

管理層討論及分析

業務回顧

財務回顧

# 壹針見血



## 管理層討論和分析

### 業務回顧

二零零三年是亞洲人難以忘懷的一年。這年，沙士給亞洲各地蒙上巨大的陰影。沙士的爆發，激發人們重新思考其日常生活的各方面。由於市場整體氣氛欠佳及人們對疫症所知有限，即使是買報或與朋友出外用膳等日常行為也被許多人士視為危險而盡量避免。

對壹傳媒及其僱員和股東來說，二零零三年三月沙士的爆發對業務造成一定程度的影響，尤其當本公司投入了上億元的資金組建設施及人力，以確保《台灣蘋果日報》能成功創刊。可幸的是，根據統計數字顯示，台灣讀者對該報章大為歡迎，重現九年前《蘋果日報》在香港市場推出時的盛況。

於沙士恐慌及疫症消退後、消費者信心及市場迅速恢復之際，就是我們對過去一年取得的成績及得到的教訓進行重新評估之時。

### 主要市場概覽

#### 香港

香港報刊市場競爭仍然激烈。截至二零零四年三月三十一日止，本地出版共有五十一份報章及八百六十六份定期刊物已向影視及娛樂事務管理處註冊。

沙士危機導致亞洲各行業及公司普遍大幅削減廣告開支，最終導致幾乎所有刊物（包括本集團的報章及雜誌）的廣告收入嚴重下降。

根據《2003 ACNielsen香港媒介指標年終報告》（「2003 ACNielsen年終報告」）的顯示，兩大報章繼續佔據香港日報市場，讀者總人數約達3,563,000，市場佔有率為57%。

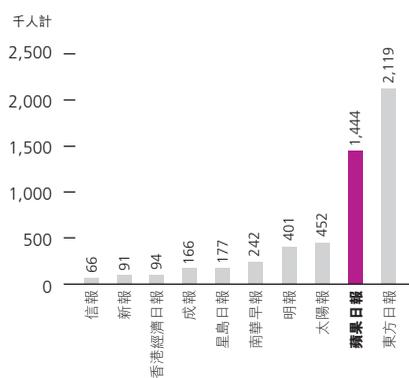
2003 ACNielsen年終報告亦顯示，週刊市場與報章市場的競爭同樣激烈。該市場的首三份暢銷刊物《忽然1周》及《飲食男女》合併本、《壹週刊》以及《壹本便利》均是壹傳媒出版王國的暢銷刊物。

## 管理層討論和分析

### 業務回顧（續）

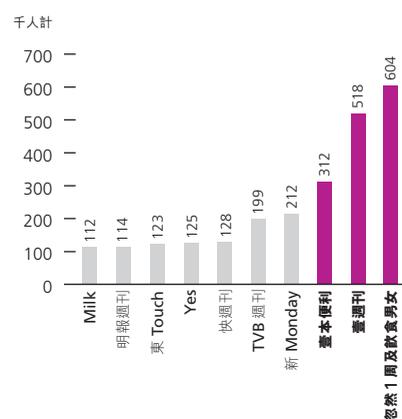
於二零零三年，該三份刊物的讀者總人數約為1,434,000，佔週刊市場讀者人數約23%，較二零零二年的讀者人數約1,264,000增加13.4%。

香港最多人閱讀的十份報章#  
由二零零三年一月至二零零三年十二月期間



# 資料來源：2003 ACNielsen香港  
媒介指標年終報告

香港最多人閱讀的十份週刊#  
由二零零三年一月至二零零三年十二月期間



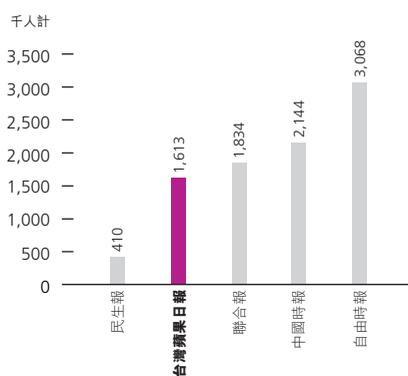
### 台灣

台灣人口約為2,200萬，其市場規模約為香港的三倍。根據尼爾森行銷研究顧問股份有限公司（「尼爾森台灣」）的資料顯示，於二零零三年七月至十二月期間，台灣四大主要日報的讀者總人數約8,659,000，約佔台灣報章市場讀者人數53.7%。《台灣蘋果日報》雖然在這個百花齊放的市場上面對激烈的競爭，但仍取得相當成功。自二零零三年五月創刊以來，該報在截至二零零三年十二月止六個月的平均銷量已達至約406,599份。

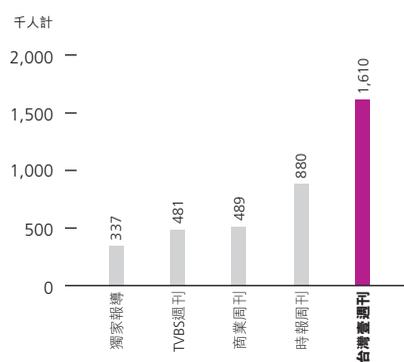
根據尼爾森台灣的資料顯示，《台灣壹週刊》繼續保持其於台灣12至60歲讀者群中最受歡迎週刊的地位。於二零零三年最後六個月，《台灣壹週刊》的平均讀者人數約為1,610,000，較去年同期的平均讀者人數約1,572,000

上升2.4%。因此，《台灣壹週刊》的讀者人數較台灣市場兩份最接近的競爭刊物的讀者人數分別多出約730,000及1,121,000。

台灣最多人閱讀的五份報章\*  
由二零零三年七月至二零零三年十二月期間



台灣最多人閱讀的五份週刊\*  
由二零零三年七月至二零零三年十二月期間



\* 資料來源：尼爾森行銷研究顧問  
股份有限公司

## 業務表現

於回顧年度內，本集團的總營業額達到約24.371億港元，這是本集團自二零零一年十月收購 Database Gateway Limited及其附屬公司後的第二年全年業績。此數字較截至二零零三年三月三十一日止年度的營業額約21.501億港元上升約13.3%。如本文「財務回顧」一節所述，總營業額上升主要由於二零零三年五月《台灣蘋果日報》創刊所致。



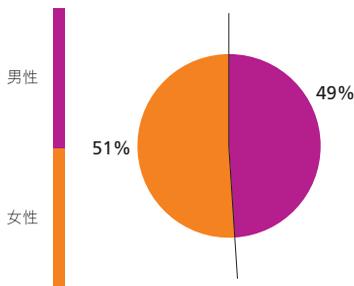
每朝早看《蘋果日報》，  
是不少讀者的習慣。

## 管理層討論和分析

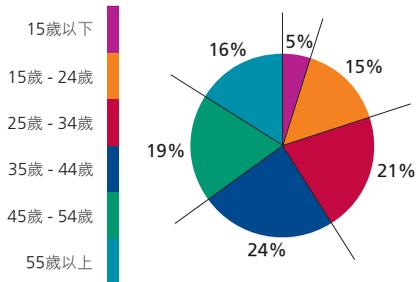
### 業務回顧（續）

#### 《蘋果日報》讀者分佈#

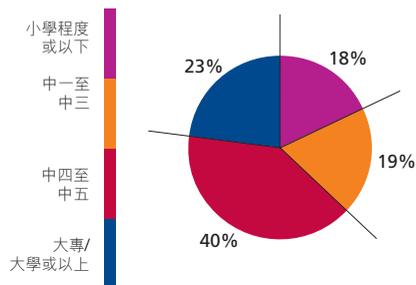
##### 性別



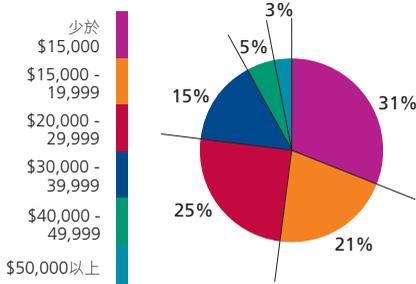
##### 年齡



##### 教育



##### 家庭每月收入(港元)



### 報章出版及印刷業務

報章出版及印刷業務的營業額約為15.311億港元，這項業務依然是本集團的第一大收入來源。截至二零零四年三月三十一日止年度的營業額較上個財政年度營業額約13.094億港元增加約16.9%。

#### 蘋果日報

於回顧年度內，《蘋果日報》市場地位不斷鞏固，穩踞香港最暢銷日報第二位。沙士期間香港報刊市場受不明朗因素影響，取得如此成績殊不簡單。該報章以中產階層為目標讀者群，並依然是本集團的主要業績來源。《蘋果日報》貢獻營業額約12.078億港元，與去年的營業額約12.780億港元相比，微降5.5%。導致營業額下降的原因之一是於二零零三年四月及五月沙士高峯期該報損失廣告收入。

根據2003 ACNielsen年終報告顯示，《蘋果日報》在二零零三年的平均讀者人數約為1,444,000，此數字較二零零二年的約1,409,000上升2.5%，成績令人鼓舞。據香港出版銷數公證會（「香港銷數公證會」）的數字顯示，在截至二零零三年十二月止六個月，《蘋果日報》的平均銷量為339,989份，較去年同期的343,660份微降1.1%。

雖然受到沙士的明顯影響，但《蘋果日報》在截至二零零四年三月三十一日止年度的業績繼續反映該報在香港市場的領導地位。這再次證明，《蘋果日報》依然是多元化讀者群的首選報章，該等讀者群以曾受高等教育及每月平均家庭收入較高的人士居多，對於推廣暢銷產品及服務的廣告客戶而言，《蘋果日報》仍然具有公認的吸引力。

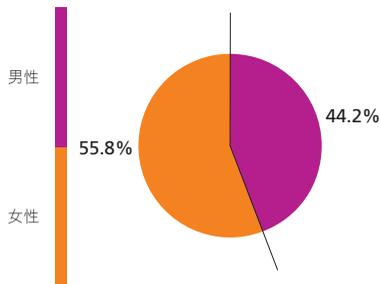
#### 台灣蘋果日報

自二零零三年五月二日創刊以來，《台灣蘋果日報》一直廣受台灣市場歡迎。儘管本集團於二零零三年六月一日將新台幣5元的特別創刊價提高一

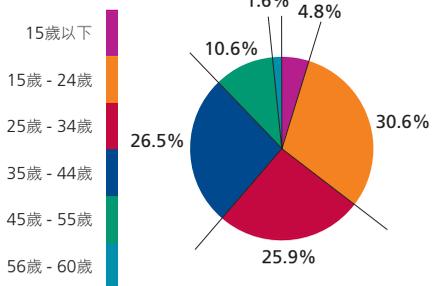
# 資料來源：2003 ACNielsen香港媒介指標年終報告

《台灣蘋果日報》讀者分佈<sup>#</sup>

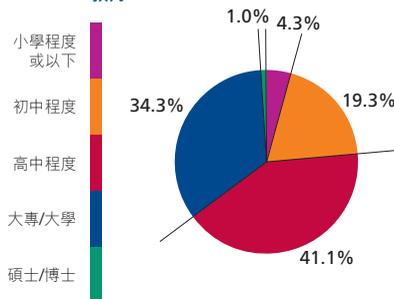
性別



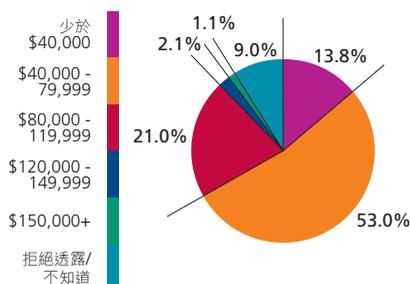
年齡



教育



家庭每月收入(新台幣)



位於將軍澳的廠房，設有最先進的生產及印刷設備。

倍，但該報的受歡迎程度仍與日俱增，讀者群涉及各行各業。在截至二零零四年三月三十一日止年度，《台灣蘋果日報》的總收入約為2.876億港元。

根據中華民國發行公信會公佈的數字顯示，在二零零三年七月一日至十二月三十一日，《台灣蘋果日報》的總銷量為74,814,208份，即每日平均銷量約406,599份。

本集團相信《台灣蘋果日報》未來具有相當大的發展空間，尤其在內頁廣告方面。於二零零四年三月，該報章的編輯版與廣告版之平均比例為77:23，與創刊後首五個月的相應比例89:11相比，廣告頁數大幅增加。本集團相信，《台灣蘋果日報》能進一步增加廣告頁數，擴大廣告收入。

《台灣蘋果日報》目前的廣告客戶遍及各個行業，其中包括物業發展商、銀行、百貨公司、娛樂業務及汽車經銷商。如此廣泛的廣告客戶群為本集團進一步擴大及增強客戶基礎提供無限商機。

## 蘋果日報印刷有限公司

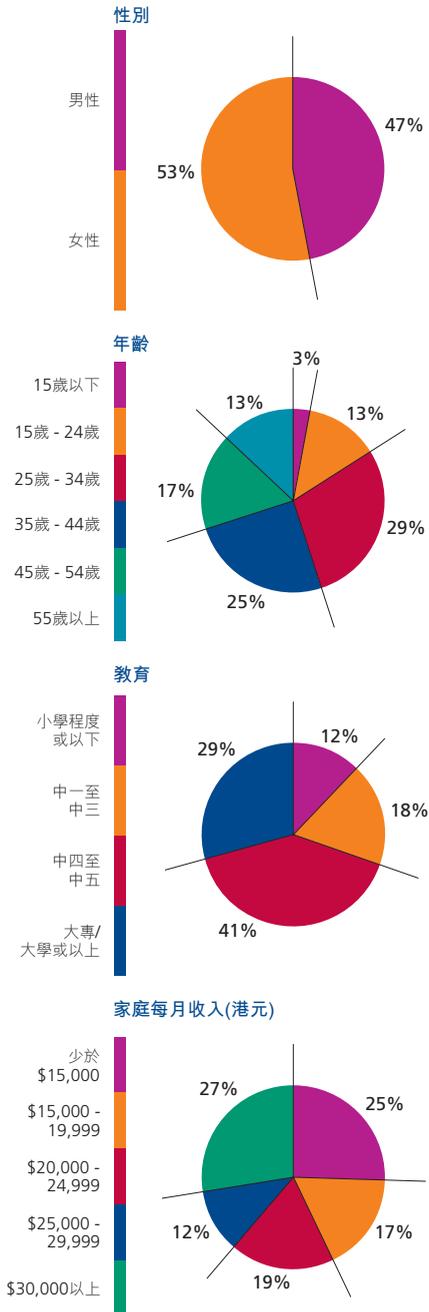
蘋果日報印刷有限公司繼續為《蘋果日報》持續暢順及高效率的日常運作提供非常重要的支援，並為不同的外間客戶提供印刷服務。在截至二零零四年三月三十一日止年度，來自對外印刷服務的收入約為3,570萬港元，較截至二零零三年三月三十一日止年度的收入增加約440萬港元或14.1%。

# 資料來源：尼爾森行銷研究顧問股份有限公司

## 管理層討論和分析

### 業務回顧（續）

#### 《壹週刊》讀者分佈#



#### 書籍及雜誌出版業務

壹傳媒的書籍及雜誌出版業務的營業額由截至二零零三年三月三十一日止年度約7.156億港元增加至本回顧年度約7.860億港元，增幅約9.8%，主要由於《台灣壹週刊》，《忽然1周》及《飲食男女》的收入上升所致。

#### 《壹週刊》

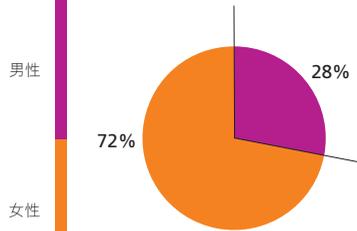
根據2003 ACNielsen年終報告顯示，《壹週刊》在二零零三年的平均讀者人數約518,000，在香港週刊市場中維持第二位，較二零零二年的平均讀者人數約457,000上升13.3%。根據香港銷數公證會數字顯示，《壹週刊》在截至二零零三年十二月止六個月的平均每週銷量達到147,237本，較去年同期約153,459本下降4.1%。

更重要的是，《壹週刊》為廣告客戶帶來的專上教育水平的兩性讀者比例一直高於任何其他週刊，令《壹週刊》繼續成為有意深入廣大年輕管理人員及專業人士階層的香港傳媒專業人士的「必然選擇」。憑藉其強大的讀者及廣告客戶陣營以及對讀者與廣告客戶的吸引力，《壹週刊》在沙士期間所遭受的打擊較其他眾多競爭對手為輕。因此，在截至二零零四年三月三十一日止年度，該刊物為本集團帶來約2.883億港元的收入，較去年約2.980億港元只下降了3.3%。

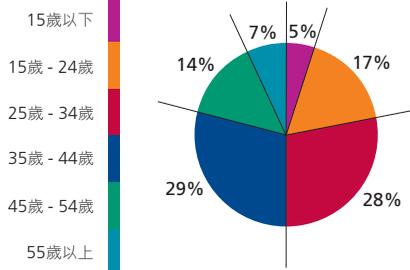
# 資料來源：2003 ACNielsen香港媒介指標年終報告

《忽然1周》及《飲食男女》讀者分佈#

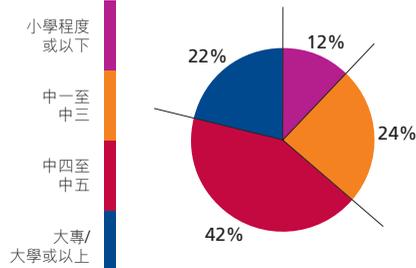
性別



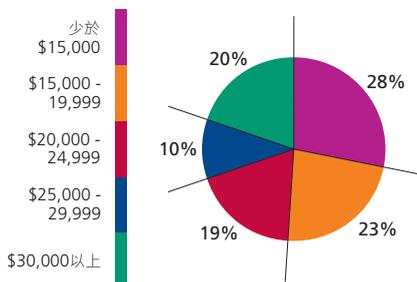
年齡



教育



家庭每月收入(港元)



壹傳媒的出版隊伍匯聚業界精英。

## 《忽然1周》及《飲食男女》

《忽然1周》及《飲食男女》合併本在二零零三年的平均讀者人數約為604,000，與二零零二年的約500,000相比，平穩地上升了約20.8%。合併本現已在香港週刊市場中穩佔最受歡迎週刊的地位。在截至二零零三年十二月止六個月，合併本取得令人鼓舞的增幅，經核實的銷量由二零零二年同期的約189,216本上升至196,539本。

合併本的讀者約72.0%為女性，而兩性讀者中約74.0%的年齡介乎15至44歲。如此廣泛而深入的影響力，進一步加強了合併本以其獨具特色的最新形象及明確的定位和市場推廣策略所取得的成功與效益。

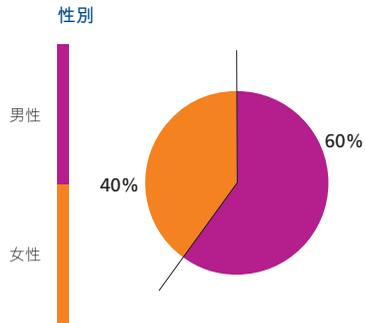
在截至二零零四年三月三十一日止年度，合併本的收入增加至約2.120億港元，較截至二零零三年三月三十一日止年度的1.857億港元上升14.2%。《忽然1周》及《飲食男女》透過合併鞏固了各自的市場地位，在各自的市場中獲得各種產品的廣告客戶的青睞。

# 資料來源：2003 ACNielsen香港媒介指標年終報告

## 管理層討論和分析

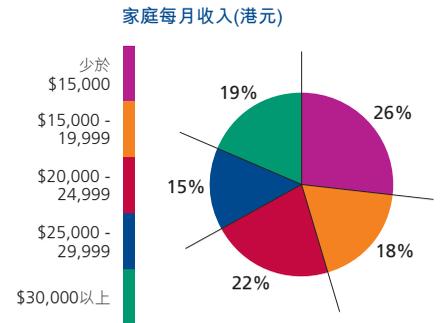
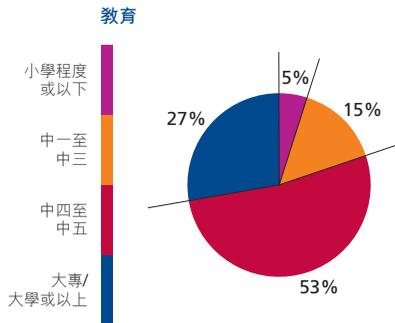
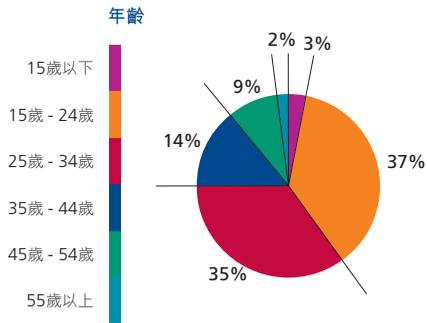
### 業務回顧（續）

#### 《壹本便利》讀者分佈#



#### 《壹本便利》

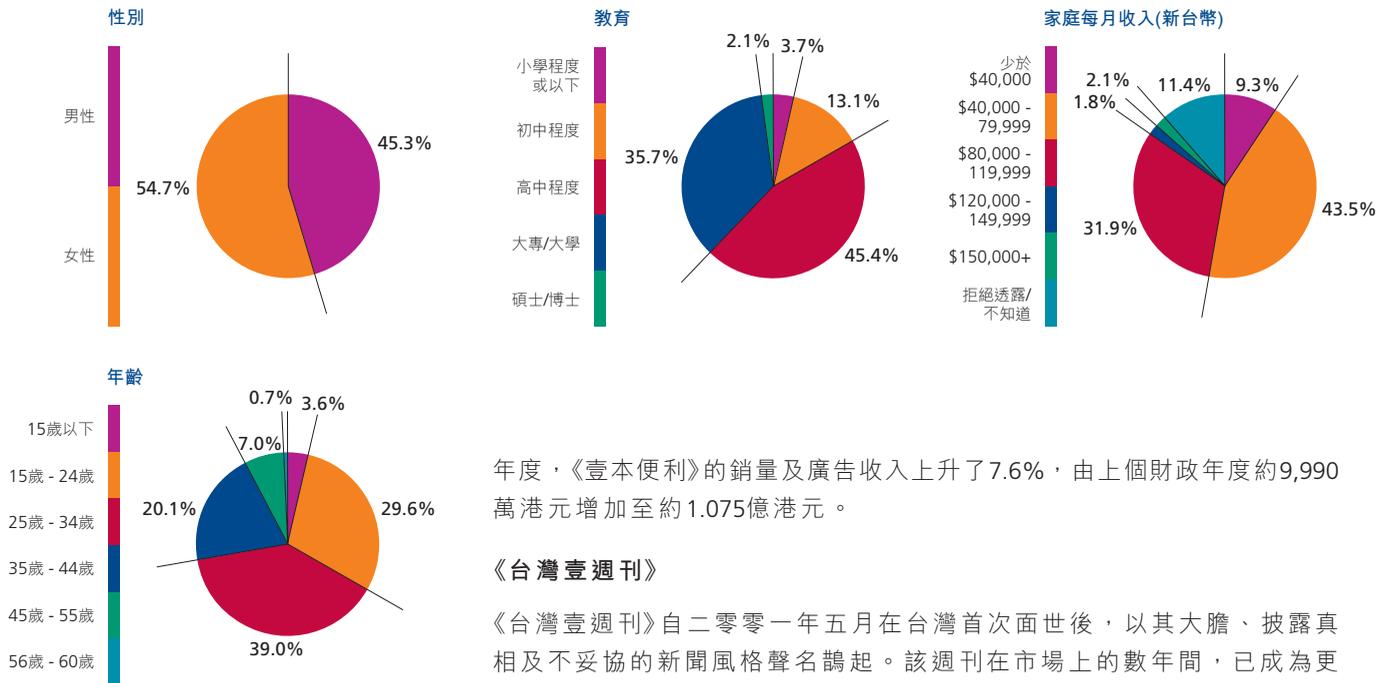
壹傳媒的另一份刊物《壹本便利》在二零零三年的平均讀者人數約為312,000，在香港週刊市場中排名第三位，較去年的平均讀者人數約307,000，微升1.6%。由於《壹本便利》以時裝及潮流資訊為主，一直受追求品牌的年輕讀者歡迎，其中約72.0%讀者的年齡介乎15至34歲。《壹本便利》作為以年輕人市場為目標的廣告客戶的理想選擇，是潮流品牌廣告必然之選。由於新增了針對年輕人的《飲食男女》，在截至二零零四年三月三十一日止



# 資料來源：2003 ACNielsen香港媒介指標年終報告



## 《台灣壹週刊》讀者分佈#



# 資料來源：尼爾森行銷研究顧問股份有限公司

年度，《壹本便利》的銷量及廣告收入上升了7.6%，由上個財政年度約9,990萬港元增加至約1.075億港元。

## 《台灣壹週刊》

《台灣壹週刊》自二零零一年五月在台灣首次面世後，以其大膽、披露真相及不妥協的新聞風格聲名鵲起。該週刊在市場上的數年間，已成為更多讀者與廣告客戶選擇的週刊。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，《台灣壹週刊》依然高踞台灣最受歡迎週刊的首位。根據尼爾森台灣的統計資料顯示，截至二零零三年十二月三十一日止六個月的平均讀者人數約為1,610,000，較二零零二年同期的平均讀者人數約1,572,000上升了2.4%。在截至二零零三年十二月止六個月，由中華民國發行公信會核實的總銷量為3,524,055本，每週銷量約達135,541本，較二零零二年同期輕微下降5.1%。



壹傳媒的記者及攝影師追尋真相不遺餘力。

## 管理層討論和分析

### 業務回顧（續）

《台灣壹週刊》廣告頁數的增加，為該週刊帶來平穩增長的廣告收入。在截至二零零四年三月三十一日止年度，《台灣壹週刊》的廣告總收入較去年增長84.6%。廣告收入的增長令《台灣壹週刊》在二零零三年五月得以實現收支平衡的目標，而於截至二零零四年三月三十一日止年度更錄得分部盈利約950萬港元。

本公司董事會（「董事」或「董事會」）依然相信，《台灣壹週刊》對讀者的持久吸引力將確保該週刊繼續成為廣告客戶的必選媒體。

### 書籍及雜誌印刷業務



商業印刷在《壹傳媒》的整體營運中繼續扮演重要角色。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，壹傳媒的書籍及雜誌印刷業務繼續配合本集團出版業務，並發揮了重要作用。在抵銷集團分部業務間交易約1.567億港元前，書籍及雜誌印刷業務在截至二零零四年三月三十一日止年度的營業額合共約2.560億港元，較截至二零零三年三月三十一日止年度抵銷分部業務間交易前的約2.421億港元增長約5.7%。

書籍及雜誌印刷部繼續為來自香港、台灣、北美、歐洲及大洋洲區的外界客戶提供服務。在截至二零零四年三月三十一日止年度，該等客戶帶來的收入約9,930萬港元，較上個財政年度的約1.107億港元下降10.3%。本集團相信，商業印刷業務將會是另一穩定的收入來源。

### 互聯網業務

於回顧年度內，互聯網業務的收入由約1,440萬港元增加至約2,090萬港元，按年增幅達45.1%。互聯網業務在截至二零零四年三月三十一日止年度的分部盈利也有重大增長，由截至二零零三年三月三十一日止年度的約360萬港元增加至約950萬港元。

互聯網業務的收入基礎主要分為內容使用費、訂閱費及廣告收入。該業務收入於回顧年度內大幅增長，主要由於廣告收入增加及海外訂戶人數上升。

二零零三年沙士爆發，對本集團的報章及雜誌出版業務造成不利影響，但卻對互聯網的使用產生積極作用。為避免出門感染沙士，香港居民依賴互聯網獲取新聞和醫療資訊及進行銀行交易的人數大幅上升。不少香港移民急欲了解「家鄉」的情況，也紛紛登錄互聯網。在沙士高峯期，本集團互聯網網頁的每日點擊次數超過1,000萬人次。面對大眾閱讀模式的改變，廣告客戶迅速加以利用，開始將若干部分的市場推廣預算重新分配到互聯網上。

隨著越來越多的廣告商考慮在其市場推廣計劃中加入互聯網，互聯網廣告收入將繼續保持增長勢頭，本集團對該業務前景依然樂觀。因此，本集團將繼續尋求機會，增大互聯網業務的收入來源及嚴緊地控制成本。

壹傳媒多年來一直大力投資於尖端科技，  
以增強競爭優勢。



## 管理層討論和分析

本集團於二零零三年至二零零四年度曾刊登的傑出相片



**08.04.03** 張國榮的家人、朋友及歌迷齊送別這位自殺身亡的一代巨星。

**08.05.03** 口罩成為二零零三年港台最不受歡迎的時裝配飾。  
**09.07.03** 大約5萬人在晚上包圍立法會大樓，反對就基本法第23條立法。

**10.07.03** 救援隊伍吊起從屯門公路掉下而導致21人死亡、20人受傷的巴士。

**08.08.03** 八月份，皇家馬德里訪港，令沙士過後的香港重現歡樂。

**21.07.03** 環保分子合力把於西貢大灣沙灘擱淺的抹香鯨送回海中。

**17.07.03** 前財政司司長梁錦松在二零零三年財政預算案中公佈增加汽車稅前的數星期買入凌志房車，受到猛烈批評。



04.10.03



13.11.03



29.01.04



20.03.04



30.10.03



01.07.03



03.11.03



27.03.04

**04.10.03** 環保分子拉起橫額，抗議港府在維多利亞港進行填海工程。

**13.11.03** 巨星梅艷芳於患子宮頸癌逝世前為歌迷作最後獻唱。

**29.01.04** 沙士疫情減退後不久，亞洲又受到禽流感的威脅。

**20.03.04** 二零零四年，台灣舉行了該島有史以來最混亂及具爭議性的選舉之一。

**30.10.03** 維港巨星匯令美商會主席詹康信備受批評。

**01.07.03** 二零零三年七月一日，大約50萬人上街，抗議就基本法第23條立法，成為香港回歸以來最大規模的群眾集會。

**03.11.03** 在元朗發現的鱷魚於多次逃脫後享受日光浴，旋即成為傳媒焦點。

**27.03.04** 學生抗議港府因財政緊拙而關閉入讀率偏低的學校。

## 管理層討論和分析

### 財務回顧

#### 綜合財務業績

##### 營業額

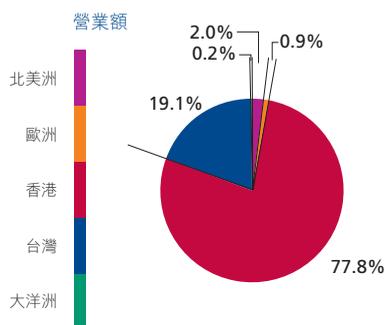
於回顧年度，本集團的總營業額由約21.501億港元上升至約24.371億港元，與截至二零零三年三月三十一日止年度相比，增加13.3%。總營業額上升主要由於《台灣蘋果日報》的創刊為截至二零零四年三月三十一日止年度的總營業額貢獻了約2.876億港元或佔其中11.8%。

根據主要市場劃分的收入分析，香港市場仍是為本集團貢獻最多收入的市場，帶來約18.969億港元的營業額，與截至二零零三年三月三十一日止年度的約19.295億港元相比，下降1.7%。降幅大部分直接由於二零零三年四月及五月沙士爆發高峯期廣告收入下降所致。

台灣市場仍是本集團的第二大收入來源，營業額約為4.655億港元，與截至二零零三年三月三十一日止年度的約1.302億港元相比，上升257.5%。該市場亦繼續維持令人鼓舞的上升趨勢；由於來自《台灣壹週刊》的廣告收入增加84.6%，令本集團本年度的營業額進一步上升。

根據主要業務劃分的收入分析，出版及印刷報章仍是壹傳媒最主要的收入來源。在截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團的報章出版及印刷業務佔總營業額約15.311億港元或佔其中62.8%，與截至二零零三年三月三十一日止年度的約13.094億港元及60.9%相比，增加約2.217億港元或16.9%。

本集團的書籍及雜誌出版業務為本集團貢獻了約7.860億港元或32.3%的營業額。在抵銷集團內的分部交易後，書籍及雜誌印刷業務營業額約9,930萬港元或佔本集團總營業額約4.1%。互聯網業務為本集團截至二零零四年三月三十一日止年度的總營業額貢獻約2,090萬港元或其中約0.8%。與二零零三年的約7.156億港元及1,440萬港元相比，書籍及雜誌出版，以及互聯網業務的營業額分別增加了9.8%及45.1%。



### 股息

董事會不建議就截至二零零四年三月三十一日止年度派發任何股息。

### 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利及純利

在截至二零零四年三月三十一日止年度，未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利達到約2.210億港元，與去年約6.356億港元相比，下降65.2%。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團整體錄得3,500萬港元的分部虧損，而截至二零零三年三月三十一日止年度則錄得4.189億港元的分部盈利（經重列）。本集團的報章出版及印刷業務錄得分部虧損約1.926億港元，而截至二零零三年三月三十一日止年度則錄得大約3.619億港元的盈利（經重列）。業績受損主要由於《台灣蘋果日報》錄得約5.738億港元的分部虧損。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團的書籍及雜誌出版業務錄得約1.039億港元的分部盈利，與上個財政年度大約2,570萬港元的分部盈利（經重列）相比，增加304.3%，成績令人鼓舞。上述增幅主要由於《台灣壹週刊》的業務轉虧為盈，致使分部盈利增加約5,750萬港元。同期，本集團的書籍及雜誌印刷業務錄得約4,420萬港元的分部盈利，與截至二零零三年三月三十一日止年度約2,760萬港元的分部盈利相比，增加60.1%。本集團的互聯網業務也錄得盈利，其分部盈利約達950萬港元，與上年度約360萬港元的盈利相比，大幅上升163.9%。

## 管理層討論和分析

### 財務回顧（續）

#### 經營開支

於回顧年度，本集團的總經營開支約為24.530億港元，與截至二零零三年三月三十一日止年度的約17.205億港元（經重列）相比，增加42.6%。該款額中約65.5%或16.057億港元為生產成本，包括直接生產員工成本。增幅主要由於本集團擴展台灣業務所致，包括於二零零三年五月創辦《台灣蘋果日報》。員工成本（不包括直接生產員工成本）約為3.192億港元或佔本集團截至二零零四年三月三十一日止年度總經營開支13.0%。與二零零三年的2.968億港元或17.3%相比，增加2,240萬港元或7.5%。固定資產折舊約為1.379億港元或佔總經營開支5.6%，對比截至二零零三年三月三十一日止年度約1.028億港元增加6.0%。

#### 稅項

在剛結束的年度，本集團的稅項合共約7,410萬港元，與截至二零零三年三月三十一日止年度約8,800萬港元（經重列）相比，減少15.8%。該減幅主要由於本集團自香港業務取得的盈利下降及確認若干遞延稅項資產所致。

### 財務狀況

#### 流動資產及流動負債

於二零零四年三月三十一日，本集團的流動資產約9.831億港元，與二零零三年三月三十一日相比，增加約3.0%或2,830萬港元。本集團的流動負債由二零零三年三月三十一日約5.013億港元下降約3.6%至約4.835億港元。負債減少主要由於應付稅項減少及長期負債的流動部分減少。於二零零四年三月三十一日，本集團合共擁有約3.736億港元的現金。於二零零四年三月三十一日，流動比率為203.3%，對比上個財政年度末的190.5%。

### 應收賬款

於二零零四年三月三十一日，本集團的應收賬款約為4.098億港元，與上個年度末的約2.925億港元相比，上升40.1%。增加額主要來自新的《台灣蘋果日報》業務的應收賬款。於回顧年度，應收賬款的平均週轉日數為52.7天，對比截至二零零三年三月三十一日止年度的51.4天。

### 應付賬款

於二零零四年三月三十一日，本集團的應付賬款下降至約9,740萬港元，與二零零三年三月三十一日的約1.020億港元相比，減少4.5%。同期，由於《台灣蘋果日報》創刊後紙的耗用量幾乎增加一倍，應付賬款的平均週轉日數由去年的56.0天減至本年度的40.9天。

### 長期及短期負債

於二零零四年三月三十一日，本集團的長期負債(包括流動部分)合共大約2.964億港元，與於二零零三年三月三十一日約2.759億港元相比，增加7.4%。於二零零四年三月三十一日，本集團長期負債的流動部分約6,060萬港元，與上年年底約7,050萬港元相比，下降14.0%。

於二零零三年十一月三日，本公司的全資附屬公司蘋果日報有限公司獲得經由三井住友銀行安排並由七間銀行共同提供的3億港元可轉讓有期貸款／循環信貸額(「銀團信貸」)。該銀團信貸分為兩部分，甲部分為金額2億港元的5年有期信貸額，乙部分為金額1億港元的3年期循環信貸額。蘋果日報有限公司已將甲部分的所得款項用於為部分現有貸款再融資。如有需要，乙部分的所得款項會用於本公司的未來業務擴充計劃及資本開支。

該銀團信貸的另一貢獻是有助本集團降低整體融資成本，同時擴大貸款銀行基礎。

## 管理層討論和分析

### 財務回顧（續）

#### 借款及資產負債

壹傳媒的業務經費主要來自其經營活動所產生的現金，以及主要往來銀行所提供的銀行融資（金額較少）提供。

於二零零四年三月三十一日，本集團可動用的銀行信貸總數約5.987億港元，其中已動用約3.043億港元。本集團的銀行借貸要求並無季節性，所有借款均以浮動利率計算利息。在截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團的大部分銀行借貸為港元及新台幣。於二零零四年三月三十一日，本集團擁有約值3.736億港元的現金資產。本集團於二零零四年三月三十一日的資產與負債比率為6.7%，而於二零零三年三月三十一日則錄得6.2%（經重列）。本集團的資產與負債比率按長期負債（包括流動部分）除以資產總值計算。

#### 股本架構

於回顧年度，本公司發行244,973,400股每股面值1.00港元的普通股。大部分新股的發行乃由於黎智英先生（「黎先生」）按換股價每股普通股1.75港元轉換其所持有的240,000,000股每股1.75港元的可換股無投票權非累積優先股（「優先股」）。由於購股權持有人按每股1.67港元的行使價行使若干購股權，因此另外發行4,973,400股每股面值1.00港元的普通股。

於二零零四年三月三十一日，本公司的已發行股本總額約30.886億港元，當中包括1,478,634,576股每股面值1.00港元的普通股及920,000,000股每股面值1.75港元的優先股。

### 現金流量

在剛結束的年度，本集團經營活動產生的現金流出淨額約2,060萬港元，截至二零零三年三月三十一日止年度則錄得6.505億港元的現金流入。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，關於投資的現金流出合共約1.206億港元。與上個財政年度約7.350億港元的流出相比，減少約83.6%。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，融資活動產生的現金流入淨額合共約1,660萬港元，對比二零零三年的約1,450萬港元。前者金額主要由價值約2.313億港元的新增銀行貸款組成，後者金額則部分為償還銀行貸款約2.153億港元所抵銷。

### 匯率風險及資本開支

本集團的資產及負債主要以港元或新台幣為計算單位。由於本集團於台灣經營雜誌及報章出版業務，因此面對若干新台幣匯率風險。本集團盡可能安排以新台幣為單位的銀行貸款來減低匯率風險。於二零零四年三月三十一日，本集團的淨貨幣風險約新台幣41.272億（約9.741億港元），與於二零零三年三月三十一日的約新台幣30.674億（約6.878億港元）相比，增加34.6%。本集團將繼續審慎監察其整體貨幣風險，並在適當時候採取措施對沖上述風險。

在截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團的資本開支總數約為1.423億港元，其中約1.147億港元用於本集團在台灣的業務。於回顧年度結束時，本集團業務的資本承擔約1,440萬港元，其中包括供本集團台灣業務所用的約570萬港元。

## 管理層討論和分析

### 財務回顧（續）

#### 資產抵押

於二零零四年三月三十一日，本集團部份位於香港及台灣的物業及印刷設備，已抵押予多間銀行，作為取得授予本集團的銀行貸款及一般銀行信貸的抵押，其賬面淨值總額約為10.136億港元。

#### 或然負債

於二零零四年三月三十一日，本集團的或然負債乃關於香港及台灣的多宗訴訟。該等訴訟在出版界經常發生。此外，本集團與負責興建本公司一間附屬公司（即蘋果日報印刷有限公司）的印刷設施的承辦商太元承建有限公司就興建該設施的應付款項發生糾紛，現正進行仲裁。該等法律訴訟的最終結果尚未確定。

於二零零一年十月收購Database Gateway Limited（「收購事項」）後，黎先生承諾向本集團作出無限額個人彌償保證（「彌償保證」）。該彌償保證將保障本集團免於承擔就收購事項所收購業務產生的若干法律訴訟（包括與太元承建有限公司的糾紛）的所有付款、索償、訟案、賠償及和解付款以及有關費用及開支。

本公司董事在考慮本集團律師所提供的意見及黎先生所提供的彌償保證後，認為該等訴訟產生的最終責任不會對本集團的財務狀況造成重大影響。

本公司也就公司擔保承擔或然負債，該公司擔保乃本公司就其若干附屬公司所動用的信貸向有關財務機構提供。於二零零四年三月三十一日，該等或然負債合共大約2.249億港元。

## 前景及展望

### 展望未來

至今，壹傳媒仍是香港最大的中文印刷媒體集團。《蘋果日報》、《壹週刊》、《壹本便利》、《忽然1周》及《飲食男女》均已取得穩固的市場佔有率，確保本集團繼續享有穩定的收入來源。更令人鼓舞的是，董事會相信，隨著香港經濟不斷改善，上述刊物將帶來更多的廣告收入。

在二零零四／零五財政年度，壹傳媒將繼續增強其於香港中文印刷媒體市場的領導地位，並同時致力鞏固在台灣市場的據點。董事會相信，《台灣壹週刊》將取得更大的成果及持續的盈利。但值得注意的是，《台灣壹週刊》將不會是本集團來年業績中的主要盈利來源。

新聞用紙及紙張成本佔壹傳媒香港及台灣生產開支的大部分。預期於截至二零零五年三月三十一日止的一整年，全球紙張市場的價格將會持續上升。該上升趨勢無可避免地會對本集團來年的財務表現構成影響。

《台灣蘋果日報》的創立，可能會持續影響本集團於截至二零零五年三月三十一日止年度的財務表現及業績。這意味著本集團於來年不能恢復至截至二零零三年三月三十一日止年度的盈利水平。然而，本集團的管理層將繼續致力確保所付出的分毫將有助於《台灣蘋果日報》日後的成功。

## 管理層討論和分析

### 財務回顧（續）

令人鼓舞的是，創立《台灣蘋果日報》時投入的大量資金已初步取得成效。截至二零零三年十二月三十一日止六個月，《台灣蘋果日報》的經審核平均每日銷量達到約406,599份。

《台灣蘋果日報》在台灣報章雜誌業的超卓表現，反映在其持續上升的廣告收入上。截至二零零四年三月三十一日止年度，該報已為該年度報章出版及印刷業務的營業額貢獻約2.876億港元或18.8%。董事會相信，隨著《台灣蘋果日報》進一步鞏固及提升其市場地位，上述數字將繼續穩步上揚。

#### 展望性陳述

本文件載有若干屬「展望」性質或使用展望性詞語的陳述。該等陳述乃按本公司董事現時對本集團所經營的行業及市場的信念、假設、期望及預測撰寫，將受本集團控制能力以外的風險、不明朗因素及其他因素影響。