

香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本聆訊後資料集的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何意見，並明確表示概不就因本聆訊後資料集全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

新傳企劃有限公司
New Media Lab Limited
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的
聆訊後資料集

警告

本聆訊後資料集乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本聆訊後資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向本公司、其聯席保薦人、顧問及包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其聯席保薦人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行任何發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本聆訊後資料集並非最終的上市文件，本公司可能不時根據聯交所證券上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾提呈出售任何證券的文件、發售通函、通告、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、聯席保薦人、顧問或包銷團成員概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按一九三三年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資訊的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據與香港公司註冊處處長註冊的本公司文件作出投資決定；文件的文本將於發售期內向公眾派發。

重要提示

閣下如對本文件任何內容有任何疑問，應尋求獨立專業意見。

NEW
MEDIA
LAB

新傳企劃有限公司 New Media Lab Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]數目 : [編纂]股股份
[編纂]數目 : [編纂]股股份(包括[編纂]股[編纂])(可予重新分配)
[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予重新分配)
[編纂] : 不高於每股[編纂][編纂]及預期不低於每股[編纂][編纂]，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費(須於申請時繳足並可予退還)
面值 : 每股0.01港元
[編纂] : [編纂]

聯席保薦人



英皇企業融資
Emperor Corporate Finance



Lego Corporate
Finance Limited
力高企業融資有限公司

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]、[編纂]及[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]及[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

香港交易及結算有限公司、香港聯合交易所有限公司以及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本文件全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」一段指明的文件，已根據公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會以及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

[編纂]預期將由[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司於[編纂]訂立的協議釐定。[編纂]將不高於每股[編纂][編纂]，且將不低於每股[編纂][編纂]。[編纂]的申請人須於申請時按規定支付最高[編纂]每股公開[編纂][編纂]，另加1%經紀佣金、0.00565%聯交所交易費、0.0027%證監會交易徵費及0.00015%會財局交易徵費，倘最終釐定的[編纂]低於每股[編纂][編纂]，則多繳款項可予退還。

倘[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司基於任何原因未能於[編纂]前議定最終[編纂]，則[編纂]將不會進行並將隨即宣告失效。

在作出投資決定前，潛在投資者應仔細閱讀整份文件，尤其是，應審慎考慮本文件所載的全部資料，包括本文件「風險因素」一節所載的風險因素。

根據[編纂]所載條文，[編纂](為其本身及代表[編纂])有權在若干情況下於[編纂]上午八時正(香港時間)前任何時間以向本公司發出書面通知的方式終止[編纂]的責任。該等事件包括但不限於香港、中國或任何其他司法權區出現天災、戰爭、暴亂、擾亂公眾秩序、群眾騷亂、經濟制裁、火災、水災、爆炸、疫症、恐怖活動、罷工或停工。有關更多詳情，務請閣下參閱本文件「[編纂]」一節。

倘預期時間表出現任何變動，本公司將於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.newmedialab.com.hk刊發公告。

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改，以及閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

重要提示

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

目 錄

本文件由我們僅就[編纂]及[編纂]而刊發，並不構成提呈出售或認購或購買[編纂]以外任何證券的要約或邀約。本文件不得用作亦不會構成於任何其他司法權區或在任何其他情況下提呈出售或購買任何證券的要約或邀約。概無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區[編纂]或派發本文件。

閣下僅應依賴本文件及相關[編纂]所載資料作出投資決定。

本公司並無授權任何人士向閣下提供與本文件及相關[編纂]所載者不同的資料。就並非於本文件及相關[編纂]載列的任何資料或陳述而言，閣下均不應視為已獲本公司、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的董事、高級職員、僱員、顧問、代理或代表或參與[編纂]的任何其他各方授權而加以倚賴。網站www.newmedialab.com.hk上的內容並不構成本文件的一部分。

	頁次
預期時間表	i
目錄	v
概要	1
釋義	17
技術詞彙	32
前瞻性陳述	35
風險因素	36
有關本文件及[編纂]的資料	50
董事及參與[編纂]的各方	54
公司資料	59
行業概覽	61
監管概覽	87
歷史、重組及公司架構	98

目 錄

	頁次
業務	111
董事、高級管理層及僱員.....	191
股本	205
控股股東及主要股東	208
與控股股東的關係	211
關連交易.....	217
財務資料.....	230
未來計劃及[編纂].....	274
[編纂].....	292
[編纂]的架構及條件.....	301
如何申請[編纂]及[編纂].....	310
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審核備考財務資料	II-1
附錄三 — 本公司組織章程及開曼群島公司法概要	III-1
附錄四 — 法定及一般資料.....	IV-1
附錄五 — 送呈公司註冊處處長及展示文件.....	V-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱讀。由於此僅為概要，故並不包括對閣下而言可能屬重要的所有資料，並須與本文件全文一併閱讀，以保證其完整性。閣下在決定投資[編纂]前，務請閱讀整份文件，包括構成本文件組成部分的附錄。任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]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[編纂]前務請仔細閱讀該節。

業務概覽

我們是一間於香港營運的數碼媒體公司，主要透過數碼媒體平台向廣告商(包括跨國品牌所有者、廣告代理公司至中小企等)提供綜合廣告解決方案。我們在多元化、知名及受歡迎的自家媒體品牌項下製作及發行迎合各種興趣的內容。加上我們強大的數碼媒體實力，包括自身網站及流動應用程式以及第三方社交媒體平台(如Facebook、Instagram、YouTube及LinkedIn)，我們能接觸並吸引不同類型的讀者，從而為廣告商創造價值。為配合我們的數碼媒體平台發展，我們仍維持出版若干雜誌及旅遊指南(雖然與數碼業務相比重要性不斷減少)，廣告商亦可在該等雜誌及旅遊指南中投放廣告。憑藉在多個媒體平台上接觸不同類別的讀者，我們能提供綜合廣告解決方案及滿足不同客戶的廣告需要以及將客戶在我們的數碼媒體平台產生的流量以及受眾對我們的印刷刊物的興趣變現為收益。根據歐睿報告，就收益而言，我們於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年位列香港網絡廣告代理公司第二位，市場份額分別約為1.9%、1.8%及1.8%。

媒體品牌

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，本集團經營九(9)個媒體品牌，即「新假期」、「東方新地」、「經濟一週」及「新Monday」(於二零零零年代初開辦作為印刷雜誌並有長久歷史)以及More、GOtrip、Sunday Kiss親子童盟，以及於二零一八年及二零一九年分別引進的兩個較近期品牌SSwagger及Madame Figaro。彼等提供各式各樣的內容，從時尚生活(例如餐飲及人氣景點、美饌及烹飪、時尚服飾、美容及旅遊、娛樂新聞、親子、電子產品及遊戲)到設計師及奢侈品牌、金融及投資相關內容。

我們於數碼媒體平台的數碼實力強大，有數百萬訂閱者關注我們的內容。於往績記錄期末，本集團所營運的Facebook粉絲團專頁及Instagram賬號粉絲總數分別超過7.4百萬名及1.2百萬名；於截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們的9個網站錄得

概 要

獨立訪問量超過219.7百萬次，累計網頁曝光次數超過42億次。於二零二零年，本集團分別推出「新假期」、「經濟一週」、「More」、「東方新地」、「Sunday Kiss親子童盟」、「GOtrip」及「新Monday」七個流動應用程式，於二零二二年十二月三十一日的總下載量約為1.4百萬次。

廣告業務

我們提供綜合廣告產品及服務，我們在數碼媒體平台及書刊雜誌中發行有關產品及服務。我們在數碼媒體平台及印刷發行中提供廣泛的廣告產品及服務，包括展示橫幅、廣告稿及評論，社交平台動態資訊及創意及製作，不論是單獨或是不同類別組合，甚至作為廣告活動的一部分，以達致最大的曝光及宣傳。除傳統的廣告產品外，我們亦提供策略性服務(包括市場細分營銷及搜索引擎優化)，協助客戶提升在搜索引擎中的資訊排名及提高其線上關注程度。我們提供靈活的產品及服務，讓廣告商可以挑選最適合其市場目標及預算的特定或合併產品及服務，我們可由廣告商及品牌所有者本身直接委聘或通過廣告代理公司委聘。我們就定制的綜合廣告解決方案的收費乃視乎客戶購買的產品及擬提供予客戶的服務按項目基準磋商，考慮的因素包括現行的標準價格(如適用)、客戶的預算、廣告活動的時間長度及規模、我們提供服務的成本、客戶與本集團的關係(包括客戶過往參與的頻率及數量)及與客戶的未來合作機會。我們透過考慮各種因素為我們的產品及服務定價，包括市場對我們的服務及產品的需求、客戶的預算、市場價格及提供相關服務的成本。

另一方面，我們還與各種數碼合作夥伴(即供應方平台)簽訂程序化廣告服務協議，據此，我們提供我們可獲得的廣告位(即可供出售予廣告商的廣告數目或廣告位數量)予該等供應方平台，以就廣告商在供應方平台作出的訂單而配對。作為出版商，本集團為由供應方平台分配的廣告提供播放平台，而我們不會為該等廣告製作任何內容。由於程序化廣告基本上為我們在供應方平台廣告位的自動競價，本集團通常將會根據每千次曝光成本就我們數碼媒體平台上的廣告位指定一個底價。在競價過程的帶動下，每千次曝光成本競價最高的廣告商的廣告將透過各供應方平台投放在我們的數碼媒體平台廣告位。我們在數碼媒體平台銷售廣告位的程序化廣告收益乃根據不時自各供應方平台產生的每千次曝光成本總額(即每千次曝光成本的最高競價)的預定比例釐定。有關收益分佔比例基於與各供應方平台的條款及條件而定。於往績記錄期，程序化廣告收益全部來自供應方平台。

概 要

印刷媒體業務

於往績記錄期，我們發行四本雜誌，即(i)東方新地三合一周刊(連同新假期及新Monday)(已停刊，最後一期於二零二零年十二月發行)，(ii)經濟一週周刊，(iii)自二零一九年第三季度起，Madame Figaro季刊，及(iv)於二零二一年的新假期 x GOtrip季刊(儘管二零二二年各季刊因期內海外旅行減少而取消)。

我們每份印刷出版物的零售價或定價乃經考慮製作成本、類似市場定位的出版物的現行市場價格以及對我們出版物的需求而釐定。我們的出版物主要按出版物的零售價或定價以事先協定的折扣出售予發行商，而該等折扣乃根據行業慣例釐定。有關本集團與發行商之間的發行安排之詳情，請參閱本文件「業務－製作流程－發行雜誌及書籍」一節。

下表載列於往績記錄期的收益明細：

	二零二零年		截至十二月三十一日止年度 二零二一年		二零二二年	
	千港元	估收益 百分比	千港元	估收益 百分比	千港元	估收益 百分比
廣告						
數碼廣告						
— 網絡廣告收入	157,401	74.4	195,071	79.6	188,090	78.1
— 程序化廣告收入	22,851	10.8	36,787	15.0	41,079	17.1
	<u>180,252</u>	<u>85.2</u>	<u>231,858</u>	<u>94.6</u>	<u>229,169</u>	<u>95.2</u>
印刷廣告	<u>12,608</u>	<u>5.9</u>	<u>9,849</u>	<u>4.0</u>	<u>8,608</u>	<u>3.6</u>
小計	<u>192,860</u>	<u>91.1</u>	<u>241,707</u>	<u>98.6</u>	<u>237,777</u>	<u>98.8</u>
發行	<u>18,729</u>	<u>8.9</u>	<u>3,492</u>	<u>1.4</u>	<u>2,901</u>	<u>1.2</u>
總計	<u><u>211,589</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>245,199</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>240,678</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

於往績記錄期，我們的收入主要來自提供綜合廣告解決方案(主要透過我們的數碼媒體平台發行)及印刷出版(所佔比例越來越小)。截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，(i)數碼廣告業務的收入佔本集團總收益分別約85.2%、94.6%及95.2%；

概 要

(ii)發行出版物的收入佔本集團總收益分別約8.9%、1.4%及1.2%；及(iii)出版物的廣告收入佔於本集團總收益分別約5.9%、4.0%及3.6%。

下表載列於往績記錄期本集團經營所在主要媒體平台的廣告收益的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	千港元	估廣告 收益 百分比	千港元	估廣告 收益 百分比	千港元	估廣告 收益 百分比
第三方社交媒體平台						
– Facebook	118,731	61.6	151,362	62.6	134,753	56.7
– Instagram	9,846	5.1	14,105	5.8	13,610	5.7
– YouTube	274	0.1	274	0.1	203	0.1
– LinkedIn	不適用	不適用	不適用	不適用	190	0.1
小計	128,851	66.8	165,741	68.5	148,756	62.6
自有平台						
– 網站	33,154	17.2	39,286	16.3	51,017	21.5
– 應用程式	694	0.3	3,541	1.5	4,630	1.9
– 印刷	12,608	6.5	9,849	4.1	8,608	3.6
小計	45,456	24.0	52,676	21.9	64,255	27.0
多平台 (附註1)	12,441	6.5	18,165	7.5	16,322	6.9
製作服務及其他 (附註2)	5,112	2.7	5,125	2.1	8,444	3.5
總計	192,860	100	241,707	100	237,777	100

附註1：這指的是涵蓋將廣告解決方案發佈在一個以上平台但未指明各平台的具體費用分配的發票。

附註2：這主要指來自與上述媒體平台無特別關聯的服務的收益，截至二零二零年十二月三十一日止財政年度的金額亦包括約400,000港元，來自收取若干印刷廣告合約項下的項目管理費。有關詳情，請參閱本文件「業務－廣告解決方案」一節。截至二零二二年十二月三十一日止年度，該類別收益增加，主要由於信用卡優惠活動的項目管理服務合約數量增加所致。

概 要

於截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，通過Facebook產生的收益較截至二零二一年十二月三十一日止年度減少約16.6百萬港元，即約11.0%。有關減幅主要由於化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品行業以及酒店、出行及旅遊服務行業的廣告收益下降所致，原因為在COVID-19第五波疫情爆發後推出嚴格的保持社交距離措施，而Facebook是該等行業的廣告商開展廣告活動的熱門社交媒體平台。有關我們於往績記錄期按行業劃分的非程序化廣告收益的詳情，請參閱本文件「財務資料－綜合損益及其他全面收益表主要項目的討論及分析－廣告」一節。

另一方面，截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，來自自身網站的收益較截至二零二一年十二月三十一日止年度大幅增長約11.7百萬港元(即約30%)，而來自應用程式的收益亦較截至二零二一年十二月三十一日止年度穩定增長。正如下述段落所披露，於二零二二年，我們努力通過搜索引擎優化及創作更多的品牌內容來提高自身網站及應用程式的有機流量。我們相信這導致程序化廣告收益的增長(因為程序化廣告位全部在我們的網站及應用程式上播放)，亦使我們能夠增加我們的廣告位，直接出售予非程序化廣告商，尤其是並未受到COVID-19第五波疫情影響的廣告商。

供應商及客戶

客戶

於往績記錄期，綜合廣告解決方案的客戶主要包括多個行業的跨國及本地品牌所有者以及在香港經營的廣告代理公司，其中於有關期間的各財政年度五大客戶中有四名為4A廣告代理公司。於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度各年，來自我們五大客戶的收益分別佔我們收益的約48.1%、45.6%及41.7%，而最大客戶佔我們各財政年度收益的約13.7%、14.2%及10.0%。於往績記錄期內各年度，本公司、董事、彼等的緊密聯繫人或本公司主要股東概無於本公司五大客戶中擁有任何權益。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－供應商及客戶－客戶」一節。

供應商

於往績記錄期，除供應商A (Meta Platform Ireland Limited) 營運社交網絡平台以提供推廣服務外，我們的供應商主要為香港的印刷廠、製作公司及自由職業者。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度各年，本集團支付予五大供應商的成本分別佔本集團總製作及印刷成本的約68.3%、68.5%及58.7%，而支

概 要

付予最大供應商的成本佔本集團總製作及印刷成本的約52.5%、62.6%及50.8%。於往績記錄期內各年度，本公司、董事、彼等的緊密聯繫人或本公司主要股東概無於本公司五大供應商中擁有任何權益。

依賴供應商A

供應商A營運一個為我們的網絡營銷解決方案提供推廣服務的社交網絡平台。另一方面，在供應商A的社交媒體平台上發佈資訊亦為本集團帶來程序化收益，令供應商A亦成為本集團的客戶。於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度已付供應商A的成本分別約為29.2百萬港元、35.5百萬港元及31.7百萬港元，佔於各年度本集團製作及印刷成本總額的約52.5%、62.6%及50.8%。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，自供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益分別約為8.4百萬港元、19.0百萬港元及19.2百萬港元，佔各自年度總廣告收益分別約4.4%、7.9%及8.0%，使其成為本集團於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的五大客戶之一。於往績記錄期，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，我們透過供應商A營運的社交媒體平台(即Facebook及Instagram)產生的收益佔總廣告收益分別約66.7%、68.4%及62.4%。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－供應商及客戶－供應商」一節。

競爭及競爭優勢

數碼廣告市場為一個分散的市場，競爭激烈。儘管市場競爭激烈，但根據歐睿報告，就收益而言，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年，本集團位列香港網絡廣告代理公司第二位，市場份額分別約為1.9%、1.8%及1.8%。

我們認為，我們的成功及未來增長潛力歸因於我們的競爭優勢，包括：(i)接觸數百萬讀者的強大數碼媒體實力及品牌知名度；(ii)多元化及龐大的讀者基礎吸引不同目標受眾的廣告客戶；(iii)為客戶提供廣泛的廣告產品及服務及定制解決方案的能力；(iv)歷史悠久及與來自不同行業的客戶建立良好的關係；及(v)經驗豐富的管理團隊及專責的營運架構。

概 要

風險因素

本集團業務面臨若干風險，包括但不限於與業務及行業以及[編纂]有關的風險。投資者務請仔細閱讀本文件「風險因素」整節。與本集團有關的主要風險包括：

- 我們的業務面臨與於快速發展及競爭激烈的行業營運相關的風險，我們的業務極易受受眾不斷變化的喜好及口味影響；
- 由於COVID-19爆發，我們的收益下降，COVID-19疫情反彈或其他公共衛生危機均可能對我們的業務造成重大不利影響；
- 由於潛在的公司行動中控股股東及其他股東的利益可能不一致，本公司股東的權益可能在未來受到不利影響；
- 我們的業務依賴我們強大的品牌知名度，任何負面宣傳均可能對我們的品牌聲譽及業務造成不利影響；及
- 我們極為依賴第三方社交媒體平台(尤其是供應商A)發佈我們的內容及廣告，第三方社交媒體平台政策的任何變動及第三方社交媒體平台使用量的任何下降或終止均可能嚴重影響我們的營運及業務表現。

股息

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團宣派股息分別約20.8百萬港元、34.0百萬港元及12.0百萬港元並已悉數結算。本集團於二零二三年三月亦宣派股息約10.0百萬港元，有關股息亦已悉數結算。

於往績記錄期及於[編纂]前宣派及支付股息，不應被視為保證或表示我們日後將以該方式宣派及支付股息，或日後將宣派及支付任何股息。目前，董事會擁有絕對酌情權，決定是否在任何財政年度末宣派任何股息，以及(如有)股息的金額及支付方式，而我們並無預設的股息分派比率。該酌情權受限於適用法律法規，包括開曼公司法及細則，亦需股東批准。日後宣派及支付的股息金額，將視乎(其中包括)以下因素而定：(i)整體財務狀況；(ii)實際及未來經營及流動資金狀況；(iii)未來的現金需求及可供使用情況；(iv)本集團貸款人可能施加的股息支付限制；(v)整體市場狀況；及(vi)董事會可能不時認為適當的任何其他因素。

概 要

綜合財務資料概要

以下為於往績記錄期的綜合損益及其他全面收益表之概要，乃摘自會計師報告，其全文載於本文件附錄一。該概要應與前述會計師報告及本文件「財務資料」一節一併閱讀。

綜合損益表的節選項目

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
收益	211,589	245,199	240,678
政府補貼	15,959	–	5,680
製作成本	(47,250)	(53,893)	(59,522)
印刷成本	(8,430)	(2,884)	(2,982)
除稅前溢利	46,696	42,120	46,844
年內溢利	41,168	33,049	39,431

非香港財務報告準則計量

非香港財務報告準則計量並非香港財務報告準則下的標準計量。我們相信下文所載非香港財務報告準則計量能為投資者提供有關我們經營表現的有用資料，並按與管理層相同的方式，加深對我們的過往表現及未來前景的整體了解。我們將經調整純利（非香港財務報告準則計量）定義為年內溢利經[編纂]開支所調整。鑑於[編纂]開支因[編纂]而產生，於往績記錄期，調整乃貫徹一致作出。

非香港財務報告準則計量不應單獨考慮，或視為我們根據香港財務報告準則呈報的綜合損益表或財務狀況分析的替代分析。此外，非香港財務報告準則計量可能與其他公司使用的類似詞彙區分定義及因此，可能無法與其他公司呈列的類似計量作比較。

概 要

下表載列於往績記錄期內各年度的經調整純利(非香港財務報告準則計量)：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
年內溢利	41,168	33,049	39,431
調整：			
[編纂]開支	—	9,356	4,125
年內經調整純利(非香港財務報告 準則計量)	<u>41,168</u>	<u>42,405</u>	<u>43,556</u>
年內經調整淨利潤率(非香港財務 報告準則計量)	<u>19.5%</u>	<u>17.3%</u>	<u>18.1%</u>

經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至二零二零年十二月三十一日止年度約41.2百萬港元增加約3.0%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.4百萬港元，主要歸因於(i)由於商戶及大眾適應COVID-19疫情令收益增加約33.6百萬港元，尤其是，於截至二零二一年十二月三十一日止年度數碼廣告收入增加約51.6百萬港元；(ii)因推廣成本增加導致的製作成本增加部分被因停止出版東方新地三合一周刊(最後一期於二零二零年十二月發行)導致印刷成本減少所抵銷；及(iii)其他收入及收益減少約13.0百萬港元，主要歸因於截至二零二一年十二月三十一日止年度並無收取政府補貼的合併影響。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.4百萬港元增加約1.2百萬港元至截至二零二二年十二月三十一日止年度約43.6百萬港元，主要歸因於(i)於截至二零二二年十二月三十一日止年度收益減少約4.5百萬港元；及(ii)製作成本、折舊及攤銷以及融資成本增加分別約5.6百萬港元、3.1百萬港元及2.5百萬港元，部分被(i)截至二零二二年十二月三十一日止年度僱員福利開支減少約9.9百萬港元；及(ii)其他收入及收益增加約2.9百萬港元，部分由於截至二零二二年十二月三十一日止年度已收政府補貼所抵銷的合併影響。

概 要

收益

收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度約211.6百萬港元增至截至二零二一年十二月三十一日止年度約245.2百萬港元，乃歸因於數碼廣告收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度約180.3百萬港元增加約28.6%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約231.9百萬港元，董事認為主要因為消費者已適應疫情環境，香港消費力逐步復甦，推動企業的廣告支出，尤其是於二零二一年第四季度。

與截至二零二一年十二月三十一日止年度相比，收益於截至二零二二年十二月三十一日止年度保持穩定，僅由截至二零二一年十二月三十一日止年度約245.2百萬港元減少約4.5百萬港元或約1.8%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約240.7百萬港元，主要歸因於(i)因COVID-19第五波疫情及隨後於二零二二年第一季度實施嚴格的保持社交距離措施，這對香港的各種經濟活動以及經濟情緒造成嚴重影響，從而降低廣告商的廣告支出，導致二零二二年第一季度收益減少，首四個月的收益較二零二一年同期減少約6%；及(ii)自二零二二年四月起，第五波疫情逐漸緩解及自二零二二年第四季度起放寬社交距離措施、檢疫措施及旅遊相關措施，廣告支出因此逐漸恢復，從而造成收益於二零二二年下半年復甦的合併影響。有關詳情，請參閱本文件「業務—COVID-19的影響」及「財務資料—經營業績的討論及分析—收益」。

另一方面，由於印刷媒體行業持續萎縮及我們的印刷媒體業務重組，於往績記錄期，我們的發行收益及印刷廣告收益經歷大幅下跌。

政府補貼

截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們錄得收入約16.0百萬港元，即我們收到來自香港特區政府防疫基金項下保就業計劃的補貼，佔有關財政年度的收益及純利分別約為7.5%及38.8%。截至二零二二年十二月三十一日止年度，因COVID-19第五波疫情，我們收到保就業計劃項下政府補貼約5.7百萬港元，佔截至二零二二年十二月三十一日止年度收益及純利分別約2.4%及14.4%。

概 要

純利

純利由截至二零二零年十二月三十一日止年度約41.2百萬港元減少約19.7%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約33.0百萬港元以及淨利潤率由截至二零二零年十二月三十一日止年度約19.5%減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約13.5%。純利及淨利潤率減少主要歸因於截至二零二一年十二月三十一日止年度產生的[編纂]開支約9.4百萬港元以及並無如截至二零二零年十二月三十一日止年度般收到政府補貼約16.0百萬港元。

純利由截至二零二一年十二月三十一日止年度約33.0百萬港元增加約19.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約39.4百萬港元，淨利潤率由截至二零二一年十二月三十一日止年度約13.5%增至截至二零二二年十二月三十一日止年度約16.4%。純利及淨利潤率增加主要歸因於以下各項的合併影響：(i)收益減少約4.5百萬港元；(ii)已收政府補貼約5.7百萬港元；(iii)僱員福利開支減少約9.9百萬港元；(iv)製作成本增加約5.6百萬港元；及(v)與上年度相比，年內產生的[編纂]開支減少。

COVID-19的影響

往績記錄期由二零二零年初COVID-19疫情開始至二零二二年底自第五波疫情逐步復甦的期間。

於疫情各個階段，廣告支出有所波動。例如，進入二零二一年，大眾已逐漸適應COVID-19疫情，因此商戶恢復彼等因疫情延遲的廣告支出，以促進業務回升，這使我們的數碼廣告收益於截至二零二一年十二月三十一日止年度，與二零二零年相比有所增加。

本公司業務在二零二二年第一季度受到香港第五波疫情爆發的衝擊，嚴重影響廣泛的經濟活動及經濟氛圍，於二零二二年首四個月錄得收益較二零二一年同期下降約6%。隨著第五波疫情的逐步緩解，本集團業務復甦，於二零二二年五月至七月錄得收益較二零二一年同期輕微增加約3%，而由於二零二二年最後一個季度各種防疫措施放寬，截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益恢復至與截至二零二一年十二月三十一日止財政年度收益類似的水平，並超過截至二零二零年十二月三十一日止財政年度收益約13.7%。

管理層認為，廣告商的需求由線下廣告解決方案轉變為線上廣告解決方案，是數碼廣告市場的主要市場動力之一，及長遠而言，本集團業務將受惠於市場行為的有關轉變。因此，董事認為，本集團的業務前景光明，於可預見未來將可持續發展。

概 要

綜合現金流量表的節選現金流量數據

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
經營活動所得現金流量淨額	40,981	29,989	59,526
投資活動所用現金流量淨額	(1,316)	(5,119)	(21,774)
融資活動所用現金流量淨額	(25,344)	(32,803)	(41,379)
現金及現金等價物 增加／(減少)淨額	14,321	(7,933)	(3,627)
年初現金及現金等價物	17,052	31,466	23,525
外匯匯率變動的影響，淨額	93	(8)	32
年末現金及現金等價物，即現金 及銀行結餘	<u>31,466</u>	<u>23,525</u>	<u>19,930</u>

有關詳情，請參閱本文件「財務資料—流動資金及資本資源」一節。

節選綜合財務狀況表項目

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
非流動資產	23,460	103,788	89,275
流動資產	98,956	112,428	101,344
流動負債	52,524	102,932	59,608
非流動負債	14,898	69,249	59,513
資產淨值	54,994	44,035	71,498
流動資產淨值	46,432	9,496	41,736

本集團的資產淨值由二零二零年十二月三十一日約55.0百萬港元減至二零二一年十二月三十一日約44.0百萬港元，主要由於年內已確認股息約44.0百萬港元部分被年內溢利約33.0百萬港元抵銷所致。儘管截至二零二二年十二月三十一日止年度已宣派股息12.0百萬港元，於二零二二年十二月三十一日，資產淨值增至約71.5百萬港元，主要由於前述年內溢利約39.4百萬港元所致。

概 要

本集團流動資產淨值由二零二零年十二月三十一日約46.4百萬港元減至二零二一年十二月三十一日約9.5百萬港元，主要由於計息銀行及其他借款增加及新總部的新租約產生的其他應付款項及應計費用增加所致。流動資產淨值由二零二一年十二月三十一日約9.5百萬港元增至二零二二年十二月三十一日約41.7百萬港元，主要由於其他應付款項及應計費用減少所致。

有關詳情，請參閱本文件「財務資料—綜合財務狀況表主要項目的討論」一節。

主要財務比率

下表載列於往績記錄期本集團若干主要財務比率：

	截至十二月三十一日止年度／ 於十二月三十一日		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
淨利潤率(%)	19.5	13.5	16.4
股本回報率(%)	74.9	75.1	55.1
總資產回報率(%)	33.6	15.3	20.7
流動比率(倍)	1.9	1.1	1.7
速動比率(倍)	1.9	1.1	1.7
利息覆蓋率(倍)	26.7	14.3	9.3
資本負債比率(%)	21.5	82.7	31.1
債務股本比率(%)	不適用	27.5	2.1

有關上述財務比率的計算方法，請參閱本文件「財務資料—主要財務比率」一節。

[編纂]開支

[編纂]開支主要包括與[編纂]相關的法律及其他專業費用。[編纂]開支(包括[編纂]的[編纂]費用(由(i)[編纂]費約[編纂]百萬港元，及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元(包括法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]百萬港元及其他費用及開支約[編纂]百萬港元)組成))估計約為[編纂]百萬港元(即[編纂][編纂]總額約[編纂]%) (假設[編纂]每股股份[編纂]，即指示性[編纂]範圍[編纂]至[編纂]的中位數)，其中約[編纂]百萬港元預計將於發行[編纂]後確認為自股權扣除，及預期約[編纂]百萬港元於往績記錄期後於綜合損益表內反映，其中(i)約[編纂]百萬港元已於截至二零二一年十二月三十一日止年度確認；及(ii)約[編纂]百萬港元已於截至二零二二年十二月三十一日止年度確認，

概 要

及預期結餘約[編纂]百萬港元將於往績記錄期後確認。截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的財務表現及經營業績將會受到[編纂]開支的重大不利影響。

董事謹此強調，上述[編纂]開支乃現時所作估計，僅供參考用途，將予確認之實際金額須視乎審計及可變因素及假設變動予以調整。

往績記錄期後最新發展

往績記錄期後及直至最後實際可行日期，除本節「[編纂]開支」各段所披露者外，綜合財務報表中沒有任何重大非經常性項目。董事亦確認，於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，(i)我們經營的市況或行業及環境並無重大不利變化對財務或營運狀況造成重大不利影響；(ii)本集團的經營及財務狀況或前景並無重大不利變動；及(iii)並無發生對本文件附錄一所載會計師報告中所示資料造成重大不利影響的事件。

儘管如此，我們預期，與截至二零二二年十二月三十一日止年度相比，截至二零二三年十二月三十一日止年度的純利將減少，主要歸因於二零二三年第三季度及第四季度開發廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台的員工成本。有關該等建議開支的詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

主要股東

緊隨完成[編纂]及資本化發行後，新傳企劃集團控股將持有[編纂]股股份，相當於本公司全部已發行股份的[編纂]%。新傳企劃集團控股的全部已發行股本由楊受成產業控股持有，而楊受成產業控股由First Trust Services AG作為AY Discretionary Trust的受託人持有。根據證券及期貨條例，楊受成產業控股及First Trust Services AG被視為於新傳企劃集團控股持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。行政總裁李先生於緊隨[編纂]及資本化發行完成後將仍為主要股東，持有[編纂]股股份，佔本公司已發行股份的[編纂]%。有關詳情，請參閱本文件「控股股東及主要股東」一節。

公司歷史

新傳媒集團控股有限公司於二零零八年二月十二日於主板上市，AY Discretionary Trust擁有其75%的股權。於二零一五年，楊受成產業控股及恒大地產集團有限公司（「恒大地產」）就楊受成產業控股出售其於新傳媒集團控股有限公司及其附屬公司（包括NMG）的全部股權予恒大地產及楊受成產業控股收購NMG的9.99%權益訂立買賣協議。隨後，於二零一七年，AY Discretionary Trust收購NMG的其他90.01%的權益，而

概 要

NMG隨之由AY Discretionary Trust全資擁有。有關公司歷史的詳情，請參閱本文件「歷史及發展－歷史」一節，及有關潛在風險的詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－由於潛在的公司行動中控股股東及其他股東的利益可能不一致，本公司股東的權益可能在未來受到不利影響」一節。

策略及[編纂]的理由

數碼廣告市場是一個快速變化的市場，競爭十分激烈。我們認為，及時識別及捕捉上升趨勢的能力對鞏固及擴大我們的市場份額至關重要。我們的目標是透過收購及／或與其他市場從業者結成戰略聯盟，以及通過提供更多更好的產品及服務進行有機擴張，來保持業務增長，從而提高我們留住現有客戶及吸引新廣告商的能力。我們認為，[編纂]將增強我們的財政資源，從而增強我們實施擴展及持續增長策略的能力。[編纂]地位亦將為我們提供平台，在日後出現合適機會時，進一步籌集資金。

我們擬採納如下業務策略：(i)透過收購及／或策略聯盟追求增長；(ii)擴展產品線及客戶群並探索特定行業中的機會；(iii)通過開發電子商務解決方案平台加強資料收集及分析能力；(iv)通過提高製作能力釋放潛力；及(v)持續投資科技基礎設施及招聘人才，其進一步詳情載於本文件「業務－策略」一節。

[編纂]

未來計劃及[編纂][編纂]淨額擬定用途載於本文件「未來計劃及[編纂]」一節及其概要載列如下：

- 約[編纂]百萬港元，即[編纂]淨額約[編纂]%預期用於合併及收購其他媒體或電子商務市場從業者及／或建立策略聯盟，以加快本集團的有機增長；
- 約[編纂]百萬港元，即[編纂]淨額約[編纂]%預期用於透過推出廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台，擴展及加強我們的產品系列，以及提高我們的數據收集及分析能力，我們相信藉此將能夠加深對現有客戶的滲透並擴大客戶群；

概 要

- 約[編纂]百萬港元(即[編纂]淨額約[編纂]%) 預計將用於建設我們的內部媒體內容管理平台，提高編輯的研究能力，並協助監察內容在質和量方面的表現，使我們能夠隨著業務預期的擴展而處理不斷增加的數據量；
- 約[編纂]百萬港元(即[編纂]淨額的[編纂]%) 預計將用於償還銀行借款；及
- 約[編纂]百萬港元(即[編纂]淨額約[編纂]%)，預計將用作我們的營運資金及一般公司用途。

[編纂]統計數據

	按[編纂]	
	每股股份[編纂]	每股股份[編纂]
市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核備考經調整每股綜合有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃基於緊隨資本化發行及[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃基於假設資本化發行及[編纂]已於二零二二年十二月三十一日完成後已發行[編纂]股股份而達致。有關所使用假設及計算基準的詳情，請參閱本文件附錄二「未經審核備考財務資料」。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「聯屬人士」 指 直接或間接控制或受控於某指定人士或與之直接或間接受共同控制的任何其他人士

「會財局」 指 會計及財務匯報局

[編纂]

「組織章程細則」或「細則」 指 本公司於二零二三年六月二十六日有條件採納並於股份開始在聯交所[編纂]日期生效的組織章程細則(經不時修訂)，其概要載於本文件附錄三

「聯繫人」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義

「AY Discretionary Trust」 指 The Albert Yeung Discretionary Trust(楊博士為其創立人及財產授予人)

「楊受成產業控股」 指 楊受成產業控股有限公司(前稱億偉控股有限公司)，一間於二零零七年十二月七日在英屬處女群島註冊成立的投資控股公司，並由First Trust Services AG作為AY Discretionary Trust的受託人持有

「董事會」 指 董事會

「營業日」 指 香港的銀行通常開放進行一般銀行業務的日子，星期六、星期日或香港公眾假期除外

「業務單位」 指 本集團業務單位，主要負責彼等各自媒體品牌的營運

「業務開發團隊」或「收益團隊」 指 本集團主要負責業務及產品策略開發的團隊，已自二零二二年三月一日起更名為「收益團隊」

釋 義

「英屬處女群島」 指 英屬處女群島

[編纂]

「資本化發行」 指 以本公司股份溢價賬中的若干進賬額撥充資本的方式於[編纂]向於緊接[編纂]前營業日營業結束時名列本公司股東名冊的股份持有人按彼等當時各自的持股比例發行股份

「開曼公司法」或「公司法」 指 開曼群島公司法(經修訂)

「中央結算系統」 指 由香港結算設立及運作的中央結算及交收系統

「中央結算系統結算參與者」 指 獲准作為直接結算參與者或全面結算參與者參與中央結算系統的人士

「中央結算系統託管商參與者」 指 獲准作為託管商參與者參與中央結算系統的人士

[編纂]

釋 義

「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲准作為投資者戶口持有人參與中央結算系統的人士，可為個人、聯名個人或法團
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統結算參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「行政總裁」	指	本集團行政總裁
「營運總監」	指	本集團營運總監
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「操守準則」	指	證監會持牌人或註冊人操守準則
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例，經不時修訂、補充或另行修改
「本公司」	指	新傳企劃有限公司，一間於二零二一年三月二十二日在開曼群島註冊成立的有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義，就本文件而言，包括新傳企劃集團控股、楊受成產業控股、First Trust Services AG、AY Discretionary Trust、楊博士或其中任何一方
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「契諾人」	指	新傳企劃集團控股、楊受成產業控股、AY Discretionary Trust及楊博士(即[編纂]的契諾人)
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例，經不時修訂、補充或另行修改

釋 義

「彌償保證契約」	指	日期為二零二三年六月二十六日由彌償人以本集團利益作出有關(其中包括)本集團稅項負債的彌償保證契約
「不競爭契約」	指	日期為二零二三年六月二十六日由不競爭契約契諾人以本公司(為其本身及本集團成員公司的利益)利益作出有關不競爭契約契諾人若干不競爭承諾的不競爭契約
「董事」	指	本公司董事
「發行商A」	指	兩間聯屬公司，為於往績記錄期我們向香港報攤及便利店供應雜誌的獨家發行商
「發行商B」	指	於往績記錄期分銷本集團出版的Madame Figaro雜誌及旅遊指南予香港主要書店的獨家發行商
「該等發行商」	指	發行商A及發行商B
「不競爭契約契諾人」	指	不競爭契約項下的契諾人以及李先生及Double Blossoms
「Double Blossoms」	指	Double Blossoms Limited，一間於二零一七年十二月八日在英屬處女群島註冊成立的公司及由李先生全資擁有
「Double Fantastic」	指	Double Fantastic Group Limited，一間於二零一九年二月八日在英屬處女群島註冊成立的公司及由李女士全資擁有
「楊博士」	指	楊受成博士
「EIML」	指	Emperor Investment (Management) Limited，一間於一九九零年十月二十五日在香港註冊成立的公司，由英皇國際間接全資擁有
「合資格僱員」	指	於最後實際可行日期或之前加入本集團且並非處於試用期並擁有香港地址的本集團所有全職僱員(不包括本公司或其附屬公司的主要行政人員或董事、現有股份實益擁有人或彼等各自之任何聯繫人及本公司任何其他關連人士)

釋 義

「英皇資本集團」	指	英皇資本集團有限公司，一間於二零零六年六月二十七日在百慕達註冊成立的獲豁免有限公司，其附屬公司主要從事在香港提供金融服務及其股份在主板上市(股份代號：717)，由楊受成證券控股有限公司的全資附屬公司直接擁有約42.7%，而楊受成證券控股有限公司由CDM Trust & Board Services AG以信託形式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有
「英皇企業融資」	指	英皇企業融資有限公司(前稱英皇融資有限公司)，一間於一九九三年九月二十八日在香港註冊成立的公司，可進行證券及期貨條例下第1類(證券交易)及第6類(就企業融資提供意見)受規管活動的持牌法團，為[編纂]聯席保薦人之一及[編纂]之一及英皇資本集團的間接全資附屬公司
「英皇文化產業」	指	英皇文化產業集團有限公司(前稱為漢傳媒集團有限公司)，一間於一九九二年三月二十七日在百慕達註冊成立的獲豁免有限公司，其附屬公司主要從事娛樂、媒體及文化發展業務及其股份在主板上市(股份代號：491)，由楊受成娛樂控股有限公司的全資附屬公司間接擁有約73.8%，而楊受成娛樂控股有限公司由Alto Trust Limited以信託形式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有
「英皇娛樂酒店」	指	英皇娛樂酒店有限公司，一間由英皇國際間接擁有約71.6%權益的公司，為於一九九二年五月一日在百慕達註冊成立的獲豁免有限公司，其附屬公司主要從事娛樂及酒店業務，其已發行股份於主板上市(股份代號：296)

釋 義

「英皇集團」	指	所有由楊博士創立之私人全權信託直接或間接控制之公司(包括彼等各自的聯繫人)(包括但不限於英皇集團上市成員公司及非上市成員公司)(本集團除外)，及「英皇集團成員公司」應據此解釋
「英皇國際」	指	英皇國際集團有限公司，一間於一九九一年八月三十日在百慕達註冊成立的獲豁免有限公司，其附屬公司主要從事物業投資、物業發展及酒店業務，其已發行股份於主板上市(股份代號：163)，及由楊受成產業控股的全資附屬公司間接擁有約74.7%
「英皇鐘錶珠寶」	指	英皇鐘錶珠寶有限公司，一間於二零零八年三月十三日在香港註冊成立的有限公司，其附屬公司主要從事在香港、澳門及中國銷售腕錶與珠寶首飾，其已發行股份於主板上市(股份代號：887)及為由楊受成鐘錶珠寶控股有限公司的全資附屬公司直接擁有約63.4%的公司，而楊受成鐘錶珠寶控股有限公司由First Family Advisors Trust reg.以信託形式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有
「英皇證券」	指	英皇證券有限公司，一間於一九九零年七月六日於香港註冊成立的公司，可進行證券及期貨條例下第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團，及為英皇資本集團的間接全資附屬公司

[編纂]

[編纂]

釋 義

「歐睿報告」	指	本公司委託歐睿國際有限公司編製的行業報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節
「Fast Fame」	指	Fast Fame Limited，一間於二零一八年六月一日在香港註冊成立的公司，為本公司的間接全資附屬公司
「First Trust Services AG」	指	First Trust Services AG，一間在瑞士註冊成立的公司，為AY Discretionary Trust的受託人
「首六個月期間」	指	[編纂]起至[編纂]後六個月屆滿當日(包括該日)止期間
「公認會計原則」	指	香港公認會計原則，包括香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋
「本地生產總值」	指	本地生產總值

[編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司或，按文義所指，於本公司成為其目前附屬公司的控股公司前期間，則指當時為本公司附屬公司的該等附屬公司
「廣東薪傳」	指	廣東薪傳網絡科技有限公司(前稱為廣東薪傳出版技術開發有限公司)，一間於二零零八年九月十日在中國成立的公司，為本公司間接全資附屬公司
「香港銀行同業拆息」	指	香港銀行同業拆息

[編纂]

釋 義

[編纂]

「香港財務報告準則」	指	香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「香港特區政府」或「香港政府」	指	香港特別行政區政府
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，香港結算的全資附屬公司
「香港」或「香港特區」	指	中國香港特別行政區
「香港[編纂]」	指	本公司於香港之[編纂]分處[編纂]
「彌償人」	指	契諾人、First Trust Services AG、李先生及 Double Blossoms，均根據彌償保證契約成為彌償人
「獨立第三方」	指	獨立於且與本集團任何成員公司以及本公司及其附屬公司董事、主要行政人員或主要股東(定義見上市規則)及彼等各自的任何聯繫人概無關連的人士或公司
「發行授權」	指	如本文件附錄四「股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案」一段所界定

[編纂]

[編纂]

釋 義

「聯席保薦人」 指 (i)力高企業融資有限公司(獲證監會發牌可進行證券及期貨條例下第6類(就企業融資提供意見)受規管活動的持牌法團)；及(ii)英皇企業融資的統稱

「最後實際可行日期」 指 二零二三年六月二十一日，即本文件付印前為確定其中所載若干資料的最後實際可行日期

[編纂]

「上市委員會」 指 聯交所董事會上市小組委員會

[編纂]

「上市規則」 指 經不時修訂之聯交所證券上市規則

「澳門」 指 中國澳門特別行政區

「主板」 指 由聯交所運作且獨立於及與聯交所GEM並行運作的證券交易所(不包括期權市場)

「媒體出版」 指 媒體出版有限公司(前稱為建浚有限公司及新傳媒集團(香港)有限公司)，一間於二零零零年二月十八日在香港註冊成立的公司，為本公司間接全資附屬公司

「組織章程大綱」或「大綱」 指 本公司於二零二三年六月二十六日有條件通過並於[編纂]生效的組織章程大綱(經不時修訂)，其概要載於本文件附錄三

「李先生」 指 李一培先生，本集團執行董事兼行政總裁及Double Blossoms的唯一股東

「張女士」 指 營運總監張慧茹女士

釋 義

「李女士」	指	李蘭嬌女士，Double Fantastic的唯一股東及其中一個業務單位的董事總經理
「New Monday Publishing」	指	New Monday Publishing Limited (前稱為韋福有限公司)，一間於一九九九年十二月十七日在香港註冊成立的公司及為本公司間接全資附屬公司
「NMG」	指	新傳媒集團有限公司 (前稱為Merslake Limited 及新傳媒企業投資有限公司)，一間於二零零七年八月十五日在英屬處女群島註冊成立的公司及為本公司全資附屬公司
「新傳媒數碼」	指	新傳媒數碼服務有限公司 (前稱為亮維有限公司及香港媒體服務有限公司)，一間於一九九七年七月四日在香港註冊成立的公司及為本公司間接全資附屬公司
「NMG (HK)」	指	NMG (Hong Kong) Company Limited (前稱為致采有限公司)，一間於二零一九年六月五日在香港註冊成立的公司及為本公司間接全資附屬公司
「新傳媒投資」	指	新傳媒集團投資有限公司 (前稱為Rawlings Limited)，一間於二零一四年十月十三日在安圭拉註冊成立的公司，由楊受成產業控股全資擁有
「新傳媒出版」	指	新傳媒出版有限公司 (前稱為漢威資料研究有限公司、經要出版有限公司、經濟一週出版集團有限公司、新傳媒集團(香港)有限公司、Silver Road Investments Limited及漢源(香港)有限公司)，一間於一九八一年七月十四日在香港註冊成立的公司及為本公司間接全資附屬公司
「新傳媒集團中心」	指	位於香港九龍觀塘鴻圖道82號的10層高樓宇，現稱為儲存易集團中心，佔地面積約為10,000平方呎及總面積約為89,500平方呎

釋 義

「新傳企劃集團控股」 指 新傳企劃集團控股有限公司，一間於二零二一年三月十日在英屬處女群島註冊成立的公司及為楊受成產業控股的直接全資附屬公司

「新傳媒服務顧問」 指 新傳媒服務顧問有限公司(前稱為懋盛有限公司、伊出版有限公司及經要文化出版有限公司)，一間於二零零零年四月十四日在香港註冊成立的公司及為本公司間接全資附屬公司

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

「平台團隊」 指 本集團主要負責監察本集團所營運數碼媒體平台的活動及分析受眾行為的團隊

「中國」 指 中華人民共和國，除另有指明者外，就本文件而言，不包括香港、澳門及台灣

釋 義

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

「勝躍」	指	勝躍有限公司，一間於二零一零年五月二十六日在香港註冊成立的公司，及本公司的間接全資附屬公司
「重組」	指	本集團為籌備[編纂]而進行的公司重組，載於本文件「歷史、重組及公司架構－重組」一節
「購回授權」	指	如本文件附錄四「股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案」一段所界定
「次六個月期間」	指	緊隨首六個月期間屆滿後六個月期間
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會

釋 義

「證券及期貨條例」 指 香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或另行修改

「股份」 指 本公司普通股

「股東」 指 已發行股份的持有人

[編纂]

「購股權計劃」 指 本公司於二零二三年六月二十六日有條件批准及採納的購股權計劃，其主要條款概述於本文件附錄四「購股權計劃」一段

「聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司

「附屬公司」 指 具有公司條例第15條賦予該詞的涵義

「主要股東」 指 具有上市規則賦予該詞的涵義

「供應商A」及「客戶E」 指 **Meta Platform Ireland Limited****，一間於愛爾蘭註冊成立的有限公司，營運社交媒體平台Facebook及Instagram

「泰年」 指 泰年有限公司，一間於二零零零年十一月三日在香港註冊成立的公司及為本公司的間接全資附屬公司

「往績記錄期」 指 包括截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止連續三個財政年度之期間

「歐化」 指 歐化國際有限公司，一間於二零一二年六月二十七日在香港註冊成立的有限公司，其附屬公司主要從事零售主要從歐洲進口的優質傢俬及其已發行股份於主板上市(股份代號：1711)，及由楊受成投資控股有限公司一間全資附屬公司直接擁有75.0%，而楊受成投資控股有限公司由First Trust Management AG以信託形式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有

[編纂]

釋 義

[編纂]

「美國證券法」	指	一九三三年美國證券法，經不時修訂、補充或另行修改，及其項下頒佈的規則及規例
「裕勝」	指	裕勝有限公司，一間於二零一零年九月九日在香港註冊成立的公司，於二零二一年四月二十一日之前為英皇國際的間接全資附屬公司及其後為獨立第三方
「新假期出版」	指	新假期出版有限公司(前稱為瑋益有限公司)，於一九九九年五月七日在香港註冊成立的公司，為本公司的間接全資附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「美國」	指	美利堅合眾國
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「平方呎」及「平方米」	分別指	平方呎及平方米
「%」	指	百分比

於本文件中：

- * 中國公民、企業、實體、部門、機關、證書、名稱等的英文名稱乃其中文名稱的譯名及／或音譯，僅供識別。如中文名稱與其英文名稱及／或音譯有任何歧義，概以中文名稱為準。
- ** 於本文件中提述Meta Platform Ireland Limited、Facebook及Instagram並不等於與Meta Platform Ireland Limited、Facebook及Instagram的任何合作、贊助及認可，以及本集團並未擁有本文件所提述的與Meta Platform Ireland Limited、Facebook及Instagram的各自商標／標識相關的任何知識產權。

釋 義

本文件內的若干數額及百分比數字已按四捨五入調整，故若干列表所示總數不一定為其以上數字的算術總和。

本文件的中文譯本乃由英文版本翻譯而來。倘中英文版本有任何歧義，概以英文版本為準。

技術詞彙

本技術詞彙載有本文件所使用有關本集團及業務的若干術語之釋義。該等術語及其釋義未必與其他各方所採用涵義或用法或標準行業釋義相符。

「東方新地三合一周刊」	指	東方新地，本集團與其他兩份雜誌新假期及新Monday合併出版的中文周刊
「4A」	指	香港廣告商會
「廣告位」	指	可出售予廣告商的廣告數目或廣告空間的數量
「廣告商」	指	投放廣告或部署營銷策略以推廣其品牌、產品或服務的個人、公司或組織
「廣告稿」	指	以編輯稿或客觀新聞文章的形式提供有關產品或服務資訊的廣告
「應用程式」	指	在電腦設備(包括流動設備，例如手機及平板電腦)下載並運行的軟件應用程式
「人工智能」	指	人工智能
「廣告投放平台」	指	本集團擬使用部分[編纂][編纂]開發的中小企廣告投放平台
「橫幅」	指	在網頁上播放的廣告，點擊該廣告將導航受眾至廣告商網站
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「主打內容」	指	為整體內容創建基礎的話題或主題的子集

技術詞彙

「轉化率」	指	採取廣告商希望其採取的行動(如註冊新賬戶或購買)的互聯網用戶佔瀏覽或點擊廣告的互聯網用戶總數的比例
「每千次曝光成本」	指	每千次曝光成本，網絡廣告服務的一種定價方法，廣告費乃根據廣告獲得每千次曝光量來計算
「數碼媒體平台」	指	我們的媒體品牌營運所在的數碼平台，包括(i)第三方社交媒體平台，及(ii)自有網站及應用程式
「經濟一週」	指	經濟一週，本集團出版的中文周刊
「eDM」	指	電子郵件行銷
「環境、社會及管治」	指	環境、社會及企業管治
「曝光數」	指	網絡廣告在網頁或應用程式頁面下載的次數的計數
「Madame Figaro雜誌」	指	Madame Figaro Hong Kong，本集團出版的中文季刊
「每月頁面瀏覽量」	指	每月頁面瀏覽量，即一個月內瀏覽某網站的次數
「每月獨立瀏覽人次」	指	每月獨立瀏覽人次，一個月內訪問某網站個人用戶的數目，該個人用戶數量可能因彼等透過不同的IP地址訪問該網站而重複
「動態資訊」	指	在社交媒體平台或網站上經常顯示最新資訊的屏幕
「分頁」	指	網頁結束及新頁面開始的地方，當達到當前頁面的頁尾時，可能會自動載入一個新的頁面，或手動點擊一個按鈕載入下一個頁面
「個人智慧消費平台」	指	本集團擬使用部分[編纂][編纂]開發的個人智慧消費平台

技術詞彙

「回頭客」	指	於往績記錄期開始前或(如適用)相關財政年度開始前已為本集團客戶的客戶
「搜索引擎優化」	指	搜索引擎優化，增加網站或網頁在搜尋引擎結果頁面上獲得更高排名機會的方法，通常為透過編輯網站內容來增加其與特定熱門關鍵字的相關性
「中小企」	指	中小型企業
「供應方平台」	指	供應方平台
「文字鏈接」	指	超鏈接的簡短文字描述，點擊該鏈接可導航受眾至廣告商網站
「流量」	指	就數碼廣告的流量而言，數碼媒體的廣告受眾流量
「用戶體驗」	指	用戶體驗
「新假期 x GOtrip雜誌」	指	新假期 x GOtrip，本集團出版的中文季刊

前瞻性陳述

本文件載有前瞻性陳述，因性質使然，當中涉及重大風險及不確定因素。該等前瞻性陳述包括(但不限於)與下列各項有關的陳述：

- 我們的目標及策略以及實施該等策略的各種措施；
- 我們的資本開支計劃；
- 我們的經營及業務前景，包括業務的發展計劃及未來拓展；
- 我們的財務狀況及經營業績；
- 香港及全球整體經濟狀況和競爭環境的變化；
- 媒體廣告行業的未來發展及競爭環境。

與我們有關且包含「旨在」、「預料」、「相信」、「繼續」、「可能」、「欲」、「預期」、「估計」、「未來」、「有意」、「或會」、「應該」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預計」、「嘗試」、「應該」、「將會」、「會」及相關反義詞和相若用字的語句，旨在用作識別上述多項前瞻性陳述。該等前瞻性陳述反映我們目前對未來事件的觀點，並非日後表現的保證，且涉及風險、不確定因素及假設，包括本文件所披露的風險因素。倘發生一項或多項風險或不確定因素或相關假設證實為錯誤，則我們的財務狀況可能受到不利影響，且可能與本文件所預計、相信、估計或預期的情況有重大差別。

因此，本文件的陳述並非日後表現的保證，閣下不應過度依賴該等前瞻性資料。除適用法例、規則及法規規定外，我們並無責任在出現新資料、發生未來事件或基於其他原因的情況下公開更新或修訂本文件內所載的任何前瞻性陳述。本警告聲明適用於本文件所載的全部前瞻性陳述。

風險因素

於作出任何有關[編纂]的投資決定前，潛在投資者應審慎考慮本文件所載所有資料，尤其是，應評估以下與投資本公司有關的風險及不明朗因素。任何該等風險因素均可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成不利影響。於該等情況下，股份的市價可能下跌，而閣下可能損失全部或部分投資。

與我們的業務及行業有關的風險

我們的業務面臨與於快速發展及競爭激烈的行業營運相關的風險，我們的業務極易受受眾不斷變化的喜好及品味影響

數碼廣告行業乃屬快速發展的行業，不斷演變，且極為分散並依賴受眾喜好。我們的絕大部分收益來自我們的數碼廣告業務。因此，我們日後的成功在很大程度上依賴於我們不斷為受眾製作動人數碼內容，從而吸引訪問我們的數碼媒體平台的流量的能力。然而，互聯網用戶對內容提供的時間及執行極為敏感，而不論所提供的內容是否在其喜好範圍內。

在當前監管規定下，進入香港數碼廣告市場的門檻相對較低，我們面臨來自各類廣告商的激烈競爭，包括傳統出版商、線上內容製作商或甚至在各種社交媒體平台的意見領袖。本集團現有競爭對手可能通過更高的市場知名度，使彼等能搶佔我們的市場份額，從而獲得競爭優勢。潛在競爭對手亦可能冒起，而擾亂行業的現行動態。此外，新營銷媒體或渠道及人工智能內容生成等新技術的引入可能威脅到與我們的競爭，導致對我們的服務需求減少，從而對本公司業務前景產生不利影響。

未能適應在該競爭激烈且發展飛速的環境營運可能引致我們的收益減少及／或損失市場份額，而這可能對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。倘我們未能趕上市場趨勢或製作優質內容，我們的受眾可能迅速失去對本集團平台的興趣，轉而投向競爭對手提供的平台，更可能不再願意重新訪問我們的平台。

我們經歷收益因COVID-19爆發下降，而任何COVID-19疫情反彈或發生其他公共衛生危機均可能對業務造成重大不利影響

由於病毒在全球爆發，香港特區政府已實施封鎖、隔離、旅行限制及保持社交距離的措施。根據歐睿報告，由於香港的企業需要減少不必要的支出以應對COVID-19疫情導致的經濟及商業環境惡化帶來的不利影響，以改進其廣告策略，尋求更具成本效

風險因素

溢的解決方案，導致二零二零年整體廣告支出延後，廣告開支需求下降，造成二零二零年網絡廣告市場減少15.5%以及二零二零年印刷廣告市場減少35.6%。

於二零二一年中香港第四波疫情爆發結束後，於二零二一年下半年香港保持社交距離及其他限制性措施有所放寬。然而，自二零二一年十一月底以來，COVID-19奧密克戎變異株在全球範圍內迅速蔓延，導致香港自二零二二年一月起爆發第五波疫情。本集團於二零二二年首四個月的收益較二零二一年同期下降約6%。因此，我們無法預測我們無法控制的COVID-19疫情是否會反彈或發生其他公共衛生危機。倘發生有關事件，對媒體廣告服務的需求及廣告商的預算可能減少，從而對我們的業務、經營及財務狀況造成不利影響。

有關COVID-19對業務的影響之進一步詳情，請參閱本文件「業務－COVID-19的影響」一節。

由於潛在的公司行動中控股股東及其他股東的利益可能不一致，本公司股東的權益可能在未來受到不利影響

誠如本文件「歷史及發展－歷史」一節所披露，於往績記錄期之前，我們的部分現有附屬公司進行各項交易，導致控股股東(根據上市規則的界定)出現變動。本集團首間營運公司新假期出版由英皇國際(一間當時由楊博士控制的上市公司)於一九九九年成立。其後於二零零六年，我們現有的七間附屬公司(連同其他各項業務)因此私有化並由AY Discretionary Trust全資擁有。於二零零八年，該等七間附屬公司成為新傳媒集團控股有限公司的附屬公司，該公司於二零零八年於主板上市，AY Discretionary Trust擁有其75%的股權。於二零一五年，楊受成產業控股將其在新傳媒集團控股有限公司(包括NMG)的全部股權出售予恒大地產，但同時AY Discretionary Trust收購9.99%的權益，及於二零一七年AY Discretionary Trust收購NMG的其他90.01%的權益，隨後NMG成為由AY Discretionary Trust全資擁有。

由於控股股東於[編纂]後保留對本公司的實質性控制，因此無法保證是否會有任何有關本公司業務的公司行動，例如[編纂]後出售本公司的附屬公司或任何一間或多間的附屬公司。此外，亦未能保證控股股東是否會在[編纂]後適用的禁售期結束後出售其股份。任何此類公司行動均可能對本公司股份的現行市價及／或本公司股東的其他利益產生不利影響。

風險因素

我們未必能像截至二零二零年及二零二二年十二月三十一日止年度一樣收到香港特區政府的補貼

於截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們從香港特區政府防疫抗疫基金項下保就業計劃收取約16.0百萬港元，佔截至二零二零年十二月三十一日止年度的收益及純利約7.5%及38.8%。於截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們收到保就業計劃項下政府補貼約5.7百萬港元，佔有關年度收益及純利約2.4%及14.4%。請參閱本文件「財務資料－綜合損益及其他全面收益表主要項目的討論及分析－其他收入及收益」一節。有關收入未必可重現。因此，我們於未來財政年度未必能夠保持相同的收入或純利水平。

我們的業務主要於香港營運，任何影響市場的不利經濟、社會及／或政治發展均可能對我們的營運造成重大不利影響

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的業務營運及收益流主要位於香港。董事預期香港將繼續為本集團的主要營業地點。因此，我們的業務及財務表現嚴重依賴香港穩定的經濟、社會及／或政治發展。我們的業務易受任何不利事件的影響，如經濟衰退、大範圍的社會動盪、民眾騷亂或公民抗命，而這些可能造成嚴重後果及／或為香港的營商環境的一般穩定性或前景帶來不確定因素。如若不幸香港發生不利事件，則可能對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

例如，二零一九年下半年開始的香港社會動盪，分散了公眾的注意力及影響針對香港市場的廣告活動的成效，導致香港企業在廣告預算方面的開支轉向保守。我們無法預測香港任何社會運動的發生或持續時間。有關運動可能會令香港經濟、政治及社會環境惡化，導致廣告商可能不願將預算分配予營銷及廣告，從而對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

我們很大程度上依賴第三方社交媒體平台發佈我們的內容，第三方社交媒體平台政策的任何變動及第三方社交媒體平台使用量的任何下降或終止均可能嚴重影響我們的營運及業務表現

於往績記錄期，我們的大部分內容通過第三方社交媒體平台發佈。該等第三方社交媒體平台的流量將通過第三方社交媒體平台上的超鏈接將粉絲引導前往我們的網站，從而在本集團的網站及流動應用程式上製造廣告機會。我們的數碼廣告業務對第

風險因素

三方社交媒體平台極為依賴，不僅體現在其為我們的內容及廣告提供曝光，亦增加用戶參與，促進廣告商與其目標受眾之間的互動，從而讓我們可交付有效的廣告解決方案。

第三方社交媒體平台對其向粉絲發佈我們在該等平台的內容的算法政策出現任何變動均可能降低瀏覽量，從而影響我們對受眾的覆蓋，而該等受眾為我們廣告商產品及服務的最終消費者。例如，二零一八年一月，Facebook宣佈變更動態資訊設置的順序，實質上是優先推送促進社交互動而非商業性質的帖子。近期，因應日益關注的個人私隱問題，蘋果及谷歌調整其私隱政策，用戶可選擇其行為不受追蹤。我們無法預測Facebook、蘋果及／或谷歌該項政策的任何進一步變動或加強，或本集團透過其開展營運的其他第三方社交媒體平台是否將會實施其他類似政策。若我們未能調整及／或低估該等第三方社交媒體平台的任何進一步政策改變的影響，我們的經營及業務表現可能受嚴重不利影響。

我們的目標受眾對本集團透過其開展營運的第三方社交媒體平台的使用量出現任何下降亦可能對我們的業務造成嚴重不利影響。使用量下降可能由於不同社交媒體平台之間的競爭及／或該第三方社交媒體平台因各種原因失去用戶所致，例如政策變動、用戶私隱設置的變化、對發佈內容的控制，或一般用戶的體驗。例如，根據歐睿報告，於二零二二年，Facebook在香港的每月平均活躍用戶減少最直接原因是二零二一年的違反資料保密事件，Facebook因未採取足夠行動防止應用程式使用客戶資料而備受批評，對整體用戶信心造成負面影響。若我們的目標受眾放棄使用本集團通過其開展營運的第三方社交媒體平台，而本集團未能迎合受眾喜好及擴充或發展多元化的數碼發佈渠道，我們可能損失瀏覽量，這將對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

此外，我們受限於本集團經營所在第三方社交媒體平台所制定條款及條件以及政策。倘該等平台確定我們發佈的內容違反彼等的條款及條件或政策，則彼等可能刪除或限制瀏覽有疑問的內容或甚至暫停或終止我們使用彼等的服務，這將對我們的業務及在現有及潛在客戶中的聲譽造成重大損害。我們的賬號任何臨時或永久終止可能導致我們的粉絲及受眾訪問及重新轉向我們的網站的數量大幅下降，導致普及程度及瀏覽量流失，這將對我們的業務表現造成重大不利影響。

此外，倘該等第三方社交媒體平台在香港的任何營運停止，則我們的受眾將轉移至其他社交媒體平台，而我們廣告解決方案的客戶亦將尋求在其他可與其目標客戶互動的社交媒體平台上進行廣告活動。倘我們未能在其他第三方社交媒體平台上確立我

風險因素

們的市場地位，或我們在其他第三方社交媒體平台上的受眾資料與我們客戶產品及服務的目標客戶不匹配，本集團的業務營運及財務業績將受到重大不利影響。

我們依賴供應商A(營運一個線上社交網絡平台)為我們提供線上營銷解決方案的推廣服務及供應商A於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度成為本集團五大客戶之一。供應商A所提供有關服務的條款有任何變動或終止可能對我們的業務營運及財務狀況有重大負面影響

如前段所述，我們非常依賴第三方社交網絡平台發行內容。尤其是，我們依賴供應商A(營運一個線上社交網絡平台)為我們提供網絡廣告解決方案的推廣服務連同在其平台上發佈內容。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，我們向彼等支付的成本分別約為29.2百萬港元、35.5百萬港元及31.7百萬港元，佔本集團於各年度製作及印刷成本總額分別約52.5%、62.6%及50.8%。

根據歐睿報告，供應商A仍為香港最具影響力平台之一。由於我們的業務模式高度依賴我們在供應商A的社交媒體網站營運的數碼媒體平台內容的流量及曝光率，我們對供應商A的推廣服務的需求將不太可能轉移到其他社交媒體平台。截至二零二二年十二月三十一日止三個年度，在供應商A的社交媒體網站營運所得的廣告收益分別佔總廣告收益的約67%、68%及62%。

我們並未就提供所述推廣服務與供應商A訂立任何服務協議。倘供應商A終止按可資比較價格或範圍向我們提供有關服務或不再提供服務，我們的網絡廣告解決方案曝光率可能大幅下跌及可能無法達到廣告商的預期目標受眾人數，從而降低了我們的廣告解決方案效率。長遠來看，這可能阻礙我們留住現有客戶及吸引新客戶，因而不利於我們的業務營運及財務表現。

同時，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，我們透過在供應商A的社交媒體平台上發帖產生程序化收益分別約為8.4百萬港元、19.0百萬港元及19.2百萬港元，分別佔相應年度總廣告收益約4.4%、7.8%及8.0%。供應商A於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度成為本集團的五大客戶之一。

本集團從供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益的權利受其標準條款及條件所規限，而本集團在與供應商A建立業務賬戶時被視為接納該等條款及條件。根據該等標準條款及條件，本集團有權從供應商A在供應商A的社交媒體平台上發佈的本集團內容

風險因素

上顯示的廣告中自廣告商實際收取的淨收益中分佔一個百分比，該百分比將由供應商A全權酌情決定。此外，供應商A產生的程序化收益亦取決於其平台對廣告商的受歡迎程度。這種關係乃由市場需求及供應商A的受歡迎程度所推動，並可能轉移至受歡迎且吸引受眾的其他數碼媒體平台或由該等其他平台所替代。因此，倘供應商A的社交媒體平台的受歡迎程度下降，我們能夠從供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益將會受到影響。倘供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益大幅減少，我們的營運表現及業績可能受到不利影響。

我們的業務依賴我們強大的品牌知名度，任何負面報道均可能對我們的品牌聲譽及業務造成不利影響

我們認為，強大的品牌知名度是我們成功鞏固在數碼廣告行業的瀏覽量及聲譽領先地位的關鍵因素之一，而維持及提升品牌形象對本集團的業務增長至關重要。

倘我們的聲譽受到任何負面報道的損害或詆毀，則我們的品牌形象可能受到不利影響，這可能對我們的聲譽及受歡迎程度造成重大不利影響，從而導致我們的瀏覽量及市場份額下跌。

倘我們不能維持、保護或提升品牌形象免受負面報道的影響，則這可能會對我們的業務、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們通常按項目基準獲客戶委聘及我們可能無法留住客戶

客戶通常按項目基準使用我們的服務並在需要時與我們簽訂單項活動的合約。我們的業務前景取決於我們維持與現有客戶關係的能力。概不保證曾委聘我們的客戶日後仍會委聘我們，及收益可能隨著我們於有關期間獲得委聘的次數而波動。

我們認為，維持客戶持續委聘的能力主要取決於我們透過提供能實現彼等業務目標的各種廣告解決方案所建立與客戶的業務關係。我們內部設有專責平台團隊，分析受眾在我們的數碼媒體平台上的行為，讓我們能看透客戶的需要及目標而提供服務。然而，倘我們的廣告解決方案不能達成客戶的目標或者偏離彼等的期望，則彼等可能失去對我們的信任，因而可能阻礙彼等再次委聘我們，而選擇我們的競爭對手。即使我們的服務及產品符合客戶的目標或期望，彼等仍可能因預算限制而重新調整彼等的廣告預算，不再選用我們。倘我們未能留住現有客戶及吸引新客戶，我們的業務及財務表現可能受到重大不利影響。

風險因素

我們的大部分收益來自若干主要客戶

截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，來自五大客戶的總收益分別佔各年度收益的約48.1%、45.6%及41.7%，而最大客戶佔各年度收益分別約13.7%、14.2%及10.0%。無法保證我們能夠繼續與該等客戶保持業務關係，或該等客戶日後需要我們提供服務或相同的服務量。倘我們無法與該等客戶保持業務關係，或該等客戶需要的服務大幅減少，則我們的表現及經營業績可能受到重大不利影響。

我們的業務營運面臨信貸風險以及收到客戶付款與向供應商付款的時間錯配，客戶付款出現任何重大拖延或拖欠均可能對我們的現金流及財務狀況造成不利影響

我們向客戶提供的信貸條款因應具體情況各不相同。多數情況下，我們不要求客戶支付任何按金或預付款，董事認為這與行業慣例一致。同時，供應商向我們提供的信貸期限通常較短，導致收到客戶付款與向供應商付款出現時間錯配。截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，貿易應付款項周轉日數分別約為53.6天、43.3天及33.7天，而於有關期間的貿易應收款項周轉日數分別約為124.3天、113.3天及122.4天。有關時間錯配使我們的業務營運面臨信貸風險，如出現客戶的任何重大付款拖延或拖欠情況，則可能對我們的現金流及盈利能力造成不利影響。於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，基於發票日期及扣除虧損撥備後，我們已逾期貿易應收款項分別約為63.4百萬港元、78.8百萬港元及71.5百萬港元，貿易應收款項總額約為67.4百萬港元、84.9百萬港元及76.6百萬港元，及貿易應收款項減值虧損分別為4.0百萬港元、6.1百萬港元及5.1百萬港元。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料一節選綜合財務狀況表項目的討論－貿易應收款項」一節。

倘我們收回貿易應收款項出現延遲，則我們的現金流及盈利能力因而遭受不利影響。即使延付款項之後收回，但收回的過程通常繁冗，需耗費額外時間及資源。我們無法保證部分或悉數收回每一筆尚未收回款項，尤其是就通常在收到其客戶付款後方會向我們付款的廣告代理公司客戶而言。未能及時得到足夠的付款或未能有效管理逾期債務可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

我們的內容可能使我們面臨潛在責任

據我們有關香港法律的法律顧問告知，倘我們的媒體平台的任何內容或廣告包含對所提供任何商品或服務的任何虛假描述、任何淫穢或不雅內容、任何誹謗性素材或侵犯作品版權，本集團作為我們的數碼媒體平台的內容及廣告的發行人，不論廣告內容主要由本集團製作或由客戶提供，均須負上法律責任，而不論客戶是否亦須對由彼等提供及／或獲彼等批准的內容負上法律責任。我們可能會因違反香港有關條例及規例而被有關當局檢控。我們亦可能須賠償(i)版權擁有人(如屬我們的媒體平台上的內容或廣告含有侵犯版權作品)，或(ii)內容或廣告的主體(如屬內容或廣告含有誹謗該主體的言論)，及／或發佈任何澄清通知或道歉(視情況而定)。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，有33宗因使用他人受版權保護的圖像而引致我們支付特許使用權費用及／或刪除有關圖像的申索，以及2宗因使用他人受版權保護的內容而引致我們道歉及／或刪除有關文章的申索，而我們因該等申索而支付的特許使用權費用／賠償金額約為76,000港元。

如我們牽涉與侵犯其他第三方知識產權有關的申索、糾紛及／或訴訟，被指控誹謗或損害其他第三方權利，我們可能需投入大量時間及資源為自身辯護。倘我們在該等申索、糾紛及／或訴訟中的辯護未能為自身抗辯，則我們可能需要支付大量賠償或受到其他制裁(例如遵守要求我們刪除有問題內容的禁制令或採取其他措施以避免侵權，這可能對我們的財務狀況造成不利影響)。該等申索、糾紛及／或訴訟亦可能打擊我們的聲譽，從而影響客戶委聘我們提供服務並損害我們的財務表現。

內部監控措施及程序可能會失敗及有限制

為監控營運風險並遵守與業務相關的適用法律或法規，我們已制定風險管理及其他內部監控及合規措施及程序。由於營商環境瞬息萬變，我們無法保證該等措施及程序在任何時候均足以有效應付所有可能出現的風險。此外，無論多深思熟慮，內部監控措施及程序仍可能包含由於董事會、高級管理層及／或員工的錯誤判斷或過失而造成的固有限制。內部監控措施及程序中的任何缺陷均可能無法防止或處理所有潛在風險，因而可能對本集團的業務、前景、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

風險因素

我們可能遭遇資訊科技系統故障或未被檢測到的程式設計錯誤或其他瑕疵，而可能干擾我們的業務營運

於往績記錄期，本集團的數碼廣告收益分別佔相應財政年度總收益的85.2%、94.6%及95.2%。因此，我們的業務嚴重依賴資訊科技系統(包括軟件及硬件)的穩定運作，我們利用該等軟件及硬件支持(其中包括)我們的日常營運，包括銷售系統、支出系統及會計系統；為我們的媒體品牌託管網站及流動應用程式；分析瀏覽者的行為；及設計、執行內容及廣告並將其投放於我們的平台。

系統故障或數據遺失可能嚴重中斷我們的業務營運甚至使我們的業務營運癱瘓。在故障期間，我們或未能及時向客戶交付服務及產品，影響我們與客戶的業務關係。

我們的硬件系統亦容易受到多種事件影響，其中包括電訊失靈、電力中斷、惡意人為破壞及自然災害，這亦會干擾我們的業務營運，可能導致對財務狀況造成重大不利影響。

我們可能無法保護我們的受眾及客戶的個人資料，這可能導致罰款及／或第三方申索，從而可能對我們的聲譽及業務造成重大不利影響

我們在業務營運過程中會收集、接收、使用、保留、存儲及處理我們的網站、流動應用程式及我們在第三方社交媒體網站上營運的社交媒體平台的受眾、訂閱者及用戶及客戶的各類個人資料及其他資料。我們的私隱政策聲明(可在我們的網站及流動應用程式上找到)旨在確保我們收集及使用個人資料符合個人資料(私隱)條例(香港法例第486章)(「個人資料(私隱)條例」)及其六項保障資料原則或其他適用法律及其他相關規例。我們已實施措施以遵守個人資料(私隱)條例有關資料保障及私隱的規定。有關更多資料，請參閱本文件「業務－資料保護及安全」一節。

然而，我們無法保證該等措施能防止任何未經授權使用我們的受眾、訂閱者及用戶及客戶的個人資料及其他資料的情形發生。我們可能因未能或被認為未能遵守我們的私隱政策聲明或適用私隱保護方面的法律或法規、或個人資料的任何未經授權洩露或使用而承受訴訟或公開調查並承擔責任。此等情況可能對我們的聲譽及業務營運造成不利影響。

風險因素

我們未必能成功實施業務策略及未來擴充計劃

由於若干我們無法控制的因素而可能影響我們的業務前景，如經濟及政治狀況、環球經濟狀況、政府法規變動、受眾行為及客戶喜好改變，我們無法保證我們將能夠成功實施本文件所擬定的業務策略及未來擴張計劃。尤其是，概不保證我們將能夠成功實施本文件「業務－策略」一節進一步詳述的策略。如本文件「未來計劃及[編纂]」一節所披露，於截至二零二三年、二零二四年及二零二五年十二月三十一日止年度，我們將就實施廣告投放系統平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台產生開支分別約14.0百萬港元、22.4百萬港元及5.8百萬港元，包括開發該等平台的資本開支及員工成本以及該等平台的營銷開支。我們可能無法從該等平台產生預期水平的收益。倘我們無法從該等平台產生收益或足夠收益以償付所產生的成本，則於各年度的純利或會下降及經營業績及財務狀況可能受到不利影響。

若我們未能吸引、招募或挽留主要人員(包括高級管理人員及主要僱員)，我們的持續營運及增長可能受影響

本集團的成功在很大程度上依賴我們的高級管理人員及其他主要僱員的專門知識及經驗，彼等大部分在我們的業務發展中舉足輕重。我們得益於數碼營銷行業經驗豐富的強大管理層，並在日常營運中需作出業務及編輯決策時依賴主要僱員。本集團的表現亦依賴我們挽留及激勵高級管理人員及主要僱員的能力。概不保證本集團日後能夠留住高級管理人員及主要僱員以得到其服務。如若我們失去任何彼等的服務而未能及時覓得適當替代人選，或無法招募到合資格成員加入本集團進行未來擴充，則可能對我們的業務、經營業績及業務前景造成重大不利影響。此外，倘若我們的任何高級管理人員或主要僱員加入我們的競爭對手，我們可能損失專有技術及客戶，從而對我們的業務造成不利影響。

政府規例的不利變動可能對我們的經營及財務狀況造成重大不利影響

我們的主要業務經營位於香港，現時，除本文件「監管概覽－香港法律法規」一節所載外，概無規管我們的業務的特定法律或法規。當前，本集團已取得在現行範圍內開展其業務所需的所有必要牌照。倘若監管規定有任何變動及本集團無法及時遵守有關監管規定或倘若遵守該等規定涉及重大成本，本集團的業務、經營業績及財務狀況可能遭受不利影響。

風險因素

我們無法保證我們投購的保單一直能彌補我們在業務經營過程中遭受的全部損失

我們就我們的資產及針對營運風險投購若干保單，包括財產損失險、電子設備險、現金綜合險、業務中斷險及公眾責任險。有關我們現有保險範圍的詳情，請參閱本文件「業務－保險」一節。我們無法保證我們現有的保單將足以覆蓋與我們的業務營運相關的所有潛在責任或風險。就有關潛在責任產生的損失或損害而言，如若我們的保險不能夠或不足以賠償，或倘若我們無法投購任何保險，我們的財務狀況及經營可能遭受不利影響。

控股股東對本公司擁有實質控制權，而其利益與其他股東的利益未必一致

[編纂]後，控股股東仍將保留對本公司的實質控制權。根據組織章程細則及公司法，控股股東仍將能夠對我們的業務及／或對我們而言屬重大的其他事宜以及在股東大會及董事會會議上對其他股東行使重大影響力。倘若控股股東的利益與其他股東的利益發生衝突，其他股東的利益可能受損害。

我們可能無法以及時及具成本效益的方式趕上數碼廣告行業的技術進步

由於信息技術的飛速發展，數碼廣告行業持續演變，令廣告商能夠享用創新及精確的廣告解決方案。新科技的出現勢不可擋，我們需要密切關注該等技術的發展，並利用可能提高我們的廣告產品及服務質量及／或業務效率的技術，以保持市場競爭力。

我們無法保證成功預測及篩選何種科技能最好地推動我們的業務，亦無法保證我們採用的新技術能滿足我們的客戶及／或我們的受眾的期望及偏好。此外，我們可能無法管理與適應此類新技術相關的技術、營運及財務風險。若我們未能適應被廣泛接受的新科技及／或未能以及時及具成本效益的方式適應有關新科技，我們的業務及財務表現可能遭受重大不利影響。

風險因素

與本次[編纂]有關的風險

股份並無過往公開市場，其流動性及市價可能波動

於[編纂]前，股份並無公開市場。[編纂]的初始[編纂]範圍及[編纂]將由[編纂]為其本身及代表[編纂]與我們釐定。[編纂]未必代表於[編纂]完成後股份的成交價。此外，概不保證(i)股份將形成活躍交投市場，或(ii)如若形成活躍交投市場，其在[編纂]完成後將會持續，或(iii)股份的市價不會跌至低於[編纂]。

控股股東或主要股東日後於公開市場出售大量股份可能對股份的現行市價造成重大不利影響

我們無法保證控股股東或主要股東日後在[編纂]完成後並且在彼等各自的禁售期屆滿後不會出售其持有的股份。我們無法預測任何控股股東或主要股東日後出售任何股份或任何控股股東或主要股東可出售的股份可能對股份的市價帶來的影響(如有)。任何控股股東或主要股東出售大量股份或市場認為彼等會出售大量股份，均可能對股份的現行市價造成重大不利影響。

股東的權益可能因日後額外股本集資而攤薄

視財務狀況而定，本集團日後可能需籌集額外資金用於擴充業務或新收購。集資可能涉及發行新股份或本公司其他股本相關證券但非按比例向現有股東發行。此外，任何該等新證券均可能較股份所附有者享有優先權利、優先權及／或特權。因此，股東於本公司的權益可能受到大幅攤薄。

過往股息不應用作本公司日後股息政策的參考

本集團就截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一止年度宣派股息約20.8百萬港元、34.0百萬港元及12.0百萬港元並已悉數結算。本集團於二零二三年三月亦宣派股息約10.0百萬港元，有關股息亦已悉數結算。投資者請留意，切勿將本公司的過往股息分派作為我們未來股息政策的指標，概不保證將宣派或派付的股息金

風險因素

額會等於或超過過往宣派的股息，甚或根本不會宣派或派付股息。宣派、派付任何進一步股息及其金額均由董事酌情建議，取決於(其中包括)我們的收益、財務狀況、現金需求、組織章程細則中規管宣派及分派的規定、適用法律及其他相關因素。

[編纂]的定價與買賣之間將存在一段時間間隔，於股份開始買賣時，[編纂]的價格可能低於[編纂]

預計股份的[編纂]將於[編纂]釐定。在股份交付之前，預期於[編纂]之後的較短期間內，股份將不會在聯交所開始買賣。因此，於該期間，投資者可能無法出售或以其他方式買賣股份。因此，由於不利的市場條件或其他不利的發展，於股份開始買賣時，股份價格可能低於[編纂]，這可能發生在[編纂]及股份開始買賣日期之間。

與本文件中所作陳述有關的風險

本文件中所載若干資料及統計數據未必可靠

本文件所載若干資料及統計數據部分摘錄自及源於各種來源(包括歐睿報告、各種政府官方來源及公開刊物)。我們相信該等資料及統計數據的來源適當，並且已在摘錄及轉載有關資料及統計數據時採取合理審慎措施。我們並無理由認為該等資料或統計數據屬錯誤或含有誤導成分，亦無理由認為任何事實遭遺漏而可能致使該等資料或統計數據屬錯誤或含有誤導成分。本公司、控股股東、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、或任何[編纂]、我們或彼等各自的任何聯屬人士、高級人員或代表或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實該等源自政府官方來源的資料，而該等人士亦不對其準確性或完整性發表任何聲明。

儘管我們在轉載該等源自政府官方來源的資料時已採取合理審慎措施，我們無法保證該等來源所載資料的準確度及可靠度。有關事實及統計數據未必與香港境內外編撰的其他資料一致，其亦可能不完整或不是最新。於各情況下，投資者應考慮所有該等資料及統計數據的可靠性及重要程度。

風險因素

投資者不應依賴報章或其他媒體所載有關本集團或[編纂]的任何資料

可能會有報章及媒體作出有關我們或[編纂]的報導，其中可能包括並無在本文件中出現的若干事件、財務資料、財務預測及有關我們的其他資料。我們並無授權披露並未載於本文件內的其他資料。我們不對任何此類報章或媒體報導承擔任何責任，亦不對任何此類資料或出版物的準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘本文件以外的其他刊物中出現的任何此類資料與本文件所載者不一致或有衝突，我們將不會就此負責。因此，潛在投資者不應該依賴任何有關資料。閣下在決定是否認購及／或購買股份時，應只依據本文件所載的財務、營運及其他資料。

有關本公司並非於香港註冊成立的風險

股東在保障彼等的利益方面可能面臨困難，因為本公司乃根據開曼群島法律註冊成立，且開曼群島保障少數股東的法律可能與香港或其他司法權區的法律有所不同

本公司為開曼群島公司，其公司事務受組織章程大綱及細則、公司法及開曼群島其他法律管轄。股東向董事採取行動的權利、少數股東採取行動及董事於開曼群島法律項下對我們的受託責任很大程度上受開曼群島普通法的規管。開曼群島關於保障少數股東利益的法律可能與香港及其他司法權區現行法規及司法判例有所不同。因此，本公司少數股東可以採取的補救措施，可能與彼等根據香港或其他司法權區的法律可以採取的補救措施不同。有關更多資料，請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍
----	----	----

執行董事

黃志輝先生	香港 梅道12號 嘉富麗苑 2座19樓B室	中國
-------	--------------------------------	----

李一培先生	香港 九龍何文田 常盛街28號 皓畋 三座26樓G室	中國
-------	--	----

范敏嫦女士	香港 黃泥涌峽道2號 怡園 5樓E室	中國
-------	-----------------------------	----

獨立非執行董事

鄭嘉裕女士	香港 九龍九龍塘 廣播道39號 偉錦園 1座6樓A室	中國
-------	--	----

麥錦釗先生	香港鴨脷洲 海怡半島 13座11樓A室	中國
-------	---------------------------	----

牛鍾洁先生	香港 淺水灣道101號 淺水灣花園大廈 G層C2室	中國
-------	------------------------------------	----

董事的進一步資料披露於本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

聯席保薦人

英皇企業融資有限公司
香港
灣仔
軒尼詩道288號
英皇集團中心23樓

力高企業融資有限公司
香港中環
皇后大道中29號
華人行
16樓1601室

[編纂]及[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]及[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港法律
陳文泰陳綺文律師行
香港
皇后大道中183號
中遠大廈
12樓1210室

有關香港租賃法律
陳聰先生(大律師)
香港中環
干諾道中15-18號
大昌大廈10樓

董事及參與[編纂]的各方

	<p>有關開曼群島法律 Conyers Dill & Pearman 香港 中環 康樂廣場8號 交易廣場1座29樓</p>
	<p>有關中國法律 大成律師事務所 中國 深圳福田區 深南大道1006號 深圳國際創新中心 A座3樓及4樓</p>
聯席保薦人及[編纂]的法律顧問	<p>有關香港法律 張葉司徒陳律師事務所 香港 灣仔 港灣道1號 會展廣場 辦公大樓23樓2302號</p>
核數師及申報會計師	<p>安永會計師事務所 執業會計師 註冊公眾利益實體核數師 香港 鰂魚涌英皇道979號 太古坊1座27樓</p>
行業顧問	<p>歐睿國際有限公司 香港 尖沙咀 廣東道15號 港威大廈5座 29樓</p>
估值師	<p>瑞豐環球評估諮詢有限公司 香港 灣仔 灣仔道83號 17樓</p>
[編纂]	[編纂]

公司資料

註冊辦事處	Cricket Square Hutchins Drive PO Box 2681 Grand Cayman KY1-1111 Cayman Islands
香港主要營業地點	香港 九龍觀塘 海濱道77號 海濱匯 1座8樓
公司網站	www.newmedialab.com.hk (本公司網站所載資料不構成本文件一部分)
公司秘書	廖雪盈女士 (香港公司治理公會及特許公司治理公會之會員) 香港 灣仔 軒尼詩道288號 英皇集團中心28樓
授權代表	范敏嫦女士 香港 黃泥涌峽道2號 怡園 5樓E室 廖雪盈女士 香港 灣仔 軒尼詩道288號 英皇集團中心28樓
審核委員會	麥錦釗先生(主席) 鄭嘉裕女士 牛鍾洁先生
提名委員會	鄭嘉裕女士(主席) 范敏嫦女士 牛鍾洁先生

公司資料

薪酬委員會

牛鍾浩先生(主席)
黃志輝先生
麥錦釗先生

企業管治委員會

范敏嫦女士(主席)
麥錦釗先生
鄭嘉裕女士
一名公司秘書事務職能代表
一名財務及會計職能代表

合規顧問

力高企業融資有限公司
香港
皇后大道中29號
華人行
16樓1601室

[編纂]

[編纂]

香港[編纂]

[編纂]

主要往來銀行

東亞銀行有限公司
香港
德輔道中10號

交通銀行(香港)有限公司
香港
中環
畢打街20號

行業概覽

本節所載資料及統計數據乃摘自歐睿國際有限公司（「歐睿」，為獨立第三方）就[編纂]而編製的獨立行業報告，包括來自不同官方政府機構刊物、公開市場調查及獨立供應商的其他來源的資料及統計數據。我們相信，本節所載資料的來源為該等資料的適當來源，並已合理謹慎摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬錯誤或含誤導成份，或遺漏任何重大事實以致該等資料屬錯誤或含誤導成份。概無本集團、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或任何涉及[編纂]的其他人士或其他方已獨立核實來自官方政府來源的資料，並無就其準確性發表聲明，且彼等並無就其準確性及完整性作出任何聲明。因此，本節所載來自官方政府來源的資料可能並不準確及不應過度依賴有關資料。

資料來源

我們已委託獨立第三方歐睿對香港廣告行業，以及香港網絡廣告及印刷廣告行業進行分析及報告。已就編製該報告而向歐睿支付合共86,500美元的費用。

研究方法

在編製歐睿報告時，歐睿透過以下方式獲得並收集資料及情報：(i)進行案頭研究；(ii)通過採訪領先的行業參與者及專家進行初步研究。本節載列的資料及統計數據均摘自歐睿報告。

預測基準及假設

歐睿根據以下假設編製歐睿報告：(i)經計及COVID-19疫情的影響及其他外部因素，預期香港經濟於預測期間將保持穩定復甦；(ii)經計及二零一九年的社會動盪及二零二零年至二零二二年COVID-19疫情的影響，預期香港的社會、經濟及政治環境於預測期間將穩定復甦；(iii)於預測期間，預期主要市場推動因素(如電子商務的滲透率)將促進香港網絡廣告市場的發展；(iv)主要市場推動因素(包括智能手機擁有率及花費於數碼設備的時間)可能於預測期間推動香港網絡廣告市場的增長；及(v)自二零二三年三月起有關資料並無不利變動。

行業概覽

廣告行業的範圍

廣告行業界定為網絡、戶外、印刷、電視及電台及其他廣告分部的集合。其包括創作媒體及廣告內容、投放廣告內容、規劃於各種媒體平台的廣告策略以及其他策略服務，包括搜索引擎優化、社交媒體營銷及其他有關增值服務。

- **網絡廣告**界定為一種營銷及廣告形式，其使用互聯網向消費者傳遞推廣營銷信息。其包括電子行銷(eDM)、搜索引擎優化(SEO)、社交媒體營銷、多種類型的展示廣告(包括網頁橫幅廣告)及流動廣告。
- **戶外廣告**指將廣告內容(印刷及視頻內容)投放於任何類型的戶外廣告平台，包括廣告牌、巴士候車站、巴士、計程車及商業車輛內部及外部以及貼於實體場所外部的標牌。
- **印刷廣告**指創作及投放於任何類型的出版物(如報章、雜誌、小冊子或直郵)的實體印刷廣告內容。
- **電視及電台廣告**指由廣告商製作及付費的一系列電視節目，當中嵌入廣告內容。其涉及三項主要工作：創作電視廣告、於電視投放廣告及計量廣告活動的成效；而電台廣告指廣告商製作及付費的一系列電台節目，當中嵌入廣告內容。其涉及三項主要工作：創作電台廣告、於電台投放廣告及計量廣告活動的成效。

香港廣告行業概覽

香港廣告行業由二零一七年的294億港元增長至二零一八年的319億港元，與香港經濟增長一致，實質本地生產總值於二零一八年增長2.8%。於二零二零年初，儘管於二零一九年出現的社會動盪開始穩定，惟COVID-19疫情爆發對香港的經濟狀況及廣告行業帶來負面影響。由於香港企業需要減少非必要的開支以應付經濟及營商環境惡化所帶來的不利影響，因此對廣告開支的需求已下跌。企業也需要更多時間來消化社會動盪及COVID-19疫情帶來的變化，以便調整廣告策略，獲得更具成本效益的成果，從而進一步克制二零二零年的整體廣告支出。因此，廣告行業於二零二零年縮減至209億港元，較二零一九年的290億港元下降28.2%。於二零二一年，隨著經濟及消費活動增加，香港廣告業逐漸復甦，錄得收益276億港元及較二零二零年錄得的209億港元增長

行業概覽

32.2%。儘管疫情復甦仍在持續，於二零二二年，廣告行業因各種全球事件的負面影響及供應鏈中斷略微縮減至269億港元。整體而言，廣告行業仍遠遠落後於其疫情前的規模，於二零一八年至二零二二年的過往期間的複合年增長率為負4.2%。

下表載列香港廣告行業按分部劃分於二零一八年至二零二二年的收益及於二零二三年至二零二七年的收益預測：

表1 香港廣告行業(二零一八年至二零二七年預測)*

十億港元	二零一八年	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二二年	複合年增長率
						二零一八年至 二零二二年
廣告行業	31.9	29.0	20.9	27.6	26.9	-4.2%
網絡	12.1	11.0	9.3	12.5	12.6	1.0%
戶外	6.1	6.5	3.4	4.6	4.5	-7.3%
印刷	7.2	6.0	3.9	4.5	4.0	-13.5%
電視與電台	6.3	5.4	4.2	5.9	5.7	-2.5%
其他#(百萬港元)	145.9	98.8	7.9	20.0	26.9	-34.5%
十億港元	二零二三年	二零二四年	二零二五年	二零二六年	二零二七年	複合年增長率
	預測	預測	預測	預測	預測	二零二三年 預測至 二零二七年 預測
廣告行業	29.8	32.5	35.0	37.2	39.6	7.3%
網絡	14.9	17.2	19.4	21.2	23.0	11.4%
戶外	5.1	5.7	6.4	6.9	7.4	9.7%
印刷	3.9	3.7	3.4	3.2	3.1	-5.0%
電視與電台	5.9	5.8	5.7	5.8	5.9	-0.1%
其他#(百萬港元)	36.4	44.0	48.1	51.3	52.9	9.8%

資料來源：歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計；二零二二年香港廣告支出報告，AdmanGo；二零二二／二三年WARC廣告支出展望。

* 二零二三年至二零二七年數字乃以歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計為基礎的預測數據

其他大部分包括電影院廣告

香港的廣告活動與整體經濟及營商環境高度一致。因此，整體經濟及營商環境越好，越有利於企業於市場營運，從而產生於廣告活動分配預算並擴展業務的進一步需求。

在各個廣告分部中，於二零一八年至二零二二年的過往期間，戶外、印刷及電視以及電台廣告分部分別錄得7.3%、13.5%及2.5%的負複合年增長率。其他廣告大部分

行業概覽

包括電影院廣告，於二零一八年至二零二二年錄得複合年增長率為負34.5%。這主要由於二零一九年社會動盪及後COVID-19疫情的影響。香港電影院被迫長期關閉，電影院上座率大幅下降，對其廣告收益造成至為嚴重的影響。與廣告行業的總收益普遍下降及總複合年增長率為負4.2%相反，網絡廣告分部於同期錄得1.0%的正複合年增長率。網絡廣告分部的增長主要歸因於(i)科技進步及高互聯網普及率；及(ii)電子商務市場的快速增長是網絡廣告的主要驅動力。

經歷超過三年COVID-19疫情後，香港最終解除所有旅行限制及防疫措施，預計整體消費開支將於預測期間復甦並增長，由二零二三年20,020億港元增至二零二七年24,689億港元，複合年增長率為5.4%。

消費力復甦的預期勢頭亦推動預測期間香港預期廣告開支。

與過往期間表現類似，進行中的廣告行業數碼化轉型，以及香港對數碼科技精通的一代人，預期將在預測期間進一步增長，預期線上媒體錄得複合年增長率11.4%的雙位數增長，由二零二三年149億港元增至二零二七年230億港元。至二零二七年，預期線上媒體將對整個廣告行業貢獻約58%及成為廣告商與目標消費者保持聯繫的主要媒體平台。與線上媒體相比，預期傳統媒體（例如電視及電台）於預測期間錄得複合年增長率為負0.1%及預期印刷媒體於預測期間錄得複合年增長率為負5.0%。預期廣告行業的預測7.3%複合年增長率乃由自傳統媒體向線上媒體的需求轉變而帶動。

二零二二年下半年旅遊限制及保持社交距離措施的解除亦會為戶外及其他媒體帶來復甦的動力，於預測期間按複合年增長率9.7%及9.8%增長，由二零二三年的51億港元及36.4百萬港元分別增至於二零二七年74億港元及52.9百萬港元。

在香港，季節性是營銷人員及廣告商在決定一年的廣告支出分配時所考慮的一個眾所周知的因素。傳統上，第四季度包括聖誕節等節日，為廣告商分配大量廣告支出的時間。在眾多節日中，聖誕節被認為是對香港大多數廣告商而言最重要的一段期間，彼等將廣告預算的很大部分用於促進銷售額。聖誕節的互送禮物傳統成為消費者購物的強大動力，因此使其成為最受廣告商歡迎以規劃及開展廣告活動的節假日。另一方面，快速增長的電子商務趨勢影響季節性，廣告商把廣告支出的重點放在每個曆年的第四季度，因為每年十一月十一日都會舉行著名的「雙十一購物節」電子商務促銷活動。

行業概覽

除二零一九年下半年的香港社會動盪導致廣告支出大幅減少外，香港的整體消費氛圍一直受到上述第四季度季節性因素的影響。根據歐睿定制研究，於二零一八年至二零二二年期間(惟二零一九年因上述原因除外)，每年第四季度香港的整體廣告支出佔全年廣告支出的比重最大，介乎24.8%至29.4%之間，反映在過往期間第四季度佔據香港消費者較高消費潛力。

COVID-19疫情對香港的影響

於二零二零年初，在社會動盪開始平息時，COVID-19疫情爆發對香港經濟狀況及廣告行業環境造成進一步破壞。於二零二零年，實質本地生產總值及消費開支分別減少6.1%及9.7%。於二零二零年，在報章、雜誌、書籍及文具方面的消費開支亦錄得14.6%減幅。

根據威朋大數據集團(一間專注於流動數據分析營銷解決方案的大數據公司)發佈的《From Data To Insights》報告，自COVID-19疫情爆發以來，香港商業區(例如中區及西區)的人流量於二零二零年首宗COVID-19確診病例爆發之後立即大幅下降，意味著香港人整體上減少前往商業區，而大多數戶外廣告內容位於該等商業區。同樣，與COVID-19爆發前時期相比，平日不外出的流動用戶比例於疫情爆發後增加25.6%。該等觀察證實，於二零二零年，COVID-19疫情導致實際人流量減少。

COVID-19疫情引發的封鎖加速食物配送服務及線上購買個人衛生產品。於COVID-19疫情期間，香港政府推出若干保持社交距離措施以減少人員聚集及阻止病毒傳播。該等措施包括封鎖有感染病例的指定樓宇或地區、設定社交聚會的人數上限、限制食肆進餐時間及對抵港人士強制實施隔離措施。

該等措施減少線下消費並鼓勵透過線上渠道購買及促進香港電子商務市場若干分部的增長。香港電子商務市場由二零一八年的854億港元增至二零二一年的1,360億港元，複合年增長率為16.8%。

儘管預計傳統廣告平台的廣告支出放緩，於預測期間，香港日益增長的電子商務市場將廣告支出的需求從傳統廣告轉向線上及社交媒體廣告。

行業概覽

二零二一年年中自疫情中局部復甦推動廣告支出的勢頭

於二零二一年第一季度實施封鎖措施後，香港消費者已適應COVID-19疫情，開始「恢復常態」。隨著確診的冠狀病毒病例減少，以及於二零二一年三月疫苗的推出，商場及寫字樓的人流量亦有所恢復。鑒於社會活動的部分恢復，廣告商(尤其是奢侈品及化妝品品牌商)開始恢復彼等延遲的廣告預算，推出大規模的營銷活動，以吸引消費者進行消費。

廣告支出的恢復成功提升二零二一年第二季度的整體零售業銷售收益。廣告商隨後繼續將其廣告支出分配至二零二一年第三季度，進一步加快香港整體廣告支出的復甦，導致二零二一年的廣告支出較二零二零年同比快速增長32.2%。

第五波COVID-19疫情為廣告業帶來機遇及威脅

於二零二一年十一月COVID-19疫情的首宗奧密克戎變異株病例確診，最終導致二零二二年一月第五波疫情爆發。鑒於疫情的發展，香港政府制定一系列預防措施，包括保持社交距離規則及「疫苗通行證」安排，只有接種過COVID-19疫苗的人士方獲准進入指定場所。香港企業以及主要廣告商透過將彼等的重點轉移至線上零售及網絡廣告，減少對線下零售及傳統廣告解決方案的依賴。同樣，香港消費者經歷居家辦公，以及指定場所被關閉，不得不依賴電子商務平台購買雜貨及非雜貨產品以滿足彼等的日常需要。第五波疫情即時削弱消費者的情緒，但香港消費者最終會再次適應「新常態」。

香港消費開支及廣告支出已自二零二二年五月的第五波疫情中復甦。香港廣告商並無減少廣告支出，而是將預算轉移至本年度下半年，以抓住潛在的復甦。

在經濟復甦的推動下，香港的廣告支出亦於二零二二年下半年錄得局部復甦，於二零二二年六月至十二月錄得約151億港元。總體而言，香港廣告支出較上年度略微下降2.5%，乃由於二零二二年下半年的強勁復甦減輕了跌幅。

預計廣告商將繼續將廣告支出轉向網絡廣告解決方案，因為線上媒體平台於近期內不大可能受到任何潛在新一波疫情的影響，從而有利於網絡廣告代理公司。

行業概覽

於預測期間，香港不斷增長的電子商務市場亦將使廣告支出的需求從傳統廣告轉向網絡及社交媒體廣告。

預計二零二三年廣告支出將全面恢復

誠如香港財政司司長所預測，預計香港經濟於二零二三年實現強勁復甦。預計截至二零二三年底，香港本地生產總值將達到30,342億港元，較二零二二年增長6.2%並將繼續表現出強勁的增長勢頭，預計由二零二三年至二零二七年的複合年增長率為5.0%。

具體而言，預計香港旅遊業及零售業將在二零二三年出現大幅增長，因為隔離措施於二零二二年第四季度取消，中國在二零二三年初重新通關，所有保持社交距離措施(包括在公共場所強制佩戴口罩)在二零二三年三月取消。此外，香港旅遊發展局正在推動一艘新的限量版郵輪於二零二三年十月二十八日啟航，以宣傳香港並幫助促進行業復甦。因此，酒店業有望從復甦中受益，惠譽預測，截至二零二三年底，酒店入住率將上升至70%。根據Euromonitor Passport Data，預計二零二三年遊客在港消費將達到131.799億港元。金融業亦有望在二零二三年實現復甦，惠譽預測，證券公司的盈利將從市場低迷中恢復。

因此，預期自二零二三年起，廣告支出將全面恢復，預計二零二三年的廣告支出為298億港元。自二零二四年起，預計市場將持續增長，進一步超越疫情前的水平，於二零二七年達到396億港元。於預測期間，香港不斷增長的電子商務市場亦將廣告支出的需求由傳統廣告轉移至網絡及社交媒體廣告。預計網絡廣告(疫情期間的強大市場推動力)亦將繼續增長，預測期間的複合年增長率為11.4%。尤其是，產品展示及社交將可能成為網絡廣告的主要驅動力，自二零二三年至二零二七年的預測複合年增長率分別為13.7%及12.3%。

香港互聯網及數碼設備格局

香港互聯網用戶由二零一八年的6.5百萬名增至二零二二年的6.8百萬名，複合年增長率為1.7%。考慮到香港有7.5百萬人口的事實，6.8百萬名互聯網用戶相當於高達91.3%的滲透率，意味著超過90%的人口可瀏覽線上媒體內容。

於香港市民普遍擁有的數碼設備中，智能手機為最受歡迎的設備類型。於二零二二年，每個家庭智能手機擁有率達99.6%，遠高於筆記本電腦、台式電腦及平板電腦等其他數碼設備，相關擁有率分別為71.2%、75.1%及71.8%。

行業概覽

表2 香港互聯網及數碼設備總覽(二零一八年至二零二七年預測)*

港元	二零一八年	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二二年	複合年增長率
						二零一八年至 二零二二年
互聯網用戶(千名)	6,492.0	6,632.9	6,697.5	6,831.4	6,906.2	1.6%
互聯網滲透率(%)	90.5	91.7	92.8	93.7	91.3	0.2%
數碼設備擁有率(%)						
筆記本電腦	69.7	72.4	74.9	77.3	71.2	0.5%
台式電腦	81.4	82.2	82.9	83.6	75.1	-2.0%
智能手機	99.1	99.3	99.4	99.5	99.6	0.1%
平板電腦	64.4	67.4	70.0	72.4	71.8	2.8%
						複合年增長率
						二零二三年 預測至 二零二七年 預測
港元	二零二三年 預測	二零二四年 預測	二零二五年 預測	二零二六年 預測	二零二七年 預測	二零二七年 預測
互聯網用戶(千名)	6,994.0	7,083.3	7,161.8	7,223.4	7,279.5	1.0%
互聯網滲透率(%)	92.2	93.0	93.8	94.3	94.9	0.7%
數碼設備擁有率(%)						
筆記本電腦	71.6	71.8	72.0	72.1	72.2	0.2%
台式電腦	74.4	73.9	73.5	73.2	72.9	-0.5%
智能手機	99.6	99.7	99.7	99.8	99.8	0.1%
平板電腦	71.1	70.6	70.2	70.0	69.7	-0.5%

資料來源：Euromonitor Passport Database、Digital Consumer (二零二三年版)

* 二零二三年至二零二七年數字乃以Euromonitor Passport Database、Digital Consumer (二零二三年版)為基礎的預測數據

香港的電子商務市場已由二零一八年的854億港元增至二零二一年的1,360億港元，複合年增長率為16.8%。於所有數碼設備中，智能手機仍為香港進行電子商務交易的主要窗口。於過往期間，透過智能手機設備進行的電子商務交易由二零一八年的490億港元增至二零二一年的876億港元，錄得21.3%的雙位數複合年增長率。於二零二二年，香港電子商務市場價值為1,836億港元及透過智能手機設備進行的交易佔電子商務市場總額的65.4%。由於電子商務市場快速增長，廣告行業參與者已為其網絡廣告解決方案及能力方面分配更多資源，以幫助其客戶公司透過線上及社交媒體營銷活動更精準地覆蓋其目標消費者。因此，廣告總支出已由傳統媒體廣告(包括印刷、電台及電視)轉向網絡廣告。

行業概覽

香港社交媒體格局

隨著香港數碼格局的發展，社交媒體網站在這段過往期間亦獲得關注。於二零二二年，領先社交媒體網站如Facebook、YouTube及Instagram的平均每月活躍用戶為5.1百萬名、5.2百萬名及3.1百萬名，在香港人口中的滲透率分別為69.1%、70.5%及41.4%。平均每月活躍用戶指一個月內與前述社交媒體網站互動的獨立用戶數目，有關數目於每個社交媒體網站會有重疊，這意味著每月活躍用戶總數目或會超過香港人口總數，因此，就社交媒體網站按每月活躍用戶劃分市場份額較為含糊，無法獲取準確數字。

在領先社交媒體網站中，Facebook仍為香港最具影響力平台之一，不僅因為其每月平均活躍用戶與其同行相比於二零一八年至二零二一年最高及於二零二二年排名第二，而且可透過在其平台上投放包括文本、照片、視頻、動圖等混合類別的內容，使其成為香港不可替代的社交媒體平台。這亦解釋其在廣告內容投放平台的強大影響力。

高滲透率意味著在該等社交媒體網站上投放的廣告能接觸香港大部分人口，因此是為商戶的商品及服務進行廣告宣傳的有效方法。Facebook及Instagram已成為電子商務的通道，透過彼等的Instagram Shop及Facebook Shop功能進一步推廣香港的電子商務市場。YouTube已成為世界上最受歡迎的視頻串流媒體平台，作為提供廣告內容，甚至提供消費者線上體驗的互動廣告視頻的門戶，在商戶中亦越來越受歡迎。

除Facebook及Instagram等社交媒體平台外，過去十年，諸如LinkedIn的社交媒體網絡及招聘平台的混合體在香港亦開始流行起來，因為競爭激烈的就業市場創造一種可將招聘者及求職者專業地聯繫起來的互動式社交網絡平台的需求。這解釋了LinkedIn作為香港受歡迎社交媒體網站的領先地位。

除五大領先社交媒體網站外，於二零二二年，香港並無其他網站擁有與其比較每月活躍用戶數量可被列為具影響力的平台。

根據社交媒體管理平台Hootsuite及全球社交創意機構We Are Social於二零二三年二月發佈的Digital 2023: Hong Kong報告，社交媒體網站位列香港最常訪問網站，按每月平均流量計，Facebook及YouTube位列香港最常訪問網站第二位及第四位，平均每次訪問時間分別為21分鐘及9分鐘。這表明在該等社交媒體平台投放廣告強大的潛力，這亦解釋了香港社交媒體廣告的迅速增長。

行業概覽

表3 香港領先社交媒體網站(二零一八年至二零二七年預測)，平均每月活躍用戶(千名)

排名	社交媒體網站	二零一八年	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二二年	複合年增長率 二零一八年至 二零二二年	平均每月 活躍用戶佔 人口比例* (二零二二年)
1	YouTube	4,840.3	5,022.3	5,060.9	5,107.7	5,222.5	1.9%	70.5%
2	Facebook	5,249.6	5,431.9	5,123.3	5,201.1	5,117.7	-0.6%	69.1%
3	Instagram	2,660.3	2,282.0	2,769.3	2,916.8	3,064.5	3.6%	41.4%
4	LinkedIn	1,536.6	2,053.4	2,223.5	2,361.6	2,900.3	17.2%	39.2%
5	Twitter	442.5	474.5	750.0	772.9	888.8	19.0%	12.0%

資料來源：Euromonitor International Digital Consumer (二零二二年版)

排名	社交媒體網站	二零二三年 預測	二零二四年 預測	二零二五年 預測	二零二六年 預測	二零二七年 預測	複合 年增長率 二零二三年 預測至 二零二七年 預測	平均每月活躍 用戶佔 人口比例* (二零二七年)
1	YouTube	5,298.9	5,331.2	5,356.9	5,408.9	5,450.3	0.7%	72.5%
2	Facebook	5,178.4	5,198.9	5,205.7	5,214.4	5,221.8	0.2%	69.5%
3	Instagram	3,076.4	3,237.4	3,469.3	3,530.1	3,651.3	4.4%	48.6%
4	LinkedIn	2,964.4	3,120.2	3,234.2	3,410.0	3,531.4	4.5%	47.0%
5	Twitter	890.8	987.4	1,054.2	1,065.6	1,104.6	5.5%	14.7%

* 平均每月活躍用戶與人口比例的計算法是將香港某個社交媒體網站的平均每月活躍用戶除以香港總人口。二零一八年至二零二二年的歷史人口數據摘自香港特別行政區政府統計處。二零二三年至二零二七年的人口預測是由歐睿根據宏觀經濟趨勢(如出生率及移民)估計得出。

資料來源：Euromonitor International Digital Consumer (二零二三年版)；Hootsuite數碼二零二二年：香港報告；Meta二零二二年第四季度盈利報告；Alphabet Inc.二零二二年第四季度及財政年度盈利報告；微軟二零二二財政年度第四季度盈利報告；Twitter Inc.二零二二年第二季度業績；歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計。

儘管Facebook的平均每月活躍用戶於二零二零年錄得5.7%的減少，Instagram(由Facebook的母公司Meta Platforms, Inc.擁有的另一領先社交媒體平台)於二零二零年錄得其平均每月活躍用戶增加21.4%。於二零二零年，平均每月活躍用戶由Facebook轉向Instagram並未對Meta Platforms在香港的市場地位造成不利影響。Facebook及Instagram的平均每月活躍用戶總數由二零一九年的7.7百萬名持續增長至二零二零年的7.9百萬名，顯示因COVID-19疫情這一年內用戶基數擴大。於二零二一年，所有平台的平均每月活躍用戶錄得反彈，Facebook、YouTube及Instagram分別錄得1.5%、0.9%及5.3%的增長。目前，前兩者於二零二二年在香港分別吸引了5.1百萬名及5.2百萬名平均每

行業概覽

月活躍用戶，而Instagram則吸引了約3.1百萬名每月活躍用戶。於二零二二年，所有平台的平均每月活躍用戶均錄得增長，惟Facebook例外，較過往年度輕微減少1.6%，但Facebook及Instagram的合計平均每月活躍用戶增至8.2百萬名。於二零二二年，Facebook在香港的每月平均活躍用戶減少最直接原因是二零二一年的數據洩露事件，Facebook因未採取足夠行動防止應用程式存取客戶數據面臨指責，對整體用戶信心造成負面影響。然而，在數據洩露事件平息後，預期Facebook的每月平均活躍用戶將在預測期間增長。受益於香港龐大的用戶群體，預計Facebook、YouTube及Instagram在預測期間仍為香港主導社交媒體網站。與YouTube相比，Facebook及Instagram提供的互動內容更能吸引受眾，在廣告商中更受歡迎。此外，於網絡廣告領域，與具有相似瀏覽次數的非視頻內容相比，發佈視頻內容的成本更高。與大多數廣告內容為視頻內容的YouTube相比，Facebook及Instagram的平台均可適用於視頻及非視頻內容，為廣告需求提供多元化的定價。該種於內容類型及定價方面的靈活性使Facebook及Instagram成為香港廣告商的有利平台。考慮到二零二二年Facebook及Instagram在香港的平均每月活躍用戶總數為8.2百萬名，內容中嵌入的互動功能，以及兩家領先社交媒體網站提供的廣告解決方案的多元化定價，對於香港廣告商而言，依賴Facebook及Instagram作為投放廣告內容的主要平台以及提供廣告解決方案(包括推廣服務)屬行業慣例。

COVID-19疫情的現實鼓勵消費者更多參與即時串流直播，這被視為在保持社交距離期間，尤其是隔離期間，消費者度過休閒時間的理想方式。Instagram的互動功能可讓受眾或粉絲提出問題，在內容擁有人的故事中添加標籤，因此預計Instagram在預測期間的增長速度將超過Facebook及YouTube。

LinkedIn也有類似功能，用戶可在該平台上收集意見，預計該平台在預測期間將繼續按較Facebook及YouTube更快的速度增長，但與其歷史增幅相比，增長會放緩。這是因為LinkedIn在香港的目標受眾是工作人口，包括就業及失業人士。相比之下，Facebook、YouTube、Instagram及Twitter的目標受眾是能透過數碼設備訪問互聯網平台的受眾。目標受眾的差異限制了LinkedIn於預測期間在香港的增長。

美國微博及社交網絡平台Twitter於過往期間在香港的每月活躍用戶增長率達到雙位數，預計在預測期間的複合年增長率將放緩。這主要由於缺乏互動內容功能，使其在香港市場中落後於Facebook及Instagram。

然而，在選擇舉辦廣告活動的平台時，廣告商並無傾向於某一平台，對社交媒體平台的粘性較低。當廣告商及／或廣告代理公司選擇最合適的社交媒體平台投放廣告時，須考慮的主要因素包括該平台的受眾數目、受眾類別、平均轉化率、投放廣告的

行業概覽

收費，以及是否提供增值服務，例如推廣服務。特別是，廣告商及／或廣告代理公司非常重視該等社交媒體平台的受眾是否與其本身產品及服務的目標客戶相匹配。

近年來，人們越來越關注個人私隱。於二零二二年，蘋果及谷歌均已調整彼等的私隱政策，以應對該意識的增強。一些用戶已選擇退出行為跟蹤，並隱瞞彼等的個人資料。該等變化對媒體平台產生一定程度的影響，特別是對那些較小的平台。然而，根據業內人士的業界面談，廣告商不太關心私隱政策的變化；彼等仍傾向於選擇較大規模的平台，如Facebook及YouTube，該等平台在人工智能技術方面有更多經驗及專業知識，可迅速適應私隱條款的任何變化並幫助廣告商利用人工智慧優化跟蹤。

香港網絡廣告行業市場概覽

網絡廣告行業的產品及服務概覽

隨著數碼世界的急速轉型，香港的媒體及廣告行業於過往期間的結構有所改變，轉以不同方式向目標客戶投放營銷內容及訊息。越來越多的行業從業者擴大其向廣告商提供網絡廣告服務及解決方案的能力，而該等廣告商尋求更定制化及互動的內容以更好地鎖定彼等的客戶群。

香港網絡廣告行業在過往期間呈現1.0%的複合年增長率，期間抵受了二零一九年社會動盪以及二零二零年、二零二一年及二零二二年COVID-19疫情爆發所帶來的巨大影響。於二零二二年，網絡廣告行業錄得126億港元的市值，超出疫情前的水平。此前錄得連續兩年的減少，於二零一九年因社會動盪下降9.0%，而於二零二零年則因保持社交距離及封鎖措施而下降15.5%。

然而，從傳統廣告到網絡廣告的行業轉變繼續進行，於二零二一年強勁反彈34.8%及於二零二二年保持穩定。香港網絡廣告行業的總體增長儘管很小，但與過往期間其他廣告行業的市值下降形成鮮明對比。

廣告代理公司作為行業專業機構，為廣告商提供廣告內容的諮詢、構思、策劃、設計及創作等服務。廣告代理公司擁有制定定制廣告解決方案的知識及經驗，以就廣告商的營銷策略提供意見，並為廣告商制定廣告解決方案，以更具成本效益的方式達致其營銷目標，在香港廣告行業起重要作用。鑒於廣告代理公司在發起、管理及推行廣告活動方面具有專業知識，較大規模的廣告商傾向於聘請廣告代理公司協調其廣告活動。

行業概覽

由於廣告代理公司的主要作用是為廣告商的產品、品牌及目標客戶度身定制廣告及營銷內容及活動。因此，廣告代理公司仍是廣告商在尋找合適的廣告公司時可以依賴的關鍵代理人。預期於可見未來，廣告代理公司(作為不同廣告商的代理人)將繼續為該行業的回頭客，成為主要的收益來源。

香港主要網絡廣告分部

香港網絡廣告行業有四個主要分部。彼等為展示、社交、創意與製作以及策略服務。

產品展示或展示廣告為最受歡迎的線上營銷類型之一，廣告商可向網絡廣告代理公司付款，以於指定平台或向指定目標客戶展示廣告內容。有關展示廣告分為靜態、動畫、視頻至互動多種。

社交或社交媒體廣告為網絡廣告行業各領域中的後起之秀。這是指於社交媒體平台向用戶投放的廣告。香港社交媒體平台的高滲透率令其成為過往期間該行業增長最快的分部。於預測期間，香港社交媒體的發展將繼續推動網絡廣告行業的增長，尤其是社交廣告。首先，社交媒體平台的滲透率不斷提高，成為社交廣告增長的堅實基礎。自二零二二年至二零二七年，香港所有五個領先的社交媒體平台的每月平均活躍用戶預計均出現增長。預計LinkedIn及Instagram將錄得最強勁的增長率，分別為20%及17%。其次，社交媒體為廣告商提供了基於人口統計學、興趣、行為及地理位置確定目標受眾的能力，所有該等因素對廣告活動的成功至關重要。諸如Facebook、Twitter、Instagram及LinkedIn等社交媒體平台，與其他類型的網絡廣告相比，廣告商有豐富的受眾定位選項，這可能會使廣告商越來越青睞社交媒體而非傳統及其他網絡廣告形式。第三，預計於預測期間，用戶生成內容的收益將大幅增長，廣告商通過將用戶生成內容納入彼等的廣告活動來利用這一趨勢，但由於其仍為一個相對較新的趨勢，收益基礎較小，儘管預期其將快速增長，但仍不太可能對當前廣告平台產生任何重大影響。

創意與製作指網絡廣告代理公司向廣告商提供的服務，從製作各類線上內容至制定全面營銷活動。

策略服務指所有其他與整體營銷及廣告活動相關的廣告服務。此包括意見領袖(KOL)營銷、搜索引擎優化(SEO)、轉化率優化(CRO)、線上聲譽管理(ORM)等。有關服務令網絡廣告代理公司可優化現有廣告內容及活動的效率及成果。

行業概覽

表4 香港網絡廣告行業(二零一八年至二零二七年預測)*

十億港元	二零一八年	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二二年	複合年增長率	
						二零一八年至二零二二年	二零二三年預測至二零二七年預測
網絡廣告行業	12.1	11.0	9.3	12.5	12.6	11.4%	11.4%
產品展示	5.5	3.4	1.6	3.1	3.2	-13.1%	13.7%
社交	2.3	2.9	3.9	4.7	4.7	19.8%	12.3%
創意與製作	2.3	2.5	2.1	2.6	2.6	4.0%	12.0%
策略服務	2.0	2.3	1.7	2.1	2.1	0.9%	4.6%

資料來源：歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計；二零二二年香港廣告支出報告，AdmanGo；二零二二／二三年WARC廣告支出展望。

* 二零二三年至二零二七年數字乃以歐睿根據客戶研究及業界面談作出的估計為基礎的預測數據

廣告位定價

在網絡廣告行業，社交網絡或網絡廣告平台的一個廣告位或一篇單獨的帖文的價格視乎可接觸目標受眾的人數及視覺空間而有所不同。社交媒體廣告方面，倘廣告商希望彼等的現有帖文能在特定期間接觸特定受眾群體，則可就帖文提供推廣服務。該等帖文推廣成本取決於整體曝光率、美術要求，以及可能會因推廣而對提高曝光率產生影響的許多因素。

根據歐睿的定制研究，廣告商在網絡廣告平台發佈一篇單獨的帖文及推廣服務的成本在過往期間保持穩定。於發生社會動盪及COVID-19疫情爆發期間，由於需求從傳統廣告轉向網絡廣告，價格範圍受該等事件影響較微，因此保持穩定。

行業概覽

香港網絡廣告行業是一個分散及具競爭性的市場，預期對網絡廣告解決方案日益增加的需求，會被行業的高度競爭所抵銷，因此廣告位價格範圍的增長會跟隨預期通脹在預測期間的趨勢。

網絡廣告行業成本分析

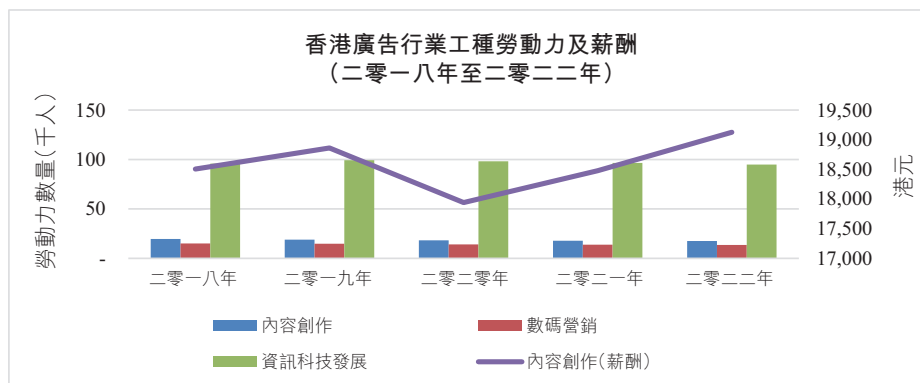
員工及製作成本為網絡廣告行業的兩個主要成本項目

為應對迅速發展的網絡廣告解決方案，數碼營銷人員、內容創作人員及資訊科技專家為保持廣告行業運作的三種主要勞工類型。與廣告行業的其他子行業相比，網絡廣告行業的資本密集程度相對較低，原因為相較傳統廣告行業(如印刷及廣播廣告)，線上內容的製作、創作及展示所需的實際空間較少，或甚至不需要實際空間，這表示辦公空間及存儲設施不再為主要成本推動因素。

根據職業訓練局的人力調查及JobsDB的二零二一年薪酬調查報告，以及歐睿進行的客戶研究，香港內容創作者的平均月薪由二零一八年的18,506.6港元上升至二零二二年的19,125.7港元，於過往期間錄得0.8%的複合年增長率。所有主要工種的勞工數量的穩定趨勢以及香港內容創作者的穩定薪酬趨勢，表示在香港該行業主要勞動力有穩定供應，因此員工成本在過往期間相對穩定。

根據歐睿進行的定制調查，香港資訊科技開發人員(包括資訊科技開發及軟件編程人員)的平均月薪由二零一八年的29,527.4港元增至二零二二年的35,105.3港元，於過往期間的複合年增長率為4.4%。資訊科技開發人員的角色包括但不限於整個資訊科技項目過程中的規劃、測試、分析、編程及許多其他活動。職業訓練局進行的創新及科技業人力調查顯示，香港對資訊科技發展人力需求不斷增長，尤其是數碼創意部門，解釋了薪金上漲的原因。調查顯示資訊科技及通訊服務機構的數碼創意部門全職僱員及自由職業者人數由二零一八年的560名增至二零二二年的736名，錄得31.4%的增長。

行業概覽



資料來源：Euromonitor Passport、香港特別行政區政府統計處、Euromonitor Passport Data、國際貨幣基金組織(IMF)，二零二二年人力調查－職業訓練局及JobsDB的二零二一年薪酬調查報告

網絡廣告行業競爭格局

本地網絡及充滿活力的廣告商將市場上競爭力較弱的企業淘汰

如上文所述，受COVID-19疫情影響及香港不斷變化的數碼環境，使廣告商的需求進一步從傳統廣告轉向網絡廣告，且只有經驗豐富熟悉本地市場並有能力提供傳統及網絡廣告混合解決方案的廣告代理公司才能應對這種動態需求。

下表載列香港網絡廣告代理公司的主要市場從業者：

表5 二零二零年香港領先網絡廣告代理公司排名(前五名)

排名	公司名稱	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)	[編纂]地位	公司概況
1	公司A	283.1	3.0	上市	公司A為一間香港報章、雜誌及書籍出版商。其出版物主要專注於金融及商業並涉足資訊科技及時尚生活方面。
2	NMG Ltd.	180.3	1.9	私營	
3	公司B	170.5	1.8	上市	公司B為一間香港媒體及出版公司。其於印刷及線上媒體平台提供廣告服務。

行業概覽

排名	公司名稱	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)	[編纂]地位	公司概況
4	公司C	148.0	1.6	上市 (於二零二三年一月被除牌)	公司C為一間香港及台灣報章及雜誌出版商。其提供報章及雜誌內容的付費訂閱服務並透過線上及印刷媒體平台提供新聞及媒體內容。該公司於二零二一年十二月收到清盤令。
5	公司D	107.5	1.2	上市	公司D為一間香港出版公司，出版報章、雜誌及視頻內容。該公司亦開設財經資訊網站及流動應用程式，在香港提供實時財經資訊。

表6 二零二一年香港領先網絡廣告代理公司排名(前五名)

排名	公司名稱	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)	[編纂]地位	公司概況
1	公司A	382.7	3.1	上市	公司A為一間香港報章、雜誌及書籍出版商。其出版物主要專注於金融及商業並涉足資訊科技及時尚生活方面。
2	NMG Ltd.	231.9	1.8	私營	
3	公司B	170.6	1.4	上市	公司B為一間香港媒體及出版公司。其於印刷及線上媒體平台提供廣告服務。
4	公司D	121.9	1.0	上市	公司D為一間香港出版公司，出版報章、雜誌及視頻內容。該公司亦開設財經資訊網站及流動應用程式，在香港提供實時財經資訊。

行業概覽

排名	公司名稱	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)	[編纂]地位	公司概況
5	公司E	51.0	0.4	上市	公司E為一間香港雜誌及線上媒體公司。其提供包括視頻及印刷媒體廣告的廣告服務。

表7 二零二二年香港領先網絡廣告代理公司排名(前五名)

排名	公司名稱	收益 (百萬港元)	市場份額 (%)	[編纂]地位	公司概況
1	公司A	386.5	3.1	上市	公司A為一間香港報章、雜誌及書籍出版商。其出版物主要專注於金融及商業並涉足資訊科技及時尚生活方面。
2	NMG Ltd.	229.2	1.8	私營	
3	公司B	169.6	1.3	上市	公司B為一間香港媒體及出版公司。其於印刷及線上媒體平台提供廣告服務。
4	公司D	114.1	0.9	上市	公司D為一間香港出版公司，出版報章、雜誌及視頻內容。該公司亦開設財經資訊網站及流動應用程式，在香港提供實時財經資訊。
5	公司E	50.4	0.4	上市	公司E為一間香港雜誌及線上媒體公司。其提供包括視頻及印刷媒體廣告的廣告服務。

資料來源：歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計；二零二二年香港廣告支出報告，AdmanGo；二零二二／二三年WARC廣告支出展望。

附註：歐睿已進行主要市場調查(行業調查／業界面談)，包括但不限於對行業領先參與者的面談，如廣告代理公司、廣告商及行業協會成員。本公司獲歐睿告知，根據全球研究行業協會歐洲民意與市場調查協會(ESOMAR)制定的指導方針，任何未經主體同意的披露都可能違反雙方之間的保密協定。歐睿亦告知本公司，這是在保持第三方的獨立性，對行業顧問而言，

行業概覽

不在排名表中披露競爭對手的身份屬行業慣例。本公司獲歐睿進一步告知，由於受訪者並無同意披露有關資料，故不能披露。

在香港五大領先從業者中，就網絡廣告收益而言，NMG Ltd.連續數年位列第二。尤其是，NMG Ltd.及公司E均專注於其線上媒體平台業務，而公司A及公司D則在線上及印刷媒體業務之間相對平衡。另一方面，公司B相較於線上媒體，其印刷媒體業務組合更強大。就品牌策略而言，所有五大公司透過引入多個媒體品牌採用多品牌策略，每個品牌都有其內容細分重點及目標受眾，因此更能迎合不同宣傳需要的廣告。其中，NMG Ltd.合共擁有9個品牌，而公司A、公司B、公司D及公司E分別擁有4個、10個、6個及2個媒體品牌，因此，NMG Ltd.及公司B的品牌組合均較公司A、公司D及公司E多元化。

NMG Ltd.及公司E亦是香港專門從事非報章媒體平台業務的領先從業者，這令彼等有別於其他三名領先從業者，因該等公司兼顧線上及傳統媒體平台業務。

市場推動力及機遇

網絡廣告於COVID-19疫情下正日漸興起

於過往期間，香港的急速數碼轉型導致廣告行業出現結構變化，隨著消費者每日所花時間由傳統媒體平台轉向線上媒體平台後，廣告支出亦傾向投放於網絡廣告。憑藉較少地理及時間限制，線上媒體平台成為在疫情期間公司進行廣告投放及計劃的普遍選擇，使網絡廣告可抵禦疫情帶來的不利影響，並錄得1.0%的複合年增長率，為過往期間唯一錄得正複合年增長率的廣告媒體平台。

全渠道零售模式創造對策略網絡廣告活動的需求

認識到香港市場數碼格局的演變，主要零售商已開始革新並增強其全渠道能力，以應對不斷變化的消費行為。全渠道轉型的快速增長，以及線上購買商品及服務的使用，已經改變香港市民大眾的整體消費行為，將其日常生活活動從線下轉移至線上，這意味著用於數碼設備上的整體時間有所增加，因此增加對網絡廣告解決方案的需求。

行業概覽

5G流動網絡及智能手機高滲透率繼續推動行業增長

網絡廣告行業的需求與活躍數碼設備用戶數量以及每名用戶於數碼設備花費的平均時間密切相關。預期最近推出的5G流動網絡及智能手機技術將於預測期間繼續增長。此外，隨著虛擬銀行的出現、數碼錢包及社交媒體平台的廣泛使用，支付、銀行及社交網絡的數碼轉型於過往期間取得成功，凡此種種均表明香港市民大眾將於數碼設備花費更多時間。隨著香港互聯網網絡及線上媒體平台技術的不斷進步，網絡廣告行業現時處於極佳環境，於預測期間實現進一步增長。

大灣區倡議擴大目標受眾範圍

《深化粵港澳合作推進大灣區建設框架協議》於二零一七年七月簽署，隨後於二零一九年四月引入五項商定放寬措施，旨在進一步促進香港電影及電影從業人員進入中國市場，令香港製片人製作的電影內容於中國市場發行時受到較少限制。

香港與中國創意產業的融合令香港廣告行業創作的廣告內容可覆蓋大灣區更廣泛的受眾群體。此外，深化融合亦鼓勵香港與大灣區之間的旅客頻繁往來，令香港的廣告內容可接觸原本居住於大灣區的消費者，增加於香港投放廣告內容可覆蓋的目標客戶潛在數量，從而推動廣告行業的增長。

社交媒體廣告將繼續推動行業增長

使用流動設備進行支付、購物、通訊以及多種其他休閒及商務活動的香港消費者數目不斷增加，進一步推動了各行各業廣告商對網絡廣告解決方案的需求。

於預測期間，網絡廣告行業的複合年增長率預期為11.4%，由二零二三年的149億港元增至二零二七年的230億港元，將較過往期間錄得的複合年增長率1.0%明顯加快。

於所有分部中，社交媒體廣告將繼續為主要增長推動因素，原因為線上體驗將仍為很多於香港設有銷售辦事處及零售網點的世界領先公司的關鍵廣告策略重點。預期社交媒體廣告於預測期間將繼續按12.3%的複合年增長率由二零二三年的55億港元增至二零二七年的88億港元。於預測期間，其他子分部(包括產品展示、創意與製作以及策

行業概覽

略服務)亦將按13.7%、12.0%及4.6%的複合年增長率與網絡廣告行業同步繼續增長，預期至二零二七年將分別達66億港元、47億港元及30億港元。

網絡廣告行業面臨的威脅

體驗仍為連繫品牌與客戶之間的基本要素

現時網絡廣告內容及線上商店帶來的線上體驗，未能完全替代傳統廣告內容及實體店帶來的實際體驗。對類似香港這種人口密度高、交通運輸基建完善、方便人們接觸傳統廣告內容及前往實體店的市場而言，此尤其重要。

廣告代理公司及廣告商亦進行類似的觀察。香港城市面貌的緊密集中及完善的交通系統令傳統媒體廣告得以保持重要性，尤其是戶外廣告。電子商務公司的混合廣告策略，證明線上及線下廣告的配合在本地市場顯得重要。

因此，預期廣告商會將其大部分廣告支出分配至傳統廣告媒體平台，以保持廣告策略的平衡組合，從而限制網絡廣告行業的增長。

數碼內容的激增削弱了網絡廣告的效果

數碼媒體產業的快速發展亦帶來缺點，受眾可接觸不斷增多的數碼內容，這表明雖然在數碼設備上花費的時間總量正在增加，但在每個數碼內容上花費的時間將會減少。

廣告商願意將預算投放在網絡廣告之前，對渠道、每個解決方案及服務的預算支出金額以及所選廣告策略的有效性更加謹慎。因此，廣告行業從業者需要通過整合人工智能及大數據分析等技術，提供全面而具體的網絡廣告策略，以滿足廣告商快速變化的需求。

網絡廣告行業的准入壁壘

低准入壁壘將繼續影響零散的行業

與廣告行業一樣，並無牌照要求、嚴格的稅費及法規排斥新參與者進入網絡廣告市場。

於二零二二年九月香港政府統計處記錄的香港3,766家廣告機構中，大部分在一定程度上提供網絡廣告服務或解決方案。於二零二二年，前五名行業參與者所佔市場份

行業概覽

額合共為7.6%，再次證明香港網絡廣告行業的分散性質。由於預期於預測期間法規不會改變及市場進入者大增，網絡廣告行業的競爭格局預期將保持穩定及零散。

潛在的併購使行業的競爭優勢更明顯

除由零開始之外，在香港收購一間運作成熟的廣告公司始終為一項選擇。在數碼時代，並非所有的傳統廣告公司均能妥善應對轉型，因為開發本身的線上及社交媒體廣告技術、解決方案及廣告位的成本及風險均較高。

根據香港目前的數碼媒體格局，網絡廣告平台的三個主要分部會成為具有吸引力的併購目標選擇。該等主要分部為：i) 數碼廣告投放平台，ii) 平台服務系統平台，及iii) 電子商務解決方案平台。

數碼廣告投放平台允許廣告商(尤其是中小企)在現有數碼媒體平台上進行廣告位的預訂。根據工業貿易署的資料，截至二零二一年十二月，香港有超過340,000間中小企，該數字增至於二零二二年十一月的逾350,000間，佔企業總數的98%以上。擴大對滿足中小企廣告需求的平台的所有權，將有助於收購方加強對本地大量企業的業務覆蓋，從而推動進一步的增長機會，並在香港這一充滿活力的市場中保持市場份額。隨著網絡廣告的最新趨勢及技術驅動的自動化功能，數碼廣告投放平台亦將實現以一個具有成本效益的方式推動網絡廣告位的銷售。

平台服務系統平台指為廣告商及若干行業分部的廣告平台提供產品及服務的最新資料及推薦的數碼媒體平台。在香港，其通常指銀行、保險、餐飲及旅遊等分部。新經濟及數碼支付能力以及電子商務市場的持續繁榮，助長對該等平台的需求。鑒於電子商務從業者的快速增長，線上可獲得的產品及服務數目亦快速增長，與商品及服務本身的價值相比，消費者需分配予研究最適合的產品及服務的時間可能不成比例地過高。提供最新資料及特定行業分部的產品及服務建議且具有評審綜合功能的平台將有助於消費者作出更好的購買決定，特別是考慮到香港市民繁忙的生活方式，對該等平台將有需求。因此，對於擬於所提供的解決方案方面拓寬其範圍的收購方而言，這是一個具有吸引力的行業收購對象。

行業概覽

電子商務解決方案平台提供資料收集及分析解決方案，以協助電子商務從業者了解彼等目前的表現及目標受眾的行為，幫助彼等的策略營銷決策流程。香港電子商務市場及社交媒體網絡興起，導致二零一八年至二零二二年互聯網用戶數量不斷增長，複合年增長率為1.6%，並預計二零二三年至二零二七年按複合年增長率1.0%增長。互聯網用戶數量增長意味著廣告商通過網絡廣告接觸的潛在客戶及目標客戶亦將繼續增長，這亦增加分析消費者行為的整體難度。考慮到香港電子商務市場在數碼化及COVID-19疫情的推動下迅速發展，收購電子商務解決方案平台將有助於收購方利用網絡廣告行業以及香港電子商務市場的快速增長，從而使該分部吸引潛在的併購活動。

歐睿已進行定制研究，並根據本公司所提供的主要標準(例如經營年份及就月均訪客而言的網站流量)，識別出二零二二年在香港市場有超過20個上述潛在併購目標。該等平台的數量預計將隨著電子商務市場的快速增長而增長，從而將在預測期間推動對該等平台的需求，引致更多潛在併購目標的出現。

考慮到該行業較為分散，預計於預測期間可能發生的潛在併購將使該行業的整體競爭格局更加活躍，並導致良性競爭，從而加速香港網絡廣告行業的發展及增長。

印刷廣告行業市場概覽

香港印刷廣告行業主要由兩大子類別主導，即雜誌及報章。與旨在通過特定興趣領域吸引讀者的雜誌相比，報章為基本的媒體內容類別，為當地社區提供來自全球的每日新聞。

行業概覽

表8 香港印刷廣告行業(二零一八年至二零二七年預測)*

十億港元	二零一八年	二零一九年	二零二零年	二零二一年	二零二二年	複合年增長率
						二零一八年至 二零二二年
印刷廣告	7.2	6.0	3.9	4.5	4.0	-13.5%
雜誌	3.8	2.8	1.2	1.8	1.3	-22.7%
報章	3.4	3.2	2.6	2.8	2.7	-6.0%

十億港元	二零二三年 預測	二零二四年 預測	二零二五年 預測	二零二六年 預測	二零二七年 預測	複合年增長率
						二零二三年 預測至 二零二七年 預測
印刷廣告	3.9	3.7	3.4	3.2	3.1	-5.0%
雜誌	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5	-2.1%
報章	2.3	2.0	1.9	1.7	1.7	-7.2%

資料來源：歐睿根據客戶研究及與行業持份者進行的業界面談作出的估計；二零二二年香港廣告支出報告、AdmanGo；二零二二／二三年WARC廣告支出展望

* 二零二三年至二零二七年數字乃以歐睿根據客戶研究及與行業持份者的業界面談作出的估計為基礎的預測數據

相比之下，除財經及商業雜誌之外，時尚生活、旅遊、餐飲及潮流服飾類型的雜誌並未被視為媒體內容非必需開支的一部分，且消費模式會不時改變。例如，旅遊雜誌的需求受到過往期間廉價航空公司興起帶動的旅遊流量激增的推動，而自COVID-19爆發以來，大多數旅遊活動受限，旅遊雜誌的需求隨之下降。

雜誌，尤其是以時裝、運動及時尚生活為主題的刊物，對年輕人極具吸引力，在過往期間更順應數碼化趨勢。此乃主要由於年輕一代更加接受及適應數碼設備，因此線上內容相對而言對年輕消費者更具吸引力。

因此，於過往期間，印刷廣告行業按複合年增長率13.5%下跌，由二零一八年的72億港元縮減至二零二二年的40億港元，而報章廣告的複合年增長率為負6.0%，由二零一八年的34億港元下跌至二零二二年的27億港元。雜誌於過往期間呈現更大的跌幅，由二零一八年的38億港元跌至二零二二年的13億港元，複合年增長率為負22.7%，此乃由於消費者從印刷媒體轉向線上媒體內容所致。

與過往期間類似，媒體和廣告行業正在進行的數碼化，預計將繼續吸引受眾從印刷轉至線上媒體平台，但速度較慢。該趨勢的放緩是因為印刷報章及雜誌的實物觸感，以及年長一輩養成對印刷報章及雜誌的閱讀習慣，因此在預測期間仍將保持重要性。

行業概覽

印刷廣告行業的競爭格局

於過往期間，報章分部由大約十家付費報章及八家免費報章所主導，該等報章由香港約十間公司擁有。相對集中的競爭格局奠定報章行業的寡頭壟斷市場性質。

相比之下，雜誌行業的競爭更為激烈，因為香港市場長期以來一直為外國進口雜誌的熱門銷售地點，以滿足不少本地讀者渴望從該等雜誌認識其他市場(即日本、韓國、台灣、馬來西亞及其他歐洲國家)的文化及生活方式的需求。這導致與報章相比，雜誌的市場相對分散。

隨著數碼化趨勢的持續發展，以及預測期間印刷媒體緩慢下降的趨勢，預計整體報章行業將保持相對集中，而雜誌行業仍較分散。

印刷廣告行業的市場推動力及機遇

在數碼平台及內容普及之前，印刷媒體的參與者使用不同類型的紙張、油墨、美術設計以及排版方式，以區分彼等之間的差異。雜誌及報章的實物質感，以及其中蘊含的創意，為線上媒體內容所無法替代，因為線上媒體只能向目標消費者傳遞視聽體驗。

預計印刷出版物的獨特性將使印刷媒體廣告仍然能夠在市場上生存。

印刷廣告行業面臨的威脅

日益數碼化的人口削弱對印刷廣告的需求

當線上及戶外廣告受益於香港快速數碼轉型帶來的消費者行為變化時，印刷廣告平台，包括雜誌及報章，在整個過往期間經歷了挑戰。

為應對越來越多的互聯網及流動用戶，香港的雜誌及報章出版商積極推出流動應用程式，讓用戶在線上觀看文章及新聞內容。因此，印刷內容已有所減少，資源被分配至線上內容的創作及出版，如廣告內容。

隨著雜誌及報章出版商提供額外的網絡廣告選擇，印刷媒體的廣告支出進一步轉向網絡廣告，因此，香港的印刷廣告行業整體發展受到阻礙。

行業概覽

於過往期間，雜誌及報章平台按負複合年增長率分別為22.7%及6.0%縮減。印刷廣告平台的總和在廣告行業中的表現為倒數第二，僅次於負複合年增長率為34.5%的其他廣告。

監管概覽

香港法律法規

本節載有與我們在香港的業務營運相關的主要法律法規的概要。

於往績記錄期，我們在香港開展業務及我們的收益來源於香港的業務。除適用於在香港營商的一般法律法規外，我們主要受以下與我們業務相關的香港特定法律法規的規限。

一般描述

香港尚無規管廣告業務的具體法例。然而，有若干條例及法規載列可能與我們的數碼及廣告業務相關的有關刊發我們的品牌內容以及產品及服務廣告及推廣的條文，違反該等條例及法規可能導致刑事罪行，包括香港法例第21章誹謗條例、香港法例第362章商品說明條例、香港法例第390章淫褻及不雅物品管制條例、香港法例第486章個人資料(私隱)條例及香港法例第528章版權條例。

此外，在香港出版及出售雜誌及書籍受多項法律法規的規管，包括香港法例第142章書刊註冊條例、香港法例第268章本地報刊註冊條例及香港法例第268B章報刊註冊及發行規例。

香港法律法規概要

下文載列上述香港法律法規相關條款的概要。

香港法例第362章商品說明條例(「商品說明條例」)

商品說明條例旨在禁止關於在營商過程中提供的貨品的虛假商品說明、虛假、具誤導性或不完整的資料、作虛假標記和錯誤陳述，以及服務的虛假商品說明。商品說明條例項下商品說明的定義廣泛，包括(其中包括)(i)數量、大小或規格，(ii)製造法，(iii)成分，(iv)對用途的適用性、性能或準確度，(v)可供應性，(vi)符合指定標準，(vii)任何人的認可，(viii)某人已取得該等貨品，(ix)該等貨品與向某人供應的貨品屬同一種類，(x)製造的人，及(xi)其他以往資料，包括以往的擁有權或用途。

商品說明條例第7條規定，任何人士如在營商過程或業務運作中將虛假商品說明應用於任何貨品，或供應或要約供應已應用虛假商品說明的貨品，即屬犯罪。

監管概覽

商品說明條例第7A條規定，商戶如將虛假商品說明應用於向消費者提供或要約向消費者提供的服務，或向消費者提供或要約向消費者提供已應用虛假商品說明的服務，即屬犯罪。

商品說明條例第13E、13F、13G、13H及13I條規定，任何商戶如就任何消費者作出屬誤導性遺漏或具威嚇性、或構成餌誘式廣告宣傳、先誘後轉銷售行為或不當地就產品接受付款的營業行為，即屬犯罪。

任何人士如觸犯商品說明條例第7、7A、13E、13F、13G、13H或13I條項下的罪行，經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年，及經循簡易程序定罪，可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁兩年。

由於商品說明條例規定該條例中所提述的商戶包括以商戶的名義或代表商戶行事的任何人士，因此，我們可能會就業務營運觸犯上述罪行負責。

香港法例第486章個人資料(私隱)條例(「個人資料(私隱)條例」)

個人資料(私隱)條例旨在保護個人資料方面的個人私隱，個人資料(私隱)條例第2條將個人資料定義為符合以下說明的任何資料(i)直接或間接與一名在世的個人有關的；(ii)從該資料直接或間接地確定有關的個人的身份是切實可行的；及(iii)該資料的存在形式令予以查閱及處理均是切實可行的。個人資料(私隱)條例訂明資料使用者，即獨自或聯同其他人或與其他人共同控制個人資料的收集、持有、處理或使用的任何人士的行為。

在開展本集團業務時，我們需要遵守個人資料(私隱)條例及其六大資料保障原則(「資料保障原則」)，即：

原則1—收集資料的目的及方式。規定個人資料是為了直接與將會使用該資料的資料使用者的職能或活動有關的合法目的而收集。就該目的而言，資料屬必需及足夠但不超乎適度。在收集時，資料使用者須通知資料當事人，是否有責任提供該資料抑或是可自願提供該資料，使用彼等的資料的目的及該資料可能移轉予甚麼類別的人。

原則2—個人資料的準確性及保留期間。規定須採取所有切實可行的步驟，以確保個人資料準確及保存時間不超過將其保存以貫徹該資料被使用於目的所需的時間。

原則3—個人資料的使用。禁止將個人資料用於非收集資料時的初始用途或與初始用途無關的新用途，除非獲得資料當事人明確及自願同意。

監管概覽

原則4—個人資料的保安。資料使用者須採取所有可行措施保障個人資料，防止未經授權或意外接觸、處理、刪除、遺失或使用。資料使用者應特別留意資料的性質、發生該等事件可能造成的損害、為確保接觸資料人士的誠信、審慎及能力而採取的措施等。

原則5—公開及透明。規定資料使用者須採取一切可行步驟確保彼等個人資料政策及常規的公開、所持有個人資料的類別及持有相關資料的主要目的。

原則6—查閱及改正。資料當事人有權要求查閱及改正其個人資料。資料使用者拒絕資料當事人要求查閱或改正其個人資料時，應說明理由。

在我們的業務過程中，當我們擁有私人及機密資料時，本集團屬於個人資料(私隱)條例項下「資料使用者」的定義範圍。因此，我們需遵守資料保障原則及個人資料(私隱)條例中有關個人資料的收集、使用、保留、準確性及保安及查閱的條文。個人資料私隱專員(「專員」)公署可發出執行通知，要求相關人士遵從並有權視察資料使用者的個人資料系統，以就資料使用者如何加強遵從提出建議。

香港法例第528章版權條例(「版權條例」)

版權條例為包括但不限於文學、戲劇、音樂及藝術作品、聲音紀錄、影片或已發表版本的排印編排等作品提供全面保護。該等保護延伸至在互聯網上向公眾提供有關作品。特定版權可能存在於我們創作的與我們的出版物、數碼媒體內容及廣告素材相關的作品之中，包括在未註冊的情況下有資格獲得版權保護的藝術作品(如圖稿及照片)、影片(如視頻)或文學作品(如文本)。另一方面，在數碼媒體平台及印刷發行時，我們須遵守第三方的版權。

版權條例對特定行為(如在未經版權擁有人授權的情況下複印及／或刊發版權作品或向公眾提供其副本)加以限制，若作出上述行為，則構成對版權的「直接侵權」，而無須對侵權知情。

版權條例允許在未經版權擁有人授權的情況下作出與版權作品相關的特定行為，其中包括為批評、評論或報道時事而公平處理某一版權作品(只要附有該版權作品及其作者的足夠確認聲明)的行為。

監管概覽

某人士(其中包括)未獲版權擁有人同意，為任何貿易或業務目的，或在任何貿易或業務過程中，進口、出口、管有、出售、分發或處理一項作品的複製品，而其知悉或有理由相信該複製品是該作品的侵權複製品，則該人士或會根據版權條例承擔「間接侵犯版權」的民事責任。然而，僅當該人士是在知悉或有理由相信其正處理該作品的侵權複製品的情況下作出上述作為，方會承擔責任。

香港法例第390章淫褻及不雅物品管制條例(「淫褻及不雅物品管制條例」)

我們於數碼媒體平台發佈及於印刷出版物刊載的內容須受淫褻及不雅物品管制條例規管。受淫褻及不雅物品管制條例內訂明的免責辯護條文所規限，任何人如將任何淫褻物品加以發佈、管有以供發佈或輸入以供發佈，不論該人士是否知道該物品屬淫褻物品，均屬犯罪，可處罰款1,000,000港元及監禁三年。

受淫褻及不雅物品管制條例內訂明的免責辯護條文所規限，淫褻及不雅物品管制條例第22條規定任何人向青少年人發佈不雅物品，不論是否知道該物品屬不雅物品，或是否知道該人是青少年，均屬犯罪。任何人士如未有按淫褻及不雅物品管制條例的規定將不雅物品封妥及展示告示，亦屬犯罪。首次定罪可處罰款400,000港元及監禁12個月。第二次或其後定罪，可處罰款800,000港元及監禁12個月。

淫褻物品審裁處負責為物品分為三類，即第I類—既非淫褻亦非不雅；第II類—不雅；或第III類—淫褻，以及除此之外，法官或裁判官亦可在法律程序進行期間，將物品或事物轉交審裁處，要求裁定：(i)該物品是否淫褻或不雅，或(ii)公開展示的事物是否不雅或(iii)發佈或公開展示該物品或事物，是否符合公眾利益。

香港法例第21章誹謗條例(「誹謗條例」)

任何人以書面形式或口頭形式或透過行為就另一人或組織惡意發佈誹謗性事項，可處以誹謗罪。就廣義而言，誹謗有兩種主要類型：永久形式誹謗與短暫形式誹謗。永久形式誹謗指以書面形式或以若干其他永久形式惡意發佈誹謗性事項。短暫形式誹謗指透過口頭言詞或以若干其他短暫(暫時)形式發佈誹謗性事項。

誹謗條例第5條規定，任何人惡意發佈其明知屬虛假的誹謗名譽的永久形式誹謗，可處監禁2年以及被判繳付法院判處的罰款。

監管概覽

有幾種可用的申辯理由，包括但不限於：(a)提出賠罪的非故意的誹謗；(b)以有理可據作為免責辯護，指言詞在實質上及事實上均屬實；(c)公允評論；及(d)如誹謗條例附表所訂明享有特權的發佈內容。

香港法例第268章本地報刊註冊條例(「本地報刊註冊條例」)

本地報刊註冊條例第7條規定，所有本地報刊均須按照根據第18條訂立的規例註冊，且本地報刊註冊條例第2條界定，「報刊」指公眾可得到的任何報章或其他刊物及其增刊，而該報章或其他刊物及其增刊：(a)是載有新聞、消息、事件，或載有任何與該等新聞、消息或事件有關或與公眾所關注的任何其他事宜有關的按語、論述或評論的；及(b)是為銷售或免費分發而印刷或製作，並以定期(不論是每半年、每季、每月、每兩週、每週、每日出版一次或按其他刊期出版)或分輯或分期的方式每相隔不超過六個月出版一次的。

本地報刊註冊條例第17(1)條規定，每份本地報刊的出版人或承印人，須於該份本地報刊出版當日或翌日(假期除外)，將該份本地報刊及其已出版的所有第二或其他不同版次或印次各一份，交付或安排交付電影、報刊及物品管理辦事處的報刊註冊主任(「報刊註冊主任」)。

本地報刊註冊條例第17(2)條進一步規定，根據第(1)款交付報刊註冊主任的每份本地報刊，須載有該報刊的承印人或出版人的簽署、全名及地址，或載有該承印人或出版人為該目的而委任並授權的其他人的簽署、全名及地址，而該人的獲委任及授權是已呈報報刊註冊主任的。

本地報刊註冊條例第20(1)條規定，任何人違反該條例的註冊規定即屬犯罪，一經循簡易程序定罪，可處第2級罰款(現為5,000港元)及監禁一年；一經循公訴程序定罪，可處第4級罰款(現為25,000港元)及監禁三年。

本地報刊註冊條例第20(2)條規定，一份本地報刊的每名承印人或出版人，如違反第17條關於將該份本地報刊交付報刊註冊主任辦事處的條文，一經循簡易程序定罪，可處第1級罰款(現為2,000港元)。

監管概覽

香港法例第268B章報刊註冊及發行規例(「報刊註冊及發行規例」)

報刊註冊及發行規例為本地報刊註冊條例的附屬法例，規定雜誌的註冊應每年更新一次。

報刊註冊及發行規例第13(1)條規定，報刊只可由獲發給牌照的報刊發行人發行經銷。報刊註冊及發行規例第13(3)條規定，向公眾零售報刊不會因本條而規定須領有牌照。

報刊註冊及發行規例第19條規定，任何人違反報刊註冊及發行規例即屬犯罪，可處第1級罰款(現為2,000港元)及監禁六個月。

香港法例第142章書刊註冊條例(「書刊註冊條例」)

書刊註冊條例對將提供予公眾人士的雜誌或書籍或類似性質的定期刊物(受限於書刊註冊條例指明的例外情況)出版人施加義務，要求其於該雜誌或書籍或定期刊物在香港出版、印刷、製作或以其他方式製成後一個月內，將每一版本的五份副本送交香港民政事務局長處進行登記。任何人士如違反書刊註冊條例下的該等規定，即屬犯罪，一經定罪，可處第1級罰款(現為2,000港元)。

中國法律法規

下文載列中國附屬公司須遵守適用的中國法律及法規：

有關網絡安全的法規

根據全國人民代表大會常務委員會於二零一六年十一月七日頒佈並於二零一七年六月一日生效的《中華人民共和國網絡安全法》，任何個人和組織不得從事非法侵入他人網絡、干擾他人網絡正常功能、竊取網絡數據等危害網絡安全的活動；不得提供專門用於從事侵入網絡、干擾網絡正常功能及竊取網絡數據的程序、工具；明知他人從事危害網絡安全的活動的，不得為其提供技術支持、廣告推廣、支付結算等幫助。

公司法

中國企業實體的設立、經營及管理受於一九九三年十二月二十九日由全國人民代表大會常務委員會頒佈並於一九九四年七月一日生效的《中華人民共和國公司法》(「《公司法》」)規管。此後，《公司法》分別於一九九九年十二月二十五日、二零零四年八月二十八日、二零零五年十月二十七日、二零一三年十二月二十八日及二零一八年十月二十六日予以修訂。最新修訂版於二零一八年十月二十六日生效。

監管概覽

根據《公司法》，公司總體上被分為兩類：有限責任公司或股份有限公司。兩類公司均有法人地位，而且公司對債權人承擔的責任僅限於公司所擁有資產的全部價值。有限責任公司的股東以其認繳的出資額為限對公司承擔責任，股份有限公司的股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。

有關外商投資企業的法規

《中華人民共和國外商投資法》由全國人民代表大會常務委員會於二零一九年三月十五日頒佈，並於二零二零年一月一日生效，而《中華人民共和國外商投資法實施條例》由國務院於二零一九年十二月二十六日頒佈，並於二零二零年一月一日生效。國家對外商投資實行准入前國民待遇及負面清單的管理制度。負面清單規定禁止外商投資的領域，外國投資者不得投資。負面清單規定限制外商投資的領域，外國投資者進行投資應當符合負面清單規定的投資條件。未列入外商投資負面清單的領域，應按照內外資一致的原則進行管理。

根據國家發展和改革委員會（「**國家發改委**」）及商務部（「**商務部**」）聯合頒佈並於二零二三年一月一日實施的《鼓勵外商投資產業目錄（二零二二年版）》以及於二零二一年十二月二十七日頒佈並於二零二二年一月一日實施的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（二零二一年版）》（「**負面清單**」），外商投資行業分類為鼓勵外商投資產業及負面清單列明的限制外商投資產業和禁止外商投資產業。本集團從事的業務並無載列於負面清單上。

根據由商務部及國家市場監督管理總局於二零一九年十二月三十日聯合頒佈並於二零二零年一月一日生效的《外商投資信息報告辦法》，外國投資者直接或間接在中國境內進行投資活動，應根據該辦法向商務主管部門報送投資信息。投資信息包括初始報告、變更報告、註銷報告、年度報告等。

監管概覽

有關就業及社會保障的法規

勞動

根據全國人民代表大會常務委員會於一九九四年七月五日頒佈並於二零零九年八月二十七日及二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國勞動法》(最新修訂版自二零一八年十二月二十九日生效)，及全國人民代表大會常務委員會於二零零七年六月二十九日頒佈並於二零一二年十二月二十八日修訂的《中華人民共和國勞動合同法》(最新修訂版自二零一三年七月一日生效)，及國務院於二零零八年九月十八日頒佈並於同日生效的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》，用人單位與職工之間的法律關係受該類法規約束。上述法規規範了勞動合同、勞動爭議處理、勞動報酬、勞動安全衛生保護、社會保險和福利等。用人單位和職工建立勞動關係必須簽訂書面勞動合同。用人單位支付職工的工資不得低於當地最低工資標準。

社會保險及住房公積金

根據全國人民代表大會常務委員會於二零一零年十月二十八日頒佈並於二零一八年十二月二十九日修訂的用於規範中國社會保險制度的《中華人民共和國社會保險法》，用人單位及／或職工(視情況而定)應當向主管機關登記並繳納多項社會保險費，包括基本養老保險、失業保險、基本醫療保險、工傷保險、生育保險的費用。用人單位不辦理社會保險登記的，由社會保險行政部門責令限期改正；逾期不改正的，對用人單位處應繳社會保險費數額一倍以上三倍以下的罰款，對其直接負責的主管人員和其他直接責任人員處人民幣500元以上人民幣3,000元以下的罰款。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收0.05%的滯納金；逾期不改正的，對用人單位處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據國務院於一九九九年四月三日頒佈並此後於二零零二年三月二十四日及二零一九年三月二十四日修訂的《住房公積金管理條例》，所有用人單位應當到當地住房公積金管理中心辦理登記、設立職工住房公積金賬戶並按期繳存住房公積金。若單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住

監管概覽

房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款。單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

有關外匯的法規

中國的外匯主要受由國務院於一九九六年一月二十九日頒佈並於一九九七年一月十四日及二零零八年八月五日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》(最新修訂版自二零零八年八月五日生效)規管。人民幣在經常項目下可自由兌換，包括分派股息、支付利息、貿易及服務相關外匯交易，但在資本項目下不可自由兌換，如直接投資、貸款、轉移投資及投資中國境外證券，除非經國家外匯管理局批准及／或向其登記。

二零一五年三月三十日，國家外匯管理局頒佈《關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**19號文**」)，該通知於二零一五年六月一日起生效。國家外匯管理局進一步頒佈了《關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(「**16號文**」)，該通知於二零一六年六月九日起生效，當中包括對19號文的若干條文做出修訂。根據19號文及16號文，外商投資企業外匯資本金結匯所得人民幣資金的轉讓和使用將予以規範，不得將所得人民幣資金用於其業務範圍以外的業務或向非關聯企業提供貸款，經營範圍明確許可的情形除外。違反19號文或16號文將被處以行政處罰。

二零一七年一月二十六日，國家外匯管理局頒佈《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》(「**3號文**」)，出台了幾項有關國內實體向境外實體匯出利潤的資本管制措施，包括(i)銀行應按真實交易原則審核董事會利潤分配決議、稅務備案表原件及經審計的財務報表；及(ii)境內機構實體匯出利潤前應先彌補以前年度虧損。

監管概覽

有關稅項的法規

增值稅

根據於一九九三年十二月十三日頒佈並於二零零八年十一月十日、二零一六年二月六日及二零一七年十一月十九日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》(最新修訂版自二零一七年十一月十九日起實施)以及財政部於一九九三年十二月二十五日頒佈並於二零零八年十二月十五日及二零一一年十月二十八日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》(最新修訂版自二零一一年十一月一日生效)，在中國境內銷售貨物或者加工、修理修配勞務，銷售服務、無形資產、不動產以及進出口貨物的單位和個人，均須就其從加工、銷售或服務過程中獲得的增值繳納增值稅。

根據財政部與國家稅務總局於二零一六年三月二十三日發佈並分別於二零一七年七月十一日及二零一九年三月二十日修訂的《財政部、國家稅務總局關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》及其附件4《跨境應稅行為適用增值稅零稅率和免稅政策的規定》，自二零一六年五月一日起，在全國範圍內全面推開營業稅改徵增值稅試點，建築業、房地產業、金融業、生活服務業等全部營業稅納稅人由繳納營業稅改為繳納增值稅。中華人民共和國境內的單位向境外單位提供的完全在境外消費的下列服務，適用增值稅零稅率：研發服務、軟件服務、信息系統服務、離岸服務外包業務等。

企業所得稅

根據於二零零七年三月十六日頒佈並於二零一七年二月二十四日及二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》(最新修訂版自二零一八年十二月二十九日起實施)(「**企業所得稅法**」)及於二零零七年十二月六日制定並於二零一九年四月二十三日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，納稅人由居民企業和非居民企業組成。居民企業是指依照中國法律在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業。非居民企業是指依照外國(地區)法律成立且實際管理機構不在中國境內，但在中國境內設立機構、場所的，或者在中國境內未設立機構、場所，但有來源於中國境內所得的企業。根據企業所得稅法及相關實施條例，企業統一按照25%的稅率繳納企業所得稅。

監管概覽

根據國家稅務總局於二零零六年八月二十一日發佈，並於二零零八年一月三十日、二零一零年五月二十七日、二零一五年四月一日及二零一九年七月十九日修訂的《內地和香港特別行政區關於對所得稅避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》（「**稅收協定**」），中國居民企業向其香港股東分配股息應按照中國法律繳納企業所得稅，但如果股息的受益所有人是直接持有上述企業（即派息方）不少於25%股權的香港居民企業，所徵收的預扣稅額為派發股息的5%。根據二零零九年二月二十日頒佈的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，香港股東擁有該中國居民公司的資本比例，需在取得股息前連續12個月以內任何時候均符合稅收協定規定的比例。

此外，國家稅務總局於二零一九年十月十四日發佈了《國家稅務總局關於發佈〈非居民納稅人享受協定待遇管理辦法〉的公告》。根據該公告，符合享有稅收協定待遇準則的非居民納稅人，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，享受協定待遇，並須接受稅務機關後續管理。

歷史、重組及公司架構

歷史及發展

歷史

本公司於二零二一年三月二十二日在開曼群島註冊成立並於同日成為NMG的直接控股公司。NMG現為本集團所有附屬公司的控股公司。

本集團首間營運公司新假期出版由英皇國際(一間當時由楊博士控制的上市公司)於一九九九年成立。於二零零五年九月十五日，英皇國際全資附屬公司Joybridge Services Limited(「Joybridge」)與Gain Wealth Investments Limited(「Gain Wealth」)(當時由AY Discretionary Trust全資擁有)訂立買賣協議，據此，Joybridge同意出售Profit Noble Holdings Limited(「Profit Noble」)的全部股權予Gain Wealth。Profit Noble當時是我們七間現有附屬公司(新假期出版、New Monday Publishing、新傳媒出版、媒體出版、新傳媒服務顧問、新傳媒數碼及泰年)的控股公司以及從事各種多元化業務(例如傢俱批發及零售、印刷及餐廳經營)。該買賣於二零零六年三月完成，而該等七間附屬公司因此私有化並由AY Discretionary Trust全資擁有。

於二零零八年一月十八日，新傳媒集團控股有限公司(一間當時由AY Discretionary Trust全資擁有的公司)為上市進行內部重組，透過NMG收購上述七間附屬公司。新傳媒集團控股有限公司隨後於二零零八年二月十二日在主板上市(股份代號：708)並由AY Discretionary Trust擁有其75%股權。

於二零一零年十一月，鑒於業務範圍不斷擴大及經營能力不斷提升，為提供一個更大的場所以應對發展，新傳媒集團控股有限公司透過其當時的全資附屬公司裕勝就收購新傳媒集團中心訂立一份臨時買賣協議，代價為255百萬港元，即新傳媒集團中心的當時市值(經第一太平戴維斯估值及專業顧問有限公司評估)。收購於二零一一年四月完成，隨後新傳媒集團控股有限公司及其附屬公司的辦公室及製作區域遷入新傳媒集團中心。

於二零一四年十一月初，恒大地產(一名獨立第三方及其股份於主板上市(股份代號：3333))就可能投資於新傳媒集團控股有限公司與楊受成產業控股展開討論。於二零一四年十一月十四日，考慮到恒大地產提出的指示性條款屬合適，尤其是950百萬港元的指示性價格較新傳媒集團控股有限公司的市值(根據於二零一四年十一月十三日聯交所所報股價計算)有超過200%的大幅溢價，楊受成產業控股與恒大地產就可能買

歷史、重組及公司架構

賣新傳媒集團控股有限公司的股份訂立一份不具約束力的諒解備忘錄。於二零一四年十一月二十五日，楊受成產業控股與恒大地產就楊受成產業控股出售其於新傳媒集團控股有限公司及其附屬公司(包括NMG)的全部股權訂立買賣協議，代價為950,000,000港元。如新傳媒集團控股有限公司及恒大地產集團有限公司日期為二零一四年十二月二十三日的聯合公告所披露，出售代價乃經參考以下各項而釐定：(i)新傳媒集團控股有限公司及其附屬公司於二零一四年六月三十日的經審核資產淨值(約為456.1百萬港元)，(ii)出售新傳媒集團中心及於NMG的9.99%權益的條款(如下文所述)；及(iii)新傳媒集團控股有限公司的上市地位。新傳媒集團控股有限公司隨後更名及現稱為中國恒大新能源汽車集團有限公司(「中國恒大集團」)。所述買賣協議已於二零一五年二月二十七日完成。

於所述完成的同時，於二零一五年二月二十七日，新傳媒集團控股有限公司出售其於Jade Talent Holdings Limited(「Jade Talent」，該公司當時透過其全資附屬公司裕勝間接擁有新傳媒集團中心)的全部股權連同Jade Talent欠付新傳媒集團控股有限公司的股東貸款予英皇國際，總代價約為414.7百萬港元，即Jade Talent於有關出售日期的綜合資產淨值(其中新傳媒集團中心的賬面值由獨立估值師高力國際物業顧問(香港)有限公司(「C & W」)由二零一四年六月三十日的384百萬港元重估為二零一四年十一月二十四日的420百萬港元)及股東貸款金額。於完成出售Jade Talent後，新傳媒出版與裕勝訂立新傳媒集團中心的租回協議，為期3年，月租為1,225,000港元(不包括政府租金及差餉、管理費及其他支出)(C&W認為屬公平合理)，以確保新傳媒集團控股有限公司出版業務的營運不受影響。如本文件「關連交易—已終止持續關連交易」一節所披露，於往績記錄期，本集團繼續自裕勝租賃新傳媒集團中心若干部分供其經營。另一方面，為保留於NMG的權益以確保順利過渡及確保盡量減低因控股股東變動對業務經營的影響，AY Discretionary Trust，同時透過旗下公司Rawlings Limited(現稱為新傳媒投資)購入NMG的9.99%權益，代價協定為於完成時NMG綜合資產淨值的9.99%。根據NMG當時的綜合資產淨值約為103百萬港元計算，代價為10.3百萬港元。有關出售於NMG的權益予AY Discretionary Trust及出售新傳媒集團中心為收購守則規則25註釋4項下的特別交易，已獲中國恒大集團獨立股東的批准及執行人員已授出其同意。NMG因此由獨立第三方及AY Discretionary Trust分別擁有90.01%及9.99%。NMG當時保留於所述七間附屬公司的全部股權，亦成立了勝躍及廣東薪傳。彼等的收益主要來自發行及銷售中文期刊雜誌、書籍以及出售雜誌內的廣告位。

歷史、重組及公司架構

於二零一七年九月，AY Discretionary Trust 自中國恒大集團收購NMG的90.01%股權，及因此，AY Discretionary Trust於NMG的權益由9.99%增持至100%，方式為透過Right Bliss Limited(一間中國恒大集團旗下公司)(作為賣方)與Future Blossom Limited(一間楊受成產業控股的全資附屬公司)訂立日期為二零一七年九月二十六日的買賣協議，涉及於NMG的90.01%股權及於完成買賣時NMG到期應付Right Bliss Limited的全部貸款，總代價為63百萬港元。所述代價63百萬港元乃經計及NMG及其當時的附屬公司直至二零一七年八月三十一日的歷史財務表現、目標股份於二零一七年八月三十一日的未經審核賬面值約18.48百萬港元(即NMG及其附屬公司資產淨值的90.01%)以及NMG欠付賣方貸款於二零一七年八月三十一日的未經審核賬面值約55.57百萬港元後釐定。於二零一七年十一月九日完成買賣時，NMG成為於往績記錄期開始時本集團附屬公司(New Monday Publishing除外)的控股公司。如中國恒大集團日期為二零一七年十月十九日有關該交易的通函中所披露，NMG及其附屬公司的除稅後溢利由截至二零一五年十二月三十一日止十八個月約117百萬港元跌至截至二零一六年十二月三十一日止年度約4.33百萬港元，而中國恒大集團鑑於媒體分部營商環境挑戰及不確定因素不斷增加，認為出售有關業務將可使其能專注其保健業務的策略發展。NMG於二零一七年八月三十一日的綜合資產淨值為20.54百萬港元，較於二零一五年二月二十七日大幅下跌。另一方面，熟悉業務的AY Discretionary Trust認為，憑藉NMG強大的品牌認可度，其持續轉型為數碼媒體業務可使NMG较好地利用日益增長的數碼廣告需求，並最終扭轉業務表現並經計及代價金額後，認為這是一個具吸引力的投資機會並決定從中國恒大集團收購NMG的90.01%權益。

New Monday Publishing於二零一六年由中國恒大集團按代價200,000港元出售予Top Wheel Holdings Limited(「**Top Wheel**」)。如中國恒大集團日期為二零一六年六月二十九日的公告所披露，Top Wheel及其最終實益擁有人黃振隆先生為獨立於中國恒大集團及其關連人士的第三方，及所述代價乃經考慮New Monday Publishing當時的未經審核資產淨值虧絀約21百萬港元後釐定。中國恒大集團於其公告中表明，該出售可減少其虧損及使其能梳理業務。本集團與中國恒大集團自此並無業務關係，及為免生疑，於最後實際可行日期，中國恒大集團並無欠付本集團任何款項。

為綜合NMG項下媒體業務以謀求未來發展，經考慮New Monday Publishing於二零一七年九月三十日的未經審核資產淨值虧絀增至約22.4百萬港元，AY Discretionary Trust於二零一七年十二月十五日按代價100,000港元向Top Wheel收購New Monday Publishing。自此，於往績記錄期開始時NMG及我們的所有附屬公司均由AY Discretionary Trust全資實益擁有。

歷史、重組及公司架構

在再次收購NMG的全部股權後，AY Discretionary Trust與行政總裁李先生共同啟動計劃，以期改進NMG的業務及表現以及加快其由傳統印刷向數碼媒體的轉型。於二零一七年十二月二十九日，透過參與本集團股權而使李先生與本集團的利益一致，新傳媒投資(一間AY Discretionary Trust全資擁有的公司)與Double Blossoms(一間由李先生全資擁有的公司)訂立買賣協議，新傳媒投資以75百萬港元的代價(乃經參考本集團前景按公平原則磋商後達致)向Double Blossoms出售3,000股NMG股份(相當於全部已發行股本的30%)。該買賣於同日完成，而NMG由新傳媒投資(一間由AY Discretionary Trust全資擁有的公司)及Double Blossoms分別持有70%及30%。

於二零一九年六月十四日，Double Blossoms 按代價20百萬港元出售及轉讓1,000股NMG股份(相當於全部已發行股本的10%)予 Double Fantastic。當時，Double Blossoms已有權獲NMG宣派股息13.5百萬港元。因此，該代價約等於Double Blossoms按比例的現金投資淨額。

自此，NMG由新傳媒投資(一間由AY Discretionary Trust全資擁有的公司)、Double Blossoms及Double Fantastic分別擁有70%、20%及10%。Double Fantastic由業務單位「經濟一週」的董事總經理李女士全資擁有。李女士於二零一八年一月加入本集團。於加入本集團之前，李女士於營銷及品牌管理方面擁有逾20年經驗及擅長為數碼營銷。李先生約於一九九零年中結識李女士，當時彼等均任職於雀巢(中國)有限公司。於二零零一年當李先生投資雋域有限公司(「雋域」)時，李女士亦為該公司股東及董事，李女士與李先生成為業務合作合夥人。如本文件「董事、高級管理層及僱員」一節項下李先生履歷中所披露，雋域為數碼營銷的初創創意代理公司及於二零零六年被aQuantive International Holdings, Inc. (一間美國領先互動營銷服務公司)收購。李女士當時仍持有雋域逾41%權益及彼於出售其擁有的股份後受僱擔任雋域的聯席董事總經理直至二零一零年，及於二零一一年離開雋域時，彼擔任創意總監。除在雋域的投資外，李女士及李先生亦是各種其他企業的合營企業合夥人，或是僅為彼等兩人或與其他合夥人，例如於Aedify Technology Limited(如前述章節李先生履歷中所披露)及FeedMe Limited(如本文件「與控股股東的關係—競爭權益」一段中所披露)。李先生及李女士各自己確認，自彼等各自加入本集團以來，彼等的合營企業並無從事與本集團業務曾競爭、競爭或可能競爭的業務。除作為業務合夥人外，於往績記錄期，李先生從李女士處獲得兩筆計息貸款，該等貸款已悉數償還。李先生及李女士各自己確認，彼等並無任何家庭關係，除作為業務合夥人及上述貸款安排外，彼等並無僱傭、信託、融資或其他關係，無論是過去還是現在。李先生及李女士各自己進一步確認，於

歷史、重組及公司架構

往績記錄期，彼等並無於與本集團訂立任何交易的公司中擁有權益。李女士與本集團一間附屬公司訂立一份僱傭合約，於往績記錄期內各財政年度，其薪酬分別約為1.5百萬港元、1.5百萬港元及1.3百萬港元。

業務里程碑

我們的業務發展歷史中的里程碑事件載列如下：

一九九九年	新假期出版(當時稱為瑋益有限公司)於一九九九年五月註冊成立，本集團由是創立並出版「新假期」雜誌
二零零零年	於二零零零年十月，本集團出版並發行新雜誌「新Monday」
二零零一年	本集團收購「東方新地」的出版權及商標，並在香港重新發行「東方新地」及其附冊「More」
二零零三年六月	新傳媒出版(當時稱為經要出版有限公司，「經濟一週」雜誌當時的出版商)由英皇國際旗下附屬公司轉讓予本集團
二零零六年／二零零七年	本集團創辦並推出「東方新地」及「新假期」網站
二零一零年／二零一一年	本集團推出新的網上業務單位並開始產生網上收入
二零一一年	新Monday開發香港首本全互動iPad數碼雜誌，展示互動效果，例如直播視頻及360度旋轉功能
二零一四年前	本集團所有旗艦品牌均已開發並推出彼等自有數碼平台，延伸至不同渠道及設備
二零一七年三月	本集團網站的每月訪問人次已達30,000,000次
二零一八年	本集團推出意見領袖網絡Zolar
二零一九年九月	本集團獲得許可出版「Madame Figaro」雜誌香港版

歷史、重組及公司架構

二零二零年

本集團推出「新假期」、「經濟一週」、「More」、「東方新地」、「Sunday Kiss親子童盟」、「GOtrip」及「新Monday」流動應用程式，於一年內的總下載量已達400,000次以上

公司歷史及架構

本公司為一間於二零二一年三月二十二日於開曼群島註冊成立的投資控股公司，並因重組於二零二一年三月二十二日成為本集團的控股公司。重組的詳情載於本節「重組」一段。

緊接重組前，本集團旗下包括以下附屬公司，該等附屬公司各自的公司歷史載於下文。

新傳媒出版

於一九八一年七月十四日，新傳媒出版(當時稱為漢威資料研究有限公司)於香港註冊成立為有限公司。

於一九八四年四月十三日，公司名稱更改為Economic Digest Publications Limited，並於一九八四年六月十二日增加中文名稱經要出版有限公司。其後於二零零零年十二月二十九日，中文名稱更改為經濟一週出版集團有限公司。於二零零五年七月二十九日，公司名稱更改為New Media Group (HK) Limited，後於二零零五年九月二十二日及二零零六年二月二十八日分別更改為Silver Road Investments Limited及漢源(香港)有限公司。於二零一三年二月二十五日，公司名稱更改為新傳媒出版有限公司(New Media Group Publishing Limited)。

於二零零八年一月十八日，新傳媒出版成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其主要從事向本集團提供設備服務及數碼及印刷媒體業務。

新傳媒數碼

於一九九七年七月四日，新傳媒數碼(當時稱為亮維有限公司)於香港註冊成立為有限公司。於二零零四年七月十四日及二零一三年二月二十五日，公司名稱分別更改為香港媒體服務有限公司及新傳媒數碼服務有限公司。

於二零零八年一月十八日，新傳媒數碼成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其主要從事投資控股及數碼媒體業務。

歷史、重組及公司架構

新假期出版

於一九九九年五月七日，新假期出版(當時稱為瑋益有限公司)於香港註冊成立為有限公司。於二零一三年二月二十五日，公司名稱更改為新假期出版有限公司。

於二零零八年二月十二日，新假期出版成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其主要作為註冊出版商開展業務。

New Monday Publishing

於一九九九年十二月十七日，New Monday Publishing(當時稱為韋福有限公司)於香港註冊成立為有限公司。於二零一三年二月二十五日，公司名稱更改為New Monday Publishing Limited。

於二零零八年一月十八日，New Monday Publishing首次成為本集團全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十二月十五日由AY Discretionary Trust透過其附屬公司(當時由AY Discretionary Trust全資擁有)再次收購。其主要作為註冊出版商開展業務。

媒體出版

於二零零零年二月十八日，媒體出版(當時稱為建浚有限公司)於香港註冊成立為有限公司。於二零零五年九月二十九日及二零一三年二月二十五日，公司名稱分別更改為新傳媒集團(香港)有限公司及媒體出版有限公司。

於二零零八年一月十八日，媒體出版成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其為「經濟一週」的註冊出版商，主要從事雜誌及書籍出版、數碼及印刷媒體業務及持有版權。

新傳媒服務顧問

於二零零零年四月十四日，新傳媒服務顧問(當時稱為懋盛有限公司)於香港註冊成立為有限公司。於二零零零年八月二十三日及二零零一年五月三十日，公司名稱分別更改為伊出版有限公司及經要文化出版有限公司。其後，於二零一四年十一月二十七日，公司名稱更改為新傳媒服務顧問有限公司。

歷史、重組及公司架構

於二零零八年一月十八日，新傳媒服務顧問成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其為「東方新地」的註冊出版商，主要從事向本集團提供行政服務。

泰年

於二零零零年十一月三日，泰年於香港註冊成立為有限公司。

於二零零八年一月十八日，泰年成為NMG全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。其主要從事商標持有及許可。

NMG

於二零零七年八月十五日，NMG(當時稱為Merslake Limited)於英屬處女群島註冊成立為有限公司。於二零零八年一月十八日，其成為本集團多間附屬公司的中間控股公司及由新傳媒集團控股有限公司(一間於聯交所上市的公司)全資擁有。有關NMG隨後股東變動的詳情載於上文「歷史」分節。NMG於二零一七年十一月九日再次成為AY Discretionary Trust的全資附屬公司，及根據重組，其於二零二一年三月二十二日成為本公司全資附屬公司。

於二零一二年五月二十九日，公司名稱更改為新傳媒企業投資有限公司，其後於二零一四年十一月二十六日更改為新傳媒集團有限公司。

廣東薪傳

於二零零八年九月十日，廣東薪傳(前稱廣東薪傳出版技術開發有限公司)於中國成立為有限公司，由新傳媒數碼(當時稱為香港媒體服務有限公司)全資擁有。其於二零一五年二月二十七日連同NMG及新傳媒數碼一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。

於二零一九年六月十八日，公司名稱更改為廣東薪傳網絡科技有限公司。

廣東薪傳主要從事就開發及維護本集團的網站、應用程式及營運系統，向本集團提供資訊科技支援服務。

歷史、重組及公司架構

勝躍

於二零一零年五月二十六日，勝躍於香港註冊成立為有限公司及於二零一零年七月八日，勝躍由NMG向一名企業服務提供商(其為本集團的獨立第三方)收購並成為本集團全資附屬公司。其於二零一五年二月二十七日連同NMG一同出售予一名獨立第三方，並於二零一七年十一月九日由楊受成產業控股透過其附屬公司再次收購。

勝躍主要從事數碼媒體業務。

NMG (HK)

於二零一九年六月五日，NMG (HK)(當時稱為致采有限公司)於香港註冊成立為有限公司及於二零一九年七月二十九日，NMG (HK)由NMG向一名企業服務提供商(其為本集團的獨立第三方)收購並成為本集團全資附屬公司。於二零一九年七月三十日，公司名稱更改為NMG (Hong Kong) Company Limited。NMG (HK)為「Madame Figaro」香港版的註冊出版商及主要從事雜誌出版及數碼及印刷媒體業務。

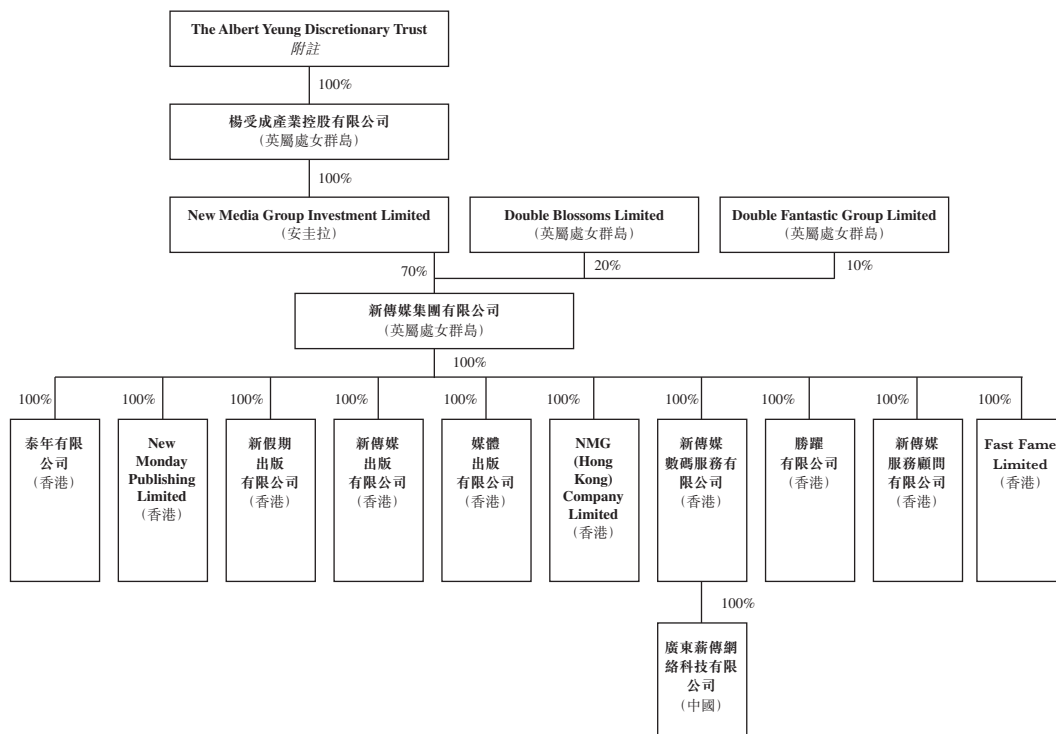
Fast Fame

於二零一八年六月一日，Fast Fame在香港註冊成立為有限公司。Fast Fame於二零一八年九月三日首次成為本集團間接全資附屬公司。其於二零一九年三月十五日出售予新傳媒投資(透過按名義代價1港元買賣其當時直接控股公司)及於二零二零年一月一日由NMG以名義代價1港元再次收購。其於出售予新傳媒投資及由NMG再次收購時均沒有進行業務活動及其後主要從事數碼媒體業務。

歷史、重組及公司架構

重組

為籌備[編纂]，組成本集團的公司進行了重組，據此，本公司成為本集團的控股公司。以下所載為本集團於緊接重組前的公司架構：



附註：AY Discretionary Trust為一項全權信託，楊博士為其財產授予人及創辦人以及First Trust Services AG為其受託人。

重組涉及以下主要步驟：

A. 註冊成立新傳企劃集團控股

於二零二一年三月十日，新傳企劃集團控股於英屬處女群島註冊成立，獲授權可發行最多50,000股每股面值1.00美元的股份，其中1股獲配發及發行予新傳媒投資(作為創辦成員)。新傳企劃集團控股為投資控股公司。

於二零二一年三月二十二日，透過注資，新傳媒投資以零代價將於NMG的7,000股股份(相當於NMG的70%股權)轉讓予新傳企劃集團控股。

歷史、重組及公司架構

B. 註冊成立本公司

於二零二一年三月二十二日，本公司於開曼群島註冊成立，法定股本為50,000港元，分為5,000,000股每股面值0.01港元的股份，其中，1股認購人股份已轉讓予新傳企劃集團控股，及於同日，6,999股股份、2,000股股份及1,000股股份分別配發及發行予新傳企劃集團控股、Double Blossoms 及Double Fantastic。

於二零二一年四月二十二日，本公司根據公司條例第十六部註冊為一間非香港公司。

C. 本公司收購附屬公司

(a) 轉讓NMG股份予本公司

於二零二一年三月二十二日，本公司、新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic訂立股份交換協議，以實行股份交換，即新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic將彼等各自持有的所有NMG股份轉讓予本公司，本公司則向新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic分別配發及發行7,000股股份、2,000股股份及1,000股股份，以便彼等各自於本公司的應佔股權與於緊接股份交換前於NMG的持股相同。

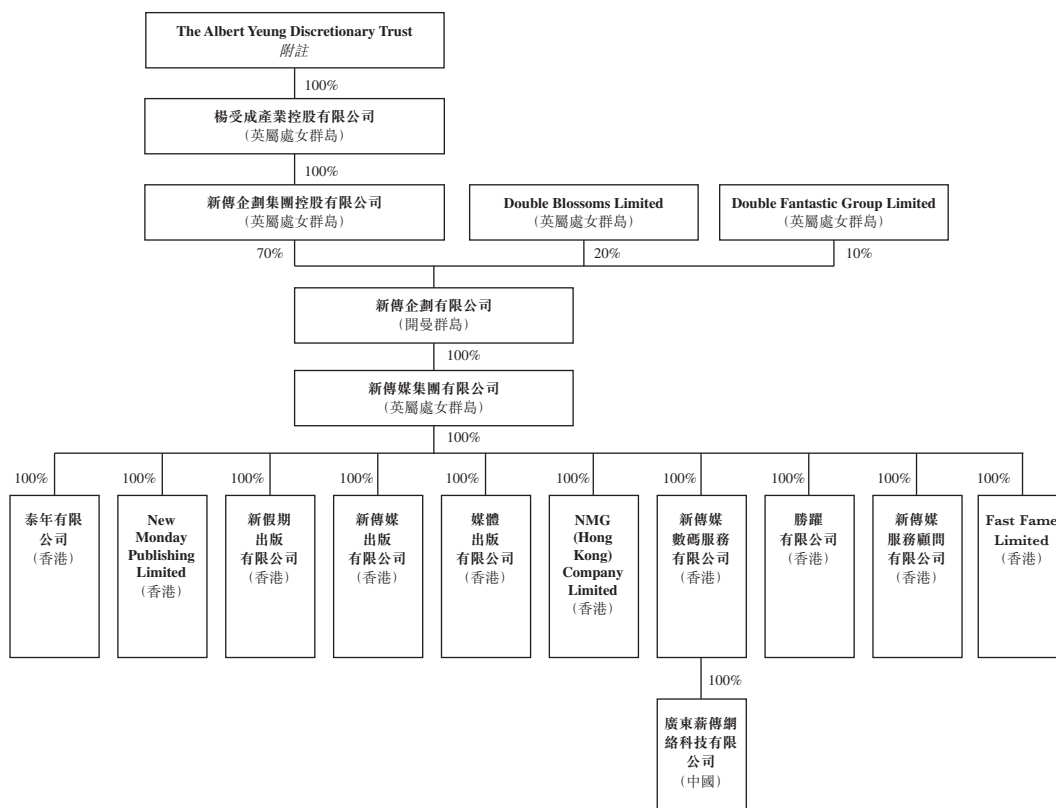
於二零二一年三月二十二日完成所述股份交換後，NMG成為本公司的全資附屬公司。

(b) 新傳媒投資進行實物分派

於二零二一年三月二十二日，新傳媒投資將其於新傳企劃集團控股的全部股權(即1股面值1美元的新傳企劃集團控股股份(相當於新傳企劃集團控股的全部已發行股本))作為實物分派轉讓予楊受成產業控股。

歷史、重組及公司架構

下圖載列本集團於重組後及於最後實際可行日期的股權及公司架構：

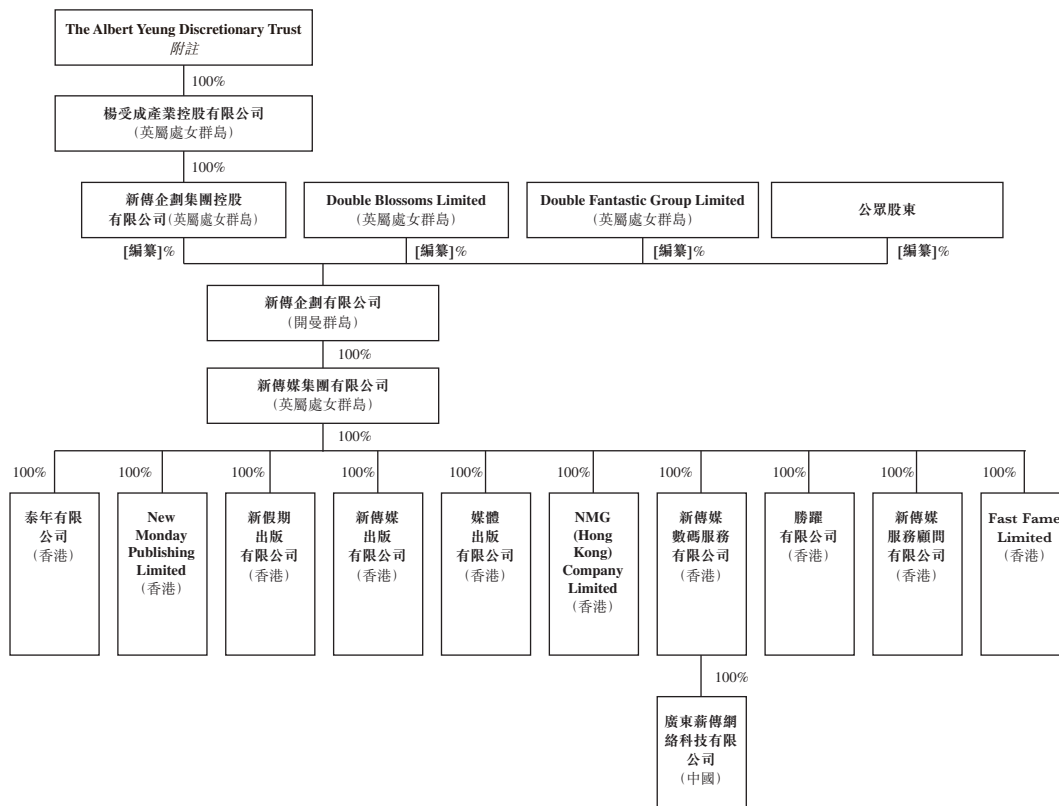


附註：AY Discretionary Trust為一項全權信託，楊博士為其財產授予人及創辦人以及First Trust Services AG為其受託人。

歷史、重組及公司架構

於[編纂]後的公司架構

下圖載列本集團於緊隨[編纂]完成後的股權及公司架構：



附註：AY Discretionary Trust為一項全權信託，楊博士為其財產授予人及創辦人以及First Trust Services AG為其受託人。

業 務

概覽

我們是一間數碼媒體公司，主要透過數碼媒體平台向廣告商(包括跨國品牌所有者、廣告代理公司至中小企等)提供綜合廣告解決方案。我們在多元化、知名及受歡迎的自家媒體品牌名下製作及發行迎合各種興趣的內容。加上我們強大的數碼媒體實力，包括自身網站及流動應用程式以及第三方社交媒體平台(如Facebook、Instagram、YouTube及LinkedIn)，我們能接觸並吸引不同類型的受眾，從而為廣告商創造價值。我們現已從傳統的出版媒體業務全面轉型為數碼媒體領域的領先從業者，根據歐睿報告，就收益而言，我們於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年位列香港網絡廣告代理公司第二位，市場份額分別約為1.9%、1.8%及1.8%。為配合我們的數碼媒體平台發展，我們仍維持出版若干雜誌及旅遊指南(雖然與數碼業務相比重要性不斷下降)，廣告商亦可在該等雜誌及旅遊指南中投放廣告。

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，本集團經營九(9)個媒體品牌，即「新假期」、「東方新地」、「經濟一週」及「新Monday」(於二零零零年代初開辦作為印刷雜誌並有長久歷史)以及More、GOtrip、Sunday Kiss親子童盟，以及於二零一八年及二零一九年分別引進的兩個較近期品牌SSwagger及Madame Figaro。彼等提供各式各樣的內容，從時尚生活(例如餐飲及人氣景點、美饌及烹飪、時尚服飾、美容及旅遊、娛樂新聞、親子、電子產品及遊戲)到設計師及奢侈品牌、金融及投資相關內容。本集團致力於緊貼時代潮流，因應市場變化，以受眾喜好為基礎，繼續創作受眾感興趣的內容並確保瀏覽量及互聯網流量。

憑藉在多個媒體平台上接觸不同類別的讀者，我們能提供綜合廣告解決方案及滿足不同客戶的廣告需求。我們在數碼媒體平台及印刷發行中提供廣泛的廣告產品及服務，包括展示橫幅、廣告稿及評論、社會動態資訊及創意及製作，不論是單獨或是不同類別組合，甚至作為廣告活動的一部分，以達致最大的曝光量及宣傳。除傳統的廣告產品外，我們亦提供策略性服務(包括分部營銷及搜索引擎優化)，協助客戶提升在搜索引擎中的資訊排名及提高其線上關注程度。此外，我們亦向第三方供應方平台提供數碼廣告位，以擴大我們可接觸的廣告商。

於往績記錄期，我們出版經濟一週周刊、Madame Figaro季刊及東方新地三合一周刊，鑑於讀者群轉移到線上的趨勢，我們於二零二零年十二月出版最後一期東方新地三合一周刊後已將其停刊。於二零二一年，我們出版新假期 x GOtrip季刊，但二零二二年各季刊已予取消，原因為COVID-19第五波疫情導致的旅遊出行限制。

業 務

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，來自數碼業務的收入約為180.3百萬港元、231.9百萬港元及229.2百萬港元，分別佔收益的約85.2%、94.6%及95.2%，以及來自出版物發行及印刷發行中廣告的收入約為31.3百萬港元、13.3百萬港元及11.5百萬港元，分別佔收益的約14.8%、5.4%及4.8%。

競爭優勢

我們認為，我們的成功及未來增長潛力歸因於我們的競爭優勢，包括如下各項：

接觸數百萬讀者的強大數碼媒體實力及品牌知名度

我們於數碼市場實力強大，在我們的網站、流動應用程式及第三方社交媒體平台有數百萬訂閱者關注我們的內容。於往績記錄期末，我們有9個媒體品牌，在Facebook上的10個粉絲團專頁錄得總計超過7.4百萬名粉絲及在Instagram上的9個賬號錄得逾1.2百萬名粉絲。本集團營運的9個網站的獨立訪問量於截至二零二一年十二月三十一日止年度超過156.7百萬次及於截至二零二二年十二月三十一日止年度超過219.7百萬次。該等社交媒體參與為廣告商提供一個理想的平台，以與彼等當前及潛在消費者溝通並收集其反饋以及擴大彼等可接觸的群體。

我們認為，這種巨大的數碼市場實力乃由我們引人入勝的內容及有效的社交媒體策略所產生對我們的媒體品牌的高度認可。這種普及性又會吸引更多廣告商的注意，從而推動我們的業務發展。

我們為網絡營銷解決方案的先導者並已從僅提供雜誌及書刊廣告解決方案的傳統出版商轉型為領先數碼媒體公司。本集團早於二零一一年成立一個新的線上業務單位，積極發掘線上及流動內容開發的商機。二零一四年之前，本集團當時的所有旗艦品牌均已完成開發及推出其自身的數碼平台，以擴大至不同渠道及設備。根據歐睿報告，就收益而言，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年，本集團位列香港網絡廣告代理公司第二位，市場份額分別約為1.9%、1.8%及1.8%。

我們相信，我們於數碼領域的強大實力、在數碼廣告方面積累豐富經驗的先導者優勢及領先市場地位使我們從競爭對手中脫穎而出，並能把握這一快速增長行業的發展勢頭。

業 務

多元化及龐大的受眾基礎吸引不同目標受眾的廣告客戶

我們的商業模式依靠我們吸引大量受眾、粉絲及訪客到我們的媒體平台的能力。於最後實際可行日期，我們有九(9)個媒體品牌，尤其是知名的及受歡迎的新假期、More、GOtrip及新Monday，每個品牌有專門的主打內容，涵蓋廣泛的興趣領域，包括但不限於餐飲及人氣景點、美饌及烹飪、時尚服飾、美容及旅遊、娛樂新聞、親子以及電子產品及遊戲、金融及投資、設計師及奢侈品牌，吸引廣泛年齡層和不同性別的讀者。

我們了解迅速變化的市場趨勢以及不同行業消費者的喜好及口味。因此，我們透過為客戶的目標受眾提供最新及相關內容來應對該等變化，從而能夠留住受眾，不斷吸引客戶選用我們的廣告服務。於往績記錄期末，本集團營運的主要數碼媒體平台的10個Facebook粉絲團專頁及9個Instagram賬號的粉絲總數分別超過7.4百萬名及1.2百萬名；於截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們的9個網站錄得獨立訪問量超過156.7百萬次，累計網頁曝光次數超過26億次；及於截至二零二二年十二月三十一日止年度，便錄得獨立訪問量超過219.7百萬次，累計網頁曝光次數超過42億次。

儘管我們的每個媒體品牌均有其自身專門的主打內容，有時我們的媒體品牌各自的內容開發素材或主題可能會重疊。我們的媒體品牌可能會共享本集團所收集的原始素材，但會從不同角度及媒體品牌各自的特點開發迎合其自身目標受眾口味的具體內容。另一方面，鑒於我們的媒體品牌均為成熟品牌，有其自身市場定位及各自受眾群體，本集團的特徵之一便是我們的媒體品牌將作為不同媒體平台相互合作。例如，於二零二一年初推出的新假期x GOtrip雜誌，嘗試將新假期在提供生活方式內容的強大影響力與GOtrip在探索當地遊覽或風景名勝方面的專長結合起來。我們的媒體品牌及其內容的多元化，不論為共同或單獨開發，均有助於讓受眾保持新鮮感。我們相信，我們在內容及發行渠道方面的多元化及相關性為廣大客戶提供廣泛選擇以適應彼等各自的廣告模式、目標及預算。

業 務

為客戶提供廣泛的廣告產品及服務及定制解決方案的能力

我們在不同的媒體平台上提供廣泛的產品及綜合服務予廣告商。我們的廣告解決方案形式包括但不限於顯示橫幅、廣告稿及評論、社會動態資訊、創意及製作及策略性服務(例如搜索引擎優化及分部營銷)。我們有一個內部平台團隊，致力於透過分析工具分析我們的媒體平台上受眾的行為以了解我們的目標受眾及彼等的喜好。我們相信，該等分析讓我們更深入了解我們及競爭者的受眾，從而更好地把握創作內容的市場趨勢，並透過在適當的媒體平台提供意見而增強廣告商與其目標受眾之間的溝通。

如歐睿報告所披露，除本集團外，於二零二一年及二零二二年香港五大領先網絡廣告代理公司均採用多品牌策略，但本集團及另外四間公司中有一間公司分別經營9個及10個媒體品牌，與其餘三間領先網絡廣告代理公司相比，有更多多元化的品牌組合。我們認為，本集團廣告解決方案有別於其他市場從業者是因為本集團採取多品牌策略連同多元化品牌組合，我們在不同的媒體品牌名下以不同的品牌名稱經營不同的頻道，每個頻道均設有專門的主打內容，但不同媒體品牌之間就內容開發分享原始素材及創意具有多元化，旨在吸引特定興趣範疇的受眾，從而使我們能區分不同的受眾群體，進而幫助廣告商更精準地識別彼等的目標受眾，以便我們提供度身定制的廣告解決方案迎合特定受眾群體，配合廣告商的市場推廣活動。例如，新Monday的目標受眾主要包括年輕一代，當我們在新Monday的平台上推廣廣告商的产品及服務時，我們可能採用更通俗的文案風格並包含流行的表現風格(例如文化基因(memes))以吸引目標受眾的注意力。而在另一個數碼媒體平台投放相同的廣告活動時，文案可能作出調整以迎合該媒體品牌的目標受眾。有別於以一個不太多元化組合經營數碼平台的其他市場從業者，彼等的廣告表現形式可能需要符合某種風格或語氣以維持品牌形象，我們的媒體品牌彼此獨立，各自擁有獨特的表現風格及市場定位。因此，我們可靈活選擇一個或多個媒體品牌進行廣告活動，以更好地滿足廣告商的需求—就旨在向一群獨特的終端用戶推廣其產品的廣告商而言，本集團的特定媒體品牌可提供精確分部營銷的廣告解決方案；就廣告目的為盡量接觸更廣大人群的廣告商而言，我們可提供跨平台廣告投放服務，為不同受眾度身定制廣告，從而使廣告活動的效益最大化。另一方面，與同樣採用多品牌策略的其他市場從業者相比，本集團更強調發展我們的數碼媒體平台。在歐睿報告中指出的二零二一年及二零二二年香港領先

業 務

網絡廣告代理公司中，儘管該等公司均採用多品牌策略，本集團是唯一一個數碼廣告收益佔總收益90%以上的市場從業者。董事相信，我們致力於發展我們的數碼媒體業務，使我們能夠滿足在這一數碼化時代對數碼廣告解決方案不斷增長的需求。

我們相信，我們在多品牌平台提供多元化廣告解決方案及對受眾行為的深入了解，對我們緊跟市場變化及在不斷演變的數碼媒體行業中保持競爭力至關重要。

歷史悠久及與來自不同行業的客戶建立良好的關係

我們在香港從事媒體行業已超過20年，並以我們的旗艦媒體品牌(包括東方新地、新假期、新Monday及經濟一週)而聞名。憑藉我們在印刷媒體廣告業務的悠久歷史及我們較早進軍數碼營銷業務，我們已建立廣泛的客戶網絡。本集團擁有多元化的客戶組合，包括4A及非4A廣告代理公司、跨國企業及品牌所有者以及中小型企业，涵蓋各種各樣的商業領域。如「業務－供應商及客戶－客戶」一節所披露，於往績記錄期內各年度，我們能夠與所有五大客戶維持超過十年業務關係，惟截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度五大客戶中的其中一名客戶除外，本集團亦與其保持逾五年的業務關係。

經驗豐富的管理團隊及專責的營運架構

我們擁有一支強大的管理團隊，擁有豐富的管理技能、營運經驗以及紮實的行業知識及專長。例如，行政總裁兼主要股東李先生已從事數碼營銷業務超過20年，以及營運總監張慧茹女士於數碼媒體及營銷方面擁有超過15年經驗。有關彼等背景的其他詳情載於本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。除行政總裁及營運總監外，管理團隊中許多成員在加入本集團前亦有著強大的數碼營銷背景，例如曾擔任4A廣告代理公司及國際品牌所有者的董事)。憑藉管理層在數碼營銷方面的豐富經驗，我們相信，在彼等強有力領導下，本集團將繼續在數碼廣告業務上取得卓越成就。

另一方面，我們採用一個專責的營運架構支持管理團隊的工作，這使我們能夠為客戶提供靈活有效的支援。每個業務單位所服務客戶的目標受眾與該部門媒體品牌的內容最為相關，其自身的銷售及內容或編輯團隊由不同的團隊負責，同

業 務

時在需要時會跨部門合作，以滿足客戶的特殊需要。我們相信，相關結構化但靈活的營運模式有助於更好地監控每個媒體品牌的表現，鼓勵管理層及時回應客戶的需要，提高製作效率，同時盡量發揮我們多元化發行平台策略的協同效應，從而使我們獲得競爭優勢，有助於本集團應對動態的數碼媒體行業。

策略

根據歐睿報告，預期網絡廣告行業於二零二三年至二零二七年按複合年增長率11.4%的雙位數增長。我們旨在透過以下策略，提升我們的能力及服務，從而把握這一勢頭的商機：

透過收購及／或戰略聯盟追求增長

為加快業務增長及擴大市場份額，本集團將尋求與其他媒體或電子商務從業者進行併購及／或戰略聯盟的機會。尤其是，我們擬收購或與從事電子商務、數碼廣告及媒體服務的平台合作，以加強橫向增長。我們認為，職位搜索及發佈、產品及服務上架及價格比較領域，以及與採購及訂購便利平台有關的業務領域為我們的橫向增長提供最大的潛力。

根據歐睿報告，平台服務系統平台(即提供產品及服務的最新資訊及建議的平台)及電子商務解決方案平台(即提供資料收集及分析解決方案以幫助電子商務從業者深入了解市場的平台)為當前數碼媒體格局中具有良好擴張潛力的兩個主要分部。根據歐睿報告，香港電子商務市場已由二零一八年的854億港元增至二零二一年的1,360億港元，複合年增長率為16.8%及於二零二二年，電子商務市場快速增長，達約1,836億港元，較過往年度增長35.0%；而LinkedIn作為社交媒體網絡網站及職位發佈平台的綜合體，於二零一八年至二零二二年期間錄得平均每月活躍用戶17.2%的複合年增長率。鑒於以上所述，我們認為網絡職位搜索市場、產品上架平台以及與採購及訂購便利平台有關的業務具有潛力，及本集團擬向該等分部擴張。理想的收購目標將為營運規模較小至中等但擁有良好流量的平台。

於最後實際可行日期，我們並無識別任何經過詳細可行性研究的潛在收購目標，亦無就任何收購或戰略聯盟簽訂任何協議。我們無意收購將導致本集團目前

業 務

的主要業務及／或公司架構發生重大變動的任何公司或業務。有關我們的併購或戰略聯盟計劃的進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

擴展產品線及客戶群並探索特定行業中的機會

因應數碼廣告產品的需求不斷變化，我們擬進一步擴展產品線，以滿足不同廣告商的多元化需要。

鑑於線上金融及銀行業務活動日益普及，我們以Jetsobee名義建立一個新平台架構，Jetsobee有Facebook頁面、官方網站及流動應用程式，但迄今為止內容很少。我們計劃投入資源，將其開發成一個專門就金融工具及選擇(如信用卡的使用等)提供建議的個人智慧消費平台。該平台專門設有一個忠誠度計劃及其技術基礎設施亦將包括數據分析、人工智能及機器學習能力。為支援Jetsobee的開發及營運，我們還將招募新員工成立一個新的團隊，以開發產品特性、程式及內容創作，以推動受眾參與。雖然我們的現有客戶已包括若干主要銀行及信用卡公司，但我們預期Jetsobee平台將使我們能夠吸引更多來自金融領域的廣告商，包括銀行、信用卡公司、電子支付服務供應商及保險公司，從而擴大我們的客戶群。

另一方面，個人創業的趨勢不斷上升。根據香港政府的統計數字，截至二零二一年十二月，香港有超過340,000間中小企，該數字增至於二零二二年十一月的逾350,000間，佔香港企業總數超過98%。為把握這一新興市場的機會，我們擬開發一個廣告投放平台，提供另類廣告解決方案來服務這一分部。擬設立的新平台旨在為中小企提供機會，讓彼等以可負擔的價格，在我們現有的知名數碼媒體平台的指定板塊刊登其推廣內容，一方面我們可以顧及該等客戶的需要，另一方面我們可以進軍中小企市場，增強我們在數碼廣告市場的份額。我們計劃擴大銷售團隊及技術支援團隊來支持該平台的開發。

通過開發電子商務解決方案平台加強資料搜集及分析能力

隨著科技的飛速發展，我們發現數碼廣告行業對資料分析的依賴性越來越強。我們擬提高搜集、儲存及分析資料的能力，並增加我們可收集資料的種類及範圍。根據歐睿報告，香港電子商務市場已由二零一八年的854億港元增至二零二一年的1,360億港元，複合年增長率為16.8%，並進一步增長35.0%至二零二二年

業 務

的1,836億港元，進而帶來對策略性網絡廣告活動的需求。因此，我們計劃開發一個電子商務解決方案平台，包括一個前端流動應用程式，並為其訂閱者實施忠誠度計劃，通過獎勵措施，例如積分、禮品兌換及其他促銷活動，建立一個關於所收集該等資料的資料庫及人工智能資料模型，鼓勵彼等記錄在電子商務方面的支出。為支持這一開發，我們計劃招募更多的員工成立一個新的團隊(包括一名數據分析師)，來開發產品特性及程式以及內容創作來提高訂閱者的參與度。該平台將使我們得以搜集及分析電子商務方面的支出，從而提高我們為廣告商確定目標受眾的準確性以及優化廣告解決方案的成效。通過該等舉措，預期會鞏固我們的客戶群並增強我們的市場實力。

通過提高製作能力釋放潛力

為確保我們所創作的內容能緊扣讀者的需要，我們亦擬透過開發及實行媒體內容管理系統升級我們的內容監控系統，這是專為本集團定制的平台，以進一步收集內容的其他表現數據以及其他市場從業者在不同的第三方社交平台上的表現數據。雖然我們有一個專門的平台團隊，專門通過分析我們的品牌內容及競爭對手的資料來瞭解受眾行為及喜好，為我們於往績記錄期的成功作出貢獻，但這是借助第三方分析工具以人手操作。隨著建議設立媒體內容管理平台，我們亦可以收集有關受眾對我們的數碼內容的反饋及市場趨勢的更多資料，包括不同第三方社交媒體平台粉絲團專頁、品牌資料及頻道的傳播、我們的數碼平台的線上流量、受眾人口統計數據、自營數碼平台的排名、產生最高參與率的內容以及每日受歡迎關鍵字的趨勢。這將為我們提供里程碑基礎設施，以能夠為處理隨著我們的業務擴張而不斷增加但人手操作卻無法有效處理的數據量作準備。借助在媒體內容管理平台收集及顯示的數據，我們可密切監控數碼內容的表現並利用該等數據作為衡量不同業務單位表現的參數，從而提高製作能力。

持續投資技術基礎設施及招聘人才

我們相信數碼廣告市場的發展將圍繞機器學習工具的使用，因此，我們擬在平台的後端操作中應用人工智能及機器學習模型來加強我們的技術基礎設施。上述即將推出的電子商務解決方案平台及Jobsbee平台將結合資料分析、人工智能及機器學習能力，並率先將人工智能及機器學習技術整合到日常營運中。再者，我們亦會提升實體資訊科技設施，以更全面地提升技術基礎設施。此外，我們亦計

業 務

劃招聘不同領域的人才，包括專門從事數據分析、銷售及營銷、業務策略發展及內容開發的員工，以支持我們的業務增長。

我們相信，該等策略將有助於加深我們對現有客戶的滲透，多方面發展客戶基礎及擴大市場份額，從而鞏固市場地位及維持業務增長。與此同時，我們將會密切留意最新市場趨勢，以發掘及把握其他市場機會。

媒體品牌

本集團一直經營九(9)個媒體品牌，在多個平台提供不同興趣的內容。本集團的媒體品牌由單獨的業務單位經營，並設有專責的內容團隊在其自有媒體平台提供最新資訊。每個業務單位將定期檢討其主打內容及不時更新其品牌內容，以確保內容質素並提高用戶在我們的媒體平台上的參與度，從而有助於透過我們向客戶提供的廣告產品及服務創造額外的盈利機會。

本集團採納的策略是以不同媒體品牌提供特定範疇的興趣內容，這不但有助於建立個別媒體品牌在其目標受眾中的品牌認知度，亦有助於區分我們的受眾群體並協助客戶根據該等客戶感興趣的主題，識別彼等的目標客戶。我們的媒體品牌利用不同的數碼媒體平台最大限度接觸受眾。於往績記錄期，本集團旗下各媒體品牌均在不同的第三方社交媒體平台(包括Facebook、Instagram、YouTube及LinkedIn)營運數碼平台，包括(i)自有網站；(ii)流動應用程式；及(iii)粉絲團專頁、品牌資料及頻道。我們的數碼媒體平台的內容可以不同風格及形式出現，例如社會動態資訊、影片及照片等，該等內容可吸引不同類型的互聯網用戶，因而我們可以接觸到更廣泛的受眾。

如本節「產品及服務」一段所討論，我們透過在第三方社交媒體平台上營運的數碼媒體平台或我們自有網站及應用程式，提供廣告解決方案(例如Facebook動態資訊、Instagram動態資訊及將在我們的數碼媒體平台發佈的有關廣告商產品的內容)產生廣告收入。於往績記錄期末，就我們的9個媒體品牌而言，我們的主要數碼媒體平台(不包括我們計劃使用部分[編纂][編纂]全面開發的Jetsobee平台)包括作為我們的自有平台的9個網站及7個應用程式及我們在第三方社交媒體平台營運10個Facebook粉絲團專頁、9個Instagram賬號及9個YouTube頻道。我們的主要數碼媒體平台的進一步詳情載於下文各媒體品牌的描述中。

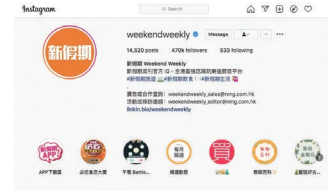
業 務

下文載列我們的媒體品牌的簡介：



「新假期」
(Weekend Weekly)

新假期專門提供與時尚生活有關的內容，包括主題飲食潮流、城市遊踪以至最佳飲食購物優惠、貼士及推介，來滿足不同人士的需求。新假期致力發掘時尚內容，例如於二零二零年，在其網站上開設專欄，輯錄優質外賣食物及外賣特別折扣，以滿足香港受COVID-19重擊導致讀者對外賣服務激增的需求。新假期亦已推出主題活動(如多年來之必吃食店大獎)，以特定趣味領域吸引讀者，並報導熱門話題。這是一個擁有悠久歷史的品牌，由本集團於一九九九年九月首次以雜誌形式推出，擁有堅實的讀者基礎。新假期有其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道。其為本集團在第三方社交媒體平台擁有最多粉絲的媒體品牌之一，於最後實際可行日期，在其中一個社交媒體平台的粉絲量超過1.7百萬名，足證甚受年輕一代歡迎。

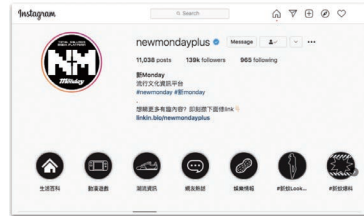
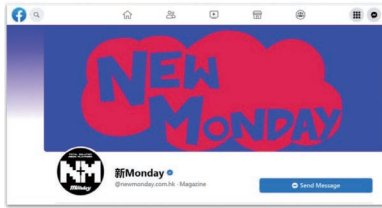


於二零二一年，新假期亦與GOtrip每季度出版一本印刷雜誌。其亦不時與GOtrip合作出版旅遊指南，提供關於不同海外目的地的最新及全面的旅遊資訊。

業 務



「新Monday」 (NM + / New Monday)



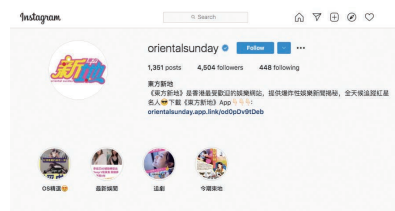
新Monday提供最新的社會潮流的內容，涵蓋線上購物、線上遊戲、電子產品、運動潮流、時裝、娛樂新聞及美容貼士等主題。為趕上最新的市場趨勢，新Monday一直在與從事不同新興行業的廣告商探索新的合作機會，經驗豐富，引進新的內容形式，如媒體品牌於數碼媒體平台上的視頻遊戲直播及主題視頻節目，旨在增強用戶的參與度以及與不同界別的廣告商探索更多商機。

新Monday由本集團於二零零零年首次推出，以其作為本港年輕人雜誌的品牌定位而聞名。新Monday是本集團數碼化內容的首個品牌，早於二零零四年及二零零六年分別推出線上門戶及獨立網站。我們又引入「NM+」作為新Monday的多媒體平台版本，於截至二零一二年六月三十日止財政年度，推出「NM+ eMag」及「NM+ eMag Lite」平板及智能手機應用程式。該媒體品牌目前通過其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道營運。



「東方新地」(Oriental Sunday)

東方新地以提供藝人及名人動向的娛樂八卦新聞及提供娛樂界最新動向而聞名。



於東方新地三合一周刊停刊後，其已自二零二一年初成為全面數碼化平台。東方新地擁有其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道。

業 務



「經濟一週」(Economic Digest)

經濟一週是本集團歷史悠久及知名的媒體品牌，專注於提供有關經濟、投資、金融市場及個人理財的最新資訊，主要目標讀者為對投資及金融市場感興趣的專業投資者、白領及一般公眾。於往績記錄期，其內容涵蓋傳統主題，包括物業市場、保險、創業及個人理財，以及有關職場文化、初創企業、虛擬銀行及金融科技的熱門話題。經濟一週亦主辦年度香港傑出企業巡禮(已於二零二一年更名為香港傑出上市企業並於二零二二年更名為經一傑出上市企業及ESG大獎)、實力品牌大獎(現已更名為經一品牌大獎)及經一中小企大獎頒獎禮(於二零二一年及二零二二年因COVID-19疫情而停辦)。



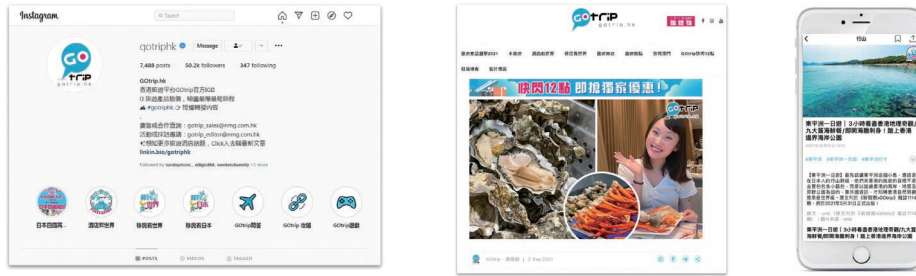
隨著媒體行業越來越多使用數碼平台，經濟一週亦利用數碼媒體平台及第三方社交媒體平台(如其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面及Instagram賬號、LinkedIn賬號、Patreon頁面、Spotify播客頻道及YouTube頻道)來發佈其內容。經濟一週目前還出版週刊，同時提供電子雜誌及實體雜誌的訂閱服務。



「GOtrip」

GOtrip提供全面的旅遊資訊及行程建議，包括本港短線遊、居家旅遊至世界遊踪，以使讀者瞭解最新的旅遊及度假趨勢。該品牌旨在吸引喜愛旅行或遊歷的讀者。GOtrip擁有其自有官方網站、Facebook頁面、Instagram賬號、流動應用程式及YouTube頻道。除營運各種數碼平台外，GOtrip亦不時與新假期合作出版旅遊指南，為讀者提供不同目的地的最新行程及觀光資訊。

業 務



於二零二一年，GOrtrip亦聯乘新假期推出季刊。

more
sunday

「More」

More提供有關不同品牌在最新一季推出的流行美容產品或時尚物品的介紹及比較、護膚及化妝的美容小貼士、健康飲食營養餐單以及一系列女性讀者感興趣的議題。其主題包括時裝、護膚、化妝、婚禮策劃及目標為女性受眾。於最後實際可行日期，More在某第三方社交媒體平台上已積累超過100萬名粉絲。該媒體品牌通過其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道營運。



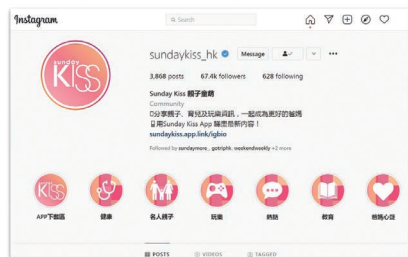
More組織年度「美容產品大賞」選舉，供讀者投票選出彼等最喜愛的美容品牌或產品。該活動不僅為我們提供機會與讀者互動，亦為客戶品牌提供機會推廣彼等的產品。

業 務



「Sunday Kiss親子童盟」

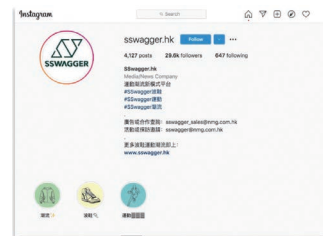
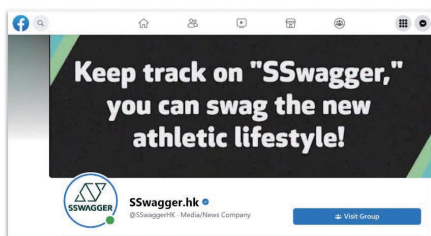
Sunday Kiss親子童盟以年輕父母為目標，提供有關育兒、親子、教育的最新潮流資訊及購物貼士。其網站亦載有香港各大補習社及兒童產品名錄，旨在建立一個有關該等行業供應商的綜合數據庫。Sunday Kiss親子童盟現有其官方網站、流動應用程式、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道。



於二零一九年，Sunday Kiss親子童盟推出「Dear Future Kids」活動，邀請懷孕媽媽為未來孩子寫信，述說彼等懷孕期間的心路歷程、對孩子的愛與期望。通過分享不同懷孕媽媽於懷孕期間的體驗，該活動提供機會從不同角度看待作為人母的種種體會。該活動獲得二零一九年金帆廣告大獎中「用戶共創內容」及「數碼及社會－社會」的「影響力者／人才」類別獎項。於二零二二年，Sunday Kiss親子童盟組織獎項，以讓父母就彼等喜歡的不同類別的品牌及產品投票。



「SSwagger」



SSwagger專注於最新的體育相關潮流，包括時裝、運動鞋、小配件、時尚生活產品及最新體育新聞，目標為男性青少年及運動愛好者。我們於二零一八年推出該品牌，乃由於本集團意識到運動服裝已由功能性服裝轉變為時尚單品。目前，SSwagger設有其官方網站、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道。

業 務

madame
FIGARO
HONG KONG

[Madame Figaro Hong Kong]

Madame Figaro由本集團於二零一九年自法國引入香港市場。於二零一九年九月，本集團與Société du Figaro訂立獨家許可協議（「許可協議」），據此，本集團獲授獨家權利以「madamefigarohk」及「madamefigaro.hk」名稱創建並營運Madame Figaro French香港版網站、社交網站賬號及以「Madame Figaro Hong Kong」名稱出版Madame Figaro雜誌香港版，初始期限為三(3)年，其後可自動續期，直至任何一方發出事先通知終止為止。

Madame Figaro品牌在法國的定位為一個享有盛譽關於時裝及美容的高端平台。其法國媒體集團Groupe Figaro的歷史可追溯至十九世紀初，現為法國領先媒體集團之一及在法國媒體行業擁有龐大市場份額。憑藉該法國品牌的悠久歷史及聲譽，本集團將該媒體品牌引入香港，以開拓奢侈品市場。我們期望將巴黎美學融入香港社會，在保持品牌魅力的同時，探索在本地元素中加入相關藝術及時尚題材。



該品牌目前通過出版季刊及將內容上載至其官方網站、Facebook頁面、Instagram賬號及YouTube頻道的方式營運。其已於二零二一年及二零二二年發行印刷版週年刊，以慶祝品牌引入香港。

業 務

產品及服務

廣告解決方案

我們提供綜合廣告產品及服務，在我們的數碼媒體平台及書刊雜誌中發行。於往績記錄期，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度，來自廣告解決方案的收益分別約為192.9百萬港元、241.7百萬港元及237.8百萬港元，分別佔於相關年度總收益約91.1%、98.6%及98.8%，其中分別約85.2%、94.6%及95.2%來自數碼廣告解決方案。

由於我們的每個媒體品牌都有自身的主打內容並在各種媒體平台播出，客戶可以選擇彼等有意投放廣告或開展廣告活動所在的平台以及選擇彼等希望用於宣傳產品及服務的形式。我們的綜合廣告產品包括：—

- (i) 廣告稿，可同時在數碼及印刷平台刊登。該等廣告稿以編採稿或新聞性質文章的方式，通過在文章中推廣客戶產品或服務達致客戶的營銷目標；
- (ii) 在我們的數碼媒體平台(包括網站及流動應用程式)，以及我們在第三方社交媒體平台的粉絲團專頁、頻道或個人賬號等，推廣廣告商的產品的動態資訊及視頻；
- (iii) 在本集團的品牌內容中加入廣告商名稱的贊助；
- (iv) 在數碼媒體平台上展示廣告(包括橫幅、視頻橫幅及文字鏈接)。廣告商可選擇在數碼媒體平台上所展示的次數或時長；
- (v) 搜尋引擎優化(SEO)，協助廣告商將資訊在搜尋引擎結果中排列較前位置，從而有助於吸引更多目標客戶，提高轉化率。我們的媒體品牌覆蓋各種各樣的媒體平台上的各式趣味領域，吸引不同年齡層的受眾，為廣告商在搜尋引擎中提供針對彼等的關鍵字的不同視角。我們相信，我們的各媒體品牌所擁有的關鍵字均屬高流量，當互聯網使用者搜索該等關鍵字時，將能夠增加有關媒體品牌接觸優質受眾的機會；
- (vi) 意見領袖營銷，我們將廣告項目的目標與適當的意見領袖配對，以有效地接觸目標受眾。本集團擁有本身的Z世代(稱為Zolar)意見領袖網絡，而Zparkler則是以正在大學就讀或畢業不到兩年的會員為對象的分支；
- (vii) 在數碼媒體平台向訂閱者發送電子郵件行銷(eDM)；及
- (viii) 印刷刊物的廣告位，包括雜誌及旅遊指南。

業 務

除在我們的平台上提供由客戶自行提供內容的廣告空間外，為提高本集團的競爭力，我們還提供廣泛及綜合的廣告解決方案及服務，以滿足不同客戶的需要及預算。我們提供全方位的廣告及項目管理服務，貫穿整個廣告製作前、製作及發行階段。該等服務包括構思廣告概念，以及就達致最佳效果的策略提供意見，例如投放於何種媒體品牌及平台，以協助廣告商準確識別目標受眾，以及發佈廣告以吸引不同類型受眾的最佳時間。我們的服務方案亦涵蓋在我們所合作的其他社交媒體平台發佈動態資訊及廣告素材。我們能透過研究內容表現(包括流量及用戶參與數據及其他市場從業者相關表現)提供深入分析，幫助客戶瞭解消費者的行為及實現彼等的行銷目標。

就廣告製作過程而言，我們可以提供包括美術設計、攝影製作、定制版面、數碼圖像設計、視頻拍攝及剪輯等服務，該等服務可以由我們的內部團隊負責，也可以外判予與我們密切合作的第三方製作公司，視乎客戶喜好或我們當時的製作能力而定。

我們提供靈活的產品及服務，讓廣告商可以挑選最適合其營銷目標及預算的特定產品及服務或產品及服務的組合，廣告商及品牌所有者本身可直接或通過廣告代理公司委聘我們。

作為向主要品牌所有者客戶提供的輔助服務，於往績記錄期，我們亦提供廣告解決方案(不包括在本集團數碼媒體平台及印刷刊物上發佈)。例如，我們向各種信用卡公司及銀行就全年信用卡優惠活動提供項目管理服務，包括開發、製作及印刷營銷材料，資料輸入及與參與的商戶聯絡；就本集團組織的多個獎項(如經一傑出上市企業及ESG大獎及經一品牌大獎)而言，我們提供贊助，讓參與的品牌所有者在活動中展示彼等的名稱；我們為客戶的特別活動(例如購物中心促銷活動)，製作度身定制的文章，並設計及製作小冊子／書籤及禮品卡。該等項目中有若干項目為我們於往績記錄期內各財政年度已確認收益最高的十大項目(請參閱下文「主要項目」分節)。儘管如此，有關輔助服務的總收益於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止財政年度分別不超過廣告收益的3%及於截至二零二二年十二月三十一日止財政年度不超過廣告收益的4%。

我們還與各種數碼合作夥伴(通常稱為「供應方平台」)簽訂程序化廣告服務協議。該等協議的進一步詳情載於本文件「業務－供應商及客戶－客戶」一節。根據該等安排，我們的數碼媒體平台上可供使用的廣告時段(即廣告位)透過該等供應方平台營運的平台提供予廣告商。我們的數碼媒體平台的廣告位系統將連接至供應方平台營運的

業 務

平台，而供應方平台將識別我們的數碼媒體平台上可用的廣告時段，並與廣告商在彼等的平台中提供的廣告配對。因此，程序化廣告基本上為我們在供應方平台廣告位的自動競價，本集團通常將會根據每千次曝光成本就我們數碼媒體平台上的廣告位指定一個底價。在競價過程的帶動下，每千次曝光成本競價最高的廣告商的廣告將透過各供應方平台投放在我們的數碼媒體平台廣告位。我們在數碼媒體平台銷售廣告位的程序化廣告收益乃根據不時自各供應方平台產生的每千次曝光成本總額(即每千次曝光成本的最高競價)的預定比例釐定。有關收益分佔比例基於與各供應方平台的條款及條件而定。作為出版商，本集團為由供應方平台分配的廣告提供播放平台，而我們不會為該等廣告製作任何內容。

下表載列於往績記錄期本集團經營所在主要媒體平台的廣告收益的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	估廣告 收益 千港元	百分比	估廣告 收益 千港元	百分比	估廣告 收益 千港元	百分比
第三方社交媒體平台						
- Facebook	118,731	61.6	151,362	62.6	134,753	56.7
- Instagram	9,846	5.1	14,105	5.8	13,610	5.7
- YouTube	274	0.1	274	0.1	203	0.1
- LinkedIn	不適用	不適用	不適用	不適用	190	0.1
小計	128,851	66.8	165,741	68.5	148,756	62.6
自有平台						
- 網站	33,154	17.2	39,286	16.3	51,017	21.5
- 應用程式	694	0.3	3,541	1.5	4,630	1.9
- 印刷	12,608	6.5	9,849	4.1	8,608	3.6
小計	45,456	24.0	52,676	21.9	64,255	27.0
多平台 (附註1)	12,441	6.5	18,165	7.5	16,322	6.9
製作服務及其他 (附註2)	5,112	2.7	5,125	2.1	8,444	3.5
總計	192,860	100	241,707	100	237,777	100

業 務

附註1：這指的是涵蓋將廣告解決方案發佈在一個以上平台但未指明各平台的具體費用分配的發票。

附註2：這主要指來自與上述媒體平台無特別關聯的服務的收益。截至二零二零年十二月三十一日止財政年度的金額亦包括約400,000港元，來自收取若干印刷廣告合約項下的項目管理費。截至二零二二年十二月三十一日止年度，該類別收益增加，主要由於信用卡優惠活動的項目管理服務合約數量增加所致。

於截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，通過Facebook產生的收益較截至二零二一年十二月三十一日止年度減少約16.6百萬港元，即約11.0%。有關減幅主要由於化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品行業以及酒店、出行及旅遊服務行業的廣告收益下降所致，原因為在COVID-19第五波疫情爆發後推出嚴格的保持社交距離措施，而Facebook是該等行業的廣告商開展廣告活動的熱門社交媒體平台。有關我們於往績記錄期按行業劃分的非程序化廣告收益的詳情，請參閱本文件「財務資料－綜合損益及其他全面收益表主要項目的討論及分析－廣告」一節。

另一方面，截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，來自自身網站的收益較截至二零二一年十二月三十一日止年度大幅增長約11.7百萬港元（即約30%），而來自應用程式的收益亦較截至二零二一年十二月三十一日止年度穩定增長。正如下述段落所披露，於二零二二年，我們努力通過搜索引擎優化及創作更多的品牌內容來提高自身網站及應用程式的有機流量。我們相信這導致我們自身網站所產生的程序化廣告收益增長，亦使我們能夠增加我們的廣告位，直接出售予非程序化廣告商，尤其是並未受到COVID-19第五波疫情影響的廣告商。

業 務

下表載列於往績記錄期我們的九個媒體品牌在數碼媒體平台的節選主要營運數據：

	於十二月三十一日／		
	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
	千次	千次	千次
	(概約)	(概約)	(概約)
網站 (附註1)			
獨立訪問量 (附註1)	110,075	156,718	219,707
— 新訪問	106,414	151,200	213,984
— 回訪	3,661	5,518	5,723
網頁節數 (附註2)	332,457	422,587	573,238
— 新假期	112,814	157,836	207,166
— 新Monday	28,371	26,607	43,050
— 東方新地	59,637	73,241	76,168
— 經濟一週	29,746	31,850	37,687
— GOtrip	29,583	37,211	59,256
— More	37,459	39,473	55,657
— Sunday Kiss親子童盟	29,052	50,905	88,842
— SSwagger	2,328	1,564	246
— Madame Figaro	3,467	3,899	5,167
網頁曝光次數 (附註3)	2,322,768	2,609,158	4,267,451
應用程式 (附註4)			
下載量 (附註4)	216	916	1,421
應用程式節數 (附註2)	4,678	26,860	38,286
應用程式曝光次數 (附註3)	51,439	222,531	405,501
社交媒體平台			
Facebook粉絲 (附註5)	7,225	7,301	7,466
Instagram粉絲 (附註6)	1,012	1,172	1,252

附註：

- (1) 獨立訪問量為於一年內訪問我們九個網站的未重複(只計算一次)訪客數量。所提供有關我們網站的數據包括我們所有網站的總數據。
- (2) 節數指新老用戶對一個網站或應用程式的訪問次數。當有人載入一個頁面時，節數立即開始，並於頁面不活動30分鐘後結束。
- (3) 每次在我們的數碼媒體平台上展示廣告時，均會計算為一次曝光，不包括我們並無保存記錄的綜合廣告解決方案的廣告。
- (4) 下載量指我們的流動應用程式的累計下載次數。所提供的數據包括我們所有應用程式的總數據。新下載量指已安裝我們的應用程式一次的用戶數量，不包括在一個設備上重複下載的次數、自動安裝、恢復或更新。
- (5) 該數字包括我們十個主要Facebook粉絲團專頁的粉絲總數。
- (6) 該數字包括我們九個主要Instagram賬號粉絲總數。

業 務

我們不斷評估及審閱我們的營運策略，以最大限度地提高我們的數字廣告收益。於二零一九年，我們修改了策略，通過減少網站文章的分頁來提高用戶體驗。由於廣告是在讀者加載網頁內容時推送到網頁上，減少分頁意味著在一個網頁上可以顯示更多的內容，用戶可在閱讀內容時減少廣告的干擾，但改善後的用戶體驗可能會吸引及挽留更多用戶在本集團網站上花費更多時間。於二零二二年，我們評估策略，並努力推動網站及應用程式有機流量增長。如下文「營運—專用平台團隊監察數碼表現，以獲得最佳營運結果」分節所披露，平台團隊分析數碼媒體平台上的受眾行為並向業務單位提供意見。於二零二二年，我們為平台團隊招聘其他員工，專門負責搜索引擎優化，即分析媒體內容(例如產生更高參與率的內容及熱點關鍵詞)以提升品牌內容，以便受眾在進行關鍵詞搜索時，相關內容更有可能出現在搜索結果頁面中，這有助於為我們的數碼媒體平台帶來更多目標客戶。同時，我們亦增加委聘第三方自由職業者，以創作更多品牌內容。網站的獨立訪問量由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約110.1百萬次增加至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約156.7百萬次，並進一步增加至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約219.7百萬次，其中新訪問量由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約106.4百萬次翻倍增至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約214.0百萬次。網頁節數錄得由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約332.5百萬次增加約27.1%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的約422.6百萬次，並進一步增加約35.6%至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約573.2百萬次。就SSwagger而言，本集團專注於其在Instagram上的增長，鑑於其目標受眾非常具體，為年輕人及體育愛好者，本集團專注於其在Instagram上的增長，其網頁節數於二零二一年及二零二二年均錄得減少。

隨著網站的獨立訪問量及網頁節數增加，我們於截至二零二二年十二月三十一日止三個年度的網頁曝光次數亦顯示出持續增長，分別錄得約23億次、26億次及43億次曝光次數。董事認為，我們提高用戶體驗的策略，加上二零二二年在搜尋引擎結果頁面上優化數碼媒體平台的驅動力，導致二零二二年網頁曝光次數大幅增長。

我們自二零二零年下半年起推出流動應用程式及於二零二一年及二零二二年的下載量、應用程式節數及應用程式曝光次數顯著增加。隨著品牌知名度不斷提高及網站獨立訪問量不斷增加，於二零二一年十二月三十一日及二零二二年十二月三十一日，我們的應用程式錄得下載量分別超過900,000次及約1.4百萬次。截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們的應用程式節數及應用程式曝光次數分別達26.8百萬次及222.5百萬次以及截至二零二二年十二月三十一日止年度，不斷增長的應用程式下載量使應用程式節數及應用程式曝光次數分別增至約38.3百萬次及405.5百萬次。

於往績記錄期，我們在社交媒體平台的粉絲量一直在穩步增加，乃歸因於平台的有機增長。

業 務

本集團的營運資料亦包括按轉化率計算的廣告對受眾的覆蓋範圍，轉化率指採取廣告商所希望的行動(例如註冊新賬戶或作出購買)的受眾佔瀏覽或點擊展示廣告的受眾總人數的比率。轉化率可按在任何特定時期在我們的數碼媒體平台上的收費點擊、點擊率或參與率等數據計量。除下文所述的有限情況外，我們不會跟蹤及記錄有關數據。首先，我們可能會保留若干特定活動的數據以及應客戶的要求，我們可能會與客戶分享相關數據，以評估廣告活動的效益。視乎所提供的廣告產品及服務的類型及／或客戶的廣告目標，所分享的數據有所不同。例如，倘客戶的廣告目標為擴大其產品的覆蓋範圍或媒體覆蓋率，則共享的數據可能包括曝光次數、相關動態資訊及帖子的瀏覽量及／或點贊數；對於希望為其指定網站吸引流量的客戶，我們亦可能提供按項目基準所產生的引流數目，如用戶註冊或交易數目。其次，當協定合約金額以佣金形式計算，而佣金根據我們的數碼媒體平台的流量推動用戶完成購買廣告產品或服務的收益分成或溢利分成計算，我們將記錄該等數據。於往績記錄期，截至二零二二年十二月三十一日止三個年度，本集團自涉及有關佣金為基礎的合約中產生的收益(包括該等合約項下的固定費用)分別約為2.2百萬港元、3.1百萬港元及4.5百萬港元，分別僅佔各自期間總收益約1.1%、1.3%及1.9%。

印刷發行

於往績記錄期，我們發行四本雜誌，即(i)於二零二零年，東方新地三合一周刊(連同新假期及新Monday)，(ii)經濟一週周刊，(iii)自二零一九年第三季度起，Madame Figaro季刊，及(iv)於二零二一年，新假期 x GOtrip雜誌季刊。

鑑於市場趨勢及對印刷雜誌的需求已不斷下降，我們在二零二零年底重組印刷媒體服務，並停止出版東方新地三合一周刊，最後一期是二零二零年十二月。另一方面，我們於二零二一年發行四期新假期 x GOtrip季刊，但二零二二年各季刊已予取消，原因為COVID-19第五波疫情導致的旅行限制造成海外旅行減少。儘管如此，我們相信，維持我們的印刷媒體能夠配合我們的多媒體策略，並為廣告商提供更多的渠道來接觸彼等的目標受眾，同時，經濟一週、新假期、GOtrip及Madame Figaro等知名雜誌亦能提高本集團的品牌知名度。儘管我們現階段無意進一步減少雜誌種類的數量，我們將監察印刷雜誌及印刷廣告的市場趨勢變化，並不時檢討是否需要對印刷媒體服務作出任何進一步調整。

業 務

下表載列於往績記錄期本集團發行雜誌的已售本數、單價及產生的收益：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
東方新地三合一周刊 (附註1)			
單價 (港元) (附註2)	18	不適用	不適用
已售本數 (千本)	1,154	不適用	不適用
收益 (千港元)	15,365	不適用	不適用
經濟一週雜誌			
單價 (港元) (附註2)	20	20	20
已售本數 (千本)	129	125	102
收益 (千港元)	2,399	2,506	2,008
Madame Figaro雜誌 (附註3)			
單價 (港元) (附註2)	120	120	120
已售本數 (千本)	1	5	8
收益 (千港元)	99	475	801
新假期x GOtrip雜誌 (附註4)			
單價 (港元) (附註2)	不適用	30	不適用
已售本數 (千本)	不適用	13	不適用
收益 (千港元)	不適用	266	不適用
其他 (附註5)			
收益 (千港元)	866	245	92
印刷發行產生的收益總額			
(千港元)	<u>18,729</u>	<u>3,492</u>	<u>2,901</u>

附註：

1. 東方新地三合一周刊的最後一期於二零二零年十二月發行。
2. 單價指相關雜誌的官方售價。
3. Madame Figaro季刊首次於二零一九年發行。
4. 新假期 x GOtrip季刊首次於二零二一年三月發行。
5. 這包括銷售旅遊指南產生的收入及在第三方社交媒體平台上發佈雜誌內容的許可費。

業 務

我們亦已出版旅遊指南逾10年，於有關期間，我們已出版不同的旅遊指南，涵蓋多個深受香港公眾歡迎的旅遊目的地，例如東京、首爾、台北、札幌及曼谷。旅遊指南最初是以新假期的標籤發行及之後以新假期及GOtrip的聯合標籤發行。於往績記錄期出版的旅遊指南大幅減少乃由於COVID-19疫情爆發期間海外旅行減少所致。

除本文件「業務－製作流程－發行雜誌及書籍」一節所披露透過發行商發行外，經濟一週可向本集團直接訂閱及若干雜誌可以數碼形式及線上銷售訂閱。

於往績記錄期，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度，來自發行雜誌及書籍的收益分別約為18.7百萬港元、3.5百萬港元及2.9百萬港元，佔相關年度總收益的約8.9%、1.4%及1.2%。

營運

營運模式的主要特徵

為個別媒體品牌專設業務單位

我們認為，能夠提供多元化、有相關性及高質素內容為本集團業務的基石。因此，本集團營運模式的其中一個顯著特徵為各媒體品牌由專設業務單位營運，可使各業務單位專注於監察其主打內容下的熱門話題，因而迎合特定興趣範疇的受眾並提高各媒體品牌目標受眾的歸屬感。當若干熱門話題不時與不同媒體品牌的主打內容相關時，業務單位亦可能相互合作及／或共享所收集的素材，但會通過將素材調整為目標受眾喜歡的表現方式，以迎合各媒體品牌目標受眾的口味。

各業務單位有其自身的團隊負責其媒體平台的內容創作，以提高對熱門話題的響應，因保持受眾的關注度及確保內容保持關切相連非常重要。本集團經常舉行編輯會議分享編輯團隊成員就其媒體品牌於不同平台收集可作為潛在主題的資料，並就內容發展方向集思廣益，以確保內容跟上潮流及貼地。

以客戶為導向的銷售及客戶服務團隊

各業務單位主要負責為與該媒體品牌最關切的客戶提供服務。各業務單位擁有其自身的銷售及客戶服務團隊，致力於維持與其現有客戶的關係，不時了解客戶的營銷需要及向客戶介紹我們的新產品，並與潛在客戶發展新業務機會。當收到潛在客戶或

業 務

現有客戶的查詢希望得到我們的服務時，銷售及客戶服務團隊亦負責與廣告商聯絡。彼等將收集有關該活動的市場推廣目的資料，制定並向客戶提供度身定制的廣告解決方案，以達到最佳廣告效果或透過建議廣告形式及／或刊發廣告的平台以更有效的方式接觸意向受眾，並根據將提供的解決方案及服務給予報價。

本集團亦有業務開發團隊(已自二零二二年三月更名為收益團隊)負責業務及產品的策略發展、關鍵客戶關係及與關鍵客戶洽商交易。就截至二零二二年十二月三十一日止三個財政年度各年而言，我們的五大客戶中有四名為4A廣告代理公司，於各年度合共佔本集團總收益分別約39.9%、37.8%及33.7%。該團隊亦不時與廣告代理公司客戶及其他主要客戶檢討我們所提供的產品及業務安排，以確保服務質素，使我們的產品及服務能夠滿足客戶的需要，從而為業務增長作貢獻。

靈活而規範的工作流程

本集團在內容創作流程中採用自下而上的方法。初級員工將在高級員工的監督下創作內容，而高級員工將負責校對及評審初稿，並同時識別初稿是否存在任何問題，例如需徵求同意方可取得的版權。除內部團隊創作的內容外，為緊跟最新趨勢及透過與本集團以外的內容創作者互動獲得見解，我們亦可能不時委聘自由職業者、特約記者及專欄作家為我們不同平台，由業務單位選擇主題的內容撰稿。所有內容(不論由自由職業者或第三方撰稿人創作)，於我們任何媒體平台刊發前須獲得各業務單位負責人員的批准。倘初稿中有任何與特定話題不符或被視為不合適的內容，我們將要求彼等在初稿於媒體平台刊發前作出必要的修改。高級編輯將需要確保所有內容與各自品牌的風格及手法一致，並篩選出任何潛在侵犯版權的內容。

為滿足製作需要，我們有自己的工作室，配備供品牌內容及廣告解決方案使用的內部照片及視頻拍攝、音頻錄製及直播的專業設備。取決於製作規模、特定客戶需要及當時的工作量等因素，我們亦可能不時委聘外部製作團隊及自由職業者支援我們的內容製作，我們認為這是一種行業慣例。本集團就委聘製作團隊及自由職業者設有內部監控授權及程序(例如獲得數份報價進行價格比較，就委聘製作團隊及／或自由職業者以內聯網提交申請以進行成本控制)以及保留與第三方製作團隊及／或自由職業者過往委聘的內部記錄及同事對該等外部服務供應商工作質素的評價。我們備有提供製作

業 務

服務的獲認可的外部製作團隊及自由職業者的綜合名單，可提供從撰稿到多媒體製作的製作服務。業務單位僅可委聘獲認可名單中的第三方製作團隊，以確保外部人員的製作質素。

就程序化廣告而言，我們並不製作任何透過程序化廣告於我們的數碼媒體平台發佈的廣告內容。然而，本集團定有過濾我們認為對我們的數碼媒體平台而言不合適或不適當的廣告的政策，例如，淫穢或冒犯性內容或競爭對手的廣告。為此，我們在供應方平台中設置界面，阻止某類別廣告在我們的數碼媒體平台上發佈。我們亦指定平台團隊人員每日監察數碼媒體平台，以檢查透過程序化廣告發佈的內容是否含有須屏蔽的類別，透過關鍵字過濾不良廣告，而對於不能以上述方法排除的廣告，則以人手屏蔽該等廣告。該等措施有助於最大限度地控制將於我們的數碼媒體平台發佈但並非由我們製作的內容。

專用平台團隊監察數碼表現，以獲得最佳營運成果

除各業務單位在其自有數碼媒體平台監察已發佈內容的社交互動(倘其為第三方社交媒體)外，我們有專用平台團隊監察在本集團營運的所有數碼媒體平台的活動，以及分析數碼媒體平台上的受眾行為。於各業務單位發佈及上傳數碼內容後，平台團隊將監察各平台上的內容。與傳統印刷媒體不同，數碼內容表現於發佈至網上後可被追蹤。因此，平台團隊將分析收集的數據，並向業務單位提供見解。

行政總裁、平台團隊及資訊科技團隊負責人及各業務單位的總經理將每月就各業務單位舉行會議，以制定主打內容。於該等每月會議上，平台團隊將就業務單位營運的各數碼媒體平台收集的網上數據進行分析，評估對發佈內容的回應及提供競爭對手數碼內容的最新資料。憑藉平台團隊提供的分析，各業務單位總經理隨後將能夠與其自有內容團隊合作，採納平台團隊於執行品牌內容及廣告產品(包括發佈時間及佈局設計)時觀察得出的策略，從而提高數碼媒體平台用戶的參與度，有效交付客戶廣告及實現客戶廣告活動的目標成果。

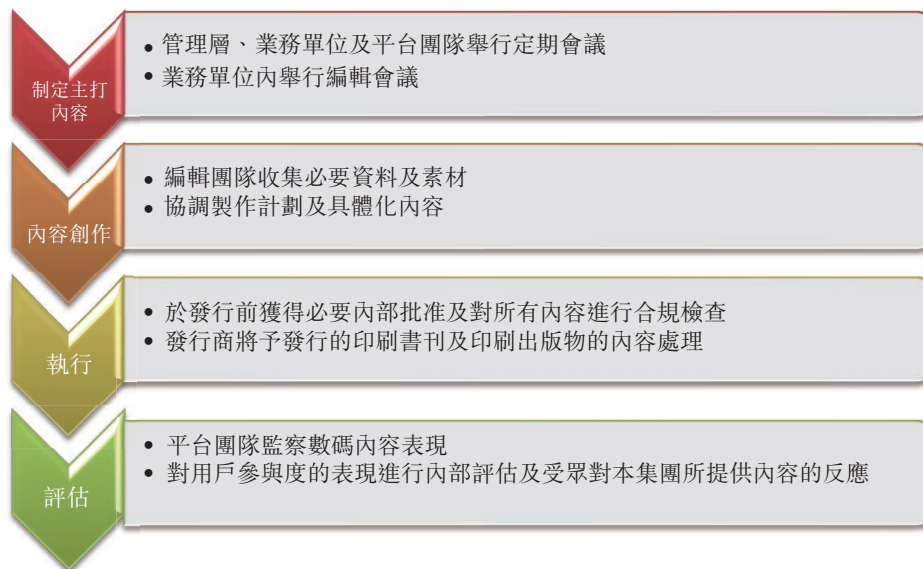
業 務

製作流程

製作流程通常分為兩類，即品牌內容製作及提供廣告解決方案。

品牌內容

品牌內容指於本集團品牌下不同媒體平台發佈的核心內容。以下流程圖說明製作品牌內容的一般營運流程：



誠如上表所述，業務單位、行政總裁及平台團隊定期舉行會議以明確主打內容及主題活動，以優化本集團所提供內容的表現；業務單位亦時常舉行編輯會議，討論所收集素材是否合適於各媒體品牌，根據所收集的資料制定內容的方法、適當的表達方式及發佈相關內容的平台。各自業務單位的高級編輯將作出編輯決定，並向總經理報告以獲得最終審批。於取得總經理的審批後，內容團隊成員將進行內容製作。

不同業務單位的品牌內容形式高度多元化，包括大型主題活動及數碼媒體平台的動態資訊及文章、多媒體內容(如視頻及播客)以及傳統封面故事及專欄，視乎各自業務單位管理的平台種類。於確認表達方式及主題作為我們的品牌內容後，內容團隊成員將開始制定製作計劃及具體化內容。於最後實際可行日期，本集團合共有86名內容及製作員工在不同業務單位任職(包括編輯、攝影師、編劇、製片人、視頻編輯及設計

業 務

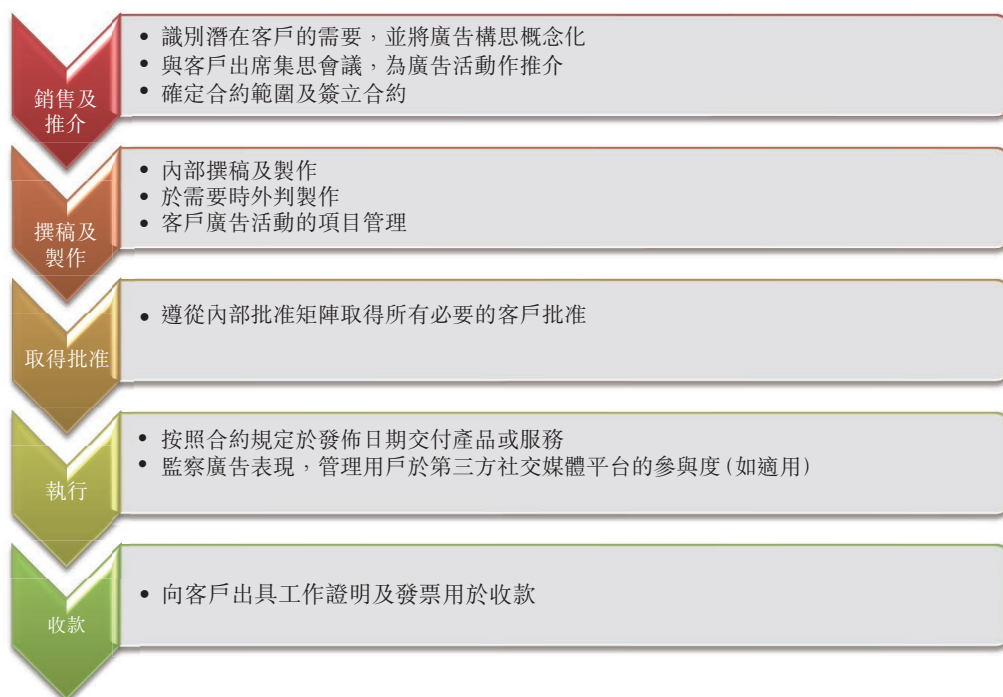
師)，製作品牌內容及廣告解決方案。我們亦不時按項目基準外判部分製作工作予自由職業者及／或製作公司，而我們認為這是常見的行業慣例。

就數碼內容而言，初級編輯及自由職業者創作的初稿將上傳至我們的內容管理系統供高級編輯審閱。高級編輯可取閱將在數碼媒體平台上發佈的內容。負責的高級編輯於校對內容後，將按預定時間於指定數碼媒體平台刊發該稿件。

就印刷出版物而言，所有內容於發送至中央行政團隊進行色彩優化、初步排版及校對等定制工作前，須取得負責業務單位的總編輯及／或總經理的批准。最終數碼版本將上傳至線上系統，以便擬備「藍紙」（為最終書刊的初稿），以供本集團批准。除上傳最終數碼版本外，本集團的中央處理管理人員亦將製作實物彩色稿，以便印刷廠進行印刷前的排版。由印刷廠製作的藍紙隨後將交回予相關員工進行最終檢查及確認。最終印刷版將用於批量印刷。

廣告解決方案

以下流程圖說明提供廣告解決服務的一般營運流程：



業 務

誠如上表所述，於銷售及客戶服務團隊收到潛在廣告活動的查詢時，彼等將根據廣告收費卡估計製作過程中產生的基本成本編製服務範圍及報價，以供各自業務單位總經理批准。於獲得批准後，銷售及客戶服務團隊將向客戶提供報價，並與客戶磋商落實銷售合約條款。於初始合約條款獲客戶接納後，銷售員工著手準備銷售合約，其詳情須輸入我們自主開發的銷售系統，以便對項目進行即時概述以供各自業務單位總經理最後批准。於獲得批准後，銷售及客戶服務團隊將安排與客戶簽署合約。於簽立的合約上傳至我們的銷售系統後，方會開始撰稿及製作。然而，經常會出現本集團已向客戶發出已實體簽署的書面合約，但客戶尚未將副本交還本集團（「非正式合約（僅由本集團簽署）」），以及在個別情況下，雙方均未簽署實體書面合約（「非正式合約（非書面）」）（統稱為「非正式合約」）。於截至二零一九年十二月三十一日止財政年度，有35份非正式合約（僅由本集團簽署），其已確認廣告收益約為2.4百萬港元，以及59份非正式合約（非書面），其已確認收益約為3.7百萬港元，後者大部分發生在二零一九年第二季度或之後，當時社會動盪造成混亂，而有關實體合約在廣告活動開展後並無跟進或追討。於往績記錄期，合共有47份非正式合約（僅由本集團簽署），其已確認廣告收益約為3.0百萬港元，以及3份非正式合約（非書面）（均發生在二零二二年），其已確認廣告收益約為150,000港元。所有該等非正式合約已予履行及相關發票已由客戶結算。隨著於二零二零年我們的銷售系統不斷升級，允許我們在系統內簽名，之後以電子方式發送予客戶進行簽名，於二零二一年及二零二二年，並無非正式合約（非書面）。

於確認合約詳情後，相關業務單位的創意服務團隊隨後將接管有關工作，以將廣告創意概念化及與客戶確認製作方向，合併製作計劃及與製作團隊協調內容製作。創意服務團隊亦負責撰寫文案，即撰寫包含在廣告中的描述。編輯將透過撰寫及編輯廣告內文並加插相關圖像擬備文章或內容。高級編輯將校對廣告包含的文本，以確保其得到適當處理，遵守所有相關內部指引及規章並識別及註明所有第三方來源素材。如上文所述，於最後實際可行日期，我們的內部製作團隊包括86名內容及製作員工，負責品牌內容及廣告製作。製作團隊處理製作的技術方面，例如美術設計、攝影製作、定制版面、數碼圖像設計、視頻拍攝及剪輯。內容及製作員工中，有6名為設計師及美術指導。於製作過程中，彼等負責提供版面及圖像設計以及內容展示風格方面的支

業 務

援。彼等亦負責處理及潤色從攝影師處收到的原始圖像及片段、剪輯視頻及設計視頻的片頭圖像。我們亦於有需要時委聘第三方製作公司及攝影師以協助製作程序。創意服務團隊亦可能參與拍攝流程，確保終端產品符合客戶需要及製作方向與製作計劃一致。客戶亦經常參與製作流程。

與品牌內容批准程序相若，於廣告初稿發送予客戶進行批准後，高級創意服務員工將審閱及批准初稿廣告。於獲得所有必要內部批准及客戶批准後，廣告的最終稿將於銷售合約指定的發佈時間於媒體平台發佈。

本集團並不製作程序化廣告的內容，及廣告商僅購買我們產品的廣告位，包括顯示橫幅、巨型長方形廣告及開屏廣告。在該等情況下，廣告的內容由廣告商提供。下表載列前述廣告商提供的廣告內容及本集團製作的廣告內容(包括委聘第三方製作公司及自由職業者及／或廣告商參與構思及／或製作階段)所產生概約收益的概要：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
廣告內容明細：						
— 主要由本集團製作(附註)	155,441	86.2	191,225	82.5	177,221	77.3
— 由廣告商提供	<u>24,811</u>	<u>13.8</u>	<u>40,633</u>	<u>17.5</u>	<u>51,948</u>	<u>22.7</u>
	<u>180,252</u>	<u>100.0</u>	<u>231,858</u>	<u>100.0</u>	<u>229,169</u>	<u>100.0</u>

附註： 主要由本集團製作的內容包括透過委聘第三方製作公司及自由職業者製作的內容及我們的內部團隊製作的內容。

據有關香港法律的法律顧問告知，並無任何事先政府註冊或批准要求，亦無任何具體法律規管本集團在香港經營的一般廣告業務，但有若干條例及規例包含關於在我們的媒體平台上發佈我們的品牌內容及廣告以及推廣產品及服務的規定，可能與我們的業務有關，而違反該等條例及規例可能導致法定罪行。該等條例的簡述概要及可能面臨的最高刑罰載於本文件「監管概覽」一節。

業 務

據有關香港法律的法律顧問告知，倘我們的媒體平台上的任何內容或廣告含有對所提供的任何商品或服務的任何虛假描述、任何淫穢或不雅作品、任何誹謗性素材或任何侵權作品，無論廣告內容主要由本集團製作或由客戶提供，本集團作為我們數碼媒體平台上的內容及廣告發佈者將承擔責任，而不論客戶是否亦就彼等提供及／或批准的內容承擔責任。我們可能會因違反香港的相關條例及規例而被有關當局起訴。我們亦可能有責任賠償(i)版權所有者，倘我們的數碼媒體平台上的內容或廣告含有侵犯版權的作品，或(ii)內容或廣告的主體，倘含有對該主體的誹謗言論，及／或發佈任何澄清通知或道歉(視情況而定)。我們可能須撤回有關內容或廣告。

我們已對將在我們媒體平台上發佈的內容採納內部監控措施，以確保我們的內容符合法律及法規，並避免侵犯第三方的知識產權。風險管理及內部監控措施的詳情載於本節「風險管理及內部監控」分節。

於最終廣告於相關媒體平台發佈或發行後，創意服務團隊亦將負責製作工作證明並將其上傳至銷售系統，以示交易完成。會計部門將定期與銷售系統檢查已完成的交易並出具票據。通常，我們將於發佈廣告產品後一星期內向客戶出具發票並向客戶收款。

發行雜誌及書籍

於往績記錄期及於最後實際可行日期，本集團已委聘發行商A及發行商B(均為獨立第三方)，以透過不同渠道分銷我們的雜誌及旅遊指南。發行商A及發行商B作為本集團發行商逾15年。發行商A為我們雜誌及旅遊指南的獨家發行商，主要發行予香港及澳門的報攤及指定便利店及超市，而發行商B為Madame Figaro雜誌及旅遊指南的獨家發行商，主要發行予香港及澳門的書店及線上書店。

對於發行商A的發行而言，我們將先向彼等發出提貨通知及其將根據提貨通知於印刷公司提取出版物，費用由其自行承擔，而就發行商B而言，印刷廠通常安排將出版物直接運送至發行商B。發行商隨後將出版物發行至彼等各自的零售點，費用自行承擔。本集團與發行商的協議中並無指定零售點數目，且為確保不同零售點的需求得到滿足，發行商有權分配及重新分配書刊數量予不同零售點。

業 務

我們指定每本雜誌及旅遊指南的零售價或定價，而發行商按相關指定零售價或定價以預先協定的折扣價向我們支付零售點所售書刊實際數量的款項。然而，零售點的實際售價由零售點自行釐定。我們不控制發行商與彼等各自零售點之間的定價或其他銷售安排。

發行商將於一段指定期間後向零售點收回每期末售出的雜誌及旅遊指南運返倉庫，視乎出版物的發行期數而定。隨後，我們將與發行商核實未售書刊數量，方可確定已售書刊數目以計算該期的銷售金額。不論發行商自零售點收到結算金額與否，發行商均須向本集團支付款項。未售書刊將由發行商根據我們的指示處理，費用由本集團承擔。

本集團有指定員工團隊監督印刷出版物的發行，包括到訪零售點，以了解出版物的銷售情況，例如出版物是否置放於顯眼位置、協助發行商收回或運送出版物或協助收回或運送出版物至發行商以及在發行商倉庫進行未售書刊存貨盤點。

於往績記錄期，我們與各發行商訂立定期協議。於最後實際可行日期，我們有單獨的發行協議，涵蓋個別出版物名稱，該等協議全部設有固定期限，為期一(1)至二(2)年，任何一方均可以事先書面通知提早終止協議。

董事將我們與發行商的關係視為賣方／買方關係，發行商為本集團客戶。於往績記錄期，本集團於交付日期確認來自銷售出版物的收益(扣除貿易折扣及我們對未出售書刊退回的最佳估計)，並於發行商所收回未出售書刊的數目經我們核實後，調整實際退回與估計退回的差額。董事確認，出版商委聘發行商出售雜誌及書籍以及視發行商為出版商客戶為香港出版界的行業慣例，且彼等相信，上述收益確認政策符合行業慣例。

業 務

供應商及客戶

客戶

廣告解決方案

於往績記錄期，綜合廣告解決方案的客戶主要包括多個行業的跨國及本地品牌所有者以及在香港經營的廣告代理公司。

下表載列於往績記錄期回頭客及新客戶(即非回頭客)數目及彼等各自概約收益(數碼及印刷，但不包括程序化廣告)貢獻的概要：

	截至十二月三十一日止年度								
	二零二零年			二零二一年			二零二二年		
	估廣告收益	客戶	客戶	估廣告收益	客戶	客戶	估廣告收益	客戶	客戶
	千港元	百分比	數目	千港元	百分比	數目	千港元	百分比	數目
回頭客	159,882	94.0	410	183,849	89.7	415	168,833	85.8	347
新客戶	10,127	6.0	191	21,071	10.3	250	27,865	14.2	304
總計	<u>170,009</u>	<u>100.0</u>	<u>601</u>	<u>204,920</u>	<u>100.0</u>	<u>665</u>	<u>196,698</u>	<u>100.0</u>	<u>651</u>

基於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的廣告收益(包括數碼及印刷，但不包括程序化廣告收益)分別約為170.0百萬港元、204.9百萬港元及196.7百萬港元，於各有關財政年度，來自每名客戶(不包括供應方平台及印刷發行的客戶)的平均收益分別約為0.3百萬港元、0.3百萬港元及0.3百萬港元。

業 務

下表載列於往績記錄期從事不同行業的客戶的明細(按所佔本集團廣告收益(包括數碼及印刷，不包括程序化廣告收益)百分比計算)：

客戶所從事的行業	佔非程序化廣告收益總額概約百分比(%)		
	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品	32.5	35.1	25.7
銀行、保險及投資服務	14.2	17.9	18.3
珠寶鐘錶、時尚及奢侈品	12.3	9.5	14.4
零售及線上店舖、電子產品	11.3	13.8	15.6
飲食、餐廳及食物配送	14.1	11.5	13.4
政府、非牟利組織及公共服務	2.6	3.2	4.9
酒店、出行及旅遊服務	2.9	3.4	2.6
電訊、流動電話及服務	1.4	1.4	1.5
物業及房地產	1.2	0.7	0.6
其他	7.5	3.5	3.0
總計：	100.0	100.0	100.0

業 務

下表載列於往績記錄期不同類別客戶應佔廣告收益的明細：

類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	估廣告 收益總額		估廣告 收益總額		估廣告 收益總額	
	千港元	百分比	千港元	百分比	千港元	百分比
<i>非程序化</i>						
廣告代理公司	105,785	54.9	114,152	47.2	101,152	42.5
品牌所有者及其他	64,224	33.3	90,768	37.6	95,546	40.2
小計	170,009	88.2	204,920	84.8	196,698	82.7
<i>程序化</i>						
供應方平台	22,851	11.8	36,787	15.2	41,079	17.3
總計	192,860	100.0	241,707	100.0	237,777	100.0

於往績記錄期，廣告收益的主要部分歸因於回頭客。如上表所示，於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，廣告代理公司應佔收益佔提供廣告解決方案(包括數碼及印刷)所產生收益分別約54.9%、47.2%及42.5%。於整個往績記錄期，五大客戶(發行商A及供應商A(即客戶E)除外)均為4A廣告代理公司，該等公司均與本集團維持超過10年的業務關係及為本集團回頭客。

雖然來自廣告代理公司的廣告收益金額於往績記錄期內三個財政年度保持相對穩定，但其對廣告收益總額的貢獻比例由截至二零二零年十二月三十一日止財政年度的約54.9%下降至截至二零二一年十二月三十一日止財政年度的約47.2%，並進一步下降至截至二零二二年十二月三十一日止財政年度的約42.5%。這主要歸因於過往來自化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品行業的品牌所有者及其他方面的百分比貢獻增加，及部分由於程序化廣告收益增加，因此來自供應方平台的貢獻增加。於往績記錄期，回頭客對非程序化廣告收益的貢獻百分比下降，部分歸因於來自廣告代理公司客戶的收益下降，原因為我們的大多數廣告代理公司客戶是我們的回頭客。與截至二零二一年十二月三十一日止財政年度相比，截至二零二二年十二月三十一日止財政年度的收益下降，主要由於化妝品及護膚品、洗滌用品及家具用品、藥品行業的廣告活

業 務

動減少所致。董事認為，這是由於自二零二二年一月以來，香港爆發COVID-19第五波疫情及隨後於二零二二年第一季度實施嚴格的保持社交距離措施(自二零二二年最後一個季度才開始放寬)，原因為有關行業非常容易受到該等保持社交距離措施的影響，導致對相關產品及業務的需求減少，因此，來自該等行業的企業傾向於對其廣告活動更為謹慎。

於往績記錄期，程序化廣告收益全部來自供應方平台。

業務開發團隊(已自二零二二年三月更名為收益團隊)致力於管理與主要客戶的客戶關係及本集團的業務發展，並與廣告代理公司或主要直接客戶保持聯繫，以瞭解彼等的需求及收集對我們的廣告產品及服務的反饋，從而與彼等建立和諧的關係及保持良好的業務關係。銷售及客戶服務團隊將不時聯繫現有客戶，告知彼等本集團的最新產品及特殊活動。儘管我們的收益有很大部分來自回頭客，但銷售及客戶服務團隊的工作人員亦會主動聯繫在競爭對手的數碼媒體平台投放廣告的廣告商(由我們在第三方監察工具的幫助下識別)，向彼等介紹我們的產品及服務並尋找潛在商機。

我們通常按項目基準與客戶簽訂以本集團綜合廣告解決方案為標準形式的合約，其主要條款將涵蓋我們的服務費、將予提供的產品及／或服務、廣告活動時間及持續期及／或廣告推出日期及付款條款。就程序化廣告而言，我們訂立由供應方平台提供的標準協議，一般期限為一年，可自動續約，所有協議可由一方發出介乎24小時至90天的事先書面通知予以終止。於往績記錄期，我們並未與客戶訂立綜合廣告解決方案的長期合約。董事確認，該等安排符合行業慣例。

印刷發行

就印刷雜誌及旅遊指南而言，請參閱本文件「業務－製作流程－發行雜誌及書刊」一節。

業 務

下表載列於往績記錄期來自本集團五大客戶的收益及彼等的簡介：

排名	客戶名稱	主要業務／業務簡介	本集團提供的產品／服務	與本集團業務關係的年期	收益 千港元 (概約)	佔本集團收益的百分比 % (概約)
----	------	-----------	-------------	-------------	-------------------	-------------------------

截至二零二零年十二月三十一日止年度

1	客戶A (附註)	於香港經營的一組廣告代理公司，其中若干公司獲認可為4A會員。該等公司主要從事(其中包括)為品牌所有者提供媒體諮詢服務，並為一家環球媒體投資集團的一部分，其最終控股公司於倫敦證券交易所及紐約證券交易所上市。	提供廣告解決方案	10年以上	28,954	13.7
2	客戶B (附註)	於香港經營的一組廣告代理公司，其中若干公司獲認可為4A會員。該等公司主要從事為品牌所有者提供媒體服務，並為一家跨國廣告及公關集團的一部分，其最終控股公司於歐洲證券交易所上市。	提供廣告解決方案	10年以上	27,313	12.9

業 務

排名	客戶名稱	主要業務／業務簡介	本集團提供的產品／服務	與本集團業務關係的年期	估本集團收益的百分比 千港元 (概約)	估本集團收益的百分比 % (概約)
3	客戶C (附註)	主要從事為品牌所有者提供媒體服務的一組廣告代理公司，其中若干公司獲認可為4A會員，為一家總部設在美國紐約的環球媒體、營銷及企業傳訊集團的一部分。	提供廣告解決方案	10年以上	18,495	8.7
4	發行人A (附註)	於香港的兩家聯屬發行人，主要於香港從事報章及雜誌的發行業務。	雜誌及旅遊指南	10年以上	17,278	8.2
5	客戶D (附註)	於香港經營的一組廣告代理公司，其中若干公司獲認可為4A會員。該等公司主要從事(其中包括)媒體策劃及購買業務，其最終控股公司於東京證券交易所上市。	提供廣告解決方案	10年以上	9,703	4.6

截至二零二一年十二月三十一日止年度

1	客戶A (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決方案	10年以上	34,790	14.2
2	客戶B (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決方案	10年以上	24,333	9.9
3	客戶C (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決方案	10年以上	21,757	8.9

業 務

排名	客戶名稱	主要業務／業務簡介	本集團 提供的 產品／服務	與本集團 業務關係 的年期	估本集團收 益的百分比 千港元 (概約)	益的百分比 % (概約)
4	客戶E	即客戶A，營運社交媒體平台	提供廣告解決 方案	5年以上	19,010	7.8
5	客戶D (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決 方案	10年以上	11,819	4.8

截至二零二二年十二月三十一日止年度

1	客戶A (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決 方案	10年以上	24,168	10.0
2	客戶C (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決 方案	10年以上	23,696	9.8
3	客戶B (附註)	請參閱上文描述	提供廣告解決 方案	10年以上	20,247	8.4
4	客戶E	請參閱上文描述	提供廣告位	5年以上	19,230	8.0
5	客戶D (附註)	請參閱上文描述	提供廣告位	10年以上	12,915	5.4

附註：

本公司已向客戶請求其同意在本文件中披露其身份。於最後實際可行日期，尚未獲提供同意。

於往績記錄期內各年度，來自五大客戶的收益分別佔收益的約48.1%、45.6%及41.7%，而最大客戶佔收益分別約13.7%、14.2%及10.0%。於往績記錄期內各年度，本公司、董事、彼等的緊密聯繫人或本公司主要股東概無於任何本公司五大客戶中擁有任何權益。

業 務

於往績記錄期，本集團並未遭遇因客戶出現財政困難而嚴重延遲或拖欠付款，導致業務出現任何重大中斷，亦無與客戶發生任何重大爭議，導致業務出現重大中斷。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無接獲客戶任何投訴而對我們的業務造成重大不利影響或導致本集團向客戶作出重大金錢賠償。

主要項目

我們於下文概述於往績記錄期內各財政年度就已確認收益而言屬前十大項目的詳情：

截至二零二零年十二月三十一日止財政年度

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	廣告商 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
1.	全年信用卡優惠活動的項目管理，包括商戶聯絡及營銷服務	一間國際信用卡公司	1,220	12
2.	開發、製作及印刷營銷材料、與參與的商戶聯絡及為全年的信用卡優惠提供資料輸入	一家香港持牌銀行	1,136	9
3.	製作社交媒體動態資訊及廣告稿，並於我們的數碼媒體平台上發佈，與參與的商戶協調，提供全年的信用卡優惠	一家香港持牌銀行	767	15
4.	開發、製作及印刷營銷材料、與參與的商戶聯絡及為全年的信用卡優惠提供資料輸入	一家香港持牌銀行	712	9
5.	為嬰兒產品的廣告活動製作社交媒體動態資訊及展示廣告，並發佈至我們的數碼媒體平台上，與意見領袖協調及提供推廣服務	一間擁有國際市場的營養解決方案製造商的香港聯屬公司	653	4
6.	製作社交媒體動態資訊及網站文章，並發佈至我們的數碼媒體平台上	一名國際美容產品製造商	615	3
7.	製作社交媒體動態資訊及廣告稿，並發佈至我們的數碼媒體平台上	一名國際美容產品製造商	600	8

業 務

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	廣告商 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
8.	製作社交媒體動態資訊，並於我們的數碼媒體平台上發佈，並協調與名人拍照及視頻拍攝工作	一個擁有國際市場的日本美容品牌	552	7
9.	製作社交媒體動態資訊及廣告稿，並發佈至我們的數碼媒體平台上，並就信用卡全年優惠計劃與參與商戶協調	一家香港持牌銀行	550	13
10.	為一個美容產品品牌製作社交媒體動態資訊、視頻動態資訊及展示橫幅，並發佈至我們的數碼媒體平台上，與意見領袖協調及提供推廣服務	一間跨國消費品公司	517	1

截至二零二一年十二月三十一日止年度

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	最終客戶 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
1.	開發、製作及印刷營銷材料，並就全年的信用卡優惠與參與商戶聯絡及資料輸入	一家香港持牌銀行	1,394	8
2.	開發及製作推廣材料，以於我們的數碼媒體平台發佈，就信用卡優惠提供電子郵件行銷服務、聯絡參與商戶	一間總部位於美利堅合眾國從事提供金融服務的公司	1,040	7
3.	製作社交媒體動態資訊及廣告稿，以於我們的數碼媒體平台上發佈，就全年信用卡優惠與參與商戶協調。	一家香港持牌銀行	1,022	8
4.	製作社交媒體動態資訊及視頻以供於我們的數碼媒體平台上發佈，提供視頻拍攝服務及項目管理服務	亞洲一個領先零售集團旗下的一間公司	960	3
5.	製作社交媒體動態資訊及網站文章以供發佈於我們的數碼媒體平台上發佈，就客戶的廣告活動提供廣告項目管理服務及推廣服務	一個國際保健產品品牌	880	1

業 務

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	最終客戶 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
6.	於我們的一個媒體品牌中製作廣告稿(印刷出版或網絡)	一間總部位於加拿大並在香港設有辦事處的人壽保險公司	809	13
7.	全年信用卡優惠活動的項目管理，包括商戶聯絡及製作營銷材料	一家提供信用卡產品及服務的香港持牌銀行的附屬公司	685	13
8.	全年信用卡優惠活動的項目管理，包括商戶聯絡及營銷服務	一間國際信用卡公司	677	6
9.	客戶在我們的數碼媒體平台上開展以客戶產品為特徵的營銷活動，以為客戶網站帶來流量	一名國際運動服裝製造商	600	6
10.	開發、製作及印刷營銷材料，並就全年的信用卡優惠與參與商戶聯絡及資料輸入	一家香港持牌銀行	588	9

截至二零二二年十二月三十一日止年度

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	最終客戶 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
1.	為印刷發行製作社論及製作社交媒體動態資訊及網站文章並在我們其中一個媒體品牌的媒體平台發佈，提供活動及項目管理服務	一間於香港上市從事珠寶及鐘錶零售公司的附屬公司	3,950	3
2.	為印刷發行製作社論並在我們其中一個媒體品牌的媒體平台發佈，提供活動及項目管理服務	同上	1,190	4
3.	開發、製作及印刷營銷材料，並就全年的信用卡優惠與參與商戶聯絡及資料輸入	一家香港持牌銀行	1,083	10

業 務

編號	每個項目項下提供的產品及／或服務概要 (每個項目可能包括一系列合約)	最終客戶 業務簡介及背景	年內 已確認收益 概約 (千港元)	合約期限 (合約期限起 至活動最後 啟動日期) 概約 (月數)
4.	製作網站文章及社交媒體動態資訊以刊發在我們的數碼媒體平台，提供網站橫幅廣告位及為客戶的品牌活動提供項目管理服務及推廣服務	一家在香港營運線上借貸平台的公司	964	4
5.	為印刷發行製作社論、製作社交媒體動態資訊、網站文章及視頻以在我們的數碼媒體平台發佈，以及為客戶的廣告活動提供項目及活動管理服務	一個全球電子品牌	958	3
6.	全年信用卡優惠活動的項目管理，包括商戶聯絡及製作營銷材料	一家香港持牌銀行旗下提供信用卡產品及服務的附屬公司	835	13
7.	提供網站橫幅	一家香港上市從事製作、分銷及零售食品公司的附屬公司	800	1
8.	提供網站橫幅	同上	800	1
9.	製作社交媒體動態資訊及視頻以刊發在我們的數碼媒體平台，為客戶的廣告活動提供推廣及項目管理服務	一家香港持牌銀行	771	8
10.	為印刷發行製作社論並在我們其中一個媒體品牌的媒體平台發佈，提供視頻製作及項目管理服務	與上文(1)及(2)相同的客戶	750	2

業 務

下表載列按項目數目及相關合約金額，於往績記錄期各財政年度十二月三十一日及於最後實際可行日期／直至最後實際可行日期止期間已簽訂但尚未推出及／或完成的合約概要：

	於十二月三十一日／截至十二月三十一日止年度						於最後實際可行日期／ 直至最後實際可行 日期止期間	
	二零二零年		二零二一年		二零二二年		項目數目	合約金額 千港元
	項目數目	合約金額 千港元	項目數目	合約金額 千港元	項目數目	合約金額 千港元		
於一月一日的期初結餘	90	25,643	86	18,275	107	22,831	125	23,625
按合約金額增添新合約	2,810	170,537	3,242	205,670	2,973	196,004	1,033	66,258
已完成合約	(2,814)	(177,905)	(3,221)	(201,114)	(2,955)	(195,210)	(1,013)	(66,195)
於有關期間的 期末結餘	86	18,275	107	22,831	125	23,625	145	23,688

季節性

我們的業務受季節性波動的影響。通常，每年的第四季度被視為廣告行業的旺季，乃由於消費者往往在節日期間及一些大型購物活動(如網購星期一及黑色星期五)花費更多。為了最大限度提高營銷預算的成本效益，廣告商傾向於在此期間推出廣告活動，以提高銷售額。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，第四季度產生的收益佔各財政年度總廣告收益分別約32.2%、31.5%及32.3%。據觀察，第四季度錄得的收益一般較其他季度高。根據歐睿報告，於過往期間第四季度的廣告支出介乎年度廣告支出的24.8%至29.4%，以把握香港消費者在整個過往期間表現出的潛在高消費能力。預期我們的收益將繼續因影響整個廣告行業的季節性因素而波動。

供應商

於往績記錄期，除供應商A營運社交網絡平台以提供推廣服務外，我們的供應商主要為香港的印刷廠、製作公司及自由職業者。我們一般根據以下因素挑選供應商，如彼等的良好往績記錄，包括所提供服務的質素及提供服務的效率，彼等的定價以及我們客戶的需要及要求。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團已就印刷我們的書籍及雜誌與印刷廠訂立定期合約。協議的重大條款包括印刷出版物的規格，例如印刷尺寸、所用物

業 務

料及最後修整，以及付款條款、製作時間表及交貨安排。該等協議期限介乎三(3)個月至一(1)年，可藉任何一方事先通知對方予以終止。

除於二零二二年我們與一名向本集團提供視頻託管服務的供應商訂立為期兩年的固定期限合約(其年度費用少於截至二零二一年十二月三十一日止年度總製作成本的1.5%)外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團與任何供應商之間並無長期協議。

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度各年，本集團支付予五大供應商的成本佔本集團總製作及印刷成本分別約68.3%、68.5%及58.7%，而支付予最大供應商的成本佔本集團總製作及印刷成本分別約52.5%、62.6%及50.8%。下表載列於往績記錄期內各年度支付予本集團五大供應商的成本及彼等的簡介：

排名	供應商名稱	主要業務/業務簡介	供應商提供的產品/服務	與本集團業務關係的年期	支付予供應商的成本 千港元 (概約)	佔本集團總製作及印刷成本	
						百分比 %	佔本集團總成本的百分比 %
截至二零二零年十二月三十一日止年度							
1	供應商A	一間營運從事提供線上社交媒體廣告服務社交網絡平台的公司，其最終控股公司於納斯達克證券交易所上市。	就線上營銷解決方案提供推廣服務	5年以上	29,246	52.5	16.0
2	供應商B (附註1及2)	一家於一九六八年註冊成立的香港印刷廠，其最終控股公司曾於聯交所上市，其股份已自二零二三年一月除牌。	就印刷發行提供印刷服務	10年以上	4,776	8.6	2.6

業 務

排名	供應商名稱	主要業務／業務簡介	供應商提供的產品／服務	與本集團業務關係的年期	支付予供應商的成本 千港元 (概約)	佔本集團總製作及印刷成本的百分比 % (概約)	佔本集團總成本的百分比 % (概約)
3	供應商C (附註1)	一家於一九八七年註冊成立的香港印刷廠，其最終控股公司於聯交所上市，於二零二二年六月三十日市值逾522百萬港元。	就印刷發行提供印刷服務	關係最早於二零零三年前後建立，於大約二零零九年初至二零一零年底以及二零一一年底至二零一八年中期間中斷	2,869	5.2	1.6
4	供應商E (附註1)	一家於一九八三年在香港註冊成立的印刷廠，為私人擁有的中小企，主要從事提供印刷服務。	就印刷發行提供印刷服務	2年以上	559	1.0	0.3
5	供應商D (附註1)	一家於二零一二年成立的香港製作公司，為有兩名合夥人的合夥企業，從事向品牌所有者及廣告代理公司提供廣告攝影及錄影。	提供攝影及錄影製作服務	4年以上	545	1.0	0.3

截至二零二一年十二月三十一日止年度

1	供應商A	請參閱上文描述。	就線上營銷解決方案提供推廣服務	請參閱上文披露。	35,547	62.6	17.1
2	供應商C (附註1)	請參閱上文描述。	就印刷發行提供印刷服務	請參閱上文披露。	980	1.7	0.5

業 務

排名	供應商名稱	主要業務/業務簡介	供應商提供的產品/服務	與本集團業務關係的年期	支付予供應商的成本 千港元 (概約)	佔本集團總製作及印刷成本的百分比 % (概約)	佔本集團總成本的百分比 % (概約)
3	供應商E (附註1)	請參閱上文描述。	就印刷發行提供印刷服務	請參閱上文披露。	924	1.6	0.4
4	供應商B (附註1及2)	請參閱上文描述。	就印刷發行提供印刷服務	請參閱上文披露。	775	1.4	0.4
5	供應商F (附註1)	於二零一二年在香港註冊成立的製作公司，主要從事廣告製作。	提供有關製作視頻廣告的拍攝服務	少於1年	691	1.2	0.3

截至二零二二年十二月三十一日止年度

1	供應商A	請參閱上文描述。	就線上營銷解決方案提供推廣服務	請參閱上文披露。	31,723	50.8	15.8
2	供應商C (附註1)	請參閱上文描述。	就印刷發行提供印刷服務	請參閱上文披露。	1,847	3.0	0.9
3	供應商G (附註1)	一間於一九九三年在香港註冊成立，從事藝人管理的公司	安排一位知名藝人與我們的一個品牌合作，並為本集團一名品牌所有者安排廣告推廣活動	不足1年	1,235	2.0	0.6
4	供應商E	請參閱上文描述。	就印刷發行提供印刷服務	請參閱上文披露。	1,115	1.8	0.6

業 務

排名	供應商名稱	主要業務／業務簡介	供應商提供的產品／服務	與本集團業務關係的年期	支付予供應商的成本 千港元 (概約)	佔本集團	佔本集團
						總製作及印刷成本百分比 %	總成本的百分比 %
5	供應商H (附註1)	一間於二零二二年於香港註冊成立，從事藝人管理的公司	安排一位知名藝人與我們的一個品牌合作，並為本集團一名品牌所有者安排廣告推廣活動	不足1年	740	1.2	0.4

附註：

1. 本公司已向客戶請求其同意在本文件中披露其身份。於最後實際可行日期，尚未獲提供同意。
2. 本集團與供應商B之間的合約自二零二一年六月起經雙方同意已終止。

我們與供應商B的業務關係經雙方同意於二零二一年六月終止。我們與供應商B維持良好的業務關係及於往績記錄期並無任何重大分歧或糾紛。於最後實際可行日期，我們並無欠付供應商B的未支付貿易應付款項。

於往績記錄期，並無因供應商違約造成任何重大延遲或未完成客戶廣告活動。董事確認，除供應商A(即客戶E)於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度為本集團五大客戶之一外，於往績記錄期內各年度，概無供應商為我們的主要客戶。

本公司、董事、彼等的緊密聯繫人或本公司主要股東概無於本公司五大供應商中擁有任何權益。

依賴供應商A

如上表所披露，於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度已付供應商A的成本分別約為29.2百萬港元、35.5百萬港元及31.7百萬港元，佔於各期間本集團製作及印刷成本總額的約52.5%、62.6%及50.8%。供應商A營運一個為我們的網絡營銷解決方案提供推廣服務的社交網絡平台。另一方面，在供應商A的社交媒體平台上發佈資訊亦為本集團帶來程序化收益，亦令供應商A成為本集團的客戶。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，自

業 務

供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益分別約為8.4百萬港元、19.0百萬港元及19.2百萬港元，佔總廣告收益分別約4.4%、7.9%及8.0%，使其成為本集團於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的五大客戶之一。

如「產品及服務－廣告解決方案」分節所載有關於往績記錄期按本集團營運的主要媒體平台劃分的廣告收益明細的表格中所披露，截至二零二二年十二月三十一日止三個財政年度各年，透過供應商A營運的社交媒體平台產生的收益佔總廣告收益分別約66.7%、68.4%及62.4%。

根據歐睿報告，供應商A仍為香港最具影響力平台之一，因為於二零一八年至二零二一年其平均每月活躍用戶數量高於同行及僅於二零二一年以微弱差距跌至第二位，以及其平台上提供的內容豐富，使其成為香港主導社交媒體平台之一。由於我們的業務模式高度依賴我們在供應商A的社交媒體網站上營運的數碼媒體平台的流量及內容曝光，除非香港社交媒體格局發生巨大變化，否則我們對供應商A的推廣服務的需求及／或客戶對在供應商A的社交媒體網絡發佈廣告解決方案的需求不大可能轉移至其他社交媒體平台，且香港廣告商依賴廣告解決方案(包括供應商A的推廣服務)仍為業內常見現象。

本集團並未與供應商A就提供上述推廣服務簽訂任何服務協議。本集團的所有推廣訂單均通過本集團與供應商A的平台賬戶的管理員界面中的自動系統下達。供應商A的發票將按月開具，並在本集團的賬戶中提供，本集團將據此結算發票。就從供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益，供應商A將提供獨立的結單，確認本集團有權按月獲得的總收益，供應商A將據此結算款項。應付及應收供應商A款項之間不作任何抵銷。

鑒於供應商A在香港社交媒體領域的強大影響力及主導市場地位，董事及聯席保薦人認為，本集團不大可能於短期內終止與供應商A的合作。另一方面，董事認為，除非本集團違反供應商A經營的社交媒體平台的相關條款或政策，否則供應商A不大可能終止本集團在其社交媒體平台的活動。聯席保薦人及董事一致認為，尤其是本集團已制定內部監控措施以確保合規，且董事確認於往績記錄期及直至最後實際可行日期，並無嚴重違反供應商A的社交媒體平台的相關條款或指引。

業 務

儘管供應商A於二零一八年至二零二一年的平均每月活躍用戶數量於同業間最高，是香港最具影響力平台之一，但我們對供應商A的依賴是受市場需求所驅動，可能會轉向或被其他受歡迎的數碼媒體平台所取代。正如歐睿報告中所披露，在選擇廣告平台時，廣告商傾向於中立的平台，對社交媒體平台的粘性較低。當廣告商及/或廣告代理公司選擇最合適的社交媒體平台投放廣告時，需要考慮的主要因素包括有關平台的受眾人數、受眾類別、平均轉化率、投放廣告的收費，以及是否提供增值服務(如推廣服務)。特別是，廣告商及/或廣告代理公司非常重視有關社交媒體平台的受眾是否與其自身產品及服務的目標客戶相匹配。因此，倘若出現一個新興社交媒體平台，能更好地為廣告商吸引合適的受眾，則在供應商A營運的平台上投放廣告的需求很有可能轉向有關新興平台。我們的內容(包括廣告解決方案及品牌內容)並非屬特定平台，及在供應商A社交媒體平台上發佈的內容可按對本集團而言最小成本很容易地適用於其他當前流行的社交媒體平台，而無需委聘第三方供應商。另一方面，正如「業務－媒體品牌」一節所披露，本集團一直在積極開發本身的平台，包括於二零二零年下半年推出本身的應用程式。推出該等應用程式的總開發成本(主要包括聘請第三方供應商開發應用程式的資本支出及調整成本)約為550,000港元，從聘請第三方供應商開發應用程式到分別推出，耗時約一年。本集團本身的平台的主要營運資料亦顯示，該等自有平台的流量及用戶數量呈上升趨勢。自我們在二零二零年年中前後以媒體品牌「新假期」推出首個應用程式以來，直至二零二二年十二月三十一日，由本集團營運的應用程式已獲約1.4百萬次的總下載量(不包括重複下載)。另一方面，於截至二零二一年十二月三十一日止年度，我們網站的獨立訪問次數已達約156.7百萬次，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增長約42.4%及於截至二零二二年十二月三十一日止年度達約219.7百萬次，較截至二零二一年十二月三十一日止年度進一步增長約40.2%。因此，董事認為，我們應用程式及網站日益提高的知名度在一定程度上改善了本集團對第三方社交媒體平台的依賴。我們計劃通過多種方式推動我們自身數碼媒體平台的流量有機增長。首先，我們繼續致力於通過搜索引擎優化增加及改進我們在社交媒體平台上的品牌內容來增加網站的有機流量(即從搜尋引擎等免費來源訪問我們網站的訪客)。誠如於二零二二年採納該策略的影響所證明，我們相信這反而將會增加透過第三方社交媒體平台接觸到我們內容，然後決定直接訪問我們的網站及應用程式的用戶數量，從而增加我們網站及自身應用程式的直接流量。我們亦計劃在iOS及安卓系統的應用程式商店投放廣告來推廣我們的應用程式。

業 務

定價政策

(A) 廣告解決方案

我們於考慮各種因素後為我們的產品及服務定價，包括市場對我們的服務及產品的需求、客戶的預算、市場價格及提供相關服務的成本。我們為銷售及客戶服務團隊提供標準產品的定價價目表。行政總裁、營運總監及業務開發團隊(已自二零二二年三月起更名為收益團隊)主管每年檢討該價目表。我們已制定內部授權以規範可能提供予客戶的折扣。以下載列於往績記錄期按合約金額範圍劃分的廣告項目明細：

項目數目	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
項目數目	2,810	3,242	2,973
按合約金額劃分項目數目			
5,000港元或以下	258	202	221
5,001港元至10,000港元	147	134	128
10,001港元至50,000港元	1,237	1,455	1,280
50,001港元至100,000港元	798	1,054	940
100,001港元至500,000港元	357	382	382
500,001港元至1,000,000港元	10	14	20
1,000,001港元或以上	3	1	2
總合約金額(千港元)	<u>170,537</u>	<u>205,670</u>	<u>196,004</u>
每個項目的平均合約金額(千港元)	<u>61</u>	<u>63</u>	<u>66</u>

截至二零二二年十二月三十一日止年度的項目總數及總合約金額較截至二零二一年十二月三十一日止年度有所減少。項目數目減少出現在合約金額為100,000港元或以下的項目中，而合約金額為100,001港元至500,000港元的項目保持穩定，及合約金額超過500,000港元的項目數目有所增加。因此，儘管項目總數及總合約金額減少，截至二零二二年十二月三十一日止財政年度的每個項目的平均合約金額較截至二零二一年十二月三十一日止財政年度有所增加。

我們就定制的綜合廣告解決方案的收費乃視乎客戶購買的產品及擬提供予客戶的服務按項目基準磋商，考慮的因素包括價目表上的現行標準價格(如適用)、客戶的預算、廣告活動的時長及規模、我們提供服務的成本、客戶與本集團的關係(包括客戶過

業 務

往參與的頻率及數量)及與客戶的未來商業機會。我們可能會按個別情況，向廣告支出大額的客戶提供額外服務及獎勵安排。於往績記錄期，我們與兩名主要客戶訂立獎勵安排，據此，客戶有權獲得其實際廣告支出(基於12個月期間結束時的已付發票金額)按累進百分比計算的回贈。董事認為，有關獎勵安排乃業內普遍慣例。經審核財務報表中截至二零二零年十二月三十一日止財政年度的應計獎勵費約為72,000港元及截至二零二一年十二月三十一日止財政年度約為99,000港元，該等款項以抵用券的方式提供，以結算向相關客戶發出並已自我們於同一財政年度的總收益中扣除。我們於截至二零二二年十二月三十一日止財政年度產生有關獎勵費約13,200港元，及於截至二零二一年十二月三十一日止財政年度的應計款項已撇銷，原因為於二零二二年安排屆滿前，客戶並未達致應計款項的相關開支。我們的費用可能亦包括或採取以我們的數碼媒體平台流量帶動用戶完成購買廣告產品或服務為基礎的佣金。

任何偏離標準定價及我們內部授權的費用報價在提供予客戶之前均必須獲得各業務單位總經理的批准。本集團與客戶之間的每一份銷售協議均會列出產品及／或服務範圍的詳情以及我們的收費。所有草擬合約必須上傳至銷售系統進行內部審批，以確保符合本集團的定價及內部監控政策，然後再發送予客戶簽立。

就程序化廣告而言，其基本上為我們在供應方平台廣告位的自動競價，本集團通常將會根據每千次曝光成本就我們數碼媒體平台上的廣告位指定一個底價。在競價過程的帶動下，每千次曝光成本競價最高的廣告商的廣告將透過各供應方平台投放在我們的數碼媒體平台廣告位。我們在數碼媒體平台銷售廣告位的程序化廣告收益乃根據不時自各供應方平台產生的每千次曝光成本總額(即每千次曝光成本的最高競價)的預定比例釐定。有關收益分佔比例基於與各供應方平台的條款及條件而定。本集團從供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益的權利受其標準條款及條件所規限，而本集團在與供應商A建立業務賬戶時被視為接納該等條款及條件。根據該等標準條款及條件，本集團有權獲得從供應商A就在供應商A的社交媒體平台上播放使用本集團內容的廣告中實際收取的淨收益的一個百分比，該百分比將由供應商A全權酌情決定。

(B) 印刷出版物

我們每份印刷出版物的零售價或定價乃經考慮製作成本、類似市場定位的出版物的現行市場價格以及對我們出版物的需求而釐定。我們的出版物主要按出版物的零售價或定價以事先協定的折扣出售予發行商，而該等折扣乃根據行業慣例釐定。我們並

業 務

無規定發行商向零售點出售或提供出版物的價格，亦無規定出版物於零售點的銷售價格。我們不向發行商或零售點提供任何回扣或其他獎勵。

付款條款、收益確認政策、信貸政策及信貸控制

付款條款

我們的廣告產品及服務的付款條款視乎廣告解決方案的性質而有所不同，且通常在與客戶的合約中明確載列。就諸如廣告稿、網站橫幅、社會動態資訊及電子郵件行銷等標準廣告產品及服務而言，客戶通常在每個廣告推出時收到賬單。就時間跨度較長的項目或我們需要向第三方支付預付款的項目而言，我們可要求客戶支付預付款，金額將視乎項目的持續時間及總合約金額，以及將產生的基本成本等因素。我們有一個內部計費政策，為我們的銷售及客戶服務人員與客戶磋商合約付款條款時提供指引。偏離內部計費政策中規定的最佳做法，必須獲得相關業務單位的總經理及／或營運總監的批准。就程序化廣告而言，我們通常根據供應方平台提供的每月流量報告按月向彼等收費，當中詳細說明彼等透過銷售我們的廣告位產生的收益。我們的平台團隊亦將監察我們的數碼媒體平台的流量，以識別我們的記錄與供應方平台所提供總數據之間有否重大差異。

出版物的付款條款已於本文件「業務－製作流程－發行雜誌及書籍」一節中披露。

收益確認政策

印刷廣告收益通常在包含此類廣告的印刷出版物出版時確認。就程序化廣告而言，收益通常隨著交付曝光次數而確認，而非程序化數碼廣告收益通常基於所提供產品或服務的性質，在交付及／或提供相關產品或服務期間確認。就印刷發行而言，如本文件「業務－製作流程－發行雜誌及書籍」一段所披露，我們於交付日期確認來自銷售出版物的收益(扣除貿易折扣及我們對未出售書刊退回的最佳估計)，並於發行商所收回未出售書刊的數目經我們核實後，調整實際退回數量與估計退回數量的差額。有關本集團收益確認政策的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告。董事認為，該等收益確認政策與行業慣例一致。

業 務

信貸政策及信貸控制

我們的會計部門負責根據合約規定的條款為所交付的產品或服務開具票據，並監察我們的票據及應收款項的結算情況。授予每名客戶的信貸期限乃經考慮交易慣例、客戶的過往付款記錄以及彼等與本集團的業務關係個別釐定。於往績記錄期，授予客戶的信貸期通常介乎0至90天。一般而言，我們向廣告代理公司授予較長的信貸期，因彼等可能需要較長時間收集廣告活動的表現數據才會收到廣告商付款，且董事認為此種做法符合行業慣例。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，本集團的貿易應收款項分別約為63.4百萬港元、78.8百萬港元及71.5百萬港元。於往績記錄期，我們曾錄得客戶的長時間逾期貿易應收款項，經考慮與該等款項有關的客戶，董事認為該等款項的可收回性甚微。有關我們貿易應收款項分析的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－節選綜合財務狀況表項目的討論－貿易應收款項」一節。

我們的會計部門有一個指定的信貸控制團隊，彼等將跟蹤客戶的付款結算情況。我們亦已制定具體的內部指引，以收回長時間逾期款項，包括於指定期限向未付款的客戶發出警告信，倘若相關客戶仍未付款，則將個案移交收賬公司及／或啟動法律程序。我們將在銷售系統中作備註，指出付款記錄不理想的客戶，並要求該等客戶於往後的交易中預付全額款項，以確保及時結算我們的費用。

除來自並非位於香港的供應方平台的收益以美元計值外，我們的收益均以港元計值，且一般以支票或銀行轉賬的方式結算。

品牌推廣及營銷

正如「業務－競爭優勢」一節所述，作為一間在數碼領域擁有強大實力及品牌知名度的數碼媒體公司，我們引以為豪。我們的媒體平台乃本集團的主要品牌推廣及營銷渠道。我們的粉絲及客戶對我們的知名度及品牌意識乃透過在我們的媒體平台上不斷更新資訊及參與相關內容而產生。

本集團主要透過我們自身的數碼媒體平台推出品牌建設活動。例如，我們的媒體品牌「Sunday Kiss親子童盟」於二零一九年舉辦的獲獎主題活動「Dear Future Kids」，主要透過我們的數碼媒體平台進行。我們旨在透過在我們的數碼媒體平台上舉辦的該等

業 務

活動吸引流量及鼓勵讀者參與。同時，我們相信，倘受眾對我們的宣傳活動感興趣，則我們的品牌知名度可通過受眾對品牌的擁護來提升。

我們的媒體品牌亦舉辦獎勵計劃，以加強我們的品牌形象及市場定位。我們相信，該等計劃將加強我們的品牌形象，提供機會與現有客戶維持關係並接觸潛在客戶。每年，經濟一週均會舉辦三次頒獎典禮，分別為：香港傑出企業巡禮(已於二零二一年更名為香港傑出上市企業並於二零二二年更名為經一傑出上市企業及ESG大獎)、實力品牌大獎(現已更名為經一品牌大獎)及經一中小企大獎(於二零二一年及二零二二年因COVID-19疫情而停辦)，以表彰相關年度各行業企業的成就。同樣地，美容產品大賞乃More的一個年度品牌定位活動。該等獎勵計劃將吸引品牌所有者投放廣告及若干獲獎品牌將利用此機會委聘我們為彼等的產品作廣告宣傳，從而為本集團帶來商機。

本集團認為，該等活動不僅有助於增加我們的廣告收益，亦能提高我們的品牌影響力，產生新的銷售連繫，並維持與現有長期客戶的關係。

市場及競爭

根據歐睿報告，香港數碼廣告行業高度分散，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年，並無單一從業者能佔據超過5%的市場份額；由於新從業者進入市場准入門檻及監管要求較低，預期香港數碼廣告市場仍保持高度分散及競爭激烈。

儘管數碼廣告市場競爭激烈，但根據歐睿報告，就收益而言，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年，本集團位列五大網絡廣告代理公司第二位。作為數碼廣告行業的領導者，我們為在各關注領域提供的內容及接觸廣泛受眾感到自豪。有關本集團競爭優勢的其他詳情，請參閱本文件「業務－競爭優勢」一節。我們的競爭對手包括各類廣告商，包括傳統出版商、線上內容創作者甚至各種社交媒體平台的意見領袖。有關本集團經營所在市場的更詳細討論，請參閱本文件「行業概覽」一節。

業 務

風險管理及內部監控

我們已採取一系列內部監控措施，並制定各種我們認為適合業務經營的公司政策及關鍵的內部監控指引及程序。

營運風險管理

本集團設有標準營運程序、書面手冊或政策、工作流程及標準表格，以規範本集團的日常營運。該等標準營運程序、書面手冊或政策、工作流程及標準表格會不時更新及／或檢討，並在本集團內聯網上提供予全體員工，以確保員工可輕易查閱。本集團採用不同的操作流程，載明處理日常營運工作的標準程序，以及該等工作所需的授權及批准級別。我們還編製了僱員手冊，列明並提供有關在日常工作各方面的正確行為及職責的指引。每位員工在加入本集團後獲分發該手冊且僱員須參加培訓，以確保全體員工瞭解我們的內部監控政策。

有關文章內容及使用圖像／照片的風險管理

我們對將予發佈的動態資訊及文章及於媒體平台上使用的圖像及照片採取內部監控常規，以確保內容合法合規及避免侵犯第三方的知識產權。動態資訊及文章在出版前必須由高級創意服務人員或高級編輯進行事實核查及審查。在第三方社交媒體平台上發佈動態資訊及／或文章的發佈功能僅限於該等平台的管理員賬號，而只有高級職員獲授權可登入該等賬號。關於出版雜誌，每一期的全部內容均須經過各業務單位的總編輯審查及批准。我們擁有自身的照片資料庫，並有一套標準操作程序，為員工在使用第三方來源的圖像及／或照片時提供指引。策略規劃經理及平台團隊亦收集現實生活中的圖像版權的侵權案例。我們定期舉辦培訓課程，為員工提供指引，並提請彼等注意最新的實際案例及我們的最新標準作業程序，以減低侵權風險。

為提高上述舉措的有效性，防止違反法律或法規，避免侵犯他人的知識產權，我們已彙編：

- (a) 一套標準操作程序，當中系統地規定(其中包括)：
 - 內容團隊不同職位的工作職責；
 - 事實查核清單；

業 務

- 創建帖子的指引；
 - 道德準則，禁止未經授權使用有版權的圖像及內容，鼓勵原創；
 - 鏈接，便於查閱使用第三方來源的圖像及照片的指引；
- (b) 文章格式化標準操作程序(其中包括其他事項)；
- 指明照片及內容來源的版權要求；
 - 強調編輯及高級編輯有責任對將予發佈的內容進行事實核查；及
 - 提供關於使用常青內容的指引。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無涉及任何與數碼媒體平台及刊物的內容及廣告有關的行政或法律訴訟或重大索償。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，僅有如上文所述的33宗針對我們使用他人版權圖像的索償，導致我們須支付許可費及／或刪除相關圖像，以及2宗針對我們使用他人版權內容的索償，導致我們道歉及／或刪除相關文章，而我們因該等索償而支付的許可費／賠償總額約為76,000港元。除多項總額少於47,000港元的索償外，所有該等訴訟均已解決。

考慮到本集團於往績記錄期在我們的數碼媒體平台發表超過180,000篇動態資訊及文章，僅有如上文所述的33宗索償導致本集團須支付許可費用及／或採取行動，我們與聯席保薦人一致認為，我們已制定足夠的程序以批准在我們的數碼媒體平台上發佈本集團動態資訊及文章。

我們及香港法律顧問認為，在本集團於往績記錄期已發佈的大量動態資訊及文章中，上文所披露的33宗索償項下本集團未經同意使用其他媒體先前刊發的內容，連同其已付索償及賠償的性質，為孤立事件且並不重大。

我們近期亦已將處理內容投訴及查詢的內部程序正式化，形成一項書面操作程序，方便員工參考及作為指引。

例如，於二零二一年八月底，Sunday Kiss親子童盟注意到，一名讀者在其Facebook及Instagram頁面發佈社交媒體動態資訊，內容有關Sunday Kiss親子童盟發佈的一則Instagram動態資訊(「該Sunday Kiss親子童盟動態資訊」)，該讀者指稱，

業 務

Sunday Kiss親子童盟動態的標題可能導致若干印象及造成對若干醫療狀況的誤解。有見及此，儘管我們認為此屬誤解，但Sunday Kiss親子童盟立刻採取行動，迅速修改該Sunday Kiss親子童盟動態資訊的標題以盡量減少被曲解或誤解，及隨後決定刪除且已於其發佈起計三個工作日內刪除該Sunday Kiss親子童盟動態資訊，因為Sunday Kiss親子童盟決定撰寫一篇專題文章，從醫學角度解釋這一主體事項，並有一名專家參與，以就相關主體事項提供進一步見解及資料，而Sunday Kiss親子童盟已於該Sunday Kiss親子童盟動態資訊之後兩個星期內發佈相關文章。

我們無意在Sunday Kiss親子童盟動態資訊中發佈任何虛假內容，並認為所發佈的內容並非虛假。香港法律顧問已審閱該Sunday Kiss親子童盟動態資訊及上述讀者的指控，並認為，儘管讀者對其所讀到的文章的解讀可能非常主觀，但在權衡各種可能性之後，該Sunday Kiss親子童盟動態資訊修訂前的標題不太可能被理解為上述讀者所聲稱的涵義。

資料系統風險管理

我們收集及接收來自讀者、訪客及客戶的各種個人資料。所收集的資料均由信譽良好的第三方雲端計算服務供應商，在位於虛擬私有雲（「**虛擬私有雲**」）背後的中央資訊系統內保存。從客戶及讀者處收集的資料保存在我們的中央資料系統中。不同部門及職能團隊有不同級別的權力，對彼等查閱該等資料的權限加以限制，而員工僅在因履行其工作職責需要有關資料時，方可查閱與其職責相關的該等資料。請參閱本節「資料保護及安全」一段。

信貸風險管理

我們的信貸風險主要來自我們的貿易應收款項。如本文件「業務－付款條款、信貸政策及信貸控制」一節所披露，我們有內部指引以就收回逾期已久的款項提供指引及我們已設有指定的信貸控制小組，每日監察我們的賬單結算情況。管理層亦將密切監控客戶的收款情況。有關本公司貿易應收款項分析的進一步資料，請參閱本文件「財務資料－節選綜合財務狀況表項目的討論－貿易應收款項」一節。

監管合規風險管理

為確保遵守適用法律法規及上市規則，本集團已成立審核委員會及企業管治委員會，負責持續監察風險管理政策的執行情況，以確保本集團內部監控制度能有效識別、管理及減低業務經營所涉及的風險。審核委員會由三名獨立非執行董事（即麥錦鈞

業 務

先生、鄭嘉裕女士及牛鍾洁先生)組成。麥錦釗先生為審核委員會主席。有關審核委員會成員的專業資格及經驗，請參閱「董事、高級管理層及僱員－董事會」一節。

我們亦已委聘一名獨立內部監控審查人員編製一份關於本集團的內部監控審查報告。並無發現有關本集團業務及經營的重大缺失。董事會、高級管理層及會計部門將持續監測我們的內部監控制度及政策的遵守情況，以確保我們的風險管理政策有效並對我們的日常運作而言屬充足。

主要資格及牌照

董事確認，本集團已根據本集團開展業務所在司法權區的所有相關法律及法規獲得所有必要的商業登記證書、許可證及牌照。如本文件「監管概覽」一節所披露，我們必須向有關當局註冊登記我們的雜誌及書籍。於往績記錄期直至最後實際可行日期的註冊詳情載列如下：

註冊類別	出版商	相關機構	當前有效期
將經濟一週雜誌註冊為本地報刊	媒體出版	電影、報刊及物品管理辦事處	二零二三年六月四日至二零二四年六月三日
將新假期雜誌註冊為本地報刊	新假期出版	電影、報刊及物品管理辦事處	二零二二年九月十三日至二零二三年九月十二日
將新Monday雜誌註冊為本地報刊	New Monday Publishing	電影、報刊及物品管理辦事處	二零二二年九月二十七日至二零二三年九月二十六日
將東方新地雜誌註冊為本地報刊	新傳媒服務顧問	電影、報刊及物品管理辦事處	二零二三年五月六日至二零二四年五月五日
將Madame Figaro Hong Kong雜誌註冊為本地報刊	NMG (HK)	電影、報刊及物品管理辦事處	二零二二年九月二十六日至二零二三年九月二十五日
將經濟一週雜誌註冊為新書	媒體出版	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*

業 務

註冊類別	出版商	相關機構	當前有效期
將新假期雜誌註冊為新書	新假期出版	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*
將新Monday雜誌註冊為新書	New Monday Publishing	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*
將東方新地雜誌註冊為新書	新傳媒服務顧問	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*
將Madame Figaro Hong Kong雜誌註冊為新書	NMG (HK)	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*
將每本旅遊指南註冊為新書	新假期出版	香港公共圖書館書刊註冊組	不適用*

*附註： 每發行一期印刷雜誌或旅遊指南須自刊發起一個月內向書刊註冊組註冊。有關註冊並無屆滿或有效期。

雜誌及書籍的註冊於最後實際可行日期具有十足效力及效用。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在續新上述註冊時並未遇到任何重大困難，且我們目前預期於該等註冊屆滿時續新該等註冊亦無任何重大困難。

知識產權

於最後實際可行日期，本集團就媒體平台及公司名稱註冊若干商標及域名。我們的知識產權的進一步詳情載於本文件附錄四「有關本集團業務的其他資料－知識產權」內。

誠如本文件「業務－媒體品牌－Madame Figaro Hong Kong」一節所披露，根據許可協議，本集團獲授獨家權利以創建及經營：Madame Figaro法文網站的香港版；以「madamefigarohk」及「madamefigaro.hk」為名的專門社交網絡賬號；及名稱為「Madame Figaro Hong Kong」的Madame Figaro雜誌香港版。根據許可協議，本集團亦獲授權利使用本文件附錄四「法定及一般資料」一節所載各種商標。

業 務

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並不知悉於香港任何第三方對我們的知識產權有任何重大爭議或侵權行為，我們亦不知悉我們侵犯任何第三方的知識產權或成為其索賠的對象，從而可能對我們的業務或財務表現產生重大不利影響。

本集團租賃的物業

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無擁有任何房地產。於最後實際可行日期，我們並無任何一項物業的賬面值佔總資產的15%或以上，因此，我們毋須按上市規則第5.01a條於本文件內列入任何估值報告。因此，根據香港法例第32L章《公司條例(公司及豁免遵守條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條有關《公司(清盤及雜項條文)條例》附表3第34(2)段的規定，須就我們在土地及建築物的所有權益編製一份估值報告。

香港

於往績記錄期，本集團向裕勝租用新傳媒集團中心的多個部分，以供我們的業務營運，包括主要辦事處、數據中心及製作工作室。租賃協議的詳情載於本文件「關連交易」一節。於二零二一年四月二十一日，裕勝向我們發出提早終止通知，根據租賃協議的條款於二零二二年一月三十一日終止租約。我們已於二零二一年十一月底將總部搬遷至現時的辦公室，總建築面積約36,000平方呎。於二零二一年十二月底，我們已在總部附近額外租用空間約2,500平方呎，以供配套使用。

中國

於往績記錄期，本集團已向一名獨立第三方租賃一處位於中國廣州的物業，總建築面積約366平方米，用作廣東薪傳的辦公物業，已於二零二三年一月四日屆滿。廣東薪傳已自此搬遷至廣州的另一處物業，總建築面積約為86.58平方米，乃租賃自另一名獨立第三方，期限自二零二三年一月一日起至二零二三年十二月三十一日止為期一年。

僱員

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日及最後實際可行日期，本集團合共有267名、263名、240名及236名全職僱員，其中12名、10名、11名及11名在中國廣州。

業 務

於截至二零二零年十二月三十一日止財政年度，我們因重組印刷發行解僱約20名員工。除上述者外，於往績記錄期，我們並未進行任何重大解僱活動。

於最後實際可行日期，我們的全職僱員人數按職能及地理位置劃分如下：

職能	於最後實際可行日期	
	香港	中國廣州
管理	11	—
內容及製作	86	—
銷售、客戶服務及項目交付	55	—
平台專家	17	—
產品專家	5	—
資訊科技開發及項目管理	11	10
行政及支援	36	1
實習生	4	—
小計	225	11
合計		236

我們一般從公開市場招聘僱員，並與僱員簽訂僱傭合約。於往績記錄期，本集團並未經歷任何勞工短缺或招聘困難。

我們根據強制性公積金計劃條例(香港法例第485章)的規定，為我們香港的合資格僱員提供強制性公積金界定供款。於往績記錄期，我們亦已在所有重大方面遵守中國有關社會福利的適用法律法規，為我們在中國的僱員悉數支付中國法律法規規定應付的社保基金及住房公積金供款。除薪金外，在香港獲我們聘用並已通過試用期的僱員可享有酌情花紅及醫療保險。本集團亦設有銷售佣金計劃，據此，銷售團隊的僱員有權獲得與各自關鍵績效指標掛鈎的佣金，按季度基準審閱。於往績記錄期，本集團於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度應付有關佣金分別為4.5百萬港元、7.7百萬港元及5.8百萬港元。

我們定期為員工提供內部培訓計劃，以提高我們的整體效率以及遵守法律及法規。我們將繼續提供行業知識的培訓，並向僱員提供最新市場資訊。例如，培訓主題

業 務

包括製作技術(如攝影或內容寫作)及管理技能、新軟件功能、版權控制措施、個人資料收集指引以及第三方社交媒體平台的政策更新。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與僱員一直保持良好的工作關係。於往績記錄期，我們概無經歷任何對我們的營運造成重大不利干擾的勞資糾紛。

資訊系統

於最後實際可行日期，本集團配備資訊科技系統供日常營運程序使用，亦有助加強本集團的內部監控系統。該等系統包括：(i)自行開發的銷售系統，包括我們的內部訂立及執行合約的批核矩陣、監察我們的項目進度，從接納客戶委聘、內部工作分配、制訂賬單時間表至保留我們所提供廣告解決方案的工作證明；及(ii)由第三方服務供應商設置的開支及報銷系統，該系統記錄及追蹤每個項目的預算、付款及開支，以監察我們的基本成本，並確保遵守我們的內部付款批准政策。

據董事確認，於往績記錄期，並無發生系統或網絡故障而對我們的營運造成重大中斷。

資料保護及安全

資料收集、存儲及使用

於我們的業務營運過程中，我們向我們媒體平台的訂閱者、用戶及受眾收集及接收不同類型的資料。該等資料一般通過以下方式收集：

- a. 個人資料(如姓名、電郵地址、電話號碼、郵寄地址、送貨地址、性別、出生年月、年齡、年齡組別、香港身份證號碼(統稱為「個人資料」)－當訂閱者訂閱經濟一週雜誌的印刷版或電子版、我們的網站或流動應用程式的會籍或數碼通訊，或參與我們的數碼媒體平台的促銷活動；
- b. 設備特定資料(如設備ID)－當用戶使用我們的流動應用程式時；
- c. 人口統計及行為資料(例如，受眾的瀏覽行為及興趣偏好，該等資料不包含個人資料)(「人口統計資料」)－當用戶瀏覽我們的數碼媒體平台時；及

業 務

- d. 交易資料(例如購買交易歷史及模式，不包括個人資料)(「交易資料」)，當用戶或受眾通過我們的數碼媒體平台訂閱我們的雜誌或進行購買或參與促銷活動時。

本集團主要透過數碼媒體平台收集個人資料，部分以印刷形式收集，如訂閱者就我們的印刷版經濟一週雜誌提交的個人資料。載有個人資料的印刷表格存放於辦公室的上鎖櫃中，而以電子方式收集的個人資料則存置在我們的虛擬私有雲中。我們有定期刪除(倘為數碼形式)或銷毀(倘包含於印刷表格中)有關資料的內部監控措施，以確保我們遵守個人資料(私隱)條例及有關資料保障原則。

由託管我們的數碼媒體平台的第三方社交媒體平台所收集的人口統計資料乃通過我們訂閱的資料分析工具提供予我們。我們收到的人口統計資料及其他數碼資料儲存於我們的虛擬私有雲中。

我們利用所收集的資料分析受眾行為，以增強我們數碼媒體平台的參與度及提高我們廣告解決方案的有效性。正如上文「產品及服務－廣告解決方案」一節所披露，我們可能會按個案基準與客戶分享選定的人口統計資料分析，以衡量特定廣告活動的效益。

然而，我們不會與任何第三方分享我們的訂閱者、受眾或訪客的任何個人資料，除非該等資料有專門用途，例如，我們會將訂閱者／收件人的送貨地址及姓名轉交予我們的服務供應商，僅用於寄送雜誌或貨物的目的，或如法律所規定。

內部監控措施

為確保適當遵守相關法律及法規，本集團對收集及使用個人資料採取內部監控，而該等常規已被編入一套具體的個人資料指引，以便更有效地實施：

- (a) 列明個人資料(私隱)條例項下的資料保障原則；
- (b) 對本集團在日常業務過程中可能收集的信息及資料的性質進行分類；
- (c) 就可收集的資料提供指引及範例，以確保不會收集過多的資料；
- (d) 提供資料收集的範本，以確保包括所有必要的說明性聲明，如收集相關資料的目的、該等資料的可能用途、資料提供者的權利及選擇接收營銷資料等的聲明等；

業 務

- (e) 列明處理退出請求的具體程序，並列出相關人員的聯繫方式，以確保及時處理所有關於資料存取及退出請求的詢問。

僱員亦須完成有關個人資料保障的培訓，作為其入職培訓的一部分，並參加有關個人資料保障的年度測驗，以強調按照法律規定處理個人資料的重要性。

如上文所述，我們自我們的數碼媒體平台的受眾及訪客收集的信息及資料以及在業務過程中收集的客戶信息及資料均儲存在虛擬私有雲中。存放該等資料的虛擬私有雲的網絡存取受防火牆及入站及出站流量控制的保護，以避免來自本集團以外的第三方未經授權存取。我們亦採取內部監控及措施以保障該等資料的安全，並確保資料的處理符合個人資料(私隱)條例。該等措施包括：

- (a) 本集團內對資料的訪問受到限制的IP訪問及密碼保護，因此，只有指定人員需要知道時方能存取資料或其相關部分；
- (b) 個人資料將僅在合理期間保留，以實現收集該等資料的目的，並將在指定時段內永久刪除，以確保個人資料的保留時間不超過實現該等目的所需的時間；及
- (c) 進行定期檢查，以識別未經授權的存取。

遵守個人資料(私隱)條例

經董事及香港法律顧問確認，只有個人資料受個人資料(私隱)條例監管。於二零一八年四月，本集團收到香港個人資料私隱專員的查詢通知，內容涉及當時經濟一週的訂閱表格所收集的資料，專員信納本集團為處理查詢主體所採取的措施，並無採取進一步行動。

香港法律顧問認為，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團全面及實質上遵守個人資料(私隱)條例及六大資料保障原則的有關規定。

保險

我們按照僱員補償條例(香港法例第282章)購買僱員補償保險，以保障我們的僱員於香港受僱期間受到人身傷害而由本集團承擔的賠償及費用。我們亦已購買及維持(i)意外損毀保險，(ii)電子設備保險，(iii)公共責任保險，(iv)業務中斷保險，(v)現金全

業 務

險；及(vi)高級管理人員忠誠保證保險。董事認為，本集團的保險保障範圍足夠，且符合香港的一般行業慣例。

本集團於往績記錄期概無根據本集團購買的任何保單提出重大索賠。

獎項及認可

於過往數年，我們獲得下表載列的獎項，以認可我們於數碼廣告行業取得的成就：

獎項	獲獎者	獲獎年份	頒發機構
金帆廣告大獎－數碼與社會－社會單一－共同創造及用戶產生內容(優異獎)	Sunday Kiss 親子童盟	二零一九年	香港廣告商會
金帆廣告大獎－數碼與社會－社會單一－影響力人士／人才(優異獎)	Sunday Kiss 親子童盟	二零一九年	香港廣告商會
二零二零年卓越營銷獎－卓越內容營銷獎(金獎)	新傳媒集團	二零二零年	Marketing Magazines

環境、社會及企業管治事項

為履行我們作為負責任企業的責任，我們致力於促進環境保護、企業社會責任及最佳企業管治慣例。董事負責識別風險及實施減少風險的策略。於往績記錄期，與我們的業務相關的環境、社會及氣候相關風險以及為減少該等風險而實施的措施之概要載列如下。我們已制定一套環境、社會及管治政策，詳情載於下文「環境、社會及管治政策及管治」一節，旨在使本集團能以負責任及可持續的方式經營業務並推動環境、社會及管治相關機會。

業 務

環境

由於我們不經營任何印刷或製造設施，我們並非環境污染的主要來源，因為我們的業務不產生重大的空氣、噪音、水、實體廢物或其他類型的污染物，及我們認為我們並未面臨任何重大的環境風險。因此，我們預計在該等範疇不會產生任何重大義務或開支。本集團的營運不受任何環境法律及／或法規的約束及因此，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，並未產生任何合規成本。於往績記錄期，本集團並未面臨任何環境索償、訴訟、罰款或紀律行動。

我們致力於在我們的商業活動及工作場所盡最大努力保護環境。儘管由於本集團的業務性質，其營運對環境的影響很小，但我們仍致力於發現及管理因我們的營運而對環境造成影響，以盡可能地降低該等影響。

能源消耗及節約措施

我們的能源使用主要由於辦公室用電及外部服務供應商數據中心的資訊科技服務維護所造成。間接溫室氣體排放主要由於用電所致。因此，我們業務的主要重點之一是提高能源效率及減少我們的碳影響。

於二零二一年底，我們已將總部搬遷至目前位於海濱匯的辦公室，這是一座環保型樓宇，在環保方面已獲得了各種認證及獎項制定，如香港綠色建築議會BEAM Plus 鉑金評級及二零一九年亞太區房地產領袖高峰會金獎。例如，其已採用照明控制系統，除非運動感測器被啟動，預設的若干照明會在非辦公時間自動關閉，並安裝日光感測器，在白天適當地調整照明亮度及關閉靠近窗戶的燈光，有助於減少能耗。在搬遷至新總部之前，我們的辦公室亦已使用節能照明系統。

下表載列於往績記錄期的耗電量：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
總耗電量(以千瓦時計)	301,466	296,502	214,048

業 務

自搬遷至新總部起，截至二零二二年十二月三十一日止年度的耗電量較截至二零二一年十二月三十一日止年度減少約21.1%。預計我們的整體用電量於未來三年將保持相對穩定，因為我們已搬遷至一座環保的辦公大樓。由於我們預計業務營運的擴張會增加員工人數，我們認識到整體能源消耗可能會增加。為解決這一問題，我們已設定目標，將總耗電量維持在相若水平，增幅不超過5%。該目標與我們對可持續實踐及減少對環境影響的承諾一致。我們相信，透過密切監察及控制耗電量，我們既可減少碳足跡，又可節省能源開支。

紙張消耗及節約措施

我們業務的另一種主要資源消耗是紙張。本集團紙張消耗總量逾99%歸因於雜誌印刷。其是本集團印刷雜誌所使用的主要原材料。據董事所深知及確信，為我們的印刷雜誌提供印刷服務的五大供應商之一使用的紙張是作為森林管理委員會或森林驗證認可計劃成員的造紙廠提供，以促進對世界森林的負責任及可持續管理。

於往績記錄期，我們亦已引入新的操作系統，將更多的操作功能轉換為線上及無紙化，並將未售出的印刷雜誌及書籍進行處理作為廢棄物回收。下表載列我們於往績記錄期的紙張消耗：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
總用紙量(以噸計)	645.7	198.3	186.7
已收集供回收紙張總量(以噸計)	43.5	65.3	38.9

因此，於往績記錄期，我們的總用紙量整體有所下降。誠如本文件「業務」一節所披露，於往績記錄期，我們減少印刷出版物。我們現階段並無進一步減少雜誌種類數量的計劃，但將會監控市場趨勢的變化，並不時審閱是否對我們的印刷發行量進行進一步調整。我們亦探索更環保的印刷方式，例如使用來自可持續的林業實踐及化學廢料的再生紙及環保油墨。通過轉向採用該等可持續做法，我們希望減少對環境的影響，並踐行對可持續發展的承諾。

業 務

電子廢棄物及污染

我們亦努力在業務經營中減少電子廢棄物。我們將過時的資訊科技設備，如個人電腦、顯示器及筆記本電腦捐贈給慈善機構，該等設備將被重新使用或轉交給政府認可的回收商進行回收。

氣候相關事宜

氣候變化可能對我們的業務經營造成潛在干擾，從而影響我們的財務表現。以下載列我們已識別與我們的業務有關的氣候相關風險，該等風險可分為實際風險及過渡風險、彼等對業務的潛在影響及緩解有關風險的措施。

實際風險

實際風險是指可能對本集團業務造成潛在實際影響的風險。例如，極端天氣可能會破壞供電，從而導致互聯網中斷，轉而可能阻礙受眾訪問我們的數碼媒體平台，影響我們及已上線供應商的業務以及出版物的印刷；以及全球氣溫上升可能導致本集團辦公室能耗增加。我們預計該等風險同樣適用於我們的競爭對手，因此在短期或中期內不會對我們的業務及財務表現造成重大影響。我們已採取一系列措施，例如應對極端天氣或緊急情況的應急計劃，以提升本集團經營抵禦有關風險的能力。

過渡風險

過渡風險是與過渡至低碳經濟有關的風險，這可能需要廣泛的政策、法律、技術及市場變化，以應對與氣候變化有關的緩解及適應要求。例如，(i)監管機構可能會施加更嚴格的環境、社會及管治相關披露要求；(ii)技術進步可能會影響我們的競爭力，除非我們投資於相關技術。因此，有關變動可能導致我們的營運成本增加。本集團應定期監督現有及突發趨勢、氣候相關政策及規例。

業 務

本集團使用的指標及目標及本集團能源消耗造成的風險評估

如上文所述我們的大部分能源使用來自辦公室及商業功能所需的電力消耗。耗電量被確定為本集團碳排放的主要來源。

下表載列於往績記錄期的溫室氣體（「溫室氣體」）排放明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
能源消耗產生的溫室氣體排放 (千克二氧化碳當量)	117,517	115,635	83,478
總能源消耗(吉焦耳)	1,085.3	1,067.4	770.6

在設定相關指標的目標時，本集團已考慮有關指標於往績記錄期的歷史水平，並審慎周詳地考慮我們未來的業務擴展，務求在業務增長與環境保護之間取得平衡，以達致可持續發展。由於我們預計業務擴張會增加員工人數，我們已設定目標，將總耗電量維持在類似水平，增幅不超過5%。基於此，由於電力消耗被釐定為本集團碳排放的主要來源，我們亦設定目標，將溫室氣體排放水平維持於類似水平，增幅不超過5%。因此，本集團擬採納如下措施，以進一步減少能源消耗及提高整體能源效益：

- 購買電器時優先考慮能源效率等級高的產品
- 所有電器在預設狀況下均採用節能模式
- 要求員工下班後關閉所在區域的燈光
- 利用空調系統的恆溫器維持室溫恒定
- 提醒員工將室溫保持在攝氏25.5度
- 要求員工在不使用房間時關掉空調

通過對溫室氣體排放的一致計量、目標設定及監測，我們能夠有效地評估及管理能源消耗增加帶來的風險，降低對環境的影響，並實現成本節約。本集團將繼續努力，爭取實現溫室氣體減排目標。

業 務

員工分佈及多元化

我們的員工在性別及年齡方面多元化。於二零二二年十二月三十一日，本集團員工的統計情況概述如下：

按性別劃分

男性：33%

女性：67%

按年齡劃分

30歲或以下：46%

31至45歲：38%

46歲或以上：16%

職業安全與健康

我們重視僱員的職業安全及健康。我們已在僱員手冊中載明本集團就工作場所安全採納的政策及就職業安全事項須予遵循的相關程序。本集團致力為其員工提供安全、高效及舒適的工作環境。於入職時，僱員需接受健康及安全培訓。本集團定期舉辦不同主題的學習工作坊及研討會，以提供最新資訊，及加強僱員在職業健康及安全方面的意識。如發現與工作場所安全有關的風險，亦鼓勵僱員主動向有關部門舉報。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在業務經營過程中並無發生重大事件而導致人身或財產損失索償或向僱員支付補償，以及我們並無接獲僱員有關業務經營中的健康或職業安全事項的重大申索或投訴。

於二零二零年年初爆發的COVID-19已被世界衛生組織宣佈為國際關注的突發公共衛生事件。因應該情況，本集團已採取預防措施以保障本集團員工及客戶的健康及福祉，例如各辦事處均備有外科口罩及消毒用品供僱員使用。為盡量減少辦事處的COVID-19傳播風險，我們已採取諸如到訪本集團辦事處的訪客須填寫健康申報表及進入辦事處前測量體溫等政策。

社區參與

於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，本集團獲香港社會服務聯會授予商界展關懷標誌，認可其履行企業社會責任的持續承諾。於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，本集團作為媒體贊助商，免費提供印刷及線上

業 務

廣告位予非牟利或非政府機構，例如奧比斯、保良局、聖公會聖基道兒童院、東華三院及香港愛護動物協會，以協助推廣彼等的宣傳活動，從而惠及本港社區及有需要人士。

環境、社會及管治政策及管治

根據內部監控顧問的建議，本集團已就本集團的環境、社會及企業管治常規制定一套政策（「**環境、社會及管治政策**」），以確保適當遵守適用法律和法規的相關規定及提升我們的企業社會責任。透過實施環境、社會及管治政策，我們旨在於日常經營決策中加強以下方面的可持續發展：(i)處理工作場所的平等機會、多元化及反歧視；(ii)加強職業安全；(iii)促進僱員的福利；及(iv)定期評估環保政策及表現。

環境、社會及管治政策強調(其中包括)(i)環境、社會及管治架構；(ii)環境、社會及管治策略、方法及實施措施；(iii)環境、社會及管治風險管理及監督。這一套環境、社會及管治政策涵蓋包括氣候變化、健康及安全政策以及本集團環境可持續性及人員可持續性等方面。

董事會對本公司環境、社會及管治策略及其執行的有效性整體負責。根據環境、社會及管治政策，我們已建立了一個環境、社會及管治工作團隊，由執行董事、營運及支持部門的代表組成，包括法律及秘書、財務及會計、人力資源及行政、投資者關係及傳訊部門，其職責如下：

環境、社會及管治工作團隊應通過關鍵績效指標開展工作及評估以下相關事項：

- a) 環境、社會及管治的範疇
 - b) 持份者的完整名單
 - c) 關鍵績效指標清單
 - d) 來自本公司(內部)及來自持份者(外部)的重大事項清單
 - e) 制定方法以收集相關關鍵績效指標的數據
- 制定及執行本集團採取的行動計劃以促進環境、社會及管治舉措，以及不時向執行委員會／董事會報告。
 - 促進環境、社會及管治相關風險及事項的識別、評估、控制及報告。

業 務

環境、社會及管治工作團隊隨後向執行委員會(由本公司執行董事組成)報告。執行董事主要負責監督環境、社會及管治政策及環境、社會及管治策略的制定及實施以及就設定環境、社會及管治目標及指標向董事會提供推薦建議。

根據執行委員會的推薦建議，董事會將審查在實現環境、社會及管治相關目標方面取得的進展，以及管理方法及策略的有效性，並酌情實施改進。

[編纂]後，董事會亦將對環境、社會及管治政策的執行情況進行年度審查並刊發環境、社會及管治報告，以確保持續遵守相關法律法規。

COVID-19的影響

整體營商環境及於二零二零年及二零二一年的業務

COVID-19為全球經濟帶來不可預見的不利影響並自二零二零年初被世界衛生組織宣佈為國際關注的突發公共衛生事件，各行各業均受拖累。根據歐睿報告，廣告行業整體收益錄得約28%的跌幅，由二零一九年的290億港元減至二零二零年的209億港元。尤其是，與二零一九年相比，網絡廣告分部於二零二零年的總收益減少約15.5%，而印刷廣告分部與二零一九年相比，更錄得總收益減少35%。如歐睿報告所述，香港廣告活動與整體經濟及營商環境息息相關。商業活動受到COVID-19打緊，香港企業需要減少不必要的開支，以應對日益惡化的經濟及營商環境，因而令廣告支出的需求下降，而商界亦需要更多時間來消化疫情造成的變化，以便優化彼等的廣告策略，尋求更具成本效益的解決方案，導致二零二零年整體廣告支出遭到延遲。

根據歐睿報告，於二零二一年，隨著COVID-19疫情帶來的負面影響消退，香港廣告業開始逐漸復甦，且隨著經濟及消費活動的增加，二零二一年廣告業錄得總收益約276億港元，較二零二零年錄得的209億港元增長32.2%。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團錄得收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約211.6百萬港元增至約245.2百萬港元，增加約15.9%。收益增加主要歸因於數碼廣告收入由截至二零二零年十二月三十一日止年度約180.3百萬港元增加約51.6百萬港元至截至二零二一年十二月三十一日止年度約231.9百萬港元。董事認為，增加主要歸因於企業及公眾適應COVID-19疫情，因此企業於二零二一年下半年恢

業 務

復因疫情而推遲的廣告支出。較能適應疫情環境及以本港公眾為目標消費者的企業包括銀行、保險及投資服務、零售及線上商舖、電子設備、化妝品及護膚品、浴室用品及家居用品、醫藥行業，推動了我們數碼廣告收入的增長。

截至二零二一年十二月三十一日止兩個年度，概無客戶已確認項目因疫情而取消或延遲。因此，在確認從一個會計期間到另一個會計期間的收益時，並無造成潛在虧損及／或罰金及／或延遲。本集團若干營銷活動較容易受疫情影響，如新假期必吃食店大獎已予取消。

另一方面，由於我們的業務性質，除印刷廠及供應商A(為營運我們委聘其就我們的網絡營銷解決方案提供推廣的社交網絡平台)外，大多數供應商為製作公司及自由職業者，彼等主要從事製作靜態圖片、視頻及其他多媒體內容。鑑於我們的廣告製作的規模，我們通常不需要龐大的製作人員團隊，因此香港政府實施的保持社交距離措施並未對我們的製作流程造成重大影響。此外，我們備有製作用核准供應商名單，當若干供應商受到疫情影響時，我們也能夠委聘其他供應商提供類似服務，使我們的經營受COVID-19的影響較小。就印刷雜誌而言，大部分印刷流程在香港進行及印刷雜誌主要在本港發行。因此，防疫封鎖措施對我們的業務經營的影響甚微，及我們並未遭遇因疫情導致的製作及產品及服務的交付之任何重大中斷。我們亦確認，於往績記錄期，本集團並無暫停業務經營。

二零二二年第五波奧密克戎變異株變種病毒爆發的影響及於截至二零二二年十二月三十一日止年度的整體業務及財務表現

自二零二一年十一月底以來，帶有奧密克戎變異株的COVID-19已在全球範圍內迅速蔓延，並自二零二二年一月起在香港引起第五波疫情的爆發。香港的確診病例數激增並於二零二二年三月初達到高峰。香港於二零二二年第一季度實施嚴格的保持社交距離措施，給香港廣泛的經濟活動及經濟情緒帶來沉重壓力。政府經濟顧問辦公室發表的《二零二二年第一季經濟報告》顯示，香港經濟在二零二二年第一季明顯惡化，實質本地生產總值按年收縮4.0%。於二零二二年首四個月，與二零二一年同期相比，本集團錄得收益下跌約6%，與同期香港實質本地生產總值的收縮整體一致。

儘管如此，截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團並無收到任何因疫情而取消已確認的廣告活動或推遲執行已確認廣告項目的要求，及本集團十大客戶概無終止或暫停營業。此外，儘管於第五波疫情爆發初期，我們有40名僱員於二零二二年

業 務

二月及三月檢測為陽性，由於事件已擴散及自第五波疫情爆發以來，我們已重新採用居家辦公政策，本集團的業務經營並未因有關事件受到阻礙。

隨著第五波疫情逐漸緩和後，我們的業務復甦，於二零二二年五月至七月錄得收益較二零二一年同期輕微增長約3%，證明廣告需求(i)在第五波疫情中被壓制；及(ii)隨著自二零二二年四月底起放寬保持社交距離措施而出現復甦。隨著二零二二年第四季度放寬社交距離措施、檢疫措施及旅行相關限制，截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益恢復至截至二零二一年十二月三十一日止財政年度的相同水平，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加約13.7%。

董事及聯席保薦人對本集團業務的可持續性的意見

行業趨勢及未來市場需求

香港快速數碼轉型導致行業在過往期間發生結構性變化，廣告支出隨著消費者每天花費的時間由傳統媒體平台轉向網絡媒體平台，亦向網絡廣告傾斜。根據歐睿報告，經歷超過三年COVID-19疫情之後，香港最終解除所有旅行限制及防疫措施，並預計整體消費支出將於二零二三年至二零二七年的預測期間復甦及增長。消費者的消費能力復甦的預期勢頭亦推動香港於預測期間的預期廣告支出。廣告行業的收益預計將恢復增長勢頭，增至於二零二三年的約298億港元，並於二零二三年至二零二七年按複合年增長率約7.3%增長。在廣告行業的各個分部中，網絡廣告分部預計將錄得最大增長，於二零二三年至二零二七年的複合年增長率約為11.4%，而印刷廣告預計在同期將錄得5%的負增長。作為香港主要數碼媒體公司之一，本集團大部分收益來自數碼廣告，董事認為，本集團的財務表現將與上述線上廣告部分的增長趨勢保持一致。有關香港廣告行業收益的詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

本集團於二零二一年及二零二二年的財務表現

由於香港廣告行業的整體市場情緒復甦，截至二零二一年十二月三十一日止財政年度，本集團的財務表現取得明顯改善。本集團於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得收益約245.2百萬港元，較二零二零年同期增加約15.9%。本集團亦於截至二零二一年十二月三十一日止年度錄得經調整純利(非香港財務報告准則計量)約42.4百

業 務

萬港元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度經調整純利(非香港財務報告准則計量)約41.2百萬港元增加約3.0%。

本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的經調整淨利潤率(非香港財務報告准則計量)約為17.3%，略微低於截至二零二零年十二月三十一日止年度經調整淨利潤率((非香港財務報告准則計量)約19.5%。

然而，於二零二二年初，本公司業務受到香港第五波疫情的衝擊，嚴重影響廣泛的經濟活動及經濟氛圍。儘管如此，雖然於二零二二年首四個月，與二零二一年同期相比，本集團錄得收益下跌約6%，本集團尚未收到任何因第五波疫情而取消已確認的廣告活動或推遲執行廣告項目的要求。隨著第五波疫情的逐步緩解，本集團的業務復甦，截至二零二二年六月三十日止六個月的收益與二零二一年同期相比保持穩定，及僅由截至二零二一年六月三十日止六個月約106.1百萬港元略微減少約1.2百萬港元或約1.2%至二零二二年同期約104.9百萬港元及於二零二二年五月至七月錄得收益較二零二一年同期輕微增長約3%。隨著於二零二二年第四季度保持社交距離措施、防疫措施及旅行相關限制放寬，截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益恢復至截至二零二一年十二月三十一日止財政年度的相同水平，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加約13.7%。基於上述，董事認為，儘管疫情持續影響，本集團業務將繼續可持續發展。

本集團為提供網絡營銷解決方案的先行者

本集團一直為提供網絡營銷解決方案的先行者，早在二零一一年便成立網絡業務單位，以積極探索網絡及流動內容開發的商機。根據歐睿報告，按收益計算，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年，本集團在香港網絡廣告代理公司中排名第二。本集團數碼媒體平台的節選主要營運資料已於本文件「業務－產品及服務－廣告解決方案」一節中披露。隨著本集團社交媒體平台的瀏覽量及粉絲數量穩定增長，以及本集團的自營數碼平台迅速發展，董事認為，本集團數碼媒體平台強大且不斷增長的受眾基礎將繼續有助於本集團的業務增長。

鑒於「業務－競爭優勢」一節所披露本集團的競爭優勢，董事認為，本集團將能夠把握行業市場復甦的機遇。

業 務

來自回頭客的收益的重要性

於往績記錄期，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團歸屬於廣告代理公司的廣告收益分別佔我們提供廣告解決方案所產生收益的54.9%、47.2%及42.5%。於往績記錄期的各財政年度，本集團的五大客戶大部分是4A廣告代理公司，彼等均與本集團保持超過10年的業務關係，被視為本集團的回頭客。根據歐睿報告，鑒於廣告代理公司在發起、管理及實施廣告活動方面的專長，規模較大的廣告商傾向於委聘廣告代理公司協調其廣告活動。廣告代理公司為廣告商在尋找合適的廣告代理公司時的主要代理人，並在可預見的未來，廣告代理公司將繼續作為本集團的回頭客，成為本集團的主要收益來源。

依賴若干社交媒體網站發佈內容

誠如本文件「業務－供應商及客戶－供應商－依賴供應商A」一段所披露，於往績記錄期，本公司支付予一家從事營運一個提供網絡社交媒體廣告服務的社交網絡平台的供應商A的成本分別佔本集團截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個年度的總製作及印刷成本約52.5%、62.6%及50.8%。本集團亦透過在供應商A的社交媒體平台上發佈帖子產生收益。於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個財政年度，來自供應商A的社交媒體平台產生的程序化收益約為8.4百萬港元、19.0百萬港元及19.2百萬港元，佔我們總廣告收益分別約4.4%、7.9%及8.0%。其於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度成為本集團的五大客戶之一。

於往績記錄期，本集團與供應商A之間的交易金額較高，主要歸因於供應商A在香港社交媒體領域的主導地位所致。根據歐睿報告，與同行相比，供應商A於二零一八年至二零二一年的每月平均活躍用戶數量最高及於二零二二年位列第二，且其平台上提供的內容豐富，在香港經營一個具影響力的平台，使其成為香港最具影響力的社交媒體平台之一。誠如本文件「行業概覽」一節所披露，根據歐睿報告，儘管二零二二年Facebook在香港的平均每月活躍用戶較過往年度減少約1.6%，這可直接歸因於二零二一年的數據洩露事件，該事件對整體用戶信心造成負面影響，但在事件平息後，Facebook的平均每月活躍用戶預計將於二零二三年至二零二七年預測期內增長。此外，截至二零二二年十二月三十一日止年度，從供應商A產生的程序化收益保持穩定，約為19.2百萬港元，而截至二零二一年十二月三十一日止年度約為19.0百萬港元，這表明董事認為，數據洩露事件並無對本集團的業務經營及財務表現造成任何重大影響。隨著供應商A營運的社交媒體平台日益普及，廣告商在考慮採用社交媒體平台作為其廣

業 務

告發佈的主要渠道時，往往會在該等平台上投放廣告。對供應商A服務的需求完全由廣告商對發佈平台的選擇所驅動，除非香港社交媒體格局發生劇烈變化，否則對供應商A提供的推廣服務的需求不大可能轉移到其他社交媒體平台營運商。董事確認，廣告商依賴供應商A的廣告解決方案(包括推廣服務)屬一種行業慣例。

儘管如此，為降低依賴供應商A營運的社交媒體平台的風險，本集團亦營運自身的平台，包括網站及應用程式，並一直通過推廣本集團應用程式的下載加快發展其自營平台。於二零二二年十二月三十一日，本集團開發的應用程式已錄得累計新下載量超過1.4百萬次，累計應用程式節數超過38百萬次，累計應用程式曝光次數超過405百萬次。董事認為，儘管本集團目前嚴重依賴供應商A的社交媒體平台，但本集團的業務性質可應客戶要求，轉移至其他新興社交媒體平台。

除在供應商A營運的社交媒體平台上建立賬戶時同意用戶政策外，本集團並無與供應商A訂立任何合約安排，董事確認，有關安排屬行業慣例。儘管本集團在社交媒體網站上發佈廣告的業務依賴供應商A營運的平台，但供應商A的營運在一定程度上依賴如本集團般的內容發佈者提供內容並不斷更新動態資訊以保持其平台上的流量。

強大而穩定的員工隊伍

本集團擁有一支強大的管理團隊，彼等擁有豐富的管理技能、營運經驗及深厚的行業知識及專長。在行政總裁及主要股東李先生(彼從事數碼營銷業務超過20年)及營運總監張女士(彼在數碼媒體及營銷方面擁有超過15年的經驗)的領導下，加上其他管理團隊成員在加入本集團之前擁有強大的數碼營銷背景，例如曾在4A廣告代理公司及國際品牌所有者擔任董事。

於往績記錄期，本集團並無遇到任何與其僱員有關的重大問題，亦無因勞資糾紛而導致業務中斷，且在招聘及挽留有經驗的員工方面亦無遇到任何困難。於最後實際可行日期，本集團共有236名全職僱員，89名僱員在本集團服務超過三年，其中有43名僱員在本集團服務超過十年。

此外，為擴大及加強本集團的產品線以及提高本集團的資料收集及分析能力，預計將分配部分[編纂]淨額用於推出三個平台(即廣告投放平台、個人智慧消費平台及電

業 務

子商務解決方案平台)，旨在加深對現有客戶群的滲透，擴大本集團的客戶群，以及部分有關[編纂]進一步分配至為該等新平台招聘適合人員。

結論

基於上文所述，董事及聯席保薦人一致認為，本集團的業務前景廣闊，且業務於可預見的未來為可持續。

合規及法律程序

正如「業務—本集團租賃的業務」一節所披露，於往績記錄期，我們已租賃新傳媒集團中心的若干樓層（「物業」）供本集團經營。我們對物業的用途可能不完全符合新傳媒集團中心的佔用許可證（「佔用許可證」）及持有新傳媒集團中心的政府租契所載的用途。

佔用許可證規定，新傳媒集團中心1樓、2樓及5至9樓用作「工場」用途，而新傳媒集團中心的政府租契則規定，新傳媒集團中心所處土地的承租人不得將該大樓用作工業及／或倉庫用途以外的任何用途。本集團與裕勝之間訂立的租賃協議指明僅可用作工業／倉庫用途。

根據建築物條例（「建築物條例」）第25(1)條，如建築物的用途擬有重大更改，則擬作出該項更改或授權作出該項更改的人，須以指明的表格給予建築事務監督（「建築事務監督」）一個月通知。凡建築事務監督認為任何建築物的建造令該建築物不適合用作現行或擬作的用途，其將藉向擁有人或佔用人送達的書面命令，規定擁有人或佔有人在命令送達後1個月內，中止將該建築物用作新用途。違反建築物條例第25(1)條，最高可處罰款100,000.00港元及監禁兩年。倘建築事務監督送達要求停止新用途的書面命令且該書面命令無合理辯解而沒有遵從，則最高處罰為罰款50,000港元及監禁1年，以及每日最高違約罰款為5,000港元。倘不合規乃經公司董事同意或縱容而作出，或可歸因於公司董事的任何疏忽或失職，則公司董事亦須就此負責。直至最後實際可行日期，本公司並無收到建築事務監督有關變更物業用途的任何通知或命令。我們已獲得律師意見，認為處以最高罰款的可能性甚微，且由於沒有依據表明上述違規行為對安全有任何影響，董事被判處監禁的可能性亦極微。

倘地政總署認為違反租契條文，可行使收回政府租契的權利，及／或就違反租契索償。地政總署網頁載列，如發現業主違反地契條款，地政總署通常會向業主發出警告函件，要求擁有人在指定時限內糾正違契事項。如擁有人在限期前仍未糾正違規

業 務

情況，地政總署可向土地註冊處登記警告函件。如違規事項的嚴重性需採取進一步行動，例如違規事項對公眾安全構成嚴重威脅時，則地政總署可著手收回有關地段或將有關權益轉歸政府。政府於日期為二零一六年八月二十九日的新聞稿指出，違反使用規定但並非吸引人流的案件(如用作辦公室)不屬於此類。直至最後實際可行日期，我們並未收到地政總署的任何通知或命令要求我們停止使用物業。

裕勝有權終止與本集團的現有租賃協議及就違反租賃協議向我們提出索償。儘管如上文所述違反用途，裕勝並未就有關違反提出任何訴訟及本集團與裕勝之間並無就我們使用物業存在爭議。

正如上文「業務－本集團租賃的物業」一節所披露，裕勝(自二零二一年四月二十一日起成為獨立第三方)向本集團送達提前終止租賃協議的通知，據此，本集團須於二零二二年一月底之前搬離物業。本集團已於二零二一年十一月底搬遷至位於甲級寫字樓的現時辦公室。

除上文所披露者外，本集團在很大程度上已遵守適用於本集團業務的法律及法規。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無何成員公司捲入任何重大的訴訟、索償或仲裁，且據董事所知，本集團任何成員公司亦無待決或面臨重大的訴訟、索償或仲裁的威脅。

董事確認，於往績記錄期及於最後實際可行日期，本集團概未收到任何對本集團的業務產生重大不利影響的重大客戶投訴，本集團亦並無因客戶的任何投訴而向客戶作出任何重大賠償。

董事、高級管理層及僱員

董事會

董事會由六名董事組成，包括三名執行董事及三名獨立非執行董事，其負責並擁有管理及經營本集團業務的一般權力。本集團已與各執行董事訂立服務協議及與各獨立非執行董事訂立委任書。

下表載列有關董事會成員的若干資料：

姓名	年齡	職位	首次加入 本集團日期	委任為董事日期	主要職責	與其他董事或 高級管理層 的關係
黃志輝	67歲	執行董事兼主席	一九九九年 六月	二零二一年 三月二十二日	監管本集團財務管理及 就本集團業務策略規 劃及發展提供意見	不適用
李一培	53歲	執行董事 兼行政總裁	二零一六年 十月一日	二零二一年 三月二十二日	本集團整體管理以及規 劃本集團業務及策略	不適用
范敏嫦	60歲	執行董事	一九九九年 六月	二零二一年 三月二十二日	監管整體企業管理及就 本集團業務策略提供 建議	不適用
鄭嘉裕	50歲	獨立非執行董事	二零二三年 六月二十六日	二零二三年 六月二十六日	監督內部監控及風險管 理制度；提供獨立意 見及客觀意見	不適用

董事、高級管理層及僱員

姓名	年齡	職位	首次加入 本集團日期	委任為董事日期	主要職責	與其他董事或 高級管理層 的關係
麥錦釗	47歲	獨立非執行董事	二零二三年 六月二十六日	二零二三年 六月二十六日	監督內部監控及風險管 理制度；提供獨立意 見及客觀意見	不適用
牛鍾浩	55歲	獨立非執行董事	二零二三年 六月二十六日	二零二三年 六月二十六日	監督內部監控及風險管 理制度；提供獨立意 見及客觀意見	不適用

執行董事

黃志輝先生，67歲，為執行董事及董事會主席。彼早於一九九九年六月參與管理本集團。彼於二零二一年三月二十二日獲委任為董事。黃先生負責監管財務管理並就本集團的業務策略規劃及發展提供意見。於往績記錄期，黃先生並未參與本集團的日常營運，但在監管層面上參與本集團業務及監督本集團的策略增長。

黃先生自一九八一年十月起為香港會計師公會執業會計師，並自一九八七年五月起為英國特許公認會計師公會資深會員。黃先生有逾三十四年財務及管理經驗，於傳媒與出版以至製造業、物業投資及發展、酒店營運、鐘錶珠寶零售、金融證券服務、傢俬批發及零售、藝人管理、娛樂製作及投資以及戲院發展及營運方面擁有豐富的經驗。彼亦為英皇國際集團有限公司(股份代號：163)董事總經理以及英皇娛樂酒店有限公司(股份代號：296)、英皇鐘錶珠寶有限公司(股份代號：887)、英皇文化產業集團有限公司(股份代號：491)、歐化國際有限公司(股份代號：1711)及英皇資本集團有限公司(股份代號：717)的執行董事，上述公司均於主板上市。

董事、高級管理層及僱員

除上文所披露者外，黃先生於過去三年概無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司的任何其他職務(擔任本公司附屬公司的董事除外)。

黃先生與本公司的任何其他董事、高級管理層、主要或控股股東概無關係。

除本節所披露者外，概無有關黃先生的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

李一培先生，53歲，為執行董事兼本集團行政總裁。李先生於二零一六年十月一日加入本集團擔任顧問，及自二零一七年一月一日起成為行政總裁。彼於二零二一年三月二十二日獲委任為董事。彼負責本集團之整體管理及規劃本集團之業務及策略。

李先生持有香港中文大學於一九九二年十二月授予的理學士學位。彼亦持有香港中文大學於一九九五年十二月授予的哲學碩士學位。李先生在市場營銷及品牌管理方面擁有逾20年的經驗，並擅長數碼營銷。畢業後，李先生於一九九五年九月至一九九七年七月就職於雀巢中國有限公司，最初擔任營銷主任實習生，之後擔任市場營銷主任。隨後，彼加入可口可樂中國有限公司，最初擔任市場部品牌主管及於一九九九年九月離職前擔任消費者營銷經理。於二零零一年二月，彼投資並出任雋域有限公司(「雋域」，於二零零九年二月更名為睿域(香港)有限公司)董事職務，該公司為數碼營銷的初創創意代理公司且李女士亦擔任該公司股東及董事。李先生當時持有雋域逾41%權益，連同其他股東於二零零六年出售彼等於雋域的全部權益予aQuantive International Holdings, Inc. (一間美國領先互動營銷服務公司)，並在其於二零一零年離開雋域前，擔任雋域的董事總經理。隨後，李先生進軍電子學習領域並於二零一二年與李女士共同創立Aedify Technology Limited，旨在應用數碼技術促進學習，但該公司約於李先生於二零一六年加入本集團時終止業務。

除本節所披露者外，李先生於過去三年概無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司任何其他職務(擔任本集團的行政總裁及本公司附屬公司的董事除外)。

李先生與本公司的任何其他董事、高級管理層、主要或控股股東概無關係。

董事、高級管理層及僱員

除本節所披露者外，概無有關李先生的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

范敏嫦女士，60歲，為執行董事。彼早於一九九九年六月參與管理本集團。范女士於二零二一年三月二十二日獲委任為董事。彼為本公司企業管治委員會主席。於往績記錄期，范女士並未參與本集團的日常營運，但在監管層面上參與本集團業務及監督本集團的策略增長。

范女士於一九八八年八月獲得香港律師資格，並自二零零七年九月起成為特許公認會計師公會資深會員。彼亦於一九九五年五月獲亞洲國際公開大學(澳門)頒授工商管理碩士學位。除於企業管理方面擁有逾34年經驗外，彼於傳媒與出版、物業投資及發展、酒店營運、鐘錶珠寶零售、金融證券服務、傢俬批發與零售、藝人管理、娛樂製作及投資以及戲院發展及營運方面擁有豐富的經驗。彼亦為英皇國際集團有限公司(股份代號：163)董事總經理以及英皇娛樂酒店有限公司(股份代號：296)、英皇鐘錶珠寶有限公司(股份代號：887)、英皇文化產業集團有限公司(股份代號：491)、歐化國際有限公司(股份代號：1711)及英皇資本集團有限公司(股份代號：717)的執行董事，上述公司均於主板上市。

於二零零一年十一月，證監會公開譴責英皇證券前負責人員范女士，並質疑范女士的合適性和適當性，原因為彼(i)在一家於一九九八年七月上市的公司進行首次上市時未有就擬申購該公司股份的人士的獨立性作出充分查詢；及(ii)未能於證監會對一項首次上市進行調查期間向證監會提供詳盡及準確的資料。在證監會的裁決中，證監會認為范女士過往記錄良好，且彼保證不再犯同類錯誤。除於本文件所披露者外，證監會並未對范女士作出任何其他公開譴責。

於二零零五年八月，身為兩間被告公司前董事的范女士為遭提起民事訴訟的多名被告之一。原告指稱，一間被告公司不當終止從屬許可協議及多間被告公司的董事合謀終止從屬許可協議。各被告於二零零五年已提交抗辯，及自二零零五年十二月起該訴訟一直處於停滯狀態。

董事、高級管理層及僱員

范女士於二零二零年十一月六日至二零二二年八月二十六日曾擔任英皇娛藝影院(廣東)有限公司(「中國公司」)之董事，中國公司為一間根據中國法律成立的公司及為英皇文化產業的間接非全資附屬公司。中國公司的直接唯一股東及中間股東於二零二二年十一月二十一日議決，終止中國公司的全部營運及於中國公司在二零二三年三月十四日提交自願清算申請後，中國法院於二零二三年四月二十五日頒令接納申請，理由是中國公司無力償債。中國公司主要在中國從事戲院營運。范女士確認，彼並非清算申請的一方及彼並不知悉因有關清算而已經或將會向其提起的任何實際或可能訴訟。

除上文所披露者外，范女士於過去三年概無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)的董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司的任何其他職務(擔任本公司若干附屬公司的董事除外)。

經考慮證監會對范女士的譴責及民事訴訟乃屬個別事件，分別發生在約20年及15年前，且民事訴訟自被告提交抗辯之後一直處於停滯狀態董事(包括獨立非執行董事，但不包括范女士本人)及聯席保薦人認為，范女士具備擔任本公司董事的經驗、知識及技能，因此根據上市規則第3.08及3.09條，范女士適合擔任董事。

於最後實際可行日期，范女士於英皇國際10,500,000股股份(約佔0.29%)中擁有權益，而英皇國際為本公司的相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)。

范女士與本公司的任何其他董事、高級管理層、主要或控股股東概無關係。

除本節所披露者外，概無有關范女士的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

獨立非執行董事

鄭嘉裕女士，50歲，於二零二三年六月二十六日獲委任為獨立非執行董事。彼為本公司提名委員會主席。

鄭女士於一九九八年七月獲得香港律師執業資格，並於二零零零年十二月獲得英格蘭及威爾士律師執業資格。彼持有香港大學於一九九五年十一月授予的法學士學位。鄭女士自二零零八年二月起加入胡百全律師事務所(一間律師事務所)，並成為該事務所的合夥人至今。

董事、高級管理層及僱員

鄭女士於二零一二年八月至二零二一年八月擔任英皇國際集團有限公司(股份代號：163)的獨立非執行董事，該公司的股份在聯交所上市。

除本節所披露者外，鄭女士於過去三年概無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)的董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司的任何其他職務。

鄭女士與本公司任何其他董事、高級管理層、主要或控股股東並無關係。

除本節所披露者外，概無有關鄭女士的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

麥錦釗先生，47歲，於二零二三年六月二十六日獲委任為獨立非執行董事。彼為本公司審核委員會主席。

麥先生持有香港城市大學於一九九九年十一月授予的工商管理會計學學士學位。彼亦持有香港中文大學於二零零五年十二月授予的工商管理學碩士學位。麥先生自二零零九年三月起成為香港特許公認會計師公會的資深會員，並自二零一零年七月起成為香港會計師公會的資深會員。麥先生在財務管理及內部審計方面擁有逾20年的經驗。麥先生曾在多家從事零售及／或食品及飲料行業的跨國公司擔任財務總監及／或管理層職位。目前，彼為斯凱奇(香港)有限公司的財務總監。

麥先生於過去三年概無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)的董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司的任何其他職務。

麥先生與本公司任何其他董事會、高級管理層、主要或控股股東並無關係。

除本節所披露者外，概無有關麥先生的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

牛鐘洁先生，55歲，於二零二三年六月二十六日獲委任為獨立非執行董事。彼為本公司薪酬委員會主席。

董事、高級管理層及僱員

牛先生持有美國東北密蘇里州立大學於一九九四年五月授予的工商管理學文學士學位。彼亦持有香港大學於一九九九年十二月授予的工商管理學碩士學位。牛先生曾任職於多家金融機構，在股票資本市場有豐富的經驗。彼目前擔任睿智金融資產管理有限公司的第4類(就證券提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動的負責人員。彼亦擔任睿智金融國際有限公司的董事，並擔任該公司的負責人員，進行第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動。

彼目前為南京三寶科技股份有限公司(股份代號：1708)及彼岸控股有限公司(股份代號：2885)(其股份於主板上市)的獨立非執行董事。彼自二零一五年四月二十三日至二零一八年十一月七日擔任北京體育文化產業集團有限公司(其股份於主板上市)(股份代號：1803)的執行董事。

牛先生於二零一六年二月三日至二零一九年五月十五日擔任金誠控股有限公司(「金誠」)的獨立非執行董事。金誠為一間於主板上市的公司(股份代號：1462)，但金誠的證券於二零一九年五月五日在聯交所停牌，並最終於二零二一年三月十六日除牌。誠如金誠於除牌前發佈的公告所披露，由於二零一九年四月金誠的控股股東被提出清盤呈請，金誠於二零一九年六月三日在香港高等法院被提出清盤呈請，法院於二零一九年六月五日就金誠委任臨時清盤人，而這是在牛先生不再擔任其獨立非執行董事後12個月內發生。根據公開資料，金誠為一家在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司的投資控股公司，其主要業務為在中國提供投資及資產管理服務、在中國進行物業投資及開發以及在香港提供樓宇服務。

除本節披露者外，牛先生於過去三年既無擔任其他上市公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)的董事職務，亦無於緊接本文件日期前過去三年擔任本公司及本集團其他成員公司的任何其他職務。

牛先生與本公司任何其他董事、高級管理層、主要或控股股東並無關係。

除本節所披露者外，概無有關牛先生的其他事宜須根據上市規則第13.51(2)條予以披露。

董事、高級管理層及僱員

高級管理層

下表載列有關本集團高級管理層的若干資料：

姓名	年齡	職位	加入本集團日期	主要職責	與董事或其他高級管理層的關係
張慧茹	48歲	營運總監	二零一八年十月五日	負責監管及指導本集團日常營運	不適用
楊民樑	47歲	資訊總監	二零一八年七月二十三日	負責管理本集團技術團隊及項目管理團隊以在內部及向客戶交付新的數碼經驗以助於提高營運效率及業務增長	不適用

張慧茹女士，48歲，為本集團的營運總監。張女士於二零一八年十月五日加入本集團。彼負責監管及指導本集團的日常營運，並主持本集團的收益及銷售增長、費用、成本及利潤率控制，以及月度、季度及年度財務目標管理。

張女士持有香港中文大學於一九九七年授予的工商管理學士學位。彼在監管媒體公司的財務及營運方面有超過18年的經驗。在加入本集團之前，張女士曾於二零一一年三月至二零一七年十月擔任群邑(上海)廣告有限公司的商務總監。在此之前，彼曾於二零零八年十一月至二零一一年二月擔任睿域營銷諮詢(上海)有限公司的財務及營運總監，並於二零零五年至二零零八年擔任雋域有限公司的財務及人力資源經理。

楊民樑先生，47歲，為本集團資訊總監。楊先生於二零一八年七月二十三日加入本集團。彼負責通過領導技術及項目團隊，推動本集團由內部運作至使用者數碼體驗的數碼化進程。

楊先生持有香港科技大學於一九九八年頒發的計算機科學工程學學士學位。畢業後，楊先生於一九九八年加入香港電訊有限公司，擔任軟件工程師。楊先生其後於二零零零年一月受聘於網基科技有限公司，並於二零零一年三月至七月受聘於永泰信息

董事、高級管理層及僱員

技術服務有限公司，擔任系統工程師。楊先生於二零零三年至二零零九年擔任雋域有限公司網頁開發人員、項目經理及技術團隊主管，隨後於二零零九年至二零一四年擔任睿域營銷諮詢(上海)有限公司的技术團隊主管及業務總監，其後開始參與有關流動應用程式開發、營運及市場推廣的初創項目。

公司秘書

廖雪盈女士於二零二二年九月三十日獲董事會委任為本公司的公司秘書。彼亦為英皇文化產業集團有限公司(股份代號：491)的公司秘書。廖女士為英國特許公司治理公會及香港公司治理公會會士。

僱員

截至最後實際可行日期，本集團合共擁有236名全職僱員。下表載列於該日期按職能劃分的僱員分類明細：

職能	僱員人數
管理	11
內容及製作	86
銷售、客戶服務及項目交付	55
平台專家	17
產品專家	5
資訊科技開發及項目管理	21
行政及支援	37
實習生	4
	<u>236</u>

於往績記錄期，本集團從未因勞資糾紛而與僱員出現重大問題或導致營運中斷，在招聘及挽留富有經驗的員工方面亦無任何困難。

董事、高級管理層及僱員

企業管治守則

本公司將根據適用上市規則遵守上市規則附錄14所載的企業管治守則。

董事委員會

審核委員會

本公司已於二零二三年六月二十六日成立審核委員會，並根據上市規則附錄14所載的企業管治守則制定書面職權範圍。審核委員會主要負責就委任及罷免外聘核數師向董事會提供建議、批准外聘核數師的薪酬及聘用條款、審查財務資料及監管財務申報制度及內部監控程序。審核委員會有三名成員，由本公司全體獨立非執行董事組成，即鄭嘉裕女士、麥錦釗先生及牛鍾洁先生。麥錦釗先生為審核委員會主席。

薪酬委員會

本公司已於二零二三年六月二十六日成立薪酬委員會，並根據上市規則附錄14所載企業管治守則制定書面職權範圍。薪酬委員會的主要職責為就本公司有關董事及高級管理層的薪酬政策及架構向董事會提出建議，審閱並就董事袍金及董事薪酬待遇向董事會提出建議。薪酬委員會有三名成員，由兩名獨立非執行董事及一名執行董事組成，即牛鍾洁先生、麥錦釗先生及黃志輝先生。牛鍾洁先生為薪酬委員會主席。

提名委員會

本公司已於二零二三年六月二十六日成立提名委員會，並根據上市規則附錄14所載企業管治守則制定書面職權範圍。提名委員會的主要職責包括物色董事職位的潛在候選人，審閱董事提名，評估獨立非執行董事的獨立性及就該等委任向董事會提出建議。提名委員會有三名成員，由兩名獨立非執行董事及一名執行董事組成，即鄭嘉裕女士、牛鍾洁先生及范敏嫦女士。鄭嘉裕女士為提名委員會主席。

董事、高級管理層及僱員

企業管治委員會

本公司已於二零二三年六月二十六日成立企業管治委員會，並制定書面職權範圍。企業管治委員會的主要職責包括審閱本公司企業管治常規及披露系統及引入有關企業管治的相關原則以提升本公司的企業管治水平。企業管治委員會由五名成員組成，包括本公司一名執行董事范敏嫦女士、兩名獨立非執行董事麥錦釗先生及鄭嘉裕女士、一名公司秘書事務職能代表及一名財務及會計職能代表。范敏嫦女士為企業管治委員會主席。

董事會多元化政策

我們已採納董事會多元化政策，旨在實現董事會最廣泛意義上的多元化，以平衡技能、經驗以及對本公司業務性質的不同看法。董事候選人乃基於各種不同的標準(包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及服務年資)而選定。提名委員會亦將根據客觀標準評估任何被提議連任的董事或被提名為董事候選人的優點及貢獻，同時適當考慮董事會多元化的裨益，以配合本公司的公司戰略。

於[編纂]時，六名董事中有兩名為女性。董事均擁有專業及學術資格，包括法律、工商管理、會計及財務。我們認為，董事會在性別、經驗及觀點方面的組合均衡，並滿足董事會多元化政策。董事會及提名委員會應定期評估董事會成員組成。

董事及高級管理層的酬金

董事(如下文所述，於往績記錄期，黃先生及范女士除外)及高級管理層按個人及本集團的表現以薪金及花紅的形式收取酬金。本集團亦就彼等就本集團業務而向本集團提供服務或行使其職能所產生的必要及合理費用作出補償。本集團定期審閱及釐定董事及高級管理層的薪酬及補償待遇。

如上文所披露，於往績記錄期，范女士及黃先生並未參與本集團的日常營運，但在監管層面上參與本集團業務及監督本集團的策略增長。鑑於彼等於往績記錄期並未

董事、高級管理層及僱員

參與本集團的日常營運，且於往績記錄期，董事會並未考慮本集團戰略或其他公司事務的改革(須佔用彼等大量時間)，故於往績記錄期，並無向彼等支付薪酬。

本集團行政總裁李先生與本公司一間附屬公司簽訂一份僱傭合約。根據僱傭合約的條款，於往績記錄期，李先生有權獲得每月176,000.00港元的基本薪金，以及(就二零二零年度而言)以本集團純利的特定百分比(須由本公司不時審閱)為基礎的表現相關激勵花紅及(自二零二一年起)本公司不時全權決定並可能根據本集團整體表現、李先生個人表現及本公司認為適當的有關其他因素等因素而釐定的酌情花紅。截至二零二一年十二月三十一日止財政年度，李先生的酌情花紅約為4.6百萬港元，乃由本公司根據本集團截至二零二一年十二月三十一日止財政年度未經審核除稅前純利，經加上已產生的[編纂]開支及計及稅項撥備作出調整，並就此應用10%的劃一百分比而釐定。李先生確認，彼(及彼擁有權益的任何實體)並未(a)收到控股股東或其聯繫人的任何薪酬、補償或實物福利或經濟利益(已收本集團則除外)；或(b)與控股股東或其聯繫人簽訂任何附帶協議或安排(與本集團簽訂的僱傭合約、與彼於二零一七年十二月在從新傳媒投資處收購本集團30%的權益有關的協議以及目前在投資公司的股權及因此於Feedme的間接權益以及與此有關的協議除外)。

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，支付的董事薪酬(包括袍金、薪金、退休金供款、花紅及其他津貼)總計分別約為2.1百萬港元、6.7百萬港元及2.1百萬港元，其中波動乃於截至二零二零年及二零二二年十二月三十一日止財政年度並無支付李先生表現相關花紅。

根據本公司與執行董事訂立的服務協議(自[編纂]起初步為期三年)，各執行董事有權於擔任執行董事期間就其所提供服務享有固定年度袍金150,000港元。於[編纂]後除有關固定董事袍金每年150,000港元外，預期黃先生及范女士將不會收取任何薪酬(無論是現金形式或其他)，原因為預期於[編纂]後彼等的職責將不會有重大變動。根據本公司與獨立非執行董事訂立的委任書(自[編纂]起初步為期三年)，各獨立非執行董事有權享有固定年度袍金180,000港元。

[編纂]後，本集團薪酬委員會將參考可予以比較之公司所支付的薪金、有關董事及高級管理層所付出的時間及所承擔的責任及本集團的表現，審閱及釐定董事及高級管理層的薪酬及補償待遇。

董事、高級管理層及僱員

本集團概無向董事或五名最高薪酬人士支付酬金，作為加入本集團或加入本集團時的獎勵。於往績記錄期，本集團董事、前任董事或五名最高薪酬人士概無因離任本公司任何成員公司的董事職務或與本公司任何成員公司事務管理有關的任何其他職務獲支付或收取任何補償。概無董事於往績記錄期放棄任何薪酬。

購股權計劃

本集團已有條件採納購股權計劃，旨在激勵對本集團有貢獻的相關參與者，並令本集團能夠招攬高才幹僱員及吸引對本集團有價值的人力資源。該計劃的主要條款概述於本文件附錄四「購股權計劃」一段。

合規顧問

本公司已根據上市規則第3A.19條委任力高企業融資有限公司(聯席保薦人之一)為其合規顧問。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將於下列情況下向本集團提供意見：

- (a) 於任何法定公告、通函或財務報告刊發前；
- (b) 可能屬須予公佈或關連交易的擬進行交易，包括股份發行及股份購回；
- (c) 當本公司建議使用[編纂][編纂]的方式與本文件所詳載者不符，或本公司業務活動、發展或業績偏離本文件所載的任何預測、估計或其他資料；及
- (d) 當聯交所根據上市規則第13.10條向本公司作出查詢。

此外，合規顧問亦將向本集團提供(其中包括)以下服務：

- (a) 倘聯交所要求，與聯交所處理有關上文(a)至(d)段列明的任何及所有事宜；
- (b) 就本公司繼續遵守上市規則、不時修訂的香港公司收購、合併及股份購回守則及所有其他適用法律、法規、守則及指引下本公司的責任，審慎及有技巧的向本公司提供指引及協助；及

董事、高級管理層及僱員

- (c) 評估所有新獲委任加入董事會的人士對其作為本公司董事所應擔當的責任及授信職責性質的了解程度，而如合規顧問認為，新獲委任的人士了解不足，則與董事會討論不足之處及向董事會建議合適的補救措施(例如培訓)。

委任任期由[編纂]起至本公司刊發[編纂]後首個完整財政年度財務業績的年報之日為止，且該委任可由雙方協定予以延長。

股本

股本

以下描述於最後實際可行日期本公司的法定股本及緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司的已發行及將予發行繳足或入賬列為繳足的股本：

法定股本

	港元
<u>1,000,000,000股 每股面值0.01港元的股份</u>	<u>10,000,000</u>

於完成資本化發行及[編纂]時已發行及將予發行，繳足或入賬列為繳足

	港元
20,000股 於最後實際可行日期已發行的股份	200
[編纂]股 根據資本化發行將予發行的股份	[編纂]
<u>[編纂]股 根據[編纂]將予發行的股份</u>	<u>[編纂]</u>
<u>[編纂]股 總計</u>	<u>[編纂]</u>

假設

上表假設資本化發行及[編纂]成為無條件，且[編纂]及根據資本化發行將予發行的股份如本文件所述據此發行。並未計及：(i)根據購股權計劃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；(ii)根據本節下文「發行新股份的一般授權」所述一般授權可能配發及發行的任何股份；或(iii)根據本節下文「購回股份的一般授權」所述購回授權可能購回的任何股份。

最低公眾持股量

根據上市規則第8.08(1)(a)條，本公司至少25%的已發行股份於任何時間須由公眾人士持有。於[編纂]時及其後任何時間，本公司必須維持本公司已發行股份的25%由公眾人士持有的最低公眾持股量。

股 本

地位

[編纂]在所有方面與於配發及發行該等股份當日的全部已發行股份享有同等地位，並可享有配發及發行後就股份所宣派、作出或派付的所有股息或其他分派，惟資本化發行項下權利除外。

購股權計劃

本公司已有條件採納購股權計劃。購股權計劃之主要條款概要載於本文件附錄四「購股權計劃」一段。

發行新股份的一般授權

董事獲有條件授予發行授權(即一般無條件授權)，以配發、發行及處理股份，惟有關股份總數不得超過：

1. 緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司已發行股份總數的20%；及
2. 本公司根據下文所述購回授權購回的本公司股份(如有)總數。

除董事根據發行授權獲授權發行股份外，彼等亦可根據供股、以股代息計劃或根據組織章程細則配發及發行股份以代替股息的類似安排或因根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而配發、發行或處理股份。

此項發行授權將於以下任何一項最早發生時屆滿：

- 本公司下屆股東週年大會結束時；或
- 其組織章程細則、開曼公司法或任何其他適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- 本公司股東於股東大會通過普通決議案修訂或撤回該項授權時。

有關此項發行授權的進一步資料，請參閱本文件附錄四「股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案」一段。

股 本

購回股份的一般授權

董事有條件獲授購回授權(即一般無條件授權)，以行使本公司所有權力購回股份，惟有關股份總數不得多於緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司已發行股份總數的10%。

此項購回授權僅涉及在聯交所或於股份上市(且就此獲證監會及聯交所認可)的任何其他證券交易所根據上市規則進行購回。上市規則就有關購回授權所規定的資料載於本文件附錄四「購回本身證券」一段。

此項購回授權將於以下任何一項最早發生時屆滿：

- 本公司下屆股東週年大會結束時；或
- 其組織章程細則、開曼公司法或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或
- 本公司股東於股東大會通過普通決議案修訂或撤回該項授權時。

有關此項購回授權的進一步資料，請參閱本文件附錄四「股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案」一段。

須召開股東大會及類別股東大會的情況

本公司僅有一類股份(即普通股)，其每股普通股與其他股份享有同等地位。

根據開曼公司法，法律並無規定獲豁免公司須舉行任何股東大會或類別股東大會。舉行股東大會或類別股東大會將按公司的組織章程細則規定。因此，本公司將按細則規定舉行股東大會，其概要載於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。

控股股東及主要股東

控股股東及主要股東

就董事所知，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)，以下人士於股份或相關股份中將擁有或被視為或當作擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司披露的權益及／或淡倉，或直接或／或間接擁有附帶權利在任何情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益及／或淡倉：

名稱	身份／ 權益性質	於最後實際 可行日期 所持股份數目	於最後實際 可行日期持股 概約百分比 (%)	於完成 [編纂]及 資本化發行後 擁有權益的 股份或相關 股份數目 (附註1)	於完成 [編纂] 及資本化 發行後持股 概約百分比 (%)
新傳企劃集團控股	法定／ 實益擁有人	14,000	70	[編纂] (L)	[編纂]
楊受成產業控股	受控法團權益(附註2)	14,000	70	[編纂] (L)	[編纂]
First Trust Services AG	受託人(附註3)	14,000	70	[編纂] (L)	[編纂]
楊博士	全權信託的創辦人 (附註3)	14,000	70	[編纂] (L)	[編纂]
陸小曼女士	配偶權益(附註4)	14,000	70	[編纂] (L)	[編纂]
Double Blossoms	法定／實益擁有人	4,000	20	[編纂] (L)	[編纂]
李先生	受控法團權益(附註5)	4,000	20	[編纂] (L)	[編纂]
Double Fantastic	法定／實益擁有人	2,000	10	[編纂] (L)	[編纂]
李女士	受控法團權益(附註6)	2,000	10	[編纂] (L)	[編纂]
丘怡平先生	配偶權益(附註7)	2,000	10	[編纂] (L)	[編纂]

附註：

- 1 字母「L」代表於股份的好倉。
- 2 新傳企劃集團控股的全部已發行股本由楊受成產業控股持有，而楊受成產業控股由First Trust Services AG作為AY Discretionary Trust的受託人持有。楊受成產業控股被視為於新傳企劃集團控股持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。

控股股東及主要股東

- 3 First Trust Services AG及楊博士分別為AY Discretionary Trust的受託人以及創辦人及財產授予人。根據證券及期貨條例，First Trust Services AG及楊博士各自被視為於新傳企劃集團控股持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。
- 4 陸小曼女士因其配偶楊博士視作持有的權益而被視為於新傳企劃集團控股持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。
- 5 李先生合法及實益擁有Double Blossoms全部已發行股本。李先生被視為於Double Blossoms持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。
- 6 李女士合法及實益擁有Double Fantastic全部已發行股本。李女士被視為於Double Fantastic持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。
- 7 丘怡平先生被視為於透過其配偶李女士持有的權益於Double Fantastic持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。

除上文所披露者外，據董事所知，緊隨配發及發行[編纂]及資本化發行後，不計及因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，概無任何人士將於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須予披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附有權利可在所有情況下於本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上權益或淡倉。

[編纂]

[編纂]

控股股東及主要股東

[編纂]

本公司在收到任何控股股東的通知後，將立即通知聯交所有關控股股東的上述質押、押計或有關意向並根據上市規則就此盡快刊發公告。

李先生及Double Blossoms(於最後實際可行日期及緊隨[編纂]及資本化發行完成後為主要股東)已向本公司承諾，彼等將不會在以下任何時間內：

- (a) 於首六個月期間，出售或訂立任何協議出售或以其他方式就其各自按本文件所示為實益擁有人的任何該等股份設立購股權、權利、權益或產權負擔；及
- (b) 於首六個月期間：
 - (i) 倘彼向認可機構質押或押記其實益擁有的本公司任何證券時，則即時書面通知本公司有關質押或押記及所質押或押記證券的數目及類別與質押及押記的用途；及
 - (ii) 倘彼接獲任何質押人或承押人口頭或書面通知，表示有意出售所質押或押記的本公司證券或有關權益時，則立即書面通知本公司有關意向。

李女士及Double Fantastic(於最後實際可行日期均為證券及期貨條例項下的主要股東，但彼等於股份的權益緊隨[編纂]及資本化發行完成後將降低至[編纂])已向本公司作出與李先生及Double Blossoms作出的承諾相同的承諾(如上一段所載)。

控股股東所作承諾的進一步詳情載於本文件「[編纂]」一節。

與控股股東的關係

控股股東

控股股東的持股詳情載於上述「控股股東及主要股東」一節及本文件附錄四「有關董事及主要股東的其他資料」一節。

競爭權益

除本集團業務外，控股股東概無於直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何權益，而須根據上市規則第8.10條予以披露。

於二零一九年三月底，一間投資控股公司（「投資公司」，該公司當時由楊受成產業控股及Double Blossoms分別持有70%及30%及隨後變成由楊受成產業控股、Double Blossoms及Double Fantastic分別持有70%、20%及10%）投資Feedme Limited（「Feedme」）的若干優先股，賦予投資公司權利行使Feedme約21.7%投票權。於往績記錄期，Feedme主要從事向客戶提供餐飲體驗的業務，並營運一個線上預訂平台，預訂餐飲體驗，其線上內容主要限於餐廳提供的品味菜單。因此，本集團的業務模式與Feedme的業務模式非常不同，本集團的業務與Feedme的業務有著明確的界限。因此，投資公司及Feedme並未作為本集團成員公司入賬，而楊受成產業控股及李先生在所述架構之下進行投資乃由於(i)Feedme的主營業務活動有別於本集團；及(ii)預期須進行持續投資以維持及擴大Feedme當時的業務且有關投資與本集團業務策略並不一致之事實。據董事所知，Feedme於二零二一年及二零二二年只有很少的業務；及自二零二二年七月三十一日起，Feedme已終止其業務經營。考慮到Feedme在終止業務前的業務性質及經營規模，董事及聯席保薦人一致認為，Feedme的業務並不與本集團的業務競爭。於往績記錄期，本集團來自向Feedme提供廣告服務的收益約為438,000港元、零及零，而於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，Feedme向本集團收取的付款網關服務費分別約為120,000港元、174,000港元及零。此外，本集團於截至二零一九年十二月三十一日止年度就若干項目預付600,000港元予Feedme，有關項目因自二零一九年年中起日益嚴重的社會動盪而延遲，並最終因COVID-19疫情爆發而取消，該預付款項已於截至二零二一年十二月三十一日止年度悉數退還予本集團。

與控股股東的關係

不競爭契約

不競爭契約契諾人已訂立不競爭契約，據此，不競爭契約契諾人已各自不可撤回及無條件地向本公司(為其本身及本集團成員公司的利益)承諾及契諾，在不競爭契約生效期間，不競爭契約契諾人各自不會及將促使其各自的緊密聯繫人不會(不論為其本身或聯同或代表任何人士、商號或公司以及不論直接或間接)在香港及本集團推廣、出售、分銷、供應或以其他方式提供有關服務及／或本集團任何成員公司不時進行上述業務的任何其他國家或司法權區，經營任何與本集團現時及不時經營的任何業務(包括但不限於提供廣告服務及與任何上述業務相關的配套業務)構成或可能構成直接或間接競爭的任何業務(「受限制業務」)，或於當中擁有權益或涉及或從事或獲得或持有任何權利或權益或以其他方式參與其中(在任何情況下不論作為股東、合夥人、代理或其他身份，以及不論為換取溢利、回報或其他目的)，惟各不競爭契約契諾人及其緊密聯繫人合共持有不超過任何上市公司5%股權。各不競爭契約契諾人向本公司聲明及保證，除透過本集團進行者外，概無不競爭契約契諾人或其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)現時直接或間接於任何受限制業務中擁有權益、參與或從事受限制業務(不論作為股東、合夥人、代理或其他身份，以及不論為換取溢利、回報或其他目的)。

根據不競爭契約，各不競爭契約契諾人亦已承諾，倘該不競爭契約契諾人及／或其任何緊密聯繫人直接或間接獲提供或得悉有關受限制業務的任何項目或新商機(「新商機」)，其將(i)即時及無論如何不遲於七(7)個營業日內以書面知會本公司有關機會及提供本公司合理要求的資料，以便本公司能夠就有關機會作出知情評估；及(ii)盡最大努力促使按不遜於其及／或其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)獲提供的條款提供該機會予本公司。

董事(包括獨立非執行董事)將審閱新商機，並決定是否投資於新商機。倘本集團於接獲有關不競爭契約契諾人的通知起計三十(30)日內並無發出書面通知表示有意投資該新商機，或發出書面通知表示放棄新商機，則不競爭契約契諾人及／或其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)將獲准自行投資或參與新商機。

與控股股東的關係

此外，各不競爭契約契諾人亦承諾，於[編纂]後：

- (i) 將不時向本公司及董事(包括獨立非執行董事)提供一切所需資料，以供獨立非執行董事就遵守不競爭契約的條款及執行不競爭契約內的不競爭承諾進行年度審閱；
- (ii) 容許董事(包括獨立非執行董事)、彼等各自的代表及核數師(經合理事先知會)充分查閱不競爭契約契諾人及其緊密聯繫人的記錄，以確保彼等遵守不競爭契約的條款及條件；及
- (iii) 倘存在任何實際或潛在利益衝突，則就考慮及批准不競爭契約所述事宜於本公司任何股東大會上放棄投票。

此外，不競爭契約契諾人已各自承諾，在各契諾人及／或其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)(不論個別或整體)仍為控股股東或仍為董事期間：

- (i) 其將不會為其本身(不包括本集團)業務僱傭招攬或干預或誘使本集團任何現任或當時任職的僱員、客戶或供應商；及
- (ii) 其將不會在未獲本公司同意下，就任何目的使用任何關於本集團業務而其身為控股股東可能知悉的資料(本公司以公告或公開披露方式刊發的該等資料除外)。

不競爭契約將於[編纂]後生效，並將：

- (i) 於股份在主板終止[編纂]當日不再對不競爭契約契諾人具有約束力；或
- (ii) 於有關不競爭契約契諾人(a)並非董事及(b)其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)個別或整體不再直接或間接擁有本公司當時已發行股本合共30%或以上，或不再被視作控股股東或再無權控制董事會，或最少一名不競爭契約契諾人及其各自的緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)以外的其他獨立股東所持股份多於不競爭契約契諾人及彼等各自緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)共同持有的股份當日不再對不競爭契約契諾人具有約束力。

與控股股東的關係

為加強有關本集團與不競爭契約契諾人之間的任何現有及潛在利益衝突的企業管治，於[編纂]後：

- (i) 本公司須在年報中披露不競爭契約契諾人有否就不競爭契約遵守及執行有關承諾，以及本公司將採取的適當行動；
- (ii) 本公司須在年報中披露獨立非執行董事就遵守及執行有關新商機的安排所審閱事項作出的決定的詳情及依據；
- (iii) 倘任何執行董事知悉本集團及不競爭契約契諾人之間出現與本集團業務有關的潛在利益衝突，該等執行董事須提醒董事會(包括獨立非執行董事)，以審閱及評估有關事件的影響及風險以及有否遵守上市規則，並採取任何必要行動；
- (iv) 倘任何董事及／或其緊密聯繫人於董事會所審議有關遵守及執行不競爭契約或該董事及／或其緊密聯繫人擁有重大利益的其他建議交易的任何事項中擁有重大利益，該董事須根據細則或上市規則申報其利益，並於必要時放棄參與相關董事會會議及放棄就有關交易投票，亦不會被計入所需法定人數內；及
- (v) 倘本公司董事(包括獨立非執行董事)合理要求獲取獨立專業人士(如財務顧問)的意見，則委任有關獨立專業人士之費用將由本公司承擔。

獨立於控股股東

[編纂]前，新傳企劃集團控股為本公司70%已發行股本權益的擁有人。新傳企劃集團控股由楊受成產業控股持有，而楊受成產業控股則由First Trust Services AG作為AY Discretionary Trust的受託人持有。楊博士為AY Discretionary Trust的財產授予人且AY Discretionary Trust的合資格受益人為楊博士的家庭成員。於[編纂]後，新傳企劃集團控股於本公司的權益(即[編纂]股股份)相當於緊隨配發及發行[編纂]以及資本化發行後本公司已發行股份的[編纂]%。因此，楊受成產業控股及First Trust Services AG均為本公司的控股股東，於[編纂]後被視為於[編纂]股股份中擁有權益。

經考慮以下因素，我們相信，本集團於[編纂]後能在獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人的情況下經營其業務。

與控股股東的關係

管理獨立

本集團董事會由三名執行董事及三名獨立非執行董事組成。當中兩名執行董事黃志輝先生及范敏嫦女士亦為本集團及英皇集團旗下之若干公司的共同董事。有關黃先生及范女士之資料，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

各董事已知悉其作為本公司董事的受信責任，該等責任要求(其中包括)其以有利於本公司及符合本公司最佳利益的方式行事，且不容許其作為本公司董事的職責與個人利益之間出現任何衝突。倘就任何事項出現潛在利益衝突，擁有利益的董事應於就有關事項舉行的本公司相關董事會會議上放棄投票，且不應被計入法定人數。

本集團的日常營運將由李先生及本集團的高級管理層領導，彼等具有豐富經驗，為行業內的專家，並能夠在不受控股股東影響的情況下獨立行使判斷及決定。

營運獨立

於往績記錄期，英皇集團部分成員公司是本集團的客戶，且已使用我們的服務，供彼等的市場推廣活動之用。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度，向該等公司提供的服務僅約為0.4百萬港元、0.2百萬港元及2.2百萬港元。本集團將繼續向需要我們服務的該等公司提供服務以及與彼等開展業務。董事認為本集團並不依賴該等公司的業務。

於往績記錄期，本集團就營運業務向英皇國際的間接全資附屬公司裕勝租賃辦公室，直至二零二一年四月二十一日止。有關詳情，請參閱本文件「關連交易」一節。於二零二一年四月二十一日，英皇國際將其於裕勝的全部股權出售予獨立第三方，自此，裕勝成為獨立第三方。

董事確認，與本集團往績記錄期的經營相關的成本或開支，均不會由本集團的關聯方或關連人士或任何其他第三方承擔，而不會向本集團收取。

儘管我們已委託並將繼續委託EIML向本集團提供後勤支援服務，包括人力資源、資訊科技支援、法律諮詢服務及其他行政服務，我們擁有由獨立營運及各行政部門及單位組成的自身組織架構，各部門及單位均有特定負責領域，且在資本、營運資產及僱員方面擁有充足的經營能力，可獨立經營我們的業務。

與控股股東的關係

財務獨立

我們擁有充足的營運資金及銀行融資以獨立經營我們的業務，亦擁有足夠的內部資源以支援我們的日常營運及擴張。於截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團經營活動所得現金流量淨額約為59.5百萬港元。於最後實際可行日期，我們有銀行融資約36.0百萬港元，其中約28.0百萬港元仍可供提取。

我們已自行設立內部監控及會計制度以及獨立的現金收支庫務職能。我們擁有獨立的銀行賬戶及商業登記以及充足的會計人員。

於往績記錄期，我們有應付新傳媒投資的股東貸款，該股東貸款於往績紀錄期已悉數結清。

經考慮上述因素，董事信納本集團能獨立經營及維持業務，而毋須依賴控股股東。

關連交易

概覽

於往績記錄期，本集團於一般及日常業務過程中已與英皇集團訂立若干交易。部分該等交易已終止而另外部分該等交易預期將繼續進行，相關詳情載列於下文。

與英皇集團之間的交易概要

下表載列於往績記錄期與英皇集團之間的交易概要：

交易	相關實體	過往數額		
		截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
A 非經常性關連交易				
1 有關[編纂]的保薦費及 [編纂]費用	英皇企業融資	-	932	281
有關[編纂]的[編纂]費	英皇證券	-	-	-

交易	相關實體	過往數額		
		截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
B 獲豁免關連交易				
2 與定期貸款融資有關 的承諾契據	楊受成產業控 股	-	-	-

交易	相關實體	過往數額		
		截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
C 獲豁免持續關連交易				
3 償付行政費用	EIML	770	1,793	1,330
4 企業融資顧問服務	英皇企業融資	-	-	-
5 提供廣告服務	英皇集團各 成員公司	380	248	2,206
6 使用模特兒服務	英皇娛樂 (香港) 有限公司	126	-	185
7 使用廣告位	亮鴻有限 公司	-	-	110

關連交易

交易	英皇集團 旗下實體	過往數額		
		截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
C 已終止關連交易				
1	觀塘辦事處租賃協議 裕勝	6,330	2,596	-
2	有關新傳媒集團中心 若干區域的許可協議 裕勝	707	222	-

以下載列該等交易的詳情。

A. 非經常性關連交易

1. 有關[編纂]的保薦費、[編纂]費用及[編纂]費

根據日期為二零二一年二月二十三日的委任函件(經日期為二零二二年五月十一日及二零二三年三月三十日的補充委任函件所補充)，英皇企業融資已獲委任為[編纂]的其中一名聯席保薦人。英皇企業融資根據委任函件收取總費用[編纂]百萬港元且英皇企業融資根據委任函件就履行服務所產生的所有費用應由本公司彌償。直至最後實際可行日期，已付英皇企業融資的費用為[編纂]百萬港元，根據委任函件條款應付的保薦費餘額為[編纂]百萬港元。

根據日期為二零二三年三月八日的委任函件，英皇企業融資已獲委任為[編纂]的其中一名[編纂]。英皇企業融資有限公司將就擔任其中一名[編纂]收取等於就[編纂]應付[編纂]總額的[編纂]%之費用。按[編纂]每股[編纂][編纂](即[編纂]範圍每股股份[編纂]及每股股份[編纂]之最高者)計算，英皇企業融資將收取的最高[編纂]費用估計約為[編纂]百萬港元。

於二零二三年六月二十九日，本公司與(其中包括)英皇證券訂立[編纂]。根據[編纂]的條款，[編纂](包括英皇證券)將收取相當於就[編纂]應付總[編纂]的[編纂]%的佣金。按[編纂]每股[編纂][編纂](即[編纂]範圍每股股份[編纂]及每股股份[編纂]之最高者)及根據[編纂]承諾[編纂]不超過[編纂]股股份計算，英皇證券將收取的[編纂]費估計約為[編纂]百萬港元。

關連交易

英皇企業融資及英皇證券為英皇資本集團(由楊受成產業控股控制)的間接全資附屬公司，而英皇資本集團由楊受成證券控股有限公司(「楊受成證券控股」)的全資附屬公司英皇證券集團控股有限公司間接擁有約42.72%。於最後實際可行日期，楊受成證券控股由CDM Trust & Board Services AG(「CDM Trust」)以信託形式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有。

本集團已就提供有關[編纂]的服務自其他持牌法團取得報價。董事會認為，與其他類似服務供應商的收費相比，英皇企業融資及英皇證券收取的保薦費、[編纂]費用及[編纂]佣金屬正常商業條款或更佳條款。董事(包括獨立非執行董事)認為，應付英皇企業融資的保薦費及[編纂]費及應付英皇證券的[編纂]佣金及該等協議條款屬公平合理，並按一般商業條款或更佳條款訂立。

上述委任英皇企業融資及與英皇證券訂立的[編纂]為有關[編纂]的一次性交易，其後不會再次進行。

B. 獲豁免關連交易

2. 與定期貸款融資有關的承諾契據

於二零二二年十一月，媒體出版自一家銀行獲得一項定期貸款融資(「定期貸款融資」)，融資限額為6,000,000港元。該定期貸款融資由本公司提供無限金額擔保。楊受成產業控股簽署一份承諾契據(「承諾契據」)，據此，楊受成產業控股無條件及不可撤銷地向銀行契諾及承諾，倘本公司股份於自二零二二年十一月三十日起計十一個月內(即於二零二三年十月三十一日或之前)未在聯交所[編纂]，楊受成產業控股應立即提供或促使提供充足的現金資金予媒體出版，以悉數償還融資項下的所有未償還債務。因此，承諾契據於[編纂]後將不再進一步適用。

我們並無就承諾契據向楊受成產業控股支付任何代價，本集團亦無就此向楊受成產業控股提供反擔保、索償或本集團的資產抵押。

董事(包括獨立非執行董事)認為，承諾契據已按正常商業條款或更佳條款提供予本公司，且由於並無就承諾契據授予反擔保、索償或本集團的資產抵押，上述交易將被視為本集團於上市規則第14A.90條項下的獲豁免關連交易，將會豁免遵守申報、公告、通函、年度審閱及獨立股東批准的規定。

關連交易

C. 獲豁免持續關連交易

3. 償付行政費用

背景：

EIML一直向本集團提供行政及後勤支援服務，包括人力資源、資訊科技支援、法律諮詢服務及其他行政服務。EIML提供該等服務的成本由英皇集團其他經營業務分擔。於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度，本集團所支付EIML的行政及後勤支援服務費分別約為0.8百萬港元、1.8百萬港元及1.3百萬港元。

EIML為英皇國際的全資附屬公司，英皇國際由楊受成產業控股控制。因此，根據上市規則，EIML為本公司的關連人士。

進行交易的理由：

董事認為，EIML向本集團提供行政及後勤支援服務令本集團可節省行政費用並以符合成本效益的方式經營。本集團將繼續採用EIML所提供的行政及後勤支援服務，包括人力資源、資訊科技支援、專業顧問及法律諮詢服務及其他行政服務，而於[編纂]後，有關服務將構成上市規則第14A.31條項下之持續關連交易。

定價：

由本集團及英皇集團的經營其他業務共同分擔的行政及後勤支援服務，將以個別經營業務(包括本集團)所產生實際成本、實際服務使用量及員工付出時間為基準按百分比計算我們所須分擔的成本部分。因此，該等行政及後勤支援服務費用的價格按成本收取。將予分擔的成本主要為薪金、花紅、強積金及與員工提供服務有關的其他開支以及提供該等服務的附帶開支，包括電訊費用及維修保養開支。鑒於行政及後勤支援服務的成本將按成本及實際使用量為基準由本集團分攤，董事(包括獨立非執行董事)認為，行政及後勤支援服務的條款屬公平合理及按正常商業條款訂立。根據上市規則第14A.73(8)條，按成本基準分擔行政及後勤支援服務獲豁免遵守有關規定。

關連交易

4. 企業融資顧問服務

背景：

本公司已委聘英皇企業融資作為[編纂]的聯席保薦人之一及[編纂]之一。待[編纂]後，本公司將按年及以項目為基準繼續委聘英皇企業融資不時提供企業融資顧問服務。於往績記錄期，並無類似成本產生。

英皇企業融資為根據證券及期貨條例獲准從事第1類(證券交易)及第6類(就企業融資提供意見)受規管活動的持牌法團。該公司為英皇資本集團的間接全資附屬公司。楊受成證券控股為英皇資本集團的控股股東。楊受成證券控股由CDM Trust以信託方式代一項私人全權信託(由楊博士創立)持有。根據上市規則第14A.31條，英皇企業融資於[編纂]後持續提供企業財務顧問服務將構成持續關連交易。

定價：

該等企業財務顧問服務的價格將參考有關企業融資顧問服務於公開市場的市價後經公平磋商釐定。本集團應付英皇企業融資的年度委聘費用為每月20,000港元，而就項目應付的費用須根據有關交易的複雜程度及委聘服務所需的時間按個別基準經公平磋商釐定。就該等服務支付的費用將不遜於作為獨立第三方的其他財務顧問向本集團提供的費用。董事(包括獨立非執行董事)認為，該等委聘服務乃於[編纂]後在本集團日常業務過程中按公平合理的一般商業條款進行，且符合本公司及股東的整體利益。

由於本集團於截至二零二三年十二月三十一日、二零二四年十二月三十一日及二零二五年十二月三十一日止財政年度應付英皇企業融資之年度費用金額(不包括[編纂]的保薦費及[編纂]費)之適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)(溢利比率除外)預期將少於5%，且總代價少於3,000,000港元，是項委聘應獲豁免遵守上市規則第14A章項下有關申報、公告、年度審閱及獨立股東批准規定。

關連交易

5. 提供廣告服務

若干關連人士(包括英皇集團的成員公司)為本集團多元化廣告產品及服務的客戶。於截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，本公司就該等服務已收款項總額(包括服務費及佣金收入)分別約為0.4百萬港元、0.2百萬港元及2.2百萬港元。

該等廣告服務的價格已由本集團與該等關連人士不時參考市價經公平磋商及按不優於適用於獨立第三方客戶的條款而釐定。

董事(包括獨立非執行董事)認為，提供該等廣告服務乃於本集團的日常業務過程中進行及按公平合理的正常商業條款訂立及符合本公司及股東的整體利益。

董事認為，該等服務日後可能再次提供。然而，無法確定關連人士是否及何時將會獲得本集團的任何廣告服務，因此，難以確定[編纂]後來未來財政年度的上限。本公司於[編纂]後將適時遵守適用上市規則的相關規定。

6. 使用模特兒服務

於往績記錄期，英皇娛樂(香港)有限公司提供模特兒服務予本集團組織的盛事及活動。截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，英皇娛樂(香港)有限公司提供模特兒服務的開支分別約為126,000港元、零及185,000港元。

英皇娛樂(香港)有限公司主要從事影音製品買賣及製作、音樂作品的特許經營、為藝人提供管理服務，以及音樂會的管理及組織。其由相關的私人全權信託(由楊博士創立)控制。

本集團就該等服務已付英皇娛樂(香港)有限公司的服務費經公平磋商及參考市價及按不遜於獨立第三方向本集團提供的條款而釐定。

董事(包括獨立非執行董事)認為，英皇娛樂(香港)有限公司向本集團提供模特兒服務的開支乃按正常商業條款訂立，及屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

關連交易

預期本集團於[編纂]後可能繼續使用英皇娛樂(香港)有限公司提供的模特兒服務。然而，於截至二零二三年十二月三十一日、二零二四年十二月三十一日及二零二五年十二月三十一日止財政年度，預期本集團就該等服務應付年度費用的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)(溢利比率除外)不足5%且總額不足3,000,000港元，彼等將全面獲豁免遵守上市規則第14A章項下申報、公告、年度審閱及獨立股東批准的規定。

7. 使用廣告位

截至二零二二年十二月三十一日止年度，英皇資本集團的全資附屬公司亮鴻有限公司為本集團進行的活動提供廣告位，本集團支付亮鴻有限公司的許可費金額為110,000港元。

亮鴻有限公司在社交數碼媒體平台上管理頻道，分享財經新聞及評論，並與嘉賓進行直播訪問。

本集團就廣告位已付亮鴻有限公司的許可費經公平磋商而釐定。董事(包括獨立非執行董事)認為，亮鴻有限公司向本集團提供廣告位的開支乃按正常商業條款訂立，及屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益。

預期本集團於[編纂]後可能繼續獲得亮鴻有限公司提供的廣告位。然而，於截至二零二三年十二月三十一日、二零二四年十二月三十一日及二零二五年十二月三十一日止財政年度，預期本集團就該等服務應付年度費用的適用百分比率(定義見上市規則第14.07條)(溢利比率除外)不足5%且總額不足3,000,000港元，彼等將全面獲豁免遵守上市規則第14A章項下申報、公告、年度審閱及獨立股東批准的規定。

關連交易

C. 已終止關連交易

1. 物業租賃協議

背景：

於往績記錄期，本集團已就本集團香港辦公室與裕勝(於截至二零二零年十二月三十一日止兩個財政年度及直至二零二一年四月二十一日為英皇國際的全資附屬公司)訂立以下租賃協議：

協議日期	租戶(本公司 附屬公司)	地點	租期	月租	應付業主 其他費用
(a) 二零一七年 四月十日	新傳媒出版	新傳媒集團中心1樓、2樓、6樓、7樓、8樓及9樓的所有部分(實用面積：約46,294平方呎)	自二零一七年四月一日至二零二零年三月三十一日，可選擇進一步續期三年	第一年一 750,000港元 第二年一 920,000港元 第三年一 1,080,000港元 (均不包括差 餉、管理費及 所有其他支出)	管理費及空 調費每月 173,037.20 港元

附註： 訂約方訂立日期為二零一九年十二月三十一日的退租協議，自二零一九年八月三十一日起終止上述租賃並訂立下文(b)項所述日期為二零一九年十二月三十一日的租賃協議。

協議日期	租戶(本公司 附屬公司)	地點	租期	月租	應付業主 其他費用
(b) 二零一九年 十二月三十一日	媒體出版	新傳媒集團中心1樓部分、2樓、6樓、7樓、8樓及9樓的所有部分(實用面積：約46,294平方呎)	自二零一九年九月一日至二零二零年八月三十一日	823,000港元 (不包括管理費 及空調費、差 餉及所有其他 支出)，於上述 期限內有六個 月免租期	管理費及空 調費每月 156,072.20 港元

附註： 訂約方訂立日期為二零二零年十一月二十七日的退租協議，自二零二零年五月三十一日起終止該項租賃並訂立下文(c)項所述的租賃協議。

關連交易

協議日期	租戶(本公司 附屬公司)	地點	租期	月租	應付業主 其他費用
(c) 二零二零年 十二月十一日	媒體出版	新傳媒集團中 心1樓、6樓、7 樓、8樓及9樓的 所有部分(實用 面積：約37,336 平方呎)	自二零二零年 六月一日至二 零二二年八月 三十一日	649,000港元 (不包括管理費 及空調費、差 餉及所有其他 支出)，於上述 期限內有四個 月的免租期	管理費及空 調費每月 123,070.20 港元

附註：裕勝發出日期為二零二一年四月二十一日的提前終止通知，租約自二零二二年一月三十一日起終止。

2. 有關新傳媒集團中心若干區域的許可協議

背景：

於往績記錄期，本集團已就新傳媒集團中心若干區域與裕勝訂立如下許可協議：

協議日期	獲許可人 (本公司附屬 公司)	地點	租期	月租
(a) 日期均為 二零一七年 四月二十日的 九份許可協議	新傳媒出版	新傳媒集團中心 地下1至9號停車 位	自二零一七年四月一日起 按每月基準	每個停車位3,200港 元(包括管理費、地 租及差餉)

附註：1號、4至5號及8至9號停車位的許可均由下文(b)項所述日期均為二零二零年六月四日的許可協議所替代，而2及3號停車位的許可則由下文(c)項所述日期均為二零二零年六月五日的許可協議所替代。

(b) 日期均為 二零二零年 六月四日的 五份許可協議	媒體出版	新傳媒集團中心 地下1號、4至5號 及8至9號停車位	自二零二零年四月一日至 二零二二年八月三十一日	每個停車位3,200港 元(包括管理費、地 租及差餉)
--------------------------------------	------	----------------------------------	----------------------------	-----------------------------------

附註：許可已自二零二一年五月三十一日起終止。

關連交易

協議日期	獲許可人 (本公司附屬 公司)	地點	租期	月租
(c) 二零二零年 六月五日的兩 份許可協議	媒體出版	新傳媒集團中心 地下2及3號停車 位	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	每個停車位3,200港 元(包括管理費、地 租及差餉)
<i>附註：</i> 許可已自二零二一年五月三十一日起終止。				
(d) 二零一七年 四月六日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 頂層機房空調區 域	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	5,000港元(包括管理 費、差餉及地租但不 包括其他支出)
(e) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 頂層機房空調區 域	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	5,000港元(包括管理 費、差餉及地租但不 包括其他支出)
<i>附註：</i> 裕勝發出日期為二零二一年四月二十一日的提前終止通知，許可自二零二二年一月三十一日起終止。				
(f) 二零一七年 四月六日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 頂層應急發電機 區域	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	1,000港元(包括管理 費、差餉及地租但不 包括其他支出)
(g) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 頂層應急發電機 區域	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	1,000港元(包括管理 費、差餉及地租但不 包括其他支出)
<i>附註：</i> 許可已自二零二一年四月二十一日起終止。				
(h) 二零一七年 四月十日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 地下帶儲藏室的 購貨中心	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	第一年—8,049.72港 元 第二年—9,996港元 第三年—11,760港元 (均包括地租、差餉 及管理費但不包括所 有其他支出)

關連交易

協議日期	獲許可人 (本公司附屬 公司)	地點	租期	月租
(i) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 地下帶儲藏室的 購貨中心	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	8,991港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括其他支出)
<i>附註：</i> 許可已自二零二一年四月三十日起終止。				
(j) 二零一七年 四月六日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 地下1號廣告牌	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	2,000港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括所有其他支 出)
(k) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 地下1號廣告牌	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	2,000港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括所有其他支 出)
<i>附註：</i> 許可已自二零二一年五月四日起終止。				
(l) 二零一七年 四月十日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 頂層2號廣告牌	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	1,000港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括所有其他支 出)
(m) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 頂層2號廣告牌	自二零二零年四月一日至 二零二零年八月三十一日	1,000港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括所有其他支 出)
<i>附註：</i> 許可已自二零二一年五月四日起終止。				
(n) 二零一七年 四月六日	新傳媒出版	新傳媒集團中心 地下1號儲藏室	自二零一七年四月一日至 二零二零年三月三十一日	第一年—10,924.62 港元 第二年— 13,566港 元 第三年—15,960港元 (均包括地租、差餉 及管理費但不包括所 有其他支出)

關連交易

協議日期	獲許可人 (本公司附屬 公司)	地點	租期	月租
(o) 二零二零年 十一月三十日	媒體出版	新傳媒集團中心 地下1號儲藏室	自二零二零年四月一日至 二零二二年八月三十一日	12,201港元(包括地 租、差餉及管理費但 不包括所有其他支 出)

附註：許可已自二零二一年四月三十日起終止。

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度，本集團向英皇國際支付的租金、管理費及空調費總額分別約為7.0百萬港元、2.8百萬港元及零。

董事(包括獨立非執行董事)認為，根據上述租賃協議及許可協議應付之租金及許可費乃按市場租金且上述協議的條款屬公平合理，並按正常商業條款訂立且符合本集團利益，尤其是，管理費及空調費與向新傳媒集團中心獨立租戶所收取者一致。

獨立第三方專業估值師瑞豐環球評估諮詢有限公司已審閱上述租賃協議及許可協議，並確認租賃協議及許可協議項下應付租金及許可費乃按相關租賃及許可開始日期時的市場租金及協議內的商業條款屬公平合理及按一般商業條款訂立。

基於上文所述，聯席保薦人與董事一致認為，本集團向英皇國際支付的所述租金、管理費、空調費及許可費的收費基礎為市場費率及屬公平合理。

關連人士

於訂立該等租賃協議及許可協議時以及於截至二零二零年十二月三十一日止兩個財政年度及直至二零二一年四月二十一日，裕勝為英皇國際的間接全資附屬公司，其主營業務為持有及租賃新傳媒集團中心。

由於楊受成產業控股於關鍵時間為英皇國際的控股股東，故根據上市規則第14A章，上述交易構成本公司的關連交易。

關連交易

由於英皇國際於二零二一年四月二十一日出售其於裕勝的全部股權，裕勝自此不再為本公司關連人士。裕勝已向我們發出終止通知，以終止日期為二零二零年十二月十一日的租賃協議及日期為二零二零年十一月三十日的許可協議，均自二零二二年一月三十一日起生效及我們已於該日期前搬離物業。

財務資料

閣下在閱讀以下討論及分析時，應一併閱讀附錄一會計師報告所載的綜合財務資料及相關附註以及於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日以及截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度各年的歷史綜合財務資料節選及本文件其他部分所載經營數據。綜合財務資料乃根據香港財務報告準則編製，該準則於重大方面可能有別於其他司法權區的公認會計原則。

以下討論及分析載有前瞻性陳述，乃基於目前狀況的假設及分析。本集團的實際業績可能與預期及預測有重大差異並將受我們無法控制的多項風險及不確定因素的影響。可能造成或致使該等差異的因素包括但不限於本文件「風險因素」一節所討論的因素。

概覽

我們是一間數碼媒體公司，主要透過數碼媒體平台向廣告商(包括跨國品牌所有者、廣告代理公司至中小企等)提供綜合廣告解決方案。我們在我們的不同知名及流行品牌(包括「新假期」(Weekend Weekly)、「東方新地」(Oriental Sunday)、「經濟一週」(Economic Digest)及「新Monday」(New Monday / NM+))項下多元化的興趣領域製作及發行內容，於二零零零年代初開始作為印刷雜誌並有很強的傳統。

於往績記錄期，我們的收入主要來自提供綜合廣告解決方案(主要透過我們的數碼媒體平台發行)及印刷出版(所佔比例越來越小)。截至二零二二年十二月三十一日止三個年度各年，(i)數碼業務收入佔本集團總收益分別約85.2%、94.6%及95.2%；(ii)發行出版物收入佔本集團總收益分別約8.9%、1.4%及1.2%；及(iii)印刷出版物的廣告收入佔本集團總收益分別約5.9%、4.0%及3.6%。

呈列及編製基準

為籌備**[編纂]**，本集團於二零二一年三月二十二日完成重組，據此，本公司成為現時本集團旗下公司的控股公司。有關重組的更多資料，請參閱「歷史、重組及公司架構－重組」。由於本集團在整個往績記錄期以及重組前後，均受控股股東的共同控制，因此，因重組產生由本公司及其附屬公司組成的本集團被視為一個持續實體。

財務資料

我們已根據香港財務報告準則以及上市規則及公司條例的適用披露規定，編製往績記錄期的綜合財務資料。於往績記錄期的綜合財務資料以本公司的功能貨幣及呈列貨幣港元列示。有關往績記錄期綜合財務資料的呈列基準及編製基準之詳情分別載於會計師報告附註2.1及2.2。

影響本集團經營業績及財務狀況的主要因素

本集團的財務業績將受到多項因素的影響，其中若干因素並非本集團所能控制。董事相信，影響本集團收益及持續產生溢利的能力的主要因素包括如下：

受眾不斷變化的喜好及口味

數碼廣告行業乃屬快速發展的行業，演變迅速，且極為分散並依賴受眾喜好。我們的絕大部分收益來自我們的數碼廣告業務。因此，我們日後的成功在很大程度上依賴於我們不斷為受眾製作動人數碼內容，從而吸引訪問我們的數碼媒體平台的流量的能力。由於監管規定寬鬆，在香港進入數碼廣告市場的門檻相對較低，我們面臨來自各類廣告商的激烈競爭，包括傳統出版商、線上內容製作商甚至各種社交媒體平台的意見領袖。

香港的經濟狀況

鑒於本集團作為香港綜合廣告解決方案供應商的主要業務性質，董事認為本集團的業務表現過往並將繼續與香港的經濟狀況及消費者購買力密切相關。董事相信，香港經濟狀況的任何變動都將影響本集團的收益及未來溢利。

品牌形象及認同

我們認為，強大的品牌知名度是我們成功鞏固在數碼廣告行業的瀏覽量及聲譽領先地位的關鍵因素之一，而維持及提升品牌形象對本集團的業務增長至關重要。

倘我們的聲譽受到任何負面宣傳的損害或詆毀，則我們的品牌形象可能受到不利影響，這可能對我們的聲譽及受歡迎程度造成重大不利影響，從而導致我們的瀏覽量及市場份額下跌。

財務資料

挽留客戶的能力

客戶通常按項目基準使用我們的服務並在需要時與我們簽訂單項活動的合約。我們的業務前景取決於我們維持與現有客戶關係的能力。概不保證曾多次委聘我們的客戶日後仍將會委聘我們，及收益可能隨著我們於有關期間獲得委聘的次數而波動。

我們認為，維持客戶持續委聘的能力主要取決於我們透過提供能實現彼等業務目標的各種廣告解決方案所建立與客戶的業務關係。倘我們的廣告解決方案不能達成客戶的目標或者偏離彼等的期望，則彼等可能失去對我們的信任，因而可能阻礙彼等再次委聘我們，而選擇我們的競爭對手。

重大會計政策及重大會計判斷及估計

本集團綜合財務資料乃根據香港財務報告準則編製。我們已識別對編製本集團綜合財務資料而言屬重大的若干會計政策。該等會計政策對理解本集團財務狀況及經營業績相當重要，並載於本文件附錄一所載會計師報告第II節附註2.4。

於應用本集團會計政策過程中，我們須於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個年度各年末作出影響申報金額及本集團綜合財務資料之披露的判斷、估計及假設。然而，有關該等假設、估計及判斷的不確定因素可能導致於未來需要對資產及負債的賬面值作出重大調整。該等關鍵假設及估計於未來可予更改(如有必要)，並載於本文件附錄一所載會計師報告第II節附註3。我們根據各種因素(包括但不限於過往經驗及在有關情況對未來被視為合理事件／結果的預期)持續評估我們的判斷及估計。因此，實際結果可能有別於該等估計。

經營業績

下文為摘錄自載於本文件附錄一會計師報告的本集團截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個年度的經審核綜合損益及其他全面收益表概要，並應與會計師報告一併閱覽。

財務資料

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
收益	211,589	245,199	240,678
其他收入及收益	17,421	4,437	7,311
僱員福利開支	(99,474)	(104,622)	(94,684)
製作成本	(47,250)	(53,893)	(59,522)
印刷成本	(8,430)	(2,884)	(2,982)
折舊及攤銷	(11,346)	(14,015)	(17,079)
其他開支，淨額	(13,997)	(28,943)	(21,252)
融資成本	(1,817)	(3,159)	(5,626)
除稅前溢利	46,696	42,120	46,844
所得稅開支	(5,528)	(9,071)	(7,413)
年內溢利	<u>41,168</u>	<u>33,049</u>	<u>39,431</u>
於其後期間可能重新分類至 損益的其他全面收益／(虧 損)：			
換算海外業務的匯兌差額	<u>100</u>	<u>(8)</u>	<u>32</u>
年內全面收益總額	<u>41,268</u>	<u>33,041</u>	<u>39,463</u>

非香港財務報告準則計量

非香港財務報告準則計量並非香港財務報告準則下的標準計量。我們相信下文所載非香港財務報告準則計量，能為投資者提供有關我們經營表現的有用資料，並按與管理層相同的方式，加深對我們的過往表現及未來前景的整體了解。

我們將經調整純利(非香港財務報告準則計量)定義為年內溢利經[編纂]開支所調整。鑑於[編纂]開支因[編纂]而產生，於往績記錄期，調整乃貫徹一致作出。

非香港財務報告準則計量不應單獨考慮，或視為我們根據香港財務報告準則呈報的綜合損益表或財務狀況分析的替代分析。此外，非香港財務報告準則計量可能與其他公司使用的類似詞彙區分定義及因此，可能無法與其他公司呈列的類似計量作比較。

財務資料

下表載列於往績記錄期內各年度的經調整純利(非香港財務報告準則計量)：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
年內溢利	41,168	33,049	39,431
調整：			
[編纂]開支	—	9,356	4,125
年內經調整純利(非香港財務報告準則計量)	<u>41,168</u>	<u>42,405</u>	<u>43,556</u>
年內經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)	<u>19.5%</u>	<u>17.3%</u>	<u>18.1%</u>

經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至二零二零年十二月三十一日止年度約41.2百萬港元增加約3.0%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.4百萬港元，主要歸因於(i)由於商戶及大眾適應COVID-19疫情令收益增加約33.6百萬港元，尤其是，於截至二零二一年十二月三十一日止年度數碼廣告收入增加約51.6百萬港元；(ii)因推廣成本增加導致的製作成本增加部分被因停止出版東方新地三合一周刊(最後一期於二零二零年十二月發行)導致印刷成本減少所抵銷；及(iii)其他收入及收益減少約13.0百萬港元，主要歸因於截至二零二一年十二月三十一日止年度並無收取政府補貼的合併影響。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.4百萬港元增加約1.2百萬港元至截至二零二二年十二月三十一日止年度約43.6百萬港元，主要歸因於(i)於截至二零二二年十二月三十一日止年度收益減少約4.5百萬港元；及(ii)製作成本、折舊及攤銷以及融資成本增加分別約5.6百萬港元、3.1百萬港元及2.5百萬港元，部分被(i)截至二零二二年十二月三十一日止年度僱員福利開支減少約9.9百萬港元；及(ii)其他收入及收益增加約2.9百萬港元，部分由於截至二零二二年十二月三十一日止年度已收政府補貼所抵銷的合併影響。

財務資料

綜合損益及其他全面收益表主要項目的討論及分析

收益

於往績記錄期，我們的收益來自(i)主要透過數碼媒體平台及印刷出版物發行而提供綜合廣告解決方案；及(ii)出版物發行。

下表載列於往績記錄期的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	千港元	佔收益 百分比	千港元	佔收益 百分比	千港元	佔收益 百分比
廣告						
數碼廣告						
— 網絡廣告收入	157,401	74.4	195,071	79.6	188,090	78.1
— 程序化廣告收入	22,851	10.8	36,787	15.0	41,079	17.1
	180,252	85.2	231,858	94.6	229,169	95.2
印刷廣告	12,608	5.9	9,849	4.0	8,608	3.6
小計	192,860	91.1	241,707	98.6	237,777	98.8
發行	18,729	8.9	3,492	1.4	2,901	1.2
總計	<u>211,589</u>	<u>100.0</u>	<u>245,199</u>	<u>100.0</u>	<u>240,678</u>	<u>100.0</u>

廣告

於往績記錄期，大部分收益來自於我們的媒體平台提供網絡廣告解決方案，分別約為157.4百萬港元、195.1百萬港元及188.1百萬港元，佔截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度總收益分別約74.4%、79.6%及78.1%。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，廣告收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度約192.9百萬港元增加約25.3%至約241.7百萬港元，董事認為主要由於消費者逐漸適應COVID-19疫情環境，香港消費者的消費力逐步復甦，推動品牌所有者尤其是在二零二一年最後一個季度的廣告支出。

財務資料

截至二零二二年十二月三十一日止年度，廣告收益由截至二零二一年十二月三十一日止年度約241.7百萬港元輕微減少約1.6%至約237.8百萬港元，主要歸因於香港於二零二二年第一季度受COVID-19第五波疫情影響，廣告商的廣告支出減少及自二零二二年四月起第五波疫情逐步緩解及於二零二二年第四季度放寬保持社交距離措施、隔離措施及旅遊相關措施。

有關COVID-19對業務及財務表現的影響詳情，請參閱本文件「業務—COVID-19的影響」。

於往績記錄期，我們廣告解決方案的客戶一般包括廣告代理公司及透過直接聯絡的品牌所有者，我們亦透過供應方平台的程序化廣告產生收益。下表載列於往績記錄期按客戶類別劃分有關廣告相關收益的明細：

類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	估廣告收益 千港元	總額百分比	估廣告收益 千港元	總額百分比	估廣告收益 千港元	總額百分比
<i>非程序化</i>						
廣告代理公司	105,785	54.9	114,152	47.2	101,152	42.5
品牌所有者及其他	64,224	33.3	90,768	37.6	95,546	40.2
小計	170,009	88.2	204,920	84.8	196,698	82.7
<i>程序化</i>						
供應方平台	22,851	11.8	36,787	15.2	41,079	17.3
總計	192,860	100.0	241,707	100.0	237,777	100.0

財務資料

於往績記錄期，我們自大量客戶獲得廣告收益，由跨國及本地品牌所有者至各行各業中小企以及在香港經營的廣告代理公司。下表載列於往績記錄期本集團按行業類別劃分的非程序化廣告收益明細：

業務類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	估非程序化 廣告收益 千港元	總額百分比	估非程序化 廣告收益 千港元	總額百分比	估非程序化 廣告收益 千港元	總額百分比
化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品	55,221	32.5	71,950	35.1	50,440	25.6
銀行、保險及投資服務	24,163	14.2	36,647	17.9	35,978	18.3
珠寶鐘錶及時裝及奢侈品	20,844	12.3	19,504	9.5	28,368	14.4
零售及線上店舖、電子產品	19,249	11.3	28,243	13.8	30,765	15.6
飲食、餐廳及食物配送	23,940	14.1	23,635	11.5	26,291	13.4
政府、非牟利組織及公共服務	4,462	2.6	6,476	3.2	9,549	4.9
酒店、出行及旅遊服務	5,010	2.9	6,945	3.4	5,190	2.6
電信、流動電話及服務	2,352	1.4	2,886	1.4	2,980	1.5
物業及房地產	2,078	1.2	1,384	0.7	1,064	0.6
其他	12,690	7.5	7,250	3.5	6,073	3.1
總計	<u>170,009</u>	<u>100.0</u>	<u>204,920</u>	<u>100.0</u>	<u>196,698</u>	<u>100.0</u>

截至二零二一年十二月三十一日止年度，由於商戶逐漸適應COVID-19疫情環境，我們錄得大部分行業廣告收益的增加。增幅最大的行業為(i)銀行、保險及投資服務；(ii)零售及線上商舖、電子產品及(iii)化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品。董事認為該等行業的收益增長主要由於(i)公眾整體適應在COVID-19疫情下的生活，因此，該等行業的商戶重新推出彼等的廣告活動；及(ii)由於旅遊限制及保持社交距離措施，人們的空餘時間增加導致更關注財務管理，並將部分旅遊支出轉撥作本地市場消費。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們錄得與截至二零二一年十二月三十一日止年度相比不同行業的表現參差。大幅減少行業為化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品行業。隨著香港於二零二二年一月爆發COVID-19第五波疫情，於二零二二年第一季度已實施嚴格的保持社交距離措施，而該等措施自二零二二年第四季度起才放寬。董事認為化妝品及護膚品及洗滌用品業務很容易受到該等保持社交距

財務資料

離措施的影響，導致對該等產品的需求減少，因此該等行業的商家於在二零二二年第一季度的廣告活動中更為謹慎。另一方面，珠寶鐘錶行業及時裝及奢侈品行業大幅增長，而銀行、保險及投資服務行業保持穩定，飲食、餐廳及食物配送行業以及零售及線上店舖、電子產品行業均錄得明顯增長。由於該等不同行業的增長在很大程度上彌補了化妝品及護膚品、洗滌用品及家具用品、藥品行業的下跌，而銀行、保險及投資服務行業保持穩定，因此，儘管化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、藥品行業下跌，本集團截至二零二二年十二月三十一日止財政年度的整體非程序化廣告收益較截至二零二一年十二月三十一日止年度僅減少約4.0%。基於該等原因，董事認為(及聯席保薦人同意)，本集團並非嚴重依賴某一特定業務行業。

於往績記錄期，我們透過供應方平台產生程序化廣告收益。我們作為發行方收到的程序化廣告收益通常按每千次曝光成本計算。僅供說明之用，下表載列每千次曝光成本的平均程序化廣告收益(「平均每千次曝光成本」)：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 (概約)	二零二一年 (概約)	二零二二年 (概約)
程序化廣告收入(千港元)	22,851	36,787	41,079
曝光(千次)			
— 網頁曝光	2,322,768	2,609,158	4,267,451
— 應用程式曝光	51,439	222,531	405,501
總計	2,374,207	2,831,689	4,672,952
平均每千次曝光成本(港元) (附註)	9.6	13.0	8.8

附註：平均每千次曝光成本乃按程序化廣告收入除以在數碼媒體平台的總曝光次數計算(如「業務—產品及服務—廣告解決方案」一節所討論)。

平均每千次曝光成本由二零二零年的9.6港元增至二零二一年的13.0港元，及跌至二零二二年的8.8港元。我們認為，由於程序化廣告位的最終價格乃在供應方平台上的自動競價決定，平均每千次曝光成本波動主要由整個廣告位市場的供需關係決定。因此，於整個往績記錄期，平均每千次曝光成本的波動總體上反映了廣告市場的整體情緒，即自二零二零年COVID-19疫情開始時備受打擊，直至於二零二一年市場逐漸緩和及適應，之後於二零二二年第五波疫情對市場的影響相對強烈及不利。行業顧問表示，平均每千次曝光成本有很大不同，這取決於所宣傳的產品或服務及廣告形式。例

財務資料

如，市場較窄的產品或服務的廣告商可能會較其他偏好較少的廣告商提供更高的廣告位出價，因為沒有具體的廣告位針對其意向受眾。因此，直接比較不同出版商的平均每千次曝光成本可能會受到限制。然而，行業顧問在與行業專家進行行業訪談後，認為本集團的平均每千次曝光成本的波動與行業的整體趨勢基本保持一致。鑑於上述情況，行業顧問認為，於往績記錄期，本集團平均消費價格指數的波動與市場趨勢有類似的增長及下降。

發行

本集團出版物發行的收益主要來自印刷雜誌及書籍。於往績記錄期，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，來自出版物發行的收益分別約為18.7百萬港元、3.5百萬港元及2.9百萬港元，佔總收益分別約8.9%、1.4%及1.2%。下表載列於往績記錄期按主要出版物類別劃分的相關收益之明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	估發行收益 千港元	總額百分比	估發行收益 千港元	總額百分比	估發行收益 千港元	總額百分比
東方新地三合一周刊	15,365	82.1	-	-	-	-
新假期 x GOtrip	-	-	266	7.6	-	-
經濟一週	2,399	12.8	2,506	71.8	2,008	69.2
Madame Figaro	99	0.5	475	13.6	801	27.6
旅遊指南	677	3.6	170	4.9	43	1.5
其他	189	1.0	75	2.1	49	1.7
總計	<u>18,729</u>	<u>100.0</u>	<u>3,492</u>	<u>100.0</u>	<u>2,901</u>	<u>100.0</u>

由於媒體平台由傳統媒體平台(例如電視、印刷及電台)至線上媒體平台的結構性轉型，於往績記錄期，我們自發行產生的收益錄得不斷減少的趨勢。鑑於印刷媒體行業的持續收縮及東方新地三合一周刊產生的發行及廣告收益減少，該周刊於二零二零年十二月最後一期發行後停止出版及於二零二一年推出新假期x GOtrip季刊。因此，發行收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度約18.7百萬港元大幅減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約3.5百萬港元。截至二零二二年十二月三十一日止年度，由於取消發行新假期x GOtrip，大部分發行收益歸因於經濟一週雜誌及Madame Figaro雜誌，分別約為2.0百萬港元及0.8百萬港元。

財務資料

其他收入及收益

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團其他收入及收益分別約為17.4百萬港元、4.4百萬港元及7.3百萬港元，主要包括內容許可收入、租賃裝修收益、佣金收入、銷售廢料收入、截至二零二零年及二零二二年十二月三十一日止年度之政府補貼、截至二零二一年十二月三十一日止年度之撥回修復成本撥備的收益及經濟一週在Patreon頁面的訂閱費。銷售內容收入指本集團就授出許可權予香港以外第三方使用我們的數碼內容收取的許可費。下表載列本集團於往績記錄期其他收入及收益的分類明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
銀行利息收入	23	5	8
已付租金按金利息累加	–	42	85
政府補貼	15,959	–	5,680
租賃裝修收益	354	1,193	–
撥回修復成本撥備的收益	–	2,415	–
佣金收入	496	191	145
內容許可	318	283	107
銷售廢料	17	61	44
一名出租人的COVID-19相關 租金減免	–	29	–
其他	254	218	1,242
總計	<u>17,421</u>	<u>4,437</u>	<u>7,311</u>

政府補貼

截至二零二零年十二月三十一日止年度，我們收到香港特區政府推出的保就業計劃項下政府補貼約16.0百萬港元。該收入佔截至二零二零年十二月三十一日止年度的收益及溢利分別約為7.5%及38.8%。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，我們收到保就業計劃項下政府補貼約5.7百萬港元。該收入佔截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益及溢利分別約為2.4%及14.4%。

財務資料

開支

僱員福利開支

我們的業務高度以人為本及依賴挽留人才。於往績記錄期，僱員福利開支佔本集團營運開支的最大部分。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團僱員福利開支(包括主要行政人員薪酬)分別約為99.5百萬港元、104.6百萬港元及94.7百萬港元，佔相應期間總收益分別約47.0%、42.7%及39.3%。僱員福利開支包括薪金及津貼、銷售佣金及花紅以及退休計劃供款。下表載列於往績記錄期僱員福利開支的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
薪金、工資及津貼	89,539	84,058	84,087
銷售佣金及花紅	6,006	17,148	7,172
退休計劃供款	3,929	3,416	3,425
總計	<u>99,474</u>	<u>104,622</u>	<u>94,684</u>

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，薪金、工資及津貼分別約為89.5百萬港元、84.1百萬港元及84.1百萬港元。截至二零二零年十二月三十一日止年度產生的薪金、工資及津貼相對較多，主要乃歸因於二零二零年底重組印刷業務之前僱員人數增加。

銷售佣金乃根據本集團銷售佣金計劃釐定，據此，銷售員工有權獲得與個人主要業績指標掛鈎按預先確定及增量佣金比率獲得佣金，有關比率取決於預先設定目標收益的達成水平。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，我們產生銷售佣金分別約4.5百萬港元、7.7百萬港元及5.8百萬港元，整體上與我們於往績記錄期的廣告收益趨勢一致。截至二零二一年十二月三十一日止年度的銷售佣金較高，主要歸因於廣告商恢復廣告開支，令本集團的廣告收益增加。截至二零二二年十二月三十一日止年度銷售佣金較截至二零二一年十二月三十一日止年度減少乃由於大多數銷售員工達成的銷售收益屬於所設定收益目標的較低範圍內，主要由於年初

財務資料

COVID-19第五波疫情爆發及隨後於二零二二年第一季度實施嚴格的保持社交距離措施（自二零二二年最後一個季度才開始放寬）前設定及嚴重影響香港的各種經濟活動及經濟情緒，進而降低了廣告商的廣告支出，導致適用於二零二二年大多數廣告收益的佣金比率較低。

就花紅而言，截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度分別產生約1.5百萬港元、9.4百萬港元及1.4百萬港元。該等款項乃為酌情花紅，主要參考本集團的財務表現釐定，其中，我們向本集團行政總裁李先生支付截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的表現相關花紅，分別為零、約4.6百萬港元及零。截至二零二零年十二月三十一日止年度，李先生根據其與本集團訂立的僱傭合約可獲得的花紅乃基於本集團純利的協定百分比釐定，且由於未能達致所設定的門檻，故李先生並無就該年度收取任何花紅。截至二零二一年十二月三十一日止年度花紅較高乃由本公司經參考經調整純利（非香港財務報告準則計量）增加約1.2百萬港元及截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度已收政府補貼分別約16.0百萬港元及零而釐定。截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，儘管本集團經調整純利（非香港財務報告準則計量）略微增加約1.2百萬港元，本集團錄得收益輕微減少約1.8%及收到政府補貼約5.7百萬港元（截至二零二一年十二月三十一日止年度為零），及鑑於二零二二年底中國內地的COVID-19疫情病例激增，因此已就該年度的花紅付款採取保守做法。因此，截至二零二二年十二月三十一日止財政年度的花紅金額減至約1.4百萬港元。

下表載列於下文所示各年度末本集團全職僱員人數以及於各年度每名僱員平均月薪：

	於十二月三十一日		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
全職僱員人數	267	263	240
	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
	港元	港元	港元
	(概約)	(概約)	(概約)
每名僱員的平均月薪(附註)	25,300	26,400	27,900

附註：每名僱員的平均月薪通過薪金、工資及津貼金額除以本集團全職僱員平均人數（即相關年度的年初及年末全職僱員人數的平均值）計算得出。

財務資料

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個年度，每名僱員的平均月薪分別約為25,300港元、26,400港元及27,900港元，於截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度分別同比增長約4.7%及5.4%。

製作成本

於往績記錄期，製作成本包括推廣成本及其他製作成本，主要為向攝影師、作家、自由職業者以及製作內容及廣告的製作團隊付款。下表載列於往績記錄期本集團製作成本的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
推廣成本	29,246	35,547	31,723
其他製作成本	18,004	18,346	27,799
總計	<u>47,250</u>	<u>53,893</u>	<u>59,522</u>

推廣成本主要指支付予社交媒體平台的費用，以使我們的內容在社交媒體平台的目標受眾中獲得曝光。在制定廣告解決方案活動時，客戶通常同意推廣的預算及我們通常根據社交媒體平台收取的推廣成本加一個固定的百分比按成本加成基準收取客戶推廣成本，董事認為這整體上與市場慣例一致。不同社交媒體平台收取的推廣成本可能因多種因素而有所不同，其中包括廣告活動的時長及持續期間，以及社交媒體平台的不同定價政策。當我們在社交媒體平台上發佈客戶的廣告時，我們將設置推廣預算及廣告位投標策略，以滿足客戶的需求及預算，及社交媒體平台將根據自動演算法使用該等預算，直到全部預算用完為止。董事認為我們收取的推廣成本整體上與市場慣例一致。於往績記錄期，有關推廣成本佔製作成本的主要部分且整體上反映我們的網絡廣告收益。截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，其他製作成本保持穩定。截至二零二二年十二月三十一日止年度其他製作成本增加約9.5百萬港元主要歸因於(i)自由職業者開支增加約4.9百萬港元，主要由於創作更多品牌內容，旨在增加數碼媒體平台的瀏覽量及流量；及(ii)於二零二二年一個聘請藝人參與廣告項目約2.8百萬港元，而於過往年度則並無有關費用。

財務資料

印刷成本

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團印刷成本分別約為8.4百萬港元、2.9百萬港元及3.0百萬港元。截至二零二一年十二月三十一日止年度的印刷成本由截至二零二零年十二月三十一日止年度大幅減少約65.8%，乃由於印刷媒體業持續縮減及尤其是於二零二一年終止發行東方新地三合一周刊令印刷份數減少所致。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，印刷成本由截至二零二一年十二月三十一日止年度約2.9百萬港元輕微增加3.4%至約3.0百萬港元，乃由於年內Madame Figaro印刷量增加及取消發行新假期 x GOtrip二零二二年各季刊的合併影響。

折舊及攤銷

折舊指使用權資產、物業、廠房及設備(其中包括)租賃裝修、傢俬、固定裝置及設備)的折舊費用。攤銷指無形資產(即於截至二零二零年十二月三十一日止年度外部開發媒體品牌的流動應用程式)攤銷開支。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團折舊及攤銷分別約為11.3百萬港元、14.0百萬港元及17.1百萬港元。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，使用權資產折舊增加主要由於就現時的辦公室訂立新租賃協議所致。下表載列於往績記錄期本集團折舊及攤銷的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
使用權資產折舊	9,411	12,347	12,620
物業、廠房及設備折舊	1,747	1,251	3,989
無形資產攤銷	188	417	470
總計	<u>11,346</u>	<u>14,015</u>	<u>17,079</u>

其他開支，淨額

其他開支主要包括資訊科技開支、租金及管理費、貿易應收款項減值，扣除撥回、就法律及行政服務應付英皇集團企業費用、維修及保養、水電費、保險、法律及專業費用、已付招聘機構的招聘開支、儲存費及銀行費用以及截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的[編纂]開支。截至二零二零年、二零二一年及二零二二

財務資料

年十二月三十一日止年度，該等開支分別約為14.0百萬港元、28.9百萬港元及21.3百萬港元。下表載列於往績記錄期其他開支的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
資訊科技開支	5,916	6,662	8,320
租金及管理費	2,563	3,426	3,487
貿易應收款項減值／(減值撥回)，扣除撥回	74	2,107	(360)
企業費用	770	1,793	1,330
辦公室及水電開支	1,135	1,446	1,010
維修及保養	637	547	186
招聘開支	274	324	198
保險	944	810	949
員工伙食及福利開支	187	423	504
法律及專業費用	572	1,066	710
銀行費用	218	283	624
[編纂]開支	–	9,356	4,125
其他	707	700	169
	<u>13,997</u>	<u>28,943</u>	<u>21,252</u>

融資成本

融資成本包括銀行借款利息、其他借款利息及租賃負債利息。下表載列於往績記錄期本集團融資成本的明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
銀行借款利息	199	935	1,932
其他借款利息	162	–	–
租賃負債利息	1,456	2,224	3,694
	<u>1,817</u>	<u>3,159</u>	<u>5,626</u>

融資成本的主要組成部分為租賃負債利息，分別約為1.5百萬港元、2.2百萬港元及3.7百萬港元，佔截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年

財務資料

度融資成本總額分別約80.1%、70.4%及65.7%。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，租賃負債利息增加主要由於總部搬遷至現時的辦公室所致。其他借款指來自新傳媒投資的貸款，已於二零二零年十二月三十一日之前悉數償還。其他借款融資成本的減少由於償還新傳媒投資提供的貸款所致。

所得稅開支

本集團須按適用稅率就本公司與其附屬公司的應課稅溢利繳納香港利得稅。於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，本集團於香港的適用稅率為16.5%。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團已作出所有必要納稅申報，並已向相關稅務機關悉數繳納所有應繳稅項負債，且概無與任何稅務機關有任何爭議或潛在爭議。

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止三個年度，本集團實際稅率分別約為11.8%、21.5%及15.8%。截至二零二零年及二零二二年十二月三十一日止年度的實際稅率相對較低主要由於本集團根據保就業計劃收取的政府補貼毋須課稅所致。截至二零二一年十二月三十一日止年度的實際稅率增加，主要由於毋須扣稅開支(尤其是[編纂]開支)增加所致。

經營業績的討論及分析

截至二零二二年十二月三十一日止年度與截至二零二一年十二月三十一日止年度比較

收益

截至二零二二年十二月三十一日止年度，收益由截至二零二一年十二月三十一日止年度約245.2百萬港元減少約1.8%至約240.7百萬港元。收益減少主要歸因於(i)本集團數碼廣告收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度約231.9百萬港元輕微減少約2.7百萬港元至截至二零二二年十二月三十一日止年度約229.2百萬港元；及(ii)本集團印刷廣告收入由截至二零二一年十二月三十一日止年度約9.8百萬港元輕微減少約1.2百萬港元至截至二零二二年十二月三十一日止年度約8.6百萬港元。有關減少歸因於香港於二零二二年一月爆發COVID-19第五波疫情。政府於二零二二年第一季度實施嚴格的保持社交距離措施，嚴重影響多項經濟活動及香港的經濟氣氛。二零二二年第一季度香港實質本地生產總值按年縮減4.0%。鑑於同期實質本地生產總值收縮，本集團首四個月的收益較二零二一年同期下跌約6%。隨著第五波疫情逐漸緩和，以及二零二二年第四季度保持社交距離措施、檢疫措施及旅遊相關措施放寬，我們的業務有所復甦。

財務資料

其他收入及收益

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團其他收入及收益約為7.3百萬港元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約4.4百萬港元增加約64.8%。有關增加主要歸因於於二零二二年就COVID-19第五波疫情所收取保就業計劃項下政府補貼約5.7百萬港元。

僱員福利開支

僱員福利開支由截至二零二一年十二月三十一日止年度約104.6百萬港元減少約9.5%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約94.7百萬港元。有關減少主要歸因於已付本集團僱員的銷售佣金及花紅減少，主要由於大多數銷售員工達成的銷售收益屬於收益目標的較低範圍，及本公司已就花紅付款採取審慎做法。

製作成本

製作成本由截至二零二一年十二月三十一日止年度約53.9百萬港元增加約10.4%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約59.5百萬港元。有關增加主要由於就內容創作及製作工作委聘第三方自由職業者及藝人增加，被推廣成本減少所減緩的合併影響。

印刷成本

截至二零二二年十二月三十一日止年度，印刷成本約為3.0百萬港元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約2.9百萬港元增加約3.4%，主要由於Madame Figaro雜誌於截至二零二二年十二月三十一日止年度印刷量增加及取消新假期 x GOtrip二零二二年各季刊所致。

折舊及攤銷

折舊及攤銷由截至二零二一年十二月三十一日止年度約14.0百萬港元增加約21.9%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約17.1百萬港元，主要歸因於二零二一年十一月搬遷至現時的辦公室導致使用權資產折舊及物業、廠房及設備折舊增加。

財務資料

其他開支淨額

其他開支淨額由截至二零二一年十二月三十一日止年度約28.9百萬港元減少約7.7百萬港元或約26.6%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約21.3百萬港元。減少主要歸因於(i)[編纂]開支減少約5.2百萬港元；及(ii)與截至二零二一年十二月三十一日止年度相比，就預期信貸虧損作出的減值較少的合併影響。

融資成本

融資成本由截至二零二一年十二月三十一日止年度約3.2百萬港元增加約2.5百萬港元至截至二零二二年十二月三十一日止年度約5.6百萬港元，主要歸因於銀行借款利息付款增加及總部搬遷產生的租賃負債增加。

除稅前溢利

除稅前溢利由截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.1百萬港元增加約4.7百萬港元或約11.2%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約46.8百萬港元。除稅前利潤率由截至二零二一年十二月三十一日止年度約17.2%增至截至二零二二年十二月三十一日止年度約19.5%，主要歸因於(i)政府補貼的其他收入及收益增加；(ii)截至二零二二年十二月三十一日止年度產生的[編纂]開支減少；(iii)僱員福利開支減少；及(iv)因上文所述製作成本增加而有所緩和的合併影響。

所得稅開支

所得稅開支由截至二零二一年十二月三十一日止年度約9.1百萬港元減至截至二零二二年十二月三十一日止年度7.4百萬港元。減少主要由於(i)截至二零二二年十二月三十一日止年度不可扣稅收入增加，即本集團於保就業計劃項下收取的政府補貼；及(ii)不可扣稅[編纂]開支由截至二零二一年十二月三十一日止年度的約9.4百萬港元減至截至二零二二年十二月三十一日止年度的約4.1百萬港元。

年內溢利

由於前文所述，純利由截至二零二一年十二月三十一日止年度約33.0百萬港元增加約19.3%至截至二零二二年十二月三十一日止年度約39.4百萬港元以及淨利潤率由截至二零二一年十二月三十一日止年度約13.5%增至截至二零二二年十二月三十一日止年度約16.4%。

財務資料

截至二零二一年十二月三十一日止年度與截至二零二零年十二月三十一日止年度比較

收益

收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度約211.6百萬港元增加約33.6百萬港元或約15.9%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約245.2百萬港元。

收益增加主要歸因於數碼廣告收入由截至二零二零年十二月三十一日止年度約180.3百萬港元增加約51.6百萬港元至截至二零二一年十二月三十一日止年度約231.9百萬港元。董事認為，增長主要歸因於商戶及大眾適應COVID-19疫情，因此，於二零二一年下半年商戶恢復彼等因疫情而延遲的廣告支出以促進業務發展。較能適應疫情環境以及目標消費者為本地普通大眾的商戶，包括銀行、保險及投資服務、零售及線上商舖、電子產品、化妝品及護膚品、洗滌用品及家居用品、製藥行業，推動了數碼廣告收入的增長。

另一方面，我們錄得印刷廣告收入及發行收入減少，原因為我們停止出版東方新地三合一周刊，最後一期於二零二零年十二月發行，取而代之，推出季刊新假期 x GOtrip，該雜誌首期已於二零二一年三月發行。

其他收入及收益

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團其他收入及收益約為4.4百萬港元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約17.4百萬港元減少約74.5%。減少主要歸因於截至二零二零年十二月三十一日止年度的政府補貼約16.0百萬港元。

僱員福利開支

僱員福利開支於截至二零二一年十二月三十一日止年度輕微增至約104.6百萬港元，而於截至二零二零年十二月三十一日止年度則約為99.5百萬港元，主要是由於銷售佣金及花紅由截至二零二零年十二月三十一日止年度的6.0百萬港元增至截至二零二一年十二月三十一日止年度的17.1百萬港元。有關增加主要歸因於儘管截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團並未收到政府補貼，而於截至二零二零年十二月三十一日止年度收到約16.0百萬港元，花紅因經調整純利(非香港財務報告準則計量)增加約1.2百萬港元而增加約7.9百萬港元。

財務資料

製作成本

製作成本由截至二零二零年十二月三十一日止年度約47.3百萬港元增加約6.6百萬港元或約14.1%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約53.9百萬港元。增加主要歸因於我們持續將業務重心由印刷業務轉向數碼廣告而增加推廣成本。

印刷成本

印刷成本由截至二零二零年十二月三十一日止年度約8.4百萬港元減少約5.5百萬港元或約65.8%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約2.9百萬港元。減少主要歸因於終止發行東方新地三合一周刊，最後一期於二零二零年十二月發行，取而代之，推出季刊新假期 x GOtrip，該雜誌首期已於二零二一年三月發行。

折舊及攤銷

折舊及攤銷由截至二零二零年十二月三十一日止年度約11.3百萬港元增加約2.7百萬港元或約23.5%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約14.0百萬港元。

其他開支，淨額

其他開支淨額由截至二零二零年十二月三十一日止年度約14.0百萬港元增加約14.9百萬港元或約106.8%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約28.9百萬港元。增加主要歸因於(i)[編纂]開支，截至二零二一年十二月三十一日止年度約為9.4百萬港元；及(ii)貿易應收款項減值增加約2.0百萬港元、企業費用約1.0百萬港元、租金及管理費約0.8百萬港元以及資訊科技開支約0.7百萬港元。

融資成本

融資成本由截至二零二零年十二月三十一日止年度約1.8百萬港元增加約1.3百萬港元或約73.8%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約3.2百萬港元，主要因為截至二零二零年十二月三十一日前向新傳媒投資償還貸款後其他借款利息減少、銀行借款利息及租賃負債利息增加。

財務資料

除稅前溢利

除稅前溢利由截至二零二零年十二月三十一日止年度約46.7百萬港元減少約4.6百萬港元或約9.8%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約42.1百萬港元。除稅前毛利率由截至二零二零年十二月三十一日止年度約22.1%減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約17.2%，主要由於如上文所解釋錄得的收益及其他開支淨額增加及其他收入及收益減少的合併影響。

所得稅開支

所得稅開支由截至二零二零年十二月三十一日止年度約5.5百萬港元增至截至二零二一年十二月三十一日止年度約9.1百萬港元。有關增加主要由於不可扣稅開支(尤其是[編纂]開支)增加所致。

年內溢利

由於上文所述，純利由截至二零二零年十二月三十一日止年度約41.2百萬港元減少約19.7%至截至二零二一年十二月三十一日止年度約33.0百萬港元以及淨利潤率由截至二零二零年十二月三十一日止年度約19.5%減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約13.5%。純利減少主要歸因於年內產生[編纂]開支約9.4百萬港元及並無如截至二零二零年十二月三十一日止年度般收到政府補貼約16.0百萬港元。

[編纂]開支

[編纂]開支主要包括與[編纂]相關的法律及其他專業費用。[編纂]開支(包括[編纂]的[編纂](由(i)[編纂]費約[編纂]百萬港元，及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元(包括法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]百萬港元及其他費用及開支約[編纂]百萬港元)組成))估計約為[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%)，其中與[編纂]相關的約[編纂]百萬港元預計將於發行[編纂]後確認為自股權扣除(假設[編纂]每股股份[編纂]，即指示性[編纂]範圍[編纂]至[編纂]的中位數)，及預期約[編纂]百萬港元於綜合損益表內反映，其中(i)約[編纂]百萬港元已於截至二零二一年十二月三十一日止年度確認；及(ii)約[編纂]百萬港元已於截至二零二二年十二月三十一日止年度確認，及預期結餘約[編纂]百萬港元將於往績記錄期後確認。截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的財務表現及經營業績將會受到[編纂]開支的重大不利影響。

財務資料

董事謹此強調，上述[編纂]開支乃現時所作估計，僅供參考用途，將予確認之實際金額須視乎審計及可變因素及假設變動予以調整。

流動資金及資本資源

本集團以往主要以經營活動所得現金流入、短期銀行借款及新傳媒投資提供的無抵押計息貸款為流動資金及資本需求撥付資金。本集團於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度自經營活動產生的淨現金流入分別約為41.0百萬港元、30.0百萬港元及59.5百萬港元。

通常，本集團有能力在經營中產生充足現金，從而滿足持續營運現金需求及本集團業務的整體擴展。本集團並無且預期不會在履行到期財務責任方面經歷任何困難。

展望未來，本集團相信融資需求將通過[編纂][編纂]、經營活動產生的現金及銀行借款等多種方式滿足。

下表載列摘自往績記錄期的綜合現金流量表的節選現金流量數據。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
經營活動所得現金流量淨額	40,981	29,989	59,526
投資活動所用現金流量淨額	(1,316)	(5,119)	(21,774)
融資活動所用現金流量淨額	(25,344)	(32,803)	(41,379)
現金及現金等價物			
增加／(減少)淨額	14,321	(7,933)	(3,627)
年初現金及現金等價物	17,052	31,466	23,525
外匯利率變動的影響，淨額	93	(8)	32
年末現金及現金等價物， 即現金及銀行結餘	<u>31,466</u>	<u>23,525</u>	<u>19,930</u>

財務資料

經營活動所得現金流量

經營活動所得現金流量主要與收取提供數碼及印刷廣告解決方案付款及印刷發行銷售額有關。經營活動所用現金主要與製作成本付款、僱員福利開支及相關業務經營的其他成本有關。經營活動所得現金流量淨額反映年內除稅前溢利，經就物業、廠房及設備折舊以及營運資金變動等非現金項目作出調整。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，經營活動所得現金流量淨額約為41.0百萬港元，主要反映營運資金變動前經營所得現金流入約59.8百萬港元，經營運資金變動予以調整，包括(i)由於年內收益減少，導致貿易應收款項減少約8.9百萬港元；(ii)由於我們在年內退租部分空間，導致根據辦公室物業租賃協議規定的預付款項、按金及其他應收款項減少1.1百萬港元；(iii)貿易應付款減少約0.2百萬港元；及(iv)其他應付款項及應計費用減少約8.0百萬港元，主要乃由於僱員福利開支的應付款項及應計費用減少所致。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，經營活動所得現金流量淨額約為30.0百萬港元，主要反映營運資金變動前經營所得現金流入約57.7百萬港元，經營運資金變動予以調整，包括(i)貿易應收款項增加約17.5百萬港元；(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加約7.1百萬港元；(iii)貿易應付款項減少約2.6百萬港元；及(iv)其他應付款項及應計費用增加約10.1百萬港元。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，經營活動所得現金流量淨額約為59.5百萬港元，主要反映營運資金變動前經營現金流入約69.1百萬港元，經營運資金變動作出調整，主要包括(i)貿易應收款項減少約7.7百萬港元；(ii)預付款項、按金及其他應收款項增加約0.6百萬港元；(iii)貿易應付款項增加約0.7百萬港元；及(iv)有關經營活動的其他應付款項及應計費用減少12.9百萬港元。

投資活動所用現金流量

投資活動所用現金流量主要包括購買物業、廠房及設備項目及添置無形資產。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金流量淨額約為1.3百萬港元，主要反映年內有關外部開發的媒體品牌流動應用程式的無形資產添置約1.2百萬港元。

財務資料

截至二零二一年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金流量淨額約為5.1百萬港元，主要反映就搬遷總部至我們當前的辦公室購買物業、廠房及設備項目。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金流量淨額約為21.8百萬港元，主要反映就搬遷總部至我們當前的辦公室購買物業、廠房及設備項目。

融資活動所用現金流量淨額

融資活動所用現金流量主要包括償還銀行借款及其他借款、支付借款利息、已付股息及租賃負債及其相關利息付款。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，融資活動所用現金流量淨額約為25.3百萬港元，主要反映(i)償還其他借款約36.5百萬港元；(ii)現時組成本集團的一間公司向其當時的股東支付股息21.0百萬港元；(iii)支付租賃負債及其相關利息約10.3百萬港元；及(iv)償還銀行借款約5.2百萬港元，部分被(i)新提取其他借款32.5百萬港元；及(ii)新提取銀行貸款約15.5百萬港元所抵銷。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，融資活動所用現金流量淨額約為32.8百萬港元，主要反映(i)支付股息44.0百萬港元；(ii)支付租賃負債及其相關利息約12.6百萬港元；(iii)償還銀行借款約10.3百萬港元；及(iv)新提取銀行貸款35.0百萬港元。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，融資活動所用現金流量淨額約為41.4百萬港元，主要反映(i)償還銀行借款約60.7百萬港元；及(ii)支付租賃負債及其相關利息約13.4百萬港元，被新提取銀行貸款約46.7百萬港元所抵銷。

營運資金

董事認為，經考慮本集團可動用財務資源，包括(i)本集團可動用銀行融資；(ii)於往績記錄期經營活動所得現金淨額；(iii)於二零二二年十二月三十一日約19.9百萬港元及於二零二三年四月三十日約16.2百萬港元的現金及現金等價物；及(iv)我們將收取的[編纂]估計[編纂]約[編纂]百萬港元(假設[編纂]為每股[編纂][編纂]，即指示性[編纂]範圍的中位數)，本集團擁有充足營運資金應付本文件日期起計至少未來12個月的目前營運資金需求。

財務資料

綜合財務狀況表主要項目的討論

財務狀況表

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備	907	24,971	22,610
使用權資產	17,683	74,714	62,789
無形資產	1,016	725	408
預付款項、按金及其他應收款項	2,652	3,027	2,960
遞延稅項資產	1,202	351	508
非流動資產總值	23,460	103,788	89,275
流動資產			
貿易應收款項	63,417	78,814	71,470
預付款項、按金及其他應收款項	3,273	8,384	9,144
可收回稅項	—	905	—
已抵押銀行存款	800	800	800
現金及現金等價物	31,466	23,525	19,930
流動資產總值	98,956	112,428	101,344
流動負債			
貿易應付款項	8,037	5,439	6,107
其他應付款項及應計費用	20,849	51,272	18,371
計息銀行及其他借款	10,318	35,000	21,000
租賃負債	10,460	9,858	10,536
應付稅項	2,860	1,363	3,594
流動負債總額	52,524	102,932	59,608
流動資產淨值	46,432	9,496	41,736
總資產減流動負債	69,892	113,284	131,011
非流動負債			
租賃負債	12,483	62,692	52,956
撥備	2,415	6,557	6,557
非流動負債總額	14,898	69,249	59,513
資產淨值	54,994	44,035	71,498
權益			
母公司擁有人應佔權益			
已發行股本	—	—	—
儲備	54,994	44,035	71,498
權益總額	54,994	44,035	71,498

財務資料

非流動資產

非流動資產主要包括物業、廠房及設備、使用權資產、無形資產、預付款項、按金及其他應收款項以及遞延稅項資產。

非流動資產總值由二零二零年十二月三十一日約23.5百萬港元增至二零二一年十二月三十一日約103.8百萬港元，增加約80.3百萬港元或342.4%。增加主要歸因於搬遷總部造成使用權資產及廠房及設備增加。

非流動資產總值由二零二一年十二月三十一日約103.8百萬港元減至二零二二年十二月三十一日約89.3百萬港元，減少約14.5百萬港元或14.0%。減少主要歸因於租賃協議項下就現時的辦公室確認的使用權資產減少。

流動資產

流動資產主要包括貿易應收款項、預付款項、按金及其他應收款項、可收回稅項、已抵押銀行存款以及現金及現金等價物。

貿易應收款項由二零二零年十二月三十一日約63.4百萬港元增加約24.3%至二零二一年十二月三十一日約78.8百萬港元。於二零二二年十二月三十一日，貿易應收款項減至約71.5百萬港元。有關結餘整體上與本集團相應財政年度的收益一致。

預付款項、按金及其他應收款項由二零二零年十二月三十一日約3.3百萬港元增加約156.2%至二零二一年十二月三十一日約8.4百萬港元，主要歸因於[編纂]開支預付款項及現時總部新租約的按金增加。於二零二二年十二月三十一日，預付款項、按金及其他應收款項由二零二一年十二月三十一日約8.4百萬港元增加約9.1%至約9.1百萬港元。有關增加主要歸因於[編纂]開支的其他預付款項。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，可收回稅項分別為零、約0.9百萬港元及零。

已抵押銀行存款於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日維持穩定，為0.8百萬港元。

現金及現金等價物由二零二零年十二月三十一日約31.5百萬港元減少約25.2%至二零二一年十二月三十一日約23.5百萬港元，主要歸因於產生[編纂]開支。於二零二二年十二月三十一日，現金及現金等價物進一步減至約19.9百萬港元或約15.3%，主要由於產生[編纂]開支所致。

財務資料

流動負債

流動負債主要包括貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、計息銀行借款及其他借款、租賃負債及應付稅項。

貿易應付款項由二零二零年十二月三十一日約8.0百萬港元減少約32.3%至二零二一年十二月三十一日約5.4百萬港元，主要由於終止發行東方新地三合一周刊減少了印刷成本所致。於二零二二年十二月三十一日，貿易應付款項增至約6.1百萬港元，與截至二零二二年十二月三十一日止年度其他製作成本增加一致。

其他應付款項及應計費用由二零二零年十二月三十一日約20.8百萬港元增加約145.9%至二零二一年十二月三十一日約51.3百萬港元，主要歸因於現時總部新租賃之租賃裝修應計費用。於二零二二年十二月三十一日，其他應付款項及應計費用減至約18.4百萬港元，主要歸因於截至二零二二年十二月三十一日止年度結算租賃裝修的應計費用及應計員工成本減少。

計息銀行及其他借款由二零二零年十二月三十一日約10.3百萬港元大幅增加約3.4倍至二零二一年十二月三十一日約35.0百萬港元，主要由於年內自銀行提取貸款所致。於二零二二年十二月三十一日，結餘減至約21.0百萬港元，主要由於償還部分所述銀行貸款金額20.0百萬港元及提取新增銀行貸款6.0百萬港元所致。

流動租賃負債由二零二零年十二月三十一日約10.5百萬港元減少約5.8%至二零二一年十二月三十一日約9.9百萬港元，乃由於提早終止新傳媒集團中心的租賃協議及就現時總部訂立新租賃協議所致。於二零二二年十二月三十一日，流動租賃負債維持相對穩定在約10.5百萬港元。

應付稅項由二零二零年十二月三十一日約2.9百萬港元減少約52.3%至二零二一年十二月三十一日約1.4百萬港元。應付稅項由二零二一年十二月三十一日約1.4百萬港元增加約2.2百萬港元或163.7%至二零二二年十二月三十一日約3.6百萬港元，主要歸因於應計所得稅開支約7.4百萬港元及已付香港利得稅約4.4百萬港元。

財務資料

流動資產淨值

流動資產淨值由二零二零年十二月三十一日約46.4百萬港元減至二零二一年十二月三十一日約9.5百萬港元，主要由於計息銀行及其他借款增加及新總部的新租賃產生的其他應付款項及應計費用增加所致。流動資產淨值由二零二一年十二月三十一日約9.5百萬港元增至二零二二年十二月三十一日約41.7百萬港元，主要由於其他應付款項及應計費用減少所致。

節選綜合財務狀況表項目的討論

貿易應收款項

貿易應收款項指就廣告服務應收客戶款項及發行收入。本集團與客戶的交易條款／結算安排通常根據特定合約條款或參照客戶過往付款記錄及／或業務關係而訂立的行業慣例，可能包括預付款項、提供交貨／服務時付款或長達90天或以上的信貸期。雜誌銷售的發行收入的結算一般由發行商在核實已售雜誌數量後約10天內向本集團支付。本集團力求嚴格控制其未收取的應收款項。管理層會審查逾期餘額。本集團對其貿易應收款項餘額並無持有任何抵押品或其他信用增級。貿易應收款項不計息。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，本集團貿易應收款項分別約為63.4百萬港元、78.8百萬港元及71.5百萬港元，主要指數碼廣告服務發票的未結算金額。下表載列於所示日期貿易應收款項的明細：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
貿易應收款項	67,387	84,891	76,570
減值	(3,970)	(6,077)	(5,100)
	<u>63,417</u>	<u>78,814</u>	<u>71,470</u>

財務資料

下表載列對本集團貿易應收款項(扣除虧損撥備)的賬齡分析(基於發票日期)：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
1個月內	23,792	26,676	27,116
1至3個月	22,475	26,990	22,988
3至6個月	14,108	18,524	13,886
6至12個月	2,298	5,297	6,573
1年至2年	688	964	862
2年以上	56	363	45
	<u>63,417</u>	<u>78,814</u>	<u>71,470</u>

貿易應收款項由二零二零年十二月三十一日約63.4百萬港元增至二零二一年十二月三十一日約78.8百萬港元及減至二零二二年十二月三十一日約71.5百萬港元。於二零二一年十二月三十一日，貿易應收款項增加乃收益增加及客戶需要更長的時間結算付款的合併影響，因為彼等的營運已分別受到 COVID-19第四波疫情的影響。

下表載列於往績記錄期貿易應收款項的周轉日數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 天	二零二一年 天	二零二二年 天
貿易應收款項周轉日數(附註)	124.3	113.3	122.4

附註：貿易應收款項周轉日數為相關年度平均貿易應收款項結餘總額(不扣除虧損撥備)除以收益乘以年內日數(即就截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度而言為365天、就截至二零二零年十二月三十一日止年度而言為366天。平均貿易應收款項結餘為相關年度年初及年末貿易應收款項結餘總額(不扣除虧損撥備)的平均值。

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，貿易應收款項周轉日數分別約為124.3天、113.3天及122.4天。貿易應收款項周轉日數相對較長，乃由於我們的主要客戶(主要為廣告代理公司)通常需要較長時間結算發票，而董事認為這符合行業慣例。貿易應收款項平均周轉日數較長主要由於客戶的經營受 COVID-19疫情的影響，彼等須較長時間結算付款所致。

財務資料

儘管如此，董事認為，經考慮(i)貿易應收款項結餘通常為應收與本集團有持續及／或潛在未來業務關係的客戶(包括4A廣告代理公司)款項，該等公司於往績記錄期均為與本集團有10年以上業務關係的大客戶及通常花費更長時間結算貿易應收款項；(ii)與客戶就貿易應收款項並無重大異議或爭議；及(iii)於往績記錄期，該等客戶一直有向本集團支付未付款發票，於往績記錄期各期末及於最後實際可行日期，並無未償還應收款項(尤其是賬齡超過90天者)的重大收回問題。董事認為，本集團根據相關會計政策，基於預期信貸虧損模式就往績記錄期內各年度的貿易應收款項作出充足的撥備。

於最後實際可行日期，於二零二二年十二月三十一日貿易應收款項總額中約64.4百萬港元或84.2%隨後已結算，其中(i)約34.3百萬港元，佔逾期少於1個月的貿易應收款項總額約93.0%，已於隨後結算；(ii)約16.4百萬港元，佔逾期1個月至3個月的貿易應收款項總額約86.2%，已於隨後結算；(iii)約7.6百萬港元，佔逾期3個月至6個月的貿易應收款項總額約75.9%，已於隨後結算；(iv)約4.9百萬港元，佔逾期6個月至12個月的貿易應收款項總額約60.6%，已於隨後結算；及(v)約1.3百萬港元，佔逾期1年的貿易應收款項總額約49.2%，已於隨後結算。

基於所進行的盡職審查工作，聯席保薦人認為，於往績記錄期，並無與本集團貿易應收款項可收回性有關的問題。

預付款項、按金及其他應收款項

下表載列於所示日期的預付款項、按金及其他應收款項：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
預付款項	2,854	6,031	6,727
按金及其他應收款項	<u>3,071</u>	<u>5,380</u>	<u>5,377</u>
	5,925	11,411	12,104
減：非即期部分	<u>(2,652)</u>	<u>(3,027)</u>	<u>(2,960)</u>
即期部分	<u><u>3,273</u></u>	<u><u>8,384</u></u>	<u><u>9,144</u></u>

財務資料

預付款項主要包括資訊科技服務(例如數據分析工具、雲存儲服務)預付款項、保險及製作成本預付款項。按金及其他應收款項主要包括辦公室物業及配套設施(例如儲藏室及停車位)的租金按金、水電費按金及其他收入之應收款項。結餘總額由二零二零年十二月三十一日的約5.9百萬港元增至二零二一年十二月三十一日的約11.4百萬港元，主要由於[編纂]開支預付款項約2.8百萬港元及現時總部新租約的租金按金增加約3.5百萬港元所致。於二零二二年十二月三十一日，結餘總額輕微增至約12.1百萬港元，主要由於(i)[編纂]開支預付款項增加約1.2百萬港元；及(ii)於二零二二年十二月三十一日尚待收取的保就業計劃項下政府補貼約1.9百萬港元，終止新傳媒集團中心租約而退還按金約1.5百萬港元所抵銷。

於最後實際可行日期，於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日按金及其他應收款項約98.4%、40.7%及36.1%已於隨後退還及結算。於二零二一年及二零二二年十二月三十一日按金及其他應收款項的餘下部分包括租金按金及許可人持有的辦公設施及設備的按金。

貿易應付款項

貿易應付款項主要包括社交媒體平台推廣成本、其他製作成本及印刷成本的未償還應付款項。通常，供應商授予本集團最長達90天的信貸期。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，本集團的貿易應付款項分別約為8.0百萬港元、5.4百萬港元及6.1百萬港元。於二零二一年十二月三十一日的貿易應付款項結餘減少主要由於因終止刊發東方新地三合一周刊所致，而新推出的新假期 x GOtrip雜誌為季刊，減少了印刷成本。於二零二二年十二月三十一日的貿易應付款項增加，與截至二零二二年十二月三十一日止年度製作成本增加一致。

下表載列對本集團於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日的貿易應付款項(基於發票日期)的賬齡分析：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
少於30日	5,840	5,052	5,350
30日至90日	1,846	321	436
90日以上	351	66	321
	<u>8,037</u>	<u>5,439</u>	<u>6,107</u>

財務資料

下表載列於往績記錄期貿易應付款項的周轉日數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 天	二零二一年 天	二零二二年 天
貿易應付款項周轉日數(附註)	53.6	43.3	33.7

附註：貿易應付款項周轉日數為相關年度平均貿易應付款項結餘除以製作成本及印刷成本總額，再乘以年內日數(即就截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度而言為365天，就截至二零二零年十二月三十一日止年度而言為366天)。平均貿易應付款項結餘為相關年度年初及年末貿易應付款項的平均值。

貿易應付款項周轉日數由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約53.6天減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約43.3天，並進一步減少至截至二零二二年十二月三十一日止年度約33.7天。貿易應付款項周轉日數不斷減少主要由於重組印刷業務導致印刷成本不斷減少，與製作成本相比，其成本的信貸期整體較長。貿易應付款項周轉日數通常與供應商授出的整體信貸期限一致。

於最後實際可行日期，本集團於二零二二年十二月三十一日貿易應付款項中約6.1百萬港元或99.4%已於隨後結算。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無任何重大拖欠支付貿易應付款項。

其他應付款項及應計費用

下表載列於所示日期其他應付款項及應計費用：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
合約負債	2,510	1,506	1,510
其他應付款項及應計費用	18,339	49,766	16,861
	<u>20,849</u>	<u>51,272</u>	<u>18,371</u>

本集團其他應付款項及應計費用主要包括僱員福利開支應付款項及應計費用、預收客戶款項、應計製作成本、資訊科技開支及行政開支的應付款項及應計費用、就企業服務應付英皇集團費用、已收發行商按金、提供審計費用及應付銷售獎勵以及於二零二一年十二月三十一日的應計租賃裝修。合約負債指已收關於數碼廣告及發行收入

財務資料

的預收款項。於二零二一年十二月三十一日，合約負債減少主要由於就銷售／訂閱雜誌及書籍及數碼廣告而已收客戶短期預收款項減少。於二零二二年十二月三十一日，合約負債保持相對穩定。

其他應付款項及應計費用由二零二零年十二月三十一日的約18.3百萬港元增至二零二一年十二月三十一日的約49.8百萬港元，主要由於我們新總部的新租賃之租賃裝修之其他應付款項及應計費用約為20.8百萬港元及員工成本應付款項及應計費用約15.3百萬港元所致。

於二零二二年十二月三十一日，其他應付款項及應計費用減至約16.9百萬港元，主要由於(i)員工成本應付款項及應計費用由二零二一年十二月三十一日約15.3百萬港元減至二零二二年十二月三十一日約4.5百萬港元及(ii)結算租賃裝修約20.8百萬港元(於截至二零二一年十二月三十一日止年度產生)所致。

財務資料

流動資產淨值

下表載列於所示日期的流動資產及流動負債：

	於十二月三十一日			於
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	二零二三年
	千港元	千港元	千港元	四月三十日
				千港元
				(未經審核)
流動資產				
貿易應收款項	63,417	78,814	71,470	55,472
預付款項、按金及其他應收款項	3,273	8,384	9,144	7,747
可收回稅項	–	905	–	–
已抵押銀行存款	800	800	800	800
現金及現金等價物	31,466	23,525	19,930	16,207
流動資產總值	<u>98,956</u>	<u>112,428</u>	<u>101,344</u>	<u>80,226</u>
流動負債				
貿易應付款項	8,037	5,439	6,107	4,530
其他應付款項及應計費用	20,849	51,272	18,371	18,938
計息銀行及其他借款	10,318	35,000	21,000	13,000
租賃負債	10,460	9,858	10,536	9,653
應付稅項	2,860	1,363	3,594	2,379
流動負債總額	<u>52,524</u>	<u>102,932</u>	<u>59,608</u>	<u>48,500</u>
流動資產淨值	<u>46,432</u>	<u>9,496</u>	<u>41,736</u>	<u>31,726</u>

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日以及二零二三年四月三十日，本集團擁有流動資產淨值分別約46.4百萬港元、9.5百萬港元、41.7百萬港元及40.8百萬港元。

於往績記錄期，流動資產及流動負債的主要項目波動之解釋載於本節「綜合財務狀況表主要項目的討論」一段。

財務資料

主要財務比率

下表載列於往績記錄期本集團若干主要財務比率：

	截至十二月三十一日止年度／ 於十二月三十一日		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
淨利潤率(%) ⁽¹⁾	19.5	13.5	16.4
股本回報率(%) ⁽²⁾	74.9	75.1	55.1
總資產回報率(%) ⁽³⁾	33.6	15.3	20.7
流動比率(倍) ⁽⁴⁾	1.9	1.1	1.7
速動比率(倍) ⁽⁵⁾	1.9	1.1	1.7
利息覆蓋率(倍) ⁽⁶⁾	26.7	14.3	9.3
資本負債比率(%) ⁽⁷⁾	21.5	82.7	31.1
債務股本比率(%) ⁽⁸⁾	不適用	27.5	2.1

附註：

- (1) 淨利潤率乃按年內純利除以年內總收益，再乘以100%計算。
- (2) 股本回報率乃按年內純利除以年末權益總額，再乘以100%計算。
- (3) 總資產回報率乃按年內純利除以年末總資產，再乘以100%計算。
- (4) 流動比率乃按年末流動資產總值除以年末流動負債總額計算。
- (5) 速動比率乃按年末流動資產總值(不包括存貨)除以年末流動負債總額計算。
- (6) 利息覆蓋率乃按年內除利息及稅項前溢利除以年內融資成本計算。
- (7) 資本負債比率乃按年末債務總額除以年末股本總額，再乘以100%計算。債務總額包括計息銀行及其他借款、應付關聯方款項。
- (8) 債務股本比率乃按年末債務淨額除以年末股本總額，再乘以100%計算。債務淨額定義為債務總額，扣除現金及現金等價物及已抵押銀行存款。

財務資料

股本回報率

截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，本集團股本回報率維持穩定，分別約為74.9%及75.1%。截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團股本回報率減至約55.1%，主要歸因於(i)計息銀行及其他借款減少約14.0百萬港元，(ii)應付員工成本及應計費用由二零二一年十二月三十一日約15.3百萬港元減至二零二二年十二月三十一日約4.5百萬港元，及(iii)於截至二零二一年十二月三十一日止年度發生的結算租賃裝修約20.8百萬港元，導致股本增加。

總資產回報率

截至二零二一年十二月三十一日止年度，總資產回報率由截至二零二零年十二月三十一日止年度約33.6%減至約15.3%，主要由於純利減少及資產總值增加的合併影響所致。截至二零二二年十二月三十一日止年度，總資產回報率增至約20.7%，主要歸因於所討論的純利增加及資產總值減少的合併影響。

流動比率及速動比率

本集團的流動比率由二零二零年十二月三十一日的約1.9倍減至二零二一年十二月三十一日的約1.1倍。於二零二二年十二月三十一日，本集團流動比率增至約1.7倍。於二零二一年十二月三十一日的流動比率減少主要歸因於計息銀行及其他借款增加。於二零二二年十二月三十一日的流動比率增加主要歸因於其他應付款項及應計費用的大幅減少以及計息銀行及其他借款減少。由於我們並無存貨，速動比率與流動比率相同。

利息覆蓋率

利息覆蓋率由截至二零二零年十二月三十一日止年度的約26.7倍減至截至二零二一年十二月三十一日止年度約14.3倍，主要由於二零二一年產生[編纂]開支及二零二一年融資成本增加所致。截至二零二二年十二月三十一日止年度，利息覆蓋率進一步減至約9.3倍，主要由於年內計息銀行借款利息金額增加導致融資成本增加所致。

資本負債比率

資本負債比率由二零二零年十二月三十一日的約21.5%增至二零二一年十二月三十一日的約82.7%，主要由於計息銀行借款增加所致，其詳情載於下文「銀行借款」一段。於二零二二年十二月三十一日，資本負債比率減至約31.1%，主要歸因於計息銀行

財務資料

借款減少及於二零二二年十二月三十一日的其他應付款項及應計費用大幅減少的合併影響，導致本集團於二零二二年十二月三十一日的權益總額增加。

債務股本比率

債務股本比率並不適用於本集團，原因為我們於二零二零年十二月三十一日有淨現金頭寸。於二零二一年十二月三十一日，債務股本比率約27.5%，主要歸因於本年度提取循環銀行融資35.0百萬港元所致。於二零二二年十二月三十一日，債務股本比率約為2.1%，主要歸因於如上所述，計息銀行及其他借款減少約14.0百萬港元，從而減少本集團的債務淨額。

債務

下表載列於所示日期的債務：

	於十二月三十一日			於二零二三年
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元	四月三十日 千港元 (未經審核)
於一年內或按要求償還的				
銀行借款*				
— 有抵押	—	35,000	15,000	7,000
— 無抵押	10,318	—	6,000	6,000
應付關聯公司款項—無抵押	1,485	1,431	1,234	870
	<u>11,803</u>	<u>36,431</u>	<u>22,234</u>	<u>13,870</u>
租賃負債	<u>22,943</u>	<u>72,550</u>	<u>63,492</u>	<u>59,812</u>
總額	<u><u>34,746</u></u>	<u><u>108,981</u></u>	<u><u>85,726</u></u>	<u><u>73,682</u></u>

* 相關協議載有按要求償還條款，給予各貸款人無條件權利在任何時候收回各自的借款，因此，就上述分析而言，總金額被列為「按要求」。

銀行借款

於往績記錄期，我們自若干香港銀行獲得若干短期銀行借款融資。於二零二零年十二月三十一日，本集團銀行借款按香港銀行同業拆息率加1.45%的年利率計息。短期銀行借款融資由NMG提供的公司擔保作抵押。

財務資料

於二零二零年十二月三十一日，本集團銀行借款融資總額約為15.5百萬港元，其中總額約10.3百萬港元於二零二零年十二月三十一日已動用。於截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團短期銀行借款融資項下提取的銀行借款已悉數償還。

於二零二一年六月，我們獲得一家香港銀行（「該銀行」）授出一項無承諾循環銀行貸款融資，融資限額為35.0百萬港元，作營運資金用途，乃由本公司的公司擔保及本集團的若干貿易應收款項作抵押。於二零二一年十二月三十一日，循環銀行貸款融資項下提取的銀行貸款按該銀行的港元最優惠貸款利率與其融資成本之較高者計息。截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團於循環銀行貸款融資項下提取的銀行借款已悉數償還。

於上述循環銀行貸款融資屆滿後，我們於二零二二年十二月從該銀行獲得另一項無承諾循環貸款融資，融資限額為30.0百萬港元，其中於二零二二年十二月三十一日及二零二三年四月三十日獲動用的金額分別為15.0百萬港元及7.0百萬港元。循環貸款融資乃由本公司的公司擔保及本集團的若干貿易應收款項作抵押。該循環銀行貸款融資項下提取的貸款按一個月香港銀行同業拆息率加4.5%的年利率與該銀行融資成本加4.5%的年利率之較高者計息。該無承諾循環銀行貸款融資的進一步詳情載於本文件附錄一所載會計師報告第II部分附註22。於最後實際可行日期，本融資項下的未償還本金額為2.0百萬港元及除該銀行慣常的優先取款權外，該未承諾循環銀行貸款融資仍可供提取的最高金額為28.0百萬港元。

於二零二二年第四季度，我們自一家銀行獲得一項定期貸款融資（「該融資」），該融資限額為6.0百萬港元，其中全部於二零二二年十二月三十一日已動用。該融資由本公司提供無限金額擔保。楊受成產業控股簽署一份承諾契據，倘於本集團接納該融資十一個月內本公司並無於聯交所[編纂]，則楊受成產業控股將提供或促使向本集團提供充足資金，以悉數償還該融資項下的所有未償還款項。該融資項下提取的貸款按香港銀行同業拆息率加2.75%的年利率計息及須於二零二三年十一月償還。有關該定期貸款融資的進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告第II部分附註22。

應付關聯公司款項

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日以及二零二三年四月三十日，應付關聯公司款項分別約為1.5百萬港元、1.4百萬港元、1.2百萬港元及0.9百萬港元。應付關聯公司款項為非交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。該等款項將於[編纂]前結算。

財務資料

租賃負債

租賃負債指我們的辦公室物業及若干設備於各租賃協議的租賃期內作出的租賃付款的現值，乃使用於各租賃開始日期的本集團增量借款利率貼現。

於二零二一年四月，裕勝根據相應租賃協議的條款向我們發出提早終止通知，於二零二二年一月三十一日終止租賃。本集團於二零二一年的租賃負債增加主要歸因於開始與總部搬遷有關的新租賃及現有租賃的修訂及租賃負債付款的合併影響。

董事確認，於整個往績記錄期及直至最後實際可行日期，概無嚴重延遲償還或拖欠銀行借款或嚴重違反本集團的銀行及其他借款融資所載的條款及條文。

或然負債

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日以及二零二三年四月三十日，本集團並無任何重大或然負債。

免責聲明

除「債務」一節另行披露者外以及除集團內公司間負債及一般貿易應付款項外，於二零二三年四月三十日(即編製本文件債務聲明的最後實際可行日期)，本集團概無任何未償還的已發行或同意將予發行的貸款資本、銀行透支、貸款或其他相似債項、承兌負債(不包括一般貿易票據)或承兌信貸、債權證、按揭、押記、租賃負債、擔保或其他重大或然負債。

重大債務變動

董事已確認，自二零二三年四月三十日(即釐定債務的最後實際可行日期)起及直至本文件日期，本集團負債、資本承擔及或然負債並無重大不利變動。董事已確認，於最後實際可行日期，本集團並無任何在[編纂]後不久籌集任何重大債務融資的計劃。

股息

本集團就截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度分別宣派股息約20.8百萬港元、34.0百萬港元及12.0百萬港元並已悉數結算。本集團於二零二三年三月亦宣派股息約10.0百萬港元，有關股息亦已悉數結算。

財務資料

於往績記錄期及於[編纂]前宣派及支付股息，不應被視為保證或表示我們日後將以該方式宣派及派付股息，或日後將宣派及派付任何股息。目前，董事會擁有絕對酌情權，決定是否建議在任何財政年度末派付任何股息，以及(如有)股息的金額及派付方式，而我們並無預設的股息分派比率。該酌情權受限於適用法律法規，包括開曼公司法及細則，亦需股東批准。日後宣派及派付的股息金額，將視乎(其中包括)以下因素而定：(i)整體財務狀況；(ii)實際及未來經營及流動資金狀況；(iii)未來的現金需求及可供使用情況；(iv)本集團貸款人可能施加的股息派付限制；(v)整體市場狀況；及(vi)董事會可能不時認為適當的任何其他因素。

可供分派儲備

開曼公司法規定，在開曼群島註冊成立的獲豁免公司(如本公司)，其股份溢價賬可按不時釐定的有關方式應用，但須遵守組織章程大綱及細則的任何規定，惟不得從股份溢價賬向其股東作出任何分派或股息，除非在緊隨建議作出分派或派付股息的日期之後，該公司能支付其正常業務過程中到期的債務。

資本承擔

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日及於最後實際可行日期，本集團並無任何重大資本承擔。

資本開支

歷史資本開支

於往績記錄期，資本開支主要與租賃裝修、傢俱、固定裝置及為辦公室購買的設備相關。截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，與添置租賃裝修、傢俱、固定裝置及設備的資本開支總額分別約為0.2百萬港元、25.3百萬港元及1.6百萬港元。於截至二零二一年十二月三十一日止年度產生之資本開支25.3百萬港元乃用於辦公室搬遷及改進資訊科技基礎設施。於往績記錄期，我們主要透過內部產生的資金及銀行借款為資本開支提供資金。

財務資料

計劃資本開支

我們擬將[編纂]部分[編纂]用於以下方面(其中包括)：(i)開發新平台，包括廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台；及(ii)建設內部媒體內容管理平台，估計資本開支分別約為[編纂]百萬港元及[編纂]百萬港元。

除上文所披露計劃資本開支及本文件「未來計劃及[編纂]」所披露者外，辦公室搬遷資本開支餘額及改進資訊科技基礎設施約2.3百萬港元及本集團將不時作出業務經營所需租賃裝修、傢俱、固定裝置及設備以及無形資產的添置外，於最後實際可行日期，本集團並無重大計劃資本開支。

物業權益

於最後實際可行日期，我們並未擁有任何物業及我們所有的經營地點均為租賃物業。有關租賃物業的詳情，請參閱本文件「業務－本集團租賃的物業」。

關聯方交易

於往績記錄期，我們已訂立若干關聯方交易，詳情載於會計師報告附註28。董事確認，於往績記錄期，該等關聯方交易乃按公平基準、正常商業條款進行，且向本集團提供的條款並不遜於獨立第三方提供的被認為屬公平合理的條款。

考慮到該等關聯方交易金額與本集團收益相比較，董事認為，上述關聯方交易並無扭轉於往績記錄期的財務業績或導致我們於往績記錄期的業績不能反映我們的未來表現。有關[編纂]後將繼續進行的關聯方交易之詳情，請參閱本文件「關連交易」。

資產負債表外交易

董事確認，於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，本集團並無任何重大資產負債表外交易。

財務資料

關於市場風險的定量及定性披露

流動資金風險

本集團於往績記錄期錄得經營活動所得現金流入淨額，主要因為本集團能夠保持除稅前正溢利水平。董事將密切監察當前及預期的流動資金需求，以使本集團擁有充足的現金資源，滿足與其金融負債有關的短期和長期的需求。

信貸風險

本集團金融資產包括貿易應收款項、計入預付款項、按金及其他應收款項內的金融資產以及現金及現金等價物，當中所涉及的信貸風險來自對手方違約，最大風險與該等工具的賬面值相等。

製作成本及僱員福利開支波動

以下敏感度分析說明於往績記錄期本集團製作成本及印刷成本及僱員福利開支(即本集團財務報表的主要組成部分)假設性波動對本集團除稅前溢利的影響。

下表載列於往績記錄期倘製作成本及印刷成本上升或下降5%、10%、15%而假定所有其他變量保持不變，製作成本及印刷成本假設波動對除稅前溢利影響的敏感度分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	除稅前 溢利	除稅前 溢利變動	除稅前 溢利	除稅前 溢利變動	除稅前 溢利	除稅前 溢利變動
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
製作成本及印刷成本變動						
15%	38,344	(17.9)	33,603	(20.2)	37,468	(20.0)
10%	41,128	(11.9)	36,442	(13.5)	40,594	(13.3)
5%	43,912	(6.0)	39,281	(6.7)	43,719	(6.7)
0%	46,696	-	42,120	-	46,844	-
-5%	49,480	6.0	44,959	6.7	49,969	6.7
-10%	52,264	11.9	47,798	13.5	53,094	13.3
-15%	55,048	17.9	50,637	20.2	56,220	20.0

財務資料

下表載列於往績記錄期倘僱員福利開支上升或下降5%、10%、15%而假定所有其他變量保持不變，僱員福利開支假設波動對除稅前溢利影響的敏感度分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	除稅前	除稅前	除稅前	除稅前	除稅前	除稅前
	溢利	溢利變動	溢利	溢利變動	溢利	溢利變動
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
僱員福利開支變動						
15%	31,775	(32.0)	26,427	(37.3)	32,641	(30.3)
10%	36,749	(21.3)	31,658	(24.8)	37,376	(20.2)
5%	41,722	(10.7)	36,889	(12.4)	42,110	(10.1)
0%	46,696	–	42,120	–	46,844	–
-5%	51,670	10.7	47,351	12.4	51,578	10.1
-10%	56,643	21.3	52,582	24.8	56,312	20.2
-15%	61,617	32.0	57,813	37.3	61,047	30.3

無重大不利變動

董事確認，自二零二二年十二月三十一日(即本集團最近經審核綜合財務報表的編製日期)起及直至本文件日期，本集團財務或經營狀況或前景並無重大不利變動，及並無事項將對本文件附錄一所載會計師報告所示資料造成重大影響。

上市規則項下披露規定

董事確認，截至最後實際可行日期，並無任何情況將引致須遵守上市規則第13.13至13.19條項下披露規定。

未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄二「A.未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表」。

往績記錄期後最新發展

有關詳情，請參閱本文件「概要－往績記錄期後最新發展」。

未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關業務策略及未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務－策略」一節。

[編纂]的理由

董事相信，[編纂]將為本集團執行「業務－策略」一節所述業務策略及未來計劃及提升市場競爭力提供財務資源。

誠如本文件「業務」一節所披露，本集團現已全面轉型為數碼媒體業界的領軍從業者，根據歐睿報告，就收益而言，於二零二零年、二零二一年及二零二二年連續三年均位列香港網絡廣告代理公司第二名。於二零零八年當NMG及其附屬公司作為新傳媒集團控股有限公司旗下公司首次在聯交所上市時，彼等從事傳統印刷媒體業務。即使直至二零一七年九月中國恒大集團出售其於NMG及其當時的附屬公司媒體分部的全部權益予AY Discretionary Trust之時（詳情載於本文件「歷史及發展－歷史」一節），數碼業務的收益僅佔總收益不足50%。

數碼廣告市場是一個快速變化的市場，競爭十分激烈。我們的業務模式依賴於我們吸引受眾到我們的媒體平台的能力，從而使我們能夠透過我們的媒體平台提供廣告解決方案，對由此產生的流量及瀏覽量轉化為盈利。我們認為，及時識別及捕捉上升趨勢的能力將鞏固及擴大我們的市場份額。根據歐睿報告，香港電子商務市場的總收益由二零一八年的854億港元增至二零二二年的1,836億港元，複合年增長率為21.1%，鑒於電子商務市場快速增長，廣告行業從業者已為其網絡廣告解決方案及能力方面分配更多資源，以幫助其客戶公司透過線上及社交媒體營銷活動更精準地覆蓋其目標消費者。因此，廣告總支出已由傳統媒體廣告轉向網絡廣告。與網絡媒體相比，預期傳統媒體（例如電視及電台）於預測期間錄得複合年增長率為負0.1%及預期印刷媒體於預測期間錄得複合年增長率為負5.0%。預期廣告行業的預測7.3%複合年增長率乃由傳統媒體向網絡媒體的需求轉變而帶動。本公司深知這一發展，並擬乘勢而上，透過開發新平台及收購相關平台擴大本集團的能力以把握有關增長。董事認為，由於廣告行業的動態性質，該擴展須及時執行，本集團越早採取這一舉措，就越有可能透過利用本集團現有平台的網絡效應把握最多市場機遇。董事認為，[編纂]將為加強本集團流動資金水平的最有效途徑，從而使本集團能夠迅速執行其擴展計劃，並保持本集團的先發優勢，擴大本集團的業務規模。

未來計劃及[編纂]

部分規模較小的市場從業者具有創新意念，但缺乏資源來實現彼等的意念以維持或擴大業務，以最大化透過其意念可能產生的收入。我們相信，收購或與該等市場從業者建立策略聯盟將產生協同效應，並可共同擴大我們的媒體網絡及商業化潛力。收購專為特定目的及／或市場開發的專用平台，將使我們能夠更深入了解我們的平台目前並無覆蓋的若干消費者群體，從而提高我們的廣告解決方案及服務。

另一方面，鑒於不同行業的數碼化趨勢，本集團亦擬進一步投資於科技基礎設施，以提高製作能力及抓住更多市場機會。本集團擬開發三個新平台，其中一個平台將具有自動化廣告投放系統，以簡化製作流程；而另外兩個平台將採用機器學習模型，以提高我們的數據分析能力，從而收集更多市場資訊，並利用我們可獲得的數據以提高我們的廣告解決方案細分市場能力及效率。為支持新平台的開發，我們將需要具備相關技能的新項目團隊，以進行開發。

董事認為較高的流動資金水平將使本集團能夠迅速實施既定戰略，並先於我們的競爭對手佔領潛在市場，從而保持先導者優勢，此舉在業內至關重要。過往，我們主要使用經營活動所得現金流入、短期銀行借款及新傳媒投資的無抵押計息貸款為流動資金及資本需求撥資。來自新傳媒投資的所有貸款已於截至二零二零年十二月三十一日止年度悉數償還。於二零二一年六月，我們獲得香港一家銀行提供的循環銀行融資，融資限額為35.0百萬港元，用作營運資金目的，除本公司的公司擔保外，仍須由本集團主要營運附屬公司的所有應收賬款作抵押。於有關融資於二零二二年十二月續期後，融資金額減至30.0百萬港元及利率已增加。該融資將於二零二三年十二月到期及於最後實際可行日期，28.0百萬港元可供提取。於二零二二年一月，我們獲得另一家銀行的融資，總額為15.7百萬港元，且不得超過本公司其中三間附屬公司各自稅單所示應付稅項金額的150%，到期期限僅為一年並已於二零二二年十一月悉數償還。儘管我們於二零二二年十一月從另一家銀行獲得一般銀行融資6.0百萬港元，並以本公司的公司擔保作抵押，有關融資的條件之一為倘本公司於指定期間未能在聯交所[編纂]，則須立即償還有關融資。於最後實際可行日期，有關一般銀行融資已悉數動用。董事認為，沒有[編纂]地位，倘無控股股東提供資產擔保及／或支援，我們將很難獲得額外的大額債務融資。鑑於本集團業務的性質(即為輕資產)，董事認為，本文件「業務一策略」一節所設想的債務融資數額為我們的業務策略及未來計劃提供足夠資金並不可行，因為我們並沒有重大固定資產或其他流動資產可作為此類債務融資的擔保。此外，倘

未來計劃及[編纂]

本公司透過債務融資籌集額外資金，本集團將須就籌集及維持貸款而產生利息及其他融資成本，如承諾費及前端手續費，亦須受債務工具的各种契諾及限制所規限。如要以債務融資方式獲取[編纂][編纂]亦將使本集團承受高資產負債比率，且本集團的財務表現及流動資金將因支付本金及融資成本而受到不利影響。因此，我們相信[編纂]將帶來機會，以加強我們把握商機的能力，促進我們的擴張。[編纂]亦將加強本集團的財務狀況，從而使我們擁有資源來維持本集團的有機增長，改善我們提供的產品，從而留住現有客戶並吸引新客戶。

此外，[編纂]將為我們於日後機會出現時適時進一步擴張籌集資金提供平台。

再者，董事認為，在聯交所[編纂]將提升我們的企業形象及提高品牌知名度，從而提高我們的市場競爭力。我們相信，[編纂]地位將進一步提升我們的企業形象，並將成為本集團在本地及國際層面上對潛在客戶的附帶推廣。我們相信，[編纂]將加強我們的內部監控及企業管治措施，從而增加客戶及供應商對我們的信心。

董事認為透過[編纂]進行的股權融資將產生的[編纂]開支與債務融資相比具有成本效益。董事認為，[編纂]將產生的[編纂]開支屬一次性，但本集團日後可透過發行股票不時利用[編纂]平台進行股權集資及併購，並享有上述[編纂]平台的所有其他固有裨益。因此，董事認為，聯席保薦人亦認同，[編纂]的成本效益不應僅透過比較[編纂]開支與最初籌集的[編纂]進行評估。

[編纂]

[編纂][編纂] (經扣除[編纂]的應付[編纂]費用及其他估計相關成本，並假設[編纂]為每股股份[編纂]，即指示性[編纂]範圍的中位數) 估計約為[編纂]百萬港元。本集團現時擬將[編纂]用於以下用途：—

- 約[編纂]百萬港元，即[編纂]約[編纂]%預期待為用於未來與其他媒體或電子商務市場從業者合併及收購及／或建立策略聯盟，以加快本集團的有機增長。

誠如本節「[編纂]的理由」一段所述，鑒於數碼廣告市場的動態和競爭力，為保持與市場同步，迅速擴充我們的數碼實力及提升我們廣告解決方案的效果，從而鞏固我們的市場地位，我們擬收購及／或與具有良好的流量、強大的市

未來計劃及[編纂]

場實力及使用率的中小型平台訂立策略聯盟，該等平台為專為下文所述特定用途開發的專用平台。部分規模較小的市場從業者具有創新意念，但缺乏資源來實現彼等的意念以維持或擴大業務，以最大化透過其意念可能產生的收入。我們相信，收購或與該等市場從業者建立策略聯盟將產生協同效應，並可共同擴大我們的媒體網絡及商業化潛力。於最後實際可行日期，我們尚未識別具體目標，但我們認為，求職及招聘、產品及服務目錄及價格比較，以及與採購及訂購便利平台有關的業務領域具有最大橫向增長潛力。例如，產品及服務目錄及價格比較平台以及採購及訂購便利平台均力求為受眾提供資訊，以便在網上進行更好的交易，例如產品目錄及知識、價格比較及特別優惠。當訪問該等平台時，尋找特定產品及服務的受眾通常有很高的購買意向。因此，該等平台將使我們能夠更深入地了解若干消費者群體及其行為，從而加強內容創作及我們提供有效廣告解決方案的能力，並將為我們的分部營銷提供很高價值，不僅在該特定平台上，而且是在我們的整個媒體網絡。另一方面，目前本集團的媒體平台主要提供有關生活方式、經濟及金融的內容。增加求職及招聘平台將代表我們的媒體平台的橫向擴展，因為這覆蓋了一個額外的興趣領域，具有明顯的主打內容，並擴大了潛在廣告客戶的多元化。因此，董事認為我們於收購及／或與該等平台聯盟方面所作努力將在短期內增強本集團的業務，並為本集團提供可觀的價值。

歐睿已進行定制研究，並於二零二二年在香港市場識別逾20項上述潛在併購目標，且該等平台的數量預計將隨著電子商務市場的快速增長而增加，從而將在預測期間推動對該等平台的需求，引致可獲得更多潛在目標。

我們擬收購兩至三間位於香港且目標受眾在香港的公司的部分股權，該等公司已實現收支平衡或產生小額溢利，目標業務的估值介乎[編纂]百萬港元至[編纂]百萬港元。我們認為，可選擇收購兩至三個該等平台，以使能夠迅速將該等平台融入本集團，並在短期內把握數碼廣告行業的預測增長，而就此目的分配的預算乃基於建立類似成熟度的平台所需的估計初始成本。我們預計

未來計劃及[編纂]

就每宗收購的投資額介乎[編纂]百萬港元至[編纂]百萬港元，視乎實際目標的估值及將予收購份額的百分比而定，及因此，我們擬分配約[編纂]百萬港元至此類收購，投資回本期為三至五年及平均回報率為百分之二十(20%)。我們擬於[編纂]後兩年內完成收購。[編纂]用途的實際使用時間將取決於是否有合適的目標及相關磋商的進展。

- 一 約[編纂]百萬港元，即[編纂]約[編纂]%預期用於透過推出三個平台，擴展及加強我們的產品系列，以及提高我們數據收集及分析能力，我們相信將使我們能夠加深對現有客戶的滲透並擴大客戶群，詳情如下：

(i) 廣告投放平台

廣告投放平台擬作為一個為中小企設計的廣告投放平台，具有自助式直接預訂界面，中小企可在我們的數碼媒體平台上預訂廣告時段及廣告位。該平台主要通過其網站及應用程式為廣告商及受眾提供不同的用戶界面。此外，通過採用自動化，廣告位將在平台自動化銷售，我們的製作流程將得到簡化，從而不僅可以節省本集團大量人手投放廣告的員工時間，而且亦可讓本集團為擴大業務量作出充分準備。

廣告投放平台的神益

根據香港工業貿易署的統計數據，截至二零二一年十二月，香港有逾340,000間中小企，該數字增至於二零二二年十一月的350,000間，佔企業總數逾98%。我們發現了為該分部服務的機會，因為我們發現了中小企擁有人的廣告需求但卻缺乏財務資源來開展廣告活動。藉助廣告投放平台的廣告投放技術的自動化，廣告商將能按更優惠的價格使用我們的產品及服務。根據歐睿報告，擴大平台擁有權以迎合中小企廣告需求將有助於收購方增強彼等的業務接觸大量本港企業，從而進一步推動增長機遇及在香港這一充滿活力的市場保持市場份額，以及隨著線上廣告及技術推動自動化功能的最新趨勢，數碼廣告投放平台亦可以一種具成本效益的方式推動線上廣告位的銷售。

未來計劃及[編纂]

廣告投放平台的[編纂]計劃用途

預計約[編纂]百萬港元，即[編纂]約[編纂]%，將用於開發及初始營銷廣告投放平台，目前計劃將於[編纂]後18個月內動用，其中：

- 約[編纂]百萬港元擬用於委聘第三方賣方的資本開支，以開發廣告投放平台所需的資訊科技基礎設施，包括具有應用程式受眾界面的網絡基礎系統；
- 約[編纂]百萬港元擬用於員工開支以初步開發及推廣廣告投放平台，包括一名管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧的團隊負責人；一支開發產品功能及方案以推動受眾參與及銷售機會的產品團隊(由一名團隊負責人、一名應用程式經理及一名用戶體驗設計師組成)；以及一支實現收益目標、探索新商機及為廣告商提供客戶服務的銷售團隊(由一名團隊經理及三名電話銷售員組成)；及
- 約[編纂]百萬港元擬用作推廣廣告投放平台的營銷費用。

實施時間表、營銷計劃及預期創收

我們將於[編纂]後盡快與第三方賣方就建立廣告投放平台所需的資訊科技基礎設施簽訂合約，預期於二零二三年第四季度完成建立。我們計劃在二零二三年第四季度招聘銷售經理及一名或以上電話銷售員後，於二零二三年第四季度開始向中小企營銷平台，及預期廣告投放平台將於二零二四年第一季度開始營運。

我們計劃向作為我們現有客戶或曾委聘我們服務之中小企營銷廣告投放平台為提高平台的知名度，我們將在自身的數碼媒體平台進行推廣。另一方面，於二零二四年及二零二五年的推廣計劃包括行業研討會及在谷歌展示廣告投放廣告。我們亦計劃在App Store投放廣告以推廣應用程式。我們的目標是於二零二五年之前獲得6,500間中小企(佔香港中小企總數的約1.9%)成為廣告投放平台的客戶。由於我們尚未向現有客戶引薦或營銷廣告投放平台，我們尚未收到任何擔保訂單、報價請求或表

未來計劃及[編纂]

明對該平台的服務有興趣。然而，我們的中小企客戶已表明需要更多適合彼等的財政資源的更能承擔的中小企廣告解決方案，我們相信廣告投放平台將能夠從該分部的潛在廣告商處捕捉機會。

我們期望通過廣告投放平台上展示廣告位的數碼廣告服務費從廣告投放平台產生收益，以及通過目錄列表的固定費用及以由廣告投放平台上帶動至中小企平台的購買、指引或點擊量的收益為基礎的佣金，自中小企獲得收益。

(ii) 個人智慧消費平台

本集團發現市場提供最新金融及銀行資訊的平台的機遇。於二零二零年年中，我們以「Jetsobee」名義建立一個新平台結構，有Facebook頁面、官方網站及流動應用程式，但迄今為止，內容很少。我們計劃投入更多的資源來發展Jetsobee的數碼媒體平台，並進一步鞏固其作為個人智慧消費平台的地位，以提供有關金融工具及選擇的最新資訊及建議。

個人智慧消費平台的裨益

誠如「業務－供應商及客戶－客戶」一節所披露，本集團現有從事銀行、保險及投資服務的客戶，於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度佔非程序化廣告總收益分別為14.2%、17.9%及18.3%。一方面，本集團一直透過不同的媒體品牌，為受眾提供有關智慧消費的多元化的產品和服務。我們發現了就明智消費方式提出可靠建議的巨大需求。根據歐睿報告，新經濟及數碼支付能力以及電子商務市場的持續繁榮，助長對有關平台的需求。鑒於電子商務從業者的快速增長，因此線上可獲得的產品及服務數目亦快速增長，與商品及服務本身的價值相比，消費者需分配予研究最適合的產品及服務的時間可能不成比例地過高。提供最新資料及特定行業領域的產品及服務建議的平台將有助於消費者作出更好的購買決定，根據歐睿報告，特別是考慮到香港人民繁忙的生活方式，對該等平台將有需求。設立個人智慧消費平台，可讓我們就此提供更具針對性及專門的主打內容，讓我們能夠向受眾提供定制推薦建議，為彼等提供度身定制的內容，從而提高用戶參與度；另一方面，我們亦可透過在此方面提高為廣告商識別潛在客戶的準確

未來計劃及[編纂]

性，來提高客戶廣告的轉化率。本集團認為，重新推出「Jobsbee」平台將有助於深化我們在該領域的滲透。

個人智慧消費平台[編纂]的計劃用途

預計[編纂]百萬港元，即[編纂]的[編纂]%，將用於開發及初始營銷個人智慧消費平台，目前計劃將於[編纂]後18個月內動用，其中：

- 約[編纂]百萬港元擬用於委聘第三方賣方的資本開支，以提升個人智慧消費平台的資訊科技基礎設施；
- 約[編纂]百萬港元擬用於員工開支，以開發及營銷個人智慧消費平台，包括一名管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧的團隊負責人；一支開發產品功能及方案以推動受眾參與及銷售機會的產品團隊(由一名團隊負責人、一名應用程式經理、一名用戶體驗設計師、一名產品主管及一名數據分析師組成)；一名內容經理及一名內容主管，負責平台的內容指導、創作及改編，如推動下載、流量及受眾參與；以及一名業務發展經理，負責實現收益目標、推動收益增長以及透過與本集團現有銷售團隊合作探索新商機；及
- 約[編纂]百萬港元擬用作個人智慧消費平台的營銷推廣費用。

實施時間表、營銷計劃及預期創收

我們將於[編纂]後盡快與第三方賣方就建立個人智慧消費平台所需的資訊科技基礎設施簽訂合約，預期於二零二三年第四季度完成建立。我們計劃在二零二三年第四季度招聘業務開發經理後，於二零二三年第四季度開始平台營銷，及預期個人智慧消費平台將於二零二四年第一季度開始營運。

我們計劃藉助現有銷售及客戶網絡向廣告商營銷個人智慧消費平台，及於二零二四年及二零二五年，主要透過我們自身的數碼媒體平台、舉行路演及在谷歌展示廣告投放廣告推動平台的知名度。由於我們

未來計劃及[編纂]

尚未向現有客戶引薦或營銷個人智慧消費平台，我們尚未收到任何擔保訂單、報價請求或表明對該平台的服務有興趣。我們的主要廣告商包括持牌銀行、信用卡公司及保險公司。如上文「業務—供應商及客戶」一節所述，業務開發團隊與主要客戶保持聯繫，以瞭解彼等的需求，我們相信，諸如個人智慧消費平台的重點平台將受到金融及投資服務分部廣告商的歡迎。我們亦計劃在App Store投放廣告以推廣應用程式及我們的目標是於二零二五年之前獲得約455,000次應用程式下載量。

我們計劃透過個人智慧消費平台上的展示廣告位及平台上的綜合數碼廣告服務的數碼廣告服務費自個人智慧消費平台產生收益。

(iii) 電子商務解決方案平台

鑒於世界日益依賴科技，本集團認為，數據分析將成為我們業務基礎設施的基石。根據歐睿報告，香港電子商務市場及社交媒體網絡興起，導致二零一八年至二零二二年互聯網用戶數量不斷增長，複合年增長率為1.6%，並預計二零二三年至二零二七年的複合年增長率為1.0%。互聯網用戶數量增長意味著廣告商通過網絡廣告接觸的潛在客戶及目標客戶亦將繼續增長，這亦增加了分析消費者行為的整體難度。因此，我們建議推出一個電子商務解決方案平台，以提高我們在收集消費者在電子商務上消費的資料方面的能力，並增加我們可收集、存儲及分析該等資料的相關種類及範圍。電子商務解決方案平台以我們現有註冊媒體品牌之一進行，將包括一個前端流動應用程式，並為其訂閱者實施忠誠度計劃，此舉將鼓勵彼等透過獎勵積分、禮品兌換及其他促銷活動以記錄彼等於電子商務的消費，在該等收集的資料上建立一個後端資料庫，並為人工智能資料建模。

電子商務解決方案平台的裨益

根據歐睿報告，電子商務解決方案平台向電子商務從業者提供數據收集及分析解決方案，以使其了解其當前表現及目標受眾行為，將提升戰略營銷決策過程。透過在電子商務解決方案平台上收集的數據，我們將能夠收集消費者於電子商務上的實際消費，以致我們能更好地理解消費者的消費行為及消費模式，從而透過更好地掌握有關電子商務的消費者偏好來提高我們策略營銷解決方案的準確性。鑑於香港電子商務市場因數

未來計劃及[編纂]

碼化及COVID-19疫情推動而迅速發展，引入電子商務解決方案平台將有助於我們把握香港線上廣告行業以及電子商務市場的快速增長。通過電子商務解決方案平台收集的資料將提高我們的分部營銷解決方案的表現，並與我們現有的廣告業務創造互補及協同效應，從而為本集團提供巨大價值。

電子商務解決方案平台[編纂]的計劃用途

預計[編纂]百萬港元，即[編纂]約[編纂]%，將用於電子商務解決方案平台開發及初期營銷，目前計劃將於[編纂]後18個月內動用，其中：

- 約[編纂]百萬港元擬用於委聘第三方賣方的資本開支，以開發平台的資訊科技基礎設施；
- 約[編纂]百萬港元擬用於電子商務解決方案平台初期開發及營銷的員工開支，包括一名管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧的團隊負責人；一支開發產品功能及方案以推動受眾參與及銷售機會的產品團隊(由一名團隊負責人、一名應用程式經理、一名用戶體驗設計師、一名產品主管及一名數據分析師組成)；一名內容經理及一名內容主管，負責平台的內容指導、創作及改編，如推動下載、流量及受眾參與；以及一名業務發展經理，負責實現收益目標、推動收益增長以及透過與本集團現有銷售團隊合作探索新商機；及
- 約[編纂]百萬港元擬用於電子商務解決方案平台的市場推廣開支。

實施時間表、營銷計劃及預期創收

我們將於[編纂]後盡快與第三方賣方就建立電子商務廣告解決方案平台所需的資訊科技基礎設施簽訂合約，預期於二零二三年第四季度完成建立。我們計劃在二零二三年第四季度招聘業務開發經理後，於二零

未來計劃及[編纂]

二三年第四季度開始平台營銷，及預期電子商務解決方案平台將於二零二四年第一季度開始營運。

由於電子商務解決方案平台將隸屬於我們現有的一個媒體品牌，包含一個前端移動應用程式，並為用戶實施忠誠度計劃，我們計劃於二零二四年及二零二五年藉助現有的銷售及客戶網絡向廣告商營銷電子商務解決方案平台，就為忠誠度計劃的訂閱者尋求與大型購物中心的合作，並主要透過自身的數碼媒體平台及在谷歌展示廣告投放廣告推動平台的知名度。同樣，由於我們尚未向現有客戶引薦或營銷電子商務解決方案平台，我們尚未收到任何擔保訂單、報價請求或表明對該平台的服務有興趣。基於我們對從事電子商務或零售業的現有主要客戶的廣告需求的理解，我們相信電子商務解決方案平台將提高客戶在我們的數碼媒體平台上的廣告活動的有效性及轉換率，從而造成我們以佣金為基礎數碼廣告收益的增加。我們亦計劃透過在App Store投放廣告以推廣應用程式及我們的目標是於二零二五年之前獲得約455,000次下載量。

我們計劃透過向電子商務促銷及活動的廣告商提供綜合數碼廣告服務自電子商務解決方案平台產生收益。

- 一 約[編纂]百萬港元(即[編纂]約[編纂]%)預計將用於委聘第三方賣方的資本開支，以建設我們的內部媒體內容管理平台，目前計劃於[編纂]後30個月內動用。作為一間數碼媒體公司，創造符合潮流及受眾感興趣的內容為確保瀏覽量及互聯網流量的關鍵，從而為本集團帶來收益。為確保我們的內容緊貼潮流尖端，建議推出一個媒體內容管理平台，以為本集團提供端到端的數碼媒體內容管理。該平台的功能包括維護一個內容貢獻者網絡以協助本集團的編輯迅速有效地研究及建立內容、計量及監測市場趨勢及建立一個中央排行榜以監測及計量不同編輯及／或內容貢獻者所發表文章的關鍵績效指標。我們相信實施該平台將有助於提高我們內容創作過程的效率及製作能力，此乃至關重要，原因為其將為我們提供里程碑基礎設施，以能夠為處理隨著我們的業務擴張而不斷增加但人手操作卻無法有效處理的數據量作準備；

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]百萬港元(即[編纂]的約[編纂]%)預計將用於償還銀行融資，目前預期將於[編纂]後3個月內動用。於最後實際可行日期，我們有銀行借款約8.0百萬港元，均須於一年內或按要求償還。鑑於美聯儲加息後借款成本不斷增加及香港銀行進一步提高貸款利率以緊跟加息的步伐的可能性越來越大，董事認為，透過應用部分[編纂]償還部分銀行借款以減少融資成本，而非尋求延長相關融資或替代銀行融資，符合本集團利益。
- 約[編纂]百萬港元(即[編纂]約[編纂]%)，預計將用作我們的營運資金及一般公司用途。

由於廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台均為本集團新製作線，需要新的員工來發展各個平台。除一名團隊負責人外，招聘產品經理、數據分析師、用戶體驗設計師及應用程式經理必不可少，還需要專門的銷售人員向客戶介紹及推銷新平台及產品。就該等新平台將招聘的新員工，須具備相關發展經驗，與往績記錄期本集團減少的主要從事印刷媒體內容製作的員工相比，十分與眾不同。以下載列廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台各自新僱人員的預期經驗及資格的簡要描述：

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
廣告投放平台				
一名團隊負責人	管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧	數碼營銷及電子商務方面至少八年經驗	營銷、通信、電子商務或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度
一名產品經理	產品開發及程序管理的策略規劃，以推動受眾參與及銷售機會	數碼內容、社交媒體平台及數碼營銷方面五至六年經驗及具備有關搜索引擎優化及網頁及社交媒體平台分析工具的知識	營銷或通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度

未來計劃及[編纂]

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
一名銷售經理	探索新商機及為廣告商提供客戶服務，監督電話銷售員的工作	電話銷售及團隊管理方面四至五年經驗	工商管理或相關學科學士學位或以上	二零二三年第四季度
一名應用程式經理	分析有關趨勢、社會現象及用戶習慣的應用程式數據 產品開發及管理應用程式的廣告位	應用程式或數碼平台運營方面三至四年經驗	持有學士學位，通信專業優先	二零二三年第四季度
一名用戶體驗設計師	進行用戶研究及調查，並將反饋意見轉化為線框圖及原型，以提供對未來趨勢的見解及協助本集團的產品開發；為本集團網絡平台(網頁/流動)及內部系統開發界定及執行設計參數、風格指引、用戶體驗文本、界面設計	用戶體驗設計方面三至四年經驗	用戶體驗設計或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度
三名電話銷售員	透過電話覆蓋爭取業務機會及管理客戶關係	有關線上廣告業務電話銷售方面兩至三年經驗	工商管理或相關學科學士學位或以上	二零二三年第四季度至二零二四年第一季度
個人智慧消費平台				
一名團隊負責人	管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧	數碼營銷及電子商務方面至少八年經驗	營銷、通信或電子商務或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度

未來計劃及[編纂]

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
一名產品經理	產品開發及程序管理的策略規劃，以推動受眾參與及銷售機會	數碼內容、社交媒體平台及數碼營銷方面五至六年經驗及具備有關搜索引擎優化及網頁及社交媒體平台分析工具的知識	營銷或通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第三季度
一名業務發展經理	負責推動業務增長、開發新業務機會、推動銷售收益、接觸潛在客戶及維護與本集團現有客戶的業務關係	客戶／業務開發、數碼內容平台、客戶方及／或客戶服務方面五至六年經驗	工商管理或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第三季度
一名內容經理	負責內容指導及執行計劃，確保達到流量及目標瀏覽量	新聞及社論方面三至四年經驗，具備財經／投資／物業／保險／管理及領導方面的經驗	通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第四季度
一名應用程式經理	分析有關趨勢、現象及用戶習慣的應用程式數據；產品開發及管理應用程式的廣告位	應用程式或數碼運營方面三至四年經驗	持有學士學位，通信專業優先	二零二三年 第四季度

未來計劃及[編纂]

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
一名用戶體驗設計師	進行用戶研究及調查，並將反饋意見轉化為線框圖及原型，以提供對未來趨勢的見解及協助本集團的產品開發；為本集團網絡平台(網頁/流動)及內部系統開發界定及執行設計參數、風格指引、用戶體驗文本、界面設計	用戶體驗/用戶界面及多個數碼平台方面三至四年經驗	用戶體驗設計或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度
一名數據分析師	研究、分析本集團於日常業務過程中所收集的數據，匯編數據及從中得出見解，以制定媒體及業務策略	研究方法及數據分析方面兩至三年的經驗，具備至少一年研究經驗的優先	社會科學、計算機或統計的研究性學位(碩士、博士)	二零二三年第四季度
一名產品主管	執行產品開發計劃及實現程序或銷售項目目標	數碼內容、社交媒體平台及數碼營銷方面兩至三年經驗	營銷或通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年第四季度
兩名內容主管	每日進行內容創作或選取，達到流量及目標瀏覽量	財經/投資/物業/保險社論方面一至兩年經驗	通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度至第四季度
電子商務解決方案平台				
一名團隊負責人	管理日常營運、推動產品開發、收益增長及實現盈虧	數碼營銷及電子商務方面至少八年經驗	營銷、通信或電子商務或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度

未來計劃及[編纂]

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
一名產品經理	產品開發及程序管理的策略規劃，以推動受眾參與及銷售機會	數碼內容、社交媒體平台及數碼營銷方面五至六年經驗及具備有關搜索引擎優化及網頁及社交媒體平台分析工具的知識	營銷或通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第三季度
一名業務發展經理	負責推動業務增長、開發新業務機會、推動銷售收益、接觸潛在客戶及維護與本集團現有客戶的業務關係	客戶／業務開發、數碼內容平台、客戶方及／或客戶服務方面五至六年經驗	工商管理或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第三季度
一名內容經理	負責內容指導及執行計劃，確保達到流量及目標瀏覽量	新聞及社論方面三至四年經驗，具備美容及保健方面的經驗	通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年 第四季度
一名應用程式經理	分析有關趨勢、現象及用戶習慣的應用程式數據；產品開發及管理應用程式的廣告位	應用程式或數碼運營方面三至四年經驗	持有學士學位，通信專業優先	二零二三年 第四季度

未來計劃及[編纂]

	工作職責	預期最少工作經驗	學歷	預期招聘時間
一名用戶體驗設計師	進行用戶研究及調查，並將反饋意見轉化為線框圖及原型，以提供對未來趨勢的見解及協助本集團的產品開發；為本集團網絡平台(網頁/流動)及內部系統開發界定及執行設計參數、風格指引、用戶體驗文本、界面設計	用戶體驗/用戶界面及多個數碼平台方面三至四年經驗	用戶體驗設計或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度
一名數據分析師	研究、分析本集團於日常業務過程中所收集的數據，匯編數據及從中得出見解，以制定媒體及業務策略	研究方法及數據分析方面兩至三年的經驗，具備至少一年研究經驗的優先	社會科學、計算機或統計的研究性學位(碩士、博士)	二零二三年第四季度
一名產品主管	執行產品開發計劃及實現計劃或銷售項目目標	數碼內容、社交媒體平台及數碼營銷方面兩至三年的經驗	營銷及通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年第四季度
兩名內容主管	每日進行內容創作或選取，達到流量及目標瀏覽量	財經/投資/物業/保險社論方面一至兩年經驗	通信或相關學科學士學位或以上	二零二三年第三季度至第四季度

未來計劃及[編纂]

下表載列我們[編纂][編纂]計劃用途的預期實施時間表：

	截至十二月三十一日止年度			總計 (百萬港元)
	二零二三年 (百萬港元)	二零二四年 (百萬港元)	二零二五年 (百萬港元)	
廣告投放平台				
升級資訊科技基礎設施	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
員工成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營銷推廣費用	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
個人智慧消費平台				
升級資訊科技基礎設施	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
員工成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營銷推廣費用	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
電子商務解決方案平台				
升級資訊科技基礎設施	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
員工成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營銷推廣費用	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計：	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開發內部媒體內容管理平台	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
償還銀行借款	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
併購	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及一般公司用途	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

倘[編纂]釐定為[編纂]以外的價格，我們將按上述所列比例使用[編纂]淨額。倘[編纂]淨額未有即時撥作上述用途，本公司可將該等資金存於持牌銀行及／或認可金融機構(定義見證券及期貨條例)，以符合本集團的最佳利益。

倘上述所列[編纂]有任何重大變動，本公司將發佈公告。

[編纂]

[編纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

[編纂] 的 架 構 及 條 件

[編 纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]及[編纂]

[編纂]

以下為本公司申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供載入本文件而編製。



Ernst & Young
27/F, One Taikoo Place
979 King's Road
Quarry Bay, Hong Kong

安永會計師事務所
香港鰂魚涌英皇道 979 號
太古坊一座 27 樓

Tel 電話: +852 2846 9888
Fax 傳真: +852 2868 4432
ey.com

致新傳企劃有限公司、英皇企業融資有限公司及力高企業融資有限公司董事之歷史財務資料之會計師報告

緒言

吾等謹此就載於第I-4頁至第I-61頁的新傳企劃有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料提呈報告。此等歷史財務資料包括 貴集團截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度各年(「有關期間」)的綜合損益表、全面收益表、權益變動表及現金流量表及 貴集團於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日的綜合財務狀況表以及 貴公司於二零二一年及二零二二年十二月三十一日的財務狀況表及重大會計政策概要及其他解釋資料(統稱「歷史財務資料」)。載列於第I-4頁至第I-61頁的歷史財務資料為本報告之組成部分，為載入 貴公司日期為[日期]關於 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板[編纂]的文件(「文件」)而編製。

董事對歷史財務資料之責任

貴公司董事須負責分別根據歷史財務資料附註2.1及2.2所載列之呈列基準及編製基準編製作出真實公平反映之歷史財務資料，並落實董事認為必需之內部監控，以確保於編製歷史財務資料時不存在重大錯誤陳述(無論是否由於欺詐或錯誤而產生)。

申報會計師的責任

吾等之責任為就歷史財務資料發表意見及向 閣下匯報。吾等根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函申報委聘準則第200號「*投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告*」開展工作。該準則規定吾等須遵守道德準則及計劃及開展吾等的工作，以就歷史財務資料有無重大錯誤陳述作出合理確認。

吾等之工作涉及執执行程序以獲取與歷史財務資料金額及披露事項有關的憑證。選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估歷史財務資料出現重大錯誤陳述(無論是否由於欺詐或錯誤)的風險。作出該等風險評估時，申報會計師考慮有關實體分別根據歷史財務資料附註2.1及2.2所載列之呈列基準及編製基準編製作出真實公平反映之歷史財務資料的內部監控，以於各類情況下設計適當的程序，惟並非就實體內部監控的成效提出意見。吾等之工作亦包括評估董事所採用的會計政策是否恰當及所作出的會計估計是否合理，以及評價歷史財務資料的整體呈列。

吾等相信，吾等獲得之憑證屬充分及恰當，可為吾等之意見提供基礎。

意見

吾等認為，就本會計師報告而言及分別按照歷史財務資料附註2.1及2.2所載呈列基準及編製基準，歷史財務資料已真實及公平地反映 貴集團於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日以及 貴公司於二零二一年及二零二二年十二月三十一日的財務狀況，以及 貴集團於各有關期間的財務表現及現金流量。

根據聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-4頁界定之相關財務報表作出調整。

股息

吾等提述歷史財務資料附註11，其中包含關於 貴公司就有關期間派付股息之資料。

貴公司並無歷史財務報表

於本報告日期，貴公司自註冊成立以來並無編製法定財務報表。

安永會計師事務所

執業會計師

香港

謹啟

[日期]

I. 歷史財務資料

歷史財務資料之編製

以下載列之歷史財務資料為本會計師報告之組成部分。

貴集團於有關期間基於歷史財務資料編製的財務報表（「相關財務報表」）乃經安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審計準則進行審核。

除另有所指外，歷史財務資料以港元呈列，所有數值湊整至最接近的千位數（千港元）。

附錄一

會計師報告

綜合損益表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
收益	5	211,589	245,199	240,678
其他收入及收益	5	17,421	4,437	7,311
僱員福利開支		(99,474)	(104,622)	(94,684)
製作成本		(47,250)	(53,893)	(59,522)
印刷成本		(8,430)	(2,884)	(2,982)
折舊及攤銷		(11,346)	(14,015)	(17,079)
其他費用淨額		(13,997)	(28,943)	(21,252)
融資成本	7	<u>(1,817)</u>	<u>(3,159)</u>	<u>(5,626)</u>
除稅前溢利	6	46,696	42,120	46,844
所得稅開支	10	<u>(5,528)</u>	<u>(9,071)</u>	<u>(7,413)</u>
年內溢利		<u>41,168</u>	<u>33,049</u>	<u>39,431</u>
以下人士應佔：				
母公司擁有人		<u>41,168</u>	<u>33,049</u>	<u>39,431</u>
母公司普通股權益擁有人應佔每股盈利 基本及攤薄	12	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>

綜合全面收益表

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
年內溢利	41,168	33,049	39,431
其他全面收益／(虧損)			
其後期間可能重新分類至損益的 其他全面收益／(虧損)：			
換算海外業務的匯兌差額	<u>100</u>	<u>(8)</u>	<u>32</u>
年內全面收益總額	<u><u>41,268</u></u>	<u><u>33,041</u></u>	<u><u>39,463</u></u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人	<u><u>41,268</u></u>	<u><u>33,041</u></u>	<u><u>39,463</u></u>

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

	附註	於十二月三十一日		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
非流動資產				
物業、廠房及設備	14	907	24,971	22,610
使用權資產	15	17,683	74,714	62,789
無形資產	16	1,016	725	408
預付款項、按金及其他應收款項	18	2,652	3,027	2,960
遞延稅項資產	24	1,202	351	508
非流動資產總值		23,460	103,788	89,275
流動資產				
貿易應收款項	17	63,417	78,814	71,470
預付款項、按金及其他應收款項	18	3,273	8,384	9,144
可收回稅項		–	905	–
已抵押銀行存款	19	800	800	800
現金及現金等價物	19	31,466	23,525	19,930
流動資產總值		98,956	112,428	101,344
流動負債				
貿易應付款項	20	8,037	5,439	6,107
其他應付款項及應計費用	21	20,849	51,272	18,371
計息銀行借款	22	10,318	35,000	21,000
租賃負債	15	10,460	9,858	10,536
應付稅項		2,860	1,363	3,594
流動負債總額		52,524	102,932	59,608
流動資產淨值		46,432	9,496	41,736
總資產減流動負債		69,892	113,284	131,011
非流動負債				
租賃負債	15	12,483	62,692	52,956
撥備	23	2,415	6,557	6,557
非流動負債總額		14,898	69,249	59,513
資產淨值		54,994	44,035	71,498
權益				
母公司擁有人應佔權益				
已發行股本	25	–	–	–
儲備	26	54,994	44,035	71,498
權益總額		54,994	44,035	71,498

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

	母公司擁有人應佔				
	已發行 股本	匯兌波動 儲備	其他儲備	累計虧損	權益總額
	附註 千港元 (附註25)	千港元	千港元 (附註26)	千港元	千港元
於二零二零年一月一日	–	(76)	93,407	(53,845)	39,486
年內溢利	–	–	–	41,168	41,168
年內其他全面收益：					
換算海外業務的匯兌差額	–	100	–	–	100
年內全面收益總額	–	100	–	41,168	41,268
股息	11	–	–	(25,760)	(25,760)
於二零二零年十二月三十一日	–	24*	93,407*	(38,437)*	54,994
於二零二一年一月一日	–	24	93,407	(38,437)	54,994
年內溢利	–	–	–	33,049	33,049
年內其他全面虧損：					
換算海外業務的匯兌差額	–	(8)	–	–	(8)
年內全面收益總額	–	(8)	–	33,049	33,041
已發行股份	25	– [#]	–	–	–
股息	11	–	–	(44,000)	(44,000)
於二零二一年十二月三十一日	–	16*	93,407*	(49,388)*	44,035

附錄一

會計師報告

	母公司擁有人應佔					
	附註	已發行 股本 千港元 (附註25)	匯兌波動 儲備 千港元	其他儲備 千港元 (附註26)	累計虧損 千港元	權益總額 千港元
於二零二二年一月一日		–	16	93,407	(49,388)	44,035
年內溢利		–	–	–	39,431	39,431
年內其他全面收益：						
換算海外業務的匯兌差額		–	32	–	–	32
年內全面收益總額		–	32	–	39,431	39,463
股息	11	–	–	–	(12,000)	(12,000)
於二零二二年十二月三十一日		–	48*	93,407*	(21,957)*	71,498

金額少於1,000港元

* 該等儲備賬戶包括於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日綜合財務狀況表的綜合儲備約54,994,000港元、44,035,000港元及71,498,000港元。

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
經營活動現金流量				
除稅前溢利		46,696	42,120	46,844
就以下各項所作調整：				
融資成本	7	1,817	3,159	5,626
利息收入	5	(23)	(47)	(93)
物業、廠房及設備折舊	6	1,747	1,251	3,989
使用權資產折舊	6	9,411	12,347	12,620
無形資產攤銷	6	188	417	470
出售／撇銷物業、廠房 及設備虧損淨額	6	260	29	–
租賃裝修收益	5	(354)	(1,193)	–
撥回修復成本撥備的收益	5	–	(2,415)	–
一名出租人的COVID-19 相關租金減免	5	–	(29)	–
貿易應收款項減值／ (減值撥回)淨額	6	74	2,107	(360)
		59,816	57,746	69,096
貿易應收款項減少／(增加)		8,890	(17,504)	7,704
預付款項、按金及其他應收款項 減少／(增加)		1,071	(7,113)	(608)
貿易應付款項增加／(減少)		(240)	(2,598)	668
其他應付款項及應計費用 增加／(減少)		(8,011)	10,080	(12,900)
經營所得現金		61,526	40,611	63,960
已付香港利得稅		(20,545)	(10,622)	(4,434)
經營活動所得現金流量淨額		40,981	29,989	59,526
投資活動現金流量				
已收利息		23	5	8
購買物業、廠房及設備項目		(184)	(4,998)	(21,629)
出售物業、廠房及設備項目所得款 項		49	–	–
添置無形資產		(1,204)	(126)	(153)
投資活動所用現金流量淨額		(1,316)	(5,119)	(21,774)

附錄一

會計師報告

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
融資活動現金流量			
已付利息	(361)	(935)	(1,932)
已付股息	(21,000)	(44,000)	(12,000)
新增銀行借款	15,477	35,000	46,686
新增其他借款	32,500	–	–
償還銀行借款	(5,159)	(10,318)	(60,686)
償還其他借款	(36,484)	–	–
租賃付款的本金部分	(8,861)	(10,326)	(9,753)
租賃付款的利息部分	(1,456)	(2,224)	(3,694)
融資活動所用現金流量淨額	<u>(25,344)</u>	<u>(32,803)</u>	<u>(41,379)</u>
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額	14,321	(7,933)	(3,627)
年初現金及現金等價物	17,052	31,466	23,525
外匯利率變動的影響，淨額	<u>93</u>	<u>(8)</u>	<u>32</u>
年末現金及現金等價物	<u>31,466</u>	<u>23,525</u>	<u>19,930</u>
現金及現金等價物結餘分析			
現金及銀行結餘	<u>31,466</u>	<u>23,525</u>	<u>19,930</u>

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

	附註	於十二月三十一日	
		二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
非流動資產			
於一間附屬公司的投資	13	<u>14,229</u>	<u>14,229</u>
流動資產			
應收一間附屬公司款項	13	51,000	66,000
預付款項		<u>2,761</u>	<u>4,050</u>
流動資產總值		<u>53,761</u>	<u>70,050</u>
流動負債			
應付一間附屬公司款項	13	<u>46,226</u>	<u>63,653</u>
流動資產淨值		<u>7,535</u>	<u>6,397</u>
資產淨值		<u><u>21,764</u></u>	<u><u>20,626</u></u>
權益			
已發行股本	25	—*	—*
儲備	26	<u>21,764</u>	<u>20,626</u>
權益總額		<u><u>21,764</u></u>	<u><u>20,626</u></u>

* 金額不足1,000港元。

II. 歷史財務資料附註

1. 公司及集團資料

新傳企劃有限公司於二零二一年三月二十二日在開曼群島註冊成立為有限責任公司。貴公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。於有關期間，貴公司的主要營業地點位於香港九龍觀塘鴻圖道82號儲存易集團中心(前稱新傳媒集團中心)9樓。自二零二一年十一月底之後，貴公司的主要營業地點搬遷至香港九龍觀塘海濱道77號海濱匯1座8樓。

貴公司為投資控股公司。於有關期間，貴公司附屬公司從事以下主要業務：

- 提供數碼及印刷廣告產品及服務，及相關業務(統稱為「數碼及印刷媒體業務」)；及
- 雜誌及書籍出版

貴公司董事認為，貴公司的直接控股公司及最終控股公司分別為新傳企劃集團控股有限公司及楊受成產業控股有限公司(「楊受成產業控股」)(均於英屬處女群島註冊成立)，而楊受成產業控股由First Trust Services AG作為The Albert Yeung Discretionary Trust(由楊受成博士(「楊博士」)創立的私人全權信託)的受託人依法全資擁有。

就本報告而言，所有由楊博士創立的私人全權信託直接或間接控制的公司(包括其各自的(「聯營公司」)(就此句而言及在此情況下，具有香港聯合交易所有限公司證券上市規則第14A.12至15條界定的涵義)，除貴集團外，統稱為「英皇集團」。

貴公司及其現時組成貴集團的附屬公司進行了重組，詳情載於文件「歷史、重組及公司架構」一節中的「重組」一段。除重組外，貴公司自註冊成立以來未曾開展任何業務或經營。

於各有關期間末，貴公司於其附屬公司中擁有直接及間接權益，該等附屬公司均為私營有限責任公司(或倘於香港以外註冊成立，與於香港註冊成立的私營公司有重大相似特徵)，其詳情載列如下：

名稱	註冊成立／註冊地點及日期以及經營地點	已發行普通／註冊股本面值	貴公司應佔權益百分比		主要業務
			直接	間接	
新傳媒集團有限公司 (附註(a))	英屬處女群島 二零零七年八月十五日	78,000港元	100	-	投資控股
新傳媒出版有限公司 (附註(b))	香港 一九八一年七月十四日	800,000港元	-	100	提供集團設備服務及數碼及印刷媒體業務

附錄一

會計師報告

名稱	註冊成立／註冊地點及日期以及經營地點	已發行普通／註冊股本面值	貴公司應佔權益百分比		主要業務
			直接	間接	
新傳媒數碼服務有限公司 (附註(b))	香港 一九九七年七月四日	2港元	-	100	投資控股及數碼媒體業務
新假期出版有限公司 (附註(b))	香港 一九九九年五月七日	100港元	-	100	註冊出版商
New Monday Publishing Limited (附註(b))	香港 一九九九年十二月十七日	2港元	-	100	註冊出版商
媒體出版有限公司 (附註(b))	香港 二零零零年二月十八日	2港元	-	100	雜誌及書籍出版、數碼及印刷媒體業務及版權持有
新傳媒服務顧問有限公司 (附註(b))	香港 二零零零年四月十四日	2港元	-	100	提供集團行政服務
泰年有限公司 (附註(b))	香港 二零零零年十一月三日	2港元	-	100	商標持有及牌照
廣東薪傳網絡科技有限公司 (附註(c))	中華人民共和國 (「中國」)／中國內地 二零零八年九月十日	7,600,000港元	-	100	提供集團信息技術支援服務
勝躍有限公司 (附註(b))	香港 二零一零年五月二十六日	1港元	-	100	數碼媒體業務
Fast Fame Limited (附註(b))	香港 二零一八年六月一日	1港元	-	100	數碼媒體業務
NMG (Hong Kong) Company Limited (附註(b))	香港 二零一九年六月五日	1港元	-	100	雜誌出版及數碼及印刷媒體業務

附註：

- (a) 由於該實體於其註冊成立所在司法權區毋須遵守相關規則及規例下的任何法定審核規定，故並無編製該實體截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的經審核財務報表。
- (b) 該等實體根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的法定財務報表由香港安永會計師事務所審核。
- (c) 廣東薪傳網絡科技有限公司根據中國法律註冊為一家外商獨資企業。根據中國公認會計原則編製的該實體截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的法定財務報表則由廣東數誠會計師事務所有限公司（在中國註冊的註冊會計師）審核。

2.1 呈列基準

根據重組，如文件「歷史、重組及公司架構」一節中「重組」一段所詳述，貴公司於二零二一年三月二十二日成為貴集團現時旗下公司的控股公司。重組主要涉及貴公司註冊成立，在現有集團之上加入貴公司以及將新傳媒集團有限公司的股權由當時新傳媒集團有限公司的若干股東轉讓予貴公司。重組並無導致新傳媒集團有限公司及其附屬公司的業務在重組前後發生任何經濟實質的變化。因此，就本報告而言，歷史財務資料已作為新傳媒集團有限公司及其附屬公司的延續而呈報，猶如重組已於有關期間開始時完成。

因此，貴集團於有關期間的綜合損益表、綜合全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表乃按現時集團架構編製，猶如現時集團架構於有關期間已存在。貴集團於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日的綜合財務狀況表乃按現時集團架構呈列貴集團現時旗下公司的資產及負債，猶如現時集團架構一直存在。概無作出調整以反映公平值或確認任何因重組產生的新資產或負債。

所有集團內公司間交易及結餘已於綜合時對銷。

2.2 編製基準

歷史財務資料已根據香港會計師公會所頒佈的香港財務報告準則（包括所有香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋）以及香港公認會計原則予以編製。所有自二零二二年一月一日開始的會計期間起生效的香港財務報告準則連同相關過渡性條文，已由貴集團於編製整個有關期間的歷史財務資料時提早採納。

歷史財務資料乃按歷史成本法編製。

2.3 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則

貴集團並未於歷史財務資料中應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則：

香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(2011年)(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資 ³
香港財務報告準則第16號(修訂本)	銷售及租回的租賃負債 ²
香港財務報告準則第17號	保險合約 ¹
香港財務報告準則第17號(修訂本)	保險合約 ^{1, 5}
香港財務報告準則第17號(修訂本)	首次應用香港財務報告準則第17號及香港財務報告準則第9號—比較資料 ⁶
香港會計準則第1號(修訂本)	流動或非流動負債的區分 (「二零二零年修訂本」) ^{2, 4}
香港會計準則第1號(修訂本)	契約中的非流動負債(「二零二二年修訂本」) ²
香港會計準則第1號及香港財務報告準則實務公告第2號(修訂本)	會計政策的披露 ¹
香港會計準則第8號(修訂本)	會計估計的定義 ¹
香港會計準則第12號(修訂本)	單一交易產生的資產及負債的相關遞延稅項 ¹

¹ 自二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 自二零二四年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 強制生效日期待定，惟可供採納

⁴ 作為二零二二年修訂本的結果，二零二零年修訂本的生效日期遞延至二零二四年一月一日或之後開始的年度期間。此外，作為二零二零年修訂本及二零二二年修訂本的結果，香港詮釋第五號呈列財務報表—借款人對包含按要求還款條款的定期貸款的分類已予修訂，以調整相應的措辭，而結論並無變化

⁵ 由於於二零二零年十月發行的香港財務報告準則第17號(修訂本)，香港財務報告準則第4號(修訂本)已予修訂以延長暫時豁免，容許保險公司在二零二三年一月一日前的年度期間應用香港會計準則第39號而非香港會計準則第9號

⁶ 選擇適用與本修訂所載分類重疊部分有關過渡選項的實體，須在最初應用香港財務報告準則第17號時適用該過渡選項

貴集團現正評估首次應用該等新訂及經修訂香港財務報告準則之影響。至今，貴集團認為該等新訂及經修訂香港財務報告準則可能會引致會計政策出現變動，但應不會對貴集團於首次應用期間之財務表現及財務狀況構成重大影響。

2.4 重大會計政策概要

附屬公司

附屬公司為貴公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當貴集團對參與投資對象業務的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力(即貴集團獲賦予現有有能力以主導投資對象相關活動的既存權利)影響該等回報時，即取得控制權。

一般而言，假定大多數投票權會導致控制權。倘貴公司直接或間接擁有少於投資對象大多數投票或類似權利的權利，則貴集團於評估其是否擁有對投資對象的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及

(c) 貴集團的投票權及潛在投票權。

倘有事實及情況顯示上文所述的三項控制元素中的一項或以上出現變動，貴集團將重新評估其是否控制被投資公司。附屬公司所有權益變動(如並無失去控制權)乃列作股權交易。

倘貴集團失去對一間附屬公司的控制權，則終止確認(i)該附屬公司的資產(包括商譽)及負債，(ii)任何非控股權益的賬面值及(iii)於權益記賬的累計換算差額；並確認(i)已收代價的公平值，(ii)任何保留投資的公平值，及(iii)任何於損益產生的盈餘或虧絀。貴集團分佔先前於其他全面收入確認的部分已重新分類至損益或保留盈利(如適用)，並採用如貴集團已直接出售有關資產或負債所規定的相同基準。

業務合併(共同控制除外)

業務合併以購買法入賬。轉讓之代價乃以收購日期的公平值計算，該公平值為貴集團轉讓的資產於收購日期的公平值、貴集團對被收購方之前度擁有人承擔的負債，及貴集團發行以換取被收購方控制權的股權之總和。每項業務合併中，貴集團可以選擇是否以公平值或被收購方可識別資產淨值的應佔比例，計算於被收購方的非控股權益(屬現時擁有人權益並賦予擁有人權利於清盤時按比例分佔其資產淨值)。非控股權益的所有其他組成部分按公平值計量。收購有關成本於產生時列為費用。

當所收購的一組活動及資產包括對共同創造產出能力作出重大貢獻的資源投入及一項實質過程，貴集團認為其已收購一項業務。

當貴集團收購一項業務，其會評估於收購日期的財務資產及負債情況，並按照於收購日期的合約條款、經濟環境及其他相關條件對其進行適當分類及指定。這包括對被收購方於主合約所持嵌入式衍生品進行分離。

如果業務合併分階段完成，以前年度持有的擁有人權益需要按收購日期的公平值重新計量，而由此導致的損益需要在損益中確認。

收購方將轉讓的任何或有代價都以收購日期的公平值確認。分類為資產或負債的或有代價按公平值計量，而公平值的變動則於損益內確認。被分類為權益的或然代價不會重新計量，其後結算也僅在權益內核算。

商譽起初按成本計量，即已轉讓總代價、已確認非控股權益及貴集團先前持有的被收購方股權的公平值總額，超出所收購可識別資產淨值及所承擔負債的差額。如總代價及其他項目低於所收購資產淨值的公平值，於重新評估後其差額將於損益表內確認為議價收購收益。

初始確認後，商譽按照成本減任何累計減值損失進行計量。對商譽的減值測試應每年進行一次，如發生可能導致商譽賬面值減值的事件或情況變化，則應更頻繁地進行減值測試。貴集團於每年的十二月三十一日對商譽進行年度減值測試。就減值測試而言，不論貴集團其他資產或負債有否分配至貴集團各現金產生單位或現金產生單位組合，因業務合併所得的商譽乃自收購日期起分配至該等現金產生單位或現金產生單位組合，而該等現金產生單位或現金產生單位組合預期將受惠於合併帶來的協同效益。

商譽的減值是通過評估與商譽對應的現金產生單位(或現金產生單位組合)的可收回金額而釐定。若現金產生單位(或現金產生單位組合)的可收回金額小於其賬面值，將確認減值虧損。商譽所確認的減值虧損在隨後期間不可轉回。

若已被分配商譽的現金產生單位(或現金產生單位組合)的部分業務被出售，則於釐定出售業務盈虧時，將出售業務有關之商譽計入該業務賬面值。於此情況下出售之商譽，按售出業務與其現金產生單位所保留部分對應的比例計量。

非金融資產減值

倘出現任何減值跡象，或當有需要為一項資產(遞延稅項資產及金融資產除外)進行年度減值測試，則須估計資產的可收回金額。除非資產並不產生明顯獨立於其他資產或資產組別的現金流入(在此情況下，可回收金額則按資產所屬的現金產生單位釐定)，否則資產的可收回金額按資產或現金產生單位的使用價值與其公平值減出售成本的較高者計算，並按個別資產釐定。在測試現金產生單位的減值時，倘企業資產(如總部樓宇)可按合理一致基準分配，則其賬面值的一部分可分配予個別現金產生單位，否則，分配予現金產生單位的最小組別。

僅當資產的賬面值超過其可收回金額時，減值虧損方予確認。評估使用價值時估計未來現金流量乃使用可反映當時市場對金錢價值的評估及該項資產特有風險的除稅前折現率折現至其現值。減值虧損於所產生期間在與該減值資產功能一致的費用類別中計入當期損益。

於各報告期末會評定是否有現象顯示之前已確認的減值虧損不再存在或減少。倘出現該等跡象，則可收回金額會予以估計。僅當用以釐定資產的可收回金額的估計出現變動時，先前確認的資產減值虧損(商譽除外)方會撥回，惟不得超過倘過往年度並無就資產確認減值虧損而釐定的賬面值(經扣除任何折舊／攤銷)。撥回的減值虧損於所產生期間計入損益表。

關聯方

以下人士於下列情況將被視為與 貴集團有關連：

(a) 倘為以下人士或其親屬而該人士：

- (i) 控制或共同控制 貴集團；
- (ii) 對 貴集團有重大影響；或
- (iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理層成員；

或

(b) 該人士為符合下列任何條件的實體：

- (i) 該實體與 貴集團為屬同一集團的成員公司；
- (ii) 該實體為另一實體(或另一實體的母公司、附屬公司或同系附屬公司)的聯營公司*或合營企業；

- (iii) 該實體與 貴集團為同一第三方的合營企業；
- (iv) 該實體為一名第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司*；
- (v) 該實體為 貴集團或與 貴集團有關連的實體就僱員利益設立的離職後福利計劃；
- (vi) 該實體受由(a)項所列人士控制或共同控制；
- (vii) (a)(i)項所列人士對該實體具有重大影響力或為該實體(或該實體的母公司)的主要管理層成員；及
- (viii) 該實體或同集團的任何成員公司向 貴集團或 貴集團母公司提供主要管理人員服務。

* 具有香港會計準則第28號於聯營公司及合營企業的投資所界定的涵義。

物業、廠房及設備與折舊

物業、廠房及設備乃按成本減累積折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及令該項資產達至其運作狀況及運送至其預期使用位置的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後產生的支出，如修理與維護費用等，一般均會於該等支出產生期間在損益表內扣除。於滿足確認標準情況下，重大檢修支出將撥充資本，計入資產賬面值作為重置處理。物業、廠房及設備的重要部分須按階段重置， 貴集團將有關部分確認為分別擁有特定可使用年期的個別資產，並相應作出折舊。

折舊乃按各物業、廠房及設備項目的估計可使用年期以直線法撇銷其成本至剩餘價值。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

租賃裝修	租賃期內
傢俬、固定裝置及設備	3至5年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期並不相同，該項目的成本將按合理基礎在各部分之間分配，而每部分將作個別折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度末予以檢討，在適當情況下加以調整。

物業、廠房及設備項目，包括首次確認的任何重要部分於已出售或預期其使用或出售不再產生未來經濟利益時終止確認。於取消確認資產年度在損益表中確認的任何出售或報廢盈虧，乃有關資產的出售所得款項淨額與賬面值的差額。

無形資產(商譽除外)

單獨取得的無形資產按成本進行初始計量。業務合併中取得的無形資產成本為購買日的公平價值。無形資產的可使用年限分為有期限或無期限評估。有期限的無形資產其後按可使用經濟年限攤銷，並於有跡象顯示無形資產可能減值時評估是否減值。有期限的無形資產攤銷期及攤銷方法須至少於每個財政年度末進行檢討。

流動應用程式按直線法於其估計可使用年期3年內攤銷。

租賃

貴集團於合約開始時評估合約是否為或包含租賃。倘合約為換取代價而給予在一段時間內控制已識別資產使用的權利，則該合約為或包含租賃。

貴集團作為承租人

貴集團對所有租賃(惟短期租賃除外)採取單一確認及計量方法。貴集團確認租賃負債以作出租賃款項，而使用權資產指使用相關資產的權利。

(a) 使用權資產

貴集團於租賃開始日期(即相關資產可供使用當日)確認使用權資產。使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債的款額、已產生初始直接成本及於開始日期或之前作出的租賃款項減任何已收租賃獎勵。使用權資產於租期或資產估計可使用年期之較短者按直線法進行折舊如下：

物業	2至8年
設備	80個月

倘租賃資產的擁有權於租期結束前轉讓予貴集團或成本反映行使購買選擇權，則按資產估計可使用年期計算折舊。

(b) 租賃負債

於租賃開始日期，貴集團確認以租賃期內作出的租賃款項現值計量的租賃負債。租賃款項包括定額付款(含實質定額款項)減任何應收租賃優惠款項、取決於指數或利率的可變租賃款項以及預期根據剩餘價值擔保支付的金額。租賃款項亦包括貴集團合理確定行使的購買選擇權的行使價及倘租期反映貴集團正行使租賃終止選擇權時，有關終止租賃支付的罰款。不取決於指數或利率的可變租賃款項在出現觸發付款的事件或條件的期間內確認為支出。

於計算租賃款項的現值時，由於租賃內所含利率不易釐定，故貴集團應用租賃開始日期的增量借款利率計算。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因支付租賃款項而減少。此外，倘有任何修改(即租期變更、租賃款項變更(例如指數或利率變動導致未來租賃款項發生變化)或購買相關資產的選擇權評估的變更)則重新計量租賃負債的賬面值。

(c) 短期租賃

貴集團對其辦公室物業及停車位短期租賃(即自開始日期起計租賃期為十二個月或以下且並不包含購買權之租賃)應用確認短期租賃豁免。短期租賃的租賃付款於租期內按直線法確認為開支。

金融資產

初步確認及計量

貴集團金融資產於初步確認時分類為其後按攤銷成本計量。

初步確認時的金融資產分類取決於金融資產的合約現金流量特徵以及貴集團管理彼等的業務模式。除了並不包含重大融資成分或貴集團已就此應用不調整重大融資成分影響的可行權宜方法的貿易應收款項外，貴集團初始按公平值加上(倘金融資產並非按公平值計入損益)交易成本計量金融資產。根據下文「收益確認」所載的政策，並不包含重大融資成分或貴集團已就此應用可行權宜方法的貿易應收款項，乃根據香港財務報告準則第15號釐定的交易價格計量。

為使金融資產(債務工具)按攤銷成本分類及計量，需就未償還本金產生純粹支付本金及利息(「純粹支付本金及利息」)現金流量。現金流量並非純粹支付本金及利息之金融資產，其以公平值計入損益進行分類及計量，不論其業務模式如何。

貴集團管理金融資產的業務模式指其如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式確定現金流量是否將來自收集合約現金流量、出售金融資產，或兩者兼有。按攤銷成本分類及計量的金融資產旨在收取合約現金流量的業務模式中持有的金融資產。按公平值分類及計量且其變動計入其他全面收益的金融資產持有的業務模式旨在收取合約現金流量以及出售金融資產。不屬於上述業務模式的金融資產按公平值分類及計量且其變動計入損益。

金融資產的所有常規買賣於交易日(即貴集團承諾買賣該資產的日期)予以確認。常規買賣指按照一般市場規定或慣例在一定期間內交付資產的金融資產買賣。

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)的其後計量

按攤銷成本計量的金融資產其後使用實際利率法計量，並可能受減值影響。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

終止確認金融資產

金融資產(或一項金融資產的一部分或一組類似金融資產的一部分(如適用))在下列情況將終止確認(即自貴集團綜合財務狀況表中剔除)：

- 收取該項資產所得現金流量的權利經已屆滿；或
- 貴集團已轉讓其收取該項資產所得現金流量的權利，或已承擔一項責任，在未有嚴重拖延的情況下，根據一項「轉付」安排向第三方全數支付已收取的現金流量；及(a) 貴集團已轉讓該項資產的絕大部分風險及回報；或(b) 貴集團並無轉讓或保留該項資產絕大部分風險及回報，但已轉讓該項資產的控制權。

倘貴集團已轉讓其收取資產所得現金流量的權利，或已訂立轉付安排，則會評估其是否保留該項資產擁有權的風險及回報以及保留的程度。當其並無轉讓亦無保留該項資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓該項資產的控制權，則將於貴集團持續參與的程度確認已轉讓資產。在此情況

下，貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債按反映貴集團所保留權利及責任的基準計量。

以轉讓資產擔保方式持續參與按資產原賬面值與貴集團可能須支付的最高代價的較低者計量。

金融資產的減值

貴集團就所有並非按公平值計入損益持有的債務工具確認預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）撥備。預期信貸虧損乃以根據合約應付的合約現金流量與貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額為基準，按原有實際利率相近的比率貼現。預期現金流量將包括來自銷售所持有抵押品或其他信用增強（為合約條款不可或缺的部分）的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損於兩個階段進行確認。對於自首次確認後並無顯著增加的信貸風險，預期信貸虧損就可能於未來12個月內出現的違約事件計提信貸虧損撥備（12個月預期信貸虧損）。對於自首次確認後有顯著增加的信貸風險，須在信貸虧損預期的剩餘年期計提虧損撥備，不論違約事件於何時發生（全期預期信貸虧損）。

於各報告日期，貴集團於評估自首次確認後金融工具的信貸風險是否顯著增加時，貴集團將於報告日期金融工具發生的違約風險與首次確認日期起金融工具發生的違約風險進行比較，貴集團會考慮無需付出不必要的成本或努力而可得的合理有據的資料，包括過往及前瞻性資料。

貴集團通常在合約付款逾期90天時認為金融資產違約，而就若干債務人／在某些情況下，貴集團可能會評估是否有合理有據資料（包括貴集團信貸風險控制常規及逾期90天以上的金融資產的歷史收回率）證明較為滯後的違約標準更為合適。然而，在若干情況，當內部或外部資料顯示貴集團不大可能在貴集團採取任何信貸提升安排前悉數收回未償還合約金額時，貴集團亦可能認為該金融資產違約。當並無收回合約現金流量的合理預期時，金融資產予以撇銷。

按攤銷成本計量的金融資產根據一般方法可能會發生減值，並且除了採用簡化方法的貿易應收款項及合約資產（於下文詳述）外，其在以下階段分類用於預期信貸虧損計量。

- | | |
|-------|---|
| 第一階段— | 金融工具的信貸風險自首次確認以來並未顯著增加，其虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損的金額計量 |
| 第二階段— | 金融工具的信貸風險自首次確認以來顯著增加，但並非信貸減值金融資產，其虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量 |
| 第三階段— | 於報告日期信貸減值的金融資產（但不是購買或原始信貸減值），其虧損撥備按相等於全期預期信貸虧損的金額計量 |

簡化方法

貴集團使用撥備矩陣或其他適用方法計算貿易應收款項及合約資產的預期信貸虧損，通常以其歷史虧損經驗為基礎，酌情以相關外部資料補充／替代，特別是在適當具體實體資料來源不足的情況下，並就債務人及經濟環境的具體前瞻性因素作出調整。

金融負債

首次確認及計量

貴集團的金融負債於首次確認時分類為貸款及借款或應付款項(如適用)。

所有金融負債於首次確認時按公平值計量，如屬貸款及借款以及應付款項，則扣除直接應佔交易成本。

其後計量按攤銷成本列賬的金融負債(貸款及借款)

於首次確認後，計息貸款及借款其後以實際利率法按攤銷成本計量，除非折現的影響甚微，在此情況下，則按成本列賬。有關收益及虧損於負債終止確認時透過實際利率攤銷過程在損益表確認。

攤銷成本經計及收購的任何折讓或溢價以及屬於實際利率組成部分的費用或成本後計算。實際利率攤銷已計入損益表。

終止確認金融負債

金融負債於該負債項下的責任解除或撤銷或屆滿時終止確認。

倘現有金融負債被另一項來自同一貸款人以條款截然不同的金融負債所取代，或現有負債的條款被大幅修訂，該等交換或修訂以終止確認原負債及確認新負債處理，相關賬面值之間的差額於損益表內確認。

抵銷金融工具

倘現時有可執行之合法權利抵銷已確認金額，並且擬以淨額基準進行結算或同時將資產變現及清償負債，方可將金融資產及金融負債抵銷，而淨額於財務狀況表呈報。

現金及現金等價物

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭現金及活期存款，以及可即時兌換為已知金額現金、所涉價值變動風險不高而一般自取得起計三個月內到期的短期高流動性投資，減須按要求償還的銀行透支，並構成 貴集團現金管理組成部分。

就綜合財務狀況表而言，現金及現金等價物包括手頭及銀行現金，包括定期存款及用途不受限制且性質與現金相似的資產。

撥備

倘因過往事件須承擔現時責任(法定或推定責任)而履行責任很可能導致未來資源外流，則撥備予以確認，惟責任數額必須能可靠估計。

倘折現影響重大，則確認撥備之數額為預期履行責任所需的未來開支於報告期末的現值。隨時間流逝使折現現值增加的款項計入損益。

按租賃安排條款因須在租賃期末修復租賃之物業而產生合約責任時，予以確認修復成本撥備。於報告期末使用估計現金流量以預期清償責任的成本價值作出修復成本撥備，而等值資產會予以確認並按租賃安排期折舊。估計未來修復成本至少於每個財政年度末檢討及調整(如適用)。

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。與損益以外確認的項目相關的所得稅於損益以外，在其他全面收益或直接於權益確認。

即期稅項資產及負債乃按預期自稅務機構退回或付予稅務機構的金額根據截至各報告期末已實施或實質上已實施的稅率(及稅法)計算，並考慮 貴集團經營所在國家／司法權區的現行詮釋及慣例。

遞延稅項使用負債法按報告期末的資產及負債稅基與其作財務申報的賬面值之間的所有暫時性差額作出撥備。

所有應課稅暫時性差額，均被確認為遞延稅項負債，惟下述情況除外：

- 因初次確認商譽或一項交易(非業務合併)中的資產或負債所產生的遞延稅項負債，並於交易時不會影響會計溢利或應課稅溢利或虧損；及
- 就於附屬公司及聯營公司之投資所產生的應課稅暫時性差額而言，暫時性差額撥回時間可受控制，而暫時性差額於可見將來可能不會撥回。

所有可扣減暫時性差額及未動用稅項抵免與任何未動用稅務虧損的結轉，均被確認為遞延稅項資產。倘應課稅溢利可用於抵銷可扣減暫時性差額，以及未動用稅項抵免及未動用稅務虧損的結轉可予動用，則遞延稅項資產會予以確認，惟下述情況除外：

- 因有關可扣減暫時性差額的遞延稅項資產源自初次確認一項交易(非業務合併)中的資產或負債，並於交易時不會影響會計溢利或應課稅溢利或虧損；及
- 就於附屬公司及聯營公司之投資所產生的可扣減暫時性差額而言，遞延稅項資產僅於暫時性差額於可見將來可能撥回且應課稅溢利將用以抵銷暫時性差額時，方會予以確認。

遞延稅項資產的賬面值於各報告期末檢討，並扣減至不再可能有足夠應課稅溢利用於扣減所有或部分將予動用的遞延稅項資產為止。未確認遞延稅項資產於各報告期末重估，並確認至可能有足夠應課稅溢利將用於扣減所有或部分將予收回的遞延稅項資產。

遞延稅項資產及負債以預期適用於資產變現或負債清還期間的稅率計量，並基於各報告期末已頒佈或實質上頒佈的稅率(及稅法)計算。

當且僅當 貴集團可引用具法律執行效力的權利對銷即期稅項資產與即期稅項負債，且遞延稅項資產與遞延稅項負債與同一稅務當局對同一應課稅企業或於各未來期間預期有大額遞延稅項負債或資產需要結算或收回時，擬按淨額基準結算即期稅項負債及資產或同時變現資產及結算負債的不同稅務企業徵收的所得稅相關，則遞延稅項資產與遞延稅項負債可予對銷。

政府補貼

當可合理保證將收取政府補貼且 貴集團將符合所附的全部條件時，政府補貼以其公平值予以確認。如屬與開支項目相關的補貼，則於擬補償成本支銷期間系統地確認為收入。

收益確認

客戶合約收益

客戶合約收益於向客戶轉移商品或服務控制權時按反映 貴集團預期就該等商品或服務有權換取的代價金額確認。

倘合約中的代價包括可變金額，則代價金額按 貴集團將就向客戶轉移商品或服務有權換取的金額估計。可變代價於合約開始時估計並受到限制，直至很大可能不會於可變代價相關不確定因素其後獲解除時出現已確認累計收益金額的重大收入撥回為止。

倘合約中包含為客戶提供向客戶轉讓商品或服務超過一年的重大融資利益的融資部分，則收益按應收款項的現值計量，並使用 貴集團與客戶於合約開始時進行的單獨融資交易所反映的貼現率貼現。倘合約中包含為 貴集團提供超過一年的重大融資利益的融資部分，則根據該合約確認的收益包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。就客戶付款與轉讓承諾商品或服務之期間為一年或以下的合約，交易價格不會就重大融資部分的影響使用香港財務報告準則第15號的可行權宜方法進行調整。

(a) 廣告收益

印刷廣告收益通常在印刷廣告發佈時確認。對於程序化廣告來說，收益通常隨著交付曝光量而確認。非程序化數碼廣告收益通常基於所提供產品或服務的性質，在交付/提供相關產品或服務期間、隨著客戶同時接受及消費 貴集團提供的好處，或完全滿足相關履約責任時(例如在發行/交付相關產品的時間點)確認。廣告收益於扣除估計銷售獎勵(包括回扣、價格調整或折扣)的撥備後予以確認。

獎勵安排

一旦在有關期間廣告開支超過合約規定的特定門檻，則若干客戶可獲提供追溯性回扣。為估計將提供的逾期金額(將影響貴集團根據安排將收取的代價淨額)，貴集團應用預期更好預測金額的方法。已應用於約束可變代價估計的規定並根據有關期間與相關收益交易有關的估計預期獎勵總額，確認有關預期獎勵的負債為收益扣減(即未包括在交易價內的金額)。計量有關預期獎勵主要基於歷史經驗、當前經濟趨勢及迄今為止的累計廣告開支而估計。

(b) 發行收益

發行收益主要包括雜誌及書籍的銷售／訂閱收益。發行收益乃根據已售雜誌及書籍及／或數碼訂閱數量，以及向各自客戶收取的相關費率，扣除相關退回的撥備。發行收益在資產的控制權轉移予客戶時確認，一般在交付雜誌或書籍時確認。訂閱收益(包括數碼訂閱)在訂閱期內確認，一般在交付印刷或數碼出版物時確認。

未出售出版物退回

與發行商的若干合約包括在一定期限內退回未出售雜誌及書刊的條文。貴集團通常使用預期價值法估計將不會退回的商品，因為該方法最能預測貴集團將有權獲得的可變代價金額。已應用香港財務報告準則第15號有關約束可變代價的估計的規定，以釐定可包括在交易價內的可變代價金額。貴集團將該等退貨的估計影響記錄為收益減少(即未計入交易價內的金額)。為估計將退回的出版物，貴集團會考慮過往退回率、當前經濟趨勢、終端客戶需求變動及對貴集團出版物的接納程度。

其他收入

利息收入以應計基準，採用實際利率法按估計於金融工具的預計年期或於適當時按更短期間內所得未來現金收入折現至該金融資產賬面淨值的貼現率計算。

合約負債

合約負債指貴集團轉移相關商品或服務前，向客戶收取款項或應付款項(以較早者為準)時，確認合約負債。合約負債於貴集團履行合約(即，將相關商品或服務的控制權轉讓予客戶)時確認為收益。

退款負債

退款負債確認為退還自客戶收取(或應收)之部分或全部代價的義務，並按貴集團最終預期其須退回予客戶的金額計量。貴集團於各報告期末更新其對退款負債(及交易價格之相應變動)之估計。

僱員福利

退休金計劃

貴集團遵照香港強制性公積金計劃條例為合資格參與強制性公積金計劃（「強積金計劃」）的僱員在香港設立一項定額供款強積金退休福利計劃。供款按僱員基本薪酬的某一百分比計算，並於根據強積金計劃規則規定需要支付時自損益扣除。強積金計劃資產與貴集團資產分開以獨立管理基金持有。貴集團按強積金計劃作出的僱主供款全數歸屬於僱員。

貴集團於中國內地經營的附屬公司的僱員須參與一項由地方市政府管理的中央退休金計劃。該附屬公司須向該中央退休金計劃繳付其工資成本的若干百分比供款。根據中央退休金計劃的規定，供款在需要支付時在損益表中扣除。

股息

就貴集團若干實體而言，在各實體的組織章程大綱及細則授權各實體各自董事宣派中期股息時，同時建議宣派及派付中期股息。因此，中期股息在各實體董事建議及宣派時，即時確認為負債。

外幣

歷史財務資料以港元呈列，即貴公司的功能貨幣。貴集團內的各實體決定其功能貨幣且各實體的財務報表項目均使用功能貨幣計量。貴集團各實體所記錄的外幣交易初步使用交易日期的現行功能貨幣的匯率換算入賬。以外幣計值的貨幣資產及負債，按有關功能貨幣於報告期末的匯率換算。因結算或換算貨幣項目而導致的匯兌差額於損益表確認。

按歷史成本以外幣計量的非貨幣項目，採用初步交易日期的匯率換算。按某外幣的公平值計量的非貨幣項目乃採用計量公平值當日的匯率換算。換算按公平值計量的非貨幣項目產生的盈虧與確認該項目公平值變動的盈虧作一致處理（即公平值盈虧於其他全面收入或損益內確認的項目的換算差額亦分別於其他全面收入或損益內確認）。

在確定非貨幣資產或負債終止確認時產生的開支或收入或於同時產生相關資產的初步確認時，關於預付或預收對價的匯率，初步交易日期為貴集團初步確認由預付或預收對價產生的非貨幣資產或負債的日期。倘存在多個預付或預收款項，則貴集團釐定每次支付或收到預付對價的交易日期。

海外附屬公司之功能貨幣並非港元。於報告期末，該實體之資產與負債已按報告期末之現行匯率換算為港元，其損益表則按與於交易日期外匯比率相若的匯率換算為港元。因此而產生之匯兌差額於其他全面收益確認，並於外匯波動儲備中累計。出售海外業務時，與上述特定海外業務相關之其他全面收益項目在損益表中確認。

就綜合現金流量表而言，海外附屬公司的現金流量按現金流日期之匯率換算為港元。海外附屬公司於整個年度內經常產生之現金流量乃按年內之加權平均匯率換算為港元。

3. 重大會計判斷及估計

編製 貴集團歷史財務資料時，管理層需要作出會影響收益、開支、資產及負債呈報金額及其相關披露以及或然負債披露的判斷、估計及假設。該等假設及估計的不確定因素可能導致日後須就受影響之資產或負債賬面值作出重大調整。

判斷

於應用 貴集團的會計政策過程中，除涉及估計的判斷外，管理層作出以下對在歷史財務報表中已確認數額有重大影響的判斷：

識別客戶以及總額與淨額收益確認

在 貴集團正常業務過程中，中介機構可能參與其中。當中介機構被確定為 貴集團客戶時， 貴集團根據其預期自中介機構收取的金額錄得收益。

於其他情況下，釐定收益按總額或按淨額呈報乃基於 貴集團在交易中擔任主理人還是代理。倘 貴集團擔任交易的主理人，則 貴集團按總額基準呈報收益。倘 貴集團在交易中擔任代理，則 貴集團按淨額基準呈報收益。釐定 貴集團擔任交易的主理人還是代理涉及判斷及基於對安排條款的評估。倘 貴集團在約定商品或服務轉讓予客戶前控制該商品或服務，則 貴集團被視為主理人。 貴集團考慮多項因素以確定其是否控制商品或服務，因而為主理人。該等因素包括：(a) 倘 貴集團對履行承諾負有主要責任；(b) 倘 貴集團在商品或服務轉移予客戶前或移交控制權予客戶後存在存貨風險；及(c) 倘 貴集團可酌情確定特定商品或服務的價格。

釐定附有續租選擇權的合約租期的重大判斷

貴集團擁有一份包括延期選擇權的租賃合約。於租賃開始日期， 貴集團運用判斷以評估是否行使選擇權以重續租賃。換言之， 貴集團會考慮創造經濟誘因而使其行使延期選擇權的所有相關因素。於開始日期後，倘出現 貴集團可予控制的重大事件或情況有變，並影響其行使或不行使選擇權延期租賃的能力，則 貴集團會重新評估租期。

由於樓宇租賃對 貴集團營運的重要性，及在相關租賃合同期限內已進行(或預計將進行)的重大租賃權改進，預計在延長該租賃的選擇權可行使時將為 貴集團帶來重大經濟利益，因此 貴集團將續租期作為其辦公場所租賃期限的一部分。

估計不確定因素

下文所討論有關於報告期末就估計不確定因素之未來及其他主要來源的主要假設存在可導致資產與負債賬面值於下一財務年度需要作出重大調整的重大風險，茲描述如下。

收益確認 – 估計預期退貨及獎勵的可變代價

貴集團就若干交易估計計入交易價的可變代價，包括銷售雜誌及書刊(受限於退回未出售雜誌及書刊)及若干廣告安排(受限於向客戶提供獎勵)。已應用香港財務報告準則第15號有關約束可變代價的估計的規定，以釐定計入交易價內的可變代價金額。

在估計退貨時，貴集團可能使用每個產品的歷史數據來計算預期退貨百分比。該等百分比及其他相關資料(包括當前經濟趨勢、終端客戶需求變化及對貴集團刊物的接納程度)用於確定可變代價的預期值。與歷史退貨模式相比，經驗的任何重大變動將影響貴集團估計的預期退貨百分比。

釐定客戶是否將有可能獲得獎勵取決於客戶的歷史廣告支出淨額模式及獎勵權利、當前經濟趨勢及迄今為止的累計廣告支出淨額。與歷史廣告支出淨額模式及客戶退貨權利相比，任何重大變動將會影響貴集團估計的預期獎勵百分比。

貴集團於各報告期末更新其對預期退貨及獎勵的評估，並相應地調整退貨及獎勵責任。預期退貨及獎勵的估計對情況變化相當敏感，而貴集團過往有關退貨及獎勵情況的經驗可能無法代表客戶未來的實際退貨及獎勵情況。

非金融資產減值(商譽除外)

貴集團會於各報告期末就所有非金融資產(包括使用權資產)評估是否有任何減值跡象。有限地使用年期非金融資產於有跡象顯示賬面值不可收回的情況下作減值測試。倘資產的賬面值或現金產生單位超過其可收回金額(即公平值減出售成本或使用價值的較高者)，則該資產出現減值。公平值減出售成本乃根據同類資產公平交易中自具約束力的出售交易所得數據或可觀察市價減出售資產的增加成本計算。倘採用使用價值計算方式，則管理層必須估計來自資產或現金產生單位的預期未來現金流量及選取適當的折現率以計算該等現金流量的現值。

修復成本撥備

貴集團於各報告期末按清償租賃條款下的相關合約責任所產生的預期成本的估計對經營租賃下的若干租賃物業有關的貴集團應佔修復成本作出撥備，當中存在不確定因素並可能與產生的實際成本有差異。於釐定將產生的預期成本時須作出重大判斷及估計，包括(其中包括)參考過往經驗及可用資料作出多種假設。其進一步詳情載於歷史財務資料附註23。

貿易應收款項的預期信貸虧損撥備

貴集團使用撥備矩陣或其他適用方法計算貿易應收款項的預期信貸虧損。一般而言，撥備矩陣可能最初以貴集團歷來觀察到的違約率為基礎，酌情以相關外部資料作補充/替代，特別是在適當具體實體資料來源不足的情況下。貴集團將校準矩陣，以就前瞻性資料調整歷史信貸虧損經驗/相關外部資料。於各報告日期，更新歷史觀察到的違約率/相關外部資料並分析前瞻性估計的變動。

評估歷史觀察到的違約率／相關外部資料、預測經濟狀況與預期信貸虧損之間的相關性是一個重要估計。預期信貸虧損的金額對環境及預測經濟狀況的變動非常敏感。貴集團的歷史信貸虧損經驗／相關外部資料及經濟狀況預測，可能亦不代表日後客戶的實際違約情況。有關貴集團貿易應收款項預期信貸虧損的資料於歷史財務資料附註17中披露。

租賃－估計增量借款利率

貴集團無法輕易釐定租賃內所隱含的利率，因此，使用增量借款利率（「增量借款利率」）計量租賃負債。增量借款利率為貴集團於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近之資產，而以類似抵押品於類似期間借入所需資金應支付之利率。因此，增量借款利率反映了貴集團「應支付」的利率，當無可觀察的利率時（如就並無訂立融資交易之附屬公司而言）或當須對利率進行調整以反映租賃之條款及條件時（如當租賃並非以附屬公司之功能貨幣訂立時），則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，貴集團使用可觀察輸入數據估算增量借款利率並須作出若干實體特定的估計。

4. 經營分部資料

貴集團主要專注於數碼及印刷媒體業務以及雜誌及書籍出版。就資源分配及績效評估而言，向貴集團主要經營決策者提呈的資料，側重於貴集團的整體經營業績，因為貴集團的資源已整合且並無分散經營分部資料可提供。因此，並無呈列經營分部資料。

地區資料

(a) 來自外部客戶的收益

於各有關期間內，貴集團來自外部客戶的收益按產生相關收益的貴集團開展相關活動所處位置絕大部分來自香港。

(b) 非流動資產

貴集團於各有關期間末的大部分非流動資產按資產所處位置均位於香港。

有關主要客戶的資料

截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度來自外部客戶有關數碼及印刷媒體業務以及雜誌及書刊出版佔貴集團總收益10%以上的收益如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
客戶A	28,954	34,790	24,168
客戶B	27,313	不適用*	不適用*

來自該等客戶的收益包括來自一組據悉受該等客戶共同控制的實體的收益。

* 少於貴集團於各自年度總收益的10%。

附錄一

會計師報告

5. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
客戶合約收益			
<i>(i) 分拆收益資料</i>			
商品或服務種類			
數碼廣告(程序化廣告除外)	157,401*	195,071	188,090
程序化廣告	22,851	36,787	41,079
	<u>180,252</u>	<u>231,858</u>	<u>229,169</u>
印刷廣告	12,608	9,849	8,608
發行	18,729	3,492	2,901
	<u>211,589</u>	<u>245,199</u>	<u>240,678</u>
客戶合約收益總額	<u>211,589</u>	<u>245,199</u>	<u>240,678</u>
收益確認時間			
某個時間點	151,852	176,526	167,722
隨著時間	59,737	68,673	72,956
	<u>211,589</u>	<u>245,199</u>	<u>240,678</u>
客戶合約收益總額	<u>211,589</u>	<u>245,199</u>	<u>240,678</u>

* 包括截至二零二零年十二月三十一日止年度根據若干印刷廣告合約收取的項目管理費約0.4百萬港元。

下表載列於各有關期間初計入合約負債的於有關期間確認的及就過往期間達成履約責任確認的收益金額：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
於各有關期間初			
計入合約負債的已確認收益：			
發行	467	263	255
數碼廣告	853	2,187	1,226
	<u>1,320</u>	<u>2,450</u>	<u>1,481</u>

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
於過往期間達成履約責任確認 的收益： 由於可變代價的限制過往未能 確認的銷售商品	637	198	37

(ii) 履約責任

有關 貴集團履約責任的資料概述如下：

數碼廣告(包括程序化廣告)

履約責任通常在履行相關服務或交付／出版產品時，或在提供服務的一段時間內履行，而付款通常在交付時或在開票日期後90天內到期。

印刷廣告

履約責任一般於出版印刷廣告時達成，且付款一般於賬單日期後90日之內到期。

發行

履約責任一般於交付雜誌或書刊時達成且付款一般根據相關方各自協議所載協定的條款支付。就訂閱收益而言，通常須提前或在各有關期間開始時付款。

可行權宜之計

作為可行權宜之計，分配予餘下履約責任的代價(未達成或部分達成)並未披露，因為所有餘下履約責任為初始預定期限為一年或以內的各自合約的一部分。

附錄一

會計師報告

其他收入及收益的分析如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
其他收入及收益			
銀行利息收入	23	5	8
已付租金按金利息累加	–	42	85
政府補貼*	15,959	–	5,680
租賃修訂收益	354	1,193	–
撥回修復成本撥備 的收益	–	2,415	–
佣金收入	496	191	145
內容許可	318	283	107
銷售廢料	17	61	44
一名出租人的COVID-19相關租金減免	–	29	–
其他	254	218	1,242
	<u>17,421</u>	<u>4,437</u>	<u>7,311</u>

* 政府補貼指根據香港特別行政區政府推出的保就業計劃授予的補貼。該等補貼並無涉及尚未達成條件或或然情況。

附錄一

會計師報告

6. 除稅前溢利

貴集團除稅前溢利已扣除／(計入)以下各項：

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
已售商品及已提供服務的成本		55,680	56,777	62,504
物業、廠房及設備折舊	14	1,747	1,251	3,989
使用權資產折舊	15	9,411	12,347	12,620
無形資產攤銷	16	188	417	470
未計入租賃負債計量的租賃付款	15	707	355	219
核數師酬金		350	350	395
[編纂]開支		–	9,356	4,125
出售／撤銷物業、廠房及設備的虧損淨額		260	29	–
僱員福利開支(包括董事及主要行政人員的薪酬(附註8))：				
薪金、花紅及其他福利		95,545	101,206	91,259
退休金計劃供款*(界定供款計劃)		3,929	3,416	3,425
		<u>99,474</u>	<u>104,622</u>	<u>94,684</u>
貿易應收款項減值／(減值撥回)淨額	17	74	2,107	(360)
外匯差額淨額		85	196	(29)
		<u>99,633</u>	<u>107,025</u>	<u>94,343</u>

* 並無沒收供款可供貴集團(作為僱主)使用以減低現有供款水平。於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團並無沒收供款可供其於未來年度減少其退休金計劃供款。

7. 融資成本

融資成本分析如下：

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
銀行借款利息		199	935	1,932
其他借款利息		162	–	–
租賃負債利息	15	1,456	2,224	3,694
		<u>1,817</u>	<u>3,159</u>	<u>5,626</u>

8. 董事及主要行政人員薪酬

於有關期間，貴公司一名董事獲委任為現時組成貴集團的附屬公司的董事，因而彼自該附屬公司收取薪酬。該董事薪酬載於各有關期間的歷史財務資料中。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
袍金	—	—	—
其他酬金：			
薪金及津貼	2,092	2,112	2,112
表現有關花紅*	—	4,604	—
退休金計劃供款	18	18	18
	<u>2,110</u>	<u>6,734</u>	<u>2,130</u>

* 基於貴集團表現。

(a) 獨立非執行董事

於有關期間結束後，鄭嘉裕女士、麥錦釗先生及牛鍾洁先生於二零二三年六月二十六日獲委任為貴公司的獨立非執行董事。

於有關期間，貴公司並無付予或應付予獨立非執行董事任何袍金或其他薪酬。

附錄一

會計師報告

(b) 執行董事及主要行政人員

范敏嫦女士、黃志輝先生及李一培先生於二零二一年三月二十二日獲委任為 貴公司執行董事。

	薪金及津貼 千港元	表現 有關花紅 千港元	退休金 計劃供款 千港元	酬金總額 千港元
截至二零二零年 十二月三十一日止年度				
范敏嫦女士	-	-	-	-
黃志輝先生	-	-	-	-
李一培先生*	2,092	-	18	2,110
	<u>2,092</u>	<u>-</u>	<u>18</u>	<u>2,110</u>
截至二零二一年 十二月三十一日止年度				
范敏嫦女士	-	-	-	-
黃志輝先生	-	-	-	-
李一培先生*	2,112	4,604	18	6,734
	<u>2,112</u>	<u>4,604</u>	<u>18</u>	<u>6,734</u>
截至二零二二年 十二月三十一日止年度				
范敏嫦女士	-	-	-	-
黃志輝先生	-	-	-	-
李一培先生*	2,112	-	18	2,130
	<u>2,112</u>	<u>-</u>	<u>18</u>	<u>2,130</u>

* 行政總裁

於有關期間， 貴集團並無向執行董事及主要行政人員支付或應付任何酬金，作為彼等加入 貴集團或加入 貴集團之後的獎勵或離職賠償。

於有關期間，概無董事或主要行政人員根據任何安排放棄或同意放棄任何酬金。

附錄一

會計師報告

9. 五名最高薪僱員

於有關期間，貴集團五名最高薪僱員包括一名董事，其酬金詳情載於上文附註8。其餘四名並非貴公司董事亦非主要行政人員的最高薪僱員於各有關期間的酬金詳情如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
薪金及津貼	5,548	5,075	5,712
酌情花紅	984	1,596	–
退休金計劃供款	72	72	72
	<u>6,604</u>	<u>6,743</u>	<u>5,784</u>

酬金在下列範圍內的非董事及非主要行政人員之最高薪僱員人數如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
1,000,001港元至1,500,000港元	1	1	3
1,500,001港元至2,000,000港元	3	2	1
2,000,001港元至2,500,000港元	–	1	–
	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>4</u>

於有關期間，貴集團並無向非董事及非主要行政人員的最高薪酬僱員支付或應付任何酬金，作為彼等加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或離職賠償。

10. 所得稅

於各有關期間，香港利得稅乃就於各有關期間在香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5%作出撥備。

就中國內地成立的附屬公司而言，於各有關期間按25%之稅率計提企業所得稅。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
即期－香港			
年內支出	5,757	8,214	7,547
過往年度超額撥備	(2)	–	(13)
即期－中國內地			
年內支出	19	6	36
遞延(附註24)	(246)	851	(157)
	<u>5,528</u>	<u>9,071</u>	<u>7,413</u>

附錄一

會計師報告

按法定稅率（貴集團大部分經營附屬公司所在司法權區的法定稅率）計算適用於除稅前溢利的稅項開支與按貴集團實際稅率計算的稅項支出對賬如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
除稅前溢利	<u>46,696</u>	<u>42,120</u>	<u>46,844</u>
按香港法定稅率16.5%計算的稅項	7,705	6,950	7,729
海外當局實施的較高稅率	(58)	(33)	(179)
過往期間即期稅項調整	(2)	-	(13)
無需繳稅的收入	(2,637)	(402)	(943)
不可扣稅開支	573	2,615	826
未確認的稅項虧損	86	60	60
其他	<u>(139)</u>	<u>(119)</u>	<u>(67)</u>
按貴集團實際稅率計算的稅項支出	<u>5,528</u>	<u>9,071</u>	<u>7,413</u>

11. 股息

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
已確認為分派之股息	<u>25,760</u>	<u>44,000</u>	<u>12,000</u>

於二零二零年七月三日，新傳媒集團有限公司就截至二零一九年十二月三十一日止年度向其當時股東宣派股息1,500,000港元。

於二零二零年十月二十八日及二零二零年十二月三十日，新傳媒集團有限公司就截至二零二零年十二月三十一日止年度向其當時股東宣派股息分別為6,000,000港元及4,760,000港元（附註27(a)）。

於二零二一年三月三日，新傳媒集團有限公司就截至二零二零年十二月三十一日止年度向其當時股東宣派股息10,000,000港元。

於二零二一年四月二十六日，貴公司向其股東宣派股息4,000,000港元。

於二零二一年八月十二日，貴公司向其股東宣派股息30,000,000港元。

於二零二二年八月二十九日，貴公司向其股東宣派股息12,000,000港元。

每股股息資料未予呈列，原因為貴公司董事認為，由於歷史財務資料附註2.1所披露進行重組及貴集團於有關期間的呈列基準，納入該資料就歷史財務資料而言並無意義。

12. 母公司普通股權益擁有人應佔每股盈利

每股盈利資料未予呈列，原因為貴公司董事認為，由於歷史財務資料附註2.1所披露進行重組及貴集團於有關期間的呈列基準，納入該資料就歷史財務資料而言並無意義。

附錄一

會計師報告

13. 於附屬公司的投資

貴公司

	於十二月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
非上市投資(按成本)	14,229	14,229

附屬公司新傳媒集團有限公司的詳情於歷史財務資料附註1中披露。

與附屬公司的結餘為非交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。

14. 物業、廠房及設備

	租賃 裝修 千港元	傢俬、固定 裝置及設備 千港元	總計 千港元
二零二零年十二月三十一日			
於二零二零年一月一日：			
成本	9,668	22,758	32,426
累計折舊	(8,388)	(21,269)	(29,657)
賬面淨值	1,280	1,489	2,769
於二零二零年一月一日，扣除累計折舊			
添置	4	180	184
出售	(257)	(52)	(309)
年內折舊撥備	(807)	(940)	(1,747)
匯兌重新調整	10	-	10
於二零二零年十二月三十一日，扣除累計折舊	230	677	907
於二零二零年十二月三十一日：			
成本	9,317	20,343	29,660
累計折舊	(9,087)	(19,666)	(28,753)
賬面淨值	230	677	907

附錄一

會計師報告

	租賃 裝修 千港元	傢俬、固定 裝置及設備 千港元	總計 千港元
二零二一年十二月三十一日			
於二零二一年一月一日：			
成本	9,317	20,343	29,660
累計折舊	(9,087)	(19,666)	(28,753)
賬面淨值	<u>230</u>	<u>677</u>	<u>907</u>
於二零二一年一月一日，扣除累計折舊			
添置	20,896	4,445	25,341
出售／撇銷	(2)	(27)	(29)
年內折舊撥備	(456)	(795)	(1,251)
匯兌重新調整	1	2	3
於二零二一年十二月三十一日，扣除累計折舊	<u>20,669</u>	<u>4,302</u>	<u>24,971</u>
於二零二一年十二月三十一日：			
成本	22,363	8,613	30,976
累計折舊	(1,694)	(4,311)	(6,005)
賬面淨值	<u>20,669</u>	<u>4,302</u>	<u>24,971</u>
二零二二年十二月三十一日			
於二零二二年一月一日：			
成本	22,363	8,613	30,976
累計折舊	(1,694)	(4,311)	(6,005)
賬面淨值	<u>20,669</u>	<u>4,302</u>	<u>24,971</u>
於二零二二年一月一日，扣除累計折舊			
添置	631	997	1,628
年內折舊撥備	(2,818)	(1,171)	(3,989)
匯兌重新調整	-	-	-
於二零二二年十二月三十一日，扣除累計折舊	<u>18,482</u>	<u>4,128</u>	<u>22,610</u>
於二零二二年十二月三十一日：			
成本	22,841	8,665	31,506
累計折舊	(4,359)	(4,537)	(8,896)
賬面淨值	<u>18,482</u>	<u>4,128</u>	<u>22,610</u>

15. 租賃

貴集團作為承租人

貴集團擁有經營中使用的各種物業、停車場及設備項目合約。設備租賃的租期為80個月，而物業的租期通常為2至8年。若干物業及停車場的租期為12個月或以內。

(a) 使用權資產

貴集團於有關期間使用權資產的賬面值及變動如下：

	物業 千港元	設備 千港元	總計 千港元
於二零二零年一月一日	20,255	10,226	30,481
租賃裝修	(3,414)	–	(3,414)
折舊開支	(6,854)	(2,557)	(9,411)
匯兌重新調整	27	–	27
於二零二零年十二月三十一日及 二零二一年一月一日	10,014	7,669	17,683
添置	72,475	–	72,475
租賃裝修(提早終止租賃期限*)	(3,120)	–	(3,120)
折舊開支	(9,790)	(2,557)	(12,347)
匯兌重新調整	23	–	23
於二零二一年十二月三十一日 及二零二二年一月一日	69,602	5,112	74,714
添置	695	–	695
折舊開支	(10,063)	(2,557)	(12,620)
於二零二二年十二月三十一日	60,234	2,555	62,789

* 一份終止通知書已根據相應租賃協議的條款發出以於二零二一年十二月終止租賃。

附錄一

會計師報告

(b) 租賃負債

於有關期間租賃負債的賬面值及變動如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
於一月一日的賬面值	35,542	22,943	72,550
新租賃	–	64,249	695
租賃裝修	(3,768)	(4,313)	–
年內確認的利息增加(附註7)	1,456	2,224	3,694
一名出租人的COVID-19相關租金減免	–	(29)	–
付款	(10,317)	(12,550)	(13,447)
匯兌調整	30	26	–
	<u>22,943</u>	<u>72,550</u>	<u>63,492</u>
於十二月三十一日的賬面值	<u>22,943</u>	<u>72,550</u>	<u>63,492</u>
分析為：			
流動部分	10,460	9,858	10,536
非流動部分	<u>12,483</u>	<u>62,692</u>	<u>52,956</u>

租賃負債的到期日分析於歷史財務資料附註31中披露。

(c) 與租賃有關於損益中確認的金額如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
租賃負債利息	1,456	2,224	3,694
使用權資產折舊開支	9,411	12,347	12,620
並無計入租賃負債計量 的租賃付款(計入其他開支淨額)	707	355	219
租賃裝修收益	(354)	(1,193)	–
一名出租人的COVID-19相關租金減免	–	(29)	–
	<u>11,220</u>	<u>13,704</u>	<u>16,533</u>
於損益中確認的總金額	<u>11,220</u>	<u>13,704</u>	<u>16,533</u>

(d) 租賃現金流出總額於歷史財務資料附註27(c)中披露。

附錄一

會計師報告

16. 無形資產

	流動應用程式 千港元
二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日 於二零二零年一月一日的成本	–
添置一分開購置	1,204
年內攤銷撥備	<u>(188)</u>
於二零二零年十二月三十一日及二零二一年一月一日	1,016
添置一分開購置	126
年內攤銷撥備	<u>(417)</u>
於二零二一年十二月三十一日及二零二二年一月一日	725
添置一分開購置	153
年內攤銷撥備	<u>(470)</u>
於二零二二年十二月三十一日	<u><u>408</u></u>
於二零二零年十二月三十一日：	
成本	1,204
累計攤銷	<u>(188)</u>
賬面淨值	<u><u>1,016</u></u>
於二零二一年十二月三十一日：	
成本	1,330
累計攤銷	<u>(605)</u>
賬面淨值	<u><u>725</u></u>
於二零二二年十二月三十一日：	
成本	1,483
累積攤銷	<u>(1,075)</u>
賬面淨值	<u><u>408</u></u>

17. 貿易應收款項

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
貿易應收款項	67,387	84,891	76,570
減值	<u>(3,970)</u>	<u>(6,077)</u>	<u>(5,100)</u>
	<u><u>63,417</u></u>	<u><u>78,814</u></u>	<u><u>71,470</u></u>

附錄一

會計師報告

貴集團與其客戶的交易條款／結算安排通常按特定合約條款或參考彼等的過往付款記錄及／或業務關係按特定安排／交易慣例(可能包括預先付款、於交付時／提供服務時付款或信貸期限延長至90天)進行。銷售雜誌的發行收入通常由各自發行商於核實已售雜誌數量後約10天內向貴集團進行結算。貴集團致力嚴格控制其未償還應收款項。逾期結餘由管理層審閱。貴集團並未就其貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸提升物。貿易應收款項不計利息。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團貿易應收款項中包括應收關聯方(為楊受成產業控股於當中為最終控股公司的集團成員公司(「楊受成產業控股集團」)款項分別約零、10,000港元及400,000港元，該款項為交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團貿易應收款項中包括應收除楊受成產業控股集團以外的英皇集團成員公司(「英皇集團其他成員公司」)款項分別約15,000港元、12,000港元及1,612,000港元，該款項為交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。

於二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團賬面淨值約71百萬港元及66百萬港元的若干貿易應收款項已予抵押，以獲得授予貴集團的銀行貸款融資(附註22)。

基於發票日期及扣除虧損撥備的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
一個月內	23,792	26,676	27,116
1至3個月	22,475	26,990	22,988
3至6個月	14,108	18,524	13,886
6個月以上	3,042	6,624	7,480
	<u>63,417</u>	<u>78,814</u>	<u>71,470</u>

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
於年初	3,896	3,970	6,077
減值／(減值撥回)淨額(附註6)	74	2,107	(360)
撇銷為不可收回的金額	—	—	(617)
於年末	<u>3,970</u>	<u>6,077</u>	<u>5,100</u>

於各報告日期使用撥備矩陣或其他適用方法進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備比率通常根據具有類似虧損模式的不同客戶群體的逾期天數計算。計算結果會適當地反映概率加權結果、貨幣的時間價值以及在報告日期可獲得的關於過往事件、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理有據資料。

附錄一

會計師報告

下表載列 貴集團貿易應收款項的信貸風險資料：

於二零二零年十二月三十一日

	即期至					總計
	逾期 少於1個月	逾期 1至3個月	逾期 3至6個月	逾期 6至9個月	逾期 9個月以上	
預期信貸虧損率	1.27%	2.30%	4.69%	15.01%	67.48%	5.89%
總賬面值(千港元)	32,644	16,717	12,607	2,052	3,367	67,387
預期信貸虧損(千港元)	415	384	591	308	2,272	3,970

於二零二一年十二月三十一日

	即期至					總計
	逾期 少於1個月	逾期 1至3個月	逾期 3至6個月	逾期 6至9個月	逾期 9個月以上	
預期信貸虧損率	1.21%	2.28%	4.55%	14.24%	65.49%	7.16%
總賬面值(千港元)	38,832	21,656	14,162	4,367	5,874	84,891
預期信貸虧損(千港元)	471	493	644	622	3,847	6,077

於二零二二年十二月三十一日

	即期至					總計
	逾期 少於1個月	逾期 1至3個月	逾期 3至6個月	逾期 6至9個月	逾期 9個月以上	
預期信貸虧損率	1.21%	2.33%	4.50%	11.08%	64.92%	6.66%
總賬面值(千港元)	36,839	19,040	9,964	5,947	4,780	76,570
預期信貸虧損(千港元)	447	443	448	659	3,103	5,100

18. 預付款項、按金及其他應收款項

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
預付款項	2,854	6,031	6,727
按金及其他應收款項	3,071	5,380	5,377
	5,925	11,411	12,104
減：非流動部分	(2,652)	(3,027)	(2,960)
流動部分	3,273	8,384	9,144

附錄一

會計師報告

上述結餘中包括與應收款項相關的金融資產，該等應收款項近期並無重大違約記錄及逾期金額應收款項。於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，管理層評估虧損撥備極低。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團按金及其他應收款項中包括應收關聯方(為楊受成產業控股集團成員公司)款項分別約2,595,000港元、零及零，該款項為非交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團按金及其他應收款項中包括應收英皇集團其他成員公司款項分別約97,000港元、零及零，該款項為非交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。

於二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團預付款項中包括一間英皇集團其他成員公司非交易相關預付款項分別約225,000港元及288,000港元。

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團預付款項包括關聯方(為楊受成產業控股間接聯營公司)交易相關預付款項分別約600,000港元、零及零(附註28(a)(v))。

19. 現金及現金等價物及已抵押銀行存款

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
現金及銀行結餘	31,466	23,525	19,930
銀行存款	<u>800</u>	<u>800</u>	<u>800</u>
	32,266	24,325	20,730
減：已抵押銀行存款	<u>(800)</u>	<u>(800)</u>	<u>(800)</u>
現金及現金等價物	<u><u>31,466</u></u>	<u><u>23,525</u></u>	<u><u>19,930</u></u>

貴集團的現金及現金等價物乃以下列貨幣計值：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
港元	29,893	22,429	18,821
人民幣	1,515	1,070	1,025
其他	<u>58</u>	<u>26</u>	<u>84</u>
現金及現金等價物	<u><u>31,466</u></u>	<u><u>23,525</u></u>	<u><u>19,930</u></u>

人民幣不能自由兌換成其他貨幣，然而，根據中國外匯管理條例以及結匯、售匯及付匯管理規定，貴集團可透過獲授權進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

若干銀行現金按相關銀行存款利率計算的浮動利率計息。銀行結餘及已抵押銀行存款乃存放於並無近期違約記錄且信譽良好的銀行。

貴集團信用卡融資由貴集團於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日的若干銀行存款分別為800,000港元、800,000港元及800,000港元作抵押。

附錄一

會計師報告

20. 貿易應付款項

基於發票日期或相等日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
30天以內	5,840	5,052	5,350
30至90天	1,846	321	436
90天以上	351	66	321
	<u>8,037</u>	<u>5,439</u>	<u>6,107</u>

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團貿易應收款項包括應付關聯公司(為楊受成產業控股集團的成員公司)分別約零、127,000港元及36,000港元，為交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。貿易應付款項為免息且一般以介乎30至90天為期結算。

21. 其他應付款項及應計費用

	附註	於十二月三十一日		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
合約負債	(a)	2,510	1,506	1,510
其他應付款項及應計費用*	(b)	<u>18,339</u>	<u>49,766</u>	<u>16,861</u>
		<u>20,849</u>	<u>51,272</u>	<u>18,371</u>

* 於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團其他應付款項及應計費用包括應付關聯公司(為楊受成產業控股集團的成員公司)款項分別約1,485,000港元、1,431,000港元及1,234,000港元，該款項為非交易相關、無抵押、不計息及按要求償還。貴公司董事確認，有關金額將於[編纂]前結算。

附註：

(a) 合約負債的詳情如下：

	於	於十二月三十一日		
	二零二零年 一月一日 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
預收款項				
發行	467	263	255	223
數碼廣告	979	<u>2,247</u>	<u>1,251</u>	<u>1,287</u>
	<u>1,446</u>	<u>2,510</u>	<u>1,506</u>	<u>1,510</u>

合約負債包括有關發行及數碼廣告的已收短期預收款項。於二零二零年的合約負債增加主要由於就數碼廣告已收客戶短期預收款項的增加抵銷其中一本雜誌於二零二零年停止出版造成的減少所致。於二零二一年的合約負債減少主要由於臨近截至二零二一年十二月三十一日止年度結束時因就銷售／訂閱雜誌及書籍及數碼廣告收取客戶短期墊款減少所致。於二零二二年的合約負債增加主要由於臨近截至二零二二年十二月三十一日止年度結束時因就數碼廣告收取客戶短期墊款增加所致。

- (b) 於二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團其他應付款項中包括總額分別約20,752,000港元及1,336,000港元與添置物業、廠房及設備相關的款項。

其他應付款項為不計息且一般以介乎30至90天為期結算。

22. 計息銀行借款

	附註	於十二月三十一日		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
即期				
銀行借款－無抵押	(a)	10,318	–	6,000
銀行借款－有抵押	(b)	–	35,000	15,000
		<u>10,318</u>	<u>35,000</u>	<u>21,000</u>
分析為：				
須償還的銀行借款：				
一年內或按要求*		<u>10,318</u>	<u>35,000</u>	<u>21,000</u>

* 相關協議包含給予各貸款人的無條件權利隨時收回各項借款的按要求償還條款，因此，就上述到期情況而言，總額分類為「按要求」。

附註：

- (a) 於二零二零年十二月三十一日，銀行借款按香港銀行同業拆息率（「香港銀行同業拆息率」）加1.45%的年利率計息及於二零二一年償還。

於二零二零年十二月三十一日，貴集團獲得一家銀行授出的銀行借款融資總額約15,477,000港元，其中總額約10,318,000港元於二零二零年十二月三十一日已動用。

於二零二二年第四季度，貴公司一間間接附屬公司（「附屬公司」）自一家銀行（「貸款人」）獲得一項定期貸款融資（「融資」），融資限額為6,000,000港元，其中6,000,000港元於二零二二年十二月三十一日已動用。融資由貴公司提供無限金額擔保。楊受成產業控股簽署一份承諾契據，據此，楊受成產業控股無條件及不可撤銷地向貸款人契諾及承諾，倘貴公司股份於自二零二二年十一月三十日起計十一個月內未在聯交所[編纂]，楊受成產業控股應立即提供或促使提供充足的現金資金予附屬公司，以悉數償還融資項下的所有未償還債務。融資項下提取的貸款按香港銀行同業拆息率加2.75%的年利率計息及於二零二三年十一月償還。

- (b) 於二零二一年六月，附屬公司獲得一項一家銀行（「該銀行」）授出的循環貸款融資35,000,000港元，其中35,000,000港元於二零二一年十二月三十一日已動用，融資乃由 貴公司發出的公司擔保及 貴集團的若干貿易應收款項作抵押（附註17）。於二零二一年十二月三十一日，銀行貸款按該銀行的港元最優惠利率與其融資成本之較高者計息，以及10,000,000港元及25,000,000港元銀行借款各自的應計利息及本金總額分別於二零二二年一月二十一日及二零二二年三月七日償還。

於上述循環銀行貸款融資屆滿後，附屬公司於二零二二年十二月從該銀行獲得另一項無承諾循環貸款融資，融資限額為30,000,000港元，其中總額15,000,000港元於二零二二年十二月三十一日已動用。循環貸款融資乃由 貴公司的公司擔保及 貴集團的若干貿易應收款項作抵押（附註17）。循環銀行貸款融資項下提取的貸款按1個月香港銀行同業拆息率加4.5%的年利率與該銀行融資成本加4.5%的年利率之較高者計息，以及於二零二二年十二月三十一日的未償還的15,000,000港元銀行借款的應計利息及本金總額於二零二三年二月七日或之前償還。根據該循環銀行貸款融資的條款及條件，每次提取的最高貸款融資比率至多為附屬公司相關應收賬款報告（「應收賬款報告」）所示應收賬款總額的若干百分比（「門檻百分比」）且當時未償還貸款與最高提取金額合共不得超過融資限額。倘在任何時候應收賬款報告的結餘低於指定金額及其相對於融資項下提取的貸款（「未償還貸款」）的貸款價值比率（「貸款價值比率」）超出門檻百分比，則附屬公司應在該銀行不時施加的時限內減少未償還貸款以使貸款價值比率恢復至不超過門檻百分比。倘貸款價值比率超出門檻百分比，則附屬公司須在一個月內提早償還部分款項以支付短缺差額或向銀行提供獲接納抵押品以恢復至初始貸款價值比率狀況。

貴集團計息銀行借款以港元計值。

23. 撥備

根據相關租賃協議的條款， 貴集團（作為若干物業的承租人）有義務於相關租期屆滿／終止時修復若干租賃物業至各自租賃協議所指定的最初狀態或狀況，費用由 貴集團承擔。

	修復成本撥備		
	於十二月三十一日		
	二零二零年	二零二一年	二零二二年
	千港元	千港元	千港元
於年初	2,415	2,415	6,557
額外撥備	—	6,557	—
撥備撥回	—	(2,415)	—
於年末	<u>2,415</u>	<u>6,557</u>	<u>6,557</u>

修復成本撥備乃根據 貴公司董事參考（其中包括）過往經驗及可用資料作出的假設及估計而釐定。該等假設及估計至少於各報告期間結束時檢討及修改（如適用）。

附錄一

會計師報告

24. 遞延稅項

遞延稅項資產

	附註	超過相關 折舊撥備的 折舊／(超過 相關折舊 的折舊撥備) 千港元	貿易應收 款項減值 千港元	總計 千港元
於二零二零年一月一日		693	263	956
年內計入損益的遞延稅項	10	—	246	246
於二零二零年十二月三十一日 及二零二一年一月一日		693	509	1,202
年內計入／(扣除自)損益 的遞延稅項	10	(1,253)	402	(851)
於二零二一年十二月三十一日 及二零二二年一月一日		(560)	911	351
年內計入／(扣除自)損益的 遞延稅項	10	305	(148)	157
於二零二二年十二月三十一日		(255)	763	508

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，貴集團於香港產生的稅項虧損分別約為32,956,000港元、33,319,000港元及33,682,000港元，可無限期用於抵銷產生虧損公司的未來應課稅溢利。

由於產生稅項虧損的附屬公司的未來應課稅溢利流不可預測，故於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日並無就該等稅項虧損確認遞延稅項資產，貴集團認為不大可能有未來應課稅溢利可供抵銷可動用的稅項虧損。

25. 已發行股本

	於十二月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
法定：		
5,000,000股每股面值0.01港元的普通股	50	50
已發行及繳足：		
20,000股每股面值0.01港元的普通股	—*	—*

* 金額不足1,000港元

於二零二一年三月二十二日，貴公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000港元，分為5,000,000股每股面值0.01港元的普通股。於註冊成立後，按面值發行1股 貴公司面值為0.01港元之普通股作為認購人股份以及於同日，按面值額外配發及發行9,999股 貴公司每股面值0.01港元的普通股，以換取現金。

於同日，額外10,000股 貴公司每股面值0.01港元的普通股獲配發及發行，以換取新傳媒集團有限公司的全部已發行股本，並根據重組入賬列為繳足。

26. 儲備

貴集團

貴集團於各有關期間的儲備及其變動金額於本報告第I-9頁至第I-10頁的綜合權益變動表內呈報。

其他儲備主要來自：

- (a) 相關附屬公司已發行股本及股份溢價的總額與實體於過往期間就收購已發行股份的面值之間的差額；
- (b) 於二零零六年向一名非控股股東收購一間附屬公司額外15%股權及被視為注資；
- (c) 因於過往期間撤銷註冊若干附屬公司而獲當時直接控股公司豁免的經常賬目；
- (d) 於過往期間貼現當時直接控股公司的非經常免息貸款產生的被視為注資；及
- (e) 新傳媒集團有限公司已發行股本與根據重組為交換該等股本而發行的 貴公司股份的面值之間的差額。

貴公司

貴公司儲備變動的概要如下：

	其他儲備 千港元	保留溢利 千港元	總計 千港元
重組所產生	14,229	—	14,229
年內全面收益總額	—	41,535	41,535
股息(附註11)	—	(34,000)	(34,000)
於二零二一年十二月三十一日及 二零二二年一月一日	14,229	7,535	21,764
股息(附註11)	—	(12,000)	(12,000)
年內全面收入總額	—	10,862	10,862
於二零二二年十二月三十一日	14,229	6,397	20,626

貴公司其他儲備指根據重組所收購一間附屬公司的權益超出為換取該等附屬公司權益而發行 貴公司股份的名義值部分。

27. 綜合現金流量表附註

(a) 主要非現金交易

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，貴集團就物業的租賃安排分別有非現金添置使用權資產約零、64,249,000港元及695,000港元以及租賃負債約零、64,249,000港元及695,000港元。

於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度，就物業的租賃安排而言，貴集團擁有非現金租賃裝修造成使用權資產減少約3,414,000港元、3,120,000港元及零(附註15(a))以及租賃負債減少約3,768,000港元、4,313,000港元及零(附註15(b))及租賃裝修收益約354,000港元、1,193,000港元及零(附註15(c))。

於截至二零二零年十二月三十一日止年度，新傳媒集團有限公司透過貴集團與當時直接控股公司的結餘宣派股息約4,760,000港元。

於截至二零二一年十二月三十一日止年度，貴集團就貴集團若干租賃物業修復成本計提的非現金額外撥備約6,557,000港元及相應非現金為於該年度貴集團使用權資產的添置6,557,000港元。

(b) 融資活動所產生負債的變動

	租賃負債 千港元	計息銀行借款 千港元	其他計息借款 千港元
於二零二零年一月一日	35,542	—	3,984
融資現金流量變動	(10,317)	10,318	(3,984)
租賃裝修	(3,768)	—	—
外匯變動	30	—	—
利息開支	1,456	—	—
於二零二零年十二月三十一日 及二零二一年一月一日	22,943	10,318	—
融資現金流量變動	(12,550)	24,682	—
一名出租人的COVID-19相關租金減免	(29)	—	—
新租賃	64,249	—	—
租賃裝修	(4,313)	—	—
外匯變動	26	—	—
利息開支	2,224	—	—
於二零二一年十二月三十一日 及二零二二年一月一日	72,550	35,000	—
融資現金流量變動	(13,447)	(14,000)	—
新租賃	695	—	—
利息開支	3,694	—	—
於二零二二年十二月三十一日	63,492	21,000	—

附錄一

會計師報告

(c) 租賃現金流出總額

計入綜合現金流量表的租賃現金流出總額如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
計入經營活動	707	355	219
計入融資活動	10,317	12,550	13,447
	<u>11,024</u>	<u>12,905</u>	<u>13,666</u>

28. 與關聯方及英皇集團其他成員公司的交易

(a) 貴集團於有關期間與關聯方進行以下交易：

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
當時的直接控股公司				
融資成本	(i)	162	-	-
楊受成產業控股集團 其他成員公司				
廣告收入	(ii)	61	42	427
租賃負債的利息開支	(c)	789	171	-
租賃付款	(c)	6,330	2,596	-
租賃裝修收益	(c)	354	-	-
並未計入租賃負債計量 的租賃付款	(iii)	707	222	-
償付行政開支	(iv)	770	1,793	1,330
楊受成產業控股的間接 聯營公司				
廣告收入	(ii)	438	-	-
製作及其他成本	(v)	120	174	-

附註：

- (i) 當時直接控股公司根據相應貸款協議所載條款收取的融資成本(附註7)。
- (ii) 廣告收入按各自協議所載相關訂約方協定的條款支付。
- (iii) 一間關聯公司按各自租賃協議所載關聯方協定的條款收取的金額。
- (iv) 一間關聯公司收取的金額乃參考所產生的成本。未償還款項計入其他應付款項及應計費用中(附註21)。

附錄一

會計師報告

- (v) 截至二零二零年十二月三十一日止年度，貴公司預付若干製作成本約600,000港元予楊受成產業控股的間接聯營公司(附註18)及於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，該實體收取貴集團若干成本分別約120,000港元及174,000港元，均以有關訂約方協定的條款為基礎。於截至二零二一年十二月三十一日止年度，預付製作成本已悉數退還予貴集團。

- (b) 安排及結餘外，貴集團於有關期間與英皇集團其他成員公司進行如下交易：

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
廣告收入	(i)	319	206	1,779
製作成本及 印刷成本	(ii)	126	—	295
保薦費	(iii)	—	707	219
		<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>

附註：

- (i) 廣告收入按各自協議所載相關訂約方協定的條款收費。
- (ii) 製作成本及印刷成本按各自協議所載相關訂約方協定的條款收費。
- (iii) 根據一份委聘函，英皇集團另一間成員公司已獲委任為貴公司股份於聯交所主板[編纂]的聯席保薦人之一，總協定保薦費為1,650,000港元。截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日，已產生該保薦費總額分別約為932,000港元及1,213,000港元，其中約707,000港元及219,000港元分別自截至二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的損益中扣除。
- (c) 與關聯公司的租賃安排及已付相關按金

於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度，貴集團與一間關聯公司(「出租人」)(楊受成產業控股集團的成員公司)就租賃若干物業初始訂立介乎兩至三年的租賃安排(「租賃安排」)。於二零二一年十二月三十一日，出租人不再為關聯公司。於二零二零年十二月三十一日就租賃安排向關聯公司已付的按金總額分別為2,397,000港元，計入貴集團非流動按金。於二零二零年十二月三十一日，與租賃安排有關的使用權資產及租賃負債於貴集團綜合財務狀況表確認。於二零二零年十二月三十一日，有關租賃安排的使用權資產分別約為9,432,000港元。於二零二零年十二月三十一日，有關租賃安排的租賃負債分別約為11,181,000港元。於截至二零二零年及二零二一年十二月三十一日止年度的損益及綜合現金流量表中確認與租賃安排有關的金額載於附註28(a)。

附錄一

會計師報告

(d) 與關聯方的結餘

(i) 與關聯方的交易結餘

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
貿易應收款項			
楊受成產業控股集團成員公司	-	10	400
英皇集團其他成員公司	15	12	1,612
	<u>15</u>	<u>22</u>	<u>2,012</u>

貿易應收款項為無抵押、不計息及按要求償還。

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
預付款項			
楊受成產業控股集團的一間 間接聯營公司	600	-	-
	<u>600</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
貿易應付款項			
楊受成產業控股集團成員公司	-	127	36
	<u>-</u>	<u>127</u>	<u>36</u>

貿易應收款項為無抵押、不計息及按要求償還。

(ii) 與關聯方的非交易結餘

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
按金及其他應收款項			
楊受成產業控股集團成員公司	2,595	-	-
英皇集團其他成員公司	97	-	-
	<u>2,692</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

其他應收款項為無抵押、不計息及按要求償還。

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
預付款項			
英皇集團一間其他成員公司	-	225	288
	<u>-</u>	<u>225</u>	<u>288</u>

貴公司董事確認，預付英皇集團一間其他成員公司款項將於[編纂]前動用。

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
其他應付款項及應計費用			
楊受成產業控股集團成員公司	1,485	1,431	1,234
	<u>1,485</u>	<u>1,431</u>	<u>1,234</u>

附錄一

會計師報告

其他應付款項及應計費用為無抵押、不計息及按要求償還。貴公司董事確認，應付楊受成產業控股集團成員公司其他應付款項及應計費用將於[編纂]前結算。

(e) 貴集團主要管理人員的酬金：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
短期僱員福利	4,777	9,474	4,752
離職後福利	54	54	54
付予主要管理人員的薪酬總額	<u>4,831</u>	<u>9,528</u>	<u>4,806</u>

董事及主要行政人員酬金的進一步詳情載於歷史財務資料附註8中。

29. 按類別劃分的金融工具

各類別金融工具於各有關期間末的賬面值如下：

金融資產

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
按攤銷成本計量的金融資產：			
貿易應收款項	63,417	78,814	71,470
計入預付款項、按金及其他應收款項的 金融資產	3,071	5,380	3,517
已抵押銀行存款	800	800	800
現金及現金等價物	<u>31,466</u>	<u>23,525</u>	<u>19,930</u>
	<u>98,754</u>	<u>108,519</u>	<u>95,717</u>

金融負債

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
按攤銷成本計量的金融負債：			
貿易應付款項	8,037	5,439	6,107
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	11,417	33,479	12,660
計息銀行借款	10,318	35,000	21,000
租賃負債	<u>22,943</u>	<u>72,550</u>	<u>63,492</u>
	<u>52,715</u>	<u>146,468</u>	<u>103,259</u>

30. 公平值及公平值層級

於各有關期間末，貴集團的金融資產及金融負債之賬面值合理地與其公平值相若。

金融資產及負債的公平值按工具於自願雙方之間的現時交易（強迫或因清盤出售除外）中所交換的金額入賬。以下方法及假設乃用以估計公平值：

現金及現金等價物、已抵押銀行存款、貿易應收款項、計入預付款項、按金及其他應收款項內的金融資產，貿易應付款項、計入其他應付款項及應計費用內的金融負債以及計息銀行借款的公平值乃與彼等的賬面值相若，主要原因是該等工具均屬短期性質／按要求償還或並無重大折讓影響。

計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產的非流動部分公平值乃通過使用擁有類似條款、信貸風險及餘下到期期限的工具的現行利率估計未來現金流量貼現而計算。由於貴集團本身在有關期間存在不履約的風險，故公平值的變化評估為並不重大。

31. 金融風險管理目標及政策

貴集團主要金融工具包括計息銀行借款、租賃負債、已抵押銀行存款以及現金及現金等價物。該等金融工具的主要目的是為貴集團經營籌集資金。貴集團擁有各種其他金融資產及負債，例如貿易應收款項、計入預付款項、按金及其他應收款項的金融資產、貿易應付款項及計入其他應付款項及應計費用的金融負債，主要直接來自其經營。

貴集團於有關期間及其一貫政策是不會進行金融工具交易。

貴集團金融工具的主要風險為利率風險、信貸風險及流動資金風險。貴集團管理層審閱及同意管理該等各項該等風險的政策並概述如下。

利率風險

貴集團面臨的市場利率變動風險主要關於貴集團按浮動利率計息的計息銀行借款。貴集團透過定期密切監控利率變動來減低風險。

下表列示在所有其他變量保持不變的情況下，貴集團於截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止年度的除稅前溢利對利率合理可能變動的敏感度（透過對浮息計息銀行借款的影響）：

附錄一

會計師報告

	基準點 上升／(下降)	除稅前溢利 增加／(減少) 千港元
截至二零二零年十二月三十一日止年度 港元	50 (50)	(52) 52
截至二零二一年十二月三十一日止年度 港元	50 (50)	(175) 175
截至二零二二年十二月三十一日止年度 港元	50 (50)	(105) 105

信貸風險

貴集團主要以信貸方式與認可／信譽良好的第三方進行交易。貴集團的政策是有意按信貸條款進行交易的所有客戶須進行信用核實程序。此外，貴集團按持續基準監控應收款項結餘。

最高風險及年末階段

下表顯示根據貴集團信貸政策的信貸質素及信用風險的最大風險(其主要根據過往逾期資料(除非有其他資料可無需過多成本或精力即可獲得)釐定)及於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日的年末階段分類。所列金額為金融資產的總賬面值。

	12個月 預期信貸 虧損				總額 千港元
	第一階段 千港元	第二階段 千港元	第三階段 千港元	簡化方法 千港元	
於二零二零年十二月三十一日					
貿易應收款項*	-	-	-	67,387	67,387
計入預付款項、其他應收款項 及其他資產的金融資產					
— 正常**	3,071	-	-	-	3,071
已抵押銀行存款					
— 尚未逾期	800	-	-	-	800
現金及現金等價物					
— 尚未逾期	31,466	-	-	-	31,466
	<u>35,337</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>67,387</u>	<u>102,724</u>

附錄一

會計師報告

	12個月 預期信貸 虧損				總額 千港元
	第一階段 千港元	第二階段 千港元	第三階段 千港元	簡化方法 千港元	
於二零二一年十二月三十一日					
貿易應收款項*	-	-	-	84,891	84,891
計入預付款項、其他應收款項 及其他資產的金融資產					
- 正常**	5,380	-	-	-	5,380
已抵押銀行存款					
- 尚未逾期	800	-	-	-	800
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	23,525	-	-	-	23,525
	<u>29,705</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>84,891</u>	<u>114,596</u>
於二零二二年十二月三十一日					
貿易應收款項*	-	-	-	76,570	76,570
計入預付款項、其他應收款項 及其他資產的金融資產					
- 正常**	3,517	-	-	-	3,517
已抵押銀行存款					
- 尚未逾期	800	-	-	-	800
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	19,930	-	-	-	19,930
	<u>24,247</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>76,570</u>	<u>100,817</u>

* 就 貴集團應用簡化方法進行減值的貿易應收款項而言，相關資料於歷史財務資料附註17中披露。

** 當計入預付款項、按金及其他應收款項中金融資產並無逾期且並無資料顯示金融資產自首次確認以來的信用風險已顯著上升時，其信貸質素被視為「正常」。否則，金融資產的信貸質素被視為「呆賬」。

貴集團面臨因貿易應收款項產生的信貸風險的進一步定量分析資料於歷史財務資料附註17中披露。

流動資金風險

貴集團監察其資金短缺的風險並考慮其金融資產及金融負債的到期日以及經營所得預期現金流。

貴集團的目標是透過使用計息銀行借款來維持資金的連續性與靈活性之間的平衡。

下表列示基於合約未貼現付款於各有關期間末 貴集團金融負債到期情況。

附錄一

會計師報告

	按要求或 少於1年 千港元	1至5年 千港元	5年以上 千港元	總計 千港元
於二零二零年十二月三十一日				
貿易應付款項	8,037	–	–	8,037
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	11,417	–	–	11,417
計息銀行借款	10,318	–	–	10,318
租賃負債	11,049	12,970	–	24,019
	<u>40,821</u>	<u>12,970</u>	<u>–</u>	<u>53,791</u>
於二零二一年十二月三十一日				
貿易應付款項	5,439	–	–	5,439
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	33,479	–	–	33,479
計息銀行借款	35,000	–	–	35,000
租賃負債	13,797	45,921	28,245	87,963
	<u>87,715</u>	<u>45,921</u>	<u>28,245</u>	<u>161,881</u>
於二零二二年十二月三十一日				
貿易應付款項	6,107	–	–	6,107
計入其他應付款項及應計費用的金融負債	12,660	–	–	12,660
計息銀行借款	21,000	–	–	21,000
租賃負債	14,122	43,996	17,311	75,429
	<u>53,889</u>	<u>43,996</u>	<u>17,311</u>	<u>115,196</u>

於二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日，上述計息銀行借款賬面值分別約為10,318,000港元、35,000,000港元及21,000,000港元，包含給予各貸款人的無條件權利隨時收回各項借款的按要求償還條款，因此，就上述到期情況而言，總額分類為「按要求」。

儘管有按要求償還款項的條款，貴公司董事並不認為有關借款將在任何時間全數被要求償還，且彼等認為有關借款將按相關協議所訂明的到期日予以償還。是項評估乃考慮以下因素後作出：於各有關期末 貴集團財務狀況；未發生違約事件，以及 貴集團已按時償還所有過往預定還款。

附錄一

會計師報告

根據載有按要求償還條款的銀行借款的條款，於各有關期間末，基於合約未貼現付款並不計任何按要求償還條款的影響，銀行借款的到期情況如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
少於1年	<u>10,533</u>	<u>35,386</u>	<u>21,171</u>

資本管理

貴集團資本管理的首要目標為確保 貴集團具備持續經營的能力，且維持穩健的資本比率，以支持其業務及爭取最大的股東價值。

貴集團根據經濟情況的變動及相關資產的風險特徵，管理其資本結構並作出調整。為維持或調整資本結構， 貴集團可能調整向股東派發的股息、向股東返還的資本或發行新股份。 貴集團不受任何外部施加的資本要求所限。於有關期間並無更改管理資本的目標、政策或程序。

貴集團使用資本負債比率監察資本，該比率根據 貴集團債務總額除以其權益總額釐定。債務總額包括計息銀行借款及應付關聯公司款項。於各有關報告期間末的資本負債比率如下：

	於十二月三十一日		
	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元
應付關聯公司款項(附註21)	1,485	1,431	1,234
計息銀行借款(附註22)	<u>10,318</u>	<u>35,000</u>	<u>21,000</u>
債務總額	<u>11,803</u>	<u>36,431</u>	<u>22,234</u>
權益總額	<u>54,994</u>	<u>44,035</u>	<u>71,498</u>
資本負債比率(%)	<u>21.5</u>	<u>82.7</u>	<u>31.1</u>

32. 有關期間後之事項

於二零二三年三月十七日， 貴公司就截至二零二三年十二月三十一日止年度向其股東宣派每股普通股500港元的中期股息，合共10,000,000港元。

33. 其後財務報表

貴公司、 貴集團或其任何附屬公司並無就於二零二二年十二月三十一日之後的任何期間編製經審核財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

下文載列本公司組織章程大綱及細則若干條文及開曼公司法若干方面的概要。

本公司於二零二一年三月二十二日根據開曼群島公司法(經修訂)(「公司法」)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括其組織章程大綱(「大綱」)及其組織章程細則(「細則」)。

1. 組織章程大綱

(a) 大綱訂明(其中包括)，本公司股東的責任以其當時各自持有股份的未繳股款(如有)為限，而本公司的成立宗旨並無限制(包括作為一間投資公司)，而本公司擁有且能夠全面行使作為一個自然人可行使的全部權力，而不論公司法第27(2)條有關公司利益的規定，惟由於本公司為獲豁免公司，本公司不會在開曼群島與任何人士、商號或法團進行交易(惟促進本公司在開曼群島外進行的業務而進行者除外)。

(b) 本公司可通過特別決議案修改大綱所指定的任何宗旨、權力或其他事項。

2. 組織章程細則

細則於二零二三年六月二十六日獲有條件採納並自[編纂]起生效。以下乃細則若干條文的概要：

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司股本包括普通股。

(ii) 更改現有股份或股份類別的權利

在公司法的規限下，倘在任何時候本公司股本分為不同類別股份，股份或任何類別股份附有的全部或任何特權，可經由不少於該類別已發行股份面值四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人在另行召開的股東大會通過特別決議案批准而更改、修訂或廢除，除非該類別股份的發行條款另有規定。細則中關於股東大會的條文經必要修訂後，適用於該等另行召開

的股東大會，惟大會法定人數(包括續會)為兩位持有佔該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士或受委代表。該類別股份的每位持有人每持有該類別股份一股可投一票。

賦予任何股份或任何類別股份持有人的任何特別權利不會因增設或發行與其享有同等權益的額外股份而視為改變、修訂或廢除，除非該等股份發行條款所附權利另有明確規定。

(iii) 股本變更

本公司可通過其股東的普通決議案以：

- (i) 透過增設新股份增加其股本；
- (ii) 將其全部或任何股本合併為面值高於現有股份的股份；
- (iii) 按本公司於股東大會或董事決定將股份分拆為多類股份，及賦予該等股份任何優先、遞延、合資格或專有權利、特權、條件或限制；
- (iv) 拆細股份或任何部分股份為面值低於大綱規定金額的股份；
- (v) 就發行及配發不附帶任何投票權的股份作出撥備；或
- (vi) 註銷任何於決議案通過之日尚未獲認購的股份，並按註銷股份的面值削減其資本數額。

本公司可通過特別決議案削減股本或資本贖回儲備或其他不可分派儲備。

(iv) 股份轉讓

所有股份轉讓均須以一般或通用格式或香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)所訂明的格式或董事會批准的任何其他格式的轉讓文件進行，並必須親筆，或倘簽署轉讓人或承讓人為結算所或其代理人，則可親筆或以機印方式簽署或以董事會不時批准的有關其他方式簽署。

儘管有上述規限，只要任何股份在聯交所上市，該等上市股份的權屬可以依據所適用的法律及聯交所規則和規例（「上市規則」）予以證明及轉讓。由本公司保存的與該等上市股份相關的股東名冊（無論是股東名冊總冊或股東名冊分冊）可採用清晰易讀以外的形式記載公司法第40條所要求的詳情，前提是該等記載應符合適用於該等上市股份的法律及上市規則。

轉讓文件均須由轉讓人及承讓人雙方或其代表簽署，惟董事會可豁免承讓人簽署轉讓文件。在承讓人的名稱就該股份載於股東名冊前，轉讓人仍被視為股份的持有人。

董事會可全權決定隨時將任何登記於股東名冊總冊的股份移往任何股東名冊分冊，或將任何登記於股東名冊分冊的股份移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除非向本公司繳付董事釐定的款額（不超過聯交所可釐定的應付最高款額），並且轉讓文件（如適用）已正式繳付印花稅，且只涉及一類股份，並送交有關註冊辦事處或過戶登記處或存放股東總名冊的有關其他地點，並附上有關股票及董事會可合理要求以顯示轉讓人的轉讓權的其他證明（如轉讓文件由其他人士代為簽署，則該人士獲授權的證明），否則董事會可拒絕承認任何轉讓文件。

在任何報章以廣告方式或根據聯交所規定以任何其他方式發出通告後，可暫停及停止辦理股份過戶登記，時間及限期由董事會決定。任何年度停止辦理股份過戶登記的時期合共不得超過三十(30)日。該三十(30)日期限在股東以普通決議案批准後可進一步延長，惟任何一年內不得延長超過三十(30)日。

在上文所述的規限下，繳足股款的股份可自由轉讓，不受任何限制，及並無附帶以本公司為受益人的留置權。

(v) 本公司購買其本身股份的權力

公司法及細則授權本公司在若干限制下購回本身股份，且董事會只可根據聯交所不時規定的任何適用規定代表本公司行使該權力。

董事會可以接受任何繳足股份無償的交回。

(vi) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份的條文。

(vii) 催繳股份及沒收股份

董事會可不時向股東催繳其各自所持股份尚未繳付(無論為股份面值或溢價)的任何款項。催繳股款可一次付清，亦可分期付款。倘任何催繳股款或分期股款的應付款項截至指定付款日期尚未繳付，則欠款人士須按董事會釐定的利率(不超過年息二十厘(20厘))支付由指定付款日期至實際付款日期期間有關款項的利息，但董事會可豁免繳付全部或部分有關利息。董事會如認為恰當，可向任何願意預繳股款的股東收取其所持有任何股份應付的全部或任何部分未催繳及未付股款或分期股款(以現金或等同現金項目繳付)，而本公司可就預繳的全部或任何款項按董事會釐定的利率(如有)支付利息。

若股東於指定付款日期未能支付任何催繳股款，董事會可向股東發出不少於十四(14)日的通知，要求其支付所欠的催繳股款，連同任何應計並可能累計至實際付款日期的利息，並聲明若於指定時間或之前仍未付款，則有關催繳股款的股份可被沒收。

若股東未依循任何有關通知的要求，則該通知所涉及股份於其後任何時候及在支付通知所規定的款項前，可由董事會通過決議案沒收。沒收將包括有關被沒收股份的所有已宣派但於沒收前仍未實際支付的股息及紅利。

股份被沒收的人士將不再為有關被沒收股份的股東，惟仍有責任向本公司支付其於沒收日期就該等股份應付予本公司的全部款項，連同(倘董事會酌情要求)由沒收日期至實際付款日期的有關利息，有關利息由董事會釐定，惟不得超過年息二十厘(20厘)。

(b) 董事

(i) 委任、退任及罷免

在每屆股東週年大會上，當時三分之一的董事(若人數並非三的倍數，則以最接近但不少於三分之一的人數)須輪流退任，惟每位董事必須最少每三年於股東週年大會上退任一次。輪流退任的董事包括任何有意退任且無意膺選連任的董事。其餘退任董事乃自上次獲選連任或獲委任以來任期最長的董事，但若多位董事於同一日履任或獲選連任，則以抽籤方式決定須退任的董事(除非彼等另有協定)。

董事及替任董事均毋須持有本公司任何股份作為出任資格。此外，細則並無規定董事必須退任的年齡。董事有權委任任何人士為董事以填補董事會臨時空缺或增加現有董事會人數。任何就此獲委任的董事的任期將至本公司舉行下屆股東週年大會為止，並符合資格於該大會膺選連任。

本公司可通過普通決議案罷免任期未屆滿的董事(包括總經理或其他執行董事)(惟不影響該董事就其與本公司所訂立任何合約遭任何違反所承受的損失提出索償)，且本公司股東可通過普通決議案委任另一名人士接任其職位。除非本公司於股東大會另有決定，否則董事人數不得少於兩位。董事人數並無上限。

董事職位在下列情況下出缺：

(aa) 董事向本公司提交書面通知表示辭職；

(bb) 精神失常或身故；

- (cc) 無特別批准而連續六(6)個月缺席董事會會議及董事會議決解除其職務；
- (dd) 宣佈破產或收到接管令或暫停還債或與債權人達成還款安排協議；
- (ee) 根據法律不得出任董事；或
- (ff) 因任何法律條文停止擔任董事或根據細則被免除董事職務。

董事會可委任一位或多位成員為本公司董事總經理、聯席董事總經理、或副董事總經理或擔任任何其他職位或行政職位，任期及條款由董事會決定，而董事會可撤銷或終止任何有關委任。董事會可將其任何權力、職權及酌情權授予董事會認為合適的有關董事及其他人士組成的委員會，並不時就任何人士或事宜撤回全部或部分有關授權或撤回委任及解散任何該等委員會，惟所有以此方式成立的委員會在行使獲授予的權力、職權及酌情權時，須遵守董事會不時規定的任何規則。

(ii) 配發及發行股份與認股權證的權力

在符合公司法及大綱與細則的條文與賦予任何股份或任何類別股份持有人的任何特權的情況下，本公司可通過普通決議案決定(或如無該項決定或該項決定迄今並無作出特別規定，則由董事會決定)發行附有特殊權利或限制(無論關於派息、投票權、資本退還或其他方面)之任何股份。

在公司法條文、上市規則及章程及細則以及任何股份持有人獲賦予或任何類別股份所附帶的任何特別權利的規限下，任何優先股可於可釐定日期依據本公司或持有人的選擇(如獲細則授權)，按本公司在發行或兌換前透過普通決議案所釐定的贖回條款及方式(包括以股本贖回)發行或兌換。

董事會可根據其可能決定的條款，發行可賦予其證券持有人認購本公司任何類別股份或其他證券的認股權證或可換股證券或類似性質的證券。

在公司法及細則的條文以及上市規則(如適用)的規限下，並在不損害任何股份或任何類別股份當時附帶的任何特權或限制的情況下，本公司所有未發行的股份可由董事會處置，董事會可全權酌情按其認為適當的時間、代價、條款及條件向其認為適當的人士提呈發售、配發、授予購股權或以其他方式處置，惟股份不得以折讓其面值方式發行。

當配發、發售或出售股份或就股份授出購股權時，本公司或董事會均不得向登記地址在董事會認為若無辦理登記聲明或其他特別手續下即屬違法或不可行的任何特定地區的股東或其他人士配發或發售股份或授出購股權。受前句影響的股東就任何目的而言不屬於或被視作另一類股東。

(iii) 出售本公司或其任何附屬公司資產的權力

細則並無關於出售本公司或其任何附屬公司資產的特別規定。然而，董事可行使、採取及辦理一切本公司可行使或採取或批准的權力及措施與事宜，而該等權力及措施與事宜並非細則或公司法規定須由本公司於股東大會上行使、採取及辦理者。

(iv) 借貸權力

董事會可行使本公司全部權力籌集或借貸資金，或將本公司全部或任何部分業務、財產及資產及未催繳股本按揭或抵押，並可在公司法的規限下發行本公司的債權證、債券及其他證券，作為本公司或任何第三方的任何債項、負債或責任的全部或附屬抵押。

(v) 酬金

本公司將於股東大會釐定董事的一般酬金，該等酬金(除經投票通過的決議案另有指示外)將按董事會協議的比例及方式分派予董事，如未能達成協議，則由各董事平分，惟任何董事任職時間僅為應付酬金期間內的某一段時間，僅可按其任職時間比例收取。董事亦有權預支或報銷因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或本公司任何類別股份或債權證的獨立會議

或因執行董事職務而合理預期支出或已支出的所有差旅費、酒店費及額外開支。

倘任何董事應本公司的要求往海外公幹或駐守海外，或提供董事會認為超逾董事日常職責範圍的服務，董事會可決定向該董事支付額外酬金，作為任何一般董事酬金以外的額外報酬或代替該等一般董事酬金。執行董事獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員可收取董事會不時釐定的有關酬金、其他福利及津貼。上述酬金可作為董事酬金以外的額外報酬或代替董事酬金。

董事會可為本公司僱員（於本段或下段所使用的詞彙應包括本公司或其任何附屬公司任何行政職位或任何可分享溢利的職位的任何董事或前任董事）及前任僱員及彼等供養的人士或上述任何一類或多類人士，設立或聯同或與其他公司（指本公司的附屬公司或與本公司有業務聯繫的公司）設立提供養老金、疾病津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利的任何計劃或基金，並由本公司負責供款。

董事會可在須遵守或毋須遵守任何條款或條件的情況下支付或訂立協議支付或給予可撤回或不可撤回的養老金或其他福利予僱員及前任僱員及彼等供養的人士或上述任何人士，包括除該等僱員或前任僱員或彼等供養的人士根據上段所述的任何計劃或基金已經或可以享有者（如有）以外的養老金或福利。在董事會認為適當的情況下，上述養老金或福利可在僱員預期實際退休前、實際退休時或實際退休後任何時間授予僱員。

董事會可決議將當時任何儲備或資金（包括股份溢價賬、資本贖回儲備及損益賬）之全部或任何部分進賬款項（不論其是否可供分派）撥充資本，在下列情況下將有關款項用於繳足下列人士將獲配發之未發行股份：(i)於根據已於股東大會上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與該等人士有關之安排而授出之任何認股權或獎勵獲行使或權利獲歸屬之時，本公司僱員（包括董事）及／或其直接或透過一間或多間中介公司間接控制本公司或受本公司控制或與本公司受相同控制之聯屬人士（指任何個人、法團、合夥、團體、合股公司、信託、非法團團體或其他實體（本公司除外））；或(ii)

任何信託之任何受託人(本公司就行使已於股東大會上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與該等人士有關之安排而將向其配發及發行股份)。

(vi) 離職補償或付款

根據細則，凡向任何董事或前任董事支付任何款項，作為離職補償或退任代價(並非董事根據合約規定可享有者)，須由本公司在股東大會上批准。

(vii) 給予董事的貸款及貸款擔保

倘及在香港法例第622章公司條例禁止的情況下，本公司不得直接或間接向董事或彼的緊密聯繫人作出任何貸款(猶如本公司為在香港註冊成立的公司)。

(viii) 披露與本公司或其任何附屬公司所訂立的合約中所擁有的權益

董事可於在職期間兼任本公司任何其他有酬勞的職務或職位(惟不可擔任本公司核數師)，任期及條款由董事會決定，因此除細則指明或規定的任何酬金外，董事還可收取兼任其他職位的額外酬金。董事可出任或擔任本公司發起或擁有權益的任何公司的董事或其他高級人員職位，或於該等公司擁有權益，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事、高級人員或股東，或在該等其他公司擁有權益而收取的酬金、利潤或其他利益。董事會亦可以其認為適當的各種方式促使全面行使本公司持有或擁有的任何其他公司的股份所賦予的投票權(包括投票贊成任命董事為該等其他公司的董事或高級人員的任何決議案，或投票贊成或規定向該等其他公司的董事或高級人員支付的酬金)。

任何董事或建議委任或候任董事概不應因其董事職位而失去與本公司訂立有關其兼任有酬勞職位或職務的合約、或以賣方、買方或任何其他身份與本公司訂立合約的資格。該等合約或任何董事以任何方式於其中擁有權益的

其他合約或安排亦不得因此撤銷，而參與訂約或擁有權益的董事毋須因其董事職務或由此而建立的信託關係，向本公司或股東交代其由任何此等合約或安排所獲得的酬金、利潤或其他利益。董事若知悉其於與本公司所訂立或建議訂立的合約或安排中有任何直接或間接權益，必須於首次考慮訂立合約或安排問題的董事會會議上申明其利益性質。若董事其後方知擁有權益，或在任何其他情況下，則須於知悉此項權益後的首次董事會會議上申明其利益性質。董事不得就批准其或其緊密聯繫人有重大權益的合約、安排或其他建議的董事會決議案投票（亦不得計入會議的法定人數內），惟此限制不適用於下列任何事項：

(aa) 下列情況下提供任何抵押或彌償：

(aaa) 就董事或其緊密聯繫人（應本公司或其任何附屬公司之要求或為本公司或其任何附屬公司之利益）借出款項或作出承擔；或

(bbb) 就董事或其緊密聯繫人本身已個別或共同根據一項擔保或彌償或提供抵押承擔全部或部分責任的本公司或其任何附屬公司的債項或責任，而向第三方提供；

(bb) 提呈發售本公司或其創立或擁有權益之任何其他公司之股份或債券或其他證券以供認購或購買之任何建議，而董事或其緊密聯繫人參與或將會參與發售建議之包銷或分包銷；

(cc) 任何有關本公司或其附屬公司僱員利益之建議或安排，包括：

(aaa) 採納、修訂或實施任何僱員股份計劃或任何股份獎勵或購股權計劃，而董事或其緊密聯繫人可從中受惠；或

(bbb) 採納、修訂或實施與董事、其緊密聯繫人及本公司或其任何附屬公司之僱員有關之公積金或退休金、死亡或傷殘津貼計劃，而其中並無給予任何董事或其緊密聯繫人任何與該計劃或基金有關之人士一般未獲賦予之特權或利益；

(dd) 董事或其緊密聯繫人僅因其持有本公司的股份或債券或其他證券的權益而與其他持有本公司的股份或債券或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

(c) 董事會議事程序

董事會可於其認為合適時舉行處理事務的會議、休會及制訂會議規章。在任何會議出現的事項須由大多數票贊成決定。倘出現同票情況，會議主席擁有額外或決定票。

(d) 修訂組織章程文件及本公司名稱

本公司可透過在股東大會上通過特別決議案廢除、更改或修訂細則。細則訂明，更改大綱條文、修訂細則或更改本公司的名稱均須通過特別決議案進行。

(e) 股東大會

(i) 特別及普通決議案

本公司的特別決議案須於股東大會上由親身出席並有權投票的股東、(倘股東為法團)其正式授權代表或(倘允許受委代表)其受委代表以不少於四分之三的大多數票通過，且有關大會通告須根據細則妥為發出。

根據公司法，本公司須於任何特別決議案通過後十五(15)天內，將其副本送呈開曼群島公司註冊處處長。

根據細則的定義，普通決議案指有權於股東大會上親身出席並有權投票的本公司股東，或(倘股東為法團)其正式授權代表或(倘允許受委代表)受委代表以過半數票數通過的決議案，且有關大會通告須根據細則妥為發出。

(ii) 表決權及要求投票表決的權利

在任何股份當時所附的任何投票特別權利或限制的規限下，凡於任何股東大會上以投票方式表決的每名親身、以受委代表或(倘股東為法團)其正式授權代表出席的股東每持有一股繳足股份可投一票，惟在催繳股款前或分期股款到期前就股份已繳足或入賬列為已繳足的款項就上述者而言不會被視為已繳股款。有權投超過一票的股東毋須使用其所有票數或將所有票數以同一方式投票。

於任何股東大會上，任何提呈大會表決的決議案須以投票方式表決。除非大會主席以誠實信用的原則做出決定，容許純粹有關程序或行政事宜的決議案以舉手方式表決，則在該情況下，每名親身(或倘股東為法團，由其正式授權代表)或由受委代表出席的股東可投一票，惟倘超過一名受委代表獲身為結算所(或其代名人)的股東委任，各有關受委代表於以舉手方式表決時可投一票。表決(不論以舉行或投票表決方式)可按董事或大會主席可能釐定的有關方式(電子或其他方式)進行。

身為股東的任何公司可透過董事或其他管治機構的決議授權其認為適合的人士作為其於本公司任何股東大會或任何類別股東大會的代表。

獲授權人士有權代表公司行使如公司為個別股東時可行使的同等權力，且就細則而言，若獲授權人士出席任何有關大會，將被視為如同該公司親自出席。

倘認可結算所(或其代名人)為本公司股東，則該認可結算所可授權其認為適當的人士作為在本公司任何大會或任何類別股東大會的代表，惟倘授權超過一名人士，則須訂明獲授權人士所獲授權有關股份的數目及類別。根據本條文獲授權的人士即被視為已獲正式授權而毋須提供進一步事實證據，並有權代表該認可結算所(或其代名人)行使相同權力(包括在允許以舉手方式表決時以舉手方式作出獨立表決的權利)，猶如該名人士為本公司股份(該等股份由該結算所(或其代名人)持有)的登記持有人。

所有股東均有權在股東大會上發言及表決，惟聯交所規則規定該股東必須放棄表決批准所審議事項則除外。

倘本公司知悉任何股東根據上市規則須就本公司任何特定決議案放棄投票或受限制僅可投票贊成或僅可投票反對本公司任何特定決議案，則該股東或其代表違反該規定或限制所作出的投票將不予點算。

(iii) 股東週年大會及股東特別大會

本公司必須於每個財政年度舉行一次本公司股東週年大會且有關股東大會須於本公司財政年度結束後六(6)個月內舉行，除非一個更長的期間不會違反上市規則。

股東特別大會須在一名或以上於遞呈要求當日持有有權於股東大會投票的本公司繳足股本不少於十分之一的股東要求下召開。有關要求須以書面向董事會或公司秘書提出，述明要求董事會召開股東特別大會以處理要求內訂明的任何事項或決議案。該大會須於該項要求遞呈後2個月內舉行。倘於有關遞呈後21日內，董事會未有召開該大會，則遞呈要求人士可自發於一個地點(即主要會議地點(定義見下文))召開現場會議，而本公司須向遞呈要求人士償付所有由遞呈要求人士因董事會未能召開大會而產生的合理開支。

即使存在細則的任何條文，任何股東大會或任何類別大會可以容許所有參與會議的人士以彼此溝通的有關電話、電子或其他通訊設施方式舉行，而參與有關會議將構成出席有關會議。

(iv) 將予召開的會議通告及議程

股東週年大會須發出不少於足二十一(21)日的通告。所有其他股東大會則最少須發出足十四(14)日的通告。通告並不包括送達或當作送達通告當日，亦不包括舉行會議當日，並須指明(a)會議時間及日期，(b)除電子會議外，會議地點及(倘董事會根據細則釐定超過一個會議地點)主要會議地點

(「主要會議地點」)，(c)倘股東大會屬混合會議或電子會議，通告須包括一項聲明，其具有效力及附有供以電子方式出席及參與大會的電子設施的詳情或本公司將於大會前提供有關詳情，及(d)將在會議上審議的決議詳情。

此外，本公司須向所有股東(根據細則條文或其所持股份的發行條款無權收取該等通告的股東除外)及(其中包括)本公司當時的核數師就每次股東大會發出通告。

根據細則發給任何人士或由任何人士發出的任何通告可採用下列方式作出或發出：

- (aa) 專人向有關人士送達；
- (bb) 郵寄至該股東的登記地址；
- (cc) 將其送達或留下於該股東的登記地址；
- (dd) 按照證券交易所的規定藉於報章或其他刊物(倘適當)刊登廣告送達；
- (ee) 以電子通訊方式發送或傳送至相關人士根據細則可能提供的電子地址，惟本公司須遵守開曼群島公司法律及不時生效的任何其他適用法律、規則及規例有關取得該人士同意(或視為同意)的任何規定；
- (ff) 亦可把通告登載於有關人士可連接的本公司網頁，惟本公司須遵守法規及不時生效的任何其他適用法律、規則及規例有關取得該人士同意(或視作同意)及／或向任何有關人士作出通知，說明有關通知、文件或刊物在本公司的電腦網絡網頁可供查閱；或
- (gg) 在法規及其他適用法律、規則及規例允許的範圍內及根據開曼群島法律及其他適用法律、規則及規例，以其他方式向有關人士發送或以其他方式提供。

在股東特別大會及股東週年大會上處理的一切事務均須視作特別事務，惟在股東週年大會上處理的以下各項事務須視作普通事務：

- (aaa) 宣派及批准股息；
- (bbb) 審議及採納賬目、資產負債表、董事會報告及核數師報告；
- (ccc) 選舉董事接替退任者；
- (ddd) 委任核數師及其他高級職員；及
- (eee) 釐定董事及核數師酬金。

(v) 會議及另行召開的各類別股東會議的法定人數

任何股東大會在處理事項時如未達到法定人數，概不可處理任何事項，惟未達法定人數仍可委任大會主席。

股東大會的法定人數為兩位親自出席且有投票權的股東(若股東為公司，則為其正式授權代表)或其受委代表，或(僅就法定人數而言)由結算所指定作為授權代表或受委代表的兩名人士應構成處理任何事項的法定人數。為批准修訂某類別權利而另行召開的各類別股東會議(包括續會)所需的法定人數為其受委代表持有或佔該類別已發行股份面值最少三分之一的兩位人士。

(vi) 受委代表

有權出席本公司大會及在會上投票的任何股東有權委任另一名人士作為其代表，代其出席及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上的代表代其出席本公司的股東大會或類別股東大會並於會上投票。受委代表毋須為本公司股東，並且有權代表身為個別人士的股東行使其所代表的該等股東所能行使的相同權力。此外，若股東為公司，則受委代表有權行使其代表的公司股東所能行使等同於個別股東的相同權力。親身或委派代表出席的股東(若股東為公司，則其正式授權代表)皆可投票。

(f) 賬目及審計

董事會須安排存置真確賬目，記錄本公司收支款項、有關該等收支的事項及本公司的物業、資產、信貸及負債的資料，以及公司法所規定或就真實公平反映本公司業務及解釋其交易所必須的一切其他事項。

會計記錄須保存於註冊辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並供董事隨時查閱。任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何會計記錄或賬冊或有關文件，除非該權利乃法例賦予或由董事會或本公司在股東大會上批准。然而，獲豁免公司須於稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供的賬冊副本或其部分。

每份將於股東大會向本公司提呈的資產負債表及損益賬(包括法例規定須附上的所有文件)的副本，連同董事會報告及核數師報告的印製本，須於大會舉行日期不少於二十一(21)日前，於發出股東週年大會通告的同時，寄交每位按照細則規定有權收取本公司股東大會通告的人士；然而，在遵守所有適用法例(包括上市規則)的前提下，本公司可以寄發摘錄自本公司年度賬目的財務報表概要及董事會報告予該等人士代替，惟該等人士可送達書面通知予本公司，要求本公司除財務報表概要以外，寄發一份本公司年度財務報表連同董事會報告的完整印製本。

於每年的股東週年大會上或其後的股東特別大會上，股東須委任一名核數師對本公司的賬目進行審核，該核數師的任期直至下屆股東週年大會結束為止。此外，股東可於任何股東大會上通過普通決議案，在其任期屆滿前的任何時間解除核數師職務，並在該會議上通過普通決議案，在其任期的剩餘時間內委任另一名核數師。核數師酬金須由本公司於股東大會上釐定或按照股東所決定的方式釐定。

本公司財務報表須由核數師根據開曼群島以外國家或司法權區的公認核數準則進行審核。核數師須按照公認核數準則編撰書面報告，且須於股東大會上向各股東提呈。

(g) 股息及其他分派方法

本公司可於股東大會以任何貨幣向股東宣派股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議宣派的數額。

細則規定股息可自本公司的溢利(已實現或未實現)或自任何從溢利撥出而董事認為不再需要的儲備中作出宣派及派付。在通過普通決議案後，股息亦可自根據公司法為此目的授權的股份溢價賬或其他基金或賬目作出宣派及派付。

除任何股份所附權利或發行條款另有規定者外，(i)一切股息須按派息股份的已繳股款比例宣派及派付，惟就此而言，凡在催繳前就股份所繳付的股款將不會視為股份的已繳股款及(ii)一切股息須按派發股息的任何部分期間的已繳股款比例分配及派付。如股東欠本公司催繳股款或其他款項，則董事可將所欠的全部數額(如有)自本公司應付予彼等的或有關任何股份的任何股息或其他款項中扣除。

董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派本公司股本的股息時，董事會可進一步議決(a)配發入賬列為繳足的股份以代替派發全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可選擇收取現金或部分現金股息以代替配發股份，或(b)有權獲派股息的股東可選擇獲配發入賬列為繳足的股份以代替全部或董事會認為適當部分的股息。

本公司亦可根據董事會的建議通過普通決議案就本公司任何特定股息議決配發入賬列為繳足的股份作為全部股息，而不給予股東選擇收取現金股息以代替配發股份的權利。

本公司向股份持有人以現金派付的任何股息、利息或其他款項可以支票或股息單的形式支付，並郵寄往持有人的登記地址，或如屬聯名持有人，則寄往就股份名列本公司股東名冊首位的持有人的登記地址，或寄往持有人或聯名持有人以書面指示的人士的地址。除持有人或聯名持有人另有指示外，每張支票或股息單的抬頭人須為持有人，或如屬聯名持有人，則為就有關股份名列股東名冊首位的

持有人，郵誤風險由彼等自行承擔，而銀行就有關支票或股息單付款後，本公司即已解除該項責任。兩名或多名聯名持有人中的任何一名人士可發出就該等聯名持有人所持股份收到的任何應付股息或其他款項或可供分配財產的有效收據。

董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息時，董事會可進一步議決以分派任何類別指定資產的方式支付全部或部分股息。

所有於宣派一年後未獲認領的股息或紅利，可由董事會用作投資或其他用途，收益撥歸本公司所有，直至獲認領為止，而本公司不會就此成為有關款項的受託人。所有於宣派六年後仍未獲認領的股息或紅利，可由董事會沒收並撥歸本公司所有。

本公司毋須承擔應付有關任何股份的股息或其他款項的利息。

(h) 查閱公司記錄

除非根據細則而暫停辦理股份過戶登記，否則根據細則，股東名冊及股東名冊分冊必須於營業時間在註冊辦事處或根據公司法存置股東名冊的其他地點免費供股東查閱最少兩(2)小時。

(i) 少數股東遭欺詐或壓制時可行使的權利

細則並無關於少數股東在遭欺詐或壓制時可行使的權利的規定。然而，開曼群島法例載有保障本公司股東的若干濟助規定，其概要載於本附錄第3(f)段。

(j) 清盤程序

有關本公司被法院頒令清盤或自動清盤的決議案須為特別決議案。

根據清盤當時任何類別股份所附有關可供分配剩餘資產的任何特別權利、特權或限制：

- (i) 倘本公司清盤而可供分配予本公司股東的資產超過清盤開始時的全部繳足股本，則額外的資產將根據該等股東分別所持已繳股份的數額按比例分配；及

- (ii) 倘本公司清盤而可供分配予本公司股東的資產不足以償還全部已繳股本，則該等資產的損失將盡可能根據本公司開始清盤時股東分別持有已繳或應已繳付股本按比例由股東承擔。

倘本公司清盤(不論為自動清盤或遭法院頒令清盤)，清盤人可在獲得特別決議案授權及公司法規定的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物分派予股東，而不論該等資產為一類或多類不同的財產。清盤人可就前述分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定股東或不同類別股東間的分派方式。清盤人可在獲得類似授權的情況下，將任何部分資產授予獲得類似授權的清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

(k) 認購權儲備

細則規定，於公司法未予禁止及在遵守公司法的情況下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，而本公司採取的任何措施或進行的任何交易會導致該等認股權證的認購價降至低於股份面值，則須設立認購權儲備，用以繳足認股權證行使時認購價與股份面值的差額。

3. 開曼群島公司法

本公司在開曼群島根據公司法註冊成立，因此營運須受開曼群島法例約束。以下乃開曼群島公司法若干規定的概要，惟此概要並不表示包括所有適用的限定及例外情況，亦不表示全面檢評開曼群島公司法及稅務方面的所有事項(此等條文或與有利益關係的各方可能較熟悉的司法權區的同類條文有所不同)：

(a) 公司營運

作為獲豁免公司，本公司須主要在開曼群島以外地區經營業務。本公司須每年向開曼群島公司註冊處處長提交週年報表進行登記，並須按法定股本金額繳付費用。

(b) 股本

公司法規定，倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，則須將相當於該等股份的溢價總額的款項撥入名為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司選擇，該等規定或不適用於該公司根據考慮收購或註銷任何其他公司股份而配發及按溢價發行的股份溢價。

公司法規定股份溢價賬可由公司根據(如有)組織章程大綱及細則的規定用於以下用途：(a)支付分派或股息予股東；(b)繳足將發行予公司股東以作為繳足紅股的未發行股份；(c)按公司法第37條的規定贖回及購回股份；(d)撇銷公司開辦費用；及(e)撇銷發行股份或公司債權證的費用或就此支付的酬金或給予的折扣。

除非於緊隨建議支付分派或股息日期後，公司可償還日常業務中到期的債務，否則不得自股份溢價賬向股東作出任何分派或派付任何股息。

公司法規定，在開曼群島大法院(「法院」)確認後，倘其組織章程細則批准，則擁有股本的股份有限公司或擔保有限公司可通過特別決議案以任何方式削減其股本。

(c) 購回公司本身或其控股公司股份的財務資助

在開曼群島並無法例限制一家公司向另一名人士提供財務資助購買或認購其本身或其控股公司的股份。因此，倘一家公司的董事在謹慎履行職責及誠信行事時認為為了該公司的正當目的和利益適合提供財務資助，該公司可適當提供此資助。該資助應在公平的基礎上進行。

(d) 一家公司及其附屬公司購回股份及認股權證

股份有限公司或有股本的擔保有限公司，在其組織章程細則許可的情況下，可發行由公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，且公司法明確規定，在該公司的組織章程細則規限下，任何股份所附權利的變動均屬合法，從而訂明該等股份將被或有責任被贖回。此外，如該公司的組織章程細則許可，則該公司可購

回本身的股份，包括任何可贖回股份。惟倘組織章程細則無規定購回方式及條款，則未獲公司以普通決議案批准購回的方式及條款前，公司不得購買其本身的任何股份。公司只可贖回或購買其本身已繳足股款的股份。如公司贖回或購買本身股份後再無任何已發行股份(持作庫存股份的該等股份除外)，則公司不可贖回或購買本身的股份。除非在緊隨建議付款日期後公司有償還在日常業務中到期應付的債項，否則公司以其股本贖回或購買本身的股份乃屬違法。

公司購回的股份將作註銷處理，惟在公司的組織章程大綱及細則規限下，於購回前，公司董事議決以公司名義持有該等股份作庫存股份除外。倘公司股份持作為庫存股份，則公司須因持有該等股份載入股東名冊。然而，儘管存在上文所述，公司的組織章程細則或公司法均規定，公司不應就任何目的視作為股東且不得行使有關庫存股份的任何權利，且任何相關權利的有意行使均屬無效，且庫存股份不得直接或間接於公司任何會議投票且不應於釐定任何指定時間已發行股份總數時計算在內。

公司並無被禁止購回其本身的認股權證，故可根據有關認股權證文據或證書的條款及條件購回本身的認股權證。開曼群島法例並無規定公司的組織章程大綱或細則須載有允許該等購回的規定，故公司董事可運用組織章程大綱賦予的一般權力買賣及處理所有類別的個人財產。

根據開曼群島法例，附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下，亦可購買該等股份。

(e) 股息及分派

公司法規定，如具備償還能力且公司組織章程大綱及細則有所規定(如有)，則可由股份溢價賬支付股息及分派。除上文所述者外，並無有關派息的法例條文。根據英國案例法(於開曼群島可以援引)，股息只可以從溢利中派付。

概不會就庫存股份宣派或派付任何股息，亦不會向公司作出公司的其他資產分派(包括清盤時向股東作出的任何資產分派)(不論以現金或其他方式)。

(f) 少數股東的保障及股東的訴訟

法院一般預期會依從英國案例法的先例，允許少數股東就以下各項提出代表訴訟或以公司名義提出引申訴訟：(a)超越公司權力或非法的行為；(b)欺詐少數股東的行為，而過失方為對公司有控制權的人士；及(c)須特定多數(或特別)大多數股東通過的決議案以違規方式通過。

如公司並非銀行且其股本已分拆為股份，則法院可根據持有公司已發行股份不少於五分之一的股東申請，委派調查員審查公司的事務並按法院指定的方式呈報結果。

公司任何股東均可入稟法院，而倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可發出清盤令，或發出(a)規管日後公司事務經營操守的命令；(b)要求公司停止作出或繼續股東入稟人所投訴的行動或要求公司作出股東入稟人投訴其沒有作出的行動的命令；(c)授權由股東入稟人按法院可能指示的條款以公司名義及代表公司進行民事訴訟的命令；或(d)就其他股東或公司本身購回公司任何股東股份作出撥備的命令作為清盤令的替代法令，並相應削減公司的資本(倘股份由公司本身購回)。

一般而言，股東對公司的索償，須根據適用於開曼群島的一般契約或民事侵權法，或根據公司的組織章程大綱及細則賦予股東的個別權利而提出。

(g) 出售資產

公司法並無就董事出售公司資產的權力作出具體規限。然而，在一般法律上，公司的所有高級職員(包括董事、董事總經理及秘書)在行使本身權力及執行本身職責時，須以公司的最佳利益忠實、秉誠行事，並以合理審慎的人士於類似情況下應有的謹慎、勤勉及有技巧地處事。

(h) 會計及審核規定

公司須促使存置有關下述事項的正式賬冊記錄：(i)公司所有收支款項及有關進行收支的事項；(ii)公司所有貨品的買賣；及(iii)公司的資產與負債。

如賬冊不能真實、公平地反映公司事務及解釋有關的交易，則不視為正式保存的賬冊。

根據開曼群島稅務信息管理機構法規定，獲豁免公司須於接獲稅務信息管理機構發出的指令或通知後，於其註冊辦事處以電子方式或任何其他媒體提供須予提供的賬簿副本或當中部分。

(i) 外匯管制

開曼群島並無外匯管制或貨幣限制。

(j) 稅項

根據開曼群島稅務減免法，本公司已獲得承諾：

- (1) 開曼群島並無法例對本公司或其業務的所得溢利、收入、收益或增值徵稅；及
- (2) 毋須就本公司股份、債券或其他承擔繳交上述稅項或遺產稅或承繼稅。

對本公司的承諾自二零二一年三月二十五日起有效二十年。

開曼群島現時對個人或公司的溢利、收入、收益或增值並不徵收任何稅項，且無承繼稅或遺產稅。除不時可能因在開曼群島司法權區內訂立若干文據或將該等文據帶入開曼群島而須支付的若干印花稅外，開曼群島政府不大可能對本公司徵收重大稅項。開曼群島為於二零一零年與英國所訂立雙重徵稅公約的訂約方，除此之外，概未訂立任何雙重徵稅公約。

(k) 轉讓時的印花稅

開曼群島對開曼群島公司股份轉讓並不徵收印花稅，惟轉讓在開曼群島擁有土地權益的公司的股份除外。

(l) 貸款予董事

公司法並無明確規定禁止公司向其任何董事提供貸款。

(m) 查閱公司記錄冊

註冊辦事處通告乃公開記錄。公司註冊處備存現任董事及候補董事(如適用)名單，可供任何人於繳納費用後查閱。抵押登記冊可供債權人及股東查閱。

本公司股東根據公司法並無一般權利查閱或獲得本公司股東名冊或公司記錄副本，惟本公司的細則可能賦予該等權利。

(n) 股東名冊

獲豁免公司可在董事不時認為適當的開曼群島以內或以外的地點存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。股東名冊應根據公司法第40條的要求登記該等事項。分冊須按公司法要求或許可以存置名冊總冊的相同方式存置。公司須於存置公司名冊總冊的地點存置不時正式記錄的任何分冊副本。

公司法並無規定獲豁免公司向開曼群島公司註冊處處長提交股東名單。因此，股東姓名及地址並非公開資料，且不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司須以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供有關股東名冊(包括任何股東名冊分冊)，遵守其於接收稅務資訊局根據開曼群島的稅務資訊局法例發出的法令或通知後的有關規定。

(o) 董事及高級人員名冊

本公司須於其註冊辦事處存置一份董事及高級人員名冊，惟公眾人士無權查閱。本公司須將該名冊副本送呈開曼群島公司註冊處處長備案，而該等董事或高級人員的任何變動必須於三十(30)日內通知公司註冊處處長。

(p) 實益擁有權名冊

獲豁免公司須在其註冊辦事處存置實益擁有權名冊，以記錄直接或間接最終擁有或控制公司25%或以上股權或投票權或有權委任或罷免公司大多數董事的人士的詳情。實益擁有權名冊並非公開文件，僅供開曼群島指定主管機關查閱。然而，此項規定並不適用於其股份於認可證券交易所上市的獲豁免公司，而認可的證券交易所包括聯交所。因此，只要本公司股份一直於聯交所上市，其無須遵守存置實益擁有權名冊的規定。

(q) 清盤

公司可(a)根據法院指令強制；(b)自願；或(c)在法院的監督下清盤。

法院有權在若干特定情況下頒令清盤，包括在公司股東已通過要求本公司根據法院指令清盤的特別決議案，或公司無法償還其債務或在法院認為屬公平公正的情況下。如公司股東因公司清盤屬公平公正而以出資人身份入稟法院，則法院有權發出若干其他指令代替清盤令，如發出規管公司日後事宜的命令，發出授權入稟股東按法院可能指示的條款以公司名義及代表公司提出民事訴訟的命令，或發出規定其他股東或由公司本身購買公司任何股東的股份的命令。

如公司透過特別決議案作出決議或如公司因其無法償還到期債務而於股東大會上透過普通決議案作出決議自願清盤，則該公司(除有限年期公司外)可自願清盤。如公司自願清盤，該公司須由自願清盤的決議案獲通過日期或於上述期間屆滿或上述事件發生時起停止營業(除非此可能對其清盤有利)。

為進行公司清盤及協助法院，可委任一名或多名人士為正式清盤人；而法院可酌情臨時或以其他方式委任該名人士執行該職務，倘超過一名人士獲委任執行該職務，則法院須聲明所須採取或授權正式清盤人採取的任何行動將由全部或任何一名或以上該等人士進行。法院亦可決定在正式清盤人出任時是否需要提供擔保及擔保的內容；倘並無委任正式清盤人或於該職位任何出缺期間，則公司的所有財產將由法院保管。

待公司的事務完全結束後，清盤人即須編製有關報告或有關清盤的賬目，顯示清盤的過程及出售公司財產的方式，並在其後召開公司股東大會以便向公司提呈賬目及加以闡釋。於最後股東大會最少21日前，清盤人須以任何公司組織章程細則指定的方式向各名分擔人寄發通知並於憲報刊登。

(r) 重組

現時已制定法定條文，以便重組及合併經由出席為此目的而召開會議並於會上投票且(i)代表價值百分之七十五(75%)的多數債權人，或(ii)價值百分之七十五(75%)的股東或類別股東(視情況而定)批准，並於其後獲法院批准。雖然持反對意見的股東有權向法院表達其觀點，表示尋求批准的交易不會對股東所持股份為股東帶來公允價值，但如無證據表明管理層有欺詐或不守誠信的情況下，法院不大可能僅以此為由不批准該交易。

公司法亦包含法定條文，規定公司可向法院提出申請，要求委任重組官員，前提是該公司(a)無法或很可能無法支付公司法第93條所指的債務；及(b)擬根據公司法、外國法律或通過協商一致的重組方式，向其債權人(或其類別)提出妥協或安排。該請求可由公司的董事代為提出，而不需要股東決議案或其組織章程細則內的明確權力。法院於審理有關申請時，可(其中包括)發佈委任重組官員的命令或作出法院認為合適的任何其他命令。

(s) 收購

如一家公司提出收購另一家公司的股份，且在提出收購建議後四(4)個月內，不少於百分之九十(90%)的被收購股份持有人接納收購，則收購人可在上述四(4)個月期滿後的兩(2)個月內任何時間，以規定方式發出通知要求反對收購的股東按收購建議的條款轉讓其股份。反對收購的股東可在該通知發出後一(1)個月內向法院提出反對轉讓。反對收購的股東須證明法院應行使其酌情權，惟法院一般不會行使其酌情權，除非有證據顯示收購人與接納收購建議的持有人之間存有欺詐或不誠實或勾結，作為以不公平手法迫退少數股東。

(t) 彌償保證

開曼群島法例並不限制公司的組織章程細則可能規定對高級職員及董事作出彌償保證的範圍，惟不包括法院認為違反公共政策的條文(例如表示對觸犯法律的後果作出彌償保證)。

(u) 經濟實質規定

根據於二零一九年一月一日生效的開曼群島國際稅務合作(經濟實質)法案(「《經濟實質法》」)，「相關實體」須滿足《經濟實質法》所載的經濟實質測試。「相關實體」包括於開曼群島註冊成立的獲豁免公司(如本公司)，然而，其並不包括在開曼群島之外有稅務居住處所的實體。因此，只要本公司為開曼群島境外(包括香港)的稅務居民，即無須滿足《經濟實質法》所載的經濟實質測試。

4. 一般規定

本公司有關開曼群島法例的特別法律顧問Conyers Dill & Pearman已向本公司發出一份意見函件，概述開曼群島公司法的若干方面。按本文件附錄五「展示文件」一段所述，該意見函件連同公司法的副本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼群島公司法的詳細概要，或欲瞭解該法律與其較熟悉的任何其他司法權區法律間的差異，應尋求獨立法律意見。

A. 有關本集團的其他資料

1. 註冊成立

本公司為於二零二一年三月二十二日根據公司法在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。

本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands，及我們將香港主要營業地點設於香港九龍觀塘海濱道77號海濱匯1座8樓。本公司於二零二一年四月二十二日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司。本公司在香港接收法律程序文件的地址與香港主要營業地址相同(載於上文)。范敏嫦女士已獲委任為本公司授權代表，代表本公司在香港接收法律程序文件及通知。

由於本公司於開曼群島註冊成立，故本集團的公司架構及經營受開曼群島法例及本公司的組織章程文件(包括組織章程大綱及細則)所規限。本集團章程若干部分的概要載於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節。

2. 本公司股本變動

以下載述本公司於其註冊成立日期以來的股本變動：

- (a) 於註冊成立日期，本公司法定股本為50,000港元，分為5,000,000股每股面值0.01港元的股份。新傳企劃集團控股自一名獨立第三方認購人以代價0.01港元收購1股股份。於同日，6,999股股份、2,000股股份及1,000股股份按面值分別配發及發行予新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic，以換取現金。
- (b) 於二零二一年三月二十二日，本公司、新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic訂立股份交換協議，以實行股份交換，即新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic(統稱為賣方)將彼等各自持有的NMG股份轉讓予本公司(作為買方)及本公司向新傳企劃集團控股、Double Blossoms及Double Fantastic分別配發及發行7,000股股份、2,000股股份及1,000股股份(均入賬列作繳足)，以便彼等各自於本公司的應佔股權與於緊接股份交換前於NMG的持股相同。

- (c) 於所述股份交換完成後，本公司由新傳企劃集團控股、Double Blossoms 及 Double Fantastic 分別直接擁有 70%、20% 及 10%。自此及直至最後實際可行日期，本公司已發行股本為 200 港元，包括 20,000 股每股面值 0.01 港元的股份（均已繳足或入賬列作繳足）。
- (d) 於二零二三年六月二十六日，股東議決透過增發額外 995,000,000 股每股面值 0.01 港元的股份將本公司法定股本由 50,000 港元（分為 5,000,000 股每股面值 0.01 港元的股份）增至 10,000,000 港元（分為 1,000,000,000 股每股面值 0.01 港元的股份），每股股份與當時已發行股份在所有方面享有同等地位。

除上所述者外，自註冊成立之日起直至本文件日期，本公司股本並無任何變動。

待本公司將[編纂][編纂]於股份溢價賬入賬後，將實施資本化發行，據此，自股份溢價賬資本化[編纂]港元並用於按面值悉數繳足合共[編纂]股股份，其中[編纂]股股份、[編纂]股股份及[編纂]股股份將分別配發及發行予新傳企劃集團控股、Double Blossoms 及 Double Fantastic。

假設[編纂]為無條件並根據資本化發行及[編纂]發行股份，緊接完成[編纂]後（不計及行使購股權計劃項下可能授出的購股權而可能發行的股份）本公司已發行股本將為[編纂]港元，包括[編纂]股每股面值 0.01 港元的股份，均已悉數繳足或入賬列作繳足。

3. 股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案

根據股東於二零二三年六月二十六日通過的書面決議案，待(A)透過增發額外 995,000,000 股股份將本公司法定股本由 50,000 港元（分為 5,000,000 股股份）增至 10,000,000 港元（分為 1,000,000,000 股股份）；(B)本文件「[編纂]的架構及條件」所載所有條件獲達成後，以下決議案（其中包括）已獲正式批准：

- (a) 批准及採納之組織章程大綱及組織章程細則，自[編纂]起生效；
- (b) [編纂]已獲批准及董事已獲授權配發及發行[編纂]；

附錄四

法定及一般資料

- (c) 待本公司股份溢價因[編纂]入賬列作繳足，董事獲授權自股份溢價賬資本化[編纂]港元並將該等金額用於按面值悉數繳足按以下方式配發及發行予以下股東的合共[編纂]股股份：

股東	將予配發 及發行的 股份數目
新傳企劃集團控股	[編纂]股
Double Blossoms	[編纂]股
Double Fantastic	[編纂]股
	<u>[編纂]股</u>

- (d) 購股權計劃規則(其主要條款載於本附錄「購股權計劃」一段)已獲批准及採納，而董事獲授權在聯交所可接納或並無反對情況下，批准修改購股權計劃的規則及全權酌情決定授出可認購有關股份的購股權(「購股權」)及配發、發行及處理因行使根據購股權計劃可能授出的購股權而發行的股份，以及採取一切必要、適宜或權宜的步驟以實施該購股權計劃；
- (e) 授予董事一般授權(「發行授權」)，以行使本公司一切權力配發、發行及處理總數不超過下列數額總和的股份(除以供股、以股代息計劃或根據細則進行的類似安排，或因行使根據購股權計劃而可能授出的任何購股權或[編纂]外)：(aa)緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司已發行股份總數的20%；及(bb)本公司根據下文(f)分段所述授予董事的權力可能購回的本公司股份數目，直至本公司下屆股東週年大會結束，或根據細則、公司條例或任何其他適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會當日，或股東通過普通決議案撤回或修訂授予董事的權力，以較早發生者為準；
- (f) 授予董事一般授權(「購回授權」)，以行使本公司一切權力，於聯交所或本公司證券可能[編纂]而證監會及聯交所就此認可的其他證券交易所購買

股份，總數不超過本公司緊隨資本化發行及[編纂]完成後已發行股份總數10%，直至本公司下屆股東週年大會結束，或根據細則、公司條例或任何其他適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會當日，或股東通過普通決議案撤回或修訂授予董事的權力，以較早發生者為準；及

- (g) 根據上文(e)段擴大發行授權，以包括根據上文(f)段可按購回授權購買股份的數目。

4. 附屬公司股本變動

本集團附屬公司呈列於本文件附錄一所載的會計師報告。

除本附錄「A.有關本集團的其他資料—5.公司重組」一段及本文件「歷史、重組及公司架構」一節所披露者外，緊接本文件日期前兩年內本公司附屬公司的股本並無其他變動。

5. 公司重組

為籌備[編纂]，本集團旗下公司進行重組以理順本集團架構，據此，本公司成為本集團的控股公司。有關重組的資料，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構」一節。

6. 購回本身證券

本段載有聯交所規定須就我們購回股份而載於本文件的資料。

(a) 上市規則規定

上市規則准許於聯交所作主要上市之公司於聯交所購回其證券，惟須受若干限制，其中主要限制概述如下：

(i) 股東批准

所有建議公司購回於聯交所作主要上市的證券(倘為股份，必須悉數繳足)，必須由其股東透過一般授權方式或就特定交易作出的特別批准以普通決議案預先批准。

於二零二三年六月二十六日，董事獲授購回授權以於聯交所(本公司證券可能在此[編纂])購回緊隨資本化發行及[編纂]後已發行股份總數的10%。該授權將於(i)本公司下一屆股東週年大會結束時，(ii)組織章程細則或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時，或(iii)股東於股東大會通過一項普通決議案撤回、修訂或更新該項授權時(以較早者為準)屆滿。

(ii) 資金來源

根據組織章程細則及適用開曼群島法律及規例以及適用於本公司的任何其他法律及規例，購回須以合法可用作該用途的資金支付。上市公司不可於聯交所以現金以外的代價或聯交所買賣規則所規定的支付方法以外的方法購回其本身證券。根據以上所述，本公司進行的任何購回可以溢利或股份溢價或就進行購回目的而發行新股份的所得款項或股本(惟須滿足法定償付能力測試)支付。

(iii) 購回股份的地位

所有購回股份(不論於聯交所或循其他途徑購回)將自動撤銷上市，而該等股份的股票必須註銷及銷毀。

(iv) 核心關連人士

本公司不得在知情的情況下於聯交所向「核心關連人士」(定義見上市規則)購回股份，而核心關連人士亦不得在知情的情況下於聯交所向本公司出售其證券。

(v) 交易限制

本公司可購回已發行股份總數(不包括因行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能發行的股份)之10%。未經聯交所事先批准，本公司不可於緊隨購回股份後30日期間內發行或宣佈建議發行新股份(因行使該等購回前尚未行使的認股權證、購股權或要求本公司發行證券的類似工具而發行證券除外)。倘購回股份將導致公眾人士所持上市股份數目低於聯交所所規定最低百分比，本公司亦不得在聯交所購回股份。本公司所委任購回股份的經紀，須應聯交所要求向聯交所披露有關購回股份的任何資料。

(vi) 暫停購回

當本公司獲悉內幕消息後，本公司不得購回股份，直至有關消息已公佈為止。此外，倘本公司違反上市規則，聯交所保留權利禁止於聯交所購回股份。

(vii) 申報規定

在聯交所或以其他方式購回股份後，必須於下一個交易日早市或任何開市前時段開始(以較早者為準)之前至少三十分鐘向聯交所報告。此外，本公司須於其年報及賬目中披露該回顧財政年度內有關購回股份的詳情，顯示每月所購回股份數目及每股購買價或就全部該等購回所支付的最高及最低價格(如相關)，以及就該等購回所付價格總額。

(b) 購回理由

董事相信，彼等獲股東授予一般授權，以使本公司於市場上購回股份，乃符合本公司及股東的最佳利益。有關購回可能會提高每股資產淨值及／或每股盈利，並將僅於董事相信有關購回將對本公司及其股東有利的情況下，才會進行購回，但仍須視乎當時的市場狀況及資金安排。然而，倘行使一般

授權會對董事認為對本公司而言不時屬合適的營運資金要求或其負債比率水平構成重大不利影響，則董事不擬在該等情況下行使購回授權。

(c) 一般資料

按緊隨[編纂]後之已發行股份為[編纂]股計算(假設根據購股權計劃可能授出的任何購股權均未獲行使)，本公司可於購回授權仍為有效期間因悉數行使購回授權而購回最多[編纂]股股份。

就董事在作出一切合理查詢後所深知，概無董事或任何彼等的緊密聯繫人目前有意向本公司或我們的附屬公司出售任何股份。

董事已向聯交所承諾，只要有關規則及法律適用，彼等將按照上市規則及其他開曼群島及香港適用法律、組織章程細則以及公司法行使購回授權。倘股東於本公司的投票權權益比例因購回證券而增加，則就香港收購及合併守則(「收購守則」)而言，該項增加將被視為收購。因此，一名股東或多名一致行動的股東可取得或鞏固其對本公司的控制權，並須按照收購守則第26條提出強制性收購建議。除上文所述者外，董事並不知悉根據購回授權作出任何購回，將導致出現收購守則項下所指的任何後果。

倘購回會導致公眾人士持股數目低於已發行股份總數25%(或上市規則指定的其他最低公眾持股量百分比)，則董事不會行使購回授權。

概無本公司核心關連人士通知本公司倘購回授權獲行使，其現時有意向本公司出售股份，或已承諾不會向本公司出售股份。

於過往六個月，本公司並無購回任何股份。

B. 有關本集團業務的其他資料

1. 重大合約概要

本集團於緊接本文件日期前兩年內訂立的重大合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)如下：





1. 彌償保證契約；
2. 不競爭契約；及
3. [編纂]。

2. 知識產權

(a) 商標

(i) 以本集團成員公司名義註冊的商標

於最後實際可行日期，本集團成員公司為在以下司法權區註冊的下列被認為與我們的業務有重大關係的商標的註冊擁有人：

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	中國	16	3898715	二零二九年一月二十七日
東方新地 Oriental Sunday	泰年有限公司	中國	16	4128720	二零二七年六月六日
東方新地 Oriental Sunday	泰年有限公司	中國	35	7616153	二零二四年二月六日
	泰年有限公司	中國	16	6312784	二零二四年六月十三日
	泰年有限公司	香港	16、41	300958294	二零二七年九月十九日
	泰年有限公司	香港	35、38	301402253	二零二九年八月九日




附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	中國	38	34484136	二零二九年七月六日
NEW MEDIA	泰年有限公司	中國	16	6312789	二零二四年九月六日
新傳媒	泰年有限公司	中國	16	6312790	二零二四年五月十三日
WEEKEND WEEKLY	泰年有限公司	中國	35	7616502	二零三三年十二月六日
新假期	泰年有限公司	香港	16、41	300958203	二零二七年九月十九日
新假期	泰年有限公司	中國	16	6312792	二零三零年二月二十七日
New Monday	泰年有限公司	香港	16、41	300958212	二零二七年九月十九日
New Monday	泰年有限公司	香港	35、38	301402299	二零二九年八月九日
新 Monday	泰年有限公司	香港	16、41	300958221	二零二七年九月十九日
新 Monday	泰年有限公司	香港	35、38	301402307	二零二九年八月九日
經濟一週	泰年有限公司	中國	16	6312778	二零三零年三月六日
經濟一週	泰年有限公司	中國	41	6312761	二零三零年九月二十七日
經濟一週	泰年有限公司	中國	9	11057447	二零二八年一月十三日
	泰年有限公司	中國	9	10375649	二零三三年三月十三日
	泰年有限公司	中國	16	10375648	二零三三年三月二十日
	泰年有限公司	中國	35	10375647	二零三三年三月二十日

附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	中國	38	10375646	二零三三年三月二十日
	泰年有限公司	中國	41	10375645	二零三三年三月二十日
	泰年有限公司	中國	42	10375644	二零三三年三月二十日
	泰年有限公司	中國	9	10375637	二零二五年四月十三日
	泰年有限公司	中國	16	10375636	二零二四年三月十三日
	泰年有限公司	中國	35	10375635	二零二四年八月十三日
	泰年有限公司	中國	39	10375633	二零二四年四月二十日
	泰年有限公司	中國	42	12115938	二零二五年八月二十日
	泰年有限公司	中國	43	10375630	二零二四年四月二十七日
A 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 39、41、 42、43	302501892AB	二零三三年一月二十一日
B 					

附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	中國	9	12125587	二零二五年九月二十七日
	泰年有限公司	中國	16	12125588	二零二四年七月二十日
	泰年有限公司	中國	35	12125589	二零二四年八月二十日
	泰年有限公司	中國	38	12125590	二零二四年七月二十日
	泰年有限公司	中國	39	12125591	二零二四年七月二十日
	泰年有限公司	中國	41	12125592	二零二四年七月二十日
	泰年有限公司	中國	42	12125593	二零二五年五月六日
	泰年有限公司	中國	43	12125594	二零二四年七月二十日
A 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、	302501892AA	二零三三年一月二十一日
B 			39、41、 42、43		
	泰年有限公司	中國	9	10463346	二零三三年六月六日
	泰年有限公司	中國	16	10463344	二零三三年六月六日
	泰年有限公司	中國	38	10463345	二零二四年六月六日
	泰年有限公司	中國	41	10463343	二零二六年二月六日




附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	中國	42	10463342	二零三三年六月六日
	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	304870954	二零二九年三月二十六日
	泰年有限公司	中國	16	13230587	二零二六年五月十三日
	泰年有限公司	中國	41	13230588	二零二五年十二月二十七日
A 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、36、 38、39、 41、42、 43、44、 45	302703348	二零三三年八月十二日
B 					
SUNDAY KISS	泰年有限公司	中國	35	18125885	二零二六年十一月二十七日
A 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42、 45	304172995	二零二七年六月十四日
B 					
C 					
	新傳媒集團有限公司	中國	9	24735417	二零三一年四月二十七日
	新傳媒集團有限公司	中國	35	24735419	二零二九年十二月十三日
	新傳媒集團有限公司	中國	38	24735420	二零二九年八月六日

附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	新傳媒集團有限公司	中國	42	24735422	二零二九年十二月十三日
	新傳媒集團有限公司	中國	45	24735423	二零二九年十二月十三日
A 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	304738410	二零二八年十一月十八日
B 					
C 					
D 					
	泰年有限公司	中國	41	34400540	二零二九年七月二十七日
	泰年有限公司	中國	38	34400541	二零二九年七月二十七日
	泰年有限公司	中國	16	34400543	二零二九年七月二十七日
A  B 	泰年有限公司	香港	35、38、 41、42	304996027	二零二九年七月十七日
C  D 					
A  B 	泰年有限公司	香港	35、38、 41、42	304996036	二零二九年七月十七日
C  D 					
	泰年有限公司	中國	41	40209493	二零三零年三月二十日
	泰年有限公司	中國	38	40209494	二零三零年四月六日

附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	305264389	二零三零年五月五日
	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	305264334	二零三零年五月五日
	泰年有限公司	中國	9	45618874	二零三一年一月十三日
	泰年有限公司	中國	16	45618873	二零三一年一月十三日
	泰年有限公司	中國	35	45618872	二零三一年一月十三日
	泰年有限公司	中國	38	45618871	二零三一年一月十三日
	泰年有限公司	中國	41	45618870	二零三一年一月十三日
	泰年有限公司	中國	42	45618869	二零三一年一月十三日




附錄四

法定及一般資料

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
 	泰年有限公司	香港	16、35、 41、42	305310026AB	二零三零年六月二十一日
 	泰年有限公司	香港	9、38	305310026AA	二零三零年六月二十一日
 	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	305296401	二零三零年六月七日
   	泰年有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42	305552262	二零三一年三月四日

(ii) 待註冊商標

於最後實際可行日期，本集團已申請如下商標：

商標	申請人	申請地點	類別	申請編號	申請日期
  	泰年 有限公司	香港	9、16、 35、38、 41、42、45	305858227	二零二二年一月十四日

(iii) 許可使用的商標

於最後實際可行日期，我們獲授許可(其中包括)使用如下被認為對業務屬或可能屬重大的商標：

商標	註冊擁有人	註冊地點	類別	註冊編號	到期日
MADAME FIGARO	Societe du Figaro	香港	9、16、 35、38、 41	304947481	二零二九年六月三日
	Societe du Figaro	香港	9、16	199305492AA	二零三三年五月十一日
	Societe du Figaro	香港	35、41	199610978AA	二零二六年五月十一日
MADAME FIGARO	Societe du Figaro	澳門	16	N9556	二零二三年八月九日

(iv) 已註冊商標類別

上述有關於香港以本集團成員公司名稱註冊的商標及許可使用的商標之各類別項下的產品及／或服務一般包括(其中包括)：

類別 商品／服務種類

- 9 科學、攝影、電影、光學、檢查(監督)、教學設備及儀器；錄音、傳送或複製聲音或圖像的設備；磁性資料載體、記錄光碟；投幣式設備的機制；處理向他人收付款的軟件；認證軟件；計算器、資料處理設備和電腦；可從互聯網下載的電子刊物；光碟及磁帶形式的電子刊物；加密卡；磁性載體；計算機外部設備；電腦硬件；電腦軟件；可從互聯網下載的軟件；數位音樂(可從互聯網下載)；電信設備；流動電話配件；線上電子刊物(可從互聯網或電腦網絡或電腦資料庫下載)；所有種類均包括在類別9中。

類別 商品／服務種類

- 16 紙、紙板及使用該等材料製作的商品(計入其他類別者除外)；印刷品及／或刊物；裝訂材料；照片；文具；文具或家用膠水；美術用品；油漆刷；打字機及辦公用品(傢俱除外)；教學材料(儀器除外)；包裝用塑膠材料(計入其他類別者除外)；印刷鉛字；印板；雜誌；報章；通訊；期刊；刊物；海報；日誌；日曆；書寫工具，所有種類均包括在類別16中。
- 35 廣告；業務管理；業務行政；辦公功能；提供與廣告及業務事宜、經營及監督忠誠度及獎勵計畫有關的資料；透過互聯網及資料通訊網絡提供廣告服務；製作電視及電台廣告；租用廣告空間及商業媒體時間；租用宣傳物料；宣傳機構；發放廣告材料；以郵購方式刊登廣告；刊登宣傳文章；安排他人訂閱報章；提供剪報服務；提供商業資訊；提供市場調查、市場研究及由第三方進行民意調查所得的資料；商業及營銷研究；拍賣；交易會；宣傳服務；與刊物、印刷品、廣告及宣傳文章有關的零售；與招聘人員有關的代理服務；出版宣傳物料；出租及／或出售廣告位；出租及／或出售通訊媒體廣告時間；市場調查；市場研究；將資料系統化編入電腦資料庫；商品訂購服務；透過互聯網或其他通訊網絡提供商業資訊；舉辦商業及／或廣告展覽；客戶關係管理；與此相關的推廣、營銷及商業資訊服務；電腦資料處理；數碼文本、資料、影像、音頻及視頻作品的電腦化資料儲存及檢索服務；透過電腦及通訊網絡向他人發放廣告；透過電腦及通訊網絡推廣他人的貨品及服務；網上廣告，所有種類均包括在類別35中。

類別 商品／服務種類

- 38 電訊；在互聯網或其他通訊網絡上傳送視聽物料；廣播服務，即在互聯網或其他通訊網絡上上傳、張貼、播放、標籤、寫博客、分享、發佈、出版、複製或以其他方式提供資料、視頻、電影、圖片、圖像、文字、照片、遊戲、用戶生成內容、音頻內容及資料；提供使用多媒體軟件應用程式的途徑，使用戶彼此能夠分享多媒體內容及意見；提供訪問資料庫的途徑，使內容供應商能夠追蹤多媒體內容；提供訪問全球電腦網絡上的電腦資料庫及全球通訊網絡上的手提設備資料庫的途徑，以便搜索及檢索電腦或其他通訊網絡上的資訊、數據、網站及資源；點對點網絡電腦服務，即以電子方式傳送圖像、視聽及視像內容、照片、錄影、資料、文字、訊息、廣告、媒體廣告通訊及資訊；提供線上及電訊設施，讓電腦、流動及手提電腦用戶之間即時互動，所有種類均包括在類別38中。
- 39 旅行社服務；交通預訂及旅行機票預訂服務(通過電腦網絡)；提供交通資訊及旅行預訂；旅行資訊服務；安排旅行；旅行導遊服務；觀光旅行；旅行訂房及訂票；旅行票務服務；旅行訂房代理；以及透過全球電腦網絡提供的所有上述服務；所有種類均包括在類別39中。

類別 商品／服務種類

- 41 透過電子及數碼互動媒體提供娛樂及資訊娛樂；提供數碼影像及錄影製作服務；發行及租用電子媒體、錄音光碟、影音光碟、鐳射光碟、數碼影碟／數碼多功能光碟及載有電視節目的錄影帶；透過互聯網及／或其他通訊網絡，提供有關教育、娛樂、新聞、遊戲、音樂、電影、戲劇、電視節目及表演者、名人人格、訓練、康樂、體育、社會及文化活動的資料；租用攝影及／或錄影亭，以便拍攝、上載、剪輯及分享圖片及錄影帶；提供線上電腦遊戲及比賽；透過互聯網或其他通訊網絡提供網上電子刊物(不可下載)；出版及電子出版書籍、報章、通訊、雜誌、期刊及刊物；提供資料、文本、資訊、廣告、媒體廣告通訊及資訊、電影、音頻節目、視頻節目、視聽節目、音頻內容及資訊、電台廣播、圖片、照片、圖像及編輯服務；出版用戶自創或指定內容的電子期刊及博客；出版服務，即為他人出版電子刊物；所有種類均包括在類別41中。
- 42 創建及維護網站；為他人提供多媒體數碼內容；提供網站，讓用戶能夠參與社交網絡及管理其社交網絡內容，提供社交網絡非下載軟件的臨時使用，管理社交網絡內容，創建一個虛擬社群，以及傳輸圖像、視聽和視頻內容、照片、視頻、資料、文本、資訊、廣告、媒體廣告通信及資訊；所有種類均包括在類別42中。
- 43 提供餐飲服務；臨時住宿服務；旅行社預訂住宿服務；酒店、臨時住宿、餐廳、酒吧、咖啡廳、休息室、自助服務及自助餐廳的預訂服務；以及透過互聯網及全球電腦網絡提供的以上所有服務；所有種類均包括在類別43中。

類別 商品／服務種類

- 45 線上社交網絡服務；法律服務；為有形財產及個人提供人身保護的保安服務；他人為滿足個人需要而提供的個人及社會服務；資料、多媒體內容、視頻、電影、圖片、圖像、文本、照片、遊戲、用戶生成內容、音頻內容的授權；數碼數據、靜止圖像、動態圖像、音頻及文本的授權；所有種類均包括在類別45中。

上述有關中國商標註冊之各類別項下的產品及／或服務一般包括(其中包括)：

類別 商品／服務分類

- 9 科學、研究、導航、測量、攝影、電影、視聽、光學、衡具、量具、信號、偵測、測試、檢驗、救生和教學用裝置及儀器；處理、開關、轉換、積累、調節或控制電的配送或使用的裝置和儀器；錄製、傳送、重放或處理聲音、影像或資料的裝置和儀器；已錄製和可下載的媒體，電腦軟體，錄製和儲存用空白的數位或類比介質；投幣啟動設備用機械裝置；收銀機，計算設備；電腦和電腦週邊設備；潛水服，潛水面罩，潛水用耳塞，潛水和游泳用鼻夾，潛水夫手套，潛水呼吸器；滅火設備；所有種類均包括在類別9中。
- 16 紙和紙板；印刷品；書籍裝訂材料；照片；文具和辦公用品(傢俱除外)；文具用或家庭用黏合劑；繪畫材料和藝術材料；畫筆；教育或教學用品；包裝和打包用塑膠紙、塑膠膜和塑膠袋；印刷鉛字，印版；所有種類均包括在類別16中。
- 35 廣告；商業經營、組織和管理；辦公事務；所有種類均包括在類別35中。
- 38 電信服務；所有種類均包括在類別38中。
- 39 運輸；商品包裝和貯藏；旅行安排；所有種類均包括在類別39中。

類別	商品／服務分類
41	教育；提供培訓；娛樂；文體活動；所有種類均包括在類別41中。
42	科學及技術服務和與之相關的研究與設計服務；工業分析、工業研究和工業品外觀設計服務；品質控制和品質認證服務；電腦硬體與軟體的設計與開發；所有種類均包括在類別42中。
43	提供食物和飲料服務；臨時住宿；所有種類均包括在類別43中。
45	法律服務；為有形財產和個人提供實體保護的安全服務；由他人提供的為滿足個人需要的私人 and 社會服務；所有種類均包括在類別45中。

(b) 域名

於最後實際可行日期，本集團為以下被認為對我們的業務而言屬或可能屬重大的域名或網絡關鍵詞的註冊擁有人：

域名	註冊人	到期日
edigest.hk	泰年有限公司	二零二三年八月十日
emag.com.hk	泰年有限公司	二零二四年三月七日
gotrip.hk	泰年有限公司	二零二三年十月二十日
itrial.hk	泰年有限公司	二零二三年九月二十日
jetsobee.com	泰年有限公司	二零二三年十一月二十九日
madamefigaro.hk	泰年有限公司	二零二四年五月二十四日
newmedialab.com.hk	泰年有限公司	二零二三年十二月二十七日
newmonday.com.hk	泰年有限公司	二零二三年八月二十九日
nmg.com.hk	泰年有限公司	二零二三年八月十一日
nmplus.hk	泰年有限公司	二零二三年十月三日
orientalsunday.hk	泰年有限公司	二零二三年八月十日
somethingwanted.com	泰年有限公司	二零二四年二月二十日
sswagger.hk	泰年有限公司	二零二四年三月二日
sundaykiss.com	泰年有限公司	二零二四年四月八日
sundaymore.com	泰年有限公司	二零二三年八月一日
weekendhk.com	泰年有限公司	二零二三年八月九日

除上所述者外，概無其他商標、服務標識、知識產權或工業產權對本集團業務而言屬重大。

3. 關連交易及關聯方交易

除本文件「關連交易」一節及會計師報告(其全文載於本文件附錄一)所載綜合財務報表附註28所披露者外，緊接本文件日期前三年內，本集團並無從事任何其他重大關連交易或關聯方交易。

C. 有關董事及主要股東的其他資料

1. 權益披露

A. 董事及主要行政人員權益披露

於最後實際可行日期，以下本公司董事於(a)緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司(未計及根據行使購股權計劃項下任何購股權可能發行的任何額外股份)或(b)其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)股份、相關股份及債券中擁有以下根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益(包括彼等根據證券及期貨條例的該等條文被當作或視為擁有的權益或淡倉)；或根據證券及期貨條例第352條須記錄於該條所指的登記冊內的權益或淡倉；或於股份[編纂]後根據上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司的權益或股份。

(a) 於本公司權益

董事姓名	身份／權益性質	擁有權益的股份或相關股份數目 (附註1)	持股概約百分比
李先生	受控法團權益(附註2)	[編纂] (L)	[編纂]

附註：

1. 字母「L」代表於股份的好倉。
2. 李先生合法及實益擁有Double Blossoms全部已發行股本。因此，李先生被視為於Double Blossoms所持有的相同[編纂]股股份中擁有權益。

附錄四

法定及一般資料

(b) 於相聯法團的權益

相聯法團的普通股

董事姓名	相聯法團名稱	身份／ 權益性質	擁有權益的 已發行 股份數目 (附註1)	持股 概約百分比
范敏嫦女士	英皇國際	實益擁有人	10,500,000股 (L)	0.29%

附註：

1. 字母「L」代表於股份的好倉。

B. 主要股東權益披露

據董事所知，緊隨[編纂]及資本化發行完成(未計及根據行使購股權計劃項下任何購股權可能發行的任何額外股份)後，下列人士(並非本公司董事或主要行政人員)於股份或相關股份中擁有或被視為或當作擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司披露的權益及／或淡倉，或直接及／或間接擁有本集團任何成員公司已發行有投票權股份的10%或以上的權益：

名稱	身份／權益性質	擁有權益的 股份數目 (附註1)	持股概約 百分比 (%)
新傳企劃集團控股	合法／實益擁有人	[編纂] (L)	[編纂]
楊受成產業控股	受控法團權益(附註2)	[編纂] (L)	[編纂]
First Trust Services AG	受託人(附註3)	[編纂] (L)	[編纂]
楊博士	全權信託創辦人 (附註3)	[編纂] (L)	[編纂]

附錄四

法定及一般資料

名稱	身份／權益性質	擁有權益的股份數目 (附註1)	持股概約百分比 (%)
陸小曼女士	配偶權益 (附註4)	[編纂] (L)	[編纂]
Double Blossoms	合法／實益擁有人	[編纂] (L) (附註5)	[編纂]
Double Fantastic	合法／實益擁有人	[編纂] (L)	[編纂]
李女士	受控法團權益 (附註6)	[編纂] (L)	[編纂]
丘怡平先生	配偶權益 (附註7)	[編纂] (L)	[編纂]

附註：

1. 字母「L」代表於股份的好倉。
2. 新傳企劃集團控股的全部已發行股本由楊受成產業控股持有，而楊受成產業控股由 First Trust Services AG 作為 AY Discretionary Trust 的受託人持有。楊受成產業控股被視為於新傳企劃集團控股所持有的相同 [編纂] 股股份中擁有權益。
3. First Trust Services AG 及楊博士分別為 AY Discretionary Trust 的受託人以及創辦人及財產授予人。根據證券及期貨條例，First Trust Services AG 及楊博士各自被視為於新傳企劃集團控股所持有的相同 [編纂] 股股份中擁有權益。
4. 陸小曼女士因其配偶楊博士視作持有的權益而被視為於新傳企劃集團控股所持有的相同 [編纂] 股股份中擁有權益。
5. 該等股份與上文「A. 董事及主要行政人員權益披露」分節所載視作李先生擁有權益的股份相同。
6. 李女士合法及實益擁有 Double Fantastic 全部已發行股本。因此，李女士被視為於 Double Fantastic 持有的相同 [編纂] 股股份中擁有權益。
7. 丘怡平先生被視為於透過其配偶李女士持有的權益於 Double Fantastic 持有的相同 [編纂] 股股份中擁有權益。

除本上文所披露者外，據董事所知，緊隨 [編纂] 及資本化發行完成後，不計及因根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能須予發行的任何額外股份，概無任何並非本公司董事或主要行政人員的人士將於本公司股份或相

關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附有權利可在所有情況下於本集團任何成員公司已發行投票股份10%或以上權益。

2. 服務協議及委任函件的詳情

(a) 執行董事

各執行董事已與本公司訂立服務協議，據此，彼等各自獲委任為執行董事，自[編纂]起計初始年期為三年，惟須受該協議所載條款及條件約束。協議可由(其中包括)協議任何一方向對方發出不少於三個月事先書面通知予以終止，終止協議後，執行董事須按本公司的要求立刻辭任其於本公司及本集團所有其他成員公司的職務。委任執行董事須遵守組織章程細則及上市規則附錄14下有關董事退任及輪席告退的規定。

各執行董事根據彼等與本集團的僱傭協議於其基本薪酬及其他薪酬方案(如有)基礎上合資格根據其服務協議享有固定董事袍金。有關詳情請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節「董事及高級管理層的酬金」一段。

(b) 獨立非執行董事

各獨立非執行董事已於二零二三年六月二十六日與本公司簽訂委任函件，據此，彼等各自接納彼等各自擔任獨立非執行董事，直至任何一方發出不少於三個月的事先書面通知終止為止，並須受該函件所載的條款及條件規管。倘以通知方式終止，獨立非執行董事將終止擔任於本公司的該等職務。根據彼等各自的委任函件，各獨立非執行董事有權收取固定董事袍金。有關詳情請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節「董事及高級管理層的酬金」一段。

委任須遵守組織章程細則及上市規則附錄14下有關董事退任及輪值告退的條文。

除上文披露者外，概無董事已訂立或有意與本集團任何成員公司訂立任何服務協議(不包括於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須支付賠償(法定賠償除外)的合約)。

3. 董事薪酬

有關董事於往績記錄期的薪酬詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

根據本公司與執行董事訂立之服務協議(不包括與本集團僱傭合約項下賦予的薪酬方案(如有))及本公司與獨立非執行董事訂立之委任函件，董事於截至二零二三年十二月三十一日止財政年度將有權收取的薪酬及實物利益總額預期約為485,000港元。經考慮李先生與本集團的僱傭合約項下其薪酬方案以及黃先生及范女士與本集團並無任何僱傭合約，於截至二零二三年十二月三十一日止財政年度，預期董事將有權收取的薪酬及實物福利總額約為2,597,000港元。

除本文件附錄一所披露者外，概無董事於截至二零二二年十二月三十一日止財政年度自本集團收取任何薪酬或實物利益。

概無付予本集團董事或五名薪金最高人士酬金(包括董事和僱員)作為其加入本集團或於加入本集團後之獎勵或退職之補償。

4. 免責聲明

- (i) 概無董事或本附錄「專家同意書」一段所列的任何人士於發起或於本公司或其任何附屬公司於緊接本文件日期前兩年內購入或出售或租賃，或本公司或任何其附屬公司建議購入或出售或租賃的任何資產中擁有權益。
- (ii) 概無董事或本附錄「專家同意書」一段所列的任何人士於本文件日期仍有效且對本集團業務屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益。

- (iii) 概無本附錄「專家同意書」一段所列的任何人士於本集團任何成員公司擁有任何股權或可認購或提名人士認購本集團任何成員公司證券的權利(無論可否依法強制執行)。
- (iv) 就董事所知悉，於最後實際可行日期擁有本公司已發行股本總額5%以上的董事或其聯繫人或任何股東概無於本集團五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。
- (v) 概無董事在與本集團業務直接或間接構成競爭或有可能構成競爭的任何業務(本集團的業務除外)中擁有權益。

D. 購股權計劃

下文為股東於二零二三年六月二十六日通過的決議案批准的購股權計劃主要條款概要：

(a) 目的

購股權計劃的目的在於讓本集團吸引、挽留及激勵優秀的參與者(定義見下文(c)段)，促進本集團日後發展及擴展。購股權計劃可鼓勵參與者盡力為本集團達成目標，讓參與者分享本公司因其努力及貢獻而取得的成果。

(b) 條件

購股權計劃於滿足下列條件後方可落實：

- (i) 聯交所批准因行使根據購股權計劃授出的購股權而可能發行的股份[編纂]及[編纂]；
- (ii) 股份於聯交所開始[編纂]；及
- (iii) 由股東通過一項普通決議案以批准及採納購股權計劃，並授權董事授出購股權以根據購股權計劃認購股份及根據任何購股權的行使配發、發行及處置股份。

附錄四

法定及一般資料

(c) 參與者範圍及參與者資格

董事會可酌情邀請：

- (i) 本公司或任何附屬公司的任何僱員(無論全職或兼職，包括任何執行董事但不包括任何非執行董事)(包括根據購股權計劃獲授購股權作為吸引與該等公司訂立僱傭合約的人士)；及
- (ii) 本公司或任何附屬公司的任何非執行董事(包括獨立非執行董事)。

於確定各參與者(「參與者」)資格基準時，董事會會酌情考慮其認為合適的因素，其中包括：

- (i) 其技能、知識、經驗、專長及其他相關個人特質；
- (ii) 彼對本集團增長已作出或預期作出的貢獻；
- (iii) 其學歷及專業資格，以及行業知識；及
- (iv) 於本集團任職時長。

本「D.2購股權計劃」分節中所使用的「附屬公司」指本公司當時的附屬公司(定義見上市規則)。

(d) 接納要約

倘本公司於要約日期起28日內接獲承授人正式簽署有關接納購股權的要約函件副本及作為授出代價而由本公司收取的1.00港元，則購股權的要約視為已獲承授人接納。

(e) 行使價

購股權計劃下股份的行使價由董事會全權酌情決定後知會參與者，不得低於以下兩者之最高者：(i)授出購股權當日(必須為交易日)聯交所每日報價表所列的股份收市價；及(ii)緊接授出購股權當日前五個交易日聯交所每日報價表所列的股

份平均收市價。此外，有關每份購股權的行使價不得定為較每股股份面值有所折讓。

(f) 可認購股份數目上限

- (i) 於下文(iii)及(iv)所規限下，因根據購股權計劃及本公司任何其他購股權或股份獎勵計劃將予授出的全部購股權獲行使而可能發行的股份總數，合共不得超過[編纂]股股份，即股份於聯交所開始[編纂]日期已發行股份總數的10%，除非本公司根據下文(v)及(vi)獲得股東批准。
- (ii) 在計算上文(i)的10%上限時，根據購股權計劃的條款而失效的購股權將不被視為在計算10%上限時已予動用。
- (iii) 倘本公司在股東大會批准10%上限後進行股份合併或拆細，則根據10%上限就本公司購股權計劃及任何其他購股權計劃授出的所有購股權可能發行的最高股份數目，應與緊接有關合併或拆細前後日期已發行股份總數百分比相同，並約整至最接近的整數股份。
- (iv) 本公司可在股東大會上另行徵求股東批准向指定參與者授予超出10%上限的購股權，惟超逾該上限的購股權須由股東在股東大會上特別批准，且本公司在尋求該批准前已確定具體的參與者。在此情況下，本公司將向其股東發出一份通函，當中載有上市規則所規定的資料，供其批准。就任何將授出的購股權而言，為計算行使價，建議有關授出的董事會會議日期應被視為授出日期。
- (v) 本公司可在股東大會批准上次更新(或採納購股權計劃)之日起計三年後，經股東於股東大會上批准，尋求更新10%的上限。
- (vi) 本公司可在股東批准上次更新(或採納購股權計劃)之日起計任何三年內，經獨立股東在股東大會上批准，尋求更新10%的上限，而任何控股股東(定義見上市規則)及其聯繫人(或倘無控股股東，則為本公司董事(不包括獨立非執行董事)及主要行政人員及彼等各自的聯繫人)必須在

股東大會上放棄投票贊成相關決議案；且本公司必須遵守上市規則的要求。

(vii) 經更新10%上限不得超過於股東批准經更新10%上限日期已發行股份總數的10%。

(g) 購股權要約的條件、歸屬期、約束或限制

除非董事會另行決定並於購股權要約當時在要約函件中列明，承授人毋須先達成任何表現目標。

除非董事會(或本公司薪酬委員會，如承授人為董事及／或高級經理)在「特殊情況」下按個別情況決定授予更短的期限，否則將授出的購股權之歸屬期將不少於12個月：

- (a) 授出以表現為基礎的購股權(代替以時間為基礎的購股權)；
- (b) 向因離開前任僱主加入本集團而被沒收購股權的參與者授出的補償性購股權；
- (c) 出於行政及合規的原因，在一年內分批授出購股權；
- (d) 更改或終止相關參與者的僱傭合約之條款；及
- (e) 授出具有混合或加速歸屬時間表的購股權，例如購股權可在12個月期間內平均歸屬。

受購股權計劃及上市規則的條文所規限，董事會可於作出購股權要約時就購股權附加其全權酌情認為合適的條件、約束或限制。

根據購股權計劃已授出或尚未行使但尚未歸屬於任何參與者的所有購股權須予退還，即授予有關承授人但尚未歸屬或行使的部分或全部尚未行使的購股權可在發生董事會按個別情況全權酌情認為合適的任何下列事件時被沒收：承授人因犯有不當行為或無力償債或合理預期無法償債，或破產或與債權人達成任何安排或和解協議，或被判定犯有涉及其誠信的任何刑事罪行，而終止其僱傭或董事職務之日起不再為參與者。

(h) 每名參與者可獲股份的上限

- (i) 於下文(ii)段所規限下，因於任何12個月期間內行使每名參與者獲授的購股權(包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權)而已發行及將予發行的股份總數，不得超過已發行股份總數的1%。
- (ii) 即使上文(i)有所規定，向參與者額外授出超逾1%上限的購股權必須於股東大會上獲得股東批准，而該參與者及其緊密聯繫人(或倘該參與者為關連人士，則為其聯繫人)不得參與投票。向該參與者授出購股權的數目及條款須於股東批准前釐定，而於計算行使價時，為建議再授出購股權而舉行的董事會會議日期視為授出日期。

(i) 向關連人士授出購股權

- (i) 向身為本公司董事、主要行政人員或主要股東(定義見上市規則)或彼等各自的聯繫人的參與者授出購股權必須獲得獨立非執行董事(不包括身為參與者的獨立非執行董事)批准。
- (ii) 倘董事會建議向身為主要股東或獨立非執行董事或彼等各自聯繫人的參與者授出購股權，而悉數行使該購股權會導致該參與者可認購的股份數目，加上本身截至及包括授出日期止12個月因已獲授的全部購股權(不包括根據購股權計劃的條款已失效的購股權)而已獲發行及可予發行的股份總數，合共超過授出日期本公司相關類別已發行證券的0.1%；上述授出購股權的建議必須根據上市規則的規定在股東大會上獲得股東批准。在此情況下，本公司須向股東寄發通函，當中載列上市規則所規定的全部條款。相關參與者及其聯繫人及本公司所有核心關連人士必須在該股東大會上放棄投贊成票。為批准授出該等購股權而舉行的會議必須以點票方式表決。

(j) 行使購股權

購股權可於董事會授出購股權當日起計的購股權期間內，隨時根據購股權計劃的條款及授出購股權的其他條款與條件行使，惟無論如何不得超過授出日期起計10年。當購股權期間屆滿時，購股權(以尚未行使者為限)將自動失效且不得行使。

(k) 轉讓購股權

購股權屬承授人個人所有，不得轉讓且承授人不得對或就購股權以任何方式向任何第三方出售、轉讓、押記、按揭、設立產權負擔或增設任何權益(法定或實益)(除非聯交所為參與者及其家庭成員利益授予豁免權，以繼續符合購股權計劃的目的及遵守上市規則第17章的其他規定)。任何違反上述規定的行為將使本公司有權註銷授予該承授人的任何尚未行使購股權或其任何部分。

(l) 倘承授人並非因身故或失職而不再為參與者

倘承授人並非身故或基於下文(n)段所列一項或多項理由終止僱傭關係或董事職務而不再為參與者，則承授人可於上述終止當日(該日須為其於本集團有關公司的最後實際工作日(不論有否支付代通知金)或獲委任為本集團有關公司董事的最後一日(視情況而定))起計9個月期間內(或董事會決定的較長期間)(惟不超過購股權期間屆滿日期)行使截至終止當日所獲授但尚未行使的購股權，否則購股權將會失效。

(m) 承授人身故

倘承授人於悉數行使購股權前身故，且無出現下文(n)段所述終止承授人僱傭關係或董事職務的理由，則承授人的遺產代理人可於承授人身故當日起計12個月期間內或董事會決定的較長期間(惟不超過購股權期間屆滿日期)行使截至承授人身故當日所獲授但尚未行使的購股權，否則購股權將會失效。

(n) 承授人因失職而終止僱傭關係

倘承授人因失職、無力或理應無法償債或破產或與債權人整體訂立安排或和解或遭裁定犯上涉及人格或誠信的刑事罪行而終止僱傭關係或董事職務而不再為參與者，則當日尚未行使的購股權將自動失效。

(o) 本公司自願清盤

倘本公司向其股東發出通告召開股東大會以考慮及酌情批准有關本公司自願清盤的決議案，本公司須即時向所有承授人發出有關通告。各承授人(或其合法遺產代理人)可向本公司發出書面通知(該通知須不遲於建議舉行的股東大會前4個交易日送達本公司)，以悉數或按該通知所列數額行使購股權(以於該通知日期可行使及尚未行使者為限)，而本公司須於其後盡快且無論如何不遲於緊接建議舉行股東大會當日前之日向承授人配發及發行因行使該等購股權而須發行的股份。在上文所規限下，購股權(以尚未行使者為限)將於上述期間屆滿時自動失效且不得行使。

(p) 提出全面收購要約或部分收購要約時的權利

倘向所有股份持有人，或除要約人及／或由要約人控制的任何人士及／或與要約人聯合或一致行動的任何人士以外的所有該等持有人提出全面或部分收購要約(不論以提出收購要約、股份購回要約或計劃安排的方式)，本公司必須盡一切合理努力促致該項收購要約按相同條款經作出必要修改後適用於所有承授人，並假設彼等將會在全數行使已獲授購股權後成為本公司股東。倘該項收購要約成為或宣佈成為無條件，不論彼等獲授的購股權的任何其他條款，承授人有權隨後及直至該項收購要約(或任何經修訂的收購要約)結束前或根據計劃安排應享有權利的記錄日期(視情況而定)隨時全面行使其購股權(以該項收購要約成為或宣佈成為無條件之日可行使及尚未行使者為限)或按承授人向本公司發出的通知所指定的數額行使其購股權。在上文所規限下，購股權(以尚未行使者為限)將於上文所述期間屆滿時自動失效及不可行使。

(q) 進行債務和解或安排的權利

倘本公司與其股東或債權人之間擬就有關重組本公司或與任何其他一間或多間公司合併的計劃訂立債務和解或安排，則本公司須於向本公司各股東或債權人寄發召開考慮有關債務和解或安排的會議通告同日向承授人寄發相關通告，而承授人(或其遺產代理人)可於該日起至該日起計滿兩個月或法院批准有關債務和解或安排當日(以較早者為準)止期間，行使全部或部分所持購股權(以於該通知日期可行使及尚未行使者為限)(惟相關購股權須並無仍未達成的先決條款或條件)，惟上述購股權的行使須待法院判決的債務和解或安排生效後方可作實。有關債務和解或安排生效後，除先前根據購股權計劃已行使者外，所有購股權均會失效。

(r) 同等權益

因行使購股權而將予配發及發行的股份須受限於組織章程細則不時有效的所有條文，並自配發日期起與所有繳足的股份享有同等權益，尤其是賦予相關持有人權利可享有配發日期或之後所派付或作出的一切股息或其他分派，惟不包括過往所宣派或建議或議決派付或作出而記錄日期在配發日期前的任何股息或其他分派。

(s) 股本架構改變

倘本公司在仍有購股權可行使的情況下，根據法律規定和聯交所規定以溢利或儲備資本化、供股、公開售股、本公司股本合併、分拆或減少的方式或以其他方式改變本公司股本架構(不包括根據或就任何購股權計劃、股份增值權計劃或任何獎勵或鼓勵本公司或本集團任何僱員、諮詢人或顧問的任何安排而發行股份，或本公司按比例向股東分派法定資產(不論以現金或實物，但不包括自本公司每個財政年度股東應佔純利派付的股息)而導致的本公司股本架構改變)，以下項目亦應相應修改(如有)：

- (i) 未行使購股權所涉股份數目；或

- (ii) 認購價或上述兩者同時修改，並須由本公司獨立財務顧問或核數師向全體或個別指定承授人書面確認彼等認為已公平合理遵守有關規定，即有關調整符合上市規則相關條文或聯交所可能不時頒佈的其他指引或補充指引，惟有關調整不得導致股份按低於其面值的價格發行。

(t) 購股權計劃有效期

購股權計劃於採納日期起計10年內有效，到期後不會再授出購股權，但購股權計劃的條文在所有其他方面仍具有十足效力及效用，而於購股權計劃有效期內已授出的購股權仍可根據發行條款於購股權有效期內行使。

(u) 註銷已授出的購股權

董事會可隨時全權決定註銷先前已授出但承授人仍未行使的購股權。就註銷已授出但仍未行使的購股權而言，不會向承授人支付補償。倘本公司註銷購股權並向同一承授人要約授出購股權，則所要約授出的新購股權僅可為上文(f)段獲股東批准的上限中仍未授出的購股權(不包括已註銷的購股權)。購股權(以尚未行使者為限)將於上述董事會註銷購股權當日自動失效，不得行使。

(v) 終止購股權計劃

本公司可隨時於股東大會以決議案或由董事會終止購股權計劃，屆時不會再要約授出購股權，但購股權計劃有關尚未行使購股權的所有其他方面的條文仍具有十足效力及效用。

(w) 修改購股權計劃條文

購股權計劃任何方面的條文可以董事會決議案豁免或修訂，惟有關上市規則第17.03條所載相關事項的條文在未獲股東於股東大會上事先批准前不得修改至擴大可獲授購股權的合資格人士類別或有利於參與者。購股權計劃任何重大的條款及條件修訂或購股權條款任何改變必須獲聯交所及股東在股東大會上批准(相關參

與者及其聯繫人須放棄投票)，惟根據購股權計劃現行條款自動修訂者除外。購股權計劃的經修訂條款及條件必須仍然符合上市規則第17章的相關規定。董事會或計劃管理人修訂購股權計劃條款的權力有任何改變，必須在股東大會上獲股東批准。

(x) 授出購股權之時間限制

於本公司獲悉內幕消息後不得授出要約，直至本公司已公佈該消息，尤其是及根據不時修訂的上市規則，在緊接(i)批准本公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期(不論是否上市規則所規定)業績的董事會會議舉行日期(即根據上市規則最先知會聯交所的日期)；及(ii)本公司根據上市規則須公佈任何年度或半年度，或季度或任何其他中期(不論是否上市規則所規定)業績公告的限期(以較早者為準)前一個月起至業績公告刊發日期止期間(包括延遲刊發相關公告的任何期間)，本公司不得作出任何要約，不得授出任何購股權。

於本文件日期，概無根據購股權計劃授出或同意授出購股權。假設股份於聯交所開始[編纂]當日已發行[編纂]股股份，向聯交所申請批准在聯交所[編纂]及[編纂]的股份包括因行使根據購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的[編纂]股股份。

購股權計劃的條款符合上市規則第17章規定。

E. 其他資料

1. 聯席保薦人

聯席保薦人已代表本公司向聯交所申請批准已發行股份及根據資本化發行及[編纂]將予發行的股份[編纂]及[編纂]。所有必要安排均已作出，以使該等股份可納入[編纂]。

力高企業融資有限公司(聯席保薦人之一)已向聯交所確認其符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立標準。

本公司應付聯席保薦人的費用總額為5.7百萬港元，及聯席保薦人就[編纂]合理產生的開支將予報銷。

2. 稅項及其他彌償保證

彌償人已與本公司(為其本身及作為本公司現時附屬公司的受託人)並以本公司為受益人訂立彌償保證契約，以共同及個別基準就(其中包括)下列事項提供彌償，

- (i) 根據關鍵時刻相關適用現行法律及法規，本集團任何成員公司須就於[編纂]或之前的本集團成員公司的不合規事件承擔之任何索償(包括索償、反索償、任何評定、通知、要求、罰款或其他形式之責任)；及
- (ii) 本集團任何成員公司於[編纂]或之前基於或因為賺取、應計或收取的任何收入、溢利或收益，或[編纂]或之前訂立的任何交易或發生的任何事件，而可能應付的稅務責任(包括所有稅項附帶或相關的所有罰金、罰款、訟費、費用、開支及利息)及申索，不論單獨或與任何其他情況同時且不論何時發生及不論該等稅務責任或申索是否應向任何其他人士、商號、公司或企業徵收或由其應佔。

然而，根據彌償保證契約，彌償人將不會就以下任何索償及／或稅項負上法律責任：(a)於往績記錄期本集團經審核綜合賬目或本集團任何成員公司經審核賬目已就有關稅項索償、與違規事件有關的索償及／或稅項作出撥備者；(b)稅項索償、與違規事件有關的索償及／或於[編纂]後因法律之追溯力變動及／或稅率追溯上升而產生或招致之稅項；及(c)因二零二二年十二月三十一日後直至[編纂]本集團任何成員公司於一般業務過程中自願進行之任何作為或不作為或交易而產生之稅項索償及／或稅項下之負債。

First Trust Services AG(彌償人之一)於彌償契約項下的總負債將以就First Trust Services AG作為受託人以信託方式代AY Discretionary Trust不時所持本集團業務的信託基金、物業及資產的總價值為限。

3. 訴訟

於最後實際可行日期，本集團成員公司概無涉及任何重大訴訟、申索或仲裁，且董事概不知悉本集團任何成員公司有尚未了結或面臨威脅的重大訴訟、申索或仲裁。

4. 專家同意書

於本文件內曾提供意見或建議的專家的資格如下：

名稱	資格
英皇企業融資有限公司	根據證券及期貨條例獲准從事第1類(證券交易)及第6類(就企業融資提供意見)受規管活動的持牌法團
力高企業融資有限公司	根據證券及期貨條例獲准從事第6類(就企業融資提供意見)受規管活動的持牌法團
安永會計師事務所	執業會計師及註冊公眾利益實體核數師
Conyers Dill & Pearman	開曼群島律師
大成律師事務所	有關中國法律的法律顧問
瑞豐環球評估諮詢有限公司	獨立專業估值師
陳聰先生	香港大律師
歐睿國際有限公司	行業顧問

英皇企業融資有限公司、力高企業融資有限公司、安永會計師事務所、Conyers Dill & Pearman、大成律師事務所、瑞豐環球評估諮詢有限公司、陳聰先生及歐睿國際有限公司各自分別就刊發本文件發出同意書，同意以文中所載形式及涵義轉載其報告、估值證書、函件、意見或意見概要(視情況而定)(其日期均為本文件日期及為併入本文件而編製)及引述彼等的名稱，且迄今並無撤回同意書。

概無上述專家持有本公司或任何附屬公司任何股權或權利(無論是否可依法強制執行)以認購或提名他人認購本公司或任何附屬公司的證券。

5. 發起人

本公司並無上市規則所指的發起人。於緊接本文件日期前兩年內，並無就[編纂]及本文件所述有關交易，向任何發起人支付、配發或給予或建議支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益。

6. 開辦費用

本公司的開辦費用約為54,000港元，已由本公司支付。

7. 約束力

倘依據本文件提出申請，本文件具有約束力，使全部有關人士均受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條所有適用條文(罰則條文除外)約束。

8. 其他事項

(a) 於緊接本文件日期前兩年內：

- (i) 於緊接本文件日期前兩年內，本公司或其任何附屬公司概無發行、同意發行或擬發行繳足或部分繳足的股份或貸款資本，以換取現金或現金以外的代價；
- (ii) 本公司或其任何附屬公司概無就發行或出售任何資本而授予任何佣金、折扣、經紀費或其他特殊條款；
- (iii) 並無就認購或同意認購，或促使或同意促使認購任何股份已付或應付(分包商除外)佣金；及
- (iv) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行任何創辦人股份、管理人股份或遞延股份或任何債權證。

(b) 本公司或其任何附屬公司的股份、認股權證或借貸資本概無附有優先認購權或有條件或無條件同意附有優先認購權。

(c) 本公司股權及債務證券並無在任何其他證券交易所[編纂]或[編纂]，亦無尋求或建議尋求[編纂]或[編纂]的許可。

(d) 本公司並無已發行可轉換債務證券。

- (e) 自二零二二年十二月三十一日(即本集團最新經審核綜合財務報表的編製日期)起，本集團財務或經營狀況或前景概無重大不利變動。
- (f) 緊接本文件日期前12個月內，本集團未曾中斷任何可能或已經對本集團財務狀況產生重大影響的業務。
- (g) 並無影響溢利匯出或資金匯還香港境內外的限制。
- (h) 現時並無安排而據此已豁免或同意豁免未來股息。
- (i) 本公司的股東名冊總冊將由[編纂]在開曼群島保管維護及本公司的股東名冊分冊將由[編纂]在香港保管維護。除非董事另行同意，所有股份轉讓及其他業權文件均須向香港[編纂]呈報並登記，而不必向開曼群島送呈。
- (j) 董事已獲悉根據公司法，本公司使用中文名稱連同其英文名稱並不違反公司法的規定。

9. 股份持有人稅項

(a) 香港

出售、購買及轉讓於本集團的香港股東名冊分冊登記的股份須繳納香港印花稅。向買方及賣方徵稅的當前稅率均為代價的0.13%，或若較高，則為已售出或轉讓股份公平值的0.13%。

於香港境內產生或來自於香港的股份買賣利潤亦須繳納香港利得稅。

二零零五年收入(取消遺產稅)條例自二零零六年二月十一日起於香港生效，據此，香港對於在該日期或之後身故的人士的遺產，不再徵收遺產稅。就申請承辦於二零零六年二月十一日或之後身故的股份持有人之遺產，毋須繳付香港遺產稅，且毋須取得遺產稅結清證明書。

(b) 開曼群島

轉讓開曼群島公司的股份無需繳納開曼群島印花稅，惟持有開曼群島土地權益的公司除外。

(c) 諮詢專業顧問

倘[編纂]的有意投資者對認購、購買、持有或出售或買賣股份的稅項存有疑問，建議諮詢其專業顧問的意見。茲此強調，概無本公司、董事或參與[編纂]的其他方對股份持有人認購、購買、持有或出售或買賣股份或行使股份所附任何權利而產生的任何稅務影響或責任承擔責任。

10. 重大不利變動

董事確認，除本文件「概要－往績記錄期後最新發展」一節所披露事項外，自二零二二年十二月三十一日（即本集團最新經審核綜合財務報表的編製日期）起直至本文件日期，本集團財務或經營狀況或前景概無重大不利變動。

11. 雙語文件

根據[編纂]所規定的豁免情況，本文件的英文及中文版本分開刊發。

如本文件的中英文版本有任何歧異，概以英文版本為準。

送呈香港公司註冊處處長的文件

隨同本文件一併送交香港公司註冊處處長註冊的文件包括(i)[編纂]；(ii)本文件附錄四「專家同意書」一段所述的同意書；及(iii)本文件附錄四「重大合約概要」一段所述的重大合約副本。

展示文件

以下文件副本於本文件日期起計14日期間內於聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.newmedialab.com.hk刊登：

1. 組織章程大綱及細則；
2. 安永會計師事務所編製的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
3. 由安永會計師事務所就未經審核備考財務資料發佈之報告書，其全文載於本文件附錄二；
4. 購股權計劃的規則；
5. 本文件附錄四「有關董事及主要股東的其他資料」一段所述的服務協議及委任函件；
6. 本文件附錄四「重大合約概要」一段所述的重大合約；
7. 本文件附錄四「專家同意書」一段所述的同意書；
8. 本集團截至二零二零年、二零二一年及二零二二年十二月三十一日止財政年度的經審核綜合財務報表；
9. 公司法；
10. 獨立估值師瑞豐環球評估諮詢有限公司就向裕勝租賃／許可之物業的租金／許可費發出的意見函件；
11. 陳聰先生(大律師)出具的法律意見；

12. 開曼群島法律顧問Conyers Dill & Pearman的法律意見，概述開曼群島公司法的若干方面，於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節提述；及
13. 中國法律顧問大成律師事務所就本集團在中國的經營及物業權益的法律意見，發出日期為文件日期。