

管理層討論 及分析

截至二零零七年三月三十一日止年度，壹傳媒再次錄得令人愜意的財務業績。雖然市場競爭激烈，但其作為香港最大的中文印刷及傳媒集團的地位仍屹立不倒。同時，其台灣業務錄得首個全年盈利。

營運回顧

主要市場概覽

香港

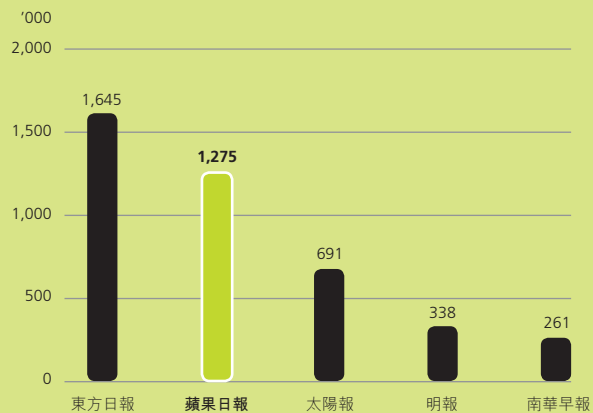
香港經濟於回顧年內繼續穩步增長，雖然增長主要源自股市上升。收入水平保持平穩，而並非大幅改善，來自中國內地的自由行旅客人數雖然增加，並沒有如預料般顯著帶動旅遊消費上升。在這個背景下，香港印刷媒體行業日趨成熟，其他媒體機構紛紛加入市場。廣告費的激烈競爭及年內稍後的淡季對整體廣告消費構成影響，出版商從讀者人數和廣告收益方面提高其各自現有市場之佔有率的機會相應減少。

儘管如此，壹傳媒仍然是香港最大的中文印刷傳媒集團之一，其所有出版刊物多年來均保持穩定的市場佔有率。

「壹傳媒仍然是香港最大的中文印刷傳媒集團之一，其所有出版刊物多年來均保持穩定的市場佔有率。與此同時，其台灣業務首次錄得全年盈利。」

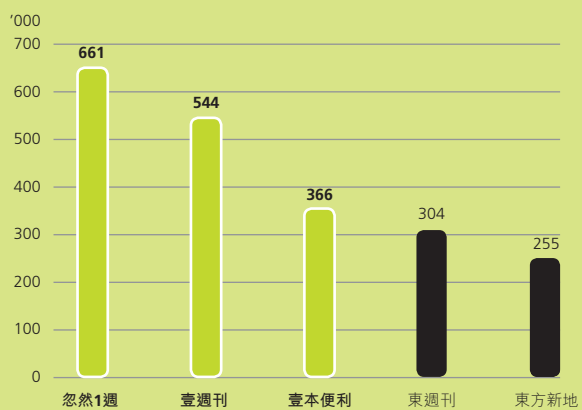
香港最多人閱讀的五份報章讀者人數

由二零零六年一月至二零零六年十二月期間



香港最多人閱讀的五份中文週刊讀者人數

由二零零六年一月至二零零六年十二月期間



兩大日報（包括《蘋果日報》）仍然主導市場。根據二零零六年尼爾森媒介指標：香港報告（「二零零六年尼爾森報告」），它們的讀者人數合共為2,920,000人，佔香港12歲或以上人口54.4%，較二零零五年的市場佔有率有輕微下降。

市面推出數份新的免費報紙並有報紙調低售價令市場競爭十分激烈，《蘋果日報》的讀者人數自二零零六年中以來依然能上升6.4%，仍為香港最暢銷報章之一。儘管廣告媒體數目增加（例如活動推廣），《蘋果日報》的廣告收益只輕微下降。

面對其他出版刊物的挑戰和網上媒體日漸流行，《壹週刊》、《忽然1周》及《飲食男女》（連同新近推出的《ME!》雜誌統稱「《忽然1周合併本》」），以及《壹本便利》（刊物名稱於二零零七年五月三十日起改為《FACE》）和《搵車快線》及《交易通》（「《壹本便利合併本》」）在各自市場的領導地位仍然牢不可破。二零零六年尼爾森報告的資料顯示，這些刊物在香港讀者人數最多的五份週刊中均佔一席位，合計讀者人數為2,130,000人，佔12歲至64歲人口的39.7%。壹傳媒旗下的刊物仍然受到廣告商的青睞。

台灣

台灣市民多年以來已經建立了一套開放、自由訊息和熱切辯論的蓬勃文化。島上二千三百萬人口均為受教育、喜歡遊歷和富裕的市民。言論和新聞自由誠屬台灣社會的基石。

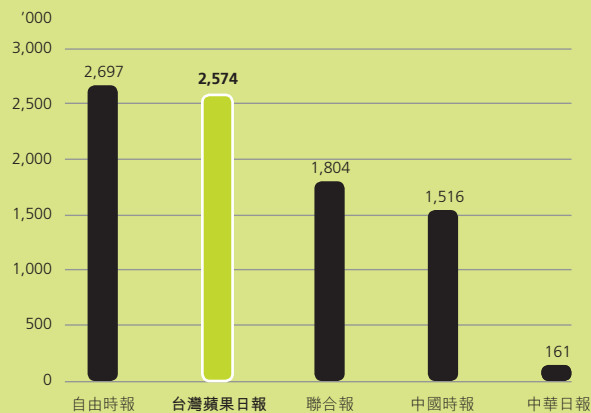
另一方面，台灣的印刷傳媒的作風長期受到保守主義、因循或企業忠誠，以及個別具權益人士所窒礙。因此，於二零零一年《台灣壹週刊》昂然邁進印刷傳媒舞台，為市場帶來新鮮感，及後《台灣蘋果日報》於二零零三年追隨其步伐。它們沿襲在香港已採用多時的時尚而且不落俗套的傳媒風格和精彩生動的版面編排及完全台灣內容，對島上新聞的一般表達方式和報導標準帶來重大影響。台灣渴求知識的大眾人士自然亦對它們趨之若鶩。

根據尼爾森行銷研究顧問股份有限公司（「尼爾森台灣」）指出，台灣最多人閱讀的四份報章（《台灣蘋果日報》、《中國時報》、《自由時報》和《聯合報》）於二零零六年的每日合計讀者人數為8,591,000人，佔12歲以上人口49.8%。

自二零零三年推出《台灣蘋果日報》以來，讀者人數便已超過其他台灣日報，成為島內其中一份最多讀者人數的報章。以出版量計算，該報於二零零六年最後一季的佔有率為15.7%，僅次於《自由時報》，但以七日時段內的讀者人數計算（「傳閱」率），則為28.3%，較緊隨其後的競爭對手高出約3.5%。與香港相比，台灣於一週時段後的出版數量數字經常會通過「傳閱」而增加三倍，故該情況在台灣尤其重要。

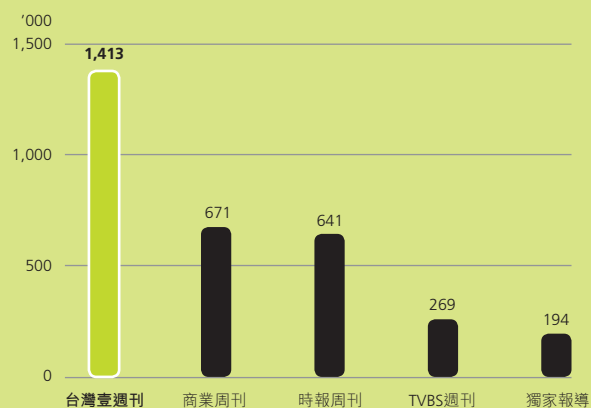
台灣最多人閱讀的五份報章讀者人數

由二零零六年一月至二零零六年十二月期間



台灣最多人閱讀的五份中文週刊讀者人數

由二零零六年一月至二零零六年十二月期間



《台灣壹週刊》繼續遙遙領先其最接近的競爭對手。尼爾森台灣報道，其於二零零六年平均每週12歲至65歲讀者人數為1,413,000人，市場上排第二位的競爭對手僅為641,000人。

雖然台灣的廣告消費於二零零六年總體略為下跌，但《台灣蘋果日報》的廣告、出版量及項目收入卻有所增加，而《台灣壹週刊》的廣告收入則持平及其項目收入增加。儘管市場上有份專門化的雜誌，《台灣壹週刊》仍然保持盈利，而《台灣蘋果日報》亦首次錄得全年度的盈利，令本集團的台灣業務整體而言於全年度已轉虧為盈。

業務表現

截至二零零七年三月三十一日止年度為本集團於二零零一年十月收購Database Gateway Limited及其附屬公司以來的第五個年度。本集團的營業額合共為3,245,200,000港元，較上一個財政年度3,322,000,000港元輕微減少2.3%，主要由於書籍及雜誌出版業務的營業額減少。

報章出版及印刷業務

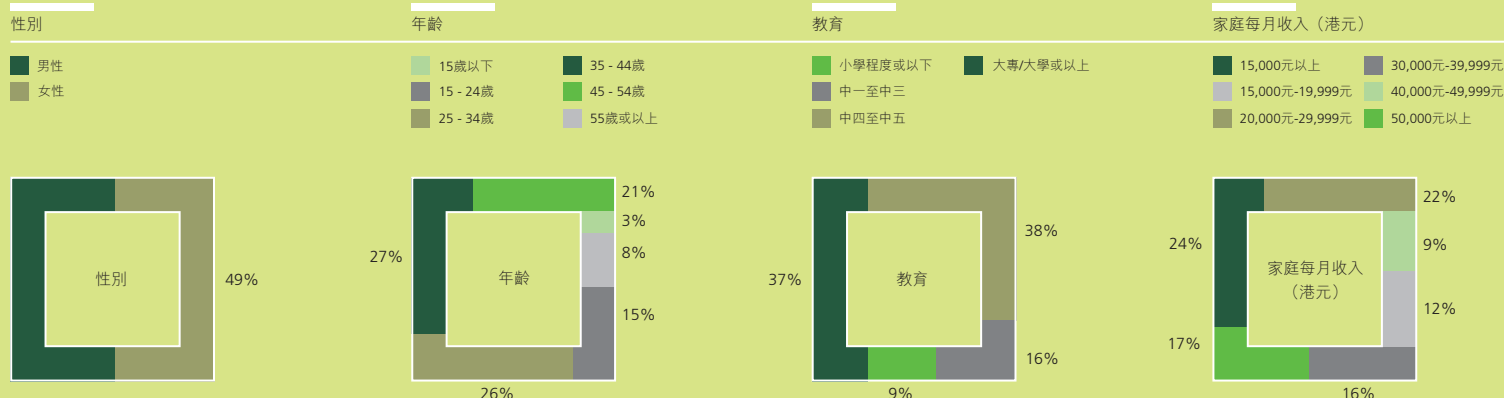
本集團的報章出版及印刷業務於二零零六/零七年度仍然是佔其營業額最大份額。營業額上升至2,277,700,000港元，較上一個財政年度2,275,000,000港元增長0.1%。

香港《蘋果日報》

《蘋果日報》於二零零六/零七年度內繼續成為香港第二大讀者人數最多的報章。《蘋果日報》仍深受愛戴，二零零六年尼爾森報告的結論為以教育水平、個人收入、家庭收入及職業考慮，其讀者群的質素高於緊隨其後的其他競爭對手。儘管面對來自免費日報、減價促銷的競爭，以及網絡傳媒作為相對新穎和容易獲得的資訊和每日新聞來源的趨勢日益普及，該等讀者（包括大比例的文職、非退休及在職人士）仍然鼎力追捧《蘋果日報》。

二零零六年尼爾森報告確認，《蘋果日報》平均每日12歲及以上讀者人數為1,275,000人，與二零零五年的數字1,323,000人相比，減少3.6%。箇中原因為市場競爭更趨白熱化。然而，該報告透露，二零零六年年底的平均每日讀者人數較

《香港蘋果日報》讀者分佈



二零零六年年中的1,198,000人增加6.4%。該等數字遠高於二零零六年年底第二受歡迎日報的平均每日讀者人數691,000人。

於回顧年度內，《蘋果日報》的營業額為1,047,300,000港元，較上年度的1,161,100,000港元下降9.8%。其中，發行銷售收入達395,800,000港元，較上年度422,700,000港元下降26,900,000港元或6.4%。廣告收入下跌86,900,000港元，由二零零五／零六年度738,400,000港元減至二零零六／零七年度的651,500,000港元。

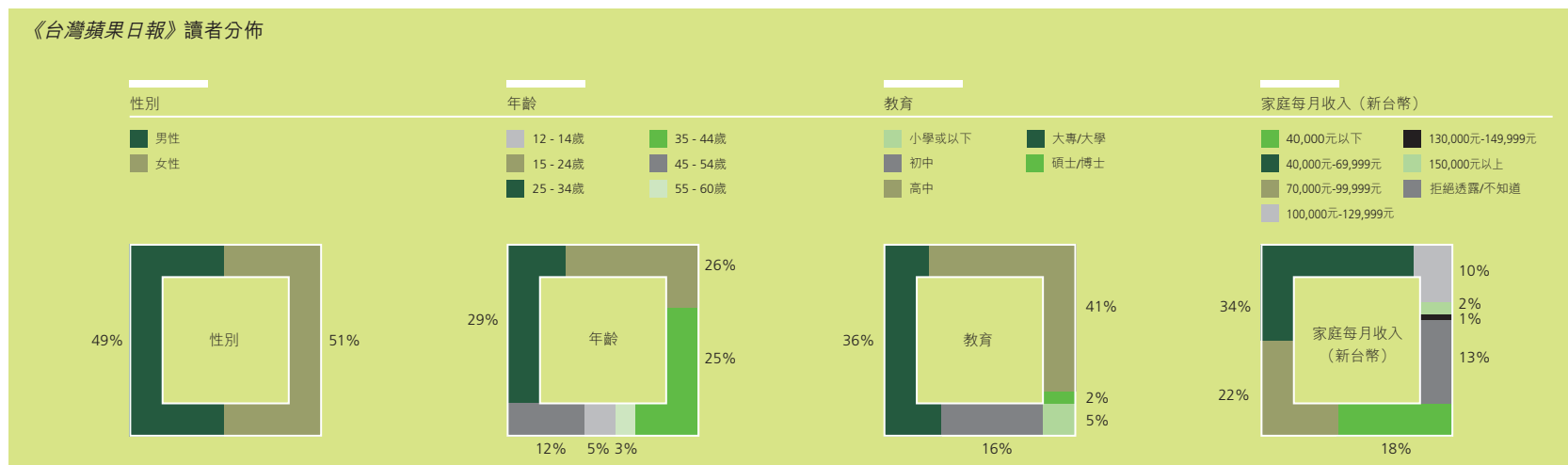
以讀者分佈而言，《蘋果日報》繼續具有吸引力，特別是中上收入及教育水平較高的客戶群。繼上一年度後，其讀者中家庭每月收入介乎20,000港元至40,000港元的比例再度高於其所有競爭對手，而其資深白領人員及專業／管理／行政類別的讀者比例亦領先同儕。

該報章依然為本集團今後的主要盈利來源。其強大的忠實讀者人數以及彼等的人口統計和社會背景，為廣告商的主要目標客戶群，廣告商均視該報章為其主要產品和服務在香港及國際市場屬不可或缺的市場推廣媒介。

《台灣蘋果日報》

於二零零三年五月推出的《台灣蘋果日報》為島內的媒體行業帶來新氣象。儘管政治及社會文化多年以來均強調公開和辯論，台灣的報章行業在籠罩保守主義和單調篇幅的情況下，新聞和消息是以乏味的黑白形式表達，略為落後於亞洲其他地區（尤其是香港）。在台灣，分發報章的方式向來（現今亦然）以訂閱為主，意味讀者很多時候僅會閱讀慣常訂閱的報紙，忽略了選擇。

《台灣蘋果日報》從創刊起已肩負起為這個一成不變的市場注入了新生命。充滿活力、率直敢言及色彩艷麗的編排版面不僅是唯一吸引讀者的注目，《台灣蘋果日報》亦採用創新的分銷模式，其接近全部印行數量均透過廿四小時便利店和其他零售網點進行銷售，故其不分晝夜均能得到路人的注意，進而養成每日購買的習慣，而非只等待家人傳閱已被翻閱多遍的訂閱刊物。



於回顧年度內，《台灣蘋果日報》在島上讀者中的受歡迎程度與日俱增。據尼爾森台灣的資料顯示，《台灣蘋果日報》二零零六年的每日平均讀者人數達2,574,000人或佔市場的14.9%。同一份調查顯示，《台灣蘋果日報》與最接近的競爭對手《自由時報》合計佔讀者人口67.3%。《台灣蘋果日報》在各內容組別（尤其是政治及社會新聞）及不同教育水平的城市和鄉間讀者人數越來越受到歡迎。於二零零六年十月，我們在台灣市中心地區推出了免費的《爽報》，以爭取較年輕一群及當地小型廣告商，提升我們在市場的品牌和地位。

讀者人數迅速上升從《台灣蘋果日報》的廣告收入增長中亦可見一斑。二零零六年台灣廣告支出總額輕微減少，但《台灣蘋果日報》的廣告收入卻由700,300,000港元增至738,300,000港元，溫和增長5.4%。

因此，《台灣蘋果日報》的財務表現不斷增強，並於截至二零零七年三月三十一日止年度錄得全年盈利69,400,000港元，而上一財務年度則錄得盈利1,200,000港

元。此項令人鼓舞的表現加強了本集團的信心，壹傳媒相信，《台灣蘋果日報》將成為往後年份的主要盈利推動力。

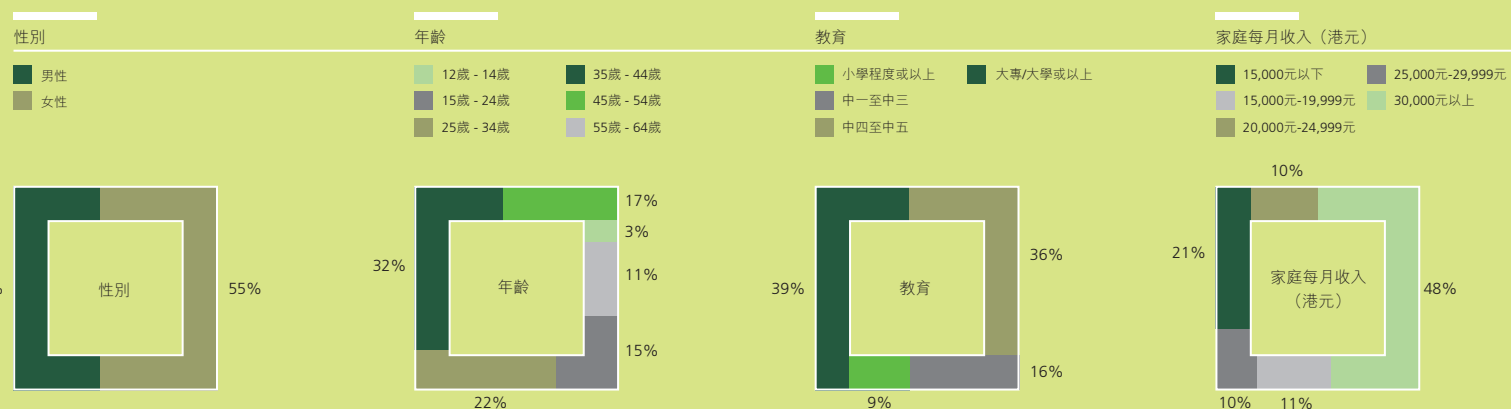
蘋果日報印刷有限公司

於本年度，本集團的報章印刷業務於激烈競爭下保持穩定表現。於二零零六／零七年度內，來自香港各項印刷業務的收益達394,400,000港元，較上年度414,800,000港元減少4.9%。除向本集團出版的報章提供完善的印刷服務外，蘋果日報印刷有限公司亦擴大其外間客戶組合。如撇除與壹傳媒的刊物進行的交易，該業務於二零零六／零七財政年度的營業額為111,200,000港元，對比上年度99,100,000港元，按年增長為12,100,000港元，增幅為12.2%。

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減少至833,000,000港元，較上年度902,100,000港元下跌7.7%。

《香港壹週刊》讀者分佈



香港《壹週刊》

儘管市場競爭激烈，《壹週刊》的營業額及盈利能力保持穩定，仍然穩踞香港週刊市場第二位。

二零零六年尼爾森報告顯示，《壹週刊》平均每週12歲至64歲的讀者人數由上年度527,000人上升至544,000人，增加17,000人或3.2%。另一方面，香港出版銷數公證會有限公司（「香港出版銷數公證會」）的報告指出《壹週刊》銷量稍微下降13,000份或9.6%，由二零零五年下半年135,000份下降至二零零六年同期122,000份。

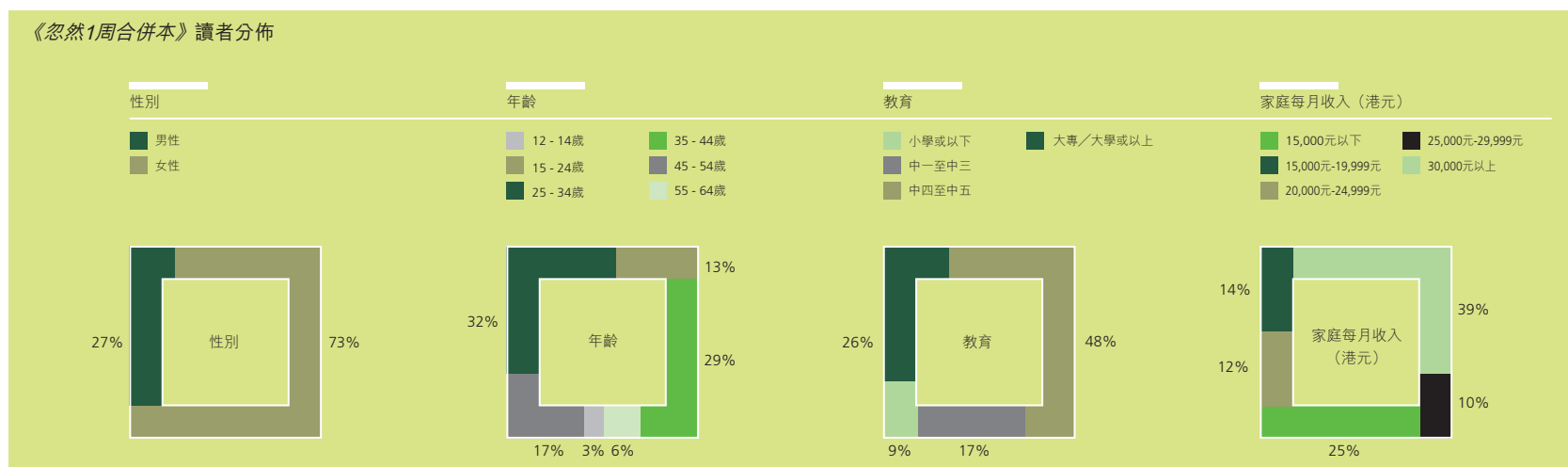
然而，《壹週刊》仍深受高等／專上教育的男性及女性讀者歡迎，該等讀者的比例仍然遠高於其他週刊。因此，以年輕、相對富裕的專業人士和管理人員為銷售產品及服務目標對象的廣告商，一直樂於以《壹週刊》作為主要宣傳渠道。面對激烈的市場競爭，《壹週刊》的廣告收入由二零零五／零六年度191,200,000港元減少8.2%至二零零六／零七年度175,600,000港元。

《忽然1周合併本》

憑著清晰定位、恰到好處的內容深度和感染力，加上富創意宣傳，令《忽然1周合併本》繼續穩居香港最受歡迎週刊的地位。於二零零六年十二月，壹傳媒推出了針對高尚女性讀者及白領上班族的新雜誌《ME!》，與《忽然1周合併本》一併出售。

根據二零零六年尼爾森報告的資料，截至二零零六年十二月三十一日止年度，其讀者人數有所增加，由635,000人增加4.1%至661,000人。該調查指出，該周刊72.8%的讀者為女性；接近74.1%年齡介乎15歲至44歲；及61.4%的每月家庭收入超過20,000港元。於《ME!》加入印刷精美和具清晰市場定位的合併本後，該等數據應會有增無減。

《忽然1周合併本》的收入總額達210,100,000港元，而上年度為226,700,000港元。由於市場競爭激烈，其廣告收入由上年度153,000,000港元減至139,300,000港元，下降9.0%。鑑於廣告商對於合併本加入《ME!》的反應良好，為《忽然1周合併本》的未來提供秀麗前景。



《壹本便利合併本》

《壹本便利合併本》被視為對於熱愛品牌的15歲至24歲青少年的最佳時尚時裝和潮流指南之一，在香港是讀者人數最多的云云眾週刊中，保持其領導的獨特地位。它亦繼續吸引鎖定這個高消費市場領域的目標和對象的媒體策劃商。

根據二零零六年尼爾森報告的資料，該週刊的平均每週12歲至64歲讀者人數為366,000人，較二零零五年314,000人增加52,000人或16.6%。其中，35.5%為15歲至24歲的年齡組別。與此同時，香港出版銷數公證會指出，二零零六年下半年的銷量維持於每週平均98,317冊，較二零零五年同期92,445冊上升5,872冊或6.4%。

於二零零六年／零七年度，《壹本便利合併本》的銷售及廣告總收入為120,200,000港元，較上年度143,900,000港元下跌16.5%。

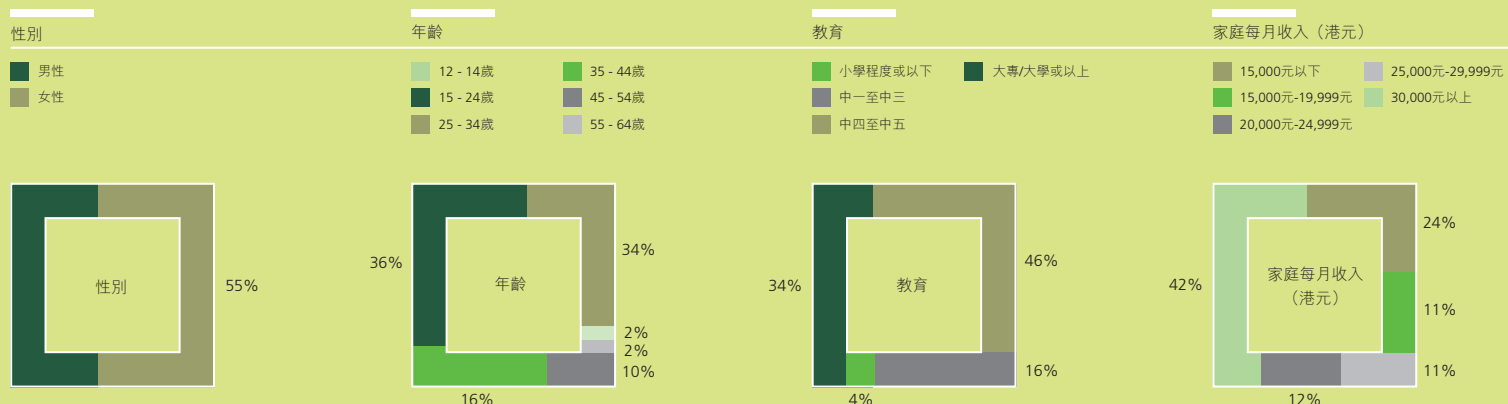
《台灣壹週刊》

自二零零一年推出以來，《台灣壹週刊》一直以正直敢言和活潑的風格深受讀者青睞，其作為島上最敢言、最無畏、最多人談論及最佳銷量週刊的聲譽，在其追訪文化及突破傳統的報導方式下獲得進一步的支持。

由尼爾森台灣編製的數據顯示，《台灣壹週刊》於二零零六年在12歲至65歲年齡組別的平均讀者人數為1,413,000人。該刊物的讀者人數差不多佔台灣五大週刊總讀者人數的一半。儘管出版量輕微下降，其讀者人數繼續較緊最接近的競爭對手高出超過一倍。中華民國發行公信會二零零六年七月至十二月的數字顯示，《台灣壹週刊》每週平均銷售量為129,107冊，略低於上個年度的140,126冊。

在售價佔收入三分之一及廣告收益佔收入三分二的收入模式下，《台灣壹週刊》的廣告收入為158,500,000港元，與上年度的數字155,400,000港元接近相同。該雜誌錄得盈利25,800,000港元，較上年度的46,600,000港元減少44.6%。

《壹本便利合併本》讀者分佈



《台灣壹週刊》在當地週刊市場上的領先地位，應會繼續吸引島上最大型的廣告代理商和廣告商。基於這個理由及由於對廣告行業的前景更趨向樂觀，本集團預期該雜誌於往後年份將維持其作為主要盈利推動力的地位。

書籍及雜誌印刷業務

於二零零六／零七年度，書籍及雜誌印刷業務再度為本集團的收入帶來穩定貢獻，營業額為272,300,000港元，較上一個財政年度306,300,000港元下降11.1%。其中，內部銷售額為169,200,000港元（約佔整體業務的60%），而與外間客戶的銷售價值則為103,100,000港元，較上年度115,700,000港元下降10.9%。

該分部的業務主要受到中國印刷機構的市場競爭加劇所帶動，亦即其需以質素進行競爭，並繼續獲得來自香港、北美、歐洲及大洋洲高檔客戶的穩定訂單。本集團依然相信，其日後將繼續從商業印刷業務獲得穩定收入來源。

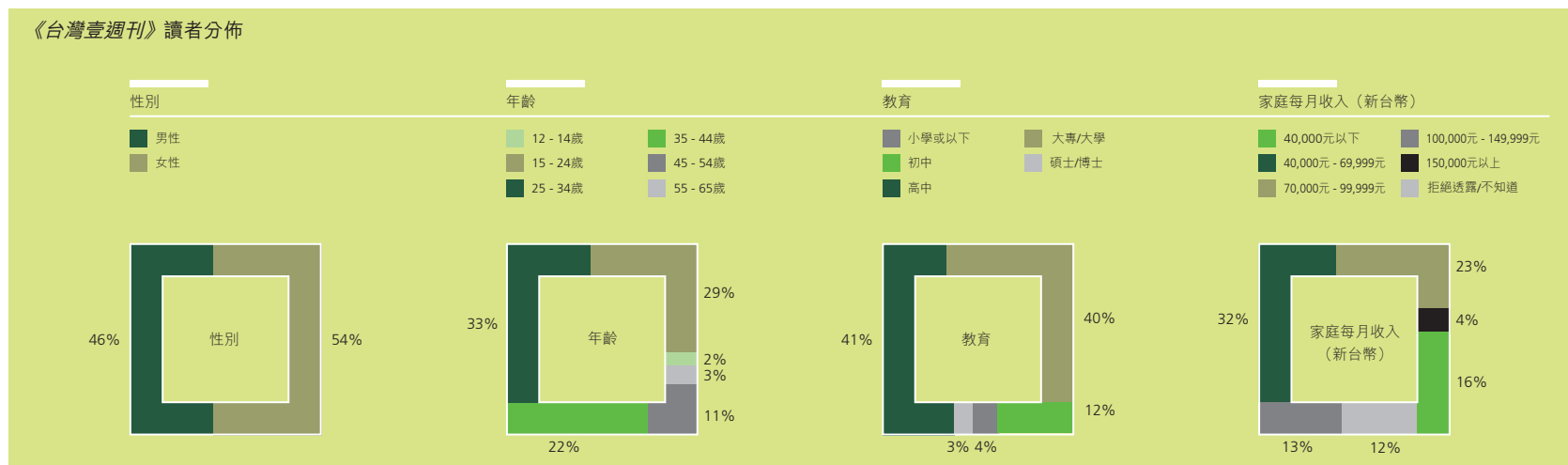
互聯網業務

本集團的互聯網業務為本地及海外讀者提供便宜而方便的途徑閱讀壹傳媒旗下刊物的網上版本。

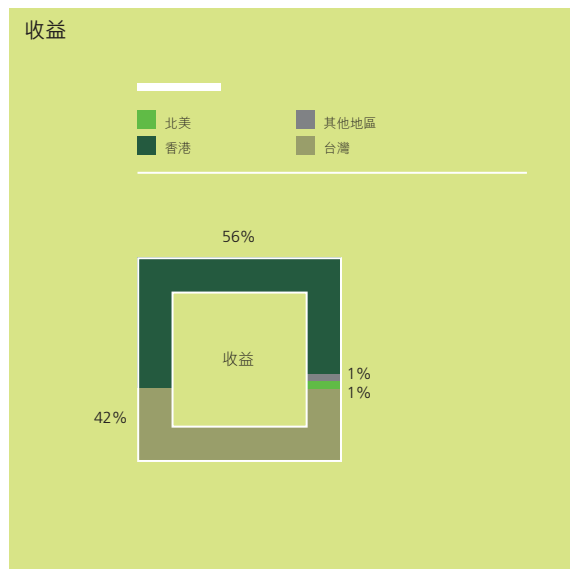
於二零零六／零七年度，該業務的收益增至31,300,000港元，較上年度29,200,000港元上升7.2%。該業務的分部盈利下降10.5%，由13,300,000港元減少至11,900,000港元。

該業務盈利來自訂閱費，廣告收入及內容特許使用權。本集團相信，來自訂閱、銷售互聯網廣告空間及向圖書館出售內容的收益將繼續產生盈利。

隨越來越廣告商採用網上媒體作為重要市場推廣工具，本集團對此業務審慎樂觀，將有能力從此項需求獲得利益，並正投放更多資源於日後發掘更多商機。



資料來源：尼爾森行銷研究顧問股份有限公司



財務回顧

綜合財務業績

營業額

截至二零零七年三月三十一日止年度，本集團錄得總營業額為3,245,200,000港元，較上個財政年度錄得3,322,000,000港元相比，下跌2.3%或76,800,000港元。這主要因為本集團的書籍及雜誌出版業務的營業額下跌69,100,000港元，為883,000,000港元或佔年度總營業額的25.7%。

按地域市場劃分，香港依然是本集團的基石和最主要收入來源，於該財政年度為1,817,200,000港元或佔其總營業額56.0%。

本集團來自台灣的營業額於該年度輕微上升，由1,250,800,000港元增長至1,353,300,000港元，增幅為8.2%。台灣目前是本集團第二大收入來源，佔總收入41.7%，較上年度增加4.0%。

在營運方面，報章出版及印刷仍是本集團的主要收入來源。報章出版及印刷業務貢獻2,277,700,000港元或佔其總營業額的70.2%。與上個財政年度2,275,000,000港元相比，增加2,700,000港元或0.1%。

書籍及雜誌出版業務表現穩定，為本集團帶來營業額833,000,000港元或佔總營業額25.7%。同時，互聯網業務貢獻營業額31,300,000港元或佔總營業額1.0%。上述兩項業務與上個財政年度相比，各自錄得902,100,000港元及29,200,000港元的營業額，分別下跌7.7%及增加7.2%。

未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利及分部業績

截至二零零七年三月三十一日止年度，本集團未計利息、稅項、折舊及攤銷以及未計無形資產減值虧損前盈利為583,400,000港元，與上個財政年度720,300,000港元比較，減少136,900,000港元。書籍及雜誌出版以及印刷活動的分部業務由170,600,000港元下降至80,700,000港元，減少89,900,000港元。

於回顧年度內，本集團錄得分部盈利402,500,000港元，與上個財政年度分部盈利496,000,000港元相比，下跌18.9%。

於二零零六／零七財政年度，本集團的報章出版及印刷業務錄得分部盈利309,900,000港元，較上年度312,100,000港元相比，下降0.7%。

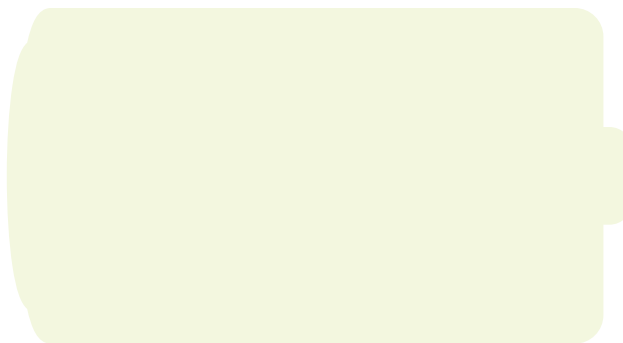
本集團的書籍及雜誌出版業務錄得分部盈利46,300,000港元，與上年度115,100,000港元比較，下跌59.8%。

經營開支

於二零零六／零七財政年度，本集團的經營開支總額為2,831,600,000港元，較上年度2,806,700,000港元增加24,900,000港元或0.9%。該款項中，2,029,000,000港元或71.7%為必要的生產成本，包括紙張成本。員工成本（不包括直接生產員工成本）為385,600,000港元或佔總經營開支13.6%，與上年度368,800,000港元比較，增加16,800,000港元或約4.6%。本集團經營開支的另一主要項目為物業、機器及設備折舊及撥回預付租賃款項158,400,000港元或佔總經營開支5.6%。

稅項

截至二零零七年三月三十一日止年度，本集團的稅項為71,200,000港元，與上年度74,500,000港元相比減少4.4%。該差額主要由於二零零六／零七年度的額外遞延稅項5,500,000港元被計入綜合收益表所致。



財務狀況

流動資產及流動負債

於二零零七年三月三十一日，本集團的流動資產為1,648,900,000港元，與上年度1,485,100,000港元比較，增加11.0%。本集團於該日的總負債為1,244,600,000港元，較上個年度1,085,200,000港元增加14.7%。於二零零七年三月三十一日，本集團的銀行結存及現金（包括受限制銀行結存）合共為867,700,000港元。於二零零七年三月三十一日，本集團的流動比率為259.5%，較二零零六年同日260.6%下降0.4%。

應收賬款

於二零零七年三月三十一日，本集團的應收賬款合共為510,400,000港元，較上個財政年度501,400,000港元增加1.8%。於二零零七年三月三十一日，本集團應收賬款的平均週轉日數為56.9天，而上年度同日則為52.1天。

應付賬款

於二零零七年三月三十一日，本集團的應付賬款為150,100,000港元，較上年度同日151,200,000港元下跌0.7%。本集團應付賬款的平均週轉日數為45.5天，而上年度同日則為38.3天。

管理層討論及分析（續）

長期及短期負債

於二零零七年三月三十一日，本集團的長期貸款（包括流動部分）合共為412,500,000港元，較上個財政年度同日260,400,000港元增加58.4%。於二零零七年三月三十一日，本集團長期貸款的流動部分為127,200,000港元，較上個年度79,600,000港元增加59.8%。

貸款及資產負債

於二零零六／零七財政年度，本集團的業務經費主要來自其經營活動所產生的現金，以及較少部分來自主要往來銀行所提供的銀行融資。

於本年度，本集團可動用的銀行信貸總數為621,200,000港元，其中422,300,000港元已被動用。本集團的銀行借貸需求並無季節性之分，所有借款均按浮動利率計息。

於本年度，本集團所有銀行貸款以港元及新台幣為計算單位。於二零零七年三月三十一日，本集團的銀行結存總額（包括受限制銀行結存）及手頭現金合共為867,700,000港元。本集團於同日的資產與負債比率為9.0%，而上個年度則為5.8%。本集團的資產與負債比率按長期貸款（包括流動部分）除以資產總值計算。



股本架構

於本年度，本公司發行920,185,600股每股面值1.00港元的普通股（「股份」），乃由於一名股份期權持有人按每股1.67港元的行使價行使若干股份期權及把920,000,000股每股面值1.75港元的優先股轉換為920,000,000股股份所致。

於二零零七年三月三十一日，本公司的已發行股本總額為2,411,800,000港元，此數字由2,411,828,881股每股面值1.00港元的股份組成。

現金流量

截至二零零七年三月三十一日止年度，本集團經營活動產生的淨現金流入為544,200,000港元，去年經營活動產生的現金流入則為559,700,000港元。

於二零零六／零七財政年度，投資相關的現金流出合共為100,700,000港元，較上個財政年度合共75,900,000港元增加32.7%。

於本年度，本集團融資活動產生的現金流出淨額為251,500,000港元，而上年度則為現金流出淨額398,500,000港元。二零零六／零七年度的數字主要為已付股息合共397,200,000港元、償還銀行貸款84,700,000港元及新增貸款240,000,000港元。

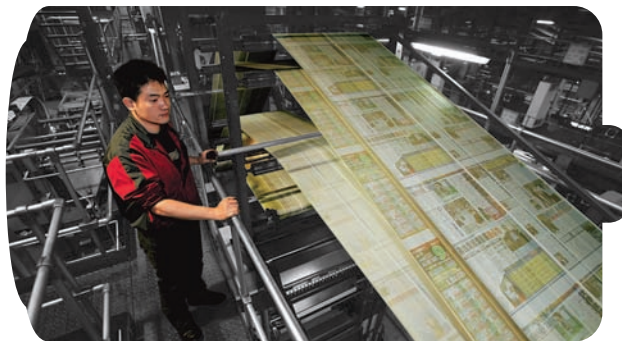
匯率風險及資本性開支

本集團的資產與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，因此持續承擔匯率風險。本集團擬盡量安排新台幣銀行貸款以減低該項風險。於二零零七年三月三十一日，本集團的淨貨幣匯兌風險為新台幣4,737,000,000元（等值1,118,500,000港元），較上個年度新台幣3,560,200,000元（等值850,900,000港元）增加33.1%。本集團將繼續監察其整體貨幣風險，並在必要時採取措施對沖上述風險。

於二零零六／零七財政年度，本集團的資本性開支總額為142,400,000港元，其中115,700,000港元用作本集團台灣業務的資金。於結算日，本集團就業務進一步作出8,900,000港元資本承擔，其中1,800,000港元用作本集團台灣業務的資金。

資產抵押

於二零零七年三月三十一日，壹傳媒將本集團位於香港及台灣的部分物業組合及印刷設備抵押予多家銀行，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為981,900,000港元。



或然負債

於回顧年度，壹傳媒因香港及台灣的多宗訴訟而產生或然負債。該等訴訟為從事出版行業的一項職業性傷害。此外，本集團與負責興建一家附屬公司（即蘋果日報印刷有限公司）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。由於該項糾紛現正進行仲裁，法律訴訟的最終結果尚未確定。太元承建有限公司最近就上述索償在高等法院對蘋果日報印刷有限公司及黎智英先生（「黎先生」）提出另一項法律訴訟。

當壹傳媒於二零零一年十月收購Database Gateway Limited（「收購事項」）時，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，達成向壹傳媒作出的60,000,000港元的銀行擔保。

壹傳媒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任何最終責任不會對本集團的財務狀況造成重大影響。

管理層討論及分析（續）

壹傳媒亦就多項公司擔保承擔或然負債，該等公司擔保乃本公司就其若干附屬公司所動用的信貸而向財務機構提供。於二零零七年三月三十一日，該等或然負債合共70,300,000港元。

無形資產減值虧損

就目前的會計準則而言，特別是香港會計準則第38號有關無形資產估值的準則，董事會委任獨立專業估值師按使用價值計算方法對本集團於二零零七年三月三十一日的刊頭及出版權進行估值。

根據估值報告，本集團於二零零七年三月三十一日的刊頭及出版權的估值為2,119,900,000港元（二零零六年三月三十一日：1,525,500,000港元，不包括《壹本便利》的刊頭及出版權15,500,000港元），而於二零零七年三月三十一日對應的賬面淨值為1,300,900,000港元（二零零六年三月三十一日：扣除《壹本便利》的減值虧損45,000,000港元後為1,300,900,000港元）。因此，於二零零七年三月三十一日產生按組合基準計算的重估盈餘淨額819,000,000港元（二零零六年三月三十一日：195,100,000港元），其中包括按各個別刊頭基準計算於二零零七年三月三十一日的一項重估盈利832,700,000港元（二零零六年三月三十一日：224,600,000港元）及一項重估虧損13,700,000港元（二零零六年三月三十一日：29,500,000港元）。



關於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13,700,000港元為暫時性質，因此在截至二零零七年三月三十一日止年度的綜合收益表中不應確認減值虧損（截至二零零六年三月三十一日止年度：確認45,000,000港元）。

由於本集團記錄無形資產的會計政策是按成本減累計攤銷及累計減值虧損，因此本集團的財務報表並無就二零零七年三月三十一日估值盈餘為832,700,000港元的刊頭及出版權（二零零六年三月三十一日：224,600,000港元）作出調整。

前景及展望

未來路向

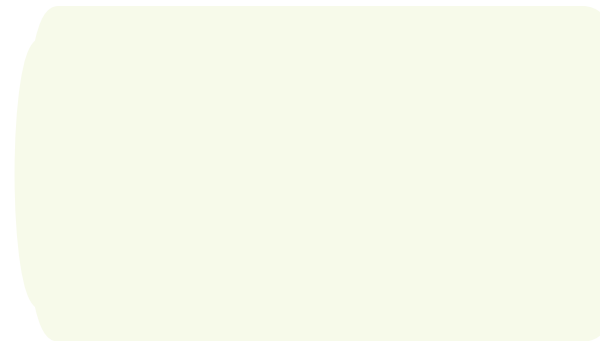
壹傳媒仍是香港最大的中文印刷傳媒出版商。儘管充滿競爭及面對網上傳媒模式的挑戰，本集團的出版刊物組合包括《蘋果日報》、《壹週刊》、《壹本便利合併本》及《忽然1周合併本》，已在其各自的市場取得領導地位。本集團堅信，該等刊物在往後年份將繼續帶來穩定的收入，且隨著香港經濟的昂步發展，各份刊物的廣告收益將會增加。本集團的目標是努力保持此項穩定增長，同並會致力關注成本、生產力和效率。

與此同時，預料台灣經濟於舉行總統大選期間及收緊信用咭借貸後將會進一步改善。本集團有信心其台灣業務將繼續蓬勃發展，佔本集團未來收益的百分比將不斷提高。此一信念是建基於台灣穩定的政治和經濟前景以及《台灣壹週刊》和《台灣蘋果日報》持續錄得上佳成績，該兩份刊物將繼續在島上的印刷傳媒行業確立其領導地位。

本集團相信，由於該兩份報章和雜誌在台灣市場仍未完全發展，故仍能憑藉該地的理想發行成就衍生出優厚的發展潛力。為了在台灣強化其競爭優勢及支持其品牌外，本集團於二零零六年十月推出《爽報》。

股息

董事建議向於二零零七年七月三十日（星期一）名列股東名冊上的股東支付末期股息每股8.5港仙（二零零六年：18港仙）及特別股息每股9港仙（二零零六年：25港仙），連同每股中期股息，每股股息將合共為21.5港仙（二零零六年中期、末期及特別股息：48港仙）。如獲股東在即將於二零零七年七月三十日（星期一）舉行的股東週年大會上批准，擬派末期及特別股息將於二零零七年八月十日（星期五）派付。



暫停股份過戶登記

本公司將於二零零七年七月二十六日（星期四）至二零零七年七月三十日（星期一）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，期間不得進行股份轉讓。如欲符合領取末期及特別股息的資格，所有股份過戶文件連同有關股票必須於二零零七年七月二十五日（星期三）下午四時正或以前，送交本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東一百八十三號合和中心十七樓一七一二至一七一六室。股息單將於二零零七年八月十日（星期五）或前後寄發。

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。

