



**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。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。

本公佈乃遵照創業板上市規則之規定而提供有關TOM之資料。TOM各董事願就本公佈所載內容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)

### 截至二〇〇一年十二月三十一日止年度之全年業績公佈

#### 財務摘要：

- TOM集團截至二〇〇一年十二月三十一日止年度之財政年度，錄得總收入港幣627,000,000元，大幅增長6倍。
- 網上收入錄得港幣144,000,000元，增長1.6倍。網下收入增長13倍，達至港幣483,000,000元。故此，TOM集團之經營開支收窄至港幣231,000,000元，比上年度減少百分之四十。

截至二〇〇一年十二月三十一日止年度，TOM集團錄得股東應佔虧損淨額港幣636,000,000元，相當於每股基本虧損港幣19.78仙。

截至二〇〇一年十二月三十一日止年度之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

回顧二〇〇一年，TOM取得驕人的進展，進一步邁向成為首要的媒體及電訊集團之目標，致力服務大中華市場。在年度內，本公司同時實踐了收購、合併、重組及整合策略，以鞏固本集團在主要媒體行業中的重要地位。這些收購活動，加上內部增長，令本集團收入錄得非常可觀的升幅。

本公司的收購對象，主要是印刷及戶外媒體行業中具領導地位及錄得盈利的媒體公司。通過收購台灣4家最大的出版集團，TOM現已取得台灣消費雜誌市場的40%，並佔有台灣三分之一圖書市場的份額。隨著印刷媒體管理架構已然確立，加上落實與中國圖書進出口(集團)總公司旗下附屬公司的合資計劃，本公司已具備進軍中國大陸中文印刷媒體市場的優勢。至於戶外媒體的收購活動，則集中於中國大陸市場，我們的目標是要在20個最大城市中發展成為首要戶外媒體公司。至年度末，本公司正進行完成這5項收購的交易程序，把具現金收益的資產，納入成為TOM旗下全國戶外媒體網絡的一部份。

TOM於年度內在實踐收購策略時均以審慎優越的投資守則及優越的條件，以有利的條件取得具增值效益的投資項目。本公司能以具競爭力的資金成本，透過現金和發行高溢價的新股(大部份以每股港幣5.51元發行)來支付收購項目之代價。此外，為了保障TOM的投資，各項收購都訂立了嚴謹的條款，其中包括獲利能力保證、禁售期和與業績掛鈎的第三者託管安排。同時，TOM亦致力合併、重組及整合其收購項目，旨在確保穩健的業務分支管理，並進一步強化財務和營運表現。

網上業務錄得良好的內部增長。本公司在網上廣告方面穩佔可觀的市場份額，並藉著發展互聯網接入服務，擴大了收入來源。在體育推廣方面，TOM與中體產業所組成的合營公司的成立，更有利本公司為爭取二〇〇八年北京奧運會所帶來的商機做好準備。各媒體業務於二〇〇〇年度所收購的公司及其內部開發的業務，已完全整合在一個統一的平台，具備中央銷售、內容製作及後勤支援的功能。

### 財務概要

TOM集團於截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度，錄得總收入港幣627,000,000元，大幅增長6倍。網上收入增長1.6倍，達港幣144,000,000元。網下收入受惠於擴大後的資產基礎，收入增長13倍至港幣483,000,000元。

截至二〇〇一年十二月三十一日止年度，經營虧損收窄至港幣231,000,000元，較上年度減少40%。本公司將繼續專注控制支出及資本運用的效益。目前在大中華區，TOM的網上業務在各大入門網站中，擁有最具競爭力的成本架構。TOM的合併、重組及整合之工作，將繼續致力為各業務建立具業界領導地位的成本架構。

截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度，本集團錄得股東應佔虧損港幣636,000,000元，較上年度股東應佔虧損額港幣1,265,000,000元減少了一半。根據對本集團之資產的公平價值進行之評估結果，本集團為二〇〇一年及二〇〇〇年分別作出撥備港幣331,000,000元及港幣829,000,000元。若撇除減值撥備，股東應佔虧損實際減至港幣305,000,000元，改善幅度達30%。

二〇〇〇年年底開始，互聯網行業汰弱留強，儘管科技界面臨資金短缺的壓力，TOM仍能保持資本來源。於二〇〇一年十二月，TOM獲得港幣850,000,000元的股東貸款，加上公司持有的現金儲備，令本集團於年度末的流動資金增至超過港幣900,000,000元。

### 業務展望

TOM於二〇〇一年已成功建立了穩定的收入基礎，這將可令本公司於二〇〇二年度內，達致現金流量收支平衡。合併、重組及整合工作將於今年內繼續進行，本公司亦將繼續在印刷及戶外媒體兩個行業進行審慎的收購活動。本公司將著意加強提升管理人員的質素，以及擴闊他們對個別媒體行業的專業知識。

本公司亦致力發展電訊增值服務，尤其重視發展無線及流動虛擬網絡營運商業務。最後，本公司亦將爭取在娛樂媒體行業的發展良機，擴大訂戶收費及內容銷售的收入，藉此平衡目前主要倚賴廣告收益的經營模式。

最後，本人在此感謝各位董事、管理人員及所有員工在二〇〇一年為本公司所作出的努力和貢獻。我相信只要大家同心協力，我們必定能將TOM塑造成為大中華區具領導地位的媒體及電訊集團，共享光明前景。

陸法蘭

主席

香港，二〇〇二年三月十五日

## 管理層討論及分析

### 業務回顧—網上業務

#### 網上業務

##### 概覽

TOM是大中華區首要之網上營運商。網站TOM.COM屬下的內地及香港入門網站，擁有逾30個本地化內容頻道及一系列技術應用方案。它們包括網游神(TOMNET)互聯網接入服務、TOM SMS(短訊服務)入門網站、TOM-Q網上話音及文字聊天室、TOM話音入門網站及MyTOM個人化遊戲頻道等。內地最大電子郵箱服務供應商163.net及首要體育入門網站Shawei.com均已併入TOM的網上平台。

由於各方對中國大陸網上廣告市場的預測不一，TOM採納了較保守的數據，預測二〇〇一年的網上廣告市場總值為美金40,000,000元(*IDC 2001*)。除網上廣告收入外，TOM於網上訂戶及收費服務方面，爭取額外的收入。於二〇〇一年十二月，TOM旗下網站的每日瀏覽頁次為80,000,000，註冊用戶達15,000,000。

TOM亦透過中國大陸最大寬頻內容供應商之一的美亞在線，在發展迅速的寬頻市場上奠下基石。本公司亦與寬頻網絡營運商長城合作，攜手開發寬頻互聯網增值服務。

##### 主要發展

於二〇〇〇年收購的網上業務，已在本年度與TOM網上營運完全整合。功能上的整合顯著改善了成本結構，使各功能範疇的資源分配更具效益，這包括內容規劃與採購、內容製作及技術發展與支援。TOM亦率先把中國互聯網市場導向收費文化領域，成功把用戶群及網上交通轉化為收入，實現更高的成本效益。本公司專注擴展四大收入來源--廣告、訂戶、個人及企業服務。

以廣告客戶層之大小而言，TOM.COM被列為中國大陸最優秀的入門網站之一(*Wisecast Media 2001*)。於二〇〇一年十二月，所擁有的網上廣告客戶數目已超過300個，較上年度增加近70%。本公司集中管理網上銷售功能，透過整合各銷售隊伍，以推銷本公司旗下的所有網上服務。

163.net於二〇〇一年七月引入收費電郵服務。收費電郵用戶需付年費人民幣60元或人民幣120元，視乎服務級別而定，以享用升級的功能、更大的儲存量、更佳的網絡安全保障及其他功能。TOM之香港及中國大陸入門網站分別推出網上遊戲「和平之曙光」和「俠客行」，亦帶來了額外的訂戶收入。

年度內新增的個人服務包括網游神互聯網接入服務、TOM SMS及流動收費電郵(詳細說明請參閱電訊增值服務部分)。這些服務有助TOM的入門網站吸納收費用戶，讓其享有獨特的市場地位，提高整體的價值優勢。作為企業服務發展的一環，TOM在年度內為各企業提供外購方案，其中包括網頁設計及網站寄存服務等。TOM企業對企業服務易網通為超過200家企業提供電子清關服務，讓呈交報關文件過程自動化。香港的網上業務隊伍，取得一本生活月刊的出版權，該刊物專為長實旗下樓宇85,000個住戶而設，這進一步把內容製作能力轉化為收入。

TOM與長城合資成立的長通(股權比例為70:30)於年度內已開始建立營運平台以提供寬頻互聯網增值服務。初期的服務包括通過寬頻網絡和網上電話推出數碼化音像產品。目前長通正在長城的全國寬頻骨幹上爭取更多電訊增值服務商機。

TOM佔50%權益的美亞在線，致力提供網上電視和寬頻內容，通過寬頻網絡向各訂戶播送。該公司亦與公安部合作，聯手製作以滅罪為主題的電視節目「中國警務報導」。該節目已安排於二〇〇二年，每天在中央電視台及各省市電視台播出。收入將來自節目贊助、廣告時段及播映權的銷售。

#### 業務展望

儘管全球互聯網業經營困難重重，TOM已成功冒起為業內的翹楚，擁有可觀的收入來源及精簡的成本結構。本公司將不斷強化用戶服務，繼續發揮網上業務隊伍的研發專才。本公司亦會著重透過嚴謹的成本控制及更大的收入增長，令網上業務能達致現金流量收支平衡。

### 電訊增值服務

#### 概覽

TOM正積極建立電訊增值服務平台，以提供互聯網接入服務、無線電訊增值服務及虛擬網絡營運商服務。業務的長遠目標是要在此平台上綜合來自TOM印刷媒體、體育推廣及網上業務的專利內容，透過窄頻、寬頻、無線應用協定及第三代無線設備等發行渠道向用戶發放。作為一個虛擬的互聯網接入服務供應商，TOM的業務在中國大陸這個價值美金2,000,000,000元的互聯網接入服務市場上經營(*IDC 2001*)。此外，中國大陸的無線數據市場預計於二〇〇三年總值美金837,000,000元(*BDA 2001*)，市場規模極有可能變得十分龐大，本公司具有優勢以力求爭取到一定的市場份額。

## 主要發展

TOM於二〇〇一年六月推出內地首項虛擬互聯網接入服務網游神，每多個互聯網服務供應商結盟，讓用戶透過一站式方案，選擇不同的服務供應商。用戶以一帳戶一帳單的方式，即可在全國2,500個城市，選用不同的網上服務供應商。用戶亦可隨時隨地享用TOM的環球漫遊及客戶服務。該產品推出首6個月內，已售出逾900,000張網游神接入卡。該互聯網接入方案，於二〇〇一年十二月擴展至企業客戶，向邊際利潤更大的市場進軍。

此外，TOM也開發了其他的電訊增值服務，包括短訊服務(SMS)及流動電郵服務，以進一步鞏固其訂戶收入基礎。短訊服務以TOM的網上產業為基礎，為用戶提供足球彩票及體育新聞、鈴聲音樂及圖片下載，此外，還有個人化娛樂資訊訂購服務，包括新聞、股票、天氣及進修等資訊。此項目並與北京音樂電台FM974等其他內容供應商結盟，以進一步加強其豐富的內容。在第四季度內，TOM每日處理來自350,000名登記用戶平均200,000段訊息。流動收費電郵將流動電話、電郵及短訊服務結合起來，讓用戶能透過流動電話存取電子郵件。該服務在二〇〇一年推出的首4個月內，共吸納了超過60,000名新登記用戶。

## 業務展望

TOM正積極爭取其互聯網接入、無線應用方案及網上話音業務上的增長，而網游神正為本公司體現了此發展策略的推行。藉著利用電訊營運商夥伴的基礎設施、技術及服務，本公司得以避免對基建設施作出投資。這將不會構成與電訊營運商直接競爭，只會以現有的基本電訊服務上透過品牌推广、市場營銷及匯集獨一無二的服務，帶來互補與增值效益。

## 業務回顧—網下業務

### 印刷媒體

#### 概覽

TOM現時出版約40本雜誌及8,000種叢書，致力在大中華市場建立最強大的中文印刷媒體集團。旗下雜誌的內容種類多元化，包括資訊科技、商業經濟、個人財務、時尚生活、保健及年輕一族，盡皆所屬類別中的領導刊物。其20個叢書出版品牌所覆蓋的內容種類十分廣泛，無論是古典文學或當代著作，還是商業或兒童讀物，皆一應俱全。估計綜合讀者人數超過56,000,000。

TOM的優秀雜誌品牌眾多：《商業周刊》為利潤最高的中文商業雜誌；《電腦家庭》是台灣最暢銷的電腦雜誌；《亞洲週刊》則為亞洲地區的新聞雜誌周刊；同樣受歡迎的《智富理財》在台灣連續4年成為最高銷量財經雜誌；《儂儂》是台灣讀者最廣泛的時裝雜誌；《傑尼斯偶像情報誌》則是台灣年輕人讀者群中最暢銷的流行文化雜誌。

書本式雜誌《MOOK自遊自在》現已編輯成為一系列中文旅遊指南。TOM其他著名的出版品牌包括：全球出版最大量歷史中文叢書的「麥田」及取得獎項殊榮的經典文學出版商「貓頭鷹」。「格林」專門出版兒童讀物，匯聚百多位來自全球各地插畫家的繪畫作品。

據估計，中國大陸的印刷媒體市場，加上香港及台灣市場，當中包括投放在雜誌刊物及報章的廣告費用、發行收入及叢書銷售，所合共的市場總值大概是美金30,000,000,000元（Zenith Optimedia 2001及公司估計數據）。中國大陸所發行出版的8,000多本雜誌、2,000多份報章及560個叢書出版商，大部分均屬小規模經營。正由於市場如此分裂，TOM洞悉機會，借助了台灣出版的專業基礎及管理專才，整合市場，發展更大的商機。

### 主要發展

TOM以收購《亞洲週刊》為踏足點，於二〇〇一年通過整合台灣印刷媒體市場，擴展其印刷媒體的業務商機。TOM已在台灣整合了大概40%的消費雜誌及1/3的叢書出版市場。通過收購台灣四大印刷媒體集團——電腦家庭、城邦、尖端及商周，TOM融匯了印刷媒體業務領域的專業知識。這些集團的管理團隊經驗豐富，並且經歷過媒體逐步開放的經營環境，這與中國內地現況十分相似。這些無形資產對TOM發展中國大陸市場來說，是十分關鍵的。

於二〇〇一年八月，TOM通過與中國圖書進出口（集團）總公司（「中圖」）的下屬單位簽訂了合營公司協議，進一步加強其於中國大陸的發展基礎。TOM投入資金港幣4,700,000元，擁有該合營公司的70%權益。中圖是中國大陸3大官方圖書進出口商之首，管理九成海外書刊入口內地市場。合營公司的成立，讓TOM可把海外印刷媒體以合作出版本地版或進口版的形式引進中國內地。TOM更可憑藉中圖的全國性發行網絡，來發行其印刷媒體產品。除此之外，中圖與本地及海外出版商的良好合作關係，亦有助TOM印刷媒體業務尋找適當的商業合作目標。



正當TOM旗下各印刷媒體公司面臨台灣及香港廣告市場週期性的逆轉，廣告收入有所影響，但叢書刊物銷售量卻穩步上揚。所具備的市場適應力強化了印刷媒體的實力，《亞洲週刊》、《商業周刊》、《電腦家庭》、《電腦買物王》、《電腦玩家》、《數位時代》、《智富理財》、《儂儂》、《漂亮家居》、《購車誌》、《Call流行通訊》、《談星》及《傑尼斯偶像情報誌》等刊物，均穩佔其所屬類別中五大暢銷雜誌的地位。

#### 收購詳情

收購電腦家庭及城邦49%權益所涉及的代價為港幣306,000,000元，其中57.5% (港幣172,300,000元) 以現金支付，而42.5% (港幣129,700,000元) 是以港幣5.51元發行TOM新股支付。

收購尖端全數權益的代價約為港幣85,300,000元，其中50% (港幣42,600,000元) 以現金支付，25% (港幣21,300,000元) 以TOM股份支付 (每股港幣5.51元之價格認購入賬列作繳足股款)，其餘則以TOM印刷媒體業務上市之新股支付 (「首次公開發售股份」)。TOM實際發行的新股將會以獲利能力原則作調整。

TOM更以港幣325,400,000元的代價，取得商周全數具可觀盈利的印刷媒體業務，並有權以港幣44,900,000元，進一步收購其仍處於投資期的業務。在港幣370,300,000元總代價當中，50% (港幣185,100,000元) 以現金支付，25% (港幣92,600,000元) 以TOM股份支付 (每股港幣5.51元之價格認購入賬列作繳足股款)，其餘則以首次公開發售股份支付。港幣48,000,000元之TOM股份及港幣11,000,000元之首次公開發售股份將受利潤表現的約束，交由第三者託管。商周在城邦的投資把TOM在電腦家庭及城邦所佔的權益增加至52.9%。

於二〇〇一年年底，尖端及商周這兩項收購正有待完成。有關尖端的交易，已隨後於二〇〇二年二月六日完成。

#### 業務整合

二〇〇一年六月，TOM於收購完成前，便開始了與電腦家庭及城邦的業務整合工作。兩大出版商成功減省了重疊的業務功能，範圍包括內容製作、倉庫儲存、市場營銷及財務管理。兩者亦合併了雙方各自擁有的設施，如辦公室等。重組措施有效縮減20%人手，令邊際利潤較上年度提高10%。同時，我們亦引進了與TOM管理標準一致的財務管理及業務表現監察制度。

TOM整合旗下出版商的工作已展開，實行了把各出版商同時擁有的業務功能，集中在一個印刷媒體業務平台上。這個業務平台為TOM旗下的出版商提供了統一的管理服務，包括採購、製作、發行、銷售及後勤支援。通過運用一套正在開發的企業資源規劃系

統，這業務平台的效能將獲進一步鞏固。這套資源規劃系統將各出版團隊連結在統一的科技技術平台上，讓各工作單位能分享資訊及改善工作程序。

TOM已成為高度整合的印刷媒體集團，每年出版31,000,000份雜誌及10,000,000本書籍，議價力大大提高，並因而取得成本協同效益。與各供應商及分銷商重新商議條款的工作已執行。我們的目標是將紙張及印刷成本降低5%至10%，並預期給予各分銷渠道的折扣可降低至30%，遠低於業內平均的45%折扣率。

### 業務展望

TOM將繼續整合其在台灣的印刷媒體業務，以取得製作及分銷方面的成本協同效益，從而提高邊際利潤。本公司將會以強大的出版業務計劃及嚴格的成本控制管理，以面對台灣廣告業週期性下調的挑戰。

TOM將透過與中國大陸具規模的出版企業成立合營公司，繼續擴展業務。台灣各類出版業領導企業之管理層，將互相交流其在包裝及營銷策略方面的豐富經驗和知識。這些合資項目將只專注於廣告銷售與發行，並不干預編採工作。台灣出版產業初步成功整合，TOM極有信心，能成功地為中國大陸的合作夥伴引進統一的財務管理制度及共同的出版平台，以有助發展成為具領導地位的區域性中文印刷媒體集團。

### 戶外媒體

#### 概覽

TOM正透過收購地區性主要戶外媒體經營者，以整合中國大陸戶外媒體市場。本公司正在構建全國性的戶外媒體網絡，迄今廣告總面積約達134,000平方米，媒體資產數目超過9,000個。網絡初期覆蓋中國大陸13個主要城市，包括北京、上海、廣州、成都、青島及昆明。TOM網絡的特色是擁有多樣化的戶外媒體資產，能滿足廣告客戶不同的市場推廣需求。

預計中國大陸戶外媒體的廣告市場將由二〇〇一年的美金665,000,000元，增長至二〇〇四年的美金1,000,000,000元(Zenith Optimedia 2001)。戶外媒體市場極度分裂：38,000個經營者共擁有1,200,000個戶外媒體設施，而大部分經營者只佔少於1%的市場份額。現時4大戶外媒體經營者(包括TOM在內)合共所佔的市場分額，估計低於20%。相反，美國5大戶外媒體公司，卻操控了美國超過60%的市場份額。

## 主要發展

二〇〇一年八月，TOM繼續擴展其在中國大陸的戶外媒體網絡，與騰龍簽訂協議，以及分別與春雨、齊魯、天明和炎黃簽署4份諒解備忘錄，收購該等媒體公司的大多數權益。這5家公司的資產及規模概況，都與以往收購的戶外媒體相若。它們均為中國大陸主要經濟城市穩佔業內數一數二的地位，擁有數以千計的優質資產，集中在各市中心區、公路幹線及機場周邊地區。這些公司的管理層都是年青的企業家，從事廣告及戶外媒體業務超過8年。他們之中不乏曾在內地政府部門任職的人士，全部均與地方政府建立了良好的關係，讓公司能夠穩取長達20年的特許權。在若干項目中，有關特許權更是無限期的。主要的成功指標一般包括公司戶外媒體的佔用率需達70%至80%，而邊際利潤最少達20%。

除了透過收購資產取得增長外，本年度戶外媒體業務亦透過取得特許權而錄得強勁的內部增長。通過美亞文化，TOM獲得上海市政府批准擴建單車棚的數量，現時單車棚廣告燈箱的佔用率已高達85%。本公司同時在上海擴展戶外媒體資產種類，其中包括取得16個位於市中心大樓外牆的巨型廣告位。在雲南省，TOM透過戶外媒體附屬公司風馳傳媒，取得在雲南省所有高速公路興建100支單立柱廣告牌的專營權。

## 收購細節

緊隨二〇〇一年八月為5個收購項目簽訂協議及諒解備忘錄後，九一一恐怖襲擊事件令市場大幅滑落，TOM重新訂定更有利公司的收購條件。因此，騰龍的收購於第四季度才完成，而其餘4項交易完成日期則延至二〇〇二年。結果，TOM於在二〇〇二年一月、二月及三月，分別與春雨、齊魯及天明簽訂協議。

TOM以港幣約50,700,000元，取得騰龍65%權益。收購春雨50%權益之代價為港幣48,500,000元、齊魯60%權益之代價為港幣74,000,000元及天明50%權益之代價為港幣53,200,000元。各收購代價其中之28%以現金支付，餘下72%則以TOM股份支付(每股港幣5.51元之價格認購入賬列作繳足股款)。收購春雨、齊魯及天明之總代價會根據溢利表現作出調整。

## 業務整合

在首一、二季度，TOM集中在風馳傳媒和美亞文化的整合工作。重點放在落實執行一套與和黃及長實現行標準一致財務管理制度，及符合香港普遍採用之會計準則。TOM在每一家公司委任財務總監以貫切實行公司每月進行預算和報告的財務守則。又舉行

季度預算及業務評估會議，一方面為業務發展定下目標，另一方面以主要業務指標監察風險，透過清晰界定權責、政策及程序，確保嚴謹的內部管理。此外對新收購的公司，亦實行同等嚴謹的財務守則。

在營運方面，TOM成立了一家戶外媒體控股公司，集中管理及統一營運。公司正在發展一個專利的戶外媒體管理系統，把旗下各戶外媒體公司的廣告單位和客戶資料庫整合。這套系統是為了增大個別媒體資產的覆蓋面，讓戶外媒體控股公司能為策略性客戶，提供全國性的媒體採購方案。TOM的主要戶外媒體廣告客戶亦可登入這個系統，監察個別廣告宣傳計劃最新進展。

## 業務展望

TOM致力透過更多收購行動及內部增長，爭取中國大陸戶外媒體市場主要的佔有率。在完成進一步收購及其後的整合計劃後，TOM的戶外媒體網絡將可覆蓋超過20個主要城市，並實行中央管理制度，進一步提升媒體的整體佔用率及邊際利潤。此外本公司亦將按步驟，在控股公司層面上開發增值服務，包括戶外媒體顧問服務、媒體規劃及採購、設計及製作、戶外活動管理等。

## 體育推廣

### 概覽

TOM是中國大陸最大的本地體育推廣公司，旗下的體育推廣附屬機構羊城公司擁有中國大陸大學生足球聯賽、全國乒乓球大賽、排球聯賽、保齡球錦標賽及國家體操隊的推廣權。籌辦活動、活動推廣支援、品牌建立、媒體購買及宣傳等項目，皆屬於我們提供予廣告客戶的綜合服務範圍。羊城公司亦與中央電視台合作，製作電視體育節目，供內地31個電視台播放。

雖然中國大陸的體育推廣市場相對還有待開發，但它的發展潛力卻是蓄勢待發的。在體育產業商業化的進程中，政府正策劃10年發展大計，目標是要把現在的市場總值，由現在起至二〇一〇年，從現時只佔國內生產總值的0.2%提升至1.5%（二〇〇一年至二〇一〇年體育改革與發展綱要）。二〇〇八年的北京奧運及賽前的多個主要體育活動，將為TOM在廣告推廣、活動籌劃及電視製作等方面帶來更多的商機。中國運動員知名度不斷提升，亦有助日後運動員代理相關的商業推廣發展。

## 主要發展

二〇〇一年十一月，TOM與隸屬中國國家體育總局的附屬機構中體產業達成合營協議。中體產業現為中國唯一的上市體育管理公司，TOM投資港幣24,000,000元，佔合營公司50%權益。該公司將會向本地及海外市場供應體育電視節目，以及代理和推廣中國頂級運動員。此外，合營公司更會充分利用中體產業與奧林匹克經濟發展委員會的緊密關係，提供體育顧問服務，以迎接二〇〇八年北京奧運會的來臨。

TOM於二〇〇一年七月取得中國國家體操隊的推廣權。在二〇〇八年奧運會主辦城市揭曉前夕，TOM舉辦了一個由九廣鐵路公司贊助的中國奧運體操金牌選手匯演。公司結合網上及網下資源，為其客戶及活動贊助商九廣鐵路公司及其他廣告商大做宣傳。羊城公司亦成為二〇〇二年世界杯足球官方指引手冊(中國大陸版)的獨家廣告代理。該手冊乃唯一一本獲國際足協授權刊印的世界杯官方刊物，預計發行800,000本。此外，羊城公司亦於年度內取得多項新的體育活動推廣權，其中包括擔任「飛利浦中國之隊」推廣顧問、「步步高全國排球聯賽」獨家代理、中國籃球協會市場推廣代理等。

二〇〇一年內舉行的主要體育活動包括「飛利浦中國大學生足球聯賽」、「第一屆全國市長杯乒乓球聯誼賽」及「長城汽車中國國際青少年乒乓球擂台賽」。羊城公司又獲各省市級政府體育機關邀請，參與改善體育館及有關設施的水平，其中包括廣州第九屆全運會的會場。

二〇〇一年六月，以諾基亞為節目贊助商的「每日體育新聞」節目正式啟播。節目由羊城公司製作，供全國31個電視台播放，包括北京、上海及廣東電視台。羊城公司並製作「飛利浦體育報道」及其他特備節目，包括第9屆全運會節目。TOM體育相關電視節目的平均收視觀眾人數達52,000,000。

## 業務展望

隨著中國大陸邁向奧林匹克的年代，TOM致力把中國大陸體育推廣活動提升至世界級專業水平。本公司將不斷籌辦及推廣優質的體育活動，為體育組織、個人及廣告商帶來共同利益。未來數年，TOM將進一步參與體育電視節目製作及發行業務，包括製作如高爾夫球高檔運動或極具刺激性的體育活動。本公司現正與海外體育節目製作商洽談有關國際體育活動的本地廣播安排。

## 財務回顧

以下有關集團財務狀況和經營業績的討論及分析，應與綜合財務報表及有關附註一併閱覽。

TOM集團將分兩大業務作報告：網上及網下。

### 收入

TOM集團於截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度，錄得綜合收入港幣627,000,000元，較上年度的港幣89,000,000元，大幅增長6倍。儘管網上廣告市場疲弱，在163.net及Shawei.com全年收益貢獻的支持下，加上成功推出網游神服務，TOM網上收入錄得港幣144,000,000元，較上年度增長1.6倍。

網下收入增長13倍，達至港幣483,000,000元，佔二〇〇一年總收入77%。網下收入憑藉印刷及戶外媒體業務的首次貢獻而擴大，其中包括來自風馳傳媒由二〇〇一年一月一日起、亞洲週刊由二〇〇一年三月一日起、美亞文化由二〇〇一年四月一日起、電腦家庭及城邦由二〇〇一年十月一日起、騰龍由二〇〇一年十一月一日起及尖端由二〇〇一年十一月廿一日起所帶來的包括廣告銷售、雜誌發行及書籍銷售的收入。

符合TOM在不同地域的業務投放程度，來自中國大陸的收入佔66%，台灣及香港的收入貢獻分別佔總收入的19%及15%。隨著新收購的項目繼續進行整合，收入及地域分配對將來發展趨勢未能起指標性的作用。

### 經營開支

儘管TOM集團的網下業務錄得可觀的增長，於截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度內，本集團的經營開支(不包括銷售成本)為港幣487,000,000元，比上年度減少2%。這顯示出本公司已確立了更節約的成本架構，以配合比上年度更大的收入基礎。經常性的縮減成本行動及功能整合，令網站開發費用及廣告宣傳費用亦減省接近50%。網上業務成本架構，更相信是大中華區各主要入門網站中最具競爭力的一個。此外，本公司在支出方面採取審慎態度，有效部署必須的公司資源，為收購的業務進行整合和增值。

### 經營虧損

截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度，本集團錄得之經營虧損減至港幣231,000,000元，與上年度的港幣383,000,000元比較，改善了40%。經營虧損下降有賴擴闊了收入基礎，以及大幅減低網上經營成本。

## 資產減值

於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團對其無形資產之公平價值進行評估，範圍包括之前已於儲備抵銷之商譽。評估乃根據使用資產之價值而釐定，而有關價值則以估計未來現金流量現值計算之現金產生單位水平(個別業務運作)而決定。

由於進行是次評估，TOM集團因此就收購一從事網上業務之附屬公司產生之商譽減值於截至二〇〇一年十二月三十一日止年度作出港幣281,000,000元之撥備。此外，TOM集團亦已就先前已於儲備抵銷之商譽進行同類評估，並藉評估結果確定經已出現減值。根據會計實務準則第30號之過渡條文，TOM集團已追溯地重列截至二〇〇〇年十二月三十一日止年度所呈報之虧損及於二〇〇一年一月一日之累積虧損，令有關虧損增加港幣829,000,000元。

此外，TOM集團已為截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度與網上業務有關的固定資產減值作出港幣50,000,000元的撥備。

## 股東應佔虧損

截至二〇〇一年十二月三十一日止之財政年度，本集團錄得股東應佔虧損港幣636,000,000元，比重列的上年度股東應佔虧損額港幣1,265,000,000元減少了一半。如果撇除商譽及固定資產減值撥備，股東應佔虧損實際減至港幣305,000,000元，改善幅度達30%。

## 流動資金及財政資源

TOM集團用作日常營運及投資的資金，乃來自內部流動現金、首次公開售股及於二〇〇〇年進行配售新股所得之款項結餘、銀行貸款及來自本公司大股東的貸款。

於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團之銀行存款及現金結餘為港幣234,000,000元；於二〇〇〇年十二月三十一日，該項結餘為港幣935,000,000元。在年度內，TOM集團動用了港幣870,000,000元作業務營運及投資用途。

本公司於二〇〇一年十二月十日宣佈獲得大股東提供一筆高達港幣850,000,000元的無抵押貸款，作為TOM集團的日常營運資金。這筆貸款將於二〇〇三年到期，利率為三個月香港銀行同業拆息加五十點子。於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團已自該筆貸款額中動用了港幣100,000,000元。此外，於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團的銀行及其他貸款總額(包括長期及短期銀行及其他貸款)為港幣65,000,000元，主要是二〇〇一年新收購的附屬公司之貸款。於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團之現金對借貸比率為1.4。

## 外匯風險

根據TOM集團之政策，每一間旗下營運機構借貸時必須盡可能以當地貨幣進行，令貨幣風險減至最低。

## 資本架構

在年度內，本公司共發行每股面值港幣0.1元之118,254,909股新普通股，包括根據首次公開售股前之購股權計劃行使購股權而發行的7,254,000股，行使價為每股港幣1.78元；及作為收購附屬公司的部分代價之111,000,909股，每股發行價介乎港幣1.795元至5.51元之間。

## 集團資產費用

TOM集團名下若干資產已抵押予銀行，作為向TOM集團提供一般銀行貸款額的擔保。於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團的抵押資產，包括銀行存款及應收票據，為港幣63,000,000元。

## 或然負債

本公司於二〇〇一年十二月三十一日之或然負債約為港幣81,000,000元，其中港幣72,000,000元是關乎一宗終止贊助合約糾紛而與International Merchandising Corporation進行的法律訴訟。此宗糾紛目前仍處於仲裁階段。

## 員工資料

於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團共有全職員工1,712名。不計董事袍金在內，員工成本為港幣177,000,000元(二〇〇〇年：港幣110,000,000元)。TOM集團旗下所有公司均為平等機會僱主，並就出任職位的適合程度作為挑選及擢升員工的依據。TOM集團員工之薪酬及福利均具競爭水平，員工是以工作表現作為考勤的基礎，在TOM薪酬及獎金制度的框架下，進行年度檢討。本集團向員工提供一系列福利，包括醫療保險、強積金及退休計劃和長期服務獎等。此外，TOM集團定期向員工提供培訓和發展課程。年度中，本集團為員工籌辦了以TOM集團為基礎的聯誼、運動及康樂活動。

TOM亦採納了一份僱員購股權計劃，根據該計劃TOM集團之員工可獲授予購股權，以認購TOM之股份，作為員工對TOM集團作出之貢獻的獎勵，並藉此鼓勵員工繼續為TOM集團作出寶貴的貢獻。



## 二〇〇一年度經審核綜合業績

TOM之董事欣然宣佈本集團截至二〇〇一年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績連同截至二〇〇〇年十二月三十一日止年度之比較數字如下：

		重列
	附註	二〇〇〇年
		港幣千元
		二〇〇一年
		港幣千元
營業額		<u>626,624</u>
銷售成本		393,250
利息收入		(23,069)
銷售及行政費用		237,511
廣告及宣傳費用		62,597
網站發展費用		77,862
折舊及攤銷		<u>109,065</u>
經營虧損		230,592
融資成本		1,395
商譽減值撥備	3	280,936
有關網上業務之固定資產減值撥備		49,540
重組成本	4	8,527
攤佔共同控制實體虧損		35,856
攤佔聯營公司虧損		<u>3,164</u>
除稅前虧損		610,010
稅項	5	<u>18,692</u>
除稅後虧損		628,702
少數股東權益		<u>(7,185)</u>
股東應佔虧損		<u>635,887</u>
每股虧損－基本	6	<u>港幣19.78仙</u>
		<u>港幣43.82仙</u>

附註：

## 1. 賬目之編製基準

本賬目乃根據香港普遍採納之會計原則編製，並符合香港會計師公會頒佈之會計準則。除若干投資證券按公平價值列賬外，本賬目乃根據歷史成本法編製。

香港會計師公會於本年度頒佈若干會計實務準則及相關詮釋，有關會計實務準則及相關詮釋，並於二〇〇一年一月一日或以後開始之會計期間生效。影響本集團之新訂會計實務準則如下：

會計實務準則第14號(經修訂)：	租賃
會計實務準則第26號：	分部報告
會計實務準則第28號：	撥備、或然負債和或然資產
會計實務準則第29號：	無形資產
會計實務準則第30號：	企業合併
會計實務準則第31號：	資產減值
會計實務準則第32號：	綜合財務報表及投資附屬公司之會計處理

採納會計實務準則第14號(經修訂)、第26號、第28號、第29號及第32號對本集團賬目之會計政策並無改變及影響。採納會計實務準則第30號及第31號及詮釋13「商譽－先前於儲備抵銷／計入儲備之商譽及負商譽的持續規定」令本集團在處理商譽及商譽減值撥備方面之會計政策有所改變。

## 2. 分部報告

主要申報方式－業務分部

本集團之業務架構可分為以下兩個主要業務分部：

網上業務 — 提供網上媒體及電訊增值服務

網下業務 — 戶外媒體及印刷媒體之廣告銷售、體育活動贊助權及宣傳活動之市場推廣，及出版雜誌書籍

業務分部間並無銷售或其他交易。

輔設申報方式－地區分部

本集團之兩個業務分部乃於以下三個主要地區營運：

香港 — 網上業務及網下業務

中國大陸 — 網上業務及網下業務

台灣 — 網下業務

地區分部間並無銷售。

	網上業務 二〇〇一年 港幣千元	網下業務 二〇〇一年 港幣千元	集團 二〇〇一年 港幣千元
營業額	<u>143,890</u>	<u>482,734</u>	<u>626,624</u>
未計折舊及攤銷之 分部虧損／(溢利)	92,388	(84,164)	8,224
折舊及攤銷	<u>80,432</u>	<u>18,399</u>	<u>98,831</u>
分部虧損／(溢利)	<u>172,820</u>	<u>(65,765)</u>	107,055
未分配之成本			<u>123,537</u>
經營虧損			230,592
融資成本			1,395
商譽減值撥備	280,936	—	280,936
有關網上業務之固定資產減值撥備	49,540	—	49,540
重組成本	8,527	—	8,527
攤佔共同控制實體虧損	35,856	—	35,856
攤佔聯營公司虧損	2,428	736	<u>3,164</u>
除稅前虧損			610,010
稅項			<u>18,692</u>
除稅後虧損			628,702
少數股東權益			<u>(7,185)</u>
股東應佔虧損			<u>635,887</u>

	網上業務 二〇〇〇年 港幣千元	網下業務 二〇〇〇年 港幣千元	集團 二〇〇〇年 港幣千元
營業額	<u>54,865</u>	<u>34,358</u>	<u>89,223</u>
未計折舊及攤銷之分部虧損／(溢利)	279,496	(2,247)	277,249
折舊及攤銷	<u>61,648</u>	<u>62</u>	<u>61,710</u>
分部虧損／(溢利)	<u>341,144</u>	<u>(2,185)</u>	338,959
未分配之成本			<u>44,377</u>
經營虧損			383,336
商譽減值撥備	829,211	—	829,211
重組成本	37,717	—	37,717
攤佔共同控制實體虧損	16,190	—	16,190
攤佔聯營公司虧損	6,230	—	<u>6,230</u>
除稅前虧損			1,272,684
稅項			<u>3,147</u>
除稅後虧損			1,275,831
少數股東權益			<u>10,546</u>
股東應佔虧損			<u>1,265,285</u>

	香港 二〇〇一年 港幣千元	中國大陸 二〇〇一年 港幣千元	台灣 二〇〇一年 港幣千元	集團 二〇〇一年 港幣千元
營業額	<u>96,085</u>	<u>413,350</u>	<u>117,189</u>	<u>626,624</u>
未計折舊及攤銷之 分部虧損／(溢利)	44,331	(22,399)	(13,708)	8,224
折舊及攤銷				98,831
未分配之成本				<u>123,537</u>
經營虧損				<u>230,592</u>

	香港 二〇〇〇年 港幣千元	中國大陸 二〇〇〇年 港幣千元	集團 二〇〇〇年 港幣千元
營業額	<u>31,909</u>	<u>57,314</u>	<u>89,223</u>
未計折舊及攤銷之 分部虧損	217,520	59,729	277,249
折舊及攤銷			61,710
未分配之成本			<u>44,377</u>
經營虧損			<u>383,336</u>

### 3. 商譽減值撥備

於二〇〇一年十二月三十一日，TOM集團對其無形資產之公平價值進行評估，範圍包括之前已於儲備抵銷之商譽。評估乃根據使用資產之價值而釐定，而有關價值則以估計未來現金流量現值計算之現金產生單位水平(個別業務運作)而決定。

由於進行是次評估，TOM集團因此就收購一從事網上業務之附屬公司產生之商譽減值於截至二〇〇一年十二月三十一日止年度作出港幣280,936,000元之撥備。此外，TOM集團亦已就先前已於儲備抵銷之商譽進行同類評估，並藉評估結果確定經已出現減值。根據會計實務準則第30號之過渡條文，TOM集團已追溯地重列截至二〇〇〇年十二月三十一日止年度所呈報之虧損及於二〇〇一年一月一日之累積虧損，令有關虧損增加港幣829,211,000元。

### 4. 重組成本

重組成本主要指網上業務重整資源計劃所產生之終止經營及裁員成本。

## 5. 稅項

自綜合損益表支銷之稅項如下：

	二〇〇一年 港幣千元	二〇〇〇年 港幣千元
香港利得稅(附註a)	2,496	161
中國大陸及台灣稅項(附註b)	15,342	2,986
遞延稅項(附註c)	854	—
	<u>18,692</u>	<u>3,147</u>

- (a) 香港利得稅乃按本年度之估計應課稅溢利以稅率16% (二〇〇〇年：16%) 撥備。
- (b) 中國大陸及台灣附屬公司就溢利繳交之稅項乃按年度內之估計應課稅溢利以中國大陸及台灣之適用稅率撥備。
- (c) 遞延稅項乃按本集團應佔於台灣經營業務之附屬公司之估計可供分派溢利，根據當前稅規以稅率20%撥備。
- (d) 由於未能確定有關本集團稅務虧損之潛在遞延稅項資產能否收回，故無確認有關資產。

## 6. 每股虧損

每股基本虧損乃根據年內已發行普通股之加權平均數3,215,055,403股 (二〇〇〇年：2,887,139,499股) 計算。本集團於二〇〇〇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，猶如該等股份自二〇〇〇年一月一日起已經發行。

本公司授出之購股權如獲行使，將對截至二〇〇一年及二〇〇〇年十二月三十一日止年度之每股虧損帶來反攤薄作用。

## 7. 股息

年內，本公司並無派發或宣派任何股息 (二〇〇〇年：無)。

## 8. 儲備變動

	股份 溢價賬 港幣千元	資本 儲備 港幣千元	資本 贖回儲備 港幣千元	一般 儲備 港幣千元	匯兌 差額 港幣千元	累計 虧損 港幣千元	總計 港幣千元
於二〇〇〇年一月一日	52,335	10	—	—	225	(76,674)	(24,104)
因籌備上市而進行重組所產生	—	(387)	—	—	—	—	(387)
將股東貸款撥充資本而發行股份	501,245	—	—	—	—	—	501,245
將股份溢價用於發行股份 向當時之股東及投資者	(228,450)	—	—	—	—	—	(228,450)
以現金代價發行股份	128,342	—	—	—	—	—	128,342
根據首次公開售股發行股份	719,040	—	—	—	—	—	719,040
根據超額配發配售股份	107,856	—	—	—	—	—	107,856
於二〇〇〇年九月配售股份	477,084	—	—	—	—	—	477,084
因收購附屬公司及聯營公司而 發行股份	700,029	—	—	—	—	—	700,029
發行股份之費用	(107,515)	—	—	—	—	—	(107,515)
購回股份	—	—	776	—	—	(776)	—
年度虧損，重列	—	—	—	—	—	(1,265,285)	(1,265,285)
與儲備抵銷之商譽，重列	(536,484)	—	—	—	—	—	(536,484)
匯兌差額	—	—	—	—	(253)	—	(253)
	<u>1,813,482</u>	<u>(377)</u>	<u>776</u>	<u>—</u>	<u>(28)</u>	<u>(1,342,735)</u>	<u>471,118</u>
於二〇〇〇年十二月三十一日	<u>1,813,482</u>	<u>(377)</u>	<u>776</u>	<u>—</u>	<u>(28)</u>	<u>(1,342,735)</u>	<u>471,118</u>

	股份 溢價賬 港幣千元	資本 儲備 港幣千元	資本 贖回儲備 港幣千元	一般 儲備 港幣千元	匯兌 差額 港幣千元	累計 虧損 港幣千元	總計 港幣千元
於二〇〇一年一月一日， 如前呈報	984,271	(377)	776	—	(28)	(513,524)	471,118
採納會計實務準則第30號 之影響	829,211	—	—	—	—	(829,211)	—
於二〇〇一年一月一日，重列	1,813,482	(377)	776	—	(28)	(1,342,735)	471,118
因收購附屬公司而發行股份	405,280	—	—	—	—	—	405,280
行使購股權	12,187	—	—	—	—	—	12,187
出售一附屬公司	150	—	—	—	—	—	150
年度虧損	—	—	—	—	—	(635,887)	(635,887)
轉撥至一般儲備	—	—	—	139	—	(139)	—
匯兌差額	—	—	—	—	(519)	—	(519)
於二〇〇一年十二月三十一日	<u>2,231,099</u>	<u>(377)</u>	<u>776</u>	<u>139</u>	<u>(547)</u>	<u>(1,978,761)</u>	<u>252,329</u>

## 董事會常規及程序

除TOM之非執行董事並無特定任期，並須根據TOM章程細則之條文於TOM之股東週年大會上重選連任外，年內，TOM已遵守創業板上市規則第5.28至5.39條所載之董事會常規及程序。

## 購買、出售或贖回證券

年內，TOM或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回TOM之任何上市證券。

## 釋義

「商周」 指 商周文化事業股份有限公司

「長實」 指 長江實業(集團)有限公司



「中體產業」	指	中體產業股份有限公司
「春雨」	指	青島春雨廣告裝飾工程有限公司
「城邦」	指	城邦文化股份有限公司
「易網通」	指	易網通電子網絡系統(深圳)有限公司
「風馳傳媒」	指	昆明風馳傳媒有限公司
「GDP」	指	本地生產總值
「創業板」	指	聯交所之創業板
「創業板上市規則」	指	聯交所創業板證券上市規則
「大中華」	指	中國大陸、香港及台灣
「長通」	指	北京長通聯合寬帶網絡技術有限公司
「長城」	指	長城計算機軟件與系統有限公司及長城科技有限公司
「港元同業拆息」	指	香港銀行同業拆息港元利率
「香港會計準則」	指	香港會計師公會頒佈之香港會計實務準則及香港公認之會計原則
「和黃」	指	和記黃埔有限公司
「中國大陸」	指	中華人民共和國(不包括香港、澳門及台灣)
「美亞文化」	指	上海美亞文化傳播有限公司

「美亞在線」	指	上海美亞在線寬頻網絡有限公司
「電腦家庭」	指	電腦家庭文化事業股份有限公司
「騰龍」	指	Perfect Team Limited
「齊魯」	指	齊魯國際廣告有限公司及濟南齊魯新基業戶外廣告有限公司
「尖端」	指	尖端出版股份有限公司
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「天明」	指	河南天明廣告有限公司
「TOM」或「本公司」	指	TOM.COM LIMITED
「TOM集團」或「本集團」	指	TOM及其附屬公司
「炎黃」	指	北京炎黃時代廣告公司
「亞洲週刊」	指	亞洲週刊有限公司
「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

本公佈將載於創業板之網站 [www.hkgem.com](http://www.hkgem.com) 內「最新公司公告」一頁（於刊發日期起計至少保存七日）及 TOM 之網站 [www.tom.com](http://www.tom.com) 內。