

概覽

概覽

我們為一家中國傳媒投資管理⁽¹⁾服務供應商、電視節目製作商與發行商以及體育賽事籌辦商。2012年，我們的傳媒投資管理業務以及品牌及形象建立服務的毛利佔我們的總毛利68.7%，該業務板塊的收入則佔總收入79.8%。我們不僅提供傳統品牌服務，更製作電視節目及籌辦體育賽事，我們相信這可令我們有別於中國傳統廣告公司。於往績記錄期間，我們的節目製作及體育賽事籌辦業務相比於我們的廣告業務享有較高的毛利率。我們相信，我們持續專注節目製作及體育賽事籌辦業務，將使我們得以利用該等業務單位較高之增長潛力。我們深信我們對節目製作及體育賽事籌辦業務的重視，亦反映中國市場傳播行業的發展趨勢。我們主要的客戶包括汽車公司及其他高端品牌商和代表他們的廣告代理。根據國際市場調查公司益普索之報告所指，就2012年汽車相關電視節目的製作時數而言，我們於中國眾多汽車相關電視節目製作公司中排名首位。

我們於2006年開展業務，而現時的服務分為三大業務單位：智美節目、智美體育和智美品牌。智美節目專注製作錄像節目。節目於電視、通過互聯網在個人電腦及流動裝置廣播。我們的新電視綜藝節目「週末駕到／天天駕到」於2012年11月啟播，目前透過重慶衛視於全國播放。我們將持續把注意力及資源重新分配以專注於製作新電視節目上，從而迎合電視觀眾的需求。智美體育負責籌辦、管理及推廣國內外的體育賽事及其他營銷活動，尤其是與汽車相關的體育賽事及營銷活動。我們與國際體育組織或政府機關合作，並於中國籌辦體育賽事如「國際摩聯花式極限摩托世界錦標賽」、「老式汽車中國拉力賽」及「廣州馬拉松」。智美品牌提供傳媒投資管理及品牌與形象建立服務，部份服務是使用我們在中國最大電視網絡央視的多個全國性電視廣播頻道之特選電視節目的獨家廣告時段播放權。我們於2012年獲得「中國汽車行業整合傳播大獎」。我們把我們的願景概括為「傳播中國智慧」。

我們提供的服務大多與中國增長迅速的汽車業有關，尤其是乘用車行業。根據中國汽車工業協會的資料，2001年至2011年，中國乘用車產量(以輛計)的複合年增長率為35.3%。我們藉向許多中國領先本地或外資汽車公司提供長期服務，包括廣汽豐田汽車有限公司或廣汽豐田及比亞迪汽車有限公司或比亞迪，我們對可支配收入高於平均水平的中國消費者多樣化的喜好及消費模式有深入的了解和豐富的知識。該了解與知識有助我們成功為目標客戶群相若的其他非汽車高端品牌提供服務，其中包括金融產品、消費電子品、葡萄酒和烈酒、高端時裝及旅遊業。此讓我們得以擴大客戶群。於往績記錄期間，我們的服務對象有314個品牌，其當中105個屬汽車行業品牌，209個屬非汽車行業品牌。我們來自非汽車相關品牌的收入(含與銷售有關的稅項)分別佔我們於2010年、2011年及2012年收入(含與銷售有關的稅項)約32.9%、40.6%及60.3%。此趨勢反映我們客戶種類的多元化。

(1) 服務供應商向媒體營運商採購廣告資源並將之轉售其客戶獲取收入的業務。服務供應商一般以委託人身份(並非代理身份)提供傳媒投資管理服務，並就其向媒體營運商獲得的廣告資源承擔存貨風險。

概 覽

我們的業務於往績記錄期間大幅增長。我們的收入由2010年人民幣298.2百萬元增加至2011年的人民幣471.4百萬元，並於2012年進一步增至人民幣557.2百萬元，複合年增長率為36.7%。我們的年度利潤由2010年的人民幣57.4百萬元增至2011年的人民幣85.5百萬元，並於2012年進一步增至人民幣132.0百萬元，複合年增長率為51.6%。

競爭優勢

我們相信我們已具備以下實力：

- 憑藉對中國深厚的地方知識及經驗，我們的節目製作及體育賽事籌辦業務均以普羅大眾為對象；
- 我們的綜合業務模式為我們帶來多個收入來源及增加成本效益；
- 我們為於中國增長迅速之汽車業中，具備專業知識的體育賽事營辦商及媒體產品供應商，並一直發展多元化的客戶基礎；
- 我們與於中國獲挑選的媒體營運商建立業務關係，並獲央視、衛星電視及地方電視頻道的綜合覆蓋；及
- 我們擁有強大穩定的管理團隊，他們具備豐富的行業經驗及業務往績，並有其他訓練有素的經理及專業人員作支持。

我們的策略

我們擬透過實行以下策略以鞏固我們的地位：

- 將國際體育賽事引入中國，發展新的體育賽事，擴展我們於體育賽事行業價值鏈，並開發相關體育衍生產品及服務；
- 持續為節目製作業務發展新媒體渠道以及開拓電子商務機會；
- 加大研發力度，提升我們專屬的消費者資料庫及媒體信息資料庫，以改進我們提供品牌及形象建立服務的能力；
- 透過製作娛樂電視節目及籌辦針對普羅大眾之體育賽事增加企業對終端消費者(B2C)的溢利模式；及
- 憑藉自身有機增長及生產能力或通過收購新媒體資源或業務來擴大我們的市場份額及地域版圖。

我們的服務

我們為中國國內之體育賽事營辦商及媒體產品供應商，結合籌辦體育賽事及活動、電視節目製作及提供品牌服務於一身。我們目前透過智美品牌、智美節目及智美體育三個業務單位提供我們的服務。

- 智美品牌提供傳媒投資管理及品牌及形象建立服務。關於傳媒投資管理業務，我們以向客戶銷售我們從媒體營運商購買的電視廣告時段及廣告空間之獨家權利賺

概 覽

取收入，且將客戶向我們支付的金額確認為收入。我們五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權將於2013年末到期重續。我們概不能向閣下保證我們將能於2013年末後重續該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權。我們的品牌及形象建立服務乃為客戶提供(i)品牌策略顧問服務，以及(ii)廣告代理服務。我們的收入來自為客戶提供品牌策略顧問服務之顧問工作及設計推廣計劃。另外，智美品牌業務單位的收入亦來自客戶就廣告代理服務支付的佣金，一般為我們向廣告客戶收取的價格與我們就沒有獨家播放權的可得廣告時段支付價格之差價。

- 智美節目集中製作於電視頻道，以及經由互聯網於個人電腦及流動通訊設備播出的錄像節目。智美節目業務單位主要收入來源是廣告時段的銷售以及客戶贊助的植入式廣告。另外，我們亦就客戶委託我們製作的錄像節目、電視廣告及公司錄像向客戶收取製作費；我們目前未擬主動尋求客戶委託我們於2013年製作該等客戶委託製作的錄像節目。
- 智美體育籌辦、管理及推廣國內及國際體育賽事及其他營銷活動，特別是汽車相關方面。我們的智美體育單位的收入來自汽車相關及其他品牌商的贊助費、銷售比賽及活動場地廣告空間、參與者的登記費及向入場觀眾銷售門票。

下表載列所示期間業務單位的收入分析：

	截至12月31日止年度					
	2010年		2011年		2012年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
智美品牌.....	237,315	79.6	377,723	80.1	444,442	79.8
智美節目.....	27,449	9.2	56,647	12.0	58,323	10.4
智美體育.....	33,405	11.2	37,021	7.9	54,448	9.8
總計.....	298,169	100.0	471,391	100.0	557,213	100.0

我們的收入由截至2011年12月31日止年度的人民幣471.4百萬元增加18.2%至截至2012年12月31日止年度的人民幣557.2百萬元。此增幅主要由於三項新體育賽事於2012年開展，以及兩個央視節目的廣告時段的收入增加，令智美體育及智美品牌收入上升。我們的收入由截至2010年12月31日止年度的人民幣298.2百萬元增加58.1%至截至2011年12月31日止年度的人民幣471.4百萬元。此增幅主要由於智美品牌收入上升，原因為截至2011年12月31日止年度，有兩個央視節目帶來的全年收入，我們分別於2010年4月及2011年11月取得該兩個央視節目的相關廣告時段之獨家播放權。詳情請參閱「財務資料 — 經營業績」一節。

概 覽

下表載列所示期間我們各業務單位的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度								
	2010年			2011年			2012年		
	人民幣千元	佔總毛利百分比	毛利率%	人民幣千元	佔總毛利百分比	毛利率%	人民幣千元	佔總毛利百分比	毛利率%
智美品牌.....	58,900	61.1	24.8	88,598	61.0	23.5	149,116	68.7	33.6
智美節目.....	11,479	11.9	41.8	22,404	15.4	39.6	32,405	14.9	55.6
智美體育.....	26,081	27.0	78.1	34,177	23.6	92.3	35,442	16.4	65.1
總計.....	96,460	100.0	32.4	145,179	100.0	30.8	216,963	100.0	38.9

我們與央視的關係

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度，央視為我們最大的供應商，分別佔我們的總採購額約80.4%、85.7%及72.7%。我們的收入（含與銷售有關稅項）來自《國際時訊》、《新聞週刊》、《世界週刊》、《尋寶》、《東方時空》及《車風尚》的央視廣告資源，分別佔我們於2010年、2011年及2012年的收入（含與銷售有關稅項）約71.6%、80.9%及80.2%。由於央視廣闊的網絡及珍貴的廣告資源，我們相信，我們客戶對央視廣告時段的強勁需求將持續，且我們預期央視仍為我們的唯一最大供應商。我們深信我們與央視的業務關係穩定，原因為(i)我們具備向央視購買若干電視節目的獨家廣告時段播放權之業務往績，(ii)我們的營銷團隊對相關廣告時段的目標客戶有透徹的了解，得以維繫客戶基礎，能配合央視對廣告內容嚴謹的要求而投放廣告，以及(iii)我們製作若干於央視播放的汽車相關電視節目，如特備節目「CCTV中國年度汽車評選」，此等節目可與央視其他電視節目互相補足。有關我們與央視關係的詳情，請參閱「業務—媒體資源及其他供應商」一節。我們概不能向閣下保證，我們能夠(i)與央視維持穩定業務關係、(ii)於2013年末後重續我們該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權，以及(iii)維持或擴充我們的現有客戶基礎。

2009年11月，央視就2010年不同電視節目的獨家廣告時段播放權開始特別公開招標，且我們於該公開招標中取得我們五個電視節目中三個（《國際時訊》、《新聞週刊》及《世界週刊》）的獨家播放權。再者，我們亦分別於2010年3月及2010年9月的公開招標過程中，向央視購得《尋寶》及《東方時空》的獨家廣告時段播放權。當我們於2010年購得該等廣告時段時，我們享有與央視額外重續兩次一年期協議之權利，惟「東方時空」協議除外，據此，我們僅有一次重續協議的權利，初始年期自截至2011年12月31日年期屆滿起至2012年。2011年，我們與央視重續有關協議，並繼續享有所有該五個電視節目的獨家廣告時段播放權直至2013年12月31日。根據有關該五個電視節目的獨家廣告時段播放權之該等協議，我們並未享有任何續訂權。另外，我們概不能向閣下保證我們將能於2013年末後重續該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權。關於我們重續該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權的風險，請參閱「風險因素—我們與央視及其他媒體資源的合作關係一直及預期將繼續對我們

概 覽

的業務及財務表現舉足輕重。如我們未能與央視及其他媒體資源按可行的商業條款新訂或重續現有獨家協議，或訂立任何獨家協議，可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響」。

與北京綺禮的業務安排

2012年，我們與央視重續《國際時訊》及《東方時空》的相關協議。作為分散我們部份資源以發展新體育活動和製作新電視節目以及處理經濟衰退的下行風險的計劃之一，我們決定與北京綺禮廣告有限公司(前稱北京車文點睛公關有限公司)(「北京綺禮」)合作(北京綺禮為於往績記錄期間與我們業務關係良好的客戶兼獨立第三方)，透過一項業務安排，於2012年實際行使與央視就其他三個電視節目《新聞週刊》、《世界週刊》及《尋寶》的相關協議之續訂權。透過此安排，北京綺禮直接向央視購買該三個電視節目的所有獨家廣告時段播放權，其後與我們簽訂協議，並同意按成本值售予我們該三個電視節目50%獨家廣告時段播放權。由於我們計劃進一步整合我們三個業務單位、發展更多交叉銷售機會及對2013年市場對我們的傳媒投資管理服務之需求充滿信心，我們決定於2013年終止與北京綺禮的合作及上述業務安排。由2013年1月1日直至最後實際可行日期，北京綺禮並未購買我們任何產品或服務。此業務安排的詳情，請參閱「業務 — 媒體資源及其他供應商」一節。

我們五個央視節目的現有獨家廣告播放權

央視於2013年授予我們該五個電視節目之獨家廣告時段播放權。2013年，我們與央視就《東方時空》、《尋寶》、《國際時訊》、《新聞週刊》及《世界週刊》的獨家廣告時段播放權訂立正式協議。

該等協議為期一年，於2013年12月31日屆滿。根據該等協議，我們於該等協議屆滿後並未獲授任何重續協議的權利。我們概不能向閣下保證我們將能於2013年末後重續該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權。關於我們重續該五個央視節目的現有獨家廣告時段播放權的風險，請參閱「風險因素 — 我們與央視及其他媒體資源的合作關係一直及預期將繼續對我們的業務及財務表現舉足輕重。如我們未能與央視及其他媒體資源按可行的商業條款新訂或重續現有獨家協議，或訂立任何獨家協議，可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響」。

根據該等協議，我們承諾於2013年支付的媒體成本的下限金額，此金額乃與該五個電視節目共93,840秒之廣告時段的媒體成本一致。廣告時段的長短可按訂約方所協定而更改。除了媒體成本增加外，該等協議之條款大致與我們於2010年至2012年的獨家廣告時段播放權之協議條款相似，如於合約年期開始前，我們須支付特定百分比的媒體成本作為押金，餘額則在廣告於下一月份廣播時，每月分期支付。如獲央視批准，我們亦可向客戶出售更多廣告時段，即多於先前我們與央視就協議訂明的可出售廣告時段數量。就我們與央視訂立的協議條款詳情，請參閱本文件中「業務 — 智美品牌 — 傳媒投資管理服務」一節。

概 覽

下表載列我們於央視的廣告時段的概要：

電視節目	電視頻道	廣播時間	每集的廣告時間	廣播期
國際時訊	CCTV-新聞頻道	22:00–22:30； 星期一至星期五	120秒	2010年1月至2013年12月
新聞週刊	CCTV-新聞頻道	22:15–23:00； 星期六	120秒 60秒 ⁽¹⁾ 120秒	2010年1月至2011年12月 2012年1月至2012年12月 2013年1月至2013年12月
世界週刊	CCTV-新聞頻道	22:15–23:00； 星期日	120秒 60秒 ⁽¹⁾ 120秒	2010年1月至2011年12月 2012年1月至2012年12月 2013年1月至2013年12月
尋寶	CCTV-1	18:00–18:52； 星期六	300秒 240秒 180秒 90秒 ⁽¹⁾ 120秒	2010年4月至2010年5月 2010年6月至2010年12月 2011年1月至2011年12月 2012年1月至2012年12月 2013年1月至2013年12月
東方時空	CCTV-新聞頻道	20:00–21:00； 星期一至星期日	150秒 120秒	2010年11月至2012年12月 2013年1月至2013年12月

附註：

⁽¹⁾ 2012年，該三個電視節目廣告時間減少之原因，請參閱「業務—媒體資源及其他供應商」。

風險因素

我們相信一些與我們業務有關較重大的風險包括：

- 我們與央視及其他媒體資源的合作關係一直及預期將繼續對我們的業務及財務表現舉足輕重。如我們未能與央視及其他媒體資源按可行的商業條款新訂或重續現有獨家協議，或訂立任何獨家協議，可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。
- 我們必須在僅有的數個電視節目中，取得廣告時段以播放客戶廣告，而這段廣告時段是否合適，則視乎有關電視節目的受歡迎程度及收視率及其他難以預料的因素而定。
- 我們調整傳媒投資管理業務成本的能力有限，倘央視就我們所得廣告時段大幅提高收費，我們的收入及盈利能力可能減少。

過往財務資料概要

下表載列我們於2010年、2011年及2012年12月31日及截至該日止年度的滙總財務資料概要。此財務資料概要乃摘錄自本文件附錄一會計師報告，閣下應閱畢整份會計師報告，包括附錄一包含的財務資料附註，以了解更多詳情。

概覽

滙總綜合收益表概要

	截至12月31日止年度					
	2010年		2011年		2012年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	298,169	100.0	471,391	100.0	557,213	100.0
服務成本	(201,709)	67.6	(326,212)	69.2	(340,250)	61.1
毛利	96,460	32.4	145,179	30.8	216,963	38.9
銷售及分銷成本	(8,968)	3.0	(15,869)	3.4	(19,221)	3.4
一般及行政費用	(10,743)	3.6	(15,073)	3.2	(21,634)	3.9
其他收益淨額	344	0.1	69	0.0	51	0.0
經營利潤	77,093	25.9	114,306	24.2	176,159	31.6
財務收益	168	0.0	363	0.1	1,675	0.3
財務費用	(19)	0.0	(22)	0.0	(30)	0.0
財務收益淨額	149	0.0	341	0.1	1,645	0.3
除所得稅前利潤	77,242	25.9	114,647	24.3	177,804	31.9
所得稅費用	(19,837)	6.6	(29,116)	6.2	(45,828)	8.2
年度利潤	57,405	19.3	85,531	18.1	131,976	23.7

滙總資產負債表概要

	於12月31日		
	2010年	2011年	2012年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總額	37,024	38,449	39,433
流動資產總額	181,692	267,550	331,159
流動負債總額	66,522	107,784	87,653
負債總額	66,522	107,784	87,653
流動資產淨額	115,170	159,766	243,506
資產總額減流動負債	152,194	198,215	282,939
權益總額	152,194	198,215	282,939

滙總現金流量表概要

	截至12月31日止年度		
	2010年	2011年	2012年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所產生淨現金	42,932	131,949	14,887
投資活動所用淨現金	(3,596)	(4,330)	(3,665)
融資活動所用淨現金	(18,000)	(35,510)	(48,285)
年初現金及現金等價物	23,035	44,371	136,480
年終現金及現金等價物	44,371	136,480	99,450
現金及現金等價物淨增加／(減少)	21,336	92,109	(37,063)

近期發展

就我們所知，自2012年12月31日至2013年4月30日，中國整體經濟及市場狀況或我們經營的行業未曾出現重大轉變，對我們的業務營運或財務狀況未構成重大不利影響。根據我

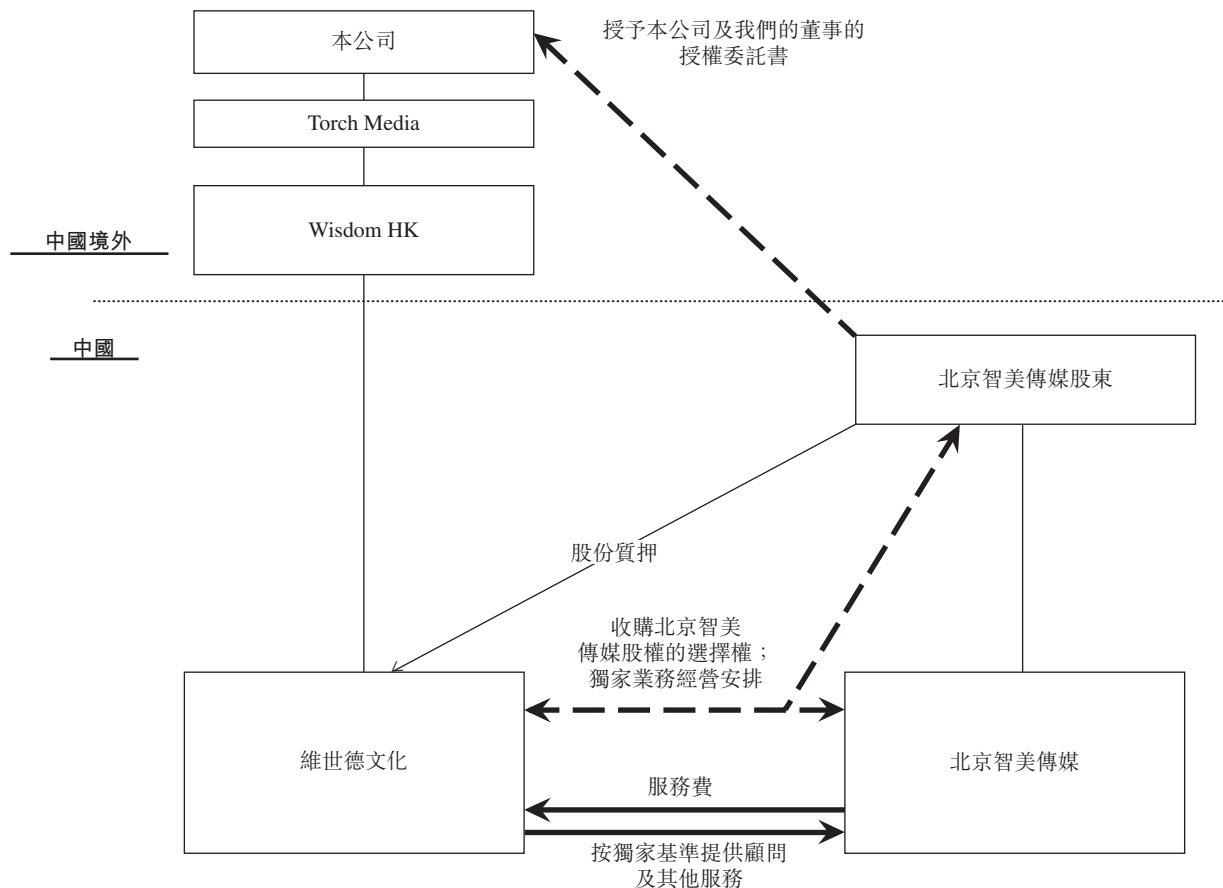
概 覽

們截至2013年4月30日止四個月的未經審計財務報表，我們的收入及毛利較2012年同期分別增加5.8%及20.6%。收入及毛利的增長主要來自智美節目，原因是《週末駕到／天天駕到》及《中國潮》所產生的收入及毛利所致，彼等分別於2012年11月及2013年3月推出且並未於截至2012年4月30日止四個月期間播放。

2013年，我們與央視就《東方時空》、《尋寶》、《國際時訊》、《新聞週刊》及《世界週刊》的獨家廣告時段播放權訂立正式協議。我們承諾於2013年就此五個電視節目每集120秒的廣告時段，各支付最低媒體成本金額，而我們於2012年就相同電視節目每集分別120秒、90秒、120秒、60秒及60秒的廣告時段支付最低媒體成本金額。

我們的董事確認自2012年12月31日至本文件日期，本集團的財務或貿易狀況、負債或前景並無重大不利轉變。

北京智美傳媒的業務經營涉及電視節目製作，按適用中國法律受外資限制所規限，故我們不能收購北京智美傳媒的股權。因而維世德文化、北京智美傳媒及北京智美傳媒的股東訂立了有關我們電視節目製作業務的架構合同，以保持營運控制權、獲取經濟利益及防止資產及價值流失予北京智美傳媒的登記權益持有人。以下簡化圖表說明該架構合同的操作：



概覽

附註：

1. 維世德文化將向北京智美傳媒提供顧問及其他相關服務。北京智美傳媒須向維世德文化支付服務費作為回報。服務費應為北京智美傳媒的收入總額(當中須先扣除所有營運成本及相關適用稅項)，此服務費將經由維世德文化及北京智美傳媒磋商，當中須先考慮(i)維世德文化提供的服務範圍及規模；及(ii)北京智美傳媒不時的日常營運及業務發展預期所需的現金。
2. 根據獨家業務經營協議，北京智美傳媒的全體股東須在實際可行的情況下盡快以零代價將彼等所有花紅、可分派股利、彼等應收的任何其他收入或利息轉讓予維世德文化。
3. 根據授權委託書，我們的董事及其繼任人(包括清盤時委任的任何清盤人)須行使北京智美傳媒全體股東的權利(包括但不限於提議召開股東大會、投票、出售或轉讓彼等於北京智美傳媒的全部或部分股權、簽署會議記錄及向有關公司註冊處呈送文件以供存檔的權利)。本公司有權指定執行董事或董事會所提名的人士行使本公司根據授權委託書享有的權利。
4. 根據股權質押協議，北京智美傳媒的全體股東向維世德文化抵押彼等於北京智美傳媒的股權作為擔保北京智美傳媒及／或其全體股東按獨家業務經營協議及獨家顧問及服務協議須向維世德文化履行的所有義務。
5. 根據獨家選擇權協議，北京智美傳媒的全體股東已向維世德文化授予一項不可撤回選擇權，以根據獨家選擇權協議的條款按名義價格購入彼等於北京智美傳媒的股權，惟該收購須合乎中國法律及法規。

股利政策

待獲得我們股東批准，我們的董事經考慮(其中包括)經營業績、現金流量及財務狀況、營運及資本需要、根據香港財務報告準則計算之可分派利潤金額、組織章程大綱及細則、架構合同項下的條款和條件、中國公司法、適用法律法規和其他我們董事認為相關的因素後，可以宣派股利。

我們日後宣派股利的能力將視乎我們從中國營運附屬公司獲得的股利(如有)而定。根據中華人民共和國的法律及我們中國營運附屬公司之公司章程，股利只可從可分派利潤(指根據中國公認會計原則釐定除稅後利潤，並經扣除累積虧損追收及規定分配至法定基金的部分)中撥付。任何未在特定年度分派之可分派利潤會保留，並在其後年度可供分派。一般而言，當我們並無任何可分派盈利時，不會在該年宣派股利。

自註冊成立以來，本公司未曾派付或宣派股利。截至2010年及2011年12月31日止年度，北京智美傳媒分別向其當時的股東宣派股利人民幣18.0百萬元及人民幣40.0百萬元，全部股利已獲派付。2012年7月，北京智美傳媒向其當時的股東宣派的股利為人民幣50.0百萬元，其中人民幣45.0百萬元已於2012年12月31日派付，餘下未繳部分將於[●]前派付。北京智美傳媒於2013年5月向其當時股東宣派總共人民幣80.0百萬元的股利，人民幣72.0百萬元的股利已經派付，餘額將於[●]前支付。