



雜誌世界

SCMP 雜誌部是出版五本生活時尚雜誌之獨立出版業務，三本是 SCMP Hearst 旗下的女性雜誌，兩本為男性生活時尚雜誌。年內，所有雜誌皆面對廣告收益及發行競爭激烈的環境，但雜誌出版業務多方面均有進步，財務表現持續理想。

SCMP Hearst 旗下在香港發行之雜誌—《Cosmopolitan》、《Harper's Bazaar》與《CosmoGirl!》—均為享譽世界的雜誌之中文版。

此等雜誌均受惠於本地廣告消費增長理想。儘管 SCMP Hearst 旗下的雜誌之廣告收入穩定增長，但因市場競爭激烈，訂閱銷售面對壓力，發行收入一般。

在廣告銷售方面，SCMP Hearst 旗下的雜誌在若干廣告類別均錄得強勁增長。化妝品及護膚品類別與美容、瘦身及健美產品類別之廣告銷量均較去年分別按年上升 17% 及 11%，因此該等雜誌錄得廣告收益較二零零四年上升 23%。

SCMP Hearst 旗下之雜誌

《Cosmopolitan》乃雜誌出版業務之旗艦雜誌，其為首份境外國際雜誌於一九八四年在香港創刊。《Cosmopolitan》之實力不斷增強，於二零零五年之廣告版面銷售頁數創新高（3,228 頁）。

於二零零五年一月，《Cosmopolitan》成為香港首份以兩個版本出版之女性雜誌，一版本為常規的 A4 尺寸，另一版本則為方便攜帶之袖珍版本，兩個版本內容完全相同。袖珍版本主要迎合年輕人「隨身行」的特點，他們樂於購買方便攜帶的產品，因而增加《Cosmopolitan》於雜誌市場的佔有率。

《Harper's Bazaar》為在香港以中文出版僅有之幾本女性高級時裝雜誌之一，以其卓越的形象，成為高消費品廣告客戶之首選宣傳媒體。該雜誌於二零零五年表現理想，年度廣告收益創新高。

於二零零五年，《CosmoGirl!》之發行量維持約 40,000 本，其廣告收益基礎擴大。青少年之可用收入較低，因此青少年雜誌市場未能吸引大量廣告。然而，高級時裝品牌正以該等青少年為目標，以期能抓住下一代顧客，此廣告開支上升能帶動《CosmoGirl!》之業務增長。

SCMP Hearst 旗下各雜誌於二零零六年之展望穩定。《Cosmopolitan》與《Harper's Bazaar》將整合廣告方面之收入及增加銷售之效能，如袖珍版之《Cosmopolitan》，應能帶來效益。因讀者人數上升，及廣告代理商對青少年雜誌媒體更有信心，預期《CosmoGirl!》之廣告銷售理想，收益上升。

《車主》

《車主》於一九七九年創刊，現為香港汽車雜誌市場之領導者。儘管經濟復甦，香港汽車及汽車零件銷售於二零零五年略為下降。

汽車雜誌市場於發行及廣告收益方面存在競爭。當某份雜誌之售價下調 60% 時，競爭隨即加劇。

雖然《車主》之發行量下降至約 28,000 本，但流失之發行收益被節省之經營成本所抵銷，因此，該雜誌於二零零五年的表現略有進步。

於二零零六年，預期《車主》將受惠於消費者購買新車之興趣增加。購買汽車數目若顯著上升，將對《車主》之廣告收益帶來直接影響。

《Maxim》

《Maxim》乃根據一項特許協議於二零零四年推出。男性時尚雜誌於二零零五年之經營並非容易，《Maxim》之廣告收益於其出版第二年依然疲弱。本地廣告客戶視《Maxim》為新經營者，處理廣告開支時仍謹慎。

踏入出版第三個年度，《Maxim》將繼續努力以取得廣告客戶的支持。同時，該雜誌將拓展其他方面之收益，及控制成本以達致短期盈利。