



ELLE

HONG KONG
AUGUST 2006
HK\$40

THE NEW ISSUE

Hair Trend
Big is Back

抗衰老
美容新知

BAZAAR

HONG KONG
FEBRUARY 2006
HK\$40

LUXURY REPORT
名貴奢華的時尚氣派

BEST DRESSED SECRETS
為新季作好最佳準備

CREATIVE COUPLES
創作界的完美戀人

COLOUR MAGIC

MANTIM

HONG KONG EDITION

P68+

我要救人!
勵志青年創奇蹟!

錢買難受
者軍訓慘痛實錄
嬌，我們替你出氣!
獵狗仔!
特拉的寶藏!
蟲世界

PLUS!

香港通
1
種發

COS

WE ARE BRAVE NEW GIRLS!
SEPTEMBER 2006
\$20 ISSUE #1

ELLE

HONG KONG
AUGUST 2006
HK\$40

NEW GADGETS
最新科技
產品速遞

電影界的
新人類

Cool season

● VOLCANO ● HUMOUR

COSMOPOLITAN

DECEMBER 2006 HK\$40

Glam Up for Parties

- Party wear must-haves
- 投入羽飾彩妝國度
- 派對妝容 Makeover
- 聖誕限量精品

友情歲月周慧敏

"BEST of the BEST"
BEAUTY AWARDS 2006

fashion
Balenciaga
經典回顧

22nd Anniversary

FREE \$680,000 GIFTS

www.cosmopolitan.com

BAZAAR

NEW YEAR IDEAS
新年新事新人氣

時裝零售
大趨勢

輕 AUTOMOBILE

1/12/2006 HK\$38

辛韓輪動 Ford F

ELLE

你不懂的平價
你不愛她她愛你
小時了了
大未必得
殘酷的成人世界!

PLUS ANNABELLE SUMMER LUV

春天來了!

ELLA KOON

官恩娜 史上最性感寫真!

MAY 2006 \$35 NT\$40

COSMO

girl!

CGI FASHION
HOW TO WEAR LEGGINGS

CGI BEAUTY
是 一個最合適的髮型

30 秋冬必買
護膚保養品

INNER GIRL
意外懷孕，
OH MY GOD!

www.cosmopolitan.com

[馴獅鑑]
Peugeot

北京車展傳真

Car of the Year 2006
CAR OF THE YEAR 2006
車壇最高榮譽 由您投票決定

林嘉欣
該做的事

我們是
怎樣談戀愛的?

雜誌世界

於二零零六年，集團旗下雜誌之經營環境競爭非常激烈。印刷刊物收益基礎已成熟，市場已達飽和。鑑於增長機會極微，各出版商只能從現有市場份額中爭奪讀者及廣告客戶。

女性雜誌再次經歷一場零售價減價戰，顯示該市場之激烈競爭。集團旗下之《Cosmopolitan》與《Harper's Bazaar》雜誌之零售價（40 港元）維持不變，以保持發行邊際利潤。

SCMP Hearst

於二零零六年，SCMP Hearst 旗下雜誌之營業額為 109.4 百萬港元，較二零零五年微升；《Cosmopolitan》、《Harper's Bazaar》及《CosmoGirl!》大部分收益來自商業廣告。

《Cosmopolitan》在取得連續兩年穩定業績增長後，在本年度面對挑戰，包括報攤銷量下降及廣告收益微增。零售價減價戰及該雜誌平均頁數超過 600 頁，影響雜誌銷售。

《Harper's Bazaar》在時裝界備受推崇，成為高消費品廣告客戶之首選刊物，二零零六年為《Harper's Bazaar》豐收之年。儘管該雜誌銷量受到女性雜誌競爭影響，其廣告收益仍較去年增加 13%。《Harper's Bazaar》與《南華早報》合辦本年度時尚風格大獎 (Style Awards)。

《CosmoGirl!》面對年青人市場之廣告開支重新分配，因化妝品公司之廣告預算開支轉移至女性雜誌。《CosmoGirl!》舉辦一項大學生參與之計劃 (CGI 計劃)，旨在加強與全港學生之聯繫，接觸目標市場。

《車主》

《車主》為香港享負盛名之汽車雜誌，其廣告收益較二零零五年上升 22%。新車銷售數字乃香港經濟之寒暑表，新車銷量於二零零六年增加 2.8%，並且推動廣告開支。

《Maxim》香港版及《Maxim》中國版

《Maxim》香港版之廣告收益較預期為低。《Maxim》之市場定位降至大眾週刊與打造品牌的月刊之間，其「活潑大膽男子漢」之編採風格使香港廣告客戶有所顧慮。

《Maxim》中國版完成其首個年度之全面營運。該雜誌表現未如理想，但具增長潛力。《Maxim》中國版在一項由第三方進行之報攤男士雜誌銷售調查中排行第四。儘管銷量較小，該雜誌每頁廣告收益卻較預期為高，且每月廣告銷售於二零零六年下半年已有增長。

展望

雖然市場環境充滿挑戰，雜誌業務之前景依然樂觀。但預計二零零七年之廣告收益僅有溫和增長，且發行人量仍繼續受壓。

集團將致力提高《Harper's Bazaar》之收益增長。其中一個目標是提高美容及化妝品類別的廣告量，因此廣告類別佔該雜誌之廣告開支份額較少。

《Cosmopolitan》已於二零零七年三月透過出版 A 冊及 B 冊來解決雜誌尺寸問題，此舉將吸納更多商業廣告，及為廣告客戶創造新的優質廣告版位。未來工作重點將是透過提升內容及推行宣傳計劃，加強訂閱基礎，從而增加發行人量。《CosmoGirl!》將增添豐富內容，以提升讀者數量，此乃增加廣告收益之必要條件。

《車主》正邁向豐盛之一年。香港與中國內地之跨境交通五年內已增加一倍，新建道路亦會刺激汽車銷量。

《Maxim》香港版將調校其編採風格，以高消費男性讀者為目標，並擴大廣告客戶層面。《Maxim》中國版將透過增加讀者數目，致力提高廣告收益。