

# 管理層報告



## 報章出版

於二零零三年十一月啟動並歷時一年之本集團旗艦報章《南華早報》一百週年慶祝活動，於本年度完滿閉幕。為慶祝該盛事，本集團舉辦有關香港前景之不同商業領域論壇及酒會，並邀得香港特別行政區行政長官董建華先生作主禮嘉賓。

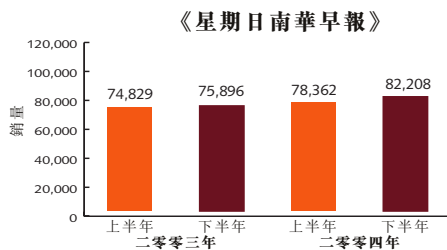
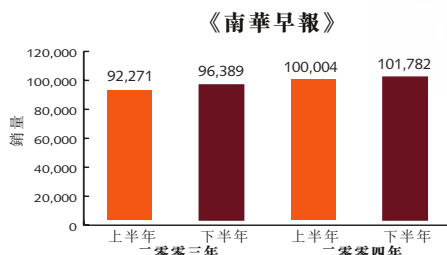
百年之出版經驗使本集團深悟箇中要訣：唯有不斷地改進、革新及成長，方能歷久不衰地經營一份報章並保持競爭力。同時，亦必須致力實現其長期目標及實行成本控制，從而為股東增值。

## 銷量及讀者人數

年內，《南華早報》及《星期日南華早報》之銷量均錄得增長。盈利主要來自零售、企業及海外（尤以內地及澳門）之銷量增加。

《南華早報》之銷量於二零零四年上半年及下半年較二零零三年同期分別增加8%及6%。

《星期日南華早報》之銷量於二零零四年上半年及下半年則較二零零三年同期分別增加5%及8%。



除銷量增加外，本集團繼續贏得更多本地華人讀者支持及吸引高素質讀者，為本集團廣告業務帶來高收益。

本集團在中國內地建立品牌地位方面繼續取得進展。《南華早報》於二零零四年九月在上海首次舉行的一級方程式中國大獎賽上取得獨家報章銷售權，在二零零四年十一月舉行的上海國際工業展上提供的唯一英文報章。本集團三年來首次在中國內地（中山市）舉辦珠江三角洲研討會。多間中國內地及地區性航空公司飛往中國之航班，向乘客提供本集團之報章。在北京、上海、廣州及深圳等地之大多數五星級國際酒店均提供本集團之報章。

本報之編輯方向為就讀者感興趣之主要範疇提供精闢獨到之報導，以加強報章作為廣告商接觸目標讀者之宣傳平台。二零零五年，本集團工作重點為透過吸納更多本地華人及偶爾閱報者來提高銷量。本集團在市場調查、產品改進、分銷及市場推廣等方面採取措施，以期提高讀者人數及達致目標銷量。

## 商業廣告

商業廣告之業績好轉始自二零零三年第四季，並於二零零四年持續改善。商業廣告收益較二零零三年增加23%，超出報章廣告總支出之19%增長。廣告量上升，惟廣告收費平穩。

本集團之廣告增刊數目亦創歷史新高，其中12份專為招攬內地之廣告商。內地商戶尋求建立其品牌及形象，同時在香港推廣其產品及服務，為本集團提供更多廣告商機。

本集團拓展提供富創意之版面及排版，務求提升出版之效率並於市場脫穎而出。本集團繼續投資於印刷產品及印刷設施。於二零零五年十一月，將有四台新的印刷機投入運作，提升本集團的彩色印刷能力。此額外能力將用以增加高收益之彩色廣告收入。

附註：除二零零四年下半年之銷量數字外，所有數據均經審核。

# 管理層報告

二零零五年，除增加高收益廣告之百分比外，本集團將會採取更全面之策略來發展廣告業務，以充分運用本集團之出版印刷及數碼平台組合。

## 分類廣告

經歷數年之不景氣後，分類廣告市場於二零零四年出現強勁復蘇。分類廣告收益增長33%，原因為招聘廣告收益增加51%及商業通告收益增加31%。

招聘廣告為二零零四年賺取盈利之主要來源。隨著經濟增長及企業拓展，各行各業之公司均增聘人手。由於市場信心恢復，加上某些行業之薪酬趨升，更多人才轉工，招聘活動更為活躍。招聘廣告數量因此增加40%。招聘廣告市場表現理想，亦有助本集團透過收費較高之頭版位置及彩色廣告取得更高銷售量，為廣告收益率加添7%之增幅。本集團提供優惠以鎖定若干主要廣告商，並增加其他廣告商之廣告支出承諾。

本集團已增加有關主要行業之編輯內容，加入招聘及薪金趨勢以及就業發展機會。同時，本集團與若干專業團體建立合作夥伴關係，製作介紹不同行業之招聘增版，此舉不僅為本集團之廣告商提供更具目標及更有效之平台，亦有助提升本集團之價值及在讀者市場之地位。

本集團積極投資於市場調查及研討會，以確立本集團在招聘市場之權威地位。於二零零四年，本集團委託Nielsen Media Research進行季度市場調查。調查結果刊登於《Classified Post》及寄發予廣告商之季度簡訊內。本集團主辦及贊助各類會議、研討會及活動，以加強本集團之市場領導地位。

市場氣氛好轉亦促使資本市場交易增加。因此，商業通告之廣告收益較二零零三年增加31%。本集團佔主板上市公司廣告之份額由二零零二年之38%上升至二零零三年之68%及二零零四年之78%。

本集團以本年度錄得之盈利作為二零零五年業務增長之基石。與主要廣告商建立有效之交流及合作，乃本集團業務成功之關鍵。本集團將繼續提高招聘刊物之質素，以維持其讀者人數，此乃廣告商所關

注之首要問題。本集團將增加投資於市場調查，為廣告商提供明確之實證，以支持本集團刊物之價值。本集團將擴大與專業團體之合作夥伴關係，主辦或參與各類活動，以展示本集團之讀者覆蓋面、市場知識之寬廣度及深度，以及本集團致力於開發香港人力資源的決心。本集團將利用新興數碼科技完善其印刷質素。本集團之目標乃為廣告商及讀者提供最佳招聘及尋找工作之解決方案。

## SCMP.com

本集團出版業務之另一支柱為SCMP.com，該網站提供定時新聞及重大新聞，特寫文章及各類新聞及圖片資料。此外，該網站亦推出如“On the Spot”等更多互動性項目，由《南華早報》一些最受歡迎之專欄作家參與，提供多平台內容。

SCMP.com於二零零四年錄得創紀錄之收益及經營盈利。達至此業績主要由於多項收入來源於年內出現明顯增長。SCMP.com之收益主要來自訂閱費、商業廣告、內容轉載及資料銷售。於二零零四年，39%之收益來自訂閱，37%來自廣告及24%來自內容轉載。於二零零四年，SCMP.com為大中華地區之主要新聞網站，現有20,000名訂閱客戶。

SCMP.com於二零零二年成為世界上首批由免費上網瀏覽轉變為付費訂閱之收費網站之一，有助訂立網站業界收費標準。於二零零四年，本集團透過SCMP.com網站成為香港首份發送短訊之報章。本集團同時亦為首個新聞網站，提供平台予讀者與報章專欄作家及記者進行互動通訊。本集團將繼續創新，以增加數碼廣告及市場推廣收益。本集團將利用新興科技進一步發展其內容轉載業務。例如，第三代流動通訊科技使本集團得以將新聞及圖片傳送至電子手賬及流動電話用戶。展望未來，SCMP.com乃本集團為廣告商及讀者提供多平台服務之業務策略中不可或缺之部份。



## 展望

展望二零零五年之前景樂觀，儘管本集團預期報章出版業務之增長步伐對比於二零零四年有所減慢。受經濟活動及消費信心強勁反彈之推動，預計二零零五年及其後之廣告支出將持續增長。多間公司已表示將於二零零五年繼續招募新員工。

於二零零五年，本集團將繼續提高刊物之質素，以加強本集團於讀者及廣告商眼中之地位。商業方面，本集團將專注於高收入之類別及致力於更多跨平台之交叉銷售，以期於所有主要類別中取得更多廣告收入。本集團將繼續致力在中國內地建立其品牌形象，加大力度吸引該地區之廣告支出。本集團將吸取非典型肺炎爆發時期及經濟逆轉時之經驗，維持嚴謹之成本控制。

## 雜誌出版

### 《Cosmopolitan》、《Harper's Bazaar》及《CosmoGirl!》

SCMP Hearst之雜誌刊物於二零零四年均錄得增長。始自二零零三年第四季度之廣告市場出現上升趨勢，並持續至二零零四年。刊於女性雜誌之廣告支出有所增加，其中化妝品及護膚產品佔首位。多個國際高級品牌推出一系列新產品。另一方面，銷量則錄得輕微增幅。惟因競爭對手減低售價，對報攤銷量構成壓力。

截至二零零四年十二月，《Cosmopolitan》於香港已有20年之出版歷史。週年特刊多達846頁，乃香港出版史上頁數最多之女性雜誌。於二零零四年，該雜誌亦錄得創刊以來最高之廣告收入，顯示其持續獲得之商業成就。

《Harper's Bazaar》繼續被譽為國際品牌。該雜誌因名貴品牌之廣告支出增加而受惠。

《CosmoGirl!》之廣告及銷量收益錄得增長。該雜誌之經審核銷量持續上升，有助其於年青人雜誌市場建立認受性。該雜誌於二零零四年上半年之經審核銷量達39,341本。

## 《車主》

儘管經濟呈現復蘇，但香港汽車銷量並未顯著增加。因此，汽車雜誌市場於二零零四年繼續競爭激烈。此外，若干汽車型號之部份廣告支出轉向報章、大型廣告版甚至女性雜誌。

該雜誌經革新後，重奪市場領導地位，二零零三年之經審核銷量達24,157本，而二零零四年之銷量則達28,310本。本集團預期廣告及銷量收益於二零零五年將得以改善。

## 《Maxim》

香港《Maxim》乃根據與Dennis Publishing訂立之特許協議於二零零四年四月推出。該雜誌之目標讀者是年齡介乎25至35歲之香港富裕男士。首三期之《Maxim》錄得經審核銷量29,299本，成為香港銷量最高之男性雜誌。

於二零零五年，本集團對該雜誌的廣告及銷量收益增長前景持審慎樂觀態度。本集團將繼續在該雜誌之內容及形象方面投資，以全面發展其潛力。

## 書籍出版

由於成本控制及以年青讀者為對象之小說取得成功，書籍出版業務之表現較去年之銷量及經營盈利更為理想。英文書籍出版(作為一項新業務)繼續增長，現正為收益及盈利作出貢獻。該業務與《南華早報》成功合作宣傳若干新書籍。

於二零零五年，本集團將專注於與更多具潛力之中文書作家簽約及出版非小說書籍。該業務將繼續與《南華早報》合作重訂內容以發展新英文書籍、與獨立作家簽約及出版貿易指南。

## 零售業務

於二零零四年十一月，本集團完成出售「地利店」連鎖便利店之零售業務資產。該項出售符合本集團退出非核心業務而專注於出版業務之策略。

# 管理層報告

## 其他業務

### 錄像及影片後期製作

二零零四年之業績表現好壞參半，由於本地電影業蕭條對後期製作業務構成不利影響，而來自原裝錄製及轉錄影片服務之收益則繼續增長。於二零零四年十二月，根據中港更緊密經貿關係安排取得外商獨資廣告製作公司執照後，本集團開始在廣州發展業務。該發展將有助本集團開拓中國內地廣告後期製作市場，及因高質素企業錄像製作需求日益殷切而受惠。

### 音樂出版

由於流行樂壇巨星張國榮及梅艷芳於二零零三年逝世，其舊唱片錄得強勁銷量，因此華星唱片出版於二零零四年錄得理想業績。梅艷芳紀念唱片於其發行後立刻成為數週之最暢銷專輯。

本集團亦出版一系列DSD翻新唱片，發行高質素音樂以迎合更高品味顧客之需求。本集團並不預期於二零零五年能錄得與二零零四年相同之業績，惟本集團將繼續透過發行授權安排，及以新形式出版舊唱片，開拓本集團之音樂項目。

## 投資

### The Post Publishing Public Company Limited

本集團擁有The Post Publishing Public Company Limited (「Post Publishing」) 之20.3%權益。Post Publishing為《Bangkok Post》及《Post Today》之出版機構。截至二零零四年十二月三十一日止年度，Post Publishing錄得收入1,839百萬泰銖及淨盈利194百萬泰銖。本集團於二零零四年自該項投資錄得收入7.6百萬港元，而二零零三年錄得收入4.1百萬港元。

### Dymocks Franchise Systems (China) Limited

本集團在與澳洲Dymocks Franchise Systems (NSW) Pty Ltd (「Dymocks」) 合作之一間合營公司佔有45%權益。該合營公司在香港授出Dymocks連鎖書店之特許經營權。於二零零四年十二月三十一日，在香港共有七間Dymocks特許書店正在經營。截至二零零四年十二月三十一日止年度，本集團於二零零四年自該合營公司錄得收入0.4百萬港元，而二零零三年則錄得虧損1.7百萬港元。

## 員工

於二零零四年十二月三十一日，本集團僱用1,035名員工，而二零零三年十二月三十一日則為1,247名。

	二零零四年	二零零三年	變動(%)
報章出版	714	697	2
雜誌及書籍出版	144	124	16
零售	17	272	(94)
錄像及影片後期製作	63	48	31
管理及企業服務	97	106	(8)
總計	1,035	1,247	(17)

員工之薪酬保持在具競爭力之水平，而同時根據業績及員工個別之工作表現授予花紅。其他僱員福利包括公積金、醫療保險及購股權計劃。

# MADE IN HONG KONG

NIMBLE ENTREPRENEURS, HONG KONG BUSINESSMEN HAVE BEEN FAMOUSLY SWIFT TO NOTE A TREND AND FOLLOW A FAD. WHEN THE AGE OF AQUARIUS DAWNED IN THE 1960S, THE ANTHEM OF WESTERN YOUTH WAS THE MUSICAL HAIR. THE WIG CRAZE SAW MANY INDUSTRIALISTS SWITCH FROM PLASTIC PRODUCTS AND TOYS TO MANUFACTURING HAIRPIECES. SOON, THERE WERE 24,000 WIG-MAKERS EMPLOYED IN 300 MAJOR FACTORIES. IN 1966, HONG KONG EXPORTED WIGS WORTH \$430 MILLION. BY 1970, WIG EXPORTS TOTALLED \$1.5 BILLION. THE FAD FADED, THE FACTORIES CHANGED AGAIN. HONG KONG MADE WHAT THE WORLD WANTED. A FACTORY AT CHUNG HOM KOK, WHERE NONE OF THE 40 WORKERS HAD EVER SEEN A TROUT, WAS THE WORLD'S LARGEST PRODUCER OF DRY FLY LURES. ELECTRONICS, COMPUTERS, OPTICS, CAMERAS - IT WAS AN ERA WHEN THE MADE IN HONG KONG LOGO WAS ON SUPERMARKET SHELVES IN EVERY CORNER OF THE GLOBE. WHEN CHEAP LAND AND FACTORIES BECAME AVAILABLE ACROSS THE SHENZHEN RIVER, INDUSTRY MOVED THE FACTORIES NORTH, A VITAL PART OF THE CONTINENTAL ECONOMY OF THE ECONOMIES OF HONG KONG AND

## 香港製造

香港商家最能洞悉時  
無數工業家放棄製造  
百多家假髮廠，僱  
總值達四億三千萬  
，當這風尚不再，  
的觸覺敏銳。一  
見過鮭魚，卻是  
製品、照相機...  
上。及至深圳特區  
北移，形成香港

