

## 財務資料

閣下應細閱有關本公司財務狀況及經營業績的討論及分析，連同本招股章程附錄一所載會計師報告中本公司截至2009年及2010年12月31日止兩個年度各年的經審核匯總財務報表以及隨附附註(合稱「財務資料」)。會計師報告已根據香港財務報告準則編製。準投資者應細閱本招股章程附錄一所載的整份會計師報告，而不應僅依賴本節所載的資料。以下討論及分析載有涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。有關此等風險及不確定因素的其他資料，請參閱本招股章程「風險因素」一節。

### 概覽

我們由2004年4月開始營運，是一間在香港及新加坡經營，規模完善的數碼戶外媒體公司。我們在香港及新加坡首倡於辦公室及商業大廈的電梯大堂設置平面顯示屏幕播放廣告的概念，並以此組成規模龐大的網絡。以我們在辦公室及商業大廈的電梯大堂設置平面顯示屏幕的選定地點的數量計算，我們是於香港及新加坡的辦公室及商業大廈電梯大堂中，建立龐大網絡以播放廣告的最大數碼戶外媒體公司。在戶外行業組成中，本集團為數碼戶外領域的其中一部分。

儘管並無獨立業內專家展開的市場調查為證，然而根據以下各項足以確立我們的領先市場地位：(i)我們分別位於香港及新加坡的主要合作夥伴及主要客戶(主要由品牌客戶及廣告商會的廣告代理構成，彼等瞭解市場上可供使用的媒體類型)的回應，彼等表明未有在市場上察覺到其他採用與本公司業務模式相近的有實力同業；及(ii)我們根據合作夥伴協議(該等協議包含排他性條文)享有的獨家身份及根據協議已裝設我們的平面顯示屏幕的辦公室及商業大廈及零售連鎖店數目。

我們產生收益的主要方式為銷售廣告時段。除核心業務外，我們亦提供其他服務，包括設計廣告式樣及富創意的美術品如電梯門貼紙、橫額及用於平面顯示屏幕的包裝以及為客戶進行產品採樣等服務。截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，我們的收益分別約為33,600,000港元及48,500,000港元，從2009年至2010年的收益增長約為44.3%。

有關我們業務及經營活動的更多資料，請參閱本招股章程「業務」一節。

### 編製基準

如本招股章程「歷史及發展」一節及附錄五「法定及一般資料」一節內更全面的詳述，我們於2011年6月24日成為組成本集團的公司的控股公司。我們的財務資料呈列經

營業績、財務狀況以及現時組成本集團的公司的現金流，呈列方式猶如目前的集團架構於截至2009年及2010年12月31日止年度內一直存在。

### 影響經營業績及財務狀況的因素

以下因素影響本集團的經營業績及財務狀況：

#### 數碼戶外廣告模式的接納程度

我們的成功有賴數碼戶外領域所帶來的持續利益為客戶廣告策略中不可缺少的部分，以及客戶持續接納網絡。若客戶認為消費者並不接受網絡或網絡未能提供作為有效廣告平台應能提供的足夠價值，客戶可能選擇棄用我們的服務。在該情況下，客戶可能決定減少花費於網絡。若大量客戶基於上述理由而失卻網絡刊登廣告的興趣，我們的收益可能受到負面影響。

#### 擴展網絡

我們吸引廣告商及品牌客戶從而增加收益的能力受網絡的規模及品質所影響。客戶選擇於網絡刊登廣告的部分原因為網絡的規模及平面顯示屏幕是否置於理想之處以及我們所提供服務的品質。若我們未能維持或增加網絡內的理想選定地點及平面顯示屏幕數目、令網絡內的廣告頻道更多元化或將我們的品牌的名稱及聲譽綜合成為優質廣告服務提供者，客戶則未必願意於網絡購買廣告時段或支付我們維持賺取溢利所需的廣告費水平。我們未能吸引廣告商或品牌客戶購買廣告時段可能對收益構成負面影響。

#### 經濟狀況

對我們的廣告時段的需求以及由此所產生的客戶廣告開支均容易受香港及新加坡的整體經濟狀況所影響，廣告開支一般於經濟衰退期間下跌。

廣告商可能減少於本公司刊登廣告的原因如下：

- 經濟狀況整體衰退；
- 於香港或新加坡或兩地均出現經濟衰退狀況；
- 決定將刊登廣告的開支轉移至其他宣傳媒體；或
- 整體減少廣告開支。

截至2010年12月31日止年度，香港及新加坡分別錄得國內生產總值增長約5.0%及約15.3%，而本集團則錄得收益增長約44.3%。

### 季節性因素

我們的業務可能會受季節性影響。收益波動在廣告行業十分普遍，主要原因是廣告開支會隨季節出現變化。廣告開支大部分集中於節日及購物旺節來臨前的產品發布及推廣活動。根據過往經驗，我們在上半年的收益通常會較低，下半年則較高。按照本集團的未經審核管理賬目，本集團於2009財政年度上半年錄得的純利約為500,000港元，而下半年則約為5,000,000港元；及至2010年度，上半年錄得的純利約為600,000港元，而下半年則約為11,000,000港元。此外，由於受季節性因素影響，本集團於2011年上半年或僅能取得收支平衡，甚至可能錄得虧損。

### 競爭

我們與其他戶外及非戶外媒體公司就廣告刊登開支展開競爭，競爭範疇包括我們的受眾質素及數量，網絡的性質、規模、覆蓋範圍及質素、廣告收費、所提供的其他服務範疇及我們的聲譽。其他選定地點擁有人可能決定自行或透過第三方服務供應商安裝及經營其平面顯示屏幕廣告網絡。

激烈的競爭可能減低我們的經營利潤率及盈利能力，並導致損失市場佔有率。個別現有或潛在競爭對手可能享有競爭優勢，例如較充裕的財務資源、市場營銷資源或其他資源，可能成功複製我們的商業模式。另外，競爭增加將為廣告商提供更多媒體及廣告服務選擇，可能影響我們的定價及盈利能力。

### 主要會計政策、估計及判斷

本招股章程所載有關本集團財務狀況及經營業績的討論與分析，乃以根據本招股章程附錄一會計師報告附註2所載的主要會計政策而編製的財務資料為基準，該等會計政策與香港財務報告準則一致。編製財務資料所用的會計方法、假設及估計會影響所呈報的財務狀況及經營業績。該等假設及估計乃基於本集團認為屬合理的過往經驗及各項其他假設而作出，而有關結果乃判斷本集團的資產與負債賬面值及業績的基準。採納不同假設或條件可能會產生不同結果。

於審閱本集團的財務資料時，須予考慮的因素包括所選用的主要會計政策、影響該等政策應用的判斷及其他不明確因素以及所呈報業績因所受條件及假設改變而遭受影響的敏感度等。本集團相信，下列主要會計政策涉及編製財務資料時應用的最主要會計判斷及估計。

### 收益確認

當有關廣告於電視上播放或廣告於公眾面前出現時，廣告服務收益會被確認。廣告收益乃扣除回扣、折扣及代理佣金入賬。我們的廣告客戶包括直接與本集團接洽購買廣告的廣告商，以及受聘於一些品牌客戶以代表彼等下廣告訂單的第三方廣告代理。作為行業慣例的一部分，本集團向此等第三方廣告代理給予代理佣金。廣告代理可得的代理佣金乃按本集團所得收益中的議定百分比計算。本集團的收益乃以淨值入賬，而相關的代理佣金則列為收益扣除項目，原因是廣告代理為廣告商代表，因此亦視為本集團的客戶。以物換物的廣告收益僅於交換的貨品或服務的性質並不相似的情況下才予確認。以物換物收益按所提供貨品或服務的公平值入賬，並以所收取或支付的任何現金或現金等價物的金額作調整。若所提供貨品或服務的公平值不能可靠地計量，收益則以所收取貨品或服務的公平值入賬，並再次以所收取的現金及現金等貨物的金額作調整。

本公司將於若干情況下允許我們的客戶選擇根據全數或部分易貨安排，向我們提供其產品及服務，以替代現金支付。此安排乃廣告業內的普遍慣例。客戶可能會為我們提供(其中包括)食品及飲品、電影門票及旅遊住宿等產品及服務換取廣告播放時間。根據易貨安排，客戶所提供的產品及服務的市值加上所支付的現金或現金等價物將相等於我們向客戶出售的廣告播放時間的公平值。根據易貨安排所接受的產品及服務乃經我們謹慎遴選，僅包括能夠為我們的營運增值的產品及服務。該等產品及服務可用作市場推廣，從而減少本集團的市場推廣開支。由於該等產品及服務可用於市場推廣及促銷，易貨安排所產生的收益亦會支銷作為行政開支，因此，易貨安排不會對收入淨額造成任何影響。經考慮易貨安排帶來的協同效應，我們預期將繼續向客戶提供全數或部分易貨安排。

### 貿易及其他應收款項

貿易應收款項為日常業務情況下提供服務而客戶應付的金額。若預期於一年或以內(或若在業務的正常經營週期內，則可更長)能收回貿易及其他應收款項，貿易及其他應收款項會分類為流動資產。否則，貿易及其他應收款項會呈列為非流動資產。

貿易及其他應收款項會初步按公平值確認，隨後以實際利率法按攤銷成本扣除減值撥備入賬。

本集團會於每個報告期末評估是否出現客觀證據顯示貿易及其他應收款項出現減值。僅於下列情況下，貿易及其他應收款項會出現減值並會產生減值虧損：若有客觀證據顯示於初步確認資產後出現一項或多項事件導致出現減值(「虧損事件」)，而且虧損事件對可被可靠地估計的貿易及其他應收款項的估計未來現金流構成影響。

### 即期及遞延所得稅

期內的所得稅開支包括即期及遞延所得稅。稅項於綜合全面收益表中確認，惟倘稅項與在其他全面收益中確認或直接在權益中確認的項目有關則除外。在該情況下，所得稅分別在其他全面收益中確認或直接在權益中確認。

即期所得稅開支按財務狀況表日期本公司附屬公司經營並產生應課稅收入所在的國家已頒佈或實質頒佈的稅法計算。管理層定期檢討報稅表中對於有關須詮釋的適用稅務規例的立場。管理層亦根據預期須向稅務機關支付金數額建立適當的撥備。

遞延所得稅以負債法按資產及負債的稅基與財務資料所呈列的賬面值的暫時差額確認。然而，倘遞延所得稅源自所涉資產或負債的首次確認交易（業務合併除外），而交易時並不影響會計及應課稅損益，則遞延所得稅不會入賬。遞延所得稅採用結算日前已頒佈或實質頒佈的稅率（及法例）釐定，預期該等稅率（及法例）在有關遞延所得稅資產變現或遞延所得稅負債獲清償時適用。

僅於未來應課稅溢利可以抵銷暫時差額的情況下，遞延所得稅資產會被確認。

當有法定可執行權力將即期稅項資產與即期稅項負債抵銷，且遞延所得稅資產和負債涉及由同一稅務機關對應課稅實體或不同應課稅實體所徵收的所得稅，而實體有意以淨額基準結算所得稅結餘時，則可將遞延所得稅資產與負債互相抵銷。

### 應用會計政策時作出的主要估計及判斷

在應用本集團會計政策的過程中，管理層曾作出對在財務資料內確認的金額具有重大影響的若干判斷及估計。

### 非金融資產的減值

具有無限可使用年期的資產（如商譽）無須攤銷，但每年須進行減值測試。當有事件發生或情況出現變動顯示賬面值可能無法收回，資產須就減值進行檢討。減值虧損乃就資產賬面值超出其可收回金額的差額而被確認。可收回金額為扣除銷售成本的資產公平值和使用價值兩者之中較高者。在評估減值時，資產按個別可識別現金流（現金產生單位）中的最低水平作分類。商譽以外出現減值的非金融資產須於每個報告日就減值是否可以回撥進行檢討。

## 財務資料

### 撥備

倘本集團現時因過往事件而涉及法律或推定責任，而履行責任可能須耗用資源，且金額已被可靠估計，則撥備會被確認。撥備不會就未來經營虧損而被確認。

倘有多項同類責任，會整體考慮責任類別以釐定償付時可能耗用的資源。即使在同一責任類別所涉及任何一個項目相關的資源流出可能性極低，仍須確認撥備。

撥備按預期償付責任所需開支以除稅前比率（反映當時市場對該責任特定的貨幣時間值及風險的評估）的現值計量。隨時間產生的撥備增加會被確認為利息開支。

### 管理層討論及分析

#### 經營業績概要

下表概述依照本招股章程附錄一的會計師報告所載的本集團經審核匯總財務資料附註1.3及2.1而編製的往績記錄期間合併業績。準投資者應細閱本節連同本招股章程附錄一的會計師報告，而不應僅依賴本節所載的資料。

	截至12月31日止年度	
	2009年	2010年
	港元	港元
收益	33,591,898	48,545,921
銷售成本	<u>(7,181,735)</u>	<u>(9,762,297)</u>
毛利	26,410,163	38,783,624
其他收入	377,805	82,484
行政開支	<u>(21,364,733)</u>	<u>(27,071,146)</u>
經營溢利	5,423,235	11,794,962
融資成本	<u>(40,126)</u>	<u>(47,785)</u>
除所得稅前溢利	5,383,109	11,747,177
所得稅開支	<u>—</u>	<u>—</u>
本公司權益持有人應佔年度溢利	<u><u>5,383,109</u></u>	<u><u>11,747,177</u></u>

經選定匯總綜合收益表項目概述

收益

本集團主要從事向香港及新加坡的客戶銷售廣告時段。本集團的收益來自銷售廣告時間以及提供其他服務（包括設計廣告式樣及富創意的美術品如電梯門貼紙、橫額及用於平面顯示屏幕的包裝以及為客戶進行產品採樣等服務）所已收及應收的廣告收入。截至2009年12月31日及2010年12月31日止兩個年度，本集團自以物換物交易產生收益分別約2,200,000港元及約3,200,000港元，其中我們提供廣告服務以換取貨品或服務，例如由各廣告商提供的餐飲及娛樂服務優惠券。於以物換物安排中所收取的貨品及服務的相應成本金額會於同期入賬列為開支，因此以物換物交易對往績記錄期間的本集團淨溢利並無任何淨額影響。

本集團的收益主要受下列因素影響：

- 由於平台能以具備成本效益的方式有效接觸廣大的受眾群（尤其是白領人士／管理專業人員），對戶外廣告的接納及需求呈現持續增長；
- 我們所擁有可供銷售的廣告時段數目，主要由廣告循環週期的長短而定。廣告循環週期的長短乃事先協議，因此，視乎對網絡廣告空間的需求，我們可能延長循環週期；
- 除我們實際可向廣告商銷售的廣告時段百分比外，我們對客戶保證的每日廣告循環週期數目、每日經營小時總額以及廣告長度；及
- 在計入所提供的折扣（如有）後，我們就廣告時段所收取的平均價格。

本集團的收益受季節性因素影響，而且每年於假日來臨前較多廣告開支集中於推出產品及宣傳活動。我們的過往經驗顯示收益一般於上半年較低，下半年較高。

我們的收益可按地域、地點類型及顧客界別分析。

## 財務資料

### 按地域劃分的收益

本集團主要從事向香港及新加坡的客戶銷售廣告時段。下表呈列於往績記錄期間內按地域劃分的本集團收益分佈：

	截至12月31日止年度			
	2009年		2010年	
	港元	%	港元	%
香港	22,202,095	66.1	35,366,576	72.9
新加坡	11,389,803	33.9	13,179,345	27.1
總計：	<u>33,591,898</u>	<u>100</u>	<u>48,545,921</u>	<u>100</u>

如上表所述，本集團的收益於往績記錄期間內錄得重大增長，由2009年的約33,600,000港元至2010年的約48,500,000港元，增長率約為44.3%。香港於往績記錄期間內為本集團的主要市場。截至2009年及2010年12月31日兩個年度，於香港的銷售佔本集團的收益分別約66.1%及72.9%，而於新加坡的銷售則佔本集團的收益分別約33.9%及27.1%。

本集團由2004年4月開始營運。多年來，本集團的認受性不斷提高並持續錄得有關我們的網絡廣告時段的需求增長。這一點可由我們自開始營業以來持續錄得收益增長的事實證明。於2008年2月，我們開始於香港構建店內網絡，店內網絡於往績記錄期間為我們的香港收益增長作出貢獻。我們於2010年11月16日與屈臣氏成為獨家合作夥伴，並於2011年開展新加坡店內網絡的銷售。

香港的銷售從截至2009年12月31日止年度的約22,200,000港元大幅上升約59.5%至截至2010年12月31日的約35,400,000港元，主要由於在我們的辦公室及商業大廈網絡以及店內網絡的客戶對廣告時段的需求增加。儘管新加坡的銷售對整體收益的貢獻從約33.9%下降至27.1%，新加坡的銷售由截至2009年12月31日止年度的約11,400,000港元上升約15.7%至2010年12月31日止年度的約13,200,000港元。

### 按地點類型劃分的收益

本集團主要從事向客戶（品牌客戶或廣告代理）銷售我們平面顯示屏幕的廣告時段，以供客戶於網絡上播放廣告。於往績記錄期間，本集團兩個主要網絡類型為辦公室及商業大廈網絡以及店內網絡。

## 財務資料

在辦公室及商業大廈網絡方面，在各個電梯門之間的視線水平裝設平面顯示屏幕的原因是爭取在辦公時間內，利用目標受眾等候電梯的片刻閒暇與他們接觸。董事認為辦公室及商業大廈網絡的主要目標受眾包括白領人士／管理專業人員，一般皆屬於可支配收入高於平均的人士組別。

在店內網絡方面，我們的目標為於購買地點影響顧客購買產品的選擇。店內網絡為客戶提供店內銷售點載體，讓他們可藉機吸引到臨店內網絡的消費者的注意力，令消費者購買他們的產品而非競爭對手的同類產品。

下表載列往績記錄期間按三個網絡類型（分別為辦公室及商業大廈網絡、店內網絡以及房屋發展局網絡）劃分的收益分佈：

	截至12月31日止年度			
	2009年		2010年	
	收益		收益	
	港元	%	港元	%
辦公室及商業大廈網絡	29,953,049	89.2	41,583,005	85.7
店內網絡	3,613,076	10.7	6,962,916	14.3
房屋發展局網絡（附註）	25,773	0.1	—	—
總計：	33,591,898	100	48,545,921	100

附註：房屋發展局網絡乃我們與新加坡公共房屋機構房屋發展局推出的多媒體廣告平台，覆蓋21個社區購物中心。房屋發展局網絡所吸引的客戶有別於辦公室及商業大廈網絡以及店內網絡的已終止網絡。於最後實際可行日期，我們與房屋發展局的合作夥伴協議尚未屆滿，儘管截至2011年12月31日止年度並無帶來收益，惟視為仍在營運中。

截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，於辦公室及商業大廈網絡的廣告時段銷售約分別佔89.2%及85.7%，截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，於店內網絡的廣告時段銷售約分別佔10.7%及14.3%，截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，於房屋發展局網絡的廣告時段銷售約分別佔0.1%及零。

辦公室及商業大廈網絡以及店內網絡的廣告時段銷售均增加主要由於本集團於香港及新加坡具有廣闊而持續增長的網絡以及戶外廣告能以具備成本效益的方式有效接觸廣大的受眾群（尤其是白領人士／管理專業人員），令現有及新增客戶對戶外廣告的需求增加。此等原因令本集團能夠：

- (i) 滿足及保留現有客戶，令我們能利用其再次購買的訂單產生更多收益；

## 財務資料

(ii) 透過定期吸引新客戶使客戶總數於2010年獲得擴大，令我們能產生新的收入來源；及

(iii) 於2010年向現有客戶收取較2009年高的廣告時段費用。

### 按客戶界別劃分的收益

下表呈列往績記錄期間按訂單劃分的本集團收益分佈：

	截至12月31日止年度			
	2009年		2010年	
	港元	%	港元	%
收益				
— 來自品牌客戶的直接訂單	15,799,338	47.0	22,207,700	45.7
— 來自品牌客戶透過廣告代理的 間接訂單	<u>17,792,560</u>	<u>53.0</u>	<u>26,338,221</u>	<u>54.3</u>
	<u><u>33,591,898</u></u>	<u><u>100</u></u>	<u><u>48,545,921</u></u>	<u><u>100</u></u>

品牌客戶選擇透過廣告代理下廣告訂單為廣告行業的慣常做法，其依據為廣告代理獨立於廣告服務供應商，所以會就選擇廣告服務供應商向品牌客戶提供持平的建議及意見。這種做法形成我們的品牌客戶風險管理程序的一部分，確保選擇廣告服務供應商的過程具有更高透明度。

下表呈列往績記錄期間按客戶界別劃分的本集團收入分佈：

	截至12月31日止年度			
	2009年		2010年	
	港元	%	港元	%
健康／個人護理／化妝品	8,030,559	23.9	13,055,467	26.9
娛樂／傳媒	4,684,139	13.9	9,504,454	19.6
銀行／金融／保險	3,420,720	10.2	3,540,672	7.3
電子產品	2,974,553	8.9	2,608,915	5.4
政府	2,246,514	6.7	1,987,877	4.1
餐飲	2,092,322	6.2	2,788,726	5.7
手提電話	1,615,618	4.8	1,549,110	3.2
其他	<u>8,527,473</u>	<u>25.4</u>	<u>13,510,700</u>	<u>27.8</u>
	<u><u>33,591,898</u></u>	<u><u>100</u></u>	<u><u>48,545,921</u></u>	<u><u>100</u></u>

## 財務資料

如上表所述，我們的客戶來自不同界別且我們並無依賴任何特定界別。這能顯示我們的平台於接觸廣大的受眾群以及從市場上不同界別取得廣泛認受性方面的有效程度。

於往績記錄期間，健康／個人護理／化妝品界別為本集團收益的最大組別，分別佔截至2009年及2010年12月31日止兩個年度的收益約23.9%及26.9%。於健康／個人護理／化妝品界別的銷售增加主要由於該界別對店內網絡戶外廣告的需求較大，店內網絡可為客戶提供銷售點載體吸引消費者的注意力，從而令消費者購買客戶的產品。本集團於往績記錄期間的第二大廣告界別為娛樂／傳媒界別，分別佔本集團截至2009年及2010年12月31日止兩個年度的收益總額約13.9%及19.6%。於娛樂／傳媒界別的收益增長主要由於電影發行商增加刊登廣告。本集團於2010年中亦開始向新加坡的電影發行商銷售廣告時段。

「其他」分類包括汽車、旅遊及優閒、時裝、冷氣、物業及嬰兒產品界別。截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，概無「其他」分類內的個別界別於本集團收益總額中具有高於5%的貢獻比率。

### 銷售成本

下表呈列往績記錄期間我們的銷售成本的分佈：

	截至12月31日止年度			
	2009年		2010年	
	港元	%	港元	%
與辦公室及商業大廈網絡的 業主分享收益	3,504,936	48.8	4,658,378	47.7
與店內網絡的業主分享收益	1,199,866	16.7	1,808,462	18.5
銷售佣金	2,026,477	28.2	2,505,990	25.7
生產及安裝	450,456	6.3	789,467	8.1
	<u>7,181,735</u>	<u>100</u>	<u>9,762,297</u>	<u>100</u>

我們的銷售成本主要包括與合作夥伴分享收益以及銷售佣金，皆為以收益為基礎的可變成本。在95%以上的個案下，我們不向合作夥伴支付固定佣金，而根據我們收益的若干特定百分比向合作夥伴支付費用。

我們的銷售成本由截至2009年12月31日止年度的約7,200,000港元增加至截至2010年12月31日止年度的約9,800,000港元，主要由於年內收益增加。與辦公室及商業大廈網絡以及店內網絡的業主分享收益以及給予員工的銷售佣金為我們銷售成本的主要組成部分，該等組成部分分別佔截至2009年12月31日止年度我們銷售成本總額約65.5%及

## 財務資料

28.2%，並分別佔截至2010年12月31日止年度我們銷售成本總額約66.2%及25.7%。與辦公室及商業大廈網絡及店內網絡的業主的分享收益，仍根據本集團與相關合作夥伴所協定的利率計算，並在廣告於電視上播放時確認為銷售成本。

與合作夥伴分享的收益乃由本集團與香港及新加坡合作夥伴訂立的顯示屏幕裝設協議釐定，其中本集團按照自客戶收取的廣告收入（扣除支付予員工的相關銷售佣金）的特定百分比作出付款。與合作夥伴分享的收益增加符合往績記錄期間收益的整體增加。

銷售佣金指就產生的廣告收益已付或應付本集團銷售員工的金額。已付或應付本集團銷售員工的銷售佣金金額乃採用預定百分比計算，該等百分比視乎各銷售員工所產生的廣告收益金額而改變，若銷售員工達到特定銷售目標，百分比將會增加。

以收益的百分比計，我們的銷售成本於截至2009年及2010年12月31日止兩個年度由約21.4%減少至20.1%。

### 毛利及毛利率

	截至12月31日止年度	
	2009年	2010年
	港元	港元
收益	33,591,898	48,545,921
銷售成本	(7,181,735)	(9,762,297)
毛利	26,410,163	38,783,624
	截至12月31日止年度	
	2009年	2010年
毛利率	78.6%	80.0%

本集團的毛利相等於收益扣除銷售成本，而毛利率則相等於毛利除以收益。本集團於往績記錄期間的毛利率由約78.6%增加至80.0%。

毛利率於2010年出現改善主要由於銷售佣金開支的增加百分比較收益的增加百分比為小，以及由於本集團與辦公室及商業大廈網絡業主訂立的顯示屏幕裝設協議整體條款較佳，令向該等業主支付的平均收益分享百分比由截至2009年12月31日的約11.7%減少至截至2010年12月31日止年度的約11.2%。另外，本集團於2010年就廣告時段向客戶收取較2009年高的費用。

### 其他收入

其他收入主要包括匯兌收益／虧損及政府補助金。匯兌收益／虧損淨額由坡元兌港元的匯率波動所產生。政府補助金指自新加坡政府的工作信貸計劃收取的資金。

### 行政開支

行政開支主要包括僱員福利開支、折舊開支、市場營銷及宣傳開支，以及向小部分我們的合作夥伴支付的固定優惠費用。

截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，僱員福利開支為我們行政開支的最大組成部分，約佔本集團行政開支的51.1%及56.3%，市場營銷及宣傳開支則約佔16.4%及11.9%，折舊開支則約佔9.0%及6.3%，而向小部分我們的合作夥伴支付的固定優惠費用則約佔1.2%及1.0%。

### 融資成本

融資成本主要包括融資租賃負債及銀行借款的利息開支。於截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，融資成本分別為40,126港元及47,785港元。截至2009年12月31日，本集團有銀行借款123,333港元，該筆銀行借款已於2010年4月悉數償還。截至2009年12月31日止年度的銀行借款的加權平均實際利率為每年11%。

本集團於2010年7月就擴展店內網絡而訂立有關租購平面顯示屏幕的融資租賃安排。截至2010年12月31日止年度的融資租賃安排的加權平均實際利率為每年2.8%。

### 所得稅開支

由於本集團結轉自去年的稅項虧損超過截至2009年及2010年12月31日止年度的估計可評估溢利，所以於財務報表內並無就香港及新加坡的利得稅作出撥備。

### 按期間比較經營業績

#### 截至2010年及2009年12月31日止年度的比較

#### 收益

截至2010年12月31日止年度的收益約為48,500,000港元，而截至2009年12月31日止年度的收益約為33,600,000港元，增加約14,900,000港元或約44.3%。

## 財務資料

辦公室及商業大廈網絡及店內網絡的廣告時段銷售均增加主要由於本集團於香港及新加坡具有廣闊而持續增長的網絡以及戶外廣告能以具備成本效益的方式有效接觸廣大的受眾群（尤其是白領人士／管理專業人員），令現有及新增客戶對戶外廣告的需求增加。此等原因令本集團能夠：

- (i) 滿足及保留現有客戶，令我們能利用其再次購買的訂單產生更多收益；
- (ii) 透過定期吸引新客戶使客戶總數獲得擴大，令我們能產生新的收入來源；及
- (iii) 於2010年向現有客戶收取較2009年高的廣告時段費用。

本集團的收益增加主要由於香港的銷售由截至2009年12月31日止年度的約22,200,000港元增加約59.5%至截至2010年12月31日止年度的約35,400,000港元。香港的銷售增加主要由於辦公室及商業大廈網絡及店內網絡的客戶對廣告時段的需求增加。另外，增加亦由於(i)新增廣告商的貢獻；及(ii)廣告商熟客的花費增加（即於往績記錄期間內連續兩個年度使用本集團網絡的顧客）。截至2010年12月31日止年度共有106個新增廣告商（總共168個廣告商），為我們年內的收益貢獻約13,300,000港元。在62個熟客之中，40個熟客於截至2010年12月31日止年度花費更多於本集團。62個熟客於截至2010年12月31日止年度貢獻的收益總額約為22,100,000港元，較其截至2009年12月31日止年度的花費約15,400,000港元增加約6,700,000港元，即增加約43.5%。儘管新加坡的銷售對整體收益的貢獻由截至2009年12月31日止年度約33.9%減少至截至2010年12月31日止年度約27.1%，新加坡的銷售亦由截至2009年12月31日止年度的約11,400,000港元增加約15.8%至截至2010年12月31日止年度的約13,200,000港元。對新加坡市場而言，增加主要由於廣告商熟客的花費更多所致。截至2010年12月31日止年度共有28個廣告商熟客（總共86個廣告商），其中20個廣告商於截至2010年12月31日止年度花費更多於本集團。28個廣告商熟客於截至2010年12月31日止年度貢獻的收益總額約為6,700,000港元，較其截至2009年12月31日止年度的花費約4,600,000港元增加約2,100,000港元，即增加約45.7%。

在計入與辦公室及商業大廈網絡各個選定地點相關合作夥伴分享收益前，產生的平均收益金額由截至2009年12月31日止年度約44,573港元增加至截至2010年12月31日止年度約52,372港元。在計入與店內網絡各個選定地點相關合作夥伴分享收益前，產生的平均收益金額由截至2009年12月31日止年度約36,131港元增加至截至2010年12月31日止年度約69,629港元。

### 銷售成本

截至2010年12月31日止年度的銷售成本約為9,800,000港元，較截至2009年12月31日止年度的銷售成本的約7,200,000港元增加約2,600,000港元，即約36.1%。銷售成本增加主要由於網絡內的廣告時段銷售增加直接令與合作夥伴分享收益增加以及向銷售團隊支付的銷售佣金增加。

### 毛利

截至2010年12月31日止年度的毛利約為38,800,000港元，較截至2009年12月31日止年度的約26,400,000港元增加約12,400,000港元，即約47.0%。毛利增加主要由於對戶外媒體廣告的需求於2010年增加令本集團的收益增加。

截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，毛利率約為78.6%及80.0%。毛利率增加主要由於銷售佣金開支的增加百分比較收益的增加百分比小，以及由於本集團與辦公室及商業大廈網絡業主訂立的顯示屏幕裝設協議整體條款較佳。向辦公室及商業大廈網絡業主支付的平均收益分享百分比由截至2009年12月31日的約11.7%減少至截至2010年12月31日止年度的約11.2%。另外，本集團於2010年就廣告時段向客戶收取較2009年高的費用。

### 其他收入

截至2010年12月31日止年度的其他收入為82,484港元，較截至2009年12月31日止年度的377,805港元減少295,321港元，即約78.2%。其他收入減少主要由於自新加坡政府收取的補助金減少，以及由於坡元兌港元於2010年升值令截至2009年12月31日的匯兌收益122,648港元逆轉至截至2010年12月31日止年度的匯兌虧損69,615港元。

### 行政開支

截至2010年12月31日止年度的行政開支約為27,100,000港元，較截至2009年12月31日止年度的行政開支約21,400,000港元增加約5,800,000港元，即約27.2%。增加主要由於僱員福利開支由截至2009年12月31日止年度的約10,900,000港元增加至截至2010年12月31日止年度的約15,300,000港元，增幅約為40.4%。僱員福利開支增加主要由於平均員工數目由截至2009年12月31日約38個增加至截至2010年12月31日止年度約53個，即平均員工數目增長約39.5%。平均員工數目的增加百分比較僱員福利開支的增加百分比高是由於大部分於2010年進行的招聘皆為比較初級的職位。

## 財務資料

另外，由於我們持續擴充業務，旅費開支於2010年增加約600,000港元。增加由市場營銷及宣傳開支於2010年減少約300,000港元所抵銷。

### 融資成本

截至2010年12月31日止年度的融資成本為47,785港元，較截至2009年12月31日止年度的融資成本40,126港元增加7,659港元，即約19.1%。融資成本增加主要由於就租購平面顯示屏幕用於擴展店內網絡而於2010年7月訂立的融資租賃安排。

### 年度溢利

本集團的除所得稅前溢利由截至2009年12月31日止年度的約5,400,000港元增加約116.7%至截至2010年12月31日止年度的約11,700,000港元，而純利率則由截至2009年12月31日止年度的約16.0%增加至截至2010年12月31日止年度的約24.2%。

截至2010年12月31日止年度的除所得稅前溢利增加主要由於對戶外廣告的整體認受性及需求於2010年增加，令本集團的收益增加約14,900,000港元，增長率約為44.3%。純利率增加主要由於本集團於截至2010年12月31日止年度錄得毛利率增加以及行政開支的增加百分比比較本集團的收益增長小。

### 流動資金、財務資源及資本架構

#### 概覽

我們主要依靠經營業務及融資活動產生的現金維持經營業務。於往績記錄期間，董事並無察覺本集團的現金來源及本集團使用現金的方式出現任何重大變動。截至2010年12月31日，現金及銀行結餘約23,700,000港元為我們流動資金的重要來源。

## 財務資料

### 流動資產淨額

截至匯總財務狀況表各刊發日期的本集團流動資產及負債的詳情如下：

	於12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
<b>流動資產</b>		
貿易及其他應收款項	11,759,208	24,538,433
現金及銀行結餘	2,348,648	23,733,182
	14,107,856	48,271,615
<b>流動負債</b>		
貿易及其他應付款項	7,641,904	8,397,100
借款	123,333	567,158
遞延收益	260,414	28,574
衍生負債	—	2,697,135
	8,025,651	11,689,967
<b>流動資產淨額</b>	<b>6,082,205</b>	<b>36,581,648</b>

於2009年12月31日及2010年12月31日，本集團分別擁有流動資產淨額約6,100,000港元及約36,600,000港元。

本集團的流動資產淨額於截至2010年12月31日止年度大幅增加，主要由於現金及現金等價物以及貿易應收款項增加。現金增加主要由於本集團於2010年出現收益增長以及本集團與TGI訂立代價總額約23,300,000港元的認購協議。貿易及其他應收款項增加主要由於本集團於截至2010年12月31日止年度出現收益增長以及客戶結清付款平均需時增加，債務人周轉日數增加可說明這一點，由截至2009年12月31日止年度約120.8日增加至截至2010年12月31日止年度的約157.8日。現金及現金等價物以及貿易及其他應收款項增加部分由上述認購協議中的嵌入式衍生工具公平值確認令衍生負債增加約2,700,000港元所抵銷。

截至2010年12月31日，本集團的流動資產約48,300,000港元包括貿易及其他應收款項約24,500,000港元以及現金及現金等價物約23,700,000港元。本集團的流動負債約11,700,000港元主要包括貿易及其他應付款項約8,400,000港元、衍生負債約2,700,000港元及借款約600,000港元。

## 財務資料

截至2011年4月30日（即於上市前確定我們的流動資產淨額狀況的最後實際可行日期），我們的流動資產淨額為36,706,818港元。我們截至該日的流動資產主要組成部分包括貿易及其他應收款項27,338,169港元以及現金及現金等價物20,157,603港元。我們截至該日的流動負債主要組成部分包括貿易及其他應付款項7,899,551港元、借款450,212港元以及遞延收益2,439,190港元。我們的流動資產淨額由截至2010年12月31日的36,581,648港元增加約0.4%至截至2011年4月30日的36,706,818港元，主要由於貿易及其他應收款項增加2,799,736港元、2,697,135港元衍生負債結算、貿易及其他應付款項減少497,549港元及借款即期部分減少116,946港元。部分有關增加因現金及現金等價物增加3,575,579港元及遞延收益增加2,410,616港元而遭抵銷。

### 貿易及其他應收款項分析

#### 貿易應收款項分析

下表載列於2009年及2010年12月31日的貿易應收款項賬齡分析（根據發票日期）：

	於12月31日	
	2009年 港元	2010年 港元
即期	5,699,096	10,502,075
逾期0至30日	2,781,259	6,311,175
逾期31至60日	1,403,822	2,657,884
逾期61日至90日	618,436	701,671
逾期超過90日	619,371	820,244
逾期但未減值	5,422,888	10,490,974
	<u>11,121,984</u>	<u>20,993,049</u>

下表載列截至2009年及2010年12月31日按廣告代理及品牌客戶劃分的貿易應收款項：

	於12月31日	
	2009年 港元	2010年 港元
香港		
廣告代理	4,483,031	8,986,610
品牌客戶	3,084,157	5,839,465
新加坡		
廣告代理	2,639,310	3,462,893
品牌客戶	915,486	2,704,081
	<u>11,121,984</u>	<u>20,993,049</u>

## 財務資料

下表載列2010年12月31日按廣告代理及品牌客戶劃分的貿易應收款項，以及於2011年3月31日的隨後結算：

	於2010年 12月31日的貿易 應收款項總額	於2011年 4月30日的 隨後結算總額	百分比
香港			
廣告代理	8,986,610	4,589,430	51.1%
品牌客戶	5,839,465	1,152,615	19.7%
新加坡			
廣告代理	3,462,893	2,984,081	86.2%
品牌客戶	<u>2,704,081</u>	<u>1,329,190</u>	49.2%
總計	<u>20,993,049</u>	<u>10,055,316</u>	47.9%

整體而言，根據發票的條款，本集團要求大部分客戶於60至90日內付款。然而，有效信貸期可能受以下因素影響：品牌客戶多於信貸期過後付款，因彼等按廣告活動基準向我們付款，並於其廣告活動完結時而非彼等收到本集團所發出的有關發票之日，方視貿易應收款項為到期。廣告客戶亦多於信貸期過後付款，因彼等通常在向其客戶收取有關款項後，方向我們結清應收賬款。

截至2010年12月31日的貿易應收款項約為21,000,000港元，較截至2009年12月31日止年度的約11,100,000港元增加約89.2%。貿易應收款項增加主要由於本集團的收益於截至2010年12月31日止年度增加、客戶結清付款需時整體增加（債務人周轉日數增加可說明這一點，由截至2009年12月31日止年度約120.8日增加至截至2010年12月31日止年度約157.8日）以及於2010年11月及12月前的廣告假日季節來臨前產生相對較2009年高的收益金額，令「即期」貿易應收款項的賬齡分類由截至2009年12月31日止年度的約5,700,000港元增加至截至2010年12月31日止年度的約10,500,000港元。

除已減值並於截至2009年12月31日止年度匯總綜合收益表內確認的貿易應收款項20,000港元外，貿易及其他應收款項並不包括已減值資產。本集團按個別及共同基準審閱應收款項有否減值證據。我們亦監察貿易應收款項的賬齡狀態及客戶的過往付款紀錄、隨後結算、持續業務關係及財務狀況。當出現客觀證據顯示本集團將不能收回到期金額時，本集團會就呆壞賬作出特定撥備。

逾期但未減值的貿易應收款項與在本集團有良好往績記錄或信貸質素理想的客戶有關。鑑於大部分付款遲於其一般信貸期的客戶主要為跨國廣告代理公司，董事認為，與該等跨國公司有關的信貸風險並不高，因為彼等享有著名品牌、國際知名度及良好的信貸紀錄。廣告代理通常需要60至90日以上結清彼等的應收款項。據董事所深知，廣告業

一般接受的做法是，廣告代理通常先收取客戶款項，然後方結清彼等應付本集團的款項。這種做法的影響是，延長了本集團應收款項的整個結清過程。我們的品牌客戶為了有效管理彼等各自的現金流，也通常需要比信貸期更長的時間結清應付本集團的款項。大部分情況下，我們的品牌客戶按廣告活動基準向我們付款，即品牌客戶只會在其廣告活動完結時視貿易應收款項為到期，而非彼等收到本集團所發出的有關發票之日。由於我們的品牌客戶有此普遍認知，而事實上廣告活動可能持續至超過一個月，我們通常在品牌客戶各自的信貸期限過後才會收到來自品牌客戶的收益。截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，品牌客戶的債務人周轉日數約為92.1至140.6日。儘管廣告代理及我們的品牌客戶清付款項的過程緩慢，董事亦指出，除了本招股章程附錄一會計師報告所披露僅有的一筆20,000港元壞賬外，本公司在業務上由始至終並無壞賬開支記錄，而該筆20,000港元壞賬乃由於債務人遭臨時清盤及其後進行重組所致，故可以當作「單一」事件處理。根據上述及按照我們的過往經驗以及對全部未收取的重大貿易應收款項定期進行的信貸風險評估，管理層相信，由於信貸質素並未出現重大變動以及該等結餘仍被視為可被悉數收回，所以無須作出有關該等結餘的減值撥備。本集團將每周審閱賬齡報告以定期識別長期未收取的應收款項，並監察其趨勢。本集團獎勵銷售團隊跟進未收回的應收款項。本集團的一貫做法是，只會在銷售人員成功從各自客戶收取銷售所得款項後方支付銷售佣金。這慣例推動了我們的銷售團隊監察並跟進本集團未收回的應收款項。除獎勵銷售團隊跟進未收取應收款項外，亦會於逾期30日時向有關客戶寄發付款提示。

於2011年4月30日，2010年12月31日的應收賬款中約10,100,000港元（即結餘總額的約47.9%）已結清。

### 預付款、按金及其他應收款項分析

截至2010年12月31日止年度的預付款、按金及其他應收款項約為3,500,000港元，較截至2009年12月31日止年度的金額增加約424.0%。預付款、按金及其他應收款項增加主要由於就2010年在香港及新加坡訂立的兩項新辦公室租約而須支付的租金按金以及向iMHV支付的短期現金墊款約2,000,000港元（無抵押、免息及須按要求償還）。向iMHV支付的短期現金墊款已於2011年2月悉數結清。

## 財務資料

### 貿易及其他應付款項分析

#### 貿易應付款項分析

下表載列於往績記錄期間內各日期，本集團貿易及其他應付款項根據發票日期的賬齡分析：

	12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
即期	5,630	57,580
逾期0至30日	77,250	12,200
逾期31至60日	7,500	21,200
逾期超過60日	10,350	29,340
	100,730	120,320

於2010年12月31日的貿易應付款項為120,320港元，較於2009年12月31日的金額增加約19.4%。增加主要由於於2010年11月租購新平面顯示屏幕用於擴展店內網絡。由於供應商一般給予本集團平均60至90日的付款期，於2010年末的購買令「即期」貿易應付款項的賬齡類別增加。

截至2011年4月30日，2010年12月31日的貿易應付款項中約106,720港元（即結餘總額的約89%）已結清。

#### 應計款項及其他應付款項分析

下表載列往績記錄期間應計款項及其他應付款項的分佈：

	12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
應計款項	5,155,509	6,260,841
其他應付款項	2,385,665	2,015,939
計款項及其他應付款項	7,541,174	8,276,780

## 財務資料

應計款項及其他應付款項由截至2009年12月31日止年度約7,500,000港元增加至截至2010年12月31日止年度約8,300,000港元，增幅約為10.7%。於往績記錄期間，應計款項及其他應付款項主要指與合作夥伴分享的應計收益、應計銷售佣金及一般應計開支。應計款項及其他應付款項於2010年增加主要由於本集團收益增加令與合作夥伴分享的應計收益以及應計銷售佣金增加。

當廣告播出時，假設當時符合所有收益確認條件，本集團會於確認有關廣告收益時確認與合作夥伴分享的應計收益。自客戶收取銷售所得款項後，本集團會支付與合作夥伴分享的收益。下表載列往績記錄期間本集團與合作夥伴分享的應計收益的賬齡分析：

	12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
0至30日	1,028,034	1,961,387
31至60日	607,180	504,986
超過60日	1,261,678	1,089,305
	<u>2,896,892</u>	<u>3,555,678</u>

「0至30日」的累計分享收益賬齡分類增加與「即期」貿易應收款項賬齡分類的增加一致，而該增加主要由於2010年11月及12月前的廣告假日季節來臨前產生相對較2009年高的收益金額。截至2009年12月31日止年度的「超過60日」類別較高主要由於2009年12月31日與合作夥伴分享的收益總額的一部分（約為358,453港元）是與2008年銷售在萬寧的廣告時段有關。儘管已於2009年自客戶收取有關的銷售所得款項，本集團延遲結算與萬寧分享的收益直至2010年。並於2009年下半年度編寫程式以提升計算與辦公室及商業大廈網絡所分享收益的效率。由於店內網絡的系列尚未更新，本公司通常需使用較長時間以結算應發送萬寧的收益分享報表，因此引致延遲繳付分享收益予萬寧。根據我們的管理層，本公司與萬寧之間並無因有關延遲引致糾紛。

## 財務資料

### 經選定匯總現金流量表數據

下表呈列本集團於往績記錄期間的現金流變動：

	於12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
	(經審核)	(經審核)
自經營活動產生的現金淨額	<u>1,844,895</u>	<u>1,977,588</u>
用於投資活動的現金淨額	<u>(385,073)</u>	<u>(3,577,730)</u>
用於融資活動的現金淨額	<u>137,004</u>	<u>22,485,832</u>

### 經營活動

本集團自經營活動產生的現金流入主要來自銷售網絡的廣告時段而收取的付款。本集團自經營活動的現金流入主要與合作夥伴分享收益安排項下的付款以及銷售佣金付款有關。

截至2010年12月31日止年度，本集團自經營活動產生的現金淨額約為2,000,000港元，而同年的除所得稅前溢利約為11,700,000港元。約9,700,000港元的差額主要由於收益增加，債務人周轉日數增加以及向IMHV支付的現金墊款，令貿易及其他應收款項大幅增加約10,200,000港元，部分由與業主及物業代理分享的應計收益增加以及折舊及攤銷開支的非現金調整約2,000,000港元，令貿易及其他應收款項於2010年財政年度內增加約600,000港元所抵銷。

截至2009年12月31日止年度，本集團自經營活動產生現金淨額約1,800,000港元，而同年的除所得稅前溢利約為5,400,000港元。約3,600,000港元的差額主要由於收益增加以及註銷本公司已發行股份所得款項約5,200,000港元，令貿易及其他應收款項增加約2,300,000港元，部分由貿易及其他應收款項增加約2,500,000港元以及折舊及攤銷開支的非現金調整約2,000,000港元所抵銷。

### 投資活動

於往績記錄期間，用於投資活動的現金主要與購買物業、廠房及設備有關。

## 財務資料

截至2010年12月31日止年度，由於購買物業、廠房及設備支付約3,400,000港元，本集團用於投資活動的現金淨額約為3,600,000港元。購買物業、廠房及設備主要包括於2011年7月購買大量平面顯示屏幕用於擴展店內網絡，以及電腦設備和租賃物業裝修。

截至2009年12月31日止年度，由於購買物業、廠房及設備支付約500,000港元，本集團用於投資活動的現金淨額約為400,000港元。購買物業、廠房及設備主要包括平面顯示屏幕及電腦設備。

### 融資活動

於往績記錄期間，自融資活動的現金流入主要包括銀行借款以及發行普通股所得款項，而用於融資活動的現金主要包括償還銀行借款以及融資租賃負債。

截至2010年12月31日止年度，本集團自融資活動產生現金淨額約22,500,000港元，主要由於本集團與TGI於2010年1月13日訂立代價總額約22,800,000港元的認購協議有關的普通股發行所得款項，部分由2010年4月償還銀行借款約100,000港元以及有關融資租賃安排的利息開支約200,000港元所抵銷。

截至2009年12月31日止年度，本集團自融資活動產生現金淨額約100,000港元，主要由於提取於2009年4月取得的銀行借款約400,000港元，部分由償還銀行借款約200,000港元所抵銷。

### 債務聲明

我們的債務包括對借款人（包括商業銀行及租賃公司）的責任。下表載列我們於所示日期的借款總額：

#### 借款

	截至12月31日		截至2011年
	2009年	2010年	4月30日
	港元	港元	港元
銀行借款 — 無抵押	123,333	—	—
融資租賃負債 — 無抵押	—	1,455,321	1,323,513
借款總額	<u>123,333</u>	<u>1,455,321</u>	<u>1,323,513</u>

## 財務資料

截至2009年及2010年12月31日，我們的借款總額分別為約100,000港元及約1,500,000港元。於2009年及2010年12月31日，賬面淨值分別為零及約1,700,000港元的平面顯示屏幕被用作融資租賃負債的抵押品。

截至2009年及2010年12月31日，未償還借款的加權平均實際利率分別為每年11.0%及每年2.8%。由於本集團已償還香港的無抵押銀行借款約100,000港元以及於2010年11月獲得融資租賃用於購買平面顯示屏幕，借款總額由截至2009年12月31日約100,000港元增加至截至2010年12月31日約1,500,000港元。

除以上所述及除集團內負債及正常貿易應付款項以外，於2011年4月30日（即釐定我們的債務的最後實際可行日期），我們並無已獲授權或以其他方式增設但未發行的未償還債項證券、有期貸款、其他借款或性質為借款的債務，包括銀行透支、承兌負債（日常貿易賬單除外）、承兌信貸、按揭、抵押、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。

除以上所述，截至最後實際可行日期，就本確認書而言，董事確認本集團的債務及或然負債自2010年12月31日起概無重大變動。

### 或然負債

本集團於往績記錄期間並無錄得任何或然負債。

### 經營租賃承擔

下表呈列於所示日期的本集團經營租賃承擔：

	於12月31日	
	2009年	2010年
	港元	港元
1年內	1,473,315	2,413,692
1年至5年	2,916,000	2,662,879
	<u>4,389,315</u>	<u>5,076,571</u>

## 財務資料

### 資本開支

下表載列我們於往績記錄期間的資本開支：

	截至12月31日止年度	
	2009年	2010年
	港元	港元
物業、廠房及設備	473,083	5,016,255
無形資產	1,560,000	—
	<u>2,033,083</u>	<u>5,016,255</u>

我們的資本開支總額由截至2009年12月31日止年度約2,000,000港元大幅增加至截至2010年12月31日止年度約5,000,000港元。該增加主要由於購買平面顯示屏幕及電腦設備。其中約2,600,000港元用於平面顯示屏幕，約1,000,000港元用於電腦設備。我們根據2010年7月的融資租賃安排購入大量平面顯示屏幕以擴展店內網絡。物業、廠房及設備的增加部分由FMHK及FMCN於2009年6月8日訂立代價為1,560,000港元的香港分銷協議所抵銷。

### 已計劃的資本開支

由於購買平面顯示屏幕、電腦及設備，我們預期截至2011年12月31日止年度的資本開支約為1,700,000港元。我們打算主要以內部資源及配售所得款項淨額作為該等資本開支的資金。

隨著我們把握新的機會擴展業務，我們可能不時產生額外的資本開支，實際開支可能與我們的現時計劃存有巨大差異。若潛在收購、個別計劃進度、市場狀況及展望等業務計劃出現變動，我們已計劃的開支項目可能有變。另外，我們未來為已計劃的資本開支項目取得足夠資金的能力受一系列不確定因素影響，包括我們未來的經營業績、財務狀況及現金流，以及香港、新加坡及我們經營所在的其他司法管轄區的經濟、政治及其他情況。

## 財務資料

### 財務比率分析

下表載列本集團若干主要財務比率：

	於12月31日	
	2009年	2010年
債務人周轉日數 (附註1)	120.8	157.8
債權人周轉日數 (附註2)	224.7	200.7
權益回報 (附註3)	48.8%	26.9%
資產負債比率 (附註4)	0.7%	2.6%
流動比率 (附註5)	1.8倍	4.1倍

附註：

- (1) 債務人周轉日數等於年末的貿易應收款項結餘除以年度收益，再乘以一年365日。
- (2) 債權人周轉日數等於年末與合作夥伴分享的應計收益結餘除以與合作夥伴分享收益的年度銷售成本的組成部分，再乘以一年365日。
- (3) 權益回報等於本公司權益持有人應佔純利除以權益總額再乘以100%。
- (4) 資產負債比率等於年度債項總額除以年度資產總額再乘以100%。債項界定為包括流動及非流動借款。
- (5) 流動負債比率等於流動資產總額除以流動負債總額。

### 債務人周轉日數

根據發票的條款，本集團要求大部份客戶於60至90日內付款。於往績記錄期間，截至2009年及2010年12月31日止年度的平均債務人周轉日數分別約為120.8日及157.8日，超過本集團一般要求客戶的60至90日付款期限。由於品牌客戶及廣告代理的債務人周轉日數皆增加，債務人周轉日數由2009年12月31日止年度的120.8日增加至2010年12月31日止年度的157.8日。請參閱以下兩類不同客戶(品牌客戶及廣告代理)債務人周轉日數長的分析：

客戶種類	品牌客戶	廣告代理
<b>截至12月31日止</b>		
<b>2009年債務人周轉日數</b>	92.4	146.1
<b>2010年債務人周轉日數</b>	140.4	172.5

根據本集團未經審核管理賬目，本集團的下半年度收益自2009年12月31日止六個月約19,100,000港元，增加約14,200,000港元至2010年12月31日止六個月約33,300,000港元，增加約74.3%。由於本集團大部分業務及收益增長通常來自下半年度（因12月節日和購物季節前的產品發佈及宣傳活動），2009年及2010年間的大部分收益增長主要集中於2010年較後的月份。誠如本集團的貿易應收款項賬齡分析所示，截至2010年12月31日止年度有約80.1%貿易應收款項屬於「即期」及「逾期0至30」的賬齡組別。因上述原因及我們的客戶通常在其各自的信貸期過後才結清應收款項的事實，本集團於2010年12月31日的貿易應收款項佔收益的比例較2009年的比例為高，因此導致本集團整體債務人周轉日數增加。

### 品牌客戶的分析

為有效管理彼等各自的現金流，我們的品牌客戶通常需超過60至90日才可結清應收款項。大部份情況下，我們的品牌客戶按廣告活動基準向我們付款，即品牌客戶只會在其廣告活動完結時視貿易應收款項為到期，而非彼等收到本集團所發出的有關發票之日。因於我們的品牌客戶有此普遍認知，而事實上廣告活動可能持續至超過一個月，我們通常在品牌客戶各自的信貸期限過後才會收到來自品牌客戶的收益。

### 廣告代理的分析

廣告代理通常需超過60至90日才可結清應收款項。如廣告代理及品牌客戶貿易應收款項分佈所載，截至2009年及2010年12月31日止，廣告代理貿易應收款項佔貿易應收款項總額上升的54.0%。再者，廣告代理貿易應收款項於2010年增加約74.8%。據本公司董事所深知，廣告業一般接受的做法是，廣告代理一般先收取客戶款項，然後方結清彼等應付本集團的款項。這種做法的影響是，延長了本集團應收款項的整個結清過程。由於大部分廣告代理為大型跨國廣告代理公司，均不曾拖欠應付本集團的應收賬款，董事並不相信與此等跨國廣告代理有關的信貸風險非常重大，故認為不需要為壞賬計提撥備。

儘管廣告代理及我們的品牌客戶較遲結清款項，本集團僅有一宗來自其中一名客戶的20,000港元壞賬，該筆壞賬乃由於客戶遭臨時清盤並其後進行重組所致。此外，約有10,900,000港元截至2010年12月31日的貿易應收款項，於截至2011年4月30日尚未結清，約10,900,000港元中約84.7%及15.3%分別為熟客及新客戶應結清的金額。根據本集團的

過往歷史及與該等熟客的關係，由於該等客戶付款紀錄良好（經本集團歷史中僅有一宗20,000港元壞賬證實），董事認為與此等熟客有關的信貸風險極少。

### 債權人周轉日數

自客戶收取銷售所得款項後，本集團會支付與合作夥伴分享的收益。於往績記錄期間，截至2009年及2010年12月31日止年度的平均債權人周轉日數分別約為224.7日及200.7日。平均債權人周轉日數減少主要由於2009年12月31日的應計分享收益結餘包括與萬寧分享的長期未償付應計收益（與2008年銷售廣告時段有關），而與萬寧分享的應計收益最終於2010年結清。

本集團一般在收取有關銷售所得款項後，按時支付與辦公室及商業大廈網絡業主分享的收益。有別於辦公室及商業大廈網絡，店內網絡的付款時間表並不相同，本集團一般於收取有關銷售所得款項後一段較長時間（可長達一年以上）才支付與萬寧分享的收益，所以平均債權人周轉日數遠超過平均債務人周轉日數。

### 權益回報

截至2009年及2010年12月31日兩個年度各年，本集團的權益回報分別約為48.8%及26.9%。權益比率於截至2010年12月31日止年度下降，主要由於本集團的權益總額由截至2009年12月31日止年度約11,000,000港元增加至截至2010年12月31日止年度約43,800,000港元，這是由於有關本集團與TGI於2010年1月13日訂立的認購協議的股份發行，部分由純利從截至2009年12月31日止年度約5,400,000港元增長約116.7%至截至2010年12月31日止年度約11,700,000港元所抵銷。

### 資產負債比率

於截至2009年及2010年12月31日止兩個年度各年，本集團的資產負債比率分別約為0.7%及2.6%。我們的資產負債比率於往績記錄期間增加，主要由於就租購用於擴展店內網絡的平面顯示屏幕而於2010年7月訂立的融資租賃安排令短期及長期借款增加。

### 流動比率

截至2009年及2010年12月31日止兩個年度各年，本集團的流動比率分別約為1.8倍及4.1倍。我們的流動比率由截至2009年12月31日的1.8倍增加至截至2010年12月31日的4.1倍，主要由於本集團流動資產總額的增加百分比比較本集團流動負債總額的增加百分比為高，這分別由於本集團的2010年年度收益增加以及收取有關本集團與TGI於2010年1

月13日訂立的認購協議的代價，令貿易及其他應收款項增加約88.8%以及現金及現金等價物增加約910.5%。

### 營運資本

考慮到本集團可用的財務資源（包括內部產生資金、估計自配售所得款項淨額，董事認為自本招股章程刊發日期起最少12個月，本集團就其目前需求而言具有足夠的營運資本。

我們亦制定審慎的資本開支政策，資本開支計劃必須經高層批准，並按業務計劃及現金流量狀況執行。

我們預期以經營產生的現金、配售所得款項作為經營所需資金。

### 資產負債表外安排

除招股章程本節內「經營租賃承擔」所披露者外，我們並無訂立任何重大的資產負債表外交易或安排。

### 有關市場風險的定性及定量披露

#### 信貸風險

本集團的信貸風險主要由於銀行存款、貿易及其他應收款項以及應收最終控股公司款項所致。管理層已實施有關政策，而該等信貸風險會被持續監察。

除非另有獨立的互惠協議延長信貸期，否則貿易應收款項具有自單據日期起介乎60至90日的一般信貸期。本集團維持明確的信貸政策，並對所有要求信貸額超過若干金額的客戶進行個別信貸評估。該等評估主要針對客戶過往到期時的還款紀錄及現時的還款能力，並考慮客戶的具體資料及有關客戶經營所在經濟環境的資料。具有逾期結餘的債務人在結清全部未償還結餘前，不會獲得更多信貸。一般而言，本集團並不從客戶取得抵押品。

本集團並無集中信貸風險，而其信貸風險主要由於貿易及其他應收款項所致。本集團為各個別客戶設定信貸限額，任何超出該限額的交易事前須獲得批准。過往付款紀錄良好的客戶將累積較高的信貸限額。

本集團亦將存款存放於信譽良好的銀行以減低由銀行產生的風險。

最高信貸風險乃綜合財務狀況表內各金融資產的賬面值。

## 財務資料

### 流動資金風險

本集團的政策為定期監察目前及預期的流動資金需求及其是否遵守債項契約，確保維持足夠現金儲備及獲銀行及其他金融機構承諾給予足夠資金，以滿足其短期及長期流動資金需求。由於本集團有充足的承諾貸款額為其經營提供資金，故管理層相信並不存在重大流動資金風險。

下表按照結算日的剩餘期間至合約到期日的相關主要分類分析本集團的非衍生金融負債。表格中披露的金額為合約未折現現金流。

	一年內或 按要求 港元	一至兩年 港元	二至五年 港元	總計 港元
<b>本集團</b>				
<b>於2009年12月31日</b>				
貿易及其他應付款項	7,641,904	—	—	7,641,904
借款	<u>136,506</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>136,506</u>
總計	<u><u>7,778,410</u></u>	<u><u>—</u></u>	<u><u>—</u></u>	<u><u>7,778,410</u></u>
<b>本集團</b>				
<b>於2010年12月31日</b>				
貿易及其他應付款項	8,397,100	—	—	8,397,100
借款	<u>600,282</u>	<u>600,282</u>	<u>300,142</u>	<u>1,500,706</u>
總計	<u><u>8,997,382</u></u>	<u><u>600,282</u></u>	<u><u>300,142</u></u>	<u><u>9,897,806</u></u>

### 外匯風險

本集團於香港及新加坡經營，須承受因接觸多種貨幣而引致的外匯風險，主要與坡元有關。外匯風險乃由於以並非本公司功能貨幣的貨幣計值的未來商業交易以及已確認資產及負債所致。

為管理由於未來商業交易以及已確認資產及負債所致的外匯風險，本集團維持使用港元及坡元銀行戶口以支付以該等貨幣計值的交易，以減低外匯風險。

於2009年及2010年12月31日，若港元兌坡元貶值／升值7%，在其他變量保持不變的前提下，本集團的年度稅後溢利將分別增加／減少約252,310港元及500,959港元，主要由於匯兌以坡元計值的貨幣資產及負債產生的外匯回報／虧損。

### 金融工具

於2010年1月13日，FMBVI與TGI訂立協議，其中TGI同意以現金代價總額約23,300,000港元認購FMBVI的普通股。向TGI發行的普通股已被列作繳足並與所有其他已發行的FMBVI普通股具有同等地位。

根據上述認購協議，TGI於FMBVI的持股量應視乎FMBVI及其附屬公司截至2010年12月31日止年度的綜合經審核業績而有所調整。在該調整後，TGI持股量的向上調整應受FMBVI已發行股本總額25%的上限所限制，同樣在該調整後，向下調整則限於FMBVI已發行股本總額19%。該調整會被列為嵌入式衍生工具，並因此而按公平值計入損益。

嵌入式衍生工具的公平值由獨立估值師於2010年1月13日釐定，而公平值被釐定為約2,700,000港元。該金額被列作衍生負債，而剩餘的發行普通股所得款項20,600,000港元已被列作股本及股份溢價。嵌入式衍生工具於2010年12月31日的公平值以二項式期權定價模式被釐定為約2,700,000港元。

於2011年2月1日，FMBVI、iMHA及TGI訂立協議，其中iMHA同意就上述認購協議的持股量調整轉讓其於FMBVI持有的現有普通股予TGI。由此可見，FMBVI將無責任向TGI發行新股份以履行其於上述認購協議項下的責任。

於最後實際可行日期，董事確認本集團並無參與任何對沖或投機性交易活動。

### 物業權益及物業估值

獨立物業估值師羅馬國際評估有限公司已為本集團於2011年5月31日的物業權益進行估值。其函件、估值概要及羅馬國際評估有限公司發出的估值證書的全文載於本招股章程附錄三。

### 股息政策

截至2009年及2010年12月31日止兩個年度，本集團並未宣派、制定或派付任何股息。任何未來股息的派付或金額將視乎我們的經營業績、現金流、財務狀況、對派付股息的法定及規管限制、未來前景以及我們認為相關的其他因素。股份持有人將有權根據已繳足或入賬列作繳足股份金額按比例收取有關股息。任何未來股息的宣派、派付及金額將由我們酌情釐定。

## 財務資料

股息將在相關法例所准許下自本集團可分派溢利中派付。倘以溢利作股息分派，該等溢利將不能再用於投資本集團的業務。現不能確保本集團將能按其任何計劃所載的金額宣派或分派任何股息，甚至不能宣派或分派任何股息。本集團過往的股息分派記錄不能用作釐定本集團日後可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。

考慮到(包括其他事項)我們的經營業績、現金流及財務狀況、經營及資金需求、根據國際財務報告準則計算的可分派溢利金額、本公司的公司組織章程大綱、公司法、適用的法律及法規以及我們的董事認為相關的其他因素後，我們可能宣派股息(如有)。任何財政年度的股息分派均需獲得股東同意。

### 可分派儲備

本公司於2011年1月28日註冊成立，於2010年12月31日並無可供分派予股東的儲備。

### 未經審核備考經調整有形資產淨值

本集團的未經審核備考經調整有形資產淨值已根據以下所載附註編製，以說明若配售於2010年12月31日進行的影響。所編製的數字僅供說明用途，由於其假設性質，未必反映本集團財務狀況的真實情況。

	於2010年 12月31日	估計配售所得 款項淨額	於2010年 12月31日	
	本公司權益 持有人應佔 本集團 經審核匯總 有形資產淨值	(附註2)	本公司權益 持有人應佔 未經審核備考 經調整 有形資產淨值	未經審核備考 經調整每股 股份有形資產 淨值
	(附註1)	(附註2)	(附註3)	(附註3)
	港元	港元	港元	港元
按配售價每股股份0.54港元計算	41,830,803	29,637,200	71,468,003	0.22
按配售價每股股份0.72港元計算	41,830,803	43,511,600	85,342,403	0.26

附註：

- (1) 本集團權益持有人於2010年12月31日應佔的匯總有形資產淨值乃取自本招股章程附錄一所載的本公司會計師報告，按我們的權益持有人於2010年12月31日應佔的本集團經審核匯總資產淨值43,738,553港元(連同於2010年12月31日的無形資產調整1,907,750港元)計算。
- (2) 在扣減估計相關費用及開支後，估計配售所得款項淨額分別按發售價每股股份0.54港元及0.72港元計算。

- (3) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值在上文附註2所述的調整後釐定，按發行328,000,000股發行在外的股份計算，並假設資本化發行及配售已於2010年12月31日完成，惟不計入可能由於行使根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃而可能授予的購股權而可能發行的任何股份；或本公司根據一般授權及購回授權而可能配發及發行或購回的任何股份。
- (4) 概無作出調整反映本集團於2010年12月31日後參與的任何其他貿易業績或其他交易。

### 根據創業板上市規則第17章的披露

董事確認，除上文所披露者外，於最後實際可行日期，彼等並不知悉有任何情況須遵守創業板上市規則第17.15條至17.21條的披露規定。

### 並無業務中斷

董事確認，本集團並無任何業務中斷可能或已經對本集團緊接最後實際可行日期前12個月的財務狀況構成重大影響。

### 董事確認並無重大逆轉

董事確認，自2010年12月31日（即本集團最近期編製經審核財務報表的日期）以來，本集團的財務或交易狀況或前景並無出現任何重大逆轉。