

## 業務回顧



二零零一年六月：推出雙語招聘雜誌《招職》招待會  
葉倩林女士(廣告總監)、施蓮茜女士(分類廣告總監)及郭孔演先生(主席)

## 報章、雜誌及書籍

### South China Morning Post Publishers Limited

《南華早報》及《星期日南華早報》由於面臨遍及香港所有出版業之艱難經營環境，故過去一年在嚴謹成本控制下經營。儘管受到種種限制，《南華早報》多個主要範疇仍能再創佳績。

我們對美國「九一一」恐怖事件之詳實報導顯示我們為權威及第一手新聞報導之典範，贏得讀者和同業高度讚譽。事件發生後之兩個星期內，《南華早報》日以繼夜刊登連載版，務求讓讀者掌握是次歷史性事件之最新進展。

財經新聞版《Business》仍是編採部之核心部份。為進一步加強這部份，遂全新設立《Business 2》代替《Markets》。《Business 2》匯聚財經新聞特寫及市場消息，為讀者提供更詳盡之分析和評論。該轉變得到讀者之正面反應，同時，隨着廣告市場復甦，預期廣告客戶對新添之主要廣告位置有積極反應。

《南華早報》意識到教育對香港社會及未來日趨重要，遂於二零零零年十一月擴充教育版篇幅，設立《Education》代替《Campus Post》。此乃全新版面，逢週末出版，內容包羅各級學校、專上教育及持續教育。《Education》專注於本地及世界各地之教育界事項及問題，並成為香港此類刊物之唯一先驅，吸引廣泛關心教育之讀者，並得到廣告商鼎力支持。《Education》之深入報導，贏得政府及學術界之全面支持。

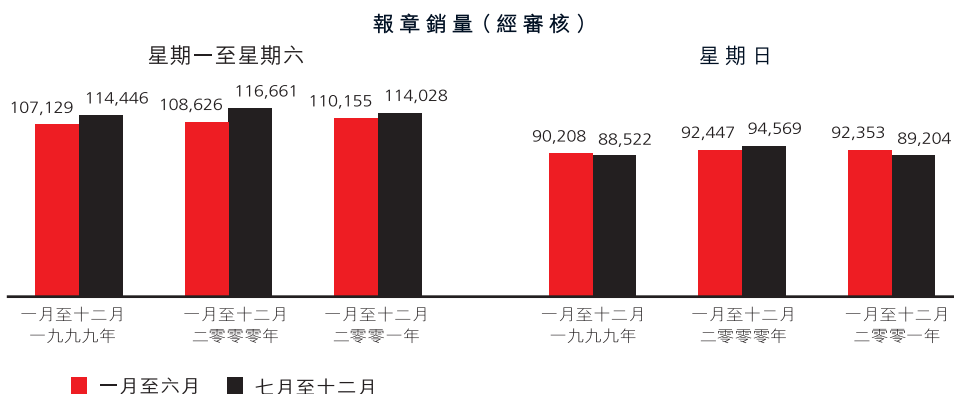
《Young Post》於二零零一年九月重新推出，版面設計更富動感，成為中學生之理想讀物。推出新版《Young Post》之同時，亦配合推出高水準網站。除了充當各學府之英語教育工具外，《Young Post》還附載嶄新內容，令報章閱讀對青少年而言既具教育作用，也饒賦趣味。二零零零年九月，《Young Post》大力支持由南華早報、香港電台及英國文化協會合辦的Talk To Win 英語會話比賽。

由於經營環境嚴峻，整體編採產品中兩項規模較小之版面《24/7》及《Premier Soccer》已停刊。

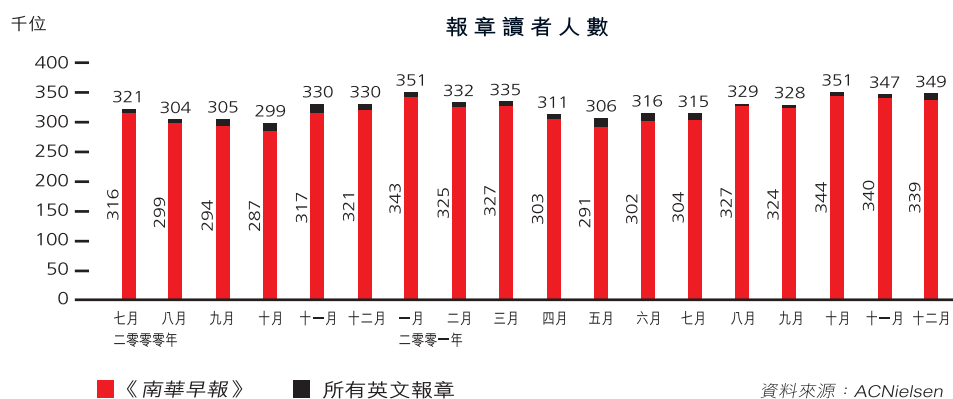
《南華早報》編採隊伍之傑出工作再獲肯定，本報記者及攝影記者於二零零零年 Human Rights Press Awards 膺奪多項大獎。本報旅遊版編輯榮膺 PATA 金獎（區內最佳旅遊寫作獎）。同時，本報設計員也於 Hong Kong Designers Association 及 Society of News Design 贏得多個獎項。製作方面，本報於二零零零年及二零零一年贏取 Hong Kong Print Awards 報章印刷類優異獎，以及二零零一年 PANPA (Pacific Area Newspaper Publisher's Association) 報章預印/副刊超卓技術獎。

### 銷量及讀者人數

截至二零零一年六月止之十二個月期間，《南華早報》及《星期日南華早報》之平均銷量較上年度微升。然而，於二零零一年七月至十二月之六個月期間，《南華早報》及《星期日南華早報》之平均銷量則分別較上年度同期下跌 2.3% 及 5.7%，此乃主要由於「九一一」事件後經濟不景，導致各航空公司及酒店之訂購數量減少。



本公司繼續穩據香港英文報章讀者人數之領導地位，市場佔有率達 97%（資料來源：ACNielsen RARD 報告）。



### 業務營運

兩台全新設立之 Geoman 印刷機組之裝置計劃預期於二零零二年九月初完成。新印刷機組將全彩色印刷量從 8 開頁增至 24 開頁，為廣告客戶及編輯增添更大靈活度。

全新編輯系統將會代替原用逾十五年之 J11 系統。新系統將最新之出版及設計軟件整合，將多個重覆及人工工序自動化，提升新聞部之產量和效率。新系統可讓一名編輯整輯設計兼調配整份報章內容，包括內文、標題、副題、標名、圖像、圖表以至圖片說明。另一項特點是可以同步生產，讓多個使用者同時於同一版面工作。預期新編輯系統將於二零零二年年底啟用。

同時，本公司現正揀選一項全新之廣告系統。新系統將配備先進之開發賬單及廣告預訂功能，擷取客戶重要資料，編製詳細之銷量及營運報告，有助整合業務流程，亦具備客戶業務關係管理模式。上述種種功能均為廣告部有效監察銷量及運作之重要工具。

### 廣告

猶如全球各地眾多報章出版商般，本公司之廣告收益因全球經濟放緩遭受嚴重影響，而「九一一」事件令情況更惡劣。毫無疑問，當各公司開始削減成本及開支之際，市場推廣及宣傳廣告開支將首當其衝，繼而則減省人手。招聘廣告所受影響最大，二零零一年對行政人員之需求較二零零零年下跌逾 50%。於二零零二年一月底，香港失業率創歷史新高，達 6.7%，超出亞洲金融風暴期間之水平。

商業廣告 — 商業廣告數量下跌之趨勢在「九一一」事件後進一步惡化，尤其是航空公司、酒店及旅遊業相關之行業均即時取消廣告訂位。儘管商業廣告情況至今已有所改善，惟廣告商仍審慎處理於廣告方面之開支。

特刊編輯陣容再度擴充，包括重新設計和重整編採隊伍，以及改變銷售策略。隨着中國加入世貿組織，中國大陸之廣告業務具發展潛力。本公司於二零零一年與《上海日報》共同合辦兩份特刊。有關刊物提升本公司在中國之品牌地位，並招攬國內廣告客戶。兩份刊物廣受廣告客戶歡迎，本集團來年將繼續推出類似計劃。

分類廣告 — 一年內各行各業之招聘活動均全面下跌。儘管經濟不景，分類廣告收益減少，本集團仍繼續投資於產品開發及建立品牌，務求鞏固其在市場上之領導地位。

《Classified Post》於二零零一年初推出全新之宣傳活動，以「Heads Above the Rest」為主題。構思乃基於企業往《Classified Post》羅致最佳人才（獵頭），因此，求佳職之最佳地方為《Classified Post》。是次活動廣受市場歡迎，有關主題並推及至重新推出之 [Classifiedpost.com](http://Classifiedpost.com)。《Classified Post》同時為香港人力資源管理學會週年大會之主要贊助商。

《招職》雙語招聘週刊於二零零一年六月推出，發行量達 90,000 份，在《地利》、7-Eleven、各地鐵及九廣鐵路之主要出口、各大學及其他教育機構以及持續進修教育中心之職業輔導中心免費派發。《招職》之對象為廣大應屆畢業生及年輕專業人士，並作為本集團一向致力為廣告客戶提供多種廣告渠道策略的一部份，以迎合客戶之需要。

Careers.scmp.com 已於二零零一年六月重新推出為 Classifiedpost.com，藉以推廣《Classified Post》之優秀品牌，並從而反映本集團綜合其印刷及網上業務。重新推出之網站包括新改良技術平台、改進設計及啟動、新增功能和頻道，包括中文頻道以及供求職者及招聘者使用之新改良工具。重新推出之網站仗賴革新兼賦創意之宣傳廣告及推廣活動，推動獵頭主題。推廣活動包括免費送贈載有專利軟件之商業名片式 CD-ROMs，該軟件能直接將職位空缺名單發送至用戶之桌面；以及舉辦比賽以取得香港主要人事顧問公司之職業顧問服務。市場對再度推出之網站反映踴躍，使用率顯著上升，每月錄得逾 6,500,000 瀏覽頁次，約有 65,000 人士登記透過電郵接收職位空缺通知。

以上種種活動於經濟復甦時將對我們大有裨益。本集團亦已增強其於分類招聘廣告之市場領導地位，並為客戶增值。

#### SCMP.com

印刷及網上編輯資源於期內成功合併。網站之使用率持續增長，於二零零一年年底，SCMP.com 之登記用戶已達 600,000 人，每月錄得約 30,000,000 瀏覽頁次。SCMP.com 之主要收入來源仍來自廣告、內容出售及特許使用。鑒於經濟不景，互聯網之廣告收入大幅下滑。為開拓其他收入來源，SCMP.com 於二零零二年二月推出收費之訂購服務，名為 SCMP.com Premium View。

SCMP.com 繼續贏得國際認許，於二零零零年及二零零一年贏得 Editor and Publisher Awards 之「Best Online Newspaper Site outside of the United States」全球三大新聞網站之一；於二零零零年獲 Society of Publishers in Asia「Excellence in Publishing」第二名獎項。此外，又贏得二零零一年 Financial Intelligence Asia 之最佳企業網站獎，並為二零零一年 Revolution Awards 之最佳傳媒網站得主，而 Marketplace 網站獲選為二零零一年 Asian Internet Awards 亞洲頭三大商業對客戶網站大獎。

#### 華曦出版有限公司

期內出版之中文雜誌有《變型蟲》、《車主》、《奪標》、《電腦家庭》、《汽車與你》及《萬家科學畫報》，而英文商業雜誌有《CEI Asia Pacific》及《Revolution》。

各份雜誌之表現較為遜色；《車主》雜誌因汽車銷售市道疲弱而受影響。期內，鑒於銷量持續薄弱，該公司已暫停出版《奪標》及《Revolution》，而《電腦家庭》亦於二零零二年二月停刊。

該公司與廣州出版機構（出版《汽車與你》及《萬家科學畫報》雜誌）之商業安排已於二零零一年十二月終止，取而代之與上海一間出版機構訂立合作及版權安排，出版及分銷 Haymarket 出版組合內兩份主要雜誌之中文版：英國主要汽車雜誌《轎車情報》及英國主要生活潮流科技雜誌《科技產品博覽》。《轎車情報》及《科技產品博覽》已分別於二零零二年一月及二月推出。

#### SCMP Hearst Publications Limited

與 Hearst Corporation 成立之合資經營公司在香港出版《COSMOPOLITAN》（中文版）、《HARPER'S BAZAAR》（中文版）及《CosmoGIRL!》（中文版）。

《COSMOPOLITAN》（中文版）及《HARPER'S BAZAAR》（中文版）業績令人滿意，收益及盈利貢獻均有所增長。新雜誌《CosmoGIRL!》（中文版）於二零零一年九月推出，對象為年輕人市場。

#### 博益出版（集團）有限公司

博益出版為香港中文消閒書籍之主要本地出版商之一。二零零零年出版逾 200 本新書，二零零一年則有 170 本。自一九八一年啟業以來，博益出版之書庫累計有逾 2,000 本中文書籍。

於本期內，銷量略低於去年同期。該公司現正開拓電子圖書之出版潛力，目前正檢視書庫內適合進行數碼化以作出售之材料。

#### The Post Publishing Public Company Limited

本集團擁有 The Post Publishing Public Company Limited 20.3% 權益，其為《Bangkok Post》之出版機構。截至二零零零年十二月三十一日止六個月期間，該公司錄得收入達 519 百萬泰銖及純利達 79 百萬泰銖（一九九九年：分別為 458 百萬泰銖及 77 百萬泰銖）。截至二零零一年十二月三十一日止年度，該公司錄得收入達 969 百萬泰銖及純利達 96 百萬泰銖（二零零零年：分別為 971 百萬泰銖及 150 百萬泰銖）。

## 零售

### 南華早報零售有限公司

南華早報零售經營一系列連鎖店，包括 72 間地利店及 27 間健怡坊店舖，該等連鎖店均策略性分佈於各大地鐵及九廣鐵路車站以及大型商場及屋苑。

本集團之策略是集中發展地利店連鎖式店舖業務，因其網絡覆蓋範圍廣泛，提供良好市場情報，並作為分銷書刊及推出新書刊之重要平台。健怡坊業務方面，本集團之策略為維持現有店舖之數目，並計劃結束缺乏盈利之店舖。

地利店錄得較高之銷售額，惟盈利輕微下跌，主要由於價格競爭及位於地鐵站之店舖重訂租金較高。儘管財務表現較去年略為遜色，然而整體業務效益有所改善。

期內新開業地利店店舖有 16 間，另有 6 間店舖結束，現有 72 間店舖，計劃於二零零二年開設 19 間新店舖。

在價格競爭白熱化之情況下，健怡坊之業務仍舉步為艱。未有錄得盈利之店舖已於其租約屆滿時結束。目前，設有 27 間店舖，上年度則有 33 間。

### Dymocks 合營公司

本集團與澳洲 Dymocks Franchise Systems (NSW) Pty Ltd 合作成立一間合營公司，本集團佔有其中 45% 權益。該合營公司之主要業務是在香港特許經營 Dymocks 連鎖書店。該公司已授出 6 間書店之特許經營權。

## 其他業務

### 香港影視製作有限公司

本集團擁有香港影視製作有限公司 81.6% 權益。該公司自一九七四年開業，為本港歷史最悠久之商業及專用影帶製作公司之一。該公司亦有向其他行業，如廣告公司，提供後期製作服務。期內，該公司之若干製作贏得二零零零年紐約電影節及 Galaxy Award 比賽之多個獎項。

香港影視製作之銷售策略以商業 / 企業及教育影帶製作為主，主要客戶為香港政府及政府相關機構。故此，當業界因全球經濟放緩蒙受損失之際，該公司因對商業部份之倚賴程度甚低而受影響不大。

### 華星唱片出版有限公司

面對盜版猖獗及流行歌手合約費用高昂之情況，華星唱片出版已於二零零一年十月停止運作。華星唱片出版擁有逾 1,050 首歌曲之出版權，並擁有逾 3,500 首歌曲錄音母帶之專利權。

### 太陽島英文幼稚園有限公司

本集團持有太陽島英文幼稚園有限公司 89% 權益，該公司於香港經營 19 間分校及 3 間幼兒護理中心。

二零零二年三月，本集團完成出售其於該公司之 89% 權益，現金作價為 28.2 百萬港元。

### 康樂會所

本集團於二零零一年十二月完成出售博藝會及德藝會兩間康樂會所，現金作價為 27.8 百萬港元。作價乃以資產淨值為基準。

### NIIT 合營公司

二零零一年十二月，本集團出售其於該合營公司之 35% 權益予合作夥伴 National Institute of Information Technology of India，現金作價為 3.5 百萬港元。

## 企業事務

### 本集團員工

本集團極為注重招聘及挽留優秀人材，並提供培訓、發展機會及優厚之報酬。僱員薪酬維持於具競爭力水平，並酌情發放花紅。其他之僱員福利包括公積金、保險及醫療保險、補貼式教育及培訓計劃以及購股權計劃。

購股權乃一種與公司長線表現及為股東謀求長遠最佳價值掛鉤之報酬方式。本期內，董事會授出購股權予 10 位僱員，可認購合共 1,045,000 股本公司普通股股份。截至二零零一年十二月三十一日，共有 136 位僱員獲授予購股權，可認購合共 11,880,500 股本公司普通股股份。過往及日後按功績授予之獎勵將會為員工獎勵報酬之其中一項重要元素。

南華早報為有志投身新聞界之畢業生提供實習計劃。畢業生可透過此難能可貴之機會，在財經、政治、特寫及一般新聞方面，當一年實習記者。該計劃給予實習記者培訓以及實習經驗，冀能盡快投入實務。表現突出者將有機會於實習期結束後獲錄用為本報記者。

### 社區服務

#### 捐獻

期內，本集團作出捐款之金額為 666,898 港元。

#### 讀者捐款

南華早報亦接受來自讀者之捐款，此等讀者在閱讀本報之報導文章後，有感需要對慘劇中之受害者及處於困難時期之個別人士施以援手。大小捐款一律由捐款辦事處負責接收，然後按捐款讀者之意願分配有關款項。

#### 《Braille Post》

《Braille Post》乃全球首份專為盲人而出版之日報，為弱視讀者提供深入之新聞報導及資訊。自一九九零年八月創刊以來，《Braille Post》已從一份僅刊載 15 篇報導文章之報章，發展成為超過 100 頁刊載逾 50 篇報導文章之報章。此外，《Braille Post》尚有一份平均篇幅達 150 頁之姊妹報，刊載商界報導文章、股價及外匯價格走勢等。一九九七年十一月，《南華早報》成為首份透過互聯網出版盲人版日報之報章，也是與香港盲人協會之長遠合作。

### 企業大事日誌

#### 二零零零年及二零零一年七月：香港電台／南華早報短文創作比賽

此項一年一度廣受歡迎之比賽，早於十五年前由香港電台及南華早報聯辦及評審，宗旨是在香港推動英語寫作技巧。每年均有大批本地文學優才投交高質素稿件。比賽分兩組進行評審：高級組為十八歲及以上，初級組則介乎十二歲至十七歲。

#### 二零零零年及二零零一年七月：SCMP／Henley MBA 獎項

每年一度之 SCMP／Henley MBA 獎項，現已踏進第八屆，由《Classified Post》與 Henley Management College 主辦。本獎項為有理想、抱負及渴望發展技術，以晉升至更高管理崗位之香港經理級人士，提供事業發展階梯。有關獎項為一項遙距學習式 MBA，費用包括授課、課程教材和實習。南華早報希望藉着參與該項 MBA 計劃，能夠為培育香港年青一代成為未來棟樑略盡綿力。該獎項迄今已幫助 10 位年青有為之經理。

#### 二零零零年及二零零一年七月：南華早報中學教師講座

從一九九八年以來，南華早報一直為中學英語教師舉辦一年一度之教育論壇，於專業人士層面推動 NIE 教育（報章教育）方式。本集團不斷推動協助年輕人培養閱報習慣的計劃。該項計劃廣獲中學英語教師歡迎。

#### 二零零零年八月：SCMP.com 重新登記行動

SCMP.com 於二零零零年八月發起重新登記行動。所有用戶均需填報一份簡單之一頁問卷。透過是次行動，SCMP.com 更能瞭解其用戶，並為他們提供更佳服務。

### 二零零零年八月至十月：ACNielsen 互聯網調查

從所得登記資料及 ACNielsen 之調查結果顯示，我們的用戶均屬富裕，並受良好教育，而互聯網亦為他們生活方式之一部份。用戶其中 66% 為男性，79% 擁有大學學位或更高學歷。SCMP.com 之用戶平均每週使用互聯網約 7.1 小時，而平均家庭年度收入則逾 66,000 美元。逾 60% SCMP.com 用戶曾在網上購物，而香港普羅大眾則僅為 7%，每月平均上網花費為 1,490 港元。

### 二零零零年九月：香港電台／南華早報 Talk to Win 英語會話比賽

Talk to Win 是由香港電台和南華早報合辦之英語會話比賽，旨在提升本地學生之溝通能力和語言熟練程度，以及加強其對時事及文化事務之關心。

比賽之摘要在香港電台播放。廣播以一段樂曲開首，之後為來自經篩選學校之參賽者自由談論指定樂曲所激發之思維。參賽者之創造力和英語技巧均在評審之內。有關之談論摘要亦在《Young Post》內刊登。

### 二零零零年十月：SCMP 集團公司網站

SCMP 集團公司網站 [scmpgroup.com](http://scmpgroup.com) 於二零零零年十月推出，提供本集團資訊及動向。

### 二零零零年及二零零一年十月：南華早報傑出學生年獎

南華早報傑出學生年獎已踏進第二十八屆，獲教育界廣泛認許，亦被視為學界每年盛事之一。為嘉許香港傑出學生，此項尊崇獎項不單重視學術成績，同時注重在舞蹈、音樂、運動、電腦科學、語言、藝術方面之個人造詣和成就，以及參賽者對學校和社區之貢獻。獎項涉及範疇廣泛而全面，分為 8 個主要類別：傑出學生年獎、最佳進步學生獎、舞蹈家獎、語言家獎、音樂家獎、電腦科學家獎、運動員獎和視覺藝術家獎。所有類別均公開供中四至中七學生參選，惟傑出學生年獎則僅供中六及中七學生參選。

### 二零零零年及二零零一年十月：BSPU / SCMP 網頁設計比賽

南華早報及工商局轄下之 Business Services Promotions Unit (BSPU) 於一九九八年成功為二十五歲以下香港學生及青少年籌辦是項比賽。比賽現已踏入第四屆，廣獲公眾人士認許為香港年青人主要網站設計比賽之一。

### 二零零零年十一月：《Business》及《Technology》電子通訊

推出《Business》及《Technology》之電子通訊，旨在傳送當日主題新聞至讀者之電子郵箱。《Business》電子通訊令用戶取得中國及亞洲地區之最新市場、交易及金融資訊。《Technology》電子通訊給用戶帶來中港及亞洲地區之最新科技消息。

### 二零零零年十一月：Marketplace 網站

於二零零零年十一月推出之 Marketplace 供商戶陳列一連串各類產品及服務。由於設在主頁，商戶可有效地為其產品尋找合適對象。

### 二零零零年十一月：推出《Education》

教育週報《Education》於二零零零年十一月推出，每逢週六出版，亦可於 SCMP.com 瀏覽。《Education》旨在提供務實意見，涵蓋各範疇之教育，包括學前以至高等和持續教育。《Education》之主題為家長尤其關注之問題，例如選校、學生之學習困難及教育改革，同時亦設立公開論壇以及融匯書籍及科技於學童生活及教育之「what's on」欄目。《Education》亦為家長及教師提供抒發意見之平台。

### 二零零零年及二零零一年十一月：《Classified Post》IHRM 年會

《Classified Post》為該年會提供贊助，旨在推廣有關人力資源管理產品及服務。年會為《Classified Post》提供一個理想平台，於為期兩天之會議期間，向逾千名代表及來賓加強其市場領導地位。

### 二零零零年及二零零一年十二月：DHL / 南華早報香港商業大獎

香港最尊崇之商界大獎－DHL / 南華早報香港商業大獎從一九九零年創立以來，嘉許為發展香港特別行政區作為亞洲主要金融中心作出傑出貢獻之人士，並分為 6 個獎項：商業成就獎、傑出管理獎、東主營運獎、海外拓展成就獎、傑出企業家獎及青年企業家獎。商業成就獎過往之得主包括知名人士李嘉誠、胡應湘、浦偉士、鄭裕彤、利國偉、馮國經、薩秉達、潘迪生、黃子欣、李澤楷、汪穗中及羅康瑞。

### 二零零零年及二零零一年十二月：聖誕老人愛心大行動

每年十二月，個人、社區組織及企業均聯合支持聖誕老人大行動，為一個指定之本地兒童或青少年慈善基金籌募善款。自香港電台與南華早報聯合於一九八七年舉辦聖誕老人大行動以來，此項活動經已為香港和內地籌得逾 50,000,000 港元善款，受惠者包括孤兒基金，以至燒傷受害人。二零零一年，聖誕老人大行動為啟勵扶會（「啟勵」）籌得逾 3,600,000 港元善款。啟勵為一個青少年輔助組織，處理如濫用藥物及酒精和人際關係等問題。

### 二零零一年二月：南華早報基金經理年獎

南華早報基金經理年獎表揚最佳表現基金，以及其各自之基金經理，涵蓋全球多個市場和所有資產類別。本年度為第十屆，是項獎項已成為基金界最優越表現認許標準。

### 二零零一年二月：教育及職業博覽會

每年一度之教育及職業博覽會成為求職者及計劃進修人士蒐集教育、職業及培訓機會之理想平台。《Classified Post》作為參展商之一，藉此機會接觸讀者，向他們提供最新招聘資訊。

### 二零零一年三月：推出 totallyhk 電子通訊

推出 totallyhk 每週電子通訊，內容包括每週香港生活指南，包括電影、現場文娛活動、飲食、酒類和音樂。

### 二零零一年四月：博益出版二十週年誌慶

二零零一年標誌着博益出版業務立足香港二十載。年內，我們在所有印刷廣告及市場推廣資料內均附設二十週年小標題，並出版新書籍和電子書籍作為週年特別活動之部份。

### 二零零一年六月：《Business Post》重版

《Business Post》於二零零一年六月四日重版。全新面貌之《Business》添加每日資訊科技消息報導，同時，有更多特寫和金融市場消息。新版《Business 2》專注新聞及金融市場故事背後更深入之分析性報導，並專訪推動香港、大中華及亞洲其他地方商界社會變動之顯赫人物。各種改動讓《Business》能發掘當天事情，以生動和讀者主導模式，並配合更多圖表和其他圖片，從而擴大報導範圍和深度。

### 二零零一年六月：出版《招職》招聘雜誌

為進一步鞏固本集團在招聘市場上之主導地位，並補充《Classified Post》，二零零一年六月七日出版《招職》雙語招聘週刊。《招職》之編輯內容主要以中文撰寫，以年齡介乎十八歲至三十歲之畢業生及年青專業人士為對象。《招職》之職位空缺來自各行業，從基層至中層管理職位不等，逢週五免費派發。

### 二零零一年六月：重新推出 Classifiedpost.com

Classifiedpost.com 於二零零一年六月重新推出，具備經改良之索尋功能、中文頻道、雙語電子通訊及應徵者配對服務。Classifiedpost.com 每月約有 6,500,000 瀏覽人次，每週發出逾 100,000 個電子通訊及 65,000 份電郵職位空缺通知予訂戶。專利軟件搜尋卡可自網站免費下載，直接將求職機會發送致求職人士之桌面。此網站可媲美全球任何求職網站。

### 二零零一年六月：SCMP.com 推出酒店預訂網站

SCMP.com 夥拍亞洲區多間酒店，在 SCMP.com 推出網上酒店預訂服務。是項服務與相關網址 hotels.scmp.com 連接，用戶可獲取全面之酒店資料及網上預訂服務，範圍遍及亞洲各大酒店及渡假村。

### 二零零一年九月：推出《CosmoGIRL!》(中文版)

《CosmoGIRL!》(中文版) 為 SCMP Hearst Publications 推出專為時下青少年而設之雜誌，內容包括時裝與美容、健康與健身及約會與人際關係之資訊。

### 二零零一年十月：《HARPER'S BAZAAR》(中文版) 十三週年誌慶

為慶祝《HARPER'S BAZAAR》(中文版) 十三週年紀念，該雜誌舉辦「最具型格風采人士」獎，並於十月十一日在君悅酒店舉行週年誌慶酒會，向得獎者頒獎。



**二零零一年十一月：地利店二十週年誌慶推廣**

為慶祝週年誌慶，於二零零一年十一月舉辦即擦即中遊戲，附設即時獎項和大獎，逾 50,000 張即擦即中遊戲卡已派發予客戶。

**二零零一年十一月：健怡坊九週年誌慶推廣活動**

在所有店舖推行折扣優惠市場宣傳推廣活動，以慶祝週年誌慶。

**二零零一年十一月：《Classified Post》「求職及職業過渡策略」講座**

《Classified Post》與 Drake Beam Morin 聯合贊助講座，協助讀者及求職者準備新職或處理過渡中之職業。講座主題為更新履歷資料、改善面試技巧及發掘潛在工作機會。講座旨在幫助讀者能早着先機。

**二零零一年十二月：《COSMOPOLITAN》(中文版)十七週年誌慶**

為慶祝《COSMOPOLITAN》(中文版)十七週年誌慶，該雜誌舉辦首屆“Best of the Best” Beauty Awards。並舉辦所有勝出之美容產品展覽以及為廣告商舉辦酒會，慶祝雜誌週年誌慶。