

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。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

我們擁有必需的資源、專業知識及技能，有助我們提供能突出所服務品牌特點的整合營銷傳播解決方案。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。三眾華納傳媒出版物擁有獨特定位，包

業 務

括《車時代報道》、《汽車007周報》、《第一家居》、《今日上海》及《上海灘》。我們已訂立長期獨家協議，得以營運三眾華納傳媒出版物的內容製作、印刷及發行等多個領域的業務，並從中取得大部分廣告收益。我們亦代表客戶於超過200份中國報紙、雜誌及其他傳統媒體投放廣告，包括在與我們建立戰略夥伴關係的上海多家重要媒體及戶外廣告業務的營運商。

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媒體為我們提供跨界銷售的機會。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。因此，我們的三眾華納傳媒出版物及其他傳統媒體是為我們向品牌主提供定製公關服務的有用渠道。

活動營銷

除為品牌主提供廣告及公關服務(包括數字營銷服務)外，我們亦透過如中國的大型連鎖店及會展場館擴大我們的活動營銷業務。我們定期為客戶策劃並進行活動營銷項目，該等活動項目通常包括新聞發布會、新產品路演、會議、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。

我們於往績記錄期內的收益

作為一家發展迅速的整合營銷傳播服務公司，我們由具備實際品牌管理經驗與豐富媒體經驗及專門行業知識的管理層團隊領導。於往績記錄期內，我們成功與中國國內汽車及家居行業的主要商家建立業務關係，在業務發展方面實現快速增長。於往績記錄期內，本集團業務在多方面取得重大進展。截至二零一一年十二月三十一日止年度，我們的收益約為人民幣132.0百萬元，較截至二零一零年十二月三十一日止財政年度約人民幣83.7百萬元增加約57.7%。

業 務

下表載列於往績記錄期內我們自各類服務所得收入的分析：

	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
廣告收入	51,048,130	89,115,994
公關收入	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>

我們並無與客戶訂立長期協議。儘管如此，我們已長期為多個品牌提供服務，而且，大部分該等品牌主為我們多年來的客戶。

數字營銷

隨著門戶網站、網絡社區及無線媒體等數字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，並得以積累豐富的數字媒體資源，包括我們自營的 *www.cnnauto.com*、超過100個互聯網網站及在中國領先的無線媒體公司。基於這些資源，我們的數字營銷服務包括網絡廣告（在 *www.cnnauto.com* 等網站上發布廣告及促銷信息）、網絡公關（通過門戶網站及網絡社區發布相關信息及報道的網絡公關）及無線營銷（通過《12580 生活播報》等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）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
	<u>15,526,820</u>	<u>27,087,218</u>
來自數字營銷業務的總收入	17.9%	19.2%
來自數字營銷業務的收入佔總收益的比例	不適用	74.5%
增加(%)		

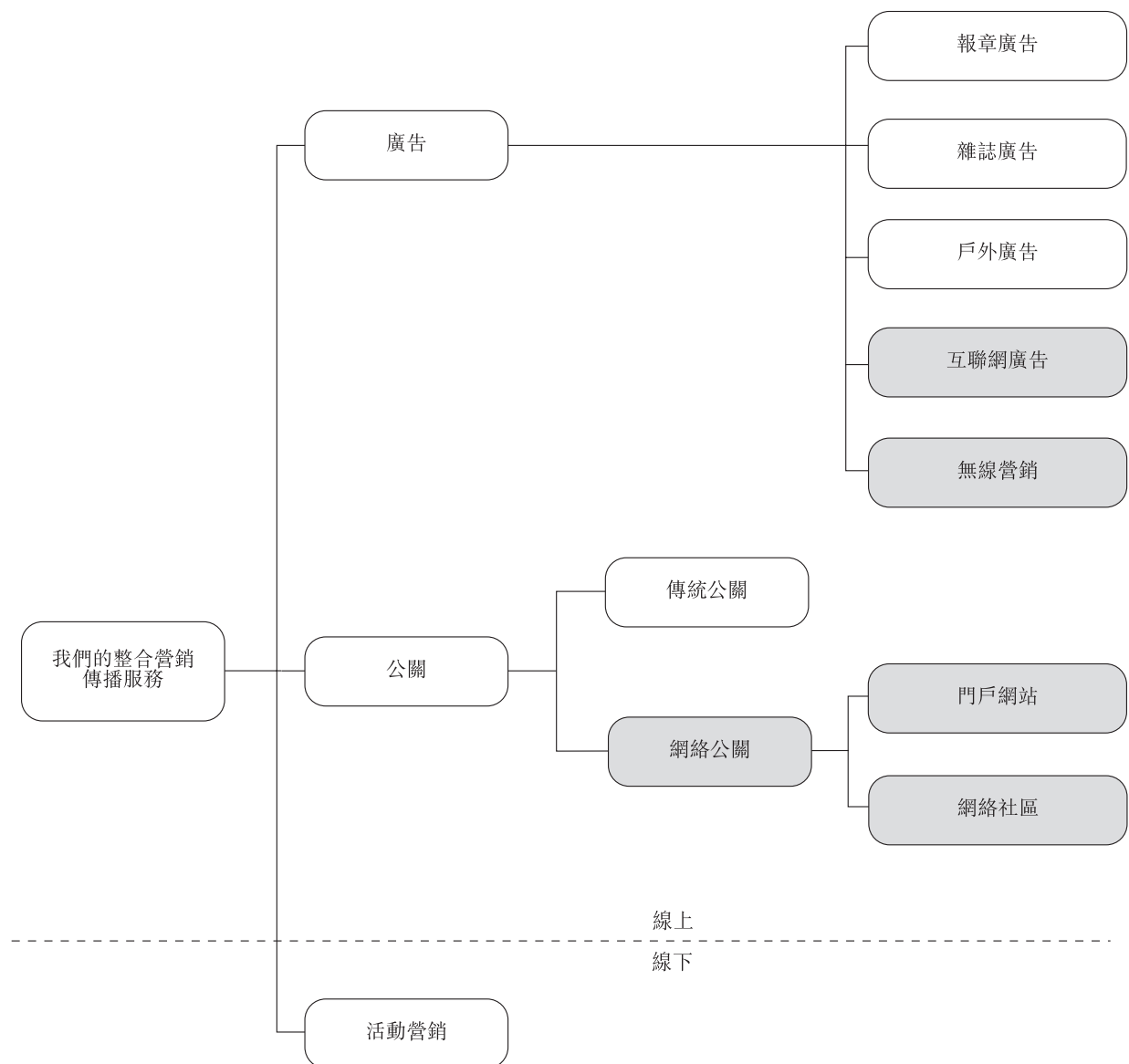
業 務

我們相信，數字營銷將會繼續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。

我們的業務模式

服務領域

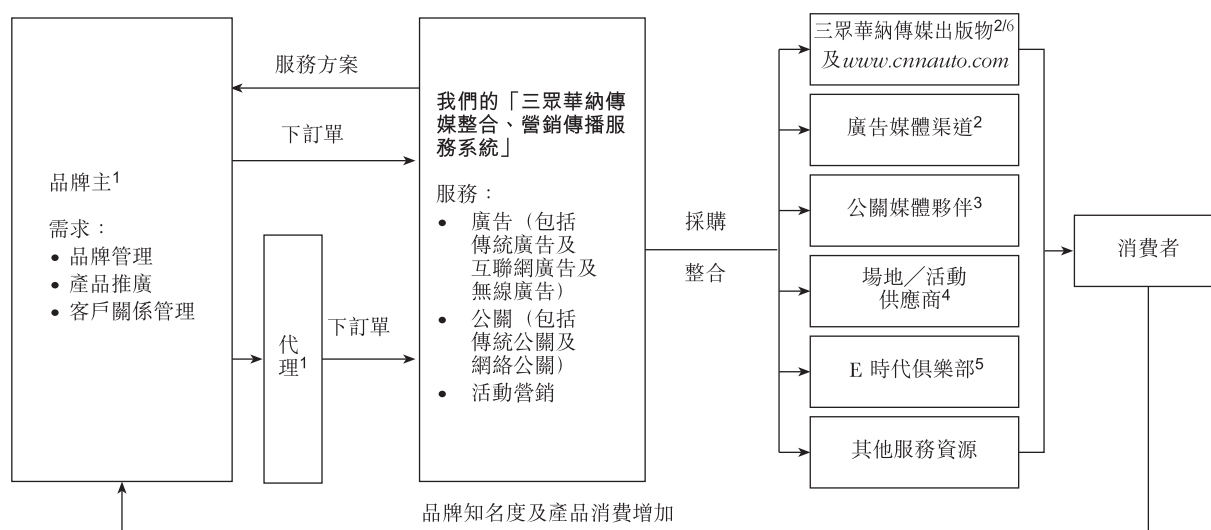
下圖列示於往績記錄期內我們定期提供的整合營銷傳播服務的類型：



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

我們的整合營銷傳播服務的業務流程圖

下圖列示我們的整合營銷傳播服務的運作連同支持我們業務的內部及外部資源：



附註：

1. 本集團在提供所有整合營銷傳播服務時，會就我們的整合營銷傳播解決方案直接與品牌主溝通，以全面了解有關品牌的主要特點。然而，不少品牌主(尤其是大型知名公司)按照慣例，通過4A廣告公司或代理與我們簽署協議。有關品牌主或其指定代理與我們訂立的合同安排的詳情，請參閱本節「客戶」分節。
2. 本集團代表客戶在三眾華納傳媒出版物及其他平面及數字媒體(包括《12580生活播報》及 www.cnnauto.com) 投放廣告。
3. 本集團根據品牌主要求編製及撰寫公關(包括網絡公關)材料，並發布在平面及數字媒體上。
4. 本集團為品牌主設計活動營銷服務解決方案，並將其中的某些環節(如場地租賃、展台設計及製作等)委託給活動供應商執行。
5. 本集團的數據庫E時代俱樂部，通常用於投遞三眾華納傳媒出版物，以及為活動營銷物色適合的嘉賓。未來，我們會在此基礎上發展數據庫營銷業務，將適合的廣告內容及資訊直接傳送給消費者。
6. 三眾華納傳媒出版物的經營乃本集團從中國出版夥伴獲得獨家長期授權，得以受託經營相關出版物。經營範圍包括內容設計及製作、印刷、發行、廣告及衍生產品開發。

我們為品牌及產品增加的價值

我們相信，我們已準備就緒，透過各類資源及渠道為品牌提供定製及有效的整合營銷傳播服務，乃因為我們充分了解品牌主的下列的目標：

(i) 就推廣品牌而言：

- 通過投放廣告、公關傳播及組織廣泛的宣傳活動以提高品牌的公眾知名度；
- 通過向目標受眾／終端用戶有效傳播品牌信息進一步提高品牌影響力；及
- 突出優異的產品功能，以建立更佳的品牌形象。

(ii) 就推廣新產品而言：

- 鞏固產品在競爭對手中的地位；
- 確定產品的主要賣點；
- 令消費者全面了解產品特色及優點；
- 舉辦各類促銷及產品體驗活動，讓消費者直觀了解產品特性；及
- 盡量增加產品的媒體曝光度，藉以增加在終端市場的銷售額。

我們致力將我們的服務效益最大化，在品牌主推出新產品的有關不同階段堅持以下目標：

- (i) 在推出新產品前吸引潛在買家注意並刺激其期望及興趣；
- (ii) 在新產品面市時取得更廣泛的品牌知名度及受歡迎程度；及
- (iii) 在推出新產品後增強潛在消費者對品牌的認知度，將營銷力度轉化為銷售額。

競爭優勢

董事相信，我們具有下列競爭優勢：

全面服務的整合營銷傳播業務模式

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地位。我們並非傳統的出版商、廣告公司或公關公司。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。該等服務涵蓋我們的三大主要服務分部，即廣告、公關、活動營銷。該等服務在戰略規劃、建議編製及執行的整體過程中與我們的數字營銷能力相結合。我們專注於客戶核心需求建立業務模式。該模式有助我們為客戶定製整合營銷傳播戰略，並向目標受眾及潛在消費者傳遞有關品牌價值或產品的全面信息，以為所服務品牌增值及促進銷售。我們相信，透過我們的整合營銷傳播服務，品牌主可在其分配營銷預算時取得更大效益。此外，透過跨界銷售產生的協同效益及源自我們的整合業務模式的營銷機會，有助我們更有效地分配資源、適時迅速地對客戶提供服務，因而加強客戶對我們的依賴及忠誠度，以及將我們營運的規模經濟效益最大化。

以「效益」為核心的品牌傳播戰略

我們承諾提供具創意的整合營銷傳播解決方案及戰略，整合各種資源，以便品牌主以低於傳統廣告、公關及活動營銷公司的成本提升品牌價值，並採用「以客戶服務客戶」的跨界營銷戰略（於本節下文「我們的整合營銷傳播服務的經典範例」分節闡述及進一步說明）。我們善於識別不同品牌的共同目標消費者，並鼓勵其參與相同的精心策劃營銷活動，務求以符合成本效益的方式使各方能分享活動產生的效益。至於我們的媒體網絡擴展，我們致力投資細分行業的傳播平台（包括為特定產品／行業而設的雜誌、具有互動功能的互聯網及無線媒體）。我們亦為高端消費者建立我們自有的數據庫（即E時代俱樂部），以提高我們的整合營銷傳播服務的覆蓋面及質量。所有這些戰略的實施重點是「效益」，而我們的客戶能夠最大限度地從我們的專業及富創意的品牌傳播戰略獲益。

多元化的跨媒體及多場地資源

我們憑藉優質服務供應及資源提供整合營銷傳播服務。

業 務

我們的媒體資源包括三眾華納傳媒出版物與其他傳統媒體（為發展傳統廣告及公關業務）及www.cnnauto.com與其他數字媒體（就發展互聯網廣告、無線營銷及網絡公關業務而言）。三眾華納傳媒出版物及www.cnnauto.com是我們自營的媒體平台，專注於特定行業領域及大眾市場，以便為品牌提供廣告、公關及活動營銷服務。由於我們熟悉中國媒體行業，我們能發展新客戶並為其提供靈活及具競爭力的營銷及傳播解決方案。我們在經營廣告及公關業務上與逾200家報紙、雜誌及其他傳統媒體維持友好關係。就此而言，我們代表客戶在《解放日報》、《新聞晨報》、《新民晚報》及《上海商報》等其他平面媒體投放廣告。該等報紙具有深遠的社會影響力，並在向品牌提供整合營銷傳播服務的過程中對我們以專業及行業為重心的媒體分部起到有效的補足作用。

除傳統媒體外，我們經營CN汽車網(www.cnnauto.com)及其他網絡公關渠道（包括綜合行業門戶網站及網絡社區，如博客及網絡論壇）。我們亦代表品牌主在《12580生活播報》投放廣告，《12580生活播報》為中國最大的手機雜誌之一。瞬息萬變的數字傳播技術有助我們向品牌提供有效的營銷及企業傳播服務。

我們還擁有組織實際營銷活動的多渠道資源。除會展中心、酒店及購物中心等傳統的活動營銷場所外，為便於進行我們特定的活動營銷服務，我們在中國與紅星美凱龍家居（中國領先的家居用品零售商）及丹麥王國駐上海總領事館等主要客戶合作，在其於中國的展銷廳及零售店舉辦營銷活動。我們向品牌主提供活動營銷服務的其他場所還包括上海多個知名展會。

多年來，我們透過提供廣告、公關及活動營銷服務建立數據庫，即E時代俱樂部，存儲消費者的資料，其中包括消費者姓名、職業、職銜及聯絡方式。該等消費者主要為車主及準車主、高端物業業主、企業管理層以及地方各界名流。該等資料有助我們編製有用的分析，可用於投放廣告及向合適的目標消費者群體發放其他公關資料，以邀請其參加我們為品牌舉辦的活動。由於我們在一般業務過程中透過有效合同安排獲取該等資料，且並無在未經其他方同意情況下侵犯隱私，亦非未經授權而刊發或公開他人隱私及隱人資料或其他非法手段，故我們的中國律師認為，我們所獲取及存儲於E時代俱樂部的客戶資料並無違反中國有關數據保密及個人資料的法律及法規。

業 務

我們秉承提供優質服務的專業精神及熱忱，亦有助我們與在中國有影響力的政府機構及專業組織建立戰略性合作及長期業務夥伴等長期業務關係，該等政府機構及專業組織包括上海市新聞工作者協會、上海市消費者權益保護委員會及丹麥王國駐上海總領事館等。我們相信，該等重要的業務聯繫對本集團的增長及戰略發展有利。

客戶基礎廣泛而穩定，並隨著中國國內消費升級而快速增長

近年來中國經濟及國內消費的迅猛增長，帶動了對優質生活方式及大額消費品的強勁需求。因此，我們以高增長行業(尤其是汽車及家居行業)的品牌主為目標，提供整合營銷傳播服務，幫助其有效推廣及宣傳產品及／或服務。有關我們客戶的詳情，請參閱下文「客戶」分節。我們相信大部分現有客戶長期選擇我們的服務，源自我們資深的行業經驗、清晰的經營戰略以及綜合營銷及品牌服務。

我們的客戶基礎不斷擴大，這源自我們聚焦大額消費品領域的定位戰略，該等領域已經並將繼續受益於中國經濟的高速成長及消費升級進程。隨著中國汽車和家居行業近年來的快速發展，我們已在上述兩個行業取得一席之地。今後，我們會繼續圍繞大額消費品，並發展旅遊及金融服務等其他行業的新客戶。因此，我們的客戶基礎將不斷擴大，並在我們的全面服務業務模式下不斷轉化為忠誠的長期客戶。

穩定、專業及經驗豐富的管理團隊

我們高級管理層團隊的部分成員自我們於二零零三年開始營運起一直就職於本集團，部分亦擁有廣告及媒體行業的經驗，部分擁有豐富的銷售及營銷經驗。由於我們所服務的大部分品牌來自汽車及家居行業，因此我們的管理層、銷售及營銷以及戰略、創意及執行人員擁有該等行業的直接知識及經驗，這對我們提供切合品牌主特定目標的服務非常有利。我們的執行董事方先生於一九九三年開始其媒體及營銷服務的職業生涯，一直探索將廣告與公關報道及營銷活動結合，務求為品牌主提供有效的品牌及營銷服務。憑藉彼等本身對媒體、營銷及／或汽車行業的深入了解及實踐經驗並在方先生的領導下，我們的高級管理團隊設定戰略方向，有效實施對本集團的整體發展有利的主要業務決策。因此，我們有信心，我們的穩定、專業及經驗豐富的管理團隊已作好準備，引領本公司輕易實現下一階段的持續快速增長。

業務戰略

本集團致力成為中國領先的整合營銷傳播服務公司，為品牌主提供優質廣告、公關、數字營銷及活動營銷解決方案。憑藉我們在服務汽車及家居行業知名品牌的出色過往業績記錄，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多個品牌。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

憑藉獨特的商業模式、管理層團隊的國際視野以及過往卓越的服務汽車及家居行業品牌記錄，我們將繼續瞄準具備較高增長潛力及直接得益於中國經濟蓬勃發展的大額消費品行業(特別是金融服務業及旅遊業)的品牌主。於往績記錄期內，我們約人民幣2.4百萬元的收入乃來自於金融行業的一名客戶。我們將重點鎖定該等行業內的大型知名本土企業及跨國企業。我們相信，近年中國經濟及國內消費力顯著增長，已經並將繼續推動中高收入階層冒起，這一階層追求高品質的生活方式，對奢侈品、金融投資產品以及海外旅遊服務需求強勁。為此，我們將沿用既有的客戶拓展經驗，為每個行業開辦一到兩份媒體，作為進軍該行業的敲門磚。因應數字媒體蓬勃發展的現狀，我們亦會以數字媒體方式開發該等新行業。同時，我們將繼續擴充擁有目標行業經驗的專業服務團隊，針對該等行業品牌同步拓展各類業務。

在新客戶的拓展上，我們首要重點是拓展本土知名企業。我們是一家本土服務機構，在理解本土文化、價值及消費者品味以及滿足本土客戶的需求上有競爭優勢。此外，我們相信中國的大額消費品市場將出現「進口替代」的浪潮。這意味著在中國的自主創新新政策及中國本土產業升級的趨勢下，國內消費品牌將在一定程度上取代傳統由跨國公司供應的產品。該取代過程將為我們帶來更多的品牌管理服務商機。

與此同時，我們亦會繼續將業務延伸至更多在中國經營的跨國公司，尤其是一些更多著眼於中國經濟巨大增長潛力並尋求積極擴張的跨國公司。

業 務

於往績記錄期內，我們成功從多家大型知名公司或其指定的4A廣告公司獲得業務。我們成為丹麥王國駐上海總領事館的其中一家公關服務供應商，並於往績記錄期內成功舉辦若干公關活動。我們相信，我們以成熟市場成功先例為基礎的整合營銷傳播服務，加上我們的專業精神及優質服務承諾，將賦予我們戰略優勢，從中國本土及跨國公司發掘更多新業務。

進一步優化及提升多元化業務平台，拓展數字營銷業務

我們相信，我們已在中國品牌市場佔一席位，這從我們的業務在往績記錄期內的成功經營及財務記錄可以證明。我們會持續致力加強主要業務的專業團隊，同時進一步鞏固媒體資源及提供多元化服務的能力及擴展收益來源。我們今後的業務拓展在快速發展的數字媒體，得以拓展數字營銷傳播平台及提升我們所提供數字營銷服務。

如本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所披露，為推動我們的未來擴展戰略，我們計劃實施下列數字營銷戰略：(i)成立一家新附屬公司專注發展數字營銷業務；(ii)創辦涵蓋汽車、家居、金融服務及旅遊業的數字媒體，以此擴大我們的數字營銷業務；(iii)擴展我們的網絡公關團隊，透過主要新聞門戶網站、汽車行業門戶網站、財經門戶網站及熱門網絡社區提供更廣泛的網絡公關服務；(iv)改版`www.cnnauto.com`，以增加流量及自互聯網廣告賺取更多收入；及(v)與主要互聯網門戶公司開展戰略合作。

數據庫營銷是一種工具，收集潛在消費者資料並儲存於數據庫，然後通過直郵、電郵、短信／彩信、電話呼叫方式向潛在消費者推廣品牌及產品。我們計劃在既有的「E時代俱樂部」基礎上，著手研發數據庫營銷管理系統，並將該系統與既有的媒體渠道相結合，為品牌及產品提供更加增值有效的營銷傳播服務。我們亦將開始向潛在消費者直接發放適當廣告內容和資料，藉以研究及開發數據庫營銷。

將業務單位擴展至中國其他城市

我們總部設於上海。於往績記錄期內，我們為分佈於上海、重慶、北京、廣州及南京等重點城市的品牌主提供服務。我們的客戶以全中國為目標市場，通常會在全國主要城市發行的三眾華納傳媒出版物及其他媒體投放廣告(包括文字廣告)，並不時舉辦全國性營銷

業 務

活動。為培養與客戶的緊密關係，方便實施為品牌量身定製的整合營銷傳播戰略並提高服務能力，我們已於最後實際可行日期在重慶成立分公司擬於中國持續擴展業務經營，在南京、天津、廣州、北京、福州、成都及西安等國內重點城市建立分公司／代表處。

吸引更多具創意及才華的專業人士加入本公司

為了實施前述的業務計劃，除擴充目前銷售人員外，我們將通過持續培訓、研討會及外部招聘，不斷擴充在高增長領域和數字營銷領域擁有專業能力及經驗的戰略、創意及執行人才。

透過併購力求增長

同時，我們將不斷尋求機會實施併購，以爭取富有才幹及經驗的管理團隊及新增客戶與我們的現有業務互補，並有助於提升我們向我們所服務的現有及未來品牌主提供的整合營銷傳播服務的質量。

我們的整合營銷傳播服務

我們憑藉行業知識、對品牌的全面了解及我們的現有及擴展中服務資源，為大額消費產品領域的國內外品牌提供服務。有關我們整合營銷傳播服務的銷售及營銷的生產流程，分別詳載於下文「銷售及營銷－出售我們的整合營銷傳播服務」及「我們的生產流程－整合營銷傳播服務」分節。

廣告(包含互聯網廣告及無線營銷)

我們於往績記錄期內提供的廣告服務主要集中在廣告投放環節，包括根據品牌主的需要策劃及購買合適的媒體(包括報紙、雜誌、戶外廣告位、互聯網及無線媒體等媒體)。我們充分利用服務客戶的經驗及技能，依託廣泛及多元化的媒體平台－包括三眾華納傳媒出版物及其他平面與數字媒體，為客戶提供綜合投放廣告方案。我們已成立專業媒體製作團隊，包括成立一個創意設計團隊協助為客戶提供廣告服務，主要就三眾華納傳媒出版物提供圖片製作、排版及創意設計服務。此外，媒體製作團隊亦能提供廣告製作服務，包括但不限於平面設計、網絡廣告設計、現場活動廣告設計及廣告牌設計。於往績記錄期內，我們以增值服務形式向部分客戶提供上述廣告服務，作為我們整合營銷傳播服務的一部分，

惟尚未收取額外服務費。自本集團開業以來，我們的業務戰略重心始終圍繞品牌的整合策劃及營銷傳播。目前，廣告設計及製作團隊的運作與本集團的整體業務戰略一致，且由於該等活動屬於受限制業務類別，故彼等在日後將繼續由三眾華納傳媒經營。

廣告服務資源

我們可供客戶投放廣告的三眾華納傳媒出版物包括《車時代報道》雜誌、《汽車007周報》、《第一家居》雜誌、《今日上海》雜誌、《上海灘》雜誌及www.cnnauto.com。我們亦在中國其他媒體領域包括但不限於如《解放日報》、《新聞晨報》、《新民晚報》及《上海商報》、《12580生活播報》等具有影響力的平面媒體以及位於上海黃金地段的戶外廣告牌投放廣告。

根據我們不時與該等戰略夥伴建立的夥伴關係，由於我們同意安排代客戶定期投放廣告，故我們能夠獲得免費廣告位，並利用我們與該等戰略夥伴的安排向客戶提供進一步的整合營銷傳播服務，包括公關及活動營銷服務。我們相信，我們之所以能夠自戰略夥伴獲得免費廣告位，是由於我們定期向戰略夥伴投放大量廣告而向其支付巨額廣告費。

我們不時就有關為客戶投放廣告與我們的戰略夥伴訂立協議。根據戰略夥伴與我們分別訂立的部分協議我們須支付一定金額的廣告費，以取得我們代客戶購買的相應廣告位，而不論我們最終是否在有關戰略夥伴經營的媒體投放足額廣告。在若干情況下，我們須預先向戰略夥伴支付押金，且所付押金將用於補足預定金額與我們所購買廣告位實際金額的差額。押金將用於抵銷在規定金額之外產生的廣告費。押金將獲追加，直至合同金額全數結清為止。

儘管我們一般先與客戶溝通廣告預算並再採購媒體版面，但與策略夥伴的合作行為通常在客戶正式下達訂單之前，因此存在我們客戶同意購買的實際廣告位未必符合由有關戰略夥伴所規定的預先協定的廣告位數量的風險，且我們未必能全數收回就購買相關廣告位的成本。因此，我們經常與客戶保持密切溝通，以確保我們為其購買廣告位的費用不超出其預算金額及我們完全收回向戰略夥伴購買相關廣告位的成本。

除上述安排外，我們與戰略夥伴之間並無溢利分成安排或最低廣告承擔，而我們亦毋須支付任何其他費用。

三眾華納傳媒出版物以專業的行業性媒體為定位，追求對相關領域目標消費者的精準傳播。《12580生活播報》則為覆蓋全國、向數千萬中國手機用戶發布生活消費信息的大眾數字媒體。三眾華納傳媒出版物與其他廣告媒體的媒體資源結合，可令我們有效地為客戶投放廣告並確保其達致最廣闊的目標消費者。有關其他詳情，請參閱「三眾華納傳媒出版物」及「我們的媒體資源及活動場所」兩節。

三眾華納傳媒出版物及其他主要媒體（我們作為廣告代理代客戶於其投放廣告）的廣告費乃按內容、目標讀者、相關期刊／報紙發行量、廣告位大小、廣告位置及各客戶的其他要求而釐定。

我們廣告業務的特色

我們不時按獨立基準為客戶提供廣告服務，但廣告投放亦是我們為客戶度身定製品牌及營銷服務的一部分。例如，就我們為品牌主組織的營銷活動而言，我們在三眾華納傳媒出版物、www.cnnauto.com及其他平面媒體投放廣告。該等廣告起到市場預熱的作用，或於宣傳活動後加深潛在消費者對品牌的印象。

為證明廣告業務與公關及活動營銷項目有效的互補作用，於往績記錄期內，本集團在三眾華納傳媒出版物之一《第一家居》的基礎上成功擴大家居行業的客戶基礎。我們自家居品牌獲得的行業媒體及廣告業務推動我們於該領域的整合營銷傳播服務的發展。例如，二零一零年，我們透過競藝為多個家居品牌提供廣告服務，並在年底成功舉辦大型活動「家居盛典」（具體情況及定義見下文「我們的整合營銷傳播服務的經典範例」分節），家居行業代理商競藝推介的廣告客戶亦參與其中。這一活動成為我們將廣告業務與公關及活動營銷業務結合的範例，讓我們可為家居品牌提供更多樣化的整合營銷傳播服務，進一步提升了公司在行業的影響力。我們相信，在活動舉辦前後及期間的強勢廣告推廣，亦顯著增強我們在活動期間提供的活動營銷及公關服務的效果。

開發數字媒體

除傳統平面媒體外，我們在往績記錄期內進軍數字媒體，務求為整合營銷傳播服務開發更多元化的平台。

- 互聯網廣告

二零零六年初，我們注意到互聯網用途及覆蓋的發展趨勢，並與一名網站營運商合作開展網絡營銷業務，隨著我們戰略、創意及執行專業人員逐步成長並藉著我們在媒體行業累積的經驗和技能，我們於二零零六年六月創辦www.cnnauto.com，藉以獲得互聯網廣告收入。該網站向中國的汽車買家提供在綫諮詢服務及實用資訊，例如車型比較及4S店查詢等。於往績記錄期內，該網站有助本集團多元化發展其媒體平台以獲得互聯網廣告收入。

- 無線營銷

近年來，由於無線媒體市場蓬勃發展，我們亦積極發掘無線營銷的更多商機。自二零一零年開始，我們擔任《12580生活播報》的無線廣告代理。

二零一零年七月，我們與上海大頭信息技術有限公司(該公司其後由上海訊奇根據三眾華納傳媒、上海大頭信息技術有限公司及上海訊奇於二零一零年十一月訂立的約務更替協議接管)訂立廣告代理協議。上海大頭信息技術有限公司為透過中國移動的網絡發行的手機雜誌《12580生活播報》當時的廣告代理。根據廣告代理協議及約務更替協議，我們獲委任為《12580生活播報》的非獨家廣告代理，期限由二零一零年七月一日至二零一零年十二月三十一日，以為一個大型國際汽車品牌在《12580生活播報》上投放廣告。我們須於規定期間內就我們在《12580生活播報》上投放的廣告按《12580生活播報》公布的廣告費向上海大頭信息技術有限公司支付廣告費。根據二零一零年十一月訂立的更替協議，收款人最終變為上海訊奇。截至二零一零年十二月三十一日止年度，上海大頭信息技術有限公司或上海訊奇並無獲結算應付費用。同時，我們就於《12580生活播報》上為客戶購買廣告位而獲客戶給予報酬。就《12580生活播報》上的廣告位而言，我們並無最低購買金額承擔。

業 務

於二零一一年，我們與上海訊奇訂立戰略夥伴協議，期限自二零一一年一月一日開始為期5年。上海訊奇在中國移動的移動傳播平台營辦《12580生活播報》，向超過4,000萬名中國移動用戶發送新聞及信息。根據該戰略夥伴協議，(i)我們獲委任為《12580生活播報》有關汽車及家居行業的非獨家廣告代理，負責按無約束力基準為上海訊奇尋找廣告來源；(ii)我們負責《12580生活播報》平台項下無線媒體的內容製作、推廣及廣告，而上海訊奇則須就此提供所有必要產品及技術支援；及(iii)我們負責編製及發佈有關汽車團購廣告服務的信息，而上海訊奇須協助迅速發布有關資料，並向我們提供相關售後服務。本集團並不參與提供團購服務的過程。

根據戰略夥伴協議，我們毋須向上海訊奇支付任何費用，除非及直至我們於《12580生活播報》投放廣告，而基於我們與上海訊奇的關係，我們就投放廣告須向上海訊奇支付的費用會按一般商業基準釐定。我們就於截至二零一一年十二月三十一日止年度提供的服務向上海訊奇支付費用約人民幣8.2百萬元。根據戰略夥伴協議，上海訊奇毋須就我們根據戰略夥伴協議的條款及條件提供的服務向我們付款。我們獲透過我們於《12580生活播報》上投放廣告的客戶給予報酬。

我們代表品牌主在《12580生活播報》上投放有關品牌主產品的圖片及文字廣告。在提供上述服務時，我們針對品牌主的需要制訂有效投放廣告計劃，協助品牌主宣傳其產品。

公關(包含網絡公關)

常見的公關服務包括公關戰略諮詢、公關傳播及媒體監測。該業務又根據媒體渠道的類別而分為傳統公關與網絡公關。

我們的公關服務專注於為品牌主提供公關戰略及具體的傳播方案，並同時透過傳統與數字媒體傳播品牌及產品信息，以引起潛在消費者的注意及興趣。

為確保服務質量，我們的戰略、創意及執行專業人員會持續進行有關品牌定位、競爭對手及目標消費者的深入分析，識別品牌主的新產品特徵，並將新產品與競爭對手所提供的類似產品進行區分，藉以向品牌主建議公關傳播的整體戰略。我們繼而會在媒體發布報道或文字廣告，務求創造或提升我們所服務品牌的價值。

業 務

我們定期監測及分析媒體所發布與我們所服務品牌有關的各類信息，該等信息在各方面包含有關品牌或相關產品的正面、中立及負面評論。通過分析該等信息，我們得以為該等品牌實施更針對性及增值的公關戰略。

傳統公關業務

我們向主要為中國大型汽車公司的品牌主提供公關服務。隨著我們逐步增加在該分部的人力及資源，加上我們的廣告客戶對我們公關服務的需求上升，此分部於往績記錄期內成為我們業務的重要組成部分。我們公關服務目前的用戶包括汽車及家居行業的客戶。

提供公關服務時，我們在三眾華納傳媒出版物及其他傳統媒體發布品牌的營銷信息。

我們的公關服務按(i)年度固定基準或(ii)項目基準收費。就年度固定服務，我們一般就我們基於傳統與數字媒體實施的公關傳播按發布字數、每字單價及所涉媒體類別向客戶收費。就基於項目的服務，我們通常按個別基準與客戶磋商服務費，並會考慮我們為客戶組織的個別公關項目的特別需要以及實施項目所需服務量，而服務量則視乎(其中包括)我們所推薦的公關傳播戰略、發布的公關文章及文字廣告數目而定。

網絡公關業務

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、傳播範圍更廣及互動性更強的網絡公關服務。

作為網絡公關業務的一部分，我們協助品牌與其現有及潛在客戶溝通，在熱門網絡論壇及／或博客上發起興趣話題，因而有助加深品牌主目標消費者對品牌的印象。這已成為我們穩定增長的收益來源。在選擇發布信息的網絡社區時，我們會考慮到其各自的點擊率、流行程度、專業水平及口碑。

為確保博客及論壇所創建主題內容的真實和準確，我們發布的內容(包括文字及圖形)均由品牌主提供及審核。本公司經營網絡公關業務時走高端、專業路線，通過門戶網站及網絡論壇發布相關內容，並以有關事實及專業分析展示品牌主的品牌及產品的主要特色。

我們亦要求員工在互聯網上發布傳播信息時須遵從內部指引，以確保符合我們規定的業務準則及專業操守，並嚴格按照我們及客戶批准的傳播方案進行營運。

為有助客戶評估我們提供的網絡公關服務的成效，我們會定時向客戶呈交我們在網絡社區所發表主題的報告摘要，其中包括所發布材料數量、點擊率及回覆數目等供客戶作進一步分析及審閱。

我們的網絡公關業務一般包括兩種服務及收費。一種為參考(其中包括)所發布消息數量及在線發行渠道範圍而設有固定服務費及相關服務規定。另一種為根據所編寫及在線發布的公關文章及文字廣告的篇數收費，而每項信息的收費須與客戶磋商按個別基準釐定。

活動營銷

我們的活動營銷分部按項目基準為客戶策劃及執行量身定製的營銷活動，以加深公眾對客戶品牌及產品的印象，並有助終端用戶直接體驗以加深對產品的認識。通常該等營銷活動包括新產品路演、新聞發布會、促銷活動、慶典、演出、各類展覽及商務會議。

作為我們的整合營銷傳播服務的重要部分，我們根據品牌主的特定要求組織營銷及推廣活動，以增強潛在消費者客戶對品牌認知程度。在進行這些活動時，我們的廣告和公關業務資源會分配用作推廣我們組織的活動，從而提升我們的整合營銷傳播服務的效果。因此，品牌主可以獲得更佳的營銷傳播效益，而我們則獲得更多業務機會。例如，在營銷活動推出前，我們可在三眾華納傳媒出版物及其他平面與數字媒體上刊登報道，或在相關刊物上投放圖片及／或文字廣告及／或為品牌推廣製作專題網站或開辦微博。這些傳播服務有助我們同時賺取公關(包括網絡公關)服務及廣告服務收益。因此，我們的活動營銷分部與廣告及公關(包括網絡公關)分部緊密整合，確保我們能擴大提供予品牌主的服務範圍。

有關我們有效提供活動營銷服務的成功經典範例，是我們於二零一一年二月至五月為東風悅達起亞有限公司的「K5」新車型舉辦的K5全國品鑒會，期間我們在中國41個城市組織路演以吸引潛在汽車買家參與活動。我們亦在三眾華納傳媒出版物為K5投放廣告，通過我們的廣告服務加強品牌傳播效力。有關該項目的詳情載於本節下文「我們的整合營銷傳播服務的經典範例」分節。

就提供活動營銷服務而言，我們一般會參考實施個別項目過程中客戶的特別需要、項目所涉場地數目、時間長短及複雜程度，按個案基準與客戶就服務費進行磋商。

我們的整合營銷傳播服務的經典範例

以下個案說明，(其中包括)我們於往績記錄期內向品牌提供各類整合營銷傳播服務過程中具備良好的資源分享能力、我們的業務模式產生跨界銷售商機，以及我們在該等項目中與業務夥伴合作產生協同效應。

業 務

項目 – K5全國品鑒會(「K5項目」)

品牌主及客戶

東風悅達起亞汽車有限公司(「東風」)

服務期限

二零一一年二月至五月

背景及概要



圖1

東風K5車型計劃於二零一一年三月推出。我們與東風訂約提供整合營銷傳播服務，以推廣K5車型。根據我們與東風的協議條款及條件，我們組織一場全國範圍的活動，包括在中國主要城市進行路演及試駕。我們亦協助在地方媒體及互聯網上加強K5車型的曝光度及宣傳。同時，我們亦進行網絡公關活動以宣傳新車型。

整合營銷傳播服務內容



圖2

在全國啟動的活動名為「精英格調新典範 – K5全國品鑒會」(圖1)。二零一一年四月一日至二零一一年五月三十日期間在包括但不限於上海、天津、深圳、杭州的全國41個主要城市舉行路演及試駕活動。活動於各類場所舉行，包括為適合試駕活動鋪設專業賽道的城市廣場及會展中心(圖2)。



圖3

在活動現場安排專業教練向客戶介紹K5車型，以令其全面了解新車型的性能及特點，並且為客戶在試駕過程中提供指引(圖3)。

根據東風的資料，5,000多名客戶參與該活動，其中3,710多名客戶試駕K5，其中約有10%在是項活動中下訂單。



圖4

除組織路演及試駕以外，我們亦協助加強K5的營銷曝光度及在媒體與網絡的媒體報道。我們在三眾華納傳媒出版物(包括《汽車007周報》)及其他媒體上投放K5的廣告(圖4-5)。我們亦安排在網絡門戶網站、博客及網絡論壇上刊發K5的資訊、特點、行業分析及與其他車型對比等網絡公關活動。活動期間及之後，我們亦安排在網上刊發K5的試駕經驗及用戶評論。

是次在全國範圍內舉辦的活動受到網絡的廣泛報道(圖6)。



圖5



圖6

項目重點：

K5項目的主要目的為加強K5在準買家心中的品牌知名度及美譽度。我們相信在全國範圍開展的活動及透過不同渠道進行的廣泛媒體報道有效地增加東風新車型的曝光度，此乃我們整合營銷傳播服務商業模式的經典範例。

項目 – I home 2011中國家居潮流風尚發布盛典(「家居盛典」)

客戶

競藝

服務期限

於二零一零年十一月舉行

背景及概要

我們與競藝訂約，而競藝代表多個家居產品品牌組織「家居盛典」，以提高多個家居品牌的品牌形象。我們提供整合營銷傳播服務，包括組織活動、廣告及公關服務。

整合營銷傳播服務內容



圖1

透過競藝，多個家居產品的廣告不時刊登在《第一家居》(我們的三眾華納傳媒出版物之一)上(圖1)。



圖2

於二零一零年，《第一家居》的內容創作專才對家居行業的潮流及發展，尤其是概念、風格、設計、材料、工藝、環保及其他相關方面展開調查。我們在調查中將多名個人及機構有關家居行業的意見、建議及分析匯總，刊登在《第一家居》特刊—「2011中國家居潮流風尚報告」內(圖2)。



圖3

我們於二零一零年十一月在上海大劇院舉辦「家居盛典」(圖3)。該盛典旨在傳播時尚家居文化，並成為加強家居品牌的設計及產品曝光度的平台。



圖4

在上海大劇院留出一角展覽各品牌的家居產品，並邀請丹麥王國駐上海大使館的商務參贊Mette Knudsen女士及《12580生活播報》的總編輯等多名嘉賓參加盛典，並在盛典上致詞。

在盛典上，我們為多個家居品牌頒發多個獎項。該等獎項包括「2011潮流風尚標」、「中國家居綠色引領者」及「先鋒設計師」(圖4)。



圖5

我們舉辦盛典得到媒體廣泛支持，有關盛典的詳情於眾多報紙、網站報道，並透過《12580生活播報》發布(圖5)。

項目重點

著眼於家居行業，「家居盛典」及《第一家居》特刊－「2011中國家居潮流風尚報告」提高公眾對家居行業潮流及發展以及相關品牌及產品的關注度。此項活動顯示出三眾華納傳媒出版物在支援我們提供整合營銷傳播服務上擔當重要角色。結合在上海舉行的活動，我們透過《第一家居》利用媒體平台，安排活動在傳統及數字媒體（特別是我們的無線媒體戰略夥伴及項目協作方《12580生活播報》）的曝光度。透過各種渠道對該活動進行廣告宣傳，我們相信，我們已將信息全面傳達給大眾，加強公眾對該話題的注意。

項目－「植入環保」－上海世博會「北歐航標」及長安汽車項目

品牌及客戶

丹麥王國駐上海總領事館
重慶長安汽車股份有限公司（「長安汽車」）

服務期限

二零一零年四月至十月

背景及概要

於二零一零年四月至十月的二零一零年上海世博會期間，我們向丹麥王國駐上海總領事館及長安汽車提供整合營銷傳播服務。我們與丹麥王國駐上海總領事館訂約在北歐航標組織各種活動，並提供相關公關及廣告服務。我們與長安汽車及丹麥王國駐上海總領事館分別訂約，安排長安汽車的汽車為二零一零年上海世博會丹麥館的指定用車，並且在北歐航標獨家展示。

整合營銷傳播服務內容



圖1



圖2

二零一零年上海世博會的北歐航標館由丹麥王國駐上海總領事館牽頭，其他四個北歐國家(包括芬蘭、冰島、挪威及瑞典)聯合組建，是北歐生活方式、設計、價值觀及傳統的展示平台。我們與丹麥王國駐上海總領事館訂立合同，提供整合營銷傳播服務，包括二零一零年上海世博會期間的活動策劃、公關諮詢及戰略，以及廣告及網絡公關。根據我們與丹麥王國駐上海總領事館之間的多項公關顧問協議，我們在北歐航標館組織一系列活動，而丹麥王儲Frederik Andr Henrik Christian及丹麥親王Henri Marie Jean André de Laborde de Monpezat參加部分活動(圖1及圖2)。



圖3



圖4



圖5

同時，我們作為公關顧問與長安汽車及丹麥王國駐上海總領事館訂立合同。長安新能源車獲得「長安新能源車－2010世博丹麥館指定工作用車」的獨有名權，並於二零一零年上海世博會場地使用。該新能源車與丹麥館的「環保理念」主題十分吻合。

我們與長安汽車訂立合同，組織丹麥王國駐上海總領事館與長安汽車合作的簽約儀式。該簽約儀式於二零一零年四月在上海一家酒店舉行，我們為活動策劃、執行、公關及廣告的公關顧問（圖3）。簽約儀式獲得當地媒體的報道（圖4）。

此外，丹麥總領事館同意，且我們已安排長安新能源車在北歐航標館最醒目的位置展示（圖5）。在二零一零年上海世博會期間，「參觀北歐航標館贏取汽車」幸運抽獎的獎品是長安汽車的一輛汽車。

透過我們作為兩方的聯繫人，雙方協定長安汽車可在長安汽車的宣傳材料上展示丹麥王國駐上海總領事館的標識，而長安汽車的標識可出現在北歐航標館的宣傳資料上，包括但不限於開幕及閉幕儀式的參觀卡、門票、海報、背景、材料。

項目重點

二零一零年上海世博會北歐航標館及長安汽車項目是我們將客戶與提供全方位的公關諮詢及營銷服務結合在一起的跨界營銷項目。二零一零年上海世博會吸引世界各地的廣泛關注及媒體報道，而我們相信我們已抓住這次寶貴的機會，為客戶在媒體及大眾面前爭取曝光度。

三眾華納傳媒出版物

以下載列各三眾華納傳媒出版物的概況：

報紙名稱

報紙概況

《汽車007周報》



- 歷史：三眾華納傳媒按照與《上海商報》於二零零四年五月訂立的委託管理安排創辦《汽車007周報》。
- 本集團開始經營時間：二零零四年
- 內容及目標領域：《汽車007周報》是一份專業的汽車週刊，提供汽車市場信息，主要報道汽車行業的最新資訊及發展、新車型、購車評論、汽車維修及售後服務信息。該週刊透過最新汽車市場資訊、與汽車有關的生活方式和文化及汽車使用的專業知識等各類內容，為車主和準車主(特別是私家車消費者)提供有價值的全面資訊服務。

本報是上海市消費者權益保護委員會汽車專業辦公室的組成單位，獲得汽車專業辦公室授權獨家發布汽車消費維權信息。《汽車007周報》不僅開設維權專欄發布相關維權信息，同時設立熱線處理汽車消費者的投訴，協助汽車專業辦公室進行維權工作。我們相信，《汽車007周報》與汽車專業辦公室的合作有助於增強本刊在讀者中的權威性和市場影響力。

《汽車007周報》每週三出版

- 每份零售價：人民幣1元。

雜誌名稱

雜誌概況

《第一家居》



- 歷史：該雜誌是有關家居生活方式、建築設計及裝修的專業雜誌，於二零零九年一月正式創刊。
- 本集團開始經營時間：二零零九年
- 內容及目標領域：《第一家居》推崇高質量的家居生活方式，提供家居潮流的報道。雜誌為讀者提供囊括前沿設計、家居裝修、高品質家居產品購買等個性化家居解決方案。雜誌敏銳捕捉家居行業的最新趨勢，並設置前衛設計話題，在「特別企劃」欄目中刊出。雜誌的「風尚」欄目為讀者提供最新家居信息，「格調」欄目展示高端消費者的家居生活態度，「美家」欄目則提供家居和室內設計的實用信息。根據讀者與廣告客戶的需求，雜誌不定期出版增刊《完全裝修》，致力於提供家居裝修的實用信息。

該雜誌為月刊，每月1號出版。

- 每本零售價：人民幣20元。

雜誌名稱

雜誌概況

《車時代報道》



- 歷史：該雜誌前身為《車時代週刊》，於二零零二年八月創刊，於二零零九年更名為《車時代報道》。
- 本集團開始經營時間：二零零四年
- 內容及目標領域：《車時代報道》是一本汽車雜誌，其以人文視角報道與汽車時代的生活方式，以社會精英群體中愛車一族為主要目標讀者。雜誌每期均推出一個汽車消費領域的熱門話題作為封面故事，並對業界重要趨勢和發展進行深度報道。此外，此雜誌還設有「視點」、「新車體驗」、「名車欣賞」、「精英人物」及「樂活」等專欄。

該雜誌為月刊，每月5號出版。

- 每本零售價：人民幣10元

雜誌名稱

雜誌概況

《今日上海》



- 歷史：《今日上海》於一九九六年由上海市政府新聞辦公室創辦。
- 本集團開始經營時間：二零零八年六月
- 內容及目標領域：《今日上海》是一本介紹上海經濟、政治和文化發展等各方面的政經月刊。雜誌通過「人物」、「經濟」、「區域」、「藝術」、「旅遊」及「Order」等各專欄，力求全方位展現上海市發展及變化的各個方面，同時也為政經界的各種決策提供更為全面的參考和詳盡的報道。

《今日上海》為月刊，每月5號出版。

- 每本零售價：人民幣8元。

雜誌名稱

雜誌概況

《上海灘》



- 歷史：《上海灘》雜誌創刊於一九八七年。
- 本集團開始經營時間：二零零八年六月
- 內容及目標領域：我們於二零零八年獲得該刊經營權。這是一本專門講述老上海歷史風情和精彩故事的人文期刊，從各種不同角度介紹上海市的歷史和發展。我們依託內容製作團隊採寫或向外部撰稿人約稿，講述關於上海的歷史和傳奇，而多個專欄深受讀者歡迎，包括「老上海雜憶」、「藝林文苑」、「掌故軼事」及「海派名醫」等。

該雜誌為月刊，每月1號出版。

- 每本零售價：人民幣6元

分別根據今日上海雜誌社印刷及發行收入協議以及上海灘雜誌社印刷及發行收入協議，我們有權獲得三眾華納傳媒出版物的廣告收入，並承擔除《今日上海》及《上海灘》的印刷成本以外的所有相關經營成本，詳情披露於下文「銷售及營銷－銷售及發行三眾華納傳媒出版物」分節。

CN汽車網 (www.cnnauto.com)

我們於二零零六年六月創立CN汽車網 (www.cnnauto.com)，為汽車消費者提供一個汽車消費信息平台。該網站與我們自有汽車媒體如《車時代報道》及《汽車007周報》緊密合作形成一個平面和數字互動的媒體，為汽車行業品牌提供互聯網廣告服務，並對我們的網絡公關及活動營銷業務起到支持作用。CN汽車網 (www.cnnauto.com) 上會展示汽車製造商不同車型的參考價格。該網站亦起到「汽車分銷商搜索引擎」的作用。汽車用戶及潛在消費者可在CN汽車網 (www.cnnauto.com) 獲得有關4S店的地址及評論、車型報價查詢及熱線諮詢服務的資料。該網站亦為汽車分銷商的一個有用平台，可借此推廣其出售的汽車品牌。我們並無義務處理有意購車消費者對車型報價的諮詢，但我們一般會將相關諮詢轉達予相關4S店，以了解進一步詳情。CN汽車網 (www.cnnauto.com) 熱線諮詢服務的主要功能在於處理

汽車消費者在購車過程中的投訴，並代表消費者採取跟進行動，確保妥當保障汽車消費者的權益。熱線服務是上海消費者權益保護委員會與我們之間的合作項目，旨在提升本集團在上海汽車行業的影響。

我們的中國律師認為，我們經營CN汽車網 (www.cnnauto.com) 無需出版許可證。

與中國出版夥伴合作

根據現行中國法律及法規，外資企業不得在中國從事圖書、期刊與報紙的出版業務。相關法律及法規的進一步資料載於本招股章程「適用中國法律及法規」一節。

為經營三眾華納傳媒出版物並以三眾華納傳媒出版物為平台展開整合營銷傳播業務，三眾華納傳媒與東上海三眾(就《今日上海》、《車時代報道》、《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轉委託經營，有關詳情載列如下。

有關今日上海雜誌社、上海灘雜誌社、《車時代報道》及《第一家居》的委託管理協議

於二零零八年五月二十二日，東上海三眾分別與(i)今日上海雜誌社及(ii)上海灘雜誌社訂立委託管理協議(「今日上海委託管理協議」及「上海灘委託管理協議」)。其重要條款概述如下：

- 東上海三眾獲今日上海雜誌社及上海灘雜誌社各自按獨家基準委託，以分別管理《今日上海》(包括其增刊《車時代報告》)及《上海灘》(包括其增刊《第一家居》)的營運和業務，其中包括雜誌的內容製作、印刷、發行安排、廣告、投資、品牌推廣與維護以及衍生品開發。
- 每項協議由二零零八年六月一日至二零三八年五月三十一日為期30年。
- 作為訂立今日上海委託管理協議及上海灘委託管理協議的代價，東上海三眾須分別向今日上海雜誌社及上海灘雜誌社各自支付(a)二零零八年六月一日至二零零八

年十二月三十一日期間的金額人民幣420,000元(相等於約517,000港元)；及(b)二零零九年一月一日至二零三八年五月三十一日期間的年度金額人民幣720,000元(相等於約886,000港元)。

有關今日上海雜誌社、上海灘雜誌社、《車時代報道》及《第一家居》的轉委託經營協議

東上海三眾的主要股東東上海影視集團為一家大型媒體企業，掌握豐富的媒體資源及廣泛的地方關係，東上海三眾據此擁有為三眾華納傳媒物色及推介適當業務夥伴的優勢。由於東上海三眾與今日上海雜誌社及上海灘雜誌社關係密切，為繼續推動未來與三眾華納傳媒的緊密業務關係，東上海三眾代替三眾華納傳媒於二零零八年五月二十二日分別與今日上海雜誌社及上海灘雜誌社訂立今日上海委託管理協議及上海灘委託管理協議，並同時有權向三眾華納傳媒轉委託有關管理及經營權。

於二零零八年五月二十六日，東上海三眾與三眾華納傳媒就今日上海委託管理協議及上海灘委託管理協議分別訂立轉委託管理協議(「今日上海轉委託管理協議」及「上海灘轉委託管理協議」)，其重要條款概述如下：

- 東上海三眾同意分別將《今日上海》(包括其增刊《車時代報道》)及《上海灘》(包括其增刊《第一家居》)的營運及業務的管理獨家轉委託予三眾華納傳媒，自二零零八年六月一日起至二零三八年五月三十一日止為期30年。今日上海雜誌社及上海灘雜誌社均已分別同意將今日上海轉委託管理協議及上海灘轉委託管理協議項下的管理及經營權自東上海三眾轉委託予三眾華納傳媒。
- 作為訂立今日上海轉委託管理協議及上海灘轉委託管理協議的代價，三眾華納傳媒須就每份有關轉委託管理協議向東上海三眾支付(a)二零零八年六月一日至二零零八年十二月三十一日期間的金額人民幣566,000元(相等於約696,000港元)；及(b)二零零九年一月一日至二零三八年五月三十一日期間每年金額人民幣970,000元(相等於約1,190,000港元)。

有關《汽車007周報》的委託管理協議

就《汽車007周報》的經營及管理而言，根據三眾華納傳媒與上海商報於二零零四年十二月二十九日就《汽車007周報》訂立的委託管理協議，三眾華納傳媒獲上海商報委託於二零零五年一月一日至二零一零年十二月三十一日期間內管理《汽車007周報》的營運及業務，委託費共計人民幣2,500,000元，已計入往績記錄期內我們向金字塔傳媒支付的服務費內。有關我們與金字塔傳媒的關係詳情，請參閱本招股章程「歷史－我們的業務發展」及「業務－供應商」兩節。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，《汽車007周報》經營為本集團帶來的廣告收入分別為人民幣9.89百萬元及人民幣18.9百萬元。上海商報實際上是三眾

業 務

華納傳媒的媒體夥伴上海商報的名稱及其出版商上海商報社的前稱。上海商報社於一九八五年成立為事業單位法人，二零零九年轉為內資企業並從此改名為上海商報傳媒有限公司。因此，於二零零四年十二月的委託管理安排的訂約方為三眾華納傳媒及上海商報社。然而，上海商報傳媒有限公司出版的報紙仍然稱為《上海商報》。

於二零一零年十二月二十日，三眾華納傳媒與上海商報傳媒有限公司就《汽車007周報》的營運訂立一項新委託管理協議（「新汽車007周報委託管理協議」），據此，三眾華納傳媒獲上海商報傳媒有限公司獨家委託管理《汽車007周報》的營運和業務，其中包括周報的內容製作、印刷、安排發行、廣告、投資、品牌推廣、維護以及衍生品開發。該協議由二零一一年一月一日至二零四零年十二月三十一日為期30年。根據新汽車007周報委託管理協議，三眾華納傳媒須於協議期內每年向上海商報傳媒有限公司支付委託費人民幣600,000元（相等於約738,000港元）。

根據新汽車007周報委託管理協議、上海灘轉委託管理協議及今日上海轉委託管理協議應付的委託費乃就我們與相關協議的訂約方之間的關係按一般商業費率釐定。下表載列我們根據相關業務協議應付的相關委託費概要：

	三眾華納 傳媒出版物	與支付委託費 有關的相關 業務協議	支付委託費的 相關期間	委託費 金額 (人民幣)	委託費 收款方	三眾華納傳媒支付的委託費金額	
						截至 二零一零年 十二月 三十一日 止年度 (人民幣)	截至 二零一一年 十二月 三十一日 止年度 (人民幣)
1.	《汽車007周報》	新汽車007周報 委託管理協議	二零一一年一月一日至 二零四零年十二月三十一日	每年600,000元	上海商報傳媒 有限公司	500,000 (附註)	600,000
2.	《上海灘》及 《第一家居》	上海灘轉委託 管理協議	二零零八年六月一日至 二零零八年十二月三十一日 二零零九年一月一日至 二零三八年五月三十一日	每年566,000元 每年970,000元	東上海三眾 東上海三眾	970,000	970,000
3.	《今日上海》及 《車時代報道》	今日上海 轉委託 管理協議	二零零八年六月一日至 二零零八年十二月三十一日 二零零九年一月一日至 二零三八年五月三十一日	每年566,000元 每年970,000元	東上海三眾 東上海三眾	970,000	970,000

業 務

附註： 根據三眾華納傳媒與《上海商報》於二零零四年十二月二十九日訂立的委託管理協議，三眾華納傳媒就二零零五年一月一日至二零一零年十二月三十一日的期間向《上海商報》支付委託費每年人民幣500,000元。

《汽車007周報》的委託費已計入截至二零一零年十二月三十一日止年度期間三眾華納傳媒根據汽車007周報配套服務協議(已於二零一零年十二月三十一日終止)向金字塔傳媒支付的服務費用(佔來自《汽車007周報》廣告收入的70%)，詳情載於下文「供應商」分節。

三眾華納傳媒出版物委託管理協議及轉委託管理協議項下本集團的權利及責任

新汽車007周報委託管理協議、上述相關委託管理協議及相關轉委託管理協議項下本集團的主要權利及責任如下：

- 我們負責製作三眾華納傳媒出版物的內容供出版夥伴終審，並安排三眾華納傳媒出版物的印刷及發行(《汽車007周報》的發行由三眾華納傳媒於二零一零年十二月三十一日前外判予金字塔傳媒除外)。
- 我們有權收取三眾華納傳媒出版物的廣告收入。
- 儘管分別根據今日上海雜誌社印刷及發行收入協議及上海灘雜誌社印刷及發行收入協議，《今日上海》及《上海灘》的訂閱收入由今日上海雜誌社及上海灘雜誌社保留，但三眾華納傳媒仍負責(其中包括)就《今日上海》及《上海灘》的印刷及發行制定發行戰略及安排《今日上海》及《上海灘》的印刷及發行，以確保三眾華納傳媒有效管理雜誌的整體營運。
- 我們有權制訂三眾華納傳媒出版物的業務計劃及戰略，並釐定業務經營及選擇三眾華納傳媒出版物的業務夥伴。
- 我們亦可無償獨家使用出版夥伴的註冊商標。

此外，根據新汽車007周報委託管理協議及轉委託管理協議的條款及條件，出版夥伴作為出版機構負責出版物的終審及出版以及申請出版許可證。我們的中國律師表示，根據中國法律及法規，倘出版物內容失實或不公正，因而侵犯任何公民、法人或任何其他組織的合法權利及權益，則出版機構須承擔民事責任，故基於此，我們的出版夥伴須就三眾華納傳媒出版物的失實內容承擔責任。

此外，由於我們根據新汽車007周報委託管理協議及轉委託管理協議的條款及條件為出版夥伴編製三眾華納傳媒出版物的內容，根據中國律師的意見，倘因我們的過失導致所編製的出版物內容失實或不公正，則根據新汽車007周報委託管理協議及轉讓協議，我們或須承擔違約責任。

三眾華納傳媒出版物的出版許可證

根據適用中國法律及法規，我們的出版夥伴上海灘雜誌社、今日上海雜誌社及上海商報傳媒有限公司為期刊及報紙出版商。獨立第三方上海灘雜誌社作為事業單位法人成立，有權經營於一九八七年創辦的《上海灘》。根據其法人證書，其業務範圍包括編輯及發行《上海灘》，以及提供《上海灘》的廣告及攝影服務。獨立第三方今日上海雜誌社作為事業單位法人成立，有權經營於一九九六年創辦的《今日上海》。根據其法人證書，其業務範圍包括透過《今日上海》全面介紹上海的發展，提供有關投資於上海、商業、觀光及旅遊的資訊。獨立第三方上海商報傳媒有限公司亦成立為事業單位法人，並於二零零九年變更為一家內資企業。根據其營業執照，其業務範圍其中包括出版《上海商報》，設計、製作及發布廣告以及提供廣告代理服務。

於最後實際可行日期，《汽車007周報》、《第一家居》、《車時代報道》、《上海灘》及《今日上海》出版許可證的擁有人分別為上海商報傳媒有限公司、上海灘雜誌社、今日上海雜誌社、上海灘雜誌社及今日上海雜誌社。我們的中國律師表示，根據中國法律，出版機構須就其發行的期刊及雜誌申請及取得出版許可證。根據中國法律，出版機構以外的其他方毋須領取出版許可證。根據上述各委託協議及轉委託管理協議的條款，三眾華納傳媒負責向出版夥伴提供三眾華納傳媒出版物內容及安排印刷與發行服務，而出版夥伴作為出版機構負責出版物的最終審閱及出版。鑒於以上所述，中國律師認為，三眾華納傳媒毋須就三眾華納傳媒出版物申請出版許可證。

業 務

下表載列有關三眾華納傳媒出版物經營的出版許可證及業務協議的詳情概要：

三眾華納 傳媒出版物	出版許可證擁有人	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 二零四零年十二月三十一日	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	上海灘轉委託 管理協議	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	-
《第一家居》	上海灘雜誌社	上海灘轉委託 管理協議	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	今日上海轉委託 管理協議	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	-
《車時代報道》	今日上海雜誌社	今日上海轉委託 管理協議	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

更新三眾華納傳媒出版物的出版許可證及委託管理協議及轉委託管理協議

根據我們中國律師的意見，三眾華納傳媒出版物的出版許可證須每五年續期一次，而我們的出版夥伴負責出版許可證期滿續期事宜。在我們的任何出版夥伴未能於有關出版許可證期滿時續期的情況下，我們的中國律師認為，三眾華納傳媒有權終止其為訂約方之一的有關協議，並根據有關協議及中國法律就違反合同責任向相關訂約方追討法律補償。

新汽車007周報委託管理協議按固定期限訂立，由二零一一年一月一日至二零零四年十二月三十一日為期30年，據此，上海商報傳媒有限公司不得終止新汽車007周報委託管理協議，惟法律規定或相關政府機構要求終止則除外。屆滿後，我們保留優先權按相同條款與上海商報傳媒有限公司續訂新汽車007周報委託管理協議。為行使優先權，我們須於新汽車007周報委託管理協議屆滿前6個月向上海商報傳媒有限公司發出通知，表明我們的續訂意向。

上海灘轉委託管理協議及今日上海轉委託管理協議均按固定期限訂立，由二零零八年六月一日至二零三八年五月三十一日為期30年，據此，東上海三眾不得終止上海灘轉委託管理協議及今日上海轉委託管理協議，惟法律規定或相關政府機構要求終止則除外。屆滿後，受東上海三眾與各自出版夥伴續訂今日上海委託管理協議及上海灘委託管理協議限制，我們保留按相同條款與東上海三眾續訂上海灘轉委託管理協議及今日上海轉委託管理協議的優先權。為行使兩份協議下的優先權，我們須於上海灘轉委託管理協議及今日上海轉委託管理協議屆滿日期前3個月向東上海三眾發出通知，表明我們的續訂意向。

三眾華納傳媒出版物委託管理協議及轉委託管理協議的法律效力

根據中國法律，除電台、電視台、期刊或報紙出版單位及須申請登記審批法律及行政法規規定廣告業務的其他出版單位外，其他單位或個人獲准從事廣告業務而毋須取得廣告經營許可證。根據有關三眾華納傳媒出版物的委託管理協議及轉委託管理協議，本集團的中國出版夥伴作為出版機構負責三眾華納傳媒出版物的終審及出版以及申請出版許可證，而三眾華納傳媒則負責擔任三眾華納傳媒出版物的廣告代理，編製三眾華納傳媒出版物的內容供出版夥伴終審及安排三眾華納傳媒出版物的印刷及發行。據此，我們的中國律師認為，有關三眾華納傳媒出版物的委託管理協議及轉委託管理協議並不構成以任何形式向本集團出售、租賃或轉委託管理出版許可證而違反中國相關規則及法規精神。

此外，我們的中國律師表示，根據中國法律，公民及法人具有同等地位及權利自願訂立合同，而根據法律，有關合同屬合法及對訂約各方具法律約束力，並受法律保護。中國律師認為，上述由三眾華納傳媒訂立有關三眾華納傳媒出版物經營及業務的委託協議屬合

法有效，並對相關各方具法律約束力，可強制執行，且並無違反任何適用中國法律、規則及法規。

印刷

三眾華納傳媒出版物由獨立印刷商印刷，而我們的內容製作團隊會監督印刷的整個流程，並在印刷完成後驗收印刷出版物的質量和數量，以確保印刷工作合乎我們認可的水準。

我們按年度或項目基準聘用印刷商。按年度基準聘用的印刷商負責印刷三眾華納傳媒出版物。與該等印刷商協議的主要條款包括(其中包括)印刷成本、印刷標準、付運、質量控制及發行規定、付款安排及違約責任。按項目基準聘用的印刷商主要負責在我們的公關及活動營銷活動過程中為我們印刷手冊等材料。與上述印刷商的協議的主要條款包括(其中包括)印刷成本、根據印刷規定就我們組建的項目的印刷材料、付款安排及違約責任。

於往績記錄期內，我們聘用約十一名印刷商為我們提供印刷服務。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，我們分別向印刷商支付印刷費約人民幣4.3百萬元及人民幣5.3百萬元。

質量控制

我們相信，良好質量是我們發展整合營銷傳播服務的重要依託，有助我們確立市場聲譽和地位。為此，我們遵循嚴格的製作流程，對三眾華納傳媒出版物的內容和印刷的質量進行控制。這包括：選題審閱、文字審閱、圖片審閱、廣告審閱、設計審閱及印刷審閱。為保證三眾華納傳媒出版物的良好印刷質量，我們聘用獨立專業印刷商，包括一名獲得ISO9001資格證書及印刷質量獲業界高度認可的印刷商。

我們的中國律師認為，根據中國現行法律及法規，倘我們透過貨品或服務廣告觸犯任何虛假宣傳行為、或設計、製作或發布任何虛假廣告，而我們知悉或理應知悉存在上述廣告，則我們須就此個別及共同承擔法律責任。特別是，倘利用廣告進行虛假的貨品或服務宣傳，廣告主若直接或透過若干代理設計、製作及發布廣告以宣傳其產品或服務，將被責

令停止發布廣告並消除有關發布引起的任何不良影響，而我們若對虛假宣傳負有責任，則將被(其中包括)沒收廣告收入，並被處以我們實際收取的廣告收入金額一倍以上五倍以下罰款。除上述者外，倘我們對虛假宣傳負有責任，則將與廣告主共同承擔因發布虛假廣告、欺騙及誤導消費者並導致侵犯消費者合法權益而引起的民事責任。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無就刊載虛假或誤導性廣告招致的潛在損失投保。

為確保客戶向我們提供的廣告稿件及其他刊登材料的內容符合相關法律規定，包括但不限於《中華人民共和國廣告法》，我們已發出內部指引，以確保在三眾華納傳媒出版物及其他平面媒體發布廣告前，有關內容經過我們的指定人員(即廣告傳播部媒體經理)審批。指定人員已於二零一零年十一月完成必要培訓及考試，取得上海市工商行政管理局發出的廣告審查員資格證書。該指定人員於二零一零年四月加入本集團，自此在審批及刊發我們所發布廣告內容方面已累積充足經驗。我們認為彼熟悉《中華人民共和國廣告法》及向媒體刊發適當廣告內容的程序。

倘有關內容不符合相關中國法律及法規，則須退回給客戶進行修改，直至符合相關中國法律及法規為止。我們的客戶在三眾華納傳媒出版物及其他平面媒體上發布相關廣告材料前會發出一份確認函。根據我們的內部指引，就數字廣告而言，客戶須向我們提供將予發布的材料電子稿件連同確認函，確認有關內容已由我們的媒體團隊審核。就戶外廣告牌的廣告而言，客戶須通過書面、傳真或電郵方式確認所發布的內容。我們將保留所發布的材料以及客戶發出的確認函供日後參考之用。

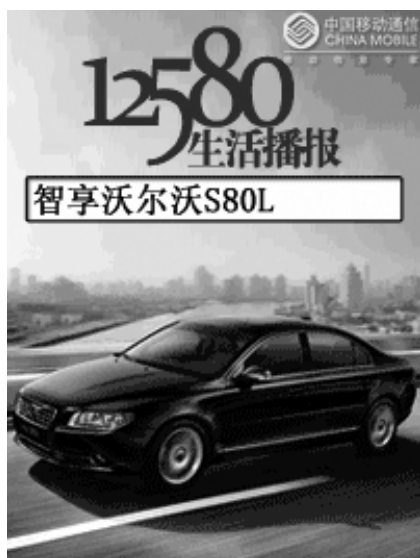
本公司確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團在廣告及刊登內容方面符合相關中國法律規定。據董事所知，本集團並無牽涉任何訴訟程序，且我們並無收到任何書面索償通知。

我們的媒體資源及活動場所

誠如本節上文所披露，我們的成功取決於三眾華納傳媒出版物及其他知名平面及數字媒體的支持。我們認為我們擁有(其中包括)足夠平面及數字媒體資源以及舉辦活動營銷活動的場地，以為各品牌提供整合營銷傳播服務。

廣告媒體渠道

除在三眾華納傳媒出版物向客戶銷售廣告位外，我們亦代表客戶在中國主流媒體投放廣告。該等媒體與三眾華納傳媒出版物形成互補，令我們提供給客戶的傳播方案更加全面和有效。於往績記錄期內，我們定期在下列媒體為我們所服務的品牌投放廣告：



- 《12580生活播報》，中國領先的手機媒體。於最後實際可行日期，該媒體擁有逾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。我們亦與上海訊奇訂立戰略合作協議，在汽車及家居品牌的廣告代理手機雜誌營運及無線團購廣告服務方面合作，自二零一一年一月一日起計為期五年。該雜誌因此構成我們整合營銷傳播服務資源的重要組成部分。



- 《新聞晨報》，上海最具影響力的日報之一，為解放日報報業集團（「解放報業集團」）旗下報紙，於二零零零年六月正式創刊。一九九九年五月至二零零二年二月期間，方先生成為《解放日報》旗下《汽車週刊》的營運總監。我們與該報的授權經營機構合作購買其報紙版面，以向品牌主提供傳播解決方案。

業 務



- 《解放日報》，為中共上海市委機關報及解放報業集團的旗艦報，並為上海大眾傳媒行業領軍者之一。該報創刊於一九四一年。我們與該報的授權機構合作代表我們的客戶購買廣告位。



- 《新民晚報》，創刊於一九二九年，是歷史悠久的日報，由文匯新民聯合報業集團出版，該集團為我們的中國出版夥伴今日上海雜誌社及上海灘雜誌社的主管單位。我們和該報下屬的廣告機構合作代表我們的客戶購買報紙版面。



- 《上海商報》，上海地區重要的商業媒體，創始於一九八五年，主要讀者對象為企業主和公司管理者。《上海商報》由上海商報傳媒有限公司（我們中國出版夥伴之一）出版，我們可獲得有關報紙版面資源，以為客戶提供服務。



- 於往績記錄期內，我們通過業務合作夥伴在上海兩處黃金地段獲得戶外廣告位，分別位於上海市中心的共和新路和滬寧高速公路旁邊。前者是貫穿上海市中心的主幹道，後者是上海至南京的長三角交通要道。滬寧高速公路的廣告牌業務已於二零一一年七月終止，而我們已於二零一一年底於虹橋路購買新廣告牌，而我們預期該廣告牌於二零一二年將會為我們帶來收入。我們與擁有人及／或廣告牌經營人訂立一至五年不等的租賃協議，據此，我們作為客戶的廣告代理支付租金以獲取權利代客戶於戶外廣告牌發布廣告。

公關媒體渠道

我們與中國範圍內的廣大媒體聯絡，即時提供品牌主的品牌、產品及活動的信息，以求有關報道或文字廣告在媒體上發布。於往績記錄期內，我們聯絡的媒體機構包括逾200家傳統媒體（包括報紙、雜誌和電視台）和逾100家網絡媒體（包括門戶網站與知名博客及網絡論壇）。

我們聯絡的傳統媒體遍布中國，既包括全國性媒體，也包括區域性媒體，既包括綜合性的新聞媒體，也包括財經媒體和行業媒體。我們根據品牌主需要撰寫專業傳播素材，並致力實現廣泛有效地傳播品牌推廣信息的目標。

在進行公關服務時，除使用三眾華納傳媒出版物及其他媒體的平台外，我們亦與熱門網站營運商聯合推廣我們的網絡公關業務。一方面，我們與門戶網站及知名博主聯絡，向公眾發布品牌主的相關信息。另一方面，我們發布品牌主的相關信息或在受歡迎的論壇參與話題討論，協助品牌主廣泛營銷其品牌及產品。基於互聯網的普及性，在互聯網上傳播的信息可令潛在消費者及時深入地充分了解客戶的品牌及產品特色。近年來此類傳播模式愈來愈受到客戶的歡迎。

於往績記錄期內，我們所服務的品牌主的品牌及／或產品的信息曾發布於部分下列網站：

綜合

<http://www.xinhuanet.com> (新華網)

<http://www.qq.com> (騰訊網)

<http://www.tom.com> (TOM網)

<http://www.yahoo.com.cn> (雅虎網)

<http://www.21cn.com> (21CN)

<http://www.msn.com.cn> (MSN)

<http://www.enorth.com.cn> (北方網)

<http://www.people.com.cn> (人民網)

<http://www.sina.com.cn> (新浪網)

<http://www.sohu.com.cn> (搜狐網)

<http://www.163.com> (網易)

<http://www.china.com> (中華網)

<http://www.dayoo.com> (大洋網)

<http://www.southcn.com> (南方網)

<http://www.online.sh.cn> (上海熱線)

<http://city.qianlong.com> (千龍網)

汽車

<http://www.chinacars.com> (中國汽車網)

<http://www.uncars.com> (卓眾汽車網)

<http://www.chetx.com> (車天下)

<http://www.mycar168.com> (深圳汽車大世界)

<http://www.tfauto.net> (天府汽車網)

<http://www.auto18.com> (中國汽車交易網)

<http://www.che168.com> (車168)

<http://www.autohome.com.cn> (汽車之家)

<http://www.xcar.com.cn> (愛卡汽車網)
<http://www.bitauto.com> (易車網)
<http://www.che168.com> (車168)
<http://www.0755car.com> (車神榜)
<http://www.pcauto.com.cn> (太平洋汽車網)
<http://www.cheshi.com> (網上車市)

家居及建築材料

<http://www.cnjzjj.com> (中國家裝家居網)
<http://www.jj.hc360.com> (慧聰家居)
<http://www.bmlink.com> (中國建材網)

金融

<http://www.ce.cn> (中國經濟網)
<http://www.jrj.com.cn> (金融界)
<http://www.jjxww.com> (中國經濟新聞網)
<http://www.fec.com.cn> (中國財經網)
<http://www.jrj.com.cn> (金融界)
<http://www.shangdu.com> (商都網)

活動營銷活動的場地

我們積極物色可舉辦營銷活動的場地及場所，以支持我們的活動營銷業務。我們與品牌主合作在其自有(或其他客戶的)場地組織營銷活動，如透過競藝在紅星美凱龍家居(中國一家主要家俱零售商)的零售店。我們亦根據我們為品牌組織活動的規模及性質，在會展中心、劇院、酒店及購物中心等場所組織活動。

我們還與相當數量的知名展會(包括二零一零年上海世博會參展商之一丹麥王國駐上海總領事館)的組織者建立了合作關係，以向有關客戶提供進入展會的渠道，並向客戶提供有創意的跨界營銷方案及執行計劃。

銷售及營銷

我們通過我們對大額消費品市場的豐富知識和經驗，以及我們對汽車及家居行業的深刻了解，致力實現在中國整合營銷傳播行業領域取得市場認可及聲譽。於往績記錄期內，我們大部分收入源自整合營銷傳播業務。我們的戰略、創意及執行人員亦採取有效靈活的營銷戰略以改善我們的經營業績。

出售我們的整合營銷傳播服務

我們為大額消費品領域的品牌提供全方位整合營銷傳播服務方面具備競爭優勢。我們在與品牌主或其指定代理訂立合同時，我們的戰略、創意及執行專業人士會迅速了解品牌主的需求，支配廣告、公關及活動營銷資源及能力，為其提供必要的整合營銷傳播解決方案。

與向品牌主提供單一廣告、公關或活動營銷解決方案不同，我們認為綜合解決方案產生的營銷效果更顯而易見，且品牌主在向我們購買一攬子整合營銷傳播服務時，我們可為其提供比較大的折扣，因此確保品牌主以更節約成本的方式推廣其品牌。該模式不僅可令我們的服務滿足品牌主的單一營銷或傳播需要，而且有助其評估及確認採用整合營銷傳播解決方案可達到的滿意效果。這有利於培養本集團長期的客戶群。

倘各品牌主於有關期間不需要整合營銷傳播服務，我們亦會為個別品牌提供單一解決方案。然而，隨著我們堅持不懈的努力及市場對我們所服務的品牌的積極反饋，我們相信品牌主對我們綜合性服務的需求會與日俱增，屆時我們將會能夠為其品牌提供更精細及個性化的整合營銷傳播解決方案。

銷售廣告位

我們注意到品牌主需要有效的營銷及傳播服務，為其提供跨界廣告服務。為了滿足客戶的廣告需求，我們在三眾華納傳媒出版物之上搭建了多元化的廣告平台。

我們的三眾華納傳媒出版物為針對市場分部的專業媒體。我們的客戶在三眾華納傳媒出版物上投放優質廣告以向更多受眾傳達品牌信息。三眾華納傳媒出版物讓我們向品牌主提供更多靈活及增值服務。當客戶購買廣告位超過若干限額時，我們會向客戶提供免費廣告。我們的內容製作團隊亦為品牌推廣製作隨附於三眾華納傳媒出版物的特刊或別冊。

我們的銷售及營銷人員亦與其他媒體合作，進一步豐富我們的廣告平台。我們透過按無約束力基準擔任包括《解放日報》、《新聞晨報》、《上海商報》及《新民晚報》在內的上海主流日報的廣告代理，通過大眾傳媒擴大傳播範圍。與該等主流日報的協議期限由6個月到一年不等。通過《12580生活播報》，我們協助品牌主將目標受眾範圍擴展至全國手機用戶，並

會進一步拓展我們的無線營銷業務，為品牌主提供更多互動有效的傳播服務。我們亦與品牌主協商在CN汽車網(www.cnnauto.com)及戶外廣告牌投放廣告的合作條款。

銷售公關服務

我們提供公關服務予品牌主時可以單獨提供或作為我們的整合營銷傳播服務的重要組成部分。我們的戰略、創意及執行人員熟知遍布全國的媒體網絡，且我們定期在傳統及數字媒體購買文字廣告位，從而可令品牌主、其品牌或其產品的相關信息易於傳播到媒體並得到妥善運用及提述。拓展公關業務時，我們向客戶展示(其中包括)我們的媒體資源、服務能力及公關戰略。

我們注重戰略、創意及執行人員的意見，為我們的公關業務提供有力支撐。我們在三眾華納傳媒出版物內加插專題報道和專欄推介，亦有助更方便有效地為品牌主提供增值公關服務。

基於我們的整合營銷傳播服務的性質，我們得以在為品牌主提供廣告和活動營銷服務的同時提供傳統公關及網絡公關服務。我們的銷售及營銷人員按項目基準與客戶緊密合作，定期檢討我們的服務質量。這為我們提供更多機會鎖定年度合作或長期業務合同。

銷售活動營銷服務

我們最初以增值服務形式為廣告或公關客戶提供活動營銷服務。隨著我們提供更全面品牌及營銷服務的能力增強，我們的廣告及公關及數字營銷業務(包括數字營銷服務)愈來愈直接受益於活動營銷業務且該等業務已成為我們整合營銷傳播服務的重要組成部分。

我們通過「以客戶服務客戶」的方式(透過上文「我們的整合營銷傳播服務的經典範例」分節所載案例闡釋)在拓展活動營銷業務方面獲得寶貴經驗。就此而言，透過推出跨界營銷項目，我們的銷售及營銷人員得以就我們為不同品牌提供的傳播服務識別目標終端客戶，為其搭建共同平台以組織高質量的營銷活動，向潛在消費者宣傳其產品。

我們的銷售及營銷人員會持續尋找合適的場地及地點提供活動營銷服務。該等地點包括客戶的場地(如紅星美凱龍家居的零售店)以在我們所服務品牌主中挖掘更多跨界營銷機會。

我們亦會更好利用E時代俱樂部的資訊推廣我們的服務，並發展我們的數據營銷服務，作為我們未來計劃的一部分。我們將繼續招聘專業人才加入我們的活動策劃和執行隊伍，以提高我們為品牌組織的事件和活動的規模和種類。

銷售及發行三眾華納傳媒出版物

於往績記錄期內，我們安排透過各種分銷渠道將大部分三眾華納傳媒出版物免費分派予目標讀者，並委託其他第三方零售及展示該等出版物。此外，如本節「供應商」分節所披露，就《汽車007周報》而言，根據汽車007周報配套服務協議，自二零零四年六月至二零一零年十二月期間，《汽車007周報》的內容製作、印刷及發行服務由三眾華納傳媒分包予金字塔傳媒。鑒於上述安排，截至二零一零年十二月三十一日止年度，《汽車007周報》的發行收入由金字塔傳媒而非本集團保留。由二零一一年一月一日起，我們不再委聘金字塔傳媒向我們提供任何服務，而自此《汽車007周報》的發行收入由我們保留。

就《今日上海》而言，根據三眾華納傳媒、今日上海雜誌社及東上海三眾於二零零八年六月五日訂立的今日上海雜誌社印刷及發行收入協議，於今日上海委託管理協議及今日上海轉讓協議的有效期內，來自《今日上海》的訂閱收入由今日上海雜誌社保留。因此，相關印刷成本由東上海三眾承擔。然而，根據今日上海雜誌社印刷及發行收入協議，三眾華納傳媒仍舊負責安排《今日上海》的印刷及發行，以確保三眾華納傳媒有效管理雜誌的整體營運。

就《上海灘》而言，根據三眾華納傳媒、上海灘雜誌社及東上海三眾於二零零八年六月五日訂立的上海灘雜誌社印刷及發行收入協議，於上海灘委託管理協議及上海灘轉讓協議的有效期內，來自《上海灘》的訂閱收入由上海灘雜誌社保留。因此，相關印刷成本由東上海三眾承擔。然而，根據上海灘雜誌社印刷及發行收入協議，三眾華納傳媒仍舊負責安排《上海灘》的印刷及發行，以確保三眾華納傳媒有效管理雜誌的整體營運。

鑒於上述安排，於往績記錄期內三眾華納傳媒出版物的銷售不構成我們的主要收入來源。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，我們就發行三眾華納傳媒出版物（於整個往績記錄期不包括《今日上海》及《上海灘》及截至二零一零十二月三十一日止年度不包括《汽車007周報》）賺取的收益分別僅為人民幣65,917元及人民幣211,329元。我們將繼續優化三眾華納傳媒出版物的發行渠道，以提升三眾華納傳媒出版物的影響力及競爭

力。我們相信這將令我們向廣告客戶爭取到更多業務。我們的公關服務將同樣受益於三眾華納傳媒出版物廣泛的發行量和普及度，原因在於品牌主將較傾向在三眾華納傳媒出版物發布文字廣告宣傳其品牌及產品。我們亦能更好地透過三眾華納傳媒出版物宣傳和推廣為品牌主舉辦的營銷活動。凡此種種將有助提高我們為品牌提供整合營銷傳播服務的成效。

基於三眾華納傳媒出版物的獨特定位，我們確保三眾華納傳媒出版物發行予準確的目標讀者群，這些對象大致分為購買力較高的讀者（就《汽車007周報》、《第一家居》及《車時代報道》而言）以及大眾市場讀者（就《上海灘》及《今日上海》而言）。為此，我們安排以贈閱形式向E時代俱樂部成員發行三眾華納傳媒出版物，以提高發行工作的效率。

為確保三眾華納傳媒出版物發行予我們的目標讀者，作為我們銷售和營銷戰略的一部分，我們選擇在中國主要城市的機場、餐廳、酒店、高檔餐廳及私人會所展示我們的三眾華納傳媒出版物。就《第一家居》雜誌而言，我們安排將該雜誌發行至遍布中國的紅星美凱龍家居國內零售店，而追求優質家居產品的消費者會定期光顧該等零售店。

三眾華納傳媒出版物乃由我們的發行商發行至上海、北京、廣州、深圳、成都等中國主要城市的報刊亭及書店，以確保三眾華納傳媒出版物在中國市場覆蓋廣泛。

我們的發行商

三眾華納傳媒並非直接發行三眾華納傳媒出版物。根據委託管理協議及轉委託管理協議，三眾華納傳媒則負責安排發行三眾華納傳媒出版物。因此，於最後實際可行日期，我們有約七名發行商（均為獨立第三方）於上海、北京、廣州、成都及深圳等多個中國大城市發行《車時代報道》、《汽車007周報》及《第一家居》。該等發行商包括一家國有企業的附屬公司及多家內資企業。

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，我們分別向發行商支付費用約人民幣51,400元及人民幣175,300元。應付我們發行商的發行費為相關三眾華納傳媒出版物零售價的40%至65%，乃按一般商業條款基準釐定。與該等發行商的發行協議的相關期限約為10個月至12個月不等。

根據國務院修訂的《出版管理條例》及其他相關中國規則及規例，出版實體應申請出版許可證，而從事出版物發行的實體或個體工商戶須持有出版物經營許可證。因此，我們的中國律師認為，我們的發行商須持有新聞出版總署或其地方分支機構發出的出版物經營許可證，以根據中國法律規定發行相關三眾華納傳媒出版物。

在甄選合適發行商為我們發行三眾華納傳媒出版物，我們計及(其中包括)當地發行商的聲譽及經營往績記錄、其發行渠道的覆蓋範圍、其發行三眾華納傳媒出版物予我們目標讀者群的能力以及其所擁有出版物經營許可證的有效性。就我們的發行商須取得的許可證而言，我們的中國律師確認，於最後實際可行日期，三眾華納傳媒出版物的七名發行商中，彼等全部已向我們提供出版物經營有效許可證的副本。自二零一二年一月一日起，我們亦已要求我們的所有新發行商於受聘前出示出版物經營的有效許可證。根據我們中國律師的意見認為，受我們委聘的發行商須根據中國法律取得出版物經營的有效許可證，否則我們有權就違反發行協議下的合同責任而向彼等追討法律補償。

我們將繼續依賴正常發行渠道並與多名中國的獨立發行商訂立發行協議。

我們的生產流程

整合營銷傳播服務

於往績記錄期內，我們透過統籌運用我們的廣告、公關及活動營銷分部的能力及資源，向品牌提供個性化的整合營銷傳播服務。在編製典型的整合營銷傳播服務方案時，我們與品牌主直接或透過其指定代理討論其特定的服務要求。視乎每個項目的情況而定，我們會對品牌主的品牌、產品及／或公司形象進行初步市場調查，以進一步了解其獨有的營銷需要及營銷定位。此外，相關業務分部的主管會定期召開會議，討論及製定全面服務計劃的適當營銷方針及路向圖。我們的三個核心業務分部各自的主管及負責的專業人員會透過我們指定的項目經理聯絡品牌主各自的人員或其代理，以處理各品牌主的特定需要。然後，各業務分部的意見及建議將會整合，並編製一份整合營銷傳播服務計劃，以供品牌主審批。

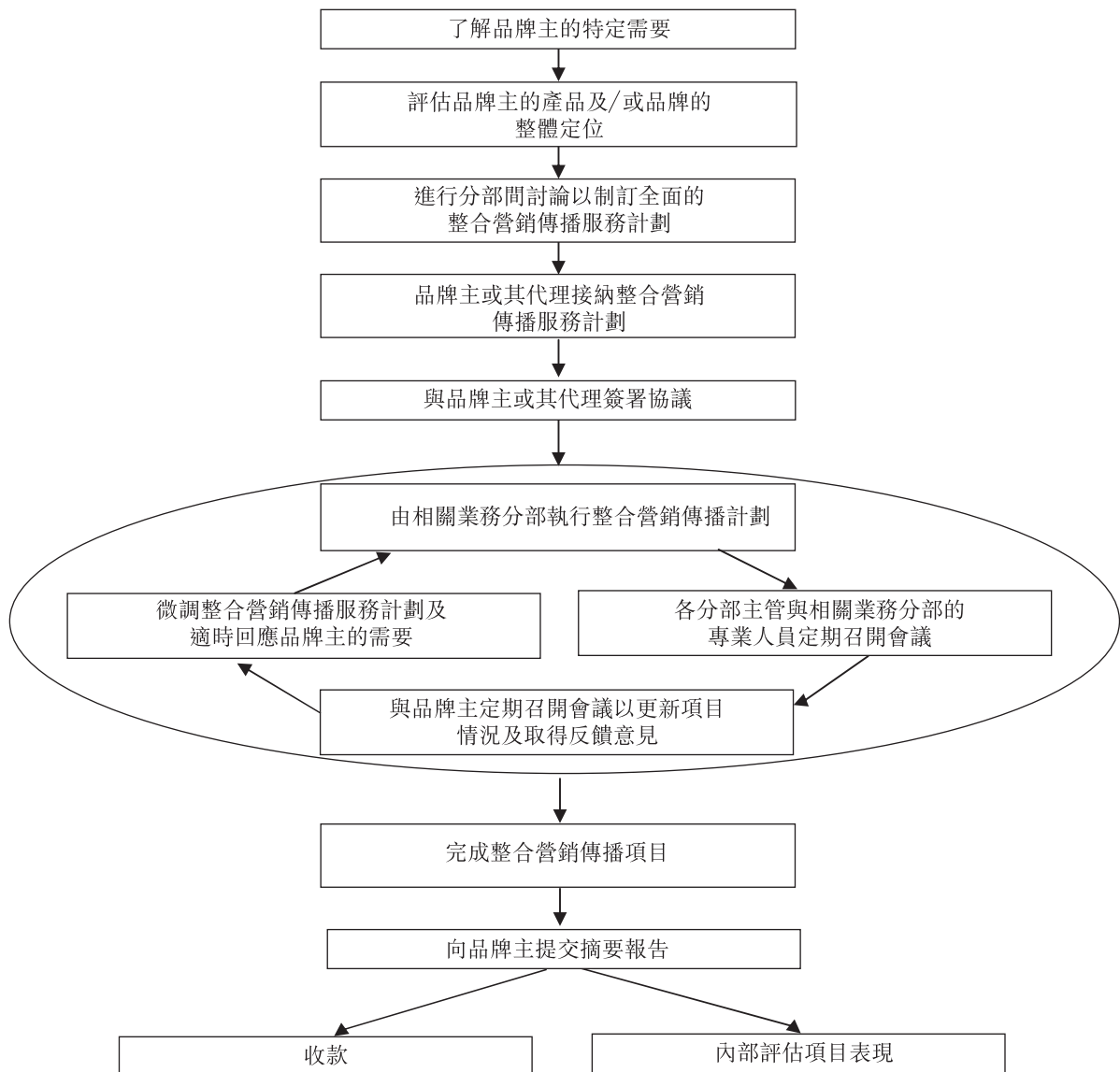
業 務

倘品牌主或其代理批准我們的整合營銷傳播服務方案及就廣告、公關及／或活動營銷服務與我們訂立協議，我們會展開工作，根據下文詳述的流程圖在三個分部之間調配合適的資源。品牌主或其代理與我們訂立的協議會載列傳播戰略，由本公司內部不同業務團隊在項目經理的全面協調下利用各種內部資源實施。

有別於按獨立基準向品牌主提供的廣告、公關或活動營銷服務，就整合營銷傳播服務而言，三個業務分部的專業人員會定期召開會議，討論項目進展及品牌主或其代理的反饋意見，從而可即時修訂全面的整合營銷傳播服務計劃，令品牌主感到滿意。於整合營銷傳播服務項目完成後，會向品牌主提交摘要報告，並於隨後開出發票收取款項。我們於年末與客戶評估合作的成效及市場對我們服務的接納程度，並繼續研究下一年的合作機會。

業 務

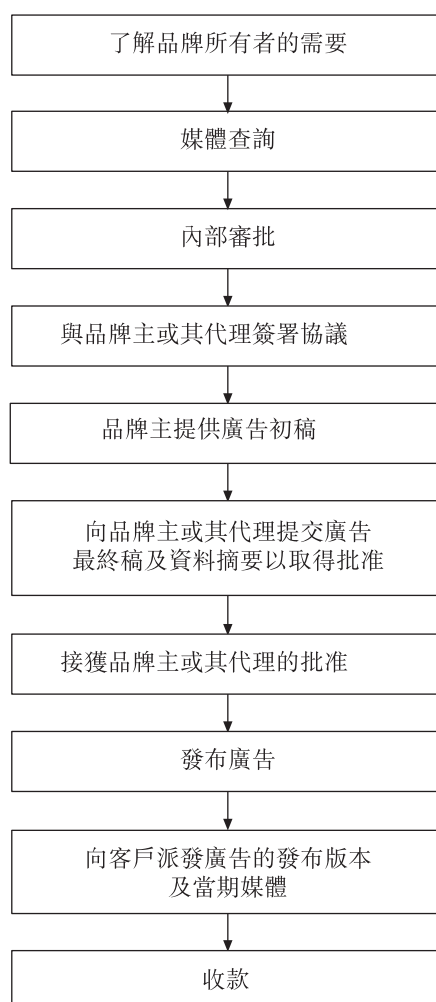
整合營銷傳播服務的生產流程載列如下：



廣告(包括互聯網廣告及無線營銷)

在聯絡客戶或獲得客戶主動聯絡後，我們便與三眾華納傳媒出版物或其他媒體夥伴的內容製作團隊聯絡，對廣告位的供應及價格進行初步查詢。然後，由管理層審議及批准協議初稿及客戶的廣告要求。如屬重大合同，須獲財務部總經理及／或副總經理批准。

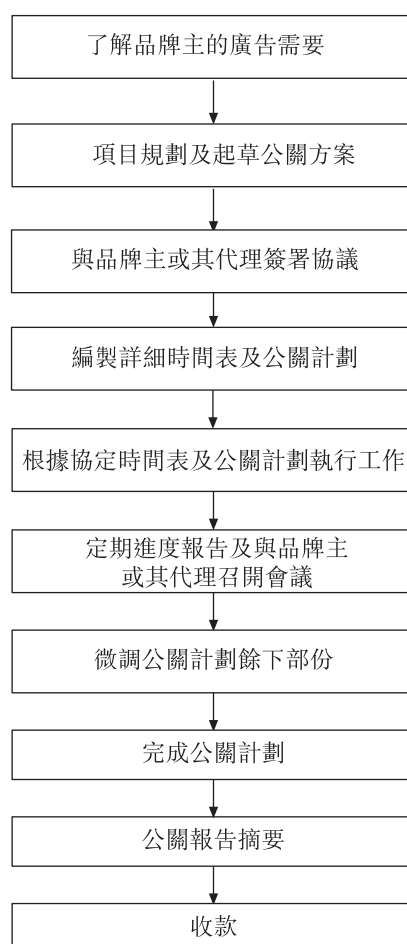
與客戶簽署協議後，我們製作的廣告或由客戶提供的廣告將送交三眾華納傳媒出版物及／或其他媒體的媒體部門。然後，廣告的最終稿連同資料摘要表便會於發布前提交客戶批准。廣告的發布版本及(倘於三眾華納傳媒出版物刊登廣告)一份贈閱的相關三眾華納傳媒出版物，會於隨後送交我們的客戶服務部，客戶服務部便會聯絡客戶付款，並於收款後向客戶發出收據。我們的廣告服務生產流程載列如下：



公關(包括網絡公關)

在了解品牌主的需要後，我們開始策劃公關項目，包括研究品牌主現時的市場地位及其品牌知名度，並編製一份公關方案。倘品牌主批准我們的公關方案，我們便與其或其代理訂立協議，然後編製一份更詳細的計劃及執行時間表。各訂約方繼而於服務期內按照協定時間表執行公關計劃。與客戶召開會議，討論公關活動的進展及成效，以便微調及適時執行公關計劃，從而產生令客戶滿意的成果。

公關活動完成後，我們會編製一份公關報告摘要，其中包括我們為公關項目編製並在三眾華納傳媒出版物、其他傳統媒體及網頁發布的全部有關報道及文字廣告或品牌專題網站及品牌微博，以及可供客戶驗證的超鏈接。公關報告亦包括我們對公關計劃成效的評估。然後，我們的客戶服務部便會聯絡客戶付款，並於收款後向客戶發出收據。我們的公關服務生產流程載列如下：

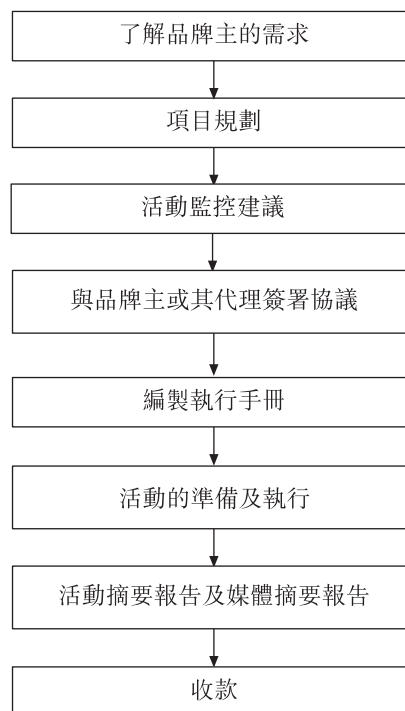


活動營銷

了解品牌主的需求後，我們會開始策劃合適的營銷活動，並向品牌主提供執行活動的不同構思。我們與客戶進行討論，以確定品牌主所需服務類型、我們的工作範圍、場地、材料及其他活動所需的支援設施，然後品牌主會表明其是否同意活動的預算及我們的服務費用。其後，我們會提交一份活動營銷方案供品牌主考慮。如果品牌主接納我們的建議，一份經管理層批准的協議會送至品牌主或其代理。

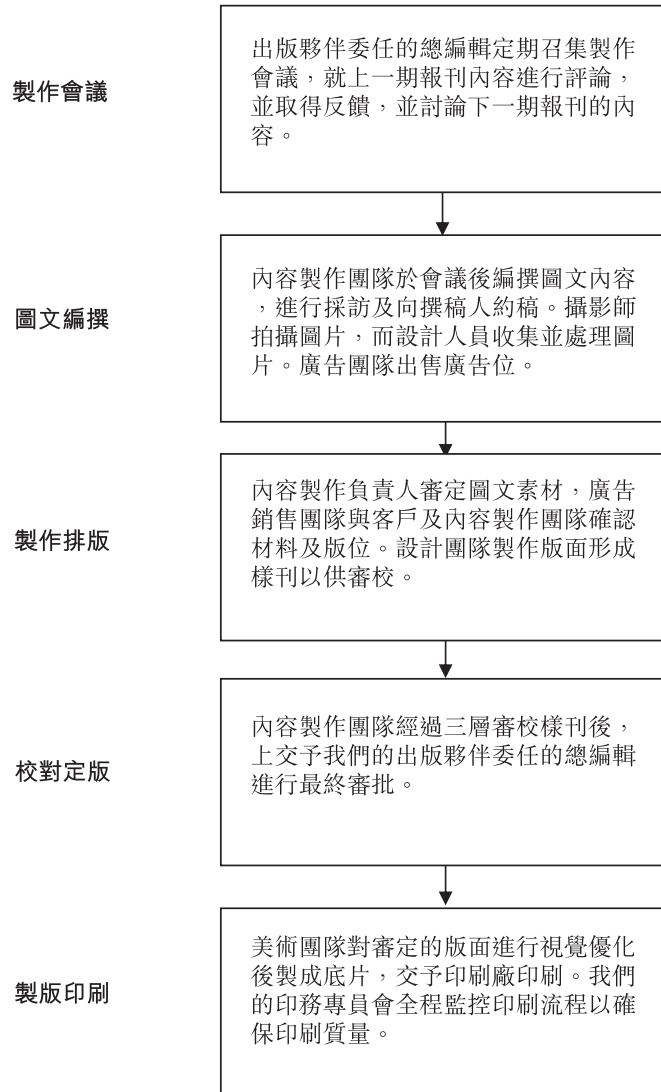
與客戶或其代理簽署協議後，我們會編製一份詳細的執行手冊，載述活動的詳情，其中包括預算、時間表、採購政策、人員安排及各種內部指引。執行手冊會分發給參與執行活動的前線人員、我們的分包商及客戶。

我們根據執行手冊來執行項目。在為品牌主組織活動時，我們會邀請媒體參與活動。媒體對活動的報道會增強傳播效果。活動完成後，會透過補充相片及視頻的方式審閱執行過程，並將有關活動的信息及新聞製成簡報提交品牌主審批。審批後，我們的客戶服務部會聯絡客戶或其代理付款，並於收款後向客戶發出收據。我們的活動營銷服務生產流程載列如下：



三眾華納傳媒出版物製作

三眾華納傳媒出版物按下圖所示流程製作：



我們為不同三眾華納傳媒出版物配備了不同的內容製作人員，以其專業知識和能力製作優質的報刊內容。我們一般通過如下渠道獲得三眾華納傳媒出版物內容及相關素材：

1. 我們本身的內容團隊撰寫文字、拍攝圖片。該類素材積累成為我們的稿件庫和圖片庫，可反覆使用；
2. 由我們特約的專業撰稿人撰寫文字、提供圖片；

業 務

3. 向獨立圖文供應商採購相關素材資源，主要包括第三方圖片供應商及圖片素材庫等；
4. 由品牌主提供的圖片和文字素材。

客戶

我們透過與品牌主或其代理訂立合同安排，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。

於往績記錄期內，我們與部分品牌主發展合同關係，並與其協商業務合作條款。我們亦與品牌主指定的廣告或公關代理(包括大型國際4A廣告代理)訂立合同安排。按照廣告及公關行業的慣例，部分大型知名品牌主透過指定代理及／或部分代理與我們進行生意往來。

直接或透過其指定代理與我們經營業務的品牌主主要為在中國的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我們的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，在本土汽車及家居行業服務的品牌超過40個。以下為直至最後實際可行日期止三年多來我們所服務的主要品牌名單：

我們所服務的品牌	品牌主	直接或 間接客戶	合作期限
長安汽車	重慶長安汽車股份有限公司	直接客戶	自二零零七年起
長安鈴木	重慶長安鈴木汽車有限公司	直接客戶	自二零零六年起
上海大眾 斯柯達	上海大眾汽車有限公司	直接客戶	自二零零三年起
廣汽本田	廣汽本田汽車有限公司	直接客戶	自二零零五年起

業 務

我們所服務的品牌	品牌主	直接或 間接客戶	合作期限
別克 雪佛蘭 凱迪拉克	上海通用汽車有限公司	間接客戶	自二零零三年起
南京依維柯	南京依維柯汽車有限公司	直接客戶	自二零零三年起
東風悅達起亞	東風悅達起亞有限公司	直接客戶	自二零零四年起
一汽豐田	天津一汽豐田汽車有限公司	間接客戶	自二零零五年起
紅星美凱龍	上海紅星美凱龍全球家居 有限公司	直接客戶	自二零零八年起

上述品牌為我們自開始經營的指定年份起計多年來的直接或間接客戶。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，我們所服務的上述品牌應佔的總收益佔我們總收益的百分比分別約為59%及71%。

我們亦自二零零八年起為丹麥王國駐上海總領事館提供服務。

誠如上文所述，部分品牌主委聘其指定的廣告或公關代理，該等公司均為在(其中包括)中國上海、北京及廣州等城市成立的獨立第三方，委聘我們提供服務以推廣其品牌。我們與代理合作時，在接獲相關品牌主要求的有關指示後，會為代理編製服務方案及報價。倘代理得到品牌主的指示後發現我們的報價及服務方案可以接受，我們通常與代理訂立合同安排，列明所提供服務的條款及條件。儘管我們於必要時會直接與品牌主聯絡並向其提供服務，但我們並非代理與相關品牌主所訂立單獨合同的訂約方。我們一般需時約10至180日完成客戶委託的項目。

業 務

往績記錄期內代理、品牌主及其他客戶應佔我們總收益的收益百分比細分如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零一一年
	佔總收益的百分比	
自品牌主代理產生的收益	55%	52%
自品牌主產生的收益	42%	47%
其他	3%	1%

於往績記錄期內我們客戶所在行業應佔我們總收益的收益百分比細分如下：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一零年	二零一一年
	佔總收益的百分比	
汽車	81%	80%
家居	17%	17%
其他	2%	3%

部分代理向潛在的品牌主推廣我們的服務，並促進我們與品牌主之間的關係。此乃本行業的一般商業安排。我們相信與代理的業務安排有利於拓寬我們的客戶基礎及提高我們在業內的競爭優勢。然而，我們力求與品牌主維持緊密的聯繫，而我們的執行董事及其他高級管理層會緊密以與品牌主建立直接合作業務關係。

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約68%及55%，而最大客戶分別約佔本集團總收益約26%及13%。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，我們的五大客戶（整個往績記錄期內共有六名相關客戶）包括兩名中國大型汽車製造商、三名汽車製造商廣告代理及競藝。我們與五大客戶中的大多數客戶有多次業務往來，且我們與上表所披露的知名品牌其中三個品牌建立3年以上業務關係，而於往績記錄期內及於最後實際可行日期，彼等亦為我們的五大客戶。

業 務

截至最後實際可行日期，競藝分別由方先生及紅星美凱龍投資擁有30%及70%權益，據董事作出合理查詢後所深知及確信，紅星美凱龍投資為獨立第三方。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，我們自競藝收取的收入佔我們總收益的百分比分別約為13.5%及10.9%。於二零一一年九月一日，競藝(i)與三眾華納傳媒及三眾廣告訂立廣告代理協議，年期由二零一一年九月一日起至二零一四年十二月三十一日屆滿，及(ii)與三眾華納傳媒訂立公關及活動合作協議，年期由二零一二年一月一日起至二零一四年十二月三十一日屆滿。本公司已向聯交所申請就有關廣告代理協議項下擬進行的持續關連交易豁免嚴格遵守公告及獨立股東批准的規定，而聯交所已同意向本公司授出豁免。有關與競藝的關連交易的詳情，請參閱本招股章程「關連交易」一節。除所披露者外，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們的董事、彼等各自的聯繫人或持有我們5%以上股份的各股東，概無於本集團五大客戶的股本中擁有任何權益。

供應商

作為整合營銷傳播服務商，我們就本身的廣告及公關業務購買在其他平面及數字媒體的廣告及／或文字廣告位；就印刷三眾華納傳媒出版物向印刷商購買印刷服務及紙張供應；以及就活動營銷業務向場地及其他服務供應商安排展覽場地及場地設計、組織及支持服務。

於代表品牌主選擇適當媒體購買廣告及／或文字廣告位時，我們的考慮因素包括媒體營運商的聲譽及市場知名度。因此，我們通常審慎選擇合適的媒體，方為品牌主投放廣告及／或文字廣告。至於我們的活動營銷業務，我們與著名展覽會組織者、承包商以及場地及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，且我們可有效地為品牌主提供活動營銷及其他類型的整合營銷傳播服務(如互聯網廣告及網絡公關服務)。

往績記錄期內，我們有關管理及經營三眾華納傳媒出版物《汽車007周報》的一名供應商金字塔傳媒為中國專業媒體服務營運商。根據三眾華納傳媒與金字塔傳媒於二零零四年六月一日訂立的協議(「汽車007周報配套服務協議」)，二零零四年六月至二零一零年十二月期間《汽車007周報》的內容製作、印刷及發行服務分包予金字塔傳媒處理，乃由於三眾華納傳媒當時的經營歷史相對有限，而金字塔傳媒擁有更加成熟的媒體營運及製作團隊以支持《汽車007周報》的業務。根據汽車007周報配套服務協議，作為金字塔傳媒向《汽車007周報》提供服務的回報，於截至二零一零年十二月三十一日止的有關期間內，我們向金字塔傳媒支付的服務費用佔來自《汽車007周報》廣告收入的70%，此乃根據(其中包括)三眾華納傳媒及

金字塔傳媒所估計《汽車007周報》當時的內容製作、印刷及發行的市場收費及勞工成本以及廣告收入、應付出版夥伴的委託費以及《汽車007周報》的估計年度收入，經三眾華納傳媒與金字塔傳媒商業磋商釐定。截至二零一零年十二月三十一日止年度，我們向金字塔傳媒分別支付服務費人民幣6.9百萬元。自二零一一年一月一日起，我們不再委聘金字塔傳媒為本集團提供任何服務，乃由於三眾華納傳媒已聘用金字塔傳媒的媒體營運及製作團隊的主要僱員繼續進行(其中包括)《汽車007周報》的內容製作、印刷及發行業務，且其自二零一一年一月起已直接與金字塔傳媒當時的印刷及發行服務供應商訂立合同。因此，金字塔傳媒的主要服務資源自此已轉移至本集團。

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%。於往績記錄期內，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，我們的五大供應商(於整個往績記錄期內共有八名相關供應商)包括四名廣告代理、一家印刷公司、上海訊奇、金字塔傳媒及東上海三眾。本集團與其中兩大供應商的業務關係可追溯至二零零四年。

除於往績記錄期內方先生曾持有金字塔傳媒55%權益外，作為出售相關55%權益的過渡安排，賀女士曾持有金字塔傳媒的30%權益。有關該股權轉讓的詳情載於本招股章程「歷史、重組及公司架構」一節。方先生及／或賀女士於金字塔傳媒持有的權益已於二零一一年一月底前出售予獨立第三方。於最後實際可行日期，我們的董事、彼等各自的聯繫人或持有我們5%以上股份的任何股東於往績記錄期內及直至最後實際可行日期概無於本集團五大供應商的股本中擁有任何權益。

信貸政策及控制

本集團採取嚴格的信貸監控程序並持續監控營運資金以盡量減少潛在的信貸風險。我們副總經理及內部審計經理負責修訂信貸政策及監察應收款項的結算日後付款情況。我們向品牌主提供整合營銷傳播服務，其中不少為知名及歷史悠久的公司。憑藉本集團現有客戶的質素及我們與其建立的關係，我們相信，本集團能夠爭取並吸引更多信譽良好及無違約歷史的高端客戶，故我們的信貸風險並不重大。

我們相信，本集團的應收賬款周轉天數由截至二零一零年十二月三十一日止年度的160

業 務

日減至截至二零一一年十二月三十一日止年度的131日，主要受惠於期內實施加強營運資金管理措施。該等措施包括成立由(其中包括)本集團總經理及副總經理組成的客戶信貸管理委員會，負責我們的信貸政策及控制。此外，我們亦就客戶信貸管理建立客戶資料庫，當中載有客戶業務規模、註冊資本及信貸記錄等資料。該等資料供我們進行內部年度信貸評級審閱之用，而有關審閱則用作管理應收款項以及審閱客戶所獲信貸條款。

當個別評估的貿易應收款項長時間逾期且收回應收款項的可能性極微，便會就呆賬作減值虧損撥備。於往績記錄期內，我們在截至二零一零年十二月三十一日止財政年度作出撥備約人民幣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%。截至二零一一年十二月三十一日止財政年度並無計提呆賬撥備。於往績記錄期內，我們除作出呆賬撥備外並無撇銷任何壞賬。

保險

於往績記錄期內，本集團就我們的僱員及管理層以及財產損失或損壞投購保險。根據我們在業內的經驗及中國市場慣例，董事相信我們所投購保險的保障範圍就我們目前的業務營運而言乃屬足夠。

知識產權

於最後實際可行日期，我們已在中國註冊9個商標，並已申請在中國註冊6個商標。有關我們的知識產權詳情，載於本招股章程附錄五「知識產權」分節。

物業

於最後實際可行日期，三眾華納傳媒向東上海三眾分租一項物業(「分租物業」)，並在上海向獨立第三方租賃一項物業(「租賃物業」)，用作本集團經營的辦公場所。三眾華納傳媒其後與上海三眾企業、三眾廣告及三眾營銷就分租物業訂立分租協議。有關分租物業及租賃物業的其他資料載於本招股章程附錄三。

根據中國法律顧問的意見，由於分租物業業主未能提供分租物業的所有權的證據或倘於分租物業分租協議列明的用戶未獲合法授權，則我們有關分租物業的租賃協議(包括分租

協議及分租協議) 可能會被質疑其效力。此外，我們有關分租物業及租賃物業的租賃協議(包括分租協議及分租協議) 尚未於中國有關部門登記。根據我們的法律顧問建議，上述租賃協議尚未登記不會影響其效力，但由於租賃協議未有登記，本集團不能質疑真誠行事的第三方。有關分租物業及租賃物業的風險因素的詳情，請參閱「風險因素」一節。

此外，由於租賃物業及分租物業並非由本集團佔用作住宅用途，故根據現行中國法律及法規，其不會因未有登記而引致罰款。因此，我們的中國律師確認，本集團不會因有關租賃物業及分租物業的租賃協議尚未登記而遭地方政府機構處以罰款。然而，倘本集團因物業相關事宜而須搬遷辦公室，考慮到日後可能需要更多辦公室空間應付本集團的業務擴展，本集團已考慮上海中心商務區的多個其他地點。此外，本集團會確保與現有出租人及法律顧問適當溝通，並與我們選擇的裝修公司協調，確保搬遷不會影響我們的正常業務經營。由於上海黃金地段的辦公室租金較高，目前估計搬遷成本將約為人民幣3百萬元。

無論如何，我們的控股股東已同意就我們因租賃物業的租賃協議無效及未登記而產生的所有索償、要求、成本、費用、罰金、處罰及開支作出彌償保證。有關該項安排的其他資料載於招股章程附錄五「其他資料－彌償保證」一段。

業務轉移

如本招股章程「歷史、重組及公司架構－架構合同」一節所披露，三眾華納傳媒(本集團於往績記錄期的核心經營實體)的業務涉及受限制業務，因此我們不得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，旨在使上海三眾企業及因而使本集團能有效控制三眾華納傳媒的財務及經營政策以及(以中國法律及規例允許為限)聯合有權收購三眾華納傳媒的股權。

根據架構合同及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CN汽車網(www.cnnauto.com)的經營、我們與內容設計及製作有關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，因此該等業務於上市後應繼續由三眾華納傳媒營運。另一方面，來自三眾華納傳媒出版物、CN汽車網(www.cnnauto.com)以及其他廣告媒體渠道及活動營銷業務的廣告代理業務屬不受限制業務，該等業務已經及將會轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司，以實現本集團的長期戰略規劃。

業 務

不受限制業務及受限制業務的過往交易價值

下表為往績記錄期內不受限制業務及受限制業務的定量分析：

	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
不受限制業務		
廣告收入		
— 三眾華納傳媒出版物(作為廣告代理)	29,813,365	51,557,860
— 廣告代理	8,260,553	16,110,363
— 互聯網廣告	3,924,212	3,689,771
— 無線營銷	5,500,000	15,158,000
— 戶外廣告牌	3,550,000	2,600,000
	<u>51,048,130</u>	<u>89,115,994</u>
活動營銷收入	11,587,402	29,933,649
	<u>62,635,532</u>	<u>119,049,643</u>
來自不受限制業務的收入	62,635,532	119,049,643
來自不受限制業務的收入佔總收益的百分比	72.1%	84.4%
受限制業務		
公關服務收入		
— 公關	18,071,776	13,483,129
— 網絡公關	6,102,608	8,239,447
其他受限制業務		
來自發行三眾華納傳媒出版物的收入	65,917	211,329
	<u>24,240,301</u>	<u>21,933,905</u>
來自受限制業務的收入	24,240,301	21,933,905
來自受限制業務的收入佔總收益的百分比	27.9%	15.6%
來自不受限制業務及 受限制業務的收入小計	86,875,833	140,983,548
減：營業稅及文化事業建設費	(3,066,478)	(8,745,716)
總收益	<u><u>83,809,355</u></u>	<u><u>132,237,832</u></u>

業 務

如上表所示，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%來自不受限制業務。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%。於往績記錄期內，我們並無自上述有關內容設計及製作的相關廣告業務以及運營三眾華納傳媒出版物及CN汽車網 (www.cnnauto.com) 產生直接收入，但來自出版及發行三眾華納傳媒出版物的收入(不構成我們收益的重要來源)則除外。

執行情況

為將不受限制業務轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司作為本集團的部分長期戰略計劃，三眾華納傳媒於二零一一年九月一日與三眾廣告及三眾營銷訂立下列協議(該等協議並不構成架構合同的一部分)：

關於轉移廣告代理業務

1. 三眾廣告協議

根據三眾廣告協議，三眾華納傳媒已授權三眾廣告作為三眾華納傳媒現時經營或將會經營的傳統媒體的獨家廣告代理，自二零一一年九月一日起生效直至架構合同終止當日為止。

於三眾廣告協議期限內，三眾廣告須每年向三眾華納傳媒支付服務費，該費相當於三眾華納傳媒現已運營及將會運營的傳統媒體的運營成本。同時，根據三眾廣告協議，三眾廣告有權收取三眾華納傳媒已運營及將會運營的傳統媒體(包括三眾華納傳媒出版物)的廣告收入。

預期如下文所述待我們的現有客戶或媒體夥伴同意後，源自傳統媒體的所有廣告代理業務將於二零一二年九月三十日之前轉移至三眾廣告及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司。

2. 三眾營銷協議

根據三眾營銷協議，三眾華納傳媒已授權三眾營銷作為三眾華納傳媒現時運營數字媒體CN汽車網(www.cnnauto.com)及將會運營的數字媒體的獨家代理，自二零一一年九月一日起生效直至架構合同終止當日為止。

業 務

於三眾營銷協議期限內，三眾營銷須每年向三眾華納傳媒支付服務費，該費相當於三眾華納傳媒所運營CN汽車網(www.cnnauto.com)及將會運營的其他數字媒體的運營成本。同時，根據三眾營銷協議，三眾營銷將有權收取三眾華納傳媒所運營CN汽車網(www.cnnauto.com)及將會運營的其他數字媒體的廣告收入。

預期如下文所述待我們的現有客戶或媒體夥伴同意後，源自數字媒體的所有廣告代理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。

根據三眾廣告協議及三眾營銷協議，三眾廣告及三眾營銷須向三眾華納傳媒支付服務費，以確保三眾華納傳媒出版物及CN汽車網(www.cnnauto.com)的運營成本全數由該等費用支付。有關安排既可讓本公司直接在財務賬上合併不受限制業務所得溢利，亦可透過三眾華納傳媒經營其他受限制業務，包括經營三眾華納傳媒出版物及CN汽車網(www.cnnauto.com)，此舉對我們推動整合營銷傳播業務有著重要作用。三眾廣告協議及三眾營銷協議的期限較長，與架構合同期內三眾華納傳媒出版物及CN汽車網(www.cnnauto.com)的持續經營方向一致。其亦確保三眾華納傳媒、三眾廣告及三眾營銷之間長遠合作。

關於轉讓活動營銷業務

預期於現時三眾華納傳媒負責的活動營銷項目完成後並待我們的現有客戶或媒體夥伴同意(如下文所述)後，與我們活動營銷活動有關的相關業務將於二零一二年九月三十日之前轉讓予三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他中國附屬公司。

此外，根據公關及活動合作協議(有關詳情載於本招股章程「關連交易」一節)，現時由三眾華納傳媒向競藝所推薦或委託的客戶提供的活動營銷服務，將於三眾華納傳媒、競藝及三眾營銷於二零一一年十一月二十一日訂立補充協議的日期後轉讓予三眾營銷，作為有關我們活動營銷業務轉移計劃的一部分。根據公關及活動合作協議，三眾華納傳媒將於公關及活動合作協議期間持續向競藝所推薦或轉介的客戶提供公關服務。

關於轉讓知識產權

誠如本招股章程「法定及一般資料—C.本集團的知識產權—(a)商標」一節所披露，根據三眾華納傳媒與上海三眾企業於二零一一年八月三十日訂立的商標轉讓協議，三眾華納傳媒已同意將註冊商標的獨家使用權及相關商標在中國的申請轉讓予上海三眾企業。轉讓將於相關中國商標局批准後完成。根據我們中國律師的意見，適用中國法律及法規並無規定有關批文的時限。因此，批文授出視乎(其中包括)中國商標局的程序而定。

此外，中國律師認為，由於三眾華納傳媒與上海三眾企業已於二零一一年八月三十日訂立商標轉讓協議，三眾華納傳媒擁有將予轉讓商標的相關法定權利，故取得中國商標局的批文不會遇到任何重大法律障礙。此外，根據三眾華納傳媒與上海三眾企業訂立的商標轉讓協議，上海三眾企業及其指定實體已獲授獨家權利，可在取得有關批文前按零代價使用該等商標。根據處理有關事宜的代理作出查詢所知，我們目前預期將於二零一二年九月或前後取得上述批文。

完成業務轉移的時間

業務轉移程序已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同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。然而，由於大部分客戶及媒體夥伴已與三眾華納傳媒訂立年度固定服務或業務協議，彼等無意與三眾華納傳媒重新訂立新協議變更現行協議項下的服務供應商。我們與該等客戶／媒體夥伴進一步磋商後，已原則上協定自二零一二年起，所有廣告及活動營銷服務將由三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾廣告的任何其他附屬公司直接向該等客戶提供。我們預期，待與三眾華納傳媒的現行年度固定服務或業務協議屆滿或終止後，三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他附屬公司與各自客戶及媒體夥伴將予訂立的續訂協議的生效之日，與上述各項年度固定服務或業務協議有關的業務轉移方會完成。

業 務

我們目前計劃於二零一二年九月三十日前完成向三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他附屬公司轉移所有三眾華納傳媒的不受限制業務。特別是我們計劃落實以下業務轉移時間表：

任務	轉讓狀況
轉移屬於不受限制業務的所有新開發業務	我們的客戶與三眾廣告及／或三眾營銷自二零一一年九月一日起已訂立所有新開發業務的相關業務合同
根據於二零一一年八月三十日訂立的轉讓協議轉讓知識產權	有關轉讓將於獲相關中國商標局批准後(目前預期為二零一二年九月或前後)完成
與客戶或媒體夥伴訂立並於二零一一年十二月三十一日之前屆滿的年度固定服務或業務協議相關的業務轉移	有關業務將於二零一二年一月一日轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他附屬公司
與客戶或媒體夥伴訂立並於二零一二年屆滿的年度固定服務或業務協議相關的業務轉移	有關業務將於緊隨有關年度固定服務或業務協議屆滿後但不遲於二零一二年九月三十日轉移至三眾廣告、三眾營銷及／或上海三眾企業的任何其他附屬公司

於最後實際可行日期，就與客戶或媒體夥伴訂立並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元的四份業務合同是有關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代理業務。根據該等業務合同的條款，合同項下的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牽涉該等客戶須就此進行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，但表示會考慮於屆滿日期後委聘三眾廣告及／或三眾營銷擔任其服務供應商。

業 務

我們確認，於業務轉移程序完成後，三眾華納傳媒不會經營任何不受限制業務，且我們會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。我們相信，我們不會因為業務轉移而失去三眾華納傳媒的任何現有客戶，但部分客戶日後可能基於市況或其他不可控制的因素而於日常業務過程中終止與我們的業務合作關係。

此外，就三眾華納傳媒向三眾廣告及三眾營銷轉移我們的廣告代理業務而言，由於三眾華納傳媒、三眾廣告及三眾營銷均為根據中國法律成立的內資企業，我們的中國律師認為該等實體毋須遵守《外商投資廣告企業管理規定》及其他與外商投資中國廣告業務相關的法律法規，故根據中國法律，我們毋須就轉移廣告代理業務取得任何批准、證明及許可或進行任何其他地方法律程序。

我們預期，倘目前及日後繼續由三眾華納傳媒營運的受限制業務根據當時實行的中國法律不再禁止外商投資，則架構合同將會解除。

遵守法規

我們的中國律師確認，除於本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險」、「業務－物業」及「附錄三－物業估值」各節所披露有關我們就中國業務所租用或分租物業者外，本集團已在所有重大方面遵守相關的適用中國法律及法規，並已取得我們營運所必需的許可證及牌照。

由於我們的業務性質，我們面臨來自(其中包括)三眾華納傳媒出版物內所載述有關人士的活動而引致訴訟索償的風險，該等人士可能認為三眾華納傳媒出版物的有關報道損害其聲譽。此外，我們亦可能因三眾華納傳媒出版物所載資料或文章的性質及內容而遭到民事索償，指控我們詐騙、誹謗、疏忽、侵犯版權或商標或違反其他規例。然而，無法保證我們的業務在未來不會產生任何索償及訴訟。倘訴訟費用及因待決和可能提出的未來索償訴訟及訴訟延遲而可能產生虧損，或會對本集團未來的營運及財務表現產生重大不利的影響。因此，我們每年均聘請為獨立第三方而非本集團僱員的合資格法律顧問，就有關本集團業務的事宜，如知識產權及本集團於一般業務過程中產生或涉及的訴訟事宜，向我們提供法律意見。

業 務

我們目前並無牽涉任何法律、仲裁或行政程序，亦不知悉受任何上述訴訟威脅而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

有關影響我們業務的相關法律及規例的其他資料，載於本招股章程「適用中國法律及法規」一節。

競爭

中國的媒體及營銷行業競爭激烈。我們的客戶可選擇多種媒體及營銷渠道。隨著中國的宏觀經濟發展，我們競爭者的業務亦愈來愈多元化。除有眾多渠道可供選擇，本公司亦面臨同行競爭。本公司尤其可能面對來自數目不斷增長及提供類似服務的本土及國際整合營銷傳播公司（包括全球前五名整合營銷傳播公司的中國聯營公司）的競爭。有關領先整合營銷傳播從業者在中國的業務發展的近期趨勢及整合詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」一節。

我們的主要業務是提供品牌整合營銷服務，包括廣告、公關及活動營銷。就提供服務而言，本公司在服務質量及成效、符合客戶期望的能力、經驗及聲譽方面須面對競爭。

董事認為，我們在主營的各業務範疇均具有競爭優勢，原因如下：

- (1) 我們特定的「三眾華納傳媒整合營銷傳播服務系統」及服務能力，有助我們以較傳統廣告、公關及活動營銷公司低的成本向客戶提供全面有效的解決方案，這些公司僅提供單一營銷傳播服務；
- (2) 三眾華納傳媒出版物為我們業務的一類重要戰略資源。我們亦擁有一隊強大的銷售及營銷團隊與戰略、創意及製作專才以及大量傳統及數字資源與活動場地，我們相信其他公司在這方面無法相比，使我們在與業內其他整合營銷傳播服務經營者競爭時能夠更靈活地分配資源，擁有更大的跨界營銷商機及成本競爭力；

業 務

- (3) 與計劃發展中國市場的國際公司相比，我們對本土市場的認識較深。我們較熟悉本土客戶的需要及本土消費者的消費行為與品味，使我們能夠就推廣品牌或新產品提供量身制訂的有效品牌營銷解決方案。此外，我們熟悉並容易取得本土資源，對我們為品牌提供非常有效解決方案至為重要，此亦有助我們從國際品牌及／或其代理商獲取生意；
- (4) 儘管市場上有眾多企業依賴傳統媒體平台提供品牌營銷及管理服務，我們相信只有少數企業配備數字營銷能力。我們因率先從事數字媒體營銷而擁有先行者優勢，這從往績記錄期內我們的互聯網廣告、無線營銷及網絡公關服務所得收入大幅上升及來自我們數字營銷業務的收入佔總收益的百分比日益增長得以證明，詳情請參閱本招股章程「業務一概覽」及「財務資料一財務摘要」兩節；及
- (5) 我們的管理團隊及我們的戰略、創意及製作人員均為專業人士，富有為汽車及家居行業品牌服務的經驗。彼等對中國汽車及家居行業的深入了解，對吸引及挽留優質客戶及因而有利於鞏固我們在業內的聲譽至關重要。

本公司計劃維持現時的業務戰略，繼續專注於為大額消費品行業的品牌主提供全面的品牌及營銷服務。