

未來計劃及[編纂]

未來計劃

我們的業務策略為(i)進一步發展中介服務業務；(ii)開發及擴大客戶群及服務種類；(iii)加強數據分析及信息技術能力；及(iv)吸引、挽留及培養優秀僱員。有關我們未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略」。

進一步發展中介服務業務

根據F&S報告，近年中國廣告市場整體持續增長，收入由2014年的人民幣4,205億元增加至2019年的人民幣7,377億元，複合年增長率為11.9%。廣告市場整體向好主要受移動廣告市場急速發展所推動，而此受以下各項支持：報紙雜誌及電視等傳統媒體的廣告市場收入由2014年的人民幣487億元及人民幣1,206億元分別降至2019年的人民幣366億元及人民幣690億元，複合年增長率分別為-19.4%及-10.6%，以及同期的移動廣告市場收入由人民幣375億元激增至人民幣4,149億元，複合年增長率為61.7%。隨著移動廣告技術發展，移動廣告市場預計將繼續增長，收入於2024年達至人民幣7,954億元，而報紙雜誌及電視的廣告市場預期收入將分別進一步收縮至2024年的人民幣56億元及人民幣462億元。此外，根據F&S報告，於2019年，廣告代理產生收入達到約人民幣1,541億元，自2014年起計的複合年增長率為47.7%，此顯著增長與中國移動廣告市場蓬勃發展一致。隨著廣告代理為來自不同行業的客戶提供更全面的服務，預期中國的廣告代理市場將穩定增長，於2024年將達到約人民幣3,054億元。

自我們於2015年末成立以來，移動廣告市場的持續擴張促使中介服務顯著增長。截至2019年12月31日止三個年度及截至2020年4月30日止四個月，中介服務毛收入分別約為人民幣139.1百萬元、人民幣409.0百萬元、人民幣523.9百萬元及人民幣241.9百萬元。此外，我們於同期分別處理了797個、1,467個、1,601個及664個廣告的投放，其中481個、888個、1,073個及436個為中介服務廣告，分別佔我們已處理的廣告投放總數的約60.4%、60.5%、67.0%及65.7%。

董事相信，中介服務的收入增長及我們所處理廣告的數量增長有賴我們穩固的客戶群支持，而我們的客戶數量由截至2017年12月31日止年度的279名增至截至2019年12月31日止年度的592名足以證明此點。此外，我們能夠與中國部分領先及知名企業集

未來計劃及[編纂]

團建立業務關係，例如客戶B及客戶F，該等客戶對通過移動廣告推廣其產品或服務有著強勁的廣告需求。有關客戶B及客戶F的背景詳情，請參閱本文件「業務－我們的客戶」一節。董事相信，該等領先企業集團對移動廣告服務有大量需求，擔任該等企業集團的移動廣告公司有助我們建立業界聲譽，因此，通過不斷發展及擴大客戶群，我們將能夠把握更多商機。

鑒於中國移動廣告市場近期快速的發展趨勢及預期增長，加上我們在移動廣告業的市場地位，董事相信此乃本集團進一步擴大業務規模並增加市場份額的龐大機遇，並且有充足需求支持我們進一步擴展中介服務業務的業務計劃。

儘管我們的中介服務於往績記錄期內錄得業務增長（以毛收入計），鑒於資本資源有限，我們在進一步擴展業務方面面臨挑戰。作為我們提供給客戶的中介服務增值服務的一部分，我們代表客戶購買指定媒體發佈商的虛擬代幣，而我們在安排競投廣告庫存之前需要有足夠數量的虛擬代幣。虛擬代幣僅於客戶確認有關廣告訂單後購買，並參考每個廣告訂單的預算所得出的金額按每份訂單購買。我們亦向客戶提供信貸期，同時允許其於廣告投放結束後結付賬單。因此，在為客戶購買虛擬代幣與彼等結算貿易應收款項之間存在時間差。此時間差將限制我們接受其他新商機及廣告訂單的能力。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年4月30日，我們的貿易應收款項分別約為人民幣56.0百萬元、人民幣162.1百萬元、人民幣223.4百萬元及人民幣277.1百萬元，分別佔同日總資產約64.7%、65.2%、66.2%及72.7%，而向供應商支付的預付款項則分別約為人民幣18.4百萬元、人民幣67.4百萬元、人民幣67.2百萬元及人民幣67.6百萬元，分別佔同日總資產約21.2%、27.1%、19.9%及17.7%。因此，貿易應收款項及預付款項佔我們總資產的大部分。此外，我們錄得越來越多的中介服務乃我們就購買虛擬代幣代表客戶預付款項。於往績記錄期，中介服務毛收入總額約64.5%、77.7%、94.1%及80.5%乃由我們代表客戶預付款項產生。此外，我們於同期的貿易應收款項周轉天數（假設所有收入均按收入確認總額基準列賬）分別為51.9天、64.2天、92.6天及90.6天。

預先為客戶購買虛擬代幣一直是我們中介服務的增值服務之一，且我們計劃於該業務策略下繼續運營中介服務。因此，為支持我們進一步擴展中介服務，保持強大的

未來計劃及[編纂]

營運資金基礎對我們而言相當重要。於2019年8月至2020年6月30日期間，我們拒絕了83個來自客戶的計劃廣告訂單（佔我們截至2020年4月30日止四個月所處理廣告總數約12.5%），原因為我們當時缺少為此等訂單購買虛擬代幣所需的營運資金。根據本文件「業務－我們的服務－主要營運資料－我們投放的廣告數量」一節所討論，經我們處理的每個廣告所產生的平均毛收入約為人民幣414,000元，由於我們拒絕上述計劃廣告訂單，我們在2019年8月至2020年6月30日期間假設性的毛收入損失約為人民幣34.4百萬元，僅供說明用途。

經考慮(i)中國的移動廣告市場發展迅速，已成為中國廣告主流來源；(ii)我們的中介服務錄得毛收入及已處理的廣告投放數量的增長；(iii)與我們的中介服務有關的貿易應收款項及預付款項為我們的主要資產；(iv)由於我們的營運資金有限，我們近期拒絕多份計劃廣告訂單，因此董事認為，進一步發展中介服務是我們業務擴展的核心，倘我們能夠加強營運資本基礎，市場上對中介服務的廣告需求將足以支持我們的擴展計劃。

為了接受盡可能多的廣告訂單，我們近期採取以下措施，以在短期內為中介服務補充營運資金：

- i. 於往績記錄期，我們主要依賴股東貸款及業務營運產生的內部資金為我們的業務提供營運資金。為了進一步改善現金水平狀況以支持營運，我們於2019年9月前後獲得總值人民幣12.0百萬元的股東貸款、於2019年11月前後獲得人民幣8.0百萬元的股東貸款，並於2020年4月前後獲得人民幣5.7百萬元的股東貸款；及
- ii. 於2019年12月前，由於我們並無足夠的固定資產可用作擔保或抵押，且我們在以商業上可接受條款獲得銀行貸款作為營運資金方面遭遇困難，故我們並無任何銀行貸款。於2019年12月，我們成功獲得首筆銀行借款，金額為人民幣8.0百萬元；
- iii. 於2019年12月，我們與一間中國商業銀行訂立業務保理協議，據此，我們同意（其中包括）將客戶B的貿易應收款項轉讓予該銀行，以進行不超過人民幣200百萬元的融資。

然而，上述措施並未為我們提供額外資金的完整解決方案，原因為：

- i. 所有股東貸款將於[編纂]前全額清償；

未來計劃及[編纂]

- ii. 銀行貸款會隨時間推移而須予償還，我們將因產生的利息而面臨額外成本，且銀行貸款由控股股東授出的個人擔保作抵押，其將於[編纂]前解除或被取代；及
- iii. 該業務保理協議僅適用於客戶B的貿易應收款項。截至2019年12月31日止年度，我們從客戶B產生的毛收入約為人民幣182.3百萬元，僅佔我們於2019年毛收入總額的約24.0%。此外，保理亦為我們帶來額外財務成本。

此外，持續依賴控股股東提供貸款和提供財務援助，可能會妨礙本集團的未來發展及財務獨立性。因此，我們須通過[編纂]尋求額外籌資途徑，以支持我們的長期業務擴展。

隨著[編纂]後營運資金基礎的改善，我們將能更有利地跟隨移動廣告市場的增長趨勢，擴展中介服務業務，並從(i)我們的廣告投放數量增長；及／或(ii)要求較高水平的預付款項的廣告訂單獲得更多收入。我們的目的是通過以下媒體發佈商專注於我們的業務擴展：

- i. 媒體發佈商E：一款向應用程序用戶提供定制信息流（包括新聞、文章及短視頻）的應用程序。我們通過由一間公司於媒體發佈商E投放廣告，而控制該公司的公司於納斯達克上市，其於2020年7月31日的市值約為8億美元。
- ii. 媒體發佈商F：一款可在線共享及發佈新聞和視頻的應用程序，涵蓋娛樂、遊戲、體育、金融及直播視頻等廣泛內容。根據F&S報告，其由一間被認為是每月活躍用戶超過十億的一線媒體發佈商經營。
- iii. 媒體發佈商C：一個用於在各種應用程序（包括通訊應用程序、社交媒體應用程序、音樂應用程序及新聞應用程序）上發佈廣告的平台。媒體發佈商C營運公司的最終控股公司於主板上市，於2020年7月31日的市值約為5.1億港元。此外，根據F&S報告，其被認為是每月活躍用戶超過十億的一線媒體發佈商。

董事認為，我們的中介服務具增長潛力，可於該三名媒體發佈商投放廣告，原因如下：

- i. 其於移動廣告市場發展成熟，擁有良好聲譽及穩健的受眾群體；
- ii. 我們分別於截至2018年及2019年12月31日止年度首次獲認可為媒體發佈商E及媒體發佈商F的核心廣告代理。自此，我們與之相關的業務交易大幅增長。我們在媒體發佈商E投放廣告所產生的毛收入由截至2018年12月31日

未來計劃及[編纂]

止年度的約人民幣5.2百萬元增加至截至2019年12月31日止年度的人民幣148.6百萬元，而媒體發佈商F的毛收入由截至2018年12月31日止年度的約人民幣1.3百萬元增加至截至2019年12月31日止年度的人民幣116.1百萬元。截至2020年4月30日止四個月，於媒體發佈商E及媒體發佈商F投放廣告產生的毛收入分別約為人民幣108.5百萬元及人民幣49.4百萬元；及

- iii. 儘管我們並非媒體發佈商C的核心廣告代理，但鑒於其於移動廣告市場上極受歡迎，我們與之相關的業務交易亦大幅增長。在媒體發佈商C上投放廣告所產生的毛收入於截至2018年12月31日止年度約為人民幣62.2百萬元，截至2019年12月31日止年度為人民幣106.2百萬元，及截至2020年4月30日止四個月為人民幣21.4百萬元。

此外，下表載列截至2020年6月30日止兩個月及2019年同期向媒體發佈商C、媒體發佈商E及媒體發佈商F投放廣告所產生的毛收入及淨收入：

	截至6月30日止兩個月 (未經審計)	
	2019年 人民幣千元	2020年 人民幣千元
媒體發佈商C		
毛收入	18,537	19,571
淨收入	1,613	1,415
媒體發佈商E		
毛收入	26,271	58,900
淨收入	3,893	6,076
媒體發佈商F		
毛收入	24,548	22,742
淨收入	1,103	1,415

截至2020年6月30日止兩個月，我們錄得來自媒體發佈商E的毛收入大幅增長。由於在媒體發佈商E上投放廣告的強勁需求及其產生的利潤相對較高，我們在資本資源不時有限的情況下於此媒體發佈商上投放更多的精力及資源。此舉導致與2019年同期相比來自媒體發佈商C的毛收入僅略微增加，以及來自媒體發佈商F的毛收入輕微減少。儘管如此，董事相信，通過[編纂]獲得增強的資本資源後，我們將能夠把握更多與媒體發佈商C及媒體發佈商F有關的商機，且我們相信媒體發佈商C及媒體發佈商F作為中國的一線媒體發佈商，擁有穩定且可觀的流量及較強用戶粘性，極受歡迎，故於其投放廣告的需求日後將依然旺盛。此外，我們將媒體發佈商C及媒體發佈商F視作我們的

未來計劃及[編纂]

增長動力的一部分，通過實施我們的業務策略，維持均衡的一線及其他媒體發佈商組合，從而更好地服務客戶的廣告需求，實現長期業務目標。

截至2019年12月31日止兩個年度及截至2020年4月30日止四個月，於媒體發佈商C、媒體發佈商E及媒體發佈商F上進行廣告投放所產生的毛收入總額分別佔中介服務毛收入總額約16.8%、70.8%及74.1%。鑒於在媒體發佈商C、媒體發佈商E及媒體發佈商F上進行廣告投放對我們的中介服務作出重大貢獻，董事相信，長遠而言，我們的媒體發佈商組合（包括一線媒體發佈商及其他媒體發佈商）能夠為客戶提供更多媒體發佈商以供選擇，從而使我們推動收入增長，並進一步提升我們的市場份額及盈利能力。

基於上述情況，董事相信，市場對在該等媒體發佈商投放廣告有足夠的需求，而該等需求將支持我們的擴展計劃。此外，不斷加深與該等媒體發佈商的關係將使我們能夠(i)從長遠來看，以具競爭力的成本獲得穩定的廣告庫存；及(ii)加強我們的收入基礎，從而提高我們的整體盈利能力。

適時探索獲得其他媒體發佈商核心廣告代理身份的機遇

作為長期業務發展策略，我們將密切關注急速發展的移動廣告市場，不時物色我們認為合適且有潛力支持我們的中介服務業務擴展計劃的其他媒體發佈商並獲得其核心廣告代理身份。

董事相信，我們能從成為更多媒體發佈商的核心廣告代理中獲益，其中包括：

- i. 進一步擴大媒體發佈商網絡，為客戶提供更多選擇，因不同媒體發佈商的覆蓋範圍及受眾群體不盡相同；
- ii. 把握更多商機並吸引更多知名客戶，因客戶傾向於挑選核心廣告代理而非較低層級的廣告代理；
- iii. 因優惠折扣政策而降低廣告流量成本。此外，部分媒體發佈商對其核心廣告代理採取漸進式折扣計劃，即在達成更高交易額後將獲提供額外折扣作為獎勵；及
- iv. 通過成為媒體發佈商的核心廣告代理後獲提供的直接支持及培訓，提高我們的服務質量。

未來計劃及[編纂]

其他未來計劃

考慮到(i)預期中國移動廣告市場將如上所述增長，而此將支持我們發展中介服務業務的未來計劃；(ii)中國移動廣告市場不斷擴大，並為我們中介服務的顯著增長作出貢獻，而此導致我們中介服務產生的毛收入如上所披露者增加；(iii)我們處理的廣告投放數量不斷增加，即數量由截至2017年12月31日止年度的481個分別增加至截至2019年12月31日止兩個年度的888個及1,073個，而此導致項目優化師（負責監察廣告的發佈後表現，並適時對廣告策略進行必要的修改，其佔我們客服人員的大部分）的數量由截至2017年12月31日止年度的12名分別顯著增加至截至2019年12月31日止兩個年度的20名及51名，以應付我們的業務擴展，尤其是我們的中介服務；(iv)我們擁有穩固的客戶群，而我們的客戶數量由截至2017年12月31日止年度的279名增加至截至2019年12月31日止年度的592名，導致中介服務所產生的收入及所處理的廣告投放數量增加；及(v)鑒於中國移動廣告市場競爭激烈，我們須積極探索潛在客戶並進一步擴大客戶群（舉例而言，我們能夠與中國部分領先及知名移動互聯網企業集團建立業務關係，例如客戶B及客戶F），董事認為我們實施業務策略將需要額外的營銷及客服人手，而成功實行此舉從長遠而言將提高我們的盈利能力。因此，預計未來兩年內銷售及營銷人員以及客服人員的總人數將增加60人，以迎合根據擴展計劃實現的客戶及處理的廣告投放數量的預期增長。我們亦預期在未來兩年內擴展一支由20名僱員組成的團隊，專門從事視頻形式廣告研發，以便我們為客戶提供更多的廣告選擇。

就針對新客戶群（特別是來自房地產及汽車業者）的市場營銷活動，我們計劃（其中包括）參加廣告展覽會以及峰會及研討會，並加入廣告業協會，以通過與更多來自房地產及汽車等多樣化行業的客戶及廣告主建立業務關係，藉此擴大客戶群。

業務擴展亦將增加對我們升級數據管理平台的需求，以提高數據管理平台所提供信息的覆蓋面、完整性及應用能力。因此，我們亦將擴展研發團隊，增加軟件維護及更新的支出。於最後實際可行日期，我們持有66個註冊軟件版權，涵蓋我們若干數

未來計劃及[編纂]

據管理平台軟件及廣告效果監察系統，提供有用的市場數據，以便為客戶制定廣告方案，以及進行發佈後監察及報告，確保我們所投放廣告的轉化率令客戶滿意，促進業務運營。鑒於我們的擴展計劃，我們預期在未來兩年內增加18名研發團隊工作人員，以增強信息技術能力。

我們將在自最後實際可行日期直至2022年9月30日止期間內平均分配研發的擬定開支，並預期在自最後實際可行日期直至2022年9月30日止期間使用擴大勞動力（包括營銷、客服及視頻形式廣告開發人員）的擬定開支的近一半，以根據我們擴展中介服務的計劃，準備應付預期的廣告投放數量增長。有關動用[編纂]及實施計劃的更多詳情，請參閱本節「[編纂]」各段。在自最後實際可行日期直至2022年9月30日止期間擴大勞動力後，我們擬根據業務的內生增長，逐步擴張發展。預期實施擴展計劃將導致員工福利開支增加，而此將佔更多整體營運開支。有關與擴展計劃相關的風險，請參閱本文件「風險因素－我們實施擴展計劃將導致員工成本及營銷開支增加。」一節。

有關我們將於最後實際可行日期至2022年9月30日期間擴展服務種類的未來計劃詳情如下：

- 於最後實際可行日期至2020年12月31日期間，我們將提高靜態圖像形式廣告的質量，同時亦將進一步開發視頻形式廣告，例如招聘新編輯及演員，以及增加拍攝視頻的各種場景；
- 於截至2021年6月30日止六個月，我們將繼續完善靜態圖像形式廣告的質量，並提高視頻形式廣告的表現。對於後者，我們將增加不同的視頻類型，例如直播視頻、動畫及產品展示視頻；
- 於截至2021年12月31日止六個月，我們將研究開發創新形式的互動廣告，例如小遊戲形式廣告；及
- 於截至2022年9月30日止九個月，我們將探索為投放應用嶄新新穎的互動廣告的可能性。

未來計劃及[編纂]

[編纂]

我們預期將就[編纂]產生約[編纂]百萬港元的[編纂]開支。下表載列我們將會收取的估計[編纂]總額（經扣除[編纂]佣金及估計開支）：

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 （即本文件所示[編纂]範圍中位數）	[編纂]百萬港元 （相當於人民幣[編纂]百萬元）
--	-----------------------------

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 （即本文件所示[編纂]範圍上限）	[編纂]百萬港元 （相當於人民幣[編纂]百萬元）
---------------------------------------	-----------------------------

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元 （即本文件所示[編纂]範圍下限）	[編纂]百萬港元 （相當於人民幣[編纂]百萬元）
---------------------------------------	-----------------------------

倘全面行使[編纂]，假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所示指示性[編纂]範圍的中位數），我們將會收到[編纂][編纂]百萬港元。

我們將會將[編纂][編纂]約[編纂]百萬港元（相當於約人民幣[編纂]百萬元）按下述金額作下列用途（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即本文件所列[編纂]範圍的中位數）：

- 預計[編纂]合共約[編纂]%或約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）將用於接受更多於媒體發佈商E、媒體發佈商F及媒體發佈商C投放廣告的客戶廣告訂單，藉此擴展我們的中介服務：
 - 其中約[編纂]%（約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元））將用於未來增加與媒體發佈商E的交易額；
 - 其中約[編纂]%（約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元））將用於未來增加與媒體發佈商F的交易額；
 - 其中約[編纂]%（約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元））將用於未來增加與媒體發佈商C的交易額；

未來計劃及[編纂]

- 將用於向媒體發佈商E、媒體發佈商F及媒體發佈商C採購廣告庫存的[編纂]分配與我們與該等媒體發佈商的歷史交易額一致。截至2019年12月31日止年度，我們與媒體發佈商E、媒體發佈商F及媒體發佈商C的交易額分別佔我們中介服務的廣告流量成本總額的約26.9%、23.1%及20.7%，合共約70.7%；及
 - 倘我們未能按上文所述方式獲取於媒體發佈商C、媒體發佈商E及／或媒體發佈商F投放的足夠廣告訂單，相關估計[編纂]將用於接受更多廣告訂單，以投放於董事憑藉我們的豐富市場知識及經驗，並考慮媒體發佈商的受歡迎程度、我們可獲利潤及客戶要求等多個因素而可能適時決定的適當媒體發佈商，拓展中介服務。在媒體發佈商之間分配所得款項時，我們將遵循維持均衡的媒體發佈商組合的業務策略。所得款項將用於一線媒體發佈商及二線媒體發佈商的廣告投放。
- 預計[編纂]合共約[編纂]%或約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）將用於擴展營銷、客戶服務及設計團隊，以擴大客戶群。
- 我們為積極開拓潛在客戶及擴大客戶群以應對中國移動廣告市場的激烈競爭而將在未來兩年招聘大約15名銷售及營銷人員。我們將為此目的使用約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）；
 - 我們為處理因我們計劃擴展中介服務而預期增加的廣告投放數量而將在未來兩年招聘大約45名客戶服務人員，包括項目優化師。我們將為此目的使用約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）；及
 - 我們將在未來兩年招聘大約20名員工。該等新聘員工將專注於開發視頻形式廣告，而該等新聘員工包括客戶服務職能下的設計師、攝影師及編輯團隊內的視頻編輯、視頻導演、動畫製作及視頻設計。招聘該等員工將令我們能為客戶提供更多種類的視頻形式的廣告。我們將為此目的使用約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）。

未來計劃及[編纂]

- 預計[編纂]合共約[編纂]%或約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元），將用於研發以及提升信息技術及數據管理平台系統。
 - 我們將在未來兩年招聘大約18名於移動廣告業擁有超過三年經驗的研發人員。我們將為此目的使用約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）；及
 - 我們將在未來兩年增加軟件維護費用約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元），以提高數據管理平台及信息技術系統所提供信息的覆蓋面、完整性及應用能力。
- 預計[編纂]合共約[編纂]%或約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）將用於其他營運資金及一般企業用途。

倘(i)董事決定將計劃[編纂]大幅重新分配至其他業務計劃或其他媒體發佈商，及／或(ii)對上述未來計劃及[編纂]進行任何重大修改，我們將適時刊發適當公告，當中載述有關變動的詳情及原因。

如果[編纂][編纂]並非即時用於上述目的，或者如果我們無法按預期實現未來計劃的任何部分，則我們將會在符合我們最佳利益的情況下，將有關資金以短期存款的形式存放在持牌銀行及獲授權的金融機構。

未來計劃及[編纂]

實施計劃

我們計劃將預期[編纂]用於實施業務策略及目標。下表載列本集團於最後實際可行日期至2022年9月30日的實施計劃。[編纂]應注意，實施計劃存在許多不確定及不可預測因素，尤其是列於本文件「風險因素」一節的風險因素。因此，我們無法向閣下保證，計劃將根據預計的時間表實現，而我們將能完成未來計劃。

最後實際可行日期至2020年12月31日期間

業務策略	實施計劃	資金來源
擴展中介服務	— 接受更多廣告訂單	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
擴大客戶群	— 招聘15名項目優化師	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘四名銷售及營銷人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘六名設計團隊人員， 製作視頻形式廣告	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
提升信息技術及數據 管理平台系統	— 招聘三名研發人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 軟件測試及維護	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
開展營銷活動	— 銷售及營銷人員將積極參與由 房地產和汽車業的市場從業者 組織的峰會及研討會，以尋找 潛在客戶。為了擴大客戶群， 我們將通過商務會議及文字通 訊主動接觸潛在客戶。	內部資源

未來計劃及[編纂]

截至2021年6月30日止六個月

業務策略	實施計劃	資金來源
擴展中介服務	— 接受更多廣告訂單	內部資源
擴大客戶群	— 招聘十名項目優化師	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘三名銷售及營銷人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘兩名設計團隊人員， 製作視頻形式廣告	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
提升信息技術及數據 管理平台系統	— 招聘五名研發人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 軟件測試及維護	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
針對房地產和汽車業開展 營銷活動	— 我們將參加由媒體組織的移動 互聯網峰會。此外，我們亦將 舉辦聚會及網上研討會，邀請 現有客戶及潛在客戶參加此等 活動。	內部資源

未來計劃及[編纂]

截至2021年12月31日止六個月

業務策略	實施計劃	資金來源
擴展中介服務	— 接受更多廣告訂單	內部資源
擴大客戶群	— 招聘五名項目優化師	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘兩名銷售及營銷人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘八名設計團隊人員， 製作視頻形式廣告	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
提升信息技術及數據 管理平台系統	— 招聘四名研發人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 軟件測試及維護	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
開展營銷活動	— 我們將進一步為房地產和汽車 業的潛在客戶組織有關移動互 聯網的培訓研討會，並加入廣 告行業協會以推廣企業形象。	內部資源

未來計劃及[編纂]

截至2022年9月30日止九個月

業務策略	實施計劃	資金來源
擴展中介服務	— 接受更多廣告訂單	內部資源
擴大客戶群	— 招聘15名項目優化師	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘六名銷售及營銷人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 招聘四名設計團隊人員， 製作視頻形式廣告	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
提升信息技術及數據 管理平台系統	— 招聘六名研發人員	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
	— 軟件測試及維護	[編纂]所得款項 約[編纂]百萬港元
開展營銷活動	— 除了為現有及潛在客戶舉辦聚會 及網上研討會外，我們亦會參加 廣告展覽會，以提升聲譽。	內部資源

[編纂]理由

我們尋求[編纂]的理由載列如下：

1. 改善營運資金狀況及為進一步實施業務策略提供資金

鑒於我們的業務模式，我們一般須在為客戶安排廣告投放及自客戶收取款項前，就中介服務向媒體發佈商作出大量預付款項，而於往績記錄期，我們大多依賴股東貸款出資撥作營運資金。由於中國移動廣告市場仍在擴張，我們擬通過與營運主要移動互聯網媒體的現有媒體發佈商維持業務關係，進行業務擴展，藉此從接受更多於該等媒體發佈商進行投放的廣告訂單產生更多收入。更多有關詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略」一節。

未來計劃及[編纂]

董事相信，[編纂]將為我們提供所需資金，尤其是能增加營運資金以供實施業務策略。

2. 取得[編纂]地位將為本集團帶來益處

除通過取得[編纂]所得款項改善營運資金狀況外，董事進一步認為，取得[編纂]地位將為本集團帶來益處。

我們相信，取得[編纂]地位後，除銀行貸款或金融機構貸款外，本集團亦能藉上市平台進行多項集資活動，包括但不限於通過發行股本證券籌集額外資金。[編纂]地位亦將改善我們的企業形象及客戶對我們的信心，致令我們能處於更具優勢地位，把握商機，尤其是在獲媒體發佈商認可為核心廣告代理方面，因為商譽是其中一項考量因素。

3. 選擇聯交所作為[編纂]地點

儘管我們的核心業務營運乃於中國進行，由於香港以[編纂]的集資規模龐大而著名，而聯交所於2018年按新發行人的總集資額計於[編纂]市場名列首位，故我們相信，聯交所為合適的[編纂]地點。而且，聯交所亦是個活躍市場，每日股票交投暢旺，我們相信，憑藉有關流動資金，我們於聯交所[編纂]將能吸引更多廣闊的股東及潛在投資者基礎，並可進行更多集資活動。

倘若[編纂]低於或高於指示性價格範圍的中位數，則為上述目的分配的[編纂]將按比例調整。

只要[編纂][編纂]並未即時用於上述用途，或倘我們無法按計劃及所披露者實行發展計劃的任何部分，只要被視作符合本公司最佳利益，我們可能將該等資金持作短期存款。在此情況下，我們將會遵守上市規則相關披露要求。