



管理層報告

截至二零零五年十二月三十一日止財務年度為 SCMP 集團有限公司 (本集團或 SCMP) 成功的一年。本集團的旗艦報章《南華早報》顯示出版業務蓬勃發展及前景良好。過去一年廣告及發行市場競爭激烈，但報章出版業務及雜誌出版業務之經常性經營盈利仍分別錄得 15% 及 108% 的增長。

於二零零五年年底，本集團的財務狀況穩固，業務營運穩健及未來前景樂觀。在此經營環境下，管理層深信透過建立及加強出版業務，定能為股東帶來最高的價值。

財務回顧

本集團於二零零五年之經常性經營盈利增長 12% 至 287.3 百萬港元。此業績反映核心出版業務在競爭激烈的市場環境中，仍然取得理想表現。出版業務之盈利增長部份被其他附屬公司盈利貢獻減少及虧損所抵銷。

營業額上升 10% 至 11 億港元。股東應佔盈利淨額達至 246.4 百萬港元，而二零零四年則為 317.1 百萬港元。二零零五年的業績包括重估盈餘 50.4 百萬港元，及資產減值撥備 35.7 百萬港元。二零零四年的業績則包括出售零售業務帶來一次性收益 76.8 百萬港元，及重估盈餘 18.1 百萬港元。

受消費者開支回升及本地生產總值穩步增長所帶動，商業廣告上升 13%，而分類廣告增長 11%。除商業通告收費維持於二零零四年的水平外，其他所有產品的廣告收費均告調升。同時，《南華早報》的發行量於二零零五年上半年及下半年較二零零四年同期分別上升 4% 及 3%。

儘管廣告及發行市場競爭激烈，雜誌出版業務的收益仍上升 19%。SCMP 旗下三本女性雜誌表現良好，《Cosmopolitan》雜誌表現最為突出，廣告版面銷售量創新高。

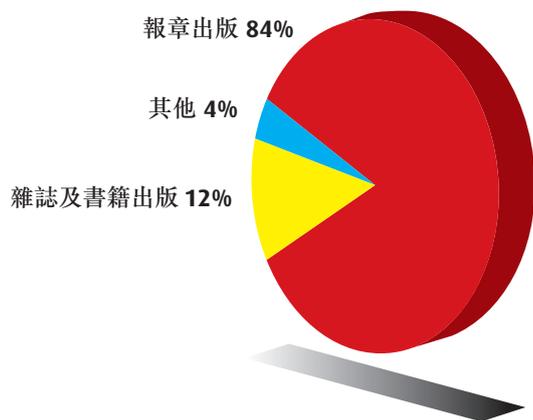
持續經營業務的經營成本及開支上升 9% 至 833.1 百萬港元。員工成本增加 8%，而新聞紙平均成本由每公噸 476 美元上升 18% 至 563 美元。員工及新聞紙成本約佔總開支的一半。

業務回顧

隨著於二零零四年出售零售業務，二零零五年的財務業績反映了重新專注出版業務首年度之表現。96% 的收益來自出版業務，較二零零四年約 70% 為高。

Regioman 印刷機組為 SCMP 集團近年於出版業務中最大之投資項目。此新印刷機組讓 SCMP 為其讀者及廣告客戶製作更優質的產品系列

收益



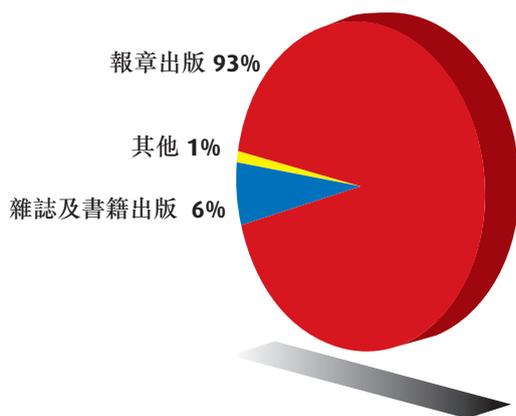
年內，多位行政人員及編輯人員獲提升至主要領導職位，以建立新的企業及編輯策略。年內編輯內容豐富，《南華早報》於新聞工作、報章設計及印刷技術各方面贏得多個獎項。

本集團購置的新印刷機組已於二零零五年十一月全面投入運作，此乃本集團近年最大之投資項目。該具備全彩色印刷功能的新印刷機組，將提高《南華早報》作為廣告宣傳媒體的吸引力，提升本集團之廣告收益率，及為讀者提供更具吸引力的報章。

創新的廣告模式為商業廣告及分類廣告客戶提供新的選擇。銷售隊伍引入更多產品，更佳及更具創意地運用印刷媒體。《南華早報》投資於市場研究及讀者調查，為廣告客戶增值。

SCMP 運用其品牌優勢推出多種數碼產品及服務。作為產品創新的領導者，SCMP 更是亞洲首個提供互動式對話的新聞網站，專欄作家及記者現透過「On the Spot」論壇與讀者進行交流。SCMP 亦是香港首家透過網站及 MP3 播放器推出網播 (podcasts) 服務的出版商，該網站亦傳送視頻網播 (vidcasts) 及轉載新聞內容至第三代流動電話經營商。

經常性經營盈利



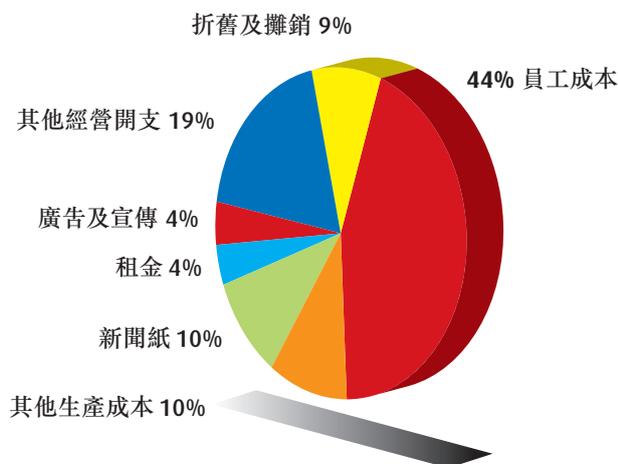
品牌創建

作為香港逾一個世紀出版報章之媒體領導者，《南華早報》品牌已能代表香港的價值觀，以及對中國事務作出優質及獨立的英語報導。《南華早報》之忠誠、客觀及專業報道，成為出版業界之精英，本集團對此深感自豪。本集團深知此品牌為無價資產，必須加以保護及培育，尤其於不容自滿的出版業。

建立品牌須要加強各方面的業務發展，主要措施包括：

- 加強編輯隊伍，以改進及擴大有關香港及中國內地的新聞內容
- 為商業廣告及分類廣告客戶提供更多接觸富裕及具影響力讀者群的選擇
- 投資於科技，為刊載內容及廣告建立多媒體平台
- 於中國內地及在編輯、發行及網絡媒體方面建立長期可持續發展的業務

經營成本



為配合各項主要措施，SCMP計劃擴大香港及中國內地的覆蓋面以服務讀者、廣告客戶及社群。

本集團致力確保當香港、中國及全球讀者尋找有關大中華英語資訊（無論於任何平台）時，最具權威性的資料來源必定為《南華早報》。本集團繼續致力建立一隊世界級水平的編輯隊伍，並於最近委聘一位新首席總編輯。儘管《南華早報》於中國內地的發展已是所有國際出版商中之冠，在北京、上海及廣州之新聞站有 20 名通訊記者，但駐中國內地的隊伍將於未來數年進一步擴大。

近期其中一項最重要的投資決定為如何應用數碼工具將《南華早報》由一份報章轉化為資訊內容的品牌。現今全球注重資訊內容，透過眾多通訊工具傳遞資訊，擴大數碼傳送的接觸範圍。本集團正發展提供資訊內容的模式，因此需要對印刷及網上平台進行整合，為品牌創造強大的數碼原素。

SCMP正投資一套嶄新的內容管理系統，以提升客戶瀏覽其網站的樂趣、加快產品開發及創造廣告選項。此系統乃再次發展網站（如應用於招聘及商業通告）的基礎。本集團將透過更多團隊間的努力，致力爭取最高的跨媒體廣告銷售。

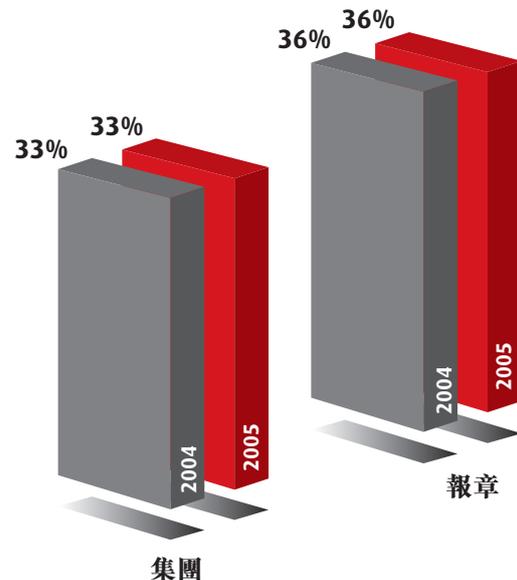
本集團剛開始進一步拓展中國內地業務，管理層正專注應對此項挑戰。為達致此目標，本集團將保持小心謹慎的投資態度。長遠而言，SCMP 決意於中國內地建立一個強大的品牌，並於機會湧現時抓住良機。

展望

展望SCMP集團二零零六年前景樂觀。預期香港及中國內地之經濟增長均為穩定，將有利於整體業務表現。香港經濟強勁顯示廣告業務及發行量將有良好表現。預期SCMP將受惠於較高的廣告收費。

未來亦面對不同挑戰。發行量面對壓力，讀者及廣告客戶較以往有更多選擇。香港聯交所上市規則有待修訂，來自商業通告的廣告收益將受影響。新聞紙價格、薪金及租金持續上升，對成本構成壓力，亦備受關注。

未計利息、稅項、折舊及攤銷之邊際利潤



附註：二零零四年之集團數字剔除零售業務後重列

面對上述挑戰，本集團致力建立達到最高卓越水平的編輯隊伍，擴展及優化印刷及網上平台，創作新產品為廣告客戶提供更多渠道接觸富裕及具影響力之客群，以及轉化編輯及商業效能，為讀者及廣告客戶提供更佳服務。

該等措施的成效有賴領導層重新思考新聞內容傳遞方式、業務營運方式及如何提升《南華早報》品牌價值，以出眾的新聞內容吸引高質素讀者和推動廣告業務，從而加強優勢。憑藉二零零五年的成功及二零零六年將予採取的措施，本集團必能將業務轉化以達致長遠增長。

施蓮茜
南華早報
行政總裁

SCMP 集團
財務總監