

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## MODERN MEDIA HOLDINGS LIMITED

### 現代傳播控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：72)

#### 截至二零一三年十二月三十一日止年度 全年業績公告

#### 財務摘要

二零一三年 千港元*		二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	變化
797,875	營業額	631,180	655,313	-3.7%
41,952	年內溢利	33,187	65,268	-49.2%
0.10 港元	每股盈利—基本** (人民幣)	0.08	0.15	-46.7%
786,079	資產總值	621,849	595,751	4.4%

董事會建議派發截至二零一三年十二月三十一日止年度末期股息每股5.0港仙(人民幣4.0分)(二零一二年：5.5港仙)。

\* 以上金額按1.2641港元兌人民幣1元的匯率換算為港元(「港元」)。

\*\* 該金額已四捨五入至最接近的兩個小數位。

現代傳播控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)組成的董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零一三年十二月三十一日止年度的經審核綜合業績連同上年度的比較數字如下：

## 綜合損益及其他全面收益表

截至二零一三年十二月三十一日止年度

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
營業額	4	631,180	655,313
銷售成本		<u>(279,054)</u>	<u>(278,457)</u>
毛利		352,126	376,856
其他收益		4,062	12,762
其他收入／(虧損)淨額		353	(366)
銷售及分銷開支		(156,259)	(148,437)
行政及其他經營開支		<u>(146,815)</u>	<u>(145,116)</u>
經營溢利		53,467	95,699
融資成本	5(a)	(2,456)	(2,848)
應佔聯營公司溢利		48	267
應佔合營企業溢利／(虧損)		<u>373</u>	<u>(366)</u>
除稅前溢利	5	51,432	92,752
所得稅	6	<u>(18,245)</u>	<u>(27,484)</u>
年內溢利		33,187	65,268
年內其他全面收入			
其後可能重新分類至損益的項目：			
應佔海外聯營公司其他全面收入		(240)	(50)
因換算海外附屬公司財務報表 產生的匯兌差額		<u>(2,296)</u>	<u>2,013</u>
年內全面收入總額		<u>30,651</u>	<u>67,231</u>
權益股東應佔溢利		<u>33,187</u>	<u>65,268</u>

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
權益股東應佔全面收入總額		<u>30,651</u>	<u>67,231</u>
每股盈利(人民幣)	7		
基本		<u>人民幣0.0763元</u>	<u>人民幣0.1509元</u>
攤薄		<u>人民幣0.0762元</u>	<u>人民幣0.1509元</u>

## 綜合財務狀況表

於二零一三年十二月三十一日

	附註	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
固定資產	9	125,518	113,131
無形資產	10	24,334	15,749
商譽	10	30,032	28,203
開發中軟件		2,577	7,446
於聯營公司的權益		7,517	7,709
於合營企業的權益		1,625	1,252
投資	11	8,160	269
收購物業已付按金		29,258	–
遞延稅項資產		5,208	1,836
		<u>234,229</u>	<u>175,595</u>
<b>流動資產</b>			
應收貿易款項	12	194,505	214,283
其他應收款項、按金及預付款項		64,385	65,373
存款及現金		128,730	140,500
		<u>387,620</u>	<u>420,156</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易款項	13	22,992	19,850
其他應付款項及應計費用		75,980	78,776
應付聯營公司款項		85	1,142
銀行貸款		46,791	34,014
應付稅項		25,597	28,411
		<u>171,445</u>	<u>162,193</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>216,175</u>	<u>257,963</u>

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
總資產減流動負債	450,404	433,558
非流動負債		
銀行貸款	(9,481)	(11,350)
遞延稅項負債	(2,339)	(1,942)
	<u>(11,820)</u>	<u>(13,292)</u>
資產淨值	<u>438,584</u>	<u>420,266</u>
資本及儲備		
股本	3,848	3,848
儲備	<u>434,736</u>	<u>416,418</u>
權益總額	<u>438,584</u>	<u>420,266</u>

## 財務報表附註

### 1 公司資料

現代傳播控股有限公司(「本公司」)於二零零七年三月八日根據開曼群島公司法(一九六一年法例三，經綜合及修訂)第22章在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司於中華人民共和國(「中國」)及香港的主要營業地點分別位於中國廣東省珠海市軟件園路1號會展中心10樓A、B及C單元及香港鰂魚涌英皇道1063號11樓1101-03室，而註冊辦事處位於Floor 4, Willow House, Cricket Square, P O Box 2804, Grand Cayman KY1-1112, Cayman Islands。

### 2 主要會計政策

#### (a) 合規聲明

(i) 該等財務報表乃按照國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)以及香港公司條例的披露規定編製，國際財務報告準則此統稱包括國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的國際會計準則(「國際會計準則」)及相關詮釋。該等財務報表亦遵照香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)的適用披露條文規定。本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)所採納的主要會計政策概述如下。

(ii) 國際會計準則委員會已頒佈數項於本集團及本公司本會計期間首次生效的新訂國際財務報告準則及國際財務報告準則的修訂。其中，與本集團財務報表有關的變動如下：

- 國際會計準則第1號的修訂，財務報表的呈列—其他全面收入項目的呈列
- 國際財務報告準則第10號，綜合財務報表
- 國際財務報告準則第11號，聯合安排
- 國際財務報告準則第12號，於其他實體權益的披露
- 國際財務報告準則二零零九年至二零一一年週期的年度改進

國際會計準則第1號的修訂，財務報表的呈列—其他全面收入項目的呈列

國際會計準則第1號修訂規定，於符合若干條件的情況下，實體須將於日後可能被重新分類為損益的其他全面收入項目與不會被重新分類為損益的其他全面收入項目分開呈列。本集團已於該等財務報表內對呈列其他全面收入項目的方式作出相應修訂。

此外，本集團已於該等財務報表選用修訂所述之新項目標題「損益及其他全面收益表」。

#### 國際財務報告準則第10號，綜合財務報表

國際財務報告準則第10號取代有關編製綜合財務報表的國際會計準則第27號綜合及獨立財務報表及常設詮釋委員會一詮釋第12號綜合一特殊目的實體的規定。國際財務報告準則第10號引入單一控制權模式，以釐定應否綜合處理被投資方，主要視乎有關實體是否有權控制被投資方、會否因被投資方業務所得可變回報的風險而受到影響及能否運用權力影響該等回報金額。

採納該項準則不會改變本集團就截至二零一三年一月一日止參與其他實體業務所達致的任何有關控制權的結論。

#### 國際財務報告準則第11號，聯合安排

國際財務報告準則第11號(取代國際會計準則第31號合營企業權益)將聯合安排分為聯合經營及合營企業。實體須參照架構、法律形式、合約條款及有關安排所述各自權利及責任的其他事項及情況釐定安排的類型。根據國際財務報告準則第11號歸類為聯合經營之聯合安排按直線法確認為聯合經營方所持聯合經營的權益。根據國際財務報告準則第11號歸類為合營企業之所有其他聯合安排須按權益法於本集團綜合財務報表列賬。會計政策中已不再許可按比例綜合財務資料。

本集團已將於共同控制實體的投資重新歸類為至合營企業。該投資繼續按權益法列賬，因此重新歸類不會對本集團財務狀況及財務業績有任何重大影響。

#### 國際財務報告準則第12號，披露於其他實體的權益

國際財務報告準則第12號將實體所持附屬公司、聯合安排、聯營公司及非綜合計算結構實體的權益之所有相關披露規定綜合為一項單一準則。國際財務報告準則第12號規定的披露範圍普遍較過往各項準則所規定者更為廣泛。

#### 國際財務報告準則二零零九年至二零一一年週期的年度改進

該年度改進週期包含五項準則的修訂，並對其他準則及詮釋作出後續修訂。其中，國際會計準則第34號已獲修訂，以釐清僅於定期向主要營運決策者(「主要營運決策者」)匯報個別須報告分部的總資產金額及僅於該分部的總資產較上一份年度財務報表所披露的金額有重大變動時，方須披露個別須報告分部的總資產。該修訂亦規定，倘定期向主要營運決策者匯報分部負債的金額且金額較上一份年度財務報表有重大變動時，則須披露分部負債。就該項修訂而言，本集團繼續於附註3披露分部資產。然而，即使並無定期向主要營運決策者匯報有關金額，本集團亦不會披露分部負債。

本集團再無其他與財務報表有關的發展事項，而本集團並無採用於目前會計期間尚未生效之新準則或詮釋。

### 3 分部報告

如下文所述，本集團有三個(二零一二年(重列)：三個)可報告分部，為本集團的策略業務單位。截至二零一三年十二月三十一日止年度，本集團管理層已審閱內部管理報告並作出調整，將平面媒體廣告及發行合併為平面媒體分部，以反映平面媒體業務的整體財務表現。就各業務單位而言，本集團的高級行政管理層每月審閱內部管理報告。以下分部資料的呈列方式與就資源分配及表現評估而向本集團最高級行政管理層作出內部報告的呈列方式一致。以下說明本集團各可報告分部的運作情況：

— 平面媒體：該分部從事銷售本集團雜誌的廣告版面、出版及發行本集團雜誌。

本集團的平面媒體業務過去分為平面媒體廣告及發行兩個可報告分部。該兩個可報告分部已重新組合為「平面媒體」分部以配合內部管理報告。因此，比較數字已重列。

— 數碼媒體：該分部是本集團出版多個數碼媒體產品及銷售廣告版面的數碼媒體平台。

— 電視：該分部從事為品牌廣告客戶製作訂製化內容。

本集團電視分部改變營運策略前，該分部曾從事銷售於播放時間的電視廣告、銷售電視節目內的植入式廣告，及向各電視頻道分銷節目以獲得聯合收入。

其他業務包括本集團向本集團客戶提供管理及顧問服務和展覽及活動安排服務。

#### (a) 分部業績和資產

對於分部表現評估及分部間資源分配，本集團的高級行政管理層按下列基準監控各可報告分部的業績和資產：

分部資產包括各個可報告分部產生的固定資產、無形資產、商譽、開發中軟件及應收貿易款項，因本集團高級行政管理層認為固定資產、無形資產、商譽及開發中軟件的利用及應收貿易款項的可收回性對本集團實際業績表現、流動性及信貸風險有重大影響。由於本集團按集團整體基準監察及管理其負債，因此並無呈報分部負債分析。

收益及支出參考各可報告分部產生的收入及承擔的支出而分配予該等分部。分部業績不包括本集團分佔本集團聯營公司及合營企業活動產生的業績，是由於該等投資並非本集團營運的重要部分。

報告分部的溢利或虧損按經本集團高級行政管理層審閱的內部管理報告所載除稅前溢利或虧損計量。分部溢利或虧損用來計量業績表現，是由於管理層認為有關資料最適合評估有關若干分部預算的各自分部業績及該等行業內經營的其他實體的業績。

本集團最高級行政管理層獲提供的有關資源分配及分部表現評估的截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度本集團可報告分部信息如下：

	二零一三年			總計 人民幣千元
	平面媒體 人民幣千元	數碼媒體 人民幣千元	電視 人民幣千元	
源自本集團外界客戶的收益	583,084	41,234	12,085	636,403
分部間收益	—	—	—	—
可報告分部收益	<u>583,084</u>	<u>41,234</u>	<u>12,085</u>	<u>636,403</u>
可報告分部溢利／(虧損)	<u>69,143</u>	<u>(8,955)</u>	<u>(2,950)</u>	<u>57,238</u>
年內折舊	(16,441)	(1,042)	(2,424)	(19,907)
年內攤銷	(742)	(8,143)	—	(8,885)
於二零一三年十二月三十一日 可報告分部資產	269,165	91,515	8,093	368,773
	二零一二年(重列)			總計 人民幣千元
	平面媒體 人民幣千元	數碼媒體 人民幣千元	電視 人民幣千元	
源自本集團外界客戶的收益	630,932	31,919	5,192	668,043
分部間收益	—	2,283	—	2,283
可報告分部收益	<u>630,932</u>	<u>34,202</u>	<u>5,192</u>	<u>670,326</u>
可報告分部溢利／(虧損)	<u>100,738</u>	<u>12,819</u>	<u>(10,214)</u>	<u>103,343</u>
年內折舊	(16,026)	(1,473)	(2,331)	(19,830)
年內攤銷	(508)	(4,347)	—	(4,855)
於二零一二年十二月三十一日 可報告分部資產	295,332	73,035	6,984	375,351

(b) 按可報告分部收益、溢利或虧損及資產的對賬

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
收益		
源自本集團外界客戶的可報告分部收益	636,403	668,043
其他收入	16,179	18,646
減：銷售稅及其他附加費	<u>(21,402)</u>	<u>(31,376)</u>
綜合營業額	<u>631,180</u>	<u>655,313</u>

二零一三年 二零一二年  
人民幣千元 人民幣千元

## 溢利

源自本集團外界客戶的可報告分部溢利	57,238	103,343
其他收入	16,179	18,646
應佔聯營公司溢利	48	267
應佔一間合營企業溢利／(虧損)	373	(366)
投資減值虧損	(269)	(1,731)
未分配總辦事處及總公司支出(附註)	(22,137)	(27,407)
	<u>51,432</u>	<u>92,752</u>
綜合除稅前溢利	<u>51,432</u>	<u>92,752</u>

附註：折舊人民幣575,000元列入截至二零一三年十二月三十一日止年度的未分配總辦事處及總公司支出(二零一二年：人民幣575,000元)。

攤銷人民幣57,000元列入截至二零一三年十二月三十一日止年度的未分配總辦事處及總公司支出(二零一二年：零)。

利息收入人民幣757,000元列入截至二零一三年十二月三十一日止年度的未分配總辦事處及總公司支出(二零一二年：人民幣983,000元)。

利息支出人民幣2,456,000元列入截至二零一三年十二月三十一日止年度的未分配總辦事處及總公司支出(二零一二年：人民幣2,848,000元)。

二零一三年 二零一二年  
人民幣千元 人民幣千元

## 資產

可報告分部資產	368,773	375,351
總公司及未分配資產	8,193	3,461
於聯營公司的權益	7,517	7,709
於合營企業的權益	1,625	1,252
投資	8,160	269
收購物業已付按金	29,258	-
遞延稅項資產	5,208	1,836
其他應收款項、按金及預付款項	64,385	65,373
存款及現金	128,730	140,500
	<u>621,849</u>	<u>595,751</u>
綜合總資產	<u>621,849</u>	<u>595,751</u>

### (c) 地區資料

下表載列本集團固定資產、無形資產、商譽、開發中軟件、投資及於聯營公司及合營企業的權益(「指定非流動資產」)的地區資料。指定非流動資產(i)若為固定資產，則根據資產實際位置釐定；(ii)若為無形資產、商譽及開發中軟件，則根據所分配的經營位置釐定；及(iii)若為投資及於聯營公司及合營企業的權益，則根據經營位置釐定。

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
中國(註冊地)	177,551	154,048
香港	17,826	15,690
日本	3,191	3,410
台灣	1,195	611
	<u>199,763</u>	<u>173,759</u>

### (d) 主要客戶

本集團客戶基礎包括一名(二零一二年：一名)交易金額超逾本集團收益10%的客戶。截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度，來自有關客戶的廣告收入分別為人民幣86,618,000元及人民幣81,985,000元，主要來自平面媒體可報告分部。

## 4 營業額

本集團主要業務為提供多媒體廣告服務、雜誌印刷與分銷及提供廣告相關服務。

營業額指扣除銷售折扣、銷售退回及銷售稅後的已開發票銷售額。

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
廣告收入	591,022	644,147
發行收入	17,065	16,106
電視製作、贊助、節目及服務收入	44,495	26,436
	<u>652,582</u>	<u>686,689</u>
減：銷售稅及其他附加費	<u>(21,402)</u>	<u>(31,376)</u>
	<u>631,180</u>	<u>655,313</u>

## 5 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除／(計入)下列各項：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
<b>(a) 融資成本</b>		
利息支出：		
— 於五年內應償還的銀行貸款	1,580	1,816
— 於五年後應償還的銀行貸款	876	1,032
	<u>2,456</u>	<u>2,848</u>
<b>(b) 員工成本</b>		
薪金、工資及其他福利	178,092	172,311
以股份為基礎的付款開支	6,603	904
向定額供款退休計劃供款	34,344	34,706
	<u>219,039</u>	<u>207,921</u>
減：計入研發開支的款項(附註5(c))	<u>(7,288)</u>	<u>(6,054)</u>
	<u>211,751</u>	<u>201,867</u>
員工成本納入：		
— 銷售成本	96,427	83,312
— 銷售及分銷開支	66,863	58,584
— 行政及其他經營開支	48,461	59,971
	<u>211,751</u>	<u>201,867</u>
<b>(c) 研發開支</b>		
研發開支包括：		
— 員工成本(附註5(b))	7,288	6,054
— 其他研發開支及經常開支	2,436	5,165
	<u>9,724</u>	<u>11,219</u>
減：資本化金額	<u>(9,158)</u>	<u>(10,932)</u>
	<u>566</u>	<u>287</u>
<b>(d) 其他項目</b>		
固定資產折舊	20,482	20,405
無形資產攤銷	8,942	4,855
核數師薪酬		
— 審核服務	1,776	1,981
— 其他服務	445	355
有關物業的經營租賃費用	25,919	23,423
已確認／(撥回)應收貿易款項減值虧損淨額	124	(14)
投資減值虧損	269	1,731
中國政府補助(計入其他收益)	<u>(3,262)</u>	<u>(11,779)</u>

## 6 綜合損益及其他全面收益表內的所得稅

(a) 綜合損益及其他全面收益表內的稅項包括：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
<b>即期稅項 — 中國企業所得稅</b>		
本年度撥備	16,881	22,228
預扣稅(附註(v))	2,782	1,006
以前年度撥備不足/(超額撥備)	1,558	(508)
	<u>21,221</u>	<u>22,726</u>
<b>遞延稅項</b>		
暫時差額的產生及撥回	(2,976)	4,758
	<u>18,245</u>	<u>27,484</u>

附註：

- (i) 根據開曼群島的規則及規例，本集團毋須於開曼群島繳納任何所得稅。
- (ii) 截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度的中國企業所得稅撥備乃根據中華人民共和國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例按現行稅率計算。
- (iii) 截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度的香港利得稅撥備乃根據有關年度的估計應課稅溢利按16.5%的稅率計算。由於自過往年度結轉的稅項虧損超過本年度的估計應課稅溢利或附屬公司於香港並無估計應課稅溢利，因此並無就香港附屬公司計提截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度的香港利得稅撥備。
- (iv) 截至二零一三年及二零一二年十二月三十一日止年度，聯營公司及合營企業應佔稅項概無分別計入應佔聯營公司及合營企業業績。
- (v) 截至二零一三年十二月三十一日止年度，本集團就(i)現代傳播(珠海)科技有限公司(「珠海科技」)所分派股息預扣所得稅；及(ii)應收中國附屬公司服務收入共作出撥備人民幣2,782,000元(二零一二年：人民幣1,006,000元)。

## 7 每股盈利

### (a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據本公司權益股東應佔溢利計算，而就因股份獎勵計劃而持有的股份作出調整後的已發行普通股的加權平均數434,757,000股(二零一二年：432,428,000股)計算如下：

	二零一三年 千股	二零一二年 千股
於一月一日已發行的普通股	437,850	437,850
為股份獎勵計劃而持有的股份影響	<u>(3,093)</u>	<u>(5,422)</u>
於十二月三十一日的普通股加權平均數	<u>434,757</u>	<u>432,428</u>

### (b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃基於本公司權益股東應佔溢利及435,568,000股(二零一二年：432,428,000股)普通股加權平均數計算，計算如下：

	二零一三年 千股	二零一二年 千股
於十二月三十一日之普通股加權平均數	434,757	432,428
就每城美客收購視為以零代價發行股份的影響	<u>811</u>	<u>-</u>
於十二月三十一日之普通股(攤薄)加權平均數	<u>435,568</u>	<u>432,428</u>

## 8 股息

### (i) 應付本公司權益持有人應佔年內溢利的股息

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
於報告期末後建議宣派的末期股息 每股普通股5.0港仙(相當於人民幣3.96分) (二零一二年：5.5港仙，相當於人民幣4.46分)	<u>17,319</u>	<u>19,547</u>

於報告期末後建議宣派的末期股息並未於報告期末獲確認為負債。

(ii) 應付本公司權益持有人應佔過往財政年度的股息已於年內批准及派付

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
年內批准及派付過往財政年度的末期股息5.5港仙 (相當於人民幣4.38分)(二零一二年：3.5港仙， 相當於人民幣2.85分)	<u>19,168</u>	<u>12,493</u>

## 9 固定資產

截至二零一三年十二月三十一日止年度，本集團收購合共人民幣33,103,000元的固定資產項目，主要包括分別為人民幣11,851,000元、人民幣2,982,000元、人民幣8,367,000元及人民幣9,505,000元的自用樓宇、租賃物業裝修、傢俬及裝修和辦公設備。

## 10 無形資產及商譽

二零一三年四月，本集團與一名獨立第三方訂立協議，以代價人民幣5,578,120元現金及透過向每城美客若干僱員發行本公司股份(視乎本公司於二零一三年四月二十三日之公告披露若干歸屬條件而定)收購每城美客(北京)網絡科技有限公司(「每城美客」)全部股權(稱為「每城美客收購」)。

就每城美客收購確認商譽人民幣1,829,000元。

截至二零一三年十二月三十一日止年度，添置無形資產人民幣14,027,000元主要包括開發支出及本集團計算機軟件系統相關直接應佔成本。

## 11 投資

二零一三年十月，本集團以代價人民幣8,160,000元自一名獨立第三方收購天津假日傳媒發展有限公司(「天津假日」)20%股權。由於本集團對天津假日並無重大影響，故於天津假日投資不分類為於聯營公司投資。本集團並未參與天津假日的決策過程及經營與財務決策。

## 12 應收貿易款項

本集團一般授予其廣告及發行客戶30日至180日的信貸期(若干有限數目客戶獲授270日的信貸期)。

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
應收貿易款項	196,289	215,954
減：呆賬撥備	<u>(1,784)</u>	<u>(1,671)</u>
	<u>194,505</u>	<u>214,283</u>

## 賬齡分析

按交易日期劃分的應收貿易款項賬齡分析如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
30日內	70,246	87,659
31日至90日	80,696	74,847
91日至180日	30,416	37,480
超過180日	14,931	15,968
	<u>196,289</u>	<u>215,954</u>
減：呆賬撥備	(1,784)	(1,671)
	<u>194,505</u>	<u>214,283</u>

全部應收貿易款項預期於一年內收回。

## 13 應付貿易款項

本集團應付貿易款項的賬齡分析如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
30日內	5,896	9,439
31日至90日	10,495	9,227
91日至180日	6,601	1,148
超過180日	-	36
	<u>22,992</u>	<u>19,850</u>

所有應付貿易款項預期於一年內結清。

## 14 或然負債

於二零一三年十二月三十一日，本公司代表附屬公司就銀行貸款所作擔保涉及的或然負債達人民幣11,351,000元(二零一二年：人民幣13,090,000元)。本公司並未就為附屬公司的借款及其他銀行融資所作擔保確認任何遞延收入，是由於彼等的公平值無法可靠計量，而交易價格為零元(二零一二年：零元)。

於二零一三年及二零一二年十二月三十一日，董事認為根據任何擔保向本公司提出申索的可能性不大。

於二零一三年及二零一二年十二月三十一日，本集團並無其他重大或然負債。

## 15 報告期後的非調整事項

(a) 二零一三年十二月三十一日後，本集團以9,652,000港元(相當於人民幣7,635,000元)現金及57,870,000港元(相當於人民幣45,778,000元)抵押貸款結清物業收購餘下代價以及相關法律和專業費用67,522,000港元(相當於人民幣53,413,000元)。

(b) 於報告期末後，董事建議派付末期股息。詳情於附註8披露。

## 16 承擔

### (a) 資本承擔

於二零一三年及二零一二年十二月三十一日，尚未於綜合財務報表撥備的資本承擔如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
已授權但未訂約	-	7,500
已訂約—收購物業	<u>53,413</u>	<u>-</u>

### (b) 經營租賃承擔

於二零一三年十二月三十一日，根據不可撤銷經營租賃應付未來最低租賃付款總額如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
租賃屆滿時間：		
— 1年內	24,347	15,343
— 1年後但5年內	<u>24,086</u>	<u>9,227</u>
	<u>48,433</u>	<u>24,570</u>

### (c) 其他承擔

於二零一三年十二月三十一日，根據國際合作權利的不可撤銷授權協議的未來最低付款總額如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
授權屆滿時間：		
— 1年內	23,296	11,831
— 1年後但5年內	83,980	37,322
— 5年後	<u>39,943</u>	<u>22,902</u>
	<u>147,219</u>	<u>72,055</u>

## 17 比較數字

若干比較數字(包括(i)銷售及分銷開支及(ii)行政及其他經營開支)已經調整以符合本年度之呈報。

## 管理層討論及分析

### 業績概要

二零一三年經濟增速並不快，與二零一二年持平。受通脹加劇、出口增長減緩及樓市疲軟的影響，中國二零一三年的國內生產總值增速為7.8%，與去年基本一致(二零一二年：7.7%)。國內廣告商及媒體營運商的整體營商環境仍充滿挑戰。

二零一三年，由於銷售額受政府提倡節儉及禁止公費開支政策的不利影響，奢侈品牌廣告商對於中國市場投放廣告日漸審慎。時裝、手錶及珠寶為大幅削減廣告支出的主要行業。此外，中國與日本局勢緊張，日本品牌似乎亦大幅削減廣告開支。

儘管經濟環境嚴峻，但在本公司及其附屬公司(「本集團」)努力下，本集團收益僅錄得個位數下跌，而二零一三年溢利則有相對較大幅度的下滑。二零一三年，本集團溢利主要來源為核心平面媒體，數碼媒體及電視業務亦表現理想。截至二零一三年十二月三十一日止年度本集團營業額約為人民幣631,200,000元，較二零一二年微降3.7%。二零一三年，本集團兩本旗艦週報《週末畫報》及《優家畫報》收益較二零一二年均略有下降，而知名商業雙週刊《彭博商業週刊／中文版》則實現兩位數增長。此外，最受歡迎的中文媒體應用程式(「應用程式」)之一「iWeekly」二零一三年的收益增長13.8%。儘管及時實施成本控制措施應對市場萎縮，但平面媒體廣告收益下降，加上推出新雜誌(例如香港《彭博商業週刊／中文繁體版》)及「iLady」、「iArt」、「iLohas」與「iFashion」等一系列新手機應用程式的投資，導致溢利攤薄，因此本集團於二零一三年錄得純利約人民幣33,200,000元，較去年減少49.2%。

二零一三年是本集團核心業務擴展至數碼媒體業務的過渡期。自二零一一年起，本集團將業務戰略性地重組為三個業務分部，即平面媒體、數碼媒體及電視。二零一三年，平面媒體仍為本集團廣告收益的主要來源，但數碼媒體及電視分部收益呈快速增長勢頭。截至二零一三年十二月三十一日的分部業績如下：

	平面媒體 人民幣千元	數碼媒體 人民幣千元	電視 人民幣千元
<b>二零一三年</b>			
可報告分部收益	583,084	41,234	12,085
可報告分部溢利／(虧損)	69,143	(8,955)	(2,950)
分部EBITDA	86,326	230	(526)
<b>二零一二年</b>			
可報告分部收益	630,932	34,202	5,192
可報告分部溢利／(虧損)	100,738	12,819	(10,214)
分部EBITDA	117,272	18,639	(7,883)

分部業績方面，平面媒體分部二零一三年的可報告分部收益較二零一二年減少7.6%。然而，二零一三年未計利息、稅項、折舊及攤銷的經調整分部盈利(「EBITDA」)的跌幅低於二零一二年可報告分部溢利較二零一一年的跌幅。另一方面，數碼媒體分部的可報告分部收益增長20.6%，超過二零一三年平面媒體分部的個位數減幅。由於本集團於二零一三年追加投資開發若干新應用程式，數碼媒體分部僅維持收支平衡，而二零一二年則錄得溢利。本集團管理層相信，只要新應用程式收益達至盈虧平衡，數碼媒體分部將於二零一四年及其後重拾盈利趨勢。電視分部成功完成業務策略轉型，二零一三年的可報告分部收益與二零一二年相比大幅增長132.8%。分部EBITDA呈穩健發展趨勢，在不久的將來可實現收支平衡甚至盈利。

儘管本集團二零一三年的財務表現並不理想，但董事對本集團取得的若干戰略里程碑感到滿意。

## (A) 業務回顧

### (i) 平面媒體

二零一三年，中國奢侈消費減速對平面廣告市場產生重大不利影響，雜誌及報紙類廣告市場總額顯著減少12.7%，三大類別廣告支出均錄得減少：時裝行業、汽車行業及化妝品行業分別錄得14.1%、12.8%及9.0%負增長。零售業不振，拖累廣告市場表現。

\*備註：上段所載廣告資料摘錄自www.meihua.info提供的《二零一三年廣告投放報告》。

二零一三年年初，本集團已在中國及香港經營兩本全國性週刊、一本全國性雙週刊、兩本地區性週刊、五本月刊及兩本雙月刊，覆蓋時尚生活、新聞、金融、文化、藝術及健康等主題。二零一三年六月，本集團在香港推出一本商業週刊，即《彭博商業週刊／中文繁體版》。

二零一三年，本集團的平面雜誌組合貢獻收益約人民幣583,100,000元(二零一二年：人民幣630,900,000元)，較二零一二年下降約7.6%。

即使廣告市場面臨上述形勢，二零一三年本集團核心平面媒體業務仍能達致良好表現。根據Admango Limited的審計報告，旗艦雜誌《週末畫報》的收益受中國經濟放緩影響輕微，其廣告收益繼續在中國時尚生活類週刊中位居首位。正當大部分平面媒體競爭對手深受增長緩慢的環境影響，《週末畫報》仍受平面媒體品牌廣告商青睞。此外，我們推出著名藝術資訊性報章《藝術新聞(中文版)》，作為中國《週末畫報》及香港《號外》的定期增刊，吸引國際畫廊及拍賣行等新廣告商加入，壯大現有客戶組合。

與二零一二年相比，本集團另一旗艦雜誌《優家畫報》的收益略有下降。《優家畫報》自二零零八年上市以來繼續保持強勢地位，發行量在中國所有女性時尚生活雜誌中名列第一。《優家畫報》去年透過名為「優家薈」的讀者俱樂部在中國多個城市推出一系列與讀者互動的市場推廣活動。該等系列市場活動得到廣泛關注並收到廣告商及讀者的積極反饋。

與二零一二年相比，《彭博商業週刊／中文版》(中文簡體版)的廣告表現傲視所有行業分類，廣告收益錄得雙位數增長。與其他40本商業及財經雜誌相比，《彭博商業週刊／中文版》(中文簡體版)在所有同類雜誌的廣告收益中排名第七，而二零一二年則位居第十。承襲中文簡體版在中國的成功模式，本集團於二零一三年六月在香港推出《彭博商業週刊／中文繁體版》，務求達到成為區域出版商的目標定位。投資推出《彭博商業週刊／中文繁體版》很大程度導致平面媒體的EBITDA下跌。我們已提出新策略做好《彭博商業週刊／中文繁體版》。為了提升中文繁體版與中文簡體版的成本與內容效益，繁體版的出版週期跟隨簡體版，統一為雙週刊。通過該合理措施，預期於二零一四年《彭博商業週刊／中文繁體版》的財務表現將顯著提高。

本集團在中國及香港經營的其他月刊廣告收益表現各有不同。《健康時尚》、《生活》等雜誌較二零一二年錄得更好或同等收益。另一方面，大部分月刊的收益如本集團平面媒體業務總體趨勢一同下降。本集團將繼續審閱月刊組合，目標為在不遠的將來取得最佳經營業績。

## (ii) 數碼媒體

儘管二零一三年網站及移動數碼應用程式廣告市場(「整體互聯網廣告市場」)較去年增長51.4%，我們觀察到增長主要來自主流及獨有類別搜尋引擎(例如淘寶、京東及去哪兒)。在不計及上述類別增長的情況下，估計移動數碼媒體類別的增長僅達雙位數。廣告商(尤其是奢侈品牌廣告商)正在開始於高端移動媒體投放更多廣告。二零一三年本集團來自數碼媒體的收益與二零一二年同期相比錄得20.6%的增長，優於整體市況。配合本集團擴展數碼媒體分部的策略，本集團已投入資本開支人民幣9,700,000元發展新應用程式(例如「iBloomberg—中文簡體版」、「iLady」及「iFashion」等)及大幅提升現有應用程式(例如「iWeekly」)。

\*備註：上段所載資料摘錄自艾瑞諮詢集團提供的《二零一三年互聯網廣告市場報告》。

截至二零一三年底，智能電話及平板電腦的「iWeekly」下載次數分別約為7,200,000次及3,100,000次，較二零一二年底分別顯著增加55.3%及32.3%。二零一三年「iWeekly」的廣告收益與二零一二年同期相比增長13.8%，並繼續獲蘋果iOS及安卓平台認可為最成功中文媒體應用程式之一。「iWeekly」已進行內容改革，加插《紐約時報》、「法新社」等若干著名國際媒體品牌的精選內容，廣獲讀者好評並提升讀者支持度。

「iBloomberg — 中文簡體版」業績驕人，自二零一二年底推出以來智能電話及平板電腦的用戶人數分別增至約2,800,000人及1,200,000人，證明「iBloomberg — 中文簡體版」備受讀者與廣告商青睞。

二零一三年，「iBloomberg — 中文簡體版」於營運首年的收益為人民幣5,200,000元，高於「iWeekly」營運首年的收益。

本集團於二零一三年六月亦推出「iBloomberg — 中文繁體版」，過去六個月智能電話及平板電腦的用戶人數合計超過160,000人，獲蘋果的AppStore評為最佳應用程式之一，而iPhone版本名列AppStore書報攤暢銷排行榜第二名。

二零一三年七月推出的「iLady」為精英女性的綜合資訊平台，截至二零一三年底用戶累積超過1,900,000名。「iLady」結合「LC風格網」的導購功能，為用戶提供前所未有的「看-用-買」數碼媒體體驗。廣告商亦十分欣賞應用程式直接的推廣方案。同時，「LC風格網」正逐步轉化為以搭配為主題的快時尚垂直電商平台。我們相信「iLady」和「LC風格網」是本集團把握電商新趨勢的重要舉措。

鑑於仍在進行擴充計劃，二零一三年本集團數碼媒體業務暫時錄得虧損。然而，本集團管理層有信心透過不斷投資發展領先的數碼媒體平台，將可為我們在未來數碼世界中建立競爭優勢。

### (iii) 電視媒體

繼二零一二年下半年調整業務策略後，電視媒體目前專注於為品牌廣告商提供訂製化製作。二零一三年，電視媒體的可報告分部收益為人民幣12,100,000元(二零一二年：人民幣5,200,000元)，較二零一二年大幅增長約132.8%。對比二零一二年人民幣10,200,000元的虧損，二零一三年已盡力將電視媒體業務的虧損減至人民幣3,000,000元。展望未來，本集團電視媒體將繼續保持現有業務模式，日後會更專注於為品牌廣告商提供訂製化製作，因此本集團相信電視媒體的路向正確，未來數年會繼續創造令人滿意的經營業績。

## (B) 業務展望

現代傳播以「傳播國際視野，追求現代中國」為使命，致力於成為中國領先的多媒體平台的複合型精眾傳播集團。二零一四年是現代傳播的移動數字元年，本集團將用互聯網思維方式打造全新的「現代傳播」：從公司發展戰略、團隊文化、組織結構、管理思維方式、商業模式等全方位變革提升，全面擁抱數字媒體市場。我們將依據不同精眾群體的需求、興趣和消費行為為建立涵蓋時尚生活、商業財經、創意設計、文化藝術、女性健康五大細分人群的數碼媒體精眾平台，形成以社交媒體、移動數字應用、視頻媒體、平面媒體和綫下活動和體驗為核心的多媒體、多平台、多形式的整合傳播，並從資訊媒體往產業鏈下游延伸，為用戶提供時尚電商購物，投資理財，綫下體驗館等延伸的產品和服務的創新商業模式。

### 精眾平台建立

隨著中國經濟經歷了三十多年市場化的洗禮，中國消費者的需求也在經歷著演變。從最初的滿足基本生活、同質化的大眾需求變為差異化的分眾需求。現在又根據消費能力、審美能力的提高，進一步演變出精眾的需求。現代傳播作為一個專門服務精英階層的領先傳播品牌，也一直順應市場趨勢調整自己戰略。十五年前，本集團在中國首創針對從大眾人群分眾出來的三高(高收入、高學歷、高消費)消費人群的需求，而創造出精美的綜合雜誌《週末畫報》。隨著經濟與社會的進步，中國消費者除了簡單的高端消費，逐步增加了個性化、專業化的精眾需求。為此，本集團在過去以來，一直構建新的特色媒體產品，滿足這些精眾需求。例如針對精英裏面的創意族群，創造了《新視綫》雜誌；為樂活族群創造了《健康時尚》雜誌；為都市

高端女性及家庭消費決策者創造了《優家畫報》；為新經濟的新商業領袖創造了《彭博商業週刊／中文版》等等。這些媒體都是中國唯一與第一的，能夠精準地向各類精眾人群提供國際化、時尚化、高品位、社會新聞內容資訊的、優質精眾營銷傳播平台。現在開始，本集團會把業務劃分為五個精眾傳播平台，包括以《週末畫報》、《優家畫報》、《大都市》等為主的時尚生活平台；以《彭博商業週刊／中文版》為主的商業財經平台，以《新視綫》為主的創意設計平台，以《藝術界》、《藝術新聞(中文版)》為主的文化藝術平台，還有以《健康時尚》為主的女性健康平台。

## 平台整合與重構

上述平台的建立是基礎。隨著媒體技術的發展，現代傳播在未來一到兩年的戰略重點是整合與重構這些精眾平台，實現從一家領先傳統雜誌媒體到一家領先數字媒體的轉型。從二零一四年開始，我們致力做好以下十個方面的轉變：(1)從傳統雜誌思維轉變為移動數字思維；(2)從企業驅動商戶到用戶驅動企業；(3)從雜誌產品的經營到用戶和流量的經營；(4)從傳統印刷技術到移動互聯網技術和大數據；(5)從傳統的編輯思維到互聯網思維；(6)從單一的閱讀模式到個性化和社會化的閱讀模式；(7)從服務傳統讀者與客戶到用戶與客戶交互體驗；(8)從雜誌固定不變的形式到實時更新的形式；(9)從傳統的雜誌金字塔集權組織到移動互聯網水平分散的架構；(10)從廣告模式到免費+廣告+增值+電商的創新商業模式。本集團要按照「人、產品、流量、營收」的順序全面整合、改造與創新現代傳播。至於重構，我們會把多媒體整合到各自的平台上。讓每一個精眾平台都能圍繞用戶的需求360°地創造內容。現代傳播現有的平面媒體、數碼媒體、視頻媒體、社交媒體將會根據產品特性整合到相應的精眾平台。同時，本集團會強化平台的出版人制度。出版人要綜合地經營好各個平台的媒體品牌、產品、用戶。作為平台的產品經理，出版人們不但要研究用戶需求、選擇報道話題、內容角度、視覺呈現，還要設計用何種媒體方式去傳播，才能更好與用戶交互。同時，時效性的熱點話題要設計有效的從社交媒體到數字媒體再到平面媒體的梯度傳播，從而達到最大的流量產生強大的傳播效果與影響力。

## 平台延伸與發展

在移動互聯網的新時代，媒體發展不能繼續僅僅依賴自己的力量，開放和合作會是主流。我們計劃尋求跟大流量的平台合作，全力發展用戶需求搜索技術。建立從用戶需求的話題選擇到選題設計以及報道角度，再到傳播形態以點帶面的梯度及整合社區。並通過自己媒體以外的大平台傳播渠道，形成更好的傳播影響力。同時，我們也在籌備開放的平台，邀請定位接近的媒體、自媒體進駐。通過開放，我們可以在不大幅增加投資的情況下，迅速放大給用戶的內容供應，並幫助他們實現個性化選擇。

## (1) 時尚生活平台

《週末畫報》及「iWeekly」App是時尚生活平台的旗艦。由於品牌客戶已經越來越重視移動數碼媒體的投放。作為行業的領先者，本集團預測「iWeekly」在二零一四年將會繼續錄得與整體移動數碼廣告一致的快速增長。同時，「iWeekly」與《週末畫報》在一些專題內容資源上，例如時裝、美容、汽車等的整合及實現梯度傳播，將有利於反過來用「iWeekly」拉動《週末畫報》的創新和業務增長。在原來平面已有的客戶創意團隊基礎上，「iWeekly」會建立新的技術創意團隊。通過內容與技術創意的結合，《週末畫報》和「iWeekly」將一起爭取廣告客戶常規投放以外的更多廣告預算。

《優家畫報》則和「iLady」App，LC風格網，以及都市客網站一起構成一個針對女性精英消費的價值鏈，並且已經具備能力為品牌客戶面向目標人群提供「資訊、社區、試用、導購、電商」的全面解決方案。二零一四年，除了繼續追求廣告收入的增長，我們更加會針對這一目標人群開發服裝搭配類的時尚電商，家庭生活類的服務平台，例如家庭理財、家政服務、教育等。我們的目標是圍繞女性精英的生活需求，以優家為品牌，打造一個立體、實用的線上到線下（「O2O」）生態圈。

## (2) 商業財經平台

自上市以來，《彭博商業週刊／中文版》尤其是國內的簡體版，保持著強勁的業務增長勢頭。而其同名App也在讀者和廣告主間建立了強大的品牌認知。二零一四年，我們計劃加強《彭博商業週刊／中文版》品牌下的簡體平面及數字版，和繁體平面及數字版的整合，包括統一繁體版的發行週期到雙週刊，及兩岸三地聯合選題等手段，發揮資源整合的協同效應。在全面實現梯度傳播的理念下，優化流程降低運營成本。同時，我們正與彭博有限合夥企業商討，旨在深化合作，共同開發國際化的媒體產品，以及衍生的會議、活動等，以滿足越來越多的中國企業希望走向國際，而國際企業需要在中國更加本地化的雙向市場需求。

### (3) 創意設計、文化藝術、女性健康平台

以《新視綫》、《藝術界》、《健康時尚》為代表的幾個平台在二零一四年會重點發展O2O的綫上、綫下互動模式。由於這些都是特殊興趣的精眾媒體，其用戶黏性大，互動性高，品牌忠誠度強。針對這些特點，上述平台會在活躍各自用戶社區的基礎上，自營特殊商品的銷售。例如《健康時尚》在二零一三年推出了「日子」品牌的樂活家居產品，並取得初步成功。通過綫上電子商務以及實體店的銷售豐富了平台的商業模式。二零一四年，我們會支持上述這些平台的出版人們繼續發展這種立體多維度的商業戰略，並盡快形成規模和影響力。

### 未來的戰略合作

我們計劃建立現代傳播大數據雲端服務，並根據不同精眾平台的特徵，尋找高端電子商務平台戰略合作，形成從內部到外部的雲端大數據庫，通過他們大數據挖掘找到高端精眾人群，並為其提供定制化的雜誌及品牌廣告。

管理層相信，通過上述的這些戰略部署，可以讓現代傳播走上持續健康發展的軌道。近期來說，預期公司的業務、業績可以重拾良好的增長勢頭。中、長期來說，預期現代傳播可以繼續維持一個定位特別的精眾媒體在移動數字時代的領先地位。

### (C) 末期股息

董事建議宣派末期股息每股5.0港仙(二零一二年：5.5港仙)，總計約21,900,000港元，須經本公司股東(「股東」)於應屆股東週年大會批准方可作實。建議宣派的股息將派付予二零一四年六月六日(星期五)名列本公司股東名冊之股東，預期付款日期為二零一四年六月二十七日(星期五)。

### (D) 暫停辦理過戶登記手續

本公司股東週年大會(「股東週年大會」)訂於二零一四年五月二十八日(星期三)舉行。為確定有權出席股東週年大會並於會上投票之資格，本公司將於二零一四年五月二十六日(星期一)至二零一四年五月二十八日(星期三)(包括首尾兩日)暫停辦理過戶登記手續，期間不會進行任何股份過戶。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票，須不遲於二零一四年五月二十三日(星期五)下午四時三十分交回本公司的香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司(地址為香港皇后大道東28號金鐘匯中心26樓，由二零一四年三月三十一日起則遷至香港皇后大道東183號合和中心22樓)以供登記。

建議末期股息須經股東於股東週年大會通過普通決議案後，方可作實。有權收取建議末期股息的紀錄日期為二零一四年六月六日(星期五)。為確定有權接收建議末期股息的股東，本公司將於二零一四年六月五日(星期四)至二零一四年六月六日(星期五)(包括首尾兩日)暫停登記股東名冊，期間不會進行任何股份過戶。為符合資格獲派建議末期股息，所有股份過戶文件連同有關股票，須不遲於二零一四年六月四日(星期三)下午四時三十分交回本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司以供登記。末期股息預期於二零一四年六月二十七日(星期五)支付。

## 流動資金及財務資源

### 淨現金流量

年內本集團經營活動的現金流入淨額約為人民幣83,200,000元(二零一二年：人民幣73,300,000元)，主要是由於應收貿易款項減少所致。經營現金流入增加主要是由於加速收回應收貿易款項及嚴格控制信貸程序所致。另一方面，本集團投資活動的現金流出為人民幣83,600,000元(二零一二年：人民幣60,000,000元)，主要是由於(a)投資固定資產(包括購買傢俬、裝置及數碼媒體業務的器材)人民幣33,100,000元；(b)支付收購每城美客全部股權的款項；及(c)支付購買香港辦公物業的按金。本集團融資活動現金流出為人民幣10,300,000元(二零一二年：人民幣18,600,000元)，主要是由於派發股息人民幣18,900,000元及提取銀行貸款淨額人民幣11,100,000元所致。

### 應收廣州眾德款項

廣州市眾德諮詢有限公司(「廣州眾德」)原由本公司執行董事兼控股股東邵忠先生擁有，其後於二零零九年五月售予獨立第三方。因此，應收廣州眾德的款項於二零零九年十二月三十一日重新分類為其他應收款項。於二零一二年十二月三十一日，其他應收款項包括應收廣州眾德人民幣2,900,000元的款項。該筆款項後於二零一三年結清。

### 借款及資產負債比率

於二零一三年十二月三十一日，本集團的未償還借款約為人民幣56,300,000元(二零一二年：人民幣45,400,000元)。借款總額包括有抵押銀行貸款約人民幣17,500,000元(二零一二年：人民幣21,500,000元)及其他無抵押銀行貸款約人民幣38,800,000元(二零一二年：人民幣23,900,000元)。二零一三年十二月三十一日的資產負債比率為9.0%(二零一二年十二月三十一日：7.6%)，根據年末的債務總額除以資產總值再乘以100%計算得出。

於二零一三年十二月三十一日，本集團須償還的債務總額如下：

	二零一三年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元
一年內或於要求時	<u>46,791</u>	<u>34,014</u>
一年後但兩年內	2,010	1,870
兩年後但五年內	6,971	6,488
五年後	<u>500</u>	<u>2,992</u>
	<u>9,481</u>	<u>11,350</u>
	<u>56,272</u>	<u>45,364</u>

### 資本開支

本集團本年度的資本開支包括固定資產開支約人民幣33,100,000元(二零一二年：人民幣25,400,000元)。主要開支包括購買自用樓宇、辦公設備、傢俬及裝置。

### 收購及投資

二零一三年四月，本集團宣佈訂立協議收購每城美客全部股權且已完成是項收購。

二零一三年十月，本集團以代價人民幣8,160,000元自一名獨立第三方收購天津假日20%股權。

二零一三年十二月，本集團與一名獨立第三方訂立買賣協議，以現金代價約96,460,000港元收購位於香港黃竹坑道21號環匯廣場7樓的辦公物業，用作本集團日後的總部。

### 或然負債及資產抵押

除給予銀行及本集團主要印刷供應商以獲得銀行信貸額度及印刷信貸額之企業擔保外，二零一三年十二月三十一日本集團並無任何重大或然負債或擔保，惟下文所披露者除外。

二零一三年十二月三十一日，本集團銀行貸款人民幣11,400,000元以本集團中國北京的物業及本集團附屬公司上海格致的擔保作抵押。此外，本集團的銀行貸款人民幣6,100,000元以已抵押存款作抵押。

二零一三年十二月三十一日，本公司就本集團的印刷信貸額約人民幣23,800,000元提供企業擔保。

## 外匯風險

由於本集團大部分貨幣資產及負債以人民幣計值，且本集團主要以人民幣及港元進行業務交易，故本集團並無重大外匯風險。二零一三年，本集團並無訂立任何外匯對沖工具。

## 僱員及股份獎勵計劃

二零一三年十二月三十一日，本集團共有1,076名僱員(二零一二年：1,057名僱員)，總僱員成本(包括董事酬金)約為人民幣219,000,000元(二零一二年：人民幣207,900,000元)。董事及高級管理人員的薪酬由薪酬委員會審閱。二零一三年僱員人數增加是由於推出《彭博商業週刊／中文繁體版》而招募銷售及編輯人員，加上數碼媒體分部擴張所致。

為表揚及獎勵合資格僱員對本集團持續營運及發展的貢獻，並吸引合適人員參與本集團的進一步發展，本公司於二零零九年十二月三日批准僱員股份獎勵計劃(「計劃」)並於二零零九年十二月七日生效。根據上市規則第十七章規定，該計劃並非購股權計劃或類似購股權計劃的安排。二零一三年，本公司並無向該計劃供款，而該計劃有盈餘資金收購本公司股份。截至二零一三年十二月三十一日止年度，根據本公司董事會批准的計劃，本公司向選定僱員獎勵及歸屬3,025,000股股份。

## 審閱年度業績及初步業績公告

本集團截至二零一三年十二月三十一日止年度的年度業績已經本公司審核委員會審閱。

本公司核數師執業會計師畢馬威會計師事務所已將本集團截至二零一三年十二月三十一日止年度業績初步公告的數據與本集團該年度草擬財務報表的金額對照比較，確定金額一致。畢馬威會計師事務所就此所進行的工作有限，並非審核、審閱或其他核證委聘，因此核數師並無就此公告作出任何保證。

## 購買、出售或贖回本公司股份

截至二零一三年十二月三十一日止年度，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 股份優先認購權

本公司組織章程細則及開曼群島法例均無規定本公司須按比例優先向現有股東發行新股份的條文。

## 企業管治

截至二零一三年十二月三十一日止年度全年，本公司應用上市規則附錄十四所載企業管治守則(「企業管治守則」)的原則。

董事認為本公司於二零一三年全年遵守企業管治守則的守則條文。本集團亦於同年恪守彼等認為相關及可行的企業管治守則建議最佳常規。

## 審核委員會

本公司已於二零零九年八月二十四日成立審核委員會，並制定職權範圍以遵守企業管治守則。審核委員會由四名成員組成，包括四名獨立非執行董事，即歐陽廣華先生、王石先生、江南春先生及毛曉峰先生。

審核委員會已審閱本集團採納的會計原則及慣例，並與管理層、內部及外界核數師討論截至二零一三年十二月三十一日止年度的年底結算與內部審核過程、內部控制及財務報告事宜。審核委員會亦已審閱截至二零一三年十二月三十一日止年度的年度業績。

## 董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納有關董事進行證券交易的操守守則，條款並不較上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)寬鬆。本公司向全體董事作出特定查詢後，全體董事均已確認彼等於截至二零一三年十二月三十一日止年度一直遵守標準守則及本公司有關董事進行證券交易的操守守則所載規定準則。

## 於聯交所及本公司網站公佈全年業績

本公司二零一三年的年度報告將於適當時候在聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及本公司網站 [www.modernmedia.com.cn](http://www.modernmedia.com.cn) 登載。

承董事會命  
現代傳播控股有限公司  
董事長  
邵忠

香港，二零一四年三月十八日

於本公告日期，董事會包括以下成員：(a) 執行董事邵忠先生、黃承發先生、莫峻皓先生、厲劍先生及崔劍鋒先生；(b) 非執行董事鄭志剛先生；及(c) 獨立非執行董事江南春先生、王石先生、歐陽廣華先生及毛曉峰先生。