

---

## 概 要

---

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概要。由於本文僅屬概要，故並無包括所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定投資於[編纂]前應閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。投資於[編纂]所涉及的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]前應細閱該節。

### 概覽

我們於2003年成立，為在中國專注於電視廣告服務的知名廣告營銷商。憑藉我們於電視廣告的經驗及專業知識，我們成功擴展我們的服務，提供數字及戶外廣告服務。

憑藉我們強大的策略制定能力及本集團深入的行業經驗，我們能夠提供廣泛的廣告服務，包括數據分析、營銷策略規劃、廣告解決方案制定、採購廣告資源、整體協調及／或執行及評估廣告成效。我們致力向客戶提供個性化廣告解決方案，基於我們對相關市場及行業數據的分析制定個性化建議，從而同時滿足客戶的預算及達成其營銷目標。除物色相關供應商及自該等供應商採購外，我們亦可監察廣告解決方案的執行及評估其成效，確保將廣告解決方案的效果最大化。

我們對自2003年以來在中國電視廣告媒體服務市場建立強大市場地位引以為傲。根據灼識諮詢報告，按2018年電視廣告收益計，我們在中國約5,000家電視廣告媒體營銷商中位列第十，市場佔有率約為0.3%。由於在提供電視廣告服務方面擁有深入經驗及專業知識，我們已獲頒多個獎項，例如於2018年獲得「ADMEN國際大獎 — 整合營銷實戰金案獎」，於2016年獲得「2016中國廣告長城獎廣告主獎 — 年度金夥伴」及「第八屆中國廣告主金遠獎 — 最具營銷創新力企業」。

運用我們為客戶制定個性化廣告解決方案的能力及強大市場地位，我們在向眾多不同行業的廣告主或透過其代理公司提供廣告服務方面的經驗豐富，包括食品及飲料、家居、裝修及電子、互聯網及手機遊戲、電信、醫藥及汽車行業。我們與眾多中國知名全國企業保持着業務關係，例如王老吉廣告主、一間中國領先家用電器製造商（其總部位於青島）的廣告主、一間領先廚房電器製造商（其總部位於寧波）的廣告主及一間按2017年收益計名列中國電信服務業前三位的國有企業。

## 概 要

依靠我們的強大客戶基礎，我們已成功與主要電視台供應商建立長期關係，彼等為一線省級衛星電視台，如江蘇省廣播電視集團有限公司（「江蘇衛視」）及湖南、上海及浙江的領先省級衛星電視台，從而於電視廣告媒體服務業建立了強大地位。該等建立已久的關係讓我們擁有競爭優勢，取得寶貴的電視廣告資源，例如黃金時段的電視廣告時段及在知名電視台高收視率及高需求的綜藝節目或電視劇植入軟性廣告的權利。例如，我們分別於2013年及2015年自浙江一線省級衛星電視台成功採購於一個盲選非專業中國音樂人的歌唱比賽及一個主持與嘉賓需奔跑完成任務以贏得比賽的遊戲綜藝節目的廣告時段，以及就一名主要客戶（總部位於青島的家用電器生產商的廣告主，其總部位於青島）於江蘇衛視由2014年至2016年《星廚駕到》及2017年《鮮廚當道》節目上植入軟性廣告的權利。此外，由於我們該等與省級衛星電視台的長久關係，我們能夠集中可用的電視廣告資源，為客戶提供不同電視台的廣泛電視廣告資源。

由於多媒體廣告需求增加及憑藉我們於廣告業的多年經驗，我們近年將服務組合擴展到數字及戶外廣告服務。憑藉我們於提供廣告服務的經驗及我們強大的數據分析能力，我們能物色擁有特定數字及戶外廣告資源的相關供應商，例如於搜尋引擎、網站、樓宇內外及地鐵等平台投放廣告的權利，以滿足客戶的需求。就數字廣告服務具體而言，我們能透過分析互聯網用戶的偏好及行為、我們客戶的競爭者所使用數字廣告服務的類型及程度，以及各種數字平台的特徵及有效性向客戶提供數字廣告解決方案。因此，我們可提供廣告解決方案，包括電視、數字、戶外及其他類型廣告，將投放於多個平台，迎合客戶的各種廣告需要。廣告行業的特色是快速變化的環境及受眾的偏好。本集團擴展到數字及戶外廣告業務顯示我們有能力適應中國廣告行業快速變化的環境。

### 我們的業務模式

我們提供電視、數字及戶外廣告服務的業務模式載列於下表：



本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

## 概 要

### 我們的主要業務

於往績記錄期，本集團為客戶提供以下類型的廣告服務：(i) 電視廣告服務；(ii) 數字廣告服務；(iii) 戶外廣告服務；及(iv) 其他廣告服務。下表載列於往績記錄期我們按服務類劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2016年		2017年		2018年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
電視廣告服務	306,783	98.0	598,730	90.6	527,043	67.3
數字廣告服務	4,334	1.4	33,148	5.0	195,839	25.0
戶外廣告服務	—	—	17,221	2.6	51,568	6.6
其他廣告服務 <sup>(附註)</sup>	1,965	0.6	11,513	1.8	8,914	1.1
<b>總計</b>	<b>313,082</b>	<b>100.0</b>	<b>660,612</b>	<b>100.0</b>	<b>783,364</b>	<b>100.0</b>

附註： 其他廣告服務包括與於電台頻道、報刊及雜誌投放廣告，及籌辦營銷活動有關的服務。

### 客戶

我們的客戶包括中國的廣告主及廣告代理。我們與廣告主或廣告代理訂約，以推廣廣告主的品牌、產品及服務。根據灼識諮詢報告，廣告營銷商的客戶為另一家由廣告主委聘為代理的廣告公司的情況很普遍。由於不同廣告代理擁有不同廣告資源及供應商網絡，廣告代理可選擇從另一廣告營銷商取得廣告資源及服務。

截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，五大客戶應佔總收益分別約為人民幣246.1百萬元、人民幣560.7百萬元及人民幣527.4百萬元，分別相當於我們總收益約78.6%、84.9%及67.3%。同期，我們最大客戶應佔收益分別約為人民幣92.9百萬元、人民幣255.8百萬元及人民幣189.6百萬元，佔我們總收益約29.7%、38.7%及24.2%。我們五大客戶均位於中國。

### 定價政策

我們根據行業資訊及市場趨向制定及調整定價策略。我們的服務費用一般逐案釐定，並考慮若干因素，包括(i) 購買廣告資源的成本；(ii) 項目估計所需時間及複雜程度，如參與項目的僱員數目及客戶要求；(iii) 我們提供的服務及客戶的廣告預算；及(iv) 與客戶的未來業務機會。

---

## 概 要

---

與行業慣例一致，各種形式的廣告資源費用視乎其性質及發佈平台。例如，不同電視頻道的電視廣告時段及軟性電視廣告可有所不同，視乎綜藝節目性質或是否於黃金時間播放而定。數字及戶外廣告的價格亦可因應發佈平台而有差異。

### 供應商

於往績記錄期，我們一般從廣告資源供應商及廣告代理採購廣告資源。根據灼識諮詢報告，由於該等廣告代理與相關供應商可建立強大關係，或持有部分特定廣告資源，我們委聘該等廣告代理作為我們的供應商，與行業慣例一致。

於往績記錄期，與五大供應商相關的收益成本分別約為人民幣216.9百萬元、人民幣399.2百萬元及人民幣323.5百萬元，分別約佔總收益成本的80.4%、69.2%及47.0%。同期，與最大供應商相關的收益成本分別約為人民幣119.9百萬元、人民幣190.9百萬元及人民幣92.8百萬元，分別約佔總收益成本的44.5%、33.1%及13.5%。

### 競爭優勢

我們相信，我們的成功歸功於(其中包括)以下競爭優勢：

- 我們為中國知名的電視廣告媒體營銷商；
- 我們已與知名廣告主建立及保持可信的業務關係；
- 我們與主要供應商建立長期業務關係，其中大部分為中國一線省級衛星電視台；
- 我們提供多元化服務，令我們成為多媒體的廣告營銷商；
- 我們擁有強大的策略制定能力，為客戶提供個性化廣告解決方案；及
- 我們擁有一支有才幹的管理團隊，其具備廣告行業經驗及專業知識。

### 業務策略

我們的主要業務策略為：

- 提升我們作為知名電視廣告營銷商的市場地位；
- 通過增強數字廣告服務及戶外廣告服務提升我們作為全媒體廣告營銷商的能力；及
- 強化策略制定及分析數據能力。

---

## 概 要

---

### 競爭

我們經營所在的中國廣告行業既零散且競爭激烈。我們與其他廣告營銷商直接競爭。我們相信我們與知名廣告主及一線省級衛星電視台的關係及我們制定策略的能力等因素使我們從競爭對手中脫穎而出。由於對多媒體廣告服務的需求日益增加，我們預期廣告行業的競爭將會加劇。

### 重要風險因素

我們的業務受若干風險影響，包括但不限於有關本集團、我們行業、於中國開展業務及[編纂]的風險。閣下應仔細閱讀本文件中「風險因素」整個章節。與本集團有關的主要風險包括：

- 我們集中的客戶基礎及主要客戶的強大市場地位或會限制我們與該等主要客戶訂立合約的議價能力；
- 我們的現金流狀況可能因客戶延遲付款而惡化，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響；
- 我們的供應商基礎集中，其所提供的廣告資源成本倘有任何上漲，則可能對我們的經營業績、財務狀況及業務前景造成重大不利影響；
- 我們廣告服務的毛利率可能出現波動；及
- 我們的業務可能受到不同行業客戶對我們的廣告服務的需求的季節性波動影響。

### 財務資料及營運數據摘要

#### 合併損益及其他綜合收益表中的節選項目

	截至12月31日止年度		
	2016年	2017年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益	313,082	660,612	783,364
毛利	43,325	83,365	95,611
除稅前溢利	22,093	51,355	62,469
來自持續經營業務的年度溢利	15,766	37,740	46,623

本集團來自持續經營的總收益由截至2016年12月31日止年度約人民幣313.1百萬元增加至截至2017年12月31日止年度約人民幣660.6百萬元，主要由於2017年電視、數字及戶外廣

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

## 概 要

告服務收益增加。截至2018年12月31日止年度，總收益進一步增加至約人民幣783.4百萬元，主要由於我們擴展至數字及戶外廣告服務，使數字及戶外廣告服務產生的收益增加。進一步詳情，請參閱「財務資料 — 合併損益表節選項目描述 — 來自持續經營的收益」一節。

### 合併財務狀況表中的節選項目

	於12月31日		
	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
非流動資產	13,346	66,004	25,625
流動資產	123,590	243,144	262,355
流動負債	34,940	160,868	197,254
非流動負債	7,167	13,238	2,795
總權益	94,829	135,042	87,931

總權益由2016年12月31日約人民幣94.8百萬元增加至2017年12月31日約人民幣135.0百萬元，主要由於我們來自經營的年度溢利所致。總權益其後減少至2018年12月31日約人民幣87.9百萬元，主要由於向本集團擁有人宣派股息及分配附屬公司所致，扣除我們來自2018年持續營運的溢利。進一步詳情，請參閱「財務資料 — 合併財務狀況表若干項目之討論」一節。

### 合併現金流量表中的節選項目

	截至12月31日止年度		
	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
經營活動(所用)所得現金淨額	(40,779) <sup>1</sup>	(1,624) <sup>2</sup>	22,008
投資活動所得(所用)現金淨額	40,657	(23,544)	(6,250)
融資活動(所用)所得現金淨額	(38,619)	70,065	(36,168)
現金及現金等價物(減少)增加淨額	(38,741)	44,897	(20,410)
年初現金及現金等價物	51,001	12,260	57,157
年末現金及現金等價物	<u>12,260</u>	<u>57,157</u>	<u>36,747</u>

附註：

- 我們於2016年錄得經營活動負現金流，主要由於第四季度總收益增加導致貿易應收款項及應收票據、預付款項及其他應收款項增加約人民幣57.9百萬元，以及貿易及其他應付款項減少約人民幣4.0百萬元、支付所得稅人民幣4.5百萬元。
- 我們於2017年錄得經營活動負現金流，主要由於2017年總收益增加導致貿易應收款項及應收票據、預付款項及其他應收款項增加約人民幣72.8百萬元、就若干項目結清廣告資源墊款導致貿易及其他應付款項減少約人民幣31.9百萬元、支付所得稅約人民幣7.6百萬元及支付利息約人民幣2.7百萬元。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

## 概 要

### 主要財務比率

下表載列我們於往績記錄期的節選主要財務比率：

	截至12月31日止年度／於12月31日		
	2016年	2017年	2018年
毛利率 (附註1)	13.8%	12.6%	12.2%
純利率 (附註2)	5.0%	5.7%	6.0%
資產負債比率 (附註3)	不適用	58.0%	106.4%
流動比率 (附註4)	3.5倍	1.5倍	1.3倍
股本回報率 (附註5)	16.6%	27.9%	53.0%
資產回報率 (附註6)	11.5%	12.2%	16.2%
利息保障倍數 (附註7)	45.3倍	29.5倍	11.3倍
淨債務權益比率 (附註8)	現金淨額	15.7%	64.6%

附註：

1. 毛利率乃按毛利除以相應年度的收益乘以100%計算。
2. 純利率乃按純利除以相應年度來自持續經營的收益乘以100%計算。
3. 資產負債比率乃按相應期末的計息銀行及其他借款、應付關聯方款項以及租賃負債的總和除以總權益乘以100%計算。
4. 流動比率乃按相應期末的流動資產除以流動負債計算。
5. 股本回報率等於相應期末各財政年度來自持續經營的利潤除以總權益乘以100%。
6. 資產回報率乃按相應期末各財政年度來自持續經營的利潤除以總資產乘以100%計算。
7. 利息保障倍數乃按各財政年度的稅息前盈利除以利息開支計算。
8. 淨債務權益比率等於期末債務淨額除以總權益。債務淨額包括計息銀行及其他借款、應付關聯方款項、租賃負債(扣除銀行結餘及現金)。

### [編纂]

[編纂]產生的[編纂]估計約為[編纂]港元或人民幣[編纂]元(基於[編纂]的中位數每股[編纂]港元)，其中約人民幣[編纂]港元預期將予以資本化。於往績記錄期，我們產生[編纂]約人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元於合併損益及其他全面收益表確認為開支。我們預期產生額外[編纂](包括[編纂])約人民幣[編纂]，其中約人民幣[編纂]元預期將於截至2019年12月31日止年度的合併損益及其他全面收益表確認為開支，約人民幣[編纂]元預期確認為直接自權益扣減。上述[編纂]為最近更新的估計，僅作參考，實際金額可能與所估計者不同。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

---

## 概 要

---

### [編纂]

我們估計，我們收取之[編纂]總數(經扣除我們就[編纂]應付之[編纂]費用及估計開支後)將約為[編纂]港元，當中假設[編纂]為[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，並假設概無行使[編纂]。我們現時擬按以下方式動用[編纂]：

- 預期約[43.0]%或[編纂]港元將用於加強我們的財務狀況，向電視台履行預付款項義務以獲得電視廣告資源，從而提升我們於電視廣告市場的地位；
- 預期約[27.0]%或[編纂]港元將用作進一步發展我們的數字廣告業務；
- 預期約[11.0]%或[編纂]港元將用於進一步發展我們的戶外廣告業務；
- 預期約[9.0]%或[編纂]港元將用於加強我們的企劃及數據分析能力及提升我們的市場聲譽；及
- 預期約[10.0]%或[編纂]港元將用於籌集營運資金及一般企業用途。

### 發售統計數據

	根據每股[編纂] [編纂][編纂]港元	根據每股[編纂] [編纂][編纂]港元
[編纂]及[編纂]完成後預期已發行股份 市值 <sup>1</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元
本集團每股未經審核備考經調整合併 有形資產淨值 <sup>2</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 市值是根據緊隨[編纂]及[編纂]完成後(並無計及根據[編纂]及購股權計劃項下可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)預期已發行[編纂]股份計算。
2. 每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值已根據本文件附錄二「[編纂]考財務資料」一節所述調整編製，基準為假設緊隨[編纂]及[編纂]已完成(並無計及根據[編纂]及購股權計劃項下可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)預期已發行[編纂]股份。

### 股息

截至2016年12月31日、2017年12月31日及2018年12月31日止年度，本集團分別派付或宣派股息零、零及約人民幣54.0百萬元。過往的股息分派記錄未必會用作釐定董事會日後可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。



---

## 概 要

---

於[編纂]完成後，儘管我們目前並無計劃於可見未來向股東派付股息，惟我們可能以現金或董事認為合適的其他方式分派股息。分派任何中期股息或建議任何末期股息的決定須取得董事會批准，並將由董事會酌情決定。此外，財政年度的任何末期股息須取得股東批准。

本公司現時並無任何預定派息比率。日後宣派或派付任何股息的決定及任何股息的金額取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、財務狀況、營運資金、資金需求及董事會可能認為相關的其他因素。我們會不時檢討股息政策。董事會全權酌情決定是否在任何年度宣派或分派股息。概不保證將每年或於任何年度宣派或分派有關金額或任何金額的股息。

### 我們的股權結構

#### 控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及因行使[編纂]或任何根據購股權計劃可能授出的購股權而可能配發及發行的股份)，王女士透過盈恒將有權行使本公司已發行股本30%以上的投票權。盈恒為王女士全資擁有之投資控股公司，而自其註冊成立直至最後實際可行日期，其並未開始任何業務營運。因此根據上市規則，王女士及盈恒為我們的控股股東。

#### [編纂]

我們於籌備[編纂]期間進行[編纂]。緊隨[編纂]及[編纂]完成後，[編纂]王澤麗女士(透過彼於瑞誠天禾的持股)、劉陽女士(透過彼於瑞誠德茂的持股)及孫先生(透過彼於Hengrui的持股)將有權獲得約[編纂]、[編纂]及[編纂]本公司已發行股份。有關進一步詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構 — [編纂]」一節。

### 豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，本公司尋求豁免嚴格遵守以下上市規則的相關條文：

- 豁免嚴格遵守上市規則第8.12條有關常駐香港的管理層人員的規定；及
- 豁免遵守上市規則第3.28條及第8.17條有關聯席公司秘書的規定。

---

## 概 要

---

### 法律及監管合規

除本文件「業務 — 法律及監管合規」一節有關本集團若干不合規事件的披露外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團已於所有重大方面遵守與業務相關的法律及法規，且並無嚴重違反或觸犯適用於我們的法律或法規，致使對我們的業務或財務狀況整體造成重大不利影響。於最後實際可行日期，本集團或任何董事概無牽涉任何重大訴訟或申索或仲裁，且據董事所知，本集團或董事亦無尚未了結或面臨威脅的訴訟或申索或仲裁。

### 往績記錄期後的最新發展

於往績記錄期後直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益及成本結構基本維持不變。根據本集團編製的直至2019年3月31日止三個月期間未經審核管理賬目，與2018年同期相比，數字廣告服務收益增加，乃主要由於數字廣告業務於相應期間的進一步擴張所致。作為業務策略一部分，為提升我們作為多媒體廣告營銷商的能力，加強我們的數字及戶外廣告服務，我們的董事相信，我們的數字及戶外廣告業務將持續增長。

除與[編纂]有關的[編纂]外，董事確認，自2018年12月31日（作為我們最新審計合併財務報表的日期）起至本文件日期止，我們的財務或貿易狀況並無出現重大不利變動。