



TOM.COM LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

香港聯合交易所有限公司創業板之特色

創業板乃為帶有高投資風險之公司提供一個上市之市場。尤其在創業板上市之公司毋須有過往溢利記錄，亦毋須預測未來溢利。此外，在創業板上市之公司可因其新興性質及該等公司經營業務之行業或國家而帶有風險。有意投資之人士應了解投資於該等公司之潛在風險，並應經過審慎周詳之考慮後方作出投資決定。創業板之較高風險及其他特色表示創業板較適合專業及其他資深投資者。

由於創業板上市之公司屬新興性質，在創業板買賣之證券可能會較在聯交所主板買賣之證券承受較大之市場波動風險，同時無法保證在創業板買賣之證券會有高流通量之市場。創業板發佈資料之主要方法為在聯交所為創業板而設之互聯網網頁上刊登。創業板上市公司毋須在憲報指定報章刊登付款公佈披露資料。因此，有意投資之人士應注意，彼等須閱覽創業板網頁，方可取得創業板上市發行人之最新資料。

聯交所對本公佈之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公佈全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

本公佈包括之資料乃遵照聯交所《創業板證券上市規則》之規定而提供有關TOM.COM LIMITED之資料。TOM.COM LIMITED各董事願就本公佈共同及個別承擔全部責任，並在作出一切合理查詢後確認，就彼等所知及所信：(i) 本公佈所載之資料在各重大方面均屬準確完整，且無誤導成份；(ii) 本公佈並無遺漏其他事實致使本公佈所載任何內容產生誤導；及(iii) 本公佈內所表達之一切意見乃經審慎周詳考慮後始行發表，並以公平合理之基準及假設為依據。



TOM.COM LIMITED

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

**截至二零零零年十二月三十一日止年度之
全年業績公佈**

財務摘要：

- 本公司的跨媒體業務活動令 TOM 第四季度的營業額增長至港幣七千萬元（相當於九百萬美元），較第三季度的收入增加四點三倍。
- 第四季度的網上業務營運開支總額為港幣七千七百萬元，較第三季度所錄得的港幣一億二千七百八十萬元減少百分之四十。二零零零年十二月份的網上業務營運總開支為港幣二千九百四十萬元，較二零零零年九月份港幣四千二百三十萬元下降了百分之三十一。因此，TOM 的營運虧損繼而下降至港幣五千九百一十五萬九千元，較第三季度減低了百分之五十三。
- 在新收購業務整合工作的推動下，TOM 在中國內地建立了全國性的非網上媒體平台，令網站用戶數目及瀏覽頁次均取得可觀的增長。

截至二零零零年十二月三十一日止年度，TOM 錄得股東應佔虧損淨額港幣四億三千六百零七萬四千元，相當於每股基本虧損港幣十五點一仙。

截至二零零零年十二月三十一日止年度的經審核綜合業績連同去年度之比較數字均載於附表。

主席報告

Tom 為於二零零零年三月在香港新成立的創業板上市首家互聯網公司。我們的首次公開招股活動更成為業內及創業板市場上最成功的例子之一，集資金額為港幣八億七千六百萬元。儘管在過去一年中，世界各地科技及媒體相關之上市機構均面對嚴峻的經營環境，尤以下半年度的情況更甚，但本公司仍能保持其在股票市場集資的能力及深具競爭力的股本價值。於二零零零年九月，本公司再度集資港幣四億七千八百萬元。至年底，TOM 之現金接近港幣十億元。

Tom 維持穩健的財政狀況及深具競爭力的股本價值，令本公司於成立的第一年能在惡劣的經營環境中逆流而上，迅速成長。透過各項業務的發展及收購計劃，在第三季成功確立在大中華互聯網媒體業界的競爭領導地位。在第三及第四季度內，本公司推出跨媒體發展策略，並成功實踐了各項策略性部署，使之能得以投身大中華區內具吸引力及盈利豐厚的媒體產業運作，藉以強化本身的網上業務，整合大中華區內廣告及有關銷售網絡資源，為網上和網下業務帶來效益。Tom 積極推動此策略，並配合本公司整體成本架構的保守及克制作風，為二零零一年的持續增長奠定穩固的根基。

財務摘要

於截至二零零零年十二月三十一日止之財政年度內，TOM 之總收入為港幣八千九百萬元，較一九九九年之備考收入高出二十六點五倍。網上媒體相關收入錄得港幣五千五百萬元，網下媒體收入為港幣三千四百萬元，分別佔總收入百分之六十一（網上收入）及百分之三十九（網下收入）。TOM 於第四季錄得收入港幣七千萬元，較第一季度所錄得收入港幣七十萬元增加九十四倍，顯示了跨媒體策略帶來實質而迅速的回報。

透過嚴格執行的成本控制，網上業務營運開支自年中起已大幅減少。至二零零零年十二月底，TOM 之每月網上營運開支為港幣二千九百四十萬元，成本架構明顯比任何同業競爭者優越。

截至二零零零年十二月三十一日止，TOM 錄得之年度經營虧損約港幣三億八千三百萬元，虧損主要來自上半年開業時所需投資的成本。然而，全年經營虧損額則遠低於預期。開業投資成本主要用於建立 Tom 的品牌及開發主要技術平台。

本公司透過三月份之首次公開招股活動，成功集資港幣八億七千六百萬元。同年九月進行之股份配售及認購活動，額外集資港幣四億七千八百萬元。至年底，TOM 之現金接近港幣十億元。

業務展望

本人對二零零一年的前景充滿信心，堅信 Tom 於二零零零年已奠定穩固的業務基礎。雖然對科技及媒體相關之上市機構來說，經營環境仍將困難重重，然而 Tom 能藉著健全的財務狀況、嚴格執行的成本控制及穩健的經常性收入基礎，在同業競爭對手之中一枝獨秀。我們的目標是要讓 Tom 繼續發揮它的優勢，於二零零一年掌握更多發展良機。Tom 集中發展大中華市場，適逢中國可望於年內加入世界貿易組織，市場將呈現健康的增長和有利的發展前景。因此，本人確信 Tom 的前景一片光明。

最後，本人藉此機會感謝各位董事、行政人員、管理人員及所有員工在二零零零年給予本公司的支持和付出的努力。踏入二零零一年，Tom 的業務團隊必定能運籌帷幄，更上一層樓。

主席
陸法蘭

香港，二零零一年三月十九日

業務回顧

Tom 在上市首年內，本公司之普及互聯網及跨媒體業務在營運上不斷擴展。至今，Tom 已打穩根基，致力在大中華地區的互聯網、媒體及廣告業界中，爭取領導地位。

回顧上半年，本公司專注於建立普及互聯網平台，並於年中在香港及中國內地推出 Tom 入門網站。隨後，本公司成功收購內地最大免費網上電郵服務供應商 163.net 及首屈一指的體育資訊入門網站 Shawei.com。資產整合工作完成後，Tom 入門網站已鞏固了其在中華地區的市場領導地位。截至二零零零年十二月止，Tom 每日瀏覽頁次達四千七百萬，當中包括主要網站經審核的瀏覽數字，而註冊用戶則增長至一千二百五十萬，第四季所錄得與網上媒體相關的收入為港幣三千六百萬元。

踏入下半年，本公司成功收購中國內地三家媒體機構，奠定跨媒體平台的基礎。該三家機構為：業務遍及全中國的體育廣告及體育活動管理集團—羊城公司；以中國西部地區為業務基地的戶外媒體廣告公司—風馳明星；及以上海為總部的戶外媒體公司—上海美亞文化。本公司已於年底開始進行銷售整合計劃，促進網上及網下交互產品銷售，讓各機構在客戶層面上可發揮相輔相承的效益。

董事認為本公司於下半年收購之跨媒體業務正好配合本公司現時主要的普及互聯網業務。因此，本公司之業務的一般特點或性質維持不變。

普及互聯網業務

CN TOM

二零零零年七月，Tom 之中國內地入門網站 CN TOM 正式推出。網站共有十二個縱向內容頻道，網羅新聞、歷史、文學、遊戲、科普、娛樂、科技、財經、軍事、時裝、都市生活及體育等資訊。CN TOM 的過人之處在於內容深入而廣博，尤以科普、

文學及遊戲獲得用戶的熱烈反應。至年底，CN TOM 共提供十八個內容頻道，加入了職業、校園生活、語文、旅遊、警訊及地產等內容。該網站的主要特色是採用 Autonomy 人工智能搜尋器，把個別用戶的瀏覽習慣和喜好化作為網上搜尋的基礎，為用戶於網上搜索所需內容，提供相關的網站連結及網頁。

CN TOM 以強大的技術研發隊伍作後盾，開發了多種不同的應用程式及技術。這些網站功能及用途程式加強了網站的競爭優勢。在本年度內，CN TOM 推出了 TOM-Q 個人版本，讓用戶可利用話音及文字在網上聊天，而第二代企業版，除現有的聲效外，更會加入視像功能及網上電話功能。MyTOM 則以一般語言文字技術，為用戶締造一個可提供個人化內容的虛擬社羣。TOM WIRELESS 以無綫傳訊平台，透過無綫應用協定 (WAP) 或簡短訊息服務，提供內容及應用程式。CN TOM 並於第四季推出 Tom 之英語入門網站，服務非華語社羣。

CN TOM 在不同的平台上，擴大其內容發佈的網絡。Tom 於第三季推出全中國首個話音入門網站—「TOM 及時語」，讓用戶可利用電話取得互聯網上的資訊。話音網站結合後端話音辨認器及前端話音推動介面，使用戶可以獲取各種內容及使用不同的服務，如：股票價格、航班資料、酒店訂房、召喚出租汽車、餐廳訂座、世界新聞、電影映期、天氣及全球時間等資料及服務。「TOM 及時語」亦可讓用戶透過話音存取個人化服務，如電郵、網上聯絡資料及日曆等。推出不久，「TOM 及時語」所錄得的每日用量已超過六千分鐘。至二零零零年十二月止，CN TOM 的每日瀏覽量達二千二百萬頁次，登記用戶達一百萬名。

HK TOM

Tom 之香港入門網站，HK TOM 於二零零零年六月推出，資訊頻道包括新聞、財經、遊戲、潮流科技、電影、音樂、旅遊及生活時尚等不同主題。眾資訊頻道中，以潮流科技及娛樂頻道瀏覽量最高，而「中國機遇」頻道更極具特色，於網上發放與中國時事和資訊相關的多媒體紀錄特輯，在本地云云網站中別樹一幟。

HK TOM 設有用戶獎償計劃，鼓勵用戶參與各項活動，累積 TOM DOLLAR 獎賞積分，換取由二百多個已參與此項獎償計劃的商戶所送出的獎品。除此之外，HK TOM 還提供各樣吸引的節目和服務，包括：個人電子心意咭、互動新聞站、多媒體聊天室及名人網上聊天活動等。

電子商貿平台「TOM 自家店」售賣一系列 Tom 品牌及其他品牌產品，並透過「TOM 自家店」提供獨家網上付款服務 (TOP)，讓 Orange 流動電話用戶可透過簡訊

(SMS)核證技術付款，並把交易額詳列於流動電話月結單上，是信用咭以外的結帳選擇。此外，「TOM 自家店」亦獨家發售由本地著名手板模型設計師 Michael Lau 設計的 TOM.KID 模型系列，瞬即廣受手板模型收集者歡迎，充分顯示在電子商貿平台上推廣限量銷售計劃的成效。HK TOM 未來將繼續推出更多獨特的產品。

HK TOM 提供獨一無二的多媒體網上及網下內容，如邀請到娛樂界及體壇名人參與網上廣播及網上聊天室對話。曾參與網上活動的嘉賓包括林心如、蘇菲瑪素、劉旋、伏明霞及其他中國國家奧運隊成員。此外，網站更舉辦了多種專題講座和消閒活動，當中包括與 Macromedia 合辦的 Flash、Dreamweaver 及 Freehand 軟件操作培訓講座；有關電影及音樂活動贊助方面，則包括電影《臥虎藏龍》及張國榮《大熱》演唱會。至二零零零年十二月三十一日止，HK TOM 每日瀏覽量達一百二十萬頁次，登記用戶達十四萬名。

163.net

Tom 於二零零零年九月與 Freenet Information Technology Co. Ltd. 達成協議，取得 163.net 的有效操控權，代價為港幣三億七千四百四十萬元。

163.net 於一九九八年成立，為中國互聯網業界的先驅者之一，並為首家提供免費電郵服務的公司。隨著中國互聯網社羣日益增長，該公司業務不斷擴展，其品牌擁有「中國 Hotmail」之譽，更可算是中國互聯網的代名詞。163.net 目前是內地最大的免費電郵服務供應商，根據 CNNIC 於二零零零年十二月的調查顯示，以瀏覽人次計算，163.net 在內地各大入門網站中排名第六，擁有龐大的中國互聯網用戶數據資料庫。至二零零零年十二月三十一日止，其每日瀏覽量達一千六百萬頁次，登記用戶達一千一百萬名。

163.net 即將推出收費電郵服務選擇，為用戶帶來更多功能；包括擴大電郵信箱容量、轉接傳真訊息往電子郵箱功能及話音電郵服務等。該網站現已在互聯網用戶密集地區，如上海、北京及廣州等主要城市，建立強大的覆蓋網絡，並逐步進軍內地其他城市地區，包括未來數年可望錄得最大互聯網用戶增長的成都及武漢。

上海美亞在線

Tom 於二零零零年七月達成收購上海美亞在線之協議，以港幣約二億一千八百五十萬元的代價購入該公司五成權益。上海美亞在線是中國最大的寬頻內容供應商之一，該公司亦同時經營窄頻互聯網業務，經營八個入門網站。至十二月三十一日止，其每日總瀏覽量約一百萬頁次，登記用戶總數達十萬名。

新聞入門網站 cnnews.com 每日提供逾一千則新聞，屬中國大型網上新聞媒體中最全面的實時新聞服務之一。上海美亞在線之城市指南 cncities.com 則為領導業界的電子指南供應商。至於警訊網站 china110.com 則主要提供與警察及保安事務相關的資訊。

上海美亞在線擁有逾二萬小時寬頻內容。二零零零年十月，上海美亞在線透過上海電訊寬頻網絡，播放首系列自選視像（VOD）節目，並同時在上海美亞在線入門網站上播放。該公司現正建立一系列寬頻內容頻道，以覆蓋國際新聞、環球軍事、警務資訊、中國旅遊、中國娛樂、現代生活、國家及宗教等多元化內容。上海美亞在線將致力與不同寬頻網絡、大型住宅及商務機構締結夥伴關係，擴展推廣渠道。

北京長通

二零零零年十二月，Tom 與長城計算機軟件與系統有限公司及長城科技股份有限公司達成合營公司協議，成立北京長通聯合寬帶網絡技術有限公司。Tom 持有北京長通七成股權。北京長通主要提供寬頻互聯網增值服務，如各樣寬頻內容集成、有關係統整合及軟件開發。通過與其他內容供應商合作，所集成之寬頻內容及服務包括新聞訊息、電子郵件、網上遊戲、社群資訊、網上股票交易及財經資訊、VOD、網上教育及電子商貿。

Shawei.com

Shawei.com 於一九九九年七月推出，為中國首個體育資訊專門網站。Tom 於二零零零年九月達成收購鯊威亞太有限公司全數權益的協議。該公司全權擁有 Shawei.com，所涉及的收購代價約為港幣一億一千六百萬元。Shawei.com 是中國內地首屈一指的體育資訊入門網站，是最為人熟悉的網上體育資訊品牌之一。至年底，Shawei.com 的每日瀏覽量達一百萬頁次。於奧運賽事期間，網站的瀏覽量更高達二百萬頁次。至二零零零年十二月止，其登記用戶達十一萬二千零四百名。

在內地眾多同類型的網站當中，Shawei.com 所提供的體育新聞服務稱得上是出類拔萃，網羅內地知名體育記者為網站提供專題報道。Shawei.com 亦與一系列體育媒體機構緊密合作，其中包括《體育周刊》、《足球》及《中國體育報》，全面覆蓋中國內地及國際足球體壇的最新動態，並率先於網上放送多媒體體育資訊節目。

Shawei.com 與七位奧運選手簽訂獨家贊助合約，他們包括國家跳水隊隊員熊倪、國家乒乓球隊隊員孔令輝和王楠、國家羽毛球隊隊員葛菲等。這些體壇明星有助 Shawei.com 建立龐大的網上用戶羣，讓用戶可透過網上即時聊天活動和個別比賽集訓日誌，追蹤體壇偶像生活。該網站由二零零零年底開始為 Adidas 的中國官方網站提供網站寄存服務，此外亦與大眾汽車、諾基亞及可口可樂合作舉辦一連串贊助活動。

電子商貿業務 — 易網通

易網通提供電子清關服務。該公司為企業開發電子數據互換（EDI）報關軟件，助其直接向深圳海關申報過關資料。該公司目前服務逾八十家公司，覆蓋航運、進出口、持進出口牌照或在深圳免稅區經營業務的生產商。該公司正研究為中國其他主要城市引入 EDI 服務的可行性，其中包括大連及青島。

普及互聯網業務整合工作

Tom 於第三及第四季專注於整合新收購之網上業務，現已成功消除所有產業中在內容製作、技術、財務及行政職能上所重疊的部分，減低了僱員數目及削減了營運成本。現時，本公司在內地負責網上業務工作的員工約有三百五十人。

此外，在香港方面，其網上業務亦進行了重組，集中削減僱員人數及內容製作、技術開發與頻寬費用和成本，令營運開支進一步減低，達至精簡的成本結構。目前，負責香港網上業務工作的員工約有六十人。

透過整合計劃，本公司進一步集中銷售部的職能，現時所有銷售隊伍均集中向香港總部匯報，而佣金及薪酬制度亦已劃一化。各營業隊伍均可向個別客戶銷售本公司整體的產品組合，使個別產業的接觸面得以擴展。本公司已於北京、上海、廣州及香港開設地區銷售辦事處，並正積極籌備在二綫市場開設分支辦事處。

內容、功能及技術平台整合計劃大大提高劃一平台的效能，尤以 163.net 龐大用戶羣與 CN TOM 內容及功能結合成效最大。這個組合令整合後的入門網站大大提高接觸面、瀏覽頁次及用戶每次瀏覽之逗留時間。本公司將會再進一步剖析 163.net 用戶羣資料，務求將合適的內容及廣告訊息提供予所需的用戶類別。

整合過程令 Tom 得以建立強大的單一品牌網上平台，在北京、上海及廣州成功設立本地化內容的網站。藉著劃一的網上平台，公司可充分發揮旗下不同產業及與其他網上產業之間的協同效益。

跨媒體

羊城公司

羊城公司由廣東羊城晚報創立。Tom 於二零零零年十月以港幣約二億三千六百六十萬元收購羊城公司七成權益。

羊城公司為獨立經營之體育活動籌辦機構及媒體廣告代理商，曾協助多家內地及海外企業，如曼秀雷敦、愛立信及希爾頓煙草公司等，在中國市場上建立品牌及企業形象。該公司亦為飛利浦及維達等企業籌辦體育活動之贊助及市務推廣，為客戶提供媒體廣告投放、媒介宣傳、媒體代表、活動宣傳支援及品牌建立等服務。該公司與多家主要的國際及內地公司維繫長遠的合作關係，其中包括可口可樂、英美煙草及信利國際有限公司。

在二零零零年，羊城公司參與及舉辦了多項大型體育活動，包括「維達全國排球聯賽」、「飛利浦中國足協盃」及「飛利浦中國大學生足球聯賽」。羊城公司亦參與製作多個體育電視節目，於內地多個電視台播放。與中國內地三個電視台聯手製作的「體育報道」節目，在北京電視台及內地二十五個電視台播放，贏得觀眾熱烈支持，平均收視率達五千萬人次。

風馳明星

風馳明星由雲南省昆明市一羣廣告專才於一九九二年創立。Tom 於二零零零年十二月簽訂收購風馳明星全數經濟權益之協議，涉及代價約為港幣二億九千四百八十萬元。

風馳明星是中國內地最大戶外媒體及廣告公司之一，其業務實力尤其於中國西部最為強大。該公司在雲南擁有七成戶外廣告位，其昆明總公司更於全國十九個主要城市提供媒體代理服務。與風馳明星建立了客戶關係達五年以上的客戶共超過三百個，其中包括內地煙草公司 — 紅塔煙草集團、汽車客戶 — 通用汽車、上海大眾汽車及國際品牌 — 可口可樂、沃爾瑪及東芝等。

風馳明星將繼續在中國西部穩佔絕大部分的戶外廣告市場，亦將進一步擴展北京、上海、廣州及深圳等各大城市的主要戶外媒體業務網絡。除現有多元化的媒體資產外，風馳明星亦將進一步增加其戶外媒體設計選擇，包括數碼彩色顯示及滾動式廣告板等。

上海美亞文化

上海美亞文化是美亞集團於一九九九年在上海成立的戶外廣告公司。Tom 於二零零零年十二月簽訂協議，收購該公司五成股權或五成經濟權益及利益，涉及代價港幣一億七千一百三十七萬元。

上海美亞文化在上海擁有優越的戶外媒體資產，包括住宅及商業區內約二千六百個單車棚廣告板及一千二百多個「110」報警燈箱，廣告位總面積約八千五百平方米。除擁有一應俱全的廣告媒體產品外，上海美亞文化亦為上海美亞音像有限公司旗下的影音產品租賃連鎖店及其他外界媒體公司擔當其廣告代理。

該公司現計劃在上海建立最大之戶外媒體網絡，並把網絡擴展至北京、大連、成都、深圳及吉林等其他主要城市。上海美亞文化將充分發揮本身與Tom其他媒體產業之協同作用，尤其在客戶層面上、管理專業上與風馳明星交互分享效益和經驗，並聯手向內地多個城市提供全套戶外廣告服務。

上述收購事項仍未完成，有關詳情已在本公司於二零零一年一月十五日刊發之通函內披露。

Tom 跨媒體平台

Tom 推行跨媒體發展策略，已成為數一數二的跨媒體機構，提供「全方位廣告宣傳方案」。本公司採取了一個極具關鍵性的客戶策略。這項策略不但只建基於網下公司與國際及內地客戶的關係，並進一步擴展了其跨平台的廣告宣傳渠道。

Tom 可按客戶的需要，結合傳統媒體與新型媒體的平台優勢，配成不同的產品配置組合。這讓本公司可以運用各廣告銷售配置方案，以較具競爭性的價格，向每個客戶爭取較大廣告宣傳資源。此策略已幫助 Tom 擴大旗下所有產業的客戶接觸面，令廣告收入亦有所增長，而本公司亦可更有效地提高網上資產的經濟盈利條件。因而截至二零零零年底止，所有網上及網下媒體產業所取得的廣告商客戶共多達六百個。

Shawei.com 與羊城公司結合彼此在內地體育市場上的實力，令 Tom 能在體育內容及體育活動管理的範疇上，提供綜合式跨媒體服務組合。Tom 在奧運期間所作出的部署，便是引證跨媒體策略效益的一個好例子。本公司與七名中國頂級奧運選手簽訂獨家合約，並以他們為焦點主題，製作出互動式多媒體內容，及各項網上和網下推廣活動。此外，Tom 亦與內地八家電視台合作，攝製了一個多媒體奧運新聞節目。整個奧運跨媒體計劃帶來總收入達港幣二千一百萬元，在奧運期間簽約的新廣告客戶包括 Adidas、可口可樂、康柏、愛立信、西門子及新力。

其他投資業務

AASTOCKS.com

AASTOCKS.com 是由 Tom 及美國網上股票交易專家 All Asia Financial LLC 之合營公司，雙方各佔一半股權，Tom 之總投資額為港幣約四千六百八十萬元。AASTOCKS.com 於二零零零年八月正式推出，旨在透過其專利人工智能技術，提供金融資訊及股票分析。該公司已與二十多家大型經紀行簽約，提供企業對企業及企業對消費者的增值服務。其他業務發展包括推出一套可讓用戶取得美國股票資料的全面化服務，及開拓一個專為中國市場而設的網站。

GoChinaGo.com

Tom 與華夏旅遊網絡有限公司合夥成立 itravel Limited，並由新公司透過網上平台 GoChinaGo.com 提供中國旅遊相關內容以及網上旅行社服務。Tom 擁有該公司百分之五十五權益，投資額約為港幣三千零九十萬元。GoChinaGo.com 於二零零零年四月初步推出，以英、日、韓及中文提供全面的中國旅遊相關資訊。GoChinaGo.com 提供企業對消費者的電子商貿服務，包括預訂機票、酒店房間及旅行團等，並正透過與華夏旅遊網絡有限公司合作，在中國內地開發境外旅遊業務。

She.com

Tom 於二零零零年五月投資港幣一千九百五十萬元，收購 She.com 三成半股權。She.com 針對女性用戶市場，網站於二零零零年八月開通，旨在為亞洲婦女建立網上社羣。除多種不同的內容及社羣服務外，She.com 已推出一個免庫存成本之電子商貿平台，供寄售夥伴向用戶銷售外國時尚商品。在二零零零年，She.com 與多個品牌合辦多個時裝表演，其中包括瑪麗嘉兒、Chloé 及 Max & Co.，成功提高網站在女性瀏覽羣中的知名度。

Tom 持有 OneAsia.com 百分之三十一權益，該公司是專門銷售亞洲音樂、電影及娛樂產品的網上零售商。二零零一年一月，OneAsia.com 在考慮過多個加快業務轉虧為盈的方案後，決定終止運作。OneAsia.com 現正尋求不同途徑將資產套現，包括其內容、客戶資料庫及電子商貿程式，務求為股東收回最大的投資價值。

二零零零年度經審核綜合業績

本公司董事欣然宣佈 TOM 截至二零零零年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績連同截至一九九九年十二月三十一日止年度之比較數字如下：

	附註	二零零零年 港幣千元	一九九九年 港幣千元
營業額		<u>89,223</u>	<u>3,240</u>
直接費用		56,134	189
利息收入		(80,634)	(410)
網站發展費用		145,264	26,879
廣告及宣傳費用		120,635	7,364
折舊及攤銷		61,710	6,176
一般及行政費用		<u>169,450</u>	<u>16,381</u>
經營虧損		<u>383,336</u>	<u>53,339</u>
重組成本	2	37,717	-
攤佔共同控制個體虧損		16,190	-
攤佔聯營公司虧損		<u>6,230</u>	<u>-</u>
除稅前虧損		<u>443,473</u>	<u>53,339</u>
稅項	3	<u>3,147</u>	<u>-</u>
除稅後虧損		<u>446,620</u>	<u>53,339</u>
少數股東權益		<u>10,546</u>	<u>279</u>
股東應佔虧損		<u>436,074</u>	<u>53,060</u>
每股虧損	4	<u>15.10 仙</u>	<u>2.31 仙</u>

附註：

1. 集團重組及編製基準

本公司於一九九九年十月五日在開曼群島註冊成立。於二零零零年三月一日，本公司之股份在聯交所設立之創業板上市。

根據為籌備本公司股份上市而進行之重組，本公司透過股份置換購入 Alexus 之全部股本及以現金向本公司之主要股東和記和埔有限公司、長江實業（集團）有限公司以及若干策略性投資者購入其他業務之淨資產。本公司於重組當日成為 TOM 旗下各公司之最終控股公司。重組之詳情載於本公司於二零零零年二月十八日刊發之售股章程。

於重組前後，本公司及 Alexus 乃受共同控制，而其股東及彼等之權利於重組前後均維持不變。因此，在編製 TOM 之綜合業績時乃根據香港會計師公會頒佈之會計實務準則 2.127 條「集團重組之會計處理」以合併會計法處理。TOM 截至二零零零年十二月三十一日止年度之綜合業績（包括比較數字）乃假設 Alexus 及其附屬公司易網通自一九九九年一月一日起已成為 TOM 之成員，並按合併基準編製。截至二零零零年十二月三十一日止年度之綜合業績之比較數字已重新呈列以反映合併會計法之採用。

編製截至二零零零年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績所採納之主要會計政策與香港普遍採納之會計政策及香港會計師公會頒佈之會計準則相符。

2. 重組成本

重組成本主要指香港入門網站業務之重整資源行動所產生之裁員成本及出售固定資產之虧損。

3. 稅項

香港利得稅乃按年度內之估計應課稅溢利以稅率 16%（一九九九年：16%）撥備。中國之所得稅乃按年度內之估計應課稅溢利以適用於中國企業之稅率撥備。

由於有關稅項虧損之潛在遞延稅項資產可收回性不明確，故並無確認有關資產。

4. 每股虧損

每股虧損乃根據年內已發行股份之加權平均數 2,887,139,499 股（一九九九年：2,300,000,000 股）計算。根據 TOM 於二零零零年三月首次公開發售股份之前進行之集團重組而發行之 2,300,000,000 股普通股，已於計算加權平均股數時包括在內，猶如該等股份自一九九九年一月一日起已經發行。

本公司於二零零零年授出之購股權如獲行使，將對截至二零零零年十二月三十一日止年度之每股虧損帶來反攤薄作用。

5. 股息

於年內，本公司並無派發或宣派任何股息。

6. 儲備變動

因收購（主要以發行股份之方法支付）而產生合共港幣 1,365,695,000 元之商譽已按開曼群島公司法及本公司之公司細則所允許於綜合賬目時自股份溢價賬撇除（一九九九年：無）。

購買、出售或贖回證券

於年內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市股份。

釋義

「Alexus」	指	ECS 國際有限公司
「Alexus 集團」	指	Alexus 及其附屬公司易網通
「CN TOM」	指	Tom 之中國內地入門網站
「CNNIC」	指	中國互聯網絡信息中心
「易網通」	指	易網通電子網絡系統（深圳）有限公司
「EDI」	指	電子數據互換
「風馳明星」	指	昆明風馳明星信息產業有限責任公司
「創業板」	指	香港聯合交易所有限公司之創業板
「北京長通」	指	北京長通聯合寬帶網絡技術有限公司
「港幣」	指	香港幣值
「HK TOM」	指	Tom 之香港入門網站
「中國」	指	中華人民共和國，不包括香港、澳門及台灣

「重組」	指	為籌備 Tom 之股份在創業板上市而進行之集團重組，詳情載於 Tom 於二零零零年二月十八日刊發之售股章程
「上海美亞文化」	指	上海美亞文化傳播有限公司
「上海美亞在線」	指	上海美亞在線寬頻網絡有限公司
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「Tom」或「本公司」	指	TOM.COM LIMITED
「TOM」	指	Tom 及其附屬公司
「TOP」	指	Tom 之網上付款系統
「美元」	指	美國幣值
「VOD」	指	視頻點播
「羊城公司」	指	羊城報業廣告有限公司、廣東羊城報業廣告有限公司及廣東羊城報業體育發展有限公司

1 美元 = 港幣 7.8 元

本公佈將載於創業板之網站 www.hkgem.com 內「最新公司公告」一頁（於刊發日期起計連續七日）及本公司之網站 www.tom.com 內。