

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽，其應與本文件全文一併閱讀。由於其為概要，故並不載有可能對閣下屬重要的全部資料。閣下在決定投資[編纂]前，應細閱本文件全部內容，包括我們的財務報表及隨附附註。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前，應細閱該節。

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。中國的在線音視頻社交娛樂市場由提供視頻（即短視頻及視頻直播）及音頻（即在線音樂、音頻及其他創新音頻互動服務）社交娛樂服務的平台組成。作為視頻社交娛樂市場的一部分，中國的直播市場包括提供直播服務且主要通過虛擬禮物打賞及其他變現方式產生收益的平台。根據所提供內容，中國的直播市場可進一步分類為娛樂、遊戲及電商細分市場，娛樂直播目前為按收益計的最大市場分部。我們運營中國領先的在線娛樂直播平台之一。按2021年收益計，中國娛樂直播平台的收益總額約佔中國在線音視頻社交娛樂市場的7.0%。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，佔2021年中國娛樂直播平台收益總額的約13.1%及中國音視頻社交娛樂市場收益總額的約0.9%。

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年及於2022年，我們入選「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。

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。我們亦推出語音社交娛樂及網絡產品，並在社交探索、交友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

(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。

概 要

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。

我們於往績記錄期間迅速發展。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。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」。

我們的平台

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。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。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。

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。另外，音頻直播可以讓用戶在更廣泛的應用場景中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吱），旨在佔領不斷增長的在線音頻社交娛樂市場。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

概 要

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%。

六間房

六間房⁽¹⁾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的體驗。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。

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產品。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。

我們於我們有實質經營業務的國家部署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，但我們的核心管理成員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。

(1) 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）。

概 要

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
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。

概 要

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
平均月活躍主播(千名)	378	312	235	249	215
與活躍主播有關的					
主播經紀公司總數	2,964	3,248	3,045	2,091	2,348
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。

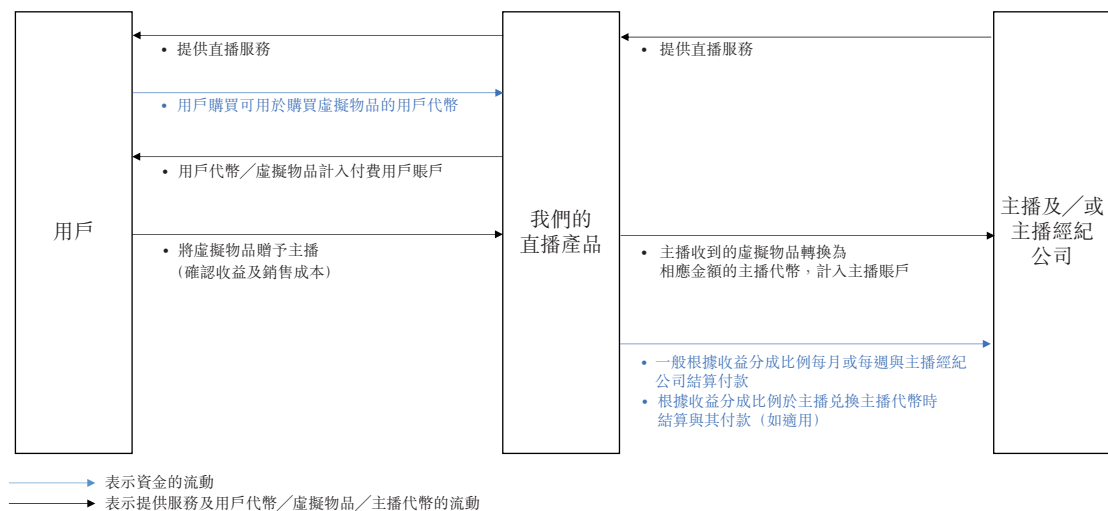
概 要

變現渠道及產生收益

於往績記錄期間，我們的絕大部分收益產生自購買並向主播打賞虛擬物品以及我們音視頻直播產品上的其他服務。我們於用戶向主播打賞虛擬物品時確認收益。

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。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。

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、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。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。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／或其相關的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。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

概 要

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%。有關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的概述，請參閱「業務－主播及主播經紀公司－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。

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%。

競爭優勢

我們認為以下優勢有助於我們成功：(1)中國領先的在線娛樂直播平台之一；(2)擴大優質內容生態；(3)對優質內容有需求的活躍且忠誠的用戶社區；(4)以豐富的海外運營能力為支撐，擴大全球佈局；(5)強大技術能力確保用戶體驗；及(6)富有遠見及經驗豐富的管理團隊。

增長策略

為完成我們的使命並進一步強化我們的市場領導力，我們擬貫徹以下策略：(1)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；(2)進一步完善我們的內容生態及增強我們的核心競爭力；(3)進一步提升用戶體驗及忠誠度，實現更多元化的變現渠道；(4)進一步提高我們的技術能力；及(5)透過選擇性投資及收購進一步擴展我們的業務。

風險及挑戰

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，其載於本文件「風險因素」一節。中國的直播平台受大量法規所限，這限制我們維持或增加我們平台用戶群或增加用戶流量的能力，因而可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。如果我們未能以具成本效益的方式留住現有用戶、保持用戶的參與度或獲得新用戶，或如果我們未能吸引、培養及留住主播或未能與主播經紀公司維繫關係，則訪問我們平台的用戶數量及用戶參與度或會下降，而我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。我們的收益增長在很大程度上取決於付費用戶。倘我們不能持續增長或維持付費用戶群，我們的收益未必如預期般增長。如果我們無法維持獨特的社區文化和充滿活力的生態，則我們的用戶互動、參與度及體驗將會受到重大不利影響。由於不同投資者釐定風險的重要性時可能有不同的見解及標準，閣下決定投資股份前應細閱「風險因素」整節。

歷史財務資料概要

以下為我們截至2019年、2020年及2021年12月31日以及截至該日止年度及截至2021年及2022年5月31日以及截至該日止五個月的歷史財務資料概要，其乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。以下概要應與附錄一的綜合財務資料(包括隨附附註)及本文件「財務資料」一節所載資料一併閱讀。我們的綜合財務資料乃按照國際財務報告準則編製。

概 要

選定綜合經營業績表

下表載列於所示期間我們的選定綜合經營業績表。以下所呈列我們的歷史業績未必反映任何未來期間的預期業績。

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2019年		2020年		2021年		2021年		2022年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
收益	2,830,872	100.0	3,683,475	100.0	4,599,690	100.0	1,801,646	100.0	2,087,441	100.0
銷售成本	(2,125,207)	(75.1)	(2,672,103)	(72.5)	(3,377,109)	(73.4)	(1,301,973)	(72.3)	(1,545,712)	(74.0)
毛利	705,665	24.9	1,011,372	27.5	1,222,581	26.6	499,673	27.7	541,729	26.0
除稅前利潤／(虧損)	203,140	7.2	(1,476,754)	(40.1)	392,249	8.5	161,482	9.0	212,249	10.2
本公司權益股東應佔 年／期內利潤／(虧損)	191,298	6.8	(1,524,671)	(41.4)	325,023	7.1	136,184	7.6	177,891	8.5

非國際財務報告準則計量

為補充我們按照國際財務報告準則呈列的財務資料，我們使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量) 作為附加財務計量。我們的經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量) 指我們的年內利潤／(虧損) 作出調整以加回以股份為基礎的薪酬開支及[編纂]。以股份為基礎的薪酬開支為因授出受限制股份及購股權而產生的開支。[編纂]為於往績記錄期間在綜合收入表中確認的就本次[編纂]產生的開支。我們認為，經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量) 為投資者提供有用信息，供彼等以與我們管理層所用方式相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量) 未必可與其他公司呈列的類似財務計量相比較。將非國際財務報告準則計量用作一種分析工具具有局限性，故閣下不應僅考慮該計量或視其可替代我們按照國際財務報告準則呈列的經營業績或財務狀況分析。

下表載列於所示期間經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量) 與最直接可比國際財務報告準則金融計量之間的對賬。

	截至12月31日止年度			截至5月31日止五個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年
	(未經審核)				
	(人民幣千元，百分比除外)				
年／期內利潤／(虧損)	191,298	(1,524,671)	325,023	136,184	177,891
加：					
以股份為基礎的薪酬開支 ⁽¹⁾ [編纂]	19,307 [編纂]	18,796 [編纂]	83,993 [編纂]	20,035 [編纂]	13,857 [編纂]
經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量)	210,605	(1,505,875)	430,617	156,219	194,037

概 要

- (1) 以股份為基礎的薪酬開支主要指就根據[編纂]股權激勵計劃授出的受限制股份單位產生的以股份為基礎的薪酬開支。以股份為基礎的薪酬開支預計不會導致未來現金付款。

我們於往績記錄期間實現快速增長，乃主要由我們直播業務的增長所推動，亦由於我們收購六間房及HOLLA集團所致。於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的絕大部分收益產生自音視頻直播業務，分別佔收益總額約99.6%、99.6%、97.3%、97.9%及96.8%。直播服務產生的收益由2019年的人民幣2,819.4百萬元增加至2020年的人民幣3,669.6百萬元，並進一步增加至2021年的人民幣4,477.1百萬元，且由截至2021年5月31日止五個月的人民幣1,763.7百萬元增加至截至2022年5月31日止五個月的人民幣2,020.9百萬元，其與花椒－六間房合併後的業務增長一致。尤其是，語音直播產品產生的收益大幅增加，由2019年的人民幣193.0百萬元增加至2020年的人民幣523.1百萬元，並進一步增加至2021年的人民幣1,106.4百萬元，且由截至2021年5月31日止五個月的人民幣376.7百萬元增加至截至2022年5月31日止五個月的人民幣565.6百萬元。語音產品相關收益大幅增長得益於我們為改善花椒及奶糖音頻內容的產品體驗及種類所作的努力，這與語音產品在Z世代用戶中的流行而導致的音頻社交娛樂直播市場的增長勢頭一致。於2019年、2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，Z世代用戶分別貢獻花椒音頻內容所得收益的46.6%、46.4%、43.7%及48.0%。於2020年、2021年及截至2022年5月31日止五個月，奶糖所得收益分別有87.9%、69.3%及74.3%來自Z世代用戶。自2020年12月31日HOLLA集團的財務業績併入我們的歷史財務報表後，我們開始自社交網絡服務產生收益。於2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們自社交網絡服務分別產生收益人民幣118.2百萬元、人民幣35.6百萬元及人民幣66.4百萬元，分別佔我們收益總額的2.6%、2.0%及3.2%。我們於2020年錄得經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）人民幣1,505.9百萬元，而於2019年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月則分別實現經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）人民幣210.6百萬元、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。

於花椒－六間房合併後，我們能憑藉花椒及六間房的綜合品牌效應及運營經驗提高用戶參與度、增加用戶流量及推動以主播為中心的線上線下活動，有助於我們發展業務及改善財務表現。此外，花椒－六間房合併加快六間房從PC端到移動端的擴展，從而觸達更多用戶並更加靈活地滿足其需求。我們認為該等業務計劃為花房科技的持續業務表現鋪平道路。我們於2020年的經調整淨虧損狀況（非國際財務報告準則計量）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1,777.7百萬元的影響。有關更多詳情，請參閱「財務資料－經營業績的主要組成部分－商譽減值虧損」。於2021年，由於我們在花椒－六間房合併後的持續業務增長，我們實現淨利潤狀況。

與花椒－六間房合併有關的商譽減值虧損

於2018年6月，北京六間房科技有限公司（現稱花房科技）同意向密境和風當時的股東發行60%的股份，以換取密境和風的全部股權。花房科技（經營六間房的實體）的股權估值乃根據（其中包括）獨立資產估值師對花房科技截至2017年12月31日的估值報告（「2017年估值報告」）釐定。在2019年4月花椒－六間房合併完成後，我們根據國際財務報告準則第3號「業務合併」將花椒－六間房合併作為反向收購進行核算，並確認參照轉讓對價的公允價值及六間房截至2019年4月29日的可識別資產淨值的公允價值（均由獨立資產估值師重估）計算的商譽約人民幣2,459.5百萬元，不包括北京靈動的估

概 要

值。請參閱「財務資料－呈列基準」。在得出2017年估值報告中所列的花房科技的估值時，所考慮的相關預測乃基於各種假設及因素，主要包括當時中國直播市場的預測增長率，以及花房科技的歷史增長率。考慮到（其中包括）花房科技的過往業績及於有關時間發佈的中國直播市場2018年至2020年的市場預測，我們管理層認為2017年估值報告中採用的預期增長率及就花椒－六間房合併確認的商譽屬合理。

花椒－六間房合併完成後，針對中國直播行業市場環境的變化，我們實施了各種措施，包括但不限於移動化用戶群體、提高用戶參與度、增加用戶流量及獲取，以及推廣以主播為中心的線上及線下活動，以期提高主播的吸引力及表現，增強用戶獲取、留存及參與度。截至2019年12月31日，根據我們管理層進行的減值測試，並得到獨立第三方出具的估值報告的支持，六間房的現金產生單位（「現金產生單位」）根據其使用價值（「使用價值」）計算的可收回金額超過了賬面價值，故並無確認商譽減值。

於2020年，直播行業的市場競爭繼續加劇，平台對用戶時間及獨立主播的競爭更加激烈，新的參與者（包括中國的主要互聯網公司）陸續進入娛樂直播行業。例如，領先的短視頻平台抖音於2020年開始大力投資其直播業務，並實施業務舉措吸引頭部直播主播，並增加用戶流量推介。同樣，其他平台也在2020年下半年通過加強主播招募工作及提供有利的激勵政策，加大吸引優質主播的力度。主要互聯網公司在直播行業採取的業務舉措，在用戶及主播的留存以及虛擬打賞產生的總賬單方面造成了競爭壓力。為了保持競爭力，六間房開始投資於用戶流量推介及主播留存，導致六間房產生更高營運成本及開支。

此外，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，而直播工作室通常提供直播設備，如攝像機、燈光套件及舞台設置，這有助於提高直播的質量及效果。具體而言，由於主播於有關期間無法前往直播工作室，主播無法使用直播工作室內有助於提高直播質量及提升直播氛圍的設備。由於在COVID-19疫情的初始階段，更多PC端主播被迫在家直播，其直播質量對用戶，特別是頂級用戶的吸引力較低，因此，六間房的每月平均每名付費用戶收益從2019年的人民幣682元大幅下降約36%至2020年的人民幣436元，儘管平均月活躍用戶從2019年的21.9百萬名小幅增加約4%至2020年的22.7百萬名。

在2021年1月進行2020年商譽減值評估時，我們認為上述因素的負面影響將持續存在，且在短時間內無法扭轉（尤其是我們於2018年訂立收購協議時無法預見的激烈市場競爭的負面影響），因此下調了六間房未來幾年的預測，並根據評估結果將其截至2020年12月31日的現金產生單位可收回金額降至人民幣751.5百萬元，並在2020年對花椒－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。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」。儘管花椒－六間房合併產生一次性商譽減值，在市場競爭壓力及2020年減值虧損的影響下，憑藉我們的市場地位、優質內容、忠誠的用戶群及不斷擴大的海外佈局，我們能夠保持長期增長。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。有關我們競爭優勢的詳情，請參閱「業務－競爭優勢」。

概 要

選定綜合資產負債表

下表載列截至所示日期我們的選定綜合資產負債表。

	截至12月31日			截至2022年 5月31日
	2019年	2020年	2021年	
	(人民幣千元)			
非流動資產總值	2,858,192	1,025,876	1,045,300	1,039,870
流動資產總值	1,232,328	1,404,362	1,799,207	2,044,841
流動負債總額	543,609	363,138	330,888	383,454
流動資產淨值	688,719	1,041,224	1,468,319	1,661,387
資產總值減流動負債	<u>3,546,911</u>	<u>2,067,100</u>	<u>2,513,619</u>	<u>2,701,257</u>
非流動負債總額	34,227	29,537	65,564	61,160
資產淨值	<u>3,512,684</u>	<u>2,037,563</u>	<u>2,448,055</u>	<u>2,640,097</u>

截至2019年、2020年及2021年12月31日以及2022年5月31日，我們的流動資產淨值分別為人民幣688.7百萬元、人民幣1,041.2百萬元、人民幣1,468.3百萬元及人民幣1,661.4百萬元。於往績記錄期間，我們的流動資產淨值整體增加與我們的業務增長一致。具體而言，我們的流動資產淨值自2019年至2020年大幅增加，主要由於2019年花椒一六間房合併。我們的流動資產淨值於2021年增加人民幣427.1百萬元，乃主要由於我們經營活動所得銀行及手頭現金大幅增加。我們的流動資產淨值於截至2022年5月31日止五個月增加人民幣193.1百萬元，乃主要由於其他金融資產大幅增加，部分被銀行及手頭現金減少所抵銷。

截至2019年、2020年、2021年12月31日及2022年5月31日，我們的資產淨值分別為人民幣3,512.7百萬元、人民幣2,037.6百萬元、人民幣2,448.1百萬元及人民幣2,640.1百萬元。我們的資產淨值由截至2019年12月31日的人民幣3,512.7百萬元減少至截至2020年12月31日的人民幣2,037.6百萬元，主要由於2020年就花椒一六間房合併產生的商譽確認減值虧損人民幣1,777.7百萬元的影響。於2021年及截至2022年5月31日止五個月我們資產淨值的增加與我們的業務增長一致。

概 要

選定綜合現金流量表

下表載列於所示期間我們的選定綜合現金流量表。

	截至12月31日止年度			截至5月31日止五個月	
	2019年	2020年	2021年	2021年	2022年
				(未經審核)	
				(人民幣千元)	
經營活動所得現金淨額	446,976	186,184	348,544	112,869	302,323
投資活動所得／(所用) 現金淨額	107,996	67,223	213,044	203,878	(541,077)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(4,794)	25,064	(14,659)	(3,316)	(5,001)
年／期末現金及現金等價物	<u>789,678</u>	<u>1,068,149</u>	<u>1,614,783</u>	<u>1,381,332</u>	<u>1,371,355</u>

於2019年、2020年、2021年及截至2021年及2022年5月31日止五個月，我們的經營活動所得現金淨額分別為人民幣447.0百萬元、人民幣186.2百萬元、人民幣348.5百萬元、人民幣112.9百萬元及人民幣302.3百萬元。有關更多詳情，請參閱「財務資料－流動資金及資金來源－經營活動所得現金淨額」。

主要財務比率

下表載列於所示期間我們的若干主要財務比率。

	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
				(未經審核)	
盈利能力比率					
毛利率	24.9	27.5	26.6	27.7	26.0
淨利潤／(虧損) 率	6.8	(41.4)	7.1	7.6	8.5
經調整淨利潤／(虧損) 率 (非國際財務報告準則計量)	7.4	(40.9)	9.4	8.7	9.3
流動資金比率					
流動比率	2.3	3.9	5.4	不適用	5.3

詳情請參閱「財務資料－主要財務比率」。

我們的市場機遇

中國在線文化娛樂市場主要包括短視頻、直播及在線音樂(包括卡拉OK)，以及在線音頻、網絡文學及網絡遊戲。互聯網用戶不再滿足於基於圖片的娛樂及社交互動，而日益依賴於實時的音視頻社交娛樂內容。直播及短視頻為目前應用最廣泛的視

概 要

類互動形式，可滿足用戶的日常社交娛樂需求，而音頻社交娛樂則可以讓用戶在視頻社交娛樂未覆蓋的應用場景中進行互動或享受娛樂，例如智能可穿戴設備、智能家居設備及車載設備。按收益計，中國在線音視頻社交娛樂市場由2017年的人民幣618億元增長至2021年的人民幣4,994億元，複合年增長率為68.6%，並預期將以2021年至2027年間17.7%的複合年增長率，於2027年達至人民幣13,265億元。

直播是一種經久不衰的在線娛樂形式，具有多方實時互動及內容多元化的特點。主播及觀眾可通過即時聊天及禮物打賞的方式實時互動。按收益計，中國視頻社交娛樂直播市場預期將以2021年至2027年間17.4%的複合年增長率，於2027年達至人民幣6,450億元。根據所提供內容，中國的視頻社交娛樂直播市場可進一步分類為：娛樂、遊戲及電商。娛樂直播為目前按收益計的最大市場，主要包括音樂、舞蹈、顏值及脫口秀。按2021年收益計，中國娛樂直播平台的收益總額約佔中國在線音視頻社交娛樂市場的7.0%。按收益計，中國娛樂直播預期將由2021年的人民幣1,278億元增長至2027年的人民幣2,598億元，複合年增長率為12.6%。直播的普及鼓勵有才華的主播製作優質內容，從而吸引新用戶及提高用戶黏性及用戶為優質內容付費的意願，這將推動中國娛樂直播市場的持續增長。

中國在線音頻社交娛樂市場主要包括在線音樂平台、在線音頻平台、在線卡拉OK平台及提供實時音頻互動服務的其他創新平台。在中國越來越多的年輕人群對情感陪伴的追求以及匿名語音互動所帶來的神秘感的驅動之下，按收益計，中國在線互動音頻市場由2017年的人民幣26億元增長至2021年的人民幣225億元，複合年增長率為70.8%，並預期於2027年達至人民幣801億元，2021年至2027年的複合年增長率為23.5%。根據同一資料來源，Z世代用戶表達自我需求、用戶匿名、產品多樣化預期將進一步推動中國音頻社交娛樂市場的增長。

中國娛樂直播市場的競爭格局

作為滿足移動端及PC端上的不同用戶需求的在線娛樂直播平台，我們與其他提供相似產品及服務的娛樂直播平台競爭。此外，我們亦與互聯網行業內已建立其自身直播業務的其他主要公司競爭用戶時間。我們的競爭對手主要包括（其中包括）騰訊音樂娛樂集團旗下的*酷狗直播*及*酷我聚星*、百度旗下的*YY直播*、映宇宙旗下的*映客直播*、騰訊旗下的*Now直播*及微博旗下的一直播。中國娛樂直播市場包含眾多市場參與者，而由於市場競爭激烈，該等市場參與者業務相對不穩定及產品生命週期相對較短。估計於2021年，約有20家娛樂直播平台的平均月活躍用戶超過0.5百萬名，該等平台被認為是業務相對穩定的平台。根據艾瑞諮詢報告，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，我們在中國娛樂直播平台中排名第三，佔2021年中國娛樂直播平台收益總額的約13.1%及中國音視頻社交娛樂市場收益總額的約0.9%。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端在線娛樂直播的月使用時間計，我們在中國娛樂直播平台中排名前二。

概 要

儘管我們的若干競爭對手乃由頗具規模的互聯網公司運營，但我們已能夠於中國娛樂直播行業與該等主要參與者競爭，此乃由於我們已證明我們有能力在競爭如此激烈的娛樂直播行業中維持長遠增長。我們認為，在寶貴的用戶時間及獨立主播方面，我們能夠並且已經成功超越若干該等主要參與者，可從（其中包括）以下方面得以證明：

- 根據艾瑞諮詢報告，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收益分成比例分別為67.1%及68.6%，高於行業平均水平及主要短視頻及直播平台的收益分成比例。我們認為，我們具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，進而幫助吸引新用戶及留存現有用戶。
- 我們已為累計高額消費的用戶成立專屬社區*花椒俱樂部*及*六間房俱樂部*，以與我們的用戶建立基於信任的關係並增強彼等對我們平台的黏性，進而幫助我們維持*花椒*及*六間房*可觀的每月平均每名付費用戶收益。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。於*花椒俱樂部*及*六間房俱樂部*，我們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。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。此外，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。
- 我們為用戶提供音視頻直播娛樂及社交網絡服務，並維持獨具特性的多元化產品矩陣，包括(1) H.265技術，其顯著提升了*花椒*的屏幕畫質並降低了網絡傳輸成本，(2) AI視頻特效技術，其可使我們提升用戶體驗，(3)內部開發的虛擬背景功能、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，其增強了用戶與主播的互動及沉浸式體驗，及(4) 3D引擎技術支持的可定制禮物，其創造了更具吸引力的視覺效果以刺激打賞消費。
- 我們擁有一支富有遠見且經驗豐富的管理運營團隊。尤其是，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豐富的經驗，為我們的運營提供指引。
- 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。

概 要

由於我們直接與其他專注於提供娛樂內容的娛樂直播平台競爭，我們視這些平台為直接競爭對手。我們的直接競爭對手主要包括（其中包括）騰訊音樂娛樂集團旗下的酷狗直播及酷我聚星、百度旗下的YY直播、映宇宙旗下的映客直播、騰訊旗下的Now直播及微博旗下的一直播。儘管如此，我們仍不可避免面臨提供的內容類型及服務比我們更廣泛的中國在線視頻社交娛樂行業的其他參與者不同程度競爭，如快手科技旗下的快手及抖音集團旗下的抖音。特別是，我們或會間接與這些參與者競爭(1)用戶時間及(2)與發展成熟的主播經紀公司和獨立主播的合作機會。我們的用戶可能會被這些參與者提供的遊戲或電商相關直播內容吸引，從而減少用戶在我們平台花費的時間。同時，我們也可能間接與這些參與者競爭主播經紀公司及主播，尤其是可成為我們平台知名主播者。此外，如果我們未能吸引、培養獨立主播，我們平台的直播內容質量也會受到不利影響。亦請參閱「風險因素－如果我們未能吸引、培養及留住主播或未能與主播經紀公司維繫關係，主播或不再製作內容，則訪問我們平台的用戶數量及用戶參與度或會下降」。

由於面臨中國在線視頻社交娛樂行業的其他參與者不同程度競爭，我們一直策略性地專注於業務的若干方面發展，包括(1)不斷提高我們平台的娛樂直播內容質量，(2)加強我們的研發及技術能力，改善用戶體驗，(3)進一步提高我們對累計消費較高用戶的服務能力，及(4)提供良好服務及獎勵，以吸引、留住獨立主播。該等發展策略的詳情載列如下。

- **提升所提供內容質量。**我們認為娛樂直播內容的質量可經由對主播的補充培訓等得到提升。具體而言，我們投入資源培訓獨立主播，提供有關直播運營、內容創作以及溝通技巧及方式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。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。此外，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。我們亦計劃通過建立主播培訓團隊、就線下直播基地租賃物業及建立主播訓練營來提升我們平台上內容的質量。請參閱「未來計劃及[編纂]」。
- **提升用戶體驗。**為提升平台用戶體驗，我們已開發一系列特殊功能，包括H.265技術、AI視頻特效技術、虛擬背景功能、屏幕手勢特效識別功能、表情遷移功能、「手偶」及「比心」功能，以及3D引擎技術支持的可定制禮物。請參閱「業務－技術」。為進一步提升用戶體驗，我們計劃(1)繼續開發機器學習算法及多目標優化技術，以更深入了解用戶喜好；(2)投資計算機視覺及繪圖能力，以進一步鼓勵我們平台上的互動；及(3)為於多種網絡條件下更高的視頻質量、更低的延遲及傳輸穩定性，升級直播技術。請參閱「未來計劃及[編纂]」。

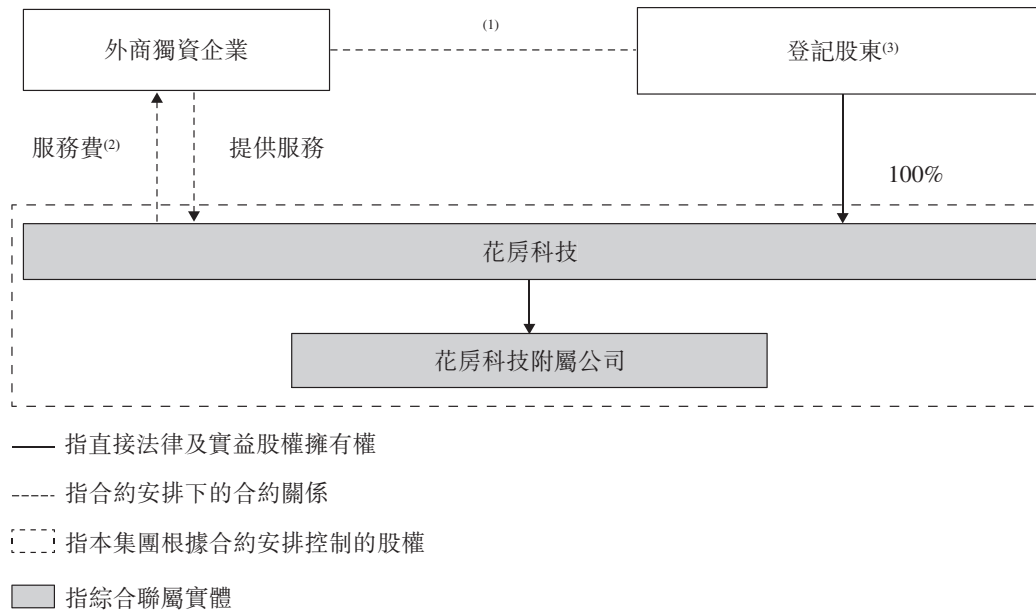
概 要

- *提升服務能力*。我們已為累計高額消費的用戶成立專屬社區*花椒俱樂部*及*六間房俱樂部*，以與我們的用戶建立基於信任的關係並增強彼等對我們平台的黏性，進而幫助我們維持*花椒*及*六間房*可觀的每月平均每名付費用戶收益。除生日禮物、充值助手及專屬賬戶經理外，我們計劃為累計高額消費的用戶提供更多補充性個性化服務及福利，例如設計該等用戶專屬推廣活動及提高該等用戶與賬戶經理的互動頻率，以進一步了解彼等的需求。
- *向獨立主播提供良好服務及獎勵*。為了激勵獨立主播留在我們的平台，我們向其提供獎勵，例如額外的用戶流量推介。我們的專業運營團隊分析主播的表現、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。主播亦可獲得其他獎勵，例如內容製作協助。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。

合約安排

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。我們目前經營或擬經營的若干領域的業務受到現行中國法律法規的限制及禁止。經諮詢中國法律顧問後，我們確定，根據適用於我們的中國法律及法規，本公司不可認購及持有綜合聯屬實體的股權，該等實體持有我們業務所需的必要許可證及批文，包括但不限於(1)增值電信業務經營許可證(亦稱為「ICP許可證」)，(2)網絡文化經營許可證及／或(3)信息網絡傳播視聽節目許可證。根據適用於我們的中國法律及法規，外國投資者不得持有從事「互聯網文化業務(音樂除外)」和視聽節目傳播的實體股權，不得持有從事增值電信服務業務的實體超過50%的股權(若干不適用於我們的例外情況除外)。因此，我們並無擁有任何綜合聯屬實體的任何股權，而為維持及行使對綜合聯屬實體的控制權，我們已採用合約安排。有關對外商於經營PC端及移動端直播平台的中國公司之所有權的限制以及中國法律法規項下適用於我們業務及營運的許可及批准要求之進一步詳情，請參閱「法規」一節。有關合約安排及相關協議的條款之進一步詳情，亦請參閱本文件「合約安排」一節，而有關合約安排的風險，請參閱「風險因素－與公司架構有關的風險」。下列簡圖說明根據合約安排所訂明的綜合聯屬實體對本集團的經濟利益流向：

概 要



- (1) 外商獨資企業透過與登記股東訂立的以下協議控制花房科技：(i)用以收購綜合聯屬實體的任何或所有股權及／或資產的獨家購買權，請參閱「合約安排－合約安排的詳情－獨家購買權協議」一段；(ii)對綜合聯屬實體全部股權的股權質押，請參閱「合約安排－合約安排的詳情－股權質押協議」一段；及(iii)委任外商獨資企業行使在綜合聯屬實體的所有股東權利的股東權利委託協議，請參閱「合約安排－合約安排的詳情－股東權利委託協議」一段。

據中國法律顧問告知，在獨家購買權及股東權利委託安排方面，合約安排亦直接涵蓋花房科技的營運附屬公司，如下所述：

- (i) 根據獨家購買權協議及獨家購買權補充協議（定義見「合約安排」一節），在適用法律法規允許的範圍內，外商獨資企業有權要求登記股東向外商獨資企業及／或其代名人轉讓花房科技的部分或全部股權及／或資產，並有權要求花房科技向外商獨資企業及／或其代名人轉讓其所持有的花房科技營運附屬公司的股權等部分或全部資產。
- (ii) 根據股東權利委託協議及股東權利委託補充協議（定義見「合約安排」一節），花房科技作為所有營運附屬公司的直接及間接控股股東，不可撤回地委任外商獨資企業及／或其代名人行使中國法律法規及花房科技所有營運附屬公司章程規定的投票權及所有其他股東權利。
- (2) 外商獨資企業透過獨家業務合作協議控制綜合聯屬實體。詳情請參閱本文件「合約安排的詳情－獨家業務合作協議」一段。
- (3) 登記股東指花房科技的登記股東。截至最後實際可行日期，花房科技由奇虎三六零軟件（北京）有限公司、天津花椒壹號科技合夥企業（有限合夥）、天津花椒貳號科技合夥企業（有限合夥）、宋城演藝發展股份有限公司、金華萱策投資管理有限公司、金華端萱投資管理合夥企業（普通合夥）、北京思明駿程科技有限公司、芒果文創（上海）股權投資基金合夥企業（有限合夥）、深圳致潤一號投資合夥企業（有限合夥）、深圳致潤二號投資合夥企業（有限合夥）、上海佐三數字科技有限公司、寧波梅山保稅港區花椒股權投資中心（有限合夥）、上海驊偉股權投資基金合夥企業（有限合夥）、三千世界（昆山）文化產業投資合夥企業（有限合夥）、張發及天津花房飛騰科技中心（有限合夥）分別擁有26.67%、7.69%、3.85%、37.06%、1.75%、0.69%、3.85%、1.54%、1.31%、3.07%、2.63%、0.18%、0.38%、0.19%、2.89%及6.25%。周先生透過奇虎三六零、花椒壹號及花椒貳號控制花房科技38.21%股權。

概 要

控股股東

截至最後實際可行日期，周先生透過以其擁有多數股權的實體（包括 Blossom Eternity Limited、Blossom Growth Limited、Blossom Glory Limited，連同周先生統稱為「周先生集團」）對 Pepper Blossom Limited 擁有的控制權，以及 Blossom Deluxe Holdings Limited 授予 Blossom Glory Limited 的有關 Pepper Blossom Limited 投票權的表決委託書，有權於本公司股東大會上行使約 38.21% 的投票權，而宋城演藝透過控制其全資附屬公司 Global Bacchus Limited，有權於本公司股東大會上行使約 37.06% 的投票權。

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使且未計及根據[編纂]購股權計劃授出的任何購股權），周先生集團將有權於本公司股東大會上行使約[編纂]%的投票權，而宋城演藝透過控制 Global Bacchus Limited，將有權於本公司股東大會上行使約[編纂]%的投票權。

由於周先生集團及宋城演藝於[編纂]及[編纂]完成後將分別有權於本公司股東大會上行使超過 30% 的投票權，因此周先生集團及宋城演藝於[編纂]後將繼續被視為我們的控股股東（定義見上市規則）。

[編纂]

我們已完成若干[編纂]前股權融資以撥付業務擴張。有關我們[編纂]身份及背景的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]」。

截至最後實際可行日期，JY Infinitas Limited、Mango Ningze Limited、上海驊偉股權投資基金合夥企業（有限合夥）、AAPC NETWORK Ltd.、Wingsound Technology Limited、Myanmar Commercial Asset Management Company Limited 及 Three Birds Holdings Limited 各自簽署禁售承諾，承諾彼等將不會在未取得[編纂]及聯席保薦人事先書面同意的情況下於自禁售承諾日期起直至[編纂]後五個月當日止期間任何時間轉讓有關股東直接或間接持有的本公司任何股份或於有關股份的任何權益。

本公司所獲得的全部[編纂][編纂]用於（其中包括）業務發展及營運，包括但不限於本集團的研發、新業務開發、行政開支及一般營運資金需求。截至最後實際可行日期，本公司已悉數動用有關[編纂]。本公司並未收取與花椒—六間房合併以及[編纂]中轉讓人與承讓人之間股份轉讓有關的任何[編纂]。

概 要

申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所[編纂]申請批准已發行及根據[編纂]及[編纂]將予發行的股份(包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份)以及因根據[編纂]購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份[編纂]及[編纂]，理由為(其中包括)經參考(1)我們於2021年的收益為人民幣4,599.7百萬元，超過500百萬港元，(2)我們於[編纂]時的預期市值(按指示性[編纂]範圍下限計算)超過20億港元，及(3)截至2021年12月31日止三個年度經營活動產生總現金淨額人民幣981.7百萬元，超過100.0百萬港元，我們符合[編纂]。

[編纂]

概 要

未來計劃及[編纂]

我們估計，經扣除[編纂][編纂]以及與[編纂]有關的其他估計開支後（假設[編纂]未獲行使），我們將收取的[編纂][編纂]（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數））將約為[編纂]港元。我們擬按下列用途使用[編纂][編纂]。

估計[編纂]的金額	[編纂]擬定用途
約[編纂]或[編纂]港元	進一步多元化及豐富我們的產品、內容及服務
約[編纂]或[編纂]港元	實施我們的市場推廣計劃，以擴大用戶群及推廣品牌
約[編纂]或[編纂]港元	選擇性收購或投資產品、服務及業務
約[編纂]或[編纂]港元	增強我們的研發及技術能力
約[編纂]或[編纂]港元	營運資金及一般企業用途

有關我們未來計劃及[編纂][編纂]的進一步資料（包括倘[編纂]釐定為相較估計[編纂]範圍中位數的較高或較低水平，則[編纂]的分配調整），請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

股息

根據我們於2022年11月21日採納的股息政策、組織章程細則以及適用法律及法規，派付股息將由董事於上市規則的規限下酌情決定，並將取決於（其中包括）財務業績、現金流量、業務狀況及策略、未來營運及盈利、資金需求及開支計劃、股息派付的任何限制及董事認為相關的其他因素。本公司可不時於股東大會上通過普通決議案以任何貨幣向股東宣派股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額，前提是於任何情況下，倘派付股息將導致本公司無法償還其於日常業務過程中到期的債務，則不得派付股息。我們並無預定的股息派付比率。鑒於我們的財務狀況及當前的經濟環境，我們將持續重新評估我們的股息政策。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無宣派或派付任何股息。

誠如開曼法律顧問告知，我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，據此，累計虧損的財務狀況並未禁止我們向股東宣派及派付股息，原因為股息可能仍然透過股份溢價賬宣派及派付，而無論我們的盈利能力如何，前提是於任何情況下，倘派付股息將導致本公司無法償還其於日常業務過程中到期的債務，則不得派付股息。

不合規事件及據稱違反服務條款

我們在一般業務過程中須遵守大量中國法律法規。詳情請參閱「法規」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們有少數不合規事件，而我們認為有關事件（單獨

概 要

計算或合併計算)概不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。具體而言，我們於往績記錄期間涉及以下不合規事件：

- 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。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內部控制，並已通過北京市互聯網信息辦公室的審核。請參閱「業務－內容篩選及審查－涉及內容及主播的監管事件」。
- 石榴直播、六間房及花椒被視為違規收集和使用用戶信息，例如對賬戶訪問或註銷實施繁苛的要求、未經事先同意向第三方軟件開發工具包提供用戶的設備相關信息及收集與所提供服務無關的用戶信息。我們已按照相關監管部門的要求在指定期限內及時改正不合規行為並已通過審查程序。請參閱「業務－數據安全及隱私」。

此外，就我們在應用程序商店的產品的分銷而言，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。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）。*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文本分類及管制，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。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，當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。

概 要

近期發展

業務發展

我們的業務模式及營運於往績記錄期間後及直至本文件日期總體保持穩定。與截至2021年9月30日相比，截至2022年9月30日我們的註冊用戶數目增加了約17.4%。我們的平均月活躍用戶及平均月付費用戶亦於截至2022年9月30日止九個月經歷平穩增長。特別是，與截至2021年9月30日止九個月相比，截至2022年9月30日止九個月我們的平均月活躍用戶及平均月付費用戶分別增加了約1.8%及約15.3%。經營指標的有關增加乃主要由於我們持續努力優化我們的營運及透過HOLLA集團進行海外擴張。由於上述原因，基於我們相應期間的管理賬目，與截至2021年9月30日止九個月相比，截至2022年9月30日止九個月我們的收益及毛利分別增加約17.2%及約4.1%。與截至2021年9月30日止九個月的財務業績相比，截至2022年9月30日止九個月我們的財務業績亦增加了約13.2%。

經進行適當的盡職調查工作並經審慎周詳考慮後，董事確認，截至本文件日期，自2022年5月31日（即我們編製本文件所載最近期綜合財務報表日期）以來，我們的財務及貿易狀況或前景並無任何重大不利變動，並自2022年5月31日以來並無任何事件對本文件附錄一所載會計師報告內的資料產生重大影響。另外，經對我們截至及直至最後實際可行日期的主要經營指標進行審慎周詳的評估後，董事進一步確認，截至本文件日期，我們的經營活動於往績記錄期間後並無重大不利變動。

COVID-19對我們業務營運的影響

自2020年初起，中國及全球的正常經濟生活因COVID-19爆發而遭受嚴重限制。因此，全球政府實行不同程度的隔離措施及旅遊禁令。自2020年1月起，中國政府在全國範圍內實行隔離措施，地方政府亦實行暫時性出行限制或旅遊禁令以控制COVID-19的傳播。自2020年第二季度起，中國現有確診COVID-19病例數量已大幅減少。自2020年下半年起，中國政府已逐步放鬆國內旅遊限制及其他隔離措施，經濟活動已開始恢復並回歸正常。然而，於2022年，中國多個城市COVID-19病例大幅增加，包括COVID-19德爾塔及奧密克戎變種病例。受影響城市的地方政府已恢復若干COVID相關措施，包括旅遊限制、隔離政策及居家禁令。

COVID-19爆發期間，由於中國採取各種保持社交距離措施以應對疫情，許多民眾轉向在線社交娛樂活動代替實地聚會。因此，互聯網及移動服務需求激增，相較於2019年，2020年我們平台的用戶參與度及平均月活躍用戶有所增加，用戶流量亦有所提高。然而，相較於移動端直播，COVID-19疫情對PC端直播造成的影響更加嚴重，原因為政府強制執行的出行限制或居家禁令可能阻礙若干PC端主播前往直播工作室。PC端主播通常需要更多的直播設備（如外置攝像頭及燈光）以達到更高的直播質量，因此，彼等傳統上於可提供此類直播設備及其他服務（如燈光佈置、聲音採集與增強、綠幕及虛擬背景）的工作室進行直播。另一方面，手機的屏幕較小因而對像素的要求較低，因此使用手機進行直播的主播可以在家中通過手機上的攝像頭進行直播。此外，由於若干海外市場延長隔離措施，我們已投資及擴大我們的海外社交網絡業務線以滿足對在線社交探索及交友服務日益增長的需求。

概 要

董事已就COVID-19對我們營運的影響進行全面審查，並確認，截至最後實際可行日期，COVID-19對我們的營運並無任何長期重大不利影響。具體而言，COVID-19變種病例的增加及COVID相關措施的恢復並未對我們的業務造成重大影響，原因為2022年首五個月我們的PC端旗艦產品六間房的月活躍主播數量及每名主播的日均直播時長保持相對穩定。儘管六間房每名活躍主播的直播時長於2022年4月至2022年5月減少約2%至3%，近期COVID-19疫情並無對我們的營運造成其他重大影響。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們面臨與自然災害、流行病及COVID-19等其他疫情爆發相關的風險，這可能導致我們的業務嚴重中斷」及「財務資料－COVID-19對我們營運及財務表現的影響」。

監管發展

網絡安全審查及數據安全

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《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》（「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11月14日，國家網信辦發佈《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》（「《數據安全條例草案》」）公開徵求意見。根據《數據安全條例草案》，數據處理者開展可能影響國家安全的若干境外上市活動，應當按照國家有關規定，申報網絡安全審查。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」。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，（其中包括）我們尚未被認定為關鍵信息基礎設施運營者（「關鍵信息基礎設施運營者」）；根據中國數據合規顧問於2022年3月17日與中國網絡安全審查技術與認證中心（「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[編纂]；及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。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。

於2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室（「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》（「《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。於往績記錄期間及直至本文件日期，我們並未自主管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，我們於近期就採購網絡產品和服務

概 要

須進行網絡安全審查的可能性相對較低。由於《網絡安全審查辦法》並未界定「影響或者可能影響國家安全的數據處理活動」的範圍，中國數據合規顧問及我們董事認為，我們是否須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，我們亦未受到有關個人信息保護的任何監管調查或處罰。有關近期監管發展對是次[編纂]及我們營運的影響的詳細分析，請參閱「業務－近期監管發展－網絡安全審查及數據安全」。

基於以上所述，於往績記錄期間及直至本文件日期，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。

跨境數據傳輸

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《數據出境安全評估辦法》（「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，其發行上市認定為境內企業境外間接發行上市：(1)發行

概 要

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，根據《新諮詢草案》，我們理解本集團[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》一經生效而我們本次[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。

概 要

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]，我們本次[編纂]將無需根據《2021年負面清單》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「－近期發展－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。

直播業務

於2020年11月12日，國家廣電總局發佈《關於加強網絡秀場直播和電商直播管理的通知》（「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限制、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《關於加強網絡直播規範管理工作的指導意見》（「第3號通知」），開展網絡視聽節目服務的直播平台須持有《信息網絡傳播視聽節目許可證》（「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，且密境和風正在更新其全國網絡視聽平台信息登記管理系統備案，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，前述更新不存在實質性障礙。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

概 要

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號通知受到有關部門的任何審查、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。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）禁止未成年人參與直播打賞，落實實名制要求；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。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。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。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）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；及直播平台應建立健全內部制度規範，管理其直播主播。我們已實施社區指引及綠色直播公約。請參閱「業務－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，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，於往績記錄期間及直至本文件日期，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。

有關與直播行業及我們的營運有關的近期監管發展的影響的詳細分析，請參閱「業務－近期監管發展－直播業務」。