

本節所載資料乃來自或摘錄自本招股章程所述的公開資料或官方資料或其他市場來源。本公司相信該等資料的來源乃屬適當的來源，並於摘錄及轉載該等資料時力求合理審慎。本公司並無理由認為該等資料不真實或存在誤導，或遺漏任何事實致使該等資料不真實或存在誤導。惟本公司、售股股東、聯席保薦人、聯席牽頭經辦人、包銷商或參與配售的任何其他方並無獨立查核該等資料，對其準確性亦無發表任何聲明。

香港出版業概覽

誠如香港貿易發展局出版的《香港出版業概況》提及，作為支援的印刷業在香港十分發達。香港優越的通訊網絡惠及出版行業。例如，國際出版商可以利用衛星通訊把文稿及高質素圖像傳來香港，製作亞洲版書刊。言論自由及對傳媒態度開放是國際著名出版物匯聚香港的重要原因。因此，不少國際主要報章、雜誌及書籍出版商都在香港設立其亞洲總部。彼等當中不少以香港為基地，處理部分或全部本地市場的改編、印刷、廣告銷售及訂閱等工作。香港出版業的製品可分為「報章雜誌」、「書籍」及「非書籍出版物」（如多媒體唯讀光碟及網上出版物等）。香港是中文書刊的主要出版中心之一。本地一些中文報章及雜誌也在台灣、中國內地及有大量中文刊物出版的海外社區發行。

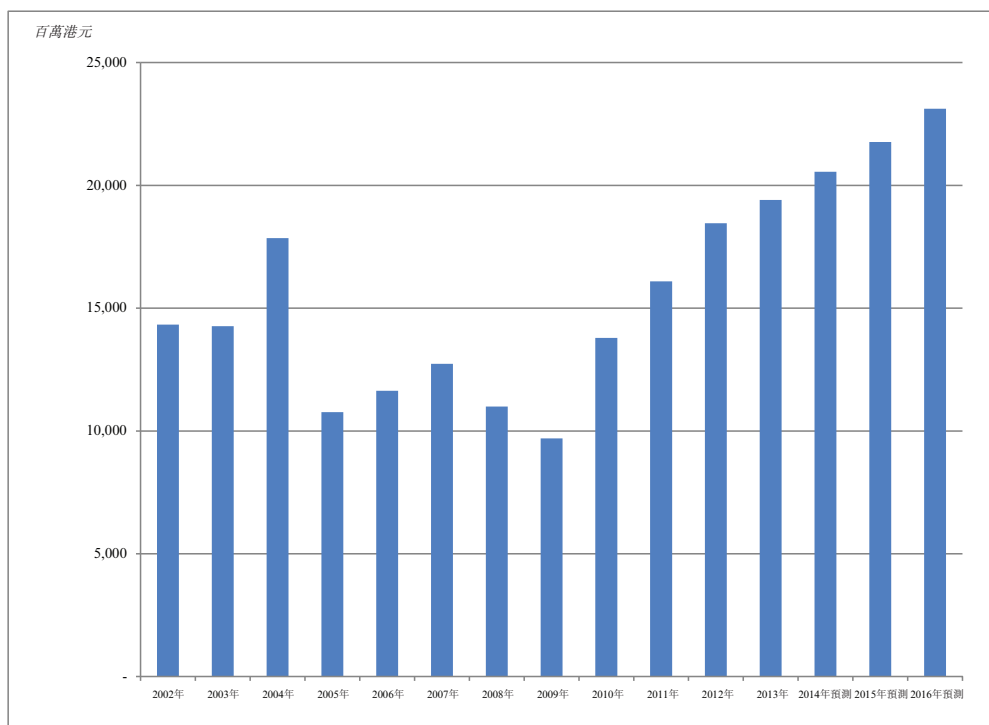
根據電影、報刊及物品管理辦事處（電影報刊辦）（於2012年4月1日成立，以履行前影視及娛樂事務管理處有關電影評級、管制淫褻及不雅物品和報刊註冊的職能）網站，於2015年1月9日，香港有56份報章（包括電子報章）及719份期刊。

一般而言，雜誌的主要收益來源為廣告收入及發行人數。因此，發行人數（或讀者人數）及廣告為計量香港雜誌發行人數市場份額的其中一個最適合標準。

香港的廣告開支

就實力傳播(ZenithOptimedia)出版的報告「廣告開支預測 – 2014年4月」(advertising expenditure forecasts – April 2014)(「實力傳播報告」)支付予實力傳播的費用總額為1,425英鎊。實力傳播，一名獨立第三方，為一間全球媒體服務代理，於74個國家設有250個辦事處。實力傳播所提供的預測，乃根據彼等對本地市場情況的知識、其客戶的開支計劃、與各媒體擁有人的價格磋商及競爭對手進行的活動而得出。根據實力傳播報告，消費者信心已受高通脹及疲弱的政府政策影響。因此，廣告客戶的預算已趨向保守。整體而言，廣告開支總額於2013年上升約5.0%，而實力傳播預測未來三年的年增長率約為6.0%。由於廣告客戶有更多廉價入門機會，互聯網正急速增長。廣告成效的可計量性改善亦有助互聯網廣告增長。於印刷品投放廣告的開支則持續下滑，特別是付費書本方面。

按現價計算的廣告開支總額



資料來源： 實力傳播報告(2014年4月)

附註： 「預測」代表預測數字，乃參考相關媒體的專家根據其對本地市場情況的知識、其客戶的開支計劃、與各媒體擁有人的價格磋商以及競爭對手進行的活動提供的預測得出。

根據本集團委託的研究公司艾曼高的估計，2013年135份香港消費主導雜誌的廣告開支中，約91.4%廣告開支用於中文雜誌，而餘下8.6%用於英文或雙語雜誌。由於

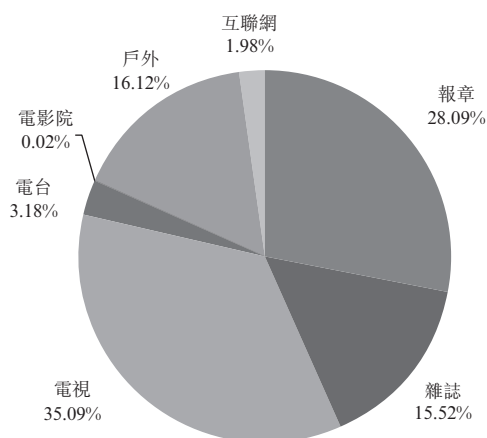
行業概覽

投放於香港非中文消費主導雜誌的廣告開支並不重大，故並無另行披露按語言劃分的廣告開支。

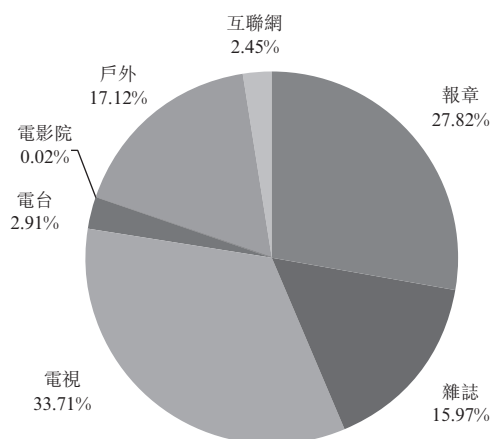
按媒體劃分的廣告開支

根據實力傳播提供的數據連同實力傳播報告，於2011年、2012年及2013年，電視、報章、戶外及雜誌的廣告開支佔香港廣告開支總額的最大比例。於該三個年度，按媒體劃分的廣告開支明細如下：

於2011年按媒體劃分的廣告開支

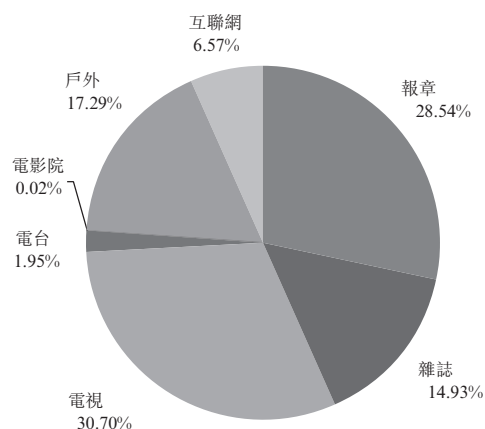


於2012年按媒體劃分的廣告開支



行業概覽

於2013年按媒體劃分的廣告開支

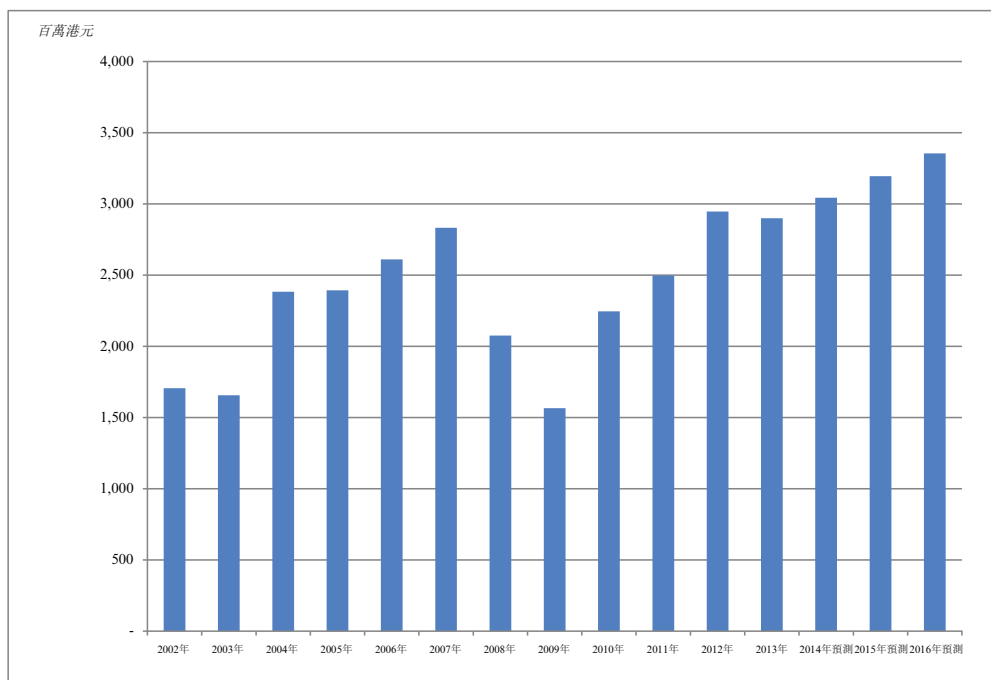


資料來源：轉載自實力傳播提供的數據(2014年4月)

雜誌的廣告開支

根據實力傳播報告，於2013年，香港的雜誌廣告開支總額達約29億港元，與2012年水平相若。

按現價計算的雜誌廣告開支總額



資料來源：實力傳播報告(2014年4月)

附註：「預測」代表預測數字，乃參考相關媒體的專家根據其對本地市場情況的知識、其客戶的開支計劃、與各媒體擁有人的價格磋商以及競爭對手進行的活動提供的預測得出。

互聯網的威脅

根據實力傳播報告，香港投放於互聯網媒體(如電子雜誌、流動廣告等)的廣告開支於過去數年穩定增長。於2013年，互聯網媒體的廣告開支佔廣告開支總額約6.6%。由於廣告客戶有更多廉價入門機會，互聯網正急速增長。預測投放於互聯網媒體的廣告開支將持續增長，並自其他媒體(包括傳統報章、雜誌及電視)取得廣告開支份額。

本集團面臨其他印刷媒體以及電視、電台、互聯網網站及戶外媒體等其他類型媒體的激烈競爭，所有此等媒體於廣告銷售上均與本集團有潛在競爭。此外，越來越多形形色色的其他形式廣告媒體(如社交網絡網站)出現，可能進一步加劇廣告業務的競爭。

根據益普索發表的競爭分析，實體雜誌刊物的持續需求仍然龐大，且並不會於不久將來被網上版本取代。印刷技術的改善令雜誌刊物更具吸引力，且由於並無互聯網的頻寬限制，閱讀紙張較於電腦或智能手機或平板電腦上瀏覽真實圖片及照片更佳。然而，透過網上渠道瀏覽的電子雜誌(特別是可於線上免費瀏覽的電子雜誌)已對香港的實體雜誌刊物造成威脅。在香港，由於互聯網及智能手機及平板的普及度進一步增加及環保意識增強，預期電子雜誌或線上渠道的使用將更受歡迎。廣告客戶或會考慮於線上渠道投放更多廣告開支。

按廣告客戶類別劃分的廣告開支

本公司委託獨立第三方艾曼高編製日期為2014年5月14日，題為「廣告開支報告」的研究報告，內容有關按香港廣告客戶類別劃分的廣告開支數據(「艾曼高報告」)。就艾曼高報告所支付的費用總額為165,000港元。艾曼高於1999年成立，為透過網上平台提供具競爭力廣告及廣告監測服務的市場領導者，覆蓋所有主要廣告媒體渠道。根據艾曼高報告，於2008年，艾曼高併購AC Nielsen的廣告監測服務，並成為香港的唯一廣告監測服務公司。現時，艾曼高為香港廣告商會廣告創作及廣告開支數據的官方提供機構。

透過訂閱、報攤採購以及定期收集，艾曼高持續監測135份消費主導雜誌的雜誌廣告活動。艾曼高的雜誌分析員記錄有關該期雜誌及符合最小廣告尺寸八分之一頁的廣告所有細節的所有呈報數據元素。納入艾曼高資料庫的雜誌發行人一般最少約10,000份及有不少於15頁廣告。呈報數據的詳情包括(其中包括)刊物名稱、廣告出現

行業概覽

的頁面(包括雜誌封面、封面標語、封面內頁、封底以及其他內頁)、廣告尺寸、顯示價格類別的參考價目表及於價目表內呈列的廣告尺寸。雜誌價目表由雜誌出版商提供。價目資料於每年審閱及更新。廣告開支根據廣告的尺寸及於雜誌內的位置以及各雜誌價目表所列相關尺寸及位置的刊登價目而得出。

下表列示截至2013年12月31日止年度按廣告客戶行業劃分於雜誌加插廣告的數目、廣告頁數及廣告開支金額：

廣告客戶類別	截至2013年12月31日止年度		
	加插廣告數目 (附註5)	廣告頁數	廣告開支 (約千港元)
化妝品及護膚品	17,029	26,556	2,870,892
珠寶鐘錶	10,792	14,044	1,399,634
時裝、飾物及眼鏡	10,692	15,850	1,312,615
美容、纖體及健身 (附註1)	11,686	12,933	1,257,571
大眾傳媒 (附註2)	10,519	11,063	752,069
銀行及投資、會計、顧問、 法律服務 (附註3)	5,834	6,183	518,858
教育及培訓	8,911	6,856	326,126
物業及房地產	2,603	2,738	150,814
汽車零售商及分銷商	1,762	2,612	59,843
寵物	3,075	3,298	46,298
汽車租賃	18	43	2,955
其他 (附註4)	76,688	85,298	5,640,325
合計	159,609	187,474	14,338,000

附註：

1. 美容、纖體及健身包括美容院及纖體中心、美容、纖體及健身器材、美容補充食品、健身中心及健康補充食品等
2. 大眾傳媒包括報章雜誌、網上服務、招聘及電視等

行業概覽

3. 銀行及投資包括證券經紀及投資服務、個人貸款及融資以及黃金及商品等
4. 其他包括飲品、書籍、禮品及文具、婚嫁、建築、娛樂、食品、政府、酒店、渡假村及服務式公寓、零售、餐廳、電訊、手提電話及服務等行業的廣告客戶
5. 加插廣告數目指加插入雜誌的廣告次數

資料來源：艾曼高報告

根據艾曼高報告的資料，截至2013年12月31日止年度，按廣告客戶行業劃分每次加插廣告及每頁廣告得出的廣告開支於下表列示：

廣告客戶類別	截至2013年12月31日止年度	
	每次加插廣告 的廣告開支 (約千港元)	每頁廣告 的廣告開支 (約千港元)
化妝品及護膚品	168.6	108.1
珠寶鐘錶	129.7	99.7
美容、纖體及健身	107.6	97.2
銀行及投資、會計、顧問、法律服務	88.9	83.9
時裝、飾物及眼鏡	122.8	82.8
汽車租賃	164.2	68.7
大眾傳媒	71.5	68.0
物業及房地產	57.9	55.1
教育及培訓	36.6	47.6
汽車零售商及分銷商	34.0	22.9
寵物	15.1	14.0

香港的雜誌讀者人數及市場份額

本公司已訂閱獨立第三方益普索(i)有關香港不同類型雜誌讀者人數數據的一份研究報告；及(ii)香港雜誌刊物競爭分析的一份研究報告。益普索於1975年在法國成立，為一間由專業研究人員控制及管理的獨立市場研究公司。益普索於86個國家設有辦事處，於廣告、客戶忠誠度、市場推廣、媒體、公眾事務研究及調查管理六個研究範疇有深入的專門知識。益普索於2013年2月22日出版並於2014年2月24日進一步更新的「Media Atlas Hong Kong – Magazine readership」(「Media Atlas」)載有香港月刊、周刊及半周刊的讀者人數數據，並根據對年齡介乎12至64歲的香港受訪者進行的電腦輔助電話調查的結果編製。益普索於2014年3月12日出版的「香港雜誌出版業競爭分

析](Competitive Analysis for Magazine Publication Industry in Hong Kong) (「競爭分析」) 載有香港五大收費雜誌及五大免費雜誌的收益及其各自市場份額的數據；並按全方位資料搜集法編製。當中包括(i)以政府、公司官方網站、新聞或年度報告為來源的桌面搜索；(ii)透過諮詢取得本公司背景資料；及(iii)透過與香港的若干主要持份者及行業專家(如雜誌出版人)進行訪問的第一手資料來源。受訪者的選擇乃根據他們於雜誌出版業的工作經驗以及他們的職責與研究主題的相關性。他們須擁有最少兩年工作經驗並熟悉研究的主題。所收集的資料已使用益普索的內部分析模型及技術來分析、評估及核實(競爭分析連同Media Atlas為「益普索報告」)。我們已於支付總額202,800港元的費用(並無任何佣金)後取得於本招股章程使用及轉載益普索報告內容的權限。

香港的雜誌讀者人數

根據Media Atlas，截至2013年9月止五個年度及截至2013年12月止年度，估計年齡介乎12至64歲的香港人口分別有約5.5百萬人。調查於12個月期間訪問約6,000名年齡介乎12至64歲的受訪者。Media Atlas的收集數據方法為透過家居電話訪問隨機抽樣。採用有人數限額的隨機家居抽樣法可確保所選的受訪者為香港人口的代表及為政府統計最新香港人口的可推算人口。

行業概覽

我們從Media Atlas知悉，在月刊方面，時裝雜誌有最多讀者人數，於截至2013年9月止五個年度及截至2013年12月止年度分別佔香港月刊總讀者人數約39.7%、40.3%、41.7%、36.3%、39.3%及37.9%。生活時尚雜誌的讀者人數在香港周刊讀者人數當中排名第三位，於截至2013年9月30日止五個年度各年及截至2013年12月止年度分別佔約31.7%、28.0%、28.2%、28.4%、26.9%及26.5%。這某程度上顯示生活時尚雜誌為香港其中一類最受歡迎的雜誌。

香港雜誌的市場份額

收費雜誌

根據競爭分析，於2013年，五大收費雜誌佔收費雜誌出版業總收益約15.9%。香港五大收費雜誌的收益明細如下：

香港五大收費雜誌					
排名	2013年的 收益 (附註) (百萬港元)	行業總收益 佔比		出版頻率	雜誌類型及目標讀者
		(%)			
1	雜誌A	222.6	4.5	每周	八卦
2	雜誌B	184.3	3.8	每周	(1) 新聞、財經及商業相關 (2) 八卦
3	雜誌C	134.4	2.7	每周	八卦
4	雜誌D	125.0	2.5	每周	八卦
5	雜誌E	120.0	2.4	每周	(1) 新聞、財經及商業相關 (2) 八卦
	其他	4,125.4	84.1		
	合計	4,911.7	100.0		

附註：由於該五間公司2013完整年度的年度報告(財政年度於3月31日結束)仍未刊發，故2013年全年的收益數字為估計數字。有關估計乃根據益普索計及2012年財政年度的平均每月收益、2013年6個月的收益及2013年6個月的平均每月收益計算得出。

資料來源：益普索根據該表所列的雜誌出版商的半年報告及年度報告、益普索的訪問及分析所發佈的競爭分析

行業概覽

截至2013年12月31日止年度，本集團出版的收費雜誌總營業額約為15.1百萬港元；因此，佔2013年收費雜誌市場總收益約0.3%。有別於五大收費雜誌，本集團的收費雜誌為每兩星期、每月、每兩月或每季出版。

免費雜誌

根據競爭分析，於2013年，五大免費雜誌佔免費雜誌出版業的總收益約14.9%。香港五大免費雜誌的收益明細如下：

香港五大免費雜誌					
排名	2013年的 收益 (附註) (百萬港元)	行業總收益		出版頻率	雜誌類型及目標讀者
		佔比	(%)		
1 雜誌A	103.0	6.3		每周	生活(如教育、物業、保健、招聘等)
2 雜誌B	60.0	3.7		每周兩期	生活(如教育、物業、保健、招聘等)
3 雜誌C	36.4	2.2		每周	消閒(飲食、娛樂及旅遊)
4 雜誌D	24.0	1.5		每周兩期	生活(如教育、物業、保健、招聘等)
5 雜誌E	20.0	1.2		每周兩期	生活(如教育、物業、保健、招聘等)
其他	1,393.9		85.1		
合計	1,637.3		100.0		

附註：由於該五間公司2013完整年度的年度報告(財政年度於3月31日結束)仍未刊發，故2013年全年的收益數字為估計數字。有關估計乃根據益普索計及2012年財政年度的平均每月收益、2013年6個月的收益及2013年6個月的平均每月收益計算得出。

行業概覽

資料來源： 益普索根據該表所列的雜誌出版商的半年報告及年度報告、益普索的訪問及分析所發佈的競爭分析

截至2013年12月31日止年度，本集團出版的免費雜誌總營業額約為13.0百萬港元；因此，佔2013年免費雜誌市場總收益約0.8%。本集團的免費雜誌為每兩周(即一個月兩次)或每月出版。

香港的雜誌免費索取地點及免費閱讀地點

本集團已委託香港浸會大學社會科學院社會科學研究中心(「**社會科學研究中心**」)(獨立第三方)就2013年10月至2014年2月期間香港的雜誌免費索取地點數目及免費閱讀地點數目的數據進行研究。就該日期為2014年2月27日，題為「免費雜誌派發點報告」(Report on free magazines distribution points)的研究報告(「**浸大報告**」)所支付的費用總額為7,800港元。於浸大報告內，「免費索取地點」定義為公眾可取走免費提供雜誌的地點；而「免費閱讀地點」則定義為公眾僅可閱讀及不得取走雜誌的地點。

透過搜尋有關雜誌的首頁、到便利店等零售店舖及圖書館，社會科學研究中心嘗試涵蓋根據本地報刊註冊條例註冊的166份生活時尚、金融商業、時裝美容、汽車、寵物、餐飲以及珠寶手錶雜誌。其後透過查閱雜誌所印的派發地點資料及致電雜誌的出版商收集數據。根據浸大報告，23份雜誌並無首頁、未能透過互聯網取得其地址或未能於黃頁搜尋其電話號碼；另有4份雜誌已經停刊。

於139份成功進行研究的雜誌中，9份雜誌有合共1,459個免費索取地點，其中533個位於酒吧／餐廳、120個位於超級市場及117個位於大學。一份雜誌有最多免費索取地點(611個)。《名車站睇樓站生活站贈閱版》排名第6，《搵車專線／購物專線贈閱版》排名第7，分別有53個及48個免費索取地點。於139份成功進行研究的雜誌中，32份雜誌有合共6,286個免費閱讀地點，其中2,835個位於咖啡店及2,691個位於水療店／髮型屋／美容院。《名車站睇樓站生活站贈閱版》有最多免費閱讀地點(992個)，而《搵車專線／購物專線贈閱版》及《寵物買家》則排名第二及第三，分別有940個及935個免費閱讀地點。《流行季節》排名第11，有231個免費閱讀地點。

紙價趨勢

根據FOEX Indexes Ltd(位於芬蘭赫爾辛基的獨立第三方，專門提供經審核及商標註冊的紙漿、紙張、再造紙及木基生物能源／生物量價格指數)的網站(www.foex.fi)公佈的資料，PIX指數(經FOEX Indexes Ltd的註冊商標)為FOEX Indexes Ltd就多

行業概覽

個級別的紙漿、紙張、卡紙以及再造紙及生物燃料編製及公佈的基準價格指數。PIX價格指數按所申報星期實際銷售商品或產品的買方及賣方所取得的價格數據計算，並於隨後的星期二公佈。價格乃就當月(或最遲隨後的一個月)交付的正常業務所申報。紙張的PIX指數可分為(i) A4 B-copy；(ii) Ctd WF；(iii) LWC；及(iv)歐洲新聞用紙，反映分別主要用於(i)影印；(ii)商業印刷、高質素雜誌及目錄；(iii)雜誌及目錄平印；及(iv)報章以及目錄及副刊的平均紙價。董事確認，印刷本集團雜誌所用的紙張類別主要為Ctd WF。

Ctd WF的PIX指數如下：



資料來源： 彭博

於十年期間，Ctd WF的價格最高為2004年6月的約731歐元／噸，隨後數年Ctd WF的價格上落穩定。於2010年3月，Ctd WF的價格跌至約645歐元／噸的最低位。此後，Ctd WF的價格於2011年1月回升至約722歐元／噸，其後見下行趨勢跌至2014年12月的平均價約654歐元／噸。

競爭形勢

誠如本招股章程「業務」一節「競爭」各段所披露，董事認為，於香港從事銷售及發行中文生活時尚雜誌(特別是有關時裝及美容、汽車及寵物雜誌)的所有出版商，某程度上均為本集團的競爭對手。根據益普索公佈的競爭分析，於2013年，香港約有479間

行業概覽

雜誌出版商，共出版約699份雜誌刊物。於2013年期間，雜誌刊物總數的約10.6%由六間著名出版商出版，約89.4%則由其餘出版商出版。於2013年，香港約有174份免費雜誌刊物，佔雜誌刊物總數約24.9%；而其餘則為收費雜誌刊物。於2013年，本集團的免費雜誌刊物於香港逾1,000個門市及地點派發及供免費閱讀，數目高於同期行業平均約150個門市及地點。有關於2013年香港五大收費雜誌及五大免費雜誌市場份額的資料，請參閱上文「香港的雜誌讀者人數及市場份額」一段下「香港雜誌的市場份額」各分段；而有關香港雜誌出版業競爭形勢的詳情，請參閱本招股章程「業務」一節「競爭」各段。

免費派發雜誌擴闊了該等雜誌的讀者人數。該等雜誌廣泛的曝光率可有效吸引現有及潛在廣告客戶並為本集團帶來更多廣告業務。本集團亦出版類型廣泛的雜誌，以供其客戶刊登廣告。本集團已發展出集中生活時尚中不同範疇(即汽車、寵物、美容及時裝)結合如物業、飲食、電子產品等其他生活時尚資訊的該等雜誌組合。因此，本集團某份特定雜誌的廣告客戶可能擬於本集團的其他雜誌或多份雜誌推廣其產品或服務；本集團亦可把握機會交叉銷售其他雜誌內的廣告位置。

該等雜誌乃由香港發行商發行。就董事所深知，香港有五名其他發行商獲委聘提供類似發行服務。

與香港生活時尚雜誌出版的若干同業相比，本集團為相對較新且規模較小的公司。本集團僅有約五年雜誌營運歷史。部分同業具有超過10年的遠遠較長的營運歷史，且彼等乃較為成熟及營業額基礎較大的公司，並具有成熟的客戶群；而本集團透過向主要客戶及尚未成為其客戶的公司吸納更多廣告訂單，尋求發展業務及擴大其營業額的機會。因此，本集團的營業額增長可高於若干同業。

行業概覽

在香港，生活時尚雜誌出版業的雜誌公司的業務模式各異：(a)部分雜誌公司一般分配較多資源至編輯、訪問及攝影工作；(b)而其他公司則可能分配較少資源至編輯、訪問及攝影工作；(c)部分雜誌公司一般專注於提升發行人量；及(d)其他公司則可能較專注於雜誌的其他方面而非發行人量。就(a)模式而言，一般會產生較高編輯成本，可能降低利潤率；而就(c)模式而言，一般會產生較高印刷成本及／或紙張成本，可能降低利潤率。反之，就(b)模式而言，一般會產生較低編輯成本，可能提升利潤率，而就(d)模式而言，一般會產生較低印刷成本及／或紙張成本，可能提升利潤率。本公司的業務模式涉及(b)較少資源分配至編輯、訪問及攝影工作，及(d)較專注於擴展其免費派發／免費閱讀網絡，而非提升發行人量以吸引廣告客戶。本集團主要使用其廣告客戶提供的資料作為該等雜誌的內容，而非自行編寫該等雜誌。此外，若干廣告本身已構成該等雜誌的內容。本集團的雜誌(即《名車站》、《名車站睇樓站生活站贈閱版》、《搵車快報／購物王》及《搵車專線／購物專線贈閱版》)的大部分廣告內容與新車及二手車買賣有關，亦被有興趣取得市場上可得的最新及最近期汽車價格及型號資料之讀者視為雜誌內容。本集團亦致力透過擴大免費閱讀地點網絡以增加其讀者人數，由於雜誌不得自該等地點取走，故此不會涉及大量的雜誌印刷；而每期雜誌將於該等地點存放一段期間；因此，預期每本雜誌應有多於一位讀者。

基於上述，董事認為儘管本公司在香港出版生活時尚雜誌的同業可能因彼等於市場上更具知名度而就雜誌及／或廣告收取更高價格，彼等的利潤率低於本集團仍屬可以理解。

董事相信，上述業務模式的區別與不同雜誌公司收益增長的差異無關。由於相對部分其他知名雜誌，本集團擁有約五年的較短營運歷史及較小規模，本集團能透過吸引更多新客戶的廣告訂單把握營業額高增長。

董事接觸數家獨立研究機構及公關事務所，嘗試了解在香港廣告套餐客戶向雜誌出版商的付款慣例。根據有關獨立研究機構及公關事務所的反饋(如有)及就董事所知，董事了解(i)概無有關客戶就在雜誌下達廣告的付款期的主要業內準則；(ii)付款期由個別客戶與雜誌按個別基準磋商；及(iii)就廣告套餐按進度收費(即分期)及在刊發所有廣告／套餐完結後向廣告套餐客戶發出發票均為一般市場慣例。

根據萬華媒體集團有限公司(股份代號：426)於2014年3月31日的最新年報，約50.3%的貿易應收款項總額已逾期。根據新傳媒集團控股有限公司(股份代號：708)於2014年6月30日的最新年報，約46.7%的貿易應收款項總額已逾期。新傳媒集團控股有限公司及萬華媒體集團有限公司為兩家香港的主要上市媒體公司，主要業務為出版雜誌，且超過95%營業額產生自發行／訂購雜誌／期刊銷售。根據上述公開資料及就董事對廣告業的所知及所悉，廣告商於到期日後結清付款為業內準則。