

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之任何損失承擔任何責任。



Hong Kong Technology Venture Company Limited 香港科技探索有限公司

(根據公司條例於香港註冊成立之有限公司)

(股份代號：1137)

截至二零二一年十二月三十一日止年度之 全年業績

二零二一年經營摘要

1. 二零二一年的訂單總商品交易額¹增幅為10.4%，達6,573,100,000港元(二零二零年：5,953,700,000港元)；
2. 平均每日訂單量增加至二零二一年十二月每日41,400張訂單(二零二零年十二月：每日36,300張訂單)；而平均訂單值跌至二零二一年約462港元(二零二零年：約504港元)；及
3. 於HKTVMall購物的獨立客戶數量於二零二一年增加16.3%至1,287,000名(二零二零年：1,107,000名)。

二零二一年財務摘要

1. 二零二一年之營業額增加8.8%至3,130,200,000港元(二零二零年：2,877,900,000港元)，包括增長近四倍的多媒體廣告收入90,500,000港元(二零二零年：23,500,000港元)；
2. 二零二一年的整體毛利率及混合佣金率²為23.7%(二零二零年：24.6%)；
3. 本集團於二零二一年連續第二年實現淨溢利。二零二一年的淨溢利及經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利³分別為14,300,000港元(二零二零年：183,600,000港元)及112,700,000港元(二零二零年：236,200,000港元)。有關業績低於二零二零年者，原因如下：
 - a. 為應對零售市場的激烈競爭，推出\$350/\$500電子禮券計劃產生的優惠券開支86,600,000港元；及
 - b. 二零二零年收到一次性非經常性政府補貼約70,900,000港元，而二零二一年並無收到類似補貼；
4. 資產負債表表現穩健，現金及流動資金淨額狀況為1,070,000,000港元(二零二零年十二月三十一日：1,280,000,000港元)；
5. 截至二零二一年十二月三十一日止年度不會宣派任何末期股息(二零二零年十二月三十一日：無)。

二零二二年業務目標

董事會已更新以下有關電子商貿業務二零二二年的業務目標，惟須視乎地緣政治及經濟環境的發展及新型冠狀病毒疫情的影響而定：

1. 訂單總商品交易額目標為8,000,000,000港元至8,500,000,000港元(二零二一年實際：6,570,000,000港元)，按年增長21.7%至29.4%；
2. 總毛利率及混合佣金率為23.4%(二零二一年實際：23.7%)；
3. 多媒體廣告收入目標為120,000,000港元(二零二一年實際：90,500,000港元)；
4. 主要經營開支佔已完成訂單總商品交易額比率目標：
 - a. 配送成本為12.0%至13.5%(二零二一年實際：11.7%)；
 - b. 市場推廣、宣傳和O2O門市市場推廣開支為3.0%至3.8%(二零二一年實際：4.1%)；
 - c. O2O門市經營開支為2.0%至2.2%(二零二一年實際：2.1%)；
 - d. 電子商貿營運及支援成本為4.2%至4.4%(二零二一年實際：4.8%)；及
5. 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利佔已完成訂單的總商品交易額百分比為2.0%至2.5%(二零二一年實際：2.3%)。

- ¹ 訂單總商品交易額指於特定時間段內通過特定市場所銷售的商品之總銷售價值，未經扣除該市場提供的任何折扣、已使用的回扣、已出售商品的註銷及退貨。
- ² 毛利率及混合佣金率為扣除作管理層呈報用途的HKTVmall回贈及使用之推廣優惠券(如有)前之計算，此類支出乃計入廣告及市場開支以及包括商戶年費及其他服務收入。
- ³ 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利指年內溢利加上銀行貸款利息(不包括財務費用—租賃負債利息)、所得稅開支/(抵免)、物業、廠房及設備之折舊(不包括租賃作自用之其他物業折舊)、合約成本攤銷以及無形資產攤銷，並扣除投資回報，經主要非現金項目調整，以及扣除政府補貼。經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利並非根據香港財務報告準則釐定表現之方法。該方法並非且不應用於替代根據香港財務報告準則釐定的淨溢利或經營活動現金流量，亦非一定為反映現金流量是否足以撥付本公司現金需求之指標。此外，我們對該方法的定義未必可與其他公司同類計量項目比較。

主席報告書

各位股東：

今年是本集團成立30周年，亦是於香港聯合交易所上市25周年的大日子。我們時常提醒同事，本集團的成功有賴投資者、同事和客戶三者之間的利益取得平衡。我們希望同事在這裏生活，能夠感到這裏是能讓他們一展所長的地方。投資者能得到豐厚的回報。消費者得到更加好的服務，是市場上少有既創新又優質的服務。「Always Something New」意味尋找新挑戰，不斷創新，解決問題；是本集團30年以來的特色，亦是賴以成功的行事方針。

HKTVMall的2021年

於2021年，HKTVMall的業務有強勁增長，超越香港整體零售業的表現。我們所指的成功，不單只是客戶數目或營業額的增長；HKTVMall在2021年取得的成功，最主要是指更加多的香港零售商和品牌代理商，在這一年認識到，他們需要HKTVMall這個平台去做網上生意。如果將HKTVMall稱之為香港網上零售的龍頭，這並不是指客戶沒有其他選擇(事實上，消費者於網上有許多選擇)，而其實是指零售商和品牌代理商於香港沒有更好的「網上商場」選擇。我們所提供的一站式服務，由銷售、倉存、最後一哩派送、結算和售後服務，都是全面而完善的服務。

2021年內，HKTVMall做得較為強差人意的是「七折電子禮券計劃」。當時，因為政府首次推出消費券，我們擔心如果HKTVMall的優惠不夠吸引，消費者會轉向其他銷售渠道，影響我們的長遠發展。結果，因為有關優惠折扣太高，嚴重影響本集團的下半年業績。這是一個重大教訓，讓我們知道不應該只集中於「市場推廣」，更加應該將資源投放於服務質素的提升。大部分網購客戶其實並不一定只追求「減價」，他們更着重服務質素。部分投資者或同事都可能誤解，以為我們銷售的是超市或化妝品、護膚品、健康食品等產品；其實，我們出售和提供的是「選擇上的自由(Freedom of Choice)」和「優質配送服務」。

繼續是香港網購商場的No. 1

為進一步提升和完善配送服務，我們將於2022上半年完結前和2023年上半年分兩個階段推出一個龐大計劃，縮短客戶落單到收貨的時間。第一階段的截單時間，由每天早上九時改為下午一時。即是客戶於下午一時前落單，可以於翌日收貨。第二階段的目標，是希望能做到客戶於午夜之前確定訂單，可於翌日早上派送。要實現這個目標，我們必須提供第三方物流服務，首85%最高銷售額的商戶產品將於HKTVmall的自動化配送中心儲存及執貨，因此我們將會建造更大型的自動化物流倉庫，令大部份商戶都付費使用我們的物流服務，把他們的貨品交由我們處理。這樣不單能提升客戶配送服務質素，更會令我們與商戶之間的關係更密切，依賴性更強。

香港的第五波疫情，帶來多項長遠負面影響。眾所周知，此影響是全面性，各行各業都受到極嚴重的打擊。即使日後第五波疫情完結，相信都會需要最少一兩年時間將經濟回復至正常水平。經過今次第五波疫情的經驗，零售商對反覆的疫情都會心有餘悸，零售商對實體店未來的擴展將會更為審慎，更多資源將會投放於「可攻可守」的網上零售方面。

總括而言，現在是HKTVmall的最佳時機，在已經建立的紮實根基上，繼續比其他香港公司投資更多於網上購物這門生意上，無論是軟件技術、自動化倉庫、派送物流車隊和大數據研究等。我們都一定會繼續是香港網購的No. 1。我們早前已經訂下目標，希望總商品交易額能在三至五年後達到120億至150億港元；我們有信心，這是一個非常可實現的目標。

Shoalter Technology Limited 的啟示

將Shoalter Technology Limited (「Shoalter」)「網上商場」系統軟件向全球推廣的計劃，經過一年多努力，面對一定困難，最大原因是「太難做」。原來，很多大公司和機構，本身缺乏同時懂科技和營商的人才，就算我們能夠提供整套軟件系統、就算他們明白這是「未來」及零售業必定的路向、就算他們明白「有很大市場潛力」，他們亦無信心由零開始發展一個大型網上商場。雖然Shoalter於香港發展有所局限，待疫情緩和後，我們將全力發展海外市場。與此同時，我們更要傾盡全力，提供全面的技術支持，協助EESE創造成功的典範。

另一方面，這個亦可能是一個好消息，因為就我們所接觸的本地財團，他們拒絕並不是因為我們系統是否完備，原因只不過是因為他們仔細研究後，覺得這門生意太難做！這令我們更有信心，於未來的歲月，HKTVmall將會繼續在香港網購市場上一枝獨秀。

Shoalter Automation Limited 創建全球獨有的「全自動零售商店」

第一部「全自動零售商店」系統已經安裝完成，軟件硬件都如火如荼地進行測試中。我們有信心將如期於今年內在英國開設首數個「全自動零售商店」。與此同時，英國的Amazon Fresh和Tesco，在倫敦已經開設六至七間「無人商店」；他們所用的技術與我們截然不同，他們在一間普通店舖的天花上，安裝數百部攝影機，用圖像分析技術，分析客人每一個「動作」，決定客人是否購買某種貨品，直接扣除信用卡。這一種模式雖然能為客戶帶來自出自入的方便，但營運成本上卻沒有任何優勢。現實上，就我們親身於倫敦所見，所用店員人手比一間普通商店還要多，因為要方便圖像分析的運作，貨架上的貨品要排列得更加整齊，並需要更多保安人員以防止盜竊。

我們的專利發明，是另外一種全新的技術概念。整間商店二十四小時運作，不需要任何店員監察和杜絕盜竊行為，有助大幅減少前線店舖員工薪金成本。我們深信，這才是一個完美具成本效益的「無人商店」或「全自動零售商店」方案。

當然，要發展一個新市場，會遇到不少挑戰和難題，我們會按部就班，小心翼翼，去發展英國市場。與此同時，我們亦正在研究發展其他歐洲市場，例如瑞士或北歐，這些歐洲地方的人工成本更加高昂，令到此系統更具競爭優越性。

為繼續優化「全自動零售商店」系統的功能和掌控有關技術，我們將會繼續投資於科技研發上，包括影像人工智能和自動化執貨系統。

本集團於去年改名為「香港科技探索」(Hong Kong Technology Venture)，我們覺得這是個非常之貼切的名稱。過往30年，本集團在各行各業的成功，實有賴於我們敢於嘗試、敢於失敗、敢於鑽研和運用科技去改造每一個行業，由長途電話、光纖寬頻以至電視製作。投資科技會失敗，亦不肯定成功機會有多少；但不嘗試運用科技作新嘗試，就肯定沒有成功機會。本集團管理層希望投資者和同事們明白這一點，正正是我們整個團隊比其他財團，於某些業務上能做得更好的原因。我們整個團隊由上而下的DNA，都充滿着探索精神，這是香港大部份大公司所缺乏的「靈魂」。

張子建

主席

王維基

副主席

香港，二零二二年三月三十日

業務回顧

電子商貿業務 — HKTVmall

二零二一年是HKTVmall連續第二年取得盈利，儘管與二零二零年相比，這是艱難的一年。從香港於第四波新型冠狀病毒疫情結束並錄得零本地傳播病例，至出現由Omicron變異株引發疫情，零售市場在二零二一年經歷了起起落落。尤其是由政府實施的各項刺激措施，包括消費券的推出，加劇了整個消費市場的競爭。因此，HKTVmall在二零二一年的增長沒有如往年般進取，但HKTVmall的表現仍然較整體零售業表現為佳。根據政府的統計數據⁴：

- (1) 與二零二零年相比，二零二一年香港零售市場增長僅為8.1%；而HKTVmall於二零二一年的訂單總商品交易額增長達10.4%，達到6,573,100,000港元；及
- (2) HKTVmall的訂單總商品交易額佔二零二一年香港無店面零售價值約53.4%。

我們在香港網上購物商場領域領導地位的基石，已穩固地建立，這是由我們1P和3P混合商業模式，以及我們「Always Something New」的態度所帶來的。

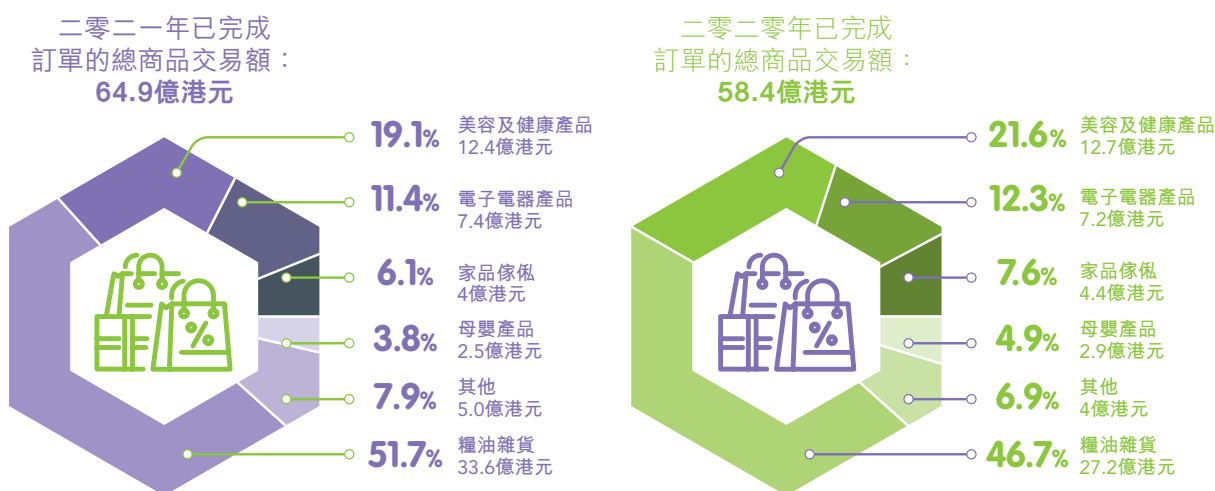
1P和3P業務表現

在二零二一年，儘管零售市場競爭激烈，本集團電子商貿業務的已完成訂單總商品交易額仍錄得11.2%增長，達到6,494,600,000港元(二零二零年：5,838,100,000港元)，當中直接商品銷售(「1P業務」)貢獻32.6%(二零二零年：34.5%)，而商戶特許銷售(「3P業務」)貢獻67.4%(二零二零年：65.5%)。

按主要產品類別分佈，下圖顯示糧油雜貨產品有大幅增長，從二零二零年佔已完成訂單總商品交易額的46.7%上升至二零二一年的51.7%，隨著經濟復甦，將成為推動其他產品類別由線下轉換至線上的銷售基礎。

⁴ 資料來源：《零售業銷貨額按月統計調查報告》，二零二二年一月，香港特別行政區政府統計處(https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/B1080003/att/B10800032022MM01B0100.pdf)

產品類別分佈及總商品交易額增長指標



縱使如此，總毛利率及混合佣金率錄得輕微跌幅，由二零二零年的24.6%跌至二零二一年的23.7%。

毛利率及混合佣金率

除指明為比率外，以千港元列示

	截至 二零二一年 十二月三十一日 止年度	截至 二零二零年 十二月三十一日 止年度
按已完成訂單及按經調整基準 ⁵		
直接商品銷售		
已完成訂單的總商品交易額 ^{5,6}	2,117,536	2,015,536
存貨成本	(1,575,052)	(1,463,465)
毛利	542,484	552,071
毛利率	25.6%	27.4%
特許銷售收入及其他服務收入		
已完成訂單的總商品交易額 ⁵	4,377,057	3,822,604
商戶付款(扣除其他服務收入)	(3,383,393)	(2,939,871)
特許銷售收入及其他服務收入 ⁷	993,664	882,733
混合佣金率	22.7%	23.1%
已完成訂單的總商品交易總額 ⁵	6,494,593	5,838,140
毛利及特許銷售收入及其他服務收入 總額 ^{6,7}	1,536,148	1,434,804
總毛利率及混合佣金率	23.7%	24.6%

按已完成訂單及按經調整基準 ⁵	截至 二零二一年 十二月三十一日 止年度	截至 二零二零年 十二月三十一日 止年度
多媒體廣告收入及節目版權收入		
多媒體廣告收入	90,529	23,518
其他節目版權	138	286
	90,667	23,804
電子商貿業務分部總貢獻	1,626,815	1,458,608
科技業務分部收入	893	-
電子商貿及科技業務分部總貢獻	1,627,708	1,458,608

- 5 已完成訂單的總商品交易額是指於特定時間段內客戶已獲得承諾中通過特定市場所銷售的商品或服務之控制權的已售商品總銷售價值，當中扣除了該市場所提供的任何折扣、商品註銷及退貨，並未扣除作管理層呈報用途而歸納為廣告及市場開支的若干HKTVmall回贈及推廣優惠券。
- 6 就直接商品銷售而言，已完成訂單的總商品交易額乃在扣除HKTVmall回贈1,839,000港元(二零二零年：19,490,000港元)及已使用的優惠券68,503,000港元(二零二零年：25,720,000港元)前計算。
- 7 就特許銷售收入及其他服務收入而言，有關款額乃在減少淨HKTVmall回贈2,254,000港元(二零二零年：增加1,021,000港元)前計算以及包括商戶年費攤銷及其他服務收入。

總毛利率及混合佣金率下跌源於以下兩個令HKTVmall能維持長期業務增長的因素：

(1) 保持HKTVmall吸引力的流量催化劑

二零二一年期間，針對新型冠狀病毒疫情，政府推出了各種加強預防措施，以減少聚集，此舉增加了對食品和糧油雜貨的需求。這些需求吸引了更多新營運商加入市場，線下連鎖超市更出現減價，令香港糧油雜貨市場競爭激烈。因此，為了保持我們在網上糧油雜貨行業的領導地位，我們將1P業務的毛利率下調至二零二一年的25.6%(二零二零年：27.4%)以保持競爭力。

HKTVmall成功維持用戶流量，以HKTVmall應用程式為例，每月客流量維持在約1,500,000名獨立應用程式用戶。這對於吸引人流至HKTVmall以擴大重複購買客戶群至3P業務尤為重要。

(2) 鼓勵商戶合作夥伴在HKTVMall擴大產品選擇

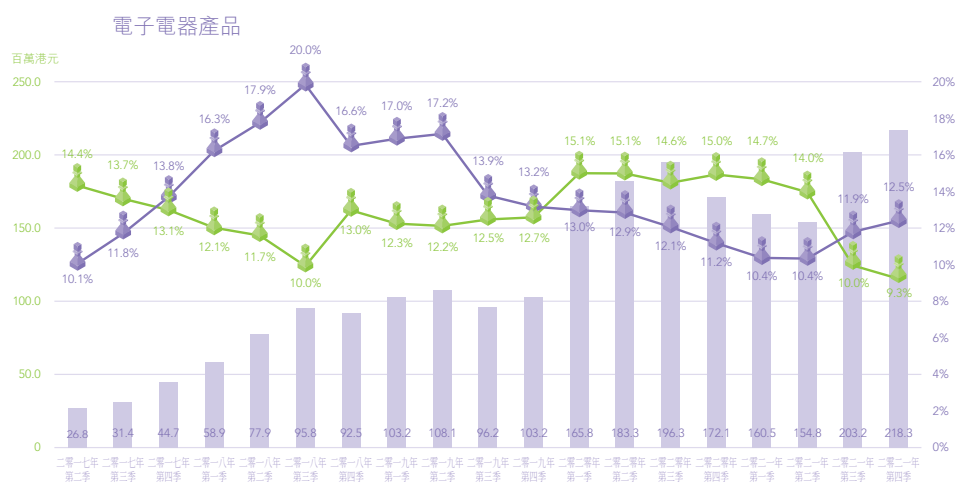
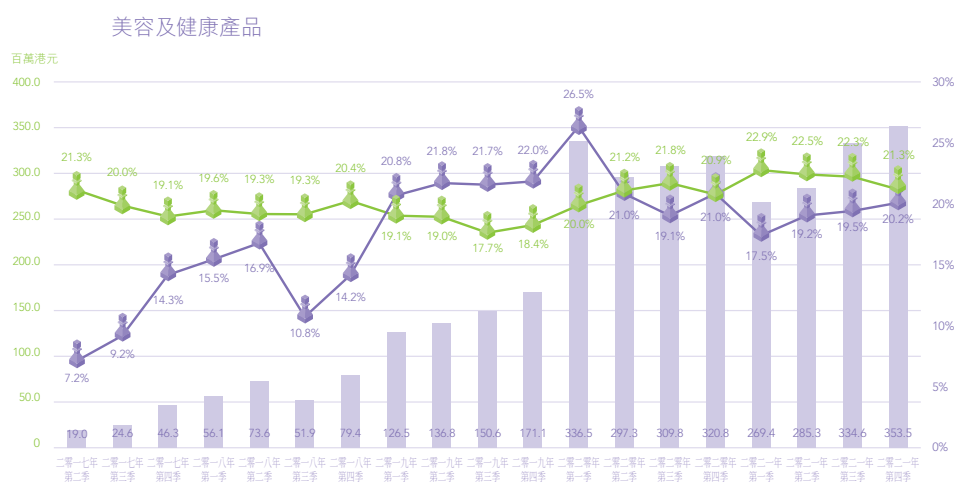
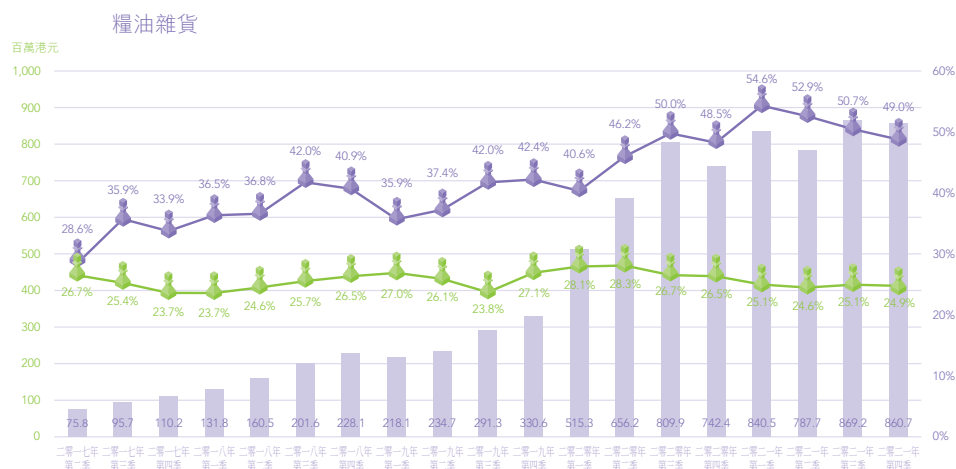
受惠於客流量的增長，二零二一年3P業務的已完成訂單總商品交易額取得14.5%的增長，混合佣金率為22.7%（二零二零年：23.1%）。混合佣金率的輕微下跌主要由兩個原因引致：

- a. 為鼓勵商戶進一步在HKTVMall推廣業務，我們為指定商戶提供獎勵計劃，凡超過目標完成的訂單總商品交易額可獲得佣金回贈。這解釋了當於二零二一年第三季度和二零二一年第四季度達標後，回贈的佣金減低了混合佣金率。
- b. 為擴大HKTVMall的電子產品及裝置以及家居電器產品選擇，我們於年中將佣金率較低的商戶派送服務選項擴展至更多的產品種類，以吸引更多此兩個產品類別的商戶進駐HKTVMall。這解釋了電子電器產品的混合佣金率從二零二一年第一季度的14.7%下降到二零二一年第四季度的9.3%的原因，以換取已完成訂單總商品交易額從二零二一年第一季度的160,500,000港元增加到二零二一年第四季度的218,300,000港元。

二零二一年對於香港許多線下商戶來說是艱難的一年，尤其是對中小型企業(SMEs)而言。HKTVMall是一個成功的增長型網上平台，我們認為降低佣金率和回贈佣金獎勵計劃，能令商戶更具勇氣去建立一個可行的業務個案，將業務重點從線下轉移到線上。

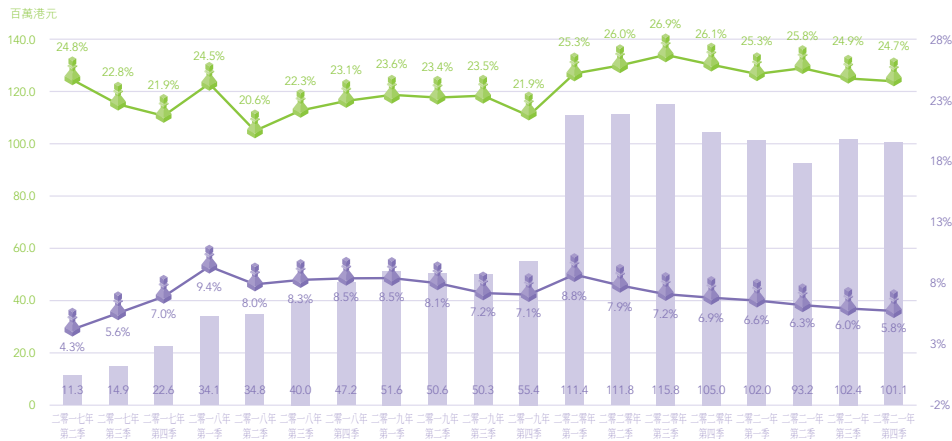
此舉實際上促使產品供應從二零二零年的超過500,000種產品選擇擴展到二零二一年的超過800,000種產品選擇。與HKTVMall合作的商戶和產品供應商的數量亦從二零二零年的超過4,200家增加到目前的超過5,500家。3P業務是為消費者提供更多產品和定價選擇的關鍵催化劑，而這種飛輪效應正在繼續為HKTVMall的網上業務進一步發展提供動力。

主要產品類別的毛利率和混合佣金率趨勢總結如下：

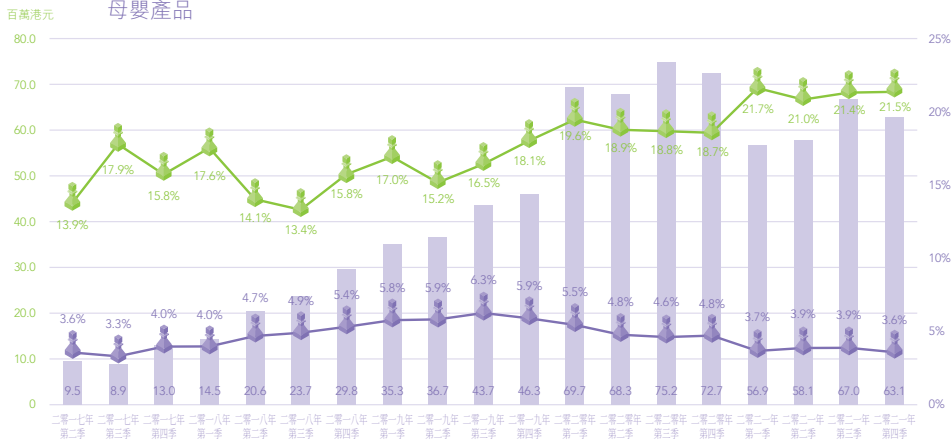


- 季度已完成訂單的總商品交易額(百萬港元)
- 季度佔已完成訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率和混合佣金率

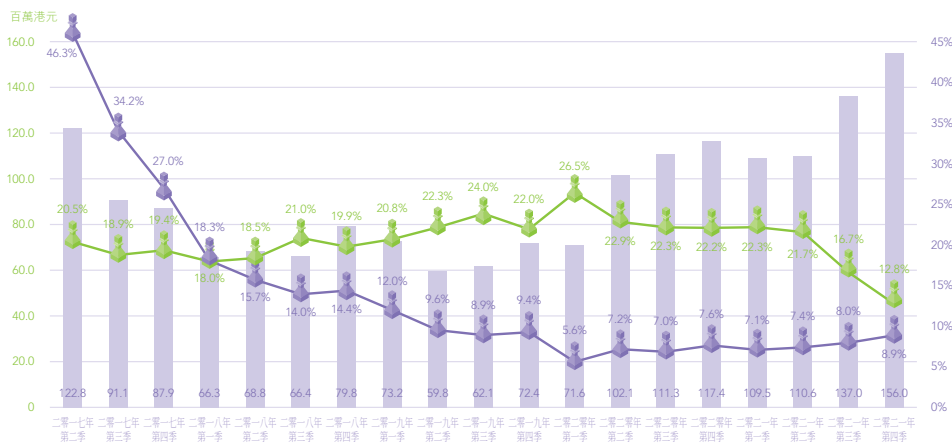
家品傢俬



母嬰產品



其他



- 季度已完訂單的總商品交易額(百萬港元)
- 季度佔已完訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率和混合佣金率

多媒體廣告收入增長4倍

隨著越來越多商戶和產品供應商合作夥伴意識到，擁有約1,500,000名應用程式活躍用戶的綜合網上購物和多媒體廣告平台的價值，我們的多媒體廣告形式亦正成為有效推動其在HKTVmall的網上業務增長的常用工具。

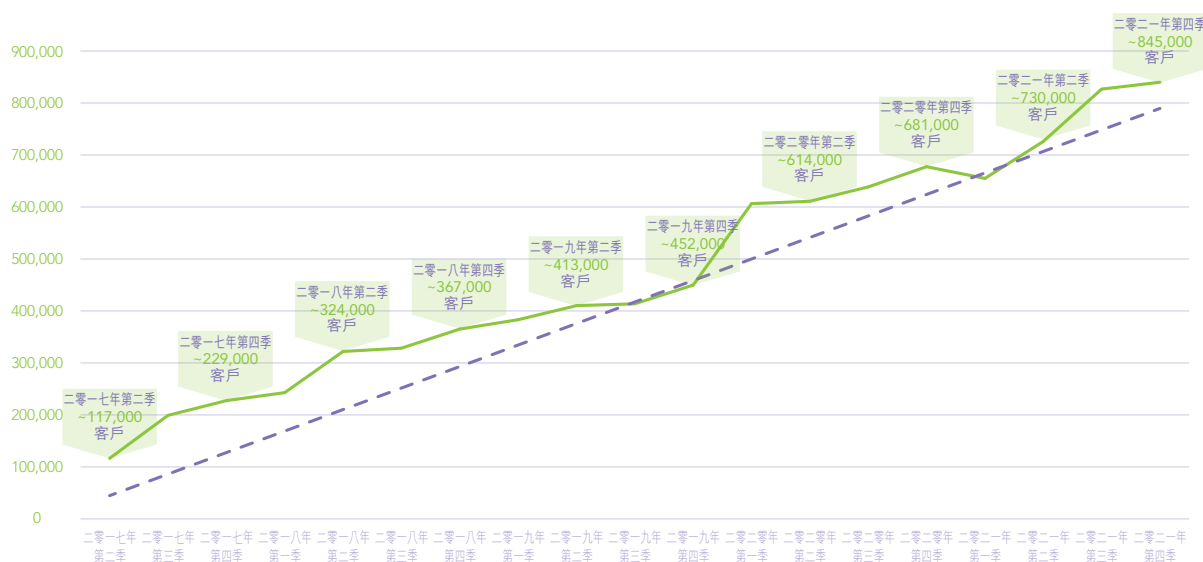
在廣告形式方面，年內推出的直播購物頻道取得強勁動力，成為了成功提升銷售業績的互動渠道。以我們的兩間主要商戶為例—知名的健康產品品牌**維特健靈**於其獨家場次的觀看人次超過42,000次，訂單總商品交易額增長約21倍(與過去30天平均每日訂單總商品交易額相比)。另一著名運動品牌**PUMA**，在其獨家場次的觀看人次亦超過37,000次，訂單總商品交易額增長約60倍(與過去30天平均每日訂單總商品交易額相比)。這些例子展示了多媒體廣告超越傳統數碼廣告形式的力量。

以金額計算，HKTVmall於二零二一年從多媒體廣告渠道產生的收入為90,500,000港元，較二零二零年的23,500,000港元大幅增長285.1%，亦超越了二零二一年年初設定的70,000,000港元的目標。

不斷增長的線上客戶基礎和鞏固的線上行為

在二零二一年，於HKTVmall購物的獨立客戶人數達到1,290,000名，而二零二零年為1,110,000名。事實上，與二零一五年首年營運時只有94,000名獨立客戶相比，我們的獨立客戶群在短短6年內增長了14倍。按季度而言，自客戶群的增長尤為明顯。如下圖展示於HKTVmall購物的獨立客戶季度數字，自二零二一年第四季度轉盈以來，增長尤為顯著。

獨立客戶數量創新高



* 來源：內部平台及系統

* 「客戶數量」表示在該特定季度內至少下達一張訂單的獨立客戶數量，進位至最接近的千位數。

在一定程度上，這結果是受惠於二零二一年七月至十月期間推出的「\$350/\$500電子禮券計劃」。為刺激香港零售市場的消費動力，政府於二零二一年下半年推出消費券計劃，分階段向香港合資格人士發放合共5,000港元消費券。作為香港最大的網上購物商場，HKTVmall盡可能地把握此動力，以保持我們的用戶流量，避免客戶轉向其他銷售渠道。因此，HKTVmall於二零二一年七月在其O2O門市推出了「\$350/\$500電子禮券計劃」，共售出面值約288,000,000港元之電子禮券。儘管我們在此次活動中獲得良好的反應，有助於在激烈的競爭環境下推動客戶群增長，但我們的市場推廣及宣傳費用亦大幅增加。

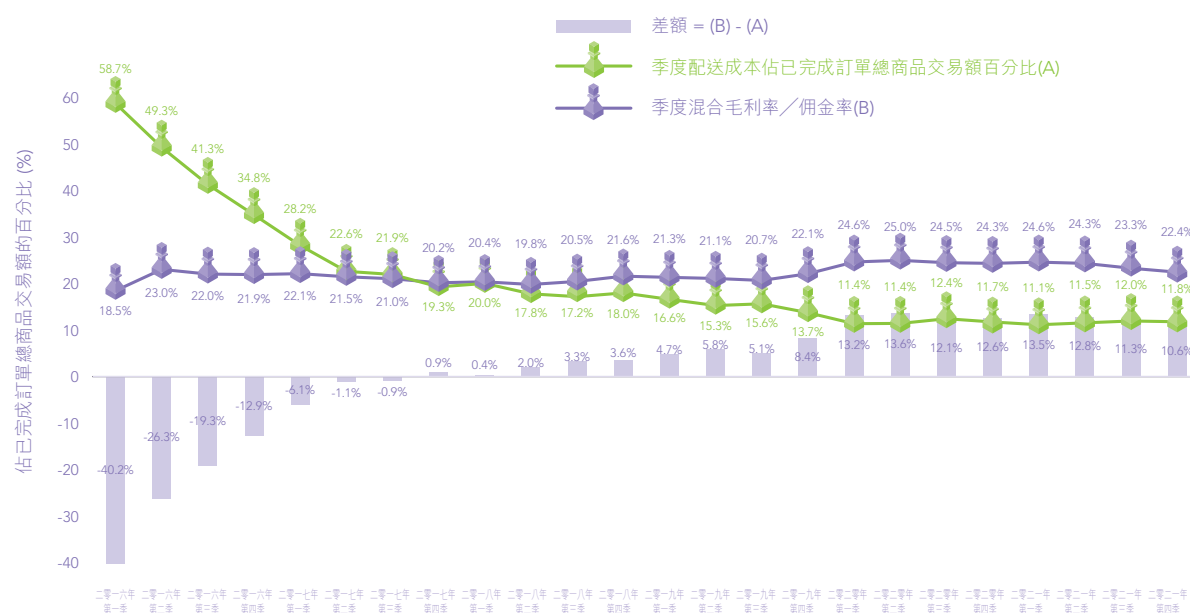
除了客戶群之外，在這增長緩慢的經濟環境下，保持穩定的購買行為亦很重要。在二零二一年第四季度，每位客戶的季度平均購買頻率為4.61次，二零二零年第四季度為4.77次；而客戶購買的主要產品類別的季度平均數量為2.91個，二零二零年第四季度為2.98個。

有計劃及規律的配送成本效率

按照二零二一年年初的計劃，HKTVmall於二零二一年下半年於青衣增加約144,000平方呎的配送中心，包括目前正在裝修中，若沒有因新型冠狀病毒疫情引起進一步延誤，預計將於二零二二年第二季度完成的冷凍配送設施。由於這個新配送中心尚未全面投入營運，但我們亦需承擔全部租金和相關營運費用，因此二零二一年第三季度及第四季度的配送成本百分比高於二零二一年第一季度及第二季度。

儘管如此，這是一項必要的投資，亦是我們計劃下的擴展，以提高配送能力，應對未來的業務增長。隨著這個新配送中心的加入，我們共有約570,000平方呎的空間支持HKTVmall的配送功能。

有計劃及規律的配送成本效率



附註：

1. 季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額百分比包括根據香港財務報告準則第16號與配送中心相關的二零二一年、二零二零年和二零一九年的租賃負債利息，分別為7,400,000港元、5,900,000港元及4,800,000港元(歸納在綜合損益表的財務費用)。
2. 季度混合毛利率/佣金率尤其是二零二一年第三季度及二零二一年第四季度已扣除二零二一年的商戶獎勵回扣，收益率較低。
3. 混合毛利率/佣金率為扣除作管理層呈報用途的HKTVmall回贈及使用之推廣優惠券前之計算，此類支出乃計入廣告及市場開支，並扣除商戶年費、配送及其他收入。

二零二一年的「Always Something New」

於二零二一年，我們推出了多項新計劃，有些是為了創造新的收入來源，有些是為了增加客戶對HKTVMall應用程式的粘性，有些是為了滿足不同的客戶群需要等。除了互動多媒體廣告的直播購物頻道，二手交易平台EcoMart和特快送貨服務HKTVMall極速送於二零二一年上半年推出，並於二零二一年中期報告中提及，以下一些主要計劃亦於二零二一年下半年推出。

- (1) HKTVMall超級市場 — 首間HKTVMall超級市場於二零二一年十月開業，面積超過4,400平方呎，為顧客提供超過3,000款產品選擇。此為三合一模式，包括網上客戶訂單的自取點、現場銷售點及HKTVMall極速送服務，為線下與線上融合的協同效應而設。
- (2) 於二零二一年十一月滙豐銀行與HKTVMall合作推出的創新數碼商戶融資計劃 — 以開發數據導向的信貸決策程序。滙豐會運用HKTVMall一系列的商業數據，包括營業額、貨品種類，以及退貨和退款記錄等以評估商戶合作夥伴的貸款申請。此計劃令HKTVMall的商戶夥伴更容易取得貸款，讓他們更專注於發展網上業務。
- (3) 於二零二一年八月推出HKTVMall Ecommerce Academy — 為一個全新綜合教育平台，提供多元化的工作坊，吸引零售商把線下業務發展至網上業務。它亦是一個強大的聯繫工具，可以持續吸引我們在HKTVMall的商戶合作夥伴。工作坊涵蓋數碼廣告、營銷、業務營運、融資等6大範疇。自推出以來至二零二一年年底，我們舉辦了兩系列的課程，共舉辦了十場講座及網上研討會，約有345名人士參加，尤其在提高他們對電子商貿的理解方面得到正面的反饋。
- (4) 「分享谷」於二零二一年十二月進行首次內部測試，並自二零二二年一月起擴展至特選客戶 — 以建立「虛擬社群」為目標，鼓勵客戶成為「關鍵意見客戶(Key Opinion Customers)」，創造及分享日常生活的內容。若其分享與HKTVMall的產品銷售有關，將獲得分紅。我們預期此社群可增加HKTVMall內的客戶互動，以提高粘度及HKTVMall應用程式的瀏覽量，同時用戶亦可發掘更多熱潮及趨勢的新事物。

科技業務 — Shoalter

自從我們於二零二零年八月首次宣佈成立集團的技術業務 Shoalter 以來，已經建立了兩大支柱：(1) 以自行研究及發展的點對點電子商貿方案提供服務；(2) 研究及發展，及營運自主研發的零售科技 — 全自動零售商店。自宣布以來的約18個月內，Shoalter 在二零二一年取得顯著進展。

(1) *EESE* 隆重推出一首個 Shoalter 的本地客戶，由其提供的點對點電子商貿方案支持

我們於二零二零年十二月簽訂電子商貿方案協議，為 *EESE* 建立網上購物平台，並於一年後的二零二一年十二月，*EESE* 隆重推出市場。自推出以來，根據 Google Analytics，*EESE* 的用戶瀏覽量穩定增加，而自二零二一年十二月一日推出以來第16週，7天活躍用戶約達250,000名。目前，*EESE* 有來自超過1,000家商戶所提供12個產品類別的4,500個品牌逾100,000件產品，包括時尚服飾、美妝造型、文化休閒、品味家居及運動裝備等。隨著推出積極的營銷及推廣活動，自推出以來僅三個月內，*EESE* 於二零二二年二月底已招攬逾50,000名成員。該穩健增長基礎應可作為 *EESE* 持續業務增長的基石。

(2) 「全自動零售商店」專利發明

該發明於二零二一年八月首次公佈，在少於一年的時間內，成功將概念實現，完成安裝第一部「全自動零售商店」，軟件硬件都如火如荼地進行測試中。其首個推出地點已確定為英國的曼徹斯特，而現正全力設立當地營運，包括辦事處、工作坊及倉庫也正在籌建中，及建立當地的營運團隊。

財務回顧

於年內，本集團錄得已完成訂單總商品交易額為6,494,600,000港元，增幅達11.2% (二零二零年：5,838,100,000港元)。

於二零二一年，本集團的營業額增加8.8%至3,130,200,000港元(二零二零年：2,877,900,000港元)，營業額主要來自以下項目：

1. 直接商品銷售2,047,200,000港元(二零二零年：1,970,300,000港元)；
2. 特許銷售及其他服務收入991,400,000港元(二零二零年：883,800,000港元)；
3. 多媒體廣告收入及節目版權90,700,000港元(二零二零年：23,800,000港元)；
及
4. 基於E2E的推出(Shoalter於二零二一年十二月由其電子商貿方案支持的首個方案客戶)帶來的科技業務收入900,000港元(二零二零年：無)。

由於直接商品銷售增長3.9%，存貨成本增加7.6%至1,575,100,000港元(二零二零年：1,463,500,000港元)以保持HKTVmall網上糧油雜貨競爭力。

於二零二一年，其他營運開支增加271,400,000港元至1,602,300,000港元(二零二零年：1,330,900,000港元)。在其他營運開支中，配送成本、市場推廣、宣傳及O2O門市市場推廣開支、O2O門市營運開支，以及電子商貿營運開支及支援成本被認為是營運電子商貿業務的主要營運開支項目，佔已完成訂單總商品交易額的百分比增加至二零二一年的22.7%(二零二零年：21.0%)。

明細如下(在考慮任何分部間溢價前按成本基準)：

	二零二一年		二零二零年	
	相對於已完成 訂單的總商品 交易額百分比	百萬港元	相對於已完成 訂單的總商品 交易額百分比	百萬港元
配送成本(附註1)	11.7%	759.9	11.8%	687.5
市場推廣、宣傳及O2O門市				
市場推廣開支	4.1%	265.8	2.5%	146.7
O2O門市營運開支(附註2)	2.1%	134.5	1.5%	87.4
電子商貿營運及支援成本	4.8%	310.5	5.2%	303.0
電子商貿業務分部主要營運開支	22.7%	1,470.7	21.0%	1,224.6
科技業務分部主要營運開支(附註3)		41.6		-
其他未分配營運開支(附註4)		19.3		14.2
主要營運開支總額		<u>1,531.6</u>		<u>1,238.8</u>
主要非現金項目(附註5)		143.3		136.3
減：於營業額內扣除的市場推廣、 宣傳及O2O門市營運開支		<u>(72.6)</u>		<u>(44.2)</u>
其他營運開支總額		<u>1,602.3</u>		<u>1,330.9</u>

附註：

1. 包括折舊一租賃作自用之其他物業54,800,000港元(二零二零年：43,000,000港元)，但未計入租賃負債利息7,400,000港元(二零二零年：5,900,000港元)。
2. 包括折舊一租賃作自用之其他物業61,000,000港元(二零二零年：43,700,000港元)，但未計入租賃負債利息1,900,000港元(二零二零年：2,200,000港元)。
3. 包括折舊一租賃作自用之其他物業2,200,000港元(二零二零年：無)。
4. 包括折舊一租賃作自用之其他物業1,500,000港元(二零二零年：800,000港元)。
5. 未計入折舊一租賃作自用之其他物業119,500,000港元(二零二零年：87,500,000港元)。

- 1) **配送成本**源於倉儲和物流，包括店舖自取的成本分配。營運效率主要來自(1)於二零二零年二月於屯門配送中心投入服務的交叉帶式自動分揀系統；(2)平均每日訂單量由二零二零年的32,300張增至二零二一年的39,000張亦持續帶來效率增益；(3)得益自繼續擴大O2O門市網路以擴大訂單取貨點所帶來的全年效益。但是，為增加配送容量以預備將來業務增長，自二零二一年七月起新增青衣配送中心。因此，營運成本需吸納未使用容量的相關開支。配送成本百分比由二零二零年的11.8%輕微減少至二零二一年的11.7%。
- 2) **市場推廣、宣傳及O2O門市市場推廣開支**，於二零二一年，包括推廣優惠碼及HKTVmall回贈、數碼營銷、宣傳單張、O2O門市營運成本等，以及一切相關職能的人才成本。

倘計及已從營業額扣除的已授出HKTVmall回贈及已使用的優惠券72,600,000港元(二零二零年：44,200,000港元)，則此總開支佔已完成訂單總商品交易額的4.1%(二零二零年：2.5%)，亦即265,800,000港元(二零二零年：146,700,000港元)。成本百分比增加主要由於二零二一年七月推出「\$350/\$500元電子禮券計劃」(「該計劃」)，以維持政府派發消費券計劃下HKTVmall的競爭力，當中86,600,000港元之優惠券開支已於二零二一年下半年入賬。其他市場推廣活動包括，推出喚醒沉睡客戶計劃，推動重複購買的刺激計劃，吸引用戶使用新的豐富功能，例如HKTVmall簡易版應用程式的長者會及HKTV極速送，滲透私人房屋及公共屋邨，以及將O2O門市網路於年尾擴展至93間商店而額外增加的O2O門市市場推廣開支。

- 3) **O2O門市營運開支**包括門市營運開支及相關職能的人才成本，此開支由二零二零年佔已完成訂單總商品交易額的1.5%增加至二零二一年的2.1%。主要是由於O2O門市網絡由二零二零年十二月的68間擴展至二零二一年十二月的93間，其中包括一間HKTV超級市場。
- 4) **電子商貿營運及支援成本**，包括支付處理費用、商戶關係管理及吸納、客戶服務、資訊科技及其他支援功能。電子商貿營運及支援成本由二零二零年佔已完成訂單總商品交易額的5.2%減至二零二一年的4.8%。主要由於(1)已完成訂單總商品交易額增加而獲得的營運效益；(2)因共享支援功能而分配相關成本至科技業務及總辦事處及企業相關功能。
- 5) **科技業務分部主要營運開支**為科技業務產生的不可資本化為無形資產或其他合約成本之研發開支，及從共享支援功能中分配之成本。
- 6) **其他未分配營運開支**主要為未分配至電子商貿業務或科技業務之總辦事處及企業開支。
- 7) **主要非現金項目**主要包括物業、廠房及設備的折舊、無形資產攤銷、其他合約成本攤銷以及股份交易支付之開支。物業、廠房及設備折舊增加11,200,000港元(不包括租賃作自用之其他物業的折舊)，主要因為於二零二一年投入服務的新增O2O門市而引起的裝修、傢具及設備成本，及二零二零年及二零二一年電腦、辦公室及倉庫設備的增加。此外，二零二一年錄得以股份支付之開支(資本化後)7,000,000港元，而於二零二零年則為15,100,000港元。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，按照獨立測量師公司進行的估值，本集團已確認投資物業估值收益16,100,000港元(二零二零年：虧損6,100,000港元)。

二零二一年的其他收入淨額為47,100,000港元(二零二零年：116,900,000港元)主要包括其他金融資產及銀行存款產生的投資收入19,900,000港元(二零二零年：27,000,000港元)、投資物業租金收入23,800,000港元(二零二零年：23,800,000港元)，以及淨匯兌收益3,200,000港元(二零二零年：虧損1,600,000港元)，主要由於年內美元兌港元升值，惟部分被按公平值計入損益計量的金融資產之未變現公平值虧損7,400,000港元(二零二零年：7,000,000港元)所抵銷，加上撥回已確認預期信貸虧損600,000港元(二零二零年：撥備4,500,000港元)。此外，於二零二零年確認政府補貼70,900,000港元，而於二零二一年則並無錄得有關補貼。

銀行利息收入及其他金融資產投資回報減少7,100,000港元，乃主要由於變現部分投資組合以減低投資所承受的市場及財務風險。

財務成本主要包括租賃負債利息9,400,000港元(二零二零年：8,100,000港元)。於二零二零年有銀行貸款利息1,900,000港元，而於二零二一年則並無錄得銀行貸款利息。

整體而言，本集團於二零二一年產生年內溢利14,300,000港元，而於二零二零年則為183,600,000港元及經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利112,700,000港元，而二零二零年則錄得236,200,000港元。

若不包括科技業務分部及未分配總辦事處及企業經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利，二零二一年的電子商貿業務經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為150,000,000港元，而二零二零年為255,800,000港元。

流動資金及資本資源

於二零二一年十二月三十一日，本集團之總現金狀況為銀行及手頭現金624,200,000港元(二零二零年十二月三十一日：942,500,000港元)，並無未償還借貸。總現金狀況減少主要由於投資組合的金融資產投資淨額115,700,000港元、租賃租金的本金及利息部分123,700,000港元、購買物業、廠房及設備所付款項150,900,000港元，收購附屬公司所付款項118,000,000港元、已付中期股息73,300,000港元、添置無形資產所付款項增加23,700,000港元，惟部分被經營活動產生現金流入247,000,000港元、已收取利息及投資收入19,000,000港元、因年內行使股份期權而發行新股的所得款項淨額19,700,000港元，以及出售物業、廠房及設備所得款項1,300,000港元所抵銷。

於二零二一年十二月三十一日，以公平值計算，本集團共投資444,000,000港元(二零二零年十二月三十一日：342,300,000港元)於其他金融資產。於二零二一年十二月三十一日，公平值儲備(不可轉回及可轉回)錄得6,300,000港元虧損淨額(二零二零年十二月三十一日：1,800,000港元重估盈餘)。年內，其他金融資產公平值變動總額(扣除已確認的預期信貸虧損)為15,500,000港元虧損(二零二零年十二月三十一日：13,500,000港元)，其中分別於損益、公平值儲備(可轉回)及公平值儲備(不可轉回)錄得7,400,000港元虧損(二零二零年十二月三十一日：7,000,000港元)、5,900,000港元虧損(二零二零年十二月三十一日：2,000,000港元盈餘)及2,200,000港元虧損(二零二零年十二月三十一日：4,500,000港元)。

本集團將根據其整體庫務目標及政策，就其現金資產盈餘進行庫務管理活動。選擇投資之標準包括所涉及之相關風險狀況、投資之流動性、投資之除稅後等值收益率，且該等投資並非投機性質。為符合其流動資金目標，本集團大部分投資集中在流動投資工具、產品或股份，如具投資級別之產品、指定世界指數之成份股或國有或受控制之公司之股份。固定收入產品之投資按不同到期情況構成，以配合持續業務發展及擴充需求。此外，倘預期須動用額外現金撥付業務，則本集團將適當地變現其投資。

於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日，本集團概無動用任何未承諾銀行融資，餘下未承諾銀行融資額為940,700,000港元(二零二零年十二月三十一日：935,100,000港元)可於日後動用。

本集團總現金及現金等價物包括銀行之結存及手頭現金以及到期日為三個月內之定期存款(如有)。於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日，本集團並無任何已抵押銀行存款，作為一間銀行就外匯及利率對沖安排而授出銀行融資的擔保金。

於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日，本集團為正現金狀況，因此並無呈列資產負債比率。董事認為，經計及內部可用財務資源及現有銀行融資，本集團有充足資金撥付其營運及應付其到期財務責任。

於二零二一年，本集團投資228,200,000港元於資本開支，而二零二零年則為88,400,000港元。對於日後之資本開支需求，我們將繼續保持審慎態度且預期將會運用本集團內部資源及銀行融資撥付有關需求。整體而言，本集團之財務狀況保持穩健，以支持業務持續拓展。

集資活動

為加強本集團的財務狀況，並為本集團的擴展及增長計劃提供中期資金，本公司於二零二零年二月十一日與Top Group International Limited(「賣方」)及UBS AG香港分行(「配售代理」)訂立配售協議(「配售協議」)，並與賣方訂立認購協議(「認購協議」)，據此，配售代理同意按全數包銷基準，按每股5.15港元配售90,000,000股本公司現有普通股予不少於六名獨立承配人(「配售事項」)，而賣方同意按每股5.15港元認購90,000,000股本公司新普通股(「認

購股份」) (「認購事項」)。認購事項的所得款項總額約為463,500,000港元，而所得款項淨額約為453,200,000港元。淨配售價格約為每股5.04港元。認購股份相當於於配售協議及認購協議日期本公司已發行股本約10.96%及經認購事項擴大後的本公司已發行股本約9.88%。根據股份於二零二零年二月十一日的收市價計算，認購股份的市值約為540,900,000港元。

本公司擬動用認購事項所得款項淨額(1)擴展本集團電子商貿及有關業務；及(2)作為一般營運資金，其符合於日期為二零二零年二月十二日及二零二零年二月二十四日之本公司公告所披露的擬定用途。所得款項淨額的用途詳情如下：

所得款項淨額的擬定用途	擬定動用 金額 百萬港元	截至	截至	預期動用時間表
		二零二零年 十二月三十一日 已動用金額 百萬港元	二零二一年 十二月三十一日 已動用金額 百萬港元	
擴展本集團電子商貿及有關業務：				
(i) 擴建將軍澳總部電子配送中心	200	1.1	3.7	二零二三年底或之前
(ii) 加設第六個配送中心	40	-	6.1	二零二二年底或之前
(iii) 增設約200至250架送貨車	約90至110	19.5	26.1	二零二三年底或之前
(iv) 升級電腦硬件及軟件	50	9.4	50.0	二零二一年底或之前
本集團一般營運資金	約53.2至73.2	-	73.2	二零二一年底或之前
總計	<u>453.2</u>	<u>30.0</u>	<u>159.1</u>	

集團資產押記

於二零二一年十二月三十一日，本集團的銀行融資額940,700,000港元以本集團其他金融資產444,000,000港元及存於多間銀行之現金298,600,000港元作抵押。

匯率

本集團幾乎所有貨幣資產及負債主要以港元及美元計值。鑒於港元兌美元之匯率自一九八三年起持續貼近現行聯繫匯率7.80港元兌1.00美元，管理層並不預期兩種貨幣之間有任何重大外匯收益或虧損。

或然負債

於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債或資產負債表以外責任。

展望

電子商貿業務 — HKTVmall

第五波新型冠狀病毒爆發而帶來的營運影響

第五波新型冠狀病毒爆發嚴重影響大部份香港人的生活。社交距離收緊措施自二零二二年年初執行之後，再次促使消費者改變行為，包括大量購買及轉移至網上購物。

作為香港最大的網上購物商場，HKTVmall於此艱難的時期正盡力履行客戶訂單。儘管如此，我們的團隊尤其是前線的員工，以及我們的商戶及供應商合作夥伴亦無法完全避開疫情。零售及消費者產品營運商縮短營業時間或暫停店舖營運的情況日增。在此情況下，HKTVmall亦同時面對訂單配送上，前所未有的營運挑戰，尤其是於二零二二年二月至三月期間。

我們的前線人手無可避免地受到影響，例如於最高峰時，超過三分之一的前線人手因為自身或密切接觸者的新型冠狀病毒測試呈陽性結果而需要隔離。我們部份的業務夥伴包括商戶、供應商及第三方物流營辦商亦同樣面對嚴重人手或產品短缺，引致履行客戶訂單上的困難。因此，客戶訂單的配送等候時間嚴重延長，出現越來越多產品或客戶訂單取消的情況。

於二零二二年二月的訂單總商品交易額，截至二零二二年三月二十八日，整體取消率達到約3.4%。

為恢復我們的配送容量，HKTVmall已立即執行數項措施以增加前線人手，包括：

- (1) 為填補人手短缺，提供具競爭力的日薪，主動招聘失業或暫時處於無薪安排的人力，成為我們的司機、派遞員、倉庫助理或O2O店員。
- (2) 為舒緩前線壓力，邀請後勤同事擔任行政及監督配送及O2O門市職務。
- (3) 為提升配送能力，誠邀餐飲業界成為第三方業務夥伴，成為短期客戶訂單自取點，並設保證收入。截至二零二二年三月二十二日，我們已經與57個夥伴簽訂合約，增加約28.0%訂單自取點。除此之外，當更多人手復工時，我們便可增加自家O2O門市的訂單自取容量。

於作出努力後，70%的派送區域的派送等候時間已縮短至二至五日。而隨著時間過去，越來越多人手將完成隔離並復工，期望我們的配送容量可逐漸回復。事實上，我們預期於二零二二年三月，已完成訂單總商品交易額將創歷史新高，每日配送總商品交易額將較二零二二年二月增加約15.5%。這顯示了管理團隊在處理危機時，擁有強大應變能力。

此次事件進一步加強我們的信念，延展自動化至業務夥伴的重要性。因此，視乎新型冠狀病毒疫情的持續發展，當我們的最後一哩派送容量逐漸恢復時，我們將著手進行於二零二二年初公佈的「最後一哩服務承諾」以及「第三方物流服務」的計劃。

最後一哩服務承諾及第三方物流服務的新業務線

於二零二二年一月十日的公告提及，為加速網上購物的業務發展，我們計劃分兩個階段提升配送容量，務求可於短時間內滿足客戶需要。然而，正如上述提及第五波疫情帶來的營運影響，我們將有關計劃延遲，而經過評估後，我們的計劃將更新如下：

第一階段 — 於二零二二年上半年結束止：「兩天派送」目標

- (1) 額外增加40架送貨車及每月投資5,000,000港元的營運開支，提升容量以達致90.0%至95.0%的送貨訂單符合「兩天派送」的目標。
- (2) 進一步推遲訂單的截單時間，由上午9時改至下午1時，即是於今天下午1時確定的訂單，將於明天派送。

第二階段 — 於二零二三年上半年結束止：「第三方物流業務，以達致翌日派送」

- (1) 為推出第三方物流服務增加150,000至250,000平方呎的樓面面積，將首85%最高銷售額的商戶產品(估計約為150,000件產品)於HKTVmall的自動化配送中心儲存，並於接到客戶訂單後，進行執貨。
- (2) 第三方物流服務以中央存貨及一站式配送流程，進一步提升為終端客戶提供的服務水平，即若訂單於午夜確定，可於翌日早上派送。
- (3) 第三方物流服務的目標客戶並不只是服務HKTVmall商戶及供應商夥伴於HKTVmall的商店，亦同時開放至其於其他平台設立的網上商店，或任何有興趣發展網上業務的人士。所有這類服務將需收取儲存費用，以成本加成基礎計算的執貨及包裝費用。
- (4) 這將會是香港科技探索集團的新業務，賴以我們的自動化配送經驗，加速香港的網上發展。

電子商貿業務的二零二二年目標

預期二零二二年將會是動盪的一年，地緣政治、經濟環境及新型冠狀病毒帶來不確定性。我們認為業務將繼續增長，因為新型冠狀病毒延續而令全球各地的人將生活各方面包括購物，轉移至線上。事實上，我們於二零二二年第一季表現強勁，於二零二二年一月、二月及三月首二十八天的平均每日訂單總商品交易額分別達到22,500,000港元、30,500,000港元及23,300,000港元。儘管如此，增長的途徑可能有所變化，並影響盈利及成本結構。因此，我們於二零二二年的主要業務目標存在彈性如下：

- (1) HKTVmall的全年訂單總商品交易額為8,000,000,000港元至8,500,000,000港元(二零二一年實際：6,570,000,000港元)，按年增加21.7%至29.3%；
- (2) 總毛利率及混合佣金率為23.4%(二零二一年實際：23.7%)；
- (3) 多媒體廣告收入為120,000,000港元(二零二一年實際：90,500,000港元)於二零二一年九月推出早鳥優惠，於二零二一年十二月底已收到約為90,000,000港元的廣告費用承諾。
- (4) 主要營運成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比如下：
 - a. 配送成本為12.0%至13.5%(二零二一年實際：11.7%)；
 - b. 市場推廣、宣傳及O2O門市市場推廣開支為3.0%至3.8%(二零二一年實際：4.1%)；
 - c. O2O門市營運成本為2.0%至2.2%(二零二一年實際：2.1%)；及
 - d. 電子商貿營運及支援成本為4.2%至4.4%(二零二一年實際：4.8%)。
- (5) 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利佔已完成訂單的總商品交易額百分比為2.0%至2.5%(二零二一年實際：2.3%)。

正如上文提及，二零二二年是複雜的一年，存在很多不同的可能性。我們以推動訂單總商品交易額增長為目標，於投放配送成本，市場推廣及宣傳的投資幅度及方向將可能出現高度的變數。因此，我們預期經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利可能處於較廣泛的盈利範圍內。

五年的資本性開支計劃以支持電子商貿的中期目標

我們為電子商貿業務訂下中期目標，於未來三至五年，本集團由Shoalter電子商貿方案支援的香港平台，訂單總商品交易額可取得12,000,000,000港元至15,000,000,000港元。為達到此中期目標，我們需要計劃未來。其中一個關鍵的成功因素，是自動化配送能力及容量。

因此，我們擁有一個五年的資本性開支計劃，去擴展我們的自動化配送容量，將透過擴展於將軍澳總部的自設基礎建設及以長期租約形式加入額外設施，於未來五年分階段由現時的570,000平方呎增加至900,000平方呎。估計用於建築成本及轉換整塊將軍澳總部用地容許用作電子商貿及科技用途的同意費的資本性開支合共約為860,000,000港元。這個資本性開支計劃對於達到我們的中期業務目標尤其重要。

科技業務

於二零二二年，關於全自動零售商店的新業務線，視乎新型冠狀病毒疫情發展而定，我們目標於二零二二年第三季至二零二二年第四季在試行的基礎下，於曼徹斯特推出第一個裝置。

另一方面，由於現時我們已經有兩個網購商場，即HKTVmall及EESE（由Shoalter電子商貿方案支持），我們正為商戶平台進行翻新計劃，協助他們於多個平台上發展電子商貿營運，包括以下新功能：

- (1) 連接功能：透過開放應用程式介面，分享同一貨存資料；
- (2) 商戶對話：促進售前售後與客戶交流的溝通橋樑；
- (3) 商戶服務流動應用程式：隨時隨地即時更新資料及作出回應；及
- (4) 自動化第三方物流服務系統：支援多個網上平台，促使商戶加快配送速度及精簡營運程序。

以上所有新功能皆以提升商戶管理效率為目標，令他們可更專注於推動由我們電子商貿方案支持的平台之網上業務表現。

報告期後之非調整事項

於報告期末後，由於近期俄烏衝突，加上俄羅斯金融體系面臨國際制裁措施，其外幣債券的票息支付及本金償還存在高度不確定性。於二零二一年十二月三十一日，本集團持有俄羅斯主要金融機構之一發行賬面值32,078,000港元的債券，可否悉數收回亦屬未知之數。截至此公告刊發日期，本集團並無足夠可靠資料評估其對綜合財務報表的財務影響。

業績

董事會謹此公佈本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績。

綜合損益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

	附註	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
營業額	3	<u>3,130,164</u>	<u>2,877,884</u>
直接商品銷售 存貨成本	3	<u>2,047,194</u> <u>(1,575,052)</u>	<u>1,970,326</u> <u>(1,463,465)</u>
		472,142	506,861
特許銷售收入及其他服務收入	3	991,410	883,754
多媒體廣告收入及節目版權	3	90,667	23,804
科技業務收入	3	893	-
投資物業估值收益／(虧損)		16,100	(6,050)
其他經營開支	5(a)	(1,602,323)	(1,330,916)
其他收入淨額	4	47,126	116,880
財務費用	5(b)	<u>(9,915)</u>	<u>(10,192)</u>
除稅前溢利		6,100	184,141
所得稅抵免／(開支)	7	<u>8,165</u>	<u>(560)</u>
年內溢利		<u>14,265</u>	<u>183,581</u>
以下人士應佔：			
本公司權益持有人		14,780	183,581
非控股權益		<u>(515)</u>	<u>-</u>
年內溢利		<u>14,265</u>	<u>183,581</u>
每股盈利	9		
基本及攤薄		<u>0.02 港元</u>	<u>0.20 港元</u>

綜合全面收益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

	附註	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
年內溢利		<u>14,265</u>	<u>183,581</u>
年內其他全面收益	6		
其後不會重新分類至損益之項目：			
指定按公平值計入其他全面收益 計量的股本工具			
— 公平值儲備(不可轉回) 變動淨額		<u>(2,177)</u>	<u>(4,541)</u>
其後可能重新分類至損益之項目：			
換算海外附屬公司財務報表 產生的匯兌差額		159	(84)
按公平值計入其他全面收益計量的 債務証券			
— 公平值儲備(可轉回)變動淨額		<u>(5,891)</u>	<u>(1,953)</u>
		<u>(5,732)</u>	<u>(2,037)</u>
年內其他全面收益		<u>(7,909)</u>	<u>(6,578)</u>
年內全面收益總額		<u>6,356</u>	<u>177,003</u>
以下人士應佔：			
本公司權益持有人		6,871	177,003
非控股權益		<u>(515)</u>	<u>—</u>
年內全面收益總額		<u>6,356</u>	<u>177,003</u>

綜合財務狀況表

於二零二一年十二月三十一日

(以港元列示)

	附註	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,751,803	1,398,110
無形資產		71,343	59,686
商譽		-	897
長期應收賬項、按金及預付款項		65,403	28,984
其他金融資產	10	268,733	324,119
遞延稅項資產		9,952	-
		<u>2,167,234</u>	<u>1,811,796</u>
流動資產			
其他應收賬項、按金及預付款項		155,379	109,360
存貨及其他合約成本資產		134,128	126,573
其他流動金融資產	10	175,305	18,197
現金及現金等價物		624,247	942,479
		<u>1,089,059</u>	<u>1,196,609</u>
流動負債			
應付賬款	11	254,004	319,888
其他應付賬項及應計費用	11	409,462	284,879
已收按金		5,757	5,757
應付稅項		2,381	758
租賃負債		125,405	94,413
		<u>797,009</u>	<u>705,695</u>
流動資產淨值		<u>292,050</u>	<u>490,914</u>

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
總資產減流動負債	2,459,284	2,302,710
非流動負債		
遞延稅項負債	1,391	1,227
租賃負債	396,625	203,795
	<u>398,016</u>	<u>205,022</u>
資產淨值	<u>2,061,268</u>	<u>2,097,688</u>
資本及儲備	12	
股本	1,774,173	1,747,693
儲備	287,610	349,995
本公司權益持有人應佔權益總額	2,061,783	2,097,688
非控股權益	(515)	-
權益總額	<u>2,061,268</u>	<u>2,097,688</u>

附註：

1 編製基準

本初步公告載列之有關截至二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日止年度之財務資料並不構成本公司就該等年度之法定年度綜合財務報表，惟源自該等財務報表。根據第622章香港公司條例第436條規定披露有關該等法定財務報表之進一步資料如下：

本公司已根據香港公司條例第662(3)條及附表6第3部規定，向公司註冊處處長呈遞截至二零二零年十二月三十一日止年度之財務報表，並將於適當時候發出截至二零二一年十二月三十一日止年度之財務報表。

本公司之核數師已就兩個年度之本集團財務報表作出報告。核數師報告並無保留意見；並無載有核數師於出具無保留意見之情況下，提請注意任何引述之強調事項；亦不載有根據香港公司條例第406(2)、第407(2)或(3)條作出之陳述。

本公告載列之年度業績摘錄自本集團根據所有適用香港財務報告準則(此統稱包括香港會計師公會頒佈之所有適用個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋、香港普遍採納之會計原則及香港《公司條例》之規定)編製的該年度綜合財務報表。本集團綜合財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露條文。

除投資物業及於其他金融資產的投資按公平值列賬外，編製財務報表採用歷史成本作為計量基準。

在編製符合香港財務報告準則之財務報表時，管理層須作出足以對會計政策之應用，以及資產、負債、收入及支出之報告數額構成影響之判斷、估計及假設。這些估計及相關假設是根據以往經驗及管理層因應當時情況認為合理之多項其他因素作出，其結果構成了在無法依循其他途徑即時得知資產與負債賬面值時作出判斷之基礎。實際結果可能有別於估計數額。

管理層會不斷審閱各項估計及相關假設。倘會計估計之修訂只是影響某一期間，其影響便會在該期間內確認；倘修訂對當前及未來期間均有影響，則在作出修訂之期間及未來期間內確認。

2 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效的香港財務報告準則的修訂。該等發展概無對本集團當前或先前期間的業績及財務狀況編製或呈列方式造成重大影響。

本集團並無採用於當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

3 營業額及分部資料

(a) 營業額

本集團主要從事電子商貿業務，包括但不限於經營點對點網上購物商場、多媒體製作及其他相關服務（「電子商貿業務」）及科技解決方案業務（「科技業務」）。

(i) 收益分列

按性質及確認收益時間分列之客戶合約收益如下：

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
香港財務報告準則第15號範疇內的 客戶合約收益		
按性質分列		
— 直接商品銷售	2,047,194	1,970,326
— 特許銷售收入及其他服務收入	991,410	883,754
— 多媒體廣告收入及節目版權	90,667	23,804
— 科技業務收入	893	—
	<u>3,130,164</u>	<u>2,877,884</u>
按確認收益時間分列		
— 於某一時間點確認	2,983,386	2,830,839
— 於一段時間內確認	146,778	47,045
	<u>3,130,164</u>	<u>2,877,884</u>

(ii) 於報告日期存在的客戶合約所產生預期於日後確認的收益

於二零二一年十二月三十一日，分配至本集團現有合約項下的餘下履約責任總額為74,107,000港元。本集團將於日後達成履約責任後(預期於未來1至7年內發生)確認預期收益。

本集團已採用香港財務報告準則第15號第121段的實際權宜之計，而不會披露報告期末有關本集團在達成尚未達成(或部分達成)未償還合約餘下履約責任時有權獲得的本集團收益的資料，此乃由於有關尚未達成的履約責任的原本預計持續時限為一年或以下。

(b) 分部資料

本集團按分部管理其業務，分部按業務線(產品及服務)及地區劃分。按與就資源分配及表現評估向本集團主要經營決策者內部呈報資料方式一致的方式，本集團已呈列以下二個可呈報分部。概無合併經營分部以組成以下可呈報分部。

- 電子商貿業務(香港)：本集團電子商貿業務分部的收益來自香港的點對點網上購物商場營運、多媒體製作及其他相關服務。該等產品及服務採購自位於香港的外部供應商或於本集團物業生產。
- 科技業務(本地及國際)：本集團科技業務分部的收益來自(1)向本集團的電子商貿分部業務或外部客戶提供科技解決方案，以於經營點對點網上購物商場業務；(2)從事零售科技的研發活動，並在全球採用零售科技運營業務。

於二零二零年，本集團僅確定一個業務分部，即電子商貿業務。因此，分部資料的比較數字已重新分類以符合本年度的呈列。

(i) 分部業績、資產及負債

就評估分部表現及分配分部間資源而言，本集團主要經營決策者按以下基準監察各可呈報分部應佔之業績、資產及負債：

分部資產包括所有有形、無形資產及流動資產，惟金融資產、遞延稅項資產及其他企業資產投資除外。分部負債包括個別分部銷售活動應佔的應付賬項、其他應付款項及應計費用以及租賃負債。

收益及開支乃參考該等分部產生之營業額及該等分部產生之開支或該等分部應佔之資產折舊或攤銷所產生開支分配至可呈報分部。

扣除利息(包括投資回報)、稅項、折舊及攤銷前盈利(「扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利」)/(虧損)指年內溢利/(虧損)加銀行貸款利息(不包括融資成本—租賃負債利息)、所得稅開支/(抵免)、物業、廠房及設備折舊(不包括租賃作自用之其他物業折舊)、無形資產攤銷以及其他合約成本攤銷，並扣除投資回報。

經調整扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利/(虧損)指經主要非現金項目調整的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利/(虧損)，惟不包括政府補貼。

除取得有關分部溢利之分部資料外，管理層獲提供有關分部間銷售、分部直接管理之現金結餘利息收入及開支、分部於其營運中使用之非流動分部資產之折舊、攤銷及減值虧損以及添置之分部資料。分部間銷售乃參考就類似訂單向外部人士收取的價格定價。

按確認收益時間分列的客戶合約收益分拆以及截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度就資源分配及評估分部表現向本集團主要經營決策者提供有關本集團可呈報分部的資料載列如下。

截至十二月三十一日止年度	電子商貿業務		科技業務		總額	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
按確認收益時間分列						
於某一時間點確認	2,983,386	2,830,839	-	-	2,983,386	2,830,839
於一段時間內確認	145,885	47,045	893	-	146,778	47,045
自向外部客戶的收益	3,129,271	2,877,884	893	-	3,130,164	2,877,884
分部間收益	-	-	95,549	-	95,549	-
可呈報分部收益	<u>3,129,271</u>	<u>2,877,884</u>	<u>96,442</u>	<u>-</u>	<u>3,225,713</u>	<u>2,877,884</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利/(虧損))	<u>107,581</u>	<u>256,930</u>	<u>(6,509)</u>	<u>-</u>	<u>101,072</u>	<u>256,930</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (經調整扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前盈利/(虧損))	<u>112,586</u>	<u>255,779</u>	<u>(3,763)</u>	<u>-</u>	<u>108,823</u>	<u>255,779</u>

截至十二月三十一日止年度	電子商貿業務		科技業務		總額	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
利息收入	1	4	7	-	8	4
分部間財務費用	(3,702)	(4,375)	-	-	(3,702)	(4,375)
年內折舊及攤銷(不包括租賃 作自用之其他物業折舊)	(107,379)	(103,883)	(4,892)	-	(112,271)	(103,883)
可呈報分部資產	1,885,236	1,717,754	149,426	-	2,034,662	1,717,754
年內新增非流動分部資產	421,627	100,929	51,206	-	472,833	100,929
可呈報分部負債	1,264,850	903,223	45,688	-	1,310,538	903,223

(ii) 可呈報分部收益、溢利或虧損之對賬

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
收益		
可呈報分部收益	3,225,713	2,877,884
分部間收益數抵銷	(95,549)	-
收益(附註3(a))	<u>3,130,164</u>	<u>2,877,884</u>
溢利		
可呈報分部溢利(扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利)	101,072	256,930
所得稅抵免	9,295	-
利息收入	8	4
折舊—物業、廠房及設備(不包括租賃 作自用之其他物業折舊)	(111,202)	(103,883)
無形資產攤銷	(932)	-
其他合約成本攤銷	(137)	-
未分配之總辦事處及企業淨收入	<u>16,161</u>	<u>30,530</u>
年內溢利	<u>14,265</u>	<u>183,581</u>

(iii) 可呈報分部資產之對賬

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
可呈報分部資產	2,034,662	1,717,754
分部間應收賬項抵銷	(151,236)	(78,900)
未分配之總辦事處及企業資產 (包括分部間貸款)	<u>1,372,867</u>	<u>1,369,551</u>
綜合資產總計	<u><u>3,256,293</u></u>	<u><u>3,008,405</u></u>

(iv) 可呈報分部負債之對賬

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
可呈報分部負債(包括分部間貸款)	1,310,538	903,223
分部間應付賬項抵銷	(151,236)	(78,900)
未分配之總辦事處及企業負債	<u>35,723</u>	<u>86,394</u>
綜合負債總計	<u><u>1,195,025</u></u>	<u><u>910,717</u></u>

(v) 地區分部資料

本集團大部分營運活動於香港進行，而大部分資產置於香港。因此，概無呈列地區分部資料。

4 其他收入淨額

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
銀行利息收入	152	3,249
來自其他金融資產之股息及投資收入	5,251	4,705
來自其他金融資產之利息收入	14,509	18,249
出售其他金融資產之(虧損)/收益	(14)	784
按公平值計入損益計量的投資基金單位		
未變現公平值虧損	(7,945)	(2,443)
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券之		
預期信貸虧損撥回/(撥備)	592	(4,527)
投資物業租金	23,774	23,774
淨匯兌收益/(虧損)	3,188	(1,601)
政府補貼(附註(i))	-	70,859
其他	7,619	3,831
	<u>47,126</u>	<u>116,880</u>

附註：

- (i) 於二零二零年，本集團成功申請資金支援，主要來自香港特別行政區(「香港特區」)政府在防疫抗疫基金下推出「保就業」計劃。有關資金旨在為企業留聘人才提供財政支援。根據補助的條款，本集團不得於補貼期間裁員，並將所有資金用於支付人才工資。

5 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除／(計入)下列項目：

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
(a) 其他經營開支		
折舊		
— 自置物業、廠房及設備	92,561	84,376
— 使用權資產	143,314	108,315
廣告及市場推廣開支(不包括已於營業額中 扣除的72,596,000港元 (二零二零年：44,189,000港元))	169,669	76,099
核數師酬金	2,826	2,496
出售物業、廠房及設備之(收益)／虧損	(463)	27
存貨撇減及撇銷	27,328	23,383
人才成本(附註5(c))	709,374	634,766
無形資產攤銷	14,072	13,140
其他合約成本攤銷	137	—
投資物業總開支	1,603	1,427
外包配送開支	205,473	190,366
支付處理費用	76,942	77,055
自置汽車使用開支	34,305	28,178
軟件版權及註冊費	18,894	16,588
公用事業、消耗品及辦公室開支	46,583	34,085
商譽撇銷	897	—
其他	58,808	40,615
	1,602,323	1,330,916
(b) 財務費用		
銀行貸款利息	—	1,855
租賃負債利息	9,355	8,071
銀行費用	560	266
	9,915	10,192
(c) 人才成本		
工資及薪金	700,496	596,603
退休福利成本—界定供款計劃	25,674	23,076
以股份支付之開支	9,025	15,087
減：人才成本資本化為無形資產及 其他合約成本	(25,821)	—
計入其他經營開支之人才成本	709,374	634,766

人才成本包括本集團向所有受僱人士(包括董事)所支付及計提之全部補償及福利。

6 其他全面收益

(a) 關於其他全面收益各部分之稅務影響

	二零二一年			二零二零年		
	除稅前	稅項	除稅後	除稅前	稅項	除稅後
	金額	開支	金額	金額	開支	金額
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
指定按公平值計入						
其他全面收益						
計量的股本工具	(2,177)	-	(2,177)	(4,541)	-	(4,541)
—公平值儲備(不可轉回)						
變動淨額						
換算海外附屬公司財務						
報表產生之匯兌差額	159	-	159	(84)	-	(84)
按公平值計入其他全面						
收益計量的債務證券						
—公平值儲備(可轉回)						
變動淨額	(5,891)	-	(5,891)	(1,953)	-	(1,953)
其他全面收益	(7,909)	-	(7,909)	(6,578)	-	(6,578)

(b) 其他全面收益部分(包括重新分類調整)

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
指定按公平值計入其他全面收益計量的		
股本工具—公平值儲備(不可轉回)變動淨額：		
—於本年度確認之公平值變動	(2,177)	(4,541)
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券		
—公平值儲備(可轉回)變動淨額：		
—於本年度確認之公平值變動	(5,313)	(5,696)
—於出售後重新分類至損益	14	(784)
—預期信貸虧損(撥回)/撥備重新分類至		
損益	(592)	4,527
	(5,891)	(1,953)

7 所得稅(抵免)／開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度香港利得稅撥備乃根據本年度估計應課稅溢利之16.5%(二零二零年：16.5%)計算，惟本集團一間身為利得稅兩級制合資格企業之附屬公司除外，其首2,000,000港元的應課稅溢利以8.25%(二零二零年：8.25%)的稅率徵稅，餘下應課稅溢利則以16.5%(二零二零年：16.5%)的稅率徵稅。

附屬公司海外分行的稅項乃根據本年度估計應課稅溢利之20%(二零二零年：無)計算。

在綜合損益表列賬之所得稅(抵免)／開支金額為：

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
即期稅項		
香港利得稅	993	521
海外	630	-
遞延稅項		
暫時差額產生及撥回	(9,788)	39
	<u>(8,165)</u>	<u>560</u>

8 股息

就應佔年內溢利應付本公司權益持有人之股息：

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元
宣派及支付之中期股息每股8港仙(二零二零年：無)	<u>73,335</u>	<u>-</u>

董事會已議決不會就截至二零二一年十二月三十一日止年度宣派任何末期股息(二零二零年十二月三十一日：無)。

就截至二零二一年六月三十日止六個月的中期股息，二零二一年中期財務報告所披露的中期股息與年內宣派及派付的金額之間存在29,000港元之差額，該金額為於暫停辦理股份過戶登記手續日期前，於行使361,600份購股權後已發行新股應佔股息。

9 每股盈利

每股基本盈利乃基於截至二零二一年十二月三十一日止年度之本公司權益持有人應佔溢利14,780,000港元(二零二零年十二月三十一日：183,581,000港元)及年內已發行普通股加權平均數916,160,000股(二零二零年十二月三十一日：897,733,000股普通股)計算，詳情如下：

普通股加權平均股數

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千股	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千股
於一月一日之已發行普通股	911,274	820,734
行使期權之影響	4,886	278
已發行新股份之影響	—	76,721
	<hr/>	<hr/>
於十二月三十一日之普通股加權平均股數	916,160	897,733

截至二零二一年十二月三十一日止年度之每股攤薄盈利乃根據年內本公司權益持有人應佔溢利14,780,000港元(二零二零年十二月三十一日：183,581,000港元)及普通股加權平均股數954,590,000股(二零二零年十二月三十一日：932,327,000股)計算，已就年內股份期權計劃下之潛在攤薄普通股之影響作出調整。

普通股加權平均股數(攤薄)

	截至二零二一年 十二月三十一日 止年度 千股	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千股
於十二月三十一日之普通股加權平均股數	916,160	897,733
根據本公司股份期權計劃視作發行股份之影響	38,430	34,594
	<hr/>	<hr/>
於十二月三十一日之普通股加權平均股數(攤薄)	954,590	932,327

10 其他金融資產

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
指定按公平值計入其他全面收益(不可轉回) 計量的股本工具		
— 股本証券	21,132	20,655
— 永續債券	75,957	51,845
	<u>97,089</u>	<u>72,500</u>
按公平值計入其他全面收益(可轉回)計量的 債務証券		
— 一年內到期	175,305	18,197
— 一年後到期	109,480	182,049
	<u>284,785</u>	<u>200,246</u>
按公平值計入損益計量的投資基金單位	<u>62,164</u>	<u>69,570</u>
	<u>444,038</u>	<u>342,316</u>
相當於：		
— 非流動部分	268,733	324,119
— 流動部分	175,305	18,197
	<u>444,038</u>	<u>342,316</u>

於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日，所有該等金融資產按公平值列值。

11 應付賬款、其他應付賬項及應計費用

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
應付賬款(附註(a))	<u>254,004</u>	<u>319,888</u>
合約負債	237,501	105,973
其他應付賬項及應計費用(附註(b))	171,961	178,906
	<u>409,462</u>	<u>284,879</u>
	<u>663,466</u>	<u>604,767</u>

(a) 應付賬款之賬齡分析如下：

	二零二一年 十二月三十一日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
未逾期-30日	245,823	315,530
31-60日	1,810	1,240
61-90日	689	760
超過90日	5,682	2,358
	<u>254,004</u>	<u>319,888</u>

(b) 其他應付賬項及應計費用

其他應付賬項及應計費用主要包括應計人才薪金及相關成本、購買物業、廠房及設備之應付賬款、外包人力資源服務開支及廣告以及宣傳開支。

12 資本及儲備

附註	本公司權益持有人應佔									非控股權益 千港元	權益總額 千港元
	股本 千港元	(累計虧損)/ 保留溢利 千港元	重估儲備 千港元	公平價值儲備 (可轉回) 千港元	公平價值儲備 (不可轉回) 千港元	匯兌儲備 千港元	資本儲備 千港元	其他儲備 千港元	總額 千港元		
於二零二零年一月一日之結餘	1,293,392	(60,021)	183,338	5,499	2,710	(73)	28,589	(1,826)	1,451,608	-	1,451,608
二零二零年之權益變動：											
年內溢利	-	183,581	-	-	-	-	-	-	183,581	-	183,581
其他全面收益	6	-	-	(1,953)	(4,541)	(84)	-	-	(6,578)	-	(6,578)
全面收益總額	-	183,581	-	(1,953)	(4,541)	(84)	-	-	177,003	-	177,003
將出售指定按公平價值計入其他全面收益 計量的股本工具的虧損轉撥至保留溢利											
根據股份期權計劃發行的股份	1,094	-	-	-	-	-	(311)	-	783	-	783
發行新股份	453,207	-	-	-	-	-	-	-	453,207	-	453,207
以股份支付之交易	5(c)	-	-	-	-	-	15,087	-	15,087	-	15,087
因註銷股份期權而重新分類至保留溢利	-	35	-	-	-	-	(35)	-	-	-	-
於二零二零年十二月三十一日及 二零二一年一月一日之結餘	<u>1,747,693</u>	<u>123,544</u>	<u>183,338</u>	<u>3,546</u>	<u>(1,780)</u>	<u>(157)</u>	<u>43,330</u>	<u>(1,826)</u>	<u>2,097,688</u>	-	<u>2,097,688</u>
二零二一年之權益變動：											
年內溢利	-	14,780	-	-	-	-	-	-	14,780	(515)	14,265
其他全面收益	6	-	-	(5,891)	(2,177)	159	-	-	(7,909)	-	(7,909)
全面收益總額	-	14,780	-	(5,891)	(2,177)	159	-	-	6,871	(515)	6,356
將出售指定按公平價值計入其他全面收益 計量的股本工具的虧損轉撥至保留溢利											
根據股份期權計劃發行的股份	26,480	(22)	-	-	22	-	(4,946)	-	21,534	-	21,534
以股份支付之交易	5(c)	-	-	-	-	-	9,025	-	9,025	-	9,025
已付股息	-	(73,335)	-	-	-	-	-	-	(73,335)	-	(73,335)
於二零二一年十二月三十一日之結餘	<u>1,774,173</u>	<u>64,967</u>	<u>183,338</u>	<u>(2,345)</u>	<u>(3,935)</u>	<u>2</u>	<u>47,409</u>	<u>(1,826)</u>	<u>2,061,783</u>	<u>(515)</u>	<u>2,061,268</u>

人才薪酬

於二零二一年十二月三十一日，本公司共有2,083名全職人才(包括董事)，而於二零二零年十二月三十一日則有1,818名。本公司提供薪酬組合包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅乃酌情發放並按本公司及個別人才的表現釐定。本公司亦提供全面醫療及人壽保障、具競爭力的退休福利計劃、人才培訓課程及採納股份期權計劃。

購買、出售或贖回上市證券

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司或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。

遵守企業管治常規

本公司於截至二零二一年十二月三十一日止年度一直遵守上市規則附錄14所載之企業管治守則及企業管治報告之適用守則條文。

董事進行證券交易之操守準則

本公司已採納上市規則附錄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」)作為本公司董事進行證券交易之操守守則(「公司守則」)。

經向各董事作出具體查詢後，全體董事確認，彼等於截至二零二一年十二月三十一日止年度內一直全面遵守標準守則及公司守則所載之規定準則。

審核委員會審閱

審核委員會已審閱並與本公司管理層討論截至二零二一年十二月三十一日止年度之經審核財務業績。

審核委員會由三名獨立非執行董事李漢英先生(審核委員會主席)、白敦六先生及麥永森先生組成。

末期股息

於二零二一年十月六日，已以現金派付中期股息每股本公司普通股8港仙(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)。

董事不建議就截至二零二一年十二月三十一日止年度派發末期股息。並無就截至二零二零年十二月三十一日止年度宣派末期股息。

股東週年大會

本公司將於二零二二年六月八日(星期三)舉行股東週年大會。股東週年大會通告以及本公司年報將分別按上市規則之規定於適當時候刊發及寄發。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零二二年六月二日(星期四)至二零二二年六月八日(星期三)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，以確定股東出席本公司應屆股東週年大會並於會上投票之權利，期間概不會辦理任何股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票須不遲於二零二二年六月一日(星期三)下午四時三十分前交回本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

承董事會命
香港科技探索有限公司
主席
張子建

香港，二零二二年三月三十日

於本公告日期，董事會成員包括：

執行董事：

張子建先生(主席)

王維基先生(副主席兼集團行政總裁)

黃雅麗女士(集團財務總裁兼公司秘書)

劉志剛先生(行政總裁(國際業務))

周慧晶女士(行政總裁(香港))

獨立非執行董事：

李漢英先生

白敦六先生

麥永森先生