

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倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**ACTIVATION GROUP**  
**艾德韋宣**  
**Activation Group Holdings Limited**  
**艾德韋宣集團控股有限公司**  
(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
(股份代號：9919)

**截至2022年6月30日止六個月的  
中期業績公告**

艾德韋宣集團控股有限公司（「本公司」）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2022年6月30日止六個月（「2022年中期」）的未經審核簡明綜合中期業績連同截至2021年6月30日止六個月（「2021年中期」）的比較數字。該等中期業績已經由本公司審核委員會審閱。

## 中期股息

董事會不建議派發2022年中期的中期股息（2021年：中期股息每股普通股1.03港仙及中期特別股息每股普通股6.93港仙）。

## 管理層討論與分析

### 業務回顧及展望

本集團為大中華領先的泛時尚品牌數據互動營銷集團。根據灼識諮詢有限公司的研究報告，本集團仍繼續成為大中華區最大的體驗營銷服務商，於2021年佔總市場份額約9.2%。本集團的業務專注於為全球眾多知名品牌客戶提供(i)體驗營銷；(ii)數字營銷與推廣；及(iii)知識產權（「IP」）拓展，當中包括知名中高端時尚品牌、知名中高端汽車品牌及中國本土品牌。

由於本集團的業務受季節性影響，故通常於上半年財政年度錄得較低銷售額，這與中華人民共和國（「中國」）高端及奢侈品牌的整體營銷服務的季節性特點一致。於2022年中期，本集團業務受到各項因素的短暫影響，包括：(i) 中國多個城市實施的封城及社交距離措施；及(ii) 客戶業務短暫暫停導致大型活動及展覽取消或延期，從而引致本集團的收益減少。

### **體驗營銷業務**

自2020年起，本集團積極推進數據互動營銷業務，時裝秀及展覽不僅僅是多名嘉賓現場出席的盛事，亦為可創建內容上載至網上作二次曝光的活動，透過數據互動服務即可享受大量的線上曝光。本集團注意到，線下的體驗營銷互動活動在線上渠道（尤其是社交媒體渠道）的傳播能夠引發公眾關注，有效啟動線上互動。本集團在2020年至2021年籌備的多場線下營銷活動已進行線上直播，並吸引了數以百萬計的直播點擊量，而此模式將延伸至2022年下半年的活動。

儘管受到疫情影響，本集團在2022年中期已在中國成功完成約50項中小型項目及多項大型活動。體驗營銷服務於2022年3月至5月期間受到中國疫情爆發嚴重影響，原因為該等活動必須在線下進行，因此若干高端及奢侈品牌活動被擱置或延遲。

由於中國有效的疫情防控措施，本集團已獲多個高端及奢侈品牌委聘為體驗營銷服務商，並將於2022年下半年舉辦品牌活動。

### **數字營銷與推廣業務**

數字營銷與推廣業務影響較體驗營銷業務相對較小。憑藉從過往進行線上活動獲得的經驗，本集團於2022年中期已成功完成多項活動，如2021人頭馬XO線上社交活動(2021 Rémy Martin XO Online Social Campaign)、內外22春夏線上時裝秀(NEIWAI 22SS Online Fashion Show)及「勝為典範」全新一代路虎攬勝線上發佈會(LAND ROVER “Above & Beyond” Online Launch)。

在過去多年，本集團的數字營銷與推廣業務已有所增長亦獲眾多品牌青睞。自疫情於2020年爆發以來，眾多奢侈及高端品牌已意識到數字化屬全球趨勢，因此線上營銷預算已大幅增長，為數字營銷服務行業創造龐大機會。自2020年起，本集團一直為客戶提供數據互動服務，通過在線平台為客戶獲得數以百萬至十億計曝光機會。該等線上曝光亦有助提升客戶的銷售收益。

為加強於數字營銷與推廣服務業務領域的發展，本集團於2022年1月10日戰略投資入股中國元宇宙虛擬內容製作領域領軍企業北京為快科技集團(亦稱為為快科技集團)，並與其旗下子公司北京為快科技有限公司(亦稱為為快科技)成立合營公司打造泛時尚元宇宙營銷新領域，本集團於該合營公司控股51%。有關詳情請參閱本公司日期為2022年1月10日的自願性公告。

## **IP 拓展業務**

自2016年起，本集團開始經營運動市場的IP發展業務，該分部分別與西甲俱樂部及阿莫里體育組織訂立合作協議，讓本集團獲授與西甲俱樂部品牌及環法自行車賽品牌於中國舉辦獲批准賽事的獨家權利，以及在中國進行營銷、贊助、商品推廣及其他用途的其他權利。西甲俱樂部及環法自行車賽品牌的線下活動及活動因疫情影響而於2022年中期暫停或延後。

於2022年6月7日，本集團已就上海設計周的獨家經營權與上海設計周投資管理有限公司簽訂合約及完成交易，據此本集團將推廣及運營新「上海設計周」IP，及提供設計元宇宙(D UNIVERSE)虛擬交流平台以助IP提升。

## **展望**

於2022年初，俄羅斯與烏克蘭之間的衝突持續發酵，對全球供應鏈造成影響，導致全球通脹率迅速上升，並且觸發全球經濟於2022年上半年下滑。同時，北京、上海及深圳因於2022年上半年爆發疫情出現經濟衰退。展望2022年下半年，在本集團管理層團隊的支持及經驗下，將持續把握市場機遇，穩中求進。

由於中國對疫情的有效防控措施，本集團多項經營指標已有序恢復及改變，並於2022年下半年成功獲得超過100個新項目。

根據貝恩公司在2022年6月21日更新的2022年春季奢侈品行業報告 — 「重新規劃未來 (Rerouting the Future)」中估計，全球個人奢侈品市場的增長於2025年前將達3,600億歐元至3,800億歐元。該報告提述到傳統奢侈品、數字資產及虛擬世界(元宇宙、社交媒體及數碼遊戲)主要帶來的增長於奢侈品牌的價值主張有著越來越重要的角色。該報告亦預測，於2030年年底前，數字資產及元宇宙將佔奢侈品市場的5%至10%。奢侈品牌將有機會於新興虛擬世界中扮演創造者及建設者的主要角色。

本集團認為，奢侈品牌於未來數年將會在中國市場中進行大規模營銷及推廣活動。作為大中華領先的泛時尚品牌數據互動營銷集團以及擁有豐富的行業經驗，通過本集團所提供的一站式數據互動營銷服務，可為泛時尚品牌客戶帶來廣泛的線上曝光。提升品牌在中國的影響力。

展望未來，本集團將繼續維持核心業務的發展，並將其佈局擴展至數字化及創新的領域，為數字經濟新機遇作好準備，及將繼續加快數字化能力的全面營銷佈局。最終實現「線下+線上+元宇宙」一站式全方位營銷服務解決方案，致力成為全球領先的泛時尚數據互動營銷集團。

## 地區回顧

本集團的業務乃於中國、香港及新加坡進行。下表載列本公司於所示期間按地區劃分的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	人民幣千元 (未經審核)		人民幣千元 (未經審核)	
中國	166,061	96.1%	370,008	96.1%
香港及新加坡	6,711	3.9%	15,180	3.9%
總計	<u>172,772</u>	<u>100.0%</u>	<u>385,188</u>	<u>100.0%</u>

## 業務分部回顧

於2022年中期，本集團體驗營銷服務業務、數字營銷與推廣服務業務及IP拓展業務的收益分別約人民幣107.6百萬元(2021年中期：人民幣276.4百萬元)、約人民幣65.2百萬元(2021年中期：人民幣98.7百萬元)及約人民幣0.0百萬元(2021年中期：人民幣10.1百萬元)。

下表載列2022年中期及2021年中期按服務線劃分的本集團收益：

	2022年中期 人民幣百萬元	2021年中期 人民幣百萬元
體驗營銷服務	107.6	276.4
數字營銷與推廣服務	65.2	98.7
IP拓展	0.0	10.1
總計	<u>172.8</u>	<u>385.2</u>

### 1. 體驗營銷業務

本集團的體驗營銷業務範圍涵蓋創意設計、活動策劃、活動管理及活動執行，為品牌的目標消費者提供內容服務。本集團的客戶會邀請他們最具價值的客戶現場出席活動，深度體驗奢侈品的產品及文化內涵。

於2022年中期，本集團已舉行了若干大型線下活動，如OPPO Find X5 Series春季發佈會、DIOR Xitang Villa、BOTTEGA VENETA 22年秋冬展放映、CHANEL 22年度杭州私人觀賞展、LOUIS VUITTON 22冬裝預展(廣州)及VCA藝術展。

體驗營銷業務的收益由2021年中期的約人民幣276.4百萬元減少61.1%至2022年中期的約人民幣107.6百萬元，佔本集團總收益62.3%。此分部收益減少主要由於中國內地爆發疫情，公開活動難以獲得政府批准，導致大型公開活動數目減少。

考慮到中國疫情防控持續改善，本集團已成功獲多家奢侈及高端品牌委聘，為2022年下半年組織的品牌活動(如梵克雅寶《時間、自然、愛》(Van Cleef & Arpels《Time, Nature, Love》)展覽及上海前灘太古里《冰淇淋博物館》(Museum of Ice Cream))，擔任體驗營銷服務提供商。



## 2. 數字營銷與推廣業務

本集團向其客戶提供數字營銷綜合策略及解決方案(從推廣策略到平台開發)，包括品牌塑造、創意發展、品牌推廣、精準廣告投放、持續的平台管理及挽留客戶服務。通過本集團的廣告服務團隊以及多行業營銷專業知識及廣告經驗，助力本集團高效達成其客戶的營銷目標。

疫情加速了中國業務的數字化進程，品牌方調高了其在數字營銷方面的預算，為數字營銷服務行業帶來了龐大商機。於2022年中期，本集團已成功推出2021人頭馬XO線上社交活動(2021 Rémy Martin XO Online Social Campaign)、內外22春夏線上時裝秀(NEIWAI 22SS Online Fashion Show)及「勝為典範」全新一代路虎攬勝線上發佈會等多項線上活動。

數字營銷與推廣服務產生的收益由2021年中期的約人民幣98.7百萬元減少33.9%至2022年中期的約人民幣65.2百萬元。此部分收益下降主要原因是疫情爆發導致中國部分城市的商業活動放緩所致。

## 3. IP拓展業務

IP拓展分部產生的收益由2021年中期的約人民幣10.1百萬元減少至2022年中期的約人民幣4,000元。此分部收益減少主要由於疫情爆發，公開活動難以獲得中央政府批准，導致西甲俱樂部及環法自行車賽的活動暫延。

儘管受到疫情影響，本集團於2022年中期仍能成功開發出「上海設計周」新IP，並積極推進品牌的發展。憑著本集團的強大品牌能力，預期本集團將利用不同策略協助上海靜安政府組織、營銷及推廣上海設計周在全球的影響力並通過舉行線下活動的設計展覽，與巴黎設計周、倫敦設計周及米蘭設計周同步進行全球宣傳，創造上海設計周元宇宙平台(D UNIVERSE 設計元宇宙)進行數字宣傳。

於2022年7月，本集團宣佈其已與百度集團旗下公司北京百度網訊科技有限公司(「**百度網訊科技**」)達成深度共創合作協議。D UNIVERSE 設計元宇宙將正式入駐百度希壤元宇宙平台，旨在推動高端及奢侈品牌在中國體驗及發掘Web3.0。

## 財務回顧

### 銷售成本

本集團的銷售成本由2021年中期的人民幣279.2百萬元下跌至2022年中期的人民幣120.1百萬元。整體而言，銷售成本減少主要是由於收益減少所致。銷售成本組成部分的波動主要取決於本集團在各期間進行的項目類型及組合。銷售成本的組成部分主要包括製作成本、第三方服務成本、媒體成本及場地租賃成本。

### 毛利及毛利率

由於上文所述，本集團的毛利由2021年中期的人民幣106.0百萬元下跌50.3%至2022年中期的人民幣52.7百萬元。整體毛利率由2021年中期的27.5%上升至2022年中期的30.5%。毛利率的上升是因為本集團在項目成本控制方面有所改善。

### 其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2021年中期的人民幣5.1百萬元增加至2022年中期的人民幣8.0百萬元。其他收入及收益增加主要是由於政府補助及津貼增加。

### 銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支由2021年中期的人民幣32.5百萬元增加至2022年中期的人民幣36.6百萬元。該增加主要是由於社會保險交納基數上升導致員工成本增加。

### 一般及行政開支

本集團的一般及行政開支由2021年中期的人民幣18.5百萬元增加至2022年中期的人民幣27.2百萬元。有關增加主要是由於社會保險交納基數上升導致員工成本增加，以及有關於2022年6月向兩名執行董事授出股份的**股份獎勵開支**約人民幣7.0百萬元所致。

### 其他開支淨額

本集團的其他開支由2021年中期的人民幣2.4百萬元淨減少至2022年中期的人民幣0.8百萬元。其他開支減少主要是由於貿易應收款項減值減少。

## 財務成本

本集團的財務成本由2021年中期的人民幣0.3百萬元減少至2022年中期的人民幣0.2百萬元。

## 淨虧損

由於上述各項，本集團於2022年中期錄得淨虧損人民幣8.5百萬元，當中包括股份獎勵開支人民幣7.0百萬元。因此，扣除股份獎勵開支後，實際淨虧損為人民幣1.5百萬元(2021年中期：純利人民幣38.5百萬元)。

## 流動資金及財務資源

### 現金及現金等價物

於2022年6月30日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣266.3百萬元(2021年12月31日：人民幣405.8百萬元)。

### 首次公開發售所得款項淨額

本公司股份(「**股份**」)於2020年1月16日在聯交所主板掛牌上市。根據本集團日期為2020年1月15日的配發結果公告，首次公開發售所得款項淨額(「**所得款項淨額**」)約為345.0百萬港元。

於2021年4月19日，由於有限合夥協議失效，董事會已決議更改首次公開發售的未動用所得款項淨額(「**未動用所得款項淨額**」)224.5百萬港元的用途，將其由原來分配用以成立合夥企業資本承擔重新分配作為於泛文化領域進行策略投資所需的資本承擔。進一步詳情請參閱本集團日期為2021年4月19日的公告。



下表載列所得款項淨額的經調整動用情況。

未動用所得款項淨額指定用途	原所得款項 淨額分配 百萬港元	於2021年 12月31日 的未動用所 得款項淨額 百萬港元	2022年	於2022年
			1月1日至 2022年 6月30日期間 的已動用所 得款項淨額 百萬港元	6月30日 的未動用所 得款項淨額 百萬港元
發展及擴大我們的現有整合營銷解決 方案及IP發展業務	192.8	1.0	1.0	—
用作策略投資基金的現金儲備， 以尋求合適合作或投資機會	118.0	5.2	—	5.2
一般營運資金及一般企業用途	34.2	—	—	—
與上海雙創管理及上海雙創科技 成立合夥企業所需的資本承擔	—	—	—	—
於泛文化領域進行策略投資所需 的現金儲備	—	205.0	43.5	161.5
<b>總計</b>	<b>345.0</b>	<b>211.2</b>	<b>44.5</b>	<b>166.7</b>

於2022年中期，本集團已動用所得款項淨額約44.5百萬港元。本集團預計將於2023年年底  
前動用全部未動用所得款項淨額。

## 借款及本集團資產的抵押

於2022年6月30日，本集團並無任何計息借款(2021年12月31日：無)或其資產的抵押。

## 資本負債比率

由於本集團並無任何銀行借款，於2022年6月30日的資本負債比率(按銀行及其他借款除以總權益計算)為零(2021年12月31日：零)。

有鑒於目前現金及現金等價物水平以及可用銀行融資，本集團的流動資金狀況仍然強勁，且董事會認為本集團擁有充足財務資源滿足其目前營運資金需求及未來擴展。

## 人力資源

於2022年6月30日，本集團的僱員總數約為262人，僱員福利開支(含董事酬金)約為人民幣52.4百萬元。本集團向其僱員提供全面的薪酬待遇，管理層對其定期檢討。本集團亦為其管理層人員及其他僱員投資繼續教育及培訓項目，旨在持續提升其技能及知識。本集團視僱員為最寶貴的資產，相信有效的僱員參與是業務實現成功的重要部分。因此，本集團高度重視與各級僱員展開有效溝通，其最終目標是提高為客戶提供優質服務的效率。

## 貿易應收款項與貿易應付款項

本集團的貿易應收款項由2021年12月31日的人民幣231.7百萬元減少至2022年6月30日的人民幣186.9百萬元；而本集團的貿易應付款項則由2021年12月31日的人民幣221.8百萬元減少至2022年6月30日的人民幣121.4百萬元。該等減少均主要由於收益減少。

## 或然負債

於2022年6月30日，本集團概無重大或然負債。

## 收購及出售附屬公司及聯營公司

除本公告所披露外，於2022年中期，本集團並無持有重大投資或重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

## 資本承擔

於2022年6月30日，本集團資本承擔為人民幣5.1百萬元(2021年12月31日：人民幣25.1百萬元)為向一間合營企業支付未來的資本。

## 外匯風險

本集團大部分收入及開支的貨幣主要以本集團的功能貨幣人民幣計值，因此，本集團並無任何重大外匯風險。

本集團將繼續採取積極措施，密切監察外匯市場，同時探索國內資本市場融資機會，如有必要會考慮其他對沖安排。

## 中期簡明綜合損益表

截至2022年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	172,772	385,188
銷售成本		<u>(120,075)</u>	<u>(279,203)</u>
毛利		52,697	105,985
其他收入及收益	4	8,042	5,080
銷售及分銷開支		(36,609)	(32,542)
一般及行政開支		(27,244)	(18,488)
其他開支淨額		(848)	(2,436)
財務成本		(238)	(302)
分佔一間聯營公司及一間合營企業的虧損		—	(567)
<b>除稅前溢利／(虧損)</b>	5	<b>(4,200)</b>	56,730
所得稅開支	6	<u>(4,302)</u>	<u>(18,235)</u>
<b>期內溢利／(虧損)</b>		<b><u>(8,502)</u></b>	<b><u>38,495</u></b>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		(8,496)	35,499
非控股權益		(6)	2,996
		<b><u>(8,502)</u></b>	<b><u>38,495</u></b>
<b>母公司普通股持有人應佔每股盈利／(虧損)</b>	7		
基本及攤薄(人民幣分)		<b><u>(1.16)</u></b>	<b><u>4.80</u></b>

**中期簡明綜合全面收益表**  
截至2022年6月30日止六個月

	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利／(虧損)	(8,502)	38,495
其他全面收益／(虧損)		
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
換算海外業務的匯兌差額	3,257	(2,146)
期內全面收益／(虧損)總額	<u>(5,245)</u>	<u>36,349</u>
以下各項應佔：		
母公司擁有人	(5,239)	33,353
非控股權益	(6)	2,996
	<u>(5,245)</u>	<u>36,349</u>



## 中期簡明綜合財務狀況表

於2022年6月30日

		2022年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2021年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
	附註		
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		6,657	5,299
使用權資產		10,208	8,518
商譽		10,233	10,233
無形資產		301	426
於一間合營企業的投資		510	—
按公平值計入其他全面收益的投資		39,396	19,998
存款		16,202	—
遞延稅項資產		1,085	1,085
非流動資產總值		<u>84,592</u>	<u>45,559</u>
<b>流動資產</b>			
貿易應收款項	9	186,917	231,692
預付款項、按金及其他應收款項		37,808	32,511
抵押銀行存款		665	665
現金及現金等價物		266,321	405,817
流動資產總值		<u>491,711</u>	<u>670,685</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	10	121,448	221,755
其他應付款項及應計費用		23,571	34,377
租賃負債		2,772	1,465
應付股息		6,518	—
應付稅項		4,143	21,757
流動負債總額		<u>158,452</u>	<u>279,354</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>333,259</u>	<u>391,331</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>417,851</u>	<u>436,890</u>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		8,287	7,273
遞延稅項負債		212	203
非流動負債總額		<u>8,499</u>	<u>7,476</u>
<b>資產淨值</b>		<u>409,352</u>	<u>429,414</u>

	2022年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2021年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
<b>權益</b>		
<b>母公司擁有人應佔權益</b>		
已發行股本	660	667
儲備	385,599	405,648
	<u>386,259</u>	<u>406,315</u>
非控股權益	23,093	23,099
	<u>409,352</u>	<u>429,414</u>
總權益	<u><u>409,352</u></u>	<u><u>429,414</u></u>

## 財務報表附註

截至2022年6月30日止六個月

### 1. 公司及集團資料

艾德韋宣集團控股有限公司為一間在開曼群島註冊成立的有限公司。本公司註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司主要營業地點位於中華人民共和國(「中國」)上海市徐匯區柳州路399甲號8樓。本公司股份於2020年1月16日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市(「上市」)。

本公司為投資控股公司。截至2022年6月30日止六個月(「相關期間」)，本公司附屬公司涉及以下主營業務：

- 提供體驗營銷服務；
- 提供數字營銷與推廣服務；及
- IP拓展 — 管理及經營體育賽事

### 2.1 編製基準

截至2022年6月30日止六個月的未經審核簡明綜合財務資料已根據香港會計準則第34號《中期財務報告》編製。未經審核簡明綜合財務資料並不包括年度財務報表所規定的所有資料及披露事項，故應連同本集團截至2021年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

### 2.2 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2021年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者一致，惟本期間的財務資料首次採納下列經修訂香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)除外。

香港財務報告準則第3號的修訂  
香港會計準則第16號的修訂  
香港會計準則第37號的修訂  
香港財務報告準則2018年至  
2020年的年度改進

《對概念框架的提述》  
《物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項》  
《虧損性合約 — 履行合約的成本》  
香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、  
香港財務報告準則第16號隨附的說明範例及香港會計準則  
第41號的修訂

經修訂香港財務報告準則的性質及影響載列如下：

- (a) 香港財務報告準則第3號的修訂以2018年6月頒佈的*財務報告概念框架*的提述取代先前*財務報表編製及呈列框架*的提述，而毋須大幅更改其規定。該等修訂亦為香港財務報告準則第3號就實體引用概念框架以釐定構成資產或負債的內容的確認原則增設一項例外情況。該例外情況規定，對於可能屬於香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於業務合併中產生，則應用香港財務報告準則第3號的實體應分別引用香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號，而非概念框架。此外，該等修訂澄清或然資產於收購日期並不符合確認條件。本集團已就2022年1月1日或之後發生的業務合併前瞻應用有關修訂。由於期內發生的業務合併並無產生有關修訂範圍內的或然資產、負債及或然負債，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (b) 香港會計準則第16號的修訂禁止實體從物業、廠房及設備項目成本中扣除達致管理層擬定的營運狀態所需位置及條件過程中產生的項目銷售的任何所得款項。相反，實體須於損益中確認銷售任何該等項目的所得款項及該等項目的成本。本集團已就於2021年1月1日或之後可供使用的物業、廠房及設備項目追溯應用有關修訂。由於2021年1月1日或之後作出可供使用的物業、廠房及設備項目並無導致項目銷售，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (c) 香港會計準則第37號的修訂澄清，就根據香港會計準則第37號評估合約是否虧損性合約而言，履行合約的成本包括與合約直接有關的成本。與合約直接有關的成本包括履行該合約的增量成本（如直接勞工及材料）以及與履行該合約直接有關的其他成本分配（如分配履行合約所用物業、廠房及設備項目的折舊費用以及合約管理及監管成本）。一般及行政成本與合約並無直接關連，除非根據合約明確向對手方收取，否則不包括在內。本集團已就2022年1月1日尚未履行其所有責任的合約前瞻應用有關修訂，且並無識別出虧損性合約。因此，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。

(d) 香港財務報告準則2018年至2020年的年度改進載列香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號隨附的說明範例及香港會計準則第41號的修訂。適用於本集團的修訂詳情如下：

- 香港財務報告準則第9號*金融工具*：澄清實體評估一項新訂或經修訂金融負債的條款與原金融負債的條款是否有實質差異時所計入的費用。該等費用僅包括借款人與貸款人之間支付或收取的費用，其中包括由借款人或貸款人代表另一方支付或收取的費用。本集團已就2022年1月1日或之後修訂或交換的金融負債前瞻應用有關修訂。由於本集團於期內並無金融負債修訂，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- 香港財務報告準則第16號*租賃*：於香港財務報告準則第16號隨附的第13項說明範例中刪除出租人就租賃裝修作出的付款說明。此舉消除應用香港財務報告準則第16號時有關租賃優惠處理的潛在混淆。

### 3. 經營分部資料

基於管理目的，本集團按所提供的服務劃分業務單元，形成如下三個報告經營分部：

- (a) 體驗營銷服務分部
- (b) 數字營銷與推廣服務分部
- (c) IP拓展分部

管理層單獨監察本集團的經營分部業績，以決定資源分配及業績評估。分部業績根據報告分部溢利／虧損進行評估，而報告分部溢利／虧損的計算方式為經調整的除稅前溢利／虧損。經調整除稅前溢利／虧損的計算方法與本集團的除稅前溢利／虧損一致，惟未分配收益、財務成本以及公司及其他未分配開支則不撥入該項計算中。

分部資產不包括遞延稅項資產、使用權資產、抵押銀行存款以及公司及其他未分配資產，因為此等資產乃按組別基準管理。

分部負債不包括應付股息、應付稅項、租賃負債、遞延稅項負債以及公司及其他未分配負債，因為此等負債乃按組別基準管理。



截至2022年6月30日止六個月(未經審核)

	體驗營銷 服務 人民幣千元	數字營銷 與推廣服務 人民幣千元	IP 拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益(附註4)</b>				
向外部客戶作出的銷售	107,623	65,145	4	<u>172,772</u>
<b>分部業績</b>	<b>(4,664)</b>	<b>5,858</b>	<b>(3,099)</b>	<b>(1,905)</b>
對賬：				
公司及其他未分配開支淨額				(2,057)
財務成本				<u>(238)</u>
除稅前虧損				<u>(4,200)</u>
<b>其他分部資料</b>				
折舊及攤銷	740	275	12	1,027
貿易應收款項減值	(666)	1,474	(1)	807
資本開支*	2,170	87	—	2,257
<b>於2022年6月30日(未經審核)</b>				
<b>分部資產</b>	<b>337,382</b>	<b>110,351</b>	<b>27,553</b>	<b>475,286</b>
對賬：				
公司及其他未分配資產				<u>101,017</u>
總資產				<u>576,303</u>
<b>分部負債</b>	<b>119,583</b>	<b>17,486</b>	<b>3,921</b>	<b>140,990</b>
對賬：				
公司及其他未分配負債				<u>25,961</u>
總負債				<u>166,951</u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

截至2021年6月30日止六個月(未經審核)

	體驗營銷 服務 人民幣千元	數字營銷 與推廣服務 人民幣千元	IP 拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益</b>				
向外部客戶作出的銷售	276,408	98,692	10,088	<u>385,188</u>
<b>分部業績</b>	46,792	9,783	2,569	59,144
對賬：				
公司及其他未分配開支淨額				(2,112)
財務成本				<u>(302)</u>
除稅前溢利				<u>56,730</u>
<b>其他分部資料</b>				
折舊及攤銷	204	254	14	472
貿易應收款項減值	1,027	946	134	2,107
資本開支*	449	—	—	449
<b>於2021年12月31日(經審核)</b>				
<b>分部資產</b>	429,321	140,351	30,779	600,451
對賬：				
公司及其他未分配資產				<u>115,793</u>
總資產				<u>716,244</u>
<b>分部負債</b>	211,704	29,953	5,313	246,970
對賬：				
公司及其他未分配負債				<u>39,860</u>
總負債				<u>286,830</u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

## 地域資料

### (a) 來自外部客戶的收益

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
中國內地	166,061	370,008
香港／新加坡	6,711	15,180
	<u>172,772</u>	<u>385,188</u>

上述收益資料乃根據提供有關服務所在地呈列。

### (b) 非流動資產

	2022年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2021年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
	中國內地	<u>17,701</u>

上述非流動資產資料乃根據資產所在地呈列，不包括遞延稅項資產、按公平值計入其他全面收益的投資、存款及使用權資產。

## 主要客戶資料

以下為截至2022年及2021年6月30日止期間佔本集團總收益10%或以上與各客戶或已知受共同控制的實體所進行交易的收益，已在體驗營銷服務及數字營銷與推廣服務分部呈報：

	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
客戶A	47,303	92,093
客戶B	—*	54,422
客戶C	23,917	—*
客戶D	<u>22,880</u>	<u>—#</u>

來自該等客戶的收益包括向一組已知與該等客戶在共同控制之下的實體的銷售。

\* 佔本集團於本期／上期間總收益少於10%

# 本集團於上期間並無與該客戶進行交易

#### 4. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
客戶合約收益		
<b>主要服務線</b>		
體驗營銷服務	107,623	276,408
數字營銷與推廣服務	65,145	98,692
IP 拓展	4	10,088
	<u>172,772</u>	<u>385,188</u>
<b>(i) 分拆收益資料</b>		
<b>地理位置</b>		
體驗營銷服務		
中國內地	101,318	261,541
香港／新加坡	6,305	14,867
	<u>107,623</u>	<u>276,408</u>
數字營銷與推廣服務		
中國內地	64,739	98,379
香港／新加坡	406	313
	<u>65,145</u>	<u>98,692</u>
IP 拓展		
中國內地	4	10,088
客戶合約總收益	<u>172,772</u>	<u>385,188</u>
<b>收益確認時間</b>		
於某一時間點	109,421	287,431
於一段時間*	63,351	97,757
客戶合約總收益	<u>172,772</u>	<u>385,188</u>

\* 包括維護項目

下表載列於各報告期初計入合約負債的於報告期內確認的收益金額：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
體驗營銷服務	830	8,770
數字營銷與推廣服務	—	21
IP 拓展	—	370
	<u>830</u>	<u>9,161</u>

其他收入及收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行利息收入	904	349
政府補助及津貼*	5,825	3,934
其他	1,313	797
	<u>8,042</u>	<u>5,080</u>

\* 政府津貼主要指本集團若干附屬公司所收到中國當地政府機關的津貼，作為激勵以支持本集團的業務發展／對當地經濟作出的貢獻／對發展特定城市的文化產業作出的貢獻，以及香港特別行政區政府「保就業」計劃的津貼。該等政府津貼並無涉及尚未達成條件或或然情況。

## 5. 除稅前溢利／(虧損)

本集團除稅前溢利／(虧損)已扣除／(計入)以下各項：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
提供服務的成本	120,075	279,203
物業、廠房及設備折舊**	873	412
使用權資產折舊**	1,346	2,460
無形資產攤銷**	154	60
出售物業、廠房及設備的收益	—	(1)
貿易應收款項減值淨額*	807	2,107
外匯差額淨額	18	(360)
	<u>123,273</u>	<u>286,862</u>

\* 計入中期簡明綜合損益表中的「其他開支淨額」項目。

\*\* 計入中期簡明綜合損益表中的「一般及行政開支」項目。



## 6. 所得稅

期內，中國內地應課稅溢利的稅項按25% (2021年：25%)的適用中國企業所得稅(「**企業所得稅**」)稅率計算。

根據開曼群島及英屬維京群島的規則及規例，本集團毋須於開曼群島及英屬維京群島繳納任何所得稅。

就於香港註冊成立的該等附屬公司而言，香港利得稅乃按照期內於香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2021年：16.5%)計提撥備。

就於新加坡註冊成立的附屬公司而言，新加坡利得稅乃按照期內於新加坡產生的估計應課稅溢利(如有)按稅率17% (2021年：17%)計提撥備。

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
即期 — 中國		
期內支出	4,293	18,589
遞延	9	(354)
期內稅項支出總額	<u>4,302</u>	<u>18,235</u>

## 7. 母公司普通股持有人應佔每股盈利／(虧損)

截至2022年6月30日止六個月的每股基本盈利乃基於母公司普通股持有人應佔虧損人民幣8,496,000元(截至2021年6月30日止六個月：母公司普通股持有人應佔溢利人民幣35,499,000元)以及本公司已發行普通股加權平均數734,879,000股(截至2021年6月30日止六個月：740,127,000股)(已予調整至不包括根據本公司股份獎勵計劃持有的股份)計算得出。

由於本集團於截至2022年及2021年6月30日止期間並無已發行的潛在攤薄普通股，故並無調整該等期間所呈列的每股基本盈利／(虧損)。

## 8. 股息

本公司於期內向其股息宣派的股息如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核) 人民幣千元	2021年 (未經審核) 人民幣千元
中期股息 — 每股普通股無 (截至2021年6月30日止六個月：1.03港仙)	—	6,455
特別股息 — 每股普通股無 (截至2021年6月30日止六個月：6.93港仙)	—	43,434
	<u>—</u>	<u>49,889</u>

董事會並不建議就2022年中期宣派中期股息。

就截至2021年6月30日止六個月宣派的中期股息每股普通股1.03港仙已於2021年8月3日獲董事會批准。有關截至2021年6月30日止六個月的中期特別股息每股普通股6.93港仙已於2021年8月3日獲董事會批准。

## 9. 貿易應收款項

按發票日期或同等指標並扣除虧損撥備的貿易應收款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2022年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2021年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
已開票		
一個月內	36,269	69,250
一至三個月	22,965	50,889
三個月以上	<u>39,796</u>	<u>34,232</u>
	99,030	154,371
未開票	<u>87,887</u>	<u>77,321</u>
	<u>186,917</u>	<u>231,692</u>

## 10. 貿易應付款項

按發票日期的貿易應付款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2022年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2021年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
一個月內	51,117	179,031
一至三個月	19,895	22,793
三個月以上	<u>50,436</u>	<u>19,931</u>
	121,448	221,755
	<u>121,448</u>	<u>221,755</u>

## 其他資料

### 購買、出售或贖回本公司上市證券

於2022年中期，本公司行使其於一般授權項下權力以購回本公司股東（「股東」）授予董事會的股份，該項購回授權將於本公司下屆股東週年大會結束時屆滿，並已以總代價約10,209,000港元於聯交所購回合共7,910,000股股份。7,750,000股購回股份已於2022年中期內被註銷。於2022年6月30日，以成本約179,000港元購回合共160,000股股份，且尚未被註銷。

### 遵守《企業管治守則》（「《企業管治守則》」）

本公司已採納上市規則附錄十四所載的《企業管治守則》。董事認為，本公司於2022年中期已完全遵守《企業管治守則》，惟偏離《企業管治守則》的守則條文第C.2.1條除外。

劉錦耀先生（「劉先生」）現時擔任本集團董事會聯席主席兼行政總裁。根據上市規則附錄十四守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。鑒於劉先生在營銷行業的豐富經驗，董事會認為，由劉先生兼任聯席主席與行政總裁的角色能夠使本集團的業務規劃及實施更加有效。為維持良好的企業管治及全面遵守企業管治守則的條文，董事會將定期檢討是否需要委任不同人士分別出任聯席主席及行政總裁。

### 證券交易行為守則

本公司已採納上市規則附錄十所載的《上市公司董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」），作為其有關董事、本集團高級管理層及僱員（因其職務而有較大可能擁有關於本集團或本公司證券的內部資料）買賣本公司證券的行為守則。

經具體查詢，全體董事確認，於2022年中期，彼等均已遵守標準守則。此外，本公司概不知悉於2022年中期，本集團高級管理層有任何不遵守標準守則的行為。

## 2022年中期後事項

於2022年7月25日，本公司與百度集團旗下公司百度網訊科技達成戰略合作。以雙方合作設計開發的D UNIVERSE設計元宇宙正式入駐百度希壤元宇宙平台，與百度網訊科技在未來虛擬世界和現實社會交互的元宇宙賽道形成強強聯手，用數字設計的力量驅動品牌體驗新世界。進一步詳情請參閱本公司日期為2022年7月25日之公告。

## 審核委員會及財務報表審閱

本公司已遵照上市規則第3.21條及《企業管治守則》成立審核委員會（「**審核委員會**」），並訂有其書面職權範圍。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。張少雲女士為審核委員會主席。

審核委員會已審閱本集團於2022年中期的未經審核中期業績，確認有關業績已遵守適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分披露。審核委員會亦已討論審核、內部監控及財務報告事宜。

## 刊發2022年中期業績及中期報告

本集團於2022年中期的未經審核中期業績公告於聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)及本公司網站[www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com)刊載。2022年中期報告載有上市規則所規定的所有適用資料，將於2022年9月寄發予股東，並在上述網站刊登。

## 致謝

吾等謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及各員工的盡忠職守及所作出的貢獻衷心致謝，亦謹此答謝監管機構的指導及股東與我們的客戶的長期支持。

承董事會命  
艾德韋宣集團控股有限公司  
聯席主席  
劉錦耀及伍寶星

香港，2022年8月12日

於本公告日期，董事會包括4名執行董事，即劉錦耀先生、伍寶星先生、陳偉彬先生及劉慧文女士；及3名獨立非執行董事，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。

本公告可於本公司網站 [www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com) 及聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 瀏覽。