

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，亦明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Mobvista

Mobvista Inc. 匯量科技有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1860)

截至2025年12月31日止年度之 全年業績公告

財務摘要

	2025 年度 千美元	2025 下半年 千美元	2025 上半年 千美元	2024 年度 千美元	2024 下半年 千美元	2024 上半年 千美元
收入	2,046,717	1,108,606	938,111	1,507,767	869,480	638,287
淨收入 ⁽¹⁾	536,546	282,643	253,903	398,882	232,346	166,536
毛利	434,100	232,975	201,125	316,347	185,146	131,201
期內溢利	61,619	29,335	32,284	13,811	6,474	7,337
經調整後利潤淨額 ⁽²⁾	95,494	57,640	37,854	49,342	37,500	11,842
經調整息稅折舊及 攤銷前溢利 ⁽³⁾	190,876	102,195	88,681	138,254	75,373	62,881

附註：

- (1) 淨收入不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將淨收入定義為減去分配給流量發佈者的成本後的經調整收入；
- (2) 經調整後利潤淨額不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整後利潤淨額定義為報告期內溢利，並就股份酬金、北京熱雲科技有限公司（「熱雲」）商譽減值損失、以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值（收益）／虧損通過加回或扣除予以調整；
- (3) 經調整息稅折舊及攤銷前溢利不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整息稅折舊及攤銷前溢利定義為報告期內息稅折舊及攤銷前溢利（不是基於國際財務報告準則口徑衡量），並就股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯虧損／（收益）及以公平值計量且其變動計入損益的金融資產公平值（收益）／虧損通過加回或扣除予以調整。

匯量科技有限公司(「本公司」或「匯量科技」)董事(「董事」)會(「董事會」)，謹宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)根據國際財務報告準則(「IFRS」)呈列的截止2025年12月31日止年度(「報告期內」)之經審核全年業績。該全年業績已經由本公司之審核委員會(「審核委員會」)審閱。

致股東：

2025年，公司在核心業務上實現了成立以來最好的營收與利潤水平，業務規模與經營質量同步提升。與此同時，公司股價與市場關注度顯著提高，越來越多此前並不熟悉我們的新股東開始關注匯量科技的發展。在資本市場關注度提升、圍繞人工智能的討論持續升溫的背景下，我們有必要回到公司發展的主線，說明我們如何理解當前的技術變化，以及我們長期投入的邏輯。

公司自2013年成立以來，業務經歷了三次重要擴展，逐步形成今天三個相對獨立、又彼此協同的事業板塊。最初，我們以效果營銷服務起步，在這一過程中逐步整合形成Nativex這一全球化品牌，構建覆蓋多地區的效果營銷網絡。這一階段的核心，是對流量結構與客戶需求的理解，並由此建立穩定的盈利基礎。

2016年前後，移動廣告交易在大型擁有自有流量的平台中已實現自動化，但大量中長尾流量仍未被系統性納入程序化交易體系。與此同時，以廣告變現為主的超休閒遊戲迅速崛起，流量規模在短時間內爆發增長，卻缺乏成熟的廣告系統支撐。我們在這一階段推出Mintegral，自建程序化平台與雲端基礎設施，用算法將分散的中長尾流量與廣告需求進行自動匹配。這使公司從服務模式走向平台模式，也確立了我們在基礎設施與模型能力上的長期投入方向。

2019年前後，隨著營銷渠道持續增加，跨平台管理與數據歸因的複雜度不斷提高，尤其對資源有限的中小客戶而言，營銷過程愈發難以把握。我們開始構建面向效果營銷的增長工具體系，用系統化方式降低複雜度與信息不對稱。過去一年，隨著智能體框架的快速演進與行業插件體系的出現，人工智能開始能夠在既定規則與授權範圍內串聯多個業務步驟，使數據分析、素材生成、預算與花費控制以及投放優化等環節實現更高程度的自動化。這一變化提升了效果營銷服務的智能水平，也增強了工具板塊的延展能力，並進一步優化了程序化廣告的客戶服務與運營效率。

回顧三大事業板塊的發展路徑，也有助於理解一個當前被廣泛討論的問題：在智能體與通用大模型快速發展的背景下，程序化廣告這一基礎能力將如何演進？

理解這一問題，需要先看清程序化廣告所解決的本質問題。廣告推薦系統並不是生成內容，而是在極短時間內基於海量實時數據完成「請求—匹配—出價」的決策，並通過持續反饋不斷更新模型參數。以Mintegral為例，系統每天處理數千億次廣告請求，廣告推薦與競價模型圍繞實時行為信號持續迭代，以保持對市場變化的敏感度與穩定性。這類系統依賴持續更新的數據與模型迭代，而大模型則以階段性版本演進為主。

與此同時，大模型與智能體能力正在迅速發展，在內容生成、複雜推理與流程編排方面展現出新的潛力。行業路徑並不是簡單替代，而是在不同層級實現能力融合：由程序化系統承擔高頻、實時的交易決策，由智能體在更高層完成策略分析與流程自動化。

程序化廣告將長期是公司的主賽道。這一領域的競爭優勢並不來自單一模型或算法，而來自持續積累的數據規模、實時系統能力以及穩定的基礎設施。未來公司的投入仍將圍繞三個方向展開：持續提升雲基礎設施效率、加快模型迭代速度，以及建設能夠快速適應技術變化的人才團隊。

與此同時，全球宏觀環境的不確定性仍在上升。不同地區監管政策的變化要求我們不斷調整合規流程，而地緣衝突也對全球化部署的雲基礎設施提出新的現實考驗。近期中東地區的事件導致部分雲基礎設施短暫中斷，也提醒我們：在全球化運營中，穩定性不僅來自軟件架構與冗余設計，也來自對地緣風險的預案與持續投入。我們對這些不可控風險保持敬畏，並持續強化基建穩定性、合規體系與內部控制機制，確保業務在複雜環境中保持連續性與透明度。

感謝各位股東長期以來的信任與支持。未來仍將伴隨不確定性，但我們對自身路徑的判斷更加明確。匯量科技將繼續在程序化廣告這一主賽道上深化能力積累，在變化中穩步前行。

此致

*Mobvista*聯合創始人，主席兼CEO

曹曉歡

業務回顧

I. 公司簡介

我們是一家致力於為全球客戶提供發展移動互聯網生態所需要的廣告技術(「**Ad-tech**」)服務和營銷技術(「**Mar-tech**」)服務的科技公司。

我們為開發者和營銷人員提供完整的廣告和分析工具套件，包括用戶獲取、變現、分析、創意自動化和智能媒體採買等，能大幅提升廣告營銷的投入產出比(「**ROI**」)，有效幫助移動應用(「**App(s)**」)突破增長平台期。

II. 行業概述

2025年，全球經濟在通脹回落與政策寬鬆的支撐下維持了韌性增長。全球移動互聯網廣告行業受益於用戶注意力持續向移動端遷移、應用生態不斷擴張及廣告主預算結構性調整，整體仍保持增長態勢。與此同時，2025年被視為AI應用的爆發元年，廣告和營銷技術領域作為吸收和落地新技術的先鋒，與AI深度融合，推動行業服務能力和市場規模的進一步擴張。

2.1. 移動應用生態持續擴張，廣告市場規模保持穩健增長

根據Statista數據，2025年全球移動應用廣告支出規模達4,070億美元，並預計在2026–2030年期間維持約9.95%的年複合增長率。其中，遊戲類應用廣告支出規模達630億美元，仍是移動應用廣告市場最重要的細分板塊之一。

從用戶行為看，移動應用已成為數字生活的核心入口。Sensor Tower數據顯示，2025年全球用戶在移動應用中的總使用時長達到5.3萬億小時，同比增長3.8%，人均月使用應用數量增至34款，廣泛涵蓋遊戲、泛娛樂、工具及AI Chatbots等開放網絡(Open Internet)應用，反映出用戶對多元化應用場景的需求持續增強。隨著用戶在移動端的使用時長與場景不斷拓展，流量持續向移動端匯集，驅動廣告支出向移動端結構性傾斜。開放網絡則憑借豐富流量資源與高效投放能力，成為廣告主和開發者實現用戶獲取和收入增長的關鍵陣地。

2.2. 開發者結構持續優化，中長尾供給與創新活力不斷增強

儘管頭部發行商仍佔據主要市場份額，但中長尾發行商的增長動能正在顯著增強。Sensor Tower數據顯示，2025年全球排名前1%的發行商佔據了92%的應用內內購收入與81%的下載量，但其餘中小發行商的內購收入增速已明顯高於頭部廠商，市場份額呈逐步提升趨勢。

隨著AI技術的普及，應用開發門檻顯著降低，並提升了產品設計與內容迭代效率，使中小開發者能夠更快、更低成本地推出新應用，加速應用生態的擴容與多元化發展。隨著新應用數量持續增長，用戶獲取與廣告變現需求同步放大，為移動廣告平台帶來更加廣闊的流量供給和商業化空間，推動行業進入供給側持續擴張與創新活躍並存的發展階段。

2.3. 混合變現模式加速演進，廣告變現長期增長空間廣闊

從變現結構看，移動應用經濟正加速向以廣告驅動為核心的混合變現模式演進。Statista數據顯示，2025年全球移動應用總收入規模達5,860億美元，其中應用內廣告(IAA)收入貢獻約65%，應用內購買(IAP)收入貢獻約35%，且IAA收入的增速顯著快於IAP收入，廣告變現正逐步成為驅動行業擴張的核心動力。

根據Statista，在遊戲領域，當前整體收入結構約60%來自IAP收入，40%來自IAA收入，但IAA收入的增長速度持續領先。休閒遊戲通過引入IAP變現以降低對廣告收入的依賴並拓展變現來源，而中度及部分重度遊戲則在IAP增速放緩背景下，逐步增加低干擾、高體驗的廣告形式，實現收入結構的再平衡。伴隨廣告形態持續創新與投放算法不斷優化，混合變現模式正在成為行業主流，進一步釋放廣告變現潛力。

III. 廣告技術行業產業鏈結構及公司戰略佈局

廣告技術總體可以分為程序化廣告和非程序化廣告。程序化廣告平台依賴機器學習和算法迭代不斷提升平台的交易效率，是未來廣告技術行業發展的重點。公司以Mintegral平台佈局程序化廣告交易。經過多年的發展，Mintegral現已成為全球頭部第三方案序化廣告交易平台之一，也成為匯量科技主要的收入和利潤貢獻來源。

3.1. 程序化廣告平台的產業鏈結構

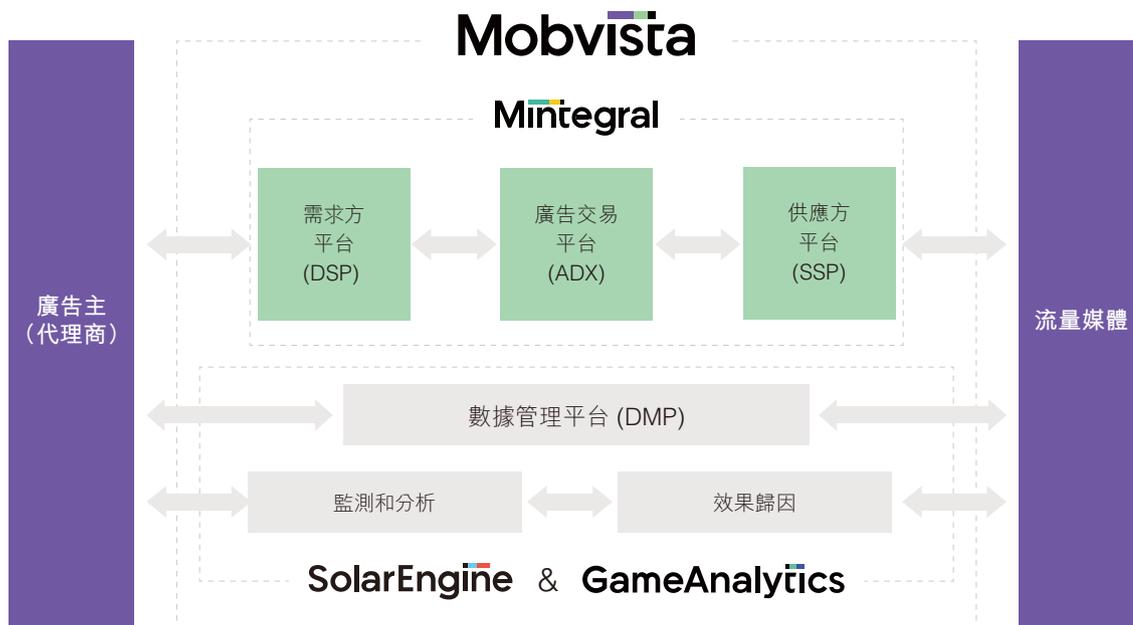
程序化廣告平台的產業鏈參與者按上游、中游、下游劃分，可分為：1) 上游的廣告主(代理商)；2) 中游的廣告技術服務商，包括需求方平台(「DSP」)、廣告交易平台(「ADX」)和供應方平台(「SSP」)、提供相關服務的數據管理服務商、監測和分析服務商、歸因工具服務商等；3) 下游的媒體流量主，而媒體流量主背後即是終端受眾。不同的廣告技術服務商憑藉其產業鏈優勢和洞察，戰略性佈局一個甚至多個產業鏈環節。

3.2. 公司的程序化廣告平台

作為頭部第三方廣告技術平台，公司通過核心的Mintegral平台對DSP、ADX、SSP都進行了佈局。通過對產業鏈中游的完整覆蓋，Mintegral平台直接觸達廣告主和流量發佈者，並且相當一部分我們的客戶同時也是我們的流量發佈者，這種雙向的合作方式加深了我們和客戶的合作關係，而數據的閉環又使得我們更好的提升算法能力，帶來了更高的客戶留存率，提高了產業鏈議價權。

此外，公司通過GameAnalytics(「GA」)平台實現了用戶行為的統計和分析，並通過熱力引擎進行移動效果廣告的歸因和監測分析，為上游廣告主提供更豐富的營銷產品工具的同時，也讓自身數據資產得以沉澱，從而實現算法的優化和迭代。

圖1：匯量科技在程序化廣告技術產業鏈中的戰略佈局

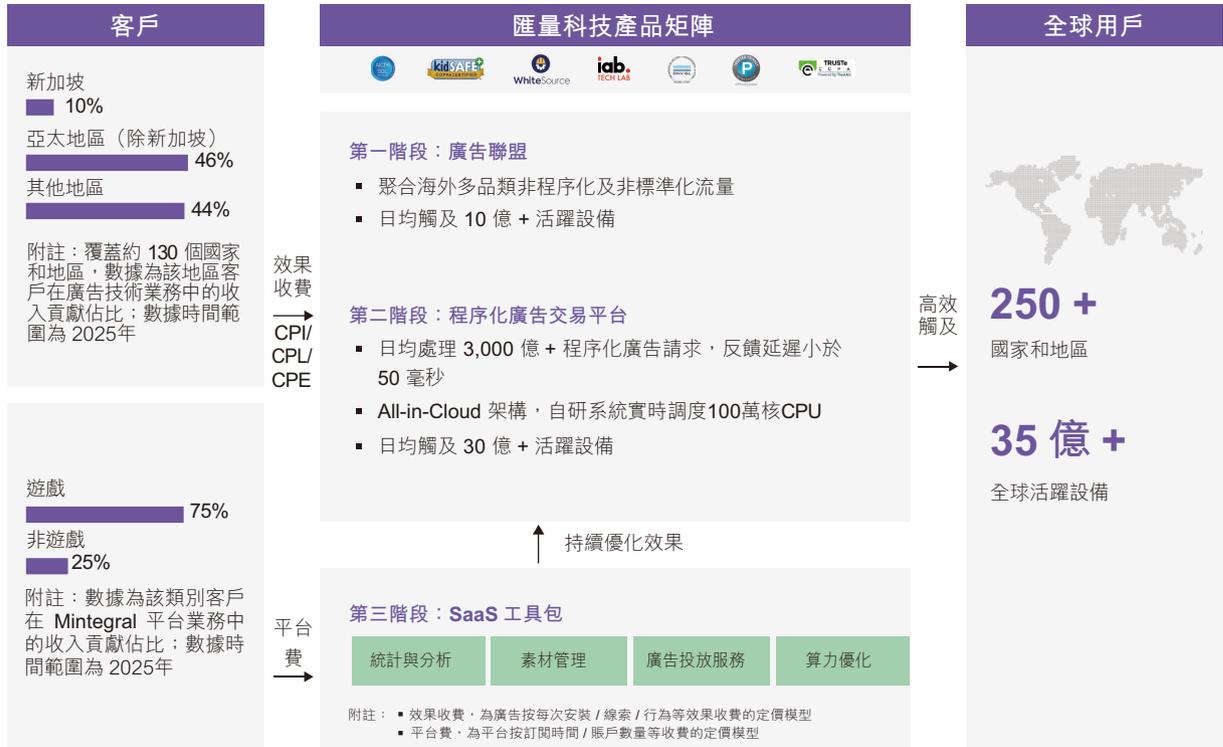


來源：匯量科技有限公司

IV. 公司發展歷程

從2013年成立至今，全球移動互聯網發生了巨大的演進和迭代。我們在公司成立早期大力發展廣告聯盟業務，緊接著我們全力推進程序化廣告平台的建設，並加大了對SaaS工具生態的戰略性投資。這三個大的階段是公司踏出的堅實的三大步，每一步都對應著不同的戰略意義，實現了業務的連續與深化。

圖2：匯量科技發展的三個階段



數據來源：匯量科技有限公司

4.1. 第一階段：廣告聯盟平台 — 專注服務移動應用(App(s))國際化擴張

2013年成立初期，我們的願景是做全球化的推動者和連接者，通過搭建海外營銷聯盟，服務各類移動應用進行國際化擴張，幫助企業在全球範圍內獲客。公司開展了非程序化廣告業務，以效果為導向，覆蓋廣泛的全渠道流量，為客戶提供智能投放、創意素材、關鍵意見領袖（「KOL」）營銷等產品和服務，並且快速佈局了紮根歐美本土市場的商業網絡，形成了公司增長的第一階段。廣告聯盟平台是匯量科技起家的業務，多年發展至今仍保持著行業領先位置。

4.2. 第二階段：程序化廣告交易平台—「Glocal戰略」開拓海外本土市場

隨著移動互聯網的快速發展，海外的移動應用生態愈發碎片化，移動應用開發者面臨用戶增長和流量變現的難題，他們亟需一個聚合全球流量、尤其中長尾流量的平台，來幫助他們迅速地、大規模地觸達全球受眾，從而實現用戶和收入的增長。同時由於程序化的對接方式透明、高效且智能，更加受到優質開發者的青睞。

我們於2015年開始孵化人工智能（「AI」）驅動的程序化交互式廣告平台Mintegral，幫助企業用更自動化和規模化的方式鏈接全球用戶，實現了全球化的流量和客戶覆蓋，因此程序化廣告交易平台得以成為公司第二發展階段的主要載體。

Mintegral平台是我們廣告技術業務的核心平台，自孵化至今一直是我們的戰略發展重點。不同於非程序化運作方式，Mintegral所提供的程序化廣告在廣告服務、平台對接、實時競價、流量轉化等多個維度提升了用戶體驗。在程序化投放模式下，廣告主通過數字平台設定營銷目標與受眾條件，由系統自動完成廣告的實時競價與投放。平台基於廣告點擊、轉化及後續用戶行為等數據進行實時反饋與優化，並測算ROI等核心指標，從而實現從智能採買、精準投放到效果衡量的高度自動化，大幅提升投放效率與確定性。而Mintegral鏈接的海量長尾App(s)也通過程序化平台快速、高效地對接了大量的廣告主，從而實現了自身的流量變現。值得一提的是相當一部分提供流量的App(s)同時也是我們的客戶，從而幫助Mintegral實現了數據的閉環。

目前，Mintegral已幫助10,000餘家全球頂級開發者、100,000餘款頭部應用在歐美、亞太等全球市場大規模獲取優質用戶和變現，日均廣告請求近4,000億次。

4.3. 第三階段：SaaS工具矩陣 — 實現「Ad-tech+Mar-tech」的業務增長

在廣告技術（「Ad-tech」）平台幫助企業客戶實現用戶增長及商業化變現後，還需要營銷技術（「Mar-tech」）幫助企業客戶在該過程中盤活已積累的數據、優化營銷方案，從而實現高質量的增長。2019年起，我們提出構建「SaaS工具矩陣」的戰略：通過將我們的Ad-tech與Mar-tech能力整合起來構建更完善的產品矩陣，覆蓋開發者不同的發展階段，從統計分析、用戶增長、商業化、運營效率提升到雲成本優化等不同階段的核心場景。

我們於2016年戰略性收購了GameAnalytics，其作為專注於遊戲玩家統計分析的平台，能夠提供所有主流遊戲引擎及操作系統的玩家行為實時數據分析，極大地增強了我們在遊戲應用投放領域的數據洞察與決策競爭力。在此基礎上，我們於2021年發佈了增長分析與發行決策平台熱力引擎。通過與全球主流渠道的深度對接，熱力引擎能夠為廣告主提供全面的質量歸因與多維度營銷數據分析能力，並助力其整合跨渠道數據，深入洞察投放效果，從而優化廣告策略，實現高品質的用戶獲取與商業化增長。其中，我們的跨渠道智能投放工具XMP，針對移動應用在廣告投放中面臨的數據割裂、素材管理繁雜和廣告搭建耗時等痛點，通過數據自動化、素材智能化和投放自動化功能，實現多平台數據整合、雲端素材管理及批量廣告創建，大幅提升投放效率；同時，我們的自動化創意製作平台Playturbo，整合可玩、視頻、圖片工具及創意範本，支持開發者無需編寫代碼即可批量製作高品質創意素材，並一鍵適配各大投放渠道，助力開發者實現創意製作的全面升級。

V. 業務簡介

我們的收入來自於以Mintegral為核心的Ad-tech(廣告技術)板塊以及Mar-tech(營銷技術)板塊。其中Ad-tech業務口徑為廣告毛收入(包含付給流量發佈者的成本)。Ad-tech的淨收入佔整體淨收入90%以上，Mar-tech仍然處於早期產品打磨的階段。

5.1. Ad-tech板塊：程序化廣告平台Mintegral

5.1.1 業務簡介

Mintegral是全球領先的程序化廣告技術平台，通過鏈接大量的中長尾App(s)流量，為廣告主提供一站式的程序化廣告投放和流量變現服務。

5.1.2 商業模式

從收入角度，我們基於幫助客戶獲取的效果(如用戶下載、安裝、註冊其移動應用的數量，客戶設定的ROAS(廣告支出回報率)目標，以及用戶後續特定行為，如付費事件，7日的留存等)向其收取效果廣告費用。

從成本角度，我們向流量擁有者或管理者採買廣告資源以展示客戶的廣告，並通常以展示的數量與開發者進行結算。值得強調的是，通過程序化廣告平台對廣告資源的採購是實時的，因此我們並不承擔任何廣告資源風險。我們的成本還有雲計算資源成本，即服務器成本。

我們和客戶以及流量擁有者或管理者結算的方式主要為確定交易金額後1個月內用銀行轉賬方式支付。比較小型的新客戶，我們會要求預付款。極少的大型客戶可能會在標準的結算時間上延長1-2週。雲計算資源的採購，我們的合同賬期均在3個月以上。Mintegral基本沒有墊資情況，而且隨著業務的不斷增長，會有更有利的綜合賬期。

圖3：商業模式圖



來源：匯量科技有限公司

從毛利角度，我們的毛利主要取決於平台算法能力和服務器成本。就服務器成本而言，隨著規模的擴大、雲資源和單價的優化，我們將可持續降低服務器成本佔收入的比重。就平台算法而言，我們預計其效率將隨著數據吞吐量的增加而提高，並使我們未來的毛利率得到提升。

5.1.3 客戶分佈

從客戶區域分佈角度，Mintegral的客戶遍佈全球約130個國家和地區。

從客戶類型角度，報告期內，Mintegral的主要客戶為遊戲垂類客戶，佔Mintegral總收入的74.6%。近年來，本集團在積極拓展其他垂類的客戶，例如電商、工具，報告期內，非遊戲垂類佔Mintegral收入的25.4%。

5.1.4 競爭格局

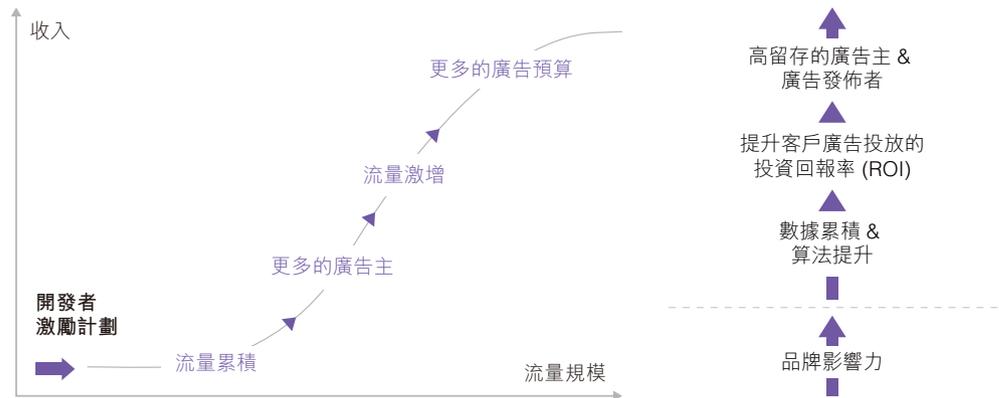
如果我們把移動端流量分為以Meta、Google為代表的頭部媒體流量，以及以中長尾App(s)為代表的中長尾流量，那麼Mintegral所在的第三方廣告技術平台主要通過程序化交易平台對接碎片化的中長尾流量。程序化廣告交易的方式能形成較強的平台效應和規模效應，是未來中長尾流量變現的主要參與者。因此，Mintegral的競爭對手包括以AppLovin、Unity Ads為代表的第三方案序化廣告交易平台，也包括以Google AdMob、Pangle、Meta Audience Network為代表的頭部互聯網公司的廣告網絡平台。總體而言，儘管行業參與者較多，但是Mintegral具備獨特的競爭優勢。

5.1.4.1 不斷強化自身優勢

受益於公司初期非程序化廣告業務，Mintegral平台迅速積累了大量客戶資源。在流量側，其通過開發者激勵計劃吸引大量優質流量的對接，並通過收購GameAnalytics快速進入了歐美遊戲開發者生態圈子，形成了規模化的流量生態。

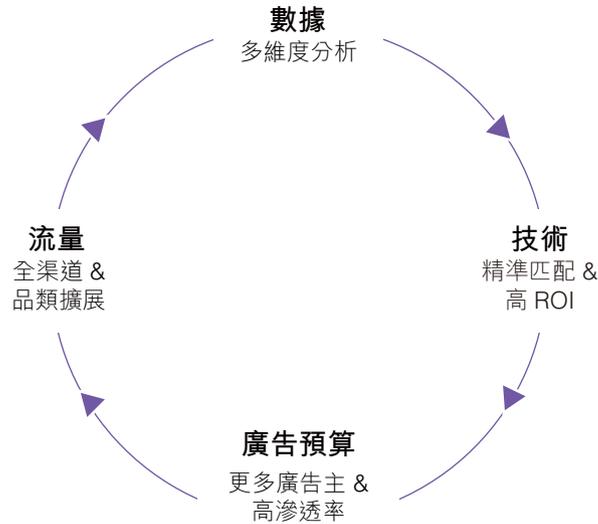
通常，移動應用開發者只會選擇有限的(一般5-8個)廣告平台的軟件開發工具包(「SDK」)插件程序集成到自己的移動應用當中。由於SDK的合規性和穩定性會影響移動應用的穩定性和用戶體驗，如果更換SDK需重新編碼並在用戶端更新移動應用的版本，因此集成某一SDK後，替換成本相對較高。與此同時，Mintegral在積累了一定的供給側流量優勢後，在算法迭代、模型訓練、行業洞察等方面具備更深的積累，有效提升廣告主的投放ROI，而更高的ROI帶來更多的廣告預算，從而形成正向的飛輪效應，相對新進入者形成一定的競爭優勢。

圖4：不斷強化自身優勢



來源：匯量科技有限公司

圖5：Mintegral廣告技術業務的飛輪效應



來源：匯量科技有限公司

目前，Mintegral平台觸達的流量和客戶遍佈全球。流量側和客戶側的優異表現是Mintegral平台在飛輪效應加持下持續高速發展的印證。

5.1.4.2 持續強化的技術實力

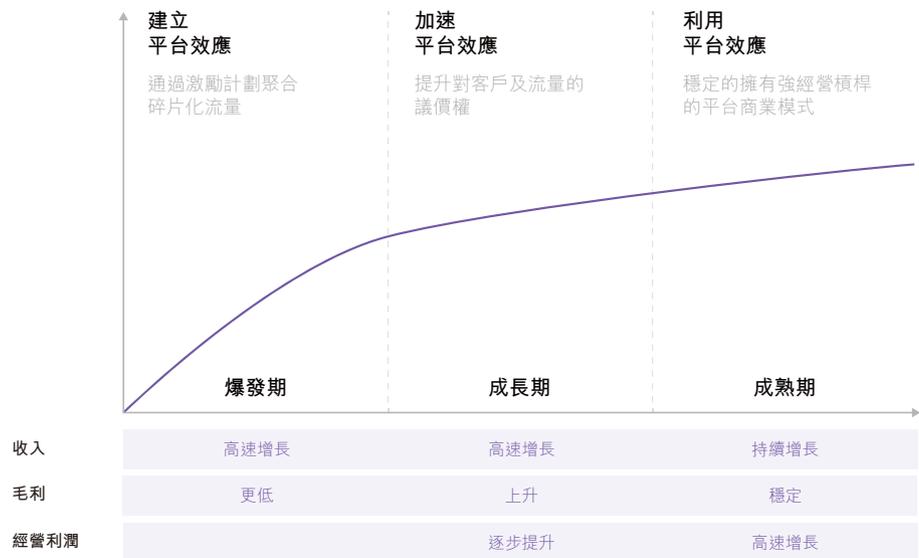
公司的研發團隊由專門從事於數據科學、算法、工程架構及雲計算等相關領域的人員組成。該團隊成員畢業於全球知名院校，其中不乏在相關領域具有豐富經驗的博士及碩士人員。我們已經組建了一支業界頂尖的研發隊伍，由擁有亞馬遜、谷歌、阿里巴巴、百度等頭部科技公司工作經驗的數據科學家、AI算法專家、工程架構師以及雲計算領域專家帶領。人才儲備和技術實力使得公司在技術領域不斷迭代，從而進一步提升公司在行業的地位及知名度，在個別領域如休閒遊戲，公司已經成為廣大移動應用開發者推廣和變現的優選平台。

5.1.4.3 規模效應和經營槓桿

從經營及財務角度，Mintegral平台的飛輪效應意味著：

- (1) 隨著行業知名度的提升，新增客戶數量和投放預算不斷增加，已有客戶端的留存和淨擴張率持續提升，收入規模可持續增長；
- (2) 不斷吸引新的開發者接入Mintegral平台，流量規模不斷提升；
- (3) 規模效應和算法效率的不斷提升，推動平台毛利率增長；

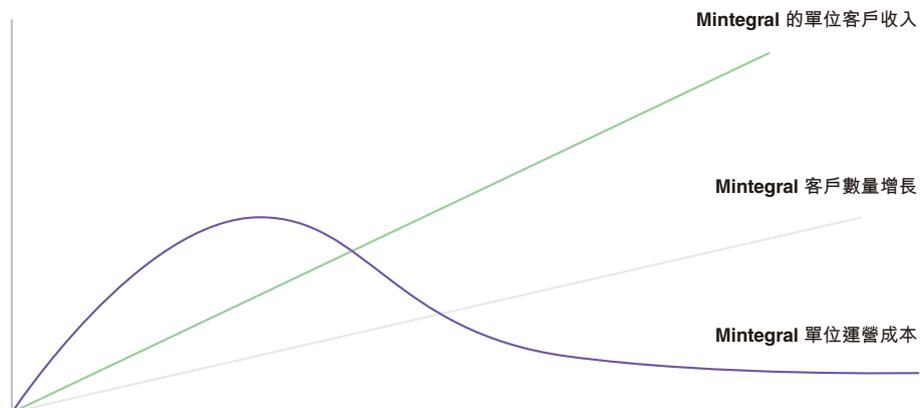
圖6：Mintegral平台盈利模式



來源：匯量科技有限公司

- (4) 驅動收入增長的單位成本不斷降低，單位研發費用支持的交易規模不斷增長，銷售費用率、管理費用率、研發費用率不斷優化，形成明顯的經營槓桿。

圖7：Mintegral平台經營槓桿



來源：匯量科技有限公司

5.1.5 與頭部媒體的競爭／合作關係

隨著廣告技術的發展，通常情況下，客戶會投放頭部媒體流量，也會投放中長尾流量，並且根據實際投放效果進行預算的再分配。由於中長尾流量平台和頭部媒體相比其技術特點以及數據來源均不同，二者所能觸達和優化的用戶群體與價值區間並不完全重合，因此開發者在頭部媒體以外需要不斷尋找更多的高ROI流量來源以最大化整體廣告支出回報。在此背景下，程序化廣告平台憑藉技術驅動的開放網絡流量整合能力，正在從「補充渠道」升級為移動增長的「關鍵選擇」。

Mintegral在專注於鏈接全球中長尾流量的同時，為滿足客戶對流量廣度與競價效率的一站式需求，也會通過實時競價(RTB)方式，接入並競拍頭部廣告交易平台(Ad Exchange)所開放的第三方媒體流量，以此補充和豐富客戶的整體投放組合，因此Mintegral亦和頭部媒體呈現合作的態勢。

5.2. Ad-tech板塊：非程序化廣告平台

非程序化廣告業務平台以效果為導向，以廣告網絡聯盟的形式覆蓋全球中長尾媒體，能夠為全球廣告主快速、規模化地獲取用戶。這項業務以非程序化的方式幫助廣告主尋找優質低價的流量，從而賺取買賣流量的差價。

非程序化廣告業務是匯量科技起家的業務，並持續保持行業領先優勢，是匯量科技的利潤來源之一。其與Mintegral業務形成了較強的協同作用，使得客戶在流量投放上同時具備程序化和非程序化兩種方式。

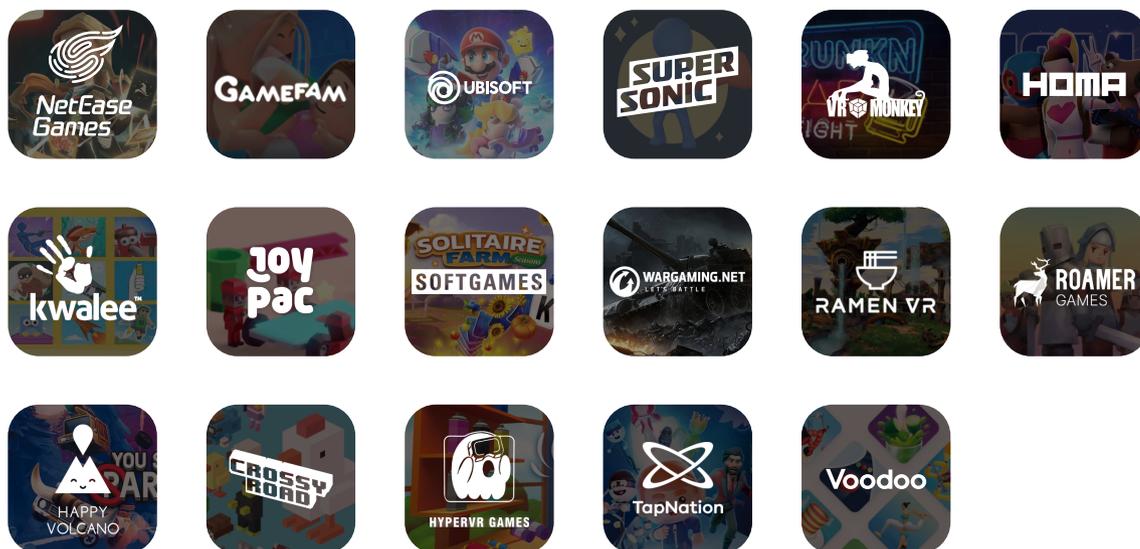
5.3. Mar-tech板塊：GameAnalytics

GameAnalytics (「GA」) 是我們旗下一款基於SaaS的應用內數據分析工具。作為全球規模最大的移動遊戲、Roblox、PC及VR遊戲數據分析平台之一，它能夠為遊戲工作室和發行商提供深度洞察、LiveOps工具、數據管理以及應用市場情報。借助GA，開發者們可以實時監控遊戲表現，並優化其用戶獲取、用戶留存與變現策略。

該產品根據不同的功能和數據分析維度收取月度訂閱費，訂閱費用從每月29美元至499美元不等。

圖8：GA的主要合作夥伴

開發者



集成平台方

GA提供30多種不同的集成，涵蓋了大多數主要的遊戲引擎和服務。



來源：匯量科技有限公司

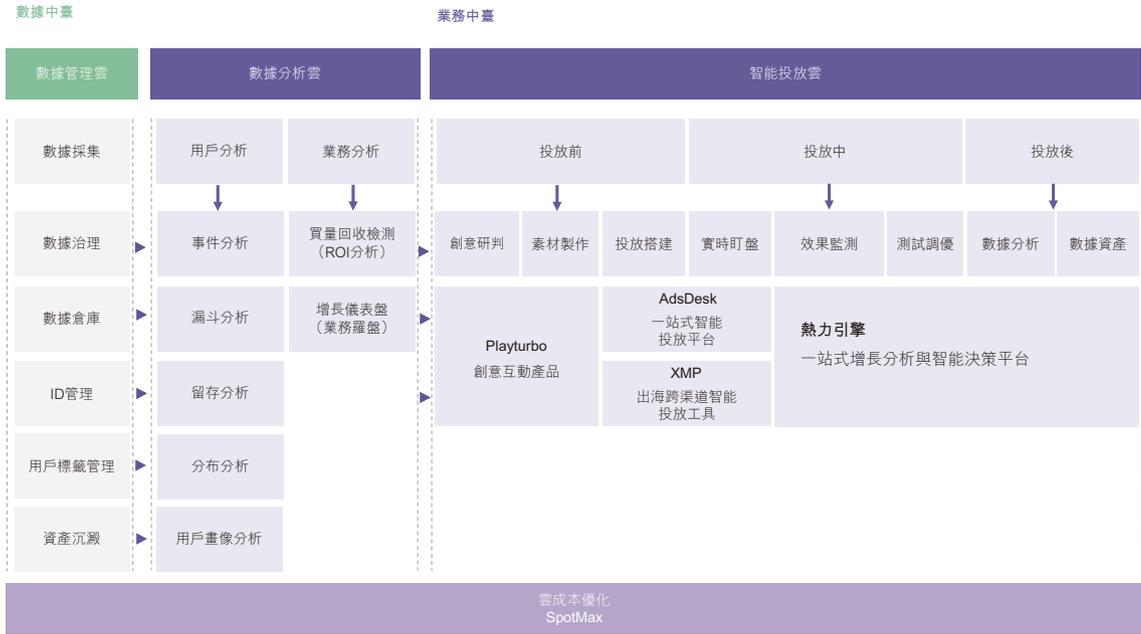
GA對鞏固本集團在遊戲類廣告領域的核心競爭力，幫助本集團觸達潛在遊戲開發者客戶和優質廣告資源，提高廣告受眾用戶畫像顆粒度等方面具有戰略意義。

5.4. Mar-tech板塊：熱力引擎

熱力引擎基於熱雲做了全面的產品和服務升級。作為專注於移動端廣告投放效果監測和數據分析的第三方平台，熱力引擎以移動端廣告監測為切入點並提供數據採集和挖掘，從而幫助客戶進行投放數據分析、用戶數據管理、素材智能分析、雲計算資源優化等，優化客戶營銷活動。

熱力引擎的主要產品均為SaaS工具，即雲託管軟件，收費方式主要包括按使用量付費及訂閱制兩種。

圖9：熱力引擎產品矩陣



來源：匯量科技有限公司

圖10：熱力引擎代表客戶



5.5. 業務回顧與展望

2025年，本集團經營情況良好，營收規模穩健增長。報告期內，本集團整體錄得收入2,046.7百萬美元，同比增長35.7%。其中，程序化廣告平台Mintegral作為本集團核心增長引擎，收入持續增長，報告期內錄得收入1,960.9百萬美元，同比增長35.9%，佔本集團總收入95.8%。自2023年5月以來，Mintegral已相繼推出4款基於AI與機器學習的智能出價產品。該系列產品能夠圍繞廣告主設定的ROAS（廣告投入回報率）、CPE（每次互動成本）等關鍵目標，持續優化廣告投放效果，提升整體廣告投資回報。目前，產品已全面支持以應用內廣告（IAA）、混合變現（Hybrid）和應用內購買（IAP）為變現核心的遊戲和非遊戲應用進行投放，滿足各類型廣告主的多樣化投放需求。憑借在實際投放中的卓越表現，智能出價產品不僅贏得了廣告主的廣泛認可，也進一步夯實了廣告主對平台技術能力的信任基礎。報告期內，智能出價產品體系貢獻的收入佔Mintegral總收入的比例超過80%。

報告期內，非程序化廣告業務錄得收入67.9百萬美元，同比增長43.9%，一直是本集團重要的收入和利潤來源。廣告技術業務淨收入則同比增長36.0%。隨著廣告技術業務競爭優勢的不斷加強，以及Mintegral規模效應的釋放，我們相信廣告技術業務將持續健康增長。

營銷技術方面，我們積極推動新產品的海外市場拓展，在持續打磨產品矩陣的同時兼顧降本增效。報告期內，營銷技術業務錄得收入18.0百萬美元，同比增長2.5%。

5.5.1 致力於成為中小開發者的GrowthHub

我們在2023年正式將公司的使命進行了升級，我們希望能夠成為中小開發者的Growth Hub。以程序化廣告平台和SaaS工具集紮根在客戶的需求場景裏，我們希望幫助不同區域、不同階段的開發者解決全球化歷程的問題，抹平他們在全球市場資源、經驗、能力方面的缺口，在更多元的場景下實現增長。這一使命也貫穿在我們的運營中，從集成Mintegral的Ads SDK的開發者數量來看，從2022年年初至2025年12月末，從不到2萬款到接近12萬款，在開發者中的滲透率有了大幅的提升。

5.5.2 進一步打磨智能出價體系

如果我們將單個用戶的行為軌跡進行拆分，首先是用戶發起訪問，觸發廣告請求，廣告平台進行競價，競勝則產生了曝光，用戶隨之點擊安裝，用戶下載後可能產生留存，可能發生廣告瀏覽行為（產生廣告變現），更進一步產生應用內付費行為。對於用戶淺層行為層面（即用戶從開始訪問到下載階段），對系統出價產品的能力要求較低，適用於休閒遊戲以及工具類的投放。而對於中重度遊戲垂類以及其他垂類，則要求我們具有智能的、基於深度事件（下載安裝以後的行為）的出價產品。2023年5月，Mintegral正式上線IAA ROAS智能出價功能，廣告主只需對Mintegral開啓全渠道數據回傳，就能在Mintegral自助投放平台上設定應用內廣告ROAS目標，在Mintegral智能算法的加持下實現自動化投放。2024年7月，Mintegral推出針對事件進行投放優化的Target CPE功能。2025年4月，Mintegral在Target ROAS競價優化策略中上線Hybrid ROAS優化模型，幫助混合變現開發者在用戶獲取環節鎖定高價值人群。2025年7月，Mintegral IAP ROAS優化策略正式上線，賦能IAP應用在國際化擴張中實現效率效果雙提升。目前，智能出價的方式已經成為了廣告主在Mintegral平台上的主流選擇，這也是Mintegral可以在中重度遊戲垂類和非遊戲垂類破圈的重要前提。同時，非休閒遊戲以外的垂類有著更大的市場空間，這也是打開Mintegral

增長天花板的重要前提條件。Mintegral將繼續在IAP(應用內付費) ROAS投放體系上發力，更好地承接廣告主混合變現多樣的智能投放需求。

5.5.3 遊戲品類收入穩中有升，非遊戲品類收入持續增長

報告期內，遊戲品類錄得收入1,462.1百萬美元(2024年同期：1,039.8百萬美元)，同比上升40.6%。作為Mintegral的基本盤，該品類貢獻了Mintegral總收入的74.6%。遊戲品類中，超休閒遊戲在疫情期間爆發增長後，因產品同質化加劇和用戶耐受閾值顯現出增長疲態。而混合變現遊戲憑藉豐富玩法和多元化運營，展現更高的用戶價值、更強的留存率和更長生命週期，成為Mintegral遊戲品類下主要的驅動力。非遊戲品類錄得收入498.8百萬美元，同比增長23.7%(2024年同期：403.3百萬美元)。得益於智能出價體系的發展，我們在中重度遊戲、電商、工具類等其他垂類也有了新的突破。值得強調的是，目前的Mintegral平台已經能實現對各個垂類的利潤率的強把控，報告期內，整個Mintegral程序化交易平台實現了收入和利潤的同步爬升。

VI. 公司的中長期發展方向和戰略

未來戰略：堅持打造Ad-tech和Mar-tech的生態體系

匯量科技的願景是成為開發者的「Growth Hub」，我們希望拋開市場視角，把自身作為第三方廣告技術平台的核心價值聚焦為幫助資源有限的中小開發者做增長。匯量科技的業務分為Ad-tech和Mar-tech兩部分，其中Ad-tech以Mintegral平台為核心載體，以程序化廣告平台的方式鏈接廣告主和流量方，並以此積累了海量的投放數據；而Mar-tech平台以SaaS工具的方式提供包括創意優化、渠道間ROI對比分析、數據洞察、營銷自動化、雲成本優化等在內的各種增值服務。Ad-tech和Mar-tech不僅共同覆蓋了客戶的整個數字化營銷鏈條，並且相互之間通過數據產生了較強的協同效應。

在全球化、數字化浪潮下，我們將致力於成為開發者的「Growth Hub」，幫助更多的企業，尤其是中小規模企業跨越數字化增長的瓶頸，從推廣、變現、數據洞察到雲端架構和成本優化，我們攜手企業觸達更廣闊的全球市場，在幫助客戶贏得高增長的同時實現匯量科技的高速發展。

6.1. 持續強化Mintegral平台在Ad-tech領域的競爭優勢

算法與創意共振，持續提升產品及技術實力。作為程序化平台，算法技術是Mintegral長期增長的核心動力，尤其是算法與創意的化學反應，會讓廣告效果產生質變。為了更好地幫助開發者實現全球增長，Mintegral將創意與算法有機結合，在動態創意優化上不斷加大投入，即能夠針對用戶的行為偏好做到千人千面的創意展現，極大地提升用戶的交互行為，從而幫助廣告主更快、更好地提升獲客效益與質量。

持續提升算法能力，打造基於深度學習的智能出價體系。Mintegral最初是從休閒遊戲領域切入到程序化廣告市場，經過多年的耕耘，在休閒遊戲領域我們已經取得了絕對的領先優勢。隨著行業趨勢越來越向混合變現發展，Mintegral也在大力優化算法策略，以滿足依賴不同變現模式的開發者對於高效獲客的訴求，並且不斷打磨智能出價體系，成為廣告主確定性更強、效率更高的投放渠道。除遊戲以外，Mintegral的業務也逐步擴展到了更多的垂類，包括電商和工具等，歷史積累的大量數據樣本和我們在算法上的快速迭代能幫助Mintegral實現跨品類的擴展。

6.2. 全面升級Mar-tech產品體系，提升匯量科技在Mar-tech領域的服務能力

豐富產品矩陣，增強廣告效果監測能力，實現買量閉環服務。Mar-tech體系通過深度數據分析形成的洞察，能夠賦能Mintegral平台的算法策略，與公司內部的廣告投放業務形成戰略協同。這種協同機制為優化廣告投放效率與效果提供了關鍵反饋，驅動產品的持續迭代。

推動SaaS產品國際化進程，進一步實施全球化佈局。公司在海外市場已深耕佈局多年我們打造的SaaS產品也將走向海外，為全球客戶提供更優質更具性價比的SaaS產品服務。

6.3. 堅持全球化戰略

我們始終堅持全球化平台道路，使平台技術更好地服務於全球的所有市場。多年來，本集團不斷加強在亞太地區的品牌形象，加強與客戶及潛在客戶的合作關係。我們還在EMEA和美洲地區實施本地化戰略，積極拓展我們的市場份額。目前，匯量科技服務全球客戶的體系和能力已經得到了市場的驗證。

6.4. 堅持數據和隱私保護，嚴格遵循全球主流合規框架

在移動廣告行業內，數據和隱私保護關乎業務發展及與行業合作夥伴關係的維繫。作為全球領先的移動廣告平台，本集團始終把數據安全與隱私保護置於首要地位。

我們收集並分析移動互聯網用戶的行為數據的算法主要依靠上下文信息建模的體系，而不是客戶的隱私數據，我們不會通過收集的數據來辨識特定個體，也不會將數據信息與特定個體關聯。

同時，核心業務Mintegral平台通過開源其SDK，先後獲得SOC2 Type1和Type2、SOC3、ISO27001、kidSAFE+COPPA等行業權威隱私證書，持續檢驗產品與技術的有效性，為用戶數據隱私築起護城河，保障用戶權益。

我們始終堅持積極踐行數據和隱私保護，我們相信保護客戶數據是公司健全企業管治及與客戶長期互信的支柱，並且相信這一舉措將使得本集團長期受益。與此同時，我們嚴格遵循全球主流合規框架，確保數據處理流程透明可控，並實時監測流量質量，確保始終保持高標準。目前我們建立了統一的數據治理底座，並符合全球多地數據安全治理體系最高標準，以確保在任何法域內都能合規運營。

6.5. 擁抱AI大趨勢

AI已然成為移動互聯網廣告行業不可或缺的基礎設施，它以前所未有的深度和廣度持續重塑該行業。從借助生成式AI自動生成和優化廣告創意，極大提升內容製作效率；到日常工作流中人類主導、AI僅作「副駕駛」(Copilot)輔助，向AI自主決策的「自動駕駛」(Autopilot)模式轉變，推動研發到運營的全鏈路自動化；再到AI與機器學習廣告引擎，將AI深度應用於廣告投放全鏈路，實現精準用戶洞察、智能實時競價和動態創意優化，全面提升廣告效能。

作為移動互聯網生態的參與者之一，匯量科技積極順應AI帶來的行業變革，在多個領域進行了深度佈局。營銷技術產品方面，我們利用LLM/AIGC來重構相關服務，使其能夠協助客戶快速製作極具吸引力的廣告創意並創建高效的廣告活動，並利用歷史數據和效果分析不斷優化和改進它們。從整個研發鏈路來看，我們選擇了廣告素材的輔助／自動生產作為起點，通過引入先進的圖像生成及影像處理模型(例如Stable Diffusion、Meta Segment Anything等)。我們的自動化創意製作平台Playturbo現已支持AI配音、AI翻譯、AI消除、AI極速生圖等創意自動化製作功能，並推出「數字人視頻」與「圖片轉視頻」等多項創新功能，將視頻創意製作週期由數天壓縮至數分鐘，顯著提升廣告內容規模化生產能力與投放效率。

在日常研發及運營方面，我們通過在現有的雲原生平台MaxCloud中引入大模型技術，構建了DevOps Copilot系統，簡化、甚至自動化了DevOps過程中的不同任務。Copilot的應用涉及了軟體研發的全部生命週期(設計、編碼、測試、部署、運維)，幫助工程團隊能夠更快、更高效地交付高品質產品，使基礎平台成為真正的業務驅動力。繼DevOps Copilot系統上線後，我們今年正式推出新一代Autopilot系統MaxAgent, MaxAgent採取的正是Multi-Agent架構，突破了傳統RAG(搜索增強技術)的知識運用局限，能夠有效解決複雜場景中的推理和多步驟任務問題。通過多智能體協作實現複雜任務的自動拆解、協同執

行與端到端交付，MaxAgent已由研發場景拓展至運營、營銷及客戶服務等核心業務流程，在郵件自動處理、異常流量排查、監測測試及創意生產等高頻複雜場景中實現規模化落地，有效重構企業級工作流。

在廣告技術方面，AI的加持使我們在廣告投放的精細化運營上取得了突破。我們的程序化廣告平台Mintegral充分利用機器學習的強大算法，通過對用戶行為的深度學習和行為模型預測，實現了廣告推薦的個性化和智能化，並成功引入了更精細的智能出價模型，將買量模式從基於淺層安裝目標的手工出價，升級為基於廣告主ROI要求的智能出價，能夠更精準地匹配用戶需求，提升廣告投放的整體效能。

VII. 客戶評價

經過多年的積累，匯量科技憑藉自身過硬的產品和服務，贏得了客戶的高度評價：



小說

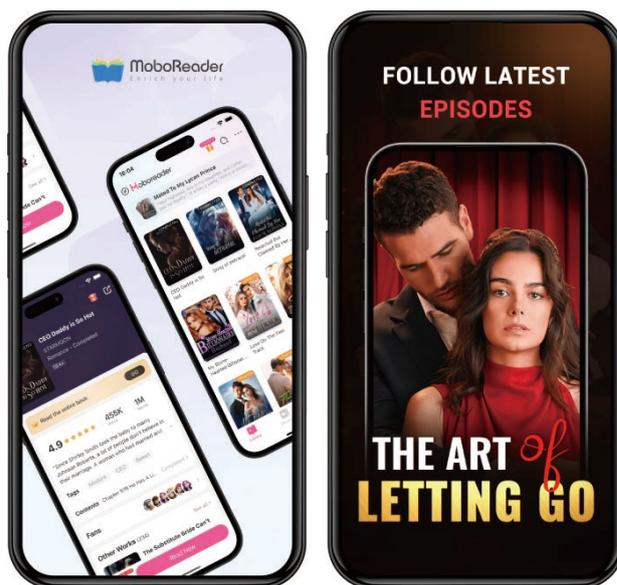
微短劇

暢讀科技是一家專注APP閱讀業務的領先開發者，擁有小說應用MoboReader、短劇應用MoboReels等多款旗艦產品，暢讀科技最初專注於中國移動閱讀業務，旗下擁有「暢讀書城」、「安卓讀書」等產品。隨著國內市場競爭加劇，以及海外內容消費需求的快速增長，暢讀科技陸續將資源投向全球市場，是網文出海的「先行者」之一。

客戶暢讀科技評價：

Mintegral的投放為我們帶來了非常穩健的ROAS表現，並且幫助我們在重點出海市場獲取了更多高價值用戶。同時，通過廣告變現能力的加成，我們成功實現了收入結構的多元化，對短劇與小說出海業務的長線增長幫助顯著。

—— 暢讀科技





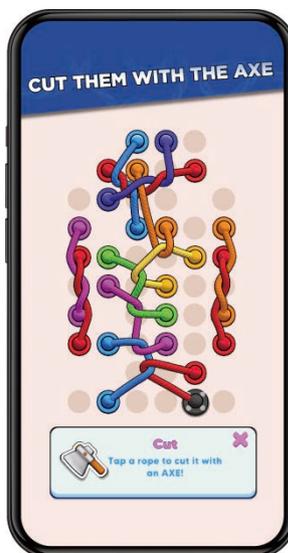
益智遊戲

FOMO Games是2019年成立於土耳其的快速成長型移動遊戲工作室，核心團隊由資深遊戲設計師、營銷專家和數據與技術人才組成。公司以「Fear Of Missing Out」為產品理念，主打面向全球大眾市場的休閒遊戲，追求「可長期遊玩與享受」的產品體驗，旗下代表作包括《Twisted Ropes: Untangle 3D》等。

客戶FOMO Games評價：

我們與Mintegral的長期合作在《Twisted Ropes: Untangle 3D》iOS版本於美國的持續增長中發揮了重要作用。他們持續的優化支持、及時的溝通，以及在保持效率的同時實現規模擴張的能力，使我們能夠穩步提升D7 ROAS廣告活動的規模和表現。這一合作夥伴關係使我們能夠以健康的方式進行測試、迭代並穩定廣告活動，為我們整體用戶獲取的增長做出了重要貢獻。

—— FOMO Games



益智遊戲

Trailmix Games創立於2017年，是一家總部位於倫敦的移動遊戲工作室。其代表作《Love & Pies — Merge Mystery》巧妙融合合併解謎玩法與沉浸式劇情元素，自2021年全球上線以來，已贏得數百萬玩家青睞，成為益智遊戲的標桿作品之一。

客戶Trailmix Games評價：

與Mintegral的合作顯著優化了我們的再營銷策略。他們精準觸達流失用戶、推動高價值用戶購買的能力，幫助我們持續達成ROAS目標。我們對合作成果非常滿意，並期待進一步擴大合作範圍。

—— Trailmix Games



管理層討論及分析

收入

1. 按服務類型劃分的收入

公司的商業模式包含向客戶提供廣告投放服務以及矩陣式的營銷SaaS工具產品。客戶可以使用服務鏈條裡的部分產品，並隨著時間推移逐步擴展至本公司的其他產品。

截至2025年12月31日止年度，本集團錄得收入2,046.7百萬美元(2024年同期：1,507.8百萬美元)，同比上升35.7%。我們的收入來自於以Mintegral為核心的Ad-tech(廣告技術)板塊，以及Mar-tech(營銷技術)板塊。

1.1. 收入模式

1) Ad-tech(廣告技術)板塊

我們的廣告技術業務收入通常來自移動互聯網客戶，尤其是移動應用開發者，他們通過我們的軟件平台去推廣其產品(App(s))。通常，我們會基於營銷推廣效果收費，即按交付效果的數量與對應的交付費用(每次下載或安裝的費用，或用戶後續特定行為等)確定收入。

2) Mar-tech(營銷技術)板塊

i. GameAnalytics

該產品根據自動化功能和數據分析維度的不同按月收取訂閱費用，訂閱費用從每月29美元至499美元不等，並根據月活躍用戶(MAU)收取額外的使用費用。

ii. 熱力引擎

熱力引擎的主要產品均為SaaS產品，即雲託管軟件，收費方式主要包括按使用量付費及訂閱制兩種。

1.2. 收入確認原則

1) Ad-tech (廣告技術) 板塊

通常，我們根據向客戶提供服務的效果向客戶收取費用，主要負責履行效果交付義務。因此，我們的廣告技術業務收入確認原則一般為毛額法。

2) Mar-tech (營銷技術) 板塊

我們的Mar-tech業務中訂閱型或者按使用量付費的軟件業務，在合同期內，一般按比例／使用量確認收入。SpotMax業務則是基於消費量的業務模式，我們會根據客戶在平台實際管理的雲計算資源量收取費用確認收入。

1.3. 下表載列所示期間按服務類型劃分的收入：

	截至12月31日止十二個月				
	2025		2024		同比變動
	千美元	佔總收入比	千美元	佔總收入比	
廣告技術業務收入	2,028,755	99.1%	1,490,250	98.8%	36.1%
營銷技術業務收入	17,962	0.9%	17,517	1.2%	2.5%
合計	<u>2,046,717</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,507,767</u>	<u>100.0%</u>	<u>35.7%</u>

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入2,028.8百萬美元，同比上升36.1% (2024年同期：1,490.3百萬美元)，佔集團總收入的99.1%；錄得營銷技術業務收入18.0百萬美元，同比提升2.5%，佔集團總收入的0.9%。集團收入以廣告技術業務為主。

2. Ad-tech (廣告技術) 淨收入

下表載列所示期間廣告技術業務的淨收入：

	FY2025 千美元	2025H2 千美元	2025H1 千美元	FY2024 千美元	2024H2 千美元	2024H1 千美元
廣告技術業務收入	2,028,755	1,099,438	929,317	1,490,250	860,662	629,588
— 廣告技術業務淨收入 ⁽¹⁾	518,584	273,475	245,109	381,365	223,528	157,837

附註：

(1) 淨收入不是基於國際財務報告口徑衡量，我們將淨收入定義為減去分配給流量發佈者的成本後的經調整收入。

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入2,028.8百萬美元，錄得廣告技術業務淨收入518.6百萬美元。

3. 廣告技術業務按業務部門劃分的收入

下表載列所示期間按業務部門劃分的廣告技術業務收入：

	截至12月31日止十二個月				同比變動
	2025		2024		
	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	
程序化廣告業務	1,960,888	96.7%	1,443,093	96.8%	35.9%
非程序化廣告業務	67,867	3.3%	47,157	3.2%	43.9%
廣告技術業務收入合計	<u>2,028,755</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,490,250</u>	<u>100.0%</u>	<u>36.1%</u>

報告期內，本集團錄得廣告技術業務收入2,028.8百萬美元(2024年同期：1,490.3百萬美元)，同比增長36.1%。其中，來自Mintegral的程序化廣告業務收入為1,960.9百萬美元，佔廣告技術業務收入比重為96.7%；來自非程序化廣告收入為67.9百萬美元，佔廣告技術業務收入比重為3.3%。

受益於本集團轉型戰略，Mintegral平台收入持續增長。以Mintegral平台為核心的程序化業務所處行業發展迅速、市場空間較大，且我們在該行業技術領先，業績快速增長，現金流情況良好，是本集團重要的利潤來源，我們將繼續重點發展該業務。

報告期內，非程序化廣告收入同比上升43.9%至67.9百萬美元(2024年同期：47.2百萬美元)。非程序化廣告業務現金流情況良好，亦是本集團穩定的利潤來源，因此本集團亦將持續發展該業務。

3.1. 程序化廣告業務Mintegral平台主要財務數據

報告期內，Mintegral平台錄得收入1,960.9百萬美元(2024年同期：1,443.1百萬美元)，較2024年同比增長35.9%。其中，2025年第四季度、第三季度、第二季度、第一季度分別錄得收入556.0百萬美元、507.8百萬美元、476.3百萬美元和420.8百萬美元，分別同比變動27.3%、26.2%、48.8%和48.4%。

	Mintegral 平台 業務收入 (千美元)	環比變動	同比變動
2025H2	1,063,850	18.6%	26.7%
2025Q4	556,042	9.5%	27.3%
2025Q3	507,808	6.6%	26.2%
2025H1	897,038	6.9%	48.6%
2025Q2	476,281	13.2%	48.8%
2025Q1	420,757	(3.7%)	48.4%

此外，為進一步搶佔市場、建立先發優勢和規模效應，集團將平台規模的增長和多垂類的拓展作為中期的戰略目標。報告期內，該戰略目標的成果已逐漸顯現。

4. *Mintegral*業務按移動應用類型劃分的收入

下表載列所示期間按應用類型⁽¹⁾劃分的*Mintegral*業務收入：

	截至12月31日止十二個月				
	2025		2024		同比變動
	千美元	佔 Mintegral 平台業務 收入比	千美元	佔 Mintegral 平台業務 收入比	
遊戲	1,462,090	74.6%	1,039,838	72.1%	40.6%
非遊戲	498,798	25.4%	403,255	27.9%	23.7%
Mintegral平台業務收入合計	<u>1,960,888</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,443,093</u>	<u>100.0%</u>	<u>35.9%</u>

附註：

(1) 表中所示意的應用類型劃分是根據使用我們的應用(客戶)的應用類型而劃分。

報告期間，遊戲品類錄得收入1,462.1百萬美元(2024年同期：1,039.8百萬美元)，同比上升40.6%，佔*Mintegral*業務收入比為74.6%。

報告期內，本集團持續完善場景覆蓋，積極拓展多種垂類，精細化運營成熟應用類型服務，在獲取市場份額的同時深化競爭壁壘，為長期發展奠定基礎。

5. 廣告技術業務按地區劃分的收入

下表載列所示期間按地區劃分的廣告技術業務收入：

	截至12月31日止十二個月				
	2025		2024		同比變動
	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	千美元	佔廣告 技術業務 收入比	
新加坡 ⁽¹⁾	198,400	9.8%	136,706	9.2%	45.1%
亞太地區(除新加坡) ⁽²⁾	943,205	46.5%	717,039	48.1%	31.5%
其他地區	887,150	43.7%	636,505	42.7%	39.4%
廣告技術業務收入合計	<u>2,028,755</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,490,250</u>	<u>100.0%</u>	<u>36.1%</u>

附註：

- (1) 新加坡為集團全球總部和重點運營地區。
- (2) 主要包括除新加坡以外的其他亞洲和太平洋地區的國家和地區。
- (3) 客戶的地理位置以其主要業務部門所在地為準。

報告期內，我們廣告技術業務收入的區域結構較為多元化，遍佈全球約130個國家和地區。新加坡作為集團全球總部和重點運營地區，予以單獨披露。

6. 營銷技術業務按類型劃分的收入

我們將報告期內營銷技術業務按照收入類型劃分為四類：統計與分析、素材管理、廣告投放服務、算力優化。其中統計與分析佔比最高，佔營銷技術業務總收入的40.7%。

	統計與分析 千美元	素材管理 千美元	廣告投放 服務 千美元	算力優化 千美元	合計 千美元
收入	7,308	5,778	4,274	602	17,962
佔營銷技術業務收入比	40.7%	32.2%	23.8%	3.3%	100.0%

銷售成本

報告期內，我們的銷售成本同比增長35.4%至1,612.6百萬美元(2024年同期：1,191.4百萬美元)。成本增長主要來源於廣告技術業務，廣告技術業務成本主要包括流量成本以及其他業務成本，其中其他業務成本主要由服務器成本以及資本化形成的無形資產攤銷構成。一方面，隨著廣告技術業務規模的擴大，流量成本和服務器成本有所上升；另一方面，隨著時間的推移，廣告技術平台在不同時期形成的無形資產會逐漸攤銷，因此報告期內銷售成本有所增加。

下表載列所示期間按成本類型劃分的銷售成本明細：

	截至12月31日止十二個月				
	2025		2024		同比變動
	千美元	佔各自業務 收入比	千美元	佔各自業務 收入比	
廣告技術業務	1,607,100	79.2%	1,187,261	79.7%	35.4%
流量成本	1,510,171	74.4%	1,108,885	74.4%	36.2%
其他業務成本	96,929	4.8%	78,376	5.3%	23.7%
營銷技術業務	5,517	30.7%	4,159	23.7%	32.7%
營銷技術業務成本	5,517	30.7%	4,159	23.7%	32.7%
合計	<u>1,612,617</u>	<u>78.8%</u>	<u>1,191,420</u>	<u>79.0%</u>	<u>35.4%</u>

毛利及毛利率

下表載列所示期間本公司整體業務活動的毛利與毛利率：

	截至12月31日止十二個月				
	2025		2024		同比變動
	毛利 千美元	毛利率	毛利 千美元	毛利率	
廣告技術業務	421,655	20.8%	302,989	20.3%	39.2%
營銷技術業務	12,445	69.3%	13,358	76.3%	(6.8%)
合計	<u>434,100</u>	<u>21.2%</u>	<u>316,347</u>	<u>21.0%</u>	<u>37.2%</u>

報告期內，本集團錄得毛利為434.1百萬美元(2024年同期：316.3百萬美元)，同比上升37.2%，毛利率為21.2%，較2024年同期略微提升。(2024年同期：21.0%)。

廣告技術業務毛利同比上升39.2%至421.7百萬美元，毛利率為20.8%。

營銷技術業務毛利為12.4百萬美元，毛利率為69.3%。

銷售及營銷開支

報告期內，我們的銷售及營銷開支同比上升26.3%至79.7百萬美元(2024年同期：63.1百萬美元)。增長的主要原因是競價費⁽¹⁾隨著Mintegral平台收入規模的擴大而增加。

附註：

(1) 競價費是指Mintegral平台由於使用了聚合平台的競價服務而產生的費用。

報告期內，計入銷售及營銷開支的股份酬金計0.3百萬美元。

研發開支

報告期內，我們的費用化研發開支同比上漲23.3%至187.7百萬美元(2024年同期：152.3百萬美元)。費用化研發開支的增加主要由於大力發展智能出價體系導致模型訓練費用的增加。

此外，如果我們將資本化研發支出與費用化研發支出合併，合計研發開支為241.8百萬美元，較去年同期上漲11.2%。

本集團始終堅信研發與技術升級是業務增長的核心驅動力，並因此對研發人員進行股份授予作為激勵。報告期內，計入研發開支的股份酬金計5.8百萬美元。

一般及行政開支

報告期內，我們的一般及行政開支同比上升17.2%至71.1百萬美元(2024年同期：60.7百萬美元)。一般及行政開支上漲的主要原因為股份酬金的增加。

運營費用

我們將運營費用分為固定費用(不含股份支付)、變動費用和股份支付。其中固定費用主要為人工成本(現金部分)、租賃費用、員工差旅費、中介機構費、福利費等日常運營相關費用，同時我們將當期人工費用的資本化研發支出與費用化研發支出合併。固定費用半年度間相對穩定。變動費用為與廣告投放直接相關的補貼、廣告平台模型訓練費用、貿易及其他應收款項減值損失等。

	截至下列日期止六個月			
	2025年 12月31日 千美元	2025年 6月30日 千美元	2024年 12月31日 千美元	2024年 6月30日 千美元
變動費用	132,731	117,977	122,399	84,549
固定費用(不含股份酬金)	46,592	46,023	40,741	43,888
股份酬金	10,900	3,634	3,868	4,239
總計	<u>190,223</u>	<u>167,634</u>	<u>167,008</u>	<u>132,676</u>

經營溢利

報告期內，我們的經營溢利為102.5百萬美元(2024年同期：37.9百萬美元)。如果我們排除折舊與攤銷、股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯虧損/(收益)的影響，我們的經營溢利將同比上升38.1%至190.9百萬美元(2024年同期：138.3百萬美元)。

期內溢利／(虧損)，經調整息稅折舊及攤銷前溢利

	截至下列日期止三個月					
	2025年	2025年	2025年	2025年	2024年	2024年
	12月31日	9月30日	6月30日	3月31日	12月31日	9月30日
	千美元		千美元		千美元	
期內溢利／(虧損)	83,868	(54,533)	12,402	19,882	(2,369)	8,843
經調整息稅折舊及攤銷						
前溢利 ⁽¹⁾	55,149	47,046	46,961	41,720	41,104	34,269

附註：

(1) 經調整息稅折舊及攤銷前溢利不是基於國際財務報告口徑衡量。

經營活動產生的現金流量淨額

報告期內，本集團經營活動產生的現金流量淨額為214.3百萬美元，同比下降24.7%。隨著公司盈利能力提升及資產負債表進一步穩健，我們主動將營運資本管理從此前較為緊縮的模式調整為更適應可持續增長的常態化策略。相較以往更嚴格的現金管控，我們在收付款節奏上採取了更靈活的安排，以強化與客戶和供應商的合作關係。受此影響，本期經營性現金流出現階段性下滑，但這一調整有助於提升開發者滿意度，並增強集團在市場中的綜合競爭力。

	截至12月31日止十二個月		
	2025年	2024年	同比變動
	千美元		
經營活動產生的現金流量淨額	<u>214,287</u>	<u>284,594</u>	<u>(24.7%)</u>

財務成本

報告期內，我們的財務成本有所下降，同比下降43.9%至4.2百萬美元(2024年同期：7.5百萬美元)。

所得稅

報告期內，我們錄得所得稅費用17.4百萬美元(2024年同期：所得稅費用3.7百萬美元)。

期內本公司權益持有人應佔利潤

報告期內，本公司的權益股東應佔利潤為61.6百萬美元(2024年同期：15.7百萬美元)。

其他財務資料(非國際財務報告準則計量)

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或並非按國際財務報告準則呈列的非國際財務報告準則衡量指標(即淨收入、息稅折舊及攤銷前溢利、經調整後息稅折舊及攤銷前溢利及經調整後利潤淨額)作為額外財務衡量指標。我們相信，該非國際財務報告準則衡量指標有利於通過去除我們的管理層認為對我們經營表現不具指示性的項目的潛在影響，比較不同期間的經營表現。我們相信，該衡量指標為投資者及其他人士提供有幫助的資訊，以通過與我們的管理層相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整後息稅折舊及攤銷前溢利及經調整後利潤淨額未必可與其他公司所呈列類似衡量指標相比。該非國際財務報告準則衡量指標用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

截至12月31日止十二個月

	2025		2024		同比變動
	千美元	佔總收入比	千美元	佔總收入比	
收入	2,046,717	100.0%	1,507,767	100.0%	35.7%
流量成本	(1,510,171)	(73.8%)	(1,108,885)	(73.5%)	36.2%
淨收入	536,546	26.2%	398,882	26.5%	34.5%
經營溢利	102,515	5.0%	37,926	2.5%	170.3%
加回：					
折舊與攤銷	73,424	3.6%	72,294	4.8%	1.6%
息稅折舊及攤銷前溢利	175,939	8.6%	110,220	7.3%	59.6%
加回：					
股份酬金 ⁽¹⁾	14,534	0.7%	8,107	0.5%	79.3%
關停部分非程序化業務的一次性 損失 ⁽²⁾	—	—	2,300	0.2%	—
熱雲仲裁相關費用 ⁽³⁾	—	—	7,705	0.5%	—
熱雲商譽減值損失 ⁽⁴⁾	—	—	14,454	1.0%	—
外匯虧損／(收益) ⁽⁵⁾	403	0.0%	(4,532)	(0.3%)	—
經調整息稅折舊及攤銷前溢利 ⁽⁶⁾	190,876	9.3%	138,254	9.2%	38.1%
期內溢利	61,619	3.0%	13,811	0.9%	346.2%
加回：					
股份酬金 ⁽¹⁾	14,534	0.7%	8,107	0.5%	79.3%
熱雲商譽減值損失 ⁽⁴⁾	—	—	14,454	1.0%	—
以公允價值計量且其變動計入損 益的金融工具的公允價值變動 ⁽⁷⁾	19,341	0.9%	12,970	0.9%	49.1%
經調整後利潤淨額 ⁽⁸⁾	95,494	4.7%	49,342	3.3%	93.5%

附註：

- (1) 股份酬金是向選定的高管和員工授予受限制股份單位和購股權所產生的費用，其性質為非現金損益，通常不包括在我們行業其他公司類似的非國際財務報告準則計量中。
- (2) 關停部分非程序化業務的一次性損失為關停部分特定區域的流量相關的非程序化業務而產生的一次性損失。
- (3) 熱雲仲裁相關費用是支付給律師的與我們熱雲仲裁相關的費用，屬於一次性費用，與我們業務運營的基本業績沒有直接關係。
- (4) 熱雲商譽減值損失是由於外購的熱雲業績未達預期。基於審慎和保守的原則，對熱雲未來的銷售做了保守的預測，從而導致商譽減值的確認。此項減值為非現金項目，並不會對公司的現金流產生影響。
- (5) 外匯虧損／(收益)為外幣貨幣賬戶折算匯兌差額產生的收益或損失。外匯虧損／(收益)與我們業務運營的基本表現沒有直接關係。
- (6) 經調整息稅折舊及攤銷前溢利不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整息稅折舊及攤銷前溢利定義為期內息稅折舊及攤銷前溢利(不是基於國際財務報告準則口徑衡量)，並就股份酬金、關停部分非程序化業務的一次性損失、熱雲仲裁相關費用、熱雲商譽減值損失、外匯虧損／(收益)及以公允價值計量且其變動計入損益的金融工具的公允價值變動通過加回或扣除予以調整。
- (7) 以公允價值計量且其變動計入損益的金融工具的公允價值變動，指金融工具經公允價值重新計量產生的收益或損失。該等變動與本公司主要經營活動無直接關聯。
- (8) 經調整後利潤淨額不是基於國際財務報告準則口徑衡量，我們將經調整後利潤淨額定義為期內溢利，並就股份酬金、熱雲商譽減值損失，以公允價值計量且其變動計入損益的金融工具的公允價值變動通過加回或扣除予以調整。

報告期內，集團經調整後息稅折舊及攤銷前溢利為190.9百萬美元(2024年同期：138.3百萬美元)，同比上升38.1%；經調整後利潤淨額95.5百萬美元(2024年同期：49.3百萬美元)。

資本結構及資產負債比

本公司於開曼群島註冊成立，截至2025年12月31日，本公司法定股本為100,000,000美元，分為10,000,000,000股，每股0.01美元的普通股。截至2025年12月31日，本公司已發行普通股股份數為1,574,154,164股，已全部繳足股款。

本集團資本管理的主要目標在於保障本集團能夠持續經營。雖然本集團目前為淨流動負債，但董事們相信，基於未使用的銀行授信額度以及集團續期銀行授信的能力，本集團將擁有充足的財務資源以持續經營。通過按相應的風險水平進行產品定價及按合理成本取得融資，持續為股東提供回報及為其他利益相關者帶來利益。

本集團資產負債比率界定為本集團的負債總額比其資產總值。於2025年12月31日，我們的資產總值為884.0百萬美元(2024年12月31日：814.7百萬美元)，而負債總額為587.6百萬美元(2024年12月31日：592.3百萬美元)，資產負債比(負債總額除以資產總值)下降至66.5%(2024年12月31日：72.7%)。

本集團經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。本集團的利率風險主要來自浮息借款，浮息借款實際利率在報告期內為3.4%–6.1%(2024年同期：3.4%–7.9%)。

流動資金和財務資源

本公司撥付現金所需的資金主要來自股東出資、經營業務所產生的現金及銀行貸款。截至2025年12月31日，我們的現金及現金等價物為124.1百萬美元(2024年12月31日：167.8百萬美元)。截至2025年12月31日，本集團的銀行貸款及透支餘額為15.2百萬美元(2024年12月31日：85.0百萬美元)，均是浮動利率。該銀行貸款及透支中約15.2百萬美元以美元計值。上述銀行貸款及透支餘額中，15.2百萬美元為一年內到期。本集團並無季節性借款需求。

資本開支

下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至12月31日止十二個月		
	2025年 千美元	2024年 千美元	同比變動(%)
物業、廠房及設備	278	160	73.8%
無形資產及發展開支	54,058	65,143	(17.0%)
總計	54,336	65,303	(16.8%)

持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營企業及合營企業

報告期內，本集團概無持有重大投資、重大收購及處置附屬公司、聯營企業及合營企業。

本集團抵押資產

截至2025年12月31日，除了銀行借款及其他銀行存款相關的受限貨幣資金5.3百萬美元以外，本集團概無向任何人士或金融機構抵押資產。

重大投資或未來重大投資計劃

截至2025年12月31日，本集團並未持有任何重大投資、亦無制定進行重大投資或資本資產的特定計劃。

或然負債及財務擔保

截至2025年12月31日，集團不存在對第三方的或然負債或財務擔保。

僱員及薪酬政策

截至2025年12月31日，本集團在全球擁有21個辦事處，有690名全職僱員(2024年12月31日：711名)。隨著AI技術的持續賦能，集團整體人效顯著提升。基於戰略性團隊精簡的考量，僱員人數有所下降。本集團僱傭的僱員數目視乎需要而不時有所變更，僱員薪金參照市場情況及個別僱員的表現、資歷及經驗釐定。

為培養和挽留優秀人才，本集團制定有系統的招聘程序，並提供具有競爭力的福利及培訓機會。本集團定期審閱僱員的薪酬政策和整體酬金。僱員將按評核評級，從而釐定所獲得的表現花紅及股份獎勵。

外匯風險管理

我們經營國際性業務，收款及付款的主要貨幣為美元。我們主要因產生以美元以外的貨幣計值的應收款項、應付款項及現金結餘的買賣而承受貨幣風險。我們透過定期審視外匯敞口管理外匯風險。

2024年，本公司與香港上海滙豐銀行有限公司(「滙豐」)簽訂了一份部分可取消外匯遠期合約(「先前合約」)。根據先前合約，本公司同意使用遠期匯率(即預先協定外匯匯率，乃經訂約方按公平原則磋商及遵照本集團內部控制政策而釐定)於相關結算日期賣出相關的美元本金，買入離岸可交割人民幣。該先前合約旨在令本集團的外匯風險管理成本減少，符合本公司及股東的整體利益。該先前合約已於2025年8月到期。

報告期內，本公司另與滙豐先後簽訂了兩份同類型的外匯遠期合約(「該等合約」)，由於該等合約合計之最高適用百分比率低於5%，故獲豁免遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)第十四章項下之申報及公告、通函及股東批准規定。

主要客戶及供應商

截至2025年12月31日止年度，本集團前五大客戶共佔本集團總收入約9.2%。本集團的最大客戶佔本集團收入為2.5%。

截至2025年12月31日止年度，本集團前五大供應商共佔本集團總採購量約18.4%。本集團的最大供應商佔本集團總採購額為4.5%。

就董事所知，概無董事，彼等之連絡人或任何股東(就董事所知擁有本公司已發行股本的5%以上)於本集團前五大客戶及供應商中擁有權益。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

報告期內，本公司或本集團任何附屬公司於報告期間內並無購買、出售或贖回本公司任何證券(包括出售庫存股份(定義見上市規則))。於報告期末，本公司並無持有任何庫存股份。

遵守企業管治守則

本集團致力維持高水平的企業管治，以保障股東權益以及提升企業價值及責任感。本公司已採納上市規則附錄C1所載的企業管治守則(「**企業管治守則**」)，作為其本身的企業管治守則。

於截至2025年12月31日止年度，本公司已遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的適用守則條文，並自願採納了部分建議最佳常規，如公佈季度財務業績等，以持續提升本公司的企業管治水平。

標準守則

本集團已採納上市規則附錄C3所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「**標準守則**」)作為董事進行證券交易之行為守則。經向全體董事作出具體查詢後，於報告期內，每位董事均遵守了標準守則要求的規定。

可能擁有本公司內幕消息的本公司員工亦須遵守標準守則。截至2025年12月31日止年度，本公司並無注意到出現員工不遵守標準守則的事件。

末期股息

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

報告期後事項

報告期後無重大期後事項。

審閱財務報表

本公司審核委員會已審閱本集團於報告期內的經審核綜合財務報表。本公司核數師畢馬威註冊會計師事務所已對初步公告中所述的截至2025年12月31日的本集團綜合財務狀況報表、綜合損益表、綜合損益及其他全面收入表及其相關附註與本集團的年度經審核綜合財務報表所列金額確認相符。就此而言，畢馬威會計師事務所的工作並不構成保證委聘。因此畢馬威會計師事務所對本初步公告不發表任何意見或保證結論。

公眾持股量

根據本公司所得公開資料及就董事所知，於本公告日期，本公司已維持不少於25%已發行股份的公眾持股量，符合上市規則的規定。

股東週年大會

應屆股東週年大會(「股東週年大會」)將於2026年6月12日(星期五)舉行。召開股東週年大會的通告及其他相關文件將於2026年4月刊發並寄發予股東(如股東要求)。

暫停辦理股份過戶登記

為釐定有權出席股東週年大會並於會上投票的股東資格，本公司的股份過戶登記將於2026年6月9日(星期二)至2026年6月12日(星期五)(包括首尾兩日)期間暫停，期間不會進行股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有備妥的股份過戶文件連同有關股票須於2026年6月8日(星期一)下午4時30分前送交本公司於香港的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，以辦理登記手續。

刊發2025年年度業績及年報

本集團2025年的年度業績公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.mobvista.com)。載有上市規則規定所有適用信息的2025年年報將於2026年4月寄發予本公司股東(如股東要求)及刊登於上述網站。

綜合損益表

截至2025年12月31日止年度

(以美元列示)

	附註	2025年 千美元	2024年 千美元
收入	2	2,046,717	1,507,767
銷售成本		<u>(1,612,617)</u>	<u>(1,191,420)</u>
毛利		434,100	316,347
銷售及營銷開支		(79,670)	(63,065)
研發開支		(187,749)	(152,270)
一般及行政開支		(71,136)	(60,710)
商譽減值損失		—	(14,454)
其他收入淨額		<u>6,970</u>	<u>12,078</u>
經營溢利		102,515	37,926
以公平值計量且其變動計入損益的金融 工具公平值變動		(19,341)	(12,970)
融資成本		<u>(4,193)</u>	<u>(7,476)</u>
除稅前溢利		78,981	17,480
所得稅	3	<u>(17,362)</u>	<u>(3,669)</u>
年內溢利		<u><u>61,619</u></u>	<u><u>13,811</u></u>
以下人士應佔：			
本公司權益股東		61,619	15,741
非控股權益		<u>—</u>	<u>(1,930)</u>
年內溢利		<u><u>61,619</u></u>	<u><u>13,811</u></u>
每股盈利	4		
基本(美分)		4.03	1.04
攤薄(美分)		<u>4.00</u>	<u>1.03</u>

綜合損益及其他全面收益表
截至2025年12月31日止年度
(以美元列示)

	2025年 千美元	2024年 千美元
年內溢利	61,619	13,811
年內其他全面收益		
可能於其後重新分類至損益內的項目：		
附屬公司財務報表的換算差額	<u>(2,020)</u>	<u>1,136</u>
年內全面收益總額	<u>59,599</u>	<u>14,947</u>
以下人士應佔：		
本公司權益股東	59,599	16,891
非控股權益	<u>—</u>	<u>(1,944)</u>
年內全面收益總額	<u>59,599</u>	<u>14,947</u>

綜合財務狀況表
於2025年12月31日
(以美元列示)

	附註	2025年 千美元	2024年 千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備		11,121	10,585
無形資產		130,826	144,583
商譽		100,888	100,888
遞延稅項資產		12,499	13,456
以公平值計量且其變動計入損益的金融資產		66,799	40,938
		<u>322,133</u>	<u>310,450</u>
流動資產			
以公平值計量且其變動計入損益的金融資產		56,743	20,720
衍生金融資產		504	—
貿易及其他應收款項	5(a)	323,145	246,547
預付款項	5(b)	51,675	63,642
即期可回收稅款		347	258
現金及現金等價物		124,136	167,817
受限制現金		5,328	5,222
		<u>561,878</u>	<u>504,206</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	6	393,906	387,035
合同負債		54,165	46,315
應付即期稅項		18,423	10,936
銀行貸款及透支	7	15,214	84,957
租賃負債		2,668	4,655
以公平值計量且其變動計入損益的金融負債		93,187	—
可換股債券		—	33,812
衍生金融負債		—	13,616
		<u>577,563</u>	<u>581,326</u>
流動負債淨額		<u>(15,685)</u>	<u>(77,120)</u>
資產總值減流動負債		<u>306,448</u>	<u>233,330</u>

綜合財務狀況表(續)

於2025年12月31日

(以美元列示)

	附註	2025年 千美元	2024年 千美元
非流動負債			
遞延稅項負債		4,152	6,413
租賃負債		5,843	4,597
		<u>9,995</u>	<u>11,010</u>
資產淨值		<u>296,453</u>	<u>222,320</u>
資本及儲備			
股本	8	15,741	15,741
儲備		273,638	199,505
本公司權益股東應佔權益總額		289,379	215,246
非控股權益		7,074	7,074
權益總額		<u>296,453</u>	<u>222,320</u>

1 重大會計政策

(a) 合規聲明

該等綜合財務報表乃按照國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈之國際財務報告準則(該統稱包括所有適用的個別國際財務報告準則(「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》的披露規定編製。該等綜合財務報表亦遵守香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《證券上市規則》的適用披露規定。本集團所採納的重大會計政策披露如下。

國際會計準則理事會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效或可提早採納之新訂或經修訂國際財務報告準則。於當前會計期間首次應用該等與本集團有關的變動所引致的任何會計政策變動，已反映於該等綜合財務報表內，有關資料載於附註1(c)。

(b) 財務報表的編製基準

截至2025年12月31日止年度的綜合財務報表涵蓋本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)。

財務報表以美元(「美元」)呈列，並四捨五入至最接近的千位數。本公司功能貨幣為美元。

於2025年12月31日，本集團錄得流動負債淨額15,685,000美元。鑑於流動負債淨額狀況，董事在評估本集團是否有足夠財務資源持續經營時，已審慎考慮本集團的未來流動資金及表現，以及其可用的資金來源。鑑於以上考慮，董事信納本集團能夠於可預見將來全面履行其到期的財務義務。

除以下按其公平值列賬的資產及負債(如下列所載的會計政策闡釋)外，編製財務報表所使用的計量基準為歷史成本基準：

- 債權及權益證券投資按公平值列賬；
- 金融負債按公平值列賬；及
- 衍生金融工具。

管理層在編製符合國際財務報告準則的財務報表時須作出判斷、估計及假設，而該等判斷、估計及假設會影響政策的應用及所呈報的資產、負債、收入及開支金額。該等估計及相關假設乃根據過往經驗及於該等情況下被認為屬合理的多項其他因素作出，有關結果構成在無法從其他來源明確得知的資產與負債的賬面值時所作出判斷的基礎。實際結果可能與該等估計有所不同。

該等估計及相關假設會予以持續審查。倘若會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂會在該期間內確認；倘若會計估計的修訂對本期間及未來期間均產生影響，則會在該修訂期間和未來期間內確認。

(c) 會計政策變動

本集團採納的準則新修訂內容

本集團已就本會計期間之該等財務報表應用國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第21號之修訂，*外匯匯率變動之影響 — 缺乏可兌換性*。有關修訂不會對該等財務報表構成重大影響，因為本集團並無訂立任何其外幣不可兌換至另一種貨幣的外幣交易。

本集團並無應用於本會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

2 收入及分部報告

(a) 收入

本集團主要服務為提供廣告技術相關服務以及營銷技術相關服務。有關本集團主要業務的進一步詳請於附註2(b)披露。

(i) 收入劃分

按服務種類劃分來自外部客戶合約的收入如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
國際財務報告準則第15號範圍內的來自客戶合約的收入		
— 廣告技術相關服務	2,028,755	1,490,250
— 營銷技術相關服務	17,962	17,517
	<u>2,046,717</u>	<u>1,507,767</u>

按收入確認時間及按地區市場劃分的來自外部客戶合約的收入分別於附註2(b)(i)及2(c)披露。

本集團的客戶基礎呈多元化，截至2025年及2024年12月31日止年度，概無單獨貢獻本集團收入10%或以上的客戶。

(ii) 於報告日期存續的客戶合約所產生預期於日後確認的收入

於2025年12月31日，分配至本集團現有合約項下餘下履約責任的交易價總額為54,165,000美元(2024年：46,315,000美元)。該金額指就提供廣告技術服務或本集團的數據分析平台訂閱期間屆滿預期於日後確認的收入。本集團將於日後提供廣告技術服務或訂閱期間屆滿時確認預期收入，預期於未來1至12個月內發生。

(b) 分部報告

本集團按分部管理其業務，而分部乃根據服務種類及地區劃分。本集團已呈報以下兩個可呈報分部，方式與向本集團最高行政管理層內部呈報資料以分配資源及評估表現的方式一致。並無經營分部合併組成以下可呈報分部。

- 廣告技術業務：該分部透過一個程序化廣告平台和附屬廣告服務平台在全球範圍內為其客戶提供移動廣告服務。
- 營銷技術業務：該分部在全球範圍內為其客戶提供透過本集團的SaaS平台的移動應用數據分析服務及雲原生科技服務；開發及銷售定製數據分析軟件；及授權客戶使用本集團SaaS平台。

(i) 分部業績

為評估分部表現及於分部間分配資源，本集團主要經營決策者(「主要經營決策者」)乃按以下基礎監察各可呈報分部的業績：

收入及開支乃參考該等分部所產生的銷售以及該等分部產生的開支或該等分部應佔之資產折舊或攤銷而另外產生之開支，分配至可呈報分部。

主要經營決策者主要基於分部外部收入及分部毛利評估經營分部的表現。向主要經營決策者呈報的來自外部客戶收入乃作為分部外部收入計量，即各分部來自外部客戶的收入。分部毛利按外部分部收入減分部銷售成本計算。此乃向本集團最高行政管理層呈報的測量方法。

截至2025年及2024年12月31日止年度按收入確認時間劃分來自外部客戶合約的收入、為分配資源及評估分部表現向本集團主要經營決策者提供的與本集團可呈報分部相關的資料載於下文：

	廣告技術業務		營銷技術業務		總計	
	2025年 千美元	2024年 千美元	2025年 千美元	2024年 千美元	2025年 千美元	2024年 千美元
按外部收入確認時間劃分						
按時間點確認	2,028,755	1,490,250	15,790	14,934	2,044,545	1,505,184
隨時間確認	—	—	2,172	2,583	2,172	2,583
可呈報分部外部收入	2,028,755	1,490,250	17,962	17,517	2,046,717	1,507,767
可呈報分部成本	(1,607,100)	(1,187,261)	(5,517)	(4,159)	(1,612,617)	(1,191,420)
可呈報分部毛利	<u>421,655</u>	<u>302,989</u>	<u>12,445</u>	<u>13,358</u>	<u>434,100</u>	<u>316,347</u>

(ii) 分部資產及負債

由於並無定期向本集團主要經營決策者提供分部資產及負債資料，以便就資源分配及表現評估作出決策，故不提供有關資料。

(c) 地理資料

下表載列有關本集團來自外部客戶收入的地理位置資料。客戶的地理位置乃基於客戶主要營業部所在地劃分。

	來自外部客戶的收入	
	2025年 千美元	2024年 千美元
新加坡 (附註(i))	198,935	137,007
亞太地區 (除新加坡) (附註(ii))	957,525	731,629
其他地區	890,257	639,131
	<u>2,046,717</u>	<u>1,507,767</u>

附註：

(i) 新加坡為本集團全球總部和重點運營地區。

(ii) 主要包括除新加坡以外的其他主要亞洲和太平洋地區的國家或地區。

3 綜合損益表的所得稅

(a) 綜合損益表的所得稅指：

	2025年 千美元	2024年 千美元
即期稅項	18,690	1,127
遞延稅項	(1,299)	4,175
以前年度的超額撥備	(29)	(1,633)
	<u>17,362</u>	<u>3,669</u>

附註：

(i) 根據開曼群島、英屬處女群島及塞舌爾的規則及法規，本集團無須於該等司法權區繳納任何所得稅。

- (ii) Adlogic Technology Pte. Ltd. (新加坡的附屬公司)須於新加坡按現行稅率17%繳納企業所得稅。2025年的新加坡利得稅撥備乃經計及新加坡國內稅務局授予的應付稅款75%扣減額(最高扣減額為10,000新元(「新元」))(2024年：10,000新元)，及應付稅款50%扣減額(最高扣減額為190,000新元)(2024年：190,000新元)。
- (iii) 本公司的美國附屬公司需承擔21%的聯邦所得稅稅率以及美國各州的稅收。
- (iv) 於年內，適用於在中國註冊的附屬公司的企業所得稅(「企業所得稅」)稅率為25%，惟廣州匯量信息科技有限公司及北京熱雲科技有限公司(「北京熱雲」)(均被認證為「高新技術企業」)截至2025年12月31日止年度適用優惠企業所得稅稅率15%。

根據中國國家稅務總局頒佈的相關法律及法規，從事研發活動的本集團之中國內地附屬公司於釐定彼等於各年度的應課稅溢利時有權就此產生的研發開支的200%(2024年：200%)申索為可扣稅開支(「加計扣除」)。本集團已就本集團實體於釐定彼等於年內的應課稅溢利時申索的加計扣除作出最佳估計。

- (v) 2025年的香港利得稅撥備乃按該年度估計應課稅溢利的16.5%(2024年：16.5%)計提，惟本集團屬兩級制利得稅率制度下的合資格企業的一家附屬公司除外。

該附屬公司之首200萬港元的應課稅溢利按8.25%徵稅，餘下應課稅溢利則按16.5%徵稅。該附屬公司的香港利得稅準備乃按2024年的相同基準計算。

2025年的香港利得稅撥備乃經計及香港特別行政區政府就2024至2025課稅年度的應納稅款授出的100%扣減額(各項業務最高扣減額為1,500港元)(2024年：3,000港元)。

- (vi) 除非獲得稅收協定或安排削減，中國企業所得稅法及其實施細則對中國居民企業就自2008年1月1日起賺取的溢利向其非中國居民企業投資者分派的股息按10%稅率徵收預扣稅。根據內地與香港避免雙重徵稅安排，本集團的香港附屬公司享有經削減的預扣稅稅率5%。

(b) 按適用稅率計算的所得稅開支與會計溢利的對賬：

	2025年 千美元	2024年 千美元
除稅前溢利	<u>78,981</u>	<u>17,480</u>
除稅前溢利的名義稅項，按相關國家適用 於溢利的稅率計算	17,851	8,338
不可扣稅開支的稅務影響	26	263
毋須課稅收入的稅務影響	(435)	(291)
未確認的稅項虧損及暫時性差異的 稅務影響	7,605	5,427
動用先前未確認稅項虧損	(1,290)	(4,223)
研發開支的加計扣除及其他稅收減免	(6,366)	(4,212)
過往年度的超額撥備	<u>(29)</u>	<u>(1,633)</u>
實際稅項開支	<u>17,362</u>	<u>3,669</u>

(c) 經合組織支柱二規則範本

本集團為一家跨國企業集團，須受經濟合作與發展組織（「經合組織」）公佈的全球反侵蝕稅基規則範本（「支柱二規則範本」）所規限。

自2025年1月1日起，根據香港《二零二五年稅務（修訂）（跨國企業集團的最低稅）條例》，本集團就其產生自香港特區及若干其他尚未實施最低補足稅的司法權區（包括中國內地）的盈利納入支柱二所得稅範圍。

本集團已根據經合組織的「安全港與罰款免除」規則以及有關本集團截至2025年12月31日止年度財務表現的可得資料，評估其可能承擔的支柱二所得稅。根據評估，預期本集團於截至2025年12月31日止年度不會受到潛在補足稅的重大影響。

本集團已就補足稅應用遞延稅項會計處理的暫時強制性豁免，並於產生補足稅時將其入賬列作即期稅項。

4 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃基於本公司權益股東應佔溢利61,619,000美元(2024年：15,741,000美元)及年內已發行股份的加權平均數1,529,655,959股(2024年：1,511,014,565股)計算如下：

普通股加權平均數

	2025年	2024年
於1月1日(附註)	1,518,175,626	1,512,557,622
已歸屬受限制股份單位的影響	11,480,333	14,038,427
就註銷回購股份的影響	<u>—</u>	<u>(15,581,484)</u>
於12月31日的普通股加權平均數	<u>1,529,655,959</u>	<u>1,511,014,565</u>

附註：

於2025年1月1日的普通股數目為該日發行在外的1,574,154,164股(2024年：1,601,073,164股)普通股(附註8(b))，扣除2025年1月1日持有的55,978,538股(2024年：88,515,542股)庫存股份。

(b) 每股攤薄盈利

截至2025年12月31日止年度，每股攤薄盈利的計算是基於本公司普通權益股東應佔溢利61,619,000美元(2024年：15,741,000美元)及已發行普通股的加權平均數1,541,109,049股(2024年：1,530,446,167股)，並根據股份獎勵計劃授出的股份的潛在攤薄效應調整，計算如下：

	2025年	2024年
於12月31日的普通股加權平均數	1,529,655,959	1,511,014,565
本公司股份獎勵計劃未歸屬股份的影響	<u>11,453,090</u>	<u>19,431,602</u>
於12月31日的普通股加權平均數(攤薄)	<u><u>1,541,109,049</u></u>	<u><u>1,530,446,167</u></u>

可換股債券並未計入每股攤薄盈利的計算中，因為其計入將會具有反攤薄影響。

5 貿易應收款項，其他應收款項及預付款項

(a) 貿易及其他應收款項

	2025年 千美元	2024年 千美元
貿易應收款項	307,339	234,425
減：呆賬撥備	<u>(10,936)</u>	<u>(7,405)</u>
	296,403	227,020
應收關聯方款項	4,770	4,910
其他應收款項	<u>21,972</u>	<u>14,617</u>
	<u><u>323,145</u></u>	<u><u>246,547</u></u>

預期所有計入流動資產的貿易及其他應收款項均將於一年內收回或確認為開支。

賬齡分析

於2025年12月31日，貿易應收款項(已扣除呆賬撥備)根據收入確認日期的賬齡分析如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
3個月內	268,912	197,427
3至6個月	14,074	14,882
6至12個月	5,785	5,268
超過12個月	7,632	9,443
	<u>296,403</u>	<u>227,020</u>

貿易應收款項於收入確認日期起計30至90日內到期。

(b) 預付款項

	2025年 千美元	2024年 千美元
就以下支付預付款項：		
— 流量	45,585	56,805
— 其他	6,090	6,837
	<u>51,675</u>	<u>63,642</u>

6 貿易及其他應付款項

	2025年 千美元	2024年 千美元
貿易應付款項	377,605	373,712
其他應付款項	1,047	2,809
	<u>378,652</u>	<u>376,521</u>
按攤銷成本計量的金融負債	378,652	376,521
應付員工成本	11,395	5,266
增值稅(「增值稅」)及其他應付稅項	3,859	5,248
	<u>393,906</u>	<u>387,035</u>

所有貿易及其他應付款項預期於一年內結清或確認為收入，或須按要求的償還。

貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
1個月內	183,072	119,780
1至2個月	116,043	98,320
2至3個月	28,365	63,873
超過3個月	50,125	91,739
	<u>377,605</u>	<u>373,712</u>

7 銀行貸款及透支

(a) 銀行貸款及透支的還款時間安排分析如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
1年內或按要求	<u>15,214</u>	<u>84,957</u>

(b) 銀行貸款及透支的抵押資產及契約

於2025年及2024年12月31日，銀行貸款及透支的抵押情況如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
有抵押銀行透支(附註(i)/(ii))	15,214	8,095
無抵押銀行貸款	—	46,785
有抵押銀行貸款(附註(i)/(ii))	—	30,077
— 供應商融資安排	—	—
	<u>15,214</u>	<u>84,957</u>

附註：

- (i) 於2025年12月31日，本集團的有抵押銀行融資為62,500,000美元(2024年：62,500,000美元)，由受限制現金5,207,000美元(2024年：5,013,000美元)抵押並由匯量科技有限公司擔保。該等融資已動用15,214,000美元(2024年：38,172,000美元)。
- (ii) 截至2025年12月31日，本集團的銀行融資10,000,000美元，需遵守與本集團財務比率相關的契約。倘本集團違反有關契約，則已提取融資將按要求償還。本集團定期監察其遵守有關契約的情況。截至2025年12月31日，並無違反與已提取融資相關的契約。

截至2024年12月31日，本集團的銀行融資不包含任何財務契約。

(c) 供應商融資安排的銀行貸款

	2025年 千美元	2024年 千美元
金融負債的賬面值		
呈列為「銀行貸款」	—	30,077
— 其中供應商已收到的銀行付款	—	30,077

本集團已與銀行訂立若干供應商融資安排，據此，本集團就結欠若干流量及服務器供應商的發票金額獲得延期信貸。

根據該等安排，銀行於原定到期日(一般為發票日期後45至60日)向供應商支付本集團所欠的款項。本集團其後於原定支付供應商到期日後30至90日內向銀行償付並支付利息。

於綜合財務狀況表內，鑒於與本集團應付供應商的貿易應付款項相比有關負債的性質及功能，本集團將該等安排項下應付銀行的款項呈列為「銀行貸款及透支」。

於綜合現金流量表內，基於安排的性質，向銀行的付款計入融資現金流量，而銀行向供應商的應付融資92,253,000美元(2024年：115,269,000美元)為非現金交易。

8 股本

(a) 法定

	2025年		2024年	
	股份數目	股份面值 千美元	股份數目	股份面值 千美元
於1月1日及12月31日	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000</u>	<u>10,000,000,000</u>	<u>100,000</u>

(b) 已發行及繳足股款

	普通股	
	普通股 數目	繳足股款 普通股面值 千美元
於2024年1月1日	1,601,073,164	16,010
註銷普通股	<u>(26,919,000)</u>	<u>(269)</u>
於2024年及2025年12月31日	<u>1,574,154,164</u>	<u>15,741</u>

普通股股東有權收取本公司不時宣派的股息，並於本公司會議上享有每股1票的表決權。就本公司剩餘資產而言，所有普通股均具有同等地位。

9 其他儲備與股息

(a) 其他儲備

其他儲備是指根據和解協議支付給北京熱雲的非控股股東的款項以收購餘下股權。

(b) 股息

分派予本公司股東的股息於本公司股東或董事(如適用)批准股息期間在本集團及本公司財務報表中確認為負債。

於2025年及2024年，本公司並無宣派及派付任何股息。於報告期末後並無建議派付末期股息。

致謝

本人謹藉此機會代表董事會，向本集團管理層及員工於報告期內的努力及奉獻致以謝意。本人亦謹此答謝監管機構的指導以及股東與客戶的長期支持。

承董事會命
匯量科技有限公司
主席
曹曉歡

新加坡，2026年3月11日

於本公告日期，董事會包括執行董事曹曉歡先生(主席兼首席執行官)、段威先生、宋笑飛先生及蔣若帆女士；非執行董事黃德煒先生；以及獨立非執行董事孫洪斌先生、張可玲女士及黃家輝先生。

本公告載有前瞻性陳述，涉及本集團的業務展望、財務表現估計、預測業務計劃及發展策略，該等前瞻性陳述是根據本集團現有的資料，亦按本公司刊發之時的展望為基準，在本公告內載列。該等前瞻性陳述是根據若干預測、假設及前提，當中有些涉及主觀因素或不受我們控制，該等前瞻性陳述或會證明為不正確及可能不會在將來實現。該等前瞻性陳述涉及許多風險及不明朗因素。鑒於風險及不明朗因素，本公告內所載列的前瞻性陳述不應視為董事會或本公司聲明該等計劃及目標將會實現，故股東及有意投資者不應過於依賴該等陳述。

本公告中英文版本如有任何不一致之處，概以英文版本為準。