



## TOM 互聯網業務溢利升 5.5 倍 以用戶及服務為核心 推展手機互聯網一體化

香港，2009年3月25日 --- 大中華中文媒體企業 TOM 集團有限公司（「TOM 集團」、「集團」、「TOM」，股票代號：2383）今天宣布截至 2008 年 12 月 31 日止之年度業績。

TOM 集團首席執行官兼執行董事楊國猛表示：「雖然金融海嘯席捲全球，營商環境困難，然而本年度由經營業務產生的現金淨額，較 2007 年大幅飆升 78% 至港幣 1.73 億元。2008 年期間，集團徹底將各事業部門的資產去蕪存菁，優化成本結構，與此同時亦投入資源提升科技能力，建立具靈活性及兼容性的開放平台，推展手機及互聯網一體化服務。隨著集團於期內已陸續推出創新的產品及獨特的服務，互聯網分部溢利因而比去年同期大幅上升 5.5 倍，達港幣 6,300 萬元。」

「由於經濟環境逆轉導致相對行業的市值下調，而所實行的各項措施亦漸見成效，集團遂建議為早期的無線業務相關資產作出一次性的非現金流撥備港幣 12.50 億元。此等資產已在過去為集團的業務作出貢獻，並奠定我們在無線業務的領導地位。惟集團現已發展成為以科技為核心的營運平台，超越過往以內容為主導但已不合時宜的經營模式，而這個模式的發展亦有所局限。」

他續說：「其他業務方面，出版事業的團隊憑藉資深的經驗，縱使在困難的市場環境下仍達致卓越營運，2008 年分部溢利增幅達 23%。電視及娛樂事業則夥拍國內外媒體強化內容以提高收視，通過無線和互聯網加大覆蓋，為用戶及廣告客戶增值。至於戶外傳媒亦與其他事業分部緊密合作，重點發展高效益、高科技媒體資產，為廣告客戶提供創意廣告方案。」

展望未來一年，楊國猛表示：「2008 年集團已作出一系列投資新科技及優化營運的措施。雖然未來客戶對廣告的投放更趨審慎，但我們的創新產品均能滿足客戶的需求，為他們提高廣告效益及回報。2009 年集團會陸續推出嶄新及富創意的產品和服務，捍衛我們的市場份額，推動業務穩步向前發展，長遠為投資者創富增值。」



附件:

**財務摘要:**

- 集團收入為港幣 27.28 億元
- 經營業務產生的現金淨額上升 78%至港幣 1.73 億元
- 未計入一次性/非現金項目\*之經營虧損#為港幣 1.18 億元
- 計入一次性/非現金項目之經營虧損#為港幣 13.68 億元
- 股東應佔虧損為港幣 13.94 億元
- 每股虧損為 35.82 港仙

港幣千元

截至 12 月 31 日止  
(重列)

	2008 年	2007 年
營業額	2,728,033	2,682,615
經營業務產生的現金淨額	172,813	97,279
未計入一次性/非現金項目*之經營虧損#	(118,183)	(67,954)
計入一次性/非現金項目之經營虧損#	(1,367,755)	(231,651)
股東應佔虧損	(1,394,429)	(331,105)
來自持續經營業務之每股虧損(港仙)	(35.82)	(8.27)

#計入應佔聯營公司及共同控制實體業績

\*未計及就商譽減值及其它資產作出的撥備港幣 12.50 億元(2007:港幣 1.64 億元)。

## 業務回顧

### 互聯網

#### 無線及門戶平台持續優化，分部溢利大幅上升 5.5 倍

縱使面對艱難的營商環境，互聯網分部仍然不斷致力優化無線及互聯網業務的營運平台，並透過與策略夥伴合作，為用戶提供更先進優質、豐富獨特的內容應用及服務。期內，互聯網分部收入為港幣 10.67 億元，分部溢利為港幣 6,300 萬元，比去年同期大幅上升 5.5 倍。

#### 開放平台不斷引入新技術和應用，網站流量躍增 3 倍

TOM 網站自 2008 年初全新改版以來，朝著一個以用戶為中心及工具化的開放平台發展。該個平台不斷引入國內外先進的技術和應用，並通過深化互動性、強化自主內容，提高用戶的忠誠度，流量大幅增長逾 3 倍。

#### 聚合夥伴強化娛樂體育內容，NBA 官網成體育頻道核心

TOM於2008年第二季與STARDOLL合作，推出新穎時尚的裝扮娛樂網站「明星派」，為用戶提供明星裝扮、時尚娛樂和在線交友服務。其後於第三季，TOM又與美國職業籃球協會(NBA)中國公司共同宣布結成長期戰略聯盟，成為NBA官網大中華區的獨家官方合作夥伴，攜手建造中國內地、香港及台灣的NBA中文官方網站。國內的NBA官網在10月正式推出，提供每日在線賽事直播，並



且揉合更多互動及有創意的精彩內容，不單為球迷帶來不作他選的在線體驗，同時為客戶提供更創新和多元的推廣平台。自啟動以來，唯一訪客(unique visitor)人數倍增。中國內地、香港及台灣的NBA中文官網，是TOM體育頻道的核心組成部分。TOM未來會繼續聯合其他夥伴，引進更多獨特的高檔體育內容。

#### **攜手中國郵政，貫通虛實商務網絡，開創購物新體驗**

於2009年2月，TOM與中國郵政集團公司共同簽訂合作協議，宣布結成戰略合作夥伴，攜手打造一個最備受信賴的電子商務平台。中國郵政是一個歷史悠久的品牌，郵政網點星羅棋布，物流配送渠道既廣且深，郵政儲蓄銀行站點覆蓋密集，而且誠信可靠，深受廣大同胞信賴。TOM擁有包括電視以至出版的跨媒體平台，經營易趣網的電子商務經驗，先進的技術以及龐大的用戶群，雙方合作能充分發揮各自領域的獨有優勢，為用戶提供一個多元選擇、物流服務完備、安全可靠的電子商務平台，開拓時尚創新、無可比擬的互聯網、手機以至線下購物體驗。

#### **易趣開拓創意海外代購，成交量倍速增長**

電子購物平台 TOM 易趣年內持續有效控制成本及優化平台，致使集團應佔該合營公司之虧損減少 27%，而所推出的多項創新服務，包括優化搜尋、海外代購、賣家共成長計劃及忠誠積分獎勵等，廣受用戶歡迎。期內，易趣網建立了專業代購團隊，在 2008 年 6 月推出「美國直送」業務。開通半年以來，該項業務的每月成交量均以 3-5 倍的速度增長。易趣海外代購服務的人均交易額達到人民幣 2,000 至 3,000 元，是其他網購平台的 20 餘倍，而最高交易金額可達人民幣 70,000 元，反映用戶對易趣平台高度信任。易趣網今後會陸續推出具創意的服務，並且擴闊其分銷渠道，藉此進一步提升網站的瀏覽量及交易量。

#### **結合無線在線平台，推展手機互聯網一體化**

隨著中國內地發出3G牌照，電訊行業進行重組將為市場帶來新的增長點。基於已有的優質無線及互聯網產品、龐大的用戶群，豐富的營運經驗以及完備的基礎建設，未來TOM會充分運用及引進更多優質及差異化的體育及娛樂內容與應用，並繼續與一眾營運商、內容供應及技術夥伴緊密合作，掌握市場機遇，共同研發更多創新的移動互聯網產品和服務，全力打造多姿多采的移動互聯網平台，推展無線及互聯網業務進一步發展。

### **出版**

#### **經驗豐富，營運卓越，傳統出版持續靠穩**

集團之出版事業於 2008 年的收入為港幣 10.12 億元，比去年同期上升 7%。分部溢利比去年同期上升 5%，為港幣 9,600 萬元。

出版事業在台灣穩佔業界領導地位，傳統出版業務發展已臻成熟，縱使面對競爭性的營商環境及紙張成本上漲 17%所影響，但由於管理團隊營運經驗豐富，於期內積極優化平台，表現依然穩健。



### **挑書獨具慧眼，暢銷書刊獲獎，淨銷量升 14%**

城邦出版於去年精挑細選出版書目，以及執行品質監控，書籍出版業務盈利穩步上揚。儘管城邦出版的新書目印刷量較去年減少，但圖書的淨銷售量相反上升 14%。當中城邦於 2008 年 3 月出版的《不一樣的自然養生法》銷量超過 59 萬冊，小說《暮光之城》及其續集《新月》於 2009 年初的印刷量更突破 23 萬冊。預期稍後推出的第三及第四集，將會同樣創出令人鼓舞的成績。

台灣的雜誌業務本於 2008 年持續表現良好。雜誌訂閱人數較去年同期增加 4%。雜誌的廣告收入於年內保持穩定增長，較去年同期增加約 5%。同年，旗艦雜誌《商業周刊》除了榮獲亞洲出版業協會（SOPA）頒發「卓越專題特寫獎」、「卓越突發新聞獎」及「卓越雜誌設計獎」外，又獲吳舜文新聞獎頒發「新聞深度報導獎」；卓越新聞獎平面媒體類「新聞採訪報導獎」及第 32 屆金鼎獎-雜誌類「最佳編輯獎」。

### **Pixnet 高踞台灣社交網站第 2 位，註冊會員添近 50%**

出版事業分部期內持續擴展在線銷售渠道，台灣主要社群網站 Pixnet ([www.pixnet.net](http://www.pixnet.net)) 是集團其中主要的在線推廣平台，現時已高踞台灣最受歡迎社交網站的第二位；就網站流量而言，其排名亦已由 2007 年的第 59 位，晉升至去年底的第 12 位。Pixnet 自去年中進行升級後，平台營運效率及用戶忠誠度大大提高，註冊會員於去年底亦顯著上升近 50%。

受困於目前波動不穩的經濟環境，出版行業於 2009 年將會面臨更多挑戰。然而，出版事業分部憑藉其在市場上的領導地位、卓越的管理團隊和廣大的分銷網絡，將可充分發揮最佳營運效益，持續提升利潤，穩健向前發展。

## **戶外傳媒**

### **重檢媒體組合，資產平均收入提振 20%**

TOM 戶外傳媒集團（「TOM 戶外」）期內的收入為港幣 4.65 億元，分部虧損為港幣 7,500 萬元，其中包括終止經營部分媒體產生的一次性開支。出現虧損主要由於多項客觀因素所導致。

去年國內接連發生天災，加上政府於不少二、三線城市進行城市重整規劃，使集團需於昆明、遼寧和重慶拆卸若干媒體資產，均影響戶外傳媒在個別城市的銷售表現。另外，按照規定，現時大部分新推發售的媒體，必須經過正式的投標拍賣程序，令整體成本大幅提高。再者，去年下旬金融海嘯爆發，客戶對廣告開支的投放轉趨審慎，國內的戶外廣告企業因而受到嚴重打擊。

為了重拾增長動力，集團管理層於 2008 年重新檢視旗下戶外資產，並終止經營若干位於偏遠地區或成本高於市值水平的資產。經過重整後，自行擁有/租賃資產的每方米平均收入比去年增升 20%，反映有關策略初見成效，集團相信將有利 TOM 戶外長遠穩健發展。

### **精選優良資產，發展科技媒體**

另一方面，TOM 戶外於主要二線城市投資質優兼利潤高的戶外資產。集團於下半年投得位於福州機場逾 140 個優質的獨家媒體資產，當中包括戶外廣告牌、單立柱及廣告燈箱，總面積超過 3,500



平方米，預計於 2009 年會帶來盈利貢獻。與此同時，TOM 戶外將以創意優化其媒體平台，與集團其他事業分部緊密合作，配合政府的城規政策，重點發展可以進一步提高溢利率的優質科技媒體產品。

爲了強化大客戶銷售網絡和服務，TOM 戶外也同時成立了一個大客戶服務中心，在多元資產組合的基礎上，日後將繼續致力爲本地及全球各地客戶提供卓越的整合營銷方案。

## 電視及娛樂

### 華娛優化內部架構提升表現

電視及娛樂分部的收入爲港幣 1.87 億元，分部虧損爲港幣 5,800 萬元。

華娛衛視的營運受到深圳地區落地訊號受制的不良影響，加上年內的天災，以及因經濟環境惡化導致企業於下半年普遍削減廣告開支，電視及娛樂事業分部於 2008 年的表現未如理想。爲使業務轉虧爲盈，華娛衛視期內積極優化內部營運架構，令營運更見靈活及具彈性。

### 連線 TOM 網站和無線網絡，擴大用戶覆蓋，加強觀眾互動

華娛衛視通過與有關當局緊密合作，已恢復在部分地區的訊號覆蓋。此外，爲了進一步擴大電視用戶覆蓋，華娛衛視運用 TOM 本身的互聯網平台，透過 TOM 網站(www.tom.com)提供在線及無線直播。這個全新的網絡播放平台不單大幅增加用戶覆蓋，在內容方面則加深與觀眾的互動，並且結合無線元素，提高觀眾的參與度，帶來全方位的娛樂體驗，同時亦爲客戶提供精準創新的廣告方案。

### 致力搜羅高收視節目，爲廣告主增值

華娛衛視期內不斷加強節目的質量及內容，爲進一步提升收視，帶動廣告收入，積極引入多姿多采的優質內容，如於 2008 年 12 月在內地首播的台灣高收視偶像劇《不良笑花》，以及新穎多元的互動製作，以至清談節目等。

### 夥拍媒界巨擘豐富內容，打造多媒體電視平台

展望未來，華娛衛視會繼續與國內外不同的媒體夥伴展開合作，開拓多元化節目內容，攜手打造集娛樂和資訊於一身的多媒體電視平台。華娛衛視密鑼緊鼓製作的《娛樂台勢力》，已與台灣八大電視台和國娛文化傳播有限公司結成合作夥伴，通過結合兩岸的電視及平面媒體資源，充分利用跨地域跨媒體的合作優勢，以電視雜誌的全新手法，速遞第一手台灣娛樂資訊、獨家藝人專訪和周刊頭條解讀，同時讓觀眾不論通過電視、線上或手機，均可接收到豐富精彩的娛樂內容。

### 羊城爲大客戶的營銷推廣之選

羊城在交叉銷售 TOM 旗下產品及服務上擔當重要的角色。自去年成功籌辦意念創新的「諾基亞大篷車體驗之旅」活動後，該公司本年再爲其他全球性客戶例如百事籌辦同類型活動，再次顯示羊城在活動營銷方面強勁的執行力。

###



### 有關TOM集團有限公司

TOM 集團有限公司(股票代號：2383) 於香港聯合交易所主板上市。TOM 為領導大中華的中文媒體集團，經營多元化業務，包括互聯網（TOM 在線）、戶外傳媒（TOM 戶外傳媒集團）、出版、電視及娛樂等，業務遍及中國大陸、台灣及香港。在各經營的業務領域中，TOM 皆穩佔市場領導地位。

集團於 1999 年 10 月成立，為和記黃埔及長江實業集團與其他策略性投資者組成的合營公司。集團總部設於香港，地區總部分別設於北京、上海及台北，於近 20 個城市聘用逾 3,300 名員工。

新聞界查詢：

TOM 集團有限公司

李淑韻

副總裁—企業傳訊及投資者關係

電話：(852) 2121 7814

傳真：(852) 2127 7576

電郵：[corp-comm@tomgroup.com](mailto:corp-comm@tomgroup.com)