報告期末，貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
六個月以內	13,850	10,682
六個月至一年	2,543	1,639
一至兩年	624	7,662
兩年以上	6,416	299
	<u>23,433</u>	<u>20,282</u>

## 14 應計及其他應付款項

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
應付商家款項	12,404	17,053
應付關聯方款項	19,462	19,463
應付工資	22,893	3,472
應付稅項及徵費	4,186	4,143
商家按金	8,475	9,909
其他應付款項		
–核數費用	4,800	4,600
–應付互聯網及技術服務費	4,076	3,656
–應付推廣及廣告服務費	11,550	8,528
–其他	12,842	15,033
	<u>100,688</u>	<u>85,857</u>

所有應計及其他應付款項預計將於一年內結算或於損益中確認或按要求償還。

## 15 資本、儲備及股息

### (a) 股本及溢價

	普通股數目	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元
於二零二零年一月一日	1,668,910,609	1,158	7,892,474
註銷已購回普通股	<u>(6,909,000)</u>	<u>(5)</u>	<u>(10,847)</u>
於二零二零年十二月三十一日及 二零二一年一月一日	1,662,001,609	1,153	7,881,627
註銷已購回普通股	<u>(1,290,000)</u>	<u>(1)</u>	<u>(1,162)</u>
於二零二一年十二月三十一日	<u>1,660,711,609</u>	<u>1,152</u>	<u>7,880,465</u>

於二零二零年六月三日，本公司註銷6,909,000股普通股，當中6,039,000股為於截至二零一九年十二月三十一日止年度購回，870,000股為於截至二零二零年十二月三十一日止年度購回。

於二零二一年三月二十二日，本公司註銷1,290,000股普通股，該等股份為於截至二零二零年十二月三十一日止年度購回。

### (b) 股息

於年內，本公司並無向其權益股東宣派或支付股息(二零二零年：無)。

## 15 資本、儲備及股息(續)

### (c) 庫存股份

	股份數目	人民幣千元
於二零二零年一月一日	6,039,000	10,145
將予註銷的已購回股份	2,160,000	1,870
註銷庫存股份	<u>(6,909,000)</u>	<u>(10,852)</u>
於二零二零年十二月三十一日及二零二一年一月一日	1,290,000	1,163
註銷庫存股份	<u>(1,290,000)</u>	<u>(1,163)</u>
於二零二一年十二月三十一日	<u>-</u>	<u>-</u>

回購股份受上市規則第十章規管。於截至二零二一年十二月三十一日止年度內概無回購股份。於截至二零二零年十二月三十一日止年度內，本公司透過香港聯合交易所有限公司回購其自身普通股如下：

年/月	已回購 股份數目	每股已付 最高價格 港元	每股已付 最低價格 港元	已付價格 總額 千港元
二零二零年四月	<u>2,160,000</u>	1.03	0.83	<u>2,047</u>

截至二零二一年十二月三十一日止年度內，1,290,000股(二零二零年：6,909,000股)已購回股份被註銷及本公司的已發行股本相應削減129美元(二零二零年：691美元)(相當於人民幣833元(二零二零年：相當於人民幣4,799元))。



## 其他資料

### 購買、出售或贖回本公司上市證券

於截至二零二一年十二月三十一日止年度，概無本公司或其任何附屬公司已購買、出售或贖回本公司任何其他上市證券。

### 遵守企業管治守則(「企業管治守則」)

本公司致力維持及提升嚴格的企業管治。本公司企業管治原則旨在推廣有效的內部控制措施，強調公司業務在各方面均能貫徹嚴謹的道德標準、透明度、責任及誠信操守要求，並確保所有業務運作均符合適用法律及法規以及增進董事會工作的透明度及加強對所有股東的責任承擔。本公司已應用上市規則附錄十四所載企業管治守則所載的原則。

董事會認為，於截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司已遵守企業管治守則所載的大部分守則條文，除了下文中解釋的對企業管治守則的守則條文第A.2.1條(該條文自二零二二年一月一日起已重新編號為企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條)(「**守則條文第A.2.1條**」)的偏離。

守則條文第A.2.1條規定主席與行政總裁的職務須分開且不得由同一人擔任。於截至二零二零年十二月三十一日止年度及直至二零二一年一月二十日，董事會主席(「**主席**」)及本公司行政總裁(「**行政總裁**」)由王懷南先生(「**王先生**」)擔任。鑒於王先生的經驗、個人資歷及其於本公司擔任的職務，以及王先生自我們開展業務以來一直擔任行政總裁一職，董事會認為，王先生擔任主席並繼續擔任行政總裁，有利於本公司的業務前景及營運效率。儘管這構成偏離守則條文第A.2.1條，董事會認為該架構將不會影響董事會及本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會將作出的決策須經至少大多數董事批准；(ii)王先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，這些責任要求(其中包括)其應為本公司的利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本公司作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，其運作確保董事會權責平衡，這些人才會定期會面以討論影響本公司營運的事宜。此外，本公司的整體戰略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。

為進一步完善本公司的企業管治及符合守則條文第A.2.1條以及為更好地專注於本公司的發展戰略，王先生已於二零二一年一月二十日辭任本公司行政總裁一職，但繼續擔任主席，而潘志勇先生已於二零二一年一月二十日獲委任為執行董事兼行政總裁。隨後，高敏先生及王先生於二零二一年六月十八日獲委任為聯席主席，而潘志勇先生於二零二一年七月二十八日辭任執行董事兼行政總裁。

於潘志勇先生辭任後，截至本公告日期，行政總裁的職位仍然空缺，而於空缺期間高敏先生一直分擔行政總裁的職責。

本公司將不時檢討本集團企業管治結構的效力，並考慮重新設立行政總裁的職務。

### **遵守《董事進行證券交易的標準守則》**

本公司已採納上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為本集團有關董事證券交易的行為守則。在向本公司全體董事作出特定查詢後，全體董事確認，於截至二零二一年十二月三十一日止年度，其已嚴格遵守標準守則。

如企業管治守則之守則條文第A.6.4條（該條文自二零二二年一月一日起已重新編號為企業管治守則第二部分的守則條文第C.1.3條）所述，董事會亦已採納標準守則，以規範可能擁有本公司有關本公司證券之未公開內幕消息的相關僱員的所有交易。於截至二零二一年十二月三十一日止年度，經合理查詢後並無發現本公司相關僱員未遵守標準守則之事件。

### **審核委員會及財務報表審閱**

本公司已遵照企業管治守則成立審核委員會（「審核委員會」）並制定書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即陳廣壘先生（主席）、俞德超先生及ZHANG Hongjiang先生（其中陳廣壘先生擁有相應的專業資格及會計及相關的財務管理專業知識）。審核委員會的主要職責為協助董事會對本集團財務資料的完整性、準確性及公允性，以及本集團營運及內部監控的效率及成效進行獨立審核。

審核委員會已審閱本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的經審核財務報表。審核委員會亦已討論與本公司所採納的會計政策及實踐有關的事宜，及與高級管理層成員和本公司核數師天職香港會計師事務所有限公司(執業會計師) (「核數師」) 討論內部控制事宜。根據該審閱及與管理層和核數師進行的討論，審核委員會信納本集團的經審核合併財務報表乃根據適用會計準則編製，且已公平呈列本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的財務狀況和業績。

### 核數師的工作範圍

核數師已就本集團初步公告所載於二零二一年十二月三十一日的合併財務狀況表、截至二零二一年十二月三十一日止年度的合併損益及其他全面收入表及相關附註所載數字，與本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的經審核合併財務報表所載的數額對賬。核數師根據香港會計師公會(「香港會計師公會」) 頒佈的香港相關服務準則第4400號「接受委聘進行有關財務資料的協定程序」及參考應用指引第730號(修訂本)「有關年度業績初步公告的核數師指引」進行核數工作。核數師就此履行的工作並不構成根據由香港會計師公會頒佈的香港核數準則、香港審閱準則或香港核證準則所進行的核證，因此，核數師並不對本公告發表任何核證意見。

### 發佈年度業績公告及年度報告

本年度業績公告將於香港聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([ir.babytree.com](http://ir.babytree.com))發佈。本公司截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度報告載有上市規則規定的所有資料，將適時寄發予本公司股東及於上述網站發佈。

## 致謝

本人僅代表寶寶樹集團全體成員向所有用戶致以衷心的感謝。本人亦謹此感謝全體員工及管理團隊在日常工作中彰顯寶寶樹的核心價值，以專業、誠信及奉獻精神執行本集團的戰略。本人亦感謝股東及利益相關者從不間斷的支持與信任。我們將致力提供全面的優質服務和產品，以更好地滿足年輕家庭的各種需求。

承董事會命  
**BabyTree Group**  
寶寶樹集團  
聯席主席  
高敏  
王懷南

香港，二零二二年三月二十九日

於本公告日期，董事會成員由執行董事高敏先生及徐翀先生；非執行董事王懷南先生、錢順江先生、陳冰先生、陳衛俊先生、吳穎先生及Christian Franz REITERMANN先生；及獨立非執行董事陳廣壘先生、俞德超先生、夏弘禹先生及ZHANG Hongjiang先生組成。