

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，亦明確表示，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。

Mobvista

Mobvista Inc. 匯量科技有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1860)

截至2024年12月31日止年度之 全年業績公告

財務摘要

	2024 年度 千美元	2024 下半年 千美元	2024 上半年 千美元	2023 年度 千美元	2023 下半年 千美元	2023 上半年 千美元
收益	1,507,767	869,480	638,287	1,054,092	547,959	506,133
淨收入 ⁽¹⁾	398,882	232,346	166,536	284,204	147,839	136,365
毛利	316,347	185,146	131,201	217,291	114,331	102,960
期內利潤淨額	13,811	6,474	7,337	18,588	10,066	8,522
經調整後利潤淨額 ⁽²⁾	49,342	37,500	11,842	19,120	10,179	8,941
經調整息稅折舊及 攤銷前盈利 ⁽³⁾	138,254	75,373	62,881	105,270	53,468	51,802

附註：

- (1) 淨收入不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將淨收入定義為減去分配給流量發佈者的成本後的經調整收入；
- (2) 經調整後利潤淨額不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整後利潤淨額定義為年內溢利，並就股份酬金、北京熱雲科技有限公司(「熱雲」)商譽減值損失、以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益及衍生金融負債公平值變動損失通過加回或扣除予以調整；
- (3) 經調整息稅折舊及攤銷前盈利不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整息稅折舊及攤銷前盈利定義為期內息稅折舊及攤銷前溢利(不是基於國際財務報告準則口徑衡量)，並就股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯收益/(虧損)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益通過加回或扣除予以調整。

匯量科技有限公司(「本公司」)或(「匯量科技」)董事(「董事」)會(「董事會」)，謹宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)根據國際財務報告準則(「IFRS」)呈列的截止2024年12月31日止年度(「報告期內」)之經審核全年業績。該全年業績已經由本公司之審核委員會(「審核委員會」)和外部核數師審閱。

致股東：

2024年無疑是令人興奮的一年，過去一年人工智能技術初步展現了從co-pilot邁向autopilot的確定性和發展曙光，為整個產業帶來了廣闊的想象空間。生成式AI逐漸從輔助角色向更具主導性的角色邁進，展現出對各行各業的深刻顛覆潛力。

尤其是在垂直的2B領域，我們預見一批公司將依靠行業智能體與行業數據的結合，顛覆傳統軟件的應用模式。與過去僅僅實現基礎效率提升不同，智能體在更多場景中開始直接替代原有的人類工作，實現從工具到工作的質變。

行業智能體的這種特性有效解決了過去2B軟件長期存在的決策者和使用者分離的問題，使決策和執行在客戶組織內部逐漸合二為一。這種模式大幅提升了客戶的組織效率，同時顯著降低了運營成本，用智能體大規模替代人工的趨勢將成為未來的常態。

從這個維度來看，行業智能體或垂直AI的市場規模預計將超過傳統軟件市場十倍以上。儘管企業在IT領域的支出預計將大幅提升，但整體運營成本的下降空間遠超出IT成本的增加，形成明顯的經濟效益。

幸運的是，Mobvista所處的廣告和營銷技術領域一直以來都是率先吸收和落地新技術的垂直行業之一。在過去十多年中，我們親歷了廣告營銷領域數字化和初步智能化的全過程。而今，隨著AI技術進一步成熟，廣告營銷領域的智能體將逐步實現從co-pilot向autopilot的躍遷，推動行業整體服務能力和市場規模的大幅擴張。

我們判斷，廣告與營銷領域智能體具備autopilot能力後，其所面對的總體可服務市場(TAM)將達到整個廣告行業規模的20%以上。這一變革對Mobvista而言是難得的發展機遇，我們已做好充分的準備迎接這波技術浪潮。

自2023年將公司使命升級為「Growth Hub」以來，我們堅定地聚焦於服務資源有限但潛力巨大的中小開發者群體。過去一年，得益於過去多年在研發上的不懈投入，這種堅持不僅帶來了顯著的市場成果，也幫助我們實現了收入同比43%的增長，從10.54億美元提升至15.08億美元，創下了公司歷史的新紀錄。

儘管2024年行業數據監管環境變得更加複雜，為業務帶來了新的不確定性，但我們始終秉持創始人領導的企業文化，在不確定的環境中努力尋找確定性，並充分考慮股東利益，堅持長期主義的發展道路。我們相信，只有長期專注、持續投入，才能贏得客戶和市場的信賴。

2025年3月7日，Mobvista迎來了公司成立十二周年，我們以「十二新序，生生不息」為主題慶祝了這一里程碑。未來，我們期待在技術賦能下的產業新秩序中與各位股東攜手前行，不懼挑戰，永葆創新活力，持續為客戶和股東創造價值。

此致

*Mobvista*聯合創始人兼CEO
曹曉歡

業務回顧

I. 公司簡介

我們是一家致力於為全球客戶提供發展移動互聯網生態所需要的廣告技術服務和營銷技術服務的科技公司。

我們為開發者和營銷人員提供完整的廣告和分析工具套件，包括用戶獲取、變現、分析、創意自動化和智能媒體採買等，能大幅提升廣告營銷的投入產出比(ROI)，有效幫助移動應用(「App(s)」)突破增長平台期。

II. 行業概述

2024年，全球經濟在波動中展現復甦韌性，廣告市場也隨之逐步回暖。歐美主要經濟體保持了較強的韌性，推動全球廣告市場整體呈現穩定上升態勢，表現超出市場預期。以Google、Meta為代表的頭部媒體平台表現亮眼，保持了較高的同比增長。同時，主流廣告平台逐漸加大AI技術投入，在廣告競價、廣告定向方面增強佈局。也有廠商推出多樣的AI工具，以幫助開發者提升效率。在此背景下，應用安裝市場的廣告主對產品回報週期要求更短，對效果廣告的效果要求更高，這對廣告算法也提出了更高的要求。

2.1. 歐美整體廣告市場穩中有升，隱私保護和反壟斷成為行業新常態

歐美嚴格的反壟斷措施和隱私保護法，促進廣告市場的公平性和透明度。2024年3月6日，歐盟《數字市場法案》(「DMA」)針對首批認定的「守門人」的監管要求全面生效，法案旨在歐盟區域打破大型科技公司在數字市場的壟斷地位，促進更公平更開放的競爭環境。DMA主要針對控制著市場關鍵入口、影響著數億消費者和廣告主的大型平台，強制它們改變在數據處理和廣告投放方面的商業實踐。對廣告主而言，

DMA會帶來更多的創新和選擇空間，讓廣告主有機會通過新興的廣告技術和平台，以更合規、更有效的方式接觸到目標用戶。歐美監管機構作為第三方監管力量，出手制衡互聯網經濟生態的態度和手段也必然趨嚴。而長期來看，這種反壟斷措施對於整個廣告市場而言，有利於構建良好的競爭環境，也可以刺激中小平台的技術進步。

全球流量結構存在一定差異，以歐美市場為代表的地區中長尾流量價值高。海外廣告投放渠道主要分為以Google、Meta為代表的頭部媒體投放，以及以中長尾流量作為目標市場的第三方廣告技術平台投放。相比中國媒體較強的頭部效應，海外廣告投放渠道的中長尾流量具備較高的投放價值。因此匯量科技的流量端也主要佈局在海外市場。

2.2. 移動應用市場堅韌十足推動獲客和變現需求增加

移動應用生態競爭加劇，應用內廣告市場依舊堅韌。移動應用的「開發、獲客、變現」一直是移動應用開發者所面臨的挑戰，在移動App供給持續增加的當下，獲客難度急劇提升。截至2024年7月26日，iOS及Google Play中可用的應用程序合計超433萬個。面對龐大的供給，開發者對於廣告投放的需求持續攀升。此外，商業化變現的訴求增強亦驅動應用內廣告市場的快速發展。根據Sensor Tower發佈的《2025年移動市場報告》，2024年，移動用戶在iOS和安卓設備上的社交媒體應用使用時長為近2.4萬億小時，同比上漲6%。從收入表現來看，應用內購買(IAP)和訂閱收入也在2024年繼續迅速增長，在全球範圍內同比(YoY)增長13%，達到1,500億美元。根據eMarketer數據，全球廣告支出預計在2024年突破6,500億美元。

2.3. 混合變現成為趨勢，客觀上對廣告算法提出了更高的要求

Sensor Tower發佈的報告指出，多策略混合變現已成為全球頭部手遊實現收入增長和長期盈利的主流趨勢。受當前宏觀環境影響，遊戲開發者更加謹慎地經營和擴張，維持穩定的現金流變得尤為重要，單一模式的變現逐漸無法滿足開發者的增收目標。在傳統商業模式下，輕度遊戲具有玩法簡單和安裝包體輕小的特徵，遊戲內付費場景設計有限，因此廣告變現(IAA)成為主流方式；中重度遊戲則更重視長線運營，需要在變現效率與用戶體驗之間取得平衡，玩家的遊戲沉浸度會更高，因此內購(IAP)更適合這類遊戲。而在混合變現的大趨勢下，開發者將廣告變現和內購加以融合，優勢互補，在玩法簡單的輕度遊戲中逐漸引入內購的變現方式，或者在場景複雜的中重度遊戲中逐漸拓展廣告變現場景。值得注意的是，多元變現的商業模式也已經被遊戲以外的更多應用所採用並驗證，成為眾多移動開發者開啟第二增長曲線的有效方式。此外，還有不少遊戲和應用從研發初期就應用混合變現模式，以更好地整合資源、提升收益。

對於Mintegral而言，以廣告變現為主的休閒遊戲是其基本盤並且在該品類已具備較強的競爭優勢，而隨著混合變現這一趨勢的發展，客觀上對我們的算法能力提出了更高的要求。這一趨勢要求廣告平台具有智能的、能基於深度事件(下載以後的安裝行為)的出價產品，同時對廣告平台獲取高LTV(生命週期價值)用戶能力要求更加嚴苛。我們從2021年下半年開始便大力投入智能出價體系的建設，持續投入至今，我們在保持輕度遊戲領先地位的基礎上，進一步搶佔內購佔比更高的中重度遊戲市場以及其他非遊戲應用市場，順應了混合變現的趨勢。

III. 廣告技術行業產業鏈結構及公司戰略佈局

廣告技術總體可以分為程序化廣告和非程序化廣告。其中程序化廣告平台依賴機器學習和算法迭代不斷提升平台的交易效率，是未來廣告技術行業發展的重點。公司以Mintegral平台佈局程序化廣告交易。經過多年的發展，Mintegral現已成為全球頭部第三方程序化廣告交易平台之一，也成為匯量科技主要的收入和利潤貢獻來源。

3.1. 程序化廣告平台的產業鏈結構

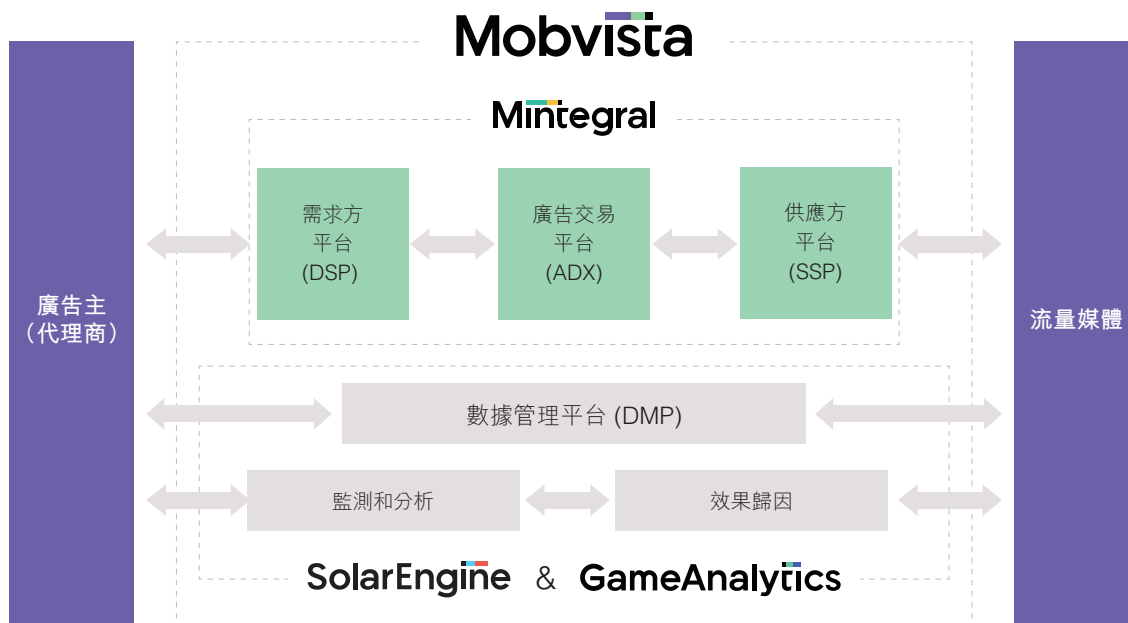
程序化廣告平台的產業鏈參與者按上游、中游、下游劃分，可分為：1) 上游的廣告主(代理商)；2) 中游的各類技術服務商，包括需求方平台(「DSP」)、廣告交易平台(「ADX」)和供應方平台(「SSP」)、提供相關服務的數據管理服務商、監測和分析服務商、歸因工具服務商等；3) 下游的媒體流量主，而媒體流量主背後即是終端受眾。不同的營銷技術服務商憑藉其產業鏈優勢和洞察，戰略性佈局一個甚至多個產業鏈環節。

3.2. 公司的程序化廣告平台

作為頭部第三方廣告技術平台，公司通過核心的Mintegral平台對DSP、ADX、SSP都進行了佈局。通過對產業鏈中游的完整覆蓋，Mintegral平台直接觸達廣告主和流量發佈者，並且相當一部分我們的客戶同時也是我們的流量發佈者，這種雙向的合作方式加深了我們和客戶的合作關係，而數據的閉環又使得我們更好的提升算法能力，帶來了更高的客戶留存率，提高了產業鏈議價權。

此外，公司通過GameAnalytics(「GA」)平台實現了用戶行為的統計和分析，並通過熱力引擎進行移動效果廣告的歸因和監測分析，為上游廣告主提供更豐富的營銷產品工具的同時，也讓自身數據資產得以沉澱，從而實現算法的優化和迭代。

圖1：匯量科技在程序化廣告技術產業鏈中的戰略佈局



來源：匯量科技有限公司

IV. 公司發展歷程

從2013年成立至今，全球移動互聯網發生了巨大的演進和迭代。我們在公司成立早期大力發展廣告聯盟業務，緊接著我們全力推進程序化廣告平台的建設，並加大了對SaaS工具生態的投資。這三個大的階段是公司踏出的堅實的三大步，每一步都對應著不同的戰略意義，實現了業務的連續與深化。

圖2：匯量科技發展的三個階段



數據來源：匯量科技有限公司

4.1. 第一階段：廣告聯盟平台 — 專注服務中國Apps出海

2013年成立初期，我們的願景是做全球化的推動者和連接者，搭建了中國第一批海外營銷聯盟，旨在服務中國Apps出海，幫助企業在全球範圍內獲客。公司開展了非程序化廣告業務，以效果為導向，覆蓋國內外全渠道流量，為客戶提供智能投放、創意素材、關鍵意見領袖（「KOL」）營銷等產品和服務，並且快速佈局了扎根歐美本土市場的商業網絡，形成了公司增長的第一階段。廣告聯盟平台是匯量科技起家的業務，多年發展至今仍保持著行業領先位置。

4.2. 第二階段：程序化廣告交易平台—「Glocal戰略」開拓海外本土市場

隨著移動互聯網的快速發展，海外的移動應用生態愈發碎片化，移動應用開發者面臨用戶增長和流量變現的難題，他們亟需一個聚合全球流量、尤其中長尾流量的平台，來幫助他們迅速地、大規模地觸達全球受眾，從而實現用戶和收入的增長。同時由於程序化的對接方式透明、高效且智能，更加受到優質開發者的青睞。

我們於2015年開始孵化人工智能（「AI」）驅動的程序化交互式廣告平台Mintegral，幫助企業用更自動化和規模化的方式鏈接全球用戶，在幫助中國客戶進入海外市場的同時，也幫助海外客戶擴大中國本土市場覆蓋，實現了全球化的流量和客戶覆蓋，因此程序化廣告交易平台得以成為公司第二發展階段的主要載體。

Mintegral平台是我們廣告技術業務的核心平台，自孵化至今一直是我們的戰略發展重點。不同於非程序化運作方式，Mintegral所提供的程序化廣告在廣告服務、平台對接、實時競價、流量轉化等多個維度提升了用戶體驗。在程序化投放模式下，廣告主通過數字平台選取受眾匹配的參數，並由程序自動化完成廣告的採買和投放，最後通過廣告點擊率、用戶畫像等實時反饋測算ROI等指標，實現從廣告製作、投放到效果歸因的「全自動」，大幅提升投放效率。而Mintegral鏈接的海量長尾Apps也通過程序化平台快速、高效地對接了大量的廣告主，從而實現了自身的流量變現。值得一提的是相當一部分提供流量的Apps同時也是我們的客戶，從而幫助Mintegral實現了數據的閉環。隨著業務規模的不斷增長，Mintegral也躋身全球行業的第一梯隊。

目前，Mintegral已幫助10,000餘家全球頂級廣告主、100,000餘款頭部應用在歐美、亞太等全球市場大規模獲取優質用戶，日均廣告請求超3,000億次。

4.3. 第三階段：SaaS工具矩陣 — 實現「Ad-tech+Mar-tech」的業務增長

在廣告技術（「Ad-tech」）平台幫助企業客戶實現用戶增長及商業化變現後，還需要營銷技術（「Mar-tech」）幫助企業客戶在該過程中盤活已積累的數據、優化營銷方案，從而實現高質量的增長。我們於2016年收購了GameAnalytics，以提升我們在遊戲應用廣告方面的競爭力。GameAnalytics是一家專注做遊戲玩家統計分析的平台，能夠提供所有主流遊戲引擎及操作系統的玩家行為實時數據分析，極大地增強了我們在遊戲應用投放領域的競爭力。

2019年起，我們提出構建「SaaS工具矩陣」的戰略：通過將我們的Ad-tech與Mar-tech能力整合起來構建更完善的產品矩陣，覆蓋開發者不同的發展階段，從統計分析、用戶增長、商業化、運營效率提升到雲成本優化等不同階段的核心場景。

V. 業務簡介

我們的收益來自於以Mintegral為核心的Ad-tech（廣告技術）板塊，以及Mar-tech（營銷技術）板塊。其中Ad-tech業務口徑為廣告毛收入（包含付給流量發佈者的成本）。Ad-tech的淨收入佔整體淨收入9成以上，Mar-tech仍然處於早期產品打磨的階段，我們預計Mar-tech淨收入未來比重會持續上升。

5.1. Ad-tech板塊：程序化廣告平台Mintegral

5.1.1 業務簡介

Mintegral是全球領先的程序化廣告技術平台，通過鏈接大量的中長尾Apps流量，為廣告主提供一站式的程序化廣告投放和流量變現服務。

5.1.2 商業模式

從收入角度，我們基於幫助客戶獲取的商定效果（如用戶下載、安裝、註冊其移動應用的數量，以及用戶後續特定行為，如確保3日的留存等）向其收取效果廣告費用。

從成本角度，我們向流量擁有者或管理者採買廣告資源以展示客戶的廣告，並通常以展示的數量與開發者進行結算。值得強調的是，通過程序化廣告平台對廣告資源的採購是實時的，因此我們並不承擔任何廣告資源風險。我們的成本還有雲計算資源成本，即服務器成本。

我們和客戶以及流量擁有者或管理者結算的方式主要為確定交易金額後1個月內用銀行轉賬方式支付。比較小型的新客戶，我們會要求預付款。極少的大型客戶可能會在標準的結算時間上延長1-2週。雲計算資源的採購，我們的合同賬期均在3個月以上。與廣告代理業務模式不同，Mintegral基本沒有墊資情況，而且隨著業務的不斷增長，會有更有利的綜合賬期。

圖3：商業模式圖



來源：匯量科技有限公司

從毛利角度，我們的毛利主要取決於服務器成本和平台算法相關資源成本。就服務器成本而言，隨著規模的擴大、雲資源和單價的優化，我們將可持續降低服務器成本佔收入的比重。就平台算法而言，我們預計其效率將隨著數據吞吐量的增加而提高，並使我們未來的毛利率得到提升。

5.1.3 客戶分佈

從客戶區域分佈角度，Mintegral的客戶遍佈全球約130個國家和地區。

從客戶類型角度，報告期內，Mintegral的主要客戶為遊戲垂類客戶，佔Mintegral平台總收入的72.1%。近年來，本集團在積極拓展其他垂類的客戶，例如電商、工具垂類，非遊戲垂類佔Mintegral收入比從2023年的22.6%，上升至報告期內的27.9%。

5.1.4 流量分佈

從流量區域分佈角度，Mintegral平台觸達的流量遍佈全球250多個國家和地區。

報告期內，從累計觸達設備數量角度，超過97%的設備來自中國以外的海外地區。

從流量類型角度，報告期內，Mintegral的主要流量為輕度遊戲垂類流量，同時，也具備工具、社交和內容、生活服務等垂類移動流量。

5.1.5 競爭格局

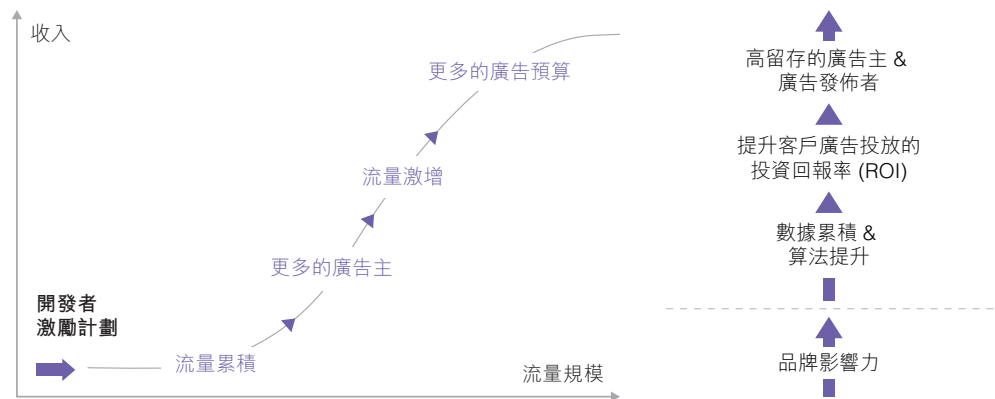
如果我們把移動端流量分為以Meta、Google為代表的頭部媒體流量，以及以中長尾Apps為代表的中長尾流量，那麼Mintegral所在的第三方廣告技術平台主要通過程序化交易平台對接碎片化的中長尾流量。程序化廣告交易的方式能形成較強的平台效應和規模效應，是未來中長尾流量變現的主要參與者。因此，Mintegral的競爭對手包括以AppLovin、UnityAds為代表的第三方案序化廣告交易平台，也包括以Google AdMob、Pangle、Meta Audience Network為代表的頭部互聯網公司的網絡聯盟平台。總體而言，儘管行業參與者較多，但是Mintegral具備獨特的競爭優勢。

5.1.5.1 不斷強化自身優勢

受益於公司初期非程序化廣告業務，Mintegral平台迅速積累了大量客戶資源，尤其是中國出海客戶。在流量側，其通過開發者激勵計劃吸引大量優質流量的對接，並通過收購GameAnalytics快速進入了歐美遊戲開發者生態圈子，形成了規模化的流量生態。

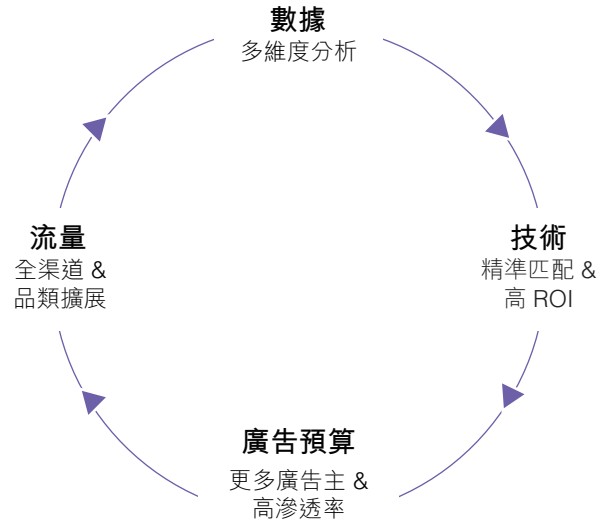
通常，移動應用開發者只會選擇有限的(一般5-8個)廣告平台的SDK插件集成到自己的移動應用當中。由於SDK的合規性和穩定性會影響移動應用的穩定性和用戶體驗，如果更換SDK需重新編碼並在用戶端更新移動應用的版本，因此集成某一SDK後，替換成本相對較高。與此同時，Mintegral在積累了一定的供給側流量優勢後，在算法迭代、模型訓練、行業洞察等方面具備更深的積累，有效提升廣告主的投放ROI，而更高的ROI帶來更多的廣告預算，從而形成正向的飛輪效應，相對新進入者形成一定的競爭優勢。

圖4：不斷強化自身優勢



來源：匯量科技有限公司

圖5：Mintegral廣告技術業務的飛輪效應



來源：匯量科技有限公司

目前，Mintegral平台觸達的流量和客戶遍佈全球。流量側和客戶側的優異表現是Mintegral平台在飛輪效應加持下持續高速發展的印證。

5.1.5.2 持續強化的技術實力

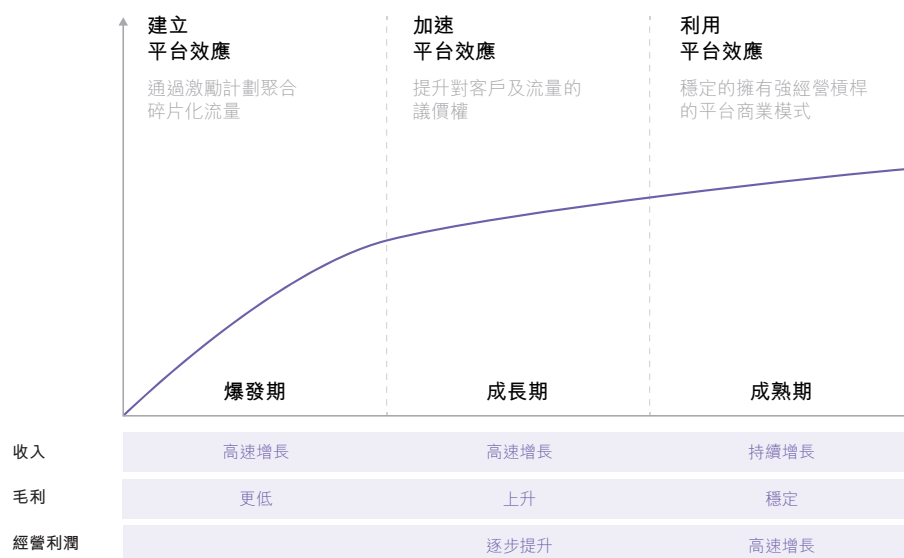
公司的研發團隊由專門從事於數據科學、算法、工程架構及雲計算等相關領域的人員組成。該團隊成員主要為畢業於康奈爾大學、伊利諾伊理工學院、清華大學、北京大學、浙江大學、華中科技大學、北京航空航天大學、西安交通大學、中山大學、北京郵電大學等學校，並在相關領域具有豐富經驗的博士及碩士人員。我們已經組建了一支業界頂尖的研發隊伍，由擁有亞馬遜、阿里巴巴、百度等頭部科技公司工作經驗的數據科學家、AI算法專家、工程架構師以及雲計算領域專家帶領。人才儲備和技術實力使得公司在技術領域不斷迭代，從而進一步提升公司在行業的地位及知名度，在個別領域如輕度遊戲，公司已經成為廣大輕度遊戲開發者推廣和變現的優先平台。

5.1.5.3 規模效應和經營槓桿

從經營及財務角度，Mintegral平台的飛輪效應意味著：

- (1) 隨著行業知名度的提升，新增客戶數量和投放預算不斷增加，已有客戶端的留存和淨擴張率持續提升，收入規模可持續增長；
- (2) 不斷吸引新的流量開發者接入Mintegral平台，流量規模不斷提升，對流量側App開發者的議價能力不斷增強，並降低單位流量成本；
- (3) 規模效應和算法效率的不斷提升，推動平台毛利率增長；

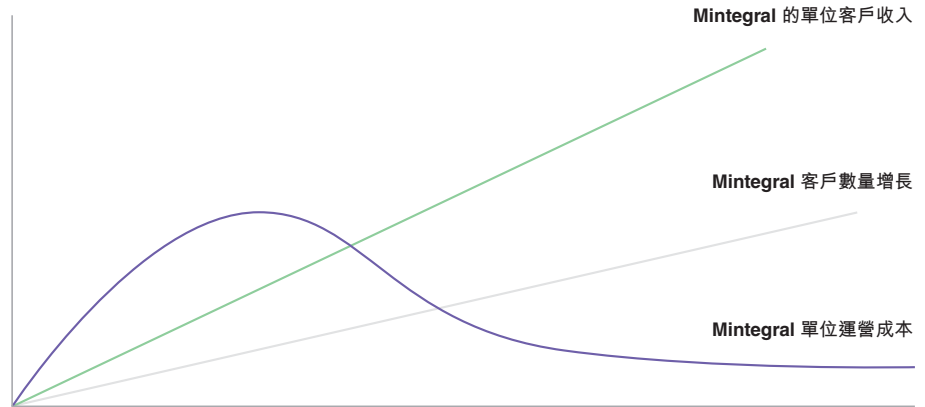
圖6：Mintegral平台盈利模式



來源：匯量科技有限公司

- (4) 驅動收入增長的單位成本不斷降低，單位研發費用支持的交易規模不斷增長，銷售費用率、管理費用率、研發費用率不斷優化，形成明顯的經營槓桿。

圖7：Mintegral平台經營槓桿



來源：匯量科技有限公司

5.1.6 與頭部媒體的競爭／合作關係

隨著廣告技術的發展，通常情況下，客戶會投放頭部媒體流量，也會投放中長尾流量，並且根據實際投放效果進行預算的再分配。儘管不同的廣告主比例各不相同，但是中長尾流量仍然佔據行業3成以上的地位，並且在隱私保護和反壟斷的影響下佔比不斷提升。由於中長尾流量平台和頭部媒體相比其技術特點以及數據來源均不同，開發者在頭部媒體以外需要不斷尋找更多的高ROI流量來源。Mintegral儘管專注於中長尾流量，但是在實際投放過程中，為滿足客戶一站式投放的需求，也會通過實時競價的方式競拍頭部媒體管理的流量，因此亦呈現合作的態勢。

5.2. *Ad-tech*板塊：非程序化廣告平台

非程序化廣告業務平台以效果為導向，以廣告網絡聯盟的形式覆蓋全球中長尾媒體，能夠為全球廣告主快速、規模化地獲取用戶。其收入模式為通過高效的運營規模優勢，以非程序化的方式幫助廣告主尋找優質低價的流量，從而賺取買賣流量的差價。

非程序化廣告業務是匯量科技起家的業務，並持續保持行業領先優勢，是匯量科技重要的利潤來源。其與Mintegral業務形成了較強的協同作用，使得客戶在流量投放上同時具備程序化和非程序化兩種方式。

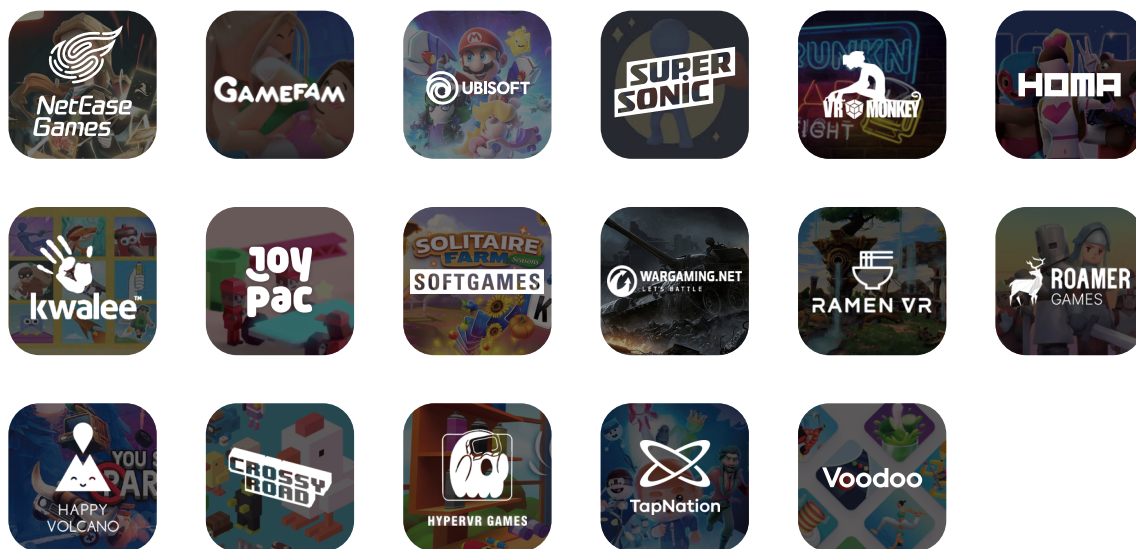
5.3. *Mar-tech*板塊：GameAnalytics

GameAnalytics (「GA」) 是我們的應用內數據統計分析SaaS工具。該平台是全球最大的移動遊戲、Roblox、PC和VR遊戲分析平台之一。GA能為遊戲開發者、工作室和發行商提供深入的分析、產品洞察和市場情報，還能讓他們實時了解業務運營、跟蹤關鍵的應用內績效指標，並提高用戶參與度。

該產品根據不同的功能和數據分析維度收取月度訂閱費，訂閱費用從每月299美元至499美元不等，並根據月活躍用戶(「MAU」)收取額外的使用費用。

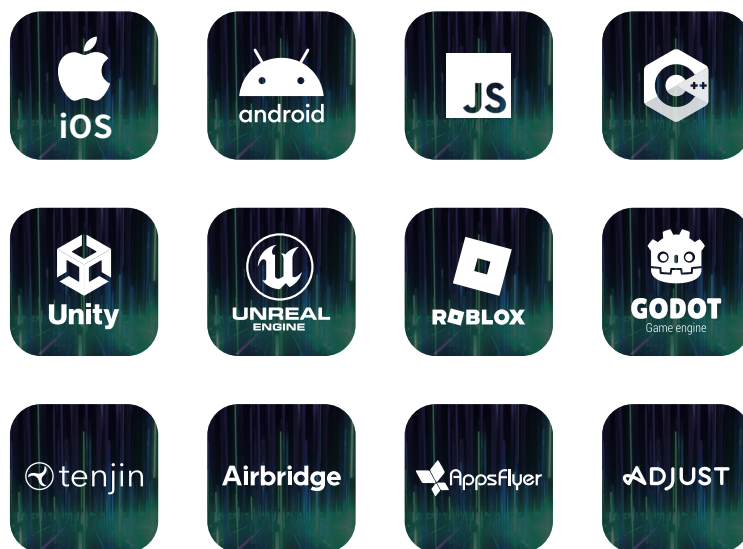
圖8：GA的主要合作夥伴

開發者



集成平台方

GA提供30多種不同的集成，涵蓋了大多數主要的遊戲引擎和服務



來源：匯量科技有限公司

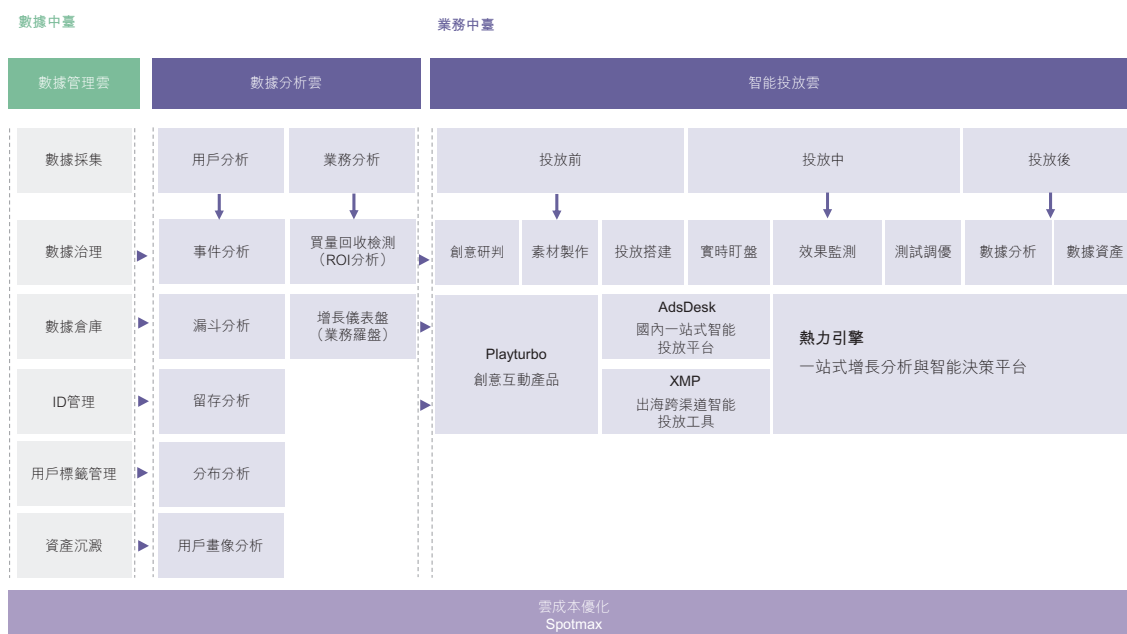
GA對鞏固本集團在遊戲類廣告領域的核心競爭力，幫助本集團觸達潛在遊戲開發者客戶和優質廣告資源，提高廣告受眾用戶畫像顆粒度等方面具有戰略意義。

5.4. Mar-tech板塊：熱力引擎

熱力引擎基於熱雲做了全面的產品和服務升級。作為專注於移動端廣告投放效果監測和數據分析的第三方平台，熱力引擎以移動端廣告監測為切入點，進一步專注於數據採集和挖掘，從而幫助客戶進行投放數據分析、用戶數據管理、素材智能分析、雲計算資源優化等，優化客戶營銷活動。

熱力引擎的主要產品均為SaaS工具，即雲託管軟件，收費方式主要包括按使用量付費及訂閱制兩種。

圖9：熱力引擎產品矩陣



來源：匯量科技有限公司

圖10：熱力引擎代表客戶



5.5. 業務回顧與展望

進入2024年以來，集團基本面持續向好。得益於持續提升的模型訓練和迭代的效率，本集團的收入保持逐季攀升的態勢。

2023年以來，AI的浪潮席捲全球，所有的企業都在積極擁抱人工智能，提升企業運營效率。Mintegral在機器學習領域已經深耕多年，對人工智能有深刻的理解。我們於2023年5月正式上線Target ROAS智能出價功能，買量的模式從手工為淺層的安裝出價升級到基於廣告主ROI的智能出價模式，這意味著廣告預算不再需要設定單價，只需要給出目標的回報率，系統會評估每次廣告展示的機會自動出價，並盡量去接近廣告主的回報目標。此外，我們於2024年7月，推出針對事件(Engagement)進行投放優化的Target CPE (Cost per Engagement)功能(目前主要針對付費相關事件的優化)，用於幫助廣告主有效控制事件成本以及優化廣告效果。這些功能的推出，不僅體現了我們在廣告技術領域的不斷創新和進步，也展示了我們對廣告主需求的深刻理解和積極響應。通過這些智能出價工具，廣告主能夠更有效地管理其廣告預算，提高廣告投放的效率和效果，從而在競爭激烈的市場中取得更大的

成功。智能出價產品自上線以來，對集團貢獻的收入持續上漲，2024年，貢獻的流水超過Mintegral總流水的70%。報告期內，Mintegral收入同比上漲47.2%，非程序化廣告業務收入同比下降18.8%，仍然持續為廣告技術業務貢獻利潤，廣告技術業務淨收入則同比增長42.0%。隨著廣告技術業務競爭優勢的不斷加強，以及Mintegral規模效應的釋放，我們相信廣告技術業務將持續健康增長。

營銷技術方面，我們仍然關注在團隊優化和面向海外市場的新產品開發上。總體來看，營銷技術仍然在產品打磨的早期階段，收入端同比增長12.3%。

5.5.1 致力於成為中小開發者的Growth Hub

我們在2023年正式將公司的使命進行了升級，我們希望能夠成為中小開發者的Growth Hub。以SaaS工具集扎根在客戶的需求場景裡，幫助不同區域、不同階段的開發者解決全球化歷程的問題，抹平他們在全球市場資源、經驗、能力方面的缺口，在更多元的場景下實現增長。這一使命也貫穿在我們的運營中，從集成Mintegral的Ads SDK的開發者數量來看，從2022年年初至2024年年末，在兩年半的時間內漲幅達到453%，從不到2萬款達到了9萬款以上，在開發者中的滲透率有了大幅的提升。

5.5.2 進一步打磨智能出價體系

由於宏觀環境面臨挑戰，廣告主對ROI有了更加嚴苛的要求。如果我們將單個用戶的行為軌跡進行拆分，首先是用戶開始訪問，產生廣告系統的請求，廣告平台進行競價，競勝則產生了曝光，用戶隨之點擊安裝，用戶下載後可能產生留存，可能發生廣告瀏覽行為(產生廣告變現)，更進一步產生應用內付費。對於用戶淺層行為層面(即用戶從開始訪問到下載階段)，對系統出價產品的能力要求較低，適用於輕度遊戲以及工具類的投放。而對於中重度遊戲垂類以及其他垂類，則要求我們具有智能的、基於深度事件(下載安裝以後的行為)的出價產品。我們從2021年下半年開始，大力投入智能出價體系的建設，2023年5月，Mintegral正式上

線Target ROAS智能出價功能，廣告主只需對Mintegral開啟全渠道數據回傳，就能在Mintegral自助投放平台上設定IAA（應用內廣告）ROAS目標，在Mintegral智能算法的加持下實現自動化投放。2024年7月，Mintegral推出針對事件(Engagement)進行投放優化的Target CPE (Cost per Engagement)功能。目前，智能出價的方式已經成為了廣告主在Mintegral平台上的主流選擇，這也是Mintegral可以在中重度遊戲垂類和非遊戲垂類破圈的重要前提。同時，非超休閒遊戲以外的垂類，有著更大的市場空間，這也是打開Mintegral增長天花板的重要前提條件。Mintegral將繼續在IAP（應用內付費）ROAS投放體繫上發力，更好地承接廣告主混合變現的智能投放需求。

5.5.3 遊戲品類收入穩中有升，非遊戲品類迅速增長

報告期內，遊戲品類錄得收入1,039.8百萬美元，同比上升37.0%（2023年同期：758.8百萬美元），為Mintegral貢獻了72.1%的收入。報告期內，遊戲品類收入增長低於Mintegral大盤增長，主要是由於行業逐漸向廣告和內購混合變現的趨勢發展後，一定程度上影響了遊戲品類中超輕度遊戲收入的增速。非遊戲品類錄得收入403.3百萬美元，同比增長82.0%（2023年同期：221.6百萬美元）。得益於智能出價體系的發展，我們在中重度遊戲、電商、工具類等其他垂類也有了新的突破。值得強調的是，目前的Mintegral平台已經能實現對各個垂類的利潤率的強把控，報告期內，整個Mintegral程序化交易平台實現了收入和利潤的同步爬升。

VI. 公司的中長期發展方向和戰略

未來戰略：堅持打造Ad-tech和Mar-tech的生態體系

匯量科技的願景是成為開發者的「Growth Hub」，我們希望拋開市場視角，把自身作為第三方廣告技術平台的核心價值聚焦為幫助資源有限的中小開發者做增長。匯量科技的業務分為Ad-tech和Mar-tech兩部分，其中Ad-tech以Mintegral平台為核心載體，以程序化平台的方式鏈接廣告主和流量方，並以此積累了海量的投放數據；而Mar-tech平台以SaaS工具的方式提供包括創意優化、渠道間ROI對比分析、數據洞察、營銷自動化、雲成本優化等在內的各種增值服務。Ad-tech和Mar-tech不僅共同覆蓋了客戶的整個數字化營銷鏈條，並且相互之間通過數據產生了較強的協同效應。

在全球化、數字化浪潮下，我們將致力於成為開發者的「Growth Hub」，幫助更多的企業，尤其是中小規模企業跨越數字化增長的瓶頸，從推廣、變現、數據洞察到雲端架構和成本優化，我們攜手企業觸達更廣闊的全球市場，在幫助客戶贏得高增長的同時實現匯量科技的高速發展。

6.1. 持續強化Mintegral平台在Ad-tech領域的競爭優勢

算法與創意共振，持續提升產品及技術實力。作為程序化平台，算法技術是Mintegral長期增長的核心動力，尤其是算法與創意的化學反應，會讓廣告效果產生質變。為了更好地幫助開發者實現全球增長，Mintegral將創意與算法有機結合，在動態創意優化上不斷加大投入。在每一個廣告請求篩選廣告時，算法會自動增加一個創意組合維度，產生更多的候選結果，即能夠針對用戶的行為偏好做到千人千面的創意展現，極大地提升了用戶的交互行為，從而幫助廣告主更快、更好地提升獲客效益與質量。

持續提升算法能力，打造基於深度學習的智能出價體系。Mintegral最初是從輕度遊戲領域切入到程序化廣告市場，經過多年的耕耘，在輕度遊戲領域我們已經取得了絕對的領先優勢。隨著行業趨勢越來越向混合變現發展，Mintegral也在大力優化算法策略，以更好地滿足廣告主對於遊戲內廣告和遊戲內付費的雙重變現需求，並且不斷打磨智能出價體系，成為廣告主確定性更強、效率更高的投放渠道。除遊戲以外，Mintegral的業務也逐步擴展到了更多的垂類，包括電商和工具等，歷史積累的大量數據樣本和我們在算法上的快速迭代能幫助Mintegral實現跨品類的擴展。

6.2. 全面升級Mar-tech產品體系，提升匯量科技在Mar-tech領域的服務能力

豐富產品矩陣，增強廣告效果監測能力，實現質量閉環服務。Mar-tech體系的數據會反哺Mintegral平台，與公司內部廣告投放業務形成閉環，為其提供反饋和優化迭代。

推動SaaS產品出海，進一步實施全球化佈局。公司在海外市場已深耕佈局多年，目前97%的流量(觸達設備數量)來自海外。我們打造的SaaS產品也將走向海外，為全球客戶提供更優質更具性價比的SaaS產品服務。

6.3. 堅持全球化戰略

我們受益於當下中國出海浪潮，投入較大的精力以及資源去幫助預備出海的企業以更低的成本進軍到海外市場，例如：從解決方案視角整體配套出台相應的出海加速器計劃；與行業合作夥伴做出海策略巡迴活動，幫助客戶理解出海要點；整合出海工具包，賦能出海用戶增長和商業化效果，優化ROI。

與此同時，我們始終堅持全球化平台道路，使平台技術更好地服務於全球的所有市場。多年來，本集團不斷加強在亞太地區的品牌形象，加強與客戶及潛在客戶的合作關係。我們還在EMEA和美洲地區實施本地化戰略，積極拓展我們的市場份額。目前，匯量科技服務全球客戶的體系和能力已經得到了市場的驗證。

6.4. 堅持數據和隱私保護

在移動廣告行業內，數據和隱私保護關乎業務發展及與行業合作夥伴關係的維繫。作為全球領先的移動廣告平台，本集團始終把數據安全與隱私保護置於首要地位。

我們收集並分析移動互聯網用戶的行為數據的算法主要依靠上下文信息建模的體系，而不是客戶的隱私數據，我們不會通過收集的數據來辨識特定個體，也不會將數據信息與特定個體關聯。

同時，核心業務Mintegral平台先後通過開源其SDK，獲得SOC2 Type1和Type2、SOC3、ISO27001、kidSAFE + COPPA等行業權威隱私證書，持續檢驗產品與技術的有效性，為用戶數據隱私築起護城河，保障用戶權益。

我們始終堅持積極踐行數據和隱私保護，我們相信保護客戶數據是公司健全企業管治及與客戶長期互信的支柱，並且相信這一舉措將使得本集團長期受益。

6.5. 擁抱AI大趨勢

隨著大數據時代的來臨，程序化廣告和機器學習的結合成為數字廣告領域的一項重要趨勢。這一趨勢不僅為廣告主提供了更精準的廣告投放工具，還帶來了全新的廣告ROI優化策略。通過自動化購買和實時競價等技術，程序化廣告賦予了廣告主更精準、實時的廣告投放能力。而機器學習能夠處理和分析大規模的廣告數據，為廣告主提供

更智能、精準的廣告投放方案。Mintegral充分利用機器學習的強大算法，通過對用戶行為的深度學習和行為模型預測，實現了廣告推薦的個性化和智能化。這不僅提高了廣告投放的效果，還為廣告主創造了更具吸引力的廣告體驗。

2022年末以來，源自矽谷的新技術革命，生成式AI的重大突破為廣告行業帶來了廣闊的想像空間。我們也順應了這一趨勢，積極擁抱著這一變革。在日常研發及運營方面，我們通過在現有的雲原生平台MaxCloud中引入大模型技術，構建了DevOps Copilot的系統，簡化、甚至自動化了DevOps過程中的不同任務，Copilot的應用涉及了軟件研發的全部生命週期(設計、編碼、測試、部署、運維)，幫助工程團隊能夠更快、更高效地交付高質量產品，從而讓基礎平台成為真正的業務驅動力。營銷技術產品方面，我們正在利用LLM/AIGC來重構相關服務，重構後的服務將能夠協助客戶快速製作極具吸引力的廣告創意並創建高效的廣告活動，並利用歷史數據和效果分析不斷優化和改進它們。從整個研發鏈路來看，我們選擇了廣告素材的輔助／自動生產作為起點，在系統中引入先進圖像生成及圖像處理模型(如：Stable Diffusion、Meta Segment Anything等)。當前，Playturbo已經可以基於大模型能力，幫助廣告主實現AI配音、AI翻譯、AI消除、AI極速生圖，大幅提升廣告製作效率，並適配多場景的投放需求。廣告技術方面，在AI加持下，Mintegral成功引入了更精細的流量性價比模型，買量的模式從手工為淺層的安裝出價升級到基於廣告主ROI的智能出價模式。

VII. 客戶評價

經過多年的積累，匯量科技憑藉自身過硬的產品和服務，贏得了客戶的高度評價：



休閒遊戲

中度遊戲

Gamehaus 是一家技術驅動的移動遊戲發行公司，致力於培育與中小型遊戲開發商的合作夥伴關係並擴大其成功規模。公司通過數據驅動的商業化支持和優化的遊戲發行解決方案，在研發、成長到變現的全週期中賦能遊戲開發者，幫助中小型遊戲開發商在全球遊戲市場中保持競爭力。迄今為止，Gamehaus 已發佈超過200款遊戲，全球累計下載量超過2億次。

客戶 Gamehaus 評價：

Mintegral 一直以來都是我們緊密合作的卓越商業夥伴，其團隊憑藉高效率與專業能力，不斷推動全球業務版圖的拓展。他們持續創新並迭代的 Target CPE 質量策略，聚焦於提升用戶參與度及留存表現，確保在我們的合作中能夠精準定位並吸引目標受眾。通過緊密圍繞目標事件成本進行優化，結合 oCPI 的動態計費機制，該策略極大提升了付費用戶的獲取效率，尤其在內購付費產品領域，顯著增強了 ROI 的優化與穩定性。展望未來，我們滿懷信心，期待在雙方的業務合作中攜手並進，共同開創更多互惠互利、共贏發展的新篇章。

—— Gamehaus





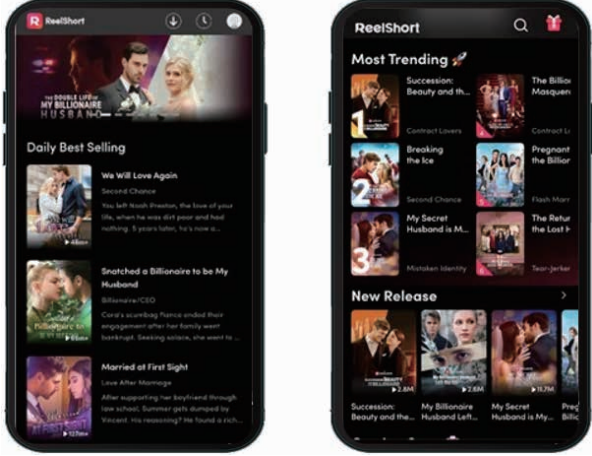
短劇

ReelShort是一家專注於行動短劇內容的高畫質流平台。ReelShort的短劇主打高能反轉、強烈的情感衝突，劇情節奏快，角色塑造簡潔。截至2024年2月底，《ReelShort》全球累計內購營收逼近8,000萬美元。2024年，ReelShort被美國《時代》周刊評選為「全球100大最具影響力企業」之一。

客戶 ReelShort 評價：

全球短劇發展依舊迅猛，質量的挑戰愈發增多，通過使用匯量科技旗下 XMP 跨渠道投放工具，我們大幅度節省了廣告基建、上傳素材等重複性工作，團隊協作效率顯著提升，有更多精力投入到素材及渠道精細化優化上，使用XMP後，我們的整體投放效率提升了30%。

—— ReelShort



休閒遊戲 工具應用

VigaFun 成立於 2020 年，是一家休閒與超休閒類行動遊戲開發與發行公司，擁有豐富且高品質的遊戲作品，旗下遊戲如《Jam Highway》、《DIY World 3D》、《DIY Notebook》、《Grow Animals》、《Animals Attack》等已獲得數百萬次下載。

客戶 VigaFun 評價：

Mintegral 擁有先進的機器學習能力和演算法最佳優化能力，能幫助我們在短短 2-3 天內辨識並取得目標用戶群體。在某款遊戲發表初期，Mintegral 所帶來的用戶首日留存率比過往 Campaign 所帶來的高出了5倍，最終，我們在一週內實現了盈虧平衡，除此之外，D7 用戶留存率也達到了 25%。

—— VigaFun



管理層討論及分析

收益

1. 按服務類型劃分的收益

公司的商業模式包含向客戶提供廣告投放服務以及矩陣式的營銷SaaS工具產品。客戶可以使用服務鏈條裡的部分產品，並隨著時間推移逐步擴展至本公司的其他產品。

截至2024年12月31日止年度，本集團錄得收益1,507.8百萬美元(2023年同期：1,054.1百萬美元)，同比上升43.0%。我們的收益來自於以Mintegral為核心的Ad-tech(廣告技術)板塊，以及Mar-tech(營銷技術)板塊。

1.1. 收入模式

1) Ad-tech(廣告技術)板塊

我們的廣告技術業務收入通常來自移動互聯網客戶，尤其是移動應用開發者，他們通過我們的軟件平台去推廣其產品(Apps)。通常，我們會基於營銷推廣效果收費，即按交付效果的數量與每次交付的費用(每次下載或安裝的費用，或用戶後續特定行為等)確定收益。

2) Mar-tech(營銷技術)板塊

i. GameAnalytics

該產品根據自動化功能和數據分析維度的不同按月收取訂閱費用，訂閱費用從每月299美元至499美元不等，並根據月活躍用戶(MAU)收取額外的使用費用。

ii. 熱力引擎

熱力引擎的主要產品均為SaaS產品，即雲託管軟件，收費方式主要包括按使用量付費及訂閱制兩種。

1.2. 收入確認原則

1) Ad-tech (廣告技術) 板塊

通常，我們根據向客戶提供服務的效果向客戶收取費用，主要負責履行效果交付義務。因此，我們的廣告技術業務收入確認原則一般為毛額法。

2) Mar-tech (營銷技術) 板塊

我們的Mar-tech業務中訂閱型或者按使用量付費的軟件業務，在合同期內，一般按比例／使用量確認收入。SpotMax業務則是基於消費量的業務模式，我們會根據客戶在平台實際管理的雲計算資源量收取費用確認收入。

1.3. 下表載列所示期間按服務類型劃分的收入：

	截至12月31日止十二個月				
	2024		2023		
	千美元	佔總 收益比	千美元	佔總 收益比	同比變動
廣告技術業務收入	1,490,250	98.8%	1,038,491	98.5%	43.5%
營銷技術業務收入	17,517	1.2%	15,601	1.5%	12.3%
合計	<u>1,507,767</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,054,092</u>	<u>100.0%</u>	<u>43.0%</u>

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入1,490.3百萬美元，同比上升43.5% (2023年同期：1,038.5百萬美元)，佔集團總收入的98.8%；錄得營銷技術業務收入17.5萬美元，同比上升12.3%，佔集團總收入的1.2%。集團收入以廣告技術業務為主。

2. Ad-tech (廣告技術) 淨收入

下表載列所示期間廣告技術業務的淨收入：

	FY2024 千美元	2024H2 千美元	2024H1 千美元	FY2023 千美元	2023H2 千美元	2023H1 千美元
廣告技術業務收入	1,490,250	860,662	629,588	1,038,491	539,682	498,809
廣告技術業務淨收入 ⁽¹⁾	381,365	223,528	157,837	268,603	139,562	129,041

附註：

- (1) 淨收入不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將淨收入定義為減去分配給流量發佈者的成本後的經調整收入。

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入1,490.3百萬美元，錄得廣告技術業務淨收入381.4百萬美元。

3. 廣告技術業務按業務部門劃分的收入

下表載列所示期間按業務部門劃分的廣告技術業務收益：

	截至12月31日止十二個月				
	2024		2023		同比變動
	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	
程序化廣告業務	1,443,093	96.8%	980,413	94.4%	47.2%
非程序化廣告業務	47,157	3.2%	58,078	5.6%	(18.8%)
廣告技術業務收入合計	<u>1,490,250</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,038,491</u>	<u>100.0%</u>	<u>43.5%</u>

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入1,490.3百萬美元(2023年同期：1,038.5百萬美元)，同比增長43.5%。其中，來自Mintegral的程序化廣告業務收入為1,443.1百萬美元，佔廣告技術業務收入比重為96.8%；來自非程序化廣告收入為47.2百萬美元，佔廣告技術業務收入比重為3.2%。

受益於本集團轉型戰略，Mintegral平台收入持續增長。以Mintegral平台為核心的程序化業務所處行業發展迅速、市場空間較大，且我們在該行業技術領先，業績快速增長，現金流情況良好，是本集團重要的利潤來源，我們將繼續重點發展該業務。

報告期內，非程序化廣告收入同比下降18.8%至47.2百萬美元(2023年同期：58.1百萬美元)。主要由於宏觀因素的不確定性，廣告主更傾向於將預算分配至確定性更高的程序化廣告業務，因此集團非程序化廣告收入有所下滑。非程序化廣告業務現金流情況良好，亦是本集團穩定的利潤來源，因此本集團亦將持續發展該業務。

3.1. 程序化廣告業務Mintegral平台主要財務數據

報告期內，Mintegral平台錄得收入1,443.1百萬美元(2023年同期：980.4百萬美元)，較2023年同比增長47.2%。其中，2024年第四季度、第三季度、第二季度、第一季度分別錄得收入436.9百萬美元、402.5百萬美元、320.1百萬美元和283.6百萬美元，分別同比變動69.9%、57.6%、32.4%和25.4%。

	Mintegral 平台業務 收入 (千美元)	環比變動	同比變動
2024H2	839,421	39.1%	63.8%
2024Q4	436,910	8.5%	69.9%
2024Q3	402,511	25.7%	57.6%
2024H1	603,672	17.8%	29.0%
2024Q2	320,091	12.9%	32.4%
2024Q1	283,581	10.3%	25.4%

此外，為進一步搶佔市場、建立先發優勢和規模效應，集團將平台規模的增長和多垂類的拓展作為中期的戰略目標。報告期內，該戰略目標的成果已逐漸顯現。

4. *Mintegral*業務按移動應用類型劃分的收入

下表載列所示期間按應用類型⁽¹⁾劃分的Mintegral業務收入：

	截至12月31日止十二個月				
	2024		2023		同比變動
	估Mintegral 平台業務 千美元	收入比	估Mintegral 平台業務 千美元	收入比	
遊戲	1,039,838	72.1%	758,820	77.4%	37.0%
非遊戲	403,255	27.9%	221,593	22.6%	82.0%
Mintegral平台業務收入合計	1,443,093	100.0%	980,413	100.0%	47.2%

附註：

(1) 圖中所示意的應用類型劃分是根據使用我們的應用(客戶)的應用類型而劃分。

報告期間，遊戲品類錄得收入1,039.8百萬美元(2023年同期：758.8百萬美元)，同比上升37.0%，佔Mintegral業務收入比為72.1%。

報告期內，本集團持續完善場景覆蓋，積極拓展多種垂類，精細化運營成熟應用類型服務，在獲取市場份額的同時深化競爭壁壘，為長期發展奠定基礎。

5. 廣告技術業務按地區劃分的收入

下表載列所示期間按地區劃分的廣告技術業務收入：

	截至12月31日止十二個月				同比變動
	2024		2023		
	千美元	佔廣告技術業務收入比	千美元	佔廣告技術業務收入比	
新加坡 ⁽¹⁾	136,706	9.2%	56,764	5.5%	140.8%
亞太地區(除新加坡) ⁽²⁾	717,039	48.1%	495,692	47.7%	44.7%
其他地區	636,505	42.7%	486,035	46.8%	31.0%
廣告技術業務收入合計	<u>1,490,250</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,038,491</u>	<u>100.0%</u>	<u>43.5%</u>

附註：

(1) 新加坡為集團全球總部和重點運營地區。

(2) 主要包括除新加坡以外的其他亞洲和太平洋地區的國家和地區。

報告期內，我們廣告技術業務收入的區域結構較為多元化，遍佈全球約130個國家和地區。此外，我們對收入的地區分佈進行了調整，新加坡作為集團全球總部和重點運營地區，予以單獨披露。

6. 營銷技術業務按類型劃分的收入

我們將報告期內營銷技術業務按照收入類型劃分為四類：統計與分析、素材管理、廣告投放服務、算力優化。其中統計與分析佔比最高，佔營銷技術業務總收入的46.2%。

	統計與分析 千美元	素材管理 千美元	廣告 投放服務 千美元	算力優化 千美元	合計 千美元
收入	8,092	4,083	4,539	803	17,517
佔營銷技術業務收入比	46.2%	23.3%	25.9%	4.6%	100.0%

銷售成本

報告期內，我們的銷售成本同比增長42.4%至1,191.4百萬美元(2023年同期：836.8百萬美元)。成本增長主要來源於廣告技術業務，廣告技術業務成本主要包括流量成本以及其他業務成本，其中其他業務成本主要由服務器成本以及資本化形成的無形資產攤銷構成。一方面，隨著廣告技術業務規模的擴大，流量成本和服務器成本有所上升，另一方面，隨著時間的推移，廣告技術平台在不同時期形成的無形資產會逐漸攤銷，因此報告期內攤銷的費用有所增加。

下表載列所示期間按成本類型劃分的銷售成本明細：

	截至12月31日止十二個月				
	2024		2023		同比變動
	千美元	佔各自業務 收入比	千美元	佔各自業務 收入比	
廣告技術業務	1,187,261	79.7%	833,401	80.3%	42.5%
流量成本	1,108,885	74.4%	769,888	74.1%	44.0%
其他業務成本	78,376	5.3%	63,513	6.1%	23.4%
營銷技術業務	4,159	23.7%	3,400	21.8%	22.3%
營銷技術業務成本	4,159	23.7%	3,400	21.8%	22.3%
合計	<u>1,191,420</u>	<u>79.0%</u>	<u>836,801</u>	<u>79.4%</u>	<u>42.4%</u>

毛利及毛利率

下表載列所示期間整體業務的毛利與毛利率：

	截至12月31日止十二個月				同比變動
	2024		2023		
	毛利 千美元	毛利率	毛利 千美元	毛利率	
廣告技術業務	302,989	20.3%	205,090	19.7%	47.7%
營銷技術業務	13,358	76.3%	12,201	78.2%	9.5%
合計	<u>316,347</u>	<u>21.0%</u>	<u>217,291</u>	<u>20.6%</u>	<u>45.6%</u>

報告期內，本集團錄得毛利為316.3百萬美元(2023年同期：217.3百萬美元)，同比上升45.6%，毛利率為21.0%，基本與2023年同期持平。(2023年同期：20.6%)。

廣告技術業務毛利同比上升47.7%至303.0百萬美元，毛利率為20.3%。

營銷技術業務毛利為13.4百萬美元，毛利率為76.3%。

銷售及營銷開支

報告期內，我們的銷售及營銷開支同比上升23.9%至63.1百萬美元(2023年同期：50.9百萬美元)。上漲的主要原因是隨著Mintegral平台收入規模的擴大，競價費⁽¹⁾上漲。

附註：

(1) 競價費是指Mintegral平台由於使用了聚合平台的競價服務而產生的費用。

報告期內，計入銷售及營銷開支的股份酬金計0.3百萬美元。

研發開支

報告期內，我們的費用化研發開支同比上漲61.5%至152.3百萬美元(2023年同期：94.3百萬美元)。費用化研發開支的增加主要由於大力發展智能出價體系導致模型訓練費用的增加。

此外，如果我們將資本化研發支出與費用化研發支出合併，合計研發開支為217.4百萬美元，較去年同期上漲27.3%。

本集團始終堅信研發與技術升級是業務增長的核心驅動力，並因此對研發人員進行股份授予作為激勵。報告期內，計入研發開支的股份酬金計4.9百萬美元。

一般及行政開支

報告期內，我們的一般及行政開支同比上升13.2%至60.7百萬美元(2023年同期：53.6百萬美元)。

運營費用

我們將運營費用分為固定費用(不含股份支付)，變動費用和股份支付。其中固定費用主要為人工成本(現金部分)，租賃費用，員工差旅費，中介機構費，福利費等日常運營相關費用，同時我們將當期人工費用的資本化研發支出與費用化研發支出合併。固定費用半年度間相對穩定。變動費用為與廣告投放直接相關的補貼，廣告平台模型訓練費用，貿易及其他應收款項減值損失等。

	截至下列日期止六個月			
	2024年 12月31日 千美元	2024年 6月30日 千美元	2023年 12月31日 千美元	2023年 6月30日 千美元
變動費用	122,399	84,549	73,392	58,710
固定費用(不含股份酬金)	40,741	43,888	41,003	43,158
股份酬金	3,868	4,239	3,256	6,084
總計	<u>167,008</u>	<u>132,676</u>	<u>117,651</u>	<u>107,952</u>

商譽減值損失

年內計入損益的14.5百萬美元減值損失僅與集團的熱雲SaaS業務相關。導致在2024年確認該減值損失的情況是，該業務的預測收入增長速度慢於往年，致使該業務的可收回金額下降，進而導致了今年出現減值情況(2023年：無)。

經營溢利

報告期內，我們的經營溢利為37.9百萬美元(2023年同期：29.6百萬美元)。如果我們排除折舊與攤銷、股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯收益/(虧損)、以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益的影響，我們的經營溢利將同比上升31.3%至138.3百萬美元(2023年同期：105.3百萬美元)。

季度間淨(虧損)/利潤，經調整息稅折舊及攤銷前盈利

	截至下列日期止三個月					
	2024年	2024年	2024年	2024年	2023年	2023年
	12月31日	9月30日	6月30日	3月31日	12月31日	9月30日
	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元
淨(虧損)/利潤	(2,369)	8,843	183	7,154	6,805	3,261
經調整息稅折舊及 攤銷前盈利 ⁽¹⁾	41,104	34,269	32,184	30,697	29,891	23,577

附註：

(1) 經調整息稅折舊及攤銷前盈利不是基於國際財務報告準則口徑衡量。

貿易應收款週轉天數

報告期內，本集團整體應收賬款週轉天數為44天，本集團始終高度重視應收賬款管理，本集團在相應會計期間發生的業務的應收賬款基本按預定賬期回款。

(單位：天)	整體應收賬 款週轉天數
2024	44
2023	51
2022 ⁽¹⁾	52

附註：

(1) 剝離子公司及頭部媒體代理業務後的週轉天數。

貿易應付賬款週轉天數

報告期內，本集團整體應付賬款週轉天數為86天。在過去的三年裡，也維持著相對穩定的水平。

(單位：天)	整體應付賬 款週轉天數
2024	86
2023	86
2022 ⁽¹⁾	90

附註：

(1) 剝離子公司及頭部媒體代理業務後的週轉天數。

經營活動產生的現金流量淨額

報告期內，應收賬款管理不斷加強經營性現金流不斷改善。報告期內，本集團經營活動產生的現金流量淨額為285.5百萬美元，同比增長164.4%，經營活動產生的現金流量淨額大幅增長。大幅增長的主要原因是，我們有115.3百萬美元的成本通過供應鏈貸款支付，而銀行代付供應商的款項並未在經營活動中體現現金流出，而是在融資活動中體現為現金流出。

	截至12月31日止十二個月		
	2024年 千美元	2023年 千美元	同比變動
經營活動產生的現金流量淨額	<u>285,522</u>	<u>108,005</u>	<u>164.4%</u>

財務成本

報告期內，我們的財務成本有所上漲，同比上漲4.5%至7.5百萬美元(2023年同期：7.2百萬美元)。

所得稅

報告期內，我們錄得所得稅費用3.7百萬美元(2023年同期：所得稅費用5.9百萬美元)。

期內本公司權益持有人應佔利潤

報告期內，本公司的權益股東應佔利潤為15.7百萬美元(2023年同期：21.8百萬美元)。

其他財務資料(非國際財務報告準則計量)

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的非國際財務報告準則衡量指標(即淨收入、息稅折舊及攤銷前盈利、經調整後息稅折舊及攤銷前盈利及經調整後利潤淨額)作為額外財務衡量指標。我們相信，該非國際財務報告準則衡量指標有利於通過去除我們的管理層認為對我們經營表現不具指示性的項目的潛在影響，比較不同期間的經營表現。我們相信，該衡量指標為投資者及其他人士提供有幫助的信息，以通過與我們的管理層相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整後息稅折舊及攤銷前盈利及經調整後利潤淨額未必可與其他公司所呈列類似衡量指標相比。該非國際財務報告準則衡量指標用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

截至12月31日止十二個月

	2024		2023		同比變動
	千美元 未經審計	佔總收入比	千美元 未經審計	佔總收入比	
收入	1,507,767	100.0%	1,054,092	100.0%	43.0%
流量成本	(1,108,885)	(73.5%)	(769,888)	(73.0%)	44.0%
淨收入	398,882	26.5%	284,204	27.0%	40.4%
經營溢利	37,934	2.5%	29,578	2.8%	28.3%
加回：					
折舊與攤銷	72,294	4.8%	72,835	6.9%	(0.7%)
息稅折舊及攤銷前盈利	110,228	7.3%	102,413	9.7%	7.6%
加回：					
股份酬金 ⁽¹⁾	8,107	0.5%	9,340	0.9%	(13.2%)
關停部分非程序化業務的 一次性損失 ⁽²⁾	2,300	0.2%	—	—	—
熱雲仲裁相關費用 ⁽³⁾	7,705	0.5%	—	—	—
熱雲商譽減值損失 ⁽⁴⁾	14,454	1.0%	—	—	—
外匯(收益)/虧損 ⁽⁵⁾	(4,532)	(0.3%)	232	0.0%	—
以公平值計量且其變動計入 損益的金融資產公平值收益 ⁽⁶⁾	(8)	0.0%	(6,715)	(0.6%)	(99.9%)
經調整息稅折舊及攤銷前盈利 ⁽⁷⁾	138,254	9.2%	105,270	10.0%	31.3%
期內利潤	13,811	0.9%	18,588	1.8%	(25.7%)
加回：					
股份酬金 ⁽¹⁾	8,107	0.5%	9,340	0.9%	(13.2%)
熱雲商譽減值損失 ⁽⁴⁾	14,454	1.0%	—	—	—
以公平值計量且其變動計入 損益的金融資產公平值收益 ⁽⁶⁾	(8)	0.0%	(6,715)	(0.6%)	(99.9%)
衍生金融負債公平值變動 損失/(收益) ⁽⁸⁾	12,978	0.9%	(2,093)	(0.2%)	—
經調整後利潤淨額 ⁽⁹⁾	49,342	3.3%	19,120	1.8%	158.1%

附註：

- (1) 股份酬金是向選定的高管和員工授予受限制股份單位和購股權所產生的費用，其性質為非現金損益，通常不包括在我們行業其他公司類似的非國際財務報告準則計量中。
- (2) 關停部分非程序化業務的一次性損失為關停部分與來自中國的流量相關的非程序化業務而產生的一次性損失。
- (3) 熱雲仲裁相關費用是支付給律師的與我們熱雲仲裁相關的費用，屬於一次性費用，與我們業務運營的基本業績沒有直接關係。
- (4) 熱雲商譽減值損失是由於外購的熱雲業績未達預期。基於審慎和保守的原則，對熱雲未來的銷售做了保守的預測，從而導致商譽減值的確認。此項減值為非現金項目，並不會對公司的現金流產生影響。
- (5) 外匯(收益)／虧損為外幣貨幣賬戶折算匯兌差額產生的收益或損失。外匯(收益)／虧損與我們業務運營的基本表現沒有直接關係。
- (6) 以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益是本集團持有的部分投資公平值變動產生的，其公平值變動計入損益。該等公平值收益與我們的主營經營活動沒有直接關係。
- (7) 經調整息稅折舊及攤銷前盈利不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整息稅折舊及攤銷前盈利定義為期內息稅折舊及攤銷前溢利(不是基於國際財務報告準則口徑衡量)，並就股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯(收益)／虧損及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益通過加回或扣除予以調整。
- (8) 衍生金融負債公平值變動損失／(收益)為可換股債券衍生工具部分的公平值重新計量產生的收益或損失。該等變動與我們的主營經營活動沒有直接關係。
- (9) 經調整後利潤淨額不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整後利潤淨額定義為期內溢利，並就股份酬金、熱雲商譽減值損失、以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值收益及衍生金融負債公平值變動收益通過加回或扣除予以調整。

報告期內，集團經調整後息稅折舊及攤銷前盈利為138.3百萬美元(2023年同期：盈利105.3百萬美元)，同比上升31.3%，經調整後利潤淨額49.3百萬美元(2023年同期：19.1百萬美元)。

資本結構及資產負債比

本公司於開曼群島註冊成立，截至2024年12月31日，本公司法定股本為100,000,000美元，分為10,000,000,000股，每股0.01美元的普通股。截至2024年12月31日，本公司已發行普通股股份數為1,574,154,164股，已全部繳足股款。

本集團資本管理的主要目標在於保障本集團能夠持續經營雖然本集團目前為淨流動負債，但董事們相信，基於未使用的銀行授信額度以及集團續期銀行授信的能力，本集團將擁有充足的財務資源以持續經營。通過按相應的風險水平進行產品定價及按合理成本取得融資，持續為股東提供回報及為其他利益相關者帶來利益。

本集團資產負債比率界定為本集團的負債總額比其資產總值。於2024年12月31日，我們的資產總值為814.7百萬美元(2023年12月31日：691.6百萬美元)，而負債總額為592.3百萬美元(2023年12月31日：432.4百萬美元)，資產負債比(負債總額除以資產總值)上升至72.7%(2023年12月31日：62.5%)。

本集團經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。本集團的利率風險主要來自浮息借款，浮息借款實際利率在報告期內為3.4%–7.9%(2023年同期：3.5%–8.0%)。

流動資金和財務資源

本公司撥付現金所需的資金主要來自股東出資、經營，業務所產生的現金及銀行貸款。截至2024年12月31日，我們的現金及現金等價物為167.8百萬美元(2023年12月31日：146.3百萬美元)。截至2024年12月31日，本集團的銀行貸款及透支餘額為85.0百萬美元(2023年12月31日：81.5百萬美元)，均是浮動利率。該銀行貸款及透支中約83.4百萬美元以美元計值，1.6百萬美元以人民幣計值。上述銀行貸款及透支餘額中，85.0百萬美元均為一年內到期。本集團並無季節性借款需求。

資本開支

下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至12月31日止十二個月		
	2024年 千美元	2023年 千美元	同比變動(%)
物業、廠房及設備	160	1,366	(88.3%)
無形資產及發展開支	65,143	76,556	(14.9%)
總計	<u>65,303</u>	<u>77,922</u>	<u>(16.2%)</u>

持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營企業及合營企業

1. 收購熱雲

2021年4月27日，本公司與熱雲的創始人和財務投資者簽訂了收購協議，以收購熱雲100%的股權。截至2023年12月31日，本公司已完成約66%股權的收購，並且在與其餘賣方就剩餘34%的股權進行談判。詳情請見本公司分別於2021年4月28日、2021年5月11日、2021年9月17日、2021年10月27日、2021年11月29日、2022年1月26日和2022年6月6日發佈的公告。

剩餘賣方就其應得的部分對價提起仲裁索賠，2023年9月已作出仲裁裁決。報告期內，各方達成和解協議，本公司向剩餘賣方共計支付和解款(其中包括)44,545,875美元。截至2024年12月31日，本公司對該等和解協議項下的付款義務已履行完畢，相關收購協議及仲裁裁決下的權利和義務已終止和解除。詳情請參閱本公司分別於2023年9月8日、2023年9月13日、2023年9月17日、2023年9月19日、2023年11月9日、2023年11月13日、2024年5月13日及2024年9月24日發佈的公告。

本集團抵押資產

截至2024年12月31日，本公司從香港上海滙豐銀行有限公司獲取的40百萬美元授信已經全部歸還，該等授信下的本集團以若干附屬公司銀行賬戶內的現金、本集團若干海外附屬公司的股份、及本集團若干境內附屬公司的股份所作抵押，以及本集團以一家附屬公司所持有智慧財產權所作押記已全部解除。

截至2024年12月31日，除了銀行借款及其他銀行存款相關的受限貨幣資金5.2百萬美元以外，本集團概無向任何人士或金融機構抵押資產。

段威先生作為控股股東履行的特定責任

2022年3月10日，本公司作為借款人與貸款人香港上海滙豐銀行有限公司簽訂了融資協議，據此，貸款人同意向本公司提供最高至75百萬美元的非循環貸款融資。

根據融資協議條款，倘段威先生及曹曉歡先生不再(直接或簡接)實益持有合共超過本公司已發行股本(不包括無權獲分派超出特定金額的溢利或資本的該已發行股本任何部分)的23%，則融資將終止且所有根據融資應計的尚未償還金額將成為實時到期及應付。更多詳細信息，請參閱本公司於2022年3月10日發佈的公告。

截至2024年12月31日，該等融資額已經全部歸還，融資協議下的段威先生作為控股股東履行的特定責任已解除。

重大投資或未來重大投資計劃

截至2024年12月31日，本集團並未持有任何重大投資、亦無制定進行重大投資或資本資產的特定計劃。

僱員及薪酬政策

截至2024年12月31日，本集團在全球擁有20個辦事處，有711名全職僱員(2023年12月31日：739名)，主要在中國廣州。我們擁有410名從事研發活動的僱員，佔全職僱員的57.7%。本集團僱傭的僱員數目視乎需要而不時有所變更，僱員薪金參照市場情況及個別僱員的表現、資歷及經驗釐定。

為培養和挽留優秀人才，本集團制定有系統的招聘程序，並提供具有競爭力的福利及培訓機會。本集團定期審閱僱員的薪酬政策和整體酬金。僱員將按評核評級，從而釐定所獲得的表現花紅及股份獎勵。

外匯風險管理

我們經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。我們主要因產生以美元以外的貨幣計值的應收款項、應付款項及現金結餘的買賣而承受貨幣風險。我們透過定期審視外匯敞口管理外匯風險。

報告期內，本公司與滙豐銀行(中國)有限公司簽訂了一份部分可取消外匯遠期合約(「合約」)，根據合約，本公司同意使用遠期匯率(即預先協定外匯匯率，乃經訂約方按公平原則磋商及遵照本集團內部控制政策而釐定)於相關結算日期賣出相關的美元本金買入離岸可交割人民幣。本公司認為，該等合約將令本集團的對沖成本減少，符合本公司及股東的整體利益。由於有關合約之最高適用百分比率低於5%，故獲豁免遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)第十四章項下之申報及公告、通函及股東批准規定。

其他資料

主要客戶及供應商

截至2024年12月31日止年度，本集團前五大客戶共佔本集團總收入約12.5%。本集團的最大客戶佔本集團總收入為3.4%。

截至2024年12月31日止年度，本集團前五大供應商共佔本集團總採購量約17.8%。本集團的最大供應商佔本集團總採購額為4.3%。

就董事所知，概無董事、彼等之緊密連絡人或任何股東(就董事所知擁有本公司已發行股本的5%以上)於本集團前五大客戶及供應商中擁有權益。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

報告期內，本公司在聯交所購回合共16,703,000股本公司股份（「所購回股份」），總代價（不包括交易成本）約為48.69百萬港元。所購回股份的詳情如下：

贖回月份	所贖回股份 數目	已付每股價格		總代價 (千港元)
		最高價 (港元)	最低價 (港元)	
2024年1月	12,442,000	3.00	2.83	35,931.71
2024年2月	2,707,000	3.05	2.66	7,728.83
2024年3月	1,554,000	3.30	3.15	5,029.33
合計	16,703,000			48,689.87

截至2024年7月10日，所購回股份已註銷。

除上文所披露者外，本公司或本集團任何附屬公司於報告期間內並無購買、出售或贖回本公司任何證券（包括出售庫存股份（定義見上市規則））。於報告期內末，本公司並無持有任何庫存股份，如《上市規則》所定義。

遵守企業管治守則

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益以及提升企業價值及責任感。本公司已採納聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載的企業管治守則（「企業管治守則」），作為其本身的企業管治守則。

於截至2024年12月31日止年度，本公司已遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的適用守則條文，並自願採納了部分建議最佳常規，如公佈季度財務業績、定期評核董事會表現等，以持續提升企業管治水平。

標準守則

本集團已採納上市規則附錄C3所載之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。經向全體董事作出具體查詢後，於報告期內，每位董事均遵守了標準守則要求的規定。

可能擁有本公司內幕消息的本公司員工亦須遵守標準守則。截至2024年12月31日止年度，本公司並無注意到出現員工不遵守標準守則的事件。

末期股息

截至2024年12月31日止年度，董事會不建議派發末期股息(2023年：無)。

報告期後事項

在2025年1月，集團與可轉換債券的投資者達成協議，將到期日延長至2026年1月22日。更多詳細信息，請參閱本公司於2025年1月21日發布的公告。

主要風險及不明朗因素

2024年4月，美國國會通過了《保護美國人數據免受外國對手侵害》法案(「**PADFAA**」)，同年12月，美國司法部發佈了關於大規模美國敏感數據的法規細則，該細則將於2025年4月8日正式生效。此外，2025年2月21日，白宮進一步明確了其「美國優先投資政策」，特別針對涉及技術、基礎設施及關鍵行業(包括處理個人數據的公司和交易)提出了可能進行更嚴格監管審查的說明。

目前，公司在現有法規框架下的業務未受到實質性影響。然而，相關法規的立法精神顯然指向地緣政治風險，公司對此高度關注。若地緣政治局勢進一步惡化，並伴隨更多相關法規的出台及嚴格執行，可能對公司的數據流量分配、業務合作關係及收入產生潛在重大不利影響。

鑒於上述情況，董事會經過審慎研究，認為有必要採取措施以應對可能的監管風險。截至本公告發佈之日，相關措施仍處於內部論證階段，董事會尚未形成最終決議，亦未簽署任何具有法律約束力的文件。

審閱財務報表

本公司審核委員會已審閱本集團於報告期內的經審核綜合財務報表。本公司核數師畢馬威註冊會計師事務所已對初步公告中所述的截至2024年12月31日的本集團綜合財務狀況報表、綜合損益表、綜合損益及其他全面收入表及其相關附註與本集團的年度經審核綜合財務報表所列金額確認相符。就此而言，畢馬威會計師事務所的工作並不構成保證委聘。因此畢馬威會計師事務所對本初步公告不發表任何意見或保證結論。

公眾持股量

根據本公司所得公開資料及就董事所知，於本公告日期，本公司已維持不少於25%已發行股份的公眾持股量，符合上市規則的規定。

股東週年大會

應屆股東週年大會（「股東週年大會」）將於2025年6月13日（星期五）舉行。召開股東週年大會的通告及其他相關文件將於2025年4月刊發並寄發予股東（如股東要求）。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定有權出席股東週年大會並於會上投票的股東資格，本公司的股份過戶登記將於2025年6月10日（星期二）至2025年6月13日（星期五）（包括首尾兩日）期間暫停，期間不會進行股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有備妥的股份過戶文件連同有關股票須於2025年6月9日（星期一）下午4時30分前送交本公司於香港的股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

刊發2024年年度業績及年報

本集團2024年的年度業績公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mobvista.com)。載有上市規則規定所有適用信息的2024年年報將於2025年4月寄發予本公司股東（如股東要求）及刊登於上述網站。

綜合損益表

截至2024年12月31日止年度

(以美元列示)

	附註	2024年 千美元	2023年 千美元
收入	2	1,507,767	1,054,092
銷售成本		<u>(1,191,420)</u>	<u>(836,801)</u>
毛利		316,347	217,291
銷售及營銷開支		(63,065)	(50,880)
研發開支		(152,270)	(94,283)
一般及行政開支		(60,710)	(53,615)
熱雲商譽減值損失		(14,454)	—
其他收入淨額		<u>12,086</u>	<u>11,065</u>
經營溢利		37,934	29,578
衍生金融負債公平值變動		(12,978)	2,093
融資成本		<u>(7,476)</u>	<u>(7,154)</u>
除稅前溢利		17,480	24,517
所得稅	3	<u>(3,669)</u>	<u>(5,929)</u>
年內溢利		<u><u>13,811</u></u>	<u><u>18,588</u></u>
以下人士應佔：			
本公司權益股東		15,741	21,804
非控股權益		<u>(1,930)</u>	<u>(3,216)</u>
年內溢利		<u><u>13,811</u></u>	<u><u>18,588</u></u>
每股盈利	4		
基本(美分)		1.04	1.42
攤薄(美分)		<u>1.03</u>	<u>1.41</u>

綜合損益及其他全面收益表
截至2024年12月31日止年度
(以美元列示)

	2024年 千美元	2023年 千美元
年內溢利	13,811	18,588
年內其他全面收益		
可能於其後重新分類至損益內的項目：		
附屬公司財務報表的換算差額	<u>1,136</u>	<u>(315)</u>
年內全面收益總額	<u><u>14,947</u></u>	<u><u>18,273</u></u>
以下人士應佔：		
本公司權益股東	16,891	21,891
非控股權益	<u>(1,944)</u>	<u>(3,618)</u>
年內全面收益總額	<u><u>14,947</u></u>	<u><u>18,273</u></u>

綜合財務狀況表
於2024年12月31日
(以美元列示)

	附註	2024年 千美元	2023年 千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備		10,585	15,459
無形資產		144,583	146,408
商譽		100,888	115,342
遞延稅項資產		13,456	12,924
以公平值計量且其變動計入損益的 金融資產		40,938	1,214
		<u>310,450</u>	<u>291,347</u>
流動資產			
以公平值計量且其變動計入損益的 金融資產		20,720	39,026
貿易及其他應收款項	5(a)	246,547	164,294
預付款項	5(b)	63,642	44,969
受限制現金		5,222	5,281
即期可回收稅款		258	286
現金及現金等價物		167,817	146,348
		<u>504,206</u>	<u>400,204</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	6	387,035	255,907
合同負債		46,315	36,545
應付即期稅項		10,936	10,441
銀行貸款及透支	7	84,957	49,542
租賃負債		4,655	4,027
可換股債券		33,812	—
衍生金融負債		13,616	101
		<u>581,326</u>	<u>356,563</u>
流動(負債)/資產淨額		<u>(77,120)</u>	<u>43,641</u>
資產總值減流動負債		<u>233,330</u>	<u>334,988</u>

綜合財務狀況表(續)

於2024年12月31日

(以美元列示)

	附註	2024年 千美元	2023年 千美元
非流動負債			
銀行貸款	7	—	32,000
可換股債券		—	32,762
遞延稅項負債		6,413	1,786
租賃負債		4,597	9,330
		<u>11,010</u>	<u>75,878</u>
資產淨值		<u>222,320</u>	<u>259,110</u>
資本及儲備			
股本	8	15,741	16,010
儲備		199,505	234,082
		<u>215,246</u>	<u>250,092</u>
本公司權益股東應佔權益總額		215,246	250,092
非控股權益		7,074	9,018
		<u>222,320</u>	<u>259,110</u>
權益總額		<u>222,320</u>	<u>259,110</u>

1 重大會計政策

(a) 合規聲明

該等合併財務報表乃按照國際財務報告準則以及香港《公司條例》的披露規定編製。該等財務報表亦遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《證券上市規則》的適用披露規定。本集團所採納的重大會計政策披露如下。

國際會計準則理事會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效或可提早採納之新訂及經修訂《國際財務報告準則》。於當前及過往會計期間首次應用該等與本集團有關的變動所引致的任何會計政策變動，已反映於該等財務報表內，有關資料載於附註1(c)。

(b) 財務報表的編製基準

截至2024年12月31日止年度的綜合財務報表涵蓋本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)。

財務報表以美元(「美元」)呈列，並四捨五入至最接近的千位數。美元為多家提供本集團主要業務的子公司功能貨幣。本公司功能貨幣為美元。

於2024年12月31日，本集團錄得流動負債淨額77,120,000美元。鑑於流動負債淨額狀況，董事在評估本集團是否有足夠財務資源持續經營時，已審慎考慮本集團的未來流動資金及表現，以及其可用的資金來源。

截至2024年12月31日，本集團未動用的一年內到期的銀行融資為64,323,000美元，並且於2025年1月及2月獲得銀行授出的進一步銀行融資49,500,000美元。由於集團在歷史上成功地在融資到期時進行了重續，董事預期該信貸於到期時能夠重續。此外，本集團將截至2024年12月31日列為流動負債的可轉換債券金額33,812,000美元，於2025年1月延期至2026年1月22日。

鑒於以上考慮，董事信納本集團可預見將來全面履行其到期的財務義務。

除以下按其公平值列賬的資產及負債(如下列所載的會計政策闡釋)外，編製財務報表所使用的計量基準為歷史成本基準：

- 債權及權益證券投資按公平值列賬；
- 以股份為基礎的付款；及
- 衍生金融負債。

管理層在編製符合《國際財務報告準則》的財務報表時須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及所呈報的資產、負債、收入及開支金額。該等估計及相關假設乃根據過往經驗及於該等情況下被認為屬合理的多項其他因素作出，有關結果構成在無法從其他來源明確得知的資產與負債的賬面值時所作出判斷的基礎。實際結果可能與該等估計有所不同。

該等估計及相關假設會予以持續審查。倘若會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂會在該期間內確認；倘若會計估計的修訂對本期間及未來期間均產生影響，則會在該修訂期間和未來期間內確認。

(c) 會計政策變動

本集團對當前會計期間之該等財務報表已採納國際會計準則理事會頒佈之以下《國際財務報告準則》之新訂及修訂：

- 《國際會計準則》第1號之修訂，財務報表列報：負債分類為流動或非流動負債(「2020年修訂」)及《國際會計準則》第1號之修訂，財務報表列報：附契約的非流動負債(「2022年修訂」)
- 《國際財務報告準則》第16號之修訂，租賃：售後回租中的租賃負債
- 《國際會計準則》第7號之修訂，現金流量表和國際財務報告準則第7號，金融工具：披露— 供應商融資安排

本集團並無採納於本會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。採納《國際財務報告準則》之修訂的影響如下文所述：

《國際財務報告準則》第7號之修訂，現金流量表和國際財務報告準則第7號，金融工具：披露—供應商融資安排

該等修訂引入新披露規定，以提高供應商融資安排的透明度及其對實體負債、現金流量及流動資金風險的影響。本集團已於附註7(c)提供新披露。

2 收入及分部報告

(a) 收入

本集團主要服務為提供廣告技術相關服務以及營銷技術相關服務。有關本集團主要業務的進一步詳請於附註2(b)披露。

(i) 收入劃分

按服務種類劃分來自外部客戶合約的收入如下：

	2024年 千美元	2023年 千美元
廣告技術相關服務的收入	1,490,250	1,038,491
營銷技術相關服務的收入	17,517	15,601
	<u>1,507,767</u>	<u>1,054,092</u>

按收入確認時間及按地區市場劃分的來自外部客戶合約的收入分別於附註2(b)(i)及2(c)披露。

本集團的客戶基礎呈多元化，截至2024年12月31日止年度，概無單獨貢獻本集團收入10%或以上的客戶（截至2023年：無）。

(ii) 於報告日期存續的客戶合約所產生預期於日後確認的收入

於2024年12月31日，分配至本集團現有合約項下餘下履約責任的交易價總額為46,315,000美元(2023年：36,545,000美元)。該金額指就本集團的數據分析平台訂閱期間屆滿或提供廣告技術服務預期於日後確認的收入。本集團將於日後訂閱期間屆滿或提供廣告技術服務時確認預期收入，預期於未來1至12個月內發生。

(b) 分部報告

本集團按分部管理其業務，而分部乃根據服務種類及地區劃分。本集團已呈報以下兩個可呈報分部，方式與向本集團最高行政管理層內部呈報資料以分配資源及評估表現的方式一致。並無經營分部合併組成以下可呈報分部。

- 廣告技術業務：該分部透過一個程序化廣告平台和附屬廣告服務平台在全球範圍內為其客戶提供移動廣告服務。
- 營銷技術服務：該分部在全球範圍內為其客戶提供透過本集團的SaaS平台的移動應用數據分析服務及雲原生科技服務；開發及銷售定製數據分析軟件；及授權客戶使用本集團SaaS平台。

(i) 分部業績

為評估分部表現及於分部間分配資源，本集團主要經營決策者（「主要經營決策者」）乃按以下基礎監察各可呈報分部的業績：

收入及開支乃參考該等分部所產生的銷售以及該等分部產生的開支或該等分部應佔之資產折舊或攤銷而另外產生之開支，分配至可呈報分部。

主要經營決策者主要基於分部外部收入及分部毛利評估經營分部的表現。向主要經營決策者呈報的來自外部客戶收入乃作為分部外部收入計量，即各分部來自客戶的外部收入。分部毛利按外部分部收入減分部銷售成本計算。此乃向本集團最高行政管理層呈報的測量方法。

2024年內及2023年內按收入確認時間劃分來自外部客戶合約的收入、為於分部間分配資源及評估分部表現向本集團主要經營決策者提供的與本集團可呈報分部相關的資料載於下文：

	廣告技術業務		營銷技術服務		總計	
	2024年 千美元	2023年 千美元	2024年 千美元	2023年 千美元	2024年 千美元	2023年 千美元
按外部收入確認時間劃分						
按時間點確認	1,490,250	1,038,491	14,934	13,817	1,505,184	1,052,308
隨時間確認	—	—	2,583	1,784	2,583	1,784
可呈報分部外部收入	1,490,250	1,038,491	17,517	15,601	1,507,767	1,054,092
可呈報分部外部成本	(1,187,261)	(833,401)	(4,159)	(3,400)	(1,191,420)	(836,801)
毛利	<u>302,989</u>	<u>205,090</u>	<u>13,358</u>	<u>12,201</u>	<u>316,347</u>	<u>217,291</u>

(ii) 分部資產及負債

由於並無定期向本集團主要經營決策者提供分部資產及負債資料，以便就資源分配及表現評估作出決策，故不提供有關資料。

(c) 地理資料

下表載列有關本集團來自外部客戶收入的地理位置資料。客戶的地理位置乃基於客戶主要營業部所在地劃分。

	來自外部客戶的收入	
	2024年 千美元	2023年 千美元
新加坡 (附註(i))	137,007	56,809
亞太地區 (除新加坡) (附註(ii))	731,629	509,704
其他地區	639,131	487,579
	<u>1,507,767</u>	<u>1,054,092</u>

附註：

- (i) 新加坡為集團全球總部和重點運營地區。
- (ii) 主要包括除新加坡以外的其他亞洲和太平洋地區的國家和地區。

在截至2024年12月31日和2023年12月31日的年度中，收入的區域結構呈現出多樣化的特點，業務範圍遍及全球約130個國家和地區。此外，集團對收入的區域分佈進行了調整，由於新加坡是集團的全球總部所在地以及關鍵運營區域，因此將其單獨列示披露。

3 綜合損益表的所得稅

(a) 綜合損益表的所得稅指：

	2024年 千美元	2023年 千美元
即期稅項	1,127	2,745
遞延稅項	4,175	3,338
以前年度的超額撥備	(1,633)	(154)
	<u>3,669</u>	<u>5,929</u>

附註：

- (i) 根據開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾的規則及法規，本集團無須於該等地區繳納任何所得稅。
- (ii) Adlogic Technology Pte. Ltd. (新加坡的附屬公司) 須於新加坡按現行稅率17%繳納企業所得稅。2024年的新加坡利得稅撥備乃經計及新加坡國內稅務局授予的應付稅款75%扣減額(最高扣減額為10,000新元(「新元」))(2023年：10,000新元)，及應付稅款50%扣減額(最高扣減額為190,000新元)(2023年：190,000新元)。
- (iii) 本公司的美國子公司需承擔21%的聯邦所得稅稅率以及美國各州的稅收。
- (iv) 於年內，適用於在中國註冊的附屬公司的企業所得稅(「企業所得稅」)稅率為25%，惟廣州匯量信息科技有限公司、北京匯量山河信息科技有限公司及熱雲(均被認證為「高新技術企業」)截至2024年12月31日止年度適用優惠企業所得稅稅率15%。

根據中國國家稅務總局頒佈的自2023年起生效的相關法律及法規，從事研發活動的本集團之中國內地附屬公司於釐定彼等於自2023年起各年度的應課稅溢利時有權就此產生的研發開支的200%(2023年：200%)申索為可扣稅開支(「加計扣除」)。本集團已就本集團實體於釐定彼等於年內的應課稅溢利時申索的加計扣除作出最佳估計。

- (v) 2024年的香港利得稅撥備乃按該年度估計應課稅利潤的16.5% (2023年：16.5%)計提，惟本集團屬兩級制利得稅率制度下的合資格企業的一家附屬公司除外。

該附屬公司之首200萬港元的應課稅溢利按8.25%徵稅，餘下應課稅溢利則按16.5%徵稅。該附屬公司的香港利得稅準備乃按2023年的相同基準計算。

2024年的香港利得稅撥備乃經計及香港特別行政區政府就2023至2024課稅年度的應納稅款授出的100%扣減額(各項業務最高扣減額為3,000港元)(2023年：6,000港元)。

- (vi) 除非獲得稅收協定或安排削減，中國企業所得稅法及其實施細則對中國居民企業就自2008年1月1日起賺取的溢利向其非中國居民企業投資者分派的股息按10%稅率徵收預扣稅。根據內地與香港避免雙重徵稅安排，倘本集團的香港附屬公司為中國企業的「實益擁有人」並直接持有中國內地企業25%或以上股權，則其享有經削減的預扣稅稅率5%。

(b) 按適用稅率計算的所得稅開支與會計溢利的對賬：

	2024年 千美元	2023年 千美元
除稅前溢利	<u>17,480</u>	<u>24,517</u>
除稅前溢利的名義稅項，按相關國家 適用於溢利的稅率計算	8,338	4,023
不可扣稅開支的稅務影響	263	591
毋須課稅收入的稅務影響	(291)	(333)
本年度未確認稅項虧損的稅務影響	5,427	5,833
動用先前未確認稅項虧損	(4,223)	(66)
研發開支的加計扣除及其他稅收減免	(4,212)	(3,965)
過往年度的超額撥備	<u>(1,633)</u>	<u>(154)</u>
實際稅項開支	<u>3,669</u>	<u>5,929</u>

(c) 經濟合作及發展組織支柱二規範範本

本集團屬於經濟合作與發展組織公佈的支柱二規範範本範圍內，並且在與支柱二所得稅相關的遞延稅項資產及負債的確認及資料披露上應用了《國際會計準則》第12號例外情況來處理。根據規範，本集團須就各個稅務管轄區的全球反侵蝕稅基實際稅率與15%最低稅率之間的差額繳納補足稅。截至2024年12月31日，集團評估了支柱二規範範本對截至2024年12月31日的年度沒有重大財務影響。

4 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃基於本公司普通權益股東應佔溢利15,741,000美元(2023年：溢利21,804,000美元)及年內已發行股份的加權平均數1,511,014,565股(2023年：1,531,506,334股)計算如下：

普通股加權平均數

	2024年	2023年
於1月1日(附註)	1,512,557,622	1,527,756,475
已歸屬受限制股份單位的影響	14,038,427	18,027,349
就註銷購買股份的影響	<u>(15,581,484)</u>	<u>(14,277,490)</u>
於12月31日的普通股加權平均數	<u><u>1,511,014,565</u></u>	<u><u>1,531,506,334</u></u>

附註：

於2024年1月1日的普通股數目為該日發行在外的1,601,073,164股(2023年：1,636,620,164股)普通股(附註8(b))，扣除2024年1月1日持有的88,515,542股(2023年：108,863,689股)庫存股份。

(b) 每股攤薄盈利

截至2024年12月31日止年度，每股攤薄盈利的計算是基於歸屬於本公司權益股東應佔溢利15,741,000美元(附註4(b)(i))及已發行普通股的加權平均數1,530,446,167股(附註4(b)(ii))，並根據股份獎勵計劃授出的股份的潛在攤薄效應調整。可轉換債券概無計入每股攤薄盈利的計算，由於計入將為反攤薄。

截至2023年12月31日止年度，每股攤薄盈利的計算是基於歸屬於本公司權益股東應佔溢利22,493,000美元(附註4(b)(i))及已發行普通股的加權平均數1,593,204,949股(附註4(b)(ii))，並根據可轉換債券的潛在攤薄效應及股份獎勵計劃授出的股份調整。

(i) 本公司普通股股東應佔溢利(攤薄)

	2024年 千美元	2023年 千美元
普通權益股東應佔溢利	15,741	21,804
可換股債券的負債部分實際利息 帶來的稅後影響	—	2,782
可換股債券可轉換債券的衍生部分 已確認溢利帶來的稅後影響	—	(2,093)
普通權益股東應佔溢利(攤薄)	<u>15,741</u>	<u>22,493</u>

(ii) 普通股加權平均數(攤薄)

	2024年	2023年
於12月31日的普通股加權平均數	1,511,014,565	1,531,506,334
可換股債券的影響	—	41,978,339
本公司股份獎勵計劃未歸屬股份 的影響	<u>19,431,602</u>	<u>19,720,276</u>
於12月31日的普通股加權平均數 (攤薄)	<u>1,530,446,167</u>	<u>1,593,204,949</u>

5 貿易應收款項，其他應收款項及預付款項

(a) 貿易及其他應收款項

	2024年 千美元	2023年 千美元
貿易應收款項	234,425	139,671
減：呆賬撥備	<u>(7,405)</u>	<u>(4,355)</u>
	227,020	135,316
應收關聯方款項	4,910	15,849
其他應收款項	<u>14,617</u>	<u>13,129</u>
	<u>246,547</u>	<u>164,294</u>

預期所有計入流動資產的貿易及其他應收款項均將於一年內收回或確認為開支。

賬齡分析

賬齡分析於2024年12月31日，貿易應收款項(已扣除呆賬撥備)根據收入確認日期的賬齡分析如下：

	2024年 千美元	2023年 千美元
3個月內	197,427	117,160
3至6個月	14,882	6,337
6至12個月	5,268	3,405
超過12個月	<u>9,443</u>	<u>8,414</u>
	<u>227,020</u>	<u>135,316</u>

貿易應收款項於收入確認日期起計30至90日內到期。

(b) 預付款項

	2024年 千美元	2023年 千美元
就以下支付預付款項：		
— 媒體流量資源	56,805	35,104
— 其他	6,837	9,865
	<u>63,642</u>	<u>44,969</u>

6 貿易及其他應付款項

	2024年 千美元	2023年 千美元
貿易應付款項	373,712	243,877
其他應付款項	2,809	3,581
應付員工成本	5,266	5,093
增值稅(「增值稅」)及其他應付稅項	5,248	3,356
	<u>387,035</u>	<u>255,907</u>

所有貿易及其他應付款項預期於一年內結清或確認為收入，或須按要求償還。

貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	2024年 千美元	2023年 千美元
1個月內	119,780	76,818
1至2個月內	98,320	63,676
2至3個月內	63,873	46,494
超過3個月	91,739	56,889
	<u>373,712</u>	<u>243,877</u>

7 銀行貸款及透支

(a) 銀行貸款及透支的還款時間安排分析如下：

	2024年 千美元	2023年 千美元
1年內或按要求	84,957	49,542
1年以上但2年內	—	32,000
	<u>84,957</u>	<u>81,542</u>

本集團於2023年12月31日的長期貸款32,000,000美元於2025年3月9日到期，但於截至2024年12月31日止年度預先償還。

(b) 銀行貸款及透支的抵押資產及契約

於2024年及2023年12月31日，銀行貸款及透支的抵押情況如下：

	2024年 千美元	2023年 千美元
有抵押銀行透支(附註(ii)/(iii))	8,095	4,473
無抵押銀行貸款(附註(i))	46,785	28,634
有抵押銀行貸款(附註(ii)/(iii))		
— 供應商融資安排	30,077	—
— 其他有抵押銀行貸款	—	48,435
	<u>84,957</u>	<u>81,542</u>

附註：

- (i) 於2024年12月31日，本集團附屬公司的無抵押銀行融資為86,780,000美元(2023年：68,356,000美元)，由匯量科技有限公司擔保。截至2024年12月31日，該等融資已動用46,785,000美元(2023年：28,634,000美元)。
- (ii) 於2024年12月31日，本集團附屬公司的有抵押銀行融資為62,500,000美元，由受限制現金5,013,000美元抵押並由匯量科技有限公司擔保。該等融資已動用38,172,000美元。

於2023年12月31日，本集團的有抵押銀行融資為108,000,000美元，其中，(1) 68,000,000美元以受限制現金5,277,000美元作抵押，並由匯量科技有限公司擔保；及(2) 40,000,000美元以本集團若干附屬公司銀行賬戶內的現金、本集團若干海外附屬公司的股份、及本集團一家附屬公司所持有智慧財產權作押記，以及本集團若干境內附屬公司的股份作抵押。本集團已分別動用該等融資(1) 12,908,000美元及(2) 40,000,000美元。

(iii) 截至2024年12月31日，集團的銀行融資美元不包含任何財務契約。

截至2023年12月31日，本集團的銀行融資118,000,000美元，需遵守與集團資產負債表比率相關的契諾。倘本集團違反有關契諾，則相關貸款將按要求償還。本集團定期監察其遵守有關契諾的情況。截至2023年12月31日，本集團並未識別出遵守有關契諾有任何困難。

(c) 供應商融資安排的銀行貸款

本集團已與銀行訂立若干供應商融資安排，據此，本集團就結欠若干流量及服務器供應商的發票金額獲得延期信貸。有關該等安排的銀行融資由受限制現金5,013,000美元作抵押及由匯量科技有限公司擔保。

根據該等安排，銀行於原定到期日（一般為發票日期後45至60日）向供應商支付本集團所欠的款項。本集團其後於原定支付供應商到期日後30至90日內向銀行償付並支付利息。

於綜合財務狀況表內，鑒於與本集團應付供應商的貿易應付款項相比有關負債的性質及功能，本集團將該等安排項下應付銀行的款項呈列為「銀行貸款及透支」。於2024年12月31日，該等安排項下金融負債的賬面值為30,077,000美元，供應商已收到銀行付款30,077,000美元。

於綜合現金流量表內，基於安排的性質，向銀行的付款計入融資現金流量，而銀行向供應商的付款115,269,000美元為非現金交易。

8 股本

(a) 法定

	2024		2023	
	股份數目	股份面值 千美元	股份數目	股份面值 千美元
於1月1日及12月31日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000</u>	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000</u>

(b) 已發行及繳足股款

	普通股份	
	普通股數目	繳足股款 普通股面值 千美元
於2023年1月1日	1,636,620,164	16,366
註銷普通股	(35,547,000)	(356)
於2023年12月31日	1,601,073,164	16,010
註銷普通股	(26,919,000)	(269)
於2024年12月31日	<u>1,574,154,164</u>	<u>15,741</u>

普通股股東有權不時收取本公司宣派的股息，並於本公司會議上享有每股1票的表決權。就本公司剩餘資產而言，所有普通股均具有同等待地位。

截至2024年12月31日止年度，本公司已於聯交所合共購回16,703,000股(2023年：37,791,000股)自身股份，總對價約48,690,000港元(相當於6,237,000美元)(2023年：129,196,000港元，相當於16,542,000美元)，每股最高價格為3.30港元(2023年：4.51港元)，每股最低價格為2.66港元(2023年：2.80港元)。

截至2024年12月31日止年度，本公司註銷了26,919,000股(2023年：35,547,000股)本公司股份。庫存股份的賬面總值為10,054,000美元(2023：16,884,000美元)。因此，269,000美元(2023：356,000美元)於股本扣除，9,785,000美元(2023：16,528,000美元)於股份溢價扣除。

9 其他儲備與股息

(a) 其他準備金

其他準備金是指根據和解協議支付給熱雲的非控股股東的預付款項以收購餘下股權。詳情如下：

關於收購熱雲的爭議解決

本集團與熱雲原股權持有人簽訂了收購協議，並在之前年度從某些股權持有人處完成了66.14%的股權收購。本集團與在之前年度總共擁有熱雲約33.86%股權的剩餘股權持有人（「剩餘股權持有人」）存在爭議。爭議於年內已如下文所述完全解決。

截至2024年12月31日止年度，本集團就收購熱雲約33.86%股權與剩餘股權持有人訂立和解協議。根據該等和解協議，本集團與剩餘股權持有人一致同意終止並解除先前的收購協議及任何相關爭議所產生的權利和義務。本集團同意向剩餘股權持有人支付總額53,607,000美元。根據當地司法權區商業登記及其他相關手續事宜，有關剩餘股權持有人持有的熱雲33.86%股權的權利及義務已大部分轉移至本集團。

(b) 股息

分派予本公司股東的股息於本公司股東或董事（如適用）批准股息期間在本集團及本公司財務報表中確認為負債。

於2024年及2023年，本公司並無宣派及派付任何股息。於報告期末後並無建議派付末期股息。

致謝

本人謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及員工於報告期內的努力及奉獻致以謝意。本人亦謹此答謝監管機構的指導以及股東與客戶的長期支持。

承董事會命
匯量科技有限公司
主席
段威

新加坡，2025年3月31日

於本公告日期，董事會包括執行董事段威先生(主席)、曹曉歡先生(首席執行官)、方子愷先生及宋笑飛先生；非執行董事黃德煒先生；以及獨立非執行董事孫洪斌先生、張可玲女士及黃家輝先生。

本公告載有前瞻性陳述，涉及本集團的業務展望、財務表現估計、預測業務計劃及發展策略，該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本公司刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提，當中有些涉及主觀因素或不受我們控制，該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及許多風險及不明朗因素。鑒於風險及不明朗因素，本公告內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故股東及有意投資者不應過於依賴該等陳述。

本公告中英文版本如有任何不一致之處，概以英文版本為準。