

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倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

**ACTIVATION GROUP**  
**艾德韦宣**  
**Activation Group Holdings Limited**  
**艾德韋宣集團控股有限公司**  
(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
(股份代號：9919)

**截至2024年6月30日止六個月的  
中期業績公告**

艾德韋宣集團控股有限公司(「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」)截至2024年6月30日止六個月(「2024年中期」)的未經審核簡明綜合中期業績連同截至2023年6月30日止六個月(「2023年中期」)的比較數字及於2023年12月31日的若干比較數字。該等中期業績已經由本公司審核委員會審閱。

**中期股息**

董事會宣派2024年中期的中期股息每股本公司普通股(「股份」)2.0港仙(2023年中期：2.0港仙)，金額約14,895,000港元。

中期股息之記錄日期將為2024年9月6日(星期五)。上述股息預期於2024年9月17日(星期二)或前後分派予本公司股東(「股東」)。

## 回顧

本集團為大中華領先的泛時尚品牌營銷集團，主要專注於在大中華區經營(i)體驗營銷；(ii)數字營銷與推廣；及(iii)知識產權(「IP」)拓展服務。本集團累計擁有超過550家來自全球知名品牌客戶，當中包括(i)知名中高端時尚品牌；(ii)知名中高端汽車品牌；及(iii)中國本土高端品牌。根據灼識行業諮詢有限公司的資料，本集團仍為大中華區最大的中高端時尚品牌體驗營銷服務提供商，於2023年的市場佔有率為12.7%。

2024年上半年，全球經濟面臨諸多不確定性、消費者支出減少，都是市場大環境的特徵。這些挑戰對奢侈消費品行業造成影響，使其增長放緩。本集團的大部份客戶為奢侈品行業，而當中部分的增長放緩，因而亦受到影響。於2024年中期，本集團的收入約為人民幣316.3百萬元(2023年中期：人民幣350.3百萬元)。淨利潤約為人民幣30.2百萬元(2023年中期：人民幣41.0百萬元)。值得注意的是，本集團的毛利率由30.0%升至32.7%，按年增長2.7個百分點。

由於本集團的業務受季節性因素影響，財政年度上半年錄得的銷售額通常較低，與中華人民共和國(「中國」)高端奢侈品牌的整體營銷服務的季節性趨勢一致。於2024年上半年期間，本集團仍處於此季節性趨勢當中。儘管市場及消費者行為變化迅速，但本集團仍透過優化策略而成功減輕來自宏觀環境的影響，充分展現其業務模式的靈活性及適應力。

本集團對未來保持審慎樂觀，將繼續完善其策略及把握新機遇。憑藉雄厚的基礎及積極進取的態度，本集團已準備好迎接未來的挑戰，並在下半年實現穩健發展。

## 市場機會

根據貝恩公司的「2023年中國奢侈品市場報告」（「貝恩報告」），中國市場繼續鞏固其作為全球奢侈品消費首選目的地的地位，對全球奢侈品牌具有戰略重要性。貝恩報告指出，到2030年，預期中國會成為全球領先的奢侈品市場，中國消費者應會佔據35-40%的全球市場份額，中國市場份額本身也將增長至24-26%。除上述調查結果外，Euromonitor的市場調查亦顯示，至少在未來四年，中國的奢侈品消費將超越美利堅合眾國和西歐，進一步突顯中國市場在奢侈品領域中的關鍵角色。此外，上述市場研究亦指出，在奢侈品行業中，頭2%的非常重要客戶（「非常重要客戶」）為奢侈品牌貢獻約40%銷量。

貝恩公司奢侈品全球市場研究報告（2024年春季）強調復甦與韌性。奢侈品牌必須重新思考構建其價值主張的方式，將與消費者之間的信任及聯繫放在首位。在宏觀經濟壓力及客戶群兩極化的帶動下，許多品牌正面對短期危機。這個獨特時機可以為品牌辨別新的發展方向，與客戶建立更個人化的聯繫。在競爭日益激烈的市場形勢下，「目標與愛」策略將成為品牌茁壯成長的指路明燈。

此趨勢顯示，隨著中國消費者市場擴張，中國已開始冒起成為全球頂尖奢侈品市場之一。世界各大奢侈品牌都在加大力度吸引中國消費者的注意。奢侈品市場在中國內地經過多年的發展，消費者對品牌價值認可及對高質量的生活追求出現明顯改變，已經成為推動市場未來向好的關鍵動因。因此，對奢侈品牌而言，持續創新和有效的營銷策略將對品牌的長期發展起決定性作用。此方針不僅有助於加強品牌與消費者之間的聯繫，也有助於建立及加深消費者對品牌的忠誠度。

## 展望

有鑑於有關發展，本集團預期奢侈品牌在未來多年將會繼續在中國市場積極參與大型營銷及宣傳活動。鑑於中國市場在全球奢侈品行業中的重要性與日俱增，本集團已成功爭取到中國內地和香港的多個國際和本地客戶的營銷服務專案，並開始逐步實行該等專案。LVMH集團的首席財務官Jean-Jacques Guiony於LVMH截至2024年6月30日止六個月的中期財務報告中強調：「中國市場對營銷活動的要求很高，集團會分配大量營銷預算於此方面。由於中國客戶對營銷刺激的反應十分顯著，近幾個季度在中國營銷投放不足的品牌已受到不利影響。」

本集團的奢侈品營銷服務主要針對客戶的非常重要客戶，影響範圍已超越中國市場，擴張至全球華人消費者。本集團制定積極的戰略，以反映中國奢侈品市場的增長趨勢及消費者需求的變化。該等戰略旨在加深與現有客戶的關係，同時吸引新客戶。本集團致力通過採用創新的營銷戰略和提供優質的服務體驗，擴大其在中國市場的影響力。隨著中國奢侈品市場的繼續增長，本集團將進一步鞏固和提升我們在行業中的主導地位，實現持續穩定的增長。

除了專注於國際奢侈品牌外，本集團亦有專門的團隊致力於拓展至中國本土品牌、美妝產品、葡萄酒與烈酒等，以奢侈品營銷技巧為其賦能。本集團亦正在東南亞探索更多商機，旨在擴大其在不斷增長的市場中的影響力及專業性。

本集團的客戶群高度多元化。截至2023年12月31日，本集團已累積超過550家客戶。策略性客戶多元化意味著即使部分客戶的業績可能出現調整，本集團仍可以滿足其他客戶的需求來緩解風險，並確保營運穩定。

展望未來，本集團對其達到甚至超過其發展目標的能力充滿信心。本集團所制定的策略旨在充分利用中國奢侈品市場的增長及消費者不斷變化的需求。本集團致力於持續創新及有效的營銷策略，此將為保持以至於加強與客戶的聯繫以及營造長遠品牌忠誠度的要素。本集團已為實現持續穩定的增長作好準備，進一步鞏固和提升其在行業中的主導地位。

## 業務回顧

### 地區回顧

本集團的業務乃於中國內地、香港及新加坡進行。下表載列本公司於所示期間按地區劃分的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2024年		2023年	
	人民幣千元 (未經審核)		人民幣千元 (未經審核)	
中國內地	288,530	91.2%	313,159	89.4%
香港及新加坡	27,831	8.8%	37,103	10.6%
<b>總計</b>	<b>316,361</b>	<b>100.0%</b>	<b>350,262</b>	<b>100.0%</b>

## 業務分部回顧

於2024年中期，本集團體驗營銷服務分部、數字營銷與推廣服務分部及IP拓展分部的收入分別約為人民幣257.5百萬元(2023年中期：人民幣280.2百萬元)、人民幣48.9百萬元(2023年中期：人民幣61.6百萬元)及人民幣9.9百萬元(2023年中期：人民幣8.5百萬元)。

下表載列2024年中期及2023年中期按服務線劃分的本集團收入：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 人民幣百萬元 (未經審核)	2023年 人民幣百萬元 (未經審核)
體驗營銷	257.5	280.2
數字營銷與推廣	48.9	61.6
IP拓展	9.9	8.5
總計	<u>316.3</u>	<u>350.3</u>

### 體驗營銷

根據灼識行業諮詢有限公司的研究報告，本集團仍為大中華區最大的高端時尚品牌體驗營銷服務提供商，於2023年的市場佔有率為12.7%。

本集團的體驗營銷業務模式涵蓋創意設計、內容製作、活動策劃、活動管理及執行，以滿足品牌目標消費者的需求，尤其著重於我們客戶之非常重要客戶。該等服務旨在為本集團客戶提升品牌知名度，增加消費者參與度。自2020年起，本集團積極推廣數據互動營銷業務。實體活動和數據互動服務的結合，不僅可以創造引人入勝的內容，還可以進行大量線上宣傳，進行二次營銷擴大觸達範圍，提高營銷效果。本集團舉辦的多項線下營銷活動已進行直播，並成功吸引數百萬甚至數億的觀眾在線觀看。



此外，奢侈品牌的营销策略可以有效地应用于中国高端品牌，助其建立更为国际性的品牌价值。例如，本集团于上半年协助其中一名客户举办了一场融入中国元素的时装秀，此次活动吸引了400-500位非常重要客户参加，他们感受到了这场时装秀带来的震撼。该时装秀亦产生了超过5亿的在线观看量，向客户展示出显著的投资回报率。此模式亦适用于其他品牌营销服务，使我们能够为不同品牌带来类似的成果。

於2024年中期，本集團已舉辦多項知名活動，包括 ARCTERYX 始祖鳥「歷山·進己－始祖鳥博物館開啟全新進化篇章」、A BATHING APE BAPE「2024年秋冬系列時裝秀」、BOTTEGA VENETA「北京之夜派對」北京三里屯門店盛大揭幕、CHANEL 香奈兒「24A 北京獨家預覽活動」、DIOR 迪奧「2024 迪奧 XM Villa」、DIOR 迪奧「2024 迪奧秋季男裝秀」、LORO PIANA 諾悠翩雅「Into The Wild 膠囊系列」九寨溝限時體驗店及晚宴、LOUIS VUITTON 路易威登「2024 四季限時體驗店」、MERCEDES-BENZ 梅賽德斯奔馳「2024 Mercedes-AMG F1 私密及品牌品鑒」、MIU MIU 繆繆「女人的故事」北京發布會、PRADA 普拉達「Pradasphere 上海展覽」、SAINT LAURENT 聖羅蘭「上海非常重要客戶晚宴」、SJM RESORTS, S.A. 澳娛綜合「澳門范思哲酒店開幕」、ROLLS-ROYCE 勞斯萊斯「2024 勞斯萊斯庫里南 SII 預覽及定製體驗活動」等。這些活動的成功舉辦，再次證明了本集團在體驗營銷領域的領導地位及專業能力。

於2024年中期，本集團的體驗營銷業務錄得收入約人民幣257.5百萬元，較2023年中期約人民幣280.2百萬元減少了8.1%。該下降反映出中國奢侈品市場的變化，客戶的營銷策略大致上謹慎保守。然而亦須注意，每年上半年通常是行業的淡季，而下半年則被視為屬旺季。

體驗營銷分部產生的收入佔本集團2024年中期總收入的81.4%，顯示出本集團在這一領域的主導地位，以及其業務模式成功把握大中華區優質品牌的營銷需求。

## **數字營銷與推廣**

數字營銷及推廣業務能更好地與體驗營銷業務相結合，可促進強大的協同作用。該方法增強各策略的個別優勢，最終形成全面且高效的營銷框架。數字營銷及推廣業務不僅可以幫助擴大品牌的知名度和影響力，也可以通過提供有價值的內容和互動體驗，以提高消費者的參與度和忠誠度，從而為本集團的業務帶來更大的價值。

本集團的數字營銷及推廣服務主要通過微博、微信、抖音、小紅書、Facebook、Instagram等社交媒體平台，協助客戶推廣其品牌和產品。本集團監督整體項目實施過程，包括制定創意策略、管理及協調項目各方參與者，制定詳細工作計劃，實施項目直至項目上線，並預收費提供維護及持續線上服務。

本集團提供數據互動服務，通過線上平台創造的流覽量從數百萬到數十億不等，這種線上宣傳有效地提高了客戶的銷售收入。本集團積極把握合作機會，推進旗下合資公司的電商直播帶貨業務，特別是透過名人進行直播帶貨活動。此外，本集團已佈局元宇宙營銷額外增值服務方案，以更好的應對數字時代的快速變化，為客戶提供更全面的營銷服務。

根據貝恩公司與意大利奢侈品製造商行業協會 *Fondazione Altagamma* 聯合發佈的第22份奢侈品市場研究報告《奢侈品萬歲：匯聚力量，在動蕩中擴張》，年輕一代（Y、Z及Alpha世代）將成為最大的奢侈品消費群體，佔全球消費份額近85%。這一類群體在社交媒體上非常活躍，我們將以這趨勢為契機，繼續在數字營銷領域開創新局面。

於2024年中期，本集團已為多個品牌提供在線營銷服務，這些品牌包括ANTA、BARBOUR、BOBBI BROWN、HAMILTON、LA PRAIRIE、MAXMARA、MICHAEL KORS、NEW BALANCE、NIKE、OLAY、PERFECT DIARY、REMY MARTIN、SEPHORA、SILHOUETTE、SK-II、TORY BURCH、VENCHI等。

於2024年中期，數字營銷及推廣業務收入約為人民幣48.9百萬元，較2023年中期約人民幣61.6百萬元減少了20.6%，佔本集團2024年中期總收入的15.5%。數字營銷收入下降是由於(i)客戶可能對其營銷策略進行調整，導致數字營銷支出減少；及(ii)宏觀經濟環境的變化亦可能導致客戶在短期內調整其數字營銷預算。

儘管收入下降，但毛利率仍從2023年中期的31.2%增長至2024年中期的39.2%。

展望未來，本集團對其數字營銷與推廣分部的增長潛力持樂觀態度。本集團致力加強其數字化能力，為客戶帶來更高的價值。本集團所制定的戰略旨在充分利用數字營銷在整體營銷組合中日益增加的重要性，確保本集團在這個發展快速的行業中一直保持領先。

## **IP 拓展**

本集團擁有多個 IP 的長期獨家運營權，包括上海設計周、D UNIVERSE、西岸漩心、環法自行車賽車、西甲俱樂部等。這些 IP 不僅提供更多業務機會，更重要的是可以進一步提升本集團的品牌認知度及市場影響力。

於 2024 年上半年期間，本集團與「首發上海」建立合作夥伴關係，成為該計劃的首批全球推介合作夥伴之一。為更好地服務首發經濟的高質量發展，本集團將進一步打造引領時尚、定義潮流的全球新品發佈場地，加快上海國際消費中心城市建設。《關於進一步促進首發經濟高品質發展的若干措施》中提到「首發上海」的重要性。

「首發上海」將於每年 3 月至 5 月舉辦首發季活動，鼓勵更多高品質、高流量的國內外品牌來滬首發、首秀、首展、首店。作為大中華區舉辦高端時尚品牌時裝秀及大型展覽的領頭公司，本集團預期會通過該 IP 帶來更多業務。

在 2024 年中期，IP 拓展業務收入約為人民幣 9.9 百萬元（2023 年中期：人民幣 8.5 百萬元），佔本集團 2024 年中期總收入的 3.1%。

## **財務回顧**

### **銷售成本**

本集團的銷售成本由 2023 年中期人民幣 245.2 百萬元減少至 2024 年中期人民幣 213.0 百萬元，與收益減少一致。銷售成本的組成部分主要包括製作成本、第三方服務成本、媒體成本及場地租賃成本，可能會根據本集團於相關期間進行的項目類型及組合而有所波動。

### **毛利及毛利率**

由於上文所述，本集團的毛利由 2023 年中期人民幣 105.1 百萬元減少 1.6% 至 2024 年中期人民幣 103.4 百萬元。其整體毛利率由 2023 年中期的 30.0% 增加至 2024 年中期的 32.7%。



## 其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2023年中期人民幣10.5百萬元減少至2024年中期人民幣5.3百萬元。其他收入及收益減少主要是由於政府補助及津貼減少。

## 銷售及分銷開支

本集團於2024年中期的銷售及分銷開支保持平穩於人民幣37.1百萬元(2023年中期：人民幣36.8百萬元)。

## 一般及行政開支

本集團的一般及行政開支由2023年中期人民幣24.1百萬元增加至2024年中期人民幣29.4百萬元。有關增加主要是由於股份獎勵開支由2023年中期人民幣3.3百萬元增加至2024年中期人民幣9.6百萬元所致。

## 其他開支淨額

本集團的其他開支由2023年中期人民幣0.5百萬元增加至2024年中期約人民幣1.2百萬元。其他開支增加的主要原因為應收賬款減值的增加。

## 財務成本

本集團的財務成本於2024年中期維持於約人民幣0.2百萬元(2023年中期：人民幣0.2百萬元)。

## 淨利潤及淨利潤率

由於上述各項，本集團於2024年中期錄得淨利潤人民幣30.2百萬元(2023年中期：人民幣41.0百萬元)。2024年中期的整體淨利潤率為9.5%(2023年中期：11.7%)。

## 流動資金及財務資源

### 現金及現金等價物

於2024年6月30日，本集團的現金及現金等價物為人民幣288.6百萬元(於2023年12月31日：人民幣307.1百萬元)，主要以人民幣及港元計值。

## 全球發售所得款項淨額

股份於2020年1月16日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板掛牌上市。股份全球發售(「全球發售」)所得款項淨額(包括股份超額配發)約為345.0百萬港元(「所得款項淨額」)。

於2021年4月19日，由於有限合夥協議失效，董事會已決議更改全球發售的未動用所得款項淨額(「未動用所得款項淨額」)224.5百萬港元的用途，將其由原來分配用以成立合夥企業資本承擔重新分配作為於泛文化領域進行策略投資所需的資本承擔。進一步詳情請參閱本公司日期為2021年4月19日的公告。

下表載列所得款項淨額的經調整動用情況。

所得款項淨額指定用途	原所得款項 淨額分配 百萬港元	經修改所得款項 淨額分配 (附註) 百萬港元	於2024年	於2024年	於2024年
			1月1日的 未動用所得款項 淨額 百萬港元	中期的 已動用所得款項 淨額 百萬港元	6月30日的 未動用所得款項 淨額 百萬港元
發展及擴大我們的現有整合營銷 解決方案及IP拓展業務	192.8	81.1	—	—	—
用作策略投資基金的現金儲備， 以尋求合適合作或投資機會	118.0	5.2	5.2	—	5.2
一般營運資金及一般企業用途	34.2	34.2	—	—	—
於泛文化領域進行策略投資所需的 現金儲備	—	224.5	161.5	—	161.5
總計	<u>345.0</u>	<u>345.0</u>	<u>166.7</u>	<u>—</u>	<u>166.7</u>

附註：有關更改所得款項淨額用途的詳情，請參閱本公司日期為2020年8月20日及2021年4月19日的公告(「該等公告」)。

於2024年中期，本集團並無動用任何所得款項淨額。除該等公告所披露者外，所得款項淨額的擬定用途並無重大變動。本集團預計將於截至2025年12月31日止年度末前動用全部未動用所得款項淨額。

### **借款及本集團資產的抵押**

於2024年6月30日，本集團並無任何計息借款(於2023年12月31日：無)或其資產的抵押。

### **資本負債比率**

由於本集團並無任何銀行借款，於2024年6月30日的資本負債比率(按銀行及其他借款除以總權益計算)為零(於2023年12月31日：零)。

有鑒於目前現金及現金等價物水平以及可用銀行融資，本集團的流動資金狀況仍然強勁，且擁有充足財務資源滿足其目前營運資金需求及未來擴展。

### **僱員及薪酬政策**

於2024年6月30日，本集團的僱員總數約為233人(於2023年6月30日：241人)。於2024年中期，本集團僱員福利開支(含董事酬金)約為人民幣54.1百萬元(2023年中期：人民幣46.4百萬元)。

本集團向其僱員提供全面的薪酬待遇，一般參考市場條款及個人表現釐定，而管理層對其定期檢討。本集團亦為其管理層人員及其他僱員投資繼續教育及培訓項目，旨在持續提升其技能及知識。本集團視僱員為最寶貴的資產，相信有效的僱員參與是業務實現成功的重要部分。因此，本集團高度重視與各級僱員展開有效溝通，其最終目標是提高為客戶提供優質服務的效率。本公司亦已採納購股權計劃及股份獎勵計劃，旨在(其中包括)向合資格參與者就其對本集團增長及發展作出的貢獻提供激勵或獎勵。

### **貿易應收款項與貿易應付款項**

本集團的貿易應收款項由2023年12月31日約人民幣397.6百萬元減少至2024年6月30日約人民幣204.7百萬元；而本集團的貿易應付款項則由2023年12月31日約人民幣339.4百萬元減少至2024年6月30日約人民幣200.8百萬元。

## 或然負債

於2024年6月30日，本集團概無重大或然負債。

## 收購及出售附屬公司及聯營公司

於2024年中期，本集團並無重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

## 資本承擔

於2024年6月30日，本集團資本承擔約為人民幣8.1百萬元(於2023年12月31日：人民幣8.1百萬元)為支付未來的資本。

## 重大投資

於2024年6月30日，本集團並無重大投資(包括價值為本公司總資產5%或以上的公司投資)。

## 重大投資或資本資產的未來計劃

於本公告日期，本集團於截至2024年12月31日止年度並無有關重大投資及資本資產的計劃。

## 外匯風險

本集團大部分收入及開支的貨幣主要以本集團的功能貨幣人民幣計值，因此，本集團並無任何重大外匯風險。

本集團將繼續採取積極措施，密切監察外匯市場，同時探索國內資本市場融資機會，如有必要會考慮其他對沖安排。

## 中期簡明綜合損益表

截至2024年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	316,361	350,262
銷售成本		<u>(212,970)</u>	<u>(245,185)</u>
毛利		103,391	105,077
其他收入及收益	4	5,327	10,465
銷售及分銷開支		(37,089)	(36,754)
一般及行政開支		(29,351)	(24,059)
其他開支淨額		(1,218)	(497)
財務成本		(151)	(199)
分佔一間聯營公司的溢利		<u>1,178</u>	<u>(368)</u>
除稅前溢利	5	42,087	53,665
所得稅開支	6	<u>(11,934)</u>	<u>(12,639)</u>
期內溢利		<u>30,153</u>	<u>41,026</u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		26,858	38,082
非控股權益		<u>3,295</u>	<u>2,944</u>
		<u>30,153</u>	<u>41,026</u>
母公司普通股持有人應佔每股盈利	7		
基本(人民幣分)		3.70	5.11
攤薄(人民幣分)		<u>3.61</u>	<u>5.11</u>



## 中期簡明綜合全面收益表

截至2024年6月30日止六個月

	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
期內溢利	30,153	41,026
其他全面虧損		
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面虧損：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(7,457)</u>	<u>(2,530)</u>
期內全面收益總額	<u><b>22,696</b></u>	<u><b>38,496</b></u>
以下各項應佔：		
母公司擁有人	19,401	35,552
非控股權益	<u>3,295</u>	<u>2,944</u>
	<u><b>22,696</b></u>	<u><b>38,496</b></u>

## 中期簡明綜合財務狀況表

於2024年6月30日

		2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
	附註		
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		4,736	4,856
使用權資產		8,033	5,567
商譽		10,233	10,233
無形資產		827	861
於一間聯營公司的投資		6,285	5,107
按公平值計入其他全面收益的投資		31,770	31,770
按公平值計入損益的投資		13,101	13,101
存款		701	701
遞延稅項資產		554	554
		<u>76,240</u>	<u>72,750</u>
<b>非流動資產總值</b>			
<b>流動資產</b>			
貿易應收款項	9	204,716	397,637
預付款項、按金及其他應收款項		26,203	17,270
抵押銀行存款		665	665
現金及現金等價物		288,625	307,079
		<u>520,209</u>	<u>722,651</u>
<b>流動資產總值</b>			
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	10	200,795	339,405
其他應付款項及應計費用		54,408	62,220
租賃負債		2,232	3,292
應付股息		395	—
應付稅項		7,010	23,855
		<u>264,840</u>	<u>428,722</u>
<b>流動負債總額</b>			
<b>流動資產淨值</b>		<u>255,369</u>	<u>293,879</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>331,609</u>	<u>366,629</u>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		6,595	3,289
遞延稅項負債		2,719	3,365
		<u>9,314</u>	<u>6,654</u>
<b>非流動負債總額</b>			
<b>資產淨值</b>		<u><u>322,295</u></u>	<u><u>359,975</u></u>

	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
<b>權益</b>		
<b>母公司擁有人應佔權益</b>		
已發行股本	659	659
儲備	<u>303,945</u>	<u>339,110</u>
	<b>304,604</b>	339,769
非控股權益	<u>17,691</u>	<u>20,206</u>
	<b>322,295</b>	<b>359,975</b>

## 中期簡明綜合財務資料附註

截至2024年6月30日止六個月

### 1. 公司及集團資料

艾德韋宣集團控股有限公司為一間在開曼群島註冊成立的有限公司。本公司註冊辦事處位於 Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。本公司主要營業地點位於中華人民共和國(「中國」)上海市徐匯區柳州路399甲號8樓。本公司股份於2020年1月16日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市(「上市」)。

本公司為投資控股公司。截至2024年6月30日止六個月，本公司之附屬公司涉及以下主營業務：

- 提供體驗營銷服務；
- 提供數字營銷與推廣服務；及
- IP拓展 — 管理及經營體育賽事

### 2.1 編製基準

截至2024年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務資料已根據香港會計準則(「香港會計準則」)第34號中期財務報告編製。未經審核簡明綜合財務資料並不包括年度財務報表所規定的所有資料及披露事項，故應連同本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表一併閱覽。

### 2.2 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務資料所採納的會計政策與編製本集團截至2023年12月31日止年度的年度綜合財務報表所應用者一致，惟本期間的財務資料首次採納下列經修訂香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)除外。

香港財務報告準則第16號的修訂  
香港會計準則第1號的修訂  
香港會計準則第1號的修訂  
香港會計準則第7號及香港財務  
報告準則第7號的修訂

售後租回的租賃負債  
負債分類為流動負債或非流動負債(「2020年修訂」)  
附帶契諾的非流動負債(「2022年修訂」)  
供應商融資安排

經修訂香港財務報告準則的性質及影響闡述如下：

- (a) 香港財務報告準則第16號的修訂訂明賣方一承租人於計量售後回租交易中產生的租賃負債時所採用的規定，以確保賣方一承租人不確認與其保留的使用權有關的任何損益。由於本集團自首次應用香港財務報告準則第16號之日起並無不取決於指數或利率的可變租賃付款的售後租回交易，因此該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (b) 2020年修訂澄清將負債分類為流動負債或非流動負債的規定，包括有關延遲償還權利的涵義及延遲償還權利必須在報告期末已經存在。負債的分類不受該實體行使其延遲償還權利的可能性的影響。該等修訂亦澄清負債可以其本身的權益工具進行結算，只有可轉換負債中的可轉換選擇權本身被作為權益工具時，負債的條款才不會影響其分類。2022年修訂進一步澄清於貸款安排產生的債務契約中，只有實體於報告日期或之前必須遵守的契約才會影響負債分類為流動或非流動。當實體於報告日期後12個月內遵守未來契約，則需要對非流動負債作出額外披露。

本集團已重新評估於2023年及2024年1月1日的負債條款及條件，並認為於首次應用修訂後，其負債的流動或非流動分類保持不變。因此，該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。

- (c) 香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號的修訂澄清供應商融資安排的特點，並要求額外披露該等安排。該等修訂的披露規定旨在協助財務報表使用者了解供應商融資安排對實體負債、現金流量及所承擔的流動資金風險的影響。在實體應用修訂的第一個年度報告期間的任何中期報告期間，無需披露供應商融資安排的相關資料。由於本集團並無供應商融資安排，該等修訂對中期簡明綜合財務資料並無任何影響。



### 3. 經營分部資料

基於管理目的，本集團按所提供的服務劃分業務單元，形成如下三個報告經營分部：

- (a) 體驗營銷服務分部
- (b) 數字營銷與推廣服務分部
- (c) IP 拓展分部

管理層單獨監察本集團的經營分部業績，以決定資源分配及業績評估。分部業績根據報告分部溢利／虧損進行評估，而報告分部溢利／虧損的計算方式為經調整的除稅前溢利／虧損。經調整除稅前溢利／虧損的計算方法與本集團的除稅前溢利／虧損一致，惟未分配其他收入及收益、財務成本以及公司及其他未分配開支則不撥入該項計算中。

分部資產不包括遞延稅項資產、使用權資產、抵押銀行存款、按公平值計入其他全面收益的投資、按公平值計入損益的投資以及公司及其他未分配資產，因為此等資產乃按組別基準管理。

分部負債不包括應付股息、應付稅項、租賃負債、遞延稅項負債以及公司及其他未分配負債，因為此等負債乃按組別基準管理。

截至2024年6月30日止六個月(未經審核)

	體驗營銷服務 人民幣千元	數字營銷與 推廣服務 人民幣千元	IP拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益(附註4)</b>				
向外部客戶作出的銷售	257,517	48,936	9,908	<u>316,361</u>
<b>分部業績</b>	<b>45,595</b>	<b>4,545</b>	<b>3,879</b>	<b>54,019</b>
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配開支淨額				(12,791)
利息收入				1,010
財務成本				<u>(151)</u>
除稅前溢利				<u><u>42,087</u></u>
<b>其他分部資料</b>				
分佔一間聯營公司的溢利	—	—	(1,178)	(1,178)
折舊及攤銷	988	296	—	1,284
貿易應收款項減值／(減值撥回)	(328)	1,455	1	1,128
資本開支*	1,099	—	—	1,099
<b>於2024年6月30日(未經審核)</b>				
<b>分部資產</b>	<b>434,043</b>	<b>70,226</b>	<b>30,951</b>	<b>535,220</b>
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>61,229</u>
總資產				<u><u>596,449</u></u>
<b>分部負債</b>	<b>210,559</b>	<b>32,331</b>	<b>8,979</b>	<b>251,869</b>
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>22,285</u>
總負債				<u><u>274,154</u></u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

截至2023年6月30日止六個月(未經審核)

	體驗營銷服務 人民幣千元	數字營銷與 推廣服務 人民幣千元	IP拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
<b>分部收益(附註4)</b>				
向外部客戶作出的銷售	280,193	61,618	8,451	<u>350,262</u>
<b>分部業績</b>	49,499	4,650	4,462	58,611
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配開支淨額				(4,747)
財務成本				<u>(199)</u>
除稅前溢利				<u>53,665</u>
<b>其他分部資料</b>				
折舊及攤銷	934	278	6	1,218
貿易應收款項減值／(減值撥回)	(247)	81	(1)	(167)
資本開支*	1,164	—	—	1,164
<b>於2023年12月31日(經審核)</b>				
<b>分部資產</b>	633,335	76,098	27,308	736,741
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>58,660</u>
總資產				<u>795,401</u>
<b>分部負債</b>	347,603	33,513	9,525	390,641
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>44,785</u>
總負債				<u>435,426</u>

\* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

## 地域資料

### (a) 來自外部客戶的收益

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
中國內地	288,530	313,159
香港／新加坡	27,831	37,103
	<u>316,361</u>	<u>350,262</u>

上述收益資料乃根據提供有關服務所在地呈列。

### (b) 非流動資產

	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
	中國內地	22,701
香港／新加坡	81	94
	<u>22,782</u>	<u>21,758</u>

上述非流動資產資料乃根據資產所在地呈列，不包括遞延稅項資產、按公平值計入損益的投資、按公平值計入其他全面收益的投資及使用權資產。

## 主要客戶資料

以下為佔本集團總收入10%或以上與各客戶或已知受共同控制的實體所進行交易的收入，已在體驗營銷服務及數字營銷與推廣服務分部呈報：

	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
客戶A	68,303	71,838
客戶B	39,209	—*
客戶C	34,744	49,350
客戶D	—*	43,631
客戶E	—*	43,206
客戶F	—*	39,389
	<u>        </u>	<u>        </u>

來自該等客戶的收益包括向一組已知與該等客戶在共同控制之下的實體的銷售。

\* 佔本集團於本期／上期間總收益少於10%。

#### 4. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
客戶合約收益		
主要服務線		
體驗營銷服務	257,517	280,193
數字營銷與推廣服務	48,936	61,618
IP拓展	9,908	8,451
	<u>316,361</u>	<u>350,262</u>
<b>(i) 分拆收益資料</b>		
地理位置		
體驗營銷服務		
中國內地	230,729	243,939
香港／新加坡	26,788	36,254
	<u>257,517</u>	<u>280,193</u>
數字營銷與推廣服務		
中國內地	47,893	60,769
香港／新加坡	1,043	849
	<u>48,936</u>	<u>61,618</u>
IP拓展		
中國內地	9,908	8,451
	<u>9,908</u>	<u>8,451</u>
客戶合約總收益	<u>316,361</u>	<u>350,262</u>
收益確認時間		
於某一時間點	311,213	338,261
於一段時間*	5,148	12,001
	<u>316,361</u>	<u>350,262</u>

\* 包括預收費用項目。

下表載列於各報告期初計入合約負債的於報告期內確認的收益金額：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
體驗營銷服務	1,429	—
數字營銷與推廣服務	1,285	574
	<u>2,714</u>	<u>574</u>



其他收入及收益分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
<b>其他收入及收益</b>		
銀行利息收入	1,010	362
政府補助及津貼*	4,107	8,957
其他	210	1,146
	<u>5,327</u>	<u>10,465</u>

\* 政府津貼主要指本集團若干附屬公司所收到中國當地政府機關的津貼，作為激勵以支持本集團的業務發展／對當地經濟作出的貢獻／對發展特定城市的文化產業作出的貢獻(2023年：本集團若干附屬公司所收到中國地方政府部門收到的補貼，作為激勵以支持本集團業務發展／對地方經濟作出的貢獻／對發展特定城市的文化產業作出的貢獻，以及香港特別行政區政府「保就業」計劃的津貼)。該等政府津貼並無涉及尚未達成條件或或然情況。

## 5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(計入)以下各項：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
提供服務的成本	212,970	245,185
物業、廠房及設備折舊**	1,149	1,138
使用權資產折舊**	1,362	1,407
無形資產攤銷**	135	80
貿易應收款項減值／(減值撥回)淨額*	1,128	(167)
外匯差額淨額	<u>2</u>	<u>379</u>

\* 計入中期簡明綜合損益表中的「其他開支淨額」項目。

\*\* 計入中期簡明綜合損益表中的「一般及行政開支」項目。

## 6. 所得稅

期內，中國內地應課稅溢利的稅項按25% (2023年：25%) 的適用中國企業所得稅(「**企業所得稅**」) 稅率計算。

根據開曼群島及英屬維京群島的規則及規例，本集團毋須於開曼群島及英屬維京群島繳納任何所得稅。

就於香港註冊成立的該等附屬公司而言，香港利得稅乃按照期內於香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2023年：16.5%) 計提撥備。

就於新加坡註冊成立的附屬公司而言，新加坡利得稅乃按照期內於新加坡產生的估計應課稅溢利(如有) 按稅率17% (2023年：17%) 計提撥備。

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
即期 — 中國		
期內支出	11,288	12,678
遞延	646	(39)
期內稅項支出總額	<u>11,934</u>	<u>12,639</u>

## 7. 母公司普通股持有人應佔每股盈利

截至2024年6月30日止六個月的每股基本盈利乃基於母公司普通股持有人應佔溢利人民幣26,858,000元(截至2023年6月30日止六個月：母公司普通股持有人應佔溢利人民幣38,082,000元) 以及本公司已發行普通股加權平均數725,104,265股(截至2023年6月30日止六個月：744,742,000股)(已予調整至不包括根據本公司股份獎勵計劃持有的股份) 計算得出。

每股攤薄盈利的金額乃根據母公司普通股股東應佔年度利潤計算。用於此計算之普通股加權平均數乃用以計算每股基本盈利之本年度已發行普通股數目，以及假定根據本公司股份獎勵計劃授予的本公司所有具有攤薄作用的股份獎勵被視為歸屬時無償發行之普通股加權平均數。

### 盈利

每股基本及攤薄盈利的計算乃根據母公司普通股股東應佔年度利潤計算。

## 股份

	股份數目	
	2024年 6月30日 (未經審核)	2023年 6月30日 (未經審核)
用於計算每股基本盈利的年度已發行普通股之加權平均數	725,104,265	744,742,000
攤薄的影響 — 普通股加權平均數：		
股份獎勵	<u>18,718,272</u>	<u>—</u>
用於計算每股攤薄盈利之股份數目	<u><b>743,822,537</b></u>	<u><b>744,742,000</b></u>

## 8. 股息

本公司於期內向其股東宣派的股息如下：

	截至6月30日止六個月	
	2024年 (未經審核) 人民幣千元	2023年 (未經審核) 人民幣千元
中期股息 — 每股普通股2.0港仙(2023年：2.0港仙)	<u><b>13,868</b></u>	<u><b>13,235</b></u>

## 9. 貿易應收款項

按發票日期或同等指標並扣除虧損撥備的貿易應收款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
	已開票	
一個月內	90,920	287,435
一至三個月	11,185	6,498
三個月以上	<u>7,210</u>	<u>14,381</u>
	<b>109,315</b>	308,314
未開票	<u>95,401</u>	<u>89,323</u>
	<u><b>204,716</b></u>	<u><b>397,637</b></u>

## 10. 貿易應付款項

按發票日期的貿易應付款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2024年 6月30日 (未經審核) 人民幣千元	2023年 12月31日 (經審核) 人民幣千元
一個月內	119,255	276,961
一至三個月	7,732	16,563
三個月以上	73,808	45,881
	<u>200,795</u>	<u>339,405</u>

貿易應付款項為免息，且一般以介乎 60 日至 90 日為期結算。

## 其他資料

### 暫停辦理股份過戶登記

為釐定有權獲派中期股息的股東，本公司將於2024年9月3日(星期二)至2024年9月6日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間，將不會進行任何股份轉讓登記。因此，為符合資格收取中期股息，所有過戶文件及相關股票須在2024年9月2日(星期一)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-16號舖。

### 購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司或其附屬公司於2024年中期內概無購回、出售或贖回本公司任何上市證券。

### 遵守《企業管治守則》(「企業管治守則」)

本公司已採納聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄C1第二部分所載的企業管治守則。董事認為，本公司於2024年中期已完全遵守企業管治守則，惟偏離企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條除外。

劉錦耀先生(「劉先生」)現時擔任本集團董事會聯席主席兼行政總裁。根據企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。鑒於劉先生在營銷行業的豐富經驗，董事會認為，由劉先生兼任聯席主席與行政總裁的角色能夠使本集團的業務規劃及實施更加有效。為維持良好的企業管治及全面遵守企業管治守則的條文，董事會將定期檢討是否需要委任不同人士分別出任聯席主席及行政總裁。



## 證券交易行為守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》（「標準守則」）作為其進行本公司證券交易的行為守則。

經向本公司全體董事作出特定查詢後，全體董事均確認彼等已於2024年中期嚴格遵守標準守則所載的規定準則。如上市規則附錄C3所指，董事會亦已採納標準守則以規管可能管有本公司有關本公司證券的未公開內幕消息的有關僱員進行的所有交易。經作出合理查詢後，於2024年中期並無發現本公司有關僱員違反標準守則的情況。

## 審核委員會及財務報表審閱

本公司已遵照上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會（「審核委員會」），並訂有其書面職權範圍。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。張少雲女士為審核委員會主席。

審核委員會已審閱本集團於2024年中期的未經審核中期業績，確認有關業績已遵守適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分披露。審核委員會亦已與本公司管理層討論審核、內部監控及財務報告事宜。

## 刊發2024年中期業績及中期報告

本集團於2024年中期的未經審核中期業績公告於聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)及本公司網站[www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com)刊載。2024年中期報告載有上市規則所規定的所有適用資料，將於2024年9月在上述網站刊登。

## 致謝

吾等謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及各員工的盡忠職守及所作出的貢獻衷心致謝，亦謹此答謝監管機構的指導及股東與我們的客戶的長期支持。

承董事會命  
艾德韋宣集團控股有限公司  
聯席主席  
劉錦耀及伍寶星

香港，2024年8月15日

於本公告日期，董事會包括四名執行董事，即劉錦耀先生、伍寶星先生、陳偉彬先生及劉慧文女士；及三名獨立非執行董事，即張少雲女士、余龍軍先生及張華強博士。

本公告可於本公司網站 [www.activation-gp.com](http://www.activation-gp.com) 及聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 瀏覽。