概　要

本概要旨在向　閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此屬概要，其並無載列可能對　閣下屬重要的一切資料。　閣下在決定投資[**編纂**]*前應閱讀本文件全文。任何投資均涉及風險。投資*[**編纂**]*的部分具體風險載於本文件「風險因素」一節。　閣下決定投資*[**編纂**]*前應細閱該節。於本概要內使用的各項表述於本文件「釋義」及「技術詞彙表」一節界定。*

業務概要

我們於中國提供整合營銷解決方案服務。我們的整合營銷解決方案服務由五類營銷服務組成，即(i)內容營銷；(ii) SaaS互動營銷；(iii)數字營銷；(iv)公關活動策劃；及(v)媒介廣告。內容營銷使用內容作為載體，將品牌客戶廣告整合至不同的活動及視頻，以達致營銷目的。其可分為兩大類：活動內容營銷及數字內容營銷。在活動內容營銷中，運動內容營銷依賴運動賽事作營銷用途，例如馬拉松及街舞。我們在提供活動內容營銷服務方面一直取得成功。

鑒於通過使用優質高效的SaaS營銷平台最大限度提升其線上私域流量價值的客戶需求日益增加，我們於二零一八年開始籌備擴展至SaaS互動營銷服務。通過持續進行開發工作，於二零二一年六月正式推出SaaS互動營銷平台－內容引擎。

透過整合營銷解決方案服務，我們可為客戶提供線上線下營銷解決方案服務，增強彼等的品牌及產品的認知度及人氣。我們的客戶包括多個廣受歡迎的知名品牌，我們已與其發展穩定的業務關係。於往績記錄期間，逾200名客戶委聘我們提供整合營銷解決方案服務，在快消品及鞋服行業取得突出成就。我們的客戶品牌包括(其中包括)：鴻星爾克、ABC Kids、韓后、立白、斐樂、金冠、361度、貴人鳥、盼盼、恒安、安井、華潤置地及萬科。

下圖概括我們整合營銷解決方案服務的業務模式：

我們的服務及項目

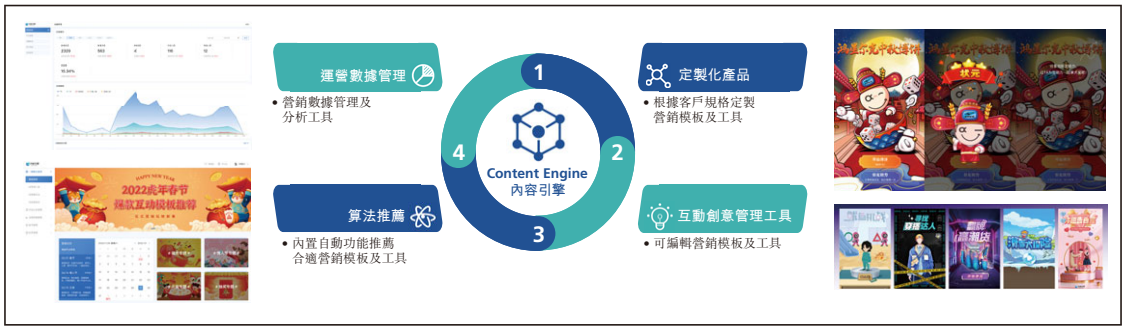
內容營銷

就內容營銷服務而言，我們向客戶提供機會贊助，以使用自有或第三方IP內容將品牌融入到活動及視頻中。內容營銷項目包括活動內容營銷項目及數字內容營銷項目，視乎主要核心內容載體模式而定。活動內容營銷項目主要依賴線下活動，如演唱會、馬拉松、時裝秀及其他活動，而數字內容營銷項目則主要依賴通過線上媒介呈現的連續劇、短視頻及小遊戲。我們物色來自第三方或由我們自行開發的合適的IP內容後，將準備贊助方案以向客戶做提案。倘我們接收到足夠信息表示其有興趣，我們將著手就營銷項目從IP內容供應商獲取營銷權執行我們自有IP內容。於往績記錄期間各期間，我們特別專注於內容營銷服務，其分別佔我們於二零一九年、二零二零年、二零二一年及二零二二年首四個月的總收益約63.7%、57.7%、53.2%及57.4%。

我們集強大的項目策劃、設計、運營與執行能力於一身。透過內容營銷項目，我們能協助品牌擁有人客戶提高營銷活動效能及品牌價值。我們部分最成功的內容營銷項目包括ABC Kids小馬星球、沙發音樂節及國際時尚週。

SaaS互動營銷

我們的內容引擎平台為客戶提供雲端營銷解決方案平台。我們的內容引擎將我們的核心互動內容營銷策略整合至數字標準化營銷模板，讓我們的客戶可以輕易利用該平台滿足其自身的營銷需要。平台旨在協助客戶通過與終端顧客的互動全面利用線上私域流量並從中變現，提高其終端顧客的回購率並實現業務增長。客戶可以利用我們的內容引擎平台創建定製的線上營銷內容，例如與現有終端顧客分享的互動小遊戲，而該等終端顧客可將有關內容發送予新的終端顧客。我們的客戶亦可透過於線下店鋪安裝的屏幕使用我們的定製線上營銷內容，從而與終端顧客互動。該等舉措均讓我們的客戶能夠有效取得新的終端顧客。下圖概述內容引擎平台的主要功能：



數字營銷、公關活動策劃及媒介廣告

就數字營銷及媒介廣告服務而言，我們利用線上媒介渠道(例如網易、微博、微信、優酷、關鍵意見領袖以及其他視頻及社交媒體平台等)或傳統廣告渠道(例如電視及戶外公共廣告資源)向客戶提供定製營銷及廣告策略。就公關活動策劃服務而言，我們提供包括活動策劃、活動推廣、活動設置及舉辦以及整體活動管理在內的綜合營銷服務。我們成功為客戶舉辦的部分活動包括產品發佈、節慶活動、年會及展銷會。

我們的客戶

我們的客戶包括知名品牌擁有人，主要來自中國快消品及鞋服行業，我們已與其維持良好關係。我們亦已與領先運動品牌公司建立強大的業務關係，在市場上亦廣受該等公司認可。根據弗若斯特沙利文報告，按二零二一年的收益計，全國十大運動品牌公司中有六間是我們的客戶。於往績記錄期間，我們獲超過200名客戶委聘提供整合營銷解決方案服務。於往績記錄期間各期間，分別約

26.6%、27.1%、37.3%及46.9%的收益來自我們的五大客戶。同期，我們的最大客戶分別貢獻收益約6.3%、6.3%、8.9%及11.4%。

我們的定價策略

我們根據所提供不同種類的營銷服務，採納不同的定價策略。就內容營銷、數字營銷、公關活動策劃及媒介廣告服務而言，我們主要採用成本加成定價模式。我們一般計及多項因素，包括預期參與人數、IP內容的受歡迎程度及成本、活動地點及內容營銷線上廣告的形式及持續時間，以及其他類型營銷服務的工作範圍、規模、用時及項目複雜程度、勞動力成本及媒介資源以及場地等因素，以釐定每個項目的價格。就SaaS互動營銷服務而言，我們為客戶提供不同的訂閱計劃，彼等可根據其營銷需要選擇適合的計劃，並向我們支付相關年度訂閱費。彼等亦可支付額外費用，在內容引擎平台上訂閱其他服務或要求定製化產品。我們參考類似服務的市價為SaaS互動營銷服務定價。

我們的供應商

我們的供應商包括(其中包括)IP內容供應商(即IP擁有人或IP運營方)、場地提供商、演出供應商、場地設置承包商、製作及材料供應商、線上及傳統媒介渠道或渠道代理商、設備租賃公司、雲服務器供應商、軟件開發商、H5開發商及數據智能解決方案供應商。於往績記錄期間各期間，採購總額中分別約37.0%、41.3%、49.1%及61.8%來自五大供應商。於相同期間，採購總額中分別約8.0%、9.8%、15.5%及14.9%來自最大供應商。

季節性

本集團的業務受季節性影響。我們一般於第四季度錄得較高銷售額及呈現增長勢頭，這是由於部分主要節假日(例如中秋節、國慶節、聖誕節)及知名數字平台銷售活動(例如雙十一、雙十二)均於第四季度舉行，而品牌擁有人會將其營銷推廣重點放在與該等節假日相關的銷售活動。根據弗若斯特沙利文的資料，這與受季節性影響的行業常態相符。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文報告，中國活動內容營銷服務市場於二零二一年高度分散。五大活動內容營銷服務公司只佔中國活動內容營銷服務市場約5.2%。於二零二一年，本集團錄得活動內容營銷服務收益為人民幣136.2百萬元，佔中國活動內容營銷服務市場總收益約0.5%。

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢有助我們取得成功：

- 我們集強大的項目策劃、設計、運營與執行能力於一身，以此助力客戶提高營銷活動效能及提升品牌價值；
- 我們具有整合「線上」及「線下」媒介渠道資源的優秀能力，能為客戶提供一條龍整合營銷解決方案服務，從而為客戶提升營銷活動的宣傳效果；
- 我們擁有多元化的客戶群，與大量客戶穩定合作，於運動品牌公司方面尤其成功；
- 我們憑藉整合營銷解決方案服務，擁有強大的IP內容運營及商業化能力；
- 我們由SaaS互動營銷平台(內容引擎)賦能，提供「內容+科技」一體化平台服務，設有可編輯營銷模板及工具，迎合不同客戶的需求；及
- 我們擁有高瞻遠矚、經驗豐富的管理團隊。

業務策略

我們計劃透過實施以下策略，進一步增加市場份額，並提升我們提供整合營銷解決方案服務的整體競爭力：

- 透過加強互動創意管理工具的多元性及質素、投資於數據分析能力及以新功能升級平台，擴展SaaS互動營銷業務；
- 擴大IP內容組合及擴大整合營銷解決方案業務；
- 擴大地域覆蓋範圍及擴大客戶群；及
- 通過尋求投資及收購機會進行擴大。

風險因素

我們的營運及[**編纂**]涉及若干風險。許多該等風險超出我們控制範圍，可分為(i)與業務及行業有關的風險；(ii)與在中國經營業務有關的風險；(iii)與[**編纂**]及股份有關的風險；及(iv)與本文件所載資料有關的風險。部分主要風險因素包括以下各項：

- 我們的業務可能繼續受到新冠肺炎疫情或任何自然災害的不利影響；
- 我們依靠來自快消品及鞋服行業的客戶，而該等行業的不利發展可能會影響我們；
- SaaS互動營銷服務的運營歷史尚短，我們難以預測SaaS互動營銷服務的前景及未來增長；
- 我們的毛利率於往績記錄期間出現波動，並可能於未來繼續波動；
- 業務取決於我們維持與客戶的現有業務往來的能力及吸引新客戶的能力，而我們一般不與客戶訂立長期業務合約；及
- 本集團於競爭激烈的行業運營，倘我們不能有效競爭，我們的業務可能會受到不利影響。

關鍵運營及財務資料

下表載列本集團於往績記錄期間的綜合財務資料，其摘錄自本文件附錄一會計師報告且應與其一併閱讀。

綜合損益及其他全面收益表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至四月三十日止四個月	
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二一年	二零二二年
	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	391,038	308,377	353,300	70,219	143,807
收益成本	(261,691)	(233,735)	(238,764)	(50,002)	(97,714)
毛利	129,347	74,642	114,536	20,217	46,093
除所得稅開支前溢利	98,595	36,944	79,368	6,040	19,089
所得稅開支	(18,571)	(5,160)	(14,627)	(1,299)	(3,829)
年／期內溢利	**80,024**	**31,784**	**64,741**	**4,741**	**15,260**

收益

於往績記錄期間，我們的收益來自提供整合營銷解決方案服務，包括(i)內容營銷服務；(ii) SaaS互動營銷服務；(iii)數字營銷服務；(iv)公關活動策劃服務；及(v)媒介廣告服務。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的所產生收益金額及佔總收益百分比明細：

	截至十二月三十一日止年度													截至四月三十日止四個月						
	二零一九年				二零二零年				二零二一年					二零二一年				二零二二年		
	收益		毛利	毛利率	收益		毛利	毛利率	收益		毛利	毛利率	收益		毛利	毛利率	收益		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*	*%*	*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)						
內容營銷	249,175	63.7	86,999	34.9	178,051	57.7	42,755	24.0	188,164	53.2	64,657	34.4	20,372	29.0	6,934	34.0	82,546	57.4	27,003	32.7
SaaS互動營銷	–	–	–	–	–	–	–	–	10,581	3.0	3,998	37.8	–	–	–	–	8,951	6.2	3,768	42.1
數字營銷	62,972	16.1	22,107	35.1	73,123	23.7	15,810	21.6	87,950	24.9	28,417	32.3	30,757	43.8	9,725	31.6	24,959	17.4	10,370	41.5
公關活動策劃	42,870	11.0	15,725	36.7	39,428	12.8	13,798	35.0	25,434	7.2	10,453	41.1	5,866	8.4	1,729	29.5	3,858	2.7	1,768	45.8
媒介廣告	36,021	9.2	4,516	12.5	17,775	5.8	2,279	12.8	41,171	11.7	7,011	17.0	13,224	18.8	1,829	13.8	23,493	16.3	3,184	13.6
總計	391,038	100.0	129,347	33.1	308,377	100.0	74,642	24.2	353,300	100.0	114,536	32.4	70,219	100.0	20,217	28.8	143,807	100.0	46,093	32.1

我們於二零二零年的收益較二零一九年有所下降，主要由於各項新冠肺炎相關社交距離限制措施導致對我們透過線下或傳統廣告渠道提供的服務造成重大影響，使我們的內容營銷服務、公關活動策劃服務及媒介廣告服務收益減少。我們的業務(包括內容營銷及媒介廣告項目)於二零二一年開始復甦，原因為我們的客戶增加其進行品牌與產品推廣及營銷的支出。我們的總收益由二零二一年首四個月的人民幣70.2百萬元增加人民幣73.6百萬元或約104.8%至二零二二年首四個月的人民幣143.8百萬元，主要由於內容營銷服務、媒介廣告服務及SaaS互動營銷服務收益增加，但部分被數字營銷服務及公關活動策劃服務收益減少所抵銷。內容營銷服務收益增加主要是由於在二零二二年首四個月完成五個活動內容營銷項目，我們從中合共獲得19項贊助，而在二零二一年首四個月完成了一個活動內容營銷項目，我們從中僅獲得3項贊助。媒介廣告服務收益增加主要是由於(i)公交廣告大幅增長，由二零二一年首四個月的人民幣1.1百萬元增加至二零二二年首四個月的人民幣4.5百萬元；(ii)於二零二二年首四個月，先前委聘我們提供公關活動策劃服務的客戶委聘我們透過媒介廣告服務推廣其品牌；及(iii)使用媒介廣告服務的部分現有客戶支出增加。我們亦於二零二二年首四個月錄得SaaS互動營銷服務(於二零二一年六月正式推出)收益人民幣9.0百萬元。

於二零一九年、二零二零年、二零二一年、二零二一年首四個月及二零二二年首四個月，我們的毛利分別為人民幣129.3百萬元、人民幣74.6百萬元、人民幣114.5百萬元、人民幣20.2百萬元及人民幣46.1百萬元，而我們於相同期間的毛利率分別約為33.1%、24.2%、32.4%、28.8%及32.1%。我們二零二零年的毛利率較二零一九年及二零二一年為低，主要由於新冠肺炎導致多個項目延期或取消，或客戶於我們就若干線上舉辦項目產生若干成本後削減該等項目的贊助所致。二零二零年延期或取消項目的合約金額約為人民幣110.2百萬元。與二零二一年首四個月相比，我們於二零二二年首四個月錄得較高毛利率，主要由於(i)來自內容營銷的收益大幅增加，其毛利率高於我們的平均毛利率；(ii)於二零二一年六月推出了毛利率相對較高的SaaS互動營銷服務；及(iii)來自數字營銷服務的毛利率上升，原因為我們終止與網易在上饒市的合作安排，該合作安排的盈利不及我們與網易在廈門市及漳州市的合作；及(iv)來自公關活動策劃服務的毛利率上升，原因為我們受聘於五個項目，主要負責設計、策劃及籌備推廣材料而不必產生高昂的製作及材料成本。

有關進一步資料，請參閱本文件「財務資料－綜合損益表主要組成部分」及「財務資料－審閱歷史經營業績」各節。

收益成本

我們的收益成本主要包括媒介廣告資源成本、製作成本、設備租賃成本、員工成本、SaaS成本以及其他成本。下表載列於所示期間按金額及佔總收益百分比劃分的收益成本主要組成部分：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月			
	二零一九年		二零二零年		二零二一年		二零二一年		二零二二年	
	人民幣		*人民幣*		*人民幣*		*人民幣*		*人民幣*	
	千元	*%*	*千元*	*%*	*千元*	*%*	*千元*	*%*	*千元*	*%*
							(未經審核)			
收益成本										
媒介廣告資源成本										
-IP內容供應商的營銷權	75,471	19.3	45,026	14.6	56,012	15.8	2,825	4.0	21,509	14.9
-向廣告媒介渠道或其代理獲取廣告資源的成本	99,948	25.6	105,543	34.2	121,834	34.5	34,030	48.5	49,425	34.4
-其他媒介技術及執行成本	2,208	0.6	7,026	2.3	5,993	1.7	1,995	2.8	4,543	3.2
小計	**177,627**	**45.4**	**157,595**	**51.1**	**183,840**	**52.0**	**38,850**	**55.3**	**75,477**	**52.5**
製作成本	66,850	17.1	58,281	18.9	35,235	10.0	9,043	12.9	13,851	9.6
設備租賃成本	4,458	1.1	5,705	1.9	2,909	0.8	160	0.2	253	0.2
員工成本	5,855	1.5	6,310	2.0	5,117	1.4	1,254	1.8	2,436	1.7
SaaS成本	–	–	–	–	6,241	1.8	–	–	5,032	3.5
其他成本	6,901	1.8	5,844	1.9	5,422	1.5	695	1.0	665	0.4
總計	**261,691**	**66.9**	**233,735**	**75.8**	**238,764**	**67.6**	**50,002**	**71.2**	**97,714**	**67.9**

媒介廣告資源成本佔我們收益成本的最大及主要部分，於二零一九年、二零二零年、二零二一年、二零二一年首四個月及二零二二年首四個月分別佔總收益約45.4%、51.1%、52.0%、55.3%及52.5%。整體而言，收益成本的波動大致依循收益的波動，亦取決於我們於各期間所提供營銷服務的種類及組合變動而定。

非香港財務報告準則財務計量

由於[**編纂**]開支屬非經常性質且與我們的經營表現無關，故董事認為通過撇除[**編纂**]開支的影響根據非香港財務報告準則財務計量呈列本集團的經調整純利，可更好地反映我們於往績記錄期間的經營表現。此外，管理層亦運用非香港財務報告準則財務計量評估我們的經營表現及制定業務計劃。我們認為，非香港財務報告準則財務計量向投資者提供有關核心業務運營的有用資料，彼等可使用有關資料評估經營業績及按與管理層採用者相同的方式瞭解我們的綜合經營業績。下表載列本集團於所示期間根據非香港財務報告準則財務計量的經調整純利與根據香港財務報告準則財務計量所編製純利的對賬：

	截至十二月三十一日止年度			截至四月三十日止四個月	
	二零一九年	**二零二零年**	**二零二一年**	**二零二一年**	**二零二二年**
	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)	
對賬					
年／期內溢利	80,024	31,784	64,741	4,741	15,260
加：[**編纂**]開支	–	–	8,655	–	5,404
經調整年／期內溢利（非香港財務報告準則計量）	80,024	31,784	73,396	4,741	20,664

儘管存在上述者，呈列非香港財務報告準則財務計量並非旨在單獨考慮或代替根據香港財務報告準則編製及呈列的財務資料。非香港財務報告準則財務計量作為分析工具存在局限性，我們的非香港財務報告準則財務計量可能有別於其他公司使用的非香港財務報告準則財務計量，故有關資料的可比性可能有限。我們建議投資者審閱整份財務資料。

流動資產淨值及資產淨值

下表載列於所示日期我們的流動資產、流動負債、流動資產淨值及資產淨值。

	於十二月三十一日			於二零二二年
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	四月三十日
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動資產	290,067	352,162	247,762	359,709
流動負債	(56,795)	(89,958)	(192,212)	(224,105)
流動資產淨值	233,272	262,204	55,550	135,604
資產淨值	243,555	275,852	153,509	239,519

我們的流動資產淨值由二零二零年十二月三十一日的人民幣262.2百萬元減少人民幣206.6百萬元至二零二一年十二月三十一日的人民幣55.6百萬元。該減少主要由於(i)短期銀行存款由二零二零年十二月三十一日的人民幣130.0百萬元減少至二零二一年十二月三十一日的零；及(ii)應付關聯方款項由二零二零年十二月三十一日的零增加至二零二一年十二月三十一日的人民幣130.3百萬元，為因業務轉讓而應付廈門多想及北京多想的款項。有關上述業務轉讓的款項於二零二二年一月三十一日結清。我們的流動資產淨值由二零二一年十二月三十一日的人民幣55.6百萬元增加人民幣80.0百萬元至二零二二年四月三十日的人民幣135.6百萬元，主要歸因於流動資產增加人民幣111.9百萬元，部分被流動負債增加人民幣31.9百萬元所抵銷。流動資產有所增加，主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣59.4百萬元，主要原因為我們部分客戶的業務及運營受到新冠肺炎的影響，延長了彼等向我們付款的時間，以及我們的收益於二零二二年首四個月隨業務增長而增加；(ii)應收關聯方款項增加人民幣26.6百萬元，指應收廈門多想的款項，原因為儘管業務轉讓已於二零二一年十二月一日完成，但若干客戶就我們向其提供的整合營銷解決方案服務繼續向廈門多想付款，而有關應收關聯方款項已於最後可行日期結清；及(iii)現金及現金等價物增加約人民幣36.5百萬元。另一方面，流動負債有所增加，主要指(i)借款增加人民幣78.5百萬元，主要由於來自第三方貸款協議的貸款、來自股東之一Asia One的貸款及銀行借款；(ii)可換股債券增加人民幣47.2百萬元，指於二零二二年一月發行[**編纂**]貸款的負債部分及換股權衍生工具；及(iii)貿易應付款項增加人民幣39.7百萬元，原因為收益增加，部分被應付關聯方款項減少人民幣130.3百萬元所抵銷，原因為償付有關業務轉讓的餘下代價。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－經選定資產負債表項目」一節。

現金流量

下表載列所示期間的綜合現金流量表以及現金及現金等價物結餘分析的簡明概要。有關其分析，請參閱本文件「財務資料－流動資金及資本來源－現金流量」一節。

	截至十二月三十一日止年度			截至四月三十日止四個月	
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二一年	二零二二年
	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)	
運營資金變動前的經營溢利	107,360	52,684	96,335	16,366	38,635
運營資金變動	(38,234)	(42,660)	(46,014)	(135,111)	(52,808)
已付稅項	(9,983)	(16,996)	(2,315)	(23)	(22)
經營活動所得／(所用)現金淨額	**59,143**	**(6,972)**	**48,006**	**(118,768)**	**(14,195)**
投資活動所得／(所用)現金淨額	**47,559**	**(104,713)**	**5,884**	**131,365**	**(8,558)**
融資活動(所用)／所得現金淨額	**(3,651)**	**39,996**	**(48,946)**	**40,582**	**59,336**
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	103,051	(71,689)	4,944	53,179	36,583
年／期初現金及現金等價物	13,881	116,932	45,243	45,243	50,187
匯率變動對現金及現金等價物的影響	–	–	–	–	(133)
年／期末現金及現金等價物	**116,932**	**45,243**	**50,187**	**98,422**	**86,637**

於二零二二年首四個月，經營活動所用現金淨額為人民幣14.2百萬元，主要反映除所得稅開支前溢利人民幣19.1百萬元；按以下各項作出調整：非現金項目，主要包括就貿易應收款項確認的減值虧損撥備淨額人民幣8.8百萬元，以及營運資金變動，主要包括貿易應收款項增加人民幣95.7百萬元，這主要由於我們部分客戶的業務及運營受到新冠肺炎的影響，延長了彼等向我們付款的時間，以及我們的收益於二零二二年首四個月隨業務增長而增加，惟該增幅部分被以下各項所抵銷：(i)於二零二一年開始的數個項目於二零二二年首四個月完成，使預付款項、按金及其他應收款項減少人民幣11.8百萬元；及(ii)收益增加，使貿易應付款項增加人民幣39.7百萬元。

於二零二一年，經營活動所得現金淨額為人民幣48.0百萬元，主要反映除所得稅開支前溢利人民幣79.4百萬元；主要按以下各項作出調整：(i)主要由於二零二一年就SaaS互動營銷服務收購IP及軟件著作權許可，使無形資產攤銷約人民幣6.5百萬元；(ii)合約負債增加約人民幣12.2百萬元，被預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣31.4百萬元所抵銷，全部與二零二一年的業務經營增長一致。

於二零二零年，經營活動所用現金淨額為人民幣7.0百萬元，主要反映除所得稅開支前溢利人民幣36.9百萬元；非現金項目主要就以下事項作出調整：由於新冠肺炎對客戶的影響導致貿易應收款項撥備增加，就貿易應收款項確認的減值虧損撥備淨額為人民幣11.5百萬元；並被就以下各項作出的負面調整所抵銷：(i)新冠肺炎的影響導致貿易應收款項的收款放緩，使貿易應收款項增加人民幣28.0百萬元；(ii)我們已預付款項予供應商的若干項目延期，使預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣10.3百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣17.0百萬元。

於二零一九年，經營活動所得現金淨額為人民幣59.1百萬元，主要反映除所得稅開支前溢利人民幣98.6百萬元；按以下各項作出負面調整：(i)業務增長加上收益增加，使貿易應收款項增加人民幣31.1百萬元；(ii)業務增長加上收益增加，使預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣6.5百萬元；及(iii)已付所得稅人民幣10.0百萬元。

我們預期加大及強化我們的信貸監控措施，如改善客戶管理、利用供應商提供的信貸期以減少預付款項金額及加大收款力度以減少應收賬款金額，從而改善我們的現金流量狀況。有關我們信貸監控措施的進一步詳情，請參閱「財務資料－經選定資產負債表項目－無形資產－貿易應收款項」一節。

主要財務比率

下表載列於所示日期或期間的若干主要財務比率。其分析請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」一節。

	於十二月三十一日或截至該日止年度			於二零二二年四月三十日或截至該日止四個月
	二零一九年	二零二零年	二零二一年	
股本回報率(1)	32.9%	11.5%	36.9%	不適用
總資產回報率(2)	21.4%	7.1%	16.1%	不適用
流動比率(倍)(3)	5.1	3.9	1.3	1.6
資產負債比率(4)	6.9%	19.6%	47.5%	35.7%
利息覆蓋率(倍)(5)	174.6	34.9	22.0	5.5
毛利率(6)	33.1%	24.2%	32.4%	32.1%
純利率(7)	20.5%	10.3%	18.3%	10.6%

附註：

(1) 於二零一九年、二零二零年及二零二一年，股本回報率按本公司擁有人應佔年內溢利除以各相關年度末本公司擁有人應佔權益總額再乘以100%計算。由於不可與年度數字比較，截至二零二二年四月三十日止四個月的股本回報率並無意義。

(2) 於二零一九年、二零二零年及二零二一年，總資產回報率按本公司擁有人應佔年內溢利除以各相關年度末總資產再乘以100%計算。由於不可與年度數字比較，截至二零二二年四月三十日止四個月的總資產回報率並無意義。

(3) 流動比率為於各相關年度／期間末的流動資產總值除以流動負債總額。

(4) 資產負債比率為總債務除以總資本加總債務。總債務按借款、租賃負債、可換股債券、應付關聯方款項及應付投資對象款項計算。資本包括本公司擁有人應佔權益。

(5) 利息覆蓋率為年／期內除財務成本及所得稅開支前溢利除以年／期內財務成本。

(6) 年／期內毛利率除以年／期內收益再乘以100%。

(7) 年／期內溢利除以年／期內收益再乘以100%。

控股股東

緊隨[**編纂**]及資本化發行完成後(假設[**編纂**]貸款並無轉換為股份以及[**編纂**]及根據購股權計劃可能授出的購股權並無獲行使)，劉先生及曲女士(連同其控制的實體)將共同組成上市規則所定義的一組控股股東，並將有權透過劉先生及曲女士控制的投資控股公司(即張家界多想、廈門夢想未來、Many Idea Liujianhui及Many Idea Qushuo)，行使緊隨[**編纂**]後本公司已發行股本總額合共[**編纂**]%的投票權。有關進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

[編纂]投資者

自本集團成立以來，我們已與相關[編纂]投資者訂立多輪融資協議。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及企業架構－[編纂]投資」一節。

里程碑

我們的歷史始於二零一二年廈門多想的成立，以進行公開活動策劃業務，並自當時起，我們由控股股東劉先生領導，彼為整合營銷解決方案服務及廣告業的資深人員。其後，我們擴展至數字營銷及媒介廣告，繼而進一步擴展至內容營銷。憑藉多年的整合營銷解決方案服務經驗，我們於二零二一年六月正式推出SaaS平台。

有關進一步詳情及我們的里程碑，請參閱本文件「歷史—概覽」及「歷史—業務里程碑」各節。

[編纂]統計數據

[編纂]數目　：　**[編纂]**

[編纂]　：　不超過每股**[編纂]**[**編纂**]港元，且預期不會低於每股**[編纂]**[**編纂**]港元(不包括經紀佣金、證監會交易徵費、香港聯交所交易費及財匯局交易徵費)

	基於[編纂][編纂]港元 *港元*	**基於[編纂][編纂]港元** *港元*
[編纂]（假設[編纂]貸款並無轉換為股份）(1)	**[編纂]**	**[編纂]**
[編纂]（假設[編纂]貸款轉換為股份）(2)	**[編纂]**	**[編纂]**
未經審核備考每股綜合有形資產淨值(3)	**[編纂]**	**[編纂]**

附註：

(1) **[編纂]**乃基於緊隨**[編纂]**及資本化發行完成後(假設**[編纂]**貸款並無轉換為股份以及**[編纂]**及根據購股權計劃可能授出的購股權並無獲行使)預期將發行**[編纂]**股股份計算。

(2) [**編纂**]乃基於緊隨[**編纂**]及資本化發行完成後(假設[**編纂**]貸款轉換為股份以及[**編纂**]及根據購股權計劃可能授出的購股權並無獲行使)預期將發行[**編纂**]股股份計算。

(3) 有關計算該數值的基準及假設，請參閱本文件附錄二。

[**編纂**]開支

董事估計，有關[**編纂**]的估計[**編纂**]開支總額(按我們[**編纂**]指示性價格範圍的中位數計算及假設[**編纂**]未獲行使，包括[**編纂**]佣金而不包括我們或須支付的任何酌情激勵費用)約為人民幣[**編纂**]百萬元，佔將自[**編纂**]收取的[**編纂**]總額約[**編纂**]%。於往績記錄期間，我們產生實際[**編纂**]開支約人民幣17.1百萬元，其中人民幣8.7百萬元及人民幣5.4百萬元已分別自我們二零二一年及二零二二年首四個月的綜合損益表扣除。我們預期產生進一步[**編纂**]開支約人民幣[**編纂**]百萬元，其中人民幣[**編纂**]百萬元及人民幣[**編纂**]百萬元將於我們成功[**編纂**]後於截至二零二二年十二月三十一日止年度分別在綜合損益表及權益扣除。

[**編纂**]用途

假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**]港元(即所述[**編纂**]範圍每股[**編纂**][**編纂**]港元至[**編纂**]港元的中位數)，經扣除[**編纂**]的[**編纂**]佣金及其他估計開支後，並假設[**編纂**]未獲行使，我們估計將收取[**編纂**][**編纂**]淨額約[**編纂**]港元。根據我們的策略，我們計劃將[**編纂**][**編纂**]按下文所載金額作以下用途：

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]港元用於研發及加強SaaS互動營銷平台；
- 約[**編纂**]%或[**編纂**]港元用於增加IP內容組合及拓展整合營銷解決方案業務；
- 約[**編纂**]%或[**編纂**]港元用於投資於擴大我們的地理範圍及擴大客戶群；
- 約[**編纂**]%或[**編纂**]港元用於尋求策略性合作、投資及收購；及
- 約[**編纂**]%或[**編纂**]港元用於運營資金及一般公司用途。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」一節。

股息及股息政策

本公司自其註冊成立以來並無宣派或派付股息，而我們亦無固定派息率。

我們支付的任何股息金額將由董事酌情決定，並將取決於我們未來的運營及盈利、開發渠道、整體財務狀況以及董事認為相關的其他因素。任何股息宣派及派付以及股息金額將受我們的章程文件及相關法律所限。除非從我們合法可分派溢利及儲備撥支，否則不得宣派或派付任何股息。

由於我們為根據開曼群島法例註冊成立的控股公司，宣派及派付股息的能力將取決於從附屬公司(特別是中國附屬公司)收取的股息金額(如有)。中國法律規定，股息只能由根據中國會計原則計算的純利中派付，中國會計原則許多方面與其他司法權區的公認會計原則(包括香港財務報告準則)不同。中國法律亦規定外商投資企業(如我們所有中國附屬公司)將其最少10%的純利預留作為法定公積金，該等法定公積金不得作為現金股息分派。如我們的附屬公司產生債務或虧損，或須遵守我們或附屬公司未來可能訂立的銀行信貸融資或其他協議中的任何限制性契約，附屬公司的分派亦可能受到限制。

新冠肺炎的影響

我們的業務運營在不同程度上受到新冠肺炎疫情影響。由於在新冠肺炎疫情期間中國實施全國性封鎖，我們若干項目暫時延期或取消。於二零二零年，我們分別有3個及15個內容營銷及公關活動策劃項目延期或取消。因此，我們於二零二零年的收益較二零一九年下降約21.1%。

為減輕該等負面影響，鑒於對利用線下活動及渠道營銷的各種隔離限制，我們一直調動內部資源推廣線上媒介渠道。因此，於二零二零年，我們自數字內容營銷項目及數字營銷服務產生的收益相比於二零一九年增加約199.4%及16.1%，而活動內容營銷項目產生的收益同期減少約42.8%。

儘管因新冠肺炎而多次實施的地方限制措施，導致於二零二一年十二月三十一日的5個活動內容營銷項目暫時延期，惟我們的業務(特別是內容營銷及媒介廣告服務)於二零二一年開始復甦。於二零二一年，內容營銷服務及媒介廣告服務所得收益較二零二零年分別上升約5.7%及131.6%。具體而言，在五個延期

項目中，四個已於二零二二年一月成功舉辦。然而，自二零二二年二月以來，中國新冠肺炎疫情重現，令我們的業務運營蒙上陰霾。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－新冠肺炎爆發的影響」、「財務資料－綜合損益表主要組成部分」、「財務資料－審閱歷史經營業績」及「風險因素－與業務及行業有關的風險－我們的業務可能繼續受到新冠肺炎疫情的不利影響」各節。

近期發展

財務表現

近期出現傳染性遠高於過往變體的兩種新冠肺炎病毒變體(Delta及Omicron病毒變體)呈報個案持續上升，令我們於新冠肺炎疫情下的業務運營蒙上陰霾。例如，由於當局採取隔離措施，我們北京辦事處及泉州辦事處的僱員須在家工作。我們的北京辦事處於二零二二年五月初至二零二二年五月底關閉，而我們的泉州辦事處自二零二二年三月中旬前後至二零二二年四月中旬關閉。於最後可行日期，我們的兩個辦事處均已重開並全面投入運作。自二零二二年一月一日至二零二二年六月三十日，我們二零二一年其中一個合約價值為人民幣7.5百萬元有關青少年運動賽事的活動內容營銷項目延期至二零二二年，並因新冠肺炎導致的地方限制措施而進一步推遲。該項目原計劃於河北省唐山市舉行，預期將推遲至二零二二年下半年。同期，我們亦有一個原計劃於福建省泉州市舉行合約價值為人民幣980,000元的公關活動策劃項目延期。預期該項目將推遲至二零二二年下半年。此外，我們有九個處於推銷及磋商階段的項目，有關客戶決定不會進一步簽訂合約並暫停該等項目。由於該等項目處於推銷及磋商階段，我們並無就該等項目產生大量成本。

根據我們截至二零二二年六月三十日止六個月的未經審核管理賬目，儘管新冠肺炎疫情對業務運營造成上述影響，但截至二零二二年六月三十日止六個月的收益較二零二一年同期有所增加，主要由於(i)二零二一年延期的五個內容營銷項目中有四個於二零二二年一月成功舉行，而兩個於二零二一年開始的活動內容營銷項目在二零二二年第一季度中國新一波新冠肺炎重現前已於二零二二年一月成功舉行及(ii)二零二一年六月成功推出SaaS互動營銷服務項下的內容引擎。我們預期中國最近的新冠肺炎呈報個案增加造成短暫影響，預期對我們的業務運營及財務表現不會造成長遠重大不利影響。

業務轉讓

作為重組一部分，於二零二一年十一月三十日，廈門多想及北京多想(作為轉讓人)與廈門即刻互動(作為承讓人)訂立業務轉讓協議，以轉讓廈門多想及北京多想進行的整合營銷解決方案服務業務(包括內容營銷、SaaS互動營銷、數字營銷、公關活動策劃及媒介廣告)所附權利、債務、責任、資產及負債，代價為人民幣370百萬元。業務轉讓於二零二一年十二月一日完成。

本集團為償付業務轉讓的代價，已於二零二二年一月與兩名獨立第三方安排人民幣101.3百萬元的過橋貸款。該等貸款的期限為6個月，(i)首三個月的利率為零；及(ii)餘下三個月的月息為2%。該等貸款全部為無抵押性質，於二零二二年一月三十一日已悉數提取。於最後可行日期，貸款已悉數償還。有關業務轉讓的詳情，請參閱本文件「歷史、重組及企業架構－4.2.就[**編纂**]而進行的重組－b.二零二一年十二月的業務轉讓」一節。

無重大不利變動

董事確認，自二零二二年四月三十日起直至本文件日期，(i)市場狀況或我們運營所在行業及環境概無出現對財務或運營狀況造成重大不利影響的重大不利變動；(ii)本集團的交易及財務狀況或前景概無發生重大不利變動；及(iii)概無發生會對本文件附錄一所載會計師報告所示資料產生重大不利影響的事件。