
業 務

概覽

我們為香港的完善戶外廣告空間及服務供應商，集中於小巴、醫院、診所及保健美容零售店的廣告。於二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，我們分別自小巴廣告產生**67.3%**、**73.9%**及**71.5%**的收益。根據灼識投資諮詢報告，按收益計算，我們於二零一五年為香港最大的小巴廣告公司，市場佔有率約為**34.3%**。憑藉約**740**輛小巴（根據灼識投資諮詢報告，佔香港小巴數目約**17%**），就我們於二零一五年在香港具有獨家廣告空間，就小巴數目而言，我們亦排名第一位。

我們為香港唯一一間提供公立醫院廣告空間的公司，結合我們於公立及私家醫院、按固定路線通往主要醫院的小巴、主要私人醫療保健服務供應商診所及香港領先保健美容零售連鎖逾**170**間零售店的獨家廣告空間，我們經營獨特的醫療保健廣告平台。於二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，來自醫院及診所的廣告收入分別佔我們收益的**19.4%**、**13.8%**及**16.5%**，而來自保健美容零售店的廣告收入則分別佔我們收益的**8.6%**、**6.3%**及**3.9%**。

我們的主要業務為向客戶（包括旨在宣傳其品牌、產品或服務的直接廣告商及為該等廣告商行事的廣告代理）提供戶外廣告空間及服務。我們為客戶提供便利服務，包括設計及生產、廣告物流、安裝及拆卸服務。我們相信，憑藉我們的優質服務方針，我們能夠就廣告項目的不同範疇提供更佳的管理及協調。我們的目標為向客戶提供綜合戶外媒體服務，使彼等得以提各品牌形象以及擴充及加強與客戶的關係。

我們自特許人獲授廣告空間，其為香港小巴及的士、醫院、診所及領先保健美容零售連鎖的擁有人或營運商，當中大部分該等空間乃按獨家及長期基準授予我們。於二零一六年六月三十日，我們已獲授**752**輛小巴、**18**間醫院、**23**間醫療診所、**192**間保健美容零售店及**36**輛的士之廣告空間。視乎客戶的要求，我們亦可按非獨家基準自廣告空間擁有人採購廣告空間。於二零一六財年，自小巴及的士非獨家廣告空間產生的收益分別為**14.9**百萬港元及**0.6**百萬港元，佔我們於二零一六財年收益的**26.7%**及**1.1%**。

業 務

在主席、執行董事兼行政總裁周女士的領導下，憑藉超過12年的營運歷史，我們已累積豐富廣告行業經驗並與廣告空間擁有人建立既定的客戶及戰略關係。我們有關小巴、的士、醫院、醫療診所及保健美容零售店的戶外廣告平台的受眾甚廣，涵蓋香港不同地區及消費者分部。

我們相信，我們的小巴廣告服務讓廣告商能夠接觸大量普通受眾以及特定小巴路線的當地社區，從而可提高其活動成效以及對目標受眾的曝光。小巴車身廣告發揮的作用有如街上反覆出現的「移動橫幅」。此外，我們相信，我們在通往主要醫院路線的小巴廣告服務與我們的醫院廣告服務可協同配合，原因是該等服務均可接觸病人、醫院探訪者及醫療保健專業人士的受眾，可供我們的廣告商戰略地使用，藉以接觸該等目標消費者。

我們擁有大量且多元化的客戶群，包括二零一六財年的逾[600]名客戶。我們的客戶包括從事醫藥、醫療保健、美容、餐飲以及家居設計及傢俬行業的主要本地及國際公司。大部分客戶為我們的忠誠顧客，而我們已經與大部分主要客戶訂有逾五年業務關係。再度惠顧客戶（於往績記錄期間與我們訂約超過一次者）的收益佔我們於二零一六年財年收益的約53%。

根據灼識投資諮詢報告，香港戶外廣告市場的市場規模預期將維持穩定增長。我們相信，我們的領導市場地位及成熟的業務模式令我們處於有利位置，可把握額外市場份額以及小巴及戶外廣告市場的整體增長趨勢。

我們的優勢

香港小巴廣告市場的領導地位

根據灼識投資諮詢報告，按收益計算，我們於二零一五年為香港最大的小巴廣告服務供應商，市場佔有率約為34.3%。憑藉約740輛小巴（根據灼識投資諮詢報告，佔香港小巴數目約17%），就我們於二零一五年在香港具有獨家廣告空間的小巴數目而言，我們亦排名第一位。

業 務

我們相信，我們的領導地位讓我們能享有規模經濟，並靈活地提供廣告空間及以具有競爭力的價格提供優質服務。我們能成為主要小巴營運商的獨家持牌人，說明我們的營運規模亦為我們在取得廣告空間方面帶來競爭優勢。

根據灼識投資諮詢報告，香港小巴廣告市場及戶外廣告市場的收益預期將分別按約6.0%及3.8%之複合年增長率增長。就2015年，香港的戶外廣告市場產生收益達3,952.2百萬港元，並預期於二零二零年產生4,725.1百萬港元，相當於二零一六年至二零二零年的複合年增長率達3.8%。香港小巴廣告市場的市場規模估計將於二零二零年前產生收益達162.9百萬港元，相當於二零一六年至二零二零年的複合年增長率達6.0%。我們相信，我們的領導市場地位及完善業務模式使我們佔據有利位置，以把握小巴及戶外廣告市場的整體增長趨勢。

香港廣泛地區的獨家廣告空間

我們已按獨家長期基準取得大部分廣告空間，包括於二零一六年六月三十日擁有香港約752輛小巴、18間醫院、23間診所及逾179間領先保健美容零售連鎖店的廣告空間，為期一般介乎一至五年。於最後實際可行日期，我們為香港唯一一間提供公立醫院室內廣告空間的持牌公司。我們獲授的該等廣告空間對競爭對手帶來重大障礙，而我們相信，這有助我們維持有利可圖的定價策略。

我們相信，我們的大量廣告空間亦為我們帶來提供一系列廣告空間及組合的靈活性，並讓我們能依據其佔用率採用有效定價。

我們的大量長期廣告空間為針對不同分部的目標受眾及消費者並具有不同時限的廣告活動的客戶提供更多選擇。

有效及靈活戶外廣告服務

戶外廣告為接觸身處公眾場所、交通工具或商業處所的消費者的廣告。交通工具廣告的廣泛覆蓋範圍讓主要訊息得以橫跨城市，接觸不同角落的更大量受眾。廣告商可選擇通往其目標客戶頻繁出現的若干地方之路線。

業 務

我們相信，我們的戶外廣告具有成本效益，以持續曝光及高覆蓋率為客戶提供廣泛覆蓋範圍及靈活性。我們的小巴、的士及醫院廣告空間擁有大量及廣泛的受眾，覆蓋香港不同地區及消費者分部。

小巴及的士車身的廣告發揮的作用有如多達一天24小時在街上反覆出現的「移動橫幅」。因此，其可接觸小巴路線中大量行人及其他車輛的乘客。另一方面，當乘客仍在小巴上，乘客座位的廣告則有強迫受眾。我們亦在小巴士的站桿上提供廣告空間，其可吸引行人及正等待小巴的乘客的注意。我們相信，小巴廣告服務讓廣告商能接觸大量普通受眾以及特定小巴路線的當地社區，從而可提高其活動成效以及對目標受眾的曝光。

結合我們於公立醫院、按固定路線通往主要醫院的小巴、香港主要私人醫療保健服務供應商的診所以及逾190間領先保健美容零售連鎖的零售店的獨家廣告空間，我們經營獨特的醫療保健廣告平台。我們相信，我們在通往主要醫院路線的小巴廣告空間與我們的醫院廣告空間可協同配合，原因是該等廣告空間均可接觸病人、醫院探訪者及醫療保健專業人士，而彼等均為醫藥及醫療保健產品及服務公司的目標客戶。此醫療保健廣告平台為我們的醫藥及醫療保健產品及服務公司目標客戶提供有效的廣告渠道。

我們向客戶提供便利服務，包括設計及生產、物流及安裝服務。我們相信，憑藉該等服務，我們能更佳管理及協調項目各範疇，並提高經營效率。

忠誠及多元化的客戶群

我們擁有大量且多元化的客戶群，包括二零一六財年的逾600名客戶。我們的客戶包括從事醫藥、醫療保健、美容、餐飲、傢俬及娛樂行業的主要本地及國際公司，以及香港的非牟利組織及政黨。

我們相信，擁有來自各行各業的客戶可降低過度集中於任何特定行業的風險（過度集中可能令我們更容易受到特定行業的季節性、經濟週期及波動所影響）。

業 務

我們的客戶包括直接廣告商及廣告代理，當中包括香港的領先廣告代理。大部分客戶為二零一六財年再度惠顧的客戶（彼等已於往績記錄期間與我們訂合約超過一次）的收益佔我們收益約[53]%。我們相信，透過與客戶維持密切關係，我們能熟悉客戶的公司文化、預算及偏好，從而可更佳管理其期望，並為其提供最切合需要的服務。

饒富經驗、敬業並擁有亮麗往績的管理層

我們擁有饒富經驗、敬業且精幹的管理團隊，由我們的創辦人、主席、執行董事兼行政總裁周女士（自成立起一直帶動我們增長）領導。

周女士於廣告行業擁有逾18年經驗，而彼在商界及私人界別均擔任高級職位。彼於設有移動廣告及移動付款公司的其中一間早期移動市場推廣公司開展其市場推廣事業，擔任商業經理，並曾擔任一間醫療保健新創公司的市場推廣主管，負責刊登廣告。

多年來，我們的管理團隊及執行人員均已經與重點主要供應商及客戶建立密切關係、累積豐富行業經驗，並緊貼行業發展及市場趨勢。管理層及員工團隊的深厚行業知識以及豐富營運及管理經驗有助我們培育強大的客戶服務導向文化，確保順利執行及完成項目並有效為廣告空間定價。

此外，我們已建立忠誠、饒富經驗且精幹並擁有亮麗往績的高級管理層團隊，以及盡責且訓練有素的前線員工團隊。有關董事及高級管理層之進一步資料，請參閱「董事及高級管理層」一節。

我們的策略

我們旨在鞏固作為香港領先戶外廣告公司的地位，而我們計劃透過採用下列業務策略進一步擴展市場佔有率。

業 務

增加小巴廣告網絡及媒體的覆蓋範圍

於二零一六年六月三十日，我們分別在香港、九龍及新界的小巴路線擁有**351**個、**183**個及**218**個獨家廣告空間。我們擬增加香港島、九龍及新界的小巴廣告網絡覆蓋範圍，集中於進一步增加九龍及新界小巴的獨家廣告空間，當中仍有巨大市場佔有率增長空間。我們相信，此舉將進一步改善我們就小巴廣告的領導地位，並為我們帶來更強勁的規模經濟。

我們已經於二零一六年八月十二日與香港一間主要小巴營運商（「**該小巴營運商**」）訂立不具約束力諒解備忘錄，其規定待簽訂具約束力的法律協議後，我們將為該營運商所營運約**600**輛額外小巴的廣告空間的獨家獲許可人，而我們將就此支付每輛小巴每月固定特許費，初步為期三年，並可重續兩年，其將按「未來計劃及所得款項用途」一節所述分階段推出。

我們亦於二零一六年七月二十五日與該小巴營運商訂立不具約束力諒解備忘錄，其規定待簽訂具約束力的協議後，(i)我們將於約**600**輛小巴安裝**LCD**廣告影像展示系統及配套設備；(ii)我們將為將於該等小巴系統上展示廣告的獨家廣告服務供應商；(iii)我們將就每輛小巴支付固定費用；及(iv)協議的初步年期預期為自二零一七年一月一日起計三年，並可重續兩年。

擴展至其他運輸廣告服務

在我們主要集中於小巴廣告空間的同時，我們擬擴展至其他運輸廣告服務，覆蓋香港其他公共運輸車輛（如的士、輕型卡車及旅遊巴）。

我們正與一間擁有「**Taxiboard**」專利設計的公司（「**Taxiboard**擁有人」）進行討論，**Taxiboard**為一種新型實體廣告面板，其乃安裝於的士面對行李車箱表面的倒向位置，並已經取得相關監管批准。按照討價還價，我們預期待簽訂具法律約束力的協議後，我們將具有按每塊**Taxiboard**支付固定月費在**Taxiboard**進行宣傳及提供廣告的獨家權利；而**Taxiboard**擁有人將就**Taxiboard**維持監管批准及專利。我們計劃聯絡的士營運商，在不少於**1,000**輛的士安裝**Taxiboard**。

我們亦正與在香港營運龐大卡車及貨車車隊的網上物流平台的戶外媒體營運商（「**網上貨車營運商**」）討論合作，以提供廣泛的廣告格式及覆蓋範圍。根據計劃的合

業 務

作，受限於進一步磋商及簽訂具約束力的協議，網上貨車營運商將按每月每輛汽車的固定費用授予我們其營運卡車及貨車的廣告空間。

我們相信，擴展至其他運輸車輛廣告網絡將能讓我們增加目標受眾，並因而擴大客戶群及吸引新客戶。

擴展我們的醫療保健相關廣告平台

我們擬通過取得與香港的私家診所及醫療保健中心的長期獨家合約，於該等地點提供廣告空間及服務，擴充於醫療保健相關廣告平台的覆蓋範圍。我們已經於二零一六年八月十五日與一名醫療診斷及影像服務供應商訂立不具約束力的諒解備忘錄，而該供應商連同其聯屬公司在香港營運約100間診斷中心（「**保健檢查服務供應商**」）。根據諒解備忘錄，待簽訂具約束力的協議後，我們將為在保健檢查服務供應商所擁有或管理的中心的廣告空間（格式為展示面板及媒體廣播系統）的獨家廣告服務供應商，而我們將就此支付每間中心每月固定租賃費用。

我們相信，隨著人口老化及大量訪港旅客尋求醫療保健服務及相關產品，相關廣告具備龐大市場潛力。我們於醫院、診所、醫療保健中心及醫療保健零售店的醫療保健相關廣告平台為該等廣告提供有效且有針對性的廣告平台。

加強資訊管理系統

我們利用電腦化資訊管理系統管理廣告空間、合約、銷售及廣告空間預訂。我們的僱員可利用資訊管理系統實時審視廣告空間是否可用，以向客戶提供最新資料。

我們擬進一步發展及改善資訊管理系統的效率。舉例而言，我們的目標為進一步使廣告空間的管理資訊系統自動化，使其可實時更新及於線上連接、整合我們的主要流程並遙距控制及處理我們的主要業務交易。我們亦擬就與已登記客戶的小巴廣告交易發展新的線上預訂系統，使客戶可於線上取得廣告空間是否可用的資料，並通過我們的線上廣告空間預訂系統便利及有效率地要求及預訂廣告空間。

業 務

[編纂]所得款項就策略的用途

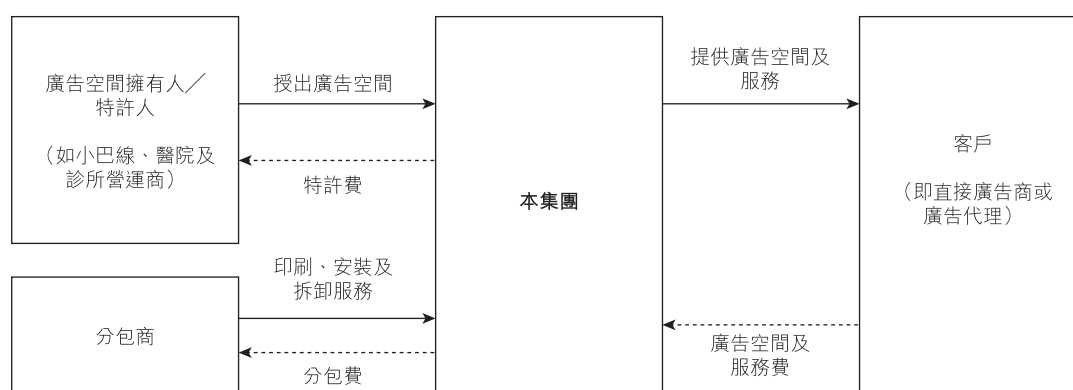
有關上文所載預期[編纂]所得款項淨額就策略及未來計劃的用途，請參閱「策略以及未來計劃及所得款項用途」。

業務模式

我們透過於香港向客戶（為旨在宣傳其品牌、產品或服務的廣告商，或為該等廣告商行事的廣告代理）提供廣告空間及服務以產生收益。就二零一六財年而言，自直接廣告商及廣告代理產生的收益分別佔我們的總收益的**76.1%**及**23.9%**。我們亦提供設計及製作、配套廣告物流、安裝及拆卸服務，以作為服務的一部分。為滿足廣告商的需要，我們提供的廣告組合包括廣告空間及服務。

我們自特許人獲授用廣告空間，包括香港小巴、醫院、診所及領先保健美容零售的營運商，當中大部分乃按獨家及長期基準授出。獨家牌照一般要求我們推廣相關廣告空間予廣告商，並向特許人支付最低年度特許費。部分特許安排包含載列條文規定倘超過指定門檻，則須按百分比基準分攤溢利。根據客戶的要求，我們亦可按非獨家基準自廣告空間擁有人採購廣告空間。於二零一六財年，自小巴及的士非獨家廣告空間產生的收益分別為**14.9**百萬港元及**0.6**百萬港元，佔我們於二零一六財年收益的**26.7%**及**1.1%**。

由於廣告印刷需要專門及大型印刷設備，且安裝及拆卸過程屬勞動密集性，我們一般會將廣告印刷、安裝及拆卸服務分包予分包商。然而，我們仍負責監管及監督該等分包商的工作。



業 務

廣告空間及服務

廣告空間

於二零一六年六月三十日，我們擁有完善且廣泛網絡的獨家廣告空間，包括香港的752輛小巴、18間醫院、23間醫療診所、179間領導醫療美容連鎖零售店及[36]輛的士，以及澳門的13間領導醫療美容連鎖零售店的廣告空間。下表載列我們於二零一六年六月三十日的主要獨家廣告空間概要。

地點／類型	車輛數目／場所	廣告空間數目
小巴	752	752個小巴車身及乘客座位背後的752個廣告空間
醫院及診所		
● 公立醫院	17間醫院	375塊印刷廣告用海報板及16塊數碼示屏面板
● 私家醫院	1間醫院	7塊印刷廣告用海報板
● 診所	23間診所	24塊影像顯示螢幕
醫療保健及美容		
● 香港	179間店舖	183塊影像顯示螢幕
● 澳門	13間店舖	17塊影像顯示螢幕
總計	192間店舖	200塊影像顯示螢幕
的士	36輛的士	36個的士車身廣告空間

除上述獨家廣告空間外，倘客戶要求其他交通路線或其他地點的廣告空間，我們將嘗試按非獨家基準向擁有人採購相關廣告空間，並將其提供予相關客戶。於二零一六財年，我們自小巴及士之非獨家廣告空間產生收益達14.9百萬港元及0.6百萬港元，分別佔我們於二零一六財年收益的26.7%及1.1%。

業 務

小巴及的士

根據灼識投資諮詢報告，按收益計算，我們於二零一五年為香港最大的小巴廣告空間及服務供應商，而我們擁有獨家權利於約**740**輛小巴(佔香港於二零一五年十二月三十一日的小巴總數約**17%**)提供廣告空間。於二零一六年六月三十日，我們亦按照與特許人的獨家特許安排於**36**輛的士提供廣告空間。

小巴的廣告空間位於車輛外側或乘客座位背面，而的士的廣告空間則位於車輛外側。小巴及的士車身的廣告發揮的作用有如長達一天**24**小時街上反覆出現的「移動橫幅」。因此，其可接觸小巴及的士路線中大量行人及其他車輛的乘客。另一方面，當乘客仍在小巴上，乘客座位的廣告則有強迫受眾。我們亦在小巴站站桿上提供廣告空間，其可吸引行人及正等待小巴的乘客的注意。

我們相信，小巴乘客就年齡、收入水平及職業而言代表廣泛的消費者，且小巴廣告讓廣告商能接觸大量普通受眾以及特定小巴路線的當地社區，從而提高其活動成效以及對目標受眾的曝光。

根據客戶的要求，我們亦可自並無訂立獨家牌照安排的營運商或為其行事的代理或廣告公司取得小巴及的士廣告空間。

醫院及診所

於二零一六年六月三十日，我們的廣告服務涵蓋香港醫院及診所逾**400**個廣告空間，包括**17**間公立醫院、**1**間私家醫院及香港一間主要醫療保健中心營運商所營運的**23**間診所。廣告空間包括醫院逾**382**塊印刷廣告用廣告面板及診所的**16**塊影像顯示螢幕。於最後實際可行日期，我們為香港唯一一間提供公立醫院室內廣告空間的持牌公司。

業 務

由於病人的等待時間往往漫長，故醫院及診所的廣告空間為廣告商提供強迫受眾。該等廣告空間的廣告商一般包括針對醫療保健專業人士、病人或醫院及診所探訪者的藥物、醫療裝置及保險公司。

我們的醫院廣告媒體形式包括不同尺寸的海報、牆身貼紙及數碼顯示屏面板（位置一般為入口）、急症室、等候區、專科部門、藥房。於特許協議期內，我們於公立醫院安裝及擁有數碼顯示屏面板，而顯示屏面板的擁有權於協議期屆滿時轉乃移至醫院營運商。

我們診所廣告的形式主要為位於23間香港診所內的數碼顯示屏面板，以及連鎖醫療診所營運商刊發的醫療保健相關主題季刊的廣告（每季刊發12,000本印刷本並擁有50,000名網上訂閱者）。

此外，我們相信，我們在通往主要醫院路線的小巴廣告空間與我們的醫院廣告平台可協同配合，原因是該等廣告空間均可接觸病人、醫院探訪者及醫療保健專業人士的受眾，而該等客戶均為醫藥及醫療保健產品及服務公司的目標客戶。

保健美容零售店

我們的廣告空間包括香港領先健康美容零售連鎖店的零售店的200塊影像顯示螢幕，於二零一六年六月三十日涵蓋香港的179間店舖及澳門的13間店舖。

保健美容零售店的廣告形式亦包括店舖入口的感應式保安裝置外罩及部分店舖內的店內媒體顯示螢幕。我們相信零售店廣告可在零售地點有效影響消費者的購買行為，以建立或加強銷售推廣與消費者購買決定之間的聯繫。店內媒體顯示螢幕由特許人擁有，而媒體系統伺服器則由我們安裝及擁有。

業 務

廣告空間佔用

於二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，我們於小巴的獨家廣告空間的佔用率分別為**65%**、**79%**及**84%**。下表載列我們於所示期間按類別劃分的獨家廣告空間數目及佔用率資料。

位置	類型	就	就	就
		二零一五財年	二零一六財年	二零一七年
		佔用率(%)	佔用率(%)	第一季
小巴	汽車 ⁽¹⁾ 、 ⁽²⁾	65%	79%	84%
的士	汽車 ⁽¹⁾ 、 ⁽²⁾	不適用 ⁽⁶⁾	100%	100%
公立醫院	海報板 ⁽³⁾	45%	43%	53%
公立醫院	數碼顯示屏面板 ⁽⁴⁾	20%	38%	36%
私家醫院	海報板 ⁽⁵⁾	76%	91%	78%
診所	影像顯示螢幕 ⁽⁶⁾	不適用 ⁽⁶⁾	17%	20%
保健美容零售店	影像顯示螢幕 ⁽⁶⁾	40%	28%	40%

附註：

佔用率乃按下文所載的基準及假設計算。

- (1) 小巴及的士廣告空間的分包單位為每一個月一輛汽車。年度／期間可用單位的最高數目為汽車數目乘以**12**(就二零一五財年及二零一六財年)；及乘以**3**(就二零一七年第一季)。佔用率乃以年度／期間客戶廣告所佔用單位數目除以最高可用單位計算得出。
- (2) 佔用率僅就小巴及的士之獨家廣告空間計算。就非獨家廣告空間而言，我們一般僅按客戶要求在有需要時自擁有人獲授空間；故非獨家廣告空間並無載入表內。
- (3) 公立醫院及私家醫院海報板的承包單位為每一個月一張海報。年度／期間可用單位的最高數目為海報數目期間可用單位的最高數目為汽車數目乘以**12**(就二零一五財年及二零一六財年)；及乘以**3**(就二零一七年第一季)。佔用率乃以年度／期間客戶廣告所佔用單位數目除以最高可用單位計算得出。
- (4) 公立醫院的數碼顯示屏面板及診所的影像顯示螢幕的承包單位為每一個月達**60**秒的展示時段(其每小時重覆**6**次)。每一個月的可用單位最高數目為**10**(即假設每個廣告為**60**秒，且每個循環合共有**10**個可用單位)，而年度／期間可用單位總數為**10**乘以**12**(就二零一五財年及二零一六財年)；及**10**乘以**3**(就二零一七年第一季)。佔用率乃以期間客戶廣告所佔單位數目除以可用單位最高數目計算得出。
- (5) 保健美容零售店影像顯示螢幕的承包單位為每一個月播放秒數。影像乃於系統的全部螢幕顯示。每一個月的可用單位總數為**600**秒。每一個月的佔用率乃以客戶廣告佔用的秒數除以**600**秒計算得出。
- (6) 相關業務於相關期間尚未展開。

業 務

廣告服務

除提供廣告空間外，我們亦向客戶提供便利配套服務，包括廣告物流、安裝及拆卸服務以作為我們的其中一部分服務，以及設計、平面製作及印刷服務。

我們擁有一支盡責的銷售及市場推廣團隊，由銷售代表作為主要聯絡點，確保能及時且令人滿意地滿足客戶的需要。我們的員工亦包括一名內部平面設計師。在我們豐富的行業訣竅支持下，我們能提供創新全面的媒體解決方案，可滿足客戶的獨特廣告需要，並主動為其提供有創意的建議。

營運

市場推廣及銷售

我們維持強勁的銷售及市場推廣方針，而我們相信這有助我們增加客戶群，並更佳地了解及為客戶服務。

我們向潛在客戶提供市場推廣小冊子，當中載有我們的廣告組合資料、我們的廣告服務優勢、對目標受眾的統計數據(如性別、年齡分佈、婚姻狀況、教育程度、職業及個人收入(倘該等資料可得))及定價資料。

我們通過營運團隊進行銷售活動，以電話聯絡及回應我們的潛在客戶。

我們亦於小巴及的士廣告上展示我們的公司標誌及客戶服務熱線號碼以宣傳服務。

製作及審查

雖然部分客戶向我們提供其廣告以供安裝，我們亦可為客戶提供設計、安裝及拆卸服務。我們的內部設計師與客戶合作，打造建議及實物模型以供客戶考量。然後，我們會根據客戶的建議及要求修改廣告設計。

業 務

就公立醫院中顯示的廣告而言，我們將於向香港的公立醫院管理組織的審查委員會發送建議廣告以供其根據審查指引審查及批准(在一般情況下，這通常需時約三個星期)前進行初步評估。我們採用與公立醫院廣告所用的審查指引類似的內部指引。

我們讓員工緊貼可能適用於我們的廣告空間所顯示廣告的香港相關監管規定的發展。我們的內部指引規定員工於刊登前會審查及檢查所有廣告，確保廣告內容符合適用監管規定、檢查及確保廣告上出現的圖像及標誌並無違反任何知識產權，且廣告的整體設計及訊息並無提出或引起歧視。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們概無收到任何有關廣告空間所顯示的廣告內容之投訴。

經我們與客戶批准及落實廣告後，我們會委聘第三方印刷服務供應商印刷廣告。然後，我們與廣告空間擁有人或營運商合作，安排分包商安裝廣告。就醫院及保健美容零售連鎖店的數碼顯示屏而言，我們一般製作發送至擁有人存置的伺服器的數碼媒體，以供顯示。

安裝、保養及移除

我們一般委聘分包商以安裝、保養及移除廣告，惟我們仍負責監管及監督該等分包商的工作。

於顯示期間，我們就公立醫院廣告進行保養檢查，確保於正確時期在正確地點適當及安全地安裝該等廣告，且持續保持其清潔並能良好運作。就其他地點的廣告而言，倘我們發現廣告出現任何損毀，我們將於有需要時進行維修。

於安裝廣告後，我們向廣告商客戶提供報告，當中包括有關廣告的類型、數量及其他資料。

資訊管理系統

我們利用電腦化資訊管理系統管理廣告空間、合約、銷售及廣告空間預訂。我們具備由外部軟件開發商所開發並符合我們指定要求的定制資訊管理系統。僱員可

業 務

利用資訊管理系統實時檢視廣告空間是否可用，藉以向客戶提供最新資料。按照本節「我們的策略—加強資訊管理系統」分節所載，我們擬進一步加強及改善資訊管理系統的效率。

銷售及客戶

與客戶的廣告服務主要條款

我們的廣告服務主要包括提供廣告空間、廣告安裝、保養及拆卸服務。倘客戶要求，我們亦可提供平面設計及平面製作服務。

下表載列我們與客戶的廣告服務安排之一般條款。

廣告空間位置	小巴及的士	醫院	診所	保健美容零售店
年期	通常為3至12個月	6個月	12個月	1至52個星期
費用	各廣告空間於整個合約期的固定金額	各廣告空間於整個租期的固定金額	按展示年期及頻率的費用	每星期固定費用
付款期	企業客戶須於安裝後或按季付款；及廣告代理的信貸期為30至90日	須於安裝後或按季付款	須於安裝後或按季／半年付款	須於安裝後或按季付款
審批過程	不適用	提前遞交至特許人	提前遞交至特許人	提前遞交至特許人
彌償	客戶就廣告侵犯第三方的知識產權為我們提供彌償	客戶就廣告侵犯第三方的知識產權為我們提供彌償	客戶就廣告侵犯第三方的知識產權為我們提供彌償	客戶就廣告侵犯第三方的知識產權為我們提供彌償
終止條款	不適用	不適用	不適用	不適用

業 務

定價政策

就小巴廣告服務而言，我們基於路線、需求及可供應性根據路線將其歸類為五個不同等級，以佔用率及相關廣告空間的特許成本計量。我們以事先協定的費率提供折扣或基於每年的銷售總額回扣予主要廣告代理客戶。我們的銷售總監通常每星期審查我們的價格，並可能根據佔用率作出調整。

就醫院及診所廣告服務而言，我們亦根據形式、地點、目標受眾的數量等因素將廣告空間歸類為不同等級。

就保健美容連鎖店的廣告服務而言，我們的費用乃按照將於數碼廣告影像系統播放的影像長度以及合約年期而釐定。

客戶服務

我們高度注重為客戶提供統一優質服務及支援，而我們相信這為我們長期成功的關鍵。於最後實際可行日期，我們擁有由九名銷售代表組成的團隊。我們的銷售代表均具備行業訣竅，以提供有關廣告媒體選擇以及我們的價格及服務的專業指引。

客戶回饋及投訴處理

我們視客戶回饋為改善服務的寶貴工具。我們認真處理客戶投訴，並設立一套處理客戶投訴的程序。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們概無收到對我們的業務運作或經營業績構成重大影響的任何投訴。

季節性

於往績記錄期間，我們並無於銷售中面臨任何重大季節性波動。

客戶

我們已於二零一六財年建立具有超過600名客戶的龐大且多元化的客戶群。我們的客戶包括廣告代理及直接廣告商，當中包括於香港從事醫藥、醫療保健、美容、餐飲、傢俬及娛樂行業的主要本地及國際公司。

業 務

主要客戶

於二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，我們的五大客戶佔我們的總收益之31.3%、24.5%及25.0%，而最大客戶則分別佔我們於同期的總收益之14.4%、9.9%及7.2%。

我們尋求與客戶建立長期關係，且於最後實際可行日期，我們已經與大部分主要客戶維持超過五年的業務關係。

據董事所深知，概無董事或彼等各自之緊密聯繫人，或據董事所知於我們的已發行股本或任何附屬公司中擁有超過5%權益之任何人士，於我們於往績記錄期間的任何五大客戶中擁有任何權益。

下表載列我們於所示期間的五大客戶之進一步詳情：

就二零一五財年

客戶	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們收 益%
客戶A	以美國為基地的國際廣告媒體集團成員公司，於香港營運	逾8年	7.1	14.4
客戶B	環球市場推廣服務（包括網絡發展、媒體計劃、分析、手提電話及廣告）供應商的成員公司，於香港營運	逾5年	4.0	8.2
客戶C	環球通訊計劃及媒體購買公司	逾6年	2.1	4.3
香港體檢及醫學診斷集團有限公司	香港醫療診斷及影像服務供應商，設有10間服務中心	逾7年	1.2	2.4
鑫豐廣告有限公司	香港綜合品牌解決方案供應商，包括品牌策略、廣告、平面設計及活動管理	逾6年	1.0	2.1
總計			15.3	31.3

業 務

就二零一六財年

客戶	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們收 益%
客戶A	請參閱上文。	逾8年	5.5	9.9
客戶B	請參閱上文。	逾5年	2.9	5.1
客戶C	請參閱上文。	逾6年	2.2	3.9
萬森集團有限公司	製造及分銷音響及舞台燈光、電子產品、商用照明及康復治療產品的集團	逾1年	2.0	3.6
香港體檢及醫學診斷集團有限公司	請參閱上文。	逾7年	1.1	1.9
總計			13.7	24.5

就二零一七年第一季

客戶	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們收 益%
客戶A	請參閱上文。	逾8年	1.1	7.2
客戶D	香港的政黨	逾6年	0.8	5.7
客戶E	香港的政黨	1年	0.7	4.7
客戶B	請參閱上文。	逾5年	0.6	4.0
客戶C	請參閱上文。	逾6年	0.5	3.5
總計			3.7	25.0

供應商

我們的主要供應商為廣告空間的特許人。我們於二零一六財年獲逾70名特許人授予廣告空間。我們與主要特許人擁有兩至十一年的長期及穩定關係，當中大部分的關係已超過七年。

我們相信，我們的規模及對長期供應商關係的專注讓我們能按有利價格及有利條款取得廣告空間。

業 務

下表載列我們於所示期間的五大供應商之進一步詳情：

就二零一五財年

供應商	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們 銷售成本 %
供應商A	負責香港公共醫療服務的法定機構	逾8年	3.5	14.6
供應商B	香港綠色小巴路線的營運商	逾11年	3.5	14.3
供應商C	以香港為基地的保健及美容零售集團，於全球25個市場設有超過12,000間店舖	逾7年	2.6	10.8
供應商D	香港的媒體廣告代理，專門作小巴車身廣告、製作及安裝戶外廣告形式	逾2年	2.4	9.9
供應商E	香港綠色小巴路線的營運商	逾9年	1.5	6.2
總計			<u>13.5</u>	<u>55.7</u>

業 務

就二零一六財年

供應商	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們 銷售成本 %
供應商C	請參閱上文。	逾7年	4.1	14.2
供應商B	請參閱上文。	逾11年	3.6	12.5
供應商A	請參閱上文。	逾8年	3.4	11.5
供應商D	請參閱上文。	逾2年	3.3	11.3
供應商F	香港媒體廣告代理， 專門作小巴車身、椅 背、巴士站牌、其他 廣告媒體、電視、電 台、報紙及雜誌	逾8年	1.6	5.6
總計			<u>16.1</u>	<u>55.0</u>

就二零一七年第一季

供應商	背景及主要業務	關係年數	交易金額 (百萬港元)	佔我們 銷售成本的 百分比
供應商C	請參閱上文。	逾7年	1.1	13.4
供應商B	請參閱上文。	逾11年	0.9	11.4
供應商D	請參閱上文。	逾2年	0.7	8.9
供應商A	請參閱上文。	逾8年	0.7	8.5
供應商F	請參閱上文。	逾8年	0.4	5.2
總計			<u>3.7</u>	<u>47.3</u>

業 務

取得廣告空間

我們一般透過投標、招標或磋商取得使用廣告空間。小巴廣告空間通常以公開投標或邀請方式取得。就公立醫院而言，我們通過招標而取得廣告空間。

我們的主要特許協議之主要條款

下表載列我們與主要廣告空間特許人就獨家廣告空間訂立之協議的主要條款。

類型	小巴	的士	公立醫院	診所	保健美容零售連鎖店
特許人	小巴營運商	的士營運商	管理及經營香港公立醫院的法定機構	醫療保健中心及診所營運商	香港領先保健美容連鎖店營運商
廣告媒體	小巴車身及乘客座位背面	的士外側	醫院內廣告板及印刷面板或數碼顯示屏面板	影像	主要為收銀處的影像顯示螢幕及店舖入口的顯示屏
年期	1至4年	通常為1年	由二零一二年十一月起計5年	由二零一五年八月一日起計3年	由二零一五年八月起計3年
費用	年度最低費用	年度金額	最低保證金額，及廣告總收入超過指定門檻的百分比	廣告總收入乘以固定百分比	最低保證金額，及收益超過指定門檻的百分比
付款期	每季	每季	每月	每季	每月
安裝前審批過程	不適用	不適用	須於至少七日前提供廣告，並受限於特許人的反對權	須於至少10個工作日前提提供廣告，並受限於特許人的反對權	須於顯示前向特許人遞交廣告，並受限於特許人的反對權

業 務

類型	小巴	的士	公立醫院	診所	保健美容零售連鎖店
我們的其他權利及責任	我們可就自身廣告顯示我們的標誌及電話熱線號碼	我們可就自身廣告顯示我們的標誌及電話熱線號碼	<ul style="list-style-type: none"> ● 維持僱員補償保險、公眾責任保險及專業彌償保險 ● 安排於廣告空間顯示及廣播廣告 	<ul style="list-style-type: none"> ● 向廣告商提供服務，包括查詢、銷售、預訂及收取收益 ● 向處所的員工及工人提供充分感染控制培訓 ● 就有關我們責任的人命傷亡或財產損毀維持第三方責任保險 	<ul style="list-style-type: none"> ● 於接獲要求時，向客戶提供我們的聯絡資料或文本 ● 向特許人遞交有關我們的廣告服務之資料及收費
彌償	不適用	不適用	我們須就特許人的損失及損害(包括因我們的行為、佔用廣告空間及廣告侵犯第三方知識產權所造成之損失)提供彌償。	我們須就特許人的損失(包括因我們的過失及廣告侵犯第三方的知識產權而造成的損失)提供彌償。	我們須就特許人的損失及損害(包括因廣告侵犯第三方知識產權所造成之損害)提供彌償。
終止/重續	不適用	不適用	(i)倘我們並無於7日內糾正違反協議；(ii)我們無力償債或清盤的決議案獲通過；及(iii)倘我們的表現並不符合特許人規定的標準，則特許人可予以終止。	各方均可藉發出三個月通知終止	(i)倘我們並無於20個營業日內糾正違反協議；(ii)清盤的決議案獲通過；及(iii)使用廣告空間屬違法，則特許人可予以終止。

就非獨家廣告空間而言，我們於客戶要求時視乎需要並通常按短期基準授出，且通常須就取得該等廣告空間提前支付特許費。

業 務

於往績記錄期間之供應

於往績記錄期間，我們與連鎖營運商於二零一五年八月重續特許權協議時，我們於保健美容連鎖零售店的最低保證特許權費有所增加，與過往協議相比，每年平均最低保證特許權費增加約**50%**，原因是特許人注意到我們過往一直能夠於此業務分部作出令人滿意的表現及維持盈利能力。由於香港零售市場於二零一六財年放緩，此最低保證特許費增長超出我們的廣告收益，並導致我們就此分部產生毛損。我們將會繼續密切監察保健美容零售連鎖分部的業務，以確保可自此分部產生更多收益。除上述者外，我們於往績記錄期間並無面臨供應商大幅上調價格而對我們的營運造成重大影響的情況。有關進一步資料，請參閱「財務資料—主要收益表項目的描述—毛利及毛利率」一節。

我們的主要供應商

就二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，支付予五大供應商的費用分別佔我們的總銷售成本之**55.7%**、**55.0%**及**47.3%**，而支付予單一最大供應商之費用則分別佔我們於各年度的總銷售成本之**14.6%**、**14.2%**及**13.4%**。

據董事所深知，概無董事或彼等各自之緊密聯繫人，或據董事所知於我們的已發行股本或任何附屬公司中擁有超過**5%**權益之任何人士，於我們於往績記錄期間的任何五大供應商中擁有任何權益。

分包印刷及安裝過程

由於廣告印刷需專門及大型印刷設備，且安裝及拆卸過程屬勞動密集性，我們委聘分包商提供印刷、安裝及拆卸服務。就二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，我們的總分包成本分別佔我們的銷售成本之**6.4%**、**6.7%**及**8.2%**。我們並無與該等分包商訂立任何長期合約，亦無按個別項目基準委聘分包商。

我們一般根據分包商的相關經驗及價格對其進行甄選，且我們於二零一六財年委聘約**10**名分包商提供印刷、安裝及拆卸服務。我們的分包商一般毋須就其營運持有任何監管牌照，惟從事安裝廣告燈箱之分包商持有相關牌照除外。我們仍負責監管及監督該等分包商的工作。

業 務

存貨

由於我們的業務性質，我們於往績記錄期間並無存有任何存貨。

獎項及認可

我們歷年來已獲得多個獎項，包括下列各項：

獎項	年份	頒獎機構
商界展關懷	二零一六年、二零一二年至二零一五年	香港社會服務聯會
香港環保卓越計劃	二零一五年、二零一二年、二零一一年、二零一零年	環境運動委員會
滙豐營商新動力僱員 關懷獎—優異獎狀	二零一零年	香港上海滙豐銀行 有限公司

市場及競爭

香港廣告市場可按渠道分為四個分部：電視及廣播廣告、印刷媒體廣告、互聯網廣告及戶外廣告。我們提供戶外廣告服務，即當消費者位於公眾場所、交通工具或特定商業地點時與其接觸的廣告。就二零一五年，香港戶外廣告市場產生收益**3,952.2**百萬港元，而二零一一年則為**3,292.1**百萬港元，相當於複合年增長率達**4.7%**。在預期更為偏好戶外廣告以及香港人口密度及處於家外的時間不斷上升的推動下，香港戶外廣告市場的市場規模預期將保持穩定增長，並於二零二零年前達到**4,725.1**百萬港元，二零一六年至二零二零年之複合年增長率為**3.8%**。

於二零一五年，香港約有**50**間戶外廣告公司。按二零一五年的收益計，五大戶外廣告公司合共佔**81%**的市場佔有率。

香港交通工具廣告市場

交通工具廣告為一種通常放置於公共交通車輛或公共交通範圍的廣告。於二零一五年，小巴為香港公共交通系統的第三大分部，以平均每日公共交通乘客人次計算，佔有率為**14.6%**，而二零一五年的總運輸量則為**680,499**名乘客。香港小巴廣告

業 務

市場的市場規模由二零一一年的85.7百萬港元增加至二零一五年的119.7百萬港元，二零一一年至二零一五年的複合年增長率為8.7%。預測香港小巴廣告市場將於二零二零年前產生總收益162.9百萬港元，二零一六年至二零二零年之複合年增長率為6.0%。

於二零一五年，香港約有20間小巴廣告公司。按二零一五年的收益計，五大小巴廣告公司合共佔86.2%的市場佔有率。

我們為香港小巴廣告市場最大的公司，市場佔有率約為34.3%。按二零一五年的獨家汽車數目計，我們在香港的小巴廣告市場中排名第一位，於二零一五年十二月三十一日擁有約740輛小巴的獨家廣告空間。

香港的醫院廣告及個人護理店舖廣告市場

醫院廣告指於醫院設置的廣告，其屬建築物及設施廣告的分部。於二零一五年十二月三十一日有35間公共醫院及7間其他公共醫療機構、11間私家醫院及59間療養院。門診求診人數由二零一一年的11.6百萬人次增至二零一五年的13.1百萬人次。

個人護理店舖廣告指個人護理店舖內或外設置的廣告，其亦屬建築物及設施廣告市場的分部。香港於二零一五年有逾800間個人護理店舖，擁有大量空間作零售店舖廣告。

附註：本「市場及競爭」一節內的資料乃建基於灼識投資諮詢報告。

僱員

於最後實際可行日期，我們擁有合共26名僱員，全部均位於香港。以下載列我們於最後實際可行日期按職能劃分的僱員人數明細：

僱員人數

管理、行政及會計	10
銷售及市場推廣	9
營運	6
設計	1
	<hr/>
總計	26

業 務

僱員培訓

我們相信，僱員為我們成功的關鍵。我們定期舉行會議及為銷售員工提供培訓，包括有關銷售技巧、廣告內容的監管合規審查及知識產權相關事宜的培訓。

物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業，並於香港租賃一項物業用作辦公室，其乃自本公司關連人士租賃的物業。此項持續關連交易之詳情載於本[編纂]「關連交易」一節。

就二零一五財年、二零一六財年及二零一七年第一季，我們的物業租金開支分別為0.2百萬港元、0.2百萬港元及0.1百萬港元。於往績記錄期間，我們在重續租賃上並無面臨任何困難。

於二零一六年六月三十日，概無構成我們非物業活動一部分的單一物業權益的賬面值佔我們總資產的15%或以上。因此，本[編纂]獲豁免遵守[編纂]第8.01A及8.01B條的規定以及公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段於本[編纂]載入物業估值報告的規定。

健康、安全生產、社會及環境事宜

我們的業務受若干健康、安全生產、社會及環境法律及法規所規限。董事認為，於往績記錄期間，遵守適用的健康、安全生產、社會及環境法律及法規的年度成本並不重大，且預期該等合規成本日後亦不會重大。

我們並無就健康、工作安全、社會及環保事宜面臨任何重大索償或罰款。

知識產權

於最後實際可行日期，我們已於香港申請註冊商標。有關我們的知識產權的詳情，請參閱附錄四「[法定及一般資料—有關我們業務的進一步資料—2.2 本集團的知識產權]」一節。

據董事所深知及確信，於往績記錄期間，我們、我們的客戶及其他第三方之間並無重大侵犯知識產權事宜或有關知識產權方面的糾紛。

業 務

一般而言，有關我們廣告營運的所有知識產權均為我們客戶的財產。由於我們在製作陳列佈置時打印及使用的材料大部分均由我們的客戶提供，我們須承擔可能無意中侵犯第三方的知識產權的風險。因此，我們的員工將在執行前階段審查從我們的客戶收到的數位圖像和檔案，並在懷疑有材料似乎侵犯第三方知識產權時向客戶查詢。倘我們相信有關材料可能侵犯他人的知識產權，我們會拒絕在製作廣告時加入有關材料。

我們已制定下列內部監控措施，以盡量減少我們侵犯第三方的知識產權的風險：

- 我們在廣告合約中納入彌償條款，要求我們的客戶在客戶就項目訂單提供的圖像、資料或其他數據侵犯任何其他方的知識產權時為我們提供全面彌償。
- 我們已設立有關知識產權的內部政策以提供指引，且香港合資格律師已向員工提供防止侵權措施的指引，例如界定知識產權、規定在報價單或訂單中納入彌償條款、發生潛在侵權時應採取的行動。

保險

我們的董事認為就我們的業務規模及種類而言，我們的保單範圍乃屬常規，符合正常商業做法。我們就僱用期間的傷亡事故投購僱員補償保險、就使用香港公立醫院廣告空間投購商業保險、公眾責任保險及專業責任保險。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無作出任何重大申索。

法律與合規事宜

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無有關適用法律和法規的嚴重違規事故或系統性違規事故。

牌照及許可

除於香港進行業務的一般規定外，於香港進行廣告業務概無特定牌照規定。於最後實際可行日期，我們已取得對我們的營運而言屬必要的所有重大牌照及證書。

業 務

重大糾紛及訴訟

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團概無成員公司涉及任何重大訴訟、申索或仲裁，且董事亦不知悉有任何重大訴訟、申索賠或仲裁有待進行或即將威脅本集團任何成員公司。

內部監控和風險管理

我們的董事負責制定和監督內部監控措施的實施及風險管理系統的效用，後者旨在為達成營運、申報及合規方面的目標提供合理保證。

我們已於二零一六年五月委聘獨立內部監控諮詢人（「內部監控諮詢人」），協助我們檢討我們的內部監控系統及就改善我們的內部監控系統提出建議。內部監控諮詢人已於若干方面（包括收益、開支、固定資產管理、人力資源、財務報告及一般電腦控制）對我們的內部監控系統進行若干協定審查程序。

內部監控諮詢人已於二零一六年七月進行跟進評估。於內部監控審閱期間，內部監控諮詢人已提供若干推薦建議予管理層考慮以提升我們的內部監控系統。我們已執行該等推薦建議。隨著業務持續擴張，我們將於適當時優化並改良內部監控系統，以滿足因業務擴張而不斷變化的需求。

我們已採納下列內部監控措施以改善我們的企業管治：

- (1) 董事會[包括]三名獨立非執行董事，確保管理透明度以及業務決策及營運的公平性。獨立非執行董事憑藉彼等的豐富管理經驗及專門知識，透過提供意見及監督，為提升企業價值作出貢獻；

業 務

- (2) 我們已加強內部監控系統，確保風險管理及經營監督系統發揮適當功能。我們已設立由三名獨立非執行董事組成的審核委員會，審閱及監察財務監控、內部監控及風險管理系統的成效；
- (3) 董事已於二零一六年八月參與我們的香港顧問就(其中包括)聯交所上市公司董事的責任、持續企業管治規定及職責進行的培訓課程；及
- (4) 我們[已委任]上銀國際為合規顧問，以就有關上市規則的合規事宜向我們提供建議。

投資政策

為確保(其中包括)我們所訂立的投資交易乃經恰當審閱及授權，我們[已採納]投資政策。該投資政策包括下列條文。

- (i) 投資交易僅可就加強其閒置現金的回報而訂立，且投資組合累計風險總額不得超過1百萬美元。本集團僅考慮預先釐定的固定回報及若干已知風險的投資。
- (ii) 期權、期貨、衍生工具、外幣遠期合約以及其他投機及高風險的投資一律禁止。
- (iii) 我們訂立的任何投資交易均須經董事會審閱及批准。就本金額達100,000美元或以上的投資交易而言，批准購買有關投資產品的董事會會議法定人數必須包括大部分獨立非執行董事。
- (iv) 由財務總監兼執行董事張女士監督的財務及會計部負責透過向主席、執行董事兼行政總裁周女士及非執行董事施先生遞交投資風險報告(說明最高損失風險)作每月檢討，從而持續監察及控制風險，該報告包含顯著投資組合的概要，當中包括各投資產品的最近市值、預期各投資產品所得的現

業 務

金流入、投資組合的損益狀況、各投資產品的到期及結算日以及投資風險，例如投資組合佔其總資產的百分比。

- (v) 該等投資風險報告亦應向整個董事會及相關高級管理層(如適用)呈請，以作每季檢討。

經考慮經上述改善內部控制措施後，董事認為，在此情況下，內部控制系統屬充分及充足。

企業管治

我們致力加強董事會作為負責基礎政策及上層管理事宜的決策機關的角色，以及監管營運的執行情況。董事會[包括]三名獨立非執行董事，確保管理透明度以及業務決定及營運的公平性。獨立非執行董事利用其廣泛行政經驗及專業知識，透過提供意見及監督對提升企業價值作出貢獻。

我們[已成立]由三名獨立非執行董事組成的審核委員會，以審閱及監察財務監控、內部監控及風險管理系統的成效。