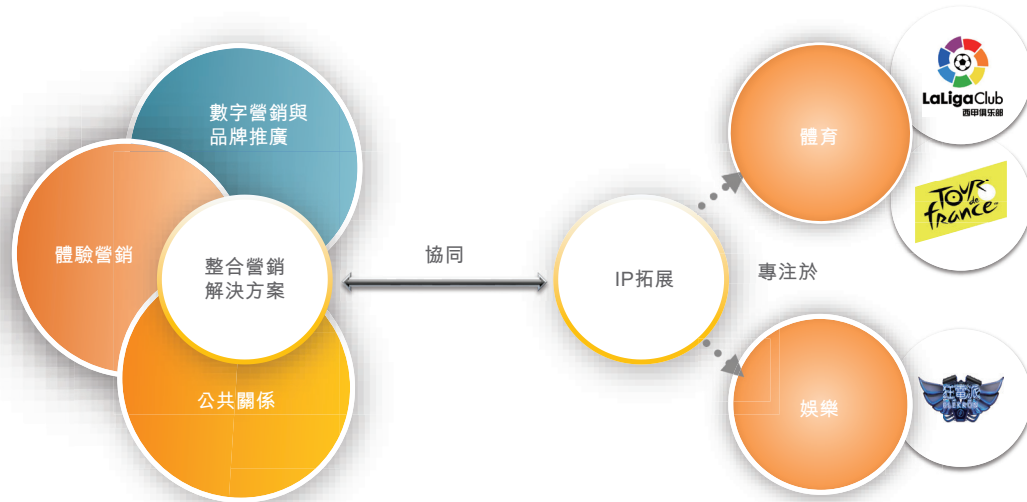


業 務

概述

我們是領先並快速增長的整合營銷解決方案供應商，專注於在大中華區提供(i)體驗營銷、(ii)數字營銷與品牌推廣以及(iii)公共關係服務。根據灼識諮詢報告，2018年，我們在大中華區高端及奢侈品牌市場的體驗營銷領域排名第一，佔市場份額約6.3%。我們亦專注於開拓體育與娛樂IP拓展領域。我們自2016年起開始經營我們的體育市場IP拓展業務，我們分別與西甲聯賽及阿莫里體育組織訂立IP合作協議，授予我們在中國使用西甲俱樂部及環法自行車賽品牌組織獲特許活動的獨家權利以及營銷、贊助、商品推廣及其他用途的其他權利，但須受各IP合作協議條款規限。2017年，我們亦與Stufish Productions成立斯達菲亞洲，以進軍娛樂IP拓展業務。本集團的使命是在大中華區的高端及奢侈品牌和IP，並通過提供整合營銷解決方案為客戶創造價值。



我們的整合營銷解決方案包括(i)體驗營銷；(ii)數字營銷與品牌推廣；及(iii)公共關係。憑藉我們設計、組織及管理的項目，我們認為我們能夠提升客戶的品牌及產品知名度與聲譽，從而提高產品銷量及市場份額，最終目標是在目標受眾中實現顯著的品牌建設及推廣其產品的獨特價值。

作為大中華區國際高端及奢侈品牌的領先體驗營銷服務提供商，我們向客戶提供全面的營銷解決方案，包括（但不限於）活動概念、活動策劃及管理以及活動場地設置（例如活動中的裝置組合）的創意設計服務以及活動執行。我們的職責是根據客戶的設計要求制定營銷解決方案，並與客戶共同針對其目標客戶人群實施我們定制的設計及執行活動計劃。我們亦根據活動的要求直接聘請多個供應商，並確保活動的設置良

業 務

好，以在符合客戶的需要的同時遵守適用的法律及法規。體驗營銷活動包括推出新產品或產品線、籌辦新店、時裝秀、開業慶典、展覽、路演以及駕駛體驗之旅等，由我們代表國際高端奢侈品牌客戶設計與推廣。

除向客戶提供體驗營銷服務外，我們亦為客戶提供在線數字營銷及品牌推廣服務。我們的服務包括在微博、微信、抖音、小紅書、Facebook、Instagram等社交平台為客戶推出活動。我們亦在天貓等線上平台推廣客戶的產品。我們亦輔以關鍵意見領袖聘請及數字營銷媒體廣告協助客戶。

我們的整合營銷解決方案還包括為客戶（包括高端奢侈品牌）提供公共關係服務。我們的服務包括公共關係策略諮詢服務、日常客戶溝通、媒體關係管理、聯絡及名人協調服務。

數字營銷及品牌推廣及公共關係服務通常與我們的體驗營銷活動一同提供，例如，除協調活動項目品牌大使外，還提供數字營銷活動，以配合品牌推廣及放大。我們相信，我們提供的各類營銷解決方案能實現強大的協同效應。

我們的整合營銷解決方案客戶包括時尚消費品行業及汽車行業的國際高端及奢侈品牌，我們與該等品牌已建立穩定的客戶關係。於往績記錄期，我們為客戶提供體驗營銷活動的設計及營銷，部分品牌包括：



業 務

憑藉我們在提供整合營銷解決方案方面的經驗、能力及領先地位，自2016年起，本集團亦已將業務擴展至IP拓展業務，涉及在中國組織、推廣及舉辦活動，我們已就此獲授予許可權使用若干IP。在體育IP拓展領域方面，我們獲西甲聯賽授予於中國使用「西甲俱樂部」品牌及獲阿莫里體育組織授予於中國使用「環法自行車賽」品牌的獨家權利，以組織、推廣及舉辦獲許可品牌活動。在中國建立及推廣西甲俱樂部品牌方面，我們承擔了我們與湖南芒果娛樂有限公司聯合投資的網劇《出線了，初戀》的營銷及推廣工作。我們亦籌辦及營運青年培訓、球迷聚會、為西甲俱樂部開發數字營銷平台及管理西甲俱樂部中國會員數據庫。此外，憑藉阿莫里體育組織授予的獨家權利，我們已於2017年及2018年在上海舉行環法職業繞圈賽，以及於2017年在長沙及於2018年在北京舉辦環法挑戰賽。2019年5月，我們在浙江省諸暨市舉辦一場環法挑戰賽。

娛樂IP拓展領域方面，於往績記錄期，我們與英國一家全球頂尖娛樂製作公司 Stufish Productions 合作，並投資成立斯達菲亞洲，我們與若干高級管理人員共同擁有其49%權益，Stufish Productions 擁有51%。根據合營協議，斯達菲亞洲在中國、香港、澳門、台灣及新加坡從事現場娛樂服務的擴展及發展以及現場活動的製作及管理業務。於2019年，斯達菲亞洲在澳門新濠影滙製作及運營其首個現場特技節目「狂電派」。

業 務

下表載列於往績記錄期按業務性質劃分的本集團收益及經調整利潤明細：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2016年	2017年	2018年	2018年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<i>整合營銷解決方案</i>					
體驗營銷服務	304,340	382,579	514,721	212,267	195,800
數字營銷與品牌推廣服務	38,504	51,363	108,204	39,261	45,398
公共關係服務	15,596	18,972	23,006	6,257	12,388
	<u>358,440</u>	<u>452,914</u>	<u>645,931</u>	<u>257,785</u>	<u>253,586</u>
<i>IP拓展</i>					
體育及娛樂服務	<u>3,374</u>	<u>39,552</u>	<u>38,404</u>	<u>—</u>	<u>19,463</u>
	<u>361,814</u>	<u>492,466</u>	<u>684,335</u>	<u>257,785</u>	<u>273,049</u>
年內溢利	38,489	25,459	43,517	16,742	22,915
就[編纂]開支作出調整	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
就以權益結算的股份					
付款作出調整	<u>—</u>	<u>7,644</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
就年內溢利作出調整	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>

業 務

我們的競爭優勢

我們相信，下述競爭優勢是我們取得成功的關鍵因素，有助於我們保持市場地位並實現目標市場的未來預期增長。

大中華區高端及奢侈品牌市場領先並快速增長的體驗營銷提供商

根據灼識諮詢的資料，就收入與市場份額而言，我們於2018年是大中華區首屈一指的高端及奢侈品牌體驗營銷提供商，佔市場總份額6.3%。我們2018財年的體驗營銷收益為人民幣514.7百萬元。

於提供體驗營銷過程中，我們在活動設計及製作中綜合表演、視覺及音頻效果，為客戶提供互動性及創新性的營銷解決方案。我們向客戶提供全面的營銷解決方案，包括（但不限於）活動概念、活動策劃及管理以及活動場地設置（例如場地設置的建設及現場監工）的創意設計服務以及活動執行。我們關注客戶的要求以及營銷產品的特點，旨在根據客戶的設計要求制定營銷解決方案，並與客戶共同針對其目標客戶人群實施我們定制設計及執行活動計劃。我們亦根據活動的要求直接聘請多個供應商，並確保活動的設置良好，以在符合客戶需要的同時遵守適用的法律及法規。

於往績記錄期，我們為國際高端及奢侈品牌客戶設計及推廣體驗營銷活動。有關活動包括推出新產品、開設新店、時裝秀、開業慶典、展覽及路演以及駕駛體驗之旅。我們組織的具有里程碑意義的部分體驗營銷活動包括：

古馳與莫瑞吉奧·卡特蘭－「藝術家此在」展覽



上海余德耀美術館，2018年

業 務

Pradasphere展覽



香港中環4號渡輪碼頭，2014年

梅賽德斯－奔馳AMG 43系列上市發佈會



成都國際博覽城，2017年

業 務

我們的客戶包括時尚品行業及汽車行業的國際高端及奢侈品牌。於往績記錄期，我們與大部分享受常年服務的主要客戶已維持強大而穩定的關係，當中包括國際高端及奢侈品牌如下：

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BURBERRY

BVLGARI

CARL F. BUCHERER
LUCERNE 1888

CHANEL

Chloé

DELVAUX
— 1830 —

DIOR

FRED

GIORGIO ARMANI

GUCCI

LOEWE

LOUIS VUITTON

MaxMara

MONT
BLANC

PRADA

TIFFANY & Co.

TOM FORD

Van Cleef & Arpels

VERSACE

ROLEX

BMW

INFINITI

Mercedes-Benz

我們的主要客戶包括著名的國際高端及奢侈品牌，我們相信，使其聲譽和品牌形象得以保持，是其考慮聘用提供商服務所考慮的部分最重要因素。憑藉我們在為國際高端及奢侈品牌提供高質量、富創意及全面營銷解決方案的良好往績，我們自信已建立本身的名望和信譽，在提供服務時能夠滿足客戶的期望和要求。

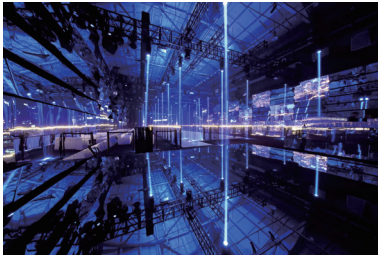
大中華區市場國際高端及奢侈品牌的一站式整合營銷解決方案提供商

我們的整合營銷解決方案涉及不同營銷領域，包括：(i)主要通過艾德韋宣、香港艾德韋宣體驗營銷及北京艾德韋宣體驗營銷進行體驗營銷服務；(ii)主要通過艾德韋宣數字營銷進行數字營銷與品牌推廣服務；及(iii)主要通過艾德韋宣公關進行公共關係服務。通過該等廣泛且多樣化的營銷服務，以及我們經驗豐富的高效專業團隊，我們能夠為客戶提供創新、多維度、全面優質的一站式整合營銷解決方案，從而幫助客戶最大限度地提升其品牌知名度。

業 務

我們相信，我們提供的各類營銷服務能實現強大的協同效應。我們能夠利用我們的整合營銷解決方案幫助客戶實施產品的跨媒體營銷活動。例如，在體驗營銷活動中，我們的數字營銷與品牌推廣服務可透過各種數字營銷社交媒體平台（如微信、微博、小紅書、Facebook、Instagram等）提供活動前推廣，以及現場互動服務，如活動RSVP及登記系統及互動數字營銷攝影／攝像體驗。活動結束後，我們的數字營銷與品牌推廣團隊還可提供通過授權收集數據編製的參與及行為分析報告。另一方面，於活動期間，我們亦可協助客戶提供公共關係服務，如提供名人協調服務及現場公共關係拍攝服務等。我們向客戶提供的若干具有里程碑意義的整合營銷解決方案包括以下各項：

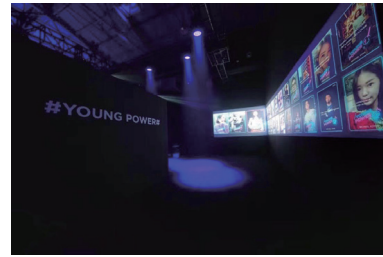
Michael Kors – Young Power派對



體驗營銷：
設計及製作

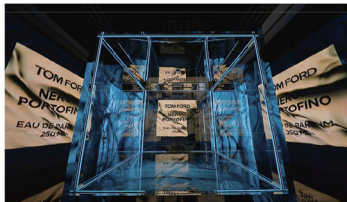


公共關係：
客戶邀請及管理



數字營銷和品牌推廣：
互動拍攝區

Tom Ford – Tom Ford私人調配系列香水體驗展



體驗營銷：
設計與製作



公共關係：
活動現場管理、
媒體及名人邀請



數字營銷和品牌推廣：
交互式程序設計及安裝

業 務

我們具競爭力的數字營銷和品牌推廣服務，使我們能夠為客戶提供大數據和物聯網應用。該等大數據有關服務由我們的附屬公司艾德韋宣大數據提供，於最後實際可行日期，艾德韋宣大數據為一家由艾德韋宣及華院數據技術（上海）有限公司分別擁有70%及30%的中國實體，專門從事大數據應用。大數據及物聯網的應用對數字營銷解決方案的多個層面均有助益。透過提取各信息來源的數據，大數據分析有助掌握趨勢變化及識別未被發現的客戶需求。藉著海量的消費者數據，大數據技術利用付費廣告程式的整合演算法針對該等客戶展示廣告，是篩選潛在目標客戶的工具；此外，亦可追蹤及評估廣告的表現，以完善營銷策略及增加投資回報；可記錄、收集及分析網站停留時間、所瀏覽頁面及基本比率等數據，以支援客戶關係管理及刺激重複購買。舉例而言，艾德韋宣大數據已通過需求方平台提供定向媒體投放解決方案，利用我們的分析概況數據。

除向客戶提供多元化營銷解決方案外，我們亦在各項營銷服務中提供一站式解決方案，範圍涵蓋量身定制的創新營銷解決方案，優化客戶要求與設計及管理並監督整個項目實施過程。在為客戶提供一站式解決方案方面，我們擁有自己的專業創意團隊準備設計提案並協助客戶進行現場協調、我們的製作團隊與供應商就現場技術及施工事宜進行聯絡及我們的客戶服務團隊負責客戶日常管理及指派人員參與項目團隊等事宜。我們的管理團隊密切監督及協調各團隊的運作，協助團隊順利作業。憑藉設計、管理及協調營銷項目各個方面的能力與實力及提供的一站式解決方案，本集團能夠協助客戶應對彼等的挑戰，確保提供超越所需標準的完美營銷解決方案。

我們相信，我們的整合營銷解決方案服務能夠(i)讓客戶免於尋找多家可以在特定的營銷領域提供專業服務的服務供應商，從而為客戶提供一站式服務及節省成本的解決方案；及(ii)減少客戶遭遇「營銷災難」的風險，因為他們將獲得本集團經驗豐富的團隊支持密切監控營銷解決方案並協調各貿易及服務提供商及本集團各團隊，從而保障客戶利益。憑藉我們設計、組織及管理的項目，我們相信能夠提升客戶的品牌及產品知名度與聲譽，從而提高其產品銷量及市場份額，實現為客戶產品打造知名品牌及向目標受眾傳達其獨特價值的最終目標。憑藉我們向客戶提供一站式整合營銷解決方案的能力，我們相信本集團準備好抓住廣泛營銷領域的潛在市場機會，從而帶動我們的收益增長。

業 務

經驗豐富的管理層具有遠見卓識，設立股權獎勵機制給到管理層及業務合作夥伴，以鼓勵業務合作與拓展

提供綜合營銷服務的團隊由經驗豐富的高質素人員組成。我們的管理團隊擁有提供戰略、創新及多維度營銷解決方案的專業知識與行業經驗以及以高標準推出項目的能力。我們的管理團隊中部分人士已在中國營銷行業積累逾20年的行業相關經驗。我們的執行董事均具備高端營銷解決方案行業的豐富知識。我們的執行董事劉先生、伍先生、劉女士及陳先生均為本集團備受尊敬的人士，他們管理本集團逾5年之久。有關詳情，請參閱「董事及高級管理層」一節所載的彼等履歷。本集團認為劉先生、伍先生、劉女士及陳先生具有個人魅力及遠見卓識，引領我們成為大中華市場的國際高端及奢侈品牌的頂級營銷解決方案提供商之一。

本集團擁有以股權報酬獎勵貢獻方的往績記錄，並將通過提供股權激勵其團隊，從而令貢獻方獲適當認可、激勵及擁有權獎勵。本集團的主要貢獻方透過艾德眾信、卓明遠達及ACT Partners獲獎勵股份。就其他貢獻方而言，ACT Holdings特別設立為一個平台，由專業受託人持有，以使本集團主要人員間接持有我們的股份。我們亦以於附屬公司或投資實體的所有權獎勵主要貢獻方。例如，負責西甲俱樂部和環法自行車賽IP拓展項目的總經理周女士就其對IP拓展項目的努力及責任持有艾德韋宣體育發展的10%股權。為表彰Shaw先生及鄭女士在製作及推出現場特技節目「狂電派」及斯達菲亞洲業務方面的貢獻，我們亦向彼等轉讓斯達菲亞洲的7.35%股權作為獎勵。

在對外收購及整合業務擁有驕人往績記錄

本集團一直以來都歡迎有能力的業務夥伴加入本集團共創成功。我們認為，每次成功收購或合作將一併帶來價值、客戶基礎巨大增長，並可能開發新的收益流。例如，我們於2014年收購艾德韋宣數字營銷65%權益後創建數字營銷與品牌通訊團隊，艾德韋宣數字營銷最終於2015年成為我們的全資附屬公司。艾德韋宣數字營銷的涂先生加入我們而最終成為我們的高級管理人員，並自此與黃女士及蔡先生共同管理業務。艾德韋宣數字營銷的業務及網絡已經與我們當時的現有業務整合並對其帶來補足。同樣，本集團於2013年收購艾德韋宣公關70%權益，成立了公關團隊，當時包先生持有餘下30%權益。於2015年，包先生成為我們的股東及高級管理層之一，而艾德

業 務

韋宣公關成為我們的全資附屬公司及該業務後由包先生及黃女士共同管理。艾德韋宣數字營銷及艾德韋宣公關的業務自其各自被本集團收購以來出現顯著增長。艾德韋宣數字營銷的收益由2016年的人民幣38.5百萬元增加至2018財年的人民幣108.2百萬元，而艾德韋宣公關的收益由2016財年的人民幣15.6百萬元增至2018財年的人民幣23.0百萬元。

自2017年起，我們亦一直與國際頂尖娛樂製作公司Stufish Productions合作，並投資斯達菲亞洲，我們擁有其中41.65%權益，我們高級管理層Shaw先生及鄭女士擁有7.35%權益，另Stufish Productions擁有51%權益。根據本集團與Stufish Productions訂立的合營協議，斯達菲亞洲在中國、香港、澳門、台灣及新加坡從事現場娛樂服務的擴展及發展以及現場活動的製作及管理業務，包括於2019年在澳門新濠影滙製作及運營我們的首個大型特技節目「狂電派」。

於2016年7月，我們成立艾德韋宣大數據，主要從事數據收集技術、大數據分析平台開發及計算機信息技術的技術開發業務。艾德韋宣大數據由艾德韋宣擁有70%，由華院數據技術（上海）有限公司擁有30%。華院數據技術（上海）有限公司通過該項合作向本集團貢獻技術知識，從而幫助我們進軍並深挖數字營銷及品牌傳播營銷項目。

上述為我們與管理層及業務合作夥伴過往合作與融合的範例，初衷均為我們與業務合作夥伴享有相同理念，即管理層及業務合作夥伴具備相同願景，且通過相互合作以發展和增長業務可令我們在該行業取得更大成功。我們認為這是本集團的核心價值之一，即開放思路歡迎管理層及業務合作夥伴相互合作，共同努力，為各方創造價值。

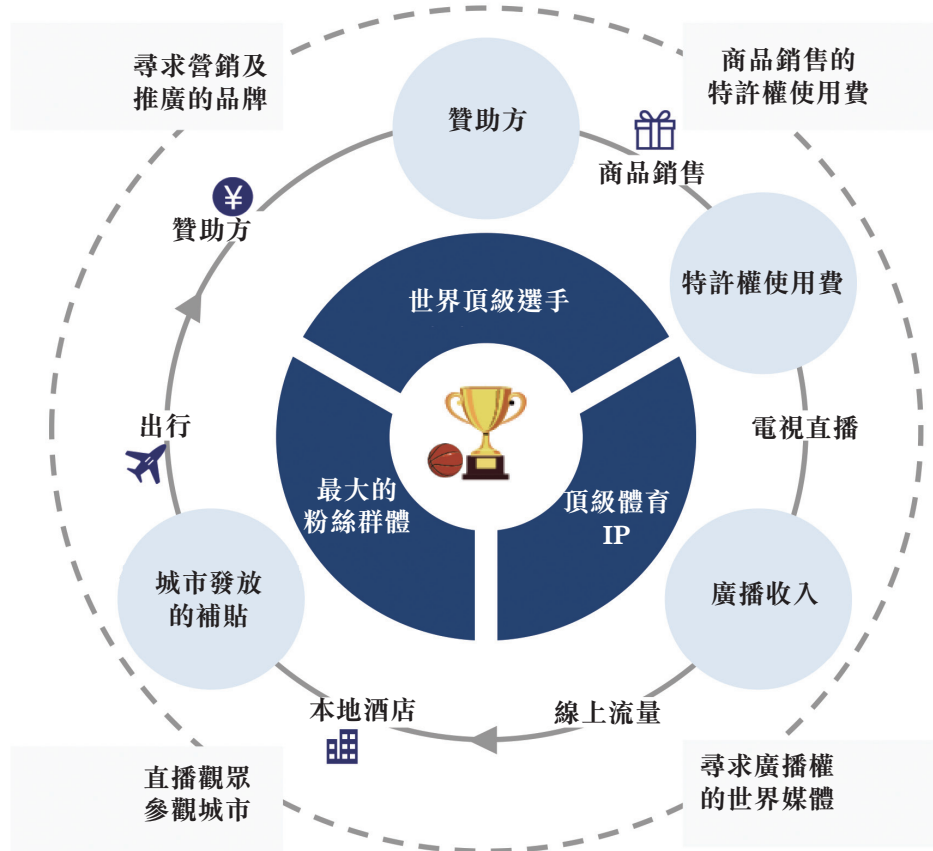
獲得獨家權利在中國以兩項重大國際體育IP：西甲俱樂部與環法自行車賽組織經授權活動以及營銷、贊助、商品推廣和其他用途的其他權利，為我們佔領中國龐大體育市場奠定堅實基礎

根據灼識諮詢報告，過去五年，體育市場IP拓展市場規模大幅增加。於2018年末，市場規模按大中華區銷售收入計從2014年的人民幣266億元上升至人民幣505億元，複合年增長率為17.4%。此類快速發展主要歸因於中央及地方政府的大力支持、體育行業的蓬勃發展以及居民健康及運動意識增強。作為大中華區的新興行業，體育IP拓展市場將以多種形式出現，同時湧入不同參與者。因此，預期大中華區體育市場IP拓展銷售收入會繼續快速發展，到2023年達約人民幣795億元，2018年至2023年的複合年增長率為9.5%。

業 務

下表為組織大型體育賽事的行業格局圖。

舉辦大型體育賽事的行業格局



資料來源：灼識諮詢報告

為進軍該市場，於往績記錄期，我們與西甲聯賽及阿莫里體育組織達成長期IP合作協議，我們獲得獨家使用權，於中國使用西甲俱樂部及環法自行車賽品牌進行經授權活動的組織、培訓、營銷、商品推廣和其他用途。有關IP合作協議條款的進一步詳情，請參閱「業務－我們的IP拓展」一節。於不違反IP合作協議條款的情況下，自2017年起，我們開始在中國使用西甲俱樂部與環法自行車賽品牌，以（其中包括）組織、推廣及經營若干事件、活動。我們亦計劃設立西甲俱樂部體育公園及或開展商品營銷等其他相關活動，這將為本集團提供新的收入來源，並為我們的整合營銷解決方案業務帶來新商機。我們計劃自行或與具有特定行業及服務經驗及專有技術的商業夥伴的

業 務

合作，充分利用在中國使用西甲俱樂部與環法自行車賽品牌的權利。憑藉我們提供整合營銷解決方案的經驗及專業知識，本集團已萬事俱備，可在中國制定適當策略以組織、營銷、推廣及舉辦與西甲俱樂部及環法自行車賽品牌有關的活動，從而實現重大品牌建設及傳達予受眾者的品牌價值。

通過組織及舉辦此類事件或活動，本集團能夠產生其他來源的收入（惟須遵守IP合作協議的條款），包括但不限於(i)我們組織及舉辦的活動或項目、我們運營及管理的場地及我們在中國開展的商業活動一定比例的利潤分成（視情況而定）；(ii)我們所組織活動的贊助費；(iii)我們所運營項目的投資收入；及(iv)活動或項目營銷產生的其他雜項收入來源。我們亦就組織的若干活動收取中國政府的政府資金。

根據灼識諮詢報告，2018在中國舉行的自行車賽事總數約為3,000場。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，通過阿莫里體育組織授出的環法自行車賽品牌使用權，我們組織了兩場環法職業繞圈賽及三場環法挑戰賽賽事。我們相信，我們有巨大市場潛力在未來幾年在中國增加舉辦的賽事數目。

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年首六個月，本集團自IP拓展業務產生收益分別約人民幣3.4百萬元、人民幣39.6百萬元、人民幣38.4百萬元及人民幣19.5百萬元。董事認為，獲得在中國使用西甲俱樂部及環法自行車賽品牌的權利，及作為大中華區高端及奢侈品牌領先的體驗營銷服務提供商，有利於本集團進軍中國體育娛樂IP拓展市場，當我們擬透過使用其他國際高端及著名品牌進一步取得在中國組織、推廣及經營項目活動的權利時，可用作往績記錄彰顯我們的實力。我們認為，為我們有權使用的品牌組織、推廣及運營各種活動可提高我們收入來源的多樣性，推進與獲許可品牌週邊的業務夥伴達成進一步合作及投資機會，促使我們從該等品牌中獲得更多溢利。

充分準備把握市場機遇

我們認為，憑藉我們的戰略性地域位置、擅長提供創意解決方案的能力及向客戶提供優質服務的承諾，我們整合營銷解決方案為把握市場機遇充分作好準備。

根據灼識諮詢報告，有利於大中華區高端及奢侈品牌的體驗營銷以及大中華區體育市場的IP拓展的部分市場驅動／因素包括(i)中國高淨收入及大眾富裕人口增加，(ii)高端及奢侈品牌持續增長的營銷預算及(iii)中央政府促進體育行業。

業 務

(i) 中國高淨收入及大眾富裕人口增加

灼識諮詢發現，中國的高淨收入及富裕人口於2014年至2018年穩步增長，由20.5百萬人增至36.3百萬人，複合年增長率為15.4%。在奢侈品服裝、手錶、珠寶、美容產品、鞋履、手袋及行李箱的推動下，大中華區高端及奢侈品牌的銷售收入由2014年的人民幣1,905億元增至2018年的人民幣2,785億元，2014年至2018年的複合年增長率為10.0%。隨著高淨收入及大眾富裕人口的增加，國際高端及奢侈品牌的購買力及意願明顯提高。因此，預計高端及奢侈品牌在大中華區的銷售收入於2018年至2023年將以9.7%的複合年增長率增長，於2023年達到人民幣4,425億元。2018年，中國人口約佔世界人口的18%，而中國消費者卻購買約30%的全球奢侈品牌商品（以銷售收入計），表明了相較全球其他地區，中國消費者對奢侈品牌商品的巨大需求。預計這將推動體驗營銷的發展，從而有利於本集團業務在這方面的增長。

本集團總部位於上海，香港及北京亦設有辦事處，覆蓋大中華區若干最發達及最富裕地區，服務以該區域為營銷目標的客戶。上海為中國的一線城市，我們的客戶（包括國際及本土高端品牌與奢侈品牌）認為，上海是開展營銷活動推廣產品以提高其品牌知名度的主要城市之一。例如，我們於2018年在上海推出古馳與莫瑞吉奧·卡特蘭－「藝術家此在」展覽。此外，上海為商業樞紐，可讓我們輕易沿長江三角洲通往其他城市。本集團位於北京的辦事處讓我們為在北京營運的客戶提供服務，例如汽車客戶，以及聚焦於該一線城市的其他客戶。本集團位於香港的辦事處讓我們為以本地香港市場及東南亞市場主顧為目標的客戶服務。本集團在該等城市設辦事處，亦從有關各地營銷行業吸納具有能力及人脈的營銷人才而獲益，亦有助本集團進一步發展其業務。

(ii) 高端及奢侈品牌持續增長的營銷預算

高端及奢侈品牌指具有獨特品牌形象、數十年品牌歷史及鮮明品牌理念的國際品牌，而大眾品牌傳達可獲得的品牌價值，其核心理念為滿足大眾消費者的需求，同時亦努力迎合最新時尚趨勢。

根據灼識諮詢報告，高端及奢侈品牌（其構成我們客戶群的一大部分）一般投放的營銷預算大幅高於大眾品牌。由於高端及奢侈品牌力求一貫提供無與倫比

業 務

的奢華與豐富的獨家特色，使用高品質的道具、燈光、特效及其他材料，因此總營銷預算將大幅增加。由於活動執行的質量要求較低，大眾品牌的總營銷預算相對較低。

我們自信擁有強勁的創新性解決方案及執行能力，向客戶提供創新性及定製的營銷解決方案。該等能力為我們提供競爭優勢，從而與很多國際高端及奢侈品牌的現有客戶建立穩定關係，以及贏得新機遇，與其他很多冀打入大中華市場的新國際客戶及致力增強市場影響力及提升品牌形象的其他本地客戶得以合作。董事認為，多年以來，我們已建立聲譽口碑，處理高度複雜性任務、透過組織市場活動為客戶提供富創意的解決方案，從中我們亦得以積累營銷策略及品牌管理專門訣竅。該等專門訣竅啟發並裝備本集團與管理團隊，為提供的整合營銷解決方案尋找新創意理念及設計。

董事認為，藝術價值及營銷解決方案的質素絕不應因項目時間急促及成本而妥協，我們對客戶提供優質服務承諾能持續為我們帶來商機。我們項目管理系統在提供展覽營銷策劃服務方面獲得ISO-9001的認證。我們認為，維持嚴格品質保證及全面管理系統可提升客戶滿意度及改善獲得新項目的成功率。

(iii) 中央政府促進體育行業

根據灼識諮詢報告，中央及地方政府大力支持體育行業的發展。全民健身計劃（2016年－2020年）為全國健身工作作出全面的計劃。於2020年的體育消費總額預期將達到人民幣15,000億元。根據該計劃，到2020年，預計700百萬人一周將至少參加一次體育鍛煉，其中435百萬人為定期鍛煉者。

董事相信，我們與西甲聯賽及阿莫里體育組織訂立長期IP合作協議及我們與之合作的經驗使我們把握體育行業即將到來的增長中具有領先優勢。有關我們體育IP權利方面優勢的進一步資料，請參閱「業務－我們的競爭優勢－獲得獨家權利在中國以兩項重大國際體育IP：西甲俱樂部與環法自行車賽組織經授權活動，為我們佔領中國龐大體育市場奠定堅實基礎」一節。

業 務

我們的戰略

我們計劃通過實施以下策略，進一步提高市場份額及提升作為領先綜合營銷解決方案供應商的整體競爭力及進一步擴大我們的IP拓展業務：

擴大我們的綜合營銷解決方案業務、招聘高素質人才及提高經營效率

我們計劃擴大及拓展我們的綜合營銷解決方案業務，尤其是我們的數字營銷及品牌推廣服務。根據灼識諮詢報告，移動設備的持續升級及應用增加了消費者用於數字營銷媒體的時間，並為人們的日常活動帶來巨大變化，特別是於通訊、購物及娛樂等方面。因此，數字營銷服務成為接觸優質受眾的最具效用及效益的渠道。此分部預期於2018年至2023年以16.2%的複合年增長率持續增長。

利用我們豐富的行業經驗及專長，本集團自2016年起開始更加注重數字營銷及品牌推廣服務並主動向客戶推廣數字營銷解決方案。由於在線移動應用程式日益普及，正改變傳統營銷行業，我們已自尋求數字營銷及品牌推廣服務的客戶獲得認可及鼓勵反饋，且我們於此領域的收益於往績記錄期內大幅增加。

我們於數字營銷及品牌傳播服務的項目本質上得以保持，因而令本集團產生經常性收入，這對本集團實屬寶貴，原因是我們實施的業務擴張策略需要現金流量才能成功及令本集團更好地在市場持續性低迷時應對風險。為擴張我們於此業務分部的營運，我們擬(i)增強及擴大我們於上海及北京辦事處的數字營銷團隊；(ii)主動向客戶推廣我們於數字營銷方面的能力；(iii)尋求現有客戶的業務推薦；及(iv)考慮與現有行業參與者的戰略合作或收購以快速增加我們的業務量及市場份額。

此外，我們計劃招聘高素質人才（例如創意及數字營銷主管）以進一步增強我們的數字營銷及品牌推廣服務以及提升我們的能力。我們亦計劃就大數據分析定制軟件以提升我們的經營效率及服務類別。

業 務

擴大我們的地域覆蓋範圍及增加我們的客戶

我們計劃通過在巴黎設立辦事處為歐洲現有客戶提供服務及擴大我們在歐洲市場的客戶基礎及在廣州設立辦事處增強我們在中國一線城市的強大據點及抓住大灣區發展帶來的商機，從而擴大我們的地域覆蓋範圍及增加我們的客戶。

在巴黎設立辦事處，擴大我們的歐洲市場客戶群

於往績記錄期，歐洲奢侈品牌是我們的主要客戶。許多主要國際高端及奢侈品牌將總部設於歐洲，憑藉我們與歐洲市場客戶建立的良好關係，我們打算進一步開拓歐洲市場，鞏固與現有客戶的關係及向新客戶推廣我們的服務。鑒於上述情況，我們傾向於在法國巴黎設立新辦事處。

多年來，我們為國際高端品牌及奢侈品牌客戶提供營銷解決方案並組織眾多活動與展覽，客戶經常詢問我們是否在歐洲開展業務。我們為了(i)促進及鞏固與現有客戶(眾多為國際高端及奢侈品牌)的關係；(ii)憑藉我們服務現有客戶的往績記錄進軍歐洲市場；(iii)與新客戶建立關係，獲得歐洲及中國市場的業務；及(iv)將中國品牌帶到歐洲，董事認為本集團現階段適宜在歐洲設立辦事處，這將使我們能夠更貼切瞭解客戶需求，制定更貼近我們客戶品牌最新主題的營銷策略，有利於我們說服北歐和中歐的潛在客戶採用我們的整合性營銷服務，亦能促使透過當前及潛在客戶的轉介邁入尚未觸及的新歐洲市場。倘我們的努力取得成功，我們的歐洲新辦事處將為本集團的業務增長帶來顯著的動力。憑藉我們在中國的總部強勢設立，預計我們較潛在的歐洲競爭對手而言，具有顯著的成本優勢。

在廣州設立辦事處，抓住本土及國際高端品牌匯合於大灣區所帶來的商機

大灣區發展項目在中國發展進程中具備關鍵戰略規劃的地位，其將成為中國與「一帶一路」沿線國家之間的門戶。大灣區包括香港、澳門及廣東省廣州市等九個城市。我們預期大灣區概念將吸引我們的國際客戶及其品牌，繼而吸引人口和財富向大灣區聚集，促使客戶在大灣區開展營銷活動以推廣其產品，提高其在當地的品牌知名度。根據灼識諮詢報告，中國服裝行業有成百上千的本地品牌，服裝行業逾30%本地

業 務

品牌將其總部設於深圳及廣州等城市。我們亦預期大灣區的本土高端品牌在為在中國境外推出其產品需要營銷服務時將受益於我們的整合營銷解決方案。我們的業務戰略是進軍該市場，以抓住大灣區的增長機遇，推動未來成功。

為抓住即將來臨的大灣區發展所帶來的商機及增加客戶，作為我們擴張承諾及長遠發展的一部分，經審慎周詳的考慮後，董事擬在廣州設立辦事處。預計我們的廣州辦事處將複製我們在上海的業務運作，但主要服務於在廣州、深圳及週邊城市開展營銷活動的客戶，我們的上海總部主要負責處理上海及附近城市的項目。

透過收購與合作擴張

除內生性增長外，我們計劃探索及尋求收購及合作機會，以鞏固我們的市場地位，提升我們在中國及香港整合營銷解決方案行業的競爭力。尋求能幹的商業夥伴加入本集團及豐富我們營銷業務為我們的競爭優勢及業務策略之一，我們就其擁有成功往績記錄。此外，我們的競爭對手或會相互合併或形成聯盟，藉此有關競爭對手或會迅速佔據重大市場份額，從而影響我們的市場領先地位。

倘競爭對手藉由收購或內生性增長迅速擴大規模，或會影響我們在市場上獲得優質項目的競爭力。因此我們認為，通過收購實現動態積極增長的替代方案不僅使得我們進一步鞏固市場份額，亦有助於提升我們的市場地位，進而能夠緩解我們所面臨的商業挑戰。有關戰略亦使我們能夠獲得市場參與者搶先佔領的行業及客戶基礎的項目。

就客戶及項目數量而言，戰略性收購與合作能進一步提高我們的市場份額，增加我們的競爭優勢。回顧本集團的歷史，本集團曾積極開展收購與合作事宜，為我們及業務夥伴帶來顯著的互惠互利，帶動本集團價值提升。董事認為，收購及與現有市場參與者合作的戰略，尤其是於數字營銷及發展授權品牌領域，與我們的業務目標一致，因為有關收購及合作體現了我們當前主要業務的持續長久運作。

關於本地擴張，我們潛在的收購及合作目標將是較小規模的營銷企業及我們獲許可品牌開發業務的合作夥伴。我們針對的較小營銷企業應能夠（其中包括）：(i)透過將特別專業知識（如創意、製作或數字營銷專業知識）由潛在目標整合至本集團於我們的

業 務

運營中創造協同效應；(ii)增加我們的客戶群；及(iii)其業務最好屬於數字營銷領域，原因為我們於往績記錄期在該領域取得大幅增長，我們預計該業務領域將繼續增長。根據灼識諮詢報告，大中華區按營銷開支劃分的總營銷解決方案服務的數字營銷服務市場份額由2013年的20.2%增至2017年的39.0%，受移動設備的使用不斷增加及大數據時代的影響，該市場份額預計於2022年增至55.1%。我們旨在於三個範疇及能力增強我們的數字營銷與品牌推廣服務：(i)數字營銷知識庫服務，提供數字營銷策略、創意內容創建及自有媒體平台管理；(ii)具有社交CRM（客戶關係管理）能力的客戶社交支持系統，以便於客戶於利用數據平台開展對話及訂單過程；及(iii)關鍵意見領袖合作，以建立及管理關鍵意見領袖資源，包括通過自動平台匹配關鍵意見領袖，為客戶強化數字營銷計劃及量度關鍵意見領袖表現。

關於海外擴張，我們潛在的收購及合作目標應是能夠（其中包括）：(i)協助我們建立歐洲辦事處（首選巴黎）；(ii)擴大我們的客戶基礎；(iii)提高我們創意設計及營銷行業的認可度，這對於贏得國際高端及奢侈品牌項目至關重要；及(iv)在整合營銷解決方案領域為員工提供技能及人脈的頂級創意設計公司或營銷機構。

擴大我們的IP拓展業務

我們於2016年開始經營IP拓展業務，尤其是體育市場。當時，我們與阿莫里體育組織及西甲聯賽訂立IP合作協議，取得使用其品牌在中國組織經授權活動的獨家權利及涉及營銷、贊助、商品推廣及其他用途的其他權利，但須受協議條款規限。有關合作條款的進一步詳情，請參閱「業務－我們的IP發展」一節。為利用特許的西甲俱樂部及環法自行車賽品牌及為本集團及IP拓展業務的合作夥伴開拓收入來源，我們計劃通過新業務發展我們IP拓展業務及擴展我們的服務範圍。

除了在中國釋放西甲俱樂部與環法自行車賽品牌的價值外，我們還計劃獲得我們認為在中國市場具有潛在影響的其他高端品牌（尤其是運動品牌）所有人的IP。該IP亦將為我們帶來大量新營銷服務及產品。

此外，我們將通過斯達菲亞洲與Stufish Productions及其他潛在市場參與者的合作，繼續探索於娛樂IP拓展的商業機會。

業 務

環法自行車賽

於往績記錄期，我們積累了組織環法自行車賽的經驗與專業知識。根據灼識諮詢報告，於2018在中國舉行的自行車賽事總數約為3,000場。我們相信，我們有巨大市場潛力增加舉辦的賽事數目。我們擬利用[編纂][編纂]在中國不同地區及城市定期舉辦更多環法自行車賽。我們管理層認為，環法自行車賽可在中國各個城市以重覆方式複製進行，與在中國不同城市舉辦的馬拉鬆比賽類似。如此，本集團可在中國自行車運動事件管理領域處於領先地位，除贊助及商品推廣等營銷活動產生的新收益流外，可為本集團帶來戰略性收益。

西甲俱樂部

根據西甲聯賽合作協議，我們有權與西甲聯賽分享西甲聯賽項目中的利潤。潛在收入來源或收入可能包括(i)項目或活動產生的利潤；(ii)體驗中心及體育公園收取的投資收入及費用；(iii)在體驗中心經營運動餐吧及推銷商品；及(iv)廣告及贊助費。一般而言，推廣與營銷西甲俱樂部相關賽事及活動與提供予客戶的整合營銷解決方案類似。分別在於本集團須負責發起及營運整個活動，並就實現西甲俱樂部與體育明星從西班牙前往中國的有關詳情與西甲聯賽進行聯絡。

憑藉[編纂][編纂]，我們將有資金組織與開展更大規模的西甲俱樂部營銷活動，並考慮各種合作和投資計劃。我們打算加快西甲俱樂部推廣進度並增加活動數量，並積極尋求合作機會以設立及運營體驗中心及體育公園。

我們的業務模式

於往績記錄期，我們的主要收入源自為主要通過報價受聘的整合營銷解決方案項目。在確認客戶聘用後，我們負責根據聘用條款，整體管理及協調開工至竣工期間的項目實施、規劃、監控及督導。下表概括了我們的業務職能及我們在各類營銷項目中的角色。

業 務

整合營銷解決方案


	主要角色	職責 (包括但不限於)	主要收入及開支項目
體驗營銷項目	組織方與 項目管理方	<ul style="list-style-type: none">• 了解客戶指示• 擬定活動提案• 制定活動總規劃• 根據總規劃採購材料並 外聘服務提供商• 分配活動日工作• 控制及管理活動日	收入： 服務費 開支： 材料成本、活動場地 佈置、音頻、視頻及 燈光、演藝人員成本、 差旅及住宿、安保、 場地租賃成本

業 務


	主要角色	職責 (包括但不限於)	主要收入及開支項目
數字營銷與品牌推广	數字營銷內容設計師及 數字營銷平台維護方	<ul style="list-style-type: none">• 尋求客戶指示• 擬定數字營銷與品牌推广提案• 制定活動總規劃• 根據總規劃外聘服務提供商並採購材料 (如需要)• 分配活動工作• 控制及管理活動	收入： 1. 服務費 2. 預付費用 開支： 媒體成本，包括向關鍵意見領袖支付的媒體推廣費、有關通過各種社交媒體平台推廣客戶產品／服務的成本
公共關係	顧問及 組織方	<ul style="list-style-type: none">• 尋求客戶指示• 擬定公共關係提案• 制定公共關係活動總規劃• 根據總規劃採購材料並外聘服務提供商• 分配公共關係活動工作• 控制及管理公共關係活動	收入： 1. 服務費 2. 預付費用 開支： 差旅及住宿、安保及媒體成本

業 務

IP拓展

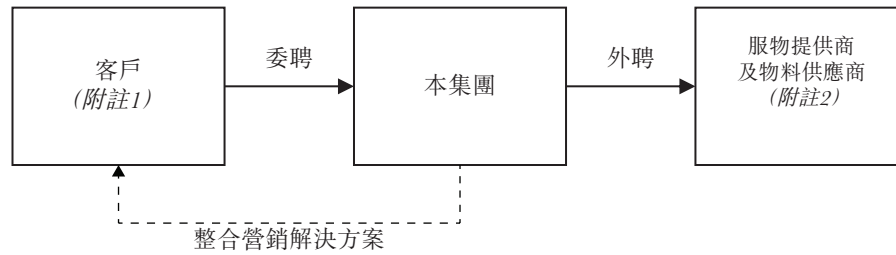
	主要角色	服務（包括但不限於）	主要收入及開支項目
西甲俱樂部 	品牌推廣方	<ul style="list-style-type: none">• 與西甲聯賽合作在中國建立一個以「西甲俱樂部」為名稱的360°優質綜合體驗式足球平台• 設計實施並運作一系列西甲俱樂部項目，包括但不限於互動活動、會員課程、聯賽球賽及體育衍生產品• 創建、設計、生產（或經西甲聯賽批准後委託生產）、分銷或銷售有關西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目的商品或相關推廣產品• 基於西甲俱樂部及西甲俱樂部項目創建及製作一個真人秀及／或電視連續劇• 設計、創建及經營一個西甲聯賽體驗中心，以推廣西甲聯賽、西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目	視乎個別項目而定： 收入： <ol style="list-style-type: none">1. 真人秀及電視劇、培訓、西甲俱樂部體驗中心及商品推廣的利潤分成2. 西甲俱樂部營銷及贊助項目產生的其他收入 開支： <ol style="list-style-type: none">1. 以最低擔保費向西甲聯賽分享利潤分成2. 活動及推廣產生的各類其他費用

業 務

	主要角色	服務（包括但不限於）	主要收入及開支項目
環法自行車賽 	品牌推廣方	<ul style="list-style-type: none">• 籌劃環法職業繞圈賽及環法挑戰賽，包括但不限於提供、管理及組織賽事• 管理贊助銷售及贊助商服務，包括與環法職業繞圈賽及環法挑戰賽有關的營銷贊助方案• 組織及製訂與環法職業繞圈賽及環法挑戰賽有關的接待及公關計劃• 組織環法職業繞圈賽及環法挑戰賽的潛在賽事外活動• 尋求與中國境內的當地媒體合作夥伴簽訂媒體許可協議，以最大限度地增加環法職業繞圈賽及環法挑戰賽在當地媒體的曝光度• 生產及銷售附有環法職業繞圈賽及環法挑戰賽標誌的商品	<p>視乎個別項目而定：</p> <p>收入：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 贊助費及獎勵2. 媒體夥伴及售票收入3. 項目或活動及產品推銷產生的利潤4. 活動營銷產生的溢利 <p>開支：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 組織活動的授權許可費2. 場地費、施工與裝飾、製作成本、廣告費、設備租賃、物流、安保、薪金及雜項開支3. 與阿莫里體育組織分享的贊助商及媒體夥伴收入

業 務

下圖概述我們在營銷行業中的整合營銷解決方案的商業模式。



附註：

1. 於往績記錄期，我們的客戶是尋求營銷解決方案的各種品牌。本集團品牌客戶可能通過相同品牌下的不同法律實體或透過代理使用本集團的服務。有關詳情，請參閱「業務－我們的客戶」一節。
2. 我們的供應商是我們外聘的各行業各類性質的第三方，提供我們向客戶提出的營銷解決方案。有關詳情，請參閱「業務－我們的供應商」一節。

我們的整合營銷解決方案

一般而言，我們的整合營銷解決方案包括三種營銷服務：(i)體驗營銷；(ii)數字營銷與品牌推廣；及(iii)公共關係服務。我們的整合營銷解決方案服務主要專注於國際高端及奢侈品牌。通過我們設計、組織及管理的項目，客戶有望實現重大品牌建設及面向公眾或目標受眾的推廣效果。

體驗營銷

關於體驗營銷，我們通常為客戶活動或展覽的營銷解決方案提供商。我們的職責是監督整個項目實施過程通來優化客戶的要求與設計，包括管理及協調各方項目參與者，制定詳細工作計劃，採購材料並聘請第三方實施項目，微調活動規劃，並監督整體營銷結果。

典型的體驗營銷項目通常涉及一個活動，如隆重開幕、時裝秀、新產品發佈會等。我們將致力於提供服務，協調整個活動，實現客戶滿意。

業 務

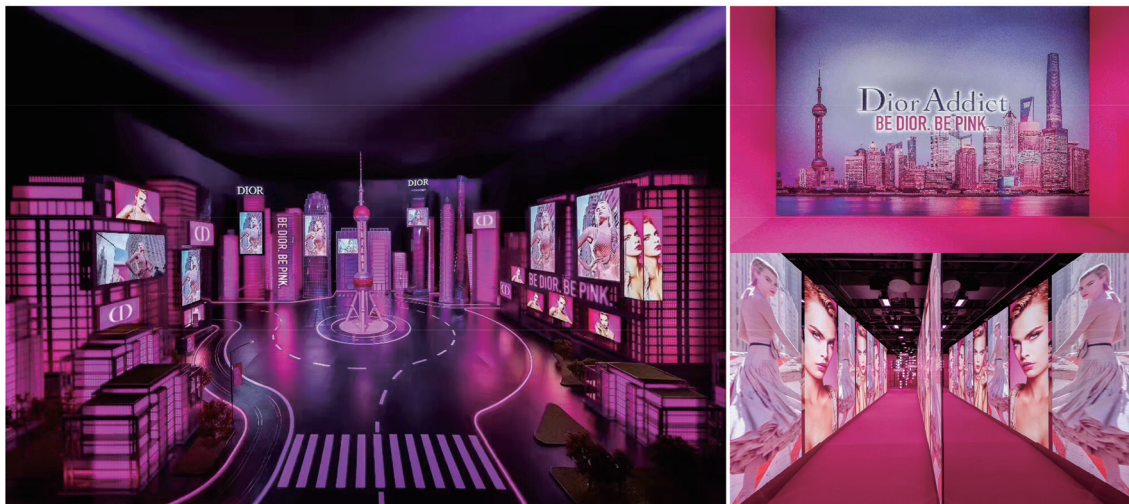
於往績記錄期內，我們總收入約84.1%、77.7%、75.2%及71.7%分別來自體驗營銷。我們於往績記錄期參與的若干具有里程碑意義的體驗營銷活動包括：

Prada SS20男裝時裝秀



上海浦東，2019年6月

Dior Addict推廣活動



上海，2019年3月

業 務

Audi奧迪品牌峰會及Audi奧迪Q8全球首發



深圳，2018年9月

數字營銷與品牌推廣

數字營銷與品牌推廣服務通常涉及使用數字營銷技術進行廣告投放及在各種數字營銷平台上進行營銷推廣的營銷活動。我們的職責是瞭解客戶需求並為客戶提供數字營銷戰略及解決方案（從推廣戰略到平台開發）。我們將監督整個項目實施過程，包括管理及協調管理及協調項目各方參與者，制定詳細工作計劃，實施項目直至項目上線，並預收費用提供維護及持續線上服務。

典型的數字營銷與品牌推廣項目涉及於各類社交及數字營銷平台上設計用戶界面並設置客戶數字營銷頁面的各種功能。部分客戶會要求為其設計及維護一個多功能的線上商店。我們亦會協助客戶進行在線廣告投放及進行數字營銷推廣活動。我們還可以提供額外的增值服務，如大數據分析、精準廣告投放及訪問、點擊及觀看情況的統計分析，以衡量終端消費者的偏好。

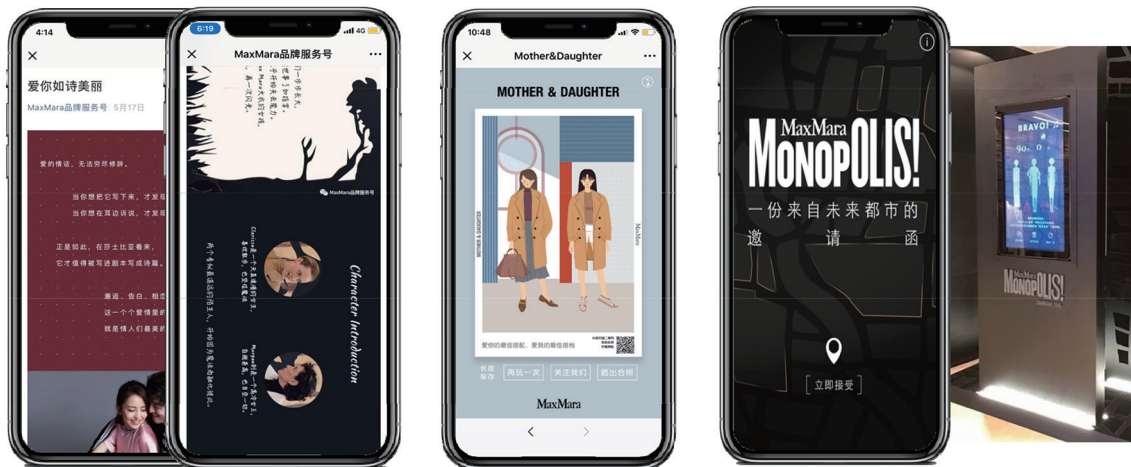
業 務

於往績記錄期內，我們總收入約10.6%、10.4%、15.8%及16.6%分別來自數字營銷與品牌通訊。若干數字營銷與品牌通訊項目屬零售商性質，客戶或會於某個時間段內不時委聘我們提供不同的服務。我們於往績記錄期參與的若干具有里程碑意義的數字營銷與品牌通訊項目包括：

Timberland Digital Campaign



MaxMara Digital Campaign



公共關係

我們的公共關係服務通常涉及幫助客戶制定可觸達目標消費者的傳播計劃的營銷活動。我們的服務包括公共關係策略諮詢服務、日常客戶溝通、媒體關係管理、聯絡及名人協調服務。該等公共關係服務可按活動項目基準或常年基準提供。

業 務

我們在公共關係項目中要撰寫在相關媒體平台發佈的新聞稿、推薦及安排在各種社交平台出現的名人以實現曝光度、安排媒體發佈會及提供品牌策略及管理服務。

於往績記錄期內，我們總收入約4.3%、3.9%、3.4%及4.5%分別來自公共關係。於往績記錄期我們一些具有里程碑意義的公共關係項目包括：

FRED斐登中國全球店開幕



北京，2019年7月

Bazaar 芭莎明星慈善夜



北京，2018年10月

業 務

我們的IP拓展

本集團亦已進軍IP拓展領域，專注於體育及娛樂，瞄準灼識諮詢估計的2023年體育IP拓展約人民幣795億元的巨大市場規模（按大中華區銷售收益計）。例如，於2016年8月，我們與西班牙最高等級足球聯賽西甲聯賽簽訂西甲聯賽合作協議，授予我們在中國獲授權活動中推廣西甲俱樂部的獨家權利。西甲聯賽是西班牙足球聯賽體系中頂級男子職業足球聯賽。本集團通過向西甲聯賽支付代價獲授權在中國建立及推廣西甲聯賽品牌，作為回報，我們可自我們所組織的推廣及品牌拓展活動產生收入。我們的IP拓展的另一個範例為我們與阿莫里體育組織簽訂阿莫里體育組織合作協議，據此獲授權於中國舉辦兩類環法自行車賽（即環法職業繞圈賽及環法挑戰賽）的獨家權利，惟須按照每場賽事的付款計劃支付賽事費。我們有權通過贊助及售票等方式就中國環法自行車賽事取得活動營銷收入。

該等IP拓展品牌雖然在中國相對較新，但受到全球關注，具有極好的宣傳效果，我們相信透過與本集團的整合營銷解決方案相結合，將具備巨大的商業潛力，能為我們的整合營銷解決方案創造新商機。此外，IP拓展可多樣化我們的未來收入來源，並促進與IP拓展有關的商業夥伴的進一步合作及投資機會，例如產品、粉絲聚會及青少年培訓等營銷活動、廣告及發言人服務等。憑藉我們積累的體育行業專業知識及經驗，我們有能力將IP拓展模式擴展至其他兩個領域：(i)體育中心及項目管理（如體育場館及公園）；及(ii)自有體育IP創造。

業 務

西甲俱樂部



本集團與西甲聯賽之間的西甲聯賽合作協議的主要條款如下：

- | | |
|-------------|---|
| 目的 | 各訂約方已同意充分合作，於西甲聯賽合作協議有效期內在中國建立一個以「西甲俱樂部」為名稱的360°優質綜合體驗式足球平台，以設計、實施及經營一系列西甲俱樂部項目，其中包括互動活動、會員課程、聯賽球賽及體育衍生產品。 |
| 授予權利 | 於西甲聯賽合作協議條款的規限下，西甲聯賽授予本集團下列主要權利： <ol style="list-style-type: none">(1) 於西甲俱樂部平台下組織一系列項目及活動的獨家權利，包括但不限於：<ol style="list-style-type: none">(a) 創建、設計、生產或委託生產（經西甲聯賽批准）或分銷或銷售有關西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目的商品或相關推廣產品的獨家權利，及經營業務西甲俱樂部相關商品的線上及線下店舖的獨家權利；(b) 設計及經營西甲俱樂部網站及社交媒體站點，以推廣西甲聯賽、西甲俱樂部及西甲俱樂部項目的獨家權利，包括於互動活動、會員課程、聯賽球賽及體育衍生產品；(c) 創作及製作基於西甲俱樂部及西甲俱樂部項目的真人秀及／或電視劇的獨家權利；(d) 設計、創建及經營體驗中心，以推廣西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目的獨家權利。本集團有非獨家權利創建、經營及利用於體驗中心物業內的運動餐吧；(e) 為西甲俱樂部成員舉辦業餘足球比賽，以推廣西甲聯賽、西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目的獨家權利；及(f) 於西甲聯賽合作協議期間不時創建、設計、開發或組織任何其他項目及／或活動以推廣西甲俱樂部的權利，而西甲聯賽會盡最大努力就 |

業 務

西甲俱樂部及西甲俱樂部項目的創設及經營向本集團提供技術、管理及人力支援以及建議；

- (2) 在監督下於任何媒體及於任何及所有僅與西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目有關的廣告、推廣、營銷、傳播及品牌材料中使用任何合成標記的獨家權利；
- (3) 根據西甲聯賽的指引，於經西甲聯賽授權的任何媒體及於任何及所有僅與西甲俱樂部及／或西甲俱樂部項目有關的廣告、推廣、營銷、傳播及品牌材料中使用任何西甲聯賽標記的非獨家權利；及
- (4) 使用西班牙聯賽球賽及球會球員的數碼及高解像度靜止圖像的非獨家權利。

期限

自2016年8月起總計十年，包括(i)第三個週年到期後首次續期額外三年，須待該日期前三個月進行的共同績效檢討而定及(ii)第六個週年到期後第二次續期額外四年，須待該日期前三個月進行的共同績效檢討而定。

代價

- (1) 本集團將與西甲聯賽達成一致，就西甲俱樂部項目的每個階段向西甲聯賽考慮支付代價；
- (2) 自第三週年結束起任何日期，本集團還應分享其純利潤，及就於中國開展西甲俱樂部項目及活動向西甲聯賽支付特許權使用費，設有最低保證金額。

終止效應

西甲聯賽合作協議屆滿或終止後，

- (1) 本集團將停止使用及利用西甲聯賽授予我們的權利；
- (2) 各訂約方將及時向其他方歸還或銷毀其管有的其他方財產（如有）；
- (3) 西甲聯賽有權將西甲聯賽合作協議項下的所有或任何權利授予任何第三方；及
- (4) 各訂約方應於西甲聯賽合作協議終止前向另一方支付及結清所有到期款項。

業 務

下表列出就合作根據西甲聯賽合作協議商定的活動。

主要活動／演出	說明
建立體驗中心	<p>與西甲聯賽的西甲聯賽合作協議給予我們權利，設計、建立及運營讓訪客體驗西甲俱樂部氛圍的西甲俱樂部體驗中心。體驗中心可包括西班牙足球博物館、互動遊戲區及天才足球競技場等設施。</p> <p>我們預計將於2021年在中國上海開設首個西甲俱樂部體驗中心。</p>
製作網絡劇	<p>於2018年8月，我們與湖南芒果娛樂有限公司合作投資了「出線了，初戀」，故事情節主題是西甲俱樂部。該網劇於2019年4月30日在中國首播。</p>
設計及制定 西甲俱樂部 青少年培訓計劃	<p>於2017年，我們與西甲聯賽進一步訂立協議，以設計及制定將在上海及北京小學、初中及高中推行的西甲俱樂部青少年培訓計劃</p>
組織實況轉播活動	<p>於2018年10月，我們組織、製作及推廣了巴塞羅那足球俱樂部與皇家馬德里足球俱樂部足球比賽的實況轉播及推廣活動。未來我們計劃組織更多這樣的活動。</p>
構建社交網絡平台	<p>我們利用客戶情報功能及為進行各種線上營銷活動於中國就西甲俱樂部構建多個在線平台，包括微信及微博。</p>
其他	<p>其他活動包括成立西甲俱樂部球迷聯盟及安排西甲俱樂部球星訪問中國。</p>

業 務

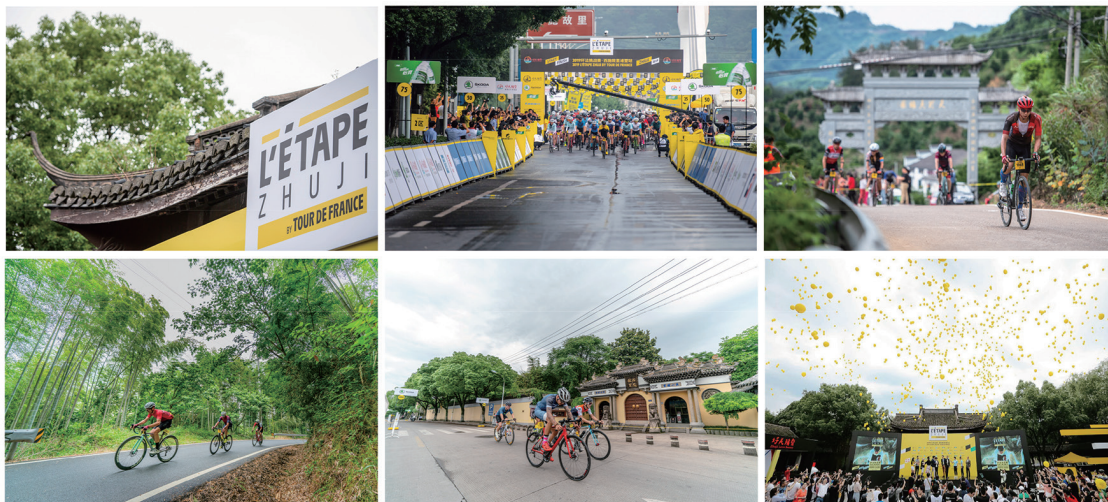
環法自行車賽

根據阿莫里體育組織合作協議，我們同意根據環法自行車賽品牌組織兩類自行車比賽，即環法職業繞圈賽及環法挑戰賽。

環法職業繞圈賽：一種由頂尖國際選手參加的短距離城市道路專業自行車賽



環法挑戰賽：一種長距離業餘選手自行車賽，業餘選手可在與專業選手相同的環境下測試其表現



業 務

下表載列截至最後實際可行日期我們日計劃或完成的環法自行車賽：

	環法職業繞圈賽	環法挑戰賽
2017年	上海	長沙
2018年	上海	北京
2019年	上海（已計劃）	浙江諸暨 雲南（已計劃）



阿莫里體育組織合作協議的主要條款載列如下：

目的	本集團獲阿莫里體育組織授予獨家權利，在中國組織兩類環法自行車賽，即環法職業繞圈賽及環法挑戰賽（「賽事」），代價為就每場賽事支付許可費
授予權利	於阿莫里體育組織合作協議條款規限下，阿莫里體育組織授予本集團下列主要權利： <ol style="list-style-type: none">(1) 在中國組織兩類環法自行車賽（即環法職業繞圈賽及環法挑戰賽）的獨家權利；(2) 開發及推廣環法職業繞圈賽及環法挑戰賽標識的權利，及僅為舉辦賽事將該權利轉授第三方的權利；(3) 宣傳賽事相關贊助方案的權利；

業 務

- (4) 組織與活動有關的公關項目的獨家權利；
- (5) 組織潛在賽事外活動的獨家權利；
- (6) 在中國境內媒體權利範圍內尋求與當地媒體合作夥伴簽訂媒體許可協議的權利；及
- (7) 為其獨家利益生產及銷售附有賽事標誌的商品的權利。

阿莫里體育組織 提供的服務

阿莫里體育組織為每場賽事提供的服務包括但不限於：

- 1. 界定及確定賽事路線及場地佈置、比賽規則手冊及運動形式，並支持本集團與中國自行車運動協會建立關係；
- 2. 界定騎手出場費及獎金，遊說、選拔20至30名世界頂級騎手參加賽事及與彼等商討；
- 3. 提供環法職業繞圈賽的運動內容，包括但不限於賽事管理，提供及協調中等技術援助及計時，照片處理及排名；
- 4. 提供後勤指導及諮詢服務，包括但不限於創設賽事的佈置及技術場地規劃，以及環法自行車賽類賽事的概念及設計以及推廣標誌；
- 5. 提供各種營銷及通訊服務，包括向阿莫里體育組織的全球數據庫發送新聞稿，製作賽事指導圖及提供賽事贊助指導；
- 6. 提供電視製作服務，包括製作賽事的優質現場報導或精彩片段或新聞，以及發佈及營銷專題報道環法職業繞圈賽的電視節目；
- 7. 在賽事籌備方面向本集團提供一般協助，包括設計項目路線圖及透過電話及電郵提供一般諮詢服務；及

業 務

8. 提供法國及環法自行車賽的內容以供組織賽事外活動，如為本集團提供圖片文件以推廣環法職業繞圈賽，簽署用於展示的運動服，及支持本集團與法國大使館等法國當局建立關係以提供賽事的法語內容。

本集團提供的服務

本集團為每場賽事提供的服務包括但不限於：

1. 確保就賽事進行註冊，並取得所有必要的授權及許可（如賽事期間內封路所需的備案及許可以及電視製作授權）；
2. 為騎手、陪同人員、組織工作人員、供應商及國際記者提供及安排行程、轉移及住宿；
3. 根據阿莫里體育組織指導提供非競賽及競賽車輛以及貨源供應商以裝飾該等車輛；
4. 製作及安排所有後勤手段，包括儀式講台、橫幅、贊助商橫幅、觀眾席、評委席、音響設備及隔離用具等；
5. 提供各項安全服務，包括但不限於醫療、安全及與警方合作；
6. 遊說、選拔中國騎手及與彼等商討；
7. 提供賽事通訊與推廣，包括中國新聞發佈會及一般活動推廣計劃；及
8. 開展比賽日活動，如組織賽事外活動，管理團隊或騎手演講及頒獎典禮，以及確保賽事的節日氣氛。

業 務

期限	延長後期限至2026年止，雙方應在協議期間之間進行審查。
代價	<ol style="list-style-type: none">(1) 本集團就每年組織環法職業繞圈賽及環法挑戰賽的權利向阿莫里體育組織分期支付年費；(2) 倘本集團決定組織更多環法職業繞圈賽及環法挑戰賽，本集團須就每場賽事額外支付費用；及(3) 阿莫里體育組織將對本集團因與阿莫里體育組織提供的贊助商及／或媒體合作夥伴簽訂交易所得淨收入按一定百分比收取費用。
本集團承擔的 責任及保險	本集團全權單方面負責本集團的所有商業及廣告行動、措施及／或活動。本集團將向信譽良好的保險公司投購保險，於整個協議期間，按法定及慣常投保範圍投購民事責任經營險，及為僱員、第三方、阿莫里體育組織、其合作夥伴及具有第三方身份的環法職業繞圈賽參與者購買傳統民事責任險並維持有關保單。

業 務

我們的娛樂IP拓展

於往績記錄期，我們與英國的全球公認娛樂節目領頭羊Stufish Productions合作並投資於斯達菲亞洲。斯達菲亞洲由我們及我們的部分高級管理人員共同擁有49%及由Stufish Productions擁有51%。本集團初始投資約9.6百萬港元，持有斯達菲亞洲的49%股權，其後以饋贈的方式向Shaw先生及鄭女士轉讓7.35%股權，作為彼等對我們首個大型特技節目「狂電派」的制作及運作及斯達菲亞洲的業務所作貢獻的獎勵。根據合營協議，斯達菲亞洲在中國、香港、澳門、台灣及新加坡的業務為擴充及發展現場娛樂服務以及製作及管理現場活動機會，包括由2019年1月至2019年7月在澳門新濠影滙製作及經營我們首個大型特技節目「狂電派」。



當考慮IP拓展分部的娛樂投資機會，我們一般考慮與現有業務的協同效應。此包括娛樂項目是否將於保留客戶、提高業內聲譽及未來與我們的整合營銷解決方案服務及其他IP拓展項目合作的可能性方面對我們有利。

視乎實際商業磋商而定，我們的初始計劃為參與娛樂項目的創作、製作及營銷，但我們有意於娛樂項目開展後進軍其日常營運。

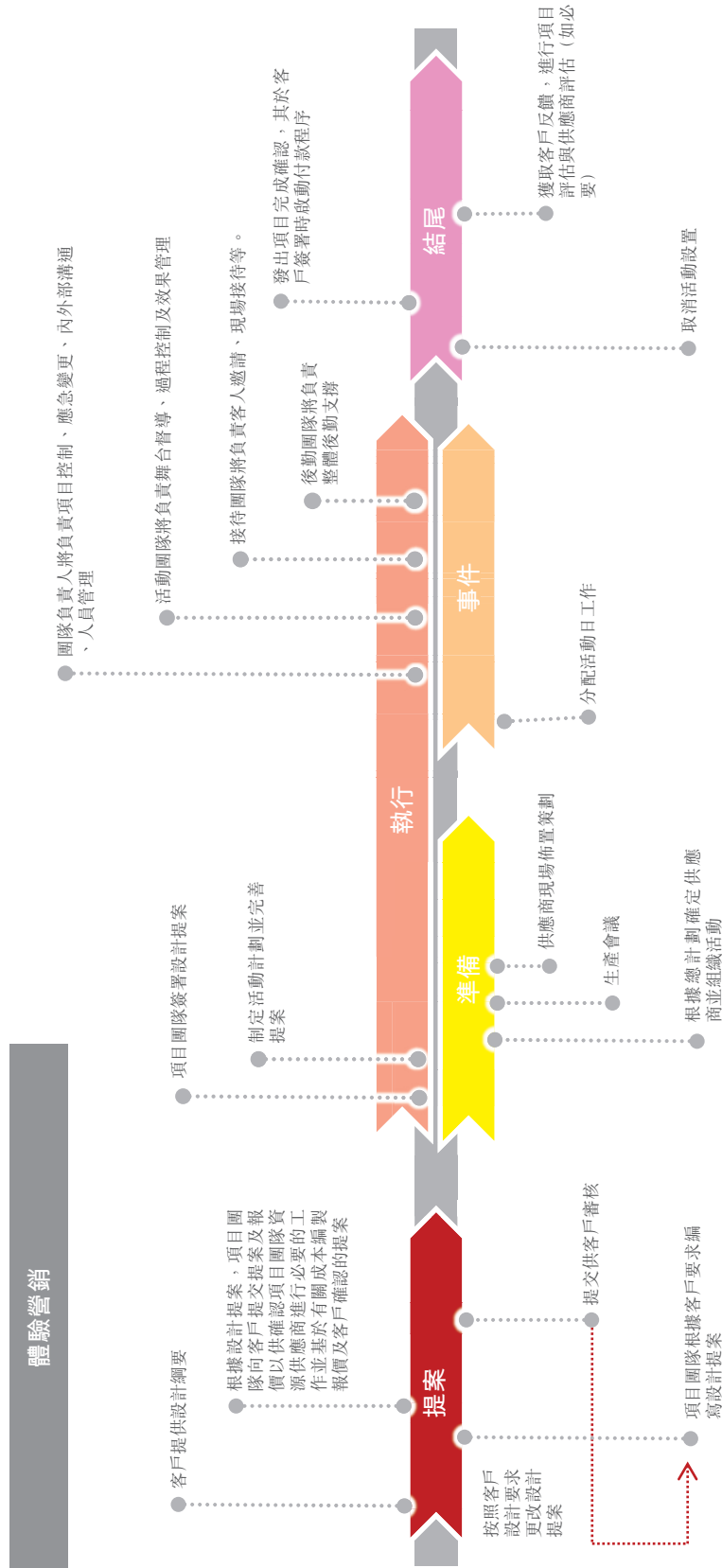
我們已委派我們的IP拓展委員會篩選及審核我們的持續及潛在IP拓展娛樂項目。有關我們的IP拓展委員會的進一步詳情，請參閱「業務－內部控制及風險管理－與我們的IP拓展業務相關的風險管理」一節。

業務

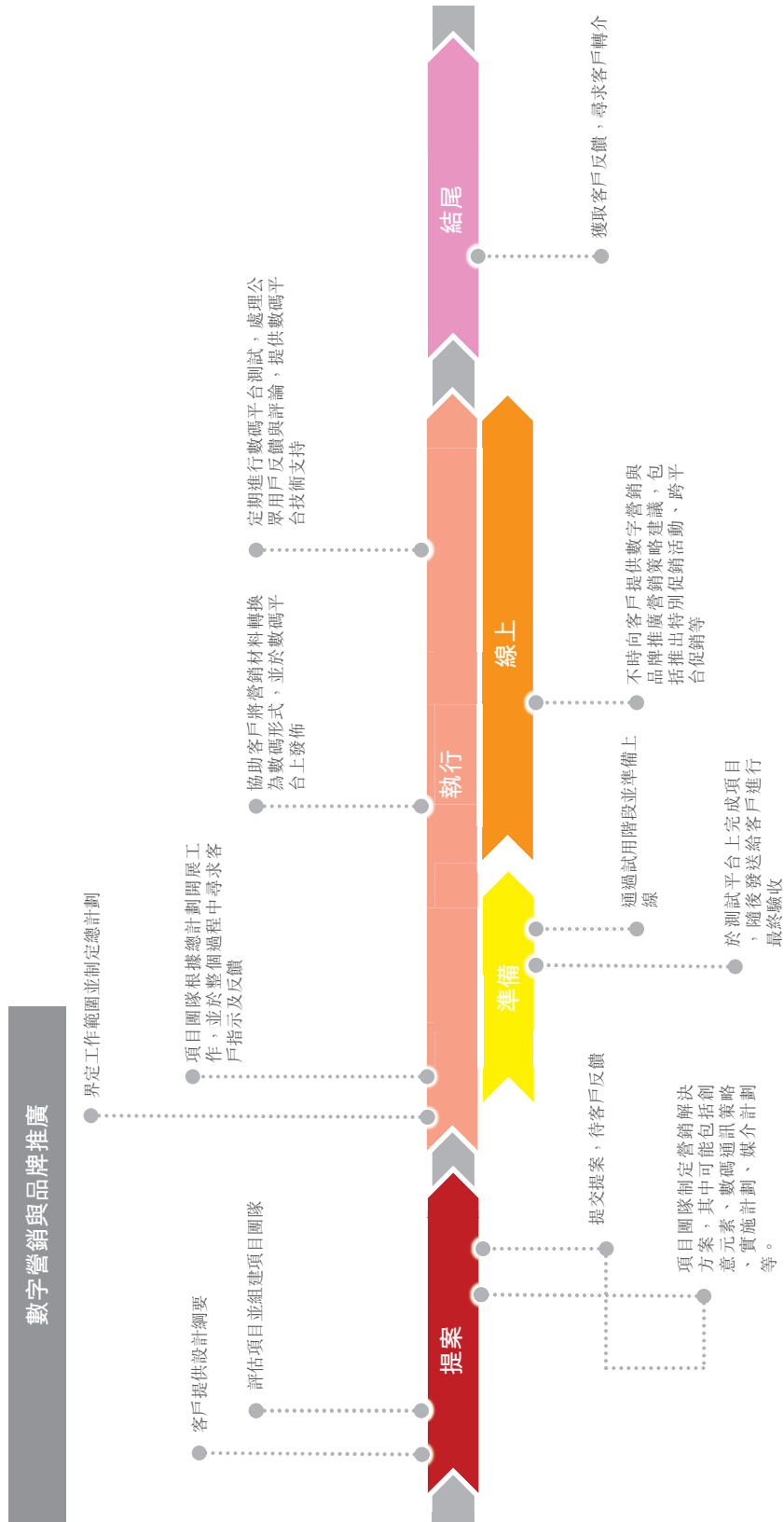
整合營銷解決方案的營運流程

營運流程圖

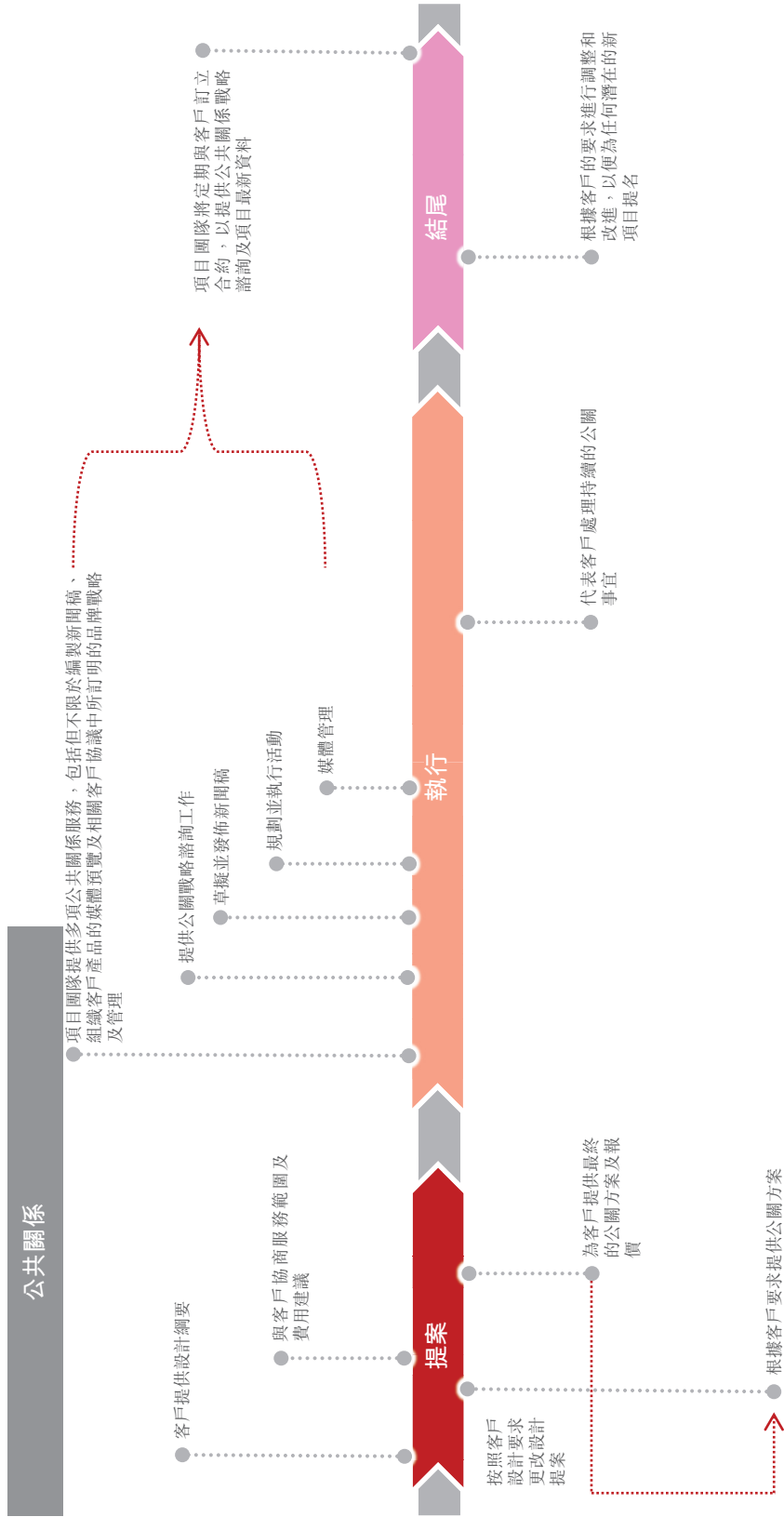
以下說明我們的營銷解決方案整個實施過程中我們一般採取的主要步驟：



業務



業務



業 務

我們營運流程的不同階段

如上文營運流程圖所示，我們各類整合營銷解決方案項目的運作流程相似，大致可分為三個階段－即提案、執行及結尾。

提案

一般而言，提案階段指我們為客戶編寫潛在項目簡報至我們受聘為客戶提供量身定制的營銷解決方案止期間。該過程涉及(i)審閱客戶的項目綱要；(ii)制定有競爭力的營銷解決方案並制定報價；及(iii)向潛在客戶展示我們的方案以供考量。下文載列我們於提案階段營運流程的某些關鍵特徵。

審閱潛在客戶的設計綱要

當我們為潛在客戶預備提案及／或報價，我們一般考慮彼等於項目綱要所提供的要求及主要表現指標。項目綱要一般概述如項目目標及推廣目標活動概念、場地的建議佈局及將於活動提供的產品等事宜。

內部項目評估及估值

高級管理層將評估潛在項目，隨後指派合適員工組成項目團隊。我們的團隊將詳細研究項目特徵，尋求可令我們的營銷解決方案從競爭對手中脫穎而出的獨特性。評估項目時，本集團一般會考慮（其中包括）以下因素：(i)項目的目的；(ii)客戶期望；(iii)項目的性質、規模及技術規格；(iv)我們可用的人力資源；(v)項目的特殊困難；及(vi)我們的營銷解決方案提案給客戶的印象。

制定市場營銷方案提案及預算計劃

對項目進行內部評估及估值後，我們的項目團隊將安排制定營銷解決方案提案及預算計劃。通常，制定過程涉及（其中包括）(i)研究類似項目；(ii)評估替代營銷解決方案；(iii)比較該替代方案的優缺點；(iv)尋找供應商回饋意見，瞭解供應商的能力並取得報價；(v)獲取客戶反饋，瞭解客戶偏好；(vi)提供設計及圖紙供客戶審核；及(vii)編制數字營銷或公共關係推廣計劃。

業 務

根據供應商的初步收費報價及我們的成本估算，我們的項目團隊將製備初步項目預算表，列出完成項目的初始預算，以根據我們的成本加成定價政策，釐定擬議報價供管理層審批。有關本集團定價策略的詳情，請參閱本文件「業務－定價策略」一節。

向潛在客戶介紹我們的營銷解決方案，供客戶選擇

在向潛在客戶介紹我們的營銷解決方案時，我們通常會提供我們的資質證書、量身定制的營銷解決方案、工作範圍的一般描述、擬議報價、擬議項目團隊架構，對我們項目觀點的精確討論以及擬定營銷解決方案的價值。

提交營銷提案後，客戶或會在諸多方面提出其他疑問。項目團隊將準備就有關疑問給予回覆並修訂營銷解決方案。倘我們的營銷提案獲選，我們將與客戶簽訂協議。

執行

一般而言，執行階段指我們進行營銷方案所載工程範疇的期間。就體驗營銷而言，執行階段包括準備及活動。對於數字營銷與品牌推廣，執行階段包括準備與上線。下面說明我們於執行階段的某些營運特徵。

計劃

根據商定的營銷解決方案，項目團隊將制定項目執行計劃以實施營銷解決方案。我們的項目團隊亦會安排與客戶再次會面，以深入瞭解客戶要求，闡明我們可能遇到的技術問題，並要求於必要時獲取有關項目實施的更多信息。明確瞭解項目要求後，我們的項目團隊將著手制定計劃進度總表，列出關鍵項目階段日期，以監控項目實施情況，並就待開展的各方面工作制定詳細可行的計劃。計劃進度總表和計劃須經客戶批准。為確保毫不拖延地於預訂活動日開展活動或上線，須嚴格監控並遵守計劃進度總表。

業 務

場地裝飾設計及其他活動設計 (用於體驗營銷)

場地選定後，我們的項目團隊將負責場地的施工安裝圖紙及整體建築規劃工作。項目團隊將根據場地的實測結果及擬定設計結構及傢俬繪製圖紙，供客戶於設計方案階段審核及批准，避免因技術問題對設計進行任何更改導致項目延期。

外聘供應商及採購材料 (用於體驗營銷)

作為我們工作範疇的一部分，本集團負責聯絡項目各方參與者，包括製作活動材料及安裝服務承包商、服務提供商、餐飲供應商及媒體等。根據預算計劃，我們的項目團隊將篩選及聘請合適的供應商，確定購買其等的服務。本集團還需訂購營銷解決方案所需材料。於許多體式驗營銷活動中，我們僅可於指定若干日期及時間進入活動場地。出於該原因，我們需仔細考慮材料的採購時間，以確保材料能夠在所需的確切時間內送達場地。出於項目管理目的，我們的項目團隊將準備一份材料清單，列出需為相關項目提供的所有材料，確保材料的及時充足供應。有時，我們還會採購樣板及實體模型等材料控制樣品，以供客戶審批。

現場工作 (用於體驗營銷)

在進入並控制活動場地進行進行裝修後，我們會進行場地接管檢查，以便準確瞭解現場及其毗鄰區域的實際狀況，包括所有現有設備、材料、配件及幕牆，並確定場地條件適合按計劃開始裝飾設計。倘發現任何重大缺陷，我們需要立即修改方案，告知客戶，並必要時尋求客戶批准。

我們的製作項目團隊負責管理及協調整體裝飾工程的施工。我們會安排一名監督人員，監控承包商現場活動的日常工藝、質量及安全監管，確保現場工作符合設計規範，現場施工進度符合計劃進度總表。

變更及其他服務 (如有)

我們的客戶或會修改相關合約所載的原定服務範圍，要求提供更多影音設備及工作人員、安保服務及現場維修服務等其他服務。初始合約的其他變更可能包括延長服務期。

業 務

倘客戶要求我們提供其他服務，我們將評估可行性並盡全力進行要求的變更或其他服務。收到有關指示後，我們將制定提供其他服務的補充報價，供客戶批准。隨後，本集團將與客戶確認變更訂單的內容，簽署補充協議，訂明有關其他服務所需費用。有關變更及其他服務的額外費用的計算基準與我們制定營銷解決方案的定價政策一致。我們尊重客戶的偏好變更，於整個項目中盡力與客戶密切合作，盡量降低變更費用。

活動 (用於體驗營銷)

活動階段是指活動日，我們將與客戶最終推出體驗營銷解決方案的日子。我們的項目團隊需緩解緊張情緒，按照計劃開展活動。倘活動階段出現各種問題，項目團隊還需快速響應提供解決方案。我們的項目團隊將分成小組，團隊負責人負責整體活動控制，決定應急變更、內外部溝通及人事管理；活動團隊將負責舞台督導、過程控制及效果管理；接待團隊將處理外部客戶要求及溝通；後勤團隊將支撐整個活動，確保活動順利進行。

數字營銷準備與產品上線 (用於數字營銷與品牌推廣)

我們一般與客戶就我們將提供的數字營銷及品牌推廣服務協定詳細的工作範圍。其中包括 (但不限於) 為活動創建微信註冊及簽到頁面、為賓客搭建平台上傳照片或視頻以分享其活動體驗、於平台上測試運行及安裝現場所需設備。就社交媒體推廣活動而言，我們亦提供社交傳播策略、預備於微博及微信等社交媒體平台發表的內容以及維持該等社交媒體平台。

上線後，除繼續協助客戶於數字營銷平台上發布新內容外，我們還協助客戶提供技術支持，並就進一步數字營銷與通訊營銷策略提供建議。某些技術支持包括編製顯示平台到訪數目、銷售數據及平台上客戶互動的報告。向客戶提供商業策略建議可能包括推出線上特別促銷活動、跨平台促銷等。

業 務

結尾

編製活動後項目報告

對於要求項目後報告的部分客戶，我們會編製詳細報告，當中記錄及突出項目重點及詳情，包括項目主題、活動流程、活動照片及視頻、賓客名單、贊助商名單、賓客反饋、媒體報導等。項目後報告將送呈客戶，作為客戶關係管理的一部分。

客戶關係管理

我們珍視客戶利益及對我們的項目體驗。於項目過程中，我們的客戶賬戶團隊負責客戶關係的日常管理並將按需處理彼等的要求及疑慮。

完成項目後，我們會向客戶發出項目完工確認書，以確保彼等對已執行的工作滿意。客戶須確認對已執行的項目滿意，或提供不滿意的理由（如有）。

我們的客戶

於往績記錄期，我們的客戶主要包括尋求營銷解決方案的知名品牌。客戶項目主要通過報價獲取，並涉及營銷解決方案提案的選擇過程。

於一般業務營運過程中，本集團按品牌而非項目訂約實體分類及分組客戶。我們留意到(i)可能由於自身營銷開支分配需要，客戶的若干品牌透過不同實體但以相同品牌委聘我們提供服務；(ii)對於各品牌，本集團直接聽取品牌運營團隊的指示，無需訂約方或付費方參與；及(iii)奢侈品市場分部的部分企業集團經營同一集團旗下大量奢侈品牌，但按項目委聘計，我們認為企業集團旗下各品牌獨立經營。在該等情況下，本集團採取按品牌而非按訂約方分類及分組客戶的做法，乃由於此舉最契合我們的運營模式。

五大客戶

於往績記錄期，約29.1%、40.1%、26.6%及32.6%的收入分別來自我們的五大品牌客戶。同期，我們最大品牌客戶分別貢獻約7.9%、17.4%、8.5%及11.3%的收入。

業 務

下表載列於往績記錄期本集團五大品牌客戶：

2016財年

排名	客戶品牌	客戶主要營運行業	我們提供的服務類型	業務關係概約年期	已確認收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比 (%)
1	客戶A	奢侈品牌	整合營銷解決方案	5	28,757	7.9
2	客戶B	高級珠寶	整合營銷解決方案	5	23,101	6.4
3	客戶C	奢侈品牌	整合營銷解決方案	5	19,829	5.5
4	客戶D	高端汽車製造商	整合營銷解決方案	4	18,259	5.0
5	客戶F	高端汽車製造商	整合營銷解決方案	2	15,270	4.2
總計：					<u>105,216</u>	<u>29.1</u>

2017財年

排名	客戶品牌	客戶主要營運行業	我們提供的服務類型	業務關係概約年期	已確認收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比 (%)
1	客戶D	高端汽車製造商	整合營銷解決方案	4	85,554	17.4
2	客戶A	奢侈品牌	整合營銷解決方案	5	35,048	7.1
3	客戶C	奢侈品牌	整合營銷解決方案	5	31,059	6.3
4	客戶F	高端汽車製造商	整合營銷解決方案	2	22,898	4.6
5	客戶B	高級珠寶	整合營銷解決方案	5	22,887	4.6
總計：					<u>197,446</u>	<u>40.1</u>

業 務

2018財年

排名	客戶品牌	客戶主要 營運行業	我們提供的 服務類型	業務關係 概約年期	已確認 收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)
1	客戶G	高端 汽車製造商	整合營銷 解決方案	4	57,852	8.5
2	客戶C	奢侈品牌	整合營銷 解決方案	5	37,931	5.5
3	客戶H	高端 汽車製造商	整合營銷 解決方案	5	32,524	4.8
4	客戶I	生活時尚	整合營銷 解決方案	3	27,688	4.0
5	客戶A	奢侈品牌	整合營銷 解決方案	5	26,293	3.8
總計：					182,288	26.6

2019年首六個月

排名	客戶品牌	客戶主要 營運行業	我們提供的 服務類型	業務關係 概約年期	已確認 收入 (人民幣 千元)	佔總收入 百分比 (%)
1	客戶A	奢侈品牌	整合營銷 解決方案	5	30,812	11.3
2	客戶J	奢侈品牌	整合營銷 解決方案	4	22,773	8.3
3	客戶E	奢侈品牌	整合營銷 解決方案	5	12,667	4.6
4	客戶K	電訊	整合營銷 解決方案	1	12,408	4.5
5	客戶L	高級珠寶	整合營銷 解決方案	5	10,378	3.8
總計：					89,038	32.6

附註：

1. 本集團品牌客戶可能通過相同品牌下的不同法律實體使用本集團的服務。因此，我們按品牌而非法律實體將客戶分類，這更適合本集團的經營模式。

業 務

2. 客戶A為創立100多年的法國品牌。客戶A為一家專門從事奢侈品及時尚配飾的時裝公司。
3. 客戶B為法國奢侈珠寶、腕錶及香水品牌。客戶B創立超過100年。
4. 客戶C為擁有100多年歷史的法國奢侈品牌，專注於皮革、時尚實用配飾、家居用品、香水、珠寶、腕錶及成衣時裝。
5. 客戶D為總部位於德國以高檔車著稱的全球汽車品牌。客戶D大約有90年的歷史。
6. 客戶E為擁有70多年歷史的法國奢侈品牌。
7. 客戶F為總部位於瑞典的汽車品牌。
8. 客戶G為總部位於德國以高檔車著稱的汽車品牌。客戶G大約有50年的歷史。
9. 客戶H為總部位於德國以高檔車著稱的全球汽車品牌。客戶H大約有100年的歷史。
10. 客戶I為美國戶外服飾鞋履品牌。客戶I大約有90年的歷史。
11. 客戶J為意大利的奢侈品時尚公司，專注於皮包、旅行用品、鞋履、時裝及香水。客戶J大約有100年的歷史。
12. 客戶K為瑞典電信公司。
13. 客戶L為擁有170多年歷史的法國奢侈珠寶及腕錶品牌。
14. 據董事所知，客戶B及客戶L屬於同一瑞士奢侈品集團。然而，董事認為客戶B及客戶L應被列為本集團的獨立客戶，因為在與客戶B及客戶L開展業務過程中，我們聽取分別來自客戶B及客戶L完全獨立的指示。

於往績記錄期，我們五大品牌客戶均為本集團的獨立第三方，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或持有本公司已發行股本逾5%的股東於往績記錄期持有本公司五大品牌客戶的任何權益。就董事所知，本集團五大品牌客戶均不是本集團的供應商。

於往績記錄期，我們擁有良好的客戶關係，五大品牌客戶與本集團之間並無重大爭議。於往績記錄期，我們並無收到五大品牌客戶的任何重大書面投訴。

業 務

與客戶的一般合約條款

我們服務合約的一般條款因與客戶的談判結果及客戶採用的合約形式而異。我們的政策為與客戶通常採用發票日期後60至90天的信用期。我們的收入主要來自非預付費用項目。對於非預付費用項目，客戶根據合約訂明的階段性日期付款。非預付費用合約的條款通常包括以下內容：

確認執行計劃	視乎合約條款而定，客戶一般須審查我們的執行計劃並於規定時間內提供書面確認。
支付條款	根據商業談判，其可能涉及於簽署協議時應支付的項目費用，作為中介款項的具體協定金額及餘下款項於活動當天或其後支付。
付款機制	本集團將根據支付條款提供正式發票，客戶應於收到正式發票後盡快結算。
變更訂單及其他服務	倘客戶要求變更原定計劃及提供其他服務，本集團保留就此取得必要付款的權利。

季節性

本集團的業務面對季節性情況。我們通常於財政年度上半年錄得較低銷售額。根據灼識諮詢報告，中國高級及奢侈品牌營銷服務通常於第一季陷入低潮，然後於第二季恢復及積蓄力量，並持續維持高峰直至年底，乃由於服飾、手袋以及旅行用品與鞋履高級及奢侈品牌一般於下半年推出最新潮流時裝品及推廣活動。

業 務

存貨控制

本集團並無持有項目存貨。每項業務的材料均以項目為基礎進行採購及購買。

定價策略

本集團確定報價時採用多種定價策略，包括成本加成定價模型、業務盈虧平衡點分析或固定費用法。確定加價金額時，我們考慮多項因素，包括項目工作範圍、規模、工期及複雜程度，勞動力成本、材料、場地、客戶背景、先前類似項目的收費和當前市況。成本加成定價模型一般適用於對客戶要求的變更及其他工作報價。

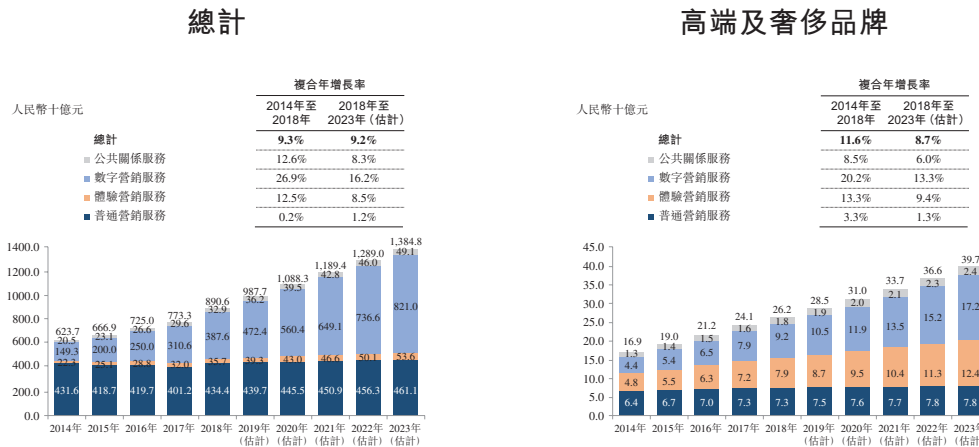
競爭格局

行業展望及前景

大中華區高端及奢侈品牌營銷解決方案服務市場的營銷開支由2014年的人民幣169億元增至2018年的人民幣262億元，複合年增長率為11.6%。預期高端及奢侈品牌營銷解決方案服務的總營銷開支會持續擴大，於2023年將達人民幣397億元，2018年至2023年的複合年增長率為8.7%。

下圖分別列示2014年至2023年大中華區按服務類型劃分以營銷開支計的整個營銷解決方案服務市場的市場規模與高端及奢侈品牌營銷解決方案服務市場的市場規模：

2014年至2023年（估計）大中華區按服務類型劃分的整個營銷解決方案服務市場以營銷開支計的市場規模



資料來源：國家工商行政管理總局、中國國際公共關係協會、灼識諮詢

業 務

競爭格局

根據灼識諮詢報告，大中華區高端及奢侈品牌體驗營銷市場相對集中，前五大市場參與者佔2018年收入的約19.0%。本集團作為領先且增長迅速的整合營銷解決方案提供商，於大中華區高端及奢侈品牌體驗營銷市場中位列第一，2018年收入為人民幣5億元，佔6.3%。

牌照及許可

除「監管概覽」一節所披露者外，除於中國及香港經營業務通常所需的許可外，在中國及香港開展業務並無特定許可規定。於最後實際可行日期，本集團已取得所有在中國及香港營運所需的重大牌照、許可及證書。

於營運過程中，本集團需不時取得臨時登記及許可才能完成項目。常見登記及許可類型包括(i)用於在中國組織公眾活動《大型群眾性活動安全管理條例》規定的公安備案及(ii)用於在香港組織公眾活動由食環署根據《公眾娛樂場所條例》(香港法例第172章)發出的臨時公眾娛樂場所牌照。本集團將尋求專業意見，並聘請合適的人士(倘必要)代表客戶進行有關登記。

我們的供應商

由於我們為客戶提供整合營銷解決方案，故我們的供應商類別較多。部分常見供應商包括場地提供商、場地佈置承包商、制作與物料供應商、廣告代理商、媒體、設備租賃公司、運輸及安保公司。於典型的體驗營銷項目(即活動或展覽)中，承包商主要負責場地設置及裝飾，物料供應商負責提供活動所需材料，廣告代理商及媒體需向外界進行活動推廣。我們通常要求物料供應商直接向場地交付材料，本集團並無將該等材料作為我們自己的庫存。

業 務

我們保持龐大的供應商網絡。除IP合作協議外，我們尚未與任何供應商訂立任何長期合約。本集團要求所有供應商持有一切必要牌照及許可證，方有資格成為本集團的認可供應商。我們於往績記錄期分別聘請逾700名、1,000名、1,200名及600名供應商。董事認為，由於我們擁有提供我們所需服務的可替代供應商，本集團並不依賴任何特定供應商。

我們與供應商簽訂協議，條款因（其中包括）我們所需的供應商類型而異。

供應商管理

關於體驗營銷，我們向客戶負責保證活動所用物品（即地毯、傢俬、視聽設備等）的質量，工藝質量以及我們受聘管理及監督的全部活動工作的準時交付。同樣，關於數字營銷與品牌推廣，我們就聘請的線上平台及數字營銷內容供應商向客戶負責。因此，我們必須採取內部控制措施，確保供應商的質素。希望成為我們認可供應商的供應商必須填寫註冊申請表並交還我們。

本集團根據其信譽、聲譽、定價、專業領域營運歷史、服務質量以及與我們先前合作的經驗甄選認可供應商。我們不時評估供應商的表現並相應更新認可供應商名單。於交付及／或供應產品／服務時，我們會進行檢查以確保產品／服務符合要求並與供應商合約一致。倘出現任何缺陷或問題需要由供應商進行處理時，我們一般會當場聯繫供應商，儘快解決問題。

於往績記錄期，我們向物料供應商採購服務時並無遭遇任何重大困難，亦未與我們的物料供應商產生任何爭議。物料供應商交付材料並未出現導致項目中斷的任何重大延誤。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無出現缺乏供應商開展項目所需服務的情況，亦無與任何供應商產生任何重大糾紛。

業 務

五大供應商

於往績記錄期，支付我們五大供應商的成本合計佔各期間總成本少於30%。於往績記錄期，我們的總成本分別約24.5%、25.5%、18.1%及23.1%乃歸因於五大供應商。同期，我們的總成本分別約10.5%、8.2%、5.7%及8.3%乃歸因於我們的最大供應商。

下表載列本集團於往績記錄期的五大供應商：

2016財年

排名	供應商名稱	提供服務類型	業務關係 概約年期	服務費 (人民幣千元)	佔總成本 百分比 (%)
1	供應商A	製作活動材料及安裝服務	5	23,815	10.5
2	供應商B	製作活動材料及安裝服務	6	12,085	5.3
3	供應商C	製作活動材料及安裝服務	5	8,114	3.6
4	供應商D	製作活動材料及安裝服務	4	6,864	3.0
5	供應商E	承包專業服務	5	4,649	2.1
			總計：	<u>55,527</u>	<u>24.5</u>

業 務

2017財年

排名	物料供應商名稱	提供服務類型	業務關係 概約年期	服務費 (人民幣千元)	佔總成本 百分比 (%)
1	供應商A	製作活動材料及安裝服務	5	28,115	8.2
2	供應商F	策劃及組織體育賽事	3	16,511	4.8
3	供應商G	製作活動材料及安裝服務	2	16,242	4.7
4	供應商B	製作活動材料及安裝服務	6	14,679	4.3
5	供應商C	製作活動材料及安裝服務	5	11,809	3.4
			總計：	<u>87,356</u>	<u>25.5</u>

2018財年

排名	物料供應商名稱	提供服務類型	業務關係 概約年期	服務費 (人民幣千元)	佔總成本 百分比 (%)
1	供應商G	製作活動材料及安裝服務	2	29,251	5.7
2	供應商F	策劃及組織體育賽事	3	16,743	3.3
3	供應商H	製作活動材料及安裝服務	1	16,214	3.2

業 務

排名	物料供應商名稱	提供服務類型	業務關係 概約年期	服務費 (人民幣千元)	佔總成本 百分比 (%)
4	供應商C	製作活動材料及安裝服務	5	15,447	3.0
5	供應商B	製作活動材料及安裝服務	6	14,784	2.9
			總計：	<u>92,439</u>	<u>18.1</u>

2019年首六個月

排名	物料供應商名稱	提供服務類型	業務關係 概約年期	服務費 (人民幣千元)	佔總成 本百分比 (%)
1	供應商I	製作活動材料及安裝服務	少於1年	15,320	8.3
2	供應商G	製作活動材料及安裝服務	2	8,619	4.6
3	供應商H	製作活動材料及安裝服務	1	7,187	3.9
4	供應商J	製作活動材料及安裝服務	1	6,059	3.3
5	供應商K	製作活動材料及安裝服務	3	5,601	3.0
			總計：	<u>42,786</u>	<u>23.1</u>

業 務

附註：

供應商A為位於上海，專注於製作活動材料及提供安裝服務的私人公司。其與北京艾德眾信歸類在一起，在我們於2017年將其出售之前，我們擁有北京艾德眾信30%股權。

供應商B為位於香港，專注於製作活動材料及提供安裝服務的私人公司。

供應商C為位於上海，專注於製作活動材料及安裝服務業務的私人公司。

供應商D為位於北京，專注於製作活動材料及安裝服務業務的私人公司。

供應商E為位於上海，專注於勞務承包服務的私人公司。

供應商F為為知名歐洲公司，擁有、設計及組織頂級國際體育賽事。

供應商G為位於安徽，專注於製作活動材料及安裝服務的私人公司。

供應商H為位於北京，專注於製作活動材料及安裝服務業務的私人公司。

供應商I為位於上海，專注於製作活動材料及安裝服務業務的私人公司。

供應商J為位於崑山，專注於製作活動材料及提供安裝服務業務的私人公司。

供應商K為位於上海，專注於製作活動材料及提供安裝服務業務的私人公司。

於往績記錄期，供應商F除作為我們的供應商之一外，亦為我們的客戶之一。作為我們的客戶，供應商F已委聘我們協助提供體育賽事執行服務（包括但不限於賽事執行及營銷推廣等服務）。於往績記錄期，供應商F的收益貢獻分別為零、人民幣0.4百萬元、人民幣0.2百萬元及零，佔本集團總收益的零、0.1%、0.0%及零，而我們向供應商F支付的費用分別為零、人民幣16.5百萬元、人民幣16.7百萬元及人民幣1.2百萬元，佔我們總成本的零、4.8%、3.3%及0.6%。

除供應商A外，於往績記錄期，我們五大供應商均為本集團的獨立第三方，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或持有本公司已發行股本逾5%的股東於往績記錄期持有本公司五大供應商的任何權益。

質量控制與獎項

我們認為，提供優質服務的能力對本集團的成功至關重要。截至最後實際可行日期，我們已獲得下述標準認證：

證書／描述	簽發機構	授予日期	屆滿日期
ISO 9001:2015 *	TQCS International Pty Ltd	2018年4月13日	2021年4月13日

附註：

* 為提供展覽營銷策劃服務

業 務

此外，我們還獲得表彰我們服務的下述獎項：

證書／描述	頒獎機構	頒獎日期
福布斯中國非上市潛力企業 100強中排名第24	福布斯	2015年
2015年威比獎得獎者	威比獎	2015年
世界奢侈品獎金獎	摩納哥世界奢侈品獎	2016年
2016年中國TOP30公關公司榜單	中國國際公關協會	2016年
第十七屆國際廣告獎(IAI)2個優等、 1個銅牌和1個年度最具影響力 行業人物	國際廣告獎	2017年
第8屆虎吼獎榮譽獎	虎嘯獎	2017年
數字商業創新優秀獎	艾奇獎	2017年
2017年中國公共關係傳播行業財富40強 排行榜、利潤最強TOP10榜單	中國國際公關協會	2017年
野途自行車運動年度風雲榜最 受歡迎自行車運動	野途	2017年
數英年度獎	數英	2017年
金瞳獎金獎	金瞳獎	2018年
風掣獎－年度最具商業價值體育 賽事運營機構	風掣獎	2018年
年度最佳營銷領袖	數字營銷年度大獎	2018年

業 務

證書／描述	頒獎機構	頒獎日期
年度最佳社交營銷公司	數字營銷年度大獎	2018年
媒介組全場大獎 整合營銷1個金獎、 1個銀獎、2個銅獎 社會化營銷1個銅獎	數字營銷年度大獎	2018年

保險

項目保險

根據行業慣例及根據項目條款，我們或需為項目購買其他保險。其中，體驗營銷活動中，通常由本集團或客戶購買公共責任保險及活動責任保險。

中華人民共和國社會保險

我們須遵守中國的社會保險制度，向中國僱員提供五類保險，包括基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險。

香港僱員賠償保險

根據《僱員補償條例》(香港法例第282章)第40條，香港所有雇主均須根據《僱員補償條例》及普通法，就全體員工(包括全職和兼職員工)的工傷購買責任險。鑒於這一規定，本集團已為僱員購買必要保險，以保障我們在香港的業務。

工作安全、社會和環境事宜

我們主要遵守有關勞工、安全和環境保護事宜的中華人民共和國及香港法律及法規。由於我們的業務性質，我們的營運活動不會產生工業污染物，我們的營運一般不會引致任何重大安全或健康問題。

於往績記錄期，我們並無因遵守適用環境保護規則及法規產生任何成本。於最後實際可行日期，我們並未面臨客戶或公眾因採納我們的建議或服務，或因我們的建議及服務所導致的任何事故所引起的安全及健康問題而提出的任何投訴。

業 務

僱員

於最後實際可行日期，我們有355名全職僱員，直接受僱於本集團。按部門劃分的員工細分如下：

部門	香港僱員人數	中國僱員人數
總部	—	21
體驗營銷	15	131
數字營銷及品牌推广	—	109
公共關係	3	27
IP拓展	—	32
行政及支援	1	16
總計	<u>19</u>	<u>336</u>

我們通常在各種在線招聘平台以通知及投放廣告形式招募僱員。董事認為，本集團與僱員關係良好，預期日後將保持友好關係。我們已成立中國業務的僱員工會及我們的所有中國僱員均有資格參與。我們的工會代表僱員的利益，並就勞工相關問題與管理層密切合作。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到已經或可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大影響的任何工作中斷、罷工或與僱員的勞資糾紛事件。

我們認為，僱員是本集團的寶貴資產。所有新員工都接受入職培訓，我們擁有公平的績效考核體系。績效良好的員工將獲得酌情獎金和外部培訓報銷。

IP

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下重大知識產權，即一個域名 **www.activation-gp.com**；在中國擁有12個重要註冊商標；在香港擁有兩個重要註冊商標；及在中國擁有若干軟件版權。有關本集團重大IP的進一步詳情載於「附錄四－法定及一般資料－有關本集團的進一步資料－11.本集團的IP」一節。

於最後實際可行日期，概無有關我們的IP遭遇侵權的重大糾紛。董事認為，我們已採取合理措施避免我們自己的IP遭侵權。於最後實際可行日期，我們並不知悉有任何可能的重大索賠，指稱本集團侵犯任何第三方IP。

業 務

物業

於最後實際可行日期，本集團並無擁有任何物業，而我們就業務營運之目的租賃以下重要中國及香港物業：

出租人	地址	概約總建築面積	用途	租期	月租
上海					
艾博思韋宣 (附註)	中國上海市徐匯區 柳州路第399 A號8樓801、802、 803、805、808-3室	405.7平方米	辦公室	2019年1月1日 至2019年 12月31日	人民幣117,828元
艾博思韋宣 (附註)	中國上海市徐匯區 柳州路第399A號8樓 806、808-4室	138.7平方米	辦公室	2019年1月1日 至2019年 12月31日	人民幣40,270元
艾博思韋宣 (附註)	中國上海市徐匯區 柳州路第399A號8樓 807、808-2室	118.1平方米	辦公室	2019年1月1日 至2019年 12月31日	人民幣34,304元
艾博思韋宣 (附註)	中國上海市徐匯區 柳州路第399A號8樓 808-1室	15.4平方米	辦公室	2019年1月1日 至2019年 12月31日	人民幣4,474元
獨立第三方	中國上海市徐匯區 柳州路第399 A號5樓503室	159.0平方米	辦公室	2018年7月1日至 2026年4月17日	自2018年起 人民幣34,821元 自2021年起 人民幣35,866元 自2023年起 人民幣37,659元
獨立第三方	中國上海市徐匯區 柳州路第399A號 5樓505-507室	479.0平方米	辦公室	2016年4月18日 至2026年 4月17日	自2016年起 人民幣110,000元 自2018年起 人民幣113,300元 自2020年起 人民幣118,965元 自2023年起 人民幣128,482元

業 務

出租人	地址	概約總建築面積	用途	租期	月租
獨立第三方	中國上海市徐匯區柳 州路第399A號 6樓609室	165.8平方米	辦公室	2019年1月1日 至2023年 12月31日	自2019年起 自2021年起 人民幣32,280元 人民幣33,248元
北京					
獨立第三方	中國北京市朝陽區酒仙橋路 4號院內（國營第七九八場 北區）	649.1平方米	業務用途	2019年1月1日至 2021年4月30日	人民幣102,548元
香港					
獨立第三方	香港干諾道西70-72號 金佑商業大廈11樓 A、B及C單元	2,450平方呎	辦公室	2019年1月23日至 2020年1月22日	59,000港元
獨立第三方	香港豐業街12號 啟力工業中心A座 7樓A1室	1,196平方呎	工業用途	2019年7月9日至 2020年7月8日	15,300港元

附註：艾博思韋宣由我們的執行董事兼控股股東之一伍先生最終全資擁有。有關該等關聯方交易的更多詳情，請參閱「財務資料— 關聯方交易」一節。

此外，於最後實際可行日期，我們在中國主要為業務登記地址或臨時業務用途租賃14項物業。董事確認，我們在續訂租約方面預期不會遭遇任何困難，這可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

業 務

不合規

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，並無發生會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響的違規事件。於往績記錄期內發生的對本集團的經營業績、財務狀況及聲譽並無任何重大不利影響的不合規事件載列如下：

涉及的附屬公司	不合規事件	法律後果及最高潛在處罰	補救措施	為防止不合規事件再次發生而制訂的措施	潛在營運及財務影響	不合規事件所涉及的董事／高級管理層	不合規事件的原因
(1) (i) 艾德韋宣 (ii) 艾德韋宣數字營銷 (iii) 艾德韋宣體育管理	未能為我們外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出全額社會保險供款；	根據中國國家法律及法規，我們應為我們外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出社會保險供款（包括養老保險、失業保險、醫療保險、工傷保險、生育保險），同時根據上海市地方法規，對於是否強制僱主為外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出供款，相關法規並不清楚。	自2019年9月起，我們已在相關社保局正式登記及為該等外籍員工及港澳台員工開設社保賬戶，並自2019年9月底起根據有效直至2021年8月15日的《上海市人力資源和社會保障局關於在滬工作的外籍人員、獲得境外永久（長期）居留人員和臺灣香港澳門居民參加城鎮職工社會保險若干問題的通告》（「38號通知」）為該等員工作出社保供款。	我們已委派伍先生監督社會保險繳款的合規情況。伍先生負責糾正不合規事件，因此其熟悉有關社會保險供款的相關中國法律及法規。	據我們的中國法律顧問確認，我們已向上海市社會保險管理中心取得確認書，確認於往績記錄期間，該等附屬公司各自並無任何未繳納的社會保險款項。	我們於中國的人力資源部門人員已獲委派處理社會保險合規事宜。	根據中國國家法律及法規，我們須為我們外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出社會保險供款。
	於往績記錄期，合共有15名外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員的該等附屬公司未能對外國僱員及居於香港、澳門或台灣的僱員作出全額社會保險供款。於最後實際可行日期，我們未能為合共13名外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出社會保險供款。	我們可能須補足未繳的供款並自應繳日起每日追加按未繳供款總額的0.05%計算的滯納罰款。倘我們未能在指定期限內做到，相關政府機構可能徵收相當於未繳供款總額一倍至三倍的罰款或尋求法院頒發強制性作出供款的指令。	我們亦會不時及在需要時聘請外部中國法律顧問就中國法律及法規下的各項合規要求（包括社會保險供款相關事宜）的最新發展，在中國提供培訓／意見。	我們的中國法律顧問於2019年9月16日與上海市社會保險事業管理中心黃浦分中心會談，據相關人員告知，有關部門現時不接受我們就過往社保供款不足的補充供款，而我們無需支付遲繳罰款。	鑒於人力資源及社會保障部於2018年9月21日發佈《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，社保供款的費率及基數的相關徵收政策保持不變直至社保機關轉移的改革完成，而相關部門嚴禁自行組織向企業徵收社保供款歷史欠費。	然而，由於我們人力資源部門員工缺乏有關中國國家法律法規的相關要求知識，我們遵循上海市的地方法規並無於往績記錄期為我們外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出社會保險供款。	不合規行為。

業 務

涉及之附屬公司	不合規事件	法律後果及最高潛在處罰	補救措施	為防止不合規事件再次發生而制訂的措施	潛在營運及財務影響	不合規事件所涉及的董事／高級管理層	不合規事件的原因
					於最後實際可行日期，我們未收到相關部門的任何通知或要求，真令我們於指定期間內補足未繳供款或作出修正或就社保供款支付遲繳罰款。		
					基於上述理由，我們的中國法律顧問認為，該等附屬公司因未為彼等外國僱員及屬香港、澳門或台灣居民的僱員作出社保供款而被社會保險主管部門責令支付未繳社保供款或處分的可能性較低。		
					我們於2019年6月30日的財務報表中已計提撥備總額約人民幣3.1百萬元。		

我們控股股東作出的彌償保證

我們控股股東已訂立彌償保證契約，據此，我們控股股東已同意就**[編纂]**或之前的歷史不合規情況可能對本集團施加的所
有處罰向本公司作出彌償，惟須遵守彌償保證契約條款。有關進一步詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－其他資料－17. 遺
產稅、稅項及其他彌償保證」一節。

業 務

董事的意見

經考慮(i)該不合規事件的性質、原因及後果；(ii)我們所採取的整改措施；(iii)中國法律顧問的法律意見；(iv)與相關政府主管部門的面談；(v)我們控股股東的彌償保證；(vi)我們根據獨立內控顧問的建議採取的經加強內控措施；及(vii)該不合規事件並不涉及執行董事的任何不誠實或欺詐行為，且並無質疑其誠信或能力，董事認為我們所採取的經加強內控措施屬充足有效，及該等過往不合規事件並不影響董事根據上市規則第3.08及3.09條作為上市發行人董事的適合性及本公司根據上市規則第8.04條[編纂]的適合性。

法律訴訟

於最後實際可行日期，我們並無牽涉任何重大訴訟、仲裁或索償，且就董事所知，我們亦無任何尚未了結或面臨威脅的重大訴訟、仲裁或索償，以致我們的業務、財務狀況或經營業績將受到重大不利影響。

內部控制措施及風險管理

為改善企業管治，我們委聘獨立的內部控制顧問（「內部控制顧問」），對本集團內部控制體系進行詳細評估。

該審查包括(i)於財務關賬及報告、銷售、採購、庫務及一般信息科技控制的實體層面控制及業務流程控制；及(ii)向我們呈報事實調查，及就上述過程及程序的內部控制建議改善方法。根據內部控制顧問初步報告，我們已採納一系列為實現有效及高效的運營、可靠的財務報告及符合適用法律等目標而設計的內部控制政策、程序及計劃。

董事認為，我們已採納妥善的內部控制系統及維持良好的企業管治常規以確保我們持續遵守中國及香港的適用法律及法規。

我們的業務營運面臨各種風險，我們認為內部控制措施及風險管理是成功的關鍵因素。我們面臨的主要營運風險包括（其中包括）不能挽留主要客戶，未實現預期營銷目標，中國營銷模式出現重大變動，中國營銷行業監管環境的變化，我們挽留優秀員工的能力，與我們拓展IP拓展業務有關的不明朗因素，以及來自其他營銷服務提供商的競爭。有關我們所面臨的各種風險，請參閱「風險因素」一節。

業 務

為妥善管理上述風險，我們制定了全面的風險管理系統，以監控我們營運可能年遭遇的風險。我們透過風險管理系統，力求最大限度地減低及防止風險為我們業務帶來的損失。

與我們的整合營銷解決方案相關的風險管理

董事會負責監督我們的整體風險管理系統，並負責考量、審核及批准由內部控制團隊每年編製的風險評估報告，內部控制團隊負責監控本集團的風險，並隨時制定相應的風險管理措施。我們的執行董事共同負責定期與管理層舉行會議，討論最近期市場風險，並向內部監控團隊提供建議，以協助編製風險評估報告。

與我們的IP拓展業務相關的風險管理

董事會深悉，我們的IP拓展業務或會為本集團帶來巨大的投資及合作商機，但機會出現及進一步發展時，亦會使本集團面臨不同的風險及回報，從而影響我們的資金及營運需求。

為管理和降低未來機遇出現及進一步發展時可能面臨的風險，我們制定並採納下述內部控制措施：

1. 成立IP拓展委員會

成立IP拓展委員會並委責不斷審核我們的IP拓展進度。倘本集團已投資與第三方的任何合作，IP拓展委員會應評估和審核我們的風險敞口。

IP拓展委員會負責以下事宜：

- 審閱及考顧各個別項目的估計盈虧；
- 成本及收益監察以查察任何與預測不符的重大金額；
- 接收潛在投資或合作機會的信息；
- 審查並考慮潛在的投資或合作機會；

業 務

- 評估投資或合作過程的潛在利益衝突；及
- 協助開展初步評估工作，並就重大的IP拓展業務決策向董事會提供建議。

我們的IP拓展委員會包括劉先生、伍先生及余先生。我們嚴格要求IP拓展委員會成員申報其於斟酌中潛在交易中的權益，倘存在任何直接或潛在利益衝突，彼等須放棄表決權。

2. IP拓展項目的風險管理程序和記錄保存

就決定是否把握對任何IP拓展項目估計財務影響超過人民幣10百萬元的商業機會時，除正常審批程序外，我們要求相關管理層和員工採取下述額外措施。

- (a) 根據我們多年的經驗和對行業的洞悉，我們應僅選定認定會成功的項目，對認定會成功的理由及相關風險因素予以記錄並提交給董事會。
- (b) 項目甄選標準各不相同異，但通常考慮下述因素：(i)第三方的信用風險；(ii)我們的團隊和管理層於同類項目的市場經驗；(iii)令項目脫穎而出的特別之處；(iv)所需投資額及投資回收期；(v)投資是否會提高我們獲得其他整合營銷解決方案項目的機會；及(vi)倘項目失敗，本集團面臨的最高風險。
- (c) 按照公平原則協商條款，並由我們決定採用退出機制。
- (d) 如需特殊監督，我們會成立特別風險管理小組，由一名執行董事、兩名高級管理人員和一名項目小組成員組成，密切監察我們的風險。特別風險管理小組應每兩星期召開一次會議，審查：(i)建設和完工進度；(ii)項目市場環境；(iii)項目的營銷計劃和定位；及(iv)項目的現金流量和流動資金狀況。
- (e) 如有需要，我們將尋求外部法律意見，以審查所涉及的法律風險並提出建議，於向董事會提出建議前我們需要特別風險管理團隊全體成員的一致批准。我們的董事會擁有達成每項IP拓展安排的最終審批權限。