

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

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

截至2022年12月31日止年度
之年度業績公告

艾德韋宣集團控股有限公司(「**本公司**」)，連同其附屬公司統稱「**本集團**」董事(「**董事**」)會(「**董事會**」)欣然提呈本集團截至2022年12月31日止年度(「**2022財年**」)的綜合業績連同截至2021年12月31日止年度(「**2021財年**」)的比較經審核數字。

本集團為大中華領先的泛時尚品牌數據互動營銷集團，專注於提供(i)體驗營銷；(ii)數字營銷及推廣；及(iii)知識產權(「**IP**」)拓展。本集團已累計全球知名品牌客戶超過550家，當中包括(i)知名中高端時尚品牌；(ii)知名中高端汽車品牌；及(iii)中國本土品牌。於2022年上半年，本集團表現業績受到中國疫情爆發影響。儘管環境挑戰重重，本集團於2022財年仍錄得合理利潤。

末期股息

董事會建議派發2022財年每股本公司普通股(「**股份**」)1.32港仙的末期股息及每股股份9.38港仙的末期特別股息，金額為79,687,000港元，惟須待本公司股東(「**股東**」)於應屆股東週年大會上批准方可作實。上述建議派發的股息連同已於2022年11月18日派發的特別股息每股12.00港仙，2022財年的股息總額將為每股22.70港仙(2021財年：每股9.96港仙)。末期股息及末期特別股息如在2023年5月16日(星期二)舉行的本公司即將召開的股東週年大會(「**2023年股東週年大會**」)上獲股東批准，則預期將於2023年6月30日(星期五)或之前派發予股東。

回顧

本集團的業務迎來強勁反彈自2022年上半年虧損轉為2022年下半年盈利。本集團於2022年下半年分別錄得收入及淨利潤人民幣522.0百萬元及人民幣36.7百萬元，而2022年上半年則分別錄得收入及虧損人民幣172.8百萬元及人民幣8.5百萬元。2022年下半年的整體業務增長乃由於地方政府放寬限制後客戶對數據互動品牌推广的需求增加所致。

本集團於2022財年的收入約為人民幣694.8百萬元(2021財年：人民幣904.1百萬元)。收入下降的主要原因乃2022年上半年中國再度爆發疫情及部分城市封城影響，導致取消或推遲大型營銷活動，以及本公司總部及大部份客戶所在地上海的營運受到限制所致。本集團2022財年淨利潤約為人民幣28.2百萬元(2021財年：人民幣102.6百萬元)；本集團於2022財年的淨利潤率約為4.1%(2021財年：11.3%)。本公司權益股東應佔溢利為人民幣23.6百萬元(2021財年：人民幣92.5百萬元)。每股基本盈利為人民幣3.21分(2021財年：人民幣12.51分)。扣除(i)授出股份獎勵產生開支人民幣18.5百萬元(2021財年：零)；及(ii)附屬公司派付股息產生相關預扣稅開支人民幣7.8百萬元(2021財年：零)，本集團於2022財年錄得經調整淨利潤人民幣54.5百萬元及經調整淨利潤率7.8%。

戰略與展望

本集團對2023年的整體業務充滿信心。隨著2022年下半年業務顯著恢復及隨後地方政府的疫情限制政策放寬，預期奢侈品消費於未來數年將有增長。本集團已獲得多個來自全球及本地客戶在內地及香港的營銷服務項目，將於2023年進行。

根據貝恩公司的「2022年中國奢侈品市場報告」，2022年的奢侈品銷量下滑僅是暫時受挫。於2023年，隨著中國逐步從疫情的影響中恢復，預期奢侈品市場會重新走上正軌，而中國市場的消費基本面依舊穩健。相比其他新興市場，中國有更多中高收入消費者，並且到2030年預計數量會倍增。這表明中國依然是全球奢侈品市場重要的增長引擎。儘管全球經濟放緩，但中國奢侈品市場將繼續增長，預期於2025年達到4,120億美元。

作為擁有超過550家國際及本地中高端品牌客戶的體驗營銷服務供應商市場領袖，本集團認為奢侈品牌未來將會非常積極在中國市場大量投放廣告及進行宣傳活動。

展望將來，本集團對達成和超越發展目標的能力充滿信心，並按照以下方向制定策略：

(i) 體驗營銷業務

本集團致力通過擴大客戶群及增加活動案例，繼續專注於體驗營銷的核心業務。根據貝恩公司的報告，中國的中產階級正以前所未有的速度擴增，且越來越富有。因此，中產階級現在有更多的可支配收入用於奢侈品消費和體驗。中國消費者追求獨特及個性化的奢侈品體驗，如豪華旅遊、高級餐廳和文化體驗，為奢侈品營銷從業者帶來重要契機。打造迎合中國消費者獨特偏好的定製體驗的品牌很可能在市場上取得成功。

此外，根據要客研究院發佈的《2022年中國奢侈品報告》，中國市場方面，2022年中國人奢侈品市場銷售額達到人民幣9,560億元，佔全球奢侈品市場的38%。中國人仍然是全球奢侈品消費的最重要力量，預計到2025年，中國將成為世界上最大的奢侈品市場。因此，本集團認為，未來數年奢侈品牌將積極在中國市場中進行大規模營銷及推廣活動。

本集團的體驗營銷服務不僅專注於線下渠道，更利用數據互動營銷的力量為客戶提供大量線上宣傳機會。因此，本集團預期其未來體驗營銷活動將穩步增長，牢牢把握中國奢侈品市場迅速擴張所帶來的巨大機遇。

(ii) 數字營銷與推廣業務

為了擴展數字營銷與推廣服務業務，本集團將繼續加大數字營銷投入並尋求收購或合作夥伴。中國產業研究院提供的最新報告顯示，中國廣告市場規模達到人民幣9,143.9億元，其中互聯網廣告規模為人民幣5,439.3億元，顯示本集團在數字營銷領域迎來重大發展機遇。鑒於本集團的體驗營銷業務已生成海量線上數據，該等數據可用於實現線上線下數據互動，增強和積累高端品牌消費者的行為和偏好數據。透過該等數據，本集團能幫助品牌做出關鍵的營運決策，從而提高其戰略價值及對本集團的信賴。最終，透過提升內容策劃能力，推動品牌線上銷量增加，實現本集團利潤及佣金的增長。數字營銷與

推廣服務的重要性日益凸顯，對本集團保持行業領先地位並為客戶提供最具創新性和最有效的解決方案而言意義重大。本集團在數字營銷方面的投入及努力拓展服務方案與該目標相符，有助於在快速發展的數字營銷領域獲得長期增長和成功。

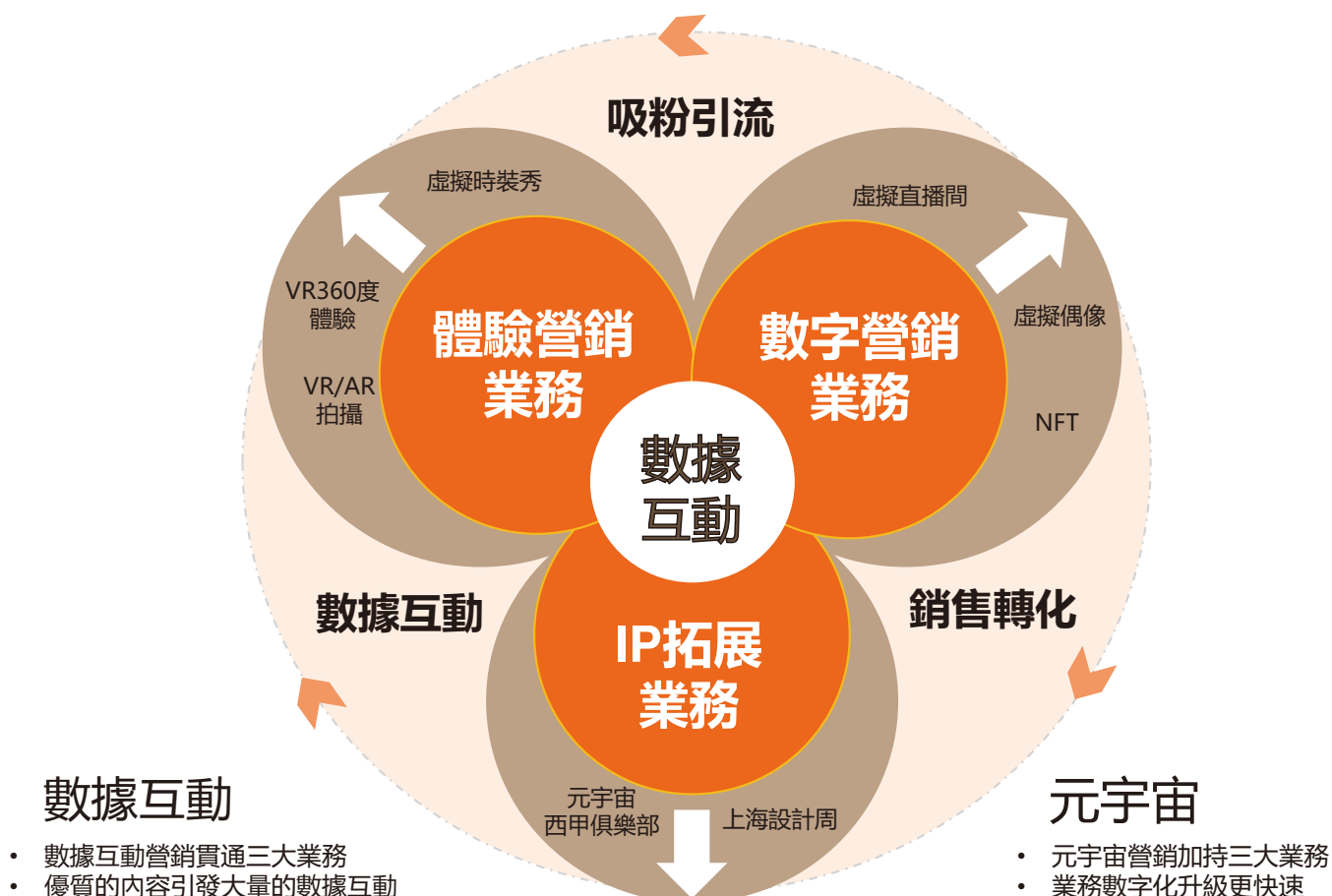
(iii) IP 拓展

本集團致力於加強世界級IP的運營，對本集團最新的IP「上海設計周」尤為關注。上海經濟和信息化委員會預測，到2025年，上海的創意和設計產業規模將超過人民幣20,000億元。作為上海設計周的IP運營商，本集團相信該IP將為本公司的發展作出重大貢獻。此外，本集團預計將重新舉辦曾於2022財年推遲的環法自行車賽及西甲俱樂部活動。

展望未來，本集團將繼續鞏固市場地位，提升競爭力及行業領先地位。同時，我們將不斷提高員工的綜合素質和能力，為本公司的長遠發展奠定堅實的人才基礎。

三大業務分部可持續發展戰略

數據互動+元宇宙的全方位升級服務 為品牌創造更多可數據化價值



業務回顧

地區回顧

本集團的業務乃於中國內地、香港及新加坡進行。由於香港及中國內地的疫情，本集團於2022財年在中國內地、香港及新加坡的收入較2021財年減少了約23.1%。

	截至12月31日止年度			
	2022年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國內地	669,619	96.4	852,162	94.3
香港及新加坡	25,188	3.6	51,895	5.7
總計	694,807	100.0	904,057	100.0

業務分部回顧

於2022財年，本集團體驗營銷服務分部、數字營銷與推廣服務分部及IP拓展分部的收入分別為人民幣513.9百萬元(2021財年：人民幣686.0百萬元)、人民幣154.4百萬元(2021財年：人民幣201.7百萬元)及人民幣26.5百萬元(2021財年：人民幣16.3百萬元)。

下表載列本集團2021財年及2022財年按服務線劃分的收入。

	2022年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元
體驗營銷服務	513,877	686,022
數字營銷與推廣服務	154,399	201,690
IP拓展	26,531	16,345
總計	694,807	904,057

一、體驗營銷業務

根據灼識行業諮詢有限公司的研究報告，本集團仍為2022年大中華區最大的高端奢侈品牌體驗營銷服務提供商，市場佔有率由2021年的9.2%上升至2022年的10.0%。本集團的體驗營銷業務模式涵蓋創意設計、活動策劃、活動管理及執行，以及為品牌的目標消費者提供內容服務。自2020年起，本集團積極推廣數據互動營銷業務。目前，時裝秀或展會已不僅是有數百位嘉賓到場的實體活動，亦是創造內容，透過數據互動服務進行大量線上宣傳，從而在網上進行二次營銷的盛會。於2022財年，本集團舉辦的多項線下營銷活動已進行直播，吸引數百萬甚至數億的觀眾在線觀看。預期該模式將於2023年繼續。

儘管2022年上半年受到中國及香港疫情防控的影響，但本集團於2022年下半年迅速恢復業務，於中國成功完成約130個活動。因此，整個2022財年完成了超過170場線下活動，包括CHANEL香奈兒2022巨型聖誕燈飾項目、DIOR迪奧2022高級珠寶私人品鑒會、GUCCI古馳綺夢花園限時體驗展、LOUIS VUITTON路易威登2023春夏男裝系列大秀、PRADA普拉達2022秋冬男裝及女裝系列時裝秀、ROLLS-ROYCE勞斯萊斯幻影系列II回顧展、MUSEUM OF ICE CREAM冰淇淋博物館、TAIKOOLi前灘太古里2022周年大秀及VAN CLEEF & ARPELS梵克雅寶「時間，自然，愛」典藏珍品回顧展等更多。

此外，本集團的戰略合作夥伴 — 中國最大的獨立奢侈品集團之一復朗集團已在2022年於紐約證券交易所公開上市。作為復朗集團所有品牌組合的首選市場推廣合作夥伴及戰略股東，本集團將充分利用這一令人興奮的業務發展，進一步提升本集團的業務運營和增長潛力。

於2022財年，體驗營銷業務分部收入為人民幣513.9百萬元，較2021財年的分部收入人民幣686.0百萬元減少25.1%。體驗營銷分部收入佔本集團的2022財年總收入的74.0%。

二、數字營銷業務

過去幾年各品牌擁有人的巨大需求推動本集團的數字營銷與推廣業務不斷發展。自2020年疫情爆發以來，許多奢侈品及高端品牌已經意識到數字化會成為全球趨勢。因此，線上營銷的預算大幅增加，為數字營銷服務行業創造了絕佳的機會。「宅經濟」消費模式加速了中國市場中品牌數字營銷的需求。同時，由於越來越多的品牌開始在電商平台上開店，電商渠道佔品牌總銷售額的比例日益增多。

本集團一直為客戶提供數據互動服務，以體驗營銷服務通過線上平台創造數百萬至數十億計的瀏覽量。此類線上宣傳亦能提高本集團客戶的銷售收入。本集團亦自2021年下半年開始涉足直播電商業務，與願景娛樂組成由本集團持有大多數股權的合營公司，專注抖音直播電商業務。截至2022財年年底，旗下共有6位明星紅人。

為加強於數字營銷與推廣服務業務領域的發展，本集團於2022年1月10日戰略投資入股中國虛擬現實內容製作領域領軍企業北京為快科技集團(亦稱為為快科技集團)，並與其旗下子公司北京為快科技有限公司(亦稱為為快科技)成立合營公司打造泛時尚元宇宙營銷新領域，本集團於該合營公司控股51%。

於2022年7月，本集團宣佈其已與百度集團附屬公司北京百度網訊科技有限公司(「**百度網訊科技**」)達成深度共創合作協議，設計及開發一個互動線上平台D UNIVERSE設計元宇宙，該平台已正式入駐百度希壤元宇宙平台，旨在推動高端及奢侈品牌在中國體驗及發掘Web3.0。本集團於百度希壤元宇宙平台成功推出首屆虛實互動同頻時裝秀。

於2022財年，本集團為多個品牌(包括BOBBI BROWN、DIESEL、HAMILTON、KENZO、L' OCCITANE、LOEWE PERFUME、MAKE UP FOR EVER、MAX MARA、NEW BALANCE、REMY MARTIN、SEPHORA、TORY BURCH及VENCHI等)提供公共關係日常維護服務。本集團亦組織落地了多項數字營銷活動，例如：人頭馬XO線上社交活動(Rémy Martin XO Online Social Campaign)、內外22春夏線上時裝秀(NEIWAI 22SS Online Fashion Show)及「勝為典範」全新一代路虎攬勝線上發佈會(LAND ROVER「Above & Beyond」Online Launch和NEW BALANCE新百倫線上效果營銷)等更多。

於2022財年，數字營銷業務收入為人民幣154.4百萬元，較2021財年的人民幣201.7百萬元減少23.5%，佔本集團全年總收入22.2%。

三、IP 拓展業務

於2022年6月7日，本集團就上海設計周的獨家經營權與上海設計周投資管理有限公司簽訂合約，據此本集團將負責推廣及運營新「上海設計周」IP。儘管受到疫情的影響，但本集團於2022年下半年成功舉辦首個活動－2022世界設計之都大會(WDCC)，以及一連串上海設計周項目。於大會期間，共舉辦了一場開幕式、兩場高峰論壇(包括百人設計尖峰論壇和設計之都峰會)、兩場展覽(包括主展和巴黎展)及50多場高峰論壇和設計活動，近300位國內外設計和行業領袖的智慧分享，大會網站相關主題瀏覽量超過7.2億次。

自2016年起，本集團開始經營運動市場的IP發展業務，該分部分別與西甲俱樂部及阿莫里體育組織訂立合作協議，讓本集團獲授與西甲俱樂部品牌及環法自行車賽品牌於中國舉辦賽事以進行營銷、贊助及商品推廣的權利。西甲俱樂部及環法自行車賽品牌的線下活動及賽事因疫情影響而於2022財年被暫停或延後。

於2022財年，IP拓展業務的收入為人民幣26.5百萬元，較2021財年的人民幣16.3百萬元增長62.6%，而IP拓展業務佔本集團2022財年總收入3.8%。

財務回顧

銷售成本

本集團的銷售成本由2021財年的人民幣636.8百萬元下降至2022財年的人民幣492.6百萬元。整體而言，銷售成本減少主要是由於收入減少所致。銷售成本組成部分的波動主要取決於本集團在各期間進行的項目類型及組合。銷售成本的組成部分主要包括製作成本、第三方服務成本、媒體成本及場地租賃成本。

毛利及毛利率

由於上文所述，本集團的毛利由2021財年的人民幣267.3百萬元減少24.4%至2022財年的人民幣202.2百萬元，有關減幅主要由於收入減少所致。整體毛利率由2021財年的29.6%下降至2022財年的29.1%。毛利率的下降是因為各服務分部的收入結構差異所致。

其他收入及收益

本集團的其他收入及收益由2021財年的人民幣12.7百萬元增加至2022財年的人民幣16.3百萬元。其他收入及收益增加主要是由於政府補助及津貼增加。

銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支由2021財年的人民幣85.9百萬元增加至2022財年的人民幣86.4百萬元。銷售及分銷開支增加主要是由於員工成本上升。

一般及行政開支

本集團的一般及行政開支由2021財年的人民幣42.6百萬元增加至2022財年的人民幣65.7百萬元，主要是由於人民幣18.5百萬元的股份獎勵金。

其他開支淨額

本集團的其他開支由2021財年的人民幣2.4百萬元淨增加至2022財年的人民幣10.5百萬元。其他開支增加主要是來自貿易應收款項減值。

財務成本

本集團的財務成本由2021財年的人民幣0.6百萬元減少至2022財年的人民幣0.5百萬元，此乃由於2022財年本集團並無任何銀行借款。

淨利潤及淨利潤率

本集團於2022財年錄得淨利潤人民幣28.2百萬元(2021財年：人民幣102.6百萬元)，減少72.5%。整體淨利潤率由2021財年的11.3%下降至2022財年的4.1%。淨利潤率下降主要由於是2022年上半年中國營運暫停及2022年的股份獎勵費用所致。

流動資金及財務資源

現金及現金等價物

於2022年12月31日，本集團的現金及現金等價物約為人民幣300.3百萬元(2021年12月31日：人民幣405.8百萬元)。

全球發售所得款項淨額

股份於2020年1月16日在聯交所主板掛牌上市。股份全球發售(「**全球發售**」)所得款項淨額(包括股份超額配發)約為345.0百萬港元(「**所得款項淨額**」)。

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

下表載列所得款項淨額的經調整動用情況。

所得款項淨額指定用途	原所得款項 淨額分配 百萬港元	經修改 所得款項 淨額分配 (附註) 百萬港元	於2021年 12月31日 的未動用所 得款項淨額 百萬港元	2022財 年期間 的已動用所 得款項淨額 百萬港元	於2022年 12月31日 的未動用所 得款項淨額 百萬港元
發展及擴大我們的現有整合營銷解決方案及IP拓展業務	192.8	81.1	1.0	1.0	—
用作策略投資基金的現金儲備，以尋求合適合作或投資機會	118.0	5.2	5.2	—	5.2
一般營運資金及一般企業用途	34.2	34.2	—	—	—
於泛文化領域進行策略投資所需的現金儲備	—	224.5	205.0	43.5	161.5
總計	345.0	345.0	211.2	44.5	166.7

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

本集團於2022財年已動用所得款項淨額44.5百萬港元。本集團預計將於截至2023年12月31日止年度內動用全部未動用的所得款項淨額。

借款及本集團資產的抵押

於2022年12月31日，本集團並無任何計息借款（於2021年12月31日：無）。

資本負債比率

於2022年12月31日的資本負債比率（按銀行及其他借款除以總權益計算）為零（於2021年12月31日：零）。

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

僱員及薪酬政策

於2022年12月31日，本集團的僱員總數約為261人（於2021年12月31日：285人）。於2022財年，本集團僱員福利開支（含董事酬金）約為人民幣110.7百萬元（2021財年：人民幣91.4百萬元）。

本集團向其僱員提供全面的薪酬待遇，管理層對其定期檢討。本集團亦為其管理層人員及其他僱員投資繼續教育及培訓項目，旨在持續提升其技能及知識。本集團視僱員為最寶貴的資產，相信有效的僱員參與是業務實現成功的重要部分。因此，本集團高度重視與各級僱員展開有效溝通，其最終目標是提高為客戶提供優質服務的效率。

貿易應收款項與貿易應付款項

本集團的貿易應收款項由2021年12月31日的人民幣231.7百萬元增加至2022年12月31日的人民幣308.9百萬元；而本集團的貿易應付款項則由2021年12月31日的人民幣221.8百萬元增加至2022年12月31日的人民幣289.6百萬元。

或然負債

於2022年12月31日，本集團概無重大或然負債。

收購及出售附屬公司及聯營公司

於2022財年，本集團並無重大收購及出售附屬公司及聯營公司。

資本承擔

於2022年12月31日，本集團資本承擔為人民幣5.1百萬元(於2021年12月31日：人民幣25.1百萬元)，與未來的資本有關。

重大投資

於2022年12月31日，本集團並無重大投資(包括價值為本公司總資產5%或以上的公司投資)。

外匯風險

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

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

綜合損益表

截至12月31日止年度

		2022年 附註 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	4	694,807	904,057
銷售成本		<u>(492,566)</u>	<u>(636,774)</u>
毛利		202,241	267,283
其他收入及收益	4	16,263	12,661
銷售及分銷開支		(86,423)	(85,870)
一般及行政開支		(65,698)	(42,630)
其他開支淨額		(10,480)	(2,385)
財務成本		(526)	(613)
分佔一間聯營公司及一間合營企業溢利及虧損		<u>321</u>	<u>(3,818)</u>
除稅前溢利	5	55,698	144,628
所得稅開支	6	<u>(27,454)</u>	<u>(42,074)</u>
年內溢利		<u><u>28,244</u></u>	<u><u>102,554</u></u>
以下各項應佔：			
母公司擁有人		23,632	92,488
非控股權益		<u>4,612</u>	<u>10,066</u>
		<u><u>28,244</u></u>	<u><u>102,554</u></u>
母公司普通股持有人應佔每股盈利	8		
基本及攤薄(人民幣仙)		<u><u>3.21</u></u>	<u><u>12.51</u></u>

綜合全面收益表
截至12月31日止年度

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
年內溢利	28,244	102,554
其他全面收益		
於後續期間將不會重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
按公平值計入其他全面收益的股權投資：		
公平值變動	(736)	3,985
於後續期間可能重新分類至損益的其他全面收益／(虧損)：		
換算海外業務的匯兌差額	3,155	(3,932)
年內其他全面收益，已扣稅	<u>2,419</u>	<u>53</u>
年內全面收益總額	<u>30,663</u>	<u>102,607</u>
以下各項應佔：		
母公司擁有人	26,051	92,541
非控股權益	4,612	10,066
	<u>30,663</u>	<u>102,607</u>

綜合財務狀況表

於12月31日

	附註	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		6,421	5,299
使用權資產		8,246	8,518
商譽		10,233	10,233
無形資產		309	426
於一間合營企業的投資		—	—
於一間聯營公司的投資		908	—
按公平值計入其他全面收益的投資		42,344	19,998
按公平值計入損益的投資		16,354	—
按金		701	—
遞延稅項資產		358	1,085
非流動資產總值		<u>85,874</u>	<u>45,559</u>
流動資產			
貿易應收款項	9	308,859	231,692
預付款項、按金及其他應收款項		15,579	32,511
質押銀行存款		665	665
現金及現金等價物		300,269	405,817
流動資產總值		<u>625,372</u>	<u>670,685</u>
流動負債			
貿易應付款項	10	289,595	221,755
其他應付款項及應計費用		41,631	34,377
租賃負債		3,123	1,465
應付稅項		13,382	21,757
流動負債總額		<u>347,731</u>	<u>279,354</u>
流動資產淨值		<u>277,641</u>	<u>391,331</u>
總資產減流動負債		<u>363,515</u>	<u>436,890</u>
非流動負債			
租賃負債		6,475	7,273
遞延稅項負債		3,450	203
非流動負債總額		<u>9,925</u>	<u>7,476</u>
資產淨值		<u><u>353,590</u></u>	<u><u>429,414</u></u>

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
權益		
母公司擁有人應佔權益		
已發行股本	659	667
儲備	335,650	405,648
	<u>336,309</u>	<u>406,315</u>
非控股權益	17,281	23,099
	<u>353,590</u>	<u>429,414</u>
總權益	<u><u>353,590</u></u>	<u><u>429,414</u></u>

附註

截至2022年12月31日止年度

1. 公司及集團資料

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

本公司為投資控股公司。於2022財年，本公司附屬公司涉及以下主營業務：

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

2.1 編製基準

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

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

2.2 會計政策變動及披露

本集團已於本年度的財務報表首次採納以下經修訂香港財務報告準則。

香港財務報告準則第3號的修訂
香港會計準則第16號的修訂
香港會計準則第37號的修訂
香港財務報告準則2018年至
2020年的年度改進

《對概念框架的提述》
《物業、廠房及設備：作擬定用途前的所得款項》
《虧損性合約 — 履行合約的成本》
香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、
香港財務報告準則第16號隨附的說明範例及
香港會計準則第41號的修訂

經修訂香港財務報告準則的性質及影響如下：

- (a) 香港財務報告準則第3號的修訂以2018年6月頒佈的*財務報告概念框架*（「**概念框架**」）取代先前*財務報表編製及呈列框架*的提述，而毋須大幅更改其規定。該等修訂亦為香港財務報告準則第3號就實體引用概念框架以釐定構成資產或負債的內容的確認原則增設一項例外情況。該例外情況規定，對於可能屬於香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於業務合併中產生，則應用香港財務報告準則第3號的實體應分別引用香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第21號，而非概念框架。此外，該等修訂澄清或然資產於收購日期並不符合確認條件。本集團已就2022年1月1日或之後發生的業務合併前瞻應用有關修訂。由於本年度內並無業務合併，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (b) 香港會計準則第16號的修訂禁止實體從物業、廠房及設備項目成本中扣除達致管理層擬定的營運狀態所需位置及條件過程中產生的項目銷售的任何所得款項。相反，實體須於損益中確認銷售任何該等項目的所得款項以及按照香港會計準則第2號存貨所釐定該等項目的成本。本集團已就於2021年1月1日或之後可供使用的物業、廠房及設備項目追溯應用有關修訂。由於物業、廠房及設備項目在可供使用前並無導致項目銷售，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (c) 香港會計準則第37號的修訂澄清，就根據香港會計準則第37號評估合約是否虧損性合約而言，履行合約的成本包括與合約直接有關的成本。與合約直接有關的成本包括履行該合約的增量成本（如直接勞工及材料）以及與履行該合約直接有關的其他成本分配（如分配履行合約所用物業、廠房及設備項目的折舊費用以及合約管理及監管成本）。一般及行政成本與合約並無直接關連，除非根據合約明確向對手方收取，否則不包括在內。本集團已就2022年1月1日尚未履行其所有責任的合約前瞻應用有關修訂，且並無識別出虧損性合約。因此，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (d) *香港財務報告準則2018年至2020年的年度改進*載列香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第16號隨附的說明範例及香港會計準則第41號的修訂。適用於本集團的修訂詳情如下：

香港財務報告準則第9號*金融工具*：澄清實體評估一項新訂或經修訂金融負債的條款與原金融負債的條款是否有實質差異時所計入的費用。該等費用僅包括借款人與貸款人之間支付或收取的費用，其中包括由借款人或貸款人代表另一方支付或收取的費用。本集團已自2022年1月1日起前瞻應用有關修訂。由於本集團於本年度內並無金融負債修訂或交換，有關修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。

3. 經營分部資料

基於管理目的，本集團按所提供的服務劃分業務單元，形成如下兩個報告經營分部：

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

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

分部資產不包括遞延稅項資產、使用權資產、質押銀行存款以及公司及其他未分配資產，因為該等資產乃按組別基準管理。

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

截至2022年12月31日止年度／於2022年12月31日

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

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

截至2021年12月31日止年度／於2021年12月31日

	體驗營銷服務 人民幣千元	數字營銷及 推廣服務 人民幣千元	IP 拓展 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收入				
向外部客戶作出的銷售	686,022	201,690	16,345	904,057
分部業績	121,501	30,943	627	153,071
對賬：				
公司及其他未分配開支淨額				(7,903)
利息收入				73
財務成本				(613)
除稅前溢利				144,628
分部資產	429,321	140,351	30,779	600,451
對賬：				
公司及其他未分配資產				115,793
總資產				716,244
分部負債	211,704	29,953	5,313	246,970
對賬：				
公司及其他未分配負債				39,860
總負債				286,830
其他分部資料				
分佔一間聯營公司及一間合營企業虧損	2,942	—	876	3,818
折舊及攤銷	412	505	24	941
貿易應收款項減值淨額	807	437	180	1,424
資本開支*	3,684	773	—	4,457

* 資本開支包括添置物業、廠房及設備以及無形資產。

地域資料

(a) 來自外部客戶的收入

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中國內地	669,619	852,162
中國香港／新加坡	25,188	51,895
	<u>694,807</u>	<u>904,057</u>

上述收入資料乃根據提供有關服務所在地呈列。

(b) 非流動資產

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中國內地	18,572	15,958
中國香港／新加坡	16,354	—
	<u>34,926</u>	<u>15,958</u>

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

主要客戶資料

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

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
客戶 A	198,040	235,466
客戶 B*	64,694	93,783
	<u>262,734</u>	<u>329,250</u>

* 佔本集團於該年收入總額少於10%。

4. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
客戶合約收入		
主要服務線		
體驗營銷服務	513,877	686,022
數字營銷與推廣服務	154,399	201,690
IP 拓展	26,531	16,345
	<u>694,807</u>	<u>904,057</u>
(i) 分拆收入資料		
地理位置		
體驗營銷服務		
中國內地	489,493	634,756
中國香港／新加坡	24,384	51,266
	<u>513,877</u>	<u>686,022</u>
數字營銷與推廣服務		
中國內地	153,595	201,061
中國香港／新加坡	804	629
	<u>154,399</u>	<u>201,690</u>
IP 拓展		
中國內地	26,531	16,345
客戶合約總收入	<u>694,807</u>	<u>904,057</u>
收入確認時間		
於某一時間點	548,907	726,600
於一段時間*	145,900	177,457
客戶合約總收入	<u>694,807</u>	<u>904,057</u>

* 包括預收費用項目

下表載列於報告期初計入合約負債的於報告期內確認的收入金額：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
體驗營銷服務	872	8,641
數字營銷與推廣服務	1,155	226
IP 拓展	—	2,843
	<u>2,027</u>	<u>11,710</u>

其他收入及收益分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行利息收入	1,696	1,675
政府津貼*	10,651	6,977
終止營運租賃收益	—	—
註銷一間附屬公司的收益	—	704
註銷一間聯營公司的收益	—	216
其他	3,916	3,089
	16,263	12,661

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

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(計入)以下各項：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
提供服務的成本	492,566	636,774
物業、廠房及設備折舊**	2,063	811
使用權資產折舊**	2,937	5,256
無形資產攤銷**	123	130
未計入租賃負債計量的租賃付款**	3,298	819
按公平值計入損益的金融資產的公平值虧損*	329	—
貿易應收款項減值淨額*	8,963	1,424
一間合營企業減值*	334	—
外匯差額淨額	89	242

* 計入綜合損益表中的「其他開支淨額」項目。

** 計入綜合損益表中的「一般及行政開支」項目。

6. 所得稅

年內，中國內地應課稅溢利之稅項按25% (2021年：25%)之適用中國企業所得稅(「**企業所得稅**」)稅率計算。

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

就於香港註冊成立的附屬公司而言，香港利得稅乃按照年內於香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2021年：16.5%)計提撥備。

就於新加坡註冊成立的附屬公司而言，新加坡利得稅乃按照年內於新加坡產生的估計應課稅溢利按稅率17% (2021年：17%)計提撥備。

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
即期 — 中國		
本年度支出	23,396	39,714
過往年度撥備不足	10	2,915
即期 — 中國香港／新加坡		
過往年度撥備不足	74	—
遞延	3,974	(555)
年度稅項支出總額	<u>27,454</u>	<u>42,074</u>

7. 股息

本公司於年內向其股東宣派的股息如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
中期股息 — 每股普通股零 (2021年：1.03港仙)	—	6,455
特別股息 — 每股普通股12.00港仙 (2021年：6.93港仙)	76,896	43,434
擬派末期股息 — 每股普通股1.32港仙 (2021年：2.00港仙)	8,455	12,322
擬派末期特別股息 — 每股普通股9.38港仙 (2021年：無)	60,084	—
	<u>145,435</u>	<u>62,211</u>

年內擬派末期股息及末期特別股息尚待本公司股東於應屆股東週年大會上批准。

8. 母公司普通股股東應佔每股盈利

每股基本盈利金額均根據母公司普通股持有人應佔年內溢利計算，而年內已發行普通股加權平均數為735,333,000股(2021年：739,558,000股)，已調整至不包括根據本公司股份獎勵計劃持有的股份。

由於本集團於截至2022年及2021年12月31日止年度並無已發行的潛在攤薄普通股，故並無調整該等年度呈列的每股基本盈利金額。

9. 貿易應收款項

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
應收已開票款項	157,078	156,869
減值	(9,489)	(2,498)
	<u>147,589</u>	<u>154,371</u>
應收未開票款項	161,270	77,321
	<u>308,859</u>	<u>231,692</u>

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

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

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
一個月內	119,544	69,250
一至三個月	13,796	50,889
三個月以上	14,249	34,232
	<u>147,589</u>	<u>154,371</u>

10. 貿易應付款項

於報告期末的貿易應付款項按發票日期的賬齡分析如下：

	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
一個月內	186,269	179,031
一至三個月	53,006	22,793
三個月以上	50,320	19,931
	<u>289,595</u>	<u>221,755</u>

貿易應付款項為免息，且一般以介乎 60 日至 90 日為期結算。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

於2022財年，本公司在本公司於2022年6月2日舉行的股東週年大會上行使其於股東向董事會授出的一般授權項下的權力，以購回於大會當日不超過已發行股份總數10%的股份，該項購回授權將於本公司下屆股東週年大會結束時屆滿，並已以總代價11,301,480港元於聯交所購回合共8,976,000股股份。於本公告日期，所有於2022年已購回的股份已被註銷。

本公司於2022財年作出的購回詳情如下：

交易月份	購回股份數目	已付最高價 (港元)	已付最低價 (港元)	已付總代價 (港元)
1月	—	—	—	—
2月	—	—	—	—
3月	6,342,000	1.41	1.20	8,401,360
4月	20,000	1.25	1.20	24,680
5月	1,342,000	1.23	1.08	1,551,880
6月	206,000	1.17	1.06	231,080
7月	514,000	1.16	0.99	533,920
8月	258,000	1.01	0.96	252,240
9月	20,000	0.99	0.96	19,340
10月	12,000	1.36	1.26	15,560
11月	—	—	—	—
12月	262,000	1.09	1.00	271,420
總計	<u>8,976,000</u>			<u>11,301,480</u>

除上述所披露者外，本公司或其任何附屬公司於2022財年均並無購買或出售任何本公司的上市證券。

遵守企業管治守則

本公司致力於恪守誠信、問責、透明、獨立、負責及公平的原則，實現並維持高水平的企業管治。本公司已制定並且實施完善的企業管治政策及措施，董事會負責履行該等企業管治職責。董事會將繼續參照香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載《企業管治守則》（「企業管治守則」）及其他適用法律及法規要求，檢討及監察本公司企業管治以及若干內部政策及程序，包括但不限於適用於僱員及董事的政策及程序，以維持本公司的高水平企業管治。董事認為，本公司於2022財年已完全遵守企業管治守則，惟偏離企業管治守則之守則條文第二部分第C.2.1條除外。

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

遵守董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為其進行本公司證券交易的行為守則。

經向本公司全體董事作出特定查詢後，全體董事均確認彼等已於2022財年嚴格遵守標準守則所載的規定準則。如企業管治守則守則條文第二部分第C.1.3條所指，董事會亦已採納標準守則以規管可能管有本公司有關本公司證券的未公開內幕消息的有關僱員進行的所有交易。經作出合理查詢後，於2022財年並無發現本公司有關僱員違反標準守則的情況。

審核委員會及財務報表審閱

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

審核委員會已審閱本集團2022財年的年度業績，確認已遵守適用的會計原則、準則及規定，並已作出充分的披露。審核委員會亦與本公司管理層討論了審計、內部控制及財務報告事宜。

核數師就本業績公告執行的程序

本初步公告所載本集團2022財年綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表的數字及相關附註已經由本公司核數師安永會計師事務所與本集團本年度綜合財務報表草稿所載的金額核對一致。安永會計師事務所就此執行的工作並不構成一項核證工作，因此，安永會計師事務所並無就本初步公告作出任何意見或核證結論。

報告期後重大事項

本集團於2022年12月31日後並無須予披露的重大事項。

股東週年大會

2023年股東週年大會將於2023年5月16日（星期二）舉行，其通告及所有其他相關文件將於2023年4月發佈並寄發予股東。

暫停辦理股份過戶登記

(a) 釐定股東出席股東週年大會並於會上投票的資格

為確定股東有權出席2023年股東週年大會並於會上投票，本公司將於2023年5月11日(星期四)至2023年5月16日(星期二)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間，將不會進行任何股份轉讓。為符合資格出席2023年股東週年大會並進行投票，所有過戶文件及相關股票須在不遲於2023年5月10日(星期三)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

(b) 釐定獲派建議末期股息及末期特別股息的資格

本公司將於2023年6月12日(星期一)至2023年6月15日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記，在此期間將不會進行任何股份轉讓登記。為符合資格獲得建議末期股息及末期特別股息，未登記股份持有人應確保所有過戶文件連同相關股票須在不遲於2023年6月9日(星期五)下午4時30分前送交本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司登記，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

刊發2022年年度業績及年報

本集團2022財年的年度業績公告於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.activation-gp.com刊載。2022年年報載有上市規則所規定的所有適用資料，將於2023年4月寄發予股東，並在上述網站刊登。

致謝

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

承董事會命
艾德韋宣集團控股有限公司
聯席主席
劉錦耀及伍寶星

香港，2023年3月8日

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

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