

# 管理層討論及分析

## 營運回顧

於回顧年度內，壹傳媒及其附屬公司在各個業務領域中繼續取得穩定發展。總體而言，香港業務保持穩定，而本集團剛起步的台灣業務則取得碩大進展，正逐步實現收支平衡。

### 主要市場回顧

#### 香港

香港經濟於沙士一疫後逐步復甦，印刷媒體市場去年的廣告開支增長強勁。迄今為止，壹傳媒仍是香港最大及最成功的中文印刷媒體集團。過去數年，本集團的《蘋果日報》、《壹週刊》、《壹本便利》、《忽然1周》及《飲食男女》均穩步發展，報攤及廣告收入持續大幅增長。

2004 ACNielsen香港媒介指標年終報告（「2004 ACNielsen年終報告」）指出，香港排名前兩名的報章表現仍然遙遙領先市場上的其他日報。這兩份報章合共擁有約2,951,000名讀者，佔香港12歲或以上讀者人數約57%。

香港的雜誌市場跟報章市場一樣，競爭越趨激烈。於回顧年度內，各類雜誌使出渾身解數，務求獲得讀者的青睞、喜愛與惠顧。令人鼓舞的是，2004 ACNielsen年終報告所列的三大最暢銷雜誌——《忽然1周》及《飲食男女》（「《忽然1周合併本》」）、《壹週刊》以及《壹本便利》及《飲食男女》（「《壹本便利合併本》」）均為壹傳媒出版的刊物。這三本雜誌合共擁有約1,340,000名讀者，佔二零零四年香港市場中年齡介乎12至64歲的讀者人數約26%。

#### 台灣

台灣約有2,300萬人口，約為香港的三倍，幅員廣闊。當地雖以高科技產業為主導，但其主要報章仍慣以黑白印刷。二零零三年五月，《台灣蘋果日報》開始在台灣的報攤發售，給當地傳媒帶來巨大衝擊，與十年前《蘋果日報》在香港推出時的情況不遑多讓。

## 2 管理層討論及分析

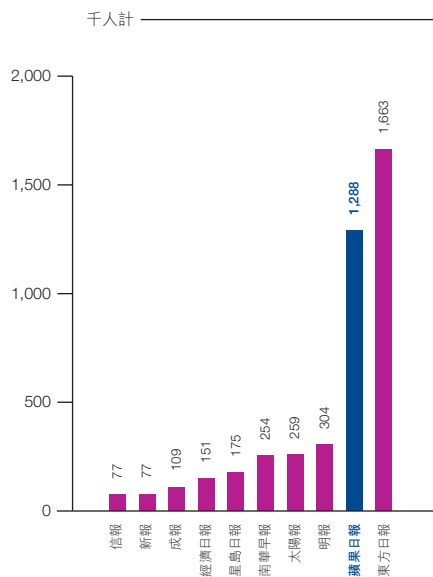
### 營運回顧 (續)

尼爾森行銷研究顧問股份有限公司(「尼爾森台灣」)最近提供的二零零四年數據顯示，截至二零零四年十二月三十一日止六個月，台灣三大暢銷日報讀者人數合共約6,958,000人，約佔年齡介乎12至60歲人口的42.9%。截至二零零四年十二月三十一日止六個月，《台灣蘋果日報》平均每日淨銷量約503,398份，平均讀者人數約為2,008,000人，是台灣目前第三大暢銷日報。該報僅用了十八個月左右的時間，便取得如此佳績，實在令本集團每位成員感到無比自豪。

於回顧年度內，本集團的《台灣壹週刊》在台灣雜誌市場的發展繼續穩步向前。根據尼爾森台灣的數據顯示，台灣週刊二零零四年的讀者總數約為2,772,000人，佔台灣年齡介乎12至60歲的讀者總數約17.1%。尼爾森台灣的數據還顯示，《台灣壹週刊》依然是最受上述年齡界別讀者歡迎的週刊。

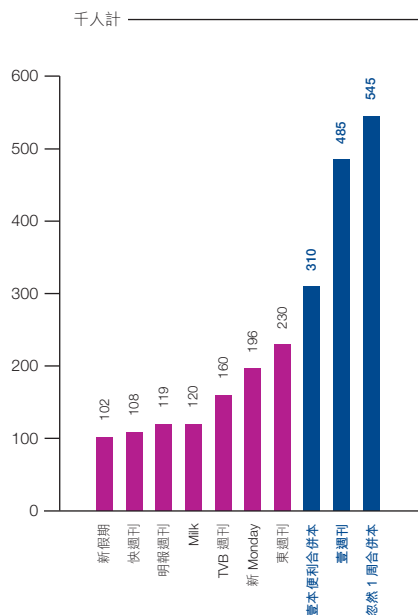
#### 香港最多人閱讀的十份報章

由二零零四年一月至二零零四年十二月期間



#### 香港最多人閱讀的十份週刊

由二零零四年一月至二零零四年十二月期間



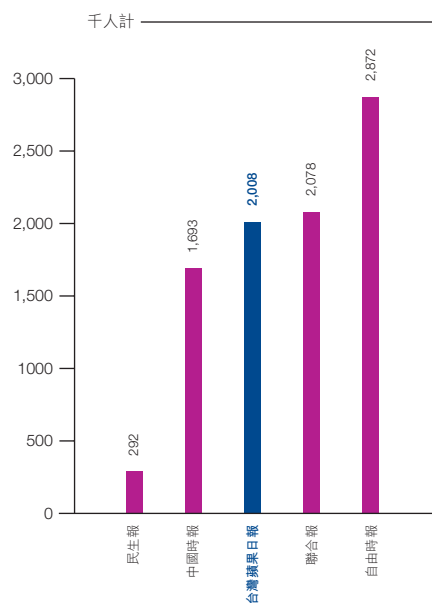
截至二零零四年十二月三十一日止十二個月，《台灣壹週刊》的平均每週讀者人數約為1,574,000人，遠比台灣第二及第三最多人閱讀週刊之讀者人數分別多745,000人及1,153,000人。預料於二零零六年將有若干新雜誌進入台灣市場，董事會將於來年繼續密切留意最新的市場發展動態。

## 業務表現

回顧年度為本集團自二零零一年十月收購Database Gateway Limited及其附屬公司以來的第三個完整年度。於回顧年度內，本集團錄得總營業額約2,932,200,000港元，較上一個財政年度營業額約2,437,100,000港元增長

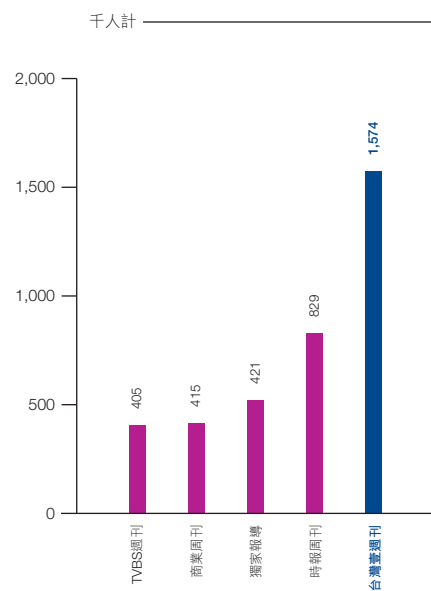
### 台灣最多人閱讀的五份報章

由二零零四年七月至二零零四年十二月期間



### 台灣最多人閱讀的五份週刊

由二零零四年一月至二零零四年十二月期間



### 營運回顧（續）

約20.3%。與上一個財政年度的營業額增加的原因一樣，主要是由於本集團於二零零三年五月推出《台灣蘋果日報》，為集團帶來直接收益。

#### 報章出版及印刷業務

壹傳媒的報章出版及印刷業務於回顧年度的營業額約為1,916,900,000港元，依然是壹傳媒各項業務中最大的收入來源。與上一個財政年度錄得約1,531,100,000港元相比，回顧年度的營業額增長約25.2%。

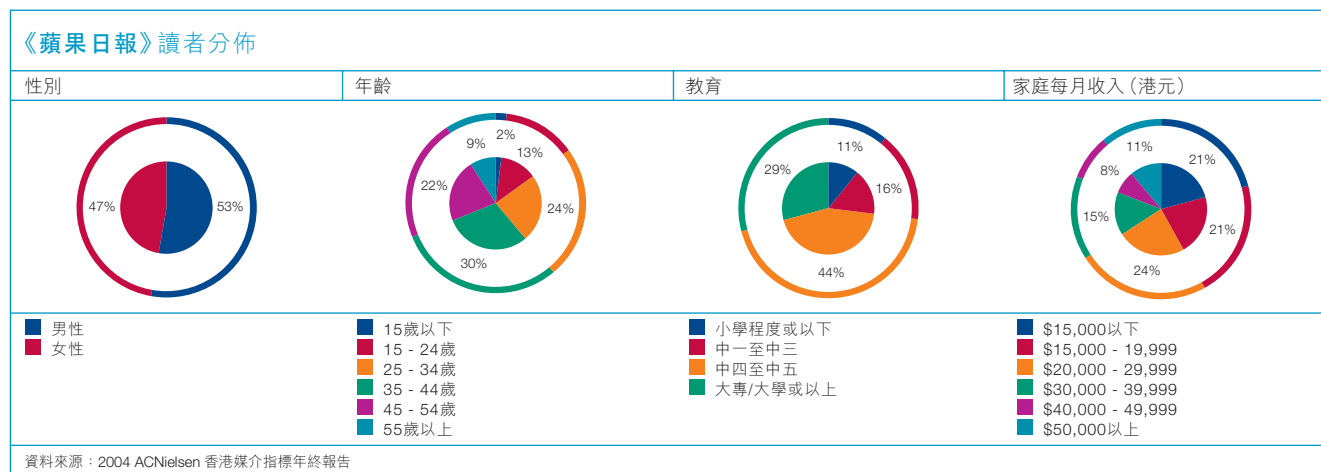
《蘋果日報》（讀者人數佔第二位）

年內，《蘋果日報》繼續穩佔香港第二大暢銷報章的卓然地位。該報章基本為中產大眾市場的讀者，今後仍會是本集團賴以成功的穩固基石。《蘋果日報》於回顧年度錄得營業額約1,195,200,000港元，較上一個財政年度約1,207,800,000港元微跌約1.0%。

2004 ACNielsen年終報告指出，《蘋果日報》於二零零四年的平均讀者人數約為1,288,000人。香港出版銷數公證會截至二零零四年十二月三十一日止六個月的有關數據顯示，《蘋果日報》的平均銷量為343,302份，較去年同期的339,989份增長約1.0%。

截至二零零五年三月三十一日止年度，《蘋果日報》的發行銷售額約為456,700,000港元，較上一個財政年度錄得的約460,700,000港元輕微下降約4,000,000港元，減幅約為0.9%。《蘋果日報》於回顧年內的廣告收入亦輕微下跌約1.2%，由上一個財政年度約747,100,000港元減至本年度的約738,500,000港元。

《蘋果日報》於年內表現穩定，再次證明其在香港讀者心中的獨特地位。一如既往，《蘋果日報》仍是教育程度較高及家庭每月收入高於平均水平的讀者之首選報章，備受同行稱羨。為此，《蘋果日報》仍是暢銷名牌產品及服務供應商「不容忽視」的廣告媒介。



### 《台灣蘋果日報》(讀者人數佔第三位)

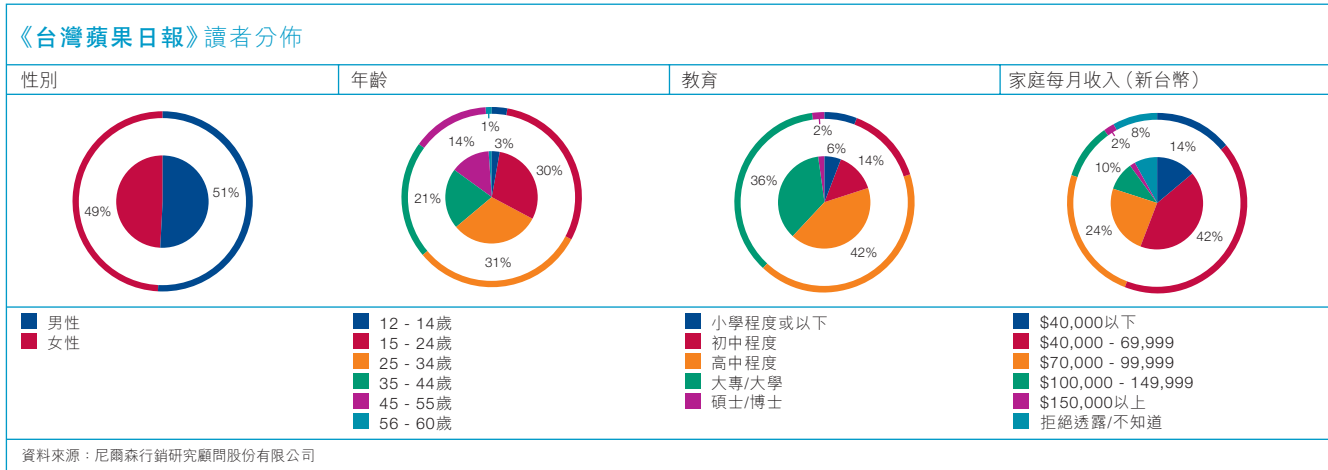
台灣原本只有相當保守的黑白印刷日報，《台灣蘋果日報》於二零零三年五月創刊後，為讀者帶來耳目一新的體驗。以前，台灣的銷售報章約有半數是上門送遞的，現在約有98%的《台灣蘋果日報》則是在便利店和其他零售店銷售，徹底地扭轉了台灣報業的經營模式。

於回顧年度內，該報仍保持創刊時的強勁增長勢頭，令人鼓舞。尼爾森台灣最新數據顯示，《台灣蘋果日報》於截至二零零四年十二月三十一日止六個月的平均讀者人數為2,008,000人。中華民國發行公信會截至二零零四年十二月三十一日止六個月的有關數據顯示，《台灣蘋果日報》的總銷量為92,625,225份，即每日銷量約503,398份，較二零零三年同期的約406,599份大幅增加約23.8%。

銷量大幅增長，減少了《台灣蘋果日報》本年度錄得的分部虧損，使該項虧損由上一個財政年度約573,800,000港元下降至年內的約203,400,000港元。本集團認為，儘管《台灣蘋果日報》目前的表現已十分出色，但仍有廣闊的增長空間。

## 管理層討論及分析

### 營運回顧 (續)



於回顧年度內，《台灣蘋果日報》的廣告收入由約181,800,000港元增至約458,600,000港元，大幅增加約152.3%。年內，各行各業的主要廣告商，包括：地產發展商、銀行、百貨公司、娛樂公司及汽車經銷商等，均定期把《台灣蘋果日報》納為媒體組合的重要元素之一。由於所涉及的行業廣泛，為《台灣蘋果日報》建立了堅固的基礎，有利其進一步作多元化發展及擴大其於台灣廣告市場的佔有率。

本集團一直致力改善內頁廣告收入。《台灣蘋果日報》目前的廣告收費低於其最接近的競爭對手，為廣告商節省不少成本。本集團計劃在明年再改善廣告定價，藉以進一步增加該報的廣告收入。

在創刊階段，《台灣蘋果日報》為讀者提供的頁數超過其競爭對手達60%。透過逐步增加廣告頁數，繼續把編輯版與廣告版之平均比例由現時的74:26下調至接近香港的61:39水平。本集團以讀者會的調查結果作為依據，來決定修改的頁面，確保不會削弱該報對讀者的吸引力。

#### 蘋果日報印刷有限公司

蘋果日報印刷有限公司一直是《蘋果日報》的成功基石，在年內繼續為該報提供全方位的重要印刷支援服務。蘋果日報印刷有限公司年內繼續為不同的外間客戶提供印刷服務。回顧年度內，各項印刷業務為集團帶來的收益約為

363,800,000 港元。除卻分部業務間的交易，收益總額約為 60,100,000 港元，較上一個財政年度約 35,700,000 港元增加約 24,400,000 港元，增幅約為 68.3%。

### 書籍及雜誌出版業務

於回顧年度內，本集團的書籍及雜誌出版業務的營業額約 885,300,000 港元，較上一個財政年度約 786,000,000 港元增加約 12.6%。如上所述，此項增長主要由於《壹週刊》、《忽然 1 周》及《飲食男女》的廣告收入普遍上升約 9.2% 至 10.3%。《台灣壹週刊》亦取得理想表現，廣告收入由上一個財政年度約 99,300,000 港元增至本年度的約 138,800,000 港元，較去年度增長約 39.8%，為《台灣壹週刊》營業額大幅上升 24.4% 的重要因素。

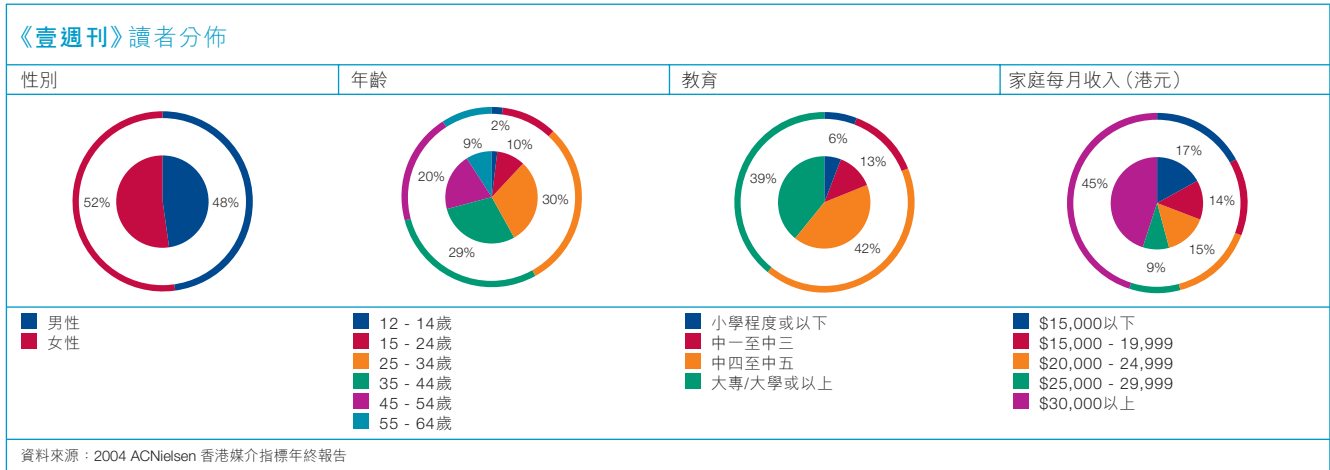
《壹週刊》(讀者人數佔第二位)

2004 ACNielsen 年終報告的數據顯示，《壹週刊》於二零零四年的平均讀者人數約為 485,000 人，穩踞香港週刊市場第二位，較二零零三年平均約 489,000 人略為減少約 0.8%。香港出版銷數公證會的數據顯示，《壹週刊》於截至二零零四年十二月三十一日止六個月的平均每週銷量為 141,642 本，較上一年度同期的 147,237 本輕微下跌約 3.8%。

《壹週刊》的銷量收入雖錄得輕微下跌，然而廣告收入有所增加，抵銷了有關跌幅。於回顧年度內，《壹週刊》錄得廣告收入約 189,700,000 港元，較二零零四年三月三十一日止年度約 173,700,000 港元增長約 9.2%。該週刊的讀者主要為曾受專上/高等教育的男性及女性，其比例遠高於其他週刊，因此一直是媒體宣傳的首選刊物。鑑於該週刊甚受年輕、富裕的行政管理人員和專業人士的青睞，其廣告業務可望成為集團的長期收入支柱。

## 管理層討論及分析

### 營運回顧 (續)



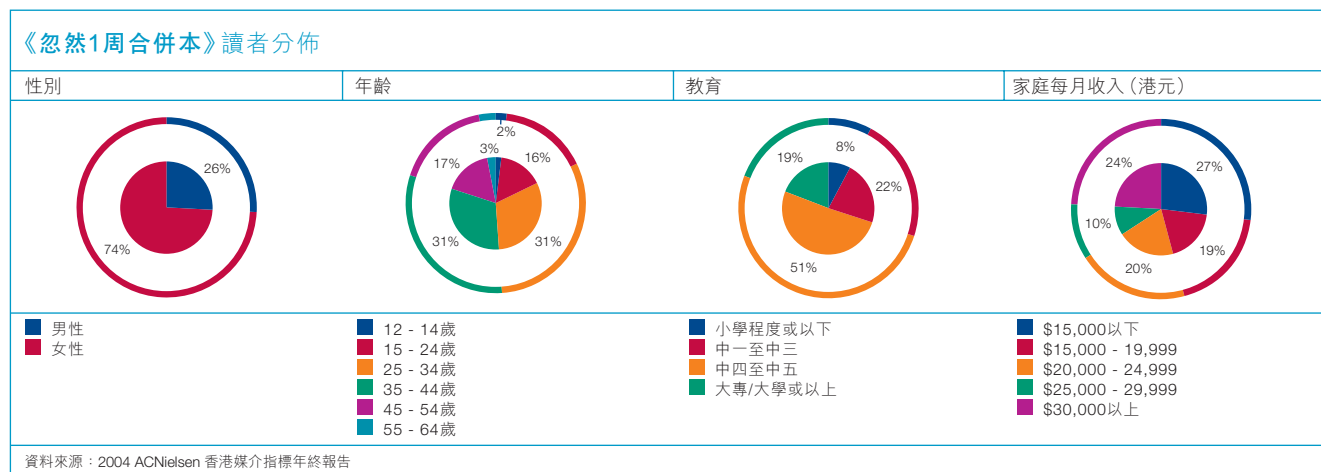
#### 《忽然1周合併本》(讀者人數佔第一位)

根據2004 ACNielsen年終報告顯示，截至二零零四年十二月三十一日止十二個月，《忽然1周合併本》的平均讀者人數約為545,000人，在香港週刊市場依然獨佔鰲頭。該合併本是全港最受歡迎的週刊，截至二零零四年十二月三十一日止六個月的經審核銷量為198,811本，較二零零三年同期的經審核銷量196,539本輕微增加約1.2%。

2004 ACNielsen年終報告顯示，《忽然1周合併本》的所有定期讀者當中，約有74.4%為女性，其中77.1%年齡介乎15至44歲。《忽然1周合併本》擁有如此獨特而廣泛的讀者基礎，全賴其清晰的定位、準確的市場策略以及時尚的形象。

截至二零零五年三月三十一日止年度，《忽然1周合併本》的收益約為226,600,000港元，較上一個財政年度同期錄得約212,000,000港元增加約6.9%。《忽然1周合併本》在大眾市場的地位穩固，對廣告商及其媒介客戶具有強大的吸引力，因此，該合併本於本年度的廣告收入總額約153,600,000港元，較上一個財政年度約139,300,000港元增長約10.3%。





#### 《壹本便利合併本》(讀者人數佔第三位)

《壹本便利合併本》繼續穩佔香港週刊市場第三位，於二零零四年錄得平均每週讀者人數約為310,000人，較二零零三年的約308,000人輕微減少約0.6%。

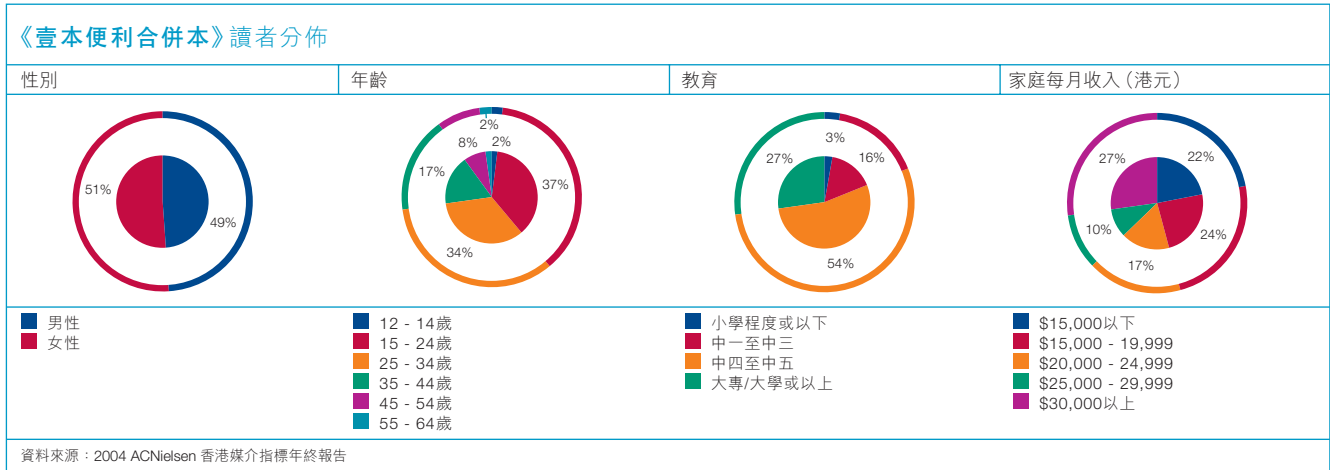
《壹本便利合併本》素以追蹤最炙手可熱、最新穎的時裝和潮流資訊著稱，已成為熱愛品牌的年輕一族「必讀」之物。該雜誌的定期讀者當中約36.9%年齡介乎15至24歲之間。因此，《壹本便利合併本》依然是各類時尚品牌的首選宣傳媒體。截至二零零五年三月三十一日止年度，《壹本便利合併本》的銷量及廣告合併年度收益約為140,300,000港元，較上一個財政年度錄得約107,500,000港元上升約30.5%。

#### 《台灣壹週刊》(讀者人數佔第一位)

本集團進軍台灣市場的第一炮《台灣壹週刊》，以香港版本為藍本，迅速建立了針對時弊、敢於直言的美譽。該雜誌於二零零一年五月創刊，四年後的今天仍然是全台灣最受注目及最具實力的週刊。

## 管理層討論及分析

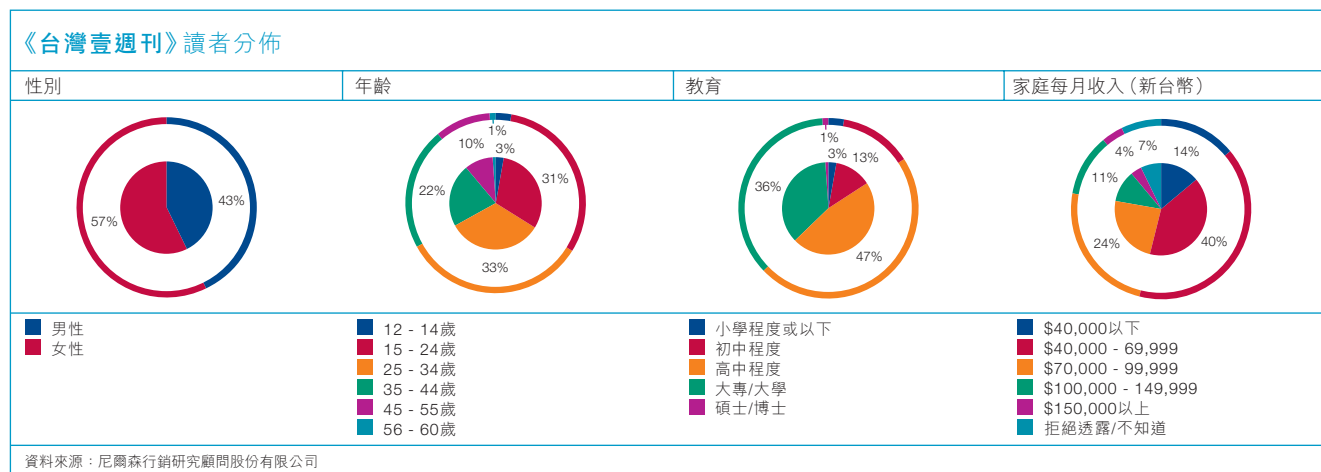
### 營運回顧 (續)



尼爾森台灣的數據顯示，二零零四年七月至十二月期間，該雜誌的平均讀者人數約為1,574,000人。中華民國發行公信會的數據則顯示，該雜誌於二零零四年後六個月的銷量為3,782,972本，按週計算，每週銷量約為140,108本，較二零零三年同期約135,541本增長約3.4%，成績令人鼓舞。

《台灣壹週刊》於回顧年度錄得廣告收入約為138,800,000港元，較上一個財政年度約99,300,000港元取得約39.8%的強勁增長。結果，該雜誌於回顧年度錄得分部盈利約45,400,000港元，較上一個財政年度約9,500,000港元大幅增加35,900,000港元，增幅約377.9%。

本集團相信，《台灣壹週刊》憑藉其穩固的讀者群，將繼續獲得台灣各大廣告商及其代理的支持，並持續為其帶來可觀的收入，進一步鞏固其今後的盈利能力。



## 書籍及雜誌印刷業務

回顧年度內，書籍及雜誌印刷業務繼續為本集團的出版業務作出重大貢獻。計及總值約173,600,000港元的分部業務間的交易，該項業務年內的營業額約為279,700,000港元，較上一個財政年度未經抵銷業務間交易之營業額約256,000,000港元上升約9.3%。

來自香港、北美、歐洲及大洋洲的外間客戶依然是該業務的穩定客源。於回顧年度內，來自外間客戶的訂單為集團帶來額外約106,100,000港元的收入，較上一個財政年度合共約99,300,000港元上升約6.8%。壹傳媒仍然深信，商業印刷業務來年將繼續為集團帶來穩定收入。

截至二零零五年三月三十一日止年度，分部業務間的印刷業務收益約為173,600,000港元，或佔該業務約62.1%，較上一個財政年度增加約16,900,000港元，增幅約為10.8%。

### 營運回顧（續）

---

#### 互聯網業務

本集團的互聯網業務主要為本地及海外讀者提供壹傳媒旗下刊物之廉價的網上讀物。

年內，本集團的互聯網業務的收益約為24,000,000港元，較上一個財政年度錄得約20,900,000港元增加約14.8%。該業務的分部盈利亦由上一個財政年度約9,500,000港元增至回顧年度的約11,200,000港元。

互聯網業務的主要收入來源為訂閱費用、廣告收入及內容特許使用權。該業務年內增長強勁，主要由於海外用戶基礎擴大及廣告收入增加。

隨著更多廣告商嘗試採用互聯網作市場推廣，本集團對互聯網廣告收入的持續增長仍持審慎樂觀的態度。為此，本集團將積極開拓該業務的新收入來源，同時維持嚴謹的成本控制策略。

## 財務回顧

### 綜合財務業績

#### 營業額

截至二零零五年三月三十一日止年度，本集團的總營業額上升至約2,932,200,000港元，與截至二零零四年三月三十一日止年度的約2,437,100,000港元相比，增加約20.3%。營業額的增加主要由於《台灣蘋果日報》於回顧年內錄得收益約661,600,000港元所致，該收益佔總營業額約22.6%。

按市場劃分，香港仍本集團的主要收入來源，佔回顧年度的總營業額約1,969,200,000港元或約67.2%。

台灣市場依然是壹傳媒第二大收入來源，於回顧年度錄得營業額約881,500,000港元，與上一個財政年度約465,500,000港元相比，增加約89.4%。令人鼓舞的是，台灣市場於年內繼續保持自二零零四年起的上升趨勢，《台灣壹週刊》的廣告收入大幅增加約39.8%，帶動本集團去年的營業額進一步上揚。

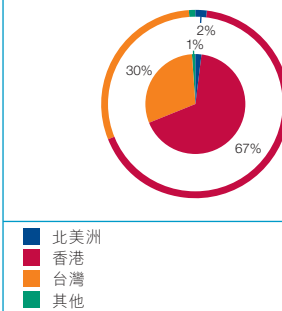
按主要業務劃分，報章出版及印刷業務仍是壹傳媒最主要的收入來源。於回顧年度內，本集團的報章出版及印刷業務佔總營業額約1,916,900,000港元或約65.4%，與上一個財政年度約1,531,100,000港元或約62.8%相比，增加約385,800,000港元或約25.2%。

壹傳媒的書籍及雜誌出版業務於年內表現理想，佔總營業額約885,200,000港元或約30.2%。互聯網業務為另一收入來源，年內為本集團貢獻營業額約24,000,000港元或佔其中的約0.8%。上述兩項業務與上一個財政年度分別錄得約785,900,000港元及約20,900,000港元的營業額相比，分別增加了約12.6%及約14.8%。

#### 股息

董事會不建議就截至二零零五年三月三十一日止年度派發任何股息。

營業額



## 財務回顧（續）

**未計利息、稅項、折舊及攤銷前的盈利及分部業績**

壹傳媒之未計利息、稅項、折舊及攤銷及未計一項無形資產減值虧損前的盈利約達540,100,000港元，與上一個財政年度約221,000,000港元相比，大幅上升約144.4%。本集團於回顧年度表現顯著改善，主要由於《台灣蘋果日報》的銷量及廣告收入取得可觀增長。此外，《台灣壹週刊》廣告收入增加，亦進一步帶動本集團的業績上升。

截至二零零五年三月三十一日止年度，本集團的分部盈利約為139,700,000港元，與上一個財政年度分部虧損約35,000,000港元相比，取得顯著改善。

於回顧年度內，本集團的報章出版及印刷業務錄得分部盈利約107,300,000港元，其中大部份直接來自壹傳媒的香港業務。

截至二零零五年三月三十一日止年度，本集團的書籍及雜誌出版業務的分部盈利約為112,800,000港元（未計入約136,900,000港元的非經常性的一項無形資產減值虧損），與上一個財政年度約103,900,000港元相比，增加約8.6%。上述增幅主要由於《台灣壹週刊》的盈利能力顯著改善，從上一個財政年度之分部盈利約9,500,000港元增至約45,400,000港元。

於回顧年度內，本集團的書籍及雜誌印刷業務亦錄得分部盈利約45,200,000港元，與上一個財政年度約44,200,000港元相比，增加約2.3%。本集團的互聯網業務亦於年內為本集團作出盈利貢獻。於回顧年度內，互聯網業務錄得分部盈利約達11,200,000港元，較上一個財政年度約9,500,000港元穩步增加約17.9%。

**經營開支**

於回顧年度內，本集團的總經營開支約為2,769,000,000港元，較上一個財政年度約2,453,000,000港元增加約12.9%。該款額中約1,805,200,000港元或約65.2%為必要的生產開支，其中包括紙張成本。此外，新聞紙價

格大幅上升構成上述增幅的主要部份。去年的員工成本（不包括直接生產員工成本）合共約為323,700,000港元或佔本集團總經營開支約11.7%，與上一個財政年度約319,200,000港元或約13.0%相比，分別增加約4,500,000港元或約1.4%。於回顧年度內，經營開支增加的其他因素包括固定資產折舊。年內，固定資產折舊約為142,500,000港元或佔總經營開支約5.1%，較上一個財政年度約137,900,000港元增加約3.3%。

### 稅項

於回顧年度內，本集團的稅項合共約58,900,000港元，較上一個財政年度約74,100,000港元減少約20.5%。該減幅主要由一項約136,900,000港元的無形資產減值虧損有關的遞延稅項負債被撥回所致。

## 財務狀況

### 流動資產及流動負債

於二零零五年三月三十一日，本集團的流動資產約為1,305,800,000港元，與上一個財政年度約983,100,000港元相比，增加約32.8%。本集團於二零零五年三月三十一日的流動負債約為442,100,000港元，與上一個財政年度約483,500,000港元相比，下降約8.6%。回顧年內，本集團的負債水平有所下降，主要由於應付稅項減少及長期負債的流動部份減少。於回顧年度結束時，本集團擁有約598,800,000港元的現金。於二零零五年三月三十一日，本集團的流動比率約為295.4%，較於二零零四年三月三十一日的約203.3%增加約45.3%。

## 財務回顧（續）

**應收賬款**

於二零零五年三月三十一日，本集團的應收賬款達至約447,500,000港元，與二零零四年三月三十一日約409,800,000港元相比，增加約9.2%。於二零零五年三月三十一日，本集團應收賬款的平均週轉日數為53.4天，而上一個財政年度則為52.7天。

**應付賬款**

於二零零五年三月三十一日，本集團的應付賬款約為114,900,000港元，較上一個財政年度約97,400,000港元增加約18.0%。同期，應付賬款平均週轉日數於二零零四年三月三十一日的40.9天降至二零零五年三月三十一日的36.4天。

**長期及短期負債**

於二零零五年三月三十一日，本集團的長期負債（包括流動部份）合共約為217,200,000港元，與上一個財政年度約296,400,000港元相比，減少約26.7%。於二零零五年三月三十一日，本集團長期負債的流動部份約達53,800,000港元，與上一個財政年度同期的約60,600,000港元相比，減少約11.2%。

本集團的銀行信貸包括由七間銀行提供的300,000,000港元銀團信貸，信貸由三井住友銀行安排，提供予蘋果日報有限公司。該300,000,000港元的可轉讓有期貸款/循環信貸額分為兩部份，第一部份（「甲部份」）為200,000,000港元的五年有期信貸額，而第二部份（「乙部份」）為100,000,000港元的三年期循環信貸額。蘋果日報有限公司隨後將甲部份的所得款項用於為其當時的部份現有貸款再融資。本集團的現金流量充裕，毋需利用乙部份的循環信貸額。因此，蘋果日報有限公司於二零零四年十二月取消乙部份的信貸。

**借款及資產負債**

於回顧年度，本集團的業務經費主要來自其經營活動所產生的現金，以及少部分來自主要往來銀行所提供的銀行融資提供。



於回顧年度，本集團可動用的銀行信貸總數約為623,100,000港元，其中已動用約218,300,000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。年內，本集團的大部份銀行借貸為港元及新台幣。於二零零五年三月三十一日，本集團擁有價值約598,800,000港元的現金。本集團於回顧年度末的資產與負債比率約為4.9%，上一個財政年度則約為6.7%。本集團的資產與負債比率按長期負債（包括流動部份）除以資產總值計算。

### 股本架構

於剛結束的年度內，本公司發行了4,138,905股每股面值1.00港元的普通股。此乃由購股權持有人按每股1.67港元及每股1.00港元的行使價行使若干購股權，而分別發行4,057,400股及81,505股普通股份。

於二零零五年三月三十一日，本公司的已發行股本總額約為3,092,800,000港元，其中包括1,482,773,481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

截至二零零五年三月三十一日止年度，本集團經營活動產生的現金流入淨額達至約328,100,000港元，上一個財政年度則錄得約20,600,000港元的現金流出。

年內，關於投資的現金流出合共約為25,700,000港元。較上一個財政年度約120,600,000港元的現金流出減少約78.7%。

於回顧年度，本集團融資活動產生的現金流出淨額約為78,300,000港元，上一個財政年度則錄得16,600,000港元的現金流入。本年度金額主要為償還約79,200,000港元的銀行借貸。上一個財政年度金額的大部份為新增約231,300,000港元的銀行貸款及償還約215,300,000港元的銀行貸款。

### 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，因此不可避免地面對匯率風險，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。於二零零五年三月三十一日，

## 財務回顧（續）

本集團的淨貨幣風險約為新台幣5,042,600,000元（約1,244,500,000港元），與上個財政年度的約新台幣4,127,200,000元（約974,100,000港元）相比，增加約22.2%。為在日後對沖上述風險，本集團以《台灣蘋果日報》為借款人，安排向多間主要的台灣銀行取得新台幣1,200,000,000元的四年定期貸款，其中新台幣500,000,000元已隨後於二零零五年四月二十八日支用。該變動導致本集團的淨貨幣風險下降至新台幣4,542,600,000元，如全部支用餘下的新台幣700,000,000元，則本集團的淨貨幣風險將進一步下降至新台幣3,842,600,000元。在下一個財政年度，本集團將繼續審慎監察其整體貨幣風險，並在必要時採取措施對沖上述風險。

去年度，本集團的資本開支總數約為32,600,000港元，其中約10,600,000港元用於資助本集團在台灣的业务。於回顧年度結束時，本集團業務的資本承擔約為5,600,000港元，其中約1,900,000港元用於資助本集團在台灣的业务。

### 資產抵押

於二零零五年三月三十一日，壹傳媒已將本集團位於香港及台灣的若干物業及印刷設備抵押予多間銀行，作為取得授予本集團的銀行貸款及一般銀行信貸的抵押。該等資產的賬面淨值總額約為1,287,800,000港元。

### 或然負債

回顧年內，壹傳媒的或然負債乃關於在香港及台灣的多宗訴訟。該等訴訟對從事出版業的公司而言屬行業性風險。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。

當壹傳媒於二零零一年十月收購Database Gateway Limited（「收購事項」）時，黎智英先生（「黎先生」）同意向本集團提供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。在彌償保證方面，黎先生隨後已根據彌償保證履行責任，向壹傳媒作出60,000,000港元的銀行擔保。

本公司董事在審慎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。

壹傳媒也因多項公司擔保而承擔或然負債，該等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。於二零零五年三月三十一日，該等或然負債合共約151,000,000港元。

### 一項無形資產減值虧損

新頒佈的香港財務報告準則第2及第3號連同香港會計準則（「香港會計準則」）第32、36、38及39號將對本集團截至二零零六年三月三十一日止年度的財務報表產生影響。為確保符合新會計準則，尤其是香港會計準則第38號有關無形資產估值的規定，董事會已委任獨立專業估值師Ernst & Young Transaction Advisory Services Limited（「安永」），按使用價值計算方法對本集團於二零零五年三月三十一日的刊頭及出版權進行整體估值。

根據安永發出的估值報告，本集團於二零零五年三月三十一日的刊頭及出版權的估值合共1,605,000,000港元，而對應的賬面淨值為1,482,800,000港元，由此產生122,200,000港元的重估盈餘淨額（按集團基準），其中包括按各個別刊頭基準計算所產生的259,100,000港元的重估盈餘及就一刊頭錄得之136,900,000港元的重估虧損。

關於有關刊頭及出版權的重估虧損，董事認為，由於賬面值超過估計可收回金額且該減值並非暫時性質，因此在截至二零零五年三月三十一日止年度的損益表中確認136,900,000港元的減值虧損。

關於取得重估盈餘259,100,000港元的刊頭及出版權，由於本集團的會計政策是按成本減累積攤銷及累積減值虧損記錄無形資產，因此並未對本集團的賬目進行調整。

### 財務回顧（續）

#### 前景及展望

##### 展望未來

本集團仍是香港最大的中文印刷傳媒營運商。多年來，《蘋果日報》、《壹週刊》、《壹本便利》、《忽然1周》及《飲食男女》已建立了穩固的市場佔有率。因此，該等刊物將可確保本集團在來年繼續享有穩定的收入來源。董事會相信，隨著香港經濟的穩步改善，本集團各刊物的廣告收入將會增加。

來年，壹傳媒將繼續增強其於香港中文印刷傳媒市場的領導地位。未來十二個月，本集團亦會繼續努力，擴大其刊物已在台灣市場取得的顯著地位。為此，董事會相信，《台灣壹週刊》將進一步鞏固其自二零零一年創刊以來建立的市場佔有率及盈利能力，致力於來年繼續取得令人鼓舞的進程。

與所有傳媒營運商一樣，壹傳媒在香港及台灣的業務在很大程度上倚賴新聞紙。業內專家相信，新聞紙的價格在短期內勢會漲價，因此將影響本集團來年的財務表現。

最後，本集團管理層對《台灣蘋果日報》取得的理想進展深感滿意。截至二零零四年十二月三十一日止年度，《台灣蘋果日報》的經審核平均每日銷量約達503,398份。《台灣蘋果日報》在創刊後不足兩年的時間內能取得此穩固發展，足以反映未來將有更出色的表現。

由於《台灣蘋果日報》取得穩健的銷售表現，其廣告收入也隨之增加。截至二零零五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總營業額帶來約661,600,000港元的貢獻，佔總營業額約34.5%。董事會相信，隨著《台灣蘋果日報》進一步鞏固其首兩個年度在台灣市場取得的斐然成就，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」性質或使用各種「展望性」詞語的陳述。該等陳述乃按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。敬請讀者注意，該等陳述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。