

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的內容概不負責，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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Ruicheng (China) Media Group Limited

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1640)

截至2022年12月31日止年度年度業績公告

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」、「我們的」或「我們」)根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製截至2022年12月31日止年度(「報告期間」)經審核的綜合年度業績(「年度業績」)，連同2021年同期的比較數字。

綜合損益及其他全面收益表

截至2022年12月31日止年度

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收益	3	412,659	441,051
收益成本		<u>(402,032)</u>	<u>(423,752)</u>
毛利		10,627	17,299
其他收入、收益及虧損	4	3,103	3,939
銷售及營銷開支		(3,696)	(7,132)
行政開支		(7,678)	(8,916)
融資成本	5	(6,471)	(11,872)
金融資產及合約資產淨額虧損撥備(計提)撥回	6	<u>(27,958)</u>	<u>10,984</u>
除稅前(虧損)溢利		(32,073)	4,302
所得稅抵免(開支)	7	<u>20,411</u>	<u>(3,839)</u>
本年度(虧損)溢利及全面(開支)收益總額	8	<u><u>(11,662)</u></u>	<u><u>463</u></u>
應佔(虧損)溢利及全面(開支)收益總額：			
— 本公司擁有人		(11,384)	445
— 非控股權益		<u>(278)</u>	<u>18</u>
		<u><u>(11,662)</u></u>	<u><u>463</u></u>
每股(虧損)盈利	10		
基本及攤薄(人民幣)		<u><u>(2.85)分</u></u>	<u><u>0.11分</u></u>

綜合財務狀況表
於2022年12月31日

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
非流動資產			
物業及設備		343	429
無形資產		22	27
遞延稅項資產		10,532	3,542
		<u>10,897</u>	<u>3,998</u>
流動資產			
貿易應收款項、預付款項及其他應收款項	11	426,262	341,100
應收關聯公司款項		211	831
合約資產		131,714	23,472
銀行結餘及現金		5,081	34,865
		<u>563,268</u>	<u>400,268</u>
資產總值		<u>574,165</u>	<u>404,266</u>
股本及儲備			
股本		3,578	3,578
儲備		202,682	214,066
本公司擁有人應佔權益		206,260	217,644
非控股權益		(136)	142
權益總額		<u>206,124</u>	<u>217,786</u>

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
流動負債			
貿易及其他應付款項	12	212,450	39,007
應付稅項		148	14,570
合約負債		38,259	16,612
銀行及其他借款		87,184	115,984
租賃負債		—	307
		<u>338,041</u>	<u>186,480</u>
非流動負債			
其他借款		30,000	—
		<u>30,000</u>	<u>—</u>
負債總額		<u>368,041</u>	<u>186,480</u>
權益及負債總額		<u><u>574,165</u></u>	<u><u>404,266</u></u>

綜合財務報表附註

1. 一般資料以及綜合財務報表的編製及呈列基準

1.1 一般資料

瑞誠(中國)傳媒集團有限公司(「本公司」)於2019年1月15日根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司及其股份於2019年11月12日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本公司註冊辦事處地址為190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands及主要營業地點為中華人民共和國(「中國」)北京市朝陽區西大望路63號院7號樓13層1602。

本公司為一間投資控股公司，而其附屬公司主要從事於中國提供廣告服務。

本集團綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，而人民幣亦為本公司功能貨幣。於下文本公司及其附屬公司統稱為「本集團」。

1.2 綜合財務報表的編製及呈列基準

持續經營

儘管較截至2022年12月31日須於一年內償還的銀行及其他借款約人民幣87,184,000元，本集團銀行結餘及現金維持較低水平約人民幣5,081,000元，綜合財務報表已按持續經營基準編製，因本公司董事考慮到以下事項後信納本集團可於來年維持資金流動性：

- (i) 本集團能夠成功通過協商延長或續新現有銀行借款約人民幣82,200,000元(需自從報告期末起一年內償還)從銀行獲得融資；及
- (ii) 本公司董事將繼續採取積極措施，透過各種渠道控制成本，包括優化人力資源及加快自結清貿易應收款項中收回款項，以改善經營現金流量及其財務狀況。

編製持續經營基準的綜合財務報表之有效性取決於本公司董事所採取措施而獲得的成功及有利結果，以及上述措施的結果。故本公司董事認為本集團將能產生足夠資金並於可預見未來履行到期之財務責任。因此，綜合財務報表已根據持續經營基準編製，並不包括倘本集團未能持續經營而可能須就非流動資產及非流動負債確認撥備或變現及重新分類而作出的任何調整。

倘本集團未能實現上述計劃及措施，其可能無法繼續持續經營，並可能須作出調整，以將資產的價值重列至可收回金額，為任何可能產生之其他負債作出撥備以及將非流動資產及非流動負債分別分類為流動資產及流動負債。該等潛在調整之影響並未反映於綜合財務報表中。

2. 應用新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)

於本年度，本集團首次應用由國際會計準則理事會頒佈於2022年1月1日開始的本集團財政年度生效的下列國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)修訂本：

國際財務報告準則第3號修訂本	提述概念框架
國際會計準則第16號修訂本	物業、廠房及設備：擬定用途前之所得款項
國際會計準則第37號修訂本	虧損性合約－履行合約之成本
國際財務報告準則修訂本	對2018年至2020年週期之國際財務報告準則的年度改進

於本年度應用提述國際財務報告準則概念框架修訂本及國際財務報告準則修訂本並無對本集團於本期間及過往期間的財務表現及狀況及/或該等綜合財務報表所載披露事項產生重大影響。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則

本集團並無提早採納以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則：

國際財務報告準則第17號(包括2020年6月及2021年12月對國際財務報告準則第17號之修訂本)	保險合約及相關修訂 ¹
國際財務報告準則第16號修訂本	售後租回中的租賃負債 ²
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資 ³
國際會計準則第1號修訂本	負債的流動或非流動分類 ²
國際會計準則第1號修訂本	附帶契諾的非流動負債 ²
國際會計準則第1號及國際財務報告準則實務聲明第2號修訂本	會計政策的披露 ¹
國際會計準則第8號修訂本	會計估計的定義 ¹
國際會計準則第12號修訂本	單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項 ¹

¹ 於2023年1月1日或之後開始的年度期間生效

² 於2024年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於待定日期或之後開始的年度期間生效

本公司董事預期應用上述新訂及國際財務報告準則修訂本將不會對本集團業績及財務狀況產生重大影響。

3. 收益及分部資料

按服務性質劃分的收益

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
電視(「電視」)廣告服務		
— 硬性電視廣告服務(附註)	72,552	70,724
— 涉及軟性電視廣告服務的廣告解決方案組合(附註)	29,838	21,097
	<u>102,390</u>	<u>91,821</u>
數字廣告服務	295,237	221,491
戶外廣告服務	10,844	112,325
其他廣告服務	4,188	15,414
	<u>412,659</u>	<u>441,051</u>

附註：硬性電視廣告服務為於電視廣告時段投放的傳統廣告，而軟性電視廣告服務為於綜藝節目及電視劇中植入廣告，如產品植入、冠名贊助、字幕廣告及口播廣告語。

(i) 與客戶合約產生收益的拆分

按客戶類型劃分的收益

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
廣告主	164,503	82,746
廣告代理	248,156	358,305
	<u>412,659</u>	<u>441,051</u>

按廣告之產品或服務種類劃分的收益

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
傢俱及家電	185,581	303,489
互聯網及手機遊戲	136,510	—
飲食	87,435	12,425
汽車	618	63,702
衛生紙	—	28,434
電信	—	14,647
其他	2,515	18,354
	<u>412,659</u>	<u>441,051</u>

收益確認的時間

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
於一段時間	<u>412,659</u>	<u>441,051</u>

(ii) 與客戶合約的履約責任

本集團收益主要來自提供一般維持一至十二個月的廣告服務賺取。廣告服務一般符合以下標準，即本集團履約時客戶同時收取並消耗本集團履約時所帶來的利益。因此，本集團使用產出法隨著履約責任於一段時間內達成而確認有關收益。

本集團為提供廣告服務的主體，因此按總額基準確認該等交易所賺取的收益及產生的成本，本集團為主要義務人，負責(1)物色本集團視為客戶的第三方廣告主並與之訂約；(2)物色提供廣告時段或空間的媒體平台並與之訂約，本集團將媒體平台視為供應商；(3)設定廣告服務的售價；及(4)承擔完成廣告服務的唯一責任。

(iii) 就客戶合約分配予剩餘履約責任的交易價格

所有廣告服務期間不超過一年。按國際財務報告準則第15號的規定，分配予未完成合約的交易價格可不予披露。

(iv) 分部資料

向本公司董事(即主要經營決策者(「主要經營決策者」))呈報以供作出資源分配及評估分部表現之資料，重點關注已提供之服務的類型。截至2022年及2021年12月31日止年度主要經營決策者整體評估經營表現並分配本集團資源，原因是本集團的所有業務活動被視為主要提供廣告服務。據此，主要經營決策者認為，根據國際財務報告準則第8號經營分部規定，僅有一個經營分部。因此，並無呈列分部資料。

由於本集團的收益、非流動資產及經營活動主要來自其在中國地區的活動，故無呈列地區資料。

主要客戶資料

有關年度佔本集團總收益10%以上的客戶的收益如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
客戶A ¹	92,689	128,493
客戶B ²	136,521	105,000

¹ 來自電視廣告服務及數字廣告服務的收益。

² 來自數字廣告服務的收益。

4. 其他收入、收益及虧損

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
銀行存款利息收入	3	63
政府補助(附註(i))	2,028	3,157
增值稅的進項稅額加計扣除(附註(ii))	1,126	885
撤銷物業、廠房及設備	(28)	–
其他	(26)	(166)
	<u>3,103</u>	<u>3,939</u>

附註：

- (i) 該款項為獎勵本集團對當地經濟做出的貢獻及上市而自當地政府收取的補貼。該等補助並無附帶特定條件，其金額於收取補助時在損益確認。
- (ii) 根據中國增值稅相關法律，中國附屬公司於2019年4月1日至2022年12月31日獲授予增值稅的進項稅額加計10%扣除。

5. 融資成本

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
以下各項的利息：		
銀行及其他借款	4,900	6,797
租賃負債	<u>2</u>	<u>10</u>
	4,902	6,807
銀行借款擔保費	<u>1,569</u>	<u>5,065</u>
	<u>6,471</u>	<u>11,872</u>

6. 金融資產及合約資產虧損撥備計提(撥回)淨額

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
虧損撥備計提：		
— 貿易應收款項	19,352	—
— 其他應收款項	—	185
— 合約資產	<u>8,950</u>	<u>334</u>
	<u>28,302</u>	<u>519</u>
虧損撥備撥回：		
— 貿易應收款項	—	(8,229)
— 其他應收款項	(344)	—
— 應收貸款	<u>—</u>	<u>(3,274)</u>
	<u>(344)</u>	<u>(11,503)</u>
虧損撥備計提(撥回)總額	<u>27,958</u>	<u>(10,984)</u>

7. 所得稅(抵免)開支

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中國企業所得稅(「企業所得稅」)		
本年度稅項	566	1,017
過往年度(超額撥備)撥備不足	(13,987)	73
遞延稅項	<u>(6,990)</u>	<u>2,749</u>
	<u>(20,411)</u>	<u>3,839</u>

根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司兩個年度的稅率為25%。

根據藏政發2018年25號通知(「通知」)，本集團一家全資附屬公司西藏萬美廣告有限公司(「西藏萬美」)的適用稅率為15%。根據通知，於2018年至2020年期間，位於西藏從事特定鼓勵類產業的企業有資格申請15%的優惠稅率。因此，西藏萬美於兩年內適用的企業所得稅稅率為15%。中國財政部發出2020年23號通知將稅務優惠期延至2030年12月31日。

根據開曼群島法律及法規，由於於相關司法權區並無徵收所得稅，故本集團毋須繳納任何開曼群島所得稅。

由於本集團的收入並非產自或源自香港，故並無就香港稅項作出撥備。

8. 年內(虧損)溢利

年內(虧損)溢利乃經扣除以下各項得出：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
員工成本		
董事及主要行政人員的酬金	1,265	1,803
其他員工：		
—薪金及其他津貼	4,586	6,118
—表現掛鈎花紅(附註)	—	1,143
—退休福利計劃供款(不包括董事及主要行政人員)	1,658	2,293
總員工成本	<u>7,509</u>	<u>11,357</u>
無形資產攤銷	5	6
物業及設備折舊	<u>58</u>	<u>1,385</u>
折舊及攤銷總額	<u>63</u>	<u>1,391</u>
核數師薪酬	930	1,100
有關短期租約確認的收益成本	<u>6,416</u>	<u>41,099</u>

附註：表現掛鈎花紅乃由本公司管理層基於本集團表現、相關個人於本集團的表現及可資比較市場數據釐定。

9. 股息

截至2022年12月31日止年度，概無派付或建議派付股息(2021年：無)，自報告期末起亦無建議派付任何股息。

10. 每股(虧損)盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄(虧損)盈利根據以下數據計算得出：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
計算每股基本及攤薄(虧損)盈利(為本公司擁有人應佔年內(虧損)溢利)	<u>(11,384)</u>	<u>445</u>

股份數目

	2022年 千股	2021年 千股
計算每股基本及攤薄(虧損)盈利的普通股加權平均數(千股)	400,000	400,000

由於於截至2022年及2021年12月31日止年度並無潛在攤薄普通股，故每股攤薄(虧損)盈利等於每股基本(虧損)盈利。

11. 貿易應收款項、預付款項及其他應收款項

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
按攤銷成本計算的應收賬款包括：		
貿易應收款項 — 與客戶合約	281,508	306,721
減：貿易應收款項的虧損撥備	(32,461)	(13,109)
	249,047	293,612
來自供應商的應收款項	-	4,238
來自投資A的應收款項	-	750
租金及其他按金	2,327	3,061
其他	7,352	3,654
	9,679	11,703
減：其他應收款項虧損撥備	(231)	(575)
	9,448	11,128
可扣除增值稅	7,065	4,293
對供應商的預付款項	160,702	32,067
	167,767	36,360
總計	426,262	341,100

本集團一般參照財務狀況、信貸記錄、業務關係年期及本集團提供的服務類型釐定授予客戶的信貸期。不同客戶及項目的信貸及支付條款可能各異。本集團一般於根據相關合約所載的條款履行廣告服務後向客戶出具賬單。

就電視廣告服務而言，本集團一般於向客戶發出賬單後提供介乎15至90天的信貸期(2021年：15至90天)。

就數字廣告服務而言，本集團一般於向客戶發出賬單後提供介乎15天至90天的信貸期(2021年：介乎15至90天)。

就戶外廣告服務而言，本集團一般於合約期內分期設定合約條款。

就其他廣告服務而言，本集團一般要求分期付款或於提供服務前全數支付。

以下為根據賬單日期(與收益確認日期相近)呈列於報告期末經扣除信貸虧損撥備的貿易應收款項的賬齡分析：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
0至30天	63,710	139,483
31至90天	2,210	25,754
91至180天	17,143	37,794
181至360天	120,518	72,787
365天以上	45,466	17,794
	<hr/>	<hr/>
總計	249,047	293,612
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

於2022年12月31日，本集團的貿易應收款項餘額包括截至報告日已到期的債務人，其賬面淨值合計約為人民幣249,047,000元(2021年12月31日：人民幣293,612,000元)。本集團並無就此餘額持有任何抵押品或收取任何利息。

12. 貿易應付款項及其他應付款項

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
貿易應付款項	200,164	32,203
應付員工成本	3,548	2,281
其他應付稅項	2,403	1,118
應付上市開支	756	817
應付利息	784	1,222
應計開支	4,795	1,366
	<u>212,450</u>	<u>39,007</u>

於各報告期末，以下為按賬單日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
0至30天	149,839	11,237
31至90天	22,776	17,352
90天以上	27,549	3,614
	<u>200,164</u>	<u>32,203</u>

本集團獲其供應商授予信貸期為5至60天，除非合約另有指定向供應商預付款項。本集團制訂財務風險管理政策，以確保所有應付款項於信貸期內結清。

管理層討論與分析

市場概要

2022年，全球經濟滯脹風險上升，增長放緩態勢明顯，國家統計局發佈數據表示，初步核算，2022年全年國內生產總值(GDP) 1,210,207億元，按不變價格計算，比上年增長3%。在受到疫情衝擊、國內外市場環境複雜嚴峻等多重超預期挑戰的影響下，廣告市場的整體環境也出現轉弱波動，廣告主由於避險目的而在廣告投放中採取更加謹慎收縮的策略。2022年全年廣告市場同比減少11.8%；從分月的表現來看，開年以來市場持續下滑，環比降幅較明顯，下半年整體市場有明顯的回升跡象；但由於年末部分城市受疫情影響嚴重，多類廣告渠道的投放受到影響，因此再次進入了波動階段；截至2022年12月，廣告市場環比重現增長。(數據來源：CTR媒介智訊《2022年中國廣告市場投放概覽》)。隨著疫情防控政策的進一步優化，各地政府紛紛出台的消費激勵措施，增強消費能力，創造消費場景，拉動消費市場穩步回暖，2023年整體消費市場復甦可期。隨著市場環境的好轉，2023年廣告市場將會走出波動期，奔赴下一個增長週期。

集團概述

面對市場壓力，2022年本集團根據客戶的實際傳播需求，適時整合自身優勢，聚焦既有傳統優勢與內容營銷核心競爭力，同時調整優化業務結構，加大互聯網廣告傳播服務和互聯網綜藝整合營銷業務，致力於為客戶提供專業高效的內容營銷和優質整合傳播服務，從而推動公司穩健發展。

業務回顧

電視廣告服務

本集團為客戶提供專業定制化的電視廣告解決方案，憑借與主要供貨商長期的業務關係，我們能夠為客戶提供豐富的高性價比傳播資源，幫助客戶在滿足預算的同時完成優質廣告展示，讓廣告傳播價值最大化。於報告期間內，面對疫情影響下嚴峻的市場環境，我們整合自身優勢，將電視廣告業務轉化升級至更加深入化的全方位傳播服務，優化媒體資源組合提升競爭力，致力為客戶提供更加精準有效的個性化廣告解決方案。於報告期間內，本集團分別向國內一家知名品牌飲品銷售商及中國領先家用電器製造商等客戶提供品牌或產品廣告投放服務，贏得了眾多知名客戶的認可。

在內容營銷業務上，本集團積極提升創意設計和傳播整合能力，為眾多客戶完成內容植入創意、內容整合策劃、二次傳播營銷及落實執行計劃，通過內容整合為客戶提升品牌價值。於報告期間內，本集團先後服務於一間總部位於青島的中國領先家用電器製造商及一間總部位於寧波的領先廚房電器製造商等廣告主客戶，涉及項目合作如中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)的廣告主與深圳衛星電視台就一檔泛科普類知識型發佈會節目的合作；總部位於寧波的領先廚房電器製造商廣告主與上海省級衛星電視台就一檔大型家裝改造節目的項目合作。於報告期間內，電視廣告服務業務收益約為人民幣102.4百萬元。

數字廣告服務

本集團順應目前互聯網媒體的發展趨勢和廣告主的投放需求，繼續加大互聯網廣告傳播服務力度。憑借網絡媒體及新媒體資源矩陣的優勢，通過大數據與精準投放技術，持續提升互聯網整合服務能力，不斷為客戶提供優質有效的數字廣告資源以及一站式的數字營銷解決方案。於報告期間內，本集團先後服務國內一些大型網絡手游等客戶，合作期間，各品牌在互聯網數字類媒體的投放上，均有較好的轉化率體現，保證了客戶廣告投放的持續性，獲得客戶的高度認可和讚譽。

同時，充分發掘客戶在互聯網傳播領域的整合需求，憑借公司積累的電視內容營銷傳播優勢及經驗，加強互聯網綜藝內容的傳播服務，把數字廣告業務和傳統業務成功經驗進行了有力的結合，為客戶提供一站式的數字整合營銷解決方案，提升客戶在互聯網的傳播效果和品牌影響力。於報告期間內，涉及互聯網綜藝項目合作有：如中國領先家用電器製造商(其總部位於青島)的廣告主與一檔親密關係觀察類真人秀節目的合作，以及旗下全球首個場景品牌與首個情景式劇場晚會節目的合作；總部位於福建廈門的中國罐頭和飲料行業領先企業廣告主與一檔戀愛觀察類綜藝的合作等等。於報告期間內，數字廣告服務收益約為人民幣295.2百萬元。

戶外廣告服務

本集團持續加強並完善戶外展示牌、LED顯示屏、樓宇電梯、公交車體、地鐵戶外等廣告投放領域的市場深耕。憑借優質的戶外廣告資源，與相關供貨商建立的良好聯繫，為客戶提供多樣性場景以及場景整合傳播解決方案。於報告期間內，本集團先後為中國知名家用電器製造商(其總部位於青島的另一家製造商)、國內一家大型中國石油煉製商和一間總部位於青島的啤酒生產企業於合作地區投放公交車體、LED等戶外廣告。

由於疫情反覆多發導致各地封閉管控和居家辦公，戶外廣告受到嚴重影響，廣告主對戶外廣告的投放較以往態度謹慎，合作客戶戶外廣告預算有所下滑或者延期投放執行，這導致本集團戶外廣告業務收入明顯下降。於報告期間內，戶外廣告服務業務收益約為人民幣10.8百萬元。

其他廣告服務

本集團在原有多樣化媒體廣告服務穩定的基礎上，不斷進行新領域資源的開拓，包括品牌策略設計服務和廣播廣告、雜誌廣告的資源開發及利用，以滿足客戶多樣化的廣告傳播需求。於報告期間內，向一家知名品牌熟水飲品銷售商提供品牌文化IP策略和文化瓶設計等相關傳播項目合作服務。

國內疫情反覆多發，經濟下行壓力不斷加大，消費市場整體需求疲弱和消費信心下降，故在此環境影響下，廣告主降低了其他多樣性輔助廣告的投放預算，或者暫緩了其他廣告投放，導致本集團其他廣告業務收入下降幅度較大。其他廣告服務收益約為人民幣4.2百萬元。

財務回顧

營業收益及本公司擁有人應佔虧損及全面收益總額

報告期間內，本集團錄得營業收入約人民幣412.7百萬元，去年同期為約人民幣441.1百萬元，同比下降6.4%。

報告期間收入詳情如下：

- (1) 報告期間內，電視廣告服務業務收益為約人民幣102.4百萬元，去年同期為約人民幣91.8百萬元，同比上漲約11.5%。
- (2) 報告期間內，數字廣告服務業務收益為約人民幣295.2百萬元，去年同期為約人民幣221.5百萬元，同比增長33.3%。該業務收益上升主要因客戶在疫情期間增加投放額度所致。
- (3) 報告期間內，戶外廣告服務收益為約人民幣10.8百萬元，去年同期為約人民幣112.3百萬元，同比下降了90.4%。由於疫情反覆多發導致各地封閉管控和居家辦公，戶外廣告受到嚴重影響，廣告主對戶外廣告的投放較以往態度謹慎，合作客戶戶外廣告預算有所下滑或者延期投放執行，這導致本集團戶外廣告服務收入明顯下降。
- (4) 報告期間內，其他廣告服務收益為人民幣4.2百萬元，去年同期為人民幣15.4百萬元，同比下降72.8%。由於疫情反覆多發導致各地封閉管控和居家辦公，其他廣告項目無法現場進行溝通，客戶也因疫情投放量減少，導致業務延期或無法進行，從而導致本集團其他廣告服務收益大幅下降。

報告期間內，本公司擁有人應佔虧損及全面開支總額為約人民幣11.4百萬元，去年同期本公司擁有人應佔溢利及全面收益總為約人民幣0.4百萬元。

報告期間內毛利及毛利率

報告期間內，本集團分別錄得毛利及毛利率約為人民幣10.6百萬元及約2.6%，去年同期本集團分別錄得毛利及毛利率約為人民幣17.3百萬元及約3.9%。本集團毛利率低於同期水平，主要原因如下：不可控原因(疫情)致使中國各行業期間整體開工不足，特別是北京影響時間更長，全員在家隔離40天以上，恢復開工後實行彈性工作制持續兩個月之久。收入減幅大於成本減幅。

其他收入、收益及虧損

報告期間內，本集團錄得其他收入、收益及虧損約為人民幣3.1百萬元，去年同期的約為人民幣3.9百萬元，同比下降21.2%。報告期間內其他收入、收益及虧損主要為自當地政府收取的補貼約為人民幣2.0百萬元以及增值稅進項稅額額外加計扣除約為人民幣1.1百萬元，上年同期其他收入、收益及虧損主要為自當地政府收取的補貼、按公允值計入損益的金融資產公允值收益以及增值稅進項稅額額外加計扣除。

銷售及營銷開支

報告期間內，本集團錄得銷售及營銷開支約為人民幣3.7百萬元，去年同期約為人民幣7.1百萬元，同比下降約48.2%。本集團銷售及營銷開支減少的主要原因是受COVID-19的爆發及升級的影響，全職員工人數較上年同期減少12人。

行政開支

報告期間內，本集團行政開支約為人民幣7.7百萬元，較去年同期約人民幣8.9百萬元下降約13.9%。本集團行政開支減少的主要原因是受COVID-19的爆發及升級的影響，全職員工人數較上年同期減少12人。

融資成本

報告期間內，本集團財務成本為約人民幣6.5百萬元，(去年同期：約為人民幣11.9百萬元)，同比下降45.5%，主要原因是2022年借款結構發生部分變化，銀行借款下降所致。

金融資產及合約資產虧損撥備計提(撥回)

報告期間內，本集團的金融資產及合約資產虧損撥備計提約為人民幣28.0百萬元，(去年同期：金融資產及合約資產虧損撥備撥回約為人民幣11.0百萬元)。本集團應收賬款周轉率下降所致。

所得稅抵銷(開支)

報告期間內，本集團所得稅費用抵銷約為人民幣20.4百萬元(去年同期：所得稅開支約為人民幣3.8百萬元)，主要由於(i)過往年度所得稅超額撥備贖回；及(ii)虧損撥備產生的遞延所得稅所導致。

年內(虧損)溢利及全面(開支)收益

本集團的報告期間內的虧損及全面開支約為人民幣11.7百萬元(去年同期：溢利及全面收益約為人民幣0.5百萬元)。除上述之因素影響外，可歸於本集團應收賬款周轉率下降計提壞賬所致。

遞延稅項資產

於2022年12月31日，遞延稅項資產約為人民幣10.5百萬元(2021年12月31日：約為人民幣3.5百萬元)。

貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款

於2022年12月31日，本集團貿易應收賬款、預付款及其他應收賬款約為人民幣426.3百萬元(2021年12月31日：約為人民幣341.1百萬元)，較上年上升約25.0%。貿易應收賬款上升的主要是本集團的收益受到客戶對本集團廣告服務需求的疫情影響。

合約資產

於2022年12月31日，本集團合約資產約為人民幣131.7百萬元(2021年12月31日：約為人民幣23.5百萬元)。

貿易及其他應付款項

於2022年12月31日，貿易及其他應付款項約為人民幣212.5百萬元(2021年12月31日：約為人民幣39.0百萬元)，同比上升約444.7%，主要由於客戶增加部分投放額度所致，收益基本平穩。

應付稅項

於2022年12月31日，應付稅項約為人民幣0.1百萬元(2021年12月31日：約為人民幣14.6百萬元。較上年降低約99.0%，主要是本集團業務投放量減少所致。

附屬公司及聯營公司之重大投資、重大收購或出售

於2022年12月31日，本團隊並無簽立有關重大投資或資本資產的任何協議，亦無任何有關重大投資或資本資產的其他計劃。然而，倘將來出現任何潛在投資機會，本團隊將進行可行性研究及準備實施計劃，以考慮該機會對本公司及其股東(「股東」)整體是否有利。

報告期間內，本集團並無重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營企業。

流動資金及財務資源

於2022年12月31日，銀行結餘及現金約為人民幣5.1百萬元(2021年12月31日：約為人民幣34.9百萬元)，其中基本上所有為人民幣。

於2022年12月31日，本集團資產總額約為人民幣574.2百萬元，其中，本公司擁有人應佔權益約為人民幣206.3百萬元，非控股權益約為人民幣0.1百萬元。

資本開支

報告期間內，本集團並無任何其他重大資本支出。

或然負債

報告期間內，本集團並無任何其他重大或然負債。

資產負債比率

本集團的資產負債比率由2021年12月31日約53.4%上升至2022年12月31日約56.9%。資產負債比率乃按相應期末的銀行及其他借款以及租賃負債的總和除以總權益，並乘以100%計算。

外匯風險

本集團之業務活動及營運所在地主要在中國，交易以人民幣進行其核心交易。由於本集團經營業務之現金流量或流動資金受匯率波動影響非常有限。故本集團現時並未從事旨在或意在管理外匯匯率風險的對沖活動。本集團將繼續監察外匯活動，以盡量保障本集團的現金價值。

利率風險

受銀行結餘及現金的現行市場利率波動影響，本集團面對現金流量利率風險。本集團並無利率對沖政策。

本集團的公允值利率風險主要與固定利率的銀行及其他借款及租賃負債有關。本集團的政策是按現行市場利率維持短期借款，盡量減少公允值利率風險。

行業及本集團展望

展望

展望2023年，隨著疫情防控政策的不斷優化調整，社會正在快速地回歸常態，市場需求也將逐步回溫，中國經濟運行有望總體回升，但復甦的過程仍面臨一系列挑戰；當前國際形勢複雜嚴峻，中國經濟發展依然還面臨著諸多不確定因素；這讓廣告行業的發展面臨壓力和挑戰，但我們始終對中國經濟的中長期繁榮保持信心和期待，中國經濟將是世界經濟最主要的穩定器和動力源。我們相信在國內有利防疫措施和利好經濟政策下，中國經濟增長將會改善恢復增長，預計2023年廣告市場將有較大的增長空間。

面對經濟環境和廣告行業的發展變化和經營壓力，2023年本集團將根據疫情變化情況和客戶的實際傳播需求，持續調整優化業務結構，擴大互聯網廣告傳播服務和互聯網綜藝整合營銷業務，進一步強化內容營銷和整合傳播的核心競爭力。

在電視廣告業務方面，我們將繼續保持電視傳播和內容營銷傳播的核心優勢，不斷優化營銷策略和媒體產品組合提升競爭力；維護既有優質客戶，加強開發新客戶，通過電視廣告的高效傳播提升客戶的品牌影響力。

在數字廣告及數字營銷方面，我們將順應目前互聯網媒體的發展趨勢和廣告主的投放需求，繼續加大互聯網廣告傳播服務；同時，憑借本集團積累的電視內容營銷傳播優勢及經驗，加強互聯網綜藝內容的傳播服務，通過互聯網數字內容整合營銷，持續提升互聯網整合服務能力，為客戶提供一站式的數字營銷解決方案，提升客戶在互聯網的投放效果和品牌影響力。

在戶外廣告方面，根據客戶的實際傳播需求，我們將加大戶外廣告業務的品牌傳播服務，為客戶提供多樣性場景以及場景整合傳播解決方案。同時，我們將繼續探索並跟進新技術，利用新技術探尋新媒體廣告形式，開展廣告新業務以此開拓市場空間，為客戶提供新的廣告價值，探尋新的利潤增長點。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

本公司或其任何附屬公司於報告期間概無購買、出售或贖回本公司任何證券。

報告期後事項

自2022年12月31日起至本公告日期，並無重大報告期後事項。

公眾持股量

根據本公司所得的公開資料及據董事所深知，本公司於報告期間一直維持聯交所證券上市規則（「上市規則」）所規定的最低公眾持股量25%。

股息

董事會不建議派付截至2022年12月31日止年度的末期股息(截至2021年12月31日止年度：無)。

遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則

本公司致力維持高水準企業管治常規。本公司於報告期間一直遵守上市規則附錄十四第二部分所載的企業管治守則所載守則條文。

董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為董事進行證券交易之行為守則。經進行特定查詢後，董事均確認於報告期間已遵守標準守則所載之規定準則。

審核委員會

本公司審核委員會(「審核委員會」)現包括三名獨立非執行董事，即李雪先生(主席)、吳科先生及侯思明先生。審核委員會的主要職責為就外聘核數師的任命及罷免向董事會作出推薦意見，審閱本公司財務資料，監管本公司財務申報制度、風險管理及內部監控程序。

審核委員會已審閱本集團截至2022年12月31日止年度經審核綜合財務報表。審核委員會亦已審閱本集團採納之會計原則及常規，並討論審核、風險管理、內部監控及財務報告事宜。

上會栢誠會計師事務所有限公司的工作範疇

有關本集團截至2022年12月31日止年度的綜合損益及其他全面收益表、綜合財務狀況表及相關附註的數字，已由本公司核數師上會栢誠會計師事務所有限公司(「上會栢誠」)(原尤尼泰•栢淳(香港)會計師事務所有限公司)與本集團本年度的經審核綜合財務報表所載金額核對一致。上會栢誠就此進行的工作並不構成按照香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱工作準則或香港核證工作準則所進行的核證工作，因此上會栢誠概不就本年度業績公告發表核證意見。

刊登業績公告及年報

本業績公告亦刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.reach-ad.com)。

載有上市規則規定所有資料之本公司截至2022年12月31日止年度的年報將適時寄發予股東並刊登於上述網站。

承董事會命
瑞誠(中國)傳媒集團有限公司
王欣
主席及執行董事

中國北京，2023年3月30日

於本公告日期，本公司執行董事包括王欣女士、李娜女士及冷學軍先生；以及本公司獨立非執行董事包括李雪先生、吳科先生及侯思明先生。