

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

概覽

本集團是一間本地出版商，主要在香港從事發行及市場推廣華文周刊雜誌及在該等雜誌出售廣告版位。目前，本集團在香港出版五份旗艦華文雜誌，其中四份為生活時尚雜誌，包括《新假期》、《新Monday》、《東方新地》及《流行新姿》，而其餘一本《經濟一週》則主攻財經金融投資。本集團所出版之雜誌內容可劃分為兩個不同主題重心：生活時尚和財經金融投資。有關生活時尚之雜誌亦可細分為四個互有關連之類別，包括(i)娛樂、(ii)時尚和美容、(iii)旅遊和飲食、及(iv)年輕一族和偶像。

本集團致力以編輯內容、美術設計和先進出版技術，提供廣泛類型之優質生活時尚和財經資訊以饗周刊雜誌之讀者。董事認為，強大和極具創意之編輯和製作團隊，加上於設計和製作過程中採用先進出版技術，實為本集團賴以成功之要素。

參考思緯市場資訊發出有關香港周刊雜誌之讀者人數之統計數字，該等雜誌之平均讀者人數由二零零六年十月一日至二零零七年九月三十日期間每期錄得總數約115萬人。因此，董事相信，該等雜誌在香港時尚和財經雜誌中讀者人數眾多，而且內容多樣化。該等雜誌之目標讀者介乎青少年以至具備一定教育程度、可負擔收入水平較高的富裕成年人，這形成了一個有效之公眾媒介，為廣告商提供廣大之讀者覆蓋面，接收形形色色之各類型廣告。董事相信，該等雜誌之受歡迎程度及讀者人數令本公司成為香港同業中享譽盛名之出版商之一。

考慮到本集團在出版雜誌方面之經驗和專業知識，本集團已通過推出《東方新地》、《新假期》、《新Monday》之互動網上平台及公司網站，擴大該等雜誌之發行渠道。基本上，該等網頁並不只是提供網上目錄和新出版刊物之內容摘要，亦提供了額外特點和功能，包括但不限於桌面壁紙和圖片下載、購物門戶網頁、博客和討論版。

除出版該等雜誌外，本集團亦以「經要文化」和「青菓文化出版社」之品牌名稱於香港出版及透過第三方發行商發行書籍。於往績期間，本集團分別出版了41本、69本、84本及26本不同刊名之新書籍，所網羅之範圍包括小說、自我心靈提升、金融投資、傳記及娛樂等興趣類別。書籍之內容主要源自本港和海外作家，以及從該等雜誌所刊登之文章或素材結集成書。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

此外，本集團亦有(但較少地)主要向中國之出版商分銷主要由本集團所出版之該等雜誌之內容，該等出版商為獨立第三方，並已與本集團建立了一至三年之業務關係。董事相信，該等內容最終會被載入由中國出版商所出版之其他雜誌內，再隨之在中國重新發行。

下表載列本集團於往績期間之銷售額明細資料：

	截至三月三十一日止年度			截至七月三十一日止四個月	
	二零零五年 千港元	二零零六年 千港元	二零零七年 千港元	二零零六年 千港元	二零零七年 千港元
廣告收入	207,720	241,561	263,112	84,652	101,025
發行收入	108,057	118,395	125,334	41,327	45,111
提供雜誌內容	786	2,050	2,108	653	1,334
總收入	316,563	362,006	390,554	126,632	147,470

誠如上表所述，本集團之主要收入來源大部分來自出售該等雜誌之廣告版位。截至二零零七年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零七年七月三十一日止四個月，(i)廣告收入分別佔本集團總收入約65.62%、66.73%、67.37%及68.51%；(ii)發行收入(包括出版該等雜誌及書籍之收入)分別佔本集團總收入約34.13%、32.71%、32.09%及30.59%；及(iii)主要向中國出版商提供雜誌內容分別佔本集團營業額約0.25%、0.56%、0.54%及0.90%。

本集團已為其廣告業務建立一個多元化之客戶基礎，截至二零零七年七月三十一日共有逾3,500名客戶，當中包括著名廣告代理、國際廣告商、出版商及媒體集團、旅行社、金融機構、教育機構、食肆及各類消費品生產商(例如化妝品及打扮用物品、珠寶首飾、鐘錶、電訊和時尚產品)。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

以下為本集團目前在香港出版之各雜誌之簡要描述：

本集團所創立之雜誌

名稱	創刊日期	簡要描述
《新假期》	一九九九年九月	《新假期》是香港一份居於領導地位之本地旅遊及餐飲雜誌，根據思緯市場資訊之調查，由二零零六年第四季度至二零零七年第三季度期間，讀者人數較同一市場類別之其他雜誌約多2.3倍。《新假期》之目標讀者為年齡介乎20至45歲、經常出外旅遊、生活水平及可負擔收入較高之人士，定位為一份提供旅遊和飲食資訊內容之雜誌。
《新Monday》	二零零零年十月	《新Monday》為同一市場類別讀者人數最多之本地年青人雜誌(根據尼爾森公司之調查)，目標讀者是介乎15至29歲，具有高消費能力並掌握時下流行趨勢和偶像資訊之讀者，定位為一份提供多元化內容(包括最新潮流及偶像新聞、電訊產品、教育、時裝、化妝及美容)之雜誌。

本集團所收購之雜誌之名稱

名稱	收購日期	簡要描述
《東方新地》	二零零一年九月	《東方新地》之目標讀者是年齡介乎20至44歲受良好教育並具有高消費能力之職業女性，定位為提供最近期娛樂花邊新聞及有關潮流、美容、購物和飲食資料之雜誌。根據香港出版銷數公證會之審核報告，《東方新地》於二零零七年一月一日至二零零七年六月三十日之平均每期銷售量達到161,653份。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

名稱	收購日期	簡要描述
《經濟一週》	二零零三年六月	《經濟一週》，一份在香港已經出版超過二十六年之財經金融投資雜誌，以受良好教育之投資者及商人作為讀者對象之受歡迎投資雜誌之一。《經濟一週》主要集中於提供關於香港及中國之最新投資、銀行及財經資訊。
《流行新姿》	二零零三年十二月	《流行新姿》之目標讀者是年齡介乎18至35歲，講求時尚風格及追求生活質素之白領女性，定位為提供專門及實用潮流和美容貼士之雜誌。

有關該等雜誌之詳情，載於本招股章程「業務」一節中「雜誌」一段。

除上述之該等雜誌外，本集團之前曾出版過兩本雜誌－《東週刊》和《Much More》。本集團已於其後停止該兩份雜誌之出版。

《東週刊》雜誌自本集團於二零零一年首次出版以來一直產生虧損。該雜誌其後因出版一期具爭議性之封面引起公眾關注，影響該雜誌之銷量及因而令該雜誌招致進一步之虧損。本集團之管理層作出商業決定，於二零零二年十一月終止出版，以使管理及財務資源可重新分配至本集團其他更具潛力之雜誌。該雜誌之出版權其後已於二零零三年六月出售予一名獨立第三方。

《Much More》雜誌於二零零四年三月推出，以季刊雜誌形式專注於高檔時尚潮流事物。由於該雜誌表現欠佳，已於二零零四年十二月停止出版。

本集團於往績期間委任勤力德(獨立第三方)作為獨家發行商，負責發行該等雜誌。根據本集團與勤力德訂立之現有發行協議，勤力德同意承銷本集團所出版之該等雜誌之訂購量介乎90%至97%之若干百分比。此外，勤力德向書報攤、便利店和書店分銷該等雜誌。勤力德須於核實實際數量後10個工作日內支付按實際銷售量及／或承銷量(如實際銷量低於所承銷之數量)計算之銷售額。有關該等雜誌之發行安排之詳情，載於本招股章程「業務」一節「雜誌之發行」一段。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

競爭優勢

董事將本集團之成功歸立予下列主要因素：

- 該等雜誌之出版刊名在本地市場享負盛名及廣為人知；
- 本集團有能力透過編輯內容、美術設計及先進出版技術提供具吸引力、包羅萬有及優質生活時尚資訊，使本集團能為該等雜誌在各自市場類別建立獨特品牌形象；
- 覆蓋廣泛及來自不同層面之目標讀者基礎，為本集團之廣告客戶提供龐大交叉銷售平台；
- 擁有多元化廣告客戶基礎，以及廣告客戶與本集團之間之長期關係；
- 採用先進出版技術，以經過精簡之電腦直接製版程序製作所有該等雜誌，使本集團能夠提高製作效率及降低製作成本；及
- 本集團所積累之專業知識和技能，以及其充滿幹勁和穩定之管理隊伍。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

交易記錄

以下為本集團截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零六年七月三十一日及二零零七年七月三十一日止四個月之合併損益表資料概要。概要乃根據本集團於整個回顧期間均保存現有架構之假設編製。

損益表資料概要

	截至三月三十一日止年度			截至七月三十一日止四個月	
	二零零五年 千港元	二零零六年 千港元	二零零七年 千港元	二零零六年 千港元 (未經審核)	二零零七年 千港元
營業額	316,563	362,006	390,554	126,632	147,470
直接經營成本	(224,835)	(249,341)	(276,302)	(86,505)	(94,670)
毛利	91,728	112,665	114,252	40,127	52,800
其他收入	1,406	897	2,130	721	622
銷售及分銷成本	(48,918)	(53,948)	(55,731)	(16,560)	(19,411)
行政費用	(30,492)	(33,435)	(35,693)	(11,864)	(10,615)
經營溢利	13,724	26,179	24,958	12,424	23,396
融資成本	(1,961)	(1,456)	(11)	(6)	-
除稅前溢利	11,763	24,723	24,947	12,418	23,396
稅項(支出)抵免	-	(1,398)	6,221	75	(4,255)
年度/期間溢利	<u>11,763</u>	<u>23,325</u>	<u>31,168</u>	<u>12,493</u>	<u>19,141</u>
每股基本盈利(港仙)	<u>2.61</u>	<u>5.18</u>	<u>6.93</u>	<u>2.78</u>	<u>4.25</u>

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

股息政策

本集團並無就截至二零零七年三月三十一日止三個財政年度宣派或支付任何股息。

於二零零八年一月十七日，韋福及漢源(香港)分別宣派並支付特別中期股息2,000,000港元及3,000,000港元。特別中期股息已於上市日期前支付。股份發售之有意投資者務請注意，彼等將無權享有任何該等特別中期股息。

日後將予宣派之任何金額股息將須視乎(其中包括)本集團之經營業績、現金流量以及財務狀況、經營及資本需要，以及按香港財務報告準則、細則、公司條例、適用之法律及法規釐定之可供分派溢利，和董事認為相關之任何其他因素而定。派付股息亦可能受法律限制及本集團於未來可能訂立之協議所限制。

除受上述因素所規限外，董事現時擬建議派付年度股息，其金額約相當於上市後可供分配予股東之綜合純利之30%。上述特別中期股息不應被視為本公司日後可能宣派或支付之股息金額之指標。

未來計劃及前景

本集團憑藉其包羅萬有之內容及強大之編輯和製作隊伍，矢志成為香港周刊雜誌之領導出版商之一。有鑑於此，本集團計劃透過採取下列策略，持續擴大該等雜誌在現有市場類別之讀者基礎和銷售量，以及提高來自該等雜誌之廣告收入：

- (i) 不斷積極地豐富該等雜誌之內容，令發行收入增加；
- (ii) 通過推出市場推廣及宣傳活動，增強其作為周刊雜誌之領先出版商之市場地位；
- (iii) 爭取本集團目前經營之網站之網絡拓展機會；及
- (iv) 通過提升其現有出版技術而提高製作效率及減少製作成本。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

風險因素概要

董事相信，股份發售涉及若干風險，有意投資之人士須加以注意。該等風險可分類為：(i) 有關本集團業務之風險；(ii) 有關行業之風險；(iii) 有關香港之風險；及(iv) 有關股份發售之風險。

有關本集團業務之風險

- 不利經濟因素
- 遞延稅項
- 依賴若干主要行政人員
- 依賴兩家獨立印刷商
- 依賴一家獨立發行商
- 淨流動負債記錄
- 未完成商標註冊
- 經營業績受季節性因素影響
- 廣告趨勢及經濟狀況變動，以及印刷媒體廣告業面對來自其他廣告媒體之競爭日益加劇
- 未能確保本集團的自有知識產權受到保障，以及可能侵犯第三方之知識產權及其他權利
- 潛在訴訟
- 推行策略
- 出版雜誌及其內容之法律責任

有關行業之風險

- 競爭
- 減價戰
- 統計數字
- 印刷成本潛在增長

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

有關香港之風險

- 經濟、政治及社會狀況

有關股份發售之風險

- 於股份發售前股份並無公開市場
- 股份之流通性及市價
- 攤薄效應
- 前瞻性陳述

發售統計資料

	按以下發售價	
	● 港元	● 港元
市值 (附註 1)	● 港元	● 港元
未經審核備考市盈率 (附註 2)	● 倍	● 倍
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 (附註 3)	● 港元	● 港元

附註：

1. 市值乃基於緊隨股份發售完成後有●股已發行股份計算，惟並無考慮因行使根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃已授出或可能授出之購股權而可能配發及發行之任何股份，或根據本招股章程「股本」一節內所述就股份配發及發行或購回而授予董事之一般授權而予以配發及發行或購回之股份。
2. 備考市盈率乃根據截至二零零七年三月三十一日止年度之本公司股本持有人應佔合併溢利約●港元、每股發售股份發售價分別為●港元及●港元，以及根據緊隨股份發售及資本化發行完成後有●股已發行股份計算，惟並無考慮因行使根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃已經或可能授出之任何購股權而可能配發及發行之任何股份或本公司根據本招股章程「股本」一節內所述配發及發行或購回股份之一般授權而予以配發及發行或購回之股份。
3. 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃經作出本招股章程附錄二「未經審核備考經調整有形資產淨值」一節所述之調整後並根據緊隨股份發售及資本化發行完成後有●股已發行股份計算，惟並無考慮行使根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃已經或可能授出之任何購股權而可能配發及發行之任何股份，或本公司根據本招股章程「股本」一節內所述配發及發行或購回股份之一般授權而予以配發及發行或購回之股份。