

業 務

概覽

我們是一家領先的戶外媒體公司，策略重心定於機場及地鐵廣告媒體經營。根據弗若斯特沙利文的報告，在2013年，我們在大中華地區獨家特許經營主要廣告媒體資源的機場的收入及數目在私營媒體公司中排名首位，而我們在大中華地區獨家經營主要廣告媒體資源的地鐵綫路的收入及數目在私營媒體公司中排名第三位。我們同時為香港現有的兩家經營地鐵廣告的戶外媒體公司之一。我們利用對空間管理的淵博知識及豐富經驗，向廣告客戶提供綜合及具創意的戶外媒體方案，務求與客戶建立更緊密的連繫。

我們的媒體資源分佈在大中華地區34個城市的機場、地鐵綫路、公路兩側及商業大廈。所有媒體資源均位於人口稠密的城市。於2013年12月31日，我們在大中華地區的媒體資源包括：(i)25個擁有主要媒體資源獨家特許經營權的機場；(ii)3個擁有主要媒體資源非獨家特許經營權的機場；(iii)6條擁有主要媒體資源獨家經營權的地鐵綫路；及(iv)366個廣告牌及大廈創意廣告。截至最後實際可行日期為止，我們於進入寧波、無錫和鄭州4條地鐵綫路主要媒體資源獨家經營權的合同簽訂階段後將地鐵綫路的數目增加至10條。

我們的業務策略重心定於機場及地鐵廣告媒體。我們以此類交通工具作為媒體資源的目標，主要是由於其高客流量、普遍使用性，以及廣泛接觸大中華地區受眾的特性。由於機場有大量頻繁往返的旅客，而且有較長的等候時間，因此能提供一個龐大的封閉空間吸納受眾。地鐵綫路每日匯聚龐大的客流量。為應付增長的客流量及城市化，更多機場及地鐵將會陸續興建，我們相信這會為機場及地鐵廣告帶來更大的商機，並且繼續成為受歡迎並且備受追捧的媒體資源。我們的媒體資源同時包括廣告牌及大廈創意廣告，這些媒體在城市中普遍可見的，能廣泛地接觸受眾，並且與我們的機場及地鐵媒體互補，為廣告客戶提供全面整合的媒體資源方案。透過創意地通過新科技、應用程式及相關技術於廣告牌及大廈創意廣告，相信將會有更多機會展示出我們的廣告創意和空間管理。

隨著中國的經濟發展、收入水平增加及生活質素提高，以及在城市化發展下，更多人乘坐飛機、地鐵綫路及其他形式交通工具出行，中國戶外廣告市場將持續穩定增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國戶外廣告市場預測在2013年至2018年將達到約18.4%的複合年增長率，成為全球增長最快的戶外廣告市場之一。隨著更多廣告客戶選擇戶外廣告來有效針對流動性高的城市目標客戶達至成本效益，預計戶外廣告佔廣告開支總額的更大比率。尤其是，根據弗若斯特沙利文報告，中國的機場廣告預期將由2013年的22億美元增至2018年38億美元，而中國的地鐵廣告則預期由2013年的6億美元增至2018年38億美元。

業 務

隨著中國廣告行業發展，我們亦在近年迅速擴展。我們的收入由2011年的717.5百萬港元增加32.8%，達至2012年的953.1百萬港元，並由2012年的953.1百萬港元增加27.1%，達至2013年的1,211.3百萬港元，複合年增長率為29.9%。

我們的廣告客戶涉及很多不同行業，包括汽車、零售、時裝、食品和飲料及房地產。我們的廣告客戶類型一般分為廣告代理商及廣告客戶本身，當中不乏知名的國際與本地企業，包括三星電子、BMW、日清食品、Ermenegildo Zegna、H&M、箭牌、新鴻基地產及OK便利店。

我們主要透過廣告媒體市場推廣以獲取收入。我們亦會為廣告客戶提供設計或其他創意服務予特定項目。為此，我們視己為受媒體資源擁有人所委託的空間經營者，與傳統的「大批買入、零售賣出」的媒體市場推廣方法截然不同。我們的空間管理方法由兩個首要目標共同達成：

- 通過媒體資源的管理及經營，美化機場航站樓、地鐵車站與列車、辦公大廈及購物商場的整體環境與氣氛，改善城市景觀並提升其商業價值；及
- 就我們的廣告客戶利益，創意地善用機場、地鐵站、列車或廣告牌的所有可用空間，提升廣告的整體效果。

競爭優勢

我們相信我們的成功及能力能握緊未來發展商機，這亦是我們的競爭優勢，當中包括：

我們擁有媒體資源的獨家及長期特許經營權。

我們盡可能獲得機場及整條地鐵綫內所有媒體的獨家及長期經營權，我們與媒體資源擁有人的合作一般長達3至20年。大部分合作亦授予我們優先續約權，以獲取在相同的地方新設或額外的廣告媒體。截至最後實際可行日期，我們擁有25個機場及10條地鐵綫路主要媒體資源的獨家特許經營權，以及我們旗下所有廣告牌及大廈創意廣告的獨家特許經營權。長期及獨家經營上述媒體資源，為廣告客戶提供以下的競爭優勢：

- 獨家經營上述機場及地鐵綫路所有主要媒體能確保我們能向廣告客戶提供更多元化及靈活的投放選擇，並不受常規媒體限制，有能力及足夠空間創意地運用額外空間打造創意廣告，如地板貼紙、天花板貼紙及包柱廣告。
- 我們的長期特許經營權能為廣告客戶長期提供穩定及值得信賴的媒體資源。

業 務

此外，長期及獨家經營的模式能為潛在競爭者設置有效的屏障，因為：

- 我們擁有更多定價決策權，不受競爭者的價格壓力干擾；
- 我們能更好地掌控所有廣告空間的運用；
- 我們能為需要大型廣告覆蓋的大客戶提供更多廣告空間作長期投放；及
- 有利於獨家經營的機場和地鐵媒體的經濟規模。

再者，我們相信與媒體資源擁有人之間的良好合作經驗及關係有助我們延續特許經營權，及減低競爭者獲得我們廣告資源經營權的機會。

我們是市場領導者，擁有強大的全國性媒體資源網絡。

於最後實際可行日期，我們在大中華地區中擁有的機場、地鐵綫路、廣告牌的媒體覆蓋34個城市，形成全國性的媒體資源網絡。我們成功在各大城市傳播廣告品牌效應，而我們標誌性的「雅仕維」商標顯示在各類媒體資源上，確保廣告客戶、消費受眾及其他媒體資源擁有人關注我們及在大中華地區的戶外媒體行業的主導位置。近年，我們已擴展網絡內的媒體數目，分別由2011年12月31日的21個機場及6條地鐵綫，增至最後實際可行日期的26個機場及10條地鐵綫。

機場。根據弗若斯特沙利文報告，在2013年，我們在大中華地區獨家經營主要媒體的機場數量在私營媒體公司中排名首位。截至2013年12月31日，我們在大中華地區擁有25個機場主要媒體資源獨家特許經營權，以及3個機場的部分媒體資源非獨家特許經營權。我們獨家經營9個中國前三十最大及最繁忙機場。根據弗若斯特沙利文報告，在2013年約有181.0百萬名旅客使用我們25個獨家經營機場，佔全年大中華地區所有機場總乘客吞吐量約22.1%。

地鐵綫路。在2013年，我們在大中華地區獨家經營主要媒體的地鐵綫路數量在私營媒體公司中排名第三。截至2013年12月31日，我們擁有香港及深圳6條地鐵綫路的主要媒體資源獨家經營權。我們亦是經營香港地鐵綫路媒體資源的兩大戶外媒體公司之一。我們主要可見於香港及深圳6條地鐵綫。截至最後實際可行日期，我們亦已取得寧波、無錫及鄭州4條地鐵綫路主要媒體獨家資源的獨家經營權。

業 務

廣告牌。我們的媒體資源包括由香港鐵路有限公司旗下的13個購物商場及若干大廈廣告空間獨家經營權。此外，我們在香港、上海、成都、青島及廣州的主要道路、高速公路兩側及商業大廈均擁有高端廣告牌。截至2013年12月31日，我們擁有366個廣告牌及大廈創意廣告的特許經營權。該等媒體資源位於人口稠密的地方及交通樞紐。

我們成熟發展的空間管理方法能為廣告客戶及媒體資源擁有人創造價值。

自1993年起，我們一直為中國及香港的大部分廣告客戶提供整合性媒體方案。我們已採取一套空間管理方法，通過創意地運用媒體空間作廣告，美化機場航站樓、地鐵車站與列車、城市景觀、辦公大樓及購物商場的整體環境氣氛及提升商業價值並優化內在價值。在這方法下，我們為廣告客戶提供創新的廣告方案，與受眾建立聯繫。我們的空間管理方法打破傳統廣告形式約束，進一步擴展廣告展現方式。具體而言，我們的媒體方案為：

- 為廣告客戶提供更多元化及靈活的投放選擇，並善用非常規媒體，例如地板貼、天花板貼及包柱廣告；
- 創意運用所有可用空間打破單一廣告空間；
- 創新地運用科技及數碼媒體，為受眾打造互動體驗；及
- 從視覺展示延伸至其他感官，刺激受眾的嗅覺、觸覺及聽覺。

我們的獨家特許經營權讓我們能實現空間管理概念，因為我們能運用機場或地鐵綫路的所有主要媒體資源。以下是體現我們空間管理能力的例子：

- **瑞士糖。**我們為瑞士糖在港鐵九龍塘站設計了一項互動廣告，善用地板上的貼紙吸引乘客留意港鐵站內一幅較少人注目的牆面廣告，藉此乘客有機會獲得印有農曆新年祝福語的免費磁石貼。
- 我們通過應用先進科技，充分善用了5個港鐵站的可用空間，我們通過與香港主題樂園營運商合作，配合推出了一項移動應用程式遊戲，乘客可在港鐵站內，包括二綫空間的廣告設施，通過掃描萬聖節主題的貼紙參與互動捉鬼遊戲，以及廣告發佈。

業 務

- **舊街場白咖啡。**我們為舊街場白咖啡打造了一項廣告，用九龍塘站的乘客通道及設有大量支柱結構的區域，模仿舊式市集的外觀及感覺，再透過在該地方散播咖啡香氣吸引乘客，進一步加強廣告的體驗。

我們有不同行業的知名廣告客戶基礎。

我們在提供創意媒體方案上累積了20年的業績紀錄及良好聲譽，為我們建立了強大及多元化的廣告客戶基礎，包括市場領先的知名國際及本地廣告客戶，當中涉及的行業如汽車、零售、時裝、食品和飲料及房地產。我們的廣告客戶包括2013年《財富》雜誌全球企業500強當中的111間，亦包括2013年《財富》雜誌中國企業500強當中的88間。我們的廣告客戶亦包括亞太區10大第三方廣告代理公司的其中8間。我們在大中華地區17個城市中擁有全國性的銷售網絡及辦公室，以及281名僱員的市場及銷售團隊負責建立與維繫廣告客戶的關係。

我們的專業才能及發展創意媒體方案的道路上已證明有助我們吸納新的廣告客戶及維持不同的廣告客戶網絡。雖然我們與很多廣告客戶建立了關係，但是我們並不會依賴任何特定客戶。我們相信多樣化的客戶基礎能使我們：

- 更熟悉客戶的廣告預算，有助我們在營運上的規劃，以及能前瞻性針對廣告客戶推出市場策略；及
- 有能力透過不同行業的廣告客戶投放多樣化的廣告，來提升機場或地鐵綫路的媒體環境氛圍。

我們具前瞻性的管理團體擁有廣泛的行業知識及人脈夥伴。

在戶外媒體行業擁有逾20年經驗具備前瞻性的創辦人及主席林德興先生，帶領著富有經驗的管理團隊。林德興先生秉承著誠信、卓越及仁愛的公司價值，業務發展得以從中國機場及地鐵廣告擴展至為中國及香港34個城市的主要國際及國內品牌客戶提供媒體方案。在經驗豐富的高級管理團隊中，大部分管理層在廣告及戶外廣告行業裡也擁有逾10年經驗，團隊曾參與多個核心業務決策，包括機場、地鐵綫路、高級商業大廈及廣告牌，建立了可靠的業績，創造媒體資源的內在價值，並成功獲得新機場、

業 務

地鐵綫路、高級商業大廈及廣告牌媒體經營權，以進一步擴展業務。我們的高級管理團隊透過其經驗及行業知識，能夠為我們的媒體資源擁有人及廣告客戶建立媒體資源的內在價值。他們全權監管公司四項中央職能，市場推廣、營運、財務及銷售，以支援日常營運及業務擴展。我們的中央市場管理協調小組帶領市場推廣活動及提供策略、建議及研究。我們的中央運營管理協調小組負責日常營運。我們的中央財務管理協調小組確保我們的財務申報、財務管理及成本控制措施符合本公司的政策。我們的全國性銷售網絡與無數的客戶維持關係及連繫。大部分高級管理團隊成員已在本公司任職逾7年，並在年內繼續為我們的成功貢獻不少。他們在這行業的經驗促成了與廣告客戶及潛在業務伙伴寶貴連繫，有利於本公司持續擴展及增加媒體資源。

業務策略

我們的目標是透過在戶外媒體行業的領先地位及運用我們在媒體空間管理的能力及經驗，為股東爭取最大利潤及價值。尤其是，我們藉著機場及地鐵廣告市場的快速增長的機遇，推行下列業務發展策略。

我們將把現時的媒體資源利潤率最大化。

根據弗若斯特沙利文報告，在2013年，我們在大中華地區獨家經營主要媒體的機場收入及數量於私營媒體公司中排名行業第一，以及我們獨家經營主要媒體的地鐵綫路數量於私營媒體公司中排名行業第三。我們已成功透過市場領導地位及經驗，增加媒體資源的利潤率。我們相信，通過穩固的市場地位及經驗能夠進一步優化現有的媒體資源並把利潤率增至最大。我們打算通過下列方式達成此目標：

- **增加我們媒體資源的運用。**我們打算通過採用更有效的管理及工具完善工作流程，以減少浪費媒體資源。我們亦打算通過更具創意運用現有廣告空間減少媒體資源空置率，並推行更多推廣措施及增強我們銷售團隊以吸引更多廣告客戶。
- **提升及增加可用廣告空間。**我們務求善用及提升所有可用空間，而非局限於單一廣告空間，如廣告牌或燈箱顯示屏。舉例而言，我們可善用機場及地鐵站的地板空間、地鐵站的支柱、天花板空間、列車內部及外部作媒體資源。我們亦可透過綜合新科技、應用程式及技巧提升廣告空間。這能夠增加及提升可出售廣告空間並為客戶提供更多的廣告選擇。

業 務

- **為媒體資源進行策略定價。**我們將調整媒體方案的定價。舉例而言，我們可能根據機場及地鐵綫路的乘客量增加價格，因為乘客的增加能提升廣告空間的價值。我們亦可能創意地綜合較新科技、應用程式及技巧為媒體資源增加價格。
- **提供度身訂造的廣告方案。**我們繼續強調提供的媒體方案中的增值部分，積極制定符合廣告客戶特定需要的廣告方案。我們相信藉此能建立廣告客戶忠誠度、與更多廣告客戶維持合作關係，以及吸引更多需要有效媒體方案的新廣告客戶，從而增加收入及利潤率。

我們將增加及提升媒體資源，尤其是機場及地鐵綫路。

我們旨在繼續擴展業務、增加機場及地鐵綫路及其他的媒體資源。我們可能通過簽訂新機場或地鐵綫路的特許經營合同、建立更多的合資公司、收購或行使現有合作下的優先續約權以獲得新或額外的媒體資源。隨著業務繼續擴展，運用現有的全國銷售網絡及總部的運營支援，我們相信能夠在中國城市中繼續發展，爭取更大的市場佔有率。憑藉我們的領先市場地位及多年經驗，我們已累積豐富營運數據，用於投標新項目。因此我們能作出實際的收入推測及成本分析，以評估是否適合在新機場或地鐵綫路投運。

機場。我們預期機場媒體行業將由現時的「媒體包銷商」業務模式（機場向多個媒體公司授出各個廣告空間的特許經營權）演變至向單一媒體公司授出所有主要媒體資源獨家特許經營權業務模式。根據弗若斯特沙利文報告，在2013年至2018年期間，預期大中華地區機場數量將由2013年的195個增加至2018年的278個。我們將繼續評估預期利潤率、增長潛力、地理位置及乘客流量以決定哪個機場為擴展目標。在2013年，大中華地區30大機場的其中15個實行獨家經營模式，而其餘的則按「傳統媒體分包商」經營。我們相信，機場的業務模式將轉移至獨家經營模式，我們已充分準備利用這些機會。作為行業領先的市場參與者，我們有豐富的成功經驗，我們與25個機場（包括大中華地區30大機場中的其中九個）訂立獨家經營模式就是例子。我們相信，我們已準備充分以取得額外機場的獨家特許經營權。數個我們擁有獨家特許經營權的機場正在擴展。截至最後實際可行日期，正在興建的新航站樓包括鄭州新鄭國際機場、海口美蘭國際機場及烏魯木齊地窩堡國際機場，擴展將為該等機場帶來額外的合共約1.1百萬平方米的空間。

業 務

地鐵綫路。於最後實際可行日期，新增4條地鐵綫路至我們的媒體網絡後，我們已將我們的媒體數量增至10條地鐵綫路。大部分城市將繼續進行或推進城市化進程（一般包括公共交通的改善）。根據弗若斯特沙文報告，大中華地區的地鐵綫路數目由2009年的39條增加至2013年的81條，並預期在2018年增加至176條。據此，我們會繼續針對將成為城市交通網絡的地鐵綫路。在我們已活躍的城市中，我們可善用及受惠於現有本地營運團隊，以盡快部署及支援新業務。

高鐵。我們充分準備，待機會來臨時擴展業務至高鐵網絡，我們的行業經驗將成為一大優勢。就客流量及媒體能見性而言，機場與高鐵交通網絡有很大程度的相似。我們相信高鐵將成為現有客戶希望發佈廣告的地方，而我們將運用這些連繫，把握額外的機會，透過擴展增加收入。

廣告牌及大廈創意廣告。我們策略性地選擇在人口稠密的城市核心地點、與主要交通轉接樞紐連接及擁有高能見度的廣告牌，以組成景觀的一部分。我們相信廣告牌位於策略地點及擁有高能見性，能使廣告客戶有機會佔用引人注目的品牌建築物上，因此他們一般也願意花費較高的預算。承接香港的成功，我們將繼續針對願意投放更高預算至獨一無二及具有創意的廣告方案上的廣告客戶。

我們將通過運用空間管理方法，專注為客戶量身訂造媒體增值方案。

在我們大部分與機場及地鐵的獨家經營模式上，我們受這些當地媒體資源擁有人的委託，根據相關安全指引管理該區域的絕大部分的內部空間。我們已累積一定的經驗，並獲得我們的媒體資源擁有人的認可。憑藉我們的空間管理方法，我們能夠建立媒體資源的內在價值，而並非僅為廣告客戶提供廣告空間。透過我們的創新方法，我們相信能改善及優化機場、地鐵車站及列車、城市景觀、辦公大樓及購物商場的整體環境氣氛及商業價值，為我們的媒體資源擁有人增值，同時提升乘客及往返旅客的旅程體驗。據此，在2012年我們按空間管理方法開始提供大廈創意媒體方案，並預期繼續協助廣告客戶進行項目推廣。

我們打算運用在空間管理的能力及經驗，繼續專注為廣告客戶提供全面及量身訂造的媒體方案。因此，我們打算：

- 利用創意及科技，克服在機場、地鐵綫路及建築物的自身的格局限制；及

業 務

- 運用數碼媒體及其他科技作為工具，提高創意而非單純方案或取代傳統媒體；
- 委託獨立研究公司，進行有關客流量及乘客特性的市場研究，以迎合廣告商要求的精準、針對性的推廣活動；及
- 透過廣告媒體刺激客戶的嗅覺、觸覺、聽覺及視覺感官，與客戶建立更好的互動體驗。

我們將進一步提升管理系統及銷售網絡。

為配合我們的擴展計劃，我們已發展及將繼續改善管理及組織功能及能力。隨著我們的擴展，我們將需要這些核心能力及職能，確保新項目能迅速及有序地進行。我們的主要中央職能部門包括市場推廣、營運、財務管理協調小組及全國性銷售網絡。現時在大中華地區17個城市中，我們擁有281名僱員負責推廣及銷售活動。由於我們在中國獲得新的媒體資源，我們打算逐步擴大這些部門的規模。舉例而言，我們將繼續在中國其他城市建立及發展當地市場推廣及銷售團隊，進一步加強與廣告客戶的關係。我們亦將增加營運僱員的數目，以有效地進行媒體安裝及維護。

我們將通過改善資訊科技系統，繼續改善內部管理的效率。我們打算進一步綜合各個職能以改善管理資訊系統，包括銷售管理、媒體資源預訂以在營運中更有效分享資訊。我們特別打算把若干職能調節為自動化，以改善地鐵綫路的管理資訊系統效率。我們將通過新科技的應用，繼續改善保留知識庫及數據庫。我們中央市場管理協調小組在各地為當地團隊提供定期的系統性訓練，以增強他們的技能。我們預期繼續與地區經理進行定期會議，討論與特定地鐵綫路的當地媒體資源擁有人的伙伴關係。我們亦通過個案分析，定期進行如何管理的銷售訓練，使銷售團隊對廣告客戶有更深入的了解並能預測客戶的需要。這些持續不懈的改善將有助精簡我們的日常運作，以及確保擴展業務的效率。

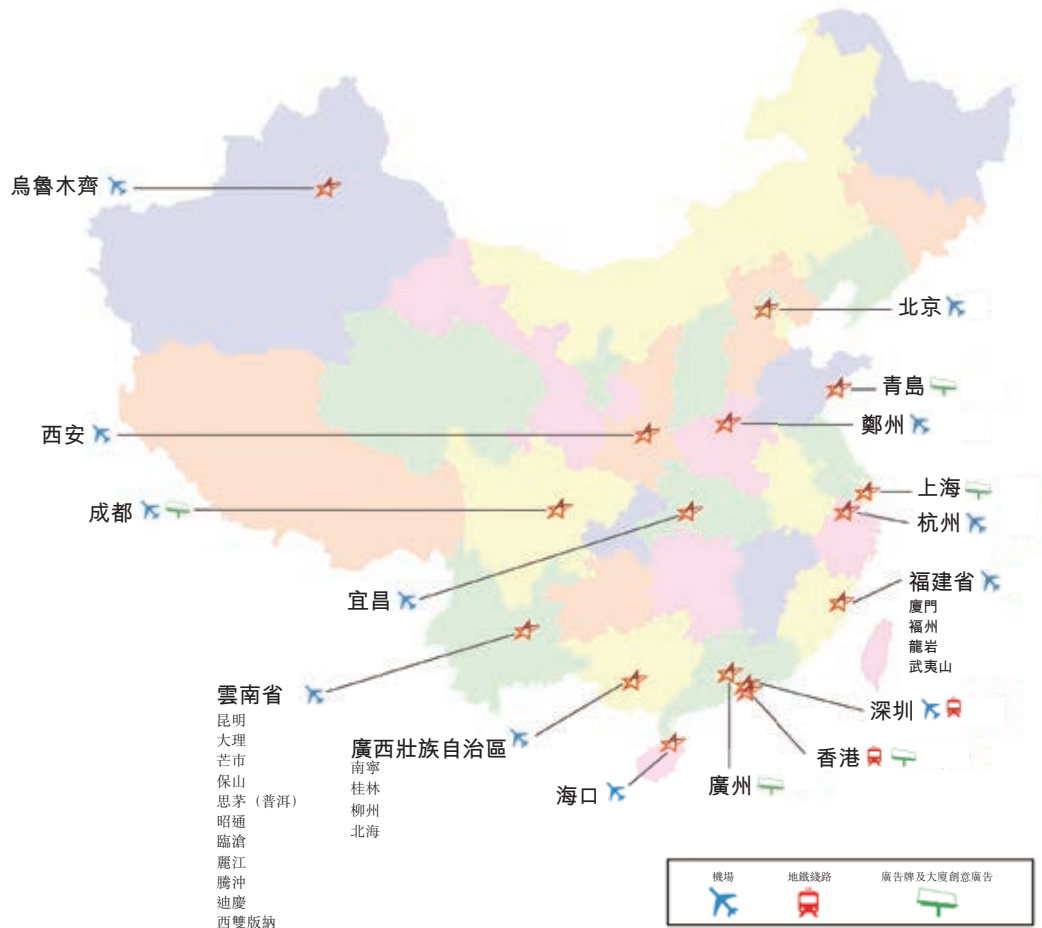
除了我們的僱員外，我們經常聘用承辦商，以執行綜合媒體方案的專業部分。舉例而言，我們可能委託流動科技專業人士，為有關廣告活動的手機程式編製程序，或委託印刷公司製作印刷刊物。我們將與該承辦商繼續合作及保持關係，以獲悉他們專業範疇內的最新趨勢及發展。我們相信，在最先進的科技、應用程式及技巧的支援下，我們能為客戶提供各式各樣的創意媒體方案。

我們的媒體資源

我們建立了廣泛的媒體資源網絡，於2013年12月31日，我們在大中華地區32個城市中均有業務，當中包括28個機場、6條地鐵綫路及366個廣告牌及大廈創意廣告。

業 務

下圖載列我們的媒體資源網絡2013年12月31日在中國及香港的覆蓋範圍：



於2013年12月31日，我們的獨家機場及地鐵綫路的全名如下：

獨家機場 ⁽¹⁾	獨家地鐵綫路
<ul style="list-style-type: none"> 深圳國際機場⁽²⁾ 昆明長水國際機場 杭州蕭山國際機場 廈門高崎國際機場 烏魯木齊地窩堡國際機場 鄭州新鄭國際機場 海口美蘭國際機場 福州長樂國際機場 南寧吳圩國際機場 桂林兩江國際機場 麗江三義機場 西雙版納嘎灑機場 德宏芒市機場 	<ul style="list-style-type: none"> 宜昌三峽機場 北海福成機場 武夷山機場 柳州白蓮機場 騰沖駝峰機場 迪慶香格里拉機場 大理機場 保山雲瑞機場 普洱思茅機場 臨滄機場 昭通機場 龍岩冠豸山機場
	<ul style="list-style-type: none"> 港鐵東鐵綫 港鐵馬鞍山綫 港鐵西鐵綫 港鐵輕鐵 深圳3號綫 深圳4號綫

(1) 不包括我們的非獨家機場，即北京首都國際機場、成都雙流國際機場及西安咸陽國際機場。

(2) 有關更多資料，見「財務資料—我們全面收益表經選擇組成部分的詳情—收入」。

業 務

機場

於2013年12月31日，我們在中國25個機場擁有主要媒體資源獨家特許經營權，以及3個機場的主要媒體資源非獨家特許經營權。下表載列於2013年12月31日我們所擁有的獨家機場媒體資源。

地點	業務模式 ⁽¹⁾	年期 ⁽²⁾	屆滿期
雲南省	合資經營(51%)		
昆明		7年(7年有條件續約權)	2019年6月
大理		7年(2年有條件續約權)	2020年12月
芒市		5年	2018年12月 ⁽³⁾
保山		7年	2020年12月 ⁽³⁾
思茅(普洱)		7年	2020年12月 ⁽³⁾
昭通		7年	2020年12月 ⁽³⁾
臨滄		7年	2020年12月 ⁽³⁾
麗江		5年	2015年12月
騰冲		5年	2019年2月
迪慶(迪慶藏族自治州)		7年	2020年12月 ⁽³⁾
西雙版納(西雙版納 傣族自治區)		5年	2017年11月
杭州	直接代理經營	5年(3年有條件續約權)	2015年2月
鄭州	合資經營(51%)	9年及5個月	2016年12月
海口	直接代理經營	10年	2017年12月
烏魯木齊	直接代理經營	4年(4年自動續約權)	2014年12月
宜昌	直接代理經營	10年	2019年1月
深圳 ⁽⁴⁾	合資經營(49%)	10年	2023年11月
福建省	合資經營(49%) ⁽⁵⁾		
廈門		15年	2021年4月
福州		15年	2021年4月
龍岩		15年	2021年4月
武夷山		15年	2021年4月
廣西壯族自治區	合資經營(49%)		
南寧		8年	2020年6月
桂林		8年	2020年6月
柳州		8年	2020年6月
北海		8年	2020年6月

(1) 就合資公司而言，我們的合資公司與媒體資源擁有人或特許經營權擁有人訂立特許經營權合約。而就直接代理經營而言，我們與媒體資源擁有人直接訂立特許經營權合約。

(2) 指媒體資源的特許經營權年期。

(3) 於最後實際可行日期，重續該等合約已由我們與媒體資源擁有人藉由雙方簽署的會議記錄而協定，惟待合約落實。

(4) 深圳機場雅仕維在2013年9月組成前，我們擁有深圳機場的非獨家特許經營權。

業 務

- (5) 我們現持有福建兆翔雅仕維的49.0%。根據上海雅仕維與我們的合資夥伴經營（廈門翔業集團有限公司（「廈門翔業」）日期為2014年6月3日的補充協議條款，上海雅仕維將以約人民幣10.9百萬元貨價轉讓於福建兆翔雅仕維的19.0%權益至廈門翔業。我們目前持有福建兆翔雅仕維的49.0%。轉讓後，我們的權益將減少至30.0%，而廈門翔業的權益將增加至70.0%。於2013年12月31日約保留盈利將宣派予股東作為股息，並將借貸予福建兆翔雅仕維，作撥付擴展業務用途。該項借貸為免息及無抵押，為期6年。根據該補充協議，合資公司亦改名為廈門兆翔廣告有限公司。截至最後實際可行日期，我們尚未訂立股份轉讓協議。

下表載列於2013年12月31日我們的非獨家機場。

城市	業務模式 ⁽¹⁾	年期	屆滿期
北京 ⁽²⁾	直接	1年	2014年1月
成都 ⁽³⁾	直接	3年	2015年8月
西安	直接	3年	2015年12月

- (1) 我們與媒體資源擁有人直接訂立特許經營權合約。
- (2) 我們並無重續北京的媒體資源合約。截至最後實際可行日期，我們並無在北京擁有任何機場媒體資源。
- (3) 我們提早終止成都的媒體資源合約。截至最後實際可行日期，我們並無在成都擁有任何機場媒體資源。

地鐵綫路

於2013年12月31日，我們在香港及深圳的6條地鐵綫路擁有主要媒體資源獨家經營權。下表載列於2013年12月31日我們的地鐵綫路媒體資源。

城市／地鐵綫路	業務模式 ⁽¹⁾	年期	屆滿期
香港（港鐵東鐵綫、 港鐵馬鞍山綫、 港鐵西鐵綫及 港鐵輕鐵）	直接	3年	2015年12月 ⁽²⁾
深圳（3號綫）	直接	7年零兩個月 (3年自動續約權)	2017年12月
深圳（4號綫）	直接	3年	2017年6月 ⁽²⁾

- (1) 我們與媒體資源擁有人直接訂立合約。
- (2) 屆滿期代表根據相關合約已行使的續約權。

業 務

於最後實際可行日期，我們已就寧波、無錫及鄭州的4條地鐵綫路，與媒體資源擁有人訂立額外的合約協議。下表載列於最後實際可行日期的地鐵綫路媒體資源。

城市／地鐵綫路	業務模式 ⁽¹⁾	年期	屆滿期
寧波 ⁽²⁾	直接	10年	2024年4月
無錫（1號綫及 2號綫） ⁽³⁾	合資經營	8年	2022年6月及 2023年1月
鄭州 ⁽⁴⁾	合資經營	20年	2034年6月

(1) 我們與媒體資源擁有人直接訂立合約。

(2) 我們的業務在2014年5月開始。

(3) 我們的業務預期於2014年7月開始。

(4) 我們預期在成立我們的合資公司後，才確認來自地鐵綫路媒體資源的收入。

廣告牌及大廈創意廣告

於2013年12月31日，我們擁有366個廣告牌及大廈創意廣告資源特許經營權。下表載列於2013年12月31日我們的廣告牌及大廈創意廣告資源。

城市	廣告牌數目	年期	屆滿期 ⁽¹⁾
香港	302	3個月至5年	2014年1月至2016年4月
上海	54	1至30年	2030年1月
廣州	1	9年	2020年12月
成都	4	3年	2014年11月，2015年12月
青島	5	1年	2015年1月

(1) 屆滿期代表根據相關合約已行使的續約權。

我們在2012年開始提供大廈創意廣告方案。截至2012年12月31日及2013年12月31日止年度，我們分別擁有1個及2個大廈創意廣告案例。於最後實際可行日期，我們擁有4個大廈創意廣告案例。

業 務

我們的業務模式

我們的媒體資源可劃分為三大類別：機場、地鐵綫路及廣告牌與大廈創意廣告。我們的業務模式的主要元素為：(i)取得媒體資源的長期獨家經營權；及(ii)透過有效市場推廣及管理優化我們的媒體資源。我們可能通過直接與媒體資源擁有人訂立合約或成立合資公司，取得特許經營權。除了機場、地鐵綫路及廣告牌外，我們亦為廣告商按項目提供短期的大廈創意廣告。

機場

在2013年，我們在大中華地區獨家經營主要媒體的機場收入及數量在私營媒體公司中排名首位，當中的獨家經營媒體資源位於大中華地區30大機場其中9個。於2013年12月31日，我們在28個機場網絡中擁有25個機場主要媒體資源的獨家特許經營權。機場的主要媒體資源包括燈箱及高立柱廣告牌。我們亦在若干合約下，擁有其他廣告空間的特許經營權，諸如廣告牌及LED顯示屏。機場為廣告商提供專屬的環境及獨特的氛圍，而且乘客常常在登機前需要等待冗長的時間得以建立及加強其品牌的認受性。此外，機場的乘客一般有較高的可供支配地區收入，是廣告客戶心目中合適的目標受眾。因此，我們的廣告燈箱一般位於高人流的地點，乘客會在該處等候較長時間得以建立及加強其品品牌的認受性，例如入境及離境大堂、保安檢查區、登機閘口、登機橋、行李認領區及航站樓的牆體。

在選擇上述機場時，我們主要考慮以下因素：

- 機場的地理位置；
- 機場的客流量水平；
- 媒體資源的成本；
- 機場的媒體資源及廣告空間數量；
- 我們在地區內任何現有業務提供的協同效應；及
- 發展潛力及未來機會。

業 務

合資公司

為取得機場廣告空間的獨家特許經營權，我們可能與媒體資源擁有人組成合資公司進行經營。我們合資伙伴一般為在省份內經營1個或以上的機場方。我們在雲南省、福建省及廣西壯族自治區均以合資公司方式經營各地區數個機場。於2013年12月31日，我們在28個擁有特許經營權的機場中，與21個機場組成公司合資經營。

以下表格載列我們於2013年12月31日的合資經營合作概述：

合資經營公司	我們的 權益百分比	合資夥伴	年期 ⁽¹⁾	屆滿年份	覆蓋的機場
雲南空港 雅仕維	51%	雲南機場集團 有限責任公司 (「雲南機場 公司」) (25%); 雲南民航電信 有限公司 (「雲南民航 電信」) (24%)	30年	2037年	昆明長水 麗江三義 大理 德宏芒市 保山雲瑞 普洱思茅 昭通 臨滄 騰沖駝峰 迪慶香格里拉 西雙版納嘎灑
河南空港 雅仕維	51%	河南省鄭州新鄭 國際機場管理 有限公司 (「鄭州 機場公司」) (49%)	20年	2027年	鄭州新鄭
福建兆翔 雅仕維 ⁽²⁾	49%	廈門翔業集團 有限公司 (「廈門 翔業」) (51%)	30年	2036年	廈門高崎 福州長樂 龍岩冠豸山 武夷山
廣西頂源	40%	航美傳媒集團 有限公司 (「航美 傳媒」) (40%); 廣西民航 產業發展 有限公司 (「廣西 民航」) (20%)	30年	2042年	南寧吳圩 桂林兩江 柳州白蓮 北海福成
深圳機場 雅仕維	49%	深圳市機場股份 有限公司 (「深圳 機場公司」) (51%)	15年	2028年	深圳國際機場

(1) 此處指合資經營的年期。媒體資源擁有人或特許經營權擁有人向我們授出的特許經營權因各個合約而有所不同，年期介乎7至15年。

業 務

- (2) 按照上海雅仕維與我們的合營夥伴廈門翔業訂立的日期為2014年6月3日的補充協議的條款，上海雅仕維將以約人民幣10.9百萬元的代價轉讓其於福建兆翔雅仕維的19.0%權益至廈門翔業。我們現時持有福建兆翔雅仕維的49.0%權益。轉讓後，我們的權益將減少至30.0%，而廈門翔業的權益將增加至70.0%。於2013年12月31日的保留盈利將宣派予股東作為股息，並將借貸予福建兆翔雅仕維，作撥付擴展業務用途。該項借貸為免息及無抵押，為期6年。根據該補充協議，合資公司亦易名為廈門兆翔廣告有限公司（「廈門兆翔」）。於最後實際可行日期，我們尚未訂立股份轉讓協議。

投標過程

我們一般通過公開投標或與媒體資源擁有人商務談判合作方式獲取機場的特許經營權（不包括我們合資公司經營的機場）。我們或我們的合資公司一般獲邀向機場提供經營計劃和相關條件，供其考慮。除了獲得合資公司特許經營費外，媒體資源擁有人將擁有合資公司的股份。由於我們的合資伙伴為媒體資源擁有人，組成合資公司的主要優勢在於享有更長期的特許經營權及媒體資源獨家經營權。通過合資經營，我們能與媒體資源擁有人合作改善機場廣告空間管理，以及開發長期拓展的潛力。

特許經營權合約

就機場的媒體資源，我們及我們的合資公司與媒體資源擁有人訂立特許經營權合約。截至2013年12月31日止，我們：

- 與5名媒體資源擁有人就21個相關機場的所有主要媒體資源的獨家特許經營權簽訂特許經營權合約；
- 直接與4名媒體資源擁有人就4個相關機場的所有主要媒體資源的獨家特許經營權簽訂特許經營權合約；及
- 直接與3名媒體資源擁有人就3個相關機場的主要媒體資源的非獨家特許經營權簽訂特許經營權合約

此外，根據特許經營權合約授予我們的主要媒體資源獨家特許經營權，我們亦可能對額外的廣告空間擁有使用權，例如數碼顯示屏、立柱、展覽區、登機橋及高立柱廣告牌。在若干情況下，我們亦擁有對額外廣告空間的優先續約權。該等額外廣告空間包括現時由其他公司營運的廣告空間及機場擴展後的新建廣告空間。

我們通過合資公司方式取得的獨家特許經營權年期介乎5至15年，續約工作需要後續談判。我們通常在該等合約屆滿後成功重續或延長合約。我們的非獨家特許經營權年期一般為3年。

業 務

我們或我們的合資公司為機場的廣告媒體每年向機場繳付特許經營費。特許經營費為以下其中一項：(i)按特許經營權合約的固定費用予以調升，即每年的協議價均有固定增加；或(ii)按合資經營公司所賺取的收入百分比釐定可變費用，視乎繳付的最低保證費用，再按特許經營權合約年期予以調升。根據合約，特許經營費一般每季預先繳付。請參閱「財務資料—重大會計政策—特許經營費」以瞭解特許經營費的會計處理。經考慮乘客流量、未來增長潛力及機場所在城市等因素後，各機場的特許經營費由我們（或我們的合資公司）與媒體資源擁有人作磋商或在投標過程中作出協議。

根據該等協議，我們的主要責任一般包括：

- 銷售、市場推廣及宣傳廣告空間；
- 篩檢擬刊登廣告內容；
- 提名主要管理成員，（包括我們的合資公司總經理），其職責為在我們的支援下監察合資公司的整體業務；
- 為合資公司提供可用的廣告資源，諸如軟件或科技，以進行廣告活動；
- 為合資公司的僱員提供訓練；
- 為機場提供有關廣告活動的諮詢服務；及
- 根據機場的安全標準安裝、維護及移除廣告。

根據該等安排，媒體資源擁有人一般的責任為：

- 為我們提供機場廣告空間；
- 優化及維護機場媒體資源；及
- 及時檢查及核准我們的廣告計劃，並為推行核准的計劃提供適當支持。

我們與媒體資源擁有人將定期商討廣告計劃及定價。舉例而言，媒體資源擁有人可就放置於機場若干部分的特定廣告類別有所選擇。

截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的機場媒體資源（不包括聯營公司深圳機場雅仕維、福建兆翔雅仕維及廣西頂源的收入）分別錄得418.3百萬港元、566.0百萬港元及738.8百萬港元年收入，分別佔該等期間的總收入58.3%、59.4%及61.0%。

業 務

地鐵綫路

根據弗若斯特沙利文報告，在2013年，我們在大中華地區獨家經營主要媒體資源的地鐵綫路收入及數量在私營媒體公司中排名第三。我們亦是香港現有的兩家經營地鐵媒體的戶外媒體公司之一。在香港經營地鐵媒體資源的經驗及成功經歷，幫助我們在中國取得其它的地鐵綫路資源。根據弗若斯特沙利文報告，隨著城市化的推進及急速增加的人口，中國將有更多的城市發展地鐵綫路。

截至2013年12月31日為止，在香港及深圳的6條地鐵綫路中，我們擁有地鐵站內空間及大部分列車本身的媒體獨家經營權。於最後實際可行日期，我們就寧波、無錫及鄭州4條地鐵綫路的主要媒體資源訂立特許經營權合約後將我們的地鐵綫路增加至10條。我們相信廣告客戶在地鐵綫路刊登廣告是因為龐大的乘客流量及多元化的人口特徵。地鐵綫路的乘客在以下層面表現出不同的群體差異，包括年齡、收入水平、職業及其他特徵如專業人士、家庭及遊客。廣告商可運用地鐵綫路的廣告活動，針對一大群受眾或特定的人群。我們的地鐵綫路廣告燈箱，一如機場的廣告燈箱，位於人流量高的地點，例如乘客通道、入口與出口、車站月台及列車本身。此外，由於地鐵遍佈城市中心，故是理想的「銷售點」廣告位置，對於需要宣傳特定產品或服務的廣告商是一種有效的方法。

我們就媒體資源擁有人擁有的廣告空間獨家經營權，與他們訂立特許經營權協議，他們一般是地鐵綫路擁有人或營運商。該等協議的年期介乎3至10年。我們獲給予的廣告空間包括地鐵站內部，如燈箱顯示屏、展板、牆貼展示、梯牌及列車內廣告牌。我們可通過單獨談判獲取額外的廣告空間，例如列車內部與外部車身廣告位置、列車車門、車窗貼紙、安全門貼、車站立柱、海報、樓梯及在地鐵站內的其他指區域。在若干情況下，倘我們能達到特定的收入目標，我們可保留獨家媒體經營權。

我們一般向媒體資源擁有人繳付：(i)最低保證金額，或我們廣告活動收入的固定百分比兩者較高者；(ii)固定百分比；或(iii)固定金額。最低保證金額一般為固定並以調升，即指協議的每年均有固定的調升。

業 務

根據特許經營協議，我們的主要責任一般包括：

- 銷售、市場推廣及宣傳廣告空間；
- 篩選擬刊登廣告的內容；
- 根據地鐵綫路的安全標準安裝、維護及移除廣告；及
- 為媒體資源擁有人提供有關廣告活動的諮詢服務。

根據特許經營權合約，媒體資源擁有人主要責任一般包括：

- 為我們提供地鐵綫路的廣告空間；及
- 興建及維護相關廣告空間。

截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的地鐵綫路媒體資源分別錄得143.3百萬港元、203.1百萬港元及275.3百萬港元收入，分別佔總收入的20.0%、21.3%及22.7%。

廣告牌及大廈創意廣告

除了我們為機場及地鐵綫路所設的媒體方案外，我們亦提供廣告牌及大廈創意廣告形式的媒體方案。我們於2012年開始提供高端大廈創意廣告作為我們空間管理策略之一。該等項目在主要城市具有廣泛的能見度及接觸性，能配合我們的機場及地鐵綫路，為我們的廣告客戶提供全面、綜合的媒體資源解決方案。在選擇該等廣告牌及大廈創意廣告地點時，我們考慮到：

- 它們的策略位置及能見度；
- 費用及特許經營權協議的其他條款；
- 技術可行性；及
- 廣告客戶對此類廣告空間的需求。

就大廈創意廣告而言，我們亦可能考慮特定項目中的創意潛力，以決定其是否為展現創意或運用若干科技、應用程式及技巧的良好機會。

業 務

廣告牌

我們的廣告牌包括數碼及非數碼廣告牌，位於香港、上海、成都、青島及廣州的鄰近主要道路、公路、商業大廈及購物商場的可視度較高地區。該等商業大廈擁有高能見度，能使廣告商廣泛接觸城市居民受眾。於2013年12月31日，我們在5個城市中擁有366個廣告牌及大廈創意廣告。

我們向媒體資源擁有人租賃廣告空間，並向廣告商客戶提供廣告空間。廣告空間包括在商業大廈或交通轉乘站的廣告牌，由媒體資源擁有人擁有或管理。該等租賃的年期介乎約3個月至30年。我們向媒體資源擁有人繳付以下其中之一：(i)固定費用，或(ii)以下的較高者(a)最低保證金額，或(b)我們廣告活動收入中的固定百分比。

根據特許經營協議，我們的主要責任一般包括：

- 銷售、推廣及宣傳廣告空間；
- 篩選擬刊登廣告的內容，媒體資源擁有人亦可作額外檢查及核准；及
- 根據相關的安全標準安裝、維護及移除廣告。

根據協議，媒體資源擁有人的主要責任一般是為我們提供廣告空間，在若干情況下興建及維護相關廣告空間，並包括承擔相關經營成本。

大廈創意廣告

我們在2012年開始提供大廈創意廣告，作為我們的空間管理方法一部分。於最後實際可行日期，我們為不同廣告客戶設計了4個大廈創意廣告，服務客戶包括Nike、Ermenegildo Zegna、H&M及一間大型環球金融機構。我們的大廈創意廣告主要包括香港的獨立或混合用途大廈幕牆廣告、可拆卸的LED及其他在商業建築物外牆的照明顯示牌。該等大廈幕牆廣告是體積龐大的廣告，可以混合數種媒體形式。待廣告逐步安裝在城市中心高能見性的商業大樓後，我們便運用空間管理，改善建築物的外觀及最大化針對消費者的視覺效果。同時，我們亦盡量減低對城市景觀的影響，以及避免阻礙在商業大樓工作人士的窗口。請參閱「一空間管理」，以獲知我們的大廈創意廣告案例。

業 務

我們與大廈媒體資源擁有人訂立協議，就廣告客戶的特定項目使用他們的廣告空間。一般而言，該等廣告空間包括相關大廈的整幢外牆。大部分的廣告活動項目長達3至6個月。然而，在若干情況下，廣告客戶可決定繼續刊登廣告，據此，我們可能續期至額外的3至5個月。由於我們的大廈創意廣告項目按各廣告商及其指定的廣告而定，該等協議的年期相較其他媒體資源短。我們就廣告空間向媒體資源擁有人繳付固定費用。協議可規定在協議年期內分期付款。根據該等協議，我們的責任隨著廣告客戶的要求有所不同，當中可能包括設計或其他創意服務。

截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的廣告牌及大廈創意廣告分別錄得129.6百萬港元、140.4百萬港元及155.5百萬港元，分別佔總收入的18.1%、14.7%及12.8%。

空間管理

我們身為空間管理者，受媒體資源擁有人委託，與傳統的「大批買入、零售賣出」方法截然不同。我們的空間管理方法由兩個主要目標互相配合而成：

- 通過媒體資源的管理及經營，美化機場航站樓、地鐵車站與列車、辦公大樓及購物商場的整體環境與氣氛，改善城市景觀並提升其商業價值；及
- 從我們的廣告客戶利益出發，創意地善用機場、地鐵站、列車或廣告牌的所有可用空間，提升廣告的整體效果。

在我們的空間管理方法下，我們創作出如下的媒體方案：

- 運用所有提供的媒體資源，包括傳統上價值較低的廣告空間；
- 創意運用所有可用空間，而非局限於單一廣告空間；
- 創新地運用科技及數碼媒體，使廣告受眾獲得互動的體驗；及
- 從視覺延伸至刺激廣告受眾的嗅覺、觸覺及聽覺。

業 務

上述媒體方案綜合提升機場航站樓、地鐵站、城市景觀、辦公室大樓及購物商場的整體設計及建築。藉此，乘客在機場及地鐵綫路的旅遊體驗，以及城市居民及專業人士的日常生活品質得以改善。我們的媒體資源以不同形式展示在各個廣告空間，例如燈箱顯示屏、牆壁、展覽位置及數碼顯示屏。因此，我們常常能在同一廣告中，糅合數種媒體形式，使更多消費者看見及留下強烈的印象。由於我們擁有獨家特許經營權，我們並不局限在單一廣告空間中，更能發展額外的可用位置，包括地板、列車的天花板、立柱及其他牆體。因此我們能達到增加可銷售廣告空間的目標，給予客戶在廣告投放上更多的選擇。我們亦通過綜合新的科技或數碼媒體，提升媒體方案的價值。按照這個方法，我們能把廣告活動的效果增至最大。

以下是我們空間管理的主要例子：

- **瑞士糖**。我們為瑞士糖在港鐵九龍塘站設計了一項互動廣告，利用地板上的貼紙吸引乘客留意地鐵站內一幅較少人經過的的牆壁展示位置，藉此乘客有機會獲得印有農曆新年語句的免費磁石貼。我們相信這不單為乘客提供互動及參與的體驗，更能有效地傳遞廣告訊息，以及創造出持久的效果。此亦說明我們能運用二綫的廣告空間，在廣告客戶向消費者傳遞訊息上提供創新的方法。以下為瑞士糖廣告的磁石貼。



業 務

- 我們與香港的主題樂園攜手合作，把萬聖節主題的貼紙及廣告港鐵九龍塘站、尖沙咀東站、旺角東站、紅磡站及沙田站。乘客能下載手機程式，通過掃描該圖案參與互動捉鬼遊戲。藉此我們能優化可用空間，包括該等地鐵中的二綫空間，並展現我們能夠成功應用先進科技，為消費者創造互動體驗。
- 在海底隧道主要轉乘站附近一個戶外停車場裡，我們利用視覺效果製造出錯覺創意廣告，宣傳香港的主題公園的新景點。
- **舊街場白咖啡**。我們為舊街場白咖啡構思並執行廣告，運用港鐵九龍塘站的環境重新打造出舊街場風貌，製造繁忙舊式市場的倒影，充分運用行人通道及不同形狀的立柱。我們透過在該地方散播咖啡香氣吸引客人，進一步加強廣告的體驗。我們相信，是此的互動體驗說明了我們在設計上的創意，同時觸動消費者的嗅覺，而非單單使用傳統的視覺效果。以下為港鐵九龍塘站及沙田站舊街場白咖啡廣告。



業 務

- 我們為一間主要汽車製造商構思並執行廣告，把牆貼與杭州蕭山國際機場的行李認領區行李運輸帶綜合起來。除了使用冷光源展示技術，我們更把汽車圖案放置於運輸帶處，製造出運輸帶從汽車行李箱運送出乘客行李的動態效果。
- **Ermenegildo Zegna**。我們為北京道一號的外牆（位於香港尖沙咀維多利亞海旁的商業建築物）開發出一種大廈幕牆廣告。這次設計把北京道一號具有特色的曲綫外牆打扮為設計師的標誌性時裝。我們還運用一種特別的有孔大廈幕牆廣告，使在辦公室大樓工作的人能在最低影響下看到幕窗外的景色。以下為我們為Ermenegildo Zegna製作的大廈創意廣告。



業 務

- **H&M**。我們創新使用及安裝一種LED動畫大廈幕牆廣告，使時裝影像及其他訊息，例如聖誕、西方及農曆新年季節的節日祝賀語顯示在中信大廈（位於香港金鐘區維多利亞港旁的商業建築物）的整幢外牆。此項目的LED照明能夠完全拆卸，無需內置。以下為我們為H&M製作及安裝的大廈創意廣告。



業 務

以下為我們為Nike2014世界杯廣告系列製作的大廈創意廣告。



以下為我們為BMW於香港紅磡站停車場外面設計製作的廣告牌。



業 務

以下為我們為日清食品在港鐵九龍塘站設計的3D杯麵展示廣告。



以下為我們為Refresh設計結合LED元素及磁貼的廣告。



以下為我們為V city設計的香港輕鐵車身全包廣告。



業 務

以下為於本公司深圳國際機場LED顯示屏播放的Ermenegildo Zegna時裝展。



我們的營運

概要

我們的營運涉及在機場及地鐵綫路的媒體資源，我們通過特有的方式測量增長及發展。根據我們管理層的經驗及於往績記錄期間的表現，該部分的增長及發展可劃分為3個階段：起步期、穩定增長期及規模增長期。

起步期是指我們從機場或地鐵綫路購入媒體資源特許經營權，並開始營運直至特定的機場或地鐵綫路賺取利潤。一般而言，起步期為1至2年。起步期過後，我們的營運達至穩定增長階段，即我們在相關機場及地鐵綫路已穩定建立客戶基礎及營運。我們營運中的該階段一般表現為收入穩定增長。起步及達至穩定增長的能力及盈利能力視乎如何開發及管理媒體資源，以及與媒體資源擁有人磋商具競爭力的特許經營費。

由於乘客的吞吐量隨著時間增加，我們一般能增加銷售價格，而媒體資源擁有人亦可能翻新或興建新的航站樓以容納增加的乘客量。一般在開放新的機場航站樓或重大擴展地鐵綫路或車站重大擴建的情況下，相關機場或地鐵綫路媒體資源會增加，我們的營運將進入規模增長期。在規模增長期，收入及利潤一般較穩定增長期有更大幅度的增加。隨著該等新的營運逐步穩定，我們的表現亦將穩定下來，我們的收入及利潤增長將回歸至穩定增長的階段。

業 務

下表為指明時期內按發展階段載列出機場及地鐵綫路的數目（不包括由福建兆翔雅仕維、廣西頂源及深圳機場雅仕維等聯營公司營運的機場）。

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	(機場／地鐵綫路的數目)		
發展階段			
起步期			
機場	3	2	—
地鐵綫路	2	2	1
穩定增長期			
機場	17 ⁽¹⁾	7	9
地鐵綫路	4	4	5
規模增長期			
機場	—	11 ⁽¹⁾	11 ⁽¹⁾
地鐵綫路	—	—	—

(1) 包括雲南空港雅仕維經營的11個機場。

定價策略

我們根據行業資訊及市場趨勢制定及調整定價策略。我們為媒體資源定價時考慮下列幾項因素，包括我們的網絡對廣告客戶的吸引力、可用的廣告空間數目、我們的網絡內擁有的機場及地鐵綫路數目及規模、對廣告空間的需求水平，以及廣告客戶認為在我們的網絡內刊登廣告的效果。我們亦經考慮特許經營費及競爭者的定價。

根據行業慣例，我們設計出媒體價目表，按所需的廣告空間數目及類型，有效為標準廣告組合提供報價。該等媒體價目表的報價，均根據從行業經驗及市場資訊收集而得的數據。然而，為了符合廣告客戶的需要，我們亦提供度身訂造的廣告組合以滿足所需的額外服務。在該等情況下，我們經考慮以下因素後，根據提供的服務調整價格：

- 機場、地鐵綫路或其他廣告空間所在的城市；
- 所需的燈箱數量及延伸的其他廣告空間覆蓋；
- 廣告合約的期限；及
- 發展及建立所需媒體的技術、勞工、維護及其他成本。

業 務

我們亦需要就廣告客戶使用媒體資源而收取的費用，與媒體資源擁有人商討及協議。我們會在各年末時重新評估定價及媒體價目表。考慮任何必要的調整以反映通脹因素、每種媒體資源的行業及市場，以及競爭者的定價調整或改變等的任何所需調整後，我們亦可能就主要市場發展所需，在年內進行定價調整。

行業科技

我們保留的知識庫建立在多年的經驗及研究基礎之上，是公司寶貴的資產。我們通過以下途徑建立知識庫：

- 在我們完成新項目時加入項目檔案；及
- 與我們的媒體管理、規劃與發展，以及市場推廣與銷售團隊磋商後，加入近期廣告的個案分析。

上述團隊每2至3個星期舉行合作會議，磋商市場趨勢及科技。他們檢視及評估我們在過往推行的廣告及項目，同時亦研究其他本地及海外媒體公司的近期廣告。該等會議過後，我們便將該等廣告的個案分析加入至知識庫中，以便在日後的項目中更易找到參考資料。

我們在香港、深圳、上海及北京擁有24名僱員，負責開發及測試各種科技與工藝相結合的綜合媒體方案，例如LED及其他照明應用、流動應用程式、新的印刷刊物、模擬3D打印效果及色彩管理。舉例而言，他們可能開發運用手機科技及應用程式的選擇，為手機使用者創造更互動的體驗，並通過各種通訊方法或社交媒體平台，把廣告商的訊息迅速傳遞至廣泛的受眾。為獲悉最新的科技，我們亦就最新的科技及應用程序，定期與合作的承包商聯絡。

我們在深圳擁有印刷設施，負責測試及發展新的印刷程序及工藝，讓我們得以改良色彩管理程序並製作更高品質的印刷廣告。我們相信該工藝將吸引需要更高品質及更佳視覺效果的新客戶。

憑藉豐富的行業科技，我們能夠提供具創意及全面的媒體方案，不僅符合廣告客戶的獨特廣告需要，亦能積極為彼等提供具創意的建議。

業務的中央職能

為實現營運程序標準化、快速有序推行擴展計劃及精簡營運，我們已將四項主要職能（即市場推廣、營運、財務及銷售）集中化。

業 務

我們的中央職能部門設定了標準化的營運程序，使我們在中國和香港新的運營公司迅速及有效開展業務。團隊提供市場推廣運營及財務方面的培訓和技能傳授。因此，我們得以從中央管理至下層推行風險管理政策及維持營業與服務的品質。我們的市場推廣團隊提供市場研究及支援，運用豐富的經驗，組合可行及吸引的市場推廣建議，由銷售團隊向客戶推銷。我們的銷售團隊可與中國及香港的新成立及現有營運團隊分享客戶網絡，以迅速把握機會。請參閱「一 市場推廣及銷售」。在新增媒體資源的起步期間，我們必須迅速及有效地複製業務及營運模式，並傳授運營知識及技能。

安裝及維護

廣告客戶決定採用我們的媒體資源進行廣告宣傳後，我們會一起合作製作廣告以供展示。部份廣告客戶會向我們提供他們的廣告，而我們亦可能向我們的廣告客戶提供設計及其他增值服務。我們的創意團隊將與相關推廣及銷售團隊合作，以作出提案及廣告效果圖供廣告客戶考慮。其後我們按照廣告客戶的進一步規格或要求修改廣告設計。在這個過程中，我們亦會檢查廣告是否符合審查及其他規定，並（如必要）向相關當局完成辦理申請手續。我們與廣告客戶落實廣告後，視乎廣告規格，我們將用我們的印刷設施進行廣告印刷或外判予第三方印刷廠進行印刷。我們繼而與媒體資源擁有人安排安裝時間。

我們的前綫運營團隊負責建立本地團隊以處理安裝、維護及移除廣告。他們處理在機場及地鐵站展示的廣告。他們亦確保本地團隊遵循一貫的安全標準。於展示期間，我們進行維護檢查，並在有需要時維修或清潔廣告展示，直至廣告拆卸為止。我們的中央營運管理協調小組為本地前綫營運團隊提供整體訓練及支援，以在擴展業務中保持高標準。我們的中央營運管理協調小組亦負責持續的品質管理。我們有指定的僱員負責監察廣告，確保廣告妥善及穩固地安裝在正確的位置及時間，並保持一貫的乾淨及正常運作。倘發現任何問題，我們的僱員會作出附有相片的報告，並存於中央紀錄內，前綫員工會進行相關維修。安裝廣告後，我們會向廣告客戶報告有關廣告的類型、數量、展示期及其他詳情。

我們聯絡符合資格的第三方工程公司及承包商，以完成安裝、維修及移除機場部分媒體資源的廣告。除了燈箱顯示屏、海報、廣告牌及大廈創意廣告外，我們亦與該

業 務

等第三方就安裝、維修及移除地鐵綫路資源，訂立合約。然而，我們的營運單位僱員會監督及審查該等分包商的工作。

資訊科技

我們的資訊科技系統協助合約管理、銷售、客戶管理、媒體資源庫存及媒體資源預約。我們運用的專有資訊科技基礎流程平台及系統，由我們公司的軟件團隊與外部軟件發展商共同開發，並由業務及營運部門不斷輸入資料。於2013年12月31日，我們約有9名僱員負責營運及維護資訊科技系統，他們亦與第三方服務供應商合作。

我們的資訊科技系統整合主要的營運程序及管理，並能處理中國及香港的主要業務交易。通過我們的銷售及客戶管理系統，僱員能分享廣告客戶的資料、選擇偏好及近期合唔的紀錄。客戶能通過我們的媒體資源預約系統，要求及預約廣告空間。我們打算改良資訊科技系統以提高效率。舉例而言，我們旨在進一步為地鐵綫路營運提高管理資源系統自動化程度，使各個營運能共享資源及銷售資訊。我們相信，隨著我們在更多城市推行新媒體資源，我們將能更有效地複製營運。

供應商

我們的供應商包括向我們提供廣告空間的媒體資源擁有人，以及在我們的媒體網絡內提供廣告物料及廣告安裝與維修的供應商。於往績記錄期間，我們的前五大供應商是向我們提供廣告空間特許經營權的媒體資源擁有人，分別佔我們截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度的收入成本57.0%、55.6%及56.8%。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的最大單一供應商分別佔我們的收入成本20.6%、20.6%及19.4%。

我們的供應商包括（其中包括）：

- 香港鐵路有限公司（我們取得香港4條地鐵綫路及13個購物商場的獨家經營權）；
- 杭州蕭山國際機場有限公司（我們取得浙江省1個機場的特許經營權）；
- 雲南機場集團有限責任公司（我們取得雲南省11個機場的特許經營權）；

業 務

- 深圳市機場廣告有限公司（我們取得廣東省1個機場的特許經營權）；
- 河南省鄭州新鄭國際機場管理有限公司（我們取得河南省1個機場的特許經營權）；
- 廣西民航產業發展有限公司（我們取得廣西自治區4個機場特許經營權）
- 廈門翔業（我們取得福建省4個機場特許經營權）。

據董事所知，於最後實際可行日期，概無我們的董事、彼等各自之聯繫人或任何股東（持有多於我們發行股本的5.0%）持有我們任何五大供應商的任何權益。

客戶

我們的廣告客戶直接或通過第三方廣告代理向我們購買廣告空間。因此，我們的廣告客戶包括第三方廣告代理及國際與本地品牌擁有人。我們與中國及香港很多主要的品牌擁有人及廣告代理建有緊密的關係。我們相信通過以下基礎能吸引及維繫廣告客戶：

- 我們的獨家特許經營權可為廣告商提供長期的可靠性及彈性選擇；
- 我們的廣告資源在中國主要大城市中擁有理想的位置；及
- 我們在提供媒體方案上擁有專業經驗。

我們曾與各行業的不同廣告客戶合作。我們的廣告客戶包括《財富》雜誌2013年全球企業500強當中的111間，亦包括《財富》雜誌2013年中國企業500強當中的88間。我們亦與主要廣告代理維持良好的關係，他們能向廣泛的客戶推薦我們，當中包括亞太區10大第三方廣告代理的其中8間。曾經與我們合作的廣告代理亦會向我們轉介客戶。

我們的廣告合約一般與特定的廣告活動相關，其中短期宣傳可少於1個月、中期宣傳可為期1至4個月或長期宣傳可長達3年。在大多的情況下，我們的客戶也會連續重續他們的短期宣傳合約。我們使用標準的廣告合約，一般列出預留的廣告空間、單位、價格及其他提供的服務。內容可能由廣告客提供或與推廣團隊根據廣告客戶的要

業 務

求要共同開發。我們可能提供標準的廣告組合，或根據特定廣告商對創意廣告方案的需要，為他們設計度身訂造的策劃。我們一般要求廣告客戶預先繳付按金。我們的廣告客戶一般根據相關合約的規定按月分期付款。

於2013年，我們擁有約1,627名廣告客戶使用我們的媒體資源刊登廣告，當中包括589名第三方廣告代理。於往績記錄期間，我們的前五大客戶分別佔截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度收入的7.7%、7.6%及9.0%。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們最大的單一客戶分別佔我們的收入2.1%、2.0%及2.8%。

據董事所知，在最後實際可行日期，概無我們的董事、彼等各自之聯繫人或任何股東（持有多於我們發行股本的5.0%）持有我們任何五大客戶的任何權益。

市場推廣及銷售

我們擁有經驗豐富的推廣及銷售團隊，在中國及香港僱員人數逾200名，他們負責開展市場推廣計劃，並作為客戶的聯絡人。

市場推廣

我們在市場推廣及銷售方面採取市場主導的方法，因為我們相信市場團隊打下的基礎能為銷售團隊提供平台，向廣告客戶提供媒體資源及增值服務。我們的市場團隊負責宣傳產品及服務，並向廣告客戶、媒體資源擁有人及消費者維護我們的品牌。我們通過定期發送電子新聞簡訊展示廣告、媒體講座、新聞通稿廣告與媒體雜誌的贊助式廣告及其他特別推廣活動，宣傳產品及服務。為了提升品牌聲譽，我們亦參與行業活動，例如論壇及會議，廣告客戶及媒體資源擁有人也會出席活動。我們亦通過公司網站及各種社交媒體平台活躍於互聯網。

我們的中央市場管理協調小組設於香港，主導推廣及銷售活動及負責所有當地市場團隊的監督與培訓。我們的中央市場管理協調小組為當地團隊提供指導，並從資訊管理系統抽取數據向他們轉介客戶，以發展進一步的業務機會。他們亦會進行可行性研究，包括研究實際或安全問題，以及對乘客流量及資料進行市場研究。他們委託獨立的第三方研究代理進行市場研究，使我們能獲得戶外媒體行業、乘客及客戶的最新資訊。該等幕後工作使我們能準備有詳細研究支持的媒體推薦，供銷售團隊使用。該等幕後工作亦協助我們在媒體網絡的新城市中，建立本地市場營銷及銷售團隊，在執行媒體方案時提供專業技能的訓練及協助。我們的本地團隊與銷售團隊合作，在本地設計媒體價目表、媒體推薦及進行例行市場研究。有關廣告收費表的資料，請參閱「— 我們的營運 — 定價策略」。

業 務

銷售

我們的全國銷售網絡包括上海的重要客戶部及遍佈中國的16間本地銷售部門。我們的重要客戶都集中於第三方廣告代理業務，並負責交叉銷售我們的媒體資源予不同城市的重要客戶及其他廣告客戶。他們亦負責與我們的重要客戶（為廣告商及代理）保持良好關係，並協助本地銷售團隊與重要客戶說明及開發創意廣告。我們的銷售團隊以行業分類，因此對該行業的慣例、廣告預算及客戶需求十分了解。他們與我們的市場團隊緊密合作，運用市場研究及策略，以詳細研究支持的媒體推薦向廣告客戶說明我們的優勢、經驗及能力。他們設計媒體價目表，開發及跟進銷售機會。作為與廣告客戶的主要聯絡人，我們的銷售團隊能提供廣告客戶的直接反饋，以便我們改善持續及未來的廣告活動。

我們相信憑藉多年的經驗及與廣告客戶（包括擁有廣泛終端客戶網絡的廣告代理）建立的關係，我們能維繫現有客戶的忠誠度，亦能吸納新的廣告客戶。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們在銷售及推廣開支方面分別花費約44.2百萬港元、59.5百萬港元及75.0百萬港元，佔同期收入的6.2%、6.2%及6.2%。

知識產權

我們的雅仕維商標對業務十分重要，我們依賴商標法以保護商標。於最後實際可行日期止，我們在中國擁有兩個註冊商標。我們相信，以下挑選的商標乃在中國及香港尚待註冊，對我們的業務營運及競爭力的意義實屬重大：

商標	註冊日期
	尚待註冊
	尚待註冊
	尚待註冊
	尚待註冊

見「法定及一般資料－8. 本集團的知識產權」。

業 務

獎項及認可

本集團在營運歷史中，獲得無數獎項及認可，得益於本集團的聲譽、產品及服務的品質。下表列出我們獲得的主要獎項及認可：

獎項	年份	頒發組織
GB/T19001-2008/ISO9001: 2008質量認證 (上海雅仕維)	2014年	卡狄亞標準認證(北京) 有限公司
上海市著名商標 (上海雅仕維)	2014年	上海市工商行政管理局
第六屆金投賞年度獎 最佳媒體公司	2013年	第3種人傳媒
中國最具廣告影響力的 戶外媒體資源獎.....	2013年	中國廣告協會
第二十屆中國國際廣告節 中國廣告長城獎銅獎.....	2013年	中國廣告協會
第五屆中國創意傳播國際大獎， 服務類及小預算類別金獎	2013年	21世紀市場推廣全媒體傳播 平台
第六屆金投賞獎項， 戶外媒體類別金獎.....	2013年	第3種人傳媒
第九屆中國廣告論壇， 2012年中國最具影響力的 廣告作品大獎	2013年	中國廣告協會
2012年中國廣告戶外年度獎， 高空創意類金獎.....	2013年	《中國廣告》雜誌
第四屆中國經典傳播虎嘯獎， 企業形象及 賽事活動推廣類金獎.....	2013年	中國廣告趨勢論壇
中國一級廣告企業(媒體服務) (上海雅仕維)	2011年	中國廣告協會企業資質認定 委員會

業 務

競爭

廣告行業市場分散、競爭十分激烈、並不斷改變。我們面對激烈的競爭。我們主要在以下方面（其中包括）爭取廣告客戶：媒體資源的位置、我們可提供的媒體資源數目、我們通過創意提供的增值服務、價格和提供服務範圍等。我們相信，憑藉獨特的空間管理、創意及範圍廣泛的媒體網絡，我們具有強大競爭力。

根據弗若斯特沙利文報告，我們與中國和香港的其他戶外廣告公司競爭。直接競爭者包括在機場及地鐵綫路營運的廣告的公司，例如德高、百靈時代、TOM集團、華視傳媒及航美傳媒。我們一般就網絡規模與覆蓋、地點、價格、品質、我們提供的媒體資源及我們的品牌名稱爭取廣告客戶。我們亦面對來自其他公司的進入中國城市最理想廣告位置的競爭。機場、地鐵綫路、個別建築物擁有人及物業亦可能決定獨立製作、安裝及維護自己的廣告顯示牌。

我們亦與不同的廣告形式競爭廣告客戶的整體廣告開支。我們與報紙、電視、直接郵件、雜誌、廣播及公共／戶外設施、廣告牌、以互聯網為基礎的服務、手機裝置／應用程式、無線寬頻和公共交通廣告公司競爭。部分形式的廣告可能擁有更廣泛的受眾群體，或較我們的媒體資源更廣泛傳播訊息。此外，使用該等廣告形式作為業務營運的廣告客戶，或參考該等廣告形式作購買決定的客戶可能更接受該等廣告形式。

於未來，我們可能面對來自戶外廣告部分的新加入者、現時尚未廣泛使用的較新廣告方法或尚未發展的科技運用種種因素帶來的競爭。我們不能預測未來會否因為有關規管的改變，或新產品及科技的應用，而令廣告行業面對進一步的競爭。

然而，我們相信，在中國廣告市場的主要市場參與者已與媒體資源擁有人發展長期及穩定的關係。藉此為不曾在主要城市擁有廣告空間的較新市場加入者造成進入市場的障礙。很多大型品牌及廣告商已與現有廣告代理或直接與廣告公司建立關係。因此，較小型的及新的市場加入者可能缺乏資源及經驗，難以與現有市場參與者競爭及滿足廣告客戶的需要。

業 務

僱員

於最後實際可行日期，我們及我們的合資公司擁有662名僱員，當中98名在香港，而564名在中國。下表按部門載列我們的僱員明細：

職能	僱員人數
管理.....	25
推廣及銷售.....	281
財務.....	75
營運管理.....	105
前綫營運.....	61
創意團隊及研究與開發.....	24
其他.....	91
總數.....	662

我們相信，我們與僱員擁有良好關係，並旨在培養僱員強烈的忠誠度及敬業精神。我們致力通過提供清晰的事業發展路徑及提升技能的機會以鼓勵僱員。我們在入職時向僱員提供強制培訓，並按分派的職責提供持續培訓，以豐富他們的技能組合。我們特別為市場推廣及銷售團隊提供定期培訓。我們為前綫運營的僱員提供定期安全培訓。我們委聘已完成相關安全培訓課程的安全主任監督我們的媒體資源廣告於安裝、維護及移除的過程中進行的工作，以確保妥善執行安全規定。此外，我們的安全主任會抽查前綫運營團隊所進行的工作，以確保符合安全規定。一旦發生任何與安全有關的事故或傷害，須向我們的管理層匯報，以便彼等作進一步處理和記錄。

我們的僱員薪酬一般包括基本薪酬及酌情花紅。我們亦按銷售及其他表現目標，為僱員提供獎勵。我們根據香港法例為香港的合資格僱員提供強積金固定供款。我們根據相關法例為中國的僱員提供福利。我們與僱員保持良好的關係，於往績記錄期間並沒有任何重大勞工糾紛或停工。

物業

於最後實際可行日期，我們在香港租賃5幢物業、在中國擁有12幢物業及租賃33幢物業，均用作辦公室及其他設施。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的租賃物業的租金開支分別為8.3百萬港元、9.7百萬港元及12.4百萬港元。

業 務

我們所有自有物業為我們自用。就香港上市規則第5章而言，根據本[編纂]附錄一會計師報告中載列的最新經審計綜合資產負債表，截至2013年12月31日止的自有物業權益及總資產的總賬面值分別為200,000港元及900,000港元，截至該日期並無單一物業權益構成非物業活動，並擁有總資產的15%賬面值或以上，因此我們並不須按上市規則第5章，估值或載列我們的物業權益於本[編纂]的任何估值報告中。

據此，根據公司條例（豁免公司及[編纂]遵從條文）公告第6(2)條，本[編纂]獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定，即就本公司於土地或建築物的所有權編製估值報告。

保險

本集團的營運受涵蓋（其中包括）第三方責任、公眾責任及僱員賠償的保險保障。我們根據與媒體資源擁有人的協議條款投保，當中涵蓋我們及分包商進行的活動。

我們相信，我們的保險涵蓋範圍與行業及地區慣例一致，並對我們的業務營運提供足夠的保障。我們不時檢討及評估風險及適當調整保險涵蓋範圍。更多詳情，請參閱「風險因素—有關業務及行業的風險—我們的保險可能不足夠涵蓋所有損失」。

法律訴訟

於日常業務過程中，本集團不時涉及法律訴訟及其他糾紛，主要為僱員因輕度傷殘對我們作出小額申索，或廣告客戶因未能繳付廣告欠款對他們作出申索。我們並無就該等法律訴訟產生大額法律成本及開支。我們目前並無亦不知悉任何待決或對我們造成威脅的重大法律或行政訴訟、申索或糾紛。

監管合規

經董事確認，於最後實際可行日期，本公司已取得在中國及香港經營業務所需的所有重要執照及許可證。下列為於最後實際可行日期的違規事項（不論正在解決或並非本質嚴重的事項），我們相信該等事項對本集團而言並不重大。

業 務

中國

編號	附屬公司名稱	違規事項	違規原因	法律後果及可能被判的最高罰則	補救措施	防止違規事項再度發生的適當措施
1.	(1)上海雅仕維 (2)廣州雅仕維	在上海及廣州部分地區的16個廣告資源，未能為戶外廣告展覽及顯示重續許可證。	於最後實際可行日期，由於上海及廣州市容及管理相關政府部門暫停處理許可證申請，許可證未能重續。	根據《中華人民共和國廣告法》及就展覽與顯示戶外廣告的相關本地計劃及措施，展覽與顯示戶外廣告需要向管理戶外廣告展覽與顯示的部門取得許可證。	我們已及將繼續與相關政府部門密切跟進，確認政府當局何時將恢復審批程序。	我們已制訂及執行以下內部指引及政策： <ul style="list-style-type: none"> • 在未來重續相關許可證前，我們將不會展現或顯示任何該等戶外廣告； • 我們的員工須定期向我們的法律及合規團隊匯報我們營運所需的各項許可證的狀況。我們的法律及合規團隊亦將密切監察各項許可證的狀況，包括重續有關許可證的時間； • 我們將就相關法律規定的變更向員工提供定期培訓及最新資料；及 • 如有需要，本集團將就合規事宜聘請外部法律顧問。
				管理戶外廣告展覽與顯示的部門有權要求在限定的時間內移除違法的戶外廣告展覽與顯示。倘該等廣告展覽與顯示在指定時間內沒有移除，該等廣告展覽與顯示將被強制移除，並判處若干罰則。		
				所有不合規事件的最高可罰款：人民幣750,000元。		

業 務

我們的中國法律顧問告知，我們因該等違規事項而受罰的機會甚微，因為：(i)根據本公司的確認，相關的廣告在未有重續許可證的情況下已展現及顯示超過5年；及(ii)於最後實際可行日期，我們並沒有收到各城市政府當局有任何移除相關戶外廣告通知。我們的董事亦相信，該等事項相當可能不會（個別或總計）對我們的業務、財務狀況及營運業績有任何重大不利影響，主要因為：(i)於最後實際可行日期，並無政府部門對我們判處罰則；(ii)所有違規事件的最高潛在罰款人民幣75萬元預期對本集團整體而言並不重大；及(iii)截至2013年12月31日止年度，在沒有許可證的情況下相關媒體資源產生的收入為人民幣18.6百萬元（佔本集團的收入1.92%），對本集團整體而言並不重大。基於上述因素，我們並無就該等事項作出任何潛在負債撥備。

業 務

編號	附屬公司名稱	違規事項	違規原因	法律後果及可能被判的最高罰則	補救措施	防止違規事項再度發生的適當措施
2.	(1) 浙江雅仕維 (2) 雲南空港雅仕維 (3) 河南空港雅仕維 (4) 廣州雅仕維 (5) 北京雅仕維 (宜昌分公司)	部分地區的廣告欠缺戶外廣告註冊證書，當中涉及廣東、浙江、雲南、河南及河北省的396個媒體資源。	由於註冊證書的申請程序需要相當長的時間，若干附屬公司未能在掛起廣告前取得註冊證書。	根據國家工商管理規定的戶外廣告登記管理規定，在機場航樓內部及外部展覽與顯示的廣告均為戶外廣告。此外，有關沒有註冊而刊登戶外廣告的單位或個人，地方工商管理局的行政部門將沒收從廣告產生的收入及判處最高人民幣30,000元的罰款，並責令限時辦理註冊程序。倘註冊程序未能在特定期限內完成，該等戶外廣告將下令終止刊登。	就須改正的廣告註冊，我們已向相關地方工商管理局提交廣告註冊申請。	我們已制訂及執行以下內部指引及政策： <ul style="list-style-type: none">• 我們將要求我們的僱員改善與相關政府部門的溝通，藉此促進相關規管程序；• 實施提示系統確保未來的申請將適時提出。我們將指定我們的員工進行檢討，確保展覽及顯示廣告前，取得廣告展覽及顯示所需的所有證書；• 我們的員工須定期向我們的法律及合規團隊匯報我們營運所需的各項許可證的狀況。我們察各項許可證的狀況，包括重續有關許可證的時間；• 我們將就相關法律規定的變更向員工提供定期培訓及最新資料；及• 如有需要，本集團將就合規事宜聘請外部法律顧問。
				所有違規事件的最高潛在罰款：地方工商管理局已通過向我們發出合規函件，確認不會對我們判處任何罰款。		

業 務

我們的中國法律顧問告知，我們因該等違規事項而受罰的機會甚微，因為於最後實際可行日期，我們並沒有從國家工商管理局收到任何通知。此外，我們已從各個相關的國家工商管理局部門取得合規證書，證明我們並無違反任何法律及規例。我們的董事亦相信，該等事項相當可能不會（個別或總計）對我們的業務、財務狀況及營運業績有任何重大影響，主要因為：(i)於最後實際可行日期，並無政府部門對我們判處罰則；(ii)相關國家工商管理局已確認彼等不會就該等違規事件對我們處以任何罰款；及(iii)上述的許可證問題正根據適用法律及規例的常規程序改正。基於上述的因素，我們並無就該等事項作出任何潛在負債撥備。

業 務

香港

有關前身公司條例的違規事項

編號	附屬公司名稱	違規事項	違規原因	法律後果及可能被判的最高罰則（如有）	防止違規事項再度發生的適當措施
3.	雅仕維廣告	我們的香港附屬公司未能在往年舉行的彼等各自股東年度大會上提交彼等各自的經審計賬目，而在該等股東年度大會上提交的彼等若干經審計賬目日期超出相關股東年度大會日期前的九個月。	此疏忽並不是故意造成，因為未有向我們的附屬公司適時提供專業的建議，以確保遵循《前身公司條例》。	根據《前身公司條例》第122條，香港公司的董事必須安排在公司股東年度大會前，準備及提交公司的損益表及資產負債表。該等賬目日期須為相關股東年度大會日期前不超過九個月。未能按《前身公司條例》第122條採取合理步驟的董事可能被處12個月的監禁及300,000港元罰款。	我們已制訂及執行以下內部指引及政策： <ul style="list-style-type: none"> 我們的執行董事、首席財務官及公司秘書蘇智文先生（一名在香港擁有18年會計及財務經驗的合資格會計師，並為香港會計師公會的成員）負責監察本集團的會計事宜及我們香港附屬公司的公司秘書事宜； 我們最近亦聘請了高級公司秘書主任（為香港特許秘書公會成員），協助蘇先生處理本公司與香港附屬公司的公司秘書事項；及 本集團將聘請外部法律顧問，在有需要的情況就合規事宜作出建議。

業 務

香港大律師容至賢先生獲聘用就違反《前身公司條例》第122條提出法律意見。他告知，自相關香港附屬公司或彼等董事在股東年度大會上應採取相關步驟以提交財務報表日期起3年屆滿後，彼等不會就違反第122條受到檢控。另一方面，相關附屬公司的董事仍然有機會就未能提交截至2010年12月31日止年度往後的財務報表受到檢控。他認為，(i)違反《前身公司條例》第122條的嚴重程度實為輕微；(ii)一旦受到定罪，判處最高刑罰的可能非常微小；(iii)附屬公司任何董事獲判處監禁為相當不可能；及(iv)輕判因素有利於董事，董事將可減低主審裁判官判處的潛在罰款。

董事確認，由於該等違規與本集團業務中管理營運的所需執照並無直接關係，上述違規不會對本集團的業務營運造成不利影響。

業 務

編號	附屬公司名稱	違規事項	違規原因	法律後果及可能被判的最高罰則（如有）	防止違規事項再度發生的適當措施
4.	雅仕維廣告 雅仕維廣告媒體 雅仕維媒體 Asiaray Outdoor Asiaray Metro Genesis Printing Genesis Signmaker 香港雅仕維	我們的香港附屬公司未能在彼等若干變動詳情出現若干變動時，在規定的時間內提交所需通知予香港公司註冊處處長。	此疏忽並不是故意造成，因為我們附屬公司缺乏適時及專業的建議，以確保遵循《前身公司條例》。	根據《前身公司條例》第92條、第107條、第109條及第158條（「相關條例」），香港公司在公司詳情出現若干變動時，必須在相關條例指定的時間內提交通知予香港公司註冊處處長。 我們作出拖欠的附屬公司及公司各高級人員可就該以往違規第三級（10,000港元）或第五級（50,000港元）被判罰款（視乎情況而定），及就相關條例下各逾期拖欠被判每日拖欠罰款300港元（第三級）或700港元（第五級）。	我們已制訂及執行以下內部指引及政策： • 我們的香港附屬公司已向香港公司註冊處提交所有相關及所需規定表格及通告，就有關本集團或任何高級人員的該等逾期提交事項，並沒有收到告知對本集團或相關附屬公司的任何高級人員的任何檢控，或對本集團或相關附屬公司的任何高級人員判處罰款； • 我們的執行董事、首席財務官及公司秘書蘇智文先生（一名在香港擁有18年會計及財務經驗的合資格會計師，並為香港會計師公會的成員）負責監察本集團的會計事宜及我們香港附屬公司的公司秘書事宜； • 我們最近亦聘請了高級公司秘書主任（為香港特許秘書公會成員），協助蘇先生處理本公司與香港附屬公司的公司秘書事項；及 • 本集團將聘請外部法律顧問，在有需要的情況就合規事宜作出建議。

業 務

我們的香港法律顧問認為(i)違反的嚴重程度為輕微；(ii)一旦受到定罪，判處最高刑罰的可能微小；(iii)附屬公司任何董事獲判處監禁為相當不可能；及(iv)輕判因素有利於附屬公司及其董事，董事將可減低主審裁判官判處的潛在罰款。然而，相關香港附屬公司及其各自的董事仍然有機會就該等違反及公司註冊處的斟酌決定而受到檢控。

我們的董事亦確認，由於該等違規與本集團業務中管理營運的所需執照並無直接關係，上述違規不會對本集團業務的營運造成不利影響。