

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

## Bright Future Technology Holdings Limited 輝煌明天科技控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1351)

### 截至2025年12月31日止年度之 年度業績公告

輝煌明天科技控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2025年12月31日止年度的經審核綜合業績，連同截至2024年12月31日止年度的比較數字。

於本公告中，「我們」指本公司，倘文義另有所指，則指本集團。

#### 財務業績摘要

截至12月31日止年度

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	變動 (%)
智慧營銷解決方案服務產生 收入			
— 整合智慧營銷解決方案 服務 <sup>(1)</sup>	973,023	1,023,471	-4.92
— 影響力投放服務 <sup>(2)</sup>	18,864	15,752	19.76
收入	991,887	1,039,223	-4.55
毛收入	1,693,989	1,358,720	24.68
毛利	34,561	61,299	-43.62
年內虧損	(54,777)	(6,494)	743.50
經調整淨虧損 <sup>(3)</sup>	(44,013)	(5,086)	765.38

附註：

- (1) 按總額基準確認的收入。
- (2) 按淨額基準確認的收入。
- (3) 經調整淨虧損(一項非香港財務報告準則計量指標)乃將以股份為基礎的報酬以及所得稅開支加入年內淨虧損計算，該等項目並非本集團營運表現指標項目。

## 管理層討論與分析

### 宏觀經濟概覽

2025年，國際局勢動盪不安，關稅政策的不穩定性對全球貿易秩序造成干擾。在複雜多變的外部環境、內需不足以及增長動能轉型所帶來的挑戰中，中國經濟仍實現穩定增長，基本面保持穩健。

為應對外部不確定性，中國透過實施一系列政策措施，加大力度提振內需，加強內部經濟循環，從而提升消費市場活力。例如，地方政府與企業攜手打造多個創新消費場景，包括高科技沉浸式娛樂體驗、富有文化特色的產品，以及數字化賦能的旅遊服務等，為中國消費市場創造了新的增長機遇。中國國家統計局的數據顯示，2025年中國國內生產總值同比增長5.0%。

儘管增長勢頭強勁，但外部環境持續惡化及複雜多變的貿易格局，仍對中國經濟的穩定性構成不可避免的挑戰。

### 市場回顧

2025年，儘管消費品零售銷售總額錄得增長，但中國整體消費者意欲仍維持審慎。在宏觀經濟環境不確定持續的背景下，消費者的消費行為趨於理性。中國消費市場見證了重新界定品牌與消費者互動關係的轉型趨勢，當中消費者價值日益側重具成本效益的替代品及情緒價值。

儘管面臨上述挑戰，企業若能適應、創新並因應環境變遷而調整策略，就能發掘重大商機。舉例而言，不少公司已調整其營銷策略及產品組合，以應對消費者消費模式的變化。

同時，人工智能(AI)及大模型技術持續推動中國消費市場轉型，其影響已由早期的內容生成(AIGC)延伸至數據分析、用戶洞察、智能決策及客戶互動等多個環節，不僅深刻影響消費者的資訊獲取及購物決策模式，亦促使品牌全面加快AI技術的應用步伐。為保持競爭優勢，本集團積極將AI能力融入營銷及營運全鏈路，持續提升客戶體驗及營運效率。

抖音及快手等短視頻平台在中國消費者中依然具有廣泛影響力。隨着消費者觸點日益分散及媒介環境持續碎片化，消費者對AI工具的依賴程度進一步提升，用以處理海量資訊及輔助購物決策，推動品牌對數碼營銷策略提出更高要求，並加速向精細化、智能化方向發展。

2025年，本集團一方面積極拓展與國內領先AI及大模型技術供應商、智能助理平台的合作關係，另一方面持續深化既有合作基礎，推動AI能力在更多客戶及應用場景中的落地，相關客戶群亦逐步由以內容及營銷需求為主，擴展至更廣泛的數字化及智能化轉型需求。

## 行業回顧

2025年，中國廣告市場進入關鍵轉型階段。雖然營銷預算增長緩慢，但廣告商對更好的營銷活動效果的需求亦更為強烈。根據中國廣視索福瑞媒介研究發佈的《第八次短視頻用戶價值年度調查報告(2025年)》(「報告」)，短視頻在網絡用戶中的使用率已連續八年位居榜首，其滲透率接近飽和，用戶群增長亦進一步放緩。於該報告發佈前六個月內，在10歲及以上網絡用戶中，有94.6%曾透過不同渠道觀看短視頻，與2024年調查錄得的94.5%相比，有關趨勢維持穩定。短視頻用戶數量同比僅增長0.8%。無論在使用率或用戶群方面，短視頻的增長勢頭均已進一步放緩，滲透率接近飽和亦反映用戶增長已經見頂。

在此背景下，行業競爭已由以增長為導向，轉向以效益為核心。廣告商更加重視廣告投放質素、轉化效率、精細化營運及可量化回報。這趨勢不僅有助提升專業服務在行業價值鏈中的地位，同時亦對本集團在數據分析能力、創意製作效率及綜合解決方案能力方面提出更高要求。

同時，微短劇由依賴短期流量紅利，向長期內容分部轉型，標誌着該類視頻形式由單一娛樂消費類型，演變為兼具內容與商業價值的綜合溝通載體。對以短視頻效果廣告為核心業務的公司而言，有關趨勢整體上屬中性偏正面。一方面，微短劇較長的平均使用時長及沉浸式內容，有助加強品牌信息的傳遞，讓觀眾產生更強烈的情緒共鳴，既有利於品牌敘述，亦可創造穩定收入，因為品牌方更願意持續在該方面進行投資。另一方面，內容質素的提升及IP化營運亦提高了行業准入門檻，對創意規劃、內容整合及資源協同能力提出更高要求。因此，行業競爭已從單純追求流量效率，逐漸轉向內容能力及綜合營運能力的競爭。

## 業務回顧

自創立伊始，本集團一直致力於提供高影響力、全方面的營銷服務，覆蓋從營銷戰略規劃、廣告製作和投放，到投放後效果監測的全鏈路流程，旨在最大化滿足客戶需求。

2025年，雖然廣告行業面臨市場集中、流量競爭激烈、消費者行為謹慎、宏觀經濟壓力等重大挑戰，但在技術創新和廣告商信心提升的帶動下，其亦能受惠於相關發展所帶來的重大機遇。AIGC技術的發展帶來了嶄新市場機遇，而各領先電商平台之間的競爭亦會為行業創造全新增長動力。

為應對不斷演變的行業環境，本集團採取多項戰略舉措，以提升收入及盈利能力，並加強競爭優勢。該等舉措包括：充分發揮LinkBriAI的先發優勢，整合開源人工智能工具以建構智能交付系統，優化媒體資源配置，並提升中長尾流量的使用效率，從而緩解流量成本上漲的壓力及優化整體成本架構；同時，創新廣告產品形式，開發包括內容營銷、KOL合作及場景化營銷在內的多元化營銷模式，以順應市場發展趨勢；此外，透過聚焦人工智能及機械人等高增長產業，優化客戶組合，並提升高毛利業務佔比。然而，於報告期內，受宏觀經濟環境不確定性增加及市場競爭加劇影響，廣告商投放趨於審慎，部分客戶調整投放策略及節奏，導致本集團整合智慧營銷解決方案服務收入錄得下降。本集團於報告期內錄得收入約人民幣991.89百萬元，較2024年約人民幣1,039.2百萬元減少約人民幣47.31百萬元或4.55%。

此外，為應對不斷變化及充滿挑戰的市場環境，本集團一直積極開拓業務佈局，並與微短劇應用矩陣及快應用產品等多個行業的客戶合作。此外，為滿足客戶需求，本集團亦深入挖掘客戶的潛在需求，調整服務模式，為客戶提供更全面及精細的智慧營銷服務。此外，為響應國家有關加強線上資訊內容生態系統管治、促進行業健康發展的號召，本集團已針對客戶廣告內容實施全過程(包括內容規劃、創作、修改、審核及發佈)管控措施。此外，本集團亦已提高向客戶提供的端到端解決方案的比例，充分發揮其營銷演算法及內容管理能力的優勢。然而，年內受經濟環境及廣告平台政策變動驅動的廣告流量成本上升，導致毛利下降。於報告期內，本集團錄得約人民幣34.56百萬元的毛利，較2024年約人民幣61.30百萬元減少約人民幣26.74百萬元或43.62%。

於報告期錄得本集團擁有人應佔虧損約人民幣54.77百萬元，較2024年本集團擁有人應佔虧損約人民幣6.49百萬元增加約人民幣48.28百萬元或743.50%。該增加乃主要由於(i)廣告流量成本因年內經濟環境及廣告平台政策變動而增加，導致毛利下降；(ii)終止了與一名客戶的業務往來，並確認了金融資產減值虧損，導致本集團貿易及其他應收款項的預期信貸虧損增加；及(iii)於報告期內在股份獎勵計劃項下向合資格僱員授出於過往年度購回的庫存股，導致以股份為基礎的報酬開支增加。

本集團擁有來自中國科技巨頭、具有優秀技術研發背景的人才組建的核心領導團隊。在其帶領下，本集團在全方位短視頻智能化投放的開發和最終實施方面已經取得良好進展。本集團致力利用創新科技重新定義營銷，區別於傳統市場營銷解決方案供應商，本集團是業內僅有的幾家具有自研全鏈路集成系統的公司之一。該系統基於其自身的大數據和信息技術能力以及自研的數據管理平台，結合內置的企業資源規劃及客戶關係管理職能，與雲素材視頻庫之庫存視頻及圖像相輔相成。

本集團牽頭採用「AIPL全鏈路模塊」，量身解決客戶的差異化需求。AIPL意指「認知(Awareness)、興趣(Interest)、購買(Purchase)及忠誠(Loyalty)」，是本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨，承載了本集團對服務質量及客戶滿意度的信諾。同時，自成立之初起，本集團便憑藉出色的數字分析能力始終專注為客戶提供營銷解決方案，其被貼切地形容為「智慧營銷解決方案」。隨著中國政府加大對平台型企業創新的扶持政策及積極推動數字經濟，在這樣的動盪時期及往後，本集團的內容及技術工具已並將會更有助客戶啟動數字化轉型進程。

## 競爭優勢及戰略

鑑於競爭加劇和未來經營環境充滿挑戰，本集團於報告期內及以後採取的以下措施、制定的戰略及即將實施的計劃，涵蓋了能為本集團戰略方向提供支持的關鍵領域，並勾勒了本集團未來營運的路徑：

### **進一步開展創新工作，確保以最先進的自研解決方案實現技術差異化**

本集團其中一項從同業中脫穎而出的重大突破是鄰度全鏈路智能營銷管理平台LinkBriAI(原名「LinkDoAI」)，其通過迭代、改善並擴展本集團現有系統及技術基礎設施開發而成。為確保其廣泛的技術、雲素材及後台支援系統之間的無縫集成及協同效應，本集團將其現有系統及工具分為三大類，即「AI算法平台」、「雲素材庫AI管理系統」及「智能項目管理系統」，共同構成LinkBriAI。

LinkBriAI提供一個實用框架，讓本集團可藉此擴展其服務範疇，並創造能為客戶產生額外價值的產品，從而保持客戶忠誠度。一體化模式亦將促進本集團持續改善其運作程序及效益。

為適應充滿挑戰的時代，本集團已不斷優化其成本結構，但不會放棄其一貫堅持的創新追求，並將於合適時機推出進一步升級及新功能。2025年，本集團繼續將AIGC技術融入LinkBriAI系統，主要用於內容創建、數據分析及業務營運，以提高效率。透過使用AIGC技術，簡化了手動任務及重複流程，從而節省了時

間及資源。此外，AIGC技術的先進算法及數據分析能力可提供更精確及及時的資訊，從而優化業務流程及決策。此外，隨著本集團對AIGC技術理解的加深，本集團在實施AIGC技術時亦更加謹慎。本集團將透過利用AIGC技術進一步升級和完善LinkBriAI系統，磨練其精準營銷能力，從而優化運營盈利能力。因此，於報告期末，本集團的廣告曝光次數(即廣告產生的總瀏覽量)達到約1,210億次(2024年：約1,100.0億次)。於報告期內，AIGC製作短視頻佔本集團短視頻製作總產能約70%(即主要由AIGC技術產生的內容，人工主要負責審閱部分製作的短視頻)。

### **繼續致力於科技創新，用數據驅動分析提升業務敏捷性**

於2020年，本集團構建自有雲素材視頻庫，用於存儲本集團自成立以來所創作的的所有庫存視頻及圖像，以滿足不斷增長的高質量短視頻內容的需求。通過模塊化(即將視頻素材切分成多個獨立片段，隨後根據其主題、創意價值、以往使用率和轉換率對視頻片段進行標記)，以便評估和使用庫存視頻製作不同廣告項目，從而使本集團的短視頻輸出操作更接近於完全自動化。具備素材智慧化資料統計的能力，該系統為短視頻編輯的創作過程提供了寶貴支持，在本集團短視頻廣告業務的營運中發揮重要作用。本集團已對該系統進行全面優化及運用，透過對創意內容進行有效且高效的管理、分析及重新利用，提升短視頻創建過程的靈活性。除了其他功能升級外，雲素材庫AI管理系統的改進主要集中在自學及模塊化管理算法的效率提升。為了更有效地部署資源，本集團定期進行內部審查及修改，促進研發團隊與短視頻團隊之間的深入合作。

於競爭日益激烈及眾多市場參與者各具特色的環境下，本集團致力於提升內容創作能力，並優先了解消費者偏好，尤其是Z世代用戶的偏好。該策略重點旨在吸引更廣泛及更多元化受眾的關注及忠誠度。此外，由於消費者偏好的評估及分析依賴算法及數據，本集團與媒體平台合作以獲取必要的見解及資訊。因此，本集團持續增強與巨量引擎的合作，提升來自有關平台數據的分析及使用，從而使本集團更能明瞭消費者偏好。

## **努力維護客戶忠誠度，實現客戶結構多元化**

隨著廣告預算縮減及營銷解決方案供應商之間的競爭加劇，本集團已透過線上及線下渠道主動吸引更多廣泛垂直行業，例如專門從事影音娛樂的客戶。於2025年整年，本集團的客戶群穩定，客戶總數由2024年的650增加至報告期內的651。本集團的客戶群仍主要由來自互聯網服務、工具、金融及電商等各個領域的知名互聯網巨頭主導。除阿里巴巴等主要客戶外，得物及快手等主要平台亦為本集團於2025年的業務表現作出重大貢獻。此外，本集團一直在擴大與頂級主播的合作關係，以進一步多元化其電商客戶群並增強其在直播行業的影響力，旨在培養更多元化的客戶並鞏固本集團在動態環境中的地位。此外，國內領先的社交媒體平台(如小紅書及微博)仍相對活躍，表明與該等活躍的在線平台持續存在合作及外聯的機會。短視頻娛樂及快應用產品的持續發展趨勢，以及本集團與有關媒體頻道合作的規模不斷擴大，使本集團客戶群更為多元化。本集團亦緊跟行業發展步伐，並把握消費者對AI及相關應用日益增長的需求，專注於擴大其AI服務供應組合，涵蓋內容生成、數據分析、智能推薦及用戶互動等多元化應用場景。因此，本集團與AI產品及技術相關客戶的合作規模穩步擴大。該等合作及夥伴關係顯示本集團致力擴大及多元化其客戶基礎，同時展示其持續利用多元平台及主播資源擴大市場覆蓋及提升影響力的能力。

這亦體現了本集團的適應能力及積極應對不斷變化的市場狀況並有效滿足客戶的需求。由於客戶的需求及滿意度為本集團文化、創意戰略及努力的核心，於報告期內，本集團回頭客數量增加至380名，而於2024年則為319名，體現了本集團在加強與回頭客的合作以及通過優質服務提高客戶粘性方面的努力。

## **不斷加強與頂尖媒體平台的合作**

本集團已成功擴展與若干國內知名媒體平台的業務關係。例如，於報告期內，本集團繼續獲委任為國內知名手機品牌深圳榮耀軟件技術有限公司(「榮耀」)的2025年影音娛樂行業獨家服務商。本集團亦繼續擔任榮耀推送服務(榮耀PUSH，即榮耀手機產品的廣告推送平台)的核心代理商，涵蓋榮耀旗下所有手機的廣

告推送渠道資源。此外，本集團亦繼續擔任榮耀商業推廣平台(榮耀為其泛生態合作夥伴提供的推廣平台)視聽娛樂分部的核心代理商，覆蓋榮耀終端手機市場、桌面資源等全球優質流量。於報告期內，本集團與榮耀的合作表現強勁，榮耀媒體的年度消耗超過6億個虛擬代幣。

此外，本集團在媒體平台的廣告投放方面取得佳績。於報告期內，本集團透過媒體平台錄得總消耗約18.4億個虛擬代幣，較2024年約17.4億個虛擬代幣增加約1億個虛擬代幣或5.75%。

### **訂定有效的內容策略，以實現精準定位，促進轉化，為客戶提升價值並加強內容創作能力**

本集團充分利用自身在消費者偏好及感知匹配方面的技術專長及分析能力，有效地執行內容策略。因此，本集團旨在吸引非常適合其客戶業務的目標客戶並提升目標客戶的參與度。本集團於2025年持續優先發展創新策略，以幫助客戶吸引目標受眾並促進產品或服務的銷售。本集團深知適應廣告行業不斷變化的發展的重要性，例如通過擴大其AIGC技術服務產品。本集團已加大內部技術與外部AI平台及AIGC產品媒體平台的融合，提高了本集團內容創建能力的效率及質量，亦提升了短視頻形式的多樣化。例如，本集團利用「虛擬數字人」(即以數字方式創建的類似人類的化身，可與用戶進行逼真或半逼真的互動)的獨特能力，藉此加強了與用戶的互動和個性化，大幅提升了金融等行業的廣告效率。此舉可確保本集團保持在行業發展的前沿，並有能力迎合客戶不斷轉變的需求及喜好。

此外，本集團一直密切留意互聯網平台生態系統的發展趨勢，以新業務形式並在新產品流量場景中，積極與頂尖互聯網平台建立合作關係。由於各大互聯網平台不斷推出新的消費場景及流量入口，本集團已緊密跟隨該等平台的戰略佈局及新產品的發展步伐，並逐漸與淘寶閃購、螞蟻阿福、京東外賣及元寶等平台產品建立合作關係。

透過參與上述新興產品及平台生態系統，本集團能夠更深入了解平台的流量分發邏輯以及用戶消費場景的變動，並能結合自身短視頻內容創作及數據分析能力，為客戶設計更為定制化的內容營銷策略，從而精準觸及目標用戶群，進一步提升廣告投放的轉化效果。

同時，本集團透過與不同平台產品合作，持續豐富內容創作的形式及營銷場景，並提升了其在多平台環境中的內容製作能力及營銷服務能力，從而更有效地為客戶創造價值，並持續加強其在內容營銷及精細投放領域的競爭優勢。

### **透過提供價格實惠的全方位定製解決方案，超越競爭對手**

本集團過往主要為尖端客戶提供服務，其中不乏中國科技界巨頭，為此定製化解決方案尤為重要。於2025年，本集團繼續增加向其客戶提供的端至端解決方案的比重，最大限度地發揮其營銷算法及內容管理能力的優勢，包括內容創建、優化定向營銷、廣告活動管理和績效追蹤。此外，本集團旨在減少對指定媒體的單一投放服務的倚賴。雖然該等服務可能有其優點，但跨多個渠道的多元化廣告策略可以擴大覆蓋面並接觸到更廣泛的受眾。透過探索不同媒體平台及渠道，本集團能最大限度地提高客戶廣告活動的有效性並提高其整體投資回報。各媒體平台及渠道提供獨特機會及優點，通過採取多元化的方式，本集團可以優化客戶廣告資源的分配。此策略性使用多個渠道能提高客戶的整體投資回報，從而提高品牌知名度和客戶參與度，並最終推動業務增長。

此外，本集團的LinkBriAI系統擁有更全面、成熟及技術先進的基礎設施，從而以實惠的價格提供該全面度身定製營銷解決方案。

## 財務回顧

下表列示截至2025年12月31日止年度及截至2024年12月31日止年度的全面收益表比較。

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	991,887	1,039,223
服務成本	<u>(957,326)</u>	<u>(977,924)</u>
<b>毛利</b>	<b>34,561</b>	61,299
銷售及分銷開支	(5,934)	(6,257)
一般及行政開支	(55,330)	(55,280)
金融資產減值虧損淨額	(24,440)	(1,965)
其他收益淨額	<u>143</u>	<u>623</u>
<b>經營虧損</b>	<b>(51,000)</b>	(1,580)
財務收入	15	40
財務成本	<u>(4,770)</u>	<u>(3,689)</u>
財務成本—淨額	<u>(4,755)</u>	<u>(3,649)</u>
<b>除所得稅前虧損</b>	<b>(55,755)</b>	(5,229)
所得稅抵免／(開支)	<u>978</u>	<u>(1,265)</u>
<b>年內虧損</b>	<b><u>(54,777)</u></b>	<b><u>(6,494)</u></b>

## 收入

截至2025年12月31日止年度，本集團收入約為人民幣991,887,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣1,039,223,000元減少人民幣47,336,000元或4.55%。該減少主要由於本集團整合智慧營銷解決方案服務的收入下降所致，原因包括市場競爭加劇、廣告商在廣告支出方面更趨審慎，以及部分客戶調整其廣告投放策略及執行時間表。

下表展示了本集團在所列期間收入的細目：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
智慧營銷解決方案服務		
—整合智慧營銷解決方案服務—總額法	973,023	1,023,471
—影響力投放服務—淨額法	18,864	15,752
	<u>991,887</u>	<u>1,039,223</u>
總計	<u>991,887</u>	<u>1,039,223</u>

### 服務成本

本集團的服務成本主要包括廣告流量成本及僱員福利開支。截至2025年12月31日止年度，本集團服務成本約為人民幣957,326,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣977,924,000元減少約人民幣20,598,000元或2.11%。該減少主要由於隨着本集團整合智慧營銷解決方案服務收入下降，相應成本下降所致。

### 毛利

於截至2025年12月31日止年度，本集團毛利約為人民幣34,561,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣61,299,000元減少約人民幣26,738,000元或43.62%。毛利減少乃主要由於受經濟環境及廣告平台政策變動所驅動，年內廣告成本增加。

## 開支

### 銷售及分銷開支

本集團的銷售及分銷開支主要包括(i)僱員福利開支；(ii)酬酢開支；(iii)辦公室開支；及(iv)差旅開支。於截至2025年12月31日止年度，本集團銷售及分銷開支約為人民幣5,934,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣6,257,000元減少約人民幣323,000元或5.16%。該減少主要由於透過優化銷售及營銷團隊架構及提升僱員效率，從而加強對僱員成本及相關開支的精細化管理所致。

### 一般及行政開支

本集團的一般及行政開支主要包括僱員福利開支、法律及專業費用、顧問費用、短期租賃開支、差旅開支、伺服器收費及信息技術費用及核數師薪酬。於截至2025年12月31日止年度，本集團一般及行政開支約為人民幣55,330,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣55,280,000元增加約人民幣50,000元或約0.09%。該增加主要由於以股份為基礎的報酬開支增加所致。

### 金融資產減值虧損淨額

截至2025年12月31日止年度，本集團錄得金融資產減值虧損淨額約人民幣24,440,000元(截至2024年12月31日止年度：約人民幣1,965,000元)，其主要指本集團貿易應收款項及其他應收款項的預期信貸虧損。截至2025年12月31日止年度，金融資產減值虧損淨額增加主要由於終止與一名客戶的業務關係，並隨後確認金融資產減值虧損所致。

### 其他收益淨額

本集團的其他收益淨額主要包括政府補助，出售附屬公司的虧損及出售物業、廠房及設備的收益／(虧損)。於截至2025年12月31日止年度，本集團其他收益淨額約為人民幣143,000元，較截至2024年12月31日止年度約人民幣623,000元減少約人民幣480,000元或77.05%。該減少主要由於政府補助減少及出售附屬公司的虧損所致。

## 財務成本－淨額

於截至2025年12月31日止年度，本集團財務成本淨額約為人民幣4,755,000元，較截至2024年12月31日止年度的約人民幣3,649,000元增加約人民幣1,106,000元或30.3%。該增加主要由於銀行借款利息開支增加所致。

## 所得稅抵免／(開支)

本集團享有開曼群島所得稅豁免權，同時因本集團於截至2025年12月31日止年度並無任何須繳納香港利得稅的應課稅收入，故並無就香港利得稅進行撥備。所得稅開支主要來自中國企業所得稅及中國預扣稅。於截至2025年12月31日止年度，本集團所得稅抵免約為人民幣978,000元，較截至2024年12月31日止年度的稅項開支約人民幣1,265,000元減少約人民幣2,243,000元或177.31%。該減少主要由於本集團中國附屬公司金融資產減值虧損增加，導致確認遞延所得稅資產所致。

## 年內虧損

截至2025年12月31日止年度，本集團虧損約為人民幣54,777,000元，較截至2024年12月31日止年度的虧損約人民幣6,494,000元增加約人民幣48,283,000元或743.50%。該增加主要由於(i)廣告流量成本因年內經濟環境及廣告平台政策變動而增加，導致毛利下降；(ii)終止了與一名客戶的業務往來，並確認了金融資產減值虧損，導致本集團貿易及其他應收款項的預期信貸虧損增加；及(iii)於報告期內在股份獎勵計劃項下向合資格僱員授出於過往年度購回的庫存股，導致以股份為基礎的報酬開支增加所致。

## 非香港財務報告準則計量：經調整淨虧損

為補充按照香港財務報告準則呈列的歷史財務資料，本集團亦使用經調整淨虧損作為額外財務計量，其屬未經審核性質，並非香港財務報告準則規定或根據有關準則呈列。本集團認為，此項非香港財務報告準則計量消除管理層認為並非營運表現指標項目的潛在影響，有助比較不同期間的營運表現。本集團認為，此項計量如同協助其管理層般，為投資者及其他人士提供有用資料，以了解及評估其經營業績。然而，本集團呈列的經調整淨虧損不可與其他公司所呈列類似名稱的計量作比較。作為分析工具，使用此項非香港財務報告準則計量有其限制，而閣下不應單獨考慮有關計量，或以此代替本集團根據香港財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況分析。

本集團將經調整淨虧損界定為經加回報告期內產生的以股份為基礎的報酬以及所得稅開支作出調整的年內淨虧損。本集團消除管理層認為並非營運表現指標項目的潛在影響。

下表為所呈列本集團的年內經調整淨虧損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(即年內淨虧損)的對比：

	截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
淨虧損與經調整淨虧損的對比		
年內淨虧損	<u>(54,777)</u>	<u>(6,494)</u>
加：		
以股份為基礎的報酬	11,742	143
所得稅(抵免)／開支	<u>(978)</u>	<u>1,265</u>
經調整淨虧損	<u><u>(44,013)</u></u>	<u><u>(5,086)</u></u>

## 流動資金及資本資源

於2025年12月31日，本集團總資產約為人民幣428,869,000元(2024年12月31日：約人民幣449,355,000元)、總負債約為人民幣332,630,000元(2024年12月31日：約人民幣306,703,000元)、總權益約為人民幣96,239,000元(2024年12月31日：約人民幣142,652,000元)以及現金及現金等價物約為人民幣39,626,000元(2024年12月31日：約人民幣15,844,000元)。於2025年12月31日，本集團資產負債比率為191.6%(2024年12月31日：約111.3%)。該比率按淨債務除以本集團總權益計算。淨債務包括借款、來自關聯方的貸款以及租賃負債減現金及現金等價物。

本集團主要動用來自經營活動的內部現金流量及借款來滿足流動資金需求。

### 借款

於2025年12月31日，本集團借款總額約為人民幣124,410,000元(2024年12月31日：約人民幣83,199,000元)。

於2025年12月31日，本集團的銀行借款的年利率為2.50%至4.50%(2024年12月31日：2.80%至4.50%)。於2025年12月31日，本集團無其他借款(2024年12月31日：無)。

### 來自關聯方的貸款

於2025年12月31日，來自關聯方的貸款總額約為人民幣97,164,000元(2024年12月31日：約人民幣90,090,000元)，該貸款為無擔保，免息及根據貸款合約按貸款方的要求償還。

於2025年12月31日，來自股東及主要管理人員的無抵押貸款為免息，按本金額進行初始確認。於截至2025年12月31日止年度，並無確認隨後的利息開支累計。

### 資本開支

本集團於截至2025年12月31日止年度的資本開支主要包括物業、廠房及設備的開支。截至2025年12月31日止年度，本集團錄得資本開支約人民幣27,000元，而截至2024年12月31日止年度則錄得約人民幣296,000元。於2025年12月31日，本集團並無任何重大資本承擔(2024年12月31日：無)。

## 資本架構

於2025年12月31日，本集團的已發行股本為60,000,000港元(2024年12月31日：60,000,000港元)，分為600,000,000股(2024年12月31日：600,000,000股)每股面值0.1港元的股份。

## 所持重大投資、附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購及出售

於截至2025年12月31日止年度，本集團或任何附屬公司、聯營公司或合營企業概無持有任何重大投資，亦無進行任何重大收購或出售。

## 資產抵押

截至2025年12月31日，本集團概無資產已作任何形式的質押(2024年12月31日：無)。

## 或然負債

截至2025年12月31日，本集團並無重大或然負債(2024年12月31日：無)。

## 僱員及薪酬政策

截至2025年12月31日，本集團擁有105名(2024年12月31日：209名)全職員工，其中大部分的工作地點位於中國深圳。截至2025年12月31日止年度，本集團產生的總薪酬成本約為人民幣60.1百萬元(2024年：約人民幣48.6百萬元)。僱員的薪酬待遇包括薪金、工資及花紅、養老金成本、以股份為基礎的報酬、其他社保成本、住房福利及其他僱員福利，一般視彼等的資歷、行業經驗、職位及表現而定。本集團按照中國法律法規的規定繳納社會保險及住房公積金。本集團薪酬委員會定期審閱本集團的薪酬政策。本集團亦致力於為新入職員工提供必修培訓課程，並為在職員工提供持續培訓，以提升彼等知識與技能。

## 綜合全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
收入	4	991,887	1,039,223
服務成本		<u>(957,326)</u>	<u>(977,924)</u>
<b>毛利</b>		<b>34,561</b>	61,299
銷售及分銷開支		(5,934)	(6,257)
一般及行政開支		(55,330)	(55,280)
金融資產減值虧損淨額	11	(24,440)	(1,965)
其他收益淨額	6	<u>143</u>	<u>623</u>
<b>經營虧損</b>		<b>(51,000)</b>	(1,580)
財務收入	7	<u>15</u>	<u>40</u>
財務成本	7	<u>(4,770)</u>	<u>(3,689)</u>
財務成本－淨額		<u>(4,755)</u>	<u>(3,649)</u>
<b>除所得稅前虧損</b>		<b>(55,755)</b>	(5,229)
所得稅抵免／(開支)	8	<u>978</u>	<u>(1,265)</u>
<b>年內虧損</b>	5	<b><u>(54,777)</u></b>	<b><u>(6,494)</u></b>
<b>其他全面(虧損)／收益，扣除稅項</b>			
可能重新分類至損益的項目			
貨幣換算差額		874	318
可能不會重新分類至損益的項目			
貨幣換算差額		2,048	(1,432)
按公允價值計入其他全面收益的金融資產的公允價值變動		<u>(6,300)</u>	<u>(1,569)</u>
<b>年內全面虧損總額</b>		<b><u>(58,155)</u></b>	<b><u>(9,177)</u></b>

		截至12月31日止年度	
		2025年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元
附註			
<b>應佔年內虧損：</b>			
本公司擁有人		<u>(54,777)</u>	<u>(6,494)</u>
<b>應佔年內全面虧損總額：</b>			
本公司擁有人		<u>(58,155)</u>	<u>(9,177)</u>
<b>本公司擁有人應佔每股虧損</b>			
—基本(以每股人民幣分列示)	9	(9.47)	(1.14)
—攤薄(以每股人民幣分列示)	9	<u>(9.47)</u>	<u>(1.14)</u>

## 綜合財務狀況表

	附註	於12月31日	
		2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>資產</b>			
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		3,063	2,731
無形資產		–	330
按金及預付款項	11(b)	10	10
遞延所得稅資產		7,632	1,057
按公允價值計入其他全面收益的 金融資產		–	6,300
<b>總非流動資產</b>		<b>10,705</b>	<b>10,428</b>
<b>流動資產</b>			
貿易應收款項	11(a)	238,054	293,728
按金、預付款項及其他應收款項	11(b)	140,224	128,988
受限制現金		260	367
現金及現金等價物		39,626	15,844
<b>總流動資產</b>		<b>418,164</b>	<b>438,927</b>
<b>總資產</b>		<b>428,869</b>	<b>449,355</b>
<b>負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
借款	12	37,640	64,510
租賃負債		730	–
遞延所得稅負債		20,087	19,358
<b>總非流動負債</b>		<b>58,457</b>	<b>83,868</b>

		於12月31日	
	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	13	37,789	47,776
其他應付款項及應計費用	14	12,557	23,901
來自關聯方的貸款	15	97,164	90,090
借款	12	86,770	18,689
合約負債		19,410	22,976
租賃負債		1,680	1,349
即期所得稅負債		18,803	18,054
		<u>274,173</u>	<u>222,835</u>
<b>總流動負債</b>			
		<u>274,173</u>	<u>222,835</u>
<b>總負債</b>		<u>332,630</u>	<u>306,703</u>
<b>權益</b>			
股本		51,698	51,698
儲備		125,686	109,441
累計虧損		(81,145)	(18,487)
		<u>96,239</u>	<u>142,652</u>
<b>總權益</b>		<u>96,239</u>	<u>142,652</u>
<b>總權益及負債</b>		<u><u>428,869</u></u>	<u><u>449,355</u></u>

## 附註

### 1 一般資料

輝煌明天科技控股有限公司(「本公司」)於2018年11月8日根據開曼群島公司法(第22章，1961年第3號法例，經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處地址為Walkers Corporate Limited, 190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands。本公司股份於2020年11月11日在香港聯合交易所有限公司主板上市。

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」)從事提供智慧營銷解決方案服務的業務，包括兩個主要分部，即「影響力投放服務」及「整合智慧營銷解決方案服務」。

除另有指明外，綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，並已於2026年3月30日獲本公司董事會批准刊發。

### 2 持續經營基準

本集團截至2025年12月31日止年度本公司擁有人應佔虧損人民幣54,777,000元，以及經營活動現金流出淨額約人民幣20,325,000元。於該日期，本集團借款總額約為人民幣124,410,000元，而現金及現金等價物僅約為人民幣39,626,000元。上述情況顯示存在重大不確定因素，可能對本集團持續經營的能力產生重大疑慮。因此，本集團可能無法在一般業務過程中變現資產及償還負債。

為改善本集團之財務狀況，提供流動資金及現金流以維持本集團持續經營，董事會已經或將會推行若干計劃及措施，包括但不限於：

- (i) 成功與貸款人就於未來12個月內到期之借款商權延期還款；
- (ii) 成功獲得其他替代融資；及
- (iii) 成功維持及改善業務營運，及時收回相關貿易應收款項。

因此，董事認為按持續經營基準編製財務報表屬恰當。倘本集團無法持續經營，則須對財務報表作出調整，以將本集團資產價值調整至可收回金額，就可能產生的任何其他負債作出撥備，並將非流動資產及負債分別重新分類為流動資產及流動負債。

### 3 重大會計政策

#### 3.1 編製基準

本集團的綜合財務報表乃按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)所頒佈的香港財務報告準則會計準則及第622章香港公司條例的披露規定編製。綜合財務報表乃根據歷史成本法編製，並經按公允價值計量的若干金融資產作出修訂。

綜合財務報表乃根據香港財務報告準則會計準則而編製，要求使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層在應用本集團的會計政策過程中行使判斷。

於本年度，本集團已採納香港會計師公會頒佈的所有與其營運有關並於2025年1月1日開始的會計年度生效的新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則。香港財務報告準則會計準則包括香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋。採納該等新訂及經修訂香港財務報告準則會計準則並無導致本集團會計政策、本集團綜合財務報表的呈列以及本年度及過往年度所呈報的金額出現重大變動。

本集團並無應用已頒佈但尚未生效之新訂香港財務報告準則會計準則。本集團已開始評估該等新訂香港財務報告準則會計準則的影響，但尚無法說明該等新訂香港財務報告準則會計準則是否會對其經營業績及財務狀況產生重大影響。

#### 4 收入

收入包括提供智慧營銷解決方案服務所得款項。本集團截至2025年及2024年12月31日止年度的按類別劃分的收入分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
智慧營銷解決方案服務		
—整合智慧營銷解決方案服務—總額法	973,023	1,023,471
—影響力投放服務—淨額法	18,864	15,752
總計	<u>991,887</u>	<u>1,039,223</u>

按類別劃分的收入確認時間如下：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於某個時間點確認	<u>991,887</u>	<u>1,039,223</u>

本集團有客戶集中風險，其中一名客戶佔本集團截至2025年12月31日止年度的總收入約19%，而另一名客戶佔本集團截至2024年12月31日止年度的總收入約13%。

來自該等客戶的貿易應收款項分別約為人民幣39,575,000元(佔本集團2025年12月31日總貿易應收款項約15%)及約人民幣32,729,000元(佔本集團2024年12月31日總貿易應收款項約11%)。

## 5 年內虧損

本集團年內虧損已扣除／(計入)下列各項：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
廣告流量成本	937,893	960,736
折舊及攤銷	3,278	3,435
研發成本(不包括無形資產攤銷、物業、廠房及設備折舊 及僱員福利開支)	864	10,936
未計入租賃負債計量的租賃付款	24	24
核數師薪酬	1,150	1,150
政府補助	(393)	(608)
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員酬金)：		
—薪金、工資及其他福利	42,122	41,821
—以股份為基礎的報酬	11,742	143
—退休金成本—界定供款計劃(附註)	2,485	2,606
—其他社會保障成本、住房福利及其他僱員福利	3,758	4,014
	<u>60,107</u>	<u>48,584</u>
出售物業、廠房及設備(收益)／虧損淨額以及 提早終止使用權資產	(22)	35
貿易應收款項減值	24,440	2,130
其他應收款項減值撥回	—	(165)
銀行利息收入	(15)	(40)
	<u>(15)</u>	<u>(40)</u>

附註：

### 退休金—界定供款計劃

本集團中國公司的僱員須參與由地方市政府管理和營辦的定額供款退休金計劃。本集團按照地方市政府設定的固定比例僱員薪金(設有上下限)對地方各計劃作出供款，為僱員的退休福利提供資金。

除每月供款外，本集團毋須就其僱員承擔其他退休金付款或其他退休後福利的責任。

## 6 其他收益淨額

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
政府補助(附註)	393	608
出售附屬公司之虧損	(275)	-
出售物業、廠房及設備收益/(虧損)淨額以及 提早終止使用權資產	22	(35)
其他	3	50
	<u>143</u>	<u>623</u>

附註：政府補助指本集團從中國地方政府收到的多項補貼。概無與該補助有關的未滿足條件或或然事項。

## 7 財務成本淨額

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
財務收入		
銀行存款利息收入	15	40
財務成本		
借款利息開支	(4,669)	(3,522)
租賃負債利息開支	(101)	(167)
	<u>(4,770)</u>	<u>(3,689)</u>
財務成本—淨額	<u>(4,755)</u>	<u>(3,649)</u>

## 8 所得稅抵免/(開支)

### (a) 開曼群島及英屬維爾京群島所得稅

本公司為根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，故獲豁免繳納開曼群島所得稅。

根據英屬維爾京群島的規則及法規，本集團毋須在英屬維爾京群島繳納任何所得稅。

### (b) 香港利得稅

本集團於截至2025年及2024年12月31日止年度並無任何須繳納香港利得稅的估計應課稅溢利，故並無就香港利得稅進行撥備。

(c) 中國企業所得稅(「企業所得稅」)

本集團就中國業務之所得稅撥備乃根據有關所得稅之現行法例、詮釋及慣例，按適用稅率就年內估計應課稅溢利計算。中國一般企業所得稅稅率為25%。

深圳鄰度科技有限公司(「深圳鄰度」)於2022年獲批准為高新技術企業，根據適用於高新技術企業的優惠稅務待遇，自2022年至2024年三年期間可享受15%的減免優惠企業所得稅稅率。

(d) 中國預扣稅(「預扣稅」)

根據中國現行適用的稅務規定，於中國內地成立的公司向其境外投資者派付於2008年1月1日之後賺取的利潤所產生的股息，一般將徵收10%的預扣稅。

9 每股虧損(以每股人民幣分列示)–基本及攤薄

(a) 每股基本虧損

	截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
本公司擁有人應佔虧損(人民幣千元)	<u>(54,777)</u>	<u>(6,494)</u>
已發行普通股加權平均數(千股)	<u>578,480</u>	<u>570,829</u>
每股基本虧損(人民幣分)	<u><u>(9.47)</u></u>	<u><u>(1.14)</u></u>

(b) 每股攤薄盈利

截至2025年12月31日止年度呈列的每股基本虧損金額並無就攤薄作出調整，原因是尚未行使的員工激勵計劃對呈列的每股基本虧損金額具有反攤薄影響。

10 股息

董事會不建議於截至2025年12月31日止年度派發末期股息(2024年：無)。

## 11 貿易應收款項、按金、預付款項及其他應收款項

### (a) 貿易應收款項

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項—第三方	267,769	299,003
虧損撥備	<u>(29,715)</u>	<u>(5,275)</u>
	<u><b>238,054</b></u>	<u><b>293,728</b></u>

於2025年及2024年12月31日，貿易應收款項以人民幣計值。

本集團貿易應收款項虧損撥備的變動如下：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初	5,275	3,145
減值撥備	<u>24,440</u>	<u>2,130</u>
於年末	<u><b>29,715</b></u>	<u><b>5,275</b></u>

本集團向其客戶提供的信貸期一般為10至180天。於2025年及2024年12月31日基於確認日期的貿易應收款項總額賬齡分析如下：

賬齡	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
三個月以下	161,177	206,752
三個月至六個月	52,142	69,693
六個月至一年	27,706	16,074
一年至兩年	21,538	5,477
兩年以上	<u>5,206</u>	<u>1,007</u>
	<u><b>267,769</b></u>	<u><b>299,003</b></u>

本集團應用香港財務報告準則第9號訂明的簡化方法計提預期信貸虧損撥備，其允許就所有貿易應收款項計提整個存續期的預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共享信貸風險特徵及逾期日數分類。預期信貸虧損亦包含前瞻性資料。

(b) 按金、預付款項及其他應收款項

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
向媒體發佈商及廣告代理支付的預付款項	104,327	80,034
向僱員提供貸款(i)	8,000	8,000
租金及其他按金	23,318	32,873
向關聯方提供貸款	2,133	2,201
可收回增值稅	-	2,848
其他	3,281	3,867
虧損撥備	(825)	(825)
	<u>140,234</u>	<u>128,998</u>
非即期按金及預付款項	<u>(10)</u>	<u>(10)</u>
	<u><u>140,224</u></u>	<u><u>128,988</u></u>

附註：

- (i) 向僱員提供貸款指向若干僱員提供住房貸款(包括向主要管理人員提供貸款人民幣1,500,000元)。該等貸款為無抵押且須於貸款開始日期起計一年內償還。為數人民幣7,500,000元的貸款為免息，為數人民幣500,000元的貸款按3.4%的年利率計息。

本集團其他應收款項虧損撥備的變動如下：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
於年初	825	990
減值撥回	-	(165)
撤銷金額	-	-
於年末	<u><u>825</u></u>	<u><u>825</u></u>

(c) 金融資產減值虧損淨額

截至2025年12月31日止年度，於綜合全面收益表內確認的金融資產減值虧損淨額包括以下各項：

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項	24,440	2,130
其他應收款項	-	(165)
	<u><u>24,440</u></u>	<u><u>1,965</u></u>

## 12 借款

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>非流動</b>		
已抵押銀行借款	<u>37,640</u>	<u>64,510</u>
<b>流動</b>		
—已抵押銀行借款	<u>51,870</u>	<u>2,949</u>
—有擔保銀行借款	<u>34,900</u>	<u>15,740</u>
	<u>86,770</u>	<u>18,689</u>
	<u><b>124,410</b></u>	<u><b>83,199</b></u>

於2025年12月31日，本集團的銀行借款按年利率2.50%至4.50%（2024年12月31日：2.80%至4.50%）計息。

借款的到期日如下：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
一年內	<u>86,770</u>	<u>18,689</u>
一至兩年	<u>37,640</u>	<u>29,410</u>
兩年以上	<u>—</u>	<u>35,100</u>
	<u><b>124,410</b></u>	<u><b>83,199</b></u>

與借款有關的質押及擔保情況如下：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
以董先生的居所及高女士的居所作抵押	<u>40,100</u>	<u>36,009</u>
以董先生及沈明先生（「沈先生」）的居所作抵押 並由董先生、高女士及沈先生提供擔保	<u>29,410</u>	<u>31,450</u>
以董先生的居所作抵押	<u>10,000</u>	<u>—</u>
以高女士的居所作抵押	<u>10,000</u>	<u>—</u>
由董先生提供擔保	<u>20,000</u>	<u>10,000</u>
由沈先生及董先生提供擔保	<u>5,000</u>	<u>—</u>
由董先生及本公司兩間附屬公司提供擔保	<u>—</u>	<u>5,740</u>
由董先生及高女士提供擔保	<u>9,900</u>	<u>—</u>
	<u><b>124,410</b></u>	<u><b>83,199</b></u>

### 13 貿易應付款項

供應商給予的信貸期一般為30至150天。根據服務收據，貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
賬齡		
三個月以下	7,111	15,928
三個月至六個月	14,549	16,801
六個月以上	16,129	15,047
	<u>37,789</u>	<u>47,776</u>

### 14 其他應付款項及應計費用

	於12月31日	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應計員工成本	7,068	12,392
增值稅及附加費	382	5,494
按金	3,302	3,432
應計核數師薪酬	800	1,000
其他	1,005	1,583
	<u>12,557</u>	<u>23,901</u>

### 15 來自關聯方的貸款

	截至12月31日止年度	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
董先生(附註(a))	54,846	56,232
楊先生(附註(b))	33,024	33,858
沈先生(附註(c))	9,294	—
	<u>97,164</u>	<u>90,090</u>

附註：

- (a) 於2025年12月31日，貸款主要是由董先生全資擁有的Vast Ocean Limited及Brilliant League Limited提供資金。來自董先生的貸款包括由應付董先生的股息轉出的總額人民幣33,048,000元。來自董先生的貸款屬無抵押、免息及按要求償還。
- (b) 於2025年12月31日，貸款由楊先生全資擁有的Highland Triumph Limited提供資金。來自楊先生的貸款屬無抵押、免息及按要求償還。
- (c) 於2025年12月31日，貸款由沈先生提供資金。來自沈先生的貸款屬無抵押、免息及按要求償還。

## 其他資料

### 主要客戶及供應商

截至2025年12月31日止年度，本集團五大客戶及最大客戶應佔的收入分別佔本集團總收入的約40%至19%。截至2025年12月31日止年度，本集團五大供應商及最大供應商應佔的採購額分別佔服務成本的約66%至24%。

截至2025年12月31日止年度，概無董事或其任何緊密聯繫人(定義見上市規則)或據董事所知及確信擁有本公司已發行股本總額超過5%的任何股東，在本集團的五大客戶或供應商中擁有任何重大權益。

### 外匯風險

截至2025年12月31日止年度，本集團主要在中國從事業務，而大部分交易以人民幣結算。因此，董事認為本集團並無重大外匯風險。本集團目前並無外幣對沖政策，惟本集團管理層會持續監察外匯風險。

### 股息

董事會不建議派付截至2025年12月31日止年度的任何股息(2024年：零)。

### 股東週年大會

股東週年大會訂於2026年5月21日(星期四)舉行。召開股東週年大會的通告將按上市規則規定的方式於適當時候刊發及寄發予股東。

### 暫停辦理股份過戶登記手續

為確定出席股東週年大會(「股東週年大會」)並於會上投票的資格，本公司將於2026年5月15日(星期五)至2026年5月21日(星期四)期間(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理本公司股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會及於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票須於2026年5月14日(星期四)下午四時三十分前送達本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司以辦理股份過戶登記手續，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

## 企業管治常規

本公司已採納企業管治守則作為其自身的企業管治守則。本集團一直致力就條例之變更及最佳常規之發展檢討及提升其內部監控及程序。除下文所披露的偏離情況外，董事認為，本公司於截至2025年12月31日止年度已遵守企業管治守則所載所有守則條文，惟企業管治守則之守則條文第C.2.1條除外。

企業管治守則之守則條文第C.2.1條規定，主席與行政總裁之角色應有區分，並不應由一人同時兼任。

董先生已獲委任為行政總裁，並擔任董事會主席（「主席」）及提名委員會主席（於2025年6月30日已不再擔任提名委員會主席）。縱觀本公司的業務進程，董先生一直是本集團的主要領導人物，主要參與本集團的戰略發展、整體營運管理及重大決策。經考慮本公司業務計劃的持續實施需要，董事認為，於本集團目前的發展階段，由董先生同時擔任主席及行政總裁的角色對本公司及其股東有利，並符合彼等之整體利益。

為因應上市規則及上市規則附錄C1所載企業管治守則於2025年7月1日生效的修訂，提名委員會成員已發生以下變動：(i)董先生已不再擔任提名委員會主席；(ii)獨立非執行董事兼提名委員會成員趙強先生已獲委任為提名委員會主席；及(iii)執行董事高雨晴女士已獲委任為提名委員會成員，均自2025年6月30日起生效。

於本公告日期，董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成，因此，其權力及職權已充分維持。董事會將不時檢討現行架構，並於適當時候作出必要的變更，並就此知會股東。

## 董事進行證券交易之標準守則

本公司已採納有關董事進行證券交易的行為守則，其條款不遜於標準守則。

經向全體董事作出具體查詢後，各董事均已確認，截至2025年12月31日止年度，彼等已遵守標準守則所載之規定準則，且董事會認為於截至2025年12月31日止年度一直全面遵守標準守則。

## 購買、出售或贖回本公司之上市證券

於截至2025年12月31日止年度內，本公司或其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。於2025年12月31日，本公司概無任何庫存股。

## 審核委員會

本公司已根據企業管治守則成立審核委員會，並制定書面職權範圍。於本公告日期，審核委員會現由三名獨立非執行董事組成，分別為劉健威先生、林森先生及趙強先生。劉健威先生為審核委員會主席。

審核委員會已考慮及審閱本集團截至2025年12月31日止年度的年度業績、本公司及本集團採納的會計原則及慣例，並與管理層討論有關內部控制及財務報告的事宜。審核委員會認為，截至2025年12月31日止年度的年度財務業績符合相關會計準則、規則及規例，並已妥為作出適當披露。

## 中匯安達的工作範圍

本集團的核數師中匯安達會計師事務所有限公司(「中匯安達」)已就初步業績公告所列載有關本集團截至2025年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合全面收益表及相關附註的數字與本集團該年度的經審核綜合財務報表所列載數額核對一致。中匯安達就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》(Hong Kong Standards on Auditing)、《香港審閱準則》(Hong Kong Standards on Review Engagements)或《香港鑒證準則》(Hong Kong Standards on Assurance Engagements)而執行的鑒證業務，因此中匯安達並未對初步業績公告發出任何鑒證意見。

## 前景

儘管面臨動盪的宏觀環境及國內挑戰，中國經濟在2025年仍能保持穩定增長，基本趨勢良好。AIGC等技術仍然是大勢所趨，創造了新的營銷機會。然而，消費者的整體情緒仍然保持審慎，消費者價值觀的轉變正在重塑消費行為，為廣告商帶來新的挑戰，廣告商對市場推廣預算更加謹慎及保守，要求更高的活動效果，使得市場競爭更加激烈。因此，市場營銷公司必須在維持成本效益的同時，提供更好的效用。

憑藉其競爭優勢、現有網絡及覆蓋範圍，以及消費者黏性，下文所概述主要措施突顯本集團在廣告開支緊縮及競爭加劇的情況下，更加專注於推動AIGC技術的發展及應用。該等措施同時突顯本集團為實現其目標而進行的策略性部署。

### **總體表現：實現營運及成本效益**

為應對不斷變化的業務形勢及宏觀市況，本集團更加強調營運效率及成本優化，其中涉及將AIGC技術整合到其LinkBriAI系統中。透過將此技術與本集團現有的雲端資料庫整合，建立更全面的內容管理系統，改善組織、儲存及檢索，確保無縫訪問及更好的資源優化。特別是在DeepSeek等領先人工智能技術的賦能下，企業採用人工智能技術的門檻已大幅降低，DeepSeek等領先人工智能技術以其低成本及開放源碼的解決方案改變了市場預期。通過在業務營運中應用該等技術，本集團已將重覆性工作自動化，減少對人工的依賴，並簡化了內容製作流程，尤其是在圖像及視頻處理方面，從而在保持高製作質量及標準的同時，進一步優化營運成本。本集團將繼續深化AIGC技術在業務運作各方面（從人事管理以至創意內容的後期製作）的應用。於人工智能驅動廣告活動、超個性化的內容及實時優化將確立市場領導地位的下一個廣告時代，本集團將透過運用AIGC技術的力量鞏固其市場地位。

### **創新層面：釋放創新潛力**

AIGC技術的發展為廣告業帶來多方面的改進，包括用戶分析、智能推薦、內容創作、數據分析及產品設計，從而提升不同營運階段的整體效益及效率。因此，本集團一直將AIGC技術融入各個日常營運環節，以促進創新能力。例如，本集團利用生成式人工智能平台製作視頻內容，大大提升了創意輸出，同時縮短製作週期。本集團亦利用智能助理優化故事構思過程，包括劇本編寫，從而加快迭代及以數據驅動的創意內容改進。

本集團亦透過內部培訓計劃進一步提升員工使用AIGC工具的技巧，特別是新興的短片格式，以期加強本集團內部內容製作的成效及質素。

從長遠來看，AIGC等技術將繼續推動廣告行業發展。因此，本集團將密切關注市場的最新技術發展及迭代，並進一步升級其LinkBriAI系統。由於與大部分同業相比，本集團的LinkBriAI系統擁有更全面、更複雜、更先進的基礎設施，因此，本集團已作好充分準備，能以具競爭力的價格提供高度定制化的營銷解決方案，在復甦的市場中維持強勁競爭力。

### **運營層面：發展AI驅動的業務運營**

本集團深知人工智能技術是提升業務營運及客戶價值的寶貴機會。通過策略性地整合AIGC技術，包括部署人工智能聊天機器人，本集團不僅提高了內部營運效率，同時賦能其客戶生成預測性參與度分析，並自動化跨渠道的個性化內容。本集團整合該等技術亦為客戶在精確目標受眾定位及活動參與率方面帶來了客觀成果。隨著人工智能技術的不斷發展，本集團將繼續關注並順應行業的最新發展，進一步投資於人工智能應用，加強與主流媒體平台及技術合作夥伴的聯盟，以滿足不斷變化的市場需求，並透過結合其專有人工智能系統及尖端技術的解決方案，提供多元化的服務。如此一來，本集團不僅能緊貼產業演進，更能積極塑造產業發展軌跡。

### **報告期後事項**

#### **變更公司秘書及授權代表**

吳紫欣女士已替代陳焯嫻女士擔任本公司公司秘書、上市規則第3.05條規定的授權代表、香港法例第622章公司條例第16部下及上市規則第19.05(2)條下規定代表本公司接收法律程序文件及通知書的授權代表，自2026年1月1日起生效。

除上文所披露者外，董事會並不知悉於報告期後及直至本公告日期發生任何嚴重影響本集團的財務狀況或營運的重大事件。

## 刊發年度業績公告及2025年年報

本年度業績公告刊載於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.btomorrow.cn>)。載有上市規則規定的所有資料的本集團截至2025年12月31日止年度之年報將於2026年4月中旬寄發予股東，並可於上述網站查閱。

### 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：

「廣告商」	指	任何通過投放移動廣告宣傳其品牌及產品(或服務)之人士、公司或機構(如品牌商、廣告代理、移動應用程序開發商)以及作為移動廣告全價值鏈最初發起者之人士、公司或機構
「廣告」	指	任何旨在使產品(或服務)引起潛在及現有客戶注意的通訊，通常需付費
「AIPL」	指	「認知(Awareness)」、「興趣(Interest)」、「購買(Purchase)」及「忠誠(Loyalty)」的縮寫，為本集團制定戰略議程及商業模式的主要宗旨
「算法」	指	一套於編寫程序中用以解決問題的清晰指令
「審核委員會」	指	董事會轄下的審核委員會
「大數據」	指	由組織收集的結構化、半結構化和非結構化數據的組合，可用於收集資訊以及機器學習項目、預測建模及其他高級分析應用中
「董事會」	指	本公司董事會
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島

「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載之企業管治守則
「雲素材」	指	透過互聯網從雲計算供應商的服務器按需求為用戶提供的應用程序、服務或資源，同時能存取共用的可配置資源
「本公司」	指	輝煌明天科技控股有限公司(前稱「Bright Future Science Holdings Limited輝煌明天科技控股有限公司」)，於2018年11月8日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「CRM」或「客戶關係管理」	指	管理與客戶及潛在客戶的業務關係及互動的科技或系統，以助業務與客戶保持聯繫、簡化程序及改善盈利能力
「DMP」或「數據管理平台」	指	具有內置電腦軟件、工具及系統的平台，可使用算法從公共領域中選擇性地提取非機密資料、分析資料，以及有效將資料進行分組或分類
「僱員」	指	本集團任何成員公司的任何僱員(包括但不限於任何執行董事)
「ERP」或「企業資源管理」	指	機構利用集成應用程序以管理業務及自動化大量金融、科技服務及人力資源相關後台功能的業務程序管理軟件
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司，或如文義另有所指，就本公司成為現時附屬公司的控股公司之前期間，則指有關附屬公司，猶如其於相關時間已為本公司附屬公司
「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
「香港」	指	中國香港特別行政區

「港元」	指	香港法定貨幣港元
「垂直行業」	指	銷售商向有特殊需求的客戶群提供商品和服務的特定行業
「LinkBriAI」	指	本集團的鄰度全鏈路智能營銷管理平台，原名為「LinkDoAI」系統，於2023年上半年升級並更名為「LinkBriAI」
「上市規則」	指	聯交所不時作出之聯交所證券上市規則
「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，乃獨立於聯交所運營的GEM並與其並行運作
「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
「提名委員會」	指	董事會轄下的提名委員會
「平台」	指	執行軟件的环境
「中國」	指	中華人民共和國，就本公告而言及僅供地理參考，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「報告期」	指	截至2025年12月31日止年度
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「股份」	指	本公司股本中每股0.1港元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

「庫存視頻」	指	不局限於特定主題而製作的一般視頻短片、出品或視頻，可套用於其他製作之中
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「頭部媒體」	指	熱門搜索引擎及社交媒體等主要網上媒體發佈商，通過其廣告投放系統提供廣告庫存
「虛擬代幣」	指	旨在作為廣告庫存交換媒介的電子資產
「Z世代」	指	於1996年至2010年出生的人群，在中國是第一代數字原生代，熟悉將技術融入交流和娛樂，為商業推動力
「%」	指	百分比

本公告中提及的中國成立公司或實體以及中國法律法規的英文名稱均為其中文名稱的翻譯。如有任何不一致之處，則以中文名稱為準。

承董事會命  
**輝煌明天科技控股有限公司**  
 主席、行政總裁兼執行董事  
**董暉**

中國深圳，2026年3月30日

於本公告日期，本公司執行董事為董暉先生、楊登峰先生、高雨晴女士及岑森輝先生，以及本公司獨立非執行董事為劉健威先生、林森先生及趙強先生。