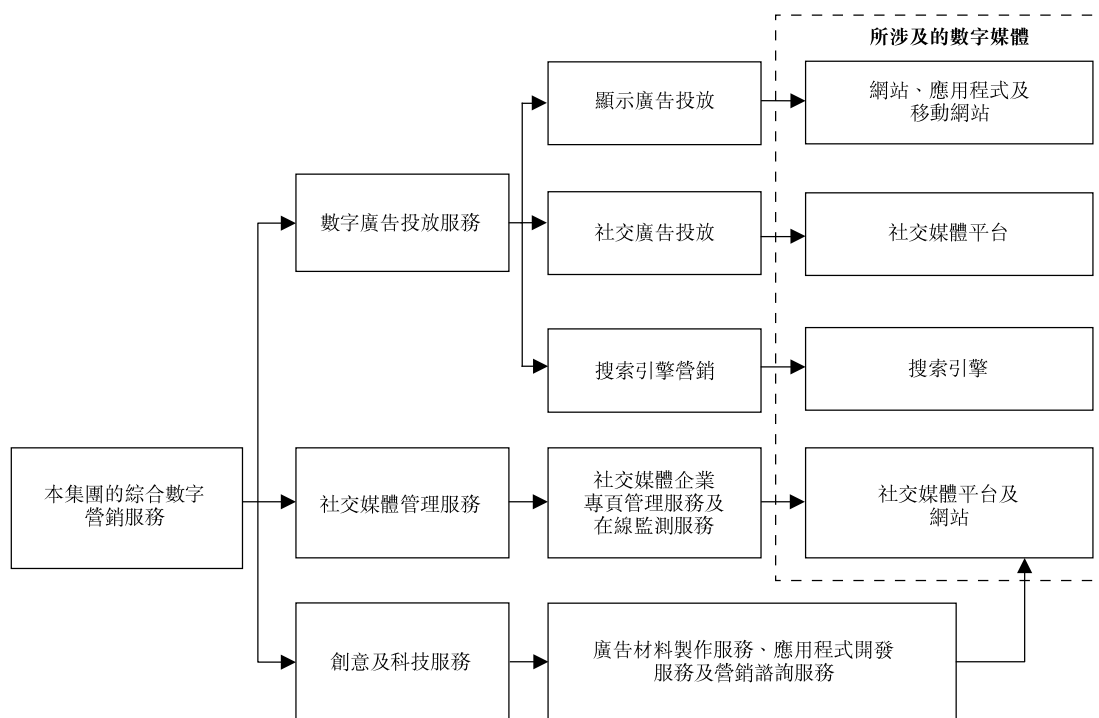


業務

概覽

本集團為綜合數字營銷服務供應商，據Ipsos報告顯示，截至二零一四年三月三十一日止年度，以收入計，本集團位列香港所有數字營銷服務供應商第二位。本集團主要利用網站、應用程式、移動網站及社交媒體平台等數字媒體規劃及執行營銷策略以及為廣告客戶組織營銷活動。

本集團業務包括提供(i)數字廣告投放服務；(ii)社交媒體管理服務；及(iii)創意及科技服務，令本集團可向客戶提供綜合數字營銷服務。於往績記錄期間，本集團的業務重點並無任何變動。以下圖表載述本集團所提供的及數字媒體所涉及的三類數字營銷服務：



截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度，本集團總收入分別約為89,050,000港元及112,590,000港元，相當於按年增長約26.43%。截至二零一三年十一月三十日止八個月及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團總收入分別約為75,760,000港

業務

元及95,090,000港元，相當於按期增長約25.53%。下表載列於往績記錄期間來自各類數字營銷服務的收入明細：

	截至三月三十一日止年度				截至二零一四年	
	二零一三年		二零一四年		十一月三十日止八個月	
	收入		收入		收入	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
數字廣告投放服務	31,191	35.03	39,974	35.50	35,610	37.45
社交媒體管理服務	34,591	38.84	47,196	41.92	37,227	39.15
創意及科技服務	23,266	26.13	25,424	22.58	22,255	23.40
總計：	89,048	100.00	112,594	100.00	95,092	100.00

截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度，本集團毛利分別約為39,340,000港元及48,310,000港元，相當於按年增長約22.80%。截至二零一三年十一月三十日及二零一四年十一月三十日止八個月，本集團毛利分別約為33,230,000港元及41,250,000港元，相當於按期增長約24.14%。於往績記錄期間，本集團的整體毛利率維持在超過42.91%。下表載列於往績記錄期間本集團來自各類數字營銷服務的毛利及毛利率明細：

	截至三月三十一日止年度				截至二零一四年	
	二零一三年		二零一四年		十一月三十日止八個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
數字廣告投放服務	10,820	34.69	14,751	36.90	12,376	34.75
社交媒體管理服務	14,939	43.19	20,807	44.09	14,608	39.24
創意及科技服務	13,582	58.38	12,756	50.17	14,263	64.09
總計：	39,341	44.18	48,314	42.91	41,247	43.38
整體：						

業務

於最後可行日期，本集團共有196名客戶授予的314份合約，其中合共約35,920,000港元的合約金額尚未確認為收入。下表載列本集團於往績記錄期間所簽署合約的概要。

	截至三月三十一日止年度		截至 二零一四年 十一月三十日 止八個月
	二零一三年	二零一四年	
客戶數目	399	401	334
所簽署的合約數目	1,547	1,860	1,468
	(千港元)		
總合約金額	94,966	111,654	106,755
每份簽署合約的平均合約金額	61	60	73
合約金額範圍	1-9,248	1-13,438	1-14,806

競爭優勢

本集團相信其成功乃歸因於(其中包括)下列競爭優勢：

向知名客戶提供綜合數字營銷服務所取得的有目共睹的往績記錄

本集團的綜合數字營銷業務模式、經營網絡及業務規模得以令本集團承接多個備受矚目的營銷活動。我們專注解決廣告客戶的整體數字營銷需求。我們相信，透過我們的綜合數字營銷服務，廣告客戶可在分配營銷預算及推廣品牌、產品或服務時達致更大效益。我們亦可善用綜合數字營銷業務模式產生的交叉銷售及營銷商機，使我們可更有效分配資源，向廣告客戶交付切合廣告商實際需求的服務，因而提升客戶對我們的信心，擴大我們營運的經濟規模。董事亦相信，通過減少廣告客戶及本集團在活動協調及實施中所需的時間及資源，本集團提供一站式綜合數字營銷服務的能力有助於確保數字營銷活動各個部分的平穩運行。於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，提供多於一個類型的本集團數字營銷服務項目(即數字廣告投放服務、社交媒體管理服務以及創意及技術服務)產生的收益分別佔我們收益總額約81.63%、90.99%及78.14%。

於往績記錄期間，本集團服務的廣告客戶包括各行各業的品牌擁有人，包括(其中包括)美容及化妝品行業、房地產行業、奢侈品及時裝行業、銀行、金融和保險行業及公共事業及電信業。本集團亦向4A代理、非政府組織(例如香港專業會計師協會及癌症服務組織)及公共團

業務

體(例如海外旅遊機構及本港法定團體)提供數字營銷服務。此外，隨著業務擴展至中國，本集團就推廣旅遊業或國際體育賽事獲中國若干省會城市的新聞局、旅遊推廣中心或體育活動籌委會聘用。

展望未來，本集團將繼續不遺餘力地提升服務質素及加強服務組合。董事認為，本集團服務知名客戶取得的有目共睹的往績記錄將有助於本集團挽留現有客戶。

有關本集團承辦的代表性項目例子，請參閱本節「所承辦的代表性項目」。

穩固的香港客戶基礎及不斷擴張的中國業務

本集團的客戶群廣泛且分散，截至二零一四年三月三十一日止兩個年度各年以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，並無單一客戶的貢獻超出本集團收入的10.00%。因認可本集團優質的服務，本集團客戶不時向本集團推介新客戶。

於往績記錄期間，本集團收入主要來自香港業務。二零一一年，本集團將綜合數字營銷業務進一步拓展至中國。隨著在北京及廣州設立兩間附屬公司，本集團擴大在中國的業務。本集團中國客戶應佔收入由截至二零一三年三月三十一日止年度之約13,830,000港元增加約23.93%至截至二零一四年三月三十一日止年度之約17,140,000港元，及由截至二零一三年十一月三十日止八個月的約12,140,000港元進一步增加約57.13%至截至二零一四年十一月三十日止八個月的約19,070,000港元。下表載列於往績記錄期間分別來自中國客戶及香港客戶的總收入及收入：

	截至三月三十一日止年度				截至二零一四年	
	二零一三年		二零一四年		十一月三十日止八個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
來自中國客戶的收入 (附註1)	13,831	15.53	17,139	15.22	19,075	20.06
來自香港客戶的收入 (附註2)	75,217	84.47	95,455	84.78	76,017	79.94
總計：	89,048	100.00	112,594	100.00	95,092	100.00

業務

附註：

1. 來自中國客戶的收入包括來自所有中國客戶的收入及不包括來自所有香港客戶的收入，而不論本集團經營地點（即與本集團客戶簽署數字營銷服務有關合約的附屬公司辦事處地點）。
2. 來自香港客戶的收入包括來自所有香港客戶的收入及不包括來自所有中國客戶的收入，而不論本集團經營地點（即與本集團客戶簽署數字營銷服務的有關合約的附屬公司的辦事處地點）。
3. 由於本集團的中國附屬公司，與其他於中國成立的公司一樣，根據中國政府的政策無法瀏覽若干全球社交媒體平台，因此，多名中國客戶與主要香港附屬公司超凡香港就數字營銷服務（涉及全球社交媒體平台的使用）訂立合約。於往績紀錄期間，本集團超過90%收入乃來自香港設有辦事處的附屬公司所簽訂的合約。由於往績記錄期間按與客戶簽訂合約的附屬公司辦事處所在地區劃分，超過90%的外部收入乃源自香港，故並無於本文件附錄一會計師報告內呈列本集團來自外部客戶的收入的地區資料。

本集團能否持續擴大其香港及中國客戶基礎主要取決於其營銷策略。董事認為，隨著本集團香港及中國客戶基礎的進一步發展及業務擴展，本集團已準備從於香港及中國對數字營銷服務不斷增長的需求中獲益。本集團認為，客戶基礎將繼續擴展，並轉化為長期客戶。

數字營銷服務業中的市場領先地位及高度的品牌認知

本集團認為，因優質的服務，本集團已在該市場建立強勢的品牌。Ipsos報告顯示，截至二零一四年三月三十一日止年度，以收入計，本集團位列香港全部數字營銷服務供應商第二位。

本集團榮獲《Marketing》雜誌年度最佳代理商（香港）獎，以表彰本集團綜合數字營銷服務。該獎項為衡量香港代理商表現的主要指標。本集團為二零一二年至二零一四年連續三年「年度本地數字服務英雄公司」、二零一二年至二零一三年連續兩年「年度數字代理商金獎」及二零一四年「年度數字代理商銀獎」得獎者。本集團亦為二零一四年「年度最佳社交媒體代理商銅獎」得獎者。為表彰為一間香港大型購物商場策劃的營銷活動，本集團亦榮獲《Marketing》雜誌二零一三年度移動卓越大獎（香港）頒獎禮頒發的「最佳病毒營銷大獎」銀獎及「最佳當地營銷大獎」銅獎，以表彰本集團在快速發展的移動營銷領域以及創新及行之有效的營銷活動、應用程式以及相關移動營銷項目的領軍地位。

業務

本集團管理層亦定期作為嘉賓主講人出席有關數字營銷服務的研討會及座談會。尤其是，執行董事尹瑋婷女士作為行業代表於香港貿易發展局及香港理工大學籌辦的社交媒體營銷論壇上發言。

董事認為，該等獎項及行業知名度可提升本集團的市場知名度，並有助本集團與市場其他從業者維持緊密的關係及招攬潛在營銷供應商及客戶。上述品牌認知亦有助本集團招攬人才，並令本集團進一步提升其服務質素及競爭力。

經驗豐富的管理團隊及負責任且有創造力的僱員

本集團由其創辦人兼執行董事葉碩麟先生、伍致豐先生、尹瑋婷女士及非執行董事王麗文女士領導。上述人士曾於傳統營銷行業或管理諮詢行業工作，自本集團成立起均累積七年以上的數字營銷服務行業經驗。本集團認為，其管理團隊的願景乃本集團成功的基石。有關董事及高級管理層的履歷詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

本集團認為，管理團隊豐富的經驗及淵博的業內知識及對市場的深入理解，可令本集團把握市場走勢，瞭解客戶需求，為客戶提供專業服務，並確保服務質素。本集團管理團隊對行業、市場走勢、廣告客戶的多樣需求及要求的瞭解，亦可令本集團鞏固在香港及中國不斷發展的數字營銷服務行業中的市場地位，擴展業務範圍，並確保本集團平穩有效地實施計劃及策略。

為在充滿競爭及發展迅速的行業中成功經營，本集團管理團隊得到負責任且有創造力的僱員的支持。由於大部分目標受眾為年輕一代，董事認為，上述僱員將普遍積極響應客戶及目標受眾的需求，並將能為客戶提供創新及有效的數字營銷服務。

此外，本集團為僱員提供培訓計劃及年度旅遊以協助僱員理解及適應本集團的工作文化，亦可令彼等掌握必要的工作所需技能，以增強彼等的整體效率及團隊凝聚力。本集團所採用的內部政策亦載列有關本集團業務的各項指引、方針及營運規則，以指導僱員並確保服務質素。董事認為，培訓計劃、團隊建設活動及內部政策將提升本集團服務質素，並有利於其業務發展。

業務

業務策略

為保持市場份額、提升服務素質及招攬更多客戶使用本集團的服務，本集團擬實施下列業務策略：

繼續擴充本集團的客戶基礎及業務營運

本集團總部現時位於香港。董事認為，互聯網普及率提高及移動上網設備用戶增加將有助公眾接觸各種數字營銷媒體，進而增加香港數字營銷服務需求。鑑於市場潛力，本集團擬繼續擴大其香港客戶群及鞏固與現有客戶的關係。本集團將擴大其銷售及方案團隊，並改進其培訓課程，以提高客戶關係管理。本集團亦將透過確定及實施合適的資訊科技及數據系統改進香港業務流程。

本集團計劃憑藉作為香港知名及具規模的綜合數字營銷服務供應商的策略性地位擴大業務，以出色的往績記錄捕捉更多商機。

於往績記錄期間，本集團已擴大中國的業務。董事認為，隨著中國國內生產總值增長率穩定且互聯網普及率快速增長，愈來愈多的中國客戶開始接受數字營銷服務。該等客戶或會鎖定國際市場，並將要求有實力提供廣泛數字營銷服務以達至中國以外的目標受眾的知名綜合數字營銷服務供應商提供服務。本集團亦將利用中國的經驗及網絡協助香港客戶進軍中國市場及接觸中國主要城市的目標受眾。廣州及北京現時業務因而透過招攬英才及擴展服務團隊而擴大及進一步鞏固。本集團亦擬開拓商機及發展華東業務。

為確保本集團作為綜合數字營銷服務供應商的可持續發展，本集團將繼續透過對外招聘及提供具競爭力的薪酬待遇，招攬具備數字營銷服務行業所需的技能及經驗的管理層及人才。本集團亦擬改善現有僱員的獎勵計劃，為其提供較佳的晉升機會。

加強及拓闊本集團現有的數字營銷服務範疇

本集團需與互聯網發展步伐保持一致，並加強在提供度身訂做的數字營銷服務方面的專門技能，以維持及擴大其於數字營銷服務業的市場份額。

業務

本集團擬通過與熱門網站、應用程式及移動網站簽署更多合作安排，擴大本集團的Maximizer廣告網絡及MobMax香港廣告網絡。根據實際市況及行業趨勢，本集團計劃分配更多資源鞏固及拓闊本集團現有的數字營銷服務範疇，包括但不限於：

- (i) 利用線上到線下的商務模式商機、為電子商務及移動商務活動提供服務；
- (ii) 提供社交客戶關係管理服務，將與社交媒體管理服務整合以更好地管理廣告客戶的客戶關係；及／或
- (iii) 建立數字營銷數據庫或電子商務平台以鼓勵互聯網用戶之間進行討論，引起目標受眾的興趣並為客戶促成銷售。

本集團將會分配資源擴大內部研發實力及本集團將考慮與軟件及程式開發商合作開發軟件、應用程式及技術以解決未來需求。

選擇性併購取得增長

本集團擬物色併購機遇，與戰略夥伴成立合營企業的機遇或策略投資機遇，以增加本集團在現有市場的佔有率。董事認為，本集團經營所在的行業及市場分散，因此提供大量透過收購擴充業務的機會。

本集團計劃有選擇地收購可在業務、服務增長潛力及銷售網絡方面與本集團互補的領先從業者或本集團認為具有增長潛力的公司，藉此擴大本集團服務組合。具體而言，本集團擬定的目標為(i)提供數字營銷服務的公司；(ii)提供輔助數字營銷的營銷服務的公司；(iii)利用線上到線下商務模式、電子商務及移動商務活動創造的機會的應用程式的開發商；(iv)數字媒體開發商或運營商；及(v)已建立數字營銷數據庫或電子商務平台以鼓勵互聯網用戶之間進行討論，引起目標受眾的興趣並為客戶促成銷售的公司。於最後可行日期，本集團並無物色到任何潛在收購目標或就任何收購或合營企業進行協商，本集團亦無意收購任何將令本集團目前主要業務發生重大變動的公司或業務。

未來計劃

有關未來計劃的詳細描述，請參閱本文件「業務目標及未來計劃—實施計劃」一節。

業務

本集團的主要業務

本集團主要從事提供綜合數字營銷服務業務，包括(i)數字廣告投放服務；(ii)社交媒體管理服務；及(iii)創意及科技服務。

本集團數字營銷服務三大類別相互關聯且互為補充。例如，在營銷活動中，為提升廣告客戶的品牌、產品及／或服務，透過投放顯示及社交廣告及透過數字廣告投放服務利用搜索引擎營銷或會提高公眾的認知及興趣。透過成立及維護廣告客戶的企業專頁（如更新最新反饋及籌辦輔助線下營銷活動等），本集團的社交媒體企業專頁管理服務或會進一步參與並鼓勵互聯網用戶之間進行討論。公眾或目標受眾對特定營銷活動所產生的反應或感覺、企業專頁的最新反饋及／或其品牌自身反過來或會透過在線監測服務予以監測，以評估營銷活動的整體效果及發現任何潛在問題。根據對監測結果的分析，上文所載營銷策略或會得到進一步完善及度身訂做，以優化營銷活動。例如，為進一步提高企業專頁訪問者的人數及／或促進輔助線下營銷活動的參與，創意及科技服務團隊或會開發應用程式以參與及鼓勵社交媒體平台用戶之間進行討論。

我們認為綜合數字營銷服務能達致更滿意的營銷效果，使廣告客戶以更具成本效益的方式推廣其品牌、產品及／或服務。相對於向廣告客戶提供單一類型的數字營銷服務而言，我們根據有關經驗、行業知識及對市場的了解分析廣告客戶的背景、特色、產品或服務及目標受眾，提供一個度身訂做的綜合數字營銷方案，不單解決廣告客戶的特定需求，更注重廣告客戶的整體數字營銷需要。

就在相關時間內根據彼等自身考慮及／或個別情況而並無要求提供綜合數字營銷服務的廣告客戶而言，我們亦向彼等提供單一類型數字營銷服務。

數字廣告投放服務

本集團的數字廣告投放服務主要涉及購買廣告位、在網站、應用程式、移動網站、社交媒體平台投放廣告及搜索引擎營銷；及向客戶提供報告服務等相關服務。於最後可行日期，本集團已成立由18名成員組成的服務團隊，專門向客戶提供數字廣告投放服務。

業務

(i) 顯示廣告投放

本集團協助客戶購買廣告位及投放顯示廣告，其在網站、應用程式及移動網站上以固定次數顯示。本集團亦監測顯示廣告投放的效果，並於委聘期間及委聘結束後向客戶報告。

- 本集團的廣告網絡

本集團的廣告網絡包括下列各項：

- Maximizer廣告網絡：本集團於二零零九年推出其Maximizer廣告網絡，且現時Maximizer廣告網絡擁有逾250個網站，例如qooza.hk、travellife.org及unwire.hk，可令本集團客戶向本集團所有合作網站一站式購買廣告位。
- MobMax香港廣告網絡：本集團於二零一二年推出MobMax香港廣告網絡，且目前MobMax香港廣告網絡擁有逾100個聚焦香港的應用程式及移動網站，例如unwire.hk的移動網站，令本集團客戶可向本集團所有聚焦香港的應用程式合作夥伴及移動網站一站式購買廣告位。
- MobMax中國廣告網絡：自二零一二年四月至二零一五年四月，本集團可在超過7,500個聚焦中國的應用程式及移動網站為客戶一站式購買廣告位。自二零一四年十一月起，本集團可從中國另一間移動廣告應用程式網絡運營商在超過40,000個聚焦中國的應用程式為客戶一站式購買廣告位。

本集團協助客戶在廣告網絡內本集團精選的全部或部份合作網站、應用程式及移動網站自動及直接一站式購買廣告位。本集團的廣告網絡提供自動優化功能及定向功能，藉此，可按所規劃的水平，更均勻地推送營銷信息，實時管理投放於本集團廣告網絡內的顯示廣告，增強廣告效果。此外，就各項委聘而言，我們的廣告網絡自動及直接在多個指定合作網站、應用程式及移動網站的可用廣告位上投放顯示廣告，毋須安排專人與各網站、應用程式或移動網站的營運商投放數字廣告，從而減少在我們的廣告網絡投放顯示廣告時我們及我們的合作網站、應用程式及移動網站所需的時間及資源。由於我們的廣告網絡促進簡化其廣告投放之銷售、行政、營運及售後程序，董事相信，我們的合作網站、應用程式及移動網站之營運商亦受益於本集團廣告網絡。此外，於本集團廣告網絡上投放顯示廣告時，本集團廣告網絡會

業務

自動監控並記錄相關統計數據，且本集團廣告網絡相應編纂及生成特定廣告之表現報告而毋須該等營運商額外參與。該等營運商就每次廣告投放錄得之相關營銷、行政及營運成本進而減少。

- 單項購買：除透過廣告網絡自動及直接購買廣告位外，本集團協助客戶於特定時段在特定網站、應用程式或移動網站上就投放顯示廣告購買特定廣告位，視乎廣告客戶的營銷目標而定。該等投放需與特定網站、應用程式或移動網站的各有關運營商進行人工協調，且並不涉及廣告網絡的自動化運作，而不論該有關網站、應用程式或移動網站是否屬廣告網絡的合作夥伴。

(ii) 社交廣告投放

利用社交媒體平台的獨有環境及功能，本集團參考合適的社交廣告格式、目標受眾、廣告設計及客戶預算制定社交廣告策略。本集團安排投放於社交媒體平台以固定次數顯示的社交廣告，並檢討本集團策略，並於委聘期間及委聘結束後向客戶報告。

於社交媒體平台購買廣告位置涉及競投系統（即拍賣），取決於其他廣告商願意就某特定廣告位付出的代價，其中乃經參考（其中包括）社交廣告形式及廣告商的目標受眾。有助廣告客戶接觸社交媒體平台用戶中最常見的目標用戶的社交廣告一般較為昂貴。我們的社交廣告投放服務旨在動用廣告客戶最少的營銷預算金額獲取廣告位，並最大程度提升廣告在目標受眾中的曝光率。我們針對(i)年齡層、性別、地理位置、興趣及教育背景最適合的固定社交媒體平台用戶群；(ii)可能成為目標受眾的非固定社交媒體平台用戶群（視乎彼等之實際網上活動及特定期間的上網習慣）；及(iii)各廣告位之不同時段，分析目標受眾的統計數據並投放預算及進行競投，務求以較低價格採購同樣能有效吸引目標受眾的廣告位。

(iii) 搜索引擎營銷

現在搜索引擎在發達國家已為普羅大眾普遍用於在互聯網上搜索資料。在搜索引擎用戶查詢框中輸入相關搜索關鍵詞或短語，搜索引擎將會生成相關網站或移動網站的鏈接，其中最相關的網站或移動網站在搜索引擎結果頁面內最顯眼位置顯示。隨著於搜索引擎用戶查詢框中輸入的搜索關鍵詞或短語與廣告客戶的產品、服務或品牌概述相關，可提升廣告客戶的知名度。本集團的搜索引擎營銷服務旨在制訂具成本效益的搜索短語或關鍵詞，藉以優化廣告客戶在搜索引擎上的曝光率，進而引起目標受眾的認知及興趣。為提高廣告客戶的知名度，廣告客

業務

戶可在搜索引擎上購買特定搜索關鍵詞及短語。最為常用的通用關鍵詞或與產品或服務最相關的特定短語一般更為昂貴。為配合廣告客戶的營銷預算，本集團協助廣告客戶選擇及購買成本較低的其他搜索關鍵詞或短語，並監測上述購買的效果，藉以調整策略，確保實現廣告客戶的營銷目標。

社交媒體管理服務

現在社交媒體平台不斷被發達國家商業組織及非商業組織應用，藉以直接或間接地與目標受眾互動及提升自身的品牌、產品及服務。視乎廣告客戶需求而定，本集團的社交媒體企業形象管理服務可協助廣告客戶成立企業專頁或度身訂做符合廣告客戶特徵及營銷目標的企業專頁。本集團亦可協助全面維護企業專頁或於企業專頁更新最新反饋及籌辦與特定數字營銷活動有關的輔助線下營銷活動，如禮品換領等。

本集團亦提供在線監測服務，協助客戶在互聯網監測有關廣告客戶的信息流，如互聯網用戶在社交媒體平台、網站(包括數字報紙)及移動網站上刊發的評論等。與在訪客數量上監測企業專頁的表現及在本集團社交媒體企業簡介管理服務作出評論或分享評論相反，本集團的在線監測服務則專注於分析有關廣告客戶、其服務、產品或任何或會與廣告客戶直接或間接有關的事件的公眾或目標受眾的反應或感覺。本集團可根據有關分析向廣告客戶提供與其品牌、產品或服務相關的最新資料，並評估營銷活動的整體效果。

除由93名成員組成的服務團隊專門提供社交媒體企業形象管理服務外，本集團自二零一一年十二月起一直委聘VDS提供在線監測服務。有關本集團委聘VDS的詳情及有關委聘的原因，請參閱本節「供應商－長期協議－在線監測服務供應商」。

創意及科技服務

本集團創意及科技服務涉及提供製作服務，如(i)廣告材料，如顯示廣告(投放於網站、應用程式及移動網站)及社交廣告(投放於社交媒體平台)；(ii)網站及移動網站；及(iii)企業專頁的設計等。

本集團亦提供有關各種功能應用程式的開發的應用程式開發服務，旨在為廣告客戶的目標受眾提供最新資料及呈現人性化的體驗而設計，進而進一步優化數字營銷服務。於往績記錄期間，本集團向廣告客戶提供製作服務及應用程式開發服務，並不時提供其他類別的數字營銷服務。

業務

本集團或於有需要時聘用軟件及程序開發商、攝影師及翻譯員支援創意及科技服務。

根據營銷活動的具體要求及複雜程度，本集團亦提供營銷諮詢服務並負責廣告客戶的全面數字營銷策略。

於最後可行日期，本集團已成立由24名成員組成的服務團隊提供創意及科技服務。

所承接的代表性項目

歷年來，本集團作為綜合數字營銷服務供應商，一直為客戶策劃及完成多項備受矚目的營銷活動。以下為本集團過去承辦的代表性項目例子，可說明本集團的產品組合種類多元化且覆蓋面廣：

項目A

客戶

聯交所主板上市的房地產投資信託持有的香港一家大型購物商場(附註1)

項目期限

二零一零年一月至二零一四年八月

背景資料及目標

- 推廣客戶持有的香港一家大型購物商場
- 向目標受眾提供客戶持有的香港一家大型購物商場即將舉行的活動

本集團綜合數字營銷服務的主要範圍

- 數字廣告投放服務：投放社交廣告
- 社交媒體管理服務：維護及監測社交媒體平台上的企業形象頁面；社交媒體平台監測及相關服務
- 創意及科技服務：開發及維護網站；開發社交媒體平台應用程式；禮品換領

業務

項目B

客戶

品牌管理公司管理的數間全球時尚、休閒及美容品牌(附註2)

項目期限

二零一二年八月至二零一四年十二月

背景資料及目標

- 提升目標受眾對品牌及產品的興趣
- 向目標受眾提供品牌資訊

本集團綜合數字營銷服務的主要範圍

- 數字廣告投放服務：投放顯示廣告
- 社交媒體管理服務：建立及維護社交媒體平台上的企業形象頁面；社交媒體平台監測及相關服務
- 創意及科技服務：製作橫幅廣告；開發網站及應用程式

項目C

客戶

全球二十大美容公司之一營銷的兩個亞洲化妝品品牌(附註3)

項目期限

二零一三年一月至最後可行日期

背景資料及目標

- 提升客戶營銷的兩個亞洲化妝品品牌的品牌知名度
- 宣傳客戶營銷的兩個亞洲化妝品品牌推出的新產品
- 宣傳最新產品資料及產品功效
- 向目標受眾提供美容護理建議及貼士

本集團綜合數字營銷服務的主要範圍

- 數字廣告投放服務：投放顯示廣告及社交廣告

業務

- 社交媒體管理服務：建立、維護及監測社交媒體平台上的企業形象頁面；社交媒體平台監測及相關服務
- 創意及科技服務：製作橫幅廣告；開發網站及應用程式；禮品換領

項目D

客戶

華東地區省會城市舉行的國際體育賽事的組織委員會(附註4)

項目期限

二零一三年八月至二零一四年十一月

背景資料及目標

- 推廣華東地區省會城市舉行的國際體育賽事
- 促進來自亞洲不同國家及地區的青年溝通與交流
- 推廣華東地區主辦省會城市

本集團綜合數字營銷服務的主要範圍

- 數字廣告投放服務：投放社交廣告
- 社交媒體管理服務：建立、維護及監測社交媒體平台上的企業形象頁面
- 創意及科技服務：諮詢服務

項目E

客戶

提供廣告內容設計、製作及代理服務的廣告代理(附註5)

項目期限

二零一二年十二月至二零一四年十一月

背景資料及目標

- 推廣華東地區省會城市的旅遊業及為目標受眾提供省會城市的資料及旅遊貼士

業務

本集團綜合數字營銷服務的主要範圍

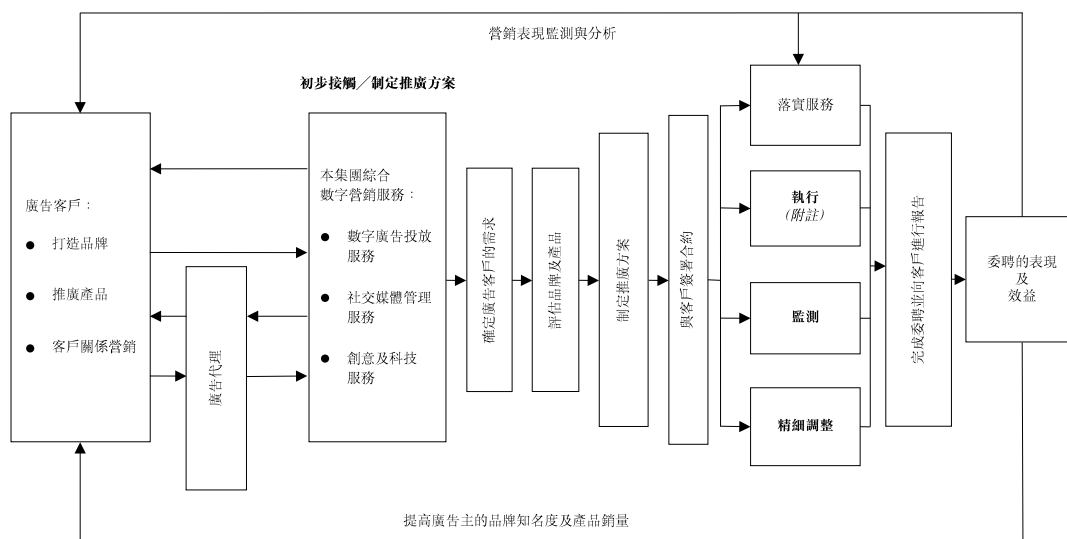
- 數字廣告投放服務：社交廣告投放
- 社交媒體管理服務：建立、維護及監測社交媒體平台上的旅遊推廣頁面
- 創意及科技服務：開發網站及諮詢服務

附註：

1. 於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度各年及截至二零一四年十一月三十日止八個月，該客戶並非本集團五大客戶。
2. 於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度各年及截至二零一四年十一月三十日止八個月，該客戶並非本集團五大客戶。
3. 於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度各年，該客戶為本集團第五大客戶。於截至二零一四年十一月三十日止八個月，該客戶並非本集團五大客戶。
4. 於截至二零一四年三月三十一日止年度各年及截至二零一四年十一月三十日止八個月，該客戶為本集團最大客戶。於截至二零一三年三月三十一日止年度，該客戶並非本集團五大客戶。
5. 於截至二零一三年三月三十一日止年度，該客戶為本集團最大客戶。於截至二零一四年三月三十一日止年度各年及二零一四年十一月三十日止八個月，該客戶並非本集團五大客戶。

委聘工作流程

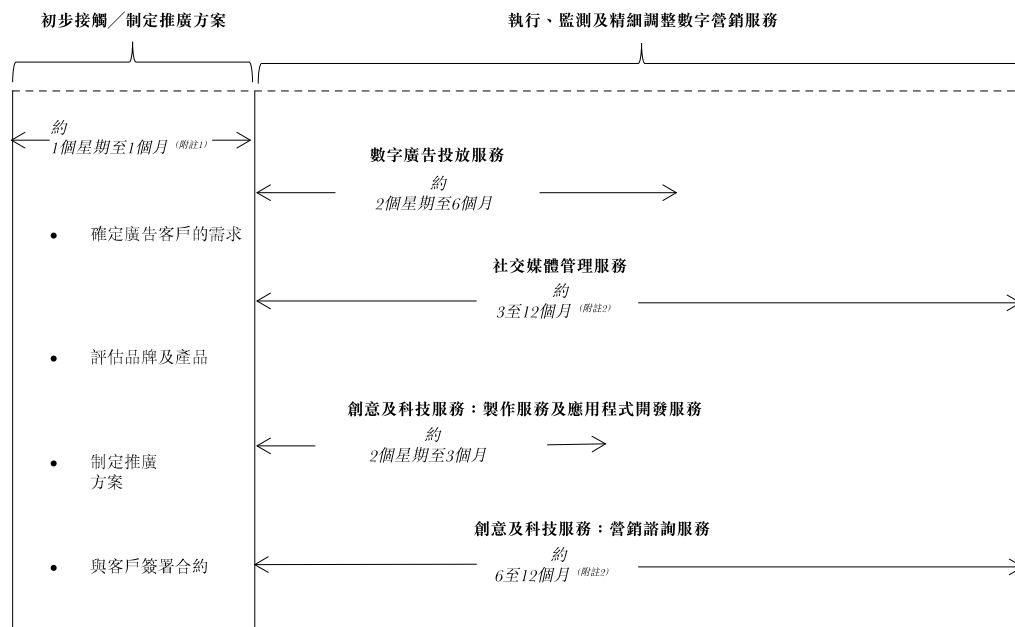
下圖載列本集團的委聘工作流程，說明業務運作的主要階段，包括制定推廣方案、簽署合約、執行、監測及精細調整數字營銷服務，並於委聘期間及委聘結束後作出報告：



附註：執行過程根據數字營銷服務類別各有不同，詳情載列如下。

業務

下圖說明業務模式的一般時間安排：



附註：

1. 就重大項目而言，初步接觸／制定推廣方案階段可能需時3至6個月。
2. 就重大項目而言，執行、監測及精細調整階段可能需時超過1年。

初步接觸／制定推廣方案

本集團與潛在客戶的初步接觸通常由銷售及方案團隊向潛在客戶介紹本集團的背景及過往做過的项目時進行。

本集團可應潛在客戶的需求，在計及廣告客戶的特色及其產品或服務和目標受眾後進一步度身制定推廣方案。

儘管我們的潛在客戶可能已要求我們提供特定類型的數字營銷服務，但我們的銷售及方案團隊通常會根據我們潛在客戶的整體數字營銷需求就綜合數字營銷服務編製推廣文案，當中涵蓋不同種類的數字營銷服務的組合，向我們的潛在客戶提供全面的數字營銷策略。

倘潛在客戶批准推廣方案並同意與本集團訂立合約，本集團將按照服務範圍分配資源。客戶與本集團之間的合約將載列本集團擬提供的數字營銷服務。

執行、監測及精細調整數字營銷服務

視乎所涉及的服務類型而定，本集團主管服務團隊將負責執行服務及質控。數字營銷服務的主要工作階段，於本集團若干典型服務加以說明，概述如下：

業務

數字廣告投放服務

(a) 就廣告策略及投放數字廣告提供意見

本集團參考客戶的目標受眾、預算及營銷目標後，就數字廣告策略，尤其是購買廣告位及挑選廣告格式向客戶提供意見。為投放顯示廣告，本集團服務團隊將首先與精選網站、應用程式及移動網站運營商聯繫，詢問是否有廣告位及費用。為投放社交廣告，本集團制訂及執行策略藉以為客戶在各社交媒體平台取得最具成本效益的廣告位及廣告格式。取得客戶最終審批後，本集團相關的廣告（不一定為本集團創作）將會透過本集團廣告網絡或單項購買在網站、應用程式及移動網站以及社交媒體平台投放固定次數。

(b) 搜索引擎營銷

作為本集團搜索引擎營銷服務的一部分，本集團根據市場調查結果及客戶提供的資料，確定與廣告客戶的品牌或產品相關的關鍵字或短語。本集團服務團隊將進一步分析建議關鍵字或短語及制定搜索詞彙的新組合，以確保購買的搜索引擎關鍵字或短語符合廣告客戶的預算及目標受眾的搜索習慣。在取得客戶批准後，經參考廣告客戶的營銷目標及預算制訂的策略，將由服務團隊執行，以在搜索引擎結果頁面購買指定關鍵字及相關廣告位。該過程屬持續過程，因本集團可隨時更改策略及經常進行分析，以確保搜索引擎營銷服務的效果。

社交媒體管理服務

(c) 成立及管理企業專頁

本集團協助廣告客戶成立、度身訂做或維持企業專頁或企業賬戶。在與本集團創意及科技服務團隊下的設計團隊合作時，本集團社交媒體管理服務團隊負責制定及編寫社交媒體企業專頁的內容及設計，旨在向目標受眾提供有關品牌及產品的資料的最新消息，以及通過鼓勵目標受眾之間進行討論及互動提升公眾知名度。本集團就相片及視頻及將於社交媒體企業簡介上刊發的資訊回饋的選擇、製作及安排向廣告客戶提供意見。鑑於預期目標受眾的部分常見問題及查詢，本集團或會涉及草擬有關查詢的正式回覆。在廣告客戶企業專頁刊發的任何材料須經過本集團的內部審閱及廣告客戶的批准。本集團亦使用自主研发的數據分析及報告系統Guru跟蹤系統，從全球社交媒體平台公開取得廣告客戶的目標受眾及競爭對手的人口統計資料，並進行收集及分析，藉以完善相關社交媒體企業專頁及廣告客戶在客戶關係管理方面的戰略。

業務

(d) 監測網站、移動網站及社交媒體平台

於往績記錄期間，本集團在線監測服務主要透過主要供應商VDS提供。VDS將為本集團進行話題相關及關鍵字相關的監測，並根據客戶要求每日、每週或每月編制定期報告。本集團與VDS一起分析及討論報告所載的監測結果，以發現或會直接或間接與廣告客戶相關的潛在或實際問題，分析廣告客戶公眾及／或目標受眾對有關問題的潛在或實際反應或認知，及評估有關問題對廣告客戶造成的潛在或實際影響。根據定期報告及本集團對監測結果的分析，我們能夠為廣告商完善現有數字營銷策略，制定新數字營銷策略，或採取其他適用行動以解決該問題，包括組織活動或賽事及為廣告客戶聘用具名氣的意見領袖。VDS亦在有關本集團在線監測服務的推廣活動中協助本集團銷售及方案團隊。

視乎廣告客戶的規定及需求而定，本集團社交媒體管理服務團隊及VDS可參考廣告客戶的品牌、產品、服務及目標受眾，物色有關具名氣的意見領袖並安排該等具名氣的意見領袖試用廣告客戶的產品或服務，及隨後在互聯網刊發試用點評，從而鼓勵廣告客戶公眾及／或目標受眾的回饋、評論及討論及提高廣告客戶品牌知名度。

創意及科技服務

(e) 開發應用程式

應用程式開發屬本集團創意及科技服務的範圍。本集團創意及科技服務團隊下的設計組及應用程式開發組緊密合作，以設計介面和功能，而介面將根據客戶的反饋進一步完善。

於取得客戶批准後，本集團將開始進行開發及編程工作。本集團將會進行內部檢查以排除問題及完善應用程式內容。

應用程式的最終版本將寄發予本集團客戶，以供測試及審批。於推出應用程式後，本集團將負責日常運作。本集團將收集用戶及目標受眾的數據，並將進一步完善應用程式及數字營銷服務。

(f) 設計

本集團亦向客戶提供製作服務等其他配套服務。本集團負責設計廣告材料、網站、移動網站及企業專頁。向公眾發佈任何營銷材料須取得客戶審批。

業務

本集團就委聘而設計的廣告材料及所開發的應用程式的知識產權，一般而言將成為本集團客戶的財產。由於廣告材料及應用程式乃按照客戶需求訂制，董事認為有關廣告材料及應用程式知識產權的所有權對本集團的業務而言並非重要。

委聘期間及委聘結束後作出報告

本集團會在整個委聘期間密切監控數字營銷策略的表現，原因在於董事認為，數字營銷服務的效益為本集團提供優質服務的重要一環。監測及分析數字營銷服務表現在作為完善服務的工具的同時，亦可令客戶衡量及評估營銷策略的效果。

基於對監測過程中收集的資料的分析，本集團的服務團隊於委聘期間內部及與客戶定期討論項目狀況及編製臨時進度報告，例如截取網站上顯示的數字廣告屏幕，以令本集團可即時完善及進一步改善營銷策略。視乎營銷策略的表現及客戶對數字營銷的需要，本集團可建議修訂數字營銷服務的範圍，例如重新分配客戶餘下之預算及整合額外類型的數字營銷服務，進一步提升本集團數字營銷服務的效益。

於委聘完成後，將向客戶寄發詳述已竣工工程、委聘期間的表現結果及整體意見的最終報告，作全面評估用。

主要資格及執照

香港

董事確認，本集團香港附屬公司毋須就於香港進行綜合數字營銷業務取得任何行業特定的資質、執照或許可證。

中國

經本集團中國法律顧問君合律師事務所確認，除作為外商投資廣告企業而成立經營的超帆廣州須遵守外商投資廣告企業管理規定外，中國附屬公司於中國進行綜合數字營銷業務毋須取得任何行業特定的資質、執照或許可證。有關相關條文的詳情，請參閱本文件「監管概覽－中國監管概覽－有關中國附屬公司業務的法規－廣告業務的監管」一節。然而，中國互聯網相關業務及公司規例及中國政府日後是否會將本集團業務分類為需要增值電信業務許可證或其他

業務

許可證的服務存在不確定因素。有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與中國相關的風險－中國互聯網相關業務及公司規例的複雜性、不確定性因素及變動，可能對本集團造成不利影響」一節。

銷售及營銷

營銷團隊

於最後可行日期，本集團的銷售及方案團隊共有36名成員，負責業務推廣的推廣活動。除基本薪金外，本集團提供獎勵佣金以激勵銷售人員。一般而言，各銷售人員的佣金按本集團開具的收入淨額的特定百分比計算得出，並可根據所提供的數字營銷服務類型及相應的利潤率作出調整。截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，支付予本集團銷售團隊的佣金佔本集團銷售開支分別約21.85%、26.06%及24.86%。

銷售及營銷

本集團銷售及方案團隊下的銷售團隊負責推廣本集團的品牌，並維持與客戶的關係。彼等與服務團隊一起與客戶緊密合作。倘客戶作出任何投訴或特定要求，銷售團隊將與相關客戶溝通，以瞭解問題及作出補救。本集團董事確認，於往績記錄期間，本集團並無收到來自本集團客戶對本集團業務產生重大不利影響的任何投訴，亦無因本集團客戶投訴而對本集團客戶作出任何重大補償。

本集團透過更新網站及派發有關本集團背景及項目組合的材料，讓現有及潛在客戶了解本集團近期發展情況。

本集團亦參與行業相關研討會及座談會，藉以推廣本集團的服務及產品，並緊貼行業的相關發展趨勢。

截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團的銷售開支分別約為10,170,000港元、13,220,000港元及10,240,000港元。

投標

本集團不時參與投標過程，特別是涉及公共團體的營銷活動。

倘本集團決定就項目進行投標，本集團的服務團隊及銷售以及方案團隊將緊密合作，根據投標文件所載的規定及具體要求編製投標申請書。投標申請文件於提交前將經財務團隊審批。倘本集團中標，客戶將發出接納投標的正式通知函，而本集團將與客戶訂立合約。

業務

定價政策

除大型中國委聘的服務期間超過一年外，本集團通常不會與客戶訂立長期合約。服務費通常設定為按個別基準釐定的固定金額，並於本集團與客戶訂立的合約中載列。在計算委聘的服務費時，本集團會考慮多項因素，包括(i)執行項目的成本，乃參考估計所需時間及項目規模而定，如項目將涉及的僱員數目及項目規格等；(ii)客戶規定的表現指數及營銷目標；(iii)市場上提供類似服務的現行市價；(iv)所服務廣告客戶的規模、聲譽及行業；及(v)與廣告客戶的日後潛在商機。

在制定各類數字營銷服務的服務費時，或會計及特定因素。

數字廣告投放服務－費用很大程度上取決於應向網站、應用程式、移動網站、社交媒體平台及搜索引擎運營商支付的廣告位採購成本，而廣告位採購成本則由客戶的營銷目標(如將予顯示的廣告次數)及客戶規定的任何表現指數(如目標訪問人數及廣告點擊次數)釐定。鑑於廣告網絡的自動化功能簡化了有關顯示廣告投放的銷售、行政、營運及售後程序，因此鼓勵廣告網絡內的合作網站、應用程式及移動網站向本集團提供更具競爭力的費率及費用，而透過廣告網絡投放顯示廣告的廣告位購買成本較透過單項購買投放顯示廣告的有關成本整體較低，或根據各合作協議(如適用)相同。

社交媒體管理服務－(a)社交媒體企業專頁管理服務－費用主要由客戶要求的估計服務時長、客戶的營銷目標(如將予刊發的相片、視頻及回饋的數量)及客戶規定的任何表現指數(企業專頁及企業賬戶的常規瀏覽人數)釐定；及(b)在線監測服務－與數字廣告投放服務相若，費用很大程度上取決於應付供應商的服務費，而應付供應商的服務費則由客戶要求的估計服務時長及於互聯網上的監測範圍(如網站數目)釐定。

創意及科技服務－費用按個別基準釐定，強調項目規格及本集團於項目所需的估計服務時長。

營銷目標，作為本集團數字營銷服務的規格之一，為本集團合約當中通常規定的一個重大條款。任何無法履行該等營銷目標的行為通常將構成違反合約，而本集團因此受限於本集團客戶的潛在索償。表現指數通常並無於本集團的標準合約中訂明，及通常被本集團客戶視作一種軟性目標。任何無法達成該軟性目標通常將不會被視作違反合約及本集團不大可能因此面臨索償及／或罰款。

業務

倘若若干營銷目標或表現指數被規定為合約的一個重大條款及／或合約明確訂明違反合約的後果，任何無法達成該等營銷目標或表現指數或會賦予本集團客戶權利(受規限於相關合約條款)以(i)就損壞向本集團索賠；(ii)就按總合約金額的固定百分比率計算的罰款向本集團索賠；(iii)單方面終止合約；及／或(iv)退還任何已付合約金額。本集團董事確認，於往績記錄期間，本集團並無因未能達成任何營銷目標或本集團客戶設定的表現指數而對本集團合約表現造成重大不利影響。

於往績記錄期間，聘用服務費大相逕庭，原因在於向不同客戶提供的數字營銷服務的類型及規格迥然不同。

信貸政策及付款方式

本集團採取審慎的信貸控制程序，而財務人員負責不時監控應收款項的後續結算。

就委聘本集團進行服務不超過三個月的新客戶而言，本集團通常要求其作出預付款，數額相當於第一張發票的將支付的服務費。然而，就委聘本集團進行服務不超過三個月的現有客戶及委聘本集團進行服務超過三個月或以上的現有新或現有客戶而言，則毋須上述預付款。

本集團通常定期或根據合約中規定的付款時間表向客戶寄發賬單。於往績記錄期間，本集團通常授予直接客戶及廣告代理介乎30日至60日的信貸期。根據本集團對客戶過往結算方式、信譽及與本集團合作關係的評估，應本集團客戶要求及／或於檢討本集團客戶的總體情況及較大合約金額後，本集團或可按個別基準，協定不超過90日的較長信貸期。本集團管理層密切監控本集團貿易應收款項的結算狀態，並定期檢討信貸期。尤其是本集團銷售及財務人員與服務團隊緊密合作，以跟蹤採購訂單修改、項目狀況及支付結算，並於必要時加快項目執行力度，進而鼓勵客戶及時結算本集團費用。

本集團董事按個別基準定期評估本集團貿易應收款項的可收回性以釐定作出任何貿易應收款項撥備的必要性。董事評估乃基於(其中包括)對應收款項的可收回性的評估及賬齡分析、該等未收回款項的最終變現、各債務人的當前信譽及過往收款情況以及與本集團目前及潛在日後業務關係。倘本集團債務人的財務狀況惡化，導致彼等作出付款的能力減弱，則或會需要作出貿易應收款項撥備。本集團董事於各報告日重新評估貿易應收款項撥備。

於往績記錄期間，本集團錄得若干客戶的長期逾期貿易應收款項，本集團董事於評估該等客戶各自狀況後認為並無存在可收回性問題。有關分析的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－流動資產淨值及經選定合併財務狀況表項目－貿易應收款項及應收票據」一節。

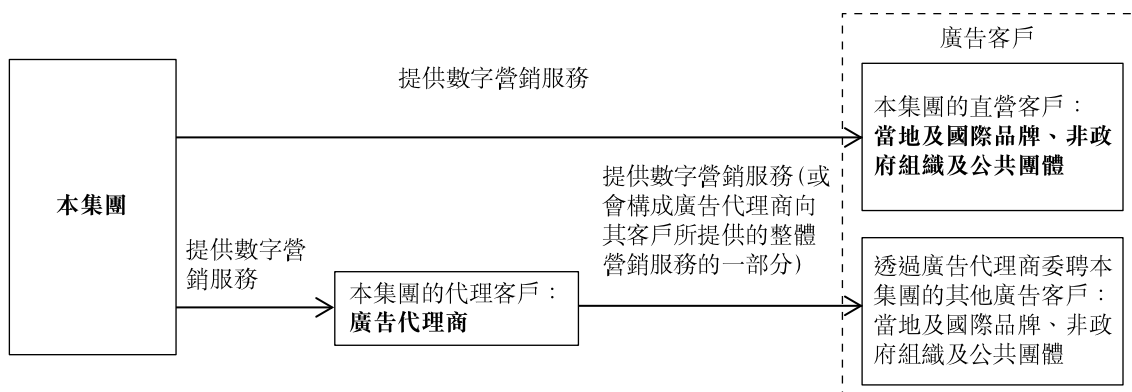
業務

估計信貸虧損乃按本集團客戶的付款記錄的持續個別信貸評估及識別任何特定收款事宜計提撥備。於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，已撇銷為壞賬的金額分別約為130,000港元、160,000港元及110,000港元。

賬單以港元或人民幣計值，通常由客戶以支票及銀行轉賬方式結算。

客戶

於往績記錄期間，本集團的客戶群廣泛且分散，且不依賴任何單一客戶。下列圖表分別載列本集團與客戶(包括當地及國際品牌、非政府組織、公共團體及廣告代理商)的關係及於往績記錄期間按客戶類型劃分的收入明細：



業務

	截至三月三十一日止年度		截至二零一四年		截至二零一四年	
	二零一三年		二零一四年		十一月三十日止八個月	
	收入		收入		收入	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
商業組織						
當地及國際品牌 (作為直營客戶)	58,673	65.89	75,844	67.36	65,703	69.09
當地及國際品牌(透過廣告代理商委聘本集團)	15,806	17.75	18,428	16.37	14,357	15.10
非商業組織						
非政府組織及公共團體 (作為直營客戶)	9,129	10.25	16,417	14.58	13,819	14.53
非政府組織及公共團體 (透過廣告代理商委聘本集團)	5,440	6.11	1,905	1.69	1,213	1.28
總計：	89,048	100.00	112,594	100.00	95,092	100.00

業務

於往績記錄期間，本集團直接或通過廣告代理向各行各業的當地及國際品牌、非政府組織及公共團體提供服務。下表載列於往績記錄期間按佔本集團總收入約296,730,000港元的百分比計算的廣告客戶(直接或通過廣告代理委聘本集團)行業明細：

廣告客戶所屬行業(附註)	於往績記錄期間 佔總收入的 概約百分比
商業	
美容及化妝品	11.57
數碼及科技	7.48
保健品及快消品	8.88
旅遊及酒店	8.19
房地產	8.28
休閒娛樂	4.73
奢侈品及時裝	7.27
銀行、金融及保險	6.06
公共事業及電信	5.41
教育	3.74
醫藥	2.78
非商業	
公共團體	13.65
非政府組織	2.74
其他	9.22
	100.00

附註： 包括通過廣告代理委聘本集團的廣告客戶。

部分廣告客戶將通過其指定的廣告代理與本集團進行交易，皆因彼等已委聘該等廣告代理管理整體品牌及營銷策略。部分代理會向廣告客戶推介本集團的服務。本集團相信與該等廣告代理的業務安排，對擴大本集團客戶基礎及提升業內競爭力甚有裨益。儘管如此，本集團努力維持與廣告客戶的緊密聯繫，而執行董事及其他高級管理層將繼續與廣告客戶保持良好的業

業務

務關係。於往績記錄期間，大多數主要客戶與本集團維持兩年以上的業務關係。下表載列本集團直營客戶及廣告代理應佔本集團收入百分比：

	截至三月三十一日止年度		截至 二零一四年 十一月三十日 止八個月
	二零一三年	二零一四年	
	%	%	%
直營客戶	76.14	81.94	83.63
廣告代理	23.86	18.06	16.37
總計：	100.00	100.00	100.00

於往績記錄期間，本集團與客戶訂立的所有合約具有法律約束力，且大部分合約以本集團標準格式訂立。提供數字營銷服務的主要條款包括(其中包括)數字營銷服務的範圍、付款及終止條文。本集團的合約期可介於兩個星期至一年之間，視乎數字營銷服務的類別、委聘複雜程度及客戶需求而定。一般而言，並無訂約方可單方面終止委聘。有關本集團的信貸政策及付款方式的詳情，請參閱本節「銷售及營銷－信貸政策及付款方式」。

於往績記錄期間，本集團並無依賴任何單一客戶。於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團五大客戶分別佔本集團收入的20.44%、20.38%及19.58%。於截至二零一四年三月三十一日止兩個年度各年以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團五大客戶佔本集團總收入的30.00%以下。董事確認，於往績記錄期間，本集團與客戶概無重大糾紛，且並無客戶為本集團之主要供應商。

於往績記錄期間，概無董事、彼等之緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上者)於五大客戶中擁有任何權益。於往績記錄期間，本集團亦無因其客戶面臨財政困難而重大延誤或拖延付款而遭遇任何重大業務中斷。董事進一步確認，彼等並未獲悉任何主要客戶面臨可能對本集團業務構成重大影響的任何重大財政困難。

供應商

於往績記錄期間，本集團的供應商主要包括網站、應用程式、移動網站、社交媒體平台及搜索引擎運營商、具名氣的意見領袖及在線監測服務的主要供應商。本集團亦會聘用軟件及程序開發商、攝影師及翻譯員於有需要時為創意及科技服務提供配套服務。

業務

下表載列主要類型供應商的選擇標準：

服務類別	主要類型供應商	選擇標準
數字廣告投放服務		
顯示廣告	網站、應用程式及移動網站	網站、應用程式及移動網站的市場知名度、適合度、受歡迎程度、目標受眾及成本
社交廣告	社交媒體平台	目標受眾及廣告客戶的預算
搜索引擎營銷	搜索引擎	目標受眾及廣告客戶的預算
社交媒體管理服務	在線監測服務供應商	與服務供應商關係、服務供應商所提供服務的質素、廣告客戶需求及規定及本集團提供服務時服務供應商所實現的效率
	具名氣的意見領袖	意見領袖的聲譽、意見領袖將審閱的產品或服務類型及目標受眾及廣告客戶的預算
創意及科技服務	軟件及程序開發商及其他服務供應商	所涉及服務的類型、質素及成本，以及對服務供應商表現的檢討

本集團服務團隊組長參與根據上文所述甄選標準而進行的供應商甄選程序。有關在線監測服務供應商甄選的進一步詳情，請參閱本節下文「供應商－長期協議－在線監測服務供應商－有關委聘VDS的內部監控措施」。估計年度總額超過500,000港元的委聘須取得執行董事最終批准。僱員亦須向其主管匯報彼等在任何業務運營中存在的任何可能利益衝突，包括甄選或委聘供應商。

業務

於往績記錄期間，本集團並無因供應商違約而遭遇任何嚴重供應短缺或延誤。董事已確認，概無本集團供應商於往績記錄期間屬本集團主要客戶。

主要供應商

截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團供應商應佔的服務成本分別約為32,610,000港元、41,370,000港元及35,600,000港元；五大供應商分別佔總服務成本(不包括員工成本及攤銷開支)約54.77%、52.98%及49.68%，而最大供應商於有關年度佔總服務成本(不包括員工成本及攤銷開支)約31.84%、26.30%及19.69%。

下表載列按於往績記錄期間應佔總服務成本劃分的五大供應商的概況：

截至二零一三年三月三十一日止年度

排名	本集團供應商	主要業務活動	與本集團 維持業務 關係的 概約年數	佔服務 總成本的 百分比 (附註)	所提供平台／ 服務
1	VDS	社交媒體監測服務及相關 視頻製作服務的供應商	三年	31.84	在線監測服務及 視頻製作服務
2	供應商A	全球社交媒體平台營運商	六年	11.86	社交媒體平台
3	供應商B	門戶網站、搜索引擎及相 關服務的供應商	六年	5.14	網站、移動網站 及搜索引擎
4	酷客互動	聚焦香港並提供時尚相關 及美容相關的新聞及資 訊的在線分享平台的營 運商	六年	3.58	網站及社交媒體 平台
5	供應商C	全球搜索引擎的營運商	六年	2.35	搜索引擎

附註：不包括員工成本及攤銷開支。

業務

截至二零一四年三月三十一日止年度

排名	本集團供應商	主要業務活動	與本集團 維持業務 關係的 概約年數	佔服務 總成本的 百分比 (附註)	所提供平台／ 服務
1	VDS	社交媒體監測服務及相關 視頻製作服務的供應商	三年	26.30	在線監測服務及 視頻製作服務
2	供應商A	全球社交媒體平台營運商	六年	15.73	社交媒體平台
3	供應商B	門戶網站、搜索引擎及相 關服務的供應商	六年	5.98	網站、移動網站 及搜索引擎
4	供應商C	全球搜索引擎的營運商	六年	3.62	搜索引擎
5	酷客互動	聚焦香港並提供時尚相關 及美容相關的新聞及資 訊的在線分享平台的營 運商	六年	1.35	網站及社交媒體 平台

附註：不包括員工成本及攤銷開支。

截至二零一四年十一月三十日止八個月

排名	本集團供應商	主要業務活動	與本集團 維持業務 關係的 概約年數	佔服務 總成本的 百分比 (附註)	所提供平台／ 服務
1	VDS	社交媒體監測服務及相關 視頻製作服務的供應商	三年	19.69	在線監測服務及 視頻製作服務
2	供應商A	全球社交媒體平台營運商	六年	16.17	社交媒體平台
3	供應商B	門戶網站、搜索引擎及相 關服務的供應商	六年	7.14	網站、移動網站 及搜索引擎
4	供應商C	全球搜索引擎的營運商	六年	3.92	搜索引擎
5	供應商D	報章應用程式的營運商	四年	2.76	應用程式

附註：不包括員工成本及攤銷開支。

業務

於往績記錄期間，VDS由黃越洋先生(為重大股東及超凡香港的項目總監)及黃越富先生(為本公司首席財務官兼高級管理層)的表兄弟黃志誠先生(其為VDS的唯一董事)全資擁有以及黃越洋先生及黃越富先生為兄弟關係，概無董事、彼等之緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上者)於五大供應商中擁有任何權益。有關委聘VDS的詳情，請參閱下文「長期協議－在線監測服務供應商」。

一般而言，供應商向本集團授出30至90日的信貸期，而本集團以支票或銀行轉賬結清付款。社交媒體平台及搜索引擎的若干主要供應商要求本集團於在線下單後作出在線支付。

長期協議

董事確認，本集團與不同類型供應商訂立的協議所載的條款及條件各異，而有關協議的年期可能屬長期或以項目為基準，視乎廣告客戶的營銷活動性質及需求而定。

下文載列本集團與供應商已訂立的主要長期合約詳情：

網站、應用程式及移動網站

本集團已與超過250個合作網站(包括酷客互動、旅遊人生公司及網誌媒體)及超過100個聚焦香港的應用程式及移動網站就向彼等收購為期兩年至三年的廣告位及廣告格式訂立具有法律約束力的合作協議，有關合作協議可自動重續。有關合作協議的主要條款一般包括合作網站、應用程式及移動網站將予提供的廣告位及平台類型、合作協議的獨家性及年期、付款條款及費用安排，據此，向有關客戶開具的賬單所述的若干百分比金額將會分派予有關合作網站、應用程式及移動網站。若干合作網站、應用程式及移動網站可能要求本集團達致購買廣告位的年度最低購買額度，而董事確認於往績記錄期間本集團已達致有關最低擔保額度。

由於本集團認為qooza.hk、travellife.org及unwire.hk的目標受眾與本集團眾多主要客戶的目標受眾重合，除與酷客互動(qooza.hk營運商)、旅遊人生公司(travellife.org營運商)及網誌媒體(unwire.hk營運商)各自訂立合作協議外，本集團亦分別收購酷客互動、旅遊人生公司、網誌媒體及Unwire(網域名稱unwire.hk的註冊擁有人)的13%、20%、19.9936%及19.992%權益。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組－歷史及重組－超凡香港的投資」一節。

業務

此外，於二零一二年四月十日，本集團與中國一家移動廣告網絡運營商（為獨立第三方）訂立為期三年的獨家香港總代理協議，內容有關其向本集團提供在逾7,500個聚焦中國的應用程式及移動網站顯示廣告投放服務。於往績記錄期間，該等聚焦中國的應用程式及移動網站構成部份本集團的MobMax中國廣告網絡。根據該總代理協議，應付予該中國移動廣告網絡運營商的服務費用乃視乎各項委聘之規定按個別情況釐定。本集團並無於總代理協議屆滿後與移動廣告網絡運營商重續該協議。

於二零一五年三月，本集團與中國另一家移動廣告應用程式網絡運營商（為獨立第三方）訂立為期一年的香港總代理協議，當中確認其自二零一四年十一月起向本集團提供在逾40,000個聚焦中國的應用程式顯示廣告投放服務。該等聚焦中國的應用程式構成現有MobMax中國廣告網絡。根據該總代理協議，應付予該移動廣告應用程式網絡運營商的服務費用乃視乎各項委聘之規定按個別情況釐定。該總代理協議將於二零一五年十一月屆滿，且或會(i)由本集團向移動廣告應用程式網絡運營商發出一個月的事先通知後終止；或(ii)由任何一方在若干情況下（如一方重大違反總代理協議後於一段時期仍未更改及一方破產）終止。

董事認為中國可茲比較的移動廣告網絡運營商供應充足及並無預見於尋找替代服務供應商時的任何困難。於第二份總代理協議屆滿時，本集團將考慮與移動廣告應用程式網絡運營商重續總代理協議或委聘其他合適的服務供應商（如適用）。董事確認，於往績記錄期間，透過本集團的MobMax中國廣告網絡提供的數字廣告投放服務產生的收入及有關服務成本並不重大。

在線監測服務供應商

委聘VDS的背景

本集團於二零零九年開始提供在線監測服務時，對於該等服務的需求甚微，因此本集團於必要時向供應商購買該等服務。於二零一一年十二月之前，在線監測服務乃透過獨立第三方供應商（主要包括一間於香港註冊成立的社交媒體營銷代理（「前供應商1」）、一名提供在線監測服務的人士（「前供應商2」）及Word of Mouth Company（「WOM」）提供。由於本集團並不滿意前供應商1所提供的服務質量，因此本集團不再向前供應商1購買服務。此外，由於前供應商1為一間社交媒體營銷代理且為與本集團並無戰略業務關係的潛在競爭對手，故董事認為終止與前供應商1的業務關係以避免潛在競爭（具體而言為前供應商1可能透過供應商的身份接觸客戶）符合本集團的最佳利益。由於本集團並不滿意前供應商2所提供的服務質量，因此本集團亦不再向前供應商2購買服務。

業務

自二零一零年中起至二零一一年十二月，本集團於需要時向WOM購買與VDS提供者相若的在線監測服務及相關視頻製作服務。WOM乃由黃越洋先生首次介紹予本集團，為一間由黃志誠先生註冊的獨資企業，黃志誠先生為VDS的唯一董事及黃越洋先生（為重大股東之一及超凡香港的項目總監）及黃越富先生（為本公司首席財務官兼高級管理層）的表兄弟，而黃越洋先生與黃越富先生互為兄弟。有關黃越洋先生及黃越富先生背景的進一步資料，請參閱本文件「歷史、發展及重組－有關黃越洋先生的進一步資料」及「董事、高級管理層及僱員－高級管理層」各節。根據黃志誠先生（據董事所知、所悉及所信，彼意欲透過一間有限公司繼續提供在線監測服務）的業務決策，WOM逐漸為VDS所取代。隨後，VDS自二零一一年七月註冊成立後成為本集團在線監測服務及相關視頻製作服務的供應商。於往績記錄期間，本集團亦於需要時就與在線監測服務無關的視頻製作服務不時委聘其他獨立第三方供應商。

自二零一一年十二月起，本集團聘用VDS提供在線監測服務及相關視頻製作服務。於往績記錄期間，VDS為本集團最大供應商並由黃志誠先生全資擁有。於二零一四年十一月三十日，VDS合共有49名全職僱員，其中銷售團隊、服務團隊、編程團隊及行政團隊分別有6名僱員、29名僱員、10名僱員及4名僱員。據黃志誠先生告知，憑藉其透過經營WOM及VDS而在資訊科技及在線監測服務領域所擁有的經驗，VDS已形成一套專門提供在線監測服務的數據監測系統。就董事所知、所悉及所信，本集團並非VDS的唯一客戶，儘管自二零一一年七月二十五日（VDS註冊成立日期）起至二零一二年十二月三十一日止期間及截至二零一三年及二零一四年十二月三十一日止各年度，VDS的大部分收入源自本集團。

VDS提供的服務

VDS為本集團進行話題相關及關鍵字相關的監測並根據客戶要求於每日、每週或每月編制例行報告。本集團與VDS一起分析及討論載於該等報告中的監測結果，以發現或會直接或間接與廣告客戶相關的潛在或實際問題，分析公眾及／或廣告客戶目標受眾對有關問題的潛在或實際反應或認知，及評估有關問題對廣告客戶造成的潛在或實際影響。根據例行報告及對監測結果進行的分析，我們能夠完善現有數字營銷策略，制定新數字營銷策略，或採取其他適用行動以解決該問題，包括舉行活動或盛事及為廣告商聘用具名氣的意見領袖。VDS亦在有關在線監測服務的推廣活動中協助本集團以及本集團的銷售及方案團隊。

視乎廣告客戶的規定及需求而定，本集團社交媒體管理服務團隊及VDS可參考廣告客戶的品牌、產品、服務及目標受眾，物色有關具名氣的意見領袖並安排該等具名氣的意見領袖試用廣告客戶的產品或服務，及隨後在互聯網刊發試用點評，從而鼓勵公眾及／或廣告客戶目標受眾的回饋、評論及討論及提高廣告客戶品牌知名度。該等試用點評及／或品牌及產品資料可作為視頻片段在互聯網刊發，故需要VDS的視頻製作服務。VDS向本集團提供的視頻製作服務

業務

與提供在線監測服務相輔相成，且本集團可不時聘用其他獨立第三方供應商提供與在線監測服務無關的視頻製作服務。截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度各年以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團就視頻製作服務支付予VDS及其他獨立第三方供應商的服務費並不重大。本集團就視頻製作服務支付予VDS的服務費分別佔截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度各年以及截至二零一四年十一月三十日止八個月本集團服務成本總額(不包括員工成本及攤銷開支)約2.21%、0.47%及0.43%。

於訂立VDS服務協議前與VDS訂立的委聘安排

據董事確認，於開拓在線監測服務市場初期，本集團管理層管理提供在線監測服務及相關視頻製作服務的成本較為容易，方式為將來自在線監測服務及相關視頻製作服務的收入(扣除相關費用後)的一定比例款項匯予VDS作為VDS向本集團提供服務的服務費，藉此，本集團的利潤率將更為確定及相對穩定。此外，由於VDS會將其資源優先投放於本集團的委聘，本集團將可受惠於與VDS透過有關費用安排進行的業務。

自二零一一年十二月起至二零一二年十一月二十七日，超凡香港根據超凡香港與VDS之間的商業磋商將來自在線監測服務及相關視頻製作服務的收入(扣除相關費用後)的固定比例款項匯予VDS。當時並無訂立書面總服務協議。

自二零一二年十一月二十八日起至二零一四年三月六日，根據超凡香港與VDS於二零一二年十一月二十八日訂立的書面總服務協議(「**前VDS服務協議**」)，超凡香港將來自在線監測服務及相關視頻製作服務的收入(扣除相關費用後)的固定比例款項匯予VDS。前VDS服務協議為超凡香港與VDS之間的簡單書面協議，簡要載列有關費用安排、待其他訂約方同意後協議的可轉讓性及可出讓性以及協議監管法例的條款。

董事確認，前VDS服務協議項下的費用安排乃超凡香港與VDS按商業磋商後共同協定，並計及策略性理由，包括但不限於(i)從VDS取得穩定及優質的在線監測服務；(ii)於獲取報價及磋商為滿足各個客戶特定營銷需求而更新各委聘的服務範圍的過程中節省時間、成本及資源；及(iii)保持及鞏固與VDS已建立的穩定及良好業務關係。

訂立VDS服務協議的理由

前VDS服務協議乃超凡香港與VDS之間的簡單書面協議。籌備[**編纂**]期間，得知，VDS自二零一一年十二月起一直為本集團的主要供應商，及本集團目前的策略為於[**編纂**]後繼續維

業務

持與VDS已有的業務關係。因此，於[編纂]過程中，超凡香港訂立主協議以按更為具體的法律框架更好地監管超凡香港與VDS之間的業務關係更為妥當。

於二零一四年三月七日，超凡香港與VDS訂立VDS服務協議，以終止及取代前VDS服務協議及VDS將根據VDS服務協議所載的條款及條件繼續為本集團提供在線監測服務及相關視頻製作服務。董事認為並確認，訂立VDS服務協議旨在以書面形式更為詳細地訂明超凡香港及VDS各自的權利及義務，而本集團與VDS因訂立VDS服務協議而進行的交易的條款並無基本變動。

隨著本集團提供在線監測服務業務不斷增長並趨於穩定，本集團得以更好地計量及保證VDS所提供的服務的成本效益。VDS服務協議項下的費用安排令本集團能夠按個別基準就應支付予VDS的各項委聘的服務費進行磋商，而非根據前VDS服務協議就所有委聘而向VDS支付本集團經扣除相關開支後在線監測服務及相關視頻製作服務收入的固定百分比。本集團因此而在釐定提供在線監測服務及相關視頻製作服務相關的利潤率上享有更大的靈活性，且基於本集團於行業中的知名地位及品牌，本集團可在未來於需要釐定服務費用時釐定更高的利潤率。

VDS服務協議的主要條款

VDS服務協議自二零一四年三月七日起初步為期三年，並可修訂或續期，須遵守董事會批准、刊發公告及獨立股東批准。超凡香港或VDS於向另一方發出三個月書面事先通知後可終止VDS服務協議。倘其他訂約方(i)嚴重忽略履行其於VDS服務協議項下的義務及責任；(ii)無力償債、進行破產或與其債權人或其任何類別債權人作出任何債務重整或訂立任何安排；(iii)未能真誠或盡職地履行其於VDS服務協議項下的任何義務及責任及有關過失於已接獲有關過失無責任方發出的通知後30日期間內繼續為或仍為尚未整改；或(iv)重大或基本違反VSD服務協議，則超凡香港或VDS亦可在毋須發出通知的情況下即時終止VDS服務協議。

根據VDS服務協議，(其中包括)(i)本集團可不時於VDS服務協議持續期內向VDS發出採購訂單，當中載列將由VDS提供的服務詳情；(ii)VDS將提供服務的費用將為按有關採購訂單所載的個別基準不時協定的金額；及(iii)VDS授予本集團自於委聘開始後各月末起60日的信貸期。

尤其是，根據VDS服務協議，於本集團發出採購訂單前，本集團與VDS須就該採購訂單的具體條款(例如在線監測服務及相關視頻製作服務的資料及規格、VDS將收取的服務費、支

業務

付方式及時間表、實際開支的報銷、完成及交付在線監測服務及相關視頻製作服務的時間等) 進行真誠磋商，並就此達成一致。

VDS服務協議項下VDS所收取服務費的定價政策

VDS所提供服務的費用乃由本集團及VDS按個別基準經計及特定客戶所要求的在線監測服務及相關視頻製作服務的資料及規格後共同協定。據董事所知、所悉及所信，與本集團自身就提供在線監測服務的定價政策相若，VDS在釐定其服務費時計及的因素可能包括特定客戶要求的估計服務時長、於互聯網上的監測範圍及複雜性(如網站數目、報告頻率及任何跟進需求)。

委聘VDS的裨益

鑒於與VDS的長期關係，本集團認為(i) VDS將優先投放資源為本集團提供在線監測服務及相關視頻製作服務，及(ii)本集團將能夠從VDS向本集團保證供應的優質服務中獲益，且盡可能不會出現管理不便之處及其會參與本集團的推廣活動。本集團與VDS的長期合作關係亦使本集團得以全面評估其歷年來所提供的服務，以長遠確保工作質量。

基於上述所載因素及考慮(i)VDS提供在線監測服務及相關視頻製作服務的經驗及專業知識(如開發專門提供在線監測服務的數據監測系統)；(ii)須投入額外資源開發一套與VDS所開發系統相若的數據監測系統或取得授權；(iii)在線監測服務的性質需要投入大量人力，尤以數據分析為甚，故在建立及開發本集團本身在線監測服務團隊時需要額外勞工及培訓；及(iv)較本集團從其他提供與VDS所提供者相似服務的獨立第三方所獲得的報價而言，VDS向本集團提供更長的信貸期，故董事認為委聘VDS對本集團有利，原因在於其可提供靈活性以滿足客戶的需求及要求。因此，本集團的當前策略為於[編纂]後及於短期內繼續聘用VDS及／或在需要時聘用其他在線監測服務供應商而非開發本身專業知識，向本集團客戶提供在線監測服務及相關視頻製作服務，並令本集團專注於業務的其他主要方面及有效分配資源。

本集團與VDS交易的財務影響

於往績記錄期間，VDS為本集團最大供應商，且自二零一一年十二月起及直至最後可行日期，VDS為本集團的唯一在線監測服務供應商。於往績記錄期間委聘本集團提供在線監測服務及相關視頻製作服務的大部分客戶為香港客戶，包括當地及國際品牌、非政府組織、公共團體及廣告代理。於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度及截至二零

業務

一四年十一月三十日止八個月，本集團來自委聘VDS相關在線監測服務產生的收入分別約為14,660,000港元、16,910,000港元及10,810,000港元，以及本集團來自委聘VDS相關在線監測服務的視頻製作服務產生的收入分別約為1,190,000港元、310,000港元及240,000港元。下表載列VDS於往績記錄期間承接的項目規模及數目。

	截至 二零一四年 十一月三十日 止八個月	
	截至三月三十一日止年度 二零一三年 項目數目	截至三月三十一日止年度 二零一四年 項目數目
合約金額		
200,000港元或以上	16	13
200,000港元以下但等於或高於 50,000港元	73	60
50,000港元以下	257	275
	<u>346</u>	<u>348</u>
		<u>307</u>

截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，已付VDS的總服務費分別約為10,380,000港元、10,880,000港元及7,010,000港元，分別佔同期本集團總服務成本(不包括員工成本及攤銷開支)約31.84%、26.30%及19.69%。本集團於截至二零一四年十一月三十日止八個月來自客戶委聘(涉及VDS根據VDS服務協議向本集團提供服務)的毛利率與本集團於截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度來自客戶委聘(涉及VDS根據前VDS服務協議向本集團提供服務)的毛利率相符。鑑於上文所述，董事認為，於訂立VDS服務協議後，對本集團造成的財務影響大致相同。

儘管本集團於往績記錄期間依賴VDS提供在線監測服務，董事認為及經Ipsos確認，市場上仍有大量可茲比較服務供應商，預期在需要時尋找替代服務供應商並不存在任何困難。本集團將於適當時候考慮委聘其他合適服務供應商。有關本集團依賴VDS的相關風險因素，請參閱本文件「風險因素－有關本集團業務的風險－本集團依賴VDS作為本集團提供在線監測服務的唯一供應商，倘VDS提供服務出現任何中斷及本集團未能物色其他服務供應商，則或會對本集團的業務營運及財務業績造成影響」一節。

業務

有關委聘VDS的內部監控措施

本集團的服務團隊領導人主要負責供應商甄選過程。

儘管黃志誠先生為黃越洋先生及黃越富先生的表兄弟，本集團董事認為，該等關係並無及不大可能導致本集團與黃越洋先生及黃越富先生之間的任何利益衝突，尤其是關於供應商甄選過程，原因為(i)委聘VDS已經本集團董事批准，而黃越洋先生於供應商甄選過程中並無決策權及(ii)黃越富先生作為本集團的首席財務官並無參與供應商甄選過程。

此外，於[編纂]後，VDS服務協議將須由本集團獨立非執行董事進行年度審閱，且VDS服務協議須每三年重續及經本集團董事會及獨立股東的批准(誠如本節上文「供應商－長期協議－在線監測服務供應商－VDS服務協議的主要條款」一段所載)。

獨家保薦人關於VDS服務協議的意見

基於下列因素，獨家保薦人認為VDS服務協議的條款符合行業慣例：

- a) 本集團與VDS之間的費用安排與本集團與其他供應商的費用安排並無或將無重大差異。根據VDS服務協議，本集團就VDS提供予本集團的服務已支付或將支付服務費。換言之，VDS已收取或將收取服務費，服務費為根據VDS提供予本集團的服務按個案基準釐定的費用。因此，本集團董事認為，VDS服務協議項下VDS所收取的服務費與其他供應商所報的費用性質相同；
- b) 本集團通常無需就在線監測服務向本集團供應商(包括VDS及本集團之前的服務供應商及就採購數字廣告投放服務向商業合作夥伴(包括網站、應用程式及移動網站營運商)支付定金；
- c) VDS授予本集團的信貸期為60日至90日，屬於往績記錄期間其他供應商授予本集團的信貸期(介乎30日至90日)的範圍內；及
- d) 本集團來自客戶委聘(涉及VDS根據VDS服務協議向本集團提供在線監測服務)的平均毛利率屬於在本集團將根據其所取得的報價向獨立第三方供應商採購在線監測服務的情況下將產生的估計毛利率範圍內。

業務

本集團與VDS的交易於本公司的年報披露及獨立非執行董事對本集團與VDS的交易進行年度審閱

本公司將於協議持續期內或該協議的任何續期內於本公司各年報中披露VDS服務協議項下本集團與VDS交易的詳情。獨立非執行董事亦將每年於本公司年報審核及確認本集團與VDS根據VDS服務協議進行的交易是否符合一般商業條款。

資訊科技

本集團已實施以下經營業務所需的資訊科技管理系統：

- 企業資源規劃系統—本集團通過該系統維持及監控從接受採購訂單到簽發發票及支付結算的業務營運。該系統儲存的數據協助本集團對數字營銷服務的收入趨勢進行分析，使得本集團能夠制定合適的業務方案以抓住市場機遇；及
- 數據備份及恢復系統—本集團定期備份企業資源規劃系統生成的數據及儲存於本集團服務器的文檔，並將其轉移及儲存至線下數據中心。

據董事確認，於往績記錄期間本集團並無突發系統或網絡故障致使本集團的經營出現重大中斷。

研發

於往績記錄期間，本集團信息科技人員(i)開發數據分析及申報系統Guru跟蹤系統；及(ii)正在對有關移動連接設備、移動定位探測器及在線支付的現有圖像顯示技術進行調整與改進，以便應用於本集團的數字營銷服務。Guru跟蹤系統分析目標受眾及於全球社交媒體平台公開可用的廣告客戶的競爭對手的人口統計資料及生成報告，便於本集團提供社交媒體管理服務。截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團因研發分別產生約2,180,000港元、零及1,430,000港元，並將有關成本撥充資本作為無形資產。有關成本主要為僱員薪金及福利開支。於最後可行日期，本集團擁有配備六名成員的研發團隊，彼等於有關應用程式開發、編程及數字營銷方面平均擁有約兩年經驗。展望未來，本集團擬於研發實力方面投入更多資源。進一步詳情，請參閱本節「業務策略」。

業務

質控

作為綜合數字營銷服務供應商，客戶滿意度及日常質控(包括策略審核、文本審核、圖片審核、廣告審核、設計審核及策略表現審核)對本集團而言至關重要。為符合數字營銷服務行業的性質，日常服務監控及評估由服務團隊於整個委聘過程中實時進行。為優化數字營銷服務的營銷表現，以確保實現廣告客戶的營銷目標，本集團須不斷收集目標受眾的反饋意見、監測公眾反應及編製臨時評估報告，以便進行評估及微調。服務團隊組長負責本集團及供應商的工作質量及進度的日常監測，確保委聘工作乃根據客戶的規格執行，並確保與客戶及供應商的有效溝通。

此外，本集團已實施全面質控系統。其中一名已於本集團工作長達五年以上的資深服務團隊組長負責整體質控。於完成委聘後，本集團安排調查或與客戶面談，以收集反饋意見作評估用。

健康與工作安全事宜

本集團須遵守香港多項安全法例及規例。本集團的業務亦須遵守香港相關職業健康及安全機關頒發的職業健康及安全規例。據本集團中國法律顧問君合律師事務所告知，由於本集團並無從事任何製造業務，故本集團毋須遵守中國工作場所安全相關的任何具體法律法規。

董事確認就彼等所知、所悉及所信，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團已在所有重要方面遵守安全法律及法規。

本集團已採取措施提升工作場所的職業健康意識及安全。於往績記錄期間，本集團的工作場所並無發生任何重大事故。

環保事宜

董事認為本集團經營綜合數字營銷業務所處的數字營銷服務行業並非環境污染的主要來源，故本集團的經營對環境的影響甚微。本集團已採取措施促進工作場所的環保，以倡導本集團內部回收利用的文化。

於往績記錄期間，本集團並無涉及任何主要環境申索、訴訟、處罰或紀律處分。

業務

獎項

下表載列本集團作為綜合數字營銷服務供應商所獲得的主要獎項：

獲獎年份	獎項	頒獎機構
二零一二年	年度數字代理商金獎	《Marketing》雜誌二零一二年年度最佳代理商(香港)
二零一二年	年度本地數字服務英雄公司	《Marketing》雜誌二零一二年年度最佳代理商(香港)
二零一三年	年度數字代理商金獎	《Marketing》雜誌二零一三年年度最佳代理商(香港)
二零一三年	年度本地數字服務英雄公司	《Marketing》雜誌二零一三年年度最佳代理商(香港)
二零一三年	最佳病毒式營銷大獎銀獎	《Marketing》雜誌二零一三年移動卓越大獎(香港)
二零一三年	最佳當地營銷大獎銅獎	《Marketing》雜誌二零一三年移動卓越大獎(香港)
二零一四年	年度數字代理商銀獎	《Marketing》雜誌二零一四年年度最佳代理商(香港)
二零一四年	年度本地數字服務英雄公司	《Marketing》雜誌二零一四年年度最佳代理商(香港)
二零一四年	年度最佳社交媒體代理商銅獎	《Marketing》雜誌二零一四年年度最佳代理商(香港)
二零一四年	最佳政府組別活動銀獎	《Marketing》雜誌二零一四年市場營銷活動大獎(新加坡)

附註：《Marketing》雜誌乃亞洲廣告、營銷及媒體信息的領先資料來源。

業務

知識產權

本集團於香港及中國使用「GURU ONLINE」為品牌名經營業務。於最後可行日期，本集團分別為香港「Maximizer」及「AdBeyond」商標、本集團聚焦香港的網站的廣告網絡名稱及本集團主要附屬公司的名稱的註冊擁有人，並於香港及中國分別申請註冊一項及六項商標。於中國申請註冊的商標包括屬不同類別的「AdBeyond」、「GURU」及「GURU ONLINE」。若干載有「Guru」字樣的商標已由其他第三方在香港註冊。然而，鑑於本集團一直使用「GURU ONLINE」品牌名稱超過五年，並無接獲第三方發出的任何投訴，故董事認為，因本集團於註冊前使用「GURU ONLINE」而受到質疑的風險微乎其微。

在香港，香港商標註冊處可在(其中包括)缺乏差別性或其他人士已就同一或類似商品及服務註冊或申請註冊同一或類似商標的理由，拒絕受理商標註冊申請。

在中國，中國商標局可在以下任何情況下拒絕受理商標註冊申請：(i)倘申請註冊的商標不符合中國商標法或與其他人士已註冊的商標雷同或相仿或已發出初步檢驗及批准可於同類商品或類似商品使用；(ii)在兩項或以上商標註冊申請申請註冊同類商品或類似商品的雷同或相仿商標時，首個申請註冊的商標應獲授初步檢驗及批准；倘於同日提交申請，則首個使用的商標應獲授初步檢驗及批准，其他申請概不受理；及(iii)任何人士可於公開宣佈當日起三個月內提交駁回已獲授初步檢驗及批准的商標；及(iv)倘商標註冊申請人或註冊人發現商標申請文件或註冊文件存在明顯錯誤。

倘申請屬於上述任何情況，則香港商標註冊處或中國商標局可拒絕受理本集團的商標註冊申請。有關風險，請參閱本文件「風險因素－有關本集團業務的風險－本集團未必能註冊現有品牌名稱，會對本集團經營業績構成影響」一節。

於最後可行日期，本集團亦已註冊多個域名。知識產權的詳細資料載於本文件附錄五「法定及一般資料－B.有關本集團業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」一節。

於往績記錄期間，本集團並無涉及商標及專利的任何糾紛或侵權。

業務

僱員

於最後可行日期，本集團擁有217名全職僱員。於所示各自財務狀況日期及最後可行日期，按職能及地理位置劃分的僱員明細載列如下：

	於三月三十一日 二零一三年	二零一四年	於二零一四年 十一月三十日	於最後 可行日期
香港：				
銷售與文案	23	29	31	29
數字廣告投放服務團隊	12	16	17	18
社交媒體管理服務團隊	36	51	66	67
創意及科技服務團隊	28	39	30	24
財務、行政、人力資源及 信息技術	24	36	33	35
研發團隊	0	0	6	6
中國：				
銷售與文案	12 ^(附註)	15	8	7
數字廣告投放服務團隊	0	0	0	0
社交媒體管理服務團隊	24 ^(附註)	27	24	26
創意及科技服務團隊	0	0	0	0
財務、行政、人力資源及 信息技術	7 ^(附註)	9	3	5
總計	166^(附註)	222	218	217

附註：於二零一三年三月三十一日，本集團於中國的員工乃通過中國第三方人力資源機構獲委聘為派遣僱員。

本集團通常從公開市場招募僱員，並與僱員訂立僱傭合約。本集團亦參與一項畢業生支援計劃，聘用大學及大專院校相關學科的畢業生。本集團向僱員提供具吸引力的薪酬待遇。除薪金外，於試用期後留任的僱員享有花紅及醫療保險。本集團根據強制性公積金計劃條例(香

業務

港法例第485章)的規定為香港合資格僱員提供強制性公積金定額供款。根據中國法律法規的規定，本集團向中國僱員支付社會保險基金，包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金供款。

直至二零一三年十一月，除與本集團於香港訂立僱傭合約的僱員外，本集團廣州代表處(於二零一三年四月八日已撤銷註冊)全體員工及中國附屬公司的大部分員工透過中國的人力資源機構(獨立第三方)獲委聘為派遣僱員。根據中國法律及法規，中國的代表處不獲准訂立勞動合同，僅可透過中國的人力資源機構聘用派遣僱員。根據勞動合同法，派遣僱員與本集團之間並無勞動合同關係，而派遣僱員乃與有關人力資源機構訂立勞動合同。根據本集團與人力資源機構的合約，本集團向人力資源機構墊付派遣僱員的薪金付款、社保供款及其他相關付款，而人力資源機構則向派遣僱員支付薪金及向有關政府機關支付社保供款及其他相關付款。

截至二零一三年十一月三十日，本集團透過中國第三方人力資源機構聘用29名派遣僱員。據本集團中國法律顧問君合律師事務所告知，勞務派遣用工為中國僱主聘用員工的補充形式，因派遣僱員違反中國適用法律及法規，只能在臨時性、輔助性或者替代性的工作崗位上實施。在知悉不合規事件後，本集團即時安排終止聘用派遣僱員。於二零一三年十二月一日，本集團終止於中國聘用29名派遣僱員，而超帆廣州及超凡北京分別與13名僱員及16名僱員(為於二零一三年十二月一日本集團的全部中國僱員)訂立勞動合同。根據中華人民共和國人力資源和社會保障部批准並於二零一四年三月一日生效的中華人民共和國勞務派遣暫行規定(「**勞務派遣規定**」)，倘僱主聘用的派遣僱員數量佔僱主員工總數的10%或以上，則該僱主須於二零一四年三月一日起兩年內將派遣僱員的百分比降至10%以下。為免生疑問，僱主員工總數須為已與僱主簽訂勞動合同的僱員及派遣僱員。本集團中國法律顧問君合律師事務所確認，由於本集團已終止聘用所有派遣僱員並於最後可行日期與中國所有僱員訂立勞動合同，本集團於最後可行日期並無違反勞動合同法及勞務派遣規定。

截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止年度以及截至二零一四年十一月三十日止八個月，本集團產生員工成本、銷售佣金及董事酬金分別約30,350,000港元、44,950,000港元及34,860,000港元。本集團定期檢討僱員的表現，並於酌情花紅及薪金審核以及晉升評估時參考該等表現檢討，以吸引及挽留有才幹的僱員。

業務

本集團與僱員維持良好的工作關係。於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團內並無任何罷工。為提升整體效率、僱員忠誠度及留存率，本集團向僱員提供技術及操作的在職培訓及晉升機會。

社會事宜及保險

就香港僱員而言，本集團根據僱員賠償條例(香港法律第282章)投保勞工保險，以補償本集團就香港僱員受僱於本集團期間的人身傷害承擔的賠償及費用。本集團亦為香港辦公場所及辦公設備投保辦公室保險。辦公室保險政策主要涵蓋盜竊、參保財產遭受損壞及因業務中斷導致成本增加所產生的損失。董事認為，本集團的保險覆蓋面充足，並符合香港一般商業慣例。

除本集團須維持投保的中國社會保障基金外，本集團並無為中國僱員的人身傷害或中國辦公場所及辦公設備的財產損害購買任何其他保險。

市場及競爭

Ipsos報告顯示，香港數字營銷服務行業乃持續發展的行業且較為分散，存在大量中小型數字營銷服務供應商。潛在客戶可選擇的媒體及營銷平台眾多。除有關平台選擇的競爭外，本公司亦面臨業內競爭。詳情請參閱本文件「行業概覽」一節。

本集團面臨服務質素及成效、能否靈活地達致潛在客戶的期望及個別要求以及本集團經驗及聲譽等方面的競爭。董事認為，通過增強及發展競爭優勢，本集團將維持優於其他競爭對手的競爭力及市場地位。本集團的競爭優勢包括下列各項：

- 向知名客戶提供綜合數字營銷服務所取得的有目共睹的往績記錄；
- 穩固的香港客戶基礎及不斷擴張的中國業務；
- 數字營銷服務業中的市場領先地位及高度的品牌認知；及
- 經驗豐富的管理團隊及負責任且具創造力的僱員。

本集團競爭優勢的詳情載於本節「競爭優勢」。

業務

物業

香港

於最後可行日期，本集團向一名獨立第三方租賃一處物業，地址為香港電氣道183號友邦廣場22樓，總樓面面積約為14,280平方呎，作為香港辦事處。

中國

於最後可行日期，本集團於中國向獨立第三方租賃六處物業，總樓面面積約為385.54平方米。

就總樓面面積約為234.37平方米用作廣州辦事處的四處租賃物業及總樓面面積約為141.17平方米用作超凡北京於北京的主要營業地點一處租賃物業而言，出租人已取得有關房屋所有權證書且本集團已於最後可行日期及完成向中國有關機構提交有關租賃協議備案的工作。中國法律顧問君合律師事務所認為該等租賃屬有效並對各方具法律約束力。

於往績紀錄期間，一處總樓面面積約為10.00平方米的租賃物業乃用作超凡北京於中國的註冊辦公室，出租人並未向本集團提供相關房屋所有權證書及本集團尚未完成向中國有關機構備案有關租賃協議。董事認為，於最後可行日期，超凡北京的主要營業地點已搬遷，因此對本集團業務及財務狀況的重大不利影響將會最小化，且本集團並無面臨任何物業搬遷風險。於二零一五年二月十二日，超凡北京已辦理載於營業執照的註冊辦公地點變更登記，並取得新營業執照。

據中國法律顧問君合律師事務所告知，根據相關司法詮釋，未進行租賃協議備案將不會影響該租賃協議的有效性，但本集團可能會面臨中國有關機構的處罰或罰款。根據商品房屋租賃管理辦法，主管部門可能責令租賃協議訂約方就未進行租賃協議備案作出整改，並就延遲作出相關整改處以少於人民幣1,000元(就個人而言)或高於人民幣1,000元但低於人民幣10,000元(就機構而言)的罰款。於往績記錄期間及直至最後可行日期，相關房屋管理部門並無就未進行租賃協議備案而向本集團實施處罰或罰款。

物業估值

於最後可行日期，本集團並無單一物業的賬面值佔總資產的15%或以上，按此基準計算，本集團毋須根據創業板上市規則第8.01A條於本文件內載入任何估值報告。根據香港法例第32L章公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守有關公司

業務

(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條的規定，該條規定就有關土地或房屋的所有權益編製估值報告。

風險管理及企業管治

本集團已建立一套風險管理政策及措施，藉以識別、評估及管理本集團營運產生的風險。本集團已將有關本集團管理層識別的風險類別、內部及外部報告機制、補救措施及應急管理的詳情收錄於本集團政策中，並已獲採納。

有關本集團管理層識別的主要風險詳情，請參閱本文件「風險因素－有關本集團業務的風險」一節。

為監察本集團風險管理政策及企業管制措施於[編纂]後的持續實施，本集團已採納或將採納(其中包括)以下企業管治及內部控制措施：

- 成立審核委員會，負責監督本公司的財務記錄、內部控制程序及風險管理體系；
- 委任伍致豐先生為合規主任、黃越富先生為首席財務官及徐兆鴻先生為公司秘書，確保本集團營運遵守相關法律及法規。有關彼等的履歷詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節；
- 委任創僑國際為本集團[編纂]後的合規顧問，以就創業板上市規則的合規情況向本集團提供意見；及
- 委聘外部法律顧問，以就創業板上市規則的合規情況向本集團提供意見並確保本集團將不會違反任何相關監管規定或適用法律(倘必要)。

法律訴訟及合規

針對本集團的已和解、尚未了結或構成威脅的索賠

於往績記錄期間及於最後可行日期，本集團成員公司概無涉及任何重大索賠、訴訟或仲裁，董事亦不知悉任何針對本集團任何成員公司的重大索賠、訴訟或仲裁尚未了結或構成威脅。

業務

監管合規

於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團在所有重大方面已遵守香港及中國適用法例及法規。

為確保本集團遵守有關廣告業務的中國法律及法規，本集團已採納內部監控措施，該等措施規定倘本集團任何中國附屬公司擬從事提供任何新類別的數字營銷服務或配套服務，須向本集團行政總裁提交書面建議，供其考慮及初步批准。倘書面建議獲初步批准，本集團將尋求合資格中國法律顧問的法律意見，以確保所提呈提供該等新類別的數字營銷服務及配套服務並無違反本集團中國附屬公司的營業執照或並無違反任何適用中國法律及法規。倘提供該等新服務並無涉及任何法律風險，董事會將批准所提呈的提供任何新類別的數字營銷服務或配套服務。在合資格中國法律顧問的協助之下，董事會亦將審閱及評估法律風險以及本集團在中國業務營運的合規情況。