

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，務請閱畢整份文件。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干具體風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。任何投資均涉及風險。閣下作出投資決定前應考慮該等因素。

## 概 覽

我們是中國的移動廣告服務供應商，主要向客戶提供全面的移動廣告服務，以在我們媒體夥伴營運的媒體平台營銷其品牌、產品及／或服務。按二零二二年總賬單計算，我們於中國移動廣告行業擁有約0.1%的市場份額。我們的服務包括移動營銷規劃、流量獲取、廣告素材製作、廣告投放、廣告優化、廣告活動管理及廣告分發。我們擬優化移動廣告的宣傳效果及盡量增加其對目標移動用戶的曝光率，以達成客戶的營銷目標及提高其投資回報率。我們能夠向客戶提供全面的移動廣告解決方案服務以及一項或多項此類服務，例如廣告素材製作、廣告優化及廣告分發，以滿足不同的需求。

自二零一五年起，經過歷年營運，我們已於移動廣告行業累積豐富經驗及為中國不同行業客戶提供服務。我們在移動廣告行業的發展初期，主要向客戶提供廣告分發服務。之後，我們擴展更多服務，例如以視頻格式製作移動廣告及新增廣告優化服務作為獨立服務，並針對客戶的需要發展成移動廣告解決方案服務。於往績期間，我們的客戶包括中國快速增長的科技公司、成熟的社交網絡軟件開發商、頂尖的內容應用程式開發商及在認可證券交易所上市的公司的成員公司。截至二零二三年九月三十日止九個月，我們服務150名來自各行各業的客戶，涵蓋中國科技及互聯網服務、金融服務及遊戲行業。

我們認為廣告分發網絡對我們於移動廣告行業維持發展極為重要。故此，我們致力與知名媒體夥伴發展及建立穩固的業務關係，確保可順利及穩定地供應廣告空間以供我們投放移動廣告。於二零二三年九月三十日，我們已與6名媒體發佈商建立業務關係，彼等均為中國著名科技公司，我們可在該等媒體發佈商營運的超過30個媒體平台直接分發移動廣告。該等媒體平台包括領先的短視頻平台、搜尋引擎平台、新聞及資訊內容平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台。憑藉廣泛的廣告分發網絡，我們可向興趣各異的廣大移動用戶投放移動廣告。

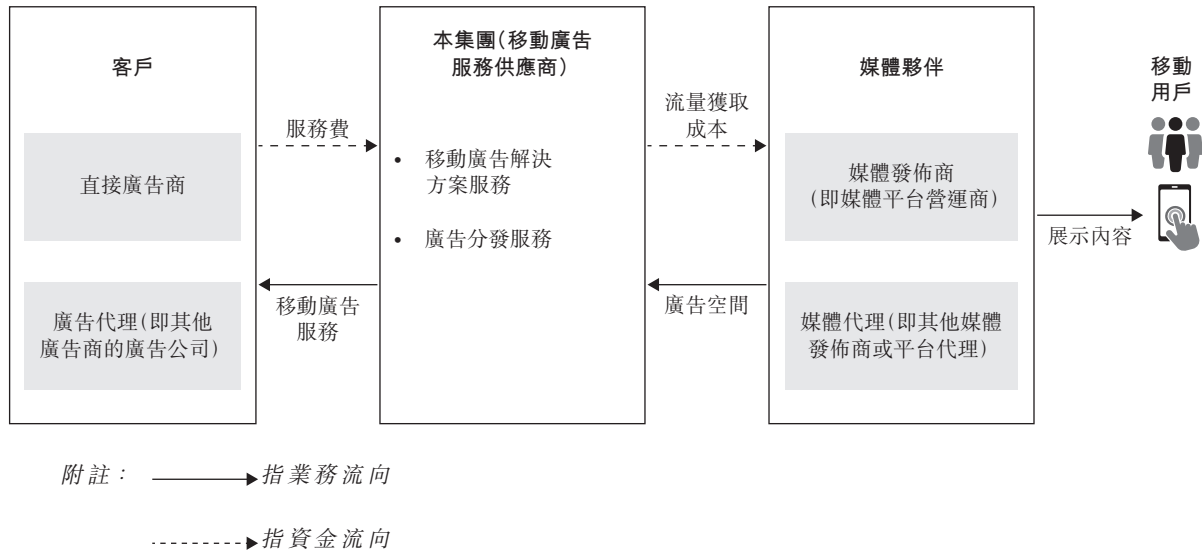
我們製作及優化移動廣告的能力對我們的業務增長至為關鍵。廣告商通常對移動廣告服務供應商所提供增值服務的需求更高，提供一站式移動廣告解決方案服務是中國移動廣告行業的未來趨勢之一。因此，我們緊貼最新的市場趨勢及發展，集中資源發展及擴大自身的能力，為客戶提供增值服務及提高我們在移動廣告行業的競爭力。我們亦認為，我們的內部內容製作能力是我們業務增長的另一個動力。我們可為移動用戶制定移動營銷計劃及製作廣告內容，以提高廣告活動的營銷成效。內部內容製作團隊可為移動用戶製作廣告內容及製作靜態圖片格式的移動廣告。再者，我們密切監察市場趨勢，因應移動用戶的閱讀及瀏覽習慣改變，我們增加廣告格式組合，由靜態圖片及文字至短視頻，以滿足市場需求。我們於二零一八年開始製作視頻格式的移動廣告，並於二零二零年在北京建立設有不同主題的多樣化拍攝場景的視頻製作基地。於二零二二年九月，我們將視頻製作基地由北京遷至長沙，以擴大製作能力，支持增

## 概 要

長及發展。我們目前能夠以文字、圖片及／或視頻格式製作可實現客戶的營銷目標的廣告內容和廣告素材。見本文件「歷史及發展—業務里程碑」及「業務—獎項及認可」。

### 業務模式

下文列載移動廣告服務的業務模式簡化圖：



我們的客戶包括直接廣告商及代表其各自的廣告商的廣告代理。廣告商為價值鏈的發起人，彼等需要廣告解決方案以宣傳其產品及服務。我們的媒體夥伴(即供應商)主要包括(i)需要通過在其媒體平台提供廣告空間來變現用戶流量的媒體發佈商，即媒體平台營運商；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理。移動用戶為移動廣告的最終消費者及接收者。我們透過媒體夥伴提供或分發移動廣告內容予移動用戶。

### 本集團的角色

作為移動廣告服務供應商，我們的角色是連接廣告商和媒體平台的橋樑。我們已與頂尖媒體平台建立密切關係，並累積向廣告商提供定制及全面移動廣告服務的行業經驗，可優化其廣告策略、提升營銷效率及提高其投資回報。因此，廣告商一般會委聘移動廣告服務供應商提供廣告服務。再者，頂尖媒體發佈商與廣告商直接交易並不常見及經濟效益不彰，原因是(i)彼等一般不會向廣告商提供增值服務，因為彼等需要投入時間及努力以了解廣告商的多元及不斷變化的營銷需求，並密切留意活動表現以取得理想成果；及(ii)變現用戶流量的經濟效益高於向廣告商提供增值服務。

### 移動廣告解決方案服務

我們的移動廣告解決方案服務包括移動營銷規劃、廣告素材製作、流量獲取、廣告投放、廣告優化、廣告活動管理及廣告分發。我們能夠向客戶提供全面的服務以及獨立服務，以滿足不同的需求。我們擔任委託人。於往績期間，我們為客戶提供一項或多項全方位移動廣告解決方案服務，例如向媒體夥伴購買廣告空間、視頻製作及廣告優化服務。我們按總額基準確認來自移動廣告解決方案服務的收益。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，來自移動廣告解決方案服務的收益分別佔我們總收益約90.9%、92.1%、92.2%及96.0%。移動廣告解決方案服務成本主要包括流量獲取成本、視頻製作成本及僱員福利開支。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，流量獲取成本佔相應年度／期間總服務成本分別約97.0%、96.7%、96.9%及97.6%。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，移動廣告解決方案服務的毛利率分別為約12.4%、13.1%、14.2%及12.0%。

## 概 要

### 廣告分發服務

我們的廣告分發服務包括購買廣告空間及廣告分發，作為獨立服務。我們擔任代理人。我們為客戶向媒體夥伴購買廣告空間。這涉及套利行為，即我們購買廣告空間並將其出售給客戶。我們致力為客戶提供廣告空間，以盡量增加其對目標移動用戶的曝光率，使客戶達成其營銷目標並提升業績。我們按淨額基準確認來自廣告分發服務的收益。我們的媒體夥伴向我們提供返點。我們可能會將部分返點轉給客戶作為獎勵。請參閱本文件「業務—定價模式—返點」。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，來自廣告分發服務的收益分別佔我們總收益約9.1%、7.9%、7.8%及4.0%。廣告分發服務成本包括流量獲取成本。廣告分發服務下的總賬單毛利率(按總賬單減服務成本除以總賬單計算)於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月分別約為12.0%、10.3%、10.2%及7.3%。

移動廣告解決方案服務包括廣告分發服務，作為我們服務的一部分。移動廣告解決方案服務及廣告分發服務成本主要包括向媒體夥伴購買廣告空間的流量獲取成本。

### 按客戶的行業垂直領域劃分的收益

下表載列我們於所示年度／期間按客戶的行業垂直領域劃分的移動廣告服務收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至九月三十日止九個月					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年		二零二二年		二零二三年			
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元 (未經審核)	%	人民幣千元	%		
科技及互聯網服務 <sup>(1)</sup>	295,907	78.4	305,779	65.0	272,982	55.4	181,115	51.6	368,626	74.1		
遊戲	874	0.2	3,893	0.8	16,724	3.4	12,036	3.4	763	0.2		
金融服務	6,955	1.9	4,684	1.0	3,586	0.7	2,406	0.7	5,734	1.2		
出版媒體	136	0.0	99	0.0	13,721	2.8	11,045	3.2	13,124	2.6		
電子商務	582	0.2	6,376	1.4	18,855	3.8	16,116	4.6	226	0.0		
醫療保健	—	0.0	7,374	1.6	6,465	1.3	6,346	1.8	438	0.1		
旅遊	171	0.0	1,162	0.2	27,568	5.6	21,908	6.2	38	0.0		
能源	—	0.0	6,114	1.3	9,681	2.0	5,876	1.7	6,872	1.4		
其他 <sup>(2)</sup>	153	0.0	3,279	0.7	936	0.2	544	0.2	2	0.0		
廣告代理 <sup>(3)</sup>	72,889	19.3	131,420	28.0	122,052	24.8	93,279	26.6	101,438	20.4		
	<u>377,667</u>	<u>100.0</u>	<u>470,180</u>	<u>100.0</u>	<u>492,570</u>	<u>100.0</u>	<u>350,671</u>	<u>100.0</u>	<u>497,261</u>	<u>100.0</u>		

附註：

- (1) 包括提供廣泛的產品及服務(包括應用程式商店、社交媒體平台、搜尋引擎、視頻分享及瀏覽應用程式、新聞應用程式等)的科技公司。
- (2) 其他主要包括教育、房地產、商業服務、運動及飲食業等。
- (3) 廣告代理為廣告公司，一般並無大量的人力來處理廣告投放要求及／或內部製作移動廣告。彼等代其客戶(來自各行各業的直接廣告商)委聘我們提供移動廣告服務。見本文件「業務—我們的業務—客戶」。

於往績期間，我們的大部分收益來自從事科技及互聯網服務的客戶。截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，我們來自該行業的收益保持相對穩定，分別約為人民幣295.9百萬元及人民幣305.8百萬元。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們來自該行業的收益減少至約人民幣273.0百萬元，主要原因是科技及互聯網服務行業客戶的廣告預算減少，因為客戶可能會不時因應市場趨勢及需求而調整其業務及市場推廣計劃。我們來自該行業的收益由截至二零二二年九月三十日止九個月的約人民幣181.1百萬元增至截至二零二三年九月三十日止九個月的約人民幣368.6百萬元，主要是由於一名新客戶(即客戶M)的強勁市場需求所致。

進一步詳情請參閱本文件「業務—我們的客戶—客戶的行業垂直領域」及「財務資料—經營業績的主要組成部分」。

## 概 要

### 定價模式

我們主要根據CPC、CPM、CPD、CPA及／或CPT基準向客戶收費。CPC(每次點擊成本)、CPD(每次下載成本)及CPA(每次行動成本)為表現型的定價模式，據此，當移動用戶點擊移動廣告或透過點擊移動廣告上的路徑下載應用程式時，我們會向客戶收費。CPM(每千次曝光成本)及CPT(每時間段成本)為非表現型的定價模式。我們的移動廣告解決方案服務及廣告分發服務採用CPA、CPC、CPM、CPD及／或CPT定價模式。就移動廣告解決方案服務而言，我們一般會向客戶提出營銷計劃方案，其中包括我們的營銷計劃，估計流量獲取成本，以及我們在媒體平台上刊登移動廣告的收費方式(視乎情況而定)。於往績期間，在所有情況下，我們與媒體夥伴協定的定價機制與我們與客戶協定的定價機制相同，以儘量降低我們的業務風險。

我們提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務涉及按總額或淨額評估收益確認。我們在該兩類服務中的角色及責任不同。因此，我們根據國際財務報告準則第15號以不同基準確認收益。詳情請見本文件「業務—定價模式—收益確認的總額法及淨額法」。

於收益確認方面，當我們作為委託人時，我們採用總額法，而當我們作為代理人時，則採用淨額法。下表載列我們在總額法及淨額法下的業務的若干主要特點：

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理人時)
服務	移動廣告解決方案服務(即移動營銷規劃、流量獲取、廣告製作、廣告投放、優化移動廣告、廣告發佈或分發及／或廣告活動的整體管理)。	廣告分發服務(即流量獲取及廣告分發服務)。
主要角色及責任	於收到客戶的廣告活動訂單後，我們一般會提供移動營銷規劃、製作廣告素材、設定活動參數、競投廣告空間、向媒體夥伴購買廣告空間及／或上載移動廣告至媒體平台。隨後，我們會監測、收集、分析廣告表現數據及優化活動表現。	於收到客戶(如廣告代理)的廣告活動訂單後，我們代客戶向媒體夥伴購買廣告空間及／或上載客戶的移動廣告至媒體平台。
從媒體夥伴賺取的返點	主要基於總流量獲取成本的總支出計算。鑒於我們能夠控制內容生成的流程以滿足客戶需求，我們參考國際財務報告準則第15號按總額法確認交易。此外，來自媒體夥伴的返點在總額法下入賬列作服務成本減少。	主要基於總流量獲取成本的總支出計算。鑒於我們僅在客戶指定的媒體平台上分發移動廣告，在向客戶交付指定服務之前並不對其進行控制，我們參考國際財務報告準則第15號按淨額法確認交易。此外，來自媒體夥伴的返點在淨額法下入賬列作收益增加。
向客戶提供返點	金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在淨額法下抵銷我們的服務費。	金額一般根據客戶獲得的流量總額而定。有關返點將在淨額法下抵銷我們的服務費。

## 概 要

	總額法(即作為委託人時)	淨額法(即作為代理人時)
付款時間表及責任	我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計最多90天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。	我們要求客戶預付服務費或授予彼等在移動廣告發佈後出具發票日期起計15至45天的信貸期。客戶一般須通過電匯結付款項。
定價機制	主要混用CPC、CPD、CPT、CPA及CPM模式向客戶收費。	主要混用CPC、CPD、CPT、CPA及CPM模式向客戶收費。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，來自媒體夥伴的返點總額分別達約人民幣92.0百萬元、人民幣132.5百萬元、人民幣99.8百萬元、人民幣71.7百萬元及人民幣111.8百萬元，其中我們轉嫁予客戶分別約人民幣60.8百萬元、人民幣86.0百萬元、人民幣57.0百萬元、人民幣43.3百萬元及人民幣73.7百萬元。我們將根據估計作出返點的應計費用，並在媒體夥伴確認返點時作出調整。詳情請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註2及3(b)(i)。

## 客戶及供應商

### 客戶

於往績期間，我們的客戶主要包括(i)直接廣告商，為來自不同行業的公司，有在媒體平台上宣傳品牌、產品及/或服務的廣告需要，及(ii)廣告代理，為代其廣告商委聘我們的廣告公司。於往績期間各年度/期間的五大客戶合計佔我們總收益分別約75.4%、67.3%、48.0%及68.7%，往績期間各年度/期間來自最大客戶的收益分別佔我們總收益約31.0%、24.0%、16.3%及40.8%。截至最後可行日期，我們與往績期間各年度/期間的五大客戶已保持介乎約1至6年的友好戰略性業務關係，彼等全部為獨立第三方。更多詳情，請參閱本文件「業務—客戶」。

### 客戶的變動情況及平均收益

下表載列我們於所示年度/期間各類服務的客戶變動情況以及來自該等客戶的平均收益：

	二零二零年				截至十二月三十一日止年度 二零二一年				二零二二年				截至九月三十日止九個月 二零二二年				二零二三年			
	數目 <sup>(i)</sup>	收益	佔收益 百分比	平均 <sup>(ii)</sup>	數目 <sup>(i)</sup>	收益	佔收益 百分比	平均 <sup>(ii)</sup>	數目 <sup>(i)</sup>	收益	佔收益 百分比	平均 <sup>(ii)</sup>	數目 <sup>(i)</sup>	收益	佔收益 百分比	平均 <sup>(ii)</sup>	數目 <sup>(i)</sup>	收益	佔收益 百分比	平均 <sup>(ii)</sup>
		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元 (未經審核)		人民幣千元 (未經審核)		人民幣千元		人民幣千元
移動廣告解決方案服務 <sup>(1)</sup>	35	343,438	90.9	9,813	52	433,250	92.1	8,332	181	454,156	92.2	2,509	164	325,742	92.9	1,986	106	477,306	96.0	4,503
廣告分發服務	203	34,229	9.1	169	189	36,930	7.9	195	114	38,414	7.8	337	10	24,929	7.1	2,493	44	19,955	4.0	454
總計	238	377,667	100.0	1,587	241	470,180	100.0	1,951	295	492,570	100.0	1,670	174	350,671	100.0	2,015	150	497,261	100.0	3,315

### 附註：

1. 移動廣告解決方案服務的客戶數目包括委聘我們提供移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的客戶。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，分別有4名、0名、10名、8名及8名客戶同時委聘我們提供該兩項服務。該等客戶並無計入我們廣告分發服務的客戶數目。
2. 指平均每名客戶收益。
3. 於往績期間，憑藉管理層的不斷努力，客戶從廣告分發服務轉向移動廣告解決方案服務。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，(i)分別有13名、4名、88名、61名及3名客戶轉向移動廣告解決方案服務；及(ii)來自該等轉移客戶的收益分別約為人民幣56.0百萬元、人民幣122.3百萬元、人民幣136.3百萬元、人民幣79.8百萬元及人民幣2.6百萬元。有關於往績期間內客戶轉移的波動詳情，見本文件「業務—我們的客戶—客戶的變動情況及平均收益—移動廣告解決方案服務的客戶數目變動」。

## 概 要

於往績期間，因應客戶對增值服務的需求增加，加上考慮到提供移動廣告解決方案服務是中國移動廣告行業的未來趨勢之一，我們擴充移動廣告解決方案服務。於往績期間，我們為具有不同規模及廣告需求的客戶提供服務。客戶的廣告需求及預算每年或會有所不同，我們將在機會來臨時與新客戶探索商機。因此，平均每名客戶收益可能會有波動，客戶數量也可能時有增減。請參閱本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 本集團客戶的廣告需求變動或對其業務的任何不利影響均可能影響我們的業務」。

### 移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的客戶數目變動

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的客戶數目有所增加，分別有35名、52名及181名客戶。該增加主要是由於管理層加大力度擴充移動廣告解決方案服務。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的客戶數目大幅增加，主要是由於我們擴充移動廣告解決方案服務，並拓展與現有客戶的新商機，以致有88名客戶從廣告分發服務轉入。截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，我們分別有164名及106名移動廣告解決方案服務客戶。儘管二零二三年的客戶數目有所減少，移動廣告解決方案服務的收益由截至二零二二年九月三十日止九個月的約人民幣325.7百萬元增加至截至二零二三年九月三十日止九個月的約人民幣477.3百萬元。截至二零二三年九月三十日止九個月的客戶數目減少，主要是由於我們集中資源為客戶M提供服務，客戶M為我們截至二零二三年九月三十日止九個月的最大客戶，對我們的移動廣告解決方案服務的需求(特別是對短視頻格式的移動廣告的需求)殷切。董事認為，我們加強製作能力後將能夠服務更多客戶及增加移動廣告解決方案服務的客戶數目。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，廣告分發服務的客戶數目有所減少，分別有203名、189名及114名客戶。該減少(包括二零二二年大幅減少)主要是由於我們致力為廣告需求普遍較大的客戶提供服務以及如上文所闡釋於二零二二年有88名客戶由廣告分發服務轉至移動廣告解決方案服務。儘管客戶數目下跌，我們截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度來自廣告分發服務的收益有所增加，分別約為人民幣34.2百萬元、人民幣36.9百萬元及人民幣38.4百萬元。截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，我們分別有10名及44名廣告分發服務客戶。該增加主要是由於我們與新客戶拓展新商機及建立業務關係令新客戶增加。

### 移動廣告解決方案服務及廣告分發服務的平均每名客戶收益變動

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，移動廣告解決方案服務的平均每名客戶收益分別約為人民幣9.8百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣2.5百萬元。減少主要是由於移動廣告解決方案服務的持續擴充及客戶基礎增加。二零二二年出現大幅下跌的主要原因是：(i)88名客戶從廣告分發服務轉向移動廣告解決方案服務，該等客戶的平均支出普遍較低；(ii)於二零二二年，科技及互聯網服務行業客戶的廣告預算減少，因為客戶可能會根據市場趨勢和需求不時調整其業務及營銷計

## 概 要

劃；及(iii)移動廣告解決方案服務的新客戶的預算範圍不同，該等新客戶作為服務的首次用戶，傾向於以試用方式向本集團投放移動廣告。截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，移動廣告解決方案服務的平均每名客戶收益分別約為人民幣2.0百萬元及人民幣4.5百萬元。該增加主要是因為我們致力為廣告需求較大的客戶(如客戶M，其對其業務宣傳的營銷需求強勁)提供服務。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，廣告分發服務的平均每名客戶收益分別約為人民幣169,000元、人民幣195,000元及人民幣337,000元。該增加主要是由於我們致力為廣告需求較大的客戶提供廣告分發服務。截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，廣告分發服務的平均每名客戶收益分別約為人民幣2.5百萬元及人民幣454,000元。該減少主要是由於我們探索新商機並與新客戶發展業務關係令客戶數量增加。截至二零二三年九月三十日止九個月，我們來自廣告分發服務的收益僅佔總收益約4.0%。

請參閱本文件「業務—我們的客戶—客戶的變動情況及平均收益」。

### 供應商

於往績期間，我們的主要供應商主要為我們的媒體夥伴，包括(i)媒體發佈商，即媒體平台的營運商，如搜尋引擎、新聞及資訊內容平台、短視頻平台、移動瀏覽器、應用程式商店及社交媒體平台；及(ii)其他媒體發佈商的媒體代理。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，我們分別為3名、5名、5名及6名媒體發佈商的分發商。於往績期間各年度／期間五大供應商合計分別佔我們服務成本約92.5%、93.9%、70.5%及88.8%，而往績期間各年度／期間來自最大供應商的服務成本分別佔我們的服務成本約33.8%、32.7%、19.4%及51.5%。於往績期間，我們依賴幾名媒體夥伴購買廣告空間。

儘管我們自二零二三年五月起已終止與供應商A業務關係，截至最後可行日期，我們與往績期間各年度／期間的其他五大供應商已分別維持約2至8年的業務關係。我們於往績期間各年度／期間的五大供應商全部為獨立第三方。

更多詳情，請參閱本文件「業務—供應商」。

### 客戶與供應商重疊

我們向部分媒體夥伴提供移動廣告服務，彼等有在其他媒體夥伴營運的媒體平台上營銷其品牌、產品及／或服務的廣告需要。因此，於往績期間，我們部分主要供應商亦身兼我們的客戶。更多詳情請參閱本文件「業務—客戶與供應商重疊」。

### 競爭優勢

我們認為以下競爭優勢有助我們增長，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 與在中國營運領先的媒體平台的頂級媒體夥伴建立關係
- 在內部內容製作團隊的支持下能夠提供度身訂造及全面的廣告解決方案
- 與具有不同規模及廣告需求的客戶建立業務關係
- 自二零一五年開展運營以來，一直聘有一支盡忠職守的穩定管理團隊，對推動我們的業務增長至關重要

## 概 要

### 策略

我們的目標是於中國移動廣告行業維持及鞏固我們的地位及加以擴大市場據點。為達成此目標，我們計劃實施以下業務策略：

- 繼續擴充我們在中國的移動廣告業務
- 繼續擴大短視頻製作能力
- 優化及升級自家開發平台的功能
- 尋求與具規模公司的業務合作及併購機會

### 風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。決定投資股份前，務請閣下仔細閱畢該節。我們面臨的部分主要風險概述如下：

- 於往績期間各年度／期間，我們倚賴五大供應商（特別是阿里巴巴集團、供應商A及供應商C）購買廣告空間以投放移動廣告
- 我們可能無法保留、深化或擴大與現有或新媒體夥伴的關係，這對我們的業務營運及未來發展至關重要
- 我們廣告分發服務的回報可能會減少
- 我們的媒體夥伴提供的返點減少可能對我們的業務及經營業績產生不利影響
- 倘媒體夥伴直接與廣告商交易，我們可能面臨脫媒風險
- 我們就廣告空間的競投價格提供有效建議的能力可能會影響廣告投放結果及客戶移動廣告的成效
- 我們於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月各年度／期間自五大客戶產生過半數收益
- 移動廣告行業的競爭分散且激烈
- 我們在適應移動廣告行業技術發展方面可能面臨若干風險
- 我們可能於收取貿易應收款項時面臨若干風險，倘未能收取應收客戶款項，則可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響
- 在安排廣告空間競標之前，我們可能向供應商作出預付款項，這可能導致我們需要大量現金以為我們的服務提供資金以及使本集團承受信貸及流動資金風險以及出現營運資金不足，因為就向媒體夥伴購買廣告空間預付款項與收到客戶付款之間存在時間錯配，且我們可能無法及時向媒體夥伴收回預付款項
- 我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月錄得經營活動所用現金淨額

### 控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使及並無計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使），Ka Lok BVI將持有本公司已發行股本[編纂]。Ka Lok BVI由(i)趙先生獨資擁有的Quartet Yutong BVI擁有57.77%；(ii)余先生獨資擁有的Remit Sheng BVI擁有35.55%；(iii)余先生的配偶舒女士獨資擁有的Jing Sing BVI擁有6.67%；及(iv)聶先生獨資擁有的Jiang Oofy BVI擁有0.01%。因此，Ka Lok BVI、Quartet Yutong BVI、趙先生、Remit Sheng BVI、余先生、Jing Sing BVI、舒女士、Jiang Oofy BVI及聶先生在[編纂]後將成為控股股東（定義見上市規則）。進一步詳情，見本文件「與控股股東的關係」。



## 概 要

### [編纂]投資者

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使及未計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使)，[編纂]投資者將持有本公司經擴大已發行股本的[編纂]。[編纂]投資者為一間在新加坡註冊成立的有限公司及重點投資於科技、媒體及電訊行業和教育行業。更多詳情請參閱本文件「歷史及發展—[編纂]投資」。

### 關鍵財務資料

下文載列之關鍵財務資料來自本文件附錄一之會計師報告，並應連同其中所載的財務資料(包括隨附之附註)及本文件「財務資料」一節一併閱讀。

### 關鍵綜合全面收益表

	截至十二月三十一日止年度			截至九月三十日止九個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收益	377,667	470,180	492,570	350,671	497,261
服務成本	(300,810)	(376,489)	(389,517)	(285,409)	(420,234)
毛利	76,857	93,691	103,053	65,262	77,027
除所得稅前溢利	51,674	59,669	71,013	41,361	50,475
年/期內溢利	49,773	57,488	68,307	39,996	48,911
—本公司權益股東	49,773	57,488	67,290	39,889	48,419
—非控股權益	—	—	1,017	107	492

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，我們分別錄得收益約人民幣377.7百萬元、人民幣470.2百萬元、人民幣492.6百萬元、人民幣350.7百萬元及人民幣497.3百萬元，以及純利約人民幣49.8百萬元、人民幣57.5百萬元、人民幣68.3百萬元、人民幣40.0百萬元及人民幣48.9百萬元。截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益增加乃主要由於客戶對移動廣告解決方案服務的需求有所增加。截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益增加乃主要由於移動廣告解決方案服務的需求增加。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，我們的純利逐步增加並且增幅基本上與收益及毛利增幅一致。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二二年及二零二三年九月三十日止九個月，我們錄得毛利分別約人民幣76.9百萬元、人民幣93.7百萬元、人民幣103.1百萬元、人民幣65.3百萬元及人民幣77.0百萬元，毛利率分別約20.4%、19.9%、20.9%、18.6%及15.5%。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，我們的毛利逐步增長，主要由於提供移動廣告解決方案服務的毛利增加。毛利率由截至二零二二年九月三十日止九個月的約18.6%降至截至二零二三年九月三十日止九個月的約15.5%，主要由於(i)來自媒體夥伴(如供應商H、供應商I及供應商J)的返點減少以致流量獲取成本上升，因客戶於彼等處投放移動廣告的需求減少及媒體夥伴的返點政策變動(因其業務計劃可能不時調整)及(ii)廣告分發服務收益減少。

## 概 要

### 關鍵綜合財務狀況表

	於十二月三十一日			於
	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二三年 九月三十日 人民幣千元
非流動資產	1,483	4,921	3,532	2,377
流動資產	381,581	459,922	499,093	569,438
流動負債	146,650	168,492	139,802	160,482
流動資產淨值	234,931	291,430	359,291	408,956
非流動負債	357	2,807	1,049	479
資產淨值	236,057	293,544	361,774	410,854
以下人士應佔總權益：				
— 本公司權益股東	236,057	293,544	360,519	409,107
— 非控股權益	—	—	1,255	1,747

流動資產淨值由二零二零年十二月三十一日的約人民幣234.9百萬元增加至二零二一年十二月三十一日的約人民幣291.4百萬元，主要由於貿易及其他應收款項增加，令流動資產增加，惟被貿易及其他應付款項增加所導致的流動負債增加部分抵銷。其進一步增至二零二二年十二月三十一日的約人民幣359.3百萬元，主要因銀行及其他貸款及合約負債減少以及流動資產增加(主要由於貿易及其他應收款項增加)所致。於二零二三年九月三十日，流動資產淨值增加至約為人民幣409.0百萬元，主要是因為貿易及其他應收款項增加，惟被合約負債增加部分抵銷。於二零二三年十二月三十一日，流動資產淨值進一步增加至約人民幣424.7百萬元。見本文件「財務資料—綜合財務狀況表的主要部分—流動資產淨值」。

資產淨值由二零二零年十二月三十一日的約人民幣236.1百萬元增加至二零二一年十二月三十一日的約人民幣293.5百萬元，主要由於二零二一年的年內溢利約人民幣57.5百萬元。於二零二二年十二月三十一日，資產淨值增加至約人民幣361.8百萬元，主要由於二零二二年的年內溢利約人民幣68.3百萬元。於二零二三年九月三十日，資產淨值增加至約人民幣410.9百萬元，主要歸因於二零二三年的期內溢利約人民幣48.9百萬元。

### 關鍵綜合現金流量表

	截至十二月三十一日止年度			截至九月三十日止九個月	
	二零二零年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元
經營活動(所用)／ 所得現金淨額	(14,307)	43,245	14,524	13,029	(57,391)
投資活動所得／ (所用)現金淨額	388	(155)	(24)	(37)	(132)
融資活動所得／ (所用)現金淨額	3,804	(13,077)	(11,207)	(14,924)	12,965
現金及現金等價物 (減少)／增加淨額	(10,115)	30,013	3,293	(1,932)	(44,558)
年／期初的現金及 現金等價物	36,016	25,896	55,908	55,908	59,195
匯率變動的影響	(5)	(1)	(6)	(7)	(2)
年／期末的現金及 現金等價物	<u>25,896</u>	<u>55,908</u>	<u>59,195</u>	<u>53,969</u>	<u>14,635</u>

## 概 要

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度的經營活動所用現金淨額約為人民幣14.3百萬元。該現金流出淨額主要源於除所得稅前溢利約人民幣51.7百萬元，並主要就以下各項作出調整：(i)非現金或非經營項目，主要包括貿易及其他應收款項減值虧損約人民幣1.7百萬元、折舊約人民幣1.6百萬元及財務成本約人民幣3.0百萬元；(ii)營運資金變動，主要包括(a)貿易及其他應收款項變動約人民幣37.5百萬元；(b)貿易及其他應付款項變動約人民幣29.5百萬元；及(c)合約負債變動約人民幣4.4百萬元；及(iii)已付所得稅約人民幣0.6百萬元。

我們於截至二零二三年九月三十日止九個月的經營活動所用現金淨額約為人民幣57.4百萬元。該現金流出淨額主要源於除所得稅前溢利約人民幣50.5百萬元，並主要就以下各項作出調整：(i)非現金或非經營項目，主要包括貿易及其他應收款項減值虧損約人民幣6.1百萬元、折舊約人民幣1.6百萬元及財務成本約人民幣1.4百萬元；(ii)營運資金變動，主要包括(a)貿易及其他應收款項變動約人民幣118.7百萬元；(b)貿易及其他應付款項變動約人民幣4.4百萬元；及(c)合約負債變動約人民幣7.4百萬元；及(iii)已付所得稅約人民幣1.3百萬元。

請參閱本文件「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 經營活動(所用)／所得現金淨額」。

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月分別錄得負經營現金流約人民幣14.3百萬元及人民幣57.4百萬元。鑒於我們預計可能產生經營現金流入淨額，我們計劃改善經營現金流狀況淨額。隨著業務發展，我們預計將透過產生更多經營活動現金淨額及提升成本控制及營運效率，改善負經營現金流狀況。為了加強經營現金流狀況，我們將：(i)採納強化措施以利用規模經濟更有效地控制成本及經營開支；(ii)優化流動資金以為股東締造更佳回報及維持充足風險控制；(iii)更密切地監察及管理貿易應收款項的結算情況，要求銷售部門積極及定期就結算日與客戶溝通，並與法律團隊評估適當的行動，而後者則在必要時採取適當的法律行動，以免產生信貸虧損；及(iv)更密切地監察貿易應付款項的結算情況以實現最佳的現金流狀況。

銷售及營銷部門亦根據我們既定的客戶信貸評估標準，對新客戶進行強化信貸評估，包括但不限於潛在客戶的聲譽、其客戶基礎、現有負債狀況、財務及其他背景資料。

### 關鍵財務比率

下表載列我們於所示期間的主要財務比率概要，應與本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀。

	於十二月三十一日／截至該日止年度			於二零二三年 九月三十日／ 截至該日 止九個月
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	
流動比率	2.6	2.7	3.6	3.5
資產負債率	20.5%	14.8%	10.0%	12.6%
利息覆蓋率(倍)	18.1	19.5	45.6	37.7
總資產回報率	13.0%	12.4%	13.6%	11.4%
股本回報率	21.1%	19.6%	18.9%	15.9%
純利率	13.2%	12.2%	13.9%	9.8%

詳情請參閱本文件「財務資料 — 財務比率概要」。

## 概 要

### 我們的行業及競爭格局

移動廣告在線上廣告行業具有龐大的領先優勢。根據艾瑞諮詢報告，按廣告整體總賬單計，中國移動廣告行業的市場規模由二零一八年的約人民幣3,660億元增加至二零二二年的約人民幣8,950億元，複合年增長率約為25.0%，預期二零二七年將達至約人民幣14,070億元。因應移動設備的普及和用戶的跨媒體平台遷移模式，移動廣告佔線上廣告的比例逐漸增加。二零二二年，移動廣告行業佔中國線上廣告行業的約88.9%，預期於二零二七年將達至約87.8%。

根據艾瑞諮詢報告，移動廣告市場頗為分散，且競爭激烈，按二零二二年總賬單計算，五大業者佔有的市場份額約為9.6%。按二零二二年總賬單計算，我們為中國移動廣告行業服務供應商之一，擁有約0.1%的市場份額。我們在業內只是相對小型的市場參與者，可能面臨來自其他市場參與者的激烈競爭。我們的競爭對手主要包括其他移動廣告服務供應商。我們能否成功競爭取決於多項因素，包括價格、媒體平台的選擇、能否獲取優質廣告空間、技術效益、客服質量及我們提升客戶投資回報的能力。

### 截至二零二三年十二月三十一日止年度的溢利估計

以下溢利估計乃根據本集團截至二零二三年九月三十日止九個月之經審核綜合業績、本集團截至二零二三年十一月三十日止兩個月的未經審核綜合業績及本集團截至二零二三年十二月三十一日止餘下一個月的綜合業績估算所編製。溢利估計乃按在所有重大方面與本集團現時所採納的會計政策(於會計師報告概述，該報告的全文載於本文件附錄一)一致的基準編製。更多詳情請參閱本文件「附錄二B—溢利估計」。

本公司權益股東應佔估計綜合溢利 .....不少於人民幣[編纂]

### [編纂]統計數據

[編纂]將根據[編纂]初步可供認購，包括：[編纂]初步提呈發售[編纂](可予重新分配)；及[編纂]初步提呈發售[編纂](可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定)。

	根據[編纂]	根據[編纂]
	每股[編纂]港元	每股[編纂]港元
股份的市值 <sup>(1)</sup>	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
每股未經審核[編纂]經調整有形資產淨值 <sup>(2)</sup>	人民幣[編纂]元 (相當於約 [編纂]港元) <sup>(3)</sup>	人民幣[編纂]元 (相當於約 [編纂]港元) <sup>(3)</sup>

附註：

- (1) 市值乃根據緊隨[編纂]及[編纂]完成(假設[編纂]未獲行使及未有計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使)後預期將發行的[編纂]股股份計算。
- (2) 每股未經審核[編纂]經調整有形資產淨值乃在作出本文件「附錄二A—未經審核[編纂]財務資料」所指之調整後計算。每股未經審核[編纂]經調整有形資產淨值並不計及[編纂]獲行使及本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份。以人民幣計值的每股未經審核[編纂]經調整有形資產淨值按人民幣1.00元兌1.0844港元的匯率換算為港元。概不表示人民幣金額已經、可能已經或可以按該匯率換算為港元或反之亦然。
- (3) 概無作出調整以反映本集團於二零二三年九月三十日後的任何交易結果、宣派的股息或訂立的其他交易。

## 概 要

### 未來計劃及[編纂]

我們估計我們將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂]港元(相當於約人民幣[編纂]元)，已扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及其他估計開支，當中假設[編纂]未獲行使，並假設初步[編纂]為每股[編纂]港元，即本文件封面所列[編纂]範圍的中位數。預計[編纂]將運用如下：

未來計劃	[編纂] 百分比	[編纂]港元	(相當於人民幣 [編纂]元)
擴充我們在中國的移動廣告業務	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴大短視頻製作能力	[編纂]	[編纂]	[編纂]
優化及升級自家開發平台的功能	[編纂]	[編纂]	[編纂]
尋求與具規模公司的業務合作 及併購機會	[編纂]	[編纂]	[編纂]
一般營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]
<b>總計</b>	<b>100.0</b>	<b>[編纂]</b>	<b>[編纂]</b>

有關預期實施時間表及其他詳情，請見本文件「業務 — 策略及未來計劃」及「未來計劃及[編纂] — [編纂]」。

### 股息

於往績期間及直至最後可行日期，我們並無宣派或派付任何股息予股東。於[編纂]完成後，股東將有權收取我們宣派的股息。我們派付任何股息的金額將由董事酌情釐定，並將視乎我們日後的營運及盈利狀況、發展計劃、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素而定。宣派及派付任何股息及股息的金額將受我們的憲章文件及相關法律規限。詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。股息僅可依法自可供分派的溢利及儲備中撥款宣派或派付，包括在若干情況下，自股份溢價宣派或派付。過往宣派的股息未必代表我們日後的股息政策。董事會擁有建議派付任何股息的絕對酌情權。於最後可行日期，我們並無任何特定股息政策或事先釐定的股息派付比率。

### COVID-19疫情對我們業務的影響

根據艾瑞諮詢報告，COVID-19疫情並無對中國的移動廣告市場造成任何重大不利影響。見本文件「行業概覽 — COVID-19對互聯網市場的影響」任何。我們於往績期間的財務表現就是最好的證明，收益、毛利及純利持續增加。見本節「關鍵財務資料 — 關鍵綜合全面收益表」。此外，董事認為COVID-19疫情於二零二二年年初捲土重來並無對我們直至最後可行日期的業務及財務表現造成重大不利影響。見本文件「業務 — COVID-19疫情對我們業務的影響」。另見本文件「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨著與自然災害及衛生流行病有關的風險」及「風險因素 — 與在中國開展業務相關的風險 — 中國的經濟及社會狀況、政府政策以及全球經濟或會繼續影響我們的業務」。

### [編纂]

[編纂]主要包括與上市及[編纂]有關的專業費用、[編纂]以及其他費用及開支。[編纂]的估計總[編纂]約[編纂]港元(假設[編纂]按[編纂]範圍的中位數進行，[編纂]未獲行使以及未計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可予發行的任何股份)，

## 概 要

佔[編纂]所得款項總額約[編纂]。估計總[編纂]包括(i)[編纂]相關開支約[編纂]港元；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]港元，包括(a)本公司法律顧問及核數師和申報會計師的費用及開支約[編纂]港元；及(b)其他費用及開支約[編纂]港元。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，我們產生約[編纂]港元的[編纂]，其中約[編纂]港元已於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月的綜合全面收益表中扣除，而剩餘金額約[編纂]港元列入其他應收款項，隨後將於權益扣除。我們估計[編纂]時將產生約[編纂]港元的[編纂]，其中約[編纂]港元將於截至二零二三年十二月三十一日止年度的綜合全面收益表中扣除，而約[編纂]港元將於權益扣除。

## 近期發展

### 最新監管消息 — 境外上市

中國證監會於二零二三年二月十七日頒佈了境外上市試行辦法及5項相關指引，並於二零二三年三月三十一日生效。境外上市試行辦法全面改革了中國境內公司直接或間接在境外發行和上市的監管制度，改為以備案為基礎的制度。根據境外上市試行辦法，中國境內公司以直接或間接方式在境外市場發行證券並上市的，須向中國證監會履行備案程序並報送相關資訊。誠如中國法律顧問告知，[編纂]連同[編纂]屬於境外上市試行辦法下的間接境外發行，我們在向聯交所提交[編纂]後，須完成向中國證監會的備案程序並報送有關[編纂]的相關資訊。本公司已於二零二三年五月五日按要求向中國證監會提交備案申請。中國證監會已於二零二三年十二月二十一日發佈有關我們完成辦理備案程序的通知。詳情請參閱本文件「監管概覽 — 境外上市」、「風險因素 — 與在中國開展業務相關的風險 — 根據中國法律、法規或政策，[編纂]及未來證券活動可能需要遵守及／或補充中國證監會、網信辦或其他中國政府機構的批准、備案或其他行政規定」及「歷史及發展 — 中國監管規定 — 境外上市」。

### 最新監管情況 — 網絡安全

於二零二一年十二月二十八日，國家互聯網信息辦公室聯合其他12個部門頒佈了新網絡安全審查辦法，該辦法於二零二二年二月十五日生效。根據新網絡安全審查辦法，購買網絡產品和服務的關鍵信息基礎設施運營商以及開展資料處理活動的網絡平台運營商，影響或可能影響國家安全的，應進行網絡安全審查。持有100萬以上用戶個人信息的網絡平台營運商，如欲在境外上市，也必須申請網絡安全審查。中國法律顧問已代表本公司向中國網絡安全審查技術與認證中心（「網絡安全審查中心」）諮詢，該中心受網信辦指派，負責接收申請材料，對申請材料進行表格審查，並組織開展與新網絡安全審查辦法規定的網絡安全審查有關的具體審查工作。在諮詢過程中，網絡安全審查中心告知中國法律顧問，根據新網絡安全審查辦法，在香港[編纂]不會被視為在境外[編纂]。中國法律顧問認為，根據網信辦的指派，網絡安全審查中心為該查詢的主管部門。據中國法律顧問所告知，鑒於(i)香港不符合該規定中「境外」的[編纂]；(ii)本集團並未接獲任何當局通知被歸類為關鍵信息基礎設施運營商，而根據相關規則，如果運營商被歸類為關鍵信息基礎設施運營商，相關當局必須通知該等運營商；(iii)

## 概 要

我們所管有的客戶主要聯絡人個人資料遠低於100萬條，因為我們的業務主要涉及為企業廣告商而非終端消費者提供移動廣告服務，以及本集團不掌握任何移動用戶個人資料；及(iv)根據新網絡安全審查辦法列出的因素，本集團在往績期間及截至最後可行日期並無參與任何可能引起國家安全風險的活動，本公司毋須根據新網絡安全審查辦法主動申請進行網絡安全審查。關於關鍵信息基礎設施運營商認定的規則詳情，請參閱本文件「監管概覽—有關保護網絡安全、數據及私隱保護的法律及法規」、「風險因素—與我們業務及行業相關的風險—我們的業務須遵守複雜且不斷變化的法律及法規，該等法律及法規可能相對較新」及「業務—網絡安全」。

### 最新業務消息

於二零二三年三月，本集團成為一名新媒體發佈商的直接分發商，該媒體發佈商為中國一間中文互聯網搜索供應商的成員公司。該媒體發佈商在中國營運一個熱門搜索加信息流應用程式，二零二二年十二月的每月活躍用戶為648百萬人。作為該媒體發佈商的直接分發商，我們可在該搜索加信息流應用程式上投放移動廣告，有關應用程式讓用戶得以透過其網站提供的連結在網上搜尋資訊，包括網頁、新聞、圖像、文件及多媒體檔案。經考慮該媒體平台的受歡迎程度及每月活躍用戶後，我們相信我們的移動廣告可接觸更大群體的移動用戶及更好地滿足客戶的需要。

於二零二三年五月，本集團因供應商A更改分發商的資格條件以配合新業務需求而不再為供應商A的直接分發商。作為供應商A的分發商，我們可在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月，供應商A佔我們服務成本分別約31.3%、26.5%、11.9%及0.1%。經考慮(i)移動用戶的瀏覽習慣因普遍採用5G移動技術而出現變動，加上我們提高影片製作能力，因此，客戶傾向投放影片格式的移動廣告，取代應用程式商店的靜態圖片及文字格式的移動廣告，而我們來自在應用程式商店投放移動廣告的收益分別佔截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二三年九月三十日止九個月收益的約29.4%、22.8%、9.6%及1.1%；(ii)我們為阿里巴巴集團的直接分發商，該集團亦營運應用程式商店，應滿足客戶對投放移動廣告的需求；(iii)如需要在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告，我們可透過其他媒體代理在供應商A營運的應用程式商店投放移動廣告；及(iv)我們於二零二三年三月擴展網絡以於新媒體發佈商的熱門搜索加信息流應用程式分發移動廣告，董事認為且獨家保薦人同意，終止與供應商A的業務關係不會對我們的業務表現及財務狀況造成重大影響。

### 並無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，我們的財務或經營狀況自二零二三年九月三十日(即本集團最近期經審核綜合財務資料的編製日期)以來並無任何重大不利變動，且自二零二三年九月三十日以來並無發生任何事件會對本文件附錄一會計師報告內的本集團綜合財務報表所示資料造成重大影響。