

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，並應與本文件全文一併閱讀。由於此乃概要，故並無載列可能對閣下屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，應閱讀本文件全文。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資[編纂]前，應細閱該節。本概要所用各詞彙的釋義載於本文件「釋義」及「技術詞彙」各節。

業務概覽

作為新加坡最早提供在線營銷服務的參與者之一，我們自二零零五年六月以來一直幫助企業建立網頁及透過在線平台接觸潛在客戶。本集團向各行各業的客戶提供搜索引擎營銷服務、創意及技術服務以及社交媒體營銷服務(僅舉數例，包括專業服務、一般服務以及汽車及工業等)。我們是新加坡其中一間最早獲Google授權的經銷商，而Google早於二零零六年向我們頒發「卓越表現獎(Excellence Performance Award)」，而近期亦於二零一八年向我們頒發「行動廣告創新獎」。多年來，我們將業務覆蓋範圍擴展至包括馬來西亞，並已發展成為一個屢獲殊榮的集團，並於往績記錄期間擁有超過900名活躍客戶。

我們的服務一般分為以下三大類別：

服務	概述	涉及媒體	產生收益
搜索引擎 營銷服務	我們通過購買關鍵字從而提升客戶網站在搜索引擎結果頁面中的曝光率來推廣客戶網站。客戶可選擇使用多種定位方法將其搜索結果以多種格式呈現給全球各地的廣泛受眾群體	搜索引擎及網站	二零一六財政年度：14.2百萬新加坡元 (佔總收益的82.5%)
			二零一七財政年度：17.8百萬新加坡元 (佔總收益的85.8%)
			二零一八財政年度：22.0百萬 新加坡元(佔總收益的83.0%)
			二零一八財政年度三個月： 5.2百萬新加坡元(佔總收益的88.5%)
			二零一九財政年度三個月： 6.0百萬新加坡元(佔總收益的84.8%)
創意及技術 服務	(i) 搜索引擎優化，此項服務透過專注於提升在非付費搜索結果中的曝光率，從而幫助客戶提升網站排名、增加網站流量及提升知名度；	搜索引擎、網站及雜誌	二零一六財政年度：3.0百萬新加坡元 (佔總收益的17.2%)
	(ii) 網站開發及寄存，此項服務涉及網站設計、基於客戶腳本的內容開發、網絡安全配置及寄存；及		二零一七財政年度：2.6百萬新加坡元 (佔總收益的12.8%)
	(iii) 在目錄中列出顯示及/或雜誌報導等其他服務		二零一八財政年度：3.8百萬 新加坡元(佔總收益的14.2%)
			二零一八財政年度三個月： 0.5百萬新加坡元(佔總收益的8.6%)
			二零一九財政年度三個月： 0.8百萬新加坡元(佔總收益的12.0%)

概 要

服務	概述	涉及媒體	產生收益
社交媒體 營銷服務	我們透過於社交媒體平台上創建及分享相關內容以及參與廣告活動以獲取流量及關注度，從而實現客戶的品牌目標	社交媒體平台及網站	二零一六財政年度：50,000新加坡元 (佔總收益的0.3%) 二零一七財政年度：301,000新加坡元 (佔總收益的1.4%) 二零一八財政年度：735,000 新加坡元(佔總收益的2.8%) 二零一八財政年度三個月： 171,000新加坡元(佔總收益的2.9%) 二零一九財政年度三個月： 225,000新加坡元(佔總收益的3.2%)

我們的業務模式專注於(i)深入了解客戶的行業界別；(ii)了解最新市場供應品的情況；及(iii)編製清晰透明的報告，以便客戶可充分知悉營銷活動的結果。我們的三個在線營銷服務類別乃相互關連且相輔相成。我們根據客戶的需求及／或喜好定制服務，並可提供單一類型的在線營銷服務或營銷服務組合。我們認為，我們可透過以下方式為客戶增添價值：(a)向客戶提供一站式綜合在線營銷服務，讓彼等能有效、高效及具成本效益地推廣其品牌、產品或服務；(b)跟蹤傳統媒體無法提供的在線營銷活動各自的績效；及(c)提供搜索引擎／社交媒體平台並無透過其自助平台提供的增值服務。

我們與客戶訂立的大部分合約為期六個月至一年。我們的服務費一般按逐項基準釐定固定金額，並於我們與客戶訂立的合約中列明。就制訂我們的委聘服務費用而言，我們考慮的因素包括但不限於(i)應付供應商的成本；(ii)執行項目的其他成本，其乃經參考項目的估計耗用時間及項目規模；及(iii)客戶指定的績效指標及營銷目標。詳情請參閱本文件「業務」一節下「5.我們的業務模式」及「7.銷售及營銷」各段。

競爭格局及我們的優勢

根據弗若斯特沙利文報告，於二零一七年，新加坡整體營銷行業的市場規模約為1,117.5百萬美元，當中約386.5百萬美元(相當於約34.6%)來自在線營銷。同年，馬來西亞整體營銷行業的市場規模約為890.0百萬美元，當中約259.4百萬美元(相當於約29.1%)來自在線營銷。本集團在所有在線營銷服務供應商中排名第一，佔二零一七財政年度新加坡在線營銷行業的市場份額約6.4%，以及佔二零一七財政年度新加坡整體營銷行業的市場份額約1.5%。我們相信我們的競爭優勢在於(i)在制定及執行有效營銷活動方面往績優良；(ii)客戶基礎廣泛而穩固且保留率高並與供應商建立長期穩定關係；及(iii)具備一致管理文化且經驗豐富的管理團隊。所有上述因素連同我們於下文進一步闡述的業務策略可使我們佔據有利位置把握智能手機普及率不斷增加帶來的在線營銷行業預期增長所產生的機會。詳情請參閱本文件「業務—2.競爭優勢」一節。

業務策略

我們擬進一步加強我們的市場地位，並透過以下方式擴展業務：(i)擴大我們於馬來西亞的地理據點以及將業務擴展至高潛力行業界別；(ii)透過加強我們的技術基礎

概 要

建設以及戰略性收購網站開發及寄存公司擴大產能及提高生產力；及(iii)繼續了解最新市場供應品市場發展的最新情況。詳情請參閱本文件「業務—3.業務策略」一節。

未來計劃及[編纂]用途

我們的董事認為，[編纂]將(i)為我們提供於發展迅速的行業內維持競爭力的必要資本；(ii)增加我們於大中華地區市場的曝光率並提升公司形象，為與立足中國的數碼平台於東南亞市場發展的潛在合作鋪路；及(iii)令我們能利用[編纂]地位提高聲譽，藉此吸引新人才並留住現有人才，有關人才乃本集團作為在線營銷服務供應商的未來發展的關鍵。

我們未來計劃載於本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，經扣減[編纂]費用、佣金及應付與[編纂]有關的估計開支後，本公司估計將收取的[編纂][編纂]淨額將約為[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬新加坡元)。我們擬應用[編纂][編纂]淨額作以下用途：

將予動用[編纂]的 [編纂]淨額的用途	將予動用[編纂]的[編纂]淨額 的總金額		佔將予動用 [編纂]的 [編纂] 淨額百分比
	百萬港元	百萬 新加坡元	%
加強我們的技術基礎建設	[編纂]	[編纂]	[編纂]
收購網站開發及寄存公司	[編纂]	[編纂]	[編纂]
於馬來西亞新山市設立銷售辦事處	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	100.0

[編纂]開支

總[編纂]開支估計約為[編纂]新加坡元(相當於約[編纂]港元)，其中(i)約[編纂]新加坡元直接來自發行[編纂]，將入賬列為自權益中扣減；(ii)約[編纂]新加坡元已於本集團二零一八財政年度的損益中扣除；及(iii)約[編纂]新加坡元將於本集團二零一九財政年度的損益中扣除。該等開支為目前的估算，僅作參考用途。於本集團損益將予確認或將予資本化的最終金額可根據審計以及可變因素及假設的變動而作出調整，有意投資者務請注意，上文所述的[編纂]開支或會對本集團二零一九財政年度的財務表現造成重大不利影響。

銷售及客戶

於往績記錄期間，我們擁有廣泛且多元化的客戶群。於二零一六財政年度、二零一七財政年度、二零一八財政年度及二零一九財政年度三個月，我們五大客戶分別佔我們收益約11.4%、11.3%、12.6%及20.0%，而於同期概無單一客戶佔我們的收益超過11.0%。五大客戶的收益百分比增加至二零一九財政年度三個月約20.0%，原因為於馬來西亞從事廣告代理商業務的最大客戶於二零一九財政年度三個月為我們的總收益

概 要

貢獻約10.6%。據董事所知悉，除於往績記錄期間我們的五大客戶之一AMPH(我們的控股股東已於二零一八年四月出售其全部股權)外，於往績記錄期間，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東(據董事所知悉，擁有本公司已發行股本超過5.0%者)概無於任何五大客戶中擁有任何權益。有關出售的進一步資料載於本文件「與控股股東的關係—控股股東與AMPH的關係」一節。

我們為各行各業的本地及國際品牌提供服務，包括專業服務、一般服務、汽車及工業、美容及保健、餐飲業及其他行業。從事專業服務行業的客戶一直為我們的最主要收益來源，分別佔我們於二零一六財政年度、二零一七財政年度、二零一八財政年度及二零一九財政年度三個月的總收益約46.1%、48.6%、42.8%及41.6%，而醫療界於同期分別佔專業服務行業收益約90.3%、84.8%、88.0%及91.1%。我們的客戶主要是中小型企業客戶。

我們努力與客戶維持良好的業務關係。銷售團隊負責就向新客戶推廣我們的業務進行推銷活動，客戶關係團隊則負責推廣我們的品牌並維護與客戶的關係。於往績記錄期間，我們超過78.0%的客戶為回頭客，而約70%的客戶與我們擁有三至13年業務關係。每份簽訂合約的平均合約金額由二零一六財政年度約12,000新加坡元增加至二零一七財政年度約17,000新加坡元，並進一步增加至二零一八財政年度約19,000新加坡元，而於二零一九財政年度三個月則減少至約18,000新加坡元。

供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括搜索引擎平台、社交媒體平台、雜誌出版商、網站寄存服務供應商及追蹤來電解決方案供應商。

於二零一六財政年度、二零一七財政年度、二零一八財政年度及二零一九財政年度三個月，已支付予五大供應商的服務成本總額分別約為10.2百萬新加坡元、12.7百萬新加坡元、15.1百萬新加坡元及4.3百萬新加坡元，佔我們的服務成本總額約92.6%、93.3%、93.7%及94.1%，而已支付予最大供應商的服務成本總額則約為9.8百萬新加坡元、12.3百萬新加坡元、14.6百萬新加坡元及4.1百萬新加坡元，分別佔我們的總服務成本約89.2%、90.6%、90.1%及88.8%。於往績記錄期間，我們的五大供應商均為獨立第三方。董事認為而保薦人亦同意，儘管我們的最大供應商於往績記錄期間佔我們的總服務成本約90.0%，我們並無過度依賴我們的最大供應商，原因是(i)我們與最大供應商訂立的協議屬非獨家協議及我們就在線營銷與其他在線平台合作不受限制；(ii)於往績記錄期間，最大供應商應佔高比例成本與最大供應商的市場地位及其作為在線平台提供的覆蓋範圍及用途相符；(iii)由於停止其經銷商計劃而終止與最大供應商的協議的風險較低；(iv)倘最大供應商停止其在線營銷業務，我們可與其他在線營銷供應商合作；及(v)最大供應商在並無停止其經銷商計劃下終止與我們的協議的風險較低。有關詳情請參閱本文件「業務—9. 供應商」一節。

風險因素

任何投資均涉及風險，與我們業務有關的重大風險包括：(i)我們依賴提供搜索引擎營銷服務的最大供應商，而最大供應商提供的服務出現任何中斷可能會影響我們的業務營運及財務業績；(ii)我們吸引、招聘或挽留對業務成功、穩定及擴充業務至關重要的執行董事、高級管理層及其他經驗豐富及合資格員工的能力；(iii)我們依賴醫療界別客戶，而限制醫療界客戶投放廣告的能力的廣告法律或規例或專業守則的變動可能會大幅降低我們的收益及盈利能力；(iv)我們挽留現有客戶或吸引新客戶的能力，因我們一般並不會與客戶訂立長期協議；及(v)我們面對在線營銷服務行業新市場參與者的競爭。有關詳情請參閱本文件「風險因素」一節。

概 要

財務資料摘要

以下為於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表的概要(摘錄自會計師報告)，全文載於本文件附錄一。本摘要應與上述會計師報告及本文件「財務資料」一節一併閱讀。

綜合損益及其他全面收益表的摘要

	截至六月三十日止年度			截至九月三十日 止三個月	
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一七年	二零一八年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
收益	17,248	20,732	26,554	5,836	7,039
搜索引擎營銷服務	14,225	17,784	22,043	5,165	5,969
創意及技術服務	2,973	2,647	3,776	500	845
— 搜索引擎優化	962	1,124	2,487	198	486
— 網站開發及寄存	1,003	979	719	199	142
— 其他服務	1,008	544	570	103	217
社交媒體營銷服務	50	301	735	171	225
毛利	6,272	7,148	10,393	1,998	2,432
年內/期內溢利	2,856	3,242	3,985	907	797

財務狀況概要

	於六月三十日			於
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一八年 九月三十日
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
非流動資產	3,358	3,332	3,261	3,235
流動資產	6,753	8,361	10,315	10,362
流動負債	6,939	8,552	10,183	9,442
淨流動(負債)/資產	(186)	(191)	132	920
資產淨值	712	784	1,163	1,956

主要財務比率(附註1)

	於六月三十日			於九月三十日	
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一七年	二零一八年
毛利率	36.4%	34.5%	39.1%	34.2%	34.6%
搜索引擎營銷服務	27.4%	28.2%	31.7%	30.2%	29.1%
創意及技術服務	79.7%	80.3%	84.1%	78.2%	72.9%
— 搜索引擎優化	80.2%	83.4%	89.7%	67.7%	86.2%
— 網站開發及寄存	77.3%	84.6%	80.9%	80.9%	74.6%
— 其他服務	81.5%	66.3%	64.0%	93.2%	41.9%
社交媒體營銷服務	14.0%	5.0%	32.0%	28.1%	34.7%
純利率	16.6%	15.6%	15.0%	15.5%	11.3%
經調整純利率(附註2)	16.6%	15.6%	21.8%	15.5%	18.0%
流動比率	1.0倍	1.0倍	1.0倍	不適用	1.1倍
資產負債比率	358.8%	313.8%	202.4%	不適用	118.8%
負債權益比率(附註3)	156.0%	16.3%	不適用	不適用	不適用
利息覆蓋率	65.8倍	44.3倍	61.3倍	30.6倍	109.4倍
資產回報率	28.2%	27.7%	29.4%	不適用	23.4%
股本回報率	401.1%	413.5%	342.6%	不適用	163.0%

概 要

附註：

1. 財務比率計算請參閱本文件「財務資料—13.主要財務比率概要」一節。
2. 經調整純利率按經調整純利(加回非經常性[編纂]開支)除以收益計算。經調整數據僅作說明用途，並非按國際財務報告準則要求作出，及乃按非一般公認會計原則計量。
3. 於二零一八年六月三十日及二零一八年九月三十日，因我們的銀行結餘及現金足以支付計息負債，故債務權益比率並不適用。

收益

於往績記錄期間，搜索引擎營銷服務為本集團收益的主要來源。來自搜索引擎營銷服務的收益(i)由二零一六財政年度約14.2百萬新加坡元增加至二零一七財政年度約17.8百萬新加坡元，增長約為25.0%；及(ii)由二零一七財政年度約17.8百萬新加坡元增加至二零一八財政年度約22.0百萬新加坡元，增長約23.9%。此增長乃主要由於搜索引擎越來越普遍地被大眾使用，以及日漸意識到在線營銷的成效所致。搜索引擎營銷服務產生的收益由二零一八財政年度三個月約5.2百萬新加坡元增加約15.6%至二零一九財政年度三個月約6.0百萬新加坡元，主要是由於來自馬來西亞的搜索引擎營銷服務收益增加所致。

我們的創意及技術服務大部分以項目為基礎，其收益取決於項目的規格及於該財政年度取得項目的數量。創意及技術服務產生的收益由二零一六財政年度約3.0百萬新加坡元微跌至二零一七財政年度約2.6百萬新加坡元，此乃主要由於其他創意及技術服務的收益減少所致；由二零一七財政年度約2.6百萬新加坡元增加至二零一八財政年度約3.8百萬新加坡元，此乃主要由於來自搜索引擎優化的收益增加所致；及由二零一八財政年度三個月約0.5百萬新加坡元進一步增加至二零一九財政年度三個月約0.8百萬新加坡元，此乃主要由於來自搜索引擎優化的收益增加所致。

社交媒體營銷服務產生的收益由二零一六財政年度約50,000新加坡元大幅增加約五倍至二零一七財政年度約0.3百萬新加坡元，並由二零一七財政年度約0.3百萬新加坡元進一步增加約144.2%至二零一八財政年度約0.7百萬新加坡元。此顯著增長乃主要是由於社交媒體平台的普及程度不斷提高所致。社交媒體營銷服務產生的收益由二零一八財政年度三個月約171,000新加坡元增加約31.6%至二零一九財政年度三個月約225,000新加坡元，主要是由於來自馬來西亞的社交媒體營銷服務收益增加所致。

下表載列按我們在線營銷服務的三個類別、客戶所屬行業及地理位置劃分的收益明細：

	二零一六年		截至六月三十日止年度				截至九月三十日止三個月			
	千新加坡元	%	二零一七年 千新加坡元	%	二零一八年 千新加坡元	%	二零一七年 千新加坡元 (未經審核)	%	二零一八年 千新加坡元	%
搜索引擎營銷服務	14,225	82.5	17,784	85.8	22,043	83.0	5,165	88.5	5,969	84.8
創意及技術服務	2,973	17.2	2,647	12.8	3,776	14.2	500	8.6	845	12.0
—搜索引擎優化	962	5.6	1,124	5.4	2,487	9.4	198	3.4	486	6.9
—網站開發及寄存	1,003	5.8	979	4.7	719	2.7	199	3.4	142	2.0
—其他服務	1,008	5.8	544	2.7	570	2.1	103	1.8	217	3.1
社交媒體營銷服務	50	0.3	301	1.4	735	2.8	171	2.9	225	3.2
總計	17,248	100.0	20,732	100.0	26,554	100.0	5,836	100.0	7,039	100.0

概 要

	截至六月三十日止年度						截至九月三十日止三個月			
	二零一六年		二零一七年		二零一八年		二零一七年		二零一八年	
	千新加坡元	%	千新加坡元	%	千新加坡元	%	千新加坡元 (未經審核)	%	千新加坡元	%
專業服務(附註1)	7,956	46.1	10,075	48.6	11,377	42.8	2,596	44.5	2,927	41.6
一般服務(附註2)	3,840	22.3	4,518	21.8	5,971	22.5	1,398	24.0	1,524	21.7
汽車及工業	2,758	16.0	3,279	15.8	3,948	14.9	1,045	17.9	810	11.5
美容及健康	1,082	6.3	717	3.4	1,019	3.8	238	4.1	291	4.1
餐飲	431	2.5	778	3.8	1,050	4.0	172	2.9	249	3.5
其他(附註3)	1,181	6.8	1,365	6.6	3,189	12.0	387	6.6	1,238	17.6
總計	17,248	100.0	20,732	100.0	26,554	100.0	5,836	100.0	7,039	100.0

附註：

- (1) 來自醫療界的收益分別佔二零一六財政年度、二零一七財政年度、二零一八財政年度及二零一九財政年度三個月來自專業服務行業客戶的收益約90.3%、84.8%、88.0%及91.1%，而餘下的收益則來自法律及會計界的客戶。
- (2) 一般服務主要包括教育行業、翻新及裝修行業以及其他一般服務提供商(例如顧問、金融機構及蟲害防治公司)。
- (3) 其他主要包括零售及娛樂行業。

	截至六月三十日止年度			截至九月三十日 止三個月	
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一七年	二零一八年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元 (未經審核)	千新加坡元 (未經審核)
新加坡	16,356	19,153	23,455	5,365	5,833
馬來西亞	892	1,579	3,099	471	1,206
總計	17,248	20,732	26,554	5,836	7,039

於往績記錄期間，本集團來自新加坡的收益增加主要是由於我們新加坡客戶對在線營銷服務的需求不斷增加。於往績記錄期間，本集團來自馬來西亞的收益大幅增加。來自馬來西亞的收益由二零一六財政年度至二零一七財政年度增加約77.0%，乃主要由於搜索引擎營銷服務產生的收益增加；並由二零一七財政年度至二零一八財政年度增加約96.3%，乃由於二零一八財政年度新客戶所產生的收益增加。來自馬來西亞的收益由二零一八財政年度三個月至二零一九財政年度三個月增加約156.1%，乃主要由於來自搜索引擎營銷服務及社交媒體營銷服務的收益增加所致。

下表載列於所示年度/期間我們按在線營銷服務類別劃分的服務成本的明細：

	截至六月三十日止年度						截至九月三十日止三個月			
	二零一六年		二零一七年		二零一八年		二零一七年		二零一八年	
	千新加坡元	%	千新加坡元	%	千新加坡元	%	千新加坡元 (未經審核)	%	千新加坡元	%
搜索引擎營銷服務	10,329	94.1	12,776	94.0	15,062	93.2	3,606	94.0	4,231	91.8
—廣告版面	9,993	91.0	12,379	91.1	14,637	90.6	3,492	91.0	4,121	89.4
—員工成本	336	3.1	397	2.9	425	2.6	114	3.0	110	2.4
創意及技術服務	603	5.5	522	3.9	599	3.7	109	2.8	229	5.0
—廣告版面	151	1.4	148	1.1	148	0.9	5	0.1	125	2.7
—支援服務	98	0.9	103	0.8	103	0.6	15	0.4	12	0.3
—員工成本	354	3.2	271	2.0	348	2.2	89	2.3	92	2.0
社交媒體營銷服務	44	0.4	286	2.1	500	3.1	123	3.2	147	3.2
—廣告版面	43	0.4	166	1.2	374	2.3	84	2.2	119	2.6
—員工成本	1	0.0	120	0.9	126	0.8	39	1.0	28	0.6
總計	10,976	100.0	13,584	100.0	16,161	100.0	3,838	100.0	4,607	100.0

概 要

我們的服務成本由二零一六財政年度至二零一七財政年度增加約23.8%，並由二零一七財政年度至二零一八財政年度增加約19.0%，及由二零一八財政年度三個月至二零一九財政年度三個月增加約20.0%。此等增加與我們於往績記錄期間的收益增加大致上一致。

毛利率及純利率

我們的毛利率由二零一六財政年度約36.4%下降至二零一七財政年度約34.5%，主要由於我們擴大我們的團隊而導致社交媒體營銷服務的員工成本增加。由於我們需要時間以熟悉社交媒體平台的產品，我們於社交媒體營銷服務方面的運營效率其後得以改善，有關情況亦可從社交媒體營銷服務的毛利率由二零一七財政年度約5.0%大幅增加至二零一八財政年度約32.0%中反映。社交媒體營銷服務的毛利率由二零一八財政年度三個月約28.1%增加至二零一九財政年度三個月約34.7%，主要是由於來自社交媒體營銷服務的收益增加以及因員工流失，平均工資降低，致使相關員工成本減少所致。於二零一九財政年度三個月保持相對穩定。與二零一六財政年度相比，搜索引擎營銷服務的毛利率於二零一七財政年度保持相對穩定，其由二零一七財政年度約28.2%增加至二零一八財政年度約31.7%（其為我們於同期整體毛利率上升的主要動力），而與二零一八財政年度三個月相比，其於二零一九財政年度三個月保持相對穩定。創意及技術服務的毛利率於二零一六財政年度至二零一八財政年度保持相對穩定，其由二零一八財政年度三個月約78.2%下跌至二零一九財政年度三個月約72.9%，主要是由於印刷廣告服務的收益減少，而與印刷出版有關的成本則維持於穩定水平所致。

我們的純利率由二零一六財政年度約16.6%下降至二零一七財政年度約15.6%，主要由於我們致力挽留人才而導致銷售開支增加。詳情請參閱本文件「財務資料 — 5. 經營業績 — 5.6 銷售開支」一節。與二零一七財政年度相比，二零一八財政年度的溢利有所增加，這與二零一八財政年度的毛利增長一致。儘管如此，於二零一八財政年度的純利率下跌至約15.0%，有關跌幅乃主要由於二零一八財政年度產生[編纂]開支約[編纂]新加坡元所致。我們的純利率由二零一八財政年度三個月約15.5%進一步下降至二零一九財政年度三個月約11.3%，主要由於在二零一九財政年度三個月確認[編纂]開支約[編纂]新加坡元，而於二零一八財政年度三個月並無產生有關開支。調整[編纂]開支後，我們的純利率於二零一九財政年度三個月增加至約18.0%。

流動資產／負債淨額

於二零一六年及二零一七年六月三十日，本集團錄得流動資產淨值分別約0.2百萬新加坡元及0.2百萬新加坡元，此乃主要由於我們的投資物業及向股東墊款的現金流出所致。該投資物業以按揭貸款購買，作為我們辦事處物業的一部分，為未來擴張之用，並已出租予一名獨立第三方以收取租金收入。於往績記錄期間，按揭貸款的浮動利率變動導致按揭貸款的償還款項及利息開支超過租金收入。於二零一六財政年度及二零一七財政年度，本集團分別向股東墊款約2.0百萬新加坡元及2.9百萬新加坡元。儘管於二零一六年及二零一七年六月三十日出現流動負債淨額狀況，本集團有充足的財務資源及穩健的經營現金流入以經營業務並履行合約項下的責任。我們的董事認為，流動負債淨額狀況屬短期性質，我們其後於二零一八年六月三十日及二零一八年九月三十日已回復至流動資產淨值狀況分別約0.1百萬新加坡元及0.9百萬新加坡元。董事相信本集團將有足夠的財務資源繼續經營業務。

概 要

貿易應收款項

於二零一六財政年度、二零一七財政年度、二零一八財政年度及二零一九財政年度三個月的貿易應收款項金額分別為約3.6百萬新加坡元、4.6百萬新加坡元、4.7百萬新加坡元及4.3百萬新加坡元，並構成我們於整個往績記錄期間流動資產的主要組成部分。我們錄得多名客戶的長期逾期貿易應收款項，就此，董事在評估該等客戶的個別情況後認為，有關款項並不存在可收回性問題。有關分析的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—6.經選定財務狀況表項目—6.2流動資產／負債淨額—6.2.2貿易及其他應收款項」一節。

近期發展

於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益架構、財務表現、盈利能力及成本架構維持不變。我們於往績記錄期間的最大供應商於二零一八年六月宣佈計劃重塑其廣告平台，透過精簡為不同廣告客戶而設的接入點以更好地反映當前的廣告服務能力及提升用戶體驗。鑑於該重塑計劃主要關於更改名稱，故董事認為此將不會對本集團業務營運造成重大影響。根據本集團的未經審核財務資料，於截至二零一八年十一月三十日止兩個月，與二零一七年同期相比，收益有所增加但毛利輕微下調，毛利減少乃主要由於搜索引擎營銷服務的收益增長相對創意及技術服務的毛利率而言較低所致。不計及已產生[編纂]開支的影響下，我們於截至二零一八年十一月三十日止兩個月的溢利亦較二零一七年同期減少，原因是我們於截至二零一八年十一月三十日止兩個月主要因董事保費而產生較高的一般及行政開支。

重大不利變動

除已產生／估計的非經常性[編纂]開支(將會對本集團盈利能力造成不利影響)外，董事確認，自二零一八年十月一日起及直至本文件日期，(i)本集團經營所在處的市場狀況以及行業及監管環境並無重大不利變化，致使對我們的財務或經營狀況造成重大不利影響；(ii)本集團的業務模式、收益架構、財務表現、盈利能力、成本架構、財務或貿易狀況及前景並無重大不利變動；及(iii)概無發生會對本文件附錄一會計師報告所示資料造成重大不利影響的事宜。

[編纂]統計數據

	根據 [編纂]每股股 份[編纂]港元	根據 [編纂]每股股 份[編纂]港元
市值(附註1)	[編纂]港元	[編纂]港元
本公司擁有人應佔本集團每股未經審核備考經調整 合併有形資產淨值(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 股份市值的計算乃根據每股[編纂]的指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元以及緊隨[編纂]及資本化發售完成後合共[編纂]股已發行股份。
2. 有關所用假設及計算基準的詳情，請參閱本文件附錄二所載「未經審核備考財務資料」一節。

概 要

股息

於二零一六財政年度、二零一七財政年度及二零一八財政年度，本集團宣派股息分別約2.2百萬新加坡元、3.2百萬新加坡元及3.6百萬新加坡元。於二零一六財政年度、二零一七財政年度及二零一八財政年度，股息分別約2.0百萬新加坡元、2.9百萬新加坡元及1.1百萬新加坡元透過抵銷應收股東款項的方式支付。應付股息餘額已於二零一八財政年度以現金支付。宣派股息旨在回報股東於本集團的投資。董事認為派息水平乃屬適當及符合本集團的最佳利益，原因為於往績記錄期間，已保留的股東應佔日常業務純利的一部分足以支持本集團擴展。

本集團現時並無任何股息政策及預先釐定的派息率。董事會可全權酌情釐定是否就任何年末宣派任何股息以及(如有)股息金額及付款方式。該酌情權受適用法律法規所規限，包括公司法及我們的細則(其亦須經股東批准)。日後將予宣派及派付的任何股息金額將視乎(其中包括)股息政策、經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本需求及其他相關因素而定。

任何所宣派股息將按每股股份基準以新加坡元計算，而本公司將以港元派付該等股息。

股東資料

緊隨[編纂]及資本化發行完成後(不計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份)，張麗蓮女士及張國良先生將透過Activa Media Investment控制[編纂]%的已發行股份。為避免本公司與控股股東之間的潛在競爭，控股股東[已訂立]不競爭契據，據此，控股股東(除特殊情況外)已承諾不會進行與本集團不時進行的業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的業務。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們向本公司關連人士張麗蓮女士及張國良先生租賃新加坡辦事處。此等事項為豁免遵守申報、公告及取得獨立股東批准規定的持續關連交易。詳情請參閱本文件「關連交易」一節。

物業估值

我們的獨立物業估值師戴德梁行有限公司已於二零一八年十一月三十日就新加坡物業進行估值，總值約為3.3百萬新加坡元，且我們應佔全部價值。詳情請參閱本文件附錄三所載的物業估值報告。