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，並明確表明不會就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。

BABYTREE GROUP

寶寶樹集團

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1761)

截至二零二零年十二月三十一日止年度年度業績公告

寶寶樹集團(「**本公司**」或「**寶寶樹**」)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**」)截至二零二零年十二月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零一九年十二月三十一日止年度的比較數字。

在本公告中，「我們」及「我們的」指本公司及本集團(視乎文義所指)。

主要摘要

以下載列我們截至二零二零年十二月三十一日止年度的主要摘要：

- 由於集中發展移動應用程序的戰略見效，寶寶樹孕育的平均月活躍用戶總數從二零一九年的18.9百萬增長5.3%至二零二零年的19.9百萬；
- 儘管新冠肺炎疫情導致收入同比減少40.5%至人民幣212.3百萬元及毛利同比減少56.7%至人民幣96.5百萬元，但二零二零年下半年度的收入及毛利較二零二零年上半年度分別回升26.5%及急升111.5%；
- 自助廣告服務已成為我們的新增長引擎，與二零一九年同期相比較，來自自助廣告服務的收入上升136.3%；及
- 年度虧損較二零一九年同期減少4.8%。

主要經營數據

	截至十二月三十一日止年度		同比變動(%)
	二零二零年	二零一九年	
	(以百萬計)		
平均月活躍用戶總數[1]	**91.2**	139.3	(34.5)
－移動應用程序[2]	**22.9**	24.5	(6.5)
－PC端及WAP端	**68.3**	114.8	(40.5)
	(%)		
次日留存率[3]	**50.7**	48.4	2.3[4]

附註：

(1) 「月活躍用戶」的簡稱，通過計算相關歷月期間活躍用戶的數量來計算。我們移動應用程序的月活躍用戶數量由友盟(北京銳訊靈通科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務)跟蹤及計算。我們的PC端和WAP端月活躍用戶數量由我們內部使用在歷月期間至少訪問該網站一次的因特網瀏覽器記錄的單獨cookies(一種常用跟蹤代碼)的數量跟蹤及計算。

(2) 「移動應用程序」指寶寶樹孕育及其他移動應用程序。

(3) 「次日留存率」指寶寶樹孕育的活躍用戶於次日仍為活躍用戶的百分比。次日留存率數字由QuestMobile跟蹤及計算，QuestMobile為北京貴士信息科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務。

(4) 表示二零二零年次日留存率與二零一九年次日留存率之差值。

主要財務數據

	截至十二月三十一日止年度		同比變動(%)
	二零二零年	二零一九年	
	人民幣千元	*人民幣千元*	
收入	**212,260**	356,828	(40.5)
－廣告	**188,295**	320,040	(41.2)
－電商	**19,895**	22,214	(10.4)
－直銷	**17,087**	13,967	22.3
－平台	**2,808**	8,247	(66.0)
－其他	**4,070**	14,574	(72.1)
毛利	**96,479**	222,633	(56.7)
毛利率	**45.5%**	62.4%	(16.9)
年度虧損	**(470,906)**	(494,451)	不適用

業務回顧及展望

二零二零年全球動盪不安，商業及廣告行業面對巨大的下行壓力。可幸的是，國家經濟於二零二零年下半年重拾動力。與此同時，作為領先業界的公司，二零二零年對寶寶樹而言是一個重要的蛻變之年，我們朝著「深耕細作母嬰(「**母嬰**」)行業」的明確目標走出了艱困的時期。

憑藉多年來的專注及努力，於二零二零年，以月活躍用戶計，我們繼續穩佔中國最大、最活躍母嬰在線社區平台之一的領先地位。我們已進一步尋找及採取一系列舉措維持業務的持續增長。下文載列我們於二零二零年的業務摘要以及對未來的業務展望。

I. 佈局全域流量生態

在互聯網用戶場景碎片化加劇、用戶注意力日趨分散的大環境下，流量入口的競爭日趨激烈，全域流量佈局已經成為大勢所趨。公司始終堅持「用戶在哪裏，寶寶樹就在哪裏」的宗旨，持續推動全域入口場景佈局，深化內容和產品的升級，提升運營效率。

根據公安系統對户口人數的統計，二零二零年中國約有10.04百萬名新生兒。於二零二零年，根據本集團的整體發展策略，我們繼續專注於品牌推廣及建設力度，竭力進一步提高我們在用戶及行業中的品牌知名度及信譽。

由於中國出生率下降，加上我們集中發展移動應用程序的戰略計劃，我們的平均月活躍用戶總數不可避免地由二零一九年的139.3百萬下降至二零二零年的91.2百萬。然而，讓我們感到鼓舞的是，寶寶樹孕育在新生嬰兒家庭的攔截率由二零一九年的44%，提升到二零二零年的64%，行業地位穩定增長。我們核心變現移動應用程序寶寶樹孕育取得正面表現。寶寶樹孕育的平均月活躍用戶從二零一九年的18.9百萬增長5.3%至二零二零年的19.9百萬，寶寶樹孕育的市場份額持續上升。

作為我們全域方案的一部分，憑藉在抖音、快手及微信提供母嬰知識及資訊，我們的品牌及產品得到有效的宣傳，使我們在其他社交媒體平台取得前所未有的成績，用戶接觸面亦持續擴大。我們一直沿用以符合成本效益的方法獲得新用戶、提升用戶黏性及積極組織社區活動的成功方針，如希望利用微信生態系統「微信社群+小程序」提升產品留存率及有效地將流量導入社交社群，令我們應用程序產品及社交社群流量起到互惠互利的作用。於截至二零二一年二月底，我們的2,200多個微信群組有超過450,000個來自23個城市的成員，當中超過35%的成員來自中國四個一線城市。我們預期將會持續提升。

我們在繼續擴展外域流量的同時，亦在尋找可讓業務組合更多元化的機會。我們不斷努力發掘社群生態，期望藉此提供服務類產品(如提供孕婦護理及產後護理中心)和優質的傳統電商產品、提升活躍度，以及增強我們的變現能力。

母嬰行業最值得信賴的品牌

經過14年的創業歷程，我們已在中國及亞太地區的母嬰行業確立家喻戶曉的品牌領導地位。同時，我們一直為滿足中國年輕家庭的基本需求而付出巨大努力。根據尼爾森於二零二零年八月的調研報告，在主流母嬰或育兒類移動應用程序中，寶寶樹孕育在受訪者中的品牌認知度(包含無提示品牌第一提及率)、使用度、喜愛度及推薦度最高。此外，根據比達諮詢於二零二一年三月的報告，Z世代孕媽佔比上升趨勢明顯，當中寶寶樹孕育應用程式在受訪的Z世代孕媽品牌認知度為93.3%，大幅領先行業其他參與者。

品牌升級新階段

我們認為品牌溫暖度在母嬰行業尤為重要。在慈善活動方面，除「鄉村醫生健康扶貧」行動外，我們亦自二零一八年起每年發佈慈善記錄報告，追蹤永勝縣母親及孩子生活及健康狀況的改變，希望讓更多人關注中國貧困地區的真實情況，並動員大眾一起參與扶貧事業。

於二零二一年初，奧運會5金得主、跳水皇后吳敏霞女士成為我們的「首席育兒官」，相信將會進一步提升我們於業內的品牌認知度。吳敏霞女士將參與本公司在育兒、生活及健康等多個板塊的內容創作，以明星運動員的魅力、專業的健身知識以及育兒經驗，與新生代媽媽共享育兒生活的樂趣。於二零二零年下半年，我們與多位知名兒科醫生展開合作，例如兒科醫生崔玉濤。崔玉濤醫生及其團隊以特約育兒專家身份去年四季度在我們的平台主持節目，分享科學養育知識，提供解決家長所面對難題的提示，與中國的年輕家長共同進入科學育兒世代。

II. Z世代產品優化及創新

我們緊貼產品創新的能力自寶寶樹面世以來一直為我們的核心優勢。隨著我們踏入第14年的創業歷程，越來越多的Z世代用戶成為孕婦人群。我們發現，由於新世代家長重視個人表達，以及會搜尋更多類型的產品，他們在育兒方面的風格、行為及消費均有所不同。為把握機會將新世代家長帶入社區，我們已對寶寶樹孕育作出一系列的優化及升級，以此為新世代用戶提供價值、鞏固我們的市場地位，以及進一步佈局全域用戶流量。

個人化的應用程序體驗

我們明白不同的孕婦人群的需要各有不同，並已對我們的介面進行更新，提升用戶體驗及留存率。例如，我們新設計視頻封面加強了用戶之間的互動。於二零二零年十二月三十一日，超過10%的用戶在使用我們新推出的視頻封面功能。另外我們又推出了寶寶樹孕育備孕版，作為用戶周期延長，服務Z世代年輕人群的重要舉措。鑒於Z世代爸爸育兒參與度增加，我們因此也推出寶寶樹孕育爸爸版。

內容升級

為不斷豐富全站內容及知識庫，我們以不同形式向用戶展示育兒內容，涵蓋從備孕到育兒的不同階段的專業性內容，均可在平台獲取。

我們的內容升級包括以輕閱讀方式為用戶提供科學及生動的知識內容。我們亦於首頁中加入推薦閱讀等多個功能，快速建立用戶與平台之間的信任關係。此外，我們運用大數據算法提升問答功能的用戶體驗，確保用戶提出的問題可快速得到回應，同時，我們也引入專家直播回答功能。一系列的內容和功能升級，使我們收到的用戶問題數增加五倍，並在十分鐘內成功回應用戶問題的比率為95%，平均二十四小時內回應近40,000條問題，從而讓我們的每用戶平均使用時間上升。

優化應用程序內工具

我們繼續通過加入創新功能滿足用戶不同需要優化寶寶樹孕育上的工具。如我們新設計和開發了兒歌故事工具「寶寶聽」，與喜馬拉雅平台合作，提供海量的音頻內容資源，推出兩個月後，人均播放時間超過30分鐘。

除了獨特的應用程序內工具外，我們希望利用我們的地位滿足年輕家庭對優質服務的需要，作為取得家庭流量的切入點。因此，我們於應用程序中推出孕期及產後服務功能，旨在為家庭提供便利，並可選擇更多的服務供應商。

推出直播功能

我們希望通過直播業態，對以寶寶樹孕育為核心的全域流量生態賦能。我們已推出特色的母嬰直播頻道，提供由母嬰專家主講的全時間段線上講座及問答環節。平均每日約有5%的用戶觀看直播。除建立自身的直播頻道功能外，我們亦依賴微信及抖音等其他短視頻平台，以內容直播方式推動社群互動、提升母嬰產品的銷售、拓寬外域流量邊界，提高廣告營銷方案的認可度。

不斷努力提升平台及移動應用程序的功能

母嬰行業具備新人群、新流量和新場景的特點，憑藉我們的算法及大數據，我們有能力提供全面的解決方案，滿足母嬰用戶的多元化需要、同時無縫銜接備孕、孕期、產後等完整的孕育過程。透過智能內容聚合，我們得以解決知識碎片化的問題，通過基於用戶深度行為的分析，使我們更加高效的發掘用戶潛在需求，並進行內容智能分發。

利用雲科技。我們建造雲平台來靈活及穩定地處理不規則的流量變動。我們可據此於短時間內大幅提升或降低帶寬及數據資源。此外，我們的雲技術亦能有效地協助我們提升數據復原能力，以及縮短系統故障的回應時間，確保業務營運的可持續性。

豐富推薦功能。我們運用先進的大規模圖模型，加強基於社區人際關係的推薦，使推薦精準性和用戶體驗大幅提升。截至二零二零年十二月三十一日止年度，訪問深度由10.8%上升至17.7%，首頁的信息流留存率上升25%，相關推薦點擊率則由26.4%上升至38.7%。

優化搜索功能。透過改進我們的搜索算法，我們可根據用戶的意圖及知識圖譜將碎片化的知識結構化並進行系統化處理。我們將熱搜結果以直接連接卡片的方式顯示，大大改善了搜尋結果的相關程度及質素。因此，我們截至二零二零年十二月三十一日止年度的客戶滿意度上升30%。

效果類廣告持續改善。提升後的效果類廣告能夠通過搜尋結果、信息流及其他情景提供個人化及實時推薦。這大幅提升了流量變現的效益。升級個性化廣告算法，具備搜索、信息流和上下文等多場景廣告個性化實時推薦能力，大幅提升平台流量變現效率，截至二零二零年十二月三十一日，點擊率提升100%以上，幫助眾多客戶獲取了大量優質線索，實現了平台、用戶和客戶的三方共贏。

在我們技術為主的戰略帶動下，我們將繼續提升我們的營運及維護系統架構，以發展多雲系統。至於我們的用戶方面，憑藉我們算法的提升，我們在未來將繼續鼓勵內容生產及發佈、探索社群議題，以及社群活動水平。至於我們的業務方面，我們計劃建立城際業務營運平台，有效地將客戶服務人員與銷售人員連繫在一起，達致更高的營運效益。

III. 重點變現渠道

廣告

截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們在下半年採取更積極的業務戰略，不斷努力擴大廣告商基礎及探索更多商機，然而廣告業務全年的收入經歷上半年影響，仍較二零一九年同期下降約41.2%，主要由於(i)在上半年新型冠狀病毒肺炎(「**新冠肺炎**」)疫情影響下，我們廣告商大幅縮減營銷預算(尤其是海外品牌)，且品牌廣告逐步轉換為效果類廣告；及(ii)特別是新冠肺炎疫情對宏觀經濟造成不利影響，導致廣告行業出現激烈競爭。因此，我們積極推動自助廣告服務，同傳統廣告服務一起，構成我們雙引擎廣告業務模式。

為應對廣告業務日益激烈的競爭以及中國整體宏觀經濟環境的下滑，我們就廣告業務實施以下改善策略，下半年成功爭取更好的表現，廣告整體收入為人民幣110.701百萬元，較上半年上漲42.7%。

優化自助廣告服務。截至二零二零年十二月三十一日止年度，來自自助廣告服務的收入為人民幣35.852百萬元，上升136.3%，而廣告商數目則較二零一九年同期大幅上升361%至712名。於相同期間，我們的廣告點擊率亦倍升，每點擊價值上升73%。由於孕育App有穩定及強勁的用戶流量，二零二一年農曆新年期間，我們自助廣告服務的收入較去年同期錄得413%的爆發性增長。

我們相信自助廣告模式於二零二一年及未來將成為本分部的重要催化劑。通過算法與大數據分析相結合，我們能夠實現有針對性的廣告投放，有利我們的廣告商充分利用我們在業內頂尖的用戶流量。我們以領先技術為基礎的服務可準確識別用戶的孕育期、位置及興趣，並讓廣告商投放不同形式的廣告。我們的自助廣告服務已吸引來自不同類別的廣告商，如懷孕護理服務、全面的母嬰產品及瘦身服務。此外，我們將積極探索於二零二一年上半年與潛在電商商戶發揮最大協同效益的可行性。

擴大國內及泛母嬰的客戶群。鑒於二零二零年下半年廣告戰略奏效，我們與124個新廣告品牌建立合作關係，當中65個為新的國內品牌。於截至二零二零年十二月三十一日止年度，來自新廣告商產生之收入佔我們來自廣告業務之收入約49%。我們致力把握國內嬰幼兒配方奶粉行業快速增長所帶來的機遇，並尋求與國內知名品牌進行戰略合作，以進一步擴大我們的國內目標客戶群。於二零二零年下半年，我們進一步與來自不同行業的新廣告商合作，如凱迪拉克及廣汽豐田均在我們的平台上投放，而我們亦喜見在下半年業務較上半年出現強勁的復甦。於二零二一年，我們將繼續發掘其他具合作潛力的母嬰廣告商及知名品牌以擴大我們的客戶基礎。

從0到1的創新互動新嘗試。於二零二零年，我們與國內嬰幼兒配方奶粉品牌君樂寶合辦多次活動。為提升品牌在母親之間的知名度，我們讓母親們親身體驗在H5小程序創作其小孩的專屬嬰幼兒配方奶粉。

把握直播的潮流搶佔Z世代。於二零二零年下半年，在與擁有龐大Z世代用戶群的頂尖品牌歐舒丹的串流期間，我們利用專家搭配KOL[1]這一「權威+親和力」組合，有效地提升銷售及實現品牌知名度的閉環。

電商

儘管二零二零年新生嬰兒數目下降，但根據比達諮詢的資料，家庭用於嬰幼兒上的人均消費卻錄得11.9%的迅猛增長，上升至超過人民幣5,000元。截至二零二零年十二月三十一日止年度，自營電商整體收入達到人民幣19.90百萬元。由於與戰略股東進行的合作未及預期表現，因此正將平台回後至自運營模式，作為母嬰領域擁有高用戶流量的最值得信賴的品牌，我們具備準確識別客戶需求並提供高質量服務及產品的強大能力。我們將實施以下互融式電商策略以進一步升級我們的電商業務：

母嬰第一單。通過與母嬰行業的主要品牌合作，我們旨在為新手爸媽提供嬰幼兒配方奶粉、嬰兒紙尿褲及其他產後產品。通過打造場景營銷(為母嬰品牌與客戶溝通的前線)，我們能夠協助解決新手爸媽所面對的困難。我們的第一單必買用品清單深明用戶需要，並大幅提升用戶購物體驗，有效地提升了復購率，並有助我們打入家庭銷費的各個階段。於二零二一年初，我們順利推展第一次與品牌的合作。

[1] 「關鍵意見領袖」的英文縮寫，獲其他互聯網產品使用者認可或信賴，並對其決定有重大影響力的互聯網產品使用者。

C2M[2]*產品*。鑒於我們C2M產品的成功往績，我們於二零二一年初重新開展C2M業務，並提供更全面的母嬰產品組合。我們已設立強大的業務團隊，並以孺期品牌作為重新開展C2M業務的起點。我們將深化與天貓的合作，務求更好地滿足用戶的需要、做好C2M產品的準備工作，提升品牌知名度，及取得買家的信任，藉此提升天貓相關平台的轉化率。

提升自運營電商系統。我們利用自身優質的用戶基礎建造自運營電商模式。我們仍將不斷努力豐富產品的多元化，提升對用戶的吸引力，如孕婦化妝品及服裝、補健品及家居用品。於同一期間，我們在電商平台出售的產品的庫存單位(SKU)上升62.5%。

2020年，寶寶樹電商用戶復購率高達40.3%，站內商城更加注重產品推薦，我們對商城的介面進行優化，直接介紹產品的賣點及價格，突出用戶權益。我們並通過打通電商與自助廣告系統對接形成營銷鏈路閉環，為用戶提供高性價比購物體驗。

多元化營銷渠道。憑藉我們自身的內容優勢和選品能力，我們能夠有效地利用來自其他媒體平台的外部流量。在我們與抖音合辦的「金秋母嬰囤貨節」期間，我們於五分鐘內售出超過26,000包好奇紙尿褲，以及於三分鐘內售出500,000柄兒童牙刷。我們亦於雙十一舉辦「神貨節」，向新手媽媽銷售必買用品，當中以低價及實用產品類別為重點。

透過我們於微信社交媒體社群機制，我們整合社群資源並在廣告方面與大客戶協同合作，如伊可新、伊利及雅培等廣告商實行品牌的分銷項目。我們會基於社交關係鏈，繼續強化以媽媽用戶為中心的微信社群，觸達關聯目標用戶，提升營銷效果。

IV. 我們的財務資源及展望

截至二零二零年十二月三十一日，我們的現金及其他流動財務資源約為人民幣17.3億元。在整體艱巨的經營環境下，我們擁有充足的現金儲備及流動財務資源，為我們繼續保持領先地位、升級產品，就廣告及電商業務實施創新計劃以及保留和激勵我們的核心人員提供了堅實的支持。作為擁有穩健財務資源的母嬰行業領導者，在董事會及董事會戰略委員會的帶領下，我們致力於提升核心競爭力、堅定執行發展計劃、改善作出重大投資決策的程序，以及識別投資機會及收購項目，以補充我們的產品供應並與我們的現有業務產生協同效應。

2 「消費者到生產者」的英文縮寫，一種將消費者及生產商連接的業務模式，中間跳過存貨、物流、銷售及分銷等環節，達到節省成本之效果。

V. 總結

二零二零年是寶寶樹作為被受信賴母嬰品牌的蛻變之年。年內，我們堅守使命，持續優化產品及服務，以維持領先地位。我們仍堅信寶寶樹的核心競爭力，並相信我們能夠渡過逆境。我們將牢牢把握我們已長期建立且雄厚的基礎，包括我們的良好聲譽和領先的用戶流量，以重新振興我們專注的業務分部。

去年COVID-19疫情環球爆發，對寶寶樹上半年的業務構成了無可避免的影響。幸而，我們的核心業務團隊面對嚴峻挑戰竭盡所能迎難而上。在去年下半年起，我們已開始致力於創新及在兩個核心變現業務喜見取得復蘇成績，未來將以Z世代家庭為發力重點。與此同時，我們相信，由我們廣告業務及母嬰電商業務帶動的雙引擎業務模式將成為我們Z世代家庭戰略目標的新動力來源。

儘管我們於二零二零年面對挑戰，我們致力於積極執行多項措施，追求產品優化、擴闊用戶接觸面、技術升級及營銷渠道多元化。未來將進一步鞏固我們於母嬰行業的領先優勢，並繼續為用戶及投資者創造價值。

	截至十二月三十一日止年度	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	*人民幣千元*
收入	**212,260**	356,828
營業成本	**(115,781)**	(134,195)
毛利	**96,479**	222,633
其他收入	**35,137**	20,898
其他虧損淨額	**(36,302)**	(35,268)
銷售及營銷開支	**(285,568)**	(297,846)
一般及行政開支	**(258,336)**	(266,668)
研發開支	**(51,643)**	(111,441)
經營虧損	**(500,233)**	(467,692)
財務收益淨額	**5,049**	32,230
以公允價值計量且變動計入當期損益的投資的公允價值變動	**26,327**	(25,880)
應佔聯營公司虧損	**(3,051)**	(12,412)
除税前虧損	**(471,908)**	(473,754)
所得税抵免╱(開支)	**1,002**	(20,697)
年度虧損	**(470,906)**	(494,451)
歸屬於：		
本公司權益股東	**(470,262)**	(493,896)
非控制性權益	**(644)**	(555)

收入

相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的總收入人民幣356.8百萬元，我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度的總收入減少40.5%至人民幣212.3百萬元，主要由於來自於廣告、電商及其他的收入減少。下表載列於所示年度按分部劃分的收入：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	金額	**佔總收入的百分比**	金額	佔總收入的百分比
	人民幣千元		*人民幣千元*	
廣告	**188,295**	**88.7%**	320,040	89.7%
電商	**19,895**	**9.4%**	22,214	6.2%
－直銷	**17,087**	**8.1%**	13,967	3.9%
－平台	**2,808**	**1.3%**	8,247	2.3%
其他	**4,070**	**1.9%**	14,574	4.1%
總計	**212,260**	**100%**	356,828	100%

廣告

廣告業務收入相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣320.0百萬元減少41.2%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣188.3百萬元，乃主要由於(i)我們的主要海外廣告客戶進一步收緊預算，令我們對主要客戶的廣告投放持續減少；及(ii)中國宏觀經濟環境持續下滑，令廣告業務的競爭越趨激烈。

電商

電商業務收入相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣22.2百萬元減少10.4%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣19.9百萬元，乃主要由於與戰略股東進行的電商合作未能取得預期表現，而我們正將電商平台回復至自營模式。

其他

來自其他業務的收入相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣14.6百萬元減少72.1%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣4.1百萬元，乃主要由於(i)有更多業務模式相近的市場參與者，以及我們的知識付費業務正面臨更大的競爭；及(ii)中國出生率下降令對母嬰相關內容的需求減少。

營業成本

營業成本相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣134.2百萬元減少13.7%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣115.8百萬元，乃主要由於與廣告業務相關的營業成本下降(與來自該業務分部的收入減少一致)。下表載列於所示期間按分部劃分的營業成本：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	金額	**佔總營業成本的百分比**	金額	佔總營業成本的百分比
	人民幣千元		*人民幣千元*	
廣告	**98,126**	**84.8%**	103,665	77.2%
電商	**16,646**	**14.4%**	28,190	21.0%
其他	**1,009**	**0.8%**	2,340	1.8%
總計	**115,781**	**100%**	134,195	100%

毛利／(毛損)及毛利／(毛損)率

由於上述原因，我們的毛利相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣222.6百萬元減少56.7%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣96.5百萬元。我們的毛利率由截至二零一九年十二月三十一日止年度的62.4%減少至截至二零二零年十二月三十一日止年度的45.5%。下表載列於所示年度按分部劃分的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二零年		二零一九年	
	毛利	**毛利率**	毛利／(毛損)	毛利／(毛損)率
	人民幣千元	***%***	*人民幣千元*	*%*
廣告	**90,169**	**47.9%**	216,375	67.6%
電商	**3,249**	**16.3%**	(5,976)	(26.9%)
其他	**3,061**	**75.2%**	12,234	83.9%
總計	**96,479**	**45.5%**	222,633	62.4%

其他收入

我們的其他收入相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣20.9百萬元增加68.1%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣35.1百萬元，乃主要由於以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產的投資收入增加。

其他虧損淨額

我們的其他虧損淨額主要包括預付款項虧損撥備。我們的其他虧損淨額相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣35.3百萬元增加2.9%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣36.3百萬元，乃主要由於同一間台灣公司作出的預付款項虧損撥備增加。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣297.8百萬元減少4.1%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣285.6百萬元，乃主要由於(i)人力資源優化令員工成本減少，但當中部分被(ii)為進一步提升市場份額而增加的營銷開支所抵銷。就佔收入的比例而言，銷售及營銷開支由截至二零一九年十二月三十一日止年度的83.5%增加至截至二零二零年十二月三十一日止年度的134.5%。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣266.7百萬元減少3.1%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣258.3百萬元，乃主要由於(i)專業服務費用減少；及(ii)人力資源優化令員工成本減少。就佔收入的比例而言，一般及行政開支由截至二零一九年十二月三十一日止年度的74.7%上升至截至二零二零年十二月三十一日止年度的121.7%。

研發開支

我們的研發開支相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣111.4百萬元減少53.7%至截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣51.6百萬元，乃主要由於人力資源優化令員工成本減少。就佔收入的比例而言，研發開支由截至二零一九年十二月三十一日止年度的31.2%下降至截至二零二零年十二月三十一日止年度的24.3%。

經營虧損

由於上述原因，相較截至二零一九年十二月三十一日止年度產生經營虧損人民幣467.7百萬元，我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度產生經營虧損人民幣500.2百萬元。

財務收益淨額

我們的財務收益主要包括來自銀行及其他財務機構之存款的利息收入。相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的財務收益淨額人民幣32.2百萬元，我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度的財務收益淨額減少至人民幣5.0百萬元。有關減少乃主要由於銀行及其他財務機構之存款的利息收入減少和短期借款利息開支增加之淨效應。

以公允價值計量且變動計入當期損益的投資的公允價值變動

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得以公允價值計量且變動計入當期損益的投資的公允價值溢利人民幣26.3百萬元，而於截至二零一九年十二月三十一日止年度則錄得以公允價值計量且變動計入當期損益的投資的公允價值虧損人民幣25.9百萬元。

應佔聯營公司虧損

相較截至二零一九年十二月三十一日止年度的應佔聯營公司虧損人民幣12.4百萬元，我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度的應佔聯營公司虧損減少至人民幣3.1百萬元。

所得稅(抵免)／開支

我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得所得稅抵免人民幣1.0百萬元，而於截至二零一九年十二月三十一日止年度錄得所得稅開支人民幣20.7百萬元，乃主要由於二零一九年度確認了就將來並無足夠應課稅收益以動用結轉稅項虧損及可扣稅暫時性差異的所得稅。

本公司權益股東應佔虧損

由於上述原因，相較截至二零一九年十二月三十一日止年度錄得本公司權益股東應佔虧損人民幣493.9百萬元，我們於截至二零二零年十二月三十一日止年度錄得本公司權益股東應佔虧損人民幣470.3百萬元。

資本結構

我們的資產總值由截至二零一九年十二月三十一日的人民幣3,054.2百萬元減少至截至二零二零年十二月三十一日的人民幣2,442.0百萬元。我們的負債總額由截至二零一九年十二月三十一日的人民幣136.0百萬元減少至截至二零二零年十二月三十一日的人民幣127.3百萬元。資產負債率由截至二零一九年十二月三十一日的4.5%微升至截至二零二零年十二月三十一日的5.2%。

相較截至二零一九年十二月三十一日的流動比率(即流動資產總值與流動負債總額的比率)21.5，截至二零二零年十二月三十一日的流動比率為16.1。

流動資金、財務資源及資產負債比率

我們的現金及其他流動財務資源(由以下各項組成交(i)現金及銀行結餘，包括庫存及銀行現金及銀行存款，及(ii)我們所購入的財富管理產品及短期債券)，由截至二零一九年十二月三十一日的人民幣2,008.2百萬元減少至截至二零二零年十二月三十一日的人民幣1,730.1百萬元，乃主要由於來自營運的現金減少。

截至二零二零年十二月三十一日，我們並無任何未償還借貸。因此，並無呈列資產負債比率。

資本支出

我們的資本支出包括購買物業、廠房及設備和無形資產的款項，主要用於伺服器、電腦及辦公設備。相較截至二零一九年十二月三十一日的資本支出人民幣5.1百萬元，截至二零二零年十二月三十一日我們的資本支出為人民幣21.5百萬元。

外匯風險管理

我們擁有以外幣計值的銀行現金，因而須面對外匯風險。我們並無利用衍生工具合約對沖外匯風險。我們通過密切監察外幣匯率變動管理貨幣風險，並將採取審慎措施將匯兑風險降至最低。

或然負債

截至二零二零年十二月三十一日，我們並無任何重大或然負債。

主要投資的重大收購及未來計劃

截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們並無進行任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合營公司。

資產抵押

於二零二零年十二月三十一日，我們並無抵押任何資產。

末期股息

董事會未建議派付截至二零二零年十二月三十一日止年度的末期股息(截至二零一九年十二月三十一日止年度:無)。

股東週年大會

本公司股東週年大會(「**股東週年大會**」)將於二零二一年六月十日(星期四)舉行。召開股東週年大會的通知及所有其他相關文件將按香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)所規定的方式適時發佈並派發予本公司股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東出席股東週年大會並於會上投票之資格,本公司將於二零二一年六月四日(星期五)至二零二一年六月十日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續,期間將不進行任何股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票,本公司股份的未登記持有人務請確保在不遲於二零二一年六月三日(星期四)下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關股票送達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(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室)進行登記。

公司資料

本公司於二零一八年二月九日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司,其股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板上市。

僱員

截至二零二零年十二月三十一日,我們有518名全職僱員,其中大部分均在中國,主要在北京及上海,其餘在武漢、廣州、杭州、廈門及寧波。我們的成功取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。僱員的薪酬待遇一般包括工資及津貼。我們根據資格及經驗年數等因素釐定僱員薪酬。僱員亦可獲得福利,包括醫療、退休福利、工傷保險及其他雜項。我們為僱員提供強制性社保基金,以提供退休、醫療、工傷、生育及失業保險。

首次公開發售所得款項淨額用途

我們的股份於二零一八年十一月二十七日於聯交所上市及於首次公開發售期間籌集的所得款項淨額約為港幣1,769.7百萬元。

下表載列首次公開發售所得款項淨額的使用情況[1]：

所得款項的擬定用途類別	子類別	佔所得款項擬定用途百分比	首次公開發售所得款項擬定用途 *(以港幣百萬元計)*	佔於二零二零年十二月三十一日已動用金額百分比	佔於二零二零年十二月三十一日未動用餘額百分比	動用餘下未動用所得款項淨額的預期時間表
		(%)		*(%)*	*(%)*	
業務擴展，例如獲取用戶及提高用戶參與度、生成及獲得更多優質內容、招聘及挽留勝任人員以支持我們的擴充及品牌營銷活動，及通過營銷活動進一步提升我們的品牌知名度	i. 獲取用戶及提高用戶參與度	5.0	88.5	4.2	0.8	未來十個月[2]
	ii. 生成及獲得更多優質內容	10.0	177.0	6.7	3.3	
	iii. 招聘及挽留勝任人員以支持我們的擴充及品牌營銷活動	10.0	177.0	7.9	2.1	
	iv. 通過營銷活動進一步提升我們的品牌知名度	5.0	88.5	3.8	1.2	
小計		30.0	530.9	22.6	7.4	
研發，例如招募及留住技術人才、維護和強化我們的信息技術基礎設施及進一步開發我們的技術堆棧	i. 通過提供具有競爭力的薪酬及股權激勵及在新興技術中心成立開發中心，招募及留住技術人才以開發及升級我們的移動應用程序及更多功能的網站	10.0	177.0	4.6	5.4	未來十二個月[3]
	ii. 維護和強化我們的信息技術基礎設施以適應我們的業務擴充	10.0	177.0	4.9	5.1	
	iii. 進一步開發我們的技術堆棧，包括數據及存儲管理、計算機視覺、自然語言處理及增強現實，以提升用戶體驗	10.0	177.0	4.3	5.7	
小計		30.0	530.9	13.8	16.2	

所得款項的擬定用途 類別	子類別	佔所得款項擬定用途百分比 *(%)*	首次公開發售所得款項擬定用途 *(以港幣百萬元計)*	佔於二零二零年十二月三十一日已動用金額百分比 *(%)*	佔於二零二零年十二月三十一日未動用餘額百分比 *(%)*	動用餘下未動用所得款項淨額的預期時間表
未來投資、收購及戰略聯盟，例如投資於擁有先進技術及服務解決方案的公司或具有補充業務線的公司或能夠與我們現時業務產生協同效應的公司及與海外國家優質的當地夥伴建立夥伴關係		30.0	530.9	12.6	17.4	未來十二個月
營運資金及其他一般公司用途		10.0	177.0	6.4	3.6	
總計		100.0	1,769.7	55.4	44.6	

附註：

(1) 表格內的數字為概約數字。

(2) 本公司預期於未來十個月內將餘下未動用的用於業務拓展的所得款項淨額全部動用，較其預期時間表延遲六個月。有關延遲乃主要由於本公司受中國宏觀經濟環境的影響而調整其業務發展戰略。

(3) 本公司預期於未來十二個月內將餘下未動用的用於研發的所得款項淨額全部動用，較招募及留住技術人才及進一步開發我們的技術堆棧之預期時間表延遲八個月，並較維護和強化我們的信息技術基礎設施之預期時間表延遲一個月。有關延遲乃主要由於本公司受中國宏觀經濟環境的影響而調整其業務發展戰略。

購股權計劃

本公司於二零一九年六月十三日舉行的股東週年大會上採納購股權計劃。購股權計劃的目的是吸引、留任及激勵有才幹僱員致力達成本集團制定的長期表現目標，同時激勵僱員更加努力為本集團利益效力。購股權計劃會將本公司的價值與參與者的利益聯繫起來，使參與者及本公司能夠共同發展並弘揚本公司的企業文化。

購股權計劃仍然有效，自二零一九年六月十三日起計為期十年。截至二零二零年十二月三十一日，尚未根據購股權計劃授出或同意授出任何購股權，故概無購股權獲行使、註銷或失效。因此，購股權計劃下可供授出的股份總數為50,654,643股，佔截至二零一九年六月十三日(即購股權計劃採納之日)本公司已發行股份總數的3%。

四捨五入

本公告所載若干數額及百分比數字已四捨五入。任何表格中總數與金額總和間的差異均由於四捨五入所致。

合併損益表

截至二零二零年十二月三十一日止年度
(以人民幣列示)

	附註	**二零二零年** **人民幣千元**	二零一九年 人民幣千元
收入	*4*	**212,260**	356,828
營業成本		**(115,781)**	(134,195)
毛利		**96,479**	222,633
其他收入	*5(a)*	**35,137**	20,898
其他虧損淨額	*5(b)*	**(36,302)**	(35,268)
銷售及營銷開支		**(285,568)**	(297,846)
一般及行政開支		**(258,336)**	(266,668)
研發開支		**(51,643)**	(111,441)
經營虧損		**(500,233)**	(467,692)
財務收入淨額	*6(a)*	**5,049**	32,230
以公允價值計量且變動計入當期損益的投資公允價值變動		**26,327**	(25,880)
應佔聯營公司虧損	*9*	**(3,051)**	(12,412)
除税前虧損	*6*	**(471,908)**	(473,754)
所得税抵免╱(開支)	*7*	**1,002**	(20,697)
年度虧損		**(470,906)**	(494,451)
歸屬於:			
本公司權益股東		**(470,262)**	(493,896)
非控制性權益		**(644)**	(555)
年度虧損		**(470,906)**	(494,451)
每股虧損	*8*		
基本及攤薄(人民幣元)		**(0.28)**	(0.29)

合併損益及其他全面收入表
截至二零二零年十二月三十一日止年度
(以人民幣列示)

	附註	**二零二零年** **人民幣千元**	二零一九年 人民幣千元
年度虧損		**(470,906)**	(494,451)
年內其他全面(開支)／收入(經扣除稅項及作出重新分類調整)			
其後可重新分類至損益的項目：			
換算本公司及海外附屬公司財務報表的匯兑差額		**(130,527)**	40,455
應佔聯營公司其他全面(開支)／收入		**(146)**	24
年內其他全面(開支)／收入		**(130,673)**	40,479
年內全面開支總額		**(601,579)**	(453,972)
歸屬於：			
本公司權益股東		**(600,897)**	(453,417)
非控制性權益		**(682)**	(555)
年內全面開支總額		**(601,579)**	(453,972)

合併財務狀況表
於二零二零年十二月三十一日
(以人民幣列示)

	附註	**二零二零年** **人民幣千元**	二零一九年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		**26,189**	60,057
無形資產		**5,711**	3,486
非流動資產預付款項		**–**	44,809
於聯營公司的權益	*9*	**42,733**	49,468
其他金融資產	*10*	**326,889**	205,833
遞延稅項資產		**28,061**	28,061
		429,583	391,714
流動資產			
存貨		**186**	3,217
合同資產	*11(a)*	**8,128**	12,421
貿易應收款項	*12*	**84,175**	190,876
預付款項及其他應收款項		**174,577**	436,318
其他流動資產		**15,309**	11,412
其他金融資產	*10*	**650,360**	585,342
現金及銀行結餘		**1,079,716**	1,422,855
		2,012,451	2,662,441
流動負債			
貿易應付款項	*13*	**20,282**	13,660
應計及其他應付款項	*14*	**85,857**	81,516
合同負債	*11(b)*	**6,390**	2,211
租賃負債		**12,102**	25,184
即期稅項		**6**	1,010
		124,637	123,581
流動資產淨額		**1,887,814**	2,538,860
總資產減流動負債		**2,317,397**	2,930,574

合併財務狀況表(續)
於二零二零年十二月三十一日
(以人民幣列示)

	附註	**二零二零年** **人民幣千元**	二零一九年 人民幣千元
非流動負債			
租賃負債		**2,528**	12,256
遞延税項負債		**115**	115
		2,643	12,371
資產淨額		**2,314,754**	2,918,203
權益			
股本	*15*	**1,153**	1,158
儲備		**2,310,711**	2,913,473
本公司權益股東應佔股權總額		**2,311,864**	2,914,631
非控制性權益		**2,890**	3,572
權益總額		**2,314,754**	2,918,203

1 主要業務及組織

寶寶樹集團(「**本公司**」)於二零一八年二月九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。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)主要於中華人民共和國(「**中國**」)從事廣告、電商及其他服務業務。

本公司股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯合交易所有限公司主板上市。

2 編製基準

(a) 合規聲明

該等合併財務報表乃按照所有適用之國際財務報告準則(「**國際財務報告準則**」,該統稱包括國際會計準則理事會(「**國際會計準則理事會**」)頒佈的所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則(「**國際會計準則**」)及詮釋)以及香港公司條例之披露規定編製。該等合併財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露條文。

國際會計準則理事會已頒佈若干經修訂國際財務報告準則之修訂,該等修訂為於本集團本會計期間首次生效或可提早採納。初次應用該等與本集團有關之國際財務報告準則所引致當前會計期間之任何會計政策變動,已反映於該等合併財務報表內,有關資料列載於附註3。

(b) 合併財務報表編製基準

截至二零二零年十二月三十一日止年度的合併財務報表包括本集團及本集團於聯營公司的權益。

除若干金融工具以公允價值計量且變動計入當期損益入賬外,於編製合併財務報表時使用的計量基準為歷史成本基準。

為了按照國際財務報告準則的規定編製合併財務報表,管理層需作出一些對政策應用,以及資產、負債、收益及支出的列報金額構成影響的判斷、估計及假設。此等估計及相關假設乃根據過往經驗和各項在當時情況下被視為合理的因素而應用並作為基礎,為未能透過其他方法容易確認賬面值的資產及負債判斷其賬面值。實際結果可能有別於此等估計。

此等估算及相關假設會持續檢討。倘會計估計的修訂僅影響修訂估計的期間,則有關估計修訂將於作出修訂的期間確認,或倘修訂對本期間及未來期間均會構成影響,則會於作出修訂的期間及未來期間確認。

3 會計政策變動

本集團已對本會計期間的該等合併財務報表應用國際財務報告準則中對概念框架的引用的修訂以及以下由國際會計準則委員會頒佈國際財務報告準則的修訂。

- 國際會計準則第1號及國際會計準則第8號之修訂－重大之定義
- 國際財務報告準則第3號之修訂－業務的定義
- 國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號及國際財務報告準則第7號之修訂－利率基準改革

該等變動對本集團本期間或過往期間業績及財務狀況的編製或呈列方式並無重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

4 收入及分部報告

(a) 收入

本集團的主要活動為向客戶提供廣告服務、電商及其他服務。

(i) 收入劃分

本集團的收入均來自國際財務報告準則第15號範圍內與客戶的合同收入。各重要收入類別的金額如下：

	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	*人民幣千元*
廣告	**188,295**	320,040
電商		
－直銷	**17,087**	13,967
－平台	**2,808**	8,247
其他	**4,070**	14,574
	212,260	356,828

來自與客戶的合同收入按收入確認時間及地區市場作出的劃分於附註4(b)披露。

於報告期內，本集團的客戶群多元化，有且僅有一名客戶交易佔本集團收入逾10%。於二零二零年，來自該客戶的廣告收入約為人民幣28.8百萬元(二零一九年：人民幣41.7百萬元)。

4 收入及分部報告(續)

(a) 收入(續)

(ii) 產生自於報告日期與現存客戶的合約收入,預期於日後確認

與廣告客戶的合同原定預期期間始終為一年內。與個人客戶有關電商及其他服務的合同始終於一個月內完成。

本集團採用國際財務報告準則第15號第121段所述之可行權宜處理,而並無披露有關本集團在履行該等合約原定預期年期為一年或以內之餘下履約責任時有權收取之收入之資料。

(b) 分部報告

本集團按業務分部(產品及服務)組織的部門管理其業務。本集團已就資源分配及表現評估向本集團最高行政管理人員內部呈報資料的方式呈列以下三個可報告分部。

- 廣告;
- 電商(包括直銷和平台);及
- 其他,包括知識付費、保險代理服務及其他服務。

就評估分部表現及分部間的資源分配而言,本集團高級行政管理層監督各可報告分部應佔收入及毛利。折舊及攤銷、就貿易及其他應收款項及合同資產確認虧損撥備,財務收入淨額及其他收入會分配至各個可報告分部。其他損益項目並未分配至可報告分部。

收入及費用乃經參考該等分部產生的銷售額及該等分部產生的費用或因該等分部應佔資產的折舊及攤銷而產生的費用分配至可報告分部。

報告分部溢利的計量方法為「經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利」,當中「利息」視為包括投資收入,而「折舊及攤銷」視為包括非流動資產減值虧損。為得出經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利,本集團的溢利會就並無指定由個別分部應佔的項目(如應佔聯營公司溢利減虧損、董事及核數師酬金及其他總辦事處或企業行政成本)作出調整。

除獲取有關經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利的分部資料外,管理層獲提供有關分部間銷售的分部資料,本集團來自現金結餘的財務收入淨額、折舊及攤銷及減值虧損。分部間的銷售價格參考就類似訂單向外部人士收取的價格定價。

向本集團高級行政管理層提供的其他資料(連同分部資料)的計量方式與該等合併財務報表所採用的方式一致。並無向本集團高級行政管理層提供單獨分部資產及分部負債資料,原因是彼等並未使用該資料向經營分部分配資源或評估經營分部的表現。

4 收入及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度來自與客戶的合約收入按收入確認時間之收入劃分,以及本集團向高級行政管理層提供用作資源分配及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下:

	截至二零二零年十二月三十一日止年度				
	廣告	電商	其他	抵銷	總計
	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*
按收入確認時間作出之劃分					
按時間段確認	**188,295**	**–**	**–**	**–**	**188,295**
在某一時間點確認	**–**	**19,895**	**4,070**	**–**	**23,965**
來自外部客戶之收入	**188,295**	**19,895**	**4,070**	**–**	**212,260**
分部間收入	**16,717**	**14,572**	**–**	**(31,289)**	**–**
可報告分部收入	**205,012**	**34,467**	**4,070**	**(31,289)**	**212,260**

	截至二零二零年十二月三十一日止年度			
	廣告	電商	其他	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	**188,295**	**19,895**	**4,070**	**212,260**
分部成本	**(98,126)**	**(16,646)**	**(1,009)**	**(115,781)**
毛利	**90,169**	**3,249**	**3,061**	**96,479**
可報告分部虧損(經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利)	**(256,634)**	**(61,354)**	**(2,121)**	**(320,109)**
折舊及攤銷	**(28,553)**	**(2,444)**	**(594)**	**(31,591)**
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之虧損撥備	**(137,876)**	**541**	**(3,557)**	**(140,892)**
財務收入淨額	**1,178**	**414**	**42**	**1,634**
未分配之其他收入				**31,082**
未分配之應佔聯營公司虧損				**(3,051)**
未分配之按公允價值計量且變動計入當期損益的投資公允價值變動				**26,327**
未分配之折舊及攤銷				**(3,820)**
未分配之財務收入淨額				**3,415**
未分配之其他成本				**(34,903)**
除所得稅前虧損				**(471,908)**
所得稅抵免				**1,002**
年度虧損				**(470,906)**

4 收入及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

	截至二零一九年十二月三十一日止年度				
	廣告	電商	其他	抵銷	總計
	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*
按收入確認時間作出之劃分					
按時間段確認	320,040	–	–	–	320,040
在某一時間點確認	–	22,214	14,574	–	36,788
來自外部客戶之收入	320,040	22,214	14,574	–	356,828
分部間收入	72,031	952	558	(73,541)	–
可報告分部收入	392,071	23,166	15,132	(73,541)	356,828

	截至二零一九年十二月三十一日止年度			
	廣告	電商	其他	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	320,040	22,214	14,574	356,828
分部成本	(103,665)	(28,190)	(2,340)	(134,195)
毛利╱(毛損)	216,375	(5,976)	12,234	222,633
可報告分部虧損(經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利)	(179,930)	(82,105)	(529)	(262,564)
折舊及攤銷	(32,234)	(11,295)	(1,528)	(45,057)
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之虧損撥備	(44,078)	(3,398)	(3,404)	(50,880)
財務收入╱(開支)淨額	1,497	(60)	(79)	1,358
未分配之其他收入				2,653
未分配之應佔聯營公司虧損				(12,412)
未分配之按公允價值計量且變動計入當期損益的投資公允價值變動				(25,880)
未分配之折舊及攤銷				(44)
未分配之就貿易及其他應收款項及合同資產確認之虧損撥備				(16,924)
未分配之財務收入淨額				30,872
未分配之其他成本				(94,876)
除所得稅前虧損				(473,754)
所得稅開支				(20,697)
年度虧損				(494,451)

4 收入及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

本集團來自外部客戶之收入按客戶所在地理位置劃分如下:

	來自外部客戶之收入	
	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	*人民幣千元*
中國	**205,189**	356,828
美國	**7,071**	–
	212,260	356,828

於二零二零年十二月三十一日,本集團絕大部分非流動資產(若干於聯營公司的權益及權益證券除外)位於中國。

5 其他收入及其他虧損淨額

(a) 其他收入

	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	*人民幣千元*
以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產的投資收入	**29,724**	5,759
政府補貼*(附註(i))*	**3,435**	8,160
增值稅優惠*(附註(ii))*	**1,140**	6,842
罰款收入	**584**	–
出售一間聯營公司	**–**	51
雜項收入	**254**	86
	35,137	20,898

附註:

(i) 政府補貼為地方政府向本集團提供的資金激勵,主要是為了鼓勵本集團的品牌建設和文化發展以及退還由僱主支付的失業保險金。

(ii) 主要包括由於增值稅進項稅額加計抵減形成的稅收優惠收入。自二零一九年四月一日至二零二一年十二月三十一日,允許生產、生活性服務業納稅人按照當期可抵扣進項稅額加計10%,抵減應納稅額。由於本集團部分經營業務符合該政策要求,因此該部分業務可享受該稅收優惠。

5 其他收入及其他虧損淨額(續)

(b) 其他虧損淨額

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
非流動資產預付款項減值虧損確認	**(42,670)**	–
預付供應商之款項減值虧損撥回／(確認)	**810**	(14,797)
應佔一間聯營公司之權益之減值虧損確認	**(2,441)**	–
出售物業、廠房及設備的收益／(虧損)淨額	**165**	(13,058)
外匯收益／(虧損)淨額	**7,975**	(3,921)
其他	**(141)**	(3,492)
	(36,302)	(35,268)

6 除税前虧損

除税前虧損經(計入)／扣除下列各項後達致：

(a) 財務收入淨額

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
銀行及其他財務機構的存款利息收入	**(7,814)**	(34,354)
計息貸款的利息開支	**1,580**	–
租賃負債的利息	**1,185**	2,124
	(5,049)	(32,230)

(b) 員工成本

	附註	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
薪金、工資及其他福利		**157,680**	286,177
界定供款退休計劃供款	*(i)*	**24,938**	25,240
離職福利		**15,465**	23,412
		198,083	334,829

附註：

(i) 本集團在中國的附屬公司的僱員須參與當地市政府管理及營運的界定供款退休計劃。本集團在中國的附屬公司按當地市政府同意的平均僱員薪資之一定比例計算進行計劃供款，以為僱員的退休福利提供資金。

6 除税前虧損(續)

(c) 其他項目

以下開支計入營業成本、銷售及營銷開支、一般及行政開支以及研發開支中:

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
就貿易應收款項及合同資產確認之虧損撥備	**49,086**	50,470
就其他應收款項確認之虧損撥備		
－應收關聯方	**36,760**	–
－應收第三方	**55,046**	17,334
存貨成本	**32,115**	25,709
有關短期租賃的支出	**1,937**	3,835
折舊支出		
－自有物業、廠房及設備	**9,313**	13,780
－使用權資產	**24,154**	28,916
無形資產攤銷成本	**1,944**	2,405
撇銷其他應收款項	**391**	–
核數師酬金		
－審計服務	**4,600**	5,548

7 合併損益表內的所得稅

(a) 合併損益表內的所得稅(抵免)／開支指:

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
即期稅項－中國企業所得稅		
年度撥備	**6**	1,010
過往年度超額撥備	**(1,008)**	(1,067)
遞延稅項		
暫時性差異的產生及轉回	**–**	20,754
	(1,002)	20,697

7 合併損益表內的所得稅(續)

(b) 按適用稅率計算的所得稅(抵免)╱開支與會計虧損間的對賬:

	附註	**二零二零年** **人民幣千元**	二零一九年 人民幣千元
除稅前虧損		**(471,908)**	(473,754)
按適用於各司法權區利潤的法定稅率計算的稅項	*(i)*	**(114,920)**	(102,333)
以下各項之稅務影響:			
不可扣稅開支及虧損	*(ii)*	**2,065**	4,214
適用於一家附屬公司的優惠稅率	*(i)*	**19,764**	(347)
研發開支額外的可扣除撥備		**(5,903)**	(10,093)
未確認作遞延稅項資產的稅項虧損及暫時性差異		**102,364**	130,323
先前未確認的暫時性差異之使用		**(3,364)**	–
過往年度超額撥備		**(1,008)**	(1,067)
實際稅項(抵免)╱開支		**(1,002)**	20,697

附註:

(i) 適用於本公司及附屬公司的所得稅率

根據開曼群島及英屬維爾京群島法律及法規,本集團於開曼群島及英屬維爾京群島毋須繳納任何所得稅。

於報告期內,本集團於香港並無應課稅溢利,故而毋須繳納任何香港利得稅。於報告期內,香港利得稅率為16.5%。

根據《中國企業所得稅法》(「《所得稅法》」),本集團的中國附屬公司於報告期內的企業所得稅率為25%。

根據相關中國所得稅法,本集團的附屬公司寶寶樹(北京)信息技術有限公司(「**寶寶樹信息**」)自二零一六年起獲認證為北京高新技術企業,有權享有15%的優惠所得稅率。寶寶樹信息現時所持有的高新技術企業認證將於二零二二年十二月一日屆滿。

海外附屬公司的稅項按相關國家當前的適用稅率繳納。

(ii) 不可扣稅開支及虧損主要指超逾扣減上限的不可扣減其他的開支或虧損(例如業務招待費、捐款、等等)。

8 每股虧損

(a) 每股基本虧損

每股基本虧損乃按本公司股權持有人應佔虧損人民幣470.3百萬元(二零一九年：人民幣493.9百萬元)及普通股加權平均數1,661,340,000股(二零一九年：1,677,900,000股)計算，計算如下：

(i) 本公司股權持有人應佔虧損

	二零二零年	二零一九年
	人民幣千元	*人民幣千元*
本公司股權持有人應佔虧損	**(470,262)**	(493,896)

(ii) 普通股的加權平均數

	二零二零年	二零一九年
	千股	*千股*
於一月一日已發行的普通股	**1,668,910**	1,688,488
普通股回購與註銷的影響	**(7,570)**	(10,588)
於十二月三十一日的普通股的加權平均數	**1,661,340**	1,677,900

(b) 每股攤薄虧損

每股攤薄虧損乃透過調整已發行普通股加權平均數(假設所有潛在攤薄普通股轉換)而計算。

由於二零二零年及二零一九年並無已發行潛在攤薄股份，故二零二零年及二零一九年的每股基本溢利與每股攤薄溢利之間並無差異。

9 於聯營公司的權益

下表僅載列重大聯營公司的詳情，該公司為一間非上市企業實體，並無市場報價：

公司名稱	註冊成立／成立地點及日期	已發行及繳足股本詳情	所佔擁有權權益比例 本集團的實際權益	由本公司持有	由附屬公司持有	業務類型	主要業務
Vivoiz Healthtech Private Limited（「**Vivoiz**」）	印度，德里 二零一六年 一月五日	13,117股股份	10.81%	–	10.81%	有限公司	經營社交網絡

上述聯營公司使用權益法於合併財務報表入賬。

根據相關的股東協議，本集團於該公司董事會五名董事中可委任一名董事，對Vivoiz有重大影響，因此，本集團把Vivoiz視為聯營公司。

下文披露重大聯營公司Vivoiz的財務資料概要(已就會計政策的任何差異作出調整)及與合併財務報表所載賬面金額的對賬：

	二零二零年 ***人民幣千元***	二零一九年 *人民幣千元*
流動資產	**7,556**	25,940
非流動資產	**7,413**	300
流動負債	**(3,815)**	(4,462)
非流動負債	**(4,206)**	–
收入	**264**	–
年度虧損	**(12,686)**	(26,537)
年度其他全面(開支)／收入	**(1,349)**	223
年度全面開支總額	**(14,035)**	(26,314)
年內自聯營公司收取的股息	**–**	–

9 於聯營公司的權益(續)

上述財務資料概要與合併財務報表內確認於Vivoiz權益的賬面金額的對賬如下：

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
聯營公司的資產淨值	**6,948**	21,778
本集團於Vivoiz的擁有權權益份額	**10.81%**	10.81%
本集團應佔的聯營公司資產淨值	**751**	2,354
商譽	**14,626**	15,638
本集團於Vivoiz權益的賬面金額	**15,377**	17,992

並非個別重大聯營公司的彙總資料：

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
合併財務報表中個別非重大聯營公司之賬面值總額	**27,356**	31,476
本集團應佔該等聯營公司經營業務虧損總額	**(1,680)**	(9,543)
年度其他全面收入	**–**	–
全面開支總額	**(1,680)**	(9,543)

10 其他金融資產

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
以公允價值計量且變動計入當期損益的投資		
非流動部分		
－非上市權益證券	**190,000**	163,008
－債券	**136,889**	42,825
	326,889	205,833
流動部分		
－債券	**457,311**	13,944
－理財產品	**193,049**	571,398
	650,360	585,342
總計	**977,249**	791,175

11 合同資產及合同負債

(a) 合同資產

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
合同資產		
－履行廣告合同所產生	**8,835**	12,546
減：虧損撥備	**(707)**	(125)
	8,128	12,421

本集團有權在廣告服務完成時獲取對價，於二零二零年及二零一九年十二月三十一日該等合同有關廣告服務的責任仍在履行中。本集團於報告期末的合同資產將會在未來十二個月內變現，因為與廣告客戶的原始合同期限始終為一年內。

(b) 合同負債

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
合同負債		
廣告	**3,781**	1,385
電商	**2,609**	826
	6,390	2,211

影響所確認合同負債金額的典型付款條款如下：

本集團於在線自訂廣告訂立前取得保證金。該保證金確認為合同負債，直至本集團展示了該廣告為止。

本集團向客戶交付貨物之前會向客戶收取貨物的代價總額。合同負債確認直至客戶佔有並接受貨物為止。

合同負債的變動

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
於一月一日的結餘	**2,211**	5,012
因於年內確認計入期初合同負債的收益而導致合同負債減少	**(1,458)**	(4,186)
因年內收取保證金而導致的合同負債增加	**5,637**	1,385
於十二月三十一日的結餘	**6,390**	2,211

12 貿易應收款項

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
應收第三方款項	**171,161**	226,586
應收關聯方款項	**28,282**	31,054
減：虧損撥備	**(115,268)**	(66,764)
	84,175	190,876

賬齡分析

截至各報告期末，貿易應收款項基於發票日期並扣除虧損撥備的賬齡分析如下：

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
六個月以內	**82,796**	81,993
六個月至一年	**1,289**	80,044
一至兩年	**90**	28,839
	84,175	190,876

與客戶協定的信貸期一般為於出票日期起計30至90天或發佈廣告日期後60至120天。並無就貿易應收款項收取利息。

13 貿易應付款項

	二零二零年 *人民幣千元*	二零一九年 *人民幣千元*
應付第三方款項	**19,946**	12,493
應付關聯方款項	**336**	1,167
	20,282	13,660

13 貿易應付款項(續)

截至各報告期末，貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	二零二零年 ***人民幣千元***	二零一九年 *人民幣千元*
六個月以內	**10,682**	10,047
六個月至一年	**1,639**	2,920
一至兩年	**7,662**	326
兩年以上	**299**	367
	20,282	13,660

14 應計及其他應付款項

	二零二零年 ***人民幣千元***	二零一九年 *人民幣千元*
應付商家款項	**17,053**	7,165
應付關聯方款項	**19,463**	23,683
應付工資	**3,472**	8,789
應付税項及徵費	**4,143**	4,556
其他應付款項	**41,726**	37,323
	85,857	81,516

所有應計及其他應付款項預計將於一年內結算或於損益中確認或按要求償還。

15 資本、儲備及股息

(a) 股本及溢價

	普通股數目	**股本** *人民幣千元*	**溢價** *人民幣千元*
於二零一九年一月一日	1,688,488,109	1,172	7,965,788
普通股購回及註銷	(19,577,500)	(14)	(73,314)
於二零一九年十二月三十一日及二零二零年一月一日	1,668,910,609	1,158	7,892,474
普通股購回及註銷	(6,909,000)	(5)	(10,847)
於二零二零年十二月三十一日	1,662,001,609	1,153	7,881,627

於二零一九年十一月二十八日，本公司註銷於二零一九年購回的19,577,500股普通股。

於二零二零年六月三日，本公司註銷6,909,000股普通股，當中6,039,000股為於二零一九年購回，870,000股為於二零二零年購回。

15 資本、儲備及股息(續)

(b) 股息

年內,本公司並無向其權益股東宣派或支付股息(二零一九年:無)。

(c) 庫存股份

	股份數目	*人民幣千元*
於二零一九年一月一日	**–**	–
將予註銷的已購回股份	**25,616,500**	83,473
註銷庫存股份	**(19,577,500)**	(73,328)
於二零一九年十二月三十一日及二零二零年一月一日	**6,039,000**	10,145
將予註銷的已購回股份	**2,160,000**	1,870
註銷庫存股份	**(6,909,000)**	(10,852)
於二零二零年十二月三十一日	**1,290,000**	1,163

於截至二零二零年及二零一九年十二月三十一日止年度,本公司透過香港聯合交易所有限公司回購其自身普通股如下:

年/月	已回購股份數目	每股已付最高價格 *港幣*	每股已付最低價格 *港幣*	已付總代價 *港幣千元*
二零二零年四月	2,160,000	1.03	0.83	2,047
二零一九年五月	7,450,000	5.34	4.41	36,740
二零一九年六月	7,292,500	4.90	4.65	35,054
二零一九年九月	4,774,500	2.42	2.13	11,104
二零一九年十月	60,500	2.21	2.17	133
二零一九年十一月	5,020,000	1.97	1.79	9,469
二零一九年十二月	1,019,000	1.88	1.75	1,841
	25,616,500			94,341

回購受上市規則第十章規管。回購股份的已付總額港幣2.0百萬元(二零一九年:港幣94.3百萬元)(相當於約人民幣1.9百萬元(二零一九年:人民幣83.5百萬元))乃全數自資本撥付。已購回股份總數中6,909,000股(二零一九年:19,577,500股)股份被註銷及本公司的已發行股本相應削減691美元(二零一九年:1,958美元)(相等於約人民幣4,799元(二零一九年:人民幣13,599元))。

16 比較數字

若干比較數字已重新分類以符合本年度之呈列。本公司董事認為,有關呈列能夠更好地反映本集團的財務表現。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二零年十二月三十一日止年度，本公司以總代價港幣2,047,000元於聯交所購回合共2,160,000股本公司股份。購回股份乃董事為本公司的利益及為其股東創造價值而作出。於二零二零年十二月三十一日，於截至二零二零年十二月三十一日止年度購回的870,000股購回股份及於截至二零一九年十二月三十一日止年度購回的6,039,000股購回股份已被註銷。於二零二一年三月二十二日，於截至二零二零年十二月三十一日止年度購回的1,290,000股購回股份已被註銷。

除上文所披露者外，於截至二零二零年十二月三十一日止年度內，概無本公司或其任何附屬公司已購買、出售或贖回本公司任何其他上市證券。

遵守企業管治守則(「企業管治守則」)

本公司致力維持及提升嚴格的企業管治。本公司企業管治原則旨在推廣有效的內部控制措施，強調公司業務在各方面均能貫徹嚴謹的道德標準、透明度、責任及誠信操守要求，並確保所有業務運作均符合適用法律及法規以及增進董事會工作的透明度及加強對所有股東的責任承擔。本公司已應用上市規則附錄十四所載企業管治守則所載的原則。

董事會認為，於截至二零二零年十二月三十一日止年度，本公司已遵守企業管治守則所載的大部分守則條文，除了下文中解釋的對守則條文第A.2.1條的偏離。

企業管治守則的守則條文第A.2.1條規定主席與行政總裁的職務須分開且不得由同一人擔任。於截至二零二零年十二月三十一日止年度及直至二零二一年一月二十日，董事會主席(「**主席**」)及本公司行政總裁(「**行政總裁**」)由王懷南先生擔任。鑒於王先生的經驗、個人資歷及其於本公司擔任的職務，以及王先生自我們開展業務以來一直擔任行政總裁一職，董事會認為，王先生擔任主席並繼續擔任行政總裁，有利於本公司的業務前景及營運效率。儘管這將構成偏離企業管治守則的守則條文第A.2.1條，董事會認為該架構將不會影響董事會及本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會將作出的決策須經至少大多數董事批准；(ii)王先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，這些責任要求(其中包括)其應為本公司的利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本公司作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權責平衡，這些人才會定期會面以討論影響本公司營運的事宜。此外，本公司的整體戰略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。

為進一步完善本公司的企業管治及符合企業管治守則守則條文第A.2.1條以及為更好地專注於本公司的發展戰略，王先生已於二零二一年一月二十日辭任本公司行政總裁一職，但繼續擔任主席。潘志勇先生已於二零二一年一月二十日獲委任為執行董事兼行政總裁。

遵守《董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**標準守則**」)作為本集團有關董事證券交易的行為守則。在向本公司全體董事作出特定查詢後，全體董事確認，於截至二零二零年十二月三十一日止年度，其已嚴格遵守標準守則。

如企業管治守則之守則條文第A.6.4條所述，董事會亦已採納不低於標準守則的書面指引(「**僱員書面指引**」)規範可能擁有本公司有關本公司證券之未公開內幕消息的相關僱員的所有交易。於截至二零二零年十二月三十一日止年度，經合理查詢後並無發現本公司相關僱員未遵守僱員書面指引之事件。

審核委員會及財務報表審閱

本公司已遵照企業管治守則成立審核委員會(「**審核委員會**」)並制定書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即陳廣壘先生(主席)、俞德超先生及Zhang Hongjiang先生(其中陳廣壘先生擁有相應的專業資格及會計及相關的財務管理專業知識)。審核委員會的主要職責為協助董事會對本集團財務資料的完整性、準確性及公允性，以及本集團營運及內部監控的效率及成效進行獨立審核。

審核委員會已審閱本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度的經審核財務報表。審核委員會亦已討論與本公司所採納的會計政策及實踐有關的事宜，及與高級管理層成員和本公司核數師天職香港會計師事務所有限公司(執業會計師)(「**核數師**」)討論內部控制事宜。根據該審閱及與管理層和核數師進行的討論，審核委員會信納本集團的經審核合併財務報表乃根據適用會計準則編製，且已公平呈列本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度的財務狀況和業績。

核數師的工作範圍

核數師已就本集團初步公告所載於二零二零年十二月三十一日的合併財務狀況表、截至二零二零年十二月三十一日止年度的合併損益表、合併損益及其他全面收入表及相關附註所載數字，與本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度的經審核合併財務報表所截的數額對賬。核數師根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港相關服務準則第4400號「接受委聘進行有關財務資料的協定程序」及參考應用指引第730號(修訂本)「有關年度業績初步公告的核數師指引」進行核數工作。核數師就此履行的工作並不構成根據香港核數準則、香港審閱準則或香港核證準則所進行的核證，因此，核數師並不對本公告發表任何核證意見。

發佈年度業績公告及年度報告

本年度業績公告將於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(ir.babytree.com)發佈。本公司截至二零二零年十二月三十一日止年度的年度報告載有上市規則規定的所有資料，將適時寄發予本公司股東及於上述網站發佈。

致謝

本人僅代表寶寶樹集團全體成員向所有用戶致以衷心的感謝。本人亦謹此感謝全體員工及管理團隊在日常工作中彰顯寶寶樹的核心價值，以專業、誠信及奉獻精神執行本集團的戰略。本人亦感謝股東及利益相關者從不間斷的支持與信任。我們將致力提供全面的優質服務和產品，以更好地滿足年輕家庭的各種需求。

承董事會命
寶寶樹集團
主席
王懷南

香港，二零二一年三月三十日

於本公告日期，董事會由執行董事徐翀先生及潘志勇先生；非執行董事王懷南先生、錢順江先生、高敏先生、王長穎先生、吳穎先生及Christian Franz REITERMANN先生；及獨立非執行董事陳廣壘先生、俞德超先生、夏弘禹先生及ZHANG Hongjiang先生組成。