



TOM Group Limited
An associate of Hutchison Whampoa Limited
TOM 集團有限公司
和記黃埔有限公司聯營機構

Press Release 新聞稿

大力投放資源發展高增長潛力項目 TOM 上半年業務持續穩步推進

香港，2010年8月3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2010年6月30日止之中期業績。

TOM 集團首席執行官兼執行董事楊國猛表示：「集團過去兩年一直致力於業務的自然增長，構建一個靈活兼容開放的平台，不斷推出獨特創新的產品與服務，由電子商務、3G 移動互聯網以至數位出版等。集團的營運表現穩健，今年上半年繼續投入資源開發嶄新科技與應用，EBITDA 續見增升，相較去年同期顯著上升近1倍至港幣7,600萬元。」

「儘管互聯網及無線監管政策繼續收緊，期內互聯網事業分部收入按年增長8%。集團與中國郵政已協議成立各佔49%及51%股權的合資公司，發展於8月上旬線上線下同步啟動的B2C購物平台『郵樂』(www.ule.com.cn)。中國郵政的服務覆蓋深入鄉鎮的全國範圍，擁有4.6萬個郵政營業網點以及多達15萬名郵政配送人員，物流配送渠道既廣且深，加上3.6萬個郵政銀行網點等豐富的資源，將可支持『郵樂』配合國家對網購安全可靠的要求，提供有保證的銷售、物流、收款及倉儲服務。『郵樂』上線後會陸續擴展線下服務，於河南省試點推出，又會推出電話熱線11185訂購服務以及全國郵局發售的『郵樂購物咭』，讓用戶全面體驗線上線下的購物樂趣。集團會投入相當於人民幣2億元的資源為『郵樂』作推廣，並獨家為平台提供技術。」

「在線上體育方面，集團持續擴展籃球領域。與中國籃球協會合作的青少年籃球互動網絡『中國籃球大本營』(www.uhoop.cn)，匯聚世界各地多姿多采的籃球內容及動態，發展成為集教育與資訊一身的網上籃球運動平台。目前uhoop已有100多萬忠實籃徒，並已在中國教育電視台空中課堂頻道開設『中國籃球大本營』欄目，把籃球文化及樂趣帶給全國30多萬所城鄉中小學校師生。集團旗下的鯊威體育消閑網站(www.shawei.com)廣受青睞，至6月底止的月均瀏覽量較去年底大增61%。至於與廣東省人民醫院合作的健康互動平台『Dietmama』(www.dietmama.com)，擁有其中一個最豐富完備的中國膳食熱量含量資料庫，自推出試營後，僅僅數週活躍用戶已增加至超過6.5萬。『Dietmama』未來將與更多夥伴合作，接續推出多種語言的互動及具備社交功能的服務，為用戶提供專業、正確有效的健康瘦身資訊。」

「上半年，城邦傾力為讀者提供全面的線上及傳統出版服務，收入分別按年增升18%及8%，分部溢利按年飆升60%，成績令人滿意。城邦出版並開創台灣業界先河，同步發行紙本書及電子書。繼POPO原創網以及iPhone和Android智能手機平台免費下載閱讀服務後，集團又為讀者開通逾30個網站，內容涵蓋教育、家居設計及旅遊等，當中包括漫畫之星漫畫教學網及數位玩家攝影網等。於台灣出版的旗艦商業雜誌《商業周刊》，表現相當出色，廣告收入較去年同期漲升46%。」

「至於戶外傳媒業務營運效率不斷提升，持續開發以科技為本的產品。期內營運開支減少28%，媒體資產出租率按年增升10個百分點，而每平方米平均售價按年上升5%。集團持續優化代理的資產，早前與上海文廣達成策略合作，將於10月為廣告客戶增推2.5萬平方米，即16%的多元媒體資產組合選擇，包括覆蓋公路幹線及高速列車車站的大型廣告牌、單立柱和燈箱等，預期將

Internet Publishing Outdoor Media
TV & Entertainment Mainland China Taiwan Hong Kong

48/F The Center, 99 Queen's Road Central, Hong Kong
香港中環皇后大道中99號中環中心48樓
Tel/電話: (852) 2121 7838
Fax/傳真: (852) 2186 7711
www.tomgroup.com



於下半年帶來收入。未來集團會繼續投資發展高質素的新媒體，推動戶外傳媒業務的增長。」

「電視及娛樂事業分部加強高端節目的策略奏效，帶動收入按年增升 38%；廣州地區黃金時段的收視較去年底上升 22%，深圳地區更倍增。今年上半年，華娛衛視的高端節目按年增加 31%，其中自製節目的增幅達 67%；節目發行則按年激增逾 5 倍。未來會繼續提供優質的節目內容，提高收視，進一步強化節目發行業務，增加收入。」

展望未來，楊國猛表示：「在團隊過去努力不懈下，集團已經作好充分準備，在這個新媒體與傳統媒體結合的轉接期，推出迎合市場的科技應用。下半年，集團會持續體現已有的靈活兼容開放平台，開發創新的產品及服務，例如與主要行業夥伴合作，針對高端智能手機，推出不同應用包括音樂遊戲、溝通工具等服務，從而帶動業務增長，同時為用戶及客戶增值。」

財務摘要

- 集團收入為港幣 12.4 億元
- 未計入利息、稅項、折舊及攤銷前盈利* (EBITDA)為港幣 7,570 萬元
- 未計入一次性及非現金項目*之經營虧損#為港幣 713 萬元
- 股東應佔淨虧損為港幣 6,611 萬元
- 每股虧損為 1.70 港仙

| 港幣千元 | 截至 6 月 30 日止 | |
|---------------------|--------------|-----------|
| | 2010 年 | 2009 年 |
| 營業額 | 1,243,826 | 1,192,708 |
| EBITDA* | 75,703 | 40,012 |
| 未計入一次性及非現金項目*之經營虧損# | (7,131) | (42,152) |
| 股東應佔(虧損)/溢利 | (66,106) | 11,665 |
| 每股(虧損)/盈利 (港仙) | (1.70) | 0.30 |

包括應佔聯營公司及共同控制實體之業績

* 未計入收購一家附屬公司額外權益所得收益，以及商譽及其它資產減值撥備

業務回顧

互聯網—全力推動 B2C 電子商務及 3G 移動互聯網服務，收入增長 8%

今年上半年，內地電訊及互聯網行業的監管政策更為嚴峻，致使集團多項業務的收費停頓，影響收入。然而，集團維持規範營運，提供高質素服務，繼續保持市場的領導地位。與此同時，集團致力投資創新，結合自身的獨特媒體資源、無線及在線技術和營運經驗，夥拍實力合作夥伴，開發更多創意移動互聯網服務，全力為用戶建造一個線上、線下和無線互連的全天候的靈活開放服務平台，以抓緊方興未艾的 3G 移動互聯網市場機遇。期內，互聯網事業分部的收入按年增長 8% 至港幣 5.63 億元，分部溢利為港幣 1,900 萬元。

網上體育世界持續擴張

線上體育服務方面，TOM 以全力為用戶營建一個在線無線交融的網上體育世界為宗旨，先後與國



內外不同的實力夥伴攜手合作，提供豐富獨特的體育內容，並且不斷致力創新，開發各色各樣的互動以至社群互動服務，為運動愛好者帶來不一樣的網上體育運動體驗。

集團旗下的鯊威體育消閑網站(www.shawei.com)廣受用戶青睞，至 6 月底止的月均瀏覽量較去年底大增 61%。集團持續擴展籃球領域，與中國籃球協會合作的青少年籃球互動網絡「中國籃球大本營」(www.uhoop.cn)，匯聚世界各地多姿多采的籃球內容及動態，不單是重量級的網上運動社區，並發展成為集教育與資訊一身的網上籃球運動平台。目前 uhoop 已有 100 多萬忠實籃徒，並已在中國教育電視台空中課堂頻道開設「中國籃球大本營」欄目，把籃球文化及樂趣帶給全國 30 多萬所城鄉中小學校師生。

此外，集團又將線上體育服務延展至包括個人健康方面。集團與廣東省人民醫院合作的健康互動平台「Dietmama」(www.dietmama.com)，擁有其中一個最豐富完備的中國膳食熱量含量資料庫，自推出試營後，僅僅數週活躍用戶已增加至超過 6.5 萬。下半年這個寓健康於娛樂的平台將與更多夥伴合作，接續推出多種語言的互動及具備社交功能的手機應用，為用戶提供專業、正確有效的健康瘦身資訊及線上諮詢。

「郵樂」體現線上線下輕鬆購物樂趣

TOM 與中國郵政於今年 8 月簽訂合資公司協議，成立各佔 49%及 51%股權的合資公司，發展於 8 月上旬線上線下同步啟動的 B2C 購物平台「郵樂」(www.ule.com.cn)。中國郵政的服務覆蓋深入鄉鎮的全國範圍，擁有 4.6 萬個郵政營業網點以及多達 15 萬名郵政配送人員，物流配送渠道既廣且深，加上 3.6 萬個郵政銀行網點等豐富的資源，將可支持「郵樂」配合國家對網購安全可靠的要求，提供有保證的銷售、物流、收款及倉儲服務。集團會投入相當於人民幣 2 億元(約港幣 2.28 億元)的資源為「郵樂」作推廣，並獨家為平台提供技術。

「郵樂」是一個獨特的購物平台，主要銷售時裝、家居用品、體育及戶外用品、手袋及鞋履、健康及個人護理產品等，自去年 10 月試營以來，已吸引上千家本地及國際著名品牌包括資生堂、雅芳、LG、三星及佐丹奴等上線。

「郵樂」上線後會陸續擴展線下服務，並於河南省試點推出，在當地 18 個城市過千家郵局直接銷售郵樂貨品。為了使用戶購物更感方便，未來「郵樂」亦會提供電話熱線 11185 訂購服務，又會推出在全國郵局發售的「郵樂購物咭」，運用中國郵政的廣泛地面資源，結合 TOM 的線上技術及網絡，發展成為規模龐大及誠信可靠的互動購物平台，讓用戶體驗前所未有的隨時隨地購物樂趣。「郵樂」未來會繼續網羅更多本地和國際商家，引入各種優質及正版商品。

出版—分部溢利飆升 60% 加速發展電子出版業務

隨著環球經濟逐步復甦，廣告市場回穩，集團出版事業分部上半年的財政表現進步顯著。城邦傾力為讀者提供全面的線上及傳統出版服務，收入分別按年增升 18%及 8%，而分部溢利則按年飆升 60%至港幣 5,200 萬元，營業額升 9%至港幣 4.39 億元。因應市場對數位內容需求日益殷切的發展趨勢，集團期內加速發展電子出版及相關應用服務，將內容數位化的同時，又將分銷方式擴展至多通路的電子平台，增加網上分銷渠道。

《商業周刊》廣告收入躍升 46%

集團於台灣出版的旗艦商業雜誌《商業周刊》，上半年表現亮麗，廣告收入較去年同期漲升 46%，每頁平均售價上揚 14%，廣告頁數則增加 26%。據媒體研究公司尼爾森進行的一項調查顯示，



今年首季《商業周刊》的閱讀率穩踞同類雜誌榜首，傲視同儕。儘管面對電子書興起的挑戰，集團的整體圖書銷售依然穩步增長 5%。

創業界先河 同步發行紙本與電子書

為抓緊兩岸電子書商機，城邦出版的《自慢 4 聰明糊塗心》開創台灣業界先河，同步發行紙本書以及手機、電子書閱讀器、個人電腦等電子書版本。城邦每月出版的數十種新書及旗下十餘種雜誌，除了紙本版外，亦同時轉為電子檔案格式，在城邦自營的電子書平台「城邦讀書花園電子書館」(www.cite.com.tw/ebook.php)及其它合作通路銷售。現時「電子書館」內的電子書藏量逾 220 本。未來將有更多的書籍和雜誌採用多通路同步發行電子及紙本版，讓讀者有更多元的選擇。

數位化項目浪接一浪 多個閱讀交流網路相繼開通

城邦出版於去年 12 月推出的台灣首個結合閱讀、創作、交易功能的「POPO 原創網」(www.popo.tw)，市場反應理想，目前已有約 1,500 位作家駐站，累積線上作品近 2,000 部。於今年初出台、提供 iPhone 和 Android 手機用戶免費下載的電子閱讀服務，自 1 月至 5 月底止，每月平均下載量均倍增，反映電子書日趨普及。

為了迎合讀者漸趨轉向網上閱讀及互動交流的習慣，尖端出版憑藉其出版休閒與流行文化書刊的專長及資源，為讀者開發多個網路，提供教學課程及相關服務。除了已上線的漫畫之星漫畫教學網(www.comicstar.com.tw)專業培訓漫畫原創人才及內容外，另一個教學網數位玩家攝影網(www.dcplayer.com.tw)亦剛於 7 月上線，提供攝影相關資訊。計劃於 8 月中上線營運的 COOL 潮流網，可說是 COOL 紙本雜誌的電子延伸版，目的在於促進台灣潮流品牌的原創設計及潮流議題討論，並提供潮流商品的銷售。此外，由城邦開發的多個網路亦相繼上線，包括推理小說導讀網 推理 星空 網站(www.faces.com.tw)、提供鳥類圖鑑的自然系圖鑑網(www.naturesys.com/bird)、鼓勵親子線上學習互動的數位小天才網(www.pchomekids.com.tw)、介紹建築及居家商品最新設計的 wow! La Vie 網(www.wowlavie.com)以及提供腕錶資料搜尋與專業評鑑的 I watchHome 愛錶家網(www.iwatchome.net)。至目前為止，集團已開通逾 30 個網路，內容十分多元化，涵蓋教育、家居設計及旅遊等。

集團積極推展數位出版的策略，與台灣當地政府培育產業的方向不謀而合，因而獲得當局的認同和支持。旗下的漫畫之星平台、原創線上出版網路、景點家 Tripass 網站以及媽媽寶寶網站，先後獲經濟部工業局及經濟部商業司授出總計新台幣 3,500 萬元的補助金額進行開發。

至於城邦在內地營運的格林文化電子兒童圖書平台「咕嚕熊親子閱讀網」(www.gurubear.com.cn)，以及結合線上線下親子閱讀服務的親子咕嚕熊故事屋，廣受內地用戶及讀者歡迎。截至 7 月底止，已先後有 5 家咕嚕熊故事屋分別於北京、貴陽、武漢、重慶等地投入服務，另兩家將於今年 8 月以後開館。

小說穩企暢銷書榜 書刊屢獲業界殊榮

集團憑藉豐富的市場經驗，獨到的眼光，以致挑選出版的書目，得以高踞暢銷書榜及屢獲業界殊榮。城邦出版的暢銷小說《鯨魚女孩，池塘男孩》，甫面世一週，隨即登上網路書店金石堂暢銷書榜總榜前三位，截止 6 月底的銷量接近 3 萬冊。該書已授權在中國內地改編成話劇上演。由尖端出版、去年穩企台灣銷售榜首的小說《暮光之城》，上半年繼續在市場熱賣，至 6 月份在台灣的銷量突破 100 萬冊。根據與中華電信 Hami 書城的獨家合作，該小說全球發行中文電子版，預期將繼續受到讀者追捧。同是由尖端出版的漫畫書《神之雫》，則締造了知識漫畫的銷售高峰，至今全台已銷售 95 萬冊。此外，城邦出版的《拉丁美洲真相之路》及《我相信我能飛》，分別榮



獲由香港電台、康樂及文化事務署香港公共圖書館及香港出版總會合辦的「第三屆香港書獎」。至於《商業周刊》亦獲選亞洲出版協會 2010 年「卓越突發新聞獎」獎項的佳作。

在香港創刊超過 8 年，至今發行了 100 期的《茶杯》月刊，一直致力為精英族群提供品味生活、文化及藝術資訊，其電子版連同茶杯出版旗下的影音期刊《AV 雜誌》電子版，今年更衝出香港登陸台灣，於金石堂網路書店出售，進一步擴展業務。

戶外傳媒－拓展優質新媒體產品推動增長

戶外傳媒業務營運效率不斷提升，持續開發以科技為本的產品。期內營運開支減少 28%，媒體資產出租率按年增升 10 個百分點，而每平方米平均售價按年上升 5%。今年首 6 個月，分部虧損按年大幅收窄 30%至港幣 1,000 萬元，收入則為港幣 1.4 億元。

與上海文廣達成策略性合作

集團持續優化代理的資產，今年 5 月，旗下 TOM 戶外傳媒集團(「TOM 戶外」)與上海文化廣播影視集團下屬從事戶外媒體營運的專業機構達成策略合作，代理文廣於上海的主要戶外媒體，將於 10 月為廣告客戶增推 2.5 萬平方米，即 16%的多元媒體資產組合選擇，包括覆蓋多條主要公路幹線及高速列車車站及車廂的大型廣告牌、單立柱和燈箱等媒體，預期將於下半年帶來收入。未來集團會繼續投資發展高質素的新媒體，推動戶外傳媒業務的增長。

電視及娛樂－開拓高端內容增收視 打造星級娛樂品牌

電視及娛樂事業分部旗下華娛衛視，一直以來致力將頻道打造成為一個星級娛樂品牌。期內，華娛衛視憑藉層出不窮的創新意念，不斷豐富頻道內容，增添星級主持的自製高端訪談及時尚流行節目，並且透過多元的製作形式，拓寬客戶關係網絡，加強與本土及國際知名企業互動，吸納優質品牌客戶。與此同時，華娛衛視亦四出搜羅由當紅藝人擔綱的亞洲超人氣劇集進行「首播」或「獨播」，鎖定都市男女族群，成功令收視屢創新高。今年上半年，電視及娛樂事業分部加強高端節目的策略奏效，帶動收入按年增升 38%至港幣 1.02 億元；高端節目按年增加 31%，其中自製節目的增幅達 67%，節目發行收入按年激增逾 5 倍。

擴闊高端多元內容－企管訪談、時尚飲食、健康資訊、音樂娛樂色色俱備

自啟播以來好評如潮的高端人物訪談節目《CEO 實話實幹》，最新一季製作已於 5 月出台，除了繼續邀得兩岸三地各界精英領袖，在節目中分享智慧華彩，暢談閃耀人生外，主持陣形更有所增強，獲得台灣商周媒體集團執行長王文靜，以及香港頂尖潮流女性資訊網站 she.com 聯合創辦人兼行政總裁楊鼎立答允擔任嘉賓主持，令節目對話內容更為廣闊，思想碰撞更加精彩。

華娛衛視的精銳團隊，以橫溢的創意，為客戶度身訂製嵌入品牌的新穎節目作為宣傳方案，既富娛樂性，亦具品牌營銷效果，為觀眾和客戶帶來雙贏。由一眾知名人士或藝人分享時裝、化妝及美食心得的高端時尚潮流節目《教主來了》，把時尚高端品牌融入娛樂節目中，結合節目效應與品牌風格，大大提高高端品牌客戶的推廣效益。這節目亦同時吸引高消費一族收看，提升華娛衛視高端娛樂頻道的形象。

為吸納和擴闊不同年齡與階層的觀眾族群，華娛衛視特意開闢由名人及當紅藝人擔任主持的嶄新健康飲食和生活保健節目。由健體美容專家唐安麒國際集團主席唐安麒主持的《樂活時尚坊》，採用輕鬆有趣的手法，提供飲食健康資訊，帶領觀眾走進健康、環保又時尚的世界。另外，由大陸帥哥主廚林依輪主持的全新時尚健康美食節目《林家食鋪》，定於 8 月下旬登場，現場向觀眾



傳授健康飲食新觀念。兩檔健康飲食節目不單滿足關注飲食養生的各階層觀眾需要，同時也吸引不同層面包括醬料、廚具、乳製品等優質客戶，拓寬與不同品牌的合作之路。

超人氣劇集黃金時段屢創收視高峰

華娛衛視不斷致力搜羅亞洲廣受熱烈追捧的超人氣劇作，精準鎖定時尚都市男女觀眾，收視因而節節上升，黃金時段亦由原先的兩小時延長至 3 小時。期內先後推出高踞韓國收視榜首的浪漫偶像劇《燦爛的遺產》和《STYLE》，以及台灣偶像劇《下一站，幸福》和《就想賴著你》，相繼風靡萬千觀眾。華娛衛視憑藉「首播」與「獨播」劇集的優勢，今年上半年於廣州地區黃金時段的收視，較去年底上升 22%，而在深圳地區的收視更倍增。

通過多渠道全方位接觸觀眾

除了傳統電視媒介外，華娛衛視更利用無線和在線的方式，以多渠道包括「華娛官網」(www.cetv.com)及華娛官方手機網站「掌中華娛」(m.cetv.com)，為用戶提供多元化服務及互動功能應用。華娛官網及掌中華娛自推出以來大受歡迎，至 6 月底止，華娛官網已吸引超過 100 萬名註冊會員；而掌中華娛的會員則逾 30 萬，月均瀏覽頁次較去年底大幅增加 80%。用戶可以隨意登入兩個網站，接收華娛衛視的優質內容，又可參與節目活動，享受全方位的娛樂體驗。

華娛衛視 6 周年台慶節目「華娛 6 周年台慶暨十大亞洲紅人盛典」，是亞洲歌影視偶像明星、名人嘉賓與觀眾交流互動的嘉年華盛事。節目除了邀得當紅偶像明星、重要客戶及合作夥伴出席外，觀眾可透過手機客戶端應用程序「掌中娛樂台」為心儀的名人偶像或藝人投票以贏取活動門票，提高觀眾及網友的互動性、忠誠度及黏著性。

###

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 3,100 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