

## 業 務

### 概覽

我們為第三方擁有媒體內容的領先發行商，總部位於香港，於中國、新加坡、馬來西亞、台灣、印尼及日本開展業務。就媒體內容發行業務而言，我們通過與媒體內容授權方訂立內容發行安排，與彼等密切合作，並可通過與客戶訂立內容再授權安排，向客戶發行與動畫片、綜藝節目、電視劇、長篇動畫電影及真人長篇電影相關的媒體內容。尤其是，我們相信我們在發行日本動畫方面地位卓著。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的主要客戶主要包括線上媒體平台及媒體網絡營運商，而品牌授權業務的其他客戶主要包括部分品牌授權方（我們擔任其代理）及被授權方，例如不同產品類別（包括玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品及餐飲）的製造商／分銷商，以及於亞太區的活動、主題公園、商場、咖啡店及餐廳的其他被授權方。於往績記錄期間，日本動畫發行的收益分別佔總收益約80.3%、87.2%、90.2%及86.8%。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年收益計，我們於中國的日本動畫發行商中排名第一。

我們深耕媒體內容發行業務逾18年，經歷媒體內容行業於亞太區的演變及發展。根據弗若斯特沙利文報告，由免費電視佔主導地位到衛星及收費電視的崛起，再到線上娛樂平台及OTT頻道的興起，技術進步已改變觀眾對媒體內容的消費方式。經過多年經營，本集團向各類媒體平台提供媒體內容，並擴大地理覆蓋範圍。我們相信，由於我們能夠識別具有良好潛力的動畫片及電視劇，且我們與亞太區主要線上娛樂平台及電視以及媒體網絡有聯繫，故我們於往績記錄期間能夠幫助該等動畫片及電視劇覆蓋亞太區及其他國家廣泛且多元的觀眾群體。於最後實際可行日期，我們發行的內容覆蓋中國、香港、澳門、台灣、菲律賓、新加坡、泰國、馬來西亞、印尼、印度、汶萊及其他國家的觀眾。

儘管技術變革影響了媒體內容的消費方式，惟我們相信，由於我們擁有大量內容儲備，故具備把握市場機遇的良好條件。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已發行逾780項媒體內容版權。於最後實際可行日期，我們持有403項活躍媒體內容版權的授權，其中逾190項版權的剩餘授權期限超過三年。我們過往曾於亞太區發行

## 業 務

多部廣受歡迎的動畫片、自南韓、台灣及中國引進的電視劇以及日本綜藝節目，而我們相信此乃由於我們對市場趨勢及行業見解有深入了解。自我們於2000年成立及直至最後實際可行日期，我們已發行「Cardcaptor Sakura (百變小櫻)」、「城市獵人」、「鋼之鍊金術師」、「頭文字D」、「新機動戰記」、「喜羊羊與灰太狼」、「超人迪加」及「遊戲王」等熱門動畫片及「咖啡王子」、「惡作劇之吻」、「流星花園」、「大話妹」及「王子變青蛙」等電視劇。

憑藉我們於媒體內容發行業務的豐富經驗，本集團亦從事品牌授權業務，於亞太區授出各種品牌授權方擁有的品牌版權，包括若干商品授權（供於玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品以及餐飲使用）、大型實體娛樂權（供於活動、主題公園、商場、咖啡店及餐廳使用）及促銷權。就品牌授權業務而言，我們(i)直接自授權方採購各種品牌，並將該等版權直接再授予客戶，或(ii)作為若干品牌授權方的代理以（其中包括）幫助授權方識別潛在客戶並與潛在客戶磋商授權條款。於羚邦動畫（國際）（一間主要從事品牌授權業務的公司）於2018年8月成為我們的全資附屬公司後，我們的品牌授權業務得以進一步擴展。於2018年8月完成收購羚邦動畫（國際）100%股權後及直至最後實際可行日期，本集團亦透過羚邦動畫（國際）及我們的其他附屬公司進行「加菲貓」、「小王子」、「MONOPOLY」、「姆明」、「奇先生妙小姐」、「PAC-MAN」、「Peppa Pig」、「睡衣小英雄」、「變形警車珀利」及「TRANSFORMERS」的品牌授權。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們參與逾160個品牌的授權，其中112個品牌仍然有效。經董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無於相關協議屆滿後重續與授權方訂立的授權協議或品牌代理協議方面遇到任何困難。

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，我們自媒體內容發行業務產生約147.9百萬港元、234.1百萬港元、291.1百萬港元及327.4百萬港元的收益，分別佔總收益約86.5%、88.7%、92.8%及93.0%，而我們自品牌授權業務產生約23.1百萬港元、29.8百萬港元、22.8百萬港元及24.7百萬港元的收益，分別佔總收益約13.5%、11.3%、7.2%及7.0%。

### 媒體內容授權方

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們持有約60名媒體內容授權方直接授予的341個新媒體內容版權授權權利。我們亦獲授權或參與授出與部分該等媒體內容相關的品牌。十大媒體內容授權方包括若干知名媒體公司，包括Aniplex Inc.、Avex Pictures Inc.、Kadokawa集團、Kodansha Ltd.、松竹株式會社、Sunrise Inc.及TOHO Co., Ltd.。

## 業 務

### 最低保證金的現金流量要求

視乎媒體內容授權方與我們訂立的個別內容發行協議的條款，我們通常須在簽訂相關協議時及／或在相關授權期間的早期分期向授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們根據內容發行協議應付的版稅。

本集團收取客戶付款與向支付應付媒體內容授權方的預付款／最低保證金的時間不時出現錯配。我們有龐大現金需求為業務經營提供資金，此乃由於我們通常需要向媒體內容授權方支付預付款或最低保證金，以獲得媒體內容授權權利。因此，我們自客戶產生任何收益前，通常需要向授權方支付大量現金預付款。截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，我們須為獲得媒體內容相關授權權利而向媒體內容授權方支付最低保證金合共約76.0百萬港元、132.0百萬港元、140.7百萬港元及169.0百萬港元，分別佔採購總額約73.8%、80.6%、81.8%及77.7%。截至2018年3月31日止三個年度，授權媒體內容的版稅介乎15%至80%，而截至2018年10月31日止七個月則介乎15%至70%。

### 品牌授權方

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們就品牌授權業務進行逾160個品牌的授權。於最後實際可行日期，品牌授權方包括多個知名授權方，例如BANDAI NAMCO Entertainment Inc.、Bulls Presstjänst AB、Entertainment One UK Limited、Hasbro International Inc.、LPP612、Paws, Incorporated、ROI VISUAL Co., Ltd.、Sunrise Inc.及TOHO Co., Ltd.。於往績記錄期間，我們(i)直接自授權方採購各種品牌授權，並將該等版權直接再授予客戶，或(ii)作為若干品牌授權方的代理以（其中包括）幫助授權方識別潛在客戶並與潛在客戶磋商授權條款。作為我們向該等品牌授權方提供代理服務的代價，我們將按合約金額的預先協定的百分比收取代理佣金。於2018年8月，羚邦動畫（國際）於完成羚邦動畫（國際）收購後成為我們的全資附屬公司。與媒體內容發行業務類似，視乎品牌授權方與我們訂立的個別品牌授權協議的條款，我們可能須在簽訂相關協議時或在相關授權期間的早期分期向授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們根據品牌授權協議應付的版稅。

## 業 務

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，我們毋須就品牌授權業務向品牌授權方支付任何最低保證金。於羚邦動畫（國際）收購前，羚邦動畫（國際）曾就獲得若干品牌的授權權利而支付最低保證金。

### 客戶

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，媒體內容發行業務分別佔總收益86.5%、88.7%、92.8%及93.0%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，媒體內容發行業務的十大客戶包括若干知名線上娛樂平台及媒體網路營運商，例如ABS-CBN Corporation、阿里巴巴集團、Bilibili Inc.、東森電視事業股份有限公司、愛奇藝集團、Netflix Inc.、深圳市騰訊計算機系統有限公司及TVB集團。

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，品牌授權業務分別佔總收益約13.5%、11.3%、7.2%及7.0%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，品牌授權業務的客戶包括(i)玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品的製造商／分銷商以及餐飲公司，例如Baleno Kingdom Limited、BANDAI NAMCO Asia Co., Ltd.、卡撒天嬌香港有限公司、大新銀行有限公司、點心代表有限公司、快圖美（遠東）有限公司、I.T Apparels Limited、Namco Enterprises Asia Limited及多美亞洲有限公司；及(ii)若干知名品牌授權方（我們作為代理），包括Paws, Incorporated及LPP612。

### 競爭優勢

我們相信，下列主要優勢為我們成功的關鍵，對我們的未來發展至關重要：

#### 與媒體內容授權方有長期穩定關係

我們相信，我們與媒體內容授權方的關係鞏固了我們於媒體內容發行行業（特別是日本動畫內容市場）的市場地位。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年收益計，我們於中國的日本動畫內容發行商中排名第一，佔市場整體約14.1%。在過去18年，我們已與知名日本媒體公司、電影／電視劇製作公司、媒體網絡及其他媒體內容授權方建立長期穩定關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們持有約60名媒體內容授權方直接授予的341項新媒體內容版權授權。於最後實際可行日期，我們持有逾403項活躍版權的授權，且其中逾190項版權的剩餘授權期限超過三年。

## 業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的主要供應商主要包括媒體內容授權方。於最後實際可行日期，我們已與往績記錄期間的五大供應商建立介乎兩年至17年的關係。我們相信，我們與多間主要的日本媒體公司及其他媒體內容授權方的合作將繼續提升我們於亞太區的市場影響力及鞏固市場地位。

### 豐富的媒體內容組合讓我們能夠提供多種不同內容，以滿足客戶的喜好及口味

媒體內容產品包括動畫片、綜藝節目、電視劇、長篇動畫電影及真人長篇電影。於2016年、2017年及2018年3月31日、2018年10月31日以及最後實際可行日期，我們分別持有442項、375項、333項、379項及403項活躍媒體內容版權授權。我們相信，我們豐富的內容組合可讓我們成為「一站式」的發行平台，使(i)媒體內容授權方可展示及推廣一系列不同類型的媒體內容，包括其新節目，進而可促進優質內容創作及激勵內容創作者創作新類型／創新的內容，以迎合不同國家觀眾不斷變化且多樣化的興趣；及(ii)本集團提供多種媒體內容，以滿足客戶不同的喜好及口味。

### 我們已與部分知名媒體平台建立龐大豐富的內容發行網絡

我們已於亞太區建立龐大豐富的內容發行網絡。我們的十大客戶包括ABS-CBN Corporation、阿里巴巴集團、Bilibili Inc.、東森電視事業股份有限公司、愛奇藝集團、Netflix, Inc.、深圳市騰訊計算機系統有限公司及TVB集團等公司經營的知名線上娛樂平台及媒體網絡。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已與109名客戶就發行授權媒體內容訂立內容再授權協議。於最後實際可行日期，本集團與往績記錄期間的五大媒體內容客戶的業務關係介乎三至14年。我們相信此龐大豐富的內容發行網絡乃歸因於我們提供豐富多樣的授權媒體內容及積極可靠的服務，令我們可贏得客戶忠誠度，並與若干聲譽良好的媒體平台維持業務關係。

我們相信，我們可透過龐大的發行網絡覆蓋廣泛觀眾群，繼而可讓我們吸引媒體內容授權方與我們合作並向我們提供一系列媒體內容。為進一步擴大發行網絡，我們亦定期參加貿易展及會議，以向媒體平台推廣授權媒體內容。於往績記錄期間，我們參加香港、台北、北京、新加坡、日本及其他國家的多個貿易展、會議、電影及電視節。我們相信，我們藉著向不同國家的客戶發行媒體內容方面的行業知識、專業知識及經驗幫助我們發展物色媒體內容的能力，從而吸引不同國家的不同發行網絡及觀眾。

---

## 業 務

---

由於我們對市場趨勢及行業見解有深入了解，我們過往曾於亞太區發行多部廣受歡迎的日本動畫片、自南韓、台灣及中國引進的電視劇以及日本綜藝節目，包括「Cardcaptor Sakura (百變小櫻)」、「Mobile Suit Gundam Wing」及「惡作劇之吻」。

我們作為媒體內容發行商、被授權方或品牌授權方的代理，地位舉足輕重，能為客戶提供一站式發行服務

董事認為，我們作為亞太區的媒體內容發行商、被授權方或品牌授權方的代理，能夠提供一站式媒體內容發行服務，可繼續吸引客戶直接自我們採購媒體內容／品牌，此乃由於：(a)大部分媒體內容授權方／品牌授權方位於不同國家，且需要依靠發行商、被授權方及代理（例如本集團）覆蓋及發行至其所處國家以外的市場；(b)我們獲若干媒體內容授權方委聘，以發行其媒體內容並同時授權相關角色形象品牌；(c)我們能夠為客戶提供增值服務；(d)我們作為媒體內容海外供應商與客戶之間的橋樑；及(e)我們與客戶建立密切關係。更多詳情請參閱本節下文「業務模式－我們於價值鏈中的角色」。

我們的高級管理團隊經驗豐富，且具全面行業及市場知識以及良好往績記錄

本集團歷史悠久，逾18年的經營歷史讓我們打造出一個具有全面經營及行業知識的強大管理團隊。高級管理團隊以其對本集團業務的不懈努力、專業的執行能力以及於媒體內容發行業務以及品牌授權業務方面的豐富經驗見稱。本集團由本公司創辦人、董事會主席、執行董事兼行政總裁趙小燕女士領導，彼於媒體內容發行行業擁有逾30年經驗。高級管理團隊的其他成員張偉傑先生、趙小鳳女士及李逸屏女士亦擁有逾20年行業經驗，並於行業內的銷售及業務管理領域累積豐富經驗。有關董事及高級管理層成員履歷的更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。有賴管理團隊的遠見卓識及深厚的行業知識，其能制定合理的業務策略、洞察觀眾喜好的變化並把握重大市場機遇。我們相信，高級管理團隊擁有洞察及把握市場趨勢及機遇，以及有效確定合理業務策略的優先次序及有效執行策略以實現股東最大價值所須的視野及知識。

## 業 務

### 業務策略

#### 增加及擴展媒體內容產品以緊貼觀眾不斷變化的喜好

有賴卓越的往績記錄及良好聲譽，我們計劃鞏固作為媒體內容發行商的已確立地位，並增加及擴展我們向客戶提供的媒體內容。我們將利用我們對行業、觀眾喜好及市場趨勢的深刻了解選出預期受客戶及觀眾歡迎的媒體內容。根據弗若斯特沙利文報告，日本動畫內容發行市場的全球收益於過去幾年增加，主要由於戲院動畫市場的發展及日本動畫於中國及海外市場的受歡迎程度日益增加。預期市場將由2018年約555億港元增加至2022年的755億港元，複合年增長率為8.0%。預測市場將受快速發展的海外市場（包括東南亞國家）的推動。鑒於媒體內容的需求持續增加，我們計劃透過取得更多版權增加日本動畫組合及亦透過自中國、韓國及其他亞洲國家本土的媒體內容授權方獲取媒體內容進一步增加媒體內容產品的種類，以囊括更多中國及亞洲真人電視劇及長篇電影。根據弗若斯特沙利文報告，預期亞太區的真人電影市場將由2018年約119億港元增加至2022年約224億港元，複合年增長率為17.1%。

本集團亦計劃將業務擴充至航空娛樂媒體內容的發行。根據弗若斯特沙利文報告，隨著中國民航業的發展，航空娛樂頻道預期將在未來數年繼續增長。預測乘客量將繼續增長，2017年至2022年期間的複合年增長率為9.6%，於2022年達至1,000百萬人次。航空娛樂的需求增長相當可能會推動市場。尤其是，中國的航空日本動畫內容發行市場預期亦將由2017年約8.4百萬港元增加至2022年約34.3百萬港元，複合年增長率為32.6%。全球航空亞洲電影發行市場預期亦將按複合年增長率約15.6%由2017年約14億港元增加至2022年約28億港元。近年，隨著飛機交付量及客量增長，航空業務不斷發展。由於需求增長及版權意識提高，航空娛樂市場變得愈來愈標準化。近年，航空娛樂的商業模式亦經歷創新，航空公司的偏好由單獨購買單一媒體內容轉變為就提供媒體內容訂立長期合約。此等因素可能會進一步推動全球航空亞洲電影發行市場的發展。我們擬充分利用與授權媒體內容相關的現有權利進一步擴展航空娛樂市場，並獲得其他版權的航空權。

## 業 務

為把握市場機遇，我們擬獲得以下更多媒體內容的版權授權：

類別	版權數量 (不超過)
日本動畫片	3
中國／亞洲電視劇	1
長篇動畫電影	3
真人長篇電影	1
航空娛樂內容（例如真人長篇電影）	20
<b>總計：</b>	<b>28</b>

董事相信，擴展媒體內容組合將(i)隨著發行網絡擴大而與新客戶創造更多商機，及(ii)自現有客戶產生更多收益。本集團亦將繼續評估消費喜好及市場趨勢，以確保媒體內容選擇緊貼用戶不斷變化的喜好。為配合媒體內容發行業務的預期增長，我們擬擴大媒體內容發行團隊。

### 提升於現有市場的地位及策略性地擴展至其他選定市場

我們將於中國、菲律賓、泰國、新加坡及馬來西亞等地區擴大客源及市場份額，以繼續提升於現時已進入的現有市場的地位。此外，我們計劃憑藉深耕策略、聲譽、豐富經驗及業務關係，策略性地擴展至選定的新地區，例如越南及柬埔寨。我們根據我們的現有地理影響力及該等地區的媒體內容發行市場的增長潛力選定該等地區。根據弗若斯特沙利文報告，中國的日本動畫市場的總市場規模預期將由2017年約16億港元增加至2022年約33億港元，複合年增長率為15.3%。菲律賓、泰國、新加坡、馬來西亞、越南及柬埔寨等東南亞國家的日本動畫發行市場的總市場規模預期將由2017年約166.4百萬港元增加至2022年339.3百萬港元，複合年增長率為15.3%。該等東南亞國家的國外電視劇發行的市場規模預期將由2018年約290.1百萬港元增加至2022年約395.1百萬港元，複合年增長率約為8.0%。我們根據該等東南亞國家的城市化及資訊科技發展而預期相關地區具有強勁增長潛力。憑藉我們與日本媒體公司及電視以及媒體網絡的良好業務關係，我們亦擬將其他國家的媒體內容引入日本。

## 業 務

### 通過增加品牌組合擴展品牌授權業務

由於羚邦動畫（國際）於2018年8月成為本集團的一份子，董事預期品牌授權業務將繼續擴展。根據弗若斯特沙利文報告，預期全球娛樂及角色知識產權授權市場將由2018年約590億港元穩定增長至2022年約748億港元，複合年增長率為6.1%。由於中國客戶的消費能力日益增強，於過去幾年中國的知識產權授權市場快速發展。根據弗若斯特沙利文報告，中國的娛樂及角色知識產權授權市場產生的總收益將由2018年約38億港元增加至2022年約58億港元，複合年增長率為11.2%。董事現時計劃獲得不超過四個國際生活、時尚及角色形象品牌以及不超過五個香港品牌的授權，並為不超過兩個現有品牌獲得更多使用權。董事預期，本集團將能透過向更優質／高端組合品牌提供最低保證金與彼等合作。為就有關預付款／最低保證金提供資金，我們計劃將部分[編纂]所得款項淨額用作獲取更多授權。

### 將於香港創作的媒體內容及品牌展示給國際觀眾

我們作為一間紮根於香港的公司，樂意充當香港自身媒體內容及品牌的大使，包括本地製作的電視劇、動畫片、長篇電影、短篇網上電影／電視劇及品牌。我們擬利用業務專業知識，幫助將於香港創作的媒體內容及品牌推廣至國際市場。為培育及推廣新一代媒體／設計人才，本集團擬與本地媒體製作商、設計師及藝術家合作，通過幫助彼等物色及選擇發行渠道，為彼等提供於亞太區及其他國家發行媒體內容及授權品牌所需的支持，包括於授權展會及交易會展示其媒體內容／品牌。

### 投資製作動畫／真人媒體內容

於往績記錄期間，我們與其他媒體工作室／公司共同投資於四部日本動畫片（「龍心戰紀」、「失落的歌謠」、「輕羽飛揚」及「RErideD－穿越時空的德理達」），投資總額為18.4百萬港元，我們已收取相關動畫片的投資收入總額為3.8百萬港元，而發行收入總額為33.2百萬港元。其中一部動畫片於2016年播放，而其他三部於2018年播放。我們已獲得若干已出版材料、動畫片及電視劇的改編權，以製作真人版本或改編相關內容，其可用於未來共同製作。憑藉我們與日本媒體公司、電影／電視劇製作公司及媒體網絡的關係，我們日後將繼續投資製作媒體內容。根據過往經驗，我們相信共同投資製作媒體內容的裨益為：(a)我們可獲授予在若干地區發行媒體內容及其他版權的權利；(b)其可進一步鞏固我們與製作工作室／媒體公司的關係，長遠而言，此將

## 業 務

對媒體內容發行業務有利；及(c)除發行收入外，我們亦將獲得媒體內容的投資收入。我們預期就參與共同投資媒體內容製作將引致約[編纂]港元的支出，並將以[編纂]所得款項淨額撥付。

### 複製專有「Ani-One」品牌的成功及尋求發展媒體內容發行業務的其他機會

我們於2016年7月透過訂立節目授權協議開始與TVB集團合作，據此，我們向TVB集團授出視頻點播權，以「myTV SUPER」(由TVB集團營運的線上媒體平台)的OTT平台專有「Ani-One」品牌使用我們於香港的經授權動畫內容。我們亦與SMG Entertainment Sdn Bhd合作，其營運一項現時名為「dimsum」的視頻點播服務，以於馬來西亞及汶萊根據按供求環境的品牌視頻「Ani-One」提供經授權動畫內容。我們相信，集中管理方法及統一的業務模式讓我們能夠以具成本效益及高效的方式於馬來西亞及汶萊複製自身「Ani-One」品牌的成功。我們設有集中管理制度，所有主要管理決策均於香港總部作出，讓我們能夠整合資源及降低經營成本。

憑藉廣泛的媒體內容，我們相信專有「Ani-One」品牌具有良好潛力，有助我們於亞太區擴充市場份額。鑒於有關潛力，我們有意採用統一的「Ani-One」品牌及類似業務策略，並與其他媒體平台（例如亞太區的線上娛樂平台及電視頻道）合作，以進一步擴充經根據亞太區其他國家的本土情況而作適當修改的視頻點播服務。

我們亦將力求發展自身的「Ani-One」應用程式的合適機會，透過委聘具備必要技能及專業知識的資訊科技公司為服務供應商，於香港及其他地區提供視頻點播服務。我們相信，我們憑藉豐富的媒體內容組合及與主要視頻點播服務供應商合作的經驗，將能夠透過與其他發行渠道一起創建自身的發行平台，進一步發展媒體內容發行業務。我們預期，創建及推出自身應用程式的開支將以內部資源撥付。

## 業 務

### 搬遷香港辦事處及繼續招募人才以支持香港及中國／海外辦事處的業務增長

隨著業務持續增長，我們計劃搬遷香港辦事處，以改善僱員的工作環境及配合團隊擴充。現有香港辦事處的總建築面積約為5,000平方呎。我們預期將搬遷至總建築面積不超過12,000平方呎的辦公室。初始租賃成本、裝修成本、購置相關傢俬及辦公室設備及設立資訊科技網絡及數據庫的成本以及其他相關成本預期將由[編纂]所得款項淨額撥付。

鑒於市場的預期增長及預期業務擴展及根據客戶要求，我們擬為香港及中國／辦事處招募不超過26名員工，以提升我們交付優質服務的能力，可能包括增聘媒體內容團隊及品牌授權團隊員工以及信息技術、法律、行政及人力資源職能人員。

有關我們擴展辦公室及員工隊伍的更多詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

### 業務模式

我們於亞太區發行來自媒體內容授權方的媒體內容。就媒體內容發行業務而言，我們通過與媒體內容授權方訂立內容發行協議，獲得其媒體內容的使用權及再授權使用其媒體內容的權利，並通過與客戶訂立內容再授權協議，向其發行該等媒體內容。

此外，我們從事品牌授權業務，我們獲得使用第三方擁有的品牌的各種權利，包括若干商品授權、大型實體娛樂權及促銷權，並通過與客戶訂立再授權安排，向其再授使用該等品牌的權利。就品牌授權業務而言，我們亦與若干品牌授權方訂立品牌代理協議，以作為其代理。

我們亦參與共同投資製作媒體內容。於往績記錄期間，我們已投資四部日本動畫片，投資總額為18.4百萬港元。

## 業 務

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的收益：

	截至3月31日止年度						截至10月31日止七個月				
	2016年		2017年		2018年		2017年		2018年		
	千港元	%									
<b>媒體內容發行業務</b>											
發行授權媒體											
內容 <sup>(1)</sup>	144,950	98.0	234,030	99.9	286,862	98.5	160,016	98.5	326,017	99.6	
戲院放映收入 <sup>(2)</sup>	2,996	2.0	32	0.1	4,260	1.5	2,490	1.5	1,377	0.4	
小計：	<u>147,946</u>	<u>100.0</u>	<u>234,062</u>	<u>100.0</u>	<u>291,122</u>	<u>100.0</u>	<u>162,506</u>	<u>100.0</u>	<u>327,394</u>	<u>100.0</u>	
<b>品牌授權業務</b>											
再授權品牌	16,722	72.2	21,899	73.6	13,538	59.5	9,565	67.7	16,099	65.2	
提供授權代理服務	6,203	26.8	7,497	25.2	9,006	39.6	4,412	31.3	7,963	32.3	
銷售商品 <sup>(3)</sup>	220	1.0	365	1.2	210	0.9	145	1.0	620	2.5	
小計：	<u>23,145</u>	<u>100.0</u>	<u>29,761</u>	<u>100.0</u>	<u>22,754</u>	<u>100.0</u>	<u>14,122</u>	<u>100.0</u>	<u>24,682</u>	<u>100.0</u>	
總計：	<u>171,091</u>	<u>100.0</u>	<u>263,823</u>	<u>100.0</u>	<u>313,876</u>	<u>100.0</u>	<u>176,628</u>	<u>100.0</u>	<u>352,076</u>	<u>100.0</u>	

附註：

- 其包括於往績記錄期間共同投資製作及發行四部日本動畫片的投資收入3.8百萬港元及發行收入33.2百萬港元。
- 其包括本集團直接向院線發行長篇電影的收入。
- 我們利用通過委聘供應商自授權方取得的經銷權設計及生產供我們於若干展覽會／促銷活動上自行銷售的商品。

## 業 務

下表載列於往績記錄期間按客戶地理位置劃分的收益：

	截至3月31日止年度						截至10月31日止七個月			
	2016年		2017年		2018年		2017年		2018年	
	千港元	%								
	(未經審核)									
中國	107,470	62.8	186,173	70.6	244,099	77.7	137,034	77.6	279,819	79.5
香港	20,419	11.9	17,761	6.7	21,820	7.0	11,653	6.6	15,857	4.5
美國	7,705	4.5	20,862	7.9	15,883	5.1	7,697	4.4	25,024	7.1
台灣	8,835	5.2	12,246	4.6	10,468	3.3	6,953	3.9	4,299	1.2
東南亞國家										
泰國	11,308	6.6	8,461	3.2	5,904	1.9	5,360	3.0	3,547	1.0
其他東南亞國家 <sup>(1)</sup>	9,864	5.8	4,958	1.9	9,140	2.9	3,283	1.9	16,263	4.6
小計	21,172	12.4	13,419	5.1	15,044	4.8	8,643	4.9	19,810	5.6
其他 <sup>(2)</sup>	5,490	3.2	13,362	5.1	6,562	2.1	4,648	2.6	7,267	2.1
總計	<u>171,091</u>	<u>100.0</u>	<u>263,823</u>	<u>100.0</u>	<u>313,876</u>	<u>100.0</u>	<u>176,628</u>	<u>100.0</u>	<u>352,076</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 其他東南亞國家包括菲律賓、新加坡、馬來西亞及越南。
2. 其他包括日本、匈牙利、西班牙及其他國家。

根據弗若斯特沙利文報告，儘管東南亞的日本動畫發行市場於2013年至2017年期間大幅增長，惟來自東南亞（包括泰國及其他東南亞國家）的收益由截至2016年3月31日止年度約21.2百萬港元減少至截至2017年3月31日止年度約13.4百萬港元，此乃由於我們主要專注於在中國市場發行日本動畫片，並無於東南亞市場投入大量精力進行銷售及營銷以及投放相關資源。來自東南亞國家的收益減少乃主要由於向部分泰國及菲律賓當地電視台銷售的若干受歡迎媒體內容減少。截至2018年3月31日止年度，來自東南亞的收益增加乃主要由於向菲律賓一間當地電視台銷售的日本動畫片數目增加，而截至2018年10月31日止七個月來自東南亞的收益較截至2017年10月31日止七個月增加乃主要由於向菲律賓一間當地電視台銷售一部中國電視劇。

## 業 務

### 我們於價值鏈中的角色

董事相信，媒體內容授權方／品牌授權方將繼續使用我們的服務，而非直接向本集團客戶授權，原因為：

**(i) 大部分媒體內容授權方／品牌授權方位於海外，且需要依靠發行商及被授權方／代理覆蓋至其所處國家以外的市場**

大部分媒體內容授權方／品牌授權方位於日本、南韓、台灣及英國等不同國家。根據弗若斯特沙利文報告，因資源有限而可能並無當地影響力的媒體內容及品牌擁有人或授權方聘用與當地客戶擁有良好關係的發行商／被授權方／代理（例如本集團）屬行業慣例，以便於其所處國家以外的不同地區發行媒體內容／品牌。媒體內容授權方及品牌授權方依靠我們加強與客戶的關係。

**(ii) 我們能夠同時向客戶發行媒體內容及再授權相關品牌**

除作為媒體內容發行商外，基於我們在媒體內容發行業務及品牌授權業務方面的專業知識，我們亦能夠通過與媒體內容相關的品牌的推廣活動及搭配商品銷售，幫助客戶將媒體內容的曝光度提升至最高。該等推廣活動搭配商品銷售將根據媒體內容的播放日期及發行時間表進行，有助維持媒體內容及品牌的受歡迎程度及吸引力，從而將媒體內容授權方及客戶的利潤提升至最高。

**(iii) 我們能夠為客戶提供增值服務，而媒體內容授權方／品牌授權方或不能於當地提供該等服務**

我們作為亞太區的媒體內容發行商及被授權方，將提供本地化服務，例如配音及字幕、定期更新最新動畫趨勢及推廣活動建議，並向客戶提供質素保證，有利本集團於亞太區提供一站式媒體內容發行服務。有關服務的更多詳情，請參閱本節下文「媒體內容發行業務－媒體內容發行業務的營運流程」。我們積極主動的方法加上我們對媒體內容／品牌授權市場的願景，讓我們能夠提供定製服務，滿足客戶需求。

## 業 務

### **(iv) 在發行事宜方面，我們作為海外媒體內容／品牌授權方與客戶之間的橋樑**

我們在媒體內容／品牌授權方與客戶之間充當有效及高效的溝通渠道。我們通過中國／海外辦事處幫助內容／品牌授權方物色潛在再被授權方。另一方面，我們亦幫助客戶自不同授權方獲取各種媒體內容／品牌，並為其提供一站式服務，以節省其在物色媒體內容／品牌及與多名媒體內容擁有人／授權方進行交易方面的努力及資源。我們為客戶提供豐富多樣的媒體內容／品牌組合供其選擇，客戶可自組合採購多項媒體內容／品牌。我們向相關各方提供有關相關媒體內容及品牌的市場趨勢及需求的見解，並提供市場趨勢分析等市場資訊。我們亦向媒體內容／品牌授權方提供與客戶的任何要求／評論相關的反饋。我們亦自客戶獲得媒體內容的收視記錄，並向媒體內容／品牌授權方提供相關記錄，可使其對媒體內容製作進行評估。

### **(v) 我們與客戶建立了密切關係，讓我們能夠充分了解客戶的需求**

我們於亞太區擁有逾18年媒體內容發行及品牌授權的經營歷史。我們了解現有客戶不斷變化的需求，並為其提供上述定製服務，與其維持穩定的業務關係。多年來，我們相信我們對客戶需求積累大量深入知識、經驗及理解，而我們的媒體內容／品牌授權方或無法輕易複製該等知識、經驗及理解，此讓其有動力繼續使用我們的服務，而非直接向我們的客戶授權。

## 媒體內容發行業務

就媒體內容發行業務而言，我們專注於通過與媒體授權方訂立內容授權安排，與彼等密切合作，並可通過與客戶訂立內容發行安排，向客戶發行與動畫片、綜藝節目、電視劇及長篇動畫電影／真人長篇電影相關的媒體內容。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們持有約60名媒體內容授權方直接授予的341項新媒體內容版權授權。於往績記錄期間，十大媒體內容授權方包括若干知名媒體公司，包括Aniplex Inc.、Avex Pictures Inc.、Kadokawa集團、Kodansha Ltd.、松竹株式会社、Sunrise Inc.及東宝株式会社。截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，媒體內容發行業務分別佔總收益約86.5%、88.7%、92.8%及93.0%。

## 業 務

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，五大媒體內容版權產生的總收益分別約為40.6百萬港元、85.5百萬港元、90.3百萬港元及113.1百萬港元，分別佔媒體內容發行業務的收益約27.5%、36.5%、31.0%及34.5%。同期，該等版權的授權期限分別介乎三年至十年、六年至七年、五年至九年及五年至九年。於最後實際可行日期，同期該等版權餘下授權期限分別介乎零至五年、三年至四年、三年至六年及四年至六年。

我們並無就向客戶發行媒體內容／再授權品牌委聘任何第三方。於最後實際可行日期，我們持有403項活躍媒體內容版權授權，且其中逾190項版權的剩餘授權期限超過三年。於往績記錄期間，十大客戶包括主要線上娛樂平台及媒體網路的營運商，例如ABS-CBN Corporation、阿里巴巴集團、Bilibili Inc.、東森電視事業股份有限公司、愛奇藝集團、Netflix, Inc.、深圳市騰訊計算機系統有限公司及TVB集團。於最後實際可行日期，我們發行的內容覆蓋中國、香港、澳門、台灣、菲律賓、新加坡、泰國、馬來西亞、印尼、印度、汶萊及其他國家的觀眾。

### **媒體內容授權方與本集團訂立的内容發行安排**

本集團與媒體內容授權方訂立內容發行協議，據此，多項於若干地區使用媒體內容的獨家或非獨家權利或再授權使用媒體內容的權利授予本集團。相關權利可包括電視播放權、串流直播及回放權、戲院以外地點放映權、線上權、按次收費權、戲院放映權、航空權、錄像／DVD放映權、視頻點播權及其他權利。

視乎媒體內容授權方與我們訂立的個別內容發行協議的條款，我們一般須在簽訂相關協議時或在相關授權期間的早期分期向授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們根據內容發行協議應付的版稅。

### **本集團與客戶訂立的内容再授權安排**

本集團與媒體內容授權方訂立內容發行協議後，本集團將與客戶訂立內容再授權協議，據此，我們將向客戶授出多項於若干地區使用相關媒體內容（由我們自內容媒體授權方獲得授權）的獨家或非獨家權利。

## 業 務

媒體內容授權方一般不會參與磋商本集團與客戶訂立的內容再授權協議的條款，而本集團有酌情權釐定相關條款，包括客戶應付的授權費或版稅。

下圖說明媒體內容發行業務的業務模式：



媒體內容發行業務的客戶包括(i)線上娛樂平台；(ii)電視及媒體網絡；及(iii)院線，其一般為向觀眾發行媒體內容的終端用戶。

### 利用專有「Ani-One」品牌與本地媒體公司合作

按照媒體內容發行業務的業務模式，我們於2016年7月透過訂立節目授權協議開始與TVB集團合作，據此，我們向TVB集團授權視頻點播權，在「myTV SUPER」(由TVB集團營運的線上媒體平台)的OTT平台以專有「Ani-One」品牌在香港使用我們經我們授權的動畫內容。根據上述協議，TVB集團將向我們支付相當於TVB集團所收取訂購費用淨額的若干百分比的授權費，作為我們向TVB集團授出有關權利的代價。

鑒於「Ani-One」品牌的成功，我們亦與營運視頻點播服務現稱「dimsum」的SMG Entertainment Sdn Bhd合作，以於馬來西亞及汶萊以視頻點播品牌「Ani-One」提供經我們授權的動畫內容。

更多詳情請參閱本節「業務策略－複製專有「Ani-One」品牌的成功及尋求發展媒體內容發行業務的其他機會」。

## 業 務

### 媒體內容發行業務的營運流程

媒體內容發行業務的營運流程載列如下：

(i) 進行市場研究以評估媒體內容的市場潛力

內容部門與多名媒體內容授權方維持著持續業務關係，並參與行業會議及展覽，以緊貼市場趨勢及最新媒體內容。倘內容部門在進行若干市場研究後認為任何媒體內容具有良好市場潛力，內容部門將準備一份提案，其中包括內容具有良好市場潛力的原因及因素、目標市場及客戶、預期收益以及任何供管理層審閱及批准的建議。

然後，管理層將進行可行性研究，以確定是否獲取媒體內容。管理層會考慮各種因素，包括(i)內容類型；(ii)媒體內容授權方的往績記錄；(iii)內容的受歡迎程度（倘已在其他地區發佈）；(iv)設計素材；(v)所獲取的內容是否與現有內容組合互補；(vi)我們在獲取相關內容前是否已物色潛在客戶；及(vii)市場預期及對媒體內容的接受程度。

(ii) 與媒體內容授權方訂立內容發行協議

管理層決定獲取相關媒體內容後，內容收購部門將接洽媒體內容授權方，以進行磋商。倘達成協議，我們將與媒體內容授權方訂立正式內容發行協議，據此，我們將獲授予於協定期間內在內容發行協議所指定市場及以其所指定語言使用媒體內容的獨家或非獨家權利或再授權使用媒體內容的權利。內容發行協議的有效期一般介乎兩年至八年。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，董事確認我們在重續內容發行協議時並未遭遇任何困難，且概無內容發行協議遭提前終止。

自媒體內容授權方獲取媒體內容的成本一般包括(i)最低保證金；及(ii)版稅，即客戶應付予我們的版稅的一定百分比。每份內容發行協議的最低保證金視乎內容的受歡迎程度、是否為獨家、內容類型及收益預測。

---

## 業 務

---

### (iii) 與客戶訂立內容再授權協議

根據本集團與媒體內容授權方訂立的内容發行協議，本集團獲授予向自行挑選的第三方媒體公司再授權使用媒體內容的權利。我們有權自行磋商內容再授權協議的條款並設定授權價格。於往績記錄期間，我們將媒體內容再授予在亞太區發行我們的媒體內容的第三方媒體公司。

為確定是否將媒體內容再授權，我們將評估（其中包括）(i) 第三方媒體公司的概況；(ii) 其財務實力；及(iii) 我們與該等公司的業務關係。

### (iv) 本地化及品質保證

我們已持有的大部分已授權媒體內容來自日本。當我們將相關媒體內容授權予其他國家或地區（例如中國、香港、台灣、泰國或菲律賓）的客戶時，我們或需將媒體內容本地化，以迎合當地觀眾的喜好及背景。本地化工作主要涉及(i) 配上字幕；(ii) 配音；及(iii) 編輯。

內容團隊釐定目標客戶媒體內容的語言及構成部分所需的修改程度。我們進行市場研究並調整媒體內容。倘需要修改，內容團隊將向媒體內容授權方提交請求取得認可，以修改媒體內容。由於我們選擇的大部分媒體內容最初以日語並於日本製作，本地化團隊或外聘翻譯服務供應商負責翻譯媒體內容中使用的語言。然後，我們將審閱、校對及調整翻譯，以確保翻譯與原版一致。

內容團隊將對媒體內容的整體構成部分、故事情節及畫面進行品質控制檢查。倘我們發現媒體內容存在任何問題，我們將通知媒體內容授權方並要求其進行修改。解決相關問題後，內容團隊將再次對媒體內容進行檢查。



## 業 務

### 與授權方訂立的内容發行協議的主要條款

下表載列與媒體內容授權方訂立的内容發行協議的主要條款：

事項	主要條款
授權版權	每份內容發行協議一般涵蓋一個媒體內容系列或一部電影。
授權期	兩年至八年。
使用內容的權利及／或再授權使用內容的權利	該等權利或包括電視播放權、串流直播及回放權、戲院以外地點放映權、線上權、按次收費權、航空權、戲院放映權、錄像／DVD放映權、視頻點播權及其他權利。協議亦將載列授權是否獨家。
媒體內容相關權利以外的權利	若干內容發行協議亦可能包括商品授權及使用相關品牌的其他權利。
區域及獨家權	我們一般獲授予在亞太區使用內容的權利及／或再授權使用內容的權利。相關權利可為獨家或非獨家。
暫緩播放	內容發行協議可載有在若干平台暫緩播放授權媒體內容的條款。例如，我們不應在日本電視放送各集媒體內容後一小時內使用電視播放權。
最低保證金及版稅	<p>我們一般須在簽訂相關協議時或在相關授權期間的早期分期向媒體內容授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們應付的版稅。</p> <p>我們向授權方支付的版稅金額一般按客戶應付予我們的版稅的一定百分比釐定。</p>
交付材料	將向我們交付的材料的格式及規格以及建議的交付時間表。
本地化版本	我們一般獲授予將節目本地化的權利，為節目配音及／或配上字幕成獲授權的語言。
終止	倘我們嚴重違反協議的任何條款，媒體內容授權方可通過向我們發出書面通知終止協議。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無內容發行協議遭提前終止。

## 業 務

### 與客戶訂立的內容再授權協議的主要條款

與客戶訂立的內容再授權協議的條款及條件均經公平磋商。下表載列與客戶訂立的內容再授權協議一般包括的主要條款：

事項	條款及條件
授出版權	各內容再授權協議或涵蓋若干媒體內容版權或一部長篇電影。
授權期	兩年至七年。
授權	內容再授權協議通常載有根據該等協議授予客戶的權利，相關權利可包括電視播放權、串流直播及回放權、戲院以外地點放映權、線上權、按次收費權、航空權、戲院放映權、錄像／DVD放映權、視頻點播權及其他權利。有關協議亦將訂明授權是否為獨家。
暫緩播放	內容再授權協議可載有在若干媒體平台暫緩播放授權媒體內容的條款。例如，我們授出收費電視播放權的再授權協議可能訂明在授權期間於區域內禁止所有免費電視播放的暫緩播放期。
區域及獨家權	協議通常訂明授權的區域以及於區域內授出的有關權利是否為獨家。
播放次數	協議可訂明電視播放權的授權內容材料的播放次數。
授權費付款	協議將訂明客戶就授權向我們支付的授權費。授權費一般為固定金額。款項一般須分兩至四期支付。信貸期一般為協議訂明的各付款里程碑後30至45個營業日。
交付材料	將交付予我們的材料的格式及規格以及建議交付時間表。
終止	任何一方可就另一方嚴重違反協議的任何條款而通過發出書面通知終止協議。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無內容再授權協議遭提前終止。

## 業 務

### 選定我們的媒體內容

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們就內容發行協議所訂明的若干地區的若干權利及使用權發行逾780項媒體內容版權，當中包括以下媒體內容：

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
刃牙	 <p>刃牙是板垣惠介一套廣受歡迎的功夫漫畫系列。關於地下格鬥歷來最年輕的冠軍，主角範馬刃牙，以及他與強大對手格鬥的故事；包括他的父親範馬勇次郎，他被公認為地上的最強生物。</p>	TMS Entertainment Co., Ltd.	2018年(日本)	動畫片
Doctor X	 <p>大門未知子是一位非常漂亮而固執自立的自由職業外科醫生，她以外科醫生的技能和尊嚴而自豪。她的新任臨時工作位於一所階級分明的大學醫院，在那裡醫生追求權力和金錢，而非醫療道德。基於外科醫生的誠信，她永遠不會對手術和治療方法妥協，亦因此造成混亂。這部電視劇徹底描繪她這場令人愉悅而極其高尚的鬥爭。</p>	TV Asahi Corporation	2012年(日本)	電視劇

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
食戟之靈： 餐之皿	 <p>這動畫系列的第三季關乎日本一所首屈一指的精英料理學校中幸平創真的故事延續。這次，他以晉身「十大精英」為目標，校內十個最頂尖的學生可決定學校課程前進的方向。可是，不幸的事件即將來臨，一名前學生回校，並成功擠身一個令其可以在學校推行一個不受歡迎的新方向的權位。能否扭轉形勢，就由幸平創真主宰。</p>	Warner Bros. Japan LLC	2017年（日本）	動畫片
鋼之鍊金術師	 <p>這個故事詳述艾爾凡斯·艾力克與愛德華·艾力克兩兄弟的生活及歷險。失去母親後，兩兄弟嘗試使用人體鍊成的禁忌科學令已故的母親復活，但不幸地產生反效果令愛德華失去他的右臂和左腳，艾爾則失去他的身體。隨著年月過去，愛德華（現有兩肢為機械臂）與艾爾（仍被困在鎧甲內）離開他們童年的故鄉，但仍關心對方的幸福。愛德華作為一位天才鍊金術師成為各地聞名的「鋼之鍊金術師」，以尋找任何有關賢者之石的資料為目標，希望能取回他們以往的身體。</p>	Aniplex Inc.	2003年（日本）	動畫片

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
GINTAMA Live Action Movie	GINTAMA LIVE-ACTION MOVIE  改編自著名的日本漫畫，銀魂真人版電影是一部動作喜劇電影，講述坂田銀時及他的同伴志村新八及神樂會接受任何委託，但大多為小事。他們接受了兩項相似及高度關連的工作－伊利沙伯尋找桂面白以及一名鑄劍師去尋找一把相當危險名為紅櫻的劍。	TV TOKYO Corporation	2017年（日本）	真人電影
機動戰士高達 The Origin	 這是機動戰士高達故事的重述，著重於卡斯巴爾·雷姆·戴昆（亦被普遍稱為馬沙·亞斯洛布）與妹妹阿爾黛西亞（眾所周知為馬茜·瑪斯）的故事。至今有六冊：藍眼睛的卡斯巴爾、悲傷的阿爾黛西亞、破曉起義、命運的前夜、激戰魯姆會戰及紅彗星的誕生。	Sunrise Inc.	2015年（日本）	動畫片
Music Station及 Music Station Special	 這個娛樂節目是一個日本音樂電視節目，亦被稱為M Sute或MS或M Station。這是一個每週一小時的節目，概念與美國的TRL或英國的Top of the Pops相同，是本地和海外各種表演的主要平台，提供音樂排行榜和其他流行音樂資訊。	TV Asahi Corporation	1986年（日本）	綜藝節目
我的英雄學院	我的英雄學院  關於一名中學生綠谷出久渴望成為英雄多於任何其他事甚至任何人的歷險及掙扎。沒有任何奇異或特別的超能力，他仍繼續向所有人及自己證明他能達到他成為英雄的終極夢想，就像他的偶像All Might一樣。在他成為英雄的路上，有許多困難和體驗等待著他。	東宝株式会社	2016年（日本）	動畫片

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
<p>No Game, No Life 遊戲人生 Zero</p> 	<p>No Game, No Life 遊戲人生 Zero 設定在六千年前，那時空和白還未於迪司博德創下歷史。混亂和破壞正猖獗，一位名為里克的年輕人帶領人類邁向他渴望的未來。一天，他在森精城市的廢墟中遇到名為休比的機凱種少女，她要求里克教她何謂擁有一顆人類的心。</p>	Kadokawa集團	2017年（日本）	動畫電影
<p>UMARU-CHAN! UMARU-CHAN!</p>	<p>小埋是個城中有名的16歲女孩，她與哥哥大平同住。她在人前扮演一個善良、聰明又受歡迎的完美妹妹，人人都欣賞她。誰會相信小埋在家真實的模樣呢？睡覺、玩遊戲、看電視、吃零食、飲可樂……把所有家務都留給哥哥作。她的偽裝一流，有一個同學突如其來探訪，看見真正的她，小埋就假裝那是自己的妹妹。</p>	東宝株式会社	2015年（日本）	動畫片

## 業 務

於往績記錄期間前，我們已發行以下媒體內容。

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
Cardcaptor Sakura (百變小櫻) 	小櫻是四年級學生。她的奇遇始於她無意中打開禁書時，一陣風令書內的魔法卡牌立刻四散。她必須取回卡牌，否則不幸將於他們所到之處降臨。	NHK Enterprises, Inc.	1998年(日本)	動畫片
Cocorico Creates a Legend 	這是一個非常獨特、原創的和具有挑戰性的黃金時間娛樂節目。這個節目基於一個簡單明瞭的概念：完成指定的任務並成為一個傳奇！在2000年首次放映，灰諧的二人組合「Cocorico」擔任主持。不同的任務都在節目中出現，而這個節目特別受歡迎的項目包括「財政預算案之戰」及「找出有長龍食品」等。挑戰者是不同界別的知名人士，包括演員、模特兒、笑匠、大學教授等。節目的其中一個吸引之處是看到參加者如何利用天賦才能和知識。此外，這些參與者的真實個性，將在真正極端的挑戰中揭示。	TV Asahi Corporation	2000年(日本)	綜藝節目

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
Future GPX Cyber Formula	 <p>Cyber Formula是格蘭披治大賽車的未來，熟練駕駛技術和先進技術最終決定誰勝誰負。風見隼人從未來小偷取回賽車後，偶然加入Sugo Asurada GSX車隊，進入節奏快速的Cyber Formula賽車世界。現在，他必須向自己和隊友證明他可以與世界一流選手競技。</p>	Sunrise Inc.	1991年（日本）	動畫片
Godzilla: Tokyo S.O.S.	Godzilla: TOKYO S.O.S. <p>經過與日本最兇惡怪獸之間的連場激戰，機械獸機械哥斯拉正需要必須的維修。不幸正當科學家仍在幫助機械哥斯拉重拾戰鬥力時，一群怪獸空群出動。最可怕怪獸哥斯拉即將回歸，展示無敵威力。除了哥斯拉，還有摩斯拉，以恐怖及毀滅威脅小島。別無選擇之下，日本領導人決定放出已經完成復修的機械哥斯拉，對戰哥斯拉和摩斯拉。但機械哥斯拉最終會繼續受人類操控，還是倒戈相向，是敵是友，依然是未知之數。</p>	東宝株式会社	2003年（日本）	真人電影

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
INITIAL D First Stage 	這個故事關於高中生藤原拓海，他白天擔任加油站服務員，晚上為父親的豆腐店送貨。拓海並無意識到他精確的駕駛技術和父親改裝的豐田Sprinter AE86 Trueno將讓他成為秋名山高速公路的頂級業餘賽車手。因此，來自群馬縣各地的不同車隊對拓海提出挑戰，看拓海是否真的是一名頂級賽車手。	Kodansha Ltd.	1998年（日本）	動畫片
流星花園 	流星花園改編自日本漫畫「花樣男子」，講述一個女孩的故事，她不畏懼大學裡四名富有英俊的學生（通常被稱為F4）的囂張跋扈行為，挺身挑戰F4，展開了一場圍繞女孩和F4兩名男孩之間的浪漫史。	可米瑞智國際藝 能有限公司	2001年（台灣）	電視劇
Ninjaboy Rantaro 	見習忍者亂太郎、霧丸及新兵衛與出色忍者的距離甚遠。自他們開始於忍術學校受訓，他們從鬧著玩的朋友、忍者老師及人氣高年級見習忍者身上學習到各種忍者技巧。他們訓練過程中發生的所有難以置信失誤及誤會帶來許多趣事和娛樂。	NHK Enterprises, Inc.	1993年（日本）	動畫片
SBS Ingigayo- Live K-Pop 	由韓國SBS播放的南韓音樂節目，匯聚最新及最受歡迎的韓星於台上歌唱表演。	Link HK Entertainment Pty. Ltd.	1991年（南韓）	音樂節目

## 業 務

媒體內容名稱	描述	媒體內容 授權方名稱	首播日期/ 來源國	類別
超人迪加	 <p>三千萬年前，光之巨人迪加保護超古代人類。超古代人類的文明滅亡後，迪加變成石像，但與GUTS防衛隊的醍醐合體時復活，醍醐有變為光的基因。同時，許多來自太空或其他時空的莫名生物來侵襲地球。21世紀的地球面臨生死存亡的危機。</p>	圓穀製作公司	1996年（日本）	動畫片
Yu-Gi-Oh! Duel Monsters	 <p>武藤遊戲是一名完成古埃及文物千年積木的男孩，自此他體內寄宿著法老王的靈魂。靈魂救他脫離欺凌並給他新的朋友，遊戲為表對靈魂的謝意，決定幫助靈魂現身並尋找恢復靈魂記憶的方法，讓靈魂可到往生。但在過程中，遊戲要面臨不同的困難和任務，參與決鬥，與不同高強對手比賽。</p>	Nihon Ad Systems, Inc.	2000年（日本）	動畫片

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們媒體內容發行業務可用的活躍媒體內容版權數目：

	於3月31日		於10月31日		於最後 實際可行 日期
	2016年	2017年	2018年	2018年	
現有活躍媒體內容版權 數目 <small>(附註)</small>	442	375	333	379	403

*附註：* 倘有關版權的內容發行協議中的授權期仍為有效，則該版權為活躍。相關版權逾90%為日本動畫片。

## 業 務

	截至3月31日止年度			截至10月31日 止七個月	自2018年 11月1日至 最後實際 可行日期
	2016年	2017年	2018年	2018年	
	已屆滿媒體內容版權數目	108	139	127	37
已重續媒體內容版權數目	2	2	11	10	5
已獲得的新媒體內容版權數目	77	70	74	73	47

### 品牌授權業務

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，品牌授權業務分別佔總收益約13.5%、11.3%、7.2%及7.0%。本集團亦通過與品牌授權方訂立品牌授權安排及與客戶（再被授權方）訂立品牌再授權安排或透過擔任部分品牌授權方的代理從事品牌授權業務。於往績記錄期間，本集團主要透過其若干附屬公司（即MFE、MSG及MAL）開展品牌授權業務。於2018年8月收購羚邦動畫（國際）的權益前，羚邦動畫（國際）分別由趙小燕女士及趙小鳳女士擁有50%及50%權益。羚邦動畫（國際）於2018年8月成為我們的全資附屬公司後，我們的品牌授權業務進一步擴展。於最後實際可行日期，本集團持有逾40位品牌授權方的112個品牌的品牌授權權利／擔任其代理。我們通常物色不同產品類別的製造商／分銷商為再被授權方，相關產品類別包括涉及品牌的玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品以及餐飲，亦會物色涉及亞太區的活動、主題公園、商場、咖啡店及餐廳的其他再被授權方。截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，五大品牌產生的總收益分別約為18.6百萬港元、24.7百萬港元、16.6百萬港元及15.5百萬港元，同期，該等品牌的授權期限分別介乎一年至十年、三年至十年、三年至11年及兩年至十年。於最後實際可行日期，同期該等版權餘下授權期限分別介乎零至六年、少於一年至六年、少於一年至六年及少於一年至八年。

我們現時根據兩類不同的業務安排經營品牌授權業務：

#### **本集團作為品牌被授權方**

與媒體內容發行業務的業務模式相似，本集團擔任品牌的被授權方，並與品牌授權方訂立品牌授權協議，據此，本集團獲授商品授權及其他權利。

## 業 務

本集團隨後將與再被授權方（客戶）訂立品牌再授權協議，而客戶將向本集團支付版稅。

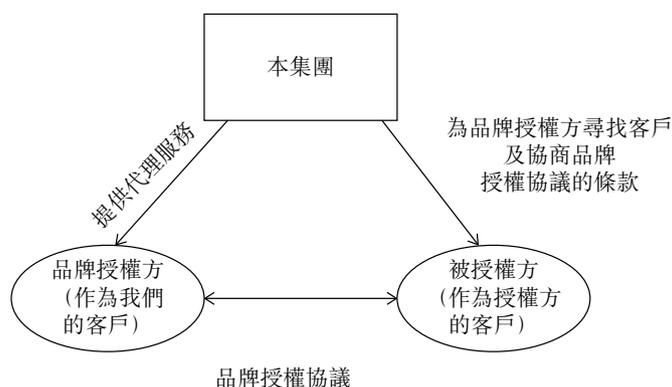


我們與品牌授權方訂立的授權協議可能列明我們是否須支付最低保證金（如有）。我們可能須在簽訂相關協議時或在相關授權期間的早期分期向品牌授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們應付的版稅。

### 本集團作為品牌授權方的代理

本集團擔任品牌授權方的代理，並與品牌授權方訂立品牌代理協議。

我們為品牌授權方提供識別潛在被授權方的服務。品牌授權方將與被授權方訂立合約關係，而我們未必會成為協議的訂約方。



本集團擔任品牌授權方的代理，並與品牌授權方訂立品牌代理協議。我們為品牌授權方提供識別潛在被授權方的服務、協商授權協議的條款及協助推廣品牌。品牌授權方將直接與被授權方訂立合約安排，而我們可能亦可能不會成為相關合約安排的一方。如授權方提出要求，本集團或代表授權方向被授權方收取版稅並確保及時支付所有版稅。我們就提供服務自品牌授權方收取代理佣金。

## 業 務

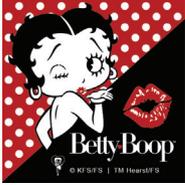
下表載列於往績記錄期間按收益性質劃分的品牌授權業務收益：

	截至3月31日止年度						截至10月31日止七個月			
	2016年		2017年		2018年		2017年		2018年	
	千港元	%								
	(未經審核)									
再授權品牌	16,722	72.2	21,899	73.6	13,538	59.5	9,565	67.7	16,099	65.2
提供授權代理										
服務	6,203	26.8	7,497	25.2	9,006	39.6	4,412	31.3	7,963	32.3
銷售商品 <sup>(附註)</sup>	220	1.0	365	1.2	210	0.9	145	1.0	620	2.5
總計	<u>23,145</u>	<u>100.0</u>	<u>29,761</u>	<u>100.0</u>	<u>22,754</u>	<u>100.0</u>	<u>14,122</u>	<u>100.0</u>	<u>24,682</u>	<u>100.0</u>

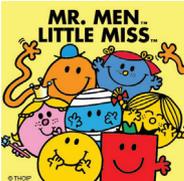
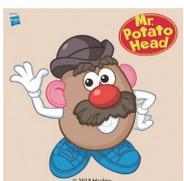
附註：我們利用通過委聘供應商自授權方取得的商品授權，以設計及生產供我們於若干展覽會／促銷活動上自行銷售的商品。

### 我們的授權品牌及／或品牌授權方的品牌（我們作為代理）

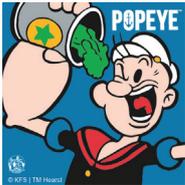
於往績記錄期間及於最後實際可行日期，我們就相關協議訂明的若干權利及若干地區進行品牌授權，包括以下品牌：

品牌名稱	描述	品牌授權方名稱
貝蒂		於1930年首次引進，女性動畫卡通角色，自此成為風靡全球的卡通角色。
		Hearst Holdings, Inc.、King Features Syndicate Division
加菲貓		由吉姆·戴維斯先生創作的美國漫畫，於1978年首次出版，講述主角加菲貓、主人喬恩及寵物狗歐迪的生活。
		Paws, Incorporated

## 業 務

品牌名稱		描述	品牌授權方名稱
小王子		法國貴族、作家、詩人及飛行員安東尼·德·聖艾舒比尼最著名的作品，講述一名飛行員與來自外星球的小王子的交流故事。	LPP612
MONOPOLY		MONOPOLY的名稱及標誌、遊戲板的獨特設計、四個四方角落、MONOPOLY先生的名稱及角色以及棋盤及遊戲棋子的每個獨特元素均為Hasbro, Inc.的商標，供其物業買賣遊戲及遊戲設備使用。	Hasbro Inc.
奇先生妙小姐		源自英國作家羅傑·哈格里夫斯於1971年出版的一系列兒童讀物，奇先生妙小姐的人物角色亦擴展至逾90個。	Sanrio Global Asia Ltd
MR. POTATO HEAD		MR. POTATO HEAD及MRS. POTATO HEAD為Hasbro的商標，經許可使用。	Hasbro International Inc.
MY LITTLE PONY		MY LITTLE PONY為Hasbro的商標，經許可使用。	Hasbro Inc.

## 業 務

品牌名稱		描述	品牌授權方名稱
PAC-MAN		PAC-MAN是於1980年首次在日本發佈的街機遊戲。遊戲發佈後，遊戲及其後的PAC-MAN衍生作品成為一種社交現象，產生大量商品銷售，激發了其他媒體的靈感。	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
Peppa Pig		一部學前兒童動畫片，講述一隻名叫佩奇的頑皮且有點任性的小豬與弟弟喬治、豬媽媽及豬爸爸的故事。	Entertainment One UK Limited
睡衣小英雄		一部關於三個六歲小孩Connor、Amaya及Greg的英國／法國動畫片。他們於晚上變身超級英雄－睡衣小英雄－貓小子、貓頭鷹女及飛壁俠，拯救他們的城市及打擊犯罪活動。	Entertainment One UK Limited
大力水手		大力水手是於1928年創作的水手角色。他是眾多漫畫和動畫片中的明星，以眯起右眼、巨大前臂和兩個錨形紋身而聞名。他非常強壯，可以舉起龐大物體，通過吃菠菜提升力量。	Hearst Holdings, Inc.、King Features Syndicate Division
變形警車珀利		變形警車珀利是一部南韓兒童電視動畫片，通過有關拯救行動的感人故事情節，帶出「社會性」、「共同生活」、「自尊」及「珍惜家庭」的主要訊息。	ROI VISUAL Co., Ltd.

## 業 務

品牌名稱	描述	品牌授權方名稱
姆明 	由芬蘭插畫家及作家Tove Jansson創作，講述姆明一家和朋友在詩意寧靜的姆明谷的冒險生活。	Bulls Presstjänst AB
TRANSFORMERS 	TRANSFORMERS為Hasbro的商標，經許可使用。	Hasbro Inc.

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期品牌授權業務的品牌數目：

	於3月31日			於10月31日	於最後 實際可行 日期
	2016年	2017年	2018年	2018年	
現有品牌數目 <small>(附註)</small>	74	76	71	107	112

附註：倘我們與品牌授權方所訂協議中的授權期間仍為有效，則版權為活躍。

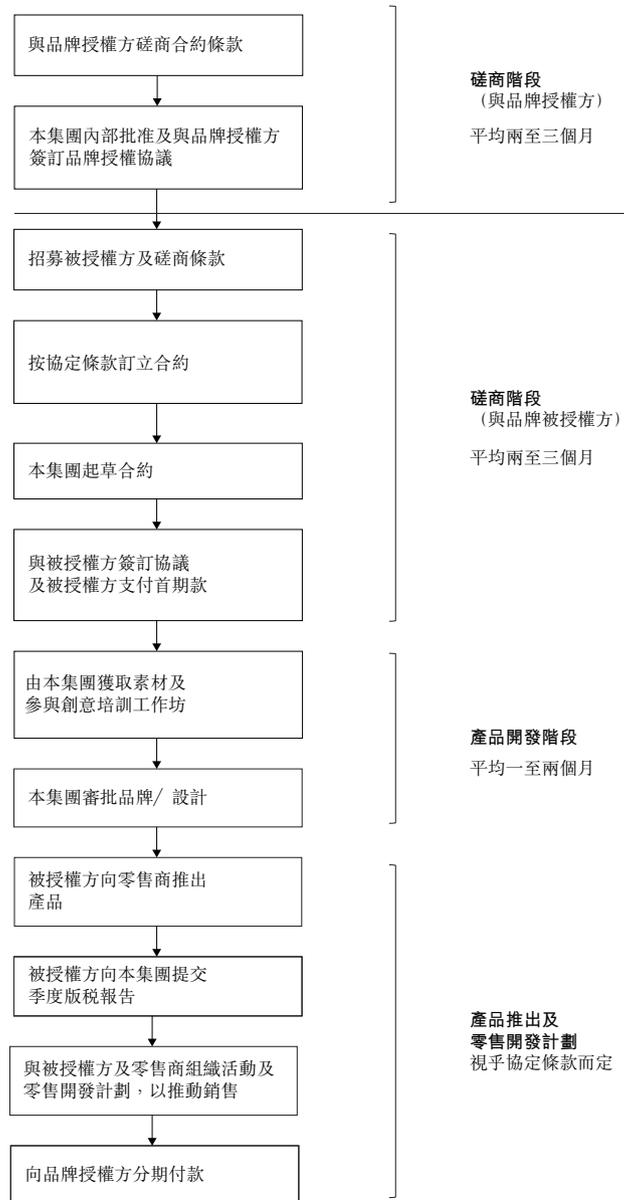
	截至3月31日止年度			截至 10月31日 止七個月	於2018年 11月1日至 最後實際 可行日期
	2016年	2017年	2018年	2018年 <small>(附註)</small>	
已屆滿品牌數目	10	18	14	13	13
已重續品牌數目	1	2	0	0	6
已獲得的新品牌數目	7	18	9	49	12

附註：因於2018年8月完成羚邦動畫（國際）收購，羚邦動畫（國際）為本集團帶來47個新品牌的授權權利。

## 業 務

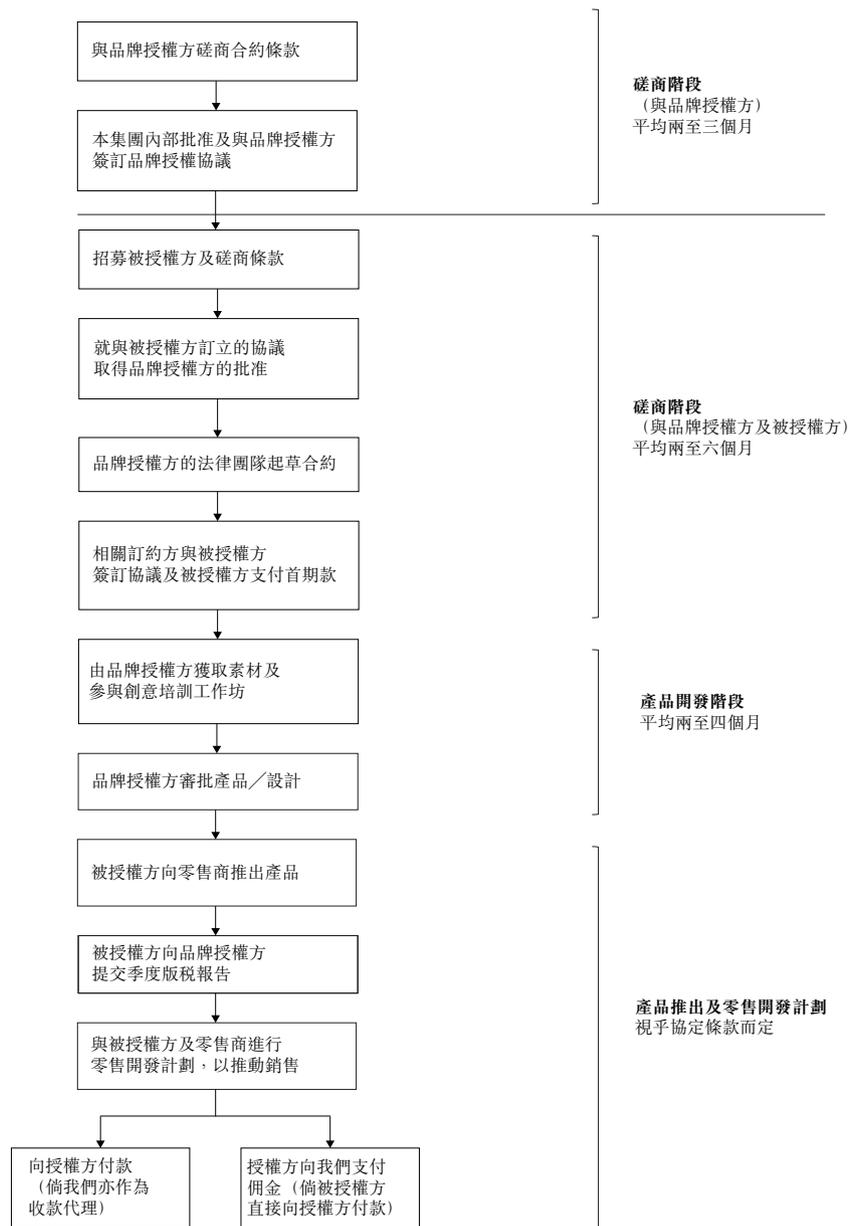
### 品牌授權業務的營運流程

我們作為品牌被授權方時品牌授權業務的一般營運流程載列如下：



## 業 務

我們作為品牌授權方代理時品牌授權業務的一般營運流程載列如下：



## 業 務

### 本集團作為品牌被授權方

與品牌授權方訂立的品牌授權協議的主要條款

我們與品牌授權方公平磋商品牌授權協議的條款及條件。下表載列該等協議中通常載有的主要條款：

事項	主要條款及條件
我們的角色	我們為相關品牌／角色的被授權方
授權品牌	協議將載有品牌的詳情。
授權期	通常介乎兩年至八年。
授權	協議通常載有授予我們可使用品牌的權利（例如商品授權、大型實體娛樂權及促銷權）（包括再授權該等權利的權利）。協議亦將訂明授權是否為獨家。
區域	協議通常訂明授權的區域以及於區域內授出的有關權利是否為獨家。我們通常獲授出於亞太區不同地區發行的權利。
最低保證金及版權費	我們未必須向品牌授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷我們應付的版稅。我們應付予授權方的版稅金額一般按由客戶向我們應付的版稅的一定百分比而定。
終止	倘我們嚴重違反協議的任何條款，品牌授權方可通過向我們發出書面通知終止協議。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無品牌授權協議遭提前終止。

## 業 務

### 與再被授權方訂立的品牌再授權協議的主要條款

我們與再被授權方公平磋商品牌再授權協議的條款。品牌再授權協議的主要條款和與品牌授權方訂立的授權協議的主要條款類似。下表載列與再被授權方訂立的授權協議中通常載有的條款：

事項	主要條款及條件
我們的角色	對再被授權方而言，我們為相關品牌的總被授權方。
授權品牌	協議將載有相關品牌的詳情。
授權期	通常介乎六個月至五年。
授權	協議通常載有授予再被授權方可使用品牌的權利（例如商品授權、大型實體娛樂權及促銷權）。協議亦將訂明授權是否為獨家。
區域	協議通常訂明授權的區域以及於區域內授出的有關權利是否為獨家。
最低保證金及版稅	我們未必要求再被授權方支付最低保證金。相關最低保證金通常不可退還，惟可用作抵扣，或用於抵銷應付予我們的版稅。協議通常訂明再被授權方將向我們就授權權利支付的版稅。款項一般須分一至兩期支付。信貸期一般為協議訂明的付款里程碑日期後30天。倘累計版稅超出最低保證金，我們可能有權自再被授權方收取以銷售計算的版稅。
終止	被授權方不得製造或開展製造超過為滿足協議屆滿或終止前的預期銷售在商業上合理的數目的獲授權品牌產品或其他物料。  倘被授權方嚴重違反協議的任何條款，我們有權於發出書面通知後終止協議。

## 業 務

### 本集團作為品牌授權方的代理

與品牌授權方訂立的品牌代理協議的主要條款

我們與品牌授權方公平磋商協議的條款及條件。下表載列與品牌授權方訂立的代理協議中通常載有的主要條款：

事項	主要條款及條件
我們的角色	我們為品牌授權方的代理，以識別潛在被授權方並向品牌授權方提供相關服務（例如協助與被授權方磋商條款以及收取授權費（倘需要））。
合同年期	通常介乎兩年至七年。
品牌	協議將載有相關品牌的詳情。
分銷區域及獨家分銷權	協議通常訂明授權的區域以及服務範圍。協議亦將訂明我們於該區域內是否為獨家代理。
最低版稅	若干協議可能訂明本集團是否須就應付授權方的版稅達到一定目標。倘未達到相關版稅目標，品牌授權方有權終止協議或要求我們支付相等於任何差額的金額。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團能夠達到所有目標。
佣金比率及付款	協議通常訂明佣金比率及相關付款條款。
終止	倘我們嚴重違反協議的任何條款，品牌授權方可通過向我們發出書面通知終止協議。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無品牌代理協議遭提前終止。

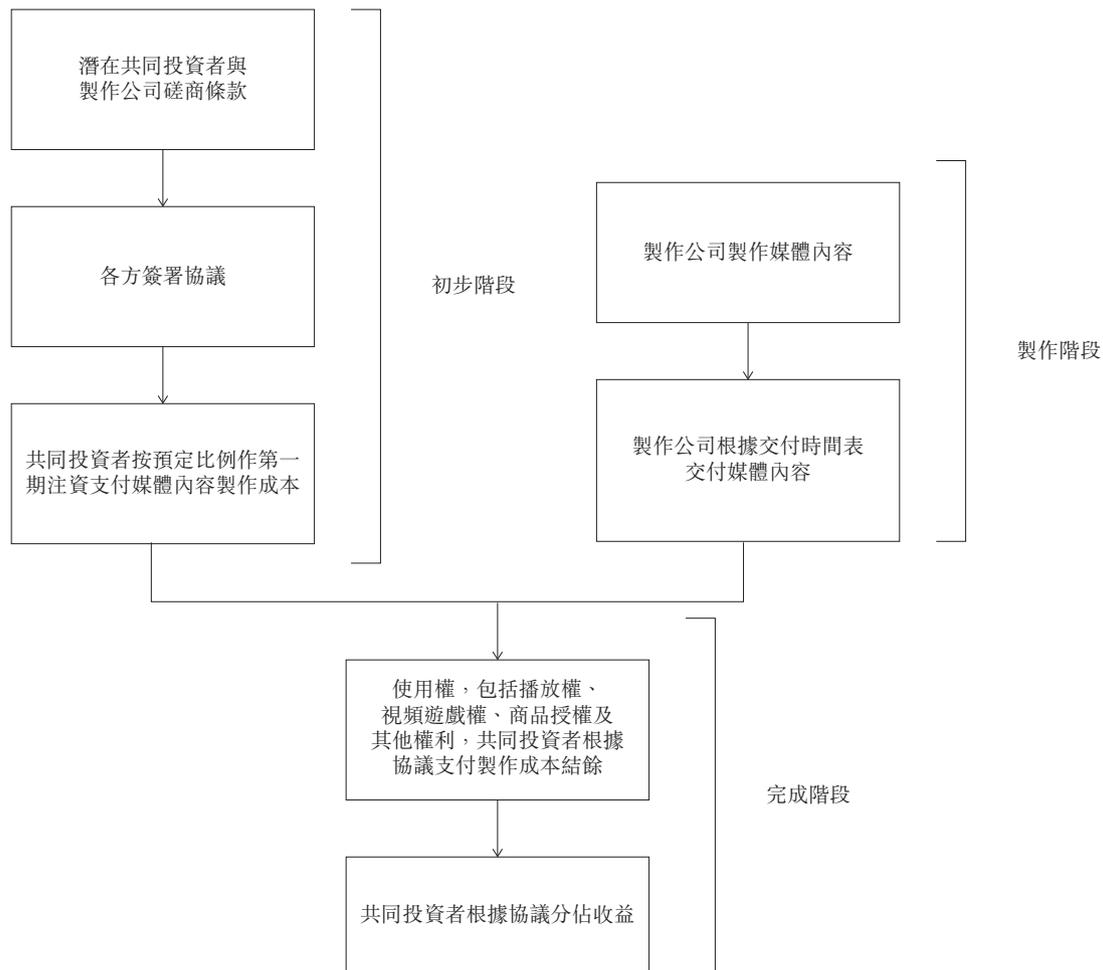
品牌授權方將與被授權方直接訂立合約關係，我們未必為該合約關係的訂約方。

### 我們的投資

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與其他媒體工作室／公司共同投資於四部日本動畫片（「龍心戰紀」、「失落的歌謠」、「輕羽飛揚」及「RErideD－穿越時空的德理達」）。其中一部動畫片於2016年播放，而其他三部於2018年播放。我們與聚逸株式會社、TV TOKYO Corporation及另一間媒體公司共同投資於「龍心戰紀」，其於2016年播放，我們有權通過互聯網及亞太區的其他平台播放及發行該部動畫片。

## 業 務

### 製作媒體內容的投資的運作流程



製作媒體內容的投資的運作流程載列如下：

(i) 進行市場研究以評估製作的市場潛力

基於我們於媒體內容發行市場的經驗及聯繫，我們或不時獲其他媒體公司邀請共同投資媒體內容製作。倘管理層認為將予製作的媒體內容具良好潛力，我們將進行可行性研究以決定是否投資有關項目。管理層可能考慮多項因素，包括(a)我們與製作的其他共同投資者的關係；(b)共同投資者及製作公司的往績記錄；(c)媒體內容的故事情節及設計素材；(d)媒體內容的市場預測；及(e)製作成本及本集團的投資額及投資的潛在回報。

(ii) 與共同投資者及製作公司訂立項目合作協議

管理層決定共同投資媒體內容製作後，媒體內容部門將與共同投資者及製作公司磋商。倘各方可達成協議，我們將訂立正式項目合作協議，據此，我們有

## 業 務

責任按預定比例注資支付媒體內容製作成本。我們可能獲授予發行權、商品授權及／或其他權利，以於協議訂明的若干地區使用媒體內容。根據協議，共同投資者有權按預定比例分佔媒體內容產生的收益。根據協議，各方有權與違反協議條文的違約方終止協議。

### (iii) 製作媒體內容

製作公司將根據協議所載交付時間表開始製作媒體內容。共同投資者將根據協議所載時間表結付餘下製作成本。

### (iv) 使用權及分佔媒體內容收益

根據各方的協議，共同投資者有權取得不同地區的媒體內容的不同使用權，包括播放權、視頻遊戲權、商品授權、互聯網發行權及其他權利。本集團一般獲授予若干地區的播放權、視頻遊戲權、商品授權及互聯網發行權。有關權利持有人使用向其授予的權利並扣除媒體內容收益若干比例的佣金後，共同投資者有權按預定比例分佔餘下收益。

於往績記錄期間，我們於此四部日本動畫片的投資總額為18.4百萬港元，我們已收取相關動畫片的投資收入總額為3.8百萬港元，而發行收入總額為33.2百萬港元。

下表載列於往績記錄期間來自共同投資製作及發行媒體內容的投資收入以及發行及授權收入分析：

	截至3月31日止年度			截至10月31日止七個月	
	2016年	2017年	2018年	2017年	2018年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
投資收入	77	25	544	22	3,253
發行及授權收入	—	659	858	—	31,656

## 業 務

我們已獲得若干已出版材料、動畫內容及電視劇的改編權，可製作真人版本或改編相關內容。有關版權或用於日後共同投資項目。憑藉我們與媒體網絡的關係，我們將於日後繼續共同投資製作媒體內容。根據過往經驗，我們相信共同投資製作媒體內容的裨益為：(a)我們可在毋須支付任何最低保證金的情況下獲授予在若干地區發行媒體內容及其他版權的權利；(b)其可進一步鞏固我們與製作工作室／媒體公司的關係，長遠而言，此將對媒體內容發行業務有利；及(c)除發行收入外，我們亦將自我們於媒體內容的投資獲得投資收入。

### 銷售及營銷

#### 營銷及推廣

我們並無就向客戶發行媒體內容／再授權品牌委聘任何第三方。因此，媒體內容授權方及客戶須依賴我們。我們相信，直銷業務模式使我們能夠更好地控制媒體內容的發行網絡及播放／發行時間表。我們亦定期拜訪媒體內容授權方及客戶，以於相關媒體內容的製作後期與彼等磋商發行服務。

為提高我們發行的媒體內容的知名度及適銷性，我們每年定期參加並與媒體內容授權方合作於貿易展及會議籌辦營銷攤位，以便向潛在客戶推廣媒體內容。透過該等貿易展及會議，我們能向現有及潛在客戶展示媒體內容，提升我們在行業中的企業形象，擴展客戶網絡並增加媒體內容產品。於2018年，我們參加多個貿易展、會議以及電影及電視節，部分載於下表：

2018年	活動名稱	描述	地點
2月	C3 Anime Festival Asia Hong Kong	為一系列於東南亞地區舉辦的動漫會議，亦於日本、香港、新加坡、印尼及泰國每年舉辦核心會議。	香港
3月	香港國際影視展	亞洲最大型電影及電視展覽之一。	香港
	AnimeJapan 2018	若干最大型日本動漫公司及組織參展。	日本東京

## 業 務

2018年	活動名稱	描述	地點
4月	Wonder Festival	主要重點在於展示及出售「手辦」，大多塑造複製的動漫及遊戲角色，兼有機甲／科幻角色及人物。	中國上海
6月	Vietnam International Exhibition On Film And Television Technology	為國際展覽，專注於受到本地及國際青睞的各種電視專業知識。	越南 胡志明市
7月	香港動漫電玩節	重大的娛樂展覽及書展，重點在於香港本土動畫、漫畫及遊戲。通常於八月前後舉辦，以展示及出售漫畫書及與漫畫有關／與動畫有關／與遊戲有關的產品。	香港
	中國國際動漫遊戲博覽會	為漫畫及遊戲展覽。為發掘業內發展潮流的重要平台；旨在宣傳及推廣新產品及作品；讓業內參與者交流及進行買賣；且為所有人士的互動及娛樂平台。	中國上海
8月	中國國際數碼互動娛樂展覽會	為每年於上海舉辦的數碼娛樂博覽會。為於中國及亞洲最大型的遊戲及數碼娛樂展覽會之一。	中國上海
	北京國際動漫展	為中國每年最大型同類展覽之一。	中國北京
	台北漫畫博覽會	每年一度融合動漫及遊戲的博覽會，通常於八月在台北舉辦。	台灣台北

## 業 務

2018年	活動名稱	描述	地點
10月	MIPCOM (Marché International des Programmes de Communication)	世界最大型的娛樂內容交易會，於法國城市康城舉辦。	法國康城
	Japan Content Showcase – TIFFCOM	獲公認為重要內容交易會。日本內容（包括動畫）日漸備受欣賞及渴求。	日本東京
12月	The Asia TV Forum & Market	為亞洲的領先娛樂內容活動，供專業人士相聚、相連和協作	新加坡

就品牌授權業務而言，我們亦於往績記錄期間參加眾多活動。於2018年，我們參加了以下活動：

2018年	活動名稱	描述	地點
1月	香港國際授權展	於香港舉行，以授權為重點的展覽，協助授權方及授權發行商找尋夥伴，並擴充彼等於亞洲（尤其是中國）的區域授權網絡。	香港
3月	The Bologna Children’s Book Fair	國際活動，致力於兒童出版及多媒體行業。	意大利 波隆那
4月	Licensing Japan	於世界其中一個最大授權市場舉行的角色及品牌國際授權貿易展。	日本東京
5月	Licensing Expo Las Vegas	授權博覽會將世界部分最具影響力的娛樂、角色、藝術及企業品牌擁有人及代理，與消費品製造商、被授權方及零售商串連起來。	美國 拉斯維加斯

## 業 務

2018年	活動名稱	描述	地點
7月	中國國際動漫遊戲博覽會	中國漫畫及遊戲展覽。	中國上海
	Korea Character Licensing Fair	亞洲文化內容授權展，旨在令韓風內容衝出國際。	韓國首爾
	中國孕嬰童展童裝展	兒童、嬰兒及孕婦產品及服務貿易展。	中國上海
8月	深圳IP授權展	專業整合商業平台，於深圳匯聚以創造可向全球提供授權的大量多種產權及品牌。	中國深圳
10月	Brand Licensing Europe	泛歐專門於授權及品牌伸延的活動，令領先品牌擁有人與零售商、被授權方及製造商能夠聚首。	英國倫敦
	中國授權展	中國貿易及學習授權平台。本地及國際IP擁有人獲提供機會與來自跨行業的代理及被授權方會面。	中國上海

我們相信，與現有及潛在供應商及客戶頻密會面的機會，以及我們在台灣、新加坡、馬來西亞、印尼、北京、廣州及上海聘請的當地員工，使我們能夠密切關注不同地區的市場情況，並與彼等保持密切關係。

我們亦利用其他營銷渠道（例如電視廣告、電影預告片、社交媒體平台、電影首映及其他媒體平台）宣傳本集團及精選媒體內容及品牌。

於往績記錄期間，推廣開支分別約為3.2百萬港元、1.5百萬港元、5.3百萬港元及2.3百萬港元，分別佔同期總收益約1.9%、0.6%、1.7%及0.7%。

## 業 務

### 定價政策

就媒體內容發行業務而言，我們相信，本集團持續成功的關鍵是以具競爭力的條款獲穩定供應優質媒體內容來源。我們設有內部評級制度，以評估支付予媒體內容授權方的最低保證金。我們在評級時計及製作工作室／媒體公司的聲譽、媒體內容版權包含的集數、媒體內容質素、媒體內容類型、媒體內容的受歡迎程度及我們與媒體內容授權方的關係等因素。我們於中國、台灣及香港的內部研究團隊一般在預計發佈時間前一段時間審視媒體內容、開展市場調研及就將予發行的媒體內容定期與供應商溝通。

我們在與客戶磋商價格（例如最低保證金、版稅率及佣金收入）時一般計及客戶的狀況、客戶過往收視率（倘該等客戶為媒體內容平台）、媒體內容的受歡迎度及質素、我們可能須向授權方支付的最低保證金金額、透過該等特定客戶發行媒體內容的潛在市場效果、是否獨家及發行區域、營銷活動及搭配商品銷售以及我們與該等客戶的關係等因素。我們於設定客戶就我們發行的媒體內容應付的最低保證金（如有）及／或版稅時，我們一般將計及(i)我們向授權方支付的最低保證金金額；(ii)我們在向授權方支付版稅時的版稅率；及(iii)潛在客戶的數量。董事相信，我們的定價策略讓我們將部分採購成本的增幅轉嫁予客戶。

就品牌授權業務而言，我們亦與品牌授權方磋商，根據自身團隊進行的品牌銷售預測及需求估計，設定最低保證金（如有）及版稅率。我們在為客戶設定最低保證金（如有）及版稅率時，亦採用與媒體內容發行業務類似的定價政策。

### 季節性

董事相信，我們經營所在的媒體內容發行及品牌行業並無展現任何重大的季節性。

### 供應商

我們的主要供應商主要包括媒體內容授權方。於最後實際可行日期，我們已與往績記錄期間的五大供應商建立兩年至17年的關係。截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，自五大供應商的採購額分別約為69.8百萬港元、109.8百

## 業 務

萬港元、106.4百萬港元及143.4百萬港元，佔同期採購總額約67.8%、67.1%、61.9%及65.9%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，董事、其各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知於最後實際可行日期擁有5%以上的已發行股本）並無於往績記錄期間的任何五大供應商中持有任何權益。

下表載列於往績記錄期間五大供應商的詳情：

### 截至2016年3月31日止年度

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
1.	供應商A	一間以日本為基地的國際廣告及公關公司以及媒體內容製作商及發行商	16年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後45日到期。	25,999	25.3
2.	供應商B	一間以日本為基地的製作公司以及電影及動畫片發行商	14年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後30日到期。	18,346	17.8

## 業 務

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
3.	供應商C	一間以日本為基地的動漫及音樂製作及發行公司	14年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後30日到期。	10,390	10.1
4.	供應商D	一間以日本為基地的出版商及媒體內容製作商	八年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於各季度完結後60日到期。	8,989	8.7
5.	供應商E	一間以日本為基地的電影、製作及發行公司	五年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們收到相應發票後10日到期。	6,061	5.9

## 業 務

截至2017年3月31日止年度

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
1.	供應商E	一間以日本為基地的電影、戲劇製作及發行公司	五年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們收到相應發票後10日到期。	50,965	31.1
2.	供應商D	一間以日本為基地的出版商及媒體內容製作商	八年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於各季度完結後60日到期。	16,689	10.2
3.	供應商A	一間以日本為基地的國際廣告及公關公司以及媒體內容製作商及發行商	16年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後45日到期。	16,673	10.2

## 業 務

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
4.	供應商F	一間以日本為基地的全方位娛樂公司企業，由電影部門、劇場部門以及其他部門組成，從事製作及發行動畫真人節目及電影	17年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交每季度版稅報告時結付，為每季度完結後30日到期。	13,253	8.1
5.	供應商G	一間以日本為基地的家庭錄像、戲劇電影、電視節目及商品發行商	兩年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們收到相應發票後30日到期。	12,243	7.5

## 業 務

截至2018年3月31日止年度

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
1.	供應商D	一間以日本為基地的出版商及媒體內容製作商	八年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於各季度完結後60日到期。	38,080	22.2
2.	供應商H	一間以日本為基地的製作及發行音樂、動畫、家庭錄像、遊戲及其他娛樂產品的公司	十年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後60日到期。	21,660	12.6
3.	供應商I	一間以日本為基地的出版及發行音樂、家庭錄像、電影及遊戲的公司的附屬公司	11年	最低保證金一般於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交每月版稅報告時結付，為每月完結後60日到期。	18,602	10.8

## 業 務

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
4.	供應商A	一間以日本為基地的國際廣告及公關公司以及媒體內容製作商及發行商	16年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們提交季度版稅報告時結付，為各季度完結後45日到期。	14,279	8.3
5.	供應商E	一間以日本為基地的電影、戲劇製作及發行公司	五年	最低保證金一般以分期結付，首期費用通常於簽立內容發行協議後到期。超過已付最低保證金的銷售版稅一般於我們收到相應發票後10日到期。	13,754	8.0

## 業 務

截至2018年10月31日止七個月

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
1.	供應商E	一間以日本為基 地的電影、戲 劇製作及發行 公司	五年	最低保證金一般以 分期結付，首期 費用通常於簽立 內容發行協議後 到期。超過已付 最低保證金的銷 售版稅一般於我 們收到相應發票 後10日到期。	58,125	26.7
2.	供應商D	一間以日本為基 地的出版商及 媒體內容製作 商	八年	最低保證金一般以 分期結付，首期 費用通常於簽立 內容發行協議後 到期。超過已付 最低保證金的銷 售版稅一般於各 季度完結後60日 到期。	39,749	18.3
3.	供應商G	一間以日本為 基地的家庭錄 像、戲劇電 影、電視節目 及商品發行商	兩年	最低保證金一般以 分期結付，首期 費用通常於簽立 內容發行協議後 到期。超過已付 最低保證金的銷 售版稅一般於我 們收到相應發票 後30日到期。	20,103	9.2

## 業 務

排名	供應商	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期 及支付方式	採購金額  千港元	佔採購總額 的百分比  %
4.	供應商B	一間以日本為基 地的製作公司 以及電影及動 畫片發行商	14年	最低保證金一般以 分期結付，首期 費用通常於簽立 內容發行協議後 到期。超過已付 最低保證金的銷 售版稅一般於我 們提交季度版稅 報告時結付，為 各季度完結後30 日到期。	15,861	7.3
5.	供應商J	一個以日本為基 地的從事電視 製作及放送的 電視網絡	16年	最低保證金一般以 分期結付，首期 費用通常於簽立 內容發行協議後 到期。超過已付 最低保證金的銷 售版稅一般於各 季度完結後90日 到期。	9,547	4.4

## 業 務

於往績記錄期間亦為我們的客戶的媒體內容授權方及品牌授權方以及擔任品牌授權方的其中一名客戶

於往績記錄期間，七名媒體內容授權方及品牌授權方（我們根據授權安排從彼等獲得授權）（「七名內容／品牌供應商」）亦於若干特殊情況下（與彼等訂立的日常授權安排除外）向本集團貢獻收益，因此，彼等亦被視為我們於往績記錄期間的客戶。該等特殊情況發生如下：

- (i) 我們已獲七名內容／品牌供應商中的部分供應商授權於若干區域使用媒體內容及為於該等區域內使用同一媒體內容，有關內容／品牌供應商的附屬公司或須自我們取得相關權利；或
- (ii) 我們成功於若干特定區域的若干媒體平台發行媒體內容權，我們可能有權收取佣金，佔授權方就彼等授予同一區域其他各方的品牌授權賺取的版稅的某一百分比；或
- (iii) 我們幫助彼等安排電視台的播放時間，展示其媒體內容及就作出的有關安排向彼等收取若干費用；或
- (iv) 我們就向彼等推薦並非屬於與彼等訂立的日常授權安排範圍內的客戶收取費用。

下表載列於往績記錄期間七名內容／品牌供應商貢獻的收益佔總收益的百分比：

	截至3月31日止年度			截至10月31日
	2016年	2017年	2018年	止七個月 2018年
七名內容／品牌供應商貢獻的 總收益（百萬港元）	1.8	1.9	2.1	1.3
七名內容／品牌供應商貢獻的收益 — 於相關年度／期間 收益佔總收益的百分比(%)	1.1	0.7	0.7	0.4

## 業 務

	截至3月31日止年度			截至10月31日
				止七個月
	2016年	2017年	2018年	2018年
自七名內容／品牌供應商的 總採購額 (百萬港元)	46.4	35.7	72.2	57.6
自七名內容／品牌供應商的採購額 － 於相關年度／期間自七名 內容／品牌供應商採購額佔總 採購額的百分比(%)	45.1	21.8	42.0	26.4
七名內容／品牌供應商 產生的毛利 (百萬港元)	1.3	1.7	1.9	1.1

董事確認，(i)我們與七名內容／品牌供應商訂立的日常授權安排的條款乃按彼等因向我們貢獻收益而被視為我們的客戶的不同情況分別進行磋商；及(ii)日常授權安排項下的交易及上文所述情況下的交易並非相互聯繫，亦非互為條件。

此外，品牌授權方（為其中一名客戶及因我們擔任其代理而根據代理安排向我們支付代理佣金）（「客戶G」）在特殊情況下（日常代理安排除外）向本集團授予其品牌推銷權，而我們於往績記錄期間向客戶G支付版稅。因此，該客戶亦被視為我們於往績記錄期間的其中一名供應商。

## 業 務

下表載列於往績記錄期間我們自客戶G的採購額及收益佔總採購額及總收益的百分比：

	截至3月31日止年度			截至10月31日
	2016年	2017年	2018年	止七個月
				2018年
<b>客戶G的採購額</b>				
— 於相關年度／期間客戶G的採購額佔總採購額的百分比	零	零	0.02%	0.2%
<b>自客戶G的收益</b>				
— 於相關年度／期間自客戶G的收益佔總收益的百分比	2.9%	2.2%	1.8%	1.1%
來自客戶G的毛利 (百萬港元)	4.9	5.7	5.7	3.8

董事確認，(i)我們擔任客戶G的代理的日常代理安排的條款乃按我們因自客戶G獲得品牌版權而我們向客戶G支付版稅的不同情況分別進行磋商；及(ii)日常代理安排項下的交易及上文所述情況下的交易並非相互聯繫，亦非互為條件。

與七名內容／品牌供應商及客戶G訂立的上述交易的主要條款與其他供應商及客戶所訂立者相若，董事認為乃按正常商業條款進行。

於往績記錄期間，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所深知擁有本公司已發行股份5%以上）於任何七名內容／品牌供應商及客戶G中擁有任何權益。

## 客戶

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的主要客戶主要包括線上媒體平台及媒體網絡營運商，而品牌授權業務的其他客戶主要包括部分品牌授權方（我們擔任其代理）及再被授權方，例如不同產品類別（包括玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品及餐飲）的製造商／分銷商，以及於亞太區有關品牌的活動、主題公園、商場、咖啡店及餐廳的其他再被授權方。

## 業 務

截至2018年3月31日止三個年度及截至2018年10月31日止七個月，五大客戶應佔收益分別約為104.8百萬港元、182.0百萬港元、252.7百萬港元及289.2百萬港元，分別佔同期的總收益約61.2%、69.0%、80.5%及82.2%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知，於最後實際可行日期擁有已發行股本5%以上）於往績記錄期間的任何五大客戶中擁有任何權益。

下表載列於往績記錄期間五大客戶的詳情：

### 截至2016年3月31日止年度

排名	客戶	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期	所貢獻收益	
					千港元	%
1.	客戶A	一間以中國為基地的私人線上娛樂服務供應商	五年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計30個工作日。	35,584	20.8
2.	客戶B	一個以中國為基地的視頻分享網站／平台，從事動畫、漫畫及遊戲相關服務 <i>(附註1)</i>	四年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計35個工作日。	26,210	15.3
3.	客戶C	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 <i>(附註2)</i>	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計30個工作日。	17,218	10.1
4.	客戶D	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 <i>(附註3)</i>	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計45個工作日。	17,091	10.0
5.	客戶E	一間以美國為基地的管理一批有線電視網絡及物業的私人企業集團的亞洲分公司	14年	付款一般於相關合約所訂明的付款里程碑日期及合理交付後到期。	8,656	5.1

## 業 務

截至2017年3月31日止年度

排名	客戶	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期	所貢獻收益	
					千港元	%
1.	客戶D	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註3)	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計45個工作日。	60,457	22.9
2.	客戶C	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註2)	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計30個工作日。	59,351	22.5
3.	客戶A	一間以中國為基地的私人線上娛樂服務供應商	五年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計30個工作日。	33,766	12.8
4.	客戶B	一個以中國為基地的視頻分享網站／平台，從事動畫、漫畫及遊戲相關服務 (附註1)	四年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計35個工作日。	18,013	6.8
5.	客戶F	一間以美國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註4)	三年	相關合約訂明分期款項一般於每季度後曆月第15日到期。	10,374	3.9

## 業 務

截至2018年3月31日止年度

排名	客戶	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期	所貢獻收益	
					千港元	%
1.	客戶C	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註2)	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計30個工作日。	113,978	36.3
2.	客戶B	一個以中國為基地的視頻分享網站／平台，從事動畫、漫畫及遊戲相關服務 (附註1)	四年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計35個工作日。	88,644	28.2
3.	客戶D	一間以中國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註3)	六年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計45個工作日。	38,190	12.2
4.	客戶F	一間以美國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註4)	三年	相關合約訂明分期付款一般於每季度後曆月第15日到期。	6,139	2.0
5.	客戶G	一間以美國為基地的私人漫畫工作室及製作公司	八年	一般為每曆季後30日。	5,708	1.8

## 業 務

截至2018年10月31日止七個月

排名	客戶	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期	所貢獻收益	
					千港元	%
1.	客戶B	一個以中國為基地的視頻分 享網站／平台，從事動 畫、漫畫及遊戲相關服務 <i>(附註1)</i>	四年	一般為相關合約所訂 明付款里程碑後起 計35個工作日。	125,905	35.8
2.	客戶C	一間以中國為基地的線上娛 樂服務供應商 <i>(附註2)</i>	六年	一般為相關合約所訂 明付款里程碑後起 計30個工作日。	92,911	26.4
3.	客戶H	一間以中國為基地的線上娛 樂服務供應商 <i>(附註5)</i>	五年	一般為相關合約所訂 明付款里程碑後起 計45個工作日。	39,262	11.2
4.	客戶F	一間以美國為基地的線上娛 樂服務供應商 <i>(附註4)</i>	三年	相關合約訂明分期款 項一般於每季度後 曆月第15日到期。	16,358	4.6

## 業 務

排名	客戶	主要業務活動	於最後實際 可行日期的 業務關係年期	一般信貸期	所貢獻收益	
					千港元	%
5.	客戶D	一間以美國為基地的線上娛樂服務供應商 (附註3)	五年	一般為相關合約所訂明付款里程碑後起計45個工作日。	14,807	4.2

附註：

1. 客戶B屬於一個上市集團，控股公司於納斯達克股票交易所上市，截至2018年12月31日止年度的收益約為600百萬美元。於2018年12月31日，該上市公司的市值約為40億美元。
2. 客戶C屬於一個上市集團，控股公司於納斯達克股票交易所上市，截至2018年12月31日止年度的收益約為30億美元。於2018年12月31日，該上市公司的市值約為100億美元。
3. 客戶D屬於一個上市集團，控股公司於紐約證券交易所上市，截至2018年3月31日止年度的收益約為400億美元。於2018年12月31日，該上市公司的市值約為3,550億美元。
4. 客戶F屬於一個上市集團，控股公司於納斯達克股票交易所上市，截至2018年12月31日止年度的收益約為150億美元。於2018年12月31日，該上市公司的市值約為1,160億美元。
5. 客戶H屬於一個上市集團，控股公司於聯交所上市，截至2017年12月31日止年度的收益約為人民幣2,400億元。於2018年12月31日，該上市公司的市值約為30,000億港元。

## 業 務

### 獎項及認證

本集團與主要供應商及客戶的長期關係以及致力提供的優質服務可由我們獲授的嘉許佐證。下表載列我們獲得的部分主要獎項及認證：

年份	獎項	主辦機構
2018年	中國授權金星獎2018 – 優秀海外原創授權IP獎 – 睡衣小英雄	全球授權展 – 中國站 / 中國品牌授權聯盟
2018年	玉猴獎 – 十佳授權團隊	中國IP產業年會組委會
2017年	Official Garfield All-Star – Outstanding Market	Paws, Incorporated
2016年	Garfield Top Cat Award 2016	Paws, Incorporated
2015年	2015中國動漫授權業十大海外品牌 – 小王子	國家新聞出版廣電總局發展研究中心及 中國動漫品牌授權產業高峰論壇組委會
2015年	2015中國動漫授權業十大海外品牌 – 姆明	國家新聞出版廣電總局發展研究中心及 中國動漫品牌授權產業高峰論壇組委會
2015年	2015中國動漫授權業 – 十大海外品牌	2015中國動漫品牌授權產業高峰論壇組委會
2014年	中國動漫授權業大獎 中國十大海外品牌 – 加菲貓	中國動漫授權業大獎
2014年	Official Garfield All-Star – Outstanding Licensing Program	Paws, Incorporated
2011年	年度代理 「You and Garfield: A Magical Combination」	Paws, Incorporated

## 業 務

本集團亦致力回饋社會。多年來，我們就企業社會責任工作獲得以下獎項。

年份	獎項	主辦機構
2018年	特許公認會計師公會公益關愛日聯合贊助商證書	特許公認會計師公會
2017年	「樂施米義賣大行動」嘉許狀	香港樂施會
2017年	「仁愛堂慈善步行日」嘉許狀	仁愛堂有限公司
2016年	家庭友善僱主獎勵計劃－家庭友善僱主	民政事務局及家庭議會

### 競爭格局

#### 日本動畫內容發行市場

根據弗若斯特沙利文報告，就收益而言，2017年前三大參與者總共佔中國的日本動畫內容發行市場約34.9%。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年收益計，於中國的日本動畫發行商中，本公司領先市場並排名第一，佔中國整體市場約14.1%。

#### 知識產權授權市場

根據弗若斯特沙利文報告，於2017年年末，中國的知識產權授權市場有約超過300名活躍的知識產權授權方。然而，由於發展歷史較短，授權發行商的數量少於100名。目前，中國知識產權授權市場的主要知識產權類型為娛樂／角色，當中動畫及漫畫角色為中國授權發行商最受歡迎的授權分類。

## 業 務

### 僱員

於最後實際可行日期，我們擁有86名全職僱員。下表載列於最後實際可行日期按部門及辦公室地點劃分的全職僱員人數：

部門	僱員人數
合約管控及審批	9
財務部門	7
人力資源及管理	5
媒體內容團隊	26
品牌授權團隊	36
管理	3
總計	<u>86</u>

地點	僱員人數
台灣	6
北京	12
廣州	6
上海	7
印尼	7
馬來西亞	2
新加坡	2
香港	44
總計	<u>86</u>

於往績記錄期間，儘管我們通過媒體內容發行業務獲得大部分收益，惟媒體內容團隊員工人數少於品牌授權團隊員工人數。董事確認，與媒體內容發行相比，品牌授權業務較勞動密集，此乃由於其涉及更全面範圍的商品授權，且目標客戶種類範圍更廣，包括不同產品類別（包括玩具、服裝及鞋履、保健及美容產品及餐飲）的製造商／分銷商以及活動、主題公園、商場、咖啡店及餐廳的其他再被授權方。因此，與品牌授權業務相關的工作流程及程序或會較媒體內容發行業務的更複雜。其通常包括更耗時的步驟，例如產品開發及批准，此可能涉及品牌授權方與客戶之間的大量磋商及聯絡工作。詳情請參閱本文件「業務－業務模式－媒體內容發行業務－媒體內容發行

---

## 業 務

---

業務的營運流程圖」及「業務－業務模式－品牌授權業務－品牌授權業務的營運流程圖」。

我們根據僱員的相關工作經驗、教育背景、語言能力及空缺職位需求等多項因素招聘僱員。我們向僱員提供在職培訓，以讓員工更加投入工作並提升其工作技能及技術知識。

我們的僱員並無成立任何僱員工會或聯合會。我們相信，我們與僱員維持良好的工作關係，且我們於往績記錄期間並無發生任何重大勞資糾紛或於為我們的營運招聘員工時遇到任何困難。

### 保險

於最後實際可行日期，本集團就我們的營運投購僱員補償保險、為僱員投購團體醫療保險以及就公務在香港境外出差為僱員投購旅遊保險。

於往績記錄期間，本集團並無提出任何重大保險申索。董事相信保險保障範圍充分及符合行業慣例，當中已計及我們的現有營運及現行行業常規。更多詳情請參閱本文件「風險因素－有關業務及行業的風險」。

### 健康、安全及職業健康與安全

我們重視僱員於營運中的健康及安全。我們不時向僱員提供工作安全指引，確保所有僱員均了解安全程序及政策。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無僱員於獲我們僱用的期間內遇到任何重大意外，且本集團已在各重大方面遵守適用健康及安全法律及法規。

### 環境事宜

本集團的營運毋須受限於環境法律及法規。由於我們概無經營任何製造活動，因此董事認為我們的業務不涉及任何環保問題。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在遵守適用環境法律及法規方面概無產生任何成本。

## 業 務

### 物業

#### 我們擁有的物業

於最後實際可行日期，本集團於中國上海持有一項物業及於新加坡持有一項物業。下表載列於最後實際可行日期我們擁有的物業的資料：

編號	地址	用途
1.	上海長寧區古北路678號同詮大廈1204室及地下二層 13號車位（「上海物業」）	辦公室
2.	#08-08 & #08-10 Manhattan House, 151 Chin Swee Road, Singapore（「新加坡物業」）	辦公室

我們確認，概無構成非物業活動一部分的單一物業權益的賬面值佔資產總值15%或以上。中國法律顧問及新加坡法律顧問分別確認，我們持有上海物業及新加坡物業的有效所有權。

#### 租賃的辦公室物業

下表載列於最後實際可行日期我們所租賃若干辦公室物業的地址及租期：

編號	地址	期限	月租
1.	香港 九龍 尖沙咀東 麼地道75號 南洋中心第一座10樓 1001A及B室	2017年5月8日至 2019年5月7日  2019年5月8日至 2021年5月7日	148,000港元  149,000港元
2.	香港 九龍 尖沙咀東 麼地道75號 南洋中心 第一座4樓 6A2室	2018年4月16日至 2020年4月15日	36,580港元

## 業 務

編號	地址	期限	月租
3.	中國 廣州 海珠區 新港東路1022號 保利世貿中心 E座1403室	2019年1月1日至 2019年12月31日	人民幣13,618元 (約15,383港元)
4.	中國 北京 朝陽區 東三環中路39號 建外Soho西區 第17座5樓605室 郵編100022	2018年11月27日至 2019年11月26日	人民幣32,130元 (約36,101港元)
5.	16th floor Suite Mayapada Tower 05, Jl. Jend. Sudirman Kav. 28 Jakarta Indonesia 12920	2019年1月1日至 2020年12月31日	29,702,068印尼盾 (約15,936港元)
6.	Rm 705, Level 7 Tower 3, Oasis Wing Brunsfield Oasis No. 2 Jalan PJU 1A/7A Oasis Square Oasis Damansara 47301 Petaling Jaya Selangor Darul Ehsan Malaysia	2018年1月1日至 2019年4月30日  2019年5月1日至 2019年10月31日	3,390馬來西亞令吉 (約6,332港元)  3,390馬來西亞令吉 (約6,332港元)
7.	台灣 台北市 敦化北路207號 11樓5室	2018年9月1日至 2019年8月31日	86,000新台幣 (約21,883港元)

## 知識產權

於最後實際可行日期，我們已在若干地區註冊「」及「*Ani-One*」兩個商標，並已在多個地區提交商標申請，以保護我們的知識產權。董事於相信屬於我們的主要市場的該等司法權區提交商標申請。有關知識產權的更多資料，請參閱本文件「附錄五－法定及一般資料－A.有關我們業務的進一步資料－本集團的知識產權」。

---

## 業 務

---

一般而言，就我們在媒體內容發行業務及品牌授權業務中分別向客戶提供的媒體內容及品牌而言，我們並無保留有關該等媒體內容及品牌的知識產權，惟我們與其他媒體工作室／公司共同投資的三部日本動畫片除外。詳情請參閱本文件「業務－業務策略」。我們亦將於必要時聘用外聘顧問就知識產權保護問題向我們提供意見。有關與知識產權相關的風險的進一步資料，請參閱本文件「風險因素－有關業務及行業的風險－我們面臨盜版及侵權的風險」。

董事並不知悉在中國或其他國家存在任何媒體內容的嚴重非法發行及有關本集團所採購品牌的盜版問題。於任何情況下，本集團並不擁有本集團為其客戶採購的媒體內容及品牌有關的知識產權，惟我們與其他媒體工作室／公司共同投資的三部日本動畫片除外。詳情請參閱本文件「業務－業務策略－投資製作動畫／真人媒體內容」。董事知悉中國及其他國家存在非法發行我們的授權媒體內容及以本集團所採購品牌為主題的盜版產品的個別案例。根據我們與媒體內容授權方及品牌授權方訂立的部分授權協議，倘我們得悉任何對媒體內容授權方及品牌授權方所擁有的知識產權的威脅或實際侵犯，我們可能須知會媒體內容授權方及品牌授權方。董事已指派專人不時監察中國或其他地區的知識產權問題。本集團將採取適當措施，遏制對該等權利的非法使用，包括發出警告信及尋求法律意見。本集團將持續監察非法發行及盜版問題。

### 牌照、許可證及批准

就使用第三方擁有的媒體內容及品牌而言，本集團須自授權方取得授權，以使用及發行有關媒體內容及授出有關品牌版權。有關內容發行協議及品牌授權協議條款的進一步詳情，請參閱本節「業務模式－媒體內容發行業務－與授權方訂立的内容發行協議的主要條款」及「業務模式－品牌授權業務－本集團作為品牌被授權方－與品牌授權方訂立的品牌授權協議的主要條款」。

除上文所述外，董事確認我們已取得所有與開展業務相關的牌照或許可證。

## 業 務

### 法律與合規

#### 法律程序

於最後實際可行日期，我們並不知悉任何針對我們或我們任何附屬公司而可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的待決或面臨的訴訟、仲裁或行政程序。

於最後實際可行日期，我們並無牽涉任何待決、面臨或實際的訴訟、仲裁或其他程序，致使我們相信會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

#### 違規事件

##### *違規詳情*

MPL主要從事授權及再授權有關香港境外動畫、電視劇及電影知識產權的業務。MPL就於香港以外地區使用授權訂立授權協議。合約條款的磋商及確定以及與境外授權方及境外被授權方的後續活動由MPL駐香港境外的主要管理層人員進行。MPL認為，其溢利當時來自香港境外（「**境外溢利豁免**」）。於2014年，稅務局就2007/08年至2011/12年課稅年度的授權費的來源向MPL作出若干查詢（「**稅務事件**」），向MPL發出估計評稅，並要求MPL填妥2008/09年至2011/12年課稅年度的利得稅報稅表。MPL已委聘稅務代表與稅務局聯絡，以處理稅務事件相關事宜。於2016年1月，稅務局對MPL進行實地稅務審核。儘管MPL認為其有合理理由解釋境外溢利豁免，但為將時間及資源集中於業務發展，於2017年2月，其向稅務局提出和解方案，就其2007/08年至2015/16年課稅年度的所有溢利繳納香港利得稅，以便盡早與稅務局解決稅務事件，MPL亦就和解方案進一步提議向稅務局繳交3,850,000港元罰款。於2017年4月，稅務局接受MPL的和解方案，認定由於MPL未根據稅務條例第51(2)條通知稅務局MPL於2010/11年至2013/14年課稅年度應課稅，故MPL觸犯稅務條例第80(2)條的罪行。稅務局根據稅務條例第80(5)條行使以罰款代替起訴的權利，同意倘MPL繳交3,850,000港元稅務罰款，則不會根據稅務條例第80(2)條向MPL提出訴訟。MPL已於2017年5月向稅務局繳交相關款項。於2017年7月24日，稅務局向MPL發出和解信，確認該稅項審核事件了結。

## 業 務

### 違規原因

本公司認為，違規的主要原因為MPL與稅務局就MPL授權費的來源存在技術方面的意見分歧，此乃由於MPL董事認為，(i)MPL為非香港註冊成立的公司，其業務於香港以外地區經營及管理；(ii)MPL的授權方及被授權方主要位於海外並於海外經營；(iii)與海外授權方及海外被授權方訂立的授權合約條款的磋商及簽訂以及跟進活動均在香港以外地區進行；及(iv)授權可在香港以外地區行使，故就此而言，MPL毋須繳納香港利得稅。

### 法律後果

於2017年4月，稅務局接受MPL的和解方案，認定由於MPL未於稅務條例第51(2)條規定的時限內通知稅務局MPL於2010/11年至2013/14年應課稅，故MPL觸犯稅務條例第80(2)條的罪行。我們已委聘稅務顧問審閱稅務事件相關事宜。稅務顧問認為，(i)違規事件為境外溢利豁免爭議性質上技術觀點分歧所導致的結果，並無意味任何可信性問題；(ii)稅務事件並非不正確報稅、未有披露或作出虛假陳述的問題；(iii)稅務局同意不會展開針對MPL的法律程序，只會以處罰方式對MPL處以罰款；及(iv)稅務局處以的罰款，較就納稅人未有採取合理謹慎措施的案件所處以的正常罰款而言為低。稅務顧問認為，稅務事件並非逃稅案件，亦非欺詐或欺騙案件。

香港律師亦認為，稅務事件並不構成蓄意及故意逃稅或涉及任何欺詐或欺騙行為，部分原因如下：(i)MPL相信溢利為境外溢利，故毋須繳納香港利得稅；(ii)由於MPL已削減規模，為節省時間及資源，MPL向稅務局提議所有收入應被視為應課稅溢利，換言之，MPL放棄其境外溢利豁免；及(iii)MPL在稅務局通知MPL其稅務責任後，在稅務局並無施加任何壓力的情況下與稅務局合作，並自願披露所有資料。觸犯罪行乃由於對法律有不同詮釋。MPL及時委聘稅務代表處理稅務事件，表現出真正關注、認真、應對及合作。MPL真誠並願意通過制定合理的和解方案而妥協，並就所有溢利繳納稅款。

香港律師亦認為，對本集團而言，因2007/08年至2015/16年課稅年度而面臨進一步處罰或潛在法律後果的可能性甚低。

## 業 務

### 營運及財務影響

由於MPL因與稅務局妥協而已於2017年5月繳交稅務罰款3,850,000港元，相關金額已於MPL截至2017年3月31日止年度的財務報表中反映，而本集團的財務報表並無就稅務事件作出任何撥備。MPL亦已結付有關2007/08年至2015/16年課稅年度的香港利得稅13,885,915港元。

與稅務事件有關的MPL所得稅開支乃於產生該等稅項開支的相應財政年度自本集團損益扣除。2015/16年課稅年度產生的所得稅開支乃於截至2016年3月31日止年度自本集團損益扣除，而於2007/08年至2014/15年課稅年度產生的稅項開支乃自往績記錄期間前MPL的相應財政年度的損益扣除。

由於自2017年7月稅務事件了結以來，稅務局並未對本集團的稅務狀況提出任何查詢，故稅務顧問認為，本集團再次被選中作稅項審核或被稅務局徵收任何進一步稅項、罰款、提出訴訟或檢控的風險甚微。

香港律師認為，MPL的董事（包括趙小燕女士）在處理稅務事件時以應有的技能、謹慎及勤勉行事，此從MPL對稅務事件的真正關注、認真、應對及合作得以反映。因此，香港律師進一步認為，稅務事件對MPL董事的品格及操守並無負面影響，亦無影響彼等擔任董事的適合程度。

### 已加強的內部監控措施

為防止類似事件再次發生，本集團已就報稅制定並採取以下內部監控措施：

- (a) 本集團已持續委聘稅務代表編製及處理其報稅事宜；
- (b) 本集團的財務部門將審閱報稅表、稅務計算及相關報稅文件，以確保本集團旗下各實體的報稅程序的完整，並記錄任何稅務撥備。在提交任何報稅表前，報稅表將由本集團的財務總監審閱及批准，並由行政總裁批准；
- (c) 本集團將確保其財務部門擁有具足夠經驗以及有關稅務問題及報稅的知識的人員。本集團將安排財務人員進行培訓，以加強彼等對適用稅法的認識，尤其是有關本集團業務過程中可能產生的稅務責任；及

## 業 務

- (d) 審核委員會將監督會計及財務事宜的財務報告及內部監控程序，以確保遵守上市規則以及所有相關法律及法規。

基於上文所述，稅務顧問認為本集團已採取合理措施防止類似違規事件再次發生。

### **控股股東作出的彌償**

於2019年4月25日，控股股東（統稱為彌償人）訂立彌償契據，據此，控股股東同意，受限於彌償契據的條款及條件，就本集團於[編纂]或之前因本文件「業務－法律與合規－違規事件」一節所述事件違反適用法律、規則或法規而產生的負債向本集團作出彌償保證。有關彌償契據的更多詳情，請參閱本文件「附錄五－法定及一般資料－D.其他資料－2.彌償保證」。

### **董事及獨家保薦人的意見**

我們已委聘內部監控顧問對內部監控系統（包括與稅務事宜有關者）進行檢討。內部監控顧問已根據其對我們的內部監控提出多項推薦建議，尤其是有關稅務申報的內部監控政策的更多詳情，請參閱本節「內部監控及風險管理」。因此，我們已因應該等調查結果及推薦建議實施上述建議。內部監控顧問已完成與我們已採取的該等措施有關的內部監控系統（包括與稅務事宜有關者）跟進程序。

鑒於上述本集團已採取的糾正及改善措施，以及我們的業務性質及經營規模，董事認為且獨家保薦人同意，我們的內部監控系統就現時的經營環境而言屬合適及有效。獨家保薦人同意(i)稅務顧問的意見，認為稅務事件乃由於有關境外溢利豁免爭議性質上的技術意見分歧所致，並不反映任何誠信問題；及(ii)香港律師的意見，認為違規事件並不會對董事的操守及適宜性造成不利影響。基於(i)違規事件為無意，乃主要由於處理人員並不熟悉相關法律規定以及有關稅務條例的技術性質所致，而並無涉及任何執行董事的欺詐行為，亦無對執行董事的操守提出任何質疑；(ii)我們已因應內部監控顧問提出的調查結果及推薦建議採取糾正行動及實施措施（包括與稅務事宜有關者）（視乎情況而定）；(iii)董事已接受有關適用法律或監管規定（包括上市規則）的董

## 業 務

事培訓；及(iv)國泰君安融資有限公司已獲委任為本公司合規顧問，董事認為且獨家保薦人同意，違規事件並無對上市規則第3.08及3.09條項下執行董事的適宜性以及上市規則第8.04條項下本公司[編纂]的適宜性造成任何重大影響。

### 內部監控及風險管理

董事會負責設立內部監控系統及檢討其成效。我們已委聘一名內部監控顧問對我們的內部監控系統進行檢討，並已實施（或將在不遲於[編纂]時實施）內部監控顧問提出的相關建議，例如有關稅務事項的內部監控政策，更多詳情請參閱本節「法律與合規－違規事件」。根據其檢討，內部監控顧問並無發現本集團的內部監控系統有任何重大缺陷。隨著我們的業務繼續擴充，我們將繼續對內部監控系統作出調整及改進，以應對業務營運不斷變化的需求。我們將繼續檢討內部監控系統，以確保妥為遵守適用法律及法規。

我們已決定採取下列措施以確保持續遵守適用法律及法規，並於[編纂]後加強我們的內部監控：

- (1) 就企業管治、營運、管理、法律事宜、財務、審核及稅務申報制訂內部監控系統手冊，載列內部審批及檢討程序，據此，不同部門的僱員均應遵守；
- (2) 由獨立非執行董事組成的審核委員會監察並提供指引，其有權就本集團財務匯報程序、內部監控及風險管理系統的有效性提供獨立意見、監督審核程序等；
- (3) 增聘人員以配合我們的持續增長及發展，包括具專業經驗及資格的人才；及
- (4) 委聘外聘專業顧問（包括自[編纂]起的合規顧問、有關香港法例的法律顧問及稅務顧問），為本集團提供專業意見及指引，確保遵守適用法律及法規。我們亦期望外聘專業顧問將不時為僱員提供內部培訓，以確保僱員獲得任何法例及監管發展的最新资讯。

基於上文所述，董事認為本公司已採取合理步驟建立內部監控系統及程序，以加強工作及管理層面的監控環境，而內部監控措施就本集團的業務營運而言屬足夠且有效。

## 業 務

### 轉讓定價安排

於往績記錄期間，我們的收益大部分來自中國。為提高經營效率，羚邦星藝（中國附屬公司）從事向部分香港附屬公司（統稱「**羚邦香港附屬公司**」）提供支援服務（「**支援服務**」）。於往績記錄期間，羚邦香港附屬公司就相關支援服務向羚邦星藝支付服務費。支援服務包括（但不限於）提供行政、銷售及營銷支援、管理與當地客戶及供應商的關係以及安排當地活動。下圖詳細說明本集團內部於往績記錄期間的支援服務及業務安排的業務及後勤流程：



根據本集團轉讓定價事宜的稅務顧問編製的分析，本集團認為，羚邦星藝可被定性為承擔有限風險的常規服務供應商，並不進行任何策略性或增值活動，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無擁有任何重大無形資產。交易淨利潤率法（「**交易淨利潤率法**」）及總成本加成分別被選為支援服務的最合適轉讓定價方法及溢利水平指標。根據交易淨利潤率法模式，羚邦星藝就提供支援服務所產生的總經營成本將獲加成。根據標竿分析得出的結果，本集團應通過財務預算計劃交易的轉讓定價政策，以使羚邦星藝的總成本加成介乎1.20%至6.12%的四分位距範圍內。本集團轉讓定價事宜的稅務顧問建議比率為5%（高於基準中位數4.32%），以減低任何中國轉讓定價風險。羚邦星藝的實際總成本加成應由本集團密切監察。相關分析乃根據經濟合作暨發展組織發佈的《**跨國企業及稅務機構轉讓定價指引**》(Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations)並經考慮現行香港及中國轉讓定價規定而進行。

截至2018年3月31日止年度，本集團管理層重新評估羚邦星藝於2015年1月1日至2018年3月31日期間提供的支援服務，並展開、磋商及敲定服務安排（包括條款及服務範圍），以配合本集團中國業務的增長。因此，羚邦星藝於截至2018年3月31日止三個月重新收取截至2016年12月31日止兩個年度提供支援服務的**服務費**，並於羚邦星藝截至2018年6月30日止六個月期間的企業所得稅季度申報表中申報，其於2018年7月遞

## 業 務

交。截至2017年12月31日止年度（「**2017年財年**」），重新收取的服務費於羚邦星藝2017年財年的企業所得稅年度申報表中申報，其於2018年5月遞交。就上述重新收取的服務費而言，截至2017年12月31日止三個年度，羚邦星藝分別賺取5.0%、5.0%及6.3%的總成本加成。截至2017年12月31日止三個年度，羚邦星藝賺取5.53%的加權平均總成本加成，高於中位數且在所確定的四分位距範圍內。由於年度服務費收入低於有關其他類型關連方交易的國家稅務總局公告[2016]第42號訂明的上限人民幣40,000,000元，故羚邦星藝毋須遞交轉讓定價文件。基於上文所述，本集團轉讓定價事宜的稅務顧問認為，經調整後，本集團截至2017年12月31日止三個年度的轉讓定價安排符合公平交易原則，且遵守適用香港及中國轉讓定價規定。

此外，根據現行的中國企業所得稅（「**企業所得稅**」）規則及其實施細則，無論有否實際收取／支付收入／支出，企業所得稅的應課稅收入應按照應計基礎於有關收入及支出產生時確認及計算。由於羚邦星藝截至2016年12月31日止兩個年度服務費的合約權利及相關服務費金額於截至2018年3月31日止年度確定及可靠計量，有關服務費收入僅符合收益確認標準，並於截至2018年3月31日止三個月在羚邦星藝的賬簿中記錄。因此，從企業所得稅的角度而言，服務費收入於截至2018年3月31日止三個月應作為應課稅收入處理。本集團轉讓定價事宜的稅務顧問及中國法律顧問認為，羚邦星藝截至2018年6月30日止六個月期間的企業所得稅季度申報表中的服務費申報並無違反相關中國稅法及中國的轉讓定價規例，此乃由於羚邦星藝重新收取的相關服務費僅在本集團管理層評估後於2018年產生。

截至2018年6月30日止六個月，羚邦星藝收取服務費收入，其於羚邦星藝截至2018年9月30日止九個月期間的企業所得稅季度申報表中申報。截至2018年6月30日止六個月，羚邦星藝賺取5%的總成本加成，高於中位數且在所確定的四分位距範圍內。因此，本集團轉讓定價事宜的稅務顧問認為，本集團截至2018年6月30日止六個月的轉讓定價安排符合公平交易原則。

---

## 業 務

---

我們亦已採取以下措施以確保持續遵守香港及中國的相關轉讓定價法律及法規：

- 我們對轉讓定價安排進行監察，以確保符合公平交易原則；
- 我們向高級管理層提供有關相關司法權區的相關轉讓定價法律及法規最新資訊的培訓，以確保我們採用的轉讓定價方法與相關法律及法規之間不存在重大差異；及
- 所有呈報表格在向相關稅務機構提交前會經兩名執行董事審閱。

經考慮上述因素，董事認為，而獨家保薦人同意，相關措施屬充分有效。有關本集團的轉讓定價風險的更多詳情，請參閱本文件「風險因素－有關業務及行業的風險－本集團的經營可能受轉讓定價調整所規限」。