

行業概覽

本節若干資料乃取材自多份官方政府資料。本公司及保薦人自本節提及的來源轉載該等資料時已維持合理審慎。此等資料並非由董事、本公司及保薦人或彼等各自的顧問編製，亦未經彼等獨立核證。本公司及保薦人對該等資料的準確性或完整性概不發表任何聲明，該等資料可能與蒐集自其他來源的資料不一致。

本集團之主要業務為廣告媒體業務，包括招聘、航機雜誌及法定公告以及印刷業務。以下為本集團從事之若干業務之行業資料。

招聘

於香港，僱主及求職者同樣依賴印刷品廣告及招聘機構聘請合適員工或尋求職位。於近年，招聘網站日趨普及。董事相信市場對技術勞工之需求增加及僱員流失率偏高等因素，均導致僱主增加招聘廣告之開支。

於中國，外資及內地企業均透過當地招聘機構及招聘廣告刊物聘請員工。於中國之企業亦依賴職業展覽或校內招聘服務招聘技術勞工。除該等服務外，招聘網站亦是求職者物色就業機會之普遍媒體。

僱主於選擇媒體刊登招聘廣告時可能會考慮多項因素，包括：

- 覆蓋範圍；
- 回覆率；及
- 求職者資料庫。

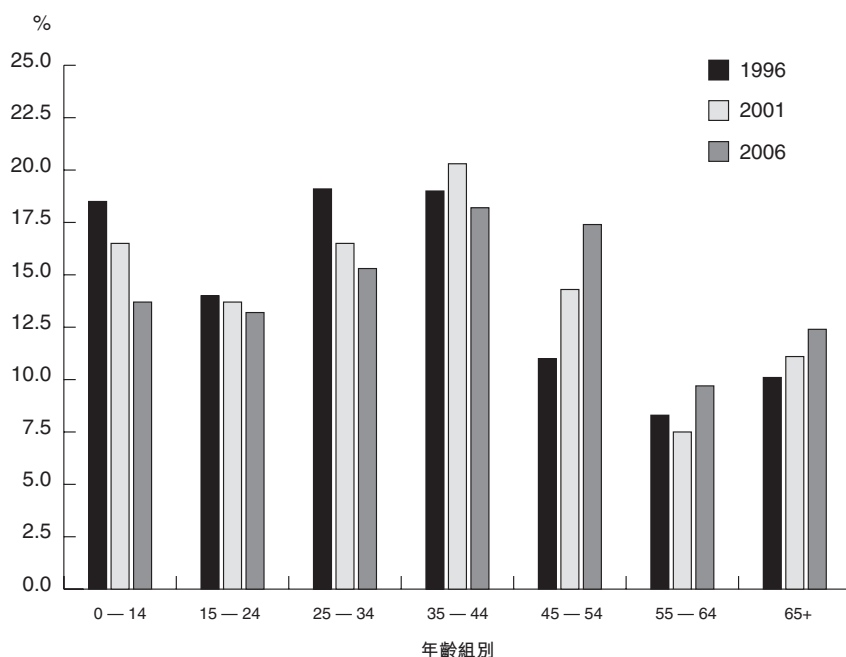
僱主一般會選用最符合成本效益之方式刊登招聘廣告。現時，就董事所知悉，僱主普遍視印刷媒體為刊登廣告招聘員工之最有效途徑。然而，印刷媒體受到地域覆蓋範圍所規限。

儘管互聯網廣告日趨普及，董事相信印刷媒體將仍然是最常用之刊登招聘廣告方式。預期招聘廣告客戶將繼續透過印刷媒體及互聯網刊登招聘廣告。因此，像本集團能同時採用印刷媒體及互聯網經營廣告業務之廣告媒體經營者，預期可在招聘廣告業中盡享優勢。

香港

董事相信，經濟周期、失業率、招聘需求及招聘廣告業之發展均有相互關係。香港經濟於二零零四年之本地生產總值增長4.7%，二零零五年增長7.1%，而二零零六年增長6.6%。於二零零四年之失業率約為6.8%、二零零五年為5.6%及二零零六年為4.8%。

按年齡組別劃分之人口



資料來源：政府統計處二零零六年中期人口統計辦事處

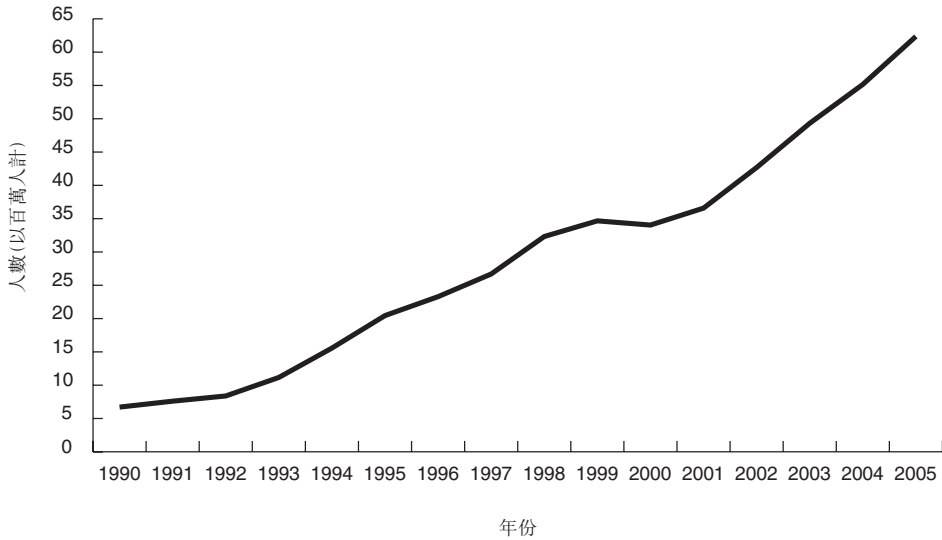
以上圖表顯示於二零零六年十二月，香港人口之中約有64.1%介乎15至54歲之勞動年齡。根據此基準，董事相信，職業及招聘相關資料之需求將持續增加，而香港之招聘廣告業於未來將繼續發展。

現時僱主採用不同廣告媒介就不同性質之職位空缺進行招聘。普遍而言，各種職位空缺均會透過印刷廣告進行招聘，而白領階級職位空缺之招聘廣告客戶通常會選擇英文及中文報章刊登招聘廣告，或依賴專業招聘機構提供服務。報章亦通常於特定日子（例如星期五或星期六）刊登招聘廣告版。**Recruit**雜誌是香港其中一份免費派發並以招聘廣告業務為主之刊物。

中國

中國之國內生產總值及國內消費水平一直持續增長。於二零零四年、二零零五年及二零零六年首三季之國內生產總值分別增長9.5%、9.9%及10.7%。主要國內企業不斷聘請技術僱員。此外，由於更多外資公司在中國設立辦事處，因此對當地僱員之需求增加。

中國城鎮私營企業之受聘及自僱人士數目



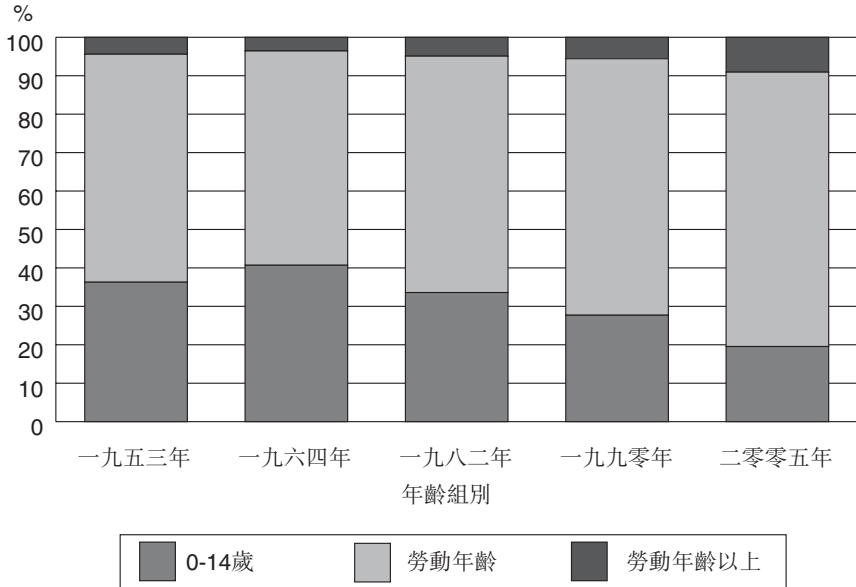
資料來源：中國統計年鑑2006

根據中國統計年鑑所刊載之統計數字，城鎮私營企業之受聘及自僱人士數目由一九九零年之6,700,000人增加至二零零五年之62,400,000人，相當於複合年增長率約為16.0%。董事相信，此情況刺激中國招聘廣告業之發展。

行業概覽

以下圖表顯示中國人口於過去五十年之年齡分佈情況：

中國人口年齡分佈情況



資料來源：中國統計年鑑1986-2006

於二零零五年，中國總人口中約71.4%介乎勞動年齡，於一九九零年則有約66.7%人口屬於相同之年齡組別。此趨勢顯示中國人口之轉變。隨著中國國內生產總值增長，預期中國勞動人口增加將刺激對工作及職業相關資料之需求，並預期可加快中國招聘廣告業之進一步發展。

傳統上，中國之外資企業透過於報章刊登招聘廣告，或透過轉介人、校園招聘及外企服務公司招聘員工。外企服務公司之成立乃協助外資企業招聘初級員職員，惟現時已將服務範疇擴展至招聘員工或行政人員。一般而言，外資企業須就透過外企服務公司聘請之每名僱員向外企服務公司支付月費，而外企服務公司則為本地僱員安排國家政策強制規定提供之福利。該等公司亦常進行校園招聘以聘請大學畢業生。

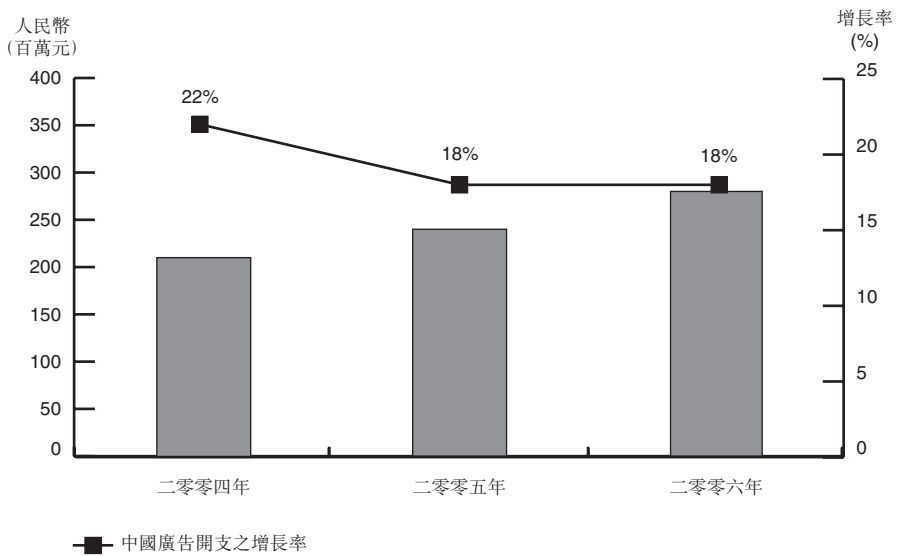
中國之印刷招聘廣告媒介市場比較分散。中國有不少報章均設有招聘廣告版。

中國雜誌廣告行業

於二零零五年十二月，中國約有13億人口，而人均國內生產總值約為人民幣14,040元。中國之廣告業可根據不同媒體分為不同類別，例如電視、收音機、報紙、雜誌及戶外媒體。由於中國家庭收入增加，因此品牌知名度變得日益重要。

中國之廣告開支由二零零三年約人民幣1,700億元增加至二零零六年之人民幣2,880億元，相當於複合年增長率約為19.2%。以下圖表載列過去三年中國之廣告開支額：

中國廣告開支

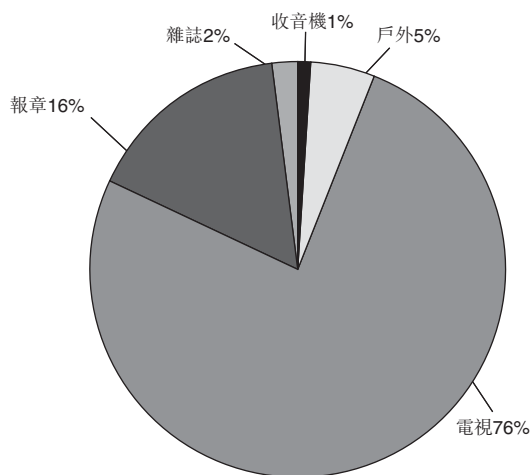


資料來源：CTR Media Intelligence

行業概覽

電視廣告佔二零零六年廣告開支總額約76%。雜誌廣告僅佔整個廣告市場之2%，惟增長強勁，於二零零五年及二零零六年之增長分別達18%及10%。以下圖表載列於二零零六年中國廣告開支按媒體分類之明細：

二零零六年中國廣告開支按媒體分類明細

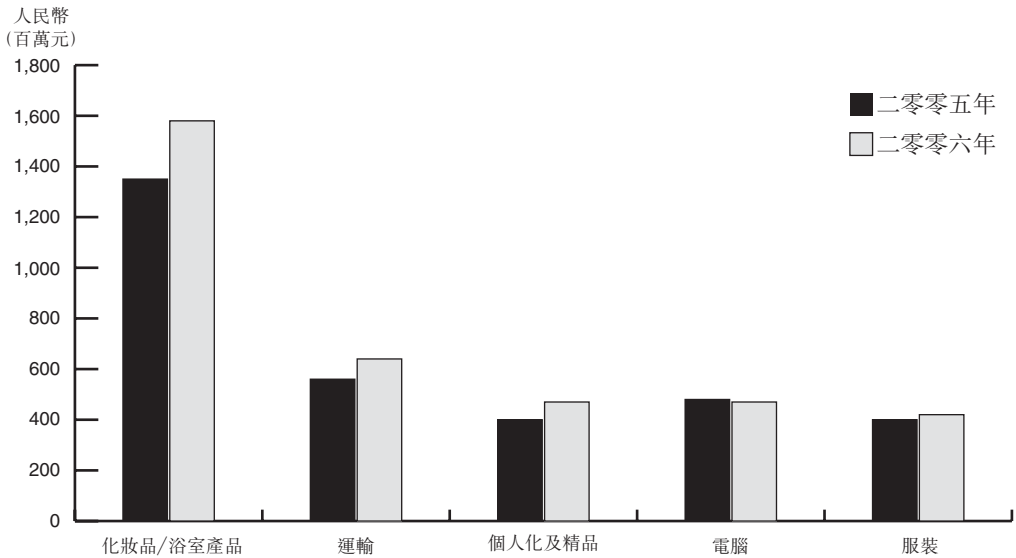


資料來源：CTR Media Intelligence

行業概覽

於中國之雜誌廣告市場，個人化及精品（包括珠寶、鐘錶及個人配飾）之廣告開支於二零零六年錄得年度增長約23%。化妝品／浴室產品廣告開支於二零零六年佔中國雜誌廣告開支之最大份額，其後為運輸、個人化及奢侈品、電腦及服裝廣告。以下圖表載列中國雜誌市場主要廣告客戶之廣告開支明細：

中國雜誌市場主要廣告客戶之廣告開支明細



資料來源：CTR Media Intelligence

於中國之相關廣告法規

中國於一九九四年十月二十七日頒佈中國廣告法，並適用於廣告客戶、廣告經營商及廣告發佈商在中國進行之一切廣告活動。廣告客戶將交託正式持牌廣告經營商及廣告發佈商進行廣告業務（即設計、製作或發佈廣告）。廣告經營商於開展廣告業務前須進行廣告營運登記。須予審批之廣告內容須遵照相關法律及法規獲得審批。廣告經營商及廣告發佈商涉及任何虛假廣告、或未能取得相關批文、或被裁定違反中國廣告法任何條文，均可能沒收廣告收入、被處以最高為廣告收入之五倍之罰款或被頒令停止廣告業務。

行業概覽

中國於一九八七年十月二十六日頒佈廣告管理條例。根據廣告管理條例，國家工商行政管理局及其下屬各分局（「SAIC」）為廣告業務之監管機構。廣告經營商須申請相關業務牌照或廣告營運許可證以進行相關業務。將予刊發、廣播、安裝或張貼之廣告內容須圍繞廣告客戶之業務範疇或國家允許之範圍，並須符合事實、健康、清晰及簡易明白，不得欺騙用戶及消費者。廣告管理條例規定任何違反條例者須被沒收廣告費、罰款及頒令停止廣告業務等。

中國於一九八八年一月九日頒佈廣告管理條例施行細則（「施行細則」），並於二零零四年十一月三十日修訂。施行細則訂明廣告管理條例之若干詳細解釋，尤其是法律責任之部份。根據施行細則，任何違反廣告管理條例及其施行細則，包括但不限於虛假廣告、不公平競爭或未能取得相關廣告牌照則須被沒收廣告費、繳付高達人民幣30,000元之罰款及頒令停止廣告業務等。

印刷

香港貿易發展局數據顯示，根據公司之數目計算，香港最大之製造行業為印刷業。於二零零五年九月，合共有4,262間製造公司聘用37,063名員工。大部份於香港從事印刷業務之企業均為中小型公司，聘用不多於10名員工。自一九九零年代中開始，由於生產工序已遷移至中國，及隨著互聯網日漸普及導致報章及雜誌銷售額下跌，有關行業經已式微。

製造

進出口貿易

公司數目	4,262 (二零零五年九月)	244 (二零零五年十二月)
僱員	37,063 (二零零五年九月)	1,130 (二零零五年十二月)

附註：行業數據只涵蓋於香港之業務。

資料來源：香港貿易發展局

香港的印刷商提供種類繁多的印刷品，包括書籍、小冊子、介紹手冊及宣傳單張、紙品及紙板標籤、廣告物料、商品目錄、年曆、明信片及賀卡。部份印刷商專責生產需要特別印刷技術生產的紙品，例如附設立體及額外插圖的兒童趣味性圖書、支票簿、護照、票據及結算單、證券及章程。

行業概覽

根據香港貿易發展局的資料，香港印刷商憑藉優質服務、價格及效率享負盛名。儘管與中國印刷商之競爭日趨激烈，由於香港印刷商致力於提供優質產品及快速付運服務，香港已成為世界頂尖的印刷及刊物中心。

香港印刷品之出口表現

	二零零四年		二零零五年		二零零六年	
	百萬港元	增長／ (減少)	百萬港元	增長／ (減少)	百萬港元	增長／ (減少)
國內出口	3,344	(10)%	3,087	(8)%	2,823	(9)%
轉口	10,395	34%	12,350	19%	14,669	19%
總出口	13,739	20%	15,437	12%	17,492	10%

資料來源：香港貿易發展局

按地域劃分	二零零四年		二零零五年		二零零六年	
	份額 百分比	增長／ (減少)	份額 百分比	增長／ (減少)	份額 百分比	增長／ (減少)
美國	38.0	22%	37.0	9%	36.0	10%
歐盟	20.3	30%	22.0	22%	22.5	16%
中國	12.9	12%	12.7	10%	12.9	16%
東南亞國家聯盟	7.6	16%	7.8	15%	7.6	11%
澳洲	4.0	26%	4.0	14%	4.0	13%
日本	4.0	10%	3.1	(13)%	3.4	24%
台灣	1.8	(2)%	1.9	18%	1.3	(25)%

資料來源：香港貿易發展局

按種類劃分	二零零四年		二零零五年		二零零六年	
	份額 百分比	增長／ (減少)	份額 百分比	增長／ (減少)	份額 百分比	增長／ (減少)
各式各樣書籍及小冊子等	47.8	22%	46.3	9%	48.1	18%
各種紙品及紙板標籤	21.7	21%	21.8	13%	22.3	16%
兒童圖書、畫冊或顏色簿	8.8	17%	9.3	20%	8.2	(2)%
印刷或插圖明信片及印刷卡	8.5	32%	8.4	11%	7.3	(1)%
轉印	1.5	12%	1.8	34%	2.5	56%
其他印刷品	2.8	68%	3.0	24%	2.5	(7)%

資料來源：香港貿易發展局

行業概覽

銷售渠道

約60–70%之出口業務為海外國家之直接訂單，當中約四分之一來自香港之主要國際發行商。出口訂單主要由與海外客戶已建立業務關係之大型印刷商或交易商處理。為掌握海外業務商機，香港大型印刷公司已於海外設立辦事處。