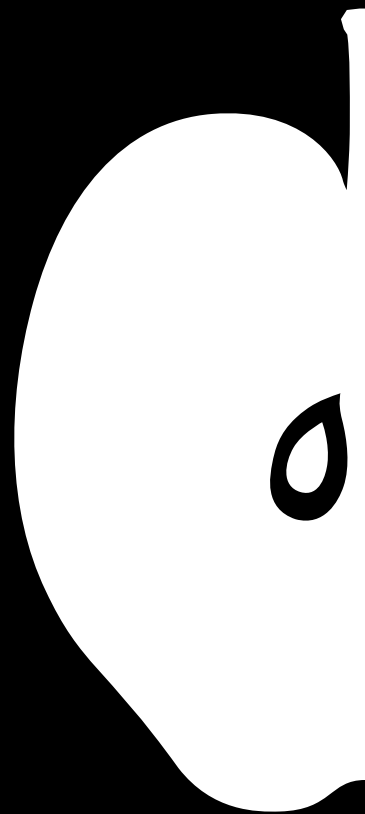
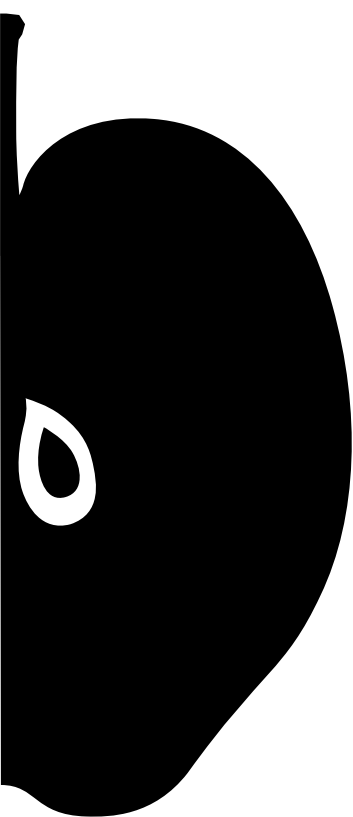


# 管理層討論及分析

截至二零零八年三月三十一日止年度，壹傳媒在香港及台灣之業務整體表現理想。儘管市場競爭激烈，本集團仍能在香港傳媒行業保持領先地位，而在台灣則致力鞏固根基。





本集團深知各項成本對盈虧之影響重大，故採納政策慎重監控成本，並把握每個機會予以控制及節約。此策略配合積極增加銷量及銷售收益政策，使本集團本年度總盈利增加至521,300,000港元，較去年之342,400,000港元上升52.2%，創下本集團自二零零一年十月收購Database Gateway Limited以來最佳業績紀錄。

## 營運回顧

### 主要市場概覽

#### 香港

香港經濟於回顧年度持續表現強勁，為本集團在當地經營業務提供有利支持。具體而言，經濟增長刺激消費及零售營業額上升。

為把握此勢頭帶來之機遇，各行各業無不增加廣告開支，尤其於本年度下半年更甚。當然，各出版商競爭激烈，務求在這擴大經費中能夠分一杯羹。然而，壹傳媒作為全港最大中文傳媒集團之一，亦擁有許多被廣泛閱讀的刊物，正好憑此優勢，促使其香港出版業務的廣告銷售收益較去年上升約5.3%。



# 都市風格

香港雖然是華人城市，亦為東西文化交匯的大都會，不但具備獨有的衝勁，也有適應急劇轉變的能力。

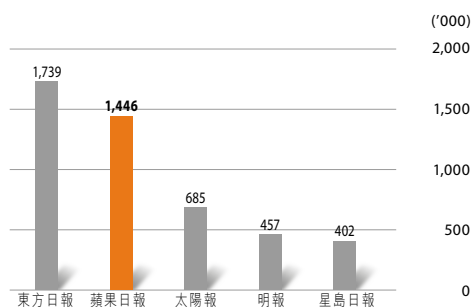


## 都市風格

台灣社會有着現代化科技的優勢，但亦擁有強烈的華人色彩，  
與島內原居民的悠久傳統融為一體。

### 香港最多人閱讀的五份報章讀者人數

二零零七年一月至十二月



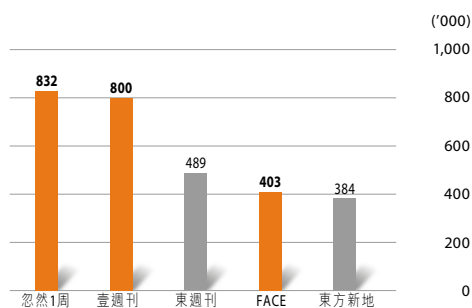
同時，本港兩大日報，包括《蘋果日報》，已在報章市場擴大其主導地位。於二零零七年，兩份報章合計每日平均讀者人數為3,185,000人，佔全港12歲及以上報章讀者人數60.3%，較二零零六年上升9.1%<sup>1</sup>。

於二零零七年度，儘管免費報章增多以致市場競爭加劇，《蘋果日報》讀者人數仍然上升13.4%，其報章市場佔有率亦上升3.6%。此外，該報仍深受到各大廣告商戶愛戴，尤其在良好營商環境中，其廣告收益穩步上升。

本集團旗下其他香港刊物－《壹週刊》、《忽然1周合併本》(包括《忽然1周》、《飲食男女》及《ME!》)及《FACE合併本》(包括《FACE》(前稱《壹本便利》))，連同《搵車快線》、《交易通》及《Ketchup》)－在對手環伺以及日趨普及的網上傳媒之競爭中突圍而出，保持它們在各自市場中深受讀者愛戴的地位。這些刊物佔本港五大暢銷週刊其中三位，而合計平均每週讀者人數為2,035,000人，相等於全港12歲以上雜誌讀者人數38.5%<sup>1</sup>。

### 香港最多人閱讀的五份中文週刊讀者人數

二零零七年一月至十二月



台灣  
台灣社會一直以活力開明見稱，人民可自由表達見解，並可熱烈進行討論。此情況於二零零八年一月及三月先後舉行激烈的立法院及總統選戰中，可見一斑。

寶島社會活力充沛，全賴言論及新聞自由提供基礎。然而，當地傳媒之報導及表達方式多年來受制於根深蒂固之保守傳統，而其客觀性亦受到傳媒經營者強大政治及商業利益制肘。

資料來源：二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告

《台灣壹週刊》及《台灣蘋果日報》分別於二零零一年及二零零三年創刊後，已在台灣印刷傳媒行業引起廣泛迴響。這兩份刊物深入淺出的報導、平實準確的描述，加上鮮艷奪目的版面印刷，向為香港傳媒熟悉的標誌。一俟進入台灣社會後，隨即廣受歡迎，皆因社會長期渴求傳媒不偏不倚直接報道資訊。當地不少出版商迅即作出反應，革新其刊物外觀，以便與這些生氣勃勃之新對手爭一日長短。

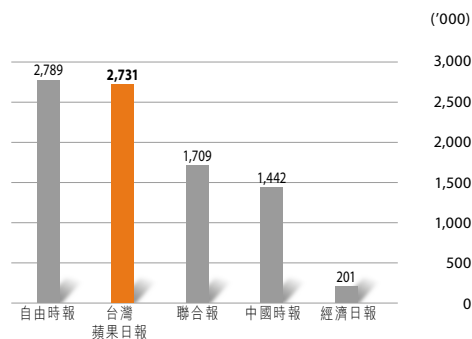
二零零七年，島內四大日報（《台灣蘋果日報》、《中國時報》、《自由時報》及《聯合報》）合計每日平均讀者人數共達8,671,000人，相等於12歲以上總人數49.9%<sup>3</sup>。於過去四年內，《台灣蘋果日報》聲名大噪，已成功成為台灣其中一份最暢銷日報。

與此同時，《台灣壹週刊》一枝獨秀，遠遠拋離尾隨其後之對手，成為島上最暢銷週刊。於二零零七年內，每週平均12歲以上讀者人數為1,414,000人，領先最接近競爭對手45.2%<sup>3</sup>。

《爽報》受讀者及廣告客戶歡迎程度有增無減。本集團於二零零六年十月創辦這份免費報紙，逢星期一至五每天上午在台北捷運車站向乘客派發，於二零零七年下半年，平均每天派出176,659份<sup>4</sup>。

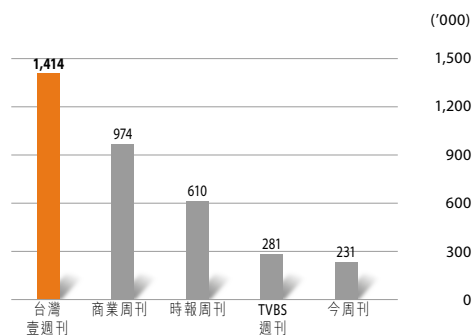
## 台灣最多人閱讀的五份報章讀者人數

二零零七年一月至十二月



## 台灣最多人閱讀的五份中文週刊讀者人數

二零零七年一月至十二月



資料來源：媒體大調查·台灣尼爾森媒體研究

# 地道美食

香港是世界最為知名的美食中心之一，提供傳統中國菜式、現代西方餐飲及來自亞洲各地的可口食品。



# 地道美食

台灣集各地烹飪的大成，於當地菜式加入中國風味，當地名廚亦發揮創意，精心調製多種口味，融入菜式之中。



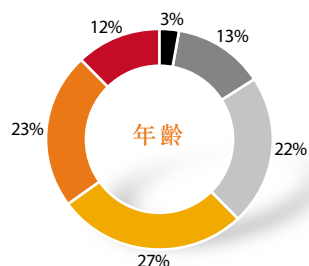


《蘋果日報》  
讀者分佈

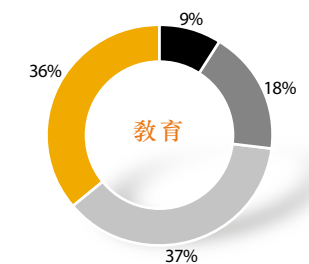
- 男性
- 女性



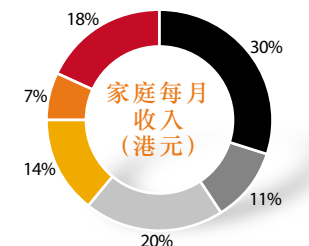
- 15歲以下
- 15 - 24歲
- 25 - 34歲
- 35 - 44歲
- 45 - 54歲
- 55歲或以上



- 小學程度或以下
- 中一至中三
- 中四至中五
- 大專/大學或以上



- 15,000元以下
- 15,000元 - 19,999元
- 20,000元 - 29,999元
- 30,000元 - 39,999元
- 40,000元 - 49,999元
- 50,000元或以上



資料來源：二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告

另一方面，於截至二零零八年三月三十一日止十二個月期間，台灣經濟繼續表現失色。政府於選舉前為營造繁榮氣氛而推出之措施未能如願見效。島內廣告客戶之開支反映出營商環境缺乏生氣，而且一直未有改變。即使如此，壹傳媒在台灣出版之刊物對讀者有不容置疑的吸引力。因此，它們於年內錄得合併廣告收益增長9.7%。此外，本集團採取全面而有效的措施，節省在台灣之成本，遂令台灣出版業務之盈利能力大幅提高128.6%。

業務表現

本集團之收益共達3,483,800,000港元，較一年前3,245,200,000港元增加7.4%，主要由於《台灣蘋果日報》及印刷業務表現出色所致。

報章出版及印刷業務

本集團之報章出版及印刷業務於二零零七／零八財政年度仍然佔整體收益最大比例。於本年度內，該業務之收益共2,449,500,000港元，較去年2,277,700,000港元增加7.5%。

《蘋果日報》

《蘋果日報》以讀者人數計算繼續名列香港所有日報第二位。截至二零零七年十二月三十一日止年度，平均每日12歲及以上讀者人數為1,446,000人，較去年1,275,000人增加13.4%<sup>1</sup>。因此，《蘋果日報》於日報市場之總佔有率由23.0%增加至27.0%，其發行銷量亦於二零零七年下半年增至每日平均305,896份，較二零零六年同期298,777份增加2.4%<sup>2</sup>。

同時，根據尼爾森媒體的調查透露，《蘋果日報》之讀者組合就教育及職業狀況以及個人與家庭入息而言，較之最暢銷日報者更勝一籌。另外，儘管免費日報、其他報紙減價及日漸流行之網上新聞資訊帶來了激烈競爭，但《蘋果日報》內容質素優良，加上政治立場中立，因而備受讀者愛戴，尤以受過高等教育之讀者為然。

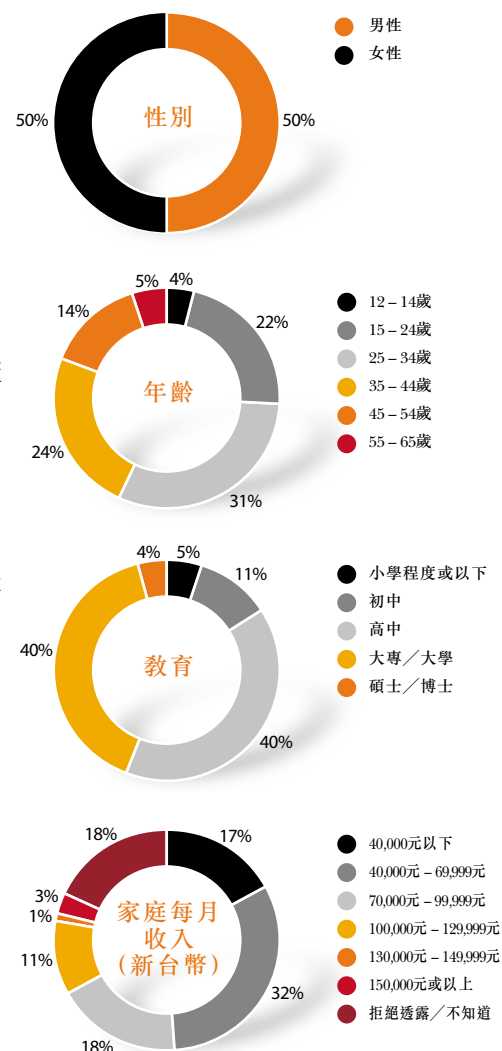
於回顧年度內，《蘋果日報》之收益共達1,079,400,000港元，較去年1,047,300,000港元增加3.1%。銷售收入達410,900,000港元，較去年395,800,000港元增加3.8%。香港經濟繁榮促使廣告收入穩定增長至668,500,000港元，較去年651,500,000港元上升2.6%。

本集團仍然深信《蘋果日報》將會繼續成為未來幾年最重要收益來源之一，特別是由於得到讀者的忠誠支持以及其讀者組合對香港主要廣告客戶之吸引力，而這些廣告客戶亦會繼續視《蘋果日報》為香港及外地推銷優質產品及服務之必選市場銷售工具。

#### 《台灣蘋果日報》

《台灣蘋果日報》以其不偏不倚及敢言之編輯風格，加上色彩繽紛之版面，自二零零三年五月創刊以來，一直在台灣傳媒業界引人注目。自創刊以來，《台灣蘋果日報》打破陳規框架，展示其努力回應台灣社會對新聞及自由表達不同觀點之需求，融合當地開放民主社會之最大特色。

#### 《台灣蘋果日報》 讀者分佈



資料來源：媒體大調查·台灣尼爾森媒體研究



# 生活方式

大部分港人散居於高尚住宅區及至資助公共屋邨。地方雖然狹小，一切皆伸手可及—由動感娛樂場地、商店及餐館，以至可供休憩的郊野公園及海灘，一應俱全。



# 生活方式

台灣的不同地貌，為其居民提供寬闊的生活空間－從現代化都市，  
到細小的農莊民宿，以至山地名勝景點，應有盡有。  
島內各社區均獨一無二，並具有本身的政治色彩。

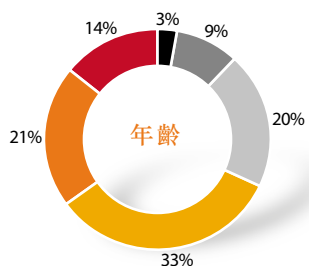


《壹週刊》  
讀者分佈

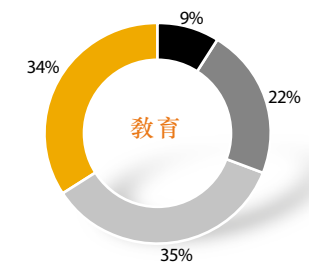
- 男性
- 女性



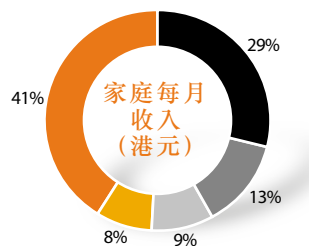
- 12-14歲
- 15-24歲
- 25-34歲
- 35-44歲
- 45-54歲
- 55-64歲



- 小學程度或以下
- 中一至中三
- 中四至中五
- 大專/大學或以上



- 15,000元以下
- 15,000元 - 19,999元
- 20,000元 - 24,999元
- 25,000元 - 29,999元
- 30,000元或以上



資料來源：二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告

這支生力軍初抵台灣，立即令島上公眾著迷。他們一向習慣從政治及商業之既得利益集團之喉舌報章取得資料，而這些報章處理新聞消息手法卻一成不變，遠比其他亞洲市場之傳媒發展步伐落後多年。台灣報章缺乏創意，從發行報紙方式亦可見一斑。一般讀者採用訂閱方式購買報紙並一直如此購買，而且僅會閱讀訂閱之報紙，忽略了其他可行選擇。

《台灣蘋果日報》亦挑戰島上傳統報章派發方式，尤其深信鮮明版面設計容易惹人注目，其大部份印行數量均透過廿四小時便利店和類似零售網點進行銷售，故其不分晝夜均能得到路人的注意，從而養成個人每日購買的習慣，而非只等待家人傳閱已被翻閱多遍的訂閱刊物。

《台灣蘋果日報》以內容豐富、風格吸引及方便購買而大受歡迎。在短短四年間，它已在銷量及讀者人數統計榜上名列前茅。於二零零七年下半年，《台灣蘋果日報》每日平均銷量達515,618份，僅以一線之差次於長期暢銷的《自由時報》。然而，《台灣蘋果日報》憑着創新版面外觀，深得咖啡店及其他場所的顧客追捧，更有不少人養成向他人傳閱報章的習慣。這些因素使《台灣蘋果日報》於二零零七年度12歲以上平均每日讀者人數增至2,731,000人，較上年度2,574,000人上升6.1%，並遙遙領先其最接近競爭對手《聯合報》的每日讀者人數1,022,000人<sup>30</sup>。

然而，必須指出一點，台灣的營商環境於二零零七／零八年度乏善足陳。期待已久的政府振興經濟方案未能落實，廣告商亦不願增加預算。儘管如此，《台灣蘋果日報》的廣告收入卻不斷增加，達822,000,000港元，較去年738,300,000港元大幅上升11.3%。

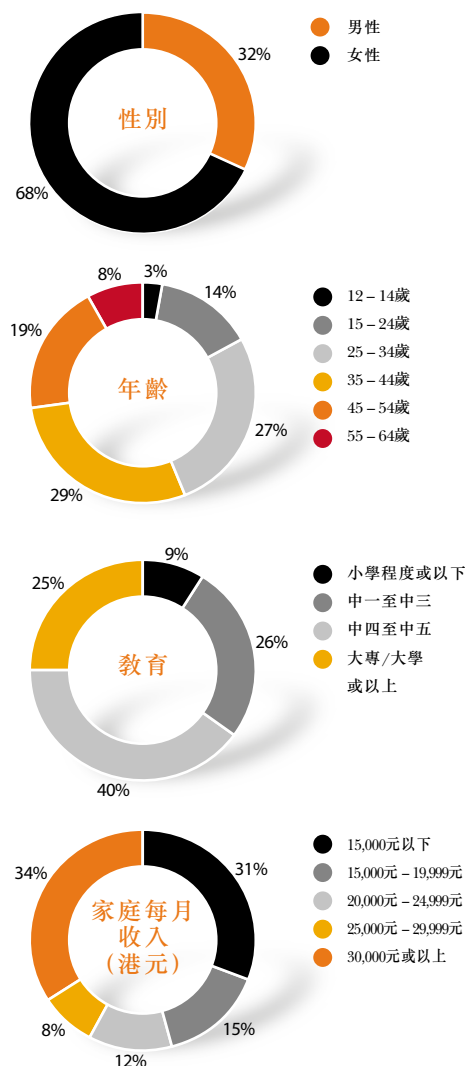
銷售及廣告收入合計之升幅，促使《台灣蘋果日報》總收益上升7.8%。然而，管理層仍謹慎致力維持及減少成本，促使該報章盈利大幅改善，於本年度內由69,400,000港元大幅上升169.2%至186,800,000港元。

於二零零六年十月，本集團推出免費報章《爽報》，該報逢星期一至五每天早上在台北的捷運站外向乘客派發，進一步加強其在台灣的主導地位。該報章在該市大受歡迎，致使派發數量穩步上揚，由二零零七年上半年度156,872份上升至下半年度176,659份<sup>4</sup>。除長期讀者外，《爽報》亦獲得廣告客戶大力支持，當中不少是無法負擔覆蓋全島廣告媒體之高昂費用的小型本地公司，它們更視之為在大城市吸引廣大觀眾的一種不可或缺工具。這些趨勢促使《爽報》踏上盈利坦途，而且展望會一帆風順邁向成功。

#### 蘋果日報印刷有限公司

本年度內，本集團的報章印刷業務於激烈競爭下取得良好業績。來自香港各項印刷業務的收益增至445,500,000港元，較上年度394,400,000港元上升13.0%。

### 《忽然1周合併本》 讀者分佈



資料來源：二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告

# 動感之都

香港以永不休息的城市見稱，步伐一貫快速，並力求迅速走在全球潮流尖端。香港居民亦透過參與本港主辦的傳統節日、國際賽事及盛會而獲得愉悅。



# 動感之都

除繁忙的商業活動外，台北等台灣大城市的娛樂生活亦多姿多采。  
島內的民眾投入當地及全球文化，熱烈地緊貼時事走向，  
亦有強烈的政治投入感。



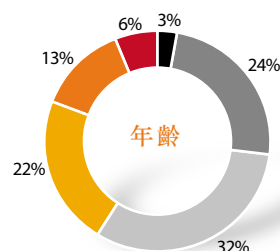


《FACE合併本》  
讀者分佈

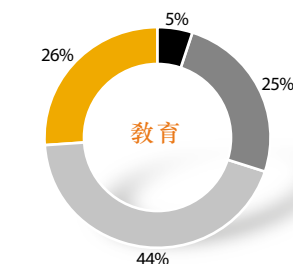
● 男性  
● 女性



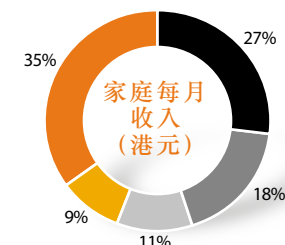
● 12-14歲  
● 15-24歲  
● 25-34歲  
● 35-44歲  
● 45-54歲  
● 55-64歲



● 小學程度或以下  
● 中一至中三  
● 中四至中五  
● 大專/大學或以上



● 15,000元以下  
● 15,000元 - 19,999元  
● 20,000元 - 24,999元  
● 25,000元 - 29,999元  
● 30,000元或以上



資料來源：二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告

如撇除與壹傳媒之刊物進行的交易，蘋果日報印刷有限公司於二零零七／零八財政年度的收益為164,100,000港元，對比上一財政年度的收益111,200,000港元，增幅為47.6%。這方面業務持續增長，主要是由於成功取得多份於本港流通之免費日報的印刷合約，以及其他外部客戶業務增加所致。

書籍及雜誌出版業務

本集團的書籍及雜誌出版業務繼續為本集團帶來可觀的收益。於回顧年度內，該業務總收益為872,700,000港元，較上年度833,000,000港元上升4.8%。

《壹週刊》

於截至二零零八年三月三十一日止財政年度，《壹週刊》的讀者人數及盈利能力均顯著上升。《壹週刊》穩踞週刊市場第二位，而讀者群質量高超，致使《壹週刊》繼續獲得廣告客戶垂青。

二零零七年，該週刊平均每週12歲或以上讀者人數增至800,000人，較上年度544,000人激增256,000人或47.1%，因而享有週刊市場佔有率達15.0%<sup>1</sup>。儘管如此，該週刊的銷量一直保持穩定，二零零七年下半年平均銷量為120,628份，而二零零六年同期則為121,924份<sup>2</sup>。

《壹週刊》的男女讀者質素一直高於平均水平。年齡介乎35-64歲的讀者，擁有專上學歷，每月家庭收入超過30,000港元及每月個人收入超過20,000港元，於五本最暢銷週刊中佔最高比例。

廣告客戶繼續視《壹週刊》為向高教育水平、經濟富裕、專業人士及管理人員推銷產品及服務的主要渠道，從其廣告收益穩步增長即可見一斑。於二零零七／零八財政年度，該週刊的廣告收入共達178,600,000港元，較上年度175,600,000港元上升1.7%。

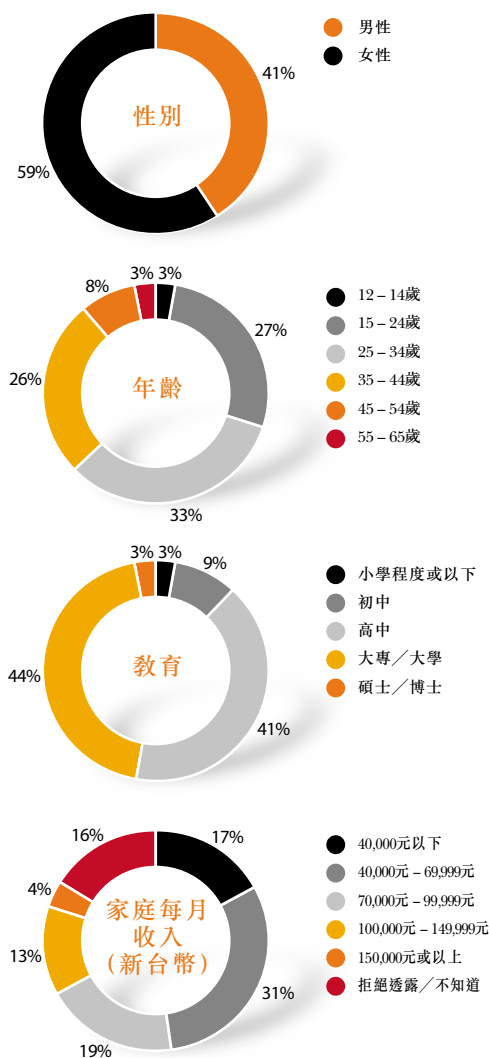
最後，《壹週刊》管理層於年內就營運成本進行了完全徹底檢討，從而大幅削減開支，為週刊帶來可觀的純利增長，較上個財政年度29,300,000港元上升112.6%，增至62,300,000港元。

#### 《忽然1周合併本》

資訊與娛樂並重的內容及高瞻遠矚的市場策略，使《忽然1周合併本》在女性為主的目標讀者群中延展領先優勢，奠定了成為二零零七年度全港最受歡迎週刊的地位。《忽然1周》、《飲食男女》及《ME!》合併成為《忽然1周合併本》，致使其平均每週12歲以上讀者人數躍升至832,000人，較上年度661,000人上升25.9%<sup>1</sup>。同時，該雜誌二零零七年下半年平均每週銷量為200,168份，較二零零六年同期187,947份上升6.5%<sup>2</sup>。

《ME!》——一份針對高收入女性及白領上班族的高檔次雜誌，自二零零六年十二月包含在《忽然1周合併本》內，提升了其吸引力及讀者質量。因此，該雜誌現時較其餘四本最暢銷週刊（《壹週刊》除外）擁有更多年齡介乎35-44歲、持有專上學歷的讀者。此外，24.9%的讀者每月個人收入超過15,000港元，而每月家庭收入超過25,000港元的讀者則佔40.4%。

#### 《台灣壹週刊》 讀者分佈



資料來源：媒體大調查·台灣尼爾森媒體研究

## 管理層討論及分析 (續)

這些因素大大加強《忽然1周合併本》在廣告客戶心目中的形象，從該雜誌於二零零七／零八財政年度錄得廣告收入達172,700,000港元，較上年度139,300,000港元上升24.0%即可見一斑。此外，銷售收入上升14.8%，主要是由於二零零七年十月起每冊雜誌售價由10.0港元調整至12.0港元所致。因此，該雜誌本年度收益增至254,100,000港元，較二零零六／零七財政年度210,100,000港元上升20.9%。

### 《FACE合併本》

香港最受年輕人歡迎的雜誌《壹本便利》於二零零七年五月進行全面革新，易名為《FACE》，從此揭開其歷史新一頁。進行革新目的在於建立煥然一新、內容豐富及更惹人注目的形象，從而提高其對經濟富裕年輕讀者及廣告客戶的吸引力。

該雜誌重新定位後，保持香港五大暢銷週刊其中一席。於二零零七年，平均每週讀者人數403,000人，較二零零六年度《壹本便利合併本》的366,000人上升10.1%<sup>1</sup>。同時，該雜誌於下半年度平均每週銷量一直保持穩定，達95,699份，而二零零六年同期則為98,317份<sup>2</sup>。

二零零七年的讀者中，年齡介乎15-24歲者佔24.3%，年齡介乎25-34歲者佔32.3%。此外，其中22.1%讀者每月個人收入超過20,000港元，而35.8%讀者每月家庭收入超過30,000港元。這些數據反映該雜誌成功打入新的、較蓬勃的目標市場。

二零零六年十一月，《FACE合併本》的售價減少5.0港元，由10.0港元下調至5.0港元，至二零零七年十一月則加價3.0港元，每本售價8.0港元。由於書價調整及銷量微跌，該雜誌的銷售收入較上年度下跌26.4%。然而，《FACE合

併本》的廣告收益則微升2.8%，加上節省生產成本及其他開支等因素，足以局部抵銷其銷售收入減幅。計入上述各項因素後，《FACE合併本》本年度的總收益共達114,900,000港元，較上年度120,200,000港元下跌4.4%。

### 《台灣壹週刊》

自二零零一年於島上各地報攤發售創刊號後，《台灣壹週刊》以其充滿生氣的內容以及惹人注目的外觀深受讀者歡迎。該週刊報道每一個影響台灣民生的重要話題，以大膽敢言、突破傳統及具爭議性的風格，令它成為任何渴望得到更多資訊、加深了解島上事實真相人士的必然讀物。該週刊成為台灣最多讀者的週刊，聲勢無可比擬。

二零零七年，平均每周有1,414,000名年齡12歲以上讀者依賴《台灣壹週刊》取得最新的資訊和深入探討的分析。這代表讀者人數較上年度1,413,000人輕微上升0.1%<sup>3</sup>。同年下半年度，該週刊每周平均銷量114,683冊，而二零零六年度同期銷量則為129,107冊<sup>4</sup>。

雖然《台灣壹週刊》銷售收入下跌7.9%，但該週刊深受大眾歡迎，繼續吸引島上不少廣告客戶，從廣告銷售增長即可見一斑。儘管島上營商環境平平無奇，該週刊於

二零零七／零八財政年度錄得廣告銷售共達161,700,000港元，較上年度158,500,000港元上升2.0%，佔總收益70.2%。

除此之外，該週刊於年內實施節省成本計劃，已對其盈利產生重大作用。盈利激增至32,800,000港元，較上個財政年度25,800,000港元增加27.1%。

本集團深信《台灣壹週刊》將會繼續保持一群忠實讀者，而且無論讀者以及島上主要廣告客戶均會不斷增長。該週刊主導市場的地位，料於未來幾年間會繼續為本集團的盈利作出穩定貢獻。

#### 書籍及雜誌印刷業務

壹傳媒的商業印刷業務繼續為本集團收益帶來穩定貢獻。截至二零零八年三月三十一日止財政年度，該業務收益共達299,600,000港元，較上年度272,300,000港元上升10.0%。其中，內部銷售額為177,400,000港元（約佔該業務59.2%），而外部客戶銷售額則為122,200,000港元，較上年度103,100,000港元上升18.5%。

來自中國內地印刷商的激烈競爭，繼續對該業務的分部銷售額及利潤比率構成壓力。為此，該業務堅持重點提供高質量產品。這個方針有助該業務拓展香港、北美洲、歐洲及大洋洲各地知名客戶穩定的生意來源。本集團保持樂觀，認為其書籍及雜誌印刷業務將會為集團帶來穩定的收益。

#### 互聯網業務

本集團的互聯網業務續為本地及海外讀者提供方便而收費便宜的途徑，來閱讀壹傳媒旗下的刊物。

於回顧年度內，其外部收益增至39,400,000港元，較上年度31,300,000港元，有25.9%的健康增幅。該業務盈利來自訂閱費、廣告收入及內容特許使用權。

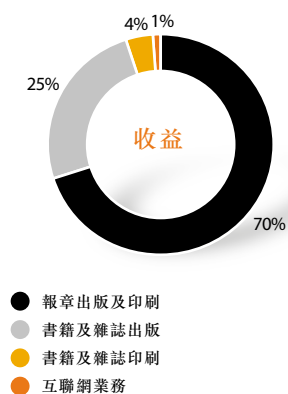
本集團相信，互聯網業務將於未來數年間可帶來持續增長之收益，因此已在該業務中增設一個研究及發展部門，進一步拓展互聯網的應用範圍及質量，以滿足互聯網使用者及廣告客戶不斷增加的各種需求。

雖然受到與這個項目相關的人力資源成本及其他因素影響，導致該業務轉盈為虧，由往年錄得分部盈利12,000,000港元轉為今年度錄得分部虧損21,300,000港元，惟本集團仍視之為一項極有價值的投資項目，而且長遠而言可確保互聯網業務成功。

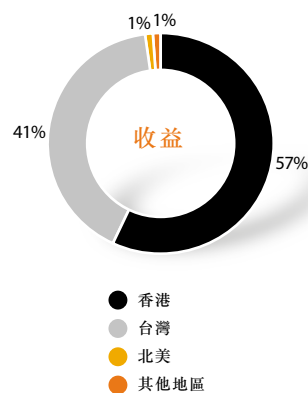
資料來源：

1. 二零零七年尼爾森媒體指標：香港報告（二零零七年一月至十二月）
2. 香港出版銷數公證會有限公司
3. 媒體大調查（二零零七年一月至十二月），台灣尼爾森媒體研究
4. 中華民國發行公信會

### 收益 – 按業務分部



### 收益 – 按地區分部



## 財務回顧

### 綜合財務業績

#### 收益

截至二零零八年三月三十一日止年度，本集團錄得總收益為3,483,800,000港元，較上一個財政年度錄得3,245,200,000港元，增加7.4%或238,600,000港元。該增長很大程度歸功於本集團出版刊物之廣告銷售總額上升7.3%，平均各佔其總收入約三分之二，餘下增長則來自銷售收入。

香港依然是本集團主要收入來源地區。於二零零七／零八財政年度，本集團於香港業務佔其總收益1,968,400,000港元或56.5%。台灣則是第二大收入來源，佔本集團總收益41.3%。同時，本財政年度台灣業務之收入較去年1,353,300,000港元輕微上升6.4%至1,440,100,000港元。

在營運方面，報章出版及印刷仍是本集團主要收入來源。報章出版及印刷業務貢獻2,449,500,000港元或佔其總收益70.3%，與上一個財政年度2,277,700,000港元相比，增加171,800,000港元或7.5%。

書籍及雜誌出版業務表現理想，為本集團帶來872,700,000港元或佔本集團總收益25.1%。同時，書籍及雜誌印刷業務貢獻122,100,000港元或佔3.5%。

#### 未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利及分部業績

截至二零零八年三月三十一日止年度，本集團未計利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為772,600,000港元，與上個財政年度583,400,000港元比較，增加189,200,000港元或32.4%。該增長很大程度歸功於本集團在大部分業務中實施全面而有效降低成本之措施，以及廣告銷售額上升。

於回顧年度內，本集團分部盈利達635,500,000港元，與上一個財政年度429,600,000港元比較，大幅上升47.9%。

報章出版及印刷業務分部盈利達到462,700,000港元，與上年度316,600,000港元比較，上升46.1%。

書籍及雜誌出版業務分部盈利達到127,600,000港元，與上年度45,800,000港元比較，大幅上升178.6%。

書籍及雜誌印刷業務錄得分部盈利達66,500,000港元，與上年度55,200,000港元比較，上升20.5%。

#### 經營開支

於回顧財政年度內，本集團之經營開支總額為2,864,900,000港元，較上年度2,831,600,000港元增加33,300,000港元或1.2%。該款項中，1,267,000,000港元或44.2%為原材料成本及必要生產成本。員工成本總額為1,110,600,000港元或佔本集團總經營開支38.8%，與上年度1,058,100,000港元比較，增加52,500,000港元或5.0%。

#### 稅項

於二零零七／零八財政年度，本集團之稅項為97,600,000港元，與上年度71,200,000港元比較，增加37.1%。該差額主要由於台灣之本年度經營稅項及遞延稅項分別增加5,700,000港元及22,000,000港元所致。

## 財務狀況

### 流動資產及流動負債

於二零零八年三月三十一日，本集團的流動資產為1,650,500,000港元，與上年度1,648,900,000港元比較，增加0.1%。本集團於該日之總負債為1,188,800,000港元，較上一個年度1,244,600,000港元減少4.5%。於二零零八年三月三十一日，本集團之銀行結存及現金（包括受限制銀行結存）合共為877,400,000港元。於二零零八年三月三十一日，本集團之流動比率為290.6%，較二零零七年同日259.5%上升12.0%。

### 應收賬款

於二零零八年三月三十一日，本集團應收賬款合共為522,500,000港元，較上一個財政年度510,400,000港元增加2.4%。於二零零八年三月三十一日，本集團應收賬款之平均週轉日數為54.3天，而上年度同日則為56.9天。

### 應付賬款

於二零零八年三月三十一日，本集團應付賬款為130,500,000港元，較上個財政年度同日150,100,000港元下跌13.1%。本集團應付賬款之平均週轉日數為40.5天，而上年度同日則為45.5天。

### 長期及短期貸款

於二零零八年三月三十一日，本集團之長期貸款（包括流動部分）合共為364,800,000港元，較上個財政年度同日412,500,000港元減少11.6%。於二零零八年三月三十一日，本集團長期貸款之流動部分為76,800,000港元，較上個年度127,200,000港元減少39.6%。

### 貸款及資產負債

於二零零七／零八財政年度，本集團之業務經費主要來自其經營活動所產生之現金流量，以及小部分來自主要往來銀行提供之銀行融資。

於本年度，本集團可動用之銀行信貸總數為805,800,000港元，其中369,400,000港元已被動用。本集團之銀行貸款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新台幣為計算單位。於二零零八年三月三十一日，本集團之銀行結存總額（包括受限制銀行結存）及手頭現金合共為877,400,000港元。本集團於同日之資產與負債比率為7.9%，而上個年度則為9.0%。本集團之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

於二零零八年三月三十一日，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（「股份」）組成。

### 現金流量

截至二零零八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657,000,000港元，去年經營活動產生的現金流入則為544,200,000港元。

於二零零七／零八財政年度，投資相關的現金流出合共為46,200,000港元，較上個財政年度合共100,700,000港元減少54.1%。

於本年度，本集團融資活動產生的現金流出淨額為622,100,000港元，而上年度現金流出淨額則為251,500,000港元。二零零七／零八年度的數字主要為已付股息合共542,700,000港元、償還銀行貸款446,300,000港元及新借貸款384,000,000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。於二零零八年三月三十一日，本集團的淨貨幣匯兌風險為新台幣3,225,700,000元（等值825,800,000港元），較上個年度新台幣4,737,000,000元（等值1,118,500,000港元）減少31.9%。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。

於二零零七／零八財政年度，本集團的資本性開支總額為75,900,000港元，其中27,500,000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19,000,000港元資本承擔，其中5,500,000港元用作本集團台灣業務的資金。

### 資產抵押

於二零零八年三月三十一日，壹傳媒將本集團位於台灣的部分物業組合及印刷設備抵押予一家台灣銀行，作為取得授予本集團台灣分公司的銀行貸款的抵押。該等資產的賬面值總額為743,000,000港元。



### 或然負債及擔保

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，本集團與太元承建有限公司（「太元」）——一間為本公司的附屬公司蘋果日報印刷有限公司（「蘋果日報印刷」）興建印刷設施的承辦商——就興建該設施的應付款項發生糾紛。由於此項糾紛現時在仲裁階段，最後結果仍未能確定。

於年度內，就上述申索，太元於二零零七年六月八日採取另一項法律行動，向高等法院提交對蘋果日報印刷及黎智英先生（「黎先生」）的令狀連同申索註明。蘋果日報印刷因欠缺擬抗辯通知書而被判敗訴的判決於二零零七年六月二十七日登錄（「缺席判決」），而太元則於二零零七年六月二十八日向蘋果日報印刷送達有關支付總數約162,000,000港元連同利息之法定要求。蘋果日報印刷的擱置執行申請於二零零七年七月三日發出及聆訊。在太元的律師承諾在蘋果日報印刷尋求宣佈缺席判決無效的申請得到最終裁決前不會強制執行缺席判決後，擱置申請已無限期押後，惟可隨意恢復。有關申請駁回缺席判決及暫緩法律程序並以仲裁方式處理的高

等法院聆訊於二零零八年一月三日進行，判決書已於二零零八年一月十八日由高等法院頒下（「判決書」）。根據判決書，於二零零七年六月二十七日向蘋果日報印刷發出的缺席判決已被駁回及向蘋果日報印刷展開的法律程序已轉由仲裁方式處理。太元被頒令支付蘋果日報印刷就申請駁回缺席判決的費用的百分之二十。蘋果日報印刷亦獲得頒令由太元支付彼就申請暫緩法律程序並以仲裁方式處理的所有費用。

因於二零零一年十月二十六日收購Database Gateway Limited及其附屬公司（「所收購集團」）的事項關係，本公司主席兼主要股東黎先生已向所收購集團承諾於二零零一年十月二十六日後產生、作出或引致的所有付款、索償、訟案、賠償及和解付款及任何有關費用及開支（源於或關於(1)於二零零一年十月二十六日及之前任何第三者向所收購集團提出的索償、(2)於二零零一年十月二十六日及之前的任何時間所收購集團出版的報章及雜誌的內容於日後可能引起的誹謗索償、侵犯知識產權索償以及其他訴訟索償；及(3)與承辦商太元發生的爭議），作出無限額個人彌償保證（「彌償保證」）。黎先生已安排銀行就其於彌償保證中的責任向本公司及所收購集團提供為數60,000,000港元的銀行擔保，自二零零七年十月二十五日起計為期三年。

本公司董事認為，鑑於倘太元就最終結果尋求多項索償，而黎先生已提供個人彌償擔保，故本集團不太可能須負上任何責任。因此，本公司董事認為太元提出的未償還索償不會對本集團的財務狀況構成任何重大不利影響。

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。於二零零八年三月三十一日，該等或然負債合共2,600,000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二零零八年三月三十一日的刊頭及出版權進行估值。

根據估值報告，本集團於二零零八年三月三十一日的刊頭及出版權的估值為2,565,000,000港元（二零零七年三月三十一日：2,119,900,000港元），而於二零零八年三月三十一日對應的賬面值為1,300,900,000港元（二零零七年三月三十一日：1,300,900,000港元）。因此，於二零零八年三月三十一日產生按組合基準計算的重估盈餘淨額1,264,100,000港元（二零零七年三月三十一日：

819,000,000港元），其中包括按各個別刊頭基準計算於二零零八年三月三十一日的一項重估盈利1,266,200,000港元（二零零七年三月三十一日：832,700,000港元）及一項重估虧損2,100,000港元（二零零七年三月三十一日：13,700,000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2,100,000港元為暫時性質，因此在截至二零零八年三月三十一日止年度的綜合收益表中未有確認減值虧損（截至二零零七年三月三十一日止年度：無）。

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列賬，因此本集團的財務報表並無就二零零八年三月三十一日估值盈餘為1,266,200,000港元的刊頭及出版權（二零零七年三月三十一日：832,700,000港元）作出調整。

### 前景及展望

本集團是香港最大的中文印刷傳媒出版商，擁有無可比擬的地位，加上於台灣的業務不斷擴展，均為其持續發展及成功奠定穩健基礎。

《蘋果日報》在香港報章市場享有鞏固的地位及忠誠的讀者群。而本集團的雜誌《壹週刊》、《忽然1周合併本》及《FACE合併本》在各自的組別均達致最佳銷量，並成為最被廣泛閱讀之週刊，且讀者人數更於二零零七／零八財政年度錄得可觀增長。彼等的讀者人口結構概況亦較其他競爭對手更吸引廣告商。

可預見《台灣壹週刊》將能保持並擴展其於行內的超然地位，與此同時，《台灣蘋果日報》短時間內已幾乎超越了所有當地其他報章，與全台灣最暢銷的報章並駕齊驅。

儘管如此，本集團並未因此而自滿，並且相信該等優勢將為本集團於來年繼續帶來豐厚的廣告及銷售收入。

普遍預期，香港的營商環境會保持繁榮穩定，持續向好。預期此正面因素亦將惠及本集團的廣告收益，當中以奢侈消費產品、旅遊、電子及教育界的廣告收益增長尤為顯著。

台灣總統選舉剛告結束，正如很多分析員預測，倘新一屆總統能成功改善台灣與中國內地的關係，台灣的經濟前景於未來歲月將會一片光明，經濟發展將更樂觀。本集團一直視台灣為未來建立業務的理想地點。本集團會繼續邁向兩地市場收益可平分春色的目標，而現時已逐步達致此目標。

壹傳媒於未來數月首要面對的最大挑戰，乃香港及台灣兩地不斷上升的成本，尤其人力資源及原材料的價格升幅愈見凌厲。誠如前文所述，本集團會謹慎處理此等因素帶來的負面影響，並會盡力化解難題。本財政年度的業績正好反映本集團的努力頗具成效，我們於未來亦會繼續密切監察該等因素。

### 股息

董事建議向於二零零八年七月二十一日(星期一)名列股東名冊上的股東支付末期股息每股9.0港仙(二零零六/零七年度:8.5港仙)及特別股息每股10.0港仙(二零零六/零七年度:9.0港仙),連同中期股息每股5.0港仙(二零零六/零七年度:4.0港仙),二零零七/零八年度的每股股息將合共為24.0港仙(二零零六/零七年度中期、末期及特別股息:21.5港仙)。如在即將於二零零八年七月二十一日(星期一)舉行的股東週年大會上獲股東批准,則擬派之末期及特別股息將於二零零八年七月三十一日(星期四)派付。

### 暫停股份過戶登記

本公司將於二零零八年七月十七日(星期四)至二零零八年七月二十一日(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二零零八年七月十六日(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。股息單將於二零零八年七月三十一日(星期四)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範圍以外的風險、不明朗因素及其他因素影響。