

## 業務目標及策略

我們的業務目標為通過擴大辦公室及商業大廈網絡以達致數碼戶外業務的持續增長，並通過擴大店內網絡以提高市場佔有率、開發新產品線、加強營銷效能及人際關係網絡、提升銷售及傳遞效率，從而改善內部程序、擴展到其他市場及改善客戶服務。

我們計劃採用以下策略來達到業務目標：

### 1. 提高市場佔有率

本集團計劃通過(i)擴大廣告商基礎；(ii)增加廣告商在我們網絡的廣告花費；及(iii)增加重複購買的客戶數目，以提高我們於數碼戶外行業的市場佔有率。

- (a) 藉增加選定地點數目，增加接觸受眾的機會。有了更多接觸受眾的機會，自有更多新廣告商會嘗試利用我們的媒介，也會有更多現有廣告商願意繼續在我們的網絡上投放廣告，並付出更高費用以覆蓋更大的網絡；
- (b) 擴展至新平台讓本集團得以向廣告商提供更全面的產品及服務，為其提供更多廣告選擇，從而增加重複購買的廣告商數目及其廣告花費；及
- (c) 透過擴大銷售團隊，覆蓋更多廣告範疇及類別，並為廣告商及廣告代理提供更全面的服務，包括舉行更多定期的客戶會議及更佳的重要客戶關係管理，從而增加市場佔有率。

本集團亦銳意為客戶提供更有效及功能齊備的廣告播放媒介。我們透過(i)在獨立第三方監察者的支援下就競爭者所播放廣告進行追蹤研究及追蹤市場上所有廣告商推出的新產品，以保持競爭力；及(ii)提供更多定期廣告效力調查，向廣告商展示我們媒介的效能，讓廣告商樂意持續投資於我們的平台。我們亦有意推行客戶關係管理系統及開發其他客戶支援服務，為客戶提供更有效渠道就我們的服務表達意見。

### 2. 提升銷售及傳遞效率

本集團力求通過增加銷售人員及擴大業務拓展團隊，提升銷售及傳遞效率，讓我們能夠覆蓋更廣泛的行業類別範圍。

### 3. 開發新產品線

我們計劃開發新產品線，包括推出新平台及網絡，以及建立嶄新及協同創新的廣告選項／格式來配合廣告商的電視廣告，例如樣品派發、紙板包裝，並逐步推行監察網絡效能的方法。

#### 4. 加強營銷效能及人際關係網絡

通過增加營銷及公關活動的力度及／或頻密度，本集團力求提供更有效的營銷及人際關係網絡。此外，我們將向業界展示過往成功的廣告商活動，並創辦數碼戶外趨勢的行業論壇，讓廣告商參考。另外，為了更投入地負責廣告商的活動，我們將更頻密地代表廣告商進行活動前／後的調查研究，並推行適切的客戶關係管理系統，為我們的客戶與合作夥伴建立反饋渠道。

#### 實施方案

按照本集團的業務目標及未來計劃，我們將尋求自最後實際可行日期至2013年12月31日期間達成本段所載的重要事件。投資者應注意，該等重要事件及其預定達成時間皆按以下「基準及假設」分節所列的基準及假設制訂。該等基準及假設不免受到眾多不明朗狀況、變數及不可預知因素所影響，尤其是本招股章程「風險因素」一節所載的風險因素。本集團的實際業務方向可能偏離本招股章程所列的業務目標。概無保證本集團的計劃可按預計時間表實現，或本集團的目標將會達成。儘管數碼戶外行業的增長無法預料，我們的董事仍將盡力預測各種變化，彈性實施以下方案：

#### 通過收購潛力良好或本公司認為對業務有益的對象以提高市場佔有率

本集團通過收購潛力良好或本公司認為對業務有益的對象，致力提高市場佔有率。我們計劃通過該等收購，進一步開啟合作及協作的大門，從而使我們的網絡及任何我們可能吸納的其他網絡進一步增值。

於最後實際可行日期，本公司及其任何附屬公司概無就該等收購訂立任何最終協議。

#### 開發新產品線

為了強化業務及增加獲取更多收益的機會，我們尋求各種商機或與其他服務供應商建立合作關係，以為我們的網絡及辦公室及商業大廈網絡外的分店及店內網絡開創有意義的附加服務，從而令我們的客戶接觸到更多受眾。由於任何新產品線將需要經過開發並加入新技術或利用新媒介形式廣播廣告，我們預期該等業務策略將產生若干研究及開發成本。

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

### 提高營銷效能及人際關係網絡

我們計劃向業界展示成功的廣告商活動，並創辦數碼戶外趨勢的行業論壇，讓廣告商參考。另外，為了更投入地負責廣告商的活動，我們將更頻密地代表廣告商進行活動前／後的調查研究，並推行適切的客戶關係管理系統，為我們的客戶與合作夥伴建立反饋渠道。

### 大幅增加我們的員工數目，尤其是銷售團隊及業務拓展團隊

我們認為銷售團隊及業務拓展團隊對我們的網絡擴展十分重要。倘欠缺更多人手，我們則無法藉著與香港及新加坡的場地擁有人建立合作關係以迅速擴展網絡。此外，除了擴展我們的辦公室及商業大廈網絡及店內網絡外，我們力求把網絡擴展至其他行業，以接觸特定受眾，因此需要更多人手來物色具價值的廣告商，以為我們的網絡提供播放內容。

### 最後實際可行日期至2011年12月31日期間

提高市場佔有率	提升銷售及傳遞效率	開發新產品線	加強營銷效能及 人際關係網絡
<p>擴大廣告商基礎、增加廣告商的廣告花費、增加重複購買的廣告商數目</p> <p>擴大網絡覆蓋</p> <p>收購潛力良好或對業務有益的對象</p>	<p>增加銷售人員以覆蓋廣泛的行業類別範圍</p>	<p>推出新平台及網絡</p> <p>建立嶄新及協同創新的廣告選項／格式以配合廣告商的媒體活動</p>	<p>加強營銷效能及人際關係網絡</p> <p>增加營銷及公關活動的力度／頻密度</p> <p>展示成功的廣告商活動</p> <p>為廣告商創辦數碼戶外趨勢的行業論壇</p> <p>進行活動前／後的調查研究以更投入地負責廣告商的活動</p> <p>推行客戶關係管理系統</p> <p>為客戶與合作夥伴建立反饋渠道</p>
<p>來自所得款項淨額的擬作投資金額：</p> <p>32%</p>	<p>4.5%</p>	<p>8%</p>	<p>2%</p>

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

2012年1月1日至2012年12月31日期間

提高市場佔有率	提升銷售及傳遞效率	開發新產品線	加強營銷效能及 人際關係網絡
<p>擴大廣告商基礎、增加廣告商的廣告花費、增加重複購買的廣告商數目</p> <p>繼續擴大網絡覆蓋</p> <p>收購潛力良好或對業務有益的對象</p>	<p>增加銷售人員以覆蓋廣泛的行業類別範圍</p> <p>進一步擴大各團隊的人數及增加新銷售團隊以充份把握新業務商機</p>	<p>推出新平台及網絡</p> <p>進一步開發嶄新及協同創新的廣告選項／格式以配合廣告商的媒體活動</p>	<p>加強營銷效能及公關網絡</p> <p>增加營銷及公關活動的力度／頻密度</p> <p>展示成功的廣告商活動</p> <p>繼續進行活動前／後的調查研究以更投入地負責廣告商的活動</p> <p>推行客戶關係管理系統</p> <p>為客戶與合作夥伴建立反饋渠道</p> <p>為廣告商建立數碼戶外趨勢的行業論壇</p>
來自所得款項淨額的擬作投資金額：			
5%	9.75%	5%	2%

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

2013年1月1日至2013年12月31日期間

提高市場佔有率	提升銷售及傳遞效率	開發新產品線	加強營銷效能及 人際關係網絡
<p>擴大廣告商基礎、增加廣告商的廣告花費、增加重複購買的廣告商數目</p> <p>擴大網絡覆蓋</p> <p>收購潛力良好或對業務有益的對象</p>	<p>進一步擴大各團隊的人數及增加新銷售團隊以充分把握新業務機會</p>	<p>推出新平台及網絡</p> <p>進一步開發嶄新及協同創新的選項／格式以配合廣告商的媒體活動</p>	<p>加強營銷效能及公關網絡</p> <p>增加營銷及公關活動的力度／頻密度</p> <p>展示成功的廣告商活動</p> <p>為廣告商創辦數碼戶外趨勢的行業論壇</p> <p>進行活動前／後的調查研究以更投入地負責廣告商的活動</p> <p>推行客戶關係管理系統</p> <p>為客戶與合作夥伴建立反饋渠道</p>
來自所得款項淨額的擬作投資金額：			
5%	9.75%	5%	2%

### 基準及假設

我們的董事按以下基準及假設制定業務目標：

- 於業務目標相關期間，我們有充足財務資源支付計劃資本開支及應付業務拓展需要；
- 香港或任何其他本集團任何成員公司經營或擬經營的地點現時的政治、法律、財政或經濟狀況不會出現重大變動；
- 本招股章程所述各個短期業務目標的資金要求，相較於我們的董事估計的金額並無變動；
- 香港、新加坡或任何其他本集團任何成員公司經營或將經營或註冊成立的地點的稅基或稅率並無重大變動；

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

- 我們能挽留管理團隊的重要員工及我們的專業員工；
- 我們不會受本招股章程「風險因素」一節所載的任何風險因素重大影響；
- 我們可繼續經營業務，狀況大致與往績記錄期間無異，也可在不受干擾的情況下推行發展計劃。

### 進行配售的原因及所得款項用途

配售將加強我們的資本基礎，並為我們提供額外營運資金以實施上文「業務目標及策略」一段所載的未來計劃。

### 所得款項用途

假設配售價為每股0.63港元，即建議配售價範圍每股0.54港元至0.72港元的中位數，則估計配售的所得款項淨額（經扣減本公司就此應付的包銷費用及估計開支）約為36,600,000港元。該等所得款項淨額擬將撥作以下用途：

- 所得款項淨額中約42%或約15,400,000港元，將用作提高市場佔有率。我們計劃擴大廣告商基礎、增加廣告商的廣告花費、增加重複購買的廣告商數目、擴大網絡覆蓋及收購戶外行業的媒體公司。於最後實際可行日期，本公司及其任何附屬公司概無就該等收購訂立任何具體協議。

以下為我們提高市場佔有率的策略概要：

#### 擴大廣告商基礎、增加廣告商花費及增加重複購買的廣告商數目的策略

- (a) 藉增加選定地點數目，增加接觸受眾的機會。有了更多接觸受眾的機會，自有更多新廣告商會嘗試利用我們的媒介，也會有更多現有廣告商願意繼續在我們的網絡上投放廣告，並付出更高費用以覆蓋更大的網絡。
- (b) 擴展至新平台讓本集團得以向廣告商提供更全面的產品及服務，為其提供更多廣告選擇，從而增加重複購買的廣告商數目及其廣告花費。
- (c) 增加銷售人員以覆蓋更多廣告商分部及廣告商類別。
- (d) 增加銷售人員並提升其質素，讓我們得以向廣告商及代理提供更全面的服務，包括更多的定期客戶會議及更佳的重要客戶關係管理。

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

- (e) 提供更多定期廣告效力調查，向廣告商展示我們媒介的效能，讓廣告商樂意持續投資於我們的平台。
- (f) 增加營銷活動，包括公關及客戶關係管理計劃，以進一步吸引廣告商，並告知廣告商我們的產品及服務的供應和配套。
- 所得款項淨額中約24%或約8,800,000港元，將用作提升銷售及傳遞效率。我們計劃繼續增聘銷售人員以覆蓋更廣泛的行業類別範圍。

### 提升銷售及傳遞效率的策略

我們的銷售團隊可憑藉以下策略提升推高收益的成功率：

- (a) 增加銷售人員以覆蓋更多廣告商分部及廣告商類別。
- (b) 增加銷售人員並提升其質素，讓我們得以向廣告商及代理提供更全面的服務，包括更多的定期客戶會議及更佳的重要客戶關係管理。
- (c) 給予銷售人員更多支援，例如定期廣告效力調查，向廣告商展示我們媒介的效能，讓廣告商樂意持續投資於我們的平台。
- 所得款項淨額中約18%或約6,500,000港元，將用作開發新產品線。我們計劃推出新平台及網絡，並進一步開發嶄新及協同創新的廣告選項／格式以配合廣告商的媒體活動。於最後實際可行日期，該等活動尚有待公佈。
- 所得款項淨額中約6%或約2,200,000港元，將用作提高營銷效能及人際關係網絡。我們計劃增加進行營銷及公關活動的力度及頻密度。
- 所得款項淨額中約10%或約3,700,000港元，將用作營運資金及其他一般企業用途。

我們將以內部資源為其餘原定業務計劃提供資金，直至2013年12月31日為止。我們的董事及獨家保薦人認為發行配售股份的所得款項淨額約為36,600,000港元，而我們的內部資源將足夠應付我們截至2012年12月31日及2013年12月31日止兩個年度各年為止原定的業務計劃。

如「業務—策略」一節所述，我們其中一項業務策略（視乎市場狀況及商機而定）為在合適情況下收購有潛質納入我們的現有業務的現存數碼戶外媒體公司或平台。因此，

## 未來計劃及所得款項淨額擬定用途

儘管我們現時並無任何明確或潛在收購對象，惟我們將不時探索投資機會。倘我們將來作出任何該等投資，將按創業板上市規則的適用要求作合適披露。

倘配售價定於建議配售價範圍的上限及下限，我們於扣除相關開支後，將分別收到配售所得款項淨額約43,500,000港元及29,600,000港元。我們將按上文披露的百分比運用新所得款項，不論股份是否定價於建議配售價的上限或下限。

倘來自發行配售股份的所得款項淨額無需即時作上述用途，則我們的董事目前擬將該等所得款項存放於認可金融機構作短期計息存款。