

---

## 概 要

---

本概要旨在向閣下提供有關本招股章程所載資料的總覽。由於本文屬概要，故並不包括對閣下而言可能重要的所有資料。閣下在決定是否投資我們的配售股份前，應細閱整份招股章程。任何投資均涉及風險。投資配售股份的若干特殊風險載於「風險因素」一節。閣下在決定是否投資配售股份前，應小心細閱該章節。

本概要所用的詞彙具本招股章程「釋義」一節所界定的涵義。

### 概覽

我們是一家以中國大額消費品領域知名品牌為主要服務對象的整合營銷傳播服務供應商，目前主要服務汽車及家居品牌。我們為國內與國際品牌提供包括廣告、公關及活動營銷等的一站式品牌服務。根據央視市場研究從上海廣告業協會及中國公共關係協會的成員及地方工商部門所收集的資料，三眾華納傳媒（我們於往績記錄期內的核心經營實體）在於上海註冊的本土整合營銷傳播公司（不包括於上海的跨國4A廣告公司的附屬公司或聯營公司）當中按二零一零年的營業收入計排名第三。

我們依托多元化資源與渠道提供全面服務的業務模式，該等渠道包括傳統媒體、數字媒體及活動場地等。我們能利用該業務模式提供增值品牌推廣服務或創意產品，並為此引以自豪。我們的主要戰略是將日新月異的數字媒體與我們的廣告、公關及活動營銷業務整合，旨在成為數字營銷的業界翹楚。隨著中國的人口越趨富裕，大額消費品及服務的需求預期將會繼續上升。我們堅信本集團會受惠於中國國內消費強勁增長、品牌主對品牌形象日益重視及數字媒體的迅速發展，並矢志成為中國領先的整合營銷傳播服務公司。

截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止兩個年度，我們的總收益中分別約81%及80%乃來自我們的汽車行業客戶，而就該兩個年度各年，我們的總收益中約17%乃來自我們的家居行業客戶。我們的客戶包括品牌主、彼等的代理商以及其他直接客戶，包括個別品牌的分銷商，有關詳情載於下文「客戶」分節及本招股章程「業務－客戶」一節。截至二零一零年十二月三十一日止年度，代理商、品牌主及其他客戶所佔收益分別佔我們總收益約55%、42%及3%，而截至二零一一年十二月三十一日止年度則分別佔我們總收益約52%、47%及1%。

### 我們的整合營銷傳播服務

我們基於以下傳播工具為客戶提供廣泛種類的整合營銷傳播服務：

#### 廣告

於往績記錄期內，我們依託三眾華納傳媒出版物、我們的自營網站*www.cnnauto.com*及其他媒體為客戶提供廣告服務。我們相當的廣告收入產生自三眾華納傳媒出版物，其包括《車時代報道》、《汽車007周報》、《第一家居》、《今日上海》及《上海灘》。雖然它們並非由我們擁有，但根據多項長期獨家協議，我們受託經營三眾華納傳媒出版物的內容製作、印刷及發行等多個方面。經營三眾華納傳媒出版物支撐了我們所提供的整合營銷傳播服務。

我們的汽車網站*www.cnnauto.com*於二零零六年六月推出。它是一個為汽車消費者而設的汽車消費信息平台，並自該平台產生我們的互聯網廣告收入。除此之外，我們亦代表客戶於多份中國媒體（包括上海地區與我們建立戰略夥伴關係的多家重要媒體）投放廣告而收取廣告代理費。我們的主要廣告媒體夥伴包括《解放日報》、《新聞晨報》、《新民晚報》、《上海商報》、《12580生活播報》及位於上海黃金地段的戶外廣告牌營運商。

《12580生活播報》是中國領先的手機媒體，其於最後實際可行日期擁有逾4,000萬名手機用戶。自二零一零年起，我們擔任《12580生活播報》的無線廣告代理，並代表客戶在《12580生活播報》上投放廣告，藉此產生無線營銷收入。有關無線營銷業務及《12580生活播報》的詳情，請參閱本招股章程「業務」一節。

#### 公關

我們向品牌主提供整合營銷傳播服務時，三眾華納傳媒出版物及其他合作媒體讓我們獲得跨界銷售的機會。有鑒於此，除廣告業務外，我們亦為品牌主提供公關服務，該等服務通常包括公關諮詢、公關傳播及媒體報道監測。我們的三眾華納傳媒出版物及其他傳統合作為我們向品牌主提供定製公關服務的有用渠道。

就提供公關服務而言，我們在三眾華納傳媒出版物及超過200家傳統媒體刊登品牌營銷資訊。我們還通過100多個網站（包括主要新聞門戶網站、汽車行業門戶網站、財經門戶網站及熱門網絡社區），為品牌主提供更快速、傳播範圍更廣、互動性更強的網絡公關業務。

---

## 概 要

---

### 活動營銷

除為品牌主提供廣告及公關服務外，我們亦為客戶策劃並實施活動營銷項目，該等活動項目通常包括新聞發布會、新產品路演、會議及展覽、論壇及慶典等，並與三眾華納傳媒出版物及其他媒體合作發布有關該等事件及活動的消息。

於往績記錄期內，我們就向客戶提供整合營銷傳播服務而開展的項目詳情，載於本招股章程「業務－我們的整合營銷傳播服務的經典範例」一節。

### 數字營銷

隨著數字媒體(包括門戶網站、網絡社區及無線媒體)的影響日益深遠，我們借助數字媒體為品牌主提供營銷及傳播服務，並積累了豐富的數字媒體資源，包括我們的 *www.cnnauto.com* 及其他受歡迎的互聯網網站及中國領先的無線媒體公司。依託這些資源，我們的數字營銷服務包括網絡廣告(在網站上發布廣告)、網絡公關(通過門戶網站及網絡社區發布品牌資訊及報道)及無線營銷(通過無線媒體平台發布廣告及促銷信息)。

於往績記錄期內，我們的數字營銷業務(為我們廣告及公關服務一部分)已錄得下表所示的大幅增長：

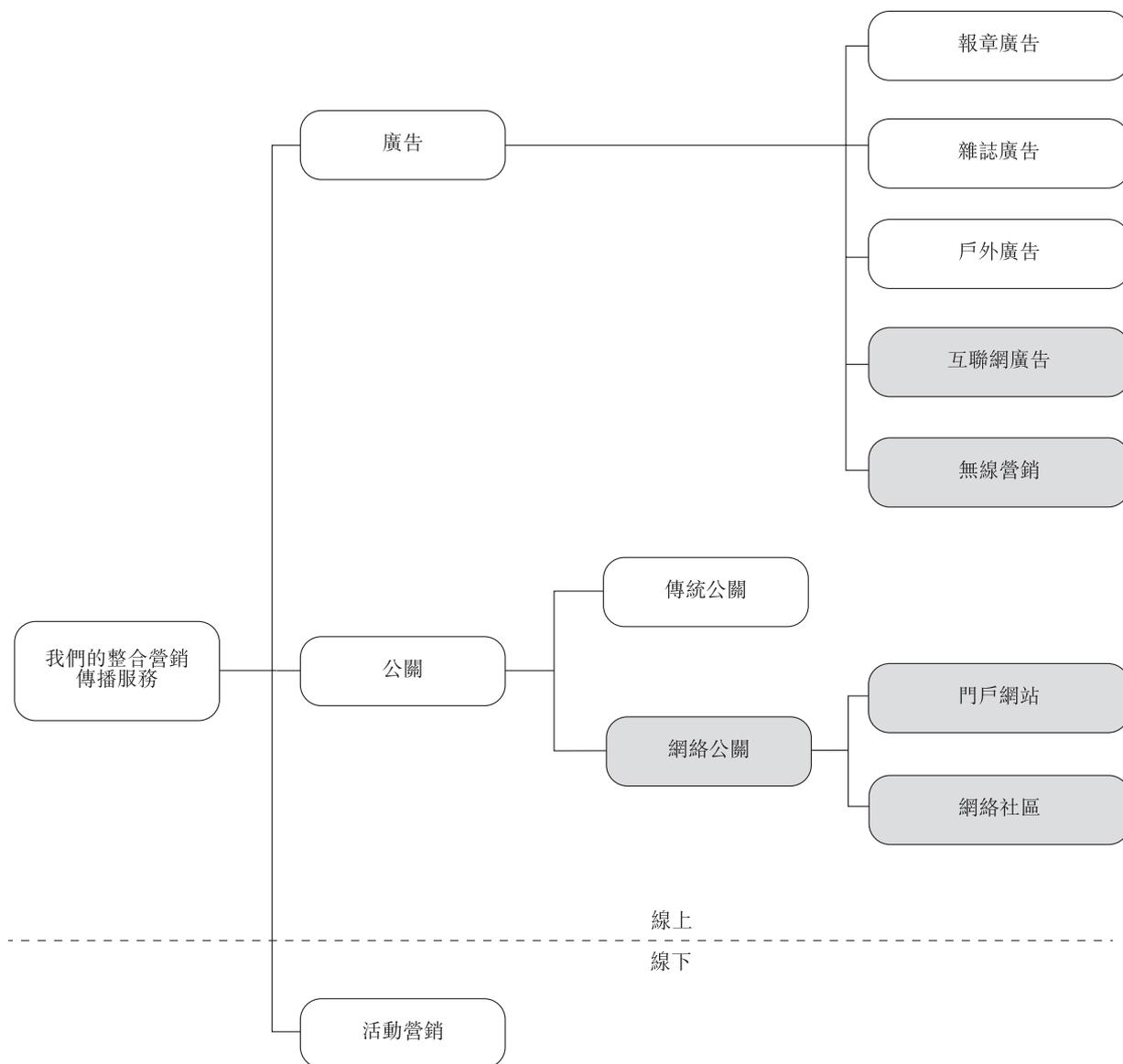
	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零一一年
	人民幣	人民幣
互聯網廣告	3,924,212	3,689,771
無線營銷	5,500,000	15,158,000
網絡公關服務	6,102,608	8,239,447
來自數字營銷業務的總收入	15,526,820	27,087,218
來自數字營銷業務的收入佔總收益百分比	17.9%	19.2%
增幅(%)	不適用	74.5%

鑒於數字媒體的巨大潛力，我們相信，數字營銷將會繼續成為我們業務的重要部分，並成為本集團未來發展的增長動力。

# 概 要

## 我們的業務模式

下圖列示我們於往績記錄期定期提供的整合營銷傳播服務的類型：



 業內亦稱為「數字營銷」，並屬於我們廣告及公關業務的一部分

有關我們整合營銷傳播服務的業務連同支持我們業務的內部及外部資源詳情的業務流程表載列於本招股章程「業務」一節。

### 我們的競爭優勢

我們是一站式整合營銷傳播服務商，熟悉所服務品牌主的業務及其產品。我們相信，我們的整合營銷傳播服務具備核心戰略優勢，有助我們在目標市場有效建立業務據點及地位。我們擁有多元化的跨媒體及多種場地資源，能夠滿足客戶的各類品牌增值需求，為客戶提供品牌整合營銷傳播服務。我們亦在高增長行業(尤其是汽車及家居行業)中擁有廣泛而穩定的客戶基礎。

我們的競爭優勢的詳情載於本招股章程「業務－競爭優勢」一節。

### 客戶

我們透過與品牌主及／或其廣告或公關代理(包括大型國際4A廣告代理)訂立合同安排，為大額消費品領域的知名品牌服務。我們亦擁有其他直接客戶，包括個別品牌的分銷商。

直接或透過其指定代理與我們開展業務的品牌主主要為中國大額消費品領域的知名公司。於往績記錄期內，憑藉管理團隊在媒體行業及目標領域的豐富經驗及知識，我們成長為迅速增長的整合營銷傳播公司，我們在本土汽車及家居行業服務的品牌超過40個，其中包括直接客戶如長安汽車、長安鈴木、上海大眾、斯柯達、廣汽本田、南京依維柯、東風悅達起亞及紅星美凱龍。

截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止兩個年度，我們五大客戶分別約佔本集團總收益的68%及55%，而最大客戶分別約佔本集團總銷售額的26%及13%。

有關客戶的其他詳情，請參閱本招股章程「業務－客戶」一節。

## 概 要

### 供應商

作為一站式整合營銷傳播服務商，我們審慎選擇合適的媒體供應商。我們亦與著名展覽會組織者、承包商及場地等其他服務供應商合作，以確保品牌主獲提供的場地有足夠容量和設施並產生訪客流量。

截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止兩個年度各年，五大供應商佔本集團總銷售成本分別約42%及37%，而最大供應商（就截至二零一零年十二月三十一日止年度為金字塔傳媒，及就截至二零一一年十二月三十一日止年度為上海訊奇）於該兩個年度各年則佔本集團總銷售成本約12%。

有關供應商的其他詳情，請參閱「業務－供應商」一節。

### 三眾華納傳媒出版物

為經營三眾華納傳媒出版物，三眾華納傳媒與東上海三眾（就《今日上海》、《車時代報導》、《上海灘》及《第一家居》）及上海商報傳媒有限公司（就《汽車007周報》）訂立若干協議，內容有關三眾華納傳媒出版物的委託經營及業務。三眾華納傳媒出版物由我們的中國出版伙伴上海灘雜誌社、今日上海雜誌社及上海商報傳媒有限公司出版，該等公司繼而亦為三眾華納傳媒出版物相關出版許可證的擁有人。

下表載列有關三眾華納傳媒出版物的出版許可證及業務協議的詳情概要：

出版許可證							
三眾華納傳媒出版物	擁有人	相關業務協議	協議日期	協議各方	指定經營期	出版許可證的有效期	附註
《汽車007周報》	上海商報傳媒有限公司	新汽車007周報委託管理協議	二零一零年十二月二十日	(i)上海商報傳媒有限公司及(ii)三眾華納傳媒	二零一一年一月一日至二零一四年十二月三十一日	二零零八年四月一日至二零一三年十二月三十一日	-
《上海灘》	上海灘雜誌社	上海灘轉讓協議	二零零八年五月二十六日	(i)東上海三眾及(ii)三眾華納傳媒	二零零八年六月一日至二零一三年五月三十一日	二零零八年五月一日至二零一三年十二月三十一日	-

## 概 要

出版許可證		相關業務協議	協議日期	協議各方	指定經營期	出版許可證的有效期	附註
三眾華納傳媒出版物 擁有人							
《第一家居》	上海灘雜誌社	上海灘轉讓協議	二零零八年五月二十六日	(i)東上海三眾及 (ii)三眾華納傳媒	二零零八年六月一日至 二零三八年五月三十一日	二零零八年五月一日至 二零一三年十二月三十一日	《上海灘》 的增刊
《今日上海》	今日上海雜誌社	今日上海轉讓協議	二零零八年五月二十六日	(i)東上海三眾 及(ii)三眾華納傳媒	二零零八年六月一日至 二零三八年五月三十一日	二零零八年五月一日至 二零一三年十二月三十一日	-
《車時代報導》	今日上海雜誌社	今日上海轉讓協議	二零零八年五月二十六日	(i)東上海三眾及 (ii)三眾華納傳媒	二零零八年六月一日至 二零三八年五月三十一日	二零零八年五月一日至 二零一三年十二月三十一日	《今日上海》 的增刊

有關三眾華納傳媒出版物的委託經營及業務安排的詳情、相關委託及轉讓協議的主要條款以及有關出版許可證的資料，載於本招股章程「業務－與中國出版夥伴合作」一節。

### 架構合同

如下文內詳述，三眾華納傳媒（為本集團於往績記錄期的核心經營實體）的業務涉及中國法律禁止外商投資的商業活動，故我們不能收購三眾華納傳媒的股權。因此，上海三眾企業、三眾華納傳媒、方先生及聯合訂立架構合同，旨在向上海三眾企業及本集團提供上市後對三眾華納傳媒的財務及經營政策的有效控制及聯合收購三眾股權的權利（以中國法律及規例允許為限）。

架構合同於二零一一年六月一日訂立，據此，三眾華納傳媒所有重大商業活動均由上海三眾企業指示及監督，而所有由三眾華納傳媒業務產生的經濟利益及風險均轉移至本集團，因此，三眾華納傳媒的財務業績可綜合計入本集團財務報表，猶如其為本公司的全資附屬公司。

架構合同（包括獨家顧問服務協議、不可撤回授權委託書、獨家業務經營協議、獨家購買期權協議及股權質押協議）防止可能向本集團成員公司以外任何一方流失三眾華納傳媒的任何資產及價值。架構合同向本公司提供：

- (i) 一項選擇權，可在中國法律允許的情況下按面值或中國法律規定的其他最低付款收購三眾華納傳媒的所有股權；

---

## 概 要

---

- (ii) 三眾華納傳媒承諾在未獲得上海三眾企業的事先書面同意前不會訂立任何重大業務交易；
- (iii) 行使三眾華納傳媒股東權利的權利；及
- (iv) 方先生以上海三眾企業為受益人質押三眾華納傳媒的所有股權。

有關架構合同的詳盡條款、安排、運作、影響及合法性、架構合同可能產生的糾紛的解決方式以及綜合架構合同項下三眾華納傳媒業績的基準，請參閱本招股章程「歷史、重組及公司架構－架構合同」一節。

### 業務轉移

三眾華納傳媒的業務涉及受限制業務，故而三眾華納傳媒不得直接併入本集團。根據架構合同並經諮詢我們的中國法律顧問，我們認為三眾華納傳媒出版物及*www.cnnauto.com*的經營、我們有關內容設計和製作的相關廣告業務以及我們的公關（包括網絡公關）業務屬受限制業務，而彼等於上市後將繼續由三眾華納傳媒經營。另一方面，我們基於三眾華納傳媒出版物、*www.cnnauto.com*及其他廣告媒體渠道的廣告代理業務以及我們的活動營銷業務為不受限制業務，而彼等正在並將會根據本集團的長期戰略計劃轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司。

截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止兩個年度，我們除營業稅前總收益中約72%及84%乃自不受限制業務產生。截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止兩個年度，受限制業務佔我們除營業稅前總收益的比例分別約為28%及16%。

業務轉移程序於二零一一年九月初開始進行，作為其中一部分，三眾廣告及三眾營銷已與所有跟不受限制業務有關的新發展客戶訂立業務合同。與此同時，我們已逐步與現有客戶進行磋商，向彼等尋求促成業務轉移安排的必要支持。預期經我們現有客戶或媒體夥伴同意，源自傳統媒體或數字媒體夥伴的所有廣告代理業務將於二零一二年九月三十日之前將轉移至三眾廣告及／或三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司。此外，於現時由三眾華納傳媒負責的活動營銷項目完成後並經我們現有客戶或供應商同意，與我們活動營銷業務有關的相關業務將於二零一二年九月三十日之前轉移至三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司。

---

## 概 要

---

於最後實際可行日期，就與客戶或媒體夥伴訂立的於二零一二年屆滿的年度固定服務或業務協議相關的不受限制業務轉移而言，共有價值約人民幣680,000元的四份業務合同與因三眾華納傳媒出版物產生的廣告代理業務及我們的戶外廣告業務有關。根據有關業務合同的條款，相關服務將於二零一二年四月至八月完成。儘管我們正積極與相關客戶進行磋商，於屆滿日期前將上述業務合同自三眾華納傳媒轉移至三眾廣告及／或三眾營銷，但由於有關營業額微不足道且所涉的額外行政及內部審閱工作，構成不必要的繁重負擔，故客戶並無同意建議安排，但彼等表示將會考慮於屆滿日期委聘三眾廣告及／或三眾營銷為服務供應商。

我們確認，於業務轉移程序完成後，三眾華納傳媒不再經營任何不受限制業務，且我們將促使三眾華納傳媒將不再構成受限制業務的業務活動轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業不時的任何其他附屬公司。

我們預期，一旦目前及今後由三眾華納傳媒營運的受限制業務，於屆時中國法律下不再限制外資進入，該等架構合同即行解除。

我們不受限制業務及受限制業務的歷史交易價值、有關業務及知識產權轉移的進一步詳情以及業務轉移的實行及完成時間等，請參閱本招股章程「業務－業務轉移」一節。

### 往績記錄期內的業績概要

下文於往績記錄期的選定資料乃摘錄自本招股章程附錄一會計師報告所載我們的綜合財務報表，並且須與「財務資料」一節及本招股章程附錄一所載會計師報告一併閱讀。

### 綜合全面收益表的選定項目

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零一一年
	人民幣	人民幣
收益	83,743,438	132,026,503
毛利	27,574,762	58,900,572
年內溢利	17,781,111	34,453,305

## 概 要

下表載列於往績記錄期我們按各服務類別劃分的收益分析：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年 人民幣	二零一一年 人民幣
廣告收入	51,048,130	89,115,994
公關服務收入	24,174,384	21,722,576
活動營銷收入	11,587,402	29,933,649
	<u>86,809,916</u>	<u>140,772,219</u>
減：營業稅及文化事業建設費	(3,066,478)	(8,745,716)
	<u>83,743,438</u>	<u>132,026,503</u>

### 綜合財務狀況表的選定項目

	十二月三十一日	
	二零一零年 人民幣	二零一一年 人民幣
非流動資產	1,829,572	1,833,520
流動資產	69,571,579	116,300,202
流動負債	38,436,631	31,317,927
流動資產淨值	31,134,948	84,982,275
資產淨值	32,964,520	86,815,795

### 選定財務比率及統計數據

	十二月三十一日	
	二零一零年	二零一一年
毛利率	32.9%	44.6%
純利率	21.2%	26.1%
股本回報率	53.9%	39.7%
流動比率	1.81	3.71
資本負債比率 <sup>1</sup>	14.7%	不適用
應收賬款的週轉天數	160	131
於有關期間的僱員平均數	90	126

---

## 概 要

---

\*附註：

1. 資本負債比率為債務淨額除以本公司擁有人應佔權益加債務淨額(包括貿易應付款項、計入其他應付款項及應計費用的金融負債及應付一家關聯公司、一名董事及一家聯營公司款項減現金及現金等價物)。截至二零一一年十二月三十一日止年度的資本負債比率為零，因為於二零一一年十二月三十一日，現金及現金等價物的金額超出我們的貿易應付款項及其他負債，因此，債務淨額結餘為零。

本集團於截至二零一一年十二月三十一日止財政年度錄得經審核稅後溢利約人民幣34.5百萬元，較於截至二零一零年十二月三十一日止財政年度約人民幣17.8百萬元大幅增加93.8%，我們認為主要是由於往績記錄期我們的業務及收益增長所致。

由於我們輕資產業務性質，故於往績記錄期內，我們錄得高股權回報率。於截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止財政年度，我們的股權回報率分別為53.9%及39.7%。我們於截至二零一一年十二月三十一日止年度的股權回報率有所下降乃主要由於股權基礎在我們於年內向首次公開發售前投資者發行新股後有所擴大所致。

本集團於往績記錄期內的應收賬款週轉天數減少乃由於(當中包括)期內我們採取措施強化營運資本管理。本集團的應收賬款週轉天數在90天至210天的正常信貸期範圍內，且儘管我們的應收賬款週轉天數較中國部分同行長，但通常較國際同行短。我們相信，此反映了於往績記錄期內我們給予客戶更優惠的信貸期以擴大我們的客戶基礎及業務。

於二零一零年及二零一一年十二月三十一日，我們約28.6%及20.3%的貿易應收款項逾期。於二零一二年三月十六日，於二零一一年十二月三十一日的逾期貿易應收款項約68.5%已其後獲清償。

於往績記錄期，我們於截至二零一零年十二月三十一日止年度計提撥備約人民幣230,000元，佔截至二零一零年十二月三十一日貿易應收款項及應收票據的0.5%，我們除作出有關撥備外並無撤銷任何壞賬。鑒於誠如下述於往績記錄期內貿易應收款項減值少量金額及應收賬款週轉天數改善，董事認為本集團對貿易應收款項及應收票據的控制實屬有效。

為於日後繼續改善我們的應收賬款週轉天數，我們將嚴格遵循內部信貸控制及應收賬款管理政策，檢討賬齡分析及於每月及每季度管理會議上識別所有長期未償還應收賬款，並要求各營業單位定期派清收專員加快向客戶清收長期債務。

---

## 概 要

---

於二零一一年十二月三十一日，本集團並無任何長期借款。我們的流動比率由二零一零年十二月三十一日的1.81升至二零一一年十二月三十一日的3.71，乃由於(其中包括)本集團於往績記錄期致力收緊信貸控制所致。

我們的資產淨值由二零一零年十二月三十一日的約人民幣33.0百萬元增加163%至二零一一年十二月三十一日的約人民幣86.8百萬元。

### 風險因素

本集團及上市均須面對若干風險，而該等風險可分類為：(i)架構合同；(ii)我們的業務；(iii)我們的行業；(iv)中國；(v)配售；及(vi)本招股章程所作聲明有關的風險。該等風險於本招股章程「風險因素」一節中作詳細討論及載述。

### 主要股東

我們的主要股東包括方先生(我們的執行董事兼創辦人，彼於緊接配售前間接持有本公司股權的75%)、林先生及范先生(我們的非執行董事，彼等於緊接配售前分別間接持有本公司股權的12%及13%)。於配售完成後，方先生、林先生及范先生分別持有本公司股權約56.25%、9%及9.75%。

主要股東的詳情載於本招股章程「與控股股東的關係」及「主要股東」兩節。

### 配售統計數據

	按指示性 配售價 1.46港元計算	按指示性 配售價 2.14港元計算
我們股份的市值 <sup>1</sup>	292百萬港元	428百萬港元
備考每股有形資產淨值 <sup>2</sup>	0.79港元	0.96港元
備考估計市盈率 <sup>3</sup>	7.0倍	10.2倍

附註：

- (1) 就本招股章程「法定及一般資料」一節所述，市值是根據預期於資本化發行及配售完成後，以及並無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予以配發或發行的股份，或本公司分別根據一般授權及購回授權可能發行或購回的股份情況下將予發行的200,000,000股股份計算。

---

## 概 要

---

- (2) 就本招股章程「法定及一般資料」一節所述，備考每股有形資產淨值是於作出本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料」各段所述調整後，根據緊隨及資本化發行及配售完成後已發行200,000,000股股份，以及並無計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能予以配發或發行的股份，或本公司分別根據一般授權及購回授權可能發行或購回的股份而達致。
- (3) 備考估計市盈率是根據截至二零一一年十二月三十一日止年度的本公司擁有人應佔每股利潤約0.21港元、指示性配售價範圍，以及上文附註(1)所述200,000,000股已發行股份計算。

### 股息政策

我們的董事會擬訂立一項政策，於上市後將我們的一部分可供分派溢利派付為股息，惟須受可供分派儲備是否充足、財務狀況、我們的資本需求及我們的董事認為相關的因素所限。此外，股息的宣派及派付將視乎我們的董事酌情而定。股息僅可在相關法例許可的情況下自我們的可供分派溢利中派付。

我們的董事認為，本集團的中國附屬公司在可見的未來自二零零八年一月一日起至二零一一年十二月三十一日止期間不大可能分派其保留盈利（於二零一一年十二月三十一日約為人民幣61.6百萬元），原因是須保留現金資源作為本集團日後業務發展之用。這亦反映出我們對本集團長遠前景的信心以及我們專注於發展可有效促進增長戰略的業務計劃。

### 業務戰略

我們計劃基於我們建立的多元化業務平台，擴展我們的客戶基礎至其他行業的品牌。我們亦將繼續在大中華地區尋求增長機會擴大地區分佈範圍，旨在最大化我們股東的價值。為實現該等業務目標，我們擬實施以下戰略：

- 不斷拓展中國大額消費品行業的客戶群
- 進一步優化及提升多元化業務平台，擴大數字營銷業務
- 將業務單位擴展至中國其他城市
- 吸引更多具創意及才華的專業人士加入本公司
- 透過併購力求增長

## 概 要

上述業務戰略的詳情載於本招股章程「業務－業務戰略」一節。

### 所得款項用途

我們董事計劃將配售的所得款項用於為業務擴展撥付資金，加強我們資本基礎及尋求合併與收購機會。

按配售價每股股份1.8港元（即指示性配售價範圍的中位數）計算，經扣除有關開支後，我們估計將自配售收取的所得款項淨額約為68.6百萬港元。董事擬將所得款項淨額用作下列用途：

	截至下列日期止六個月						合共	佔所得 款項淨額 百分比
	於最後實際 可行日期至 二零一二年 六月三十日 (百萬港元)	二零一二年 十二月 三十一日 (百萬港元)	二零一三年 六月三十日 三十一日 (百萬港元)	二零一三年 十二月 三十一日 (百萬港元)	二零一四年 六月 三十日 (百萬港元)	二零一四年 十二月 三十一日 (百萬港元)		
引入涉及新行業的新媒體	—	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	3.8	5.5
擴大專業團隊	0.35	0.7	1.4	1.4	1.75	1.75	7.35	10.7
擴展數字營銷平台	0.7	1.05	1.4	1.4	2.0	2.0	8.55	12.5
擴大地域範圍	0.35	0.7	1.05	1.4	1.4	2.0	6.9	10.1
合併及收購	—	21	—	17.5	—	—	38.5	56.1
小計	1.4	24.15	4.55	22.5	5.95	6.55	65.1	94.9
一般營運資金	0.2	0.5	0.7	0.7	0.7	0.7	3.5	5.1
合計	1.6	24.65	5.25	23.2	6.65	7.25	68.6	100.0