

概述

我們是一家以中國旅客為對象的渠道媒體集團。我們致力為中國的鐵路網絡運營和發行平面媒體和音頻節目。我們目前運營的平面媒體是在中國所有和諧號動車組列車及經挑選常規列車發行，而我們製作和供應的音頻節目是在中國的常規列車上播放。我們的董事相信，這些以商務和休閒旅客為對象的平面媒體及音頻節目能在獨一無二環境下，當旅客在列車旅程中閱讀和享受時，接觸到旅客。

除列車上的平面媒體和音頻節目外，我們取得獨家權利，於中國民用機場的航空管制塔宣傳及出售廣告位。截至最後實際可行日期，我們在中國20個經挑選民用機場的航空管制塔運營廣告位。

由於中國高鐵網絡及民航產業迅猛發展，結合中國鐵路網絡及民用機場的媒體渠道，容許我們於旅客市場的迅速增長中獲益。隨著中國經濟持續增長，加上中國政府計劃繼續發展高鐵網絡，我們的董事預期中國高鐵網絡及民航產業的客運量將繼續增長。

我們的多重媒體渠道亦與其他經營單一媒體渠道的媒體運營商存在差異。我們的媒體渠道，包括我們運營的平面媒體、我們製作和供應的音頻節目及航空管制塔的戶外廣告位，以及我們目標對象的分佈特色，讓我們向廣告客戶提供多元化的廣告平台。

我們的董事相信，我們運營及發行的平面媒體提供有效渠道，以相比傳統平面媒體較低的發行成本接觸到大量數目讀者。傳統平面媒體運營商需要獲得大量投資設立發行網絡，但我們運營的平面媒體透過列車網絡在中國發行，毋須設立本身的發行網絡。此外，傳統平面媒體需要維持高印刷量，以供讀者購買，而我們運營的平面媒體透過在中國的列車上免費發行，接觸到大量讀者。我們因此毋須產生相比傳統媒體的大量印刷成本，就能接觸大量讀者。

我們與我們的中國出版夥伴維持密切關係。我們根據合作協議獲授權利，與該等中國出版夥伴在中國的高鐵網絡運營和發行平面媒體。我們的中國出版夥伴(即中國鐵道出版社及人民鐵道報社)是政府資助的事業單位，受到鐵道部直接監管。我們的中國出版夥伴從事在鐵路業出版書籍、期刊和報章的業務，並有權在中國出版及發行我們運營的平面媒體。

業 務

我們是我們運營和發行的平面媒體的獨家廣告代理。截至最後實際可行日期，我們運營兩份期刊，即《旅伴》及《報林》，及一份報章《旅客報》，全部均在中國的高鐵網絡上發行。《旅伴》及《報林》也在中國經挑選的常規列車上發行。我們的董事相信，由於我們運營和發行的平面媒體佔鐵道部批准在列車上發行的五份刊物其中三份，我們在中國高鐵網絡列車上平面媒體業務擁有重要份額。

我們是我們製作和供應的音頻節目的獨家廣告代理。這些音頻節目提供全國覆蓋，接觸乘坐常規列車的乘客。除全國覆蓋的音頻節目外，我們亦與中國多個地方鐵路局訂立合約。這些合約給予我們額外播放時間，在中國常規列車經挑選路線播放廣告。這些地方鐵路局包括南昌鐵路局(南昌客運段及福州客運段)、武漢鐵路局、廣州鐵路局(長沙鐵路客運段)及西安鐵路局(西安客運段)。

除平面媒體及音頻節目外，我們也透過中國民用機場航空管制塔的大型戶外廣告位，為我們的客戶提供廣告位，接觸航空交通旅客。航空管制塔無可匹比的高度和獨特的造型，在機場範圍內提供相當容易可見的戶外廣告位。截至最後實際可行日期，我們於在中國20個經挑選民用機場的航空管制塔經營戶外廣告位。我們亦有權於各機場的航空管制塔運營廣告位，由接管廣告位的日期起計為期九年。就我們截至最後實際可行日期運營的20個航空管制塔，運營期由2008年12月開始至2019年1月。基於多項原因，我們的策略是逐步發展我們的戶外媒體業務。首先，航空管制塔的廣告位較我們運營和發行的平面媒體廣告位規模較大，因此適合較成熟及規模較大的廣告客戶。第二，於初步發展階段，我們僅選擇我們相信對我們的廣告客戶具吸引力的最適合的地點。第三，截至最後實際可行日期，位於若干民用機場的戶外廣告位由其他公司根據現有合約用作廣告用途。因此，於業績記錄期間，我們並無採取非常進取的手法發展我們的戶外媒體業務。考慮到航空管制塔的獨特位置和中國很多城市採取措施監控戶外廣告位，我們的董事相信航空管制塔戶外廣告位的需求將會增加，而我們將逐步增加我們戶外媒體的覆蓋。

業 務

截至最後實際可行日期，中國有103條高鐵路線，而高鐵總長約8,358公里。根據鐵道部在2009中國科協年會提供的資料及鐵道部在2010年第十一屆全國人民代表大會第三次會議發佈的資料，中國在2012年底將運營超過110,000公里的鐵路，其中約13,000公里將用作高鐵網絡。根據發改委於2004年公佈及於2008年更新的《中長期鐵路網規劃》，2020年底中國運營的鐵路網絡約120,000公里，其中約50,000公里將用作高鐵網絡，連接人口超過500,000的所有省會和城市，並覆蓋全國總人口約90%。

由於中國高鐵網絡的發展及鐵路乘客流量增加，於業績記錄期間，我們的業務迅速增長。我們的收入由截至2008年12月31日止年度約人民幣28.7百萬元增至截至2009年12月31日止年度約人民幣104.7百萬元，及截至2010年10月31日止十個月約人民幣165.0百萬元。

收入大幅增長，主要由於平面媒體業務的收入及於2009年開始運營的戶外媒體業務的銷售貢獻增加，以及於最後實際可行日期擴充音頻節目的覆蓋範圍。

下表載列業績記錄期間我們各業務分類的收入及平面媒體從各刊物所得的收入分析：—

	截至12月31日止年度		截至10月31日止十個月	
	2008年 ⁽¹⁾	2009年	2009年	2010年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
平面媒體業務.....	26,954	77,889	60,949	131,914
戶外媒體業務.....	—	17,571	16,643	7,726
音頻節目.....	1,753	9,259	7,518	25,316
合計	28,707	104,719	85,110	164,956

業 務

	截至12月31日止年度		截至10月31日止十個月	
	2008年 ⁽¹⁾	2009年	2009年	2010年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
我們運營平面媒體的收入				
—《旅伴》 ⁽²⁾	22,457	54,349	35,282	67,347
—《報林》 ⁽²⁾	2,325	7,139	7,822	13,705
—《旅客報》 ⁽³⁾	1,570	14,728	16,369	44,620
擔任其他平面媒體廣告代理的 收入	602	1,673	1,476	6,242
合計	<u>26,954</u>	<u>77,889</u>	<u>60,949</u>	<u>131,914</u>

附註：—

- (1) 截至2008年12月31日止年度財務資料只反映我們的中國運營實體截至2008年12月31日止六個月的經營業績。
- (2) 截至最後實際可行日期，《旅伴》及《報林》均於北京至西安的所有和諧號動車組列車和經挑選的常規列車上發行。
- (3) 截至最後實際可行日期，《旅客報》乃於和諧號動車組列車的專線發行。

我們的毛利由截至2008年12月31日止年度約人民幣12.5百萬元增至截至2009年12月31日止年度約人民幣61.4百萬元，主要由於我們的收入增加。毛利率亦由截至2008年12月31日止年度約43.5%增至截至2009年12月31日止年度約58.7%。截至2010年10月31日止十個月，毛利率約69.9%，相比截至2009年10月31日止十個月約58.4%。

我們的競爭優勢

我們的董事相信我們具有以下競爭優勢：—

我們與中國迅速發展的高鐵網絡一起成長

我們認為本身是中國高鐵網絡列車上平面媒體的主要成員。我們運營的平面媒體在中國的高鐵網絡及經挑選常規列車上發行。我們製作和供應的音頻節目在中國的所有常規列車上播放。由於我們的業務專注於鐵路產業，我們伴隨鐵路基建，尤其是中國高鐵產業的發展實現重大增長。

中國的鐵路網絡近年來經歷穩定增長。根據慧聰鄧白氏研究的資料，中國和諧號動車組列車及常規列車的總乘客流量由截至2008年12月31日止年度約1,461.3百萬人增至截至2009年12月31日止年度約1,524.5百萬人，月均乘客分別約121.8百萬人及127.0百萬人。高鐵網絡的增長及乘客量增加，擴大了我們媒體渠道的覆蓋範圍，吸引並預期吸引到更多廣告客戶。

截至最後實際可行日期，中國有103條高鐵路線，而高鐵總長約8,358公里。根據鐵道部在2009中國科協年會提供的資料及鐵道部在2010年第十一屆全國人民代表大會第三次會議發佈的資料，中國在2012年底將運營超過110,000公里的鐵路，其中約13,000公里將用作高鐵網絡。根據慧聰鄧白氏研究編製的報告，2009年，中國高鐵網絡的總乘客流量約285.0百萬人，相當於2007年乘客量約4.7倍。和諧號動車組列車日均班次由截至2007年12月31日的318班增至截至2009年12月31日的795班。根據鐵道部2010年全國鐵路會議工作報告的資料，和諧號動車組列車在2010年的乘客總數預期增至約459.0百萬人。

如和諧號動車組列車乘客量及路線數目持續增長所證明，我們的董事相信，中國高鐵網絡將越來越受中國商務及休閒旅客歡迎。這項發展確保我們的媒體覆蓋以目標對象數目及地區將會繼續增長。考慮到富裕鐵路乘客佔的比例較高，中國高鐵網絡的發展將對我們日後的持續增長給予具體效用。

我們合併的媒體渠道可接觸到乘搭火車或飛機的商務及休閒旅客

我們合併的媒體平台可接觸到鐵路旅客及航空交通旅客。結合列車上的平面媒體及機場觸目的廣告位，適合接觸商務及休閒旅客的廣告客戶，我們的董事相信，他們可支配收入較平均為高，而消費意欲亦相當高。我們相信，我們是其中一個媒體運營商，結合不同交通工具的媒體平台，而這方面讓我們與競爭對手存在差異。透過我們的媒體平台，我們讓我們的廣告客戶於兩樣主要交通工具接觸目標及明確界定的對象，即商務及休閒旅客。

我們的運營策略，讓我們擴大我們廣告客戶基礎，並有效發行我們運營的平面媒體

我們的運營策略包括向我們的廣告客戶提供增值服務。該等增值服務包括制定廣告計劃及挑選媒體。我們經驗豐富的營業隊伍亦為我們的廣告客戶提供我們媒體渠道的更新資料。透過提供這些增值服務，我們旨在與我們的廣告客戶建立長期關係，並在毋須面對重大價格壓力的情況下從我們的競爭對手吸納新客戶。

我們的營銷團隊戰略性地佈置於中國的經挑選城市，包括北京、上海、天津、廣州、深圳、杭州、南京、成都、福州、濟南、青島、西安、長沙及武漢。隊伍成員定期造訪我們的廣告客戶，了解他們的需要，並及時提供具建設性的意見和服務。

我們的發行隊伍負責在中國每輛和諧號動車組列車上發行我們運營的期刊及報章。在制度井然的發行隊伍下，我們確保及時和有效地於出版期間發行我們運營的期刊和報章到所有和諧號動車組列車。

我們是專注在中國高鐵網絡媒體的領先企業

我們的董事相信，我們是在中國高鐵網絡運營及發行平面媒體的領先企業。這項領先優勢讓我們建立品牌知名度，於早期即在市場掌握重大份額。作為中國鐵路企業的渠道媒體運營商，我們的競爭優勢，從我們運營經鐵道部批准在中國所有和諧號動車組列車發行的五份刊物其中三份得以證明。

我們的董事相信，作為領先企業，我們在以下方面較業內的新成員享有優勢：—

- (a) 我們運營的市場受多項規例和限制所規限，而新成員需要符合規定，從而取得牌照和批准進軍市場；
- (b) 我們是業內的重要成員，並在鐵路廣告業取得高品牌知名度；及
- (c) 我們運營的三份平面媒體及我們製作和供應的音頻節目組成一個跨媒體的平台，容許我們為我們的廣告客戶提供靈活及全面結合的服務。

我們媒體渠道組合涉及於平面媒體、音頻節目及戶外媒體的廣告，可滿足不同廣告客戶的需求

我們的客戶可根據他們的需要選擇我們任何媒體渠道組合，從而增加我們在選擇及靈活性方面的競爭優勢。

我們以戰略結合我們的媒體渠道，即平面媒體、音頻節目及航空管制塔的戶外廣告位，滿足廣泛種類的廣告需要。此外，在我們的平面媒體業務中，我們運營兩份期刊及一份報章，各自的內容截然不同，專注於不同的廣告客戶。

我們運營的平面媒體經常獲房地產、汽車、飲食、成衣及電信業的廣告客戶所經常選擇。我們的音頻節目吸引到消費品業、電信運營商及宣傳城市的地方政府的廣告客戶。我們戶外媒體業務的廣告客戶包括從事金融服務、飲食業、汽車及珠寶業的公司。

我們運營的平面媒體和音頻廣告覆蓋全國，非常適合以中國商務及休閒旅客為對象的廣告客戶。此外，我們為廣告客戶提供地區平台，在《旅客報》的路線專刊及我們在常規列車指定路線播放的音頻節目投放廣告。該等地區廣告為針對不同地區的目標對象而設計。

我們的管理人員團隊投入工作，經驗豐富

我們的管理人員由主要成員組成，在媒體業擁有豐富經驗，包括平面媒體的內容製作、廣告、項目管理、發行、設計及製作。我們的管理人員隊伍亦有員工在中國廣告業擁有豐富經驗及深入了解。尤其為我們的主席林先生在廣告及媒體業具有18年經驗。我們的執行董事阮先生在中國鐵路產業擁有超過10年行業經驗，並在媒體業擁有14年經驗。我們的首席執行官及執行董事韓文前先生在廣告及媒體業擁有超過10年經驗。我們執行董事及高級管理人員隊伍的進一步資料載於本招股章程「董事、高級管理人員及員工」一節。

我們的業務目標

憑藉中國高鐵網絡的持續發展，我們計劃成為中國交通產業的領先媒體渠道公司，實現以下業務目標：—

(a) 擴充我們的渠道媒體業務及廣告客戶基礎的地區覆蓋範圍；

- (b) 向我們的廣告客戶提供額外廣告位，並增加我們的廣告收入；及
- (c) 擴大我們的新廣告平台。

我們的業務策略

我們計劃按照本招股章程「未來計劃及配售所得款項淨額擬定用途」一節「實行計劃」一段所載的計劃，實行以下業務策略從而實現我們的業務目標。

伸延我們的廣告業務到火車站

憑藉我們運營戶外廣告媒體的經驗及我們在中國鐵路網絡渠道媒體的市場佔有率，我們計劃通過收購或於常規列車及和諧號動車組列車的火車站安裝廣告燈箱，伸延我們的廣告業務到火車站。就此而言，我們與哈爾濱鐵路廣告傳媒(集團)有限公司(「哈爾濱鐵路」，一名獨立第三方)訂立日期為2010年11月15日的合約。哈爾濱鐵路為一家國有鐵路媒體運營商，獲哈爾濱鐵路局授權於哈爾濱鐵路局運營的車站和列車規劃、發展和運營不同媒體平台。根據該協議，北京奧神獲授獨家權利，於由哈爾濱鐵路局運營的三個經挑選車站安裝和運營廣告屏幕。哈爾濱鐵路將負責就我們在該三個鐵路站的業務，領取和維持鐵路業的所有必要批文和許可證，以及有權於首年收取年度廣告代理費人民幣900,000元，該費用將於其後每年按年增長率5%增加。北京奧神將從銷售廣告屏幕的廣告位獲得收入，並將承擔所有營運費。該合作計劃由2010年11月15日起可維持63個月，並可按各方的相互同意而延續。我們將繼續與其他地方鐵路局磋商戶外廣告業務。

我們的董事相信，於鐵路站的戶外廣告業務將為我們提供大量業務機會。為籌備運營該項業務，我們已聘請富有媒體規劃、圖像設計及廣告創作經驗的員工，我們認為彼等具備知識和專業技能，可協助我們經營該新廣告平台。

在中國高鐵網絡的發展下一起擴充我們的現有業務

我們將繼續鞏固我們在中國高鐵網絡列車上平面媒體的領先地位。在中國高鐵網絡的發展下，我們計劃透過於中國不同城市設立營業辦事處擴充我們的銷售網絡，並於不同地點壯大

我們的銷售及廣告隊伍。我們亦計劃增加我們平面媒體路線專刊的數目，從而加強我們的客戶基礎及加快我們的業務增長。

至於我們的音頻節目業務，為了擴大我們的覆蓋及在市場的滲透，我們將繼續就中國常規列車不同路線享有播放廣告的額外時間，與不同地方鐵路局進行磋商。

我們將繼續宣傳我們的戶外媒體業務。我們旨在於我們目前未運營的民用機場航空管制塔物色更多廣告位。我們覆蓋全國的地方越大，更能吸引更多廣告客戶在我們的戶外媒體投放廣告，與此同時實現規模經濟。

在中國的列車上開始運營新列車上媒體

憑藉我們在高鐵網絡運營和發行平面媒體的經驗，我們計劃開拓更多在和諧號動車組列車上的廣告業務商機。就此而言，我們與北京九華互聯科技有限公司（「北京九華」為獨立第三方，由三名個別人士擁有）訂立諒解備忘錄。北京九華從事數碼內容和應用方案業務及向有關地方鐵路局提供廣播控制系統軟件。根據諒解備忘錄（於2010年9月13日生效），我們有意以收購現有股東持有少數股東股權的方式或雙方協定的其他方法投資於北京九華，惟須待我們進行的盡職審查令人信納及完整方可作實。作為初步盡職審查的一部分，我們已取得有關北京九華的不同財務資料，並進行基本財務分析。我們亦已取得和審閱樣本銷售合約和公司記錄。我們預期於2011年3月作出進一步盡職審查工作，包括法律和財務盡職審查，且待得出令人滿意的結果時，建議我們可在2011年訂立正式協議。

我們亦已對海外戶外媒體慣例（可能與這業務相關）作初步研究，並已接觸LED屏幕供應商，以更了解列車上媒體業務。根據我們的董事的理解，北京九華連同其他夥伴現時正就在列車發展和安裝車頂及座位背部LED屏幕與有關政府機構進行討論。透過可能投資北京九華，我們旨在以更有效的方式進軍數碼內容和應用方案行業，但並無招致不必要的初始業務發展費。此外，倘北京九華取得列車上的相關LED屏幕業務，我們計劃商議該等列車上的新列車上LED媒體的相關廣告代理業務。諒解備忘錄不具法律約束力，惟獨有權及保密性等條文除外。倘我們在上市後進行此項合作，我們計劃運用部分配售所得款項淨額與北京九華合作。截至最後實際可行日期，我們的董事計劃與北京九華合作，因此我們並無就在和諧號動車組列車上開展運營列車上媒體業務，與其他公司或分局進行討論。若我們並無進行建議收購，我們其後可能與其他人士考慮物色其他業務機會。

截至最後實際可行日期，我們並未訂立任何正式，且在法律上具約束力的合約。因此，我們可能或未必能進行此項交易。

於互聯網開始廣告業務

為了提升我們的渠道媒體平台，我們與獨立第三方訂立協議，運營一個網站，致力提供有關鐵路的信息和服務，包括：－

- (a) 鐵路信息，例如鐵路施工的發展、火車時間表、鐵路狀況、票務和新聞；
- (b) 鐵路相關供應商的信息平台；
- (c) 鐵路信息項目競投；及
- (d) 中國鐵路網絡沿線觀光地點、餐廳及酒店簡介。

該協議乃由北京大提速與中鐵信息工程集團有限公司（「中鐵」，一名獨立第三方）於2010年10月訂立，初步為期10年，並自動重續多5年，但前提是並無違反付款條款。我們的中國法律顧問知會我們，運營互聯網業務，包括網頁的設計、建立、技術發展、技術維護、保安、信息編輯及版面維護，乃涉及《外商投資產業指導目錄》項下的受限制業務。因此，我們將需要透過合約安排經營新互聯網業務。由於北京大提速已訂立結構協議，北京大提速訂立新互聯網業務協議，故將毋須我們訂立另一組的結構協議。

中鐵乃由鐵道部信息技術中心（大股東）的兩名公司股東及一家國有公司北京奧紐斯特計算機工程開發公司（少數股東）擁有的公司。北京大提速獲委任為網頁的獨家營運商，中鐵被禁止訂立任何合營企業或與北京大提速本身的聯屬公司以外的任何人士合作，或將部分或全部營運分包，藉以營運該網頁。中鐵承諾在整段合作期間，其不會與其本身的聯屬公司以外的任何其他第三方合作，以進行該協議項下計劃進行的同一類項目。根據該協議，我們負責該網頁的日常營運，包括網頁的設計、建立、技術發展、技術維護、保安、信息編輯及版面維護、市場推廣和宣傳活動，所有費用由我們自行承擔。此外，北京大提速有權擔任這個網站的獨家廣告代理。

業 務

此外，北京大提速與中鐵將訂立協議，據此，我們將負責申請經營互聯網業務所需的有關許可證，包括增值電信業務經營許可證及／或電信與信息服務業務經營許可(備案)證。中鐵將負責提供營運和維護該網頁所需的數據資料和物料，以及將擔保提供內容的合法性和準確性。中鐵仍擁有該網頁，其亦就網頁內容向有關機關取得最終批文。協議雙方均委任成員加入管理委員會參與決策過程。北京大提速有權委任管理委員會五名成員中的兩名。我們將於經營的首年，向中鐵支付金額人民幣560,000元的年費，其後該金額將每年增加10%。

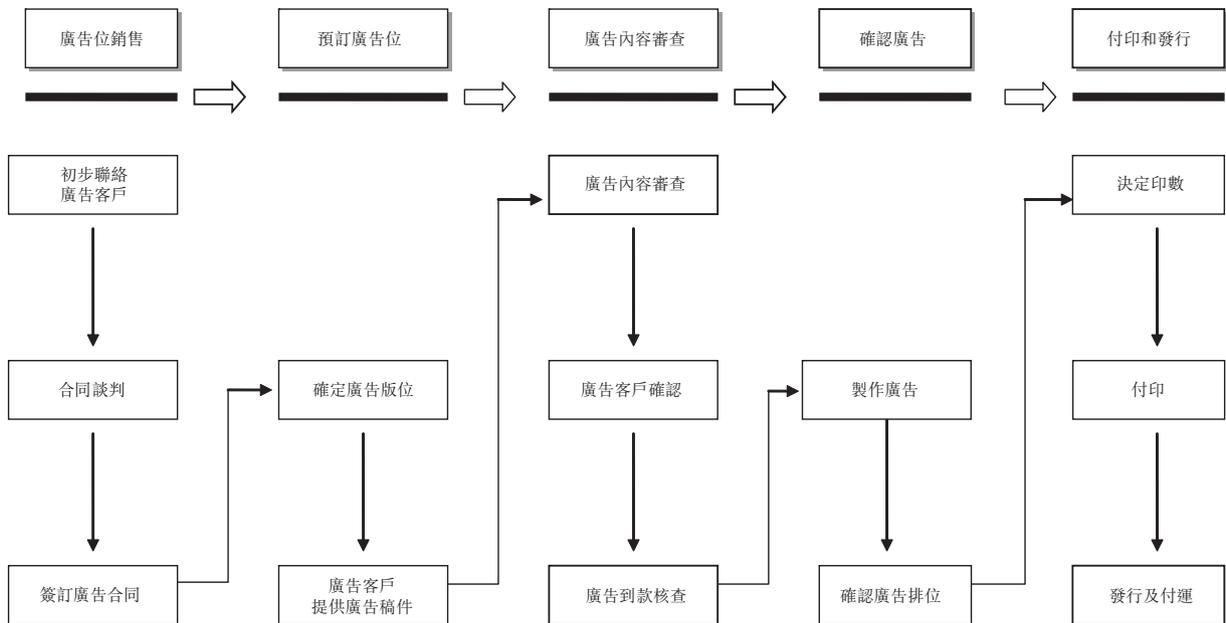
為籌備運營互聯網業務，我們購買為數約人民幣153,000元的設備和軟件支援我們的業務運營，例如同伺服器及保安軟件。我們亦已開始在信息技術業和鐵路相關媒體招聘合適人才，負責運營我們互聯網相關業務。我們相信，連同我們的營業隊伍，我們能出售和推廣使用網站作為我們廣告客戶的額外媒體平台。

我們的董事相信，該網站能配套我們現有媒體渠道，原因是其能推廣我們的平面媒體、擴大我們的客戶基礎及從不同來源賺取額外收入。該網站也將向我們的廣告客戶提供額外媒體渠道，而我們預期能透過我們現有媒體平台及該網站的交叉銷售實現協同效應。

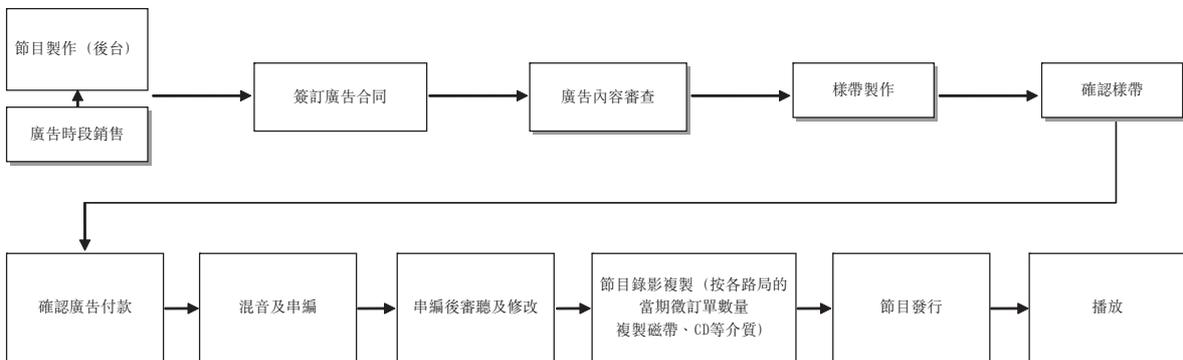
我們的營運模式

我們目前為我們的廣告客戶提供三種媒體平台，即：(a)我們通過在中國的和諧號動車組列車及經挑選常規列車上運營及發行的兩份期刊和一份報章的平面媒體；(b)我們製作和供應及在中國所有常規列車上播放的音頻節目以及(c)我們於中國民用機場經挑選航空管制塔運營的戶外廣告位。下圖列出這些媒體平台的營運模式：-

我們的平面媒體平台

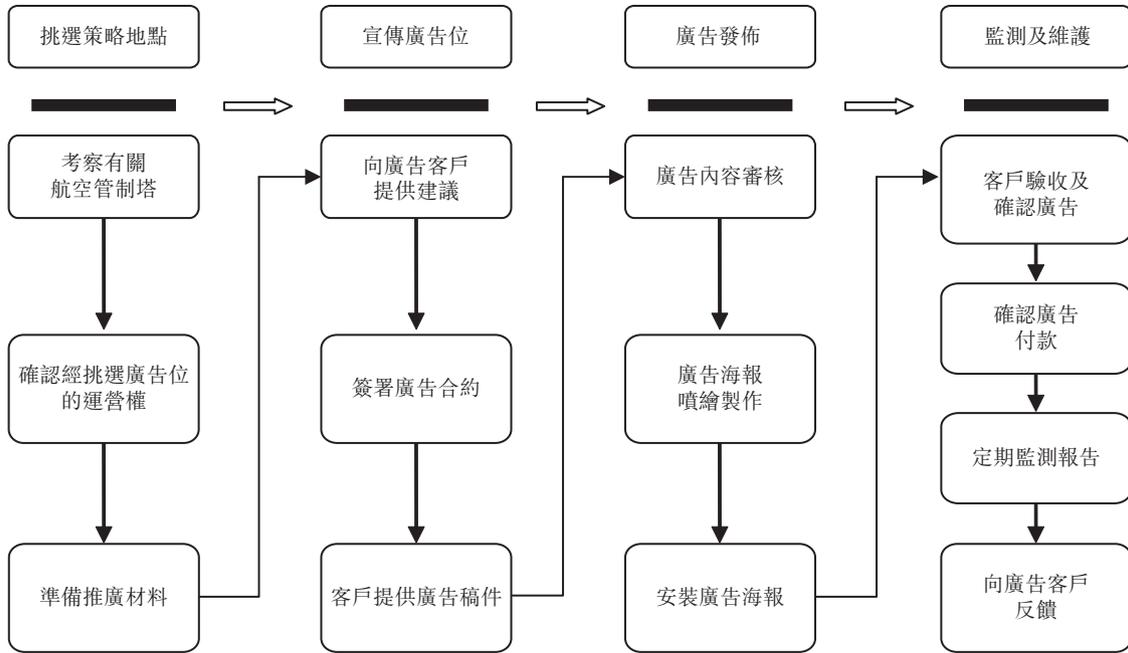


我們的音頻節目平台



就我們的平面和音頻媒體平台，我們的營銷員工負責與我們廣告客戶的初步聯絡。經訂立廣告合同後，我們的員工將協助我們的廣告客戶及向我們的廣告客戶提供意見，制定廣告計劃及意念。然後，我們的廣告客戶將向我們提供稿件或樣本廣告供我們審查。如有需要，經修改後，我們的客戶將於製作和編定廣告前確認最終稿件。當廣告完成後，我們的客戶將確認於期刊或報章或廣播節目的排位/內容，然後付印、發行和交付。

我們的戶外媒體平台



就我們的戶外廣告平台，我們的營銷員工將首先於不同民用機場的有關航空管制塔進行場地視察。一旦確認廣告位，我們的員工會聯絡我們的廣告客戶，並向他們作出建議。我們的員工亦將協助客戶，並向客戶提供意見，制定廣告計劃及意念。我們的營銷員工負責與我們的廣告客戶初步聯絡。經訂立廣告合同後，客戶將向我們提供廣告稿件，而廣告內容將由我們內部審查。如有需要，經修改後，客戶將於製作和安裝前確認廣告最終稿件。當廣告完成後，客戶將審查及確認廣告的最終展示。

平面媒體

我們運營及發行兩份期刊(即《旅伴》和《報林》)和一份報章(《旅客報》)，分別針對不同讀者及不同廣告客戶。由於我們各期刊及報章以不同讀者及/或不同地區為對象，我們的廣告客戶或會策略地投放廣告在選定的期刊、報章或同時投放在兩者。我們的董事相信，我們的市場推廣策略有助於在平面媒體創造協同效應，增加市場佔有率，並毋須在我們運營的期刊及報章之中造成任何競爭。我們營運和發行的期刊和報章是我們的中國出版夥伴出版的。我們的中國出版夥伴是該等期刊及報章刊號的登記人，有效期直至2013年12月31日。根據有關合作協議及有關廣告代理合約，我們獲委任為我們運營和發行的平面媒體的獨家廣告代理商。特別是，截至2016年12月、2018年2月及2018年4月為止，我們分別為《旅伴》、《報林》和《旅客報》的獨家廣告代理。

下文對我們運營的各份月刊和報章進行了描述。

《旅伴》



第95期(2010年10月)



第96期(2010年11月)



第97期(2010年12月)

下表說明於業績記錄期間《旅伴》每期的總頁數：—

《旅伴》每期的總頁數	截至12月31日止年度		截至10月31日
			止十個月
	2008年	2009年	2010年
	140頁至184頁	142頁至232頁	156頁至308頁

《旅伴》是由我們的其中一名中國出版夥伴在2003年創刊的，而我們於2006年11月取得獨家權利運營和發行該期刊。《旅伴》是一份月刊，專門提供時尚內容及資訊娛樂報導、專訪、分析及文化題材，對象是中國富裕的商務及休閒旅客。《旅伴》的目標廣告客戶是不同行業的企業，例如房地產、汽車、金融服務、電信、家電、資訊科技、服裝、建材、餐飲及旅遊。《旅伴》是全國性刊物並已在中國所有和諧號動車組列車和北京至西安的常規列車上發行。《旅伴》還在中國山東省內運行的所有和諧號動車組列車上發行專為山東省而設的線路專刊。

《報林》



第154期 (2010年11月)



第155期 (2010年12月)



第156期 (2011年1月)

業 務

下表說明於業績記錄期間《報林》每期的總頁數：－

	截至 10 月 31 日		
	截至 12 月 31 日止年度		止十個月
	2008 年	2009 年	2010 年
《報林》每期的總頁數	108 頁	108 頁至 110 頁	108 頁至 160 頁

《報林》在 1996 年創刊的，現時由我們的其中一名中國出版夥伴出版。我們於 2008 年 4 月聯同鳳凰金龍負責此期刊的運營和發行。《報林》是一份以企業家旅客為對象的商業及評論月刊。《報林》主要以特許權安排、許可使用及其他合作機會推廣其於服裝、家紡、醫藥、建材、餐飲及教育行業的廣告客戶為刊登廣告的對象。《報林》是全國性刊物並已在中國所有和諧號動車組列車和經挑選的常規列車發行。

《旅客報》



京津專刊
第 66 期 (2010 年 12 月 15 日)



京津專刊
第 68 期 (2011 年 1 月 1 日)



京津專刊
第 70 期 (2011 年 1 月 15 日)

業 務

下表說明於業績記錄期間《旅客報》每期的總頁數：—

	截至12月31日止年度		截至10月31日 止十個月
	2008年	2009年	2010年
	《旅客報》每期的總頁數	52頁至92頁	26頁至92頁

《旅客報》是由我們的其中一名中國出版夥伴在2008年8月創刊的，我們於同時開始《旅客報》的獨家運營及發行。《旅客報》是一份路線專刊，面向不同地區讀者，專門報導城市最新資料娛樂及新聞的報章。截至最後實際可行日期，《旅客報》在環渤海經濟圈、珠江三角洲地區、長江三角洲地區、東南沿海地區和華中平原地區運行的和諧號動車組列車發行，旨在為廣告客戶提供一個覆蓋不同地區的地方乘客的媒體渠道。為了迎合我們於不同地區的廣告客戶的不同需要，截至最後實際可行日期，《旅客報》運營12個不同的線路專刊，分別是京津專刊、鄭西專刊、江蘇專刊、浙江專刊、海西專刊、廣東專刊、湖南專刊、湖北專刊、京石太專刊、成渝專刊、山東專刊和江西專刊，而各專刊載有當地的廣告內容。《旅客報》由我們的中國出版夥伴每週出版。對於每份路線專刊，出版週期由雙週至月刊不等，視乎不同路線因素和特色。

業 務

《旅伴》及《報林》在所有和諧號動車組列車及經挑選常規列車上發行，而《旅客報》的不同路線專刊則在指定路線發行。下表說明截至最後實際可行日期我們運營及發行的平面媒體的發行網絡：—

序號	線路	《旅伴》	《報林》	《旅客報》
1	武漢—廣州	✓	✓	湖南專刊、湖北專刊
2	鄭州—西安	✓	✓	鄭西專刊
3	長沙—廣州	✓	✓	湖南專刊、湖北專刊
4	南京—上海	✓	✓	江蘇專刊
5	常州—上海	✓	✓	江蘇專刊
6	無錫—上海	✓	✓	江蘇專刊
7	蘇州—上海	✓	✓	江蘇專刊
8	昆山—上海	✓	✓	江蘇專刊
9	上海—杭州	✓	✓	浙江專刊
10	南京—杭州	✓	✓	浙江專刊
11	北京—天津	✓	✓	京津專刊
12	北京—塘沽	✓	✓	京津專刊
13	北京—瀋陽	✓	✓	X
14	北京—長春	✓	✓	X
15	北京—哈爾濱	✓	✓	X
16	北京—上海	✓	✓	X
17	北京—泰山	✓	✓	山東專刊
18	北京—濟南	✓	✓	山東專刊
19	北京—青島	✓	✓	山東專刊
20	北京—吉林	✓	✓	X
21	上海—青島	✓	✓	X
22	上海—鄭州	✓	✓	X
23	上海—南昌	✓	✓	江西專刊
24	杭州—南昌	✓	✓	江西專刊
25	上海—長沙	✓	✓	浙江專刊
26	吉林—哈爾濱	✓	✓	X
27	長沙—南昌	✓	✓	X
28	北京—武漢	✓	✓	湖北專刊
29	北京—鄭州	✓	✓	X
30	北京—安陽	✓	✓	X
31	鄭州—武漢	✓	✓	湖北專刊
32	濟南—鄭州	✓	✓	X
33	濟南—瀋陽	✓	✓	X
34	太原—鄭州	✓	✓	京石太專刊

業 務

序號	線路	《旅伴》	《報林》	《旅客報》
35	瀋陽—哈爾濱	✓	✓	X
36	天津—瀋陽	✓	✓	X
37	天津—哈爾濱	✓	✓	X
38	太原—瀋陽	✓	✓	X
39	上海—瀋陽	✓	✓	X
40	北京—杭州	✓	✓	X
41	北京—成都	✓	✓	成渝專刊
42	北京—重慶	✓	✓	成渝專刊
43	天津—上海	✓	✓	X
44	北京—南京	✓	✓	X
45	上海—重慶	✓	✓	成渝專刊
46	上海—成都	✓	✓	成渝專刊
47	上海—福州	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
48	北京—蘇州	✓	✓	X
49	北京—太原	✓	✓	京石太專刊
50	太原—石家莊	✓	✓	京石太專刊
51	上海—武漢	✓	✓	湖北專刊、江蘇專刊
52	南京—武漢	✓	✓	湖北專刊、江蘇專刊
53	合肥—武漢	✓	✓	湖北專刊、江蘇專刊
54	溫州—福州	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
55	杭州—福州	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
56	寧波—福州	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
57	上海—廈門	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
58	杭州—廈門	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
59	寧波—廈門	✓	✓	海西專刊、浙江專刊
60	武漢—南昌	✓	✓	江西專刊
61	北京—邯鄲	✓	✓	X
62	北京—龍家營	✓	✓	X

業 務

序號	線路	《旅伴》	《報林》	《旅客報》
63	石家莊—龍家營	✓	✓	京石太專刊
64	北京—石家莊	✓	✓	京石太專刊
65	長春—吉林	✓	✓	X
66	瀋陽—長春	✓	✓	X
67	瀋陽—吉林	✓	✓	X
68	西安—寶雞	✓	✓	鄭西專刊
69	重慶—成都	✓	✓	成渝專刊
70	成都—達州	✓	✓	成渝專刊
71	成都—南充	✓	✓	成渝專刊
72	武漢—襄樊	✓	✓	湖北專刊
73	武漢—十堰	✓	✓	湖北專刊
74	合肥—上海	✓	✓	江蘇專刊、湖北專刊
75	徐州—上海	✓	✓	江蘇專刊
76	上海—六安	✓	✓	江蘇專刊
77	上海—溫州	✓	✓	浙江專刊
78	蒼南—上海	✓	✓	浙江專刊
79	杭州—溫州	✓	✓	浙江專刊
80	杭州—蒼南	✓	✓	浙江專刊
81	溫州—寧波	✓	✓	浙江專刊
82	寧波—上海	✓	✓	浙江專刊
83	南京—溫州	✓	✓	浙江專刊、江蘇專刊
84	寧波—蒼南	✓	✓	浙江專刊
85	杭州—寧波	✓	✓	浙江專刊
86	上海—義烏	✓	✓	浙江專刊
87	上海—金華	✓	✓	浙江專刊
88	上海—江山	✓	✓	浙江專刊
89	上海—衢州	✓	✓	浙江專刊
90	杭州—江山	✓	✓	浙江專刊
91	濟南—青島	✓	✓	山東專刊
92	泰山—青島	✓	✓	山東專刊
93	成都—青城山	✓	✓	成渝專刊
94	成都—都江堰	✓	✓	成渝專刊
95	福州—廈門	✓	✓	海西專刊
96	福州—泉州	✓	✓	海西專刊
97	福鼎—廈門	✓	✓	海西專刊
98	九江—南昌	✓	✓	江西專刊
99	萍鄉—南昌	✓	✓	江西專刊

業 務

序號	線路	《旅伴》	《報林》	《旅客報》
100	廣州—深圳	✓	✓	廣東專刊
101	海口—三亞	✓	✓	廣東專刊
102	廣州—珠海	✓	✓	廣東專刊
103	廣州—新會	✓	✓	廣東專刊

《旅伴》及《報林》亦在北京至西安的常規列車上發行。

於業績記錄期間，我們也擔任由一名獨立第三方及福建海峽都市報（一名關連人士）運營的平面媒體的廣告代理。根據有關協議，我們須向該獨立第三方及福建海峽都市報支付廣告代理費，以取得廣告代理一職。我們的銷售團隊隨後物色廣告客戶在獨立第三方及福建海峽都市報運營的平面媒體投放廣告。這項與福建海峽都市報訂立的業務安排的進一步資料，載於本招股章程「業務—我們的供應商」一節。

音頻節目

我們製作和供應的音頻節目均在中國的常規列車上廣播。於2008年1月，我們開始製作和在經挑選的常規列車上發行音頻節目「和諧鐵路之聲」。從2010年1月起，我們的音頻節目（包括廣告及非廣告內容）便獲准在中國所有常規列車上廣播。北京大提速於2009年12月31日與鐵道影視音像中心訂立協議，據此北京大提速負責提供音頻節目及提供和支付在中國常規列車上播放的音樂和歌曲。在中國所有常規列車上播放的音頻節目的廣告及非廣告內容分別佔每趟列車旅程總播放時間的10%及90%。音頻節目的非廣告內容包括省會及目的地城市的基本資料，每次播放時間長約10至15分鐘（即合共20至30分鐘）另加兩節分別上午及下午音樂專題，每節音樂專題長約30分鐘。根據有關協議，廣告內容不會超過該音頻節目總播放時間的10%。我們在支付有關許可費後獲獨立第三方許可使用音頻節目所涵蓋的音樂和歌曲。

業 務

我們根據音頻廣告的持續時間(每15秒或30秒時段收費)從在音頻節目銷售廣告時段賺取收入。而我們自行承擔製作成本。全國播放音頻節目的協議由2010年1月1日起為期兩年，並可於各方同意下在到期時重續。由於音頻節目覆蓋全國，我們音頻節目的廣告客戶對象包括專注零售消費市場的企業，例如酒店及旅遊、餐飲、家用電器、電訊、保健及教育。根據協議，鐵道影視音像中心負責審查北京大提速供應的內容，並與有關監管機關協調，確保大提速提供的內容在列車上播放。北京大提速負責提供音頻節目的廣告及非廣告內容，包括取得在音頻節目內使用音樂及歌曲的合法權及確保音頻節目內容合法及適合廣播。北京大提速承擔音頻節目的所有生產成本。

此外，截至最後實際可行日期，北京大提速已與地方鐵路局或交通部門訂立五份合約，以製作將於上述全國播放的音頻節目以外的時段內播放的音頻節目。根據該等合約，北京大提速負責提供音頻節目的廣告及非廣告內容，費用由其承擔。以下載列該等合約的進一步資料。

鐵路局／運輸處	網絡覆蓋	合約年期	獨有權	主要條款及條件
南昌鐵路局 南昌客運段	南昌客運段在84條 列車線路運營的 所有常規列車	2008年6月1日至 2015年6月1日	是	<ul style="list-style-type: none"> — 北京大提速有權銷售在南昌客運段的所有常規列車上播放的音頻節目的廣告時段，並獲授權製作及供應音頻節目的非廣告內容。 — 南昌鐵路局負責在北京大提速製作的音頻節目播放前進行審查。 — 南昌鐵路局授權的南昌中鐵廣告傳媒有限責任公司負責播放音頻節目和協助音頻節目的質量控制。 — 北京大提速將在整個合約年期應付年度固定費用。

業 務

鐵路局／運輸處	網絡覆蓋	合約年期	獨有權	主要條款及條件
南昌鐵路局 福州客運段	福州客運段在 30條列車線路 運營的所有 常規列車	2008年8月1日至 2015年8月1日	是	<ul style="list-style-type: none"> — 北京大提速有權銷售在福州客運段的所有常規列車上播放的音頻節目的廣告時段，並獲授權製作及供應音頻節目的非廣告內容。 — 南昌鐵路局負責在北京大提速製作的音頻節目播放前進行審查。 — 南昌鐵路局授權的南昌中鐵廣告傳媒有限公司負責播放音頻節目，並協助音頻節目的質量控制。 — 北京大提速將在整個合約年期應付年度固定費用。
武漢鐵路局	武漢鐵路局 在109條列車線路 運營的所有 常規列車	2009年1月1日至 2014年12月31日	是	<ul style="list-style-type: none"> — 北京大提速有權銷售在武漢鐵路局的所有常規列車上播放的音頻節目的廣告時段，並獲授權製作及供應音頻節目的非廣告內容。 — 武漢鐵路局黨委宣傳部負責在北京大提速製作的音頻節目播放前進行審查。 — 武漢鐵路局黨委宣傳部負責播放音頻節目，並協助音頻節目的質量控制。 — 北京大提速將在整個合約年期支付年度固定費用。

業 務

鐵路局／運輸處	網絡覆蓋	合約年期	獨有權	主要條款及條件
廣州鐵路局 長沙鐵路客運段	長沙鐵路客運段 在70條列車線路 運營的所有 常規列車	2009年1月1日至 2013年12月31日	是	<ul style="list-style-type: none"> — 北京大提速有權銷售在長沙鐵路客運段的所有常規列車上播放的音頻節目的廣告時段，並獲授權製作及供應音頻節目的非廣告內容。 — 長沙鐵路客運段授權長沙鐵路客運段信息廣告公司在北京大提速製作的音頻節目播放前進行審查。 — 長沙鐵路客運段授權長沙鐵路客運段信息廣告公司協助音頻節目的質量控制。 — 北京大提速將在整個合約年期應付年度固定費用。
西安鐵路局 西安客運段	西安客運段 在73條列車線路 運營的所有 常規列車	2008年1月1日至 2014年7月31日	是	<ul style="list-style-type: none"> — 北京大提速有權運營在西安客運段的所有常規列車上播放的音頻節目的廣告時段，並獲授權製作及供應音頻節目的非廣告內容。 — 西安鐵路局負責在北京大提速製作的音頻節目播放前進行審查。 — 西安鐵路局授權的陝西客運廣告信息部協助音頻節目的質量控制。 — 北京大提速將在整個合約年期應付年度固定費用。

於業績記錄期間，就我們音頻節目支付予鐵道部及地方鐵路局有關單位的管理費總額分別約為人民幣0.2百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣0.5百萬元。我們的董事相信，音頻節目與我們的平面媒體業務相輔相成，並為我們的廣告客戶在列車上提供音頻平台，以中國鐵路網絡的乘客為對象。

航空管制塔戶外廣告位

截至最後實際可行日期，我們在中國20個經挑選的民用機場運營航空管制塔的廣告位。我們有權於各機場的航空管制塔運營廣告位，由接管廣告位的日期起計為期九年。航空管制塔無可匹比的高度和獨特的造型提供相當容易可見的戶外廣告位。於業績記錄期間，我們成功取得金融機構及餐飲業、珠寶業及汽車產業企業成為我們於航空管制塔戶外廣告位的廣告客戶。

我們宣傳及出售航空管制塔廣告位的獨家權利乃根據本集團與新視線於2008年6月訂立的合約獲得。新視線獲空中交通管理局授權在中國民用機場運營及出售航空管制塔廣告位。空中交通管理局是民用航空局轄下，主要是負責提供航空交通管制服務、航班資料服務和航空氣象服務，以及監管地區空中交通管理局。空中交通管理局獲賦予權力，在中國的民用機場運營航空管制塔。按此基準，空中交通管理局亦有權使用於民用機場航空管制塔的外部作廣告用途。鑒於上文所述，我們的董事因此相信，與新視線訂立合約乃屬適當之舉。

由於空中交通管理局是民用航空局轄下的一個中國政府部門，我們的董事相信，其為主管機關，並獲所須授權，就有關於民用機場宣傳及出售航空管制塔的廣告位，授予新視線獨家授權。根據我們的董事公開可得的資料，新視線由獨立於本公司的兩名個人擁有，而就我們的董事所深知及確信，是獨立於空中交通管理局及民用航空局。

基於多項原因，我們的策略是逐步發展我們的戶外媒體業務。首先，航空管制塔的廣告位相比我們運營和發行的平面媒體廣告位規模較大，因此適合較成熟及規模較大的廣告客戶。其次，於初步發展階段，我們僅選擇我們相信對我們的廣告客戶具吸引力的最適合的地點。第三，截至最後實際可行日期，位於若干民用機場的戶外廣告位由其他公司根據現有合約用作廣告用途。倘我們任何廣告客戶有意在該等由其他公司佔用的機場的航空管制塔投放廣告，我們可於經挑選機場要求其他戶外廣告位，直至我們在該等航空管制塔獲得戶外廣告位投放廣告為止。

在其他機場的航空管制塔運營廣告位，乃取決於多個因素，例如位置對我們的準廣告客戶來說是否理想和吸引，以及涉及的經營費用。我們的準廣告客戶亦可考慮廣告收費、機場的乘客量及航空控制塔的可見度等因素。因此，並無就於其他機場的航空管制塔運營廣告位而制定時限，但我們有權根據該合約的條款運營廣告位。我們與有關獨立第三方訂立補充協議，一旦廣告位可供運營，則於其他航空管制塔運營廣告位。根據與新視線的多次溝通，我們估計我們就中國所有民用機場航空管制塔(包括目前由其他公司佔用的該等航空管制塔)廣告位須支付的年度廣告費每年介乎人民幣30百萬元至人民幣40百萬元。該估計乃根據我們的董事考慮的各項因素(包括我們目前佔用的航空管制塔費用、個別機場的乘客量、廣告位的位置及可見程度，以及個別城市戶外廣告位的供應量或供應缺乏)作出，因此不同機場的實際費用可能有所差異。

業 務

本集團與新視線訂立的合約安排的進一步資料載列如下：—

截至最後實際
可行日期我們
運營廣告位

的航空管制塔 ^(附註)	合約年期	獨家權	北京旅伴(出讓予及更替為北京奧神)的權利/責任	新視線的權利/責任
貴陽 昆明 西安 廈門 南京 烏魯木齊 桂林 哈爾濱 蘭州 銀川 拉薩 合肥 西寧 石家莊 深圳 長春 長沙 福州 瀋陽 濟南	<p>合約日期： 2008年6月21日</p> <p>北京奧神有權在每個機場的航空管制塔運營廣告位，由我們接管某航空管制塔的廣告位作廣告用途的日期起計，為期九年。</p> <p>任何訂約方均可在協議期滿前不少於12個月要求按相同條款及條件重續協議。倘獨立第三方尋求根據相同條件合作，北京奧神有優先拒絕權。</p>	是	<p>在所有現有民用機場及中國未來將予興建的任何民用機場的航空管制塔上運營廣告位的獨家權利。</p> <p>本集團已支付/將予支付的代價：—</p> <p>(i)北京旅伴在簽訂合約後支付的一筆過裝修費用人民幣11.5百萬元及按金人民幣8百萬元；及(ii)廣告代理費每半年支付一次，根據航空管制塔交給我們運營的實際時間和數目計算。起初各29個可供運營的航空管制塔於簽訂合約時的年度廣告代理費介乎每年人民幣100,000元至人民幣800,000元不等。</p> <p>倘任何航空管制塔不可使用，有權取得賠償或其他廣告位。</p> <p>負責取得運營戶外廣告位的必要許可及批准，並確保廣告內容遵守中國適用法律及規例。</p>	<p>向有關機構取得及維持於機場航空管制塔運營戶外廣告位規定的所有必要批准及許可。</p> <p>負責航空管制塔的整修，廣告的發佈、監察及維修，以及為廣告取得電力供應及政府批准，以及承擔有關履行所有該等責任的費用。</p> <p>負責確保將廣告位交予北京奧神運營一事並無任何法律爭議，且在權利和業權、准許證或安全標準方面並無任何風險或缺陷，以及隨時適合經營廣告業務。</p> <p>倘若因民航業的行政機關作出不適當的干預，使北京奧神不能繼續經營廣告業務，則負責就北京奧神投資於廣告位的不可收回開支所產生的經濟損失、廣告收入是直接及間接損失、北京奧神因不經營廣告業務而欠負第三方的損害賠償金額，以及北京奧神的聯屬公司所蒙受的任何有關損失，向北京奧神作出賠償。</p>

附註：—

根據有關合約的條款，我們需要就交給我們運營的航空管制塔，每半年向新視線支付一次廣告代理費。截至最後實際可行日期，我們於20個經挑選民用機場運營航空管制塔廣告位及已就該20個航空管制塔支付廣告代理費。

我們的製作和發行流程

平面媒體的製作

一如合作協議所載，我們負責我們運營的期刊及報章的日常運營和發行。我們與我們的中國出版夥伴緊密合作決定各份出版物頭條報導、主題和內容。我們會與中國出版夥伴指派的總編輯定期舉行例會，以討論和決定收錄至該等出版物中的內容。

我們的製作流程涉及多個階段，由揀選圖片及文章，設計美工版面，以至排版及校對期刊及報章的內容。在大部分情況下，我們的廣告客戶在印刷有關期刊和報章前，向我們提供載有其廣告內容和美工版面的數碼檔。

經我們的中國出版夥伴審批後，我們將於計劃出版日期前大約一星期最後落實出版物內容和美工版面(包括編輯內容及廣告)。最終審定的版本會送往印刷公司付印。我們的員工將進行最後審查，確保投放在我們出版物的廣告貫徹我們廣告客戶的規定，並遵守有關法律和規例。

就我們運營的平面媒體而言，我們使用由第三方及我們廣告客戶提供的材料。除非經我們與該等人士協定，否則該等材料的版權歸該等第三方所有。

音頻節目的製作

我們以「和諧鐵路之聲」為名的音頻節目包含了不同的音樂專題、娛樂和實用資料、目的地信息和廣告。我們位於北京總部的製作團隊負責製作我們的音頻節目。我們音頻節目的廣告內容按照我們廣告客戶要求的時間及次數播放和更新。非廣告內容會定期更新，從而每月以不同內容及廣告為乘客提供新娛樂及資訊。就廣告而言，我們廣告客戶將向我們提供音頻錄音帶或電腦檔案以供審查，倘我們認為適當，我們會將他們的聲帶收錄於我們的音頻節目。於支付有關許可費用後，獨立第三方許可我們使用有版權歌曲或音樂編製音樂專題。我們音頻節目內所有其他資料由我們製作，經獨立第三方鐵道影視音像中心審查後播放，我們與鐵道影視音像中心訂立協議，據此，我們有權製作和供應音頻節目，經審查後才分發至不同的鐵路局以供

播放。根據協議，北京大提速負責確保使用在我們製作的音頻節目內播放的歌曲和音樂的合法性。我們的中國法律顧問知會我們，儘管鐵道影視音像中心負責審查內容，北京大提速仍須就任何觸犯知識產權及任何就音頻節目內容對我們作出的誹謗行動承擔責任。

我們的音頻節目透過不同的渠道分發至地方鐵路局，包括將節目複製至儲存裝置(如CF卡、光碟或錄音帶)，或上載節目至我們的安全網站，以供地方鐵路局使用。所有這些方法均旨在確保中國常規列車上播放的音頻節目每月予以更新。

航空管制塔戶外廣告的製作

我們根據廣告客戶的要求於民用機場航空管制塔選擇廣告位。我們的廣告客戶一經選定其有意展示廣告的位置後，我們將聘用第三方承辦商製作廣告海報，並在指定的航空管制塔上安裝廣告海報。由於廣告尺寸，製作流程或需數週才完成。

我們一般聘用獨立承辦商安裝航空管制塔上的廣告和外部框架。由於廣告在戶外陳列，我們的團隊也會進行定期檢查，確保在刊登期間內穩妥地安裝廣告和框架，並定期向我們的廣告客戶匯報。

期刊及報章的發行及補充

期刊及報章的發行及補充對我們至為重要。就此而言，我們一直嚴格控制發行流程，並推行嚴格的檢驗及評估政策，以確保根據鐵道部發出的指引發行期刊和報章。我們也要確保迅速更換所有受損的期刊和報章。

截至2010年10月31日，我們的發行團隊由位於中國10個城市的159名員工組成。發行團隊負責發行我們運營的期刊和報章新版，補充遺失或更換受損的期刊和報章，以及回收到期的期刊和報章。回收的期刊和報章部分將會被送交指定地點作贈閱。

我們運營的期刊和報章在不同的地點印刷，而印刷公司將刊物付運至我們指定的不同地點。我們的發行團隊每月於出版首日前的晚上工作，以確保在出版期首天將新發行的期刊和報章放在每架列車的座位袋內。整個發行及收集過程將經由我們有關監督人實地監察。

完成首次鋪刊後，我們的發行團隊會定期檢查該等期刊及報章的狀況，並利用火車總站內的存貨替換及補充受損或遺失的期刊及報章，以確保每架列車均備有充足的期刊及報章。

我們每名發行人員須每日編製工作報告，並交給監督人員的審閱，這是我們發行程序的一個重要質量管制措施。一組獨立的監察員會到物流現場或列車廂進行實地抽樣檢查。該等監察人員也會復查客戶的投訴或其他有關我們運營的期刊和報章發行流程的事宜。

我們也要定期向我們的中國出版夥伴匯報我們運營的期刊和報章的發行情況。我們的中國出版夥伴也會進行抽樣檢查，確保列車上的期刊及報章保持恰當的狀況。

銷售與市場推廣

截至2010年10月31日，我們擁有由288名人員致力進行銷售與市場推廣活動來宣傳我們的業務和我們運營的媒體。我們已在中國選定的城市(如北京、上海、廣州、深圳、天津、南京、成都及福州)策略性地部署我們的營銷團隊。我們的董事相信，接觸全中國的現有及準廣告客戶及與他們會面對我們而言至為重要。除了定期主動拜訪及與可能登廣告的不同企業進行討論外，我們也致力與中國廣告代理商(包括該等獲得國際認可的中國4A廣告代理公司，即商務廣告協會綜合代理專業委員會成員)建立關係。這些廣告代理商在廣告客戶選擇廣告媒體及廣告種類扮演重要角色。與此同時，我們亦可向廣告代理商取得最新市場資訊，有助我們的業務發展及我們所運營平面媒體的定位。

我們營銷團隊定期與現有廣告客戶及準廣告客戶保持聯繫，以了解該等客戶的最新要求以及取得彼等對我們運營的媒體的意見。我們可透過該等拜訪及資訊交流活動，從這些客戶吸引更多業務。

我們相信，提升我們營銷團隊成員的知識和經驗，對我們非常重要。我們為營銷團隊提供在職培訓，也要求我們的營銷團隊參與第三方舉辦的研討會，旨在加強彼等與不同行業的廣告客戶溝通的技巧。

作為我們市場推廣及宣傳活動的一部分，我們定期參加不同的宣傳活動和展銷會。在業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們參加了在中國不同城市(包括北京、廣州、南京及上海)舉行的各個貿易展銷會。於2009年12月，我們與上海世博事務協調局達成合作協定，成為指定的商旅媒體公司，在我們運營的平面媒體中為2010年上海世博會提供全面的新聞報導。我們運營的平面媒體也有權使用2010年上海世博會的標誌和吉祥物。

從2008年開始，我們每年主辦「最受商旅精英歡迎的汽車評選頒獎典禮」，並聯同多間媒體公司合辦「最受商旅精英歡迎的產品／品牌評選」，共有100多間來自各行各業的公司出席活動。於2009年7月，我們進行了「中國商旅人群資料調查」。我們的董事相信，舉辦和參加上列的宣傳活動和貿易展銷會，有助提升我們在媒體行業的品牌認知度，以及物色準廣告客戶。

我們的收入

我們的收入，主要來自銷售我們的平面媒體廣告位業務。在業績記錄期間，我們的收入約有人民幣27.0百萬元、人民幣77.9百萬元及人民幣131.9百萬元分別來自我們平面媒體業務，分別約佔我們總收益的93.9%、74.4%和80.0%。

我們根據我們與我們中國出版夥伴訂立的合作協議及獨家廣告代理協議經營我們的平面媒體業務。根據合作協議，福建奧神及北京大提速負責／協助我們運營的三份平面媒體的日常運營及發行。根據中國現行法律及規例，外資擁有企業被禁止於中國從事書籍、期刊及報章的出版及一般發行業務。由於福建奧神及北京大提速的運營可能涉及外資擁有企業被禁止從事的業務，我們與(其中包括)福建奧神及北京大提速訂立結構協議。我們的五家新實體則運營廣告代理業務，外資擁有企業未被禁止從事該項業務，並為我們收入的主要來源。

透過合作協議、各份廣告代理合約及與我們業務夥伴的合約安排，我們可從銷售我們運營的三個平面媒體的廣告位獲得收入。我們的收入主要來自從我們所發行及運營的平面媒體、我們所製作和供應的音頻節目，以及在中國經挑選民用機場航空管制塔提供戶外廣告位收取的廣告費。

業 務

於釐定我們的標準收費表所載的我們運營的平面媒體的標準費率時，我們考慮到平面媒體的廣告尺寸及位置、廣告刊登期的長短、個別刊物的發行網絡、我們提供的相關媒體渠道的目標觀眾群的規模及質素，以及季節性因素。

我們的董事相信，我們向不同廣告客戶提供不同程度的折扣優惠(按價目表所載在每年年初釐定的標準收費)乃符合中國廣告行業現行的慣例。折扣幅度乃經考慮各種因素按個別情況磋商釐定，該等因素包括但不限於(a)有關廣告客戶與我們建立業務關係的時間長短；(b)廣告客戶帶來的收入金額；及(c)廣告客戶要求的賬期。就於我們運營的平面媒體及／或在我們作為其廣告代理的其他人士運營的平面媒體投放廣告的廣告客戶而言，我們通常要求我們的廣告客戶預先付款，或於投放廣告的期刊或報章刊登時付款。

我們也從航空管制塔戶外廣告位獲得廣告收入。航空管制塔戶外廣告位銷售通常為期10至12個月，而我們的客戶每季應付廣告費。於截至2009年12月31日止兩個年度及截至2010年10月31日止十個月，我們來自銷售航空管制塔戶外廣告位的收益分別約為零、人民幣17.6百萬元及人民幣7.7百萬元，分別佔我們收入約零、16.8%及4.7%。我們按照個別機場的乘客量及使用、航空管制塔的可見程度、其他媒體公司當時採用的地方市價、我們的製作成本、廣告的展示時間及廣告規模等因素釐定我們戶外廣告位的售價。我們一般要求我們的廣告客戶於廣告刊登期分三至四期支付廣告費，包括於簽訂合約時支付首期、於刊登期支付一或兩期及於刊登期結束時支付最後款項。基於上述因素，戶外廣告位的售價乃經我們與有關廣告客戶按個別情況磋商而釐定。

我們製作和供應的音頻節目包括廣告內容和非廣告內容。就音頻節目的廣告內容而言，我們按廣告內容的時間收費。倘若我們的廣告客戶要求我們製作有關廣告內容，我們或會收取額外製作費。於業績記錄期間，我們銷售在中國常規列車播放音頻節目的廣告時段，所得收入分別約為人民幣1.8百萬元、人民幣9.3百萬元及人民幣25.3百萬元，分別佔我們於業績記錄期間的收入約6.1%、8.8%及15.3%。

我們供應的音頻節目廣告時段的收費乃主要根據我們的製作成本、音頻節目涵蓋的線路的乘客量，以及播放時間及次數而釐定。基於該等因素，音頻節目廣告時間的售價乃經我們與

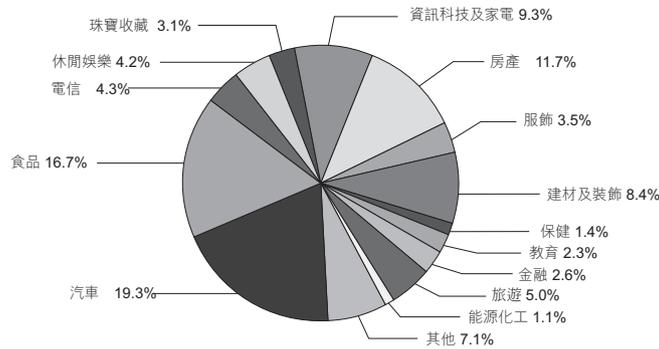
有關廣告客戶按個別情況磋商而釐定。我們一般要求廣告客戶在廣告播放前或於播放期間分數期付款。

我們的廣告客戶

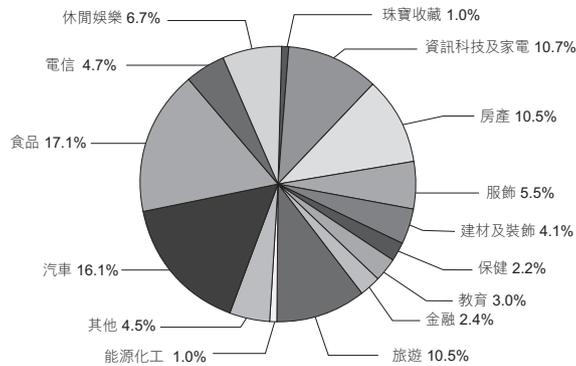
在業績記錄期間，我們廣告客戶主要來自不同行業，例如汽車、金融服務、房地產、旅遊、娛樂、資訊科技、零售、珠寶與手錶、家庭用品、建材、餐飲、醫療及製藥、教育及電信的公司。下圖說明業績記錄期間按平面媒體及音頻節目分部的行業劃分我們的廣告客戶的分佈：—

平面媒體廣告客戶

2008年下半年按行業劃分的平面媒體廣告客戶

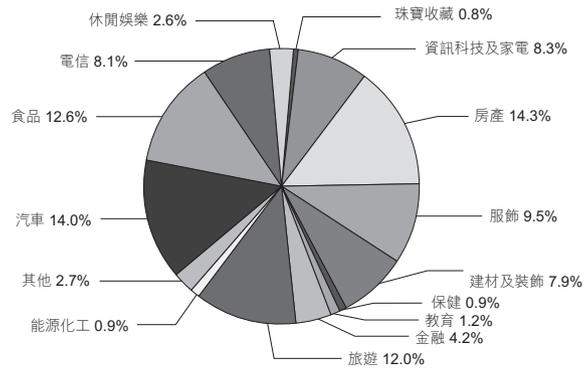


2009年按行業劃分的平面媒體廣告客戶



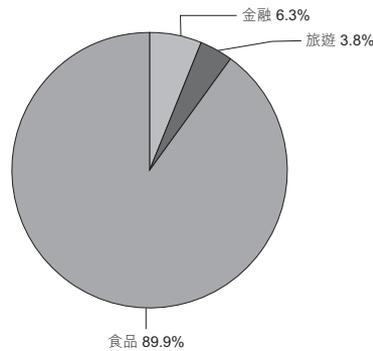
業 務

截至2010年10月31日止十個月按行業劃分的平面媒體廣告客戶

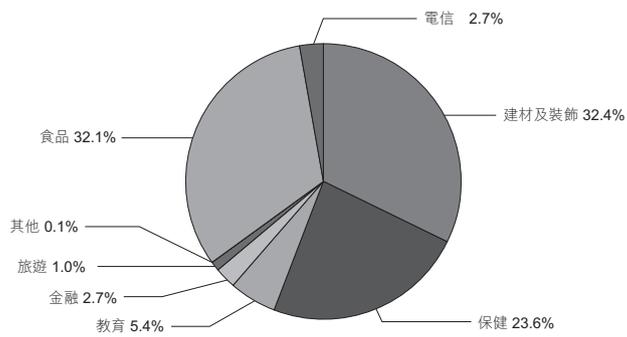


音頻節目廣告客戶

2008年下半年按行業劃分的音頻節目廣告客戶

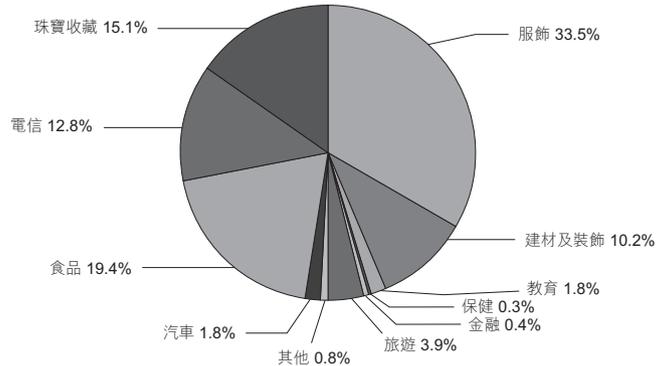


2009年按行業劃分的音頻節目廣告客戶



業 務

截至2010年10月31日止十個月按行業劃分的音頻節目廣告客戶



於2009年，戶外媒體行業所得總收入約89%來自一家珠寶公司，其餘11%收入來自一家汽車公司及一家食品公司。截至2010年10月31日止十個月，戶外媒體業務所得收入約91%來自汽車公司，其餘9%來自一家食品公司。

我們的廣告客戶還包括國際品牌和中國本地品牌。本地品牌數目由截至2008年12月31日止年度的263個增至截至2010年10月31日止十個月的792個，而同期的國際品牌數目由8個增至39個。國際品牌的廣告客戶要求不定，例如我們運營平面媒體的廣告位置，以至廣告不會投放於同業內另一個國際品牌旁邊。我們的廣告客戶可能要求廣告公司與我們簽訂合約，並代他們付款。貫徹行業常規，我們通常沒有與我們的廣告客戶訂立超過一年的長期合約。我們的廣告客戶一般以銀行匯款或支票方式支付廣告費。我們可能授予我們主要廣告客戶長達一至三個月的信貸期，或授予廣告公司長達三至六個月的信貸期。廣告公司獲提供的信貸期較長，原因是我們希望與廣告公司維持長期關係，使它們為我們引入更多廣告客戶。

本集團平面媒體的吸引力乃視乎(其中包括)我們平面媒體在和諧號動車組列車上發行的乘客量及目標對象所在地點，以及我們平面媒體的內容以營造目標對象的閱讀需求。目標對象會否主動閱讀本集團營運的平面媒體並非我們廣告客戶決定是否在我們營運的平面媒體上刊登廣告或應付我們廣告費的關鍵考慮因素之一。此外，我們的董事認為，我們的廣告客戶較著重我們所營運各份刊物的品牌知名度、領先的市場地位及不同的地理位置，以協助彼等更有效地接觸其目標對象。我們的董事認為，派發免費刊物是普遍的市場做法，尤其是交通車輛上的該等平面媒體。

業 務

為了鎖定不同的讀者，我們部分廣告客戶會在超過我們運營的其中一個平面媒體內刊登廣告或在我們提供的平面媒體組合刊登廣告。以下說明於業績記錄期間，(i)我們運營的三個平面媒體及(ii)我們提供的三個平面媒體的相同廣告客戶：—

三個平面媒體相同的廣告客戶數目	截至12月31日止年度		截至
			10月31日
	2008年	2009年	止十個月
《旅伴》及《報林》	5名	6名	6名
《旅伴》及《旅客報》	24名	23名	23名
《報林》及《旅客報》	3名	3名	6名
《旅伴》、《報林》及《旅客報》	2名	3名	6名

三個平面媒體相同的廣告客戶數目	截至12月31日止年度		截至
			10月31日
	2008年	2009年	止十個月
平面媒體及音頻節目	1名	1名	13名
平面媒體及戶外廣告位	—	1名	—
音頻節目及戶外廣告位	—	—	—

在業績記錄期間，我們的五大廣告客戶分別佔我們總收入約19.8%、27.1%和18.1%，而最大廣告客戶佔我們於同期的收入分別約5.5%、15.0%和5.3%。截至2010年10月31日，我們與該等廣告客戶建立的最長關係約為三年。據我們的董事所知，我們的董事、行政總裁、本公司主要股東或彼等各自的任何聯繫人，均未擁有本公司已發行股本超過5%，亦未在本集團五大廣告客戶中的任何一家企業持有任何權益。

質量控制

我們的董事認為，我們運營的平面媒體的內容，在頗大程度上決定期刊和報章的吸引力，對於我們的長期發展和業務聲譽至關重要。按此基準，我們的中國出版夥伴與我們合作挑選每期期刊及報章的內容、主題及頭條報導。我們實行嚴格的質量控制措施，確保平面媒體的整個製作流程均按照我們中國出版夥伴的既定準則及規定進行。我們中國出版夥伴及我們在各個階段進行的措施包括：選擇期刊及報章的主題及頭條報導、選擇圖片及資料、審閱及評論期刊及

報章所載內容，以及核實資料的來源及準確性。我們的董事相信，所有該等步驟對於維持我們運營的期刊及報章的名聲至關重要。我們的中國出版夥伴也會在刊物付印前進行審核以確保內容合法合規。

我們選擇印刷公司時，採用不同的準則確保我們聘用的印刷公司擁有優良質量，而且可在規定的時間內根據我們的規定付印期刊及報章。我們的製作及發行團隊會向印刷公司發出有關付印數目及規格等詳細指引。我們也會定期抽樣檢查已付印的期刊及報章，以確保印刷質量。所有已付印的期刊及報章隨後將發送到我們指定的不同地點，以安排在車廂鋪刊。

我們製作的音頻節目在中國的常規列車上播放。內容由我們的人員和鐵道部的有關部門定期審查，確保內容的質量。於製作完成後，內容由我們的員工審閱，決定是否需要改良。已錄音的節目然後複製，及發行到各鐵路局，然後在車長監察下發行到各輛列車。地方鐵路局的監督人員將在列車進行抽樣巡查，同時我們亦安排本身的人員抽樣在車上巡查，確保音頻節目正常播放，並無發生故障。

就我們的戶外媒體業務，我們非常嚴格挑選第三方外包商，製作供航空管制塔展示的海報。我們非常注重整個製作過程中的質量控制。在製作海報前，我們首先安排我們的廣告客戶確認我們的廣告稿件，確保廣告的顏色和內容符合他們的要求。之後，我們需要在廣告出版前完成相關的存檔及登記程序，符合中國相關法則及法規。為了確保廣告的質量，我們密切監控出版過程，並在展示廣告時向我們的廣告客戶提供定期視察報告。

我們的供應商

我們的主要供應商，是負責印刷我們運營的期刊和報章的印刷公司。在業績記錄期間，我們在北京和中國其他城市委聘十家印刷公司，均為獨立第三方。

我們並無與印刷公司簽訂長期合約，但會按照頁數、紙張成本、印刷量及付運時間，與印刷公司磋商每期期刊及報章的印刷費。我們的董事確認，委聘該等印刷公司(獨立第三方)的條款乃按公平原則磋商後釐定。我們一般透過分期付款方式支付印刷費，包括在付印前支付按金及在有關期刊及報章交付日期後兩個月內支付餘下結餘。

業 務

我們相信及時交付出版物對我們的業務至關重要。我們選擇在北京和中國其他城市擁有認可質量標準的印刷公司。截至2010年10月31日，我們與該等印刷公司建立的最長關係約為三年。在業績記錄期間，我們並無遇到因該等印刷公司提供的服務導致本公司業務受到嚴重中斷的情況。

我們的其他供應商包括我們製作的音頻節目的音樂和聲帶，以及我們運營的期刊和報章中使用的照片和圖片的內容供應商。

我們五大供應商在業績記錄期間分別佔我們總銷售成本約44.8%、46.4%和45.7%，而我們最大的供應商分別佔我們同期的總銷售成本約15.5%、15.9%和16.7%。

於業績記錄期間，人民鐵道報社、鳳凰金龍及福建海峽都市報為我們的五大供應商之一。人民鐵道報社是我們的中國出版夥伴之一，亦是北京路網的股東。鳳凰金龍分別由人民鐵道報社、北京大提速及一名獨立第三方持有35%、20%及45%。有關我們與中國出版夥伴及鳳凰金龍之合約安排進一步資料載於招股章程本節「與我們中國出版夥伴的關係」各段。於業績記錄期間，我們應付予人民鐵道報社之款額分別佔我們總銷售成本之12.9%、10.6%和10.9%，而支付予鳳凰金龍之款額則分別佔4.9%、4.5%和3.9%。

福建海峽都市報是一間從事提供廣告代理服務業務的公司，也是一名關連人。根據福建海峽都市報與福州海都於2010年12月16日訂立的廣告代理服務協議，福州海都獲委任為福建海峽都市報於2011年1月1日至2011年12月31日運營的報章的若干廣告客戶的指定廣告代理。根據該協議，福州海都同意就該等廣告客戶在協議年期內投放的廣告向福建海峽都市報支付不少於人民幣7,700,000元的廣告費用。於上市後，根據廣告代理服務協議擬進行的交易將構成本公司之持續關連交易，原因是福建海峽都市報為福州海都的主要股東的控股公司，故根據創業板上市規則第20.11(4)條為本公司的關連人士。該等持續關連交易獲豁免遵守創業板上市規則第20.33(4)條所載有關呈報、年度審閱、公佈及獨立股東批准之規定。截至2010年10月31日止十個月，我們就相同廣告代理安排應付予福建海峽都市報之款額佔我們總銷售成本約10.7%。

除上文所披露者外，我們與我們的五大供應商概無任何關係，而據我們的董事所知，我們的董事、行政總裁、本公司主要股東或彼等各自的任何聯繫人均未持有超過5%的本公司已發行股本，亦未在本集團五大供應商中的任何一家企業持有任何權益。

與我們中國出版夥伴的關係

根據現行中國法律和規例，外資企業被禁止在中國從事書籍、期刊及報章的出版和總發行業務。有關法律和規例的進一步資料載於本招股章程「中國適用法律及規例」一節。

在業績記錄期間，我們通過已經與我們中國出版夥伴簽訂合作協議的其中兩個我們的中國運營實體（即福建奧神和北京大提速）進行業務，以運營和發行我們的平面媒體。該等安排以我們開拓中國鐵路業渠道媒體業務的業務視野而開展。其後，我們與有關中國出版夥伴聯絡，表達我們對業務機遇和合作的見解。經多輪討論及磋商後，我們與我們的中國出版夥伴訂立合作協議。我們的中國出版夥伴是政府資助的事業單位，受到鐵道部監管，並在鐵路業從事出版書籍、期刊和報章的業務。根據中國有關法律及法規例如《出版管理條例》、《期刊出版管理規定》及《報紙出版管理規定》，我們的中國出版夥伴是我們運營和發行的平面媒體刊物的有關刊號的登記人。我們的中國出版夥伴享有與出版有關的許可及權利。就我們運營和發行的平面媒體而言，出版刊號有效期均由2008年6月6日起至2013年12月31日為止。截至最後實際可行日期，我們每名中國出版夥伴就我們運營的平面媒體的有關許可、權利及出版刊號維持有效。截至最後實際可行日期，我們每名中國出版夥伴就我們運營的平面媒體的有關牌照、權利及出版刊號維持有效。下表顯示合作協議及我們中國出版夥伴持有的各刊號的有效期：—

我們的中國出版夥伴	平面媒體	合作協議的有效期	刊號的有效期
中國鐵道出版社	《旅伴》	2008年6月6日至 2016年12月31日	2008年6月6日至 2013年12月31日
人民鐵道報社	《報林》	2007年4月6日至 2017年4月5日	2008年6月6日至 2013年12月31日
人民鐵道報社	《旅客報》	2008年4月16日至 2018年4月15日	2008年6月6日至 2013年12月31日

下文載述我們中國出版夥伴與我們就我們運營的平面媒體訂立的合作協議項下合約安排的資料：—

- (1) 福建奧神與中國鐵道出版社（「中國鐵道出版社」，我們其中一名中國出版夥伴）於2006年11月21日訂立合作協議，內容有關在中國高鐵網絡獨家運營及發行《旅伴》。中國鐵道出版社是政府贊助的事業單位，受到鐵道部直接監管，並由中國政府擁有，在鐵路業從事出版書

業 務

籍、期刊和報章。根據有關合作協議，福建奧神擔任該期刊廣告位的獨家廣告代理商。福建奧神須支付截至2011年12月31日止五個年度之年度廣告代理費分別人民幣250,000元、人民幣300,000元、人民幣350,000元、人民幣350,000元及人民幣400,000元。根據福建奧神和北京旅伴簽署的合約，上述年度廣告代理費將由北京旅伴代福建奧神支付。由2011年1月1日起，原本合作協議已以福建奧神與中國鐵道出版社於2010年11月22日訂立的新合作協議所取代。根據新合作協議，福建奧神將繼續享有獨家權利，以運營和發行《旅伴》，由2011年1月1日至2016年12月31日，為期六年。福建奧神須支付截至2016年12月31日止六個年度之每年廣告費約人民幣2.0百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣2.2百萬元、人民幣2.3百萬元、人民幣2.4百萬元及人民幣2.6百萬元。下表概述根據合作協議福建奧神應付中國鐵道出版社的廣告代理費：—

有關《旅伴》的年度廣告代理費

截至12月31日止年度	人民幣
2007年	250,000
2008年	300,000
2009年	350,000
2010年	350,000
2011年	2,000,000
2012年	2,100,000
2013年	2,205,000
2014年	2,315,000
2015年	2,431,000
2016年	2,553,000

根據原本合作協議及新合作協議之條款，除非福建奧神或中國鐵道出版社任何一方因無法履行其有關之責任而違反合作協議條款，否則福建奧神或中國鐵道出版社概不可終止合作協議。倘中國鐵道出版社違約，包括未能取得出版《旅伴》所需之刊號、許可證及權利，福建奧神有權獲退回其已支付的所有廣告代理費，以及在經營刊物過程中招致的支出。

倘福建奧神違約，包括不支付廣告費超過三個月，中國鐵道出版社有權終止合作協議，而過往已支付的所有廣告代理費將不獲退回。此外，終止合作協議所產生的損失概由福建奧神承擔。

- (2) 北京大提速與人民鐵道報社(我們其中一名中國出版夥伴)及神州電視有限公司(一名獨立第三方)於2007年4月6日訂立合作協議，以成立鳳凰金龍，於中國高鐵網絡運營及發行《報林》。有關合作協議初步為期五年，並於屆滿時自動續訂五年。於2008年3月1日，北京大提速與鳳凰金龍訂立為期十年的獨家廣告代理協議。根據相關合作協議及廣告代理協議，北京大提速協助鳳凰金龍運營期刊，以及擔任期刊的獨家廣告代理商。北京大提速將向鳳凰金龍支付廣告代理費。於簽署該協議後，北京大提速於首年(由2008年3月1日至2009年2月28日)向鳳凰金龍支付的廣告代理費為人民幣1,600,000元。其後四年應付的廣告代理費將每年增加人民幣400,000元，由第六年起，廣告代理費將每年增加人民幣500,000元。此外，根據廣告代理協議，北京大提速也須每年向人民鐵道報社支付固定費用人民幣400,000元作為廣告代理費。下表概述根據合作協議及廣告代理協議北京大提速應付鳳凰金龍及人民鐵道報社的廣告代理費：—

有關《報林》的年度廣告代理費

截至2月28日止年度	向鳳凰金龍 支付 (人民幣)	向人民鐵道報社 支付 (人民幣)
2009年	1,600,000	400,000
2010年	2,000,000	400,000
2011年	2,400,000	400,000
2012年	2,800,000	400,000
2013年	3,200,000	400,000
2014年	3,700,000	400,000
2015年	4,200,000	400,000
2016年	4,700,000	400,000
2017年	5,200,000	400,000
2018年	5,700,000	400,000

根據合作協議的條款，倘另一方未能履行其根據協議之責任，而該不履行責任導致《報林》的出版及經營中斷超過四個月，則任何一方可終止合作協議。履約方有權向違約方取得賠償，金額相當於彼等於鳳凰金龍的投資。訂約方的責任包括向人民鐵道報社取得執照及許可，以及北京大提速及神州電視有限公司各自撥付註冊資本及營運資金。

根據與鳳凰金龍訂立的廣告代理協議，倘鳳凰金龍失去關於經營《報林》的有關權利、許可或資格，北京大提速可向鳳凰金龍發出書面通知單方面終止協議。在此情況下，鳳凰金龍必須退回北京大提速已支付的按金，以及支付金額相當於該年度應付的廣告代理費0.5%的賠償。

- (3) 北京大提速與我們其中一名中國出版夥伴人民鐵道報社於2008年4月16日訂立合作協議（連同首份補充協議）及日期為2009年1月20日的第二份補充協議，以成立北京路網，在中國高鐵網絡獨家運營及發行《旅客報》。有關合作協議初步為期五年，並於屆滿時自動續訂五年。根據有關合作協議，北京路網擔任期刊廣告位的獨家廣告代理。北京大提速已同意於簽署首份補充協議後三年各年，向人民鐵道報社分別支付人民幣500,000元、人民幣1,000,000元及人民幣1,500,000元，作為《旅客報》的廣告代理費。此外，根據該等協議，北京大提速將於簽署首份補充協議後二十日內，向人民鐵道報社支付人民幣400,000元，作為一次性廣告代理費。此外，根據該等協議，北京路網將按年向人民鐵道報社支付定額廣告

業 務

代理費人民幣400,000元(已根據第二份補充協議，由2010年1月1日起減至人民幣300,000元)。下表概述根據合作協議北京大提速應付人民鐵道報社的廣告代理費：－

有關《旅客報》的年度廣告代理費

截至4月15日止年度	人民幣
2009年	1,300,000
2010年	1,375,000
2011年	1,800,000
2012年	300,000
2013年	300,000
2014年	300,000
2015年	300,000
2016年	300,000
2017年	300,000
2018年	300,000

根據合作協議的條款，倘人民鐵道報社未能履行其根據合作協議的責任，而該不履行責任導致《旅客報》的出版及經營中斷超過四個月，北京大提速有權終止合作協議，並要求人民鐵道報社支付金額相當於北京大提速向北京路網註冊資金及營運資金貢獻款額的賠償。

倘北京大提速未能履行其根據合作協議的責任或未能撥付經營北京路網的資金，以致延遲向人民鐵道報社如期支付廣告代理費，或北京路網的正常營運中斷超過四個月，人民鐵道報社有權終止合作協議，並要求北京大提速向人民鐵道報社賠償所招致的經濟損失。

根據每份合作協議，福建奧神和北京大提速在我們所運營的每個平面媒體上銷售廣告位而獲得收入，我們從而能夠根據結構協議向彼等獲得經濟利益。來自我們所運營平面媒體的所有廣告收入及經營成本，均由我們的中國運營實體收取和承擔。

業 務

下表載列於業績記錄期間，我們根據合作協議向我們的中國出版夥伴及鳳凰金龍支付的廣告代理費金額(包括於業績記錄期間償付《報林》的中國出版夥伴的若干經營費用分別約為人民幣1,425,000元、人民幣2,992,000元及人民幣3,705,000元)。

出版物	已付廣告代理費			於2010年
	截至12月31日止年度		截至2010年	10月31日
	2008年	2009年	10月31日	根據有關
	(人民幣)	(人民幣)	止十個月	合作協議的
			(人民幣)	未償還
				合約金額
				(人民幣)
付予我們的中國出版夥伴：				
中國鐵道出版社				
《旅伴》.....	150,000	350,000	292,000	13,662,000
人民鐵道報社				
《報林》.....	1,625,000	3,392,000	4,038,000	2,933,000
《旅客報》.....	470,000	1,194,000	1,354,000	2,925,000
	2,245,000	4,936,000	5,684,000	19,520,000
付予鳳凰金龍：				
《報林》.....	800,000	1,934,000	1,934,000	30,300,000
合共	3,045,000	6,870,000	7,618,000	49,820,000

附註：—

1. 數字不包括向人民鐵道報社償付的若干運營開支。

上述合作協議載列的安排類似，據此我們的中國運營實體負責或協助運營和發行我們運營的平面媒體，並擔任這些平面媒體的獨家廣告代理及根據廣告代理權獲得銷售廣告位的收入。福建奧神和北京大提速訂立合作協議。其他中國合約實體，即北京旅伴、上海旅伴、廣州旅伴、濟南旅伴及成都旅伴並非合作協議的一方，和並不涉及外資企業被禁止的業務。但是，它們全部由林先生和阮先生擁有。如我們的中國法律顧問所告知，收購於我們的中國合約實體

業 務

(福建奧神和北京大提速除外)的權益。北京大提速可能被商務部視為須由商務部根據併購規定事先批准的有關收購。故此，我們根據合作協議透過合約安排經營業務，進一步資料載於本招股章程「結構協議」一節。

上文披露我們應付的費用以公平交易原則經與有關中國出版夥伴磋商後，考慮到相關期刊及報章當時現行的運營狀況、來自刊物的預期廣告收入、所招致的預期費用、合作關係年期及有關中國出版夥伴於有關協議項下的責任而釐定。

由於人民鐵道報社及鳳凰金龍均為本公司的關連人士，因此於上市後，上文(2)所述的廣告代理協議及上文(3)所述的合作協議將構成本公司的持續關連交易。然而，該等持續關連交易獲豁免遵守創業板上市規則第20.33(4)條有關呈報、年度審核、公佈及經獨立股東批准的規定。

我們的中國出版夥伴(根據中國適用法律及法規為期刊及報章出版人)乃負責期刊及報章的內容以及我們運營的期刊和報章妥為遵守出版程序。因此，各份期刊及報章的總編輯由我們的中國出版夥伴委任。

根據合作協議，倘違約方違約而導致另一方須承擔損失，則該違約方須賠償另一方。倘我們任何中國出版夥伴的刊號因中國出版夥伴違約而須撤銷，我們有權要求他們賠償我們所蒙受的任何損失。

誠如我們的中國法律顧問確認，我們的中國出版夥伴已就出版和廣告運營取得所有必要的批文和許可證，即中華人民共和國新聞出版總署發出的期刊出版許可證及／或報紙出版許可證，該等批文及許可證截至最後實際可行日期仍然有效。我們所有中國出版夥伴均獲准在中國從事期刊及報章出版的業務。此外，我們獲我們的中國法律顧問告知合作協議為有效並對有關方具法律約束力，而我們的中國運營實體的業務經營符合有關中國法規。

根據《關於進一步推進新聞出版體制改革的指導意見》，中國政府鼓勵及支持非國有出版單位參與對文化領域的投資。然而，此文件只載列中國政府所用的廣泛指導原則，而並無任何就

該事宜頒佈的詳細程序或規定。截至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉任何最新發展，亦不知悉就允許非國有實體在中國參與期刊及報章出版行業而頒佈的詳細實施規則。

保險

我們已為公司運營購買保險，保險範圍涵蓋各種風險，包括財產及商務旅行意外事故的損失或損害。根據中國的行業慣例及我們的業內經驗，我們的董事相信，保單的保障範圍足以滿足我們目前的業務運營需要。

我們的知識產權

我們的商標、版權、域名、商業秘密和其他知識產權，在區分我們與競爭對手的品牌和服務，以及提升我們在目標市場中的競爭力發揮著重要的作用。我們依賴版權和商標法、商業秘密保護措施以及與我們員工、商業合作夥伴、廣告客戶、選定的第三方服務提供商簽訂的保密協議，來保護我們的業務和知識產權。截至最後實際可行日期，我們已註冊《旅伴》和《和諧鐵路之聲》的商標，並已申請在中國註冊《途眾》的商標及在香港註冊若干其他商標。有關我們的商標及商標申請的進一步資料，載於本招股章程附錄六「本集團的知識產權」各段。

我們的物業

於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無擁有任何自置物業權益。我們目前為我們的辦公室、員工宿舍及貨倉在北京、廣州、上海、深圳、濟南、成都、杭州、南京、南昌、西安、天津、青島和福州租賃物業。然而，我們所使用物業的若干租約並未經業主向中國有關當局登記，而部分業主亦不能提供其所有權憑證及可能未有正式合法所有權。有關該等租約及其他物業權益未有登記的風險的進一步資料，載於本招股章程「風險因素—我們所使用物業的租約並未經適當登記，而我們佔用的一些物業未必有恰當的合法業權」一節及本招股章程附錄四。

我們的中國法律顧問告知我們，儘管未有登記租約，租約的合法性不受影響。此外，該等物業用作本集團的員工宿舍，對我們的運營並不關鍵。我們的董事相信，若我們需要遷往其他物業，對我們的運營和財務狀況影響極微。我們的控股股東已同意彌償我們就租約無效和未有登記產生的所有申索、請求、成本、開支、罰款、處分和徵費。

競爭

中國媒體行業整體而言競爭激烈，原因是廣告客戶可以選擇的媒體渠道眾多，計有電視、電台、雜誌、報章以至互聯網。在每個媒體內，不同公司爭取廣告客戶的廣告預算。特別是，我們面臨的競爭來自於交通運輸行業的媒體公司及其他戶外媒體公司。

就產品類別而言，我們面臨的競爭在我們運營媒體渠道的三個不同的市場均存在。我們運營的平面媒體屬於渠道媒體中的交通類這一細分市場上，更具體而言，屬於高鐵行業。我們面對在高鐵網絡發行的其他平面媒體的直接競爭。由於鐵道部的經營許可規定，目前只有五本刊物獲鐵路部准許在中國所有高鐵上發行，而其中三本由我們運營。根據我們的董事的理解，彼等認為來自其他兩名營運商的競爭有限。我們製作和供應的音頻節目屬於廣播媒體。根據慧聰鄧白氏研究編製的產業報告，除了我們供應並在全國常規列車上播放的音頻節目及若干地方鐵路局在其負責的地區性鐵路上供應的音頻節目，並無其他行家供應在中國的常規列車上廣播音頻節目。此外，我們的董事相信，具有像我們在中國的常規列車播放音頻節目可比覆蓋範圍的中國廣播媒體極少，因此相對於我們的廣播媒體競爭對手而言，我們享有廣泛目標觀眾覆蓋面的優勢。就戶外媒體業務而言，我們已取得獨家權利，在中國民用機場的航空管制塔上推廣和出售廣告位。該廣告位屬於航空運輸領域的戶外媒體平台，與機場和其他戶外地方運營戶外廣告板的其他媒體公司構成競爭。由於航空管制塔的高度極高，且外形獨特，故我們的董事相信，我們提供的戶外廣告位，較其他戶外廣告位享有較高曝光率的優勢。

面對這種競爭，我們的董事相信，我們可保持競爭力，因為我們是致力於從事中國高鐵和常規列車平面媒體和廣播媒體的少數渠道媒體公司之一。我們的董事相信，我們在所運營的三個市場分部享有高度的品牌知名度和主導地位，原因是(1)我們是在中國的高鐵網絡運營和發行平面媒體的先驅，以及在五本經鐵道部批准在中國的所有高速列車上發行的刊物中我們負責運營三本；(2)我們享有獨家權利，提供於常規列車上向全國廣播的音頻節目，以及於中國超過100個民用機場的航空管制塔上運營廣告位；(3)我們擁有一支專業和經驗豐富的管理和製作隊伍，以確保我們的媒體平台和廣告服務的質量；以及(4)進軍這市場的新營運商要面對相當高的障礙。為了利用我們已建立的競爭優勢，我們的業務策略將繼續專注於通過平面媒體、航空管制塔上的戶外廣告位及列車上的音頻節目，提供綜合的多媒體平台。

我們的董事相信，我們能夠保持競爭力，是因為基於以下因素新公司進入市場可能要面對極高的門檻：—

- (1) *我們的領先地位*。我們是中國高鐵領域的平面媒體行業的領先企業，而且佔有相當高的市場佔有率，我們相信我們面對廣告客戶具有充足議價能力，以及我們的領先地位將阻攔其他競爭對手進入渠道媒體市場。
- (2) *行業知識*。我們相信，我們過去多年對中國高鐵網絡累積的深入認識加上我們的經驗，在招攬及挽留廣告客戶方面擔當重要的角色，並有助鞏固我們在業內的信譽。
- (3) *跨媒體部署*。我們的跨媒體部署讓我們透過平面媒體、音頻節目及中國所有民用機場航空管制塔的戶外廣告位，為廣告客戶提供綜合服務。

我們的策略

為了保持我們的競爭優勢，我們採取以下策略：—

- (a) 透過強化發行流程的管理及控制，增強我們的發行能力。我們將致力提升發行網絡的質量，同時投放更多資源擴充我們在全中國的發行隊伍。
- (b) 通過提供增值服務及持續提升我們的營銷團隊，改善向我們的廣告客戶提供的服務，並提升與我們的廣告客戶的業務關係。
- (c) 透過整合我們平面媒體、廣播媒體及戶外廣告位的媒體資源，以及我們於鐵路與航空運輸渠道的媒體平台，提升我們的競爭優勢。
- (d) 透過與我們中國出版夥伴的合作，提平面媒體的內容，並舉辦或參與一系列品牌建造活動及宣傳活動，提升我們在媒體行業的聲譽。

法律合規和法律程序

截至最後實際可行日期，我們並未牽涉任何重大訴訟、仲裁或索賠，而且據我們的董事所知，亦無任何尚未了結或可能使我們面臨要脅的訴訟、仲裁或索賠對我們經營業績或財務狀況產生重大不利影響。我們目前並未牽涉任何可能對我們財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大訴訟、仲裁或行政程序。我們在正常營業過程中可能會不時面臨各種索賠和法律訴訟。

業 務

我們的中國法律顧問確認，除於下文有關於業績記錄期間不遵守社會保險和住房公積金規定的段落所披露者外，本集團，包括中國經營實體在內，均已遵守所有有關監管規定，並獲得在中國依照適用法律經營業務和開展運營所需的一切必要許可、執照和批准。

根據有關中國法律及規例，我們就我們的僱員須要向若干僱員福利計劃供款。此外，我們須向有關中國機構註冊、為我們的僱員開立銀行戶口並向住房公積金作出供款。於業績記錄期間，我們未有完全遵守社會保障規定，而我們未有為本集團僱用的所有僱員作出供款。截至2009年12月31日止兩個年度及截至2010年10月31日止十個月，社會保障及住房公積金的未償付金額分別約人民幣2.9百萬元、人民幣5.0百萬元及人民幣1.0百萬元。我們已於本集團的合併賬目內作出有關撥備。我們未能遵守中國規則及規例並非因任何商業原因，惟僅是由於行政方面無心之失，原因是我們在業績記錄期間的業務營運處於發展初階，而我們集中資源於發展業務及拓展客戶基礎。

我們努力為我們的內部控制和監管制度尋求獨立核實，故於2010年1月，我們委聘一家獨立顧問公司，於上市前審核我們的內部控制和監管制度。該獨立顧問公司審核我們內部控制制度的設計，以及檢驗我們內部控制的成效。根據該獨立顧問公司的審核結果，於評估期間內部控制和監管制度並無嚴重缺陷，而我們的董事並不認為上述不遵守事宜表示我們的內部控制和監管制度有嚴重缺陷。

誠如我們的中國法律顧問所告知，根據有關中國法律及規例，我們可能被有關社會保障及住房公積金相關勒令，於指定時間內支付未付的社會保障基金及住房公積金，而若未能於指定時限內付款，則可能就未付的社會保障供款按日息0.2%徵收罰款。

我們其後已遵守註冊規定，並為我們的僱員作出所須供款，而沒有款項未付。我們已取得有關機構確認，我們已作出所須供款。

我們的控股股東已以本公司為受益人訂立彌償保證契據，彌償我們(其中包括)就不合規產生的任何申索、索求、成本、費用、罰款、處分及開支。彌償保證契據的進一步資料載於招股章程附錄六「有關本公司的進一步資料— 15.遺產稅、稅項及其他彌償保證」各段。

業 務

誠如我們的中國法律顧問所確認，我們毋須承擔我們的業務營運所產生的任何環境責任。由於我們的印刷公司負責遵守與彼等印刷業務相關的責任，負責為我們所運營的平面媒體採購和供應紙張，故我們並無直接牽涉於該程序。為此，我們的董事並不知悉會對我們構成法律和監管風險的任何環境責任。

為確保持續遵守本集團受規限的所有相關法規，我們已委任合資格執行中國法律的專員負責監督本集團在中國遵守法規，並在必要時向我們的董事會提供意見。此外，我們已委任我們的中國法律顧問就有關本集團業務經營的持續法律及遵規事宜提供意見。我們的公司秘書梁廷育先生將負責監察任何持續遵規事宜，包括但不限於執行結構協議。我們的中國法律顧問已審閱本集團採用遵規程序手冊規範的所有法律及遵規內部控制程序。我們的中國法律顧問已確認，其對遵規程序手冊足以確保持續遵守運營的監管規定感到滿意。我們指派特定的員工在適用於我們的法律及規例有所變動時定期更新手冊。按照以上基準，獨家保薦人確認本集團已建立程序、制度及控制措施，而該等程序、制度及控制措施對有關法律及監管規定而言屬完備。