

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

概覽

本集團的業務

本集團是一間傳媒公司，矢志為大中華地區的精英提供文化及生活媒體平台，主要在香港及中國從事雜誌經營，包括於香港出版《號外》及銷售《號外》的廣告版面，以及在中國為中國雜誌提供內容製作、顧問、管理、廣告及其他支援服務、推廣和發行及銷售其廣告版面，以為本集團的廣告客戶提供綜合市場推廣解決方案。

目前，本集團在香港出版《號外》(一本擁有逾三十年出版歷史的雜誌)並透過中國營運實體在中國經營七份雜誌，包括《週末畫報》、《優家畫報》、《新視綫》、《汽車生活》、《健康時尚》、《生活月刊》及《大都市》。根據相關中國營運實體與中國出版夥伴訂立的經營合作協議，本集團負責提供內容製作、顧問、管理、廣告及其他支援服務，而本集團已獲得中國雜誌廣告位的獨家銷售權及中國雜誌的獨家發行權利。在該等雜誌中，按廣告收入貢獻方面而言，《週末畫報》為我們經營最成功的週報，是中國少數領先全國週報之一。本集團及該等雜誌獲得認可機構授出的多個獎項與嘉許。於二零零九年，廣州現代資訊於2009年度中國傳媒產業經營管理論壇上獲傳媒雜誌社評選為2008 - 2009年度中國十大最具投資合作價值傳媒產業公司之一。

本集團認為該等雜誌擁有來自廣泛層面的讀者群，其中大部分屬於中國日益增長的中產階級，從富有的企業家及企業管理層到高購買能力及可支配收入的受過良好教育的精英群體不等。根據中國國家統計局，本地家庭收入於近年已大幅上升。中國中收入群體的收入於二零零六年及二零零七年分別增加11.8%及17.4%，而最高收入群體的收入於二零零六年及二零零七年亦分別增加11.5%及14.9%。而且，中國較高教育水平的人口由二零零一年低於50,000,000人增至二零零七年約73,200,000人，即由二零零一年總人口約3.9%增至二零零七年總人口約6.6%。憑藉該等雜誌的崇尚優質生活的精英讀者群，加上我們經營的多元化媒體傳播平台組合，我們已成功地吸引了一批包括知名的國際性消閒及奢侈產品品牌的廣告客戶於該等雜誌中投放廣告。

本集團憑藉透過對該等雜誌經營進行嚴謹管理(包括品質監控、創意內容製作及攝影設計和印刷質量)以及構思綜合的增值廣告服務及市場推廣解決方案，向為本集團廣告客戶(主要包括國際廣告公司及品牌廣告客戶)提供綜合廣告平台及具有明確的人口統計區分的市場推廣解決方案的具有國際視野的一系列多元化時尚生活雜誌提供優質內容為自豪。董

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

事認為，本集團的成功有賴(其中包括)其獨特的經營理念及企業文化、富有媒體經營經驗的管理團隊、在內容製作及廣告服務方面具創意及富經驗的專業執行團隊、與廣告客戶建立穩定的良好關係，並已建立龐大的發行網絡及在推廣本集團綜合增值廣告服務及市場推廣解決方案方面擁有高效的市場推廣渠道。

本集團收入的主要來源

本集團的主要收入來源為銷售該等雜誌的廣告位，約佔本集團往績記錄期間收入總額的94.7%、94.4%、94.1%及90.5%。此外，本集團該等雜誌產生的發行收入約佔本集團往績記錄期間收入總額的4.4%、3.2%、3.6%及6.0%。近年來，本集團透過實施將客戶細分的策略及向廣告客戶推出更全面的廣告服務，因而令收入不斷增加。這些服務包括軟文廣告、小冊子、專用的創意橫額、品牌海報及別冊。於往績記錄期間，本集團總收入由二零零六年約人民幣231,300,000元增至二零零八年約人民幣347,800,000元，複合年增長率約為22.7%。然而，由於二零零八年底爆發全球金融風暴，對二零零九年第一季本公司廣告客戶的宣傳活動與廣告開支造成暫時性影響。本集團的收入由截至二零零八年三月三十一日止三個月的約人民幣65,100,000元減至截至二零零九年三月三十一日止三個月的約人民幣60,000,000元，減幅為7.8%，以下為本集團往績記錄期間收入的明細表：

	截至十二月三十一日			截至三月三十一日	
	止年度			止三個月	
	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零八年	二零零九年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審核)				
廣告收入	235,387	289,040	359,461	65,069	59,210
發行收入	10,881	9,722	13,614	2,789	3,895
贊助、活動及服務收入	2,401	7,296	8,794	2,765	2,311
收入總額	<u>248,669</u>	<u>306,058</u>	<u>381,869</u>	<u>70,623</u>	<u>65,416</u>
減：銷售稅及其他附加稅	(17,367)	(24,973)	(34,044)	(5,518)	(5,394)
總收入	<u><u>231,302</u></u>	<u><u>281,085</u></u>	<u><u>347,825</u></u>	<u><u>65,105</u></u>	<u><u>60,022</u></u>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

利用本集團於中港兩地建立的傳媒經營平台，本集團相信憑藉本集團成功的業務經營模式、致力經營優質時尚生活雜誌及提供差異化的廣告服務，本集團處於與其他對手進行競爭並發掘中國蓬勃發展的傳媒市場潛力的有利位置。本集團力求透過在中國不斷經營內容精良及具國際視角的具有創新文學及文化影響力的雜誌鞏固本集團在中國時尚生活雜誌界經營的市場領先地位，並透過日後與更多中國出版夥伴的經營合作將本集團於中國經營的雜誌組合媒體傳播平台推向利基讀者類別並向本集團廣告客戶提供綜合的廣告服務及市場推廣增值解決方案。

廣告行業的近期發展

根據實力傳播報告資料顯示，由於環球金融風暴爆發，全球廣告開支自二零零八年第三季以來已逐漸萎縮，並預期將於二零零九年縮減6.9%，然後於二零一零年增長1.5%，以及於二零一一年增長4.5%。儘管預計全球廣告開支減少，中國廣告市場的表現預期將優於全球大部分發達國家，並且在未來數年繼續維持穩定增長。根據實力傳播的資料，中國的廣告開支增長，將於二零零九年放慢至僅約5.4%，而全球的廣告開支增長則會下降6.9%。此外，上海世界博覽會及二零一零年南非世界盃足球賽預期將可於未來數年刺激對廣告的需求量，而預期中國的廣告開支總額將於二零一零年增長5.2%，並於二零一一年增長8.9%。

繼環球金融風暴爆發後，據本公司董事觀察所得，本公司的廣告客戶，包括指定廣告代理及品牌廣告商，鑒於經濟情況不明朗，已暫時減少其推廣活動及大幅削減二零零九年第一季度的廣告開支（與二零零八年第一季相比）。加上中國廣告業的季節性影響（誠如本文件「財務資料」一節「業務受季節性所限」一段所詳述），本集團於截至二零零九年三月三十一日止三個月期間，營業額下降至約人民幣60,000,000元，並錄得淨虧損約人民幣9,700,000元。鑒於中國整體經濟表現，特別是消費市場表現，已重拾升勢，加上中國政府已實行及將推行的刺激經濟方案，本公司董事認為本公司客戶的廣告及推廣開支下降屬暫時情況，且很可能於二零零九年下半年回復正常。根據中國國家統計局於二零零九年七月十七日就社會消費品零售總額作出的分析結論顯示，二零零九年上半年錄得中國社會消費品銷量總額約人民幣58,711億元，較二零零八年同期增長約15.0%。

為把握中國消費市場的預期復甦機遇，本集團於二零零九年第二季向特選廣告客戶進一步展延優惠配套，以達致擴大市場份額的目標。儘管廣告版位的平均售價於截至二零零九年三月三十一日止三個月期間由每頁約人民幣53,000元下調至截至二零零九年六月三十日止三個月期間的每頁人民幣49,000元，我們的已出售廣告版位數目錄得增幅，由截至二零零

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

九年三月三十一日止三個月期間約1,100頁增加至截至二零零九年六月三十日止三個月期間的1,600頁，而我們的未經審核廣告收益，則由截至二零零九年三月三十一日止三個月期間約人民幣59,200,000元增至截至二零零九年六月三十日止三個月期間約人民幣78,200,000元。

此外，本集團的經營業績由截至二零零九年三月三十一日止三個月期間錄得淨虧損約人民幣9,700,000元，改善為截至二零零九年六月三十日止三個月期間的未經審核淨虧損約人民幣2,600,000元。然而，與截至二零零九年三月三十一日止三個月期間的淨比較，本集團於截至二零零九年六月三十日止三個月期間的未經審核淨虧損，主要因不斷擴充本集團經營規模導致行政員工費用增加，以及因出售一家聯營公司而確認的非經常性質虧損約人民幣1,500,000元所致。

除令休閒及奢侈消費品的需求下降外，全球金融危機還導致全球信貸緊縮，而情況的不斷惡化令流動性及信貸緊縮加劇。本公司董事相信，上述流動性及信貸緊縮已影響到可供中國商業領域使用的銀行融資及銀行借款。因此，若本集團一家銀行要求我們提前償還我們的未償銀行貸款，而本集團無法及時安排其他金融機構的替代信貸融資，可能會對本集團的現金流量、業務經營及盈利能力狀況產生不利影響。

我們的董事確認，自二零零八年第四季度以來，本集團尚未收到本集團一家銀行因經濟低迷而就提前償還未償銀行借款、要求就有抵押銀行借款放置抵押品發出的通知。同時，截至最後實際可行日期，本集團亦無在獲取及／或借取銀行貸款方面遭遇重大困難，亦無被要求支付異常高的銀行貸款利率。

儘管全球經濟何時全面復甦仍屬未知之數，董事相信，隨著中國及香港整體經濟持續改善以及中國出版行業因中國加入世界貿易組織而逐步開放，預期中國及香港的中文時尚雜誌廣告市場將有巨大增長潛力。

合約安排

根據現時中國法律，對外資公司在中國從事出版業務存在一定的限制。因此，本集團乃依賴中國經營實體在中國經營部分業務。雖然本集團成員公司概無於任何中國經營實體中擁有任何直接股權，惟我們能藉著合約安排（由珠海科技、邵先生、香港現代傳播（如適用）與中國經營實體於二零零九年八月二十四日訂立），對該等中國經營實體的財務與營運政策維持有效控制，該等合約安排實際上將中國經營實體的經濟利益及其相關風險轉移及轉嫁予本公司，因此，中國經營實體自彼等各自由邵先生及／或其控制的實體收購或成立日期起已被當作本公司附屬公司綜合列賬。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

於往績記錄期間，中國經營實體產生的收入於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年分別約為人民幣183,100,000元、人民幣230,400,000元及人民幣303,200,000元，於截至二零零九年三月三十一日止三個月為人民幣56,900,000元，分別佔有關期間本集團總收入約79.2%、82.0%、87.2%及94.8%。此外，中國經營實體於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年所產生純利分別約為人民幣34,900,000元、人民幣42,200,000元及人民幣46,100,000元，分別佔本集團於相關期間純利總額約97.2%、101.0%及102.3%。由於本集團若干持股附屬公司於二零零七年及二零零八年錄得輕微虧損，故於截至二零零八年十二月三十一日止兩年度各年中國經營實體所產生純利多於本集團合併純利，分別約為人民幣41,800,000元及人民幣45,000,000元。於截至二零零九年三月三十一日止三個月，中國經營實體產生的淨虧損約為人民幣3,600,000元，佔本集團截至二零零九年三月三十一日止三個月淨虧損約37.0%。

根據本公司中國法律顧問的意見，合約安排遵從現時生效的中國法律並受其監管，且合約安排可根據現行中國法律強制執行，而倘邵先生或中國經營實體違反任何合約安排條款或失責，珠海科技可向相關人士提出法律訴訟。然而，本集團理解合約安排賦予我們的控制權與保障不及擁有中國經營實體的直接合法及實益擁有權所賦予者，且無法保證珠海科技能夠於邵先生或中國經營實體違反任何合約安排條款或失責時索回一切相關權益。

此外，本集團無法保證本公司中國法律顧問對合約安排的詮釋會與中國政府機關(包括國家新聞出版總署)的詮釋一致，及合約安排(或其任何部分)將不會被有關中國政府機關及法院視為違反中國法律。此外，亦無法保證國家新聞出版總署或其他中國政府機關日後將不會詮釋或頒佈致使合約安排被視為違反現行中國法律的法律、規例或政策。有關合約安排的詳情，請參閱本文件「業務」一節「合約安排」一段，而有關合約安排相關風險的討論，請參閱本文件「風險因素」一節「本集團依賴合約安排」一段。

與中國出版伙伴及分銷商合作

本集團除依賴合約安排外，亦在很大程度上依賴中國出版夥伴及本集團的分銷商。

由於根據中國現行法律及法規對於中國出版雜誌的限制，我們透過中國經營實體依賴身為有關中國雜誌合法出版商及擁有人的中國出版夥伴(其各自均受中國經認可的政府機關或機構控制，並持有相關刊號，且持有或擁有出版相關中國雜誌的相關許可證及權利)，本集團已與中國出版夥伴訂立若干經營合作協議以開展本集團於中國的業務。經營合作協議對本集團的中國業務至為重要，這是由於我們是根據多份經營合作協議透過中國經營實體向中國出版夥伴支付若干規定費用，以獲得中國雜誌廣告位銷售及中國雜誌發行的獨家權

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

利來賺取廣告及發行收益。本集團透過中國經營實體從事中國雜誌的內容製作業務，包括撰寫各類文章及／或源自獨立第三方的數據。因此，本集團作為內容製作撰寫人及本集團所進行的原著選稿及創作工作，故凡由本集團提供製作內容的中國雜誌，其版權歸本集團所有。作為回報，本集團負責向中國出版夥伴提供內容製作、顧問、管理、廣告及其他支援服務，以供其製作有關中國雜誌，並負責有關經營中國雜誌的所有成本，包括製作員工成本、印刷成本及內容製作費用。此外，根據相關的中國法律，如有任何由中國雜誌的廣告及非廣告內容所產生或由此引致的任何誹謗訴訟，相關的中國出版合夥人須為此等訴訟承擔責任，而廣州現代資訊可能須為其向中國出版合夥人提供而導致侵犯知識產權或任何誹謗訴訟的該等內容資料承擔法律責任。此外，本集團可能因經營中國雜誌所載廣告的性質和內容違反有關中國法律而遭受行政處罰。有關本集團與中國出版夥伴訂立的經營合作協議的詳情，請參閱本文件「業務」一節「與中國出版夥伴的經營合作協議」一段，而有關相關風險的情況，請參閱本文件「風險因素」一節「本集團依賴中國出版夥伴」一段。

本集團目前依賴中國逾200家分銷商分銷中國雜誌及香港一名獨立分銷代理在香港（及中國以外的少數地區）分銷《號外》雜誌。所有本集團的分銷商均為獨立第三方，負責向其各自的自有及／或代為管理的零售門店（當中包括機場及地鐵銷售點、書店、超市、酒店、便利店、書報攤及加油站）分銷雜誌，覆蓋範圍遍及香港及中國20個以上主要城市，包括上海、廣州、北京、深圳、杭州、成都、重慶、南京、天津、瀋陽、武漢、青島及西安，然後出售予本集團的最終讀者。

競爭優勢

董事相信，本集團在發展迅速及競爭激烈的中國中文時尚生活雜誌市場處於有利地位，乃由於以下讓本集團得以在競爭對手間脫穎而出的主要競爭優勢：

- 獨特的企業宗旨及文化
- 能引領本集團走向創新方向的具備豐富國際業務經驗及本地知識的管理層
- 專門及富經驗的執行團隊，為該等雜誌的製作及提供廣告服務及市場推廣解決方案提出創新意念
- 在全國時尚生活雜誌界居市場具領導地位

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

- 與中國領先的時尚生活雜誌傳媒集團相稱並具強大品牌知名度的「現代傳播」
- 覆蓋中國主要城市的龐大發行網絡有助本集團建立廣泛的客戶群及吸納廣告客戶
- 獨特的媒體經營平台
- 為廣告客戶提供綜合的增值廣告服務及市場推廣解決方案

有關我們競爭優勢的其他詳情，請參閱本文件「業務」一節中「競爭優勢」一段。

業務策略

本集團力爭成為中國領先的傳媒集團，透過提供一系列具國際視野的優質中文時尚生活雜誌，向廣告客戶提供從人口統計清晰區分的綜合廣告平台及市場推廣解決方案。我們將繼續尋求機會發掘中國時尚生活雜誌市場及大中華地區廣告業務的預期市場潛力，實現業務的可持續發展。為實現此等業務目標，我們擬實施以下策略：

- 擴大我們的週報及月刊雜誌的經營組合平台
- 我們的雜誌及傳媒經營平台在提供綜合增值廣告服務及市場推廣解決方案方面能力超群。我們將加大力度推廣該等雜誌及傳媒經營平台，以擴大收入來源
- 進一步滲入區域分銷網絡，藉此擴大地域覆蓋範圍
- 提升成本及質量控制效率

有關我們業務策略的其他詳情，請參閱本文件「業務」一節中「業務策略」一段。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

往績記錄期間的經營記錄

下表概述我們於往績記錄期的合併業績，乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告，並說明我們的合併收益表內若干項目於往績記錄期間佔營業額的百分比。有關本集團財務資料呈列基準的其他資料，請參閱本文件附錄一會計師報告。

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日止三個月			
	二零零六年		二零零七年		二零零八年		二零零八年		二零零九年	
	估營業額 人民幣千元	百分比	估營業額 人民幣千元	百分比	估營業額 人民幣千元	百分比	估營業額 人民幣千元	百分比	估營業額 人民幣千元	百分比
營業額	231,302	100.0	281,085	100.0	347,825	100.0	65,105	100.0	60,022	100.0
銷售成本	(107,114)	(46.3)	(117,443)	(41.8)	(142,839)	(41.1)	(30,596)	(47.0)	(36,325)	(60.5)
毛利	124,188	53.7	163,642	58.2	204,986	58.9	34,509	53.0	23,697	39.5
其他收益	75	0.0	355	0.1	1,743	0.5	48	0.1	2,470	4.1
其他收入／(虧損)淨額	79	0.0	(135)	(0.0)	(514)	(0.1)	(125)	(0.2)	16	0.0
銷售及分銷開支	(35,918)	(15.5)	(51,502)	(18.3)	(72,390)	(20.8)	(18,517)	(28.4)	(18,117)	(30.2)
行政及其他營運開支	(46,937)	(20.3)	(62,916)	(22.4)	(77,393)	(22.3)	(18,703)	(28.7)	(18,771)	(31.3)
經營溢利／(虧損)	41,487	17.9	49,444	17.6	56,432	16.2	(2,788)	(4.2)	(10,705)	(17.9)
融資成本	(51)	(0.0)	—	0.0	—	—	—	0.0	(171)	(0.3)
分佔一家聯營公司 的溢利／(虧損)	—	0.0	498	0.2	861	0.2	(654)	(1.0)	(57)	(0.1)
分佔一家共同 控制實體的虧損	—	0.0	(382)	(0.1)	(290)	(0.1)	(196)	(0.3)	(26)	(0.0)
除稅前溢利／(虧損)	41,436	17.9	49,560	17.7	57,003	16.3	(3,638)	(5.5)	(10,959)	(18.3)
所得稅	(5,486)	(2.4)	(7,760)	(2.8)	(11,985)	(3.4)	(294)	(0.5)	1,242	2.1
年度／期間溢利／(虧損)	35,950	15.5	41,800	14.9	45,018	12.9	(3,932)	(6.0)	(9,717)	(16.2)
權益持有人 應佔溢利／(虧損)	35,950	15.5	41,800	14.9	45,018	12.9	(3,932)	(6.0)	(9,717)	(16.2)

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

股息政策

本集團並無就截至二零零八年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零零九年三月三十一日止三個月宣派或支付任何股息。

於二零零九年八月十日，中國營運實體分別宣派特別中期股息約82,000,000港元予大股東。大股東運會用部份股息償還對集團的結欠金額。特別中期股息預期於〔●〕日期前支付。〔●〕的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。

日後將予宣派的任何金額股息將須視乎(其中包括)本集團的經營業績、現金流量以及財務狀況、經營及資本需要，以及按國際財務報告準則、組織章程細則、公司法、適用的法律及法規釐定的可供分派溢利，和本集團董事認為相關的任何其他因素而定。派付股息亦可能受法律限制及本集團於未來可能訂立的協議所限制。

除受上述因素所規限外，我們現時擬建議於本公司的下屆股東週年大會上派付年度股息，其金額約相當於〔●〕日期後至二零零九年十二月三十一日止期間可供分配予股東的純利的約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的股息金額的指標。

風險因素

我們認為本集團業務及經營涉及若干風險。該等風險均載於本文件「風險因素」一節，而其標題如下：

與本公司業務有關的風險：

- 本集團依賴合約安排。
- 本集團依賴中國出版夥伴。
- 本集團依賴數名主要管理層人員及雜誌製作及市場推廣團隊。
- 本集團依賴少數獨立印刷商。
- 本集團依賴獨立分銷商。
- 本集團依賴其他機構或實體就轉載版權受保障資料授出的多個特許授權使用許可證。
- 本公司的經營業績或會因中國及香港媒體廣告業的廣告趨勢、經濟狀況及競爭加劇而受到影響。
- 本集團依賴知識產權保障。
- 本集團或許未能持續我們於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度錄得的業務增長。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出改動。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

- 本集團於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度的經營溢利率下跌及於截至二零零九年三月三十一日止三個月期間的收益下跌。
- 本集團有可能面臨訴訟。
- 本集團或許未能成功推行策略及未來計劃。
- 業務受季節性所限。
- 本集團經營的業務受嚴格監管架構所限。
- 本集團通常不會與廣告客戶訂立長期銷售合約。
- 本集團在中國的租賃物業可能存在違法情況。

與本公司從事行業有關的風險：

- 本集團受中國媒體行業的法規與政策所限。
- 本集團面對競爭及受減價戰所限。
- 印刷成本潛在增長或會影響本集團的盈利能力。

與中國有關的風險

- 中國法律制度存在不明確，使本集團難以預測可能牽涉的糾紛結果。
- 由於本集團現時收入主要來自中國業務，故本集團的業績及財務狀況極易受中國的政治、經濟及社會狀況轉變影響。
- 本集團部分成員公司不保證可繼續獲得現時享有的稅務優惠。
- 倘中國（包括香港）爆發任何嚴重傳染病且情況不受控制，會影響本集團的財務表現及前景。
- 中國政府實施的外幣兌換限制及匯率波動可能限制我們分派股息的能力及影響本集團的業務。
- 股息派付及股息的稅項豁免受中國法律實施的限制所限。
- 執行非中國法院頒佈的裁決可能存在困難。
- 中國規例或會限制我們向中國的附屬公司或中國經營實體作進一步注資的能力。
- 因為《新中華人民共和國勞動合同法》的實施，本集團可能須就嚴重違反該新法律承擔罰款及處罰，影響本集團的經營及引致本集團勞動力成本上升。