

## 財務資料

閣下應將本節與本文件附錄一會計師報告中所載的綜合財務資料（包括其附註）一併閱讀。本集團的綜合財務資料乃按照香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。閣下應閱讀整份會計師報告，而不可僅依賴本節所載的資料。

以下討論及分析載有反映當前對於未來事件及財務表現的觀點的若干前瞻性陳述。該等陳述乃按本集團基於經驗及對過往趨勢、現時狀況及預計未來發展的看法以及本集團認為於有關情況下屬合適的其他因素所作假設及分析而作出。然而，實際結果及發展是否將符合本集團的預期及預測乃取決於本集團無法控制的若干風險及不確定因素。有關進一步資料，務請閣下參閱本文件「風險因素」一節。

以下討論及分析亦載有若干經四捨五入調整的數額及百分比數字。因此，若干表格所載總額數字未必為其之前數字的算術總和，且所列示的所有貨幣金額僅為概約金額。

### 概覽

我們是一家位於中國的營銷服務提供商，提供營銷及推廣服務以及IT解決方案服務。多年來，我們根據當前市場趨勢及發展，始終竭力拓展我們提供營銷及推廣服務的能力。我們提供(i)推廣及廣告服務，包括(a)傳統營銷及推廣服務；(b)廣告投放服務；及(c)廣告分發服務；以及(ii)虛擬商品採購及交付服務。我們認為，我們所提供的廣泛營銷及推廣服務使我們在向客戶提供營銷服務方面較中國其他中間營銷代理商更具競爭優勢。此外，我們亦提供IT解決方案服務（包括手機遊戲及軟件開發及維護服務以及彩票相關軟件系統及設備解決方案），以提升我們產品及服務組合的質量及多樣性。

---

## 財務資料

---

於2019財年、2020財年及2021財年，我們的收益總額分別為人民幣89.4百萬元、人民幣113.0百萬元及人民幣219.5百萬元，截至2021年12月31日止三個年度的複合年增長率約為56.7%，而我們於2019財年、2020財年及2021財年的溢利分別為人民幣25.9百萬元、人民幣45.5百萬元及人民幣50.0百萬元，截至2021年12月31日止三個年度的複合年增長率約為38.8%。於2022年首四個月，我們錄得收益總額人民幣70.7百萬元，較2021年首四個月的收益總額增加10.9%。此外，我們的除稅後溢利由2021年首四個月的人民幣11.9百萬元增加66.0%至2022年首四個月的人民幣19.8百萬元。

### 呈列及編製基準

本集團於往績記錄期的綜合財務資料，包括本公司及其附屬公司的財務報表，已根據香港財務報告準則編製。所有集團內公司間交易及結餘已於綜合入賬時對銷。為編製及呈列往績記錄期的歷史財務資料，本公司已於整個往績記錄期一致採用由香港會計師公會頒佈的香港會計準則、香港財務報告準則、修訂及詮釋，其自2021年1月1日起的會計期間按全面追溯基準生效，包括香港財務報告準則第3號「業務的定義」、香港財務報告準則第15號「客戶合約收益」（「香港財務報告準則第15號」）、香港財務報告準則第9號「金融工具」（「香港財務報告準則第9號」）及香港財務報告準則第16號「租賃」（「香港財務報告準則第16號」）。有關本文件所載財務資料的呈列及編製基準的更多資料，請參閱會計師報告（其全文載於本文件附錄一）附註2。

### 影響我們經營財務業績的因素

我們認為以下為影響我們經營業績的主要因素：

#### 線上廣告行業的增長

於往績記錄期內，我們業務的增長部分受中國線上廣告行業的整體增長所推動。根據艾瑞諮詢報告，中國線上廣告行業的支出總額由2017年的約人民幣3,763億元增長至2021年的人民幣9,421億元，複合年增長率約為25.8%。另一方面，我們營銷及推廣服務的收益由2019財年的人民幣69.1百萬元增加至2021財年的人民幣163.5百萬元，其部分受我們愈加關注線上營銷服務所推動。我們的線上營銷服務佔我們各年度營銷及推廣服務收益總額的比例由2019財年的83.2%增加至2021財年的97.4%。該比例於2022年首四個月進一步增加至99.0%。根據艾瑞諮詢報告，線上廣告支出將持續增長，預期於2026年達到人民幣17,191億元。我們預期將自線上廣告行業不斷增加的支出中獲益（尤其是在我們持續升級線上平台的情況下）。然而，倘線上廣告行業的發展或增長比預期更緩慢，則我們的過往增長未必能反映我們的未來表現。

## 財務資料

### 我們以合理成本採購合適及具特色的虛擬商品的能力

作為我們營銷及推廣服務的一部分，我們通過我們的Rego虛擬商品平台採購並向企業交付一系列的虛擬商品，協助其執行用戶獲取、參與及留存策略。於往績記錄期內，我們的虛擬商品採購及交付服務錄得顯著增長，於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月產生的收益分別為人民幣12.4百萬元、人民幣45.3百萬元、人民幣44.6百萬元及人民幣15.7百萬元。我們認為，該增長乃由於我們改善了向客戶提供的產品組合。根據艾瑞諮詢報告，第三方虛擬商品提供商的核心價值為以較低的成本提供一體化商品及服務組合。因此，我們認為我們以合理成本採購合適及具特色的虛擬商品的能力對我們的虛擬商品採購及交付服務業務而言至關重要。

### 我們控制成本及開支的能力

於往績記錄期內，流量獲得成本為我們銷售成本的主要組成部分之一，分別為人民幣35.5百萬元、人民幣21.6百萬元、人民幣75.9百萬元及人民幣28.0百萬元，分別佔我們於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月收益總額的39.7%、19.1%、34.6%及39.6%。下表載列敏感度分析，說明於所示年度／期間的流量獲得成本假設性波動對我們毛利的影響：

|        | 截至12月31日止年度 |         |          |        |           |         | 截至4月30日止四個月 |         |
|--------|-------------|---------|----------|--------|-----------|---------|-------------|---------|
|        | 2019年       |         | 2020年    |        | 2021年     |         | 2022年       |         |
|        | 毛利變動        | 百分比     | 毛利變動     | 百分比    | 毛利變動      | 百分比     | 毛利變動        | 百分比     |
|        | 人民幣千元       | %       | 人民幣千元    | %      | 人民幣千元     | %       | 人民幣千元       | %       |
| 流量獲得成本 |             |         |          |        |           |         |             |         |
| 變動百分比  |             |         |          |        |           |         |             |         |
| +/-5%  | -/+1,774    | -/+4.0  | -/+1,079 | -/+1.4 | -/+3,795  | -/+3.4  | -/+1,401    | -/+3.8  |
| +/-10% | -/+3,548    | -/+7.9  | -/+2,159 | -/+2.8 | -/+7,589  | -/+6.9  | -/+2,802    | -/+7.6  |
| +/-15% | -/+5,322    | -/+11.9 | -/+3,238 | -/+4.3 | -/+11,384 | -/+10.3 | -/+4,203    | -/+11.5 |

## 財務資料

同時，僱員福利開支為我們銷售及分銷開支、行政開支以及研發開支的最大組成部分之一。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，僱員福利開支總額（包括於銷售成本、銷售及分銷開支、行政開支及研發開支中列賬的僱員福利開支）分別為人民幣18.2百萬元、人民幣18.3百萬元、人民幣33.3百萬元及人民幣13.0百萬元，分別佔我們同年收益總額的20.4%、16.2%、15.2%及18.4%。隨著業務增長，我們的僱員人數不斷增加，僱員福利開支總額的增加乃主要由於僱員人數增加以及管理層及主要僱員的整體報酬水平上升。

尤其鑒於我們線上營銷解決方案業務的持續擴展及增長以及互聯網相關行業平均報酬水平的整體上升，我們預期流量獲得成本以及僱員福利開支將繼續為我們未來最重大的成本及開支。我們控制該等成本及開支的能力可能會對我們的盈利能力造成重大影響。

### 技術進步

我們的經營業績在很大程度上取決於我們的技術能力及創新。我們的營銷及推廣服務所用平台的持續改進是本集團作為營銷服務提供商的顯著特點，且令我們從競爭對手中脫穎而出。於2020年，透過建立我們的SDK（即RegoAd SDK），我們已憑藉推出廣告分發服務拓展了我們的營銷及推廣服務，其於2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為我們貢獻收益人民幣18.5百萬元、人民幣107.9百萬元及人民幣38.2百萬元，佔我們各年度收益總額的16.4%、49.2%及54.0%。我們亦對我們的RegoAd虛擬商品平台作出了顯著改進。隨著我們平台的不斷升級，我們能夠為我們的客戶提供更廣泛的虛擬商品。於2019財年、2020財年及2021財年，我們來自虛擬商品採購及交付服務的收益為人民幣12.4百萬元、人民幣45.3百萬元及人民幣44.6百萬元，截至2021年12月31日止三個年度的複合年增長率為89.7%。我們虛擬商品採購及交付的收益亦由2021年首四個月的人民幣12.9百萬元增加至2022年首四個月的人民幣15.7百萬元，增加21.1%。我們認為，上述舉措皆已且將持續為我們的收益增長作出重大貢獻。

我們致力投資研發以持續提升我們的技術。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的研發開支總額分別為人民幣7.8百萬元、人民幣9.4百萬元、人民幣18.6百萬元及人民幣4.8百萬元。我們擬透過多種措施持續專注於提升及培育我們的研發能力，以支持我們的業務增長。有關我們[編纂]擬定用途的詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

---

## 財務資料

---

### 我們的優惠稅務待遇

於往績記錄期內，本集團的若干成員公司因獲認證為「軟件企業」或「高新技術企業」或具備「小微企業」資格而享有優惠稅務待遇，包括免稅或享有優惠所得稅率。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，因該優惠稅務待遇而獲得的免稅及減稅總金額分別為人民幣4.9百萬元、人民幣7.2百萬元、人民幣7.8百萬元及人民幣2.6百萬元。

此外，根據中國國家稅務總局頒佈及自2017年起生效並更新的相關法律法規，從事研發活動的企業在釐定其於該年度的應課稅溢利時，有權將其就此產生的研發開支的175%列為可扣稅開支（「加計扣除」）。於釐定本集團實體於往績記錄期的應課稅溢利時，本集團已就該等實體可申報的加計扣除作出最佳估計。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，加計扣除的稅務影響分別為人民幣2.0百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣1.4百萬元。

有關我們於往績記錄期內的優惠稅務待遇的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註13。

倘因相關稅務機關撤回／取消有關法律法規或任何我們無法控制的原因導致我們不再享有前述優惠所得稅率或優惠稅務待遇，則我們的盈利能力及經營業績可能受到重大影響。

### 重大會計政策、估計及判斷

我們根據香港財務報告準則編製我們的綜合財務資料，此需要我們作出判斷、估計及假設，有關判斷、估計及假設會影響資產及負債的呈報金額、於綜合財務資料日期披露的或然資產及負債以及財務報告期內收益及開支的呈報金額。該等假設及估計的不確定因素可能導致日後須對受影響資產或負債的賬面值作出重大調整。我們基於最新可用資料、我們本身過往的經驗及我們認為於有關情況下屬合理的其他多項假設持續評估該等估計及假設，評估結果構成對未能輕易從其他來源取得的資產及負債的賬面值作出判斷的基礎。由於估計的使用是財務報告程序不可或缺的一部分，實際結果可能會有別於該等估計。我們日後將持續評估我們的假設及估計。我們認為，下文所討論的政策對理解我們的綜合財務資料至關重要，因為應用有關政策極度需要我們的管理層作出判斷。

有關我們重大會計政策、估計、假設及判斷的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註4及5。

---

## 財務資料

---

### 收益確認

客戶合約收益於商品或服務的控制權轉移至客戶時確認，確認金額反映本集團預期就交換該等商品或服務而有權獲得的代價（不包括代表第三方收取的金額）。收益不包括增值稅或其他銷售稅，並經扣除任何交易折扣。視乎合約條款及適用於合約的法律規定，商品或服務的控制權可能隨時間或在某一時間點轉移。倘本集團於履約過程中滿足下列條件，則商品或服務的控制權乃隨時間轉移：(i) 提供客戶同時收取且耗用的所有利益；(ii) 於本集團履約時創建或增強由客戶控制的資產；或(iii) 並無創建對本集團具有可替代用途的資產，且本集團有強制執行權就累計至今已完成的履約部分收取款項。

倘商品或服務的控制權隨時間轉移，則收益於整個合約期間參照已完成履約責任的進度確認。否則，收益於客戶獲得商品或服務的控制權的某一時間點確認。

倘合約包含融資部分，就向客戶轉移商品或服務為客戶提供重大融資利益超過一年，則收益於合約開始時按應收款項的現值計量，並使用本集團與客戶間的單獨融資交易中反映的貼現率貼現。倘合約包含為本集團提供重大融資利益的融資部分，根據該合約所確認的收益則包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。就付款與轉移約定商品或服務間隔為一年或一年以下的合約而言，交易價格並無使用香港財務報告準則第15號的權宜可行方法而就重大融資部分的影響作出調整。

#### **(a) 營銷及推廣服務**

##### *(i) 推廣及廣告服務*

我們確認推廣及廣告服務收益的方法受我們在特定交易中角色的影響。對於我們作為委託人的合約，我們按總額基準確認收益，而對於我們作為代理人的合約，我們按淨額基準確認收益。於釐定我們在一項交易中是以委託人還是代理人身份行事時，需要我們的管理層對所有相關事實及情況作出判斷及考慮，包括我們是否為交易中的主要義務人，以及我們在決定如何向客戶提供服務方面是否擁有控制權。

---

## 財務資料

---

### 傳統營銷及推廣服務（總額基準）

本集團透過整合下游營銷渠道（包括傳統線下渠道及線上平台）向企業廣告商或彼等的廣告代理商提供傳統營銷及推廣服務。本集團主要根據CPA或CPS模式向廣告客戶收取傳統營銷及推廣服務費。本集團於提供相關服務予本集團客戶時確認收益。由於本集團為主要義務人，負責定價、選擇供應商及提供營銷及推廣服務等交易，故本集團按總額基準確認傳統營銷及推廣收益。

### 廣告投放服務（淨額基準）

於往績記錄期內，我們為企業廣告商或彼等的廣告代理商提供廣告投放服務，即主要為客戶於大型媒體出版商運營的若干線上平台上開立的賬戶提供充值服務及／或與投放其廣告有關的其他運營服務。由於我們以代理人身份按客戶指示投放廣告，故我們按淨額基準將廣告投放服務的收益入賬。尤其是，(i)我們的客戶對將其廣告投放於哪一家媒體出版商作出最終決定；(ii)媒體出版商（而非我們）主要負責發佈廣告；(iii)我們根據客戶的充值金額（不受廣告投放效果影響）向客戶收費；及(iv)由於中標後獲得的廣告存貨不歸我們所有，故我們並無面臨任何存貨風險。

媒體出版商可能會按季度及／或年度基準授予我們返利，該等返利在我們的綜合損益及其他全面收入表中作為收益入賬。由於來自媒體出版商的返利通常於相關季度或年度結束後的幾個月內確認，因此來自媒體出版商的年度及第四季度返利通常於年末後確定及收取。因此，我們已經並將根據香港會計準則第8號的要求，對來自媒體出版商的應計返利進行合理估計。我們根據估計計算返利的應計費用，並在媒體出版商確認返利時對我們的賬目根據估計進行調整。根據香港財務報告準則第15號，返利屬於收益，並且在與估計相關的不確定性隨後得到解決，而累計確認的收益金額極有可能不會發生重大撥回時計算返利的應計費用。該等估計乃基於（其中包括）對於監管申報

---

## 財務資料

---

期限內是否可能達到媒體出版商所設定的基準或門檻、其他基準、若干規定的分類水平的評估，或我們與媒體出版商的討論及自彼等了解到的資料。於作出此判斷及估計時，我們根據（其中包括）我們過往的經驗、對各種績效因素的定期監測、媒體出版商制定的返利政策以及與該等媒體出版商授予的返利有關的當前市場資料進行評估。由於媒體出版商授予的實際返利金額乃於財政年度結束後的幾個月內方可確認，因此最終的返利金額可能有別於我們管理層估計的應計返利金額，而倘來自媒體出版商的實際返利與返利的應計費用之間存在任何差異，其將隨後作出相應調整。

### 廣告分發服務（總額基準）

我們向廣告代理商（包括大型媒體平台運營商及其代理商）提供廣告分發服務，並通過我們的RegoAd SDK（其與廣告代理商的平台及／或應用程序相結合，將廣告代理商提供的廣告與移動應用程序運營商運營的移動應用程序中可用的移動廣告位進行匹配）將彼等與移動應用程序運營商對接。由於我們能夠確定和控制我們的RegoAd SDK所對接的移動應用程序中分發的廣告類型，故我們在我們的廣告分發服務中以委託人身份行事。

### (ii) 虛擬商品採購及交付服務（淨額基準）

我們通過Rego虛擬商品平台向企業及其代理商提供虛擬商品採購及交付服務。由於我們在客戶購買之前並不控制特定的虛擬商品，故我們並非此安排的委託人，原因為(i)我們對提供虛擬商品相關服務並無控制權；(ii)我們在虛擬商品採購及交付服務中並無存貨風險，因為我們主要是在客戶下訂單後才會向下游供應商採購虛擬商品；及(iii)我們的客戶（而非我們）選擇將予提供的虛擬商品。我們將來自客戶的付款與我們保留的虛擬商品的採購成本之差額的淨額呈報為我們的收益。我們在虛擬商品採購及交付服務項下的收益乃於提供虛擬商品相關服務的時間點確認。



---

## 財務資料

---

### (b) IT解決方案服務

#### (i) 手機遊戲及軟件開發及維護服務

提供軟件開發及維護服務的收益於產品交付且終端客戶實際擁有及控制軟件及相關產品的時間點確認。由於本集團承擔有關交易的全權責任，故本集團按總額基準確認收益。

此外，提供手機遊戲維護服務的收益於服務交付一段時間時隨時間確認。由於客戶在本集團履約時同時收取及耗用本集團履約所提供的服務，故本集團按總額基準確認收益。本集團隨履行服務的時間進行確認，即實體就迄今為止已履行服務獲得代價的權利。

可變代價取決於從第三方遊戲開發商發佈的網絡遊戲平台充值總額中分享的特定比例收益。可變代價通過使用平台上的數據來估計，按月計費，預計應收款項將在合約信貸期內收回。

#### (ii) 彩票相關軟件系統及設備解決方案

我們向客戶提供的彩票相關軟件系統及設備解決方案的收益於商品的控制權轉移(即產品交付予客戶時，客戶已接納產品且可能收回有關代價，以及概無可能影響客戶接納產品的未履行責任)時確認。因此，收益於客戶接納彩票系統及設備的時間點確認。一般僅有一項履約責任，且代價並不包括可變金額。

我們就彩票相關軟件系統及設備向我們的客戶提供維修及維護服務。收益於根據服務協議條款提供服務時確認。由於客戶於本集團履約的服務期間內隨時間同時收取及耗用維護服務，故收益隨時間確認。因此，收益於服務期間內按直線基準確認。

---

## 財務資料

---

由於客戶同時收取及耗用本集團提供的利益，故彩票相關軟件系統及設備的維修及維護服務的收益隨時間確認，並採用輸出法計量完成服務的進度。輸出法通過本集團與客戶協定的總期間按實際服務日數確認收益。

### 合約資產及負債

合約資產指本集團就換取本集團已向客戶轉移的服務而收取代價的權利（尚未成為無條件）。相反，應收款項指本集團收取代價的無條件權利，即代價付款到期前僅需經過一段時間。

合約負債指本集團因已向客戶收取代價（或代價金額已到期）而須向客戶轉移服務的責任。

### 所得稅

本集團須繳納中國的所得稅。在釐定所得稅撥備時須作出重大判斷。於日常業務過程中，存在多項難以釐定最終稅務的交易及計算。倘該等事宜的最終稅務結果與初始記錄的金額有所不同，則該等差額將影響於稅務釐定期內的所得稅及遞延稅項撥備。有關即期及遞延稅項的進一步詳情載於本文件附錄一會計師報告附註13及30。

### 商譽

商譽指所轉讓代價的公平價值、被收購方的任何非控股權益的金額及本集團先前於被收購方中所持股權的公平價值的總和超出於收購日期計量之可識別資產及負債的公平價值之部分。

倘可識別資產及負債的公平價值超出已付代價的公平價值、於被收購方的任何非控股權益的金額及收購方先前於被收購方中所持股權於收購日期的公平價值的總和，則超出金額在重估後於收購日期於損益中確認。

商譽按成本扣除減值虧損計量。就減值測試而言，收購產生的商譽會分配至預期受惠於收購所帶來協同效應之各相關現金產生單位（「現金產生單位」）。現金產生單位是產生現金流入的最小可識別資產組別，其產生的現金流入基本上獨立於其他資產或

## 財務資料

資產組別的現金流入。獲分配商譽的現金產生單位每年會透過比較其賬面值與其可收回金額進行減值測試，及於有跡象顯示該單位可能出現減值時進行減值測試。

就於某一財政年度收購產生的商譽而言，已獲分配商譽的現金產生單位會於該財政年度結束之前進行減值測試。當現金產生單位的可收回金額少於該單位的賬面值，則會首先分配減值虧損以沖減分配至該單位的任何商譽賬面值，然後再根據有關單位各項資產的賬面值按比例分配至該單位的其他資產。然而，分配至各項資產的虧損將不會令個別資產的賬面值減少至低於其公平價值減出售成本（「公平價值減出售成本」）（如可計量）或其使用價值（「使用價值」）（如可釐定）（以較高者為準）。商譽的任何減值虧損於損益中確認且不會於其後期間撥回。

於往績記錄期內，本集團已委聘獨立第三方估值師博浩企業顧問有限公司就評估(i)雲彩通及西安天泰於往績記錄期內的可收回金額；及(ii)江西雲家及武漢彩潤於2019財年的貼現率進行估值。

### 江西雲家

於2019年12月31日，由於江西雲家的業務計劃變動及產生收益的活動推遲，故收購江西雲家產生的商譽已悉數減值。於2019財年，已計提減值虧損約人民幣2.1百萬元。

### 雲彩通

雲彩通現金產生單位的可收回金額乃根據使用價值計量釐定，使用價值乃根據董事批准涵蓋5年期間的財務預算的現金流量預測計算，其後按於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為3%、2%、2%及2%的增長率（並無超出現金產生單位所經營業務的長期增長率），以及按於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為25.95%、26.41%、25.12%及25.59%的年貼現率推算預期現金流量。使用價值計算的其他主要假設與現金流入／流出的估計有關，包括預算銷售額及毛利率。所採用貼現率為除稅前比率，並反映有關現金產生單位之特定風險。根據評估結果，於2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日及2022年4月30日，可收回金額約人民幣7.3百萬元、人民幣10.1百萬元、人民幣11.3百萬元及人民幣10.9百萬元，分別高於賬面值約人民幣4.4百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣4.3百萬元。董事認為，可收回金額所依據的其他主要假設的任何合理可能變動不會導致雲彩通現金產生單位的賬面值超出其可收回金額。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，概無確認其商譽的減值虧損。

## 財務資料

根據商譽減值測試的結果，於2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日及2022年4月30日，合併業務的淨空分別約為人民幣2.9百萬元、人民幣5.8百萬元、人民幣7.0百萬元及人民幣6.6百萬元。下表載列敏感度分析，說明於預測期內主要假設的假設性波動對淨空的影響：

|             | 於12月31日 |       |       | 於4月30日 |
|-------------|---------|-------|-------|--------|
|             | 2019年   | 2020年 | 2021年 | 2022年  |
|             | 人民幣千元   | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元  |
| 收益金額減少1%    | (135)   | (170) | (814) | (847)  |
| 毛利率下降1%     | (144)   | (182) | (879) | (914)  |
| 最終增長率下降0.5% | (181)   | (176) | (196) | (203)  |
| 貼現率上升0.5%   | (273)   | (330) | (473) | (476)  |

由於根據評估，淨空仍屬足夠，故管理層認為上述關鍵參數的合理可能變動不會導致現金產生單位的賬面值超出其可收回金額。

### 武漢彩潤

武漢彩潤於2019財年並無營運。於2019年12月31日，由於武漢彩潤的業務計劃變動及產生收益的活動推遲，故收購武漢彩潤產生的商譽已悉數減值。於2019財年，已計提減值虧損約人民幣264,000元。

### 西安天泰

西安天泰現金產生單位的可收回金額乃根據使用價值計算釐定，使用價值乃根據董事批准涵蓋5年期間的財務預算的現金流量預測計算，其後按於2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為2%、2%及2%的增長率（並無超出現金產生單位所經營業務的長期增長率），以及按於2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為21.80%、20.95%及21.06%的年貼現率推算預期現金流量。使用價值計算的其他主要假設與現金流入／流出的估計有關，包括預算銷售額及毛利率。所採用貼現率為除稅前比率，並反映有關現金產生單位之特定風險。根據評估結果，於2020年12月31日、2021年12月31日及2022年4月30日，可收回金額約人民幣61.7百萬元、人民幣62.6百萬元及人民幣58.8百萬元，分別高於賬面值約人民幣24.1百萬元、人民幣20.8百萬元及人民幣19.8百

## 財務資料

萬元。董事認為，可收回金額所依據的其他主要假設的任何合理可能變動不會導致西安天泰現金產生單位的賬面值超出其可收回金額。於2020財年、2021財年及2022年首四個月，概無確認其商譽的減值虧損。

根據商譽減值測試的結果，於2020年12月31日、2021年12月31日及2022年4月30日，合併業務的淨空分別約為人民幣37.6百萬元、人民幣41.8百萬元及人民幣39.0百萬元。下表載列敏感度分析，說明於預測期內主要假設的假設性波動對淨空的影響：

|             | 於12月31日 |         | 於4月30日  |
|-------------|---------|---------|---------|
|             | 2020年   | 2021年   | 2022年   |
|             | 人民幣千元   | 人民幣千元   | 人民幣千元   |
| 收益金額減少1%    | (3,786) | (3,311) | (3,477) |
| 毛利率下降1%     | (4,003) | (3,535) | (3,712) |
| 最終增長率下降0.5% | (908)   | (831)   | (883)   |
| 貼現率上升0.5%   | (1,979) | (1,871) | (1,873) |

由於根據評估，淨空仍屬足夠，故管理層認為上述關鍵參數的合理可能變動不會導致現金產生單位的賬面值超出其可收回金額。

### 無形資產

#### (i) 獨立收購及於業務合併中收購的無形資產

獨立收購的無形資產初步按成本確認。於業務合併中收購的無形資產的成本為其於收購日期的公平價值。其後，具有有限可使用年期的無形資產按成本減累計攤銷及累計減值虧損列賬。

就具有有限可使用年期的無形資產而言，攤銷乃於其可使用年期內按直線基準計提撥備，且攤銷開支於損益中確認。以下具有有限可使用年期的無形資產自可供使用日期起攤銷，其估計可使用年期如下：

|      |      |
|------|------|
| 電腦軟件 | 十年   |
| 著作權  | 五至十年 |

攤銷期間及方法均於各報告期末檢討。

---

## 財務資料

---

我們的電腦軟件主要用於我們營銷及推廣服務的平台運營，而著作權主要與我們IT解決方案服務所用的軟件及設備有關。本公司根據電腦軟件及著作權將為本集團帶來收益的估計期限來估計電腦軟件及著作權的可使用年期。預計在電腦軟件及著作權各自的可使用年期到期後，將需進一步更新該等軟件及著作權。

### **(ii) 內部產生的無形資產(研發成本)**

內部開發產品的支出在可證明下列情況時予以資本化：

- 開發產品以供銷售具備技術可行性；
- 有足夠資源完成開發；
- 有意完成及銷售產品；
- 本集團有能力銷售產品；及
- 銷售產品會產生未來經濟利益；及能可靠計量項目支出。

資本化的開發成本於本集團預期可從銷售所開發產品中獲利的期間攤銷。攤銷開支於損益中確認，並計入銷售成本。

不能滿足以上條件的開發支出，及於內部項目研究階段所產生的支出，於產生時在損益中確認。

### **(iii) 後續支出**

後續支出僅於其增加其相關特定資產包含的未來經濟利益時方可予以資本化。所有其他支出(包括內部產生的商譽及品牌的支出)於產生時在損益中確認。

### **(iv) 終止確認**

無形資產於出售或當預期使用或出售不會產生未來經濟利益時終止確認。終止確認無形資產所產生之收益或虧損乃按該資產的出售所得款項淨額與賬面值之間的差額計量，並於終止確認該資產時在損益中確認。

---

## 財務資料

---

### (v) 無形資產減值

如有跡象顯示資產可能減值，則具有限年期的無形資產將進行減值測試。具無限可使用年期的無形資產及尚未可供使用的無形資產將每年進行減值測試（不論是否有任何跡象顯示其可能減值）。無形資產透過比較其賬面值與其可收回金額進行減值測試。有關詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註4.9。

倘資產的可收回金額估計低於其賬面值，則該資產的賬面值將調低至其可收回金額。

減值虧損即時確認為開支，除非有關資產按重估金額列賬，在此情況下，減值虧損視為重估減值，減值以重估盈餘為限。

倘減值虧損於其後撥回，則資產的賬面值將調升至其經修訂的估計可收回金額，惟賬面值不得調升至超過其可收回金額與假設過往年度並無確認該資產減值虧損而可能產生的賬面值兩者中的較低者。所有撥回均即時於損益中確認。

### 政府補助

政府補助於可合理確定本集團將符合政府補助附帶的條件及將獲授補助後方予確認。政府補助於本集團將補助金擬補償的相關成本確認為開支的期間有系統地於損益中確認。具體而言，主要條件為本集團應購買、興建或以其他方式收購非流動資產的政府補助於綜合財務狀況表確認為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內有系統及合理地轉撥至損益。

作為已產生開支或虧損的補償或向本集團提供即時財務資助（並無日後相關成本）而可收取的政府補助，會於其成為可收取的期間於損益中確認。

## 財務資料

### 貿易應收款項及合約資產減值

本集團就貿易應收款項、合約資產及按攤銷成本計量的金融資產的預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）確認虧損撥備。預期信貸虧損按以下基準之一計量：(1) 12個月的預期信貸虧損：於報告日期後12個月內可能發生的違約事件而導致的預期信貸虧損；及(2)全期預期信貸虧損：金融工具在預計年限內所有可能發生的違約事件而導致的預期信貸虧損。於估計預期信貸虧損時所考慮的最長期間為本集團面臨信貸風險的最長合約期間。

預期信貸虧損是信貸虧損的概率加權估計。信貸虧損按本集團根據合約應收的所有合約現金流量與本集團預期收到的所有現金流量之間的差額計量。該差額其後按與資產原實際利率相近的比率貼現。

本集團已選用香港財務報告準則第9號簡化法計量貿易應收款項及合約資產的虧損撥備，並已根據全期預期信貸虧損計算預期信貸虧損。本集團已建立基於本集團過往信貸虧損經驗的撥備矩陣，並就債務人特定的前瞻性因素及經濟環境作出調整。

就其他債務金融資產而言，預期信貸虧損根據12個月的預期信貸虧損釐定。然而，當信貸風險自產生以來顯著增加時，撥備將根據全期預期信貸虧損釐定。

### 資產（不包括金融資產）減值

於各報告期末，本集團檢討以下資產的賬面值，以釐定是否有任何跡象顯示該等資產已出現減值虧損，或先前確認的減值虧損已不存在或可能已減少：

- 無形資產；
- 物業、廠房及設備；
- 使用權資產；及
- 於附屬公司的投資

倘資產的可收回金額（即公平價值減出售成本與使用價值兩者中的較高者）估計低於其賬面值，則該資產的賬面值將調低至其可收回金額。減值虧損即時確認為開支，除非有關資產根據另一香港財務報告準則按重估金額列賬，在此情況下，減值虧損根據該香港財務報告準則視為重估減值。



## 財務資料

倘減值虧損於其後撥回，則資產的賬面值將調升至其經修訂的估計可收回金額，惟調升後的賬面值不得超過假設過往年度並無確認該資產減值虧損而原應釐定的賬面值。減值虧損撥回即時確認為收入，除非有關資產根據另一香港財務報告準則按重估金額列賬，在此情況下，減值虧損撥回根據該香港財務報告準則視為重估增值。

使用價值乃基於資產或現金產生單位預期產生的估計未來現金流量釐定，並採用除稅前貼現率貼現至其現值，而有關貼現率反映當前市場對貨幣時間價值及有關資產或現金產生單位特定風險的評估。現金產生單位是產生現金流量的最小可識別資產組別，其產生的現金流量基本上獨立於其他資產或資產組別的現金流量。

### 經營業績

下表載列於往績記錄期內的綜合損益表，其詳情載於本文件附錄一會計師報告。

|              | 截至12月31日止年度   |               |               | 截至4月30日止四個月   |               |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|              | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2021年         | 2022年         |
|              | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
|              | (未經審核)        |               |               |               |               |
| 收益           | 89,372        | 113,040       | 219,549       | 63,794        | 70,719        |
| 銷售成本         | (44,677)      | (37,166)      | (109,343)     | (31,342)      | (34,021)      |
| 毛利           | 44,695        | 75,874        | 110,206       | 32,452        | 36,698        |
| 其他收入及其他收益或虧損 | 4,031         | 8,175         | 7,373         | 1,221         | 1,520         |
| 金融資產減值虧損撥備   | (100)         | (1,442)       | (3,973)       | (4,725)       | (1,081)       |
| 出售附屬公司的收益    | 139           | 525           | -             | -             | -             |
| 銷售及分銷開支      | (3,844)       | (4,931)       | (9,561)       | (1,895)       | (3,287)       |
| 行政開支         | (9,830)       | (12,507)      | (13,900)      | (4,300)       | (4,377)       |
| 研發開支         | (7,834)       | (9,365)       | (18,611)      | (5,116)       | (4,781)       |
| [編纂]         | -             | [編纂]          | [編纂]          | [編纂]          | [編纂]          |
| 融資成本         | (82)          | (353)         | (674)         | (177)         | (376)         |
| 除所得稅前溢利      | 27,175        | 49,891        | 57,230        | 14,474        | 22,945        |
| 所得稅開支        | (1,231)       | (4,416)       | (7,245)       | (2,573)       | (3,188)       |
| 年／期內溢利       | <u>25,944</u> | <u>45,475</u> | <u>49,985</u> | <u>11,901</u> | <u>19,757</u> |

## 財務資料

|          | 截至12月31日止年度   |               |               | 截至4月30日止四個月   |               |
|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|          | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2021年         | 2022年         |
|          | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
|          |               |               |               | (未經審核)        |               |
| 以下各方應佔：  |               |               |               |               |               |
| 本公司股權擁有人 | 26,416        | 45,779        | 49,985        | 11,901        | 19,757        |
| 非控股權益    | (472)         | (304)         | —             | —             | —             |
| 年／期內溢利   | <u>25,944</u> | <u>45,475</u> | <u>49,985</u> | <u>11,901</u> | <u>19,757</u> |

### 非香港財務報告準則計量

為補充根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用非香港財務報告準則計量項下的經調整純利作為額外財務計量，該項目並非香港財務報告準則所規定亦並非按香港財務報告準則呈列。我們認為，該計量為投資者及其他人士提供了有用的資料，幫助彼等按其幫助我們管理層的相同方式理解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的非香港財務報告準則計量項下的經調整純利未必可與其他公司呈列的類似名稱的計量相比。使用該非香港財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應將其視為獨立於或可代替我們根據香港財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況的分析。

我們將非香港財務報告準則計量項下的經調整純利定義為透過加上為[編纂]而產生的[編纂]([編纂]後將不復存在)而作出調整後的年內損益。下表將我們所呈列非香港財務報告準則計量項下的經調整純利與根據香港財務報告準則計算及呈列的最直接可比較財務計量進行對賬：

|                         | 截至12月31日止年度   |               |               | 截至4月30日止四個月   |               |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                         | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2021年         | 2022年         |
|                         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
|                         |               |               |               | (未經審核)        |               |
| 年／期內溢利                  | 25,944        | 45,475        | 49,985        | 11,901        | 19,757        |
| 加：                      |               |               |               |               |               |
| [編纂]                    | —             | [編纂]          | [編纂]          | [編纂]          | [編纂]          |
| 非香港財務報告準則計量<br>項下的經調整純利 | <u>25,944</u> | <u>51,560</u> | <u>63,615</u> | <u>14,887</u> | <u>21,128</u> |

## 財務資料

### 綜合損益及其他全面收入表節選項目的描述

#### 收益

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的收益總額分別約為人民幣89.4百萬元、人民幣113.0百萬元、人民幣219.5百萬元及人民幣70.7百萬元。於往績記錄期內，我們的收益主要產生自提供(a)營銷及推廣服務；及(b) IT解決方案服務。下表載列我們於所示期間按業務板塊劃分的收益明細：

|                 | 截至12月31日止年度   |              |                |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|-----------------|---------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                 | 2019年         |              | 2020年          |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|                 | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
|                 | (未經審核)        |              |                |              |                |              |               |              |               |              |
| <b>營銷及推廣服務</b>  |               |              |                |              |                |              |               |              |               |              |
| 推廣及廣告服務         | 56,670        | 63.4         | 35,249         | 31.2         | 118,879        | 54.2         | 42,195        | 66.2         | 42,410        | 60.0         |
| 虛擬商品採購及<br>交付服務 | 12,408        | 13.9         | 45,291         | 40.1         | 44,629         | 20.3         | 12,964        | 20.3         | 15,704        | 22.2         |
| <b>小計</b>       | <b>69,078</b> | <b>77.3</b>  | <b>80,540</b>  | <b>71.3</b>  | <b>163,508</b> | <b>74.5</b>  | <b>55,159</b> | <b>86.5</b>  | <b>58,114</b> | <b>82.2</b>  |
| <b>IT解決方案服務</b> | 18,983        | 21.2         | 31,926         | 28.2         | 55,653         | 25.3         | 8,486         | 13.3         | 12,560        | 17.7         |
| 其他(附註)          | 1,311         | 1.5          | 574            | 0.5          | 388            | 0.2          | 149           | 0.2          | 45            | 0.1          |
| <b>總計</b>       | <b>89,372</b> | <b>100.0</b> | <b>113,040</b> | <b>100.0</b> | <b>219,549</b> | <b>100.0</b> | <b>63,794</b> | <b>100.0</b> | <b>70,719</b> | <b>100.0</b> |

附註：其他包括通過我們的線下商店銷售彩票所產生的佣金。

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，營銷及推廣服務產生的收益分別為人民幣69.1百萬元、人民幣80.5百萬元、人民幣163.5百萬元及人民幣58.1百萬元，佔我們於各年度／期間收益總額的77.3%、71.3%、74.5%及82.2%。同時，於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們自IT解決方案服務產生的收益分別為人民幣19.0百萬元、人民幣31.9百萬元、人民幣55.7百萬元及人民幣12.6百萬元，分別佔我們收益總額的21.2%、28.2%、25.3%及17.7%。

## 財務資料

### 1. 我們的營銷及推廣服務收益

我們為一家中國營銷服務提供商，提供(i)推廣及廣告服務；及(ii)虛擬商品採購及交付服務。下表載列我們於所示期間按本集團所提供服務類型劃分的提供營銷及推廣服務產生的收益明細：

|                 | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                 | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|                 | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
|                 | (未經審核)        |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| 推廣及廣告服務         | 56,670        | 82.0         | 35,249        | 43.8         | 118,879        | 72.7         | 42,195        | 76.5         | 42,410        | 73.0         |
| 虛擬商品採購及<br>交付服務 | 12,408        | 18.0         | 45,291        | 56.2         | 44,629         | 27.3         | 12,964        | 23.5         | 15,704        | 27.0         |
| <b>總計</b>       | <b>69,078</b> | <b>100.0</b> | <b>80,540</b> | <b>100.0</b> | <b>163,508</b> | <b>100.0</b> | <b>55,159</b> | <b>100.0</b> | <b>58,114</b> | <b>100.0</b> |

於截至2021年12月31日止三個年度，我們來自營銷及推廣服務的收益由2019財年的人民幣69.1百萬元增長至2021財年的人民幣163.5百萬元，複合年增長率為53.9%。我們營銷及推廣服務的收益亦由2021年首四個月的人民幣55.2百萬元增加至2022年首四個月的人民幣58.1百萬元。該增加乃由於我們的推廣及廣告服務以及虛擬商品採購及交付服務於往績記錄期內均有所增加。

由於我們在營銷及推廣服務項下提供的服務類型不同，我們按總額基準或淨額基準確認我們的收益。當我們提供傳統營銷及推廣服務以及廣告分發服務（作為我們的推廣及廣告服務的一部分）時，我們以委託人身份行事並將我們的收益按總額基準入賬；而當我們提供我們的廣告投放服務（作為我們的推廣及廣告服務的一部分）（涉及於大型媒體出版商投放廣告）及我們的虛擬商品交付及採購服務時，我們則以代理人身份行事並將我們的收益按淨額基準入賬。有關我們收益確認政策基準，請參閱本節「重大會計政策、估計及判斷－收益確認」一段及本文件附錄一會計師報告附註4.13。

## 財務資料

我們通過整合的線上及線下營銷渠道向我們的客戶提供營銷及推廣服務。下表載列我們於所示期間按所用渠道劃分的營銷及推廣服務產生的收益明細：

|    | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|----|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|    | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|    | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
| 線上 | 57,443        | 83.2         | 72,695        | 90.3         | 159,250        | 97.4         | 51,837        | 94.0         | 57,506        | 99.0         |
| 線下 | 11,635        | 16.8         | 7,845         | 9.7          | 4,258          | 2.6          | 3,322         | 6.0          | 608           | 1.0          |
| 總計 | <u>69,078</u> | <u>100.0</u> | <u>80,540</u> | <u>100.0</u> | <u>163,508</u> | <u>100.0</u> | <u>55,159</u> | <u>100.0</u> | <u>58,114</u> | <u>100.0</u> |

(未經審核)

根據艾瑞諮詢報告，中國線上廣告行業於2017年至2021年期間錄得25.8%的複合年增長率，預計於2021年至2026年將以複合年增長率12.8%進一步增長。在互聯網及移動技術的不斷創新的推動下，因線上廣告使廣告商能夠更有效率地觸達更廣泛的受眾群及其目標受眾，故廣告商正將其廣告支出自線下渠道轉移至線上渠道。憑藉我們的技術能力，我們亦逐漸將重心由線下營銷轉移至線上營銷以迎合不斷變化的市場需求。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們線上營銷服務的收益為人民幣57.4百萬元、人民幣72.7百萬元、人民幣159.3百萬元及人民幣57.5百萬元，分別佔我們營銷及推廣服務收益總額的83.2%、90.3%、97.4%及99.0%。我們認為，我們的線上營銷服務的擴展為並將繼續為我們的營銷及推廣服務業務增長的主要因素之一。

我們營銷及推廣服務的客戶包括(i)其業務具營銷及推廣服務需求的企業；及(ii)企業的廣告代理商。於往績記錄期內，我們營銷及推廣服務的大部分收益乃來自廣告代理商。根據艾瑞諮詢報告，中國廣告服務市場相對分散，因此，企業通過中間廣告代理商進行營銷活動為更具成本效益的慣常企業做法。下表載列我們於所示期間按客戶類型劃分的營銷及推廣服務的收益明細：

|       | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|-------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|       | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|       | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
| 廣告代理商 | 56,252        | 81.4         | 56,712        | 70.4         | 129,018        | 78.9         | 43,102        | 78.1         | 46,017        | 79.2         |
| 企業    | 12,826        | 18.6         | 23,828        | 29.6         | 34,490         | 21.1         | 12,057        | 21.9         | 12,097        | 20.8         |
| 總計    | <u>69,078</u> | <u>100.0</u> | <u>80,540</u> | <u>100.0</u> | <u>163,508</u> | <u>100.0</u> | <u>55,159</u> | <u>100.0</u> | <u>58,114</u> | <u>100.0</u> |

(未經審核)

## 財務資料

### (i) 推廣及廣告服務

我們通過多樣化的營銷渠道向企業廣告商及／或其廣告代理商提供推廣及廣告服務，包括線下渠道（例如營銷電話、SMS營銷及實體零售店）及線上渠道（例如微信群或騰訊QQ群、大型媒體出版商及移動應用程序中的廣告位）。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的推廣及廣告服務產生的收益為人民幣56.7百萬元、人民幣35.2百萬元、人民幣118.9百萬元及人民幣42.4百萬元，分別佔我們營銷及推廣服務收益總額的約82.0%、43.8%、72.7%及73.0%。

下表載列我們於所示期間按我們所提供服務類型劃分的推廣及廣告服務的收益明細：

|        | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|--------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|        | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|        | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
|        | (未經審核)        |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| 傳統營銷及  |               |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| 推廣服務   | 56,670        | 100.0        | 16,749        | 47.5         | 4,724          | 4.0          | 3,322         | 7.9          | 1,768         | 4.2          |
| 廣告投放服務 | -             | -            | -             | -            | 6,234          | 5.2          | 546           | 1.3          | 2,481         | 5.9          |
| 廣告分發服務 | -             | -            | 18,500        | 52.5         | 107,921        | 90.8         | 38,327        | 90.8         | 38,161        | 89.9         |
| 總計     | <u>56,670</u> | <u>100.0</u> | <u>35,249</u> | <u>100.0</u> | <u>118,879</u> | <u>100.0</u> | <u>42,195</u> | <u>100.0</u> | <u>42,410</u> | <u>100.0</u> |

### 傳統營銷及推廣服務

我們於首度進軍營銷及推廣行業時主要提供傳統營銷及推廣服務，其主要包括提供社交媒體營銷、電話營銷及線下營銷。於2019財年，我們所有來自推廣及廣告服務的收益均歸屬於傳統營銷及推廣服務。由於我們傳統營銷及推廣服務下的業務主要以項目為基準，故對我們服務的需求可能因個別企業廣告商或該等企業廣告商所在特定行業的市場狀況或營銷需求變動而受重大影響，且過往累積的資源（如與供應商以及營銷渠道提供商的關係）可能無法轉用於其他行業及其他類型產品的廣告商的營銷及推廣服務。因此，自2020財年及2021財年起，我們分別通過提供廣告投放服務及廣告分發服務來擴大及升級我們的服務項目。我們認為，透過以更簡單方便的途徑向企業廣告商提供我們廣告投放服務項下的大型媒體平台運營商（作為媒體出版商）的廣告出版服

---

## 財務資料

---

務，以及透過將其廣告分發於合適移動應用程序而向該等大型媒體平台運營商（作為廣告代理商）提供廣告分發服務，服務範圍的擴大將會提高我們業務的穩定性及持續性。展望未來，我們將繼續發展我們的廣告投放服務及廣告分發服務，同時亦密切留意傳統營銷及推廣服務的機會。

### 廣告投放服務

我們於2021財年開始提供廣告投放服務，使我們的客戶可於中國若干大型媒體出版商所運營的平台上投放廣告。

在廣告投放服務中，我們一般為客戶於若干大型媒體出版商運營的線上平台上開立的賬戶提供充值服務。為提升我們的競爭力並建立客戶忠誠度，我們亦就客戶於媒體平台上的廣告投放活動向其提供客戶服務。例如，我們會協助客戶與媒體出版商聯繫以解決技術問題及退款。自2021年9月起，我們亦可為客戶提供運營服務，如提供投放策略建議以優化投放效果及／或編製將投放於媒體平台的廣告材料。

鑒於(i)我們的客戶對將其廣告投放於哪一家媒體出版商作出最終決定；(ii)媒體出版商（而非我們）主要負責發佈廣告；(iii)我們根據客戶的充值金額（不受廣告投放效果影響）向客戶收費；及(iv)由於中標後獲得的廣告存貨不歸我們所有，故我們並無面臨任何存貨風險，因此，我們實質上是以代理人身份按客戶指示投放廣告，故我們按淨額基準將廣告投放服務的收益入賬。我們的收益是指(i)我們向客戶（即企業廣告商或其廣告代理商）收取的充值金額淨額（經扣除我們向客戶授出的返利（如有））超過(ii)我們向供應商（包括媒體出版商或其渠道代理商）（扣除返利（如有））支付以存入我們客戶賬戶中的金額的盈餘，該等金額將用於在媒體出版商維護的平台上獲取廣告出版服務。在廣告投放服務中，我們的供應商可能會按客戶充值金額的一定比例向我們授予返利。就我們的直接供應商為媒體出版商的交易而言，季度及年度返利一般於上一季度或年度結束後的幾個月向我們支付，而該等返利按（其中包括）彼等適用的返利政策、我們客戶的支出總額、我們客戶投放的廣告類型及媒體出版商制定的其他酌情激勵計劃釐定。我們根據估計計算返利的應計費用，並在媒體出版商確認返利時對我們的賬目進行調整。另一方面，當我們的供應商為媒體出版商的渠道代理商時，該等返

## 財務資料

利一般於充值服務付款前確認，並將與其相抵銷。於2021財年及2022年首四個月，我們已錄得來自供應商（包括媒體出版商及其渠道代理商）的返利總額（含增值稅）約為人民幣33百萬元及人民幣5.9百萬元。有關確認廣告投放服務收益及媒體出版商返利的會計原則的進一步詳情，請參閱本節「重大會計政策、估計及判斷－收益確認」一段及本文件附錄一附註5。

下表載列我們於往績記錄期的廣告投放服務中向客戶收取的款項與錄得的收益的對賬情況：

|                  | 截至                  |                   |                     |
|------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
|                  | 12月31日              | 截至4月30日止四個月       |                     |
|                  | 止年度                 | 止年度               |                     |
|                  | 2021年               | 2021年             | 2022年               |
|                  | 人民幣千元               | 人民幣千元             | 人民幣千元               |
|                  |                     | (未經審核)            |                     |
| 我們收取的充值金額（扣除授予   |                     |                   |                     |
| 我們客戶的返利（如有）及增值稅） | 493,609             | 42,706            | 128,213             |
| 減：支付予我們供應商的充值金額  |                     |                   |                     |
| （扣除來自供應商的返利（如有）  |                     |                   |                     |
| 及增值稅）            | <u>(487,375)</u>    | <u>(42,160)</u>   | <u>(125,732)</u>    |
| <b>收益</b>        | <b><u>6,234</u></b> | <b><u>546</u></b> | <b><u>2,481</u></b> |

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，推廣及廣告服務的客戶數量分別為29名、14名、159名及76名。由於(i)我們與大型媒體出版商（或其渠道代理商）的合作使我們得以提供更大規模的營銷及推廣服務；及(ii)我們已增加人力，以配合我們於2021年推出的廣告投放服務，因此，客戶數量自2021財年起增加乃主要由於廣告投放服務。我們相信，我們的廣告投放服務將成為我們未來業務增長的主要驅動力之一。有關我們推廣及廣告服務的業務模式的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務模式－營銷及推廣服務－推廣及廣告服務－(1)傳統營銷及推廣服務；及(2)廣告投放服務（通過營銷渠道提供商交付）」一節。



## 財務資料

我們就不同的產品或服務提供傳統營銷及推廣服務以及廣告投放服務，包括但不限於手機遊戲、娛樂、實用及生活服務相關產品、應用程序及／或線上平台。下表載列我們於所示期間按獲推廣的產品或服務行業劃分的傳統營銷及推廣服務以及廣告投放服務的收益明細：

|           | 截至12月31日止年度   |              |               |              |               |              | 截至4月30日止四個月  |              |              |              |
|-----------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|           | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年         |              | 2021年        |              | 2022年        |              |
|           | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元        | %            |
|           | (未經審核)        |              |               |              |               |              |              |              |              |              |
| 遊戲及娛樂     | 47,536        | 83.9         | 15,353        | 91.7         | 4,266         | 38.9         | 3,112        | 80.4         | 1,289        | 30.3         |
| 實用及生活服務   | 4,277         | 7.5          | 306           | 1.8          | 3,350         | 30.6         | 378          | 9.8          | 1,737        | 40.9         |
| 其他        | 4,857         | 8.6          | 1,090         | 6.5          | 3,342         | 30.5         | 378          | 9.8          | 1,223        | 28.8         |
| <b>總計</b> | <b>56,670</b> | <b>100.0</b> | <b>16,749</b> | <b>100.0</b> | <b>10,958</b> | <b>100.0</b> | <b>3,868</b> | <b>100.0</b> | <b>4,249</b> | <b>100.0</b> |

於往績記錄期內，我們主要就遊戲及娛樂相關產品、應用程序及／或線上平台（例如網絡遊戲、電影及電子書）提供傳統營銷及推廣服務以及廣告投放服務，於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，其貢獻的收益分別為人民幣47.5百萬元、人民幣15.4百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣1.3百萬元，分別佔我們傳統營銷及推廣服務以及廣告投放服務收益總額的83.9%、91.7%、38.9%及30.3%。

### 廣告分發服務

於2020年9月，我們開始提供廣告分發服務，作為我們推廣及廣告服務的一部分。於2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們廣告分發服務產生的收益分別為人民幣18.5百萬元、人民幣107.9百萬元及人民幣38.2百萬元，佔我們同期營銷及推廣服務所產生收益的23.0%、66.0%及65.7%。我們向客戶（即廣告代理商，包括大型媒體平台運營商及其代理商）提供廣告分發服務，並通過我們的RegoAd SDK（其與廣告代理商的平台相結合，將企業廣告商的廣告與移動應用程序運營商運營的移動應用程序中可用及適合的移動廣告位進行匹配）將彼等與移動應用程序運營商對接。我們主要根據廣告分發服務的效果參數組合向客戶收費，包括但不限於展示次數、點擊數、CTR及／或CPM，而我們則根據向我們的客戶收取的服務費（作為流量獲得成本）的協定比例向移動應用程序運營商或其分發代理商付款。經扣除該等流量獲得成本後，我們通常有權收取自我們客戶獲得的服務費的20%至50%。有關廣告分發服務的更多詳情，



## 財務資料

下表載列我們按收益模式劃分的來自推廣及廣告服務的收益明細：

|                       | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|-----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                       | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年          |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|                       | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
|                       | (未經審核)        |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| <b>傳統營銷及推廣服務</b>      |               |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| – CPA                 | 47,977        | 84.7         | 9,993         | 28.3         | 620            | 0.5          | 251           | 0.6          | -             | -            |
| – CPS                 | 8,636         | 15.2         | 1,096         | 3.1          | 808            | 0.7          | 241           | 0.6          | 280           | 0.6          |
| – 其他 <sup>(附註1)</sup> | 57            | 0.1          | 5,660         | 16.1         | 3,296          | 2.8          | 2,830         | 6.7          | 1,488         | 3.5          |
| <b>廣告投放服務</b>         |               |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| – 返利 <sup>(附註2)</sup> | -             | -            | -             | -            | 6,234          | 5.2          | 546           | 1.3          | 2,481         | 5.9          |
| <b>廣告分發服務</b>         |               |              |               |              |                |              |               |              |               |              |
| – 綜合效果參數              | -             | -            | 18,500        | 52.5         | 107,921        | 90.8         | 38,327        | 90.8         | 38,161        | 90.0         |
| <b>總計</b>             | <b>56,670</b> | <b>100.0</b> | <b>35,249</b> | <b>100.0</b> | <b>118,879</b> | <b>100.0</b> | <b>42,195</b> | <b>100.0</b> | <b>42,410</b> | <b>100.0</b> |

附註：

1. 其他包括根據我們進行的營銷活動的數量所收取的固定款項及服務費。
2. 我們的廣告投放服務收益按淨額基準確認，指(i)我們向客戶收取的充值金額淨額(經扣除我們向客戶授出的返利)超過(ii)我們向媒體出版商(或其渠道代理商)支付的款項(扣除來自我們供應商的返利(如有))的盈餘。

### (ii) 虛擬商品採購及交付服務

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們虛擬商品採購及交付服務的收益分別為人民幣12.4百萬元、人民幣45.3百萬元、人民幣44.6百萬元及人民幣15.7百萬元，分別佔我們同期營銷及推廣服務收益的約18.0%、56.2%、27.3%及27.0%。於往績記錄期內，我們虛擬商品採購及交付服務的收益增長乃主要由於我們改善了向客戶提供的產品組合。我們於2017年開始提供虛擬商品採購及交付服務，主要向客戶提供電信充值服務。自2019財年起，我們已逐步於我們的產品組合中引進其他虛擬商品並升級我們的Rego虛擬商品平台，以迎合各種虛擬商品的交易。我們目前為

## 財務資料

客戶提供廣泛的虛擬商品，包括但不限於電信充值服務、線上娛樂平台的會員資格，以及電子市場及加油站禮品卡。憑藉我們資源整合能力的提升，我們與若干大型企業（包括銀行、保險公司、金融服務提供商及餐飲零售連鎖）的虛擬商品採購代理商建立了業務關係，從而使我們於2020財年及2021財年自虛擬商品採購及交付服務產生的收益大幅增長。

下表載列於所示期間按虛擬商品類別劃分的來自虛擬商品採購及交付服務的收益明細：

|                               | 截至12月31日止年度   |              |               |              |               |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|-------------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                               | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年         |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|                               | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
| 電信充值服務                        | 9,366         | 75.5         | 17,320        | 38.2         | 18,128        | 40.6         | 6,406         | 49.4         | 6,535         | 41.6         |
| 線上優惠券及<br>權益 <sup>(附註1)</sup> | 2,986         | 24.1         | 25,788        | 56.9         | 17,721        | 39.7         | 3,564         | 27.5         | 6,344         | 40.4         |
| 加油站禮品卡                        | -             | -            | 2,162         | 4.8          | 8,760         | 19.6         | 2,986         | 23.0         | 2,823         | 18.0         |
| 其他                            | 56            | 0.4          | 21            | 0.1          | 20            | 0.1          | 8             | 0.1          | 2             | 0.0          |
| <b>總計</b>                     | <b>12,408</b> | <b>100.0</b> | <b>45,291</b> | <b>100.0</b> | <b>44,629</b> | <b>100.0</b> | <b>12,964</b> | <b>100.0</b> | <b>15,704</b> | <b>100.0</b> |

附註：

- 我們提供廣泛的線上優惠券及權益，包括但不限於線上娛樂平台的會員資格、電子市場的禮品卡、咖啡券、線上保健及醫療服務的會員資格以及結合各種類型線上優惠券及權益的組合。

## 財務資料

於往績記錄期內，我們主要向手機遊戲運營商以及從事生活服務及娛樂行業的公司提供虛擬商品採購及交付服務。以下載列我們於所示期間按我們供應虛擬商品的企業的行業劃分的虛擬商品採購及交付服務產生的收益明細：

|                     | 截至12月31日止年度   |              |               |              |               |              | 截至4月30日止四個月   |              |               |              |
|---------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                     | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年         |              | 2021年         |              | 2022年         |              |
|                     | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            |
|                     | (未經審核)        |              |               |              |               |              |               |              |               |              |
| <b>企業</b>           |               |              |               |              |               |              |               |              |               |              |
| — 網絡遊戲<br>運營商       | 9,348         | 75.3         | 17,053        | 37.6         | 25,466        | 57.1         | 8,398         | 64.8         | 8,363         | 53.3         |
| — 生活服務及<br>娛樂       | 21            | 0.2          | 26            | 0.1          | 3,665         | 8.2          | 519           | 4.0          | 1,807         | 11.5         |
|                     | 9,369         | 75.5         | 17,079        | 37.7         | 29,131        | 65.3         | 8,917         | 68.8         | 10,170        | 64.8         |
| 代理商 <sup>(附註)</sup> | 3,039         | 24.5         | 28,212        | 62.3         | 15,498        | 34.7         | 4,047         | 31.2         | 5,534         | 35.2         |
| <b>總計</b>           | <b>12,408</b> | <b>100.0</b> | <b>45,291</b> | <b>100.0</b> | <b>44,629</b> | <b>100.0</b> | <b>12,964</b> | <b>100.0</b> | <b>15,704</b> | <b>100.0</b> |

附註：就我們的虛擬商品採購及交付服務客戶（其為代理商）而言，我們無法確定其終端用戶的身份及其各自貢獻的收益。因此，上表僅提供直接與企業訂立交易的行業明細。

我們按淨額基準確認來自虛擬商品採購及交付服務的收益。有關進一步詳情，請參閱本節上文「綜合損益及其他全面收入表節選項目的描述－收益－1.我們的營銷及推廣服務收益」各段。

下表載列於所示期間我們虛擬商品採購及交付服務的GMV與錄得的收益的對賬情況：

|             | 截至12月31日止年度   |               |               | 截至4月30日止四個月   |               |
|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|             | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2021年         | 2022年         |
|             | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
|             | (未經審核)        |               |               |               |               |
| GMV         | 282,213       | 588,510       | 808,005       | 320,587       | 317,918       |
| 減：虛擬商品的採購成本 | (269,805)     | (543,219)     | (763,376)     | (307,623)     | (302,214)     |
| <b>收益</b>   | <b>12,408</b> | <b>45,291</b> | <b>44,629</b> | <b>12,964</b> | <b>15,704</b> |

## 財務資料

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們於虛擬商品採購及交付服務項下提供的虛擬商品的GMV總額分別為人民幣282.2百萬元、人民幣588.5百萬元、人民幣808.0百萬元及人民幣317.9百萬元。我們於2020財年提供的虛擬商品的GMV總額增加，乃主要由於我們自2020年以來產品組合增加。我們的Rego虛擬商品平台提供的虛擬商品數量由2019財年的四項增加至2021財年的逾60項。我們亦自2020財年起提供結合各種虛擬商品的組合。

### 2. 我們的IT解決方案服務收益

於往績記錄期內，我們主要按個別項目基準提供有關(i)手機遊戲及軟件開發及維護服務；及(ii)彩票相關軟件系統及設備解決方案的IT解決方案服務，以支持我們營銷及推廣服務的業務策略，即透過技術支持及使我們的服務多樣化來促進我們滲透目標營銷板塊。我們認為我們的技術能力及經驗讓我們得以從競爭對手中脫穎而出並為我們成功的關鍵因素之一。有關我們IT解決方案服務的詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務模式－IT解決方案服務」一節。下表載列我們於所示期間來自IT解決方案服務的收益明細：

|                         | 截至12月31日止年度   |              |               |              |               |              | 截至4月30日止四個月  |              |               |              |
|-------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
|                         | 2019年         |              | 2020年         |              | 2021年         |              | 2021年        |              | 2022年         |              |
|                         | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元         | %            |
| 手機遊戲及<br>軟件開發及<br>維護服務  | 17,861        | 94.1         | 7,939         | 24.9         | 11,275        | 20.3         | 4,501        | 53.0         | 7,084         | 56.4         |
| 彩票相關軟件<br>系統及<br>設備解決方案 | 1,122         | 5.9          | 23,987        | 75.1         | 44,378        | 79.7         | 3,985        | 47.0         | 5,476         | 43.6         |
| 總計                      | <u>18,983</u> | <u>100.0</u> | <u>31,926</u> | <u>100.0</u> | <u>55,653</u> | <u>100.0</u> | <u>8,486</u> | <u>100.0</u> | <u>12,560</u> | <u>100.0</u> |

(未經審核)

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們來自IT解決方案服務的收益分別為人民幣19.0百萬元、人民幣31.9百萬元、人民幣55.7百萬元及人民幣12.6百萬元。該增加乃主要由於我們於2020年7月收購西安天泰後，我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案有所增長。

---

## 財務資料

---

### (i) 手機遊戲及軟件開發及維護服務

於往績記錄期內，中國的手機遊戲行業是我們推廣及廣告服務的目標市場之一。為促進我們滲透手機遊戲行業，我們已提供與手機遊戲有關的開發及技術支持服務，於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月分別貢獻收益人民幣9.6百萬元、人民幣7.9百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣3.5百萬元。我們來自手機遊戲及軟件開發及維護服務的收益於2020財年減少，乃主要由於2019年我們就由客戶A1運營的手機遊戲提供的服務產生的收益減少。根據我們於2017年與客戶A1的合約，我們向客戶A1提供的IT解決方案服務乃與我們的推廣及廣告服務捆綁，以為其手機遊戲獲取新用戶。我們隨後於2019年與客戶A1重續合約，其後我們無須再向客戶A1提供推廣及廣告服務，此後我們來自客戶A1的收益僅指我們的IT解決方案服務的服務費。此外，我們該業務板塊的收益自2020年來有所減少亦是由於鑒於中國網絡遊戲行業監管環境的不確定性，我們將業務重心移出網絡遊戲行業。除手機遊戲外，於往績記錄期內，我們亦透過開發不同系統及軟件向其他行業（包括教育、商業及電信）提供IT解決方案服務，以支持其業務運營。

### (ii) 彩票相關軟件系統及設備解決方案

於往績記錄期內，我們彩票相關軟件系統及設備解決方案包括通訊安全系統、網絡安全系統、彩票銷售點管理系統及銷售彩票自動販賣機，於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月分別貢獻收益人民幣1.1百萬元、人民幣24.0百萬元、人民幣44.4百萬元及人民幣5.5百萬元。鑒於我們利用中國廣泛的彩票零售網絡轉化為營銷渠道及私域流量的策略性業務計劃，我們於2019財年開始提供彩票相關軟件系統及設備解決方案。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略－開發及運營我們的SaaS企業營銷服務平台，作為擴展我們營銷渠道的一種方式」一節。於2020年7月收購西安天泰後，我們進一步擴展於彩票相關軟件系統及設備解決方案下提供的服務。自收購西安天泰，我們主要向中國省級福利彩票發行管理中心提供彩票相關軟件系統及／或設備以及相關技術服務。根據本集團與省級福利彩票發行管理中心簽訂的協議所載條款，我們一般有權於成功交付及安裝軟件系統及／或設備後確認合約總額大部分金額，而約5%至10%合約總額可由我們的客戶保留，直至缺陷責任期屆滿為止。

## 財務資料

### 銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)流量獲得成本；(ii)已售商品成本；及(iii)僱員福利開支。於往績記錄期內，我們於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月的銷售成本分別佔我們收益總額的50.0%、32.9%、49.8%及48.1%。下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本明細：

|                       | 截至12月31日止年度          |                     |                      |                     |                       |                     | 截至4月30日止四個月          |                     |                      |                     |
|-----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
|                       | 2019年                |                     | 2020年                |                     | 2021年                 |                     | 2021年                |                     | 2022年                |                     |
|                       | 人民幣千元                | %                   | 人民幣千元                | %                   | 人民幣千元                 | %                   | 人民幣千元                | %                   | 人民幣千元                | %                   |
|                       | (未經審核)               |                     |                      |                     |                       |                     |                      |                     |                      |                     |
| <b>流量獲得成本</b>         |                      |                     |                      |                     |                       |                     |                      |                     |                      |                     |
| 社交媒體 <sup>(附註1)</sup> | 34,182               | 76.5                | 6,710                | 18.1                | -                     | -                   | -                    | -                   | -                    | -                   |
| 移動應用                  |                      |                     |                      |                     |                       |                     |                      |                     |                      |                     |
| 程序 <sup>(附註2)</sup>   | -                    | -                   | 12,897               | 34.7                | 74,445                | 68.1                | 25,680               | 81.9                | 27,708               | 81.4                |
| 其他 <sup>(附註3)</sup>   | 1,301                | 2.9                 | 1,981                | 5.3                 | 1,445                 | 1.3                 | 809                  | 2.6                 | 312                  | 0.9                 |
|                       | <u>35,483</u>        | <u>79.4</u>         | <u>21,588</u>        | <u>58.1</u>         | <u>75,890</u>         | <u>69.4</u>         | <u>26,489</u>        | <u>84.5</u>         | <u>28,020</u>        | <u>82.3</u>         |
| 已售商品成本                | 992                  | 2.3                 | 8,621                | 23.2                | 17,778                | 16.3                | 1,297                | 4.1                 | 375                  | 1.1                 |
| 僱員福利開支                | 8,191                | 18.3                | 3,898                | 10.5                | 7,721                 | 7.1                 | 1,950                | 6.2                 | 3,920                | 11.5                |
| 研究及技術                 |                      |                     |                      |                     |                       |                     |                      |                     |                      |                     |
| 服務成本                  | -                    | -                   | 1,529                | 4.1                 | 3,377                 | 3.1                 | 377                  | 1.2                 | 326                  | 1.0                 |
| 其他                    | 11                   | 0.0                 | 1,530                | 4.1                 | 4,577                 | 4.1                 | 1,229                | 4.0                 | 1,380                | 4.1                 |
|                       | <u>11</u>            | <u>0.0</u>          | <u>1,530</u>         | <u>4.1</u>          | <u>4,577</u>          | <u>4.1</u>          | <u>1,229</u>         | <u>4.0</u>          | <u>1,380</u>         | <u>4.1</u>          |
| <b>總計</b>             | <u><u>44,677</u></u> | <u><u>100.0</u></u> | <u><u>37,166</u></u> | <u><u>100.0</u></u> | <u><u>109,343</u></u> | <u><u>100.0</u></u> | <u><u>31,342</u></u> | <u><u>100.0</u></u> | <u><u>34,021</u></u> | <u><u>100.0</u></u> |

附註：

- (1) 我們所採用作為營銷及廣告渠道的社交媒體主要包括微信及騰訊QQ。
- (2) 我們通過移動應用程序上的廣告位進行我們的廣告分發服務。
- (3) 其他主要包括電話營銷及線下營銷渠道。
- (4) 由於我們廣告投放服務的收益乃按淨額基準確認，我們向供應商（即媒體出版商或其代理商）支付的費用已於我們向客戶收取的款項中扣除。因此，我們的廣告投放服務並無錄得獲得成本。



---

## 財務資料

---

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，流量獲得成本分別佔我們銷售成本總額的79.4%、58.1%、69.4%及82.3%。流量獲得成本主要指(i)就我們的傳統營銷及推廣服務及廣告投放服務而言，我們向下游營銷渠道提供商或渠道代理商支付的成本；及(ii)就我們的廣告分發服務而言，與移動应用程序運營商及／或彼等的分發代理商共享其移動应用程序內可用的移動廣告位所得收益。我們流量獲得成本可能因多項因素（包括廣告活動的規模及持續時間以及我們客戶採用的定價模式）而有所不同。於2019財年，我們的流量獲得成本主要指我們為網絡遊戲運營商客戶提供傳統營銷及推廣服務而就不同社交媒體平台的流量向供應商作出的付款。在我們因監管不確定性而將業務重心移出網絡遊戲行業以及啟動廣告分發服務後，我們流量獲得成本的一大部分乃歸屬於就移動应用程序的流量向供應商（即移動应用程序運營商及其渠道代理商）作出的付款，其分別佔我們於2020財年、2021財年及2022年首四個月銷售成本的34.7%、68.1%及81.4%。因此，與我們的流量獲得成本有關的主要渠道波動乃與我們於往績記錄期之推廣及廣告服務的發展相符。

於往績記錄期內，我們的已售商品成本指購買伺服器、主板、終端設備、防火牆系統以及彩票販賣機及有關零件及元件等彩票相關軟件系統及設備解決方案產生的金額。於2021財年我們購買軟件及設備的金額增加乃主要由於我們自2020年7月收購西安天泰以來，彩票相關軟件系統及設備解決方案有所增長。

僱員福利開支指我們直接與提供營銷及推廣服務及IT解決方案服務有關的員工的薪金、花紅及其他福利。我們於2019財年錄得相對較高的勞工相關成本，乃主要由於與我們手機遊戲及軟件開發及維護服務有關的技術員工成本。由於我們手機遊戲及軟件開發及維護服務的規模於往績記錄期內不斷減少，我們削減手機遊戲及軟件開發及維護服務的人力，有關的勞工相關成本亦有所下降。

## 財務資料

### 毛利及毛利率

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的毛利分別為人民幣44.7百萬元、人民幣75.9百萬元、人民幣110.2百萬元及人民幣36.7百萬元，我們的毛利率分別為50.0%、67.1%、50.2%及51.9%。

下表載列本集團於所示期間按業務板塊劃分的毛利及毛利率明細：

|                 | 截至12月31日止年度   |             |               |             |                |             | 截至4月30日止四個月   |             |               |             |
|-----------------|---------------|-------------|---------------|-------------|----------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
|                 | 2019年         |             | 2020年         |             | 2021年          |             | 2021年         |             | 2022年         |             |
|                 | 毛利            | 毛利率         | 毛利            | 毛利率         | 毛利             | 毛利率         | 毛利            | 毛利率         | 毛利            | 毛利率         |
|                 | 人民幣千元         | %           | 人民幣千元         | %           | 人民幣千元          | %           | 人民幣千元         | %           | 人民幣千元         | %           |
| <b>營銷及推廣服務</b>  |               |             |               |             |                |             |               |             |               |             |
| 推廣及廣告服務         |               |             |               |             |                |             |               |             |               |             |
| – 傳統營銷及推廣服務     | 19,780        | 34.9        | 7,695         | 45.9        | 2,984          | 63.2        | 2,405         | 72.4        | 499           | 28.2        |
| – 廣告投放服務        | -             | -           | -             | -           | 3,447          | 55.3        | 422           | 77.3        | 1,697         | 68.4        |
| – 廣告分發服務        | -             | -           | 4,843         | 26.2        | 32,641         | 30.2        | 12,449        | 32.5        | 10,915        | 28.6        |
| 虛擬商品採購及交付服務     | 12,174        | 98.1        | 43,724        | 96.5        | 43,094         | 96.6        | 12,615        | 97.3        | 15,146        | 96.4        |
| 小計／整體           | 31,954        | 46.3        | 56,262        | 69.9        | 82,166         | 50.3        | 27,891        | 50.6        | 28,257        | 48.6        |
| <b>IT解決方案服務</b> |               |             |               |             |                |             |               |             |               |             |
| 手機遊戲及軟件開發及維護服務  | 11,300        | 63.3        | 5,020         | 63.2        | 7,795          | 69.1        | 3,080         | 68.4        | 4,851         | 68.5        |
| 彩票相關軟件系統及設備解決方案 | 130           | 11.6        | 14,018        | 58.4        | 19,857         | 44.7        | 1,332         | 33.4        | 3,545         | 64.7        |
| 小計／整體           | 11,430        | 60.2        | 19,038        | 59.6        | 27,652         | 49.7        | 4,412         | 52.0        | 8,396         | 66.8        |
| 其他(附註)          | 1,311         | 100.0       | 574           | 100.0       | 388            | 100.0       | 149           | 100.0       | 45            | 100.0       |
| <b>總計／整體</b>    | <b>44,695</b> | <b>50.0</b> | <b>75,874</b> | <b>67.1</b> | <b>110,206</b> | <b>50.2</b> | <b>32,452</b> | <b>50.9</b> | <b>36,698</b> | <b>51.9</b> |

附註：其他指我們通過線下商店銷售彩票的佣金所產生的毛利。由於該收入按淨額基準入賬且相關的租金及勞工成本於銷售及分銷開支入賬，該業務的毛利率為100%。

---

## 財務資料

---

### 推廣及廣告服務

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們推廣及廣告服務的毛利率為34.9%、35.6%、32.9%及30.9%。於往績記錄期內，我們推廣及廣告服務的毛利率根據（其中包括）個別項目的類型、持續時間、規模及定價安排而有所不同。

### 傳統營銷及推廣服務

於2019財年、2020財年及2021財年，我們傳統營銷及推廣服務的毛利率錄得上升，乃主要由於(i)我們已於2021財年停止從事若干毛利率於2021財年通常較低（20%至30%）的涉及用戶獲取的項目；(ii)我們於2019財年與客戶P的交易所產生的毛利率相對較低(9.5%)，因為我們通過廣告投放提供營銷及推廣服務，這涉及更高成本，而廣告投放在獲取新用戶數量方面效果未如理想。我們自2020財年起已停止並不再向客戶P提供任何相近的營銷及推廣服務；及(iii)我們在一個與推廣中國領先的線上音頻廣播平台有關的線下營銷項目中錄得相對較高的毛利率，該平台於2020年11月至2021年1月的月活躍用戶超過130百萬名。我們傳統營銷及推廣服務的毛利率由2021年首四個月的72.4%下降至2022年首四個月的28.2%，乃主要由於我們在2020年11月至2021年1月期間開展上述具有相對較高毛利率的線下營銷項目。

### 廣告投放服務

於2021財年及2022年首四個月，我們的廣告投放服務分別錄得毛利率55.3%及68.4%。該業務板塊毛利率較高乃主要由於我們按淨額基準確認廣告投放服務的收益，於計算來自廣告投放服務的收益時已扣除支付予營銷渠道提供商及／或其渠道代理商（扣除返利）。於2021財年及2022年首四個月，我們就廣告投放服務向我們的客戶收取的充值金額總額（扣除授予我們客戶的返利（如有）及增值稅）分別為人民幣493.6百萬元及人民幣128.2百萬元，而我們應付營銷渠道提供商及／或其渠道代理商的費用（扣除來自供應商的返利（如有）及增值稅）（為廣告投放服務中最重大的成本項目）分別為人民幣487.4百萬元及人民幣125.7百萬元。因此，於2021財年及2022年首四個月，按佔向我們的客戶收取的充值金額總額百分比計算的相關交易溢利率分別為1.3%及1.9%。儘管相較於傳統營銷及推廣服務，廣告投放服務的溢利率較低，我們的董事認為，廣告投放服務在未來將成為我們業務增長的主要動力之一，此乃由於(i)廣告投放

---

## 財務資料

---

服務較按項目基準開展的傳統營銷及推廣服務具有更佳的業務持續性；及(ii)能以更大規模運營。我們相信隨著市場經驗的積累及客戶關係的發展，我們日後將能夠從我們的廣告投放服務中獲得更高的溢利率。

### 廣告分發服務

於2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的廣告分發服務分別錄得毛利率26.2%、30.2%及28.6%。我們廣告分發服務的毛利率可能因(其中包括)我們與向我們提供廣告位的個別移動應用程序的費用分攤安排以及彼等各自於相關期間貢獻的收益比例而有所不同。

### 虛擬商品採購及交付服務

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們虛擬商品採購及交付服務的毛利率分別為98.1%、96.5%、96.6%及96.4%。我們虛擬商品採購及交付服務的溢利率高於我們的其他業務板塊，因為我們按淨額基準確認虛擬商品採購及交付服務的收益。請參閱本節「一重大會計政策、估計及判斷一收益確認」一段。虛擬商品的採購成本(為我們虛擬商品採購及交付服務中最重大的成本項目)已於計算收益時按淨額基準扣除，而其他相關直接成本相對而言較不重大，從而產生相對較高的毛利率。據艾瑞諮詢告知，虛擬商品採購及交付服務提供商的毛利率一般介於70%至99%之間，視乎相關公司的成本結構及經營規模等多項因素而定。根據艾瑞諮詢的意見，我們認為我們的虛擬商品採購及交付服務的毛利率與市場水平一致。

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們虛擬商品採購及交付服務的溢利率(倘以收益佔相關交易GMV總額的百分比計算)分別為4.4%、7.7%、5.5%及4.9%。我們於2020財年及2021財年錄得的虛擬商品採購及交付服務的溢利率較高(基於我們提供的虛擬商品的GMV)，乃主要由於我們的線上優惠券及權益(較電信充值服務的溢利率為高)的銷售額提高。我們虛擬商品採購及交付服務的溢利率由2021財年的5.5%下降至2022年首四個月的4.9%，乃主要由於我們就採購及交付加油站禮品卡向新客戶提供更具競爭力的價格。

## 財務資料

### IT解決方案服務

我們IT解決方案服務的整體毛利率於2019財年及2020財年維持相對穩定，分別為60.2%及59.6%。於2021財年，我們IT解決方案服務的毛利率下降至49.7%，乃主要由於隨著(i) 2020財年的勞工成本增加；及(ii)我們已擴大產品組合，而與一線通相比，新產品（包括彩票販賣機）的毛利率相對較低，我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利率下降。我們IT解決方案服務的毛利率由2021年首四個月的52.0%上升至2022年首四個月的66.8%，乃主要由於我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利率上升，因我們於2022年首四個月參與為省級福利彩票發行管理中心開發監管平台相關的項目，該項目具有相對較高的毛利率。

### 其他收入及其他收益或虧損

下表載列於所示年度／期間其他收入的明細：

|                               | 截至12月31日止年度  |              |              | 截至4月30日止四個月  |              |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                               | 2019年        | 2020年        | 2021年        | 2021年        | 2022年        |
|                               | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元        |
| 其他收入                          |              |              |              |              |              |
| 銀行利息收入                        | 75           | 156          | 249          | 102          | 65           |
| 政府補助                          | 3,106        | 4,308        | 3,997        | 1,058        | 929          |
| 出售按公平價值計入<br>損益的金融資產的<br>收益淨額 | 555          | 749          | -            | -            | -            |
| 透過業務合併所收購<br>金融資產收益           | -            | 2,779        | 910          | 41           | -            |
| 其他                            | 295          | 183          | 2,217        | 20           | 526          |
|                               | <u>4,031</u> | <u>8,175</u> | <u>7,373</u> | <u>1,221</u> | <u>1,520</u> |

本集團其他收入主要指銀行利息收入、政府補助及出售按公平價值計入損益的金融資產的收益淨額。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，其他收入分別為人民幣4.0百萬元、人民幣8.2百萬元、人民幣7.4百萬元及人民幣1.5百萬元。出售按公平價值計入損益的金融資產的收益淨額乃指由在中國信譽良好的主要金融機

## 財務資料

構發行的非保本型商業銀行理財產品於相應年度的收購及出售收益淨額。有關我們的按公平價值計入損益的金融資產的詳情，請參閱本節「流動資金及資本資源－按公平價值計入損益的金融資產」各段。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們錄得政府補助分別為人民幣3.1百萬元、人民幣4.3百萬元、人民幣4.0百萬元及人民幣0.9百萬元，其主要包括支持高新技術企業及研發的補貼及／或獎勵，於往績記錄期內該等補助乃按一次性基準授予，並由當地政府機關酌情決定發放。我們透過業務合併所收購金融資產收益乃指其後就收購西安天泰錄得的貿易應收款項及合約資產的預期信貸虧損撥備的撥回。

### 金融資產減值虧損

以下載列我們於所示期間的金融資產減值虧損明細：

|            | 截至12月31日止年度  |                |                | 截至4月30日止四個月    |                |
|------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|            | 2019年        | 2020年          | 2021年          | 2021年          | 2022年          |
|            | 人民幣千元        | 人民幣千元          | 人民幣千元          | 人民幣千元          | 人民幣千元          |
| 金融資產減值虧損撥備 |              |                |                |                |                |
| － 合約資產     | 12           | (98)           | (136)          | (983)          | (51)           |
| － 貿易應收款項   | (90)         | (1,421)        | (3,875)        | (3,772)        | (978)          |
| － 其他應收款項   | (22)         | 77             | 38             | 30             | (52)           |
|            | <u>(100)</u> | <u>(1,442)</u> | <u>(3,973)</u> | <u>(4,725)</u> | <u>(1,081)</u> |

金融資產減值虧損指因本集團日常業務過程中的合約資產、貿易應收款項及其他應收款項的潛在壞賬而產生的預期信貸虧損淨額。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們就合約資產及貿易及其他應收款項確認的減值虧損淨額分別錄得共計人民幣100,000元、人民幣1.4百萬元、人民幣4.0百萬元及人民幣1.1百萬元。

### 出售附屬公司的收益

於2019財年及2020財年，本集團已向獨立第三方出售其於兩家非重大非全資附屬公司的權益（該等附屬公司並無實質運營或向本集團貢獻收益），代價超出該等附屬



## 財務資料

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣3.8百萬元、人民幣4.9百萬元、人民幣9.6百萬元及人民幣3.3百萬元。該增加乃主要由於我們於2020年7月收購西安天泰後，與我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案有關的差旅及娛樂開支、服務費以及僱員福利開支增加。

### 行政開支

我們的行政開支主要包括(i)僱員福利開支，其主要包括行政人員的薪金、花紅及其他福利；(ii)差旅及娛樂開支；(iii)專業費用；(iv)一般辦公室開支；及(v)其他。下表載列我們於所示年度的行政開支組成部分：

|                         | 截至12月31日止年度  |              |               |              |               |              | 截至4月30日止四個月  |              |              |              |
|-------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                         | 2019年        |              | 2020年         |              | 2021年         |              | 2021年        |              | 2022年        |              |
|                         | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元        | %            |
|                         | (未經審核)       |              |               |              |               |              |              |              |              |              |
| 僱員福利開支                  | 5,218        | 53.1         | 5,629         | 45.0         | 8,106         | 58.3         | 2,379        | 55.3         | 2,647        | 60.5         |
| 差旅及娛樂                   | 874          | 8.9          | 1,569         | 12.5         | 705           | 5.1          | 172          | 4.0          | 231          | 5.3          |
| 租賃相關開支 <sup>(1)</sup>   | 179          | 1.8          | 779           | 6.2          | 1,450         | 10.4         | 442          | 10.3         | 347          | 7.9          |
| 折舊及攤銷                   | 110          | 1.1          | 299           | 2.4          | 439           | 3.2          | 129          | 3.0          | 72           | 1.6          |
| 專業費用 <sup>(2)</sup>     | 237          | 2.4          | 259           | 2.1          | 193           | 1.4          | 123          | 2.9          | 84           | 1.9          |
| 減值開支 <sup>(3)、(4)</sup> | 2,339        | 23.8         | 1,962         | 15.7         | -             | -            | -            | -            | -            | -            |
| 一般辦公室開支                 | 583          | 5.9          | 1,332         | 10.7         | 1,089         | 7.8          | 536          | 12.4         | 337          | 7.7          |
| 其他                      | 290          | 3.0          | 678           | 5.4          | 1,918         | 13.8         | 519          | 12.1         | 659          | 15.1         |
| 總計                      | <u>9,830</u> | <u>100.0</u> | <u>12,507</u> | <u>100.0</u> | <u>13,900</u> | <u>100.0</u> | <u>4,300</u> | <u>100.0</u> | <u>4,377</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- (1) 租賃相關開支主要包括物業管理費、租金及使用權資產折舊。
- (2) 專業費用主要包括核數師酬金、法律費用、稅務諮詢費以及為評估附屬公司的「高新技術企業」地位而支付的專業費用。



## 財務資料

- (3) 於2019財年，我們錄得與江西雲家及武漢彩潤有關的商譽減值虧損人民幣2.3百萬元。有關詳情，請參閱本文件「有關節選綜合財務狀況表項目的討論－商譽」各段及本文件附錄一會計師報告附註16及17。
- (4) 我們於2020財年就我們為一名客戶（其為網絡遊戲運營商）採購廣告投放服務而向供應商支付的預付款項錄得減值開支人民幣2.0百萬元。我們於兩年內尚未使用有關預付款項，原因是相關客戶已停止運營相關網絡遊戲，因此，自2020年1月起不再委聘我們提供推廣及廣告服務。於最後實際可行日期，相關供應商已向我們全數退還未動用金額。因此，我們於2021財年錄得其他收入約人民幣1.9百萬元（即經扣除增值稅的未動用金額）。

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們分別錄得行政開支人民幣9.8百萬元、人民幣12.5百萬元、人民幣13.9百萬元及人民幣4.4百萬元。於往績記錄期內，我們的行政開支增加乃主要由於(i)我們行政人員的僱員福利開支增加（與我們的業務增長一致）；及(ii)於2019財年與江西雲家及武漢彩潤的商譽有關的減值開支及於2020財年向一家供應商支付預付款項。

### 研發開支

我們的研發開支主要包括(i)僱員福利開支，其主要包括我們研發人員的薪金、花紅及其他福利；(ii)技術服務及版權費，其主要指外包給一所大學及其他外部機構的研發項目的開支以及著作權的收購成本；及(iii)物業、廠房及設備折舊。下表載列我們於所示期間的研發開支明細：

|                   | 截至12月31日止年度 |      |       |      |        |      | 截至4月30日止四個月 |      |       |      |
|-------------------|-------------|------|-------|------|--------|------|-------------|------|-------|------|
|                   | 2019年       |      | 2020年 |      | 2021年  |      | 2021年       |      | 2022年 |      |
|                   | 人民幣千元       | %    | 人民幣千元 | %    | 人民幣千元  | %    | 人民幣千元       | %    | 人民幣千元 | %    |
| 僱員福利開支            | 2,530       | 32.3 | 6,676 | 71.3 | 14,724 | 79.1 | 3,730       | 72.9 | 4,510 | 94.3 |
| 技術服務及版權費<br>(附註1) | 3,943       | 50.3 | 1,000 | 10.7 | 2,492  | 13.4 | 692         | 13.5 | -     | -    |
| 折舊及攤銷             | 800         | 10.2 | 1,145 | 12.2 | 852    | 4.6  | 411         | 8.0  | 143   | 3.0  |

## 財務資料

|          | 截至12月31日止年度  |              |              |              |               |              | 截至4月30日止四個月  |              |              |              |
|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|          | 2019年        |              | 2020年        |              | 2021年         |              | 2021年        |              | 2022年        |              |
|          | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元         | %            | 人民幣千元        | %            | 人民幣千元        | %            |
|          | (未經審核)       |              |              |              |               |              |              |              |              |              |
| 租金及使用權資產 |              |              |              |              |               |              |              |              |              |              |
| 折舊       | 192          | 2.5          | 142          | 1.5          | 8             | 0.1          | 6            | 0.1          | 12           | 0.3          |
| 差旅及娛樂    | 157          | 2.0          | 26           | 0.3          | 156           | 0.8          | 26           | 0.5          | 34           | 0.7          |
| 其他(附註2)  | 212          | 2.7          | 376          | 4.0          | 379           | 2.0          | 251          | 5.0          | 82           | 1.7          |
| 總計       | <u>7,834</u> | <u>100.0</u> | <u>9,365</u> | <u>100.0</u> | <u>18,611</u> | <u>100.0</u> | <u>5,116</u> | <u>100.0</u> | <u>4,781</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- 於2019財年，我們的技術服務及版權費包括我們收購手機遊戲著作權的成本人民幣2.6百萬元。該收購乃我們探索發展為手機遊戲運營商可能性的初步業務計劃的一部分。由於該業務計劃隨後並未實現，我們於2019財年將該等著作權的收購成本錄為研發開支。
- 其他主要包括與註冊軟件的著作權有關的一般辦公室開支及服務費。

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們分別錄得研發開支人民幣7.8百萬元、人民幣9.4百萬元、人民幣18.6百萬元及人民幣4.8百萬元。於往績記錄期內，我們的研發開支增長乃主要由於我們的業務擴張令我們的研發人員數量增加。我們研發人員的僱員福利開支於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月分別為人民幣2.5百萬元、人民幣6.7百萬元、人民幣14.7百萬元及人民幣4.5百萬元。

### [編纂]

我們的[編纂]包括有關[編纂]的專業費用及其他開支。我們於2020財年、2021財年及2022年首四個月的[編纂]分別為人民幣[編纂]元、人民幣[編纂]元及人民幣[編纂]元。我們於2019財年並無錄得任何[編纂]。

## 財務資料

### 融資成本

我們的融資成本主要指銀行借款及租賃負債利息開支。有關我們借款及租賃負債的詳情，請參閱本節「債務」各段。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的融資成本分別為人民幣82,000元、人民幣353,000元、人民幣674,000元及人民幣376,000元。下表載列我們於所示期間的融資成本明細：

|          | 截至12月31日止年度 |            |            | 截至4月30日止四個月 |            |
|----------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
|          | 2019年       | 2020年      | 2021年      | 2021年       | 2022年      |
|          | 人民幣千元       | 人民幣千元      | 人民幣千元      | 人民幣千元       | 人民幣千元      |
| 銀行借款利息開支 | -           | 335        | 673        | 176         | 376        |
| 租賃負債利息開支 | 82          | 18         | 1          | 1           | -          |
|          | <u>82</u>   | <u>353</u> | <u>674</u> | <u>177</u>  | <u>376</u> |

(未經審核)

### 所得稅開支

本集團須就本集團旗下公司所處或經營所在稅務司法權區產生或賺取的溢利，按獨立法人實體基準繳納所得稅。

#### (i) 開曼群島利得稅

本集團為一家根據開曼群島現行法律在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。本集團無須繳納任何開曼群島利得稅。

#### (ii) 香港利得稅

於往績記錄期內，由於本集團並無在香港擁有任何應課稅溢利，故概無就香港利得稅計提撥備。

## 財務資料

### (iii) 中國企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，於往績記錄期內，我們於中國經營的附屬公司的適用稅率為其應課稅溢利的25%。然而，本集團成員公司於往績記錄期內享有以下優惠稅務待遇：

- (i) 杭州潤歌於2018年獲認證為「軟件企業」且獲取相關證明，並享有自首個獲利曆年起兩年悉數豁免繳納企業所得稅，之後的三個曆年減半徵稅。因此，杭州潤歌於2019財年、2020財年及2021財年享有12.5%的優惠所得稅率。此外，杭州潤歌於2020年獲認證為「高新技術企業」，並將於2023年12月之前享有15%的優惠企業所得稅率。
- (ii) 浙江潤也於2019年獲認證為「軟件企業」，並因此於2019財年及2020財年獲豁免繳納企業所得稅，並於2021財年享有12.5%的優惠所得稅率。
- (iii) 江西雲家於2018年獲認證為「軟件企業」，並因此於2019財年及2020財年獲豁免繳納企業所得稅。於2021年，江西雲家因被歸類為「小微企業」而享有優惠稅務待遇。
- (iv) 西安天泰於2019年獲認證為「高新技術企業」(於2022年重續)，並於2020財年及2021財年享有15%的優惠企業所得稅率。

根據中國國家稅務總局頒佈及自2017年起生效並更新的相關法律法規，從事研發活動的企業在釐定其於該年度的應課稅溢利時，有權將其就此產生的研發開支的175%列為可扣稅開支(即加計扣除)。於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，加計扣除的稅務影響分別為人民幣2.0百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣1.4百萬元。

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的所得稅開支分別為人民幣1.2百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣7.2百萬元及人民幣3.2百萬元；而我們同期的實際稅率分別為4.5%、8.9%、12.7%及13.9%。於往績記錄期內，我們的實際稅率上升的主要原因為杭州潤歌及浙江潤也享有的「軟件企業」認證附帶的若干稅項豁免分別自2019財年及2021財年屆滿。

於往績記錄期內及直至最後實際可行日期，我們已履行全部所得稅課稅義務且並無與相關稅務機關存在任何未決所得稅問題或爭議。

---

## 財務資料

---

### 過往經營業績回顧

#### 2022年首四個月與2021年首四個月的比較

##### 收益

我們的收益由2021年首四個月的人民幣63.8百萬元增加人民幣6.9百萬元或10.9%至2022年首四個月的人民幣70.7百萬元。該增加乃主要由於我們(i)虛擬商品採購及交付服務的收益增加人民幣2.7百萬元；及(ii)手機遊戲及軟件開發及維護服務收益增加人民幣2.6百萬元。

##### 推廣及廣告服務

我們推廣及廣告服務的收益由2021年首四個月的人民幣42.2百萬元略微增加至2022年首四個月的人民幣42.4百萬元。該增加乃主要由於我們於2021年3月開始的廣告投放服務收益增長，部分被傳統營銷及推廣服務減少所抵銷。

##### 虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的收益由2021年首四個月的人民幣13.0百萬元增加人民幣2.7百萬元至2022年首四個月的人民幣15.7百萬元，乃主要由於歸屬於客戶H（於2020財年、2021財年及2022年首四個月為我們的主要客戶之一）的採購及交付線上優惠券及權益的收益增加人民幣1.4百萬元及來自客戶W（2022年首四個月的新客戶）的收益人民幣1.8百萬元。

##### IT解決方案服務

我們IT解決方案服務的收益由2021年首四個月的人民幣8.5百萬元增加人民幣4.1百萬元至2022年首四個月的人民幣12.6百萬元，乃主要由於我們與為一名新客戶（中國主要電信運營商之一的附屬公司）開發營銷SaaS平台有關的軟件開發服務產生收益人民幣2.6百萬元。我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的收益亦增加人民幣1.5百萬元，乃主要由於2022年首四個月向一家省級福利彩票發行管理中心提供與監管平台有關的軟件開發服務。

##### 銷售成本

我們的銷售成本由2021年首四個月的人民幣31.3百萬元增加人民幣2.7百萬元或8.5%至2022年首四個月的人民幣34.0百萬元，乃主要由於我們的流量獲得成本主要由於我們的廣告分發服務而增加人民幣1.5百萬元。

---

## 財務資料

---

### 毛利及毛利率

我們的毛利由2021年首四個月的人民幣32.5百萬元增加人民幣4.2百萬元或13.1%至2022年首四個月的人民幣36.7百萬元，乃主要由於我們虛擬商品採購及交付服務的毛利增加人民幣2.5百萬元及彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利增加人民幣2.2百萬元。我們的整體毛利率由2021年首四個月的50.9%略微增加至2022年首四個月的51.9%。該增加乃主要由於彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利率增加。

### 推廣及廣告服務

我們推廣及廣告服務的毛利由2021年首四個月的人民幣15.3百萬元減少人民幣2.2百萬元或14.2%至2022年首四個月的人民幣13.1百萬元，乃主要由於傳統營銷及推廣服務的毛利減少人民幣1.9百萬元及廣告分發服務的毛利減少人民幣1.5百萬元。我們推廣及廣告服務的毛利率由2021年首四個月的36.2%下降至2022年首四個月的30.9%。該下降乃主要由於我們於2021年首四個月從事毛利率相對較高的線下營銷項目，導致我們傳統營銷及推廣服務的溢利率下降，以及我們廣告分發服務的溢利率由2021年首四個月的32.5%下降至2022年首四個月的28.6%。我們廣告分發服務的毛利率波動乃主要由於與2021年首四個月相比，我們於2022年首四個月與若干供應商（即移動應用程序運營商或其代理商）的溢利分成減少。

### 虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的毛利由2021年首四個月的人民幣12.6百萬元增加人民幣2.5百萬元或20.1%至2022年首四個月的人民幣15.1百萬元，乃主要由於採購及交付線上優惠券及權益的收益增加。於2021年首四個月及2022年首四個月，我們虛擬商品採購及交付服務的毛利率保持穩定，分別為97.3%及96.4%。

### IT解決方案服務

我們IT解決方案服務的整體毛利由2021年首四個月的人民幣4.4百萬元增加人民幣4.0百萬元或90.3%至2022年首四個月的人民幣8.4百萬元。我們IT解決方案服務的毛利率亦由2021年首四個月的52.0%增加至2022年首四個月的66.8%。該增加乃由於(i)我們手機遊戲及軟件開發及維護服務的毛利增加人民幣1.8百萬元，乃主要由於為一名新客戶開發營銷SaaS平台所得收益增加；及(ii)我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的

---

## 財務資料

---

毛利增加人民幣2.2百萬元及毛利率增加31.3%，乃主要由於2022年首四個月向一家省級福利彩票發行管理中心提供與彩票銷售點安全監管平台有關的軟件開發服務（溢利率相對較高，原因是相關服務主要由我們內部的僱員提供，並無產生重大銷售成本）。

### **其他收入及其他收益或虧損**

我們的其他收入由2021年首四個月的人民幣1.2百萬元增加人民幣0.3百萬元或24.5%至2022年首四個月的人民幣1.5百萬元。該增加乃主要由於第三方服務提供商終止將向我們提供的營銷服務，故撥回於2021財年確認的銷售及分銷開支人民幣0.5百萬元。

### **銷售及分銷開支**

我們的銷售及分銷開支由2021年首四個月的人民幣1.9百萬元增加人民幣1.4百萬元或73.5%至2022年首四個月的人民幣3.3百萬元，乃主要由於彩票相關軟件系統及設備解決方案板塊的銷售人員數量增加，導致僱員福利開支增加。

### **行政開支**

我們的行政開支由2021年首四個月的人民幣4.3百萬元略微增加至2022年首四個月的人民幣4.4百萬元，乃主要由於我們行政人員的僱員福利開支增加。

### **研發開支**

我們的研發開支由2021年首四個月的人民幣5.1百萬元減少人民幣0.3百萬元或6.5%至2022年首四個月的人民幣4.8百萬元，乃主要由於2022年首四個月產生研發人員相關的僱員福利開支人民幣2.2百萬元計入銷售成本。

### **所得稅開支**

我們的所得稅開支由2021年首四個月的人民幣2.6百萬元增加人民幣0.6百萬元至2022年首四個月的人民幣3.2百萬元，與我們於2022年首四個月的收益及溢利增加一致。

### **期內溢利**

由於上文所述，我們的期內溢利由2021年首四個月的人民幣11.9百萬元增加人民幣7.9百萬元或66.0%至2022年首四個月的人民幣19.8百萬元。我們的純利率由2021年首四個月的18.7%增加至2022年首四個月的27.9%，乃主要由於與2021年首四個月相比，我們於2022年首四個月錄得的毛利增加及[編纂]減少。

---

## 財務資料

---

### 2021財年與2020財年的比較

#### 收益

我們的收益由2020財年的人民幣113.0百萬元增加人民幣106.5百萬元或94.2%至2021財年的人民幣219.5百萬元。該增加乃主要由於(i)我們營銷及推廣服務的收益增加人民幣83.0百萬元；及(ii)我們IT解決方案服務的收益增加人民幣23.7百萬元。

#### 推廣及廣告服務

我們推廣及廣告服務的收益由2020財年的人民幣35.2百萬元增加人民幣83.7百萬元至2021財年的人民幣118.9百萬元，乃主要由於來自我們廣告分發服務的其中一名客戶（為大型媒體出版商的廣告代理商）需求增加，導致我們廣告分發服務的收益由2020財年的人民幣18.5百萬元大幅增長至2021財年的人民幣107.9百萬元。我們廣告分發服務的收益增加部分被我們傳統營銷及推廣服務的收益由2020財年的人民幣16.7百萬元減少至2021財年的人民幣4.7百萬元所抵銷，乃主要由於我們的業務重心轉向廣告分發服務及廣告投放服務。

#### 虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的收益由2020財年的人民幣45.3百萬元減少人民幣0.7百萬元至2021財年的人民幣44.6百萬元，乃主要由於在2020財年向我們購買線上優惠券及權益的其中一名客戶已因業務重心轉移而終止與本集團的業務關係。該減少部分被我們若干現有客戶產生的銷售額增加所抵銷。

#### IT解決方案服務

我們IT解決方案服務的收益由2020財年的人民幣31.9百萬元增加人民幣23.8百萬元至2021財年的人民幣55.7百萬元，乃主要由於我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的收益增加人民幣20.4百萬元，乃由於我們於2020年7月收購西安天泰後產品及服務供應範圍擴大。我們來自手機遊戲及軟件開發及維護服務的收益亦由2020財年的人民幣7.9百萬元增加人民幣3.4百萬元至2021財年的人民幣11.3百萬元，乃主要由於由客戶A1運營的手機遊戲用戶支出額增加，而我們於其中享有收益分成。



---

## 財務資料

---

### 銷售成本

銷售成本由2020財年的人民幣37.2百萬元增加人民幣72.2百萬元或194.2%至2021財年的人民幣109.3百萬元。該增加乃主要由於(i)流量獲得成本增加人民幣54.3百萬元，乃主要由於繼我們於2021財年擴張廣告分發服務後，應付移動應用程序運營商或其分發代理商的款項增加；及(ii)主要由我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案擴展所導致的已售商品成本增加人民幣9.2百萬元。

### 毛利及毛利率

我們的毛利由2020財年的人民幣75.9百萬元增加人民幣34.3百萬元或45.2%至2021財年的人民幣110.2百萬元，乃主要由於我們廣告分發服務以及彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利分別增加人民幣27.8百萬元及人民幣5.8百萬元。

我們的整體毛利率由2020財年的67.1%下降至2021財年的50.2%。該下降乃主要由於我們廣告分發服務（其毛利率低於我們其他業務板塊）貢獻的收益增加。

### 推廣及廣告服務

我們推廣及廣告服務的毛利由2020財年的人民幣12.5百萬元增加人民幣26.5百萬元或211.6%至2021財年的人民幣39.1百萬元，乃主要由於2021財年的廣告分發服務增長。我們推廣及廣告服務的毛利率由2020財年的35.6%下降至2021財年的32.9%。該下降乃主要由於我們廣告分發服務（其毛利率較低）貢獻的收益增加。

### 虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的毛利由2020財年的人民幣43.7百萬元略微減少人民幣0.6百萬元或1.4%至2021財年的人民幣43.1百萬元，乃主要由於2021財年我們虛擬商品採購及交付服務的收益減少。我們虛擬商品採購及交付服務的毛利率於2021財年保持穩定於96.6%，於2020財年的毛利率則為96.5%。

---

## 財務資料

---

### *IT解決方案服務*

我們IT解決方案服務的毛利由2020財年的人民幣19.0百萬元增加人民幣8.6百萬元或45.2%至2021財年的人民幣27.7百萬元，乃主要由於我們手機遊戲及軟件開發及維護服務以及彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利分別增加人民幣2.8百萬元及人民幣5.8百萬元。我們IT解決方案服務的毛利率由2020財年的59.6%下降至2021財年的49.7%，乃主要由於我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的毛利率下降，其乃主要由於(i)勞工成本增加；及(ii)我們提供的新產品毛利率相對較低。

### *其他收入及其他收益或虧損*

我們的其他收入由2020財年的人民幣8.2百萬元略微減少人民幣0.8百萬元或9.8%至2021財年的人民幣7.4百萬元。該減少乃主要由於(i)於收購西安天泰時所錄得的貿易應收款項及合約資產的預期信貸虧損撥備撥回減少人民幣1.9百萬元；及(ii)我們於2021財年並無購買理財產品。該減少部分被供應商退還未動用預付款項（於2020財年被確認為減值開支）所產生的其他收入增加人民幣1.9百萬元（扣除增值稅）所抵銷。

### *銷售及分銷開支*

我們的銷售及分銷開支由2020財年的人民幣4.9百萬元增加人民幣4.6百萬元或93.9%至2021財年的人民幣9.6百萬元，乃主要由於我們銷售及營銷人員的差旅及娛樂開支增加人民幣2.5百萬元。

### *行政開支*

我們的行政開支由2020財年的人民幣12.5百萬元增加人民幣1.4百萬元或11.1%至2021財年的人民幣13.9百萬元，乃主要由於我們行政人員的僱員福利開支增加人民幣2.5百萬元，部分被減值開支由2020財年的人民幣2.0百萬元減少至2021財年的零所抵銷，原因在於我們於2021財年並無產生任何減值開支。

### *研發開支*

我們的研發開支由2020財年的人民幣9.4百萬元增加人民幣9.2百萬元或98.7%至2021財年的人民幣18.6百萬元，乃主要由於(i)因研發人員數量增加導致僱員福利開支增加人民幣8.0百萬元；及(ii)外包給外部機構之研發項目的相關技術服務及版權費增加人民幣1.5百萬元。

---

## 財務資料

---

### 所得稅開支

我們的所得稅開支由2020財年的人民幣4.4百萬元增加人民幣2.8百萬元或64.1%至2021財年的人民幣7.2百萬元，而我們的實際稅率由2020財年的8.9%上升至2021財年的12.7%，乃主要由於(i)我們的除所得稅前溢利由2020財年的人民幣49.9百萬元增加至2021財年的人民幣57.2百萬元；及(ii)不可扣稅開支增加。

### 年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2020財年的人民幣45.5百萬元增加人民幣4.5百萬元或9.9%至2021財年的人民幣50.0百萬元。我們的純利率由2020財年的40.2%下降至2021財年的22.8%，乃主要由於[編纂]以及其他業務營運相關開支增加。

### 2020財年與2019財年的比較

#### 收益

我們的收益由2019財年的人民幣89.4百萬元增加人民幣23.7百萬元或26.5%至2020財年的人民幣113.0百萬元，乃主要由於虛擬商品採購及交付服務及IT解決方案服務的收益增加。

#### 推廣及廣告服務

我們推廣及廣告服務的收益由2019財年的人民幣56.7百萬元減少人民幣21.4百萬元或37.8%至2020財年的人民幣35.2百萬元，乃主要由於(i)於2020年對我們傳統營銷及推廣服務的需求受COVID-19疫情爆發影響；及(ii)我們將部分資源分配至通過提供廣告投放服務及廣告分發服務（分別於2021年及2020年9月開始）擴大我們的服務範圍。有關詳情，請參閱本節「綜合損益及其他全面收入表節選項目的描述－收益－1.我們的營銷及推廣服務收益－(i)推廣及廣告服務」各段。

#### 虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的收益由2019財年的人民幣12.4百萬元增加人民幣32.9百萬元或265.0%至2020財年的人民幣45.3百萬元，乃主要由於(i)我們Rego虛擬商品平台上供應的產品有所增加，令提供線上優惠券及權益的收益增加人民幣22.8百萬元；及(ii)我們提供電信充值服務及加油站禮品卡的收益增加人民幣10.1百萬元。

---

## 財務資料

---

### *IT解決方案服務*

我們IT解決方案服務的收益由2019財年的人民幣19.0百萬元增加人民幣12.9百萬元或68.2%至2020財年的人民幣31.9百萬元。該增加乃主要由於我們於2020年7月戰略性收購西安天泰後提供更多服務，使我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的收益增加人民幣22.9百萬元。我們IT解決方案服務的收益增加部分被手機遊戲及軟件開發及維護服務的收益減少人民幣9.9百萬元所抵銷，乃主要由於(i)我們於2020財年並未參與任何軟件開發項目；及(ii)客戶A1產生的收益減少。有關詳情，請參閱本節「綜合損益及其他全面收入表節選項目的描述－收益－2.我們的IT解決方案服務收益－(i)手機遊戲及軟件開發及維護服務」各段。

### *銷售成本*

銷售成本由2019財年的人民幣44.7百萬元減少人民幣7.5百萬元或16.8%至2020財年的人民幣37.2百萬元。該減少乃主要由於流量獲得成本減少人民幣13.9百萬元，乃主要由於對傳統營銷及推廣的需求受COVID-19疫情爆發影響而導致相關流量獲得成本減少，其部分被我們為彩票相關軟件及設備解決方案所採購的設備應佔的已售商品成本增加人民幣7.6百萬元所抵銷。

### *毛利及毛利率*

由於上文所述，我們的毛利由2019財年的人民幣44.7百萬元增加人民幣31.2百萬元或69.8%至2020財年的人民幣75.9百萬元。我們的毛利率由2019財年的50.0%上升至2020財年的67.1%，乃主要由於毛利率較高的虛擬商品採購及交付服務貢獻的收益增加。

### *推廣及廣告服務*

我們推廣及廣告服務的毛利由2019財年的人民幣19.8百萬元減少人民幣7.2百萬元或36.6%至2020財年的人民幣12.5百萬元，而其毛利率由2019財年的34.9%略微上升至2020財年的35.6%。

### *虛擬商品採購及交付服務*

我們虛擬商品採購及交付服務的毛利由2019財年的人民幣12.2百萬元增加人民幣31.6百萬元或259.2%至2020財年的人民幣43.7百萬元，而其毛利率由2019財年的98.1%略微下降至2020財年的96.5%。

---

## 財務資料

---

### *IT解決方案服務*

我們IT解決方案服務的毛利由2019財年的人民幣11.4百萬元增加人民幣7.6百萬元或66.6%至2020財年的人民幣19.0百萬元，乃主要由於我們於2020年7月收購西安天泰後業務擴張。IT解決方案服務的毛利率於2019財年及2020財年分別保持穩定於60.2%及59.6%。

### *其他收入及其他收益或虧損*

其他收入由2019財年的人民幣4.0百萬元增加人民幣4.1百萬元或102.8%至2020財年的人民幣8.2百萬元。該增加乃主要由於(i)我們收取的政府補助增加人民幣1.2百萬元；及(ii)我們於2020收購西安天泰後收取的貿易應收款項及合約資產的預期信貸虧損撥備撥回的收益。

### *銷售及分銷開支*

銷售及分銷開支由2019財年的人民幣3.8百萬元增加人民幣1.1百萬元或28.3%至2020財年的人民幣4.9百萬元，乃主要由於(i)差旅及娛樂開支增加人民幣0.6百萬元；及(ii)主要因我們於2020年收購西安天泰後拓展彩票相關軟件系統及設備解決方案令服務費增加人民幣0.9百萬元。銷售及分銷開支增加部分被租金、使用權資產折舊及減值減少人民幣0.8百萬元所抵銷，該等減少乃由於彩票店的若干租賃協議已於2019年終止，導致2020年錄得的使用權資產折舊及減值金額較低。

### *行政開支*

行政開支由2019財年的人民幣9.8百萬元增加人民幣2.7百萬元或27.2%至2020財年的人民幣12.5百萬元。該增加乃主要由於(i)一般辦公室開支增加人民幣0.7百萬元；及(ii)差旅及娛樂開支增加人民幣0.7百萬元及租賃相關開支增加人民幣0.6百萬元，主要由於我們於2020年7月收購的西安天泰的運營。

### *研發開支*

我們的研發開支由2019財年的人民幣7.8百萬元增加人民幣1.5百萬元或19.5%至2020財年的人民幣9.4百萬元。該增加乃主要由於我們於2020年7月收購西安天泰後業務擴張導致僱員福利開支增加人民幣4.1百萬元。

## 財務資料

### 所得稅開支

所得稅開支由2019財年的人民幣1.2百萬元增加人民幣3.2百萬元至2020財年的人民幣4.4百萬元，而實際稅率由2019財年的4.5%上升至2020財年的8.9%。該增加乃主要由於2020財年的不可扣稅開支（包括減值開支及我們的部分[編纂]）增加。

### 年內溢利

由於上文所述，年內溢利由2019財年的人民幣25.9百萬元增加人民幣19.5百萬元或75.3%至2020財年的人民幣45.5百萬元。我們的純利率由2019財年的29.0%上升至2020財年的40.2%，乃主要由於我們如上文所述的毛利率上升。

### 流動資金及資本資源

我們過往主要透過結合經營活動產生的內部資金及借款為流動資金及資本需求提供資金。於2019年、2020年、2021年12月31日及2022年4月30日，我們分別擁有現金及現金等價物人民幣42.3百萬元、人民幣32.1百萬元、人民幣61.5百萬元及人民幣25.4百萬元。

我們現金的主要用途一直為且預期將持續用作營運資金及拓展業務的資本支出。我們預期透過各種來源為營運資金需求提供資金，包括但不限於經營所得現金、[編纂]、銀行結餘、現金及其他可能股權及債權融資（如適用）。

### 本集團的現金流量

下表載列所示期間內的綜合現金流量表的節選現金流量數據：

|            | 截至12月31日止年度 |          |          | 截至4月30日止四個月 |          |
|------------|-------------|----------|----------|-------------|----------|
|            | 2019年       | 2020年    | 2021年    | 2021年       | 2022年    |
|            | 人民幣千元       | 人民幣千元    | 人民幣千元    | 人民幣千元       | 人民幣千元    |
| 營運資金變動前的   |             |          |          |             |          |
| 經營現金流量     | 31,013      | 52,484   | 66,088   | 21,025      | 25,936   |
| — 營運資金變動淨額 | 242         | (35,955) | (35,210) | (50,120)    | (80,115) |
| — 已收利息     | 75          | 156      | 249      | 102         | 65       |
| — 已付所得稅    | (142)       | (725)    | (4,542)  | (1,338)     | (2,326)  |

(未經審核)

## 財務資料

|              | 截至12月31日止年度 |          |         | 截至4月30日止四個月 |          |
|--------------|-------------|----------|---------|-------------|----------|
|              | 2019年       | 2020年    | 2021年   | 2021年       | 2022年    |
|              | 人民幣千元       | 人民幣千元    | 人民幣千元   | 人民幣千元       | 人民幣千元    |
| 經營活動所得／(所用)  |             |          |         |             |          |
| 現金淨額         | 31,188      | 15,960   | 26,585  | (30,331)    | (56,440) |
| 投資活動所用現金淨額   | (4,804)     | (21,519) | (7,221) | (113)       | (151)    |
| 融資活動所得／(所用)  |             |          |         |             |          |
| 現金淨額         | 695         | (4,725)  | 10,049  | 10,196      | 20,524   |
| 現金及現金等價物增加／  |             |          |         |             |          |
| (減少)淨額       | 27,079      | (10,284) | 29,413  | (20,248)    | (36,067) |
| 年／期初現金及現金等價物 | 15,267      | 42,346   | 32,062  | 32,062      | 61,475   |
| 年／期末現金及現金等價物 | 42,346      | 32,062   | 61,475  | 11,814      | 25,408   |

### 經營活動所得／(所用) 現金淨額

我們的經營活動現金流入主要來自就我們的經營收取的所得款項。我們的經營活動現金流出主要包括就多項成本(如流量獲得成本、僱員福利開支及其他經營開支)支付的款項。

於2022年首四個月，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣56.4百萬元。該金額指我們的除所得稅前溢利人民幣22.9百萬元，已就下列各項作出調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括無形資產攤銷人民幣1.3百萬元；(ii)對經營現金流量有負面影響的若干營運資金項目變動，主要包括貿易應收款項增加人民幣51.8百萬元及應付關聯方款項減少人民幣23.0百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣2.3百萬元。我們於2022年首四個月的經營現金流出乃主要由於我們的貿易應收款項增加，原因是位於受2022年初COVID-19疫情反彈嚴重影響的省份及／或於該等省份經營業務的部分客戶延遲結算貿易應收款項。董事認為我們的經營現金流量日後將有所改善，原因是(i)我們的客戶延遲結算貿易應收款項屬暫時性。於2022年9月21日，我們的客戶已結清於2022年4月30日的貿易應收款項結餘(未扣除預期信貸虧損撥備)的85.3%；(ii)我們已

---

## 財務資料

---

採納內部政策，以（其中包括）監察我們營運的資金需求及貿易應收款項的收回進度；及(iii)隨著我們業務的進一步發展及擴張，我們預期將自經營活動產生更多現金流量。

於2021年首四個月，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣30.3百萬元。該金額指我們的除所得稅前溢利人民幣14.5百萬元，已就下列各項作出調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括貿易應收款項減值虧損撥備人民幣3.8百萬元；(ii)對經營現金流量有負面影響的若干營運資金項目變動，包括貿易應收款項增加人民幣24.6百萬元以及預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣30.6元；及(iii)已付所得稅人民幣1.3百萬元。

於2021財年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣26.6百萬元。該金額指我們的除所得稅前溢利人民幣57.2百萬元，已就下列各項作出調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括貿易應收款項減值虧損撥備人民幣3.9百萬元及無形資產攤銷人民幣3.8百萬元；(ii)對經營現金流量有負面影響的若干營運資金項目變動，主要包括貿易應收款項增加人民幣48.0百萬元、預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣11.4百萬元以及應付關聯方款項減少人民幣16.4百萬元，部分被對經營現金流量有正面影響的若干營運資金項目所抵銷，主要包括貿易應付款項以及其他應付款項及應計費用分別增加人民幣31.0百萬元及人民幣10.9百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣4.5百萬元。

於2020財年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣16.0百萬元。該金額指除所得稅前溢利人民幣49.9百萬元，已就下列各項作出調整：(i)若干非現金收益及開支，主要包括無形資產攤銷人民幣1.4百萬元以及物業、廠房及設備折舊人民幣1.4百萬元；(ii)對經營現金流量有負面影響的若干營運資金項目變動，主要包括預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣23.7百萬元以及其他應付款項及應計費用減少人民幣8.0百萬元，部分被對經營現金流量有正面影響的若干營運資金項目變動所抵銷，主要包括合約資產減少人民幣1.6百萬元及存貨減少人民幣1.7百萬元以及合約負債增加人民幣1.7百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣0.7百萬元。



---

## 財務資料

---

於2019財年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣31.2百萬元。該金額指除所得稅前溢利人民幣27.2百萬元，已就下列各項作出調整：(i)若干非現金收益及開支，主要包括商譽減值虧損人民幣2.4百萬元及物業、廠房及設備折舊人民幣0.9百萬元；(ii)對經營現金流量有正面影響的若干營運資金項目變動，主要包括合約資產減少人民幣0.9百萬元及貿易應付款項增加人民幣2.8百萬元，部分被對經營現金流量有負面影響的若干營運資金項目變動所抵銷，主要包括預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣2.1百萬元以及其他應付款項及應計費用減少人民幣1.3百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣0.1百萬元。

### **投資活動所用現金淨額**

我們的投資活動現金流入主要包括出售按公平價值計入損益的金融資產的所得款項。我們的投資活動現金流出主要包括購買物業、廠房及設備及無形資產、收購附屬公司及按公平價值計入損益的金融資產。

於2022年首四個月，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣151,000元，乃主要由於購買無形資產所用現金人民幣131,000元。

於2021財年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣7.2百萬元，乃主要由於(i)因終止與浙江潤也的合約安排所導致的現金流出人民幣6.3百萬元；及(ii)購買無形資產所用現金人民幣2.1百萬元，部分被提取已質押銀行存款所得現金人民幣1.4百萬元所抵銷。

於2020財年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣21.5百萬元，乃主要由於(i)收購西安天泰人民幣14.1百萬元及(ii)購買無形資產人民幣8.1百萬元，部分被出售附屬公司的所得款項人民幣0.5百萬元及出售按公平價值計入損益的金融資產的所得款項淨額人民幣0.7百萬元所抵銷。

於2019財年，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣4.8百萬元，乃主要由於(i)購買無形資產人民幣3.2百萬元；及(ii)購買物業、廠房及設備人民幣1.6百萬元。

---

## 財務資料

---

### 融資活動所得／(所用)現金淨額

我們的融資活動現金流入主要包括銀行借款所得款項及非控股權益注資所得款項。我們的融資活動現金流出主要包括償還銀行借款及其利息以及償還租賃負債本金部分及其利息。

於2022年首四個月，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣20.5百萬元，乃主要由於我們的銀行借款所得款項淨額人民幣20.9百萬元，部分被已付銀行借款利息人民幣376,000元所抵銷。

於2021財年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣10.0百萬元，乃主要由於我們的銀行借款所得款項淨額人民幣10.7百萬元，部分被已付銀行借款利息人民幣0.7百萬元所抵銷。

於2020財年，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣4.7百萬元，主要包括償還借款人民幣5.6百萬元及已付借款利息人民幣0.3百萬元。

於2019財年，我們的融資活動所得現金淨額為人民幣0.7百萬元，主要包括非控股權益注資所得款項人民幣1.5百萬元，部分被償還租賃負債本金部分及其利息合共人民幣0.8百萬元所抵銷。

### 按公平價值計入損益的金融資產

於2019財年及2020財年，為提高額外流動資金的回報，我們已投資若干被分類為按公平價值計入損益的金融資產的理財產品。該等投資主要包括中國信譽良好的主要金融機構發行的非保本型商業銀行理財產品，該等產品於2019財年及2020財年的利率分別介乎每年3.1%至4.9%及2.8%至6.6%。我們的理財產品並無受任何抵押品或擔保所支持。

於2019財年及2020財年，我們收購的按公平價值計入損益的金融資產總額分別為人民幣75.1百萬元及人民幣99.5百萬元；其大部分為可按要求贖回或期限少於三個月；由於我們的理財產品於往績記錄期內各財政年度已到期／被我們處置，我們於報告日期並無錄得任何按公平價值計入損益的金融資產。於2019財年及2020財年，我們錄得按公平價值計入損益的金融資產收益分別為人民幣0.6百萬元及人民幣0.7百萬元。

---

## 財務資料

---

作為財富管理的一部分，我們已購買理財產品作為短期內提高手頭現金利用率的補充方式。我們已制定一套投資政策及內部控制措施，以降低投資風險，實現合理的理財產品投資回報。該等政策及措施包括：

- 在擁有無須作短期營運資金用途的盈餘現金時進行投資；
- 投資的類型通常為由合資格商業銀行發行的極低風險或低風險理財產品；
- 投資通常為短期且非投機性質，以保持我們的資金流動性及財務靈活性；
- 我們僅購買信譽良好的商業銀行及／或其他合資格金融機構發行的理財產品，且於任何特定期間，我們投資於多家發行人所提供的產品，以降低資金集中風險；
- 我們的財務部門（須經管理層審閱及批准）負責投資的全面執行，包括風險評估。尤其是，就固定收入資產型的理財產品，我們根據本金額、到期日、產品經理的資質、銷售代理商的聲譽、相關資產、預期回報率及產品條款及條件的審查進行風險評估；在評估股權資產型的理財產品風險時，我們主要考慮相關資產及產品經理的歷史業績；而混合資產型的產品風險評估則涉及上述所有因素；
- 我們的內部會計經理監督已投資理財產品的表現，並確保並無違反相關合約。我們的內部會計經理不時檢查及審閱有關已投資理財產品的資料，如發行人的經營及財務狀況、監管機構作出的任何懲罰或處罰、發行人及／或產品的市值、回報率及信貸評級（如有）的變動。已投資理財產品如有任何重大或不利的波動，應及時向財務部門呈報；
- 我們的財務部門按週及按月匯總本集團所有附屬公司及各部門的現金需求，釐定我們的手頭現金是否能滿足未來30日的現金需求，並編製現金預算（包含閒置資金的投資）。於出現計劃外大額現金流出時，或由於已投資產品出現任何重大不利波動，我們的內部會計經理可能建議處置或贖回若干理財產品。該建議須經高級管理層的審閱及批准；及

## 財務資料

- 於各投資的到期日期，我們的內部會計經理應根據相關合約負責贖回及處置投資。

本集團購買或認購理財產品將於[編纂]後構成本公司的須予公佈交易，並將須遵守上市規則第十四章的適用規定。

### 流動資產淨值

下表分別載列我們於所示日期的流動資產及流動負債的節選資料：

|                | 於12月31日       |                |                | 於4月30日         | 於7月31日          |
|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
|                | 2019年         | 2020年          | 2021年          | 2022年          | 2022年           |
|                | 人民幣千元         | 人民幣千元          | 人民幣千元          | 人民幣千元          | 人民幣千元<br>(未經審核) |
| <b>流動資產</b>    |               |                |                |                |                 |
| 存貨             | 270           | 2,917          | 3,363          | 6,150          | 5,787           |
| 合約資產           | –             | 2,174          | 3,021          | 1,791          | 1,100           |
| 貿易應收款項         | 14,077        | 38,954         | 82,189         | 132,981        | 92,106          |
| 預付款項、按金及其他應收款項 | 11,245        | 38,649         | 50,009         | 56,691         | 62,818          |
| 應收關聯方款項        | 90            | 84             | 96             | 203            | –               |
| 已質押銀行存款        | –             | 1,392          | –              | –              | –               |
| 現金及現金等價物       | 42,346        | 32,062         | 61,475         | 25,408         | 52,007          |
| <b>流動資產總值</b>  | <b>68,028</b> | <b>116,232</b> | <b>200,153</b> | <b>223,224</b> | <b>213,818</b>  |
| <b>流動負債</b>    |               |                |                |                |                 |
| 合約負債           | –             | 2,928          | 3,377          | 5,419          | 5,390           |
| 貿易應付款項         | 5,412         | 9,545          | 40,525         | 32,648         | 28,975          |
| 其他應付款項及應計費用    | 8,264         | 17,436         | 27,895         | 35,766         | 17,717          |
| 應付關聯方款項        | 4,851         | 4,813          | 27,677         | 5,486          | –               |
| 借款             | –             | 10,370         | 21,100         | 42,000         | 42,000          |
| 租賃負債           | 398           | 7              | –              | –              | –               |
| 應付所得稅          | 1,554         | 5,990          | 8,123          | 9,013          | 9,632           |
| <b>流動負債總額</b>  | <b>20,479</b> | <b>51,089</b>  | <b>128,697</b> | <b>130,332</b> | <b>103,714</b>  |
| <b>流動資產淨值</b>  | <b>47,549</b> | <b>65,143</b>  | <b>71,456</b>  | <b>92,892</b>  | <b>110,104</b>  |

## 財務資料

本集團的流動資產淨值由2019年12月31日的人民幣47.5百萬元增加人民幣17.6百萬元至2020年12月31日的人民幣65.1百萬元，乃主要由於我們的業務規模增長及下列因素的綜合影響：(i)貿易應收款項增加人民幣24.9百萬元，主要因為虛擬商品採購及交付服務及彩票相關系統及設備解決方案板塊於2020財年增長；及(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣27.4百萬元，乃主要由於(a)我們向一家電信充值服務供應商支付的預付款項人民幣17.2百萬元；及(b)我們向一家線上優惠券及權益供應商支付的預付款項人民幣5.0百萬元。該增加部分被其他應付款項及應計費用增加人民幣9.2百萬元及我們於2020年7月收購的西安天泰的運營應佔的借款增加人民幣10.4百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由2020年12月31日的人民幣65.1百萬元增加人民幣6.3百萬元至2021年12月31日的人民幣71.5百萬元，乃主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣43.2百萬元；(ii)現金及現金等價物增加人民幣29.4百萬元；部分被(iii)貿易應付款項增加人民幣31.0百萬元；(iv)其他應付款項及應計費用增加人民幣10.5百萬元；及(v)銀行借款增加人民幣10.7百萬元所抵銷。我們的流動資產及流動負債變動乃主要由於我們於2021財年的業務增長。

我們的流動資產淨值由2021年12月31日的人民幣71.5百萬元增加人民幣21.4百萬元至2022年4月30日的人民幣92.9百萬元，乃主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣50.8百萬元；(ii)應付關聯方款項減少人民幣22.2百萬元，部分被(iii)現金及現金等價物減少人民幣36.1百萬元；及(iv)銀行借款增加人民幣20.9百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由2022年4月30日的人民幣92.9百萬元增加人民幣17.2百萬元至2022年7月31日的人民幣110.1百萬元，乃主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣26.6百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用減少人民幣17.7百萬元；及(iii)應付關聯方款項減少人民幣5.4百萬元，部分被貿易應收款項減少人民幣40.9元所抵銷。

### 營運資金充足性

於往績記錄期內，我們的營運資金需求主要來自經營所得現金及銀行借款。

我們的董事確認，經考慮目前我們可獲得的財務資源（包括我們經營活動的預期現金流量、現有的現金及現金等價物、可用的銀行融資及[編纂]的估計[編纂]），我們擁有充足的營運資金以滿足我們目前及自本文件日期起計未來至少12個月的資金需求。

除本節「一 近期發展及無重大不利變動 — 近期反彈的COVID-19疫情」各段所披露者外，董事並不知悉會對本集團流動資金產生重大影響的任何其他因素。有關滿足我們現時營運需求及撥付未來計劃所需的資金詳情載於本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

## 財務資料

### 有關節選綜合財務狀況表項目的討論

#### 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備包括汽車、傢俱及固定裝置、租賃物業裝修以及電腦及辦公設備。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的物業、廠房及設備賬面值分別為人民幣2.4百萬元、人民幣2.6百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣0.9百萬元。

下表載列我們物業、廠房及設備於所示日期的賬面值：

|         | 於12月31日      |              |              | 於4月30日     |
|---------|--------------|--------------|--------------|------------|
|         | 2019年        | 2020年        | 2021年        | 2022年      |
|         | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元      |
| 汽車      | 218          | 399          | 339          | 319        |
| 傢俱及固定裝置 | 50           | 94           | 46           | 30         |
| 租賃物業裝修  | 186          | 293          | 143          | 100        |
| 電腦及辦公設備 | 1,987        | 1,862        | 660          | 474        |
| 總計      | <u>2,441</u> | <u>2,648</u> | <u>1,188</u> | <u>923</u> |

我們的物業、廠房及設備由2019年12月31日的人民幣2.4百萬元增加人民幣0.2百萬元至2020年12月31日的人民幣2.6百萬元，乃主要由於(i)於2020年電腦及辦公設備添置人民幣0.6百萬元；及(ii)於2020財年收購西安天泰產生的透過業務合併收購人民幣1.0百萬元，部分被於2020財年的折舊費用人民幣1.4百萬元所抵銷。

我們的物業、廠房及設備由2020年12月31日的人民幣2.6百萬元減少人民幣1.5百萬元至2021年12月31日的人民幣1.2百萬元，乃主要由於我們的電腦及辦公設備因終止與浙江潤也的合約安排而減少。我們的物業、廠房及設備由2021年12月31日的人民幣1.2百萬元進一步減少人民幣265,000元至2022年4月30日的人民幣0.9百萬元，乃由於相關折舊費用。

## 財務資料

### 無形資產

我們的無形資產（主要包括電腦軟件及著作權）乃按成本減累計攤銷及累計減值虧損列賬。有關相關會計政策的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註4.9。

我們的無形資產進一步增加至2020年12月31日的人民幣21.1百萬元，乃主要由於2020年7月透過收購西安天泰取得著作權，部分被攤銷費用人民幣1.4百萬元所抵銷。

我們的無形資產減少至2021年12月31日的人民幣19.4百萬元，乃主要由於著作權攤銷費用人民幣3.6百萬元，部分被新增著作權人民幣2.1百萬元所抵銷。

我們的無形資產進一步減少至2022年4月30日的人民幣18.2百萬元，乃主要由於我們著作權的攤銷支出。

有關本集團擁有的著作權及專利的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.知識產權」及「—3.著作權」一節。

### 商譽

於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們分別錄得商譽人民幣4.2百萬元、人民幣14.3百萬元、人民幣14.3百萬元及人民幣14.3百萬元。下表載列我們的商譽於往績記錄期內的變動：

|          | 截至12月31日止年度  |               |               | 於4月30日        |
|----------|--------------|---------------|---------------|---------------|
|          | 2019年        | 2020年         | 2021年         | 2022年         |
|          | (人民幣千元)      | (人民幣千元)       | (人民幣千元)       | (人民幣千元)       |
| 於年初      | 6,297        | 4,210         | 14,342        | 14,342        |
| 透過業務合併收購 | 264          | 10,132        | —             | —             |
| 減值虧損     | (2,351)      | —             | —             | —             |
| 於年末      | <u>4,210</u> | <u>14,342</u> | <u>14,342</u> | <u>14,342</u> |

## 財務資料

於2019財年初，我們錄得商譽人民幣6.3百萬元，乃由於我們於2018年收購江西雲家及雲彩通。於2019年，我們以零代價收購武漢彩潤65%股權。因此，我們將我們應佔該公司的可識別資產淨值記為商譽，金額為人民幣0.3百萬元。於2020年，我們以人民幣15.0百萬元的代價收購西安天泰的全部股權，並將我們支付的代價超出我們應佔西安天泰可識別資產淨值公平價值的部分記為商譽，金額為人民幣10.1百萬元。

於往績記錄期內，我們已於各財政年末委聘獨立估值師評估我們商譽的可收回金額。我們的董事確認，由於我們的管理層並無任何有關江西雲家及武漢彩潤的未來業務計劃，故收購江西雲家及武漢彩潤產生的商譽於2019年12月31日將悉數減值。於2019財年，已就來自江西雲家及武漢彩潤的商譽減值虧損合共人民幣2.4百萬元計提撥備。有關於往績記錄期內我們的商譽減值測試的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註17。

### 存貨

於2019年、2020年、2021年12月31日及2022年4月30日，我們的存貨分別達人民幣0.3百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣6.2百萬元。於往績記錄期內，我們的存貨主要與我們於2019財年開始的彩票相關軟件系統及設備解決方案有關。我們的營銷及推廣服務並不涉及本集團持有的存貨。由於我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的銷售於往績記錄期內不斷增長，我們的存貨錄得增加趨勢。

### 貿易應收款項

下表載列我們於所示日期的貿易應收款項詳情：

|            | 於12月31日       |               |               | 於4月30日         |
|------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
|            | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2022年          |
|            | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元          |
| 貿易應收款項(總額) | 14,652        | 40,950        | 88,033        | 139,803        |
| 減：信貸虧損撥備   | (575)         | (1,996)       | (5,844)       | (6,822)        |
| <b>總計</b>  | <b>14,077</b> | <b>38,954</b> | <b>82,189</b> | <b>132,981</b> |



## 財務資料

我們一般授予客戶5至60日的信貸期。我們的貿易應收款項於2020年12月31日增加人民幣24.9百萬元至人民幣39.0百萬元，乃主要由於在我們於2020年7月收購西安天泰後我們的(i)虛擬商品採購及交付服務；及(ii)彩票相關系統及設備解決方案的銷售增加。我們的貿易應收款項進一步增加人民幣43.2百萬元至2021年12月31日的人民幣82.2百萬元，乃主要由於應收我們於2021財年開始的廣告投放服務客戶的款項人民幣43.3百萬元。於2022年4月30日，我們的貿易應收款項結餘進一步增加人民幣50.8百萬元至人民幣133.0百萬元。該增加乃主要由於(i)於2022年首四個月，虛擬商品採購及交付服務以及廣告投放服務增長；及(ii)我們的部分客戶（尤其是位於受2022年初中國COVID-19疫情反彈嚴重影響的省份及／或於該等省份經營業務的廣告投放服務及廣告分發服務的若干客戶）延遲結算貿易應收款項。亦請參閱本節「— 近期發展及無重大不利變動 — 近期反彈的COVID-19疫情」各段。

下表載列我們於所示日期按發票日期呈列並扣除減值（如有）後的貿易應收款項賬齡分析：

|               | 於12月31日       |               |               | 於4月30日         |
|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
|               | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2022年          |
|               | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元          |
| 一個月內          | 10,670        | 32,832        | 74,332        | 111,879        |
| 一至三個月         | 3,185         | 2,964         | 7,679         | 18,374         |
| 三至六個月         | –             | 1,281         | 4             | 2,580          |
| 六個月至一年        | 10            | –             | –             | 3              |
| 一年以上          | 212           | 1,877         | 174           | 145            |
| <b>總計（淨額）</b> | <b>14,077</b> | <b>38,954</b> | <b>82,189</b> | <b>132,981</b> |

我們根據收回相關金額的概率就貿易應收款項計提減值撥備。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們分別就貿易應收款項計提減值撥備人民幣0.6百萬元、人民幣2.0百萬元、人民幣5.8百萬元及人民幣6.8百萬元。

## 財務資料

下表載列我們於所示日期按到期日呈列的總貿易應收款項賬齡分析：

|                | 於12月31日       |               |               | 於4月30日         |
|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
|                | 2019年         | 2020年         | 2021年         | 2022年          |
|                | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元          |
| 尚未逾期           | 9,093         | 31,377        | 77,821        | 110,167        |
| 逾期             |               |               |               |                |
| 一個月內           | 1,988         | 3,415         | 9,454         | 14,429         |
| 一至三個月          | 2,998         | 1,285         | 399           | 10,317         |
| 三至六個月          | –             | 1,599         | –             | 4,603          |
| 六個月至一年         | 16            | 2,626         | –             | 4              |
| 一年以上           | 557           | 648           | 359           | 283            |
| 小計             | 5,559         | 9,573         | 10,212        | 29,636         |
| 總貿易應收款項結餘總額    | <u>14,652</u> | <u>40,950</u> | <u>88,033</u> | <u>139,803</u> |
| 直至2022年9月21日   |               |               |               |                |
| 的後續結付          | 14,652        | 40,844        | 83,118        | 119,286        |
| 後續結付的百分比       | 100%          | 99.7%         | 94.4%         | 85.3%          |
| 直至2022年9月21日尚未 |               |               |               |                |
| 後續結付的金額        | –             | 106           | 4,915         | 20,517         |

於往績記錄期內，相比對各債務人進行單獨檢討以釐定我們的貿易應收款項減值，我們通過將虧損模式相似的不同債務人分組以及考慮貿易債務人的內部信貸評級及各應收款項的逾期狀況，基於撥備矩陣對貿易應收款項的預期信貸虧損進行評估。有關貿易應收款項賬齡及預期信貸虧損的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註37(a)。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的貿易應收款項的平均週轉日數（假設所有收益均按總額基準確認）概要：

|                        | 截至12月31日止年度 |       |       | 截至4月30日<br>止四個月 |
|------------------------|-------------|-------|-------|-----------------|
|                        | 2019年       | 2020年 | 2021年 | 2022年           |
| 貿易應收款項                 |             |       |       |                 |
| 平均週轉日數 <sup>(附註)</sup> | 15          | 15    | 15    | 26              |

附註：貿易應收款項平均週轉日數乃按有關年度／期間貿易應收款項年／期初及年／期末結餘的平均值除以收益（假設所有收益均按總額基準確認），再乘以365日（就2019財年、2020財年及2021財年而言）或120日（就2022年首四個月而言）計算得出。

於2019財年、2020財年及2021財年，我們的貿易應收款項平均週轉日數保持穩定於15日。於2022年首四個月，我們的貿易應收款項平均週轉日數增加至26日，乃主要由於我們的部分客戶因2022年初中國COVID-19疫情反彈影響而延遲結算貿易應收款項。有關進一步詳情，請參閱本節「— 近期發展及無重大不利變動 — 近期反彈的COVID-19疫情」一段。

直至2022年9月21日，於2022年4月30日尚未收取的貿易應收款項（未扣除預期信貸虧損撥備）人民幣119.3百萬元或85.3%已由我們的客戶結清。

### 合約資產

本集團的合約資產指我們就已完成而尚未收款的工作收取代價的權利，因為該等權利取決於我們於往績記錄期內各財政年末的未來表現。合約資產於權利成為無條件時將轉為貿易應收款項。合約資產的金額每期有所不同，取決於合約總額及已開展項目的付款安排。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的合約資產（扣除預期信貸虧損撥備）分別為零、人民幣2.2百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣1.8百萬元，所有合約資產預期於一年內收回。於2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的合約資產全部來自與西安天泰的運營有關的彩票相關軟件系統及設備解決方案，因為我們的部分相關板塊的客戶有權扣留若干應付本集團的款項作為保留金，以確保於相關工作完成後的缺陷責任期內適當履行合約。有關使用撥備矩陣的貿易應收款項及合約資產面臨的信貸風險及預期信貸虧損詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註37。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的合約資產的平均週轉日數概要：

|                             | 截至12月31日止年度          |       |       | 截至4月30日 |
|-----------------------------|----------------------|-------|-------|---------|
|                             | 2019年                | 2020年 | 2021年 | 止四個月    |
|                             |                      |       |       | 2022年   |
| 合約資產平均週轉日數 <sup>(附註1)</sup> | 不適用 <sup>(附註2)</sup> | 20    | 23    | 58      |

附註：

1. 合約資產平均週轉日數乃按有關年度／期間合約資產年／期初及年／期末結餘（未扣除預期信貸虧損撥備）的平均值除以西安天泰的收益，再乘以153日（就2020財年而言）或365日（就2020財年及2021財年而言）或120日（就2022年首四個月而言）計算得出。
2. 由於我們的合約資產來自我們收購西安天泰後的彩票相關軟件系統及設備解決方案業務，我們於2019年12月31日並無錄得任何合約資產。

於2020財年及2021財年，我們的合約資產平均週轉日數保持相對穩定，分別為20日及23日。於2022年首四個月，我們的合約資產平均週轉日數增加至58日，乃主要由於西安天泰於2022年首四個月錄得的收益水平（按年化基準計算）相對低於2021財年。我們合約資產平均週轉日數的波動與西安天泰業務的季節性一致。由於省級福利彩票發行管理中心（為西安天泰的主要客戶）通常於下半年啟動招標程序，因此，我們於每年8月至12月期間來自彩票相關軟件系統及設備解決方案業務的收益通常高於其他月份。於2020財年及2021財年，我們於8月至12月期間自提供彩票相關軟件系統及設備解決方案錄得的收益分別約佔來自該業務板塊的年度收益總額的55.2%及75.3%。

於2022年4月30日，我們的合約資產（未扣除預期信貸虧損撥備）為人民幣2.1百萬元，其中，直至2022年9月21日，人民幣1.5百萬元或70.7%已轉為我們的貿易應收款項。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的貿易應收款項及合約資產合共的平均週轉日數概要：

|                         | 截至12月31日止年度 |       |       | 截至4月30日 |
|-------------------------|-------------|-------|-------|---------|
|                         | 2019年       | 2020年 | 2021年 | 止四個月    |
|                         |             |       |       | 2022年   |
| 貿易應收款項及合約資產             |             |       |       |         |
| 平均週轉日數 <sup>(附註1)</sup> | 15          | 15    | 16    | 27      |

附註： 貿易應收款項及合約資產平均週轉日數乃按有關年度／期間貿易應收款項及合約資產年／期初及年／期末結餘的平均值除以收益總額（假設所有收益均按總額基準確認），再乘以365日（就2019財年、2020財年及2021財年而言）或120日（就2022年首四個月而言）計算得出。

於2019財年、2020財年及2021財年，我們的貿易應收款項及合約資產平均週轉日數保持穩定，分別為15日、15日及16日。於2022年首四個月，平均週轉日數增加至27日，乃主要由於我們於2022年4月30日的貿易應收款項結餘增加，原因是部分客戶因2022年初中國COVID-19疫情反彈影響而延遲結算貿易應收款項。有關進一步詳情，請參閱本節「一 近期發展及無重大不利變動 – 近期反彈的COVID-19疫情」一段。

### 預付款項、按金及其他應收款項

於往績記錄期內，我們的預付款項、按金及其他應收款項主要包括(i)向我們的營銷及推廣服務供應商支付的預付款項；(ii)預付開支，例如[編纂]及其他服務費；及(iii)租賃按金及支付予客戶的擔保按金。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們分別錄得預付款項、按金及其他應收款項人民幣11.2百萬元、人民幣38.6百萬元、人民幣50.0百萬元及人民幣56.7百萬元。

## 財務資料

下表載列我們於所示日期的預付款項、按金及其他應收款項（包括流動及非流動部分）明細：

|               | 於12月31日 |        |        | 於4月30日 |
|---------------|---------|--------|--------|--------|
|               | 2019年   | 2020年  | 2021年  | 2022年  |
|               | 人民幣千元   | 人民幣千元  | 人民幣千元  | 人民幣千元  |
| 向供應商支付的預付款項   |         |        |        |        |
| — 推廣及廣告服務     | 1,962   | —      | 16,239 | 27,864 |
| — 虛擬商品採購及交付服務 | 5,291   | 28,930 | 18,654 | 15,473 |
| 小計            | 7,253   | 28,930 | 34,893 | 43,337 |
| 預付款項          | 1,170   | 3,256  | 7,147  | 7,575  |
| 按金及其他應收款項     | 2,898   | 6,538  | 8,004  | 5,866  |
| 減：信貸虧損撥備      | (59)    | (75)   | (35)   | (87)   |
| 總計            | 11,262  | 38,649 | 50,009 | 56,691 |

我們錄得的預付款項、按金及其他按金由2019年12月31日的人民幣11.3百萬元大幅增加人民幣27.4百萬元至2020年12月31日的人民幣38.6百萬元，乃主要由於(i)向一家電信充值服務供應商支付的預付款項增加人民幣17.2百萬元及向一家線上優惠券及權益供應商支付的預付款項增加人民幣5.0百萬元；及(ii)其他應收款項及按金增加人民幣3.6百萬元，乃主要由於我們於2020年7月收購西安天泰的其他應收款項及按金。

於2021年12月31日，我們的預付款項、按金及其他應收款項進一步增加人民幣11.4百萬元至人民幣50.0百萬元，乃主要由於(i)向供應商支付的預付款項增加人民幣6.0百萬元及(ii)預付款項增加人民幣3.9百萬元。於2022年4月30日，我們的預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣6.7百萬元至人民幣56.7百萬元，乃主要由於我們向供應商支付的預付款項增加人民幣8.4百萬元，部分被按金及其他應收款項減少人民幣2.1百萬元所抵銷。

直至2022年9月21日，我們於2022年4月30日的預付款項、按金及其他應收款項結餘（未扣除預期信貸虧損撥備）中的人民幣27.3百萬元或48.2%已由我們使用或退還予我們。

## 財務資料

### 向供應商支付的預付款項

於往績記錄期內，我們須就我們的虛擬商品採購及交付服務及廣告投放服務向若干供應商支付預付款項。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們向供應商支付的預付款項結餘分別為人民幣7.3百萬元、人民幣28.9百萬元、人民幣34.9百萬元及人民幣43.3百萬元。

我們向供應商支付的預付款項由2019年12月31日的人民幣7.3百萬元大幅增加至2020年12月31日的人民幣28.9百萬元，乃主要由於(i)我們的虛擬商品採購及交付服務於2020財年擴展；及(ii)向一家電信充值服務供應商支付的預付款項人民幣17.2百萬元，原因為我們預計客戶B於2021年初將有高度需求。於2021年12月31日，我們向供應商支付的預付款項進一步增加人民幣6.0百萬元至人民幣34.9百萬元，此乃由於我們向我們廣告投放服務（作為於2021年開始的推廣及廣告服務的一部分）的營銷渠道提供商及／或其渠道代理商支付的預付款項人民幣16.2百萬元，部分被我們向虛擬商品供應商支付的預付款項減少人民幣10.3百萬元所抵銷。於2022年4月30日，我們向供應商支付的預付款項進一步增加人民幣8.4百萬元至人民幣43.3百萬元，此乃由於我們向我們廣告投放服務的營銷渠道提供商及／或其渠道代理商支付的預付款項增加。

下表載列我們於所示日期向供應商支付的預付款項的賬齡分析：

|           | 於12月31日      |               |               | 於4月30日        |
|-----------|--------------|---------------|---------------|---------------|
|           | 2019年        | 2020年         | 2021年         | 2022年         |
|           | 人民幣千元        | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
| 一個月內      | 5,291        | 28,778        | 32,197        | 24,541        |
| 一至三個月     | –            | –             | 1,896         | 8,392         |
| 三至六個月     | 1,962        | 120           | 69            | 9,693         |
| 六個月以上     | –            | 32            | 731           | 711           |
| <b>總計</b> | <b>7,253</b> | <b>28,930</b> | <b>34,893</b> | <b>43,337</b> |

於2022年9月21日，我們於2022年4月30日向供應商支付的預付款項中的人民幣25.8百萬元或59.6%已由我們使用或退還予我們。

根據艾瑞諮詢報告，中國的第三方虛擬商品平台運營商向虛擬商品供應商支付預付款項乃為常態。我們一般向我們的虛擬商品供應商支付預付款項，該預付款項可用於抵銷我們的客戶向我們下訂單時的虛擬商品採購成本。此外，廣告投放服務提供商就獲得流量向營銷渠道提供商（即媒體出版商）及／或其渠道代理商支付預付款項亦為一般市場慣例。

## 財務資料

### 貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要來自應付供應商的款項。我們的貿易應付款項由2019年12月31日的人民幣5.4百萬元增加人民幣4.1百萬元或76.4%至2020年12月31日的人民幣9.5百萬元，乃主要由於(i)於2020年7月收購西安天泰後，供應商購買我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案；及(ii)就我們於2020財年開始的廣告分發服務應付供應商的流量獲得成本。我們的貿易應付款項進一步增加人民幣31.0百萬元至2021年12月31日的人民幣40.5百萬元，乃主要由於(i)有關業務板塊於2021財年較2020財年有所增長，因此我們就廣告分發服務應付我們其中一家供應商的款項人民幣19.5百萬元；及(ii)應付於2021年開始的廣告投放服務供應商的貿易應付款項。於2022年4月30日，我們的貿易應付款項減少人民幣7.9百萬元至人民幣32.6百萬元，乃主要由於應付廣告投放服務供應商的貿易款項減少。

於往績記錄期內各財政年末自供應商購買的信貸期一般介乎10至60日。下表載列於所示報告期末，我們按發票日期的貿易應付款項賬齡分析：

|             | 於12月31日      |              |               | 於4月30日        |
|-------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|             | 2019年        | 2020年        | 2021年         | 2022年         |
|             | 人民幣千元        | 人民幣千元        | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
| 一個月內        | 3,954        | 7,427        | 38,603        | 32,057        |
| 一至三個月       | 293          | –            | 287           | –             |
| 三個月以上但少於六個月 | 1,140        | 710          | 1,481         | 495           |
| 六個月以上但少於一年  | 25           | 96           | 58            | –             |
| 一年以上        | –            | 1,312        | 96            | 96            |
|             | <u>5,412</u> | <u>9,545</u> | <u>40,525</u> | <u>32,648</u> |

下表載列於往績記錄期內我們的貿易應付款項平均週轉日數（假設所有銷售成本均按採購成本總額確認）：

|                              | 截至12月31日止年度 |          |          | 截至4月30日  |
|------------------------------|-------------|----------|----------|----------|
|                              | 2019年       | 2020年    | 2021年    | 止四個月     |
|                              |             |          |          | 2022年    |
| 貿易應付款項平均週轉日數 <sup>(附註)</sup> | <u>5</u>    | <u>5</u> | <u>7</u> | <u>8</u> |

附註：貿易應付款項平均週轉日數乃按有關年度／期間貿易應付款項年／期初及年／期末結餘的平均值除以銷售成本（假設所有銷售成本均按採購成本總額確認），再乘以365日（就2019財年、2020財年及2021財年而言）或120日（就2022年首四個月而言）計算得出。



## 財務資料

於2019財年、2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們的貿易應付款項平均週轉日數維持相對穩定，分別為五日、五日、七日及八日。

直至2022年9月21日，於2022年4月30日尚未償還的貿易應付款項人民幣31.3百萬元或95.9%已結清。我們的董事確認，於往績記錄期內直至最後實際可行日期，並無貿易應付款項的重大拖欠付款。直至最後實際可行日期，本集團與債權人之間並無就於2022年4月30日尚未償還的貿易應付款結餘發生糾紛。

### 合約負債

合約負債主要指於各財政年末及於往績記錄期內在履行相關合約之前預收客戶的按金款項。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們分別錄得合約負債(包括即期及非即期部分)零、人民幣3.0百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣5.7百萬元。我們於2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日錄得合約負債可歸因於我們向彩票相關軟件系統及設備解決方案客戶收取西安天泰業務產生的預付代價，原因是我們彩票相關軟件系統及設備解決方案的部分客戶須於簽署相關合約時向我們支付部分合約金額。該等合約負債將於本集團履行合約時確認為收益。有關於往績記錄期內合約負債的變動，請參閱載於本文件附錄一會計師報告的附註26(b)。

直至2022年9月21日，我們2022年4月30日合約負債結餘中的人民幣1.0百萬元或18.2%隨後已確認為收益。

### 其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要指其他應付款項、員工成本的應計費用、其他經營開支及其他、其他應納稅款及已收我們的虛擬商品採購及交付服務客戶按金。下表載列我們於所示日期的其他應付款項及應計費用：

|           | 於12月31日      |               |               | 於4月30日        |
|-----------|--------------|---------------|---------------|---------------|
|           | 2019年        | 2020年         | 2021年         | 2022年         |
|           | 人民幣千元        | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         |
| 應計費用      | 3,898        | 6,756         | 7,022         | 4,501         |
| 已收客戶按金    | 3,091        | 6,015         | 16,750        | 28,867        |
| 其他應納稅款    | 898          | 3,198         | 3,120         | 1,494         |
| 其他應付款項    | 377          | 1,467         | 1,003         | 904           |
| <b>總計</b> | <b>8,264</b> | <b>17,436</b> | <b>27,895</b> | <b>35,766</b> |

---

## 財務資料

---

我們的其他應付款項及應計費用由2019年12月31日的人民幣8.3百萬元增加人民幣9.2百萬元至2020年12月31日的人民幣17.4百萬元，乃主要由於(i)就將於2021新年交付的虛擬商品向客戶B收取有關虛擬商品採購及交付服務的按金增加人民幣5.9百萬元；(ii)西安天泰應佔其他應納稅款增加人民幣1.3百萬元；(iii)與應計[編纂]有關的應計費用增加人民幣[編纂]元。

我們的其他應付款項及應計費用進一步增加人民幣10.5百萬元至2021年12月31日的人民幣27.9百萬元，乃主要由於已收我們的廣告投放服務以及虛擬商品採購及交付服務客戶按金。我們錄得的其他應付款項及應計費用由2021年12月31日的人民幣27.9百萬元進一步增加人民幣7.9百萬元至2022年4月30日的人民幣35.8百萬元，乃主要由於已收我們的廣告投放服務客戶按金增加。

### 與關聯方的結餘

於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的應收關聯方款項為人民幣90,000元、人民幣84,000元、人民幣96,000元及人民幣203,000元；而我們於各日期的應付關聯方款項分別為人民幣4.9百萬元、人民幣4.8百萬元、人民幣27.7百萬元及人民幣5.5百萬元。於2021年12月31日的應付關聯方款項主要與終止與浙江潤也的合約安排後本集團欠負浙江潤也的款項人民幣22.8百萬元有關，其為終止前的集團內公司間結餘。有關終止合約安排的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組－重組[編纂]－5.浙江潤也的合約安排後續終止」一節。有關結餘為非貿易相關、無抵押、免息及須按要求償還，並將於[編纂]前結清。有關結餘及關聯方交易的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註24及33。於最後實際可行日期，所有應收或應付關聯方款項已結清。

## 財務資料

### 債務

下表載列我們於所示日期的債務明細：

|            | 於12月31日             |                      |                      | 於4月30日               | 於7月31日               |
|------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|            | 2019年               | 2020年                | 2021年                | 2022年                | 2022年                |
|            | 人民幣千元               | 人民幣千元                | 人民幣千元                | 人民幣千元                | 人民幣千元<br>(未經審核)      |
| <b>流動</b>  |                     |                      |                      |                      |                      |
| 應付關聯方款項    | 4,851               | 4,813                | 27,677               | 5,486                | –                    |
| 銀行借款       | –                   | 10,370               | 21,100               | 42,000               | 42,000               |
| 租賃負債       | 398                 | 7                    | –                    | –                    | –                    |
|            | <u>5,249</u>        | <u>15,190</u>        | <u>48,777</u>        | <u>47,486</u>        | <u>42,000</u>        |
| <b>非流動</b> |                     |                      |                      |                      |                      |
| 租賃負債       | 70                  | –                    | –                    | –                    | –                    |
|            | <u>70</u>           | <u>–</u>             | <u>–</u>             | <u>–</u>             | <u>–</u>             |
| <b>總計</b>  | <u><u>5,319</u></u> | <u><u>15,190</u></u> | <u><u>48,777</u></u> | <u><u>47,486</u></u> | <u><u>42,000</u></u> |

### 銀行借款

下表載列我們於所示日期的銀行借款償還時間表：

|            | 於12月31日  |               |               | 於4月30日        | 於7月31日          |
|------------|----------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
|            | 2019年    | 2020年         | 2021年         | 2022年         | 2022年           |
|            | 人民幣千元    | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元         | 人民幣千元<br>(未經審核) |
| 一年內或須按要求償還 | <u>–</u> | <u>10,370</u> | <u>21,100</u> | <u>42,000</u> | <u>42,000</u>   |

於2019年12月31日，本集團並無任何銀行借款。於2020年及2021年12月31日、2022年4月30日以及2022年7月31日，本集團的銀行借款分別為人民幣10.4百萬元、人民幣21.1百萬元、人民幣42.0百萬元及人民幣42.0百萬元，均以人民幣計值。

## 財務資料

於2020年12月31日，我們的銀行借款的固定年利率介乎4.2%至5.2%。於2021年12月31日，我們的銀行借款的固定年利率介乎4.0%至6.6%。

於2020年12月31日，我們的銀行借款人民幣8.9百萬元(i)由西安天泰前股東的個人擔保作擔保，乃由於相關銀行貸款在本集團收購西安天泰前由其所獲得；及(ii)由兩名獨立第三方金融擔保公司作擔保，並計及服務費及西安天泰前股東及管理層提供的反擔保。相關銀行貸款的未償部分已於後續結清。

於2021年12月31日及2022年4月30日，我們賬面值分別約為人民幣13.0百萬元及人民幣21.0百萬元的銀行借款由獨立第三方金融機構提供的金融擔保（計及我們應付的服務費）作擔保。

於2022年7月31日（即編製債務聲明最後實際可行日期），我們有合共人民幣42.0百萬元的銀行融資，且我們概無任何未動用銀行融資。

於往績記錄期內，我們與銀行訂立的銀行借款協議受金融機構借貸安排常見的一般及慣例契約所規管，包括但不限於有關我們債務水平的若干財務契約，以及就任何重大公司行動或法律訴訟或與本集團有關的糾紛向銀行發出通知的規定。倘本集團違反契約，貸款須按要求支付。本集團會定期監察該等契約的遵守情況。銀行借款項下的協議並無載有可能會對我們日後申請額外借款或發行債務或股本證券的能力具有重大不利影響的任何重大契約。我們的董事確認，我們於往績記錄期內並無拖欠主要銀行借款的還款及相關利息開支。於2020年及2021年12月31日，概無違反有關銀行及其他貸款的契約。

我們的董事確認，自2022年7月31日（即編製債務聲明最後實際可行日期）以來，我們的債務狀況概無重大變動。

### 租賃負債

本集團已於整個往績記錄期內一直透過使用全面追溯法採納並應用香港財務報告準則第16號。租賃已以資產（就使用權而言）及金融負債（就付款責任而言）的形式於本集團的綜合財務狀況表中確認。於2019年、2020年及2021年12月31日、2022年4月30日以及2022年7月31日，本集團的租賃負債分別為人民幣0.5百萬元、人民幣7,000元、零、零及零。

---

## 財務資料

---

### 或然負債

於最後實際可行日期，據我們所知，我們未涉及任何針對本集團而可能對我們的業務或營運產生重大不利影響的未決或造成威脅的任何法律訴訟。我們的董事確認，於最後實際可行日期，我們並無任何重大或然負債。

除「一 債務」一節所披露者外，於2022年7月31日，本集團並無未償還的債務或任何已發行及未償還或同意將予發行的貸款資本、銀行透支、貸款或其他類似債務、承兌負債（一般貿易票據除外）或承兌信貸、債權證、按揭、質押、融資租賃或租購承擔、擔保、重大契約或其他重大或然負債。

### 資本支出及承擔

#### 資本支出

本集團的資本支出主要與添置無形資產及物業、廠房及設備有關。於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的資本支出分別為人民幣4.9百萬元、人民幣9.7百萬元、人民幣2.3百萬元及人民幣151,000元。

#### 資本承擔

於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，概無未計提撥備的未履行重大資本承擔。

### 物業權益

我們的董事確認，於最後實際可行日期，概無情況將引致上市規則第5.01至5.10條項下的披露規定。於最後實際可行日期，構成我們非物業活動一部分的單一物業權益概無佔我們資產總值賬面值15%或以上。

### 關聯方交易

於往績記錄期內，我們與關聯方的交易主要包括(i)本集團向其關聯方提供營銷及推廣服務以及彩票相關軟件系統及設備解決方案；及(ii)向主要管理人員支付薪酬。有關詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註33。我們的董事確認，該等交易乃按公平基準進行並於本集團日常業務過程中訂立，且不會扭曲我們的往績記錄業績或令我們的歷史業績無法反映未來表現。

## 財務資料

### 資產負債表外承擔及安排

於往績記錄期內及直至最後實際可行日期，我們並無其他重大資產負債表外承擔及安排。

### 主要財務比率

|                                        | 截至12月31日止年度 |       |       | 截至4月30日 |
|----------------------------------------|-------------|-------|-------|---------|
|                                        | 2019年       | 2020年 | 2021年 | 止四個月    |
|                                        | %           | %     | %     | 2022年   |
|                                        |             |       |       | %       |
| <b>盈利比率</b>                            |             |       |       |         |
| 毛利率 <sup>(1)</sup>                     | 50.0        | 67.1  | 50.2  | 51.9    |
| 純利率 <sup>(2)</sup>                     | 29.0        | 40.2  | 22.8  | 27.9    |
| 香港財務報告準則計量項下的<br>經調整純利率 <sup>(3)</sup> | 29.0        | 45.6  | 29.0  | 29.9    |
| 權益回報率 <sup>(4)</sup>                   | 45.0        | 44.3  | 47.2  | 不適用     |
| 資產總值回報率 <sup>(5)</sup>                 | 33.1        | 29.5  | 21.3  | 不適用     |
|                                        |             |       |       |         |
|                                        | 於12月31日     |       |       | 於4月30日  |
|                                        | 2019年       | 2020年 | 2021年 | 2022年   |
| <b>流動資金比率</b>                          |             |       |       |         |
| 流動比率 <sup>(6)</sup>                    | 3.3倍        | 2.3倍  | 1.6倍  | 1.7倍    |
| 速動比率 <sup>(7)</sup>                    | 3.3倍        | 2.2倍  | 1.5倍  | 1.7倍    |
| <b>資本充足比率</b>                          |             |       |       |         |
| 資產負債比率 <sup>(8)</sup>                  | 9.2%        | 14.8% | 46.1% | 37.8%   |
| 債務對權益比率 <sup>(9)</sup>                 | 不適用         | 不適用   | 不適用   | 17.6%   |

附註：

- (1) 毛利率按年／期內毛利除以收益再乘以100%計算。有關我們毛利率的更多詳情，請參閱本節「綜合損益及其他全面收入表節選項目的描述－毛利及毛利率」各段。
- (2) 純利率按年／期內溢利除以收益再乘以100%計算。
- (3) 乃按非香港財務報告準則計量項下的經調整純利計算及不計及[編纂]的影響計算。
- (4) 權益回報率按年內溢利除以權益總額年末結餘再乘以100%計算。權益回報率不適用於2022年首四個月，因為其與按全年溢利計算的比率不具可比性。

---

## 財務資料

---

- (5) 資產總值回報率按年內溢利除以資產總值年末結餘再乘以100%計算。資產總值回報率不適用於2022年首四個月，因為其與按全年溢利計算的比率不具可比性。
- (6) 流動比率按相關財政年／期末流動資產除以流動負債計算。
- (7) 速動比率按相關財政年／期末流動資產減存貨除以流動負債計算。
- (8) 資產負債比率按相關財政年／期末債務總額除以權益總額再乘以100%計算。債務總額指於各年／期末，本集團所有計息銀行貸款、應付關聯方款項及租賃負債。
- (9) 債務對權益比率按於各年末的債務淨額（即於相關年末債務總額減現金及現金等價物）除以權益總額再乘以100%計算。於2019年、2020年及2021年12月31日，我們的現金及現金等價物高於我們的債務總額，因此債務對權益比率不適用於該等期間。

### 權益回報率

我們的權益回報率由2019財年的45.0%下降至2020財年的44.3%，乃主要由於與2019年相比，於2020年12月31日權益總額有所增加，部分被2020財年大幅增加的溢利（與2019財年相比）所抵銷。我們2021財年的權益回報率增加至47.2%，乃主要由於2021財年的溢利較2020財年有所增加。

### 資產總值回報率

我們的資產總值回報率由2019財年的33.1%下降至2020財年的29.5%，乃主要由於與2019年相比，於2020年12月31日資產總值的平均結餘有所增加，部分被2020財年大幅增加的溢利（與2019財年相比）所抵銷。我們的資產總值回報率進一步下降至2021財年的21.3%，乃主要由於我們的資產總值由2020年12月31日的人民幣154.3百萬元增加至2021年12月31日的人民幣235.1百萬元。

### 流動比率

我們的流動比率由2019年12月31日的3.3倍減少至2020年12月31日的2.3倍，乃主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣24.9百萬元，主要原因為在我們戰略性收購西安天泰後使(i)虛擬商品及服務交付服務及(ii)彩票相關系統及設備解決方案的銷售增加；及(ii)我們向虛擬商品採購及交付服務供應商支付的預付款項增加人民幣23.6百萬元，部分被(iii)銀行借款增加人民幣10.4百萬元及主要與虛擬商品客戶的按金人民幣2.9百萬元有關的其他應付款項及應計費用增加所抵銷。

---

## 財務資料

---

於2021年12月31日，因我們的流動負債增加151.9%，我們的流動比率下降至1.6倍，此乃主要由於2021年12月31日的貿易應付款項及應付關聯方款項較2020財年增加，部分被流動資產增加72.2%所抵銷。我們2022年4月30日的流動比率增加至1.7倍，乃主要由於我們的資產總值由2021年12月31日的人民幣200.2百萬元增加至2022年4月30日的人民幣223.2百萬元，主要是我們2022年4月30日的貿易應收款項增加所致。

### 速動比率

由於我們的庫存金額不重大，於2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年4月30日，我們的速動比率分別為3.3倍、2.2倍、1.5倍及1.7倍，整體而言與同期的流動比率波動一致。

### 資產負債比率

我們的資產負債比率由2019年12月31日的9.2%增加至2020年12月31日的14.8%，乃主要由於銀行借款於年內增加人民幣10.4百萬元，使得於各日期的債務總額增加，部分被同年的權益總額增加所抵銷。

我們的資產負債比率增加至2021年12月31日的46.1%，乃主要由於我們於2021年12月31日的應付關聯方款項及銀行借款較2020年12月31日有所增加，因此令我們的債務總額增加。我們的資產負債比率由2021年12月31日的46.1%減少至2022年4月30日的37.8%，乃主要由於我們的權益總額由2021年12月31日的人民幣105.9百萬元增加至2022年4月30日的人民幣125.7百萬元。

### 債務對權益比率

於2019年、2020年及2021年12月31日，我們的現金及現金等價物金額高於我們的債務總額，因此債務對權益比率不適用於該等財政年度。於2022年4月30日，我們的債務對權益比率為17.6%，乃主要由於我們的現金及現金等價物由2021年12月31日的人民幣61.5百萬元減少至2022年4月30日的人民幣25.4百萬元。

### 有關市場風險的定量及定性披露

我們面臨市場費率及價格變動帶來的市場風險，例如利率、信貸及流動資金。

有關我們所面臨的風險詳情載於會計師報告附註37，其全文載列於本文件附錄一。



---

## 財務資料

---

### 股息及股息政策

於往績記錄期內，本公司及其任何附屬公司並無建議、派付或宣派股息。

日後，宣派及派付任何股息須由董事會提出建議並經其酌情決定。此外，財政年度的任何末期股息將須經股東批准，惟所宣派股息不得超過董事會建議的金額。日後宣派或派付任何股息的決定及任何股息的金額將視乎多項因素而定，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們派付的現金股息及董事會可能認為相關的其他因素。我們並無固定派息率。概不保證本公司將能夠宣派或分派任何董事會計劃中的股息金額或一定能夠宣派或分派股息。過往的派息記錄未必能夠作為日後本公司可能宣派或派付的股息水平的參考或釐定基準。

### [編纂]

假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數)，[編纂]相關開支總額(包括[編纂]及其他[編纂]及費用)估計約為人民幣50.4百萬元，其中包括(i)[編纂]相關開支(包括[編纂]及相關開支)估計約為人民幣10.3百萬元；及(ii)[編纂]估計約為人民幣40.1百萬元，包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約人民幣16.9百萬元；及(b)其他費用及開支約人民幣23.2百萬元。於2020財年、2021財年及2022年首四個月，我們分別產生[編纂]約人民幣6.1百萬元、人民幣13.6百萬元及人民幣1.3百萬元。於往績記錄期後，估計合共約人民幣9.7百萬元將自本集團截至2022年12月31日止八個月的損益中扣除，而約人民幣19.7百萬元估計將直接歸屬於發行新股份並將於[編纂]後根據相關會計準則列賬為自權益中扣除。

### 可分派儲備

本公司為一家於2017年8月8日註冊成立的投資控股公司。於2022年4月30日，本公司並無可向股東分派的儲備。

---

## 財務資料

---

### 未經審核備考經調整綜合有形資產淨值

有關未經審核備考經調整綜合[編纂]，請參閱本文件附錄二。

### 近期發展及無重大不利變動

#### 有關互聯網信息安全的中國法律法規發展

於2021年11月14日，國家互聯網信息辦公室發佈《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》（「《網絡數據安全條例草案》」），當中規定（其中包括），被視為「數據處理者」的實體開展以下活動，應當申報網絡安全審查：(i)匯聚掌握大量關係國家安全、經濟發展、公共利益的數據資源的互聯網平台運營者實施合併、重組、分立，影響或者可能影響國家安全的；(ii)處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的；(iii)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；或(iv)其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動。更甚者，根據自2022年2月15日起生效的《網絡安全審查辦法》（「《審查辦法》」），掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。

在開展虛擬商品採購及交付業務時，我們將自我們的客戶取得終端用戶的個人信息，例如電話號碼及／或儲值卡號碼，以為相關賬戶充值。據我們的中國法律顧問表示，由於我們涉及存儲及刪除我們的虛擬商品採購及交付業務的終端用戶的數據，根據《網絡數據安全條例草案》，我們可能會被視為數據處理者。我們的中國法律顧問進一步表示，儘管我們可能被視為數據處理者，但我們不太可能被要求就擬議[編纂]進行網絡安全審查，原因為我們不屬於《網絡安全條例》項下須進行網絡安全審查的任何一種情形，因為(a)我們在業務運營中使用的平台並未開放供終端用戶或公眾使用，因此我們不屬於《網絡安全條例》項下的「互聯網平台運營者」的範圍；(b)由於《網絡安全條例》所指的「國外上市」指中國境外上市，故[編纂]不屬於《網絡安全條例》項下的「國外上市」；(c)我們進行的數據處理活動不太可能被視作會造成影響；及(d)根據於2022年3月31日與中共富陽區委網絡安全和信息化委員會辦公室（確認網絡安全相關事宜的主管部門）主任的會面，因為(i)於香港上市並非《網絡安全條例》項下的國外上市；(ii)本集團並非「互聯網平台運營者」；及(iii)[編纂]不大可能影響國家安全，故[編纂]將無須接受網絡安全審查。

---

## 財務資料

---

我們已制定了適當的內部程序以保障我們獲得的信息及數據，包括防止未經授權的訪問並定期審查系統安全及清理數據。有關詳情，請參閱本文件「業務－數據隱私及安全性」一節。於往績記錄期內及直至最後實際可行日期，我們概無涉及任何有關數據或個人資料洩漏、違反數據保護或隱私法律法規的重大事件，或任何有關數據隱私的調查、索償或法律訴訟。於網信辦會面期間，其亦確認本集團並無涉及任何與數據隱私及安全不合規有關的政府調查、處罰或糾正令。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為本集團在所有重大方面均符合或將能符合《網絡安全條例》（假設《網絡數據安全條例草案》以其當前形式實施）。

考慮到我們的業務性質及基於中國法律顧問的意見，我們的董事認為，假設《互聯網安全條例草案》以其當前形式實施，則[編纂]將不太可能進行網絡安全審查；且《網絡安全條例》將不會對我們的業務運營或[編纂]產生任何重大不利影響。有關詳情，請參閱本文件「監管概覽－第二部分監管法規摘要－II. 互聯網安全及隱私保護法規」。然而，於最後實際可行日期，《網絡數據安全條例草案》僅發佈供大眾提供意見，仍無法確定其實施條文及生效日期。有關上述監管變動的風險，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－倘我們或我們的供應商未能保障個人用戶的數據隱私，我們可能遭受罰款或其他監管懲罰」。

### 近期反彈的COVID-19疫情

於2022年上半年，中國多省出現大規模COVID-19爆發，包括傳染性極高的Omicron變種（「疫情反彈」）。為因應疫情反彈，中國當地政府實施包含封城、嚴格的出行限制、較嚴格的隔離措施及若干區域強制暫時停止業務營運等各種業務及社交活動限制。據艾瑞諮詢告知，疫情反彈已對中國宏觀經濟造成不利影響，而其進一步造成中國的推廣及廣告服務需求漸少。於2022年第一季度，從事線上廣告的企業數目及其相關支出均較2021年第四季度有所下降。

我們的業務營運亦於一定程度受疫情反彈影響。特別是，於2022年上半年，我們的部分客戶（尤其是位於受疫情反彈嚴重影響的省份及／或於該等省份經營業務的廣告投放服務及廣告分發服務的客戶）延遲結算貿易應收款項。特別是，我們的貿易應收款項結餘（未扣除預期信貸虧損撥備）由2021年12月31日的人民幣88.0百萬元增加至

---

## 財務資料

---

2022年4月30日的人民幣139.8百萬元，以及我們已逾期的貿易應收款項佔貿易應收款項總額的比例由2021年12月31日的11.6%增加至2022年4月30日的21.2%。儘管如此，我們一直就結算貿易應收款項與客戶積極聯繫。我們認為延遲結算貿易應收款項將不會對我們的長期業務營運造成重大不利影響，原因為據我們的董事所深知，(a)疫情反彈已自2022年6月起舒緩；(b)就客戶的未付款項而言，並無違約或壞賬；及(c)當地政府實施的限制措施減輕後，我們的部分客戶已於2022年6月開始償還未付款項。在我們於2022年4月30日的貿易應收款項人民幣139.8百萬元（未扣除預期信貸虧損撥備）中，客戶於2022年9月21日已結清人民幣119.3百萬元或85.3%。此外，由於當地政府實施出行限制，我們無法安裝、實施及／或提供與我們提供的系統及設備有關的培訓，因此我們的彩票相關軟件系統及設備項目進度亦出現延遲。例如，由於疫情反彈，上海省級福利彩票發行管理中心已暫停銷售彩票，從而影響我們在市場上的服務。另一方面，疫情反彈並無對我們可用的廣告位、虛擬商品及IT解決方案服務的供應造成重大影響或中斷。

儘管有上述疫情反彈的影響，但我們的收益並未受疫情反彈負面影響。根據本集團截至2022年7月31日止七個月的未經審核管理賬目，我們錄得整體收益較2021年同期增加約12.3%。該增加乃主要由於來自我們廣告投放及廣告分發服務以及虛擬商品採購及交付服務的收益增加。然而，倘中國進一步爆發COVID-19，我們的業務可能會受到不利影響。有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面對與自然災禍、健康疫症及其他公眾安全問題有關的風險」一節。

鑒於COVID-19疫情及疫情反彈的潛在影響，我們已實施若干相應措施以提升我們的業務營運及可持續性。為更好地管理我們的現金流量並確保充足的流動資金，我們一直與銀行聯絡以獲得額外的銀行融資。於2022年首四個月，我們已獲得總額為人民幣21.0百萬元的額外銀行融資。此外，我們一直致力於通過專注於毛利率較高的客戶並向客戶提供運營服務來提高廣告投放服務的盈利能力。我們亦一直通過視頻電話會議及其他線上溝通渠道來提高與客戶的溝通效率。

---

## 財務資料

---

董事認為，COVID-19疫情及疫情反彈將不會對本集團產生重大或持續不利影響，原因為(i)自疫情反彈及直至最後實際可行日期，我們的總部所在地杭州並無實施大規模封城；(ii)我們已實施遠程工作安排程序，以允許我們的員工在封城及隔離期間遠程使用我們的電子郵件及內部辦公自動化系統；(iii)我們的業務營運主要通過線上平台及線上溝通渠道進行，因此不會受到封城及／或工作場所關閉的重大影響；(iv)儘管經歷COVID-19疫情的爆發及復發，我們仍於往績記錄期實現了業務的可持續增長；及(v)我們已實施上述措施，以進一步提高我們在疫情期間的業務可持續性。我們將持續監控COVID-19疫情的發展，並持續評估對我們業務、經營業績及財務狀況的任何潛在影響。

### 無重大不利變動

我們的董事確認，自2022年4月30日（即我們最近期經審核賬目的編製日期及會計師報告所報告期間結束之日）直至本文件日期，我們的業務或財務或經營狀況並無發生任何重大不利變動，亦無發生任何對會計師報告中所列本集團綜合財務報表所載資料產生重大不利影響的事件。

### 上市規則規定的披露

我們的董事確認，於最後實際可行日期，彼等並不知悉[編纂]後將引致上市規則第13.13至13.19條項下的規定須作出披露的任何情況。