

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



Hong Kong Technology Venture Company Limited

香港科技探索有限公司

(根據公司條例於香港註冊成立之有限公司)

(股份代號:1137)

(1)二零二三年財務年度業務展望及目標

(2)香港電子商貿業務二零二二年十二月之未經審核營運數據

(3) 香港電子商貿業務二零二二年財務年度之未經審核業務 目標表現

香港科技探索有限公司(「本公司」,連同其附屬公司統稱為「本集團」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本集團之二零二三年財務年度之業務展望及目標、香港電子商貿業務之二零二二年十二月未經審核營運數據及二零二二年財務年度之若干業務目標表現。

(1) 本集團於二零二三年財務年度之業務展望及目標

於二零二三年,本集團將繼續其策略以科技改變香港及香港以外不同行業的景觀。在香港的電子商貿業務上,我們維持中期目標,於二零二六年或之前,訂單總商品交易額ⁱ達到12,000,000,000港元至15,000,000,000港元(約佔香港總零售銷貨價值ⁱⁱ的3.4%至4.3%)。此外,正在發展的若干新計劃將於二零二三年推出,藉以加強我們於香港電子商貿行業的主導及領導地位,以及擴展本集團的發展足跡至香港以外。

我們明白,此等新計劃的發展成本將影響香港電子商貿業務的短期盈利能力,雖然如此,從長遠來看,這些計劃對於增長及為股東帶來回報尤為重要。

1. 香港電子商貿業務

本地零售業於二零二二年蒙受損失，而經濟復甦的不確定性將令二零二三年成為零售業的另一具挑戰的年份。全球經濟不明朗、利息高企的環境、波動的股票及信貸市場、新型冠狀病毒疫情持續以及加速重開邊境，預期將為香港的經濟復甦帶來重大影響。

因此，我們於訂立香港電子商貿業務的二零二三年業務目標時較為審慎。我們對於香港的電子商貿發展維持正面的觀點，尤其於網上客戶數目增長、他們於 HKTVMall 上的購買頻率及購買產品種類的增長動力。雖然如此，由於本地經濟及家庭可支配收入之挑戰，我們亦預期某些客戶的購買能力或會由高價值產品轉移至低價值產品。因此，**商戶關顧**以增加商戶的數目及種類以及**產品種類多元化**以增加產品項目及類別的數量和範圍是強化我們於二零二三年的市場領導位置的關鍵。

濕貨街市的快速送遞

於二零二二年下半年，隨著政府放寬多項社交距離措施，我們注意到餐飲送遞服務需求減少。同時，由於消費者行為的改變和對健康的關注，對家庭烹飪的需求不斷增加，我們發現一個未被爭奪的市場空間 - 濕貨街市食品的快速送遞服務。

因此我們停止餐飲送遞服務，並將資源轉移至建立 HKTVMall 旗下新的濕貨街市快速送遞服務，我們迅速地於二零二二年年末建立服務，覆蓋七個不同地區的七個濕貨市場，包括馬鞍山、沙田、大埔、屯門、荃灣、將軍澳及元朗。這不僅為我們現有的客戶拓展濕貨市場產品選擇，亦同時為 HKTVMall 開展需要於兩小時內快速送遞濕貨市場產品的全新客戶群組。

基於此項新服務的受歡迎程度，我們正建立自己的快速送遞團隊，並將於二零二三年擴展至十三個濕貨街市（約覆蓋香港總住戶數目的 60% - 65%）。我們有信心，這項新服務，可將線下濕貨街市客戶轉移至線上的恆常客戶，加強 HKTVMall 的領導地位。

海外市場擴展

我們留意到香港永久性居民移居海外人數增加，帶來商機。運用我們完善的基建，透過與第三方物流服務供應商合作，為 HKTVmall 上約 4,800 個商戶及供應商，及超過 1,300,000 件不同種類的產品，擴展最後一哩的送遞至香港以外的地點。

我們首個海外拓展市場為澳門，已於二零二二年十二月試行，目標為澳門本地居民以及中國內地跨境旅客。我們的下個海外市場將為英國，目標於二零二三年第二季推出。我們將繼續發掘其他地點的商機，例如加拿大、澳洲等。

二零二三年財務年度香港電子商貿業務目標

董事會為香港電子商貿業務訂立以下主要表現目標：

- a. HKTVmall 的全年訂單總商品交易額約為 8,800,000,000 港元至 9,200,000,000 港元，按年增長 6.3% 至 11.1%，若香港零售業於二零二三年的增長為 0% 至 5%；
- b. 多媒體廣告收入約為 156,000,000 港元。自於二零二二年九月推出早鳥優惠，於二零二二年十二月底前收到的廣告承諾費用已達約 115,000,000 港元；
- c. 綜合毛利率及佣金(計入多媒體廣告收入前)為 24.0% - 24.5%；
- d. 香港電子商貿業務的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為 5% - 5.5% (即約為 440,000,000 港元至 506,000,000 港元)，於配送成本、市場推廣、宣傳及 O2O 門市市場開支及香港電子商貿業務營運支援功能的分配開支等，作出動態的資源分配。

2. 科技業務及新項目

我們於二零二二年開始一些新項目。雖然我們或許無法於每一個新項目中都取得成功，但我們相信投資新項目將為本集團帶來新機遇，並同時培育我們的下一代領袖。正如我們於二零二一年年報的主席報告書所述，我們的格言為「敢於嘗試，敢於失敗，敢於鑽研和運用科技去改造每一個行業」。

我們將繼續依靠我們的科技基因，以加強我們作為**電子商貿推動者**的角色及定位，包括早前已公佈取得專利，將於二零二三年正式推出的全自動零售商店及系統及其他新項目。未來，我們將繼續探索新項目，可能未必與零售或電子商貿行業有關係。

a. 已取得專利的全自動零售商店及系統 – 若無進一步技術及規管議題，目標於二零二三年第二季試推

於英國曼徹斯特商店租賃完成過程需要較長時間，我們自行研發並已取得專利的第一間全自動零售商店及系統延遲推出。第一份租約最終於二零二二年年年底前簽訂，而當地的項目團隊正全力為商店及存貨設立而努力。我們預期第一個試行商店將於二零二三年第二季推出。同時，香港及英國的工程團隊正努力增加並提升機械設計及容量當中，並為大量生產作準備。

b. 二零二三年核心新項目 - 商戶關顧、增值服務及加強電子商貿領導地位

i. 第三方物流服務（「3PL 服務」） – 將於二零二三年四月試推並於將二零二三年七月正式推出

於二零二二年下半年，於週一至五的客戶訂單當中，超過 95% 已達成「兩日送達」目標的最後一哩服務承諾。此外，我們有約 16,000 件我們直接倉存管理的產品可快達 12 小時內送貨。

為進一步提升以包括週末及公眾假期的最後一哩送貨至快達 8 小時送達，我們正全力發展 3PL 服務，目標於二零二三年四月試推，並於二零二三年七月正式推出，惟視乎中國內地硬件供應商的生產容量及物流安排的恢復而定。

我們的 3PL 服務容許商戶將進貨、倉儲、補貨、執貨及包裝程序外判予我們的自動化配送系統操作。這為商戶透過自動化科技減低配送成本，並能於全年 364 日配送客戶訂單，正如 HKTVmall 的倉存貨品一樣。若物流安排得以提升，我們更可改善送貨時間快達 8 小時。

我們將向商戶收取最低的儲存固定成本及以其他服務使用率另外收費，估計為總商品交易額之 2%-6%，視乎產品項目的價格。總費用可能仍低於由商戶自行安排配送及物流的總成本。此外，3PL 服務將會提升全年執貨及包裝運作的效率及準確度。

- **快達 12 小時及 8 小時送貨**

我們的 3PL 服務將可令商戶夥伴達到「同日送貨服務」的承諾。一旦 3PL 服務推出後，我們將有能力令約 100,000 件產品包括商戶產品，可快達 12 小時送到客戶手上。

於二零二三年下半年進一步提升物流安排後，即客戶於早上 10 時前落單，我們可快至 8 小時送遞客戶訂單。這將可大大提升我們商戶產品的競爭力。

- **提升產品曝光**

使用我們 3PL 服務的所有產品均可為客戶提供全年 24 小時 x 364 日的產品選擇，此等產品並可享有優先的產品搜尋排名及市場推廣支援。這將可大大提升商戶產品予客戶的曝光率。

ii. 全方位電子商店方案 – 於二零二三年上半年底前推出

此項新的自行發展全方位方案確保任何本地及國際零售商可成立、設計及以專門的網站域名營運自己網上業務的電子商店，而佣金率可低至佔訂單價值 3%。這項端對端的方案包括店面設計及管理、客戶訂單管理、市場推廣及宣傳工具、數據分析工具及開放式送遞服務選擇。

更重要的是，這個方案將可為商戶帶來其他市場現行方案未能媲美的額外價值：

- **瀏覽量**：以 HKTVmall 的每月 1,500,000 活躍應用程式用戶瀏覽量作支援，對任何電子商店而言都是非常關鍵；
- **數據**：容許商戶擁有訪客及客戶數據，對於發展其網上產品、定價及宣傳策略亦至為關鍵；
- **效率**：允許於 HKTVmall 營運電子商店之商戶，可透過單一商戶管理系統管理產品組合及存貨。

除上述以外，商戶或零售商及本地或國際品牌擁有者可於 HKTVmall 同時製作及營運其「**直播購物頻道**」，拓展其實體銷售至每星期 7 日，每日 24 小時。這個直播頻道將可與用戶有直接接觸，亦可與多個網上觀眾互動並分享產品，以刺激即時購物及支付程序。以成功訂單計算，我們將收取訂單價值之 3% 至 5% 的佣金，而商戶及零售商將自行負責安排最後一哩派送，將產品送到客戶手上。

iii. Everuts - 重新定義社交商貿及全球連繫，將於二零二三年一月正式推出

我們現正推出一個新的應用程序，Everuts 是一個社交電子商貿平台。於 Everuts 當中，我們有 Exploruts，這是一個提供全球採購選擇的國際個人代購員計劃。

- **Everuts- 所有事放於太陽之下(Everything Under The Sun)**

本集團一個全新的社交電子商貿平台，目標令電子商貿不只是一個交易平台，而是社交體驗，例如從用戶創建的帖子中立即購買。

- **Exploruts – 太陽之下的探險者(Explorers Under The Sun)**

Everuts 之下的國際個人代購員。

Everuts 連接想於海外購買產品的消費者及遍佈全球的 Exploruts，代客戶從海外購買訂購的產品。Everuts 為可信的平台，其可比喻為銀行向賣家發出信用狀，確保他們能收到款項，而買家則會收到貨品。銀行主要服務商務對商務(B2B)市場，而 Everuts 則主要服務消費者對消費者(C2C)的市場。

初步，我們會首先向 HKTVmall 超過 1,500,000 名香港消費者推廣這個新平台，並會在適當時候擴展至全球消費者。我們目前正在全球各地招聘上千名 Exploruts。

現時，Everuts 於日本、南韓、泰國、台灣、新加坡、英國、法國、美國、加拿大、土耳其及冰島均有 Exploruts。

Everuts 之內，生活品味並無界限。透過我們，世界唾手可得。

於二零二三年，由於全自動零售商店及系統及不同新項目的推出，我們預期科技業務及新項目合共於二零二三年全年帶來經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損約 140,000,000 港元。我們將密切留意新項目的發展，並將於兩年時間後為每個項目作出全面檢討，為下一個部署重新定義。

我們於二零二二年一月十日發出的公告中提及，「我們不知道任何一個計劃將會成功與否，但我們知道，若不嘗試任何新發展，我們終有一天會失敗。而為可持續及持久的未來而作出新嘗試一直是香港科技探索的基因，正如我們於過去三十年中所做的一樣。」

八年前，我們推出 HKTVMall，現已成為香港最大、領導及主導的網上購物商場，我們的電子商貿業務並成功於第五年的營運轉虧為盈。我們有信心，我們強勁的執行能力將帶來更大成功及回饋股東。

(2) 本集團二零二二年十二月之香港電子商貿業務包括網購平台及門市業務(不包括 HKTVMall 現金券之銷售)之未經審核營運數據如下:

	每月			百份比變化	
	二零二二年十二月	二零二二年十一月	二零二一年十二月	二零二二年十二月比較 二零二二年十一月	二零二二年十二月比較 二零二一年十二月
平均每日訂單數量 (調整至最接近的百位數)	49,300	49,300	41,400	-%	19.1%
平均訂單值 (調整至最接近的元的整數)	467 港元	450 港元	476 港元	3.8%	(1.9%)
平均每日訂單總商品交易額 ⁱ (調整至最接近的十萬位數)	23.0 百萬 港元	22.2 百萬 港元	19.7 百萬 港元	3.6%	16.8%
每月訂單總商品交易額 ⁱ (調整至最接近的百萬位數)	7.13 億 港元	6.66 億 港元	6.11 億 港元	7.1%	16.7%
曾於 HKTVMall 購物的獨立客戶數量(調整至最接近的千位數)	二零二二年十二月份內 569,000		二零二二年十一月份內 548,000	二零二一年十二月份內 500,000	
每月活躍應用程式使用者 ⁱⁱⁱ (調整至最接近的千位數)	二零二二年十二月份內 1,518,000		二零二二年十一月份內 1,518,000	二零二一年十二月份內 1,457,000	

(3) 香港電子商貿業務截至二零二二年十二月三十一日止(「二零二二年財務年度」) 業務目標表現 (未經審核)

	二零二二年財務年度表現	二零二二年財務年度更新目標
全年訂單總商品交易 ⁱ (調整至最接近的千萬位數)	82.8 億港元	80.0 億港元

儘管年內消費市道消費意慾疲弱，但二零二二年財務年度 HKTVMall 之訂單總商品交易額略高於更新後的目標約 3.5%。然而，我們對電子商貿業務的信念繼續得以證明。於二零二二年，我們共有 1,412,000 名獨立客戶於 HKTVMall 購物，代表 125,000 名獨立客戶的淨增長：

	二零二二年財務年度表現	二零二一年財務年度目標
曾於 HKTVMall 購物的獨立客戶數量（調整至最接近的千位數）	1,412,000	1,287,000

董事會謹此提醒本公司股東及有意投資者，上述數據未經審核及乃根據本集團初步內部資料編製，鑒於收集該等數據過程中存在各種不確定因素，該等數據與本公司按年度或半年度刊發的經審核或未經審核綜合財務報表中披露的數字可能存在差異。

本公司股東及有意投資者應小心以免不恰當地依賴上述數據，及於買賣本公司證券時，務請審慎行事。

承董事會命
香港科技探索有限公司
主席
張子建

香港，二零二三年一月四日

於本公告日期，董事會成員包括：

執行董事：

張子建先生（主席）

王維基先生（副主席兼集團行政總裁）

黃雅麗女士（集團財務總裁兼公司秘書）

劉志剛先生（行政總裁（國際業務））

周慧晶女士（行政總裁（香港））

獨立非執行董事：

李漢英先生

白敦六先生

麥永森先生

附註：

- i 訂單總商品交易額指特定時間段內通過特定市場所銷售的商品之總銷售價值，未經扣除該市場提供的任何折扣、已使用的回扣、已出售商品的註銷及退貨。
- ii 根據香港特別行政區政府統計處公佈的二零二二年十月零售業銷貨額按月統計調查報告中擷取的過去十二個月按零售店類別劃分的零售業總值
https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/B1080003/att/B10800032022MM10B0100.pdf
- iii 每月活躍應用程式使用者取自 Google Analytics 並約整至最接近的千位數，該計算方法及依據並未驗證。一般情況下，當在同一個月內，在同一裝置上重新安裝 HKTVmall 應用程式或 HKTVmall 應用程式簡易版或更改其裝置之廣告識別碼，或於多部裝置上使用，或使用 HKTVmall 主要應用程式及 HKTVmall 應用程式簡易版，應用程式使用者之數據可能重合。由於 Google Analytics 抽樣進行分析以致在不同時間點抓取數據可令同一期間的資料有所不同。根據 Google Analytics 的定義，活躍使用者指獨立使用者在某段時間內開啟工作階段的不重複使用者數量。