

## 業務回顧

### 報章、雜誌及書籍

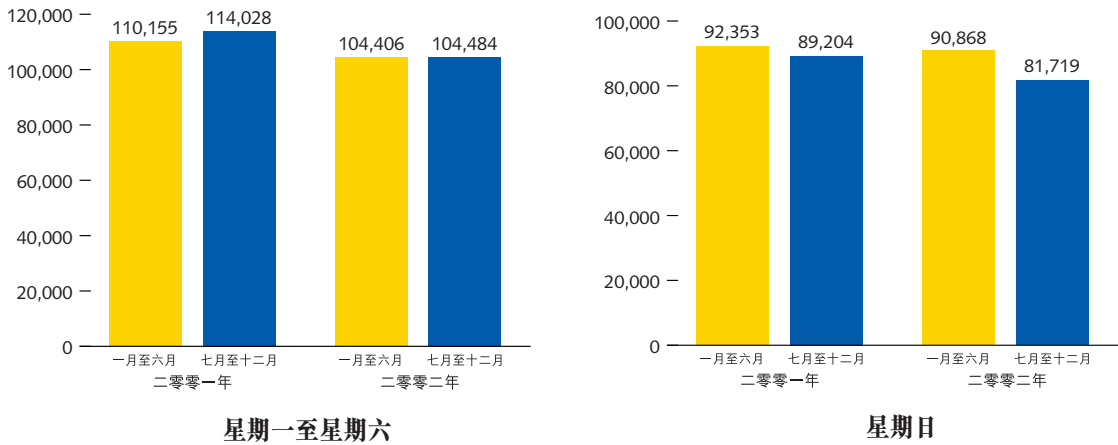
#### 南華早報出版有限公司

隨著集團於二零零三年邁進第一百週年，二零零二年之重點工作為改良產品質素及設計。工作包括編輯隊伍之改動及委任副主席Thaddeus Thomas Beczak為督印人，全面提升資源及基礎設施。本公司加強了讀者意見版，並將兩個財經新聞版《Business》合併為一。於二零零三年三月四日，重新推出以三個版頁為主線的《南華早報》，讓讀者可更容易且更集中地閱讀彼等有興趣之重點內容。主要新聞版匯集大中華及世界新聞，並對有關事件作出透徹分析、意見及評論。財經新聞版專注搜羅企業動向及市場新聞，而《都市生活版》(City)則刊載本地新聞，以及時尚生活、節目表及體育新聞。讀者及廣告商對更簡潔及更具現代感之設計反應熱烈，為本公司促進銷量及讀者人數之未來增長奠下穩固根基。

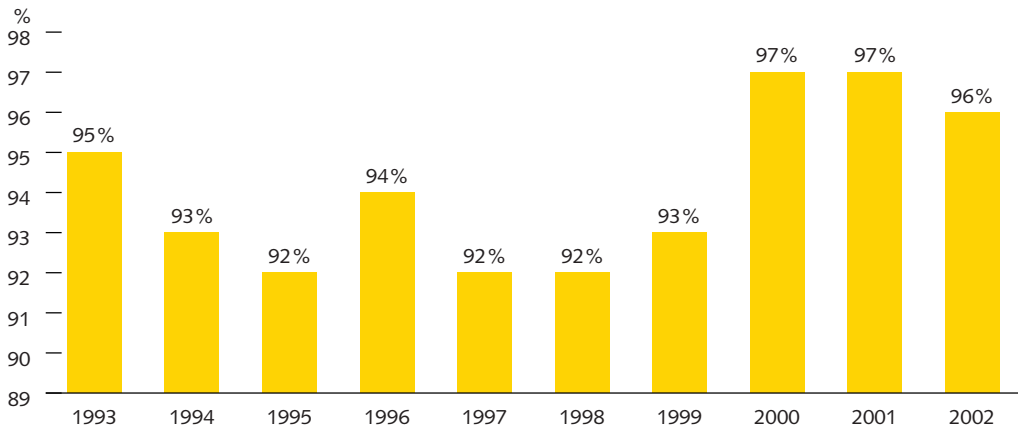
#### 銷量及讀者人數

在經濟持續黯淡下，《南華早報》及《星期日南華早報》於二零零二年之平均銷量較上年度同期下降。自二零零一年九月十一日之慘劇後，酒店及航空公司之訂購數量已見回升，惟由於香港之裁員人數再創新高，加上小型企業及辦公室紛紛結業，致令代理商及報攤之訂購銷售量下降。然而，銷售量亦曾於一九九九年亞洲金融風暴後再度回升，故集團深信當經濟復甦，銷售量將同告回升。

報章銷量(經審核)



本公司繼續穩踞香港英文報章讀者人數之領導地位，二零零二年市場佔有率達96% (資料來源：ACNielsen RARD報告一年底)。以下載列本公司於一九九三年至二零零二年十年間之市場佔有率：



資料來源：ACNielsen RARD報告(年底)

根據ACNielsen Media Index(二零零二年中期報告)對《南華早報》及香港其他主要報章進行之調查顯示,《南華早報》再次在多類讀者類別方面稱冠,詳情如下:

- 在接觸擁有最高家庭收入之專業人士、管理層人員及行政人員(「PME」)方面,為最有效之報章,每月家庭收入為40,000港元以上PME之接觸率為57%;
- 作為PME、商人或僱主之男性讀者(20歲以上)之百分比最高達76%;
- 曾於過去12個月內旅遊之女性讀者之百分比最高達72%;
- 於一年內旅遊六次或以上之讀者人數最高;
- 閒逛購物中心、嗜酒及投保之讀者人數最高;
- 已購買或擁有個人電腦之讀者人數最高;及
- 於百佳超級市場消費逾400港元之讀者人數最高。

此等數據在ACNielsen於二零零二年十月及十一月對本報讀者進行之一項調查中,進一步得到確認。重點數據(以2,000名被訪者為基準)如下:

- 人口統計:讀者均為專業行業之精英,及各行各業之高級行政人員或資深專業人士;39%為研究生;49%為大學學位持有人;72%為已婚人士;58%為華人或亞洲籍人士;55%之全年家庭收入達1百萬港元或以上;及47%之每月收入達50,000港元以上。
- 時尚生活、消費及投資:本報讀者享有優質生活水平,亦擁有名貴物品及消費電子產品;逾60%投資於股票及外幣;45%擁有海外物業;及37%擁有香港物業;乃經常性旅客於一年內平均在海外逗留19晚;69%一年內平均出外公幹四次;66%一年內平均旅遊三次,且近半數住宿於五星級酒店;及65%住宿於1,000平方呎以上之住所。
- 生活態度取向:本報讀者擁有個人目標,充滿信心、具獨立性,視「轉變」為生活中之常事,並能適應不同轉變。

本公司於二零零二年舉行了兩個會議,分別為「珠江三角洲:凝聚經濟新動力」及「香港及中國企業管治研討會:精益求精」,為管理會議範疇跨出第一步。該兩次會議之成功,顯示市場對大中華為主之優質會議具殷切需求。除加強《南華早報》之品牌形象及領導地位外,該等會議充分發揮了《南華早報》之獨有優勢,匯聚各行各業之意見領袖,創造一個能讓彼等提出不同見解的論壇。

### 資本開支

約於兩年前展開重點資本開支計劃已接近完成,包括:

- 60百萬港元投資於兩台Geoman彩色印刷機組。該等機組已於二零零二年八月全面啟用,令生產更添靈活,亦提供了更多色彩選擇,讓銷售人員為廣告商提供更具創意之廣告形式。此點足見於本報具創意之廣告宣傳活動,以及《Classified Post》、《招職》及《Classified Plus》內更多彩色廣告宣傳。隨著本公司在印刷及色彩方面提升實力,當廣告市場好轉,本公司將坐擁雄厚優勢及收益潛力;
- 全新編輯出版系統已步入最後實施階段,而員工培訓亦正在進行中。本公司共投資了27百萬港元,購入最先進之新聞製作技術,代替沿用了十五年之J11系統。教育版《Education》已於二零零三年三月初率先轉用新系統,繼而為主要新聞版、都市生活版及財經新聞版,預期可於十月全面完成。隨著新系統得到更廣泛應用,編輯部可更快速且更具效益地處理新聞製作、提升設計能力,並加強與海外辦事處之聯繫;
- 投資20百萬港元之廣告及發行管理系統,預期可於本年底前啟用,該系統可助精簡營運及加強銷售工作;及
- 本集團資料庫之150,000張經挑選圖像快將完成數碼化,令現存130,000張圖像之資料庫更形充實。Photo.scmp.com於二零零二年十二月推出,現時提供160,000張圖像以供網上選購。

隨著該等加強核心業務之投資項目接近完成,及公司於過去兩年採取嚴謹之成本控制措施,公司定可穩佔優勢,繼續促進增長,並於市況好轉時締造最高之收益潛力及盈利水平。

### 廣告

二零零二年,香港及全球經濟持續疲弱,中東政治局勢亦動盪不穩。由於企業,尤其在市場推廣及廣告方面,不斷減省成本與開支,及股市表現疲弱及波動,阻延企業及集資活動,令本公司之收益備受嚴峻壓力。在香港失業率高企下,招聘廣告受到沉重沖擊。鑑於營商環境不佳,廣告隊伍已致力進行銷售及市場推廣工作,務求保持及增長客戶基礎。

商業廣告：時裝、零售、金融/投資產品及航空公司等多個行業之廣告活動均告下跌，彼等均為報章上之主要廣告類別。市場氣氛疲弱，加上零售市道不振，促使大部份廣告商削減其廣告開支。為貫徹具競爭力之定價策略，本報已推出可供創意配搭旗下各種產品之增值廣告套餐。本報亦已調整部分版頁之廣告收費，以吸引更多新廣告商。年內，本報增多了有關中國之專題報導，因而輕微推高了國內廣告商之廣告開支。本報將於來年繼續銳意壯大國內客戶基礎。

分類廣告：年內，招聘活動連續第二年錄得跌幅。對比二零零一年，分類廣告收入較為穩定，惟由於部分公司持續凍結或削減人手，而仍然招聘人手之公司亦削減廣告預算開支，故營商環境仍然充滿挑戰。

在廣告業務持續不振下，本公司專注產品定位策略，務求在經濟復甦時能處於優勢。本公司亦已與多個廣告商訂立獨家廣告合約。每逢星期六，《Classified Post》亦加添編輯版以吸納非本報訂戶之求職人士，《Classified Post》現已於逾500個報攤及便利店以限量數目發售。

於二零零二年三月，本公司取得於地鐵站派發招聘雜誌之獨家專利權，因而得以接觸大批白領職員、服務人員及專業人士等地鐵乘客。自七月起，《招職》逢星期二、五在地鐵站派發。《招職》之派發渠道從零售門市轉移至地鐵站後，深受廣告商歡迎，令《招職》於短時間內贏取市場佔有率。

逢星期五刊載之全新分類環節—《Classified Plus》已於十一月推出，藉以擴大分類廣告基礎，並減輕對招聘廣告之倚賴。

本公司亦聘請ACNielsen對《Classified Post》及《招職》進行讀者調查。《Classified Post》之優勢顯然來自其讀者類別，其中57%讀者為專業人士、經理及行政人員，12%擔任高級管理職位。據該調查顯示，82%的《Classified Post》讀者會對當中之招聘廣告作出回應。此外，由於《Classified Post》之讀者擁有良好學歷，並能操兩種語言且積極轉換或尋找工作，故當中66%之求職者能獲聘用。

《招職》自七月起在地鐵站推出以來，已建立強大且忠實之讀者人數。其中66%讀者每期或差不多每期均會取閱，而72%讀者更會將雜誌供他人傳閱。《招職》之讀者具事業進取心，並積極進修從而自我增值。

### **SCMP.com**

SCMP.com於二零零二年二月十九日推出網上收費訂購模式。該收費訂購模式獲得良好反應。該網站已吸納17,000多名收費訂戶。於二零零三年首個月之續訂率令人鼓舞。經營虧損顯著下降，因此，公司冀望該網站可於二零零三年底前收支平衡。

### **SCMP Hearst Publications Limited**

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

《COSMOPOLITAN》業績表然，反映該雜誌之優勢，在市道疲弱下，廣告商趨向選擇具市場領導地位的雜誌。《HARPER'S BAZAAR》針對較為波動之高檔時裝市場，由於著名品牌顯著削減廣告開支，導致該雜誌盈利下降。

本年度對新創刊之《CosmoGIRL!》而言實為充滿挑戰的一年。該雜誌之銷量已逐步上升，且正在年青人雜誌市場確立穩固地位，惟廣告收益仍然疲弱。公司將繼續對該雜誌作出投資以全面發揮該雜誌之潛力。

### **華曦出版有限公司**

合營公司於年內出版之雜誌包括《車主》、《變型蟲》及商業雜誌《CEI Asia Pacific》。透過與上海一家出版商訂立合作及版權安排，該公司亦出版Haymarket旗下兩份雜誌—《轎車情報》及《科技產品博覽》。

《車主》雜誌繼續獲得市場推崇，其經審核銷量在香港汽車雜誌中位列最高。基於《變型蟲》之廣告收入大幅減少及虧損不斷上升，本公司於二零零二年五月停止出版該雜誌。

## 博益出版(集團)有限公司

儘管針對年青人市場而出版的「一本堂」叢書取得良好表現，市場需求持續疲弱且競爭非常劇烈。出版之新書每月平均有二至三本名列各大書店二零零二年每月最暢銷十大或二十大書籍。本公司已將業務拓展至包括贊助出版物(如《官燕集》)、特印非賣品(如《邱天緣2003羊年運程》)及非書籍出版物(如「Twins二零零三年年曆」)等一次性項目。

## 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。截至二零零二年十二月三十一日止年度，該公司錄得收入達1,036百萬泰銖及盈利達104百萬泰銖(二零零一年：分別為969百萬泰銖及96百萬泰銖)。

## 零售

### 南華早報零售有限公司

南華早報零售經營83間「地利店」及18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。

「地利店」業務於二零零二年錄得較高之銷售額，惟盈利輕微下跌，主要由於價格競爭激烈及多間位於地鐵站之店舖租金較高所致。儘管財務表現較去年略為遜色，然而整體營運效益有所改善。年內新開業之「地利店」店舖有16間，另有5間店舖結束。計劃於二零零三年開設15間新店舖。

「健怡坊」在困難及具競爭性的市場中運作。年內9間未有錄得盈利之店舖已於租約屆滿時關閉，店舖數目由去年27間減少至18間。

### Dymocks合營公司

本集團在與澳洲Dymocks Franchise Systems(NSW) Pty Ltd合作之一間合營公司佔45%權益。該合營公司之主要業務是在香港授出Dymocks連鎖書店之特許經營權。該公司已授出5間書店之特許經營權。

## 其他業務

### 香港影視製作有限公司

由於經濟下滑，企業錄像及專題影帶業務受到嚴峻打擊。因此，該公司已將重點轉移至為向和路迪士尼、華納兄弟及Universal Pictures等客戶轉錄錄像業務。此外，該公司已成功向Celestial Movie Channel取得邵氏兄弟舊影片庫中100部作品轉錄之業務。

## 企業事務

### 本集團員工

本集團有賴員工之竭誠效力、才幹及勤奮上進以達致其業務目標。於二零零二年，本公司與各部門經理推行一套全新工作表現管理制度，用以衡量員工之表現並論功行賞。新制度下，本集團會定期對員工之工作表現作出評估，並以員工之職能及職責訂立特定目標及勝任程度作為準繩。該制度顯示本集團按工作表現作獎勵及員工發展之堅定信念。

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。年內，董事會並無授出任何購股權。截至二零零二年十二月三十一日止，共有113位僱員獲授予購股權，可認購合共本公司10,108,500股普通股。過往及日後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本地大學畢業生提供實習計劃。《南華早報》於二零零二年大量增加實習新聞記者之人數並改善培訓內容，以使此項計劃達致最佳效益。

隨著本集團邁向知識及科技為本之業務發展，本集團其中一項重要人力資源目標為提升員工之多工處理及改善技能之能力。

## 社區服務 捐獻

年內，本集團作出之慈善捐款為114,968港元。

## 讀者捐款

於二零零二年，《南華早報》收到讀者之物資捐贈如下：

- (a) 捐贈予東帝汶之慈善機構之兩貨櫃箱醫療物資、衣服、寢具、教材、玩具及多種其他物品；及
- (b) 為中國大陸因大水災致無家可歸之民眾提供食物、居所及醫療物資之緊急援助捐贈。

## 《Braille Post》

科技不斷進步，令超過5,000名香港盲人輔導會會員現可以閱覽《Braille Post》電子版。《Braille Post》乃全球其中一份專為盲人出版之日報，為視弱人士提供深入之新聞報道及資訊。自一九九零年八月創刊以來，《Braille Post》已從一份僅刊載15篇報道文章，發展成為超過100頁刊載逾50篇報道文章之報章，另有150頁轉載經濟新聞、股票及外匯報價。於一九九七年十一月，《南華早報》成為首份透過互聯網出版盲人版日報之報章，這是與香港盲人輔導會長遠合作之一部份。

## 二零零二年企業大事日誌

### 二零零二年二月：SCMP.com推出網上訂購模式

SCMP.com推出網上訂購模式，向網上用戶就網上新聞內容收費。新收費訂購服務名為SCMP.com Premium View，提供深入精闢之新聞及特寫文章，訂戶在網上可全面取得印刷版本之編採內容、全日定時更新之網上新聞、每日電子簡訊、特別報道及資料庫。訂戶服務收費為每年249港元(32美元)，並附送10篇儲存於資料庫之文章。凡直接向《南華早報》訂閱報章一年之香港居民，均自動享有上網登入SCMP.com之服務，作為整套訂閱服務之一部分。

### 二零零二年二月：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之基金及其基金經理，獎項涵蓋全球多個市場和所有資產類別。本年度為第十一屆基金經理年獎，該獎項已成為基金界最負盛名並趨之若鶩之認許指標。為標誌這項盛事，《南華早報》出版了基金業週年報告特刊，當中介紹各個優勝者、基金表現詳情，及各基金管理公司及其行政人員之資料。

### 二零零二年七月：於地鐵派發《招職》

《招職》在全港地鐵站獨家派發，令普羅大眾掀起一陣熱潮。結合電視、電台、戶外及印刷媒體廣告之綜合推廣計劃，加上50個一年免費地鐵乘車証之抽獎活動，推動《招職》之索閱量，並成功令人留下深刻印象。本公司與地鐵公司在地鐵香港站之門廊舉行聯合記者會，廣獲本地媒體及電視台報道。年內並不斷進行其他推廣活動，確保這項與地鐵之全新合作項目取得成功。

### 二零零二年七月：南華早報首個會議

與香港總商會合辦名為「珠江三角洲－凝聚經濟新動力」，乃本集團主辦之首個會議。20位中港兩地著名講者出席為期一天半之會議，吸引逾450位與會人士，並由香港特別行政區行政長官董建華先生為會議揭幕。在會議舉行期間，《南華早報》分別以印刷及網上形式出版特刊。

### 二零零二年七月：南華早報中學教師講座

從一九九八年以來，《南華早報》一直為中學英文教師舉辦一年一度之教育論壇，以推動NIE教育(報章教育)。本集團繼續推動協助年輕人培養閱報習慣之計劃。此項一年一度之計劃廣獲中學英語教師支持，共有來自151間學校之298位教師參與講座。

### 二零零二年八月：《Young Post》主辦首個流行音樂會

《Young Post》為讀者舉辦其首個小型流行音樂會Pure Sound，該次音樂會有多名本地知名流行藝人參與，包括曾獲《南華早報》運動員大獎得獎者兼流行偶像方力申。音樂會在國際展覽中心舉行，吸引超過350名《Young Post》讀者到場。《Young Post》於16年前創刊，該報繼續推廣以輕鬆活潑及現代手法學習英語。

### 二零零二年八月：SCMP/Henley MBA獎項

SCMP/Henley MBA獎項由《Classified Post》與Henley Management College選出兩名獲獎者，該獎項已踏入第九屆，其為《Classified Post》讀者提供機會，透過深造增加日後事業發展之機遇及進修。該獎項之獎金涵蓋工商管理碩士遙距課程之授課、課程教材和實習費用。透過此項獎學金，《南華早報》冀能為培養香港專業行政人員及經理成為未來領袖出一分綿力。

### 二零零二年十月：《HARPER'S BAZAAR》十四週年誌慶

為慶祝《HARPER'S BAZAAR》十四週年紀念，該雜誌歷來首次頒發「《HARPER'S BAZAAR》二零零二年時裝大獎」，於港島香格里拉酒店舉行酒會，為該雜誌週年誌慶及頒獎予各得獎人。

### 二零零二年十一月：SCMP集團煥然一新之企業形象

SCMP集團及其附屬公司創作了全新的企業形象，此舉可以整合集團旗下眾多的馳名品牌和業務，並轉化成為貴重資產，有助建立客戶對品牌的忠誠。本集團之書信用品、廣告、商品、戶外制服及員工名片均已重新設計，部分品牌標徵如《搵職》、《Classified Post》及SCMP.com亦已修改，以配合集團新形象。本集團已備妥公司形象說明手冊，為所有業務部門及其供應商提供新制度之指引。

### 二零零二年十一月：香港電台/南華早報短文創作比賽

此項一年一度由香港電台與《南華早報》聯辦及評審之比賽現已踏入第十七屆。比賽目的在於推動香港之英語寫作技巧，並已接獲大批具文學才華之本地人士投稿。主辦單位從兩組選出優勝者：十八歲及以上為高級組；介乎十二歲至十七歲為初級組。得獎作品在《南華早報》及SCMP.com刊登，而優勝者更獲香港電台現場訪問。

### 二零零二年十一月：南華早報主辦企業管治研討會

《南華早報》與香港交易及結算所有限公司聯合主辦關於企業管治之主要研討會，邀得政界及商界名人就這個重要課題進行研討，並由財經事務及庫務局局長馬時亨先生出席致辭。為標誌今次會議，《南華早報》以印刷及網上形式出版了一份特刊。

### 二零零二年十一月：「地利店」第八十間分店開業

為慶祝「地利店」第八十間分店開業，於二零零二年十一月推出一連串顧客推廣活動，逾100,000張即擦即中抽獎遊戲卡派發予顧客。

### 二零零二年十一月：「健怡坊」十週年誌慶

為慶祝此事，在全線分店展開提供折扣優惠之推廣活動。

### 二零零二年十一月：IHRM年會

《Classified Post》為該年會之贊助商，藉此鞏固其於招聘廣告市場之領導地位。為期兩天的會議提供一個理想場合，可直接向逾千名代表及來賓進行推廣及增進網絡關係。

### 二零零二年十一月：中國STAFF人力資源獎

《Classified Post》為該獎項之贊助商，該獎項乃表揚香港及中國出色之人力資源專業人士及顧問。

### 二零零二年十一月：DHL/南華早報香港商業大獎

香港最受尊崇之商界大獎—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，並分為六個獎項：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。商業成就獎過往得主包括知名人士如李嘉誠、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、羅康瑞及邢李焯。

### 二零零二年十二月：SCMP Wine Club

《南華早報》成立SCMP Wine Club，邀得八位酒類鑑賞專家及作家，為28種酒進行測試並推薦12種最佳酒類。報章及網站讀者均可透過《南華早報》獨家以大幅折扣價購買獲推薦之酒類。於一個月推廣期內售出超過一千瓶酒。

### 二零零二年十二月：南華早報二零零二年汽車年獎

《南華早報》舉辦首屆汽車年獎，由八名評判組成之評審團從九個組別中選出得獎汽車。獲獎之廠牌包括法拉利、雷諾、寶馬、平治、Acura、本田及勞斯萊斯。

### **二零零二年十二月：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愛心大行動，為一個指定之本地兒童或青少年慈善機構籌募善款。自香港電台與《南華早報》於一九八七年聯合舉辦聖誕老人愛心大行動以來，此項活動已為香港和內地籌得逾53百萬港元善款，受惠者包括孤兒基金，以至燒傷受害人。於二零零二年，聖誕老人愛心大行動為Pathways Foundation籌得超過3.2百萬港元。該基金矢志協助有特殊學習障礙之兒童。

**AUTOCAR** 轿车情报

2003年3月刊 ¥12

**国产SUV**

**初露端倪 渐受瞩目**

● 速跑 ● 开拓者 ● 大切诺基



**BAZAAR**

BEST BUY

時裝買

**COSMOPOLITAN**

**朱茵** 我嬌小但好強

**A Healthy New You**

告別肥伴指南

**Hottest Hair Trend**

擋不住型髮風潮  
美髮新點新推介

**2003**

**Spring/Summer Fashion Report**

春夏時裝潮流大特集



Forum  
愛上好姊妹的男友，怎辦？

Cosmo Man  
**鄭中基**

**29年**  
國產、進口  
車、MPV、  
SUV 性價



上海大眾  
● 勞斯萊斯

**BEAUTY**  
美容

ALEXANDER  
NICOLI  
的美麗

圖書附

**FASHION**  
米蘭·  
SPRING/S