

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。



BABYTREE GROUP

寶寶樹集團

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1761)

截至二零二二年十二月三十一日止年度的年度業績公告

寶寶樹集團(「本公司」或「寶寶樹」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核合併業績連同截至二零二一年十二月三十一日止年度的比較數字。

在本公告中，「我們」及「我們的」指本公司及本集團(視乎文義所指)。

主要摘要

以下載列我們截至二零二二年十二月三十一日止年度的主要摘要：

1. 截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們的總收入為人民幣314.6百萬元，同比增加11.6%，然而我們錄得年度虧損人民幣467.6百萬元，同比擴大20.8%；
2. 截至二零二二年十二月三十一日，我們的寶寶樹微信社群擁有約1.6百萬名社群活躍成員，為互聯網母嬰行業規模最大的社群及最活躍的社群；
3. 截至二零二二年十二月三十一日，我們寶寶樹孕育App的核心變現用戶流量維持穩定於21.6百萬；
4. 截至二零二二年十二月三十一日止年度，寶寶樹孕育App的次日留存率保持相對穩定，為52.6%。

主要經營數據

	截至 二零二二年 十二月 三十一日 止年度	截至 二零二一年 十二月 三十一日 止年度	同比變動 ⁽⁴⁾
核心變現用戶流量(百萬) ⁽¹⁾	21.6	21.6	0
次日留存率(%) ⁽²⁾	52.6	50.7	1.9
社群成員人數 ⁽³⁾	1,620,000	1,140,000	42.1%

附註：

- (1) 「核心變現用戶流量」指我們的寶寶樹孕育App(「App」)的月活躍用戶(「月活躍用戶」)，通過計算相關歷月期間活躍用戶的數量來計算。我們移動應用的月活躍用戶數量由友盟(北京銳訊靈通科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務)跟蹤及計算。截至二零二二年十二月三十一日，寶寶樹的平均月活躍用戶數為約77.8百萬。
- (2) 「次日留存率」指App的活躍用戶於次日仍為活躍用戶的百分比。次日留存率數字由QuestMobile跟蹤及計算，QuestMobile為北京貴士信息科技有限公司提供的第三方數據跟蹤服務。
- (3) 「社群成員人數」指寶寶樹微信社群中的用戶人數。
- (4) 核心變現用戶流量同比變動指百分比變動。次日留存率同比變動指所示年度之間的差值。社群用戶人數同比變動指百分比變動。

主要財務數據

	截至 二零二二年 十二月 三十一日 止年度 人民幣千元	截至 二零二一年 十二月 三十一日 止年度 人民幣千元	同比變動 (%)
收入	314,556	281,823	11.6
—廣告	234,322	255,578	-8.3
—電商	76,947	23,885	222.2
—其他	3,287	2,360	39.3
毛利	135,250	170,720	-20.8
毛利率	43.0%	60.6%	-17.6
年度虧損	(467,623)	(387,114)	-20.8

業務回顧及展望

我們的市場領先地位及整體母嬰市場擴張

作為中華人民共和國(「中國」)十六年以來值得信賴的母嬰(「母嬰」)品牌，我們努力向客戶提供優質產品及服務。根據比達諮詢的資料，截至二零二二年十二月三十一日止年度，寶寶樹孕育App就用戶覆蓋率、月活躍用戶、次日留存率及Z世代(於一九九五年至二零零九年出生的人群)母嬰用戶常用率而言，繼續在中國互聯網母嬰平台上排名第一。隨著利用我們的領先地位塑造互聯網母嬰市場，不斷發展及政策導向的母嬰行業亦極大影響著我們的業務戰略。

鼓勵生育支持政策及社會環境

自中國於二零二一年五月頒佈三孩政策以來，中國政府提出鼓勵生育的支持政策。於二零二二年八月十六日，中國政府十七部門聯合印發《關於進一步完善和落實積極生育支持措施的指導意見》(「意見」)。透過意見，於全國範圍內出台大量關於住房、社會保險、育兒、教育及產假等實施三孩政策的新辦法，旨在鼓勵生育，體現了中國政府促進人口長期均衡發展的決心。其後不同省份的地方當局開始探索實施三孩政策及意見的支持措施。例如，廣東地方當局積極借鑒國際社會的經驗，探索為兒童提供普惠性的經濟補助。北京地方當局逐步建立及完善家庭育兒補貼制度。浙江、湖南、吉林及黑龍江等地方當局於新修

訂的人口與計劃生育條例中提出要建立育兒補助制度。隨著政策及支持措施逐步落實，一個有利於生育的社會環境正逐步成型。除鼓勵生育的政策外，中國政府亦極為重視兒童的發展。例如，憑藉實施「雙減」政策，中國政府進一步減輕學生的課程學習和校外培訓負擔，以促進兒童在德、智、體、美方面的全面發展。預計上述政策的綜合效應將促進中國人口的長期均衡發展。

此外，於二零二二年，中國政府已實施一系列政策，以促進經濟增長，加強創新和技術改造，增強消費者信心。因此，居民消費能力的提高進一步促進了互聯網母嬰平台行業的發展。根據比達諮詢的資料，中國母嬰家庭產生的每用戶平均收入在過去五年內持續增長，預計截至二零二三年底及二零二四年底分別達至人民幣6,785元及人民幣7,410元。

母嬰行業的社會環境也發生了根本性的變化，Z世代已成為主要的消費者群體，他們間接改變了行業標準及服務模式。傳統育兒方式亦因此逐漸被精細化、全面的科學育兒理念所取代。我們很高興我們對用戶需求和消費習慣的深刻理解使我們受益匪淺。

新型冠狀病毒的影響

於二零二二年，新型冠狀病毒疫情繼續在中國肆虐，尤其在北京、上海等一線城市。因此，我們於二零二二年的業務運營及財務業績受到旅行限制及封鎖等嚴格防控措施的直接及間接不利影響。例如，我們的整體業務發展受到嚴重影響，此乃由於我們失去了現場到訪的機會以及我們的客戶在廣告投放上的預算緊縮，造成數個廣告項目被中斷。然而，儘管商業環境充滿挑戰，本集團仍努力提高運營效率，制定戰略擴張計劃，為疫情後的消費模式及廣告模式做好準備。

二零二三年展望

在生育支持措施不斷完善和實施的背景下，互聯網母嬰市場積極配置資源，以促進增長，建立全新商業模式下的互聯網母嬰生態系統，激發不斷變化的用戶市場。在科學優質育兒理念的引領下，我們將繼續深入洞察年輕家庭的需求，及時調整營銷策略，用智能手段精準捕捉用戶消費行為，用大數據輔助完善產品矩陣和服務場景，最終為用戶提供專業知識和貼心服務。

持續深入洞察母嬰行業和母嬰用戶

了解我們的用戶，優化我們的產品及服務

目前，Z世代母嬰用戶人數持續攀升，母嬰內容及產品因應不斷演進，但其用戶需求的核心維持不變。本集團一直緊貼用戶需求，探索用戶需求的變化，並不斷升級我們的產品功能，以為用戶提供較好的服務及體驗。就產品而言，我們優化孕期照片記錄工具的整體用戶體驗，並於近期在寶寶樹孕育App上增添孕期記錄工具入口—孕育週刊。針對有多個孩子的家庭，我們推出新的用戶模式滿足其需求。我們繼續以技術創新為驅動力進行產品創新。例如，我們已推出「爸媽AI講故事」（寶寶樹孕育App上的智能語音模仿功能），藉此可以錄製及模仿用戶的聲音，從而形成寶寶熟悉的AI講故事的聲音。截至二零二二年十二月三十一日，我們平台的產後用戶及爸爸版用戶分別佔我們用戶總數的53.2%及15.4%。我們堅信，我們對產品的持續升級及優化令整體用戶體驗獲得極大提升、用戶生命週期得以延長，並且增強了用戶的消費意願。

通過精細化營運持續改善我們平台上的用戶活動

我們以向用戶提供優質高效的內容及服務為目標，不斷通過技術手段進行精細化營運。通過關注用戶的個人需求並運用多維數據分析方法，我們可以全面掌握用戶概況，以此為用戶提供較好的服務。就用戶活動而言，我們已組建一支合作型工作組，基於我們對用戶歷程的理解，促進搜索、推送功能的開發及整合。我們持續升級及迭代供用戶進入寶寶樹孕育App的主要路徑，形成層層遞進的內容支援策略。就用戶留存而言，我們繼續優化用戶的首次使用體驗，豐富優質內容，增加曝光率，並在基於內容的工具的輔助下提升整體內容質量。截至二零二二年十二月三十一日止年度，寶寶樹孕育App的次日留存率達致52.6%，同比增加1.9%。人均每日使用時間達致10.5分鐘，遙遙領先我們的競爭對手。發佈的用戶生成內容（「用戶生成內容」）及專業生成內容（「專業生成內容」）分別為883,277件及23,180件。基於孕期及產後相關內容的工具的次日留存率分別錄得同比增長2.3%及3.3%。

加強全網用戶運營系統，並擴大我們的品牌價值

在消費場景碎片化加劇、用戶注意力日趨分散的環境下，流量入口的競爭正日漸激烈，全網化流量佈局趨勢不可避免。本集團致力提供最具專業性的母嬰知識。為構建全球領先的母嬰家庭生態系統，我們已建立從線上社區至複雜生態系統的全週期產品及服務體系，其目標內容從備孕至孕育及育兒一應俱全。

微信社群不斷發展壯大。截至二零二二年十二月三十一日，寶寶樹微信社群總數達致13,904個，而社群成員總數達致1,620,000人。我們立足於服務Z世代社群，致力培育社群生態系統，開發有價值的體驗。我們的目標設定為「知識、社交、記錄及購物」，我們通過獨特的主題及特別的消費場景，並根據用戶的共同興趣及價值觀建立不同的社群。我們亦通過頻密的線上線下活動增強社群成員之間的凝聚力。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們於中國20多個城市舉辦超過30場線下活動。同時，我們依託獨特的社群管理系統及精準的用戶分類，將客戶對製造商（「C2M」）業務及業務解決方案作為雙核心。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們社群電商用戶的購買滲透率超過51.2%。同時，我們微信社群的發展促成超過170個廣告項目，協助我們的廣告業務為客戶提供多樣化的解決方案。通過持續創新前端業務，新營銷模式下的售賣勢頭強勁。

我們擬進一步利用我們於發展微信社群及寶寶樹孕育App方面的成功經驗，於其他外部平台上發展我們的業務。截至二零二二年十二月三十一日，我們於包括微博、微信公眾號、抖音、快手、小紅書在內的外部平台合共積累約3.0百萬粉絲。展望未來，我們將繼續整合我們的跨平台資源，以實現多場景覆蓋，最終實現長期增長。

透過開發不同的業務板塊，繼續打造寶寶樹品牌

由於平台用戶流量的天花板開始顯現，以及其他行業巨頭跨界進軍母嬰業務，母嬰行業的市場競爭進一步加劇，對廣告業務造成巨大挑戰。面對激烈競爭，我們於二零二二年努力鞏固傳統廣告業務，並充分利用品牌名稱及渠道資源夯實C2M業務。

B2B商業解決方案

傳統廣告

截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們繼續通過廣告業務的整合管理來實現用戶流量變現。我們以整合不同業務板塊、優化現有資源、減少非必要開支或低商業價值開支的策略為指引，繼續努力開發泛母嬰客戶，通過線上線下兩方面開發我們的母嬰營銷知識產權，提高我們的整合營銷能力及社群營運能力，為廣告客戶帶來我們獨家的「建立品牌與高效營銷整合」服務。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，傳統品牌廣告產生的收入為人民幣193.7百萬元。我們的傳統品牌廣告佔本集團廣告業務收入約82.6%。

自助廣告

於二零二二年我們繼續推進自助廣告服務。然而，主要由於新型冠狀病毒的影響及全國宏觀經濟放緩，此業務分部的收入較二零二一年略微下滑。

於二零二二年，自助廣告產生的收入約為人民幣40.7百萬元，佔本集團廣告業務收入約17.4%，以及由於業務的技術驅動性質，毛利率保持約為95.0%。

二零二三年展望

於二零二三年，我們的目標是深化依靠用戶流量向依靠能力轉型，開發創新項目，以及全面擴大客戶基礎。

我們將通過豐富創新項目大力推進獲客，通過與製造、營運及研究部門協同增效營造泛母嬰氛圍，啟動為泛母嬰行業直接客制的項目。

電商及C2M

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本公司的電商及C2M業務產生收入人民幣76.9百萬元，較二零二一年同期的人民幣23.9百萬元增長222.2%。然而，相應的毛利率由二零二一年同期的81.4%下降至截至二零二二年十二月三十一日止年度的32.9%。該變動主要歸因於我們努力發展毛利率較低的自主品牌，以及我們的第三方運營業務的毛利率較低。

私域+網上商城雙軌並行，打造母嬰電商新生態

寶寶樹加速建設全網生態系統，以觸達更多的用戶，覆蓋更長的用戶生命週期，以及滲入更多元化的用戶活動場景。因此，寶寶樹能夠與我們的用戶建立更頻密的聯繫和更深層的信任機制。

於二零二二年，寶寶樹電商於私域+網上商城雙軌並行模式下不斷取得突破。於二零二二年末，寶寶樹社群用戶人數超過1.6百萬人。本身亦是新手媽媽的寶寶樹社群管理員(「媽媽合夥人」)能夠有效引導社群內的活躍用戶，逐步形成購物鏈，幫助建立以知識解決育兒困難和盲點、以產品提升育兒體驗及質量、令母嬰消費的供需更加匹配及均衡的機制。寶寶樹微信社群中的媽媽合夥人數量已由截至二零二一年十二月三十一日止年度的13,182人增長至截至二零二二年十二月三十一日止年度的100,185人，而我們社群內的銷售收入大幅增長351.0%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣17.7百萬元。同時，客戶單筆訂單的平均金額由二零二一年的人民幣70.0元下降至二零二二年的人民幣63.6元。

我們App上的網上商城注重精細化營運、首頁營銷迭代升級、快速連結及秒殺優化。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們App內售賣所產生收入增長48.2%，達致人民幣20.6百萬元。就於外部平台發展我們的業務而言，寶寶樹抖音團隊實現從零至一的突破和創新。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們抖音網店的評分持續走高。我們發佈短視頻聚集人氣並充分利用由此帶來的人氣，吸引並獲得更多的粉絲。我們部分走紅的視頻作品被選為抖音熱門推薦，我們視頻的總流覽量超過1.8百萬，我們每場直播的平均觀看人數超過40,000人。所有這些為我們二零二三年下半年的渠道矩陣擴張奠定堅實基礎。

穩步推進自有品牌建設，不斷完善品類矩陣

於二零二二年，本集團核心業務的主要重心系於營養補品、紙巾及個人衛生用品，加上整合內外部資源，我們通過內部孵化和外部合作推進自有品牌建設，努力使本公司的業務由營運轉向孵化及管理。因此，我們能夠實現銷售目標，並積累品牌資產。截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們的自有品牌於推動本公司表現方面發揮顯著作用，產生收入人民幣30.9百萬元，同比增長521.1%，佔我們電商業務所產生收入總額的40.1%。

於二零二二年，寶寶樹C2M整合營銷實現從零到一的轉變。我們不斷搜尋藍海市場的機會及切入點，並探索紅海市場的用戶痛點。在深入的用戶洞察賦能下，我們的自營團隊於二零二二年實現重大突破，包括推出合共40款SKU產品。

本集團並沒沿襲向終端客戶售賣每個營養品的傳統模式，而是開發了獨特的「家庭營養與健康計劃」，藉此，我們提供能夠滿足消費者需求的新產品、包括線上專業評估在內的新服務，以及旨在獲得高淨值用戶的基於待遇的新營銷。於二零二二年，在我們生態系統、研究能力及復星所提供供應鏈的賦能下，我們推出兩款產品線，以關注我們用戶的身體健康，包括專為女性成年人的營養需求而量身定制的Pretty Box以及關注嬰幼兒健康成長的Genius Key。

我們進軍營養補品領域大獲成功。約5,000瓶DHA補品於上市首日售罄，益生元西梅汁於進入市場後首四個月獲售180,000瓶，並入選天貓暢銷榜。我們持續研發滿足消費者需求的營養補品，並已成功開發富鐵軟糖、葉黃素酯、益生菌軟糖等創新營養零食。我們的海藻油DHA被評為櫻桃大賞(中國母嬰行業內發起的年度活動)的「年度有潛力的嬰兒營養品」。

我們積極利用後疫情時代的消費需求，與來自不同行業的成熟專業公司緊密合作，關注母嬰家庭用戶的需求，進行個性化產品升級，並不斷推出新的系列產品，確保自有產品不斷升級，而消費者方面持續滿意。

二零二三年展望

於二零二三年，我們將繼續向註冊營養品領域挺進，探索聯合私域以發展我們的社群，升級及迭代我們商城內的場景，將我們App上的內容與電商端打通，提高流量供給效率，發展及培育核心線下合作夥伴，以及建立平台會員體系以增強用戶忠誠度。

於二零二三年，我們的天貓及抖音網店將繼續肩負擁抱外部平台的使命，建立寶寶樹營養補品的聲譽，並提高我們品牌及產品的滲透率。

持續為復星生態系統添彩並從中獲益

於二零二二年，我們的生態系統業務發展部門利用其多維資源為我們的C2M、B2B及用戶營運業務線賦能，並與來自67個不同行業的企業開展合作。目前有88個項目正在營運，涵蓋「大健康」、「大快樂」、銀行與保險產業運營委員會及資產管理委員會等模塊。在為不同業務部門賦能的同時，我們積極探索新的創收模式，並發展自己的競爭優勢。

復星生態系統為我們的C2M業務從供應鏈源頭至渠道開發賦能。憑藉復星供應鏈專家的專業知識，我們能夠為我們的自營自有產品建立有效、高效的供應鏈。依託我們於市場的影響力，我們與信泰雲達成物流倉儲戰略合作，此舉極大降低我們的物流開支。我們亦打開包括復星甄選及寰宇在內的八個主要綫上渠道。

關注本集團的支持創收活動

於二零二三年，就研發而言，我們計劃開始與國內國際頂級研究機構合作，以支援營養補品的開發，引入海外品牌代理進行營銷策略試水，建立生態大客戶渠道，利用環宇及復星精選提供的生態閉環推廣我們的自營自有產品，為場景禮盒探索更多外部銷售渠道，以及初步探索海外線下渠道。就用戶營運而言，我們擬通過調整營運模式實現突破，並嘗試利用我們的中後端能力為其他母嬰私域賦能。就B2B而言，我們擬通過提供線下母嬰專業服務，進一步鞏固我們於差異化壁壘方面的競爭優勢。

管理層討論及分析

截至二零二二年十二月三十一日止年度之業績表現

	截至	
	十二月三十一日止年度 二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
收入	314,556	281,823
營業成本	<u>(179,306)</u>	<u>(111,103)</u>
毛利	135,250	170,720
其他收入	11,279	40,910
其他(虧損)/收益淨額	(54,874)	4,298
銷售及營銷開支	(315,782)	(285,225)
一般及行政開支	(114,923)	(123,998)
研發開支	(49,741)	(48,824)
貿易及其他應收款項及合同資產之減值虧損淨額	<u>(30,992)</u>	<u>(94,465)</u>
經營虧損	(419,783)	(336,584)
財務收益淨額	41	2,842
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融工具的公允價值變動	(45,660)	(60,216)
應佔聯營公司虧損	<u>(1,110)</u>	<u>(3,439)</u>
除稅前虧損	(466,512)	(397,397)
所得稅	<u>(1,111)</u>	<u>10,283</u>
年度虧損	<u>(467,623)</u>	<u>(387,114)</u>
歸屬於：		
本公司權益股東	(467,623)	(387,099)
非控制性權益	<u>-</u>	<u>(15)</u>

收入

相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的總收入人民幣281.8百萬元，我們於截至二零二二年十二月三十一日止年度的總收入增加11.6%至人民幣314.6百萬元，主要由於我們電商業務產生的收入增加。下表載列於所示年度按分部劃分的收入：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	金額	佔總收入 的百分比	金額	佔總收入 的百分比
	人民幣千元		人民幣千元	
廣告	234,322	74.5%	255,578	90.7%
電商	76,947	24.5%	23,885	8.5%
其他	3,287	1.0%	2,360	0.8%
總計	<u>314,556</u>	<u>100.0%</u>	<u>281,823</u>	<u>100.0%</u>

廣告

廣告業務收入相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣255.6百萬元減少8.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣234.3百萬元，減少乃主要由於受新型冠狀病毒的影響、中國宏觀經濟環境惡化及我們的廣告客戶開始緊縮預算，導致我們的廣告業務下滑。

電商

電商業務收入相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣23.9百萬元增加222.2%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣76.9百萬元，乃主要由於我們努力開發(i)線上線下銷售渠道，以及(ii)我們的自有和聯名C2M產品。

其他

其他業務收入相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣2.4百萬元增加39.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣3.3百萬元，乃主要由於我們客戶數目增加。

營業成本

我們的營業成本相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣111.1百萬元增加61.4%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣179.3百萬元，乃主要由於廣告執行成本增加及我們C2M產品收入增長推動其成本增加。下表載列於所示年度按分部劃分的營業成本：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	金額	佔總營業 成本的 百分比	金額	佔總營業 成本的 百分比
	人民幣千元		人民幣千元	
廣告	127,640	71.2%	106,532	95.9%
電商	51,633	28.8%	4,448	4.0%
其他	33	0.0%	123	0.1%
總計	179,306	100.0%	111,103	100.0%

毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣170.7百萬元減少20.8%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣135.3百萬元。我們的毛利率由截至二零二一年十二月三十一日止年度的60.6%減少至截至二零二二年十二月三十一日止年度的43.0%。下表載列於所示年度按分部劃分的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
廣告	106,682	45.5	149,046	58.3
電商	25,314	32.9	19,437	81.4
其他	3,254	99.0	2,237	94.8
總計	135,250	43.0	170,720	60.6

其他收入

我們的其他收入相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣40.9百萬元減少72.4%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣11.3百萬元，乃主要由於以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產投資收入減少。

其他(虧損)/收益淨額

我們的其他(虧損)/收益淨額主要包括外匯虧損淨額。我們於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得其他收益淨額人民幣4.3百萬元，而於截至二零二二年十二月三十一日止年度我們錄得其他虧損淨額人民幣54.9百萬元，主要乃由於外匯匯率波動及本年度確認於聯營公司權益之減值虧損。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣285.2百萬元增加10.7%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣315.8百萬元，主要由於為進一步擴大我們的市場份額而增加的流量獲取費用及營運推廣開支。就佔收入的比例而言，銷售及營銷開支保持相對穩定，截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度分別為101.2%及100.4%。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣124.0百萬元降低7.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣114.9百萬元，乃主要由於本集團營運效率提升導致開支減少。就佔收入的比例而言，一般及行政開支由截至二零二一年十二月三十一日止年度的44.0%降低至截至二零二二年十二月三十一日止年度的36.5%。

研發開支

我們的研發開支相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣48.8百萬元增加1.9%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣49.7百萬元，主要由於我們為研發目的開發及維護現有信息技術服務的支出略有增加。就佔收入的比例而言，研發開支由截至二零二一年十二月三十一日止年度的17.3%降低至截至二零二二年十二月三十一日止年度的15.8%，主要由於我們於二零二二年的收入增長幅度大於我們的研發開支增長幅度。

貿易及其他應收款項及合同資產之減值虧損淨額

我們的貿易及其他應收款項及合同資產之減值虧損淨額相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣94.5百萬元減少67.2%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣31.0百萬元，主要由於其他應收款項減少，同時我們已加強對貿易及其他應收款項的收回。

經營虧損

由於上述原因，我們於截至二零二二年十二月三十一日止年度錄得經營虧損人民幣419.8百萬元，較於截至二零二一年十二月三十一日止年度產生的經營虧損人民幣336.6百萬元增加24.7%。

財務收益淨額

我們的財務收益主要包括來自銀行及其他金融機構的存款利息收入。我們的財務收益淨額相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣2.8百萬元減少至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣41,000元。該減少乃主要由於銀行存款產生的利息收入減少。

以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值變動

我們以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值虧損由截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣60.2百萬元減少24.2%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣45.7百萬元，主要由於市場波動對金融工具價格的影響。

應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損相較截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣3.4百萬元減少至截至二零二二年十二月三十一日止年度的人民幣1.1百萬元，主要由於我們的聯營公司透過改善經營業績減少錄得的虧損。

所得稅

我們於截至二零二二年十二月三十一日止年度錄得所得稅開支人民幣1.1百萬元，而於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得所得稅抵免人民幣10.3百萬元，乃主要由於二零二一年末我們估計於可見將來將有足夠應課稅溢利，因此確認若干遞延稅項資產。

本公司權益股東應佔虧損

由於上述原因，於截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們錄得本公司權益股東應佔虧損人民幣467.6百萬元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度產生的本公司權益股東應佔虧損人民幣387.1百萬元增加20.8%。

資本結構

我們的資產總值由截至二零二一年十二月三十一日的人民幣2,052.3百萬元減少至截至二零二二年十二月三十一日的人民幣1,734.7百萬元。我們的負債總額由截至二零二一年十二月三十一日的人民幣163.0百萬元增加至截至二零二二年十二月三十一日的人民幣175.9百萬元。資產負債率由截至二零二一年十二月三十一日的7.9%變動至截至二零二二年十二月三十一日的10.1%。

相較截至二零二一年十二月三十一日的流動比率(即流動資產總值與流動負債總額的比率)11.6，截至二零二二年十二月三十一日的流動比率為8.5。

流動資金、財務資源及資產負債比率

我們的現金及其他流動財務資源(由以下各項組成(i)現金及現金等價物，包括庫存現金及銀行存款，及(ii)我們所購入的短期債券組合及財富管理產品)，由截至二零二一年十二月三十一日的人民幣1,413.9百萬元減少至截至二零二二年十二月三十一日的人民幣1,295.3百萬元，乃主要由於經營活動所用現金。

截至二零二二年十二月三十一日，我們並無任何未償還借貸。因此，並無呈列資產負債比率。

資本支出

我們的資本支出包括購買物業、廠房及設備及無形資產的款項，主要用於伺服器、電腦、電腦軟件及辦公設備。相較截至二零二一年十二月三十一日的資本支出人民幣1.5百萬元，截至二零二二年十二月三十一日我們的資本支出為人民幣1.7百萬元。

外匯風險管理

我們擁有以外幣計值的銀行現金，因而須面對外匯風險。我們並無利用任何衍生工具合同對沖外匯風險。我們通過密切監察外幣匯率變動管理貨幣風險，並將採取審慎措施將匯兌風險降至最低。

或然負債

截至二零二二年十二月三十一日，我們並無任何重大或然負債。

重大收購及主要投資的未來計劃

截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們並無進行任何重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合營公司。

於本公告日期，我們並無任何重大投資的未來計劃。

重大投資

本集團截至二零二二年十二月三十一日並無持有任何重大投資。

資產抵押

於二零二二年十二月三十一日，銀行結餘人民幣0.5百萬元已作為投資抵押。

報告期後重大事項

本集團於二零二二年十二月三十一日後及直至本公告日期並無任何重大期後事項。

末期股息

董事會未建議派付截至二零二二年十二月三十一日止年度的末期股息(截至二零二一年十二月三十一日止年度：無)。

股東週年大會

本公司股東週年大會(「股東週年大會」)將於二零二三年六月九日(星期五)舉行。召開股東週年大會的通告將按香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)所規定的方式適時發佈並派發予本公司股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東出席股東週年大會並於會上投票之資格，本公司將於二零二三年六月五日(星期一)至二零二三年六月九日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不進行任何股份過戶登記。於二零二三年六月九日(星期五)名列股東名冊的本公司股份持有人有權出席股東週年大會並於會上投票。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，本公司股份的未登記持有人務請確保在不遲於二零二三年六月二日(星期五)下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關股票送達本公司香港股份過戶登記分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)以進行登記。

公司資料

本公司於二零一八年二月九日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司，其股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯交所主板上市。

僱員

截至二零二二年十二月三十一日，我們有431名全職僱員，其中大部分均在中國，主要在北京及上海，其餘在武漢、廣州及杭州。我們的成功取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。僱員的薪酬待遇一般包括工資及津貼。我們根據資格及經驗年數等因素釐定僱員薪酬。僱員亦可獲得福利，包括醫療、退休福利、工傷保險及其他雜項。我們為僱員提供強制性社保基金供款，以提供退休、醫療、工傷、生育及失業保險。

上市所得款項淨額用途

我們的股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯交所上市，於首次公開發售期間籌集的所得款項淨額約為1,769.7百萬港元。

下表載列首次公開發售所得款項淨額的使用情況⁽¹⁾：

所得款項的擬定用途 類別	子類別	佔所得款項 擬定用途 百分比 (%)	首次公開發售所得 款項擬定 用途 (以百萬 港元計)	佔於	佔於	動用 未動用結 餘的時間表
				二零二二年 十二月 三十一日 已動用 金額百分比 (%)	二零二二年 十二月 三十一日 未動用 餘額百分比 (%)	
業務擴展，例如獲取用戶及提高用戶參與度、生成及獲得更多優質內容、招聘及挽留勝任人員以支持我們的擴充及品牌營銷活動，及通過營銷活動進一步提升我們的品牌知名度	獲取用戶及提高用戶參與度	5.0	88.5	5.0	0.0	不適用
	生成及獲得更多優質內容	10.0	177.0	10.0	0.0	不適用
	招聘及挽留勝任人員	10.0	177.0	10.0	0.0	不適用
	以支持我們的擴充及品牌營銷活動					
	通過營銷活動進一步提升我們的品牌知名度	5.0	88.5	5.0	0.0	不適用
小計		30.0	530.9	30.0	0.0	

所得款項的擬定用途 類別	子類別	佔所得款項 擬定用途 百分比 (%)	首次公開 發售所得 款項擬定 用途 (以百萬 港元計)	佔於	佔於	動用 未動用結 餘的時間表
				二零二二年 十二月 三十一日 已動用 金額百分比 (%)	二零二二年 十二月 三十一日 未動用 餘額百分比 (%)	
研發，例如招募及留住技術人才、 維護和強化我們的信息技術基 礎設施及進一步開發我們的技 術堆棧	通過提供具有競爭力的薪酬 及股權激勵及在新興技術 中心成立開發中心，招募 及留住技術人才以開發及 升級我們的移動應用程式 及更多功能的網站	10.0	177.0	10.0	0.0	不適用
	維護和強化我們的信息技術 基礎設施以適應我們的業 務擴充	10.0	177.0	9.1	0.9	於未來 三個月
	進一步開發我們的技術堆 棧，包括數據及存儲管 理、計算機視覺、自然語 言處理及增強現實，以提 升用戶體驗	10.0	177.0	9.0	1.0	於未來 三個月
小計		30.0	530.9	28.1	1.9	
未來投資、收購及戰略聯盟，例如 投資於擁有先進技術及服務解 決方案的公司或能夠與我們現時業 務產生協同效應的公司及與海 外國家優質的當地夥伴建立夥 伴關係		30.0	530.9	14.7	15.3	於未來 十二個月
營運資金及其他一般公司用途		10.0	177.0	10.0	0.0	不適用
總計		100.0	1,769.7	82.8	17.2	

附註：

- (1) 表格內的數字為概約數字。
- (2) 本公司預計剩餘未動用的用於研發的所得款項淨額將於未來三個月內獲悉數使用，較本公司日期為二零一八年十一月十五日的招股章程(「招股章程」)所載關於進一步開發技術堆棧的預期時間表推遲28個月，以及較招股章程所載關於維護及強化信息技術基礎設施的預期時間表延遲16個月。相關延遲主要乃由於受中國宏觀經濟環境影響，本集團的業務發展戰略發生調整。
- (3) 本公司預計剩餘未動用的用於投資的所得款項淨額將於未來12個月內獲悉數使用，較招股章程所載預期時間表延遲37個月。相關延遲主要乃由於潛在目標的經營業績受到新型冠狀病毒爆發的重大不利影響，本公司將繼續探索潛在的投資機會。

四捨五入

本公告所載若干數額及百分比數字已四捨五入。任何表格中總數與金額總和間的差異均由於四捨五入所致。

合併損益表

截至二零二二年十二月三十一日止年度
(以人民幣列示)

	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
收入	4	314,556	281,823
營業成本		<u>(179,306)</u>	<u>(111,103)</u>
毛利		135,250	170,720
其他收入	5(a)	11,279	40,910
其他(虧損)/收益淨額	5(b)	(54,874)	4,298
銷售及營銷開支		(315,782)	(285,225)
一般及行政開支		(114,923)	(123,998)
研發開支		(49,741)	(48,824)
貿易及其他應收款項及合同資產之 減值虧損淨額	6(c)	<u>(30,992)</u>	<u>(94,465)</u>
經營虧損		(419,783)	(336,584)
財務收入淨額	6(a)	41	2,842
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融工具的公允價值變動		(45,660)	(60,216)
應佔聯營公司虧損		<u>(1,110)</u>	<u>(3,439)</u>
除稅前虧損	6	(466,512)	(397,397)
所得稅	7	<u>(1,111)</u>	<u>10,283</u>
年度虧損		<u>(467,623)</u>	<u>(387,114)</u>
歸屬於：			
本公司權益股東		(467,623)	(387,099)
非控制性權益		<u>-</u>	<u>(15)</u>
年度虧損		<u>(467,623)</u>	<u>(387,114)</u>
每股虧損	8		
基本及攤薄(人民幣元)		<u>(0.28)</u>	<u>(0.23)</u>

合併損益及其他全面收入表
截至二零二二年十二月三十一日止年度
(以人民幣列示)

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
年度虧損	<u>(467,623)</u>	<u>(387,114)</u>
年內其他全面收入／(開支)		
其後重新分類或可重新分類至損益的項目： 換算本公司及海外附屬公司財務報表的 匯兌差額，經扣除零稅項	139,345	(38,092)
應佔聯營公司其他全面收入／(開支)， 經扣除零稅項	<u>612</u>	<u>(245)</u>
年內其他全面收入／(開支)	<u>139,957</u>	<u>(38,337)</u>
年內全面開支總額	<u>(327,666)</u>	<u>(425,451)</u>
歸屬於：		
本公司權益股東	(327,666)	(425,430)
非控制性權益	<u>-</u>	<u>(21)</u>
年內全面開支總額	<u>(327,666)</u>	<u>(425,451)</u>

合併財務狀況表

於二零二二年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		24,261	38,662
無形資產		4,265	4,609
於聯營公司的權益		15,905	38,922
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融資產	9	204,715	232,416
遞延稅項資產		37,445	38,428
		<u>286,591</u>	<u>353,037</u>
流動資產			
存貨		16,330	2,511
合同資產		5,016	18,991
貿易應收款項	10	92,467	99,737
預付款項及其他應收款項		37,879	161,387
以公允價值計量且變動計入當期損益的 金融資產	9	280,428	175,757
現金及銀行結餘	11	1,015,986	1,240,856
		<u>1,448,106</u>	<u>1,699,239</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	37,733	23,433
應計及其他應付款項		111,784	100,688
合同負債		5,417	7,592
租賃負債		14,611	14,398
衍生金融工具		-	114
即期稅項		-	63
		<u>169,545</u>	<u>146,288</u>
流動資產淨值		<u>1,278,561</u>	<u>1,552,951</u>
總資產減流動負債		<u>1,565,152</u>	<u>1,905,988</u>

合併財務狀況表(續)

於二零二二年十二月三十一日

(以人民幣列示)

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	6,384	16,570
遞延稅項負債	—	115
	<u>6,384</u>	<u>16,685</u>
資產淨值	<u>1,558,768</u>	<u>1,889,303</u>
權益		
股本	1,152	1,152
儲備	<u>1,557,616</u>	<u>1,885,282</u>
本公司權益股東應佔權益總額	1,558,768	1,886,434
非控制性權益	—	2,869
權益總額	<u>1,558,768</u>	<u>1,889,303</u>

合併財務報表附註

(以人民幣列示)

1 一般資料

寶實樹集團(「本公司」)於二零一八年二月九日根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處位於P.O. BOX 309, Ugland House, Grand Cayman KY1-1104, Cayman Islands。於二零二二年八月十五日，本公司的主要營業地點由香港皇后大道東183號合和中心54樓遷往香港九龍觀塘道348號宏利廣場5樓。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)從事廣告、電商及其他服務業務(「業務」)。

本公司股份於二零一八年十一月二十七日在香港聯合交易所有限公司主板上市。

該等合併財務報表以人民幣(「人民幣」)呈報，與本公司的功能貨幣美元不同。由於本集團主要在中國開展業務，因此該等合併財務報表以人民幣呈報。

2 編製基準

(a) 合規聲明

該等合併財務報表乃按照所有適用之國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)，該統稱包括國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用個別國際財務報告準則、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋以及香港公司條例之披露規定編製。該等合併財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露條文。

國際會計準則理事會已頒佈若干國際財務報告準則之修訂，該等準則修訂為於本集團本會計期間首次生效或可提早採納。初次應用該等與本集團有關之國際財務報告準則所引致當前會計期間之任何會計政策變動，已反映於該等合併財務報表內，有關資料列載於附註3。

(b) 合併財務報表編製基準

截至二零二二年十二月三十一日止年度的合併財務報表包括本集團及本集團於聯營公司的權益。

除若干金融資產及衍生金融工具以公允價值計量且變動計入當期損益(「以公允價值計量且變動計入當期損益」)入賬外，於編製合併財務報表時使用的計量基準為歷史成本基準。

為了按照國際財務報告準則的規定編製合併財務報表，管理層需作出一些對政策應用，以及資產、負債、收入及支出的列報金額構成影響的判斷、估計及假設。此等估計及相關假設乃根據過往經驗和各項在當時情況下被視為合理的其他因素而應用並作為基礎，為該未能透過其他方法容易確認賬面價值的資產及負債判斷其賬面價值提供基礎。實際結果可能有別於此等估計。

2 編製基準(續)

(b) 合併財務報表編製基準(續)

此等估計及相關假設會持續進行檢討。倘會計估計的修訂僅影響修訂估計的期間，則有關會計估計的修訂將於作出修訂的期間確認，或倘修訂對本期間及未來期間均會構成影響，則會於作出修訂的期間及未來期間確認。

3 會計政策變動

本集團已對本會計期間的該等合併財務報表應用以下由國際會計準則理事會頒佈國際財務報告準則的修訂：

- 國際財務報告準則第3號之修訂本 概念框架之提述
- 國際財務報告準則第16號之修訂本 二零二一年六月三十日之後新型冠狀病毒相關之租金寬減
- 國際會計準則第16號之修訂本 物業、廠房及設備—作擬定用途前的所得款項
- 國際會計準則第37號之修訂本 有償合同—履行合同的成本
- 國際財務報告準則之修訂本 二零一八年至二零二零年國際財務報告準則的年度改進

該等變動對本集團本期間或過往期間業績及財務狀況的編製或呈列方式並無重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新訂或經修訂的國際財務報告準則。

4 收入及分部報告

(a) 收入

本集團的主要活動為向客戶提供廣告、電商及其他服務。

(i) 收入劃分

本集團的收入均來自國際財務報告準則第15號範圍內與客戶的合同收入。各重要收入類別的金額如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
廣告	234,322	255,578
電商	76,947	23,885
其他	3,287	2,360
	<u>314,556</u>	<u>281,823</u>

來自客戶的合同收入按收入確認時間及地區市場作出的劃分於附註4(b)披露。

於二零二二年，本集團的客戶群多元化，且並無客戶(二零二一年：一名客戶)交易佔本集團於年內的收入逾10%。於二零二一年，來自該客戶的廣告收入約為人民幣33,015,000元。

4 收入及分部報告(續)

(a) 收入(續)

(ii) 產生自於報告日期與現存客戶的合同收入，預期於日後確認

與廣告客戶的合同原定預期期間通常為一年內。與個人客戶有關電商及其他服務的合同通常於一個月內完成。

本集團採用國際財務報告準則第15號第121段所述之可行權宜處理，而並無披露有關本集團在履行該等合同原定預期年期為一年或以內之餘下履約責任時有權收取之收入之資料。

(b) 分部報告

本集團按業務線(產品及服務)組織的部門管理其業務。本集團已就資源分配及表現評估向本集團最高行政管理人員內部呈報資料的方式呈列以下三個可報告分部：

- 廣告；
- 電商，包括直銷和平台；及
- 其他，包括知識付費、保險代理服務及其他服務。

就評估分部表現及分部間的資源分配而言，本集團高級行政管理人員監督各可報告分部應佔收入及毛利。

並無向本集團高級行政管理人員提供單獨分部資產及分部負債資料，原因是彼等並未使用該資料向經營分部分配資源或評估經營分部的表現。

收入及費用乃經參考該等分部產生的銷售額及該等分部產生的費用或因該等分部應佔資產的折舊或攤銷而產生的費用分配至可報告分部。折舊及攤銷、就貿易及其他應收款項及合同資產確認減值虧損及財務(成本)/收入淨額會分配至各個可報告分部。其他損益項目並未分配至可報告分部。

報告分部溢利的計量方法為「經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利」，當中「利息」被視為包括投資收入，而「折舊及攤銷」被視為包括非流動資產減值虧損。為得出經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利，本集團的溢利會就並無指定由個別分部應佔的項目作出調整，如其他收入、應佔聯營公司之損益、以公允價值計量且變動計入當期損益的金融工具的公允價值變動、董事及核數師酬金及其他總辦事處或企業行政成本。

除獲取有關經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利的分部資料外，管理層獲提供有關分部間銷售的分部資料，本集團來自銀行及其他金融機構的存款利息收入、折舊及攤銷及減值虧損。分部間的銷售價格參考就類似訂單向外部人士收取的價格定價。

4 收入及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度來自與客戶的合同收入按收入確認時間之收入劃分，以及本集團向本集團高級行政管理人員提供用作資源分配及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下：

	截至二零二二年十二月三十一日止年度			
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	總計 人民幣千元
按收入確認時間作出之劃分				
按時間段確認	234,322	-	-	234,322
在某一時間點確認	-	76,947	3,287	80,234
來自外部客戶之收入	234,322	76,947	3,287	314,556
分部間收入	-	1,665	-	1,665
可報告分部收入	<u>234,322</u>	<u>78,612</u>	<u>3,287</u>	<u>316,221</u>
可報告分部(虧損)/溢利(經調整除利息、 稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利)	<u>(236,392)</u>	<u>(33,273)</u>	<u>2,241</u>	(267,424)
折舊及攤銷	(13,492)	(1,407)	(96)	(14,995)
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之 減值虧損	(26,713)	(4,105)	(374)	(31,192)
財務成本淨額	(546)	(29)	(12)	(587)
未分配之其他收入				7,673
未分配之應佔聯營公司虧損				(1,110)
未分配之以公允價值計量且變動計入 當期損益的金融工具的公允價值變動				(45,660)
未分配之折舊及攤銷				(5,128)
未分配之其他應收款項之減值虧損撥回				200
未分配之財務收入淨額				628
未分配之其他成本				<u>(108,917)</u>
除稅前虧損				(466,512)
所得稅				<u>(1,111)</u>
年度虧損				<u>(467,623)</u>

4 收入及分部報告(續)

(b) 分部報告(續)

截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度來自與客戶的合同收入按收入確認時間之收入劃分，以及本集團向本集團高級行政管理人員提供用作資源分配及評估分部表現的本集團可呈報分部資料載列如下：(續)

	截至二零二一年十二月三十一日止年度			總計 人民幣千元
	廣告 人民幣千元	電商 人民幣千元	其他 人民幣千元	
按收入確認時間作出之劃分				
按時間段確認	255,578	-	-	255,578
在某一時間點確認	-	23,885	2,360	26,245
來自外部客戶之收入	255,578	23,885	2,360	281,823
分部間收入	-	1,890	-	1,890
可報告分部收入	255,578	25,775	2,360	283,713
可報告分部(虧損)/溢利(經調整除利息、 稅項、折舊及攤銷前之營運分部溢利)	(145,738)	(8,403)	1,186	(152,955)
折舊及攤銷	(18,275)	(1,618)	(150)	(20,043)
就貿易及其他應收款項及合同資產確認之 減值虧損	(93,591)	(9)	(665)	(94,265)
財務收入淨額	2,610	272	23	2,905
未分配之其他收入				36,009
未分配之應佔聯營公司虧損				(3,439)
未分配之以公允價值計量且變動計入 當期損益的金融工具的公允價值變動				(60,216)
未分配之折舊及攤銷				(3,494)
未分配之貿易及其他應收款項及 合同資產確認之減值虧損				(200)
未分配之財務成本淨額				(63)
未分配之其他成本				(101,636)
除稅前虧損				(397,397)
所得稅				10,283
年度虧損				(387,114)

由於本集團截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度90%以上的收入來自中國，故並未呈報地區資料。於二零二二年及二零二一年十二月三十一日，本集團絕大部分非流動資產(若干於聯營公司的權益、債券組合、非上市權益證券及理財產品除外)位於中國。

5 其他收入及其他(虧損)/收益淨額

(a) 其他收入

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產的		
投資收入	7,622	34,606
政府補貼(附註(i))	2,783	1,079
增值稅優惠(附註(ii))	493	749
雜項收入	381	4,476
	<u>11,279</u>	<u>40,910</u>

附註：

- (i) 政府補貼為地方政府向本集團提供的資金激勵，主要是為了鼓勵本集團的品牌建設及文化發展以及退還由僱主支付的失業保險金。
- (ii) 主要包括由於增值稅進項稅額加計抵減形成的稅收優惠收入。該政策最初自二零一九年四月一日至二零二一年十二月三十一日生效及已延長至二零二二年十二月三十一日。允許生產、生活性服務業納稅人按照當期可抵扣進項稅額加計10%，抵減應納稅額。由於本集團部分經營業務符合該政策要求，因此該部分業務可享受該稅收優惠。

(b) 其他(虧損)/收益淨額

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
確認於聯營公司權益之減值虧損	(10,402)	-
註銷附屬公司之虧損	(655)	-
外匯(虧損)/收益淨額	(43,575)	6,832
視為出售於一間聯營公司之權益之收益	1,848	-
視為出售部分於一間聯營公司之權益之虧損淨額	-	(127)
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	-	(64)
撇銷物業、廠房及設備	(1,712)	(1,788)
其他	(378)	(555)
	<u>(54,874)</u>	<u>4,298</u>

6 除稅前虧損

除稅前虧損經(計入)/扣除下列各項後達致：

(a) 財務收入淨額

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
銀行及其他金融機構的存款利息收入	(1,296)	(4,087)
其他借款的利息	-	111
租賃負債的利息	1,255	1,134
	<u>(41)</u>	<u>(2,842)</u>

(b) 員工成本

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
薪金、工資及其他福利	184,113	165,129
界定供款退休計劃供款(附註)	42,919	33,885
離職福利	6,957	9,714
	<u>233,989</u>	<u>208,728</u>

附註：

本集團在中國的附屬公司的僱員須參與當地市政府管理及營運的界定供款退休計劃。本集團在中國的附屬公司按當地市政府同意的平均僱員薪資之一定比例計算進行計劃供款，以為僱員的退休福利提供資金。

於截至二零二二年十二月三十一日止年度並無動用已沒收的供款(二零二一年：無)。於二零二二年及二零二一年十二月三十一日，並無可用已沒收的供款減少未來供款。

6 除稅前虧損(續)

(c) 其他項目

以下開支／(收入)計入營業成本、銷售及營銷開支、一般及行政開支、研發開支及貿易及其他應收款項及合同資產之減值虧損淨額中：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
無形資產攤銷成本	1,360	1,654
折舊支出		
—自有物業、廠房及設備	3,493	2,981
—使用權資產	15,270	18,902
	<u>20,123</u>	<u>23,537</u>
就貿易應收款項及合同資產確認之減值虧損	31,192	35,279
就其他應收款項(撥回)／確認之減值虧損	(200)	59,186
	<u>30,992</u>	<u>94,465</u>
核數師酬金		
—審計服務	4,900	4,730
—非審計服務	922	800
	<u>5,822</u>	<u>5,530</u>
已售存貨賬面值	31,058	4,353
存貨撇減／(撇減撥回)淨額	740	(160)
存貨成本	<u>31,798</u>	<u>4,193</u>
諮詢費用	20,209	27,022
有關短期租賃的支出	459	301

7 合併損益表內的所得稅

合併損益表內的稅項指：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
即期稅項—中國企業所得稅		
年度撥備	—	63
利息收入預扣稅項	119	—
過往年度撥備不足	124	21
	<u>243</u>	<u>84</u>
遞延稅項		
暫時性差異的產生及轉回	868	(10,367)
	<u>1,111</u>	<u>(10,283)</u>

8 每股虧損

(a) 每股基本虧損

每股基本虧損乃按本公司普通權益股東應佔虧損約人民幣467,623,000元(二零二一年：人民幣387,099,000元)及普通股加權平均數1,660,712,000股(二零二一年：1,660,712,000股普通股)計算，計算如下：

(i) 本公司普通權益股東應佔虧損

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
本公司普通權益股東應佔虧損	<u>(467,623)</u>	<u>(387,099)</u>

(ii) 普通股的加權平均數

	二零二二年 千股	二零二一年 千股
於一月一日已發行的普通股	1,660,712	1,662,002
普通股回購與註銷的影響	—	(1,290)
於十二月三十一日的普通股的加權平均數	<u>1,660,712</u>	<u>1,660,712</u>

(b) 每股攤薄虧損

每股攤薄虧損乃透過調整已發行普通股加權平均數(假設所有潛在攤薄普通股轉換)而計算。

由於截至二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度並無已發行潛在攤薄股份，故於兩個年度的每股基本虧損與每股攤薄虧損之間並無差異。

9 股權及債權投資

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
以公允價值計量且變動計入當期損益的金融資產		
非流動部分		
—非上市權益證券	170,629	167,052
—債券組合	<u>34,086</u>	<u>65,364</u>
	<u>204,715</u>	<u>232,416</u>
流動部分		
—債券組合	143,123	83,894
—理財產品	<u>137,305</u>	<u>91,863</u>
	<u>280,428</u>	<u>175,757</u>
	<u>485,143</u>	<u>408,173</u>

10 貿易應收款項

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
應收第三方款項	270,693	249,016
應收關聯方款項	3,705	—
減：虧損撥備	<u>(181,931)</u>	<u>(149,279)</u>
	<u>92,467</u>	<u>99,737</u>

所有貿易應收款項預計於一年內收回。

賬齡分析

截至各報告期末，貿易應收款項基於發票日期並扣除虧損撥備的賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
六個月以內	81,271	82,989
六個月至一年	8,961	16,470
一至兩年	<u>2,235</u>	<u>278</u>
	<u>92,467</u>	<u>99,737</u>

與客戶協定的信貸期一般為於出票日期起計30至90天或發佈廣告日期後60至120天。

11 現金及銀行結餘

現金及銀行結餘包括：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
存放於銀行及其他金融機構的現金	989,021	1,161,593
銀行存款	26,965	79,263
合併財務狀況表中的現金及銀行結餘	1,015,986	1,240,856
減：受限制現金(附註)	(1,141)	(2,717)
現金及現金等價物	<u>1,014,845</u>	<u>1,238,139</u>

附註：

受限制現金主要為作為投資抵押的銀行結餘。

12 貿易應付款項

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
應付第三方款項	37,585	23,107
應付關聯方款項	148	326
	<u>37,733</u>	<u>23,433</u>

所有貿易應付款項預計於一年內結算。

賬齡分析

截至各報告期末，貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
六個月以內	19,526	13,850
六個月至一年	10,660	2,543
一至兩年	684	624
兩年以上	6,863	6,416
	<u>37,733</u>	<u>23,433</u>

13 股息

於截至二零二二年十二月三十一日止年度，本公司並無向其權益股東宣派或支付股息(二零二一年：無)。

14 比較數字

比較數字已重新呈列，以符合本年度的呈列方式。

其他資料

購買、出售或贖回本公司上市證券

於截至二零二二年十二月三十一日止年度，概無本公司或其任何附屬公司已購買、出售或贖回本公司任何其他上市證券。

遵守企業管治守則(「企業管治守則」)

本公司致力維持及提升嚴格的企業管治。本公司企業管治原則旨在推廣有效的內部控制措施，強調公司業務在各方面均能貫徹嚴謹的道德標準、透明度、責任及誠信操守要求，並確保所有業務運作均符合適用法律及法規以及增進董事會工作的透明度及加強對所有股東的責任承擔。本公司已應用上市規則附錄十四所載企業管治守則所載的原則。董事會認為，於截至二零二二年十二月三十一日止年度，本公司已遵守企業管治守則所載的所有守則條文，惟偏離下文所闡釋的企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條除外。

自二零二一年七月二十八日起直至本公告日期，本公司行政總裁(「行政總裁」)職務一直空缺，於有關空缺期間，行政總裁的職責由執行董事兼聯席主席高敏先生(「高先生」)承擔。鑒於高先生的經驗、個人資歷及其於本公司擔任的職務，董事會認為，高先生擔任董事會主席並繼續承擔行政總裁的職責，有利於本公司的業務前景及營運效率。儘管這將構成偏離企業管治守則第二部分的守則條文第C.2.1條，董事會認為該架構將不會影響董事會及本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會將作出的決策須經至少大多數董事批准；(ii)高先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，這些責任要求(其中包括)其應為本公司的利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並基於此為本公司作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權責平衡，這些人才會定期會面以討論影響本公司營運的事宜。此外，本公司的整體戰略及其他主要業務、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。本公司將不時審閱本集團企業管治結構的成效，並考慮重新設立行政總裁一職。

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十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)作為本集團有關董事證券交易的行為守則。在向全體董事作出特定查詢後，全體董事確認，於截至二零二二年十二月三十一日止年度，其已嚴格遵守標準守則。

如企業管治守則第二部分的守則條文第C.1.3條所述，董事會亦已採納標準守則，以規範可能擁有本公司有關本公司證券之未公開內幕消息的相關僱員的所有交易。於截至二零二二年十二月三十一日止年度，經合理查詢後並無發現本公司相關僱員未遵守標準守則之事件。

審核委員會及財務報表審閱

本公司已遵照企業管治守則成立審核委員會(「**審核委員會**」)並制定書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事組成，即陳廣壘先生(主席)、俞德超先生及夏弘禹先生(其中陳廣壘先生擁有相應的專業資格及會計及相關的財務管理專業知識)。審核委員會的主要職責為協助董事會對本集團財務資料的完整性、準確性及公允性，以及本集團營運及內部監控的效率及成效進行獨立審核。

審核委員會已審閱本年度業績公告及本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核財務報表。審核委員會亦已討論與本公司所採納的會計政策及實踐有關的事宜，及與高級管理層成員和本公司核數師天職香港會計師事務所有限公司(執業會計師)(「**核數師**」)討論內部控制事宜。根據該審閱及與管理層和核數師進行的討論，審核委員會信納本年度業績公告及本集團的經審核合併財務報表乃根據適用會計準則編製，且已公平呈列本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的財務狀況和業績。

核數師的工作範圍

核數師已就本集團初步公告所載於二零二二年十二月三十一日的合併財務狀況表、截至二零二二年十二月三十一日止年度的合併損益及其他全面收入表及相關附註所載數字，與本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核合併財務報表所載的數額對賬。核數師根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港相關服務準則第4400號「接受委聘進行有關財務資料的協定程序」及參考應用指引第730號(修訂本)「有關年度業績初步公告的核數師指引」進行核數工作。核數師就此履行的工作並不構成根據由香港會計師公會頒佈的香港核數準則、香港審閱準則或香港核證準則所進行的核證，因此，核數師並不對本公告發表任何核證意見。

發佈年度業績公告及年度報告

本年度業績公告將於香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(ir.babytree.com)發佈。本公司截至二零二二年十二月三十一日止年度的年度報告載有上市規則規定的所有資料，將適時寄發予本公司股東及於上述網站發佈。

致謝

本人僅代表寶寶樹集團全體成員向所有用戶致以衷心的感謝。本人亦謹此感謝全體員工及管理團隊在日常工作中彰顯寶寶樹的核心價值，以專業、誠信及奉獻精神執行本集團的戰略。本人亦感謝股東及利益相關者從不間斷的支持與信任。我們將致力提供全面的優質服務和產品，以更好地滿足年輕家庭的各種需求。

承董事會命
BabyTree Group
寶寶樹集團
聯席主席
高敏
王懷南

香港，二零二三年三月二十一日

於本公告日期，董事會由執行董事高敏先生及徐翀先生；非執行董事王懷南先生、錢順江先生、陳冰先生、陳衛俊先生、吳穎先生及Christian Franz REITERMANN先生；及獨立非執行董事陳廣壘先生、俞德超先生、夏弘禹先生及Jin SU女士組成。