

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

Mobvista

Mobvista Inc. 匯量科技有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代碼: 1860)

截至2020年6月30日止六個月之 中期業績

財務摘要

	截至6月30日止六個月		同比變動
	2020 千美元 (未經審計)	2019 千美元 (未經審計)	
收益	266,907	225,087	18.6%
毛利	58,248	50,140	16.2%
期內溢利	13,098	7,588	72.6%
非國際財務報告準則計量			
經調整息稅折舊及攤銷前盈利 ⁽¹⁾	31,232	22,965	36.0%
經調整後利潤淨額 ⁽²⁾	23,306	17,363	34.2%

附註：

- (1) 我們將經調整息稅折舊及攤銷前盈利定義為期內息稅折舊及攤銷前盈利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資(收益)/損失(如有)通過加回或扣除予以調整。
- (2) 我們將經調整後利潤淨額定義為期內溢利，並就股份酬金、與收購有關的一次性開支(如有)、上市費用(如有)及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產投資(收益)/損失(如有)通過加回或扣除予以調整。

業務摘要

程序化廣告業務收入



增幅 51.4% ▲

期內溢利



增幅 72.6% ▲

Mintegral客戶

留存率： 91.3% ▼

增長率： 43.0% ▲

Mintegral發佈商

留存率： 91.6% ▼

增長率： 36.3% ▲

Mintegral App數量



增幅 27.6% ▲
(與2019年末相比)

數據隱私合規



附註：

1. GDPR：通用數據保護條例
2. IAB Tech Lab：互動廣告局技術實驗
3. SOC2：服務組織控制2，《鑒證業務國際準則》第3000號規定了服務機構的內部控制體系是由管理層設計、執行和記錄的政策和程序，以便向用戶實體提供服務機構控制報告所述的服務。
4. CCPA：加利福尼亞州消費者隱私保護法案
5. COPPA：兒童在線隱私保護法案

匯量科技有限公司(「本公司」)董事「董事」會(「董事會」)，謹宣布本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2020年6月30日止六個月(「報告期間」)的未經審核綜合中期業績。本中期業績已經由公司審核委員會和外部核數師審閱。

業務回顧

一、公司及行業概述

公司概述

我們是一家為移動應用(「App」)開發者提供移動廣告和數據分析服務的綜合性技術公司。

通過基於雲的效果廣告平台，我們為廣告採買者提供多種廣告形式、跨移動渠道的、觸達全球設備的效果廣告服務，以幫助移動APP廣告主獲取高質量的用戶；同時，通過觸及全球廣告採買者，我們為全球移動廣告資源發佈者帶來更高的廣告庫存填充率和廣告位採買價格。

我們的客戶主要是移動App開發者。基於廣告投放效果，我們向客戶收取效果廣告費用，效果是根據我們為其獲取用戶的數量(即，移動APP下載或安裝數量)計算的。此外，報告期內，我們推出自主投放SaaS平台服務，通過向客戶收取按廣告支出百分比計算的平台費用獲取收入。

同時，我們擁有遊戲數據分析平台GameAnalytics(「GA」)。GA為遊戲開發者提供遊戲玩家數據分析服務，是全世界最大的輕度／超輕度遊戲數據統計分析平台之一。其對鞏固集團在遊戲類廣告領域的核心競爭力，幫助集團觸達潛在遊戲開發者客戶和優質廣告庫存資源，提高廣告受眾用戶的畫像顆粒度具有戰略意義。

主要平台

2016年，我們推出了程序化效果廣告平台Mintegral。該平台幫助客戶進行數據驅動的、更精準、透明的廣告投放，並通過自動優化的預測模型，不斷優化客戶的廣告投放經濟效果。此外，平台還提供了全面的投放效果報告，使客戶可以全面洞察不同維度的投放效果，改善投放策略和效果。這使得客戶對本投放平台的依賴度增強，並不斷增加在本平台的廣告投放預算。

同時，平台聚合了多場景廣告庫存，在幫助廣告採買者更好分配預算的同時，也不斷提高廣告位匹配度，對廣告位價格進行更合理的實時預估，不斷改善平台競拍決策，降低平台投放成本，提高平台毛利。

行業概述

報告期內，COVID-19在全球範圍內的持續傳播導致並將繼續導致全球經濟活動的放緩，商業環境面臨諸多挑戰，但我們對我們的市場地位及應對市場環境的變化充滿信心。

從短期看，經濟的不確定性使得廣告主更加注重廣告經濟效果，廣告預算向效果廣告傾斜；同時，流量紅利使得休閒娛樂類產品需求旺盛，為搶佔相關市場份額，遊戲等品類廣告主迅速增加廣告投放預算。

從長期看，一方面，用戶線上活動的增加加速了媒體渠道的數字化，並促進廣告預算從線下向線上轉移；另一方面，移動渠道的分散化和封閉性增加了廣告主投放的複雜性，使得廣告主在聚合分散渠道的廣告平台的投放增加；最重要的是，廣告主開始更加重視廣告投放的效果，這使得效果廣告市場受到青睞，並使得以數據和算法驅動的程序化廣告市場的需求不斷增長。

二、財務表現

- 截至2020年6月30日止六個月，本集團未經審核的營業收入同比增長18.6%至266.9百萬美元(2019年同期：225.1百萬美元)；於報告期內，集團繼續加大對程序化廣告業務的投入，程序化廣告業務持續增長，實現程序化收入191.9百萬美元，毛收入(即廣告主支出)257.5百萬美元；
- 截至2020年6月30日止六個月，本集團未經審核的毛利較2019年上半年同期增長16.2%至58.2百萬美元(2019年同期約50.1百萬美元)；程序化廣告實現毛利39.9百萬美元，較2019年同期25.9百萬美元增長54.3%；
- 截至2020年6月30日止六個月，本集團未經審核的權益股東應佔溢利較2019年同期增長72.6%至13.1百萬美元(2019年同期：7.6百萬美元)；非國際財務報告準則本集團經調整後利潤淨額增長34.2%至23.3百萬美元(2019年同期：17.4百萬美元)。

三、公司業務摘要

1、遊戲買量需求爆發，GA助力集團加速遊戲品類佈局

1) 持續佈局遊戲品類，受益於遊戲爆發趨勢

於報告期內，遊戲品類收入同比增長91.1%，從去年同期的87.5百萬美元增長至167.2百萬美元，收入佔比從38.9%增長至62.6%。

受益於全球流量增長紅利，移動遊戲行業買量需求爆發式增長。從細分品類看，網賺等玩法爆發，休閒遊戲繼續崛起。憑藉GA平台在休閒／超休閒遊戲領域的獨特數據積累及潛在客群入口為廣告平台帶來的獨特優勢，公司迅速搶佔遊戲買量市場份額。此外，公司積極拓展中重度遊戲垂類，在數據積累、流量拓展方面均取得一定進步。

2) GA平台持續發展，為集團商業邊界拓展奠定基礎

於報告期末，GA服務全球超過80,000個遊戲開發者的105,000款活躍遊戲，分別較2019年末增長39.0%和19.3%。

2、客戶數迅速增長，程序化廣告業務飛輪效應加速

1) 程序化業務迅速增長，飛輪效應凸顯

於報告期內，程序化廣告收入同比增長51.4%，從去年同期的126.8百萬美元增長至191.9百萬美元。

優質流量的拓展增加了廣告展示的曝光度，並促進了數據積累和算法迭代，從而使得廣告主投資回報率(「ROI」)增加，並吸引了更多的廣告主預算。

2) 客戶和流量數迅速增長，高留存率凸顯平台實力

於報告期內，集團客戶群不斷擴大。與2019年下半年相比，2020年上半年，Mintegral平台廣告主留存率達91.3%，廣告主數量增長43.0%，存量廣告主在平台投放的廣告預算環比增長85.0%；

流量方面，於報告期末，Mintegral平台流量開發者數量達到4,175個，較2019年末增長36.3%；同時，觸達移動流量33,000餘個，較2019年下半年增長27.6%，留存率達91.6%。

Mintegral平台的廣告主數量和流量數量均出現迅速增長，網絡效應凸顯。

3、業務平台化特性出現，邊際運營費用率下滑

於報告期內，儘管集團收入快速增長，但銷售及營銷開支、研發開支、一般及行政開支的費用率均出現下滑。其中，銷售及營銷開支佔總收入比為1.5% (2019年同期：2.0%)，研發開支(含資本化)佔總收入比為9.0% (2019年同期：10.1%)，一般及行政開支佔總收入比為6.8% (2019年同期：8.6%)。本集團界定非國際財務報告準則經調整後費用率為前述費用調整股份酬金與資本化研發開支佔收入的比例。我們的非國際財務報告準則經調整後費用率同比下降2.5pct. (即我們用「pct.」代表百分比的絕對值變化)。業務的平台屬性使得邊際運營費用率(即，前述費用佔總收入比)遞減特性初顯。

四、長期戰略摘要

2020年上半年，雖然整體商業環境面臨諸多挑戰，但我們在客戶、收入及淨利潤方面均保持了穩健的增長，並進一步推動和實施了多項戰略，以驅動集團長期增長。

公司的戰略舉措包括：

1. 堅持全球化戰略：我們始終堅持全球化戰略。本集團不斷加強在亞太地區的品牌形象，加強與客戶及潛在客戶的合作關係；此外，我們還在EMEA和美洲地區實施本地化戰略，積極拓展市場。
2. 堅持拓展全球優質流量資源：我們認為，在全球流量愈發分散的背景下，廣告主正將更多的預算向聚合優質流量資源的廣告平台轉移。因此，自2018年起，本集團開始實施應用開發者激勵計劃，以觸達更多優質程序化流量。
3. 堅持技術投入和產品創新，打造工具生態：
 - 1) 推出基於雲的可自助服務效果廣告平台NativeX:廣告主可通過該平台自主創建、投放、管理和優化其移動廣告活動，進行跨移動設備、跨全渠道的廣告投放，並可同時依靠我們強大的數據和人工智能算法能力，優化投放效果；

- 2) 不斷完善遊戲數據分析平台GameAnalytics:我們計劃進一步完善GameAnalytics平台，從而提高其功能性。我們認為，數據是我們的核心競爭優勢之一，觸達大量遊戲移動應用開發者將為集團的商業延展提供穩定的流量基礎。因此，我們將繼續發展GA以積累我們的獨家數據，並積極拓展商業邊界。
- 3) 打造工具生態：憑藉對移動應用開發者不同生命周期階段對業務及技術的需求的深刻洞察及理解，本集團持續推出數據分析工具、營銷雲、素材創意工具、雲技術等產品或服務，打造工具生態。客戶可根據自身訴求，使用個性化的工具包，滿足自己在數據分析、用戶獲取、創意設計、投放策略、本地化雲部署和運維等多種需求。我們平台的工具生態使我們可以為客戶提供差異化的服務，從而加強我們和客戶的長期合作關係。
4. 堅持數據和隱私保護：數據和隱私保護在我們的業務中發揮重要作用。我們的平台收集並分析移動互聯網用戶的行為數據，但我們不會通過收集的數據來辨識特定個體，也不會將數據信息與特定個體關聯。

作為全球化公司，我們的數據收集及隱私保護受到全球立法和監管機構的監督，如歐盟GDPR(通用數據保護條例)等。目前，越來越多的數字化媒體及廣告平台被要求遵守這些規定，未遵守相關規定的公司將會面臨被迫終止業務的風險。2020年8月底，公司已完成包括安全性、保密性和隱私性三項原則的SOC2隱私性原則審計(報告由KPMG出具)。我們認為，對數據和隱私的保護將使得公司長期受益。

管理層討論及分析

收益

按採購模式劃分的收入

截至2020年6月30日止六個月，本集團錄得總收入266.9百萬美元，同比增長18.6% (2019年同期：225.1百萬美元)。來自程序化收採購的收入為191.9百萬美元 (2019年同期：126.8百萬美元)，同比增長51.4%，佔整體移動廣告業務收入的比重上升至71.9% (2019年同期：56.3%)。非程序化收採購的收入為75.0百萬美元 (2019年同期：98.3百萬美元)，同比下降23.7%。

下表載列於所示期間按採購模式劃分的移動廣告業務收入明細：

	2020年		截至6月30日止六個月 2019年		同比變動
	千美元	佔移動廣告 業務收入比	千美元	佔移動廣告 業務收入比	
程序化	191,885	71.9%	126,756	56.3%	51.4%
非程序化	75,022	28.1%	98,331	43.7%	-23.7%
移動廣告收入總計	<u>266,907</u>	100.0%	<u>225,087</u>	100.0%	18.6%

上述程序化廣告業務收入的增長來自於新增廣告主的廣告投放和存量廣告主投放預算的提升。自2017年起，集團堅持以程序化業務為核心，推動集團長期發展。集團持續積極拓展與累積優質流量、加深數據壁壘、迭代與提升算法，這使得我們的程序化廣告效果不斷加強，集團品牌影響力不斷提升，從而吸引了更多廣告預算。

非程序化廣告業務收入的下跌主要來源於行業發展與集團戰略的疊加效應。行業方面，隨著廣告主對廣告投放效果的日益重視，以及媒體數字化進程的不斷深入，行業內部正經歷由非程序化廣告向程序化廣告轉移的過程，而2020年的特殊環境加速了這一轉變。集團基於對行業長期發展方向的判斷及自身戰略的堅持，發展重心將始終圍繞程序化廣告業務，因此，非程序化廣告預計將穩步下滑。

按地區劃分的收入

下表列載於所示期間按地區劃分⁽¹⁾的移動廣告業務收入明細：

	截至6月30日止六個月				
	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔移動廣告 業務收入比	千美元	佔移動廣告 業務收入比	
中國 ⁽²⁾	80,328	30.1%	132,602	58.9%	-39.4%
歐洲、非洲及中東地區 (EMEA地區) ⁽³⁾	70,039	26.2%	34,288	15.2%	104.3%
美洲 ⁽⁴⁾	61,929	23.2%	21,347	9.5%	190.1%
亞太地區 ⁽⁵⁾	47,700	17.9%	33,567	14.9%	42.1%
其他地區	6,911	2.6%	3,283	1.5%	110.5%
移動廣告收入合計	266,907	100.0%	225,087	100.0%	18.6%

附註：

- (1) 圖中所示意的地區劃分是根據使用我們廣告主運營總部所在地分佈情況而劃分。
- (2) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。
- (3) 主要包括英國、瑞士、德國、俄羅斯、希臘、冰島、沙特阿拉伯、約旦、埃及、伊拉克和土耳其。
- (4) 主要包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷、智利和哥倫比亞。
- (5) 主要包括澳大利亞、新西蘭和不包括中國的亞洲其他國家。

於報告期間，我們移動業務收入區域結構更為均衡。

其中，中國為最大收入來源地區，錄得總收入為80.3百萬美元(2019年同期：132.6百萬美元)，佔總體收入的比重為30.1%。中國收入同比下滑，主要由於2020年一季度受國內經濟不確定性影響，部分廣告主對廣告預算投放計劃進行調整；同時，集團加強客戶管理及風險控制。

美洲與EMEA地區對整體收入貢獻提升顯著。其中，報告期內美洲地區收入為61.9百萬美元(2019年同期：21.3百萬美元)，同比增長190.1%，佔整體收入比重為23.2%；EMEA地區收入為70.0百萬美元(2019年同期：34.3百萬美元)，同比增長104.3%，佔整體收入比重為26.2%。自2019年以來，公司持續拓展歐美市場，由此推動歐美地區廣告主數量與廣告收入的快速增長。

亞太區域收入增長積極，同比上漲42.1%達47.7百萬美元(2019年同期：33.6百萬美元)。亞太地區收入的積極增長來源於集團在區域的前瞻性佈局，隨著亞太地區互聯網不斷普及、智能終端的滲透率不斷加強，來自於該區域的收入實現穩健有序增長，並預計在長期實現持續增長。

按移動應用類型劃分的收入

下表載列於所示期間按應用劃分的移動廣告收入明細：

	截至6月30日止六個月				
	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔移動廣告 業務收入比	千美元	佔移動廣告 業務收入比	
遊戲	167,153	62.6%	87,474	38.9%	91.1%
電商	50,506	18.9%	35,759	15.9%	41.2%
內容及社交	17,231	6.5%	47,000	20.9%	-63.3%
生活服務	10,856	4.1%	22,965	10.2%	-52.7%
工具	9,984	3.7%	16,777	7.5%	-40.5%
其他	11,177	4.2%	15,112	6.6%	-26.0%
移動廣告收入合計	<u>266,907</u>	100.0%	<u>225,087</u>	100.0%	18.6%

於報告期間，遊戲品類錄得收入167.2百萬美元(2019年同期：87.5百萬美元)，同比上升91.1%，佔整體收入比為62.6%，系集團業績增長的主要驅動力。受益於集團遊戲分析平台GameAnalytics與廣告業務的協同效應，集團充分利用自身在輕度／超輕度遊戲領域的數據與流量入口優勢，把握上半年遊戲需求爆發帶來的增長紅利，迅速搶佔市場份額。此外，在今年上半年，集團積極拓展中重度遊戲等遊戲垂類，進一步加強在遊戲領域的佈局。這使我們能夠在未來滿足更多潛在廣告主的需求。

電商品類收入為50.5百萬美元(2019年同期：35.8百萬美元)，同比上升41.2%，佔整體收入的比重為18.9%。該增長主要由於報告期內用戶在線購物增加所驅動的電商需求增長所致。

內容和社交品類收入下滑63.3%至17.2百萬美元(2019年同期：47.0百萬美元)。內容及社交應用廣告收入的下降屬於集團戰略調整的預期結果。自2019年下半年，集團適當調整投放戰略，以期降低相關業務不確定性對公司的潛在影響。

生活服務品類廣告收入亦在報告期內出現下滑，集團錄得收入10.9百萬美元(2019年同期：23.0百萬美元)，同比下降52.7%。該下滑主要是由於受宏觀環境不確定性影響，廣告主對廣告預算計劃作出調整導致。

報告期內，集團持續完善場景覆蓋，積極拓展細分垂類，精細化運營成熟應用類型服務，通過讓利廣告主與積累優質流量，在獲取市場份額的同時深化競爭壁壘，為長期發展奠定基礎。

銷售成本

截至2020年6月30日止六個月，我們的銷售成本同比增長19.3%至208.7百萬美元(2019年同期：174.9百萬美元)。該項增長主要由於移動廣告服務收入增長所致，反映了更多的流量採買成本和服務器成本。

下表載列於所示期間按成本類型劃分的銷售成本明細：

	截至6月30日止六個月				
	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔移動廣告 業務收入比	千美元	佔移動廣告 業務收入比	
流量成本	196,178	73.5%	166,596	74.0%	17.8%
服務器成本	12,481	4.7%	8,351	3.7%	49.5%
移動廣告業務成本	208,659	78.2%	174,947	77.7%	19.3%

按採購類型劃分的銷售成本

下表載列於所示期間按採購類型劃分的銷售成本：

	截至6月30日止六個月				
	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔程序化 收入比	千美元	佔程序化 收入比	
程序化成本	151,994	79.2%	100,901	79.6%	50.6%
流量成本	140,761	73.3%	93,803	74.0%	50.1%
— 流量成本	135,261	70.4%	84,296	66.5%	60.5%
— 激勵計劃成本	5,500	2.9%	9,507	7.5%	-42.1%
服務器成本	11,233	5.9%	7,098	5.6%	58.2%
	千美元	佔非程序化 收入比	千美元	佔非程序化 收入比	同比變動
非程序化成本	56,665	75.5%	74,046	75.3%	-23.5%
流量成本	55,417	73.8%	72,793	74.0%	-23.9%
服務器成本	1,248	1.7%	1,253	1.3%	-0.4%

程序化業務成本2020年上半年同比增長50.6%至152.0百萬美元(2019年同期：100.9百萬美元)，主要系流量及服務器採買增加以及服務器配置調整所致。

其中，程序化流量成本增長至140.8百萬美元，佔程序化收入佔比73.3%，主要系程序化流量採買增加及應用開發者激勵計劃持續所致。程序化流量成本的增速大於程序化收入的增速主要是當前特殊環境下的收入結構變動所致。集團始終堅持以優質流量驅動業務增長的戰略，通過讓利優質應用開發者的激勵計劃搶佔優勢流量。報告期內，集團應用開發者激勵計劃成本為5.5百萬美元。

此外，程序化服務器成本同比增長至11.2百萬美元，佔程序化收入比上升0.3 pct.至5.9%，主要系流量廣告請求增長較快導致的服務器需求增加所致。同時，出於系統穩定性需求，集團對服務器配置進行了一定調整，對部分業務在不同服務器間進行了遷移。

本集團2020年上半年非程序化業務成本同比下降23.5%至56.7百萬美元(2019年同期：74.0百萬美元)，主要係非程序化收入下降所致。

毛利及毛利率

報告期內，本集團錄得毛利為58.2百萬美元(2019年同期：50.1百萬美元)，同比增長16.2%。毛利率小幅下滑至21.8%(2019年同期：22.3%)。

下表載列於所示期間本公司整體業務的毛利與毛利率：

截至6月30日止六個月				
2020年		2019年		
毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利同比變動
千美元	百分比	千美元	百分比	百分比
58,248	21.8%	50,140	22.3%	16.2%

按採購模式劃分毛利與毛利率

於報告期內，程序化毛利增長54.3%至39.9百萬美元(2019年同期：25.9百萬美元)，程序化業務毛利率小幅增長0.4 pct.至20.8%。通過優質流量聚合，加強數據積累和算法迭代，集團不斷優化投放效果，從而推動存量客戶預算增長，並吸引新客戶進行廣告投放。

非程序化毛利同比下降24.4%至18.4百萬美元(2019年同期：24.3百萬美元)。非程序化毛利率維持穩定，約為24.5%。

下表載列於所示期間我們採購模式劃分的移動廣告業務毛利與毛利率：

	2020年		截至6月30日止六個月 2019年		毛利同比 變動 百分比
	毛利 千美元	毛利率 百分比	毛利 千美元	毛利率 百分比	
程序化	39,891	20.8%	25,855	20.4%	54.3%
非程序化	18,357	24.5%	24,285	24.7%	-24.4%
總計	<u>58,248</u>	21.8%	<u>50,140</u>	22.3%	16.2%

按應用類型劃分毛利與毛利率

我們毛利的主要來源於遊戲及電商品類，報告期內分別錄得毛利34.8百萬美元和11.5百萬美元，同比分別上漲77.2%和21.9%，合計佔整體毛利的比重為79.4%。其他類型的毛利均出現下滑，主要系相應品類收入下滑所致。遊戲廣告毛利的大幅增長減緩了其他類型毛利下滑對整體毛利的影響。

報告期內，整體毛利率下降至21.8% (2019年同期：22.3%)，主要系遊戲品類中，毛利率相對較低的輕度／超輕度等收入佔比較大導致。

下表載列於所示期間按應用類型劃分的毛利與毛利率結構明細：

	截至6月30日止六個月						
	2020年			2019年			毛利同比 變動 百分比
	毛利 千美元	毛利佔比 百分比	毛利率 百分比	毛利 千美元	毛利佔比 百分比	毛利率 百分比	
遊戲	34,794	59.7%	20.8%	19,638	39.2%	22.5%	77.2%
電商	11,468	19.7%	22.7%	9,411	18.8%	26.3%	21.9%
內容及社交	3,904	6.7%	22.7%	8,589	17.1%	18.3%	-54.5%
生活服務	3,630	6.2%	33.4%	7,654	15.3%	33.3%	-52.6%
工具	2,630	4.5%	26.3%	2,996	6.0%	17.9%	-12.2%
其他	1,822	3.2%	16.3%	1,852	3.6%	12.3%	-1.6%
總計	58,248	100.0%	21.8%	50,140	100.0%	22.3%	16.2%

銷售及營銷開支

截至2020年6月30日止六個月，我們的銷售及營銷開支同比下降7.5%至4.1百萬美元(2019年同期：4.4百萬美元)，主要係新冠疫情(COVID-19)期間，內部調減差旅費及推廣活動的宣傳推廣開支所致。

研發開支

截至2020年6月30日止六個月，我們的研發開支同比下降19.5%至13.7百萬美元(2019年同期：17.1百萬美元)。本次下降主要來源於前期的研發投入取得階段性成果，進入可資本化階段。如果我們將資本化研發支出與費用化研發支出合併，合計研發開支為24.0百萬美元。

此外，集團始終相信並堅持研發與技術升級是業務增長的核心驅動力。因此，我們對研發人員進行股份授予作為激勵。報告期內，計入研發開支的股份酬金計5.9百萬美元。

一般及行政開支

截至2020年6月30日止六個月，我們的一般行政開支同比下降5.6%至18.2百萬美元(2019年同期：19.3百萬美元)。此外，報告期內，計入一般行政開支的股份酬金計3.4百萬美元。

經營溢利

截至2020年6月30日止六個月，我們的經營利潤同比上升67.8%至15.6百萬美元(2019年同期：9.3百萬美元)。如果我們排除股份酬金影響，我們的經營利潤將同比上升30.6%至24.9百萬美元(2019年同期：19.1百萬美元)。

財務成本

截至2020年6月30日止六個月，我們的財務成本同比上升61.6%至1.1百萬美元(2019年同期：0.7百萬美元)。財務成本的增加主要係新增銀行貸款增加產生的貸款利息。

所得稅

截至2020年6月30日止六個月，我們的所得稅開支同比上升36.2%至1.4百萬美元(2019年同期：1.0百萬美元)。所得稅開支的增長主要由稅前利潤的增長所引起。

期內本公司權益持有人應佔溢利

截至2020年6月30日止六個月，本公司的權益股東應佔溢利同比上升72.6%至13.1百萬美元(2019年同期：7.6百萬美元)。

其他財務資料(非國際財務報告準則計量)

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

	截至6月30日止六個月				
	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔總收入比	千美元	佔總收入比	
經營溢利	15,627	5.9%	9,314	4.2%	67.8%
加回：					
折舊	2,304	0.8%	2,446	1.1%	-5.8%
攤銷	3,093	1.2%	1,430	0.6%	116.3%
息稅折舊及 攤銷前盈利	<u>21,024</u>	7.9%	<u>13,190</u>	5.9%	59.4%
加回：					
股份酬金	9,308	3.5%	9,775	4.3%	-4.8%
以公平值計量且 變動計入損益的 金融資產投資 (收益)/損失	<u>900</u>	0.3%	<u>-</u>	-	-
非國際財務報告準則 計量經調整息稅 折舊及攤銷前盈利	<u>31,232</u>	11.7%	<u>22,965</u>	10.2%	36.0%

截至6月30日止六個月

	2020年		2019年		同比變動
	千美元	佔總收益比	千美元	佔總收益比	
期內溢利	13,098	4.9%	7,588	3.4%	72.6%
加回：					
股份酬金	9,308	3.5%	9,775	4.3%	-4.8%
以公平值計量且變動 計入損益的金融資產 投資(收益)/損失	900	0.3%	-	-	-
非國際財務報告準則計量 經調整後利潤淨額 ⁽¹⁾	<u>23,306</u>	8.7%	<u>17,363</u>	7.7%	34.2%

報告期間，集團非國際財務報告準則計量經調整息稅折舊及攤銷前盈利為31.2百萬美元(2019年同期：23.0百萬美元)，同比上漲36.0%，非國際財務報告準則計量經調整後利潤淨額為23.3百萬美元(2019年同期：17.4百萬美元)，同比上漲34.2%。

非國際財務報告準則經調整息稅折舊及攤銷前盈利與經調整後利潤淨額的顯著提升來源於集團收入的持續增長與由業務平台屬性帶來的經營邊際效率提高所致。公司充分把握移動廣告行業程序化轉型帶來的機會，依靠自身流量、數據與技術優勢不斷優化廣告效果，維持存量客戶留存並獲取更多廣告預算的同時，不斷拓展和吸引新客戶，由此錄得程序化廣告收入快速增長。此外，業務平台屬性使得邊際運營費用遞減特性初顯。

報告期間，公司充分調動現有資源，完善廣告場景覆蓋、拓展業務邊界，在人員及營運投資相對穩定的情況下，不斷錄得快速增長。

資本結構及資產負債比

本公司於開曼群島註冊成立，截至2020年6月30日，本公司法定股本為100,000,000美元，分為10,000,000,000股，每股0.01美元的股份。截至2020年6月30日，本公司已發行股份數為1,534,204,000股，已全部繳足股款。

本集團資本管理的主要目標在於保障本集團能夠持續經營，通過按相應的風險水平進行產品定價及按合理成本取得融資，持續為股東提供回報及為其他利益相關者帶來利益。

本集團資產負債比率界定為本集團的負債總額比其資產總值。於2020年6月30日，我們的資產總值為531.6百萬美元(2019年12月31日：511.5百萬美元)，而負債總額為246.0百萬美元(2019年12月31日：245.4百萬美元)，資產負債比(負債總額除以資產總值)下降至46.3%(2019年12月31日：48.0%)。

本集團經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。本集團的利率風險主要來自浮息，浮息借款實際利率在2020年上半年內為1.55%–4.79%。(2019年：3.14%–4.79%)。

財務資源

本公司撥付現金所需的資金主要來自股東出資、經營業務所產生的現金及銀行貸款。於2020年6月30日，我們的現金及現金等價物為58.0百萬美元(2019年12月31日：67.3百萬美元)。

資本開支

下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至6月30日止六個月	
	2020年 千美元	2019年 千美元
物業、廠房及設備	66	615
無形資產及發展開支	10,248	5,742
總計	10,314	6,357

我們的資本開支主要包括(i)物業、廠房及設備；(ii)無形資產包括已開發技術(經資本化處理的研發支出)、專利、軟件及商標。截至2020年6月30日，資本開支同比增加62.2%至10.3百萬美元(2019年同期：6.4百萬美元)，該項開支主要反映為在研發開支資本化部分的增加。

持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營企業及合營企業

截至本報告期間，概無持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營公司及合營企業。

本集團抵押資產

截至2020年6月30日，本集團概無向任何人士或金融機構抵押資產。

重大投資或未來重大投資計劃

截至2020年6月30日，本集團並未持有任何重大投資、亦無制定進行重大投資或資本資產的特定計劃。

或然負債及財務擔保

截至2020年6月30日，概無向本集團的第三方授予或然負債或財務擔保。

僱員及薪酬政策

截至2020年6月30日，本集團在全球擁有18個辦事處，有738名全職僱員(2019年12月31日：777名)，主要在中國廣州總部。我們擁有343名從事研發活動的僱員，研發僱員由46.5%全職僱員組成。本集團僱傭的僱員數目視乎我們的營運需要而不時有所變更，僱員薪金參照市場情況及個別僱員的表現、資歷及經驗釐定。

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

外匯風險管理

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

其他資料

主要客戶及供應商

截至2020年6月30日止六個月，本集團前五大客戶共佔本集團總收入約22.6%。本集團的最大客戶佔本集團收入為6.4%。

截至2020年6月30日止六個月，本集團前五大供應商共佔本集團總採購量約27.0%。本集團的最大供應商佔本集團總採購額為7.4%。

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

中期股息

截至2020年6月30日止六個月，董事會不建議派發中期股息。

遵守企業管治守則

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益以及提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄十四所載的企業管治守則（「**企業管治守則**」），作為其本身的企業管治守則。

根據企業管治守則條文A.2.1，主席及首席執行官之職位應予區分，由不同人士擔任。

段威先生為本公司董事會主席兼首席執行官。段先生在移動廣告及移動分析行業擁有豐富經驗，負責本集團的整體策略規劃及全面管理，對我們自成立以來的發展及業務拓展十分重要。董事會認為，讓同一人擔任主席及首席執行官職責有利於本集團的管理。高級管理層及董事會連作確保權力和權限制衡，而董事會由經驗豐富及資質優良人士組成。

除上述守則條文外，本公司已於報告期間應用企業管治守則所載的原則和守則條文。

標準守則

本集團已就董事推行證券交易採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「**標準守則**」）作為其自身的行為守則。經本公司向全體董事作出具體查詢後，各董事已確認，彼於報告期間已遵守標準守則。

可能擁有本公司內幕消息的本公司員工須遵守標準守則。截至2020年6月30日止六個月，本公司並無注意到出現員工不遵守標準守則的事件。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

本公司或本集團任何附屬公司於報告期間內並無購買、出售或贖回本公司任何股份。

首次公開發售所得款項用途

本公司股份於2018年12月12日通過全球發售方式在聯交所主板上市。包括部分行使超額配股權募集所得款項淨額合計約為154.20百萬美元。

截至2020年6月30日，下表載列全球發售所得款項用途的明細：

所得款項淨額的用途	獲分配金額 (百萬美元)	已使用金額 (百萬美元)	結餘 (百萬美元)
1 大數據、AI技術及IT基礎設施	46.26	15.15	31.11
2 改善我們移動廣告及移動分析平台的服務	46.26	15.54	30.72
3 通過我們的本地服務能力及拓展全球足跡實施我們的「Glocal」戰略	15.42	4.36	11.06
4 戰略投資及收購	30.84	1.30	29.54
5 一般經營資金	15.42	1.63	13.79
所得款項淨額合計	154.20	37.98	116.22

本報告期間，本集團遵循本公司於2018年11月30日招股章程中所載之所得款項用途計劃並預期在未來1.5年內充分利用餘下的未利用款項淨額約116.22百萬美元。

審核委員會

審核委員會連同外部核數師已審閱本集團截至2020年6月30日止六個月的未經審計中期財務報表。審核委員會亦已審閱本集團所採用的會計準則和慣例，並討論有關審核，風險管理，內部監控和財務報告事項。

審核委員會已信納本公司未經審核財務資料乃根據通用的會計準則編製。

期後事項

於2020年6月30日後並無發生重大期後事項。

刊發2020年中期業績及中期報告

本中期業績公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mobvista.com)。本報告期間的中期報告將於2020年9月寄發予本公司股東及刊登於聯交所及本公司網站。

中期業績

綜合損益表

截至2020年6月30日止六個月－未經審計
(以美元列示)

		截至2020年6月30日止	
	附註	2020年 千美元	2019年 千美元
收益	3	266,907	225,087
銷售成本		(208,659)	(174,947)
毛利		58,248	50,140
銷售及營銷開支		(4,103)	(4,435)
研發開支		(13,729)	(17,051)
一般及行政開支		(18,220)	(19,296)
應收賬款減值虧損		(7,679)	(1,207)
其他收入淨額		1,110	1,163
經營溢利		15,627	9,314
財務成本		(1,133)	(701)
除稅前溢利	4	14,494	8,613
所得稅	5	(1,396)	(1,025)
期內本公司權益股東應佔溢利		13,098	7,588
每股盈利	6		
基本(美分)		0.87	0.52
攤薄(美分)		0.86	0.51

綜合損益及其他全面收入表
 截至2020年6月30日止六個月－未經審計
 (以美元列示)

	截至2020年6月30日止	
	2020年 千美元	2019年 千美元
期內溢利	13,098	7,588
期內其他全面收入(除稅後並經 重新分類調整):		
可能於其後重新分類至損益內的項目:		
海外附屬海外子公司財務報表的換算差異	47	482
期內應撥歸於本公司權益股東的全面收入 總額	<u>13,145</u>	<u>8,070</u>

綜合財務狀況表

於2020年6月30日 – 未經審計

(以美元列示)

	附註	2020年 6月30日 千美元	2019年 12月31日 千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備		6,900	8,836
無形資產		21,841	14,682
商譽		28,998	28,998
遞延稅項資產		11,626	10,102
其他金融資產		2,826	1,433
按金及預付款項		3,061	3,302
		75,252	67,353
流動資產			
貿易及其他應收款項	7	341,215	317,651
受限制現金		5,282	5,021
現金及現金等價物		57,962	67,348
其他金融資產		51,606	53,796
即期可回收稅款		318	316
		456,383	444,132
流動負債			
貿易及其他應付款項	8	180,431	172,871
應付即期稅項		9,487	6,380
銀行貸款		46,561	55,471
租賃負債		4,926	4,276
		241,405	238,998
流動資產淨額		214,978	205,134
資產總值減流動負債		290,230	272,487

綜合財務狀況表(續)
 於2020年6月30日 – 未經審計
 (以美元列示)

	附註	2020年 6月30日 千美元	2019年 12月31日 千美元
非流動負債			
遞延稅項負債		1,294	1,167
租賃負債		3,031	5,137
其他非流動負債		264	143
		<u>4,589</u>	<u>6,447</u>
資產淨值		<u>285,641</u>	266,040
資本及儲備			
股本	9	15,341	15,341
儲備		270,300	250,699
本公司權益股東應佔總權益		<u><u>285,641</u></u>	<u>266,040</u>

附註

1 編製基準

本中期財務報告乃按照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》所適用之披露規定而編製，當中包括符合國際會計準則委員會（「國際會計準則委員會」）所頒佈之《國際會計準則》第34號中期財務報告之規定。其於2020年8月28日獲授權頒佈。

本中期財務報告已按照2019年度財務報表所採納的相同會計政策而編製，惟預期將於2020年度財務報表所反映的會計政策變動除外，該等會計政策的任何變動詳情載於附註2。

在根據國際會計準則第34號編製中期財務報告時，管理層須就可影響會計政策應用及資產和負債、收入及支出之呈報金額按年度至今基準作出判斷、估計和假設。實際結果可能與該等估計有所不同。

本中期財務報告包括簡明綜合財務報表及經選擇解釋附註。附註包括對理解自2019年度財務報表以來匯量科技有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）之財務狀況及表現變動至關重要的事件及交易之解釋。簡明綜合中期財務報表及其附註並不包括根據國際財務報告準則編製整本財務報表所需之全部資料。

本中期財務報告乃未經審核，但已經畢馬威會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審閱工作準則第2410號「由實體之獨立核數師審閱中期財務資料」審閱。

2 會計政策變動

本集團對本會計期間之財務報表已採納國際會計準則委員會頒佈之以下國際財務報告準則修訂本：

- 國際財務報告準則第3號之修訂，業務之定義
- 國際財務報告準則第16號之修訂，新冠病毒疫情相關租金減免

除國際財務報告準則第16號之修訂外，本集團並無採納於當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。採納經修訂的國際財務報告準則之影響論述如下：

國際財務報告準則第3號之修訂，業務之定義

此修訂澄清業務之定義，並就如何確定交易是否屬業務合併提供進一步指引。此外，此修訂引入可選的「集中度測試」，當所收購總資產的絕大部分公平值都集中於單個可識別資產或一組類似資產中時，允許簡化對所購置的一系列活動和資產是否屬資產而非業務收購的評估。

本集團已對收購日期為2020年1月1日或之後的交易提早採納該修訂。

國際財務報告準則第16號之修訂，新冠病毒疫情相關租金減免

此修訂提供可行權宜方法允許承租人豁免評估的規定，不評估直接由新冠病毒疫情產生的若干合資格租金減免（「**新冠病毒疫情相關租金減免**」）是否屬租賃變更，而以並非租賃變更方法入賬。

此修訂於2020年6月1日或之後的年度期間內有效。本集團已選擇於2020年1月1日提早採納此修訂，且於中期報告期內對所有合資格新冠病毒疫情相關租金減免應用可行權宜方法。因此，租金減免已於觸發上述付款事件或條件發生之期間在損益表確認為負值的可變租賃費用。此舉對於2020年1月1日權益期初結餘並無影響。

該等修訂對本集團本報告期或先前報告期的業績及財務狀況之編製或呈列概無重大影響。

3 收益

本集團主要業務為提供移動廣告服務。為進行資源配置及表現評估，本集團管理層側重於本集團整體的經營業績。因此，本集團已進行資源整合，且並無獨立的經營分部資料。因此，並無呈列經營分部資料。

期內來自客戶的合約收入按收入確認時間劃分如下：

	截至6月30日止六個月	
	2020年 千美元	2019年 千美元
按時點確認	266,907	225,087

期內確認的各重大類別收入金額如下：

	截至6月30日止六個月	
	2020年 千美元	2019年 千美元
提供移動廣告服務	266,907	225,087

本集團的客戶基礎呈多元化，截至2020年6月30日止六個月，概無與其交易超過本集團收入10%的客戶(2019年6月30日：無)。

地理資料

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

	截至6月30日止六個月 來自外部客戶的收入	
	2020年 千美元	2019年 千美元
中國(附註(i))	80,328	132,602
歐洲、非洲和中東地區(EMEA地區)(附註(ii))	70,039	34,288
美洲(附註(iii))	61,929	21,347
亞太地區(附註(iv))	47,700	33,567
其他地區	6,911	3,288
	266,907	225,087

附註：

- (i) 包括中國內地、中國香港特別行政區、中國澳門特別行政區及中國台灣。
- (ii) 主要包括英國、瑞士、德國、俄羅斯、希臘、冰島、沙特阿拉伯、約旦、埃及、伊拉克和土耳其。
- (iii) 主要包括美國、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷、智利和哥倫比亞。
- (iv) 主要包括澳大利亞、新西蘭和不包括中國的亞洲其他國家。

4 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)下列各項後達致：

	截至6月30日止六個月	
	2020年	2019年
	千美元	千美元
(a) 財務成本		
銀行貸款利息	926	388
租賃負債利息	207	313
	<u>1,133</u>	<u>701</u>
(b) 員工成本		
向定額供款退休計劃供款	334	1,295
股份酬金	9,308	9,775
工資、薪金及其他福利	15,475	18,971
	<u>25,117</u>	<u>30,041</u>
(c) 其他項目		
研發開支	13,729	17,051
利息收入	(1,115)	(1,225)
出售物業、廠房及設備的收益	(6)	—
交易證券的已變現及未變現虧損淨額	900	—
折舊費用		
— 自有物業、廠房及設備	156	173
— 使用權資產	2,148	2,273
攤銷	3,093	1,430
與物業有關的經營租賃費用	421	195

5 所得稅

	截至6月30日止六個月	
	2020年 千美元	2019年 千美元
即期稅項	2,787	1,244
遞延稅項	(1,391)	(219)
	1,396	1,025

6 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃基於本公司普通權益股東應佔溢利13,098,000美元(2019年：7,588,000美元)及期內已發行普通股的加權平均數1,500,087,294股普通股(2019年：1,468,774,071股)計算如下：

	截至6月30日止六個月	
	2020年	2019年
於1月1日的普通股	1,474,115,242	1,446,866,842
已歸屬受限制股份單位的影響	25,972,052	7,248,107
發行超額配售股份的影響	–	14,659,122
	1,500,087,294	1,468,774,071

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃基於本公司普通權益股東應佔溢利13,098,000美元(2019年：7,588,000美元)及已發行普通股的加權平均數1,526,833,491股普通股(2019年：1,485,607,516股)計算，已就根據股份激勵計劃授出的股份所引致的潛在攤薄影響作出調整。

普通股加權平均數(攤薄)

	2020年	2019年
於6月30日的普通股加權平均數	1,500,087,294	1,468,774,071
公司股份激勵計劃下未歸屬股份的影響	26,746,197	16,833,445
於6月30日的普通股加權平均數(攤薄)	<u>1,526,833,491</u>	<u>1,485,607,516</u>

7 貿易及其他應收款項

截至報告期末，計入貿易及其他應收款項的貿易應收款項(已扣除呆賬準備)根據發票日期的賬齡分析如下：

	於2020年 6月30日 千美元	於2019年 12月31日 千美元
3個月內	133,349	128,800
3至6個月	45,288	59,700
6至12個月	56,762	29,019
超過12個月	5,290	1,894
貿易應收款項，扣除呆賬準備	<u>240,689</u>	<u>219,413</u>
按金及預付款項	11,069	12,308
其他應收款項	92,518	89,232
減：非流動按金及預付款項	344,276 (3,061)	320,953 (3,302)
	<u>341,215</u>	<u>317,651</u>

貿易應收款項於收入確認日期起計主要於90至150日內到期。

8 貿易及其他應付款項

截至報告期末，計入貿易及其他應付款項的貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	於2020年 6月30日 千美元	於2019年 12月31日 千美元
1個月內	45,198	38,081
1至2個月	41,825	36,420
2至3個月	28,985	29,473
3至6個月	33,620	33,773
6個月以上	7,110	6,975
貿易應付款項	156,738	144,722
應付關聯方款項	193	193
其他應付款項	6,353	10,687
預收款項	9,990	8,601
應付員工成本	4,666	6,358
增值稅及其他應付稅項	2,491	2,310
	180,431	172,871

9 股本

股息

截至2020年6月30日止六個月，本公司並無宣派及派付任何股息（截至2019年6月30日止六個月：無）。

10 新冠病毒疫情的影響

自2020年初爆發的COVID-19疫情為本集團的運營環境帶來更多不確定性，本集團運營及財務狀況因而受到影響。由於報告期間我們大部分業務採用線上方式進行，疫情造成的全球旅行限制對本集團業務並無重大負面影響。本集團將繼續關注疫情發展對本集團業務的影響，並已採取所有必要的應急措施，包括但不限於：協商若干債務人的還款安排，評估供應商的供貨情況，持續監控海外辦事處的日常運營以及加強成本控制。就本集團業務而言，COVID-19疫情並未對本集團本期間的經營業績及財務狀況造成重大影響。

致謝

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

承董事會命
匯量科技有限公司
董事會主席兼執行董事
段威

中國廣州，2020年8月28日

於本公告日期，本公司董事會包括執行董事段威先生、曹曉歡先生及方子愷先生及獨立非執行董事應雷先生、胡杰先生及孫洪斌先生。

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

本公告中英文版本如有任何不一致之處，概以英文版本為準。