

管理層討論及分析

業務回顧

於截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團很高興看到自二零零五年五月完成收購Anglo Alliance Co., Ltd.（「Anglo Alliance」）後，媒體及廣告業務首度帶來全年的盈利貢獻。於二零零六年內，本集團錄得銷售約304,902,000港元（二零零五年：34,072,000港元），純利達264,604,000港元（二零零五年：淨虧損22,187,000港元），為本公司收購Anglo Alliance後首次錄得盈利。本集團理想的業績表現主要是來自旅遊衛視廣告業務所錄得的收益，本集團投資於媒體項目的回報，以及本集團所持有DVN (Holdings) Limited天地數碼（控股）有限公司*（「天地數碼」）（股份代號：500）普通股權益的一次性公平值收益所致。旅遊衛視為覆蓋全國，以旅遊、生活品味及娛樂專題節目為主題之衛星頻道。

為掌握中國廣告市場的龐大商機，本集團於二零零六年就旅遊衛視之所有廣告資源訂立獨家廣告代理協議，以享有所有有關廣告收益。此舉不僅為本集團帶來一個穩定的收入來源，更有利推動本集團中國媒體及廣告業務的持續發展。

為答謝股東的鼎力支持，及集中資源發展本集團高增長的中國媒體及廣告業務，本集團已將所持有的天地數碼普通股股份悉數分派予股東。

本集團各業務分部的業務回顧載列如下：

中國媒體及廣告業務

於二零零六年度，中國媒體及廣告業務成為本集團的主要收益來源，銷售達280,319,000港元，佔總銷售92%。本集團透過其全資附屬公司北京華億千思廣告有限公司（「千思」），於二零零六年初與海南海視旅遊衛視傳媒有限責任公司訂立獨家廣告代理協議，千思成為旅遊衛視所有廣告資源的獨家代理，為期六年，直至二零一一年十二月三十一日止，並可享有所帶來的所有廣告收益。年內，旅遊衛視廣告業務成績驕人，錄得收入217,725,000港元，佔本集團總銷售的71%。

於二零零六年，中國的廣告開支隨著經濟騰飛繼續上漲，帶動本集團的廣告業務增長。據CTR市場調查顯示，二零零六年中國的總廣告開支較二零零五年上升18%至人民幣287,500,000,000元，預期二零零七年有關升幅將達到約20%，二零零八年增長將更為迅速。在眾多廣告類別之中，投放在電視廣告的開支於二零零六年增加了18%，佔全國總廣告開支的76%。顯然，電視是最受廣告商歡迎以宣傳其產品和服務的平台。本集團認為中國的廣告市場具備龐大潛力。

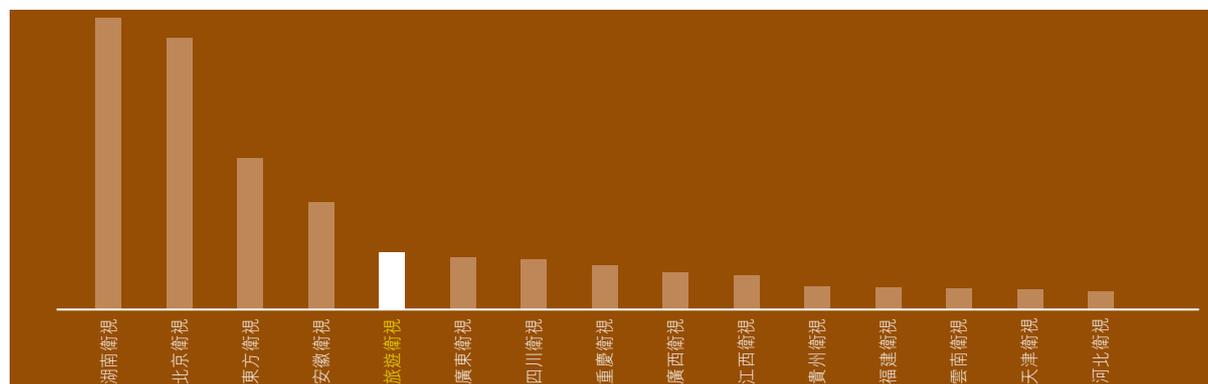
管理層討論及分析

電視廣告—旅遊衛視

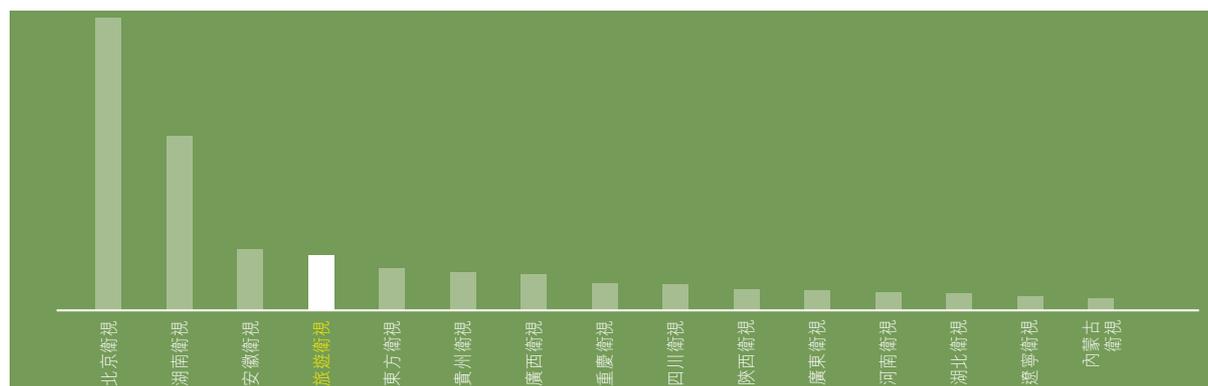
旅遊衛視擁有全面的網絡，能充份掌握中國觀眾對主題節目日益殷切的需求，所覆蓋的觀眾數目由二零零三年的73,000,000名躍升至二零零六年的300,000,000名，平均每年增長高達25.1%。根據CMMR Research，於二零零六年十月，全國超過八成的省會及自治市可收看到旅遊衛視。

本集團去年繼續提升旅遊衛視的節目質素，全面增添有關旅遊、時裝、生活品味及娛樂的最新內容，以吸引旅遊衛視的目標觀眾—平均學歷、收入及消費力均較高的中產階層。CSM調查發現，旅遊衛視於二零零六年首三季的平均收視率較去年同期上升了28%，黃金時段的升幅更高達52%；與此同時，旅遊衛視於年齡界乎25-44歲、曾受專上教育及月入達人民幣2,000元以上的觀眾組別的收視率亦較去年同期飆升58%。於北京、上海及廣州等主要城市，在收入較高的觀眾群中，旅遊衛視在黃金時段的收視率在所有省級衛視頻道中更位列前五名以內。

九中心城市組晚間黃金時段省級衛視高收入觀眾組別收視率排名前15名

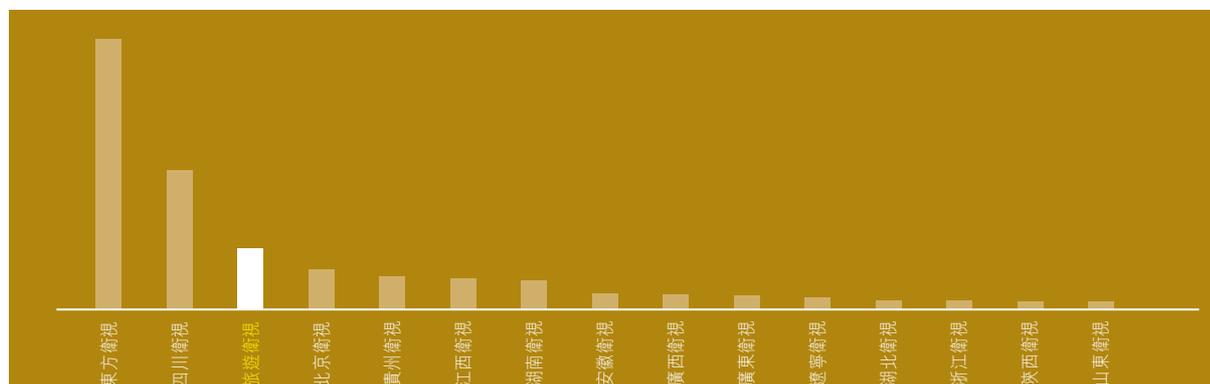


北京地區晚間黃金時段省級衛視高收入觀眾組別收視率排名前15名

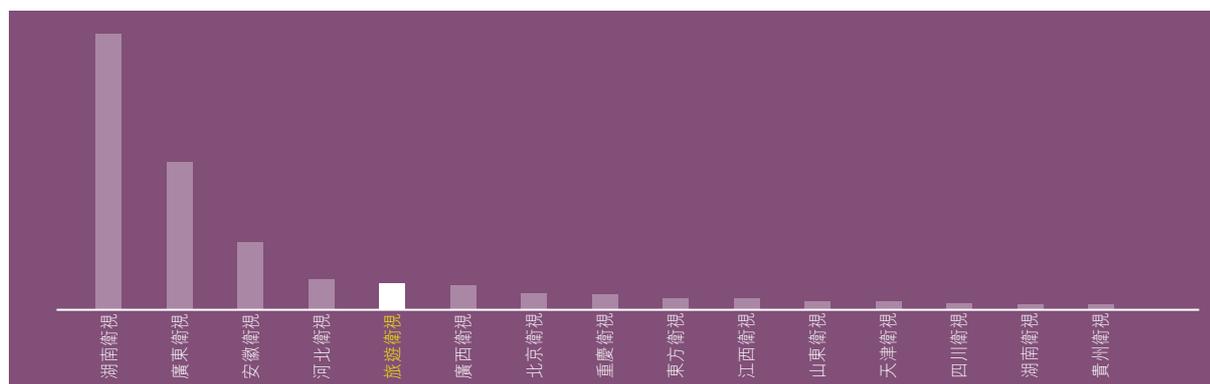


管理層討論及分析

上海地區晚間黃金時段省級衛視高收入觀眾組別收視率排名前15名



廣州地區晚間黃金時段省級衛視高收入觀眾組別收視率排名前15名



隨著覆蓋率及觀眾人數不斷上升，本集團亦積極打造旅遊衛視的品牌。年內，旅遊衛視購入Discovery Channel及ESPN多個節目的播映權，進一步擴大頻道的觀眾層面及節目選擇；頻道於黃金時段播放自行製作的節目如《美麗俏佳人》亦廣受觀眾歡迎。此外，旅遊衛視與北京中國旅行社合作成立「旅遊俱樂部」，並推出以「旅遊」為專題的電視節目，包括由觀眾主導的海外旅遊節目《環球DIY》。憑藉獨特的定位及精采的節目，旅遊衛視於二零零六年六月獲《綜藝》週刊選為「綜藝2006值得關注的七家衛視」。

旅遊衛視的獨特定位成功吸引廣大觀眾，從而爭取到多個國內及國際知名品牌成為其廣告客戶，客戶層面涵蓋汽車、流動電話、電信設備、藥品及消費品等多個行業。為繼續擴大其客戶基礎，本集團已成立專門部門，致力加強與國際廣告代理商的聯繫。

管理層討論及分析

電影及電視劇

本集團電影及電視劇業務於本年度錄得收入62,594,000港元，佔總銷售的21%。年內，本集團參與製作及發行由蜚聲國際的女演員章子怡主演的「茉莉花開」，並於中國及海外發行其他電影及電視劇。新電影及電視劇項目的製作正順利進行，預期將於二零零七年陸續推出。多個卡士強勁的製作項目包括：由顧長衛執導的電影「立春」及由王晶執導，朱茵和楊恭如主演的新電視劇「暴雨梨花」。中國電影正逐漸贏得國際認同，本集團預期電影行業將繼續蓬勃發展。展望未來，本集團將繼續物色機會投資於受歡迎的電視節目，及有機會贏取獎項並具有國際市場潛力的電影。

中國經濟及媒體行業持續興旺，憑藉本集團穩固的業務基礎及增長平台，本集團將可充份掌握市場上的商機，為其媒體及廣告業務塑造優秀的前景。

數碼廣播投資

隨著本集團的媒體業務蓬勃增長，天地數碼的數碼廣播業務更形偏離集團核心媒體業務。於二零零六年五月，為酬謝股東的支持，以及讓管理層專注發展高增長的中國媒體業務，董事會已作出策略性決定，按照本公司股東當時所持有華億新媒體股份的數目，將本集團持有的所有天地數碼股份按比例分派予本公司的股東。本集團相信此舉有助鞏固其在中國媒體行業的地位，優化其業務模式，更可讓股東以合理回報變現其投資。

證券買賣

二零零六年香港的經濟顯著增長。鑑於業務環境及市場氣氛改善，本集團於資本市場買賣證券，年內獲利約7,264,000港元(二零零五年：虧損48,000港元)。

通訊及家居影音部門

由於本集團正全力發展其中國媒體業務，管理層正檢討本業務之經營情況，務求制訂配合本集團新核心業務的長遠發展策略。年內，此分部對本集團收入貢獻偏少。

管理層討論及分析

前景

二零零七年及二零零八年是本集團中國媒體及廣告業務非常重要的年份。經過首年全年營運，本集團中國媒體及廣告業務已建立全面的業務架構、豐富的內容組合及廣泛的業務網絡，預備實現更快速的增長。迎接多項即將舉行的國際盛事，如二零零八年北京奧運會及二零一零年上海世界博覽會，本集團有信心能掌握當中所帶來龐大的廣告商機。根據羅兵咸永道全球娛樂及媒體展望報告，中國電視廣告開支於二零零六年至二零一零年間的複合年增長率預計將達到16.7%，單是二零零八年其增長率便高達28%，清楚顯示中國電視廣告市場的增長潛力龐大，於二零零八年奧運會期間需求更會達到高峰。

除了國際盛事所帶來的動力，中國經濟持續興旺亦促進了國內中產階層對消費品及金融產品如汽車、電子產品、信用卡及銀行服務的需求。廣告是向客戶傳達訊息的有效工具，加上旅遊衛視的目標觀眾均為中產階層，本集團預期該頻道的未來廣告收入將強勁而穩定。在致力提升收視率及吸納教育水平和消費能力均較高的觀眾的同時，本集團亦將透過開拓新的廣告形式如軟性植入廣告、節目冠名贊助及預告贊助等，以擴闊收入來源。

此外，本集團計劃於來年積極拓展新市場，並將以華東地區為發展重點。為此，本集團已與上海一間具領導地位的廣告代理公司成立一家合營企業，務求能更有效開發當地龐大的市場潛力。本集團亦有信心即將推出的新電影及電視劇將大受歡迎。本集團將繼續尋求與著名導演、製作公司及知名影視藝人建立合作關係，以確保其投資項目可得到理想回報。

本集團更會積極物色機會，拓展其互動電視和增值媒體娛樂服務，例如互動短訊(SMS)、互動遊戲及購物節目等。於二零零七年三月，本集團與北京聯合網視(「聯合網視」)簽訂合作協議，攜手推出互動電視網站，內容以播放旅遊衛視節目為主。該網站將於二零零七年第二季開始運作，雙方將平均分配該網站的廣告、電子商貿及發行版權所帶來的收益。我們相信，憑藉旅遊衛視豐富的內容及本集團鞏固的媒體及廣告業務基礎，此等策略性發展計劃可為集團未來增長注入源源動力。

管理層討論及分析

財務回顧

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團錄得銷售約304,902,000港元(二零零五年：34,072,000港元)，較去年增長8倍。銷售的大幅增長來自於新電視廣告業務之合併，其年內所錄得的收入約為217,725,000港元。毛利增長24倍，約達112,646,000港元(二零零五年：4,541,000港元)，出要來源於兩大業務，即電視廣告和電影及電視劇。

本集團錄得經營溢利約90,950,000港元(二零零五年：1,261,000港元)，較去年增長71倍。溢利的顯著提高主要由於電視廣告和電影及電視劇業務成績驕人，其分部業績分別約為44,623,000港元及32,121,000港元。本公司股權持有人應佔本年度溢利約為264,604,000港元(二零零五年：虧損22,187,000港元)，包括按公平值列賬並在損益處理的財務資產的一次性公平值收益約185,553,000港元(二零零五年：無)。除該一次性收益外，本公司股權持有人應佔本年度備考溢利為79,051,000港元(二零零五年：虧損22,187,000港元)。

流動資金及財務資源

於二零零六年十二月三十一日，本集團持有之銀行存款約為30,447,000港元，較二零零五年十二月三十一日增加96%，主要來源於本年度媒體及廣告業務的良好表現。流動比率由二零零五年十二月三十一日的4.46下降至二零零六年十二月三十一日1.17。資本負債比率(即長期負債與淨值之比)由二零零五年十二月三十一日的0.18上升至二零零六年十二月三十一日的1.10。

本集團主要在中國開展營運，並承擔由人民幣對港元匯率波動所產生的外匯風險。年內之所有借貸均按市場利率計算。除尚未償還的短期借貸約22,776,000港元外(二零零五年：14,758,000港元)，於二零零六年十二月三十一日本集團並無任何尚未償還的長期銀行貸款。於二零零六年十二月三十一日，本集團短期銀行借貸的抵押銀行存款為17,000,000港元(二零零五年：無)。

所持重大投資

於二零零五年五月，本集團已收購於本集團中國媒體業務Anglo Alliance之全部股權。收購代價的帳面總額約為524,000,000港元。收購詳情披露於本公司於二零零五年五月十三日刊發的通函。

於二零零六年十二月三十一日，本集團亦擁有一優先股投資，該等優先股可兌換(於調整後)約31,250,000股天地數碼之普通股。於二零零六年十二月三十一日，該投資之公平值約為97,895,000港元。

資本架構

本集團主要依賴其內部產生的現金流量及短期借貸為其營運籌集資金。於二零零六年十二月三十一日，本集團尚未償還之短期借貸約為22,776,000港元(二零零五年：14,758,000港元)。

管理層討論及分析

本年度，本集團於本公司執行董事高振順先生持有的可換股票據轉換後，發行2,122,136,612股新普通股。

本年度，本公司亦向本公司執行董事高振順先生發行可換股票據，可轉換為本公司3,202,234,673股普通股。於二零零六年十二月三十一日，以上可換股票據概無轉換為普通股。

僱員數目與薪酬、薪酬政策、花紅與購股權計劃及培訓計劃

於二零零六年十二月三十一日，本集團共有11名香港僱員及約111名中國僱員。本集團為銷售部門及非銷售部門之僱員訂有不同之薪酬計劃。銷售人員之薪酬會根據目標盈利之方式計算，包括薪金及銷售佣金。非銷售部門之人員則會獲取月薪，而本集團會不時作出檢討並根據表現而作出調整。除薪金外，本集團為員工提供之福利包括醫療保險、員工公積金供款及酌情培訓津貼。本集團亦會視乎本集團之業績表現而酌情給予購股權及花紅。