

聯洲國際集團  
**EGANA GOLDPFEIL**

(HOLDINGS) LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

截至二零零四年五月三十一日止年度之  
業績公佈

財務摘要

收益超過：	3,513,400,000港元 (上升36%)
除稅後盈利達：	141,900,000港元 (上升61%)
股東資金為：	1,433,300,000港元 (上升12%)
擬派末期現金股息：	每股2.5港仙

業績

聯洲國際集團(「聯洲國際」或「本公司」)之董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(以下統稱「本集團」)截至二零零四年五月三十一日止年度之經審核綜合業績，連同截至二零零三年五月三十一日止年度之比較數字概述如下：—

綜合損益賬

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
營業額	3,513,434	2,577,917
銷售成本	(2,167,686)	(1,567,640)
毛利	1,345,748	1,010,277
其他收入 (附註2)	111,495	174,174
分銷成本	(683,990)	(535,779)
行政開支	(544,604)	(451,067)

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
經營溢利	228,649	197,605
融資成本	(91,842)	(83,254)
未計佔聯營公司溢利／(虧損)前溢利	136,807	114,351
佔聯營公司溢利／(虧損)	5,088	12,267
除稅前溢利	141,895	126,618
稅項 (附註3)	15,609	(20,727)
除稅後溢利	157,504	105,891
少數股東權益	(15,620)	(17,842)
股東應佔溢利	141,884	88,049
股息 (附註4)	52,834	45,279
每股盈利 (附註5)		
基本	12.35港仙	7.81港仙
攤薄	11.48港仙	7.73港仙

附註：—

#### 1. 編製基準及會計政策

於本年度，本集團採納會計實務準則第12號(經修訂)「所得稅」。採納會計實務準則第12號(經修訂)之主要影響為遞延稅項。於過往年度，遞延稅項乃就因時差產生之負債以收益表負債法作出部份撥備，惟於可見未來不能撥回之時差則不予確認。會計實務準則第12號(經修訂)規定須採納資產負債表負債法，據此，遞延稅項乃就財務報表之資產及負債賬面值與計算應課稅溢利所使用之有關稅基之所有暫時差異予以確認，惟少數例外情況除外。由於會計實務準則第12號(經修訂)並無任何特定過渡性規定，因此新會計政策已追溯地應用。採納此項經修訂會計政策對過往會計期間之業績並無重大影響。因此，並無就過往年度作出調整。

## 2. 其他收入

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
利息收入	34,303	48,240
股息收入	4,576	454
租金收入，扣除開支	2,288	2,724
管理費	1,464	34
出售非買賣證券投資收益，淨額	881	13,774
出售一間聯營公司部份權益之收益	730	—
出售一間聯營公司權益之收益	5,198	—
出售固定資產之收益	8,675	—
重估買賣證券收益	65	144
特許權收入(a)	32,445	—
股票掛鈎票據到期贖回溢價	5,896	8,360
以外幣為單位之商業交易之滙率變動影響	—	89,553
其他	14,974	10,891
	<u>111,495</u>	<u>174,174</u>

(a) 這指根據年內與獨立第三方訂立之五年協議，來自於歐洲特許Goldpfeil商舖，連同於歐洲按非專利權基準授出Goldpfeil服飾及配件之權利之收入。

## 3. 稅項

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
本公司及附屬公司—		
即期稅項		
香港利得稅		
— 本年度撥備	13,535	4,500
— 過往年度(超額撥備)/撥備不足	(4,534)	3,520
海外稅項		
— 本年度撥備	6,489	12,658
— 過往年度之超額撥備	(1,674)	(996)
遞延稅項	(28,203)	(1,309)
	<u>(14,387)</u>	<u>18,373</u>
聯營公司—		
即期稅項		
香港利得稅	(1,297)	2,354
海外稅項	75	—
	<u>(15,609)</u>	<u>20,727</u>

香港利得稅乃就源自香港之估計應課稅溢利按稅率17.5% (二零零三年：17.5%) 撥備。至於海外溢利之稅項，則由該等有海外業務之附屬公司及聯營公司就年內估計應課稅溢利按彼等經營業務之所在國家適用之稅率作出撥備。

#### 4. 股息

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
中期股息，已支付，每股普通股2港仙 (二零零三年：1港仙)	23,407	11,320
末期股息，建議，每股普通股2.5港仙 (二零零三年：3港仙)	29,427	33,959
	<u>52,834</u>	<u>45,279</u>

年內，已宣派並於二零零四年三月二十五日支付中期股息約23,407,000港元 (二零零三年：11,320,000港元)。

於二零零四年九月二十七日舉行之會議上，董事建議末期股息每股普通股2.5港仙。此末期股息不會於賬內以應付股息反映，但將於二零零五年五月三十一日止年度作為保留溢利分派予以反映。

#### 5. 每股盈利

##### 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據本年度股東應佔綜合溢利約141,884,000港元 (二零零三年：88,049,000港元) 及年內已發行普通股之加權平均數約1,149,288,000股 (二零零三年：1,127,415,000股) 計算。

##### 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃按年內之經調整股東應佔綜合溢利約140,341,000港元 (二零零三年：88,087,000港元)，以及年內可發行普通股加權平均數約1,222,494,000股 (二零零三年：1,139,535,000股) 計算。

##### 對賬表

i) 用以計算每股基本及攤薄盈利之股東應佔溢利之對賬如下：

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度 千港元	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度 千港元
用以計算每股基本盈利之股東應佔溢利	141,884	88,049
一間附屬公司可換股債券之潛在攤薄影響	(2,135)	—
可換股債券所節省之利息	592	38
	<u>140,341</u>	<u>88,087</u>

ii) 用以計算每股基本及攤薄盈利之普通股股數之對賬如下：

	截至 二零零四年 五月三十一日 止年度	截至 二零零三年 五月三十一日 止年度
用以計算每股基本盈利之普通股加權平均數	1,149,288,000	1,127,415,000
以下項目之潛在攤薄影響		
– 可換股債券	73,175,000	11,881,000
– 本公司購股權	31,000	239,000
	<u>1,222,494,000</u>	<u>1,139,535,000</u>
用以計算每股攤薄盈利之普通股加權平均數	<u>1,222,494,000</u>	<u>1,139,535,000</u>

## 股息

董事建議向於二零零四年十一月十六日名列本公司股東名冊之股東派付末期股息每股2.5港仙。連同於二零零四年三月二十五日派付之中期股息每股2港仙，截至二零零四年五月三十一日止年度全年之股息總額約達52,834,000港元。

待股東於即將舉行之股東週年大會上批准後，預期末期股息將於二零零四年十二月十五日支付。

## 業務回顧與展望

我們欣然宣佈集團共錄得三十五億一千三百四十萬元的歷史性營業額收入，較去年同期增長36%。

受惠於集團獨特的品牌金字塔策略(當中包括於不同市場層面推動不同品牌)的成功，集團於高度分散而又競爭激烈、總營業額超過一千三百億美元的環球時尚配飾市場中(包括時計，珠寶，皮革產品，皮鞋及眼鏡等)仍保持著潮流定位者的位置。

品牌金字塔策略令集團涵蓋由時尚至名貴產品的市場(此乃最受歡迎及相對具高增長速度之種類)，及分散業務風險。

集團現擁有一個理想而均衡並由48個品牌合成的組合，34個品牌為集團所擁有，14個為世界性的獨家專利。

集團百份之七十的收入來自十個主要的品牌，例如Goldpfeil，Comtesse等為高級名貴產品，JOOP!，Cerruti 1881，Junghans，Dugena，Sioux等是價錢合適的優質及時尚經典產品，Carrera，皮亞卡丹，Esprit及MEXX等則為帶領潮流的品牌。國家地理(National Geographic)時計及Puma時計等都是最新加入集團的品牌，專門提供予熱愛運動的高尚消費人仕。

我們將致力維持這個「品牌多元化」的策略，以吸納需求與日俱增的時尚配飾品牌業務，進一步開創新的市場，及提升品牌的知名度。

### 歐洲地區享有持續增長及擴闊邊際利潤

歐洲收入比去年同期增長了27%，超過二十四億三千一百八十萬，佔集團總收入的69%（去年同期為74%）。

位於德國的歐洲科技及物流中心於二零零三年六月正式投入運作。於二零零三年十二月，集團逐步遷入位於德國法蘭克福奧芬巴克的總部；並於二零零四年四月份正式全面運作。科技及物流中心與總部的結合令物流管理能更有效地運作、客戶服務更為稱心、提高庫存的週轉率、減低庫存量及成本，令收入因而增加，擴闊邊際利潤（約1%，預計於現行的5年計劃中持續出現）。

聯洲國際春季展銷會（一月）及夏季主要展銷會（六月）在德國總部的展覽館（為德國同類型的展覽館中最大規模）舉行，獲得理想的成績，同時亦收到不少參與者肯定的鼓勵；反映客戶對增加產品系列，提升付運速度，及週全的客戶服務非常認同。

二零零三年六月，集團於德國收購了一個分銷網絡，令歐洲的分銷系統更為完善。同年，聯洲國際集團收購JOOP! GmbH三份一之股權，令集團能有效地取得JOOP!時計、珠寶、皮革產品、配飾及皮鞋等業務的環球永久獨家特許權。此一具優厚潛質的時尚配飾品牌在歐洲的銷售正以雙位數字增長，而亞洲地區對此價錢合理及品質突出的產品亦需求甚殷。

### 亞洲地區增長超越預期由21%增加至27%

亞洲地區去年的理想表現顯示已從非典型肺炎及伊拉克戰爭陰影中恢復過來。

據調查顯示珠寶名列中國消費者重點需求產品的第三位（繼房屋及汽車之後），預計於二零一零年總消費額可達一千五百億人民幣（二零零三年：一千億）。我們預期中國珠寶市場是世界最具潛力的市場。同時，時計於中國消費者重點需求產品名單中排名第五，與皮革製品（國外品牌）同樣於國內受到不同城市消費者熱烈歡迎。

隨著「更緊密經濟合作安排」的實施，香港公司的時計、皮革製品和珠寶得享「零」關稅進入國內（標準關稅分別為25%、28%及35%）。

集團已成功與國內多個進口商建立分銷關係，從而開拓珠寶及時計市場。

因應歐洲的成功經驗（在最初階段，以較低的風險，較高成功率，向當地伙伴購入基本貨品的製成品（「B-I-G」），因當地伙伴較能掌握當地的需求），集團將以此「B-I-G」策略通過入口商滲入中國市場。這一方法除了可降低信貸風險及豐富集團的商譽外，更可提高營利收入。

集團的品牌產品皆由屬下的工廠自行研製；並積極與當地擁有強大分銷及零售網絡商發展策略聯盟／伙伴合作模式；在合作經營業務中，集團可為建立品牌，市場策略，推廣，產品研發，提供貨源等作出強大的貢獻。

同時，集團已與一間國內業務悠久的集團簽訂合作協議，於全國推出最新時尚的「皮亞卡丹」珠寶首飾系列。

集團的亞洲團隊積極地與國內的分銷網絡及分銷商磋商，努力為Esprit時計及珠寶開拓更大的國內市場佔有率。

集團的策略性伙伴現正致力於香港，上海，廣州，台灣及星加坡等市場推介Junghans Systems (非接觸詢答器技術) 手錶付款系統。下一個目標市場是北京和馬來西亞。

隨著「自由行」計劃(按計劃中國旅客可自行前往香港旅遊)的實施，已錄得五百六十六萬人次前往香港的紀錄，即是有超過二百萬遊客於二零零四年六月三十日前的六個月期間於香港消費約一百二十億港元。現國內共有32省市約一億五千萬人士符合「自由行」的資格。為配合這個難得的商機，(集團可向國內旅客推介有潛質的品牌產品，讓旅客將香港選購的品牌產品帶回國內，令其他人士更認識集團內的品牌產品)，集團正與時尚首飾集團洽商於香港開設Dugena專營店的特許權；下一步將踏足中國市場(南中國地區會是首選)。

日本，台灣及星加坡的時計及珠寶行業的收益均有所增長，集團正致力爭取更多訂單。

以上各項均加速亞洲地區業務的增長，佔03/04財政年度總營業額的27%，原本預算於五年計劃中分四年遞增至27%的收益比率目標已於第一年達到並超出預期之理想。

去年，亞洲地區共提供九億五千零八十萬港元營業額收入(於02/03年度為五億三千八百六十六萬港元)，證明了集團地區性策略的方向是正確和有效的。

國際投資銀行—瑞士第一波士頓銀行以行動證明對集團前景充滿信心，於二零零四年一月以一千五百萬美元向集團購入到期日為二零零六年二月的可換股債券。所得資金用作拓展Junghans亞洲區的業務；轉移生產程序到香港，憑藉「更緊密經貿安排」的優勢開發中國市場。

二零零四年二月，國際性投資銀行—美林證券，購入聯洲國際獨立上市的子公司聯洲珠寶(聯洲集團佔約71%權益)一千萬美元的五年期可換股債券；資金已投放於開發亞洲地區不斷增長的珠寶業務。二零零四年十一月起，聯洲珠寶與美林各自擁有選擇權要求聯洲珠寶進一步發行到期日為二零零九年二月，最多達三千萬美元的可換股債券，所得款項將用於拓展亞洲及美國珠寶市場。



## 美國地區收入增長9%

美國地區的收入為一億三千零九十萬港元(於02/03年度為一億二千萬港元)，主要來自時計及高檔次珠寶系列產品。

集團積極與美國本地連鎖店商討進行策略性聯盟及品牌聯營計劃，初步預計項目將可使美國地區的營業額於五年計劃中由現有的4%上升至佔集團擴大之總營業額約20%。

## 「垂直綜合製造」模式成為業內典範

作為一家真正的垂直綜合製造商，負責產品由設計到開發，製造，市場推廣到分銷，集團建立十三間工廠，七間位於亞洲，負責製造季度性的產品，六間於歐洲地區，提供高質量配件，並研發新產品，保持潮流領導者的地位。

此外，集團於十四個策略性地區(德國，奧地利，荷蘭，瑞士，意大利，葡萄牙，法國，英國，香港，中國，泰國，印度，日本及美國)設立子公司負責建立品牌，市場推廣，分銷網絡等工作；聯同指定的代理及分銷商遍佈全球一百個國家，集團擁有多達一萬三千八百個銷售點。

集團將繼續推行「垂直綜合製造」模式，務求更有效地捕捉顧客要求，更靈活地管理產品質量及成本，為顧客提供更稱心的服務之餘，更為集團帶來穩健的營利增長。

## 時計

時計方面錄得27%的強勁增長，Junghans Systems(非接觸詢答器技術)手錶系統業務於亞洲地區正穩定地發展，市場已意識到此新科技將會是本世紀的潮流趨勢。

Junghans是全球的無線電波遙控技術的先驅，受到市場廣泛的認同。與Seiko Epson共同合作開發的無線電波遙控手錶於二零零三年九月開始，取得良好進展。二零零四年瑞士巴塞爾展銷會中，Junghans率先公佈世界首創「跨地域」的無線電波遙控時計，獲得非常理想的反應。

最新加入品牌組合的國家地理(National Geographic)手錶特許權，將加入Junghans的先進技術；計劃於二零零五年面世，將會是追求頂尖質素的運動愛好者及戶外探險家的最佳選擇。

Puma腕錶特許權於二零零四年五月適時地加入我們的核心運動系列，市場對運動系列需求甚殷。



Carrera，Cerruti 1881及JOOP!等品牌組合已佔據新興名牌市場的最佳位置，蓄勢待發。

二零零四年四月由歐洲引進亞洲地區推出Goldpfeil Geneva限量版手錶，引起市場矚目及眾多查詢。

於03/04年度，時計業務佔集團的總營業額收入47%。

## 珠寶

珠寶業務的增長令人鼓舞，達36%，佔集團總收入的28%。

亞洲地區的珠寶業務收入由14%增至29%，受惠於「更緊密經貿安排」令我們可獨擁以低成本進口中國的優勢，同時與國內的進口商及當地合作伙伴共同開發市場佔有率；品牌珠寶在國內市場的需求亦與日漸俱增。

歐洲地區，Katarina Witt by Dugena，JOOP!珠寶，Esprit珠寶及MEXX珠寶等持續擴展市場佔有率；於美國地區，策略重點是高檔次珠寶產品系列，營業額增長16%。

## 皮製品及配飾

Comtesse 及Goldpfeil於亞洲地區發展理想，特別是日本及台灣。在日本著名品牌榜上，Comtesse排名第7位，Goldpfeil則由47位躍升至第15位。集團已於日本設立一百個Goldpfeil/Comtesse的銷售點；而台灣的專門店現為15間。至於中國市場，集團計劃於三年內準備在5個主要城市設立30間Goldpfeil/Comtesse/JOOP!專門店。

購入Sioux GmbH後，為集團提供了一個全面的鞋類製品系列，同時為Goldpfeil品牌發展了優質皮鞋業務。亦為JOOP!皮鞋系列的發展及分銷帶來良好的幫助。

於德國，Goldpfeil(排名第一)，Comtesse，JOOP!及Sioux均高踞知名名貴皮具及鞋類產品品牌排名榜的前十名，是為理想的基礎，向高速增長的亞洲市場推介這個多元化的品牌組合。

品牌聯結的方式(Stefanie Graf(嘉芙) by Goldpfeil; Mercedes-Benz by Goldpfeil)擴闊了客戶群，同時亦增添了品牌的環球知名度。今年，皮製品及配飾業務錄得59%的高增長，佔集團總營業額收入的25%。

## 處領導位置；股東資金及稅後溢利持續有雙位數字增長

集團的可分派溢利高達一億四千一百九十萬港元，增長61%。股東資金持續保持雙位數字增長(12%)達十四億三千三百二十萬港元。

為保持行業先驅者的地位，集團充份善用所有資源以保持長期穩定增長，此乃建基於建立品牌的優勢，拓展銷售網絡覆蓋範圍，提昇產品質量及完善服務，及於產品及市場推廣方面不斷地創新。

## 財務檢討

集團營業額超過三十五億一千三百四十萬港元，顯著增長達36%，去年同期為二十五億七千七百九十萬港元。集團主要的核心市場歐洲提供了27%的理想增長，亞洲地區由02/03年財政年度的營業額比例之21%，躍升至令人鼓舞的27%；美國地區則溫和調升9%。總括來說，集團已接獲的未來六個月內付運的訂單總值較去年同期為高。

當中皮製品和配飾業務錄得59%之增長，珠寶錄得36%的增長而時計之增長為27%，超越集團02/03年度增加九億三千五百五十萬港元之營業額收入。

時計、珠寶和皮製品及配飾業務之營業額收入比重分別佔集團總收入之47%、28%及25%。

集團在03/04年度開發亞洲地區的新市場（主要為中國），毛利率微降至38%（02/03年度為39%）。隨著收入（及市場佔有率）的增長，整體毛利增長約33%達十三億四千五百七十萬港元，為集團帶來利潤。

隨着集團逐步增加以自行製造的產品供應亞洲市場，預期可擴闊邊際利潤，提高生產效益，令顧客受惠。此模式於成功開發歐洲市場時確立。

行政費用為五億四千四百六十萬港元。因應收入增加（及更有效運用資源），佔營業收入比例由17.5%降至15.5%。證明了集團早佔先機，預先建立行政及支援平台，為預期的業務增長作出部署，成效並於今年顯示（並將繼續到來年）。

分銷費用所佔的收入比例為19.5%，較去年的20.8%改善1.3%，受惠於德國的歐洲科技及物流中心及德國總部的正式運作（客戶服務及供應鏈管理費用相應降低），同時可平衡開拓亞洲地區新市場所需的成本。

集團經營邊際溢利為9%達三億一千一百五十萬港元，相對去年增長10%。有關經營邊際溢利轉化為經營現金流入，令現金及現金等值總值達五億六千二百七十萬港元。

集團收益及資產貨幣單位為歐元和瑞士法郎64%，美元及港元31%，及其他5%。支出及負債貨幣單位為歐元和瑞士法郎44%，美元及港元52%，及其他4%。

集團在合理及可行的情況下實施自然對沖和貨幣對沖風險管理，以減低匯價波動所引致的風險。

股東應佔溢利為一億四千一百九十萬港元，強勁增長達61%，資本回報率為9.9%（於02/03年度為6.9%）。

股東資金為十四億三千三百二十萬港元，顯示持續的雙位數字增長(12%)。

增持1/3 JOOP! GmbH公司的權益，令集團穩奪JOOP!環球特許經營權；此外集團收購一家德國分銷公司及Sioux GmbH(一家著名的皮鞋製造及分銷商)，並且額外投資(五千三百萬港元)予策略性伙伴項目以協助實行亞洲發展計劃等，令集團更具實力，同時隨著營業額上升，營運資金亦相應增加。集團總資產已達到四十億三千七百萬港元(去年同期為三十三億七千三百萬港元)。這些數字仍未將集團現時擁有之品牌組合計算在內(據估計市值應為不少於三十五億港元) — 是集團資產負債表外一項寶貴的資產。

營運資金為十一億六千五百八十萬港元，及以流動比率為1.72倍(較去年的1.47倍及對比市場平均數之1倍為優)令集團能更有效地運用資金，拓展業務。

集團在穩健信貸管理方式及持續的存貨管理下，收回應收賬款週轉為合理的77日(遠較行業標準的120日為優)，存貨週轉期為137日(較去年同期的154日改善了11%)。位於德國的歐洲科技物流中心投入運作，提高存貨週轉率，令所有客戶更快收到貨品，加速下新訂單。

同時，按照穩健的財政模式運作，集團的利息保障倍數仍維持在一個健康合理水平(5.4倍)，如資本投資是由中期借貸及資本提供；借貸籌資作為營運資本。

槓桿比率(淨借貸／股東資金)維持在穩健的0.62倍，優於市場標準的1倍。負債相對於股東權益比率(附息債項／股東資金)為1.01倍，在業界標準的1.35倍以內。反映集團的雄厚財政狀況，適當地運用槓桿作用借貸為將來拓展業務及資本投資作出準備。

於二零零四年五月三十一日，集團並無重大資本承擔。除賬目所列及於日常業務過程中貼現之貿易票據外，概無重大或然負債或資產負債表外之承擔。

在過去的一年，業務發展令人鼓舞，已超越所訂之目標，管理層充滿信心，集團於5年計劃(於03/04財政年度始起計)過程中收入可增長180%，令股東資金每年的回報超過18%。

#### **暫停辦理過戶登記**

本公司股東登記冊將於二零零四年十一月十二日至二零零四年十一月十六日(包括該兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。為符合收取建議末期股息及出席本公司股東週年大會之資格，股東必須於二零零四年十一月十一日下午四時三十分前，將所有過戶表格連同有關股票，一併送交本公司之股份過戶登記處秘書商業服務有限公司，地址為香港灣仔告士打道56號東亞銀行港灣中心地下。

#### **僱員及薪酬政策**

於二零零四年五月三十一日，本集團僱用了約5,200名員工。本集團按員工之質素及經驗而釐定薪酬，亦制定了一個表現評估政策，而表現卓越之員工會獲得獎勵。

## 購買、出售或贖回本公司之證券

本公司或其附屬公司概無於截至二零零四年五月三十一日止年度於聯交所或其他證券交易所購買、出售或贖回彼等之任何證券。

## 最佳應用守則

除本公司非執行董事並非按特定期限委任而是按輪流退任並在本公司股東週年大會上重新選舉之外，本公司在年內一直遵守聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載的最佳應用守則。

## 於聯交所網頁刊登業績

上市規則附錄16第45(1)至45(3)段所規定之所有資料將於聯交所網頁內公佈。

承董事會命  
主席兼行政總裁  
史璧加

香港，二零零四年九月二十七日

於本公佈日期，董事會由執行董事史璧加先生、李嘉淪先生、華米高先生及植浩然先生，非執行董事黃偉光先生，以及獨立非執行董事Udo GLITTENBERG教授，Goetz Reiner WESTERMEYER博士及吳奕敏先生組成。

請同時參閱本公布於香港經濟日報及信報刊登的內容。