

業務目標

本集團的主要業務目標為(i)鞏固我們作為香港領先本地建築設計服務供應商之一的地位；及(ii)擴大於中國建築設計服務行業的市場份額。為達到該等目標，本集團擬執行下述策略。

業務策略

為達成業務策略，本集團旨在進一步建立多重中心的經營模式，以提升生產力及盈利能力。達致該等策略載列如下：

加強資訊科技基建

董事相信，我們的知識基礎為最寶貴的資產。我們於設計及項目執行方面已累積寶貴經驗。於大規模及多重中心的經營模式中有效應用我們的經驗／知識，將鞏固我們的市場地位及確保持續增長。因此，加強資訊科技基建將協助我們以有系統的方式收集及安排我們的經驗及知識，繼而提升我們於下列方面的能力：

- 1) 設計資訊管理；
- 2) 資源管理；及
- 3) 視象化及簡報技術。

我們擬投放資源以建立及執行以下項目事宜，以改善成本及經營效率：

1) 設計資訊管理平台

將我們的項目經驗轉化為可提取數據並應用於新項目中，這將確保我們於設計及項目管理質素的一致性。該備有資訊存檔及提取系統的統一設計資訊管理平台將有利於多重中心的經營模式。此外，其將提升我們的設計效率及繼而減低成本。

2) 成本管理系統

優化資源調配乃我們實現盈利能力的關鍵。我們計劃建立一個具備成本預算、資源調配及功能監察的綜合成本管理系統，令我們可於每個項目的使用週期中監控開支及輸出。

3) 建築信息模擬技術(BIM)系統及三維(3D)印刷

利用BIM系統及3D印刷的新技術，我們可以更精準地處理較為複雜的項目。此外，我們可交付的設計將更能容易地理解，繼而有利於工作流程。董事相信，BIM系統及3D印刷令專業人員得以於同一時間內在不同地點能夠透過視像化及處理同一項目。這令不同地點的多個團隊於能夠處理同一項目。

於中國進行市場推廣活動

香港建築設計服務行業的市場推廣活動受到限制。儘管如此，建築設計服務行業於中國進行市場推廣及廣告活動受到較少限制。因此，為增加於中國的知名度，我們已經及將會於中國(特別是一線城市包括深圳、上海、廣州及北京)進行多個市場推廣活動。將予進行的市場推廣活動包括展覽、會議、贊助、設計比賽、直銷及廣告宣傳。董事相信，持續提高環保意識致使環保建築設計需求不斷增加。我們的市場推廣策略主題之一為環保建築設計，即「綠化」。我們相信，廣泛市場推廣活動將加強本集團的認知度，因而有望擴闊我們的中國客戶群。

擴充我們的辦事處及團隊

1) 擴充於中國一線及二線城市的辦事處

我們的總部位於香港，我們於中國深圳、上海、廣州、成都及瀋陽擁有五個辦事處。為發揮我們已有及正不斷擴大的客戶網絡的利益，我們的策略為擴充於中國一、二線城市的辦事處。

我們相信，於中國一線城市的辦事處將用作以下用途：

- 1) 招聘專業人員—已建立的市場為行業提供大量專才。
- 2) 為高質素的設計提供更多商機—一般而言，一線城市具有較高水平的經濟發展，可負擔更多成熟的項目。
- 3) 建立企業形象—於一線城市設立區域辦事處將加強我們於中國的市場據點及企業形象。

- 4) 把握鄰近城市商機—於該等主要發展地區的發展商一般於一線城市附近物色高質素建築設計服務供應商。

此外，於中國二線城市設立辦事處使我們可享有較低營運成本，提升市場滲透率及為招聘專業人員提供另一市場。

於最後可行日期，我們並無於具體目標地區設立新辦事處，亦無決定將予開設新辦事處的數目。

2) 擴大園境設計、城市規劃及室內設計團隊

我們洞悉園境設計、城市規劃及室內設計服務的增長潛力。於往績記錄期間，中國客戶對園境設計、城市規劃及室內設計服務的需求有所增加。董事相信，發展商要求可靠且具質素的服務供應商，並歡迎綜合建築設計服務供應商，以節省管理時間、減少協調問題及資源。我們已建立及正擴大的客戶網絡為我們提供良機，進一步擴展此三個領域。與建築項目比較，我們認為，園境設計、城市規劃及室內設計項目較一般項目週期較短。

執行計劃

我們將致力於最後可行日期至二零一六年六月三十日期間內達成下述里程碑事項，而各自的預訂完成時間乃根據本節「基準及假設」一段所載若干基準及假設釐定。該等基準及假設本質上受限於多個不確定性及不能預測的因素，特別是本招股章程「風險因素」一節所載的多個風險因素。

1. 最後可行日期至二零一四年六月三十日期間

- | | |
|-------------|---|
| 加強資訊科技基建 | • 投放資源建立設計資訊管理平台、成本管理系統、BIM系統及3D印刷技術 |
| 於中國進行市場推廣活動 | • 與學術機構或專業團體／協會舉辦設計論壇、講座或會議，以持續推廣「綠化」建築設計理念 |

未來計劃及所得款項用途

- 於中國一線城市開展設計展覽
- 擴充辦事處及團隊
 - 設立經營園境設計、城市規劃及室內設計的辦事處，以配合此三個領域的增長潛力
 - 擴充及改裝中國一線城市現有辦事處為區域辦事處

2. 截至二零一四年十二月三十一日止六個月

- 加強資訊科技基建
 - 建立及測試成本管理系統、設計資訊管理平台、BIM系統及3D印刷技術
- 於中國進行市場推廣活動
 - 向中國大學級建築課程提供贊助
 - 透過不同媒體平台進行直接廣告宣傳
- 擴充辦事處及團隊
 - 擴充及改裝中國一線城市現有辦事處為區域辦事處
 - 發展中國二線城市的辦事處，為香港總部及其他區域辦事處提供設計支援

3. 截至二零一五年六月三十日止六個月

- 加強資訊科技基建
 - 全面執行成本管理系統、設計資訊管理平台、BIM系統及3D印刷技術
- 於中國進行市場推廣活動
 - 與學術機構或專業團體／協會舉辦設計論壇、講座或會議，以持續推廣「綠化」建築設計理念

未來計劃及所得款項用途

- 於中國一線城市開展設計展覽
- 擴充辦事處及團隊
 - 進一步發展中國二線城市辦事處，為香港總部及其他區域辦事處提供設計支援

4. 截至二零一五年十二月三十一日止六個月

- 加強資訊科技基建
 - 監察設計資訊管理平台、成本管理系統、BIM系統及3D印刷技術的表現
- 於中國進行市場推廣活動
 - 向中國大學級建築課程提供贊助
 - 於中國一線及二線城市開展設計展覽
- 擴充辦事處及團隊
 - 於中國第一線城市擴大及改裝現有辦事處至地區辦事處
 - 進一步發展於中國二線城市的辦事處作為後勤辦事處，為香港總部及其他區域辦事處提供設計支援

5. 截至二零一六年六月三十日止六個月

- 加強資訊科技基建
 - 監察設計資訊管理平台、成本管理系統、BIM系統及3D印刷技術的表現
- 於中國進行市場推廣活動
 - 評估市場推廣活動表現
- 擴充辦事處及團隊
 - 繼續擴充及改裝中國一線城市現有辦事處為區域辦事處

基準及假設

董事提呈的業務目標乃根據下列基準及假設作出：

- 香港及中國的通脹、利率、稅率及匯率方面並無任何將會對我們的業務產生不利影響的重大經濟變動；
- 我們將有充裕財政資源以應付業務目標有關期間的已計劃資本開支及業務發展需求；
- 與在香港、中國提供建築設計有關的現行法例(不論於香港、中國或全球任何地區)、政策或行業或監管待遇，或我們經營所在地的政治、經濟或市場情況並無重大變動；
- 本招股章程所述各項短期業務目標的資金需求與董事估計之金額相比並無變動；
- 本集團適用的稅基或稅率並無重大變動；
- 概無災難、天災、政治動蕩或其他情況將會重大中斷本集團的業務或營運，或導致其財產或設施遭受重大損失、損害或破壞；
- 本集團已取得的執照及許可的效力並無變動；及
- 我們不會因本招股章程「風險因素」一節所述風險因素而受到重大影響。

進行配售的理由及所得款項淨額的擬定用途

香港建築設計服務行業並無特定排名制度，而我們獲得新項目的能力乃大大視乎我們的企業形象及聲譽而定，原因為我們一般透過獲邀請參與投標取得業務；而董事認為上市將提升本集團的企業形象及聲譽，並進一步鞏固我們的市場地位。加上我們的穩健往績記錄及廣大的市場應知度，董事認為上市將促使本集團得享在香港及中國作為首間建築設計服務供應商在聯交所上市的先駒優勢，故我們在執行市場推廣活動(特別在中國)方面處於較有利的位置。因此，上市將作為物業發展商挑選建築設計服務供應商的指標，繼而進一步鞏固我們作為香港領先的本地建築設計服務供應商之一的地位，對我們在中國的業務拓展有利，並讓本集團可執行本節所載業務計劃。此外，上市及配售將為我們未來進行企業融資活動而開啟涉足資本市場的途徑，有助我們進行未來業務拓發及進一步鞏

未來計劃及所得款項用途

固且提高我們的競爭力。此外，上市將擴大我們的股東基礎並令其多元化，原因為此舉可讓香港機構及專業投資者輕易地參與投資本公司的股本，從而建立穩固的機構及專業股東基礎，令本公司及股東整體有利。在營運層面上，董事認為上市將提升我們的招聘策略以吸引全球更多專才。

根據配售價0.80港元(即指示性配售價範圍的中位數)計算，董事估計配售應付予我們的所得款項淨額(於扣除包銷費及我們就配售應付的估計開支後)將約為16.0百萬港元(假設發售量調整權不獲行使)。董事擬於最後可行日期至二零一六年六月三十日止期間內，將配售應付予我們的所得款項淨額作以下用途：

	自最後 可行日期至 二零一四年 六月三十日	截至該日止六個月				總計 百萬港元	佔所得款 項淨額 百分比
		二零一四年		二零一五年			
		十二月 三十一日 百萬港元	二零一五年 六月三十日 百萬港元	十二月 三十一日 百萬港元	二零一六年 六月三十日 百萬港元		
加強資訊科技基建							
• 設計資訊	1.0	0.5	0.5	-	-	2.0	12.5%
• 成本控制/資源 管理	0.8	0.4	0.5	-	-	1.7	10.6%
• BIM/3D印刷	0.5	0.5	0.3	-	-	1.3	8.1%
於中國進行市場推廣活動	0.5	0.8	0.4	0.3	-	2.0	12.5%
擴充辦事處及團隊	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	9.0	56.3%
總計：	4.8	4.2	3.7	2.3	1.0	16.0	100%

未來計劃及所得款項用途

倘配售價設定為指示性配售價範圍的上限，則配售應付予我們的所得款項淨額將增加至約20.5百萬港元。我們擬按比例動用額外所得款項淨額作上述擬定用途。倘配售價定於指示性配售價範圍的下限，則配售應付予我們的所得款項淨額將減少至約11.5百萬港元。我們擬按比例將所得款項淨額減少至上述擬定用途。

倘發售量調整權獲全面行使(假設配售價為每股配售股份0.8港元(即指示性配售價範圍每股配售股份0.7港元至0.9港元之中位數))，則所得款項淨額將增加約5.2百萬港元。董事擬將該等額外所得款項按比例用於上述用途。

倘配售所得款項淨額毋需即時作上述用途，則董事目前擬將該等款項存放於香港持牌銀行作短期存款。

董事認為，配售所得款項淨額連同我們的內部資源，將足夠撥付執行本節「執行計劃」各段所述的業務計劃。投資者務須留意，基於各種因素，業務計劃的任何部分不一定能按照上述的時限內進行。於該情況下，董事將仔細評估各情況，並將持有資金作短期存款，直至實現相關業務計劃為止。