

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

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

**截至2023年12月31日止年度
之年度業績公告**

艾德韋宣集團控股有限公司(「本公司」)，連同其附屬公司統稱「本集團」董事(「董事」)會(「董事會」)欣然提呈本集團截至2023年12月31日止年度(「2023財年」)的綜合業績連同截至2022年12月31日止年度(「2022財年」)的比較經審核數字。

財務概要

- 本集團於2023財年錄得收入由2022財年的約人民幣694.8百萬元增加約39.2%至2023財年的約人民幣967.2百萬元。
- 本集團於2023財年錄得毛利由2022財年的約人民幣202.2百萬元增加約47.5%至2023財年的約人民幣298.2百萬元。毛利率從2022財年的29.1%增加至2023財年的30.8%。
- 本集團於2023財年的淨利潤錄得約319.9%增長，由2022財年約人民幣28.2百萬元上升至2023財年約人民幣118.4百萬元。淨利潤率由2022財年4.1%上升至2023財年12.2%。母公司擁有人應佔溢利約為人民幣108.0百萬元(2022財年：人民幣23.6百萬元)。
- 2023財年每股基本盈利為人民幣14.80分(2022財年：人民幣3.21分)。

末期股息

董事會建議派發2023財年每股本公司普通股(「股份」)6.16港仙的末期股息及每股股份4.42港仙的末期特別股息，金額約為78.8百萬港元，惟須待本公司股東(「股東」)於應屆股東週年大會上批准方可作實。上述建議派發的股息連同已於2023年9月14日派發的中期股息每股2.00港仙，2023財年的股息總額將為每股12.58港仙(2022財年：每股22.70港仙)。末期股息及末期特別股息如在2024年5月27日(星期一)舉行的本公司即將召開的股東週年大會(「2024年股東週年大會」)上獲股東批准，則預期將於2024年6月18日(星期二)或之前派發予股東。

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

回顧

2023年，中國宏觀經濟的穩定及消費服務業的擴張為營銷經濟領域的可觀增長創造了條件。全年期間，中國市場的戰略重要性吸引眾多來自全球奢侈品牌的擁有人和管理團隊訪問中國內地。此趨勢不單突顯中國奢侈品市場的重要性，亦為本集團帶來業務發展的機遇。

作為大中華地區領先的高端奢侈品牌體驗營銷服務提供商，本集團財務業績創歷史新高，展現出增長能力，而我們的優越成績已不只是出色的財務業績。更重要的是，成績印證我們員工的敬業精神和專業知識。本集團的成功反映我們對市場動態的敏銳洞察力、對客戶需求的理解以及對未來市場趨勢的預測。

本集團戰略重點是提供創新、多元、優質的營銷服務。此方針不僅有助於我們深入理解和滿足客戶的需求，也使本集團在競爭激烈、瞬息萬變的市場環境中保持領先地位。本集團的出色表現鞏固了我們在行業內的領導地位，也再次肯定了我們對戰略方向和精細管理實踐的長期承擔。

本集團於2023財年的收入約為人民幣967.2百萬元，較2022財年的人民幣694.8百萬元增長39.2%。本集團2023財年淨利潤約為人民幣118.4百萬元，較2022財年的人民幣28.2百萬元增長319.9%；而本集團於2023財年的淨利潤率約為12.2%，較2022財年的4.1%上升8.1個百分點。本集團權益股東應佔溢利為人民幣108.0百萬元(2022財年：人民幣23.6百萬元)。每股基本盈利為人民幣14.80分(2022財年：人民幣3.21分)。

市場機會

根據貝恩公司的「2023年中國奢侈品市場報告」(「貝恩報告」)，中國市場繼續鞏固其作為全球奢侈品消費首選目的地的地位，對全球奢侈品牌具有戰略重要性。報告指出，2023年，中國內地消費者預計佔全球奢侈品消費總量的22-24%，而中國市場本身對全球奢侈品消費的貢獻則應約為16%。貝恩報告預測，到2030年，中國有望成為全球領先的奢侈品市場，中國消費者應會佔據35-40%的全球市場份額，中國市場份額本身也將增長至24-26%。除上述調查結果外，Euromonitor的市場調查亦顯示，至少在未來四年，中國的奢侈品消費將超越美國和西歐，進一步突顯中國市場在奢侈品領域中的關鍵角色。

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

展望及戰略

鑑於中國市場在全球奢侈品行業中的重要性與日俱增，本集團已成功爭取到中國內地和香港的多個國際和本地客戶的營銷服務專案，並開始逐步實行該等專案。

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

展望未來，本集團對其達到甚至超過其發展目標以及其按以下方向所進行策略的能力充滿信心：

繼續推進一站式整合營銷服務

作為大中華區領先的泛時尚品牌整合營銷集團，本集團致力於為客戶提供全面的品牌營銷解決方案，提升品牌在中國市場的影響力。本集團的線上線下一站式營銷策略在 2023 年取得了顯著成效。

本集團的體驗營銷主要是為品牌策劃內容豐富、感官豐富的活動，目的是讓消費者在潛移默化中深入瞭解品牌的歷史和文化。通過該等活動，本集團旨在為消費者送上一場超越視覺盛宴的深刻情感體驗。該等方式有效提升品牌形象，並在消費者心中留下深刻印象。該等活動的目的是在短期內促進銷售，同時培養消費者與品牌之間的持久情感聯繫，久而久之鞏固與非常重要客戶 (VIC) 等重要客戶的關係，提高品牌忠誠度。

通過舉辦大型線下活動，本集團成功吸引了數千名觀眾出席，在場進行大規模的互動。我們為客戶提供獨家定製活動的方針，不單精心製作令人難忘的現場體驗，亦在戰略上擴展了品牌在數字平台上的覆蓋範圍和參與度。通過利用抖音、微博、小紅書、YouTube、Instagram 等在線媒體渠道，加上直播和互動討論，我們吸引了數以億計在線觀眾的注意。這種線上線下營銷策略的協同整合，在大規模推動線上流量方面發揮重要作用，在過去三年中亦已產生數以億計的點擊。此戰略不僅擴大我們品牌的消費者基礎，亦顯著擴大其影響力。此成績印證我們營銷舉措奏效，並突顯該等活動在增強品牌市場定位及推動長期價值創造方面的作用。

本集團線上線下一體化營銷策略是品牌成長的關鍵推動力，對本地經濟貢獻顯著，並可提升地區知名度。該等舉措突出我們在營銷方面的全面專長，並強調我們對長期戰略規劃的承諾。我們的創新和多樣化策略為品牌擴張市場，同時也為本地社區帶來巨大的利益。上述雙重重點突顯我們同時致力於商業成功和社會責任。

本集團認識到，年輕消費者在塑造未來消費趨勢方面起著關鍵作用。貝恩報告顯示，85後、90後和2000後在市場上的影響力越來越大。這些注重個性化、品質和體驗的「數位原居民」，對指引中國的消費轉營方向至關重要。我們的線下活動(如公開展覽)往往成為該等擁有品牌的年輕潛在客戶的初步接觸點，為本集團的體驗營銷策略提供重大契機。乘著該等趨勢，我們的目標是最大限度地擴大我們與該關鍵群體的接觸，預計可通過提高品牌忠誠度和市場份額來獲得可觀的投資回報。

根據Yaok Institute的「2023年中國奢侈品報告」，中國的在線奢侈品市場在本年度出現大幅增長，主要是由於實體零售空間的顯著數位化轉型所致。此轉變一直是在線奢侈品牌銷售激增背後的動力。2023年，在線銷售額佔全年總銷售額的42%，預計未來3至5年內可超過60%。這一趨勢突顯出奢侈品數字營銷存在巨大的擴展機會。

因此，本集團預計其體驗營銷及數字營銷與推廣活動將在未來穩步發展，並將牢牢抓住中國奢侈品市場快速擴張所帶來的巨大機遇。

展望未來，本集團將繼續完善線上線下一站式營銷服務，並為現有客戶提供優質的營銷方案，進一步鞏固在行業中的領先地位。同時，我們正在積極擴大客戶群。此戰略符合當前的市場趨勢，旨在最大限度地提高回報，並加強我們在不斷發展的奢侈品行業的市場地位。

IP 拓展

IP拓展業務分部是本集團的第二增長動力。文化IP—「上海設計周」在國內外順利舉行了多項活動，這表明其品牌影響力和市場吸引力在迅速增長。此外，本集團與香港置地的合資公司關於上海徐匯濱江西岸金融城的展館「西岸漩心」運營已於2023年11月啟動，為本集團的客戶提供一個全新的高端線下場景。

在體育IP方面，本集團正在積極參與於多個中國主要旅遊城市主辦環法自行車賽事的工作，目前進展順利，本集團預計於2024年舉辦多場自行車賽事。體育賽事具有強大的吸引力和廣泛的影響力，將進一步提升本集團的品牌知名度和市場影響力。

作為上述多個IP的運營商，通過本集團團隊的努力，IP業務將成為未來業務增長的重要推動力。

業務回顧

地區回顧

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

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國內地	867,277	89.7	669,619	96.4
香港及新加坡	99,954	10.3	25,188	3.6
總計	967,231	100.0	694,807	100.0

業務分部回顧

於2023財年，本集團體驗營銷服務分部、數字營銷與推廣服務分部及IP拓展分部的收入分別為人民幣762.0百萬元(2022財年：人民幣513.9百萬元)、人民幣188.2百萬元(2022財年：人民幣154.4百萬元)及人民幣17.0百萬元(2022財年：人民幣26.5百萬元)。

下表載列本集團2022財年及2023財年按服務線劃分的收入。

	2023年	2022年
	人民幣千元	人民幣千元
體驗營銷服務	761,972	513,877
數字營銷與推廣服務	188,237	154,399
IP 拓展	17,022	26,531
總計	967,231	694,807

體驗營銷

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

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

於2023年，本集團已舉辦多項活動，包括ARC'TERYX始祖鳥「向上致美」主題大秀、BOTTEGA VENETA 2023-2024 秋冬季系列北京時裝秀、CARTIER卡地亞「百樣玲瓏—卡地亞與女性」特別展覽、CHANEL香奈兒「腕表遊樂場展覽」、CINDY CHAO「藝術珠寶」展覽、COMME MOI「2023 秋冬時裝秀」、DIOR迪奧「2023 秋季系列新品預覽」、GUCCI古馳《寰宇古馳》典藏展、LORO PIANA 諾悠翩雅「2023 春夏度假系列」限時店、LOUIS VUITTON 路易威登於韓國的「2023 早秋女裝系列大秀」及於香港的「2024 早秋男裝秀」、MERCEDES-BENZ 梅賽德斯奔馳「全新EQE純電SUV中國上市」慶典、OPPO「Find X6系列全球首發」發佈會以及SWAROVSKI施華洛世奇「幻影奇境」展覽等。這些活動的成功舉辦，再次證明了本集團在體驗營銷領域的領先地位及專業能力。

於2023年，本集團的體驗營銷業務錄得收入約為人民幣762.0百萬元，較2022財年約人民幣513.9百萬元增加了48.3%。隨著中國經濟復甦及高端奢侈品消費轉趨活躍，客戶對營銷的需求增加為本集團帶來了更多體驗營銷商機。

體驗營銷分部產生的收入佔本集團2023財年總收入的78.8%，顯示出本集團在這一領域的主導地位，以及其業務模式成功把握大中華區優質品牌的營銷需求。

數字營銷及推廣

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

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

從2020年開始，本集團提供數據互動服務，通過線上平台創造的流覽量從數百萬到數十億不等，這種線上宣傳也有效地提高了客戶的銷售收入。本集團積極把握合作機會，推進旗下合資公司的電商直播帶貨業務。本集團於2022年亦佈局元宇宙營銷額外增值服務方案，以更好的應對數字時代的快速變化，為客戶提供更全面的營銷服務。

於2023財年，本集團為多個品牌提供了在線營銷服務，這些品牌包括BALMAIN、BARBOUR、BOBBI BROWN、COTY、DIESEL、FILA、GENTLE MONSTER、HAMILTON、JACQUEMUS、KENZO、LA PRAIRIE、LOEWE PERFUME、JOYERIA TOUS、MARC JACOBS、MAX&CO、NEW BALANCE、REMY MARTIN、ROGER DUBUIS、SEPHORA、SK-II、STEINWAY、TASAKI、TORY BURCH、TUDOR、VENCHI等。

於2023財年，數字營銷與推廣業務收入約為人民幣188.2百萬元，較2022財年約人民幣154.4百萬元增加了21.9%，佔本集團2023財年總收入的19.5%。數字及通訊業務增長，主要原因是客戶對一站式(線上加線下營銷)服務的需求增加，使該業務分部得益。

IP 拓展

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

於2023財年，上海設計周在國內外成功舉辦了多個活動，包括承建「第18屆威尼斯國際建築雙年展中國國家館」、「2023上海製造佳品匯」、「上海設計周在巴黎」、「2023世界設計之都大會(WDCC)」等。西岸漩心已於2023年11月正式亮相，數項活動正陸續進行中。於2023年全年，本集團完成西甲俱樂部傳奇中國行，並於年內積極籌備環法自行車賽車，預計未來幾年將在旅遊城市舉辦多場自行車賽。

於2023財年，IP拓展業務收入約為人民幣17.0百萬元(2022財年：人民幣26.5百萬元)，下降了35.8%，佔本集團2023財年總收入的1.8%。收入減少主要由於不計入上海設計周及西岸漩心的聯營公司產生的收入。

財務回顧

銷售成本

本集團的銷售成本由2022財年的人民幣492.6百萬元增加至2023財年的人民幣669.0百萬元，與收入增長一致。銷售成本主要包括製作成本、第三方服務成本、媒體成本及場地租賃成本，該等成本會根據本集團於相關期間開展的項目類型及組合而波動。

毛利及毛利率

由於上文所述，本集團的毛利由2022財年的人民幣202.2百萬元增加47.5%至2023財年的人民幣298.2百萬元，主要由於收入增加所致。其整體毛利率由2022財年29.1%上升至2023財年30.8%。毛利率上升乃由於本集團項目成本控制有所改善。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2022財年的人民幣16.3百萬元減少至2023財年的人民幣13.9百萬元。其他收入及收益減少主要是由於政府補助及津貼以及利息收入減少。

銷售及分銷開支

本集團於2023財年之銷售及分銷開支約為人民幣86.5百萬元(2022財年：人民幣86.4百萬元)。

一般及行政開支

本集團的一般及行政開支由2022財年的人民幣65.7百萬元減少至2023財年的人民幣58.6百萬元。上述減少主要由於股份獎勵開支由2022財年人民幣18.6百萬元減少至2023財年人民幣9.8百萬元，此乃來自於2023年3月及2023年12月向執行董事及高級管理層授出本公司股份。

其他開支淨額

本集團的其他開支由2022財年的人民幣10.5百萬元減少至2023財年的人民幣6.0百萬元。其他開支減少主要是由於貿易應收款項減值減少。

財務成本

本集團於2023財年的財務成本約為人民幣0.4百萬元(2022財年：人民幣0.5百萬元)。

淨利潤及淨利潤率

本集團於2023財年錄得淨利潤為人民幣118.4百萬元(2022財年：人民幣28.2百萬元)，較2022財年增加319.9%。整體淨利潤率由2022財年的4.1%上升至2023財年的12.2%。

流動資金及財務資源

現金及現金等價物

於2023年12月31日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣307.1百萬元(2022年12月31日：人民幣300.3百萬元)，主要以人民幣及港元計值。

全球發售所得款項淨額

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

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

下表載列所得款項淨額的經調整動用情況。

所得款項淨額指定用途	原所得款項 淨額分配 百萬港元	經修改所 得款項 淨額分配 (附註) 百萬港元	於2023年 1月1日的 未動用所得 款項淨額 百萬港元	2023財年期間 的已動用所得 款項淨額 百萬港元	於2023年 12月31日的 未動用所得 款項淨額 百萬港元
發展及擴大我們的現有整合營銷解決方案 及IP拓展業務	192.8	81.1	—	—	—
用作策略投資基金的現金儲備， 以尋求合適合作或投資機會	118.0	5.2	5.2	—	5.2
一般營運資金及一般企業用途	34.2	34.2	—	—	—
於泛文化領域進行策略投資所需的現金儲備	—	224.5	161.5	—	161.5
總計	345.0	345.0	166.7	—	166.7

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

除該等公告所披露外，所得款項淨額的擬定用途並無重大變動。本集團預計將於截至2025年12月31日止年度年底之前動用全部未動用所得款項淨額。

借款及本集團資產的抵押

於2023年12月31日，本集團並無任何計息借款(於2022年12月31日：無)。

資本負債比率

由於本集團並無任何銀行借款，於2023年12月31日的資本負債比率(按銀行及其他借款除以總權益計算)為零(於2022年12月31日：零)。

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

僱員及薪酬政策

於2023年12月31日，本集團的僱員總數約為243人(於2022年12月31日：261人)。於2023財年，本集團僱員福利開支(含董事酬金)約為人民幣114.2百萬元(2022財年：人民幣110.7百萬元)。

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

貿易應收款項與貿易應付款項

本集團的貿易應收款項由2022年12月31日的人民幣308.9百萬元增加至2023年12月31日的人民幣397.6百萬元；而本集團的貿易應付款項則由2022年12月31日的人民幣289.6百萬元增加至2023年12月31日的人民幣339.4百萬元。

或然負債

於2023年12月31日，本集團概無重大或然負債。

收購及出售附屬公司及聯營公司

於2023財年，本集團並無重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

資本承擔

於2023年12月31日，本集團資本承擔為人民幣8.1百萬元(於2022年12月31日：人民幣5.1百萬元)，與未來的注資有關。

重大投資

於2023年12月31日，本集團並無重大投資(包括價值為本集團總資產5%或以上的公司投資)。

重大投資或資本資產的未來計劃

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

外匯風險

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

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

綜合損益表

截至12月31日止年度

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
收入	4	967,231	694,807
銷售成本		<u>(669,009)</u>	<u>(492,566)</u>
毛利		298,222	202,241
其他收入及收益	4	13,858	16,263
銷售及分銷開支		(86,486)	(86,423)
一般及行政開支		(58,648)	(65,698)
其他開支淨額		(5,950)	(10,480)
財務成本		(410)	(526)
分佔一間聯營公司溢利及虧損		<u>4,199</u>	<u>321</u>
除稅前溢利	5	164,785	55,698
所得稅開支	6	<u>(46,366)</u>	<u>(27,454)</u>
年內溢利		<u>118,419</u>	<u>28,244</u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		107,992	23,632
非控股權益		<u>10,427</u>	<u>4,612</u>
		<u>118,419</u>	<u>28,244</u>
母公司普通股持有人應佔每股盈利	8		
基本(人民幣分)		14.80	3.21
攤薄(人民幣分)		<u>14.60</u>	<u>3.21</u>

綜合全面收益表
截至12月31日止年度

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
年內溢利	118,419	28,244
其他全面收益		
於後續期間將不會重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
按公平值計入其他全面收益的股權投資：		
公平值變動	(12,029)	(736)
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>(1,830)</u>	<u>3,155</u>
年內其他全面收益，已扣稅	<u>(13,859)</u>	<u>2,419</u>
年內全面收益總額	<u>104,560</u>	<u>30,663</u>
以下各項應佔：		
母公司擁有人	94,133	26,051
非控股權益	<u>10,427</u>	<u>4,612</u>
	<u>104,560</u>	<u>30,663</u>

綜合財務狀況表

於12月31日

	附註	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,856	6,421
使用權資產		5,567	8,246
商譽		10,233	10,233
無形資產		861	309
於一間聯營公司的投資		5,107	908
按公平值計入其他全面收益的投資		31,770	42,344
按公平值計入損益的投資		13,101	16,354
按金		701	701
遞延稅項資產		554	358
非流動資產總值		<u>72,750</u>	<u>85,874</u>
流動資產			
貿易應收款項	9	397,637	308,859
預付款項、按金及其他應收款項		17,270	15,579
質押銀行存款		665	665
現金及現金等價物		307,079	300,269
流動資產總值		<u>722,651</u>	<u>625,372</u>
流動負債			
貿易應付款項	10	339,405	289,595
其他應付款項及應計費用		62,220	41,631
租賃負債		3,292	3,123
應付稅項		23,855	13,382
流動負債總額		<u>428,772</u>	<u>347,731</u>
流動資產淨值		<u>293,879</u>	<u>277,641</u>
總資產減流動負債		<u>366,629</u>	<u>363,515</u>
非流動負債			
租賃負債		3,289	6,475
遞延稅項負債		3,365	3,450
非流動負債總額		<u>6,654</u>	<u>9,925</u>
資產淨值		<u><u>359,975</u></u>	<u><u>353,590</u></u>

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
權益		
母公司擁有人應佔權益		
已發行股本	659	659
儲備	<u>339,110</u>	<u>335,650</u>
	339,769	336,309
非控股權益	<u>20,206</u>	<u>17,281</u>
	359,975	353,590
總權益	<u><u>359,975</u></u>	<u><u>353,590</u></u>

附註

截至2023年12月31日止年度

1. 公司及集團資料

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

本公司為投資控股公司。於2023財年，本公司附屬公司涉及以下主營業務：

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

2.1 編製基準

本集團的綜合財務報表已根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋)以及香港公司條例的披露要求而編製。

綜合財務報表乃根據歷史成本法編製，惟按公平值計入其他全面收益的投資及按公平值計入損益的投資以公平值計量除外。該等綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，除另有指明外，所有數值約整至最接近的千位數。

2.2 會計政策變動及披露

本集團已在本年度財務報表首次應用以下新訂及經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第17號	保險合約
香港會計準則第1號及香港財務報告準則實務報告第2號的修訂	會計政策的披露
香港會計準則第8號的修訂	會計估計的定義
香港會計準則第12號的修訂	與單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項
香港會計準則第12號的修訂	國際稅務改革—支柱二模板規則

適用於本集團的新訂及經修訂香港財務報告準則的性質及影響闡述如下：

- (a) 香港會計準則第1號的修訂要求企業披露重要會計政策資料，而非重大會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可以合理預期會影響通用財務報表的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該會計政策資料屬重大。香港財務報告準則實務報告第2號的修訂作出重要性判斷就如何將重要性概念應用於會計政策的披露提供非強制性指引。該等修訂對本集團的財務資料任何項目之計量、確認或呈列並無任何影響。
- (b) 香港會計準則第8號的修訂釐清會計估計變動與會計政策變動之間的差異。會計估計的定義為財務報表中存在計量不確定性的貨幣性金額。該等修訂亦釐清實體使用計量技巧及輸入數據以計算會計估計的方式。由於本集團的方針及政策與該等修訂一致，該等修訂對本集團的財務報表並無任何影響。
- (c) 香港會計準則第12號的修訂與單一交易產生的資產及負債有關的遞延稅項縮小香港會計準則第12號中首次確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相同的應課稅及可扣減臨時差異的交易，例如租賃及停用責任。因此，實體需要就該等交易產生的暫時性差異確認遞延稅項資產（前提是有充足的應課稅溢利）及遞延稅項負債。由於本集團已就與租賃有關的交易的暫時性差異確認遞延稅項資產及遞延稅項負債，該等修訂對本集團並無任何影響。
- (d) 香港會計準則第12號的修訂國際稅務改革 – 支柱二模板規則引入強制性暫時豁免確認及披露實施經濟合作暨發展組織所刊發的支柱二模板規則所產生的遞延稅項。該等修訂亦為受影響實體引入披露規定，以協助財務報表使用者理解該等實體須繳納的支柱二所得稅，包括分開披露於支柱二法例生效期間有關支柱二所得稅的即期稅項，及披露於法例頒佈或實質上頒佈但尚未生效期間，有關所須繳納的支柱二所得稅的所知或合理可估計資料。本集團已追溯應用有關修訂。由於本集團不屬於支柱二模板規則的規管範圍，故此該等修訂對本集團並無任何影響。

3. 經營分部資料

基於管理目的，本集團按所提供的服務劃分業務單元，形成如下三個報告經營分部：

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

管理層單獨監察本集團的經營分部業績，以決定資源分配及業績評估。分部業績根據報告分部溢利／虧損進行評估，而報告分部溢利／虧損的計量方式為經調整的除稅前溢利／虧損。經調整除稅前溢利／虧損的計量方式與本集團的除稅前溢利一致，惟未分配其他收入及收益、財務成本及公司及其他未分配開支則不撥入該項計量中。

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

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

截至2023年12月31日止年度／於2023年12月31日

	體驗營銷服務 人民幣千元	數字營銷及 推廣服務 人民幣千元	IP 拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入				
向外部客戶作出的銷售	761,972	188,237	17,022	<u>967,231</u>
分部業績	138,352	33,364	9,748	181,464
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配開支淨額				(17,323)
利息收入				1,054
財務成本				<u>(410)</u>
除稅前溢利				<u>164,785</u>
分部資產	633,335	76,098	27,308	736,741
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>58,660</u>
總資產				<u>795,401</u>
分部負債	347,603	33,513	9,525	390,641
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>44,785</u>
總負債				<u>435,426</u>
其他分部資料				
分佔一間聯營公司溢利	—	—	(4,199)	(4,199)
折舊及攤銷	1,848	530	15	2,393
貿易應收款項減值淨額	816	159	56	1,031
資本開支*	1,265	109	35	1,409

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

截至2022年12月31日止年度／於2022年12月31日

	體驗營銷服務 人民幣千元	數字營銷及 推廣服務 人民幣千元	IP拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入				
向外部客戶作出的銷售	513,877	154,399	26,531	<u>694,807</u>
分部業績	76,099	17,139	(12,166)	81,072
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配開支淨額				(26,544)
利息收入				1,696
財務成本				<u>(526)</u>
除稅前溢利				<u>55,698</u>
分部資產	506,619	79,799	39,891	626,309
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配資產				<u>84,937</u>
總資產				<u>711,246</u>
分部負債	240,581	33,006	46,937	320,524
<u>對賬：</u>				
公司及其他未分配負債				<u>37,132</u>
總負債				<u>357,656</u>
其他分部資料				
分佔一間聯營公司溢利	(321)	—	—	(321)
一間合營企業減值	—	—	334	334
折舊及攤銷	1,614	554	18	2,186
貿易應收款項減值淨額	1,368	7,463	132	8,963
資本開支*	2,857	423	—	3,280

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

地域資料

(a) 來自外部客戶的收入

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中國內地	867,277	669,619
中國香港／新加坡	99,954	25,188
	<u>967,231</u>	<u>694,807</u>

上述收入資料乃根據提供有關服務所在地呈列。

(b) 非流動資產

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中國內地	21,664	18,572
中國香港／新加坡	94	—
	<u>21,758</u>	<u>18,572</u>

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

主要客戶資料

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

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
客戶 A	253,485	198,040
客戶 B	176,682	64,694*

來自該等客戶的收益包括向一組已知該等客戶在共同控制之下的實體的銷售。

* 佔本集團於上一年度收入總額少於10%。

4. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
客戶合約收入		
主要服務線		
體驗營銷服務	761,972	513,877
數字營銷與推廣服務	188,237	154,399
IP 拓展	17,022	26,531
	<u>967,231</u>	<u>694,807</u>
(i) 分拆收入資料		
地理位置		
體驗營銷服務		
中國內地	706,654	489,493
中國香港／新加坡	55,318	24,384
	<u>761,972</u>	<u>513,877</u>
數字營銷與推廣服務		
中國內地	143,601	153,595
中國香港／新加坡	44,636	804
	<u>188,237</u>	<u>154,399</u>
IP 拓展		
中國內地	17,022	26,531
客戶合約總收入	<u>967,231</u>	<u>694,807</u>
收入確認時間		
於某一時間點	949,400	548,907
於一段時間*	17,831	145,900
客戶合約總收入	<u>967,231</u>	<u>694,807</u>

* 包括預收費用項目

下表載列於報告期初計入合約負債的於報告期內確認的收入金額：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
體驗營銷服務	2,100	872
數字營銷與推廣服務	<u>706</u>	<u>1,155</u>
	<u>2,806</u>	<u>2,027</u>

其他收入及收益分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
<u>其他收入及收益</u>		
銀行利息收入	1,054	1,696
政府津貼*	8,921	10,651
其他	<u>3,883</u>	<u>3,916</u>
	<u>13,858</u>	<u>16,263</u>

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

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除以下各項：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
提供服務的成本	669,009	492,566
物業、廠房及設備折舊**	2,192	2,063
使用權資產折舊**	2,800	2,937
無形資產攤銷**	201	123
未計入租賃負債計量的租賃付款**	3,681	3,298
按公平值計入損益的金融資產的公平值虧損*	3,807	329
貿易應收款項減值淨額*	1,031	8,963
一間合營企業減值*	—	334
外匯差額淨額	649	89

* 計入綜合損益表中的「其他開支淨額」項目。

** 計入綜合損益表中的「一般及行政開支」項目。

6. 所得稅

年內，中國內地應課稅溢利之稅項按25% (2022年：25%)之適用中國企業所得稅(「企業所得稅」)稅率計算。

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

就於香港註冊成立的附屬公司而言，香港利得稅乃按照年內於香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2022年：16.5%)計提撥備。

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
即期 — 中國		
本年度支出	44,384	23,396
過往年度撥備不足	540	10
即期 — 中國香港／新加坡		
本年度支出	1,723	—
過往年度撥備不足	—	74
遞延	(281)	3,974
年度稅項支出總額	46,366	27,454

7. 股息

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
中期股息 — 每股普通股2.00港仙(2022年：無)	13,236	—
特別股息 — 每股普通股零(2022年：12.00港仙)	—	76,896
擬派末期股息 — 每股普通股6.16港仙(2022年：1.32港仙)	40,766	8,455
擬派末期特別股息 — 每股普通股4.42港仙(2022年：9.38港仙)	29,250	60,084
	<u>83,252</u>	<u>145,435</u>

年內擬派末期股息及末期特別股息尚待本公司股東於應屆股東週年大會上批准。

8. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利金額均根據母公司普通股持有人應佔年內溢利計算，而年內已發行普通股加權平均數為729,561,644股(2022年：735,332,537股)，已調整至不包括根據本公司股份獎勵計劃持有的股份。

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

盈利

每股基本及攤薄盈利的計算乃根據母公司普通股股東應佔年度利潤計算。

股份

	股份數目	
	2023年	2022年
用於計算每股基本盈利的年度已發行普通股之加權平均數	729,561,644	735,332,537
攤薄的影響 – 普通股加權平均數：		
股份獎勵	<u>10,083,404</u>	<u>—</u>
用於計算每股攤薄盈利之股票數量	<u>739,645,048</u>	<u>735,332,537</u>

9. 貿易應收款項

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
應收已開票款項	310,530	157,078
減值	<u>(2,216)</u>	<u>(9,489)</u>
	308,314	147,589
應收未開票款項	<u>89,323</u>	<u>161,270</u>
	<u>397,637</u>	<u>308,859</u>

除新客戶通常須預先付款外，本集團與客戶的交易條款主要以信貸進行。信貸期一般自發票日期起介乎 60 至 90 日不等。本集團嚴格控制其未償還應收款項。高級管理層會定期檢視逾期結餘。鑒於上文所述，以及本集團的貿易應收款項與為數眾多且分散的客戶有關，故並無重大信貸風險集中。本集團並未就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升。貿易應收款項為免息。

基於發票日期或同等指標並扣除虧損撥備的應收已開票款項於報告期末的賬齡分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
一個月內	287,435	119,544
一至三個月	6,498	13,796
三個月以上	<u>14,381</u>	<u>14,249</u>
	<u>308,314</u>	<u>147,589</u>

10. 貿易應付款項

於報告期末的貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	2023年 人民幣千元	2022年 人民幣千元
一個月內	276,961	186,269
一至三個月	16,563	53,006
三個月以上	45,881	50,320
	<u>339,405</u>	<u>289,595</u>

貿易應付款項為免息，且一般以介乎 60 日至 90 日為期結算。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

於2023財年，本公司或其任何附屬公司均並無購買或出售任何本公司的上市證券。

遵守企業管治守則

本公司致力於恪守誠信、問責、透明、獨立、負責及公平的原則，實現並維持高水平的企業管治。本公司已制定並且實施完善的企業管治政策及措施，董事會負責履行該等企業管治職責。董事會將繼續參照聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載《企業管治守則》（「企業管治守則」）及其他適用法律及法規要求，檢討及監察本公司企業管治以及若干內部政策及程序，包括但不限於適用於僱員及董事的政策及程序，以維持本公司的高水平企業管治。董事認為，本公司於2023財年已完全遵守企業管治守則，惟偏離企業管治守則第二部分守則條文第C.2.1條除外。

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

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C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)作為其進行本公司證券交易的行為守則。

經向本公司全體董事作出特定查詢後，全體董事均確認彼等已於2023財年嚴格遵守標準守則所載的規定準則。如企業管治守則第二部分守則條文第C.1.3條所指，董事會亦已採納標準守則以規管可能管有本公司有關本公司證券的未公開內幕消息的有關僱員進行的所有交易。經作出合理查詢後，於2023財年並無發現本公司有關僱員違反標準守則的情況。

審核委員會及財務報表審閱

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

審核委員會已審閱本集團2023財年的年度業績，確認已遵守適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分的披露。審核委員會亦與本公司管理層討論了審計、內部控制及財務報告事宜。

核數師就本業績公告執行的程序

本初步公告所載本集團2023財年綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表的數字及相關附註已經由本公司核數師安永會計師事務所與本集團本年度綜合財務報表草稿所載的金額核對一致。安永會計師事務所就此執行的工作並不構成一項核證工作，因此，安永會計師事務所並無就本初步公告作出任何意見或核證結論。

報告期後重大事項

本集團於2023年12月31日後並無須予披露的重大事項。

股東週年大會

2024年股東週年大會將於2024年5月27日(星期一)舉行，其通告及所有其他相關文件將於2024年4月發佈並寄發予股東。

暫停辦理股份過戶登記

(a) 釐定股東出席股東週年大會並於會上投票的資格

為確定股東有權出席2024年股東週年大會並於會上投票，本公司將於2024年5月22日(星期三)至2024年5月27日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間，將不會進行任何股份轉讓。為符合資格出席2024年股東週年大會並進行投票，所有過戶文件及相關股票須在不遲於2024年5月21日(星期二)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

(b) 釐定獲派建議末期股息及末期特別股息的資格

本公司將於2024年6月3日(星期一)至2024年6月6日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間將不會進行任何股份轉讓登記。為符合資格獲得建議末期股息及末期特別股息，未登記股份持有人應確保所有過戶文件連同相關股票須在不遲於2024年5月31日(星期五)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

刊發2023年年度業績及年報

本集團2023財年的年度業績公告於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.activation-gp.com刊載。2023年年報載有上市規則所規定的所有適用資料，將於2024年4月寄發予股東，並在上述網站刊登。

致謝

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

承董事會命
艾德韋宣集團控股有限公司
聯席主席
劉錦耀及伍寶星

香港，2024年3月11日

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

本公告可於本公司網站 www.activation-gp.com 及聯交所網站 www.hkexnews.hk 瀏覽。