

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份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。



## 截至2025年12月31日止年度之年度業績公告

董事會欣然公佈本集團截至2025年12月31日止年度之經審計綜合業績，連同截至2024年12月31日止年度之比較數字。本集團業績已經審核委員會審閱。

本集團截至2025年12月31日止年度之經審核綜合年度業績連同2024年同期之比較數據如下：

### 財務業績摘要

	截至12月31日止年度		同比變動 增加／(減少)
	2025年	2024年	
	(百萬港元，百分比除外)		
收益	11.68	113.31	(89.69)%
毛利	5.21	1.05	396.19%
本公司擁有人應佔年內虧損	(161.92)	(1,068.48)	(84.85)%
淨虧損率	(1,386.30)%	(942.97)%	(443.33) <sup>(1)</sup>
每股虧損			
— 基本 (港幣分)	(6.83)	(45.05)	(84.84)%
— 攤薄 (港幣分)	(6.83)	(45.05)	(84.84)%

附註：

(1) 百分點變動。

本集團截至2025年12月31日止年度之經營資料摘要連同2024年同期之比較數據如下：

## 經營資料摘要

	於12月31日或		同比變動 增加／(減少)
	截至12月31日止年度 2025年	2024年	
<b>AI營銷業務(原算法營銷業務)</b>			
國內短視頻電商營銷交易 流水(百萬港元)	–	22.04	(100)%
互娛產品營銷實現的計費行為 數量 <sup>(1)</sup> (千次)	–	24,242	(100)%
平均每個計費行為實現的收入(港幣元)	–	2.46	(100)%
<b>AI海外營銷業務(原海外電商 商品銷售業務)</b>			
銷售額(百萬港元)	<b>3.38</b>	32.80	(89.70)%
<b>文化業務</b>			
銷售額(百萬港元)	<b><u>5.56</u></b>	<b><u>2.50</u></b>	<b><u>122.40%</u></b>

附註：

(1) 指實現的用戶計費行為合計數量，包括點擊、下載安裝、充值付費等。

## 公司簡介

回首2025年，數字經濟與AI (artificial intelligence, 人工智能) 的深度融合引發了精準營銷生態的根本性變革，下游流量平台 (抖音、微信等) 全面AI化，行業洗牌加速，本集團傳統業務面臨嚴峻承壓。轉型成為應對行業變革、避免業績持續下滑的唯一出路。面對市場格局的劇烈更迭，本集團主動深耕底層技術變革，將業務邏輯由傳統用戶標籤與流量匹配，全面升級為AI智能營銷Agent、GEO (Generative Engine Optimization, 生成引擎優化)，即優化內容在AI檢索中的曝光權重，搶佔AI時代流量入口、AIGC多模態內容生產三大核心技術體系的深度融合。

本集團已完成自有算力建設、AI營銷模型知識庫搭建，並針對AI海內外營銷、數字資產等核心業務場景開展大規模垂直領域模型訓練，打破傳統算法對存量數據的依賴，構建以AI營銷技術為核心的競爭壁壘，全面實現了從「算法驅動」向「垂類AI營銷模型與生成式技術驅動」的戰略升級，為後續收入規模增長和盈利奠定基礎。

### 流量平台規則變化及技術轉型

本集團深刻洞察到下游流量平台 (如抖音、微信等) 營銷規則的本質改變 — 平台標籤體系從「靜態檔案式」全面轉向「動態+多模態實時捕捉」，AI已全面接管人群圈選與創意優化環節，傳統代理依賴的「手動標籤／基礎算法」模式已徹底失去競爭力，若不及時轉型，將被行業快速淘汰。在此背景下，本集團下決心推進技術轉型，全面適配平台AI生態，搶佔行業轉型先機。

基於上述行業變革與自身發展需求，本集團完成三大核心技術轉型，全面適配平台AI生態，形成差異化競爭優勢，具體如下：

#### 1. 全面升級AI營銷算法，適配平台新規則 (核心成果：投放效果重回最優，助力業績改善)

採用「開源基座+自有營銷數據訓練垂類模型」路線，對自有營銷平台進行全鏈路AI化改造，實現動態多模態標籤匹配、智能投放、全域協同優化、實時效果追蹤的自動化運行，全面適配平台AI廣告規則，讓投放效果重回平台最優解區間，有效提升客戶投放廣告轉化率、降低營銷成本，為本集團業績改善提供核心支撐。

## 2. 重構AIGC內容生產體系，實現算力驅動創作

自主研發適配主流流量平台的AIGC引擎，實現推廣文案、短視頻素材、短劇宣發內容、創意素材的秒級批量生成，內容生產由「人力驅動」全面升級為「算力驅動」，較傳統人力創作效率指數級提升，大幅降低內容生產成本，可充分支撐平台AI生態下大規模、高效率、高質量的內容供給需求，為短劇、潮玩等增量賽道提供核心技術支撐。

## 3. 構建GEO生成引擎優化能力，搶佔AI時代流量入口（核心優勢：同行難以複製，構築技術壁壘）

前瞻性佈局GEO技術－區別於行業普遍佈局的AIGC內容生產，GEO是AI時代流量入口爭奪的核心，本集團通過專有技術框架，可有效優化客戶內容在AI生成結果中的權重與可信度，幫助客戶搶佔AI對話時代的流量高地。此舉與AIGC技術形成雙核心技術壁壘，進一步延伸為「AI營銷+AIGC+GEO」三重壁壘，同行難以複製，為短劇、潮玩、品牌營銷等增量業務提供獨特競爭優勢。

通過本次技術轉型，本集團已完成從傳統算法投放向AI全域智能營銷的全面升級，真正實現技術底座重構、業務邏輯AI化、內容生產智能化，成為行業內率先完成AI化適配的營銷科技集團，既規避了傳統業務被淘汰的風險，也為後續搶佔高增量賽道、實現盈利增長築牢了技術根基，長期競爭力顯著提升。

## 三大技術協同及核心優勢

本集團不僅完成AI底層能力升級，更前瞻性佈局了GEO技術，這也是本集團區別於同行的核心差異化優勢。當前，搜索引擎及各類流量入口已全面向生成式AI轉型，傳統流量運營模式已完全無法適應新環境，而GEO技術正是本集團搶佔下一代流量核心賽道、構築長期競爭壁壘的關鍵支撐，可為股東帶來持續的技術紅利。

### 1. GEO技術：幫助客戶佔據AI時代流量高地，提升本集團業務競爭力

隨着流量入口向生成式AI轉移，誰能掌握AI檢索中的曝光權重，誰就能佔據行業主動。本集團通過專有技術框架，可有效優化客戶品牌內容在AI檢索中的提及權重與可信度，幫助客戶在AI對話時代穩穩佔領流量高地，進而提升本集團客戶黏性與業務收入，為股東創造更多價值。

## 2. AIGC多模態能力：支撐多業務協同發展，挖掘增量盈利空間

本集團已構建文本、圖像、視頻、劇本、數字人全場景內容生成體系，具備跨語種、跨文化實時內容生產能力，不僅可支撐國內短劇、全域營銷業務，更名為海外業務（短劇出海、非3C品類推廣）、數字資產運營提供強大技術支撐，實現多業務協同發展，挖掘更多增量盈利空間。

## 3. AI智能營銷體系：實現精準轉化，保障業務盈利潛力

本集團搭建全域用戶畫像、智能投放優化、實時效果追蹤、動態複盤迭代的完整AI營銷體系，可實現精準觸達目標用戶、高效提升轉化效率、優化營銷成本，且效果可量化、可追溯，在行業全面AI化變革中保持技術同步與領先，有效保障本集團業務的盈利能力。

依托領先的「AIGC+GEO」技術組合拳，疊加完善的AI智能營銷體系，本集團主動調整上游客戶結構，實現了業務重心向高增量、高毛利賽道的戰略遷移，形成同行難以複製的技術壁壘，為長期盈利增長提供堅實保障。

## 業務佈局及增量突破

面對市場格局的更迭，本集團果斷調整資源分配，堅持「存量維穩、增量突破」的戰略，既保障短期現金流穩定，也全力挖掘長期增長潛力，具體業務佈局如下（均已落地，成效初顯）：

### 1. AI營銷（原國內算法營銷業務）：存量保現金流，增量拓盈利（未來核心盈利增長點）

存量業務：保留營銷代理、廣告代充值等成熟業務，穩定服務傳統客戶，保障本集團現金流基本盤，為技術研發與增量業務投入提供支撐。

增量業務：全面聚焦短劇、潮玩兩大高增長賽道（行業增速快、盈利空間大），依托GEO與AIGC技術捕捉流量紅利，已實現營銷效率與轉化率雙重提升，後續將持續加大投入，有望成為本集團核心盈利增長點，帶動業績持續改善。

## 2. AI海外營銷(原海外電商業務)：輕資產降風險，東南亞拓增量(低風險高潛力)

以AI模型全面賦能跨境業務，全面推進輕資產轉型(降低運營風險、提升盈利水平)，依托MARTOP平台與AI技術，聚焦短劇出海及高毛利非3C品類推廣，目前MARTOP平台已實現佣金收入，正重點挖掘東南亞等新興市場增長潛力(當地互聯網滲透率提升、消費需求旺盛)，未來將逐步擴大業務規模，貢獻穩定增量收入。

## 3. 文化業務：央企加持+技術賦能，開闢新盈利板塊(政策紅利加持)

在國家文化數字化戰略政策紅利加持下，本集團將繼續深化與央企混改公司保利樂享文娛科技的戰略協同，已落地「空兼」數字資產平台並實現商業化運營；同時積極佈局短劇及影視投資、AIGC內容製作、MCN及藝人經紀、文旅融合等領域，形成「技術賦能+ 資源加持」的雙輪驅動格局，開闢新的盈利板塊，為長期增長注入新動力。

## 4. 本集團以Open Claw智能體為核心的全域運營管理升級方案

本集團將全面對標行業頭部企業智能化轉型先進經驗，以Open Claw智能體為技術核心與數字底座，啟動覆蓋全業務鏈路、全運營環節、全管理維度的系統性升級，打造技術領先、自主協同、高效精益的新一代智能運營管理體系。本集團針對Token相關費用的投入規模，將成為研發費用支出中的重要組成部分。

## 未來展望

未來，本集團將持續以「精準營銷」為本公司不變的基因和使命，以AI技術為核心引擎，深化三大核心技術協同，聚焦短劇、潮玩、東南亞海外業務、文化業務四大高增量賽道，持續推進技術落地與業務拓展。結合當前轉型成效與行業趨勢，預計後續業績虧損將持續收窄，逐步實現盈利轉正；長期來看，依托難以複製的技術壁壘、央企資源加持及高增量賽道佈局，本集團有望在AI營銷賽道形成頭部優勢，持續提升盈利能力，切實為股東創造長期、穩定的投資回報。同時，本集團也將正視短期營收規模暫未回升的壓力，以轉型為契機，夯實業務基礎，為長期增長蓄力。

## 一、業務介紹

本集團基於十餘年技術積累，以海量營銷數據處理能力及算法模型研發能力為基礎，結合先進AI大模型，持續投入研發自有算力、自有AI模型知識庫及自有AI垂類模型，全面實現了從「算法驅動」向「垂類AI營銷模型與生成式技術驅動」的戰略升級。

在此基礎上，本集團圍繞三大核心業務板塊協同發展：AI營銷板塊為核心收入來源，涵蓋營銷代理、廣告代充值兩大原有存量業務，及短劇分銷、潮玩精準營銷兩大新興賽道業務，將AI智能營銷、GEO生成引擎優化與AIGC多模態內容生產三大核心技術體系深度融合，完成自有算力建設與AI營銷模型知識庫搭建，為客戶提供精準化、定制化的信息推廣服務；AI海外營銷板塊聚焦東南亞核心市場，依托自建電商平台MARTOP及AI智能營銷Agent，以輕資產模式構建全鏈路海外流量營銷生態，重點佈局短劇出海及高毛利非3C品類產品海外推廣；文化業務板塊依托與文化央企成立混合所有制改革公司－保利樂享文娛科技(北京)有限公司(以下簡稱「保利文娛科技」)，聚焦短劇及影視出品份額投資、AI數字資產確權、AIGC內容製作、MCN (Multi-Channel Network, 多頻道網絡) 及藝人經紀及文旅融合等核心領域，推動文化產業數字化升級。

三大板塊業務高度協同，AI營銷核心技術能力賦能海外業務拓展，AIGC內容製作能力貫穿短劇分銷與文化業務，共同構建本集團差異化競爭優勢。

### 1. AI營銷板塊(原國內算法營銷業務)

作為本集團核心收入支柱，AI營銷板塊整合原有存量業務與新興賽道業務。自2024年下半年啟動平台AI升級，於2025年完成自有平台AI適配升級，精準對接主流平台AI化運營規則，實現「存量維穩+增量突破」雙輪驅動。

## **(1) 原有存量業務：營銷代理、廣告代充值**

營銷代理：本集團傳統核心效果類營銷業務，依托自主研發的算法與數據標籤能力，為遊戲、網絡文學等傳統存量客戶搭建精準營銷橋樑。針對平台AI算法自動化、全鏈路廣告投放的行業變革，已完成自有平台AI算法及數據標籤體系迭代升級，適配動態+多模態標籤、AI全域協同投放等新要求。升級後持續服務傳統存量客戶，同時新增非字節系、非騰訊系流量渠道，提供流量優化、投放方案設計等服務。

廣告代充值：系針對傳統存量客戶的業務適配調整，並非全新拓展業務。依托與抖音、騰訊等主流流量平台的長期穩定合作關係，及成熟的資金結算、賬戶管理體系，為客戶提供便捷合規的廣告賬戶充值及配套基礎運營服務，以輕資產模式維持客戶黏性、穩定業務基本盤。目前已完成自有平台資金管理、賬戶對接模塊AI升級，服務效率與合規性顯著提升。

## **(2) 新興賽道業務：短劇分銷、潮玩精準營銷**

本集團重點佈局短劇、潮玩兩大高增長賽道，依托GEO與AIGC技術賦能，充分釋放流量價值，實現營銷效率與轉化率同步提升。

短劇分銷：作為2025年本集團重點拓展的增量核心業務，面向短劇製作機構等全新客戶群體，依托AI技術開展AIGC (artificial intelligence generated content, 人工智能內容)、真人劇／漫劇等分銷、短劇平台投流服務。已與保利系下屬影視製作公司－保利文娛科技、本集團參投企業－影漪視界、泰美玩具集團旗下天美文化及韓國知名IP (intellectual property, 知識產權) 動漫公司－星際互娛等達成合作意向或已簽署協議，聯合製作多類型中短劇，通過抖音等平台分銷推廣及投流，按實時投放效果確認收入，核心盈利來源為分銷收益及投流服務費。

潮玩精準營銷：針對潮玩行業全新客戶群體打造的AI驅動服務，聚焦Z世代消費偏好，通過AI用戶畫像分析、動態多模態標籤匹配、

定制化AIGC內容生成，為潮玩客戶提供新品推廣、精準流量投放、圈層營銷、直播輔助推廣等服務，依托核心算法實現廣告內容精準觸達，顯著提升曝光量、點擊率與轉化效率。

## 2. AI海外營銷板塊（原海外電商業務）

2023年底啟動業務戰略調整，本集團進一步明確轉型方向，採取以技術導向的輕資產化服務模式。2024年度聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流，實現交易模式的優化升級。2025年度處於技術過渡期，持續推進海外核心流量渠道拓展與佈局，完成與海外主流平台的接口對接及資源合作落地，聚焦自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及海外短視頻平台精準引流，實現交易模式升級，停止3C產品重資產貿易採購庫存模式，轉向基於交易額收取服務費的盈利模式，有效規避庫存減值風險，同時擴大平台SKU，豐富產品供應鏈，鞏固東南亞市場份額。

業務轉型與平台升級：聚焦東南亞核心市場，依托自主訓練的AI智能營銷Agent及本地化用戶消費大數據，打造一站式AI全域海外智能推廣平台，構建輕量化、高效率、規模化的海外運營體系。平台已深度打通TikTok、YouTube、Meta、X、Amazon等全球主流流量平台及東南亞本土社交、內容渠道，形成覆蓋公域傳播、社媒種草、話題引爆、流量承接、效果轉化的全鏈路營銷生態。

未來規劃：現階段客戶拓展尚處於初期階段，2026年及未來將依托平台沉澱的本地化數據與流量運營能力，重點佈局短劇出海，同時拓展高毛利非3C線上品類產品海外推廣服務，憑藉AI技術的內容產出、精準投放優勢，提供低成本、高適配的智能營銷解決方案，挖掘東南亞市場增量價值。

## 3. 文化業務板塊

2025年度全面整合保利文娛相關業務及原有文化娛樂內容業務，明確「AI賦能+央企資源+多元場景」的發展定位，摒棄此前效果不佳的傳統電影、電視劇業務。聚焦短劇及影視出品份額投資、AI數字資產確權、AIGC內容製作、MCN及藝人經紀及文旅融合等核心領域，實現戰略升級與高質量發展。

## (1) 短劇及影視出品投資

本集團依托與央企混改公司－保利文娛科技的文娛資源優勢，結合自身在短視頻領域多年深耕的經驗積累，對文化業務板塊進行戰略調整升級，聚焦短劇投資與影視出品、發行、承制全鏈條業務。作為最早佈局短視頻平台的企業之一，本集團已完成多部多類型短劇拍攝，積累了豐富的內容製作與運營經驗；而保利文化作為專業型文化央企，擁有雄厚的IP資源儲備、影視演藝人才資源及多元化內容製作能力，為業務開展提供堅實支撐。

2025年第四季度，本集團完成首批4部短劇的投資佈局，其中包括《不祭羅裙祭烽火》《重生主母，專治不服》《扶女帝上位》，正式切入高速增長的短劇內容賽道。但由於現階段業務處於投資培育期，內容變現及收入釋放尚未形成規模。同時，借助保利影業的電影行業全產業鏈佈局，保利文娛科技積極開拓影視作品出品、發行和承制業務，本集團充分發揮機制優勢參與其中，打造並豐富自有IP矩陣，以文化賦能產業發展，形成專屬流量集群，此前已先後參與出品、承制《你就在我身邊》《高樁獅妹》《澳門行動》《太空騎士》《又是充滿希望的一天》等多部影片。

## (2) AI數字資產確權

保利文娛科技與本公司、京東科技集團共同設計、研發的「保利文娛科技鏈」為「空兼」平台數據、數字資產發行提供底層區塊鏈技術支撐。本公司負責該平台的所有運營，包括IP (intellectual property，知識產權) 引進、客戶引進、平台推廣等具體業務。

「空兼」平台聚焦影視、文化、娛樂領域，開展虛擬藝術品、數字藝術品等數字資產的發行與銷售業務，通過上鏈確權實現文化藝術品、合作文化產品等資產的資本化轉化；同時提供客戶增值、消費探針等核心服務，依托版權保護與數字確權技術，以數據公開透明、不可篡改的特性保障業務合規性。未來，平台將進一步拓展虛擬人、元宇宙等多元數字業務場景，升級為多場景、多層次的綜合性數字服務平台。

在2025年度與貴州文化產權交易所合作發行《王陽明》舞劇數字資產，實現經典文化IP的數字化轉化。本次探索數字資產業務對外商業變現，共同推進數字資產價值賦能項目，為地方政府等客戶提供數字資產服務。

同時依託「保利文娛科技鏈」的技術與央企背書優勢，與首藏數字達成深度合作，為首藏數字「球星卡」數字藏品提供底層技術支持與存證解決方案，相關數字藏品已在「首藏」APP正式上線。

此外，面向各類市場及企業客戶開展數據資產與數字資產認證服務，憑藉區塊鏈技術的強安全、強確權特性，為數字資產、文化資產、行業數據等提供穩定的資產化確權服務，滿足市場對數據價值確認的核心需求。

2024年末，保利文娛科技完成首次數據資產入表，成為首例國有文化央企數據入表的成功案例，並已與深圳文化產權交易所簽訂戰略合作協議，共同推進數據資產價值賦能項目。

### (3) AIGC內容製作

基於自身數據算法能力及保利文化集團優質數字原生內容與IP資源，聚焦文娛領域AI垂類模型研發與應用，為文化娛樂產品的出品、發行、承制提供全流程AIGC技術服務，具體包括虛擬數字人定制、虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻生成、AIGC劇本創作、影視前期靜態與動態分鏡製作、後期特效研發等創新服務。聯合保利文娛科技開發全息顯示系統，實現AIGC技術與全息顯示的融合應用，結合自研數字人達成與用戶的即時交互，可廣泛應用於數字櫥窗、服裝行業、演出直播、博物館、展會等垂直領域，提供場景化數字文娛解決方案。

保利文娛科技與中國科技館展開深度合作，於2025年10月1日落地國家級VR (virtual reality, 虛擬現實技術) 沉浸藝術空間，打造達芬奇MR (mixed reality, 混合現實技術) 體驗空間、恐龍VR體驗空間及VR飛椅體驗空間三大運營場景。於2026年1月1日，保利文娛科技與天津科技館合作的國家級VR沉浸藝術空間也已向公眾開放。

在影視項目製作環節中，利用保利文娛科技的AIGC技術，實現了從前期創作到後期製作的全方位賦能，顯著降低了製作成本，同時提升了效率與質量。2025年本集團已將AIGC技術全面應用於影視項目製作，顯著降低成本並提升效率。保利文娛科技影視業務向中短劇及互動影游轉型這一技術突破，為本集團中短劇市場的拓展奠定了堅實基礎。

目前，已與字節跳動達成合作，聯合開發由番茄小說IP《不祭羅裙祭烽火》改編的精品短劇項目。同時，保利文娛科技出品影遊聯動項目《我打不過漂亮的她們》已於2025年11月正式上線。

#### (4) MCN (Multi-Channel Network, 多頻道網絡) 及藝人經紀

本集團依托保利文娛的央企背景優勢與保利文化20餘年影視行業深耕積累，整合雙方資源打造「內容運營+藝人孵化」的協同業務體系，涵蓋MCN運營與藝人經紀兩大核心板塊。

在MCN業務方面，建立全國領先的央企MCN國家隊，重點簽約短道速滑冠軍－武大靖及羽毛球世界冠軍－梁偉鏗等符合國家意識形態、為社會作出突出貢獻的正能量達人；基於對短視頻平台興趣算法推薦機制的深度研究，為旗下達人定制新穎內容並打造專屬人物標籤，通過多賬號聯動構建內容矩陣，形成「MCN提供流量支持+達人助力商業變現」的雙向依托模式，持續擴大行業影響力與核心競爭力。

在藝人經紀業務方面，憑藉豐富的影視、綜藝、媒體及品牌客戶資源，為簽約藝人提供全方位職業規劃與發展支持，2025年成功簽約羽毛球世界冠軍－梁偉鏗；通過專業商務經紀與執行經紀團隊，結合藝人市場定位、形象特質等因素，為客戶匹配合適藝人資源，同時為藝人對接影視拍攝、商業活動、媒體宣傳等多元合作機會，已參與《竹馬老闆太欠揍》《脫困》《情感反詐模擬器》《曼波奇緣》《幽宅奇譚》《江山為聘》《山村怪談》《戲夢情緣》《偏要愛你》《秋葉落無聲》《窈窕有期》等多部影視項目拍攝，及搜狐時尚盛典、北京時裝周、騰訊視頻綜藝《下一順位是她》、咪咕視頻綜藝《國風芳華錄》、央8綜藝《劇說很好看》、愛奇藝《青春環遊記》、第三屆全國羽毛球總決賽解說、中國羽毛球大師賽解說、亞洲羽毛球精英巡回賽嘉賓、2025微博競燃之夜、2025天王杯國際羽毛球公開賽、2025體壇榮耀之夜、非凡中國美－萬寧站推廣、抖音粵旅玩家－請到廣東過大年等各類大型活動，助力藝人職業發展與商業價值提升。

## (5) 文旅融合

基於保利文化豐富的政府及國央企資源，本公司領先的新媒體數字營銷能力，文娛科技業務充分利用雙方優勢，為政府、國央企、民營企業提供線上新媒體運營、電商助力、城市形象宣傳等營銷業務，致力於將傳統宣傳內容與數字相結合，提高宣傳穿透性，擴大影響力。目前已拓展一系列國央企、政府品牌客戶。承制雲南昭通創業者紀錄片《昭商天下》、保利國際警示教育片《手套》等。

保利文娛科技基於自身政府關係、文化資源、影視製作和科技賦能文旅能力、宣傳營銷能力，拓展文旅業務。主要聚焦於地方文旅宣傳推廣服務、活動承辦服務、文旅策劃運營等。2025年為山西榆次老城提供前期文旅策劃服務，出品贊皇文旅宣傳微短劇項目《借一百天來愛你》上線熱播，以創新短劇形式助力地方文旅宣傳。

同時成功落地雲南省昭通市魯甸縣朱提銀文化館數字打卡牆項目，通過定制4套朱提銀歷史數字人，並部署全息艙一體機，打造探訪「千年銀都」文化根脈的地方文旅網紅打卡點，「央企+地方」的創新文旅幫扶模式，助力鄉村振興。

## 二、我們所在的行業

### 1. AI全域營銷賽道：技術重構行業生態

主流流量平台全面AI化推動行業迎來結構性變革，標籤體系從「靜態」升級為「動態+多模態」，投放邏輯轉向「AI全域協同」，數據合規與精準匹配成為核心競爭力。本集團深耕的AI營銷領域，正成為連接客戶需求與平台流量的關鍵樞紐，尤其是短劇、潮玩等新興賽道的營銷需求爆發，為具備AI算法適配能力、全鏈路服務能力的企業提供了廣闊市場空間。同時，AI技術與營銷場景的深度融合，催生AIGC創意生成、動態出價優化等新型服務形態，行業進入「技術賦能效率」的高質量發展階段。

## 2. 海外輕資產出海賽道：東南亞市場潛力釋放

東南亞地區憑藉年輕人口結構、互聯網高滲透率、消費升級趨勢及《區域全面經濟夥伴關係協議》(RCEP)政策紅利，成為全球跨境電商與數字服務的核心增長極。隨著海外短視頻平台商業化進程加速，「內容+流量+交易」的生態閉環逐步形成，輕資產、技術驅動的出海服務模式更具競爭力。行業焦點從傳統重資產貿易轉向精準流量運營、本地化內容適配、高毛利品類推廣，與本集團AI海外營銷的轉型方向高度契合，為短劇出海、非3C類線上品類推廣等業務提供了肥沃的市場土壤。

## 3. 文化數字化賽道：政策與技術雙輪驅動

在國家文化產業數字化建設政策指引下，文化與科技融合成為行業核心趨勢，數字資產入表、區塊鏈確權、AIGC內容生產等領域迎來快速發展期。短劇作為新興文化內容形態，憑藉製作週期短、變現效率高、用戶基數大的優勢，市場規模持續高速增長；數字資產、文旅融合、MCN等細分領域在央企資源加持與技術創新驅動下，合規化、規模化發展特徵顯著，行業整體從「內容供給」向「價值深耕」轉型，為本集團文化業務的多元佈局提供了良好的政策環境與市場機遇。

# 三、我們所在的概念板塊

## 1. Web3.0及數字資產板塊

本集團依托保利文娛科技的Web3.0業務佈局，依托央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，開展「空兼」平台的中台運營、IP孵化及數字資產發行等業務。Web3.0致力於構建基於區塊鏈技術、用戶主導的去中心化網絡生態，數字資產作為其核心價值要素，在AI大量產出AIGC內容的當下，數據源與數字資產本身已成為稀缺資源，價值持續增長。

本集團基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明、不可篡改的形式，向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產，並已成功完成首例國有文化央企數據資產入表。隨著國內數據資產入表政策持續推進，企業經營數據、文化數據及數字內容的價值確權需求快速增長，央企自有區塊鏈的強安全、強背書優勢將進一步凸顯，為本板塊業務持續擴張提供有力支撐。

## 2. 影視娛樂板塊

本集團依托保利文娛科技的央企影視資源優勢，積極開展影視娛樂產品出品、發行及承制業務，並推進藝人、網紅達人IP孵化與經紀業務。借助AIGC技術全面賦能影視製作全流程，從前期創意策劃到後期特效製作實現降本提效，助力影視業務向中短劇、互動影游等新興內容形態轉型升級。

短劇賽道具備製作週期短、發行速度快、競爭格局相對分散的顯著特點，市場規模高速增長，發展潛力廣闊。本集團已完成多部多類型短劇拍攝，並於2025年第四季度完成首批4部短劇投資佈局；影游聯動項目《我打不過漂亮的她們》已於2025年11月正式上線。影視文化及娛樂內容在移動互聯網平台持續聚集大量用戶流量，宣發、商業化變現及影游聯動等業務領域潛力巨大，本集團將持續深耕這一賽道，構建自有IP流量矩陣，提升內容變現能力。

## 3. 短視頻及短劇概念板塊

短視頻已成為當前信息傳播的主要形式，國內外主流短視頻平台是本集團算法營銷、海外電商等核心業務的主要流量渠道。隨著移動互聯網用戶在線時長持續增長，短視頻平台的流量聚集效應持續凸顯，為算法營銷、電商引流及海外業務拓展提供廣闊市場空間。

短劇賽道方面，2024年互聯網短劇市場規模達505億元，四年增長136倍，2025年預計達634億元，用戶規模達6.96億，佔全國網民超六成（數據來源：啟信寶《2025短劇行業觀察報告》，2025.12）。本集團深耕短視頻領域多年，已完成多部多類型短劇拍攝，積累豐富經驗。受遊戲版號及付費文學監管持續收緊影響，本公司傳統互娛營銷客戶賽道承壓，本公司已將短劇業務列為核心增長領域重點佈局，依托AIGC技術賦能短劇生產及發行全流程，聯合影漪視界、保利系影視公司、星際互娛等優質合作夥伴，探索規模化、高效化的AI驅動影視內容發行體系，目標打造行業領先的AI影視發行商。

## 四、我們的優勢

### 1. 技術迭代與行業適配的先發優勢

本集團深耕算法與AI技術十餘年，形成從數據標籤體系、垂類模型訓練到全鏈路服務的完整技術能力。面對平台AI升級變革，率先完成自有平台適配改造，構建動態+多模態標籤體系與AI全域協同投放能力，實現與抖音、微信等頭部平台的技術同步；AIGC技術在短劇製作、創意生成、精準營銷等場景的深度應用，形成顯著降本增效優勢，技術實力成為業務穩定與增量突破的核心支撐。

### 2. 央企協同與合規經營的資源優勢

通過與保利文化集團成立混改公司，本集團不僅獲得文化央企的優質IP資源、產業整合能力與政策背書，更率先實現國有文化央企數據資產入表的突破性成果，在數字資產確權、合規運營等領域建立先發優勢。依托央企自有區塊鏈技術，本集團在數據安全、合規備案等方面形成差異化競爭力，為拓展國央企客戶、佈局敏感型文化數字化業務提供了堅實基礎，有效降低政策與合規風險。

### 3. 業務協同與輕資產運營的模式優勢

本集團構建「AI營銷+AI海外營銷+文化業務」的協同生態，三大板塊共享AI技術、客戶資源與流量渠道，形成「國內增量+海外拓展+文化賦能」的增長閉環。同時，海外業務從重資產3C貿易全面轉向輕資產技術服務模式，AI營銷板塊聚焦高毛利新興賽道，文化業務依托央企資源輕量化運營，整體業務結構更趨健康，有效規避庫存減值、資金佔用等風險，提升抗週期能力與盈利質量。

### 4. 賽道佈局與客戶結構的增長優勢

本集團精準把握行業趨勢，在短劇分銷、潮玩營銷、短劇出海、數字資產等高增長賽道提前佈局，形成與傳統業務的互補；客戶結構實現「傳統存量客戶維穩+新興增量客戶突破+國央企客戶拓展」的多元格局，既保障了業務基本盤穩定，又打開了增量空間。尤其是與保利系、影瀾視界、首藏數字等優質夥伴的深度合作，為業務規模化擴張提供了充足動力。

### 5. 前瞻性佈局GEO技術優勢

區別於行業普遍佈局的AIGC內容生產，GEO是AI時代流量入口爭奪的核心，本集團通過專有技術框架，可有效優化客戶內容在AI生成結果中的權重與可信度，幫助客戶搶佔AI對話時代的流量高地。此舉與AIGC技術形成雙核心技術壁壘，進一步延伸為“AI營銷+AIGC+GEO”三重壁壘，同行難以複製，為短劇、潮玩、品牌營銷等增量業務提供獨特競爭優勢。

## 管理層討論及分析

- 本年度業績概覽

### AI營銷業務(原國內算法營銷業務)

本板塊為本集團2025年核心業務板塊，涵蓋營銷代理、廣告代充值兩大原有存量業務，以及短劇分銷、潮玩精準營銷兩大新興賽道業務。受行業AI化變革影響，本公司自2024年下半年起對自有平台進行全面AI升級改造，各業務在過渡期內收入出現階段性調整，預計升級完成後將全面恢復並持續拓展。

- **營銷代理及廣告代充值(原互娛及數字產品效果營銷)**

2025年度，本集團錄得營銷代理及廣告代充值(原互娛及數字產品效果營銷服務)收益1.88百萬港元，較去年同期的56.93百萬港元減少96.70%。收入下降主要原因：受行業算法變革影響，純效果類營銷服務空間收窄，本公司順應行業變革，依托與抖音、騰訊等主流平台建立的長期穩定合作關係，將算法營銷業務核心調整為廣告代充值服務，為傳統存量客戶提供廣告賬戶充值及配套基礎運營服務。該模式以輕資產方式維持與存量客戶的合作黏性，同時優化現金流管理，穩定業務基本盤。

- **短劇分銷(新興賽道)**

短劇分銷為本集團重點拓展的增量核心業務。互聯網短劇市場2024年規模達505億元，四年增長136倍，2025年預計達634億元(數據來源：啟信寶《2025短劇行業觀察報告》，2025.12)。本公司面向短劇製作機構等全新客戶群體，依托AI技術能力開展AIGC／真人劇分銷及短劇平台投流服務，目前已與保利系下屬影視製作公司、影漪視界、泰美玩具集團旗下天美文化、韓國知名IP動漫公司星際互娛等達成合作意向或簽署協議，聯合製作AIGC擬真、3D動漫及真人中短劇，通過抖音等平台進行分銷推廣，按實時投放效果確認收入。

- **潮玩精準營銷 (新興賽道)**

潮玩精準營銷為針對潮玩行業全新客戶群體打造的AI驅動精準營銷服務。潮玩賽道2024年市場規模同比增長58.3%，短視頻營銷相關需求增速達127%，Z世代消費佔比超70%（數據來源：艾瑞諮詢《2024中國潮玩行業消費趨勢報告》，2025.4）。本公司聚焦Z世代消費偏好，通過AI用戶畫像分析、動態多模態標籤匹配及定制化AIGC內容生成，為潮玩客戶提供新品推廣、精準流量投放、圈層營銷及直播輔助推廣等服務，已於2025年二季度起接入「首藏」（中國最大潮玩售賣平台）的營銷中台，為本公司AIGC營銷奠定客戶數據積累基礎。

## **AI海外營銷業務 (原海外電商業務)**

本板塊為本集團海外業務經戰略轉型後的核心運營板塊。自2023年底啟動轉型以來，本集團已全面停止原有以3C電子消費品為主的重資產貿易採購庫存模式，堅定轉向以技術為導向的輕資產AI精準營銷服務模式，聚焦東南亞核心市場，依托自建電商平台MARTOP及自主訓練的AI智能營銷Agent，構建輕量化、高效率的海外運營新體系。

2025年度，本集團錄得AI海外營銷業務收益為3.38百萬港元，較2024年度的32.80百萬港元減少89.70%。收入下降主要源於業務模式轉型的適應階段—2025年度本公司持續測試新的撮合交易模式，與重資產模式相比，輕資產模式下本公司不再承擔產品買斷、庫存管理及跨境物流等責任，有效規避庫存減值等運營風險，充分發揮本公司在AI算法營銷方面的核心優勢。在新運營模式下，本公司向供應商及經銷商收取佣金及服務費。

在流量平台佈局方面，本集團已深度打通TikTok、YouTube、Meta、X、Amazon等全球主流流量平台及東南亞本土主流社交、內容與流量平台，形成覆蓋公域傳播、社媒種草、話題引爆、流量承接、效果轉化的全鏈路營銷生態，為供應商與經銷商之間提供精準流量營銷服務，並基於交易額收取服務費。在業務模式轉型期間，本集團持續投資於MARTOP平台技術迭代、流量運營能力提升及供需兩端資源拓展。

展望未來，本板塊核心發展方向為短劇出海業務，依托國內短劇分銷積累的內容資源及AI製作能力，拓展短劇在東南亞市場的推廣發行；同時積極佈局高毛利非3C線上品類的海外推廣服務，憑藉自研AI技術的內容產出及精準投放優勢，持續挖掘東南亞市場增量價值。

## 文化業務

2025年度，本板塊依托保利文娛科技的央企文娛資源優勢，完成戰略調整與升級，摒棄此前效果不佳的傳統電影、電視劇相關業務，聚焦開展短劇及影視出品份額投資業務，同時推進數字資產、AIGC應用、文旅融合、MCN及藝人經紀等核心領域的多元化發展。本集團已於2025年第四季度完成首批4部短劇的投資佈局，切入高速增長的短劇內容賽道，現階段業務仍處於投資培育期，內容變現及收入釋放尚未形成規模。

在AIGC技術賦能方面，本集團與保利文娛科技深度合作，將AIGC技術全面應用於影視內容生產全流程，實現從前期創意策劃到後期製作的全方位賦能，顯著降低製作成本並提升效率與質量。保利文娛科技影視業務已向中短劇、互動影游等新興內容形態轉型，於2025年11月影游聯動項目《我打不過漂亮的她們》已正式上線。

在數字資產業務方面，「空兼」平台持續穩健運營，依托央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，為用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產，並成功完成首例國有文化央企數據資產入表。保利文娛科技與首藏數字合作推出的「球星卡」數字藏品已在「首藏」APP正式上線，數據存證及數字資產認證服務持續推進。

在數字營銷及文旅業務方面，本板塊為政府、央國企及民營企業提供新媒體運營及城市形象宣傳服務，已拓展中建集團、保利集團等央企品牌客戶，並於2025年為山西榆次老城提供前期文旅策劃服務；出品河北贊皇文旅宣傳微短劇項目《借一百天來愛你》；落地雲南昭通魯甸縣朱提銀文化館數字打卡牆項目。

在MCN及藝人經紀方面，本集團旗下央企MCN持續拓展，簽約運動員達人矩陣進一步擴大，2025年新簽約羽毛球世界冠軍梁偉鏗，旗下藝人積極參與多部影視項目拍攝及重要媒體宣傳活動。

- **研發進展**

2025年度，本集團研發投入主要由研發團隊人力成本及AI技術研發相關支出構成。2026年將加大研發相關支出，涵蓋AI模型訓練所需的數據採購費用及TOKEN消耗費用。研發方向重點聚焦以下三個核心領域：

- 一、**自有平台AI升級與算法迭代**

針對主流流量平台全面AI化的行業變革，本集團對自有精準營銷平台完成整體AI升級改造，核心包括：採用"開源基座+垂類模型訓練"路線，基於Llama 3、Qwen等開源大模型，結合多年積累的自有投放數據訓練營銷垂類小模型；將數據標籤體系從靜態單維標籤升級為動態多模態標籤，標籤數量從千級擴展至萬級，更新頻率從天級提升至實時／小時級；深度對接抖音巨量引擎、微信廣告等平台AI接口，適配AI全域協同投放的新要求，確保投放效果重回平台AI最優解區間。

- 二、**AIGC短劇內容製作能力建設**

本集團與影漪視界聯合搭建AI全流程內容生產工作流，推進AIGC在短劇製作全流程的落地應用，涵蓋AI劇本生成、文生圖、圖生視頻、AI輔助短劇生成及後期特效製作等核心功能，同時開發整合圖像、聲音與實時交互的AI擬人技術，顯著降低內容製作成本，為短劇分銷業務的規模化擴張提供技術保障。

- 三、**海外流量匹配模型優化**

針對東南亞海外短視頻平台，本集團持續優化流量投放模型，通過對目標人群性別、年齡、地域、興趣等多維度深度分析，構建動態標籤匹配系統，結合熱度趨勢與季節性因素進行二次建模，精準生成投放策略，提升海外業務流量獲取效率與轉化率。

研發投入節奏遵循前期高投入、逐年遞減的原則，待各核心模型趨於成熟後，研發重心將逐步轉向業務端動態優化，在業務執行過程中持續迭代模型，確保研發投入的合理性與高效性。

- **2026年業務發展方向**

- a. AI營銷板塊：完成升級，實現規模化收入**

2026年，本集團AI營銷板塊計劃成為核心增長引擎。營銷代理及廣告代充值原有業務完成平台AI升級改造後，將全面恢復服務傳統存量客戶；短劇分銷及潮玩精準營銷新賽道業務持續拓展，重點深耕互聯網短劇製作公司及潮玩平台兩大新興客戶群體，依托已接入首藏、保利文娛科技、影漪視界等核心客戶的營銷中台優勢，快速擴大客戶覆蓋，推動AI營銷業務收入盡早恢復至上市時水平。

- b. 積極拓展AIGC短劇發行業務**

本集團計劃於2026年及未來，將聚焦AIGC驅動的影視內容領域，依托抖音、紅果等頭部平台，與影漪視界聯合搭建AI全流程內容生產 workflow，實現AI短劇、AI動畫及影視特效製作的全流程解決方案，打造行業領先的AI影視發行商。

按季度推進：一季度完成AI生產流水線搭建、儲備10至15部內容並完成合規備案；二季度實現首批內容上線及營收突破；三季度實現AIGC降本效應及規模化投流，提升毛利率；四季度推出衍生品業務，達成年度業績目標。

**c. AI海外營銷板塊：聚焦短劇出海，拓展高毛利品類**

依托MARTOP平台及已建立的TikTok、YouTube、Meta、X、Amazon等全球主流平台流量生態，以國內短劇分銷積累的內容資源和AI製作能力為基礎，重點佈局短劇出海業務；同時積極尋找高毛利非3C線上品類進行拓展，推動海外業務從轉型期向盈利增長轉化。

**d. 文化業務板塊：短劇投資培育，深化央企合作**

持續推進已投資首批4部短劇的內容變現，擴大短劇及影視出品份額投資規模；借助保利文娛科技央企資源，推進數字資產商業化變現、Web3.0基礎設施建設及央國企客戶開發，探索新的盈利增長點。

**e. Open Claw智能體為核心的全域運營管理升級方案**

本集團將全面對標行業頭部企業智能化轉型先進經驗，以Open Claw智能體為技術核心與數字底座，啟動覆蓋全業務鏈路、全運營環節、全管理維度的系統性升級，打造技術領先、自主協同、高效精益的新一代智能運營管理體系。

- 財務回顧

### 收益

下表載列於所示期間我們按業務類別劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度			
	2025年	佔比	2024年	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
營銷代理及廣告代充值(原互娛及數字產品營銷)收益	1.88	16.10%	56.93	50.24%
國內電商產品營銷收益	–	–	20.88	18.43%
AI海外營銷(原海外電商商品銷售)收益	3.38	28.94%	32.80	28.95%
文化業務收益	5.56	47.60%	2.50	2.21%
其他業務收益	0.86	7.36%	0.20	0.17%
收益總計	<b>11.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>113.31</b>	<b>100.00%</b>

本集團收益由2024年度113.31百萬港元減少89.69%至2025年度的11.68百萬港元。該減少主要可歸因於(i)本集團對海外電商業務進行戰略調整，將以往的貿易採購庫存商品再進行海外銷售的重資產業務模式，轉變為基於興趣算法在海外短視頻平台上進行精準營銷服務的輕資產業務模式，聚焦於自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索及持續利用海外短視頻平台精準引流。2025年度，本集團在新業務模式下向供應商收取佣金或服務費；及(ii)互娛及數字產品營銷業務規模下降，收益按淨額法確認。

### 收益成本

本集團收益成本主要為項目投放平台的流量採購成本、商品採購成本及文化業務成本。收益成本由2024年度的112.26百萬港元減少94.23%至2025年度的6.48百萬港元，主要可歸因於本集團海外電商業務進行戰略調整，暫停商品採購，從重資產模式轉為輕資產模式，收益成本大幅下降。

## 毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的毛利明細：

	截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
	(百萬港元)	
營銷代理及廣告代充值(原互娛及數字產品營銷)		
毛利	1.88	12.38
國內電商產品營銷毛利	–	3.76
AI海外營銷(原海外電商商品銷售)毛利	3.38	(16.66)
文化業務毛利	(0.68)	0.48
其他業務毛利	0.63	1.09
	<hr/>	<hr/>
毛利總計	<u>5.21</u>	<u>1.05</u>

本集團2025年度實現毛利5.21百萬港元，較2024年度的1.05百萬港元增加396.19%。截至2025年12月31日止年度，本集團毛利率為44.61%，較截至2024年12月31日止年度的0.93%，增加43.68%。本集團毛利及毛利率的大幅增加乃主要由於互娛及數字產品營銷業務及海外電商業務正處於業務模式轉型，收益按照淨額法確認，影響毛利率變化。

## 其他收益及虧損

本集團其他收益及虧損由2024年度的虧損5.43百萬港元變為2025年度的虧損13.78百萬港元，乃主要由於(i)2025年產生匯兌損失淨額11.29百萬港元；(ii)非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損2.95百萬港元。

## 分銷及銷售開支

截至2025年12月31日止年度，本集團分銷及銷售開支約84.43百萬港元，較2024年度的913.58百萬港元減少90.76%，主要為2025年海外電商業務減少對經銷商進行流量推廣補貼。

## 行政開支

本集團行政開支由2024年度的88.91百萬港元減少34.35%至2025年度的58.37百萬港元，乃主要由於本集團優化人員成本及節約專業服務費、辦公室租金、差旅費、業務招待費等有關開支。

## 研發開支

本集團研發開支主要包括數據分析及算法建模支出，特別是數據模型的建立與優化，發展AI技術模型研發及AI算力，以及開發技術平台有關的技術人員的薪酬福利開支。

本集團研發開支由2024年度的3.17百萬港元增加102.21%至2025年度的6.41百萬港元，主要由於本集團從算法驅動的營銷科技公司向垂類AI營銷模型與生成式技術驅動轉型，持續增加AI技術研發投入。

## 融資成本

截至2025年12月31日止年度，本集團融資成本為租賃房產產生的租賃負債於報告期內計提的利息費用。於報告期內，本集團並無銀行貸款。

## 貿易及其他應收款項

於2024年12月31日和2025年12月31日，本集團貿易及其他應收款項餘額分別為348.82百萬港元和24.73百萬港元。

於2025年12月31日，本集團貿易應收款項餘額為2.44百萬港元，較於2024年12月31日的60.29百萬港元減少95.95%，主要是由於(i)2025年業務收益減少；及(ii)以前年度貿易應收款回款及減值，導致相應貿易應收款減少。

其他應收款項為為擴大海外電商商品銷售業務而支付供應商的保證金、應收影視劇投資收益、員工備用金及房租押金等。於2024年12月31日和2025年12月31日，其他應收款項餘額分別為288.53百萬港元和22.29百萬港元，主要是由於2025年海外電商業務保證金抵消應付海外流量採購款所致。

## 預付款項

本集團預付款項主要包括購買流量的預付款項、購買諮詢服務的預付款項及其他預付款項。

於2024年12月31日和2025年12月31日，本集團預付款項餘額分別為108.38百萬港元和54.04百萬港元。餘額減少主要由於(i)2025年本集團消耗部分流量款；及(ii)本集團與本集團的流量供應商訂立債務清償協議，將預付流量供應商款項用於抵消對應付流量供應商的賬款。

## 銀行結餘及現金／銀行存款／受限制銀行結餘

於2024年12月31日和2025年12月31日，本集團銀行結餘及現金／銀行存款／受限制銀行結餘分別約為272.35百萬港元和188.29百萬港元，餘額減少乃主要由於本集團業務採購及日常經營支出所致。

## 貿易及其他應付款項

本集團貿易及其他應付款項主要包括(i)數據流量採購款；及(ii)其他應付款項，主要指應付稅項及應付僱員薪酬。

本集團貿易應付款項由於2024年12月31日的297.45百萬港元減少99.50%至於2025年12月31日的1.50百萬港元，乃主要由於2025年本集團流量採購預付款、海外電商保證金抵消應付海外流量採購款所致。

本集團其他應付款項餘額由於2024年12月31日的23.68百萬港元增加1.48%至於2025年12月31日的24.03百萬港元。

## 租賃負債

本集團租賃負債由於2024年12月31日的22.17百萬港元減少65.49%至於2025年12月31日的7.65百萬港元，乃主要由於減少物業租賃所致。

## 流動資金及資本資源

下表載列所示期間我們現金流量概要：

	於12月31日或 截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(65.46)	(54.54)
投資活動所得(所用)現金淨額	8.09	(10.46)
融資活動所得(所用)現金淨額	34.48	(18.46)
現金及現金等價物減少淨額	(22.89)	(83.46)
年初現金及現金等價物	212.88	325.97
外幣匯率變動之影響	(1.70)	(29.63)
年末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u>188.29</u>	<u>212.88</u>

於2024年12月31日及於2025年12月31日，現金及現金等價物主要以人民幣、美元及港元計值。

### 經營活動現金流量

我們經營活動現金流入主要包括向客戶提供移動新媒體效果營銷服務和文化業務銷售收入回款。我們經營活動現金流出主要包括業務採購、分銷及銷售開支、研發成本及行政開支。

截至2025年12月31日止年度，我們經營活動所用現金淨額為65.46百萬港元（截至2024年12月31日止年度：54.54百萬港元），主要由於貿易及其他應付款增加。

### 投資活動現金流量

我們投資活動所用現金主要包括購買固定資產、購買和贖回定期存款等。

截至2025年12月31日止年度，我們投資活動所得現金淨額為8.09百萬港元（截至2024年12月31日止年度：投資活動所用現金淨額為10.46百萬港元），主要由於定期存款贖回。

## 融資活動現金流量

截至2025年12月31日止年度，我們融資活動所得現金淨額為34.48百萬港元（截至2024年12月31日止年度：融資活動所用現金淨額18.46百萬港元），主要由於釋放受限銀行結餘。

## 資本支出

本集團的主要資本支出主要包括固定資產、使用權資產及無形資產。下表載列於所示期間我們的資本支出淨額：

	於12月31日或 截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
	百萬港元	
固定資產	14.24	0.28
總計	14.24	0.28

## 附屬公司及聯營公司的重大投資、重大收購及出售

於報告期內，本集團並無持有任何重大投資、亦無任何附屬公司、聯營公司或合營企業的重大收購或出售。

## 重大投資或資本資產的未來計劃

除招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節及本公告「上市所得款項用途」一節所披露外，本集團並無重大投資或資本資產的任何其他計劃。

## 債項

### 銀行借款

於2024年12月31日及2025年12月31日，本集團均無任何銀行借款。

## 或然負債、資產抵押及擔保

### 或然負債

於2024年12月31日及2025年12月31日，本集團並無涉及任何預期將會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何重大的法律、仲裁或行政訴訟（若發生不利裁決），且亦無發生會有該等影響的任何或然負債。

### 資產抵押及擔保

於2024年12月31日及2025年12月31日，本集團並無任何未清償的按揭、押記、債券、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債或其他類似債務、任何擔保或其他重大或然負債。

### 資本負債比率

資本負債比率乃使用負債總額除以資產總值再乘以100%計算。於2025年12月31日，本集團資本負債比率為25.00%（於2024年12月31日：49.02%）。

### 流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。本集團流動比率由於2024年12月31日的1.86倍增加至於2025年12月31日的3.13倍。

### 庫務政策

我們就庫務政策採取審慎的財務管理方法，以確保我們的流動資金架構能夠始終滿足我們的資金需求。

### 外匯風險及對沖

外匯風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。本公司若干附屬公司的外幣買賣、銀行結餘、貿易及其他應收款項及保證金、貿易及其他應付款項使本集團面臨外匯風險。

本集團目前並無任何外匯對沖政策。然而，本集團管理層會監控外匯風險，並將在有需要時考慮對沖重大外匯風險。

## 僱員及薪酬政策

於2025年12月31日，本集團有50名全職僱員，大部份位於中國。截至2025年12月31日，我們的僱員中有超逾58%從事研發、技術及運營。

在員工福利和保障方面，本集團遵守法律規定的最低工作年齡及最低工資，並根據相關法律法規為員工提供五項國家法定社會保險。本集團嚴格保障員工享受各類假期，如公眾假期、帶薪年假、病假、婚假、產假等，為員工提供員工意外保險、加班交通費報銷等福利及保障措施，並按季度組織員工團建、按年度組織員工體檢。

本集團透過專業獵頭公司及招聘網站來招聘員工。本集團已建立有效的僱員激勵計劃以使僱員薪酬與彼等整體表現掛鉤，並已建立一套以表現為基礎的薪酬獎勵計劃。僱員並不僅僅按職位及年資晉升。於2021年6月21日，本集團已採納股份獎勵計劃，該計劃旨在認可本集團若干董事、僱員、諮詢師及顧問作出的貢獻，以激勵彼等留在本集團，並激勵彼等為本集團未來的發展及擴張作出努力。

我們為我們聘用的新僱員提供專業的培訓計劃。我們還根據不同部門僱員的需求定制，提供線上線下的定期和專業培訓。

綜合損益及其他全面收益表  
截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
收益	4	11,684	113,313
收益成本		<u>(6,478)</u>	<u>(112,264)</u>
毛利		5,206	1,049
其他收入		6,048	8,624
其他收益及虧損	6	(13,780)	(5,432)
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)	7	(14,402)	(106,053)
分銷及銷售開支		(84,430)	(913,583)
行政開支		(58,367)	(88,907)
研發開支		(6,408)	(3,169)
應佔聯營公司之業績		1,049	1,442
融資成本		<u>(711)</u>	<u>(1,222)</u>
除稅前虧損	8	(165,795)	(1,107,251)
所得稅開支	9	<u>(12)</u>	<u>(70)</u>
年內虧損		<u><b>(165,807)</b></u>	<u><b>(1,107,321)</b></u>
以下應佔年內虧損：			
本公司擁有人		(161,917)	(1,068,481)
非控股權益		<u>(3,890)</u>	<u>(38,840)</u>
		<u><b>(165,807)</b></u>	<u><b>(1,107,321)</b></u>

## 綜合損益及其他全面收益表(續)

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
其他全面收益(開支)			
不會重新分類至損益的項目：			
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額		8,574	(16,976)
按公平值計量且其變動計入其他全面收益的 股本工具公平值虧損		(2,289)	(10,604)
與不會重新分類至損益的項目有關的所得稅		—	127
		<u>6,285</u>	<u>(27,453)</u>
其後可能重新分類至損益賬之項目：			
國外業務換算產生的匯兌差額		<u>5,929</u>	<u>(24,915)</u>
年內其他全面收益(開支)(扣除所得稅)		<u>12,214</u>	<u>(52,368)</u>
年內全面開支總額		<u><b>(153,593)</b></u>	<u><b>(1,159,689)</b></u>
以下應佔年內全面開支總額：			
本公司擁有人		(151,681)	(1,119,518)
非控股權益		<u>(1,912)</u>	<u>(40,171)</u>
		<u><b>(153,593)</b></u>	<u><b>(1,159,689)</b></u>
每股基本虧損(港幣分)	10	<u><b>(6.83)</b></u>	<u>(45.05)</u>
每股攤薄虧損(港幣分)	10	<u><b>(6.83)</b></u>	<u>(45.05)</u>

綜合財務狀況表  
於2025年12月31日

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		25,821	26,079
使用權資產		5,262	16,534
無形資產		399	789
對聯營公司之權益	12	39,181	37,178
房租押金	13	1,674	2,163
按公平值計量且其變動計入 當期損益的金融資產		8,865	9,832
按公平值計量且其變動計入 其他全面收益的股本工具		–	2,264
		<u>81,202</u>	<u>94,839</u>
<b>流動資產</b>			
貿易及其他應收款項	13	23,052	346,655
應收貸款		6,627	–
預付款項	14	54,038	108,384
按公平值計量且其變動計入 當期損益的金融資產		1,147	–
受限制銀行結餘		–	41,951
銀行存款		–	17,525
現金及現金等價物		188,287	212,876
		<u>273,151</u>	<u>727,391</u>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項	15	25,528	321,133
租賃負債		6,265	9,663
按公平值計量且其變動計入 當期損益的金融負債		54,012	58,800
應付所得稅		1,398	971
		<u>87,203</u>	<u>390,567</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>185,948</u>	<u>336,824</u>
<b>資產總值減流動負債</b>		<u>267,150</u>	<u>431,663</u>

## 綜合財務狀況表(續)

於2025年12月31日

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
非流動負債			
租賃負債		<u>1,386</u>	<u>12,503</u>
		<u>1,386</u>	<u>12,503</u>
資產淨值		<u><u>265,764</u></u>	<u><u>419,160</u></u>
資本及儲備			
股本	16	24	24
儲備		<u>475,786</u>	<u>502,621</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>475,810</u>	<u>502,645</u>
非控股權益		<u>(210,046)</u>	<u>(83,485)</u>
權益總額		<u><u>265,764</u></u>	<u><u>419,160</u></u>

綜合權益變動表  
截至2025年12月31日止年度

	本公司擁有人應佔										總計
	股本 千港元	庫存股份 千港元	股份溢價 千港元	其他儲備 千港元	以股份為 基礎的 付款儲備 千港元	法定儲備 千港元	換算儲備 千港元	累計虧損 千港元	小計 千港元	非控股權益 千港元	
於2024年1月1日	24	-	2,267,925	14,504	-	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	(23,255)	1,576,087
年內虧損	-	-	-	-	-	-	-	(1,068,481)	(1,068,481)	(38,840)	(1,107,321)
股本工具公平值變動 功能性貨幣換算為呈列貨幣 的匯兌差額	-	-	-	-	-	(10,477)	-	-	(10,477)	-	(10,477)
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(16,976)	-	(16,976)	-	(16,976)
年內其他全面開支	-	-	-	-	-	(10,477)	(40,560)	-	(51,037)	(1,331)	(52,368)
年內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	-	(10,477)	(40,560)	(1,068,481)	(1,119,518)	(40,171)	(1,159,689)
確認權益結算股份為基礎 的付款開支 (附註17(b))	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,762	2,762
附屬公司股份歸屬 (附註17(b))	-	-	-	22,821	-	-	-	-	22,821	(22,821)	-
於2024年12月31日	24	-	2,267,925	37,325	-	183,106	(157,626)	(1,815,943)	502,645	(83,485)	419,160

綜合權益變動表 (續)  
截至2025年12月31日止年度

本公司擁有人應佔

	本公司擁有人應佔										總計	
	股本 千港元	庫存股份 千港元	股份溢價 千港元	其他儲備 千港元	以股份為 基礎的 付款儲備 千港元	按公平值 計量且其 變動計入 其他全面 收益的儲備 千港元	法定儲備 千港元	換算儲備 千港元	累計虧損 千港元	小計 千港元		非控股權益 千港元
於2025年1月1日	24	-	2,267,925	37,325	-	(12,166)	183,106	(157,626)	(1,815,943)	502,645	(83,485)	419,160
年內虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	(161,917)	(161,917)	(3,890)	(165,807)
股本工具公平值變動	-	-	-	-	-	(2,289)	-	-	-	(2,289)	-	(2,289)
功能性貨幣換算為呈列貨幣 的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	8,574	-	8,574	-	8,574
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	3,951	-	3,951	1,978	5,929
年內其他全面收益 (開支)	-	-	-	-	-	(2,289)	-	12,525	-	10,236	1,978	12,214
年內溢利 (虧損) 及全面收益 (開支) 總額	-	-	-	-	-	(2,289)	-	12,525	(161,917)	(151,681)	(1,912)	(153,593)
確認權益結算股份為基礎 的付款開支 (附註17(b))	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	197	197
附屬公司股份歸屬 (附註17(b))	-	-	-	124,846	-	-	-	-	-	124,846	(124,846)	-
於2025年12月31日	24	-	2,267,925	162,171	-	(14,455)	183,106	(145,101)	(1,977,860)	475,810	(210,046)	265,764

## 綜合現金流量表

截至2025年12月31日止年度

	2025年 千港元	2024年 千港元
經營活動所用現金淨額	<u>(65,458)</u>	<u>(54,538)</u>
投資活動所得(所用)現金淨額	<u>8,097</u>	<u>(10,464)</u>
融資活動所得(所用)現金淨額	<u>34,476</u>	<u>(18,456)</u>
現金及現金等價物減少淨額	(22,885)	(83,458)
年初現金及現金等價物	212,876	325,973
匯率變動的影響	<u>(1,704)</u>	<u>(29,639)</u>
年末現金及現金等價物	<u><b>188,287</b></u>	<u><b>212,876</b></u>

# 綜合財務報表附註

截至2025年12月31日止年度

## 1. 一般資料

樂享集團有限公司(「本公司」)於2019年2月19日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立及登記為獲豁免有限公司，其股份於2020年9月23日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。本公司的註冊辦事處地址及主要營業地點披露於年報的公司資料章節。本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)主要活動為提供數字營銷業務及相關服務以及銷售電商商品。

本公司最終控股公司及直接控股公司分別為ZZN. Ltd. (「ZZN」)及Laurence mate. Ltd.，該等公司均於英屬處女群島註冊成立，並由本公司主席兼行政總裁朱子南先生(「最終控股股東」)最終控制。

綜合財務報表以港元(「港元」)呈列，不同於本公司的功能性貨幣人民幣(「人民幣」)，除另有說明者外，所有金額均已湊整至最接近千位。本公司股份在聯交所上市，為方便財務報表使用者，本公司董事(「董事」)採用港元作為本公司呈列貨幣。

## 2. 綜合財務報表的擬備基準

綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)所頒佈的國際財務報告準則擬備。就擬備綜合財務報表而言，倘合理預期資料會影響主要使用者所作的決策，則該等資料被視為重大。此外，綜合財務報表包括聯交所證券上市規則及香港公司條例所規定的適用披露。

由於中國對互聯網文化業務行業外資擁有權的監管限制，本集團透過於中華人民共和國(「中國」)成立的北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司(前稱北京樂享互動網絡科技股份有限公司，「北京樂享」)及其附屬公司(統稱「綜合聯屬實體」)經營業務。北京樂享由最終控股股東及其他股東(統稱「樂享股東」)擁有。本公司於中國成立的全資附屬公司樂享互動集團有限公司(「樂享外商獨資企業」)已與北京樂享及樂享股東於2019年12月11日訂立合約安排(「合約安排」)。根據合約安排，樂享外商獨資企業可：

- 對綜合聯屬實體行使有效財務及營運控制；
- 行使綜合聯屬實體權益持有人的投票權；

## 2. 綜合財務報表的擬備基準(續)

- 就樂享外商獨資企業所提供業務支援、技術以及諮詢服務收取綜合聯屬實體所產生絕大部分經濟回報；
- 獲得不可撤回獨家權利，根據中國法律法規允許的最低購買價向各自權益持有人購買綜合聯屬實體全部或部分股權。樂享外商獨資企業可隨時行使該購股權，直至獲得綜合聯屬實體全部股權及／或全部資產。此外，未經樂享外商獨資企業事先同意，綜合聯屬實體不得出售、轉讓、質押或處置任何資產或向彼等權益持有人作出任何分派；及
- 自彼等權益持有人獲得綜合聯屬實體全部股權的質押，作為綜合聯屬實體應付樂享外商獨資企業的款項的附屬抵押品，並確保綜合聯屬實體履行合約安排責任。

本集團於綜合聯屬實體並無擁有任何股權。然而，由於合約安排，本集團對綜合聯屬實體具有影響力、有權自其因參與綜合聯屬實體而收取的可變回報以及有能力藉對綜合聯屬實體的權力影響該等回報及被認為對綜合聯屬實體有控制權。因此，本公司將綜合聯屬實體視為間接附屬公司。本集團已將綜合聯屬實體的資產、負債、收益、收入及開支於綜合財務報表中綜合入賬。

### 持續經營

本集團於截至2025年12月31日止年度錄得淨虧損165,807,000港元及負經營現金流量65,458,000港元。這一情況可能對本集團的持續經營能力造成重大疑問。

董事已審閱管理層編製的本集團現金流量預測。該現金流量預測涵蓋自批准刊發該等綜合財務報表日期起計十二個月期間。經計及下文所述計劃及措施後，彼等認為，自批准刊發該等綜合財務報表日期起計十二個月期間內，本集團將有充足營運資金撥支其營運及於到期時應付其財務責任。因此，董事信納，以持續經營基準編製綜合財務報表屬合適。



## 4. 收益

### (i) 客戶合約的收益分類

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
<b>貨品或服務種類</b>		
提供效果類自媒體營銷服務		
營銷代理及廣告代充值	1,882	56,926
電商產品營銷	—	20,882
	<u>1,882</u>	<u>77,808</u>
AI海外營銷	3,379	32,798
提供文化業務	5,562	2,507
其他	<u>861</u>	<u>200</u>
	<u><b>11,684</b></u>	<u><b>113,313</b></u>
<b>收益確認的時間</b>		
時間點	<u><b>11,684</b></u>	<u><b>113,313</b></u>

#### 4. 收益 (續)

##### (ii) 分配至客戶合約餘下履約責任的交易價格

所提供的效果類自媒體營銷服務、AI海外營銷及提供文化業務的期限為一年或以下。按國際財務報告準則第15號所允許，分配至該等未履行合約的交易價格並未披露。

#### 5. 分部資料

就資源分配及分部表現評估而言，呈報給本集團的主要經營決策者行政總裁 (「主要經營決策者」) 之資料，乃集中於貨品送遞或服務提供之種類。

具體而言，按國際財務報告準則第8號經營分部，本集團的經營及報告分部如下：

- 「提供效果類自媒體營銷服務」分部主要包括提供該等營銷服務，以幫助營銷客戶直接面向消費者，獲取新用戶及銷售訂單，並在多元化的自媒體網絡上實現產品推廣；及
- 「AI海外營銷」分部主要包括銷售電商商品及提供營銷服務平台。

「提供文化業務」分部主要包括短劇的承製及發行。

「其他」分部主要包括提供諮詢服務。

## 5. 分部資料(續)

### 分部收益及業績

按可報告及經營分部劃分的本集團收益及業績分析如下：

#### 截至2025年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	AI 海外營銷 千港元	提供文化 業務 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>1,882</u>	<u>3,379</u>	<u>5,562</u>	<u>861</u>	<u>11,684</u>
分部虧損	<u>(59,292)</u>	<u>(86,281)</u>	<u>(3,283)</u>	<u>(508)</u>	<u>(149,364)</u>
應佔聯營公司之業績 未分配公司開支淨額					<u>1,049</u> <u>(17,492)</u>
年內虧損					<u>(165,807)</u>

#### 截至2024年12月31日止年度

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元	AI 海外營銷 千港元	提供文化 業務 千港元	其他 千港元	綜合 千港元
來自外部客戶的分部收益	<u>77,808</u>	<u>32,798</u>	<u>2,507</u>	<u>200</u>	<u>113,313</u>
分部虧損	<u>(159,196)</u>	<u>(939,868)</u>	<u>(26,037)</u>	<u>(2,077)</u>	<u>(1,127,178)</u>
應佔聯營公司之業績 未分配公司收益淨額					<u>1,442</u> <u>18,415</u>
年內虧損					<u>(1,107,321)</u>

分部虧損指並無分配應佔聯營公司之業績及若干公司開支(包括中央行政成本、董事酬金、外匯收益以及按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產的公平值變動虧損)之各分部所產生之虧損，此項計算經已向主要經營決策者匯報，以作為資源分配及表現評估用途。

年內，「提供文化業務」分部符合可報告分部的量化門檻。過往年度的分部披露已重列，以符合本年度的呈列方式。

## 5. 分部資料(續)

### 分部資產及負債

主要經營決策者根據各分部的經營業績作出決策。由於主要經營決策者並無就資源分配及表現評估定期審閱分部資產及分部負債，故並無呈列該等資料的分析。因此，僅呈列分部收益及分部業績。

## 6. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
就以下各項確認的減值虧損：		
— 物業、廠房及設備	—	(14,020)
— 使用權資產	—	(4,088)
出售物業、廠房及設備的收益(虧損)	4,103	(5)
出售附屬公司的虧損	(187)	—
出售使用權資產的收益(虧損)	282	(92)
外匯(虧損)收益淨額	(11,286)	30,140
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產 的公平值變動(虧損)收益	(1,198)	1,716
非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損	(2,946)	(3,431)
衍生工具公平值變動虧損	(1,782)	(18,664)
其他	(766)	3,012
	<u>(13,780)</u>	<u>(5,432)</u>

## 7. 預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
就下列項目(撥回)／確認減值虧損淨額：		
貿易應收款項	40,191	70,139
其他應收款項	(14,075)	31,575
應收貸款	(11,714)	4,339
	<u>14,402</u>	<u>106,053</u>

## 8. 除稅前虧損

扣除下列項目後得出除稅前虧損：

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
物業、廠房及設備折舊	12,284	17,605
使用權資產折舊	4,667	9,274
無形資產攤銷(計入行政開支內)	411	1,406
	<hr/>	<hr/>
折舊及攤銷總額	17,362	28,285
員工成本：		
薪金及其他實物福利	20,988	25,496
退休福利計劃供款	1,149	1,575
酌情花紅	—	32
權益結算股份為基礎的開支	197	2,762
	<hr/>	<hr/>
員工成本總額	22,334	29,865
	<hr/>	<hr/>
核數師酬金	1,397	3,145
	<hr/>	<hr/>
確認為開支的存貨成本	—	49,357
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

## 9. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
即期企業所得稅	12	70
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

## 10. 每股虧損

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄虧損按照以下數據計算：

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
本公司擁有人應佔年內虧損	<u>161,917</u>	<u>1,068,481</u>

股份數目：

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
用於計算每股基本虧損的普通股加權平均數	<u>2,371,927</u>	<u>2,371,927</u>

計算每股攤薄虧損並未考慮本公司股份獎勵計劃或附屬公司股份獎勵計劃項下未歸屬股份的影響，乃因其將導致每股虧損減少。

## 11. 股息

截至2025年12月31日止年度，概無向本公司普通股股東派付或擬派股息（2024年：無）。

## 12. 對聯營公司之權益

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
於聯營公司的投資成本	37,443	37,443
分佔收購後溢利及其他全面收益	4,864	3,815
匯兌調整	<u>(3,126)</u>	<u>(4,080)</u>
	<u>39,181</u>	<u>37,178</u>

### 13. 貿易及其他應收款項

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
貿易應收款項	102,633	118,242
減：信貸虧損撥備	(100,197)	(57,954)
	<u>2,436</u>	<u>60,288</u>
擴展海外電商市場的保證金(附註)	–	215,000
作為代理代表第三方應收款項	18,411	79,573
應收來自投資於影視劇的收入	10,442	16,436
已付供應商保證金	2,347	2,289
租金及其他保證金	8,805	6,100
其他應收款項	26,119	25,890
減：信貸虧損撥備	(43,834)	(56,758)
	<u>22,290</u>	<u>288,530</u>
貿易及其他應收款項以及保證金總額	<u><u>24,726</u></u>	<u><u>348,818</u></u>
分析為		
非即期	1,674	2,163
即期	<u>23,052</u>	<u>346,655</u>
	<u><u>24,726</u></u>	<u><u>348,818</u></u>

附註：於2023年5月，本集團為擴展海外電商市場與最大海外流量供應商訂立若干協議。該等保證金包括東南亞及其他大陸的若干國家的單獨保證金。於該等協議的12個月期間，倘本集團決定不在個別國家或大陸開展業務，則本集團有權要求悉數退回保證金。於2024年5月該等協議已到期。於2024年5月，一份金額為330,000,000港元的協議已續約延長12個月至2025年5月到期。於2025年5月，一份金額為200,000,000港元的協議已續約延長12個月至2026年5月到期，且保證金15,000,000港元將退回予本集團或被貿易應付款項抵銷。

截至2025年12月31日止年度，本集團決定不在若干國家經營業務，並將上述金額為215,000,000港元(2024年：225,000,000港元)的保證金退還給本集團或由貿易應付款項抵銷，其中包括215,000,000港元(2024年：220,000,000港元)已根據本集團與流量供應商簽署的債務清償協議由貿易應付款項抵銷。

### 13. 貿易及其他應收款項(續)

根據發票日期呈列的貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)賬齡如下。

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
3個月內	522	—
3至6個月	—	—
7至12個月	1,914	8,134
1至2年	—	52,154
	<u>2,436</u>	<u>60,288</u>

於2025年12月31日，已於該日逾期的賬面總額為2,436,000港元(2024年：60,288,000港元)的應收賬款已計入本集團貿易應收款項結餘。於2025年12月31日，在逾期結餘中，1,914,000港元(2024年：60,288,000港元)已逾期90日或以上但並無被視為拖欠，原因是經考慮債務人的背景及過往付款安排，該金額為應收若干信譽佳的獨立客戶款項。本集團對該等結餘並無持有任何抵押品或其他信貸提升措施。

### 14. 預付款項

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
用於購買流量的預付款項(附註a)	51,658	104,118
用於諮詢服務的預付款項	1,158	1,130
其他預付款項	1,222	3,136
	<u>54,038</u>	<u>108,384</u>

用於購買流量的預付款項的變動載列如下：

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
年初	104,118	492,911
新增預付款項	60,017	204,918
已動用	(9,103)	(127,653)
清償(附註b)	(105,213)	(461,096)
匯兌調整	1,839	(4,962)
年末	<u>51,658</u>	<u>104,118</u>

## 14. 預付款項(續)

附註：

- a. 根據公開資料，本集團主要向三家由同一控股股東成立並受共同控制的獨立供應商購買國內外流量，三家獨立供應商共同構成本集團最大的流量供應商。

本集團對其最大流量供應商的預付款項總額包括擴展海外電商市場的保證金(見附註13)及購買流量的預付款項。於2025年12月31日，本集團對其最大供應商的預付款項總額佔資產總值的15%(2024年：39%)。百分比詳情如下：

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
最大供應商墊款：		
— 擴展海外電商市場的保證金(附註13)	—	215,000
— 用於購買流量的預付款項	<u>51,658</u>	<u>104,118</u>
	<u>51,658</u>	<u>319,118</u>
資產總值	<u>354,353</u>	<u>822,230</u>
最大供應商墊款佔資產總值的百分比	<u>15%</u>	<u>39%</u>

- b. 於本年度，本集團與本集團的流量供應商訂立若干債務清償協議，據此，本集團將應付流量供應商的款項105,213,000港元(2024年：461,096,000港元)用於抵銷對流量供應商相同金額的預付款項。上述交易作為非現金交易入賬。

## 15. 貿易及其他應付款項

	於12月31日	
	2025年 千港元	2024年 千港元
貿易應付款項	1,500	297,448
應付僱員薪酬	11,142	10,884
其他應付稅項	932	894
應計上市開支／股份發行成本	4,429	4,319
無形資產應付款項	1,993	1,944
其他應付款項及應計費用	<u>5,532</u>	<u>5,644</u>
	<u>25,528</u>	<u>321,133</u>

## 15. 貿易及其他應付款項(續)

根據發票日期呈列按賬齡劃分的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2025年	2024年
	千港元	千港元
3個月內	1,406	286,985
3至6個月	—	—
7至12個月	50	—
1年以上	44	10,463
	<u>1,500</u>	<u>297,448</u>

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

## 16. 股本

	股份數目		股本	
	2025年	2024年	2025年	2024年
	千股	千股	港元	港元
每股面值0.00001港元的普通股				
法定				
於年初及年末	<u>5,000,000</u>	<u>5,000,000</u>	<u>50,000</u>	<u>50,000</u>
已發行及繳足				
於年初及年末	<u>2,371,927</u>	<u>2,371,927</u>	<u>23,720</u>	<u>23,720</u>
			於12月31日	
			2025年	2024年
			千港元	千港元
呈列為			<u>24</u>	<u>24</u>

## 17. 股份付款交易

### (a) 本公司的股權結算股份獎勵計劃

本公司已根據其日期為2021年6月21日的董事會決議案採納一項股份獎勵計劃(「股份獎勵計劃」)。

根據股份獎勵計劃，本公司已與一名受託人(「受託人」)訂立合約以於2021年6月21日設立一項信託(「信託」)。董事會(「董事會」)可不時在股份獎勵計劃的有效期(自採納該計劃起計為期10年或提前終止)內向信託注入資金並指示受託人於聯交所購買本公司股份。信託購買和持有的股份可以轉讓並具有表決權，但受託人不得行使表決權。股份將根據股份獎勵計劃的條款及信託契約授予本集團的選定董事、僱員、諮詢師及顧問(「選定參與者」)。授予選定參與者的股份須於董事會指定的歸屬條件獲達成後方可歸屬。

截至2025年12月31日止年度，受託人並未購買任何股份，亦未授出任何股份(2024年：無)。截至2025年12月31日止年度，並無股份歸屬(2024年：無)。

## 17. 股份付款交易（續）

### (a) 本公司的股權結算股份獎勵計劃（續）

截至2025年及2024年12月31日止年度，本集團並未就該等獎勵股份確認任何以股份為基礎的付款開支，原因是股份獎勵計劃項下股份已獲悉數歸屬。獎勵股份於授出日期的加權平均公平值為1.42港元。該等已授出獎勵股份的公平值乃使用授出日期本公司普通股的公平值計算得出。

### (b) 附屬公司的股權結算股份獎勵計劃

於2023年9月1日，本公司當時的全資附屬公司樂享國際有限公司（「樂享國際」）採納一項股份獎勵計劃（「樂享國際股份獎勵計劃」），以認可本公司及其附屬公司的合資格董事及僱員的貢獻及為其提供獎勵。

於上述日期，本公司持有的樂享國際1,000股股份已授予朱子南先生，佔樂享國際已發行股份的10%，其亦為根據樂享國際股份獎勵計劃可予授出的股份總數上限。行使價為零及獲授股份於歸屬日期2023年9月1日、2024年3月1日、2024年9月1日及2025年3月1日分四批歸屬。於2025年9月25日，餘下的600股股份已全部歸屬。

下表披露獲授人士根據樂享國際股份獎勵計劃持有獎勵股份及其變動的詳情：

	於2025年 1月1日			於2025年 12月31日	
	尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	<u>600</u>	<u>-</u>	<u>(600)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
	於2024年 1月1日	年內授出	年內歸屬	年內沒收	於2024年 12月31日
	尚未行使				尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	<u>800</u>	<u>-</u>	<u>(200)</u>	<u>-</u>	<u>600</u>

獎勵股份乃使用樂享國際的股份價值定價，其於授出日期使用二項式模型釐定。獎勵股份於授出日期的公平值為5.92港元。模型的主要輸入數據如下：

無風險利率	3.26%
預期波幅	57.05%
加權平均預期年期	0.8年

截至2025年12月31日止年度，於本集團的綜合損益表就樂享國際股份獎勵計劃確認以股份為基礎的付款開支197,000港元（2024年：2,762,000港元）。

## 其他資料及企業管治摘要

### 合約安排

截至2025年12月31日止年度，董事會已檢討合約安排的整體表現，並相信本集團已在所有重大方面遵守合約安排。

於2019年3月15日，《外商投資法》由第十三屆全國人民代表大會常務委員會第二次會議審議通過，並於2020年1月1日起生效。《外商投資法》規定了以下外商投資形式：

- (i) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；
- (ii) 外國投資者取得任何境內企業的股份、股權、財產份額或者其他類似權益；
- (iii) 外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及
- (iv) 法律、行政法規或者國務院規定的其他方式的投資。

《外商投資法》規定「負面清單」適用於若干行業。《外商投資法》所載的「負面清單」分別將相關禁止及受限制行業列入禁止目錄和受限目錄。倘任何外國投資者直接或間接持有任何境內企業的股份、股權、財產或其他權益，則該境內企業不得投資或者限制投資《外商投資產業指導目錄》列明的任何行業。外國投資者可投資「負面清單」以外的任何行業，且應按與境內投資相同的基準管理。

現行中國法律及法規對從事互聯網文化業務及其他相關業務的公司的外資有權施加若干限制或禁令。尤其是，根據於2024年11月1日生效的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024年版）》，本集團若干效果類營銷服務屬於互聯網文化經營，被視為禁止類。為符合中國法律及法規，本集團根據外商獨資企業、北京樂享及登記股東之間的一系列合約安排，通過北京樂享及其附屬公司在中國開展效果類營銷。由於該等合約安排，本集團對北京樂享及其附屬公司施加控制權，並將其經營業績綜合至本集團的財務報表。北京樂享及其附屬公司持有對本集團的相關業務經營至關重要的牌照、批准及關鍵資產。有關本集團為遵守資質要求而作出的努力及行動，請參閱招股章程中「合約安排」一節。

截至2025年12月31日止年度，《外商投資法》並無更新，且本集團已遵守《外商投資法》及有關資質要求的實施細則。

然而，誠如上文所披露者，即使本公司及其股東已採取措施符合該資質要求，每個從事受限制業務（定義見招股章程）的綜合聯屬實體亦須持有有關禁止外國投資的網絡文化經營許可證，因此，本公司將無法持有綜合聯屬實體的任何股權。倘本公司或任何綜合聯屬實體日後可提供僅需增值電信業務經營許可證的增值電信服務，本公司將（如必要）考慮設立新附屬公司或向適當附屬公司轉讓相關業務，以直接持有相關中國法律法規允許的最高比例的所有權權益。

## 上市所得款項用途

茲提述(i)本公司所刊發日期為2020年9月20日的招股章程（「招股章程」）當中有關全球發售所得款項淨額（「原上市所得款項淨額」）的內容；(ii)本公司日期為2022年3月8日的所得款項用途變更公告；(iii)本公司日期為2022年8月31日的變更所得款項用途公告（「第一次重新分配」）；及(iv)本公司日期為2024年3月28日的變更所得款項用途公告（「第二次重新分配」）。

根據招股章程及上述公告之相關披露，於扣除包銷費、佣金及本公司應付相關開支及獲其中一間國際包銷商豁免本公司根據國際包銷協議應向該國際包銷商支付的約21.84百萬港元包銷費後，本公司籌得全球發售所得款項淨額為約1,520.67百萬港元。

於2025年8月28日，董事會議決進一步變更該未動用所得款項的用途（「第三次重新分配」）。下文載列根據第三次重新分配計劃用途及未動用所得款項用途的建議變更概要，及截至2025年12月31日第三次重新分配後上市所得款項淨額使用情況的明細。

招股章程中所述所得款項淨額擬定用途	2025年		截至	2025年		2025年		未動用第三次重新分配後上市所得款項的預期時間表
	截至2025年1月1日止第二次重新分配後未動用所得款項 (百萬港元)	1月1日至2025年6月30日已動用第二次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	2025年6月30日止未動用第二次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	第三次重新分配後所得款項 (百萬港元)	第三次重新分配後所得款項 概約百分比 (%)	8月29日至2025年12月31日止已動用第三次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	截至2025年12月31日止未動用第三次重新分配後上市所得款項 (百萬港元)	
用於發展人工智能(AI)技術模型研發及AI算力所得款項淨額	-	-	-	140.21	79.43%	4.39	135.82	自2025年9月1日起約三年內動用
用作發展我們的文化業務所得款項淨額	49.87	13.57	36.30	36.30	20.57%	0.76	35.54	自2025年9月1日起約三年內動用
用作發展我們的短視頻移動新媒體變現業務所得款項淨額	37.14	-	37.14	-	-	-	-	-
用作持續加強我們的效果類移動新媒體營銷服務能力所得款項淨額	67.36	13.53	53.83	-	-	-	-	-
用以撥付我們的國際性擴展所得款項淨額	109.24	60.00	49.24	-	-	-	-	-
用作營運資金及一般企業用途	0.19	0.19	-	-	-	-	-	-
<b>總計</b>	<b>263.80</b>	<b>87.29</b>	<b>176.51</b>	<b>176.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>5.15</b>	<b>171.36</b>	

### 變更上市所得款項用途之理由及裨益

戰略性地重新分配未動用所得款項淨額，專注於本集團對AI技術模型研發及算力的發展，以配合近期本集團在營銷業務人工智能及算法模型升級的市場部署及業務發展方向。本集團將借助與央企的加強合作，優化本集團的境內營銷算法技術及數字化能力，有助促成本集團在人工智能領域取得了商業上的成就。

另外，本集團基於十餘年的技術積累，在海量營銷數據篩洗歸結能力、算法模型研發能力的基礎上，結合中外先進的AI大模型，投入研發本集團自有算力、自有AI模型知識庫、自有AI垂類模型，使得本集團初步完成了從算法驅動的營銷科技公司到垂類AI模型驅動的轉型。

本集團將餘下79.43%未動用所得款項淨額改用於發展AI技術研發與AI算力，旨在進一步提升其營銷算法技術及數字化能力，並加快本集團垂類AI模型驅動的轉型，並通過提高效率以及在快速發展的市場環境中鞏固市場地位，為股東創造長期價值。

鑒於上文所述，董事會認為，上述未動用所得款項淨額的重新分配符合本集團的經營戰略及營運需求。董事會認為，上市所得款項用途之有關變更屬公平合理，且將不會對本集團之業務運營產生任何重大不利影響，並符合本公司及其股東之整體最佳利益。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2025年12月31日止十二個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售任何本公司上市證券（或出售庫存股份（如有））。於2025年12月31日，本公司並無持有任何庫存股份。

## 末期股息

董事會不建議派付截至2025年12月31日止年度的末期股息（2024年：無）。

## 企業管治

本集團致力維持高水準的企業管治，以保障其股東的權益，提升企業價值、制定其業務策略及政策以及提高其透明度及問責性。本公司已採納企業管治守則第二部分的原則及守則條文作為其自身的企業管治守則。

董事會認為，截至2025年12月31日止年度，本公司已遵守企業管治守則第二部分的所有適用守則條文，惟偏離企業管治守則守則條文C.2.1，主席及本公司行政總裁的角色並未區分且均由朱子南先生（「朱先生」）擔任。根據朱先生的經驗、個人簡歷及其於本集團的角色，以及自本集團成立以來，朱先生一直出任本集團行政總裁一職，董事會認為，由朱先生擔任主席及繼續擔任本公司行政總裁對本集團的業務前景及經營效率有利，董事會認為該架構並不會損害董事會及本公司管理層之間的權力及職權平衡，理由是：(i)董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，而我們認為董事會有足夠的權力制衡；(ii)朱先生及其他董事知悉及承諾履行彼等作為董事的受信責任，這些責任要求（其中包括）其應為本公司利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權力及職權平衡，該等人才會定期會面以討論影響本公司經營的事宜。再者，本集團整體策略及其他主要業務、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。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的有效性，以評估區分主席與行政總裁的角色是否必要。董事致力實現高水準的企業管治（對於我們的發展至關重要），以保障股東權益。

### 進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為有關董事進行證券交易的行為守則。

經向全體董事作出具體查詢後，彼等全部均已確認，彼等已於截至2025年12月31日止期間遵守標準守則。本公司並不知悉可能管有本公司內幕消息的僱員不遵守標準守則的事件。

### 公眾持股量的充足性

根據公開可得資料及據董事所知，截至本公告日期，本公司一直維持上市規則規定的充足公眾持股量。

### 審核委員會

董事會已設立審核委員會，審核委員會成員包括一名非執行董事及兩名獨立非執行董事，即非執行董事王宏鵬先生、獨立非執行董事李辰霽先生（審核委員會主席）以及黃博揚先生。

審核委員會已與本公司高級管理層及本公司外部核數師審閱本集團所採納的會計原則及政策，並已討論及檢討內部控制、風險管理及報告事宜。

審核委員會已審閱本集團截至2025年12月31日止年度的經審計綜合財務報表。審核委員會認為截至2025年12月31日止年度的經審計綜合財務報表符合適用會計準則、上市規則及所有其他適用法律規定。

## 國衛會計師事務所的工作範圍

初步公告所載有關本集團截至2025年12月31日止年度綜合財務狀況表、綜合損益表及其他全面收益表及相關附註的數據已獲本集團核數師國衛會計師事務所同意，與董事會於2026年3月31日批准的本集團本年度的經審核綜合財務報表所載金額一致。國衛會計師事務所就此執行的工作並不構成核證聘用工作，故國衛會計師事務所並無就初步公告發表任何意見或作出任何核證結論。

## 審核意見

綜合財務報表已由本集團核數師國衛會計師事務所有限公司完成審核。獨立核數師已就本集團截至2025年12月31日止年度之綜合財務報表出具無保留審核意見，並在核數師報告中包含與持續經營相關的重大不確定性段落。獨立核數師報告摘錄載於下文「獨立核數師報告摘錄」一節。

## 獨立核數師報告摘錄

### 與持續經營相關的重大不確定性

本所謹請注意綜合財務報表附註2，該附註顯示，本集團於截至2025年12月31日止年度錄得淨虧損約165,807,000港元，且經營活動現金流量淨額為負65,458,000港元。如附註2所述，該等事項或情況連同附註2所載其他事項，表明存在重大不確定性，可能對本集團的持續經營能力構成重大疑慮。我們的意見並未就此事項作出修改。

## 報告期後事項

李辰霽先生於2026年2月10日獲委任為獨立非執行董事及審核委員會主席及成員。除上述披露外，本集團於報告期後並無任何其他重大事項。

## 刊發年度業績及2025年年報

本年度業績公告登載於聯交所網站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 及本公司網站 ([www.joysreader.com](http://www.joysreader.com))。本公司載有上市規則規定的所有資料的截至2025年12月31日止年度年報將適時寄發予本公司股東 (如有此要求)，並於上述網站登載。

## 致謝

董事會衷心感謝本集團全體股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻。

## 釋義

「3C」	指	計算機、通信和消費類電子
「AI」	指	人工智能
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「APP」	指	移動應用程序
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「北京樂享」	指	北京樂享互動網絡科技股份集團有限公司，一家於2008年10月9日根據中國法律成立的有限公司，根據合約安排，入帳列作我們的附屬公司
「董事會」	指	董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則
「主席」	指	董事會主席
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣
「綜合聯屬實體」	指	我們透過合約安排控制的實體，即北京樂享及其附屬公司
「合約安排」	指	由(其中包括)外商獨資企業、北京樂享及登記股東所訂立的一系列合約安排
「董事」	指	本公司董事
「外商投資法」	指	《中華人民共和國外商投資法》
「按公平值計量且其變動計入當期損益」	指	按公平值計量且其變動計入當期損益
「按公平值計量且其變動計入其他全面收益」	指	按公平值計量且其變動計入其他全面收益
「Z時代」	指	1995-2009年間出生的一代人
「GEO」	指	生成引擎優化

「本集團」、「樂享集團」或「我們」	指	本公司、其於有關時間的附屬公司及綜合聯屬實體，或視乎文義所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司前的期間而言，指本公司的附屬公司或其現有附屬公司（視乎情況而定）所營運的業務
「首藏數字」	指	霍爾果斯首藏數字技術有限公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「增值電信業務經營許可證」	指	增值電信業務經營許可證
「互娛產品」	指	互動娛樂產品，主要包括遊戲、網絡文學等
「JDT」	指	京東科技集團
「樂享」、「本公司」或「我們」	指	樂享集團有限公司，前稱乐享互动有限公司，一家於2019年2月19日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「樂享國際」	指	Joy Spreader International (HK) Limited (樂享國際有限公司)，前稱香港樂享互動集團有限公司，一家於2019年10月25日在香港註冊成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「上市」	指	股份於2020年9月23日在主板上市
「上市日期」	指	於2020年9月23日，即股份於主板上市的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則（經不時修訂或補充）
「主板」	指	聯交所主板
「MCN」	指	多頻道網絡，一種多頻道網絡的產品形態，是一種新的網紅經濟運作模式

「標準守則」	指	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
「MR」	指	混合現實技術
「負面清單」	指	《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》，其於2024年11月1日生效
「網絡文化經營許可證」	指	《網絡文化經營許可證》
「招股章程」	指	本公司於2020年9月10日刊發的招股章程
「研發」	指	研究與開發
「登記股東」	指	即朱子南先生、南通平衡創業投資基金中心(有限合夥)、北京子南和他的小夥伴們文化中心(有限合夥)、嘉興寶正投資合夥企業(有限合夥)、道有道科技集團股份公司、南京平衡資本管理中心(普通合夥)、張之的先生、陳亮先生、國治維先生、薛曉黎女士、朱錫芬女士及黃慧娟女士，均為北京樂享股東
「報告期」	指	從2025年1月1日至2025年12月31日止十二個月期間
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「股東」	指	股份持有人
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001港元的普通股
「股份獎勵計劃」	指	董事會於2021年6月21日採納的股份獎勵計劃
「SKU」	指	庫存單位
「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「泰美玩具集團」	指	東莞泰美玩具有限公司

「天美文化」	指	天美(廣西)文化創意有限公司
「Token」	指	詞元
「庫存股份」	指	本公司按其註冊成立地之法例以及組織章程細則授權而購回，並以庫存方式持有之股份
「VR」	指	虛擬現實技術
「外商獨資企業」	指	Joy Spreader Interactive Group Co., Ltd，前稱北京樂享互動科技有限公司，一家於2019年5月22日於中國成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「影漪視界」	指	北京影漪視界科技有限公司

於本公告內，除非文義另有所指外，「聯營公司」、「控股股東」及「附屬公司」等詞彙應具有上市規則賦予該等詞彙之涵義。

承董事會命  
樂享集團有限公司  
主席  
朱子南

中國，北京  
2026年3月31日

於本公告日期，董事會包括執行董事朱子南先生、成林先生及秦佳鑫女士；非執行董事王宏鵬先生；及獨立非執行董事房宏偉先生、黃博揚先生及李辰霽先生。