

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之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就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之任何損失承擔任何責任。



截至2025年6月30日止六個月之中期業績公告及變更所得款項用途

樂享集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈，本公司及其附屬公司(「樂享集團」或「本集團」)截至2025年6月30日止六個月(「報告期」)之未經審核簡明綜合中期業績，連同截至2024年6月30日止六個月之比較數據如下：

財務業績摘要

	截至6月30日止六個月		同比變動
	2025年	2024年	增加／(減少)
	(未經審核)	(未經審核)	
	(百萬港元，百分比除外)		
收益	8.89	111.23	(92.01)%
毛利	4.85	0.44	1,002.27%
本公司擁有人應佔期內虧損	(85.56)	(355.20)	(75.91)%
淨虧損率	(962.43)%	(319.34)%	(643.09) ⁽¹⁾
每股虧損			
— 基本(港幣分)	(3.61)	(14.98)	(75.90)%
— 攤薄(港幣分)	(3.61)	(14.98)	(75.90)%

附註：

(1) 百分點變動。

本集團報告期內之經營資料摘要連同2024年同期之比較數據如下：

經營資料概要

	於6月30日或截至 6月30日止六個月		同比變動 增加／(減少)
	2025年	2024年	
文化業務			
銷售額(百萬港元)	3.64	0.88	313.64%
海外電商商品銷售業務			
銷售額(百萬港元)	3.38	32.80	(89.70)%
算法營銷業務			
國內短視頻電商營銷交易流水 (百萬港元)	—	23.18	(100)%
互娛產品營銷實現的計費行為數量 ⁽¹⁾ (千次)	—	24,242	(100)%
平均每個計費行為實現的收入 (港幣元)	—	2.47	(100)%

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

2025年上半年，本集團積極發展AI (artificial intelligence，人工智能) 技術模型研發及AI算力業務。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。

本集團大力拓展AI數字文化、AI數字資產、AI醫療業務

在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團境內業務積極向央企靠攏，實現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**」)。

「保利文娛科技」旗下自有知識產權的影視文娛數字資產服務平台「空兼」運營穩健，並成功完成首例國有文化央企數據資產入表。「空兼」平台是保利文娛科技的自有知識產權、獨立全面運營的影視文娛數字資產服務平台，發行對應合作虛擬藝術品、數字藝術品。通過平台上鏈確權將文化資產，包括文化藝術品、合作文化產品等進行資產化和產品銷售。

保利文娛科技依託央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，為霍爾果斯首藏數字技術有限公司(以下簡稱「**首藏數字**」)的「球星卡」數字藏品存證提供底層技術支持和創新解決方案。除數字藏品、數據資產發行外，開展數據資產與數字資產認證服務，充分發揮央企自有區塊鏈的強安全、強背書作用，實現穩定的數據資產化確權能力。

保利文娛科技在AI精神醫療領域垂直模型上已經完成全鏈路設計參與研發精神醫療AI大模型系統及數據資產，助力醫療機構實現精準的AI問診，利用AI算法輔助醫生提供專業治療方案，建立高效的抑鬱症篩查機制，完成醫院數據庫的收集整理，並打造AI模型數據產品，推動智慧醫療創新發展。

同時在AI+文娛領域、AIGC (artificial intelligence generated content，人工智能內容) 領域、區塊鏈領域均取得了商業上的成就。

本集團海外業務轉型升級

自2023年開始，本集團大力開展面向東盟市場的3C電商業務，自建電商平台－MARTOP，僅用了三年時間累計完成14.6億美金的GMV(gross merchandise volume，商品成交金額)。特別是，海外業務完成從大數據算法營銷到AI算法營銷的升級，使得集團在營銷效率、特別是流量投放效率、貨品臻選效率等關鍵節點上，取得了質的飛躍。

本集團核心戰略發展方向

2025年上半年，本集團在核心戰略方向加大AI技術研發及算力發展，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，為全年目標的實現及未來可持續發展奠定了更為堅實的基礎。

一、業務介紹

本集團積極發展AI技術模型研發及AI算力業務。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。

同時，在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團境內業務積極向央企靠攏，實現與文化央企成立混合所有制改革公司－保利文娛科技。

AI數字文化創新業務

「保利文娛科技鏈」是保利文娛科技與本公司、京東科技集團共同設計、研發完成的央企自有區塊鏈技術。用於「空兼」平台數據、數字資產發行的底層區塊鏈技術支撐。「空兼」平台是保利文娛科技的自有知識產權、獨立全面運營的影視文娛數字資產服務平台，發行對應合作虛擬藝術品、數字藝術品。通過平台上鏈確權將文化資產，包括文化藝術品、合作文化產品等進行資產化和產品銷售。

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。目前，「空兼」實現的主要功能是數字資產服務－客戶增值、消費探針等，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。未來，「空兼」將會作為一個多場景、多層次的綜合性數字服務平台，還將為用戶拓展虛擬人、元宇宙等一系列數字業務，提供更加豐富的數字資產應用場景。

AI數字資產創新業務

保利文娛科技與首藏數字的合作，攜手打造數字版權收藏品領域新典範。依託「保利文娛科技鏈」為首藏數字的「球星卡」數字藏品存證提供底層技術支持和創新解決方案。目前「球星卡」數字藏品已經在「首藏」APP上線。除數字藏品、數據資產發行外，開展數據資產與數字資產認證服務，充分發揮央企自有區塊鏈的強安全、強背書作用，實現穩定的數據資產化確權能力。

AI醫療創新業務

依託於本集團的AI垂類研發能力，保利文娛科技在AI精神醫療領域垂直模型上已經完成全鏈路設計參與研發精神醫療AI大模型系統及數據資產，助力醫療機構實現精準的AI問診，利用AI算法輔助醫生提供專業治療方案，建立高效的抑鬱症篩查機制，完成醫院數據庫的收集整理，並打造AI模型數據產品，推動智慧醫療創新發展。

數據存證業務

本公司的存證業務已形成數字資產到數據確權的實際業務模式，通過央企自有區塊鏈的強力背書和技術實力，為數字資產、文化資產、行業數據等各類數據資產提供確權服務，為其數據資產化提供關鍵資產確權依據。

由於區塊鏈的不可篡改、存儲穩定、確權唯一等特性，在當下AI大量產出AIGC內容的同時，數據源與數據資產本身成為了稀缺資源，其價值持續增長。隨着國內數據資產入表政策不斷展開，所有企業的經營數據、文化數據、數字內容的價格與價值確權，已成為當前人工智能大環境下的關鍵點。這也是當前作為央企自有區塊鏈業務爆發增長的主要原因。

首例國有文化央企數據資產入表

保利文娛科技積極順應數字經濟時代發展趨勢及國家相關政策，依託於本集團的AI能力，大力推進數據資產入表工作，搭建自有數據資產管理體系，並取得顯著成果。2024年年末，保利文娛科技已完成首次數據資產入表工作，實現了首例國有文化央企數據入表的成功案例，在數字文娛領域構建了核心競爭優勢，進一步推動數據資產業務的發展，本集團會結合香港上市公司的優勢地位，聯合保利文娛科技一起為其數字資產在香港等國際虛擬數字產品交易市場發展打下堅實基礎。

本次數據資源的資產化入表，涵蓋經營分析類、人工智能類和圖像創作類，涉及區塊鏈、人工智能、數字IP等業務內容，同時，通過了權威機構的數據合規、數據質量與數據資產價值評估以及專項審計，並在深圳文化產權交易所完成了產權登記。目前保利文娛科技正在探索數據資產業務對外商業變現，與深圳文化產權交易所簽訂戰略合作協議，雙方共同推進數據資產價值賦能項目，為地方政府等客戶提供數據資產服務。

文娛類AI垂類模型

基於本公司的數據算法能力，依託保利文化集團優質的數字原生內容及IP資源，文娛科技業務的文化娛樂產品出品、發行、承製業務將全面利用開源的AI平台，加大AIGC的應用層探索及研發，持續推進使用AIGC方式開展的包括但不局限於：虛擬數字人、虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、AIGC劇本生成以及前期製作靜態與動態的分鏡，後期製作特效的探索研發等創新業務。

本公司與保利文娛科技聯合開發了全息顯示系統，實現了AIGC與全息顯示的融合應用，與自研數字人相結合，實現與用戶的即時交互，在數字櫥窗、服裝行業、數字化、演出直播、博物館、展會行業等垂直領域有廣闊的應用開發空間。2024年4月30日至5月14日，保利文娛科技全息顯示系統亮相中央美術學院藝術管理與教育學院研究生畢業展，為展覽提供全程數字人導覽服務。另外全息顯示系統及AIGC數字人曾在2024中國國際服務貿易交易會、2024第三屆全球數字貿易博覽會等展會亮相。

在2024年影視項目製作環節中，利用本集團與保利文娛科技的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。這一技術突破為本集團和保利文娛科技中短劇市場的拓展奠定了堅實基礎。保利文娛科技影視業務開展向中短劇、互動影遊等新興影視內容形式轉型升級。目前，已與蜀山影業達成中劇合作，聯合騰訊、愛奇藝、優酷三大平台發佈包含十個項目的片單。十個項目將由保利文娛科技和蜀山影業共同融資製作。另外保利文娛科技出品影遊聯動項目《我打不過漂亮的她們》也已拍攝完成，後期製作中。值得關注的是，本集團已將AIGC技術從中短劇延伸至電影領域，並取得顯著成果。

在第37屆中國電影金雞獎頒獎典禮上，本集團出品的電影《又是充滿希望的一天》憑藉AIGC技術的應用，榮獲「最佳中小成本故事片」獎。這一成就標誌著集團在AIGC技術領域的重要里程碑，也為未來影視製作的技術革新開闢了新的方向。

數字營銷業務

(1) 線上營銷

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。

目前已拓展中建集團、保利集團等央企品牌客戶。承接中國保利集團品牌故事片的策劃與拍攝，採訪及拍攝保利華信上海諾基亞貝爾寧蒗幫扶項目，承制雲南昭通創業者紀錄片、保利國際宣傳片等。

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年上半年，中標贊皇文旅宣傳微短劇項目，以創新短劇形式助力地方文旅宣傳。

(2) 線下營銷

保利文娛科技與民生銀行達成合作協議，共同打造文化領域聯名信用卡。以「金融+文化」跨界協同模式引領行業創新，撬動文化消費新勢能，助力文化產業數字化轉型。

文化娛樂內容及衍生品業務

隨着中國明確提出到2035年建成文化強國的發展目標，並由財政部與中宣部共同成立500億元人民幣的文化產業基金，加碼文化產業投資政策的大力扶持，我們認為影視文化產業將迎來飛速發展的黃金期：

(1) 短劇業務

作為最早佈局短視頻平台的公司之一，本公司已在短視頻領域深耕多年，本公司憑藉前瞻佈局短劇領域的優勢，已完成多部、多類型短劇拍攝，擁有豐富的經驗積累。保利文化作為我國央企中專業性文化產業集團，擁有雄厚的IP資源儲備、影視演藝人才資源和多樣化的內容製作經驗，依託於保利文化的資源優勢以及本公司深耕短視頻多年的經驗，與優酷平台合作的橫屏短劇－《縱他入局》相關話題在抖音平台擁有三億多次傳播。

(2) 影視出品

通過保利影業的電影行業全產業鏈佈局，保利文娛科技聚焦影視業務和數字化業務多元化發展，積極開拓影視作品的出品、發行和承製業務。我們的文娛科技業務將發揮機制優勢，共同參與影視作品的出品發行，打造和豐富本公司的自有IP，利用文化賦能產業，形成本公司的1P流量集群；曾先後出品、承製《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》等影片。

(3) 影視遊戲互動

本公司於2024年完成與國內某知名視頻平台重點短劇專案製作。與國內某知名遊戲IP聯合，計劃發展開拓其短劇類型作品。2024年5月，與海南省出版發行集團簽署戰略合作，借助雙方優勢資源在短劇業務上重點發展。基於短劇市場的火爆，從內容、製作和發行各個方面不斷優化業務形態，逐步完善，搶佔短劇發展的新機遇。

2025年上半年，由保利文娛科技出品影遊聯動項目《我打不過漂亮的她們》目前也已拍攝完成，後期製作中。

(4) 影視文旅衍生品開發

本公司充分發揮保利文化影視優勢，影旅互聯，用電影的力量構築線下文旅，將影視優質IP以及頂級內容生產力與中國各地城市文化深度融合，獨創電影主題互動娛樂、文旅演藝與活動、主題餐廳、文化IP衍生品孵化、明星民宿等多種融合業態，助力城市宣傳與發展。

同時，在景區升級類、建設策劃諮詢類項目已和多地政府達成了初步合作，其中無錫洋溪文化城前期策劃項目已完成簽約，正在運營中。保利文娛科技中標贊皇太空艙民宿運營項目，並與贊皇縣展開深度合作，共同推動文旅產業升級與多元化發展。

(5) MCN (Multi-Channel Network，多頻道網絡) 業務

利用保利文娛得天獨厚的背景優勢，建立全國領先的首個央企MCN國家隊，並已成功簽約著名冰雪運動員，短道速滑冠軍－武大靖等符合國家意識形態和為國家做出社會貢獻的達人。本公司基於對短視頻平台興趣算法推薦機制的深度研究，創造出適合旗下達人的新穎內容並形成專屬人物標籤，進而通過多個賬號間聯動形成內容矩陣，逐步擴大影響力，打造MCN機構核心競爭力。實現MCN機構為達人提供流量池，達人幫助MCN機構實現商業化的相互依託模式，從而吸引更多符合國家意識形態大方向的達人進入，以促進集團MCN業務的可持續發展。

(6) 藝人經紀

通過保利文化20多年深耕影視行業的經驗積累以及本公司多年影視製作經驗，借助其雙方豐富資源優勢，為旗下藝人提供更好發展計劃，接洽多維度、全方位的專案合作，從而積累了豐富的影視、綜藝、媒體、平台及大量的品牌客戶資源，為藝人提供了更多、更好的職業路線規劃和發展平台。在2025年簽約羽毛球世界冠軍，中國國家羽毛球隊隊員—梁偉鏗。

本公司通過旗下商務經紀以及執行經紀根據藝人的市場定位、形象、興趣以及過去及目前的代言等因素，為客戶挑選合適的簽約藝人，為簽約藝人和藝人組合安排商業活動以及娛樂內容活動。同時，公司亦安排簽約藝人參加企業客戶的各種推廣活動，包括社交媒體推廣、直播電商及線下業務推廣活動等。其中參與的活動包括「東風日產」廣告拍攝及線下商業活動、「路虎RANGE Rover」廣告拍攝、西班牙珠寶品牌「ARTE」的廣告拍攝、2025兩岸青年峰會、第十六屆海南島國際公路自行車賽、三元牛奶京東直播、第九屆亞冬會、中國人壽客戶權益體系發佈會、北京時裝周等，完成了《踏雪尋蹤》《冰壺重生》《百花殺》《掌上齊眉》《兇宅怨靈》《熾熱吸引》《星河如夢》《護花》《謝盡長安花》等影視專案拍攝。參與咪咕「非遺賀新春，AI中國年」主題活動、東方衛視華彩傳承晚會、「抖音✕中國婦女報#她們的精選」共創活動、新浪明星天氣官等媒體宣傳活動。

境內興趣算法營銷業務

在中國境內，我們依託先進的興趣推薦算法技術，在移動互聯網社交平台、短視頻平台，開展專業化、高效化的算法營銷的業務。我們為客戶提供中國領先的算法營銷解決方案，通過技術和算法解決商品和媒介之間的匹配效率問題，精準匹配商品和媒介資源，從而幫助客戶提升銷售量、下載量和活躍度。我們在抖音平台開展短視頻電商營銷業務，在微信公眾號平台和抖音平台開展線上產品數字化發行業務。國內算法營銷業務經過多年的迭代發展，目前處於成熟發展階段。

「千人千面的內容、千人千面的產品」是對本公司算法營銷業務的概況總結。簡而言之，我們立足於新媒體平台，不僅遵循平台個人化內容推薦的原則，更進一步深化至個人化產品推薦的層面。通過構建自有數據分析體系，我們對產品、內容和使用者的分別進行分析建模，形成數據標籤，通過推薦算法和中台技術，把產品精準推薦給新媒體平台上的消費者，並按照轉化效果向客戶結算。

境外電子消費品垂類電商平台出海業務

自2021年樂享集團的國際業務揚帆出海，經過四年深耕，樂享國際有限公司（「樂享國際」）在東南亞電子消費品領域取得了顯著成就，成功佈局並建立了海外經銷商銷售網絡，涵蓋超過400家經銷商與1,000餘個終端銷售渠道，彰顯了其在區域市場的強勁競爭力。

依託樂享集團的技術底蘊，樂享國際緊抓東南亞電子消費品市場消費升級與海外短視頻平台商業化的雙重機遇，創新性地將先進的算法營銷模式融入本土市場，通過自建電商平台MARTOP，精準對接東南亞短視頻平台的龐大流量，為本土經銷商提供個性化營銷服務。同時，樂享國際構建了完善的海外供應鏈體系與線下支付解決方案，確保了從訂單到交付的全程順暢，獨立站模式的成功實踐進一步鞏固了其市場地位。

面對東南亞電子消費品市場趨於穩定的態勢，樂享國際基於過往四年的深厚積累。在2024年度完成了現有庫存的處置後，暫停新增庫存採購及傳統貿易模式下的電子消費品銷售，轉而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。這一轉型旨在減輕資金壓力，改善經營性現金流，為樂享國際的長期可持續發展奠定堅實基礎。

與此同時，樂享國際積極開拓新供應商資源，大幅擴充平台SKU，旨在豐富產品供應鏈，為經銷商提供更加多元化的商品選擇，從而鞏固並擴大在東南亞市場的份額。隨著交易流程的持續優化與流量獲取精度的提升，經銷商參與度顯著增強，市場的正向反饋充分證明了轉型策略的有效性與市場潛力。這一系列舉措不僅穩住了多變的市場環境，更為樂享國際在東南亞乃至更廣闊的國際舞台上開闢了新的增長空間。

回顧2025年上半年，公司在以下三大核心領域深耕細作：

計劃AI研發投入，儲備核心技術能力：通過設立專業的AI實驗室，不斷積累技術實力，逐步構建起完備的AI技術儲備體系，為未來的業務騰飛築牢根基。

深化平台合作，穩固業務根基：公司持續優化與各大平台的戰略合作關係，通過全方位的深度協同，不僅確保了業務的穩健運行，更借助平台的前沿視角，精準把握市場動態，為客戶提供更具針對性和卓越體驗的服務。

創新代充值業務，優化現金流管理：為了提升資金運營效率，公司創新性地開展代充值業務。這一模式不僅實現了客戶資金的快速回籠，還通過先進的算法推薦，有效提升了客戶的活躍度和忠誠度，進一步夯實了公司的市場競爭力。

展望2025年下半年，公司制定了清晰的戰略目標：

完成AI應用級服務體系的全面搭建，並實現業務盈利。通過提供一系列基於AI的創新性產品化服務，公司將進一步提升客戶體驗，拓展市場版圖，推動業務邁向高質量發展的新征程。

二、我們所在的行業

1. AIGC概念

文娛科技業務的文化娛樂產品出品與承製業務方面，全面利用開源的AI平台，深入開展AIGC在應用層的探索與開發。針對垂直場景應用市場，我們大力投入AIGC業務佈局，持續推進AIGC與全息顯示的融合應用，自研虛擬數字人，實現虛擬語音服務、圖形輸出、短視頻AIGC、影視作品AI視頻化腳本、AIGC後期製作等領域的創新研發。

2. Web3.0概念

依託保利文娛科技的Web3.0業務，本集團積極開展針對影視文娛數字資產服務平台「空兼」的中台運營、IP孵化和發行等業務。Web3.0致力於構建一個基於區塊鏈技術、用戶主導且去中心化的網絡生態。在用戶交互與價值流通的過程中，形成了Web3.0生態。數字資產作為Web3.0的核心價值要素，我們基於版權保護技術及數字確權技術，以數據公開透明且不可篡改的形式，向用戶發行影視、文化、娛樂等領域的數字資產。

3. 影視娛樂板塊

文娛科技業務將依託保利文娛科技，開展影視娛樂產品的出品業務，藝人、網紅達人的IP孵化和經紀業務。

影視文化及娛樂內容在移動互聯網平台吸引大量用戶流量，基於影視文化及娛樂內容的宣傳發行、內容商業化變現、影遊聯動等業務領域潛力巨大。

4. 短視頻概念

算法營銷業務中的電商營銷業務、海外電商商品銷售業務中的電商銷售業務，主要渠道集中在國內及海外著名的短視頻平台。

短視頻已成為當前信息傳播的主要形式，短視頻平台是移動互聯網流量新聚集地，移動互聯網用戶觀看短視頻在線時間持續增加，從而產生更多營銷機會，助推本公司短視頻商業化建立起成熟的價值鏈。

5. 短劇概念板塊

隨著短劇行業迎來前所未有的發展契機，集團憑藉前瞻佈局短劇領域的優勢，已完成多個類型多部短劇拍攝，積累了豐富的經驗，在短劇領域邁出了堅實的第一步。

6. 互聯網營銷板塊

算法營銷業務的核心服務在於協助客戶借助推薦算法技術，於移動互聯網平台開展銷售和營銷服務，此乃算法營銷業務的收入來源。

我們是國內最早涉足互聯網興趣算法營銷的企業之一，互聯網營銷以興趣推薦算法為底層邏輯，聚焦於龐大且分散的中長尾流量進行線上營銷。依據用戶的即時需求和興趣推送內容的方式，極大地提升了用戶的使用效率和滿足感，進而促使新媒體應用的用戶規模和在線時長迅速增長，廣受用戶青睞。

7. 電子產品出海電商板塊

海外電商業務基於興趣算法技術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。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。

三、我們的優勢

行業前景清晰，市場空間廣闊

本集團深耕的數字經濟相關產業展現出清晰的行業前景與巨大的市場空間。在中國政府堅定不移地推進數字經濟戰略，以及各級政府相繼出台鼓勵和支持政策的背景下，國內外電商、互動娛樂、數字資產等行業在日益規範的市場環境中茁壯成長，展現出長期穩健的增長潛力。尤其是東南亞地區已經成為全球電子商務發展最快的地區之一，良好的宏觀環境和多重市場積極因素，為具備數據算法能力的科技公司走出國門提供了機會。

針對當前的國內外市場發展階段和未來趨勢，我們觀察到：

(1) 人工智能技術飛速發展

利用AI技術自動生成內容的生產方式已經能夠學習和理解人類的語言並與人類進行對話，為影視文化及娛樂等業務領域提供新的機遇。本輪文化數字化產業升級是繼UGC (user generated content，用戶生成內容)、PGC (professional generated content，專業生產內容) 之後利用AI技術自動生成內容的新型生產方式，我們將有機會取得競爭優勢。

(2) 文化娛樂產業數字化轉型升級

在國家積極推動數字經濟發展的宏觀背景下，保利文娛科技與本公司、京東科技集團共同打造以文化+產業為主要應用場景的央企自有區塊鏈「保利文娛科技鏈」，已獲得國家網信辦區塊鏈信息服務備案編號。「保利文娛科技鏈」作為央企自有區塊鏈，在數字資產的發行、存證等業務領域前景廣闊。保利文娛科技自有知識產權、全面獨立運營的影視文娛數字資產服務平台「空兼」的上線標誌著文化央企保利正式進軍Web3.0元宇宙時代。這不僅是保利文娛科技在數字資產、虛擬人、元宇宙等前沿技術領域的重大戰略佈局，更是積極響應國家數字經濟戰略、勇於探索實踐的具體體現。通過這一平台，保利文娛科技將深度挖掘數字技術的潛力，不斷豐富文化娛樂內容的表達形式，拓寬IP的數字化傳播渠道，強化其數字化輻射力。此舉不僅有助於推動文化娛樂產業的深度數字化轉型與升級，還將促進產業鏈上下游的深度融合與創新發展，共同開創文化娛樂產業的新篇章。

(3) 中國短視頻電商市場方興未艾

各大短視頻平台正在不斷提高內容品質、完善基礎設施和商業化功能，加碼私域商業功能，加大私域流量扶持力度，促進構建平台的商業化生態。

(4) 以技術導向的輕資產服務模式

東南亞地區具有顯著的人口紅利，人口結構年輕化，GDP增長速度高於全球平均水準。年輕消費群體極大地拉動了購物需求，同時互聯網的滲透程度高於全球平均水平。此外，東南亞區域具有和中國更為相近的文化特徵，《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)的正式實施等有利條件，讓中國產品向東南亞拓展的優勢格外顯著。在東南亞4G和5G不斷普及的進程中，以及東南亞GDP增長所引發的消費升級過程中，中國電子消費品無論在產能還是質量等方面，都具有極為突出的優勢。

憑藉過去三年所積累的豐富經驗，審視東南亞3C手機市場漸趨穩定的狀況。我們決定對海外電商業務戰略作出調整，採取以技術導向的輕資產化服務模式為新轉型方針。輕資產業務模式專注於興趣算法技術服務，利用我們專業的技術團隊，充分發揮我們在興趣算法技術上的優勢和海外跨境電商平台的經驗優勢，通過海外短視頻平台來為客戶提供精準的流量推廣服務。

這一轉型的目的在於緩解資金壓力，改進經營性現金流，為樂享國際的長期可持續發展築牢根基。

充分發揮與央企混改的優勢

本公司與文化央企成立的混改公司的合作，能夠有效的使本公司在央企的指導和管理下，更好的進入Web3.0、區塊鏈、文化娛樂內容出品等前沿且潛力巨大的業務領域，這一合作模式不僅極大地拓寬了本公司的客戶基礎與業務範圍，更為公司的長遠發展奠定了堅實基礎。我們的合作夥伴作為文化領域的專業央企，不僅擁有專業的PGC製作能力，還在產業資源整合、風控合規等方面具有得天獨厚的優勢。未來，我們將在合作框架下，藉助符合國內政策的PGC內容和明星，以及MCN網路內容和達人，培育自有流量和粉絲，有利我們開拓新業務。

數據和算法模型的先發優勢

作為一家以數據算法為核心能力且技術驅動的公司，本集團早在2013年即開始在微信公眾號平台進行數據和模型算法的研發。2018年開始在抖音平台進行數據和模型算法研發。2021年第四季度率先將興趣推薦模型應用於海外著名短視頻平台，實現獨立站電商銷售收入。2023年下半年果斷調整海外電商業務戰略，採取輕資產化運營模式。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。我們的先發優勢不僅體現在行業領先的數據規模和跨越多年的數據時間維度上，更在於這些數據在模型構建與優化過程中的決定性作用。結構豐富、規模龐大、時間跨度完整且具備即時交互特性的數據資源，不但為我們提供了測試、構建和完善演算法模型的堅實基礎。而且為我們持續優化業務模式，構建更靈活高效的經營策略提供精準的數據支撐。正是基於這樣的數據優勢，我們能夠確保營銷效果的持續優化與服務水準的不斷提升，從而在競爭激烈的市場中構築起堅固的競爭壁壘。

管理層討論及分析

業績概覽

- 文化娛樂科技業務

本集團在國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，於2024年度成功打造以優質內容為核心，科技創新為驅動，多元場景相結合的文娛新產業。基於本公司的數據算法能力，依託保利文化集團優質的數字原生內容及IP資源，文娛科技業務的文化娛樂產品出品、發行、承製業務將全面利用開源的AI平台，加大AIGC的應用層探索及研發，持續推進使用AIGC方式開展的創新業務。

保利文娛科技自有知識產權、全面獨立運營的影視文娛數字資產服務平台「空兼」的上線標誌著文化央企保利正式進軍Web3.0元宇宙時代。這不僅是保利文娛科技在數字資產、虛擬人、元宇宙等前沿技術領域的重大戰略佈局，更是積極響應國家數字經濟戰略、勇於探索實踐的具體體現。保利文娛科技將持續推動文化娛樂產業的深度數字化轉型與升級，促進產業鏈上下游的深度融合與創新發展，共同開創文化娛樂產業的新篇章。

- **海外電商業務**

2025年上半年，本集團錄得海外電商商品銷售業務收益為3.38百萬港元，較2024年上半年的32.80百萬港元減少89.70%，該業務收入減少乃主要由於本集團於2023年底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。在2024年裡還在對新的撮合交易模式進行持續測試，並未向供應商和經銷商收取佣金和服務費。截至2025年6月30日止六個月，本集團在新業務模式下向供應商收取佣金或服務費。

2025年上半年，本集團在自建電商平台MARTOP上撮合完成的海外電商交易GMV金額達到了1.66億美元，較去年同期實現的海外電商交易GMV金額4.55億美元，大幅下降了63.52%。本集團將致力於輕資產業務模式，透過海外短視頻平台為客戶提供精準的流量推廣，構建長期且可持續的護城河。

- **算法營銷業務**

- **互娛及數字產品營銷**

2025年上半年，本集團錄得互娛及數字產品效果營銷服務收益1.87百萬港元，較去年同期的56.67百萬港元減少96.70%，乃由於受中國收緊對遊戲版號和付費文學作品的監管審批，導致該業務受到限制，該業務收入規模較去年同期下降。

- **短視頻電商營銷**

2025年上半年，由於當前國內整體行業營銷環境相對低迷，本集團對國內短視頻電商產品營銷服務業務調整，2025年上半年未開展業務。2024年上半年國內短視頻電商營銷達成的GMV達到23.18百萬港元，國內電商產品營銷收益20.88百萬港元。

- **研發進展**

研發投入主要集中在AI技術模型研發突破，區域的拓展、產品的擴品以及優化海外短視頻平台流量推廣等方面。

在AI技術模型研發方面，本集團重點推進區塊鏈底層技術創新與垂類大模型研發，構建了安全可信的數據資產確權技術體系，並自主研發精神醫療領域AI大模型系統，實現了從數據處理、算法訓練到模型部署的全鏈路技術能力。同時，針對AIGC技術開展深度應用層研發，在虛擬數字人生成、多模態內容創作、實時交互等關鍵技術節點取得實質進展。

針對海外短視頻平台的建模，本集團根據推廣需求整理產品相關特性、推廣區域、時間、預算等信息，進行目標人群的性別、年齡、地域、興趣等多個維度進行深度分析。然後確定目標人群的共同特徵和差異，並根據人群和產品特性，匹配生成標籤系統並進行熱度分析，哪些標籤與高熱度相關聯，例如流行趨勢、季節性活動。並將這些熱度標籤與產品特性和目標人群標籤相結合。根據分析結果，進行二次建模，優化調整目標人群定位及推廣時間，生成推廣方案。本集團明確產品的核心優勢和賣點，分析產品特性與目標人群需求的匹配度。根據分析結果，生成投放策略。

- **2025年下半年業務發展方向**

- a. 國內深化與央企合作探索新業務領域**

國家對文化產業數字化建設方向的明確指引下，本集團境內業務積極向央企靠攏，實現與文化央企成立混合所有制改革公司——保利文娛科技。本集團將借助此混改平台，充分發揮央企優勢地位，將本集團境內營銷算法技術、數字化能力與保利文化優勢業務進行全面結合，在兩年時間內促成多項成果落地。特別在AI+文娛領域、AIGC領域、區塊鏈領域均取得了商業上的成就。

我們將加大對AIGC的應用端研發投入，致力於將AIGC技術應用於實際生產中，通過不斷試驗與優化，努力降低數字內容的生產成本，同時提升內容的質量與多樣性。這不僅將為我們自身帶來顯著的經濟效益，更將推動整個行業的創新與進步。

我們與文化央企保利文化集團共同成立的保利文娛科技已與京東科技集團聯合開發了數字資產業務，已完成共建影視文娛數字資產服務平台——「空兼」上線，實現商業化運營，我們還將繼續加強Web3.0基礎設施建設，通過數字化能力，開發國央企客戶。

我們將穩步推進與央企戰略合作夥伴業務層面落地，致力通過多元化渠道構建高質量的自有內容與流量體系，以此提升集團客戶服務能力與盈利水平。目前，我們已在影視娛樂內容孵化、線上宣傳、數字資產業務、國央企電商產品數字化升級等領域啟動了多個合作項目，並明確了投資承製國家級重點影視項目、打造首個央企MCN等合作方向。

b. 積極拓展海外電商業務

基於海外著名短視頻平台興趣流量的電商業務是本集團戰略發展重點之一。2025年及未來，我們將繼續審視海外電商商品銷售特點和市場環境，以自建電商平台MARTOP作為核心交易磋商平台，通過提供交易線索並且不斷利用海外短視頻平台精準吸引流量，實現交易模式的優化和提升。本集團的海外電商商品銷售業務在東南亞地區的多個國家落地。目前我們聚焦電子消費垂直領域，深耕東南亞市場，搭建完整的海外供應鏈和線上線下支付體系，致力於積極開拓新供應商資源，擴充平台SKU，幫助優秀的國貨產品出海銷售。伴隨著交易流程的不斷優化以及流量獲取精準度的提高，經銷商的參與度明顯提升，市場的積極反饋充分表明了轉型策略的成效與市場潛力。這一系列的行動不但穩住了多變的市場環境，還為樂享國際在東南亞乃至更廣闊的國際市場中開拓了新的增長空間。

• 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6月30日止六個月			
	2025年 (未經審核)	佔比	2024年 (未經審核)	佔比
	(百萬港元，百分比除外)			
互娛及數字產品營銷收益	1.87	21.03%	56.67	50.95%
國內電商產品營銷收益	—	—	20.88	18.77%
海外電商商品銷售收益	3.38	38.02%	32.80	29.49%
文化業務收益	3.64	40.95%	0.88	0.79%
收益總計	<u>8.89</u>	<u>100%</u>	<u>111.23</u>	<u>100%</u>

本集團收益由截至2024年6月30日止六個月的約111.23百萬港元減少92.01%至截至2025年6月30日止六個月的約8.89百萬港元。該減少主要可歸因於(i)本集團於2023年底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。在2024年裡還在對新的撮合交易模式進行持續測試，並未向供應商和經銷商收取佣金和服務費。截至2025年6月30日止六個月，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及商品採購成本。收益成本由截至2024年6月30日止六個月的約110.79百萬港元減少約96.34%至截至2025年6月30日止六個月的約4.05百萬港元，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，故而收益成本大幅下降。

毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務類別劃分的毛利明細：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)
	(百萬港元)	
互娛及數字產品營銷毛利	1.87	12.65
國內電商產品營銷毛利	—	3.76
海外電商商品銷售毛利	3.38	(16.66)
文化業務毛利	(0.4)	0.69
毛利總計	<u>4.85</u>	<u>0.44</u>

截至2025年6月30日止六個月，本集團毛利約4.85百萬港元，較截至2024年6月30日止六個月的約0.44百萬港元增加約1,002.27%。截至2025年6月30日止六個月，本集團毛利率約為54.56%，較截至2024年6月30日止六個月的約0.40%，增加約54.16個百分點，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

截至2025年6月30日止六個月，本集團其他收益及虧損為虧損約12.57百萬港元（截至2024年6月30日止六個月，收益：約13.09百萬港元），乃主要由於2025年上半年產生匯兌損失約為11.69百萬港元。

分銷及銷售開支

本集團分銷及銷售開支由截至2024年6月30日止六個月的約281.39百萬港元減少約70.54%至截至2025年6月30日止六個月的約82.91百萬港元，主要由於2025年上半年海外電商業務對經銷商流量推廣補貼減少。

行政開支

本集團行政開支由截至2024年6月30日止六個月的約42.37百萬港元減少約21.29%至截至2025年6月30日止六個月的約33.35百萬港元，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，特別是海外電商業務的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。

本集團研發開支由截至2024年6月30日止六個月的約1.87百萬港元減少約35.29%至截至2025年6月30日止六個月的約1.21百萬港元，主要由於本集團自建電商平台目前可以滿足海外電商業務的發展需求，相應2025年上半年研發投入減少。

融資成本

於報告期內，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及保證金

於2024年12月31日和2025年6月30日，本集團貿易及其他應收款項及保證金分別約為348.82百萬港元和293.51百萬港元。

於2025年6月30日，本集團貿易應收款項餘額約為50.80百萬港元，較2024年12月31日的60.29百萬港元減少約15.74%，主要是由於(i)2025年上半年效果類營銷服務收益減少；及(ii)以前年度貿易應收款回款，導致相應貿易應收款項減少。

其他應收款項及保證金為為擴大海外電商商品銷售業務而支付供應商的保證金、應收影視劇撥資收益、員工備用金及房租押金等。於2025年6月30日，本集團其他應收款項及保證金餘額約為242.71百萬港元，較2024年12月31日的288.53百萬港元減少約15.88%，主要是由於2025年上半年簽訂本集團與供應商及客戶之間的業務三方代付協議，將應收客戶款項沖抵應付供應商款項所致。

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2025年6月30日，本集團預付款項約為54.27百萬港元，較2024年12月31日的108.38百萬港元減少約49.93%，乃主要由於(i)2025年上半年本集團消耗部分預付流量款；及(ii)截至2025年6月30日止六個月，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銷對應付流量供應商的賬款。

按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具

於2024年12月31日和2025年6月30日，本集團按公平值計量且其變動計入其他全面收益的股本工具分別約為2.26百萬港元和2.26百萬港元，截至2025年6月30日止六個月未發生公平值變動。

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6月30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210.30百萬港元，餘額減少乃主要由於本集團平台流量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日的約297.45百萬港元減少約27.46%至於2025年6月30日的約215.78百萬港元，乃主要是由於2025年簽訂本集團與供應商及客戶之間的業務三方代付協議，將應收客戶款項沖抵應付供應商款項所致。

本集團其他應付款項由於2024年12月31日的約23.68百萬港元增加約7.31%至於2025年6月30日的約25.41百萬港元。

租賃負債

本集團租賃負債由於2024年12月31日的22.17百萬港元減少約47.00%至於2025年6月30日的約11.75百萬港元，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：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(未經審核)	(未經審核)
	百萬港元	
經營活動所用現金淨額	(7.56)	(36.48)
投資活動所得現金淨額	6.31	1.24
融資活動所用現金淨額	(14.01)	(5.79)
現金及現金等價物減少淨額	(15.26)	(41.03)
期初現金及現金等價物	212.88	325.97
外幣匯率變動的影響	12.68	(11.84)
期末現金及現金等價物(以銀行結餘及現金表示)	<u>210.30</u>	<u>273.10</u>

於2025年6月30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及海外電商商品銷售業務取得的銷售收入回款。我們經營活動現金流出主要包括流量採購成本、分銷及銷售開支、研發成本及行政開支。

截至2025年6月30日止六個月，我們經營活動所用現金淨額約為7.56百萬港元（截至2024年6月30日止六個月：約36.48百萬港元），主要由於本集團業務規模收縮，經營性現金流出有所減少所致。

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6月30日止六個月，我們投資活動所得現金淨額約為6.31百萬港元（截至2024年6月30日止六個月：約1.24百萬港元），主要由於贖回定期存款所致。

融資活動現金流量

截至2025年6月30日止六個月，我們融資活動所用現金淨額約為14.01百萬港元（截至2024年6月30日止六個月：約5.79百萬港元），主要由於支付按公平值計量且其變動計入當期損益的金融負債所致。

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：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
	百萬港元	
固定資產	<u>12.16</u>	<u>0.73</u>

附屬公司、聯營公司及合營企業的重大投資、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「所得款項用途變更」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。

分部資料

分部資料的詳情載於簡明綜合財務報表附註5。

債項

銀行借款

於2025年6月30日，本集團均無任何銀行借款。

或然負債

於2025年6月30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2025年6月30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。

資產負債比率

資產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6月30日，本集團資產負債比率約為46.91%（於2024年12月31日：約49.02%）。

流動比率

流動比率指流動資產除以流動負債。流動比率截至2025年6月30日的1.86倍與截至2024年12月31日的1.86倍持平。

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。

於報告期內，本集團並無使用任何金融工具作對沖用途，且截至2025年6月30日止六個月並無任何尚未結算之對沖工具。

僱員及薪酬政策

於2025年6月30日，本集團有59名全職僱員（2024年12月31日：70名全職僱員），大部份位於中國。截至2025年6月30日，我們的僱員中有超逾62.7%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及住房公積金。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。本集團已於2021年6月21日採納股份獎勵計劃，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。

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至2025年6月30日止六個月

		截至6月30日止六個月	
	附註	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
收益	4	8,894	111,226
收益成本		<u>(4,047)</u>	<u>(110,786)</u>
毛利		4,847	440
其他收入	6	1,254	1,460
其他收益及虧損	7	(12,573)	13,085
預期信貸虧損模型下的減值虧損(扣除撥回)		34,482	(55,576)
分銷及銷售開支		(82,909)	(281,389)
行政開支		(33,351)	(42,369)
研發開支		(1,211)	(1,872)
應佔聯營公司之業績		558	36
融資成本		<u>(380)</u>	<u>(744)</u>
除稅前虧損	8	(89,283)	(366,929)
所得稅開支	9	<u>(1)</u>	<u>(65)</u>
期內虧損		<u><u>(89,284)</u></u>	<u><u>(366,994)</u></u>
以下應佔期內虧損：			
本公司擁有人		(85,561)	(355,202)
非控股權益		<u>(3,723)</u>	<u>(11,792)</u>
		<u><u>(89,284)</u></u>	<u><u>(366,994)</u></u>

簡明綜合損益及其他全面收益表 — 續
截至2025年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
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		4,326	(9,551)
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>9,926</u>	<u>(7,476)</u>
期內其他全面收益(開支)(扣除所得稅)		<u>14,252</u>	<u>(17,027)</u>
期內全面開支總額		<u><u>(75,032)</u></u>	<u><u>(384,021)</u></u>
以下應佔期內全面開支總額：			
本公司擁有人		(69,875)	(372,229)
非控股權益		<u>(5,157)</u>	<u>(11,792)</u>
		<u><u>(75,032)</u></u>	<u><u>(384,021)</u></u>
每股基本虧損(港幣分)	11	<u><u>(3.61)</u></u>	<u><u>(14.98)</u></u>
每股攤薄虧損(港幣分)	11	<u><u>(3.61)</u></u>	<u><u>(14.98)</u></u>

簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

	附註	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備		32,253	26,079
使用權資產		6,940	16,534
無形資產		598	789
對聯營公司之權益		38,316	37,178
房租押金	12	1,680	2,163
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融資產		9,819	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	2,264
		91,870	94,839
流動資產			
貿易及其他應收款項以及保證金	12	291,826	346,655
預付款項	13	54,266	108,384
受限制銀行結餘		–	41,951
銀行存款		–	17,525
銀行結餘及現金		210,301	212,876
		556,393	727,391
流動負債			
貿易及其他應付款項	14	241,193	321,133
租賃負債		6,825	9,663
按公平值計量且其變動計入當期損益的金融負債		50,211	58,800
應付所得稅		985	971
		299,214	390,567
流動資產淨值		257,179	336,824
資產總值減流動負債		349,049	431,663

簡明綜合財務狀況表 — 續
於2025年6月30日

	附註	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
非流動負債			
租賃負債		<u>4,921</u>	<u>12,503</u>
資產淨值		<u>344,128</u>	<u>419,160</u>
資本及儲備			
股本	15	24	24
儲備		<u>432,943</u>	<u>502,621</u>
本公司擁有人應佔權益		<u>432,967</u>	<u>502,645</u>
非控股權益		<u>(88,839)</u>	<u>(83,485)</u>
權益總額		<u>344,128</u>	<u>419,160</u>

簡明綜合權益變動表
截至2025年6月30日止六個月

	本公司擁有人應佔											
	按公平值計量且其變動計入其他全面收益的儲備											非控股權益
	股本	庫存股份	股份溢價	其他儲備	以股份為基礎的付款儲備	收益的儲備	法定儲備	換算儲備	累計虧損	小計	非控股權益	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2025年1月1日 (經審核)	24	-	2,267,925	37,325	-	(12,166)	183,106	(157,626)	(1,815,943)	502,645	(83,485)	419,160
期內虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	(85,561)	(85,561)	(3,723)	(89,284)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	4,326	-	4,326	-	4,326
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	11,360	-	11,360	(1,434)	9,926
期內其他全面收益 (開支)	-	-	-	-	-	-	-	15,686	-	15,686	(1,434)	14,252
期內虧損及全面收益 (開支) 總額	-	-	-	-	-	-	-	15,686	(85,561)	(69,875)	(5,157)	(75,032)
附屬公司股份歸屬 (附註16(b))	-	-	-	197	-	-	-	-	-	197	(197)	-
於2025年6月30日 (未經審核)	24	-	2,267,925	37,522	-	(12,166)	183,106	(141,940)	(1,901,504)	432,967	(88,839)	344,128

簡明綜合權益變動表 – 續
截至2025年6月30日止六個月

	本公司擁有人應佔									
	按公平值計量且其變動計入其他全面收益的儲備					非控股權益				
	股本	庫存股份	股份溢價	其他儲備	以股份為基礎的付款儲備	法定儲備	換算儲備	累計虧損	小計	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2024年1月1日 (經審核)	24	-	2,267,925	14,504	-	183,106	(117,066)	(747,462)	1,599,342	1,576,087
期內虧損	-	-	-	-	-	-	-	(355,202)	(355,202)	(366,994)
功能性貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(9,551)	-	(9,551)	(9,551)
國外業務換算產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	(7,476)	-	(7,476)	(7,476)
期內其他全面開支	-	-	-	-	-	-	(17,027)	-	(17,027)	(17,027)
期內虧損及全面開支總額	-	-	-	-	-	-	(17,027)	(355,202)	(372,229)	(384,021)
確認權益結算股份為基礎的付款開支 (附註16(b))	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
附屬公司股份歸屬 (附註16(b))	-	-	-	22,355	-	-	-	-	22,355	-
於2024年6月30日 (未經審核)	24	-	2,267,925	36,859	-	(1,689)	(134,093)	(1,102,664)	1,249,468	1,193,940

簡明綜合現金流量表

截至2025年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	千港元	千港元
	(未經審核)	(未經審核)
經營活動		
經營所用現金	(7,561)	(36,451)
已付所得稅	(2)	(29)
經營活動所用現金淨額	(7,563)	(36,480)
投資活動		
購買物業、廠房及設備	(12,162)	(732)
處置附屬公司的現金流出淨額	(95)	—
償還應收貸款	—	55
已收利息	678	1,139
出售物業、廠房及設備所得款項	284	779
提取原到期日超過三個月的銀行存款	17,604	—
投資活動所得現金淨額	6,309	1,241
融資活動		
贖回按公平值計量且其變動計入當期損益的金融負債	(10,847)	—
償還租賃負債	(2,786)	(5,051)
已付利息	(380)	(744)
融資活動所用現金淨額	(14,013)	(5,795)
現金及現金等價物減少淨額	(15,267)	(41,034)
期初現金及現金等價物	212,876	325,973
匯率變動的影響	12,692	(11,837)
期末現金及現金等價物（以銀行結餘及現金表示）	210,301	273,102

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

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。本公司及其附屬公司(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制。

簡明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. 擬備基準

簡明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」)所頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」以及聯交所證券上市規則附錄D2的適用披露規定而擬備。

持續經營

本集團截至2025年6月30日止六個月的收益因業務模式變更而較本集團去年同期的收益減少102,332,000港元至8,894,000港元，詳情載於附註4。此外，本集團於截至2025年6月30日止六個月錄得淨虧損89,284,000港元及負經營現金流量7,563,000港元。本集團管理層已編製現金流量預測，該預測根據本集團的預計收益及開支及其未來十二個月的營運資金需求使用估計未來現金流量釐定。董事認為本集團將有足夠的財務資源於自本報告日期起計未來十二個月內償還到期債務。因此，簡明綜合財務報表乃按持續經營基準編製。

3. 會計政策

簡明綜合財務報表乃使用歷史成本法擬備，惟按公平值計量的若干金融工具除外(如適用)。

除應用國際財務報告會計準則修訂本引致的新增會計政策／會計政策變動外，截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法，與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

應用國際財務報告會計準則修訂本

於本中期期間，為編製本集團的簡明綜合財務報表，本集團已首次應用由國際會計準則理事會頒佈的下列於2025年1月1日開始的本集團年度期間強制生效的國際財務報告會計準則修訂本：

國際會計準則第21號的修訂本

缺乏可兌換性

本中期期間應用國際財務報告會計準則修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現以及／或該等簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

4. 收益

客戶合約的收益分類

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
貨品或服務種類		
提供效果類自媒體營銷服務		
互娛及數字產品營銷	1,870	56,663
電商產品營銷	—	20,882
	<u>1,870</u>	<u>77,545</u>
電商商品業務(附註)	<u>3,378</u>	<u>32,798</u>
其他	<u>3,646</u>	<u>883</u>
	<u>8,894</u>	<u>111,226</u>
收益確認的時間 時間點	<u>8,894</u>	<u>111,226</u>

附註：去年，本集團暫停了傳統貿易模式下的存貨採購及電商商品銷售。相反，本集團採用輕資產經營模式，利用海外短視頻平台透過向海外電商客戶提供精準流量營銷服務，經營電商商品銷售業務。在新業務模式下，本集團作為代理商，旨在根據商品銷售總額及相應的固定佣金率賺取佣金費用。截至2025年6月30日止六個月，本集團在新業務模式下向供應商收取佣金或服務費3,378,000港元。

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，本集團於本中期期間的經營及報告分部如下：

- 「提供效果類自媒體營銷服務」分部主要包括透過分析我們行業客戶的產品並在不同自媒體網絡分銷彼等的產品向其提供該等營銷服務，這有助於行業客戶獲取用戶及銷售訂單；及
- 「電商商品業務」分部主要包括線上銷售電商商品。

「其他」分部主要包括提供文化相關服務。

概無經營分部合併組成本集團的可報告分部。

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：

5. 分部資料 – 續

分部收益及業績 – 續

截至2025年6月30日止六個月

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元 (未經審核)	電商商品 業務 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	綜合 千港元 (未經審核)
來自外部客戶的分部收益	<u>1,870</u>	<u>3,378</u>	<u>3,646</u>	<u>8,894</u>
分部(虧損)溢利	<u>(22,936)</u>	<u>(47,947)</u>	<u>313</u>	<u>(70,570)</u>
應佔聯營公司之業績 未分配公司開支以及 其他收益及虧損				558 <u>(19,272)</u>
期內虧損				<u>(89,284)</u>

截至2024年6月30日止六個月

	提供效果 類自媒體 營銷服務 千港元 (未經審核)	電商商品 業務 千港元 (未經審核)	其他 千港元 (未經審核)	綜合 千港元 (未經審核)
來自外部客戶的分部收益	<u>77,545</u>	<u>32,798</u>	<u>883</u>	<u>111,226</u>
分部虧損	<u>(61,755)</u>	<u>(299,855)</u>	<u>(3,958)</u>	<u>(365,568)</u>
應佔聯營公司之業績 未分配公司開支以及 其他收益及虧損				36 <u>(1,462)</u>
期內虧損				<u>(366,994)</u>

分部溢利／(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／(虧損)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收益／(虧損))之各分部所賺得之溢利／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。

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. 其他收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
銀行存款利息收入	678	1,139
應收貸款利息收入	—	321
政府補助	65	—
租金收入	511	—
	<u>1,254</u>	<u>1,460</u>

7. 其他收益及虧損

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
出售物業、廠房及設備的淨收益(虧損)	142	(6)
提前終止使用權資產的收益	748	—
出售於附屬公司之投資虧損	(74)	—
外匯(虧損)收益淨額	(11,691)	10,280
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	(165)	2,355
非控股權益遠期合約產生之責任的公平值變動虧損	(1,452)	(1,778)
其他	(81)	2,234
	<u>(12,573)</u>	<u>13,085</u>

8. 除稅前虧損

扣除下列項目後得出除稅前虧損：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
物業、廠房及設備折舊	6,054	9,516
使用權資產折舊	2,930	5,111
無形資產攤銷(計入行政開支內)	202	776
折舊及攤銷總額	<u>9,186</u>	<u>15,403</u>
撇減存貨	<u>—</u>	<u>16,662</u>

9. 所得稅開支

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
即期稅項	<u>1</u>	<u>65</u>

10. 股息

截至2025年6月30日止六個月，概無派付、宣派或擬派股息(截至2024年6月30日止六個月：無)。董事已決定不會就截至2025年6月30日止六個月派付股息(截至2024年6月30日止六個月：無)。

11. 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6月30日止六個月	
	2025年 千港元 (未經審核)	2024年 千港元 (未經審核)
虧損		
本公司擁有人應佔期內虧損	<u>(85,561)</u>	<u>(355,202)</u>
股份數目		
用於計算每股基本虧損的普通股加權平均數(千股)	<u><u>2,371,927</u></u>	<u><u>2,371,927</u></u>

截至2024年6月30日止六個月用於計算每股基本及攤薄虧損的加權平均普通股數目已經扣除附註16所載股份獎勵計劃信託持有的股份後得出。

於截至2025年6月30日止六個月，概無潛在已發行普通股。計算截至2024年6月30日止六個月的每股攤薄虧損並未考慮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。

12. 貿易及其他應收款項以及保證金

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
貿易應收款項	101,182	118,242
減：信貸虧損撥備	(50,388)	(57,954)
	<u>50,794</u>	<u>60,288</u>
擴展海外電商市場的保證金 (附註a)	215,000	215,000
作為代理代表第三方應收款項 (附註b)	18,235	79,573
應收來自投資於影視劇的收入	10,342	16,436
已付供應商保證金	2,325	2,289
租金及其他保證金	4,466	6,100
其他應收款項	21,557	25,890
減：信貸虧損撥備	(29,213)	(56,758)
	<u>242,712</u>	<u>288,530</u>
貿易及其他應收款項以及保證金總額	<u><u>293,506</u></u>	<u><u>348,818</u></u>
分析為		
非即期	1,680	2,163
即期	<u>291,826</u>	<u>346,655</u>
	<u><u>293,506</u></u>	<u><u>348,818</u></u>

附註：

- a. 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。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。

12. 貿易及其他應收款項以及保證金 — 續

附註：— 續

- b. 截至2025年6月30日止六個月，本集團、本集團的流量供應商及多個客戶訂立數份債務清償協議，據此，應付流量供應商的款項33,118,000港元（截至2024年6月30日止六個月：零）用於抵銷本集團作為代理代表第三方應收的同等金額款項。上述交易作為非現金交易入賬。

本集團一般向客戶提供30日至180日免息及無抵押信貸期。根據發票日期（與各自收益確認日期相若）編製的貿易應收款項（扣除信貸虧損撥備）賬齡如下：

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
3個月內	274	—
3至6個月	4,395	—
7至12個月	—	8,134
1年以上	46,125	52,154
	<u>50,794</u>	<u>60,288</u>

13. 預付款項

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
用於購買流量的預付款項 (附註a)	51,163	104,118
用於諮詢服務的預付款項	—	1,130
其他預付款項	3,103	3,136
	<u>54,266</u>	<u>108,384</u>

13. 預付款項 — 續

用於購買流量的預付款項的變動載列如下：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 千港元	2024年 千港元
於1月1日（經審核）	104,118	492,911
新增預付款項	59,661	128,750
已動用	(9,049)	(85,060)
清償（附註b）	(104,118)	—
匯兌調整	551	(3,677)
	<u>51,163</u>	<u>532,924</u>
於6月30日（未經審核）	<u>51,163</u>	<u>532,924</u>

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12）及購買流量的預付款項。於2025年6月30日，本集團對其最大供應商的預付款項總額佔資產總值的41%（2024年12月31日：39%）。百分比詳情如下：

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
最大供應商墊款：		
— 擴展海外電商市場的保證金（附註12）	215,000	215,000
— 用於購買流量的預付款項	<u>51,163</u>	<u>104,118</u>
	<u>266,163</u>	<u>319,118</u>
資產總值	<u>648,263</u>	<u>822,230</u>
最大供應商墊款佔資產總值的百分比	<u>41%</u>	<u>39%</u>

13. 預付款項 — 續

附註：— 續

- b. 於截至2025年6月30日止六個月，本集團與本集團的流量供應商訂立債務清償協議，據此，本集團將應付流量供應商的款項104,118,000港元（截至2024年6月30日止六個月：零）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。

於本中期期間結束後，並無購買流量的預付款項於2025年7月被動用或抵銷本集團應付流量供應商的款項。

14. 貿易及其他應付款項

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
貿易應付款項	215,782	297,448
應付僱員薪酬	11,044	10,884
其他應付稅項	5,562	894
應計上市開支／股份發行成本	4,386	4,319
無形資產應付款項	1,974	1,944
其他應付款項及應計費用	2,445	5,644
	241,193	321,133

根據發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
3個月內	2,586	286,985
4至6個月	79,255	—
7至12個月	133,941	—
1年以上	—	10,463
	215,782	297,448

購買貨品或服務的平均信貸期為90日。

15. 股本

	股份數目	股本 港元
每股面值0.00001港元的普通股		
法定		
於2024年1月1日、2024年6月30日、2025年1月1日及 2025年6月30日	5,000,000,000	50,000
已發行及繳足		
於2024年1月1日、2024年6月30日、2025年1月1日及 2025年6月30日	2,371,927,200	23,720
	於6月30日 2025年 千港元 (未經審核)	於12月31日 2024年 千港元 (經審核)
呈列為	24	24

16. 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」)。本公司董事會(「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年及2024年6月30日止六個月，受託人並無購買本公司任何股份，且未有參與者被選為選定參與者，因此未授予任何股份。

截至2024年6月30日止六個月，本集團就該等獎勵股份確認以股份為基礎的付款開支1,874,000港元。

16. 股份付款交易 – 續

(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。

截至2023年12月31日止年度，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。

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 尚未行使	期內授出	期內歸屬	期內沒收	於2025年 6月30日 尚未行使
向以下人士授予股份：					
朱子南先生	<u>600</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>600</u>
	於2024年 1月1日 尚未行使	年內授出	年內歸屬	年內沒收	於2024年 12月31日 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6月30日止六個月，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（截至2024年6月30日止六個月：1,874,000港元）。

企業管治

本公司致力於保持高水準的企業管治，以保障本公司股東（「**股東**」）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。本公司已採納聯交所上市規則（「**上市規則**」）附錄C1所載的企業管治守則（「**企業管治守則**」）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6月30日止六個月，本公司已遵守企業管治守則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，本公司董事會主席及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，由朱先生擔任董事會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，以評估區分董事會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。

董事會將繼續檢討及監察本集團的企業管治常規，以確保遵守企業管治守則，並維持高水準的企業管治。

證券交易標準守則

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6月30日止六個月期間遵守標準守則。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。

所得款項用途變更

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。

	截至2024年 3月28日止 第二次重新 分配後所得 款項 (百萬港元)	第二次 重新分配 後佔更新後 所得款項 淨額概約 百分比 (%)	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)	2025年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)	截至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 分配後佔 更新後所得 款項淨額 概約百分比 (%)	第三次重新 分配後 所得款項 (百萬港元)	未動用第三次 重新分配後上 市所得款項的 預期時間表
招股章程中所述所得款項淨額擬定用途								
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	-	-	-	-	-	79.43%	140.21	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	60.00	3.95%	49.87	13.57	36.30	20.57%	36.30	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	899.30	59.13%	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	201.77	13.27%	67.36	13.53	53.83	-	-	-
用以撥付我們的國際性擴展所得款項淨額	209.72	13.79%	109.24	60.00	49.24	-	-	-
用作營運資金及一般企業用途	149.88	9.86%	0.19	0.19	-	-	-	-
總計	<u>1,520.67</u>	<u>100.00%</u>	<u>263.80</u>	<u>87.29</u>	<u>176.51</u>	<u>100.00%</u>	<u>176.51</u>	

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技術研發與創新應用，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6月30日止六個月，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份（依據上市規則定義））。於報告期末，本公司並無持有任何庫存股份。

無重大變動

自於2025年4月17日刊發本集團截至2024年12月31日止年度的年度報告以來，本集團的業務並無任何重大變動。

報告期後事項

本集團於報告期後並無任何重大事項。

中期業績審閱

審核委員會目前包括三名成員，即非執行董事王宏鵬先生及獨立非執行董事唐偉先生以及黃博揚先生。審核委員會的主席為唐偉先生。審核委員會已經與本公司管理層共同審閱本公司採納的會計原則及政策，並已就本集團的內部控制及財務報告事宜（包括審閱截至2025年6月30日止六個月的未經審核中期業績）進行討論。審核委員會認為中期業績符合適用會計準則、法律及法規，且本公司已作出適當披露。

中期股息

董事會不建議派付截至2025年6月30日止六個月的中期股息（截至2024年6月30日止六個月：無）。

刊載2025年簡明綜合中期業績及中期報告

本公告刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.joyspreader.com)。截至2025年6月30日止六個月之中期報告載有上市規則所規定之全部資料，將按要求在適時寄發予股東及在聯交所及本公司網站上刊載。

承董事會命
樂享集團有限公司
主席
朱子南

中國，北京
2025年8月28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；及獨立非執行董事唐偉先生、房宏偉先生及黃博揚先生。