

香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本申請版本的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本申請版本全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

HUASHI GROUP HOLDINGS LIMITED (華視集團控股有限公司)

(「本公司」)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的申請版本

警告

本申請版本乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向本公司、本公司的聯席保薦人、顧問及包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其聯席保薦人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法轄區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本文件並非最終的上市文件，本公司可能不時根據聯交所GEM證券上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法轄區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約，且並非旨在邀請公眾人士提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、顧問或包銷團成員概無於任何司法轄區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 由於本文件的派發或本文件所載任何資訊的發布可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (j) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

本申請版本不會向身處美國的人士刊發或派發。本申請版本所述任何證券未曾亦不會根據1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法登記，亦不可在未根據美國證券法登記或未根據美國證券法取得豁免的情況下在美國發售或出售。證券將不會在美國公開發售。

本申請版本或其所載資料並非於香港、英國、美國或禁止發售或出售的任何其他司法轄區出售或游說購買任何證券的要約。本申請版本不會在任何禁止派發或發送本申請版本的司法轄區作出，亦不可派發或發送至任何該等司法轄區。

除非及直至本公司招股章程已根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例向香港公司註冊處處長登記後，本公司方會向香港公眾人士提出要約或邀請。倘本公司於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據向香港公司註冊處處長登記的本公司招股章程作出投資決定，招股章程將於發售期內向公眾人士派發。

重要提示

重要提示：閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應徵詢獨立專業意見。

Huashi Group Holdings Limited (華視集團控股有限公司)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

- [編纂]數目：[編纂]股股份（視乎[編纂]行使與否而定）
- [編纂]數目：[編纂]股股份（可予重新分配）
- [編纂]數目：[編纂]股股份（可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定）
- [編纂]：不高於每股[編纂][編纂]港元，且預期不低於每股[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費（須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還）
- 面值：每股股份0.05美元
- [編纂]：[編纂]

獨家保薦人、[編纂]及[編纂]

RAINBOW.

RAINBOW CAPITAL (HK) LIMITED
流博資本有限公司

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就本文件的全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長文件」一節所述文件已根據香港法例第32章公司（清盤及雜項條文）條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[編纂]由本公司與[編纂]（為其本身及代表[編纂]）於[編纂]通過協議釐定，預期[編纂]將為[編纂]或前後，或本公司與[編纂]（為其本身及代表[編纂]）可能協定的較後日期，惟無論如何不遲於[編纂]。[編纂]將不高於每股[編纂][編纂]港元，且目前預期將不低於每股[編纂][編纂]港元（另有說明者除外）。

[編纂]（為其本身及代表[編纂]）經本公司同意後，可於遞交[編纂]申請截止日期上午前隨時調低本文件所載的指示性[編纂]範圍及／或[編纂]項下提早發售的[編纂]數目。在此情況下，調低指示性[編纂]範圍及／或[編纂]數目的通知將於遞交[編纂]申請截止日期上午前於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站[www.youmeimu.com]刊登。本公司將於切實可行的情況下盡快公佈此安排的細節。進一步詳情請參閱本文件「[編纂]的架構及條件」及「如何申請[編纂]」兩節。

[編纂]並無亦不會根據[編纂]或美國任何州立證券法登記，因而不得於美國境內發售、出售、質押或轉讓，惟根據任何適用美國證券法律獲豁免遵守[編纂]的登記規定或不受其規限的交易中所進行者除外。[編纂]僅可在美國境外於離岸交易中根據[編纂]發售及出售。

倘由於任何原因，[編纂]（為其本身及代表[編纂]）與本公司未能於[編纂]或之前就[編纂]達成協議，則[編纂]將不會進行並即時失效。

有意投資者於作出投資決定前，應審慎考慮本文件所載的全部資料，包括本文件「風險因素」一節所載的風險因素。根據[編纂]，[編纂]（為其本身及代表[編纂]）有權在若干情況下於[編纂]上午八時正（香港時間）前隨時終止[編纂]的義務。倘[編纂]（為其本身及代表[編纂]）終止[編纂]，則[編纂]將不會進行並將告失效。該等終止條文的進一步詳情載於本文件「[編纂]」一節。務請有意投資者參閱該節，以了解進一步詳情。

重要通知

我們已就[編纂]採取全電子化申請程序。我們不會就[編纂]向公眾人士提供本文件或任何[編纂]的印刷本。本文件在香港聯交所網站www.hkexnews.hk及我們的網站[www.youmeimu.com]可供閱覽。倘閣下需要本文件的印刷本，閣下可從上述網址下載並打印。

[編纂]

重要提示

[編纂]

GEM 特色

*GEM*的定位，乃為相比其他在聯交所上市的公司帶有較高[編纂]風險的中小型公司提供的一個上市市場。有意投資者應了解[編纂]於該等公司的潛在風險，並應經過審慎周詳的考慮後方作出投資決定。

由於*GEM*上市公司通常為中小型公司，在*GEM*買賣的證券可能會較於聯交所主板買賣的證券承受較大的市場波動風險，同時無法保證在*GEM*買賣的證券會有高流通量的市場。

*GEM*發佈資料的主要途徑為在聯交所營運的互聯網網站刊登。上市公司一般毋須在憲報指定報章刊登付款公佈披露資料。因此，有意投資者應注意彼等須瀏覽聯交所網站 www.hkexnews.hk，以便取得*GEM*上市發行人的最新資料。

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

本文件由本公司純粹就[編纂]而刊發，並不構成[編纂]以外的任何證券的出售要約或招攬購買要約。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法權區或在任何其他情況下的出售要約或要約招攬。

本公司並無採取任何行動，以獲准在香港以外任何司法權區[編纂][編纂]或派發本文件。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出[編纂]決定。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載內容的資料。對於並非於本文件載列的任何資料或陳述，閣下不應視為已獲我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、合作夥伴、代理或代表或參與[編纂]的任何其他各方授權作出而加以依賴。本公司網站[www.youmeimu.com]內的資料並不構成本文件的一部分。

	頁次
GEM特色	ii
預期時間表	iii
目錄	vi
概要	1
釋義	11
技術詞彙表	24
前瞻性陳述	27
風險因素	29
有關本文件及[編纂]的資料	53
董事及參與[編纂]的各方	58
公司資料	62

目 錄

行業概覽.....	65
監管概覽.....	77
歷史、重組及公司架構.....	88
業務.....	108
與控股股東的關係.....	189
董事及高級管理層.....	196
股本.....	211
主要股東.....	215
財務資料.....	216
未來計劃及[編纂].....	263
[編纂].....	270
[編纂]的架構及條件.....	279
如何申請[編纂].....	290
附錄一 – 會計師報告.....	I-1
附錄二 – 未經審核[編纂]財務資料.....	II-1
附錄三 – 本公司組織章程及開曼群島公司法概要.....	III-1
附錄四 – 法定及一般資料.....	IV-1
附錄五 – 送呈香港公司註冊處處長及備查文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向閣下概述本文件所載資料，且在整體上受限於本文件其他地方出現的更詳細資料及財務資料，因此須連同其一併閱讀。由於其為概要，故並無包括可能對閣下重要的全部資料，務請閣下於作出投資投資之前，應細閱整份文件。任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]之前，務請仔細閱讀該節。

概覽

我們為一家位於中國湖北省的品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，提供從市場研究(通過與研究機構合作)到品牌、廣告及營銷方案執行的整個價值鏈中的一站式服務，從而協助品牌商、廣告主及廣告代理商制訂及實施有效的服務方案，以達成其推廣需求及營銷目標，從而進一步提高其品牌在目標受眾中的聲譽及提高其產品或服務的競爭力及市場份額。

我們的客戶包括(i)品牌商及廣告主，包括私營及國有企業以及政府機構；及(ii)廣告代理商，來自各行各業，包括飲料、健康食品生產、汽車製造、居家用品製造、旅遊以及農業和副食品加工。

於往績記錄期間，我們通過提供以下服務產生收入：

- (i) 品牌服務，主要包括(a)與研究機構合作對客戶所處行業進行市場研究及行業數據分析；(b)品牌發展策略的規劃，涉及確定品牌的核心價值以及就品牌定位及目標客戶提供建議；(c)品牌形象的設計；及(d)制訂產品及／或服務營銷和品牌推廣計劃；
- (ii) 通過電視、廣播及戶外廣告空間等傳統線下媒體以及網站、搜索引擎、應用程序和社交媒體平台等線上媒體提供的廣告服務(包括傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務)，主要包括(a)確定及選擇合適的媒體組合；(b)編製廣告方案；(c)獲取廣告資源；及(d)安排和監督廣告的投放；及
- (iii) 通過制訂、組織和開展營銷活動提供的活動執行及製作服務，以推廣客戶的品牌、服務和產品。

為優化客戶的廣告和營銷策略，在提供廣告服務以及活動執行及製作服務之後，我們將根據廣告媒體或平台提供的結果編製總結報告，以分析及評估我們的廣告方案或營銷活動的成效。

董事相信，我們的一站式服務業務模式將使我們能夠增強我們服務的競爭力，因為我們能夠降低客戶在銷售和營銷方面的成本和時間，並提高我們的業務效率，因為我們可以充分把握整個價值鏈中每個客戶的商機。

利用我們為客戶打造品牌以及提供廣告和營銷方案的能力，同時利用我們卓越的市場聲譽和實證往績，我們擅長通過分析市場和行業數據形成品牌、廣告及營銷建議，從而為客戶提供定制服務，以滿足業務需求並實現客戶的營銷目標。於往績記錄

概 要

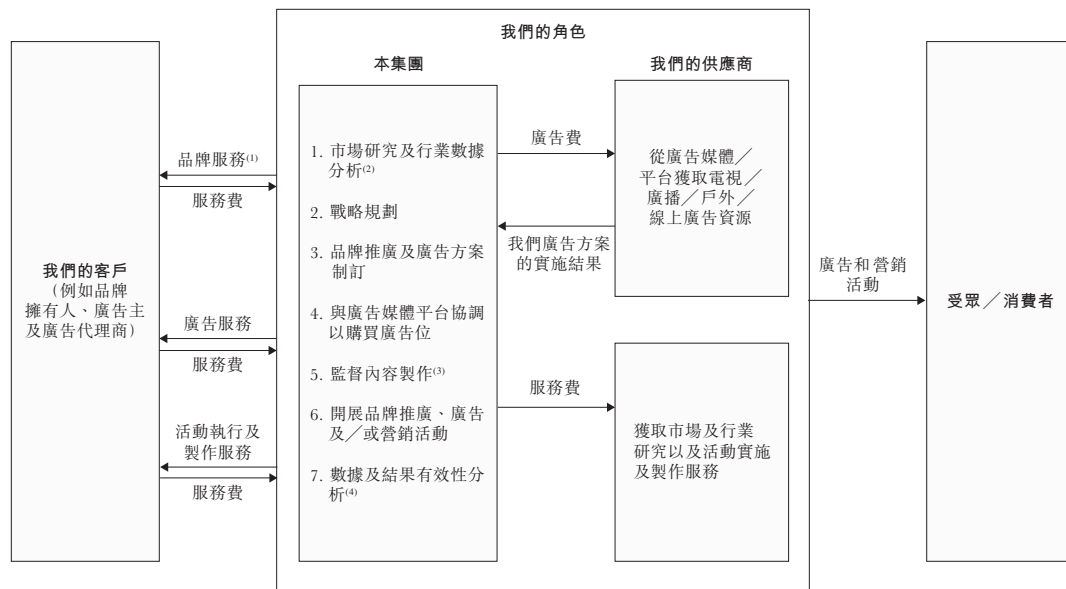
期間，我們的品牌、廣告和營銷方案服務提供予中國不同行業的客戶，包括：(i)汽車製造行業：一家位於江蘇省的領先電動三輪車製造商；(ii)政府機構：湖北省一個縣級政府；(iii)家居用品製造行業：一家總部位於湖北省的床墊製造公司；(iv)製藥行業：一家在中國專門從事藥品研發、生產和銷售的國家製藥集團公司，其股票在上交所上市；(v)農業及相關食品加工行業：一家位於湖北省的糧油貿易公司；和(vi)一家位於湖北省的釀酒公司。

由於對多渠道廣告服務的需求不斷增加以及技術和互聯網的飛速發展，我們自2018年起將廣告服務擴展到提供線上媒體廣告服務。於往績記錄期間，我們與在線搜索引擎、網站、社交媒體、電商和OTT平台的市場領先運營商簽訂了戰略合作及／或廣告代理協議，從而使本集團能夠通過分析互聯網用戶的偏好和行為以及各種線上媒體平台的特點和效用，提供豐富的在線廣告資源和解決方案。

我們相信，我們的整體方案以及對線下和線上媒體廣告渠道的多元化覆蓋使我們能夠適應瞬息萬變的廣告行業，從而使我們能夠找到最為合適有效的廣告資源，以滿足客戶的需求。本集團的收入錄得大幅增長，由2019財年約人民幣77.5百萬元增至2020財年人民幣103.4百萬元，增幅約33.4%。純利也由2019財年約人民幣18.5百萬元增至2020財年人民幣24.3百萬元，增幅約31.4%。

我們的業務模式

下表列出我們於往績記錄期間向客戶提供綜合性品牌、廣告和營銷方案服務的業務模式：



附註：

- (1) 在收到我們制訂的品牌服務方案之後，客戶可以進一步聘請我們按項目基準實施我們的方案，及／或作為針對我們廣告服務及活動執行及製作服務的單獨聘約。

概 要

- (2) 我們通常會與研究機構合作進行市場研究及行業數據分析。有關詳情請參閱本文件「業務－與研究機構的合作」一段。
- (3) 我們通常不負責內容製作，因為我們的客戶可能擁有自己的內部團隊或指定第三方製作公司來製作廣告，以確保其廣告系列的設計和樣式保持一致。如果我們的客戶希望我們監督內容製作，我們通常會聘請獨立第三方來製作內容並監督過程。
- (4) 廣告期或營銷活動結束後，我們會編製並向客戶提交一份總結報告，概括廣告媒體或平台所提供的實施情況，並對我們廣告方案或營銷活動的成效進行分析。

我們的主要業務

於往績記錄期間，我們向客戶提供以下類型的服務：(i) 品牌服務；(ii) 傳統線下媒體廣告服務；(iii) 線上媒體廣告服務；及(iv) 活動執行及製作服務。下表列出了我們於往績記錄期間按服務類型劃分的收入明細：

	2019財年		2020財年	
	收入 (人民幣千元)	佔總收入 概約百分比 (%)	收入 (人民幣千元)	佔總收入 概約百分比 (%)
品牌服務	54,072	69.8	61,255	59.2
傳統線下媒體廣告服務	15,965	20.6	8,466	8.2
線上媒體廣告服務	4,677	6.0	18,465	17.9
活動執行及製作服務	2,808	3.6	15,258	14.7
合計	77,522	100.0	103,444	100.0

品牌服務

我們向客戶提供品牌服務，我們將為客戶開展市場研究並有針對性地制訂全面的品牌服務方案，涵蓋各個領域，包括企業品牌建設、產品及／或服務定位以及營銷和銷售策略。我們的目標是為客戶提供全面的品牌服務，通常包括：(i) 對客戶品牌的分析和研究；(ii) 品牌發展策略的設計和規劃；(iii) 品牌形象的設計；及(iv) 制訂產品及／或服務營銷和品牌推廣計劃。

傳統線下媒體廣告服務

我們通過線下媒體為客戶提供廣告服務。我們提供的主要線下媒體廣告空間為(i) 電視廣告空間；(ii) 廣播廣告空間；及(iii) 戶外廣告空間。我們的服務涵蓋了廣告投放的大部分重要階段，包括確定合適的媒體組合、編製廣告方案、採購廣告資源、安排和監督廣告的投放以及評估廣告成效。

線上媒體廣告服務

我們提供中介服務協助客戶發現和選擇相關線上廣告資源供應商，以便客戶的廣告可以投放於各種線上平台，例如網站、搜索引擎、應用程序和社交媒體平台。我們在分析互聯網用戶的偏好和行為、各種線上平台的特點和有效性後，為客戶提供線上廣告形式和線上平台類型的建議。

概 要

我們提供的兩個主要的線上媒體廣告形式是(i)展示廣告，即在網站、應用程序或社交媒體平台上通過橫幅或其他由文本、圖像、flash和視頻構成的廣告格式展示促銷信息；及(ii)搜索引擎廣告，當消費者輸入相關關鍵詞時，廣告主的名稱、品牌及／或產品將出現在網站的搜索結果中。

活動執行及製作服務

於往績記錄期間，我們亦協助客戶制訂、組織和開展營銷活動和項目，以推廣其品牌、服務和產品。根據客戶的目標以及要營銷的產品或服務的類型，我們提供一站式服務，涵蓋了組織營銷活動的所有階段，包括(i)制訂活動策略；(ii)制訂節目設計方案、工作計劃和活動安排；(iii)通過獲得材料供應來實施項目，並聘請第三方服務供應商；(iv)協助項目管理並監督營銷活動的執行；及(v)通過公眾意見評估營銷活動的有效性。

我們的客戶

我們的客戶包括中國的品牌商及廣告主(包括各行業的私營企業、國營企業及政府機構)和廣告代理商。

下表列出往績記錄期間按客戶類型分類的收入明細：

	2019財年		2020財年	
	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入 概約百分比 (%)	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入 概約百分比 (%)
品牌商及廣告主	72,005	92.9	97,207	94.0
— 私營企業	41,770	53.9	86,966	84.1
— 國有企業	5,645	7.3	3,883	3.8
— 政府機構	24,590	31.7	6,358	6.1
廣告代理商	5,517	7.1	6,237	6.0
總計	77,522	100.0	103,444	100.0

於2019財年和2020財年，我們最大單一客戶產生的收入約為人民幣16.3百萬元和人民幣17.9百萬元，佔我們總收入分別約21.0%和17.3%。同年，我們五大客戶的收入分別約為人民幣42.7百萬元和人民幣54.1百萬元，佔我們總收入分別約55.1%和52.2%。

於往績記錄期間，我們的五大客戶均為獨立第三方。

定價政策

我們根據行業信息和市場趨勢制訂和調整我們的定價政策。我們通常會視具體情況釐定服務費，並考慮因素，包括(i)預計花費的時間和項目的複雜性，例如參與項目的員工數量和客戶的要求；(ii)提供的服務範圍；(iii)供應商(包括第三方服務供應商)收取的費用；(iv)客戶的預算；(v)服務的時間要求；(vi)客戶的背景；和(vii)客戶未來的商機。

概 要

供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括(i)研究機構；(ii)廣告資源供應商；及(iii)廣告代理商。研究機構指於我們客戶經營所在市場及行業從事市場研究的機構，包括行業最新發展及趨勢、行業面對的機遇與挑戰、目標客戶性質、客戶消費行為及偏好以及競爭環境分析，如市場中的主要競爭對手及競爭性質。廣告資源供應商(即最終廣告資源運營商)一般為直接擁有廣告資源的公司，如電視台運營商、代理及／或網站擁有人、搜索引擎、社交媒體及電商平台，以及戶外平台。廣告代理商指從最終廣告資源供應商獲得廣告資源的廣告公司。

於2019財年及2020財年，我們最大供應商所提供服務的成本分別約為人民幣7.6百萬元及人民幣13.5百萬元，分別佔我們採購總額約18.5%及23.9%。同年，我們五大供應商所提供服務的成本分別約為人民幣28.2百萬元及人民幣38.6百萬元，分別佔供應商所提供服務的總成本約68.7%及68.1%。於往績記錄期間，我們五大供應商均為獨立第三方。

我們的競爭優勢

我們相信，我們的成功主要歸功於以下競爭優勢：

- 我們已形成戰略制訂能力；
- 我們在提供一站式優質綜合品牌、廣告和營銷方案服務方面擁有良好的往績記錄；
- 我們已與各類媒體平台及廣告資源的供應商建立了穩定及長期的業務關係；
- 我們擁有能夠形成定制創意和概念的能力，這些創意和概念用於在各種媒體平台上製作不同形式的品牌、廣告及營銷內容；
- 我們與各行各業的客戶建立了良好的業務關係；及
- 我們擁有一支具有豐富行業知識的資深管理團隊。

我們的業務策略

我們的主要業務策略為：

- 加強數據分析能力並進一步提升品牌服務；
- 繼續擴展線上媒體廣告服務；
- 擴大我們服務的地域覆蓋範圍；及
- 進一步提升我們的品牌知名度及加大營銷力度。

概 要

歷史財務資料概要

下表包括，於所示年度，從我們的合併損益表及其他全面收益表中選取的財務數據，其詳情載於本文件附錄一，該等數據應與本文件附錄一所載財務報表，包括相關附註一併閱讀。

合併損益及其他全面收益表的節選項目

	2019財年 (人民幣千元)	2020財年 (人民幣千元)
收益	77,522	103,444
銷售成本	(44,251)	(60,559)
毛利	33,271	42,885
除所得稅開支前溢利	22,378	29,679
年內溢利	18,460	24,321

合併財務狀況表的節選項目

	於12月31日	
	2019年 (人民幣千元)	2020年 (人民幣千元)
流動資產總額	51,143	59,472
流動負債總額	10,307	19,430
流動資產淨額	40,836	40,042
非流動資產總額	11,864	18,962
非流動負債總額	7,163	6,546
淨資產	45,537	52,458
總權益	45,537	52,458

合併現金流量表的節選項目

	2019財年 (人民幣千元)	2020財年 (人民幣千元)
營運資金變動前的經營現金流量	23,983	33,005
經營活動所得現金淨額	17,533	28,351
投資活動所用現金淨額	(21,688)	(2,358)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	253	(14,244)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(3,902)	11,749
年初現金及現金等價物	4,224	322
年末現金及現金等價物	<u>322</u>	<u>12,071</u>

概 要

主要財務比率

下表載列往績記錄期間我們的經選定主要財務比率：

	截至12月31日止年度／ 於12月31日	
	2019年	2020年
毛利率	42.9%	41.5%
淨利率	23.8%	23.5%
資產負債率	18.4%	21.3%
流動比率	5.0倍	3.1倍
股本回報	40.5%	46.4%
資產回報	29.3%	31.0%
利息覆蓋比率	1,573.5倍	271.7倍
債務淨額與股本比率	現金淨額	現金淨額

有關詳情，請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」一節。

重大風險因素概要

投資於本公司的[編纂]存在若干風險。該等風險通常可分為以下類別：(i)有關本集團的風險；(ii)有關我們行業的風險；(iii)有關於中國開展業務的風險；(iv)有關[編纂]的風險；及(v)有關本文件陳述的風險。有關風險因素的詳細論述載於本文件「風險因素」一節。以下是可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響的若干風險因素之概要：

- 我們的業務所產生收入通常基於項目，本質上是非經常性的，我們未來的業務取決於我們持續獲得新項目的能力；
- 如果我們未能實現客戶的營銷目標，則我們的財務業績可能會受到不利影響；
- 我們依靠研究機構提供品牌服務；
- 我們委聘第三方服務供應商提供多項服務。倘彼等未能及時向我們提供優質產品及服務，則可能對我們的業務經營產生重大不利影響；
- 我們各供應商比較集中，其服務或廣告資源價格的上升可能會對我們的業務、財務狀況和業務前景造成重大不利影響；及
- 不同行業客戶對我們品牌、廣告和活動執行及製作服務需求的季節性波動可能會影響我們的業務。

閣下於決定投資[編纂]前，應閱讀本文件「風險因素」一節之全文。

[編纂]投資

為籌備[編纂]，我們進行了[編纂]投資。緊隨[編纂]及[編纂]完成後，[編纂]投資者聶先生(通過其於友鑫資本的股權)及沈先生將實際擁有本公司已發行[編纂]約[編纂]%及[編纂]%。我們的[編纂]投資者均為個人投資者。張備先生(我們的其中一名執行董事)為聶先生的外甥。除上述者外，據董事所深知及確信，沈先生為獨立第三方。有關更多詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－[編纂]投資」一節。

概 要

我們的股權架構

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(未計及因行使[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權而可予發行的任何股份)後，陳先生(通過佳藝文化)將擁有本公司已發行股本的約[編纂]%。佳藝文化為一家投資控股公司，由陳先生全資擁有。因此，根據GEM上市規則，陳先生及佳藝文化被視為我們的控股股東。

不合規

於華視傳媒在新三板上市期間，我們涉及與向關聯方提供短期貸款及墊款有關的若干不合規事件。詳情請參閱本文件中「業務－新三板不合規事件」一段。

股息

於2020年8月18日，華視傳媒向其當時的股東宣派及派付股息合共人民幣17.4百萬元。除上述者外，於往績記錄期間，我們並無派付或宣派其他股息。本公司目前並無任何預定股息支付比率。未來有關宣派或派付股息的決定以及相關股息金額乃取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、財務狀況、營運資金、資本需求及董事會認為相關的其他因素。董事會可全權酌情決定是否宣派或分派股息。

[編纂]

	基於每股 [編纂] [編纂]港元之 最低指示性 [編纂]	基於每股 [編纂] [編纂]港元之 最高指示性 [編纂]
我們的股份市值 ⁽¹⁾	[編纂] 百萬港元	[編纂] 百萬港元
未經審核[編纂]經調整合併每股有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃根據預期緊隨[編纂]及[編纂]完成後將予發行的[編纂]股股份計算。
- (2) 未經審核[編纂]經調整合併每股有形資產淨值乃經附錄二所述調整後，按緊隨[編纂]及[編纂]完成後的[編纂]已發行的[編纂]股股份計算。
- (3) 本表中的統計數據乃基於[編纂]未獲行使之假設。

[編纂]

[編纂]

概 要

[編纂]

往績記錄期後的近期發展

於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益及成本結構基本保持不變。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們就品牌服務、傳統線下媒體廣告服務、線上媒體廣告服務以及活動執行及製作服務訂立22項、4項、29項及36項合約，合約總額分別約為人民幣27.9百萬元、人民幣1.1百萬元、人民幣17.6百萬元及人民幣13.6百萬元。

於最後實際可行日期，我們共有70個進行中項目，未履行合約總額約為人民幣41.1百萬元，其中：

- (i) 有28個進行中的品牌服務項目，未履行合約總額約為人民幣21.8百萬元，其中約人民幣21.8百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；
- (ii) 有4個進行中的傳統線下媒體廣告項目，未履行合約總額約為人民幣0.7百萬元，其中約人民幣0.7百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；

概 要

- (iii) 有27個線上媒體廣告項目，未履行合約總額約為人民幣14.2百萬元，其中約人民幣13.8百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；及
- (iv) 有11個活動執行及製作服務項目，未履行合約總額約為人民幣4.5百萬元，其中約人民幣4.5百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認。

除與[編纂]有關的[編纂]外，董事確認我們自2020年12月31日（即最近期經審核綜合財務報表的編製日期）直至本文件日期的財務或貿易狀況並無重大不利變動。

雖然我們截至2021年12月31日止年度的財務業績將受到[編纂]費用的影響，但根據我們截至2021年5月31日止五個月的未經審計綜合管理賬目，我們預計同年的收入將錄得溫和增長。我們計劃建立我們的大數據平台和研發資料庫，獲取市場和行業資料，招聘額外的研發人員，加強我們的在線廣告平台，購買內部內容製作設備和軟件，擴大我們的分支機構並加大我們的行銷力度，我們預計截至2022年12月31日止年度的財務業績將受到營業費用增加的影響，包括與上述擴張計劃相關的折舊費用、員工成本以及銷售和行銷費用。

釋 義

於本文件內，除非文義另有所指，否則下列詞彙具有以下涵義。若干技術詞彙的釋義載於本文件「技術詞彙表」一節。

「聯屬人士」	指	直接或間接控制另一人是或受另一人士控制的任何人士，或與該人士一同受到直接或間接共同控制的任何人士
「細則」或 「組織章程細則」	指	本公司於[●]年[●]月[●]日有條件採納並於[編纂]後生效的經修訂及重列組織章程細則（經不時修訂、補充或以其他方式修改），其概要載於本文件附錄三
「聯繫人」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「董事會」	指	董事會
「營業日」	指	香港銀行通常向公眾開放進行正常銀行業務的日子（並非星期六、星期日或香港的公眾假期）
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島

[編纂]

釋 義

[編纂]

「華中」	指	中國的一個地理區域，就本文件而言，包括湖北省、湖南省、山西省、河南省、安徽省及江西省
「中國」	指	中華人民共和國，就本文件而言，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「緊密聯繫人」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「公司法」	指	開曼群島公司法(經修訂)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」	指	華視集團控股有限公司，於2021年2月18日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司，對「我們」或「我們的」的提述則指本集團或(如文義所指)本公司

釋 義

「關連人士」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「關連交易」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「控股股東」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義及，除非文義另有所指，否則指陳先生及佳藝文化（更多詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節）；而「控股股東」則指其中任何一方
「核心關連人士」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「企業管治守則」	指	GEM上市規則附錄十五所載《企業管治守則》及《企業管治報告》項下之規定
「COVID-19」	指	由嚴重急性呼吸綜合症冠狀病毒2型引發的病毒性呼吸道疾病
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會，負責中國國家證券市場監督及管理的監管機構
「大別山文化」	指	大別山文化產業發展（麻城）有限公司，一家於2017年4月7日在中國成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「彌償保證契據」	指	本公司控股股東於[●]以本公司（為其本身及作為其各附屬公司的受託人）為受益人訂立的彌償保證契據，其詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料－9.其他資料－D.彌償保證契據」一節

釋 義

「不競爭契據」	指	控股股東以本公司（為其本身及作為其各附屬公司的受託人）為受益人所簽訂日期為[●]的不競爭契據，據此，控股股東同意（其中包括）不從事或參與任何與我們業務競爭之業務，詳情載列於本文件「與控股股東的關係－不競爭契據」一段
「董事」	指	本公司董事
「東湖品牌研究院」	指	東湖品牌研究院有限公司，一家於2021年4月20日在香港註冊成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「華東」	指	中國的一個地理區域，就本文件而言，包括江蘇省、上海市及浙江省
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅
「企業所得稅法」	指	中國企業所得稅法
「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文（北京）諮詢有限公司上海分公司，一家受委託編製弗若斯特沙利文報告的獨立行業研究顧問
「弗若斯特沙利文報告」	指	一份由我們委託並由弗若斯特沙利文編製有關本集團經營所在行業概覽的市場研究報告
「2019財年」	指	截至2019年12月31日止年度
「2020財年」	指	截至2020年12月31日止年度
「GEM」	指	聯交所GEM
「GEM上市規則」	指	GEM證券上市規則（經不時修訂、補充或以其他方式修改）

釋 義

「《中央結算系統一般規則》」 指 由聯交所發佈並經不時修訂的中央結算系統一般規則

[編纂]

「本集團」或「我們」 指 本公司及其所有附屬公司（或如文義所指其中任何一家），或倘文義指其註冊成立前的任何時間，則指其前身公司或其現有附屬公司的前身公司（或如文義所指其中任何一家）曾從事而後由其承接的業務

[編纂]

「香港財務報告準則」 指 香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則

「香港會計師公會」 指 香港會計師公會

[編纂]

「香港」 指 中國香港特別行政區

[編纂]

釋 義

「港元」	指	香港法定貨幣港元及港仙
「華視品牌管理」	指	華視中廣品牌管理(湖北)有限公司，一家於2021年4月7日在中國成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「華視創享」	指	華視創享文化傳媒(湖北)有限公司，一家於2012年12月26日在中國成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「華視香港」	指	華視傳媒集團有限公司，一家於2021年3月16日在香港成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「華視國際」	指	華視國際集團有限公司，一家於2021年2月24日在英屬處女群島成立的有限責任公司，為本公司的直接全資附屬公司
「華視傳媒」	指	華視中廣國際傳媒(武漢)有限責任公司，一家於2011年2月23日在中國成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司
「湖北嘉映文化」	指	湖北嘉映文化傳媒有限公司，一家於2020年12月24日在英屬處女群島成立的有限責任公司，由薛女士全資擁有
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則
「獨立第三方」	指	據本公司董事經作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，獨立於本公司及其關連人士的人士或公司及其各自的最終實益擁有人

釋 義

[編纂]

「佳藝文化」	指	佳藝文化傳媒有限公司，一家於2020年12月24日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一
「最後實際可行日期」	指	[2021年6月18日]，即本文件刊發前就確定其中所載若干資料而言的最後實際可行日期

[編纂]

「上市委員會」	指	聯交所上市委員會
---------	---	----------

[編纂]

「組織章程大綱」 或「大綱」	指	本公司於[●]採納並將於[編纂]後生效的組織章程大綱(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「陳先生」	指	我們的董事長、行政總裁、執行董事兼控股股東之一陳繼承先生
「胡先生」	指	胡友意先生
「聶先生」	指	聶星先生，我們的[編纂]投資者之一
「沈先生」	指	沈輝先生，我們的[編纂]投資者之一
「王女士」	指	王書錦女士，執行董事
「薛女士」	指	薛玉春女士，執行董事

釋 義

「新三板」	指	全國中小企業股份轉讓系統，公眾公司股份交易的中國場外交易系統
「提名委員會」	指	董事會提名委員會
「華北」	指	中國的一個地理區域，就本文件而言，包括北京市、河北省、山東省及天津市

[編纂]

「中國人民銀行」	指	中國人民銀行
----------	---	--------

[編纂]

釋 義

[編纂]

「中國政府」	指	中國中央政府及所有政府分支機構（包括省級、市級及其他地區或地方政府機構）及其執行機構，或如文義所指其中任何機構
「中國法律顧問」	指	天元律師事務所，我們有關中國法律的法律顧問
「[編纂]投資」	指	[編纂]前我們的[編纂]投資者於本公司的投資，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節
「[編纂]投資者」	指	聶先生及沈先生

[編纂]

釋 義

[編纂]

「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「重組」	指	本集團為籌備[編纂]而進行的重組，有關詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節
「研發」	指	研究及開發
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國外匯管理局

釋 義

「國家市場監督管理總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「股份」	指	本公司股本中面值為每股0.05美元的普通股
		[編纂]
「購股權計劃」	指	本公司於[●]有條件採納的購股權計劃，其主要條款概述於本文件附錄四「法定及一般資料－8.購股權計劃」
「股東」	指	股份持有人
		[編纂]
「獨家保薦人」	指	溢博資本有限公司
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「主要股東」	指	具有GEM上市規則賦予該詞的相同涵義
「收購守則」	指	證監會頒佈的《公司收購、合併及股份購回守則》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)

釋 義

「往績記錄期間」 指 截至2019年及2020年12月31日止年度

[編纂]

「美國」 指 美利堅合眾國，其領土、屬地及受其司法管轄的所有地區

「美國證券法」 指 《1933年美國證券法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)

「美元」 指 美國當前的法定貨幣美元

「無遠弗屆」 指 北京無遠弗屆國際廣告有限公司，一家於2018年2月5日在中國成立的有限責任公司，為本公司的間接全資附屬公司

「友鑫資本」 指 友鑫資本有限公司，一家於2020年12月29日在英屬處女群島成立的有限責任公司，由聶先生全資擁有

「源錦文化」 指 源錦文化傳媒有限公司，一家於2020年12月24日在英屬處女群島成立的有限責任公司，由王女士全資擁有

「中倫文化」 指 中倫文化有限公司，一家於2020年12月24日在英屬處女群島成立的有限責任公司，由胡先生全資擁有

「%」 指 百分比

本文件所載中國法律、法規、政府機關、機構及在中國成立的公司或實體的英文名稱為其中文名稱的譯名，反之亦然，載列於此僅供識別。如有歧義，概以中文版本為準。

釋 義

本文件所載若干數額及百分比數字已經約整。除非另有指明，否則所有數字均約整至小數點後一位數。任何表格所示總數與其中所列數額總和的任何差異均因約整所致。因此，若干表格所示的總和數字未必為先前數字的算術之和。

除明確指出或文義另有所指外，本文件內所有數據均截至最後實際可行日期。

技術詞彙表

本詞彙載有本文件所採用有關我們業務的若干釋義及技術術語。因此，若干術語及釋義可能未必與業內標準定義或用法一致。

「廣告交易」	指	品牌商及發佈人買賣廣告空間的數字市場，通常以實時競價方式進行。出價最高的品牌商或其代理將獲得廣告資源
「廣告主」	指	刊登廣告的人士、公司或機構。廣告主通常為品牌商公司或由品牌商控制的廣告公司
「廣告資源供應商」	指	最終廣告資源供應商，其通常為直接處理廣告資源的公司，其包括電視台運營商、網站擁有人、搜索引擎、社交媒體平台及戶外平台
「廣告服務」	指	傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「展示廣告」	指	一種數字廣告形式，於此種形式的廣告中，公司的宣傳訊息透過包含文字、圖片、動畫、視頻及音頻的標版廣告或其他廣告形式出現於第三方網站、應用程序或社交媒體平台。展示廣告包括網頁標版廣告、彈出式廣告、浮動式廣告、擴張式廣告及把戲式標版廣告
「總收視點」	指	廣告效果衡量標準，指廣告投放期間內所有相關播放媒體的收視率的總和
「硬性廣告」	指	一種尤其直接並使用堅決語言及集中於使消費者短期內購買貨品或服務的廣告手法

技術詞彙表

「信息流廣告」	指	一種與其出現平台的形式及功能相配的數字廣告。許多情況下，由廣告主製作，以文章或視頻形式出現，特定用於推廣某產品或服務，同時配合平台周邊的形式及風格
「LED」	指	發光二極管，為半導體光源，廣泛應用於燈光及照明，包括閃光燈、手提電話、電腦、電視機、交通燈、燈及街燈
「OTT」	指	透過開放式網絡直接向互聯網瀏覽者發行串流媒體內容的over-the-top渠道，包括基於訂購的視頻點播服務
「黃金時段」	指	預期擁有最高收視率的電視廣播時段
「接觸率」	指	於一定期間內，觀看廣告的觀眾估計人數佔電視觀眾或指定目標觀眾總人數的比例
「實時競價」	指	一個容許網頁的廣告空間按每個瀏覽基準購入或售出的伺服器對伺服器購買過程。當品牌商或其代理成功競投，其數字廣告將即時出現於網頁上。透過應用該等科技，品牌商可透過第三方廣告交易平台於網頁或移動應用程序向目標互聯網用戶投放廣告，該等用戶乃基於有關該等互聯網用戶的興趣、搜索歷史、瀏覽歷史及過往活動記錄的數據庫作出篩選

技術詞彙表

「搜索引擎廣告」	指	一種數字廣告，通過贊助搜索，希望宣傳其產品或服務的公司以特定關鍵字列表的形式向搜索引擎提交產品信息。當消費者搜索的特定詞條與廣告主在搜索引擎上指定的關鍵詞匹配時，廣告主的網頁會以贊助連結的形式顯示在自然搜索結果旁。此外，搜索引擎優化允許廣告主在搜索引擎結果頁面中提升其網頁的自然搜索排名
「電視」	指	電視
「口播廣告語」	指	由綜藝節目的主持或嘉賓介紹將予推廣產品的口播廣告語
「收視率」	指	若干電視頻道或節目於特定時段的觀看人數佔電視用戶總數的百分比

前瞻性陳述

本文件載有與本公司及我們的附屬公司有關的前瞻性陳述及資料，其乃基於管理層的見解及假設以及其目前所得資料。在本文件使用「旨在」、「期望」、「相信」、「可」、「繼續」、「估計」、「預期」、「展望未來」、「有意」、「可能」、「應當」、「也許」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「尋求」、「應該」、「將」、「將會」及相關反義詞及其他同類字眼而與本集團或管理層相關的陳述，均屬前瞻性陳述。該等陳述反映管理層目前對於未來事件、營運、流動資金及資本資源的看法，當中部分未必會實現或可能變更。有關陳述涉及若干風險、不確定因素及假設（包括本文件所述的其他風險因素）。閣下務請注意依賴任何前瞻性陳述均涉及已知及未知風險及不確定因素。本公司面對的可能影響前瞻性陳述準確性的風險及不確定因素包括（但不限於）以下各項：

- 本集團的業務前景；
- 本集團手頭的合約；
- 我們經營所在行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 本集團業務策略及為達致該等策略而實施的計劃；
- 本集團經營所在市場的整體經濟、政治及業務狀況；
- 我們經營所在行業及市場的監管環境變動及整體概況；
- 全球金融市場及經濟危機的影響；
- 本集團的財務狀況；
- 我們削減成本的能力；
- 本集團的股息；
- 本集團業務未來發展的規模、性質及潛力；
- 本集團可能尋求的各種商業機會；
- 資本市場發展；

前瞻性陳述

- 本集團獲取廣告資源的能力；
- 廣告資源價格的波動以及本集團將任何價格上漲轉嫁給客戶的能力；
- 本集團保護本集團知識產權的能力；
- 本集團聘用和挽留優秀員工的能力；
- 我們競爭對手的行動和發展以及我們集團在該等行動和發展下的競爭能力；
- 利率、外匯匯率、股價、數量、營運、利潤率、風險管理及整體市場趨勢的變動或波動；及
- 我們無法控制的其他因素。

根據適用法律、規則及法規的規定，我們概無且概不承擔不論因出現新資料、未來事件或其他原因而更新或以其他方式修訂本文件所載前瞻性陳述的責任。基於該等及其他風險、不確定因素及假設，本文件討論的前瞻性事件及情況未必會如我們所預期般出現，甚至根本不會出現。因此，閣下不應過度依賴任何前瞻性資料。本節中的警告聲明適用於本文件所載的全部前瞻性陳述。

於本文件內，有關我們或董事意向的陳述或提述均於本文件日期作出。任何相關資料可能會隨日後發展而有所改變。

風險因素

有意投資者於作出有關[編纂]的任何投資決定前，應審慎考慮本文件所載所有資料，尤其應考慮以下有關投資本公司的風險及特別考慮因素。發生任何以下風險均可能對本集團業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

本文件載有若干有關我們計劃、目標、期望及意向的前瞻性敘述，其中涉及風險及不確定因素。本集團的實際業績可能與本文件所討論者有重大差異。可造成或導致該等差異的因素包括下文及本文件其他部分所討論者。[編纂]的交易價格可能由於任何該等風險而下跌，閣下可能損失全部或部分投資。

我們相信我們的營運涉及若干風險及不確定因素，其中部分並非我們所能控制。我們將該等風險及不確定因素分類為：(i)有關本集團的風險；(ii)有關我們行業的風險；(iii)有關於中國開展業務的風險；(iv)有關[編纂]的風險；及(v)有關本文件所作陳述的風險。

有關本集團的風險

我們的業務所產生收入通常基於項目，本質上是非經常性的，我們未來的業務取決於我們持續獲得新項目的能力。

我們的業務通常按項目基準進行，我們向客戶按成本加成方式收取費用。對於若干項目，我們必須進行招標並準備相關的招標文件。因此，我們的收入本質上是非經常性的。我們通常會根據客戶的營銷目標和需求與客戶簽訂不超過12個月的短期協議。2019財年及2020財年，我們分別約55.1%和52.2%的總收入來自我們的五大客戶。我們的成功取決於我們與現有客戶保持關係並吸引新客戶的能力。無法保證我們未來能成功識別新的潛在客戶並在需要時能夠中標。亦無法保證現有客戶將繼續聘用我們為其提供品牌、廣告以及活動執行及製作服務，以滿足他們的營銷需求。因此，我們的運營和財務業績可能受到不利影響。

風險因素

我們的收入、盈利能力及經營業績受有關服務的服務組合影響。

我們的品牌、廣告及營銷方案服務主要按項目基準進行。對於我們提供的所有類型的服務，我們通常向客戶收取固定服務費，該費用乃按項目基準確定。因此，我們的收入、盈利能力及經營業績受到此類服務的服務組合所影響。於往績記錄期間，本集團的收入主要來自(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；及(iv)活動執行及製作服務。我們的毛利率可能因不同類型的品牌、廣告及營銷方案服務以及我們不同服務組合的項目而有所不同，取決於提供的服務類型、服務成本及定價策略等廣泛因素。我們的服務組合可能會隨著時間的推移而發生變化，這種變化的幅度對我們的收入及盈利能力有直接影響。本集團維持毛利率的能力亦取決於市場競爭強度、市場供求關係、產品質量及廣告資源成本。於往績記錄期間，我們的整體毛利率分別約為42.9%及41.5%。

概不保證我們能夠維持我們的服務組合，從而維持我們的收入、盈利能力及財務表現。倘本集團未能保持其競爭優勢，我們可能會失去我們在提供品牌、廣告及營銷方案服務的主要業務中的當前市場份額及我們的收入可能會減少，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

未能預期並快速回應消費者對營銷的需求與喜好的轉變將對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們提供品牌、廣告及營銷方案服務的業務成功很大程度上取決於我們預測並回應消費者對營銷方式的品味與喜好。然而，消費者對營銷方案的需求及喜好可能頻繁快速變化，我們可能無法預測並迅速應對。倘我們不能因應消費者變化的需求及喜好調整服務，則我們的服務將無法成功宣傳客戶的產品及服務並滿足其營銷目標，從而導致對我們服務的需求可能減少，阻礙我們挽留現有客戶及吸引新客戶的能力。對我們服務的需求減少將對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

風險因素

如果我們未能實現客戶的營銷目標，則我們的財務業績可能會受到不利影響。

我們提供一站式品牌、廣告和營銷方案服務以實現客戶的營銷目標。通常，當我們為客戶制訂方案時，我們會與客戶溝通，瞭解客戶的營銷目標。在向客戶提交我們的方案之後，可能會參考客戶的反饋來微調方案的內容和服務範圍。

當我們受客戶委聘落實其品牌、廣告或營銷方案後，我們會面臨各種風險，其中包括（但不限於）營銷計劃或客戶目標的變動、市場喜好和行業趨勢轉變、場地取消、技術問題及意外天氣條件。倘我們的客戶終止我們的服務或延遲向我們付款，可能會對我們的現金流和經營業績造成不利影響。

此外，如果我們無法獲取已向客戶承諾的特定品牌及廣告資源，且無法通過其他方式滿足客戶的品牌及廣告需求，則我們可能須承擔合同責任，有關責任不超過合約總額的[20%]及其他未補足經濟損失。在此情況下，我們的財務狀況和經營業績將受到不利影響。

我們的絕大部分客戶基於以下方面評估我們的表現：我們是否切實落實工作範圍中規定的營銷目標及／或與客戶簽訂的合同中的主要績效指標及／或根據與彼等的討論作出的口頭協議。倘我們的品牌、廣告或活動執行及製作服務未能實現客戶期望的營銷目標，或倘我們未能成功組織及／或管理項目或活動，或倘在我們提供服務時出現任何質量問題或事故，我們的客戶關係、聲譽及經營業績或會受到不利影響。在此情況下，我們可能會失去客戶及於未來項目中獲聘用的機會。

我們依靠研究機構提供品牌服務。

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自品牌服務，分別約佔我們2019財年及2020財年總收入的69.8%及59.2%。我們向客戶提供品牌服務，據此我們主要通過研究機構開展市場調查並為客戶制定涵蓋各個領域的定制的品牌建設及營銷建議，包括企業品牌建設、產品及／或服務定位、商標及廣告設計以及市場營銷及銷售策略。我們聘請研究機構，例如華中兩所具有市場研究專長的知名大學對我們客戶的相關行業開展若干市場研究及數據分析。於往績記錄期間，華中兩所具有市場研究專長的知名大學的其中一所是我們的五大供應商之一，分別約佔我們2019財年及2020財年供應商所

風險因素

提供服務的總成本的18.0%及13.9%。我們業務的成功在一定程度上取決於我們與研究機構不斷合作以滿足客戶需求的能力。有關研究機構實力的詳情，請參閱本文件「業務－與研究機構的合作」各段。

倘我們無法繼續聘請上述大學或其他研究機構或找到具類似能力的研究機構來替代，或根本無法聘請，或倘其開展的市場調查未幫助我們洞察最新的市場和行業趨勢以及準確地探明客戶的目標受眾的偏好和潛在需求，則我們的聲譽、業務績效、財務狀況及盈利能力可能受到不利影響。

我們委聘第三方服務供應商提供多項服務。倘彼等未能及時向我們提供優質產品或服務，則可能對我們的業務經營產生重大不利影響。

我們可能會按照所需服務不時委聘第三方服務供應商，包括但不限於廣告資源供應商及廣告代理商（擁有特定廣告資源）、公關公司（實施營銷活動）、製作公司（製作廣告）及第三方市場研究機構（開展市場研究及數據分析）。倘彼等未能按時交付產品或服務，我們可能無法完全履行我們的義務及覆蓋與客戶合約中協定的工作範圍。

此外，倘第三方服務供應商未能為我們提供及時優質的產品或服務，則可能對我們的品牌及聲譽造成負面影響，從而影響我們的業務營運。

我們在品牌、廣告及營銷方案服務方面的知識和專長可能會過時。

我們的品牌、廣告及營銷方案服務的相關行業標準、市場慣例和客戶要求可能會發生變化。為了瞭解和適應任何新的營銷方式及市場趨勢，我們可能需要產生大量支出，以免被市場上的其他競爭者淘汰。如果我們無法跟上不斷變化的技術及市場趨勢，並為現有和潛在客戶推出成功且廣為接受的服務，我們可能會失去客戶和市場份額，則我們創造收入的能力可能會受到不利影響。

風險因素

此外，我們的競爭對手可能會開發其他有別於或優於我們品牌及廣告方案或活動執行及製作服務的創意營銷方案。在此情況下，我們的行業知識與專業知識可能會過時或競爭力下降。倘出現任何該等因素，我們的競爭力、業務、經營業績及盈利能力可能會受到不利影響。

我們依靠我們的董事、高級管理層和其他關鍵人員經營及管理業務。如果我們失去他們的服務，或者隨著業務的發展我們無法招聘更多合格人員，則我們的業務和運營可能會受到嚴重干擾，我們的業績可能受到不利影響。

我們業務的成功在很大程度上取決於我們關鍵人員的共同努力以及豐富的管理和運營經驗，這些關鍵人員包括我們的執行董事、高級管理層成員以及我們的戰略制定部門、媒體營運部門及銷售和業務營運部門的核心團隊成員。我們認為，我們擴展業務的能力取決於關鍵人員在行業、管理和運營方面的豐富經驗。有關我們執行董事和高級管理人員履歷的詳細信息，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。無法保證我們的現有關鍵人員不會離開本集團。未能保留關鍵人員可能會損害我們的日常運營。

我們未來的成功還取決於我們吸引、保留和激勵合格人員以持續發展我們現有業務並未來保持持續發展的能力。如果我們無法吸引和保留經驗豐富的熟練員工，則可能會對我們的業務、運營和財務業績造成重大不利影響。

我們各供應商比較集中，其服務或廣告資源價格的上升可能會對我們的業務、財務狀況和前景造成重大不利影響。

於往績記錄期間，我們依賴與供應商的業務合作，為我們的傳統線下及線上媒體服務採購廣告資源以及為我們的品牌服務開展市場研究，這些供應商大多是(i)廣告資源供應商，如電視台運營商、網站、搜尋引擎、社交媒體及電子商務平台以及戶外平台的運營商及／或擁有人；(ii)中國廣告代理；及(iii)研究機構。於2019財年及2020財年，來自我們五大供應商的服務成本總額分別佔我們供應商所提供服務的總成本約68.7%及68.1%，而來自我們最大供應商的服務成本分別佔我們供應商所提供服務的總成本約18.5%及23.9%。

於往績記錄期間，我們一般以項目為基準與供應商訂立合約。對於若干傳統線下及線上媒體資源，我們與其訂立為期6至22個月的框架協議，以記錄我們彼此的合作意

風險因素

向。然而，此類協議不包含保證廣告資源類型和數量的可及性，或到期自動續訂，或限制或控制向我們提供廣告資源的價格的條款。因此，我們無法保證我們未來能夠以有利條件從供應商取得廣告資源或服務，甚至根本無法取得，並持續與其保持業務合作關係。如果供應商決定向我們提高廣告資源或服務的價格，而我們無法將增加的採購成本轉嫁予客戶，或如果供應商選擇不向我們提供廣告資源或服務，則我們將找不到合適的替代供應商，我們的毛利率、經營業績和財務狀況將受到重大不利影響。

我們的現金流狀況可能因自客戶收取銷售[編纂]前向供應商支付預付款項而受到影響，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們通常會在完成項目的關鍵階段時向客戶授予最長90天的信貸期限，並須向部分供應商作出預付款項。因此，向我們的供應商付款和從客戶收款之間通常會有時間差異，從而可能導致現金流不匹配。於2019年和2020年12月31日，我們的貿易應收款項總額分別約為人民幣14.3百萬元及人民幣23.0百萬元，而貿易應收款項的平均周轉天數分別約為47.0天及65.8天。我們還對截至2019年及2020年12月31日的貿易應收款項分別計提了約人民幣3.2百萬元及人民幣3.2百萬元的減值虧損撥備。無法保證我們的客戶在到期付款時支付款項，甚至根本不支付。客戶拖延付款或不付款可能會對我們管理營運資金構成挑戰，並且／或者對我們的流動資金造成不利影響。此外，我們加強貿易應收款項的收取和管理的努力可能無效，我們無法向您保證，我們能夠從客戶完全收回到期的未付款項，亦無法保證客戶會及時全額支付款項。我們可能需要通過借助內部資源及／或額外的銀行信貸來籌集資金，以履行我們按時全額付款的責任，由此我們的現金流量和財務狀況可能會受到重大不利影響。

線上媒體廣告服務的擴張將使我們面臨更高風險，無法保證這種擴張會取得成功。

於往績記錄期間，我們的總收入分別約6.0%及17.9%來自提供線上媒體廣告服務。根據弗若斯特沙利文的資料，中國在線廣告市場的廣告主支出由2016年的人民幣2,594億元增長至2020年的人民幣6,857億元，複合年增長率為27.5%。為了繼續捕捉中國線上廣告服務市場不斷湧現的商機，我們計劃通過(i)加強我們的線上廣告平台；及(ii)發展我們的內部內容製作能力，策略性地擴大我們的線上廣告媒體服務。然而，

風險因素

鑒於我們自2018年才開始提供線上媒體廣告服務，而線上媒體廣告是一個快速發展的行業，我們無法保證我們能夠擴大我們的業務並可靠地預測我們的未來業績。我們亦可能會遇到不可預見的技術或運營問題以及其他未知因素，這可能對我們的營運、業務、經營業績和前景產生重大影響。

此外，由於多種原因，我們在擴展線上媒體廣告服務方面可能會遇到困難，例如：(i)來自已立足在線媒體廣告市場的競爭對手的激烈競爭；(ii)無法成功地將我們從傳統線下媒體廣告服務中獲得的經驗和專業知識應用到在線媒體廣告中；(iii)適應迅速變化的市場趨勢和消費者偏好的挑戰；(iv)需要遵守在線媒體廣告市場中可能影響我們業務的新規定；及(v)無法吸引和留住在線媒體廣告行業中經驗豐富的人員。

若未能擴展我們的在線媒體廣告服務，特別是如果我們投入了大量資源和管理時間，都可能對我們的擴展計劃和業務前景以及我們的運營業績和財務狀況造成重大不利影響。

不同行業客戶對我們品牌、廣告和營銷方案服務需求的季節性波動可能會影響我們的業務。

不同行業客戶對我們品牌、廣告和營銷方案服務需求的季節性波動可能會影響我們的經營業績和收入。董事認為，客戶對我們廣告服務的需求與客戶在廣告產品或服務上的消費模式和其他季節性因素有關。根據往績記錄期間的過往經驗，由於大部分營銷活動集中在產品或服務發佈或暑假、中秋、國慶、「雙十一」網絡購物節和除夕假期前舉行的促銷活動，我們在下半年的收入通常會提高。我們預計[編纂]後這種趨勢將繼續。然而，我們無法向您保證歷史趨勢及／或客戶的季節性需求會繼續保持相同，甚至沒有需求，我們也無法保證未來能預測這種波動模式。因此，對我們的中期財務業績作出的分析可能並不代表我們的全年業績，因此，提醒投資者在比較我們的中期和年度經營業績時，應注意這一因素。

我們可能無法維持我們近期的增長。

我們近年來取得了顯著發展。由2019財年至2020財年，我們的收入增加了約33.4%。我們的近期增長主要是由於（其中包括）：(i)由於我們的良好往績記錄和聲譽，客戶數量增加；(ii) COVID-19爆發後，希望通過營銷活動來推廣其業務的客戶

風險因素

需求增加；及(iii)希望通過線上媒體廣告推廣其業務的客戶數量增加，令提供品牌服務、線上媒體廣告服務及活動執行和製作服務的收入增加。隨著中國廣告行業競爭的加劇，我們維持或進一步增加收入可能會變得更加困難，並且我們的擴張計劃未必成功。因此，我們可能無法維持過往的增長速度。

我們享有中國政府的若干稅收優惠政策。該等優惠稅收待遇的屆滿或變更可能會對我們的經營業績產生不利影響。

於2017年11月，華視傳媒根據有關規定，獲主管部門認定為「高新技術企業」，有效期為三年，並於2020年12月獲重新認定。根據《企業所得稅法》，華視傳媒作為高新技術企業，因而有權享有15%的所得稅優惠稅率。

高新技術企業認定屆滿後，華視傳媒須將財務報表連同研發活動及其他技術創新活動的詳情提交給適用政府機構，以續期該認定。倘華視傳媒未能於屆滿後續期「高新技術企業」認定，或者由於調整了有關所得稅法律法規或其他法律法規的實施而導致我們的現行稅收優惠不再可行，並且我們無權據此享有任何優惠企業所得稅率，華視傳媒的企業所得稅率可能會上升，這可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們可能不時因運營而涉及法律訴訟和其他程序，因而可能面臨重大責任。

我們可能因運營而引起糾紛。有關糾紛可能導致各種法律或其他程序，並可能產生巨額成本、損害我們的品牌及聲譽以及轉移資源和管理層注意力。此外，我們在運營過程中可能與監管機構存在分歧，這可能使我們遭受行政訴訟和不利的法令，從而導致罰款責任或以其他方式干擾我們的業務運營。我們無法向閣下保證，日後我們不會涉及任何重大糾紛、法律或其他程序或與監管機構存在分歧，這可能會對我們的財務狀況或經營業績造成不利影響。此外，我們的董事和高級管理層可能不時成為訴訟或其他法律程序的當事方。即使我們可能未直接涉及有關訴訟，但該等訴訟可能影響我們的聲譽，並因而對我們的業務造成不利影響。

風險因素

第三方未經授權使用我們包括商標、版權及域名在內的知識產權可能對我們的業務造成不利影響。

我們的成功一定程度上取決於我們維持品牌形像、商標、版權及域名的能力，以及我們就任何第三方提出的潛在侵權申索為我們辯護的能力。我們盡最大努力保護我們的知識產權。無法保證我們的措施足夠，或我們將能夠發現侵權個案，如任何其他第三方未經授權使用我們的商標、版權及域名。我們維護知識產權可能面臨大量困難，須耗費時間及成本進行法律訴訟。因此，任何有關侵權均可能對我們的財務狀況造成不利影響，並損害我們的品牌及聲譽。

我們可能受到侵犯知識產權索償或第三方提出的其他指控，這可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

我們無法確定我們的營運不會或將不會侵犯或以其他方式違反第三方所持有知識產權或其他權利。我們日後可能會不時受到與第三方的知識產權或其他權利有關的法律訴訟及索償。在我們不知情情況下，我們的服務或業務其他方面亦可能侵犯第三方的知識產權或其他權利。倘我們被提起任何第三方侵權索償，則不論有關索償是否具有理據，亦可能迫使我們將管理層時間及其他資源從我們的業務及營運分散就此等索償作出抗辯。

中國知識產權法律應用及詮釋、在中國批授商標、版權、專有技術或其他知識產權的程序及標準，以及監管個人權利的法律仍在不斷演進且仍不明確，而倘任何第三方向我們提出索償，我們無法向閣下保證中國法院或監管機關將會作出對我們有利裁決。

倘我們被裁定違反他人知識產權，則我們可能須就侵權活動承擔責任，或可能被禁止使用有關知識產權或相關內容，且我們可能產生許可或使用費用或被迫自行開發替代品。這可能會對我們的品牌、聲譽、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們未必能按可接受的條款取得額外資金，或可能完全不能取得額外資金，此等情況可能影響我們擴充業務或面對不可預見的意外情況的能力。

因應業務及經濟狀況，我們可能不時需要額外的流動資金，以把握業務機遇、擴充經營，或因其他未來發展而需要額外資金。倘我們現有的流動資金來源不足以滿足

風險因素

我們的現金要求，我們可能會透過發行額外權益、發行債務證券或向金融機構取得信貸融資以獲得資金。出現債務將導致增加債務服務責任及可能產生限制我們經營的經營及財務契約，而出售額外權益證券或可轉換債務證券將對股東造成股份攤薄影響。

我們按可接受的條款取得額外資金的能力受各種風險及不確定性影響，包括：

- 投資者對綜合品牌、廣告及營銷方案服務行業的公司證券的觀感及需求；
- 我們可能籌集資金的資本市場的狀況；
- 我們未來的經營業績、財務狀況及現金流；及
- 中國的經濟、政治及其他狀況。

我們概不能保證將能夠，或根本無法，以與提供給我們競爭對手的條款相當或更好的條款獲得額外融資或其他資金來源。倘我們無法在需要時獲得資金，我們的業務績效、財務狀況及盈利能力可能會受到影響。

業務策略及未來計劃的成功實施存在不確定性。

我們計劃透過實施一系列策略實現業務增長，包括(i)加強我們的數據分析能力，進一步提高我們的品牌服務；(ii)繼續擴大我們的線上媒體廣告服務；(iii)擴大我們的服務地理範圍；以及(iv)進一步提高我們的品牌知名度及加強我們的營銷力度。進一步詳情，請參閱本文件「業務－業務策略」及「未來計劃及[編纂]」各節。

無法保證我們將能夠成功實施任何業務策略及未來計劃，且其受到不確定性及市場狀況變動的影響。我們的發展及業務擴張計劃乃基於當前市況及可能隨時間而變化的行業發展。

倘我們無法成功或有效地實施我們的擴張計劃及業務策略，則我們未來的業務、盈利能力及財務狀況可能受到重大不利影響。此外，亦無保證我們的任何業務策略將產生利益或實現我們預期的盈利水平。我們實施計劃所產生的溢利未必足以抵銷業務策略及未來計劃產生的啟動開支及增加的營運成本。

風險因素

倘我們的信息技術系統發生故障，則我們的業務營運可能受到嚴重干擾。

我們的業務營運及成功取決於我們信息技術系統的穩定表現，供我們用以（其中包括）提升管理及經營業務的效率。任何影響我們向客戶提供服務之能力的系統故障將嚴重降低我們向客戶提供之服務的吸引力，並減少收益。我們的系統容易受到多種事件影響，其中包括通訊中斷、電力短缺、惡意人為行為以及自然災害等。此外，增加我們信息技術系統的可靠度並避免其冗餘的任何措施均可能無效，並可能無法避免系統故障。

我們可能會因於往績記錄期間向第三方企業提供貸款而受到中國人民銀行的處罰或不利的司法裁決。

於往績記錄期間，我們向第三方企業提供一筆本金額為人民幣20,000,000元的無抵押貸款（「貸款」），年利率為4.35%，期限為2021年1月1日起至2021年4月1日止三個月。於最後實際可行日期，貸款已悉數結清，訂約方之間並無任何爭議。

根據中國人民銀行1996年頒佈的《貸款通則》（「《貸款通則》」），禁止非金融機構之間的融資安排或放貸。中國人民銀行可對違規貸款人處以企業間借貸活動產生的收入（即收取的利息）一倍至五倍的罰款。儘管有《貸款通則》的規定，最高人民法院在2020年12月最後修訂的《最高人民法院關於審理民間借貸案件適用法律若干問題的規定》（「《民間借貸規定》」）中，對非金融機構間的融資安排及借貸交易進行了新的解釋，當中最高人民法院承認非金融機構間融資安排及借貸交易的有效性及其合法性，前提是（其中包括）企業簽訂了貸款協議，並且在貸款協議簽訂後一年內收取的利率不超過報價利率的四倍。此外，《民間借貸規定》及《中華人民共和國民法典》規定了允許人民法院撤銷借貸協議的情形。

根據中國法律顧問的意見，我們受到中國人民銀行處罰的風險微乎其微，因為(i)上述貸款為有效的公司間貸款，根據《民間借貸規定》，通常得到中國法院的支持；及(ii)該貸款並無違反中國法律及行政法規的任何強制規定，且截至最後實際可行日期相關本息已全部結清。

風險因素

除本文所披露外，我們並無向第三方提供任何其他類似貸款，我們亦無意在未來提供此類貸款或墊款。然而，我們無法向閣下保證我們未來不會受到中國人民銀行的處罰或不利的司法裁決。

有關我們、我們的服務、管理層及／或我們品牌以及我們客戶的產品和服務的負面宣傳可能對我們的聲譽及業務造成不利影響。

我們可能不時收到有關我們、我們的管理層及／或業務的負面宣傳。若干有關負面宣傳可能由於第三方的惡意騷擾或不公平競爭行為所致。我們甚至可能遭到政府或監管調查，並可能須花費大量時間及產生巨額成本就有關調查為我們自己進行辯護，且我們未必能夠在合理時期內最終反駁各項指控或能夠反駁各項指控。對我們聲譽以及廣告主及媒體的信心的損害亦可能因其他原因而導致，包括我們僱員或與我們進行業務的任何第三方業務合作夥伴的不當行為。我們的聲譽可能因任何負面宣傳而受到重大不利影響，繼而可能使我們失去市場份額、廣告客戶、行業合作夥伴及其他業務合作關係。

此外，倘我們客戶的品牌、產品及／或服務收到負面宣傳，或會對其品牌、產品及／或服務的聲譽產生不利影響，且我們的服務或將無效。因此，我們的服務或將無法達成客戶的營銷目標，且我們與客戶的關係、我們的聲譽及經營業績可能受到不利影響。

中國日後發生任何自然災害、天災、爆發任何傳染病或流行病或任何其他超出我們控制的不可抗力事件可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

自然災害、流行病及其他天災以及其他不可抗力事件並非我們所能控制，可能對中國經濟、基礎設施及民生造成不利影響。中國人民或會受到水災、地震、沙塵暴、暴風雪、火災、旱災或流行病（如COVID-19、嚴重急性呼吸系統綜合症（非典型肺炎）、H5N1禽流感、H7N9禽流感或H1N1人類豬流感）的威脅。

視乎爆發規模，以往爆發的流行病曾對中國國家及地方經濟造成不同程度的影響。倘日後我們任何僱員或客戶在我們的辦事處疑似感染COVID-19、非典型肺炎、H7N9禽流感、H5N1禽流感或H1N1人類豬流感或任何其他流行病，或我們任何辦公室場所被視為可能傳播有關流行病的源頭，我們或須將疑似受感染的僱員以及其他曾與

風險因素

該等僱員接觸的人士隔離檢疫。我們亦可能須為受影響的物業消毒，以致暫時停止我們的營運。進行任何隔離檢疫或我們暫停營運均會影響我們的業務及經營業績。倘中國再次爆發COVID-19、非典型肺炎或爆發任何其他流行病，如H7N9禽流感、H5N1禽流感或H1N1人類豬流感，或會導致我們的營運受到嚴重干擾或延遲滿足客戶的需求，因而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

因此，我們不確定何時會完全遏制COVID-19，我們也無法預測這種影響是短暫的、反覆的還是持久的。我們自租賃物業的出租人處獲得了與COVID-19相關的2020財年租金優惠約人民幣821,000元，倘COVID-19持續發展，我們不確定是否可以繼續獲得此類優惠，或者完全沒有優惠。如果不能有效遏制COVID-19或類似的不利公共衛生事態，我們的業務運營和財務狀況可能會受到重大不利影響，這可能使我們未來無法實現計劃中的發展。

我們的業務亦可能受到超出我們控制的不可抗力事件影響。舉例來說，不可抗力事件包括自然災害以及中國政府政策的變動，如若干話題分類為不符合中國政府政策，導致相關廣告或無法播出或發佈，抑或其可能無法達到完美預期的效果。儘管我們通常於客戶協議中列有不可抗力條款，以避免由該等事件導致的責任，但我們的收入將由於合約無法完成而減少，將會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

有關我們行業的風險

本集團在競爭激烈的行業中運營，如有新進入者，我們可能面臨更激烈的競爭。

儘管湖北省品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商數量有限，但我們面臨來自中國其他品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商的激烈競爭。目前，中國約有150家品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商。根據弗若斯特沙利文的資料，未來隨著廣告市場的發展，廣告服務供應商可能更容易獲得充足的市場數據及對行業的認識更深入。加上廣告傳媒資源，預計將有越來越多的從事品牌服務的廣告服務供應商數量，他們將為品牌所有者提供包括品牌、廣告和營銷服務在內的一站式服務。我們的線上及線下傳媒廣告服務，也面臨激烈的競爭。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2020年12月31日，中國有超過5,500家提供廣告媒體服務的線上媒體廣告服務供應商及超過5,000家電視廣告媒體服務供應商。

風險因素

競爭加劇可能導致價格下降、利潤率降低以及市場份額的損失。本集團主要基於以下因素與中國的競爭對手競爭：

- 一站式及優質的品牌、廣告和營銷解決方案整合服務；
- 品牌認知度；
- 價格；
- 廣告方案或營銷活動的成效；
- 與客戶及供應商的戰略關係；
- 廣告媒體資源；
- 雇用及挽留有才幹的員工；及
- 提供量身定制服務的能力。

我們的現有及潛在競爭對手可能較我們更具有競爭優勢，如更長的經營歷史、更好的品牌認知度、更大的客戶基礎等，並可獲取更多廣告資源及財務、技術以及營銷資源。倘我們未能成功與彼等競爭，我們可能失去客戶。我們亦無法向閣下保證我們的服務將保持具有競爭力，或其將於日後繼續成功。競爭加劇可能導致價格壓力，並失去我們的市場份額，其均將對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

廣告行業的監管環境正在快速發展。倘我們未能遵守對我們於中國的業務不時適用的法律及法規，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們傳統的線下及線上媒體廣告服務受中國各種法律法規的約束。根據全國人民代表大會常務委員會於1994年10月27日發佈、於1995年2月1日生效並於2015年4月24日、2018年10月26日及2021年4月29日修訂的《中華人民共和國廣告法》，我們可能須為廣告中的虛假或具誤導性信息承擔責任。倘關乎消費者生命健康的產品或服務的虛假廣告對消費者造成損害，則我們須與廣告主承擔共同連帶責任。倘並非關乎消費者生命健康的產品或服務的虛假廣告對消費者造成損害，且我們明知廣告虛假但仍設計、製作或提供代理服務，則我們須與廣告主承擔共同連帶責任。違反該等法律或法

風險因素

規可能導致多項處罰，包括沒收收益及罰款，並且中國主管當局可能暫停或撤銷我們的營業執照。

廣告行業（特別是中國）的法規正在不斷發展並由主管機關所詮釋，且我們可能因相關司法權區的政治或經濟政策變動或相關法律及法規的詮釋變動而面臨更加嚴格的監管要求。例如，根據自2018年2月起生效的《關於開展互聯網廣告專項整治工作的通知》，對社會影響惡劣、公眾反響強烈、危害人民群眾人身和財產安全的虛假違法互聯網廣告，例如：(i)涉及導向問題、政治敏感性問題、損害國家利益的違法互聯網廣告；(ii)危害人民群眾人身安全、身體健康的食品、保健食品、醫療、藥品、醫療器械等虛假違法互聯網廣告；(iii)含有欺騙誤導消費者內容、損害人民群眾財產利益的金融投資、招商、收藏品等虛假違法互聯網廣告；(iv)妨礙社會公共秩序、違背社會良好風尚、造成惡劣社會影響、損害未成年人身心健康的虛假違法互聯網廣告；及(v)其他虛假違法互聯網廣告，進行整治。根據自2019年3月起生效的《關於深入開展互聯網廣告整治工作的通知》，針對醫療、藥品、保健食品、房地產、金融投資理財等關係人民群眾身體健康和財產安全的虛假違法廣告，應實施更嚴格的監管。

我們無法向閣下保證，我們將能夠滿足有關監管要求，且我們日後可能無法保留、獲得或重續相關牌照、許可證或批文，因此，我們的業務營運可能受到重大不利影響。

有關於中國開展業務的風險

我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到中國經濟、社會及政治環境變動以及新採納之中國經濟監管政策的影響。

我們的所有業務、資產及營運均位於中國，我們的所有收益均來自中國的營運。因此，我們業務、經營業績、財務狀況及前景在很大程度上受到中國經濟、社會及政治狀況的影響。中國的經濟在很多方面是獨一無二的，包括但不限於：

- 中國政府的參與程度；
- 發展的增長率及程度；及
- 資源分配。

風險因素

儘管中國經濟於過去十年間經歷穩定快速增長，導致對我們的品牌、廣告及營銷方案服務的需求走高，但我們無法保證中國經濟將繼續以其近期的速度發展。多項因素將使中國經濟發展放緩，如全球經濟衰退、金融市場危機或自然災害等。由於營銷開支方案通常被視作軟性開支項目，故於經濟低迷時期，對我們的服務的需求可能下跌，從而使我們的財務狀況及經營業績受到重大不利影響。中國政治、經濟或社會狀況發生的任何變動可能亦會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

不斷演變的個人信息保護法律及法規應用及解釋存在不確定性，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們的服務可能涉及收集、使用、分析及存儲個人信息，尤其是在為我們的品牌服務進行市場調查期間。中國有眾多關於隱私及個人信息收集、存儲、共享、使用、披露及保護法律及法規。個人信息越來越受到法例法規嚴格審查。然而，該等法律、規章及法規仍在發展中，其解釋及潛在變化仍不清楚。我們無法向閣下保證，我們已根據有關法律、規章及法規採取或將採取充分措施以保護、管理及存儲個人信息。倘主管政府機關認為我們的任何措施不符合有關法律、規章及法規規定，或根據中國不斷發展的個人信息保護監管框架，我們的商業慣例須進一步改變，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

有關中國法律、規則及法規之詮釋與執行的不確定性或會對我們造成重大不利影響。

我們的所有業務及營運均於中國進行，因此我們受到中國法律、規則及法規的監管。中國法律體系乃以成文法為基礎的民法法系，法院判決的先例價值有限，引用僅作參考。由於已頒布案例的數目有限以及法院判決並無約束力，因而在詮釋及執行法律及法規時存在不確定性。對中國法律、規則及法規的詮釋可能亦受到貨幣政策變動以及中國國內、政治及社會狀況變動的影響。因此，中國糾紛調解及／或法律訴訟的結果未必一致或可以預測。

風險因素

此外，部分中國法律體系乃基於可能具有追溯效力的政府政策及若干內部規則，其中部分並無及時公布或沒有公布。因此，我們可能並不知悉我們已違反該等政策及內部規則。此外，與更為完善的法律體系相比，中國行政及法院機關對詮釋及實施法定及合約條文具有更廣泛的重大酌情權。因此，可能難以評估行政及法院訴訟程序的結果以及本集團可享有的法律保護水平。該等不確定性可能對我們履行合約的能力造成負面影響，從而對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

可能難以向本集團及管理層送達法律程序文件或強制執行境外判決。

我們所有業務、資產及營運均位於中國。此外，董事的資產亦主要位於中國。因此，投資者在向本集團或董事送達中國境外其他地方的法律程序文件時或會遇到困難。再者，據瞭解，在中國強制執行境外判決仍存在不確定因素。倘境外司法權區已與中國簽署條約，則該司法權區的法院判決或會互相受認可或強制執行。然而，中國並無與美國、英國及諸多其他國家簽署條約以互相認可及強制執行法院判決。因此，可能難以或無法在中國認可及強制執行上述該等司法權區所作出的法院判決。

作為一家控股公司，我們依靠中國附屬公司的股息或其他分派獲得資金。

由於本公司為一間於開曼群島註冊成立的控股公司，並主要透過於中國的附屬公司經營業務，故我們依賴於中國附屬公司支付股息以滿足現金需求，包括償還我們的債務。根據中國現行法律，股息僅可從中國附屬公司根據中國會計準則及規例釐定的累計稅後利潤(如有)中支付。此外，我們的中國附屬公司須每年從其稅後利潤中提撥10%(如有)，作為法定儲備，直至法定儲備的累計金額達到相關附屬公司註冊資本的50%。該等儲備金不能作為現金股息進行分配。此外，未來，如果我們的中國附屬公司發生債務，貸款協議可能會對其向本公司支付股息或其他付款的能力加以限制。此外，現金流、債務工具的限制、預扣稅和其他安排等因素亦可能會限制中國附屬公司向我們支付股息的能力，進而限制我們向股東支付股息的能力。我們的中國附屬公司以股息以外的形式向我們作出的分派也可能需要得到相關政府部門的批准及承擔其他稅務責任。該等對我們主要資金來源的可用性及用途的限制可能會影響我們向股東派付股息及償還任何未來債務的能力。

風險因素

我們可能被視為企業所得稅法中的「中國居民企業」，致使我們須就全球收入繳納25%的中國企業所得稅。

我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。我們透過於中國經營附屬公司營運業務。根據企業所得稅法，按海外國家或地區法律設立且「實際管理機構」位於中國境內的企業被視為「中國居民企業」，因而將一般須就其全球收入繳納企業所得稅，稅率為25%。於2007年12月6日，國務院正式通過《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，並於2019年4月23日經修訂，其將「實際管理機構」定義為「實質上從事全面管理及控制企業之業務經營、僱員、帳目及資產的機構」。目前，我們所有管理層均駐於中國，並可能於未來繼續駐於中國。

倘我們被視為中國居民企業，我們須就全球收入繳納25%的企業所得稅，且我們的非居民企業股東或須就按我們股份收取的任何股息或於出售我們股份時的得益，繳納最高10%的預扣稅。此外，雖然企業所得稅法列明合資格中國居民企業之間的股息支付可豁免繳納企業所得稅，有關豁免資格規定的詳情及有關我們中國經營附屬公司向我們支付的股息（倘我們被視為中國居民企業）是否符合該等資格規定尚不清晰。倘我們的全球收入須按所得稅法繳稅，我們的財務狀況及經營業績將受到重大且不利影響。

中國政府的外匯管制可能對 閣下的投資造成重大不利影響。

於往績記錄期間，我們以人民幣收取所有收益。人民幣一般不能自由兌換為任何外幣。根據現行中國外匯法規，在符合若干程序規定下，經常賬戶項目（包括溢利分派、利息支付及貿易與服務相關的外匯交易）可以外幣支付而毋須國家外匯管理局事先批准。因此，中國附屬公司可在符合若干程序規定的情況下，以外幣向本公司支付股息而毋須國家外匯管理局事先批准。然而，不能保證有關以外幣支付股息的外匯政策將繼續生效。

此外，資本賬戶下的外匯交易（包括償還外幣計值債務的本金）仍然受限並須獲得國家外匯管理局或其地方分局事先批准，或向國家外匯管理局或其地方分局登記。未來中國政府或會進一步實施規例及法規，可能限制經常賬戶及資本賬戶在若干情況

風險因素

下的外幣使用。有關限制或會影響我們透過債務融資取得外幣或獲取外匯以承擔資本開支的能力。缺乏足夠外幣或無法向我們轉讓足夠股息或作出其他付款或以其他方式償還其外幣計值債務將阻礙我們的業務營運或行政事宜。再者，我們或不能向股東派付股息。

匯率波動可能對我們派付股息的能力造成負面影響。

於往績記錄期間，我們所有收益均以人民幣計值。由於我們將以港元向股東派付股息，港元兌人民幣升值將會對我們兌換為港元後所得的金額造成負面影響，並因而減少我們的股息派付。

有關中國居民設立境外特殊目的公司的中國法規可能致使我們的中國居民股東面對個人法律責任，從而限制我們中國附屬公司向我們分派溢利的能力，或對我們的財務狀況造成不利影響。

於2014年7月4日，國家外匯管理局頒布《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》（「**第37號通告**」），其列明：(i)中國居民（包括中國居民自然人或中國公司）應於向以投資及融資為目的之特殊目的公司投入其合法資產或股本權益前向國家外匯管理局地方分局登記，及(ii)倘特殊目的公司的基本資料（如中國居民自然人股東、名稱或經營期限等）有所變更，或發生重大事項（如中國居民自然人所持的股本變動、分立或合併等），中國居民應適時就該等變更向國家外匯管理局地方分局登記。

國家外匯管理局於2015年2月13日發佈《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》（「**第13號通告**」），其規定境內直接投資的外匯登記及海外直接投資的外匯登記由銀行直接審閱及處理。

就我們所深知，於最後實際可行日期，我們所有中國境內個人股東須按第37號通告及第13號通告作外匯登記，並已向相關銀行妥為完成該登記。然而，我們未必能於任何時候完全清楚或得悉所有中國公民或居民實益擁有人的身份，且我們未必能夠時刻促使我們的實益擁有人遵守第37號通告及第13號通告的規定。故此，我們並不能保證所有中國公民或居民股東或實益擁有人將於任何時候遵守第37號通告、第13號通告

風險因素

或其他相關法規，或於未來作出或取得任何第37號通告、第13號通告或其他相關法規所要求的適用登記或批准。根據第37號通告及相關中國外匯法規，倘我們任何須作外匯登記及修訂的股東未能作出有關登記及修訂，我們的中國附屬公司可能將被禁止向我們分派溢利及因減少資本、股份轉讓或清盤[編纂]，且我們亦可能被禁止向我們的中國附屬公司提供以外幣計值的貸款或向其注資。另外，倘未能符合上述各外匯登記規定可導致該等中國附屬公司產生負債，且該等中國附屬公司須直接對違規負責的負責人及其他人士可能須受行政處罰。

中國針對境外控股公司向中國附屬公司的投資及貸款的規則及法規可能延遲或致使我們未能動用[編纂]的[編纂]以向我們的中國附屬公司作出額外出資或貸款，從而損害我們的資金流動性及擴充業務的能力。

作為我們中國經營附屬公司的境外控股公司，我們可向我們的中國附屬公司作出貸款或額外出資或同時作出貸款及額外出資。任何向我們中國附屬公司的貸款須符合中國法律及法規，且須獲得批准。例如，倘我們貸款予我們的全資中國附屬公司（為外商投資企業），以為其活動提供資金，該貸款額不得超過法定限額，且必須向國家外匯管理局或其地方分局登記。

有關所有我們於未來將向中國附屬公司作出的貸款或出資，我們未能保證將能及時完成所有當局所規定之登記或取得所有必要批准，甚或將不能完成有關登記或取得批准。倘我們未能完成該等登記或取得該等批准，我們動用[編纂][編纂]的能力將受影響，從而對我們的資金流動性及為中國業務提供資金與擴充中國業務的能力造成重大不利影響。

有關[編纂]的風險

於[編纂]時或[編纂]後，我們的股份可能不會出現活躍及／或公開交易市場。

股份並無過往公開市場。我們的附屬公司華視傳媒先前於新三板[編纂]，但已於2021年4月自願撤銷該[編纂]，以為本次[編纂]做準備。儘管我們已申請股份於聯交所GEM[編纂]及[編纂]，[編纂]時或之後我們的股份未必會形成交投活躍、公開或流動的公開市場，或者即使形成此類市場亦未必能持續。股東務請注意，作為[編纂]條件之一，我們的股份於[編纂]時必須形成公開市場。倘我們的股份於[編纂]時不存在公開市

風險因素

場，則聯交所將不會批准且證監會可能會反對股份[編纂]。本文件所載指示性[編纂]的釐定乃獨家[編纂] (為其本身及代表[編纂]) 與本公司的磋商結果。因此，[編纂]可能與股份於[編纂]後的市價大幅不同。[編纂]後，股東日後大量出售我們的股份可能會不時對我們的股份的現行市價造成不利影響。

此外，本集團控制範圍之外及與本集團業務表現無關的因素或會對我們的股份的流通性、市價及成交量造成不利影響。影響股份價格流通性及成交量的因素包括：

- 我們的經營業績 (如收益、損益及現金流量) 出現波動；
- 本集團或本集團任何可資比較公司服務的市價出現波動；
- 我們及我們競爭對手採納的定價政策的變動；
- 投資者對本集團及我們業務計劃的看法；
- 本集團公布新投資及戰略性聯盟；
- 高級管理層人員變動；及
- 中國整體經濟、社會和政治因素。

在上述情況下，投資者或不能以[編纂]或以上的價格出售其股份。

倘我們日後發行額外股份，投資者可能會受到攤薄。

日後本集團或會於行使[編纂]項下授出的購股權，或發行新股本或可換股證券後發行額外股份。任何有關發行後流通在外股份數目的增加將減少我們當時股東的股權，且可能會攤薄每股股份盈利及每股股份資產淨值。

此外，本集團日後可能需募集額外資金，為我們業務的擴張、投資及新發展提供資金。倘透過發行本公司新股本或可換股證券募集額外資金，而非按比例向現有股東發行，則我們當時股東的股權或會減少，或有關新證券可能會附帶較[編纂]所附帶者更優先享有的權利及特權。

風險因素

控股股東於公開市場出售大量股份可能對我們的股份的市價造成重大不利影響。

概不保證控股股東不會在[編纂]後彼等各自的禁售期屆滿後出售其股份。本集團無法預計任何控股股東日後出售我們的股份可能對我們的股份市價造成的影響(如有)。任何控股股東出售大量股份或市場預期可能出現有關出售，均會對我們的股份當時的市價造成重大不利影響。

我們未來可能不會就我們的股份宣派股息。

我們是否派發股息及股息金額將取決於我們的經營業績、現金流量、財務狀況、從附屬公司收到的現金股息、未來業務前景、法定及監管限制以及董事認為相關的其他因素。作為一家開曼群島公司，任何股息建議均由本公司董事全權酌情決定並須於股東大會上獲通過。本公司不能保證會在任何年度宣派或分派任何金額的股息。

[編纂]可予以終止。

[編纂]有意投資者務請注意，倘於[編纂]上午八時正或之前發生本文件「[編纂]安排及開支—[編纂]—終止理由」一節所載的任何事件，[編纂]有權經獨家[編纂](為其本身及代表其他[編纂])向本公司發出書面通知，終止彼等於[編纂]項下的責任。該等事件可包括但不限於任何天災、戰爭、暴亂、騷亂、民眾暴動、火災、水災、海嘯、爆炸、疫症、傳染病、恐怖活動、地震、罷工或停工。

開曼群島關於保障少數權益股東利益的法律有別於香港或其他司法權區的相關法律。

我們的公司事務由組織章程大綱、組織章程細則以及開曼群島公司法和普通法所規管，並在一定程度上受香港法律的約束。涉及保障少數股東權益的開曼群島法律在若干方面與香港及其他司法權區現存法律或司法案例所確立者有所不同。本集團少數股東可用的補救措施會有別於彼等根據香港法律或其他司法權區的法律所採用的補救措施。更多詳情請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節。

風險因素

有關本文件陳述的風險

本文件所載的若干事實及統計數據未必可靠。

本文件，尤其是「行業概覽」一節，包含從各政府機構、其他刊發文件和我們委託的一個第三方報告提取的信息和獨立統計數據。我們相信該等資料的來源對該等資料而言為適當的來源，並已採取合理的謹慎態度以擷取及複製該等資料。我們並無理由相信該等資料錯誤或具誤導成分或遺漏任何將致使該等資料錯誤或具誤導成分的事實。然而，本公司、獨家保薦人、[獨家][編纂]、[獨家][編纂]、[編纂]或彼等各自的董事、聯屬公司或顧問或參與[編纂]的任何其他各方並無對有關資料進行獨立審核，亦無對其準確性及完整性發表任何聲明。我們無法保證陳述或編輯這些資料的基準或準確度（視情況而定）與其他司法權區相同。因此，閣下不應不當依賴本文件所載的這些資料或統計數據。

本文件所載的統計資料未必能反映當前市場情況。

本文件所載有關中國市況的過往資料，基於中國經濟的急速轉變，未必能反映當前市況。本集團為了提供本集團經營行業的資料，以及讓投資者進一步瞭解本集團市場地位和表現，我們在本文件內提供不同的統計數據和事實。然而，因為近期的經濟發展可能尚未在該等統計數據中獲全面反映，且最新數據的提供可能滯後於本文件日期，故該等資料未必能反映中國當前市況。因此，任何有關市場份額、規模和增長的資料，或中國市場的表現及其他同類行業數據，應被視為對決定未來趨勢和業績而言參考價值甚微的歷史數據。

本文件所載的前瞻性陳述會受到風險及不確定因素的影響。

本文件載有與我們相關的若干前瞻性陳述及資料，該等陳述及資料乃根據管理層所信以及管理層所作假設及目前已有的資料作出。本文件就與本公司或管理層相關事宜採用「旨在」、「預測」、「相信」、「能夠」、「繼續」、「認為」、「或會」、「估計」、「預期」、「展望」、「有意」、「應會」、「可」、「可能」、「計劃」、「潛在」、「預計」、「推測」、「尋求」、「應」、「將會」、「將」等詞彙及類似表述時，即表示有關陳述為前瞻性陳述。有關進一步詳情，請參閱本文件「前瞻性陳述」一節。

風險因素

該等前瞻性陳述反映管理層當前對未來事件、營運、流動資金及資本資源的看法，其中部分看法可能不會實現或可能改變。該等陳述受若干風險、不確定因素（包括本文件所述其他風險因素）及假設影響。在GEM上市規則有關規定的規限下，我們不擬因新資料、未來事件或其他原因而公開更新或另行修訂本文件所載的前瞻性陳述。投資者不應過分依賴該等前瞻性陳述及資料。

閣下應閱讀整份文件，且我們鄭重提醒 閣下不應依賴任何報章、其他媒體及／或研究分析報導中有關我們、我們的業務、行業及[編纂]的資料。

刊發本文件前已有且在本文件日期後但於[編纂]完成前可能會有有關於我們、我們的業務、行業及[編纂]的報章、媒體及／或研究分析報道。該等報章、媒體及／或研究分析報道可能載有本文件並無出現的資料。我們並無授權於該等報章、媒體及／或研究分析報道披露任何有關資料，且不會對任何該等報章、媒體及／或研究分析報道或任何有關資料是否準確或完整或報章、其他媒體及／或研究分析報道發表的有關我們的股份、[編纂]、我們的業務、行業或我們的任何預測、觀點或看法是否公正或適當承擔任何責任。我們不就任何該等已發表的資料、預測、觀點或看法或任何有關刊物是否適當、準確、完整或可靠作出任何聲明。若該等陳述、預測、觀點或看法與本文件所載資料不一致或衝突，我們概不承擔任何責任。因此，務請 閣下僅基於本文件所載資料作出有關我們股份的投資決定，而不應依賴任何其他資料。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍
----	----	----

執行董事

陳繼承先生	中國 湖北省武漢市 武昌區 水果湖街中北路1號 楚天都市花園 C座5D室	中國
王書錦女士	中國 湖北省武漢市 洪山區 仁和路 金地自在城K3 5棟2803室	中國
張備先生	中國 福建省廈門市 思明區塔埔路7號 鑫塔水尚201室	中國
薛玉春女士	中國 湖北省武漢市 東西湖區 環湖路18號 奧林匹克花園小區美樹苑二期 八棟2單元302室	中國

董事及參與[編纂]的各方

獨立非執行董事

何威風博士	中國 湖北省 武漢市洪山區 珞新路紡織路金地格林東郡 13棟2單元2022室	中國
彭禮堂先生	中國湖北省武漢市 洪山區珞瑜路1037號 華中科技大學 喻園教師小區 3棟6單元1903室	中國
李光斗先生	中國 北京市朝陽區 慧忠里103號 B座708室	中國

有關董事的進一步詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層」一節。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

獨家保薦人

泓博資本有限公司

一間根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動之持牌法團

香港上環
禧利街2號
東寧大廈12樓5B室

[編纂]

及[編纂]

[編纂]

香港上環
禧利街2號
東寧大廈12樓5B室

本公司法律顧問

有關香港法律：

溫斯頓律師事務所

香港中環
花園道1號
中銀大廈42樓

有關中國法律：

天元律師事務所

中國北京
西城區
豐盛胡同28號
中國太平洋保險大廈B座10層

有關開曼群島法律：

Appleby律師行

香港鰂魚涌
華蘭路18號太古坊
港島東中心42樓
4201-03及12室

董事及參與[編纂]的各方

獨家保薦人及[編纂]的
法律顧問

有關香港法律：

金杜律師事務所

香港中環

皇后大道中15號

置地廣場

告羅士打大廈13樓

有關中國法律：

北京市競天公誠律師事務所

中國北京

朝陽區

建國路77號

華貿中心

3座34層

核數師及申報會計師

香港立信德豪會計師事務所有限公司

執業會計師

香港中環

干諾道中111號

永安中心25樓

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司

上海

南京西路1717號

會德豐國際廣場

2504室

郵編：200040

收款銀行

[●]

公司資料

開曼群島註冊辦事處	AMS Corporate Services (Cayman) Limited 3-212, Governors Square 23 Lime Tree Bay Avenue P.O. Box 30746, Seven Mile Beach Grand Cayman, KY 1-1203 Cayman Islands
中國總部及主要營業地點	中國武昌區 茶港新村東院1號 水生科技苑二期 辦公樓2號樓第一層
香港主要營業地點	香港 皇后大道東183號 合和中心54樓
公司網站	www.youmeimu.com (網站資料並不構成本文件的一部分)
公司秘書	黎寶瑩 卓佳證券登記有限公司 香港 皇后大道東183號 合和中心54樓
合規主任	薛玉春 中國湖北省武漢市 東西湖區 環湖路18號 奧林匹克花園小區美樹苑二期 八棟2單元302室

公司資料

授權代表 (就GEM上市規則而言)	薛玉春 中國 湖北省武漢市 東西湖區 環湖路18號 奧林匹克花園小區美樹苑二期 八棟2單元302室
	黎寶瑩 卓佳證券登記有限公司 香港 皇后大道東183號 合和中心54樓
審核委員會	何威風(主席) 彭禮堂 李光斗
薪酬委員會	彭禮堂(主席) 王書錦 何威風
提名委員會	陳繼承(主席) 李光斗 彭禮堂
合規顧問	浚博資本有限公司 香港 上環 禧利街2號 東寧大廈12樓5B室
開曼群島主要[編纂] 登記處	[編纂]

公司資料

香港[編纂]登記分處

[編纂]

主要往來銀行（按字母順序）

中國農業銀行股份有限公司

武漢梅嶺支行

中國

武漢市武昌區

東湖路137-1號

中國建設銀行股份有限公司

武漢分行

中國

湖北省武漢市

武昌區中南路1號

中國民生銀行股份有限公司

武漢中南支行

中國

武漢市武昌區

中北路1號

湖北銀行股份有限公司

總行銷售部

中國

武漢市武昌區

中北路86號

行業概覽

除另有指明外，本章節所載資料來自多份政府官方刊物、其他刊物以及由我們所委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。

我們相信有關資料來源恰當，且我們已合理地摘錄及轉載該等資料。我們無理由相信該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分。然而，我們或參與[編纂]的任何其他方(弗若斯特沙利文除外)概無獨立核實該等資料，我們或參與[編纂]的任何其他方亦概無就該等資料的準確性及完整性作出任何聲明。有關資料及統計數據可能與中國境內外所編製的其他資料及統計數據不一致。因此，閣下不應過度依賴該等資料。

資料來源

我們委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文就中國品牌、廣告及營銷一體化方案服務市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一家於1961年在紐約成立的獨立全球諮詢公司。本文件所披露的弗若斯特沙利文的資料乃摘錄自弗若斯特沙利文報告，該報告由我們以人民幣450,000元的費用委託編製，並在取得弗若斯特沙利文的同意下披露。

弗若斯特沙利文報告的市場研究過程乃透過仔細一手研究進行，當中涉及與領先行業參與者及行業專家對品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場情況的討論。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自身研究數據庫的數據。

弗若斯特沙利文報告所載分析及預測乃基於編製有關報告時的以下主要假設：(i) 於未來十年中國經濟可能維持穩定增長；(ii) 於預測期間中國的社會、經濟及政治環境很可能維持穩定；(iii) COVID-19很可能在短期內影響中國宏觀經濟的穩定性；及(iv) 中國廣告市場的快速發展、多元化廣告媒體的出現及其他市場驅動力將推動品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場的發展。董事確認，經合理審慎考慮後，自弗若斯特沙利文報告日期以來，整體市場資料概無出現可能在任何重大方面約制、抵觸或影響該等資料的任何重大不利變動。

中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場概覽

概覽及緒言

品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商主要提供從市場研究至廣告方案執行的整個價值鏈的一站式服務，以協助廣告主制定有效的營銷方案、提高品牌在目標群體中的聲譽及提高產品或服務的競爭力及市場份額。

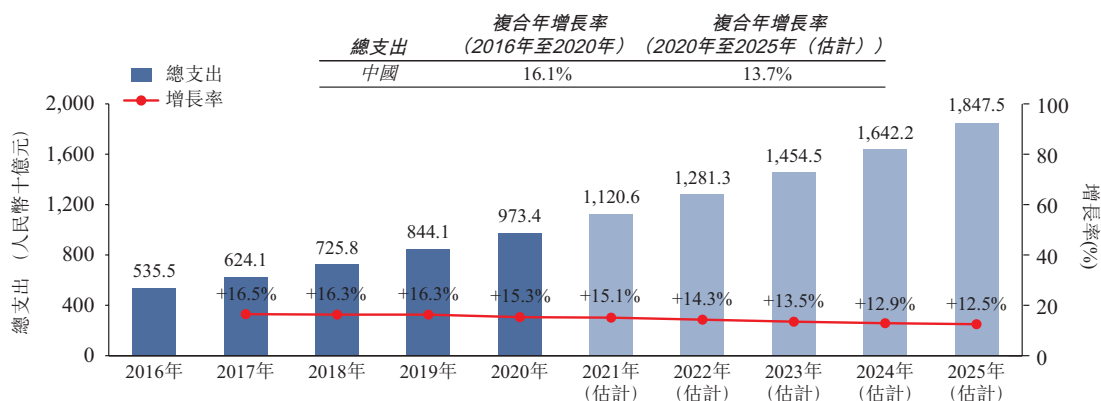
品牌、廣告及營銷方案一體化服務一般包括：(i) 品牌服務；(ii) 廣告服務，主要包括傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務；及(iii) 活動執行及製作服務。中國約有150家品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，彼等可通過前期參與客戶項目、提供一站式服務及提高服務效率來保持競爭力。

該市場的市場參與者普遍具有較強的整合價值鏈上多元化服務及各種媒體資源的能力、多行業數據庫、較強的進行市場研究及廣告提案的數據分析能力及通過長期積累的良好往績記錄獲得的充足經驗及良好品牌聲譽，從而提高了中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場的准入門檻。

行業概覽

品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場的市場規模

2016年至2025年（估計）品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場（中國）的總支出



資料來源：弗若斯特沙利文分析

隨著中國廣告市場的快速發展及多元化廣告媒體（包括電視廣告、戶外媒體廣告及線上媒體廣告）的出現，廣告主對個性化品牌及營銷方案提出了更高的要求，該等方案須滿足彼等的特定要求，如營銷目標、廣告效果及預算評估，這促進了中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場的發展。自2016年至2020年，中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場總支出快速增長，由人民幣5,355億元增加至人民幣9,734億元，複合年增長率為16.1%。於2020年，湖北省品牌、廣告及營銷方案一體化服務總支出達到約人民幣246億元，約佔全國總支出的2.5%。

品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商擁有充足的客戶群，並與廣告主擁有穩定的合作關係，可輕鬆探索及開發線上媒體廣告等廣告媒體的新資源，主要是因為已與彼等服務供應商建立合作關係的廣告主已認可彼等深厚的行業知識，且以新媒體形式投放廣告能進一步豐富多維品牌、廣告及營銷方案。未來，中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場預期將保持快速增長，到2025年末，總支出將達到人民幣18,475億元，2020年至2025年的複合年增長率將為13.7%。

競爭格局

2020年華中品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商總銷售收入前五名

排名	公司	市場份額 (%) (按收入計)
1	公司A	13.8%
2	公司B	13.1%
3	本集團	11.4%
4	公司C	10.8%
5	公司D	10.2%
前五名		59.3%

資料來源：年報；弗若斯特沙利文分析

行業概覽

華中地區約有15家品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，總銷售收入約為人民幣906.8百萬元。在華中所有品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商中，以2020年總銷售收入計，本集團排名第三，市場份額為11.4%。於2020年，本集團的銷售收入佔中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務總支出約0.01%。

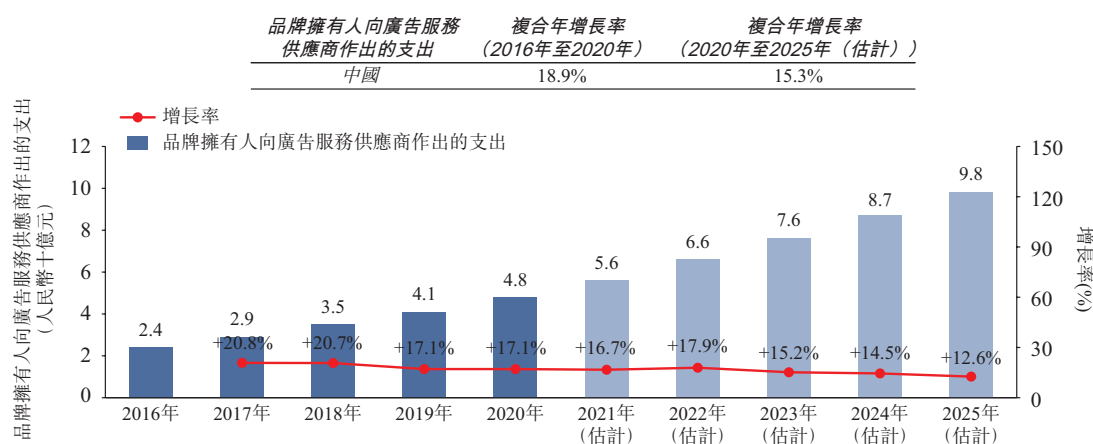
中國品牌服務市場分析

概覽及緒言

品牌服務指為品牌商提供的一系列服務，以獲得客戶對品牌的認可，提高品牌聲譽，傳播品牌商的獨特理念，及增強其競爭優勢。品牌服務主要包括對客戶所在行業的市場研究、品牌及營銷策劃、企業視覺識別系統設計、產品包裝設計、廣告策劃等。品牌服務的費用一般取決於項目期間產生的研究費用和勞動力成本，而品牌服務供應商通常根據服務範圍、項目期限和客戶要求，以預估成本的成本加成方式收取費用。

中國品牌服務市場的規模

2016年至2025年（估計）品牌服務市場（中國）中品牌擁有人向廣告服務供應商作出的支出



資料來源：弗若斯特沙利文分析

主要由於中國企業更加註重品牌形象及對品牌服務的需求不斷增長，品牌服務市場品牌擁有人向廣告服務供應商作出的總支出由2016年的人民幣24億元快速增長至2020年的人民幣48億元，期間複合年增長率為18.9%，主要由於中國企業對品牌形象的重視和對品牌服務需求的增長。於2020年，來自湖北省所有廣告服務供應商的服務總銷售收入達到約人民幣3億元，約佔中國品牌服務市場中品牌擁有人向廣告服務供應商作出的總支出的6.3%。

未來預計中國品牌服務市場品牌擁有人向廣告服務供應商作出的支出將保持持續增長，並將於2025年達到人民幣98億元，2020年至2025年的複合年增長率為15.3%，主要由於更多的廣告服務供應商將從事提供品牌服務。

市場驅動力

消費升級促進品牌偏好：服務行業的發展和消費升級需求的增加，導致對知名品牌更高的偏好，該等品牌容易被顧客認可並在市場上迅速傳播。因此，中國的企業更加重視其品牌聲譽，並致力於通過有效的營銷策略推廣其品牌形象，這促進了中國品牌服務市場的發展。

行業概覽

品牌形象的曝光機會增多：由於公共基礎設施建設的加快、品牌贊助形式的多樣化以及電視、網絡及戶外等各類媒體的不斷發展，品牌形象已有更多的曝光機會。因此，品牌形象的曝光機會增多刺激了品牌服務需求的增長。

中小型品牌商的需求不斷增長：主要由於部分公司（尤其是中小型品牌商）不具備強大的營銷能力來制定有效的品牌策略，因此他們傾向於將品牌服務外包，這為品牌服務市場提供了廣闊的發展潛力。同時，品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商可以利用品牌服務和廣告服務的協同效應，例如，他們可以根據其多種廣告資源優化營銷方案，並根據品牌策略有效地進行廣告購買和投放，這有利於他們發展品牌服務業務。

未來機遇

擴展服務範圍：隨著品牌服務市場的發展，品牌商對服務質量和服務範圍提出了更高的要求，而品牌服務供應商亦致力於擴展其服務範圍，涵蓋完整的營銷過程，主要包括前期市場研究、項目組織和策劃、品牌策略的制定和實施以及實施結果的評估。由於服務範圍的擴大，在提供相關服務方面具備專業知識的品牌服務供應商可以保持競爭力，並進一步提高其市場份額。

與專業第三方機構的合作：由於品牌服務供應商業務的不斷拓展及品牌服務在各行業的不斷普及，品牌服務供應商必須為不同行業提供定制服務，這將促進品牌服務供應商與專業第三方機構（如大學及市場研究公司等）之間的合作，乃由於專業第三方機構掌握著相關行業的數據和市場資料，可以通過大數據及物聯網等新技術的應用進行科學分析，以發現不同行業的最新市場趨勢和客戶潛在需求，為品牌策略的制定提供可靠依據。

准入門檻

對行業的深入認識：品牌服務供應商提供專業服務，幫助其客戶在顧客中建立品牌認知度、提高品牌聲譽及提升其競爭優勢。因此，品牌服務供應商須對品牌商所在相關行業有深入認識，以根據有關行業的產品特徵、客戶需求以及市場變化制定有效的品牌策略。

專業人才：於提供品牌服務期間，品牌服務供應商一般會與多個企業管理人員會面，了解其公司的經營狀況及其營銷目標，並提交專業的品牌營銷方案，為其客戶提供培訓以支持有關方案的落實。因此，提供品牌服務要求大量擁有紮實溝通能力及品牌規劃專長的專業人才。

項目經驗：於挑選品牌服務供應商時，品牌商傾向於選擇擁有豐富項目經驗及卓越往績記錄的服務供應商。憑藉充足的項目經驗，品牌服務供應商可通過專業的品牌服務提升其客戶營銷品牌的知名度及聲譽，且能夠更好地進一步捕捉潛在市場機遇。

行業概覽

競爭格局

2020年按品牌服務銷售收入計的湖北省五大廣告服務供應商

排名	公司	市場份額(%) (按收入計)
1	本集團	20.4%
2	公司E	16.7%
3	公司F	6.7%
4	公司G	6.2%
5	公司H	5.8%
前五名		55.8%

資料來源：弗若斯特沙利文分析

2020年湖北省全部廣告服務供應商的 brand 服務銷售收入總額約為人民幣3億元。2020年，按品牌服務的銷售收入計，本集團於湖北省全部廣告服務供應商中排名第一，品牌服務的銷售收入約為人民幣61.3百萬元。於2020年，來自本集團品牌服務的銷售收入約佔中國品牌服務市場中品牌擁有人向廣告服務供應商作出的總開支的1.3%。

中國廣告市場的分析

概覽及介紹

根據交付渠道的類型，廣告市場可分類兩大主要分支，傳統線下媒體廣告市場及線上媒體廣告市場。線下媒體廣告通過雜誌及報紙、廣播、電視及戶外媒體廣告投放形式交付。與此同時，隨著互聯網（尤其是移動設備）的滲透，更多廣告主更傾向於通過線上渠道發佈廣告，原因為其具有無限地域覆蓋、及時性及包容性等有利屬性。

廣告市場主要參與者



資料來源：弗若斯特沙利文分析

中國廣告行業的主要參與者包括廣告主、廣告服務供應商、廣告媒體／平台以及消費者／受眾。

廣告主指自行或通過委託廣告服務供應商設計、製作或發佈廣告的各行業企業、組織或個人。作為廣告主及廣告媒體／平台的中介，廣告服務供應商會根據廣告主明確提出的營銷指標及營銷需求進行媒體購買及策劃，並定期就媒體環境作出報告、評估廣告效果及根據廣告媒體／平台的媒體策劃執行結果為廣告主優化廣告策略。近年來，廣告主更青睞於通過廣告服務供應商聯繫廣告媒體或平台，原因為廣告服務供應

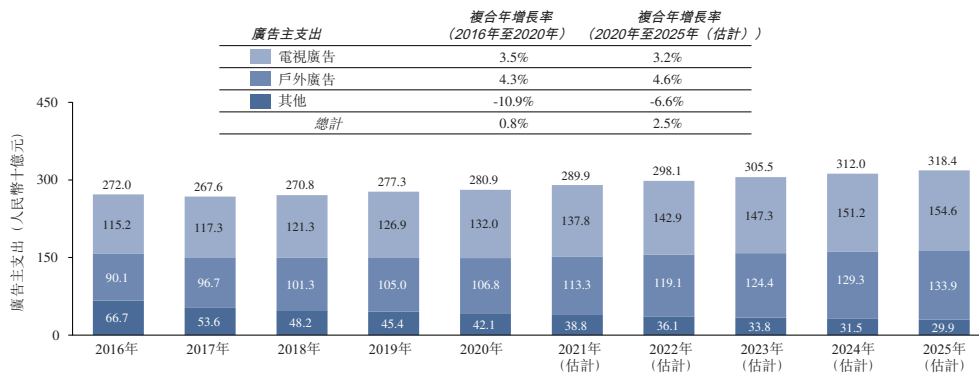
行業概覽

商有不同媒體的充足資源，可為其提供有效的營銷策略及廣告投放方案。此外，廣告服務供應商通過其他廣告服務供應商獲取其缺少的媒體資源亦屬常見。

廣告媒體／平台指多種媒體資源，包括雜誌及報紙、廣播、電視及戶外媒體廣告等線下媒體資源以及線上媒體廣告。廣告媒體／平台通常根據廣告服務供應商制定的具體廣告策略執行媒體策劃。

中國線下媒體廣告服務市場分析

線下媒體廣告服務市場（中國）的廣告主支出2016年至2025年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

傳統線下媒體廣告主要通過電視、在多種戶外場景（如商業樓宇、地鐵線路、機場、公交車、電梯、電影院、雜誌及報紙等）的戶外媒體及廣播廣告投放。於2016年至2020年，在中國線下媒體廣告服務市場中廣告主的總支出由人民幣2,720億元微增至人民幣2,809億元，複合年增長率為0.8%。未來，預計於2025年在中國線下媒體廣告服務市場中廣告主的總支出將達到人民幣3,184億元，於2020至2025年的複合年增長率為2.5%。

電視廣告及戶外媒體廣告（作為主要的傳統線下媒體）已進入成熟發展階段，同時在電視廣告及戶外媒體廣告中廣告主的支出保持適度增長，於2016年至2020年的複合年增長率分別為3.5%及4.3%。並預計於2020年至2025年的複合年增長率將分別為3.2%及4.6%。其中，中國戶外媒體廣告服務市場的驅動力主要包括不斷增加的戶外媒體廣告公共場所、不斷增長的戶外娛樂需求及日益受歡迎的數字戶外媒體廣告。

在中國線下媒體廣告服務市場中，其他媒體主要包括雜誌、報紙及廣播，該市場因雜誌及報紙讀者以及廣播受眾人數不斷減少而持續萎縮。

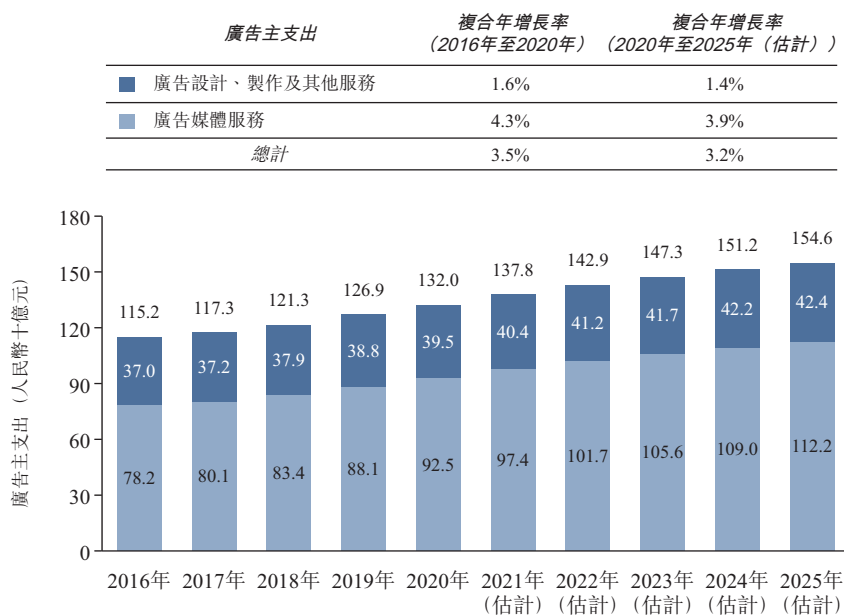
中國電視廣告服務市場分析

電視廣告是一種用電視作為溝通媒體的廣告形式，可將視覺形象及聽覺信息結合在一起，傳遞推廣營銷信息。根據電視廣告形式，電視廣告通常可以分為硬性廣告及宣傳等其他形式。硬性廣告指使用具吸引力的語言引導消費者在電視廣告時段內購買產品或服務的直接廣告方式。

行業概覽

電視廣告服務市場的規模

2016年至2025年（估計）電視廣告服務市場（中國）中廣告主的支出



資料來源：弗若斯特沙利文分析

電視廣告服務市場是廣告行業的主要分部之一，於2016年至2020年期間穩定增長，廣告主在電視廣告服務市場方面的支出由2016年的約人民幣1,152億元增加至2020年的約人民幣1,320億元，複合年增長率為3.5%。於2020年，來自湖北省所有電視廣告服務供應商的電視廣告媒體服務的總銷售收入達到約人民幣7億元，約佔中國電視廣告媒體服務中廣告主總支出的0.8%。

隨著中國電視廣告服務市場的進一步發展，預期到2025年，中國電視廣告服務市場廣告主的支出將增加至約人民幣1,546億元，自2020年至2025年的複合年增長率為3.2%。同期，廣告主在廣告設計、製作及其他服務以及廣告媒體服務方面的支出預期將分別以1.4%及3.9%的複合年增長率增長。

電視廣告資源的定價政策

就硬性電視廣告而言，電視廣告服務供應商按每次時間成本收費，其按不同的廣告時長（例如5秒、10秒、15秒及30秒）計費。不同時段及不同電視節目的電視廣告的廣告價格不同，及於2018年至2020年主要省級衛視電視台運營商的平均廣告價格保持穩定。

電視廣告服務市場的未來機遇

提升電視廣告資源的質量：電視廣告資源根據不同的電視節目（如電視台運營商播出的電視劇及綜藝節目）進行分配，因此電視廣告資源的質量很大程度上取決於電視節目的質量。近年來，由於消費者娛樂的需求不斷增長及對電視節目的需求不斷增長，大量電視節目獲得高度評價，這為廣告主提供越來越多的優質媒體資源。未來，隨著優質電視節目的數量持續增加，未來將會有更多優質的電視廣告資源。

行業概覽

電視廣告服務市場的競爭格局

2020年按電視廣告媒體服務的銷售收入劃分的
湖北省五大電視廣告服務供應商

排名	公司	市場份額(%) (按收入計)
1	公司I	9.5%
2	公司J	5.5%
3	公司K	4.7%
4	公司L	2.7%
5	本集團	1.1%
前五名		23.5%

資料來源：弗若斯特沙利文分析

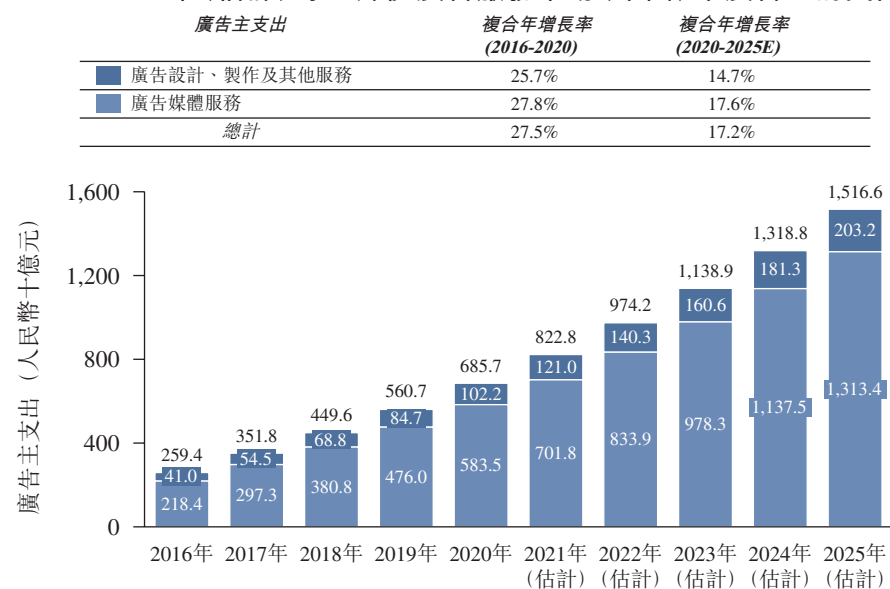
截至2020年12月31日，中國擁有超過5,000家電視廣告媒體服務供應商。2020年湖北省所有電視廣告服務供應商的電視廣告媒體服務的總銷售收入約為人民幣7億元。於2020年，就電視廣告媒體服務的銷售收入而言，本集團於湖北省所有電視廣告服務供應商中排名第五，市場份額為1.1%。於2020年，來自本集團電視廣告媒體服務的銷售收入約佔中國電視廣告媒體服務中廣告主總支出的0.009%。

中國線上媒體廣告服務市場分析

線上媒體廣告為一種利用互聯網及移動互聯網，以文字、圖片、音頻及視頻等形式向消費者傳遞促銷信息的營銷方式。根據不同的信息傳遞方法及渠道，線上媒體廣告可分為搜索引擎廣告、電子商務廣告、展示廣告、信息流廣告及分類廣告等。線上媒體廣告的特點主要包括(i)廣泛的用戶接觸；(ii)用戶黏性高；(iii)良好的性價比；(iv)靈活的廣告策略；及(v)綜合數據分析。

線上媒體廣告服務市場的規模

2016至2025年(估計)線上媒體廣告服務市場(中國)中廣告主的支出



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國線上媒體廣告服務市場的廣告主支出從2016年的約人民幣2,594億元增加到2020年的約人民幣6,857億元，複合年增長率為27.5%。於2020年，來自湖北省所有線上媒體廣告服務供應商的廣告媒體服務的總銷售收入達到約人民幣105億元，約佔中國線上廣告媒體服務中廣告主總支出的1.8%。

未來，中國線上媒體廣告服務市場的廣告主支出預計將以17.2%的複合年增長率進一步增長，到2025年底達到約人民幣15,166億元。同期，廣告主在廣告設計、製作和其他服務以及廣告媒體服務方面的支出預計將分別以14.7%和17.6%的複合年增長率增長。

線上廣告資源的定價政策

廣告服務供應商主要與廣告主及廣告媒體／平台商討，及主要根據獲取線上媒體資源的成本釐定基本定價模式及基準價格。線上媒體廣告服務市場最常見的定價模型指標包括每千人成本、每點擊成本、每安裝成本、每行動成本及每銷售成本。根據廣告主的要求，廣告服務供應商進一步確認額外的關鍵績效指標，如註冊率、保留率、次日保留率等，以評估廣告效果。

線上媒體廣告服務市場的驅動因素

互聯網用戶和移動互聯網用戶的數量不斷增加：根據中國互聯網絡信息中心的數據，中國互聯網用戶總數從2016年的7.313億增加到2020年的9.89億，複合年增長率為7.8%，而中國移動互聯網用戶數量則從2016年的6.953億增加到2020年的9.86億，複合年增長率為9.1%。持續增長的互聯網用戶和移動互聯網用戶數量將擴大線上媒體廣告的曝光率，且由於受眾基數大，將促使廣告主選擇網絡渠道進行廣告投放。

線上媒體廣告的優勢：與電視廣告、戶外媒體廣告等線下媒體廣告相比，線上媒體廣告的優勢在於：線上媒體廣告覆蓋面廣，線上媒體廣告的效果和表現可以被監測和衡量，線上媒體廣告可以精準地到達目標受眾。在這樣的優勢下，線上媒體廣告逐漸獲得了廣告主的青睞，從廣告主的支出來看，線上媒體廣告在中國廣告市場的比例已從2016年的48.8%上升到2020年的70.9%。

新技術的應用：大數據、人工智能、雲計算等新技術的應用，促進了中國線上媒體廣告服務市場的發展。通過新技術的應用，線上媒體廣告可以實現精準營銷和效果監測，並逐漸從傳統的線上媒體廣告發展到實時競價廣告，即通過第三方網絡媒體交易平台和數據庫運營商向目標互聯網用戶投放廣告，而這些廣告是根據用戶的興趣、搜索歷史、瀏覽歷史和以往活動軌跡等相關數據庫選擇的。擁有成熟的新技術應用經驗的線上媒體廣告服務供應商可以保持競爭優勢，獲得更大的市場份額。

線上媒體廣告服務市場的未來機遇及挑戰

越來越受廣告主歡迎：隨著中國宏觀經濟增長的放緩，企業逐漸結束了快速擴張的增長模式，對高質量、高效率的營銷渠道的需求也在不斷增加。因此，越來越多的廣告主開始關注線上媒體廣告的優勢，包括用戶定位、精準營銷、效果可測等。廣告主青睞線上媒體廣告的主要行業已逐漸擴展到傳統行業，如金融、醫療、製造業和教育行業等。未來，智能手機的普及和5G技術的商用落地將進一步促進線上媒體廣告優勢的發揮，從而推動中國線上媒體廣告服務市場的進一步發展。

行業概覽

基於表現的廣告越來越受歡迎：技術已從根本上改變了廣告業，並使廣告主在如何爭取潛在消費者方面變得異常具體。廣告主能夠匯總搜索數據和社交媒體數據，以繪製準確的客戶檔案及確定他們是否目標客戶。隨著互聯網和移動互聯網的滲透率不斷提高，廣告主和線上媒體廣告服務供應商預計將更加關注線上媒體，在線發佈的營銷活動已變得越來越以業績為導向。未來，營銷技術在線上媒體廣告服務市場的盛行，預計將進一步幫助廣告主提高活動效率和效果，以實現投資回報率(ROI)的最大化。

營銷技術對於綜合服務能力的盛行：技術能力已經成為線上媒體廣告服務供應商的核心競爭力。如今，成熟的服務供應商一直在努力為廣告主提供一步到位的綜合營銷方案。大數據和雲計算技術可以幫助廣告主收集大量的客戶行為信息，建立全面的客戶檔案庫，以實現基於多種工具和平台的定向和綜合廣告服務。隨著更多先進技術的出現和應用，中國的線上媒體廣告服務供應商將有更廣闊的發展潛力。

線上媒體廣告服務市場的進入門檻

行業數據庫：營銷數據和客戶行為信息的廣度和深度及其數據分析能力對線上媒體廣告服務供應商提供有效的定向營銷服務至關重要。一個成熟的服務供應商如果能夠獲得大量的數據、信息和媒體資源，將能夠開發出更精確的數據分析工具，並產生更深入的營銷策略和行業洞察力，這是中國線上媒體廣告服務市場新進場者的主要進入門檻之一。然而，綜合品牌、廣告和營銷方案服務供應商可以將其從其他媒體資源中積累的不同行業的數據庫，如營銷數據和客戶行為信息應用於線上媒體廣告的投放，其深入的行業專業知識也適用於中國的線上媒體廣告服務市場，這可以成為綜合品牌、廣告和營銷方案服務供應商的競爭優勢之一。

品牌意識：廣告主更傾向於與現有的線上媒體廣告服務供應商合作，因為這些廣告服務供應商尤其是知名的服務供應商擁有優質的服務、充足的媒體資源和成熟的經驗，往往對廣告主的產品和營銷需求有更多的洞察力。對於新進場者來說，他們很難在短時間內建立自己的品牌知名度，與知名的線上媒體廣告服務供應商競爭。然而，擁有自己客戶群的綜合品牌、廣告和營銷方案服務供應商可以很容易地開始為他們的現有客戶開發線上媒體廣告業務，這些客戶已經認可他們深入的行業專業知識，因為在線上媒體廣告中投放廣告可以進一步豐富多維度的品牌、廣告和營銷方案。

廣告主和媒體資源：對於線上媒體廣告服務供應商來說，輕鬆獲得廣告主和媒體資源是至關重要的。這種渠道是通過多年提供適當的基礎設施和投資於市場經驗、社會關係和客戶行為跟蹤以建立一個充分和有效的資源網絡來建立的。同時，線上媒體資源高度集中，大部分領先的線上媒體資源供應商的廣告機會已經被領先的線上媒體廣告服務供應商所佔據。因此，現有的市場參與者已經建立了穩定的廣告主和媒體網絡，而新進場者在獲得廣告主和媒體資源以支持其業務發展方面預計將面臨一定困難。主要由於有各種各樣的線上媒體資源，彼等比電視廣告更容易獲得，而電視廣告服務供應商必須與電視台運營商建立穩定的合作關係才能獲得有限的電視廣告資源。因此，對於那些在與電視台運營商的合作中有著良好口碑的品牌、廣告和營銷綜合解決方案的服務供應商而言，獲取線上媒體資源要容易得多。

行業概覽

線上媒體廣告服務市場的競爭格局

2020年按媒體服務銷售收入排名的湖北省十大線上媒體廣告服務供應商

排名	公司	市場份額 (按收入計) (%)
1	公司M	16.2%
2	公司E	5.7%
3	公司N	4.8%
4	公司F	4.1%
5	公司O	0.8%
6	公司P	0.6%
7	公司C	0.6%
8	公司Q	0.5%
9	本集團	0.2%
10	公司H	0.1%
前十名		33.6%

資料來源：弗若斯特沙利文分析

截至2020年12月31日，中國擁有超過5,500家線上廣告媒體服務供應商。2020年湖北省所有線上媒體廣告服務供應商的廣告媒體服務銷售總收入達到約人民幣105億元。就2020年廣告媒體服務的銷售收入而言，本集團在湖北省所有線上媒體廣告服務供應商中排名第九，市場份額約為0.2%。於2020年，來自本集團線上廣告媒體服務的銷售收入約佔中國線上廣告媒體服務中廣告主總開支的0.003%。

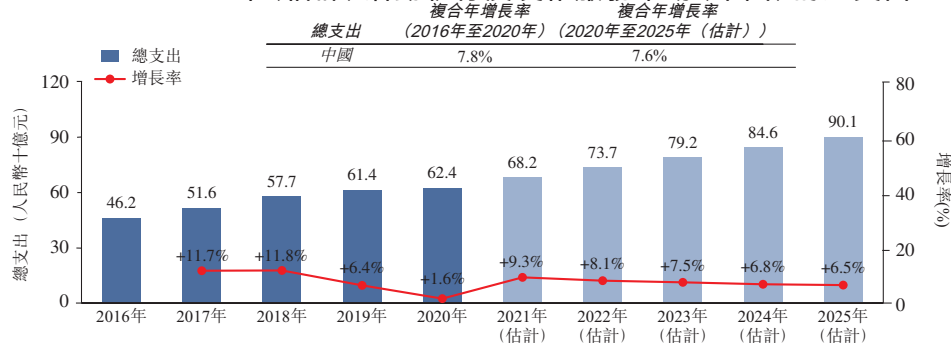
中國活動執行及製作服務市場分析

概述及介紹

活動執行及製作服務指活動執行及製作服務供應商為營造良好的社會環境、獲得社會輿論支持而採取的行動和活動。具體而言，活動執行及製作服務是指在文學活動、節目、展覽、路演、會議、新聞發佈會、座談會等線下場景活動以及網絡論壇、社交網絡服務平台等線上場景活動中，提供包括創意策劃、文案撰寫、場地租賃、物資採購、現場管理和協調等在內的各種專業服務。活動執行及製作服務供應商通常根據場地租賃和採購場景活動材料以及從第三方公司獲得相關服務的成本，以成本加成的方式確定其對客戶的服務費用。

活動執行及製作服務市場的規模

2016至2025年(估計)活動執行及製作服務市場(中國)的總支出



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

由於汽車行業、IT及通信行業、互聯網行業、快速消費品(FMCG)行業等下遊行業的需求不斷增加，近年來中國活動執行及製作服務市場總支出持續增長，已從2016年的人民幣462億元增加到2020年的人民幣624億元，複合年增長率為7.8%。

未來，隨著汽車行業、IT及通信行業、互聯網行業等下遊行業的進一步發展，以及口碑營銷、KOL(關鍵意見領袖)管理等各類新媒體營銷的應用，預計中國活動執行及製作服務市場將保持穩定發展，2025年活動執行及製作服務市場總支出將達到人民幣901億元，2020至2025年的複合年增長率將為7.6%。2020年，受COVID-19影響，由於防疫措施，線下場景活動的籌備和舉辦受到限制，可能會導致2020年活動執行及製作服務市場總支出增速放緩。

活動執行及製作服務市場的未來機遇

多元化的營銷方式：多元化的營銷方式與場景活動的結合是中國活動執行及製作服務市場未來的主要機遇之一。隨著新技術的廣泛應用和新媒體的普及，活動執行及製作服務供應商應用互聯網技術進行精準有效的傳播，不僅創造了有價值的內容，亦使品牌與消費者之間有了更好的溝通和互動。通過多元化的營銷方式，活動執行及製作服務供應商能夠在擴大業務範圍的同時，提高客戶滿意度。

活動執行及製作服務市場的競爭格局

中國的活動執行及製作服務供應商主要包括活動策劃公司、公關公司及廣告服務公司。就活動執行及製作服務收入而言，本集團佔中國活動執行及製作服務市場總支出約0.02%。

本集團的競爭優勢

作為品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，本集團能夠保持競爭優勢的原因如下：具備成熟的戰略制定及數據分析能力，在提供一站式優質品牌、廣告及營銷方案一體化服務方面擁有良好的往績記錄，與各種媒體資源供應商保持穩定及長期的業務關係，有能力制定可用於在廣泛的媒體平台上製作不同品牌、廣告及營銷內容的定制想法及概念，與不同行業客戶建立了良好的業務關係，及擁有一支具備深厚行業經驗的資深管理團隊。

按2020年總銷售收入計，本集團在華中地區的所有綜合品牌、廣告和營銷方案服務供應商中排名第三，市場份額約為11.4%。細分服務方面，本集團(i)按2020年品牌服務銷售收入計在湖北省的所有廣告服務供應商中排名第一，市場份額約為20.4%；(ii)按2020年電視廣告媒體服務銷售收入計在湖北省的所有電視廣告服務供應商中排名第五，市場份額約為1.1%；及(iii)按廣告媒體服務銷售收入計在湖北省的所有線上媒體廣告服務供應商中排名第九，市場份額約為0.2%。

監管概覽

以下是適用於我們業務及運營的主要中國法律、法規及條例的概要。

關於公司及外商投資的中國法律法規

公司法

中國公司實體的設立、經營及管理一般受《中國人民共和國公司法》（「**公司法**」）的約束，該法由全國人民代表大會常務委員會（「**全國人大常委會**」）於1993年12月29日頒佈，於1994年7月1日生效，並於2018年10月26日最新修訂。公司法適用於中國國內公司及外商投資企業，但對於中國法律規定的與外商投資有關的事項，應以該等法律為準。

關於外商投資企業的規定

根據全國人民代表大會（「**全國人大**」）於2019年3月15日通過並於2020年1月1日生效的《中華人民共和國外商投資法》（「**《外商投資法》**」），中國政府對外商投資的管理實行准入前國民待遇加負面清單（定義見下文）的制度。准入前國民待遇是指在投資的市場准入階段給予外商投資者及其投資的待遇不應低於給予國內投資者及其投資的待遇。負面清單是指中國政府對外商投資進入特定領域的特別行政措施。中國政府對不受負面清單約束的外商投資給予國民待遇。外商投資者不得投資於負面清單所禁止的任何領域。對於負面清單限制的領域，外商投資者的投資應符合負面清單規定的條件，對未列入負面清單的領域，按照內資與外資同等對待的原則管理。外商投資企業的組織形式、結構及經營規則應遵循公司法、《中華人民共和國合夥企業法》及其他相關法律的規定。隨著《外商投資法》於2020年1月1日生效，《中華人民共和國中外合資經營企業法》、《中華人民共和國外資企業法》及《中華人民共和國中外合作經營企業法》同時廢止，而在《外商投資法》實施前根據該等法律成立的外商投資企業，在《外商投資法》實施後五年內可以保留其原有的組織形式及其他方面。

監管概覽

於2019年12月26日，國務院頒佈《中華人民共和國外商投資法實施條例》（《**實施條例**》），並於2020年1月1日正式實施，其進一步取代了《中華人民共和國中外合資經營企業法實施條例》、《中外合資經營企業合營期限暫行規定》、《中華人民共和國外資企業法實施細則》及《中華人民共和國中外合作經營企業法實施細則》。根據《實施條例》，外商投資企業的登記由國務院市場監管部門或其授權的地方對應機構依法辦理。外商投資者或者外商投資企業應當通過企業登記系統及企業信用信息公示系統向商務主管部門提交投資信息。《外商投資法》及《實施條例》也適用於外商投資企業在中國的投資。

於2019年12月30日，商務部（「**商務部**」）及國家市場監管總局聯合頒佈了《外商投資信息報告辦法》（《**報告辦法**》），自2020年1月1日起生效，並取代了《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》。根據《報告辦法》，外商投資者或外商投資企業應通過提交初始報告、變更報告、註銷登記報告、年度報告等方式申報投資信息。

外商投資產業指導目錄

國家發展及改革委員會（「**發改委**」）及商務部分別於2020年6月23日及2020年12月27日聯合頒佈了《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2020年版）》（「**2020負面清單**」）及《鼓勵外商投資產業目錄（2020年版）》（「**2020鼓勵目錄**」），並分別於2020年7月23日及2021年1月27日生效。2020負面清單及2020鼓勵目錄列舉了與外商投資有關的禁止、限制及鼓勵行業。鼓勵行業的外商投資可享受中國政府提供的若干優惠待遇，而禁止類及限制類行業的外商投資則須遵守外商投資市場准入的特別行政措施，包括但不限於股權要求及高級管理人員要求。根據2020負面清單，我們的中國附屬公司沒有從事任何限制性行業或禁止外商投資的行業。

監管概覽

關於廣告行業的中國法律法規

《廣告法》

全國人大常委會於1994年10月27日頒佈、於1995年2月1日生效、於2015年4月24日、2018年10月26日及2021年4月29日修訂的《中華人民共和國廣告法》(「《廣告法》」)，適用於中國的商業廣告活動，即產品經營者或服務提供者通過若干媒體或形式，直接或間接地介紹其營銷的產品或服務。根據《廣告法》的定義，「廣告主」是指為推銷商品或者服務，自行或者委託他人設計、製作、發佈廣告的自然人、法人或者其他組織；「廣告經營者」是指接受委託提供廣告設計、製作、代理服務的自然人、法人或者其他組織；「廣告發佈者」是指為廣告主或者廣告主委託的廣告經營者發佈廣告的自然人、法人或者其他組織。國家市場監督管理總局及其地方對口部門是負責廣告業監督管理的主要部門。

根據《廣告法》規定，廣告不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。廣告經營者應當依照法律、行政法規的規定，審查有關證明文件，核實廣告內容。對內容不一致或者證明文件不齊全的廣告，廣告經營者不得提供設計、製作或者代理服務。廣告經營者明知或者應知廣告內容虛假，仍為其提供廣告設計、製作或者代理服務的，可能會受到沒收收入、罰款、吊銷營業執照甚至刑事責任等處罰。虛假廣告侵害消費者權益，且廣告經營者無法提供廣告主的真實名稱、地址及有效聯繫方式的，消費者可以要求廣告經營者先行賠償。此類虛假廣告涉及消費者生命健康的產品或服務的，廣告經營者應當與有關廣告主承擔連帶責任。前述以外的產品或者服務的虛假廣告對消費者造成損害的，廣告經營者明知或者應知廣告內容虛假仍提供廣告設計、製作、代理服務的，應當與有關廣告主承擔連帶責任。

根據《廣告法》的規定，戶外廣告的展示不得(i)利用交通安全設施或者交通標誌；(ii)影響市政公共設施、交通安全設施、交通標誌、消防設施、消防安全標誌使用；(iii)妨礙生產或者人民生活，損害市容市貌；(iv)在國家機關、文物保護單位、風景名勝區等的建築控制地帶，或者縣級以上地方人民政府禁止設置戶外廣告的區域設置。戶外廣告的管理辦法由地方性法規及規章規定。

監管概覽

國務院還於1987年10月26日頒佈了《廣告管理條例》，自1987年12月1日起生效，以規範廣告活動。

互聯網廣告

根據《廣告法》，通過互聯網進行的廣告活動，亦須遵守《廣告法》。利用互聯網發佈、發送廣告，不影響用戶正常使用網絡。在互聯網頁面以彈出等形式發佈的廣告，應當顯著標明關閉標誌，確保一鍵關閉。

根據國家工商行政管理總局（現為國家市場監督管理總局）於2016年7月4日頒佈並於2016年9月1日生效的《互聯網廣告管理暫行辦法》（「《**互聯網廣告辦法**》」），互聯網廣告應當具有可識別性，顯著標明「廣告」，使消費者能夠辨明其為廣告。互聯網廣告主、廣告經營者、廣告發佈者之間在互聯網廣告活動中應當依法訂立書面合同。《互聯網廣告辦法》禁止以下活動：(i)提供或者利用應用程序、硬件等對他人正當經營的廣告採取攔截、過濾、覆蓋、快進等限制措施；(ii)利用網絡通路、網絡設備、應用程序等破壞正常廣告數據傳輸，篡改或者遮擋他人正當經營的廣告，擅自載入廣告；或(iii)利用虛假的統計數據、傳播效果或者互聯網媒介價值，誘導錯誤報價，謀取不正當利益或者損害他人利益。

關於高新技術企業的中國法律法規

根據科學技術部（「**科技部**」）、財政部（「**財政部**」）及國家稅務總局於2008年4月14日聯合頒佈、於2016年1月29日修訂、自2016年1月1日起生效的《高新技術企業認定管理辦法》（「**32號辦法**」），根據32號文認定的高新技術企業可根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例及《中華人民共和國稅收徵收管理法》及其實施細則申請享受稅收優惠政策。32號辦法規定了高新技術企業認定的條件及程序。被認可的高新技術企業的資格有效期為三年，從頒發證書之日起算。高新技術企業名稱發生變化或認定條件發生重大變化的（如合併、分立、重組、變更業務等），企業應在三個月內向認定部門申報。

監管概覽

關於知識產權的中國法律法規

著作權

根據全國人大常委會於1990年9月7日頒佈、於2020年11月11日最新修訂、自2021年6月1日起生效的《中華人民共和國著作權法》，中國公民、法人或其他組織對其作品享有版權，無論是否發表，其中包括以書面、口頭或其他形式創作的文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及計算機軟件作品。版權人可以享有多種權利，包括出版權、著作權及複製權。除非法律另有規定，任何使用他人作品的人都應與著作權人簽訂許可合同。

國家版權局於2002年2月20日發佈及於同日生效、於2004年6月18日修訂的《計算機軟件著作權登記辦法》，對軟件著作權登記、軟件著作權專用許可合同及轉讓合同進行了規範。國家版權局主要負責全國範圍內的軟件著作權登記管理工作，並指定中國版權保護中心為軟件登記機構。中國版權保護中心將按照《計算機軟件著作權登記辦法》的條例及國務院於2001年12月20日頒佈、於2013年1月30日最新修訂、自2013年3月1日起生效的《計算機軟件保護條例》的規定，向計算機軟件著作權申請人頒發登記證書。

域名

域名受工業及信息化部（「工信部」）於2017年8月24日頒佈、於2017年11月1日生效的《互聯網域名管理辦法》的保護。工信部是負責管理中國互聯網域名的主要監管機構。中國的域名註冊採用「先到先得」的原則。

關於外匯的中國法律法規

外匯結算

中國外匯管理的主要法規是國務院於1996年1月29日頒佈、於1996年4月1日生效、並分別於1997年1月14日及2008年8月5日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》。根據《中華人民共和國外匯管理條例》，經常項目交易的外匯支付，如與貿易及服

監管概覽

務有關的交易以及股息支付，不受限制，但應以真實、合法的交易為基礎，使用自有外匯或憑有效證件從有關金融機構購買外匯。然而，用於資本賬戶交易的外匯支付，如海外直接投資、境外證券及衍生產品交易等，須向外匯管理主管部門登記，並經相關政府部門批准或備案（如有必要）。

根據國家外匯管理局於2015年3月30日頒佈、於2015年6月1日生效的《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》，外商投資企業應被允許自行結算其外匯資本。外商投資企業資本賬戶中的外匯資金，經當地外匯局確認為貨幣出資權益或在銀行登記為貨幣出資的，可根據企業實際經營需要在銀行結匯。目前，外商投資企業外匯資本金自行結匯的比例為100%。

根據於2016年6月9日頒佈及自同日起生效的《國家外匯管理局關於改革及規範資本項目結匯管理政策的通知》，統一了境內機構資本項目下外匯收入自行結匯的政策，即境內機構可根據業務經營的實際需要，將相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入（包括外匯資本金、外債及通過境外上市募集的回流資金）按有關政策向銀行辦理結匯。目前，境內企業資本項目下的外匯收入可自行結匯的比例為100%。

於2019年10月23日，國家外匯管理局發佈了《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》，取消了對非投資性外商投資企業利用其資本金進行國內股權投資的限制，並據此允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施（負面清單）且在中國投資的項目真實合規的前提下，依法以其資本金進行境內股權投資。

監管概覽

外匯登記

於2014年7月4日，國家外匯管理局發佈了《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》（「**37號文**」），其於2014年7月4日生效。根據37號文，中國境內機構及居民個人在向「境外特殊目的公司」出資前，必須向國家外匯管理局辦理境外投資登記。「境外特殊目的公司」是指由境內居民（包括境內機構及境內居民個人）直接設立或間接控制的境外企業，用於投融資目的。

於2015年2月13日，國家外匯管理局發佈了《國家外匯管理局關於進一步簡化及改進直接投資外匯管理政策的通知》（「**13號文**」），其於2015年6月1日生效。根據13號文，境內外直接投資項下的外匯登記可以按照13號文所附的《直接投資外匯業務操作指引》直接向合資格銀行辦理。

關於外國投資者併購的中國法律法規

商務部、國家外匯管理局及其他四個政府部門於2006年8月8日聯合頒佈了《關於外國投資者併購境內企業的規定》（「《**併購規則**」」），其於2006年9月8日生效，隨後由商務部於2009年6月22日進行了修訂及重新實施。

根據《併購規則》，外商投資者對國內企業的併購包括：(i)外商投資者收購中國非外商投資企業（「**內資公司**」）任何股東的任何股權或認購內資公司的任何增資，從而使內資公司轉變為外商投資企業，或；(ii)外商投資者設立外商投資企業並通過該企業以協議方式收購任何國內企業的任何資產並經營該資產，或外商投資者以協議方式收購國內企業的任何資產並注入該資產以設立外商投資企業經營該資產。根據《併購規則》第11條，中國境外個人、公司或企業合法設立或控制的公司併購與該中國個人、公司或企業有關聯的任何境內公司，應報商務部批准。

監管概覽

根據商務部外資司於2008年12月18日頒佈及於同日生效的《商務部外資司關於下發〈外商投資准入管理指引手冊〉(2008年版)的通知》，《併購規則》不適用於中方向外方轉讓現有外商投資企業的股權，無論中方與外方之間是否存在關聯關係，也無論外方是原股東還是新投資者。《併購規則》的目標公司應只包括國內非外商投資企業。

關於稅收的中國法律法規

企業所得稅

根據全國人大於2007年3月16日頒佈、於2008年1月1日生效、於2017年2月24日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》，企業分為居民企業和非居民企業。居民企業，是指依照中國法律在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際或事實上控制權於中國境內執行的企業。非居民企業，是指依照外國(地區)法律成立且實際管理機構不在中國境內，但(i)在中國境內設立機構或場所，或者(ii)在中國境內未設立機構或場所，但有來源於中國境內所得的企業。居民企業來源於中國境內外的所得以及在中國境內設立機構或場所的非居民企業來源於中國境內機構或場所的所得及來源於中國境外但與上述機構或場所存在實際聯繫的所得，統一按25%的稅率繳納企業所得稅。根據《企業所得稅法》，在中國境內未設立機構或場所的非居民企業，或者雖設立機構或場所但取得的所得與其所設機構或場所沒有實際聯繫的，應就其來源於中國境內的所得繳納企業所得稅，稅率為20%。然而，根據國務院於2007年12月6日頒佈並於2008年1月1日生效及於2019年4月23日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，稅率由20%降至10%。《企業所得稅法》規定，對需要中國政府特別支持的「高新技術企業」，應減按15%稅率徵收企業所得稅。

監管概覽

根據國家稅務總局於2017年6月19日發佈並自同日起生效的《國家稅務總局關於實施高新技術企業所得稅優惠政策有關問題的公告》，符合高新技術企業條件的企業，自高新技術企業證書上註明的發證年份起享受稅收優惠，並按有關規定向主管稅務機關辦理備案手續。高新技術企業資格有效期屆滿的，在換證前暫按15%的稅率徵收企業所得稅；到期未取得高新技術企業資格的，應按有關規定補繳相應時期的稅款。

股息預扣稅

中國政府及香港政府於2006年8月21日簽訂了《內地及香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅及防止偷漏稅的安排》（「該安排」）。根據該安排，如香港居民實體直接持有中國公司至少25%的股權，則中國公司支付給香港居民實體的股息的預扣稅率為5%。

根據國家稅務總局於2009年2月20日頒佈並於同日起生效的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，要享受稅收協定規定的優惠稅率，必須滿足以下所有條件：(i)獲得股息的稅收居民應是稅收協定中規定的公司，並且是股息的受益人；(ii)該稅收居民在中國居民公司中直接擁有的股權及表決權股份應達到稅收協定中規定的比例；及(iii)該稅收居民在中國居民公司中直接擁有的股權應在獲得股息前12個月內的任何時候達到稅收協定中規定的比例。

根據國家稅務總局於2019年10月14日頒佈、於2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，符合協定待遇申請條件的非居民納稅人，在自行申報納稅或通過扣繳義務人進行扣繳申報時，可以自行享受協定待遇，並應收集及保存相關資料，以備日後檢查，接受稅務機關的後續管理。

監管概覽

增值稅

根據國務院於1993年12月13日頒佈、於1994年1月1日生效、於2017年11月19日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，以及財政部於1993年12月25日頒佈及於同日生效、於2011年10月28日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國境內從事貨物銷售，提供加工、修理及更換服務，銷售服務、無形資產或不動產，或進口貨物的單位及個人應是增值稅（「增值稅」）的納稅人。除非另有規定，銷售服務的稅率為6%。對於小規模納稅人，增值稅的徵收率為3%，國務院另有規定的除外。

關於勞動保護的中國法律法規

勞動法

全國人大常委會於1994年7月5日頒佈、於1995年1月1日生效、於2009年8月27日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國勞動法》規定用人單位應當依法制定及完善內部規章制度，保障勞動者的權利。用人單位應當制定及完善勞動安全衛生制度，嚴格執行國家有關勞動安全衛生的規定及標準，對勞動者進行勞動安全衛生教育，預防勞動事故，減少職業危害。用人單位應建立職業培訓制度，應當按照國家規定預留及使用職業培訓經費，並根據企業的實際情況，有計劃地對勞動者進行職業培訓。

勞動合同法

全國人大常委會於2007年6月29日頒佈、於2008年1月1日施行、於2012年12月28日修訂《中華人民共和國勞動合同法》（「《勞動合同法》」），而國務院於2008年9月18日頒佈及於同日施行《中華人民共和國勞動合同法實施條例》。制定《勞動合同法》及其實施條例是為了明確勞動合同當事人的權利及義務，包括勞動合同的訂立、履行及終止等方面的事項。其規定用人單位應當與勞動者訂立書面勞動合同，並按照勞動合同的約定及時足額向勞動者支付勞動報酬。用人單位在與員工協商達成一致或滿足法定條件後，可合法終止勞動合同並解僱員工。

監管概覽

社會保險

全國人大常委會於2010年10月28日頒佈、於2011年7月1日生效、於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國社會保險法》，要求中國的企業應在當地社會保險機構進行社會保險登記，並為其員工繳納社會保險費，包括基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險。在用人單位未按時足額繳納社會保險費的情況下，可能會被主管部門責令改正，並從到期日起按日處以欠繳金額0.05%的逾期罰款。此外，如用人單位仍未在規定的期限內全額支付，主管部門可能會對其處以欠款1至3倍的罰款。

住房公積金

根據國務院於1999年4月3日頒佈實施、於2002年3月24日及2019年3月24日修訂的《住房公積金管理條例》，中國境內的企業應在住房公積金管理中心為員工辦理住房公積金繳存登記並開設住房公積金賬戶。員工及用人單位每月繳存的住房公積金數額不得低於員工上年度月平均工資的5%。用人單位未按照有關法律法規規定為員工足額繳納住房公積金的，由有關住房公積金管理中心責令其在規定期限內繳納。在規定期限內仍不繳納的，可向人民法院申請強制執行。

歷史、重組及公司架構

歷史及業務發展

本公司為本集團控股公司，於2021年2月18日於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。本集團為一家位於華中的品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，提供一站式品牌、廣告和營銷方案服務，包括向客戶提供(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；和(iv)活動執行及製作服務。我們的歷史可追溯到2011年，當時我們的創始人鄭青香女士及陳熾順先生以「武漢盛世同元文化傳播有限公司」的初始名稱成立了華視傳媒。鄭青香女士及陳熾順先生為陳先生（本集團執行董事及控股股東之一）的父母。陳先生於2011年2月加入本集團。於2012年8月20日，陳先生隨後向華視傳媒注資人民幣970,000元，於該注資完成後，華視傳媒由陳先生擁有97%，自此陳先生成為本集團管理的主要負責人。

於2016年1月，華視傳媒的股份於新三板掛牌上市，隨後於2019年4月退市以為[編纂]做準備。2016年，我們獲得一家中國國有國家廣播電視台的廣告代理資質。為拓展業務，我們於2017年開始向客戶提供品牌服務，並於2018年注意到對多渠道廣告服務的需求不斷增加以及技術和互聯網飛速發展後，我們將廣告服務擴展到提供線上媒體廣告服務。華視傳媒於2017年11月獲認定為高新技術企業，並於2020年12月重續。

陳先生於廣告及媒體行業擁有逾10年經驗。自加入華視傳媒以來，陳先生一直為我們管理的支柱。有關陳先生的更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

業務里程碑

下表載列了自成立以來本集團的主要發展及里程碑：

年份	事件
2011年	華視傳媒在中國武漢成立
2012年	我們開設並開始發展廣告和營銷方案服務 華視創享在中國武漢成立
2013年	我們開設並開始發展活動執行及製作服務
2016年	我們獲得一家中國國有國家廣播電視台的廣告代理資質 華視傳媒及其附屬公司被廣東衛視、河南衛視、湖北衛視、遼寧衛視及四川衛視確認為「五星聯盟」戰略合作夥伴

歷史、重組及公司架構

年份	事件
	華視傳媒的股份於1月在新三板掛牌上市（隨後於2019年4月退市）
2017年	華視傳媒獲認定為高新技術企業 我們開設並開始發展品牌服務 大別山文化在中國麻城成立
2018年	華視傳媒榮獲澳門國際廣告節：2017-2018年度中國最具影響力傳播公司 我們開設並開始發展線上媒體廣告服務 無遠弗屆在中國北京成立
2020年	華視傳媒榮獲中國國際廣告節廣告主獎 • 2020年度金夥伴獎 華視傳媒成功獲續認高新技術企業 華視傳媒獲認定為中國一級企業「媒體」服務類 華視傳媒獲認定為企業信用評級AAA級信用企業

公司歷史及發展

於最後實際可行日期，華視傳媒、華視創享、大別山文化及無遠弗屆為本集團的營運附屬公司。下表包含截至最後實際可行日期的本公司及其附屬公司的簡要資料：

名稱	註冊成立／ 成立日期	註冊成立／ 成立地點	主營業務
本公司	2021年2月18日	開曼群島	投資控股
附屬公司			
華視國際	2021年2月24日	英屬處女群島	投資控股
華視香港	2021年3月16日	香港	投資控股
華視品牌管理	2021年4月7日	中國	投資控股

歷史、重組及公司架構

名稱	註冊成立／ 成立日期	註冊成立／ 成立地點	主營業務
華視傳媒	2011年2月23日	中國	提供品牌、廣告及營銷方案服務
華視創享	2012年12月26日	中國	提供品牌、廣告及營銷方案服務
大別山文化	2017年4月7日	中國	提供品牌、廣告及營銷方案服務
無遠弗屆	2018年2月5日	中國	提供品牌、廣告及營銷方案服務
東湖品牌研究院	2021年4月20日	香港	無業務營運

我們的董事認為，通過將業務不活躍且目前並無任何業務營運的東湖品牌研究院保留在本集團內，本集團可在日後有任何需要時使用這些可立即啟用的企業工具，在此情況下，可就此節約合併新企業工具的時間。

本公司

本公司於2021年2月18日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股1.00美元的普通股，並為一間投資控股公司，並於重組完成後成為本集團就[編纂]而言的控股公司，並通過我們於中國的營運附屬公司開展業務。

有關本公司企業發展的更多詳情，請參閱本節中的「重組」段落。

歷史、重組及公司架構

我們的營運附屬公司

華視傳媒

華視傳媒於2011年2月23日在中國成立，初始註冊資本為人民幣30,000元，初始公司名稱為「武漢盛世同元文化傳播有限公司」。於最後實際可行日期，華視傳媒主要從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。

華視傳媒的名稱於2013年12月13日由「武漢盛世同元文化傳播有限公司」變更為「武漢華視書錦傳播有限公司」，其後於2015年8月24日變更為「華視中廣國際傳媒(武漢)股份有限公司」，再然後於2019年4月30日變更為「武漢華視中廣國際傳媒有限責任公司」，並於2019年5月13日進一步變更為當前名稱「華視中廣國際傳媒(武漢)有限責任公司」。

於成立日期，華視傳媒由鄭青香女士及陳熾順先生分別擁有70%及30%。鄭青香女士及陳熾順先生為陳先生的父母。2012年8月20日，陳先生向華視傳媒注資人民幣970,000元，該金額乃參考當時股東的已繳足資本釐定。註冊資本已結清，而注資已於同日合法完成。上述注資完成後，華視傳媒由陳先生、陳熾順先生及鄭青香女士分別擁有97%、0.9%及2.1%。

於新三板上市及退市

鑒於2015年8月24日在新三板的上市，根據一項股東決議案，華視傳媒在中國已由有限責任公司轉為股份有限公司。於2016年1月29日，華視傳媒於新三板掛牌上市，股份代號為835724，及註冊資本為人民幣10,000,000元。隨後，華視傳媒於2019年4月17日自新三板退市。退市後，華視傳媒的註冊資本為人民幣21,750,000元。如我們中國法律顧問確認，華視傳媒已合法地從新三板退市，並已取得必要批准。

董事確認：除本文件「業務－不合規」一段披露者外，(i)華視傳媒股份於新三板上市期間，華視傳媒、其附屬公司及董事在所有重大方面概無涉及違反或涉嫌違反新三板的適用規則或法規；及(ii)關於華視傳媒於新三板的上市方面，概無任何事項需提請香港監管機構及投資者注意者。我們的董事進一步確認，在新三板上市過程中，相關監管機構並未對本文件中「業務－不合規」一段披露的不合規事件提出任何關注。我們的中國法律顧問認為，在華視傳媒股份於新三板上市期間，除本文件「業務－不合規」一段披露者外，(i)華視傳媒及其附屬公司在所有重大方面均遵守了新三板的適用規則及法規；及(ii)據彼等所知，華視傳媒的董事均未涉及任何嚴重違反或涉嫌違反新三板適用規則或法規的行為。

歷史、重組及公司架構

考慮到新三板在中國為僅對合資格投資者開放之市場，且當前交易量低，董事認為，於GEM（我們認為其為一個擁有完善監管制度的成熟融資平台）[編纂]將通過直接進入國際資本市場，提升品牌知名度，增強我們的籌資能力以及拓寬我們的股東基礎而使本集團的運營及未來業務發展策略獲益。

下表載列了華視傳媒緊隨新三板退市後的股權架構：

股東 (附註1)	於華視傳媒持有的股份數目	股權概約百分比
陳先生	16,281,500	74.8575%
胡先生	1,253,000	5.7609%
北京約瑟創享網絡科技有限公司 (「北京約瑟」) (附註2)	979,000	4.5011%
黃樹軍	900,000	4.1379%
張烽	619,000	2.8460%
王女士	600,000	2.7586%
宋瓊	300,000	1.3793%
王明	270,000	1.2414%
陳瑩	120,000	0.5517%
薛女士	90,000	0.4138%
劉麗蓉	69,000	0.3172%
張醒	60,000	0.2759%
王武霜	52,500	0.2414%
程英	45,000	0.2069%
鄭青香	31,500	0.1448%
胡安偉	30,000	0.1379%
劉鳴	15,000	0.0690%
楊龍	15,000	0.0690%
陳熾順	13,500	0.0621%
劉榮仕	6,000	0.0276%
總計	21,750,000	100%

附註：

- 除重組完成後本公司的現任股東陳先生、胡先生、王女士及薛女士外，上述個人股東包括(i)本集團五名前任僱員(即張烽、王明、陳瑩、張醒及劉榮仕)；(ii)本集團四名現任僱員(即我們的高級管理層宋瓊、程英、王武霜及楊龍)；(iii)華視創享現任監事胡安偉；(iv)兩名獨立第三方(即黃樹軍及劉鳴)；及(v)陳先生的父母鄭青香及陳熾順。
- 陳先生自2018年8月29日起成為北京約瑟1%股權的間接擁有人。北京約瑟餘下99%的股權由獨立第三方擁有。

歷史、重組及公司架構

從新三板退市後，華視傳媒於2019年4月30日轉為有限責任公司。

為整合華視傳媒股權，鑒於建議[編纂]及[編纂]後的預期股權架構，已就轉讓華視傳媒股權訂立多份股權轉讓協議，詳情如下：

	轉讓人	承讓人	代價 (人民幣元)	已轉讓股權所佔	
				概約百分比	代價結算日期
於2020年7月26日訂立的股權轉讓協議					
1.	胡先生	陳先生	167,000	0.7678%	2020年7月20日
2.	黃樹軍	陳先生	900,000	4.1379%	2020年7月20日
3.	王女士	陳先生	49,000	0.2253%	2020年7月18日
4.	宋瓊	陳先生	零(附註1)	1.3793%	不適用
5.	劉麗蓉	陳先生	69,000	0.3172%	2020年7月20日
6.	張醒	陳先生	60,000	0.2759%	2020年7月20日
7.	王武霜	陳先生	52,500	0.2414%	2020年7月20日
8.	程英	陳先生	45,000	0.2069%	2020年7月20日
9.	鄭青香	陳先生	零(附註1)	0.1448%	不適用
10.	胡安偉	陳先生	30,000	0.1379%	2020年7月20日
11.	劉鳴	陳先生	15,000	0.0690%	2020年7月20日
12.	楊龍	陳先生	15,000	0.0690%	2020年7月20日
13.	陳熾順	陳先生	零(附註1)	0.0621%	不適用
14.	劉榮仕	陳先生	6,000	0.0276%	2020年7月20日
於2020年12月4日訂立的股權轉讓協議					
15.	王明	王女士	270,000	1.2414%	2020年7月22日
16.	陳先生	聶先生	1,305,000	6%	2020年7月23日
17.	陳先生	薛女士	130,000	0.5977%	2020年7月22日
於2020年12月17日訂立的股權轉讓協議					
18.	陳瑩	陳先生	120,000	0.5517%	2020年7月21日
於2021年1月7日訂立的股權轉讓協議					
19.	張烽	王女士	619,000	2.8460%	2020年7月24日

附註：

1. 陳熾順先生及鄭青香女士為陳先生的父母，宋瓊女士在轉讓時為陳先生的配偶，彼等將各自在華視傳媒的股權贈予陳先生。

歷史、重組及公司架構

除陳熾順先生、鄭青香女士及宋瓊女士以零代價作出轉讓外，上述代價均參照華視傳媒當時的註冊資本釐定。上述股權轉讓完成後，華視傳媒分別由陳先生、王女士、聶先生、胡先生、薛女士及北京約瑟擁有約76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%、1.0115%及4.5011%。

於2021年3月25日，沈先生與北京約瑟訂立了股權轉讓協議，據此，北京約瑟將於華視傳媒的約4.5011%股權轉讓予沈先生，對價為人民幣4,209,700元。於上述股權轉讓完成後，華視傳媒變為由陳先生、王女士、聶先生、胡先生、薛女士及沈先生分別擁有約76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%、1.0115%及4.5011%。有關更多詳情（包括釐定對價的基準），請參閱本節「[編纂]」段落。

作為重組的一部分，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士於2021年4月27日分別與華視品牌管理訂立了股權轉讓協議，據此，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別將其於華視傳媒的76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%及1.0115%的股權轉讓給華視品牌管理，對價分別為人民幣16,720,000元、人民幣1,440,000元、人民幣1,305,000元、人民幣1,086,000元及人民幣220,000元，該等價格乃參考華視傳媒當時認繳的注資額而釐定。於同日，華視香港與沈先生訂立了股權轉讓協議（經日期為2021年5月6日的補充協議進一步修訂及補充），據此，沈先生將於華視傳媒的4.5011%股權轉讓予華視香港，對價為人民幣979,000元，該對價乃參考華視傳媒當時認繳的注資額而釐定。上述股權轉讓完成後，華視傳媒由華視品牌管理及華視香港分別擁有約95.4989%及4.5011%。

華視創享

華視創享於2012年12月26日在中國成立，初始註冊資本為人民幣2,000,000元，初始名稱為「湖北華視電廣傳媒有限公司」。於成立日期，華視創享由陳先生及胡安偉先生（現任華視創享總監）分別擁有90%及10%。於最後實際可行日期，華視創享主要從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。

於2017年8月4日，華視創享的名稱由「湖北華視電廣傳媒有限公司」變更為「華視中廣影業(湖北)有限公司」。於2021年2月7日，華視創享的名稱從「華視中廣影業(湖北)有限公司」再變更為現有的名稱「華視創享文化傳媒(湖北)有限公司」。

歷史、重組及公司架構

經過一系列股權轉讓及注資後，於往績記錄期間開始時，華視創享的註冊資本為人民幣5,000,000元（已部分繳足人民幣2,000,000元），自往績記錄期間開始起直至最後實際可行日期一直由華視傳媒全資擁有。

大別山文化

大別山文化於2017年4月7日在中國成立，初始註冊資本為人民幣5,000,000元。自成立之日起直至最後實際可行日期，大別山文化一直由華視傳媒全資擁有。於最後實際可行日期，大別山文化主要從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。

無遠弗屆

無遠弗屆於2018年2月5日在中國成立，初始註冊資本為人民幣10,000,000元。於成立日期，無遠弗屆由華視傳媒及趙宇路先生（現任無遠弗屆總監）分別擁有80%及20%。於最後實際可行日期，無遠弗屆主要從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。

作為重組的一部分，於2021年1月6日，華視傳媒與趙宇路先生訂立了股權轉讓協議，據此，趙宇路先生以零對價將其於無遠弗屆的20%股權轉讓給華視傳媒，這是鑒於轉讓時趙宇路先生尚未繳足其權益的註冊資本。於上述股權轉讓完成後，無遠弗屆由華視傳媒全資擁有，且直至最後實際可行日期仍為華視傳媒的全資附屬公司。

[編纂]

聶先生

於2020年12月4日，陳先生與聶先生訂立一份股權轉讓協議，據此，陳先生以人民幣1,305,000元的對價向聶先生轉讓華視傳媒6%的股權，該對價乃經參考華視傳媒當時的註冊資本而釐定。上述股權轉讓的代價已於2020年7月23日全部無條件結算。於上述股權轉讓完成後的同日，華視傳媒由聶先生擁有6%。

作為重組的一部分，完成重組後，聶先生全資擁有的一家投資控股公司友鑫資本成為本公司6%股權的擁有者。有關詳情，請參閱本節中下文的「重組」段落。

歷史、重組及公司架構

沈先生

於2021年3月25日，沈先生與北京約瑟訂立了股權轉讓協議，據此，北京約瑟將其於華視傳媒約4.5011%的股權轉讓給沈先生，對價為人民幣4,209,700元，乃沈先生與北京約瑟經參考(i)華視傳媒及其附屬公司於2020年12月31日的經評估資產淨值約人民幣57.4百萬元(根據獨立估值師於2021年3月22日編製的資產估值報告計得)；及(ii)較經評估資產淨值的溢價約人民幣[1.6百萬元](由約4.5011%的股權代表)(經計及本集團截至2020年12月31日止兩個年度的財務表現(根據華視傳媒的未經審核管理賬目計得)及本集團的未來業務前景而釐定)後按公平磋商原則而釐定。上述股權轉讓的對價已於2021年4月14日無條件以現金悉數結清。於上述股權轉讓完成後，華視傳媒由陳先生、王女士、聶先生、胡先生、薛女士以及沈先生分別擁有約76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%、1.0115%及4.5011%，因此，華視傳媒由一家中國內資公司轉換為一間外商投資企業。

作為重組的一部分，完成重組後，沈先生成為本公司約4.5011%股權的擁有者。有關詳情，請參閱本節中的「重組」段落。

上述[編纂]的詳情概述如下：

[編纂]	聶先生／友鑫資本	沈先生
協議日期	2020年12月4日	2021年3月25日
對價金額	人民幣1,305,000元	人民幣4,209,700元
對價釐定之基礎	基於華視傳媒當時的註冊資本	沈先生與北京約瑟經參考(i)華視傳媒及其附屬公司於2020年12月31日的經評估資產淨值(根據獨立估值師於2021年3月22日編製的資產估值報告計得)；及(ii)較經評估資產淨值的溢價(經計及本集團截至2020年12月31日止兩個年度的財務表現及本集團的未來業務前景而釐定)後按公平磋商原則而釐定
無條件結付[編纂] 對價的日期	2020年7月23日	2021年4月14日

歷史、重組及公司架構

在華視傳媒的認購股權／股本權益	6%	4.5011%
於[編纂]時(緊隨[編纂]及[編纂]完成後)[編纂]支付的每股投資成本(附註1)	約人民幣[編纂]元	約人民幣[編纂]元
較指示性[編纂][編纂]折讓(附註2)	約[編纂]%(附註4)	約[編纂]%(附註4)
[編纂]投資的[編纂]	本集團無[編纂]	本集團無[編纂]
為本集團帶來的策略裨益	<ul style="list-style-type: none"> — 就本集團財務報告和內部控制的管理提供意見 — 利用其業務網絡向本集團推介潛在客戶和商機 	憑藉其在金融服務市場的人脈潛在協助我們在資本市場的公司活動
緊隨重組完成後但於[編纂]及[編纂]完成前，本公司[編纂]的股東	6%	4.5011%
於緊隨[編纂]及[編纂]完成後於本公司的股權(附註3)	[編纂]%	約[編纂]%
特別權利	無	無
禁售期	無	無
[編纂]	就GEM上市規則第11.23(7)條而言，聶先生／友鑫資本持有的股份不會被視為[編纂]的一部分，因為彼為我們一名執行董事的聯繫人	就GEM上市規則第11.23(7)條而言，沈先生持有的股份被視為[編纂]的一部分，因為彼於[編纂]後將不會成為本公司的[編纂]

歷史、重組及公司架構

附註：

1. 供說明用途，並假設[編纂]及[編纂]已完成，惟並無計及因行使[編纂]及根據[編纂]可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份。
2. 供說明用途，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數）及採用人民幣1.00元兌[1.2063]港元的匯率。
3. 假設[編纂]及根據[編纂]可能授出的購股權未獲行使。
4. 聶先生的投資有較大且較高的折扣，這是由於如上文所述聶先生可能為本集團帶來的策略裨益。此外，聶先生亦承擔較高的風險，這是由於在他投資時，本集團2020年的財務表現不確定及無法獲得，以及由於建議[編纂]可能無法實現，投資的固有退出風險。

有關[編纂]的資料

聶先生

友鑫資本為一間投資控股公司，於2020年12月29日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司，由聶先生全資擁有。聶先生於投資及公司管理方面富有經驗，曾在不同上市公司擔任董事職務，亦擁有及經營廈門颯鑫投資有限公司業務，該公司主要從事第一、第二及第三產業投資。聶先生經陳先生一位共同朋友引薦而結識本集團，並決定投資本集團乃經考慮到本集團的業務前景及增長潛力。其資金來源主要包括[其自有投資收益的累積利潤。我們的執行董事張備先生為聶先生的外甥。除上述及於本集團的投資外，於最後實際可行日期，聶先生並無與本集團、我們的股東、董事或高級管理層或其任何聯繫人有任何現有或過往關係（包括但不限於家庭、信託、業務、僱傭關係）亦並無訂立任何協議、安排或諒解備忘。

歷史、重組及公司架構

聶先生在現時於聯交所或其他證券市場的上市公司的現任及過往董事職務載列如下：

公司名稱	職位	任期
中國利郎有限公司 (股份代號：1234.HK)	獨立非執行董事	2008年至今
勵時集團有限公司(前稱為時間由你國際 控股有限公司)(股份代號：1327.HK)	獨立非執行董事	2014年至2017年
中國綠色食品(控股)有限公司 (股份代號：904.HK)	執行董事	2008年至2013年
國脉科技股份有限公司 (股份代號：002093.SZ)	獨立董事	2003年至2008年

沈先生

沈先生於投資及企業融資方面擁有豐富經驗，及由陳先生一位普通朋友引薦而結識本集團。沈先生決定投資本集團乃經考慮到本集團的業務前景及增長潛力。其資金來源主要包括其自有投資收益的累積利潤。於最後實際可行日期，沈先生除於本集團的投資外，並無與本集團、我們的股東、董事或高級管理層或其任何聯繫人有任何現有或過往關係(包括但不限於家庭、信託、業務、僱傭關係)亦並無訂立任何協議、安排或諒解備忘，且就董事經作出合理查詢後所深知，沈先生為獨立第三方。

於最後實際可行日期，沈先生並無於證券在香港或海外任何證券市場上市的公眾公司擔任任何董事職務。

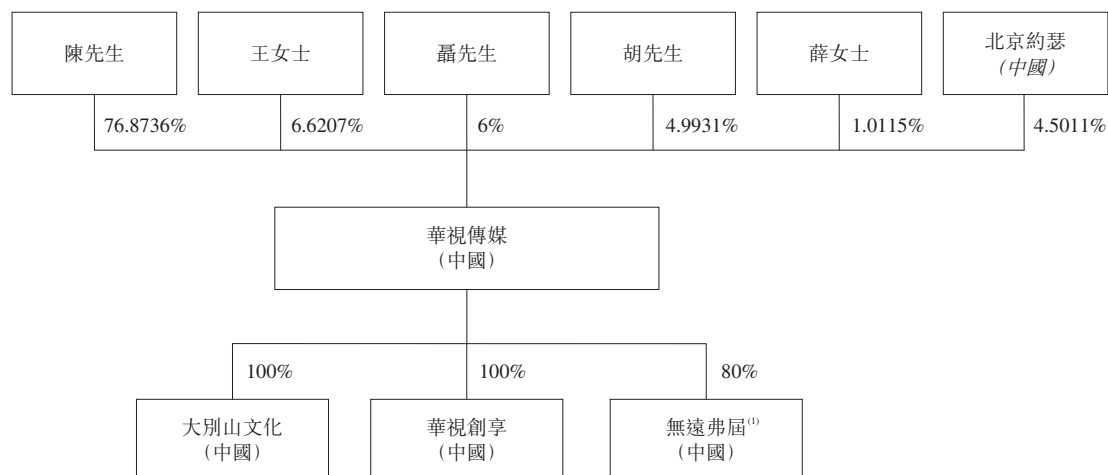
歷史、重組及公司架構

獨家保薦人的確認

獨家保薦人已確認，[編纂]遵循了聯交所發佈的指引信，即2012年10月發佈並於2013年7月及2017年3月更新的HKEx-GL43-12及2012年1月發佈並於2017年3月更新的HKEx-GL29-12，因為[(i)[編纂]的對價已分別於2020年7月23日及2021年4月14日不可撤銷地悉數結清，而該日期為就[編纂]向聯交所作出[編纂]申請的首次提交日期足28天以前；及(ii)並無就[編纂]授予[編纂]於[編纂]後仍然有效的特別權利。]由於並無發行可轉換工具，故聯交所於2012年10月發佈並於2017年3月更新的指引信HKEx-GL44-12並不適用於[編纂]。

重組

下圖載列緊接重組前的公司架構：



附註：

- (1) 無遠弗屆其餘20%股權由趙宇路先生擁有，其現任無遠弗屆總監。

歷史、重組及公司架構

為籌備[編纂]及作為重組的一部分，我們已進行下列步驟：

1. 佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化的註冊成立

佳藝文化

佳藝文化為一間投資控股公司，於2020年12月24日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。[於其註冊成立日期，陳先生獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。]從那時起直至最後實際可行日期，佳藝文化一直由陳先生全資擁有。

源錦文化

源錦文化為一間投資控股公司，於2020年12月24日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。[於其註冊成立日期，王女士獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。]從那時起直至最後實際可行日期，源錦文化一直由王女士全資擁有。

友鑫資本

友鑫資本為一間投資控股公司，於2020年12月29日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。[於其註冊成立日期，聶先生獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。]從那時起直至最後實際可行日期，友鑫資本一直由聶先生全資擁有。

中倫文化

中倫文化為一間投資控股公司，於2020年12月24日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。[於其註冊成立日期，胡先生獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。]從那時起直至最後實際可行日期，中倫文化一直由胡先生全資擁有。

湖北嘉映文化

湖北嘉映文化為一間投資控股公司，於2020年12月24日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。[於其註冊成立日期，薛女士獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。]從那時起直至最後實際可行日期，湖北嘉映文化一直由薛女士全資擁有。

歷史、重組及公司架構

2. 於無遠弗屆股權的轉讓

於2021年1月6日，華視傳媒與趙宇路先生訂立了一份股權轉讓協議，據此，趙宇路先生以零對價將於無遠弗屆的20%股權轉讓予華視傳媒，這是鑒於股權轉讓時趙宇路先生尚未繳足其權益的註冊資本。上述股權轉讓完成後，無遠弗屆由華視傳媒全資擁有，且直至最後實際可行日期仍為華視傳媒的全資附屬公司。

3. 本公司、華視國際及華視香港的註冊成立

本公司

本公司於2021年2月18日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的股份，其中一股普通股已配發及發行予初始認購人(為獨立第三方)，然後於同日轉讓給陳先生。當天，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別獲配發及發行16,719股普通股、1,440股普通股、1,305股普通股、1,086股普通股及220股普通股。於上述配發及發行完成後，本公司由陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別擁有80.5%、6.93%、6.28%、5.23%及1.06%。

華視國際

華視國際為一間投資控股公司，於2021年2月24日根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司。於其註冊成立日期，本公司獲配發及發行一股面值為1.00美元的股份。從那時起直至最後實際可行日期，華視國際一直由本公司全資擁有。

華視香港

華視香港為一間投資控股公司，於2021年3月16日根據香港法律註冊成立為有限責任公司。於其註冊成立日期，華視國際獲配發及發行50,000股普通股。從那時起直至最後實際可行日期，華視香港一直由華視國際全資擁有。

歷史、重組及公司架構

4. 轉讓華視傳媒股權予沈先生

於2021年3月25日，沈先生與北京約瑟訂立了一份股權轉讓協議，據此，北京約瑟以人民幣4,209,700元的對價將其於華視傳媒約4.5011%的股權轉讓予沈先生。於上述股權轉讓完成後，華視傳媒由陳先生、王女士、聶先生、胡先生、薛女士及沈先生分別擁有約76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%、1.0115%及4.5011%，因此，華視傳媒從一家中國境內公司轉變為外商投資企業。有關更多詳情，請參閱本節「**[編纂]**」一段。

5. 華視品牌管理的成立

華視品牌管理為一間投資控股公司，於2021年4月7日在中國成立，初始註冊資本為人民幣5,000,000元。自其成立日期起直至最後實際可行日期，華視品牌管理一直由華視香港全資擁有。

6. 東湖品牌研究院的成立

東湖品牌研究院於2021年4月20日根據香港法律註冊成立。其於註冊成立日期向華視香港配發及發行50,000股普通股。自那時起直至最後實際可行日期，東湖品牌研究院一直由華視香港全資擁有。東湖品牌研究院於最後實際可行日期並無任何業務運營。

7. 於本公司股份的轉讓

於2021年4月25日，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士將16,720股普通股、1,440股普通股、1,305股普通股、1,086股普通股及220股普通股轉讓予佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化。於上述股權轉讓完成後，本公司由佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化分別擁有約80.5%、6.93%、6.28%、5.23%及1.06%。

8. 華視品牌管理收購華視傳媒

於2021年4月27日，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別與華視品牌管理訂立了一份股權轉讓協議，據此，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士以人民幣16,720,000元、人民幣1,440,000元、人民幣1,305,000元、人民幣1,086,000元及人民幣220,000元的對價將其於華視傳媒76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%及

歷史、重組及公司架構

1.0115%的股權轉讓給華視品牌管理，該對價乃經參照華視傳媒當時認繳的注資額而釐定。於上述股權轉讓完成後，華視傳媒由華視品牌管理及沈先生分別擁有約95.4989%及4.5011%。

9. 於華視傳媒股權的轉讓

於2021年4月27日，華視香港與沈先生訂立了股權轉讓協議（經日期為2021年5月6日的補充協議進一步修訂及補充），據此，沈先生以人民幣979,000元的對價將其於華視傳媒4.5011%的股權轉讓予華視香港，該對價乃參照華視傳媒當時認繳的注資額而釐定。於上述股權轉讓完成後，華視傳媒由華視品牌管理及華視香港分別擁有約95.4989%及4.5011%。

10. 佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化、湖北嘉映文化及沈先生認購股份

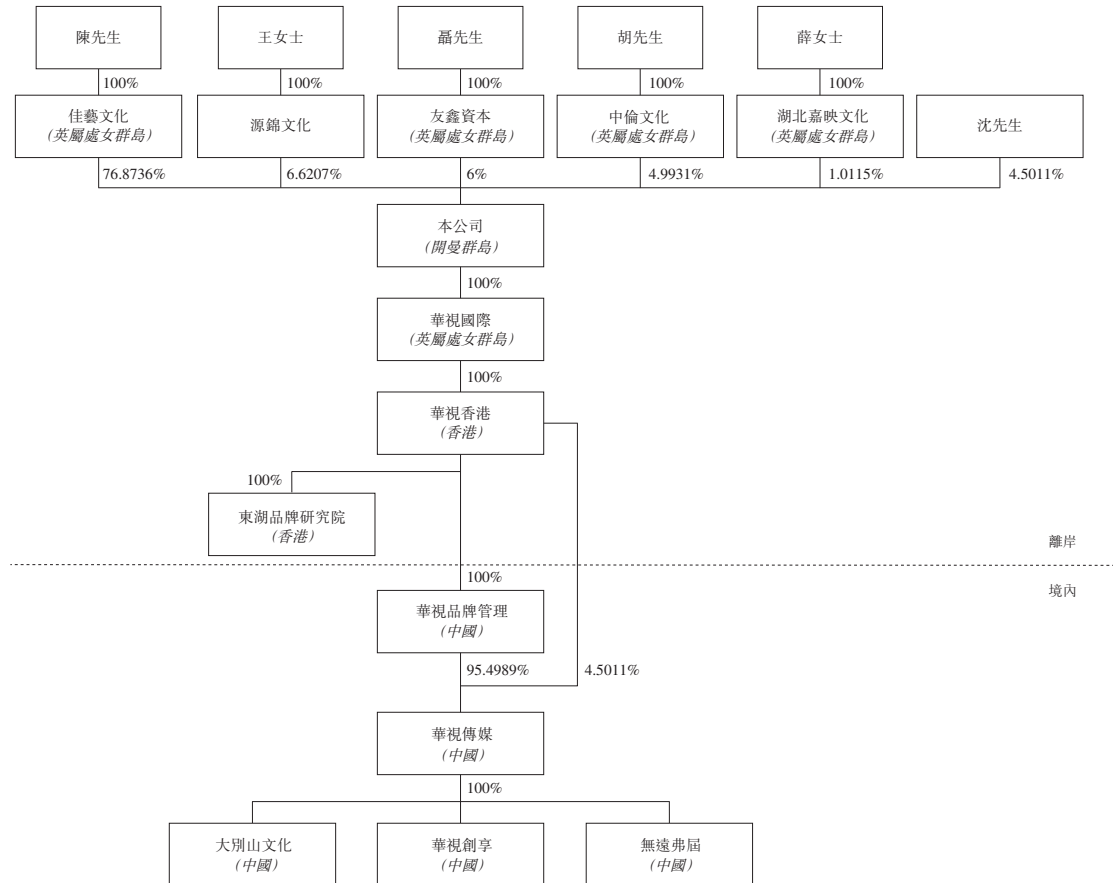
於2021年6月7日，本公司股本中每股1.00美元的已發行及未發行股份分為20股每股0.05美元的股份，從而使本公司的法定股本由50,000.00美元分為50,000股每股1.00美元的普通股，變為50,000.00美元分為1,000,000股每股0.05美元的普通股。同日，本公司按面值向佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化分別配發及發行434,336股、37,407股、33,900股、28,211股及5,715股股份。

同日，本公司與沈先生進一步訂立了一份認購協議，據此，本公司向沈先生配發及發行了45,011股股份，對價為人民幣979,000元，該對價乃參照沈先生向華視香港所轉讓於華視傳媒的4.5011%股權的對價而釐定。於上述配發、發行及認購完成後，本公司由佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化、湖北嘉映文化以及沈先生分別擁有76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%、1.0115%及4.5011%。

歷史、重組及公司架構

緊隨重組後的集團架構

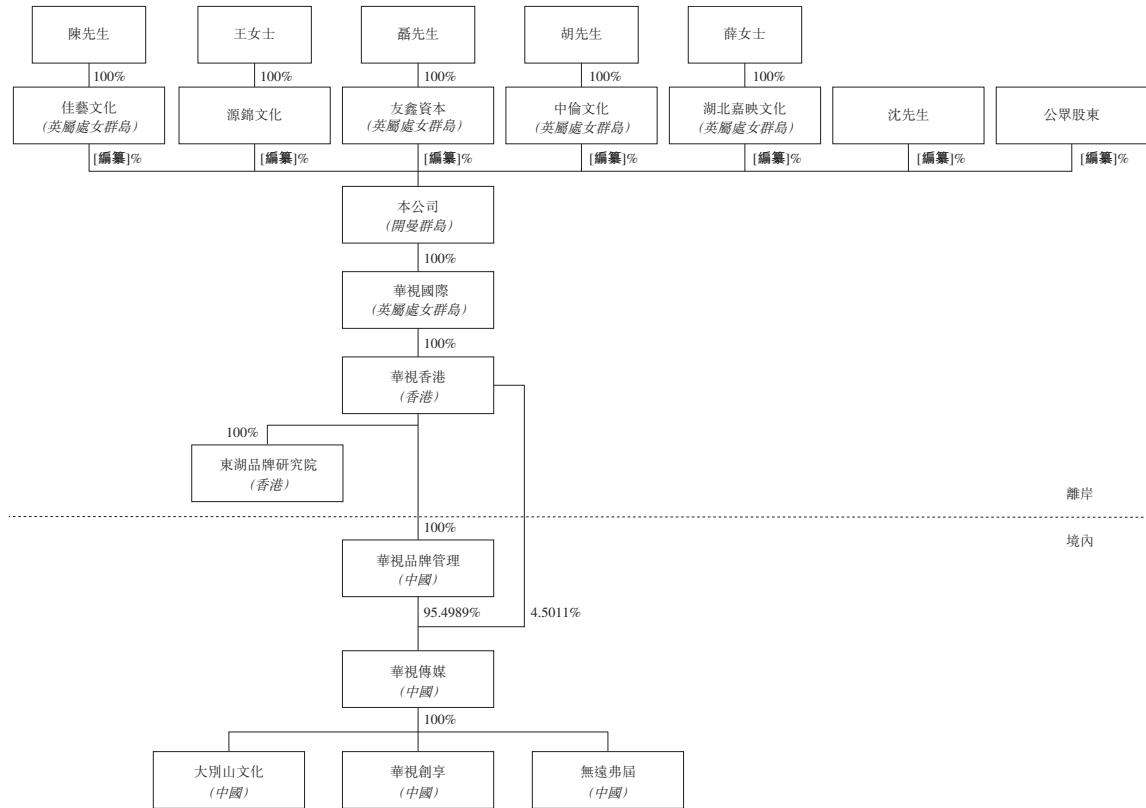
下圖載列於緊隨重組後及於[編纂]及[編纂]完成前的公司架構：



歷史、重組及公司架構

於[編纂]後的集團架構

下圖載列於[編纂]後的公司架構（假設[編纂]未獲行使，且並無計及根據[編纂]可能授出的任何購股權獲行使而可予配發及發行的任何股份）：



歷史、重組及公司架構

中國法律合規

重組已於2021年6月7日完成。我們的中國法律顧問已確認，自獲得所有適用監管批准後，上述有關本集團中國公司的股份轉讓及任何註冊資本變動均已合法及妥為完成。並已在所有重大方面遵守中國所有適用法律及法規。

中國國家外匯管理局登記

根據國家外匯管理局發佈並於2014年7月4日生效的37號文，(a)中國居民在其就進行投資或融資而直接設立或間接控制的境外特殊目的公司（「境外特殊目的公司」）注入資產或股權之前，須向國家外匯管理局地方分局辦理登記；及(b)辦理初步登記後，中國居民亦須向國家外匯管理局地方分局就境外特殊目的公司的任何重大變動辦理登記，包括（其中包括）境外特殊目的公司的中國個人居民股東、境外特殊目的公司名稱、經營期變更或境外特殊目的公司增減中國個人居民所持資本、股權轉讓或置換及合併或分立。根據國家外匯管理局37號文，未遵守上述登記程序或會導致處罰。

根據國家外匯管理局發佈並於2015年6月1日生效的13號文，接受國家外匯管理局登記的權力下放給了境內實體中資產或權益所在地的當地銀行。

誠如我們的中國法律顧問所告知，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士（均作為中國個人居民）根據37號文完成了登記。

併購規則

2006年8月8日，六家中國監管機構聯合發佈了《關於外國投資者併購境內企業的規定》（「併購規則」），該規則於2006年9月8日生效，並於2009年6月22日由商務部修訂。根據《併購規則》第11條，倘境內公司、企業或個人意圖以其在境外合法設立或控制的公司的名義併購與其有關聯關係的境內公司，應報商務部審批。

誠如我們的中國法律顧問所告知，《併購規則》第11條不適用於我們的重組，因為(i)於沈先生收購華視傳媒4.5011%的股權時，沈先生為香港永久居民並獨立於華視傳媒及其股東，因此導致華視傳媒變更為一家外商投資企業的收購無須遵守《併購規則》；(ii)對於華視品牌管理收購華視傳媒95.4989%股權以及華視香港收購華視傳媒[4.5011]%股權的情況，華視傳媒為外商投資企業，因此華視品牌管理及華視香港收購華視傳媒的股權須遵守外商投資法及其實施條例而不受《併購規則》約束。

我們的中國法律顧問亦已確認，本公司及其中國附屬公司無須就[編纂]取得中國證監會、商務部或其他有關中國當局的批准。

業 務

概覽

我們為一家位於中國湖北省的品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，提供從市場研究（通過與研究機構合作）到品牌、廣告及營銷方案執行的整個價值鏈中的一站式服務，從而協助品牌商、廣告主及廣告代理商制訂及實施有效的服務方案，以達成其推廣需求及營銷目標，從而進一步提高其品牌在目標受眾中的聲譽及提高其產品或服務的競爭力及市場份額。

我們的客戶包括(i)品牌商及廣告主，包括私營及國有企業以及政府機構；及(ii)廣告代理商，來自各行各業，包括飲料、健康食品生產、汽車製造、居家用品製造、旅遊以及農業和副食品加工。

於往績記錄期間，我們通過提供以下服務產生收入：

- (i) 品牌服務，主要包括(a)與研究機構合作對客戶所處行業進行市場研究及行業數據分析；(b)品牌發展策略的規劃，涉及確定品牌的核心價值以及就品牌定位及目標客戶提供建議；(c)品牌形象的設計；及(d)制訂產品及／或服務營銷和品牌推廣計劃；
- (ii) 通過電視、廣播及戶外廣告空間等傳統線下媒體以及網站、搜索引擎、應用程序和社交媒體平台等線上媒體提供的廣告服務（包括傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務），主要包括(a)確定及選擇合適的媒體組合；(b)編製廣告方案；(c)獲取廣告資源；及(d)安排和監督廣告的投放；及
- (iii) 通過制訂、組織和開展營銷活動提供的活動執行及製作服務，以推廣客戶的品牌、服務和產品。

為優化客戶的廣告和營銷策略，在提供廣告服務以及活動執行及製作服務之後，我們將根據廣告媒體或平台提供的結果編製總結報告，以分析及評估我們的廣告方案或營銷活動的成效。

董事相信，我們的一站式服務業務模式將使我們能夠增強我們服務的競爭力，因為我們能夠降低客戶在銷售和營銷方面的成本和時間，並提高我們的業務效率，因為我們可以充分把握整個價值鏈中每個客戶的商機。

業 務

我們的管理團隊，尤其是執行董事陳先生、王女士及薛女士，實施了有效的業務策略，將本集團定位為品牌、廣告和營銷方案的綜合服務供應商。在他們的領導下，於往績記錄期間，我們實現了服務領域的多元化，增強了我們於各個媒體平台的廣告資源，提升了我們的運營能力，並擴大了客戶群，客戶包括中國各行各業的品牌商、廣告主及廣告代理商。2016年1月29日至2019年4月17日期間，我們的間接全資附屬公司華視傳媒的股票在新三板上市。

利用我們為客戶打造品牌以及提供廣告和營銷方案的能力，同時利用我們卓著的市場聲譽和實證往績，我們擅長通過分析市場和行業數據形成品牌、廣告及營銷建議，從而為客戶提供定制服務，以滿足業務需求並實現客戶的營銷目標。於往績記錄期間，我們的品牌、廣告和營銷方案服務提供予中國不同行業的客戶，包括：(i)汽車製造行業：一家位於江蘇省的領先電動三輪車製造商；(ii)政府機構：湖北省一個縣級政府；(iii)家居用品製造行業：一家總部位於湖北省的床墊製造公司；(iv)製藥行業：一家在中國專門從事藥品研發、生產和銷售的國家製藥集團公司，其股票在上交所上市；(v)農業及相關食品加工行業：一家位於湖北省的糧油貿易公司；和(vi)一家位於湖北省的釀酒公司。

憑藉近10年的運營歷史，我們與各類廣告資源供應商建立了牢固的戰略合作關係，其中包括中國主要電視台運營商、在線社交媒體、電商和OTT平台的運營商以及購物中心、公交車和地鐵的戶外廣告空間擁有者或代理商。尤其是，我們自2016年起連續六年被中國國有國家廣播電視台指定為授權廣告代理商。我們亦已與湖北省、湖南省、浙江省、上海市和北京市的其他主要省級衛星電視台運營商、媒體公司和廣告代理商建立長期合作關係，例如一家位於湖南省的廣播電視廣告總公司、一家位於浙江省的廣播電視集團、一家位於湖北省的互聯網信息服務公司、一家位於上海市的信息科技公司、一家位於北京市的互動網絡營銷技術公司和一家位於北京市的媒體資源公司。這種長期合作關係使我們在獲取寶貴的廣告資源方面具有競爭優勢，例如：(i)黃金時段的電視廣告投放；(ii)熱門在線社交媒體、電商及OTT平台的在線廣告資源；及(iii)各類媒體平台及渠道的可用廣告資源的最新及第一手資料。

業 務

由於對多渠道廣告服務的需求不斷增加以及技術和互聯網的飛速發展，我們自2018年起將廣告服務擴展到提供線上媒體廣告服務。於往績記錄期間，我們與在線搜索引擎、網站、社交媒體、電商和OTT平台的市場領先運營商簽訂了戰略合作及／或廣告代理協議，從而使本集團能夠通過分析互聯網用戶的偏好和行為以及各種線上媒體平台的特點和效用，提供豐富的在線廣告資源和解決方案。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國線上媒體廣告服務市場中廣告主的總支出由2016年的人民幣2,594億元增加至2020年的人民幣6,857億元，複合年增長率約為27.5%，並預計將由2020年的人民幣6,857億元增加至2025年的人民幣15,166億元，複合年增長率約為17.2%。

我們相信，我們的整體方案以及對線下和線上媒體廣告渠道的多元化覆蓋使我們能夠適應瞬息萬變的廣告行業，從而使我們能夠找到最為合適有效的廣告資源，以滿足客戶的需求。本集團的收入錄得[大幅]增長，由2019財年約人民幣77.5百萬元增至2020財年人民幣103.4百萬元，增幅約33.4%。純利也由2019財年約人民幣18.5百萬元增至2020財年人民幣24.3百萬元，增幅約31.4%。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場的總支出由2016年的人民幣5,355億元增加至2020年的人民幣9,734億元，複合年增長率約為16.1%，並預計將以約13.7%的複合年增長率從2020年的人民幣9,734億元增長到2025年的人民幣18,475億元。我們相信，我們在不斷變化的環境中所擁有的豐富經驗和良好適應能力，為我們在中國獲得更多市場份額並實現廣告市場的整體增長提供了有利條件。

我們的競爭優勢

我們相信，以下優勢可以有效地將我們與競爭對手區分開來。

我們已形成戰略制訂和數據分析能力

憑藉我們的戰略制訂能力以及深厚的行業知識和經驗，我們能夠通過分析我們從大學及研究機構獲得的市場和行業數據（例如對將由我們客戶營銷及宣傳的產品及／或服務進行的市場需求預測、消費者行為及偏好、我們客戶競爭者採納的品牌、廣告及營銷策略和各種廣告平台及渠道的目標受眾的數據）來針對性制訂最適合客戶的品牌、廣告和營銷方案。於往績記錄期間，我們與華中一所具有市場研究專長的知名大

業 務

學和其他著名研究機構建立了戰略合作關係，以加強集團在以下方面的能力：(i)從相關可靠資源提取行業數據及市場信息；(ii)對收集到的行業數據及市場信息進行科學分析，使本集團能夠洞察最新市場和行業趨勢，精準探明不同行業的客戶不斷變化的偏好和潛在需求，並釐定適當的媒體平台和廣告資源，令客戶實現營銷目標；和(iii)將市場及行業分析的發現及結果納入我們的服務方案中。

於往績記錄期間，隨著品牌商、廣告主及廣告代理商要求本集團提供定制品牌、廣告和營銷方案服務的需求不斷增加，2020年，我們與華中一所具有市場研究專長的知名大學合作成立了東湖品牌研究院，該研究院由上述大學的副院長兼教授與本集團高級管理層共同領導，並由專門研究媒體與傳播的專業人員、業界專家、企業家、品牌高管和知名大學的學者提供支持。於最後實際可行日期，東湖品牌研究院作為一個知識中心，致力於提供各種品牌及營銷相關主題方面有用的資源、資料和更新（例如品牌建設和營銷方案的最新行業趨勢），以及銷售業績與多維品牌、廣告和營銷策略兩者之間的相互關係。此外，該研究院制訂了中國城市品牌力指數（每年更新及發佈）和湖北品牌傳播活力指數（每一至兩年更新及發佈）等市場指數。

通過與知名大學及研究機構合作，我們能夠分析潛在的目標受眾，識別目標受眾的消費模式及偏好，並專門向這些受眾展示廣告及營銷內容，這可以為我們制訂品牌策略提供可靠依據。可以記錄、收集和分析觀看人數、在網站上花費的時間、訪問的頁面、廣告的到達率及到達的受眾類型之類由我們獲得的數據，以評估品牌、廣告和營銷方案的成效。於品牌、廣告及營銷方案執行完成後，我們會編製一份總結報告，當中載有（其中包括）我們品牌、廣告及營銷方案實施情況對業務的影響和推廣效果。本集團通常提供這些數據分析服務以及我們的品牌、廣告和營銷方案，使自己與競爭對手區分開來。董事認為，我們的戰略制訂分析能力將使我們能夠抓住現有和潛在客戶的商機。

業 務

我們在提供一站式優質綜合品牌、廣告和營銷方案高質量綜合服務方面擁有良好的往績記錄

我們通過各種媒體平台及廣告資源為客戶提供品牌、廣告和營銷的定制解決方案，擁有持續實證的往績記錄。

於往績記錄期間，我們分別為客戶成功完成了156和168個品牌、廣告和營銷方案項目，客戶包括中國的私營企業、國有企業和政府機構。在提供品牌、廣告和營銷綜合解決方案服務方面，我們(i)根據所推廣的相關產品及／或服務的市場定位、功能和特點以及客戶期望實現的營銷目標實施的品牌、廣告和營銷方案整體戰略規劃以及廣告標語、字幕、場景、文字和圖形的建議、概念或想法；(ii)獲取及分析與客戶行為及偏好、競爭格局和相關行業的最新趨勢有關的市場和行業數據，並分析所推廣的相關產品及／或服務的目標受眾；(iii)與其他第三方服務供應商合作，例如專門從事設計和製作品牌、廣告和營銷材料、推廣視頻剪輯和營銷活動的製作公司、公關公司和營銷機構；和(iv)向各種媒體平台（例如電視頻道、在線社交媒體、電商及OTT平台和戶外廣告空間）購買適當的廣告資源，以最大程度地吸引目標受眾並優化推廣效果。

通過我們的品牌、廣告和營銷綜合解決方案服務，我們能夠提高客戶推廣的品牌、產品及／或服務的知名度和聲譽，從而提高其產品及／或服務的銷售額、業績和市場份額，最終取得品牌建設成果，並在目標受眾中提升其產品及／或服務的獨特價值。憑藉為客戶提供一站式品牌、廣告和營銷綜合解決方案的能力，我們相信，本集團已做好充分準備，在品牌、廣告和營銷服務捕捉潛在的市場機會，從而推動我們的收入增長。

由於對多渠道廣告服務的需求不斷增加以及技術和互聯網的飛速發展，我們自2018年起將廣告服務擴展到提供線上媒體廣告服務。於往績記錄期間，我們與在線搜索引擎、網站、社交媒體、電商和OTT平台的運營商簽訂了戰略合作及／或廣告代理協議，從而使本集團能夠通過分析互聯網用戶的偏好和行為以及各種在線平台的特點和效用，提供豐富的在線廣告資源和解決方案。

業 務

由於我們在提供品牌、廣告和營銷的優質綜合解決方案方面的豐富經驗和專業知識，我們斬獲了無數獎項，以表彰我們的服務質量，包括2016年的「五星聯盟」戰略合作夥伴、2017年獲得並於2020年續新的高新技術企業證書、2018年的澳門國際廣告節：2017-2018年度中國最具影響力傳播公司和2020年的中國國際廣告節廣告主獎•2020年度金夥伴獎。有關本集團所獲獎勵的詳細信息，請參閱本節「獎項」一段。董事相信，這些獎項不僅能夠認可我們的服務質量、所交付內容的成效和解決方案的精準度，而且可以吸引更多知名客戶選擇本集團。

我們已與各類媒體平台及廣告資源的供應商建立了穩定及長期的業務關係

於往績記錄期間，我們與眾多媒體資源供應商建立了牢固的戰略合作關係，其中包括中國知名電視台運營商、在線社交媒體、電商和OTT平台的市場領先運營商以及購物中心、公交車和地鐵的戶外廣告空間擁有者。尤其是，我們自2016年起連續六年被中國國有國家廣播電視台指定為授權廣告代理商。此外，憑藉強大的客戶基礎，我們與湖北省、湖南省、浙江省、上海市和北京市的其他主要省級衛星電視台運營商、媒體公司和廣告代理商建立了長期合作關係。這種長期合作關係使我們在獲取寶貴的廣告資源方面具有競爭優勢，例如(i)黃金時段的電視廣告投放；(ii)熱門在線社交媒體、電商及OTT平台的線上廣告資源；及(iii)有關各類媒體平台及渠道的可用廣告資源的最新及第一手資料。此外，我們與第三方內容製作公司、設計公司和市場研究公司建立了業務關係。

我們龐大的供應商網絡使我們能夠從龐大的廣告資源庫中作出選擇，並為客戶提供多維品牌、廣告和營銷方案，從而節省了客戶為實施其最大限度提高目標受眾接觸廣告的營銷戰略而在尋找和應付不同類型的供應商方面的時間和成本。

憑藉與眾多媒體平台及廣告資源供應商的戰略關係，我們能夠(i)在不同媒體平台上獲得高需求的寶貴廣告資源；(ii)獲取有關可用廣告資源的最新第一手信息；和(iii)準確監控品牌、營銷和廣告解決方案的執行情況。

業 務

我們已形成定制創意和概念的能力，這些創意和概念用於在各種媒體平台上製作不同形式的品牌、廣告及營銷內容

憑藉我們在提供定制品牌、廣告和營銷方案方面的豐富經驗和專業知識，我們的項目管理團隊自身擁有能夠形成定制創意和概念（例如廣告標語、字幕、場景、文字和圖形）的能力，這些創意和概念用於在各種媒體平台上製作不同形式的品牌、廣告及營銷內容，涵蓋電視、在線視頻平台、新媒體、戶外媒體和營銷活動。

根據(i)客戶的營銷目標；(ii)所推廣產品、服務及／或品牌的市場定位和特點；和(iii)基於行業數據分析的市場研究結果，我們能夠形成定制營銷理念和概念，從而突出所推廣的相關產品、服務及／或品牌的獨特競爭優勢，並將其整合到不同類型的廣告內容中，例如主題電視節目、音頻節目、在線視頻剪輯、文本和圖像、戶外廣告、營銷項目和活動。於往績記錄期間，我們(i)為一個領先的電動三輪車品牌啟動品牌建設活動；(ii)通過組織一系列主題營銷活動，為一個領先的床墊和被褥用品品牌制訂廣告和營銷策略，以推廣其新推出的產品；和(iii)通過將我們的廣告創意和概念植入一檔主題電視節目中，為一個家用飲料品牌提供定制廣告解決方案。該電視節目以自然和巧妙的方式設立了與廣告產品相匹配的佈景或場景。

通過多媒體渠道，從傳統媒體平台（例如電視）到新媒體渠道（例如在線社交媒體、電商及OTT平台）以及現場體驗，我們在不同形式的廣告內容（包括視頻、音頻和軟文）中實施和傳播定制創意和概念，我們相信，憑藉這種全方位方法，不僅可以使我們的客戶實現更高的成本效率，而且產生協同效應，豐富其目標受眾的虛擬和現實生活體驗，進而最大程度地提高客戶營銷策略的品牌和推廣效果。

我們與各行各業的客戶建立了良好的業務關係

於往績記錄期間，我們與多元化的客戶群建立了業務關係。我們的客戶主要包括從事飲料、保健食品生產、汽車製造、家居用品製造、旅遊以及農業和副食品加工行業的品牌所有者、廣告主及廣告代理商。我們認為，客戶來自各行各業能減少過度集中於特定行業的風險，使我們不容易受到特定行業的季節性、經濟週期和波動的影響。

業 務

於往績記錄期間，我們與五大客戶成功保持了從2到5年的多年業務關係，並在上述期間分別與34和16名客戶建立了新的業務關係。於最後實際可行日期，我們與四名客戶訂立了長期框架協議，據此，我們將向他們提供定期品牌、廣告和營銷服務，以吸引他們分配更大份額的品牌、廣告和營銷預算。

我們相信，通過與客戶保持緊密的關係，我們能夠熟悉客戶的企業文化、預算和偏好，更好地滿足他們的期望，並提供最適合他們需求的服務。

我們擁有一支具有豐富行業知識的資深管理團隊

我們的管理團隊在中國為客戶提供品牌、廣告和營銷方案服務方面經驗豐富。特別是執行董事陳先生、王女士及薛女士在中國的品牌、廣告和營銷服務行業學識廣博，分別擁有逾10年、10年及8年的行業和管理經驗。

我們相信，本集團的快速多元化發展得益於陳先生、王女士及薛女士的經驗、見識和領導，他們為本集團帶來了品牌、廣告及營銷服務行業豐富的經驗、資源和人脈，並增強了客戶對本集團的信心。特別是陳先生在2016年、2017年和2020年被提名為「中國經濟十大新聞人物」，並於2018年被提名為「2018中國經濟改革年度創新人物」。此外，王女士通過為領先的品牌所有者及廣告主建立和執行各類品牌、廣告和營銷方案服務項目提供諮詢，在品牌、廣告和媒體行業中積累了豐富的經驗和專業知識。薛女士擅長運用其實踐經驗和專業知識，協助我們的客戶制定品牌、廣告和營銷策略，識別品牌的核心優勢，並結合相關廣告資源制定營銷方案。

憑藉我們的競爭優勢，本集團建立了一支經驗豐富的管理團隊，能夠有效監督和協調我們在各個工作流程中的業務運營，確保運作平穩。設計、管理和協調項目各個方面的能力以及提供一站式解決方案的能力使本集團能夠幫助客戶應對挑戰，並確保提供符合標準和預期的方案。有關董事和高級管理層的進一步詳情和履歷，請參閱本文件中「董事及高級管理層」一節。憑藉他們的經驗，知識和見識，我們相信，我們的管理團隊能夠帶領本集團隨著中國綜合品牌、廣告和營銷方案服務市場的不斷擴大而發展。

業 務

業務策略

我們擬加強我們作為中國綜合品牌、廣告和營銷方案服務供應商的市場地位，並通過實施以下策略進一步增加市場份額。

加強數據分析能力並進一步提升品牌服務

我們的董事認為，擁有強大的數據分析能力、最新的行業數據和營銷信息是品牌服務供應商取得成功的關鍵因素之一。根據弗若斯特沙利文的資料，中國品牌服務市場中品牌擁有人對廣告服務供應商的總支出由2016年的約人民幣24億元增加至2020年的人民幣48億元，複合年增長率約為18.9%，並預計將由2020年的約人民幣48億元增加至2025年的約人民幣98億元，複合年增長率約為15.3%。為了把握中國品牌服務市場的增長潛力，我們擬通過以下舉措加強我們的數據分析能力並進一步提升品牌服務：(i)建立大數據品牌平台和研發數據庫；(ii)獲取更全面的市場和行業數據；及(iii)為技術研發部招聘更多員工。

(i) 建立大數據品牌平台和研發數據庫

根據弗若斯特沙利文的資料，品牌和營銷數據、客戶行為信息以及數據分析能力的廣度和深度對於品牌服務供應商提供量身定制的有效品牌服務至關重要。一家能夠獲得大量數據、信息、行業洞察和媒體資源的成熟品牌服務供應商能夠開發更精確的數據分析工具，並制定更深入有效的品牌策略，以滿足客戶的業務需要和營銷目標。因此，品牌服務行業的大型市場參與者建立自己的大數據平台和研發數據庫以整合行業數據和營銷信息是一種行業準則和市場慣例，例如(i)不同行業的品牌策略和環境；(ii)基於品牌所有者的特點和競爭優勢的品牌標識；(iii)市場定位信息；(iv)品牌內容的設計和開發，包括logo、圖案和圖標、口號、標語、印刷品、標牌、包裝、視頻和音頻內容、廣告信息、數字平台和網站；(v)涵蓋線下和線上媒體廣告平台和渠道的媒體資源規劃；(vi)根據所推廣和營銷的產品及／或服務的類型和特點作出的競爭對手和目標受眾分析；(vii)不同細分市場的客戶行為和偏好；(viii)實施各種品牌策略的市場先例和項目經驗；和(ix)評估和分析品牌方案的有效性。

根據弗若斯特沙利文的資料，大數據平台和研發數據庫的建立和開發還可以在以下方面為品牌服務供應商提供優於其他市場競爭對手的競爭優勢：(i)將大數據和營銷

業 務

信息整合到品牌策略和方案中；(ii)用行業大量品牌案例和數據報告向潛在客戶表現和展示數據分析能力；(iii)滿足各行各業客戶的特定需求並助其實現營銷目標；及(iv)提高提取相關信息和數據的效率，方便客戶獲得品牌諮詢和顧問服務。

借助大數據平台和研發數據庫對行業數據和營銷信息的廣泛覆蓋，品牌服務供應商開發平台界面供客戶獲取品牌數據、行業洞察和營銷相關信息並向客戶另行收取下載費、會員費或訂閱費亦是一項市場普遍慣例，從而使品牌服務供應商的收入進一步多元化。

於往績記錄期間，我們主要依賴大學及第三方研究機構開展市場研究，並根據我們客戶的具體業務需要和營銷目標向我們提供相關行業數據和營銷信息。因此，本集團獲取的數據和信息是針對特定項目的，一般覆蓋範圍較小，主要集中在有限類型的行業分部。此外，第三方服務供應商向我們提供相關行業數據和營銷信息的交付時間通常較慢，從而延長本集團的響應時間及可能對我們向客戶提供服務的效率產生不利影響。

為進一步提升本集團的服務，尤其是品牌業務方面的服務，並加強我們的數據分析能力，從而提高客戶穩定性和市場競爭力，我們擬建立自己的大數據品牌平台和研發數據庫，以加強我們在以下方面的能力：(i)為不同行業的客戶量身定制有效的品牌策略；(ii)分析客戶的行為和偏好；(iii)描畫分析不同細分市場的目標受眾；(iv)與客戶協商，在隨後提供的服務方案中整合最新的市場定位信息、品牌表現數據和行為數據；(v)面向不同類型營銷和廣告資源的策略規劃；(vi)掌握最新行業趨勢用於設計和開發品牌標識和品牌內容；(vii)根據所推廣和營銷的產品及／或服務的類型和特點預測潛在市場需求；和(viii)根據市場先例和我們的項目經驗評估品牌策略和營銷方案的有效性。

根據弗若斯特沙利文的資料，隨著品牌服務市場的發展，品牌商對服務質量和服務範圍提出了更高的要求，而品牌服務供應商亦致力於擴展其服務範圍，涵蓋完整的營銷過程，主要包括前期市場研究、項目組織和策劃、品牌策略的制定和實施以及實施結果的評估。為了向潛在客戶展示我們的數據分析能力並利用中國對數據驅動品牌服務的需求的快速增長，我們將推出由大數據品牌平台和研發數據庫支持的用戶界

業 務

面，使我們能夠為潛在和現有客戶提供渠道獲取全面的品牌數據、行業洞察和營銷相關信息。根據客戶要求獲取的數據類型和數量，以及是否需要我們製作初步市場研究報告，我們將向客戶另外收取服務費，從而進一步增加和多元化本集團的收入來源。

下表載列建立我們的大數據品牌平台和研發數據庫的估計成本明細：

	兩年預估金額的資金來源	
	[編纂]	內部產生
	[編纂]	的資金
	(百萬港元)	(百萬港元)
聘請IT服務供應商開發和建立		
我們的大數據品牌平台和研發數據庫	[編纂]	[3.0]
採購硬件(例如服務器、電腦和數據庫)	[編纂]	[1.3]
採購軟件(例如工具、操作系統、 資源管理、數據挖掘和跟蹤相關軟件)	[編纂]	[0.4]
總計	[編纂]	[4.7]

(ii) 獲取更全面的市場和行業數據

誠如弗若斯特沙利文所確認，隨著互聯網、社交媒體、移動設備和傳感器的普及，產生了大量數據，其中包括以下方面的數據和信息：(i)各個行業領域的最新市場情況；(ii)不同消費群體的行為和偏好；(iii)不同營銷和廣告手段的目標受眾；(iv)當地市場的最新行業趨勢和潛在需求；及(v)不同類型的品牌、廣告和營銷策略的有效性。

為了加強我們的策略制定、監測和評估能力，並補充大數據品牌平台和研發數據庫的發展，我們擬獲取更全面的市場和行業數據以加強我們在以下方面的策略制定能力：(i)評估最新市場趨勢；(ii)滿足客戶不斷變化的需求和業務需要；及(iii)分析客戶實現營銷目標最適合的不同形式的品牌、廣告和營銷方案。例如，更多關於消費者群體行為和偏好的行業數據將使我們能夠針對客戶選擇的受眾提供更精準的品牌、廣告

業 務

和營銷方案。用於監督電視、線上和戶外平台等多渠道廣告解決方案執行情況的更全面數據，能夠加強我們作為多渠道廣告服務供應商的能力。用於評估各種品牌、廣告和營銷方案有效性的更多數據能夠加強我們在中國品牌、廣告和營銷方案服務市場的市場地位。

下表載列本集團擬獲取的數據詳細信息：

欲獲取的數據	功能	兩年預估金額的資金來源	
		[編纂] [編纂] (百萬港元)	內部產生的 資金 (百萬港元)
— 來自行業研究諮詢集團以下方面的高級數據：(i)不同行業線上消費者的行為和偏好；(ii)各廣告平台的產品組合及推廣機制分析；(iii)市場定位信息；和(iv)市場競爭格局分析	通過獲取不同行業線上消費者的行為和偏好數據提供更精準的品牌、廣告和營銷方案；最新的行業趨勢和營銷信息	[編纂]	[0.4]
— 來自國際市場研究諮詢集團以下方面的高級數據：(i)中國高端消費者和政府部門的消費模式和預測需求；(ii)宏觀經濟研究、市場細分和規模分析；和(iii)不同市場參與者的競爭實力	為客戶提供中國高端消費者和政府部門的市場需求和消費模式的更深入分析；並參考最新市場研究數據制定我們的服務方案	[編纂]	[0.5]

業 務

欲獲取的數據	功能	兩年預估金額的資金來源	
		[編纂] [編纂] (百萬港元)	內部產生的 資金 (百萬港元)
<p>— 來自媒體監控公司以下方面的廣告／監控數據：(i)植入電視廣告；(ii)線上廣告對所覆蓋互聯網用戶的數量和類型的影響、總收視率和到達率；及(iii)不同線上視頻平台的收視率和不同類型移動應程序的瀏覽數據</p>	<p>加強廣告資源規劃，為客戶提供不同類型廣告資源和平台使用有效性的對比分析，從而使我們能夠制定更準確、更高效的廣告服務方案</p>	[編纂]	[0.4]
<p>— 來自中國知名市場研究公司以下方面的高級數據：(i)市場參與者採用的線上品牌和銷售策略；(ii)各種電商平台及其目標受眾的分析；(iii)數字品牌和廣告解決方案的最新行業趨勢；及(iv)智能設備用戶的消費模式</p>	<p>監控各種線上品牌和廣告策略的有效性、智能設備用戶的行為和偏好、各種電商平台的目標受眾，使客戶能夠相應調整其品牌和營銷策略</p>	[編纂]	[0.4]

業 務

欲獲取的數據	功能	兩年預估金額的資金來源	
		[編纂] [編纂] (百萬港元)	內部產生的 資金 (百萬港元)
一 來自中國知名市場研究公司以下方面的高級數據：(i)基於不同類型移動應用程序和線上平台的頻率、瀏覽時長、展示次數、點擊次數以及下載時間的定量分析；及(ii)不同行業的潛在需求和增長潛力分析	通過比較不同移動應用程序和線上平台的有效性及其用戶的行為和偏好，對不同類型廣告和營銷資源的流行度和質量進行競爭及量化分析，使我們能在開發品牌內容時提供相應的評估服務	[編纂]	[0.4]
		總計	
		<u>[編纂]</u>	<u>[2.1]</u>

業 務

(iii) 為我們的技術研發部招聘更多員工

隨著我們的大數據品牌平台和研發數據庫發展，以及為進一步加強我們進行數據分析及制定有效品牌、廣告及營銷方案以符合我們客戶不斷變化的業務需要及營銷目標的能力，董事認為，招聘兩名研究專家頗為重要，而這些專家專門研究品牌、廣告及營銷服務相關的數據分析及市場研究，以(i)運營及維護我們的大數據品牌平台和研發數據庫；(ii)向我們的策略制定團隊提供數據分析及研發支持，為客戶開發訂製品牌、廣告及營銷方案；(iii)提升我們廣告及營銷服務方案的質量及精準率；(iv)取得及確保我們客戶所提供市場信息及行業數據的準確性及完整性；及(v)就我們的品牌、廣告及營銷服務方案的有效性編製評估報告。

研究專家將在技術研發部現有員工的支持下執行和實施上述目標，為我們的業務運營提供更好的市場研究和數據分析支持。研究專家亦將為技術研發部的員工提供內部培訓和知識共享，讓他們在現有職責的基礎上，亦可為大數據品牌平台和研發數據庫的運營和技術維護作出貢獻。有關技術研發部的更多詳情，請參閱本節「研究與開發」一段。

下表載列為我們的技術研發部招聘的研究專家所需經驗及資格：

職位	最低相關經驗年資	資格	將以 [編纂] [編纂] 撥付的兩年 預估金額 (百萬港元)
兩名研究專家	十五年或以上有關媒體與傳播、數字營銷、品牌及廣告傳播及推廣的數據分析及市場營銷的經驗	數據研究、廣告、營銷、媒體及傳播或相關學科的博士	[編纂]

業 務

鑒於上文所述，我們擬動用約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）以加強我們的數據分析能力及進一步提升我們的品牌服務，其中(i)約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）將用於建立我們的大數據品牌平台和研發數據庫；(ii)約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）將用於取得更全面的市場和行業數據；及(iii)約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）將用於為我們的技術研發部招聘更多員工。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

繼續擴展線上媒體廣告服務

我們擬透過(i)增強線上媒體廣告平台；及(ii)發展內部內容製作能力以繼續擴展線上媒體廣告服務，從而把握中國線上媒體廣告服務市場不斷增長的商機。

(i) 增強線上媒體廣告平台

根據弗若斯特沙利文報告，近年來中國線上媒體廣告服務市場錄得顯著增長。中國線上媒體廣告服務市場的廣告主支出從2016年的約人民幣2,594億元增加至2020年的約人民幣6,857億元，複合年增長率為27.5%。未來，中國線上媒體廣告服務市場的廣告主支出預計於2020年至2025年將以17.2%的複合年增長率進一步增長，到2025年底達致約人民幣15,166億元。此外，與電視廣告、戶外廣告等線下媒體廣告相比，線上媒體廣告的優勢在於：線上媒體廣告覆蓋面較廣，線上媒體廣告的效果和表現可以被監測和衡量，線上媒體廣告可以精準地到達目標受眾。在這樣的優勢下，線上媒體廣告逐漸獲得了廣告主的青睞，從廣告主的支出來看，線上媒體廣告在中國廣告服務媒體市場的比例已從2016年的48.8%上升到2020年的70.9%。

我們已於2018年開始向客戶提供線上媒體廣告服務，並於2019財年及2020財年分別產生收入約人民幣4.7百萬元及人民幣18.5百萬元，增長約294.8%。鑒於(i)上述中國線上媒體廣告服務市場的增長帶來潛在機遇；及(ii)線上媒體廣告收入增長，董事對中國線上媒體廣告服務市場的需求及未來發展持樂觀態度。目前，我們維護一個主要用於推廣線上媒體廣告業務的線上媒體廣告平台。為了進一步擴展我們的線上媒體廣告服務及把握線上媒體廣告市場的潛在商機，我們計劃增強線上媒體廣告平台，方法為在我們的線上媒體廣告平台上建立三個新系統，即(1)線上媒體廣告效果監測評估系統；(2)精準線上媒體廣告數據分析系統；及(3)線上媒體廣告數據管理系統。上述新系統將使我們能夠收集、整合及分析來自各個線上媒體平台的線上媒體廣告數據，協助客戶精準識別線上廣告的目標受眾，並制定相關廣告策略，以確保線上媒體廣告投放

業 務

予適當的受眾群體，從而提升線上媒體廣告投放的效果。於客戶投放廣告後，新系統將對各個線上媒體平台上投放的線上媒體廣告數據進行收集與分析，並基於從線上媒體平台收集的資料和數據生成關於我們線上媒體廣告策略的效果評估報告。該評估報告可讓我們的客戶在線上媒體廣告投放過程中進行實時監測，以有效識別潛在問題及作出必要調整，從而提升線上廣告投放的整體效果。此外，新系統將整合線上廣告投放數據，讓我們直接獲取在線廣告投放結果數據，從而提高評估報告編製及線上媒體廣告項目管理的效率。

根據弗若斯特沙利文的資料，具備經驗將新技術應用於精準營銷並實現監控的線上媒體廣告服務供應商可維持競爭優勢並獲取更大的市場份額。我們認為該等新系統將提升我們監控及評估客戶在各第三方線上媒體平台所投放線上廣告效果的能力，並增加我們向客戶提供的現有線上媒體廣告服務的價值，從而提高我們的競爭力，以把握中國線上媒體廣告服務市場不斷增長的商機。於最後實際可行日期，本集團並無允許客戶直接在我們的線上媒體廣告平台投放廣告的計劃。

下表載列我們增強線上媒體廣告平台的估計成本明細：

	兩年預估金額的資金來源	
	[編纂] [編纂] (百萬港元)	內部產生的 資金 (百萬港元)
聘請IT服務供應商增強我們的		
線上媒體廣告平台	[編纂]	[3.0]
採購硬件(例如服務器、電腦和數據庫)	[編纂]	[1.8]
採購軟件(例如操作系統、數據管理和 廣告監控軟件)	[編纂]	[1.2]
	[編纂]	[6.0]
總計	[編纂]	[6.0]

業 務

(ii) 形成內部內容製作能力

於往績記錄期間，我們並無內部團隊製作線上媒體廣告內容，而是主要負責策劃及制定線上廣告的廣告策略及內容。儘管我們仍可按上述安排進行線上媒體廣告業務，但缺乏內部內容製作能力已制約我們承接合同金額較大的線上媒體廣告項目的能力，並限制我們線上媒體廣告業務的增長。董事認為，大型線上媒體廣告項目的客戶通常會與具備內部內容製作能力的廣告服務供應商接洽。根據弗若斯特沙利文的資料，大型線上媒體廣告項目的客戶通常對線上廣告內容製作的要求更嚴苛，並通常會選擇具有內部內容製作能力的成熟廣告服務供應商，以更有效地監督及實施其線上媒體廣告計劃。於往績記錄期間，本集團未能獲得四個預計總合約價值約為人民幣10百萬元的線上媒體廣告項目，是由於缺乏線上廣告內容製作的內部能力。為了向潛在客戶展示我們承接大型線上媒體廣告項目的能力，並避免因缺乏內部製作能力而損失商機，我們計劃通過成立視頻工作室及購買設備及軟件（如攝影及視頻拍攝設備、視頻編輯軟件、錄音和燈光設備），以發展內部內容製作能力。憑藉(i)多年來我們在品牌、廣告和營銷方案服務市場建立的品牌聲譽；及(ii)對客戶廣告目標、偏好及需求的深入了解，董事相信，隨著我們內部製作能力的發展，我們的競爭力將進一步提升，並且本集團將更具優勢承接大型客戶的大型項目，把握中國線上媒體廣告市場不斷增長的商機。

下表載列我們培養內部內容製作能力的估計成本明細：

	兩年預估金額的資金來源	
	[編纂]	內部產生的
	[編纂]	資金
	(百萬港元)	(百萬港元)
成立視頻工作室	[編纂]	[1.6]
購買設備及軟件（如攝影及視頻拍攝設備、 視頻編輯軟件、錄音和燈光設備）	[編纂]	[3.2]
總計	[編纂]	[4.8]

業 務

鑒於上文所述，我們擬動用約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）以增強我們的線上媒體廣告平台及發展內部內容製作能力，從而把握中國線上媒體廣告市場不斷增長的機遇，其中(i)約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）將用於增強我們的線上媒體廣告平台；及(ii)約[編纂]百萬港元（佔[編纂][編纂]約[編纂]%）將用於發展內部內容製作能力。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

擴大我們服務的地域覆蓋範圍

我們擬通過在北京市及上海市設立辦事處，擴大我們品牌、廣告和營銷方案服務的地域覆蓋範圍。

根據董事的經驗及據弗若斯特沙利文告知，客戶通常會選擇熟悉當地客戶偏好、市場需求及商業環境的本地化品牌、廣告和營銷方案服務供應商。因此，品牌、廣告和營銷方案服務供應商在不同城市建立據點以鞏固其市場地位，從而進一步擴大其服務的地域覆蓋範圍並提升其中國市場份額，乃屬行業規範。此外，本地化服務供應商通常被視為對當地市場環境了解及洞察更深，因此在為當地客戶提供量身定制的品牌、廣告和營銷方案服務時，與並無本地業務的其他市場競爭對手相比享有更多競爭優勢。

為配合我們的業務發展計劃以擴大在中國不同地區的地域覆蓋範圍，我們擬策略性地通過在北京市及上海市設立辦事處，加強在華北及華東地區的業務佈局，從而使自身作好準備向該等地區的當地客戶推廣及營銷服務。

(i) 設立北京市辦事處

根據弗若斯特沙利文的資料，北京市被視為中國的政治樞紐及主要商業中心之一，為業務擴充帶來巨大潛力。為了擴大我們業務的地域覆蓋範圍，董事計劃在北京市設立辦事處，以便我們能夠更好地向華北地區的客戶推廣及提供服務。根據弗若斯特沙利文的資料，華北地區是中國綜合性品牌、廣告和營銷方案服務行業的主要市場之一。具體而言，於2020年，北京市綜合性品牌、廣告和營銷方案服務的市場規模約為人民幣370億元，2016年至2020年的複合年增長率為16.9%；且預計於2020年至2025年市場規模將以約14.0%的複合年增長率增長。

業 務

我們相信，在北京市設立辦事處將有助我們擴展業務吸納更多中國客戶，從而把握華北地區不斷增長的商機。由於北京市辦事處將為客戶提供一個與我們進行面對面及時互動的實體平台，因而使華北地區的客戶更容易獲得我們的服務。我們不時收到華北地區潛在客戶有關品牌、廣告及營銷方案服務的查詢。然而，由於我們的總部位於武漢，許多該等潛在客戶擔心(i)到訪我們武漢總部不方便且費用高昂；(ii)我們可能無法面對面及時處理查詢；(iii)我們並無在北京市設有當地辦事處和業務網絡，可能不熟悉當地市場動態、行業慣例及消費者偏好和行為；及(iv)我們無法滿足若干項目的先決條件，這些項目要求服務提供商在當地設有辦事處，以便項目團隊成員提供現場服務，導致本集團於往績記錄期無法取得華北地區潛在客戶的三個項目，估計合約總額約為人民幣27百萬元。因此，設立北京市辦事處將有助本集團解決潛在客戶提出的上述擔憂，提升我們在華北地區的知名度及滲透率，並把握該地區的業務增長及機遇。

截至2019年及2020年12月31日止年度，來自華北地區客戶的總收益分別約為人民幣1.6百萬元及人民幣0.5百萬元，相當於同期我們總收益的約2.0%及0.4%。於往績記錄期間，我們在北京設有通訊地址，以便本集團與我們位於北京的供應商溝通。有關進一步詳情，請參閱本節「物業」一段。然而，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於北京並無任何業務營運或任何員工。董事相信，本集團於北京市設立辦事處將有利於本集團提升市場知名度及把握華北地區的市場增長。於最後實際可行日期，我們正與華北地區的五名客戶磋商，估計合約總額約為人民幣10百萬元。因此，事實證明我們有擴展業務的機會，且我們確實正在該地區取得業務合約。

(ii) 設立上海市辦事處

儘管北京市辦事處將主要覆蓋我們於華北地區的業務擴展，但透過於上海市設立辦事處，進一步擴大我們在中國的地理覆蓋範圍是本集團長期業務策略的一部分，以把握華東地區的業務增長及機遇。具體而言，根據弗若斯特沙利文的資料，於2020年，上海市綜合性品牌、廣告及營銷方案服務的市場規模約為人民幣400億元，2016年至2020年的複合年增長率約為17.2%；及市場規模預期於2020年至2025年按複合年增長率約14.4%增長。

我們相信，在上海市設立辦事處將有助我們擴展業務吸納更多中國客戶，從而把握華東地區不斷增長的商機。由於上海市辦事處將為客戶提供與我們進行面對面及時互動的實體平台，因而使華東地區的客戶更容易獲得我們的服務。與華北地區的潛在

業 務

客戶一樣，華東地區的當地客戶亦擔心(i)到訪我們的武漢總部不方便且費用高昂；(ii)我們可能無法面對面及時處理查詢；(iii)我們並無在上海市設有當地辦事處和業務網絡，可能不熟悉當地市場動態、行業慣例及消費者偏好和行為；及(iv)我們無法滿足若干項目的先決條件，這些項目要求服務提供商在當地設有辦事處，以便項目團隊成員提供現場服務，導致本集團於往績記錄期間無法取得華東地區潛在客戶的兩個項目，估計合約總額約為人民幣20百萬元。因此，設立上海辦事處將有助本集團解決潛在客戶提出的上述擔憂，提升我們在華東地區的知名度及滲透率，並把握該地區的業務增長及機遇。

截至2019年及2020年12月31日止年度，來自華東地區客戶的總收益分別約為人民幣7.3百萬元及人民幣27.0百萬元，相當於同期我們總收益的約9.4%及26.1%。董事相信，本集團於上海市設立辦事處將有利於本集團提升市場知名度及把握華東地區的市場增長。於最後實際可行日期，我們正與華東地區的四名客戶磋商，估計合約總額約為人民幣15百萬元。因此，事實證明我們有擴展業務的機會，且我們確實正在該地區取得業務合約。

北京市及上海市各自作為中國的政治中心及經濟中心迅速發展，吸引到大批企業入駐，據弗若斯特沙利文確認，這刺激了品牌、廣告及活動執行及製作服務的旺盛需求。此外，北京及上海的品牌、廣告及營銷方案服務市場的高速發展以充足的優質媒體平台及廣告資源以及有利的政府政策為支撐。根據弗若斯特沙利文的資料，今後隨著以上海市為中心的長江三角洲地區以及以北京市為中心的京津冀地區的區域經濟進一步整合發展，其周邊地區潛在客戶的品牌、廣告及營銷方案服務需求將不斷增加，這有利於市場參與者進一步拓展業務。

經弗若斯特沙利文確認，COVID-19爆發後，經考慮地方政府可能施加的潛在隔離措施、封鎖限制及旅遊暫停，我們亦見證了北京市及上海市客戶日漸盛行聘用品牌、廣告及營銷方案服務供應商的趨勢，該等供應商指派當地員工駐守當地辦事處，以更好地提供及時支援及現場服務，以處理其品牌、廣告及營銷方案的需要及要求，從而避免防控COVID-19舉措引發的複雜情況。

業 務

下表載列於北京市及上海市設立辦事處的估計成本明細：

	將以[編纂] [編纂]撥付的 兩年預估金額 (百萬港元)
設立北京市辦事處	
租金成本	[2.8]
裝修成本	[1.1]
19名員工的員工成本(包括1名管理人員、3名行政人員、 1名媒體運營人員、6名戰略制訂人員、 5名銷售和營銷人員以及3名財務和會計人員)	[編纂]
辦公設施成本	[編纂]
其他行政開支	[編纂]
小計	[編纂]
設立上海市辦事處	
租金成本	[2.5]
裝修成本	[1.1]
19名員工的員工成本(包括1名管理人員、3名行政人員、 1名媒體運營人員、6名戰略制訂人員、 5名銷售和營銷人員以及3名財務和會計人員)	[編纂]
辦公設施成本	[編纂]
其他行政開支	[編纂]
小計	[編纂]
總計	[編纂]

我們擬動用約[編纂]百萬港元或[編纂][編纂]約[編纂]%在北京市及上海市設立辦事處，其中(i)[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)用於設立北京市辦事處；及(ii)[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]約[編纂]%)用於設立上海市辦事處。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

進一步提升我們的品牌知名度及加大營銷力度

根據弗若斯特沙利文的資料，中國的大型廣告商一般傾向於與知名品牌、廣告及營銷方案服務供應商合作，該等供應商已樹立良好的企業形象及聲譽：在提供優質服務的同時，亦能提供廣泛的媒體平台及廣告資源，擁有優異的往績記錄。因此，對於

業 務

品牌、廣告及營銷方案服務行業的市場參與者而言，提高品牌知名度及提升企業形象以維持其競爭力至關重要，因為具備知名品牌及企業形象的市場參與者更有可能被廣告商視為對廣告商的產品及／或服務及營銷需求擁有更多資源、經驗及見解。

因此，我們擬透過組織及舉辦主題會議、峰會論壇及營銷活動等營銷事件及活動，進一步提高我們的品牌知名度及認知度並加大營銷力度，以向不同行業和地點的潛在客戶營銷及推廣我們所提供的服務及能力，從而進一步擴大及拓展客戶基礎。根據弗若斯特沙利文的資料，在中國領先的品牌、廣告及營銷方案服務供應商，透過組織及舉辦營銷事件及活動展示行業經驗、技術專長、專業人員及能力，向潛在客戶或目標客戶推廣其品牌知名度及營銷其服務乃屬一般行業慣例。

於往績記錄期間，我們已成功組織及舉辦超過不同類別的品牌、廣告及營銷相關主題及最新動態的五場會議，該等會議在市場上反響熱烈，有逾2,000名潛在客戶、市場參與者出席及行政人員出席。作為該等會議的承辦方及主辦方，我們負責(i)向目標觀眾宣傳及推廣會議；(ii)識別會議所涵蓋的熱門話題、主題及行業最新動態；(iii)為會議擬備日程安排、議程及內容會議；(iv)邀請行業專家、教授、營銷總監及廣告顧問作為演講嘉賓分享經驗及見解；及(v)根據最新行業趨勢及市場發展提供培訓及研討會。例如，於2017年3月，我們受國有國家廣播電視台的廣告中心，委託組織及舉辦一場以「國家品牌計劃－走進華中區域」為主題的會議，有近300名與會者出席，包括我們的目標客戶、業務夥伴、廣告商代表及知名品牌商的高級行政人員，通過組織及舉辦會議，本集團其後已成功獲得六名新客戶委聘我們提供服務，合約總額約人民幣29.2百萬元。

因此，董事認為，我們可自組織及舉辦該等營銷事件及活動中受益，以(i)推廣及展示我們的服務內容及能力；(ii)樹立我們作為成熟的品牌、廣告及營銷方案服務供應商之一的企業形象；(iii)發展業務網絡及與現有及潛在客戶的關係；及(iv)與我們的目標客戶取得新商機，從而進一步增加我們的市場份額。我們擬動用約[編纂]百萬港元或[編纂][編纂]約[編纂]%，以進一步提升我們的品牌知名度及加大營銷力度。

業 務

業務策略的執行資金

上述策略的實施估計需要約[編纂]港元，部分將以[編纂][編纂][編纂]百萬港元撥付以及部分以下文所述內部產生的資金[編纂]百萬港元撥付。有關[編纂][編纂]用途的詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

	總額 (百萬港元)	資金來源	
		[編纂] [編纂] (百萬港元)	內部產生的 資金 (百萬港元)
加強數據分析能力並進一步			
提升品牌服務	[29.7]	[編纂]	[6.8]
— 建立大數據品牌平台和研發數據庫	[19.9]	[編纂]	[4.7]
— 獲取更全面的市場和行業數據	[8.9]	[編纂]	[2.1]
— 為我們的技術研發部招聘更多員工	[0.9]	[編纂]	—
繼續擴展線上媒體廣告服務	[24.6]	[編纂]	[10.8]
— 增強線上媒體廣告平台	[13.2]	[編纂]	[6.0]
— 發展內部內容製作能力	[11.4]	[編纂]	[4.8]
擴大我們服務的地域覆蓋範圍	[19.2]	[編纂]	—
— 設立北京市辦事處	[9.6]	[編纂]	—
— 設立上海市辦事處	[9.6]	[編纂]	—
進一步提升我們的品牌知名度及			
加大營銷力度	[11.3]	[編纂]	[2.9]
營運資金	[7.1]	[編纂]	—
品牌策略投資總額	[91.9]	[編纂]	[20.5]

業 務

我們的業務模式

我們為一家位於中國湖北省的品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，提供從市場研究（通過與研究機構合作）到品牌、廣告及營銷方案執行的整個價值鏈中的一站式服務，從而協助品牌商、廣告主及廣告代理商制訂及實施有效的服務方案，以達成其推廣需求及營銷目標，從而進一步提高其品牌在目標受眾中的聲譽及提高其產品或服務的競爭力及市場份額。

我們的客戶包括(i)品牌商及廣告主，包括私營及國有企業以及政府機構；及(ii)廣告代理商，來自各行各業，包括飲料、健康食品生產、汽車製造、居家用品製造、旅遊以及農業和副食品加工。

於往績記錄期間，我們通過提供以下服務產生收益：

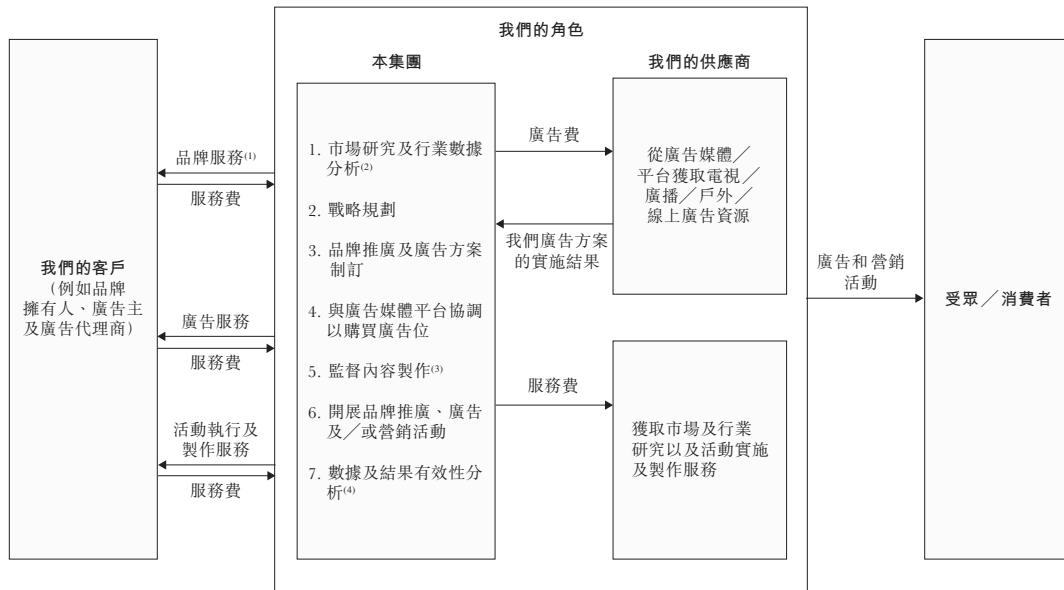
- (i) 品牌服務，主要包括(a)與研究機構合作對客戶所處行業進行市場研究及行業數據分析；(b)品牌發展策略的規劃，涉及確定品牌的核心價值以及就品牌定位及目標客戶提供建議；(c)品牌形象的設計；及(d)制訂產品及／或服務營銷和品牌推廣計劃；
- (ii) 通過電視、廣播及戶外廣告空間等傳統線下媒體以及網站、搜索引擎、應用程序和社交媒體平台等線上媒體提供的廣告服務（包括傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務），主要包括(a)確定及選擇合適的媒體組合；(b)編製廣告方案；(c)獲取廣告資源；及(d)安排和監督廣告的投放；及
- (iii) 通過制訂、組織和開展營銷活動提供的活動執行及製作服務，以推廣客戶的品牌、服務和產品。

為優化客戶的廣告和營銷策略，在提供廣告服務以及活動執行及製作服務之後，我們將根據廣告媒體或平台提供的結果編製總結報告，以分析及評估我們的廣告方案或營銷活動的成效。

董事相信，我們的一站式服務業務模式將使我們能夠增強我們服務的競爭力，因為我們能夠降低客戶在銷售和營銷方面的成本和時間，並提高我們的業務效率，因為我們可以充分把握整個價值鏈中每個客戶的商機。

業 務

下表列出我們於往績記錄期間向客戶提供綜合性品牌、廣告和營銷方案服務的業務模式：



附註：

- (1) 在收到我們制訂的品牌服務方案之後，客戶可以進一步聘請我們按項目基準實施我們的方案，作為針對我們廣告服務及/或活動執行及製作服務的單獨聘約。
- (2) 我們通常會與研究機構合作進行市場研究及行業數據分析。有關詳情，請參閱本節「與研究機構的合作」一段。
- (3) 我們通常不負責內容製作，因為我們的客戶可能擁有自己的內部團隊或指定第三方製作公司來製作廣告，以確保其廣告系列的設計和樣式保持一致。如果我們的客戶希望我們監督內容製作，我們通常會聘請獨立第三方來製作內容並監督過程。
- (4) 廣告期或營銷活動結束後，我們會編製並向客戶提交一份總結報告，概括廣告媒體或平台所提供的實施情況，並對我們廣告方案或營銷活動的成效進行分析。

在我們的業務過程中，我們確定客戶的營銷目標和需求，然後為他們量身定制品牌、廣告或活動執行方案。如果我們為客戶提供品牌服務並制訂全面的品牌服務方案，我們通常會與不同的著名研究機構合作開展市場研究，其中包括華中一所具有市場研究專長的知名大學。就我們的廣告服務和活動執行及製作服務而言，在收到客戶

業 務

關於廣告及／或活動執行方案的確認之後，我們通過從不同的媒體平台獲取廣告資源及／或聘請獨立第三方供應商開展營銷活動來協助客戶實施此類方案。廣告方案或營銷活動執行之後，我們會編製並向客戶提交總結報告，概括廣告方案或營銷活動的實施情況並對其成效進行分析。

我們的主要業務

於往績記錄期間，我們向客戶提供以下類型的服務：(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；及(iv)活動執行及製作服務。下表列出了我們於往績記錄期間按服務類型劃分的收入明細：

	2019財年		2020財年	
	收入 (人民幣千元)	佔總收入 概約百分比 (%)	收入 (人民幣千元)	佔總收入 概約百分比 (%)
品牌服務	54,072	69.8	61,255	59.2
傳統線下媒體廣告服務	15,965	20.6	8,466	8.2
線上媒體廣告服務	4,677	6.0	18,465	17.9
活動執行及製作服務	2,808	3.6	15,258	14.7
合計	77,522	100.0	103,444	100.0

品牌服務

我們向客戶提供品牌服務，我們將為客戶開展市場研究並有針對性地制訂全面的品牌服務方案，涵蓋各個領域，包括企業品牌建設、產品及／或服務定位以及營銷和銷售策略。於2019財年和2020財年，我們從品牌服務分別產生約人民幣54.1百萬元和人民幣61.3百萬元的收入，分別佔我們總收入的69.8%及59.2%。

業 務

我們的目標是為客戶提供全面的品牌服務，通常包括以下服務：

所提供服務的詳情

1. 對客戶品牌的研究和分析

由研究機構提供：

- 對客戶所處行業進行市場研究
- 對識別最新的市場趨勢及不同行業客戶的潛在需求進行科學分析
- 對競爭對手的運營和策略以及消費者的行為和消費模式進行研究

由我們內部項目團隊提供：

- 對研究機構編製的市場及行業數據進行審查
- 對客戶的管理層和員工進行訪談及對客戶進行實地考察以了解客戶的運營情況
- 對客戶品牌推廣和發展方面的主要問題進行分析

2. 品牌發展策略的設計和規劃

就品牌定位提供建議，確定品牌的核心價值，對目標市場和目標客戶群進行分析和定位

3. 品牌形象的設計

就品牌標識、口號和品牌宣傳視頻的設計提供建議

4. 制訂產品及／或服務營銷和品牌推广計劃

就產品及／或服務營銷計劃而言：

就產品的設計和形象提供建議，確定產品及／或服務的主要優勢和賣點，制訂主要產品及／或服務的營銷策略

業 務

所提供服務的詳情

就品牌推廣計劃而言：

設計品牌推廣主題，策劃年度品牌推廣活動，就品牌推廣的廣告平台的選擇和廣告投放提供建議，為新品牌或產品設計推廣主題和策略

在提供品牌服務方面，我們將為每個項目組建一支內部項目團隊，並與客戶的董事和高級管理層面談，在客戶的業務地點（如生產場所和零售店）實地考察，了解彼等的業務運營、現有營銷定位和營銷目標。我們將通過互聯網開展調研，收集及分析客戶經營所在市場和行業的信息，如相關市場規模和競爭格局、影響行業的相關政策和總體市場趨勢。我們亦將與研究機構合作，對消費者進行面談，了解彼等的消費模式和偏好。我們的內部項目團隊將整合所獲得的信息，召開內部會議以討論品牌、廣告和營銷策略，並參考客戶的營銷目標制定品牌服務草案。然後，我們將與客戶討論品牌服務草案，並根據客戶的反饋意見對草案進行微調，再將最終方案提交客戶。

由於客戶從事不同行業而需要定制服務，我們通常聘請研究機構（其中包括華中一所具有市場研究專長的知名大學）為我們的品牌服務項目開展市場及行業數據研究。我們一般會就每個項目與相關研究機構訂立一份單獨的市場研究協議，列明研究機構將實施的研究目標和工作。研究機構將協助研究客戶經營所在的市場和行業，包括行業最新發展和趨勢、行業面臨的機遇和挑戰、目標客戶的性質以及消費者行為和偏好，並分析競爭環境，例如市場主要競爭對手和競爭性質。研究機構的相關發現將進一步提升我們制定的品牌服務方案的全面性及可信度。有關我們與上述大學合作的詳細信息，請參閱本節中「與研究機構的合作」一段。

作為所交付成果的一部分，我們為客戶製作並提供市場研究分析、品牌定位和營銷方案、企業品牌和產品宣傳材料的設計理念及銷售和營銷策略等。除了製作相關方案和材料外，我們亦幫助客戶在整個聘約期間實施方案。例如，我們將(i)向客戶管理

業 務

層提交我們的市場研究結果和品牌定位方案；和(ii)定期與我們的客戶管理層舉行評估會議，並在需要修改方案時再次到訪。

我們的品牌服務目標客戶主要是各行各業的中小型私營公司，他們在開展市場研究或制訂整體營銷和廣告策略方面內部營銷能力有限。在收到我們制訂的品牌服務方案之後，客戶可以進一步聘請我們按項目實施我們的方案，作為針對我們廣告服務及／或活動執行及製作服務的單獨聘約（「後續聘約」）。有關與我們訂立後續聘約的品牌服務客戶的數目和收入，請參閱下表：

	2019財年	2020財年
品牌服務客戶的數目 <small>(附註)</small>	30	17
後續聘約的客戶數目	28	14
另與我們訂立後續聘約的品牌服務客戶百分比(%)	93.3	82.4
後續聘約的收入(人民幣千元)	17,193	31,255
後續聘約的收入佔總收入百分比(%)	22.2	30.2

附註： 客戶數目指相關年度已確認收益的客戶數目。

傳統線下媒體廣告服務

我們通過線下媒體為客戶提供廣告服務。我們提供的主要線下媒體廣告空間為(i)電視廣告空間；(ii)廣播廣告空間；及(iii)戶外廣告空間。我們的服務涵蓋了廣告投放的大部分重要階段，包括確定合適的媒體組合、編製廣告方案、獲取廣告資源、安排和監督廣告的投放以及評估廣告成效。

業 務

為客戶編製廣告方案時，我們將向電視台運營商或透過我們團隊進行的線上調查收集及審閱不同電視台或廣播電台運營商的播放資訊（例如不同時段的主要節目及觀眾／聽眾人數等）。我們將根據我們對客戶的需求及產品及／或服務類型的了解，與電視台或廣播電台運營商聯繫可供投放時段、費用及廣告資源，綜合一套廣告方案供客戶考慮。廣告方案將載列（其中包括）各電視台或廣播電台運營商的背景及實力、電視台或廣播電台運營商的主要節目及其目標觀眾／聽眾和觀眾／聽眾人數等。在收到客戶對廣告方案的確認後，我們會與客戶簽署合約，內容載列（其中包括）廣告平台、廣告播放時間長度及編製廣告內容訂約方的責任。我們而後會與相關電視台或廣播電台運營商聯繫，協助客戶投放廣告並向電視台或廣播電台運營商交付廣告播放內容及具體事項。一般而言，廣告內容由客戶提供。我們或會於客戶要求時協助編輯及／編修廣告視頻。

廣告播放期結束後，相關電視台或廣播電台運營商會頒發監播證明，以向我們確認廣告已按廣告協議所載的要求播放。我們會編製一份概括廣告執行詳情的總結報告（包括廣告播放的日期、時間和時長），以分析廣告播放的效果，並協助客戶制定日後的廣告戰略。於編製總結報告時，我們將從相關電視或廣播電台收集廣告的播放數據，並列出各種數據供客戶評估廣告投放的有效性，例如播放次數、收視率、每個評分點的成本（即向1%的目標受眾傳送廣告信息的成本）及每千次曝光成本（即廣告產生的每千次曝光成本）等。

於往績記錄期間，我們的廣告服務客戶來自各行各業，包括飲料、汽車製造、居家用具生產、旅遊以及農業和副食品加工。於2019財年和2020財年，我們的傳統線下媒體廣告服務收入分別約為人民幣16.0百萬元和人民幣8.5百萬元，分別約佔我們總收入的20.6%和8.2%。

業 務

電視廣告

於往績記錄期間，我們向客戶提供硬性電視廣告服務。

根據弗若斯特沙利文報告，硬性電視廣告是指一種特別直接的廣告方式，使用有吸引力的語言，重點是吸引消費者購買廣告產品或服務。我們提供的硬性電視廣告服務包括在電視廣告時間段投放傳統廣告。

在電視廣告時段投放傳統廣告是一種硬性的電視廣告。我們協助客戶在電視頻道的廣告時段內投放廣告。我們整合不同電視台運營商的廣告時段。因此，我們的客戶能夠從更多的電視台運營商和頻道有效獲得廣告資源。

於往績記錄期間，我們幫助客戶在中國各國家和省級電視台運營商投放廣告，包括於湖南省、湖北省、福建省及浙江省的廣播電視台。我們還獲國家電視運營商和湖北省電視運營商授權我們作為代理銷售其電視廣告資源。

以下載列我們於往績記錄期間硬性電視廣告項目的例子：



廣播廣告

於往績記錄期間，我們亦協助客戶在廣播頻道的廣告時段或廣播節目期間投放廣告。我們整合了不同廣播電台運營商提供的廣告時段，並列出各廣播頻道的背景和優勢(如主要廣播節目、目標聽眾及聽眾人數等)，以供客戶考慮。我們提供的廣播廣告類型主要包括(i)在廣播頻道的廣告時段播放客戶的宣傳錄音或標語；及(ii)主持人或嘉賓在廣播節目期間播報產品或服務相關的口頭廣告語。

業 務

戶外廣告

於往績記錄期間，我們協助客戶物色並投放廣告於各種戶外平台上，例如購物中心、商業建築及地鐵上的LED屏幕、廣告牌、公交站及公共交通樞紐的廣告位。

與電視廣告類似，我們會根據對客戶的需求和產品及／或服務類型的了解，準備一份廣告方案。在收到客戶對該廣告方案的確認後，我們將與客戶簽訂合同，並與相關的廣告資源供應商聯繫，為客戶在廣告平台上投放廣告。通常，廣告的內容和佈局由客戶提供。廣告發佈後，我們將對戶外廣告展示位置進行抽查，以確保展示與客戶的廣告計劃一致。廣告期間結束後，我們將編製一份總結報告（包括廣告播放的日期、時間和時長）以概括廣告投放的執行詳情並提供戶外廣告投放的圖片，以供客戶審核廣告投放的效果。

以下載列我們於往績記錄期間戶外廣告項目的例子：



線上媒體廣告服務

根據弗若斯特沙利文的報告，就廣告主支出而言，中國在線廣告市場從2016年的約人民幣2,594億元增至2020年的人民幣6,857億元，複合年增長率約為27.5%。預計市場規模將以17.2%的複合年增長率進一步增至2025年的約人民幣15,166億元。鑑於在線廣告的日益普及和龐大的受眾群體，我們已於2018年開始向客戶提供線上媒體廣告服

業 務

務，並於2019財年和2020財年產生約人民幣4.7百萬元和人民幣18.5百萬元，約佔我們總收入的6.0%和17.9%。鑑於弗若斯特沙利文的資料顯示在線廣告市場預期增長，董事認為，未來我們的在線廣告和應用服務將產生大量商機。此外，董事相信，我們以不同媒介形式提供大量廣告資源的能力使我們在實現客戶營銷目標方面比競爭對手更具競爭優勢。

我們提供中介服務協助客戶發現和選擇相關線上廣告資源供應商，以便客戶的廣告可以投放於各種線上平台，例如網站、搜索引擎、應用程序和社交媒體平台。我們在分析互聯網用戶的偏好和行為、各種線上平台的特點和有效性後，為客戶提供線上廣告形式和線上平台類型的建議。

我們提供的兩個主要的線上媒體廣告形式是(i)展示廣告，即在網站、應用程序或社交媒體平台上通過橫幅或其他由文本、圖像、Flash和視頻構成的廣告格式展示促銷信息；及(ii)搜索引擎廣告，當消費者輸入相關關鍵詞時，廣告主的名稱、品牌及／或產品將出現在網站的搜索結果中。

於往績記錄期間，客戶投放的線上媒體廣告通常以視頻、橫幅、社論式廣告、新聞推送及圖形的形式顯示，並通常由客戶提供。視頻廣告通常持續15秒；而橫幅、社論式廣告、新聞推送、圖形和帶鏈接文本消息則顯示時長固定，具體取決於客戶的預算和營銷目標。

我們會根據對客戶的需求和產品及／或服務類型的了解，準備一份廣告方案。在收到客戶對該廣告方案的確認後，我們將與客戶簽訂合同，並與相關的廣告資源供應商，如社交媒體平台的運營商及廣告代理商聯繫，為客戶在相關的網絡媒體平台上投放廣告。在線廣告的內容通常由客戶提供。廣告期結束後，我們將為客戶編製一份總結報告，以概括廣告執行情況並分析廣告投放效果。於編製總結報告時，我們將自相關在線媒體平台收集在線廣告的發佈數據及制定各種數據，以供客戶評價在線廣告投放的效果，如曝光次數、點擊次數、點擊率、每千次曝光成本（即廣告產生的每千次曝光成本）以及觀眾分享及評論廣告的次數等。

業 務

儘管我們自2018年才開始提供線上媒體廣告服務，但憑藉我們現有的業務網絡和廣告行業的經驗，我們仍然能夠確保取得客戶的廣告投放，並取得供應商的線上媒體廣告空間。例如，我們的大多數線上媒體廣告服務客戶之前也曾聘請我們提供其他品牌服務及／或廣告服務。於往績記錄期間，我們協助客戶在各知名社交媒體平台上投放在線廣告，無論是直接投放於在線平台運營商或通過廣告代理商投放。未來，我們將繼續拓展和加強與在線廣告資源供應商的關係和聯絡。董事認為，使用更廣泛更多元的不同在線廣告平台將進一步提高我們在該業務領域的競爭力。

以下載列我們於往績記錄期間線上媒體廣告項目的例子：



業 務

活動執行及製作服務

於往績記錄期間，我們亦協助客戶制訂、組織和開展營銷活動和項目，以推廣其品牌、服務和產品。該業務分部的客戶主要來自旅遊、家居用品生產、汽車製造及飲料行業。於2019財年和2020財年，我們從活動執行及製作服務分別產生約人民幣2.8百萬元和人民幣15.3百萬元，分別約佔我們總收入的3.6%和14.7%。

根據客戶的目標以及要營銷的產品或服務的類型，我們提供一站式服務，涵蓋了組織營銷活動的所有階段，包括(i)制訂活動策略；(ii)制訂節目設計方案、工作計劃和活動安排；(iii)通過獲得材料供應來實施項目，並聘請第三方服務供應商；(iv)協助項目管理並監督營銷活動的執行；及(v)基於輿情評估營銷活動的有效性。為確保活動的質量，我們與獨立第三方服務供應商合作並對其進行監督，以準備並執行活動，涵蓋所有重大細節，包括活動當天的音效和燈光調整、舞台設計、攝影和視頻拍攝、視覺效果展示、內容撰寫和物資供應。我們通常會更多參與營銷活動的總體規劃和監督，以及客戶與獨立第三方服務供應商之間的溝通，而獨立第三方服務供應商則更專注於活動的執行方面。

於執行營銷活動後，我們將編製一份總結報告，以對營銷活動的實施細節進行總結，並分析營銷活動的有效性。在總結報告中，我們將載列自各種社交媒體渠道收集的各種數據以供客戶評價營銷活動的有效性，例如營銷活動視頻的觀看次數、媒體渠道所發佈有關營銷活動的文章的觀看次數及所作評論以及公眾就營銷活動作出的評論等。

以下是策劃和組織營銷活動所涉及的主要步驟：

初步討論： 客戶為營銷活動接洽我們時，我們會與客戶開會了解相關產品及／或服務的性質、活動主題和時間、資源和背景。

業 務

- 制訂活動策略和方案： 我們將諮詢潛在的第三方服務供應商，並取得執行營銷活動所需設備及材料的報價。我們其後將制訂一份詳細的活動執行方案，闡述廣告策略、計劃、活動流程、預算、時間表和其他詳細信息，以供客戶審核。
- 與客戶進一步討論和確認方案： 我們將與客戶進一步討論其具體要求及目標，並向他們提交方案以供確認。
- 開始準備工作： 客戶確認我們的方案並與我們訂立服務協議之後，我們將開始產品及／或服務營銷活動的準備工作。
- 我們將與第三方服務供應商討論並最終確定其具體要求、場地裝修設計、物資採購（例如餐飲和媒體）、綱要、工作分配和時間表。
- 實施和執行活動： 我們的團隊將繼續與客戶合作，與其他服務供應商聯絡，並監督活動進度，以確保活動按照批准的方案組織，直到完成。

以下載列我們於往績記錄期間活動執行及製作服務項目的例子：



業 務

我們的項目

往績記錄期間按項目類型進行分類的项目收入和數量明細載列如下：

	2019財年		2020財年	
	項目數量 (附註)	收入 (人民幣千元)	項目數量 (附註)	收入 (人民幣千元)
品牌服務	77	54,072	66	61,255
傳統線下媒體廣告服務	26	15,965	21	8,466
線上媒體廣告服務	10	4,677	27	18,465
活動執行及製作服務	51	2,808	58	15,258

附註：項目數量指相關年度確認收益的項目數量。

我們通常按項目與客戶訂立合同提供服務。往績記錄期間我們項目數量的變動情況載列如下：

	2019財年	2020財年
於年初的進行中項目數量	6	8
加：獲得的新項目數量	158	164
減：已完工項目數量	156	168
於年末的項目數量	8	4

下表列出往績記錄期間按未支付合同金額計量的項目滾動積壓情況：

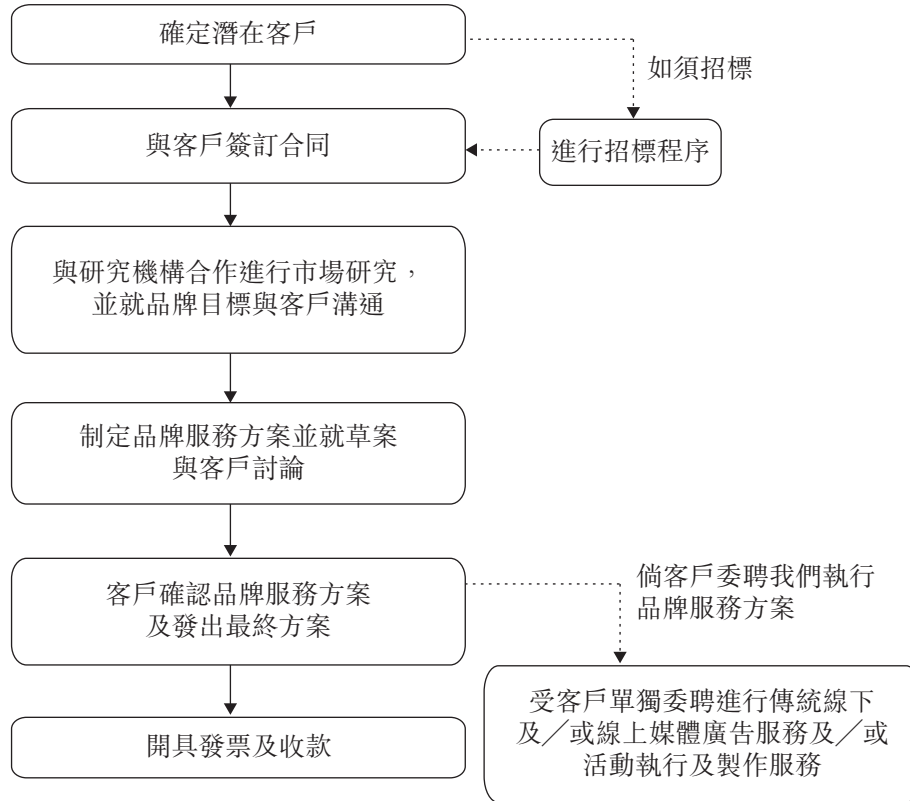
	2019財年 (人民幣千元)	2020財年 (人民幣千元)
於年初的合同金額 (附註)	4,110	2,288
加：新合同的合同金額 (附註)	75,700	101,846
減：於有關年度確認的收入	77,522	103,444
於年末的合同金額 (附註)	2,288	690

附註：所示合同金額不含稅。

業 務

我們的運營流程

下圖列示我們品牌服務的工作流程：



第1步：確定潛在客戶

我們一般通過以下方式確定潛在客戶：(i)基於營銷數據分析結果以及現有客戶推介而與潛在客戶接洽；(ii)參與公開招標；及(iii)參加行業展會。有關進一步詳情，請參閱本節「銷售及營銷」一段。

業 務

第2步：與客戶簽訂合同

我們將與客戶敲定合同條款（其中包括品牌服務範疇、合同期限、費用及付款時間表）並訂立合同。倘需要招標，我們亦會準備相關招標文件並提交方案。

第3步：編製及提交品牌服務方案

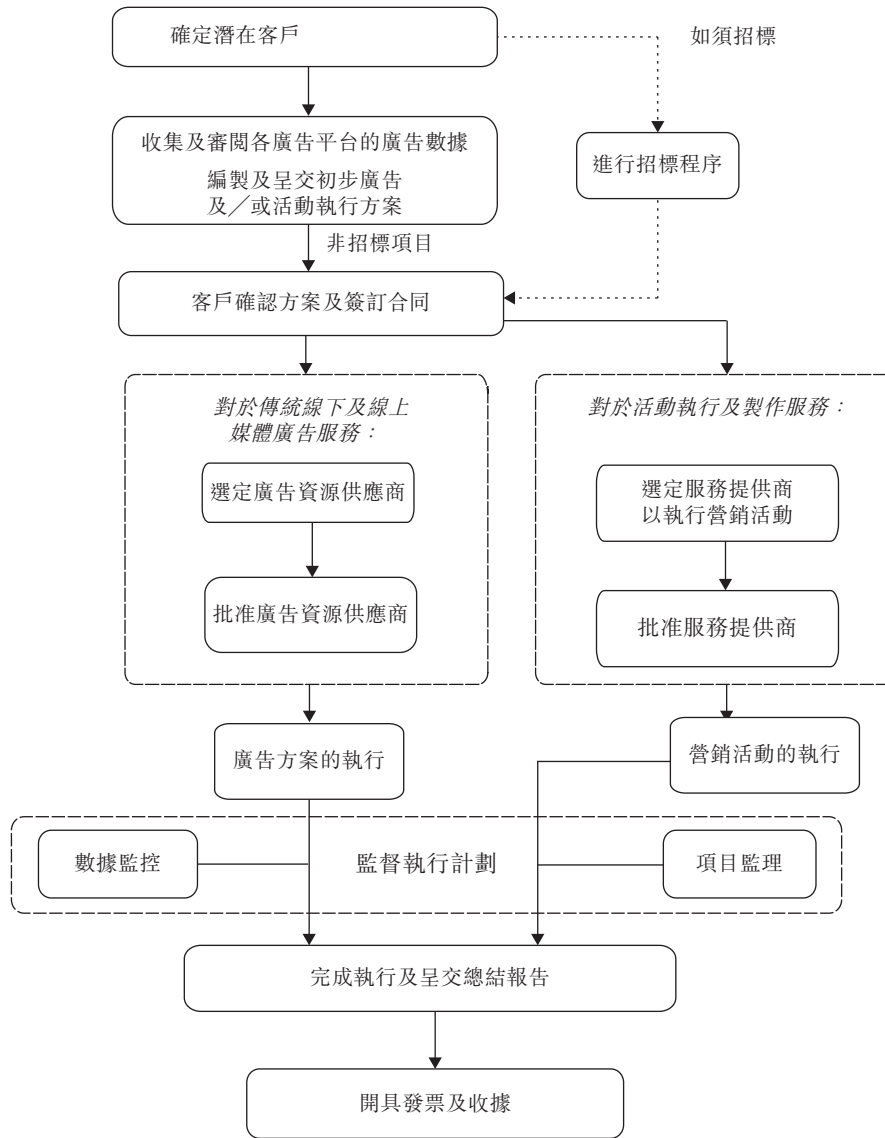
與客戶簽訂合同後，我們通常將與研究機構合作，對客戶經營所處行業進行市場研究。有關詳情，請參閱本節「我們的主要業務－品牌服務」及「與研究機構的合作」兩段。我們將與客戶溝通，以了解其背景、期望以及營銷和品牌目標。在了解其目標後，我們將編製初步方案供客戶考慮，當中載有（其中包括）對客戶背景及行業資料、消費者需求和行為、整體品牌定位及營銷策略的初步分析。然後，我們將與客戶討論品牌服務草案，並在向客戶呈交最終方案前根據客戶的反饋意見對草案進行微調。

第4步：開具發票及收款

於收到客戶確認及發出最終品牌服務方案後，我們將向客戶發出發票以作結算。有關付款條款及款項結付的詳情，請參閱本節「信用政策和收款」一段。

業 務

下圖列示我們傳統線下及線上媒體廣告服務以及活動執行及製作服務的工作流程：



第1步：物色潛在客戶

我們通常會通過以下方式物色客戶：(i)根據我們對營銷數據的分析結果和現有客戶介紹來接觸潛在客戶；(ii)參加公開招標；及(iii)參加行業展會。我們亦與現有客戶密切溝通，定期了解其當前廣告需求和營銷目標。有關更多詳細信息，請參閱本節「銷售和營銷」一段。

業 務

第2步：制訂和提交初步廣告及／或活動執行方案

發現商機之後，我們將與客戶溝通，以了解其背景、要求和期望。了解客戶的營銷目標、預算和時間表之後，我們將制訂初步方案供客戶考慮，其中包括（針對廣告服務）媒體組合建議（包括每種媒體的背景及優勢）、廣告執行計劃（例如媒體類型、廣告方法、廣告時長和間隔等）以及（針對活動執行及製作服務）營銷活動的主題及活動建議。如果需要投標，我們亦會製作相關投標文件並提交我們的方案。

第3步：簽訂合同及客戶確認方案

我們將最終確定與客戶的合同條款並與他們簽訂合同。在確認相關廣告資源及／或第三方服務供應商的費用和可用性之後，我們將最終確定方案（說明費用和執行計劃）供客戶確認。

對於傳統線下及線上媒體廣告服務，在收到客戶對方案的確認後，我們將根據客戶的預算從合格廣告資源供應商及／或第三方服務供應商名單中進行選擇，然後與潛在廣告資源供應商及／或第三方服務供應商就廣告資源以及相關材料和服務的價格和可用性進行磋商。至於活動執行及製作服務，我們將與第三方服務供應商聯繫，以討論相關活動的執行事宜。

第4步：選擇和批准供應商

根據批准的廣告或營銷活動方案，我們將與供應商聯繫並確認相關廣告資源、材料及／或服務的提供。當條款和條件由我們最終確定和批准之後，我們將與供應商簽訂合同。

第5步：執行廣告及／或活動執行方案

與相關供應商及／或第三方服務供應商簽訂合同後，我們將與他們協調，以便根據執行計劃執行廣告及／或活動執行方案，其中可能包括（針對廣告服務）於最終方案或合同所述的發佈排期內進行廣告發佈以及（針對活動執行及製作服務）執行營銷活動和項目。

業 務

為了控制質量並確保順利執行，我們將在整個過程中監督方案的執行，確保方案得以正確有效執行。例如，我們將從廣告資源的供應商處獲得廣告發佈的證明。我們亦將隨機現場到訪顯示廣告的地方，以確定廣告是否根據客戶的要求發佈。

第6步：完成執行並提交報告

執行完成後，我們將向客戶提供監播證明、圖片及／或屏幕截圖，顯示廣告、社交營銷活動的執行情況及／或廣告及／或活動執行方案的實施情況。我們亦會提供總結報告供客戶參考。總結報告通常由我們編製，概括廣告或營銷活動的實施詳情以及基於公眾評論、曝光率和廣告印象等因素對廣告或營銷活動成效進行分析。

第7步：開發票和收款

在執行完成並發出總結報告後，我們將向客戶開出發票以進行結算。有關付款條件和支付結算的詳細信息，請參閱本節「信用政策和收款」一段。

銷售和營銷

我們主要通過以下方式尋找和物色潛在客戶並推廣我們的業務：(i)根據我們對我們現有客戶的營銷數據的分析結果和他人介紹來接觸潛在客戶；(ii)參加公開招標；及(iii)參加行業展會。有時，我們亦會發佈與政府官員實地考察、我們參加行業展會以及我們獲得的重要獎項和認可相關的新聞文章來推廣我們的品牌。特別是，我們的銷售和業務運營部門主要負責尋找新客戶、聯繫和維護現有客戶、收集客戶信息並記錄他們的需求、營銷目標和預算，並將這些信息傳遞給管理部門，以及向客戶提交最終服務方案。作為客戶管理策略的一部分，我們的銷售和業務運營部門亦協助管理部門和媒體運營部門在提供服務的過程中與客戶溝通。

業 務

根據我們現有客戶的營銷數據和他人介紹來接觸潛在客戶

我們通過撥打電話聯絡潛在客戶。然後，我們通過提供相關行業數據及分析，提供初步的服務方案和進行現場訪問與這些潛在客戶建立關係。我們亦定期與現有客戶溝通，以了解他們的特定需求，獲得有關我們廣告服務的反饋，並更好地了解市場趨勢。我們的現有客戶可能會不時邀請我們制訂品牌和廣告方案以供他們考慮及／或將其他潛在客戶介紹給我們。

下表列出往績記錄期間按新客戶和老客戶分類的客戶數量和收入明細：

	2019財年			2020財年		
	客戶數目	收入	佔總收入 百分比	客戶數目	收入	佔總收入 百分比
	(人民幣千元)			(人民幣千元)		
老客戶 (註1)	30	32,725	42.2	50	68,461	66.2
新客戶 (註2)	34	44,797	57.8	16	34,983	33.8
合計	64	77,522	100.0	66	103,444	100.0

附註：

1. 某年度的老客戶是指自我們註冊成立以來，在本年度之前聘請本集團提供品牌、廣告或活動執行及製作服務的客戶。
2. 某年度的新客戶是指自我們註冊成立以來，在本年度首次聘請本集團提供品牌、廣告或活動執行及製作服務的客戶。

於往績記錄期間，我們分別自64名及66名客戶產生收入，其中分別有30名及50名客戶為老客戶，顯示我們具有強大的客戶基礎。我們的老客戶貢獻的收益亦由2019財年我們總收益的約42.2%大幅上升至2020財年我們的總收益的約66.2%。

業 務

參加公開招標

我們有時通過招標發現潛在客戶和項目。我們識別招標的方式是通過可獲得的公共信息尋找公開招標。關於招標，我們的銷售及業務營運部門將提交投標申請文件以及本集團制訂的服務方案。我們的(i)銷售及業務營運部門、(ii)媒體營運部門及(iii)財務部門於招標過程中通力合作，進行數據分析，考慮潛在客戶的預算及特點，制定量身定制的服務方案，當中一般會載列可用的媒體資源及我們推薦的品牌、廣告及營銷解決方案。我們在招標過程中會進行跨部門合作，這令我們能利用各部門的專長領域，提高競爭力。我們通常需要提交招標文件，包括我們的資質、服務方案和相關供應商(例如電視台運營商或其廣告代理商)發出的授權證書，以及我們過往年度在相關供應商上投放的廣告。

於往績記錄期間，我們錄得招標產生的收入分別約為人民幣20.9百萬元和人民幣4.8百萬元，分別約佔我們總收入的27.0%和4.7%。下表顯示我們於往績記錄期間的投標成功率：

	2019財年	2020財年
提交的投標數目	9	2
成功的投標數目	4	1
投標方案成功率	44.4%	50.0%

參加行業展會

我們參加行業展會，以招攬新客戶並在廣告行業中推廣我們的品牌。展會結束後，我們的團隊將(i)收集潛在客戶的背景信息並跟進；(ii)與潛在客戶會談，介紹我們的能力，並確定他們的營銷目標和預算；及(iii)根據潛在客戶的具體要求制訂並提交我們量身定制的服務方案。

業 務

定價政策

我們根據行業信息和市場趨勢制訂和調整我們的定價政策。品牌服務方面，我們通常參考員工成本和研究費用採用成本加成法來確定服務費。根據弗若斯特沙利文的報告，品牌服務供應商一般根據服務範圍、項目期限和客戶要求按照估計成本以成本加成法收費。

對於我們的廣告服務，我們一般參考為開展社交營銷活動而購買廣告資源及／或供應品的成本以成本加成法確定服務費。根據弗若斯特沙利文的資料，各種形式的廣告資源成本差異巨大，具體取決於其性質和發行平台。

對於我們的活動執行及製作服務，我們通常參考員工成本及供應商實施營銷活動收取的費用以成本加成法收取費用。根據弗若斯特沙利文的資料，活動執行及製作服務供應商通常根據場地租賃及向第三方公司採購現場活動材料及相關服務的成本，以成本加成基準釐定其向客戶收取的服務費。

因此，我們可能會視具體情況釐定服務費，並考慮因素，包括(i)預計花費的時間和項目的複雜性，例如參與項目的員工數量和客戶的要求；(ii)提供的服務範圍；(iii)供應商（包括第三方服務供應商）收取的費用；(iv)客戶的預算；(v)服務的時間要求；(vi)客戶的背景；和(vii)客戶未來的商機。例如，對於需要在短時間內交付的有關廣告項目，我們可能會設置更高的價格，因為這種項目需要更多的人力，從而增加了我們提供這種服務的成本。在某些情況下，我們可能會為具有較高行業地位和聲譽的客戶提供折扣價，以建立我們的業務組合並與他們建立長期關係。

季節性

我們的業務可能會受到季節性的影響。根據弗若斯特沙利文的資料，廣告行業的收入波動很普遍，主要是由於不同行業目標客戶的廣告支出出現波動所致。董事認為，客戶對我們廣告服務的需求與客戶在廣告產品或服務上的消費模式和其他季節性因素有關。此外，與廣告相關的品牌和活動執行及製作服務也存在季節性。根據往績記錄期間的過往經驗，由於大部分營銷活動集中在新產品或服務發佈時或暑假、中秋、國慶、「雙十一」網絡購物節和除夕假期前舉行的促銷活動，我們在下半年的收入通常會提高。

業 務

信用政策和收款

本集團採用審慎的信用控制程序，並定期查核應收款項的結算。授予客戶的信用期通常參考(其中包括)財務狀況、信用記錄、業務關係的持續時間以及我們提供的服務類型來確定。信用和付款條件可能因不同的客戶和項目而異。我們通常會在根據合同提供品牌、廣告及／或活動執行及製作服務後向客戶開具發票。按我們提供的服務類型分類的一般信貸條款及政策摘要如下：

服務類型	一般信貸條款及政策
品牌服務	我們通常在提供服務前收取預付款。簽訂合同後，我們通常會收取20%合同價值作為第一筆分期付款，並根據所提供的服務進度分期收取剩餘的合同價值。我們一般提供約90天的信貸期。
傳統線下媒體廣告服務	我們通常按月收取服務費。對於一些客戶，本集團在提供服務前收取預付款。本集團一般提供約90天的信貸期。
線上媒體廣告服務	我們通常按月收取服務費。本集團一般提供約90天的信貸期。
活動執行及製作服務	我們通常在提供服務前收取預付款。我們通常按照所提供的服務進度分期收取服務費。本集團一般提供最長90天的信貸期。

我們的收入以人民幣計值，通常由客戶通過銀行轉賬進行結算。

庫存

本集團不為項目持留庫存。

客戶

我們的客戶包括中國的品牌商及廣告主(包括各行業的私營企業、國營企業及政府機構)和廣告代理商。

業 務

下表列出往績記錄期間按客戶類型分類的收入明細：

	2019財年		2020財年	
	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入 概約百分比 (%)	收入 (人民幣 千元)	佔我們 總收入 概約百分比 (%)
品牌商及廣告主	72,005	92.9	97,207	94.0
— 私營企業	41,770	53.9	86,966	84.1
— 國有企業	5,645	7.3	3,883	3.8
— 政府機構	24,590	31.7	6,358	6.1
廣告代理商	5,517	7.1	6,237	6.0
總計	77,522	100.0	103,444	100.0

於2019財年及2020財年，品牌商及廣告主貢獻的收入保持相對穩定，分別為我們總收益的約92.9%及94.0%。儘管私營企業產生的收入有所增加，但部分被國有企業及政府機構產生的收入減少所抵銷。於2019財年及2020財年，廣告代理商貢獻的收入亦保持相對穩定，分別為我們總收益的約7.1%及6.0%。

我們為來自廣泛行業的客戶提供品牌、廣告及活動執行和製作服務，例如釀酒、健康食品生產、汽車製造、家居用品生產及旅遊，以推廣他們的品牌、各種產品及／或服務。下表載列於往績記錄期間按客戶行業劃分的收益明細：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
— 釀酒	10,682	13.8	18,706	18.1
— 健康食品生產	2,160	2.8	17,885	17.3
— 汽車製造	5,109	6.6	13,799	13.4
— 家居用品生產	3,421	4.4	12,459	12.0
— 旅遊	2,094	2.7	9,543	9.2
— 農業和副食品加工	27,512	35.5	12,025	11.6
— 廣告	7,539	9.7	6,237	6.0
— 藥品生產	1,368	1.8	5,015	4.8
— 化妝品	1,416	1.8	4,142	4.0

業 務

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
— 公共管理和福利	4,723	6.1	1,960	1.9
— 土木工程	4,183	5.4	—	—
— 信息技術	1,610	2.1	—	—
— 餐飲	1,378	1.8	638	0.6
— 教育	853	1.1	461	0.5
— 其他*	3,474	4.4	574	0.6
	77,522	100.0	103,444	100.0

附註：其他主要指來自娛樂文化、交通運輸、房地產開發及供水等各個行業的客戶。

下表載列往績記錄期間以收入計量我們五大客戶：

2019財年

客戶	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	我們提供的 主要服務	信用期限和 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們 總收入 概約百分比
客戶A	經營地區常見農業品牌	2	品牌服務／傳統線 下媒體廣告服務	90天／電匯	16,255	21.0
客戶B	生產及銷售農產品	3	品牌服務／傳統 線下媒體廣告服 務／活動執行和 製作服務	一週至90天／ 電匯	10,005	12.9

業 務

客戶	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	我們提供的 主要服務	信用期限和 付款方式	收入	佔我們 總收入 概約百分比
					(人民幣千元)	
客戶C	生產及銷售白酒、保健 酒及中藥	2	品牌服務	90天／電匯	7,616	9.8
客戶D (附註1)	廣告代理及投放	2	線上媒體廣告服務	90天／電匯	4,631	6.0
客戶E	一家從事投資農業、畜 牧業、林業、城建項 目及其他項目的國有 企業	3	品牌服務	90天／電匯	4,183	5.4
合計					42,690	55.1

附註：

1. 客戶D包括兩家於中國成立擁有共同控股股東的公司。

業 務

2020 財年

客戶	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	我們提供的 主要服務	信用期限和 付款方式	收入	佔我們 總收入 概約百分比
(人民幣千元)						
客戶F(附註1)	醫療技術開發；消毒產品、化工產品、日常用品、電子產品、化妝品、生物技術開發、藥物研發、生產、批發及零售；食品、保健產品、保健食品批發及零售	3	品牌服務／線上廣告服務	90天／電匯	17,885	17.3
客戶G	生產及銷售床墊、沙發、海綿床上用品、鍍鋅瓦及其他家具	5	品牌服務／傳統線下媒體廣告服務／活動執行和製作服務	一週至90天／電匯	9,645	9.3
客戶H	生產及銷售啤酒、飲料、純淨水、啤酒槽及相關產品	4	品牌服務／傳統線下媒體廣告服務／活動執行和製作服務	一週至90天／電匯	9,635	9.3

業 務

客戶	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	我們提供的 主要服務	信用期限和 付款方式	收入	估我們 總收入 概約百分比
					(人民幣千元)	
客戶C	生產及銷售白酒、保健 酒及中藥	2	品牌服務／活動執 行和製作服務	90天／電匯	9,044	8.7
客戶I	設計、生產及銷售三輪 摩托車及電動車	5	品牌服務／活動執 行和製作服務	90天／電匯	7,859	7.6
合計					54,068	52.2

附註：

1. 客戶F包括一家於中國成立的有限責任公司（其股份於納斯達克上市）及其附屬公司。

於2019財年和2020財年，我們最大單一客戶產生的收入約為人民幣16.3百萬元和人民幣17.9百萬元，佔我們總收入分別約21.0%和17.3%。同年，我們五大客戶的收入分別約為人民幣42.7百萬元和人民幣54.1百萬元，佔我們總收入分別約55.1%和52.2%。

於往績記錄期間，我們五大客戶均為獨立第三方。據董事作出一切合理查詢後所深知和確信，於往績記錄期間，概無董事、其各自的緊密聯繫人或擁有超過已發行股份5%的股東在我們五大客戶中擁有任何權益。

業 務

與客戶的協議

我們通常以項目為基準與客戶簽訂合同。對於一些與我們有長期業務關係的客戶，我們與他們簽訂一年固定期限的框架協議。框架協議僅記錄我們為綜合性品牌、廣告和活動執行及製作服務互相合作的意圖。至於各單獨項目，我們與客戶簽訂單獨合同，包含其他重要條款，例如服務的性質和範圍、對價和付款條件。

我們與客戶就每種服務類型簽訂的框架協議和個別合同的主要條款概述如下：

	傳統線下媒體	活動執行和		
	品牌服務	廣告服務	線上媒體廣告服務	製作服務
合同期限	框架協議：12個月至30個月的固定期限。			
	個別合同：不超過12個月的固定期限，具體取決於項目。			
對價	個別合同規定了每個項目的固定對價。			
付款條款	框架協議：付款條款於各項目的個別合同內訂明。	框架協議：付款條款於各項目的個別合同內訂明。	框架協議：付款條款於各項目的個別合同內訂明。	框架協議：付款條款於各項目的個別合同內訂明。
	個別合同：通常在簽訂合同之後和完成項目主要階段之後分數期支付	個別合同：通常在簽訂合同之後每月分期支付。	個別合同：通常在簽訂合同之後每月分期支付。	個別合同：通常在簽訂合同和完成營銷活動主要階段之後分數期支付。

業 務

	品牌服務	傳統線下媒體 廣告服務	線上媒體廣告服務	活動執行和 製作服務
服務範圍：	(i)對客戶品牌的研 究和分析；(ii)品 牌發展策略的設 計和規劃；(iii) 品牌形象的設 計；及(iv)制訂產 品營銷和品牌推 廣計劃	(i)確定合適的媒體 組合；(ii)編製廣 告方案；(iii)獲 取廣告資源；(iv) 安排和監督廣告 的投放；及(v)評 估廣告成效	(i)協助客戶發現和 選擇相關線上廣 告資源供應商； (ii)分析互聯網 用戶的偏好和行 為、各種線上平 台的特點和有效 性；及(iii)提供 線上廣告形式和 線上平台類型的 建議	(i)制訂活動策略； (ii)制訂節目設計 方案、工作計劃和 活動安排；(iii)通 過材料供應來實施 項目，並聘請第三 方服務供應商； (iv)協助項目管理 並監督活動的執 行；及(v)評估營 銷活動的有效性
終止	一般而言，各方均無權單方面終止協議。如果一方違反協議及／或相關法律和法規，另一方有權索要高達總對價20%的清算損失及／或其他未計算的損失(包括但不限於經濟損失、法律費用和公證費等)。			

業 務

供應商

於往績記錄期間，我們一般與研究機構聯繫，獲取行業數據，並從廣告資源供應商和廣告代理商取得廣告資源。研究機構為對我們客戶經營的市場及行業進行市場研究的機構，包括行業的最新發展及趨勢、行業面臨的機遇及挑戰、目標客戶的性質、客戶的消費行為及偏好，以及對競爭環境的分析，如主要競爭對手及市場競爭的性質。廣告資源供應商（即最終廣告資源運營者）通常是直接擁有廣告資源的公司，例如電視台運營商以及網站、搜索引擎、社交媒體和電商平台及戶外平台的代理商及／或所有者。廣告代理商是從最終廣告資源提供者取得廣告資源的廣告公司。由於廣告代理商可能與一些廣告資源供應商建立較牢固的關係或擁有一些特定的廣告資源或有最低購買要求的廣告資源，因此我們聘請這些廣告代理商作為我們的供應商，根據弗若斯特沙利文的資料，這符合行業慣例。由於一些第三方服務供應商可能擁有相關行業和需要特定服務的特殊專業知識、資源、網絡和經驗，因此我們亦可能會聘請包括製作公司在內的第三方服務供應商製作廣告，聘請公關公司開展營銷活動以及在我們的指示和監督下開展其他公關活動，根據弗若斯特沙利文的資料，這符合行業慣例。

我們通常根據價格、所提供服務的質量、可靠的往績記錄、我們與他們過往經驗、媒體資源和在廣告行業的影響力等因素遴選供應商。我們擁有一份合格供應商名單，確保我們的資源和服務供應的可用性和質量。我們會定期對供應商進行評估，考慮其服務和媒體資源的質量，包括是否能夠按照合同條款執行播放要求，播放時間表是否合理，播放是否符合我們的質量標準，是否能夠立即處理問題以及是否能夠積極配合我們的後續要求。於往績記錄期間，我們不曾因供應商違約而遭受原材料短缺或供應延誤。

業 務

下表列載列於往績記錄期間我們五大供應商的詳細信息：

2019財年

供應商	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	提供給我們的 主要服務	信用期限和 付款方式	供應商所提供 服務的成本	佔我們供應商 所提供服務 的總成本 概約百分比
<i>(人民幣千元)</i>						
供應商A	中國國有國家廣播 電視台	5	投放電視廣告	預付／電匯	7,595	18.5
供應商B	媒體營銷、品牌管理、 節目製作、影視投資 和發行、大型演出活 動、文化旅遊產業等 業務	3	投放電視和線上廣告	預付／電匯	7,517	18.3
供應商C	高等教育，本科、碩士 和博士學位教育，博 士後培養及相關科學 研究以及繼續教育、 專業培訓、學術交流 和技術諮詢	3	提供研究數據和分析	90天／電匯	7,404	18.0

業 務

供應商	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	提供給我們的 主要服務	信用期限和 付款方式	供應商所提供 服務的成本	估我們供應商 所提供服務 的總成本 概約百分比
<i>(人民幣千元)</i>						
供應商D	一家主要從事廣告的採購和投放的新三板上市公司	3	提供研究數據和分析；提供品牌視覺設計服務	90天／電匯	2,986	7.3
供應商E	廣告製作和投放及廣告代理業務以及提供研究數據及分析	2	提供研究數據和分析	90天／電匯	2,697	6.6
合計					28,199	68.7

2020 財年

供應商	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	提供給我們的 主要服務	信用期限和 付款方式	供應商所提供 服務的成本	估我們供應商 所提供服務 的總成本 概約百分比
<i>(人民幣千元)</i>						
供應商F	品牌管理、廣告營銷策劃和組織活動	4	執行活動；投放線上廣告	90天／電匯	13,538	23.9

業 務

供應商	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	提供給我們的 主要服務	信用期限和 付款方式	供應商所提供 服務的成本	佔我們供應商 所提供服務 的總成本 概約百分比
<i>(人民幣千元)</i>						
供應商C	高等教育，本科、碩士和博士學位教育，博士後培養及相關科學研究以及繼續教育、專業培訓、學術交流和技術諮詢	3	提供研究數據和分析	60至90天／電匯	7,918	13.9
供應商G	設計、製作和出版廣告以及組織活動	1	執行活動；投放電視廣告；提供品牌視覺設計服務	90天／電匯	6,860	12.1
供應商H	研究和開發，銷售電腦軟件、硬件和電子產品，提供線上一站式營銷方案	1	提供研究數據和分析；提供品牌視覺設計服務	90天／電匯	6,444	11.4

業 務

供應商	背景和 主要業務	與我們有業務 關係的年數	提供給我們的 主要服務	信用期限和 付款方式	供應商所提供 服務的成本	佔我們供應商 所提供服務 的總成本 概約百分比
					(人民幣千元)	
供應商I	製作、代理和投放廣告	8	投放電視和廣播廣告；提供 品牌視覺設計服務	廣告預付款項及 品牌服務為期 90天／電匯	3,865	6.8
合計					38,625	68.1

於2019財年和2020財年，應付我們的單一最大供應商金額分別約為人民幣7.6百萬元和人民幣13.5百萬元，佔我們供應商所提供服務的總成本概約百分比分別約18.5%和23.9%。同年，我們五大供應商所提供服務的成本分別約為人民幣28.2百萬元和人民幣38.6百萬元，佔我們供應商所提供服務的總成本概約百分比分別約68.7%和68.1%。

於往績記錄期間，我們五大供應商均為獨立第三方。據董事作出一切合理查詢後所深知和確信，於往績記錄期間，概無董事、其各自的緊密聯繫人或擁有超過已發行股份5%的股東在我們五大供應商中擁有任何權益。

與供應商的協議

我們通常以項目為基準與供應商簽訂合同。對於傳統線下媒體及線上媒體廣告行業的一些供應商，我們與他們簽訂6到22個月期限的框架協議，以記錄我們互相合作的意圖。在此情況下，廣告資源的類型和數量、對價和付款條件等其他合同條款的細節通常在各聘約的單獨合同中規定。

業 務

我們與供應商就向我們提供的每種服務類型簽訂的一次性合同的主要條款概述如下：

	品牌服務(附註)	傳統線下媒體 廣告服務	線上媒體廣告服務	活動執行和 製作服務
合同期限	從2到10個月的固定期限。	從12天到12個月的固定期限。	從2天到12個月的固定期限。	通常無固定期限，取決於具體項目。
採購的服務	市場研究及行業數據分析以及各種品牌物料的設計。	電視台運營商及戶外平台等各種平台上的廣告資源。	網站、搜索引擎、社交媒體和電商平台的運營商及／或所有者等各種平台上的廣告資源。	拍攝公司視頻和製作服務、建築和裝修服務以及開展活動營銷活動。
對價	規定為固定對價。	規定為固定對價。	規定為固定對價。	規定為固定對價。
付款條件	通常在簽訂合同和執行之後分期支付。	通常於每月的預定播放時間之前支付。	通常按月或於廣告服務完成前支付。	通常在簽訂合同協議和執行之後分期支付。

業 務

	品牌服務(附註)	傳統線下媒體 廣告服務	線上媒體廣告服務	活動執行和 製作服務
終止	通常，如果一方違反合同，另一方有權終止合同。	通常，如果我們違反合同，供應商有權終止合同。	通常，如果我們違反合同，供應商有權終止合同。	通常，如果一方違反合同，另一方有權終止合同。 如果供應商單方面終止協議，須支付對價的20%作為損害賠償，並賠償我們額外產生的實際損失。
最低購買金額	無。	無。	無。	無。

附註：作為我們品牌服務的一部分並應客戶要求，我們可能會協助客戶製作廣告材料，例如公司視頻和圖片。在此情況下，我們通常會聘請第三方服務供應商在我們監督下製作相關廣告材料。

業 務

我們亦與電視台及線上媒體資源供應商簽訂了框架協議，以為我們的廣告服務採購媒體資源。這些框架協議的主要條款概述如下：

合同期限	6到22個月
提供的服務／廣告資源	於電視台運營商及線上媒體資源供應商(包括但不限於電視台、網站及手機應用)提供的平台上投放廣告
付款條件	將於每個項目的單獨合同中規定其付款條件。於往績記錄期間，我們通常獲授最長90天的信貸期
終止	通常，當另一方違反協議時，另一方有權終止協議

與研究機構的合作

為提高向客戶提供的市場研究及行業數據分析的全面性和可信度，我們聘請了一些研究機構為客戶開展相關行業的市場研究。根據弗若斯特沙利文的資料，這符合中國品牌服務供應商的市場慣例。這些研究機構包括華中一所具有市場研究專長的知名大學。

為了記錄我們的長期合作，於2017年6月25日，我們與該所具有市場研究專長的華中知名大學簽訂了一份具法律約束力的戰略合作協議，協議為五年固定期限，從2017年6月至2022年6月。根據該戰略合作協議，雙方約定(其中包括)，若我們根據自身業務需要啟動與品牌、廣告及營銷方案行業的運營及發展有關的合作研究項目，該所大學將指派其教授及學生在我們研發人員的領導下參與此等研究項目。於2019財年及2020財年，我們分別產生應付該所大學的研究費用約人民幣7.4百萬元及人民幣7.9百萬元，有關款項將在服務費中轉嫁給我們的客戶。

業 務

通常，根據客戶要求，我們將聘請一些研究機構開展市場研究及行業數據分析以獲得為客戶設計和制訂全面的服務方案所需的信息。我們通常與這些研究機構就每份聘約簽訂單獨的合同，其主要條款如下：

- 合同期限： 從3到12個月的固定期限，取決於項目的具體要求。
- 提供的服務： 根據規定的方法開展市場研究及行業數據分析並撰寫相關研究報告。
- 對價： 往績記錄期間從約人民幣70,000元到人民幣1百萬元的固定對價。
- 付款條款： 通常分期支付：(i)簽訂合同後；(ii)完成主要階段；和 (iii)我們確認市場研究完成後。
- 知識產權和保密： 市場研究報告的知識產權包括所有相關的信息來源、分析和結論（統稱「主題信息」），屬於研究機構。
- 然而，在機密期間（一般從三到五年），該等研究機構禁止為了盈利提供主題信息給第三方。
- 終止： 如果：(i)研究機構未能在協定期間內完成市場研究報告；或(ii)研究機構未能按照商定的要求及／或標準完成市場研究報告，則我們有權終止合同並索取損害賠償，金額按對價的協定百分比（最高為20%）計算。

於往績記錄期間，隨著品牌商、廣告主及廣告代理商要求本集團提供定制品牌、廣告和營銷解決方案服務的需求不斷增加，2020年，我們與華中一所具有市場研究專長的知名大學的新聞與信息傳播學院合作成立了東湖品牌研究院，由合作大學副院長兼教授與本集團高級管理層共同領導，並由專門研究媒體與傳播的專業人員、業界專

業 務

家、企業家、品牌高管和知名大學的學者提供支持。於最後實際可行日期，東湖品牌研究院作為一個知識中心，致力於提供各種品牌及營銷相關主題方面有用的資源、資料和更新，例如利用數字技術進行品牌建設和營銷創新的最新行業趨勢，以及銷售業績與多維品牌、廣告和營銷策略兩者之間的相互關係。董事認為，我們繼續與該所具有市場研究專長的華中知名大學合作和東湖品牌研究所的成立將提高我們的市場研究能力並提高品牌對客戶的知名度，這將進一步提高我們吸引潛在客戶和提供服務的效率。

研究與開發

我們的數據分析能力對我們的業務運營至關重要，因為我們量身定制的服務方案依賴（其中包括）行業數據和營銷信息分析。因此，我們致力於不斷提升及創新我們的服務、解決方案和技術。我們的研發流程主要涉及進行市場研究及分析、技術維護以及軟件及信息技術開發，旨在提高我們品牌化、宣傳及活動執行及製作服務的效率。我們利用內部員工，並聘請第三方研究機構進行研發工作。

我們的技術研發部由陳聰先生領導，陳聰先生擁有武漢紡織大學電子信息工程學士學位。於2020年12月31日，我們擁有一支專業研發團隊，由九名技術人員組成，平均工作經驗超過五年。研發人員中有一半以上持有大專或以上學歷。

於最後實際可行日期，我們已在中國註冊62項計算機軟件版權，並在中國提交四項計算機軟件版權申請，我們相信這不僅增強了我們優化現有服務的能力，亦改善了我們的內部溝通流程、服務流程和工作效率。有關我們重要計算機軟件版權的進一步資料，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－6.有關我們業務的其他資料－B.我們的知識產權」一節。

我們與僱員訂立保密協議。於往績記錄期間，我們亦將若干研發項目外包予第三方研究機構。於決定是否將特定項目外包予第三方研究機構或內部承接項目時，我們主要考慮外包項目是否會提高效率及降低成本，同時考慮項目性質、我們本身的能力及第三方研究機構的資質。我們亦與該等研究機構訂立協議，該等協議通常訂有保密條款，據此，該等研究機構於一定時期內不得向他人披露項目相關信息。

業 務

於2019財年及2020財年，我們的研發成本分別為人民幣3.5百萬元及人民幣4.7百萬元，分別佔我們總收益的約4.6%及4.5%。

於往績記錄期間，由於我們主要依靠第三方研究機構、行業顧問及營銷機構進行市場研究，並根據客戶的具體業務需求和營銷目標，向我們提供相關的行業數據和營銷資料，本集團獲得的數據和資料是針對特定項目，通常覆蓋範圍較小，主要集中在有限類型的行業領域。[編纂]後，我們計劃建立大數據品牌平台和研發數據庫，以進一步提升我們的服務，尤其是品牌業務方面的服務，並加強我們的數據分析能力，從而提高客戶穩定性和市場競爭力。

市場和競爭

根據弗若斯特沙利文報告，中國的品牌、廣告和營銷方案整合服務市場就總開支而言於2016年至2020年的複合年增長率為16.1%，且於2020年至2025年的複合年增長率預計將達13.7%，於2025年末達到人民幣18,475億元。儘管華中地區品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商數量有限（即約15家），但中國約有150家品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商。品牌、廣告和營銷方案整合服務在中國的主要進入壁壘包括（其中包括）對整合多元化服務及跨價值鏈、不同行業的數據庫的各種媒體資源的強大能力以及可開展市場研究及服務方案的強大的數據分析能力的要求、豐富的經驗及基於長期積累之良好往績的卓著的品牌聲譽。

我們相信，中國對品牌、廣告和營銷方案整合服務的需求將繼續增長。根據弗若斯特沙利文報告，隨著中國廣告市場的快速發展以及電視廣告、戶外廣告及線上廣告等多元化廣告媒體的出現，廣告主對量身定制的品牌和營銷方案提出了更高的要求，以滿足其特定需求，例如營銷目標、廣告效果的評估及預算。憑藉我們在湖北省作為品牌、廣告和營銷方案整合服務供應商這一市場地位，董事認為，我們已做好抓住中國品牌、廣告和營銷方案整合服務行業快速增長需求的充分準備。

董事認為，鑑於我們在本節的「我們的競爭優勢」分節所述競爭優勢，我們能夠維持我們在中國湖北省品牌、廣告和營銷方案整合服務市場中的地位。有關本集團業務所在行業的競爭格局更多信息，請參閱本文件中「行業概覽」一節。

業 務

環境、職業健康和 safety 問題

由於我們業務的性質，我們不會面臨任何與環境或職業健康和 safety 有關的重大風險。我們的法律顧問確認，於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們不曾由於在重大問題上不遵守與環境保護或職業健康和 safety 有關的法律或法規而受到罰款或處罰。

質量控制

為確保我們的服務質量，我們在交付服務的每個重要步驟中建立並保持了嚴格的質量控制和保證標準以及檢驗程序。根據廣告行業的性質，我們在規劃、製作和執行方面都進行定期監測和評估。我們的媒體運營團隊負責定期監測，確保廣告按照客戶的指示執行。例如，我們審核總結報告並進行廣告規劃的隨機檢驗。為了不斷增加提供我們的品牌、廣告和營銷方案整合服務，我們通過收集我們客戶及供應商的反饋定期審視我們的表現，以及監測公眾的反應來評估和制訂營銷策略。如果我們的客戶有任何投訴或特定需求，我們的銷售和業務營運部門將與相關客戶進行溝通，以了解並解決該議題。於往績記錄期間，本集團未接獲任何對本公司業務有重大不利影響的客戶投訴，亦未因客戶投訴而向本集團客戶支付任何重大賠償。

醫療保健產品、藥品、醫療設備等行業客戶的廣告以及其他須經相關政府部門審查的廣告必須在播出前提交相關政府部門審查。作為我們綜合服務的一部分，為確保廣告符合適用的法律法規，我們會要求客戶提供由相關政府機構簽發的相關證明文件和許可供檢查，並將這些文件送給我們的供應商作進一步檢查。

業 務

獎項

於最後實際可行日期，我們獲得以下與我們的業務運營有關的重要獎項和認可：

授予年份	獲獎者	獎項／證書／等級	頒發機構
2020年	華視傳媒	中國國際廣告節廣告主獎•2020 年度金夥伴獎	中國國際廣告節AD Fair組委會 及廣告主獎組委會
	華視傳媒	高新技術企業證書	湖北省科學技術廳、湖北省財 政廳及國家稅務總局湖北省 稅務局
	華視傳媒	中國廣告一級企業「媒體」 服務類	中國廣告協會
	華視傳媒	企業信用評級AAA級信用企業	中國商務誠信公共服務平台
2018年	華視傳媒	澳門國際廣告節2017-2018年度 中國最具影響力傳播公司	澳門國際廣告節組委會

業 務

授予年份	獲獎者	獎項／證書／等級	頒發機構
2017年	華視傳媒	高新技術企業證書*	湖北省科學技術廳、湖北省財政廳、湖北省國家稅務局和湖北省地方稅務局
	華視傳媒	澳門國際廣告節－2016-2017年度中國內地最具品牌力廣告傳播公司	澳門國際廣告節組委會
2016年	華視傳媒	「五星聯盟」戰略合作夥伴	廣東衛視、河南衛視、湖北衛視、遼寧衛視、四川衛視

特許、許可和批准

中國品牌、廣告和營銷方案整合服務市場行業的監管和法律制度載於本文件「監管概述」一節。根據我們的中國法律顧問的意見，於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們已獲得在所有重大方面在中國開展業務的所有必要特許、許可和批准。

於往績記錄期間，我們在獲得或延期我們開展業務所需的必要特許、許可和批准方面並無遇到任何困難或拒絕。董事和我們的中國法律顧問認為，只要我們遵守當時適用的法律和法規，並及時提交所需的所有文件和採取所有適當的管理步驟，我們未來為中國的業務運營延期所有此類特許、許可和批准將不會有重大法律障礙。

業 務

僱員

於2020年12月31日，我們共有99名全職員工，全部位於中國。下表按職能列出我們的全職員工明細：

	於2020年 12月31日
企劃部	50
銷售業務部	11
媒介部	11
技術研發部	9
財務部	7
行政人事部	6
總經辦	5
合計	99

勞動合同、酬金和福利供款

我們與每位全職員工簽訂了一份標準的僱傭合同，其條款包括職位、工資、僱傭期限、工作時間、休假安排和其他福利。我們提供給員工的薪酬包括基本工資和酌情獎金。通常，我們根據員工的資格、資歷、工作時間、表現、我們的財務狀況及市場工資水平來確定員工的薪金。我們通常會審查員工的表現，這是我們每年做出的有關工資調整、獎金和晉升決定的基礎。於2019財年和2020財年，我們的員工總成本分別約為人民幣7.4百萬元和人民幣8.1百萬元。

根據中國相關國家和地方社會福利法律法規，我們需要就其在中國的僱員支付各種社會保障基金，包括基本養老保險、失業保險、工傷保險、醫療保險、生育保險和住房公積金。於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守我們作為一個中國僱主在中國開展業務運營所要求的法定福利和強制性供款方面適用的勞動法律和法規。有關中國適用的勞動法律法規的更多詳細信息，請參閱「監管概覽－關於勞動保護的中國法律法規」一節。

業 務

招聘政策和培訓

我們應本集團部門負責人或其授權人員的要求招聘額外人員。我們通常在招聘網站上發佈招聘信息來招聘員工。我們會參考諸如工作經驗、技術能力和資格等因素來評估申請人是否適合。

我們為員工提供培訓，以提升他們與廣告行業相關的知識、技能和能力。我們將為所有新員工提供入職培訓以熟悉本集團，然後根據部門需求和我們的業務發展策略提供在職培訓。我們亦為有能力和合適的員工提供晉升機會，我們有晉升評估標準的政策和程序。

僱員關係

於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們不曾因勞資糾紛而對運營造成任何重大干擾，在招聘和保留員工方面也不曾遇到任何困難。我們認為，我們與員工的關係令人滿意，我們的管理政策、工作環境、職業前景和向員工提供的福利有助於保留員工，並建立友好的僱員關係。

保險

除了為員工購買的強制性社會保險之外，我們亦為車輛購買財產保險，覆蓋車禍造成的損失和第三方責任。考慮到行業慣例和我們購買的保險，董事認為，我們已經為資產和業務運營保持了足夠的保險覆蓋。我們將根據我們的需要和中國行業慣例來審查和評估風險，並對我們的保險範圍作出必要的調整。於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們不曾根據我們的保單提出任何重大索賠或遭受任何重大索賠，亦不存在對我們將來要支付的保險費已產生或將產生重大影響的保險索賠。

業 務

物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。

於最後實際可行日期，我們已自湖北的獨立第三方租賃兩處物業作辦公室用途，並獲獨立第三方授權免費使用兩處物業作為我們在湖北及北京的通訊地址：

	業主	地點	用途	概約		年租(不含支出)
				建築面積	租賃期限	
1	武漢市武昌物業經營發展總公司 (「武昌物業」) (附註1)	武昌區東湖南路7號2號樓第一層	華視傳媒於武漢的辦公室	1,690平方米	2018年7月1日至 2021年6月30日	首年及第二年為人民幣1,622,400元 及最後一年為人民幣1,703,520元
2	曾俊文及喻貴蓮	麻城市果園場西環北路147號	大別山文化於麻城的辦公室	100平方米	2021年3月11日至 2024年3月11日	人民幣1,000元
3	武昌物業(附註1)	武昌區珞珈山茶港新村東院1號水生科技苑2棟第一層07號	通訊地址 (附註3)	100平方米	2021年3月31日至 2022年6月30日	免租

業 務

業主	地點	用途	概約		年租(不含支出)
			建築面積	租賃期限	
4 北京鼎奇龍華膳園 文化傳媒集團有 限公司(「北京鼎 奇龍」)(附註2)	北京市朝陽區高碑 店鄉高碑店村民 俗文化街1376號 華膳園文化傳媒 產業園10號樓四 層445室	通訊地址 (附註3)	80平方米	2020年10月28日 至2022年10月27 日	免租

附註：

1. 中國科學院水生生物研究所是該物業的擁有人，該物業已租賃予武昌物業，並同意由武昌物業將其分租予本集團。
2. 北京市朝陽區高碑店鄉高碑店村民委員會為該物業的擁有人，其委託北京鼎奇龍自2019年1月1日至2038年12月31日代表其租賃該物業。
3. 於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於有關通訊地址並無任何業務營運及任何營運團隊成員。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在及時續訂租約方面並無重大困難。於最後實際可行日期，我們尚未登記與華視傳媒於武漢的辦公室及大別山文化於麻城的辦公室有關的租賃。

誠如我們中國法律顧問所告知，我們有權根據相關租賃協議使用所租賃物業。誠如我們的中國法律顧問所告知，未登記該等租賃不會影響該等租賃的有效性或可執行性，但倘我們未能根據有關當局的要求對該等租賃協議進行有效登記，則我們可能會被就每份未登記租賃協議被有關當局處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於最後實際可行日期，我們尚未收到相關政府機構的任何此類要求，亦未曾因未登記我們的租賃協議而被任何監管機構罰款。

此外，我們的控股股東以本集團為受益人簽立彌償契據，據此，彼等將就本集團因未登記該等租賃物業而直接或間接蒙受或招致或與此有關之所有申索、行動、要求、法律訴訟、判斷、損失、責任、損害、成本、支銷、費用、開支及罰款(不論屬任何性質)向本集團各成員公司作出彌償。

業 務

知識產權

我們明白保護我們知識產權的重要性。對於對我們的業務運營意義重大的知識產權，我們在適當的類別和適當的管轄範圍內辦理了登記。

於最後實際可行日期，我們已在香港註冊一個商標。此外，我們已在中國註冊了62個計算機軟件著作權，並在中國提交了4項計算機軟件著作權申請。我們還註冊了一個域名，即youmeimu.com。有關我們知識產權的更多信息，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－6.有關我們業務的其他資料－B.我們的知識產權」一節。

在最後實際可行日期，我們不知道(i)我們侵犯了任何第三方擁有的任何知識產權；(ii)任何第三方侵犯了本集團擁有的任何知識產權。董事亦確認，於往績記錄期間，對於本集團或第三方擁有的知識產權，概無第三方即將對本集團提出索賠或威脅提出索償，我們亦無針對第三方提出任何索賠。

法律訴訟

於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，(i)我們和董事均非任何可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大訴訟、仲裁或行政程序的當事方；且(ii)據我們所知，沒有人威脅對我們或任何董事提起任何重大訴訟、仲裁或行政訴訟。

不合規

除下文所述不合規事件外，經我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守了所有相關的中國法律和法規。有關更多信息，請參閱本文件中「監管概覽」一節。

新三板不合規事件

(1) 不合規事件的詳情

華視傳媒於2016年1月至2016年6月（「**墊款期間**」）違反中國有關法律法規向包括陳先生及薛女士在內的關聯方提供短期貸款及墊款（「**資金墊款**」）（「**不合規事件**」），且未及時披露此類持續關連交易。

業 務

資金墊款的詳情載列如下：

關聯方	借入資金總額 (人民幣元)	
	自行	為及代表陳先生
陳先生 (附註1)	1,207,000	—
薛女士	60,000	40,000
王明先生 (附註2)	—	10,000
張烽先生 (附註2)	—	10,000
程茜女士 (附註2)	—	100,000
陳旭東先生 (附註2)	—	10,000

附註：

- (1) 向陳先生墊付的資金總額為人民幣1,377,000元，包括(i)向其墊付的人民幣1,207,000元；及(ii)通過薛女士、王明先生、張烽先生、程茜女士及陳旭東先生向其墊付的人民幣170,000元。
- (2) 王明先生為華視傳媒當時的股東及董事之一。張烽先生為華視傳媒當時的股東及監事會主席。程茜女士及陳旭東先生為華視傳媒當時的僱員。

向陳先生墊付的資金人民幣1,377,000元已於2016年7月悉數償還，而向薛女士墊付的資金人民幣60,000元已於2016年3月悉數償還。2016年8月，陳先生及薛女士分別支付上述資金的利息人民幣6,811.99元及人民幣324.1元，有關利息乃按當時的銀行借貸利率確定。

我們於2016年7月在編製華視傳媒截至2016年6月30日止六個月的中期業績期間得知不合規事件違反了中國有關法律法規，隨後於2016年8月，華視傳媒、其當時的控股股東、實際控制人、董事、監事及高級管理層(包括陳先生及薛女士)承諾日後不會擅自從華視傳媒或其附屬公司借用資金，以保障華視傳媒資產及資金的完整性、獨立性及安全性，並按照華視傳媒的公司章程(「華視章程」)及適用中國法律法規的規定，嚴格規範有關事項(「承諾」)。

業 務

(2) 不合規的原因

不合規事件的發生主要是因為當時考慮到華視傳媒於2016年1月才在新三板上市，華視傳媒當時的董事並不完全了解中國有關法律法規的規定。陳先生及薛女士不知悉相關中國法律法規不允許資金墊款，而一旦發生，則應根據資金墊款發生時有效的《全國中小企業股份轉讓系統掛牌公司信息披露細則（試行）》（「披露規則」）、華視章程及華視傳媒《關聯交易管理辦法》以公告形式披露。

不合規並非有意為之，是由於我們在不合規事件發生前不久才在新三板上市，陳先生及薛女士當時不熟悉中國有關法律法規造成，而非由於我們的內部控制系統存在任何重大缺陷或董事及高級管理層的任何不誠實或欺詐行為造成。

(3) 所涉董事及高級管理人員的身份及職位

下文載列不合規事件所涉董事及高級管理人員的若干詳情：

姓名	於關鍵時間於華視傳媒的職位
陳先生	控股股東、實際控制人、董事會主席
薛女士	董事

(4) 法律後果及最高潛在處罰

誠如我們的中國法律顧問所告知，根據《非上市公眾公司監督管理辦法（2013年版）》（因華視傳媒在新三板上市期間為並無於任何證券交易所上市，故其適用於華視傳媒），公司及其他信息披露義務人未按照規定披露信息，或者所披露的信息有虛假記載、誤導性陳述或者重大遺漏的，依照《中國證券法》第一百九十三條的規定進行處罰。因此，彼等會被責令改正、被給予警告，並處以人民幣300,000元以上人民幣600,000元以下的罰款。有關信息披露的各直接負責的主管人員和其他直接責任人員會被給予警告，並處以人民幣30,000元以上人民幣300,000元以下的罰款。

業 務

根據《全國中小企業股份轉讓系統業務規則（試行）》（「**業務規則**」）及披露規則，倘出現任何違反業務規則及披露規則的情況，全國中小企業股份轉讓系統有限公司（「**全國股份轉讓系統公司**」）可以酌情對新三板掛牌公司、其董事及高級管理人員採取自律監管措施，包括但不限於要求對任何不合規情況作出解釋和披露、要求提交書面承諾、通報批評、公開譴責及責令改正。

我們的中國法律顧問告知，直至最後實際可行日期，中國相關監管機關（包括但不限於中國證監會及全國股份轉讓系統公司）並無因不合規事件而對華視傳媒、陳先生、薛女士、我們的其他董事及高級管理人員施加處罰。

(5) 對本公司的潛在營運及財務影響

董事認為，我們將不會因不合規事件而面臨相關監管機關的任何處罰，且本公司將不會因此遭受任何不利的營運及財務影響，理由如下：

- (i) 不合規事件涉及的全部資金已悉數償還予華視傳媒，並已按市場利率支付利息；
- (ii) 已對不合規事件作出補救；
- (iii) 我們並無因不合規事件而受到相關監管機關（包括但不限於中國證監會及全國股份轉讓系統公司）的任何處罰；
- (iv) 誠如本文件「歷史、重組及公司架構－公司歷史及發展－我們的營運附屬公司－華視傳媒－於新三板上市及退市」一段所披露，由於董事認為[**編纂**]將使本集團的運營及未來業務發展策略獲益，故華視傳媒已自新三板退市，且在退市過程中，相關監管機關並無對不合規事件表示關注；
- (v) 董事並不知悉相關監管機關已開展任何進行中的調查或其他第三方已就不合規事件提出任何申索；及
- (vi) 我們的中國法律顧問表示，有關機關對我們施加進一步懲罰或處罰的風險微乎其微。

業 務

(6) 補救及加強內部控制的措施

不合規事件發生後，我們已採取以下補救措施：

- (i) 陳先生及薛女士向華視傳媒悉數償還所涉及的資金連同利息；
- (ii) 有關不合規事件的補救措施於華視傳媒於2016年8月18日舉行的董事會會議（「該董事會會議」）及華視傳媒於2016年9月5日舉行的股東大會（「該股東大會」）上經審批，據此，華視傳媒的董事會及股東確認及批准資金墊款；
- (iii) 華視傳媒、其當時的控股股東、實際控制人、董事、監事及高級管理人員（包括陳先生及薛女士）作出該承諾；及
- (iv) 華視傳媒在新三板官方網站上根據披露規則作出以下披露：(i)於2016年8月19日披露董事會會議上通過的決議案以及有關不合規事件及補救行動的公告；及(ii)於2016年9月6日的股東大會上通過的決議案。

除了我們在上述不合規事件發生後立即採取的補救及加強內部控制的措施外，我們亦實施了我們內部控制顧問提出的以下建議以加強我們的內部控制系統，包括：

- (a) 制定政策及規定，以禁止本集團墊付資金用於結算任何個人性質的費用及確保按照GEM上市規則提供任何貸款；
- (b) 審查及更新我們的政策及規定，以限制可向我們僱員授出的商業借款的最高金額；
- (c) 制定有關關連交易及關連人士的政策及規定；
- (d) 建立本集團關連人士及關聯方名單，並定期檢討及更新；及
- (e) 存置本集團關連交易清單，並定期與有關關連人士核對交易金額，以確保其準確性。

業 務

(7) 董事及獨家保薦人的意見

經考慮(a)不合規事件的性質及原因；及(b)本公司採取的補救措施及內部控制措施，董事認為且獨家保薦人認同(i)本集團的內部控制措施充分及有效，可防止日後再次發生不合規事件；(ii)本集團已實施充分有效的內部控制程序；(iii)不合規事件並不影響董事根據GEM上市規則第5.01及5.02條擔任[編纂]董事的適當性或本公司根據GEM上市規則第11.06(1)條[編纂]的適當性；及(iv)不合規事件並非蓄意，並不涉及董事的任何不誠實或欺詐行為，且並無對董事的正直品格構成疑問。

截至最後實際可行日期，除上文披露的不合規事件外，董事確認並無其他不合規事件根據聯交所發佈的指引構成重大不合規或系統性不合規。

環境、社會和公司治理

我們高度重視環境保護，並致力於推動公司社會責任和可持續發展。因此，我們根據GEM上市規則採用了環境、社會和公司治理責任方面一套全面政策（「**ESG政策**」），意在將這些核心價值融入我們的業務運營。ESG政策規定了我們的公司社會責任目標，並為我們在日常運營中履行公司社會責任提供了指導。

以下載列在不同方面的ESG政策示例：

環境保護 — 我們已制定有關政策，包括(i)可回收及不可回收無害廢物的處理程序；(ii)減少溫室氣體、水污染物等的排放；(iii)高效利用水電等資源；及(iv)每年檢討我們遵守環境法律法規的情況。

業 務

職業安全 — 我們重視為全體僱員維持一個健康、安全及高效工作環境。僱員須遵守中國的職業安全健康法規及我們的安全健康指引。為提供一個安全工作環境，我們於員工手冊中載列一系列工作安全措施，要求員工遵循。此外，為僱員提供關於職業安全的更新資料，提高彼等的安全問題意識乃我們的一貫作法。我們認為，我們於往績記錄期間及截至最後實際可行日期已在所有重大方面遵守了健康及工作安全規定。

僱員培訓 — 我們高度重視僱員培訓及發展工作。我們出資設立僱員教育及培訓項目，協助彼等了解品牌、廣告及營銷方案服務行業的最新發展動態。

社會責任 — 我們注重履行社會責任及維護公司與社區不同利益相關者的關係。我們將開展培訓，制定員工手冊，在內部加強公司與僱員的溝通，組織社區活動，以維繫公司與外部利益相關者的關係。

董事會共同肩負制定、採納及審閱我們環境、社會及企業管治政策的願景、政策及目標，以及定期評估、釐定及處理環境、社會及企業管治相關風險的重責。董事會可自行評估或委聘外部顧問評估上述方面的風險，倘發現風險，將採取必要改進措施化解風險。

董事確認，我們已於所有重大方面遵守中國的各项適用環境法律法規。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間，我們的業務運營概無違反中國的環境法律法規，如有違反，我們的整體業務、財務狀況或經營業務將受到重大不利影響。此外，我們概無面對任何與健康、安全、社會及環境保護有關的重大申索或處罰，亦無捲入任何重大工作場所事故或死亡。於往績記錄期間，我們的環境保護開支並不大，我們預期該等開支於可見將來會保持降低水平。

業 務

風險管理和內部控制

董事負責制訂內部控制措施並監督其持續執行，同時負責審查風險管理系統的有效性，目的是為實現與運營、報告和合規有關的目標提供合理保證。為了管理我們的業務和運營風險，確保我們的平穩運營，並避免未來再次發生以往的違規事件，我們聘請了一位獨立內部控制顧問（「**內部控制顧問**」）來協助我們檢查內部控制系統，並提出有關改善內部控制系統的建議，包括公司治理、企業風險評估、內部審計、合規諮詢以及相關業務流程，包括收入、服務成本、費用和成本管理、固定資產管理、人力資源、財務管理和信息技術。

作為聘約的一部分，我們諮詢了內部控制顧問，以找出與加強我們的內部控制系統有關的因素和將要採取的步驟。內部控制顧問提供了許多調查結果和建議，而我們針對這些調查結果和建議隨後採取了補救措施。我們的內部控制措施的重點包括但不限於以下：

- 董事將參加由我們的香港法律顧問開設的培訓課程，內容涉及股份在GEM[編纂]的公司董事的持續義務和職責；
- 我們將遵守GEM上市規則附錄十五所載企業管治守則。董事將於每個財政年度檢查我們的公司治理措施和我們對企業管治守則的遵守情況，並遵守將在[編纂]後納入年報的公司治理報告中的「遵守或解釋」原則；
- 必要時，我們將聘請外部專業人士，包括審計師、內部控制顧問、外部法律顧問和其他顧問，就我們遵守不時適用於本集團的法定和監管規定提供專業意見；
- 我們已委任宏博資本有限公司為我們的合規顧問，該公司將針對遵守GEM上市規則及／或適用於本公司的其他相關法律法規的事宜向董事會提供諮詢和協助；和
- 我們[已成立]審核委員會，以審核和監督我們的財務報告流程和內部控制系統。

業 務

根據內部監控顧問的建議和實施的跟進程序，董事確認，本集團已採納內部監控顧問所建議的所有主要內部監控措施和政策，於最後實際可行日期其內部控制系統並無重大或實質性缺陷。

我們在運營過程中面臨各種風險。有關這些風險的更多詳細信息，請參閱本文件中「風險因素」一節。除上述內部控制措施外，我們採用了各種政策和程序以確保我們運營各個方面的有效風險管理，包括提供我們的服務、日常運營管理、財務報告和記錄以及遵守有關環境保護和工作環境安全的適用法律法規的程序。董事會全面監督和管理與我們的運營有關的風險。

與控股股東的關係

我們的控股股東

緊隨完成[編纂]及[編纂]完成後（未計及因行使[編纂]及根據[編纂]可能授出的購股權而可予發行的任何股份），陳先生（通過佳藝文化）將擁有本公司已發行股本的約[編纂]%。

佳藝文化為一家投資控股公司，由陳先生全資擁有。因此，根據GEM上市規則，陳先生及佳藝文化被視為我們的控股股東。

有關陳先生之詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

控股股東擁有但不納入本集團的公司

於最後實際可行日期，我們的執行董事之一兼控股股東陳先生(i)於華視中廣文化產業發展(湖北)有限公司(「華視文化」)擁有99%的股權，代表人民幣49,500,000元的出資額；(ii)於湖北華視富承科貿有限公司(「華視科貿」)擁有60%的股權，代表人民幣1,200,000元的出資額；(iii)於湖北華承置業投資有限公司(「華承置業」)擁有70%的股權，代表人民幣42,000,000元的出資額；(iv)於華視教育產業(麻城)有限公司(「華視教育」)擁有51%的股權，代表人民幣25,500,000元的注資額；及(v)於華視青創文旅發展(湖北)有限公司(「華視青創」)擁有99%的股權，代表人民幣99,000,000元的注資額。以上各間公司均於中國成立，經陳先生確認，於最後實際可行日期與本集團並無競爭性權益。

業務劃分

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團主要於中國從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。

華視文化為一家主要從事文化藝術諮詢服務、文學藝術作品創作及影視製作的公司。華視科貿為一家主要從事日用品、預包裝食品、茶葉及初級農產品的批發、零售及經營的公司。華承置業為一家主要從事房地產項目的開發及運營的公司。華視教育為一家主要從事教育項目投資、教育信息諮詢及人力資源信息諮詢的公司。華視青創為一家主要從事文學藝術創作以及旅遊規劃及諮詢的公司。

與控股股東的關係

經陳先生確認，於最後實際可行日期，華視文化、華視科貿、華承置業、華視教育及華視青創之實際業務均未涉及提供品牌、廣告及營銷方案服務。因此，華視文化、華視科貿、華承置業、華視教育及華視青創的業務重點與本集團有顯著差異，且並無直接或間接競爭關係。

基於以上所述，董事認為華視文化、華視科貿、華承置業、華視教育及華視青創之間以及彼等與本集團業務之間不存在直接或間接競爭。

競爭權益

於最後實際可行日期，除本文件「董事及高級管理層」一節所披露者及本集團業務外，控股股東、董事及其各自的緊密聯繫人概無從事任何與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭並須根據GEM上市規則作出披露的其他業務，或於其中擁有權益。

獨立於我們的控股股東

經考慮下列因素，董事會信納，於[編纂]時或之後本集團能獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人經營業務。

營運獨立性

本公司能獨立作出有關業務運營的獨立決策及開展業務運營。儘管於[編纂]後控股股東仍於本公司持有控制性權益，這無礙我們行使充分權利就業務經營作出自身決策。我們於[編纂]後在供應、業務發展、人員配備、資本、設備、知識產權或營銷及銷售活動方面不依賴控股股東。我們可獨立接洽供應商、銷售網絡及客戶且無需與控股股東共享，並有獨立管理團隊處理我們的日常營運。於最後實際可行日期，我們持有開展業務所需的所有相關許可及知識產權並享受其裨益。於往績記錄期間，概無控股股東於我們的前五名客戶或前五名供應商中擁有任何權益。

因此，董事認為我們能夠在獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人的情況下維持營運獨立性。

與控股股東的關係

管理獨立性

我們的管理及營運決策由董事會及高級管理層作出。我們的董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成。我們的控股股東之一陳先生為我們的董事長、執行總裁及執行董事。

本集團已成立(i)審核委員會、(ii)薪酬委員會及(iii)提名委員會。各委員會均有獨立非執行董事出任以監察本集團的決策制定及營運。此外，我們相信，獨立非執行董事將有能力行使其獨立判斷，且將能於董事會決策過程中提供不偏不倚的意見及專業建議以保障股東利益。

各董事明白其須對本公司負主要責任，並得悉彼作為董事的誠信責任，即彼必須(其中包括)以本公司的利益及為本公司的最佳利益行事，且避免其個人利益與本公司的利益之間產生衝突。倘本集團與董事或彼等各自的緊密聯繫人之間將訂立的任何交易產生潛在利益衝突，則擁有權益的董事及彼等各自的緊密聯繫人須於本公司就有關交易召開的相關董事會會議上放棄投票，並不得計入法定人數。此外，我們的高級管理團隊獨立於控股股東。

本公司亦已制定內部控制機制以識別關連交易，確保於建議交易中擁有利益衝突的股東或董事就相關決議案放棄投票。

由於執行董事於彼等各自的專業領域及／或本集團從事的行業中擁有豐富經驗，我們相信彼等將能作出符合本集團最佳利益的業務決策。有關董事的背景，請參閱本文件中「董事及高級管理人員」一節。此外，董事會根據細則及適用法律以大多數決策方式集體行事，而除非獲董事會另行授權，否則概無單一董事擁有任何決策權力。

經考慮上述因素，董事信納，考慮到董事會及高級管理層團隊本身對公司的認識及其經驗與技能，董事會整體與高級管理層團隊均能作出符合本公司最大利益的獨立管理決策。

與控股股東的關係

財務獨立性

本公司獲授權力根據我們的業務需要作出有關業務及財務事宜的獨立決策。本集團設有本身的內部控制、會計及財務管理系統、會計及財務部門、現金收支的獨立庫務職能部門，以及有能力在財務獨立於控股股東的情況下營運。

本集團與關聯方間的結餘

於最後實際可行日期，我們所有應收控股股東及一名非控股權益股東的款項均已向本集團悉數結算。

銀行借款

於2021年4月30日，本集團的短期銀行借款約為人民幣[5.0]百萬元，其中約人民幣[4.0]百萬元(i)以控股股東與一名關聯方共有的物業作抵押；及(ii)由控股股東、一名關聯方及一名獨立第三方提供擔保。有關抵押及擔保預期將於[編纂]後解除。於2021年5月27日，本集團附屬公司大別山文化獲得一筆銀行貸款人民幣5.0百萬元，每年按5.7%的利率計息。該銀行貸款並無抵押，由獨立第三方擔保公司擔保，每年按貸款本金額的1.0%收取擔保費。同時，擔保公司提供的擔保又由控股股東及華視傳媒提供個人擔保。控股股東提供的個人擔保預期將於[編纂]後解除。

經計及本集團的內部資源及[編纂]的估計[編纂]，董事認為我們有充足的資本獨立經營我們的業務，並擁有強大的信用狀況以支持我們的日常運營。此外，董事相信，[編纂]後，本集團有能力在無需控股股東支持的情況下從第三方獲得融資。因此，董事相信我們能夠在獨立於我們的控股股東及其各自的緊密聯繫人的情況下維持財務獨立性。

不競爭契據

為保障本集團免受任何潛在競爭，控股股東已以本公司（為其本身及為其附屬公司的利益）為受益人訂立不可撤銷的不競爭契據，據此，各控股股東（其中包括）共同及個別向我們不可撤銷及無條件地承諾，在有關期間（定義見下文）內的任何時候，各控股股東須並須促使彼等各自的聯繫人（本集團除外）：

- (i) 不會直接或間接單獨或聯同或代表任何人士、商號或公司經營、參與或於其中擁有權益或從事或收購或持有（在各情況下不論作為股東、董事、合作

與控股股東的關係

夥伴、代理、僱員或其他身份，及不論為利潤、回報或其他)任何直接或間接與本文件所述本集團業務構成或可能構成競爭的活動或業務以及本集團任何成員公司不時經營、進行或擬經營或本集團任何成員公司正從事或已投資或本集團任何成員公司已以其他方式公佈有意訂立、從事或投資(不論作為主事人或代理，及不論是直接或透過任何企業、合夥、合營公司或其他合約或安排進行)的任何其他業務(「受限制活動」)；

- (ii) 提供本公司所要求以供獨立非執行董事每年審閱其遵守及執行不競爭契據情況所需的一切相關資料；及
- (iii) 在本公司獨立非執行董事認為適當的情況下及／或根據GEM上市規則相關規定的要求，在本公司的年度報告中就遵守不競爭契據項下承諾作出年度聲明。

各控股股東均已向我們作出無條件及不可撤銷承諾，倘其或其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)(「要約人」)獲授或受邀或發現任何與受限制活動直接或間接構成競爭或可能構成競爭的業務投資或商機(「新商機」)，則其將並將促使其緊密聯繫人(本集團的成員公司除外)以下列方式在實際可行情況下盡快將新商機轉介予我們：

- (i) 各控股股東須並須促使其各自的緊密聯繫人(本集團成員公司除外)轉介或促使轉介新商機予我們，且須於接獲或獲推介新商機起計十個營業日內就任何新商機向我們發出書面通知，當中載列對我們屬合理必要的一切資料(包括但不限於新商機的性質及投資或收購成本詳情)(「要約通知」)，以考慮(a)該等新商機是否構成與受限制活動的競爭；及(b)利用該等新商機是否符合本集團利益；及
- (ii) 僅當(a)要約人已接獲我們拒絕新商機的通知，或(b)要約人自我們接獲要約通知起計30個營業日內並無接獲我們的通知時，要約人方有權利用新商機。倘要約人所利用新商機的條款及條件出現重大變動，要約人將按上文所載的方式向我們轉介經修訂的新商機。接獲要約通知後，我們將成立獨

與控股股東的關係

立董事委員會（「獨立董事委員會」）（包括全體獨立非執行董事，不包括任何於有關項目或商機中擁有實益或衝突利益的董事），並就(a)該等新商機是否與受限制活動構成競爭；及(b)利用新商機是否符合本公司及股東整體利益，向獨立董事委員會徵詢意見及決定。

就上述而言，「有關期間」指自[編纂]開始的期間，並將於以下日期的較早者到期：

- (i) 控股股東及其聯繫人（個別或當作整體）就GEM上市規則而言不再為控股股東之日；及
- (ii) 股份不再於聯交所或（倘適用）其他證券交易所[編纂]之日。

不競爭契據須待[編纂]後方可作實。

避免利益衝突的企業管治措施

董事深明在管理中引入良好企業管治元素對保障股東利益的重要性。具體而言，本集團將採取以下企業管治措施，以管理控股股東及董事與本集團之間因潛在競爭業務而產生的潛在利益衝突：

- 在籌備[編纂]過程中，我們已修訂組織章程細則以遵守GEM上市規則。具體而言，組織章程細則規定，除非另有規定，否則董事不得就批准本身或任何其緊密聯繫人擁有重大利益的任何合約或安排或任何其他建議的決議案表決，且有關董事不得計入出席董事會會議的法定人數；
- 擁有重大利益關係的董事須全面披露與我們的利益衝突或可能衝突的事宜，且不得出席有關董事或其緊密聯繫人擁有重大利益的事宜有關的董事會會議，除非大部分獨立非執行董事指定要求有關董事出席或參與有關董事會會議；及

與控股股東的關係

- 我們已委任[編纂]為我們的合規顧問，於我們諮詢後，將就遵守適用法律及GEM上市規則（包括有關董事職責及企業管治的多項GEM上市規則規定）向我們提供意見及指引。

董事認為，上述企業管治措施足以管理控股股東與本集團之間的任何潛在利益衝突及保障股東（特別是少數股東）的權益。

董事及高級管理層

董事會

董事會負責並具有全面權力監察本集團的業務管理及運作。董事會目前由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。下表載列董事的資料：

姓名	年齡	職位	加入 本集團的 日期	獲委任為 董事日期	角色與職責	與其他董事 及高級管理層 的關係
陳繼承先生	31	執行董事、 董事長、行政 總裁兼總經理	2011年2月	2021年 2月18日	負責整體運營、戰略管 理、業務發展以及制定 本集團的業務運營規劃	不適用
王書錦女士	33	執行董事、 副董事長 兼高級副總裁	2013年5月	2021年 2月18日	負責本集團業務的實施、 營銷監督和實現 銷售目標	不適用
張備先生	32	執行董事兼 財務總監	2018年3月	2021年 2月18日	負責本集團日常財務事 項、財務規劃以及內部 控制政策的制定和監督	不適用
薛玉春女士	31	執行董事兼企業 規劃部總經理	2014年12月	2021年 2月18日	負責本集團企業規劃以及 本集團企業策略規劃的 制定	不適用
李光斗先生	55	獨立非執行董事	[●]	[●]	監督並向董事會提供獨立 判斷，為審核委員會及 提名委員會成員	不適用

董事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入 本集團的 日期	獲委任為 董事日期	角色與職責	與其他董事 及高級管理層 的關係
彭禮堂先生	55	獨立非執行董事	[●]	[●]	監督並向董事會提供獨立 判斷，為薪酬委員會 主席、審核委員會及提 名委員會成員	不適用
何威風博士	42	獨立非執行董事	[●]	[●]	監督並向董事會提供獨立 判斷，為審核委員會 主席及薪酬委員會成員	不適用

執行董事

陳繼承先生，現年31歲，於2011年2月加入本集團，於2021年2月18日獲委任為董事並於[●]調任為執行董事。彼亦擔任董事長、行政總裁兼總經理。彼主要負責整體運營、戰略管理及業務發展以及制定本集團的業務運營規劃。陳先生亦為我們的控股股東及提名委員會主席。

陳先生於品牌、廣告及媒體行業積累了逾10年經驗。加入本集團前，自2010年10月至2012年5月，陳先生一直擔任陽江十八子集團有限公司（一家主要從事刀具生產和銷售的公司）董事長助理。陳先生任職於華視傳媒，自2011年2月至2013年12月擔任副總經理，自2013年12月至2015年8月擔任執行董事，自2013年12月起擔任總經理，及自2015年8月起擔任董事長兼行政總裁。自2012年12月起，陳先生一直獲委任為華視創享的執行董事。自2017年4月起，彼獲委任為大別山文化的執行董事兼總經理。自2018年2月起，彼獲委任為無遠弗屆的執行董事兼總經理。

陳先生是湖北省青年民營企業家聯合會副會長（2021年1月至2024年12月）、湖北省青年企業家協會第八屆常務理事（2019年至2022年）、武漢作家協會會員及中國人民

董事及高級管理層

政治協商會議武漢市武昌區第十四屆政協委員。陳先生於2016年、2017年及2020年獲提名為中國經濟十大新聞人物，於2020年獲提名為2020年度武昌區十佳創業明星，並於2018年獲提名為2018中國經濟改革年度創新人物。

授予年份	獎項	頒發機構
2020年	2020中國經濟十大新聞人物	中國經濟人物徵評活動組委會
2020年	2020年度武昌區十佳創業明星	武漢市武昌區人力資源局
2018年	2018中國經濟改革年度創新人物	中國經濟年度峰會組委會
2017年	2017中國經濟十大新聞人物	中國經濟人物徵評活動組委會
2016年	2016中國經濟十大新聞人物	中國經濟人物徵評活動組委會

陳先生曾於以下於中國註冊成立的公司擔任董事（該公司在其離職之後已被吊銷營業執照）：

公司名稱	職位	狀態	營業執照吊銷原因	營業執照吊銷日期
西安三陽文化傳媒有限公司	董事	已吊銷營業執照	停業	2013年12月11日

董事及高級管理層

陳先生確認上述公司於吊銷營業執照時具備償付能力。陳先生進一步確認，陳先生本人並無導致營業執照被吊銷的不當行為，且彼不知悉因營業執照吊銷已經或將要對其發起的任何實際或潛在的聲索，彼參與該公司屬其服務的其中部分，且該營業執照的吊銷並無涉及任何行為不當或不法行為。據我們的中國法律顧問告知，陳先生不會因上述公司的營業執照被吊銷而不適合於中國擔任公司董事職務。

王書錦女士，現年33歲，於2013年5月加入本集團，於2021年2月18日獲委任為董事並於[●]調任為執行董事。彼亦擔任副董事長兼高級副總裁。彼主要負責本集團業務的實施、營銷監督和實現銷售目標。王女士為我們薪酬委員會的成員。

王女士於廣告及媒體行業已積累逾10年經驗。於2009年9月至2010年11月，彼擔任昌榮傳媒股份有限公司（一家主要從事廣告設計、製作及代理服務的公司）的銷售經理。2011年12月至2013年4月，彼擔任湖北長江廣電廣告有限公司（一家主要從事廣告設計、製作及代理服務的公司）的客戶經理。自2013年5月以來，彼一直任職於華視傳媒，最初職位為副總經理，現時職位為副董事長兼高級副總裁。

王女士於2007年6月畢業於中國的湖北第二師範學院（前稱為湖北教育學院），於裝飾藝術設計專業獲學士學位。

張備先生，現年32歲，於2018年3月加入本集團，並於2021年2月18日獲委任為董事並於[●]調任為執行董事。彼亦擔任財務總監。彼主要負責日常財務事項、財務規劃以及本集團內部控制政策的制定和監督。

張先生於會計及金融行業有逾9年經驗。加入本集團前，張先生自2011年7月至2012年2月擔任廈門颯鑫投資有限公司（一家主要從事第一、第二及第三產業投資的公司）的會計管理人員。彼於2012年3月至2018年2月擔任普天通信集團有限公司（一家主要從事電訊電纜製造和綜合佈線供應的聯交所上市公司，股份代號：01720.HK）的附屬公司普天線纜集團有限公司的財務經理。彼於2018年3月起擔任華視傳媒的財務總監，並於2021年1月獲委任為華視傳媒的董事。

董事及高級管理層

張先生於2011年6月畢業於中國的中國地質大學，獲工程管理學士學位。彼還於2015年7月獲得了武漢科技大學的會計學學士學位，並於2015年11月獲得了香港公開大學的工商管理碩士學位(遠程教學)。

薛玉春女士，現年31歲，於2014年12月加入本集團，並於2021年2月18日獲委任為董事並於[●]調任為執行董事。彼亦擔任企業規劃部總經理。彼主要負責本集團的企業規劃及本集團企業規劃的制定。

薛女士於品牌、廣告及營銷行業擁有逾8年經驗。加入本集團之前，薛女士於2012年7月至2013年7月擔任上海靈思遠景市場營銷顧問有限公司(一家主要從事營銷諮詢、企業管理諮詢及展覽服務的公司)的客戶服務經理。自2014年12月起，彼擔任華視傳媒公司企劃部總經理。彼自2016年6月起獲委任為華視傳媒董事。

薛女士2012年6月畢業於中國上海理工大學，獲廣告學學士學位。

獨立非執行董事

李光斗先生，現年55歲，於[●]獲委任為本公司獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向董事會提供獨立判斷。彼為審核委員會及提名委員會成員。

李先生於品牌形象及營銷行業領域擁有逾19年經驗。自2002年4月起，彼擔任北京華盛時代廣告有限公司(一家主要從事廣告設計、製作、代理及發行和展覽服務的公司)的首席策劃。自2006年2月起，彼擔任北京華盛智業管理諮詢有限公司(一家主要從事業務管理諮詢、經貿諮詢及科技推廣服務的公司)的首席策劃。

李先生於1988年7月畢業於復旦大學，獲新聞學學士學位。彼為數十本品牌策劃

董事及高級管理層

及營銷行業著作的作家，包括《插位》、《故事營銷》、《互聯網下半場》、《商解三國》、《分享經濟》、《區塊鏈財富革命》、《雙循環經濟學》。

李先生曾在以下於中國註冊成立並隨後於其任職期間被解散或被吊銷營業執照的公司擔任董事：

公司名稱	職位	狀態	吊銷營業執照／ 註銷登記的原因	吊銷營業執照／ 註銷登記的日期
廣東華視廣告 有限公司	董事	吊銷營業執照	停業	無公開記錄
中山市華視營銷 有限公司	董事	註銷登記	自願解散	無公開記錄
恩施眾籌金融信息 服務有限公司 (前稱) (附註)	監事	註銷登記	自願解散	2019年11月6日

附註：

截至最後實際可行日期該公司在緊接註銷登記前的名稱無法查明，因為相關登記機關認為該名稱使用不恰當，目前該名稱已不再公開。經李先生確認，該公司自成立以來一直稱為恩施眾籌金融信息服務有限公司，直至其名稱被視為使用不恰當為止。李先生進一步確認，該名稱被視為不恰當是因為「金融」一詞不允許作為公司名稱的一部分包含在內，且彼並無作出導致該名稱被視為不恰當的不當行為。

李先生確認上述公司在營業執照被吊銷或註銷登記時具有償付能力。李先生進一步確認，彼並無任何不當行為導致營業執照的吊銷或註銷登記，且彼並不知曉由於營業執照的吊銷或註銷登記導致其已經或即將被提起任何實際或潛在的索賠，此外，彼於此等公司的任職是其服務的一部分，且吊銷營業執照或註銷登記並無涉及不當行為或不法行為。據我們的中國法律顧問告知，李先生不會因上述公司的營業執照被吊銷或註銷登記而不適合於中國擔任公司董事職務。

根據第11.04條作出的披露

於最後實際可行日期，李先生持有(i)福建省南平屏聯網傳媒有限公司(「福建南平」)，在中國成立的公司，其營業執照列明的業務範圍包括廣告的設計、製作及發佈

董事及高級管理層

等) 25% 股權，相當於出資額人民幣125,000元；及(ii)北京青創傳媒有限公司(「北京青創」)，在中國成立的公司，其營業執照列明的業務範圍包括電影製作、展覽製作、廣告的設計、製作、代理及發佈以及市場研究等) 10% 股權，相當於出資額人民幣500,000元。

李先生僅為持有非控股權益的被動投資者，對福建南平及北京青創的管理、業務運營或控制不發揮主動作用，在任何相關時間均非任何前述公司的董事、監事或管理人員。福建南平及北京青創剩餘股權的擁有人以及董事、監事及管理人員均為獨立第三方。基於前文所述，並考慮到李先生僅擔任本集團獨立非執行董事，不會參與本集團的主動管理及業務運營，我們的董事認為李先生與本集團不存在任何重大利益衝突。

彭禮堂先生，現年55歲，於[●]獲委任為本公司獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向董事會提供獨立判斷。彼為薪酬委員會主席以及審核委員會及提名委員會成員。

彭先生在教育行業擁有超過20年的經驗。自2001年5月起至今，彼任職於華中科技大學法學院，最初職位為副教授，隨後於2010年4月晉升為教授。

彭先生畢業於中國武漢大學，於1996年6月獲法學理論碩士學位。彼還於2008年6月畢業於中國華中科技大學，獲工商管理博士學位。彼於1996年8月獲中華人民共和國司法部頒發的中華人民共和國律師資格證書。

何威風博士，現年42歲，於[●]獲委任為本公司獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向董事會提供獨立判斷。彼為審核委員會主席及薪酬委員會成員。

何博士於會計行業擁有約13年經驗。彼自2008年7月起一直在中南財經政法大學會計學院工作，並從2020年1月至今晉升為教授(3級)。何博士亦在多家上市公司的董事會任職，包括自2019年2月起任湖北省廣播電視信息網絡股份有限公司(股份代號：000665.CH)，彼擔任獨立董事和審計委員會主席，負責在審計規劃、風險判斷和重要

董事及高級管理層

審計事項方面與註冊會計師溝通，並負責審核年度審計報告；自2018年10月17日起在凱迪生態環境科技有限公司（一家於2020年12月17日從深圳證券交易所退市的公司，股份代號：000939.CH），彼自2018年11月2日起擔任獨立董事和審計委員會主席以及提名及薪酬委員會成員；及自2018年3月26日起在湖北美天生物科技股份有限公司（新三板股份代號：833833.CH），彼擔任獨立董事，負責向董事會提供獨立建議。

何博士於2001年6月畢業於中國江漢石油學院，獲得會計學學士學位，並於2005年6月畢業於中國武漢大學，獲得會計學碩士學位。此外，彼於2008年6月獲得華中科技大學工商管理博士學位。彼曾於2013年獲得中國教育部「新世紀優秀人才支持計劃」的補貼，於2013年11月被評為中南財經政法大學「文蘭青年學者」，證書有效期為三年。何博士於2009年及2013年兩次獲得「湖北省社會科學優秀成果三等獎」。

除本文件所披露者外，各董事已確認其(i)於最後實際可行日期前三年，並無於公眾公司（其證券於香港或海外任何證券市場上市）擔任任何其他董事職務；(ii)並無於本公司或本集團其他成員公司擔任任何其他職務；及(iii)並無與本公司其他董事、高級管理層或控股股東（如有）擁有任何關係或於股份中擁有證券及期貨條例第XV部所界定的任何權益。

除本文件所披露者外，就董事於作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，於最後實際可行日期，概無有關委任董事的其他事宜須提請股東垂注，亦無有關董事的資料須根據GEM上市規則第17.50(2)條予以披露。

高級管理層

除董事外，我們的高級管理層亦與執行董事共同負責本公司的日常管理及營運。下表載列有關高級管理人員的資料。

董事及高級管理層

姓名	年齡	於本集團 的職位	加入 本集團的 日期	角色與職責	與其他 董事及 高級管理層 的關係
楊龍先生	33	銷售部總經理	2013年9月	負責本集團的客戶服務及媒體採買服務	不適用
呂露女士	28	董事會 董事長秘書及 行政經理	2018年6月	負責協助總經辦管理公司業務及各職能部門	不適用
劉西女士	29	企業規劃部 副總經理	2018年3月	負責協助管理本集團的日常運營、企業策略規劃以及客戶規劃和創意服務	不適用
傅雪琴女士	29	行政人事主管	2017年2月	負責管理日常行政及人力資源事務	不適用

楊龍先生，現年33歲，於2013年9月加入本集團，為本集團銷售部總經理。楊先生負責本集團的客戶服務及媒體採買服務。

楊先生於媒體和廣告行業擁有逾9年經驗。在加入本集團前，2012年4月至2013年8月，彼擔任湖北省廣視廣播電視製作中心有限公司的助理製片人。2013年9月至2015年8月，彼擔任華視創享的節目總監。自2015年8月起，彼一直擔任華視傳媒的監事及銷售部總經理。

董事及高級管理層

楊龍先生於2010年6月畢業於中國的江漢大學，獲電腦應用技術的大學學位，並於2011年12月獲得中國的中南財經政法大學工商及企業管理學士學位。

呂露女士，現年28歲，於2018年6月加入本集團，現為本集團董事長秘書及行政經理。呂女士負責協助總經辦管理公司業務及各職能部門。

呂女士在秘書事務上有5年以上經驗。加入本集團前，呂女士於2016年6月至2018年6月擔任武漢摩爾龍商務信息諮詢有限公司總經理助理。自2018年6月以來，彼一直擔任華視傳媒董事長秘書兼行政經理。

呂女士於2014年7月畢業於中國的武漢商貿職業學院，獲金融保險學學士學位。

劉西女士，現年29歲，於2018年3月加入本集團，現任本集團企劃部副總經理，主要負責協助管理本集團日常運營、企業策略規劃及客戶規劃及創意服務。

劉女士於廣告及媒體行業擁有逾5年經驗。於加入本集團之前，從2015年7月至2018年2月，彼在武漢兩點十分文化傳播有限公司擔任市場運營總監。從2018年3月起，彼擔任華視傳媒企業規劃部副總經理。

劉女士於2014年6月畢業於湖北大學，獲新聞採編與製作學士學位。

傅雪琴女士，現年29歲，於2017年2月加入本集團，為本集團的行政人事主管，主要負責管理日常行政人事事務。

傅女士於行政人事事務方面擁有逾9年經驗。在加入本集團之前，彼於2012年5月至2016年5月擔任武漢盛源國建勞務有限公司的預算主管。2016年8月至2017年2月，彼擔任武漢多彩生活房產代理有限公司的行政助理。自2017年2月以來，彼一直擔任華視傳媒的行政人事主管。

董事及高級管理層

傅女士於2013年7月畢業於武漢工業職業技術學院（該校隨後合併入中國的武漢城市職業學院），獲工程造價學士學位。

合規主任

薛玉春女士為本公司的合規主任。有關其履歷的詳情，請參閱本節「董事—執行董事」段落。

公司秘書

黎寶瑩女士為卓佳專業商務有限公司的企業服務經理，該公司是全球性專業服務供應商，專門從事綜合商務、企業及投資者服務。彼在公司秘書領域積逾8年經驗。彼為香港特許秘書公會及英國特許公司治理公會（前稱特許秘書及行政人員公會）的特許秘書及會員。黎女士於2012年7月獲得香港樹仁大學法律與商業（榮譽）商學士。

董事委員會

審核委員會

本公司於[●]遵照GEM上市規則第5.28條成立審核委員會，並已採納符合GEM上市規則附錄十五所載企業管治守則及企業管治報告（「企業管治守則」）第C.3.3段的書面職權範圍。審核委員會的主要職責包括（但不限於）：(a)就外聘核數師的任命、續聘及罷免向董事會提出推薦意見、批准外聘核數師的薪酬及聘用條款，及處理其辭任或辭退該核數師的任何疑問；(b)監察我們的財務報表、年報及賬目、中期報告及（若擬刊發）季度報告的完整性，並審閱上述報表及報告所載有關財務申報的重大判斷；(c)檢討我們的財務監控、內部監控及風險管理制度。

審核委員會目前由三名成員組成，即何威風、彭禮堂及李光斗，何威風擔任主席，彼具備GEM上市規則第5.05(2)及5.28條規定的適當專業資格。

董事及高級管理層

薪酬委員會

本公司已於[●]遵照GEM上市規則第5.34條成立薪酬委員會，並已採納符合企業管治守則第B.1.2段的書面職權範圍。薪酬委員會的主要職責包括(其中包括)：就本公司人力資源管理政策向董事會提出推薦意見，以及設立並檢討董事及高級管理層的薪酬政策及架構。

薪酬委員會目前由三名成員組成，即彭禮堂、王書錦及何威風，彭禮堂擔任主席。

提名委員會

本公司已於[●]遵照企業管治守則成立提名委員會，並已採納符合企業管治守則第A.5.2段的書面職權範圍。提名委員會的主要職責包括(但不限於)：(a)至少每年檢討董事會的架構、人數及組成(包括技能、知識、經驗及多樣性方面)，並就任何為配合我們的公司策略而擬對董事會作出的變動提出建議；(b)物色具備合適資格可擔任董事的人士，並挑選提名有關人士出任董事或就此向董事會提供意見；及(c)評核獨立非執行董事的獨立性。

提名委員會目前由三名成員組成，即陳先生、李光斗及彭禮堂，陳先生擔任主席。

董事會多元化政策

為增加董事會的有效性及維持高標準的企業管治，我們已採納載列實現及維持董事會多樣性目標及方法的董事會多元化政策。根據董事會多元化政策，我們致力於透過在甄選董事會候選人時考慮多項因素，包括但不限於性別、年齡、文化、教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務年限以實現董事會多樣性。委任的最終決定將基於經甄選候選人為董事會帶來的價值及貢獻。

我們董事會由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。我們的董事具備均衡的知識及技能，包括廣告業務及媒體業、金融及會計的知識及技能。彼等獲得各類專業學位，包括新聞學、廣告、動畫設計、會計及金融以及工商管理。我

董事及高級管理層

們有來自不同行業背景的三名獨立非執行董事，人數超過董事會成員的三分之一。此外，我們的董事會包括年齡介乎31歲至55歲的董事。於最後實際可行日期，我們的董事會中有兩名女性董事。我們將繼續基於能力並參考整體多元化政策應用委任準則。

提名委員會負責確保董事會多元化。[編纂]後，提名委員會將不時檢討董事會多元化政策，確保其維持效力，我們亦會每年於企業管治報告中披露董事會多元化政策的實施情況。

經考慮我們當前的業務模式及特定需求以及董事的不同背景，董事認為董事會的組成符合我們的董事會多元化政策。

合規顧問

我們已根據GEM上市規則第6A.19條委任宏博資本有限公司為我們的合規顧問。根據GEM上市規則第6A.23條，合規顧問將就下列情況向我們提供意見：

- (a) 刊發任何監管公佈、通函或財務報告前；
- (b) 擬進行可能為須予公佈或關連交易的交易（包括股份發行及股份購回）；
- (c) 我們擬以有別於本文件所詳述的方式動用[編纂][編纂]，或我們的業務活動、發展或業績偏離本文件所載的任何預測、估計或其他資料；及
- (d) 聯交所根據GEM上市規則第17.11條就股份價格或成交量的不尋常波動、股份可能出現造市或任何其他事宜向本公司作出查詢。

任期自[編纂]開始至本公司就[編纂]後第二個完整財政年度的財務業績遵守GEM上市規則第18.03條當日結束。

董事及高級管理層

企業管治守則

本公司致力於實現高水平的企業管治，以保障股東利益。為達致此目的，本公司計劃在[編纂]後遵守GEM上市規則附錄十五所載企業管治守則及企業管治報告中的企業管治規定。

本公司已採納企業管治守則規定的守則條款。本公司堅持認為董事會中執行董事以及獨立非執行董事之構成應當平衡，從而使董事會中擁有可有效行使獨立判斷的強大獨立元素。

除對企業管治守則第A.2.1條有所偏離外，本公司企業管治實踐已遵守企業管治守則。企業管治守則第A.2.1條規定董事長與行政總裁之職務務須分開而不得由同一人擔任。陳先生為本集團董事長兼行政總裁。鑒於陳先生自2011年2月起一直負責本集團的日常經營和管理，並在我們的業務中積累了豐富的經驗和知識，因此董事會認為陳先生為我們的有效管理和業務發展同時擔任兩個職務符合本集團的最大利益。因此，董事認為在該情況下偏離企業管治守則第A.2.1條乃屬適當。儘管如此，董事會認為此管理架構對本集團的業務營運屬有效，並已建立足夠的制衡機制。

董事知悉，[編纂]後，預期我們應遵守有關守則條文。任何偏離守則條文的情況無論如何須經仔細考慮，而偏離的原因亦須載於有關期間的中期報告及年度報告內。我們致力達致高水平的企業管治，以保障股東的整體利益。除上文所披露者外，[編纂]後，我們將遵守企業管治守則所載守則條文。

董事及高級管理層的薪酬

董事以僱員身份收取薪金、花紅、其他津貼及實物福利方式的薪酬，包括我們根據有關司法權區的法律向身為僱員的董事的退休金計劃作出的供款。本公司的董事薪酬政策是參考相關董事的經驗、職責、工作量、表現及為本集團付出的時間而釐定薪酬金額。

董事及高級管理層

截至2019年及2020年12月31日止兩個財政年度，已付本公司董事的薪金、津貼、酌情花紅及退休福利計劃供款及授予董事的實物福利總額分別約為人民幣0.6百萬元及人民幣0.7百萬元。除本文件所披露者外，截至2019年及2020年12月31日止兩個年度，並無其他款項由本集團任何成員公司支付或應付予董事。

截至2019年及2020年12月31日止兩個年度，本集團支付予五名最高薪酬人士（包括董事）的薪酬（包括袍金、薪金、退休金計劃供款、住房補貼及其他補貼以及實物福利及酌情花紅）總額分別約為人民幣0.9百萬元及人民幣0.8百萬元。

於往績記錄期間，本集團並無向董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為招攬加入本集團或於加入本集團時的獎勵或作為離職補償。概無董事放棄或同意放棄於往績記錄期間的薪酬。根據現時有效的安排，截至2021年12月31日止年度應付予董事的估計薪酬總額（不包括酌情花紅）約為人民幣0.7百萬元。

除上文所披露者外，本集團並無向任何董事或代表彼等作出或應付其他關於往績記錄期間的薪酬款項。

有關於往績記錄期間的董事薪酬資料以及最高薪酬人士的資料，請參閱本文件附錄一所載會計師報告的合併財務資料附註13及本文件附錄四「法定及一般資料－7. 有關董事及主要股東的其他資料－C. 董事酬金」一節。

購股權計劃

購股權計劃根據股東於[●]通過的書面決議案獲有條件採納。購股權計劃旨在讓本公司向選定參與者授出購股權，作為彼等為本集團作出貢獻的獎勵或回報。董事認為，購股權計劃將可令本集團嘉許本集團僱員、董事及其他選定參與者為本集團作出貢獻。此計劃將符合GEM上市規則第二十三章以及其他相關規則及規例的規定。購股權計劃的詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料－8.購股權計劃」一節。

股本

股本

下表載列有關於緊隨[編纂]及[編纂]後本公司股本（不計及因根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可予發行的任何股份）的資料：

法定股本

<u>1,000,000,000股</u>	每股0.05美元的股份	<u>50,000,000美元</u>
-----------------------	-------------	---------------------

於[編纂]及[編纂]完成後已發行及將發行的繳足或入賬列作繳足的股份：

1,000,000股	截至本文件日期已發行的股份	[編纂]美元
[編纂]股	根據[編纂]將發行的股份	[編纂]美元
[編纂]股	根據[編纂]將發行的股份（不包括根據 [編纂]可能發行的任何股份，以及 根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使 而可能發行的任何股份）	[編纂]美元
	合共	
<u>[編纂]股</u>	<u>股份</u>	<u>[編纂]美元</u>

假設[編纂]獲悉數行使，緊隨[編纂]及[編纂]完成後，本公司的已發行股本將由[編纂]美元分為[編纂]股股份增加至[編纂]美元分為[編纂]股股份。

假設

上表乃假設[編纂]及[編纂]成為無條件及按本文所述據此發行股份。上表並無計及因[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可予配發及發行的任何股份，或本公司根據本節下文「發行股份的一般授權」或「購回股份的一般授權」各段所述授予董事配發及發行或購回股份的發行授權（「發行授權」）可能配發及發行或購回的任何股份（視情況而定）。

股 本

最低[編纂]

根據GEM上市規則第11.23(7)條，於[編纂]時及其後無論何時，本公司須維持[編纂]持有其已發行股本總額的[編纂]「最低規定百分比」(定義見GEM上市規則)。

地位

[編纂]與股份為普通股，且將與本文件所述所有現時已發行或將予發行的股份在各方面享有同等權益，尤其是其後將有權享有於本文件日期後就股份宣派、派付或作出的所有股息及其他分派，惟根據[編纂]享有的任何權利除外。

[編纂]

根據股東於[●]通過的決議案，待本公司股份溢價賬因本公司根據[編纂]發行[編纂]而獲進賬後，董事獲授權透過將本公司股份溢價賬的進賬項下合共[編纂]美元[編纂]，向本公司股東名冊上所登記的股份持有人按其各自持股比例按面值配發及發行合共[編纂]股入賬列作繳足的股份，而根據此決議案將予配發及發行的股份將於各方面與現有已發行的股份享有同等地位。

購股權計劃

本公司已於[●]有條件採納購股權計劃。購股權計劃的主要條款於本文件附錄四「法定及一般資料－8. 購股權計劃」一節中概述。

於最後實際可行日期，本公司並無任何未行使的購股權、認股權證、可換股工具或可兌換成股份的類似權利。

股 本

發行股份的一般授權

待本文件「[編纂]的架構及條件－[編纂]的條件」一節所述條件獲達成後，董事已獲授予一般無條件授權，以配發、發行及處理股份，並作出或授出可能需配發及發行或處理該等股份的所有要約、協議或購股權，惟除根據供股、以股代息計劃或類似安排或股東授出的特別授權所配發及發行的股份外，如此配發及發行或有條件或無條件同意配發及發行的股份的總數，不得超逾下列兩者總和：

- (i) 於緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份總數的20%（不包括根據[編纂]或購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）；及
- (ii) 根據本節下文「購回股份的一般授權」一段所述授予董事的授權購回的股份總數。

此項授權並不涵蓋根據供股或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而將予配發、發行或處理的股份。發行股份的此項一般授權將一直有效直至以下時間（以最早發生者為準）為止：

- (a) 本公司下屆股東週年大會結束時；
- (b) 組織章程細則或公司法或開曼群島任何其他適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- (c) 本公司股東在股東大會上通過普通決議案修訂、撤回或更新此項授權時。

有關此項一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－1.有關本公司的進一步資料－(iv)股東於[●]通過的書面決議案」一節。

購回股份的一般授權

待本文件「[編纂]的架構及條件－[編纂]的條件」一段所述條件獲達成後，董事已獲授予一般無條件授權，以行使所有權力購回總數不超過於緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行或將予發行的股份（不包括根據[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權

股 本

獲行使時可能發行的任何股份)總數10%的股份(可能於GEM或已就此獲證監會及聯交所認可的任何其他證券交易所上市的股份)。

此項授權僅與於GEM或股份上市的任何其他經批准證券交易所(並已就此獲證監會及聯交所認可的證券交易所)進行的購回有關，並按照全部適用法例、規例及／或GEM上市規則的規定進行。相關GEM上市規則的概要載於本文件附錄四「法定及一般資料－5. 股份購回授權－D. 一般事項」一節。

購回股份的一般授權將一直有效直至以下時間(以最早發生者為準)為止：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；
- (ii) 組織章程細則或公司法或開曼群島任何其他適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- (iii) 本公司股東在股東大會上通過普通決議案修訂、撤回或更新此項授權時。

有關此項股份購回授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－5. 股份購回授權－D. 一般事項」一節。

須舉行股東大會及類別大會的情況

就公司法而言，法律規定獲豁免公司毋須舉行任何股東大會或類別大會。股東大會或類別大會乃根據公司的組織章程細則的規定舉行。因此，本公司將根據組織章程細則的規定舉行股東大會，有關概要載列於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節。

主要股東

就董事所知，緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），以下人士將於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司或本集團的任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

於本公司股份中的好倉

股東姓名	身份／ 權益性質	於最後 實際可行 日期所持 股份數目	於最後 實際可行 日期所持 股權百分比 (%)	緊隨[編纂]及 [編纂]完成後 所持股份 數目	緊隨[編纂]及 [編纂]完成後 所持股權 百分比 (%)
佳藝文化 (附註1)	實益擁有人	768,736	76.8736%	[編纂]	[編纂]
陳先生 (附註1)	受控制法團權益	768,736	76.8736%	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司由佳藝文化持有約[編纂]%權益。佳藝文化的已發行股本由陳先生最終全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，陳先生被視為或被當作於佳藝文化所持有的全部股份中擁有權益。

除上文披露者外，董事並不知悉有任何人士將於緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附有權利可於任何情況下在本公司或本集團的任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。董事並不知悉有任何安排可能於日後導致本公司的控制權發生變化。

財務資料

以下討論及分析應與本文件「附錄一—會計師報告」所載的會計師報告(連同隨附附註)一併閱讀。我們的合併財務報表已根據香港會計師公會採納的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)編製。

以下討論及分析載有前瞻性陳述，反映我們目前對未來事件及財務表現的看法。該等陳述乃基於我們對歷史趨勢、現時狀況及預期未來發展的經驗及理解以及我們認為在有關情況下屬合適的其他因素所作的假設及分析。閣下不應過度依賴本節內的任何該等陳述。然而，由於各種因素(包括本文件「風險因素」一節及其他章節所載者)，我們的實際未來業績及選定事件的時機可能與該等前瞻性陳述所預期者存在重大差異。

概覽

我們為一家位於中國湖北省的品牌、廣告及營銷方案一體化服務供應商，提供從市場研究(通過與研究機構合作)到品牌、廣告及營銷方案執行的整個價值鏈中的一站式服務，從而協助品牌商、廣告主及廣告代理商制訂及實施有效的服務方案，以達成其推廣需求及營銷目標，從而進一步提高其品牌在目標受眾中的聲譽及提高其產品或服務的競爭力及市場份額。

我們的客戶包括(i)品牌商及廣告主，包括私營及國有企業以及政府機構；及(ii)廣告代理商，來自各行各業，包括飲料、健康食品生產、汽車製造、居家用品製造、旅遊以及農業和副食品加工。

於往績記錄期間，本集團自下列服務產生收益，包括向客戶提供(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；及(iv)活動執行及製作服務。於往績記錄期間，我們分別錄得收益約人民幣77.5百萬元及人民幣103.4百萬元，並分別錄得年度溢利約人民幣18.5百萬元及人民幣24.3百萬元。

財務資料

呈列基準

本文件「附錄一 — 會計師報告」一節所載本集團合併財務報表已根據香港財務報告準則編製。本集團已於編製本文件「附錄一 — 會計師報告」一節所載本集團於整個往績記錄期間之合併財務報表時提早採納於2019年1月1日開始會計期間生效之所有香港財務報告準則及相關過渡條文。

為籌備[編纂]，我們進行重組，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節。作為重組的一部分，根據公司法，本公司於2021年2月18日於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，為[編纂]目的而與其他業務透過中國營運附屬公司進行的重組完成後，成為本集團現時旗下公司的控股公司。本集團乃由本公司控股附屬公司重組而成，被視為持續經營實體，因此於往績記錄期間，我們的財務資料已根據合併會計基準的原則作現有集團的延續而編製。

因此，合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表已編製，猶如本集團的現有架構於整個往績記錄期間內或自其各自註冊成立、成立或收購日期起(以較短期間為準)已一直存在。本集團已編製於2019年及2020年12月31日的合併財務狀況表，以呈列本集團現時旗下公司的資產及負債，猶如本集團的現有架構於有關日期一直存在，當中經考慮各自的註冊成立、成立或收購日期(如適用)。

歷史財務資料乃按照歷史成本基準編製，並以人民幣呈列，除另有指明外，所有價值均調整至最接近的千元數(人民幣千元)。

集團內結餘、交易及集團內交易產生的任何未變現溢利已於編製財務資料綜合入賬時全數抵銷。

財務資料

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績及財務狀況一直並將繼續受多項因素所影響，當中許多因素並非我們所能控制，包括本文件「風險因素」一節所載以及下文所討論者：

我們保留及擴大客戶群的能力

我們大部分業務按逐個項目基準進行，而我們的財務表現取決於我們維持與主要客戶的關係以及開發與潛在客戶的新機遇的能力。於往績記錄期間，我們的五大客戶（就收益而言）貢獻大部分收益，分別佔我們總收益約55.1%及52.2%。我們計劃鞏固與客戶的關係及擴大客戶群。然而，由於本集團並無與客戶訂立任何長期協議，無法保證我們的客戶將於完成品牌、廣告及營銷方案服務後繼續向我們提供業務。

倘任何主要客戶對我們的品牌、廣告及營銷方案服務的需求下降或甚至終止與我們的業務關係，我們可能無法及時吸納新客戶或需求，從而對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們維持及擴展廣告資源的能力

我們的業務很大程度上取決於我們向客戶提供廣告資源的能力。我們依賴與我們主要供應商（多數為中國電視台運營商、廣告代理及網上搜索引擎營運商）的業務合作，獲取廣告資源。於往績記錄期間，我們的五大供應商（按供應商所提供服務的成本計）分別佔我們供應商所提供服務的總成本約68.7%及68.1%。

於往績記錄期間，我們通常按逐個項目基準與供應商訂立合約，因此，該等協議並無載有保證協議可於到期時自動續期或限制或控制向我們提供廣告資源的價格的條款。倘我們的供應商決定向我們提高廣告資源的價格，而我們未能將採購成本的增幅轉嫁予客戶，或我們的供應商選擇不向我們供應其廣告資源，而我們未能物色合適的替代供應商，則將對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

財務資料

服務組合

我們的品牌、廣告及營銷方案服務主要按逐個項目進行。對於所有提供的服務類型，我們普遍按逐個項目基準向客戶收取固定服務費，因此，我們的收益、盈利能力及經營業績受該等服務的服務組合所影響。於往績記錄期間，本集團的收益主要產生自(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；及(iv)活動執行及製作服務。基於各種因素，例如提供服務的種類、服務成本及定價策略，我們所提供不同品牌、廣告及營銷方案服務的毛利率亦可能各不相同。服務組合的變動已影響，及預期會持續影響我們的財務表現。

我們的服務組合可能隨時間改變而該等變動的幅度直接影響我們的收益及盈利能力。本集團維持毛利率的能力亦視乎市場競爭的激烈程度、市場供應及需求、產品質量及廣告資源的成本。於往績記錄期間，我們的整體毛利率分別約為42.9%及41.5%。董事預期因應各種品牌、廣告及營銷方案服務的需求變動及定價不斷調整本集團的服務組合。例如，自2018年起，本集團已開始提供在線廣告服務。

倘本集團未能維持其競爭優勢，我們可能於提供品牌、廣告及營銷方案服務的業務失去現時的市場份額且收益可能減少，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。展望未來，為維持或提高我們盈利能力，我們將繼續不時評估及調整我們的服務組合，以專注於市場需求及具有更佳潛力的服務。

我們服務的定價

我們根據行業資訊及市場趨勢制定及調整定價政策。我們通常根據成本加成法，參考我們的員工成本、研究費用（就品牌服務而言）以及購買用於執行社交營銷活動的廣告資源及／或供應品的成本（就我們的廣告服務及活動執行及製作服務而言）釐定我們的服務費用。因此，我們按逐個項目基準釐定服務費用，並考慮各種其他因素，包括(i)項目估計所耗時間及複雜程度，如參與項目的員工數目及客戶要求；(ii)所提供服務的範圍；(iii)我們的供應商（包括第三方服務供應商）收取的費用；(iv)客戶的預算；(v)服務的時間要求；(vi)客戶的背景；及(vii)與客戶未來的業務合作機會。

財務資料

管理層會定期檢視定價策略以確保我們服務費用具競爭力及維持我們的盈利能力。倘我們未能因應環境轉變而調整我們的定價策略，我們的經營業績及財務表現可能受到不利影響。

中國的經濟狀況

我們於中國開展提供品牌、廣告及營銷方案服務的業務。中國的經濟狀況可能對我們的財務狀況及經營業績產生重大影響。中國的經濟狀況（包括消費者支出水平及可支配收入）影響客戶的運營預算，進而影響廣告預算及對我們服務的需求。我們認為，中國的經濟增長將有助於增加對我們品牌、廣告及營銷方案服務的需求，並為我們的收益增長做出貢獻。中國經濟狀況的任何放緩或衰退可能會對客戶對我們服務的需求產生不利影響，從而對我們的經營業績及財務狀況產生不利影響。

重大會計政策及關鍵會計估計及判斷

我們的合併財務報表乃根據香港財務報告準則編製。重大會計政策載於本文件附錄一所載會計師報告附註4及5。我們的若干重要會計政策涉及若干假設、估計和判斷，這些假設、估計和判斷可能會影響政策的應用和呈報的資產、負債、收入和開支的金額。我們的假設、估計和判斷持續得到評估，並基於過往經驗和其他因素，包括對未來事件的預期，這些事件在當時的情況下被認為屬合理。在不同的假設和條件下，實際結果或會有所不同。我們認為以下會計政策、估計和判斷對我們財務資料的編製最為關鍵。

重大會計政策

收益

來自客戶合約的收益於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認，金額反映本集團預期就交換該等貨品或服務而有權收取的代價（不包括代表第三方收取的金額）。收益不包括增值稅或其他銷售稅，並扣除任何交易折扣。

倘貨物或服務的制權經過一段時間轉移，收入乃參考已圓滿完成履約責任的進度而在合約期間內確認。否則收入於客戶獲得貨物或服務的控制權的時間點確認。

財務資料

對於承諾貨物或服務的付款及轉移間隔期為一年或更短的合約，交易價格不會根據香港財務報告準則第15號規定的實際權宜就重大融資部分的影響作出調整。

(i) 提供品牌服務

提供品牌服務的收益於服務期內確認。完全履行履約責任的進度乃按輸入法計量。輸入法根據本集團為履行履約責任的付出或輸入相比履行有關履約責任的預期輸入總額而計算得出已確認收益。

(ii) 提供活動執行及製作服務

提供活動執行及製作服務的收益於服務期間確認。圓滿完成履約責任的進度按投入法計量。本集團根據履約責任的圓滿完成進度確認收入，履約責任乃根據履行履約責任的努力或投入相對於履行履約責任的預期總投入。

(iii) 提供多媒體廣告服務

提供多媒體綜合廣告服務產生的收益於提供服務的期間以直線法確認，或於本集團履行與客戶的最終合同條款中的具體責任時確認。

無形資產

分開購入的無形資產最初按成本確認。

有限年期的無形資產其後在可使用經濟年期內攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能減值時對減值進行評估。有限年期無形資產的攤銷期間及攤銷方法至少於每個財政年度年末審視。

攤銷根據使用年期按直線法計提：

移動應用程序	5年
--------	----

於各報告期末，本集團審視無形資產的面值，以釐定是否有跡象顯示無形資產可能蒙受減值虧損，或之前確認的減值虧損已不復存在或已減少。

財務資料

使用權資產

使用權資產應按成本確認並將包括：(i)首次計量租賃負債的金額；(ii)於開始日期或之前作出的任何租賃付款減已收取的任何租賃優惠；(iii)承租人產生的任何首次直接成本；及(iv)承租人根據租賃條款及條件規定的情況下分解及移除相關資產時將產生的估計成本，除非該等成本乃為生產存貨而產生。本集團採用成本模式計量使用權資產。根據成本模式，本集團按成本減任何累計折舊及任何減值虧損計量使用權。

本集團亦根據租賃協議租賃多幢物業，而本集團行使判斷，認為乃持有作自用。因此，該等租賃協議下的物業所產生的使用權資產按折舊後成本列值。

於各報告期末，本集團審視使用權資產的面值，以釐定是否有跡象顯示使用權資產可能蒙受減值虧損，或之前確認的減值虧損已不復存在或已減少。

有關其他重大會計政策的詳情，請參閱本文件「附錄一 — 會計師報告」附註4。

重大會計估計及判斷

金融及合約資產減值

金融及合約資產減值乃基於有關違約及預期信貸虧損率風險的假設作出。本集團於作出該等假設及選擇計算有關減值虧損的輸入數據時採納判斷，一般基於可獲得的客戶歷史數據、現有市況（包括於報告期末的前瞻性估計）。

倘預期與原來估計有別，該等差異會對有關估計出現變化的期間內的金融及合約資產賬面值及減值虧損造成影響。

財務資料

遞延稅項資產

倘有可能出現作抵銷虧損及其他可扣減暫時差異的未來應課稅溢利，遞延稅項資產就所有未動用稅務虧損及未吸納折舊撥備確認。釐定可確認遞延稅項資產金額需行使重大管理判斷，此乃根據可能時機及未來應課稅溢利水平連同未來稅務規劃策略。

非金融資產減值

本集團於各報告期末評估所有非金融資產是否有減值跡象。非金融資產在有跡象顯示其賬面值無法收回時進行減值測試。當資產或現金產生單位的賬面值超過其可收回金額，即公允價值減銷售成本與其使用價值的較高者，則存在減值。公允價值減出售成本乃基於按公平原則所進行具約束力的類似資產銷售交易所得數據或可觀察市場價格扣除出售資產的增量成本計算。計算使用價值時，管理層須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

經修訂香港財務報告準則的影響

就編製及呈列過往財務資料而言，本集團於往績記錄期間一直應用適用的新訂及經修訂香港財務報告準則，包括香港財務報告準則第9號金融工具、香港財務報告準則第15號來自客戶合約收益、香港財務報告準則第16號租賃及香港財務報告準則第16號（修訂本）2021年6月30日後COVID-19相關租金優惠。除若干額外披露要求外，採納上述經修訂香港財務報告準則並無對往績記錄期間本集團的財務狀況或經營業績產生任何重大影響。

財務資料

經營業績

下表載列我們於往績記錄期間的合併損益及其他全面收益表概要，詳情載於本文件附錄一會計師報告：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
收益	77,522	103,444
服務成本	(44,251)	(60,559)
毛利	33,271	42,885
其他收入	482	1,272
銷售及營銷開支	(2,493)	(2,663)
行政開支	(9,364)	(10,322)
金融及合約資產預期信貸虧損撥回／(撥備) 淨額	853	(1,031)
融資成本	(371)	(462)
除所得稅開支前溢利	22,378	29,679
所得稅開支	(3,918)	(5,358)
年內溢利	18,460	24,321
以下各項應佔溢利：		
— 非控股權益	18,597	24,228
— 本公司擁有人	(137)	93
	18,460	24,321

財務資料

合併損益及其他全面收益表節選項目說明

收益

於往績記錄期間，本集團的收益主要來自向中國客戶（包括國有企業、政府機關及私人企業）提供綜合性品牌、廣告及營銷方案服務，包括提供(i)品牌服務；(ii)傳統線下媒體廣告服務；(iii)線上媒體廣告服務；及(iv)活動執行及製作服務。於2019財年及2020財年，我們的收益分別約為人民幣77.5百萬元及人民幣103.4百萬元。

按服務類型劃分的收益明細

下表載列我們於往績記錄期間按服務類型劃分的收益及佔收益百分比明細：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)
品牌服務	54,072	69.8	61,255	59.2
傳統線下媒體廣告服務	15,965	20.6	8,466	8.2
線上媒體廣告服務	4,677	6.0	18,465	17.9
活動執行及製作服務	2,808	3.6	15,258	14.7
總計	77,522	100.0	103,444	100.0

有關各項服務類型的詳細描述，請參閱本文件「業務－我們的主要業務」一節。

整體

本集團的收益由2019財年的約人民幣77.5百萬元增加至2020財年的約人民幣103.4百萬元，主要由於提供品牌服務、線上媒體廣告服務活動執行及製作服務以及產生的收益增加，部分因我們擴展線上媒體廣告服務的策略導致提供傳統線下媒體廣告服務產生的收益減少所抵銷。

財務資料

(i) 品牌服務

於往績記錄期間，品牌服務是我們收益中最大的服務組成部分。我們向客戶（涵蓋釀酒、健康食品生產、汽車製造、旅遊及化妝等多個行業的企業）提供品牌服務，負責於多個範疇通過與研究機構合作進行市場研究、編製品牌定位分析、制定個性化的品牌建設和營銷建議，包括企業品牌建設、產品及／或服務定位、營銷、公共關係策略及傳媒計劃，旨在為客戶提升及增強品牌聲譽。我們的收益主要基於成本加成原則，根據服務範疇、項目時長及客戶要求等因項目而異的因素估計涉及的成本。

於2019財年及2020財年，我們來自品牌服務產生的收益分別佔我們總收益約69.8%及59.2%。與2019財年比較，本集團於2020財年品牌服務收益對總收益的貢獻下降，主要由於我們在2018年開展的線上媒體廣告服務以及活動執行及製作服務的收益貢獻增加。

來自品牌服務的收益由2019財年約人民幣54.1百萬元增加至2020財年約人民幣61.3百萬元，主要由於我們在提供品牌服務方面的往績記錄及聲譽導致我們的平均合約金額整體增加。這體現在：(i)來自客戶F（一家主要從事醫療技術開發的上市公司，連同其主要從事生物科技開發的附屬公司）的收益增加約人民幣8.2百萬元。於2020財年，鑒於我們銷售團隊加大銷售力度，該客戶成為收益貢獻的最大客戶；(ii)來自本地品牌飲料公司的製造商及分銷商客戶H的收益增加約人民幣4.7百萬元，歸因於其增加宣傳產品的策略；及(iii)來自一名新客戶（中國一家電動汽車及摩托車製造商）的收益增加約人民幣5.9百萬元。上述增加部分被2020財年來自國有企業及政府機關的收益整體下降所抵銷，乃由於COVID-19爆發後提供營銷及促銷活動的公開招標減少。

(ii) 傳統線下媒體廣告服務

於往績記錄期間，我們的傳統線下媒體廣告服務主要分類為(i)電視廣告，我們主要負責透過本集團於中國各個國家及省級電視台運營商的資源為客戶投放廣告；(ii)廣播廣告，我們主要負責協助客戶在廣播頻道的廣告時段或廣播節目期間投放廣告；及

財務資料

(iii) 戶外廣告，我們主要負責於各戶外平台識別及投放廣告，如廣告牌、機場、公交站和公共交通樞紐的廣告位。一般而言，此業務範疇的廣告內容由客戶提供，而我們的收益來自提供上述服務以獲取服務費。

於2019財年及2020財年，我們來自傳統線下媒體廣告服務的收益分別佔我們總收益約20.6%及8.2%。與2019財年比較，董事將傳統線下媒體廣告服務對2020財年總收益的貢獻下降歸因於更多客戶選擇於線上媒體投放廣告。

我們自傳統線下媒體廣告服務產生的收益由2019財年約人民幣16.0百萬元減少至2020財年約人民幣8.5百萬元，主要由於(i)我們集中於線上媒體廣告服務的策略轉移，因而來自客戶的收益整體下降；及(ii)鑒於線上媒體在中國快速增長，客戶行為改變。根據弗若斯特沙利文的資料，互聯網在中國的滲透率於2016年至2020年期間由約52.9%升至70.4%，並預期於2025年底達到87.2%。

(iii) 線上媒體廣告服務

我們自2018年起開始線上媒體廣告服務。我們的線上媒體廣告服務主要分類為(i) 展示廣告，即廣告內容於網頁、應用程序或其線上媒體平台，主要以文字、圖像、錄像及語音等各種形式展示；及(ii) 搜尋引擎廣告，即廣告主名稱、品牌及／或產品將於客戶輸入相關關鍵字時出現在網站的搜尋結果內。於往績記錄期間，線上廣告的內容一般由客戶提供，而我們的收益主要來自於線上媒體平台（主要包括網站及社交平台）分發及投放營銷內容，如軟文、文章及短片，以收取服務費。

於2019財年及2020財年，我們來自線上媒體廣告服務的收益分別佔我們總收益約6.0%及17.9%。與2019財年比較，線上媒體廣告服務對2020財年總收益的貢獻增加，主要由於我們自2018年起加大力度擴展該業務範疇。

財務資料

我們來自線上媒體廣告服務的收益由2019財年約人民幣4.7百萬元大幅上升至2020財年約人民幣18.5百萬元，主要由於(i)我們從傳統線下媒體廣告服務分配更多資源至線上媒體廣告服務，原因是我們在往績記錄期間集中於該業務範疇的策略轉移；(ii)根據弗若斯特沙利文的資料，鑒於線上廣告日益受歡迎，來自客戶F的收益增加約人民幣7.5百萬元及來自一名主要在中國從事醫藥行業的新客戶的收益增加約人民幣4.6百萬元；及(iii)來自選擇透過線上媒體廣告推廣業務、產品及／或服務的廣告主的需求整體上升。根據弗若斯特沙利文的資料，廣告主於中國線上廣告市場的開支由2016年約人民幣259.4百萬元上升至2020年約人民幣685.7百萬元，複合年增長率為27.5%。

(iv) 活動執行及製作服務

於往績記錄期間，我們的活動執行及製作服務主要分類為(i)活動執行，我們主要負責透過線上及線下活動組織及推行社交活動，通常包括展覽、會議、路演、線上論壇和社交網絡服務平台；及(ii)活動製作，當中我們通常委聘獨立第三方製作內容並執行該流程。我們的收益主要基於成本加成原則，根據獲取物資及服務等因項目而異的成本而定。

於2019財年及2020財年，我們來自活動執行及製作服務的收益分別佔我們總收益約3.6%及14.7%。與2019財年比較，本集團於2020財年活動執行及製作服務收益對總收益的貢獻上升，主要是由於COVID-19爆發後客戶對該等服務的需求回升。

來自活動執行及製作服務的收益由2019財年約人民幣2.8百萬元增加至2020財年約人民幣15.3百萬元，主要由於COVID-19疫情於2020年下半年總體穩定後，聘用我們提供活動執行及製作服務的私營企業數目整體上升。

財務資料

按客戶類別劃分的收益明細

於往績記錄期間，我們的客戶包括中國品牌商及廣告主以及廣告代理商。下表載列於往績記錄期間按客戶類別劃分的收益明細：

	2019財年		2020財年	
	估總收益 人民幣千元	估總收益 百分比(%)	估總收益 人民幣千元	估總收益 百分比(%)
品牌商及廣告主	72,005	92.9	97,207	94.0
— 私營企業	41,770	53.9	86,966	84.1
— 國有企業	5,645	7.3	3,883	3.8
— 政府機構	24,590	31.7	6,358	6.1
廣告代理商	5,517	7.1	6,237	6.0
總計	77,522	100.0	103,444	100.0

品牌商及廣告主

於往績記錄期間，來自品牌商及廣告主的收益為我們按客戶類型劃分的主要組成部分。根據弗若斯特沙利文的資料，鑒於COVID-19爆發後私營企業的銷售預算普遍上升，推動了2020年下半年對通過廣告營銷活動改善業務運營的需求，來自品牌商及廣告主的收益由2019財年約人民幣72.0百萬元增加至2020財年約人民幣97.2百萬元，主要由於來自私營企業的收益由2019財年約人民幣41.8百萬元增加至2020財年約人民幣87.0百萬元。

然而，上述增加部分被來自國有企業和政府機關的收益減少所抵銷，主要由於：(i)來自一家與經營區域農業品牌有關的省級政府機關客戶A（2019財年為我們的最大客戶）的傳統線下廣告服務約人民幣9.1百萬元；及(ii)來自一名客戶（為國有企業及主要從事土木工程）的品牌服務約人民幣4.2百萬元。董事將上述收益減少歸因於COVID-19爆發後提供營銷及促銷活動的公開招標減少。

於往績記錄期間，2019財年及2020財年的品牌商及廣告主貢獻的收益佔總收益的百分比均保持相對穩定，分別約為92.9%及94.0%。

財務資料

廣告代理商

廣告代理商產生的收益由2019財年約人民幣5.5百萬元增加至2020財年約人民幣6.2百萬元，與來自我們其中一名主要廣告代理商客戶D的線上媒體廣告服務收益增加（如收益增加約人民幣1.6百萬元）一致，該增加是由於其客戶對該等服務的需求上升。上述增加部分被來自我們廣告代理商的傳統線下媒體廣告服務收益整體下降所抵銷，主要由於客戶透過電視廣告投放的廣告減少。

按客戶行業劃分的收益明細

於往績記錄期間，我們的客戶來自不同行業。下表載列往績記錄期間按客戶行業分列的收入明細：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)
— 飲料	10,682	13.8	18,706	18.1
— 健康食品生產	2,160	2.8	17,885	17.3
— 汽車製造	5,109	6.6	13,799	13.4
— 居家用品生產	3,421	4.4	12,459	12.0
— 農業和副食品加工	27,512	35.5	12,025	11.6
— 旅遊	2,094	2.7	9,543	9.2
— 廣告	7,539	9.7	6,237	6.0
— 藥品生產	1,368	1.8	5,015	4.8
— 化妝品	1,416	1.8	4,142	4.0
— 公共管理及福利	4,723	6.1	1,960	1.9
— 土木工程	4,183	5.4	—	—
— 資訊科技	1,610	2.1	—	—
— 餐飲	1,378	1.8	638	0.6
— 教育	853	1.1	461	0.5
— 其他	3,474	4.4	574	0.6
總計	77,522	100.0	103,444	100.0

附註：其他主要指來自各行業的客戶，如休閒文化、交通、房地產開發及供水。

財務資料

於往績記錄期間，來自飲料、健康食品生產、汽車製造、居家用品生產、旅遊以及農業和副食品加工業的客戶合計分別佔我們總收益約65.8%及81.6%。整體而言，於2020財年，該等行業的收益貢獻增加主要由於(i)來自該等行業現有主要客戶的收益增加，如客戶G及客戶H，分別增加約人民幣6.2百萬元及人民幣7.5百萬元，原因是我們擴大對該等客戶的服務範疇；(ii)來自客戶F品牌服務產生的收益增加約人民幣8.2百萬元，乃由於我們銷售團隊加大銷售力度；(iii)我們投放更多資源於主要在湖北各城市從事風景區營運的客戶，使從旅遊業客戶獲得的收益整體增加；及(iv)來自其他客戶的收益增加，例如一家中國電動車及摩托車製造商產生的收益約人民幣5.9百萬元。

於2020財年，儘管上述行業的收益增加，惟農業和副食品加工業的收益顯著下跌，主要由於我們從客戶A及客戶B（2019財年我們其中兩名主要客戶）獲得的收益減少。

服務成本

我們的服務成本指採購媒體發佈服務、供應商提供的活動相關服務成本、運輸及差旅成本、創意製作成本及直接勞動成本。我們的服務成本因項目而異，主要取決於預算、項目形式、媒體平台或活動地點以及商業談判。我們的服務成本的組成也可能由於這些因素而有所不同。

財務資料

按服務類型劃分的服務成本明細

下表載列於往績記錄期間按服務類型劃分的服務成本明細及佔服務成本總額的百分比：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	佔服務成本 總額的 百分比(%)	人民幣千元	佔服務成本 總額的 百分比(%)
品牌服務	24,158	54.6	27,528	45.5
傳統線下媒體廣告服務	14,419	32.6	7,584	12.5
線上媒體廣告服務	3,922	8.9	15,495	25.6
活動執行及製作服務	1,752	3.9	9,952	16.4
總計	44,251	100.0	60,559	100.0

於往績記錄期間，我們的總服務成本一般隨著總收益增加而增加。於2020財年，品牌服務及線上媒體廣告服務為我們兩大收益來源，合計約佔我們於2019財年及2020財年總服務成本的63.5%及71.1%。與2019財年相比，2020財年傳統線下媒體廣告服務的服務成本佔我們總服務成本的比例下降，主要是由於該業務分部的收益貢獻下降所致。

我們的總服務成本由2019財年的約人民幣44.3百萬元增至2020財年的約人民幣60.6百萬元，主要由於(i)來自客戶的收益增加令我們的活動執行及製作服務的服務成本增加約人民幣8.2百萬元；及(ii)我們自2018年開始實施擴展線上媒體廣告服務的戰略，令我們該分部的服務成本增加約人民幣11.6百萬元。

財務資料

按性質劃分的服務成本明細

下表載列於往績記錄期間按性質劃分的服務成本明細及佔服務成本總額的百分比：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	佔服務成本總額 的百分比(%)	人民幣千元	佔服務成本總額 的百分比(%)
品牌服務－第三方研究費用	15,284	34.5	15,842	26.2
品牌服務－第三方設計及 製作成本	6,210	14.0	8,323	13.7
傳統線下媒體廣告服務	14,419	32.6	7,584	12.5
線上媒體廣告服務	3,922	8.9	15,495	25.6
活動執行及製作服務	1,672	3.8	9,130	15.1
直接員工成本	2,664	6.0	3,363	5.6
租賃開支	80	0.2	822	1.3
	44,251	100.0	60,559	100.0

品牌服務成本主要指(i)提供品牌服務直接應佔員工成本；(ii)付予研究機構及市場研究公司進行市場研究的第三方研究費用；及(iii)第三方內容製作公司及設計公司發生的成本。於往績記錄期間，第三方研究費用在我們服務成本總額中的佔比下降（主要乃因線上媒體廣告服務以及活動執行及製作服務成本的佔比提高），除此之外，其他品牌服務的成本佔比保持相對穩定。

傳統線下媒體廣告服務成本及線上媒體廣告服務成本主要指為獲取各種線上及線下媒體廣告資源而應付電視、線上視頻平台、新媒體及戶外平台等廣播媒體平台的採購成本。結餘出現波動主要因這兩個分部的收益於往績記錄期間均有所變動。

活動執行及製作服務成本主要指組織及舉辦營銷事件及活動產生的成本，通常包括(i)場地租賃開支；(ii)設備租賃及促銷材料購買成本；及(iii)營銷內容的製作成本。結餘隨著業務分部收益增加而增加。

財務資料

服務成本的敏感度及收支平衡分析

以下敏感度分析闡述假設服務成本波動對我們於往績記錄期間除所得稅開支前溢利和淨利潤的影響，此乃按於往績記錄期相應的有效稅率計算而其他變數保持不變。於2019財年及2020財年，我們的服務成本分別約為人民幣44.3百萬元及人民幣60.6百萬元。假設於2019財年及2020財年，波動率分別為5%、10%、15%、20%及30%。

服務成本變動	+30%	+20%	+15%	+10%	+5%	-5%	-10%	-15%	-20%	-30%
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣
	千元	千元	千元	千元	千元	千元	千元	千元	千元	千元
2019財年除所得稅 開支前溢利(減 少)/增加	(13,275)	(8,850)	(6,638)	(4,425)	(2,213)	2,213	4,425	6,638	8,850	13,275
2020財年除所得稅 開支前溢利(減 少)/增加	(18,168)	(12,112)	(9,084)	(6,056)	(3,028)	3,028	6,056	9,084	12,112	18,168
2019財年淨利潤(減 少)/增加	(10,951)	(7,301)	(5,476)	(3,650)	(1,825)	1,825	3,650	5,476	7,301	10,951
2020財年淨利潤(減 少)/增加	(14,888)	(9,926)	(7,444)	(4,963)	(2,481)	2,481	4,963	7,444	9,926	14,888

就說明目的而言，於2019財年及2020財年，假若我們的服務成本分別增加約50.3%及48.5%，且所有其他變數保持不變，估計我們將達到除所得稅開支前溢利(不包括2019財年及2020財年產生的[編纂])收支平衡。

財務資料

毛利及毛利率

毛利指收益超出服務成本的部分。下表載列於往績記錄期間按收益的服務類型劃分的毛利及毛利率：

	2019財年		2020財年	
	人民幣千元	毛利率(%)	人民幣千元	毛利率(%)
品牌服務	29,914	55.3	33,727	55.1
傳統線下媒體廣告服務	1,546	9.7	882	10.4
線上媒體廣告服務	755	16.1	2,970	16.1
活動執行及製作服務	1,056	37.6	5,306	34.8
	<u>33,271</u>	<u>42.9</u>	<u>42,885</u>	<u>41.5</u>

整體

我們於2019財年及2020財年的整體毛利及毛利率受服務成本所影響，而服務成本因項目而異，亦因我們的服務組合、我們提供的定制服務及各項目的規模而大有不同。因此，我們的毛利及毛利率可能會因項目而有所不同。於往績記錄期間，我們的毛利一般隨著收益增加而增加。於2019財年及2020財年，我們的毛利分別約為人民幣33.3百萬元及人民幣42.9百萬元。於2019財年及2020財年，我們的毛利率分別約為42.9%及41.5%。毛利率高主要是由於提供品牌服務所產生的毛利率所致。

(i) 品牌服務

品牌服務產生的毛利由2019財年約人民幣29.9百萬元增加至2020財年約人民幣33.7百萬元，增幅與往績記錄期間該等服務所得收益的增幅一致。

財務資料

於往績記錄期間，我們品牌服務的毛利率並無明顯變化，分別約為55.3%及55.1%。於往績記錄期間，該等相對穩定的毛利率主要由於我們與現有品牌服務主要客戶的業務關係不斷鞏固。因此，我們向彼等報價的服務費具有類似的毛利率。

我們品牌服務的毛利率較高，主要是由於與其他業務分部相比，品牌服務產生的成本相對較低，因為每個定制項目的品牌服務在運營過程主要只產生直接員工成本及第三方研究費用，而非材料及媒體平台的採購成本。

(ii) 傳統線下媒體廣告服務

傳統線下媒體廣告服務的毛利由2019財年約人民幣1.5百萬元減少至2020財年約人民幣882,000元，主要由於該等服務產生的收益減少，此乃由於在傳統線下媒體投放廣告的客戶普遍減少。

於往績記錄期間，傳統線下媒體廣告服務的毛利率維持相對穩定，分別約為9.7%及10.4%，主要由於我們於往績記錄期間在電視台投放電視廣告產生類似成本。由於我們一般會根據我們的定價政策採用成本加成定價法向客戶收取服務費，因此我們於往績記錄期間維持穩定的毛利率。

(iii) 線上媒體廣告服務

我們自2018年已開始提供線上媒體廣告服務。我們的線上媒體廣告服務的毛利由2019財年的約人民幣755,000元增至2020財年的約人民幣3.0百萬元，與該等服務所得收益的增長大致相符。

我們的線上媒體廣告服務的毛利率於往績記錄期間保持相對穩定，約為16.1%，主要由於我們於往績記錄期間在類似的線上媒體平台投放廣告。由於我們一般根據我們的定價政策向客戶收取服務費時會採用成本加成定價法，因此我們於往績記錄期間保持穩定的毛利率。

財務資料

(iv) 活動執行及製作服務

活動執行及製作服務產生的毛利由2019財年約人民幣1.1百萬元增加至2020財年約人民幣5.3百萬元，主要由於往績記錄期間該等服務產生的收益普遍增加。

活動執行及製作服務的毛利率由2019財年約37.6%減少至2020財年約34.8%，主要由於(i)我們向旅遊及化妝品行業的客戶提供具競爭力的價格，這符合我們在該等行業擴大客戶群的戰略；及(ii)鑒於COVID-19於2020年下半年總體穩定後私營企業客戶對活動執行及製作服務的需求回升，彼等的收益有所增加。與國有企業及政府部門相比，民營企業2020財年的毛利率普遍較低。

其他收入

於往績記錄期間，我們的其他收入主要包括(i)銀行利息收入；(ii)政府補貼；及(iii)來自出租人的COVID-19相關租金寬免。

下表載列於往績記錄期間的其他收入明細：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
其他收入：		
銀行利息收入	140	11
政府補貼	201	154
租賃修改的收益		
來自出租人的COVID-19相關租金寬免	–	821
其他	141	286
合計	<u>482</u>	<u>1,272</u>

財務資料

我們的其他收入由2019財年約人民幣0.5百萬元增加至2020財年約人民幣1.3百萬元，主要是由於2020財年來自出租人的COVID-19相關租金寬免，反映我們分別於2020年1月至3月的三個月及2020年4月至9月的六個月獲減免繳納辦公室租金。根據我們的會計政策，該等租金寬免已經確認為其他收入。

上述增加部分被銀行利息收入減少所抵銷，主要由於人民幣5.0百萬元的兩年期按金於2019年12月到期。於往績記錄期間，政府補助主要指我們從當地政府收取的政府補助，作為對我們業務發展的激勵。

銷售及營銷開支

於往績記錄期間，我們的銷售及營銷開支主要包括薪金、差旅開支、酬酢開支、辦公室開支、水電費、折舊及其他開支。

下表載列我們於往績記錄期間的銷售及營銷開支的主要組成部分明細：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
薪金	1,703	1,834
差旅開支	227	315
酬酢開支	171	242
辦公室開支	77	114
水電費	34	—
折舊	166	157
其他	115	1
總計	2,493	2,663

我們的銷售及營銷開支由2019財年約人民幣2.5百萬元增加至2020財年約人民幣2.7百萬元，主要由於薪金、差旅開支及酬酢開支增加所致，與我們的業務增長一致。

財務資料

薪金主要包括銷售團隊的員工薪金，其包括薪金、社會保障基金及花紅。我們的薪金由2019財年約人民幣1.7百萬元增加至2020財年約人民幣1.8百萬元，主要由於(i)銷售團隊員工人數增加；及(ii)自2020年2月以來，由於 COVID-19的爆發，地方政府給予豁免，導致社會保險減少的綜合影響所致。

差旅開支主要指銷售團隊員工的差旅費及住宿費。於往績記錄期間，差旅開支及酬酢開支增加主要由於出差及與客戶及業務夥伴舉行的社交活動增加所致，與收益增加一致。

行政開支

於往績記錄期間，我們的行政開支主要包括研發開支、薪金、差旅開支、酬酢開支、辦公室開支及折舊。

下表載列我們於往績記錄期間的行政開支明細：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
研發開支	3,538	4,684
薪金	2,215	1,889
折舊	2,036	2,472
差旅開支	261	331
酬酢開支	161	187
法律及專業費用	257	19
租金及物業開支	186	9
推廣開支	80	214
辦公室開支	234	293
水電費	166	10
樓宇管理費	60	–
[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	170	123
總計	<u>9,364</u>	<u>10,322</u>

財務資料

我們的行政開支由2019財年約人民幣9.4百萬元增加至2020財年約人民幣10.3百萬元，主要由於研發開支及折舊增加所致，惟部分被薪金以及租金及物業開支減少所抵銷。

研發開支主要包括研發部員工成本及軟件開發費用。研發開支由2019財年約人民幣3.5百萬元增加至2020財年約人民幣4.7百萬元，主要由於讓我們維持市場競爭力的電腦軟件開發費用增加所致。

薪金指行政部門的員工成本。薪金由2019財年約人民幣2.2百萬元減少至2020財年約人民幣1.9百萬元，主要由於行政部門的員工增加所致。

折舊指行政部所用廠房及設備以及使用權資產（主要包括電腦設備、租賃物業及租賃物業裝修）折舊。2020財年的折舊增加，主要是由於增加了租賃物業裝修，反映2020財年辦公室物業進行了裝修。

融資成本

下表載列我們於往績記錄期間的融資成本明細：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
借款利息	14	110
租賃負債利息	357	352
總計	371	462

我們的融資成本主要指借款利息開支及租賃負債利息開支。2020財年的融資成本增加，主要由於2020財年提取了兩筆銀行借款，總額為人民幣5.4百萬元。

財務資料

所得稅開支

下表載列我們於往績記錄期間的所得稅開支明細：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
本年度－中國企業所得稅	3,161	4,382
遞延稅	757	976
總計	<u>3,918</u>	<u>5,358</u>

本公司及附屬公司於具有不同稅務規定的不同司法權區註冊成立，詳述如下：

(i) 香港

由於我們於往績記錄期間並無於香港產生任何應課稅溢利，故並無計提香港利得稅撥備。

(ii) 中國

根據《中國企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》，我們的中國實體於中國須就應課稅收入按稅率25%繳納企業所得稅。

由於華視傳媒獲認定為高新技術企業，並享有15%的優惠稅率，故其可享有稅務優惠。

(iii) 英屬處女群島

根據英屬處女群島的規則及規例，我們毋須繳納英屬處女群島的任何所得稅。

於往績記錄期間，我們分別錄得所得稅開支約人民幣3.9百萬元及人民幣5.4百萬元。我們的實際稅率（即所得稅開支除以除所得稅開支前利潤）分別約為17.5%及18.1%。

財務資料

於往績記錄期間，我們的實際稅率低於25%的中國法定稅率，主要是由於享有華視傳媒的優惠稅率。我們的實際稅率分別從2019財年的約17.5%增加至2020財年的約18.1%，主要是由於2020財年的收益增加所致。

年度溢利

由於上文所述，於2019財年及2020財年，我們的年度溢利分別約為人民幣18.5百萬元及人民幣24.3百萬元。於2019財年及2020財年，我們的純利率分別約為23.8%及23.5%。

倘不計及非經常性[編纂]，於2019財年及2020財年，我們的經調整溢利及全面收入總額分別約為人民幣18.5百萬元及人民幣24.4百萬元。我們的淨利率於相關年度分別約為23.8%及23.6%。

按年比較經營業績

2019財年與2020財年比較

收益

我們的收益由2019財年約人民幣77.5百萬元增加至2020財年約人民幣103.4百萬元，主要由於(i)來自品牌服務的收益增加，主要由於我們的往績記錄及聲譽導致來自主要客戶的收益增加；(ii)活動執行及製作服務所得收益增加，此乃由於COVID-19爆發後希望通過組織廣告及營銷活動以提升業務的私營企業整體營銷預算增加；及(iii)來自線上媒體廣告服務的收益增加，主要由於我們自2018年開始擴大該業務分部的策略以及客戶通過線上媒體投放營銷內容或廣告的需求普遍增加。

服務成本

我們的服務成本由2019財年約人民幣44.3百萬元增加至2020財年約人民幣60.6百萬元，基本與我們的收益增加一致。

財務資料

毛利及毛利率

我們的毛利由2019財年約人民幣33.3百萬元增加至2020財年約人民幣42.9百萬元。

我們的毛利率由2019財年約42.9%減少至2020財年約41.5%，主要由於品牌服務的收益貢獻減少所致，該服務的毛利率高於其他服務的毛利率。品牌服務收益佔總收益的比例由2019財年約69.8%減少至2020財年約59.2%，主要由於來自活動執行及製作服務及線上媒體廣告服務的收益大幅增加所致。

其他收入

我們的其他收入由2019財年約人民幣0.5百萬元增加至2020財年約人民幣1.3百萬元，主要是由於 COVID-19 的爆發導致我們辦公室出租人給予的租金豁免及優惠。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019財年約人民幣2.5百萬元增加至2020財年約人民幣2.7百萬元，主要由於(i)銷售團隊的員工人數增加導致薪金增加；及(ii)因出差及與客戶及業務夥伴舉行的社交活動增加而導致差旅開支及酬酢開支增加，該增加與收益增加一致。

行政開支

我們的行政開支由2019財年約人民幣9.4百萬元增加至2020財年約人民幣10.3百萬元，主要由於(i)讓我們維持市場競爭力的軟件研發開支增加；及(ii)租賃物業裝修增加導致的折舊增加。

融資成本

我們的融資成本由2019財年約人民幣0.4百萬元增加至2020財年約人民幣0.5百萬元，主要由於2020財年提取了兩筆銀行借款導致利息開支增加所致。

財務資料

所得稅開支

我們的所得稅開支由2019財年約人民幣3.9百萬元增加至2020財年約人民幣5.4百萬元，主要由於除所得稅開支前溢利增加所致。

年度溢利

由於上文所述，我們的年度溢利由2019財年約人民幣18.5百萬元增加至2020財年約人民幣24.3百萬元。

流動資金及資本資源

於整個往績記錄期間，我們主要透過經營活動產生的現金流量以及銀行借款為營運資金需求提供資金。我們的經營活動所得現金流量主要來自提供品牌、廣告及營銷解決方案服務。於往績記錄期間，我們主要產生有關收購廠房及設備以及無形資產的資本開支。我們不時監察我們的營運資金狀況，以確保我們所維持的現金資源足以應付我們的日常營運及資本開支需求。

現金流量

下表載列於往績記錄期間合併現金流量表的節選現金流量數據：

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
營運資金變動前的經營現金流量	23,983	33,005
經營活動所得現金淨額	17,533	28,351
投資活動所用現金淨額	(21,688)	(2,358)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	253	(14,244)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(3,902)	11,749
年初現金及現金等價物	4,224	322
年末現金及現金等價物	322	12,071

財務資料

經營活動所得現金淨額

我們的經營活動所得現金主要來自銷售收入，而我們的經營活動所用現金主要用於購買廣告資源、銷售及營銷開支以及日常運營產生的行政開支。

於2019財年，我們的營運資金變動前經營活動現金流入淨額約為人民幣24.0百萬元，而經營活動現金流出淨額約為人民幣17.5百萬元。相關差額約人民幣6.5百萬元主要由於(i)貿易應收款項增加約人民幣8.1百萬元；及(ii)已付所得稅約人民幣1.4百萬元，部分被合約負債增加約人民幣3.0百萬元所抵銷。

於2020財年，我們的營運資金變動前經營活動現金流入淨額約為人民幣33.0百萬元，而經營活動現金流出淨額約為人民幣28.4百萬元。相關差額約人民幣4.6百萬元主要由於(i)貿易應收款項增加約人民幣8.6百萬元；(ii)合約負債減少約人民幣4.3百萬元；及(iii)已付所得稅約人民幣3.0百萬元，部分被(i)按金、預付款項及其他應收款項減少約人民幣3.5百萬元；(ii)貿易應付款項增加約人民幣6.4百萬元；及(iii)應計費用及其他應付款項增加約人民幣1.5百萬元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

我們的投資活動所用現金主要包括已收利息及提取定期存款。我們的投資活動所用現金主要包括授予一名獨立第三方的貸款、購買無形資產以及廠房及設備。

於2019財年，我們的投資活動現金流出淨額約為人民幣21.7百萬元。該金額主要由於應收控股股東款項增加約人民幣26.5百萬元，部分被提取定期存款約人民幣5.0百萬元所抵銷。

於2020財年，我們的投資活動現金流出淨額約為人民幣2.4百萬元。該金額主要由於(i)授予一名獨立第三方的貸款約人民幣20.0百萬元，已於2021年4月1日悉數結清；(ii)購買無形資產約人民幣5.8百萬元；及(iii)購買廠房及設備約人民幣5.7百萬元，部分被應收控股股東款項減少約人民幣29.2百萬元所抵銷。

融資活動所得／(所用) 現金淨額

我們的融資活動所用現金主要包括償還借款、租賃付款、已付股息及已付利息。我們的融資活動所得現金主要包括來自銀行借款的所得款項。

財務資料

於2019財年，我們的融資活動所得現金流入淨額約為人民幣0.3百萬元，主要由於來自新銀行借款的所得款項約人民幣1.1百萬元，部分被辦公室物業租賃付款約人民幣0.8百萬元及銀行借款利息付款約人民幣14,000元所抵銷。

於2020財年，我們的融資活動現金流出淨額約為人民幣14.2百萬元，乃主要由於(i)已付當時股東股息約人民幣17.4百萬元；(ii)償還銀行借款約人民幣1.3百萬元；(iii)辦公室物業租賃付款約人民幣0.9百萬元；及(iv)銀行借款利息付款約人民幣0.1百萬元，部分被來自新銀行借款的所得款項約人民幣5.4百萬元所抵銷。

合併財務狀況表若干項目討論

非流動資產

我們於往績記錄期間的非流動資產主要包括廠房及設備、使用權資產及無形資產。

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
非流動資產		
廠房及設備	3,708	7,958
使用權資產	5,387	4,187
無形資產	–	5,824
遞延稅項資產	1,108	993
應收一名非控股股東款項	1,661	–
	<u>11,864</u>	<u>18,962</u>
非流動資產總值	11,864	18,962

我們的廠房及設備主要包括汽車、辦公室設備及租賃裝修。我們的廠房及設備由2019年12月31日約人民幣3.7百萬元增加至2020年12月31日約人民幣8.0百萬元，主要由於租賃物業裝修(主要包括辦公室物業裝修開支約人民幣5.6百萬元)增加所致。根據我們的會計政策，該筆開支最初資本化為長期租賃物業裝修及按直線法於剩餘三年租期內計提折舊。

財務資料

我們的使用權資產指我們辦公室物業的租賃。由於折舊，使用權資產由2019年12月31日約人民幣5.4百萬元減少至2020年12月31日約人民幣4.2百萬元，主要歸因於年內折舊約人民幣1.2百萬元。

我們的無形資產指我們於2020年下半年就開發移動應用程序所支付的費用，我們主要將之用作一種工具，以利於廣告資源提供商與廣告主之間的匹配，旨在擴大我們的收益來源。該移動應用程序已於2020年12月完成安裝，我們自此開始使用。根據我們的會計政策，該餘額初始資本化為無形資產及自2021年1月起於五年使用年限按直線法攤銷。

於2019年12月31日，我們應收一名非控股權益股東的款項指應收趙宇路女士（持有無遠弗屆20%股權的前股東）的未繳股本約人民幣2.0百萬元及已就該筆於2019年12月31日的結餘作出減值虧損撥備約人民幣0.3百萬元。於2020年12月31日，該餘額已重新歸類到流動資產項下，並於最後實際可行日期全數結算。作為重組的一部分，無遠弗屆成為本公司的間接全資附屬公司。有關更多詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構」一節。

流動資產淨值

	於12月31日		於4月30日
	2019年	2020年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)		
流動資產			
合約資產	258	288	3,147
貿易應收款項	14,348	22,972	21,147
按金、預付款項及其他應收款項	7,045	22,293	10,737
應收一名股東款項	29,170	–	–
應收一名非控股股東款項	–	1,848	–
現金及現金等價物	322	12,071	16,279
	<u>51,143</u>	<u>59,472</u>	<u>51,310</u>

財務資料

	於12月31日		於4月30日
	2019年	2020年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動負債			
貿易應付款項	2,159	8,513	15,899
應計費用及其他應付款項	1,270	2,746	1,056
合約負債	4,393	56	1,712
租賃負債	1,340	1,493	1,493
借款	1,078	5,200	5,000
應付所得稅	67	1,422	1,629
	10,307	19,430	26,789
流動資產淨值	40,836	40,042	24,521

於2019年、2020年12月31日及2021年4月30日，我們的流動資產淨值分別約為人民幣40.8百萬元、人民幣40.0百萬元及人民幣24.5百萬元。有關變動主要是由於往績記錄期間各年產生的經營溢利及下文所述因素所致。

我們的流動資產淨值由2019年12月31日約人民幣40.8百萬元減少至2020年12月31日約人民幣40.0百萬元，主要由於流動負債增加，部分被流動資產增加所抵銷。流動負債增加主要由於(i)主要由於2020財年的服務成本增加導致貿易應付款項增加；(ii)主要由於2020年12月31日的應計獎金增加導致應計費用及其他應付款項增加；及(iii)銀行借款增加所致。流動資產增加主要由於(i)2020年第四季度產生的貿易應收款項較2019財年有所增加；(ii)主要由於應收一名獨立第三方的貸款導致按金、預付款項及其他應收款項增加；及(iii)經營產生的現金及現金等價物增加所致。

我們的流動資產淨值由2020年12月31日約人民幣40.0百萬元減少至2021年4月30日約人民幣24.5百萬元，主要由於流動資產減少及流動負債增加。流動資產減少主要由於(i)按金、預付款項及其他應收款項減少，主要由於悉數結清應收一名獨立第三方

財務資料

的貸款；及(ii)應收一名非控股股東款項減少，主要由於悉數結清有關結餘。流動負債增加主要由於於2021年4月30日的貿易應付款項及合約負債較2020年12月31日增加所致。

貿易應收款項

下表載列我們於所示日期的貿易應收款項明細：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
貿易應收款項	17,539	26,171
減：貿易應收款項減值虧損撥備	(3,191)	(3,199)
	<u>14,348</u>	<u>22,972</u>

本集團採用審慎的信用控制程序，並定期查核應收款項的結算。授予客戶的信用期通常參考(其中包括)財務狀況、信用記錄、業務關係的持續時間以及我們提供的服務類型來確定。信用和付款條件可能因不同的客戶和項目而異。

對於品牌服務，本集團通常在提供服務前收取預付款。簽訂合同後，我們通常會收取20%合同價值作為第一筆分期付款，並按照所提供的服務進度分期收取剩餘的合同價值。本集團一般提供約90天的信貸期。

對於活動執行及製作服務，本集團通常在提供服務前收取預付款。我們通常按照所提供的服務進度分期收取服務費。本集團一般提供最高90天的信貸期。

對於線上媒體廣告服務，本集團通常按月收取服務費。本集團一般提供約90天的信貸期。

對於傳統線下媒體廣告服務，本集團通常按月收取服務費。對於一些客戶，本集團在提供服務前收取預付款。本集團一般提供約90天的信貸期。

財務資料

我們的貿易應收款項從2019年12月31日約人民幣14.3百萬元增加至2020年12月31日約人民幣23.0百萬元，主要由於2020年第四季度產生的收益較2019財年有所增加。

貿易應收款項的賬齡分析

下表載列於所示日期基於發票日期的貿易應收款項(扣除減值虧損撥備)的賬齡分析：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
90天內	12,741	22,970
91 – 180天	48	–
181 – 365天	–	2
超過一年	1,559	–
	14,348	22,972

貿易應收款項增加主要由於賬齡為90天內的貿易應收款項增加，這與授予客戶的一般信貸期相對一致。

貿易應收款項的周轉天數分析

下表載列往績記錄期間貿易應收款項平均週轉天數：

	2019財年	2020財年
貿易應收款項平均週轉天數(天)	47.0	65.8

附註：貿易應收款項平均週轉天數計算為年初及年末貿易應收款項平均結餘除以年度收益再乘以365天。

授予客戶的信貸期為90天。於往績記錄期間，我們的貿易應收款項平均週轉天數分別約為47.0天及65.8天，故通常在我們授予客戶的信貸期內。

貿易應收款項平均週轉天數由2019財年約47.0天增至2020財年約65.8天，主要由於2020年12月31日的貿易應收款項結餘增加，原因為2020年第四季度的收益較2019財年有所增加。

財務資料

我們為貿易應收款項作出信貸虧損撥備，於2019年及2020年12月31日分別約為人民幣3.2百萬元及人民幣3.2百萬元。

於最後實際可行日期，我們的所有貿易應收款項於2020年12月31日已隨後結清。

按金、預付款及其他應收款項

下表載列於所示日期我們的按金、預付款及其他應收款項的明細：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
按金及其他應收款項	1,473	20,630
減：按金及其他應收款項減值撥備	(72)	(1,278)
	<u>1,401</u>	<u>19,352</u>
增值稅應收款項	30	2
預付款	<u>5,614</u>	<u>2,939</u>
	<u>7,045</u>	<u>22,293</u>

按金及其他應收款項

於2019年及2020年12月31日，我們的按金及其他應收款項分別約為人民幣1.4百萬元及人民幣19.4百萬元，主要包括我們(i)為當地電視台運營商的廣告服務支付的按金；(ii)為投標項目支付的按金及來自獨立第三方的貸款應收款項。

按金及其他應收款項由2019年12月31日約人民幣1.4百萬元增至2020年12月31日約人民幣19.4百萬元，主要由於授予獨立第三方（一家主要在湖北省從事建築的公司）作經營使用的無抵押貸款人民幣20.0百萬元所致。無抵押貸款於2020年12月31日授出，貸款期限為2021年1月1日至2021年4月1日並按中國人民銀行的一年期利率（即固定利率4.35%）計算。於最後實際可行日期，有關貸款應收款項已隨後結清。

財務資料

預付款

於2019年及2020年12月31日，我們的預付款分別約為人民幣5.6百萬元及人民幣2.9百萬元，主要為(i)對供應商的預付款約人民幣2.5百萬元；及(ii)[編纂]預付款約人民幣[編纂]元。

我們的預付款由2019年12月31日約人民幣5.6百萬元減至2020年12月31日約人民幣2.9百萬元，主要由於我們提前支付供應商的款項減少，故與通常要求預付款的傳統線下媒體廣告服務的收益整體減少一致。

於最後實際可行日期，我們於2020年12月31日對供應商的預付款約人民幣2.3百萬元已獲動用。

合約資產及合約負債

由於收取對價是有條件的，合同資產於服務產生的收益中初步確認。在完成服務及客戶接受後，款項成為無條件，並重新分類至貿易應收款項。於2019年及2020年12月31日，我們的合同資產分別約為人民幣258,000元及人民幣288,000元。

合同負債主要來自尚未提供相關服務時客戶支付的預付款。我們的合同負債由2019年12月31日約人民幣4.4百萬元減至2020年12月31日約人民幣56,000元。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指我們購買廣告資源而應付供應商的款項。通常根據與供應商簽訂的相關合同規定的條款結算款項，結算期限一般為90天。

我們的貿易應付款項由2019年12月31日約人民幣2.2百萬元增加至2020年12月31日約人民幣8.5百萬元，主要由於往績記錄期間我們的業務擴張及收益總體增加。

財務資料

貿易應付款項的賬齡分析

下表載列基於所示日期所收到服務的貿易應付款項賬齡分析：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
30天內	1,455	53
31 – 60天	465	1,889
61 – 90天	184	2,162
超過90天	55	4,409
	2,159	8,513

貿易應付款項增加主要由於賬齡超過30天的貿易應付款項增加，該增加與我們2020財年的服務成本增加一致。

貿易應付款項的周轉天數分析

下表載列往績記錄期間我們的貿易應付款項平均週轉天數：

	2019財年	2020財年
貿易應付款項平均週轉天數(天)	16.3	32.2

附註：貿易應付款項平均週轉天數計算為年初及年末貿易應付款項平均結餘除以年度服務成本再乘以365天。

貿易應付款項平均週轉天數由2019財年約16.3天增至2020財年約32.2天，主要由於我們的服務成本於往績記錄期間整體增加。

於最後實際可行日期，於2020年12月31日約人民幣8.5百萬元或約99.8%的貿易應付款項已結清。

財務資料

應計費用及其他應付款項

下表載列於所示日期我們的應計費用及其他應付款項的組成部分：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
應計費用及其他應付款項	275	710
其他應付稅項	8	245
應付薪金	987	1,791
	1,270	2,746

我們的應計費用及其他應付款項主要為預收客戶按金。其他應付稅項主要為年終我們中國附屬公司應付的雜項稅項。應付薪金主要為銷售及行政部門的應計薪金。

我們的應計費用及其他應付款項總額由2019年12月31日約人民幣1.3百萬元增至2020年12月31日約人民幣2.7百萬元，主要由於(i)2020財年的收益總體增加令預收客戶按金增加；及(ii)2020財年我們銷售團隊的員工人數總體增加使得給員工的應計花紅增加，從而令應付薪金增加。

應收一名股東及一名非控股權益股東款項

於2019年及2020年12月31日，我們應收一名股東款項分別約為人民幣29.2百萬元及零。應收一名股東款項指應收控股股東之一陳先生的款項，為無抵押、免息及按要求償還。

於2019年及2020年12月31日，我們應收一名非控股權益股東款項分別約為人民幣1.7百萬元及人民幣1.8百萬元。應收一名非控股權益股東款項指應收趙宇路女士（持有無遠弗屆20%股權的前股東）的未繳股本約人民幣2.0百萬元。於最後實際可行日期，該等款項已悉數清償。

財務資料

借款

下表載列於所示日期我們的借款構成：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
銀行借款		
— 有抵押及有擔保	—	4,200
— 無抵押及無擔保	1,078	1,000
	<u>1,078</u>	<u>5,200</u>

於2019年及2020年12月31日，我們的銀行借款總額分別約為人民幣1.1百萬元及人民幣5.2百萬元。結餘增加主要由於2020財年提取兩筆約人民幣5.4百萬元之銀行借款，其中約人民幣4.2百萬元(i)以控股股東及一名關聯人士共同擁有的財產作抵押；及(ii)由控股股東、一名關聯人士及一名獨立第三方提供擔保。有關抵押及擔保預期將於[編纂]後獲解除。有關銀行借款的更多詳情，請參閱本節「債務」一段。

債務

下表載列於所示日期按借款類型劃分的明細以及銀行借款賬面值分析：

	於12月31日		於4月30日
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元	2021年 人民幣千元 (未經審核)
銀行借款			
— 有抵押及有擔保	—	4,200	4,000
— 無抵押及無擔保	1,078	1,000	1,000
	<u>1,078</u>	<u>5,200</u>	<u>5,000</u>

財務資料

	於12月31日		於4月30日
	2019年	2020年	2021年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
上述借款的賬面值須於下列期間償還：			
— 一年內	1,078	5,200	5,000
	1,078	5,200	5,000
減：於流動負債項下按			
要求或一年內到期之部分	(1,078)	(5,200)	(5,000)
於非流動負債項下			
一年以上時間到期之部分	—	—	—
租賃負債	7,303	5,978	5,236

本集團的銀行借款主要用於我們的營運及營運資金。

於2019年及2020年12月31日，本集團銀行借款金額分別約為人民幣1.1百萬元及人民幣5.2百萬元。於2019財年，本集團獲授一筆金額約為人民幣1.1百萬元的短期銀行借款，實際年利率為5.0%，為期一年，並已於2020年7月悉數償還。於2020財年，本集團有(i)短期銀行借款約人民幣1.0百萬元，實際年利率為4.16%，為期一年；及(ii)短期銀行借款約人民幣4.4百萬元，實際年利率為4.35%，其中約人民幣0.2百萬元已於2020年11月償還。於2021年4月30日，我們的銀行借款約為人民幣5.0百萬元，原因是我們於2021年2月進一步償還上述銀行借款人民幣0.2百萬元。

截至2020年12月31日及2021年4月30日的銀行借款中，約人民幣4.2百萬元及人民幣4.0百萬元的銀行借款(i)以控股股東及一名關聯人士共同擁有的財產作抵押；及(ii)由控股股東、一名關聯人士及一名獨立第三方提供擔保。有關抵押及擔保預期將於[編纂]後解除。

租賃負債指我們的營運辦公場所，並按尚未支付的租賃付款額現值計量。於2019年及2020年12月31日以及2021年4月30日，該等租賃負債分別約為人民幣7.3百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣5.2百萬元。

財務資料

於2021年4月30日，即就債務聲明而言的最後實際可行日期，本集團擁有銀行借款及融資總額約人民幣5.0百萬元，並已悉數動用。於最後實際可行日期，我們並無任何未動用銀行融資。

於往績記錄期間，已按照一般標準條款及條件與貸款人訂立銀行借款協議，且並無包含任何特別限制性契諾。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並無任何貸款人根據銀行借款協議下的任何條款聲稱本集團有任何違約。

除上述或在此另有披露者外，於2021年4月30日，本集團並無任何未償還的已發行債務證券及未償還或已授權或以其他方式增設但尚未發行的債務證券、定期貸款、其他借款或借款性質的債務，包括銀行透支、承兌負債（一般貿易票據除外）、承兌信貸、租購承擔、按揭及押記、債權證、融資租賃責任或重大或然負債或未償還的擔保。

於2021年4月30日後及直至最後實際可行日期，本集團其中一家附屬公司大別山文化於2021年5月取得銀行借款人民幣5.0百萬元。該銀行借款為無抵押，為期一年，按實際年利率5.7%計息，並由一名獨立第三方擔保公司提供擔保，該公司按相應貸款本金額的1.0%收取年擔保費。同時，該擔保公司提供的擔保由控股股東及華視傳媒提供個人擔保。控股股東提供的個人擔保預期將於[編纂]後解除。除上文所披露者外，董事確認，自2021年4月30日起直至本文件日期，本集團債務及或然負債並無任何重大變動。

營運資金

經計及本集團可獲得的財務資源，包括可動用現金及現金等價物、銀行融資、經營所得現金流量及估計[編纂][編纂]，董事認為，本集團擁有充足的營運資金應對目前自本文件日期起至少未來12個月的資金需求。

財務資料

資本開支

於往績記錄期間，我們由於購買廠房及設備以及無形資產而產生資本開支。於2019財年及2020財年，我們的資本開支分別約為人民幣0.3百萬元及人民幣11.5百萬元。我們主要通過內部資源及銀行借款為資本開支提供資金。

	2019財年 人民幣千元	2020財年 人民幣千元
廠房及設備	288	5,715
無形資產	—	5,824
	<u>288</u>	<u>11,539</u>

於最後實際可行日期，我們並無任何重大資本承擔。

或然負債

於2021年4月30日，本集團並無任何其他重大或然負債。

資產負債表外的承擔及安排

於2021年4月30日，本集團並無訂立任何重大資產負債表外的承擔及安排。

關聯方交易

除文件附錄一會計師報告附註13及30所載支付予董事的酬金外，於往績記錄期間並無任何關聯方交易。

財務資料

主要財務比率

下表載列往績記錄期間我們的經選定主要財務比率：

	截至12月31日止年度／ 於12月31日	
	2019年	2020年
毛利率 ¹	42.9%	41.5%
淨利率 ²	23.8%	23.5%
資產負債率 ³	18.4%	21.3%
流動比率 ⁴	5.0倍	3.1倍
股本回報 ⁵	40.5%	46.4%
資產回報 ⁶	29.3%	31.0%
利息覆蓋比率 ⁷	1,573.5倍	271.7倍
債務淨額與股本比率 ⁸	現金淨額	現金淨額

附註：

1. 毛利率計算為各年毛利除以收益再乘以100%。
2. 淨利率計算為各年年度利潤除以收益再乘以100%。
3. 資產負債率計算為各年年終銀行借款及租賃負債總額除以總股本再乘以100%。
4. 流動比率計算為各年年終流動資產除以流動負債。
5. 股本回報等於各年年終年度利潤除以總股本再乘以100%。
6. 資產回報計算為各年年終年度利潤除以總資產再乘以100%。
7. 利息覆蓋比率計算為扣除利息及稅項前盈利除以借款利息。
8. 債務淨額與股本比率等於年終債務淨額除以總股本。債務淨額包括銀行借款及租賃負債，扣除銀行結餘及現金以及應收關聯方款項。

毛利率

我們的毛利率由2019財年約42.9%微幅減少至2020財年約41.5%，主要由於品牌服務的收益貢獻減少所致，該服務的毛利率高於其他服務的毛利率。品牌服務佔總收益的比例由2019財年約69.8%減少至2020財年約[59.2]%，主要由於來自活動執行及製作服務以及在線廣告服務的收益大幅增加所致。

財務資料

淨利率

我們的淨利率保持穩定，於2019財年及2020財年分別約為23.8%及23.5%。

資產負債率

我們的資產負債率由2019年12月31日約18.4%增加至2020年12月31日約21.3%，主要由於銀行借款增加所致。

流動比率

我們的流動比率由2019年12月31日約5.0倍減少至2020年12月31日約3.1倍，主要由於貿易應收款項及銀行借款增加所致。

股本回報

我們的股本回報由2019財年約40.5%增加至2020財年約46.4%，主要由於2020財年的年內溢利及股息宣派增加約人民幣17.4百萬元所致。

資產回報

我們的資產回報由2019財年約29.3%增加至2020財年約31.0%，主要由於年內溢利增加所致。

利息覆蓋比率

我們的利息覆蓋比率由2019財年約1,573.5倍減少至2020財年約271.7倍，主要由於2020財年提取兩筆銀行借款的利息增加所致。

債務淨額與股本比率

於2019年及2020年12月31日，我們分別擁有現金淨額。

財務風險管理

我們於進行業務期間面對各種市場風險，包括利率風險、信貸風險及流動資金風險。有關我們所面臨風險的詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註33。

財務資料

股息

於2020年8月18日，華視傳媒分別向其當時股東宣派及派付股息總額人民幣17.4百萬元。除上文所述外，我們於往績記錄期間並無派付或宣派任何其他股息。過往的股息分派記錄未必可用作釐定董事會日後可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。

於[編纂]完成後，儘管我們目前並無於可見未來向股東派付股息的計劃，惟我們可能透過現金或董事認為合適的其他方式分派股息。分派任何中期股息或建議任何末期股息的決定須取得董事會批准，並將由董事會酌情決定。此外，財政年度的任何末期股息須取得股東批准。本公司現時並無任何預定派息比率。日後宣派或派付任何股息的決定及任何股息的金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、財務狀況、營運資金、資金需求及董事會可能認為相關的其他因素。我們將不時檢討股息政策。在任何年度內，董事會全權酌情決定是否宣派或分派股息。概不保證將每年或於任何年度宣派或分派有關金額或任何金額之股息。

可供分派儲備

本公司於2021年2月18日在開曼群島註冊成立為投資控股公司，於2020年12月31日並無可供分派予股東的儲備。

[編纂]

與[編纂]有關的估計[編纂]總額約為[編纂]港元或人民幣[編纂]元（按[編纂]範圍的[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算），其中約人民幣[編纂]元預期將撥充資本。於往績記錄期間，我們產生的[編纂]約為人民幣[編纂]元。我們預計於2020年12月31日之後將產生額外的[編纂]（包括[編纂]）約人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元預計將於截至2021年12月31日止年度的合併損益及其他全面收益表中確認為開支，約人民幣[編纂]元預計將直接確認為權益扣減。上述[編纂]是最新的實際估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

財務資料

董事認為，我們的財務業績將受到[編纂]相關開支的影響，因為我們預計將於截至2021年12月31日止年度的合併損益及其他全面收益表中確認約人民幣19.9百萬元。因此，截至2021年12月31日止年度的財務業績預計將受到與[編纂]有關的估計開支的不利影響。

[編纂]

有關[編纂]的詳情，請參閱本文件附錄二「[編纂]財務資料」一節。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益及成本結構基本保持不變。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們就品牌服務、傳統線下媒體廣告服務、線上媒體廣告服務以及活動執行及製作服務訂立[22]項、[4]項、[29]項及[36]項合約，合約總額分別約為人民幣[27.9]百萬元、人民幣[1.1]百萬元、人民幣[17.6]百萬元及人民幣[13.6]百萬元。

於最後實際可行日期，我們共有70個進行中項目，未履行合約總額約為人民幣41.1百萬元，其中：

- (i) 有28個進行中的品牌服務項目，未履行合約總額約為人民幣21.8百萬元，其中約人民幣21.8百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；
- (ii) 有4個進行中的傳統線下媒體廣告項目，未履行合約總額約為人民幣0.7百萬元，其中約人民幣0.7百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；
- (iii) 有27個線上媒體廣告項目，未履行合約總額約為人民幣14.2百萬元，其中約人民幣13.8百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認；及
- (iv) 有11個活動執行及製作服務項目，未履行合約總額約為人民幣4.5百萬元，其中約人民幣4.5百萬元的收入預計將於最後實際可行日期後在2021年確認。

財務資料

除與[編纂]有關的[編纂]外，董事確認我們自2020年12月31日（即最近期經審核綜合財務報表的編製日期）直至本文件日期的財務或貿易狀況並無重大不利變動。

雖然我們截至2021年12月31日止年度的財務業績將受到[編纂]的影響，但根據我們截至2021年5月31日止五個月的未經審計綜合管理帳目，我們預計同年的收入將錄得溫和增長。我們計劃建立我們的大資料平台和研發資料庫，獲取市場和行業資料，招聘額外的研發人員，加強我們的線上廣告平台，購買內部內容製作設備和軟體，擴大我們的分支機構並加大我們的行銷力度，我們預計截至2022年12月31日止年度的財務業績將受到營業費用增加的影響，包括與上述擴張計劃相關的折舊費用、員工成本以及銷售和行銷費用。

GEM上市規則規定的披露

董事確認，於最後實際可行日期，概無任何情況導致須按照GEM上市規則第17.15條至第17.21條規定作出披露。

未來計劃及[編纂]

業務目標及策略

我們的目標乃加強作為中國綜合性品牌、廣告和營銷方案服務供應商的市場地位，並進一步增加市場份額。有關我們業務策略及未來計劃的詳述，請參閱本文件「業務－業務策略」一節。

[編纂]

按每股[編纂][編纂]港元的[編纂]（即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數）計算，我們估計[編纂][編纂]總額（經扣除相關[編纂]費用及估計開支）將約為[編纂]港元。我們擬按下列方式動用有關[編纂]：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於加強我們的數據分析能力及進一步強化我們的品牌服務，其中包括：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於建立我們的大數據品牌平台及研發數據庫；
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於獲取更全面的市場和行業數據；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於為技術研發部招聘更多員工；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於擴展我們的線上媒體廣告服務，其中包括：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於增強我們的線上廣告平台；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於發展內部內容製作能力；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於擴大我們服務的地域覆蓋範圍，其中包括：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於設立我們的北京市辦事處；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於設立我們的上海市辦事處；

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於提升我們的品牌知名度及加大營銷力度；及
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用作營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]定於上限（即每股[編纂][編纂]港元）或下限（即每股[編纂][編纂]港元）（相較於[編纂]範圍的中位數），則[編纂][編纂]將分別增加或減少約[編纂]百萬港元，且上述[編纂][編纂]的分配將按比例進行相應調整。

倘[編纂][編纂]並未立即用於所披露的用途，及倘獲適用法律及法規的允許，董事擬在符合本集團最佳利益的前提下，將有關[編纂]存放於香港認可金融機構及／或持牌銀行。

下表載列我們自2022年1月1日至2023年12月31日的實施計劃概要：

業務策略	總金額 (百萬港元)	明細 % (百萬港元)	將予動用的概約[編纂]			
			自2022年 4月1日至 2022年 6月30日	截至 2022年 12月31日 止六個月	截至 2023年 6月30日 止六個月	截至 2023年 12月31日 止六個月
加強數據分析能力及進一步強化						
我們的品牌服務	[編纂]	[編纂]				
(i). 建立我們的大數據品牌平台及研發數據庫		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
(ii). 獲取更全面的市場和行業數據		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
(iii). 為技術研發部招聘更多員工		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

未來計劃及[編纂]

業務策略	總金額 (百萬港元)	明細 % (百萬港元)	將予動用的概約[編纂]			
			自2022年 4月1日至 2022年 6月30日	截至 2022年 12月31日 止六個月	截至 2023年 6月30日 止六個月	截至 2023年 12月31日 止六個月
擴展我們的線上媒體廣告服務	[編纂]	[編纂]				
(i). 增強我們的線上媒體廣告平台						
— 聘請IT服務供應商增強我們的線上媒體廣告平台		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 採購軟件		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 採購硬件		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
(ii). 發展內部內容製作能力						
— 成立視頻工作室		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 購買設備及軟件		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴大我們服務的地域覆蓋範圍	[編纂]	[編纂]				
(i). 設立北京市新辦事處						
— 租金成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 裝修成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 員工成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 辦公設施成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 其他行政開支		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
(ii). 設立上海市新辦事處						
— 租金成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 裝修成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 員工成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 辦公設施成本		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 其他行政開支		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
提升我們的品牌知名度及加大營銷力度	[編纂]	[編纂]				
— 組織及舉辦營銷事件及活動		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

未來計劃及[編纂]

基準及假設

董事乃按照下列準則及假設制定實施計劃：

- (a) 與本集團有關的現行法律及法規或其他政府政策，或本集團經營所在的政治、社會、經濟或市場環境不會出現重大變動；
- (b) 本節及本節「[編纂]」一段所述各項資金動用計劃所需金額與董事估計的金額將不會出現重大變動；
- (c) [編纂]將按照本文件「[編纂]的架構及條件」一節及如該節所述完成；
- (d) 我們將能夠挽留管理層及專業團隊的主要員工；
- (e) 於業務目標的有關期間內，我們將擁有充足財務資源以應付計劃資本開支及業務發展需求；
- (f) 本集團所取得的牌照、許可及資質的有效性將不會出現變動（倘適用）；
- (g) 本集團與我們的客戶、供應商、分包商及業主的業務關係將不會出現重大變動；
- (h) 適用於本集團業務的稅基或稅率不會出現重大變動；
- (i) 不會爆發戰爭、軍事事務、流行性疾病、災難（包括自然、政治或其他災難）以致嚴重干擾本集團業務或營運；
- (j) 我們將能夠以與我們一直經營大致相同的方式繼續經營，且我們將能夠不受干擾地實施發展計劃；及
- (k) 本文件「風險因素」一節所載風險因素將不會對本集團造成重大影響。

未來計劃及[編纂]

[編纂]理由

[編纂]的商業理由

董事認為，[編纂]在戰略上對本集團的長期增長至關重要，理由載列如下：

(i) 我們業務擴張的資金需求

根據弗若斯特沙利文的資料，自2016年至2020年，中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場總支出快速增長，由人民幣5,355億元增加至人民幣9,734億元，複合年增長率為16.1%。未來，中國品牌、廣告及營銷方案一體化服務市場預期將保持快速增長，到2025年末，總支出將達到人民幣18,475億元，2020年至2025年的複合年增長率將為13.7%。

為把握綜合品牌、廣告及營銷方案服務市場不斷增加的商機並擴大我們的市場份額，本集團必須通過實施我們各項業務策略以持續加強競爭力，該等策略包括：(i)加強我們的數據分析能力和進一步加強我們的品牌服務；(ii)擴大我們的線上媒體廣告服務；(iii)擴大我們服務的地域範圍；以及(iv)改善我們的品牌認知度並加大我們的營銷力度。

鑒於上述情況，我們有實質的資金需求。通過[編纂]，我們可以從[編纂]中籌集資金，並將[編纂]用於本節討論的實施計劃。對於截至2022年及2023年12月31日止年度，我們預計我們的未來擴張計劃將分別耗資約[編纂]及[編纂]（相當於約[編纂]及[編纂]）。雖然我們於2021年4月30日的銀行和現金結餘約為人民幣[16.3]百萬元，然而在考慮到我們的預期支出和費用後，我們的董事認為，我們目前的資本資源不足以滿足我們的資金需求，而需要[編纂][編纂]來成功實施我們的未來計劃。特別是，隨著我們的業務不斷增長和擴大，我們現有的資本資源水平可能將呈不足。倘若我們面臨經營現金淨流出，並且當時沒有足夠的營運資金，則我們或必須通過按可能不利於我們的款條獲得更多的銀行借款來為我們的經營成本提供資金，從而導致額外的財務成本和利率風險，而我們仍然可能無法履行包括我們的貿易應付款項在內的付款義務，以及同步及時地實施我們的擴張計劃。

我們沒有任何重大數額的固定資產可供抵押或質押，以支持我們獲得更高的銀行貸款來滿足我們的業務需要，我們亦可能會被不利的條款制約及承擔額外的財務費用。因此，我們的董事認為，不去極盡利用我們的內部資源和銀行借款為我們的擴張計劃提供資金，乃符合本集團的利益。

未來計劃及[編纂]

我們的董事相信，[編纂]將為我們提供額外的資金，從而促進我們業務策略的實施，繼而加強我們作為綜合品牌、廣告及營銷方案服務供應商的競爭力，並提高我們在中國的品牌、廣告及營銷方案服務市場的地位。

(ii) 提升我們的企業形象和市場地位

我們的董事認為，[編纂]地位將進一步提高本集團的企業形象和品牌知名度，並提高我們的競爭力。除了[編纂]所獲得的[編纂]外，我們的董事認為，由於[編纂]公司將有更大的透明度、相關的監管和穩定性，故此取得在聯交所的[編纂]是本集團對潛在投資者和客戶的一種輔助宣傳，可以提高我們的企業形象，以及我們在公眾和潛在商業夥伴心目中的信譽。因此，[編纂]地位將有助於提升我們的企業形象和品牌知名度。此外，我們相信[編纂]將進一步加強我們的內部控制和企業管治實務，進而將增加我們的客戶對我們的服務的信心，從而吸引更多的潛在客戶，特別是規模較大的客戶，他們可能更傾向於與有良好記錄、紮實和透明的企業地位和聲譽的服務供應商進行合作。因此，我們的董事相信，[編纂]地位將使本集團的客戶更有信心，並增強我們在市場上的競爭力，這將有助於擴大我們的市場份額，並推動我們的業務表現和增長。

(iii) 提高我們員工的士氣和忠誠度

[編纂]地位也將有助於我們激勵、挽留人才和吸引人才加入本集團。獲得更大的人才庫將提高我們的服務質量，並有利於我們在未來的計劃中招聘更多的人手。此外，[編纂]公司地位將藉著給予我們員工以股權為基礎的激勵計劃（如購股權計劃）而有助於我們的內部人才管理、挽留和發展員工，亦鑒於這些激勵計劃與他們的表現和我們的業務直接相關，以及作為一家香港[編纂]公司職員的自豪感，故可激勵我們的現有員工在本集團繼續發展他們的事業。

(iv) 股權融資較債務融資為佳的優勢

在選擇使用債務融資抑或股權融資時，我們的董事注意到，股權融資提供了債務融資無法提供的非財務優勢，包括：(i)從銀行或金融機構進行債務融資通常需要抵押財產或其他重要資產（本集團目前缺乏），或需要我們的控股股東提供個人擔保，這可能導致我們對控股股東產生依賴；(ii)債務融資和股權融資並不相互排斥，但倘我們是

未來計劃及[編纂]

一家擴張了股本和財務資本基礎的[編纂]公司，預計本集團將更有條件與銀行和金融機構協商更有利的債務融資條款，如更高的信貸額度和更低的利率；(iii)我們的董事認為，儘管在計及[編纂]開支後，透過[編纂]進行股本融資的成本未必低於債務融資，但股本融資將擴大本集團的資本基礎而非短期提升，並為本公司提供一個長期及經常性的集資平台（而並不限於[編纂]所獲得的[編纂]），以提供資金支持我們未來的業務擴展及長遠發展；及(iv)當本集團進行債務融資時會產生利息支出，這將對我們的財務表現產生不利影響。因此，儘管本集團在往績記錄期間和截至最後實際可行日期沒有重大的借款，但本公司董事認為，[編纂]和股權融資所帶來的上述無形利益使我們值得承擔[編纂]所涉及的成本和不確定性，並採用股權融資來實施我們的業務策略。

(v) 提供集資平台，為我們的股份創造流動性及擴大我們的股東基礎

[編纂]將使本集團能夠接觸到更廣泛的投資者群體和更多的集資渠道，可以直接進入資本市場，並在[編纂]後進行二級市場集資，以為我們現有及未來的業務與發展提供資金。[編纂]後，投資者將可以進入股票市場買賣我們的股份。一旦我們的股份通過[編纂]獲得流動性，我們的股東基礎將擴大，從而使本公司可進行多元化的集資活動，而非僅依賴我們的業務運營產生的收入及債務融資。

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的架構及條件

[編纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

致華視集團控股有限公司列位董事及宏博資本有限公司就歷史財務資料出具的會計師報告

序言

我們謹此就華視集團控股有限公司（「貴公司」）及其附屬公司（統稱「貴集團」）的歷史財務資料作出報告（載於第I-3至I-40頁），此等歷史財務資料包括於2019年及2020年12月31日的合併財務狀況報表，及截至該日止各期間（「往績記錄期間」）的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表和合併現金流量表，以及主要會計政策概要及其他解釋資料（統稱「歷史財務資料」）。第I-3至I-40頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供收錄於 貴公司日期為[編纂]有關 貴公司股份在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）GEM[編纂]的文件（「文件」）內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2及附註4.1所載的呈列及編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見，並將我們的意見向 閣下報告。我們已按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

我們的工作涉及執执行程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與該實體根據歷史財務資料附註2及附註4.1所載的呈列及編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料相關的內

部控制，以設計在有關情況下屬適當的程序，但目的並非對該實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充分及適當地為我們的意見提供基準。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2及附註4.1所載的呈列及編製基準，真實而中肯地反映 貴集團於2019年及2020年12月31日的財務狀況，以及 貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

根據香港聯合交易所有限公司GEM證券上市規則（「上市規則」）及公司（清盤及雜項條文）條例下事項出具的報告

調整

在編製歷史財務資料時，並無對第I-3頁所界定的相關財務報表作出調整。

股息

我們謹此提述歷史財務資料附註11，當中載有 貴集團就往績記錄期間派付股息的資料。

貴公司並無法定財務報表

貴公司自註冊成立日期以來並未編製任何法定財務報表。

香港立信德豪會計師事務所有限公司

執業會計師

尹子斌

執業證書編號P05804

香港，[日期]

I. 歷史財務資料

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

貴集團於往績記錄期間（亦稱為「有關期間」）的合併財務報表（歷史財務資料以此為基準）乃由香港立信德豪會計師事務所有限公司根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港審計準則（「香港審計準則」）進行審核（「相關財務報表」）。

除另有說明外，歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，且所有數值均約整至最接近的千位數（人民幣千元）。

合併損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度	
		2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益	6	77,522	103,444
服務成本		<u>(44,251)</u>	<u>(60,559)</u>
毛利		33,271	42,885
其他收入	7	482	1,272
銷售及營銷開支		(2,493)	(2,663)
行政開支		(9,364)	(10,322)
金融及合約資產預期信貸 虧損撥回／(撥備)淨額		853	(1,031)
融資成本	8	<u>(371)</u>	<u>(462)</u>
除所得稅開支前溢利	9	22,378	29,679
所得稅開支	10	<u>(3,918)</u>	<u>(5,358)</u>
年內溢利		<u>18,460</u>	<u>24,321</u>
以下各項應佔溢利：			
— 貴公司擁有人		18,597	24,228
— 非控股權益	29	<u>(137)</u>	<u>93</u>
		<u>18,460</u>	<u>24,321</u>

附錄一

會計師報告

合併財務狀況表

	附註	於12月31日	
		2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
資產及負債			
非流動資產			
廠房及設備	14	3,708	7,958
使用權資產	15	5,387	4,187
無形資產	16	–	5,824
遞延稅項資產	26	1,108	993
應收一名非控股權益股東款項	22	1,661	–
		<u>11,864</u>	<u>18,962</u>
流動資產			
合約資產	18	258	288
貿易應收款項	19	14,348	22,972
按金、預付款項及其他應收款項	20	7,045	22,293
應收一名股東款項	22	29,170	–
應收一名非控股權益股東款項	22	–	1,848
現金及現金等價物	21	322	12,071
		<u>51,143</u>	<u>59,472</u>
流動負債			
貿易應付款項	23	2,159	8,513
應計費用及其他應付款項	24	1,270	2,746
合約負債	6	4,393	56
租賃負債	17	1,340	1,493
借款	25	1,078	5,200
應付所得稅		67	1,422
		<u>10,307</u>	<u>19,430</u>
流動資產淨值		<u>40,836</u>	<u>40,042</u>
總資產減流動負債		52,700	59,004
非流動負債			
租賃負債	17	5,963	4,485
遞延稅項負債	26	1,200	2,061
		<u>7,163</u>	<u>6,546</u>
資產淨值		<u>45,537</u>	<u>52,458</u>
權益			
貴公司擁有人應佔股本及儲備			
股本	28	–	–
儲備		43,852	50,680
貴公司擁有人應佔權益		43,852	50,680
非控股權益	29	1,685	1,778
權益總額		<u>45,537</u>	<u>52,458</u>

附錄一

會計師報告

合併權益變動表

	貴公司擁有人應佔權益						
	中國法定				總計	非控股	
	股本	資本儲備*	儲備*	保留溢利*		權益	權益總額
	人民幣 千元 (附註28)	人民幣 千元 (附註a)	人民幣 千元 (附註b)	人民幣 千元	人民幣 千元 (附註29)	人民幣 千元	人民幣 千元
於2019年1月1日	-	22,381	2,550	324	25,255	1,822	27,077
年內溢利	-	-	-	18,597	18,597	(137)	18,460
轉撥至中國法定儲備	-	-	1,974	(1,974)	-	-	-
於2019年12月31日 及2020年1月1日	-	22,381	4,524	16,947	43,852	1,685	45,537
年內溢利	-	-	-	24,228	24,228	93	24,321
轉撥至中國法定儲備	-	-	2,637	(2,637)	-	-	-
已宣派及派付股息 (附註11)	-	-	-	(17,400)	(17,400)	-	(17,400)
於2020年12月31日	-	22,381	7,161	21,138	50,680	1,778	52,458

* 於報告日期的該等金額總計指合併財務狀況表中的「儲備」。

附註：

- (a) 資本儲備指 貴集團現時旗下公司當時控股公司的已發行股本以及重組完成後若干現有附屬公司權益持有人的出資。
- (b) 法定儲備指根據相關中國法律從於中華人民共和國（「中國」）成立的附屬公司的年內純利（基於附屬公司的中國法定財務報表）轉撥的金額，直至法定儲備達到該等附屬公司註冊資本的50%。除非用於抵銷累計虧損或增加資本，否則不可減少法定儲備。

附錄一

會計師報告

合併現金流量表

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
經營活動所得現金流量		
除所得稅開支前溢利	22,378	29,679
就以下各項作出調整：		
利息收入	(140)	(11)
融資成本	371	462
廠房及設備折舊	1,031	1,458
使用權資產折舊	1,196	1,200
來自出租人的COVID-19相關租金寬免	-	(821)
出售廠房及設備的虧損	-	7
金融及合約資產預期信貸虧損(撥回)/撥備淨額	(853)	1,031
營運資金變動前的經營溢利	23,983	33,005
貿易應收款項增加	(8,053)	(8,632)
合約資產減少/(增加)	65	(34)
按金、預付款項及其他應收款項(增加)/減少	(451)	3,546
貿易應付款項增加	364	6,354
應計費用及其他應付款項增加	6	1,476
合約負債增加/(減少)	2,979	(4,337)
經營活動所得現金	18,893	31,378
已付所得稅	(1,360)	(3,027)
經營活動所得現金淨額	17,533	28,351
投資活動所得現金流量		
已收利息	140	11
購買無形資產	-	(5,824)
購買廠房及設備	(288)	(5,715)
提取定期存款	5,000	-
應收一名股東款項(增加)/減少	(26,540)	29,170
貸款予第三方	-	(20,000)
投資活動所用現金淨額	(21,688)	(2,358)
融資活動所得現金流量		
借款所得款項	1,078	5,400
償還借款	-	(1,278)
本金部分租賃付款	(811)	(856)
已付股息	-	(17,400)
貸款利息付款	(14)	(110)
融資活動所得/(所用)現金淨額	253	(14,244)
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	(3,902)	11,749
年初現金及現金等價物	4,224	322
年末現金及現金等價物	322	12,071

II. 歷史財務資料附註

1. 一般資料

貴公司於2021年2月18日根據開曼群島法律第22章公司法（1961年第3號法律，經綜合及修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。貴公司的註冊辦事處地址為3-212 Governors Square, 23 Lime Tree Bay Avenue, P.O. Box 30746, Seven Mile Beach, Grand Cayman KY1-1203, Cayman Islands。貴公司的主要營業地點位於中國。

根據文件「歷史、重組及公司架構」一節「重組」分節所詳述的集團重組（「重組」），貴公司於2021年2月18日成為貴集團現時旗下附屬公司的控股公司。除重組外，貴公司自其註冊成立之日起並無開展任何業務。

貴公司的主要業務為投資控股。貴集團主要於中國從事提供品牌、廣告及營銷方案服務（「**編纂業務**」）。

於本報告日期，貴公司的附屬公司詳情如下：

附屬公司名稱	註冊成立／ 成立地點及日期	已發行及 繳足股本／ 註冊資本	於本報告 日期	主要業務
華視國際集團有限公司 (「華視國際」)(附註c、i)	2021年2月24日， 英屬處女群島	10,000美元 (「美元」)	100%	投資控股
華視傳媒集團有限公司 (「華視香港」)(附註d、i)	2021年3月16日， 香港	50,000港元 (「港元」)	100%	投資控股
華視中廣品牌管理(湖北) 有限公司(「華視品牌管理」) (附註d、e、g、i)	2021年4月7日， 中國	人民幣 5,000,000元	100%	投資控股
東湖品牌研究院有限公司 (「東湖品牌研究院」) (附註d、i)	2021年4月20日， 香港	50,000港元	100%	無業務營運
華視中廣國際傳媒(武漢) 有限責任公司(「華視傳媒」) (附註d、f、h)	2011年2月23日， 中國	人民幣 21,750,000元	100%	提供品牌、廣 告及營銷方 案服務
大別山文化產業發展(麻城) 有限公司(「大別山文化」) (附註d、f、h)	2017年4月7日， 中國	人民幣 5,000,000元	100%	提供品牌、廣 告及營銷方 案服務
華視創享文化傳媒(湖北) 有限公司(「華視創享」) (附註d、f、h)	2012年12月26日， 中國	人民幣 5,000,000元	100%	提供品牌、廣 告及營銷方 案服務
北京無遠弗屆國際廣告 有限公司(「無遠弗屆」) (附註d、f、h)	2018年2月5日， 中國	人民幣 10,080,000元	100%	提供品牌、廣 告及營銷方 案服務

附註：

- (a) 於英文版本內所有在中國成立的附屬公司的英文譯名僅供參考。
- (b) 貴集團旗下所有公司已採用12月31日作為其財政年度結算日。
- (c) 於本報告日期，該股權由 貴公司直接持有。
- (d) 於本報告日期，該股權由 貴公司間接持有。
- (e) 該實體以外商獨資企業形式於中國成立。
- (f) 該實體以國內有限公司形式於中國成立。
- (g) 該實體以國內有限公司形式於中國成立。根據集團重組，該實體於2021年3月25日成為中外合資企業。
- (h) 華視傳媒、大別山文化、華視創享及無遠弗屆於截至2019年及2020年12月31日止年度的經審核法定財務報表乃根據適用於中國企業的企業會計準則編製，並由在中國註冊的執業會計師武漢恒通會計師事務所審核。
- (i) 由於該等公司為新註冊成立的公司，故並無就其編製任何經審核法定財務報表。

就本報告的歷史財務資料而言，貴公司董事已根據下文附註2所載呈列基準及下文附註4所載符合香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）的會計政策編製相關財務報表。

歷史財務資料乃根據相關財務報表編製且當中並無作出調整。

2. 重組及呈列基準

於往績記錄期間，[編纂]業務乃通過華視中廣國際傳媒（武漢）有限責任公司（「華視傳媒」）開展。華視傳媒由陳繼承先生（「控股股東」）控制。如文件「歷史、重組及公司架構」一節所詳述，貴集團就 貴公司股份於聯交所[編纂]而進行重組（「重組」），以優化其公司架構。

貴公司於2021年2月18日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。根據文件「歷史、重組及公司架構」一節所詳述的集團重組，貴公司於2021年2月18日成為 貴集團現時旗下公司的控股公司。貴公司、華視國際、華視香港及東湖品牌研究院（統稱「非營運公司」）乃作為重組的一部分而新註冊成立的公司，且該等新控股公司自其註冊成立以來並未開展任何業務。非營運公司作為華視傳媒的控股公司而加入，並無實質內容，且並未參與任何業務，亦不符合業務的定義。因此，就本報告而言，歷史財務資料已根據 貴集團旗下的華視傳媒於往績記錄期間的前身賬面值編製。

就本報告而言，貴集團於往績記錄期間的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表包括 貴集團現時旗下所有公司的業績及現金流量，猶如現時架構於整個往績記錄期間或自其各自的收購或註冊成立／成立日期起（以較短期間為準）一直存在。貴集團於2019年及2020年12月31日的合併財務狀況表已經編製，以按現有賬面值呈列附屬公司及／或業務的資產及負債，猶如現時架構於該等日期或自其各自的收購或註冊成立／成立日期起（以較短期間為準）一直存在。貴集團並無作出任何調整，以反映公允價值或確認因重組而產生的任何新資產或負債。

所有集團內交易及結餘已於合併實體之間對銷。

3. 採納新訂或經修訂香港財務報告準則

尚未生效的新訂準則、詮釋及修訂

以下與 貴集團的財務報表有潛在關聯的新訂或經修訂香港財務報告準則已獲頒佈，惟尚未生效以及未獲 貴集團提早採納。 貴集團目前擬於該等變動的生效日期採用該等變動。

香港會計準則第1號(修訂本)，負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號(2020年)，呈列財務報表 – 借款人對包含按要求償還條款之定期貸款的分類⁴

香港會計準則第16號(修訂本)，作擬定用途前的所得款項²

香港會計準則第37號(修訂本)，繁重合約 – 履行合約的成本²

香港財務報告準則第17號 – 保險合約⁴

香港財務報告準則第3號(修訂本)，概念框架的提述³

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(修訂本)，投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注入⁵

香港會計準則第39號、香港財務報告準則第4號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第16號(修訂本)，利率基準改革 – 第二階段¹

香港財務報告準則2018年至2020年的年度改進²

香港會計準則第1號及香港財務報告準則實務報告第2號(修訂本)，會計政策披露第5號(2020年)⁴

香港會計準則第8號(修訂本)，會計政策定義⁴

1 於2021年1月1日或之後開始的年度期間生效。

2 於2022年1月1日或之後開始的年度期間生效。

3 對收購日期為於2022年1月1日或之後開始的首個年度期間開始當日或之後的業務合併生效。

4 於2023年1月1日或之後開始的年度期間生效。

5 修訂本應前瞻性地應用於待定日期或之後開始的年度期間發生的資產出售或注入。

貴集團已開始評估該等新訂或經修訂準則及修訂的影響。根據 貴集團作出的初步評估，預期該等新訂或經修訂準則及修訂於生效後不會對 貴集團的財務表現及狀況產生重大影響。

4. 重大會計政策概要

4.1 編製基準

歷史財務資料已根據下文所載符合香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則的會計政策而編製。歷史財務資料亦遵守香港公司條例及聯交所GEM證券上市規則(「上市規則」)的適用披露規定。

香港會計師公會已頒佈多項與 貴集團有關並於往績記錄期間開始生效的新訂或經修訂香港財務報告準則。就編製及呈列歷史財務資料而言， 貴集團已於整個往績記錄期間貫徹採納香港財務報告準則第9號金融工具、香港財務報告準則第15號客戶合約收益、香港財務報告準則第16號租賃及香港財務報告準則第16號(修訂本)2021年6月30日之後的Covid-19相關租金寬免。

4.2 計量基準

歷史財務資料已按歷史成本基準編製。

務請注意，編製財務資料時已採用會計估計及假設。儘管該等估計乃基於管理層對現狀的最佳理解及判斷以及其他因素而作出，惟最終實際結果可能與該等估計不同。涉及較高程度判斷或較為複雜的範疇，或假設及估計對歷史財務資料而言屬重大的範疇已於附註5披露。

4.3 功能及呈列貨幣

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，人民幣為貴公司的功能貨幣。

4.4 附屬公司

附屬公司指貴公司能對其行使控制權的被投資方。倘具備以下全部三項要素，貴公司即對被投資方擁有控制權：對被投資方擁有權力、就被投資方可變回報承受風險或享有權利，及其行使權力影響有關可變回報的能力。倘有事實及情況顯示任何該等控制權要素可能有變，將會重新評估有關控制權。

於貴公司的財務狀況表中，於附屬公司的投資按成本減減值虧損（如有）列賬。附屬公司的業績乃以已收及應收股息為基準由貴公司入賬。

4.5 無形資產

單獨購入的無形資產初步按成本確認。

具有有限可使用年期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。具有有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法至少於每個財政年度末檢討。

攤銷乃按其可使用年期以直線法計提撥備如下：

移動應用程序	5年
--------	----

4.6 廠房及設備

廠房及設備乃以成本減累計折舊及累計減值虧損（如有）列賬。廠房及設備的成本包括其購買價及項目收購直接應佔成本。

其後成本僅於與該項目有關的未來經濟利益可能流入貴集團，而該項目的成本能可靠計量時，方計入資產的賬面值或終止確認為獨立資產（倘合適）。重置部分的賬面值則終止確認。所有其他維修及維護於產生的財政期間於損益中確認為開支。

廠房及設備採用直線法按估計可使用年期計提折舊以撇銷其成本（經扣除估計剩餘價值）。可使用年期、剩餘價值及折舊方法於各報告期末檢討並於適當情況下作出調整。可使用年期如下：

租賃物業裝修	租賃的剩餘年期，惟不超過5年
汽車	10年
辦公設備	3至5年

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則會即時撇減至其可收回金額。

出售廠房及設備項目的收益或虧損，按出售所得款項淨額與其賬面值的差額釐定，並於出售時於損益內確認。

4.7 金融工具

(a) 金融資產

金融資產（並無重大融資部分的貿易應收款項除外）初步按公允價值加上（對於並非按公允價值計入損益（「按公允價值計入損益」）的項目）其收購或發行直接應佔的交易成本計量。並無重大融資部分的貿易應收款項初步按交易價格計量。

所有常規購買及出售金融資產於交易日（即 貴集團承諾購買或出售該資產之日）確認。常規購買或出售指須在一般由法規或市場慣例確定的期間內移交資產的金融資產買賣。

債務工具

債務工具的其後計量視乎 貴集團用以管理資產的業務模式及資產的現金流量特徵而定。 貴集團將其債務工具歸類為三個計量類別：

攤銷成本：倘持有資產的目的為收取合約現金流量，而該等現金流量僅為本金及利息付款，則該等資產按攤銷成本計量。按攤銷成本計量的金融資產其後採用實際利率法計量。利息收入、外匯收益及虧損以及減值於損益中確認。資產終止確認所產生的任何收益或虧損於損益中確認。

按公允價值計入其他全面收益（「按公允價值計入其他全面收益」）：倘持有資產的目的為收取合約現金流量及銷售金融資產，且資產的現金流量僅為本金及利息付款，則按公允價值計入其他全面收益計量。按公允價值計入其他全面收益的債務投資其後按公允價值計量。利息收入採用實際利率法計算，外匯收益及虧損以及減值於損益中確認。其他淨收益及虧損於其他全面收益確認。終止確認時，其他全面收益中累計的收益及虧損會重新分類至損益。

按公允價值計入損益（「按公允價值計入損益」）：按公允價值計入損益的金融資產包括持作買賣的金融資產、初步確認時指定按公允價值計入損益的金融資產，或強制要求按公允價值計量的金融資產。倘金融資產是為近期出售或回購而收購，則歸類為持作買賣。除非被指定為有效對沖工具，否則衍生工具（包括獨立內嵌衍生工具）亦歸類為持作買賣。現金流量並非僅用作償還本金及利息的金融資產分類為按公允價值計入損益計量，而不論業務模式。儘管如上文所述債務工具可分類為按攤銷成本或按公允價值計入其他全面收益，倘能夠消除或顯著減少會計錯配，則債務工具仍可於初步確認時指定為按公允價值計入損益。

(b) 金融資產減值虧損

貴集團就貿易應收款項及合約資產、按攤銷成本計量的金融資產的預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）確認虧損撥備。預期信貸虧損乃採用以下基準計量：(1) 12個月預期信貸虧損：指報告日期後12個月內可能發生的違約事件導致的預期信貸虧損；及(2) 全期預期信貸虧損：指金融工具的預計年期內所有可能發生的違約事件導致的預期信貸虧損。於估計預期信貸虧損時考慮的最長期限為 貴集團面臨信貸風險的最長合約期限。

預期信貸虧損為信貸虧損的概率加權估計。信貸虧損乃按根據合約應付 貴集團的所有合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額計量。該差額其後按與資產原有實際利率相近的利率貼現。

貴集團使用香港財務報告準則第9號簡化方式計量貿易應收款項及合約資產的虧損撥備，並已按全期預期信貸虧損計算預期信貸虧損。 貴集團已根據 貴集團的過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並根據債務人及經濟環境的具體前瞻性因素作出調整。

就其他債務金融資產而言，預期信貸虧損以12個月預期信貸虧損為基準。然而，倘自產生後信貸風險顯著增加，則撥備將以全期預期信貸虧損為基準。

當釐定金融資產的信貸風險是否自初步確認後大幅增加，並於估計預期信貸虧損時，貴集團考慮相關及毋須付出過多成本或努力即可獲得的合理及可靠資料。這包括根據貴集團的過往經驗及已知信貸評估所作定量及定性的資料分析，並涵蓋前瞻性資料。

不論上述評估的結果，於合約付款逾期超過60天時，貴集團假設金融資產的信貸風險自初步確認後已大幅增加，除非貴集團有合理有據的資料表明並非如此，則作別論。

視乎金融工具的性質，對信貸風險有否大幅增加的評估乃按單獨或集體基準進行。進行集體評估時，金融工具乃按共同的信貸風險特徵（如逾期狀況及信貸風險評級）進行分組。

當發生對金融資產估計未來現金流量有不利影響的一個或多個事件時，金融資產出現信貸減值。金融資產出現信貸減值的證據包括有關下列事件的可觀察資料：

- 發行人或借款人出現嚴重財務困難；
- 借款人之放款人因與借款人財務困難有關的經濟或合約理由而給予借款人在其他情況下放款人不予考慮的優惠；
- 借款人可能會破產或進行其他財務重組；或
- 違反合約，如拖欠或逾期事件。

此外，貴集團認為，倘對手方違反財務契諾；或內部生成或自外部來源獲得的資料顯示債務人不太可能向其債權人（包括貴集團）悉數付款（不考慮貴集團持有的任何抵押品），則發生違約事件。無論上述情形如何，貴集團認為，倘金融資產逾期超過30天，則發生違約事件，除非貴集團有合理有據的資料表明更寬鬆的違約標準更為合適，則作別論。

信貸減值金融資產的利息收入乃基於金融資產的攤銷成本（即總賬面值減虧損撥備）計算。非信貸減值金融資產的利息收入乃基於總賬面值計算。

貴集團於損益中確認所有金融工具的減值收益或虧損，並透過虧損撥備賬相應調整其賬面值。貴集團在有資料顯示對手方陷入嚴重財務困難，且無實際收回可能之時（如對手方遭清盤或已進入破產程序）撤銷金融資產。在考慮法律意見（如適當）後，已撤銷金融資產仍可根據貴集團的收回程序實施強制執行。任何收回的款項均於損益中確認。

(c) 金融負債

貴集團根據負債產生的原因分類其金融負債。按攤銷成本計量的金融負債初步按公允價值計量，扣除產生的直接應佔成本。

按攤銷成本計量的金融負債（包括貿易應付款項、應計費用及其他應付款項、借款及租賃負債）初步按公允價值計量（扣除產生的直接應佔成本），隨後使用實際利率法按攤銷成本計量。有關利息開支於損益中確認。

終止確認負債及於攤銷過程中產生的收益或虧損於損益中確認。

(d) 實際利率法

實際利率法為計算金融資產或金融負債的攤銷成本以及於往績記錄期間分配利息收入或利息開支的方法。實際利率為於金融資產或負債的預計年期或（如適當）較短期間內準確貼現估計未來現金收入或付款的利率。

(e) 權益工具

貴公司發行的權益工具按已收所得款項扣除直接發行成本列賬。

(f) 終止確認

貴集團在與金融資產有關的未來現金流量合約權利屆滿，或金融資產已轉讓且該轉讓根據香港財務報告準則第9號符合終止確認標準時，會終止確認金融資產。

金融負債在相關合約訂明的責任解除、取消或屆滿時終止確認。

倘 貴集團因重新磋商負債條款而向債權人發行本身的權益工具以償付全部或部分金融負債，所發行的權益工具即所付代價，乃初步按有關金融負債（或當中部分）清償當日的公允價值確認及計量。倘已發行權益工具的公允價值無法可靠計量，則權益工具按已清償金融負債的公允價值計量。已清償金融負債（或當中部分）的賬面值與所付代價之間的差額乃於年內損益中確認。

4.8 收益確認

客戶合約收益於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認，金額反映 貴集團預期就交換該等貨品或服務而有權收取的代價（不包括代表第三方收取的金額）。收益不包括增值稅或其他銷售稅，並扣除任何交易折扣。

貨品或服務的控制權可能於一段時間內或某一時間點轉移，取決於合約的條款及適用於合約的法律規定。倘 貴集團在履約過程中符合下列條件，貨品或服務的控制權則於一段時間內轉移：

- 提供全部利益，而客戶亦同步收到及消耗有關利益；
- 貴集團履約時創建或優化由客戶控制的資產；或
- 並無產生對 貴集團有替代用途的資產，且 貴集團可強制執行其權利以收取累計至今已完成履約部分的款項。

倘貨品或服務的控制權於一段時間內轉移，收益乃參考已圓滿完成履約責任的進度而在合約期內確認，否則收益於客戶獲得貨物或服務的控制權的時間點確認。

對於承諾貨品或服務的付款及轉移間隔期為一年或更短的合約，交易價格不會根據香港財務報告準則第15號規定的實際權宜法就重大融資部分的影響作出調整。

(i) 提供品牌服務

提供品牌服務的收益於服務期內確認。完全履行履約責任的進度乃按投入法計量。投入法按 貴集團為履行履約責任的付出或投入所佔履行有關履約責任的預期投入總額的比例確認收益。

(ii) 提供活動執行及製作服務

提供活動執行及製作服務的收益於服務期內確認。完全履行履約責任的進度乃按投入法計量。投入法根據 貴集團為履行履約責任的付出或投入相比履行有關履約責任的預期總投入而計算得出已確認收益。

(iii) 提供多媒體廣告服務

提供綜合多媒體廣告服務的收益於提供服務的履約期內以直線法確認，或於 貴集團履行與客戶的最終合同條款中的具體履約責任時確認。

(iv) 利息收入

利息收入採用實際利率法按時間比例基準確認。

合約成本

除撥充資本的存貨、廠房及設備以及無形資產成本外，倘符合下列所有準則，履行客戶合約所產生的成本資本化為資產：

- (a) 成本與實體可明確識別的合約或預期訂立的合約直接相關。
- (b) 成本令實體將用於達成（或持續達成）日後履約責任的資源得以產生或有所增加。
- (c) 預期成本可收回。

資本化合約成本按與資產相關的收益確認模式一致的系統性基準攤銷及於損益扣除。其他合約成本於產生時支銷。

合約資產及負債

合約資產指 貴集團就 貴集團已向客戶轉移的服務換取代價的權利（尚未成為無條件）。相反，應收款項指 貴集團收取代價的無條件權利，即只要時間流逝即須到期支付代價。

合約負債指 貴集團就 貴集團經已自客戶收取的代價（或到期的代價金額）而向該客戶轉移服務的責任。

4.9 租賃

貴集團作為承租人

所有租賃須於財務狀況表資本化為使用權資產及租賃負債，惟實體獲提供會計政策選擇，可選擇不將：(i)屬短期租賃的租賃及／或(ii)相關資產為低價值的租賃進行資本化。 貴集團已選擇不就於開始日期租期少於12個月的低價值資產及租賃確認使用權資產及租賃負債。與該等租賃相關的租賃付款已於租期內按直線法支銷。

使用權資產

使用權資產應按成本確認並將包括：(i)首次計量租賃負債的金額（見下文有關租賃負債入賬的會計政策）；(ii)於開始日期或之前作出的任何租賃付款減已收取的任何租賃優惠；(iii)承租人產生的任何首次直接成本；及(iv)承租人根據租賃條款及條件規定的情況下拆除及移除相關資產時將產生的估計成本，除

非該等成本乃為生產存貨而產生。貴集團採用成本模式計量使用權資產。根據成本模式，貴集團按成本減任何累計折舊及任何減值虧損計量使用權，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。

貴集團亦根據租賃協議租賃多幢物業，而貴集團行使判斷，認為乃持有作自用。因此，該等租賃協議下的物業所產生的使用權資產按折舊後成本列值。

租賃負債

租賃負債乃按租賃開始日期未支付的租賃付款的現值確認。倘租賃付款的利率可輕易釐定，則應使用租賃中隱含的利率貼現。倘無法輕易釐定該利率，則貴集團將使用其增量借款利率。

於租期內就並非於租賃開始日期支付的相關資產使用權所作付款被視為租賃付款：固定付款減任何應收租賃優惠。

於開始日期後，貴集團將以下列方式計量租賃負債：

- (i) 增加賬面值以反映租賃負債利息；
- (ii) 減少賬面值以反映已支付的租賃付款；及
- (iii) 重新計量賬面值以反映任何重新評估或租賃修訂，或反映經修訂的實質固定租賃付款。

在貴集團修訂其任何租賃期限的估計時（因其重新評估行使承租人延長或終止選擇權的可能性等原因），其調整租賃負債的賬面值以反映在經修訂期限須作出的付款，並使用經修訂貼現率貼現。租賃負債的賬面值在未來租賃付款的可變部分視乎比率或指數出現修訂時作出類似修訂，惟貼現率保持不變。於兩種情況中，均對使用權資產的賬面值作出等額調整，經修訂賬面值於餘下（經修訂）租期內攤銷。倘使用權資產賬面值調整至零，則於損益確認任何進一步扣減。

在貴集團與出租人重新磋商租賃合約條款時，如重新磋商導致一項或多項額外資產被出租，而出租金額與所獲得的額外使用權的單獨價格相當，則修訂入賬為單獨租賃，在所有其他情況下，如重新磋商增加租賃範圍（無論是延長租期，或一項或多項額外資產被出租），則租賃負債使用修訂日期適用的貼現率重新計量，而使用權資產按同樣金額作出調整。除適用於與COVID-19相關租金寬免的實際權宜方式外，倘重新磋商導致租賃範圍縮小，則租賃負債及使用權資產的賬面值均按相同比例減少，以反映租賃部分或全部終止，而任何差額均於損益確認。租賃負債其後再作進一步調整，以確保其賬面值反映重新磋商的期限內重新磋商的付款金額，經修訂的租賃付款按修訂日期適用的比率貼現，而使用權資產則按相同金額作出調整。

4.10 外幣換算

貴集團實體以彼等經營業務所在主要經濟環境貨幣（「功能貨幣」）以外的貨幣進行的交易，按交易發生時的適用匯率入賬。外幣貨幣資產及負債以報告期末的適用匯率換算。按公允價值入賬以外幣計值的非貨幣項目按釐定公允價值當日的適用匯率重新換算。按歷史成本以外幣計量的非貨幣項目不予重新換算。

因結算貨幣項目及換算貨幣項目而產生的匯兌差額於產生期間在損益中確認。

4.11 所得稅

年內所得稅包括即期稅項及遞延稅項。

即期稅項根據日常業務所產生損益，對就所得稅而言毋須課稅或不可扣稅的項目作出調整，並按報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項乃就作財務報告的資產與負債賬面值，與就稅務所用相應數值間的暫時差額確認。除不影響會計或應課稅溢利的商譽以及已確認資產及負債外，就所有應課稅暫時差額確認遞延稅項負債。遞延稅項資產於有可能動用應課稅溢利抵銷可扣減暫時差額的情況下確認。遞延稅項乃按適用於資產或負債的賬面值獲變現或結算的預期方式及於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率計量。

於附屬公司投資產生的應課稅暫時差額乃確認為遞延稅項負債，惟 貴集團可控制暫時差額的撥回及有關暫時差額可能不會於可預見將來撥回則除外。

所得稅乃於損益中確認，惟倘所得稅與其他全面收入確認的項目有關，在此情況下，稅項亦於其他全面收入確認，或倘所得稅與直接於權益確認的項目有關，在此情況下，稅項亦直接於權益確認。

4.12 僱員福利

(a) 界定供款退休計劃

根據中國政府的相關法規， 貴集團參與由地方市級政府運作的中央退休金計劃（「計劃」），據此，於中國的 貴集團須按僱員基本薪金的若干百分比向計劃作出供款，以提供退休福利的資金。地方市級政府承諾承擔 貴公司附屬公司所有現有及未來退休僱員的退休福利責任。 貴集團有關計劃的唯一責任是根據計劃持續作出所需供款。計劃的供款於產生時在損益中扣除。概無根據計劃作出撥備，已沒收的供款可用於減少未來供款。

(b) 短期僱員福利

短期僱員福利是指預計在僱員提供相關服務的年度報告期末後十二個月前將全數結算的僱員福利（離職福利除外）。短期僱員福利於僱員提供相關服務的年度確認。

4.13 其他資產減值

於各報告期末， 貴集團檢討下列資產的賬面值，以釐定是否有任何跡象顯示該等資產可能蒙受減值虧損，或先前確認的減值虧損不再存在或已減少：

- 於附屬公司的權益；
- 廠房及設備；
- 使用權資產及
- 無形資產

倘存在任何有關跡象，則估計資產的可收回金額以釐定減值虧損（如有）的程度。

計算可收回金額

資產的可收回金額乃其公允價值減出售成本與使用價值兩者之間的較高者。在評估使用價值時，會按可反映當時市場對貨幣時間值及該資產特定風險的評估的稅前貼現率，將估計未來現金流量貼現至其現值。倘資產並無產生大量獨立於其他資產所產生的現金流入，則以能夠獨立產生現金流入的最小資產組別（即現金產生單位）釐定可收回金額。

確認減值虧損

當資產的賬面值或其所屬現金產生單位超過可收回金額時，須於損益中確認減值虧損。就現金產生單位確認的減值虧損獲分配，以按比例減少現金產生單位（或單位組別）資產的賬面值，惟某資產的賬面值不會減至低於其個別公允價值減出售成本（倘可計量）或使用價值（倘可釐定）。

撥回減值虧損

倘用作釐定可收回金額的估計出現有利變動，則撥回減值虧損。所撥回的減值虧損以假設於過往年度並無確認減值虧損而應釐定的資產賬面值為限。所撥回的減值虧損於確認撥回年度計入損益。

4.14 政府補助

當 貴集團合理確定將會收到政府補助並符合相關附帶條件時，政府補助初步會在財務狀況表確認。用作補償 貴集團開支的補助於開支產生的同一期間有系統地自呈報有關開支內扣除或在損益內確認為收入。用作補償 貴集團資產成本的補助在計算資產（於可折舊資產年期內作為減少的折舊開支於損益確認）賬面值時予以扣除。無條件政府補助乃於收取時在損益中確認為其他收益。

4.15 分部報告

貴集團根據定期向執行董事報告以供彼等就 貴集團業務組成部分的資源分配作出決定及檢討該等組成部分表現的內部財務資料，識別經營分部及編製分部資料。向執行董事報告的內部財務資料的業務組成部分按 貴集團主要產品線釐定。

就評估分部表現及分配分部之間的資源而言，董事按於香港財務報告準則財務報表中計量的毛利或毛損評估分部損益。

就呈列 貴集團來自外部客戶的收益及 貴集團非流動資產的地理位置而言，業務註冊國家乃參考 貴公司大部分附屬公司經營所在的國家釐定。

4.16 撥備及或然負債

倘 貴集團因過往事件須承擔現時責任（法定或推定），且承擔該責任可能導致經濟利益流出，及責任金額能夠可靠估計，則確認撥備。倘金錢的時間價值重大，撥備會以承擔責任預期支出的現值入賬。

在未能肯定是否會導致經濟利益流出，或有關款額未能可靠估計時，除非該經濟利益流出的可能性極低，否則有關責任須披露為或然負債。可能承擔的責任（其存在與否僅藉一項或多項 貴集團無法完全控制的未來事件的發生與否方可確定）亦須披露為或然負債，除非導致經濟利益流出的可能性極低，則作別論。

4.17 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括現金結餘及短期存款及公允價值變動風險不大且自購買日期起三個月或以內到期的高流動性投資，而該等現金及現金等價物被 貴集團用於管理其短期承擔。就現金流量表而言，須按要求償還且組成 貴集團現金管理必不可少一部分的銀行透支則計入現金及現金等價物。

4.18 借款

借款初步按公允價值減應佔交易成本確認。初步確認後，計息借款按攤銷成本入賬，初步確認金額與贖回價值的任何差額（連同任何應付利息及費用）會在借款期間內以實際利率法於損益內確認。

4.19 關聯方

就財務資料而言，倘適用下列任何情況，該名人士被視為與 貴集團有關連：

- (a) 倘適用下列任何情況，則該名人士或該名人士的近親家屬成員被視為與 貴集團有關連：
 - (i) 對 貴集團有控制權或共同控制權；
 - (ii) 對 貴集團有重大影響力；或
 - (iii) 為 貴集團或 貴公司母公司主要管理人員。
- (b) 倘適用下列任何情況，則該實體被視為與 貴集團有關連：
 - (i) 該實體及 貴集團為屬同一集團的成員公司（即各母公司、附屬公司及同系附屬公司互相關連）。
 - (ii) 一個實體為另一實體的聯營公司或合營企業（或為某一集團成員公司的聯營公司或合營企業，而該另一實體為成員公司）。
 - (iii) 兩個實體均為同一第三方的合營企業。
 - (iv) 一個實體為第三方實體的合營企業而另一實體為該第三方實體的聯營公司。
 - (v) 該實體為就 貴集團或與 貴集團有關連實體的僱員福利而設的離職後福利計劃。
 - (vi) 該實體受(a)所識別的人士控制或共同控制。
 - (vii) 於(a)(i)所識別的人士對該實體有重大影響力，或為該實體（或該實體母公司）的主要管理人員。
 - (viii) 該實體或其所屬集團任何成員公司向 貴集團或 貴公司母公司提供主要管理人員服務。

某一人士的近親家屬成員指預期可影響該人士與實體進行的交易或於有關交易中受該人士影響的有關家屬成員，包括：

- (i) 該名人士的子女及配偶或家庭伴侶；
- (ii) 該名人士的配偶或家庭伴侶的子女；及
- (iii) 該名人士或該名人士的配偶或家庭伴侶的受供養人。

5. 關鍵會計估計及判斷

應用 貴集團會計政策時，董事須就無法輕易透過其他來源獲得的資產及負債的賬面值作出判斷、估計及假設。估計及相關假設乃根據過往經驗及其他視為相關的因素作出。實際情況可能有別於該等估計。

估計及相關假設會按持續基準審閱。倘會計估計的修訂僅會對修訂估計的期間產生影響，則有關修訂會於該期間確認，而倘修訂影響當前及未來期間，則會於修訂及未來期間確認。我們估計不確定性的主要來源如下：

(i) 廠房及設備以及無形資產的可使用年期

貴集團釐定其廠房及設備以及無形資產的估計可使用年期及相關折舊開支。此項估計乃根據類似性質及功能的廠房及設備以及無形資產的實際可使用年期的過往經驗而作出。倘可使用年期少於以往估計的可使用年期，則管理層將增加折舊開支。其將撇銷或撇減已報廢或出售的技術過時或非策略性資產。實際經濟年期可能有別於估計可使用年期。定期審閱可能導致估計可使用年期的變動，因而影響日後期間的折舊開支。

(ii) 金融及合約資產減值

金融及合約資產的減值乃基於對違約風險及預期信貸虧損率的假設。貴集團作出該等假設時會作出判斷，並大致根據報告期末可得的客戶歷史數據、現行市況（包括前瞻性估計）選擇計算有關減值虧損的輸入數據。

倘預期有別於原始估計，則有關差額將影響有關估計變動期間的金融及合約資產以及減值損虧損的賬面值。

(iii) 所得稅及遞延稅項

於估計所得稅撥備金額時，須就稅項法律及法規的詮釋作出重大判斷。於日常業務過程中，許多交易及計算的最終稅項均未能清楚釐定。貴集團基於對到期稅項負債評估的估計確認稅項負債。倘最終稅項結果與初步記錄的數額不同，該等差額將對有關釐定期間的所得稅及遞延所得稅撥備（如適用）造成影響。

倘有可能出現用作抵銷虧損及其他可扣減暫時差額的未來應課稅溢利，則會就所有未動用稅項虧損及未吸納折舊撥備確認遞延稅項資產。管理層於釐定可確認的遞延稅項資產金額時需作出重大判斷，有關判斷乃根據未來應課稅溢利的可能時間及水平連同未來稅務規劃策略作出。

(iv) 非金融資產減值

貴集團於各報告期末評估是否有跡象顯示所有非金融資產出現減值。非金融資產於有跡象顯示賬面值可能無法收回時進行減值測試。當資產或現金產生單位的賬面值超過其可收回金額（即公允價值減出售成本與其使用價值的較高者）時，存在減值。公允價值減出售成本的計算基於可得的類似資產公平交易中具約束力的銷售交易的數據或可觀察市場價格減去出售該資產的增量成本作出。當計算使用價值時，管理層必須估計現金產生單位資產的預期未來現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

6. 收益

管理層已根據行政總裁審閱的報告確定經營分部。負責分配資源及評估經營分部表現的行政總裁已被確定為 貴公司的執行董事。

於往績記錄期間， 貴集團主要在中國從事提供品牌、廣告及營銷方案服務。管理層將業務的經營業績作為一個經營分部進行審核，以決定將予分配的資源。因此， 貴公司行政總裁認為僅有一個分部用於制定戰略決策。

貴集團的主要經營實體位於中國。因此， 貴集團於往績記錄期間的所有收益均產生自中國。

於2019年及2020年12月31日，所有非流動資產均位於中國。

有關主要客戶的資料

截至2019年及2020年12月31日止年度，來自提供品牌、廣告及營銷方案服務對 貴集團總收益貢獻超過10%的外部客戶收益如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
客戶A	16,255	不適用*
客戶B	10,005	不適用*
客戶F	不適用*	17,885
	<u>77,522</u>	<u>103,444</u>

來自該等客戶的收益包括來自客戶及其附屬公司的收益。

* 於各年度佔 貴集團總收益的比例小於10%

收益主要包括來自提供品牌、廣告及營銷方案服務的收益。截至2019年及2020年12月31日止年度， 貴集團按類別劃分的收益分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
來自客戶合約的收益		
品牌服務	54,072	61,255
活動執行及製作服務	2,808	15,258
線上媒體廣告服務	4,677	18,465
傳統線下媒體廣告服務	15,965	8,466
	<u>77,522</u>	<u>103,444</u>

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益確認的時間		
隨時間轉移的服務	<u>77,522</u>	<u>103,444</u>
	<u>77,522</u>	<u>103,444</u>

附錄一

會計師報告

(a) 為獲取合約而從增量成本中確認的資產

於往績記錄期間，獲取合約並無產生重大增量成本。

(b) 合約負債詳情

貴集團已確認以下與收益相關的合約負債：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
合約負債	4,393	56

(i) 合約負債重大變動

貴集團的合約負債主要來自客戶於相關服務尚未獲提供的情況下所預付的款項。有關負債因貴集團的業務增長而增加。

(ii) 就合約負債確認的收入

下表列示當前報告期內就合約負債所確認的收益金額。

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
計入年初合約負債結餘的已確認收益		
— 品牌服務	1,318	2,663
— 活動執行及製作服務	59	1,674
	<u>1,377</u>	<u>4,337</u>

7. 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
其他收入：		
銀行利息收入	140	11
政府補助(附註)	201	154
出租人所提供與COVID-19相關的租金優惠	—	821
其他	141	286
	<u>482</u>	<u>1,272</u>

附註：

政府補助是指從地方政府獲得、作為對業務發展激勵的財政支持，且政府補助未有附帶任何未滿足的條件。

附錄一

會計師報告

8. 財務成本

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
借款利息	14	110
租賃負債利息	357	352
	<u>371</u>	<u>462</u>

9. 除所得稅開支前溢利

計算除所得稅開支前溢利時已扣除／(計入)以下項目：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
供應商所提供服務的成本	41,143	56,761
廠房及設備折舊	1,031	1,458
使用權資產折舊－租賃物業	1,196	1,200
出售廠房及設備的虧損	—	7
金融及合約資產預期信貸虧損(撥回)／撥備淨額	(853)	1,031
[編纂]	[編纂]	[編纂]
短期租賃開支	266	831
	<u>7,426</u>	<u>8,099</u>
員工成本(包括董事酬金)：		
薪金及花紅	6,027	7,320
退休金成本、住房公積金、 醫療保險及其他社會保險	1,399	779
	<u>7,426</u>	<u>8,099</u>

10. 所得稅開支

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
本年度即期稅項	3,161	4,382
遞延稅項		
扣除自年內損益	757	976
	<u>3,918</u>	<u>5,358</u>

附錄一

會計師報告

根據《中國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，貴公司中國附屬公司的稅率為25%。

截至該日止年度的企業所得稅撥備乃根據適用於在中國營運的附屬公司的有關所得稅法及法規計算的估計應課稅溢利而得出。

華視傳媒(貴公司附屬公司之一)因其獲稅務機關認定為高新技術企業，而有權於截至2019年及2020年12月31日止年度享有15%的優惠所得稅率。

根據英屬處女群島(「英屬處女群島」)的規則及規例，貴公司毋須於英屬處女群島繳納任何所得稅。

由於貴集團於有關期間並無於香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備。

年內所得稅開支與合併損益及其他全面收益表內的除所得稅開支前溢利的對賬如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
除所得稅開支前溢利	<u>22,378</u>	<u>29,679</u>
按有關稅務司法權區的溢利適用稅率計算的稅款	5,490	7,912
貴集團不同附屬公司適用不同稅率的稅務影響	(2,107)	(2,837)
不可扣稅開支的稅務影響	148	55
毋須課稅收入的稅務影響	—	(317)
與研發成本有關的額外合資格稅收減免的影響	(577)	(636)
未確認稅項虧損的稅務影響	207	205
已確認其他暫時差額的稅務影響	<u>757</u>	<u>976</u>
所得稅開支	<u>3,918</u>	<u>5,358</u>

11. 股息

於2020年8月18日，華視傳媒向其當時股東宣派及支付股息合共人民幣17,400,000元。

除以上所述者外，貴公司於往績記錄期間並未支付或宣派任何其他股息。

12. 每股盈利

由於納入每股盈利資料對本報告而言並無意義，故並無呈列有關資料。

13. 董事酬金及五名最高薪酬人士

(a) 董事酬金

往績記錄期間董事酬金的詳情如下：

	袍金 人民幣千元	薪金 人民幣千元	酌情花紅 人民幣千元	退休金成本、 住房公積金、 醫療保險及 其他社會保險 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2019年12月31日止年度					
<i>執行董事</i>					
陳繼承先生	–	156	13	13	182
王書錦女士	–	144	12	13	169
張備先生	–	109	10	13	132
薛玉春女士	–	100	10	13	123
	–	509	45	52	606

	袍金 人民幣千元	薪金 人民幣千元	酌情花紅 人民幣千元	退休金成本、 住房公積金、 醫療保險及 其他社會保險 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2020年12月31日止年度					
<i>執行董事</i>					
陳繼承先生	–	165	30	5	200
王書錦女士	–	143	26	5	174
張備先生	–	130	24	5	159
薛玉春女士	–	109	24	5	138
	–	547	104	20	671

附註：

- (i) 酌情花紅乃經參考 貴公司經營業績、個人表現及可資比較市場統計數據後酌情釐定。
- (ii) 於往績記錄期間，概無董事自 貴集團收取任何酬金，作為加入 貴集團或加入 貴集團後的獎勵，或作為離任補償。概無董事於往績記錄期間放棄或同意放棄任何酬金。

(b) 五名最高薪酬人士

於往績記錄期間，對 貴集團五名最高薪酬人士的分析如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人數	2020年 人數
董事	3	4
非董事最高薪酬人士	<u>2</u>	<u>1</u>
	<u><u>5</u></u>	<u><u>5</u></u>

於往績記錄期間，上述非董事最高薪酬人士的薪酬詳情如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
薪金及花紅	260	111
退休金成本、住房公積金、醫療保險及其他社會保險	<u>23</u>	<u>5</u>
	<u><u>283</u></u>	<u><u>116</u></u>

薪酬介乎以下區間的最高薪酬非董事人數如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人數	2020年 人數
零至1,000,000港元	<u>2</u>	<u>1</u>
	<u><u>2</u></u>	<u><u>1</u></u>

附錄一

會計師報告

14. 廠房及設備

	租賃裝修 人民幣千元	汽車 人民幣千元	辦公設備 人民幣千元	總計 人民幣千元
成本				
於2019年1月1日	952	3,547	1,750	6,249
添置	147	–	141	288
出售	–	–	–	–
於2019年12月31日及2020年1月1日	1,099	3,547	1,891	6,537
添置	5,600	–	115	5,715
出售	–	–	(13)	(13)
於2020年12月31日	<u>6,699</u>	<u>3,547</u>	<u>1,993</u>	<u>12,239</u>
累計折舊				
於2019年1月1日	194	1,129	475	1,798
折舊	334	337	360	1,031
出售	–	–	–	–
於2019年12月31日及2020年1月1日	528	1,466	835	2,829
折舊	779	337	342	1,458
出售	–	–	(6)	(6)
於2020年12月31日	<u>1,307</u>	<u>1,803</u>	<u>1,171</u>	<u>4,281</u>
賬面淨值				
於2019年12月31日	<u>571</u>	<u>2,081</u>	<u>1,056</u>	<u>3,708</u>
於2020年12月31日	<u>5,392</u>	<u>1,744</u>	<u>822</u>	<u>7,958</u>

上述廠房及設備項目於計及其估計剩餘價值後按直線法於估計使用年期折舊。

於2019年及2020年12月31日，概無質押任何廠房及設備。

附錄一

會計師報告

15. 使用權資產

	租賃物業 人民幣千元
於2019年1月1日	6,583
折舊	(1,196)
於2019年12月31日及2020年1月1日	5,387
折舊	(1,200)
於2020年12月31日	<u>4,187</u>

16. 無形資產

	移動應用程序 人民幣千元
成本	
於2019年1月1日、2019年12月31日及2020年1月1日	—
添置 — 外部收購	5,824
出售	—
於2020年12月31日	<u>5,824</u>
攤銷	
於2019年1月1日、2019年12月31日及2020年1月1日	—
攤銷	—
於2020年12月31日	<u>—</u>
賬面淨值	
於2019年12月31日	<u>—</u>
於2020年12月31日	<u>5,824</u>

17. 租賃負債

	租賃物業 人民幣千元
於2019年1月1日	7,757
利息開支	357
付款	(811)
於2019年12月31日及2020年1月1日	7,303
利息開支	352
出租人所提供與COVID-19相關的租金優惠	(821)
付款	(856)
於2020年12月31日	<u>5,978</u>

附錄一

會計師報告

未來租賃付款的到期情況如下：

	於2019年12月31日		
	最低租賃付款 人民幣千元	利息 人民幣千元	現值 人民幣千元
一年內	1,663	323	1,340
一年後但不超過兩年	1,746	253	1,493
兩年後但不超過五年	4,745	275	4,470
	<u>8,154</u>	<u>851</u>	<u>7,303</u>
	<u><u>8,154</u></u>	<u><u>851</u></u>	<u><u>7,303</u></u>

	於2020年12月31日		
	最低租賃付款 人民幣千元	利息 人民幣千元	現值 人民幣千元
一年內	1,746	253	1,493
一年後但不超過兩年	1,833	176	1,657
兩年後但不超過五年	2,929	101	2,828
	<u>6,508</u>	<u>530</u>	<u>5,978</u>
	<u><u>6,508</u></u>	<u><u>530</u></u>	<u><u>5,978</u></u>

未來租賃付款的現值分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
流動負債	1,340	1,493
非流動負債	<u>5,963</u>	<u>4,485</u>
	<u>7,303</u>	<u>5,978</u>
	<u><u>7,303</u></u>	<u><u>5,978</u></u>

18. 合約資產

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
自以下方式產生的合約資產：		
— 提供服務	294	328
減：合約資產減值虧損撥備	<u>(36)</u>	<u>(40)</u>
	<u>258</u>	<u>288</u>
	<u><u>258</u></u>	<u><u>288</u></u>

附錄一

會計師報告

影響已確認合約資產金額的典型付款條款如下：

自服務賺取的收益中初始確認為收款代價的合約資產是有條件的。一旦服務完成及獲客戶接受，則該等金額成為無條件並重新分類至貿易應收款項。所有合約資產預期於一年內收回。

有關 貴集團信貸政策及合約資產所引致信貸風險分析的進一步詳情載於附註33(b)。

19. 貿易應收款項

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
貿易應收款項	17,539	26,171
減：貿易應收款項減值虧損準備	(3,191)	(3,199)
	<u>14,348</u>	<u>22,972</u>

於2019年及2020年12月31日，貿易應收款項以人民幣計值，且貿易應收款項的公平值與其賬面值相若。

於2019年及2020年12月31日，貿易應收款項基於到期日的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
未到期	12,741	22,970
90天內	48	—
91至180天	—	2
181至365天	—	—
超過一年	1,559	—
	<u>14,348</u>	<u>22,972</u>

於2019年及2020年12月31日，貿易應收款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
90天內	12,741	22,970
91至180天	48	—
181至365天	—	2
超過一年	1,559	—
	<u>14,348</u>	<u>22,972</u>

有關 貴集團信貸政策及貿易應收款項所引致信貸風險分析的進一步詳情載於附註33(b)。

附錄一

會計師報告

20. 按金、預付款項及其他應收款項

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
流動資產		
按金及其他應收款項 (附註)	1,473	20,630
減：按金及其他應收款項減值虧損撥備	(72)	(1,278)
	<u>1,401</u>	<u>19,352</u>
應收增值稅	30	2
預付款項	<u>5,614</u>	<u>2,939</u>
	<u><u>7,045</u></u>	<u><u>22,293</u></u>

附註：於2020年12月31日，貴集團按金及其他應收款項包括可於一年內收回的應收第三方貸款（無抵押固定利率為4.35%）人民幣20,000,000元。應收貸款已於2021年4月1日悉數結清。

有關貴集團信貸政策及按金及其他應收款項所引致信貸風險分析的進一步詳情載於附註33(b)。

21. 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括手頭現金及銀行結餘。人民幣不能自由兌換為其他貨幣，乃由於相關款項由位於中國的附屬公司持有。根據中國外匯管理條例及結匯、售匯及付匯管理規定，貴集團僅可透過授權進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為外幣。

22. 應收一名股東／一名非控股股東款項

貴集團

應收一名股東／一名非控股股東款項詳情：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
應收一名股東款項：		
陳繼承	29,170	—
應收一名非控股股東款項：		
趙宇路	2,000	2,000
減：應收一名非控股權益股東款項的減值虧損撥備	(339)	(152)
	<u>1,661</u>	<u>1,848</u>
最大未清償結餘：		
— 截至12月31日止年度		
陳繼承	29,170	41,780
趙宇路	<u>2,000</u>	<u>2,000</u>

附錄一

會計師報告

應收一名股東款項為無抵押、免息及按要求償還。

應收一名非控股股東款項為無抵押、免息且已於[編纂]前悉數結清。

有關 貴集團信貸政策及應收一名股東／一名非控股權益股東款項所引致信貸風險分析的進一步詳情載於附註33(b)。

23. 貿易應付款項

於2019年及2020年12月31日，基於已獲得服務的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
30天內	1,455	53
31至60天	465	1,889
61至90天	184	2,162
超過90天	55	4,409
	<u>2,159</u>	<u>8,513</u>

24. 應計費用及其他應付款項

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
應計費用及其他應付款項	275	710
其他應付稅項	8	245
應付薪金	987	1,791
	<u>1,270</u>	<u>2,746</u>

25. 借款

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
銀行貸款－有抵押及有擔保(附註i)	–	4,200
銀行貸款－無抵押及無擔保(附註ii)	1,078	1,000
	<u>1,078</u>	<u>5,200</u>

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
應予償還款項賬面值(根據貸款協議所載約定還款日期)：		
－一年內	<u>1,078</u>	<u>5,200</u>
	<u>1,078</u>	<u>5,200</u>
減：於流動負債項下按要求或一年內到期之部分	<u>(1,078)</u>	<u>(5,200)</u>
於非流動負債項下一年以上時間到期之部分	<u>–</u>	<u>–</u>

附錄一

會計師報告

附註：

- (i) 於2020年8月24日，向湖北銀行股份有限公司貸款人民幣4,400,000元，按年利率4.35%計息，其中人民幣200,000元已於2020年11月20日償還。該筆貸款以關連人士擁有的個人財產為抵押，並由關連人士提供擔保。
- (ii) 於2019年7月8日，向中國建設銀行股份有限公司貸款人民幣1,078,000元，按年利率5.0%計息。於2020年7月8日，向中國建設銀行股份有限公司貸款人民幣1,000,000元，按年利率4.16%計息。
- (iii) 於2019年及2020年12月31日，借款的實際利率分別為4.55%及4.32%。

於2021年5月27日，向湖北農村商業銀行貸款人民幣5,000,000元，按年利率5.7%計息。該筆貸款為無抵押並由擔保公司（一名獨立第三方）擔保，擔保公司按相應貸款本金的1.0%收取年度擔保費。同時，擔保公司提供的擔保為控股股東及華視傳媒的個人擔保。

26. 遞延稅項

於往績記錄期間確認的遞延稅項資產及負債以及變動詳情如下：

遞延稅項資產

	租賃產生的 暫時性差額 人民幣千元	金融資產 減值虧損 人民幣千元	其他暫時性 差額 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	176	945	57	1,178
計入／(扣除自)年內損益	111	(224)	43	(70)
於2019年12月31日 及2020年1月1日	287	721	100	1,108
(扣除自)／計入年內損益	(19)	1	(97)	(115)
於2020年12月31日	268	722	3	993

遞延稅項負債

	未分配利潤的 預扣稅 人民幣千元
於2019年1月1日	513
扣除自年內損益	687
於2019年12月31日及2020年1月1日	1,200
扣除自年內損益	861
於2020年12月31日	2,061

於2019年及2020年12月31日，貴集團分別有約人民幣1,667,000元及人民幣1,693,000元的未動用稅項虧損可抵銷未來溢利。由於未來溢利流的不可預測性，並無就該等稅項虧損確認遞延稅項資產。

附錄一

會計師報告

根據《中華人民共和國企業所得稅法》，於中國內地成立的外商投資企業向外國投資者宣派的股息須按10%稅率繳納預扣稅。該規定自2008年1月1日起生效，並適用於2007年12月31日之後的盈利。倘中國內地與外國投資者所在司法權區訂有稅收協定，可採用較低的預扣稅稅率。就 貴集團而言，適用稅率為10%。 貴集團須就該等於中國內地成立的附屬公司自2008年1月1日起所產生盈利分派的股息繳納預扣稅。

27. 支持合併現金流量表的附註

(a) 非現金交易

無遠弗屆於2018年2月5日在中國成立，初始註冊資本為人民幣10,000,000元。自其成立之日起，無遠弗屆由華視傳媒及趙宇路（一名獨立第三方）分別擁有約80%及20%。應付一名非控股權益股東款項指未繳股本人民幣2,000,000元。

(b) 融資活動產生的負債對賬

	借款 人民幣千元	租賃負債 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	–	7,757	7,757
融資現金流量變動：			
借款所得款項	1,078	–	1,078
支付貸款利息	(14)	–	(14)
本金部分租賃付款	–	(811)	(811)
	<u>1,064</u>	<u>(811)</u>	<u>253</u>
其他變動：			
利息開支	<u>14</u>	<u>357</u>	<u>371</u>
於2019年12月31日及2020年1月1日	1,078	7,303	8,381
融資現金流量變動：			
借款所得款項	5,400	–	5,400
償還借款	(1,278)	–	(1,278)
支付貸款利息	(110)	–	(110)
本金部分租賃付款	–	(856)	(856)
	<u>4,012</u>	<u>(856)</u>	<u>3,156</u>
其他變動：			
利息開支	<u>110</u>	<u>352</u>	<u>462</u>
出租人所提供與COVID-19相關的租金優惠	<u>–</u>	<u>(821)</u>	<u>(821)</u>
於2020年12月31日	<u><u>5,200</u></u>	<u><u>5,978</u></u>	<u><u>11,178</u></u>

28. 股本

由於 貴公司於2019年1月1日、2019年12月31日、2020年1月1日及2020年12月31日尚未註冊成立，故該等日期並無法定及已發行股本。

29. 非控股權益

貴公司擁有80%權益的附屬公司「無遠弗屆」擁有非控股權益（「非控股權益」）。

「無遠弗屆」有關非控股權益的概述財務資料呈列如下：

	截至12月31日止年度	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
收益	10,501	709
年內(虧損)/溢利	(684)	465
分配予非控股權益的(虧損)/溢利	(137)	93
支付予非控股權益的股息	—	—
經營活動(所用)/所得現金流量	(152)	5
現金(流出)/流入淨額	(152)	5
	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
流動資產	6,786	8,849
非流動資產	1,869	44
流動負債	(227)	—
非流動負債	—	—
資產淨值	8,428	8,893
累計非控股權益	1,685	1,778

30. 關聯方交易

主要管理人員為董事及 貴公司五名最高薪酬人士。支付予彼等的薪酬詳情分別載於附註13。

除上文所披露者外，概無任何 貴公司就 貴集團業務而訂立且 貴公司董事或任何董事的關連實體於當中直接或間接擁有重大權益的重大交易、安排或合約，於財政年度內或財政年度末存續。

31. 資本管理政策及程序

貴集團管理資本以確保旗下各實體能夠持續經營，並通過優化債務及股權餘額而實現股東回報最大化。

貴集團的資本架構包括債務淨額、現金及現金等價物淨額以及 貴公司擁有人應佔權益，分別由已發行股本、儲備及保留盈利組成。

貴公司董事在計及資本成本及資本相關風險的情況下，持續檢討資本架構。 貴集團將通過派付股息、發行新股及購回股份，以及在必要時發行新債或贖回現有債務以平衡整體資本架構。

管理層將權益總額視作資本。於2019年及2020年12月31日，資本額分別約為人民幣45,537,000元及人民幣52,458,000元，此乃管理層經考慮預計資本開支及預計戰略投資機會後認為的最佳水平。

附錄一

會計師報告

貴集團使用債務／資產比率（即總負債除以總資產）監控資本。於各有關期間末的債務對資產比率如下：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
總資產	63,007	78,434
總負債	17,470	25,976
債務／資產比率	27.7%	33.1%

32. 按類別劃分的金融資產及金融負債概要

下表列示金融資產及負債的賬面值：

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
金融資產		
按攤銷成本列賬的金融資產		
貿易及其他應收款項	15,749	42,324
現金及現金等價物	322	12,071
應收一名股東款項	29,170	—
應收一名非控股股東款項	1,661	1,848
金融負債		
按攤銷成本列賬的金融負債		
貿易應付款項	2,159	8,513
應計費用及其他應付款項	1,262	2,501
借款	1,078	5,200

33. 財務風險管理

貴集團的活動使其在日常經營過程中由於使用金融工具而承受各種財務風險。財務風險包括利率風險、信貸風險及流動資金風險。

該等金融工具的詳情於以下附註披露。貴集團的整體風險管理集中於金融市場的不可預見性，並尋求盡量減低對貴集團財務表現的潛在不利影響。董事定期會面，以識別及評估風險，並及時制定有效管理財務風險的策略。與該等金融工具有關的風險以及貴集團為減輕該等風險而應用的政策載列如下。

(a) 利率風險

貴集團的公允價值利率風險主要來自其他應收款項及借款（見歷史財務資料附註20及25）。貴集團因按固定利率發放其他應收款項及借款而承受公允價值利率風險。由於沒有借款按浮動利率計息，貴集團並無現金流量利率風險。貴集團並無採用任何金融工具對沖利率潛在波動。

貴集團其他應收款項及借款的利率及還款條款於歷史財務資料附註20及25披露。

(b) 信貸風險

貴集團面臨有關其合約資產、貿易應收款項、其他應收款項及銀行現金存款的信貸風險。合約資產、貿易應收款項、其他應收款項、現金及現金等價物以及已抵押存款的賬面值代表貴集團就金融資產承受的最高信貸風險。

附錄一

會計師報告

現金及現金等價物及銀行存款一般存放於信貸評級良好的金融機構，貴集團認為信貸風險不重大。管理層預計不會因該等對手方不履約而產生任何重大虧損。

於2019年及2020年12月31日，貴集團存在若干信貸集中風險，因為貴集團分別37.0%及17.6%的貿易應收款項為應收貴集團最大客戶款項。於2019年及2020年12月31日，貴集團存在若干信貸集中風險，因為貴集團分別61.9%及49.3%的貿易應收款項為應收貴集團五大客戶款項。

於2019年及2020年12月31日，貴集團運用香港財務報告準則第9號所規定的一般方法就預期信貸虧損作出撥備，視乎自初始確認以來信貸風險有否顯著增加，按12個月預期信貸虧損或全期預期信貸虧損計量。合約資產及貿易應收款項按香港財務報告準則第9號所規定的簡化法就預期虧損作出撥備，允許使用全期預期虧損撥備。

(i) 合約資產

於2019年及2020年12月31日，合約資產的虧損撥備釐定如下。以下預期信貸虧損亦納入前瞻性資料。

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
預期虧損率	12.3%	12.2%
賬面總值		
— 未逾期	294	328
虧損撥備	<u>36</u>	<u>40</u>

(ii) 貿易應收款項

於2019年及2020年12月31日，貿易應收款項的虧損撥備釐定如下。以下預期信貸虧損亦納入前瞻性資料。

貿易應收款項

	未逾期 人民幣千元	90天內 人民幣千元	91至180天 人民幣千元	181至365天 人民幣千元	1年以上 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年12月31日						
預期虧損率	12.3%	12.3%	—	—	47.2%	
賬面總值	14,529	55	—	—	2,955	17,539
虧損撥備	<u>1,788</u>	<u>7</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1,396</u>	<u>3,191</u>
於2020年12月31日						
預期虧損率	12.2%	—	86.8%	—	—	
賬面總值	26,153	—	18	—	—	26,171
虧損撥備	<u>3,183</u>	<u>—</u>	<u>16</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>3,199</u>

預期虧損率基於過往三年的實際虧損經驗。該等虧損率已予調整以反映歷史數據收集期間的經濟狀況、當前狀況以及集團對應收款項預計年期內經濟狀況的看法之間的差異。

附錄一

會計師報告

(iii) 按金及其他應收款項

於2019年及2020年12月31日，按金及其他應收款項的虧損撥備釐定如下。以下預期信貸虧損亦納入前瞻性資料。

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
預期虧損率	4.9%	6.2%
賬面總值	1,473	20,630
虧損撥備	<u>72</u>	<u>1,278</u>

(iv) 應收一名非控股股東款項

於2019年及2020年12月31日，應收一名非控股股東款項的虧損撥備釐定如下。以下預期信貸虧損亦納入前瞻性資料。

	於12月31日	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
預期虧損率	16.9%	7.6%
賬面總值	2,000	2,000
虧損撥備	<u>339</u>	<u>152</u>

(v) 按攤銷成本計量的其他金融資產

現金及現金等價物須遵守香港財務報告準則第9號的減值規定。已識別減值虧損並不重大，因為其存放於信用評級良好的金融機構。

應收一名股東款項的信貸風險被認為較低，因此虧損撥備基於12個月預期信貸虧損計量。由於該款項的違約風險為低，故管理層認為信貸風險為低。於有關期間並無確認減值虧損。

下表列示採用簡化法確認的合約資產虧損撥備的對賬。

	全期預期信貸虧損 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	87	87
年內撥備撥回	<u>(51)</u>	<u>(51)</u>
於2019年12月31日及2020年1月1日	36	36
已確認減值虧損淨額	<u>4</u>	<u>4</u>
於2020年12月31日	<u><u>40</u></u>	<u><u>40</u></u>

附錄一

會計師報告

下表列示採用簡化法確認的貿易應收款項的全期預期信貸虧損變動。

	全期預期信貸虧損 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	3,871	3,871
年內撥備撥回	(680)	(680)
於2019年12月31日及2020年1月1日	3,191	3,191
已確認減值虧損淨額	8	8
於2020年12月31日	<u>3,199</u>	<u>3,199</u>

下表列示存款及其他應收款項已確認虧損撥備的對賬。

	第1階段 十二個月 預期信貸虧損 人民幣千元	第2階段 全期預期 信貸虧損 人民幣千元	第3階段 信貸減值 金融資產 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	193	—	—	193
— 年內撥備撥回	(121)	—	—	(121)
於2019年12月31日 及2020年1月1日	72	—	—	72
— 已確認減值虧損淨額	<u>1,206</u>	—	—	<u>1,206</u>
於2020年12月31日	<u>1,278</u>	—	—	<u>1,278</u>

下表列示應收一名非控股股東款項的已確認虧損撥備的對賬。

	第1階段 十二個月 預期信貸虧損 人民幣千元	第2階段 全期預期 信貸虧損 人民幣千元	第3階段 信貸減值 金融資產 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2019年1月1日	340	—	—	340
— 年內撥備撥回	(1)	—	—	(1)
於2019年12月31日 及2020年1月1日	339	—	—	339
— 年內撥備撥回	(187)	—	—	(187)
於2020年12月31日	<u>152</u>	—	—	<u>152</u>

附錄一

會計師報告

於2019年及2020年12月31日，合約資產、貿易應收款項、其他應收款項以及應收一名非控股權益股東款項的賬面總額分別為人民幣21,306,000元及人民幣49,129,000元，因此最大虧損風險敞口為人民幣3,638,000元及人民幣4,669,000元。

流動資金風險管理的最終責任由貴公司董事承擔，其已就貴集團的短期、中期及長期資金管理以及流動資金管理要求建立適當的流動資金風險管理框架。貴集團通過維持充足的儲備及銀行融資以管理流動資金風險。

(c) 流動資金風險

下表詳細列示貴集團非衍生金融負債的剩餘合約期限。此表基於貴集團可被要求作出付款的最早日期按金融負債的未貼現現金流量編製。表中包含利息及本金現金流。就採用浮動利率的利息流而言，未貼現金額乃根據各報告期末的現行利率計算。

	未貼現合約		於一年內	1年以上	2年以上	
	賬面值	現金流量總額	或按要求	2年以內	5年以內	五年以上
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2019年12月31日						
貿易應付款項	2,159	2,159	2,151	8	-	-
應計費用及其他應付款項	1,262	1,262	1,262	-	-	-
借貸	1,078	1,106	1,106	-	-	-
	<u>4,499</u>	<u>4,527</u>	<u>4,519</u>	<u>8</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
於2020年12月31日						
貿易應付款項	8,513	8,513	8,505	8	-	-
應計費用及其他應付款項	2,501	2,501	2,501	-	-	-
借貸	5,200	5,340	5,340	-	-	-
	<u>16,214</u>	<u>16,354</u>	<u>16,346</u>	<u>8</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

(d) 貨幣風險

貴集團主要在中國開展業務，大部分交易以人民幣結算，不存在因匯率變動而導致的重大風險敞口。

34. 公允價值計量

(a) 並非按公允價值計量的金融工具

並非按公允價值計量的金融工具包括存款及銀行結餘、貿易應收款項，按金及其他應收款項、貿易應付款項以及應計費用及其他應付款項。

由於該等金融工具屬短期性質，故其賬面值與公允價值相若。

於2019年及2020年12月31日，貴集團以成本或攤銷成本列賬的金融工具的賬面值與其公允價值並無重大差異。

35. 往績記錄期後事件

除歷史財務資料所披露者外，於往績記錄期末 貴集團並無發生其他需披露的重大事件。

36. 期後財務資料

貴公司或 貴集團旗下任何一家公司均無編製2020年12月31日之後任何期間的任何經審核財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

下文載列本公司組織章程大綱及細則若干條文及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2021年2月18日根據公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括其經修訂及重列的組織章程大綱(大綱)及其經修訂及重列的組織章程細則(細則)。

1. 組織章程大綱

- (a) 大綱規定(其中包括)本公司股東承擔的責任屬有限，而本公司的成立宗旨並無限制(因此包括作為一間投資公司)，且本公司擁有並能夠隨時或不時以作為主事人、代理、訂約人或其他身份，行使可由一個自然人或法人團體行使的任何及全部權力，而因本公司為獲豁免公司，故本公司將不會在開曼群島與任何人士、商號或公司進行交易，惟為促進本公司在開曼群島以外地區進行的業務者則除外。
- (b) 本公司可藉特別決議案修改大綱所載的有關任何宗旨、權力或其他事宜的內容。

2. 組織章程細則

細則於[●]年[●]月[●]日獲採納。細則若干條文的概要載列如下。

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司股本包括普通股。

(ii) 更改現有股份或股份類別的權利

在公司法規限下，倘於任何時候本公司之股本被分為不同類別之股份，任何類別股份附帶之全部或任何特別權利，可經由不少於該類別已發行股份面值四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人在另行召開之股東大會上通過特別決議案批准，予以更改、修訂或廢除，除非該類別股份之發行條款另有規定則作別論。細則中關於股東大會的條文作出必要修訂後，適用於各另行召開的

股東大會，惟所需的法定人數（續會除外）不得少於兩名（或若股東為公司，則其正式授權代表）合共持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士或其受委代表。該類別股份的每名持有人均應有權於投票表決時就其所持每股股份投一票，而任何親身或由受委代表出席大會的該類別股份的持有人均可要求以投票方式表決。

除非有關股份的發行條款所附帶的權利另行明文規定，否則賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利不得因增設或發行與該等股份享有同等權益的額外股份而被視為已予更改。

(iii) 股本變更

本公司可藉股東通過普通決議案以：(a)按其認為適當的數目增設新股，以增加其股本；(b)將其全部或任何股本合併或分拆為面額高於或低於其現有股份的股份；(c)將其未發行股份劃分為多個類別，並將任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權或條件附於該等股份；(d)將其股份或任何部分股份拆細為面額低於大綱所訂定者；(e)註銷於決議案通過當日仍未獲任何人士承購或同意承購的股份，並按所註銷的股份面額削減股本金額；(f)就配發及發行不附帶任何投票權的股份訂定條文；及(g)更改其股本的計值貨幣。

(iv) 股份過戶

根據公司法及香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）規定，所有股份轉讓均須以一般或通用形式或由董事會可能批准的其他形式的轉讓文據進行股份轉讓，且必須親筆簽署；或如轉讓人或承讓人為結算所或其代名人，則須以親筆或機印簽署，或以董事會可能不時批准的其他方式簽署。

轉讓書須由轉讓人及承讓人或彼等的代表簽立，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽立轉讓書或接納機印簽立轉讓書。而在承讓人的名稱就該股份載入本公司的股東名冊前，轉讓人仍須被視為股份持有人。

董事會可全權酌情隨時及不時將股東名冊總冊的任何股份移往任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊的任何股份移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。除董事會另行同意外，股東名冊總冊的股份不得移往任何股東名冊分冊，而任何股東名冊分冊的股份亦不得移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。所有的移送及其他所有權文件須送交登記及註冊。倘股份在任何股東名冊分冊登記，則須在有關登記處辦理；倘股份在股東名冊總冊登記，則有關登記須在存放股東名冊總冊的地點辦理。

董事會可全權酌情拒絕登記轉讓任何股份（並非繳足股份）予未經其批准的人士，或拒絕登記轉讓本公司擁有留置權的任何股份（並非繳足股份）。董事會亦可拒絕為根據任何購股權計劃發行且仍受該計劃限制轉讓的任何股份辦理轉讓登記手續，或拒絕轉讓任何股份予超過四名聯名持有人。

除非已向本公司繳付若干費用（上限為聯交所可能釐定應付的最高款額），而轉讓文件已正式繳付印花稅（如適用），且僅涉及一類股份，並連同有關股票及董事會可能合理要求顯示轉讓人轉讓權的其他證明（倘轉讓文件由其他人士代為簽署，則包括該人士的授權證明）送交有關過戶登記處或股東名冊總冊所在的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文件。

在GEM上市規則的規限下，董事會可在其決定之有關時間或有關期間內暫停辦理股份過戶登記手續，惟每年合共不得超過30天。

繳足股份概不附帶任何轉讓限制（聯交所許可者除外），亦不受任何留置權限制。

(v) 本公司購回其股份的權力

本公司可在符合若干限制要求的情況下購回其本身的股份，惟董事會在代表本公司行使該項權力時必須遵照聯交所及／或香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈的細則或任何守則、規則或規例所不時提出的任何適用規定。

倘本公司就贖回而購買可贖回股份時，非經市場或以競價方式作出的購買須以最高價格為限；而倘以競價方式購買，則競價須全體股東均可參與競價。

(vi) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份的條文。

(vii) 催繳股款及沒收股份

董事會可不時在其認為適當的情況下就股東所持股份分別向彼等催繳尚未繳付的任何款項（無論按股份的面值或以溢價形式計算），而不按照該等股份配發條件於指定時間作出還款。催繳股款可一次付清，亦可分期付款。倘任何催繳股款或分期股款於指定付款日期或之前仍未繳付，則欠款人士須按董事會釐定的利率（不超過年息20%）支付由指定付款日期至實際付款日期止期間有關款項的利息，但董事會可豁免繳付全部或部分利息。倘董事會認為適當，其可自任何願意預繳股款（以貨幣或等值物繳付）的股東就其所持任何股份收取全部或任何部分未催繳及未支付股款或應付分期股款，而本公司可就預繳的全部或任何款項按董事會可能釐定的不超過20%的年利率（如有）支付利息。

如有股東未能於指定付款日期支付任何催繳股款或催繳股款的任何分期付款，董事會可在被催繳股款的任何部分或分期股款仍未支付期間向該股東發出不少於14天的通知，要求其支付未付的催繳股款或分期股款，連同任何已累計利息以及繼續累計至實際付款日期為止的利息。該通知應指定另一日期（至少在通知發出之日起計14天屆滿後），規定在該日或之前須繳付款項，並應指明付款地點。該通知亦應聲明，如果未於指定時間或之前付款，則涉及催繳股款的股份將會被沒收。

倘未遵守任何有關通知中的規定，則該通知所涉任何股份均可於其後任何時間在支付通知所要求的款項之前，經董事會通過決議案沒收。沒收將包括有關被沒收股份的所有已宣派但於沒收前仍未實際支付的股息及紅利。

股份被沒收的人士將不再為被沒收股份的股東，惟仍有責任向本公司支付於沒收之日其應就該等股份應付本公司的全部款項，連同（倘董事會酌情要求）由沒收之日至付款日期止期間按董事會可能釐定的利率（不超過年息20%）計算的有關利息。

(b) 董事

(i) 委任、退任及免職

董事會有權隨時或不時委任任何人士為董事，以填補董事會臨時空缺或增加現有董事會人數，惟須受股東於股東大會上可能釐定的任何董事人數上限（如有）所規限。任何就此獲委任以填補臨時空缺的董事任期僅至其獲委任後的本公司首屆股東大會為止，屆時須於有關大會上重選連任。任何就此獲委任以增加現有董事會人數的董事任期僅至其獲委任後的本公司首屆股東週年大會為止，並符合資格於有關大會上重選連任。於釐定董事或將於股東週年大會上輪值退任的董事數目時，任何就此獲董事會委任的董事不得計算在內。

於每屆股東週年大會上，當時在任的三分之一董事須輪值退任。然而，倘董事人數並非為三的倍數，則退任董事人數為最接近但不少於三分之一的人數。每年退任的董事應為自上次重選連任或獲委任以來任期最長的董事，但若有多位董事上次於同日獲選連任，則將以抽籤決定須告退的董事（除非彼等另有協定）。

任何非退任董事的人士概無資格於任何股東大會上參與董事職務的選舉（獲董事會推薦參選者除外），除非有意提名該人士參選董事的書面通知及被提名人士表明願意參選的書面通知已送交至本公司的總辦事處或登記處。提交該等通知的期間將不早於寄發有關大會通知的翌日開始，並在不遲於該大會日期前七天完結，而可提交該等通知的最短期間必須至少為七天。

董事毋須以任何合資格的方式持有本公司任何股份，亦無任何有關加入董事會或退任董事職位的特定年齡上限或下限。

本公司可通過普通決議案罷免任何任期仍未屆滿的董事（惟不妨礙有關董事就其與本公司所訂立任何合同遭違反而可能提出的任何索償），且本公司可通過普通決議案委任另一名人士填補有關空缺。任何就此獲委任的董事須遵守「輪值退任」條文。董事人數不得少於兩名。

倘出現下列情況，董事須被撤職：

- (aa) 辭任；
- (bb) 離世；
- (cc) 被宣佈屬精神不健全，且董事會議決將其撤職；
- (dd) 破產或接獲接管令，或暫停付款或與其債權人全面訂立債務重整協議；
- (ee) 彼因法律施行而被禁止或不再出任董事；
- (ff) 未獲特別許可而連續六個月缺席董事會會議，且董事會決議將其撤職；
- (gg) 有關地區（定義見細則）的證券交易所要求終止其董事職務；或
- (hh) 被董事所需過半數或根據細則免除董事職務。

董事會可不時委任其一名或多名成員出任董事總經理、聯席董事總經理或副董事總經理或擔任本公司任何其他職位或行政職位，有關任期及有關條款概由董事會釐定，且董事會可撤回或終止任何該等委任。董事會亦可將其任何權力授予董事會認為適當的由有關董事或其他人士所組成的委員會，並可不時撤銷該項授權或撤銷委任及解散任何該等委員會（不論全部或部分及就人士或目的而言），惟所組成的每個委員會在行使被授予的權力時，須遵守董事會不時對其施行的任何法規。

(ii) 配發及發行股份及認股權證的權力

在公司法、大綱及細則條文的規限下，且在不影響任何股份或類別股份持有人所獲賦予任何特別權利的情況下，任何股份均可附帶或獲賦予本公司可藉普通決議案決定（倘無任何有關決定或凡有關決定未能作出明確條文者，則由董事會決定）有關股息、投票、退還資本或其他方面的權利或限制。本公司可在任何股份的發行條款中訂明，一旦發生某特定事件或於指定日期後，本公司或股份持有人可選擇贖回股份。

董事會可根據其不時決定的有關條款發行可認購本公司任何類別股份或其他證券的認股權證。

遺失以不記名方式發行的認股權證，將不就該等認股權證獲補發證書，除非董事會在無合理疑點的情況下信納相關原有證書已遭損毀，且本公司已按董事會認為合適的形式就補發任何有關證書收取相關彌償。

在公司法、細則條文及(如適用)有關地區(定義見細則)任何證券交易所規則的規限下，且在不影響任何股份或任何類別股份當時所附任何特別權利或限制的情況下，本公司所有未發行股份須由董事會處置。董事會可全權酌情決定，按其認為適當的時間、代價以及條款及條件向其認為適當的人士發售或配發股份，或就此授出購股權或以其他方式處置股份，惟不得以折讓價發行股份。

在配發、提呈發售、就此授出購股權或出售股份時，倘董事會認為若不辦理註冊聲明或其他特別手續，而向登記地址位於任何特定地區或多個地區的股東或其他人士作出任何有關配發、提呈發售、授出購股權或出售股份即屬或可能屬違法或不可行，則本公司及董事會均無責任進行上述行為。然而，因上述者而受影響的股東，不論就任何目的而言，概不屬且不被視為另一類別股東。

(iii) 出售本公司或其任何附屬公司資產的權力

細則並無載列有關處置本公司或其任何附屬公司資產的明確條文，惟董事會可行使及作出本公司可行使、進行或批准而細則或公司法並無規定須由本公司於股東大會上行使或進行的一切權力、行動及事宜。倘該權力或行動由本公司在股東大會規定，則該項規定不得使董事會先前所作且如無制定該項規定原應有效的任何行動無效。

(iv) 借貸權力

董事會可行使本公司一切權力籌集或借貸款項、將本公司全部或任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或質押，並在公司法的規限下發行本公司債權證、債券股、債券及其他證券(不論作為本公司或任何第三方任何債項、負債或承擔的全部或附屬抵押)。

(v) 薪酬

董事有權收取由董事會或本公司（視具體情況而定）在股東大會上不時釐定的金額，作為彼等服務的一般酬金。除非另有釐定該金額的決議案指示，否則金額將按董事同意的比例及方式在各董事之間分配，或倘並未獲有關同意，則在彼等之間平均分配，或倘任何董事的任期僅為應付酬金的期間內的某一段時間，該董事須按有關比例收取酬金。董事亦應有權報銷所有因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或因執行其董事職責而以其他方式合理產生的開支。該等酬金為擔任本公司受薪職位的董事因擔任該等職位而獲得的任何其他酬金以外的酬金。

倘任何董事應本公司要求履行董事會認為超逾董事日常職責的服務，則可獲付由董事會釐定的特別或額外酬金，作為董事任何一般酬金的額外或代替酬金。獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他高級職員的執行董事可收取董事會可不時釐定的有關酬金以及其他福利及津貼。該等酬金為董事一般酬金以外的酬勞。

董事會可自行或與本公司的附屬公司或與本公司有業務聯繫的公司共同合作或協議設立，或自本公司撥款至任何計劃或基金，向本公司僱員（於本段及下段所使用的該詞應包括於本公司或其任何附屬公司擔任或曾擔任任何行政職位或任何有酬職位的任何董事或前任董事）及前僱員及彼等的受養人或任何一個或多個類別的有關人士提供退休金、醫療津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利。

董事會亦可向僱員及前任僱員及彼等的受養人或任何該等人士支付、訂立協議（不論是否受任何條款或條件所規限）支付或授出可撤回或不可撤回的退休金或其他福利，包括該等僱員或前任僱員或彼等的受養人根據上述任何有關計劃或基金所享有或可能享有者（如有）以外的退休金或福利。倘董事會認為該等退休金或福利屬合適，可在僱員實際退休前、預計退休時或在實際退休時或實際退休後隨時授予僱員。

(vi) 對離職的補償或付款

支付任何現任董事或前任董事作為其離職補償或作為其退任代價或有關其退任的款項（董事按合同或法定規定有權收取的款項除外）必須經本公司在股東大會上批准。

(vii) 授予董事的貸款及貸款擔保

本公司不得直接或間接向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人提供貸款，就任何人士向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押，或（倘任何一名或以上董事共同或個別或直接或間接持有另一間公司的控股權益）向該另一間公司提供貸款或就任何人士向該另一間公司所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押。

(viii) 披露於與本公司或其任何附屬公司所訂立合同中所擁有的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他職位或有酬職務（本公司核數師一職除外），其任期及條款由董事會釐定，並可在任何其他細則所規定或據此享有的任何酬金以外，就出任該其他職位或有酬職務以任何形式收取額外酬金。董事可於本公司擁有權益的任何其他公司作為或出任董事、高級職員或股東，且毋須就其作為該其他公司的董事、高級職員或股東而收取的任何酬金或其他利益而向本公司或股東交代。董事會亦可安排由本公司持有或擁有的任何其他公司的股份賦予的投票權，依據其認為合適的方式在各方面行使，包括行使該投票權贊成任何有關委任本公司董事或任何該等董事出任該其他公司的董事或高級職員的決議案。

董事或候任董事毋須因其董事職位而喪失與本公司訂立合同的資格，而任何有關合同或任何董事以任何方式於其中擁有權益的任何其他合同或安排亦毋須被撤銷，任何董事亦毋須僅因其擔任該職位或因該職位而負有的誠信責任而導致訂有上述合同或擁有上述權益而就任何有關合同或安排所產生的任何溢利向本公司交代。倘董事以任何形式於與本公司訂立的合同或安排或建議訂立的合同或安排中擁有重大權益，該董事須於實際可行的情況下在最近期的董事會會議中申明其權益性質。

本公司無權因直接或間接在任何股份中擁有權益的一名或多名人士未能向本公司披露其權益，而凍結或以其他方式損害任何股份附帶的任何權利。

董事不得就其或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合同、安排或建議的任何董事會決議案進行投票或計入法定人數內，而倘其進行投票，則其對該項決議案的票數將不予計算，亦不會被計入法定人數內，但該項禁制不適用於任何下列事項：

- (aa) 就董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司的要求或為本公司或其任何附屬公司的利益借出款項或招致或承擔的債務，而向該董事或其緊密聯繫人作出的任何抵押或彌償保證；
- (bb) 就董事或其緊密聯繫人因本公司或其任何附屬公司的債務或責任根據一項擔保或彌償保證或透過作出抵押個別或共同承擔全部或部分責任，而向第三方作出任何抵押或彌償保證；
- (cc) 涉及提呈發售本公司或本公司可能發起或於其中擁有權益之任何其他公司之股份、債權證或其他證券以供認購或購買之任何建議，而董事或其緊密聯繫人在提呈發售建議之包銷或分包銷中以參與者身份擁有權益或將予擁有權益；
- (dd) 任何涉及本公司或其任何附屬公司僱員福利的建議或安排，包括採納、修改或執行以下任何一項：(i)董事或其緊密聯繫人可能從中獲益的任何僱員股份計劃或任何股份獎勵或購股權計劃；或(ii)任何與本公司或其任何附屬公司的董事、其緊密聯繫人及僱員有關的公積金或退休、身故或傷殘福利計劃，且並無給予任何董事或其緊密聯繫人任何與該計劃或基金有關的各類人士一般所未獲賦予的特權或利益；及
- (ee) 董事或其緊密聯繫人士僅因其於本公司的股份、債權證或其他證券中擁有權益，而與本公司股份、債權證或其他證券的其他持有人以相同方式擁有權益的任何合同或安排。

(ix) 董事會議事程序

倘董事會認為適當，可在世界上任何地方舉行會議以處理事項、將會議延期及以其他方式規管會議。在任何會議上提出的問題均須由大多數票決定。若票數相同，則會議主席可投第二票或決定票。

(c) 修訂組織章程文件及本公司名稱

在開曼群島法例准許及在細則的規限下，更改或修訂本公司大綱及細則及更改本公司名稱，僅可由本公司以特別決議案方式批准進行。

(d) 股東大會

(i) 特別決議案及普通決議案

本公司的特別決議案必須在正式發出訂明擬提呈決議案為特別決議案的通告的股東大會上由親身或由受委代表出席並有權投票的股東或（倘股東為公司）由其正式授權代表或（倘允許受委代表）由受委代表以不少於四分之三的大多數票通過。

根據公司法，任何特別決議案一經通過，其副本須於15天內提交開曼群島公司註冊處處長。

「普通決議案」則指有權親身出席股東大會並投票的本公司股東或（倘股東為公司）其正式授權代表或（倘允許受委代表）受委代表以過半數票通過的決議案，而大會通告已正式發出。

由全體股東或其代表簽署的書面決議案，將被視為於正式召開及舉行的本公司股東大會上正式通過的普通決議案（及倘在適用情況下，為以上述方式獲通過的特別決議案）。

(ii) 投票權及要求投票表決的權利

在任何一个類別或多個類別的股份當時所附帶有關投票表決的任何特別權利、限制或特權的規限下，於任何股東大會：(a)如以投票方式表決，則每名親身或由受委代表出席或（倘股東為公司）由其正式授權代表出席的股東每持有一股於本公司股東名冊上以其名義登記的繳足或入賬列作繳足股份可投一票（惟催繳股本或分期付款前繳足或入賬列作繳足的股份金額不能就此目的視為股份繳足金額）；及(b)如以舉手方式表決，則每名親身（或倘股東為公司，則由其正式授權代表）或由受委代表出席的股東可投一票。倘股東為結算所（定義見細則）或其代

名人，並委任一名以上的受委代表，則每名受委代表於舉手表決時均可投一票。在投票表決時，凡有權投多於一票的股東毋須盡投其選票或以同樣方式投下所有選票。

於任何股東大會所提呈表決的決議案均以投票方式進行表決(大會主席可根據GEM上市規則允許決議案以舉手方式表決除外)。倘允許以舉手方式表決，在以舉手方式表決的結果宣佈前或當時，可按下列人士(在各情況下按親身或由受委代表或正式授權公司代表出席的股東)要求以投票方式表決：

- (A) 最少兩名股東；
- (B) 任何一名或多名股東，其所持投票權不少於有權在大會上投票的全體股東的總投票權的十分之一；或
- (C) 一名或多名股東，其所持有賦予權利可在大會上投票的本公司股份的繳足總金額合共不少於所有賦予該權利的股份的繳足總金額的十分之一。

倘本公司股東為結算所或其代名人，則該股東可授權其認為適當的人士作為其在本公司任何大會或本公司任何類別股東大會的代表，惟倘授權予超過一名人士，則有關授權須列明每名獲授權人士所代表的股份數目及類別。根據本條文獲授權的人士應被視為毋須進一步事實證明而獲正式授權並有權代表結算所或其代名人行使其相同權利及權力(包括個別以舉手方式表決的權利)，猶如其為個人股東。

倘本公司知悉，GEM上市規則規定任何股東須就任何個別決議案放棄投票，或限制其僅可就任何個別決議案投贊成票或反對票，則該名股東或其代表違反該規定或限制所投的任何票數將不予點算。

(iii) 股東週年大會

除本公司採納細則的年度外，本公司須每年舉行一次股東週年大會。有關大會須不得遲於上屆股東週年大會舉行後15個月內或聯交所可能許可的較長期間於董事會可能釐定的有關時間及地點舉行。

(iv) 請求召開股東大會

股東特別大會可應一名或多名於呈遞請求之日持有附帶權利可於股東大會投票的本公司繳足資本不少於十分之一的股東請求召開。有關要求須以書面形式向董事會或本公司秘書提出，旨在要求董事會就處理該要求指明的任何事項召開股東特別大會。該大會須於該項要求遞呈後兩個月內舉行。倘董事會於呈遞後21天內未有進行召開有關大會，則呈遞要求人士可以相同方式自行召開大會，而本公司須向有關人士償付其因董事會未能召開大會而產生的所有合理開支。

(v) 會議通告及擬處理事項

本公司的股東週年大會須於發出最少21天書面通知後召開，而本公司任何其他股東大會則須於發出最少14天書面通知後召開。該通告不包括送達或被視為送達通知當日，亦不包括發出通知當日，且須列明會議的時間、地點及議程，以及將於該大會上審議的決議案詳情，如要處理特別事項，則須列明該事項的一般性質。

除另行列明者外，任何根據細則將予發出或印發的通告或文件（包括股票）均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式按有關股東的登記地址，或（倘屬通告）以在報章刊登廣告的方式，送達予任何股東。任何登記地址位於香港以外地區的股東，可書面知會本公司一個香港地址，而該地址就此而言將被視為其登記地址。在公司法及GEM上市規則的規限下，任何通告或文件亦可由本公司以電子方式送達或交付至任何有關股東。

儘管本公司可於較上述者為短的時間通知召開大會，惟倘已經以下方式獲得同意，則有關大會可被視作正式召開：

- (i) 倘屬股東週年大會，獲全體有權出席該大會並於會上投票的本公司股東同意；及
- (ii) 倘屬任何其他大會，獲大多數有權出席該大會並於會上投票的股東（即持有本公司總投票權不少於95%的大多數股東）同意。

於股東特別大會上處理的所有事項須被視為特別事項。於股東週年大會上處理的所有事項亦須被視為特別事項，惟若干日常事項則被視為普通事項。

(vi) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時及直至大會結束時出席大會人數達到法定人數，否則不得於任何股東大會上處理任何事項。

股東大會的法定人數應為兩名親身（或倘股東為公司，則由其正式授權代表）或由受委代表出席並有權投票的股東。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會（續會除外）而言，所需法定人數須為兩名持有或由受委代表代其持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士。

(vii) 受委代表

任何有權出席本公司大會並於會上投票的本公司股東，均有權委任其他人士作為其受委代表代其出席大會及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上受委代表代其出席本公司股東大會或類別股東大會並於會上代其投票。受委代表毋須為本公司股東，並應有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表公司股東行使權力，該等權力與所代表的股東倘屬個人股東時所能行使的權力相同。以投票或舉手方式表決時，股東可親身（或倘股東為公司，則由其正式授權代表）或由受委代表代其投票。

委任受委代表的文據須由委任人或其正式書面授權代理人親筆簽署，或倘該委任人為公司，則須加蓋印章或由正式授權高級職員或代理人親筆簽署。各委任受委代表的文件（無論供特定大會或其他大會之用）的格式須符合董事會可不時批准者，惟不排除使用雙向格式。任何向股東發出以供其委任受委代表出席處理任何事項的股東特別大會或股東週年大會並於會上投票的表格應當讓股東按其意願指示受委代表對處理任何該等事項的各決議案投贊成票或反對票（或在無指示的情況下，行使其酌情權）。

(e) 賬目及審核

董事會須安排妥當存置賬冊，記錄本公司收支款項、本公司資產及負債以及公司法所規定的所有其他必要事項（包括本公司全部貨品買賣），以真實及公平地反映本公司事務狀況並列明及解釋其交易。

本公司賬冊須存置在本公司總辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。股東（董事除外）一概無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件，惟經公司法准許或管轄司法權區法院頒令或由董事會或本公司在股東大會上授權者除外。

於股東週年大會日期前不少於21天，董事會須不時安排編製及於其股東週年大會上向本公司提呈資產負債表及損益賬（包括法律規定於其中附錄的每份文件），連同董事會報告書及核數師報告的副本。該等文件的副本連同股東週年大會通告須於大會日期前不少於21天，寄發予根據細則條文有權接收本公司股東週年大會通告的每名人士。

根據有關地區（定義見細則）的證券交易所規則，本公司可向根據有關地區的證券交易所規則同意及選擇收取財務報表摘要而非完整財務報表的股東寄發財務報表摘要。財務報表摘要須連同有關地區證券交易所規則可能規定的任何其他文件於股東大會前不少於21天寄發予同意並選擇收取財務報表摘要的股東。

本公司須委任核數師，任期至下屆股東週年大會結束為止，有關委任的條款及職責可由董事會協議。核數師酬金須由本公司於股東大會或由董事會（倘獲股東授權）釐定。

股東可於股東大會中藉特別決議案，於核數師任期結束前隨時罷免其職務，並藉普通決議案於該大會上委任新核數師以代替該名被罷免核數師履行餘下任期。

核數師須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可能批准的其他準則審核本公司的財務報表。

(f) 股息及其他分派方式

本公司可於股東大會中以任何貨幣宣派將派發予股東的股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。

除任何股份所附的權利或發行條款另有規定外：

- (i) 所有股息須按派息股份的繳足股款宣派及派付，惟就此而言，在催繳前已就股份所繳足的股款將不會被視為股份的繳足股款；
- (ii) 所有股息的分配及支付，均應按就該等股份在有關派息期間任何一段或多段時間內所繳足的股款比例而作出；及
- (iii) 董事會可從應付任何股東的任何股息或其他款項中，扣除該股東目前因催繳股款、分期股款或其他原因而應付本公司的所有款項（如有）。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可議決：

- (aa) 以配發入賬列作繳足股份的方式支付全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可有權選擇收取該等現金股息（或其中部分），以代替有關配股；或
- (bb) 有權收取該等股息的股東將有權選擇收取獲配發入賬列作繳足的股份，以代替收取董事會可能認為適當的全部或部分股息。

本公司可根據董事會提出的建議通過一項就本公司任何特定股息的普通決議案，決定可全部以配發入賬列作繳足股份的形式支付，而不給予股東選擇以現金來代替有關配股收取有關股息的權利。

向股份持有人以現金支付的任何股息、紅利或其他應付款項，均可以支票或股息單支付，並郵寄予持有人。所有支票或股息單均以其收件人為抬頭人，郵誤風險概由股份持有人或聯名持有人承擔。有關支票或股息單一經付款銀行兌現，本公司的責任即獲充分解除。兩名或以上聯名持有人中任何一人可就應付有關聯名持有人所持股份的股息或其他應付股款或可分派資產發出有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可進一步議決以分派任何種類的特定資產支付全部或部分該等股息。

董事會可在其認為適當的情況下接受任何自願提前支付上述款項的股東就其所持有的任何股份所應付的所有或任何部分未催繳及未支付股款或分期股款（無論以貨幣或貨幣等值物）；在所有或任何該等提前付款作出後，本公司可按董事會所決定的不超過20%的年利率（如有）就其支付利息，惟於催繳前提前支付股款不應使該股東有權就催繳前已提前付款的股份或其有關部分收取其後宣派的任何股息或行使任何其他股東權利或特權。

於宣派後一年仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派或會由董事會為本公司利益用作投資或其他用途，直至該等股息、紅利或其他分派獲領取為止，而本公司概不會成為有關股息、紅利或其他分派的受託人。董事會可沒收於宣派六年後仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派，且一經沒收即將該等股息、紅利或其他分派撥歸本公司所有。

本公司就任何股份應付的股息或其他款項概不計息。

倘股息支票或股息單連續兩次未獲兌現，或該支票或股息單在首次未能送遞收件人而被退回後，本公司可行使其權力不再以郵遞方式寄發股息支票或股息單。

(g) 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所上市，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊（惟暫停辦理股東名冊登記時除外），並可要求取得該股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據香港公司條例註冊成立並須受該條例規限。

(h) 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

細則並無關於少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法律下的若干補救方法，其概要載於本附錄第3(f)段。

(i) 清盤程序

有關本公司被法院頒令清盤或自動清盤的決議案須為特別決議案。

在任何一類或多類股份當時所附有關清盤後可供分配剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

- (i) 倘本公司清盤，則向所有債權人付款後的剩餘資產須按股東各自所持股份的已繳足資本比例分配予各股東；及
- (ii) 倘本公司清盤，且分配予各股東的有關剩餘資產不足以償還所有已繳足資本，則有關資產應在根據特別條款及條件下可能發行任何股份的權利的規限下予以分配，而損失應盡可能地由股東按其各自所持股份的實繳股款比例分擔。

倘本公司清盤（不論是自動清盤或遭法院頒令清盤），清盤人可在獲得特別決議案批准及按公司法規定的任何其他批准下，將本公司全部或任何部分資產以實物（不論該等資產為一類或多類不同的財產）分發予股東，且清盤人可就此為由此將予分發的任何一類或多類財產訂定為其認為公平的價值，並可決定在股東或不同類別股東以及同一類別各股東之間的分發方式。清盤人可在獲得同類批准的情況下，將任何部分資產交付予清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

(j) 認購權儲備

倘公司法並無禁止及在以其他方式遵守公司法的前提下，若本公司已發行可認購股份的認股權證，而本公司採取的任何措施或進行的任何交易會導致該等認股權證的認購價降至低於因行使該等認股權證而發行股份的面值，則須設立認購權儲備，用以繳足認購價與該等股份面值的差額。

3. 開曼群島公司法

本公司乃根據公司法於2021年2月18日在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。以下為開曼群島公司法若干規定，惟此節概不表示已包括所有適用條件及例外情況，亦不表示為公司法及稅務方面全部事項的總覽（該等規定可能有別於利益相關方較熟悉的司法權區的同類規定）。

(a) 公司業務

獲豁免公司（如本公司），必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交一份週年報表，並按其法定股本數額支付費用。

(b) 股本

根據公司法，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，該等條文可能不適用於該公司根據有關以收購或註銷任何其他公司股份作為代價的任何安排而按溢價配發及發行的股份溢價。在組織章程大綱及細則條文（如有）的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

- (i) 向股東作出分派或派發股息；
- (ii) 繳足將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；
- (iii) 公司法第37條規定的任何方式；
- (iv) 撤銷公司的開辦費用；及
- (v) 撤銷公司股份或債權證的任何發行開支，或就其發行所支付的佣金或給予的折扣。

除上述者外，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其於正常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

倘其組織章程細則許可且於獲法院確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

(c) 購買公司本身或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定禁制，禁止公司向另一名人士授予財務資助以購買或認購其本身、其控股公司或附屬公司的股份。因此，倘公司董事於建議授出該等財務資助時審慎履行職責並忠實行事，且授出該資助乃為恰當目的並符合公司利益，則公司可提供該等財務資助。該資助應按公平原則進行。

(d) 公司及其附屬公司購買股份及認股權證

倘其組織章程細則許可，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可發行公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，且為免生疑問，任何股份附帶的權利可根據公司組織章程細則條文合法修改，以規定有關股份將予或有責任按此方式贖回。此外，倘該公司的組織章程細則許可，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘組織章程細則並無批准購回的方式及條款，則必須獲公司以普通決議案批准購回的方式及條款。除非有關股份已悉數繳足，否則公司不得贖回或購回其股份。再者，倘有關贖回或購回將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，除非於緊隨建議付款的日期後公司仍有能力償還其於日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

已由公司購回或贖回或或返還的股份不得視作已註銷，惟倘根據公司法第37A(1)條的規定而持有，則應分類為庫存股份。任何該等股份將繼續分類為庫存股份，直至該等股份根據公司法註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可按相關認股權文件或證書的條款及條件及在其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司組織章程大綱或細則須載有批准有關購回的具體條文。公司董事可根據組織章程大綱所載的一般權力買賣及處理所有類別的個人財產。

附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購該等股份。

(e) 股息及分派

根據公司法規定，待通過償債能力測試及根據公司的組織章程大綱及細則的規定（如有），公司可從其股份溢價賬中撥付股息及分派。此外，根據在開曼群島可能具有說服力的英國案例法，股息可從溢利中撥付。

只要公司持有庫存股份，則不會就庫存股份宣派或派付股息，亦不會以現金或以其他方式進行其他公司資產分派（包括清盤時向其股東分派資產）。

(f) 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般應會依循英國案例法的先例（尤其是Foss v. Harbottle案例的判決及其例外情況），該等先例允許少數股東提出集體訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以質疑超越權力、非法、欺詐少數股東的行為（該等行為由本公司控制者所作出）或在須以認可（或特別）大多數票通過的決議案中的違規行為（並未獲得該大多數票）。

倘公司（並非銀行）將其股本分為股份，則法院可根據持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出的申請，委任調查員調查公司業務，並按法院指示呈報相關事務。此外，公司的任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可頒佈清盤令。

一般而言，股東對公司提出的索償必須以開曼群島適用的一般合同法或侵權法為基礎，或以公司組織章程大綱及細則訂明的股東個別權利有可能遭違反為基礎。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(g) 出售資產

概無明確限制董事出售公司資產的權力，然而，除了須根據英國普通法（開曼群島法院通常所遵循者）履行誠信責任，為正當目的真誠地並以符合公司最佳利益的方式行事以外，預期董事亦應本著合理審慎的人士於類似情況下應有的標準，審慎、勤勉並以專長履行職責。

(h) 會計及審核規定

公司須妥為保存下列各項的賬目記錄：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有貨品買賣；及(iii)公司的資產及負債。

如賬冊不能真實及公平地反映公司事務狀況及解釋其作出的交易，則不應視為已妥為保存賬冊。

倘公司於其註冊辦事處以外的任何地點或於開曼群島內的任何其他地點存置其賬冊，於接收稅務資訊局根據開曼群島的稅務資訊局法例（2013年修訂本）發出的法令或通知後，按該法令或通知的規定，其須按該法令或通知所列明，以電子形式或通過任何其他媒體於其註冊辦事處提供其賬冊副本或其任何一個或多個部分。

(i) 外匯管制

開曼群島並無實施外匯管制規例或貨幣限制。

(j) 稅項

開曼群島目前並無向個人或公司徵收利得稅、所得稅、收益稅或增值稅，亦無屬繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文件支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

(k) 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司股份徵收印花稅，惟在開曼群島持有土地權益者除外。

(l) 向董事貸款

概無明文規定禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司組織章程細則可能規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

(m) 查閱公司記錄

公司股東並無查閱或取得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利。然而，彼等將享有公司組織章程細則可能載有的該等權利。

(n) 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於該公司不時釐定的任何國家或地區（無論於開曼群島境內或境外）存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。概無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單報表。因此股東姓名／名稱及地址並非公開資料，亦不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司須以電子形式或通過任何其他媒體於其註冊辦事處提供有關股東名冊（包括任何股東名冊分冊），遵守其於接收稅務資訊局根據開曼群島的稅務資訊局法例（2013年修訂本）發出的法令或通知後的有關規定。

(o) 董事及高級職員名冊

根據公司法，本公司須在其註冊辦事處存置董事、替任董事及高級職員名冊，惟該名冊並不供公眾查閱。本公司須將該名冊副本提交至開曼群島公司註冊處處長以供存案，而該等董事或高級職員的任何變動（包括該等董事或高級職員更改姓名）必須於30天內通知公司註冊處處長。

(p) 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院命令；(ii)由其股東自願提出；或(iii)在法院監督下進行清盤。

法院在若干特定情況下（包括在法院認為將該公司清盤屬公平公正的情況下）有權頒令清盤。

倘公司根據特別決議案議決自動清盤或倘公司因無法償還到期債務而於股東大會上議決自動清盤，則公司（特定規則所適用的有限存續公司除外）可自動清盤。倘自動清盤，則該公司須由清盤開始時起停止營業，惟倘繼續營業或對其清盤有利者則屬例外。自動清盤人一經委任，董事的一切權力即告終止，惟倘公司於股東大會上或清盤人批准該等權力延續者則屬例外。

倘屬股東提出的公司自動清盤，則須委任一名或以上清盤人，以負責公司事務清盤及分派其資產。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

待公司事務完全清盤後，清盤人必須編製有關清盤的報告及賬目，顯示清盤及出售公司財產的程序，並於其後召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就此加以解釋。

倘公司已通過決議案自動清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請頒令，在法院監督下延續清盤過程，該申請須基於以下理由：(i)公司並無或可能並無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助於更加有效、經濟地或迅速進行公司清盤。監管令就各方面具有效力，猶如其為由法院進行公司清盤的清盤令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人的先前行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為進行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或多名人士為正式清盤人，而法院可臨時或以其認為適當的其他方式委任該名或該等正式清盤人。倘獲委任正式清盤人的人士超過一名，法院須聲明規定或授權正式清盤人執行的事項，應否由所有或任何一名或多名該等人士進行。法院亦可決定正式清盤人於獲委任時是否須給予任何及須給予何種抵押品；倘並無委任正式清盤人，或在該職位懸空的任何期間，公司的所有財產均由法院保管。

(q) 重組

倘就重組及合併召開的大會上佔出席股東或債權人(視情況而定)所持價值75%的股東或債權人大多數贊成，則有關安排可獲批准，且其後須再經法院批准。異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易將不能為股東提供其所持股份的公允價值，惟倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實的行為，則法院不大可能僅因上述理由而不批准該項交易，且倘該項交易獲批准及完成，則異議股東將不會獲得類似美國公司異議股東等一般所能得到的估值權利(即按照其股份由法院釐定的價值而獲付現金的權利)。

(r) 收購

倘一間公司提出收購另一間公司股份的要約，且在提出要約後四個月內，持有要約所涉及的股份不少於90%的持有人接納收購要約，則要約人在上述四個月期限屆滿後的兩個月內可隨時發出通知要求異議股東按要約條款轉讓其股份。異議股東可在該通知發出後一個月內向開曼群島法院申請反對轉讓。異議股東須承擔證明法院應行使酌情權的義務，除非有證據顯示涉及欺詐或不誠實行為，或要約人與接納收購要約的股份持有人之間進行勾結以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使上述酌情權。

(s) 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司組織章程細則可規定對高級職員及董事作出彌償保證的限度，惟法院認為屬違反公眾政策的任何有關條文則除外，例如表示對構成罪行的後果作出彌償保證的條文。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律的法律顧問Appleby已向本公司發出意見函，概述開曼群島公司法的若干方面。誠如附錄五「備查文件」一段所述，該意見函連同公司法的副本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼群島公司法的詳細概要，或欲瞭解該法律與其較熟悉的任何司法權區法律間的差異，應尋求獨立法律意見。

1. 有關本公司的進一步資料

(i) 註冊成立

本公司於2021年2月18日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。我們已於香港成立主要營業地點，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，及於[●]根據公司條例第16分部登記為一間非香港公司。薛女士及黎寶瑩女士已獲委任為本公司的授權代表，代表本公司於香港接收送達的法律程序文件及通知。本公司於香港的送達法律程序文件地址與本公司於香港的主要營業地址相同。

由於我們在開曼群島註冊成立，故我們的公司架構、組織章程大綱及組織章程細則須受開曼群島法例規限。有關我們的組織章程及開曼群島公司法相關方面的概要載於本文件附錄三。

(ii) 本公司的股本變動

- (a) 於2021年2月18日，本公司在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的普通股，其中1股普通股已配發及發行予初始認購人（為獨立第三方），然後其於同日將該1股普通股轉讓給陳先生。當天，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別獲配發及發行16,719股普通股、1,440股普通股、1,305股普通股、1,086股普通股及220股普通股；
- (b) 於2021年4月25日，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別將16,719股普通股、1,440股普通股、1,305股普通股、1,086股普通股及220股普通股轉讓予佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化；
- (c) 於2021年6月7日，本公司股本中每股面值1.00美元的已發行及未發行股份被分為20股每股面值0.05美元的股份，其後本公司法定股本由50,000.00美元，分為50,000股每股面值1.00美元的普通股，變為50,000.00美元，分為1,000,000股每股面值0.05美元的股份；
- (d) 於2021年6月7日，本公司分別按面值向佳藝文化、源錦文化、友鑫資本、中倫文化及湖北嘉映文化配發及發行434,336股、37,407股、33,900股、28,211股及5,715股股份。同日，本公司與沈先生訂立了一份認購協議，據此，本公司向沈先生配發及發行45,011股股份，對價為人民幣979,000元；及

附錄四

法定及一般資料

- (e) 於2021年[●]，本公司法定股本由50,000美元，分為1,000,000股每股面值0.05美元的股份，增至50,000,000美元，分為1,000,000,000股每股面值0.05美元的股份。

除上文所述及下文標題為「1. 有關本公司的進一步資料 – (iv) 股東於[●]通過的書面決議案」一段所述外，本公司股本自其註冊成立以來概無變動。

(iii) [編纂]後本公司股本

緊隨[編纂]完成後，但不計及[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權而可能配發及發行的任何股份，本公司的法定股本將為50,000,000美元，分為1,000,000,000股股份，而本公司已發行股本將為[編纂]，分為[編纂]股股份，彼等均為繳足或入賬列作繳足股款股份，另有[編纂]股股份尚未發行。

除「1. 有關本公司的進一步資料 – (iv) 股東於[●]通過的書面決議案」一段所載的[編纂]獲行使、有關根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使或發行股份的一般授權獲行使外，董事現時概無意發行本公司法定但尚未發行股本的任何部分，而在未經股東於股東大會上批准情況下，將不會發行任何股份致使本公司控制權出現實質變動。

除本附錄及本文件「歷史、重組及公司架構」一節所披露者外，本公司股本自其註冊成立起概無變動。

(iv) 股東於[●]通過的書面決議案

根據股東於[●]通過的書面決議案：

- (a) 本公司已批准及採納組織章程大綱及細則並自[編纂]起生效；
- (b) 待(i)聯交所[編纂]批准已發行股份、根據[編纂]、[編纂]及因[編纂]獲行使而將予發行的股份及因根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而將予發行的股份[編纂]及[編纂]；(ii)[編纂]已於[編纂]或前後釐定；(iii)於[編纂]或前後簽立及交付[編纂]；及(iv)[編纂]根據[編纂]的責任成為無條件

(包括(如有關)因[編纂](為其本身及代表[編纂])豁免任何條件)且[編纂]並無根據其各自的條款或以其他方式被終止後：

- (i) 批准[編纂]及[編纂]，並授權董事進行資本化發行及[編纂]以及根據[編纂]及[編纂]配發及發行新股份；
 - (ii) 批准建議股份於聯交所[編纂]並授權董事落實有關[編纂]；
 - (iii) 批准[編纂]，並授權董事進行[編纂]以及於[編纂]獲行使後配發及發行[編纂]股股份；及
 - (iv) 待本公司股份溢價賬因根據[編纂]配發及發行[編纂]錄得進賬後，董事獲授權透過本公司股份溢價賬項下進賬額中[編纂]美元[編纂]，配發及發行合共[編纂]股按面值入賬列作繳足的股份，而根據該決議案配發及發行的股份在各方面均與現有已發行股份享有同等地位；
- (c) 授予董事一般無條件授權，其中包括，發行、配發及處理股份或可轉換為股份或購股權的證券、認股權證或可認購股份或該等可換股證券，及作出或授出可能須行使此等權力的要約、協議或購股權的類似權利，惟：
- (1) 董事配發及發行或同意將予配發及發行的股份總數不得超過：
 - (i) 緊隨[編纂]及[編纂]完成後股份總數20% (但不包括因行使[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份)；及
 - (ii) 董事根據下文所述購回股份的一般授權購回的股份總數(如有)；
 - (2) 董事獲授權可根據此項授權配發及發行的股份總數，將不會因根據下列情況配發及發行股份後而減少：

- (i) 供股；
 - (ii) 訂明根據細則配發股份以代替股份的全部或部分股息的任何以股代息計劃或類似安排；
 - (iii) 股東於股東大會上授出的任何特定授權；或
 - (iv) 行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權；
- (3) 此項發行股份的一般授權將於下列日期(以最早者為準)屆滿：
- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；
 - (ii) 任何適用法例或細則規定我們須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿；或
 - (iii) 本公司股東於股東大會上通過普通決議案修改、撤銷或續新該項授權時；
- (d) 授予董事一般無條件授權以行使本公司一切權力，購回最多佔本公司緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行或將予發行股份總數10%的股份(不包括根據行使[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權而配發及發行的任何股份)。此項一般授權僅與在聯交所或股份[編纂]的任何其他證券交易所(就此獲證監會及聯交所認可者)作出的購回有關，且根據GEM上市規則及所有適用法例作出。此項授權將於下列日期(以最早者為準)屆滿：
- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；
 - (ii) 細則(或公司法或開曼群島任何其他適用法律)規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
 - (iii) 本公司股東於股東大會上通過普通決議案修改、撤銷或續新該項授權時；

- (e) 透過董事根據是項一般授權可能配發及發行或同意配發及發行的股份總數中，加入數額相當於本公司根據上文第(d)段所述購回股份的授權而購回股份的總數，擴大上文第(c)段所述一般無條件授權，惟獲擴大的數額不得超過緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份總數的10%（不包括因行使[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能須予發行的任何股份）；及
- (f) 待(1)聯交所[編纂]因行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權而將予發行的新股份[編纂]及[編纂]，及(2)股份在聯交所GEM開始買賣後，(i)批准採納購股權計劃及(ii)董事獲授權因行使根據購股權計劃授出的任何購股權以配發、發行及處理股份。

2. 附屬公司

附屬公司的詳情披露於會計師報告，其內容載列於本文件附錄一。

3. 附屬公司的股本變動

除本文件「歷史、重組及公司架構」一節所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，附屬公司的股本概無其他變動。

4. 公司重組

本集團旗下各公司已為籌備股份於聯交所[編纂]進行重組。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－重組」一節。

5. 股份購回授權

本節包括有關本公司購回股份的資料，包括聯交所規定須就有關購回載於本文件的資料。

A. 相關法律及監管規定

GEM上市規則准許以聯交所作為其第一上市地的公司於聯交所購回其證券，惟須遵守若干限制，其中較為重要者概述如下：

(i) 股東批准

所有以聯交所作為第一上市地的公司擬於聯交所購回證券（如屬股份，則須為已繳足），必須事先獲股東通過普通決議案（以一般授權或就特定交易作出特別批准的方式）批准。

根據股東於[●]通過的書面決議案，一般無條件授權乃授予董事，以行使本公司一切權利在聯交所或本公司股份可能上市並獲證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回有關數目的股份，最多不超過於緊隨[編纂]及[編纂]完成後本公司已發行股本的股份數目之10%（不包括因行使[編纂]或根據購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的任何股份），此項授權將維持有效，直至(i)本公司下屆股東週年大會結束時，或(ii)組織章程細則或任何適用法律規定本公司須舉行的下屆股東週年大會之期限屆滿時，或(iii)本公司股東於股東大會上通過普通決議案撤銷或修改該項授權時（以最早發生者為準）（「有關期間」）為止。

(ii) 資金來源

購回僅可動用根據組織章程大綱及組織章程細則、公司法、GEM上市規則及開曼群島適用法例可合法作此用途的資金。上市公司不得在聯交所購回其本身證券，以換取現金以外的代價或以聯交所不時生效交易規則所規定者以外的方式交收。在上文規限下，本公司進行任何購回時，僅可動用本公司溢利、本公司股份溢價賬或來自購回發行新股份的所得款項。購回股份應付而超逾所購回股份面值的任何溢價，必須從本公司的溢利或股份溢價賬中支付。在公司法條文規限下，購回股份亦可從資金中支付。

(iii) 買賣限制

上市公司可於聯交所購回的股份總數為已發行股份總數最多10%的股份數目。未經聯交所事先批准，上市公司不得於緊隨購回後30日的期間內發行或宣佈建議發行新證券（惟於有關購回前因行使尚未行使的認股權證、購股權或需要公司發行證券的類似工具而發行證券則另作別論）。此外，倘購買價為股份於聯交所買賣前五個交易日的平均收市價的5%或以上，則上市公司嚴禁於聯交所購回其股份。

倘購回將導致公眾所持上市證券數目跌至低於聯交所規定的相關指定最低百分比，GEM上市規則亦禁止上市公司於聯交所購回其證券。

上市公司須促使其委任進行購回證券的經紀向聯交所披露聯交所規定有關購回的相關資料。

(iv) 購回股份的地位

購回的所有證券（不論於聯交所或自其他途徑購回）將自動撤銷上市，而該等證券的股票須註銷及銷毀。根據開曼群島法律，除非於購回前董事議決將本公司購回股份持作庫存股份，否則本公司購回的股份須視作已註銷，而本公司已發行股本金額將按該等股份面值而減少。然而，根據公司法，購回股份將不會視為減少法定股本金額。

(v) 暫停購回

根據GEM上市規則，上市公司在得知內幕消息後不得進行任何股份購回，直至有關消息為公眾所知為止。具體而言，於緊接以下較早發生者前一個月期間：(a)召開董事會會議以批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績（無論是否為GEM上市規則所規定者）的日期（即根據GEM上市規則首次知會聯交所的日期）；及(b)上市公司根據GEM上市規則規定刊登其任何年度或半年度或季度業績公告的最後限期，或刊登季度或任何其他中期業績公告（無論是否

為GEM上市規則所規定者)的最後限期，而在各情況下均截至該等業績公告日期止，而除非屬特殊情況，否則上市公司不得於聯交所購回其證券。此外，倘上市公司違反GEM上市規則，聯交所可禁止其於聯交所購回證券。

(vi) 申報規定

有關於聯交所或其他證券交易所購回證券的若干資料，必須不遲於下一個營業日的早市或任何開市前時段(以較早發生者為準)開始前30分鐘向聯交所申報。此外，上市公司年報須披露有關年度內購回證券的詳情，包括購回證券數目的每月分析、每股購買價或就所有該等購回支付的最高及最低價格(倘相關)及已付總價格。

(vii) 核心關連人士

上市公司不得在知情的情況下於聯交所自「核心關連人士」(定義見GEM上市規則)(即本公司或其任何附屬公司的董事，首席執行官或主要股東或彼等的緊密聯繫人)購回證券，而核心關連人士不得在知情的情況下於聯交所向該公司出售其證券。

B. 購回的理由

董事相信，彼等獲股東授予一般授權，使本公司可在市場上執行股份購回，符合本公司及股東的最佳利益。有關購回(視乎當時的市況及資金安排)可能導致每股資產淨值及／或每股盈利增加，將僅在董事相信有關購回將有利於本公司及股東的情況下進行。

C. 購回的資金

購回證券時，上市公司僅可動用根據其組織章程大綱及組織章程細則、GEM上市規則及開曼群島適用法律規定可合法作此用途的資金。

在本文件所披露本公司現時財務狀況的基準下，並計及本公司現時的營運資金狀況，董事認為，倘購回授權被全面行使，則可能對本公司的營運資金及／或本公司的資產負債水平(與本文件所披露的水平相比)造成重大不利影響。然而，倘行使購回授

權會對本公司的營運資金需求或董事不時認為適合於本公司的資產負債比率造成重大不利影響，則董事不建議行使有關購回授權。

D. 一般事項

倘現有購回授權獲全面行使，按緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算，並假設[編纂]並無獲行使，則可能因此導致本公司於有關期間內購回最多約[編纂]股股份。

董事或(就彼等作出一切合理查詢後所深知)彼等各自的緊密聯繫人(定義見GEM上市規則)目前無意向我們或我們的附屬公司出售任何股份。

董事已向聯交所承諾，在適用情況下，彼等將根據GEM上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

倘因購回股份導致股東於本公司投票權的權益比例增加，則就收購守則而言，該項增加將被視作收購。因此，視乎股東權益增幅而定，一名股東或一組一致行動(定義見收購守則)的股東，可能因緊隨股份於聯交所[編纂]後的股份購回，而取得或鞏固本公司控制權，並須根據收購守則規則26作出強制要約。除上述者外，董事並不知悉，於緊隨股份在聯交所[編纂]後根據購回授權進行任何購回將會產生收購守則所述的任何後果。

任何導致公眾所持股份數目跌至低於當時已發行股份25%的股份購回，僅可於聯交所同意豁免GEM上市規則有關上述公眾持股量的規定後進行。該項條文的豁免通常不會授出，惟特殊情況除外。

概無本公司的核心關連人士(定義見GEM上市規則)知會我們，其目前有意在購回授權獲行使時向我們出售股份，或已承諾不會向我們出售股份。

本公司自註冊成立以來並無進行任何股份購回。

6. 有關我們業務的其他資料

A. 重大合約概要

本公司或其附屬公司於本文件日期前兩年內訂立屬或可能屬重大的合約（並非於日常業務過程中訂立的合約）如下：


- (1) 陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士於2021年4月27日分別與華視品牌管理訂立了股權轉讓協議，據此，陳先生、王女士、聶先生、胡先生及薛女士分別將其於華視傳媒的76.8736%、6.6207%、6%、4.9931%及1.0115%的股權轉讓給華視品牌管理，對價分別為人民幣16,720,000元、人民幣1,440,000元、人民幣1,305,000元、人民幣1,086,000元及人民幣220,000元；
- (2) 華視香港與沈先生訂立日期為2021年4月27日之股權轉讓協議（經日期為2021年5月6日的補充協議進一步修訂及補充），據此，沈先生轉讓4.5011%於華視傳媒股權予華視香港，代價為人民幣979,000元；
- (3) 本公司、沈先生及華視香港訂立的日期為2021年6月7日的股份認購協議，據此，沈先生以代價人民幣979,000元認購45,011股股份；
- (4) 彌償契據；
- (5) 不競爭契據；及
- (6) [編纂]。

B. 我們的知識產權

於最後實際可行日期，我們已註冊或已申請註冊以下對我們業務屬重要的知識產權。

(i) 商標

於最後實際可行日期，本集團成員公司已在香港及中國註冊以下商標：

編號	商標	種類及類別	註冊擁有人	註冊地點	註冊編號	屆滿日期
1		35	華視傳媒	香港	305519223	2031年1月26日
2	华视电广	35	華視創享	中國	17035385	2026年7月27日

(ii) 版權

於最後實際可行日期，我們已在中國註冊62項計算機軟件版權，其中董事認為對我們業務屬重要的版權如下：

編號	版權名稱	註冊		註冊擁有人	註冊日期
		地點	註冊編號		
1	基於5G互聯網的廣告推廣管理系統V1.0	中國	2019SR1415945	華視傳媒	2019年12月23日
2	廣告推廣流量信息分析查詢軟件V1.0	中國	2020SR0100184	華視傳媒	2020年1月19日
3	有媒目融媒體服務系統V1.0	中國	2019SR1263493	華視傳媒	2019年12月3日
4	廣告內容策劃管理編輯軟件V1.0	中國	2020SR0102799	華視傳媒	2020年1月20日
5	5G移動廣告管理系統V1.0	中國	2020SR0102791	華視傳媒	2020年1月20日
6	影視後期編輯工具軟件V1.0	中國	2020SR0763358	華視傳媒	2020年7月13日

附錄四

法定及一般資料

編號	版權名稱	註冊		註冊擁有人	註冊日期
		地點	註冊編號		
7	傳媒信息整合分析 系統V1.0	中國	2021SR0186136	華視傳媒	2021年2月3日
8	傳媒業務運營管理 系統V1.0	中國	2021SR0186132	華視傳媒	2021年2月3日
9	傳媒網絡推廣服務 系統V1.0	中國	2021SR0186135	華視傳媒	2021年2月3日
10	傳媒信息諮詢管理 系統V1.0	中國	2021SR0186167	華視傳媒	2021年2月3日
11	廣告媒體數據分析 系統V1.0	中國	2021SR0186011	華視傳媒	2021年2月3日
12	廣告精準定位投放 系統V1.0	中國	2021SR0186134	華視傳媒	2021年2月3日
13	廣告創意品牌營銷 系統V1.0	中國	2021SR0187020	華視傳媒	2021年2月3日
14	廣告播放反饋分析 系統V1.0	中國	2021SR0186133	華視傳媒	2021年2月3日

附錄四

法定及一般資料

編號	版權名稱	註冊		註冊擁有人	註冊日期
		地點	註冊編號		
15	廣告大數據信息統計 分析系統V1.0	中國	2019SR1415940	華視傳媒	2019年12月23日
16	廣告智能化發布管理 服務軟件V1.0	中國	2019SR1415935	華視傳媒	2019年12月23日
17	廣告多元化內容綜合 編輯管理軟件V1.0	中國	2020SR0100192	華視傳媒	2020年1月19日
18	廣告發布效果綜合管理 分析軟件V1.0	中國	2020SR0103918	華視傳媒	2020年1月20日
19	智能網關的電視節目 編輯工具軟件V1.0	中國	2020SR0099658	華視傳媒	2020年1月19日

於最後實際可行日期，本集團已在中國申請以下計算機軟件版權：

編號	版權名稱	申請		申請擁有人	申請日期
		地點	申請編號		
1.	品牌策劃精準營銷 管理系統	中國	2021R11L1783221	華視傳媒	2021年5月11日
2.	品牌策劃方案廣告 數據分析圖	中國	2021R11L1783214	華視傳媒	2021年5月11日
3.	品牌策劃設計智能 展示系統	中國	2021R11L1783262	華視傳媒	2021年5月11日
4.	品牌策劃項目綜合 管控系統	中國	2021R11L1783289	華視傳媒	2021年5月11日

(iii) 域名

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下域名：

編號	域名	註冊擁有人	註冊日期	屆滿日期
1	youmeimu.com	華視傳媒	2019年11月20日	2022年11月20日

除上文所披露者外，概無對我們業務屬重要的其他商標、域名、專利或其他知識產權。

7. 有關董事及主要股東的其他資料

A. 權益披露

(i) 董事及本公司最高行政人員於本公司及相聯法團的股份、相關股份或債權證的權益及淡倉的披露

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（並無計及因行使[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的任何股份），董事及本公司最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部要求須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例的有關條文彼等被當作或視作擁有的權益或淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述的登記冊的任何權益或淡倉，或根據GEM上市規則第五章規定的交易標準須於股份[編纂]後隨即知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉如下所示：

於股份的好倉

董事姓名	身份／權益性質	持有／擁有	
		權益之股份數目	股權概約百分比 (%)
陳先生(附註1)	受控制法團權益	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司由佳藝文化持有[約[編纂]]%權益。佳藝文化的已發行股本由陳先生最終全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，陳先生被視為或被當作於佳藝文化所持有的全部股份中擁有權益。

附錄四

法定及一般資料

於本公司相聯法團的好倉

董事姓名	相聯法團名稱	身份／ 權益性質	持有／擁有 權益之股份數目	股權概約百分比 (%)
陳先生	佳藝文化	實益擁有人	[編纂]	[編纂]

(ii) 證券及期貨條例項下的權益披露及主要股東權益披露

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（並無計及因行使[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的任何股份），就董事或本公司最高行政人員所知，以下人士（董事或本公司最高行政人員除外）於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可在所有情況下在本公司的股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

姓名	身份／ 權益性質	持有之股份／ 相關股份數目	於本公司的股 權概約百分比 (%)
佳藝文化（附註1）	實益擁有人	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 佳藝文化由陳先生全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，陳先生被視為或被當作於佳藝文化所持有的全部股份中擁有權益。

B. 董事服務合約及委任函之詳情

(i) 執行董事

各執行董事已與本公司訂立服務合約，初步固定任期自[編纂]起計為期三年，可於任期屆滿前由一方向另一方發出不少於三個月之書面通知予以終止。服務合約根據組織章程細則及適用GEM上市規則可重續。

(ii) 獨立非執行董事

各獨立非執行董事已與本公司簽立委任函，初步固定任期自[編纂]起計為期三年，可於任期屆滿前由一方向另一方發出不少於三個月之書面通知予以終止。有關委任須遵守組織章程細則有關董事離職、罷免及輪值告退的規定。

除上文所披露者外，概無董事與本集團任何成員公司訂立服務合約（不包括於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須支付賠償（法定賠償除外）的合約）。

C. 董事酬金

有關董事酬金的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事及高級管理層的薪酬」一節。

於往績記錄期間，概無董事放棄或同意放棄任何酬金的安排。

D. 已收取的代理費或佣金

除本文件所披露者外，於截至本文件刊發日期止兩年內，我們並無就發行或出售任何股本而向名列本附錄「9. 其他資料－F. 專家資格」一段的董事或專家授出任何佣金、折扣、代理費、經紀佣金或其他特別條款。

E. 關連方交易

除附錄一所載會計師報告附註30所披露者外，於本文件日期前兩個年度內，我們並無訂立任何關連方交易。

F. 免責聲明

除本文件所披露者外，於最後實際可行日期：

- (a) 概無董事或本公司最高行政人員於本公司或相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份及債權證中擁有於股份在聯交所[編纂]後根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉

(包括根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊或根據GEM上市規則第五章規定的交易標準須知會本公司及聯交所的權益或淡倉；

- (b) 據董事所知，概無任何人士於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下於本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上權益；
- (c) 概無董事或名列下文「9. 其他資料 – F. 專家資格」一段的任何人士於本集團任何成員公司的發起中，或於緊接本文件刊發前兩年內由本集團任何成員公司收購或出售或租用或擬由本集團任何成員公司收購或出售或租用的任何資產中擁有權益；
- (d) 概無董事於本文件日期存續且其性質或條件屬不尋常或對本集團整體業務屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益；
- (e) 除與[編纂]有關者外，名列下文「9. 其他資料 – F. 專家資格」一段的任何人士概無於本集團任何成員公司擁有任何股權或可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利（不論是否可依法強制執行）；
- (f) 除[編纂]外，名列下文「9. 其他資料 – F. 專家資格」一段的任何人士概無於本文件日期存續且對本集團整體業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益。
- (g) 就董事所知，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或於最後實際可行日期持有股份總數超過5%的任何股東於本公司五大客戶或五大供應商擁有任何權益；及
- (h) 自本公司註冊成立日期以來，本集團任何成員公司概無向任何董事支付酬金或其他實物利益，且於最後實際可行日期，本集團任何成員公司亦無根據任何仍生效安排應就本財政年度向任何董事支付任何酬金或實物利益。

8. 購股權計劃

條款概要

以下為股東於[●]透過決議案有條件批准及董事會於[●]（「採納日期」）透過決議案採納的購股權計劃的主要條款概要。購股權計劃的條款遵守GEM上市規則第二十三章的條文。

(a) 目的

購股權計劃旨在為合資格人士（定義見以下段落）提供於本公司擁有個人利益的機會及幫助激勵彼等提升日後對本集團所作出的貢獻及／或就彼等過往的貢獻給予獎勵，以吸引及挽留或以其他方式繼續維持與對本集團的業績、增長或成功而言屬重要及／或其貢獻有利於或將有利於本集團的業績、增長或成功之合資格人士的合作關係，另外就行政人員（定義見下文）而言，亦使本集團吸引及挽留經驗豐富且具備才能的人士及／或就彼等過往的貢獻給予獎勵。

(b) 可參與人士

董事會可全權酌情根據購股權計劃所載條款向以下人士提呈購股權（「購股權」）以認購有關數目的股份：

- (i) 本集團任何成員公司的任何執行董事、經理、或擔任行政、管理、監管或類似職位的其他僱員（「行政人員」）、任何僱員人選、任何全職或兼職僱員，或被調往本集團任何成員公司擔任全職或兼職工作的人士（「僱員」）；
- (ii) 本集團任何成員公司的董事或候選董事（包括獨立非執行董事）；
- (iii) 本集團任何成員公司的直接或間接股東；
- (iv) 向本集團任何成員公司供應貨品或服務的供應商；

- (v) 本集團任何成員公司的客戶、顧問、業務或合營夥伴、加盟商、承包商、代理或代表；
- (vi) 向本集團任何成員公司提供設計、研究、開發或其他支援或任何建議、諮詢、專業或其他服務的個人或實體；及
- (vii) 上文(i)至(vii)段所述任何人士的聯繫人(上述人士為「合資格人士」)。

(c) 最高股份數目

因行使根據計劃及本集團任何其他計劃將予授出的所有購股權而可能發行的最高股份數目，合共不得超過於[編纂]已發行股份的10% (此10%上限相當於[45,500,000]股股份，不包括因本公司所授出的[編纂]獲行使而可能須予發行的股份) (「計劃授權上限」)，前提是：

- (i) 本公司可於董事會認為合適時隨時尋求股東批准，以更新計劃授權上限，惟因行使根據購股權計劃及本公司任何其他計劃將予授出的所有購股權而可能發行的最高股份數目，不得超過本公司股東於股東大會上批准更新計劃授權上限當日本公司已發行股份的10%。就計算經更新的計劃授權上限而言，過往根據購股權計劃及本公司任何其他計劃授出的購股權(包括根據購股權計劃或本公司任何其他計劃的條款而屬尚未行使、已註銷、已失效或已行使的購股權)不應計算在內。本公司須向股東寄發一份載有GEM上市規則規定的詳情及資料的通函；
- (ii) 本公司可於股東大會上尋求股東另行批准授出超過計劃授權上限的購股權，惟取得有關批准前，超出計劃授權上限的購股權僅可授予本公司指定的合資格人士。本公司須向股東寄發一份載有GEM上市規則規定的詳情及資料的通函；及
- (iii) 因行使根據購股權計劃及本集團任何其他計劃已授出但尚未行使的全部購股權而可能發行的最高股份數目，不得超過本公司不時已發行股本的30%。倘根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃授出的購股權超出有關上限，則不得根據上述計劃授出任何購股權。

(d) 各參與者享有購股權數目上限

概無向任何一名人士授出購股權，致使因行使於任何12個月期間授予及將授予該人士的購股權而發行及將予發行的股份總數超過本公司不時已發行股本的1%。倘向上述合資格人士增授購股權，會導致因行使直至增授購股權當日（包括該日）止12個月已授予及將授予該合資格人士的所有購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）而已發行及將予發行的股份合共超過已發行股份的1%，增授購股權須經股東在股東大會上另行批准，而該合資格人士及其緊密聯繫人（如該合資格人士為關連人士，則其聯繫人）須放棄投票。本公司須向股東寄發一份披露合資格人士的身份、將授予該合資格人士的購股權（及先前已授出的購股權）的數目及條款及載列GEM上市規則規定的詳情及資料的通函。將授予該合資格人士的購股權數目及條款（包括認購價）須於股東批准前釐定，而就計算該等購股權的認購價而言，建議授出購股權的董事會會議日期須被視作要約日期。

(e) 提呈及授出購股權

根據購股權計劃條款，董事會有權自採納日期起計10年內隨時向由董事會可全權酌情選擇的任何合資格人士提呈授出購股權，以按認購價認購董事會（根據購股權計劃條款）釐定的有關股份數目（惟認購的股份須為在GEM[編纂]股份的[編纂]或其完整倍數為單位）。

(f) 向關連人士授出購股權

根據購股權計劃條款，僅於GEM上市規則規定的範圍內，倘擬向本公司董事、主要行政人員或主要股東（定義見GEM上市規則）或彼等各自的任何聯繫人提呈任何購股權，則有關要約須經本公司獨立非執行董事（不包括其或其聯繫人為購股權承授人的獨立非執行董事）事先批准。

倘向本公司一名主要股東（定義見GEM上市規則）或獨立非執行董事或彼等各自的任何聯繫人授出任何購股權，致使因行使直至授出購股權當日（包括該日）止12個月已經授予及將授予該人士的所有購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）而已發行及將予發行的證券：

- (i) 合共超過已發行相關類別證券的0.1%；及

- (ii) (倘證券於聯交所上市) 根據各授出日期證券的收市價計算，總值超過5.0百萬港元。

有關增授購股權須經本公司股東(以投票方式投票表決)批准。本公司須向股東寄發一份載有GEM上市規則規定的資料的通函。本公司承授人、其聯繫人及所有核心關連人士(定義見GEM上市規則)須在有關股東大會上放棄投贊成票。

向身為本公司主要股東或獨立非執行董事、或彼等各自的任何聯繫人的參與者授出購股權的條款如有任何變動須經股東批准。本公司承授人、其聯繫人及所有核心關連人士(定義見GEM上市規則)須在有關股東大會上放棄投贊成票。

(g) 授出購股權的時間限制

董事會知悉內部資料後，董事會不得根據購股權計劃授出任何購股權，直至該等內部資料根據GEM上市規則規定獲公佈為止。尤其是於緊接以下兩者中較早發生者前一個月至業績公佈刊發當日止期間不得授出購股權，即董事會為通過本公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論GEM上市規則規定與否)而舉行董事會會議日期(即根據GEM上市規則首先知會聯交所的日期)；及本公司刊發任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績公告(無論GEM上市規則規定與否)的最後限期。

(h) 最短持有期限、歸屬及業績目標

根據GEM上市規則條文，於提呈授出購股權時，董事會可全權酌情施加除購股權計劃所載之外董事會認為恰當的有關購股權的任何條件、約束或限制(載於載有授出購股權要約的函件中)，包括(於不影響上述一般原則的情況下)證明及／或維持有關本公司及／或承授人達致業績、經營或財務目標的合格標準、條件、約束或限制，承授人在履行若干條件或維持責任方面的滿意表現或行使任何股份的購股權權利歸屬前的時間或期間，惟有關條款或條件不得與購股權計劃的任何其他條款或條件不一致。為免生疑問，根據上述董事會可釐定的有關條款

及條件(包括有關購股權的歸屬、行使或其他事項的條款及條件)，於購股權可獲行使前並無須持有購股權的最短期限，而購股權可獲行使前承授人亦毋須達致任何業績目標。

(i) 購股權的應付金額及要約

合資格人士可於要約日期起計28日內接納授出購股權的要約，惟不可在購股權計劃有效期屆滿後接納授出購股權。本公司於有關合資格人士須接納購股權要約之日，即不遲於要約日期後28日的日期(「**接納日期**」)或之前接獲由承授人正式簽署的構成接納購股權要約的要約函件副本，連同以本公司為收款人的1.00港元匯款(作為授出購股權的代價)時，則購股權被視作已獲授出且經合資格人士接納並生效。該匯款於任何情況下不得退回。

任何少於要約所提呈的股份數目的授出購股權要約可獲接納，惟可接納於聯交所[**編纂**]股份的[**編纂**]或以任何完整倍數為單位，且該數目須清晰載於構成接納購股權要約的要約函件副本內。倘直至接納日期授出購股權的要約未獲接納，則將被視作不可撤回地拒絕。

(j) 認購

任何特定購股權所涉及之認購價，乃董事會於有關購股權授出時全權酌情釐定之價格(須於載有授出購股權建議之函件內列明)，惟認購價不得低於下列之最高者：

- (i) 股份之面值；
- (ii) 於要約日期聯交所每日報價表所報股份之收市價；及
- (iii) 緊隨要約日期前5個營業日(定義見GEM上市規則)聯交所每日報價表所報股份之平均收市價。

(k) 行使購股權

- (i) 購股權可由承授人（或其合法遺產代理人）按此購股權計劃所載的方式於購股權期限內，向本公司發出書面通知說明將行使購股權及列明購股權行使所涉及的股份數目全數或部分予以行使（倘僅部分行使，須以一手或其任何完整倍數為單位予以行使）。各有關通知須隨附所發出的通知所涉及股份總認購價全數股款。於接獲通知並（如適用）接獲核數師根據購股權計劃發出的證書後28日內，本公司須相應地向承授人（或其合法遺產代理人）配發及發行自有關行使日期（不包括該日）起入賬列作繳足的相關數目的股份，並向承授人（或其合法遺產代理人）發出所配發股份的股票。
- (ii) 任何購股權的行使均可能受到由董事會全權酌情釐定的歸屬時間表的規限，而歸屬時間表應於要約函件中列明。
- (iii) 行使任何購股權須視乎本公司股東於股東大會上批准本公司法定股本的任何必要增加而定。
- (iv) 除下文另有規定並在所授購股權的條款及條件的規限下，承授人可於購股權期限內隨時行使購股權，惟：
 - (1) 倘承授人於行使（或悉數行使）購股權前身故或永久性傷殘且該承授人概無發生根據購股權計劃條款所列終止聘任或委任事件，則承授人（或其合法遺產代理人）可於其身故或永久性傷殘後起計12個月內或董事會可能釐定的較長期間內行使緊接承授人身故或永久性傷殘前承授人應有的購股權（以尚未行使者為限）；
 - (2) 倘承授人因任何原因（包括彼受聘之公司不再成為本集團之成員公司）而不再為行政人員（因身故、永久性傷殘、根據本集團於有關期間適用之退休計劃退休、轉職至聯屬公司或因辭職或構

成罪行終止等原因而終止受聘於本集團有關成員公司者除外)，則其購股權（以尚未行使者為限）將於終止受聘之日起失效且不可行使，惟在董事會另行釐定之情況下，則購股權（或其中尚未行使部份）可於終止日期後董事會全權酌情釐定之期間內予以行使；

- (3) 倘全體股份持有人獲提呈全面收購要約，而該要約成為或宣佈成為無條件（如屬收購要約）或於有關股東大會上獲所需之過半數批准（如屬債務償還安排），則承授人有權於（如屬收購要約）要約成為或宣佈成為無條件當日起一個月內或（如屬債務償還安排）本公司告知之時間及日期前隨時行使購股權（以尚未行使者為限）；
- (4) 倘本公司及其成員公司或債權人就本公司重組或與其他公司合併之計劃提出和解或安排，則本公司須於其向本公司全體股東或債權人發出考慮有關和解或安排而召開之大會之通告當日通知尚有未行使購股權之承授人，此後各承授人（或其法定代表或接管人）可以在直至下列日期（以較早發生者為準）屆滿為止：
 1. 購股權期間；
 2. 由該通告日期起計兩個月期間；或
 3. 該和解或安排獲法院核准當日行使全部或部份購股權。
- (5) 倘本公司向股東發出召開股東大會以考慮及酌情批准自願將本公司清盤決議案的通告，則本公司須於向本公司每位股東發出通告當日或其後盡快向所有承授人發出有關通告，每位承授人（或其合法遺產代理人）將有權在不遲於本公司擬召開的股東大會前兩個營業日（定義見GEM上市規則）的任何時間向本公司發出書面通知行使其全部或任何購股權，隨附該通知所涉及股份

總認購價全數股款，而本公司將盡快且在任何情況下於不遲於緊接上述擬召開股東大會日期前的營業日（定義見GEM上市規則）向承授人配發相關股份（入賬列作繳足）。

(l) 購股權計劃的期限

在此購股權計劃條款的規限下，該計劃於成為無條件之日起計10年內有效及生效，其後不會授出或提呈其他購股權，惟購股權計劃的條文在所有其他方面仍然有效及生效。於購股權計劃屆滿前已授出但尚未行使的所有購股權在其條款規限下及根據購股權計劃將繼續有效及可予行使。

(m) 購股權計劃失效

購股權將於任何下述事項發生之最早日期自動失效及不可行使（以尚未行使者為限）：

- (i) 購股權期間屆滿；
- (ii) 有關行使購股權的段落所述任何期限屆滿；
- (iii) 受本節「8. 購股權計劃－(k)行使購股權」一段所述的期限所規限，本公司開始清盤的日期；
- (iv) 尚有涉及承授人而未履行之判決、判令或其他未了結之裁定，或董事會有理由相信承授人未能償付或缺乏可償付其債務之合理可能性；
- (v) 導致任何人士有權採取任何行動、委任任何人士、展開訴訟或取得購股權計劃中就行使購股權所述任何判令之情況；及
- (vi) 承授人（倘為法團）之任何董事或股東在任何司法權區被頒佈破產令。

購股權失效時毋須作出任何賠償，惟董事會有權酌情在任何特別情況下按其認為適當之方式向承授人支付賠償。

(n) 調整

倘若本公司資本架構發生任何變動而任何購股權仍可予行使，則無論通過盈利或儲備資本化、供股、賬目合併、重新分類、重組、拆細或削減本公司股本的方式，倘董事會認為恰當，則可能會調整：

- (i) 購股權計劃涉及的最高股份數目；及／或
- (ii) 尚未行使購股權涉及的股份總數；及／或
- (iii) 每份尚未行使購股權的認購價。

倘董事會認為適宜作出該等調整（因資本化發行而引致之調整除外），則本公司委任的核數師須以書面形式向董事會證明其認為任何有關調整乃屬公平合理，惟：

- (i) 任何該等調整須給予合資格人士與其過往有權獲得的股本之比例相同的股本。就任何該等調整而言，除就資本化發行所作任何調整外，核數師須書面向董事會確認有關調整符合本條規定；
- (ii) 在進行任何上述調整時承授人悉數行使任何購股權而應付之認購價總額，必須盡可能接近（惟不得高於）調整前之金額；
- (iii) 不得作出導致股份可按低於其面值發行之調整；
- (iv) 任何該等調整須根據GEM上市規則第二十三章及聯交所不時頒佈的有關GEM上市規則詮釋的補充指引的條文作出；及
- (v) 在交易中發行證券作為代價不得視作須作出任何該等調整之情況。

(o) 註銷未行使的購股權

董事會有權就下列理由書面通知承授人註銷全部或部份購股權，通知書表明有關購股權由該通知所指定日期（「註銷日期」）起予以註銷：

- (i) 承授人違反或容許違反或意圖違反或意圖容許違反購股權轉讓性的限制或授出購股權所附任何條款或條件；
- (ii) 承授人書面要求董事會註銷購股權；或
- (iii) 倘董事會認為承授人本身任何方式的行為損害或影響本公司或其附屬公司之利益。

於註銷日期尚未行使之任何部份購股權，應視為由註銷日期起已予註銷。在進行任何上述註銷時毋須作出賠償，惟董事會有權酌情在任何特別情況下，按其認為適當之方式向承授人支付賠償。

(p) 股份地位

於行使購股權時將予配發的股份受不時頒佈的組織章程細則及開曼群島法例的所有條文規限，並自(i)配發日，或(ii)倘該日為本公司暫停辦理股份過戶登記之日，則為重新辦理股份過戶登記的首日起在各方面與現有已發行繳足股份享有同等權益，因此將賦予持有人於(i)配發日，或(ii)倘該日為本公司暫停辦理股份過戶登記之日，則為重新辦理股份過戶登記的首日或之後派付或作出的所有股息或其他分派的權利，惟倘記錄日期早於配發日，則不包括先前已宣派或建議或議決派付或作出的任何股息或其他分派。

於承授人（或任何其他人士）登記為股份持有人前，因行使購股權發行的股份不會附帶任何權利。

(q) 終止

本公司可於股東大會上通過決議案隨時終止購股權計劃的運作。待上述購股權計劃終止後，不得進一步提呈購股權，惟購股權計劃的條文在其他各方面仍然具有效力。於有關終止前已授出但當時尚未行使的所有購股權在購股權計劃規限下及符合購股權計劃的情況下仍然有效及可予行使。

(r) 可轉讓性

購股權屬承授人個人所有，且不得轉讓，任何承授人均不得以任何方式向任何第三方出售、轉讓、押記、抵押、留置或增設有關任何購股權的任何權益（法定或實益）或試圖如此行事（承授人可提名一名代名人以其名義登記根據購股權計劃發行的股份除外）。一旦違反上述任何規定，本公司有權註銷授予該承授人的任何或部份尚未行使的購股權。

(s) 修訂購股權計劃

購股權計劃可藉董事會決議案在任何方面作出修訂，惟下列情況須事先經股東在股東大會上通過普通決議案批准後方可執行：

- (i) 條款及條件有任何重大修訂或授出之購股權之條款有任何改動（除非有關修訂乃根據購股權計劃之現有條款生效）；
- (ii) 購股權計劃中有關GEM上市規則第23.03條所載事宜之條文方面之任何有利於承授人之修訂；
- (iii) 購股權計劃所載之董事會或董事會委派之任何人士或委員會管理計劃日常運作之權力的任何變動；及
- (iv) 對前述修訂條文的任何修訂，

而在任何情況下購股權計劃之修訂條款須符合GEM上市規則之適用規定。

(t) 註銷購股權

董事會可在有關購股權承授人批准後註銷已授出但尚未行使之購股權。概不可向合資格人士授出購股權以補償已註銷的購股權，除非仍有屬於不時上限範圍內的未發行購股權（不包括已註銷的購股權）則作別論。

(u) 終止購股權計劃

本公司可透過股東大會或董事會決議案隨時終止購股權計劃，在此情況下不得再授出購股權，惟購股權計劃的條文將繼續有效，以使在計劃終止前或根據購股權計劃條文可能規定之其他方式授出的任何購股權仍可有效行使。在終止前授出但於終止時尚未行使的購股權根據購股權計劃將持續有效並可行使。

(v) 管理購股權計劃

購股權計劃由董事會管理。董事會有關購股權計劃涉及的所有事項或其詮釋或效用（本文件另有規定者除外）的決定為最終決定，對所有各方均具約束力。

(w) 購股權計劃的條件

購股權計劃須待以下條件達成後，方可作實：

- (i) 聯交所[編纂]因行使根據購股權計劃可能授出的任何相關購股權而發行的股份[編纂]及[編纂]；
- (ii) 股東通過決議案批准及採納購股權計劃，並授權董事會根據購股權計劃授出購股權及根據任何購股權獲行使而配發及發行股份；及
- (iii) 股份於聯交所開始[編纂]。

(x) 購股權計劃的現時狀況

於最後實際可行日期，並無於購股權計劃下授出或同意授出購股權。

本公司已向聯交所[編纂]申請[編纂]因行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權而須予發行的股份[編纂]。

9. 其他資料

A. 訴訟

於最後實際可行日期，本集團任何成員公司概無牽涉任何重大訴訟、仲裁或索償，且據本公司董事所知，本公司並無任何未決或對本集團構成威脅且會對本集團之業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響之重大訴訟、仲裁或索償。

B. 獨家保薦人

獨家保薦人符合GEM上市規則第6A.07條所載適用於保薦人之獨立性準則。我們就獨家保薦人(作為[編纂]保薦人)的服務應付獨家保薦人的費用為[編纂]港元。

獨家保薦人已代表本公司向聯交所[編纂]申請[編纂]已發行股份及根據[編纂]將予發行的股份(包括因[編纂]及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的額外股份)[編纂]。本公司已作出一切必要安排，以使股份獲納入[編纂]。

C. 無重大不利變動

董事確認，自2020年12月31日(即本集團編製的最近期經審核合併財務報表的日期)以來，本集團的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

D. 彌償契據

根據各控股股東以本公司(及其附屬公司)為受益人作出的彌償契據，並待[編纂]後，控股股東已同意並共同及個別向本集團各成員公司同意契諾及承諾，將彌償本集團各成員公司於[編纂]當日或之前所賺取、應計或已收取、訂立(或視為已賺取、應計、收取或訂立)或發生之收入、溢利或收益、交易、事件、行動、遺漏行動、事項或事情而應付之稅項。

然而，控股股東根據彌償契據提供的彌償保證並不涵蓋以下任何稅務及稅務申索責任，而控股股東概不就此承擔任何責任：

- (a) 已於本集團的經審核合併賬目或截至2020年12月31日或之前的會計期間本集團任何成員公司的經審核賬目作出撥備者；或
- (b) 本集團任何成員公司就於2020年12月31日或之後開始的任何會計期間的責任，除非該等負債本應不會發生，惟因控股股東或本集團任何成員公司的若干行動或遺漏、或所訂立的交易（不論何時發生，亦不論是否單獨或連同任何其他行動、遺漏或交易發生），而並非於[編纂]或之前的日常業務過程中、或正常的收購或出售資本資產過程中產生者；或
- (c) [編纂]後，因任何法定或政府機關（於香港、中國或其他地區）（包括但不限於香港稅務局及中國稅務機關）對法律、規則或規例或詮釋或應用作出任何具有追溯效力的變動而產生或招致的責任，或於[編纂]後出現具有追溯效力的稅率或其他罰款增加而產生或增加的責任；或
- (d) 該類責任由並非本集團成員公司的另一位人士解除，而概無本集團成員公司須為該類責任的解除而須向該人士作出補償；或
- (e) 上文第(a)項條款所指已於經審核賬目中就該類責任作出的任何撥備或儲備最終確定為超額撥備或超額儲備，惟就該類責任用以減低本公司控股股東責任的任何該等撥備或儲備，不得用於其後產生的任何該類責任。

董事獲悉，本公司或其任何附屬公司不大可能承擔重大遺產稅責任。

E. 股份持有人稅項

(a) 香港

買賣登記於本公司香港股東名冊分冊的股份須繳納香港印花稅。買賣股份須繳納香港印花稅，現行稅率為代價或所出售或轉讓股份的價值（以較高者為準）的0.2%。在香港產生或源自香港的股份買賣溢利可能亦須繳納香港利得稅。

(b) 開曼群島

根據現行開曼群島法律，除持有開曼群島土地權益的公司外，轉讓開曼群島公司的股份毋須在開曼群島繳納印花稅。

(c) 諮詢專業顧問

本公司建議有意成為股份持有人的人士，倘對認購、購買、持有或處理或買賣股份或行使其附帶的任何權利所產生的稅項問題有任何疑問，應諮詢彼等的專業顧問。謹此強調，本公司、董事或參與[編纂]的其他方對股份持有人因認購、購買、持有或處理或買賣股份或行使其附帶的任何權利而產生的任何稅務影響或責任概不負責。

F. 其他事項

(a) 除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內：

- (i) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行已繳足或部份繳足之股份或貸款資本以換取現金或非現金代價；
- (ii) 本公司或其任何附屬公司之股份或貸款資本概無附有選擇權或同意有條件或無條件附有選擇權；
- (iii) 概無就發行或銷售本集團任何成員公司之任何股份或貸款資本授出任何佣金、折讓、經紀佣金或其他特別條款；

- (iv) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本集團任何成員公司之任何股份而已付或須付佣金（向[編纂]支付之佣金除外）；
- (v) 本公司或其任何附屬公司並無已發行或同意發行任何創辦人、管理層或遞延股份；
- (b) 本公司股本及債務證券概無於聯交所以外的證券交易所上市或買賣，亦無正或擬尋求批准上市或買賣；
- (c) 本公司並無尚未轉換的可換股債務證券或債券；
- (d) 於緊接本文件日期前12個月內，本集團的業務並未出現任何可能對或已經對本集團財務狀況造成重大影響的任何中斷；
- (e) 概無有關放棄或同意放棄未來股息的安排；及
- (f) 本集團旗下公司目前概無於任何證券交易所上市或於任何交易系統買賣。

F. 專家資格

以下為就本文件所載資料發表意見或提供建議的專家資格：

名稱	資格
宏博資本有限公司	根據證券及期貨條例獲准從事 第1類（證券交易）及 第6類（就機構融資提供意見） 受規管活動之持牌法團
天元律師事務所	中國法律顧問
香港立信德豪會計師事務所有限公司	執業會計師
Appleby	有關開曼群島法律的法律顧問
弗若斯特沙利文	行業顧問

G. 專家同意書

本附錄「9.其他資料－F.專家資格」一段所述專家各自已就本文件的刊發發出同意書，同意以本文件所載形式及涵義轉載其報告及／或函件及／或法律意見（視乎情況而定）及引述其名稱，且迄今並無撤回其各自的同意書。上述專家概無於本公司或任何附屬公司擁有任何股權，亦無擁有可認購或提名他人認購本公司或任何附屬公司的證券的權利（不論是否可依法強制執行）。

H. 發起人

本公司就GEM上市規則而言並無發起人。除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述有關交易，向任何發起人支付、配發或給予或擬支付、配發或給予現金、證券或其他利益。

I. 籌辦開支

本公司就註冊成立產生籌辦開支約24,000港元，已由本公司支付。

J. 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，使所有相關人士受公司（清盤及雜項條文）條例第44A及44B條的所有適用條文（罰則除外）所約束。

K. 雙語文件

根據香港法例第32L章《公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第4條的豁免規定，本文件分別以英文及中文刊發。

1. 送呈公司註冊處處長文件

隨本文件副本送呈香港公司註冊處處長登記的文件包括：

- (a) [編纂]的副本一份；
- (b) 本文件附錄四「法定及一般資料—6. 有關我們業務的其他資料—A. 重大合約概要」一節所述各份重大合約的副本；及
- (c) 本文件附錄四「法定及一般資料—9. 其他資料—G. 專家同意書」一節所述同意書。

2. 備查文件

下列文件副本由本文件日期起計14日（包括該日）內的一般辦公時間，於溫斯頓律師事務所的辦事處（地址為香港中環花園道1號中銀大廈42樓）可供查閱：

- (a) 組織章程大綱及細則；
- (b) 由申報會計師編製的有關本集團截至2019年及2020年12月31日止年度的合併財務報表的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- (c) 本集團截至2019年及2020年12月31日止年度之經審核合併財務報表；
- (d) 由申報會計師所編製有關我們未經審核[編纂]財務資料的報告，其全文載於本文件附錄二；
- (e) 我們的中國法律顧問天元律師事務所就本集團若干方面及我們於中國的物業權益出具的中國法律意見；
- (f) 本公司有關開曼群島法律的法律顧問Appleby所編製的意見函件，當中概述本文件附錄三所提述的開曼群島公司法的若干方面；
- (g) 我們的行業顧問弗若斯特沙利文所編製的市場研究報告；
- (h) 購股權計劃；

附錄五

送呈香港公司註冊處處長及備查文件

- (i) 本文件附錄四「法定及一般資料－6. 有關我們業務的其他資料－A. 重大合約概要」一節所述的重大合約；
- (j) 本文件附錄四「法定及一般資料－9. 其他資料－G. 專家同意書」一節所述的同意書；
- (k) 本文件附錄四「法定及一般資料－7. 有關董事及主要股東的其他資料－B. 董事服務合約及委任函之詳情」一節所述的服務合約及委任函；及
- (l) 公司法。