

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。

本公告載有涉及風險及不明確因素的前瞻性陳述。除過往事實陳述以外的所有陳述均為前瞻性陳述。該等陳述涉及已知及未知的風險、不明確因素及其他因素，當中部分並非本公司所能控制，且可導致實際業績、表現或成果與該等前瞻性陳述所明示或暗示者存在重大差異。閣下不應依賴前瞻性陳述作為未來事件的預測。本公司概不承擔任何更新或修訂任何前瞻性陳述的責任，無論是否由於新資料、未來事件或其他因素所致。



Rego Interactive Co., Ltd
(潤歌互動有限公司)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2422)

截至2025年6月30日止六個月
中期業績公告

董事會宣佈本集團截至2025年6月30日止六個月未經審核中期簡明綜合財務業績，連同截至2024年6月30日止六個月的比較數字。於本公告內，凡提及「我們」均指本公司，倘文義另有需要，亦指本集團。

財務摘要

	截至6月30日止六個月		同比變動 %
	2025年 (未經審核) 人民幣千元	2024年 (未經審核) 人民幣千元	
收益	135,766	116,204	+16.8
毛利	21,543	41,467	-48.0
除所得稅前(虧損)/溢利	(20,786)	3,184	-752.8
本公司擁有人應佔期內 (虧損)/溢利	(19,644)	3,457	-668.2
經調整(虧損)/溢利淨額(附註)	(19,116)	4,031	-574.2

附註：請參閱本公告第19頁的「非香港財務報告準則計量：經調整純利」。

中期股息

董事會已議決不會就報告期間派付任何中期股息(於2024年6月30日：無)。

管理層討論及分析

業務回顧

由於2024年中國消費市場氛圍低迷，眾多企業紛紛削減營銷預算，同時數字化轉型持續帶動2024年及2025年上半年技術發展趨勢，致使企業營銷策略快速轉變。

中國廣告市場

由於面臨疲軟客戶需求及激烈競爭，眾多企業削減廣告開支，或將預算轉向更可望快速提振銷售的營銷宣傳活動，中國廣告市場正逐步降溫。

根據ReportLinker於2025年5月9日發佈的《中國數字廣告市場報告—2025年第一季度》(China Digital Advertising Market Report – Q1 2025)，受科技發展及客戶行為變化推動，中國數字廣告市場現正快速轉型及蓬勃增長。結合人工智能(AI)及自動化，繼續優化中國數字廣告策略。企業需專注利用人工智能，增強個性化營銷及廣告定位。利用上述科技發展，廣告商能夠改進受眾細分及優化廣告投放，提供更為精準及有效的廣告解決方案。

根據央視市場研究於2024年6月6日發佈的《2024中國廣告主營銷趨勢調查報告》，中國廣告市場基於宏觀環境變動展現出強適應性和韌性發展態勢。2024年整體復甦向好的同時，廣告主期待未來發展有更高的確定性與更明確的方向，尋求長期高品質發展。此外，由於2024年行銷預算增長有限，廣告主認為「內部因素」在廣告決策中變得愈加重要。另外，根據央視市場研究的資料，逾90%廣告主期待新產品問世，故新產品及新技術為主要關注點。

憑藉我們對廣告主核心需求、營銷策略以及品牌形象和價值的深刻理解，本集團充分利用於激烈競爭的廣告市場積累的豐富經驗及堅實基礎，能夠更好地解決廣告主的痛點，提供更具針對性及有效的廣告服務。同時，2024年我們推出彩票體驗券，作為新的產品手段，以達成客戶營銷目的，並於2025年繼續向不同品牌客戶營銷有關產品。

中國彩票市場

中國有兩家合法彩票經營商，即中國福利彩票發行管理中心(「福利彩票」或「福利彩票發行管理中心」)及中國體育彩票發行管理中心(「體育彩票」)。根據中國財務部的數據，2024年中國彩票年銷售額為約人民幣6,235億元，較2023年增長約7.6%。當中，福利彩票銷售額為約人民幣2,080億元，較2023年增長約7.0%，而體育彩票銷售額為約人民幣4,155億元，較2023年增長約7.9%。

彩票市場由2021年的人民幣3,733億元持續增長至2024年的人民幣6,235億元。根據於2025年7月21日發佈的《體育彩票2024年社會責任報告》，2024年籌募中國體育彩票公益金逾人民幣9,779億元。另外，根據中國民政部2024年度彩票公益金使用情況公告，2024年福利彩票籌募資金逾人民幣414億元。公益金旨在「扶老、助殘、救孤、濟困」，並已獲動用以支持養老機構及困難殘疾人公益性康復輔助器具配置服務等。彩票銷售負責籌募社會公益金，並促進公益事業發展，且最近數年發揮的作用益發舉足輕重。

本集團

自2015年以來本集團深耕數字化營銷服務領域，業務範疇涵蓋彩票行業、虛擬商品採購及交付服務一體化以及實物商品供應鏈。

本集團在彩票解決方案方面具備強大的研發能力，並與全國23個省市及自治區的省級福利彩票發行管理中心建立業務關係，覆蓋超過130,000個彩票銷售點。我們為中國彩票解決方案市場中彩票安全系統領域及行業數字化的先驅者及創新者，與多個省級福利彩票發行管理中心建立堅實業務關係，提供相對全面的IT解決方案，涵蓋彩票銷售點業務營運的多個關鍵領域。作為領先的彩票解決方案提供商，本集團可利用其強大的品牌知名度，以及與福利彩票發行管理中心合作的良好過往記錄，從而鞏固其行業領導地位。我們將發揮在提供彩票相關軟件系統及設備IT解決方案的主要競爭優勢，促進本集團業務發展。

憑藉虛擬商品及實物商品的累積豐富供應鏈資源，以及金融服務和機構及電信營運商的龐大客戶基礎，本集團能夠提供定制組合，結合各種類型的贈券、優惠券以及其他營銷線上優惠券及權益產品。我們自2017年以來深耕電信充值服務以及線上優惠券及權益業務，為客戶提供穩健高效的服務。透過整合我們的供應鏈資源，我們為企業客戶提供僱員福利。

由於中國消費模式的快速變化，物色或培育高價值用戶及開發用戶終身價值愈發重要。作為中國營銷服務提供商，本集團專注提供「線上線下融合」(「**線上線下融合**」)解決方案服務的策略，更好地推動客戶的數字化轉型，藉此融合線上線下體驗，為客戶打造營銷服務營運平台。線上線下融合有助打破線上及線下壁壘，借助數據及技術增強及豐富客戶體驗，從而真正實現線上線下融合。

作為中國領先營銷服務提供商，我們將經營分部重組為兩大分部，包括企業數字化服務及行業數字化服務核心業務，以期於未來實現異業賦能服務。

企業數字化服務

我們的企業數字化服務專注為企業提供推廣及廣告服務以及為企業僱員或客戶獲取用戶及留存用戶提供解決方案，助力提升企業的私域流量。為此，於2024年，我們持續發展自身的虛擬商品採購及交付服務以及實物商品採購及交付服務供應鏈。透過數字化產品及營銷服務營運平台服務賦能企業，我們致力為客戶提升私域流量。

虛擬商品採購及交付服務

本集團緊握發展數字經濟的機遇，並於過去數年開始專注數字技術策略及數字化營銷態勢。藉助我們的Rego虛擬商品平台，我們的平台技術實力為虛擬商品採購及交付服務提供大力支持。我們矢志為客戶提供定制組合的創新營銷解決方案。

本集團專注核心主營業務線，過去數年深耕虛擬商品採購及交付服務，同時積極拓展創新業務。另一方面，本集團持續挖掘機會開發金融服務及機構、保險機構及電信營運商新客戶，透過主營業務線打造數碼服務能力業務矩陣。以一站式營銷解決方案為核心產品，本集團整合上下遊供應鏈資源，打造數字營銷服務平台，深入挖掘及實現用戶價值持續增長。

另一方面，本集團拓展創新業務，諸如客戶定制組合或產品及彩票體驗券等，藉此賦能核心業務以拓展業務範疇及促進不同業務協同效益的統籌協調增長。

於2025年，透過多元化客戶行業，我們為近37名企業客戶提供服務，包括20名金融服務及機構行業客戶。在與不同業務夥伴的交叉合作中，我們積極探索不同組合產品的綜合創新。憑藉本集團於日常優化供應商甄選及豐富客戶虛擬產品選擇的經驗，我們致力提升客戶私域流量的體驗質量。

於2023年，我們的彩票體驗券獲中國體育彩票中心批准。我們作為第三方服務系統提供商，就彩票體驗券為企業提供必要營銷服務，並具有彩票中心的兌換能力。在企業層面終端客戶符合收集及兌換規定後，終端客戶將自我們的第三方服務系統取得彩票體驗券驗證二維碼，終端客戶可於中國體育彩票中心授權線下彩票門店兌換二維碼。

在整個創新營銷模式中，由於彩票的高度參與性和娛樂性以及中獎機會對終端客戶的吸引，彩票體驗券將有效提升消費活動及消費意欲。在企業方面，鑒於「彩票提供額外社會福利」，採用彩票體驗券作為營銷手段，有助提升企業形象，從而增強品牌影響力及留存客戶。我們矢志以彩票為核心紐帶在數字娛樂業務和服務平台中實現產品流量共享。

實物商品採購及交付服務

於2024年起我們專注於該子分部，旨在通過我們的營銷服務營運平台，為客戶打造全方位的供應鏈，有助其僱員或客戶獲取用戶及留存用戶。我們致力為企業客戶提供團購及僱員福利採購服務。為實現實時交付，我們擁有兩間倉庫，設有超過3,311種庫存量單位(「庫存量單位」)，確保營運效率以滿足客戶需求。同時，我們提供定制線上購物中心解決方案，連同完善的供應鏈採購及履約服務。就維持僱員及客戶忠誠度而言，我們提供量身定制的忠誠度體系解決方案。

於2024年及2025年，本集團持續物色新品牌或產品，以拓展客戶選擇。我們與中國知名白酒銷售公司訂立合作協議，以提供中國白酒分銷服務，於2023年財年該品牌的銷售收入逾人民幣300億元。同時，我們與上述中國白酒銷售公司訂立彩票體驗券營銷協議，透過交叉銷售助力留存客戶。

行業數字化服務

我們的行業數字化服務專注於彩票行業，充分利用本集團過去數年於超過23個省份服務福利彩票行業的優勢。

中國彩票市場的產業價值鏈涉及彩票發行(研發及發行)、彩票生產(安全系統、彩票終端、打印服務等)、彩票銷售(多種銷售渠道、營銷、線下銷售渠道擴展)及其他彩票相關服務(數據分析、支付系統營運、物流等)。整個價值鏈受中國政府規管及監督。

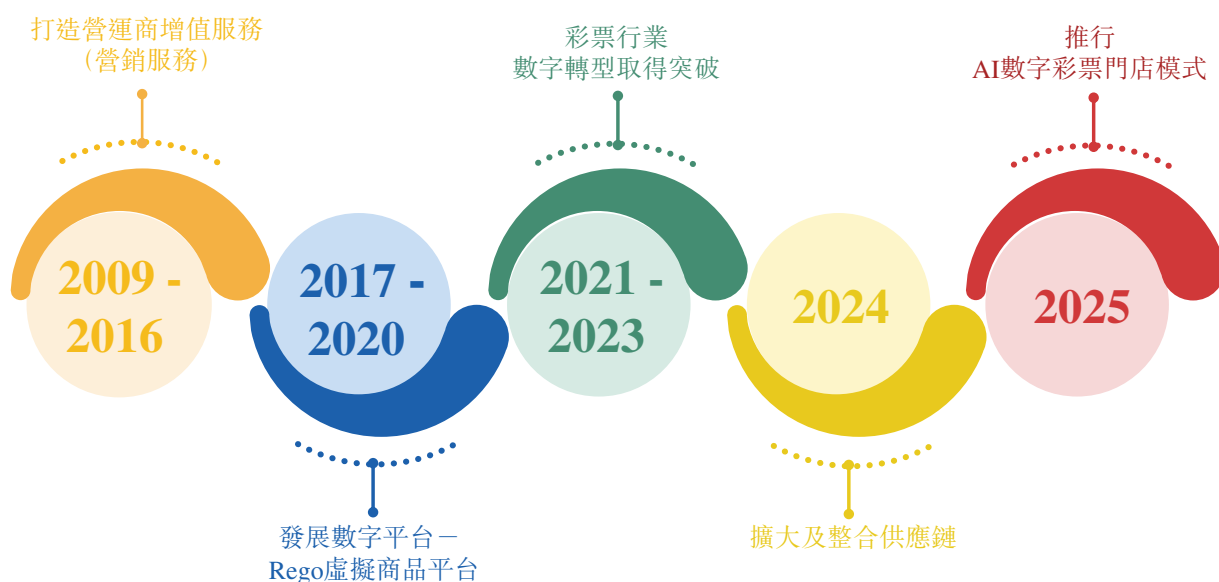
彩票解決方案提供商指於中國提供硬件、系統及軟件、打印、營銷及／或其他彩票市場相關服務的公司。彩票硬件主要包括彩票終端及彩票抽獎機，而彩票系統及軟件一般包括銷售管理系統、信息管理系統、安全系統、監控系統及SaaS平台。本集團是中國領先的彩票解決方案提供商之一。

我們的彩票相關軟件系統及設備主要包括彩票安全、信息管理及監管系統。我們的一線通使省級福利彩票發行管理中心與彩票銷售點可進行安全的溝通

及互動。為此，我們的安全接入中心設備及安全接入終端設備輔助建立了必要的信息安全系統，而我們的軟件平台使該等溝通及互動程序得以進行。我們設有系統以監督及獲取有關安全接入設備及軟件平台狀態及情況的即時反饋，以利迅速反饋以及維護及升級服務。我們亦提供網點管理系統以監督彩票銷售活動及信息安全系統，以監督對彩票系統的外部干擾。我們的彩票相關軟件系統由內部設計及開發，而我們的彩票相關設備(如伺服器、主板、終端設備及防火牆系統)則從外部供應商處採購。我們的彩票專用通訊系統已於23個省份統一部署。我們能夠熟練提供彩票終端、彩票營銷及彩票門店賦能等服務。於2025年上半年，本集團在超過8個招標項目中標，主要向福利彩票供應一線通或其他系統的彩票終端或維護服務，其中包括新發展的9個省份。本集團將繼續參與競標，為福利彩票及體育彩票供應彩票終端。

我們於2025年餘下時間及以後將專注於AI數字彩票門店，聚集來自彩票營運商／彩票門店的私域流量。

本集團的發展歷史



2009年至2016年：打造營運商增值服務(營銷服務)

多年來，我們根據當前市場趨勢及發展，致力拓展提供營銷服務的能力。我們以傳統線下渠道為廣告商提供營銷服務起步，並已藉由額外服務(透過大型媒體平台運營商提供線上營銷服務)擴大了服務組合。另一方面，我們提供多元化增值服務解決方案，專注為中國運營商提供增值服務產品研發。同時，我們積累核心技術，為本集團日後發展奠定基礎。

透過持續優化產品及服務，我們在運營商領域積累廣大客戶群，為本公司進一步發展奠定穩健客戶基礎。

2017年至2020年：發展數字平台

我們針對特定領域的業務成功開發及推出一系列平台，如Rego虛擬商品平台、RegoAd SDK以及Rego廣告運營及管理平台，並開始為企業提供專業營銷服務，開啟數字化轉型的新篇章。

我們相信此平台化方法是多年來我們業務增長的驅動力：在最大限度提升運營效率的基礎上，平台化運營有利於開展大規模及經常性交易並創造收益，其操作對客戶及供應商而言亦簡單方便；因此，該方法為我們一直以來的重點業務發展方向之一，且我們將在未來繼續堅定追求此業務策略。

2021年至2023年：彩票行業數字轉型取得突破

於2020年，我們戰略性收購西安天泰的全部股本，此舉大幅增強了我們在彩票解決方案方面的研發能力，並與中國多個省市及自治區的省級福利彩票發行管理中心建立業務關係。

我們專注於彩票行業的產品研發，並於彩票門店及行業營銷服務數字化方面取得重大突破。

2024年：擴大及整合供應鏈

我們已整合實物商品採購及虛擬供應鏈交付服務，藉此積極拓展企業私域流量電商業務，進一步優化本集團數字化業務佈局。

2025年：推行AI數字彩票門店模式

首先，我們專注發展AI數字彩票門店模式，旨在建設彩票行業大型模式，為彩票行業智能發展提供強大技術支持。

採用AI數字彩票門店模式，可為彩票運營商提供更為準確的投注分析及資訊。同時，企業能夠優化營銷方案，可望提升營銷效益，促進彩票行業智能營銷全面升級。

財務表現回顧

收益

下表載列我們於所示期間按業務板塊劃分的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%
	(未經審核)		(未經審核)	
企業數字化服務				
企業私域流量營銷服務	30,294	22.3	24,798	21.4
營銷服務運營平台服務				
— 虛擬商品採購及交付服務	6,851	5.0	32,000	27.5
— 實物商品採購及交付服務	87,504	64.5	50,789	43.7
其他(附註)	387	0.3	427	0.4
小計	125,036	92.1	108,014	93.0
行業數字化服務				
彩票相關軟件系統及設備解決方案	10,730	7.9	8,190	7.0
其他	—	—	—	—
小計	10,730	7.9	8,190	7.0
總計	135,766	100.0	116,204	100.0

附註：其他包括軟件開發及維護服務收益，相關收益先前呈列於IT解決方案分部項下。

1. 企業數字化服務收益

我們的企業數字化服務專注為企業提供推廣及廣告服務以及為企業僱員或客戶獲取用戶及留存用戶提供解決方案，助力提升企業的私域流量。下表載列我們於所示期間的企業數字化服務收益：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%
	(未經審核)		(未經審核)	
企業數字化服務				
企業私域流量營銷服務	30,294	24.2	24,798	23.0
營銷服務運營平台服務				
— 虛擬商品採購及交付服務	6,851	5.5	32,000	29.6
— 實物商品採購及交付服務	87,504	70.0	50,789	47.0
其他	387	0.3	427	0.4
總計	125,036	100.0	108,014	100.0

企業數字化服務主要包括企業私域流量營銷服務、營銷服務運營平台服務(提供虛擬商品採購及交付服務以及實物商品採購及交付服務)。我們來自企業數字化服務的收益由截至2024年6月30日止期間的約人民幣108.0百萬元增加15.7%至截至2025年6月30日止期間的人民幣125.0百萬元，主要由於實物商品採購及交付服務收益較去年同期增加人民幣36.7百萬元，連同虛擬商品採購及交付服務收益較去年同期減少人民幣25.1百萬元的抵銷影響所致。來自企業數字化服務的收益佔我們於截至2025年及2024年6月30日止期間總收益的92.1%及93.0%。

按營銷渠道類型劃分的企業數字化服務的收益

我們通過整合的線上及線下營銷渠道向我們的客戶提供企業數字化服務。憑藉我們的技術能力，我們專注提供線上線下融合解決方案服務的策略，更好地推動客戶的數字化轉型。下表載列於所示期間按營銷渠道類型劃分的企業數字化服務產生的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%
	(未經審核)		(未經審核)	
線上	37,532	30.0	57,225	53.0
混合	87,504	70.0	50,788	47.0
	<u>125,036</u>	<u>100.0</u>	<u>108,014</u>	<u>100.0</u>

於截至2025年及2024年6月30日止期間，我們線上服務的收益為人民幣37.5百萬元及人民幣57.2百萬元，分別佔我們企業數字化服務收益總額的30.0%及53.0%。我們認為，線上服務的擴展過去及未來將繼續為我們的企業數字化服務業務增長的主要因素之一。同時，將會整合混合模式的線上及線下體驗。

按客戶類型劃分的企業數字化服務的收益

我們企業數字化服務的客戶包括(i)其業務具企業數字化服務需求的企業；及(ii)企業的廣告代理商。下表載列我們於所示期間按客戶類型劃分的企業數字化服務產生的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%
	(未經審核)		(未經審核)	
廣告代理商	60,088	48.1	33,172	30.7
企業	64,948	51.9	74,842	69.3
	<u>125,036</u>	<u>100.0</u>	<u>108,014</u>	<u>100.0</u>

來自企業客戶的收益由截至2024年6月30日止期間佔企業數字化服務總收益的69.3%降至截至2025年6月30日止期間佔企業數字化服務總收益的51.9%，主要由於本集團在甄選優質客戶方面仍維持審慎政策以控制信貸風險，實物商品採購及交付服務為企業數字化服務貢獻70.0%收益。於2025年，本集團挖掘與該等機構的更多商機以維持市場佔有率。

企業私域流量營銷服務

我們的企業私域流量營銷服務收益包括傳統營銷及推廣服務、廣告投放服務及運營商數字化營銷服務(包括廣告分發服務)的收益。

我們通常與客戶簽訂年度框架協議，並主要基於CPA(即每次操作(如終端用戶的下載、安裝或註冊)成本)、CPS(即每次銷售成本)的組合向我們的傳統營銷及推廣服務的客戶收費；就廣告分發服務而言，媒體出版商或其代理商主要參考廣告分發服務的效果參數組合(包括但不限於展示次數、點擊數、CTR及／或CPM(即綜合效果參數))釐定向我們支付的服務費。就廣告投放服務而言，我們向客戶收取充值金額(扣除返利(如有))，以及我們為客戶於媒體出版商運營的平台開立的賬戶充值而向媒體出版商(或其渠道代理商)支付款項(扣除返利(如有))。我們的供應商(即媒體出版商或其代理商)亦可能會按季度及／或年度基準授予我們返利，其作為我們的收益入賬。

運營商數字化營銷服務主要包括跨企業公司服務(前稱「傳統營銷及推廣服務」)、與電信營運商合作提供營銷用途的定制虛擬商品組合；虛擬商品服務通用積分兌換；廣告投放服務及廣告分發服務。聯手電信營運商提供廣告服務，可望實現本公司與優質客戶合作的策略。透過運營商數字化營銷服務，我們將為客戶提供數據管理平台以追蹤虛擬商品組合等的消費數據以供分析；終端客戶管理；供應商管理及24小時預警監控。透過運營商數字化營銷服務業務，我們可為運營商提供目標為本的營銷服務。

企業私域流量營銷服務的收益方面，有關收益主要來自跨企業公司服務（前稱「傳統營銷及推廣服務」），其貢獻人民幣27.9百萬元及人民幣22.9百萬元，佔截至2025年及2024年6月30日止期間企業私域流量營銷服務總收益的92.1%及92.2%。截至2025年及2024年6月30日止期間按線上優惠券及權益劃分的運營商數字化營銷服務虛擬商品組合的收益為人民幣1.4百萬元及人民幣0.8百萬元。

企業數字化服務的收益－虛擬商品採購及交付服務

我們虛擬商品採購及交付服務的收益分別為人民幣6.9百萬元及人民幣32.0百萬元，分別佔我們於截至2025年及2024年6月30日止期間企業數字化服務收益的約5.5%及29.6%。上述兩個期間我們虛擬商品採購及交付服務的收益減少乃主要由於很多企業紛紛削減營銷預算款項及整體廣告水平以及通訊業務代理政策調整所致。下表載列於所示期間按虛擬商品類別劃分的來自虛擬商品採購及交付服務的收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%
	(未經審核)		(未經審核)	
電信充值服務	4,180	61.0	7,069	22.1
線上優惠券及權益(附註)	2,671	39.0	19,390	60.6
加油站禮品卡	—	—	5,541	17.3
總計	<u>6,851</u>	<u>100.0</u>	<u>32,000</u>	<u>100.0</u>

附註：我們提供廣泛的線上優惠券及權益，包括但不限於線上娛樂平台的會員資格、電子市場的禮品卡、咖啡券、線上保健及醫療服務的會員資格以及結合各種類型線上優惠券及權益的組合。

下表載列於所示期間我們虛擬商品採購及交付服務的GMV與錄得的收益的對賬情況：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
GMV	264,571	785,567
減：虛擬商品的採購成本	(257,720)	(753,567)
收益	<u>6,851</u>	<u>32,000</u>

於截至2025年及2024年6月30日止期間，我們於虛擬商品採購及交付服務項下提供的虛擬商品的GMV總額分別為人民幣264.6百萬元及人民幣785.6百萬元。我們提供的虛擬商品的GMV總額減少，乃主要由於(i)客戶削減營銷預算；及(ii)我們的財務服務及機構客戶甄選營銷工具的政策日趨收緊。

我們的虛擬商品採購及交付服務客戶來自不同行業，包括(i)廣告代理商；(ii)金融服務及機構；(iii)保險機構；及(iv)其他。下表列載截至2025年6月30日止六個月及截至2024年6月30日止六個月各個不同行業的客戶總數：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	客戶數量	%	客戶數量	%
廣告代理商	13	35.1	10	29.4
金融服務及機構	20	54.1	19	55.9
保險機構	2	5.4	2	5.9
其他	2	5.4	3	8.8
	<u>37</u>	<u>100.0</u>	<u>34</u>	<u>100.0</u>

於截至2025年6月30日止期間，本集團持續發展不同行業的優質客戶，從中挖掘新的商機。

實物商品採購及交付服務的收益

於截至2025年及2024年6月30日止六個月，我們實物商品採購及交付服務的收益為人民幣87.5百萬元及人民幣50.8百萬元，佔我們企業數字化服務收益的約70.0%及47.0%。我們於2025年將服務範圍擴展至實物產品採購及交付服務，涵蓋更多品牌，為客戶提供更多選擇。

我們旨在為客戶在市場營銷方面提供更多產品選擇。截至2025年及2024年6月30日止六個月，我們提供逾635及226個品牌的3,311及6,693種不同庫存量單位。下表列載我們於兩個期間按所售產品類別劃分的實物商品採購及交付服務收益明細：

	截至6月30日止六個月			
	2025年		2024年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
日用品	41,847	47.8	16,093	31.7
飲品及食物	35,671	40.8	18,673	36.7
調味品	1,113	1.3	15,623	30.8
酒	7,394	8.4	113	0.2
其他	1,479	1.7	287	0.6
	<u>87,504</u>	<u>100.0</u>	<u>50,789</u>	<u>100.0</u>

我們於2024年底在杭州總部大樓開設一家中國白酒銷售公司的體驗館，藉此增加所售酒類產品的品種。

2. 行業數字化服務收益

我們主要提供有關彩票相關軟件系統及設備解決方案的行業數字化服務。我們的行業數字化服務專注於彩票行業，充分利用本集團過去數年於超過23個省份服務福利彩票行業的優勢。我們的彩票相關軟件系統及設備主要包括彩票安全及支付系統。我們的一線通使省級福利彩票發行管理中心與彩票銷售點可進行安全的溝通及互動。為此，我們的安全接入中心設備及安全接入終端設備輔助建立了必要的信息安全系統，而我們的軟件平台使該等溝通及互動程序得以進行。我們設有系統以監督及獲取有關安全接入設備及軟件平台狀態及情況的即時反饋，以利迅速反饋以及維

護及升級服務。我們亦提供網點管理系統以監督彩票銷售活動及信息安全系統，以監督對彩票系統的外部干擾。

於截至2025年及2024年6月30日止期間，我們來自行業數字化服務的收益分別為人民幣10.7百萬元及人民幣8.2百萬元。由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣8.2百萬元增加30.5%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣10.7百萬元，乃因於某時間點確認的收益增加人民幣2.0百萬元，相關合約乃於臨近2024年財年末簽訂，因此該等彩票相關系統及設備銷售已於截至2025年6月30日止期間轉移至客戶。

我們的收益總額由截至2024年6月30日止六個月的人民幣116.2百萬元增加人民幣19.6百萬元或16.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣135.8百萬元。收益增加主要由於：企業數字化服務產生之收益增加，主要來自實物商品採購及交付服務。本集團專注於通過我們的營銷服務營運平台，為客戶打造全方位的供應鏈，有助其僱員或客戶獲取用戶及留存用戶，為客戶拓展私域電商業務。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)流量獲得成本；(ii)已售商品成本；及(iii)僱員福利開支。

我們的銷售成本總額由截至2024年6月30日止六個月的人民幣74.7百萬元增加人民幣39.5百萬元或52.9%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣114.2百萬元，主要由於截至2025年6月30日止六個月實物商品採購及交付服務以及彩票系統及設備銷售的存貨成本，較截至2024年6月30日止六個月人民幣47.6百萬元增加人民幣61.0百萬元。存貨成本佔截至2025年及2024年6月30日止期間銷售成本約53.5%及63.7%，構成銷售成本的最大部分。

毛利及毛利率

我們的毛利由收益減銷售成本組成。報告期間本集團錄得毛利約人民幣21.5百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的約人民幣41.5百萬元減少約48.2%，主要

由於2025年收入結構及本集團的工作重心轉移至實物商品採購及交付服務(該項服務按總額基準確認收入)。截至2025年及2024年6月30日止期間，實物商品採購及交付服務佔總收入64.5%及43.7%，凸顯本集團收入結構重心的轉移。

毛利率指毛利除以總收益，以百分比列示。我們的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的35.7%下降至截至2025年6月30日止六個月的15.9%，主要由於按總額基準確認收益的實物商品採購及交付服務的收益增加，佔截至2025年及2024年6月30日止六個月總收益的64.5%及43.7%，因此存貨成本增加將導致毛利潤下降。

其他收入及其他收益或虧損

我們的其他收入及其他收益或虧損主要包括(i)銀行利息收入；(ii)政府補助；(iii)匯兌收益；及(iv)雜項收入。

我們截至2025年6月30日止六個月的其他收入為約人民幣1.8百萬元，與截至2024年6月30日止六個月的約人民幣1.8百萬元持平。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括(i)僱員福利開支，其主要包括我們銷售及營銷人員的薪金、花紅及其他福利；(ii)差旅及娛樂開支；(iii)廣告及推廣開支；(iv)租金、使用權資產折舊及減值；(v)主要與我們的彩票相關軟件系統及設備解決方案的技術支持、軟件開發及設備安裝有關的服務費；及(vi)其他。

我們的銷售及分銷開支由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣10.9百萬元減少約人民幣0.1百萬元或0.9%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣10.8百萬元。2025年上半年本集團的銷售及分銷開支水平維持穩定。

行政開支

我們的行政開支主要包括(i)僱員福利開支，其主要包括行政人員的薪金、花紅及其他福利；(ii)差旅及娛樂開支；(iii)專業費用；(iv)一般辦公室開支；及(v)其他。

我們的行政開支由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣14.6百萬元減少約人民幣0.5百萬元或3.4%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣14.1百萬元。2025年上半年本集團的行政開支水平維持穩定。

研發開支

我們的研發開支主要包括：(i)僱員福利開支，其主要包括我們研發人員的薪金、花紅及其他福利；(ii)技術服務及版權費，其主要指外包給一所大學及其他外部機構的研發項目的開支以及版權的收購成本；及(iii)物業、廠房及設備折舊。

我們的研發開支由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣10.3百萬元減少約人民幣0.7百萬元或6.8%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣9.6百萬元。有關減少與本集團次要業務軟件開發及維護服務的收益減少趨勢相符。

融資成本

我們的融資成本主要包括：(i)銀行借款利息開支；及(ii)租賃負債利息開支。

我們的融資成本由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣2.5百萬元減少約人民幣0.9百萬元或36.0%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣1.6百萬元。有關減少主要由於我們於2025年力爭以較低實際利率取得融資資金，銀行借款利息開支減少約人民幣1.0百萬元所致。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2024年6月30日止六個月的約人民幣453,000元減少約人民幣429,000元或94.7%至截至2025年6月30日止六個月的約人民幣24,000元，主要由於應課稅溢利減少所致。我們的實際所得稅率由截至2024年6月30日止六個月的14.2%下降至截至2025年6月30日止六個月的-0.12%，乃由於截至2025年6月30日止期間大部分附屬公司處於虧損狀態。

期內(虧損)/溢利

我們的期內(虧損)/溢利由截至2024年6月30日止六個月的溢利約人民幣2.7百萬元減少約人民幣23.5百萬元或870.4%至截至2025年6月30日止六個月的虧損約人民幣20.8百萬元。

非香港財務報告準則計量：經調整(虧損)／溢利淨額

為補充根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用經調整(虧損)／溢利淨額作為額外財務計量，該項目並非香港財務報告準則所規定亦並非按香港財務報告準則呈列。我們認為，透過消除管理層認為並不反映我們業績表現的項目的潛在影響，該非香港財務報告準則計量有助於比較不同年度及不同公司的業績表現。我們相信，該計量為投資者及其他人士提供了有用的資料，幫助彼等按其幫助我們管理層的相同方式理解及評估我們的綜合經營業績。

然而，我們呈列的經調整(虧損)／溢利淨額未必可與其他公司呈列的類似名稱的計量相比。採用該非香港財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，不應將其視為獨立於或可代替我們根據香港財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況的分析。

下表將我們所呈列年度的經調整(虧損)／溢利淨額與根據香港財務報告準則計算及呈列的最直接可比較財務計量進行對賬：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
本公司擁有人應佔期內(虧損)／溢利	(19,644)	3,457
加：		
換算差異	26	(4)
按公平價值計入損益之金融資產之公平價值變動	502	578
非香港財務報告準則計量		
經調整(虧損)／溢利淨額	(19,116)	4,031

僱員及薪酬政策

於2025年6月30日，我們有229名全職僱員，其多數位於中國杭州、中國上海及中國西安。

僱員的薪酬乃基於彼等的表現、經驗、能力及市場可比水平釐定。我們向僱員提供具競爭力的薪金及績效花紅、住房補貼、定期團建活動及內部職業發展機會。本集團採納僱員評核制度，根據該制度，僱員各自的主管及我們的總裁辦公室根據僱員職級每月或每季度進行績效考核，並據此釐定僱員將獲得的花紅金額。

截至2025年6月30日止六個月，本集團的員工成本總額(包括董事酬金、薪金、花紅、社會保險及公積金)約為人民幣23.5百萬元(截至2024年6月30日止六個月：約人民幣25.3百萬元)。按中國法律法規規定，我們已向多個強制性社會保障基金作出供款，包括基本養老保險基金、失業保險基金、基本醫療保險基金、生育保險基金及工傷保險基金。

董事及高級管理層成員的薪酬乃根據各自的責任、資歷、職位、經驗、表現及投入時間釐定。彼等以薪金、津貼、酌情花紅及定額供款退休計劃供款等方式收取酬金。

本公司於2022年7月27日採納一項購股權計劃作為合資格人士對本集團作出貢獻的激勵或獎勵。購股權計劃之目的是透過激勵和獎勵合資格人士對本集團的貢獻，讓僱員的利益與本公司的利益掛鉤，以鼓勵彼等致力提高本公司價值。購股權計劃由上市日期起十年期間內有效及生效，該期間後不得再授出購股權，但購股權計劃的條文仍具十足效力及效用，以致先前授出任何可於當時或其後根據購股權計劃行使的購股權得以行使，或其他方面以致於根據購股權計劃條文規定有效。於報告期間內，本公司概無根據購股權計劃授出或同意授出購股權。

或然負債及債項

於2025年6月30日，本集團有計息借款約人民幣98.5百萬元，當中約人民幣32.0百萬元為無抵押及有擔保、人民幣9.0百萬元為有抵押及有擔保以及人民幣57.5百萬元為無抵押及無擔保(於2024年12月31日：人民幣87.5百萬元，包括人民幣14.0百萬元為無抵押及有擔保及人民幣64.5百萬元為無抵押及無擔保)。於2025年6月30日及2024年12月31日計息銀行借款的到期情況為須於一年內償付或於要求時償還。此外，於2025年6月30日，本集團有租賃負債人民幣6.2百萬元(於2024年12月31日：人民幣6.5百萬元)。

除上文所述者外，於2025年6月30日，本集團並無任何重大或然負債(於2024年12月31日：無)。

流動資金、財務及資本資源

截至2025年6月30日止六個月，我們主要透過銀行借款、2022年10月本公司股份全球發售所得款項及2023年12月供股所得款項撥付資本開支及營運資金需求。於2025年6月30日，我們有銀行借款約人民幣98.5百萬元(未經審核)(於2024年12月31日：人民幣87.5百萬元)。截至2025年6月30日止六個月，有關借款的實際利率介乎每年2.7%至4.8%(未經審核)(於2024年12月31日：2.8%至4.3%)。

截至2025年6月30日本集團的資產負債比率為34.0%(未經審核)(於2024年12月31日：28.0%)。

於2025年6月30日，本集團現金及現金等價物主要以人民幣及港幣持有，且現金及現金等價物由2024年12月31日的人民幣139.0百萬元減少人民幣35.3百萬元至人民幣103.7百萬元。該減少主要由於業務發展，向供應商墊款增加人民幣53.0百萬元。

我們現時並無使用任何金融工具進行對沖。

重大投資、重大附屬公司、聯營公司及合營企業收購及出售事項

收購上海麥純品牌管理有限公司(「目標公司A」)的100%股權

於2023年12月22日，本公司訂立具有法律約束力的諒解備忘錄(「諒解備忘錄」)，據此，本公司將收購目標公司A的100%股權，該公司為一家在中國成立的公司，主要向其品牌合夥人提供產品銷售電商解決方案。

董事認為本集團可望從潛在收購事項中獲益，以擴大本集團供應商及客戶基礎及多元化本集團業務組合。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年12月22日的公告。

於2024年8月5日，本公司訂立補充諒解備忘錄，以將屆滿日期由2024年8月31日延長至2025年6月30日。於本公告日期，本公司仍在展開盡職審查，以評估目標公司A的可持續性及尋求其他可潛在收購的目標公司。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2024年8月5日的公告。本公司將就潛在收購事項適時另行刊發公告。

於2025年6月13日，本公司訂立第二份補充諒解備忘錄，以將屆滿日期由2025年6月30日進一步延長至2026年6月30日。鑒於經濟形勢及市場狀況變化，目標公司A於上個財政年度未能達致預期業務表現。於報告日期，本公司仍在了解目標公司A的業務及財務表現以完成其盡職審查及尋求其他可潛在收購的目標公司。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2025年6月13日的公告。

收購彩平方科技有限公司(「目標公司B」)

於2025年6月30日，本公司全資附屬公司與三名賣方訂立股份轉讓協議，據此，賣方有條件同意出售，而買方有條件同意購買賣方持有目標公司B現有已發行的全部股份，代價為人民幣18,300,000元。目標公司B為一間於中國成立的有限公司，主要從事福利彩票業務(透過實體渠道分銷彩票及配套服務)及營銷服務業務。

董事認為，收購事項對本集團而言屬具有吸引力的投資機會，且與本集團的業務發展策略一致。董事會亦認為，收購事項將增強本集團服務現有客戶的能力，並將有助本集團提高資源使用效率。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2025年6月30日的公告。

收購事項於2025年7月完成。

除上文所披露者外，本公司於本年度內並無持有重大投資，亦無進行任何重大附屬公司、聯營公司及合營企業收購或出售事項。

資本承擔

於2025年6月30日，本集團擁有資本承擔人民幣18,300,000元，本集團應於2025年7月31日之前償付收購彩平方科技有限公司股權的50%代價人民幣9,150,000元，及於2025年12月31日前償付剩下50%代價人民幣9,150,000元。本集團已於2025年7月償付50%代價人民幣9,150,000元。

本集團資產抵押

於2025年6月30日，本集團賬面值為人民幣16,689,000元的物業、廠房及設備已予質押作為銀行借款抵押(於2024年12月31日：賬面值為人民幣17,126,000元的物業、廠房及設備已予質押作為銀行借款抵押)。

控股股東質押股份

於2025年6月26日，本公司控股股東緯晨投資有限公司以杭州興晟股權投資有限公司為質權方質押本公司36,564,224股股份(佔緯晨投資直接持有本公司股份數的約8.4%)。於本公告日期，緯晨投資質押的股份共佔本公司已發行股份總數約2.44%。

本公司控股股東天歡投資有限公司以杭州興晟股權投資有限公司為質權方質押本公司15,306,541股股份(佔天歡投資直接持有本公司股份數的約8.4%)。於本公告日期，天歡投資質押的股份共佔本公司已發行股份總數約1.02%。

本公司控股股東雲杉投資有限公司以杭州興晟股權投資有限公司為質權方質押本公司7,388,495股股份(佔雲杉投資直接持有本公司股份數的約8.4%)。於本公告日期，雲杉投資質押的股份共佔本公司已發行股份總數約0.49%。

本次三位控股股東(統稱「**出質方**」)所質押股份為本公司全資子公司杭州潤歌網絡有限公司擔保，擔保金額為人民幣18,500,000元。在質押期間，出質方所質押的股份並不涉及所有權、投票權、分紅權的轉移，但行使有關權利時不得損害質權人的利益。同時，出質方需要妥善保管質押股份，未經質權方書面同意，不得擅自對質押股份進行轉讓、贈與、新設權利負擔或進行任何可能損害質權方權益的行為。

有關交易的進一步詳情，請參閱本公司日期為2025年6月26日的公告。

主要客戶

截至2025年及2024年6月30日止期間，我們前五大客戶佔我們收益分別60.1%及57.3%。截至2025年及2024年6月30日止期間，我們最大客戶佔我們收益分別23.3%及30.2%。

據我們的董事所深知，董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有我們或附屬公司已發行股本5%以上的任何人士於本期間內概無於我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

主要供應商

截至2025年及2024年6月30日止期間，我們前五大供應商佔我們銷售成本總額分別66.0%及80.3%。截至2025年及2024年6月30日止期間，我們最大供應商佔我們銷售成本總額分別31.0%及36.6%。

據我們的董事所深知，董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有我們或附屬公司已發行股本5%以上的任何人士於本期間內概無於我們的任何前五大供應商中擁有任何權益。

主要財務比率

下表載列於所示資產負債表日期的若干財務比率：

	於2025年 6月30日 (未經審核)	於2024年 12月31日 (經審核)
盈利比率		
毛利率 ⁽¹⁾	15.9%	26.9%
純利率 ⁽²⁾	-15.3%	-16.1%
根據香港財務報告準則計量的經調整純利率 ⁽³⁾	-14.9%	-12.5%
權益回報率 ⁽⁴⁾	-6.2%	-11.0%
資產總值回報率 ⁽⁵⁾	-3.5%	-7.4%
流動資金比率		
流動比率 ⁽⁶⁾	2.0 倍	2.7 倍
速動比率 ⁽⁷⁾	2.0 倍	2.7 倍
資本充足比率		
資產負債比率 ⁽⁸⁾	34.0%	28.0%
債務對權益比率 ⁽⁹⁾	3.2%	不適用

附註：

- (1) 毛利率按期內毛利除以收益再乘以100%計算。
- (2) 純利率按期內溢利除以收益再乘以100%計算。
- (3) 按根據非香港財務報告準則計量的經調整純利計算及透過撇除匯兌差額及按公平值計入損益之金融資產的公平值變動的影響計算。
- (4) 權益回報率按期內溢利除以權益總額期末結餘再乘以100%計算。
- (5) 資產總值回報率按期內溢利除以資產總值期末結餘再乘以100%計算。
- (6) 流動比率按相關財政期／年末流動資產除以流動負債計算。
- (7) 速動比率按相關財政期／年末流動資產減存貨除以流動負債計算。
- (8) 資產負債比率按相關財政期／年末債務總額除以權益總額再乘以100%計算。債務總額指於各期／年末本集團所有計息銀行貸款、應付關聯方款項及租賃負債。
- (9) 債務對權益比率按於各期／年末的債務淨額(即於相關期／年末債務總額減現金及現金等價物)除以權益總額再乘以100%計算。於2024年12月31日，我們的現金及現金等價物高於我們的債務總額，因此債務對權益比率不適用於該等期間。

庫務政策

本集團在制定庫務政策方面採取審慎的財務管理方針，從而於整個回顧期間維持穩健的流動資金狀況。本集團持續對其客戶進行信貸評估及財務狀況評估，務求降低信貸風險。為管理流動資金風險，董事會密切監察本集團的流動資金狀況，以確保擁有充足的可動用財務資源以滿足其不時的資金需要及承擔。

外匯風險

外匯風險是指因外幣匯率變動而造成損失的風險。本集團的業務主要在中國經營，大部分交易乃以人民幣計值及結算。

於截至2025年6月30日止六個月，由於預期外匯風險並不重大，本集團並無使用任何金融工具進行對沖，亦無承諾使用任何金融工具以對沖其外匯風險敞口。本公司董事及高級管理層將繼續密切監控外匯風險，並於必要時採取措施以確保外匯風險處於可控範圍內。

資本架構

本公司股份於上市日期在聯交所主板上市。根據上市規則第7.21(1)(b)條，本公司已作出安排，為以供股方式向其提呈發售股份的股東之利益，透過將未獲認購供股股份提呈發售予獨立承配人出售40,263,600股未獲認購供股股份。供股將不設額外申請安排。本公司與配售代理訂立配售協議，並指定配售代理按盡力基準向獨立承配人配售未獲認購供股股份。

於2023年12月4日，40,263,600股未獲認購供股股份(各為一股「**配售股份**」)(相當於根據供股可供認購供股股份總數約8.05%)受補償安排所規限。

於2023年12月12日，本公司接獲二十四(24)份涉及合共459,736,400股根據供股暫定配發之供股股份(相當於根據供股提呈發售之供股股份總數約91.95%)之有效接納。因此，供股項下40,263,600股供股股份認購不足，相當於根據供股可供認購供股股份總數約8.05%。

供股章程所載有關供股及配售事項之所有條件均已獲達成且供股及配售事項於2023年12月13日(星期三)下午四時正成為無條件。供股(包括配售事項)籌得所得款項總額約為100百萬港元(扣除開支前)。

有關進一步詳情，請參閱本公司日期為2023年11月20日的供股章程及本公司日期為2023年12月6日及15日的公告。

中期簡明綜合損益及其他全面收入表
截至2025年6月30日止六個月

	附註	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
收益	5	135,766	116,204
銷售成本		<u>(114,223)</u>	<u>(74,737)</u>
毛利		21,543	41,467
其他收入及其他收益或虧損淨額	6	1,830	1,828
金融資產減值虧損撥備		(8,062)	(1,870)
銷售及分銷開支		(10,752)	(10,874)
行政開支		(14,091)	(14,564)
研發開支		(9,550)	(10,317)
融資成本		(1,628)	(2,486)
應佔合營企業虧損		<u>(76)</u>	<u>—</u>
除所得稅前(虧損)/溢利		(20,786)	3,184
所得稅開支	7	<u>(24)</u>	<u>(453)</u>
期內(虧損)/溢利		<u>(20,810)</u>	<u>2,731</u>
其他全面收入			
不會重新分類至損益的項目：			
—換算產生的匯兌差額		<u>(1,545)</u>	<u>2,643</u>
期內全面收入總額		<u><u>(22,355)</u></u>	<u><u>5,374</u></u>
以下各方應佔期內(虧損)/溢利：			
—本公司擁有人		(19,644)	3,457
—非控股權益		<u>(1,166)</u>	<u>(726)</u>
		<u><u>(20,810)</u></u>	<u><u>2,731</u></u>

	附註	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
以下各方應佔期內全面收入總額：			
—本公司擁有人		(21,189)	6,100
—非控股權益		<u>(1,166)</u>	<u>(726)</u>
		<u>(22,355)</u>	<u>5,374</u>
期內本公司擁有人應佔(虧損)/溢利之 每股(虧損)/盈利			
—基本及攤薄(以每股人民幣元列示)	9	<u>(0.03)</u>	<u>0.01</u>

中期簡明綜合財務狀況表

於2025年6月30日

		於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
附註			
資產及負債			
非流動資產			
無形資產		7,399	9,476
物業、廠房及設備		26,449	28,026
使用權資產		6,125	6,539
商譽		23,024	23,024
於合營企業之投資		—	76
遞延稅項資產		1,868	1,868
按公平值計入損益之金融資產		10,098	9,700
		74,963	78,709
流動資產			
存貨		14,574	8,527
合約資產		801	1,586
貿易應收款項	10	205,246	153,396
預付款項、按金及其他應收款項		194,572	146,523
應收關聯方之款項		3,540	2,494
受限制銀行存款		2,220	1,720
現金及現金等價物		103,673	138,994
		524,626	453,240
資產總額		599,589	531,949
流動負債			
貿易應付款項	11	87,119	27,896
合約負債		7,519	8,644
其他應付款項及應計費用		42,411	22,291
應付關聯方之款項		9,551	6,301
銀行借款		98,529	87,500
租賃負債		1,459	1,300
應付所得稅		10,935	12,046
		257,523	165,978

	附註	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
流動資產淨值		<u>267,103</u>	<u>287,262</u>
資產總值減流動負債		<u>342,066</u>	<u>365,971</u>
非流動負債			
合約負債		734	1,782
租賃負債		4,785	5,245
遞延稅項負債		<u>118</u>	<u>160</u>
		<u>5,637</u>	<u>7,187</u>
負債總額		<u>263,160</u>	<u>173,165</u>
資產淨值		<u><u>336,429</u></u>	<u><u>358,784</u></u>
權益			
股本		10,349	10,349
儲備		<u>328,086</u>	<u>349,275</u>
本公司擁有人應佔權益		338,435	359,624
非控股權益		<u>(2,006)</u>	<u>(840)</u>
權益總額		<u><u>336,429</u></u>	<u><u>358,784</u></u>

中期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

潤歌互動有限公司(「本公司」)於2017年8月8日根據開曼《公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。其股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。本公司的註冊辦事處地址位於4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, P.O. Box 10240, Grand Cayman, KY1-1002, Cayman Islands，而其主要營業地點位於中華人民共和國(「中國」)。本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)於中國從事以下業務。

- 企業數字化服務
- 行業數字化服務

本公司董事認為，本公司的直接控股公司為天歡投資有限公司(「天歡投資」)、緯晨投資有限公司(「緯晨投資」)及雲杉投資有限公司(「雲杉投資」)(均於英屬處女群島註冊成立)。本公司的最終股東為田歡先生(「田先生」)、陳平先生(「陳先生」)及張永利先生(「張先生」)，彼等於2021年10月22日訂立一致行動協議及確認彼等自2017年7月14日起皆維持一致行動。因此，田先生、陳先生、張先生、天歡投資、緯晨投資及雲杉投資統稱「控股股東」。

本集團截至2025年6月30日止六個月的中期簡明綜合損益及其他全面收入表、中期簡明綜合權益變動表及中期簡明綜合現金流量表包括本集團旗下所有成員公司的業績及現金流量，猶如現行架構於截至2025年6月30日止六個月或自合併實體收購／註冊成立／成立／首次處於控股股東控制下之相關日期以來(以較短者為準)一直存在。

2. 中期簡明綜合財務報表編製基準及採納香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)

截至2025年6月30日止六個月的中期簡明綜合財務報表乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港會計準則(「香港會計準則」)第34號中期財務報告及香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露規定而編製。中期簡明綜合財務報表並不包括年度綜合財務報表所需之一切資料及披露，並應與本集團於2024年12月31日的年度綜合財務報表一併閱讀。然而，所載特選解釋性附註以說明對理解本集團自去年年度財務報表以來的財務狀況及表現變動而言屬重大的事件及交易。

編製中期簡明綜合財務報表所採用的會計政策與編製本集團截至2024年12月31日止年度之年度綜合財務報表所採納者一致，惟採納於2025年1月1日生效之新準則除外。於2025年首次應用若干修訂，惟並未對本集團中期簡明綜合財務報表造成影響。然而，預期並非全部會計政策都會對本集團造成影響，因為有關會計政策與本集團的活動無關或須符合與本集團現行會計政策一致的會計處理。

以下修訂自2025年1月1日開始的期間有效：

- 缺乏可兌換性(香港會計準則第21號(修訂本))。

準則之修訂並未對本集團中期簡明綜合財務報表產生任何重大影響。

本集團並未提早採納任何已頒佈但尚未生效的準則、詮釋或修訂。

3. 重要會計判斷及估計不確定因素之主要來源

編製中期簡明綜合財務報表需要管理層作出會影響會計政策的應用以及資產及負債、收入及開支的呈報金額的判斷、估計及假設。實際結果可能與這些估計不同。

於編製該等中期簡明綜合財務報表時，管理層在應用本集團會計政策時作出的其他重大判斷及估計不確定因素的主要來源與截至2024年12月31日止年度的年度財務報表所採用者相同。

4. 板塊資料

管理層乃根據主要經營決策者(「**主要經營決策者**」)審閱的報告確定經營板塊。主要經營決策者負責分配資源及評估經營板塊的表現，其被認為本公司執行董事。

本集團的經營可呈報分部為：

- (i) 提供企業數字化服務；及
- (ii) 提供行業數字化服務。

企業數字化服務主要包括本集團的傳統營銷及推廣服務、廣告投放服務、廣告分發服務、虛擬商品採購及交付服務、實物商品採購及交付服務以及軟件開發及維護服務。行業數字化服務主要包括本集團的彩票相關軟件系統及設備解決方案。異業賦能服務主要包括本集團的跨行業服務合作。中期簡明綜合財務報表及附註所載的可比數字經已重列以符合新的呈列方式。董事會認為，分部資料的上述變動能更好地反映本集團的資源分配及未來業務發展。

主要經營決策者根據板塊溢利評估經營板塊的表現。板塊溢利(與本集團毛利相同)與除所得稅前溢利的對賬列於綜合損益及其他全面收入表。主要經營決策者並未取得單獨板塊資產及板塊負債信息，原因為主要經營決策者並不使用該信息來分配資源或評估經營板塊的表現。

(a) 板塊收益及業績

	企業數字 化服務 人民幣千元	行業數字 化服務 人民幣千元	合併 總計 人民幣千元
截至2025年6月30日止六個月			
(未經審核)			
收益	125,036	10,730	135,766
銷售成本	(108,334)	(5,889)	(114,223)
板塊溢利	<u>16,702</u>	<u>4,841</u>	<u>21,543</u>
截至2024年6月30日止六個月			
(未經審核)			
收益	108,014	8,190	116,204
銷售成本	(70,712)	(4,025)	(74,737)
板塊溢利	<u>37,302</u>	<u>4,165</u>	<u>41,467</u>

(b) 來自外部客戶的收益

所有本集團主要外部客戶皆位於中國內地。因此，概無呈列有關外部客戶的地區資料。

(c) 非流動資產

所有本集團重大非流動資產皆位於中國內地。因此，概無呈列有關板塊資產的地區資料。

5. 收益

於報告期間，已確認的各主要收益類別之金額如下：

	企業數字化 服務 人民幣千元	行業數字化 服務 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2025年6月30日止六個月			
(未經審核)			
收益確認時間：			
於某一時間點	125,036	2,363	127,399
隨時間轉移	—	8,367	8,367
客戶合約收益總額	125,036	10,730	135,766
截至2024年6月30日止六個月			
(未經審核)			
收益確認時間：			
於某一時間點	108,014	323	108,337
隨時間轉移	—	7,867	7,867
客戶合約收益總額	108,014	8,190	116,204

6. 其他收入及其他收益或虧損淨額

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)	(未經審核)
其他收入		
銀行利息收入	38	259
政府補助(附註)	445	1,723
雜項收入	1,875	420
	2,358	2,402
其他收益／(虧損)淨額		
匯兌(虧損)／收益	(26)	4
按公平價值計入損益之金融資產之公平價值淨估值		
虧損	(502)	(578)
	(528)	(574)
	1,830	1,828

附註：截至2025年及2024年6月30日止六個月，根據相關中國法規，本集團就進項增值稅享有稅務優惠。該等政府補助並無任何未履行條件。截至2025年及2024年6月30日止六個月，已自中國地方政府機關收取政府補助，作為本集團研發活動的報銷費用。

7. 所得稅開支

本集團使用適用於預期年度盈利總額的稅率計算期間所得稅開支。中期簡明綜合損益及其他全面收入表內的所得稅開支的主要組成部分為：

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元 (未經審核)
即期所得稅－中國		
－期內稅項	72	3,081
－過往年度超額撥備	(6)	(523)
	<u>66</u>	<u>2,558</u>
遞延稅項	(42)	(2,105)
所得稅開支	<u>24</u>	<u>453</u>

開曼群島所得稅

根據開曼群島法規及規例，本集團毋須繳納開曼群島司法權區任何稅項。

中國企業所得稅

根據《中國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，於報告期間內，本集團於中國經營的附屬公司的稅率為其應課稅溢利的25%。本集團所得稅撥備乃根據現行法例、詮釋及相關慣例就期內估計應課稅溢利按適用稅率計算。

本集團於中國經營的若干附屬公司，包括杭州潤歌網絡有限公司(「杭州潤歌」)及西安天泰創新科技有限公司(「西安天泰」)，根據相關中國法律法規獲認證為「高新技術企業」，並自2016年1月1日至2025年12月31日適用15%優惠企業所得稅率。長三角一體化示範區(上海)在贏端網絡科技有限公司(「ASMKT」)根據相關中國法律法規獲認證為「高新技術企業」，並自2021年至2024年10月9日適用15%的優惠企業所得稅率。由於ASMKT於2024年未有獲認證為「高新技術企業」，故ASMKT自2024年起不可享受15%的優惠企業所得稅率。該公司自2024年1月1日起適用25%的企業所得稅率。

根據中國國家稅務總局頒佈及自2017年起生效並更新的相關法律法規，從事研發活動的企業在釐定其於該年度的應課稅溢利時，有權將其就此產生的研發開支的175%列為可扣稅開支(「加計扣除」)。於釐定本集團實體於報告期間的應課稅溢利時，本集團已就該等實體可申報的加計扣除作出最佳估計。

8. 股息

於截至2025年及2024年6月30日止六個月，概無就本公司普通股派付或建議宣派任何股息。

9. 每股(虧損)/盈利

	截至6月30日止六個月	
	2025年 (未經審核)	2024年 (未經審核)
本公司擁有人應佔(虧損)/溢利(人民幣千元)	(19,644)	3,457
		(經重列)
用於計算每股基本(虧損)/盈利的普通股加權 平均數(千股)	732,396	732,396
每股基本及攤薄(虧損)/盈利(以每股人民幣元列示)	<u>(0.03)</u>	<u>0.01</u>

用於計算每股基本(虧損)/盈利的普通股數目乃按本公司擁有人應佔虧損約人民幣19,644,000元(於2024年12月31日：虧損人民幣37,960,000元)及普通股加權平均數732,396,000股(已予調整以反映本公司所持庫存股份的影響)(於2024年12月31日：1,485,136,000股，已予調整以反映供股)釐定。

並無每股攤薄(虧損)/盈利，蓋因截至2025年及2024年6月30日止六個月並無行使任何潛在攤薄股份。因此，截至2025年及2024年6月30日止六個月，每股攤薄(虧損)/盈利均與每股基本(虧損)/盈利相同。

10. 貿易應收款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應收款項		
—應收第三方款項	239,271	179,161
—應收關聯公司款項(附註)	<u>—</u>	<u>90</u>
	239,271	179,251
減：信貸虧損撥備	<u>(34,025)</u>	<u>(25,855)</u>
貿易應收款項淨額	<u><u>205,246</u></u>	<u><u>153,396</u></u>

附註：就應收關聯公司款項而言，本公司執行董事陳先生及范先生亦為該等關聯公司的主要股東。結餘為無抵押、免息及須按與向本集團主要客戶提供的信貸條款相若的信貸條款償還。

於報告期間末，授予客戶的信貸期介乎5至60日。

於期末，按發票日期並扣除虧損撥備呈列的本集團貿易應收款項(扣除減值後)賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一個月內	146,099	121,748
一個月以上但少於三個月	41,299	14,095
三個月以上但少於六個月	1,734	2,975
六個月以上但少於一年	2,594	5,180
一年以上	13,520	9,398
	<u>205,246</u>	<u>153,396</u>

11. 貿易應付款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
貿易應付款項	<u>87,119</u>	<u>27,896</u>

於期末，向供應商採購的信貸期一般介乎10至60日。

於期末，本集團基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
一個月內	52,878	22,211
一個月以上但少於三個月	18,255	1,776
三個月以上但少於六個月	11,030	2,567
六個月以上但少於一年	3,616	1,022
一年以上	1,340	320
	<u>87,119</u>	<u>27,896</u>

12. 報告期後事項

收購一家附屬公司

於2025年6月30日，本集團與三名獨立第三方訂立股份轉讓協議以收購剩餘股權(本集團於2024年12月31日擁有彩平方的5%股權)，代價為人民幣18,300,000元。該交易已於2025年7月完成。

未來及展望

2025年，全球經濟狀況仍不容樂觀，經濟增長持續低迷。有鑒於此，我們的策略是密切關注經濟發展趨勢及市場競爭形勢變化。我們致力專注及提振主要業務及發展AI數字彩票門店模式，精簡資本分配及提高營運效率。

同時，我們計劃強化潛在風險意識，堅持審慎的風險管理策略，從而在複雜多變的經濟形勢下，將有助確保企業穩步增長。此外，在企業數字化服務和行業數字化服務的核心框架內，我們矢志積極拓展戰略願景，敏銳洞察及把握新商機，以期於未來實現異業賦能服務。我們採取靈活的業務策略，激發業務增長的活力及韌性，促進企業持續穩健發展。

就企業數字化服務而言，我們竭力發掘穩定可靠的新客戶及供應商以把握發展機遇、使用全渠道營銷策略以精準觸及各類客戶群，同時積極探索新的增長點。我們採用全方位營銷策略，瞄準不同的消費群體。此外，我們致力於積極開拓新的增長領域。隨著企業數字化轉型的深化，我們將繼續深耕企業福利業務領域。憑藉我們於虛擬商品及實物商品的穩健供應鏈，我們致力於為客戶提供多元、靈活及高效的福利解決方案。

同時，於2025年下半年，我們將專注於彩票營銷券，把握彩票銷售增長商機，擴大於福利彩票及體育彩票的市場份額。

就行業數字化服務而言，我們將繼續擴大於中國兩家合法彩票經營商(即福利彩票及體育彩票)的市場份額。我們將利用自身強大的研發能力繼續開發與彩票行業數字化相關的彩票軟件或硬件，提供軟硬件結合的人工智能技術及行業解決方案，將彩票行業智能物聯、智能AI算法、人機互動等應用在彩票行業落地，促進彩票門店的數字化轉型。此外，我們將於更多省份挖掘機會進軍福利彩票及體育彩票市場，提供彩票相關軟件系統及設備解決方案，並將透過跨業態產生的協同效益進一步獲益。

除提振主要業務領域外，於2025年我們的業務策略亦專注於發展彩票行業AI佈局及未來全球擴展。

發展AI數字彩票門店模式方面，我們可為該等彩票門店提供綜合AI數字化及智能服務解決方案，此舉將開創全新的數字服務環境，將彩票中心、彩票門店及彩票運營商連接起來。同時，我們將為彩票運營商建立大型私域流量基地。另一方面，我們專注開發數字化營銷產品，透過針對彩票門店營銷需求廣泛運用成熟AI技術，有助實現削減成本、提升效率及收益、獲取及留存客戶。

未來全球擴展方面，我們將基於AI數字彩票門店模式佈局，建設可提供更為準確投注分析及資訊解決方案服務的平台。

最後，本集團將繼續優先其戰略投資，最大化跨業務分部的協同效益。本集團將繼續致力和支持業務增長，進一步把握業務多元化商機。隨著本集團的持續發展，我們將繼續與目標公司積極展開磋商，向主要來自產品銷售的品牌夥伴提供電商解決方案，以透過電商平台拓展業務，從而進一步增強供應鏈或發展目標公司，能夠於本集團未來發展鏈中落實戰略策略。

企業管治及其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期間，本公司概無贖回其任何上市證券，本公司或其任何附屬公司亦無購買或出售有關證券(包括出售庫存股份)。

截至2025年6月30日，本公司並無持有任何庫存股份。

遵守企業管治守則

本集團致力於實行高水平的企業管治，以保障股東權益及提高企業價值與責任承擔。自上市日期以來本公司已採納企業管治守則作為其本身的企業管治守則。

董事認為，本公司於報告期間已遵守企業管治守則所有適用守則條文。

董事會將繼續檢討及監察本公司的企業管治常規，以遵守企業管治守則的守則條文及維持本公司的高水平企業管治。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則，作為其本身規管董事進行證券交易之操守準則。本公司已向全體董事作出具體查詢，而董事已確認彼等於報告期間已遵守標準守則。

於報告期間，本公司並無注意到出現僱員不遵守標準守則的事件。

審核委員會

本公司已遵照企業管治守則設立訂有書面職權範圍的審核委員會。於本公告日期，審核委員會由三名成員組成，均為獨立非執行董事，即沈雲駕先生、莫蘭女士及曾良先生。沈雲駕先生為審核委員會主席。

審閱中期業績

審核委員會已審閱本集團於報告期間的未經審核簡明綜合財務報表，包括本集團採納的適用會計政策及會計準則，並認為該等報表已遵照適用上市規則編製。審核委員會信納該等財務報表乃根據適用會計準則編製及公允地反映本集團於報告期間之財務狀況及業績。

所得款項用途

股份於2022年10月17日透過全球發售於聯交所主板上市，籌得所得款項淨額總額100.7百萬港元(已扣除專業費用、包銷佣金及其他相關上市開支)(「**首次公開發售所得款項**」)。超額配股權並無獲行使，且超額配股權已於2022年11月6日失效。

於2025年6月30日，首次公開發售所得款項100.1百萬港元已獲動用。自上市日期直至2025年6月30日的所得款項淨額分析載列如下：

	佔首次 公開發售 所得款項 總額概約 百分比 %	實際首次 公開發售 所得款項 的分配用途 百萬港元	截至2025年 6月30日 已動用首次 公開發售 所得款項 百萬港元	截至2025年 6月30日 首次 公開發售 所得款項 未動用結餘 百萬港元	動用全球發售 之首次 公開發售 所得款項 餘下結餘之 建議時間表
開發及擴展我們營銷及推廣 服務的線上營銷渠道及資源	42.2	42.5	42.5	–	於2024年12月 31日或之前
進一步開發及擴闊我們的供應商基礎 及所提供的虛擬商品類型	26.7	26.9	26.9	–	於2024年12月 31日或之前
收購營銷及相關行業的公司	14.9	15.0	15.0	–	於2023年12月 31日或之前
開發及運營我們的SaaS企業營銷服務 平台，作為擴展我們營銷渠道的一 種方式	6.3	6.3	5.7	0.6	於2025年12月 31日或之前
一般營運資金	9.9	10.0	10.0	–	於2024年12月 31日或之前
總計	<u>100.0</u>	<u>100.7</u>	<u>100.1</u>	<u>0.6</u>	

於2025年6月30日，未動用所得款項淨額為約0.6百萬港元。未動用所得款項淨額於香港及中國獲授權金融機構或持牌銀行存作計息存款。

截至2025年6月30日，經動用所得款項淨額已按照章程先前披露的計劃用途動用，而餘下所得款項淨額預期將按計劃動用。餘下未動用所得款項淨額預期將於2025年12月31日或之前動用。

供股

本公司於2023年12月進行供股，以籌集資金用作(i)建議收購一家中國公司以將服務範圍拓展至為電商平台營運商交付實物商品；(ii)發展及擴展虛擬及實物商品交付業務；及(iii)一般營運資金(「供股」)。供股經扣除開支後的所得款項淨額為約98.9百萬港元。

於2025年6月30日，供股所得款項51.1百萬港元已獲動用。截至12月31日供股所得款項分析載列如下：

	估日期 為2023年 11月20日的 供股章程 所載供股 所得款項總額 概約百分比 %	實際供股 所得款項的 分配用途 百萬港元	截至 2025年 6月30日 已動用供股 所得款項 百萬港元	截至 2025年 6月30日 供股所得 款項未動用 結餘 百萬港元	供股未動用所得款項之 預期時間表
收購一家主要業務乃為電商平台營運商交付實物商品的中國公司	65	64.3	16.5	47.8	於2025年12月31日或之前
發展及擴展虛擬及實物商品交付業務	25	24.7	24.7	–	於2024年12月31日或之前
一般營運資金	10	9.9	9.9	–	於2025年12月31日或之前
	<u>100</u>	<u>98.9</u>	<u>51.1</u>	<u>47.8</u>	

於2025年6月30日，供股未動用所得款項淨額為約47.8百萬港元。未動用所得款項淨額於香港及中國獲授權金融機構或持牌銀行存作計息存款。

截至2025年6月30日，已動用供股所得款項淨額已按照日期為2023年11月20日的供股章程先前披露的計劃用途動用，而供股餘下所得款項淨額預期將按計劃動用。供股餘下未動用所得款項淨額預期將於2025年12月31日或之前動用。

重大投資或資本資產之未來計劃

除章程及本公告所披露者外，於2025年6月30日本集團並無任何重大投資或資本資產之未來計劃。

期後事項

於2025年6月30日，本集團與三名獨立第三方訂立股份轉讓協議以收購彩平方的剩餘股權，代價為人民幣18,300,000元。該交易已於2025年7月完成。

刊登2025年中期簡明綜合業績公告及中期報告

本公告於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.regopimc.com)刊登。報告期間之中期報告(載有上市規則規定的所有資料)將適時寄發予要求取得印刷本的股東，並於聯交所及本公司各自的網站上刊登。

致謝

董事會謹此對本集團股東、管理團隊、僱員、業務夥伴及客戶對本集團的支持及貢獻致以衷心感謝。

釋義

於本公告內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「審核委員會」	指	董事會轄下審核委員會
「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
「中國」	指	中華人民共和國，惟就本公告而言不包括香港、澳門及台灣
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則所賦予之涵義
「本公司」	指	潤歌互動有限公司，一家於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，其股份於聯交所主板上市及買賣
「CPA」	指	每次操作成本，即廣告基於移動設備用戶每次操作(如下載、安裝或註冊)支付的表現定價模型。CPI通常指CPA
「董事」	指	本公司董事

「2023年財年」	指	截至2023年12月31日止財政年度。例如，「2022年財年」指截至2022年12月31日止年度
「2024年財年」	指	截至2024年12月31日止財政年度
「全球發售」	指	具有章程所賦予之涵義
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
「獨立非執行董事」	指	獨立非執行董事
「IT」	指	信息技術
「上市」	指	股份於聯交所主板上市
「上市日期」	指	2022年10月17日，即股份於聯交所主板上市日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，乃獨立於聯交所GEM，且與其並行運作
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「超額配股權」	指	具有章程所賦予之涵義
「章程」	指	本公司日期為2022年9月30日的招股章程
「研發」	指	研究及開發
「重組」	指	本集團為準備上市而進行的上市前重組，其詳情載於章程「歷史、發展及重組－重組上市」一節

「報告期間」	指	截至2025年6月30日止六個月
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.001美元的普通股
「購股權計劃」	指	本公司有條件採納的購股權計劃，其進一步詳情載於章程附錄四「法定及一般資料—D.購股權計劃」一節
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「美國」	指	美利堅合眾國
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「年度」	指	截至2024年12月31日止年度

承董事會命
潤歌互動有限公司
 主席兼執行董事
陳平

香港，2025年8月29日

於本公告日期，執行董事為陳平先生、田歡先生、張永利先生、范連順先生、夏遠波先生及陳緯先生，以及獨立非執行董事為莫蘭女士、沈雲駕先生及曾良先生。