

概覽

我們是中國領先的民營傳媒廣告營運商，專注於為包括廣告主及廣告代理商在內的客戶提供全國性電視廣告服務。我們已從中國最大的電視廣告時間供應商央視獲得銷售其若干電視節目的廣告時間予我們的客戶的代理權。根據《國際廣告》雜誌的調查顯示，我們是央視二零零七年最大的民營廣告時間買斷代理商及整體而言第二大買斷代理商。我們與央視的長期業務合作始於一九九九年我們成立之初。此外，我們自二零零七年起獲得江蘇城市頻道及深圳衛視頻道的電視廣告時間的代理權，以及自二零零四年起獲得面向全國發行的《旅遊》雜誌的所有廣告版面的獨家代理權。

我們為電視台及我們的廣告客戶提供全面的增值服務。我們經常向電視台提供廣告市場分析以提升其電視節目的可銷性，並為其電視節目進行推廣活動，以提高其知名度及收視率。對於廣告客戶，我們向其提供的服務包括廣告活動分析與策劃、廣告播出監測與評估及內容製作，以提高其電視廣告活動的有效性。

於最後可行日期，已有逾300名廣告客戶直接或間接購買我們的廣告資源，概無任何單一客戶的廣告費支出佔我們的收入逾10%。跨國公司如寶馬、美國聯邦快遞及大韓航空，以及國內客戶如中國聯通、中國工商銀行及平安保險均購買我們的廣告時間。許多地方政府部門如大連市信息產業局、四川省旅遊局及吉林省旅遊局亦購買我們的廣告時間，以發展旅遊業及吸引新的業務投資。我們還向許多屬於美國廣告協會（「4A協會」）成員的國際廣告代理商（如 Aegis、OMD、Publicis 及 WPP）及多間國內廣告代理商提供服務。

我們的業務於往績記錄期間大幅增長。我們代理銷售廣告時間的央視節目數目由二零零五年的31個增至二零零七年的55個，其中51個節目為獨家代理銷售，即該等節目的所有廣告時間僅可由我們銷售。我們透過訂立為期一年或十八個月的合同獲得該等獨家代理權，於合同屆滿時，我們通常擁有續約優先權（惟需滿足若干條件）。就二零零八年而言，我們已就所有該等央視節目續約，並已取得另外兩個央視四套節目的廣告時間的獨家代理權。我們銷售的央視廣告時間總量由二零零五年的約4,518分鐘增至二零零七年的約10,450分鐘。此外，我們於二零零七年共售出約25,319分鐘的江蘇城市頻道的廣告時間及約2,187分鐘的深圳衛視頻道的廣告時間。截至二零零七年十二月三十一日止三個年度，我們收入由二零零五年的人民幣2.301億元增至二零零六年的人民幣2.637億元及二零零七年的人民幣3.647億元，複合年增長率達25.9%。

此外，我們通常在播放我們客戶的廣告前並與彼等訂立廣告服務合同。截至二零零七年十二月三十一日，我們已預售金額約達人民幣3.85億元的二零零八年度廣告時間。

二零零八年北京奧運會

就於北京奧運期間的廣告時間而言，截至二零零八年四月三十日，我們已購買1,722分鐘的央視廣告時間(包括於央視四套的937分鐘及央視九套的785分鐘廣告時間)、江蘇城市頻道1,350分鐘的廣告時間及零分鐘深圳衛視頻道的廣告時間。我們已售出其中115分鐘的央視廣告時間(包括於央視四套的84分鐘及央視九套的31分鐘)、108分鐘的江蘇城市頻道廣告時間及零分鐘深圳衛視頻道的廣告時間，該等已出售的廣告時間總值約人民幣310萬元。經諮詢央視、江蘇城市頻道及深圳衛視頻道後，就董事所知，我們於央視四套、央視九套、江蘇城市頻道及深圳衛視頻道購買的廣告時間(包括於北京奧運期間的廣告時間)應不會受二零零八年北京奧運會影響。

儘管我們已出售於北京奧運期間的廣告時間，截至最後可行日期，我們並未購買或出售任何北京奧運節目的任何廣告時間。就董事所知，央視已指定若干頻道(包括央視一套及央視二套)播放北京奧運會節目並開始透過廣告代理或傳媒廣告營運商向廣告客戶銷售該等廣告時間。我們有意代表我們的客戶購買該等廣告時間。

競爭優勢

央視最大的民營廣告時間買斷代理商

根據「國際廣告」雜誌，我們是央視二零零七年最大的民營廣告時間買斷代理商及總體而言第二大買斷代理商。央視是中國最大的電視廣告時間供應商。我們與央視的長期業務合作始於一九九九年我們成立之時。我們代理銷售央視廣告時間的節目數目已由二零零五年的31個大幅增至二零零七年的55個，包括央視一套及央視二套各一個節目、央視四套31個節目及央視九套的全部22個節目。於二零零七年，我們擁有上述55個節目中51個節目的廣告時間的買斷代理權。該等合同權利為期一年或十八個月，可予續約，而我們在合同期滿後比第三方優先享有續約權(惟經符合若干條件)。就二零零八年而言，我們已續約繼續代理我們所有的央視節目的廣告銷售並獲得央視四套另外兩個電視節目的廣告買斷代理權。

我們擁有廣告代理權的央視節目涵蓋多個主題，包括新聞、財經、旅遊及文化。我們認為，這讓我們可向廣告客戶提供全面的媒介組合，讓他們可選擇符合其廣告推廣的節

目。此外，我們認為，基於對中國電視廣告市場的經驗及深刻認識，我們能就電視節目的設計和發展向央視提供有價值的建議，以提升其節目的可銷性及商業價值。

多元化的客戶群及很高的客戶忠誠度

我們擁有多元化且穩定的客戶群，於往績記錄期間概無任何單一客戶的廣告費支出佔我們逾10%的收入。自本集團成立以來，已有逾300個廣告客戶(包括公司、政府實體及廣告代理商)購買我們的廣告資源的廣告時間。國際公司(如寶馬、美國聯邦快遞及大韓航空)以及國內公司(如中國聯通、中國工商銀行及平安保險)均購買我們的廣告時間。許多地方政府部門(如大連市信息產業局、四川省旅遊局及吉林省旅遊局)，亦購買我們的廣告時間，以推廣旅遊業及吸引新的業務投資。此外，我們還向許多屬於國際4A協會成員的國際廣告代理商(如Aegis、OMD、Publicis及WPP)及多間國內廣告代理商提供服務。

我們透過經常性評估客戶服務的全面客戶服務計劃，與廣告客戶建立及維繫長期的合作關係。二零零六年向單獨投放的廣告費支出逾人民幣800,000元的廣告客戶，其中約有60%於二零零七年繼續向我們購買廣告時間。此外，我們的部分客戶於過去五年每年均向我們購買價值逾人民幣100萬元的廣告時間。我們認為，逾八年的電視廣告業從業經驗，讓我們深諳如何與為我們的廣告客戶引介及匹配合適的廣告資源及目標觀眾。我們還認為，我們在電視廣告製作、執行、評估及企劃的經驗，使我們能向客戶提供全面的廣告服務，有助他們取得最大的廣告宣傳活動效果。

強大的品牌知名度

我們認為，我們憑藉自身在中國廣告業內的領導地位及向電視台和廣告客戶提供的優質服務，已在市場上獲得廣泛品牌認同。我們先後獲得多項殊榮認可我們的廣告服務，包括中國廣告協會頒授的「中國一級廣告企業」資質、央視頒授的「2007年度十佳廣告代理公司」獎及中國策劃協會頒授的「2005中國最具傳播力媒介策劃機構」獎。中國廣告協會頒授的「2006中國艾菲獎銅獎」、「2007廣告人•中國案例獎品牌類金獎」及「2007廣告人•中國案例獎創意類銀獎」亦是我們的廣告製作服務品質的證明。

此外，我們還是中國廣告協會及中國4A協會的活躍成員。我們的始創人兼首席執行官劉女士現任由中國年收入逾人民幣1億元的由各大廣告代理公司及傳媒廣告代理商組成的

中國4A協會的理事長。劉女士也是國際廣告協會會員。我們認為，我們加入上述協會使我可與業內其他知名公司保持密切聯繫，以緊隨中國廣告業的發展潮流。

我們認為，上述獎項及我們積極加入行業協會均可提高我們在市場上的知名度，有助我們吸引更多廣告資源供應商及廣告客戶。強大的品牌認知度亦有助我們吸引高素質的人才，使我們能進一步提升服務品質及競爭力。

經驗豐富的管理團隊

我們的核心管理團隊在廣告業(包括電視廣告策劃及管理)擁有驕人的往績。我們的創辦人兼首席執行官劉女士曾任央視記者及節目編導，於二零零六年因其對電視廣告業的傑出貢獻而被央視、中國傳媒大學廣告學院、「廣告導報」及「經營者雜誌社」共同評為「中國十大最具風采女性廣告人」之一。我們的主席陳先生曾任中國國家通訊社新華社對外部經濟新聞採編室及中央新聞採編室主任。我們的管理團隊亦由其他經驗豐富的專業人士(包括首席財務官徐翀(又名徐嵩鎮)先生、高級副總裁劉旭明先生及副總裁金蘭香女士及崔銳先生)組成。我們還聘任一批資深的顧問，包括劉保孚先生(原中國工商總局廣告司司長)、劉繼南女士(中國傳媒大學名譽校長)、李長吉先生(原公務員)、李惠民先生(北京大唐實力科技發展有限公司董事長)、石瑛女士(北京啟明星業諮詢顧問有限公司首席執行官)、符立人先生(北京華夏和創投資顧問有限公司董事長)及盛祖仁先生(原新華社高級記者)。我們認為，我們的高級管理團隊及顧問團隊的豐富經驗對我們業務的大幅增長至關重要，並有助於把握中國廣告業日益增長的商機。

業務戰略

加強我們與央視的業務合作

我們計劃加強與中國最大的電視廣告時間供應商央視的業務合作。我們認為，我們與央視的穩固合作以及對開展全國性品牌宣傳活動的專注及經驗，有助我們取得更多的央視電視廣告時間。我們計劃透過於獲取央視未來可能開辦的新節目的廣告代理權、增加現有央視節目可能供應的額外廣告時間的代理權，以及收購其他擁有央視廣告資源的傳媒廣告營運商而進一步增加我們的央視廣告時間。購買更多與我們現有廣告時間互補的廣告時間，使我們能進一步使增加有待我們出售廣告時間的央視節目數目，並能更有效地滿足客

戶不同的廣告偏好及需求。此外，我們將努力提高現有廣告時間(尤其是央視九套(因其節目將會更精良和受歡迎))的銷售率。

拓展我們的廣告資源進入數碼傳媒廣告市場

我們計劃透過在數碼傳媒廣告市場(包括互聯網、網絡電視及移動電話)的業務拓展或收購以擴展本集團的廣告資源。我們認為，數碼傳媒廣告資源正在經歷快速增長，在中國廣告市場日漸重要。例如，據實力媒體的報告顯示，互聯網廣告預計將由二零零七年的人民幣101億元(佔中國總廣告支出8.4%)增至二零一零年的人民幣291億元(佔中國總廣告支出15.0%)，相當於複合年增長率為42.2%。我們認為，拓展數碼傳媒市場將使我們能向廣告客戶提供更廣泛的廣告資源組合。我們擬透過收購相關廣告資源及建立一個專注該方面業務的專業營運及銷售團隊而在數碼傳媒市場中奠定強大的地位。此外，我們還計劃尋求機會與成熟的數碼傳媒公司合作或投資或收購該等公司。

加強我們在地方電視廣告市場的業務

我們計劃加強在地方電視廣告市場的業務。我們認為，如能擁有地方電視廣告資源，將可吸引更多擬向特定地區推廣產品的客戶，這將有助我們拓展收入基礎，並可減低過分倚賴任何特定廣告資源供應商的風險。我們自二零零七年起開始透過代理銷售江蘇城市頻道及深圳衛視頻道的廣告時間拓展長江三角洲及珠江三角洲的業務。截至二零零七年十二月三十一日止年度，我們來自這些廣告資源的毛收入佔總廣告收入6.2%。我們擬充分利用多元化的廣告客戶群、豐富的經驗及很高的品牌認知度以擴大我們與地方電視台的合作並從這些電視台獲取電視廣告資源。

加強行銷及銷售能力

我們認為，良好的品牌形象對我們業務的成功不可或缺，因這反映我們的服務品質，這也凸顯我們與許多其他擁有央視廣告資源的傳媒廣告營運商有所不同。為了維持我們在競爭激烈的媒體營運行業的領先地位，我們擬藉著以下措施進一步強化我們的品牌：在各種傳媒資源上進行廣告宣傳(包括我們購買的各種傳媒資源)以推廣我們的優質媒體資源及增值服務；透過國內外廣告協會組織推廣我們的業務；充分利用重大活動(例如二零零八年北京奧運會及二零一零上海世界博覽會)所帶來的營銷及加強我們品牌認知度的機遇。

我們目前擁有七個按行業劃分的銷售團隊，我們的銷售經理平均擁有6.5年的中國廣告業從業經驗。為了拓展及提高我們的銷售能力以為快速增長的行業(如金融服務、銀行業、保險、醫療保健及消費產品)的客戶提供服務，我們計劃擴大銷售隊伍，招募更多對上述行業具有資深經驗的銷售人員。

發掘收購、投資及合夥機會

我們擬透過積極尋求收購、投資於其他傳媒廣告營運商或廣告代理商或與其進行合夥經營來增加和補充我們現有的廣告資源，從而輔助本集團業務的內部增長。該等傳媒廣告營運商或廣告代理商包括其他擁有全國性廣告平台的傳媒廣告營運商(如央視、互聯網及其他數碼傳媒)等。此外，在地方電視廣告市場中，還有許多傳媒廣告營運商，他們為我們提供了在該等市場進行整合併成為具領導地位的企業的絕佳良機。除目標業務的性質(包括該等目標業務對我們的業務的互補)外，我們於評估投資或收購機會時還會考慮許多其他因素，包括但不限於目標業務的增長潛力、是否易於納入我們現有業務及目標業務的市場聲譽等因素。於最後可行日期，我們並未確定任何收購目標。

我們的業務

廣告服務

我們主要向客戶(包括廣告主和廣告代理商)提供廣告服務。就我們的廣告服務而言，我們通常與電視台(如央視及地方電視台)訂立合同，議定於合同有效期內(通常是一年或18個月)以固定價格購買若干電視節目的相關廣告時間。然後，我們會對上述廣告時間進行營銷後並售予我們的客戶，以便他們進行電視廣告宣傳。我們通常購買一個電視節目的所有相關廣告時間，我們稱之為獨家代理權。對若干電視節目，我們只購買該等電視節目的部分相關廣告時間，我們稱之為非獨家代理權。

我們藉向客戶出售購自電視台的電視廣告時間而賺取收入。我們購買該等廣告時間的價格，主要基於我們購買的廣告時間預期可售出的價格水平及按該等價格水平預計可售出的廣告時間量。我們依據各種因素作出該等評估，包括但不限於相關廣告時間的歷史銷量、競爭電視廣告時間的價格水平、合同期內預計廣告需求及相關電視節目收視率的任何潛在變動。

對於我們未能銷售的部分廣告時間，我們可將其作為促銷贈送給若干客戶，或用其來播放我們自身的廣告以推廣我們的媒體資源及服務。央視亦可將我們未使用的廣告時間出售給其他傳媒廣告營運商，不過自我們開始與央視合作以來，從未發生過該等情況。央視不會因購買的廣告時間未使用而退款給我們。

我們與電視台訂立的合同通常會規定，我們比第三方優先享有續約權，惟須符合特定條件(請參閱「廣告資源及供應商—供應商」)。於整個往績記錄期間，我們曾與央視就央視一套、央視二套、央視四套及央視九套訂立銷售代理合同，除有關設計改動或已取消的節目外，所有合同均得以與央視續約。此外，我們一般都能增加我們於往績記錄期間，購

入廣告時間的央視電視節目數目，因此，我們所代理銷售的央視廣告時間每年均在遞增。我們於二零零七年按類似商業模式購買了江蘇城市頻道及深圳衛視頻道的廣告時間。

我們將電視廣告時間連同我們的增值服務一起推廣及銷售給廣告客戶。我們認為，我們在中國廣告市場的經驗及對該市場的了解，使我們能夠對電視台和廣告客戶兩方面都能提供全面的廣告服務，藉此提升我們的廣告資源的價值。

我們提供給電視台的服務主要包括：

- 透過經常提供電視廣告市場分析提升相關電視節目的可銷性；
- 透過協助電視台的推廣活動提升相關電視節目的知名度及收視率，與相關頻道舉辦論壇，及在相關傳媒上發表文章以推廣該等電視節目及頻道；以及
- 依據我們廣泛的行業經驗提出建議以提升相關電視節目的品質及知名度。

我們提供給廣告客戶的服務主要包括：

- 策劃電視廣告推廣；
- 監測電視廣告播放；
- 評估電視廣告效果；
- 設計及製作電視廣告；及
- 就公共關係事宜向客戶提供意見。

我們已致力於與電視台建立並保持密切的關係以維持並擴大我們所購買的廣告時間。中國電視台的主要收入來源是廣告收入。由於中國的所有電視台仍受中國政府管理，而許多電視台都沒有足夠的營銷資源以出售其廣告時間，中國電視台的行業慣例是與傳媒廣告營運商(如我們)合作出售其電視廣告時間。此外，由於傳媒廣告營運商專門提供廣告服務並對廣告市場有深刻了解，他們可透過提供各種組合的廣告資源更有效地滿足廣告客戶的不同需求。當電視台選擇傳媒廣告營運商出售其電視廣告時間時，通常會考慮傳媒廣告營運商的過往紀錄、廣告客戶群及其向客戶提供的服務的範圍。我們自成立以來長期與央視業務合作，並於二零零七年是央視最大的民營廣告時間買斷代理商。於二零零七年，作為我們拓展長江三角洲及珠江三角洲地區廣告資源策略的一部分，我們亦開始與江蘇城市頻道及深圳衛視頻道進行業務合作。

我們利用自身對中國廣告業的了解及從業經驗以尋求廣告資源的最大可銷性及最高價值。作為中國領先的民營傳媒廣告營運商，我們對中國電視廣告市場進行了廣泛的廣告

資源研究及分析，我們認為，我們可就如何吸引目標受眾、提高收視率及應對廣告市場的變化向電視台提供寶貴意見。我們認為，此類服務可加強我們與電視台的關係，協助他們提升節目的收視率，以及為特定目標觀眾群體度身訂制節目。

我們提供上述寶貴廣告資源給客戶，並協助他們選定資源，以為他們的廣告宣傳活動的目標提供最佳的支援。我們的目標是幫助客戶以具成本效益的方式達至最大的廣告影響。我們對每個廣告進行內部審查，以確保其遵從中國相關廣告法律法規。於執行廣告宣傳活動期間，我們會通常聘請獨立第三方監測廣告播放以確保其按照協議及時播出。廣告播完後，我們一般會提交廣告效果評估報告給客戶。

我們的大部分客戶均向我們提供擬於所購的廣告時間內播出的電視廣告。在某些情況下，我們亦向客戶提供廣告製作服務。我們可自行製作廣告或將製作工作外包給第三方。我們的廣告製作部於二零零三年起開始運作，目前有16名成員，並能提供一系列完整的優質廣告製作服務。我們於過去三年製作的廣告片包括「中國平安保險二零零五／二零零六年度中國春節晚會品牌形象推廣」、「音樂擂台」廣告片之「地下通道篇」、玉柴機器廣告片之「戰馬篇」及深圳市旅遊形象廣告片之「魔術篇」。我們的廣告作品先後獲膺中國廣告協會頒授的「2006年中國艾菲獎銅獎」、「2007廣告人•中國案例獎品牌類金獎」及「2007廣告人•中國案例獎創意類銀獎」。

代理服務

本集團還向客戶提供一系列與央視招標有關的服務。央視採用招標方式出售供不應求的特定廣告時間，尤其是於央視一套黃金時段熱播的電視節目的廣告時間。招標會一般於每年十一月十八日舉行。行業慣常做法是廣告主與傳媒廣告營運商或廣告代理商一同參加該投標會，由傳媒廣告營運商或廣告代理商代廣告主投標競購廣告時間。本集團基於對客戶目標及需求的了解，幫助他們確定及投標競購適合受眾與其目標顧客相吻合的特定電視節目的廣告時間。本集團還協助客戶就該等廣告資源制定廣告宣傳計劃，就廣告時間的公允價值及投標價向其提供意見，並協助其制定投標策略。

作為傳媒廣告營運商，本集團代表客戶參加招標過程及競購廣告時間。客戶及本集團均須向央視預交投標保證金。保證金金額視乎本集團代理的客戶數目而定。對各傳媒廣告營運商而這，央視一般要求其為其代理投標的首兩個客戶各預交保證金人民幣60萬元，此後每增加一個代理客戶須預交保證金人民幣160萬元。對各投標廣告主而言，央視一般要

求其預交保證金人民幣100萬元。然而央視可酌減多次招標購買的客戶或傳媒營運商(如本集團)須預交的該保證金金額。根據央視招標政策，當本集團廣告客戶完成央視所規定最低比例的投標時，該保證金將退還給本集團。保證金也可作為下一年度招標的保證金滾存下來。中標後，本集團將與本集團廣告客戶簽立協議，訂明付款時間表及雙方各自的投標權利及義務。本集團有權出售本集團客戶未能或決定不投放廣告的中標時間，除非我們的客戶未能使用央視要求的中標時間的最低比例。於該情況下，央視有權保留本集團客戶及本集團預交的保證金，且若央視招致額外的實際損失，可向本集團客戶及本集團提出進一步索償。於往績記錄期間，本集團所繳付的任何投標保證金概未被央視扣押，央視亦概未因上述原因向本集團提出任何索償或施加任何處罰。於二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日，央視以滾動方式所持有的本集團因持續參與投標而預交的保證金分別達人民幣380萬元、人民幣660萬元及人民幣560萬元。

此外，央視還向中標者提供機會，可以央視公佈的價格的一折購買央視指定的若干其他央視節目的額外廣告時間的機會，惟該等額外廣告時間的公佈價格總值不得超逾投標競得時段的購買價值的50%。作為本集團中標客戶的代表，本集團收取對本集團客戶所購買的額外廣告時間的實際購買價值最多5%作為服務費。在二零零七年十一月舉辦的二零零八年央視招標會上，央視合共售出約值人民幣80億元的廣告時間。在該屆招標會上，本集團代表客戶共競得約值人民幣4.35億元的電視廣告時間，令本集團躋身於央視招標市場中四大廣告代理公司之列(按投標競得廣告時間價值計)。本集團認為，本集團參與投標會令本集團對主要客戶的服務更趨完善，加深了本集團對央視廣告資源的了解，加強了本集團與央視的合作，並推廣了本集團作為市面上領先的傳媒廣告營運商的形象。

經本集團客戶的特別要求，本集團亦會充當客戶的代理人代為購買其他傳媒廣告營運商出售的廣告時間。本集團一般會收取相當於該等廣告時間的購買價最多3%作為本集團的服務費，但可視乎與客戶的業務關係而免收該服務費。

廣告資源及供應商

廣告資源

本集團向央視購買廣告資源(主要是電視廣告時間)。本集團還向其他若干廣告資源供應商(包括江蘇城市頻道、深圳衛視頻道及「旅遊」雜誌)購買廣告資源。

本集團採取多項標準及程序挑選電視節目及頻道。本集團根據這些節目及頻道的電視廣告時間的目前及目標收視率、覆蓋範圍、電視節目的潛力及本集團客戶的需求水平來評

估其價值。對於相關電視節目未來一至兩年的收視情況，本集團會考慮其過往的收視率、受眾喜好趨勢、該等節目的內容與市場定位等各方面因素。

供應商

截至二零零七年十二月三十一日止三個年度，本集團五大供應商的廣告資源分別佔本集團總購買額約96%、88%及95%，而央視是本集團的最大供應商，分別佔本集團總購買額約72%、84%及79%。截至二零零七年十二月三十一日止三個年度，本集團概無任何董事、其各自聯繫人以及本集團任何股東(就本集團董事所知，擁有本公司5%以上已發行股本者)在本公司任何五大供應商中擁有任何權益。

央視

央視是中國最大的電視廣告時間供應商。根據央視—索福瑞媒介研究，作為唯一的全國性免費電視台，央視頻道於二零零七年在全國的電視收視率共達28.9%。央視在電視收視率上的主導地位令其對廣告主充滿吸引力，為了使廣告覆蓋全國觀眾，廣告客戶一般會優先選用央視而非地方電視台。

本集團與央視的業務關係歷史較長，始於一九九九年。本集團代理出售廣告時間的央視節目的數目已由二零零五年的31個大幅增至二零零七年的55個。於二零零七年，本集團擁有央視一套及央視二套各一個節目、央視四套31個節目及央視九套全部22個節目的廣告代理權。其中我們約30.0%的央視廣告時間於黃金時段(即由晚上六時至十時)播放。本集團已透過與央視的正常商業談判獲得該等廣告代理權。

央視亦可能不時推出新的電視節目。對於新推出的節目的相關廣告時間，央視通常會邀請包括本集團在內的主要傳媒廣告營運商洽談包括購買價在內的合同條件。本集團會根據本集團對該等節目的收視率及廣告價值的內部估算向央視提出擬議購買報價。除擬議的買價外，央視一般還會考慮其他因素，如傳媒廣告營運商的客戶群及為他們提供的服務範圍是否適合新的電視節目。

本集團與央視訂立的合同一般為期一年，與央視九套的合同則為十八個月。本集團在該等合同到期後，只要符合若干特定條件，即比其他方優先享有續約權。央視廣告時間的價格一般會根據市場需求及央視在市場上的主導地位而每年遞增。自本集團成立以來，本集團與央視訂立的所有合同均得以續約(相關節目改版或被撤銷除外)。本集團與央視合作的過程中概未發生任何重大爭議。

業 務

截止二零零七年十二月三十一日止三個年度各年度，本集團擁有以下央視的廣告資源：

頻道	二零零五年		二零零六年		二零零七年	
	節目數目	所購的 分鐘	節目數目	所購的 分鐘	節目數目	所購的 分鐘
央視一套 ⁽¹⁾	1	702	1	900	1	1,282
央視二套	1	520	1	367	1	259
央視四套	10	5,304	15	5,972	31	15,236
央視九套	19	13,272	23	15,927	22	15,927
合計	31	19,798	40	23,166	55	32,704

(1) 本集團於央視一套播出的廣告亦於央視新聞頻道播出。

截至二零零七年十二月三十一日止的過往三年裡，本集團從央視頻道央視一套及央視四套（本集團賺取最多利潤的電視頻道）的年總廣告時間得以大幅增長。由於央視二套「中國財經報導」節目時長於二零零六年八月的播放時期進行了調整，本集團於二零零七年自該頻道購買的年總廣告時間與二零零五及二零零六年相比均有所下降。本集團自二零零五年以來擁有央視九套所有電視廣告時間的獨家代理權。截至二零零七年十二月三十一日止年度，央視廣告時間佔本集團廣告時間總量的34.0%，而由於央視廣告時間售價通常高於地方電視台的廣告時間售價，本集團來自出售央視廣告時間的總廣告服務收入佔本集團毛收入90.9%。本集團認為，本集團與央視的長期業務關係是本集團最大優勢之一。

就二零零八年而言，本集團已與央視就將於二零零七年十二月三十一日屆滿的全部三份合同續約。我們保留現有央視一套、央視二套及央視四套所有相關節目的代理權，並已獲得央視四套額外兩個電視節目廣告時間的獨家代理權。根據合同，我們取得央視合計約36,479分鐘廣告時間的代理權。該等廣告時間並不包括北京奧運期間央視一套及央視二套的廣告時間，因為我們截至最後可行日期，並未購買其在該期間的廣告時間。倘本集團的廣告客戶有額外需求，我們擬向央視要求購買同一電視節目的額外廣告時間。過往央視亦曾就類似要求售予我們額外的廣告時間。

就董事所知，央視已經指定若干特定頻道(包括央視一套及央視二套)播放二零零八年北京奧運會。就北京奧運期間該等頻道的廣告時間而言，央視已開始透過廣告代理或傳媒廣告營運商向廣告主銷售該等廣告時間。我們有意代表我們的客戶購買該等廣告時間。儘管截至最後可行日期，我們並未購買任何北京奧運節目的任何廣告時間，我們相信由於二零零八年北京奧運會將很可能會帶來廣告消費的普遍增加，我們的銷售率及出售央視廣告時間的價格將會得到改善。

- 央視一套

在中國所有電視頻道，中央視一套的觀眾最多。由於該頻道的覆蓋面廣，央視一套在市場中擁有若干最有價值及需求強勁的電視廣告時間。於二零零七年，本集團擁有「媒體廣場」(知名晨間新聞節目)相關的約1,282分鐘的廣告時間的買斷代理權。根據央視—索福

瑞媒介研究，「媒體廣場」於二零零七年錄得的收視率為0.77%。自二零零四年九月以來，本集團一直購買該節目的相關廣告時間。

本集團與央視訂立的央視一套廣告時間相關的合同一般為期一年，按月支付廣告賣斷費。本集團已就二零零八年央視一套的廣告時間與央視續約，根據該合同，本集團擁有約868分鐘的「媒體廣場」廣告時間的買斷代理權。本集團須於簽署合同時預交保證金，該保證金可用作合同項下本集團的部分最終每月付款。然而，若本集團向第三方作出任何對央視聲譽有重大不利影響的虛假陳述或不履行本集團在合同下的義務，央視有權終止合同此外，若本集團延遲按合同付款，央視亦有權終止合同及保留保證金。本集團於合同到期時比第三方優先享有續約權，惟(i)本集團以須已妥為履行合同項下的義務並與央視合作愉快；(ii)本集團提呈給央視的條款及條件不得遜於任何其他競爭對手所提呈的條件；及(iii)本集團須於合同到期前三個月申請該等續約。

- 央視二套

央視二套即央視經濟頻道。該頻道透過衛星向全國傳送。本集團於二零零七年擁有約259分鐘「中國財經報導」(主要報導及評論不斷增長的中國經濟現狀及未來趨勢，尤其專注於財經市場的知名財經節目，每週一晚上播出)相關廣告時間的代理權。根據央視 — 索福瑞媒介研究，「中國財經報導」在二零零七年的收視率為0.57%。由於公眾對中國財經市場的興趣提升，該頻道及節目的收視率於二零零五年至二零零七年期間均大幅上升。本集團自二零零四年四月以來一直代理銷售該節目的相關廣告時間。本集團與央視所訂立的央視二套節目廣告時間相關合同的條款及條件與央視一套節目相關合同大致相同。本集團已就二零零八年全年的央視二套廣告時間與央視續約，根據合同，本集團擁有約245分鐘「中國財經報導」相關廣告時間的銷售權。

- 央視四套

央視四套是面向海外觀眾的央視中文頻道，旨在讓約5,000萬海外華人了解最新的中國新聞、文化及發展動態。該頻道亦透過衛星向全國傳送。該頻道亞洲版覆蓋中國大部分的城市及縣。央視四套節目包括突發新聞、電影、教育節目、財經報導及紀錄片。

本集團於二零零七年擁有央視四套播放的31個節目中合計約15,236分鐘廣告時間的買斷代理權，其中28個節目為獨家代理。對於其餘3個節目，本集團擁有該等節目相關廣告時間其中一部分的代理權。本集團於二零零七年擁有央視四套收視前十名電視節目中其中四個節目(包括「海峽兩岸」、「天涯共此時」、「同樂五洲」及「緣份」)的廣告時間的獨家代理權。本集團與央視就央視四套的廣告時間所訂立合同的條款及條件，與央視一套相關合同條款及條件大致相同，但與央視四套訂立的合同規定作季度付款及補償條款有所不同。根

據央視一索福瑞媒介研究，於二零零七年，由本集團作為廣告代理的央視四套節目於黃金時段及非黃金時段播出時所錄得的平均收視率分別為0.58%及0.17%。本集團已就二零零八年央視四套的廣告時間與央視續約，合同涵蓋33個節目，廣告時間時長合計約19,396分鐘，較二零零七年多出兩個節目。部分該等廣告時間在北京奧運期間之內。

- 央視九套

央視九套，即「央視英文國際頻道」是央視全日24小時播出的唯一英語頻道。央視九套於二零零零年九月二十五日開播，專門向全球觀眾報導國際新聞及突發事件（特別關注中國）。央視九套透過6個衛星向全國及海外傳送，中國以外約4,500萬名用戶現時每週七日、每日24小時均可收看到其節目。

二零零五年至二零零八年期間，本集團擁有央視九套所有節目的廣告時間的買斷代理權。根據央視一索福瑞媒介研究，央視九套電視節目於二零零七年錄得的平均收視率為0.01%。上述收視率並不包括央視九套的海外觀眾的收視率。本集團與央視就央視九套廣告時間所訂立的現有合同，由二零零七年七月一日至二零零八年十二月三十一日為期十八個月，並規定分四期付款。央視規定，我們在該頻道僅可播放英文廣告。除了若干賠償條款，合同的其他大部分條款及條件相若於央視一套的條款及條件。本集團於二零零七年及二零零八年分別擁有央視九套約15,927分鐘及15,970分鐘廣告時間的買斷代理權。該等廣告時間部分於北京奧運期間之內。

本集團認為，因央視九套是唯一播放英語新聞的央視頻道，而且中國日益受到國際觀眾關注，央視九套的收視率於未來幾年內有很大增長潛力。此外，本集團認為，二零零八年北京奧運會及二零一零上海世界博覽會均有可能導致央視九套的收視率上升，從而提升其在國內外觀眾中的知名度。

地方電視台

本集團在地方電視市場的業務仍處於開發階段。自二零零七年起，我們已取得江蘇城市頻道及深圳衛視頻道的廣告時間銷售權。來自該等市場的收入目前僅佔本集團毛收入的小部分。本集團正在制定對該等市場的拓展戰略，並正在考慮進入更多地方電視市場以把握更多商機。

- 江蘇城市頻道

本集團於二零零七年透過參與江蘇電視台舉行的招標會與獨立第三方江蘇城市頻道開展業務合作。相關合同涵蓋二零零七年全年，根據合同，本集團擁有約56,345分鐘廣告時間（包括約34,145分鐘專題廣告時間）的買斷代理權。本集團於二零零七年合共售出約25,319分鐘江蘇城市頻道廣告時間。

本集團已就二零零八年全年廣告時間與江蘇城市頻道續約。根據該合同，本集團擁有約27,450分鐘廣告時間的買斷代理權(包括每日日間45分鐘廣告時間的獨家代理權及晚間30分鐘專題廣告的非獨家代理權)。部分的該等廣告時間在北京奧運期間內。根據該合同，我們可出售該等廣告時間予廣告主及廣告代理商，惟不可單方面轉讓本集團所擁有的該等廣告時間的買斷代理權給其他傳媒廣告營運商。本集團須於簽訂該合同時繳付保證金。倘若本集團未能悉數付款或單方面終止合同，該保證金將被沒收，同時還會追加罰款。本集團預計，由於舉辦二零零八年北京奧運會，於二零零八年北京奧運期間對地方電視台頻道廣告時間的需求可能會低於對央視廣告時間的需求，因此本集團已減少對江蘇城市頻道所購買的廣告時間。此外，由於對專題廣告活動的規管日趨嚴格，本集團預計專題廣告時間(佔本集團於二零零七年所售出的該頻道的大部分廣告時間)的銷售可能會受到不利影響。若本集團能增加客戶需求，江蘇城市頻道可透過調整有關電視節目的時長提供更多廣告時間給本集團供代理銷售。

- 深圳衛視頻道

深圳衛視頻道是一個覆蓋全國的省級衛視頻道。本集團於二零零六年十二月與深圳衛視頻道(獨立第三方)訂立協議。本集團於二零零七年擁有約7,074分鐘廣告時間(包括兩個電視節目的廣告時間及每日20分鐘專題廣告的獨家代理權)的買斷代理權。本集團須繳付保證金，用作支付合同期最後兩個月廣告時間的廣告費。本集團透過與深圳衛視頻道的正常商業洽談獲得該代理權。本集團於二零零七年合共售出約2,187分鐘深圳衛視頻道的廣告時間。

本集團已與深圳衛視頻道訂立分別涵蓋二零零八年三月一日至二零零九年二月二十八日及二零零八年一月一日至二零零八年六月三十日期間的兩份新合同。本集團有權購買總值人民幣405萬元的深圳衛視頻道廣告時間。部分該等廣告時間可能在北京奧運期間內。代表客戶購買廣告時間的適用價格將因與廣告時間相關的時段及節目而異，但會於深圳衛視頻道的該等時間的公佈價基礎上享受價格折扣優惠。此外，本集團可採購深圳衛視頻道額外廣告時間以售予本集團的客戶(儘管本集團並無保證權利或義務如此行事)。本集團預期就該等額外廣告時間根據所出售的廣告時間價值收取一定佣金。

雜誌

自二零零四年以來，本集團擁有「旅遊」雜誌(專業報導中國旅遊業的全國性雜誌)所有廣告版面的獨家代理權。本集團透過正常商業洽談獲得「旅遊」雜誌的該代理權。該雜誌

自一九七九年以來一直在發行，目前每月發行量30,000份，專為中國較富裕的顧客提供與旅遊有關的資訊。本集團的獨家廣告代理權不得轉讓給第三方，有效期至二零一六年。

廣告客戶、銷售及行銷

廣告客戶

本集團專注於銷售廣告資源予快速成長行業的廣告客戶。本集團許多直接及間接企業客戶都是銀行、汽車、建材及飲料業的知名品牌。本集團的廣告資源的品質及廣泛的覆蓋吸引了眾多國內外廣告客戶。於最後可行日期，有逾300名直接及間接客戶已使用本集團的廣告服務，分別於二零零五年、二零零六年及二零零七年，概無任何單一客戶的廣告費支出佔本集團收入逾10%。跨國公司如寶馬、美國聯邦快遞及大韓航空)以及國內公司(如中國聯通、中國工商銀行及平安保險)均購買我們的廣告時間。許多地方政府部門(如大連市信息產業局、四川省旅遊局及吉林省旅遊局)亦購買我們的廣告時間，以推廣旅遊業及吸引新的業務投資。以下為於二零零七年，根據我們直接及間接客戶佔本集團總廣告服務收入百分比的分析：

<u>行業</u>	<u>佔總廣告服務 收入的百分比</u>
旅遊.....	36%
招商及展覽會.....	12%
消費品.....	11%
汽車.....	9%
保健及醫藥.....	8%
建材.....	6%
金融及服務.....	6%
其他.....	12%
	100%

本集團大多數客戶均是出於自身廣告的需求而直接向本集團購買廣告資源。本集團亦出售廣告資源予代表客戶購買該等廣告資源的廣告代理商。本集團於二零零五年、二零零六年及二零零七年來自出售廣告時間予廣告代理商的收入佔毛收入比例分別為30%、38%及35%。本集團一般與提供優質增值服務及擁有大型知名的廣告客戶的廣告代理商(如 Aegis、OMD、Publicis 及 WPP)進行業務。

為了維持與主要客戶的關係，本集團對主要客戶實施優惠政策，包括預訂廣告資源的權利、贈送部分廣告時間、免費修改廣告及可延期付款的廣告時間。

銷售及履行廣告合同

本集團利用本集團電視廣告資源為客戶提供廣泛的增值廣告服務套餐。本集團的銷售交易根據於播放相關廣告前訂立的附帶承諾的書面合同進行，該等承諾一般為期一個月至一年。根據廣告服務合同，本集團客戶通常須提交廣告內容給本集團進行初步審查，若

本集團認為其廣告內容違反相關法律法規，會要求他們作出修改。然而，本集團的廣告服務合同通常會規定，本集團不對廣告的內容及形式負責。倘若本集團的客戶有任何重大違約行為，本集團可隨時終止合同，並在若干情況下可要求客戶支付一定金額的罰金。若廣告內容未能如約播出，本集團將需對本集團客戶作出相應賠償。倘若由於相關電視頻道節目錯誤以致延遲或錯誤播出本集團客戶的廣告，我們一般會安排在另一時段投放該廣告。本集團的合同通常載有在該等情況下與客戶友好協商的解決方法。迄今為止，並未發生無任何延遲或錯誤播放引致的訴訟。

此外，按中國廣告業的慣常做法，本集團通常於與央視續約以購置相關廣告時間前與本集團客戶簽訂廣告服務合同。因此，廣告服務合同可能涵蓋本集團尚未獲得央視廣告時間買斷代理權的未來期間。截至二零零七年十二月三十一日，本集團已預售金額約達人民幣3.85億元的二零零八年度廣告時間。儘管根據合同，我們可能須承擔最高達到合同價值10%的違約責任，及在我們的客戶能證明他們蒙受損失的金額超過該金額的情況下，我們可能要承擔額外損失賠償，但截至最後可行日期，本集團並未受到本集團客戶的任何申索，亦未因未能獲得與其訂立的合同所涵蓋央視廣告時間的買斷代理權而向任何客戶作出賠償。請參閱「風險因素—本公司相關風險—本集團通常在與央視及地方電視台續約以取得相關廣告時間之前與我們的客戶簽訂廣告服務合同。根據該慣例，倘若我們隨後無法獲取已承諾銷售予客戶的廣告時間的銷售權，本集團將承擔違約責任」。

我們客戶的廣告可能由於有關電視台導致的原因(包括於北京奧運期間的節目調動)而未根據我們的銷售合同播放。根據我們與客戶訂立與央視有關的一般銷售合同，我們須安排我們客戶的廣告於另一時間播放，或倘若不能作出該等安排，須退還所有相關付款予我們的客戶，惟我們不須承擔任何其他合同責任。根據我們有關江蘇城市頻道的一般銷售合同，我們須安排我們客戶的廣告於另一時間播放，以及倘若未能作出該等安排，我們的客戶有權終止合同，並可要求賠償最多達合同價值的20%，以及我們可能須對我們客戶的實際經濟損失負額外合同責任。截至最後可行日期，我們並無簽訂任何與深圳衛視頻道有關的銷售合同，以及並無達成該等合同的條款。

根據我們與央視一套及央視二套的合同，倘若我們客戶的廣告由於電視頻道的特備節目需要未能於已計劃的時間播放，我們一般有權安排我們客戶的廣告於另一時間播放而不需額外成本，以及倘若未能作出該等安排，該等頻道須向我們退還有關購買價格。就央視四套及央視九套而言，倘若我們的客戶廣告由於電視頻道的特備節目需要未能於預定的時間播放(包括於北京奧運期間的節目調動)，該等電視頻道將不會安排另一播放時間或向我們退還有關購買價格，以及我們曾於過往安排我們客戶的廣告於稍後日期使用我們本身未出售的廣告時間播放。就江蘇城市頻道而言，倘若我們客戶的廣告由於電視頻道導致的原因而未能於已計劃的時間播放(包括於北京奧運期間的節目調動)，我們有權要求退款或

賠償最多達我們的有關購買價格的兩倍。就深圳衛視頻道而言，倘若我們的客戶廣告由於電視頻道的特備節目需要或深圳衛視頻道導致的其他原因未能於已計劃的時間播放，我們一般有權安排我們客戶的廣告於另一時間播放。

本集團就有關我們銷售合同的執行採用及遵從一套銷售及執行政序：

*了解客戶需求。*本集團企業品牌傳播中心負責面向企業及廣告代理商類的廣告客戶進行行銷及銷售。本集團城市品牌傳播中心負責向主要從事旅遊業的廣告客戶(包括有意推廣特定城市作為旅遊目的地或招商引資的地方政府部門)進行行銷及銷售。企業品牌傳播中心或城市品牌傳播中心的客戶服務代表會主動與客戶聯絡，以了解客戶的產品或服務性質、目標消費者及推廣目標，並向客戶推介本集團的廣告資源。

*設計及制定廣告計劃。*根據客戶的需求，本集團專門評估相關傳媒資源的媒介研究中心將擬訂宣傳策略。宣傳策略將考慮客戶所在的特定行業及市場以及其競爭對手所實施的廣告宣傳活動。根據擬議策略將制定詳細的廣告計劃，並會加以修訂以滿足客戶的需求。

*執行。*根據客戶的需求及要求，本集團的客戶代表會協調本集團媒介策略傳播中心安排播出廣告。本集團媒介執行中心的專家將對擬播出的廣告進行初審，然後將廣告遞交給電視台審查。本集團通常要求本集團的客戶於廣告活動開始日期前至少15日遞交廣告內容。

若廣告通過該等審查，本集團的媒介執行中心將於收到客戶所支付的廣告費後將廣告帶遞交給相關電視台以供播放。

若廣告未能通過審查，本集團專門負責廣告視覺效果及創意處理的視覺中心將協助客戶依照相關電視台的意見修改廣告。

*執行後評估。*在廣告播出後，本集團會向大多數客戶提交一份由具相關市場調查資質及經驗的獨立第三方發出的報告(包括收視率調查)，內載廣告播出日期、時間、時長及廣告時間相關的電視節目名稱等資料。本集團還將向客戶提交一份由媒介研究中心編製的報告，以確認履約及評估廣告效果。媒介研究中心每年還會提交一份市場分析報告給本集團已建立的大客戶。

銷售

本集團廣告銷售隊伍的主要業務區域包括上海、北京、吉林及江蘇。本集團銷售經理平均擁有6.5年從事中國廣告業的經驗。本集團定期為銷售隊伍舉辦內部教育及培訓，以確保他們向本集團現有及潛在客戶提供全面的本集團服務的資訊及廣告業的相關資訊。

本集團在制定價格政策時，會考慮廣告資源的成本、本集團競爭對手於同類電視節目的價格以及電視台的相關規定。一般而言，本集團不會給予新客戶或規模較小的客戶延期付款待遇，本集團客戶一般均須於其廣告在電視頻道上播出前全額支付合同價款或支付合同總價款的10%至30%，然後定期支付餘款，餘下部分的廣告費一般應分期於廣告的相關部分播出前付清。在個別情況個別處理基礎下，經本集團首席執行官的批准，本集團可向一些規模較大、知名的及與本集團有長期合作歷史或未來具潛在商機的客戶給予信貸期及為彼等預墊若干支付。該等信貸期一般最多為90日，但於若干情況下可能更長。

截至二零零七年十二月三十一日止三個年度，本集團來自本集團五大客戶的收入分別為人民幣4,520萬元、人民幣5,670萬元及人民幣6,480萬元，分別佔當年毛收入約19.6%、21.5%及17.8%。截至二零零七年十二月三十一日止三個年度，本集團董事、其各自聯繫人及本集團任何股東（就本集團董事所知，該等股東持有的本集團逾5%已發行股本）概無持有本集團任何五大客戶的任何股權。

行銷

本集團借助本集團強大的行銷能力維繫現有客戶及吸引新客戶。例如，本集團以往舉辦的數個大型行銷活動，成功促使廣告資源供應商與本集團廣告客戶面談。本集團亦不時協助舉辦若干央視節目的週年慶祝活動以推介該等節目給本集團客戶，這有助於加強本集團與央視及本集團現有及潛在客戶的關係。本集團利用代理的央視廣告資源投放自身廣告以推廣本集團的品牌及服務。作為本集團行銷工作的一部分，媒介研究中心每年會彙編央視播出廣告的歷史數據、收視率分析報告及央視播放廣告的行業趨勢報告並提交給本集團客戶。

質量控制

本集團對廣告服務設有極高的標準，並已建立嚴格的質控制度以確保達到該等標準。為了確保廣告內容真實並完全符合中國相關法律法規，本集團採用一套規則及程序在廣告播出前對廣告進行審查及核實。緊隨集團聯繫客戶之後，本集團客戶的代表會立即審查客戶的營業執照及相關文件以確認客戶聯絡人的身份，並妥為記錄相關資料。本集團於開始提供廣告服務給客戶前會核實客戶擬進行廣告推廣的特定產品或服務沒有超逾其營業範圍，

且其聯絡人有獲該客戶授權代其行事的權利。本集團的媒介策略傳播中心還設立由經良好培訓、經驗豐富的廣告檢查員組成的內部小組。此內部小組將依據相關證明文件對本集團客戶(包括廣告主及廣告代理商)提交的擬議的廣告進行審查及核實。在取得客戶同意的情況下,本集團在必要的情況下會修改擬議的廣告。通過上述審查的廣告於播出前將送交本集團媒介執行中心的經理進行最後審查。若本集團於審查廣告時遇到任何困難,將會諮詢主管廣告規管部門。於廣告播出後十天內,本集團廣告審查員及經理的相關核實文件及書面意見連同廣告樣帶將由客戶服務代表轉交檔案部存檔。本集團董事已確認,於往績記錄期間,本集團的中國附屬公司播放或發佈的所有廣告均符合中國法律法規。

本集團聘請獨立第三方對廣告播出進行監測以確保本集團客戶廣告如實播出。在廣告播放完畢後,本集團會向客戶提交一份由具相關資質及經驗的獨立第三方出具的分析廣告播告的狀況報告,及本集團的媒介執行中心向客戶發出的報告以確認廣告已如約播出。

競爭

中國廣告業高度分散、競爭激烈。本集團認為,該行業的主要競爭因素包括財政資源、客戶基礎、服務品質、對廣告資源性質的熟悉程度、管理該等資源的能力及與電視台的關係。該等因素同時構成任何新營運商進入該行業的門檻。

本集團主要競爭對手是其他擁有央視廣告資源的傳媒廣告營運商。目前,約70個傳媒廣告營運商擁有央視廣告時間的代理權。他們大多是民營公司。然而,有部分營運商(如北京未來廣告公司及上海中視國際廣告有限公司)是央視的附屬公司。五大央視傳媒廣告營運商(包括本集團)於二零零七年購入的廣告時間佔央視節目總數約49%。本集團認為,公司所專注的廣告業(尤其是擁有雄厚資金、大型傳媒及行銷資源、廣泛銷售網絡及廣泛客戶群的公司之間)的激烈競爭今後仍將延續。

本集團的競爭對手還包括為客戶提供增值服務(包括廣告製作)的廣告代理商。然而,

本集團認為，本集團擁有已購買廣告時間代理權的資源及優質廣告創意製作的能力，本集團可以向廣告客戶提供便利的一站式服務上佔有先機。

隨着本集團將廣告資源組合多元化及開始介入地方電視、互聯網及其他數碼傳媒廣告業務的競爭，本集團在上述各分支行業將面臨來自國內外競爭對手的競爭。

僱員

於二零零八年四月三十日，本集團共有177名全職僱員，且沒有兼職僱員。下表所列為各職能領域的僱員人數：

<u>職位</u>	<u>僱員人數</u>
銷售、行銷及品牌管理	72
法律、財務、人力資源、行政及資訊科技	48
媒介研究與執行	32
創意製作.....	16
高級管理人員	9
合計.....	177

我們認為，本集團為僱員提供的薪酬在我們經營的市場上具競爭力。本集團亦根據彼等的表現分別向銷售人員及其他僱員支付佣金及酌情花紅。

本集團舉辦各種培訓課程以提升僱員的知識及技能，並為績優員工提供晉升機會。本集團認為本集團與僱員具有良好的工作關係。本集團概未發生任何嚴重影響營運活動的罷工或勞資糾紛，於招募及挽留經驗豐富的僱員時亦概未遇到任何困難。本集團初級銷售人員流失率較高，這在中國廣告行業很正常。

由於本集團是一間廣告公司，中國法律對本行業並無特別的安全規定。於往績記錄期間，本集團遵從中國法律的一般性安全規定。

本集團為所有僱員提供體檢。該等體檢費用並不高。此外，本集團按中國法律須為本集團僱員繳付社保基金及住房公積金，而本集團以往並未完全遵從該等規定。請參閱以下「社保基金及住房公積金」一節。

社保基金及住房公積金

(i) 背景

中國法律法規規定本集團須為本集團各位僱員向所有社保基金繳付款項，並規定本集團各位僱員工向若干社保基金繳付款項。本集團及本集團各位僱員還須繳付住房公積金。

本集團及本集團的僱員均須繳付的社保基金及住房公積金的供款金額一般根據各位僱員的薪酬水平而定。

(ii) 欠繳社保基金及住房公積金的供款額

中視金橋傳媒在所有重大方面均遵從中國社保基金及住房公積金的相關法律。我們已獲得中國規管部門對江蘇鑫橋的書面確認，當中確認了江蘇鑫橋已繳清所有規定的社保基金供款額。於二零零七年十二月三十一日，中視金橋(北京)尚未或尚未能為其僱員繳付部分社保基金供款，部分原因是因為其僱員的合作程度有異(亦即若干僱員不願繳付社保基金個人部分供款)、地方當局對規例及政策的詮釋及執行有差異以及其僱員流失率較高。此外，於二零零七年十二月三十一日，本集團的中國附屬公司江蘇鑫橋及中視金橋(北京)因上述原因尚未繳付任何住房公積金供款。於二零零七年十二月三十一日，本集團已分別作出約人民幣660萬元及約人民幣210萬元的撥備，以彌補本集團欠繳的社保基金及住房公積金的供款額，而本集團認為上述撥備足以繳清所有欠繳額。

兩名僱員已向相關地方社保局投訴本集團欠繳其社保基金的供款額。本集團按相關地方社保局規定已於二零零六年繳清欠繳額，從而完滿解決上述兩項投訴。相關地方社保局並未向本集團徵收滯納金或利息。

本集團一直與有關地方社保局及住房公積金管理中心合作以繳足欠繳供款。

(iii) 法律後果

(a) 社保基金

中視金橋(北京)欠繳社保基金可分為兩種情況：(1)本集團未為若干僱員繳付任何社保基金；及(2)本集團因於計算規定繳費額時使用錯誤的基準而尚未為若干僱員繳定社保基金供款。

本集團中國法律顧問海問律師事務所已建議，在第(1)種情況下繳付尚欠供款取決於現任或前僱員與本集團的合作，該等合作包括但不限於提供其身份證及社保關係轉移證明(如適用)，及繳付屬他們供款的若干社保基金。由於從前僱員處獲取該等資料及合作有一定困難，所以中視金橋(北京)在全部繳付該等社保基金欠繳款時可能面臨一定困難。

對於第(2)種情況，本集團中國法律顧問海問律師事務所已確認，根據北京市勞動及社會保障局於二零零七年二月八日頒佈的「關於貫徹實施《北京市基本養老保險規定》有關問題的具體辦法」(「**具體辦法**」)，本集團毋須繳付二零零六年前(不含二零零六年)所有年份由於使用錯誤的基準欠繳的相關社保基金。

第(1)及第(2)種情況均不會就欠繳社保基金徵收滯納金或利息。然而，根據「**具體辦法**」，作為計算欠繳社保基金供款額的基準，須按相關僱員於相關年份的薪酬水平乘以(i)緊接繳付欠繳社保基金前一年北京市所有僱員的平均工資及(ii)緊接相關欠繳社保基金年份前一年北京市所有僱員的平均工資之比率而釐定。於支付第(1)及第(2)種情況下的欠繳社保基金時，可追溯使用該比率。

(b) 住房公積金

本集團的中國法律顧問海問律師事務所認為，根據中國相關法律法規，對未能登記繳付住房公積金或未能為其僱員開立住房公積金賬戶的僱主，可能被責令須於規定時間內作出糾正。若該等違規未於規定期限內糾正，僱主可能被處人民幣10,000元至人民幣50,000元不等的罰款。本集團的中國法律顧問海問律師事務所不知悉中國法律對追溯徵收欠繳住房公積金的滯納金或利息有任何其他具體規定。

自二零零八年一月起，江蘇鑫橋及中視金橋(北京)已為其現任僱員支付住房公積金補償供款。於二零零八年三月三十一日，江蘇鑫橋應付的人民幣4,320元欠繳住房公積金供款與江蘇鑫橋的3名前僱員有關。中視金橋(北京)已於二零零八年四月二十一日於北京市工商行政管理局的登記註銷，並已於二零零八年四月二十八日完成監管地方社保局及住房公積金管理中心的登記註銷手續。我們已徵詢本集團的中國法律顧問海問律師事務所的意見，並認為本集團需承擔有關中視金橋(北京)因未能就社保基金及住房公積金符合相關中國法律而引起的任何罰款及責任的風險較低。

此外，本公司已於二零零八年五月二十七日與金橋廣告、貝恩資本及金橋文化訂立賠償擔保合同(「**賠償擔保合同**」)，據此，金橋廣告及貝恩資本同意就中視金橋(北京)因社

保基金及住房公積金供款不符合相關中國法律法規而產生的責任及江蘇鑫橋因住房公積金不符合相關中國法律法規而產生的責任向本集團提供彌償保證。

關於本集團為本集團未來符合適用的法律法規而採取的措施，請參閱「法律合規及訴訟 — 本集團採取確保未來符合適用的法律及法規的措施」。

本集團的中國法律顧問海問律師事務所已確認，就其所知，除（按上文所披露及「風險因素 — 與本公司有關的風險 — 過去我們曾在中國未能符合與僱員相關的若干法律要求及在香港未能符合與公司條例相關的若干法律要求」一段所述）本集團未能為其僱員繳付社保基金及住房公積金的情況外，本集團在所有重大方面均遵從中國勞動法律法規。

知識產權

本集團使用商標「CTVGB」、「TVGB」及「CTV 中視金橋」推廣銷售本集團的服務。

於最後可行日期，本集團已在中國註冊「CTVGB」及「TVGB」商標。商標「CTVGB」及「TVGB」的註冊期均為二零零四年八月十四日至二零一四年八月十三日。每個商標的註冊期可延續十年。中國法律對續期的次數未設上限。於最後可行日期，我們亦已在中國申請註冊「CTV中視金橋」。

於最後可行日期，本集團已在香港註冊商標「TVGB」、「CTVGB」及「CTV中視金橋」。該等商標的註冊期間均為二零零八年六月十七日至二零一七年十一月二十五日。

本集團還擁有自己的域名www.cctvgb.com.cn 及 www.sinomedia.com.hk。有關本集團知識產權的詳情，請參閱本招股書附錄七「C. 本公司業務的詳細資料 — 2. 本集團的知識產權」一節。

我們深知保護及履行知識產權的重要性。於往績記錄期間，董事並不知悉任何重大違反我們知識產權的事件。於最後可行日期，董事並不知悉任何本集團或本集團任何附屬公司牽涉侵犯任何第三方擁有的任何知識產權的任何未了結或面臨威脅的索償。

物業及設施

本集團總部地址位於中國上海浦東新區福山路450號新日國際廣場15D室，佔地395.5平方米。本集團總部現有租約將於二零一零年十二月到期。本集團還在北京、長春和南京設有租賃辦公場地，總建築面積約為2,981平方米。

本集團上海附屬公司中視金橋傳媒向北京一房地產開發商購置了一處物業，總建築面積約為1,085平方米，本集團擬將該物業用作本集團北京分公司的辦事處。中視金橋傳媒

尚未獲得該物業的相關土地使用權證書及房屋所有權證。根據購房協議，倘若因房地產開發商的過錯，中視金橋傳媒未能於該物業交付之日（已於二零零七年六月交樓）起730日內獲得房屋所有權證，則中視金橋傳媒有權(a)將該物業退回給房地產開發商，並可要求其退還購房款另加購房款的2%作為賠償金；或(b)保留該物業，但索要購房款的1%作為賠償金。但地產開發商已將本集團的物業及其土地使用權證書按揭給一間銀行，據此，該銀行已同意該房地產開發商可預售該物業，且會於按揭貸款還清後解除按揭。因此，中視金橋傳媒可能無法於該房地產開發商還清其銀行貸款及按揭被解除前獲得土地使用權證書或物業產權證書。雖然中視金橋傳媒於購房時已獲該房地產開發商告知上述情況，但本集團董事當時認為，該按揭將不會對本集團的營運有重大影響，因為房地產開發商按揭開發中的物業以獲取銀行貸款在中國是常見的做法。然而，倘若房地產開發商未能償還其貸款，而銀行選擇沒收按揭物業，則本集團可能無法按(b)選項保留該物業，且因房地產開發商可能缺乏財政資源，本集團可能無法按(a)選項獲得房地產開發商的退款。倘若發生該等情況，本集團認為本集團將能覓得一處類似的租賃物業，而由於物業對本集團的業務營運並非至關重要，本集團的營運將不會受到重大不利影響。

此外，對於中視金橋傳媒在北京租賃的一處總建築面積約為323平方米的物業，其業主劉女士目前尚未獲發相關的土地使用權證書及房屋所有權證。據本集團中國法律顧問，海問律師事務所確認，由於業主缺乏足夠的證據證明她是該租賃物業的合法所有人或合法授權人，本集團與業主訂立的租賃協議的有效性尚不確定，並須視乎業主是否能獲發相關的房地產權證而定。對於中視金橋傳媒租賃總建築面積約為1,333平方米的物業，業主劉女士尚未獲發相關的土地使用權證書。該物業是劉女士從中視金橋(北京)所購買的。本集團的中國法律顧問，海問律師事務所已確認，劉女士獲取土地使用權證書並無法律阻礙。對於本集團在長春租賃的一處總建築面積約為141平方米的物業，業主尚未獲發相關的土地使用權證書。

由於業主尚無有效的土地使用權證書及房屋所有權證，故上述總建築面積約為323平方米的物業的租賃協議尚未在有關政府部門登記。此外，由於缺乏業主的合作，由中視金橋傳媒租賃位於北京總建築面積約1,006平方米的四個物業的四項租賃協議均尚未在有關政府部門登記。此外，我們現正就上述總建築面積約1,333平方米的物業的租賃協議辦理登記。根據中國相關法律法規，租賃協議須在有關政府部門登記。然而，該等法律法規並無規定租賃協議須經登記，方可生效。因此，業主未能將租賃協議登記備案將不會令租賃協議失效。此外，根據北京的地方法規，承租人不會因未能完成租賃協議的登記而受到任何處罰。

本集團董事業已確認，上述租賃物業的使用均符合相關租賃協議，不存在非法使用該等物業的情況。本集團中國法律顧問亦確認，概未發現任何與董事確認不符的情況。

本集團中國法律顧問，海問律師事務所已確認，本集團擁有或佔用但無法確定合法使用性的物業的總建築面積合共約佔本集團物業總建築面積7.2%。本集團認為，本集團被迫遷出該等租賃物業的可能性微乎其微。倘發生該等情況，本集團將能以具競爭力的價格覓相似的物業租賃，且本集團可要求對方提供法律補償。本集團估計遷址可能需四至六個月。本集團還認為，本集團將可主要透過租賃獲得足夠的額外設施，以配合本集團的擴展計劃。由於本集團所有物業均僅作辦公之用，對本集團的營運並非至關重要，因此本集團認為這對本集團的營運並無任何重大不利影響。

據本集團所知，概未發生任何可能對與本集團目前所佔用物業有關的本集團(作為業主或承租人的)權利有重大不利影響的爭議。

根據賠償擔保合同，金橋廣告及貝恩資本同意就產權不全的物業而產生的損失向本集團提供彌償保證。

保險

本集團目前擁有或租賃數處物業作為本集團的辦事處。本集團按中國法律毋須亦未為該等辦事處投保任何物業保險。此外，按照中國的行業慣例，本集團並未為本集團的廣告服務投保履約險及對本集團業務相關的其他風險投保，亦未投保商業責任、商業中斷或商業訴訟險。本集團董事認為，本集團的業務營運並未亦不會因受保範圍不足而受到不利影響。於最後可行日期，本集團概無發生任何重大營業中斷。

法律合規及訴訟

本集團可能不時捲入於本集團正常營業過程中發生的法律訴訟。於最後可行日期，本集團概無任何成員公司涉入可能對本集團整體財務狀況及經營業績有重大不利影響的訴訟、仲裁或申索，且據本集團董事所知，本集團概無任何成員公司即將或可能提起或面臨任何重大訴訟、仲裁或申索。

本集團的中國法律顧問海問律師事務所已確認，據其所知，除本招股書「概要 — 中國附屬公司的稅務事項」、「風險因素 — 與本公司有關的風險 — 倘相關國家機關反對將優惠所得稅率賦予中視金橋傳媒及／或中視金橋(北京)的「核定徵收的辦法」，中視金橋傳媒及／或本公司可能被國家機關要求繳納額外稅賦，這對我們的財務狀況及經營業績可能帶

來重大不利的影響」、「風險因素 — 與本公司有關的風險 — 過去我們曾在中國未能符合與僱員相關的若干法律要求及在香港未能符合與公司條例相關的若干法律要求」、「財務資料 — 所得稅開支」、「業務 — 法律合規及訴訟 — 中國附屬公司的稅務事項」、「附錄五 — 稅項」、「歷史及重組 — 貝恩資本投資後的重組」以及「業務 — 社保基金及住房公積金」所披露者外，本集團中國附屬公司的經營在所有重大方面均遵從中國法律，包括但不限於中國反不正當競爭法、《中國廣告法》及其他相關中國稅務法律及法規，並已獲發所有必需的與其營運相關的許可證、執照及批文。

中國附屬公司的稅務事項

中視金橋傳媒

我們於上海浦東新區成立的上海附屬公司中視金橋傳媒，於截至二零零七年十二月三十一日止年度（為中視金橋傳媒開始產生應課稅收入期間），中視金橋傳媒乃根據中國企業所得稅優惠稅率15%繳稅。此優惠稅率乃由直接管轄中視金橋傳媒的地方稅務局釐定，而中視金橋傳媒亦已根據此稅率繳交其應付所得稅。

根據中華人民共和國外商投資企業和外國企業所得稅法以及其於一九九一年頒佈的實施細則，於上海浦東新區成立從事製造營運的外商投資公司可享有中國企業所得稅優惠稅率15%，而當時的標準法定稅率為33%。雖然我們已獲得中視金橋傳媒的直轄地方稅務局就中視金橋傳媒截至二零零七年十二月三十一日止年度可享有優惠稅率15%所發的書面確認，但本集團的中國法律顧問海問律師事務所認為，應用該優惠稅率並不符合相關中國稅務法律及法規。倘相關國家當局對中視金橋傳媒享有的優惠所得稅率15%持有異議，並實施當時的標準法定稅率33%，我們於二零零七年的稅務開支將增加人民幣1,980萬元（即150%）。然而，海問律師事務所認為即使相關國家當局要求追收額外稅務付款，本集團將不會被處以罰款。與海問律師事務所商討後，董事認為國家稅務局在實際情況中撤回直接管轄中視金橋傳媒的地方稅務局所適用的優惠所得稅率的可能性甚低。由二零零八年一月一日開始，中視金橋傳媒須根據新稅法適用25%所得稅率。

中視金橋(北京)

二零零五年至二零零六年期間，中視金橋(北京)被視為國內廣告企業。根據其直轄地方稅務局通知，中視金橋(北京)於截至二零零五年及二零零六年十二月三十一日年度按「核定徵收的辦法」繳稅。因此，截至二零零五年及二零零六年十二月三十一日年度我們以中視金橋(北京)毛收入8%的相等金額計算應課稅收入，並以該等應課稅收入按當時的標準法定稅率33%記錄所得稅開支。然而，據本集團的中國法律顧問海問律師事務所理解，適用該等「核定徵收的辦法」並不符合相關中國稅務法律法規。倘若「核定徵收的辦法」並未採用，我們於二零零五年及二零零六年的稅項開支分別增加人民幣1,570萬元及人民幣2,120萬元

(即294%及293%)。由二零零七年一月一日開始，中視金橋(北京)經重組後就所得稅而言被視為外商獨資企業，並就其實際應課稅收入按當時標準的33%法定稅率徵收稅項。中視金橋(北京)於二零零八年四月二十一日完成所有所需的稅務註銷手續後，撤銷於北京市工商行政管理局的註冊。我們徵詢了海問律師事務所的意見後，董事認為本集團因應用「核定徵收的辦法」而需承擔罰款及責任的風險較低。

賠償擔保合同

根據賠償擔保合同，金橋廣告及貝恩資本均同意就法庭一旦判定中視金橋(北京)及中視金橋傳媒須支付任何稅務補償款項所引致的任何虧損向本集團作出彌償保證。

不遵從公司條例

編製賬目

根據公司條例第122條，每間香港公司的董事均須在公司的週年大會上將公司的損益表及資產負債表提交該公司及其股東省覽。

自於二零零一年成立以來，本公司時任董事已將公司秘書及會計事宜委託個人及／或公司秘書處理。截至最近為止，本公司尚未編製任何自二零零一年至二零零六年期間(「**五個財政年度**」)的賬目。於二零零八年年初，本公司委任畢馬威會計師事務所審核本集團的綜合財務賬目。此後不久，本集團時任董事被告知，本公司未能按公司條例的規定編製五個財政年度的賬目。對此，本集團時任董事即時採取步驟安排本公司委任一間合資格的香港會計師事務所編製本公司五個財政年度的賬目。該等賬目於二零零八年一月三十日獲所有本公司全體董事成員以書面決議形式通過。

於賬目及其他文件編製完成後，本公司已於二零零八年二月一日向香港高等法院一審法庭申請根據公司條例第122條的規定延期在週年大會上將賬目提交本公司省覽。香港高等法院於二零零八年二月二十九日頒令，將五個財政年度提交本公司賬目省覽的期限延期至截至二零零八年二月十八日期間(包括當日)。

於法院頒令的該等賬目於延期期限內提交本公司省覽後，本公司不再違反公司條例第122條的規定。

舉行股東週年大會

根據公司條例第111條，除年內舉行的任何其他會議外，每間香港公司每年另須舉行一次週年大會(自其註冊成立起首十八個月除外)，並須在召開大會的通知書中指明該會議為週年大會。

本集團時任董事於二零零七年年底獲本公司的香港法律顧問高特兄弟律師事務所與奧睿律師事務所聯營告知，自本公司於二零零一年註冊成立以來，概未召開任何有效的週年大會。對此，本公司已於二零零八年二月二十日向香港高等法院申請頒下命令，將本公司唯一成員的書面決議案視為二零零三年至二零零七年五個財政年度各年的本公司週年大會，以遵從公司條例第111條的規定。香港高等法院一審法庭於二零零八年二月二十九日頒下命令，本公司唯一成員的書面決議案形式召開的週年大會(日期為二零零八年二月十八日)可視為本公司於二零零三年至二零零七年五年度各年度的週年大會。鑒於該等命令，本公司即不再違反公司條例第111條的規定。

因此，控股股東將毋須就過往不符合公司條例的事宜提供彌償保證。

不遵從公司條例的原因

自本公司於二零零一年十月二十四日註冊成立以來直至二零零六年下半年，本公司是一間不活躍的公司，獨立於一向是活躍業務單位的中視傳媒(北京)。於上述期間，本公司並未開展實際的營運或業務，而本集團的管理團隊全由對香港法律的相關規則及規例所知甚少的中國公民所組成。本公司已聘用身為企業秘書服務供應商的專業公司作為本公司的公司秘書，其中一間公司附屬於一間專業會計師行。然而，於上述期間，上述專業公司概未告知本公司，本公司仍須召開週年大會或編製賬目。由於上述原因以及無意疏忽，本公司並未遵從上述公司條例第111條及第122條的規定。

不遵守公司條例可引致的最高罰則

不遵守公司條例第111條及第122條的最高罰則如下：

條例	最高罰則
公司條例第111條	未能履約的公司及其所有高級職員(即董事、經理或秘書)可處罰款50,000港元。
公司條例第122條	公司董事可處罰款300,000港元及監禁12個月。

本公司獲本公司的香港法律顧問高特兄弟律師事務所與奧睿律師事務所聯營告知，法庭就公司條例第111條及第122條所頒佈的命令未必能夠禁制公司註冊處對因過往違規而引致的罪行所作出的刑事執法，但鑒於法院是根據其接納與申請寬免一併提交的證據而頒佈該等命令，故有關刑事執法出現的可能性甚低。

本集團採取確保未來符合適用的法律法規的措施

本集團已採取下列措施加強本集團企業管治及內部控制，以確保遵從各項適用的規則及規例：

- (a) 我們於二零零八年一月聘請羅申美會計師行審閱本集團的內部控制制度及程序。根據該會計師行的審閱及建議，我們已採納改善本集團內部控制制度的措施及政策。羅申美會計師行於二零零八年四月進行後續審閱，並已確認下列內部控制措施(包括羅申美會計師行於後續審閱後提出的所有主要建議)均被有效地履行。以下為該會計師的後續審閱的調查結果概要：
- (1) 本公司已就本公司現行管理理念及價值觀、僱員的個人行為守則、與政府當局、客戶及其他業務單位的關係以及資料保密編製政策及指引。本公司亦已就收集及發放保密資料草擬規則。
 - (2) 本公司已修訂於二零零八年一月一日生效的員工手冊。本公司已就該員工手冊對所有僱員進行培訓。本公司亦已為全體僱員制定針對其各自工作崗位的書面政策。
 - (3) 本公司已草擬一項有關利益衝突的政策，為僱員提供如何處理利益衝突事件的指引。
 - (4) 薪酬委員會經已成立，其三分之二的成員均為獨立非執行董事。本公司已草擬薪酬委員會的章程，包括有關委任成員、會議程序以及成員的權力和職能的條文。
 - (5) 本公司已編製一份有關企業管理的一般準則的手冊，為本公司董事及其他職員提供有關遵守上市規則指引。
 - (6) 本公司已確認審核委員會三分之二的成員將為獨立非執行董事，並已草擬審核委員會的章程，為委任審核委員會的成員、會議程序、書面決議案以及審核委員會的權力及義務提供指引。
 - (7) 本公司已草擬一份涵蓋評估程序、解決方案及風險管理相關事宜監督的風險管理備忘錄。
 - (8) 本公司已就編製財務報表制定一套規則及政策。該等規則及政策涵蓋與本公司、董事及股東在遵從所有相關法律法規(包括但不限於上市規則)的情況下所披露的資料。本公司亦於二零零八年三月聘請了一名熟悉財務報表編製的合資格會計師。

- (9) 本公司已委任貝朝榮會計師事務所審核本公司於二零零五年、二零零六年及二零零七年的財務報表，並已委任誠信企業服務有限公司處理報稅事宜。我們正制定一套完整的財務報告制度，該制度將納入本公司自二零零五年至今的財務報告制度及二零零八年本公司的月度賬目。
- (10) 本公司已成立內部審核團隊，並將繼續制定內部審核團隊的工作計劃及品質控制職能。
- (11) 本公司已實施確保關連人士的付款對賬制度。
- (b) 由本公司的香港法律顧問高特兄弟律師事務所與奧睿律師事務所聯營編製、列載上市後本集團董事的持續規管要求的備忘錄已分發至本集團各董事並經由彼等審查。本集團所有執行董事已向本公司及保薦人承諾，於上市後首三年期間，他們每人每年將參加至少十小時與上市公司董事職責相關的規管規定有關的培訓課程，該等培訓課程由本公司的香港法律顧問高特兄弟律師事務所與奧睿律師事務所聯營或其他聲譽良好的專業人士、團體或協會(倘適用)提供。董事出席的培訓課程將於本公司相關年度的年報內披露。
- (c) 本集團董事及高級管理人員均已參加由本公司的法律顧問高特兄弟律師事務所與奧睿律師事務所聯營舉辦的與上市公司董事的持續義務及職責有關的培訓班，包括關於關連交易、公司管治準則、證券交易、披露股價敏感資料、應呈報交易及發佈資料的培訓班。尤其是，於二零零八年一月二十五日舉行的關於上市公司董事的持續義務的培訓班，內容包括對年報及中期報告的發佈時間以及分發該等報告予股東的具體規定。培訓班還涵蓋規定應編製年報及中期報告的會計準則。遵從該等會計準則，本集團一般會向稅務專家徵詢稅務事宜的意見。因此，董事應於編製本公司賬目過程中履行本公司向任何規管部門支付任何費用及開支的義務。在二零零八年一月二十五日舉辦的關於公司管治守則的培訓會上，董事們獲告知上市規則附錄十四的條文，當中規定(其中包括)每間上市公司的董事會主席須參加年度大會。這可確保董事會知悉舉行週年大會的時間及股東參與大會的情況。
- (d) 本公司已委任齊大慶博士為獨立非執行董事，他具有會計及財務管理的專業知識。本公司亦已委任陳凱年先生為合資格會計師，他在會計及財務管理方面具有豐富的經驗並熟悉香港稅法及申報程序。本公司將利用他們的經驗以遵從相

關的規管及財務報告規定。有關齊大慶博士及陳凱年先生的詳細資料，請參閱「董事及高級管理人員」。

- (e) 本公司已委任陳凱年先生為公司秘書，他在處理香港上市公司合規事務方面具有豐富經驗，並將負責本集團的日常合規事務。公司秘書還將負責監督舉行本公司週年大會的時間。
- (f) 審核委員會已成立，負責審查內部控制制度以及遵從上市規則規定的程序。
- (g) 本公司將委任一名合規顧問，負責就根據上市規則第3A.19條的合規事宜向本公司提供意見。
- (h) 合規委員會已成立，負責監督本集團遵從規管規定的情況，並就改善本集團的公司管治向董事會提出建議。合規委員會還將負責監控本集團的成員公司的賬目編製及稅項報告日程。合規委員會將由李宗洲先生、徐翀先生(又名徐嵩鎮)及陳凱年先生組成。李宗洲先生將擔任合規委員會主席。
- (i) 本公司已成立一個內部審核團隊，其主要職責包括提供內部員工的培訓及協同外部控制評估師工作。
- (j) 公司秘書組將負責妥為編製及保存本公司董事會會議及股東大會的會議記錄。公司秘書組熟悉與董事會會議及股東大會有關的法例規定，並將確保所有該等規定得以妥為遵守。
- (k) 本公司已在香港聘請一名外部稅務代表，負責處理本公司的計稅及報稅事宜。
- (l) 本公司已為業務單位及財務單位安排有關關連交易的培訓課程。