
業 務

概覽

我們是一家中國互聯網公司，為用戶提供音視頻直播娛樂及社交網絡服務。我們運營中國領先的在線娛樂直播平台之一。根據艾瑞諮詢報告，按2021年移動端及PC端的應用程序及網站以及微信小程序的月活躍用戶及月付費用戶以及移動端及PC端的月使用時間計，我們在中國在線娛樂直播平台中排名前二。根據同一資料來源，按2021年來自移動端及PC端的應用程序及網站以及微信小程序的收益計，我們在中國所有在線娛樂直播平台中排名第三，約佔中國娛樂直播平台收益總額的13.1%。

我們專注於在線社交娛樂領域，擁有從直播到一系列多元化的音視頻社交網絡產品及服務的業務組合。我們認為，我們已精心打造平台，以滿足中國及選定海外市場用戶的需求及興趣，尤其廣受Z世代用戶歡迎。截至2022年5月31日，我們有414.9百萬名註冊用戶，根據用戶提供的資料，截至2022年5月31日止五個月，Z世代用戶約佔花椒⁽¹⁾平均月活躍用戶的61.3%。於2019年、2020年及2021年以及截至2021年及2022年5月31日止五個月，花椒(奶糖除外)產生的收益分別為人民幣2,165.7百萬元、人民幣2,809.5百萬元、人民幣3,251.9百萬元、人民幣1,312.7百萬元及人民幣1,379.3百萬元，分別佔我們同期收益總額的76.5%、76.3%、70.7%、72.9%及66.1%。於2017年至2020年，我們連續入選「中國互聯網百強企業」，該獎項授予具有社會影響力、增長潛力及社會責任感的互聯網企業。

(1) 於本文件全文內，除另有說明外，花椒的經營業績包括於2019年5月推出的獨立語音產品奶糖(直至於2022年8月正式更名前稱為花吱)的經營業績。

業 務

我們不斷捕獲用戶需求及行業趨勢以完善我們的產品及服務。通過我們運營旗艦產品**花椒**及**六間房**⁽¹⁾積累的專業知識和經驗，我們成為娛樂直播體驗的熱門選擇。根據艾瑞諮詢調查，我們的**花椒**已成為娛樂直播平台中知名且備受歡迎的產品，超過67%的受訪者認為我們的品牌領先於其他娛樂直播平台。我們亦推出語音社交娛樂及網絡應用程序，並在社交探索、社交網絡及群聊等場景下投資或孵化多項特色社交網絡服務。截至最後實際可行日期，我們已推出的產品及服務，涵蓋移動端及PC端等多媒體渠道，擁有直播、短視頻及語音聊天等內容表達形式，具備大眾娛樂及社交網絡等服務特性，以此觸達並吸引廣泛的用戶群。



我們內容生態的活力對我們的成功至關重要。我們為新人主播提供機會，使其更為嫻熟且更受歡迎，和我們共同向專業化成長，轉變為紅人。在供應方面，我們與主播經紀公司合作，以獲得源源不斷的主播在我們的平台直播及表演。我們已建立的主播培養制度以發掘、培養及培訓主播，亦建立主播培訓及晉升、內容製作及審查的實施計劃。我們亦通過我們的品牌、職業晉升機會及有利的合作政策匯集眾多獨立主播。在需求方面，憑藉我們的技術能力，我們將用戶與相關的內容連接起來，使得我們的內容製作與用戶之間產生積極互動，構建良性循環。

我們打造了一個對優質內容有需求的在線用戶社區，在追求幸福、陪伴及滿足感的過程中培養社區的多樣性及包容性。我們認為我們提供令人滿意的用戶體驗，利用相關領域技術確保移動端及PC端的直播質量。我們利用AI視頻特效技術及3D引擎技術，為用戶提供參與感及沉浸感。我們亦應用數據處理及AI技術優化我們的營運，為

(1) 於本文件全文內，我們僅載入六間房自花椒－六間房合併完成起於2019年的經營業績（自2019年5月至12月）。

業 務

用戶提供定制服務以滿足用戶需求。憑藉我們提供的用戶體驗，以及我們以用戶為中心的反饋機制及客戶服務作為支撐，我們能有效留存用戶，截至2022年5月31日止五個月，*花椒*及*六間房*付費用戶留存率分別為72.2%及67.9%。

我們持續探索海外市場機會，推出以社交探索為核心的產品及服務。憑藉我們豐富的產品開發及運營經驗，我們已推出順應本地趨勢及文化元素的區域產品及服務，以滿足海外用戶需求。我們視頻社交網絡的海外社交網絡產品（包括*HOLLA*及*Monkey*）吸引越來越多的用戶，截至2021年12月31日及2022年5月31日的註冊用戶分別約為97.3百萬名及112.7百萬名。

於往績記錄期間，我們的收益實現強勁增長。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的收益分別為人民幣2,830.9百萬元、人民幣3,683.5百萬元、人民幣4,599.7百萬元、人民幣1,801.6百萬元及人民幣2,087.4百萬元。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的毛利分別為人民幣705.7百萬元、人民幣1,011.4百萬元、人民幣1,222.6百萬元、人民幣499.7百萬元及人民幣541.7百萬元，同期毛利率分別為24.9%、27.5%、26.6%、27.7%及26.0%。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的淨利潤／（虧損）分別為人民幣191.3百萬元、人民幣（1,524.7）百萬元、人民幣325.0百萬元、人民幣136.2百萬元及人民幣177.9百萬元。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的經調整淨利潤／（虧損）（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣210.6百萬元、人民幣（1,505.9）百萬元、人民幣430.6百萬元、人民幣156.2百萬元及人民幣194.0百萬元。詳情請參閱「財務資料－經營業績的主要組成部分－非國際財務報告準則計量」。我們於2020年的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）狀況主要是由於2020年就*花椒*－*六間房*合併產生的商譽確認減值虧損人民幣1,777.7百萬元的影响。有關詳情請參閱「財務資料－經營業績的主要組成部分－商譽減值虧損」。

競爭優勢

我們認為以下競爭優勢有助於我們的成功及令我們從競爭對手中脫穎而出。我們亦計劃發展可區分我們與同行的以下競爭優勢，進而保持我們的市場競爭力。

中國領先的在線娛樂直播平台之一

我們是一家中國互聯網公司，為用戶提供音視頻直播娛樂及社交網絡服務。我們運營中國領先的在線娛樂直播平台之一。根據艾瑞諮詢報告，按2021年移動端及PC端的應用程序及網站以及微信小程序的月活躍用戶及月付費用戶以及移動端及PC端的月

業 務

使用時間計，我們在中國在線娛樂直播平台中排名前二。根據同一資料來源，按2021年來自移動端及PC端的應用程序及網站以及微信小程序的收益計，我們在中國所有在線娛樂直播平台中排名第三，約佔中國娛樂直播平台收益總額的13.1%。

我們自開展業務以來確立了我們在市場上的領先地位。我們的旗艦產品六間房及花椒的起源分別追溯至2010年及2015年，二者產生市場號召力及品牌影響力。2019年的花椒－六間房合併讓我們透過在產品運營、活動策劃、內容創作、主播管理及監管合規等各個業務方面的經驗及資源交流及共享，整合移動端及PC端的優勢。例如，我們通過六間房獲得的豐富用戶交互運營體驗，大幅提升花椒內容及活動的多樣性。儘管品牌文化及用戶群存在差異，但運營經驗及資源的整合創造協同效應，提高整體用戶吸引力及參與度。截至2022年5月31日，花椒及六間房分別有221.2百萬名及80.9百萬名註冊用戶。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們的平均月活躍用戶分別為45.5百萬名、50.1百萬名、59.4百萬名及58.6百萬名。花椒的收益由2019年的人民幣2,165.7百萬元增加至2021年的人民幣3,469.2百萬元，複合年增長率為26.6%，並由截至2021年5月31日止五個月的人民幣1,360.5百萬元增長9.8%至截至2022年5月31日止五個月的人民幣1,493.2百萬元。花椒的毛利由2019年的人民幣423.2百萬元增加至2021年的人民幣823.7百萬元，複合年增長率為39.5%，並由截至2021年5月31日止五個月的人民幣343.2百萬元增加5.8%至截至2022年5月31日止五個月的人民幣363.0百萬元。六間房的收益由2020年的人民幣843.7百萬元增加19.5%至2021年的人民幣1,007.9百萬元，並由截至2021年5月31日止五個月的人民幣403.2百萬元增加30.9%至截至2022年5月31日止五個月的人民幣527.8百萬元。六間房的毛利由2020年的人民幣320.6百萬元增加7.0%至2021年的人民幣343.1百萬元，並由截至2021年5月31日止五個月的人民幣143.1百萬元增加3.1%至截至2022年5月31日止五個月的人民幣147.5百萬元。

我們的運營經驗亦促成一系列音視頻社交網絡產品及服務的推出，包括我們於2019年5月推出的語音應用程序奶糖。憑藉「耳朵經濟」的迅速發展，我們的音頻產品得到了快速發展。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的語音直播服務產生的收益分別為人民幣193.0百萬元、人民幣523.1百萬元、人民幣1,106.4百萬元、人民幣376.7百萬元及人民幣565.6百萬元，分別佔同期直播服務收益總額的6.8%、14.3%、24.7%、21.4%及28.0%。

業 務

我們培養獨立主播，製作優質內容，以樹立我們的品牌知名度，培養獨特社區文化，並吸引大量用戶。透過用戶參與我們的在線社區，我們在用戶中培養社區的多樣性及包容性，而這代表著重要的價值主張，讓我們的主播製作更多優質內容並吸引更多具有更大消費能力的用戶至我們的平台，從而形成正面的飛輪效應。

我們已證明我們有能力在競爭激烈的中國娛樂直播行業中維持長遠增長，而隨著平台對用戶時間和獨立主播的競爭更加激烈，而包括中國主要互聯網公司在內的新參與者陸續進入娛樂直播行業。在激烈的競爭背景下，我們能夠於2021年實現淨利潤狀況，而淨利潤率由截至2021年5月31日止五個月的7.6%增長至截至2022年5月31日止五個月的8.5%則證明我們能夠進一步提高盈利能力。

擴大優質內容生態

我們已打造不斷擴大的優質內容生態，藉此，我們向用戶傳遞實時娛樂。截至2022年5月31日，我們的內容庫涵蓋音樂、舞蹈、脫口秀、戶外活動及遊戲等14個主要內容類別以及40多個直播節日子類別。我們認為我們的類別令用戶能便利地找到喜愛的內容，提高用戶瀏覽體驗，幫助我們提高用戶留存。

我們已匯集一群主播，在我們的虛擬直播間及語音聊天室提供廣泛的演出，這構成我們優質內容組合的重要組成部分。我們重視與主播經紀公司合作，包括中國眾多有影響力的MCN。我們深入了解主播經紀公司的需求，並定制我們的管理工具及合作政策，以幫助與我們合作的主播經紀公司與我們一起成長。我們與中國大多數主要主播經紀公司保持穩定的合作關係，彼等希望為我們的平台提供人才及推薦優質用戶資源，並提高其管理的主播的發展及變現。我們認為與主播經紀公司的合作有利於我們平台優質內容的可持續供應，進而產生用戶流量。截至2022年5月31日止五個月，我們500名大主播中有467名與主播經紀公司有聯繫。我們藉此吸引新人主播到我們的平台並促進其成長以實現個人成就及職業發展。於2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們與主播及主播經紀公司的實際收益分成比例分別為67.1%及68.6%，根據艾瑞諮詢報告，高於行業平均水平及主要短視頻及直播平台的實際收益分成比例。我們認為我們具有競爭力的收益分成比例令我們能夠吸引新主播及主播經紀公司並增加現有主播及主播經紀公司對我們平台的黏性，從而有助於吸引新用戶及留存現有用戶。

業 務

我們已建立人才培養系統評估主播是否具有成為紅人的潛力，同時我們為個人主播及與主播經紀公司有關的主播定制我們的培訓及管理策略。我們為新人主播及新合作的主播經紀公司提供入職培訓支持，以促進優質內容的製作，使其能夠與我們一起在專業領域取得進步。例如，我們與*中國好聲音*及*世界小姐*等各類熱門綜藝節目合作舉辦在線競賽，並推薦合適主播參與電視劇及電影的選角。憑藉我們提供的職業晉升機會，我們讓更多人在我們的平台發現及展示自己的才華，為中國近一百萬年輕人創造額外生計來源。

透過與主播共同開發專業內容，我們致力促進主播增長。我們的專業內容開發團隊致力於為主播打造優質的官方在線節目，涵蓋綜藝節目、選秀節目及才藝表演等，令我們的優質內容生態更豐富。例如，由本集團自主開發的在線節目*戲精請就位*結合了角色扮演和遊戲互動。我們平台的六名主播飾演不同角色演繹宮鬥及言情等各類場景。本集團自主研發的另一款在線節目*閃耀新星*雲集了有潛力成長為我們平台熱門主播的新主播甚至娛樂圈的名人，令其在數輪才藝表演中互相競爭。彼等的表演由評委及用戶評審。本集團的自主研發在線節目亦包括*花落大贏家*（主播討論其對性格及人際關係的見解的在線節目）、*嗶嗶戰嗆嗆*（在線單口相聲及辯論節目）及*舞出極限*（主播表演不同文化風格舞蹈的在線節目）。我們相信，我們自主開發的在線節目可進一步支持我們的主播及合作主播經紀公司，以促進製作優質內容，並使彼等能夠與我們共同提升專業水平。

我們的內容分發系統可以向用戶即時推薦相關的內容。我們將內部專業編輯與AI算法相結合，為用戶匹配相關內容，從而有助於留存現有用戶、吸引新用戶並提高用戶參與度。此外，我們根據用戶興趣及內容質量打造AI賦能內容管理系統，具有廣泛的內容類別及標籤，使用戶可以輕鬆找到符合興趣的內容並與其他志同道合的用戶建立聯繫。我們亦選擇直播環節的精彩片段製作成短視頻，供反覆觀看及傳播，以提高收視率並豐富我們的內容庫。我們亦舉辦一系列線上及線下活動，例如在*花椒*舉辦「最美」系列及「巔峰」系列及在*六間房*舉行卡拉OK大賽，深化內容維度，增強主播影響力，並提高用戶參與度。此外，我們繼續把握市場趨勢，例如虛擬社交探索及婚禮服務，以滿足用戶對有意義的社交網絡機會的廣泛需求，尤其是在COVID-19疫情期間流動性受限之時。

業 務

我們幫助主播獲得更多粉絲並製作更多內容，這使我們能夠不斷擴展內容庫並深化人才庫。截至2022年5月31日，我們平台的註冊主播數目為11.0百萬名，截至2022年5月31日止五個月，每種產品每名活躍主播的日均直播時長超過240分鐘。

對優質內容有需求的活躍且忠誠的用戶社區

我們事事以用戶為先。憑藉我們優質的內容以及多元化的社交互動功能，我們已打造一個充滿活力的在線用戶社區。我們的用戶群及參與度繼續保持穩定增長。受到我們平台優質內容及互動功能的吸引，Z世代用戶成為我們的核心用戶群，根據用戶提供的資料，截至2022年5月31日止五個月分別佔花椒平均月活躍用戶及付費用戶約61.3%及59.3%。截至2022年5月31日止五個月，我們的平均月活躍用戶為58.6百萬名，且花椒及六間房付費用戶留存率分別為72.2%及67.9%。根據艾瑞諮詢報告，按2021年移動端及PC端的應用程序及網站以及微信小程序的月活躍用戶及月付費用戶計，我們於在線娛樂直播平台中排名前二。

我們已營造一個充滿活力的線上社區。多年來，用戶的積累亦增強用戶社區內的紐帶，有助我們獲取用戶。我們認為，Z世代用戶渴望透過有意義的互動來表達自我及陪伴，進行社交並獲得認同感。彼等當中眾多且越來越多的人亦有參與優質內容的創作、分享及推廣。因此，我們不僅透過優質內容滿足用戶個性化休閒娛樂需求，亦透過各種互動體驗滿足用戶對社交、陪伴、滿足及認同的渴望，形成相互聯繫的用戶社區。同時，用戶及主播自發地在彼等之間共同編織一個多邊社交關係網絡，使其成為彼等生活中不可或缺的一部分，以進一步提升用戶參與度及忠誠度。

我們盡一切努力吸引和留住我們平台上的價值用戶。我們成立了專屬社區花椒俱樂部，累計高額消費的用戶可享受補充性個性化服務，例如生日禮物、充值助手、專屬賬戶經理等。花椒俱樂部的會員資格是免費的，截至本文件日期，花椒俱樂部約有8,500名會員。花椒俱樂部由一支專門的內部服務團隊支持，該團隊致力於為花椒俱樂部會員提供卓越的用戶體驗。我們已為六間房實施類似的會員計劃，截至本文件日期，其約有4,500名會員。我們相信我們有能力與我們的價值用戶建立基於信任的關係，並增強該等用戶對我們平台的黏性。我們亦認為該等專屬社區幫助我們保持花椒

業 務

及六間房良好的每月平均每名付費用戶收益。於截至2022年5月31日止五個月，花椒及六間房的每月平均每名付費用戶收益分別為人民幣293元及人民幣580元。根據艾瑞諮詢調查，按觀看頻次計，我們在娛樂直播平台中排名前二。

我們珍惜每一位用戶的體驗。在我們以用戶為中心的反饋機制及客戶服務的指導下，我們努力提供超出彼等預期的用戶體驗，我們相信這會進一步提高用戶參與度及留存率。我們不斷根據用戶反饋改良產品設計及服務策略，以優化用戶體驗。為此，我們已制定月度產品反饋機制，讓產品設計團隊負責人與用戶溝通，以確保其反饋得到及時處理。此外，我們亦為用戶提供專業的客戶服務，團隊成員及時回應用戶需求，並確保所有需求都能得到滿意、及時的解決。

我們實行多品牌的用戶獲取方法，這使我們能夠提供可吸引廣泛用戶的社交娛樂及網絡產品及服務。我們亦推出語音產品奶糖，以佔領不斷增長的在線音頻社交娛樂市場。通過將相關的品牌定位到各用戶群，我們能夠接觸到更多的用戶。

我們培育的社交網絡體驗及社區氛圍激發用戶在我們的平台積極互動。作為回應，我們通過多元化的虛擬打賞選擇為用戶提供促進互動的機會。用戶可在我們的平台購買虛擬物品作為禮物贈送給彼等最喜歡的主播，以表達彼等的喜愛或支持，並與用戶互動或獲得同齡人認同。截至2022年5月31日，我們分別在花椒及六間房提供約970種及820種各類特效及價格的虛擬禮物，以滿足用戶動態的虛擬打賞及互動需求。隨著我們不斷升級虛擬打賞系統，我們能夠進一步提高用戶參與度及參與感，增強社區文化，並鞏固我們不斷壯大的用戶群基礎。

以豐富的海外運營能力為支撐，擴大全球佈局

我們積極尋求擴展至全球市場，原因為我們相信人們對社交娛樂的需求持久且普遍，超越所有文化及國界。憑藉我們的運營經驗，我們相信我們可推出社交網絡與娛樂產品及服務，為全球用戶社區服務。全球Z世代用戶擁有強烈的社交娛樂需求及專屬於彼等年齡層的多樣化偏好，傳統社交媒體產品尚不能完全應對，且由於不同文化及用戶習慣，不同地區（包括北美、歐洲、遠東及中東及北非地區）Z世代用戶的社交娛樂需求存在顯著差異，表明在各當地市場有創新社交網絡產品及服務的充足機遇。

業 務

我們的海外業務團隊在國際運營方面經驗豐富。受惠於彼等豐富的運營經驗及海外背景，我們了解目標市場的當地文化、價值觀及市場動態，讓我們能夠準確領會當地用戶偏好，並透過本土化策略設計定制化產品及服務。我們已推出多款專注於社交探索的產品及服務，如*HOLLA*及*Monkey*，迅速在各自的市場贏得讚譽。於2020年下半年，*Monkey*在按Apple之App Store劃分的美國自由社交網絡應用程序排行榜中位居前五。我們視頻社交網絡的海外產品（包括*HOLLA*及*Monkey*）吸引越來越多的用戶，截至2021年12月31日及2022年5月31日的註冊用戶分別約為97.3百萬名及112.7百萬名。來自海外產品的收益由截至2021年5月31日止五個月的人民幣35.6百萬元增加86.5%至截至2022年5月31日止五個月的人民幣66.4百萬元。

強大技術能力確保用戶體驗

我們強大的技術能力是我們提供用戶體驗的基礎。根據艾瑞諮詢報告，2016年，*花椒*成為直播行業第一個產業化應用H.265技術的平台，顯著提升屏幕畫質，降低網絡傳輸成本。我們的AI視頻特效技術亦讓我們提升用戶體驗。根據艾瑞諮詢報告，我們是全球第一個在直播中使用「萌顏」（一種實時面部濾鏡）的平台。我們亦開發內部虛擬背景功能、「愛心」、「點贊」等屏幕手勢特效識別功能、表情遷移功能，以及「手偶」及「比心」功能，以增強直播時段用戶與主播的互動及沉浸式體驗。關於我們的3D引擎技術，我們為每個用戶開發虛擬守護禮物、3D禮物及可定制的虛擬形象，讓彼等加深參與感及投入感，同時放大直播的樂趣。我們亦利用數據處理將用戶與其最喜愛的內容進行有效匹配。

我們緊跟前沿技術，與高校保持戰略合作夥伴關係，並就資源交流及共同開發與科技公司合作。我們亦尋求推進我們在虛擬現實領域的技術及其在我們業務運營中的潛在應用。我們重視創新並持續投資研發工作。為此，我們已組建一支研發團隊，截至2022年5月31日有254名成員。

富有遠見及經驗豐富的管理團隊

我們受惠於高級管理層團隊的遠見卓識及豐富經驗。我們的董事會主席周鴻禕先生是中國互聯網行業的先行者、著名的投資人及備受尊敬的企業家。彼於互聯網服務行業、信息安全及相關投資領域擁有卓越的往績記錄及豐富的經驗，為我們的運營提供指引。我們的行政總裁于丹女士在中國互聯網及科技行業擁有逾10年經驗。我們高級管理層團隊的大多數其他成員先前曾與知名互聯網公司合作，專注於相關在線社交

業 務

娛樂市場。彼等在技術、產品設計、業務運營及財務管理方面擁有專業知識及豐富的經驗，同時亦密切關注技術的研發趨勢及用戶需求的變化。

我們的管理團隊充滿熱情，具備深入的行業洞察力。我們有一個相對年輕的管理團隊，管理團隊的大多數成員在40歲以下，能敏銳地意識到年輕一代的興趣及需求。彼等堅定不移地堅持「用戶至上」的理念及「簡單而可靠」的企業文化，引導我們在這瞬息萬變的行業中前行。

增長策略

為進一步發展我們的業務，我們擬採取以下策略。

進一步擴充產品及服務，以觸達更多用戶及優化我們的生態

我們認為，移動網絡的普及使人們的社交娛樂需求多樣化。我們將繼續投資開發新的服務及功能，以滿足不同用戶群體的在線社交及娛樂需求，進一步推動用戶群增長。為此，我們計劃進一步強化人才培養系統，以招募、支持及培訓獨立主播，進一步提高內容質量及豐富我們的產品及服務。例如，我們計劃在未來兩至三年內成立由200名至220名員工組成的主播培訓團隊，向主播提供有關直播運營、內容創作、交流技巧及表演技能的培訓。我們亦計劃孵化兩至三個內部MCN，以培養潛在人才。此外，由於我們認為視頻社交娛樂產品具有巨大的變現潛力，尤其是在北美及歐洲等若干海外市場，我們致力於開拓具有良好在線娛樂環境及高增長潛力的精選海外市場。為此，我們計劃建立海外業務團隊，以支持我們的市場擴張及在蓬勃發展的社交娛樂直播行業中探索市場機會。我們將繼續根據當地文化、監管要求及用戶需求等因素定制產品及服務，實施多品牌策略，探索包括遊戲陪玩在內的多種社交娛樂形式，實現日後在該等海外市場持續增長。

此外，我們將繼續探索不同地區用戶的需求以及語音及視頻技術快速迭代帶來的機遇，這將使我們能夠不斷創新產品及服務，以涵蓋更廣泛的地區及用戶群。我們亦將利用品牌知名度及市場吸引力，透過市場營銷投入及品牌推廣吸引多元化用戶群以

業 務

增強品牌價值。我們會繼續將產品體系與日益多元化的用戶群相匹配，完善我們的社交娛樂生態，同時繼續滿足用戶需求並豐富彼等與我們的體驗。

進一步完善我們的內容生態及增強我們的核心競爭力

豐富多樣的優質內容生態是我們可持續發展的基石。我們認為，人們生活水平的提高將帶動社交娛樂內容消費升級。因此，我們將與更多的合作夥伴合作，以建立更完善的激勵機制及主播培養制度，為主播提供更多機會，激勵彼等製作更多優質內容，更高效地將內容交付予用戶。我們擬通過不斷推出創新產品來豐富內容庫，如語音社交網絡及探索產品以及遊戲陪玩產品。

經過多年的運營及發展，我們相信我們已培育高雅的社區文化，使我們從其他平台運營商中脫穎而出。我們亦旨在通過不斷推出對潛在用戶有吸引力的新功能及產品（如根據流行趨勢定制的專業內容、基於興趣的提要及內容推薦）來刺激用戶參與度的增長並提高用戶留存率。我們將繼續鞏固文化基礎並進一步完善內容生態。同時，我們將通過完善整體服務體系，不斷提高變現能力。

此外，我們將利用數據處理及AI技術不斷優化營運，提高向用戶推薦相關內容的能力及提高用戶參與度。我們將繼續發揮獨特行業優勢，協調現有行業資源，協助供應以大眾公共利益及扶貧以及其他慈善事業為特色的內容，以承擔更多的企業社會責任，擴大社會影響力。

進一步提升用戶體驗及忠誠度，實現更多元化的變現渠道

我們致力於將花房打造成具有互動性及吸引力的在線社交娛樂平台。我們將繼續開發多樣化的功能及互動方式，以提升用戶體驗及提高用戶參與度及忠誠度。由於我們的用戶及主播對優質社交娛樂內容有著共同追求，彼等透過我們平台的社交互動相互產生共鳴，形成跨越文化及地域界限的情感紐帶。

隨著用戶對我們培育的社區的認同感、歸屬感及沉浸感不斷增強，我們的生態自然會出現用戶需求，這將繼續創造充足的變現機會。我們將進一步擴大產品及服務，加強及完善營運，增加及豐富我們的變現來源，並優化我們現有產品的功能。我們亦

業 務

將通過各種付費產品及服務吸引用戶，以提高付費用戶數量，並提升我們的變現能力，同時我們繼續增強用戶的參與感及認同感。

進一步提高我們的技術能力

我們將繼續投資於技術，以更好地服務用戶並保持我們的競爭優勢。我們將繼續加強我們運營各個主要方面的技術能力，包括定制內容推薦以及內容及數據分析，以改善用戶體驗並提高用戶參與度。我們亦將利用新技術確保定向觸及用戶群，幫助專業主播創造更多收入，幫助新人主播克服取得成功的障礙。

此外，我們將進一步利用數據處理及AI技術優化營運，我們從而能發掘更多高潛力主播，將彼等與我們的用戶進行匹配，並繼續改進我們的AI內容篩選及審查流程，以確保內容質量及監管合規。我們亦將應用該等技術向用戶及業務夥伴提供更多定制化的產品及服務。

再者，我們將繼續與高校及科技公司保持戰略合作夥伴關係，以進一步提高我們的技術能力。我們將繼續透過內部研究及第三方協作，探索構建虛擬世界所需的前沿技術，並提升多終端內容呈現能力，讓用戶實時享受更沉浸及多樣化的社交體驗。

透過選擇性投資及收購進一步擴展我們的業務

我們將選擇性地尋求戰略聯盟、投資及收購，以補充及改善我們當前的業務，擴大我們的用戶群並拓寬我們的產品及服務。此外，我們將尋求與業務夥伴合作，以完善我們的生態、增強我們的用戶體驗及提高我們的技術能力，我們從而能為用戶提供更多樣化、更優質的產品及服務。再者，我們將在若干具有高增長潛力的新興市場尋求潛在擴張機會。在選擇潛在投資目標時，我們將考慮多項標準，包括(1)其與我們業務的協同效應或互補作用，(2)與我們現有業務相關的技術研發能力，如3D引擎及增強現實，(3)位於或毗鄰我們的目標市場，(4)過往經營業績及增長潛力，(5)財務表現，及(6)管理層團隊背景。具體而言，我們主要考慮投資滿足我們投資標準並與我們現有業

業 務

務互補的擁有50名至100名僱員的新興公司。在考慮潛在收購目標時，除上述標準外，我們亦將要求有關收購目標達到不低於人民幣200百萬元的年收益。我們相信，透過橫向或縱向合作或收購，我們可進一步鞏固市場領導地位，並在我們選擇進入的新市場或領域取得成功。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何目標，亦未就任何戰略投資及收購訂立任何具約束力的承諾。

我們的平台

我們通過旗艦產品*花椒*及*六間房*提供直播娛樂及音視頻社交網絡服務。我們亦通過HOLLA集團旗下海外社交娛樂及網絡產品提供社交探索及視頻聊天室服務。我們的平台令用戶能夠在網絡空間與最喜愛的主播及其他志同道合的人互動，因此其能夠與其他用戶一起聊天、唱歌、玩耍及互聯。

花椒

*花椒*為於2015年5月推出的移動端旗艦產品，通過直播時段提供的互動娛樂體驗，為立志展示才華及分享技能、經驗及生活方式的人提供一個舞台。

用戶可輕鬆使用我們的直播功能觀看、關注及探索其感興趣的內容，並與主播及其他用戶實時聊天。該互動氛圍及以用戶為中心的反饋機制為用戶創建一個開放的社區，其可通過虛擬禮物打賞、實時聊天及評論等多種功能與其喜愛的主播及同喜好的用戶互動。

憑藉迅速發展的「耳朵經濟」，我們自2018年起亦在*花椒*上推出了語音直播、播客、音樂及脫口秀等多項音頻內容。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們自*花椒*的語音直播產品產生的收益分別為人民幣193.0百萬元、人民幣506.7百萬元、人民幣889.1百萬元、人民幣328.9百萬元及人民幣451.7百萬元。

截至2022年5月31日，*花椒*的註冊用戶數量達約221.2百萬名。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，*花椒*的平均月活躍用戶分別為23.6百萬名、27.4百萬名、29.9百萬名及30.6百萬名，而*花椒*的平均月付費用戶分別約為802,000名、742,000名、935,000名及1.0百萬名。截至2022年5月31日，*花椒*擁有註冊主播約10.4百萬名，而截至2022年5月31日止五個月擁有約178,000名平均月活躍主播。

奶糖

與即時視頻互動不同，音頻直播無需主播在互聯網上露臉，在現實生活中提供更大的隱私保護，防止身份洩露，為一些主播帶來更小壓力的直播體驗。音頻直播的性質減輕了隱私擔憂，這有助擴大我們的音頻產品主播人才庫。此外，因為聲音是音頻產品主要可感知的身份特質且可被變聲軟件輕易改變，用戶可以在不同的場景中創建單獨的

業 務

角色，與視頻直播相比，這創造了神秘感並有助激發觀眾的想象力。與一般有一名主播主導直播時段的視頻直播不同，音頻直播在直播時段往往需要多名主播，鼓勵參與者之間更積極互動。另外，音頻直播可以讓用戶在更廣泛的應用場景中有效利用碎片時間並享受娛樂，例如智能可穿戴設備、智能家居設備及車載設備，因為用戶可與主播連線並在任何時間聽到音頻內容，而無需緊盯屏幕。這種新的互動模式顛覆了傳統的視頻社交互動，在Z世代用戶中越來越受歡迎。藉助花椒所提供的音頻內容的超高人氣，我們於2019年5月推出語音產品*奶糖*（直至於2022年8月正式更名前稱為*花叢*），旨在佔領不斷增長的在線音頻社交娛樂市場。*奶糖*可使用戶創建、編輯、存儲及分享音頻內容以展示其嗓音優勢。*奶糖*主要提供群組語音聊天室及其他音頻內容，如播客以及涵蓋多類話題（包括生活方式、音樂電台及虛擬偶像表演）的語音直播。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們自*奶糖*產生的收益分別為零、人民幣16.4百萬元、人民幣217.3百萬元、人民幣47.8百萬元及人民幣113.9百萬元，分別佔同期花椒產生的收益的零、0.6%、6.3%、3.5%及7.6%。

鑒於花椒音頻內容的流行，我們最初利用與花椒大致相同的相關技術及產品開發理念開發了*奶糖*。*奶糖*自推出後一直由花椒的同一高級管理層團隊管理。由於*奶糖*及花椒音頻內容的業務相似，且就收益及經營規模而言，*奶糖*的規模相對較小，因此我們將*奶糖*的經營及財務業績計入花椒的經營及財務業績。*奶糖*及花椒音頻內容提供大致相同的語音直播功能。然而，我們認為該等兩個產品彼此並不構成直接競爭，主要由於彼等針對不同的用戶群。具體而言，作為一款不包括任何視頻直播內容的語音產品，*奶糖*主要針對對音頻內容有強烈需求或對於任何時間聽到音頻內容而無需緊盯屏幕感興趣的用戶群。花椒作為一款音視頻直播產品，主要向其用戶提供視頻內容，乃針對對視頻直播感興趣的用戶群。花椒向其用戶提供音頻內容主要是作為產品延伸，以不時滿足其用戶對另一種互動模式的需求。因此，我們預計該等兩個產品可相互補充並擴大我們語音直播的整體用戶群。

業 務

下圖載列花椒的主要功能：



六間房

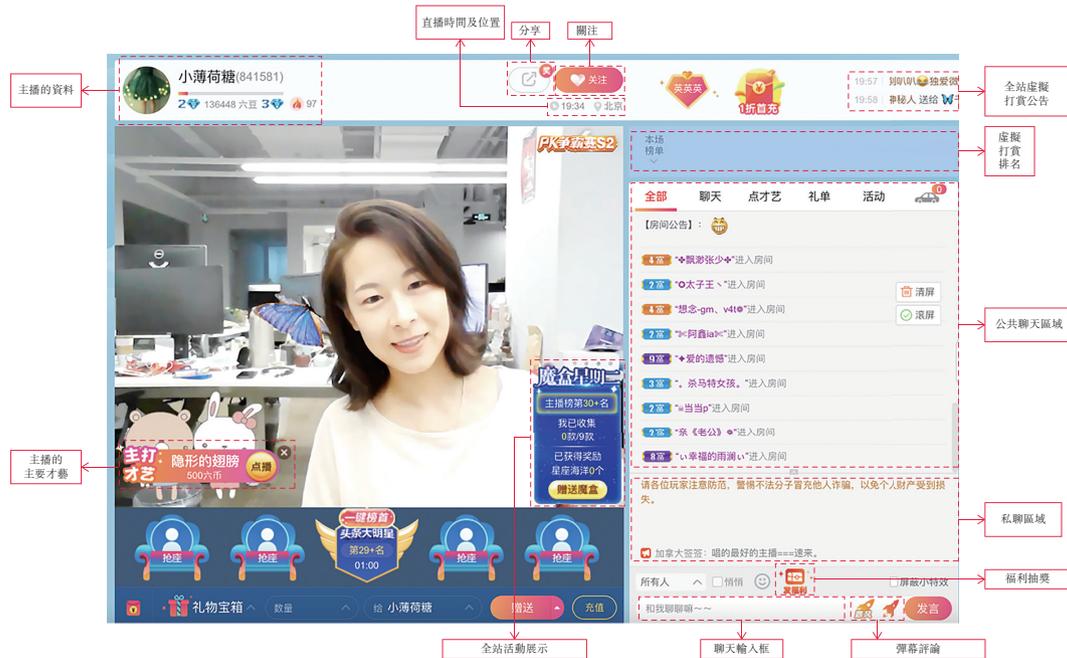
六間房是我們的PC端旗艦產品，並擁有自己的移動應用程序，即六間房直播、石榴直播及花房直播，使用戶能夠通過手機獲取六間房提供的內容。六間房具有逾10年的運營歷史，根據艾瑞諮詢報告，其為中國最早的直播產品之一。2019年的花椒－六間房合併使我們能夠利用六間房的媒體及運營經驗，使我們的服務類型多樣化及為用戶創造沉浸體驗。此外，利用花椒運營移動端直播產品的豐富經驗，六間房推出若干移動端應用程序以觸達更廣闊的用戶群。

主播可在六間房組成直播組及粉絲群，在卡拉OK及舞蹈比賽、辯論及遊戲中相互競爭，營造具競爭性的氛圍，鼓勵用戶參與。PC端主播更可能吸引大量參與度高的忠實用戶，並與其粉絲組成緊密團體。我們認為六間房的競爭功能幫助我們吸引高參與度的用戶群。截至2022年5月31日，六間房累計註冊主播0.5百萬名及註冊用戶80.9

業 務

百萬名。於2021年，六間房超過三分之一的付費用戶已使用六間房超過三年之久。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，六間房的平均月活躍用戶分別為21.9百萬名、22.7百萬名、24.6百萬名及23.3百萬名，而六間房的平均月付費用戶分別為121,000名、166,000名、175,000名及182,000名。

下圖載列六間房的主要功能：



平台的主要互動功能

我們的PC端的特色為聊天界面較大，其顯示比我們的移動應用程序更多的主播及用戶聊天內容。我們的移動應用程序具備語音聊天功能，聊天輸入快捷，可令用戶在不遮擋直播界面的情況下進行聊天。此外，我們PC端的主要目標用戶為直播觀看時間相對較長的用戶。根據艾瑞諮詢報告，傾向使用PC（可提供更好觀看體驗）觀看直播的用戶通常觀看時間較長。

虛擬打賞

直播的同步性及交互性使用戶能夠通過參與直播共同體驗並沉浸其中。雖然有許多有趣及娛樂方式供彼等參與直播，但用戶購買直播平台提供的虛擬物品並作為禮物送給主播亦屬常見，以表達對主播的喜愛或支持，同時贏得其他同喜好用戶的認可。我們所有的產品（包括我們的音頻產品）均具有虛擬打賞功能，使觀眾可以使用用戶代幣購買虛擬物品。此等虛擬禮物模仿從鮮花到遊艇及火箭等現實生活中的貨品及奢侈品，以區分其稀有性及價值。此等虛擬禮物以特殊的視覺及／或聲音效果出現在直

業 務

播間的屏幕上，使打賞具有表演性及娛樂性。我們按不同價位在平台上提供該等虛擬物品。截至最後實際可行日期，我們平台虛擬物品的價格介乎人民幣0.05元至人民幣3,000元。價格較低的虛擬物品選擇，讓不同消費能力的用戶更容易表示讚賞，並幫助其熟悉虛擬打賞功能。打賞將來自主播的單向輸入變為主播與眾多用戶的雙向交互。一名用戶的打賞會娛樂同直播間同喜好的用戶，並吸引彼等一起打賞或表演。我們經常發佈與時事及流行文化趨勢相關的虛擬物品以增強其娛樂價值。

除可在直播期間隨時打賞的虛擬物品外，我們亦為用戶提供展示彼等對主播的支持並透過我們的虛擬守護系統贏得同喜好用戶認可的機會，虛擬守護系統提供於特定時間段專門陪伴主播的虛擬形象。我們亦將遊戲元素融入虛擬守護系統，例如可以通過虛擬物品提升戰鬥力的虛擬形象，以及因成功完成各種戰鬥任務獎勵身份及特效的任務機制。用戶亦可使用虛擬形象與其他已經成為主播守護者的用戶競爭。獲勝的虛擬形象將顯示在屏幕上，並在特定時間段內專門陪伴主播，有關時間可通過更多虛擬打賞予以延長。我們認為虛擬守護系統的專屬地位及競爭元素有助於提高用戶參與度及彼等為虛擬物品付費的意願。

下圖載列我們的若干虛擬物品：

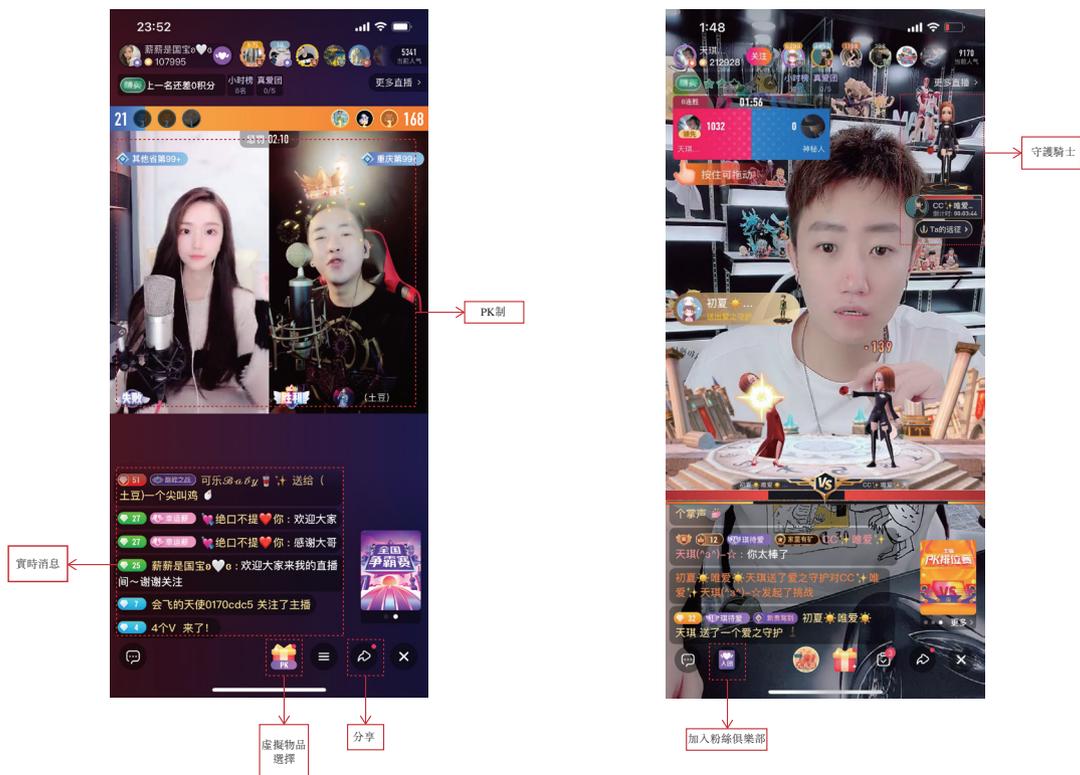


業 務

PK制

我們提供即時PK功能，使主播能連接其直播間及於種類豐富的遊戲中相互競爭，如卡拉OK比賽、脫口秀及辯論。於時段結束時按總值計獲得更多虛擬物品的主播將於PK對戰中獲勝，而敗北的主播將接受PK懲罰（如惡搞特效），以提高PK的娛樂價值。我們認為，由於用戶於PK對戰期間傾向於與主播及同喜好的用戶積極互動，PK對戰引發的競爭環境鼓勵用戶參與並進行虛擬打賞。PK功能於競爭環境中為主播提供向用戶展示才華及表演的機會，進一步鼓勵其製作優質內容，以贏得觀眾的支持並擴大其粉絲群。新人主播亦可與經驗更豐富及更成熟的主播PK，以從用戶流量及名氣中獲益，從而其可以更具成本效益的方式培養自身粉絲群。

下圖載列我們的PK功能：



動態、評論及點贊

我們提供其他在線互動功能，幫助吸引用戶至平台並促進用戶在我們的平台互動（主要圍繞直播及音視頻內容），其中用戶可分享同類興趣並實時聯繫彼此。我們亦提供一系列具針對性的互動功能，如點贊、用戶及主播動態、粉絲俱樂部及評論，以使用戶及主播可通過隨時隨地彼此互動形成充滿活力及參與感的社群。例如，用戶可通過發送「愛心」或「點贊」支持特定內容或主播，或在動態與他人分享有趣或有用的內容。用戶可對同喜好的用戶的帖文留下評論，以分享彼等的反應並與其他有同類興趣

業 務

及需求的用戶交流。同樣地，主播可設置自身的粉絲俱樂部頁面並定期提供生活最新動態，通過回覆粉絲評論與粉絲互動。按月／按年訂閱的同一主播的粉絲可加入該名特定主播的粉絲俱樂部。粉絲俱樂部內的會員可與彼此及主播互動，並享有（其中包括）會員專屬名牌、專屬虛擬物品、會員等級等。我們的海外社交網絡產品不具備有關粉絲俱樂部功能。我們認為該等互動功能有助於提供令人愉悅的用戶體驗，培養活躍的社區並鼓勵用戶在我們的平台花費更多時間。

多人直播

多人直播功能可支持多位直播主播在同一直播間進行直播並進行互動及社交，為用戶提供更具娛樂性及多樣化的優質內容，如小組討論、辯論、小組表演及才藝比賽。

海外社交網絡產品

我們經驗豐富的海外業務團隊已在北美、歐洲、遠東、中東及北非地區運營HOLLA集團旗下的多款國際社交網絡產品。具體而言，於遠東和中東及北非地區的國家中，我們海外社交網絡產品的主要目標用戶位於印尼及沙特阿拉伯。截至最後實際可行日期，我們運營HOLLA集團旗下多款社交網絡產品，主要包括HOLLA、Omega、Camsea及Monkey，彼等提供社交探索及音視頻聊天服務，讓用戶結識新朋友。我們的社交網絡產品專注於探索海外市場的社交需求。例如，HOLLA是一款主要面向北美及歐洲市場的具有即時音視頻聊天配對功能的移動應用程序，可讓用戶通過短視頻或音頻推薦與同喜好的用戶聊天。倘用戶有興趣保持聯繫，他們可成為朋友並於未來進行聊天或互動。同樣，Camsea及Monkey均為主要面向北美及歐洲市場的社交網絡產品。我們亦推出Omega等其他主要面向東南亞及中東及北非地區市場的視頻社交網絡產品，可讓用戶結識新朋友並創建社區。所有該等海外社交網絡產品均聚焦於社交探索、視頻聊天及音頻陪伴，並通過視頻聊天室將用戶與其他用戶配對，讓志趣相投的用戶發現及發展良好的關係，幫助用戶結識潛在朋友。例如，在HOLLA中，用戶可隨機與其他用戶或主播配對，用戶可就此付費選擇設置其配對標準，但不可隨

業 務

意選擇與主播配對。倘用戶想與之前隨機配對且聊過天的指定主播聊天，我們會按聊天時長向用戶收費。就我們的海外社交網絡產品而言，我們僅自主播經紀公司聘請主播。一般而言，該等主播位於海外，不同於我們直播產品的主播，其大多數位於中國。

我們部署HOLLA集團的本地運營團隊，藉以了解當地市場及用戶的需求並保持我們對當地情況的敏感度。我們的本地運營團隊與當地第三方機構及服務提供商合作，以擴展我們的海外業務運營。儘管我們的研發團隊及行政部門主要位於中國，但我們的核心管理團隊會不時造訪我們有實質經營業務的國家，以加強彼等對該等國家用戶需求的了解。

截至2022年5月31日，我們的海外社交網絡產品有註冊用戶約112.7百萬名。截至2022年5月31日止五個月，我們海外社交網絡產品的平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別約為4.6百萬名及354,000名。

主要經營指標

下表載列於所示期間及截至所示日期我們平台的主要經營指標。

| | 截至12月31日／截至該日止年度 | | | 截至5月31日／ 截至該日止五個月 | |
|--------------------|------------------|---------|---------|----------------------|---------|
| | 2019年* | 2020年 | 2021年 | 2021年 | 2022年 |
| 累計註冊用戶(千名) | | | | | |
| 花椒** | 175,939 | 195,968 | 214,971 | 204,676 | 221,223 |
| 六間房 | 68,587 | 73,468 | 78,858 | 75,941 | 80,897 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 97,288 | 73,941 | 112,744 |
| 本集團 | 244,526 | 269,436 | 391,117 | 354,558 | 414,864 |
| 用戶增量(千名) | | | | | |
| 花椒** | 19,945 | 20,029 | 19,004 | 8,708 | 6,252 |
| 六間房 | 68,587 | 4,881 | 5,390 | 2,473 | 2,039 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 97,288 | 73,941 | 15,455 |
| 本集團 | 88,532 | 24,910 | 121,682 | 85,122 | 23,746 |
| 平均月活躍用戶(千名) | | | | | |
| 花椒** | 23,604 | 27,379 | 29,878 | 29,247 | 30,626 |
| 六間房 | 21,908 | 22,709 | 24,619 | 24,724 | 23,345 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 4,936 | 5,034 | 4,601 |
| 本集團 | 45,512 | 50,088 | 59,433 | 59,005 | 58,571 |

業 務

| | 截至12月31日／截至該日止年度 | | | 截至5月31日／ 截至該日止五個月 | |
|---------------|------------------|-------|-------|----------------------|-------|
| | 2019年* | 2020年 | 2021年 | 2021年 | 2022年 |
| | 平均月付費用戶(千名) | | | | |
| 花椒** | 802 | 742 | 935 | 911 | 1,018 |
| 六間房 | 121 | 166 | 175 | 176 | 182 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 290 | 186 | 354 |
| 本集團 | 923 | 908 | 1,400 | 1,274 | 1,555 |
| 每月平均每名付費用戶 | | | | | |
| 收益(人民幣元) | | | | | |
| 花椒** | 273 | 350 | 310 | 298 | 293 |
| 六間房 | 682 | 436 | 482 | 460 | 580 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 36 | 39 | 38 |
| 平均每名用戶每日 | | | | | |
| 觀看時間(分鐘) | | | | | |
| 花椒 | 36 | 39 | 43 | 43 | 48 |
| 獲客成本(人民幣元) | | | | | |
| 花椒** | 14.0 | 17.1 | 19.9 | 18.0 | 22.6 |
| 六間房 | 13.9 | 14.0 | 14.2 | 19.9 | 10.4 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 0.4 | 0.9 | 1.5 |
| 本集團 | 14.0 | 16.5 | 7.6 | 7.9 | 7.8 |
| 按所示年度／期間總付費 | | | | | |
| 規模劃分的付費用戶 | | | | | |
| 數量(千名) | | | | | |
| 每年付費人民幣0.05元至 | | | | | |
| 人民幣500元的付費用戶 | 2,607 | 2,471 | 8,793 | 4,816 | 3,326 |
| 每年付費人民幣500元 | | | | | |
| 至人民幣5,000元的 | | | | | |
| 付費用戶 | 137 | 143 | 423 | 143 | 208 |
| 每年付費人民幣5,000元 | | | | | |
| 以上的付費用戶 | 55 | 58 | 127 | 33 | 67 |

* 於本文件全文內，除另有說明外，我們僅載入六間房自花椒－六間房合併完成起於2019年的經營業績(自2019年5月至12月)。

** 於本文件全文內，除另有說明外，花椒的經營業績包括於2019年5月推出的獨立語音產品奶糖的經營業績。

於往績記錄期間，我們的經營業績整體呈上升趨勢，主要是由於我們努力吸引用戶及主播加入我們包容性的網絡社區，以及我們持續努力提高營運能力並提升品牌知名度。自2019年至2021年，花椒用戶的增長水平維持相對穩定，約為19.0百萬名。2019年六間房用戶激增，乃部分由於花椒－六間房合併。2020年及2021年六間房用戶增加乃主要由於用戶推介渠道的花費增加，推介新用戶至六間房。此外，收購HOLLA

業 務

集團後，我們吸引了更多海外市場用戶，推動本集團用戶總數增長，由2020年的24.9百萬名增至2021年的121.7百萬名。*花椒*於截至2022年5月31日止五個月的用戶增量相較於截至2021年5月31日止五個月稍微減緩，主要由於我們更加注重提高現有用戶為我們服務付費的意願，*花椒*於相關期間的平均月付費用戶增加可證明此點。由於同一原因，*六間房*於截至2022年5月31日止五個月的用戶增量亦稍微減緩。我們海外社交網絡產品於截至2021年5月31日止五個月的用戶激增主要由於收購HOLLA集團。

於往績記錄期間，本集團的平均月活躍用戶總體穩步增長，主要是由於我們提升產品功能及用戶體驗的營運舉措、音頻內容的推出以及平台範圍內推廣新主播及吸引新用戶的活動所致。根據艾瑞諮詢報告，於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月*花椒*的月活躍用戶到月付費用戶的轉化率保持相對穩定，分別為3.4%、2.7%、3.1%及3.3%，與行業平均水平一致。同期，*六間房*的月活躍用戶到月付費用戶的轉化率介乎0.6%至0.8%，乃主要由於因觀看與支付渠道的差異，PC端直播平台的月活躍用戶到月付費用戶的轉化率往往低於移動端直播平台。根據艾瑞諮詢報告，用戶已經習慣移動支付，PC用戶通過PC端充值不太方便，導致PC端平台的月活躍用戶到月付費用戶的轉化率相對較低。

*花椒*的每月平均每名付費用戶收益由2019年的人民幣273元增加至2020年的人民幣350元，但於2021年減少至人民幣310元，乃主要由於*花椒*於2019年採取營運策略以通過平台範圍內拓寬虛擬禮物消費較少用戶的消費情景及體驗的活動來吸引及挽留有關用戶，該策略於2020年暫停而於2021年恢復。*花椒*的每月平均每名付費用戶收益於截至2021年及2022年5月31日止五個月保持相對穩定。*六間房*的每月平均每名付費用戶收益自2019年的人民幣682元分別減少至2020年及2021年的人民幣436元及人民幣482元，乃主要由於(1) COVID-19疫情對PC端直播產生了不成比例的更大影響，因為政府強制執行的出行限制可能阻礙主播前往直播工作室，導致PC端主播的直播質量普遍下降，對用戶而言（特別是頂級用戶）的吸引力減少，及(2)*六間房*自2020年以來專注於針對虛擬禮物消費較少用戶的流量推介及營運策略。*六間房*的每月平均每名付費用戶收益由截至2021年5月31日止五個月的人民幣460元大幅增加至截至2022年5月31日止五個月的人民幣580元，主要由於我們更加注重提高現有用戶為我們服務付費的意願。尤其是，我們聘請更多與主播經紀公司有關的主播的策略使我們能夠在*六間房*提供優質直播服務，從而導致與主播經紀公司有關的主播產生的收益佔我們收益總額的

業 務

百分比由截至2021年5月31日止五個月的69.9%增加至截至2022年5月31日止五個月的86.5%。於往績記錄期間，*花椒*及*六間房*的每月平均每名付費用戶收益較行業平均水平相對較低，乃主要由於我們的營運策略為吸引消費能力相對有限的用戶。

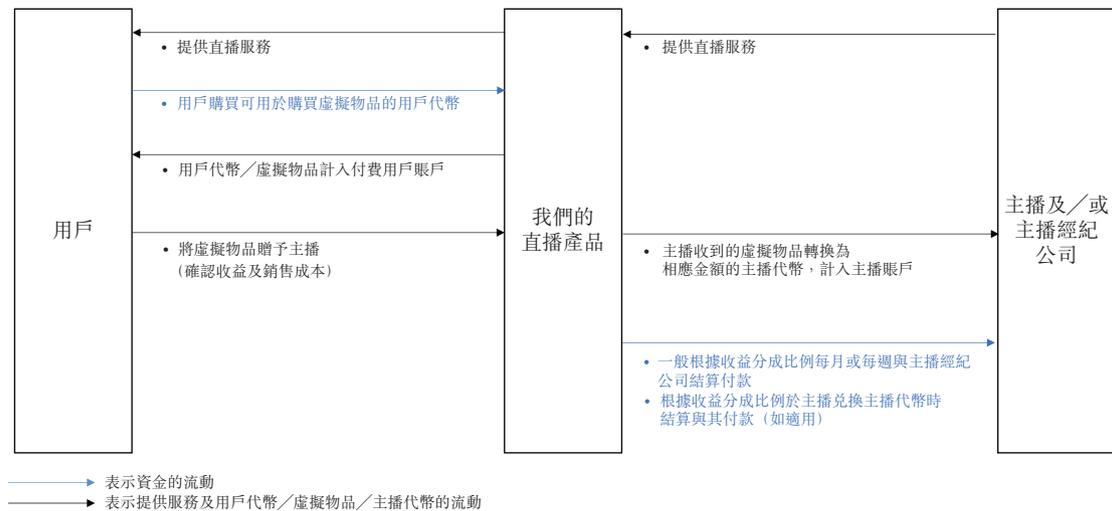
變現渠道及產生收益

用戶社區的規模及活力為我們提供變現能力。於往績記錄期間，我們的絕大部分收益產生自銷售用於兌換音視頻直播產品中的虛擬物品及其他服務的用戶代幣。例如，在移動端及PC端，用戶均可使用支付寶、微信支付、Apple Pay及其他第三方支付渠道購買*花椒豆*、*六幣*及*奶糖豆*（*花椒*、*六間房*及*奶糖*各自的用戶代幣），以購買虛擬物品並於直播時段打賞給其喜歡的主播。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們平台的虛擬物品概無最低購買要求。用戶亦可使用該等用戶代幣購買即買即用的增值服務，如我們具備社交探索功能的產品中更多的瀏覽和匹配選項，或青睞的主播的粉絲俱樂部會員資格。只要付費用戶購買用戶代幣，用戶代幣將立即存入其賬戶。用戶代幣不可贖回。

對於主播收到的虛擬物品產生的收益，我們與主播及其相關主播經紀公司進行分成。各虛擬物品相當於若干金額的主播代幣，有關代幣可按預先釐定的比例兌換為現金。當主播收到虛擬物品時，我們會自動將虛擬物品轉換為相應金額的主播代幣，該等主播代幣將計入主播的賬戶，並可根據我們、主播及其相關主播經紀公司（如有）之間的收益分成安排兌換為人民幣。主播經紀公司可根據預先釐定的比例收取其應佔的收益分成付款，有關比例可經與其相關主播的總績效指標進行調整。總績效指標包括給定月份直播時段時長及活躍直播天數，可由我們不時進行調整，以激勵在我們平台直播的主播。於往績記錄期間，我們將打賞予主播的虛擬物品銷售錄為收益，將與主播及／或其相關主播經紀公司分成的收益錄為銷售成本。我們通常按月或週與主播經紀公司結算付款總額。與主播的付款於其兌換主播代幣時結算。就我們各直播產品而言，用戶代幣及主播代幣的轉化率為一比一。

業 務

下圖闡述直播產品（包括花椒、奶糖及六間房）的一般變現機制及我們、個人主播及／或主播經紀公司之間的收益分成。



我們根據我們的標準平台政策將收益分成比例釐定為主播所佔虛擬物品銷售總賬單的某個百分比，該等政策載明基於主播所收到的虛擬物品的價值以及有關主播經紀公司所佔的虛擬物品銷售總賬單等因素的適用收益分成比例。例如，倘個人主播於某月錄得較高總賬單或倘其所屬的主播經紀公司於某月錄得較高總賬單，則其將實現較高盈利。個人主播預先釐定的收益分成比例為40%，且我們為六間房總賬單較高的主播提供介乎人民幣350元至人民幣20,000元的額外現金獎勵。主播經紀公司通常通過使其主播或主播公會與我們平台簽約，同意遵守我們的標準平台政策。我們與主播經紀公司預先確定的收益分成比例根據其相關主播或主播公會所佔的總賬單而分級。根據我們與主播及／或主播經紀公司的協議，截至最後實際可行日期，我們根據當時有效的全平台收益分成政策規定的預先確定的比例分佔主播及／或其相關主播經紀公司所佔虛擬物品銷售總賬單的一部分（花椒介乎40%至83%、六間房介乎40%至70%及奶糖介乎40%至85%）。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，(1)花椒與主播及主播經紀公司的實際收益分成比例分別為約73.5%、71.0%、71.5%及71.6%；(2)六間房與主播及主播經紀公司的實際收益分成比例分別為約50.0%、52.0%、58.1%及66.1%；及(3)奶糖與主播及主播經紀公司的實際收益分成比例分別為約零、82.5%、83.2%及82.7%。就主播經紀公司而言，預先確定的收益分成比例會根據其相關主播產生的總賬單而進行調整，實際收益分成金額可能因主播經紀公司而異。通常，擁有大量在其合約年期內產生較高總賬單的主播的主播經紀公司往往可享有的收益分成比例。於考慮現行行業慣例後，我們對相關預先釐定的比例進行釐定並作出調整（如適用）。於往績記錄期間，我們預先釐定的收益分成比例保持相對穩定。此外，作為我們收益分成政策的一部分，六間房為滿足績效要求的主播提供額外

業 務

收益分成，且我們或會不時調整有關績效要求。例如，倘主播於2022年每月直播超過60小時，則六間房將提供額外2.0%的收益分成比例。請參閱「一 與主播及主播經紀公司的合作協議」。根據艾瑞諮詢報告，於往績記錄期間，我們的標準及實際收益分成比例符合行業慣例。

虛擬打賞及增值服務

我們根據特效的種類及持續時間等因素為虛擬物品定價。我們各平台上的虛擬物品價格範圍廣泛，為不同預算的用戶提供多種選擇。我們低價虛擬物品的多元化選擇讓用戶很容易通過小禮物表達欣賞及支持，而高價虛擬物品擁有特效，讓用戶在直播時段贏得同喜好用戶的認可。設計虛擬禮物為我們業務的核心部分。我們根據用戶需求不斷審查及更新虛擬物品，並發佈新的物品或創造新的特效，以反映當前事件及流行趨勢的影響。虛擬物品通常在購買後立即打賞給主播。於折扣期間，用戶亦可預購，在該情況下，所購買的虛擬物品將存入用戶的賬戶庫存。庫存物品將於指定期間後過期，且我們不就任何過期物品退還用戶代幣。我們的虛擬物品不可轉讓。截至最後實際可行日期，我們平台虛擬物品的價格介乎人民幣0.05元至人民幣3,000元。

除虛擬禮物外，我們亦提供可用用戶代幣購買的增值服務，包括升級及裝飾個人虛擬形象、粉絲俱樂部會員及其他社交探索功能。就粉絲俱樂部會員功能而言，用戶可以購買每月或年度粉絲俱樂部會員，這賦予粉絲額外的特權並將粉絲與直播間的其他用戶區分。

於往績記錄期間各期間，我們並不依賴前十大主播中的任何單一主播或少數主播。於往績記錄期間，來自任何單一主播的收益佔收益總額不超過4.5%。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，來自收益貢獻最多的主播的收益分別為人民幣34.7百萬元、人民幣61.8百萬元、人民幣62.3百萬元及人民幣87.5百萬元，分別佔收益總額的1.2%、1.7%、1.4%及4.2%。同期，來自前十大主播的收益合共分

業 務

別為人民幣202.6百萬元、人民幣337.0百萬元、人民幣421.8百萬元及人民幣363.4百萬元，分別佔收益總額的7.2%、9.1%、9.2%及17.4%。下表分別載列我們於往績記錄期間所示各期間的前十大主播所收到虛擬禮物的價值。

| 排名 | 主播 | 相關主播經紀公司 | 相關主播 經紀公司的 實際收益分成比例 (%) | 所收到虛擬 禮物的價值 (人民幣千元) |
|-------------------------|-----|----------|----------------------------------|---------------------------|
| <i>截至2019年12月31日止年度</i> | | | | |
| 1 | 主播A | 供應商A | 83.0 | 34,691 |
| 2 | 主播B | 供應商C | 83.0 | 24,854 |
| 3 | 主播C | 主播經紀公司A | 83.0 | 24,289 |
| 4 | 主播D | 供應商F | 83.0 | 21,610 |
| 5 | 主播E | 主播經紀公司B | 82.7 | 20,444 |
| 6 | 主播F | 供應商F | 83.0 | 17,857 |
| 7 | 主播G | 供應商A | 83.0 | 17,601 |
| 8 | 主播H | 供應商E | 82.8 | 14,729 |
| 9 | 主播I | 主播經紀公司C | 83.0 | 13,794 |
| 10 | 主播J | 供應商F | 83.0 | 12,691 |
| 總計 | | | | 202,559 |

| 排名 | 主播 | 相關主播經紀公司 | 相關主播 經紀公司的 實際收益分成比例 (%) | 所收到虛擬 禮物的價值 (人民幣千元) |
|-------------------------|-----|----------|----------------------------------|---------------------------|
| <i>截至2020年12月31日止年度</i> | | | | |
| 1 | 主播K | 供應商J | 55.5 | 61,822 |
| 2 | 主播L | 供應商A | 81.3 | 44,469 |
| 3 | 主播D | 供應商F | 81.3 | 38,501 |
| 4 | 主播J | 供應商F | 81.3 | 32,208 |
| 5 | 主播M | 供應商H | 81.6 | 29,536 |
| 6 | 主播B | 主播經紀公司D | 81.2 | 27,712 |
| 7 | 主播N | 主播經紀公司E | 79.1 | 27,400 |
| 8 | 主播O | 主播經紀公司F | 81.4 | 26,545 |
| 9 | 主播P | 主播經紀公司G | 81.1 | 24,424 |
| 10 | 主播Q | 供應商F | 81.3 | 24,394 |
| 總計 | | | | 337,009 |

業 務

| 排名 | 主播 | 相關主播經紀公司 | 相關主播 經紀公司的 實際收益分成比例 (%) | 所收到虛擬 禮物的價值 (人民幣千元) |
|-------------------------|-----|----------|----------------------------------|---------------------------|
| 截至2021年12月31日止年度 | | | | |
| 1 | 主播R | 供應商J | 53.5 | 62,334 |
| 2 | 主播S | 供應商J | 53.5 | 54,522 |
| 3 | 主播T | 主播經紀公司H | 62.7 | 44,120 |
| 4 | 主播D | 供應商F | 82.7 | 43,825 |
| 5 | 主播U | 供應商K | 50.8 | 43,177 |
| 6 | 主播V | 主播經紀公司I | 80.0 | 41,272 |
| 7 | 主播W | 主播經紀公司I | 80.0 | 36,605 |
| 8 | 主播X | 主播經紀公司H | 62.7 | 35,292 |
| 9 | 主播Y | 供應商J | 53.5 | 30,835 |
| 10 | 主播Z | 主播經紀公司J | 83.0 | 29,797 |
| 總計 | | | | <u>421,779</u> |

| 排名 | 主播 | 相關主播經紀公司 | 相關主播 經紀公司的 實際收益分成比例 (%) | 所收到虛擬 禮物的價值 (人民幣千元) |
|-------------------------|------|----------|----------------------------------|---------------------------|
| 截至2022年5月31日止五個月 | | | | |
| 1 | 主播AA | 供應商N | 81.3 | 87,539 |
| 2 | 主播T | 供應商M | 75.0 | 59,872 |
| 3 | 主播BB | 供應商M | 75.0 | 48,344 |
| 4 | 主播CC | 主播經紀公司K | 60.8 | 28,576 |
| 5 | 主播DD | 主播經紀公司L | 65.9 | 28,090 |
| 6 | 主播EE | 供應商M | 75.0 | 26,711 |
| 7 | 主播FF | 主播經紀公司M | 77.0 | 23,422 |
| 8 | 主播GG | 供應商L | 75.3 | 21,885 |
| 9 | 主播HH | 主播經紀公司N | 80.2 | 19,933 |
| 10 | 主播II | 供應商I | 81.4 | 19,051 |
| 總計 | | | | <u>363,423</u> |

業 務

於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們分別與前十大主播中的六名、五名、一名及三名以及其相關主播經紀公司訂立三方獨家合作協議，限制主播在其他娛樂直播平台上直播的能力。於2019年及2020年，我們分別與前十大主播中的四名訂立獨家直播服務協議，於2021年與前七名主播訂立該協議，於截至2022年5月31日止五個月則與前七名主播訂立該協議。對於受獨家條款所規限的前十大主播，我們會調查直播時長減少的主播是否在其他競爭平台直播，持續監察彼等對有關條款的遵守情況，而我們於往績記錄期間並未發現彼等於競爭平台進行直播。2019年的前十大主播中分別有全部、九名及八名於2020年、2021年及2022年繼續於我們的平台直播，2020年的前十大主播中分別有七名及五名於2021年及2022年仍於我們的平台直播，而2021年的前十大主播中有九名於2022年仍於我們的平台直播。於往績記錄期間，我們主要主播的組成每年各不相同，原因為主播通常每隔幾年就會經歷人氣週期。此外，為促進平台內容的多元化，我們將有策略地不時推薦具有不同才能及特長的主播。於往績記錄期間，按所收到的虛擬禮物價值計的前十大主播均為與主播經紀公司有關的主播，且其中22位主播與往績記錄期間我們若干最大供應商有關。請參閱「一 供應商」。於往績記錄期間，前十大主播大多專門從事脫口秀、音樂及舞蹈表演。

我們的用戶

用戶是我們生態的最大參與者群體。用戶通過虛擬打賞與主播進行互動及與主播及同喜好的用戶交流。用戶亦偶爾自行創作內容或成為主播。截至2022年5月31日，我們累計註冊用戶414.9百萬名，而截至2022年5月31日止五個月，我們的平均月活躍用戶達到58.6百萬名。

我們已開發一個對優質直播內容有強烈需求的年輕用戶群，並創新了社交、保持聯絡及娛樂的方式。截至2022年5月31日，根據我們的用戶提供的資料，我們的絕大部分用戶為Z世代用戶。我們相信彼等通常精通技術，且願意為獲得優質內容及擴大社交圈而付費。根據我們獲得的資料，我們的大部分活躍用戶來自中國一二線城市，追求優質內容、社交互動及陪伴，且我們相信用戶擁有強大的消費能力，表明我們的平台具有變現潛力。於往績記錄期間，我們主要通過市場推廣活動吸引用戶，包括投放廣告及參與用戶流量推介渠道，這可能涉及在各個媒體渠道、搜索引擎及應用程序商店投放動態消息廣告、參與移動預安裝活動以及與紅人合作並贊助其參與我們於中國及海外的直播及社交網絡產品。於往績記錄期間，我們並無與用戶發生任何重大糾紛。

業 務

下表載列於往績記錄期間花椒按不同年齡段劃分的已提供其年齡信息的用戶（「應答用戶」）貢獻收益百分比。

按不同年齡段劃分的應答用戶貢獻收益百分比（花椒）⁽¹⁾⁽²⁾

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至2022年 |
|-----------------------|-------------|-------|-------|---------------|
| | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 5月31日 止五個月 |
| | (%) | | | |
| 出生年份 | | | | |
| 1980年之前 | 35.8 | 34.5 | 25.3 | 21.7 |
| 1980年至1989年 | 40.1 | 35.6 | 39.6 | 34.6 |
| Z世代（1990年後出生） | 24.1 | 29.9 | 35.1 | 43.8 |
| 1990年至1995年 | 17.1 | 17.8 | 20.0 | 22.5 |
| 1996年至2000年 | 6.1 | 10.4 | 12.4 | 17.1 |
| 2000年後 ⁽³⁾ | 0.9 | 1.6 | 2.7 | 4.2 |

(1) 包括於相關期間訪問奶糖的用戶。

(2) 通過於指定期間自所示年齡組別的應答用戶產生的收益除以於該期間自應答用戶產生的收益總額計算得出。

(3) 於往績記錄期間，根據我們的記錄，我們的直播產品概無收益產生自未滿18歲的用戶。請參閱「業務－風險管理及內部控制－未成年人保護及虛擬打賞管理」。

我們相信Z世代用戶成為我們平台的核心用戶群，原因為彼等渴望表達自我且在網上高度活躍。根據用戶提供的資料，花椒的平均月活躍用戶及付費用戶中分別約61.3%及59.3%為Z世代用戶，且截至2022年5月31日止五個月Z世代用戶貢獻花椒收益總額的43.8%。Z世代貢獻收益百分比亦由2019年的24.1%繼續增加至2020年的29.9%，並進一步增加至2021年的35.1%。截至2022年5月31日止五個月，Z世代用戶貢獻收益百分比大幅增加，達至43.8%。於往績記錄期間，根據我們的記錄，我們的直播產品概無收益產生自未滿18歲的用戶。我們在直播平台的用戶協議中要求用戶確認彼等已滿18歲。我們亦採取措施防止未成年人通過他人賬號進行打賞，倘核實任何未

業 務

成年人打賞，將立即退款。請參閱「業務－風險管理及內部控制－未成年人保護及虛擬打賞管理」。儘管我們重視多元化的用戶群，但我們認為隨著Z世代用戶變得更加成熟及穩定，彼等仍將為我們用戶社區中推動我們收益增長的關鍵群體。

我們計劃通過招募及培訓與Z世代用戶有共同興趣且更容易被Z世代用戶接受及接觸的年輕一代主播來吸引更多Z世代用戶至我們平台。具體而言，我們將鼓勵主播關注Z世代用戶的熱門話題，如流行音樂、電視及綜藝節目以及其他流行內容，並與專業音頻內容主播及主播經紀公司合作。此外，我們計劃增強與更受Z世代用戶歡迎的用戶流量渠道的合作，如Instagram、TikTok及抖音，以更有效地捕捉目標用戶流量。此外，我們將根據中國及海外運營團隊進行的用戶資料分析，推出新一代虛擬禮物、平台級社交遊戲及線上線下專業原創內容，我們認為這可加強我們與Z世代用戶的互動並提高用戶黏性。

用戶參與度

我們繼續通過遊戲機制及特別活動提高用戶參與度，如設計新手任務、提供新用戶指南及用戶禮包，並創建提供用戶代幣、用戶體驗及虛擬物品的日常任務。

我們亦將遊戲機制滲透至平台的每個方面，以調動用戶的興趣。我們繼續開發平台級社交遊戲，如Grand Voyage、Play for Fun及花椒農場，以利用碎片的用戶時間及提高用戶參與度。例如，Grand Voyage玩家可以從彼等的艦隊中賺取航海幣，航海幣可用於購買及升級艦隊及產生更多航海幣。我們在每個主播的直播間設置港口，通過虛擬打賞，用戶將獲得將艦隊停靠在特定主播港口的權利，可加快航海幣的生成速度。我們設計此類遊戲玩法機制是為了激勵用戶在直播間停留更長時間，以及提高彼等打賞虛擬物品的意願。用戶亦可以玩微遊戲及賺取PK積分以支持彼等最喜歡的主播。我們繼續更新遊戲組合以推出新的及有創意的遊戲，以提高用戶參與度。我們亦使用3D引擎創建虛擬形象，允許用戶塑造自身形象，從而在我們的網絡社區中營造沉浸感。與虛擬形象的互動亦有利於拉近用戶及主播之間的距離，從而增加直播體驗的親密度。除直播及各種遊戲機制外，我們亦保留一系列的交流界面，如用戶及主播動態、群聊及評論功能，使用戶可在我們的平台上進行更頻繁的互動，享受我們溫暖包容的社區文化。

業 務

主播及主播經紀公司

我們為與主播公會及MCN等主播經紀公司及精幹個人主播組成的綜合聯盟的合作感到自豪。我們相信彼等是我們豐富有趣內容的關鍵。我們為在各種平台上進行直播及表演的主播提供可持續及有利的合作政策，並投資於彼等的專業發展。

主播

我們的主播包括定期在虛擬直播間直播的直播主播、為我們的音頻頻道及音頻應用程序主持廣播及音頻直播會話的主持人，以及其他定期參加及主持我們海外社交網絡產品聊天室的表演者。許多主播是音樂家、歌手、舞者及表演藝術家。彼等是我們平台上生成優質內容的主要來源。彼等在虛擬直播間提供各種表演，當中彼等可以展示自己的才華，展示其技能及個性，並分享其生活故事及經歷。我們相信我們為主播提供具吸引力的價值主張，為主播提供充足的機會來表達自己及與廣泛的受眾群體互動，並從彼等喜歡做的事情中獲得收入。此外，通過用戶積極參與我們的在線社區，我們在彼等之間培養多樣性及包容性，從而吸引喜歡我們在線社區的互動性及熱情友好氛圍的主播。我們亦為主播提供獲得同行認可、成為紅人及進入娛樂行業的機會，從而支持彼等作為內容創作者的角色，並鼓勵彼等在我們的平台上花費更多時間及創作更多更優質的內容。

我們擁有大量多元化、年輕且活躍的主播。於主播能在我們的平台註冊前，我們會核實彼等的身份及年齡。截至2022年5月31日，我們的平台上有11.0百萬名註冊主播。截至同日，我們的大部分註冊主播來自一二線城市，且年齡在35歲及以下。於往績記錄期間，我們主要通過用戶轉化及主播經紀公司的推介來吸引主播在我們的平台表演。我們認為，作為觀眾喜歡豐富內容及互動社區文化的用戶可選擇成為我們平台上的主播以表達自我。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，花椒的新手主播分別有1.9%、1.8%、1.1%及1.2%自新用戶轉化而來，而六間房的新手主播分別有1.1%、0.8%、0.2%及0.4%自新用戶轉化而來。於往績記錄期間，我們平台用戶到新手主播的轉化率整體有所下降，原因為娛樂直播市場更加成熟且更多新手主播及有意觀眾將與主播經紀公司合作開始其主播生涯。受益於我們與主播經紀公司合作，我們亦通過主播經紀公司獲得主播，由於我們穩定的收益分成政策及可接觸到活躍的用戶群，彼等通常將獨立主播推薦給我們平台。

業 務

我們已建立人才培養系統以發掘、培養及培訓主播，亦建立主播培訓及推廣、內容製作及監控方面的執行計劃。我們專注於提供機會，將新人主播轉變為紅人，使彼等獲得熟練度及知名度，從而有助於促進我們與我們的主播群體之間的密切合作關係。

下表載列於所示期間及截至所示日期有關我們主播及主播經紀公司的主要經營指標。

| | 截至12月31日／截至該日止年度 | | | 截至5月31日／ 截至該日止五個月 | |
|---|------------------|--------|--------|----------------------|--------|
| | 2019年* | 2020年 | 2021年 | 2021年 | 2022年 |
| 主播總數增量(千名) | 905 | 560 | 444 | 227 | 164 |
| 主播經紀公司增量 | 3,088 | 2,000 | 2,364 | 1,322 | 970 |
| 主播總數(千名) | 9,859 | 10,419 | 10,863 | 10,646 | 11,027 |
| 主播經紀公司總數 | 6,225 | 8,225 | 10,589 | 9,547 | 11,559 |
| 平均每名主播每日 直播時間(分鐘) | | | | | |
| 花椒** | 148 | 207 | 261 | 247 | 293 |
| 六間房 | 234 | 244 | 256 | 253 | 254 |
| 與主播經紀公司有關 的主播數量(千名) | 360 | 511 | 731 | 627 | 812 |
| 與主播經紀公司有關 的主播收益貢獻(%) | 80.0 | 91.3 | 95.7 | 93.7 | 96.2 |
| 平均月活躍主播 留存率(%) | | | | | |
| 花椒** | 58.1 | 56.9 | 58.9 | 58.3 | 60.0 |
| 六間房 | 65.8 | 65.3 | 64.7 | 64.8 | 66.3 |
| 海外社交網絡產品 | 不適用 | 不適用 | 59.3 | 60.8 | 53.6 |
| 根據所收到虛擬物品 價值劃分的 主播數量(千名) | | | | | |
| 所收到虛擬物品價值介 於人民幣0.05元至人 民幣1,000元之間 | 490 | 398 | 465 | 241 | 236 |
| 所收到虛擬物品價值介 於人民幣1,000元至人 民幣10,000元之間 | 24 | 29 | 30 | 16 | 16 |
| 所收到虛擬物品價值高 於人民幣10,000元 | 15 | 18 | 19 | 10 | 10 |

* 於本文件全文內，除另有說明外，我們僅載入六間房自花椒－六間房合併完成起於2019年的經營業績(自2019年5月至12月)。

** 於本文件全文內，除另有說明外，花椒的經營業績包括於2019年5月推出的獨立語音產品奶糖的經營業績。

業 務

於2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們專注於與主播經紀公司及獨立主播合作，投入更多資源以培訓及招募與主播經紀公司相關的主播。因此，於2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們平台新註冊主播的數量分別相較於2020年及截至2021年5月31日止五個月有所下降，乃由於較少新人主播或作為自由職業進行直播的主播在我們的平台註冊。然而，於往績記錄期間，主播經紀公司及與主播經紀公司相關的主播數量，以及收到價值超過人民幣10,000元的虛擬物品的主播數量整體增加。

人才培養系統

我們積極發掘及培訓潛力巨大的新人主播，幫助彼等發展技能。我們為用戶提供便捷的註冊及成為主播的途徑，並設計培訓課程讓新人主播快速適應我們的平台。我們的專業運營團隊持續分析主播的表現、直播環境、實時觀眾控制能力及互動能力。然後，我們根據對彼等的才能、溝通方式及直播內容的評估，分配與主播的直播風格相匹配的用戶流量。我們聯繫有潛力的主播並為彼等提供定制培訓，並鼓勵主播激發觀眾及讓觀眾參與進來，以最大限度地提高用戶參與度並製作有趣的用戶生成內容。例如，我們的一般娛樂主播可能會在直播時段在觀眾中舉辦一場卡拉OK比賽，而觀眾將通過獎勵虛擬物品來投票選出獲勝者。同樣，我們的遊戲主播可能會與其他遊戲主播舉辦比賽，而觀眾可以發送禮物來決定比賽的獲勝者。

我們在挖掘新人主播的潛力並令其轉型為獨立主播方面的往績彪炳。我們通過各種線上線下渠道進行人才搜尋，例如通過社交媒體平台、我們各種產品的直播時段、投放線上線下招募廣告及主播經紀公司或老主播的推介以發掘潛在主播。

我們投入資源孵化及培訓獨立主播，提供有關直播運營、內容創作以及交流技巧及方法的一系列線上線下培訓課程，由我們的內部主播公會或第三方主播公會或MCN進行授課。此外，我們的運營員工通過「在職」培訓不斷向主播傳授彼等在日常工作過程中所積累的知識及經驗，而彼等亦可能會為新人主播配對更有經驗的主播進行一對一培訓課程，該等新人主播藉此能夠磨煉彼等的直播技巧。於培訓課程中，我們會幫助彼等樹立彼等的人格魅力、建立自信心及加深彼等對直播行業的理解。一旦我們發現某一新人主播有潛力積累自身的粉絲基礎，我們將施以幫助，通過增加在全平台的曝光及設計適合有關主播人格魅力及直播風格的定制內容，為有關主播引導用戶流量。我們為主播提供的所有服務具有互補性。

業 務

案例研究

我們的平台為對直播充滿熱情的人們提供成為紅人的多種進階機會。我們一位暱稱秒秒的主播通過在花椒直播實現了其成為一名全職歌手的夢想。秒秒一直對唱歌很感興趣，參加過很多地方及地區的歌唱比賽。於2019年，出於對音樂的熱愛，其全身心投入到在花椒直播。此後，其已獲得多項榮譽，包括2019年花椒音樂家、2019年花椒K歌夜最受歡迎主播、2020年花椒巔峰之戰冠軍及2020年花椒十大最受歡迎主播。秒秒現已成為花椒知名音樂主播之一，通過直播實現了其音樂夢想。

我們使主播能夠在COVID-19疫情帶來的挑戰中改善其生活。在疫情之前，一位暱稱拿鐵女孩的主播曾是健身主播。在疫情期間，其被隔離在一家酒店，在此期間，其繼續進行直播，解說無需設備的健身技巧，使其收穫了更多的觀眾及支持者，成為熱門主播。儘管人們的生活受到疫情的影響，但彼等能夠通過在我們的平台直播，探索其他機會並改善生活。

我們亦為生活在中國欠發達地區的人們提供向世界展示家鄉的渠道。六間房有一位暱稱娥丫頭的主播來自貴州山區。2018年，其開始使用六間房，了解到直播的積極影響。娥丫頭在六間房開播，初衷是向用戶展示貴州的自然風光及民族風情。同時，其亦想利用直播吸引公眾關注，為生活在貴州山區的留守兒童及孤寡老人提供幫助。

主播留存

我們提供有利的合作政策來加強我們與主播的關係，以提高我們平台上的主播留存率、內容製作及直播時間。例如，我們的收益分成政策提供多種激勵措施，鼓勵主播增加其直播時間及粉絲互動。我們設計多種激勵機制，例如主播分級制度，以獎勵我們的用戶代幣予完成某些直播任務、遵守我們的直播政策並持續提供高質量及優質內容的主播。我們為主播提供一個有前途的進階渠道，以接觸更廣泛的觀眾並實現其職業目標。例如，我們與中國好聲音及世界小姐合作舉辦線上大賽，推薦合適的主播參與眾多電視劇及電影的選角。

業 務

我們的頂級主播在往績記錄期間表現出高度的忠誠度及參與度。例如，2020年花椒及六間房的500名頂級主播中的392名在2021年仍與我們合作。於往績記錄期間，每名活躍主播的平均每天直播時間為約220分鐘。更重要的是，我們相信我們業務模式的成功及可行性取決於我們不斷合作並保留獨立主播及頂級主播經紀公司的能力，這得益於我們經過驗證且全面的人才培養系統及我們穩定的合作政策。於往績記錄期間，花椒的平均月活躍主播留存率分別為58.1%、56.9%、58.9%及60.0%，而六間房的平均月活躍主播留存率分別為65.8%、65.3%、64.7%及66.3%。於往績記錄期間，我們並無因任何頂級主播的離開而經受任何重大虧損或對收益的負面財務影響。

我們通常與獨立及具有影響力的主播訂立獨家合作協議，當中規定有關主播不得於其他平台進行直播的獨家期限及有關違約的合約責任。我們在與主播及其相關主播經紀公司合作時通常使用統一的社區政策及標準服務合約。就對我們特別有價值的主播而言，我們可能會調整合約條款或作出靈活調整，以維持與該等主播的互惠關係，特別是在績效獎勵措施方面（例如用戶流量推介及推廣）。倘我們與主播或主播經紀公司合作的過程中產生任何爭議，我們將根據各自服務及合作協議中載列的爭議解決及／或仲裁條款解決我們的爭議。

為了激勵主播留在我們的平台，我們向其提供獎勵（可能包括引導額外的用戶流量，如基於其相關主播經紀公司對階梯績效任務的完成情況將其直播間入口放在更顯眼的位置）及內容製作協助。分級績效任務主要包括主播的直播時間及連續直播天數要求。我們根據參與直播時段的用戶數量及主播收到的虛擬物品金額來評估直播時段的表現質量。擁有更高直播質量及更頻繁直播時段的主播可完成分級績效任務並獲得額外獎勵。主播亦可在平台範圍的活動中獲得獎勵。未來，我們將繼續根據行業慣例調整我們的獎勵政策，以留住獨立主播。

主播經紀公司

我們與中國主播經紀公司密切合作。我們自2015年開始與主播經紀公司進行合作。我們提供與主播經紀公司之間穩定的收益分成政策，因此彼等能夠對我們平台所產生盈利的預測持有穩定及可靠的期望及信心。截至2022年5月31日，自我們成立以來，我們與超過10,000家主播經紀公司合作，眾多主播經紀公司已與我們合作超過三年。

業 務

與主播及主播經紀公司的合作協議

我們的主播須遵守社區指引及標準服務條款。對於未與我們及主播經紀公司簽訂三方合作協議的個人主播，我們採用標準合約。

以下為我們與個人主播的標準合約概要。

- *服務範圍*。雙方同意我們將獨家享有主播創作的直播內容。主播應於合作期間授權我們管理其直播活動。
- *合作期限*。合作期限一般為一年，除非協議一方書面拒絕續期，否則期滿則自動續期。
- *收益分成*。主播同意主播適用全平台的收益分成政策，且主播應得獎勵須按月結算。訂約方進一步同意上述收益分成安排包括與主播相關的所有費用及開支（包括服務費、設備費、稅項開支及保險費）。
- *履約責任*。主播同意其已向我們提供真實個人信息，以供我們核實及合規，且其將遵守（其中包括）我們的社區規範及適用規則及法規。
- *知識產權*。我們通常擁有與主播直播內容有關的知識產權。
- *保密性*。訂約方應對所獲得之有關該協議的資料保密。
- *責任*。當任何主播違反該協議的任何條款，包括發佈不當內容，則有關主播須向我們賠償有關違約行為引致的損失。

我們亦與主播經紀公司合作，其幫助我們與才華橫溢的主播建立及維持關係，並作為我們與其管理的主播之間的溝通渠道。我們通常與有關主播經紀公司訂立合作協議，而其一般按實際情況予以磋商。

業 務

以下為我們與主播經紀公司的合作協議主要條款概要。

- **服務範圍。** 主播經紀公司同意招募及管理協定數量的主播，主播的直播質量須符合我們全平台的標準。倘我們認為若干主播對我們的平台尤為寶貴，我們有權與其及主播經紀公司簽訂三方合作協議。
- **合作期限。** 合作期限一般為兩年，若於該期間合作主播經紀公司的主播所產生的收益達到約定金額，則期滿後自動續期。
- **收益分成安排。** 合作主播經紀公司同意，我們當時有效的全平台收益分成政策適用於其管理的主播。有關現時有效的收益分成政策的描述，請參閱「**花椒與主播經紀公司的收益分成安排**」及「**六間房與主播經紀公司的收益分成安排**」。
- **合作義務。** 合作主播經紀公司同意自費為其管理的主播提供培訓及必要直播設備，並向我們提供其管理的主播真實個人信息，以供我們核實及合規，並確保該等主播將遵守（其中包括）我們的社區規範及適用規則及法規。
- **知識產權。** 我們通常擁有合作主播經紀公司及其管理的主播直播內容有關的知識產權。
- **保密。** 訂約方應對所獲得之有關該協議的資料保密。
- **責任。** 若任何主播經紀公司或其管理的主播違反該協議項下的任何條款，包括發佈不當內容，該主播經紀公司及其主播須向我們賠償有關違約行為引致的損失。

就主播經紀公司所介紹的我們認為有巨大潛力的若干主播而言，我們與有關選定主播及其相關的主播經紀公司訂立獨家三方合作協議，其合約期限通常為一年。上述合作協議中包含的主要條款載列如下。

- **服務範圍。** 主播經紀公司及其選定主播同意在規定期限內在我們平台進行獨家直播。

業 務

- **獨家表現水平。**選定主播同意於合作期間，其所有線上直播活動均由主播經紀公司管理，且該主播直播活動中產生的任何內容（包括其網絡形象、商號等）均已授權予主播經紀公司進行管理。主播經紀公司同意就選定主播製作的所有直播內容與我們合作，選定主播不得向未經我們批准的任何平台提供直播服務。
- **合作期限。**合作期限一般為三年，由訂約方協商續期。
- **合作義務。**合作主播經紀公司同意向我們提供其選定主播真實個人信息，以供我們核實及合規，並確保該主播將遵守（其中包括）我們的社區規範及適用規則及法規。此外，合作主播經紀公司須確保其選定主播的直播質量，並按我們的要求管理該主播。
- **直播時段的時長及表現水平。**我們要求選定主播達到規定的平台直播時段的時長及／或表現水平。
- **績效獎勵。**三方合作協議為滿足若干直播要求的選定主播提供績效獎勵制度，其中可能包括用戶流量推介、推廣活動及內容製作協助。
- **收益分成安排。**合作主播經紀公司及其選定主播同意，我們當時有效的全平台收益分成政策適用於該等主播。有關現時有效的收益分成政策的描述，請參閱「花椒與主播經紀公司的收益分成安排」及「六間房與主播經紀公司的收益分成安排」。
- **知識產權。**我們通常擁有合作主播經紀公司及其選定主播直播內容有關的知識產權。
- **保密。**訂約方應對所獲得之有關該協議的資料保密。
- **責任。**若任何合作主播經紀公司或其選定主播違反該協議項下的任何條款，包括發佈不當內容，該主播經紀公司及其選定主播須向我們賠償有關違約行為引致的損失。

業 務

根據具體合作協議是否包括獨家條款，可分為獨家合作協議或標準合作協議。我們認為在合作協議中納入有關獨家條款已有效限制主播在其他娛樂直播平台進行直播的能力，主要因為(1)於往績記錄期間，我們並無發現任何受獨家條款所規限的前十大主播在競爭平台直播，及(2)於往績記錄期間各期間違反有關獨家條款的主播所產生的收益低於收益總額的2.3%。此外，我們持續監察主播對有關獨家條款的遵守情況，一旦我們發現任何主播在任何其他娛樂直播平台進行直播，我們將對有關主播發起訴訟。截至最後實際可行日期，除截至同日未決的訴訟外，法院已就於往績記錄期間提起的與主播違反獨家條款有關的大多數訴訟作出有利於我們的裁決或我們已獲得有利和解。於往績記錄期間，我們涉及53起與違反獨家條款有關的與主播的訴訟。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，違反我們獨家條款的主播產生的收益分別為人民幣65.2百萬元、人民幣28.0百萬元、人民幣19.0百萬元及人民幣2.4百萬元。有關與主播及／或其相關主播經紀公司的合約糾紛的詳情，請參閱「一 法律訴訟」。我們與各主播及／或其主播經紀公司不會就收益分成比例進行協商，該比例對在我們平台直播的所有主播及其相關主播經紀公司皆適用及透明。我們可能會根據我們的戰略重點及市場狀況不時採取平台範圍調整。除我們的一般收益分成安排外，我們可能會通過提供用戶流量推介及／或推廣機會與主播及／或主播經紀公司就有關獨家條款進行協商。我們認為該等非現金獎勵有助於主播更有效地發展觀眾基礎並提高其總賬單。我們於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月分別與429名、649名、1,032名及1,101名主播及其相關主播經紀公司訂立三方獨家合作協議，其限制主播在其他娛樂直播平台進行直播的能力。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，自該等主播產生的收益分別為人民幣302.3百萬元、人民幣572.2百萬元、人民幣647.6百萬元及人民幣355.3百萬元，分別佔我們同期收益總額的10.7%、15.5%、14.1%及17.0%。由於我們持續努力擴大具有潛力的專業主播團隊，與我們訂立三方獨家合作協議之主播的數量及彼等所佔收益佔我們收益總額的百分比分別由2019年的429名及10.7%穩定增長至2021年的1,032名及14.1%。

業 務

以下概述截至本文件日期花椒及六間房與主播經紀公司的收益分成政策。

花椒與主播經紀公司的收益分成安排

| 基本收益 分成比例 | 分層績效指標 | | | 最高收益 分成比例 |
|--------------|---------------------------------------|---------------|--------|--------------|
| | 主播經紀公司 管理的所有 主播總賬單目標 (人民幣千元) | 達成目標的 主播數量 | 額外收益分成 | |
| 50% | <50 | <3 | 0 | 50% |
| 50% | >=50 | >=3 | 15% | 65% |
| 50% | >=100 | >=5 | 25% | 75% |
| 50% | >=300 | >=15 | 28% | 78% |
| 50% | >=700 | >=30 | 30% | 80% |
| 50% | >=1,000 | >=55 | 33% | 83% |

六間房與主播經紀公司的收益分成安排

| 基本收益 分成比例 | 分層績效指標 | | | | | 最高收益 分成比例 |
|--------------|---------------------------------------|---------------|------------|------------------|----------|--------------|
| | 主播經紀公司 管理的所有 主播總賬單目標 (人民幣千元) | 達成目標的 主播數量 | 額外收益 分成 | 每名主播 額外收益分成要求 | 額外收益分成 | |
| 50% | <100 | >=5 | 8% | | | 60% |
| 50% | 300>=100 | >=8 | 10% | 每月總賬單>= | | 62% |
| 50% | 500>=300 | >=10 | 11% | 人民幣10,000元 | | 63% |
| 50% | 1,000>=500 | >=20 | 12% | 直播時長>= | | 64% |
| 50% | 1,500>=1,000 | >=35 | 13% | 60小時 | 滿足要求的 | 65% |
| 50% | 2,500>=1,500 | >=50 | 14% | 及 | 主播總賬單的2% | 66% |
| 50% | 5,000>=2,500 | >=70 | 15% | 直播天數>= | | 67% |
| 50% | 8,000>=5,000 | >=120 | 16% | 每月22天 | | 68% |
| 50% | 12,000>=8,000 | >=140 | 17% | | | 69% |
| 50% | >=12,000 | >=150 | 18% | | | 70% |

業 務

於往績記錄期間，花椒主播的收益分成比例普遍高於六間房主播，主要由於六間房的營運歷史較長，在中國娛樂直播行業處於早期發展階段對優質主播的競爭不太激烈時，建立了其獲市場認可的實踐活動。因此，董事認為，六間房的主播，尤其是在六間房直播時間相對較長且已在六間房建立自身忠實粉絲群體的主播，已經習慣了六間房的社區文化，更能夠接受其較低的收益分成比例。

我們的內容

我們的平台涵蓋多種社交娛樂主題，可滿足不同用戶的興趣愛好及需求，並幫助用戶培養或發現新的興趣愛好。我們人數龐大且不斷增加的用戶亦積極參與創作、分享及推廣內容，通過多種互動體驗滿足其對社交、陪伴、滿足感及獲得認可的渴望，從而形成一個相互聯繫的用戶社區。

我們的直播內容豐富多彩，包括音樂、舞蹈、脫口秀、戶外活動及遊戲等主要類別。截至2022年5月31日，我們的內容庫涵蓋14個主要內容類別以及40多個直播節目子類別。為滿足用戶不斷變化的興趣愛好，我們不斷推出更多新的直播節目類別。

除用戶原創內容外，我們積極參與或主導製作一些最熱門的專業原創內容。截至2022年5月31日，我們擁有一個由132名成員組成的內容製作及運營團隊，專注於與頂級主播合作製作專業設計的內容。我們於整個內容製作過程中提供全面的支持，從就節目主題及形式、背景音樂選擇、故事情節製作、劇本創作、配圖以及背景設置向主播提供建議到節目編輯及最終審核。我們與主播經紀公司及個人主播進行密切合作，根據主播的個性設計特別節目，如精力充沛的主播之間的較量，通過競爭「緊張感」不斷升級增加用戶流量，鼓勵用戶通過虛擬打賞支持各方，以及其他季節性節目及以近期熱點新聞及事件為中心的直播會話。例如，我們舉辦了多場網絡選秀比賽，如《巔峰之戰》、《新生見面會》、《最美天使》及《少女私櫥》，以產生用戶流量及宣傳有潛力的主播。許多此類比賽將會舉行由我們的專業內容製作團隊製作的線下決賽，決賽盛典會在我們的平台進行直播，隨後會上傳到我們的平台供反覆觀看。

業 務

客戶服務

我們遵守以用戶為中心的原則，為用戶提供最佳用戶體驗及客戶服務，我們相信此乃我們成功的關鍵。截至2022年5月31日，我們設有一個38名客戶服務人員的團隊，提供全天候服務。就我們的海外產品而言，我們亦有由客戶服務人員維護的各官方社交媒體賬號，有關客戶服務人員熟悉當地語言，能及時提供應用程序更新、反饋及客戶支持。我們的用戶可隨時通過在線聊天、熱線電話或郵件溝通提交查詢、反饋或投訴。接到查詢或投訴後，我們的客戶服務團隊將就用戶報告的問題進行調查，並向其提供反饋及／或解決方案。

我們重視用戶的溝通及反饋。我們已建立產品反饋制度，以更好地了解用戶需求。我們亦對我們的客戶服務人員進行培訓，在與用戶互動時表現專業，並及時、耐心地回應其需求。我們亦可能會指派專屬的VIP客戶服務團隊，解決我們VIP用戶的顧慮，為彼等提供定制服務，例如為VIP用戶組織粉絲活動。

內容篩選及審查

我們審查我們平台上的內容，為我們的用戶維護一個健康的生態並改善用戶體驗及確保遵守我們運營所在司法權區的適用法律及法規。

內容審查

我們結合使用AI支持的自動化用戶保護系統及人工審查來管理我們平台上提供的內容。我們AI支持的自動化用戶保護系統可作為識別潛在不當內容的第一層保護。我們的系統將從內容中提取標識符並將其發送到我們的中央雲基礎設施，該基礎設施使用我們專有的AI支持模型處理大量信息。如果我們的AI技術不能清楚地識別標識符，我們的內容審查團隊將審查內容並訪問存在問題的直播間，並根據我們的內部控制政策及適用法規立即暫停有關活動。我們已分別為花椒、六間房及HOLLA集團建立三個獨立的內容審查中心。截至2022年5月31日，我們的專門內容審查團隊包括逾220名僱員及承包商，負責檢測及防止在我們的平台上發佈不當或違法內容。我們的平台有權關閉任何直播間或暫停用戶賬號。

我們的AI技術通常能夠在捕獲直播會話的屏幕截圖後幾秒內識別及確定是否存在違規行為。在我們的平台上直播同時受到AI支持的用戶保護系統及內容審查團隊的審查。我們的機器篩查過程標記的任何內容必須經由內容審查團隊審查，以決定內容是否不當或違法，這或會導致可能終止直播。此外，我們設有一個舉報入口，允許用戶

業 務

隨時舉報違規行為，而我們的內容審查團隊將及時回覆有關舉報。我們分析多種因素以釐定多項不當內容舉報的可靠性及其優先順序，包括進行舉報的用戶歷史、有效舉報率及涉嫌違規的嚴重程度。倘我們的內容審查團隊留意到任何主播或用戶違規，彼等將採取行動，如持續監察及／或向當事人發出警告。對於暴力行為或威脅、裸露、使用非法藥物或發表政治敏感或煽動性言論等嚴重違規行為，我們可永久暫停該用戶或主播訪問我們的平台，同時該人士賬號內的所有虛擬禮物及物品將被沒收。如果發現主播違反我們的內部控制政策或適用法規，我們將採取相應的制裁措施、警告、即時暫停直播會話、暫時封號、甚至永久封號。

內容合規政策

我們要求我們的用戶及主播遵守我們的服務條款，禁止在我們的平台上創建、共享及傳播非法內容。根據及視乎適用法律法規的要求，我們的社區指引詳細規定禁止的內容及行為，例如挑釁性或煽動性語言、全身或部分裸露、性暗示語言或肢體動作、對其他用戶的辱罵性語言或行為、垃圾郵件、詐騙、暴力行為及威脅以及促成或促進非法交易或活動的信息。根據中國法律法規的要求，我們已在總部為網絡安全警務人員設立網絡安全辦公室。

我們致力於遵守中國相關法律及法規，維護我們社區的誠信。我們已採取各種措施以確保遵守相關規則及規例，包括利用AI支持的自動化用戶保護系統及維持人工審查團隊、用戶舉報違規行為的舉報入口，以及建立評估潛在違規行為的不同基準及我們的社區指引。

我們已建立不同基準來評估對我們服務條款及社區指引的潛在違規行為。我們將根據違規行為的性質及頻率來確定制裁措施的實施並要求作出整改措施。以下載列對我們服務條款及社區指引的違規行為的主要基準。

- *政治敏感或煽動性內容*。我們將該類別視為嚴重違規行為，包括涉及反動信息、反國家安全信息、危害國家利益、團結、宗教政策及／或社會穩定的信息以及中國法律及法規禁止的信息之內容。

業 務

- **色情內容。**我們將該類別視為嚴重違規行為，包括淫穢及色情文字、圖片、音頻、視頻及動畫以及其他性暗示語言或動作。
- **虛假內容。**我們將該類別視為一般違規行為，包括盲目誇大社會事件的事實、過度炒作具有不良社會價值的熱點事件、散佈謠言或發佈或傳播其他虛假信息之信息。

自我識別違規行為及用戶投訴

我們嚴格禁止我們的平台播放被認為屬於以下性質的內容：(1)性暗示語言或肢體動作，例如過分暴露私處以及帶有性含義的行為和語言，(2)暴力行為及恐嚇，例如涉及血腥、恐怖主義及管制物品的內容，及(3)不當行為，例如侵犯隱私及封建迷信內容。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，一般情況下，我們的AI支持用戶保護系統及人工審查團隊平均每日能識別共約570起、530起、430起及540起違反我們社區指引的事件（包括衣著不當、性暗示表演等粗俗內容）以及可能違反相關規則及法規的事件，分別佔相應期間我們每日直播間數量的約1.6%、1.6%、1.5%及2.1%。我們暫時暫停該等主播的直播功能。一般而言，於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月平均每日分別發生共約100起、90起、50起及40起事件，有關事件嚴重違反我們的社區指引及／或服務條款，導致相應主播的直播功能暫停一段時間或終止我們與主播的合作（視乎違規的頻率及嚴重程度）。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，我們分別對約85,900名、77,460名、33,800名及12,270名主播實施處罰或紀律處分（包括暫停直播功能及終止與主播的合作（倘出現嚴重違規）），分別佔我們主播總數的0.9%、0.7%、0.3%及0.1%，於同期，我們與其中約1,290名、810名、720名及90名主播終止合作，分別佔我們主播總數的0.1%以下。

除我們識別的不當內容外，用戶可不時向中國消費者協會及工商局舉報彼等與我們的糾紛或我們平台的內容。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已接獲18起有關用戶對我們平台的內容及主播行為的投訴，有關投訴隨後被舉報至中國消費者協會及工商局。具體而言，其中七起投訴聲稱與我們平台主播製作的低俗及性暗示內容有關，而其餘11起投訴與主播、用戶及／或客服團隊之間的糾紛有關。截至最後

業 務

實際可行日期，我們並未因該等投訴而遭受任何處罰或調查，但我們已對該等投訴進行內部調查並對直播時段含低俗內容的一名主播發出警告且暫停另一名主播的賬號。

鑒於(1)相較於我們平台每日直播活動的總數，每日識別到的違規行為數量較小，(2)與我們平台內容或不當活動有關的投訴較少且未因該投訴而受到監管處罰，及(3)我們加強對內容審查的內部控制措施以及時識別並減少我們平台的不當活動(請參閱「一 風險管理及內部控制 – 我們平台的內容及主播」)，董事認為該等事件及投訴並未對我們的營運及財務表現造成重大不利影響。

涉及內容及主播的監管事件

於往績記錄期間，33名主播因在我們平台展示不當內容而被列入中國演出行業協會發佈的網絡直播主播警示名單，其中25名主播因性暗示的表現及語言被列入警示名單，而八名主播因政治煽動性語言被列入警示名單。我們在名單公佈後立即永久終止與該等主播的合作並及時增強對內容審查的內部控制措施，請參閱「一 風險管理及內部控制 – 我們平台的內容及主播」。於往績記錄期間的各期間，名列中國演出行業協會發佈的網絡直播主播警示名單的主播貢獻不及本集團全部主播所收禮物總值的0.1%。基於以上所述，董事認為，該等事件並未對我們的業務造成任何重大或不利影響，且我們提升的內部控制措施可充分且有效地識別我們平台上展示的不當內容。經妥為考慮(i)上述資料，(ii)董事的意見及(iii)已進行的相關盡職審查工作後，聯席保薦人並不知悉任何與董事意見相抵觸的重大發現，即將33名直播主播列入網絡主播警示名單並未對本集團的業務造成任何重大或不利影響，或導致對本集團內部控制措施於識別其平台展示的不當內容方面的有效性存疑。

於往績記錄期間，我們涉及九起因在平台上播放不當內容而被政府部門處以罰款的輕微事件。該等事件與性暗示語言及／或表演有關，罰款介乎人民幣10,000元至人民幣15,247.73元。於我們識別不當內容並向有關部門舉報有關主播後，我們被處以該等罰款。總而言之，於往績記錄期間，我們因在平台上播放的不當內容而被處以罰款總金額約人民幣100,000元。我們根據社區政策及時對涉及該等事件的主播實施制裁。

業 務

於2020年6月，我們因被北京市互聯網信息辦公室視為包含低俗內容的視頻被若干用戶上傳至花椒社區直播而被北京市互聯網信息辦公室約談，且約談後，新用戶兩週內不得於花椒註冊。我們已採取補救措施，以加強對我們平台上所展示及上傳至我們社區內容的內部控制。我們已加強了我們的內容審核措施，例如採取人工審核機制，以核證AI支持內容審核系統識別出的潛在違規行為並及時刪除可能違反適用規則規例的低俗內容。我們亦暫停視頻中識別出的主播賬戶。我們於指定期間內完成有關整改措施並通過北京市互聯網信息辦公室的審核。董事認為，由於我們及時實行整改措施，該事件並未對我們的業務造成重大影響。根據於往績記錄期間實施的內容審查措施及自2022年1月1日起並無任何與該事件有關的其他違規行為或監管機構施加的其他處罰，董事認為，我們的內部控制措施可充分且有效地識別我們平台上展示的不當內容，並確保遵守相關規則及規例。經妥為考慮(i)有關上述之資料，(ii)我們董事的意見及(iii)已進行的相關獨立盡職調查工作後，聯席保薦人並不知悉所進行之獨立盡職調查工作的任何重大發現，已致使彼等對本集團內部控制措施於識別我們平台展示的不當內容方面的有效性存疑。

技術

我們大力投資於我們的技術基礎設施，其對我們能夠高效及有效地解決與我們的業務及產品供應相關的技術挑戰至關重要。我們已在即時群播及視頻直播、多人同時直播、數據安全以及數據處理方面積累豐富的經驗。

我們擁有一支由經驗豐富的工程師、研究人員及科學家組成的研發團隊，從百度、360等領先的互聯網及科技公司中汲取人才，其在大型移動端及PC端方面擁有豐富的經驗，為我們帶來競爭優勢。截至2022年5月31日，我們的技術研發團隊由254名成員組成，其專業知識涵蓋從直播基礎設施到數據挖掘的廣泛學科。我們研發團隊約三分之一成員擁有10年以上的專業經驗。我們的研發團隊不斷推出滿足不斷演變用戶需求的新功能，例如我們在2016年及2017年分別推出的語音直播及虛擬現實直播功能。我們已開發「萌顏」技術、虛擬守護禮物及AI聊天機器人，我們藉此提升直播間氛圍。

業 務

於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的研發開支分別為人民幣132.1百萬元、人民幣156.2百萬元、人民幣207.9百萬元、人民幣87.9百萬元及人民幣93.6百萬元，分別佔我們同期收益總額的約4.7%、4.2%、4.5%、4.9%及4.5%。

高效視頻編碼(H.265)

我們的產品採用H.265，使我們能夠大幅降低成本、節省帶寬或提高畫質。我們於2016年開始研發H.265在移動設備上的應用，於2017年第二季度開始相關網絡建設，當時我們已在中國直播行業建立一個端到端H.265直播網絡。我們不依賴第三方軟件開發工具包獲得H.265技術生成或播放內容，這與中國大多數其他互聯網直播平台不同，後者傾向於從第三方雲服務供應商購買預先打包的服務。在2019年推出PC端及PC網頁瀏覽器後，我們實現了iOS、安卓及PC端對H.265的全平台支持。因此，所有用戶均可以觀看高質量的H.265直播內容，而非轉碼的低質量H.264視頻，大幅改善PC用戶端的娛樂體驗。

「萌顏」功能

根據艾瑞諮詢報告，於2016年，我們成為全球首個在直播中應用「萌顏」功能的平台。該技術過往僅用於修改照片。我們的「萌顏」技術讓主播在直播時段應用面部濾鏡及增強現實增添樂趣。

AI直播效果

我們的AI視頻效果包括(其中包括)(1)背景分割功能(其可以將主播與背景分開並讓主播在不用專門綠幕的情況下改變背景)以及(2)手勢特效識別系統(其可以讓主播通過手勢觸發特效，例如在直播過程中作出「比心」及「喜歡」等手勢)。我們的主播亦可以利用我們的面部表情轉換功能，讓主播可以使用3D虛擬形象來替換其臉部，不影響面部表情的準確表達。

3D引擎技術

我們的3D引擎技術使我們能夠設計及提供3D禮物及定制虛擬形象，以滿足用戶需求。例如，用戶可以為其喜歡的主播購買3D華爾茲禮物，而直播間將展示用戶定制虛擬形象與主播一起跳舞，增強用戶的參與感及沉浸感。於2019年，我們的3D引擎技術達到Unity3D商用引擎的畫質。

業 務

智能內容推薦系統

我們專有的內容推薦系統建立在我們從大量用戶中積累的用戶行為觀察的基礎上，得到嵌入我們先進的AI及數據處理能力的算法支持。我們的內容推薦系統旨在將用戶與其喜愛的內容精確匹配。一旦我們的系統生成推薦內容，我們將憑藉我們強大的後台系統通過應用程序功能或推送通知將有關內容推送給目標用戶。我們的服務器能夠在幾秒內精確發送超過250,000條推送通知。

服務器端業務中間件

我們已開發大量的服務器端業務中間件，包括用於支持日常評論、私信及直播間群聊等功能的IM系統。我們的IM系統可以根據業務需求進行擴展及調整，而不會產生大量成本。我們亦已開發企業級數據總線及高性能同步服務等中間件，其為我們的平台提供穩定的支持。

數據安全及隱私

我們所有產品均重視數據安全及隱私。我們認為，用戶及主播了解我們如何收集及處理其資料並相信我們會妥善保護其隱私至關重要。我們已實行內部規章政策以規管我們如何根據適用數據保護法律及法規收集、使用、存儲、保留及傳輸個人資料，並設置協議、技術及系統確保有關資料將不會獲不當訪問或披露。用戶及主播在使用我們的產品前必須知悉隱私協議的條款及條件，在此情況下表示其同意我們按照適用法律法規收集、使用及披露其數據。請參閱「法規－有關信息安全的法規」及「法規－有關互聯網隱私的法規」。

我們主要收集主播的以下個人資料：(1) IP地址及設備信息，主要用於賬戶安全目的；(2)中國主播的身份信息，包括姓名及身份證號，以根據中國相關法律及法規核實身份；(3)用於賬戶註冊的手機號碼；(4)主播行為數據，包括直播時間及自用戶收取虛擬物品的金額；及(5)主播的銀行賬戶信息及／或第三方支付賬戶信息，以幫助主播提取收入。我們主要收集用戶的以下資料：(1) IP地址、設備信息，主要用於賬戶安全目的；(2)用戶行為數據，包括購買虛擬物品的記錄；及(3)用於賬戶註冊的手機號碼。替代辦法是，倘用戶選擇使用微博、微信、QQ等其他平台關聯的ID進行註冊，我們將通過軟件開發工具包收集以用戶手機號或其他個人信息註冊的該等平台的關聯ID，

業 務

以符合相關法律法規的實名註冊規定。除我們自用戶流量推介渠道收到的用於結算推介費的加密設備信息外，我們並無就我們的業務營運收到或收集第三方提供的個人資料。據中國數據合規顧問告知，截至本文件日期，除下文所述石榴直播、六房間及花椒的違規事件外，我們已在所有重大方面遵守中國有關個人信息保護及數據安全的法律法規。

我們嚴格按照政府法規及用戶隱私協議收集有關必要用戶資料。除用戶及主播同意者外，我們不會收集不必要的個人資料，且我們不會未經同意或在法律及法規另有規定的情況下向第三方提供任何個人資料。我們所有的網絡通訊均已加密，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇重大數據洩露。我們亦已購買若干網絡安全監控服務以進行必要的系統安全檢查，同時我們獨立開發自有防禦系統。

我們要求用戶及主播在使用我們的服務前閱讀適用於其各自地區的隱私協議並填寫同意書。我們的隱私政策會告知用戶，在提供我們的服務時，我們可能會如何收集、存儲、使用或與第三方分享在使用我們的服務或訪問我們的平台時生成及／或收集的若干個人資料。我們將存儲在第三方供應商提供的雲服務器及／或實體服務器上的用戶及主播個人數據進行加密，設置雲及外部防火牆，並定期進行安全測試。

對於用戶的個人資料，除非適用法律及法規規定我們須保存有關資料，否則一旦其決定並要求註銷與我們的賬戶，我們將從服務器中刪除有關用戶的資料。我們已為主播經紀公司開發一個業績查詢平台，以使其查看相關主播的收入。

從內部政策角度看，我們按「須知」基準對存儲我們用戶及內部數據的服務器設置訪問權限。我們亦採用數據加密系統，旨在確保數據安全存儲及傳輸，並防範未獲授權的任何公眾或第三方的成員以任何未獲授權的方式訪問或使用我們的數據。此外，我們對用戶數據實施全面的數據屏蔽以抵禦潛在黑客入侵或安全攻擊。我們亦實行多數據中心的實時同步及備份機制，避免數據意外丟失。

業 務

於往績記錄期間，石榴直播、六房間及花椒於下文所述情況下被相關政府部門視為違規收集和使用用戶信息。於2020年7月16日，工信部向石榴直播通報其違規行為，包括在用戶不同意若干信息訪問要求的情況下拒絕其訪問石榴直播，繁苛的賬戶註銷程序要求，如提供用戶身份證複印件及手機號碼。於2020年10月12日，工信部認定六間房(1)在用戶同意其隱私政策前收集用戶的MAC地址；(2)將用戶的設備相關信息發送至第三方軟件開發工具包；及(3)在其訪問用戶存儲設備的請求被拒絕的情況下拒絕用戶訪問六間房。於2021年5月14日，工信部認定石榴直播在提供相關服務前試圖收集用戶位置。於2021年1月22日，工信部通報花椒違規使用用戶個人信息。於2021年6月11日，國家網信辦斷定六間房收集與其服務無關的用戶信息。我們於往績記錄期間的違規行為乃主要由於我們對中國有關個人信息保護的法律法規的誤解，該等法律法規十分複雜且不斷演變，尤其是工信部及國家網信辦等相關部門所採納對不合規個人信息處理活動的認定標準。

據我們中國數據合規顧問所告知，基於以下理由，董事認為該等不合規事件並未對我們的業務產生重大不利影響：

- 我們已按照工信部及國家網信辦通知的要求，在指定期限內及時改正不合規行為，並已通過有關政府部門的審查。尤其是，我們已對石榴直播、六房間及花椒採取以下措施：
 - (a) 更新石榴直播的隱私政策，(1)全面披露用戶個人信息的收集和使用方法，(2)於用戶首次啟動應用程序時通過彈窗等適當方式提示用戶了解石榴直播的隱私政策，(3)於用戶首次使用直播功能時請求存儲權限，並(4)向用戶說明獲取相應權限的目的。我們亦簡化了用戶申請註銷賬戶的程序；
 - (b) 六間房不再於用戶同意其隱私政策前收集MAC地址，補充其隱私政策隨附的軟件開發工具包清單，不再於用戶使用有關存儲權限的功能前向用戶請求有關權限，並僅於用戶開始使用直播功能後請求攝像頭及麥克風權限；及

業 務

(c) 花椒將其隱私政策彈窗點擊框語言由「我明白」更新為「我同意」，iOS版花椒應用程序在用戶同意其隱私政策之前，不再向任何軟件開發工具包發送任何用戶個人信息，倘用戶未明確同意隱私政策，則每次啟動時都會彈出其隱私彈窗。

- 我們並無就該等違規事件而受到任何罰款；
- 我們已按中國數據合規顧問根據《個人信息保護法》(已於2021年11月1日生效，且適用於所有互聯網公司的用戶信息收集行為)提出的推薦意見採取數據合規措施，且據中國數據合規顧問告知，董事認為，有關措施可充分且有效地識別類似潛在違規行為並確保遵守相關規則及規例；及
- 截至最後實際可行日期，概無針對我們因非法收集或使用用戶信息的其他未決政府調查、處罰或行政命令。

為跟上最近的監管發展，我們非常重視近期頒佈的數據保護法律，以確保我們數據安全和隱私政策的有效性，確保我們遵守所有適用法律及法規。

- 例如，我們更新了平台上的用戶隱私協議，告知用戶我們收集及使用個人資料的相關目的、範圍及方法以及用戶就其個人資料所享有的權利。
- 我們已制定一系列有關數據安全及隱私的內部制度，如概述在公司層面獲取和存儲數據政策的數據及信息安全管理制​​度以及詳細說明我們在數據備份和恢復方面所遵循的規範性協議的備份恢復管理制度。此外，我們亦制定了信息安全總體應急預案，旨在加強於發生網絡安全事件時的緊急應對。
- 我們採納一系列內部政策(如個人信息保護管理制度、個人信息合規審計制度及App個人信息保護管理制度)，定期開展僱員培訓並委任數據安全管理

業 務

團隊監管個人信息和隱私保護方面的整體工作，以確保遵守《個人信息保護法》。

- 此外，我們在新員工入職時對其進行數據安全和隱私意識的培訓，對處理數據的員工進行信息安全的定期培訓，並及時收回離職員工的物理及邏輯訪問權。

於往績記錄期間，我們在中國或任何海外市場並無遭遇任何重大信息洩露或用戶資料丟失。

品牌推廣及營銷

我們認為品牌知名度對我們能否吸引用戶以及與優質主播及主播經紀公司建立及保持業務合作至關重要，而我們的總體營銷工作旨在提升我們在用戶及主播群體之間的品牌知名度及聲譽。我們已實施多種營銷及推廣措施以推廣我們的產品及服務。我們舉辦多種線下營銷活動以提升我們的品牌知名度、為我們的平台吸引新用戶、增加用戶黏性及推廣我們平台上的主播。於2016年，我們舉辦了一場主播雲集的頒獎盛典花椒之夜（被譽為直播界的奧斯卡），極大地提升了我們品牌在觀眾及主播之間的知名度。於2017年，我們與北京廣播電視台聯合舉辦花椒之夜，於北京衛視同步播出，眾多網紅、名人及具有影響力的主播亮相。該等線下活動已顯著提高我們的品牌知名度及推廣我們的品牌。除線下活動外，我們亦透過在熱門社交媒體平台及投放渠道（例如移動設備製造商、應用程序開發商及搜索引擎開發商）的廣告，推廣我們的平台及吸引新用戶。我們亦與海外網紅合作，透過我們主播創作的內容及其與用戶的互動，提高我們平台的下載量。我們認為口碑營銷亦有助於實現及持續推動我們用戶群的有機增長。

客戶

我們的客戶主要包括在我們的平台上購買打賞予主播的虛擬物品及其他增值服務的眾多不同個人群體。於往績記錄期間各年度／期間，來自我們五大客戶（均為個人）的收益總額分別為人民幣63.4百萬元、人民幣167.9百萬元、人民幣133.0百萬元及人民幣76.9百萬元，分別佔我們同年／期收益總額的2.2%、4.6%、2.9%及3.7%。同年／期，來自單一最大客戶的收益分別為人民幣17.7百萬元、人民幣80.1百萬元、人民幣29.7百萬元及人民幣39.2百萬元，分別佔我們收益總額的0.6%、2.2%、0.6%及1.9%。根據從五大客戶獲得的資料，有關客戶均為從事互聯網、金融、建築等行業的高淨值個人。於2020年，五大客戶貢獻的收益大幅增加，而我們認為其符合我們的整體收益

業 務

增長。此外，我們於2020年推出更多平台活動、PK功能及PK排行任務以提高用戶參與度。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無上述主要客戶為關連人士。

供應商

我們的供應商主要包括於我們平台直播的主播或彼等相關的主播經紀公司、推廣及營銷渠道、帶寬及服務器託管服務供應商。我們與主要供應商通常有超過三年的業務往來。我們爭取至少擁有兩名各類供應商候選人，以盡量減少任何潛在業務中斷、維持供應穩定性、避免過度依賴風險及確保自供應商獲取有競爭力定價。於往績記錄期間，我們並無經歷任何供應中斷或供應協議的提前終止而對我們的業務或經營業績產生任何重大不利影響。我們亦力求通過加強內部控制而控制採購成本。我們的僱員手冊包含反賄賂條款，且就董事所深知，概無僱員自供應商收取任何回扣。

於往績記錄期間各年度／期間，自我們五大供應商的採購額分別為人民幣342.4百萬元、人民幣420.6百萬元、人民幣561.5百萬元及人民幣327.6百萬元，分別佔我們同年／期總採購額的14.2%、13.8%、13.9%及15.4%，而自我們最大供應商的採購額分別為人民幣131.1百萬元、人民幣119.3百萬元、人民幣151.6百萬元及人民幣103.0百萬元，分別佔我們同年／期總採購額的5.5%、3.9%、3.8%及4.8%。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間五大供應商的詳情。

| 排名 | 供應商 | 所提供產品／ | | 開展業務 關係年份 | 採購額 | 佔我們 總採購額 的百分比 |
|-------------------------|------|--------|------------|--------------|----------------|---------------------|
| | | 服務的類型 | 主要業務 | | | |
| <i>(人民幣千元)</i> | | | | | | |
| 截至2019年12月31日止年度 | | | | | | |
| 1 | 供應商A | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2016年 | 131,143 | 5.5 |
| 2 | 供應商B | 營銷 | 互聯網營銷服務 | 2018年 | 64,945 | 2.7 |
| 3 | 供應商C | 直播服務 | 主播經紀公司管理服務 | 2017年 | 55,398 | 2.3 |
| 4 | 供應商D | 營銷 | 移動應用程序營銷服務 | 2016年 | 46,738 | 1.9 |
| 5 | 供應商E | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2018年 | 44,211 | 1.8 |
| 總計 | | | | | 342,435 | 14.2 |
| 截至2020年12月31日止年度 | | | | | | |
| 1 | 供應商F | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 119,289 | 3.9 |
| 2 | 供應商A | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2016年 | 116,640 | 3.8 |
| 3 | 供應商G | 營銷代理服務 | 移動應用程序營銷服務 | 2020年 | 65,091 | 2.1 |
| 4 | 供應商H | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 60,167 | 2.0 |
| 5 | 供應商I | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 59,410 | 2.0 |
| 總計 | | | | | 420,597 | 13.8 |

業 務

| 排名 | 供應商 | 所提供產品／ 服務的類型 | 主要業務 | 開展業務 關係年份 | 佔我們 總採購額 的百分比 | |
|-------------------------|------|-----------------|------------|--------------|---------------------|------|
| | | | | | 採購額 | |
| (人民幣千元) | | | | | | |
| 截至2021年12月31日止年度 | | | | | | |
| 1 | 供應商J | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2020年 | 151,584 | 3.8 |
| 2 | 供應商K | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2021年 | 122,080 | 3.0 |
| 3 | 供應商L | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 104,696 | 2.6 |
| 4 | 供應商I | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2020年 | 93,509 | 2.3 |
| 5 | 供應商F | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 89,653 | 2.2 |
| 總計 | | | | | 561,522 | 13.9 |
| 截至2022年5月31日止五個月 | | | | | | |
| 1 | 供應商M | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2021年 | 102,989 | 4.8 |
| 2 | 供應商N | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2020年 | 89,974 | 4.2 |
| 3 | 供應商O | 營銷代理服務 | 移動應用程序營銷服務 | 2020年 | 53,240 | 2.5 |
| 4 | 供應商L | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2019年 | 42,628 | 2.0 |
| 5 | 供應商P | 直播服務 | 主播經紀公司服務 | 2021年 | 38,722 | 1.8 |
| 總計 | | | | | 327,553 | 15.4 |

截至最後實際可行日期，概無董事、其聯繫人或就董事所深知截至最後實際可行日期擁有我們已發行股本超過5%的任何現有股東，於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

業 務

與中國音樂著作權協會的許可協議

我們已與中國音樂著作權協會訂立協議，其允許我們於我們的平台上使用中國音樂著作權協會授權的音樂內容。我們與中國音樂著作權協會的協議主要條款載列如下。

- **授權範圍。**中國音樂著作權協會授權花房科技及密境和風使用及下載中國音樂著作權協會會員的藝術作品。
- **期限。**協議的期限通常為三年。
- **付款。**我們支付基本費用加上因使用中國音樂著作權協會的音樂而產生的虛擬禮物及廣告收益的若干百分比。
- **終止。**倘對方嚴重違反協議，我們有權終止協議，反之亦然。

與應用程序分銷渠道的合作

我們須遵守Apple的App Store等多個應用程序商店的標準條款及條件。Apple的App Store收取交易總額的30%作為手續費。其他應用程序商店一般不收取交易手續費。倘我們被視為違反其條款及條件，此類分銷渠道均有權從其應用程序商店下架我們的移動應用程序。

被我們於2020年12月收購之前，*Monkey*及*HOLLA*於2020年1月因涉嫌違反Apple與用戶生成內容相關的服務條款而自Apple的App Store下架，但Apple並未指出涉嫌違反其服務條款的用戶或內容。由於*Monkey*及*HOLLA*自Apple的App Store下架，自2020年1月起至最後實際可行日期，*Monkey*及*HOLLA*應用程序無法自Apple的App Store下載，惟現有用戶仍可使用該等應用程序（倘於下架前下載該等應用程序）。儘管如此，*HOLLA*及*Monkey*應用程序自Apple的App Store下架時，該等應用程序仍可於Google Play市場下載。此外，自2020年1月起至最後實際可行日期，用戶可從其他應用程序商店及分銷渠道下載*HOLLA*。*Monkey*及*HOLLA*的合計累計註冊用戶數量由截至2019年12月31日的16.1百萬名增加至截至2020年12月31日的29.7百萬名，增長率約為85.0%，低於2019年超過800%的增長率，主要是由於*Monkey*及*HOLLA*自Apple的App Store下架。

於2020年12月收購*HOLLA*集團後，我們對社交網絡產品運營的多個方面採取了更嚴格的內部控制政策，包括（其中包括）用戶舉報制度以及AI文案分類及管制，以減少可能違反分銷渠道服務條款的用戶生成內容。具體而言，我們擴展了用戶舉報的類別，允許彼等舉報欺凌等不當用戶行為或信息。我們亦已實施AI文本過濾及分類系統，這使得我們可在有害內容觸達終端用戶前進行檢測及刪除。該系統利用自然語

業 務

言處理AI準確識別不當內容，實時掃描違規文本形式，並檢測視頻聊天中的不當用戶行為。我們亦已推出*Monkey*的Web客戶端，並主要通過利用網紅營銷及搜索引擎廣告加大力度推廣*Monkey*及*HOLLA*的Web客戶端。截至最後實際可行日期，*HOLLA*可從Google Play以及小米、三星及Oppo等的海外應用程序商店下載，而*Monkey*可從Google Play下載。被我們收購後，*Monkey*及*HOLLA*的合計累計註冊用戶數量增加至截至2021年12月31日的56.7百萬名，年增長率約為90.6%，並進一步增加至截至2022年5月31日的64.5百萬名。於截至2021年12月31日止年度及截至2022年5月31日止五個月，*Monkey*及*HOLLA*的合計平均月付費用戶分別為42,596名及53,863名。考慮到被我們收購後*Monkey*及*HOLLA*累計註冊用戶及平均月付費用戶的增加，董事認為我們的業務並未因有關下架而受到重大影響，原因為我們於2020年12月收購*HOLLA*集團及相關的海外社交網絡產品，屆時及直至最後實際可行日期，*HOLLA*及*Monkey*可自其他主要網絡分銷渠道下載。

季節性

我們已經經歷並預計將繼續經歷我們的業務季節性。例如，就中國市場，我們通常在每年的第四季度從直播服務中獲得較高的收益，原因是直播平台通常在每年年底組織營銷活動、主播競賽和其他活動，通常會吸引更多用戶並刺激平台上內容製作及用戶參與。我們亦就我們的海外業務經歷收益波動。自我們海外社交網絡產品產生的收益通常於寒暑假期間增加，原因為當地年輕用戶傾向於在我們的應用程序上花費更多時間與他人社交。自我們海外社交網絡產品產生的收益於當地重大節日期間呈下降趨勢，在此期間當地用戶傾向於減少其線上時間或暫停虛擬社交活動以進行線下活動。我們預計我們的收益將因影響中國及全球在線音視頻娛樂市場的季節性因素而持續波動。

知識產權

我們結合版權、商標及其他知識產權法，以及與我們的僱員、供應商、客戶及其他人士訂立保密及授權協議保護我們的知識產權。一般而言，我們的僱員必須訂立標準保密協議，確認其代表我們所產生的所有發明、商業秘密、開發項目及其他流程均為我們的財產，並將其可就相關作品獲得的任何所有權轉讓予我們。儘管我們已作好預防措施，然而第三方仍可能未經我們的同意獲取並使用我們所擁有或授權的知識產權。於往績記錄期間，我們並無發現我們的知識產權受到任何有關侵犯。然而，第三

業 務

方未經授權使用我們的知識產權及使我們的知識產權免受有關未經授權使用所產生的費用可能會對我們的業務及經營業績產生不利影響。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－第三方未經授權使用我們的知識產權可能有損我們的品牌及聲譽，而保護知識產權所產生開支可能對我們的業務有重大不利影響」。

截至最後實際可行日期，我們於中國擁有56個註冊域名。我們一般每年更新一次我們的域名註冊，並通常於域名到期前自動申請續期。正常情況下，域名註冊在支付續期費用後立即生效。截至最後實際可行日期，我們的所有註冊域名仍有效。倘我們的任何域名註冊因任何原因無法續期，域名註冊商可能註銷相關域名。

截至最後實際可行日期，我們持有270項在中國註冊的軟件著作權及406項在中國註冊的各類商標。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無與第三方產生有關知識產權的任何其他重大未決法律訴訟。有關我們重大知識產權的詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－B.有關本公司業務的進一步資料－2.知識產權」。

競爭

作為滿足移動端及PC端上的不同用戶需求的在線娛樂平台，我們與提供類似產品及服務的其他社交娛樂平台進行競爭。此外，互聯網行業的其他主要公司已建立其自身的直播業務並與我們競爭用戶時間。就我們的海外產品而言，我們與提供在線視頻娛樂及社交探索服務的區域及全球社交娛樂平台進行競爭。

我們認為能否有效競爭取決於多項因素，包括用戶群的規模、組成及參與度、我們能否適應技術的飛速發展及用戶需求、我們的營銷及銷售投入和我們的品牌實力及聲譽。

有關我們行業競爭力的風險，請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們運營所在市場的競爭十分激烈，我們在業務的多個主要層面面臨重大競爭。倘若我們未能有效競爭，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響」。

業 務

僱員

截至2022年5月31日，我們有623名全職僱員，均位於中國。下表載列截至2022年5月31日按職能劃分的僱員數目：

| 職能 | 截至2022年5月31日 | |
|----------|--------------|--------------|
| | 數目 | % |
| 銷售及營銷 | 52 | 8.3 |
| 技術、研究及開發 | 254 | 40.8 |
| 業務營運 | 92 | 14.8 |
| 一般及行政 | 84 | 13.5 |
| 內容監察 | 103 | 16.5 |
| 客戶服務 | 38 | 6.1 |
| 總計 | <u>623</u> | <u>100.0</u> |

我們主要透過招聘機構、校園招聘會及線上招聘渠道（包括我們的企業網站、求職網站及社交網絡平台）於中國招聘僱員。我們向新聘僱員提供在職培訓。我們亦在獲選僱員的僱傭期間向其提供外部培訓機會。作為我們擴張海外市場策略的一部分，我們亦積極招聘擁有海外教育及工作經驗並熟悉海外目標市場文化的僱員。由於我們的產品及服務主要旨在保留及吸引年輕一代用戶，我們致力於吸引年輕一代的合資格僱員。截至2022年5月31日，超過50%僱員年齡在30歲以下，超過11%僱員年齡在25歲以下。

根據中國法規的規定，我們參加多種由適用當地市級及省級政府組織的僱員社會保險計劃，包括住房、養老金、醫療、工傷及失業福利計劃。中國法律規定我們須按薪金的規定百分比向僱員福利計劃作出供款。花紅一般酌情派發，部分基於僱員績效及部分基於我們的整體業務表現。於往績記錄期間，我們根據中國法規為僱員繳納相關社會保險及住房公積金供款。我們亦為正式僱員購買商業保險，為其家庭成員購買聯合保險。我們購買的保險種類涵蓋重度殘疾、重大疾病及交通事故保險。我們亦為高級行政人員及其他主要僱員購買健康保險。

我們相信，我們與僱員維持良好的工作關係，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無任何重大勞務糾紛，業務營運招聘員工方面亦無任何困難。

業 務

物業

我們並無擁有任何房地產。截至最後實際可行日期，我們透過於北京、天津、保定、成都及海南的九處租賃物業經營我們的業務。根據上市規則第5.01(2)條，我們於中國用作辦公室的租賃物業被認為是非物業業務。即使我們遇到使用任何租賃辦公場所遭暫時中斷的情況，我們認為僱員仍可繼續遠程履行其重大方面的職責，且我們位於其他或備選地點的辦公室可透過我們的技術基礎設施充分支持我們遇到暫時辦公場所中斷地區的業務經營。

截至最後實際可行日期，我們租賃物業的總建築面積約為8,500平方米，每處租賃物業的建築面積介乎約10平方米至6,200平方米。相關租賃協議的租賃屆滿日期介乎2022年11月至2026年11月，有重續租賃的選擇權。

截至2022年5月31日，概無屬於非物業業務的單項物業權益以及屬於物業業務的單項物業權益之賬面值分別佔我們資產總值之15%及1%。因此，我們無須根據上市規則第五章的規定進行估值或於本文件載入物業權益的任何估值報告，且根據香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條的規定，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條及公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定。

未備案

根據適用中國法律法規，物業租賃協議必須在中華人民共和國住房和城鄉建設部地方分部完成備案。備案有關租賃將需要我們出租人的合作。截至最後實際可行日期，我們並未就我們於中國租賃的若干物業取得租賃備案，主要原因為難以取得我們出租人的合作以備案有關租賃。我們將採取所有實際可行及合理步驟以確保有關租賃完成備案。據中國法律顧問所告知，租賃協議未備案將不會影響有關租賃協議的效力。

根據相關中國法律法規，我們或會被相關政府部門責令在規定期間內備案相關租賃協議，倘不遵守我們或會就每項未備案租賃受到介乎人民幣1,000元至人民幣10,000

業 務

元的罰款。截至最後實際可行日期，我們並無接獲相關政府部門的任何有關要求或遭受任何有關罰款。我們承諾，一旦接獲相關政府部門的任何要求，我們將通力合作，落實租賃協議的備案。

保險

與一般市場慣例相符，我們並無投購任何業務中斷保險或產品責任保險，而中國法律並無強制要求。我們並無投購涵蓋我們技術基礎設施或物業損壞的保單。我們亦無投購應對合約安排相關風險的保單。於往績記錄期間，我們並無作出任何有關我們業務的重大保險申索。出現任何未投保的業務中斷、訴訟或自然災害，或者我們未投保設備或設施有重大損壞可能會對我們的經營業績造成重大不利影響。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們有限的保險保障範圍可能會使我們面臨巨額成本及業務中斷」。

法律訴訟

我們不時面臨於日常業務過程中產生的法律訴訟、調查及申索。於往績記錄期間，我們涉及16起與若干第三方的版權侵權申索（包括中國音樂著作權協會及娛樂公司所提起的）。具體而言，密境和風在與中國音樂著作權協會的一起訴訟中被列為被告，該訴訟指控主播於直播時段未獲授權使用音樂版權，且我們向中國音樂著作權協會支付人民幣50,000元解決糾紛。密境和風在八起版權侵權訴訟中被列為被告，其中，密境和風在一起涉及在宣傳活動中未經授權使用受版權保護漫畫的版權侵權案中向原告賠償約人民幣5,500元，以及一起涉嫌在直播時段未經授權使用受版權保護小說的案件被駁回。剩餘六起聲稱未經授權使用受版權保護音樂的訴訟在最終判決之前由原告撤銷。花房科技的附屬公司猴啦科技（前稱蜜枝科技）在兩起有關猴啦科技使用受版權保護動漫及音樂產品的版權侵權糾紛中被列為被告，且我們支付人民幣108,000元解決糾紛。於往績記錄期間，花房科技在三家娛樂公司提起的六起有關於直播時段使用受版權保護音樂的版權侵權糾紛中被列為被告，兩起由原告撤銷，而我們在三起案件中被判決賠償原告合計人民幣7,000元，且一起案件截至最後實際可行日期仍待最終判決。由於花房科技及猴啦科技的剩餘一起版權侵權訴訟仍待最終判決，故未結算的申索總金額少於人民幣1.0百萬元

業 務

(根據申索的最高金額及向我們索要的潛在法律費用計算)。雖然我們擬積極應訴並且相信有實質的抗辯理據，但並不保證可以獲得有利的結果。然而，考慮到該等訴訟的性質及有關標的事項金額，董事認為因該等訴訟(不太可能全部敗訴)可能引致的負債總額將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的主播及其相關主播經紀公司亦可能不時與我們發生合約糾紛。我們牽涉於往績記錄期間提起的60起與我們主播及／或其相關主播經紀公司的合約糾紛，其中20起糾紛截至最後實際可行日期仍待作出最終判決。在與主播及／或其主播經紀公司的60起合約糾紛中，53起與主播違反相關合作協議內的獨家條款有關，而其餘糾紛主要與主播及／或主播經紀公司的收益分成安排結算金額有關。在40起有最終判決的糾紛中，我們為33起糾紛的原告，並獲得合共約人民幣11.3百萬元的賠償，而作為其餘七起糾紛的被告支付約人民幣1.9百萬元的損害賠償及／或和解金，所有糾紛主要與主播及／或主播經紀公司有關收益分成釐定方式的糾紛有關。在20起待決糾紛中，我們為19起待決糾紛的原告，總合約申索為人民幣24.9百萬元，而我們在其餘一起待決糾紛中被列為被告，最高潛在損害賠償約為人民幣50,000元，其與主播經紀公司未能對其相關主播結算付款有關，而該主播將我們連同該主播經紀公司列為共同被告。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，涉及該等合約糾紛的主播及主播經紀公司貢獻的收益分別為人民幣73.2百萬元、人民幣32.1百萬元、人民幣20.5百萬元及人民幣2.8百萬元，分別佔同期收益總額的約2.6%、0.9%、0.4%及0.1%。由於糾紛及申索金額較我們龐大的主播群體而言相對較少，而與主播及主播經紀公司的該等合約糾紛在往績記錄期間的日常業務過程中產生，董事認為該等糾紛並無亦不會對我們業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

靈動相關仲裁

就「歷史、重組及公司架構－靈動收購及出售」一節所述的北京靈動出售事項而言，在北京靈動創始人及北京榮昱拖欠付款後，我們已聘請合格的中國法律顧問就針對北京靈動創始人、北京榮昱及北京靈動的潛在仲裁程序提供意見，以收回未支付對價逾期部分及股息分派人民幣105,082,000元及因根據出售協議所載仲裁條款違約而產生的損失(「潛在仲裁程序」)。於2021年7月7日，我們向北京市公安局西城分局(「公安局」)報告與北京靈動創始人的糾紛。根據我們與公安局的溝通，鑒於北京靈動創始人是唯一與我們就北京靈動出售事項進行磋商的人士，我們要求對北京靈動創始人涉嫌與拖欠未支付對價及股息分派有關的不當行為展開刑事調查(「刑事調查」，連同潛在仲

業 務

裁程序，稱為「正在進行的法律程序」)。以花房科技的管理層為代表，花房科技向公安局提出控告北京靈動創始人合約詐騙及挪用公款的起訴書。截至最後實際可行日期，我們收到公安局決定對北京靈動創始人涉嫌挪用資金的不當行為展開刑事調查的通知。

我們亦已委聘融泰律師事務所(「仲裁法律顧問」)就針對北京靈動創始人、北京靈動及北京榮昱的潛在仲裁程序提供意見及就(1)針對北京靈動創始人、北京靈動及北京榮昱的潛在仲裁程序勝訴的可能性，及(2)潛在仲裁程序是否會對我們的業務運營及財務狀況產生任何重大不利影響提供意見。根據中國適用的爭議解決程序，截至最後實際可行日期，潛在仲裁程序正在等待刑事調查的調查結果，而刑事調查於同一日期正在進行中。

經計及事實及情況、相關的證據及文件以及經與管理層進行面談，仲裁法律顧問告知我們：

- 就北京靈動創始人及北京榮昱於北京靈動出售事項中的違約而對北京靈動創始人提出的申索更有可能受到仲裁庭或法院的支持，原因如下：(1)根據出售協議的條款，方奇及北京靈動有合約義務支付股息分派，未能支付將構成方奇及北京靈動的違約，並使彼等承擔支付股息分派及與此相關的其他損失的額外責任；(2)根據出售協議的條款，北京榮昱有合約義務支付未支付對價，未能支付將構成北京榮昱的違約，並使其承擔支付未支付對價及與此相關的其他損失的額外責任；及(3)相關證據可支持方奇於有關期間最終控制北京榮昱的認定，因此彼應對北京榮昱在出售協議項下的違約承擔共同及個別責任；及
- 考慮到花房科技於潛在仲裁程序中作為原告，潛在仲裁程序將不會對其業務運營及財務狀況產生任何重大不利影響。

業 務

董事經計及仲裁法律顧問的意見及北京靈動獨特的業務性質及獨立經營後認為，北京靈動出售事項及正在進行的法律程序將不會對我們的業務運營或財務狀況產生任何重大不利影響。

合規

有關我們等互聯網直播平台之實名註冊規定的現行法律法規包括《互聯網直播服務管理規定》、《網絡音視頻信息服務管理規定》、《互聯網用戶公眾賬號信息服務管理規定》、《關於規範網絡直播打賞加強未成年人保護的意見》及《互聯網用戶賬號信息服務管理規定》。

為遵守上述法律法規，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期：

- (1) 我們在用戶於我們的平台註冊賬號時收集彼等的手機號碼。於2022年8月之前，替代辦法是，倘用戶選擇使用微博、微信、QQ等其他平台關聯的ID進行註冊，我們通過軟件開發工具包收集以用戶手機號或其他個人信息註冊的該等平台的關聯ID。自2022年8月1日起，在國家網信辦的指導下，我們開始收集我們平台所有新用戶及活躍用戶的手機號碼；及
- (2) 我們要求所有主播在我們的平台註冊主播賬號時進行實名註冊及人臉識別，並收集彼等的個人信息。

我們亦要求各用戶同意我們平台用戶協議所載的條款及條件，據此，各用戶承諾（其中包括）使用真實的身份及個人信息註冊賬號、確認其年滿十八歲及授權我們核實所提供個人信息的真實性。

我們亦已採取各種措施並進行大量工作以遵守未成年人保護及限制未成年人虛擬打賞的規定。該等措施包括建立及不斷升級青少年模式、設立專門的客服團隊以處理與未成年人使用他人賬號進行虛擬打賞有關的投訴、管理我們平台的主播防止彼等鼓勵或教唆潛在的未成年人進行虛擬打賞等。請參閱「一 風險管理及內部控制 — 未成年人保護及虛擬打賞管理」及「一 我們平台的內容及主播」。

業 務

根據於2022年3月29日與北京市廣播電視局的諮詢及於2022年4月1日與國家廣播電視總局的諮詢，我們並未受到任何行政處罰。根據相關省市文化管理執法部門出具的確證書，我們於往績記錄期間並未受到有關上述法規的任何行政處罰。

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期已採取措施落實現行法律法規所規定的要求，且已滿足現行實名註冊監管要求。

除上述法規外，我們亦須遵守《網絡主播行為規範》。根據於2022年6月8日生效的《網絡主播行為規範》，(1)對於需要較高專業水平(如醫療衛生、金融、法律及教育)的直播內容，直播主播應取得相應執業資質並向直播平台進行執業資質報備，直播平台應對相關資質進行審核及備案；(2)於直播過程中，直播主播不得鋪張浪費糧食、展示奢侈品、珠寶及其他資產，或展現帶有性暗示、性挑逗的內容；(3)直播平台應建立健全直播主播入駐、培訓、日常管理、業務評分檔案和「紅黃牌」管理等內部制度規範。對向上向善、模範遵守《行為規範》的直播主播進行正向激勵；對出現違規行為的直播主播，要強化警示和約束；對多次違反《行為規範》或適用規則規例的直播主播，應當封禁賬號。

我們的直播平台主要提供娛樂直播內容，包括音樂、舞蹈及社交等。我們的平台並無需要高專業水平的特殊直播分類。此外，我們的社區指引及綠色直播公約要求主播堅持健康的風格及品味，自覺反對拜金、浪費食物、炫耀奢侈生活等不良行為，積極加強自我發展及學習。此外，我們的社區指引亦要求計劃創作涉及高專業水平內容的主播取得相應執業資質並向我們報備，供我們對有關資質進行審查並存檔。我們已制定一系列內部政策及人才培養體系，管理主播招募、培訓、內容創作及審查、主播分類及信用管理、著裝行為規範、用戶管理、話題評論及調查管理。我們亦已制定社區指引及綠色直播公約，明顯展示在我們的平台上，並載列對主播行為規範的清晰要求。我們基於違規及越界行為的特定類型對主播實施不同程度的處罰。此外，我們已採取結合AI技術及人工內容審查的內容審查機制。截至2022年5月31日，我們的內容

業 務

審查團隊包括逾220名員工。通過我們的內容審查機制，我們監控我們平台的直播活動，防止上述不當或違法內容展示在我們平台上。倘主播展示違反我們內部政策或相關法律法規的內容，我們有權暫停直播間並封禁主播或實施其他類型的處罰。

基於以上分析，我們的中國法律顧問認為，除「一 內容篩選及審查 一 涉及內容及主播的監管事件」所披露者外，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期已全面遵守《互聯網直播服務管理規定》、《網絡主播行為規範》及其他有效法律法規項下的適用規定。

牌照及監管批文

經我們中國法律顧問確認，我們已在重大方面向相關監管機構取得開展業務所需的所有牌照、許可證及證書。我們密切關注規管我們行業及營運的監管發展。據我們的中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，彼等概無注意到任何事項令彼等認為屆滿後重續對我們的營運而言屬重要的牌照、許可證及證書會遭遇重大阻礙。然而，倘我們無法重續該等牌照、許可證及／或證書，我們或須調整或暫停營運，這可能會對我們的業務及經營業績造成不利影響。有關詳情，請參閱「風險因素 一 與業務有關的風險 一 倘我們未能取得適用於我們業務的必要批准、牌照或許可，或未能遵守適用法律法規，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景可能會受到重大不利影響」。下表載列我們現時持有的重大牌照、許可證及批文清單。

| 牌照／許可證 | 持有牌照／許可證的實體 | 屆滿日期 |
|----------------------|-------------|---------------------------|
| 網絡文化經營許可證 | 花房科技 | 2022年11月22日 |
| ICP許可證 | 花房科技 | 2026年6月8日 |
| 營業性演出許可證 | 花房科技 | 2024年6月29日 |
| 信息網絡傳播視聽節目許可證 | 花房科技 | 2024年2月13日 |
| 網絡文化經營許可證 | 密境和風 | 2025年6月24日 |
| ICP許可證 | 密境和風 | 2026年11月12日 |
| 全國網絡視聽平台信息登記 管理系統 | 密境和風 | 2022年9月25日 ⁽¹⁾ |
| 營業性演出許可證 | 猴啦科技 | 2023年4月17日 |
| 網絡文化經營許可證 | 猴啦科技 | 2022年12月11日 |
| ICP許可證 | 猴啦科技 | 2023年6月20日 |

業 務

| 牌照／許可證 | 持有牌照／許可證的實體 | 屆滿日期 |
|---------------|-------------|---------------------------|
| 網絡文化經營許可證 | 花房燦爛 | 2025年4月17日 |
| 廣播電視節目製作經營許可證 | 花房燦爛 | 2023年6月30日 |
| 營業性演出許可證 | 花房燦爛 | 2023年7月9日 |
| ICP許可證 | 花房燦爛 | 2026年4月25日 |
| 網絡文化經營許可證 | 邁即刻 | 2023年12月13日 |
| ICP許可證 | 邁即刻 | 2024年7月12日 |
| 網絡文化經營許可證 | 四川花音 | 2025年5月20日 |
| ICP許可證 | 四川花音 | 2024年8月1日 |
| 網絡文化經營許可證 | 成都花漾 | 2022年7月24日 ⁽²⁾ |
| ICP許可證 | 成都花漾 | 2025年9月22日 |
| 廣播電視節目製作經營許可證 | 成都花漾 | 2024年5月30日 |
| 網絡文化經營許可證 | 入座科技 | 2024年1月11日 |
| ICP許可證 | 入座科技 | 2026年4月25日 |
| 網絡文化經營許可證 | 海南凱林 | 2024年7月29日 |
| ICP許可證 | 海南凱林 | 2026年8月13日 |

(1) 截至最後實際可行日期，密境和風正在更新其全國網絡視聽平台信息登記管理系統備案。於更新期間，登記管理系統可正常運行。經我們中國法律顧問確認，根據彼等向北京市廣播電視局進行的諮詢，更新不存在實質性障礙。

(2) 根據文旅部的通知，倘網絡文化經營許可證等相關牌照於2022年7月1日至2022年12月31日期間到期，則牌照重續期限按原到期日延期六個月計算，而於延期辦證期間，相關牌照視為正常存續。

獎項及認可

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們獲得有關我們業務的若干獎項及認可。我們已獲得的部分重大獎項及認可載列如下。

| 獎項及認可 | 頒獎方 | 獲獎年份 |
|--|-------------------------------|-------------|
| 2017年、2018年、2019年及 2020年中國互聯網百強 企業 | 中國互聯網協會及 中國工業和信息化部 信息中心 | 2017年至2020年 |

業 務

| 獎項及認可 | 頒獎方 | 獲獎年份 |
|-----------------------------|----------|-------|
| 高新技術企業 | 中國科學技術部 | 2019年 |
| 中國演出行業協會網絡表演 (直播)分會秘書長單位 | 中國演出行業協會 | 2017年 |
| 北京網絡文化協會副會長單位 | 北京網絡文化協會 | 2020年 |
| 中國互聯網協會會員單位 | 中國互聯網協會 | 2015年 |

風險管理及內部控制

我們已指定本公司負責人員監督本公司持續遵守中國相關法律及法規(管治我們的業務運營及監督任何必要措施的實施)的情況。此外，我們計劃向董事、高級管理層及相關僱員提供持續培訓課程及／或定期更新中國相關法律及法規的資料，旨在積極發現有關任何潛在不合規情況的任何問題及事宜。

此外，我們已採納一套規管我們僱員行為的內部規則及政策。我們已建立監察系統以實施反賄賂及反貪污措施，確保僱員遵守內部規則及政策以及適用法律及法規。例如，我們的內部審核委員會定期組織僱員參加有關商業道德的教育活動，並為僱員提供有效的反饋渠道，以幫助僱員培養反貪污意識，鼓勵僱員互相監督。我們的內部審核委員會亦定期向管理團隊報告其工作進度。我們亦於內部反賄賂及反貪污政策中強調若干禁止行為，包括(其中包括)收受賄賂或回扣、侵佔或挪用公司資產及偽造或

業 務

更改會計記錄。我們向新僱員提供強制性培訓課程，並向現有僱員提供持續培訓，以令彼等了解及熟悉相關規則及法規。鑒於直播行業不斷演進的性質，我們亦緊跟最新監管動態，並不時與相關監管部門溝通，以討論最新監管規定。

我們已委任金聯資本(企業融資)有限公司擔任我們的合規顧問，自[編纂]日期起生效，以就持續遵守上市規則及香港適用證券法例及規例提供意見。

於往績記錄期間，董事並無發現任何重大內部控制缺陷或失誤。董事認為，我們已實施充分有效的內部控制程序，董事具備上市規則第3.08及3.09條規定的資格及能力，以及根據上市規則第8.04條本公司適合[編纂]。

未成年人保護及虛擬打賞管理

國家廣電總局發佈第78號通知，列明有關提供網絡秀場直播或電商直播的平台的登記規定以及有關實名登記、用戶虛擬打賞消費限額、未成年用戶虛擬打賞限制、直播審核人員資格、內容標籤及其他方面的規定。有關第78號通知的進一步資料，請參閱「法規－有關網絡直播服務的法規」。「法規－有關未成年人保護的法規」一節所載法律、法規及草案的現有形式(包括5月7日意見)要求(其中包括)：(1)直播平台不得向未滿16週歲的未成年人提供網絡直播主播賬號註冊服務，允許年滿16週歲的未成年人註冊直播主播賬號前必須取得未成年人父母或其他監護人的同意並核實未成年人的身份；(2)未成年人及未實名註冊的用戶禁止參與虛擬打賞；(3)直播平台應貫徹並不斷完善防沉迷制度及青少年模式制度，於每日22時後下線有關青少年模式下的各項服務，並建立客服團隊，立即處置與未成年人有關的相關投訴及糾紛；及(4)直播平台應全部取消打賞排行榜並禁止以打賞額度為唯一依據對主播表現進行評估。

為遵守上述實名制相關規定、限制未成年人打賞及若干其他規定，我們已採取多種措施，並做出重大努力：

- (1) 根據我們的政策，可註冊為我們直播產品的用戶或主播的最低年齡要求為18歲。自成立以來，我們已通過收集主播的姓名及身份證號碼等個人資料來要求我們平台的所有主播進行實名註冊。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們直播平台概無未成年人擁有主播賬號。於2022年8月1日之前，當用戶在我們的平台上註冊賬號時，我們已收集其手機號碼。替代辦法是，倘用戶選擇使用微博、微信、QQ等其他平台關聯的ID進行註冊，

業 務

我們將通過軟件開發工具包收集以用戶手機號或其他個人信息註冊的該等平台的關聯ID，以符合實名註冊規定。自2022年8月1日起，我們開始收集所有新用戶及活躍用戶的手機號碼。有關更多資料，請參閱「業務－數據安全及隱私」。此外，我們要求用戶同意我們平台的用戶協議中規定的條款及條件。根據用戶協議，每名用戶承諾（其中包括）使用真實身份及個人資料註冊賬號，確認已年滿十八歲並授權我們核實提供予我們的個人資料的真實性。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無發生違反有關要求的事件。儘管如此，我們於往績記錄期間遭到九起有關未成年人使用他人賬號進行虛擬打賞的投訴，為此我們調查了與該類事件有關的每項投訴，退還經我們核實的未成年人虛擬打賞並適當地關閉相關用戶賬號。

- (2) 自2019年9月起，我們已建立並不斷升級青少年模式，可適用於我們在中國的所有音視頻直播產品（包括花椒、奶糖及六間房），並涵蓋未成年人使用的各個方面，包括網絡防沉迷及禁止虛擬打賞。我們在中國所有音視頻直播產品的青少年模式均具有基本類似功能，旨在為未成年用戶提供合適的內容，並防止彼等進行虛擬打賞。當用戶每天首次啟動我們的應用程序時，用戶可根據彈出的提示或通過應用程序中的設置功能切換到青少年模式，並瀏覽或傾聽我們的內容團隊列入白名單的內容。在青少年模式下，我們會推薦適合未成年用戶的內容，例如與紀錄片、通識教育及健康相關主題的直播。青少年模式下禁止虛擬打賞。此外，青少年模式禁用若干社交功能，包括彈幕、關注及私信。青少年模式下，用戶每日獲准訪問我們直播產品的時限為40分鐘，更長時間的訪問須提供用戶密碼。於22:00時至翌日6:00時，在青少年模式下，我們拒絕用戶訪問我們在中國的所有音視頻直播產品。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，同期至少開啟過一次青少年模式的用戶數目分別為約1,100人、6,300人、7,800人及2,700人，分別佔截至2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年5月31日直播產品註冊用戶總數的0.01%以下。相較於註冊用戶總數，於相關期間至少開啟過一次青少年模式的用戶極少，主要由於未成年用戶並非我們的目標用戶群且根據相關法律法規被禁止進行虛擬打賞。我們亦設有專門的客服團隊以處理與未成年人使用他人賬號進行虛擬打賞有關的投訴。我們會調查每一起投訴，經我們核實後將立即對未成年人虛擬打賞進行退款並隨後關停相關用戶賬號。於往績記錄期間，我們就未成年人使用其監護人賬號進行虛擬打賞而收到九起投訴。我們於任何情況下均會審查所提供予我們的賬號信息及相關付款記錄。根據我們對賬戶活動及付款記錄的調查，我們已解決四起投訴並作出適當退款。然而，我們未經

業 務

退款而結束對其他五起投訴的調查，原因為缺乏充分證據證明虛擬物品由未成年人購買或贈送。於往績記錄期間，我們並未就涉及未成年人的虛擬打賞或其他直播活動或因任何上述申索而受到監管部門的任何罰款或其他處罰。因此，董事認為，有關投訴／糾紛的影響不會對我們的業務營運及財務表現造成重大不利影響。

- (3) 除我們的青少年模式及註冊要求之外，我們已採納政策以防止未成年人使用他人賬號進行直播或虛擬打賞。例如，我們明顯展示警告，不得誘導未成年人虛擬打賞及未成年人不得在社區內容及直播間進行直播。我們利用AI算法等技術，根據文字信息的關鍵詞搜索識別疑似未成年人的用戶。我們監控直播間的活動，倘AI算法或內容審查團隊根據文字信息的關鍵詞搜索、實時監測以及用戶及主播舉報識別到可疑的未成年人直播，則我們將立即暫停有關直播間。
- (4) 我們亦已實施規管主播活動的政策以保護未成年人。我們已向主播及主播經紀公司強調我們的未成年人保護政策，倘發現主播誘導未成年人虛擬打賞，將對有關主播實施處罰。相關處罰包括退還未成年人打賞的款項及關停或終止主播賬號。我們亦要求主播當其認為有未成年人收看其直播間時或當其注意到未成年人向其作出虛擬打賞時立即向我們報告。自2022年6月起，我們已終止僅以打賞額度為依據對我們平台的主播進行排名，並開始評估主播所完成的日常任務、粉絲團數量及活躍程度等因素。我們亦已加強對每日20:00時至22:00時高峰期直播活動的管理，如單個賬號直播間即時PK次數不得超過兩次、不得設置PK懲罰環節。

業 務

- (5) 儘管據我們的中國法律顧問告知，目前並無虛擬打賞限制實施細則方面的法規，但我們已採取若干措施鼓勵用戶緊密監控其在我們平台的消費。例如，我們鼓勵用戶打開打賞金額警示功能，並設置其自己的每日虛擬打賞限額。我們亦已實行一個通知系統，當用戶的日充值額達到人民幣10,000元時，其將向有關用戶發送應用程序內消息。我們亦在該等消息中提醒用戶未成年人不得作出虛擬打賞。
- (6) 我們設有一個由僱員及承包商組成的內容審查團隊，負責符合第78號通知項下有關審核人員與在線直播間數量配比的規定。第78號通知頒佈後及直至最後實際可行日期，我們已於有關期間將該比例維持在1:50以上，我們已維持內容審查團隊成員逾200人，而於所有有關時間同時活躍的直播間數量低於8,000個。有關更多資料，請參閱「業務－內容篩選及審查」。
- (7) 根據第78號通知，平台要對直播間節目內容和主播實行標籤分類管理。於往績記錄期間，我們已按音樂、舞蹈、戶外、社交網絡或不要求主播具備專業資質的其他類型的標籤來分類我們的直播間和對應主播。平台主播未經我們審核及最終批准不得擅自變更該等標籤。在每個標籤下，都有若干不同的標記，比如溫柔、幽默，讓我們的主播更具體地介紹自己及其直播間，主播可隨時更換該等標記。

除我們為遵守實名註冊及未成年人虛擬打賞限制的相關規定而實行的上述措施之外，我們已就第78號通知項下規定的解釋諮詢相關主管監管部門。經於2022年3月29日及2022年4月1日與相關主管監管部門的諮詢確認，(1)相關監管部門尚未提供第78號通知的具體實施指引；(2)第78號通知並未對任何違規行為訂明任何行政處罰；及(3)自第78號通知發佈以來，相關監管部門已對直播平台進行了多輪調查、檢查及指導，且我們亦無就任何違反第78號通知的行為而受到任何行政處罰。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，國家廣電總局尚未提供第78號通知的具體實施指引，而我們尚未接獲任何執法行動通知，亦無就任何違反第78號通知的行為而受到任何審查、查詢、調查或行政處罰。

業 務

於2022年4月12日，國家廣電總局發佈《關於加強網絡視聽節目平台遊戲直播管理的通知》（「4月12日通知」），主要針對網絡遊戲相關直播進行規管。有關4月12日通知的更多資料，請參閱「法規－有關網絡直播服務的法規」。根據4月12日通知，直播平台不得傳播或直播未經主管部門批准的網絡遊戲，並須（其中包括）加強對遊戲直播主播的管理。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無在我們的平台組織或舉辦遊戲直播節目或比賽。我們要求主播不得直播未經主管部門批准的網絡遊戲，而我們的內容審查團隊緊密監視網絡遊戲相關內容的直播間。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未發現我們的任何主播在我們的平台上直播未經主管部門批准的網絡遊戲。

我們的中國法律顧問認為，我們所採取的上述措施符合有關未成年人保護、實名註冊的相關法律法規以及4月12日通知及5月7日意見項下之規定。此外，根據艾瑞諮詢報告，我們亦已採取被同行業公司廣泛採用的措施，且我們的慣例符合行業慣例，防止未成年人於我們的平台進行虛擬打賞或觀看直播。

根據(1)我們為遵守實名註冊及未成年人虛擬打賞限制的相關規定而實行的上述措施，(2)行業顧問的觀點，(3)與相關監管機構的諮詢，及(4)我們中國法律顧問的意見，董事認為，我們已採取有效措施確保在所有重大方面遵守第78號通知、4月12日通知、5月7日意見中的各項規定及有關未成年人保護的其他中國法律法規，而我們的財務狀況及營運自採取上述措施以來，或因實施第78號通知、4月12日通知、5月7日意見及《未成年人網絡保護條例（徵求意見稿）》並無受到重大不利影響。

我們正密切監測及評估監管發展。我們將與監管機構保持聯繫。倘就此有任何進一步立法或其他強化規範及／或政府行動，我們將及時採取措施以遵守相關監管規定。

我們平台的內容及主播

我們繼續加強我們的內容審查能力，包括於各直播間採用圖文捕獲技術以及時發現潛在違規行為。倘我們確認有任何違反我們的社區指引或適用規則及法規行為，我們將立即暫停相關直播間及／或凍結或終止該主播賬戶。

業 務

我們就內容審查的內部控制措施包括(1)暫停及／或終止與從事非法活動或屢次違反我們社區指引的主播合作，(2)即時向相關監管機構報告任何涉嫌違法違規行為，及(3)向中國演出行業協會報告在我們平台上從事非法活動的主播，使其將有關主播列入警示名單。我們定期檢查中國演出行業協會公佈的警示名單，並禁止名列警示名單的人士註冊成為我們平台的主播。

自2022年7月1日以來，我們已實施社區指引及綠色直播公約，要求主播堅持積極健康的直播方式，反對拜金、浪費食物及炫耀奢侈生活等不良行為，以遵守國家廣播總局及文旅部於2022年6月8日發佈的《行為規範》項下之規定。此外，我們已制定一系列內部政策及人才培養體系，管理主播招募、培訓、內容創作及審查、主播分類及信用管理、著裝行為規範、用戶管理、話題評論及調查管理。我們基於違規及越界行為的特定類型對主播實施不同程度的處罰。我們的內容審查團隊在AI技術的支持下監控我們平台的直播活動，以防出現不當或違法內容。我們有權暫停直播間，並對違反我們內部政策、《行為規範》及相關法律法規的主播實施封禁或其他類型的處罰。

反洗錢措施

我們的首要任務一直是杜絕行業流入洗錢者。我們平台實行的政策是嚴禁並積極防止洗錢及任何有助於洗錢或資助恐怖主義或犯罪活動的活動。我們已制定「了解您的客戶」政策幫助防止洗錢，其中包括監控客戶的活動，並藉對我們僱員的培訓，了解應發紅牌的交易類型。我們的技術部門負責留存與客戶的所有賬戶交易記錄。我們亦已委任反洗錢報告員，在其懷疑遇到犯罪所得時提醒我們的管理層，同時我們須向相關金融調查機構報告可疑活動。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發現與洗錢或恐怖主義或犯罪活動有關的任何事件。

業 務

風險管理

我們在業務運營中面臨多種風險，而我們認為風險管理對我們的成功至關重要。我們面臨的關鍵營運風險包括（其中包括）整體市場趨勢及直播行業監管環境的變化、我們維持、提升及創新產品及服務的能力、我們與主播經紀公司維持合作關係的能力及我們留住及發展主播群體的能力。有關我們面臨多種風險的披露，請參閱「風險因素」。此外，我們亦面臨大量市場風險，例如我們正常業務過程中出現的信用及流動資金風險。詳情請參閱「財務資料－有關市場風險的定量及定性披露」。

我們已實施多項政策及程序，確保有效管理營運各方面的風險，包括日常營運管理、財務報告及記錄程序、資金管理政策，並遵守適用法律及法規。董事會監督及管理與我們營運有關的整體風險。我們已成立審核委員會，審核及監督本集團的財務報告過程及內部控制系統。有關該等委員會成員的資質及經驗以及審核委員會職責的詳細說明，請參閱「董事及高級管理層－董事委員會－審核委員會」。我們已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告採納書面職權範圍。

與受國際制裁國家有關的商業活動

於往績記錄期間，我們通過Apple的App Store及Google Play收取HOLLA集團旗下運營的若干應用程序的用戶（位於受制裁國家）付款。該等應用程序均通過美國平台Apple的App Store及Google Play發佈及推廣。於往績記錄期間，來自受制裁國家用戶的付款產生的收益佔我們收益總額的1.0%以下。於2021年8月，我們採取內部控制措施防止此類交易後，我們停止收取來自受制裁國家用戶的付款。我們承諾於[編纂]後不接受來自受制裁國家用戶的任何付款。

制裁風險

美國及其他司法權區或組織（包括英國、歐盟、聯合國及澳洲）透過行政命令、通過立法或其他政府方式採取措施，對該等國家或該等國家內受針對的行業、公司或個人群體及／或組織實施經濟制裁。請參閱「法規－制裁法律及法規」。

業 務

美國

一級制裁風險

據國際制裁法律顧問告知，美國一級制裁適用於涉及美國聯結的活動，例如以美國貨幣經由美國金融系統或由美國支付機構處理的轉賬。美國的一級制裁可能在特定情況下適用於我們，包括與受制裁國家或受制裁目標進行交易或涉及受制裁國家或受制裁目標的交易。於往績記錄期間，我們收到向我們移動應用程序支付的款項，其中涉及受制裁國家。具體而言，位於受制裁國家的若干*Monkey*用戶以美元向我們的美國銀行賬戶付款。我們一個美國金融機構香港分行賬戶亦收到受制裁國家用戶的有關付款。然而，據我們的國際制裁法律顧問告知，鑒於(1)我們現已實施內部控制，以防止與受制裁國家或受制裁目標進行交易；(2)我們應用程序中涉及的基礎軟件不包含源自美國的內容；(3)我們的應用程序已發佈及不受限制地公開可用；(4)我們用於個人通訊及相關服務及支付的應用程序的分發可能受益於OFAC發佈的互聯網通訊的一般許可，且OFAC通常不會就與個人通訊有關的交易施加處罰；及(5)參與我們運營的美國人士相對有限，因此，我們於往績記錄期間與受制裁國家的有限活動不太可能構成美國一級制裁下的重大風險。

二級制裁風險

美國亦實施二級制裁，針對在古巴從事為受制裁人士或活動提供便利或實質性支持的交易，如「充公」財產買賣、從事若干與敘利亞有關的活動及與伊朗SDN或在伊朗若干類別行業（即使不涉及SDN）內從事買賣的非美國人士以及在克里米亞「營運」的人士。據國際制裁法律顧問告知，由於我們已停止涉及受制裁國家的交易，故我們不太可能成為美國二級制裁的受制裁目標。

歐盟、聯合國、英國、英國海外領土及澳洲

據我們的國際制裁法律顧問進一步告知，我們在開曼群島及英屬處女群島註冊成立的集團公司直接受英國制裁制度規限（該制度執行聯合國及歐盟實施的制裁），然而，根據該等制裁制度或澳洲目前實施的制裁制度，我們在相關司法權區進行的業務交易似乎並不違法。

業 務

有關制裁風險的進一步詳情，請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們可能因自位於美國、歐盟、聯合國、英國、澳洲及其他相關制裁機構實施制裁的若干國家的用戶收取付款而遭受適用制裁法的不利影響」。

我們的承諾及內部控制程序

我們已向聯交所承諾，我們不會將[編纂][編纂]及透過聯交所籌集的任何其他資金用於直接或間接撥付或協助與任何受國際制裁的受制裁國家或受美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳洲制裁的任何其他政府、個人或實體（包括但不限於OFAC存置的SDN名單或歐盟、聯合國、英國、英國海外領土及澳洲所存置的其他限制人士清單上特別指定的任何政府、個人或實體）進行的活動或業務或為彼等利益撥付或協助有關活動或業務。此外，我們承諾不會將[編纂][編纂]用於支付終止或轉讓違反國際制裁的任何合約的損害賠償。另外，我們承諾不會展開將致使我們、聯交所、香港結算、香港結算代理人或我們的股東及投資者違反美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳洲的國際制裁法或成為其制裁對象的任何未來業務。

倘我們認為本集團在受國際制裁的受制裁國家開展或與受制裁目標開展的交易會令本集團或我們的股東及投資者面臨受制裁風險，我們亦將於聯交所網站及本集團網站及於我們的年報或中期報告內披露：(1)於受國際制裁的受制裁國家或與受制裁目標的任何新活動的詳情；(2)我們就監控業務面臨的制裁風險所開展的工作；及(3)在受國際制裁的受制裁國家內或與受制裁目標進行的任何新活動的狀況及預期計劃。

我們擬全面實施下列內部控制及風險管理措施。

- 我們將設立及存置獨立銀行賬戶，其目的為存放及有效運用[編纂][編纂]或透過聯交所募得的任何其他資金；
- 我們計劃建立風險及合規委員會以進一步加強我們現時的內部風險管理職能，該委員會負責監察我們面臨的制裁風險及相關內部控制程序的實施情況。風險及合規委員會將每年至少舉行兩次會議，以監察我們面臨的制裁風險；

業 務

- 董事將持續監察[編纂][編纂]及透過聯交所籌集的任何其他資金的用途，確保有關資金將不會用於直接或間接撥付或協助與受國際制裁國家或受制裁目標之間的活動或業務，或為彼等利益撥付或協助有關活動或業務（倘此將違反國際制裁）；
- 風險及合規委員會將定期審閱我們有關制裁事宜的內部控制政策及程序，包括定期審閱對我們的營運產生影響的國際制裁及受制裁目標的最新情況。倘風險及合規委員會認為有必要，我們將聘請具備制裁事宜必要專業知識及經驗的外聘國際法律顧問提供建議及意見；及
- 如有必要，我們將安排外聘國際法律顧問向董事、高級管理層及其他相關人員提供有關制裁的培訓計劃，以協助彼等評估我們日常營運的潛在制裁風險，尤其是適時對本集團業務對手方進行篩選程序，以確保對手方均非受制裁目標。經諮詢我們的外聘國際法律顧問後，我們將向董事、高級管理層及其他相關人員提供並定期更新當前的受國際制裁國家及受制裁目標名單，而彼等則會於內部分發有關資料。

國際制裁法律顧問已審閱及評估該等內部控制措施，並認為，基於我們的產品及風險評估，該等措施對本公司遵守適用國際制裁法及我們對聯交所的承諾而言屬充足及有效。

經考慮國際制裁法律顧問的上述意見後，董事認為，我們的措施提供了一個合理充足及有效的內部控制框架，以協助我們識別及監察與制裁法律有關的任何重大風險，從而保護股東及我們的利益。於全面實施及執行該等措施後，聯席保薦人認為，該等措施將提供合理充足及有效的內部控制框架，以協助本公司識別及監察與制裁法律有關的任何重大風險。

業 務

環境、社會及管治表現以及倡議

管治架構

健全的企業管治是本集團業務及營運的基礎。我們相信建立及實施完善的環境、社會及企業管治（「ESG」）方針以及常規有助提高企業的投資價值，並為股東提供長遠回報。董事會全面負責監督與本集團營運及戰略相關的可持續發展議題。通過制定戰略方向，董事會訂立明確的願景和策略，以指導ESG措施或系統，反映本集團的核心價值。董事會將採用以下方法識別、管理及審查重大ESG議題。

- *識別ESG議題*。董事會將接洽主要利益相關者，包括我們的主要客戶、主要供應商、管理團隊及僱員，以識別本集團業務營運中固有的重大ESG議題及風險。董事會認為，與利益相關者的公開對話對維持我們業務的可持續性發揮著至關重要的作用。
- *評估ESG表現*。除通過與本集團的利益相關者討論來評估本集團ESG措施的表現外，董事會將聘請第三方以識別及評估我們在環境保護及氣候變化方面的表現。
- *審查ESG表現*。董事會將對與ESG相關目標所取得的進展進行審查以指導本集團實現最佳的ESG表現。通過本集團的ESG政策，我們制定了一套系統化的風險管理措施，以確保財務及營運職能、合規控制系統、重大控制、資產管理及風險管理均能有效運行。

為確保建立最佳的實施系統，在管理層面成立ESG工作組。ESG工作組目前由行政部、技術部及銷售部的代表組成。ESG工作組負責討論本集團的ESG議題並繼續確保制定適當有效的ESG風險管理。其亦有助於當前風險管理，旨在滿足本集團的特定業務需求並盡量減少其風險敞口。該工作組每季度召開一次會議及在每年年初訂立ESG目標以及使用月度數據報告審查其實現目標的進度，以檢查是否有需要改善的地方。此外，工作組透過分析本集團的情況，將提出新觀點及引起對議題的關注，並提供可供本集團採用的解決方案。

業 務

遵守法律法規

我們嚴格遵守中國公安部令《計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法》。根據我們的內部政策，任何單位及個人不得利用我們的直播平台製作、複製、搜索、傳播以下信息：

- 煽動抵制及破壞中國憲法、法律及法規實施的信息；
- 煽動顛覆國家政權、推翻社會主義制度的信息；
- 煽動分裂國家、破壞國家統一的信息；
- 煽動民族間仇恨及歧視，破壞民族間團結的信息；
- 捏造或歪曲事實、散佈謠言、擾亂社會秩序的信息；
- 宣傳封建迷信、淫穢、色情、賭博、暴力、謀殺及恐怖，煽動犯罪的信息；
- 公然侮辱他人或捏造事實誹謗他人的信息；
- 損害國家組織聲譽的信息；及
- 其他違反中國憲法、法律及法規的信息；

有關我們業務營運及財務業績的潛在氣候風險

全球變暖給企業帶來廣泛風險，包括供應鏈中斷、保險成本上升到勞動力挑戰。由於本集團的業務營運不涉及產品製造，我們目前並無與健康、工作安全及環境相關的任何重大責任，且預期不會於該方面產生可能對本集團業務及經營業績造成重大不利影響的任何重大責任。據中國法律顧問告知，我們所從事的主要業務無須獲得任何適用於中國環境法律法規的批准或證書。大部分潛在實體風險及過渡風險僅能反映在彼等用戶身上，這可能最終影響我們的收益。

業 務

實體風險

作為短期風險的極端天氣事件，如颱風、風暴潮及暴雨，將擾亂生產、運輸及最終銷售收益。我們的主要業務位於北京市中心，在極端天氣情況下可能易受暴風雪的影響。去年河南省鄭州市發生特大洪災，造成71人死亡、超過11百萬人受災，為我們敲響警鐘。極端天氣不僅會影響我們的正常營運，甚至在大都市地區亦會造成人員傷亡。

除我們本身的實體經營風險外，我們的主要收益來自用戶生成內容（「用戶生成內容」）及專業用戶生成內容（「專業用戶生成內容」）。極端天氣可能會阻礙部分專業用戶生成內容承諾的節目的製作及呈現，而最終影響我們的收益。

如何降低實體風險

我們的工作團隊在北京市中心運作，因氣候變化而影響我們營運的實體風險有限。我們清楚了解，極端天氣導致的意料之外的系統故障會導致出現混亂。丟失的數據會影響我們與用戶的持續合作，導致阻礙我們的未來。我們已委聘三家推流服務供應商以確保在任何等級氣候災害下均能夠順利運營。然而，我們亦意識到，氣候變化可能會對部分在不同地點有實體經營及表現的用戶產生巨大影響。多樣化專業用戶生成內容用戶會降低部分實體風險。

過渡風險

過渡風險指與轉型為低碳經濟體的調整過程有關的中長期財務風險，其可能由氣候政策變動、技術更替或市場情緒變化等導致。儘管我們認為我們營運所面臨的因氣候變化而導致的過渡風險有限，惟我們的眾多用戶（尤其是專業用戶生成內容用戶）可能面臨法律、技術、市場及聲譽層面的各種過渡風險，而可能導致客戶損失並最終對我們的收益產生不利影響。

如何降低過渡風險

儘管我們認為，鑒於我們的業務性質，我們的內部過渡風險有限，惟來自專業用戶生成內容用戶的相關風險無法低估。日後與主要專業用戶生成內容用戶就氣候變化的議題進行聯繫及溝通將是本集團降低過渡風險的重要步驟。為防止部分用戶無意中傳播反對氣候變化或破壞環境的消息，我們可能需要與主要用戶就此議題進行溝通以避免彼等的潛在聲譽風險。

業 務

機遇

儘管分析了我們所面臨的氣候風險，我們的管理層認為更好的風險管理能夠釋放更大的機遇。無論觀眾身處何處，無論彼等身居遊輪或雪山小屋，彼等均能使用我們的平台。極端天氣或疫情可能為我們的業務營運創造意料之外的機遇及額外收益。

環境、社會及治理

ESG使命及願景

我們倡導社會、經濟及環境的三維可持續發展，鼓勵環保的生活方式，強調員工的發展，並進行社區投資及慈善工作。我們不斷努力促進可持續發展，提高對這種行為的認識，使我們成為行業中ESG表現的佼佼者。

我們致力於確保以下原則：

- 賦予員工權力，釋放他們最大的潛力；
- 為所有潛在的候選人提供平等的機會，無論他們的性別、婚姻狀況、種族、民族、年齡及宗教；
- 確保員工感到舒適及安全，並能在一個無事故的工作環境中工作；
- 為員工提供行業知識，以提高他們的能力及專業水平；及
- 保護個人數據並確保其保密性。

減少我們對環境影響的措施

由於我們的業務性質，我們的業務對環境造成的影響是有限的。儘管如此，我們仍然遵守所有適用的環境法律及法規，並採取措施盡量減少我們對環境的影響。我們積極鼓勵我們的員工參與建設一個綠色的工作環境，並通過遵循減少、重複使用及回收的主要原則，對他們對環境的影響負責。為了不斷改進，我們不斷審查我們的廢棄物及排放管理措施。

業 務

活動對環境的重大影響

由於我們的業務性質，沒有任何活動會對環境造成重大影響。唯一對環境帶來影響的領域是我們的溫室氣體排放及日常營運中產生的辦公廢棄物。因此，我們有責任對不同種類的物品進行回收及再利用，並與可靠的回收商合作，確保廢棄物得到良好的管理及處理，以限制對環境的影響。我們也鼓勵我們的員工積極承擔環保責任，堅持減少、再利用、再循環及回收的原則。

內容篩選及審查

我們要求我們的用戶及主播遵守我們的服務條款，禁止在我們的平台上創建、共享及傳播非法內容。我們的社區指引詳細規定禁止的內容及行為，例如挑釁性或煽動性語言、全身或部分裸露、性暗示語言或肢體動作、對其他用戶的辱罵性語言或行為、垃圾郵件、詐騙、暴力行為及威脅以及促成或促進非法交易或活動的信息。我們已採取各種措施以確保遵守相關規則及規例，包括利用AI支持的自動化用戶保護系統及維持人工審查團隊、用戶舉報違規行為的舉報入口，以及建立評估潛在違規行為的不同基準及我們的社區指引。我們亦已建立不同基準來評估對我們服務條款及社區指引的潛在違規行為。我們將根據違規行為的性質及頻率來確定制裁措施的實施並要求作出整改措施。請參閱「－ 內容篩選及審查 － 內容合規政策」。

倘我們確認有任何違反我們的社區指引或適用規則及法規行為，我們將立即暫停相關直播間及／或凍結或終止該主播賬戶。我們就內容審查的內部控制措施包括(1)暫停及／或終止與從事非法活動或屢次違反我們社區指引的主播合作，(2)即時向相關監管機構報告任何涉嫌違法違規行為，及(3)向中國演出行業協會報告在我們平台上從事非法活動的主播，使其將有關主播列入警示名單。我們定期檢查中國演出行業協會公佈的警示名單，並禁止名列警示名單的人士註冊成為我們平台的主播。請參閱「－ 風險管理及內部控制 － 我們平台的內容及主播」。

業 務

平等機會

在招聘、培訓及發展、工作晉升、報酬及福利方面，我們為員工提供平等機會。根據我們的內部政策，員工不得因性別、民族背景、宗教、膚色、性取向、年齡、婚姻狀況、家庭狀況、退休、殘疾、懷孕或適用法律及法規禁止的任何其他歧視而受到歧視或被剝奪這種機會。我們重視工作場所的文化多樣性，並招聘不同年齡、性別及種族的員工。我們遵守中國的所有相關法律及法規，包括：

- 《勞動法》
- 《勞動合同法》
- 《職工帶薪年休假條例》
- 《婦女權益保障法》
- 《女職工勞動保護特別規定》

發展及培訓

我們認識到提供培訓及發展機會的重要性。它不僅對我們員工的職業發展至關重要，而且還能確保及提高我們的服務質量。我們的培訓計劃是根據我們的業務需求定制的，使我們的員工具備實用的知識及技能。

薪酬及福利

對於我們的員工，我們提供包括工資及獎金在內的薪酬待遇。他們還獲得各種福利，如醫療保健、退休福利、工傷保險及其他雜項。我們為員工提供帶薪休假，包括公共假期、婚假、產假、撫恤假及根據勞動法律法規規定的年假。我們每年進行兩次考核，使他們的工作表現不斷得到審查。達到一定標準的員工將獲得漲薪。

我們的ESG政策

我們致力於研究我們營運所影響的環境、健康及安全、僱傭、供應鏈及社區議題，與我們利益相關者攜手工作，以促進我們所在行業的可持續發展。我們作出一切合理努力以確保遵守所有適用的國家及地方安全、健康、勞動及環境責任。

業 務

我們致力於提供綠色辦公環境及在我們辦公室運作中提倡環保慣例。我們綠色辦公守則的常見慣例包括以下：

- 提倡可循環計劃、尋求處置的替代方法及以環保方式減少垃圾；
- 盡量再利用材料；
- 高效利用自然資源及能源；
- 考慮擬購買物品的環保性及能源效益；
- 嚴格遵守並全面落實所有相關環保法律法規；
- 為所有客戶進行營銷策劃及設計時解決環保關注問題並納入環保方案；及
- 審視環境管理的落實情況並尋求持續提升。

我們的社會政策包括以下：

- 在僱傭的所有方面(包括性別、種族、國籍、婚姻狀況、身體缺陷、宗教信仰、性取向或任何其他受法律保護的特徵)體現平等機會；
- 鼓勵僱員通過參加內外部培訓項目不斷提升技術能力及發展專長。我們將通過績效評估定期識別提升現有技術的培訓需要；
- 我們將為現有僱員及合適人選提供晉升及工作機會，而選舉乃基於對所有個人之優點、資格及能力的工作績效評估以及職位合適程度；
- 保護並尊重包括我們平台播放的所有節目的知識產權；
- 所有僱員不得向個人或實體提供亦不得接受個人或實體的腐敗錢款及其他利益；及

業 務

- 所有僱員不得對任何政府官方作出、承諾、提供或授權任何有價值的付款，藉以獲得或保留業務、取得部分其他不當利益或不當影響政府官方的行動。

環境績效及指標

於2021年，我們北京的辦公室共有708名僱員，用電量為409,508.6千瓦時，相當於250噸碳當量排放。我們用電量的排放密度為每人民幣1.0百萬元收益中碳當量54.3千克。

目標

| 策略 | 方針 | 未來五年目標 |
|-----|--|-------------------------------------|
| 碳減排 | 通過提升我們營運中的能源效益減少碳排放 | 降低我們目前排放的5%的碳排放密度（於2021年為250噸碳當量排放） |
| 碳中和 | 承擔我們的社會責任並遵守於2060年之前實現碳中和的國家目標，我們的目標是於2050年之前實現碳中和 | |

實現目標減排的計劃及措施

我們的減排計劃：

- 制定節能政策並安排支持隊伍及保安隊伍根據固定時間表關燈，並檢查辦公室所有電腦是否關閉或貼有預先批准的豁免標籤。將開啟且無豁免標籤的電腦進行記錄，IT部門將跟進代表僱員，倘問題無法解決，將由管理層處理；
- 將印刷廠中高耗能照明（如高天井燈、光管）替換為高光效照明裝置（如LED燈）；

業 務

- 預先設置電腦閒置30分鐘後進入節能模式；
- 對所有空調安裝溫度控制器以更智能地控制室內溫度及盡可能於所有場地更有效地利用能源；及
- 利用張貼於辦公室主要走廊及房間的節能標籤提醒僱員於離開前關閉電燈及空調。

通過上述措施，我們預計將於未來五年內實現逾5%的減排。

隨著中國政府承諾於2030年實現碳達峰、於2060年實現碳中和，我們預計位於北京市中心的辦公室最遲將可於2030年至2040年選擇以較高價格購買全可再生能源。我們確信將於中國政府的承諾實現前，於2050年之前實現碳中和，購買100%可再生能源（如有）。

近期監管發展

網絡安全審查及數據安全

於2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《個人信息保護法》，自2021年11月1日起生效，制定用於處理敏感個人信息的實施細則。此外，《中華人民共和國刑法修正案（九）》禁止出售或以其他方式非法公開公民個人信息，若該等信息於履行職責或提供服務過程中獲得，則會從重處罰。關鍵信息基礎設施運營者和處理個人信息達到國家網信辦規定數量的個人信息處理者，應當將在中國境內收集和產生的個人信息存儲在境內。倘將在中國境內收集或產生的個人信息向境外傳輸，關鍵信息基礎設施運營者和處理個人信息達到國家網信辦規定數量的個人信息處理者應當取得國家網信辦批准。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到有關個人信息保護的任何監管調查或處罰。

於2021年11月14日，國家網信辦發佈《數據安全條例草案》公開徵求意見。根據《數據安全條例草案》，數據處理者開展以下活動，應當按照國家有關規定，申報網絡安全審查：(1)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；(2)處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的；(3)數據處理者赴香港上市，影響或者可能

業 務

影響國家安全的；(4)其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動。然而，《數據安全條例草案》並無對屬於「影響或者可能影響國家安全」範圍的活動作出進一步解釋或詮釋。據中國數據合規顧問告知，中國政府部門有寬泛的酌情權解釋「影響或者可能影響國家安全」。

據中國數據合規顧問告知，《數據安全條例草案》對通過網絡開展的數據處理活動提出具體規定，(其中包括)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的應申報網絡安全審查。由於我們龐大的用戶群及在平台處理的活動數量，我們掌握超過100萬用戶個人數據。我們認為，我們並無從事任何影響或可能影響國家安全的數據處理活動，因為於往績記錄期間及直至最後實際可行日期：(1)我們尚未被認定為關鍵信息基礎設施運營者；(2)我們尚未收到任何監管機構的通知，告知我們經我們處理的數據已被認定為重要數據或核心數據；(3)根據中國數據合規顧問於2022年3月17日與CCRC進行諮詢後對我們點名電話詢問的口頭答覆，我們擬於香港[編纂]被認為並非赴國外上市；及(4)我們尚未收到任何監管機構的通知，亦未受到任何有關影響或可能影響國家安全的任何數據處理活動的調查。我們已實施全面措施以符合相關法律法規項下有關個人信息保護、數據安全及網絡安全的規定，我們將積極落實各項措施，以符合《數據安全條例草案》的具體規定，猶如《數據安全條例草案》於日後以目前形式實施。對於《數據安全條例草案》中有關於香港[編纂]的規定，我們認為，假設《數據安全條例草案》於日後以目前形式實施(須視《數據安全條例草案》的進一步實施細節、指引或澄清而定)，截至本文件日期該草案不會對我們產生重大不利影響，原因如下(1)我們已採取相關措施保護我們的數據安全；及(2)我們與相關部門積極溝通，尋求《數據安全條例草案》的指引。

基於以上所述，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除「業務－數據安全及隱私」一節另行披露的違規行為外，我們並無就網絡安全或數據保護受到任何有關部門的審查、詢問或調查。此外，在我們的中國數據合規顧問意見的支持下，我們認為，倘《網絡安全審查辦法》及《數據安全條例草案》規定的網絡安全審查以當前版本生效，將不會對我們造成重大不利影響，依據如下：

- 由於於往績記錄期間及直至本文件日期我們尚未被認定為關鍵信息基礎設施運營者，《網絡安全審查辦法》中發佈的對「關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務」的網絡安全審查並不適用於我們。

業 務

- 根據中國數據合規顧問於2022年3月17日通過CCRC的官方諮詢熱線進行諮詢後對我們點名電話詢問的口頭答覆，香港是中華人民共和國的一部分，因此不屬於《網絡安全審查辦法》規定的「國外」，我們無需按照《網絡安全審查辦法》第七條的規定主動申報網絡安全審查。根據國家網信辦公告，CCRC受網絡安全審查辦公室委託並在其指導下，承擔網絡安全審查材料接收、正式審查有關材料等具體工作，並設立網絡安全審查諮詢熱線。
- 對於《網絡安全審查辦法》第十六條規定的網絡安全審查辦公室發起的網絡安全審查，我們確認，於往績記錄期間及直至本文件日期我們未被進行網絡安全審查或被通知要進行網絡安全審查。於上述諮詢中，CCRC答覆稱，根據《網絡安全審查辦法》第十六條，任何未被進行任何網絡安全審查的實體，即意味着該實體的互聯網服務產品或其數據處理活動未被視為「影響或者可能影響國家安全」。此外，CCRC亦答覆稱，截至有關諮詢日期，《數據安全條例草案》尚未生效。
- 中國數據合規顧問進行點名諮詢，而CCRC已獲悉我們的[編纂]計劃。直至本文件日期，我們未收到有關部門的任何異議。

於2021年12月28日，國家網信辦等監管部門聯合發佈經修訂《網絡安全審查辦法》，自2022年2月15日起施行。根據《網絡安全審查辦法》，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。

據中國數據合規顧問告知，《網絡安全審查辦法》對「赴國外上市」作出規定，而我們擬於香港[編纂]，故我們無需主動申報網絡安全審查。然而，《網絡安全審查辦法》並無對「影響或者可能影響國家安全」的活動作出進一步解釋或詮釋。對於《網絡安全審查辦法》中規定的關鍵信息基礎設施運營者，根據自2021年9月1日起施行的關鍵信息基礎設施條例，關鍵信息基礎設施條例下的保護工作部門將結合本行業、本領域實際，制定關鍵信息基礎設施認定規則，並報國務院公安部門備案，並根據認定規則負責組織認定本行業、本領域的關鍵信息基礎設施，及時將認定結果通知運營者，並通報國務院公安部門。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，有關部門尚未發佈任何關於關鍵信息基礎設施認定的詳細規則，據我們所知，我們並未自保護工作部門收到被認定為關鍵信息基礎設施運營者的任何通知。因此，基於我們尚未被認定為關鍵信息基礎設施運營者，我們於近期就採購網絡產品和服務須進行網絡安全審查的可能性相對較低。對於《網絡安全審查辦法》中提到的「影響或者可能影響國家安全的數據處理活動」，由於該標準比較模糊，中國數據合規顧問及我們董事認為，我們是否須

業 務

進行網絡安全審查仍不確定。於往績記錄期間及直至本文件日期，我們尚未收到關於[編纂]的任何書面關切。

於2021年12月31日，國家網信辦、工信部、公安部及國家市場監督管理總局聯合發佈《算法推薦規定》，自2022年3月1日起施行。《算法推薦規定》訂明在中國境內應用算法推薦技術提供算法推薦服務，適用本規定。根據《算法推薦規定》，算法推薦服務提供者應當遵守若干信息服務標準，確保用戶權益保護。例如，算法推薦服務提供者應當以顯著方式告知用戶其提供算法推薦服務的情況，向用戶提供不針對其個人特徵的選項，或者向用戶提供便捷的關閉算法推薦服務的選項。我們的運營應遵守有關規定。倘我們未能履行有關規定項下的責任及義務，我們可能會受到警告、公開譴責、責令限期改正、暫停信息更新、罰款等處罰。截至本文件日期，我們已根據《算法推薦規定》第二十四條的規定向國家網信辦提交互聯網信息服務算法登記備案，而花椒已於2022年10月28日完成國家網信辦備案，但於往績記錄期間及直至本文件日期，我們尚未知悉六間房的有關備案結果。我們亦實施內容發佈審查、用戶註冊、數據安全及個人信息保護等內部程序以及《算法推薦規定》所規定的其他程序。此外，我們已向用戶披露算法推薦服務的相關規則、提供關閉算法推薦服務的選項及制定安全事故應急計劃。中國數據合規顧問認為，截至本文件日期，我們已遵守《算法推薦規定》的所有重要方面。

我們所有的海外社交網絡產品均由我們的海外附屬公司運營，這些產品收集及生成的數據均存儲在日本東京及美國俄勒岡州。我們的海外社交網絡產品不面向中國的用戶提供服務，也不能在中國下載。我們所有的直播產品均由我們的中國附屬公司運營，這些產品收集及生成的所有數據均存儲在中國內地。我們的海外附屬公司與中國附屬公司之間並不存在數據共享。根據數據出境辦法第3條，有關措施適用於數據處理者向境外提供在中國境內運營中收集及產生的重要數據及個人信息。具體而言，根據我們數據合規顧問代表我們與北京市互聯網信息辦公室的諮詢，「數據出境」指數據從

業 務

中國內地／中國大陸出境。基於上文所述，我們的中國數據合規顧問認為，這些措施適用於我們的海外社交網絡產品及直播產品的可能性相對較低。因此，我們認為數據出境辦法不會對我們的業務運營產生不利影響。

境外上市

於2021年7月6日，中共中央辦公廳及國務院辦公廳聯合印發7月意見，要求加強對境外上市中國公司的跨境監管合作及管理監督。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到中國證監會或任何其他中國政府部門有關[編纂]的任何質詢、通知、警告或制裁。

於2021年12月24日，中國證監會發佈《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定》(草案徵求意見稿)及《境內企業境外發行證券和上市備案管理辦法(徵求意見稿)》(統稱「《新諮詢草案》」)，以諮詢公眾意見直至2022年1月23日。根據《新諮詢草案》，境內企業境外直接或間接發行上市，應當向中國證監會履行備案程序。此外，發行人符合下列情形的，發行上市認定為境內企業境外間接發行上市：(1)發行人的境內經營實體最近一個會計年度的總資產、淨資產、營業收入或利潤總額，佔發行人同期經審計合併財務報表相關數據的比例超過50%；及(2)負責發行人業務經營管理的高級管理人員多數為中國公民或經常居住地位於境內，業務經營活動的主要場所位於境內或主要在境內開展。因此，我們了解到根據《新諮詢草案》，本集團[編纂]構成間接[編纂]。

據我們的中國法律顧問所告知，《新諮詢草案》尚未生效。根據中國證監會，擬在境外市場證券上市的增量企業應按要求履行備案程序；其他存量企業備案將另行安排，給予充分的過渡期。然而，《新諮詢草案》和中國證監會並無進一步解釋增量企業

業 務

與存量企業的劃分標準。在存量企業僅包括於《新諮詢草案》發佈前或《新諮詢草案》生效前上市的企業的情況下，《新諮詢草案》一經生效而[編纂]未完成，我們將不屬存量企業的範圍，且需向中國證監會辦理備案程序。

此外，根據《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定》(草案徵求意見稿)，存在下列情形之一的，不得境外發行上市：(1)存在國家法律法規和有關規定明確禁止上市融資的情形；(2)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市威脅或危害國家安全的；(3)存在股權、主要資產、核心技術等方面的重大權屬糾紛；(4)境內企業及其控股股東、實際控制人最近三年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪，或者因涉嫌犯罪正在被司法機關立案偵查或涉嫌重大違法違規正在被立案調查；(5)董事、監事和高級管理人員最近三年內受到行政處罰且情節嚴重，或者因涉嫌犯罪正在被司法機關立案偵查或涉嫌重大違法違規正在被立案調查；及(6)國務院認定的其他情形。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何屬上述規定的情況。

根據中國證監會，按照中國法律法規，滿足合規要求的VIE架構企業可以赴境外上市。《新諮詢草案》和中國證監會並無進一步澄清VIE架構企業上市的合規要求。就我們的合約安排和VIE架構的合規狀況而言，我們的中國法律顧問及聯席保薦人的中國法律顧問於2021年6月24日、2021年7月12日及2021年7月13日分別向文旅部、北京市廣播電視局及工信部諮詢，並經相關中國監管機構確認，我們的合約安排和VIE架構將無需該等部門批准。根據上述諮詢，我們的中國法律顧問認為，採用合約安排並不構成違反相關中國法律法規。然而，據我們的中國法律顧問所告知，《新諮詢草案》及日後中國法律法規對合約安排和VIE架構有效性的詮釋及實施存在很大不確定性。有關詳情，請參閱「風險因素－與在中國經營業務有關的風險－[編纂]可能需要中國證監會的批准或備案程序，倘需要，我們無法預測我們是否能夠獲得該批准」。

由於《新諮詢草案》乃於近期發佈，尚未生效，其詮釋及實施或需進一步澄清，我們仍在評估《新諮詢草案》對我們業務及[編纂]的影響，且我們將積極採取措施遵守《新諮詢草案》的要求，猶如其在未來以現有形式生效。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到中國證監會或其他相關部門有關我們[編纂]的任何書面通知。

業 務

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為(1)我們的VIE架構不違反任何現行中國法律法規，包括相關國家安全法，或以其他方式對我們的擬議[編纂]構成法律障礙；(2)若《新諮詢草案》以現有形式生效，於遵守方面不會存在重大障礙；及(3)截至最後實際可行日期，擬議[編纂]無需向中國證監會備案或由其批准。

根據中國法律顧問的意見及上文所述，我們的董事認為，假設《新諮詢草案》將以其現有形式實施，除本文件所披露者外，《新諮詢草案》將不會對我們的業務營運、財務表現、合約安排或我們擬於香港[編纂]產生影響，且我們預計不會在任何重大方面就遵守《新諮詢草案》面臨任何障礙。

外商投資負面清單

於2021年12月27日，國家發改委及商務部聯合頒佈《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》(「《2021年負面清單》」)。根據《2021年負面清單》，從事《2021年負面清單》禁止投資領域業務的境內企業到境外上市的，應當經國家有關主管部門審核同意，境外投資者不得參與企業經營管理，其持股比例參照境外投資者境內證券投資管理有關規定執行。

國家發改委於2022年1月18日召開新聞發佈會，並進一步澄清要求取得有關主管部門審核同意僅適用於境外直接上市的境內企業。基於此，我們的董事及中國法律顧問認為，根據《新諮詢草案》，本集團構成間接[編纂]，[編纂]將無需根據《2021年負面清單》規定取得主管部門的同意。

基於上文所述及與本公司管理層及其中國法律顧問討論上述法律變化及近期監管發展後，聯席保薦人並無注意到任何將會致使彼等對上文「— 近期監管發展 — 境外上市」及「— 外商投資負面清單」內董事及其中國法律顧問的意見及諮詢合理性存疑的事項。

業 務

直播業務

於2021年2月7日，國務院反壟斷委員會頒佈指南，其於同日生效，旨在加強對以平台模式經營的業務及整體平台業務的反壟斷監管。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到有關應用及／或執行指南的任何處罰。

於2020年11月12日，國家廣電總局發佈第78號通知，列明有關提供網絡秀場直播或電商直播的平台的登記規定以及(其中包括)有關實名註冊、用戶虛擬打賞消費限額、未成年用戶虛擬打賞禁令、直播審核人員要求及內容標籤要求的規定。根據於2021年2月9日發佈的第3號通知，開展網絡視聽節目服務的直播平台須持有視聽許可證(或在全國網絡視聽平台信息登記管理系統中完成登記)並進行ICP備案。截至最後實際可行日期，花房科技持有視聽許可證，且密境和風正向全國網絡視聽平台信息登記管理系統更新備案。我們仍在取得監管部門的進一步指引並評估第78號通知項下各種規定對我們業務的適用性及影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無就違反第78號通知受到有關當局有任何審查、詢問或調查。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們面臨有關第78號通知的生效、詮釋及實行的不確定因素」。

於2021年6月1日，《中華人民共和國未成年人保護法(2020年修訂)》生效，其規定(其中包括)網絡直播服務提供者不得為未滿十六週歲的未成年人提供網絡直播發佈者賬號註冊服務；為年滿十六週歲的未成年人提供直播平台網絡直播發佈者賬號註冊服務時，應當對其身份信息進行認證，並徵得父母或者監護人同意。根據相關中國法律法規，我們已收集平台上每名中國主播的身份信息，包括姓名、年齡及身份證號碼，以防止未成年人在我們平台上提供直播服務。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到有關違反未成年人保護相關法律的任何處罰。

國家網信辦於2021年6月15日開展「清朗·「飯圈」亂象整治」專項行動，隨後於2021年8月25日發佈《關於進一步加強「飯圈」亂象治理的通知》。該通知要求(其中包括)取消所有明星榜單。允許音樂、電影及電視作品的排行，惟網絡平台應優化調整排

業 務

行規則，專注藝術作品本身及專業評價。此外，未成年人不得進行虛擬打賞或進行消費以應援明星，亦不得擔任粉絲群群主或管理員。我們亦緊密監控我們平台直播的內容，對任何嚴重違反適用法律法規的主播進行封號處理。

於2022年4月12日，國家廣電總局發佈《關於加強網絡視聽節目平台遊戲直播管理的通知》（「4月12日通知」），主要針對網絡遊戲相關直播進行規管。有關4月12日通知的更多資料，請參閱「法規－有關網絡直播服務的法規」。根據4月12日通知，直播平台不得傳播或直播未經主管部門批准的網絡遊戲，並須（其中包括）加強對遊戲直播主播的管理。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無在我們的平台組織或舉辦遊戲直播節目或比賽。

於2022年5月7日，中央精神文明建設指導委員會辦公室、文旅部、國家廣電總局及國家網信辦頒佈《關於規範網絡直播打賞加強未成年人保護的意見》（「5月7日意見」）。根據5月7日意見，直播平台應（其中包括）(1)禁止未成年人參與直播打賞，落實實名制要求；(2)不得為未滿十六週歲的未成年人提供網絡直播發佈者賬號註冊服務，為十六至十八週歲的未成年人提供網絡直播發佈者賬號註冊服務的，應當徵得監護人同意；(3)持續優化升級青少年模式，建立未成年人專屬客服團隊，優先受理、及時處置未成年人相關投訴和糾紛；(4)規範重點功能應用，禁止以打賞額度為唯一排名依據；及(5)於每日22時後，對青少年模式下的各項服務強制下線。我們已實施一系列措施以確保遵守5月7日意見及其他未成年人保護相關規則規例。請參閱「業務－風險管理及內部控制－未成年人保護及虛擬打賞管理」。

於2022年6月8日，國家廣電總局及文旅部發佈《網絡主播行為規範》（「《行為規範》」），規定（其中包括）：(1)對於需要較高專業水平（如醫療衛生、金融、法律及教育）的直播內容，直播主播應取得相應執業資質並向直播平台進行執業資質報備，直播平台應對相關資質進行審核及備案；(2)於直播過程中，直播主播不得鋪張浪費糧食、展示奢侈品、珠寶及其他資產，或展現帶有性暗示、性挑逗的內容；(3)直播平台應建立健全直播主播入駐、培訓、日常管理、業務評分檔案和「紅黃牌」管理等內部制度規

業 務

範。對向上向善、模範遵守《行為規範》的直播主播進行正向激勵；對出現違規行為的直播主播，要強化警示和約束；對多次違反《行為規範》或適用規則規例的直播主播，應當封禁賬號。

於往績記錄期間，我們出現有關我們平台若干內容的行政處罰的若干不合規事件。我們的中國法律顧問認為，除「業務－內容篩選及審查」及「業務－風險管理及內部控制」章節所披露者外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們均無可能會對我們造成重大不利影響的違反任何其他適用法律（包括近期中國有關直播業務及未成年人保護的法規）的行為。基於上文所述，據我們的中國法律顧問告知，我們認為，除本文件所披露者外，上述中國法律及法規的近期變化並無亦不會對我們在任何重大方面的法律及法規合規產生任何重大影響。