概覽

本集團是一間傳媒公司，矢志為大中華地區的精英提供文化及生活播體平台，主要在香港及中國從事雜誌經營，包括於香港出版《號外》及銷售《號外》的廣告版面，以及在中國為中國雜誌提供內容製作、顧問、管理、廣告及其他支援服務、推廣和發行及銷售其廣告版面，以為本集團的廣告客戶提供綜合市場推廣解決方案。

目前，本集團在香港製作《號外》(一本擁有逾三十年出版歷史的雜誌) 並透過中國營運實體在中國經營七份雜誌，包括《週末畫報》、《優家畫報》、《新視綫》、《汽車生活》、《健康時尚》、《生活月刊》及《大都市》。根據相關中國營運實體與中國出版夥伴訂立的經營合作協議，本集團負責提供內容製作、顧問、管理、廣告及其他支援服務，以供出版中國雜誌，而本集團已獲得中國雜誌廣告位的銷售權及中國雜誌發行的獨家權利。在該等雜誌中，《週末畫報》在廣告收入貢獻方面為最成功的週報，是中國少數領先全國週報之一。本集團及該等雜誌獲得認可機構頒發的多個獎項與嘉許。於二零零九年，廣州現代資訊於二零零九年度中國傳媒產業經營管理論壇上獲傳媒雜誌社評選為二零零八至二零零九年度中國十大最具投資合作價值傳媒產業公司之一。

本集團認為該等雜誌擁有來自廣泛層面的讀者群，其中大部分屬於中國日益擴大的中產階級，從富有的企業家及企業管理層到高消費能力及可支配收入的受過良好教育的精英群體不等。根據中國國家統計局，本地家庭收入於近年已大幅上升。中國中收入群體的收入於二零零六年及二零零七年分別增加11.8%及17.4%，而最高收入群體的收入於二零零六年及二零零七年亦分別增加11.5%及14.9%。而且，中國較高教育水平的人口由二零零一年少於50,000,000人增至二零零七年約73,200,000人，即由二零零一年總人口約3.9%增至二零零七年總人口約6.6%。憑藉該等雜誌的崇尚優質生活的精英讀者群，加上我們的多元化雜誌平台組合，我們已成功吸引了一批包括知名的國際性消閒及奢侈產品品牌的廣告客戶於該等雜誌中投放廣告。

本集團以透過嚴密監控內容製作、版面設計及攝影設計、印刷品質以及構思綜合的增值廣告服務及市場推廣解決方案，向為本集團廣告客戶 (主要包括國際廣告公司及品牌廣告客戶) 提供綜合廣告平台及具有明確的人口統計區分的市場推廣解決方案的具有國際視野的一系列多元化時尚生活雜誌提供優質內容為自豪。董事認為，本集團的成功有賴 (其中包括) 其獨特的企業宗旨及文化、在創意製作方面富有經驗的管理團隊、為製作該等雜誌及提

供廣告服務貢獻創意理念的投入及富有經驗的執行團隊、與廣告客戶的良好合作關係、龐大的發行網絡及在推廣本集團綜合增值廣告服務及市場推廣解決方案方面擁有高效的市場推廣渠道。

本集團的主要收入來源為銷售該等雜誌的廣告位，約佔本集團往績記錄期間收入總額的94.7%、94.4%、94.1%及90.5%。此外，本集團該等雜誌產生的發行收入約佔本集團往績記錄期間收入總額的4.4%、3.2%、3.6%及6.0%。近年來，本集團透過實施將客戶細分的策略及向廣告客戶推出更全面的廣告服務，因而令收入不斷增加。這些服務包括軟文廣告、小冊子、專用的創意橫額、品牌海報及別冊。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度期間，本集團總收入由二零零六年約人民幣231,300,000元增至二零零八年約人民幣347,800,000元，複合年增長率約為22.7%。然而，由於二零零八年底爆發全球金融風暴，對二零零九年第一季本公司廣告客戶的宣傳活動與廣告開支造成暫時性影響。本集團的收入由截至二零零八年三月三十一日止三個月的約人民幣65,100,000元減至截至二零零九年三月三十一日止三個月的約人民幣60,000,000元，減幅為7.8%，以下為本集團往績記錄期間收入的明細表：

	截至十二月三十一日止年度			截至三月三十一日止三個月	
	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零八年	二零零九年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
廣告收入	235,387	289,040	359,461	65,069	59,210
發行收入	10,881	9,722	13,614	2,789	3,895
贊助、活動及服務收入	2,401	7,296	8,794	2,765	2,311
收入總額	248,669	306,058	381,869	70,623	65,416
減：銷售稅及其他附加稅	(17,367)	(24,973)	(34,044)	(5,518)	(5,394)
收入	231,302	281,085	347,825	65,105	60,022

利用本集團於中港兩地建立的傳媒平台，本集團相信憑藉本集團成功的業務經營模式、致力優質時尚生活雜誌及提供差異化的廣告服務，本集團處於有利位置與其他競爭對手進行競爭並發掘中國蓬勃發展的傳媒市場的市場潛力。本集團力求透過在中國不斷內容精良及具國際視角的具有創意文學性及文化影響力的雜誌鞏固本集團在中國時尚生活雜誌界的市場領先地位，並透過日後與更多中國出版夥伴合作將本集團於中國的雜誌組合推向精英讀者群並

向本集團廣告客戶提供綜合的廣告服務及市場推廣增值解決方案。有關本集團致力於實施以維持及整合本集團領先地位的業務策略的詳情，請參閱本節「業務策略」一段。

競爭優勢

董事相信，本集團在發展迅速及競爭激烈的中國中文時尚生活雜誌市場處於有利地位，乃由於以下讓本集團得以在競爭對手間脫穎而出的主要競爭優勢：

獨特的企業宗旨及文化

「*Believe with Attitude. Create with Dreams (信念、態度、創意、夢想)*」-董事認為以非一般的態度用激情與信念追求夢想是創意的精髓，在當今傳媒行業具有重大意義。此座右銘是推動本集團及其員工竭盡全力超越競爭對手的原動力。本集團訂下目標透過其針對性及創新的傳媒服務傳達事實、潮流及品味。通過其創新及具創意的內容製作能力，本集團的目標是透過該等雜誌於保留中國傳統元素的同時推廣體現國際價值及視野的精英概念，帶領其目標讀者擴闊眼界。

在管理層的領導下，本集團僱員亦被灌輸在創新的同時須著重令客戶滿意的企業宗旨。此清晰的宗旨讓本集團在經營國內時尚生活雜誌市場得以脫穎而出，從而招攬精英及著名編輯與撰稿人以及管理人才加盟本集團，以及吸納高檔的廣告客戶與本集團建立業務關係。

具備豐富國際業務經驗及本地知識的管理層引領本集團走向創新方向

本集團的管理層在傳媒及廣告行業擁有豐富的經驗，同時在成功經營及管理本集團業務方面成績有目共睹。大部分管理層成員擁有良好的學歷，且具備在具規模及著名傳媒及／或廣告公司工作的豐富經驗，以及從事國際業務的經驗。管理層憑藉其經驗與知識，能夠引領本集團向創新出版方向邁進，以與國內外時尚生活雜誌行業的領先業者爭一日之長短。最重要的是，憑藉管理層的目光，本集團僱員已作好充分準備在發展一日千里的本行業中實行變革、保持靈活機動及不斷推陳出新。

專門及富經驗的執行團隊，為該等雜誌的創意製作及提供廣告服務及市場推廣解決方案提出創新意念

本集團已設置多支專門的執行團隊，包括內容製作、設計、銷售及市場推廣、發行及市場調研，負責具體的出版相關職能。各雜誌的創意內容製作團隊在各自出版總監的領導

下獨立運作，確保雜誌創意內容的多樣性。例如，各內容製作團隊成員在業界均取得成績及讚譽。此外，於二零零三年收購號外後，《號外》獨特的內容製作團隊增強了本集團的內容製作團隊，使本集團的內容製作水平更國際化。

本集團的其他執行團隊，例如銷售及市場推廣團隊、創意設計團隊、雜誌發行團隊及市場調研團隊，均獨立運作，並由具有廣泛市場人脈的富經驗及專業的團隊領袖負責監督。各團隊分別專注於其指派的工作及有明確的分工，令其更有效地發揮其專長以創作備受讚賞及最終能吸引本集團廣告客戶的刊物。

在全國時尚生活雜誌界居市場領導地位

《週末畫報》多年來獲得中國多個認可機構頒發多個獎項及嘉許，一直取得不俗的成績，並在中國時尚生活雜誌界居市場領導地位。透過於二零零一年本集團加入創新及具影響力的內容經營《週末畫報》，本集團在搶佔國內消閒時尚生活雜誌市場更大市場份額方面已取得領先優勢。在推出包括《優家畫報》、《新視綫》、《汽車生活》、《健康時尚》、《生活月報》、《大都市》及《號外》等高質素時尚生活雜誌後，本集團已將其時尚及創意文化形象深植於讀者及廣告客戶心中。所有這些均讓本集團得以建立龐大的讀者群，當中主要包括受過良好教育的中高收入群體。

該等雜誌的質素及市場領導地位從其獲得的多個獎項及嘉許可見一斑，當中包括2005-2006 年度中國最具價值媒體100強、全國城市生活服務類週報綜合競爭力10強、第二屆中國傳媒創新年會：2006年度十大、首屆中國傳媒領軍人物年會暨第三屆中國傳媒創新年會：2007年度中國十大領軍報業、2008年度中國標杆品牌及第四屆中國傳媒創新年會暨中國傳媒改革三十年論壇：十大創新傳媒品牌、十大週報品牌 (頒予《週末畫報》)；及二零零五年及二零零九年獲頒卓越編輯獎 (頒予《新視線》)、於二零零七年、二零零八年及二零零九年獲頒卓越編輯獎 (頒予《生活月刊》) 及於二零零五年、二零零七年、二零零八年及二零零九年獲頒卓越編輯獎 (頒予《號外》)。有關這些獎項及嘉許的詳情，請參閱本節「主要獎項及嘉許」一段。

與中國領先的時尚生活雜誌傳媒集團相稱的「現代傳播」強大品牌知名度

憑藉在中港兩地傳媒業的多年經營經驗，本集團已在其廣告客戶及讀者群間建立強大的品牌知名度，同時在中國時尚生活雜誌行業擔當領導角色，這從其廣告客戶群主要包括國際知名品牌可以獲得印證。由此建立的聲望亦強化了本集團作為全國性傳媒品牌的定位，充分體現已向目標讀者灌輸的「國際化」、「高品味」及「時尚」元素。本集團能夠利用其

品牌知名度在廣告客戶間進行自身宣傳，從而提升其對本集團廣告服務的信心。本集團則因獲現有廣告客戶發出更多銷售訂單及吸引潛在廣告客戶而受惠。此強大及穩固的業務平台進一步讓本集團可於日後在中國的一二線城市進一步發展新的商業刊物及廣告業務。

遍及中國主要城市的龐大發行網絡有助本集團建立廣泛的客戶群及吸納廣告客戶

本集團已為該等雜誌建立本身的發行網絡。在中國，本集團已與超過200家發行商訂立發行協議，遍及中國20多個大城市，包括上海、廣州、北京及深圳，以及杭州、成都、重慶、南京、天津、瀋陽、武漢、青島及西安等若干二線城市。本集團策略性地選擇地方零售門店的指定分銷代理或獨資東主(如機場及地鐵書店、超市、便利店及書報攤)作為本集團的分銷商，從而透過本集團與該等代理或東主的直接關係密切管理該等銷售點的雜誌陳列及品牌形象。本集團廣泛而管理完善的分銷網絡所支撐的中國雜誌高覆蓋率令本集團處於有利地位，從而使本集團廣告客戶留下深刻印象及吸引數量日增的廣告客戶。

獨特的媒體平台

憑藉透過本集團品牌「現代傳播」在國內經營的多元化雜誌組合經營平台，本集團相信其已策略性地建立一個獨特且多元化的雜誌經營平台(本集團管理層稱之為Mag-Form)，以為廣告客戶提供綜合的廣告及市場推廣服務。透過賦予該等雜誌具特色的創意內容及風格以及利用創意內容製作及廣告團隊的寶貴人才，本集團能夠向廣告客戶提供目標細分方案以及綜合廣告及市場推廣服務。因此，本集團的Mag-Form可作為獨特的創意廣告及市場推廣渠道，從而吸引廣告客戶及獲得交叉銷售廣告機會，最終為本集團帶來收入。

為廣告客戶提供綜合的增值廣告服務及市場推廣解決方案

除一如以往銷售該等雜誌的廣告位外，本集團亦直接或透過廣告代理間接向品牌廣告客戶提供綜合的增值廣告服務。本集團經驗豐富的創作團隊協助為廣告客戶構思切合其廣告需要的貼身創意及獨特宣傳方案以及不同品牌及產品的市場推廣策略，同時實現城中熱話且對本集團最終目標廣告客戶具重大影響力的宣傳方案。本集團提供多項增值服務，包括創意內容構思服務、活動管理及聯合推廣活動。本集團的創意內容構思服務包括創作特別的廣告格式，例如軟文廣告、小冊子、專用的創意橫額、品牌海報及別冊，讓客戶可向

目標客戶傳達其訊息。加上本集團管理人員從事國際業務的經驗以及提供交叉銷售平台，本集團擁有讓其可迅速確定不同市場定位及制訂最能迎合各廣告客戶需要的量身定制的增值廣告策略的本地資源。

業務策略

本集團力爭成為中國領先的傳媒集團，透過提供一系列具國際視野的優質中文時尚生活雜誌，向廣告客戶提供從人口統計區分的綜合廣告平台及市場推廣解決方案。我們將繼續尋求機會發掘中國時尚生活雜誌市場及大中華地區廣告業務的預期市場潛力，實現業務的可持續發展。為實現此等業務目標，我們擬實施以下策略：

擴大我們的現有週報及月刊雜誌的組合經營平台

董事深明維持可持續增長的重要性。除擴大國內雜誌分銷網絡覆蓋面及強化我們的綜合增值廣告及市場推廣解決方案，以通過向廣告客戶銷售旗下多層面雜誌平台的廣告位獲取銷售收入外，我們擬通過以下措施擴大我們現有的週報及月刊雜誌的組合經營平台：(a)與中國出版夥伴溝通，革新其現有雜誌或與其經營新的全國發行的雜誌，以補充我們面向不同讀者層面的現有雜誌組合，或與該等中國出版夥伴合作，提升現有區域知名中文時尚生活雜誌的質量；(b)與適當區域的中國出版夥伴開展選擇性合作，經營投資專注於董事認為其時尚生活雜誌市場尚處於相對較早發展階段的中國二線城市的雜誌；及(c)與享負盛名的國際出版商於未來在中港兩地合作經營其中文版高檔時尚及時裝月刊生活雜誌。

我們在甄選投資及經營合作對象方面主要專注於(a)使我們可對相關雜誌的經營行使合理控制權；(b)使我們可擴大迅速的發展地區廣告市場的讀者群；(c)使我們可完成精英群體的產品組合以向廣告客戶提供綜合市場通訊解決方案；及(d)使我們可進行價值鏈的垂直整合以盡量擴大經營溢利的項目。我們的董事相信，有關合作將帶來理想的協同效應，而本集團將因市場佔有率擴大及讀者群擴大而得益。截至最後實際可行日期，儘管本集團已與多個潛在對象進行初步商討，但尚未確定任何明確的投資合作對象。

我們經營的雜誌及傳媒經營平台在提供綜合增值廣告服務及市場推廣解決方案方面能力超群。我們將加大力度推廣該等雜誌及傳媒經營平台，以擴大收入來源。

作為專門經營面向中港兩地細分讀者群的優質中文時尚生活雜誌業務的領先傳媒公司，我們深明以「現代傳播」企業品牌建立市場知名度的重要性，為此，我們擬加大力度及預算，透過與廣告客戶合辦或代表廣告客戶舉辦市場推廣／公關活動，以及透過在網上及

傳統媒介刊登廣告，推廣我們的企業品牌及雜誌組合。憑藉我們的多元化雜誌及傳媒經營平台(又稱「Mag-Form」)，我們採納並將繼續實行交叉銷售策略，以鼓勵廣告客戶增加在我們經營的其他雜誌上刊登廣告。我們將繼續擴大我們的綜合增值廣告服務及市場推廣解決方案的範圍，以締造新的商機及從不同的渠道獲取收入，例如為廣告客戶構思及製作切合彼等要求的期刊雜誌或別冊。

進一步滲入區域分銷網絡，藉此擴大地域覆蓋範圍

鑒於國內中文時尚生活雜誌市場潛力龐大，從人口統計角度切合廣告客戶需求的目標讀者群人數眾多，我們將繼續調配資源，強化與現有廣告客戶的業務關係，如透過本集團的分銷商於中國二線城市設立新辦事處或聯絡點及擴大分銷網絡。本集團現計劃於二零一零年底前在杭州、南京、重慶、成都及天津及於二零一一年底前在武漢、瀋陽、大連、青島、哈爾濱及西安擴大業務及發行網絡。本集團董事認為，該等二線城市對推廣本集團的獨特綜合增值廣告及市場推廣解決方案頗具增長潛力。我們相信，此為擴大經營中國雜誌市場份額及地域覆蓋的有效策略，可藉以提升本集團在這些城市中的企業形象及品牌知名度。另外，我們將繼續與我們的廣告客戶緊密合作，把握不斷轉變的客戶需要及市場需求，以推出具創意及全面的廣告服務，滿足廣告客戶個別的市場推廣需要。我們經驗豐富的銷售及市場推廣團隊亦會繼續向新廣告客戶提供有關我們新廣告及市場推廣服務的最新消息，積極與新廣告客戶發掘商機。

提升成本及質量控制效率

我們相信，透過擴大所經營的雜誌組合，我們將可提升Mag-Form的協同效益，如此，本集團便可透過共享管理資源節省內部成本，而與此同時，由於本集團可從印刷商或發行商獲得更優惠的費率，故可實現更大的規模效益。所有這些均有助我們提升邊際利潤。我們相信，此策略長遠將可增強我們在發展迅速的中國中文時尚生活雜誌方面的競爭力。

歷史及發展

本公司業務發展大事紀

本集團由邵先生於一九九九年四月收購香港現代傳播後於一九九九年創辦，作為在香港從事提供廣告代理服務的公司。香港現代傳播的最初資本來自於邵先生本身的資金。邵先生的目標為發展一家創新媒體公司，擔任國際舞台與大中華地區之間的文化資訊平台。

於二零零一年，透過邵先生自以前工作經驗建立的行業網絡，本集團開始與《週末畫報》的中國出版夥伴合作，經營於一九八零年代在中國創刊的《週末畫報》，在我們加入經營合作後通過創新及具影響力的經營重新定位。邵先生利用其於一九九九年九月創辦，最初註冊資本為人民幣500,000元，由其本身資金出資的廣州現代資訊作為此企業的公司。作為本集團經營的旗艦雜誌，《週末畫報》已於近年成為中國的暢銷週報，吸引精英市場讀者以及到國際品牌客戶的青睞。經過多年的努力，本集團已透過與中國出版夥伴合作出版高質量時尚生活雜誌，成功建立著名全國性媒體品牌。

由二零零一年成功經營《週末畫報》及隨後於二零零二年在中國經營《新視綫》後，本集團追求擴闊國際視野，網羅國際資訊的雜誌。透過於二零零三年間接收購《號外》雜誌，本集團得以利用《號外》強勁擁有豐富的時尚雜誌出版經驗，並具備洞悉不斷變化生活方式趨勢的能力，並編採團隊，為本集團創辦的其他雜誌提供革新意念與創作靈感。

受《號外》讀者群所啟發，由於中國的生活水平不斷提高及出現愈來愈多擁有高收入與消費力強勁的中產階層，本集團預計中國市場對類似時尚雜誌的需求日增。憑藉與中國出版夥伴就《週末畫報》及《新視綫》的合作經營圓滿成功，本集團於二零零五年至二零零九年期間與相關中國出版合作夥伴進一步簽訂多份經營合作協議，經營《生活月刊》、《汽車生活》、《健康時尚》、《優家畫報》及《大都市》等另外五本雜誌。董事相信，該等雜誌已在中國及香港以本集團品牌「Modern Media」形成一批影響力的雜誌。而且，本集團擁有的「Mag-Form」能讓其有效實行業務策略。有關該等業務策略的進一步討論，請參閱本節上文「業務策略」一段。

下表闡明本公司業務發展的主要大事紀：

二零零一年一月	本集團開始經營《週末畫報》，以其創新格式與內容而廣受好評。
二零零二年四月	本集團開始經營創意時尚及設計雜誌《新視綫》。
二零零三年八月	於收購號外後，本集團接手經營《號外》，一本當時在香港擁有約27年出版歷史的時尚雜誌
二零零五年十二月	本集團開始經營《生活月刊》，一本以當代中國文化與生活文化精英與領袖為對象的雜誌。
二零零六年十二月	本集團開始經營《汽車生活》，一本集生活文化與汽車文化於一身的新一代汽車雜誌。
二零零八年一月	本集團開始經營《健康時尚》，一本宣揚女性生活文化、宣揚健康生活型態的雜誌。
二零零八年十二月	本集團開始經營《優家畫報》，一本具高質量的女性週報。
二零零九年五月	本集團接手經營《大都市》，一本分別奉獻給男性及女性讀者的雜誌。

本公司企業發展大事紀

本集團創立的歷史可追溯至邵先生於一九九九年四月成立香港現代傳播在香港從事廣告代理服務業務。受中國國內對高質素與時尚生活雜誌及廣告業務需求日增所吸引，邵先生決定本集團應該擴大本身的業務版圖，並戰略性地進軍中國市場，管理層預期中國具備的未來發展潛力極高。下表重點列出自本集團成立以來，本公司企業發展的重要大事紀：

一九九九年四月	邵先生收購香港現代傳播，主要從事廣告代理服務。
一九九九年九月	成立廣州現代資訊。
二零零二年一月	於北京成立北京雅格，在董事相信廣告業務發展迅速的文化城市提供廣告代理支援業務。

二零零二年六月	於上海成立上海雅格，在中國迅速崛起的商業中心提供支援廣告代理業務。
二零零三年八月	於收購E-Starship後，號外(及其刊物《號外》)已成為本集團的一部分。
二零零四年十一月	在廣州成立廣州現代圖書，集中管理本集團的發行網絡。
二零零七年三月	本公司於開曼群島註冊成立。
二零零七年十二月	香港現代傳播收購珠海科技，負責本集團的研究與開發及若干管理及行政職能。
二零零九年六月	珠海科技在深圳、上海、廣州及北京設立分辦事處，根據構成合約安排的有關合約接納從中國經營實體轉至本集團的管理人員，向中國經營實體拓展本集團所從事的業務。

本集團亦於下文載列本集團主要成員公司(包括中國經營實體)的公司歷史及主要股權變動：

(i) *本公司*

本公司於二零零七年三月八日在開曼群島註冊成立為一家獲豁免有限公司。

本公司自其於二零零七年四月以代價1美元(即所轉讓註冊資本股權的面值)向Hero Enterprises Limited(Hero Enterprises Limited當時及現時亦由邵先生全資實益擁有)收購E-starship的全部已發行股本起成為本集團的最終控股公司。收購乃精簡本集團公司架構的步驟。

於註冊成立時，本公司的法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1美元的普通股，(已於隨後分拆為50,000,000股每股面值0.001美元的股份)其中8,000,000股每股面值0.001美元的普通股由邵先生持有。本公司已就〔●〕進一步變更其法定及已發行股本，詳情載於本文件附錄五「本公司的股本變動」一段。

(ii) *E-starship*

E-starship於二零零零年五月十八日在英屬處女群島註冊成立，註冊股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1美元的股份。E-starship於二零零三年八月，Hero Enterprises Limited(其當時及現時由邵先生全資實益擁有)以代價7,500,000港元向獨立第三方收購E-starship的全部已發行股本時成為本集團的一部分。收購代價乃參與各方經參考(其中包括)

E-starship於二零零三年六月三十日的負資產淨值及E-starship當時錄得虧損的狀況公平磋商後達致。儘管E-starship當時錄得負資產淨值及虧損狀況，Hero Enterprises Limited及邵先生認為7,500,000港元的代價屬公平合理，此乃基於兩大因素：(a)我們透過間接收購《號外》而預計我們的業務將橫向擴展至中國內地以外的市場。《號外》當時已有27年出版歷史，且被視為香港最具有影響力的文化及時尚雜誌之一，其當時由當時及現時由E-starship持有的《號外》出版；及(b)收購如《號外》等著名雜誌的機會難逢。《號外》的內容製作團隊及強大編採團隊在出版時尚雜誌方面經驗豐富，深諳瞬息萬變的時尚生活潮流，預期可帶領我們拓闊國際視野，並為我們推出的其他雜誌帶來發展靈感。於收購E-starship後，資產、負債、合約責任、僱員、供應商及客戶均由本集團承擔及享有。

作為精簡本集團公司架構的步驟，本公司在邵先生的發起之下註冊成立後隨即於二零零七年四月收購E-starship的全部已發行股本，自此E-starship成為本集團的中間控股公司。

(iii) ***號外***

號外於二零零零年五月十五日在香港註冊成立，註冊股本為10,000港元，分為10,000股每股面值1港元的股份。號外一直從事《號外》的出版工作。緊接Hero Enterprises Limited（其當時及現時由邵先生全資實益擁有）於二零零三年八月收購E-starship的全部已發行股本前，號外由E-starship全資實益擁有。自二零零三年八月起，號外由E-starship及Top Finance Holdings Limited（該公司當時由邵先生全資實益擁有，以持有E-starship股權，其後於二零零七年四月轉讓予本公司，並於二零零九年五月轉歸邵先生，自此由邵先生全資實益擁有）各分別持有50%（而於間接收購《號外》後，資產、負債、合約責任、僱員、供應商及客戶均由本集團承擔及享有），直至二零零七年五月，作為精簡本集團公司架構的步驟，Top Finance Holdings Limited以代價1港元（即所轉讓註冊資本股權的面值）將其於號外的50%股權出售予E-starship為止。自此，號外仍為E-starship的全資附屬公司。

(iv) ***香港現代傳播***

香港現代傳播於一九九八年五月六日在香港註冊成立。其於邵先生及其代名人各自分別以象徵式代價1港元向香港現代傳播當時的最初認購人收購2股每股面值1港元的已發行股份時，由邵先生於一九九九年四月收購以作為從事廣告代理服務的公司。其註冊股本為1,000,000港元，分為1,000,000股每股面值1港元的股份。

自號外（邵先生為其最終擁有人）於二零零七年四月以象徵式代價2港元向邵先生及其代名人收購香港現代傳播的全部已發行股本起，香港現代傳播成為本集團的全資附屬公司。

(v) *珠海科技*

珠海科技初時由一名獨立第三方於二零零六年四月十三日根據中國法律成立為一家外商獨資企業，其註冊資本為3,250,000港元，其當時獲准經營的業務範疇為從事自行研發的管理及財務相關軟件的研究與開發、生產及銷售以及提供售後服務。於二零零七年十一月二日，香港現代傳播與該名獨立第三方訂立股權轉讓協議，據此，香港現代傳播以零代價收購了珠海科技的全部股權，有關代價乃由訂約方參考珠海科技當時淨資產的公平值及珠海科技於獲香港現代傳播收購前的停業狀況經公平磋商後達致。於二零零七年十二月三日，珠海市對外貿易經濟合作局批准了該項股權轉讓及增加註冊資本6,750,000港元。目前，珠海科技的註冊資本為10,000,000港元。

本集團收購當時已成立但並無經營活動的珠海科技，取代在珠海成立新的實體作為本集團的自有附屬公司，乃由於本集團管理層相信，收購有效的空殼實体相比在中國成立一間新實體能節約耗費在行政工作上的時間及成本。

自成為本集團成員公司以來，珠海科技在本集團營運中發揮重要作用。珠海科技主要擔任本集團的資訊科技樞紐，並為本集團其他成員公司提供資訊科技支援。此外，其從事研發配合本集團業務的軟件(包括我們開發的媒體管理系統(「**媒體管理系統**」))。於二零零八年，珠海科技的軟件開發團隊成功開發並推出媒體管理系統，該系統已獲中華人民共和國國家版權局發出計算機軟件版權證書，用於廣告服務的高效管理及提供。有關該系統的更多詳情，請參閱本節「信息技術系統」一段。

由於珠海科技已與中國經營實體訂立一系列構成合約安排(定義及更詳盡說明見本節「重組」一段)的合約，故其現時亦為本集團於中國的旗艦公司。就此而言，珠海科技的許可業務範圍已修訂為包括提供有關項目規劃、財務資料及企業管理及企業形象規劃的顧問服務。

鑒於在中國一線城市的業務增長潛力及為根據構成合約安排項的各項合約的條款提供管理及顧問服務及接納從中國經營實體轉至本集團的管理人員，珠海科技分別於二零零九年六月十日、二零零九年六月十日、二零零九年六月十七日及二零零九年六月二十二日在深圳、上海、廣州及北京設立分辦事處。

珠海科技的這些分辦事處主要從事研發、生產及銷售自行研發的軟件及提供售後服務，及提供項目規劃、財務資訊及企業管理及企業形象規劃方面的顧問服務，於二零零九年九月一日開始營業。

(vi) ***深圳雅致美***

深圳雅致美由號外於二零零七年八月十六日根據中國法律成立為一家外商獨資企業，提供有關經濟資料、項目投資規劃及企業管理等方面的顧問服務，其於成立時的註冊資本為2,000,000港元，自成立以來即由號外全資擁有。深圳雅致美自其成立以來並無經營任何業務。

(vii) ***中國經營實體***

(a) *廣州現代資訊*

於一九九九年九月三日，廣州現代資訊由邵先生及廣州現代電子商業網有限公司(「**廣州現代**」)(現稱為廣州現代移動數碼傳播有限公司)成立，目前分別由邵先生及上海森音擁有80%及20%權益，初步註冊資本為人民幣300,000元(當時分別由邵先生及廣州現代擁有95%及5%)。廣州現代資訊現時主要從事各類廣告的設計、製作與代理服務；中國編輯及出版圖畫、報紙與期刊的零售；籌劃文學藝術活動及展覽。其註冊資本為人民幣1,100,000元。

自其成立以來，廣州現代資訊註冊資本的股權已出現以下變動：

(i) 於二零零四年十一月十一日，邵先生、廣州現代及高淑莊(「**高女士**」)*(附註1)*訂立股權轉讓協議，據此，邵先生及廣州現代各自以代價人民幣110,000元將其各自於廣州現代資訊的5%股權轉讓予高女士。

(ii) 於二零零六年十月十九日，邵先生與高女士訂立股權轉讓協議，據此，邵先生以代價人民幣110,000元(即已繳交應繳註冊資本)向高女士收購廣州現代資訊的10%股權。

(iii) 於二零零七年十二月十八日，邵先生與鍾遠紅(「**鍾女士**」)*(附註2)*訂立股權轉讓協議，據此，鍾女士以代價人民幣55,000元(即已繳交應繳註冊資本)向邵先生收購廣州現代資訊的5%股權。

(iv) 於二零零八年六月十三日，珠海現代致美與邵先生訂立股權轉讓協議，據此，珠海現代致美以代價人民幣1,045,000元(即已繳交應繳註冊資本)向邵先生收購廣州現代資訊的95%股權。

(v) 於二零零八年十月八日，邵先生分別與鍾女士及珠海現代致美訂立兩份股權轉讓協議，據此，邵先生分別以代價人民幣55,000元及人民幣1,045,000元(即

已繳交應繳註冊資本）向鍾女士及珠海現代致美收購廣州現代資訊的5%及95%股權。此項轉讓後，廣州現代資訊已由邵先生全資實益擁有。

由於廣州現代資訊已與中國出版夥伴訂立經營合作協議，故此其為中國經營實體的主要成員公司，本集團已透過該協議取得出售廣告位及為中國出版夥伴發行中國雜誌的權利，以透過出售廣告位及發行中國雜誌賺取大部分收入。廣州現代資訊亦是若干商標的登記申請人及若干域名的登記擁有人，該等商標及域名對本集團業務舉足輕重，其詳情披露於本文件附錄五「本集團的知識產權」一段內。

(b) *廣州現代圖書*

廣州現代圖書於二零零四年十一月二十四日成立，從事圖畫資訊顧問服務；圖畫展示設計；中國編輯及出版圖畫、報紙及期刊的批發與零售。其註冊資本為人民幣3,010,000元。

廣州現代圖書直至預計〔●〕前由邵先生及周暉（「**周先生**」）*（附註3）*擁有90%及10%，而作為重組的一部分，周先生於二零零九年四月十五日與廣州現代資訊訂立股權轉讓協議，據此，周先生將其於廣州現代圖書的10%股權轉讓予廣州現代資訊，轉讓代價為人民幣301,000元（即已繳交應繳註冊資本）。在上述轉讓於二零零九年五月十二日完成後，廣州現代圖書由邵先生及廣州現代資訊擁有90%及10%。

廣州現代圖書為廣州現代資訊在中國發行中國雜誌，故此在支持廣州現代資訊的營運中扮演重要角色。目前，廣州現代圖書持有有效的發行執照《中華人民共和國出版物經營許可證》，該發行執照將於二零一三年三月三十一日屆滿，故此所有中國雜誌乃由廣州現代資訊負責發行。

(c) *珠海銀弧*

珠海銀弧由兩名獨立第三方於二零零一年三月三十日成立，從事廣告設計、製作、發佈廣告及提供廣告代理服務，其註冊資本為人民幣500,000元。於二零零八年六月五日，邵先生及鍾女士*（附註2）*各自與珠海銀弧的當時擁有人（其為獨立第三方）訂立

股權轉讓協議，據此，邵先生以代價人民幣63,000元收購珠海銀弧的90%股權，鍾女士則以代價人民幣7,000元收購珠海銀弧的其餘10%股權。收購代價乃由參與各方參考珠海銀弧當時淨資產的公平值經公平磋商後達致。

為籌備〔●〕及作為重組的一部分，鍾女士於二零零九年四月十三日與廣州現代資訊訂立股權轉讓協議，據此， 鍾女士將其於珠海銀弧的10%股權轉讓予廣州現代資訊，轉讓代價為人民幣50,000元(即已繳交應繳註冊資本)。在上述轉讓於二零零九年五月四日完成後，珠海銀弧由邵先生及廣州現代資訊分別擁有90%及10%。

(d) *珠海現代致美*

珠海現代致美由獨立第三方於二零零六年十月二十三日成立，初步註冊資本為6,000,000港元，其獲批准進行的業務範疇為從事模具、金屬模具產品及電子產品的生產及銷售，而業務範圍隨後於二零零八年六月修訂為「廣告設計、發佈及代理服務；項目策劃、企業投資及經濟資訊顧問服務」。

於往績記錄期間，珠海現代致美註冊資本的股權出現下列變動：

(i) 於二零零七年十一月，香港現代傳播向珠海現代致美的創辦人無償收購珠海現代致美的全部股權。該代價乃根據珠海現代致美當時資產淨值的公平值釐定，且鑑於其註冊資本當時概無繳足及珠海現代致美當時並無營業，故代價被釐定為零。於上述轉讓完成後，珠海現代致美繼而成為由香港現代傳播全資實益擁有。

(ii) 於二零零八年四月，邵先生以代價10,000,000港元(即已繳交應繳註冊資本)向香港現代傳播收購珠海現代致美的全部股權，其後珠海現代致美的公司性質由外商投資企業變為內資企業。

(iii) 於二零零八年八月，邵先生以代價8,950,000港元(即已繳交應繳註冊資本)將珠海現代致美的全部股權轉讓予珠海銀弧，其後珠海現代致美成為珠海銀弧的全資附屬公司。

重組完成後，珠海現代致美成為持有上海格致、北京雅格致美、深圳雅格致美及廣州雅格各自全部股權的投資控股公司

(e) *上海雅格*

上海雅格由廣州現代資訊及獨立第三方於二零零二年六月十七日成立，初步註冊資本為人民幣500,000元（由廣州現代資訊及獨立第三方分別擁有90%及10%）。上海雅格目前主要在中國從事各類廣告的設計及製作，以及廣告業務代理服務。

自成立以來，上海雅格註冊資本的股權經歷以下變動：

(i) 於二零零三年十月二十日，廣州現代設計製作有限公司（「**廣州現代設計**」，現已取消註冊，取消註冊前乃主要由邵先生擁有）與獨立第三方訂立股權轉讓協議，據此獨立第三方將上海雅格的10%股權轉讓予廣州現代設計，代價為人民幣50,000元（即已繳交應繳註冊資本）。

(ii) 於二零零七年十月十日，廣州現代資訊與廣州現代設計訂立股權轉讓協議，據此廣州現代設計將上海雅格的10%股權轉讓予廣州現代資訊，代價為人民幣50,000元（即已繳交應繳註冊資本）。此次轉讓後，上海雅格由廣州現代資訊全資實益擁有。

於二零零九年四月十日，為籌備〔●〕及作為重組的一部分，廣州現代資訊與廣州現代圖書訂立股權轉讓協議，據此，廣州現代資訊將其於上海雅格的10%股權轉讓予廣州現代圖書，代價為人民幣50,000元（即已繳交應繳註冊資本）。在上述轉讓於二零零九年五月四日完成後，上海雅格由廣州現代資訊及廣州現代圖書分別擁有90%及10%權益。

(f) *北京雅格*

北京雅格由廣州現代資訊及邵國權*（附註4）*於二零零二年一月十五日成立，初步註冊資本為人民幣500,000元（由廣州現代資訊及邵國權分別擁有80%及20%）。北京雅格目前主要在中國從事廣告設計、製作、發佈及代理服務，以及籌辦文化交流活動及展覽。

自成立以來，北京雅格註冊資本的股權經歷以下變動：

(i) 於二零零五年三月一日，厲劍（「**厲先生**」）*（附註5）*以代價人民幣100,000元（即已繳交應繳註冊資本）向邵國權收購北京雅格的20%股權。

(ii) 於二零零七年二月二十六日，邵先生以代價人民幣100,000元(即已繳交應繳註冊資本)向厲先生收購北京雅格的20%股權。此次轉讓後，北京雅格由廣州現代資訊及邵先生分別擁有80%及20%。

(iii) 於二零零九年四月十五日，為籌備〔●〕及作為重組的一部分，邵先生與廣州現代圖書訂立股權轉讓協議，據此，邵先生將其於北京雅格的20%股權轉讓予廣州現代圖書，代價為人民幣100,000元(即已繳交應繳註冊資本)。在上述轉讓於二零零九年四月二十四日完成後，北京雅格由廣州現代資訊及廣州現代圖書分別擁有80%及20%權益。

(g) *上海格致*

上海格致由深圳雅格致美及鍾女士*(附註2)*於二零零六年一月十六日成立，初步註冊資本為人民幣500,000元(由深圳雅格致美及鍾女士分別擁有90%及10%)。上海格致目前主要從事各類廣告的設計、製作、發佈及代理服務、商業信息諮詢及相關業務顧問服務。

自成立以來，上海格致註冊資本的股權經歷以下變動：

(i) 於二零零八年六月二十三日，珠海現代致美與深圳雅格致美訂立股權轉讓協議，據此深圳雅格致美將上海格致的90%股權轉讓予珠海現代致美，代價為人民幣450,000元(即已繳交應繳註冊資本)。

(ii) 於二零零八年八月二十五日，珠海現代致美與鍾女士訂立股權轉讓協議，據此鍾女士將上海格致的10%股權轉讓予珠海現代致美，代價為人民幣50,000元(即已繳交應繳註冊資本)。此次轉讓後，上海格致由珠海現代致美全資實益擁有。

(h) *北京雅格致美*

北京雅格致美由黃春慧(「**黃女士**」)*(附註6)*及深圳雅格致美於二零零六年三月二十九日成立，初步註冊資本為人民幣500,000元(由深圳雅格致美及黃女士分別擁有99%及1%)。北京雅格致美目前主要從事廣告設計、出版、發佈及代理服務，以及籌辦文化交流活動及展覽。

自成立以來，北京雅格致美註冊資本的股權經歷以下變動：

(i) 於二零零七年二月二十六日，邵先生與黃女士訂立股權轉讓協議，據此黃女士將北京雅格致美的1%股權轉讓予邵先生，代價為人民幣5,000元(即已繳交應繳註冊資本)。

(ii) 於二零零八年六月十三日，鍾女士*(附註2)*及邵先生各自與珠海現代致美及深圳雅格致美訂立兩份股權轉讓協議，據此邵先生將北京雅格致美的1%股權轉讓予鍾女士，代價為人民幣5,000元(即已繳交應繳註冊資本)，深圳雅格致美將北京雅格致美的99%股權轉讓予珠海現代致美，代價為人民幣495,000元。

(iii) 於二零零八年八月十二日，珠海現代致美與鍾女士訂立股權轉讓協議，據此鍾女士將北京雅格致美的1%股權轉讓予珠海現代致美，代價為人民幣5,000元(即已繳交應繳註冊資本)。此次轉讓後，北京雅格致美由珠海現代致美全資實益擁有。

(i) *深圳雅格致美*

深圳雅格致美由邵先生及陳佳穎(「**陳女士**」)*(附註7)*於二零零五年六月八日成立，初步註冊資本為人民幣2,000,000元(當時由邵先生及陳女士分別擁有95%及5%)。深圳雅格致美目前主要從事廣告業務。

自成立以來，深圳雅格致美註冊資本的股權經歷以下變動：

(i) 於二零零六年三月十五日，劉關姍(「**劉女士**」)*(附註8)*向陳女士收購深圳雅格致美的5%股權，象徵式代價為人民幣1元。代價為象徵式乃因其為邵先生受託人之間的轉讓。

(ii) 於二零零七年三月十六日，邵先生與劉女士訂立股權轉讓協議，據此劉女士將深圳雅格致美的5%股權轉讓予邵先生，象徵式代價為人民幣1元。代價為象徵式乃因其由一名受託人重新轉讓予邵先生。

(iii) 於二零零八年五月二十日，鍾女士*(附註2)*向邵先生收購深圳雅格致美的5%股權，象徵式代價為人民幣1元。代價為象徵式乃因其由邵先生轉讓予其受託人。

(iv) 於二零零八年七月十五日，珠海現代致美向邵先生收購深圳雅格致美的95%股權，代價為人民幣1,900,000元(即已繳交應繳註冊資本)。

(v) 於二零零八年八月二十日，珠海現代致美向鍾女士收購深圳雅格致美的5%股權，象徵式代價為人民幣1元。代價為象徵式乃因鍾女士當時僅以信託形式持有所轉讓的股權。此次收購後，深圳雅格致美由珠海現代致美全資實益擁有。

(j) *廣州雅格*

廣州雅格由邵先生及鍾女士*(附註2)*於二零零四年二月二十五日成立，初步註冊資本為人民幣500,000元(有邵先生及鍾女士分別擁有90%及10%)。廣州雅格目前主要從事企業形象設計、企業慶典策劃、各類廣告設計、製作、發佈及代理服務。於二零零七年五月邵先生及鍾女士分別以代價人民幣450,000元及人民幣50,000元(即已繳交應繳註冊資本)將廣州雅格的90%及10%股權轉讓予深圳雅格致美後，廣州雅格由深圳雅格致美全資實益擁有。

於二零零九年四月十五日，為籌備〔●〕及作為重組的一部分，深圳雅格致美與珠海現代致美訂立股權轉讓協議，據此，深圳雅格致美將其於廣州雅格的全部股權轉讓予珠海現代致美，代價為人民幣500,000元(即已繳交應繳註冊資本)。於上述轉讓完成後，廣州雅格由珠海現代致美全資實益擁有。

附註：

1. 高女士為中國經營實體的僱員。邵先生已提名高女士於有關時間以信託形式代邵先生持有廣州現代資訊的有關股權，詳情已於上文披露。

2. 鍾女士為本集團高級管理成員，而其履歷已於本文件「董事、管理層及員工」一節中披露。邵先生已提名鍾女士於有關時間以信託形式代邵先生持有(a)廣州現代資訊；(b)珠海銀弧；(c)上海格致；(d) 北京雅格致美；(e)深圳雅格致美；及(f)廣州雅格的有關股權，詳情已於上文披露。

3. 周先生為廣州現代圖書的僱員。自廣州現代圖書成立以來及於往績記錄期間，邵先生已提名周先生以信託形式代邵先生持有廣州現代圖書的10%股權。

4. 邵國權為北京雅格的前僱員。邵先生已提名邵國權於有關時間以信託形式代邵先生持有北京雅格的有關股權，詳情已於上文披露。

5. 厲先生為本集團執行董事及高級管理層成員，而其履歷已於本文件「董事、管理層及員工」一節中披露。邵先生已提名厲先生於有關時間以信託形式代邵先生持有北京雅格的有關股權，詳情已於上文披露。

6. 黃女士為北京雅格的僱員。邵先生已提名黃女士於有關時間以信託形式代邵先生持有北京雅格致美的有關股權，詳情已於上文披露。

7. 陳女士為深圳雅格致美前僱員。邵先生已提名陳女士於有關時間以信託形式代邵先生持有深圳雅格致美的有關股權，詳情已於上文披露。

8. 劉女士為深圳雅格致美前僱員。邵先生已提名劉女士於有關時間以信託形式代邵先生持有深圳雅格致美的有關股權，詳情已於上文披露。

於上述代名人持有相關股權的有關時間，彼等各自已根據邵先生的指示不時行使其作為有關中國經營實體股東的權利，且並無就擔任有關提名人股東獲得任何酬金。鑑於根據當時的中國適用法律，各公司須擁有至少兩名股東，故除作為重組一部分而擬進行的交易外，本集團各成員公司(包括中國經營實體)亦有相當頻繁的股權變動。因此，邵先生提名另一名人士(多數為本集團的員工)為其受託人，持有本集團相關成員公司的少數股權。如該員工離開本集團或借調往不同的地區辦事處，便須轉讓受託人的股權。我們的中國法律顧問確認，邵先生與上述每名代名人之間的相關委託安排具法律約束力並可於邵先生與上述每名代名人之間根據現行中國法律法規強制執行。

此外，於往績記錄期間或緊隨各中國經營實體成為本集團的一部份後(此為較短期間)，邵先生為各中國經營實體的唯一董事。

我們亦已獲我們的法律顧問告知：

(a) 我們已就轉讓上文所披露公司的註冊資本獲得有關政府機關[批准]及辦理所需登記；及

(b) 本集團旗下各公司的已發行股本或(就在中國註冊成立的公司而言)註冊資本及註冊資本的增加已在規定時限內如期繳足。

重組

於〔●〕前及籌備合約安排過程中，本集團(包括本公司、其所有附屬公司及中國經營實體)已進行重組，有關詳情載於本文件附錄五「重組」一段。

除上文「歷史及發展」分節所述的步驟外，為於訂立合約安排前精簡中國經營實體的企業架構，按照邵先生的指示，下列公司並不包括在中國經營實體之列：

(i) *四川尚都*

四川尚都於二零零七年四月二十日由廣州現代資訊及一名獨立第三方成立，初步註冊資本為人民幣2,000,000元(由廣州現代資訊及獨立第三方各自擁有50%，而廣州現代資訊的50%權益其後於二零零八年八月轉讓予珠海現代致美)，從事商業服務行業。於重組完成前，四川尚都由珠海現代致美及獨立第三方各自擁有50%股權。

作為廣州現代資訊與獨立第三方的業務計劃之一，四川尚都提供別冊內容製作服務，作為成都地方報紙的別冊形式插入，旨在搶佔四川省本地高端時尚廣告市場。然而，由於當地市場對高端時尚廣告的需求有限(情況因二零零八年五月四川地震進一步加劇)，四川尚都自其成立以來在經營上一直有虧損。因此，本集團及四川尚都其他股東決定在二零零八年底前後終止上述業務計劃，而四川尚都自此未有營業。由於我們的董事認為毋須將已終止業務納入本集團，故在珠海現代致美以代價人民幣298,000元將四川尚都 50%註冊資本中的股權轉讓予獨立第三方後，四川尚都自二零零九年五月起不被納入本集團旗下。由於出售代價人民幣298,000元相等於所出售的股權應佔資產淨值，故並無因出售而錄得任何盈虧。我們的董事確認，並無因出售而產生任何或然負債。

(ii) *天津假日*

天津假日於二零零二年六月二十八日成立，從事廣播節目、電影與電視、廣告牌及霓虹燈廣告設計與製作；印刷品廣告設計；國際貿易；商品展覽會；文化及辦公用品及通訊設備批發及零售、會議及展覽會設計；會議服務；餐飲；包裝食品與酒精飲品銷售；調查服務。於二零零七年八月，本集團收購天津假日20%股權，旨在投資經營天津一家地區週報。於重組完成前，天津假日由珠海現代致美及兩名獨立第三方擁有20%及80%股權。

然而，由於本集團作為少數股東僅可對天津假日的經營行使有限控制權，故我們的董事認為此舉與本集團的業務策略不符。因此，我們的董事決定撤回於天津假日的投資，並於二零零九年五月以代價人民幣8,101,200元將本集團於天津假日的股權出售予獨立第三方。出售導致虧損人民幣1,468,800元，即出售代價與所出售資產淨值人民幣9,570,000元的差額。我們的董事確認，並無因出售而產生任何或然負債。

為編製本文件附錄一所載本公司會計師報告內的財務資料，四川尚都(由珠海現代致美擁有50%權益)及天津假日(由珠海現代致美擁有20%權益)於往績記錄期間財務業績已按權益法入賬。

豁除上海森音及廣州現代的詳情及理由於本文件「與控股股東之關係」一節中披露。有關重組的其他詳情，請同時參閱本文件附錄五「重組」一段。

監管事宜

關於邵先生是否須遵守75號通知規定的問題，我們已透過我們的中國法律顧問及我們的職員，分別向中國國家外匯管理局及地方外滙管理分局官員作出非正式諮詢，而我們的中國法律顧問已確認該等機構及官員乃就有關諮詢提供意見的適當機構及官員及負責人。該等官員表示，邵先生關於75號通知所述境外投資外匯登記申請不會獲受理或考慮，而該等事宜由中國律師獨立發表意見。我們獲我們的中國法律顧問告知，邵先生無需辦理75號通知所要求的境外投資外滙登記手續，原因是(a)邵先生於一九九二年十月取得香港身份證，並被視為香港非永久居民；及(b)邵先生自二零零二年起一直在香港收取薪金收入被香港有關當局視為香港居民，並繳納香港薪俸稅。因此，邵先生並不符合75號通知所指「境內居民」的資格。

此外，我們已獲我們的中國法律顧問告知：

(i) 根據適用中國法律，由於邵先生為中國公民，故邵先生在中國成立的企業被視為中國企業。邵先生於中國經營實體的股權並無違反有關出版行業限制外資擁有公司的中國法律。

(ii) 由於重組的任何部分均未涉及二零零六年九月八日生效並於二零零九年六月二十二日修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》所述的外國投資者以股權併購或資產併購方式併購境內企業之情形對重組而言並不適用；及

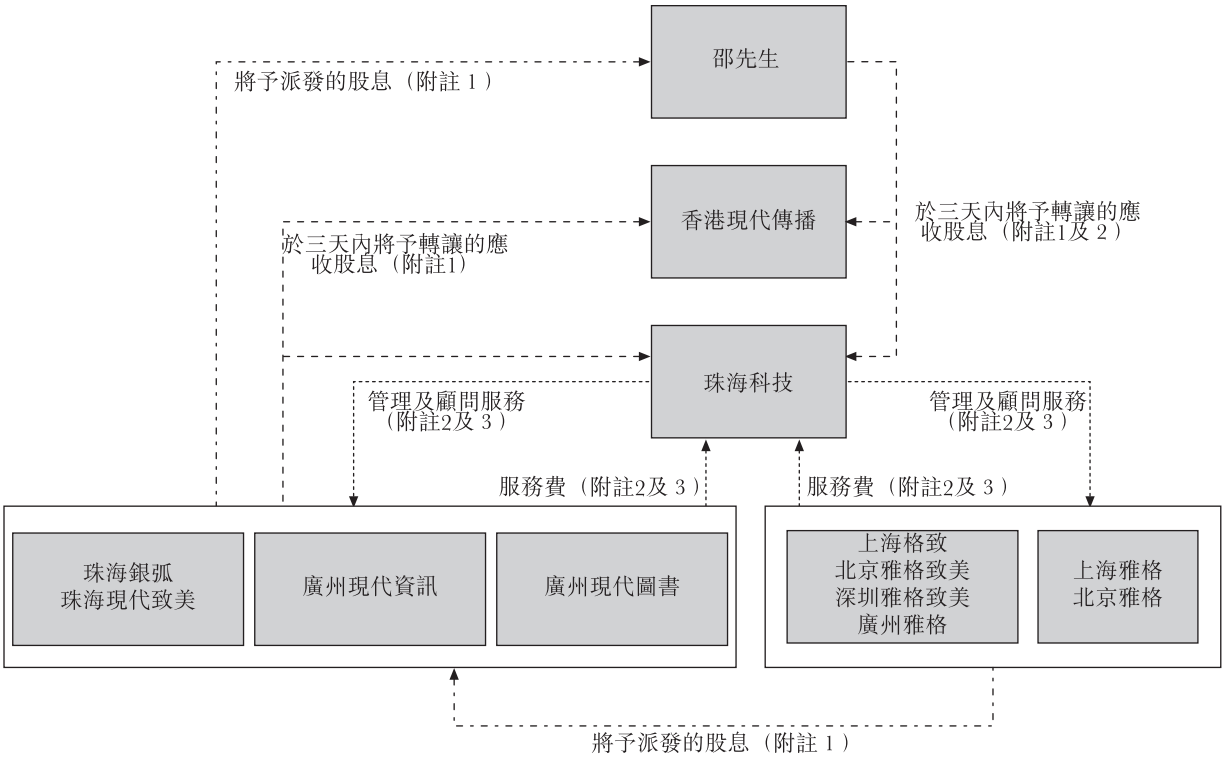
(iii) 重組及〔●〕符合適用中國法律及規例，且毋須遵守中國監管部門發出的任何批准、同意、備案或登記的規定。

合約安排

根據現行中國法律，對外商投資企業在中國從事出版業務存在一定的限制。根據廣州現代資訊與中國出版夥伴訂立的經營合作協議，廣州現代資訊負責中國雜誌的內容製作，包括且不限於參與選定主題、編排及審閱手稿、以敘事式廣告及軟文廣告方式處理及製作廣告，中國出版夥伴負責審閱廣州現代資訊提交的中國雜誌的內容。廣州現代資訊已委託中國經營實體安排中國雜誌的內容製作及安排其他事務，包括確定中國雜誌的印刷數量、價格及相關開支，及與印刷商簽訂相關印刷協議及代表中國出版夥伴發行中國雜誌。因此，中國經營實體已透過廣州現代資訊與中國出版夥伴就中國雜誌的內容製作、印刷及發行有效建立間接合作關係，並整體作為中國雜誌的「合作夥伴」運作。因此，我們的董事認為根據現行中國法律及法規，中國經營實體根據與中國出版夥伴訂立的經營合作協議進行的整體業務經營(即中國雜誌的內容製作、印刷及發行)，屬於限制外資擁有權的業務範圍，故中國經營實體(包括本公司及就重組及〔●〕而言由本公司擁有直接及間接股權的附屬公司)並無被納入集團，因此中國經營實體可繼續從事其現有業務活動，我們的中國法律顧問亦同意此意見。為遵守中國法律，我們以合約安排方式透過中國經營實體在中國間接經營業務。

雖然本集團並無擁有中國經營實體的任何直接股權，我們仍對中國經營實體的財務及經營政策維持有效控制權，並有權享有中國經營實體透過合約安排經營業務所產生的經濟利益。

以下簡化圖列示中國經營實體根據合約安排規定向本集團提供的經濟利益：



附註：

1. 詳情請參閱下文「(ii)獨家購買期權協議」一段。

2. 詳情請參閱下文「(iii)業務經營協議」一段。

3. 詳情請參閱下文「(iv)獨家管理及顧問服務協議」一段。

4. 有關合約安排的其他詳情，請參閱下文「(i)股權質押協議」、「(v)代授權委託協議」及「(vi)商標轉讓協議」數段。

5. 有關本集團成員公司(包括中國經營實體)股權架構及主要業務的更多詳情，請參閱本節「集團架構」一段。

(i) ***股權質押協議***

珠海科技、邵先生、廣州現代資訊、廣州現代圖書、珠海銀弧及珠海現代致美於二零零九年八月二十四日訂立的股權質押協議（「**股權質押協議**」）構成保證支付管理及顧問服務協議項下服務費的抵押。

根據股權質押協議，邵先生、廣州現代資訊、廣州現代圖書、珠海銀弧及珠海現代致美已將其各自於中國經營實體全部直接股本權益先抵押予珠海科技。如未獲珠海科技事先

同意，中國經營實體成員的股權不得被削減、抵押、轉讓或出售及有權獲得已質押股本權益產生的所有股息。倘未有支付管理及顧問服務協議項下的服務費，珠海科技有權行使其權利出售已質押股本權益。

股權質押協議自訂約方簽署協議當日起生效，據此所設立的質押將於該等質押於●在中國經營實體的股東名冊正式登記，並已根據適用中國法律向有關中國工商行政管理局正式登記後生效。質押將於管理及顧問服務協議年期內一直具有全面效力且不得被終止，直至中國經營實體結清管理及顧問服務協議的所有付款及中國經營實體不再負責履行管理及顧問服務協議。

(ii) ***購股權協議***

根據由香港現代傳播、邵先生、廣州現代資訊、廣州現代圖書、珠海銀弧及珠海現代致美於二零零九年八月二十四日訂立的購股權協議（「**購股權協議**」），香港現代傳播已獲授購股權，可以零代價或適用中國法律許可的最低金額直接或透過一名或多名代名人購入中國經營實體的全部股權。在遵守中國法律的前提下，香港現代傳播可全權酌情決定於任何時間以任何方式行使購股權。待本集團按中國法律及法規許可收購中國經營實體全部股權後，廣州現代資訊、廣州現代圖書、珠海銀弧及珠海現代致美承諾(其中包括)，未經珠海科技事先同意，彼等不會削減其各自的註冊資本或出售其任何部分的資產、業務或收益。

此外，根據購股權協議，邵先生、廣州現代資訊、廣州現代圖書、珠海銀弧及珠海現代致美各自承諾，其將自行且將促使有關中國經營實體在可行情況下盡快且不遲於收到付款或分派起計三日內，將其自有關中國經營實體股權所得的全部股息及／或資本收益、所收到因中國經營實體變現任何資產而產生根據適用法律及各中國經營實體的組織章程文件可供分派的可供分派儲備及所得款項出讓或轉讓予香港現代傳播或珠海科技。

根據購股權協議，本集團已取得收購中國經營實體全部股本權益的權力，只待進行有關收購，中國經營實體已承諾(其中包括)未經珠海科技事先同意，彼等不會削減彼等各自的註冊資本或出售其部分的資產、業務或收入。於上述根據購股權協議擬進行的收購獲中國法律及法規批准前，本集團可憑藉代授權委託協議行使所有權力，猶如其為中國經營實體的最終實益擁有人。

各購股權協議自二零零九年八月二十四日起生效，並將會於中國經營實體全部股權均已轉讓予香港現代傳播及／或其代名人且有關股權轉讓在中國有關工商管理局完成登記之日方告屆滿。

(iii) ***業務經營協議***

根據珠海科技、邵先生及中國經營實體於二零零九年八月二十四日訂立的業務經營協議（「**業務經營協議**」），中國經營實體已承諾不會在未經珠海科技事先書面同意下進行任何重大業務交易，並將委任由珠海科技提名的個別人士為中國經營實體的董事及主要管理層（包括該等負責財務管理、會計、財務監控及申報的主要管理層）。邵先生及中國經營實體亦承諾會簽訂及簽立該等文件授權珠海科技的代名人為彼等的代表行使中國經營實體股東的權利，並確保自中國經營實體股權所得的任何股息及／或資本收益在可行情況下盡快且無論如何不遲於自收到款項或分派起計三日內支付予珠海科技。

根據業務經營協議，珠海科技將提名行使中國經營實體股東權利的代表，此代表將確保自中國經營實體股權所得的任何股息及／或資本收益在可行情況下盡快且無論如何不遲於自收到款項起計三日內支付予珠海科技。此外，中國經營實體各成員的所有董事及主要管理層人員均將由珠海科技提名。該等安排能進一步確保珠海科技及本集團獲取中國經營實體經營所產生的經濟利益；並可確保本集團能夠監控、監督及有效控制中國經營實體各成員的業務及營運的能力。

各業務經營協議自二零零九年八月二十四日開始生效，並持續有效，直至由珠海科技向其他方發出30日事先書面通知終止；或根據有關各方訂立的其他協議的條款終止。

(iv) ***管理及顧問服務協議***

於二零零九年八月二十四日，珠海科技與中國經營實體訂立管理及顧問服務協議（「**管理及顧問服務協議**」），據此，中國經營實體將獨家委聘珠海科技就中國經營實體的商業服務，包括獨家管理及顧問、客戶管理及市場推廣諮詢、企業管理（包括會計及財務申報）及諮詢、員工培訓、雜誌內容及資料提供、雜誌安排、設計及印刷的獨家策劃、諮詢及推薦意見；雜誌發行的策劃、諮詢及推薦意見以及中國法律所准許的其他諮詢及支援服務，提

供管理、銷售及市場推廣、企業管理及其他支援服務的顧問服務。經考慮珠海科技提供上述服務後，各中國經營實體同意每年底向珠海科技支付費用。中國經營實體應付珠海科技的費用將相等於各中國經營實體的總收益減去所有相關費用、開支及稅項(經中國有關執業會計師審核)。

根據管理及顧問服務協議，珠海科技將從事提供管理及顧問服務，據此各中國經營實體的業務及經營將由珠海科技管理。作為回報，珠海科技將有權獲得中國經營實體支付的顧問服務費，服務費金額將相等於各中國經營實體的總收益減去所有相關費用、開支及稅項(經中國有關執業會計師審核)。董事認為，該等安排將確保中國經營實體經營所產生的經濟利益流入珠海科技，從而全部流入本集團。

各管理及顧問服務協議自二零零九年八月二十四日開始生效，並持續有效，直至珠海科技向其他方發出30日事先書面通知終止；或根據有關各方訂立的其他協議的條款終止。管理及顧問服務協議可由珠海科技以書面確認方式續期延長。

(v) **代授權委託協議**

於二零零九年八月二十四日，珠海科技、邵先生、廣州現代資訊、珠海現代致美及廣州現代圖書簽訂代授權委託協議(「**代授權委託協議**」)，據此(a) 邵先生獲授權行使於各中國經營實體的股東權利，包括出席股東大會及行使投票權(只要邵先生仍為珠海科技的主席)；(b)珠海科技指定的任何中國人士獲授權享有及行使邵先生於各中國經營實體的股東權利(倘邵先生不再為珠海科技的主席)；(c)自中國經營實體股權所得的任何股息及／或資本收益須在可行情況下盡快且無論如何最遲於自收到款項或分派起計三天內支付予珠海科技。根據代授權委託協議，在邵先生擔任珠海科技董事期間，邵先生應按珠海科技的最佳利益及指示行事，並行使其及其代名人作為中國經營實體股東的一切權利。

在本集團收購購股權協議項下中國經營實體的全部股權之前，本集團可透過邵先生行使一切權利，猶如我們憑藉代授權委託協議而為中國經營實體的最終實益擁有人。邵先生已承諾，彼將在可行情況下盡快且無論如何最遲於收到有關款項或分派起計三天內，將其自有關中國經營實體股權所得的一切股息、資本收益及／或任何資產出讓或轉讓予珠海科技。

代授權委託協議將於業務經營協議年期內一直具有全面效力。

(vi) *商標轉讓協議*

根據廣州現代資訊與珠海科技於二零零九年八月二十四日訂立的商標轉讓協議(「**商標轉讓協議**」)，廣州現代資訊已向珠海科技授出選擇權，使其可以象徵性代價人民幣1元或適用中國法律規定的其他最低金額收購若干中國雜誌及廣州現代資訊業務相關的商標。於珠海科技行使選擇權前，珠海科技及其代名人可免費使用商標，毋須支付特許權使用費。在未經珠海科技事先書面同意前，廣州現代資訊被禁止特許任何第三方使用商標。透過商標轉讓協議，珠海科技亦將取得於相關中國法律及法規許可的時候收購中國經營實體所有成員的任何或一切商標的權利。

商標轉讓協議自二零零九年八月二十四日起生效，為永久性年期，並涵蓋本集團業務的所有關鍵商標。

訂立合約安排的理據為在適用中國法律批准的情況下，按適用中國法律批准的方式使珠海科技能夠為本集團提供對中國經營實體的財務及經營政策的實際控制權(即使本集團於該等中國經營實體並無直接股權)並取得中國經營實體業務產生的經濟利益，以及收購中國經營實體的股權及／或商標，並防止中國經營實體的資產及價值可能被分散至本公司或其附屬公司以外的任何人士。該等安排包括：

(i) 可於中國法律允許時，就中國經營實體的現有業務以象徵式價格或中國法律規定的其他最低金額收購中國經營實體的全部股權及／或商標的選擇權；

(ii) 中國經營實體承諾不會在未經珠海科技事先書面同意下進行任何重大業務交易；

(iii) 有權行使中國經營實體股東的權利；及

(iv) 以本公司為受益人質押中國經營實體的全部股權。

該等合約安排實際上將中國經營實體的經濟利益及其相關風險轉移及轉嫁予本公司，因此，中國經營實體自各自由邵先生及／或其控制的實體收購或成立日期起已被當作本公司附屬公司綜合列賬。合約安排僅可由珠海科技續期，且亦僅可由珠海科技終止。根據業務經營協議和管理及顧問服務協議，本集團已將擔任中國經營實體日常營運管理及監督職務並先前由中國經營實體僱用的僱員有效地轉調珠海科技僱用。 更重要的是，為確保中國經營實體根據本集團的指示管理及經營，並為防範中國經營實體的最終股東(即邵先生)挪用資產及資金，各中國經營實體的全體董事會及財務總監乃由本集團於二零零九年●提名以便有效控制。 目前，邵先生為各中國經營實體的最終實益擁有人及唯一董事。

合約安排的合法性

經考慮可使其達致法律結論的一切可能行動或措施後，本集團的中國法律顧問認為：

(i) 基於適用中國法律及法規及有關中國政府機關應本集團中國法律顧問非正式口頭諮詢作出回覆，就構成合約安排的協議的合法性可由中國律師出具法律意見；

(ii) 組成合約安排的各份協議構成有關訂約方合法、有效及具有約束力的責任；且經上述全部協議組成的合約安排個別及整體共同全面符合一切現有中國法律及法規以及在中國註冊成立有關公司各自的組織章程細則的條文；

(iii) 除根據股權質押協議產生的質押於相關中國經營實體的股東名冊登記及須受中國政府機關頒佈的任何相反新法律及法規規限外，不管〔●〕前或〔●〕後，概毋須根據現行中國法律及規定就構成合約安排的協議的簽訂、有效性及強制執行性向任何中國政府機關取得任何中國政府機關的批文、許可或授權；

(iv) 本文件所述珠海科技及中國經營實體各自現有業務及營運符合中國主管政府部門批准的業務範疇，且並無因違反各自獲批准業務範疇而受到任何中國政府部門的懲罰；及

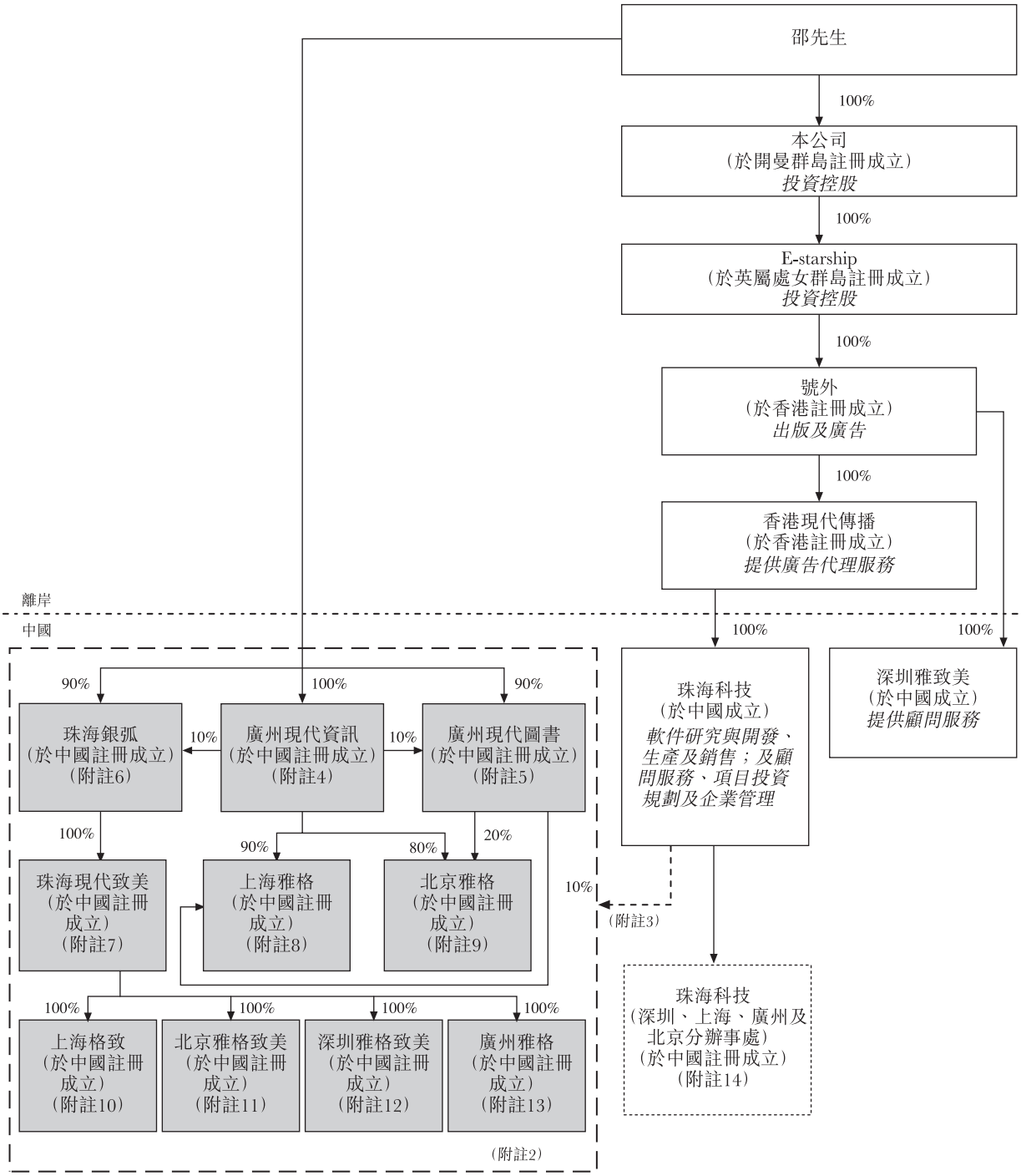
(v) 珠海科技及中國經營實體各自已就其業務取得一切必需批文。

此外，就董事所知，合約安排乃國內出版及傳媒業由外資控股公司經營及最終擁有的公司通常採用的安排，董事並不知悉有相關中國部門曾質疑與合約安排類似的其他合約或結構性安排。

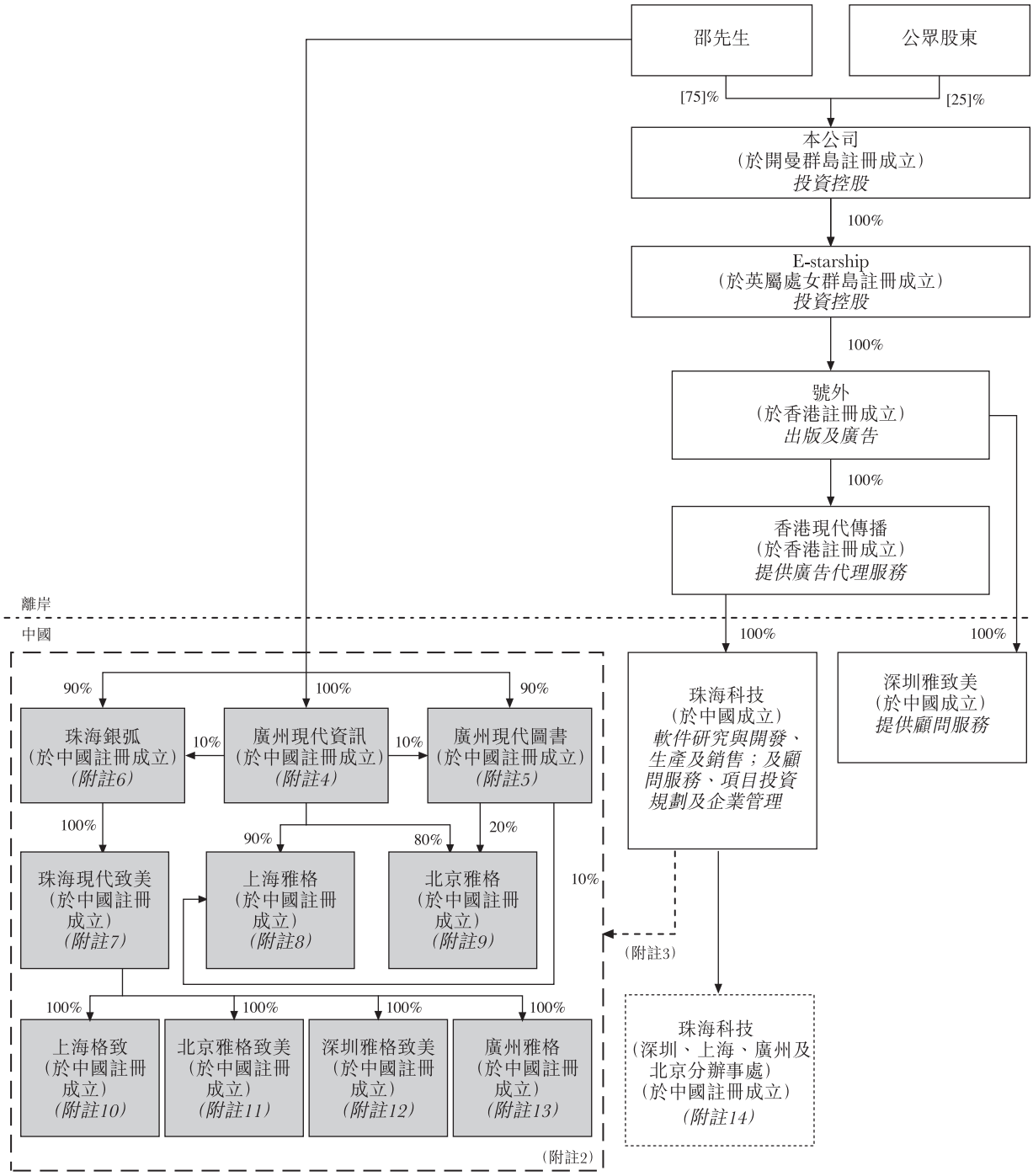
無法保證中國政府機關(包括國家新聞出版總署)將來不會持與本集團中國法律顧問的上述意見截然相反的意見。本集團另獲告知，倘中國政府機關及法院發現合約安排(或其任何部份)不符合中國法律，則各項構成合約安排的協議將遭撤回，故該等協議項下擬進行的交易將予終止。我們獲本集團的中國法律顧問告知，除協議將遭撤回及協議項下擬進行的交易將予終止外，我們不會因訂立及執行該等協議而受到中國政府機關的任何行政處分，乃因根據就構成合約安排的協議的簽訂、有效性及可強制執行性的現行中國法律乃毋須在任何中國政府機關存案、登記或取得任何中國政府機關的同意、批文、許可、授權、證書及執照。有關風險的討論，請參閱本文件「風險因素」一節「本集團依賴合約安排。」一段。

集團架構

緊隨重組完成後但於資本化發行及〔●〕前(假設〔●〕及可能根據購股權計劃授出的任何購股權未獲行使)，本集團公司架構及成員公司的主營業務載列如下：



緊隨重組、資本化發行及〔●〕完成後(假設〔●〕及可能根據購股權計劃授出的任何購股權未獲行使)，本集團成員公司的公司架構及主營業務載列如下：



附註：

1. 「———」表示於股權的直接法定實益擁有權，而「-----」則表示合約關係。

2. 有關各有關公司的詳情，請參閱本節「中國經營實體」一段。

3. 有關該等安排的詳情，請參閱本節「合約安排」一段。

4. 廣州現代資訊主要從事各類廣告的設計、製作及代理服務；中國編輯及出版圖畫、報紙及期刊的零售；籌劃文學藝術活動及展覽。

5. 廣州現代圖書主要從事圖畫資訊顧問服務；圖畫展示設計；中國編輯及出版圖畫、報紙及期刊的批發與零售。

6. 珠海銀弧主要從事廣告設計、製作、發佈及提供廣告代理服務。

7. 珠海現代致美主要從事廣告設計、發佈及代理服務；項目策劃、企業投資及經濟資訊的顧問服務。

8. 上海雅格主要在中國從事各類廣告的設計及製作以及廣告業務的代理服務。

9. 北京雅格主要在中國從事廣告設計、製作、發佈及代理服務；籌辦文化交流活動及展覽。

10. 上海格致主要從事各類廣告的設計、製作、發佈及代理服務、商業信息諮詢及相關業務顧問服務。

11. 北京雅格致美主要從事廣告設計、製作、發佈及代理服務；籌辦文化交流活動及展覽。

12. 深圳雅格致美主要從事廣告業務。

13. 廣州雅格主要從事企業形象設計、企業慶典策劃、各類廣告的設計、製作、發佈及代理服務。

14. 珠海科技的這些分辦事處主要從事研發、生產及銷售自主研發的軟件及提供售後服務，及提供項目規劃、財務資訊及企業管理及企業形象策劃方面的顧問服務，均非獨立法人。

刊物

雜誌特色與定位

本集團雜誌的定位集「國際化」、「高品味」及「時尚」於一身。各本雜誌均擁有獨特的內容定位，以迎合目標讀者的需求，而雜誌讀者群的分類亦迎合不同廣告客戶多樣化的需求。

目前，我們經營的雜誌中有兩份週報及六份月刊。董事認為，週報是我們的主要增長動力，究其原因，週報雜誌提供最新資訊，故較月刊，更受目標讀者歡迎；同時因在市場上對目標讀者的曝光率更多，對廣告客戶更具吸引力。故此，繼我們成功經營《週末畫報》後，我們於二零零八年年底推出《優家畫報》，以期提高我們的市場滲透率。除《號外》由本集團出版外，所有我們在中國經營的雜誌均由本集團透過與中國出版夥伴訂立的各項獨家經營合作協議經營。有關該等經營合作協議的詳情，請參閱本節「與中國出版夥伴的經營合作協議」一段。

週刊

雜誌	雜誌詳情
《週末畫報》 	• *歷史、內容及目標分部：*《週末畫報》作為我們經營的旗艦週報，自二零零一年起開始經營，創刊二十八年。本集團為《週末畫報》增添具有創新性及影響力的經營全新定位，使其成為全彩色印刷、時尚週報，故其對精英讀者群具有吸引力。《週末畫報》的目標讀者群為年齡介乎20至45歲，可支配收入與生活水平皆高的中國大都市精英。 《週末畫報》每期採用一報四冊方式製作，主要分為「新聞版」、「財富版」、「生活版」及「城市版」，為讀者網羅本土與國際資訊、環球金融消息、國際生活時尚與消費潮流，以及全球各地的多個熱門話題。此外，本集團會不時製作別冊，以建立本集團於出版行業追求創新意念的大都市品牌形象與聲譽。 • *每本零售價：*人民幣5元 • *開始由本集團經營日期：*二零零一年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期：*至二零二八年初步為期27.5年

業　務

週刊

雜誌	雜誌詳情
《優家畫報》 	• *歷史、內容及目標分部*：《優家畫報》定位成一本女性時尚週報，提供美容、時裝、購物、飲食與娛樂等方面的綜合最新消息及資訊。《優家畫報》的目標讀者群為25至39歲受過良好教育的中高收入白領女性。 此外，《優家畫報》亦策略性地瞄準中國具龐大未來市場潛力的二線城市，以吸引更多女性讀者並進一步擴大在中國的市場滲透率。 《優家畫報》週報一書兩冊，分別以「修身篇」及「齊家篇」為主題。「修身篇」的主要內容為時裝、美容、優質生活與星座命理。「齊家篇」則集中於提供消閒與美食資訊、旅遊情報、家庭健康與娛樂推介。 • *每本零售價*：人民幣3元 • *開始由本集團經營日期*：二零零七年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期*：至二零二五年初步為期19年

月刊

雜誌	雜誌詳情
《新視綫》 	• *歷史、內容及目標分部*：《新視綫》是一本創意生活月刊，目標讀者群為新生代的城市精英及崛起中的創意階層，他們的時裝觸覺敏銳且對國際品牌有興趣。 《新視綫》的重點內容是透過雜誌的四大創意專欄欄目（分別為「創意多元生活(Explore the perspectives of living)」、「創意通達全球(Access to the greatest creativity)」、「創意炫亮時尚(Shine bright and right)」及「創意思維文化(Think big, think different)」）宣揚國際、流行與高質素創意生活，並鼓勵讀者轉變其生活方式及重新定義生活質量及當代都市精英的價值。《新視綫》自二零零八年起邀請若干中國著名作家加盟成為特約專欄作家，以創意生活與家居生活為題材撰寫特稿。 • *每本零售價*：人民幣20元 • *開始由本集團經營日期*：二零零二年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期*：至二零一七年初步為期15年

雜誌	雜誌詳情
《號外》 	• *歷史、內容及目標分部：*《號外》於香港創刊至今逾三十年，於二零零三年被本集團收購。《號外》透過其創意文學與簡約版面設計呈現全球文化與生活資訊。《號外》旨在設立創意標準、尋求不斷發展及推陳出新，並記錄我們身處外界時尚資訊氾濫時代的微妙變化。於二零零八年，《號外》推出便攜版，作為進一步探索編採與視覺空間互動可能性的嶄新嘗試。《號外》的目標讀者為香港對時尚生活及文化修養有更高追求的精英讀者階層。 《號外》報導全球各地的最新城市生活資訊、提供有關藝術與設計及美容與護膚嶄新潮流的最新資訊，並加入概念圖像。 為吸引更多讀者與廣告商，《號外》會因應情人節、女士與男士服飾以及鐘錶與珠寶等不同主題推出特集。 • *每本零售價：*人民幣35元（原版）及人民幣25元（旅遊版） • *開始由本集團經營日期：*二零零三年
《生活月刊》 	• *歷史、內容及目標分部：*《生活月刊》宣揚「用心生活(Heart of Life)」態度、風格與價值。利用雜誌作為平台，《生活月刊》旨在堅持與宣揚中國文化與國家文化自信，並鼓勵追求高質素精神生活。 《生活月刊》是一本採用圖畫版式設計的雜誌，刊載文學與攝影作品，其目標讀者為年齡28至49歲擁有高可支配收入及強勁消費能力的積極進取管理人員、新知識份子、知名企業家及中國社會的中高階層。該刊物包含九個固定專欄，主題涵蓋精神生活與世俗生活各個不同層面，鼓勵接觸傳統中國文化與當代美學。 • *每本零售價：*人民幣50元 • *開始由本集團經營日期：*二零零五年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期：*至二零一五年初步為期10年

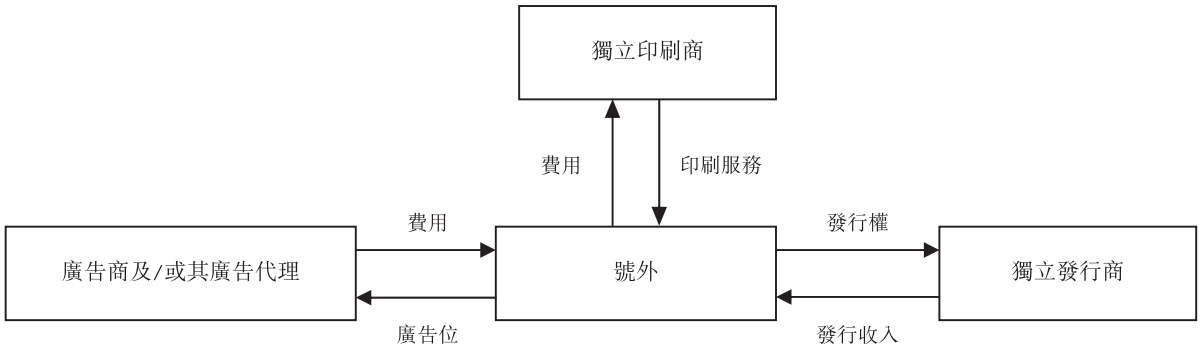
雜誌	雜誌詳情
《汽車生活》 	• *歷史、內容及目標分部：*《汽車生活》是一本時尚汽車雜誌，內容着重介紹汽車與日常生活的關係。《汽車生活》細說汽車出現後生活體驗與文化起了甚麼轉變，並引領讀者從文化、藝術與科技等不同角度欣賞汽車。《汽車生活》的目標讀者群為汽車愛好者及車主等男性讀者。 《汽車生活》旨在為讀者提供有關最高檔汽車、汽車內部及試車評估、最流行車輛新配件的全面資訊，同時亦報導嶄新與流行高科技產品。《汽車生活》亦會訪問若干車輛製造商的高級行政人員及著名汽車設計師，分享他們生活上駕駛汽車的樂趣。 • *每本零售價：*人民幣20元 • *開始由本集團經營日期：*二零零七年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期：*至二零一六年初步為期10年
《健康時尚》 	• *歷史、內容及目標分部：*《健康時尚》的英文名稱LOHAS為「Lifestyle of Health And Sustainability」的首字母縮寫語，旨在透過為讀者網羅全球最新健康生活方式的消息與資訊，宣揚健康及可持續的生活型態。《健康時尚》以人數日增的時尚、接受過良好教育且獨立自主的女性讀者為目標讀者。 《健康時尚》的內容分為九個生命週期，分別為「讓眼界更開闊」、「讓身心更美麗」、「讓生命更豐富」、「讓自己更強壯」、「讓心靈多體驗」、「讓精神更圓融」、「讓生活更幸福」、「讓身體更健康」及「讓生命不止息」，概念源自中國與東方美容哲學。該等內容包含健康情報、運動手冊、美容與皮膚護理知識。 為進一步提升《健康時尚》的市場知名度，《健康時尚》會每季就樂活生活型態出版增刊，題材圍繞男女美容及旅遊資訊。 • *每本零售價：*人民幣10元 • *開始由本集團經營日期：*二零零七年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期：*至二零一六年初步為期10年

雜誌	雜誌詳情
《大都市》 (男士版) 	• *歷史、內容及目標分部*：本集團近期經營的刊物《大都市》為一本精英時尚生活雜誌，包括專門分別針對男性及女性讀者的獨立版本。 《大都市(男士版)》為一本男性時尚生活雜誌，著重從男性視角呈現「生活、時尚及商業」。該雜誌的目標讀者群乃年齡為25至49歲，受過良好教育、時尚且注重生活質量及時尚的中上流商業人士、決策制定者、潮流創造者、都市商業及社會生活的中流砥柱。該刊物推出多個備受歡迎的專欄，包括「Feature」、「Topic」、「Focus」、「Celeb Bar」、「Men's Trend」、「Scent of Women」及「Fashion」,為新一代都市男性讀者提供最新商務及時尚資訊。 • *每本零售價*：人民幣15元 • *開始由本集團經營日期*：二零零九年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期*：至二零一五年初步為期6.5年
(女士版) 	• *歷史、內容及目標分部*：《大都市(女士版)》為一本女性時尚生活雜誌，著重從女性視角呈現「時尚、心理及生活」。該雜誌的目標讀者群乃年齡為25至49歲的白領女性。該刊物已非常成功地推出多個專欄，包括「Glamour」、「Vogue」、「Special Report」、「Trends 360 Degrees」、「Classic」、「Clothing」及「Office」, 為新一代都市女性讀者呈現全面的時尚及生活資訊，並配以一流的圖片。 • *每本零售價*：人民幣15元 • *開始由本集團經營日期*：二零零九年 • *與中國出版夥伴的經營合作協議年期*：至二零一五年初步為期6.5年

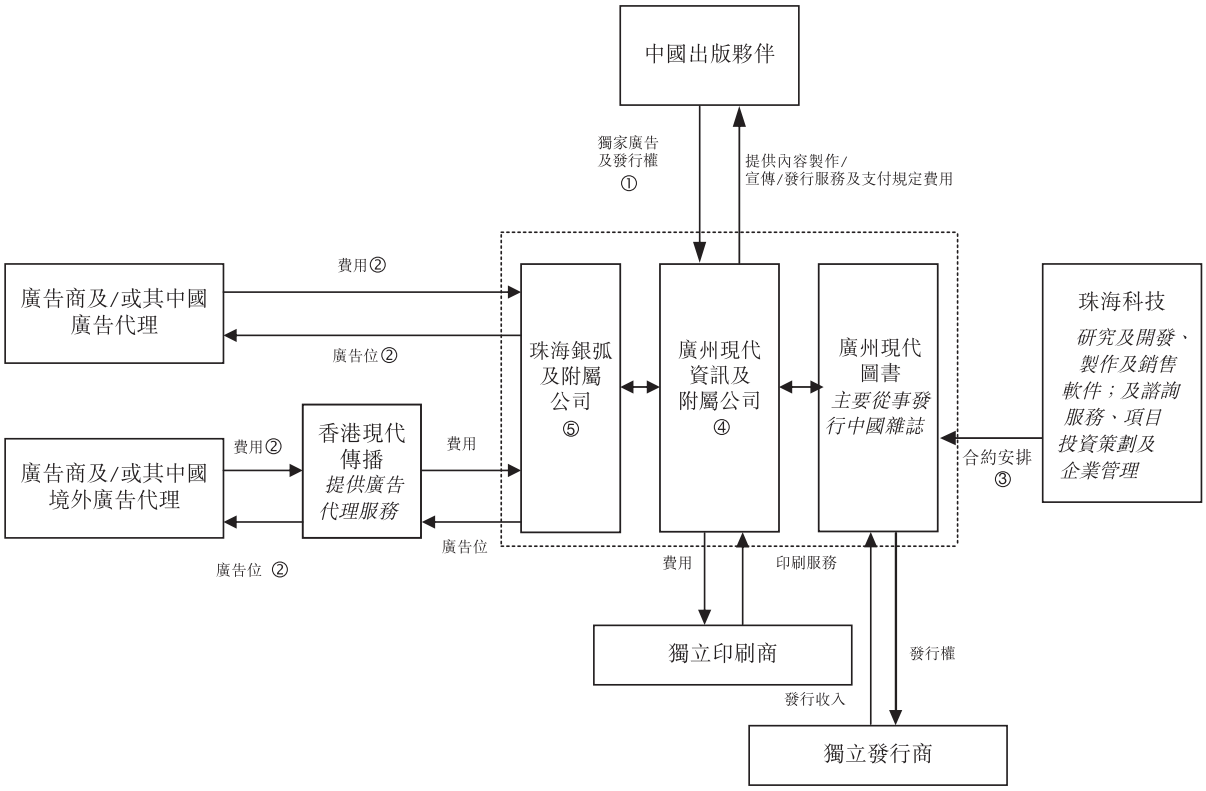
業務經營模式

以下簡化圖說明本集團現有業務經營模式：

香港的業務模式



中國的業務模式



附註：

1. 廣州現代資訊已透過經營合作協議向中國出版夥伴就中國雜誌提供內容製作、諮詢、管理、宣傳、發行及其他支援服務(在其同系中國經營實體協助下)及向中國出版夥伴支付規定費用，收購發行中國雜誌及銷售其中廣告位的獨家權利，有關詳情於本節「與中國出版夥伴的經營合作協議」一段披露。

2. 有關在中港兩地銷售廣告位的詳情，請參閱本節「銷售及市場推廣」一段。

3. 有關該等安排的詳情，請參閱本節「合約安排」一段。

4. 廣州現代資訊及其附屬公司上海雅格及北京雅格主要從事提供內容製作服務。

5. 珠海銀弧及其附屬公司，包括珠海現代致美、上海格致、北京雅格致美、深圳雅格致美及廣州雅格主要從事提供內容製作及廣告服務。

銷售及市場推廣

本集團投入大量資源加強我們的公司品牌「現代傳播」的市場知名度，以將其打造為一家專注於優質中文時尚生活雜誌，面向香港及中國有清晰界定的精英讀者群的領先傳媒公司，並發展及維護與本集團廣告客戶(主要為品牌廣告客戶及其在香港及中國的國際廣告代理)的關係。本集團的收益主要來自銷售雜誌中的廣告位，於往績記錄期間佔我們總收入約94.7%、94.4%、94.1%及90.5%。另外，本集團透過發行雜誌獲取收益，於往績記錄期間佔我們總收入約4.4%、3.2%、3.6%及6.0%。於最後實際可行日期，本集團的銷售隊伍由逾100名員工組成，市場推廣隊伍由本集團30名員工組成。

銷售廣告位

本集團的銷售工作主要透過國際廣告代理或直接向本集團的品牌廣告商銷售雜誌中的廣告位。截至最後實際可行日期，我們由109名銷售員工組成的廣告銷售隊伍按不同的銷售區域分為4個地區小組，即華北、華東、華南及香港，旨在與我們的廣告客戶保持近距離聯繫。這些地區小組均由銷售及市場推廣總監管理，其負責制訂本集團的銷售及市場推廣策略。我們的廣告銷售隊伍主要負責銷售雜誌中的廣告位，物色新的廣告客戶及廣告代理，處理廣告客戶提出的詢問及要求，以及管理與我們廣告客戶的關係。

此外，該等雜誌各具不同特色及讀者群，讓我們能為特定廣告商客戶建立Mag-Form，讓彼等可選擇切合其廣告需要的相關雜誌投放廣告。因此，除銷售廣告位外，本集團還透過我們的Mag-Form向廣告客戶提供綜合增值廣告服務及市場推廣方案。這些以客戶為導向的服務主要包括(a)為廣告客戶或與廣告客戶共同籌辦頒獎禮、研討會、論壇及文化展覽等市場推廣活動，而本集團主要負責一切創意、技術及後勤方面的工作，如活動設計、稿本編寫、後勤、預算、磋商及客戶服務；及(b)在雜誌內容內安排加入特定主題及專欄，作為

廣告客戶個別市場廣告需求的補充推廣渠道，並宣傳其不同的產品及服務。應廣告商要求，廣告會以封面故事廣告、軟文廣告、小冊子、特殊創意橫額、品牌海報、加大版面廣告及別冊形式刊發，全部均刊載於相關雜誌的顯眼位置。

本集團廣告客戶按不同基準在雜誌上投放廣告，由每期刊登至每年刊登不等。廣告位的售價按單位價格收取，單位價格主要根據廣告位在雜誌內佔據的篇幅及位置，按各份雜誌的收費表所載基準釐定，並會根據競爭對手的定價策略、市況以及各雜誌各自讀者群的增長情況由本集團管理層每年進行回顧及更新。作為中國傳媒行業的一般做法，本集團根據多項因素就向廣告客戶銷售廣告位給予折扣及優惠，該等因素包括：(a)相關廣告客戶與本集團建立業務關係的時間長短；(b)客戶要求的信貸條款；及(c)在雜誌中投放廣告的次數。該等優惠主要形式是向選定的廣告客戶提供額外免費廣告位及實際的額外銷售折扣，乃於銷售廣告位期間被使用時在收益表內確認，其價值根據個別合約釐定。於往績記錄期間，本集團向其廣告客戶提供的優惠價值分別約為人民幣8,500,000元、人民幣14,400,000元、人民幣14,600,000元及人民幣3,700,000元。此外，本集團的綜合及增值廣告服務則按個別情況根據本集團與廣告客戶磋商的費用收取。

憑藉本集團於廣告位市場推廣方面的能力及務求開拓商務雜誌行業的商機，於往績記錄期間，本集團亦與位於上海的獨立第三方廣告公司合作，並獲刊號持有人委聘在中國銷售一本商務雜誌的廣告位及製作該商務雜誌。根據該項始於二零零六年五月但並無訂立正式經營合作協議的合作，本集團負責安排銷售有關雜誌的廣告位、為該雜誌提供內容製作服務及發行該雜誌。然而，由於本集團未能就有關雜誌與該獨立第三方及刊號持有人確定合約關係。本集團於二零零九年四月與獨立第三方協定由二零零九年四月起終止合作經營該雜誌，以便本集團能夠適當地把管理重心及人力資源重新投放在中國雜誌及我們的業務上。我們的法律顧問告知本集團，上述終止協議對本集團及獨立第三方均具有法律約束力，而本集團並不知悉本集團涉及有關終止合作的任何實際索償及責任。

此外，為提高本集團在中國廣告業務方面的競爭力及更好地為廣告客戶服務，本集團開發了傳媒管理系統，是一套用於整理本集團讀者群資料的客戶資料管理系統。本集團亦為廣告客戶進行量身定制的市場調研，以協助其市場推廣及促銷計劃。有關傳媒管理系統的詳情於本節「資訊科技系統」一段內披露。

銷售雜誌

多年來，本集團已在香港及中國建立龐大的雜誌發行網絡，本公司董事相信，高效的分銷及發行網絡為本集團Mag-form不可或缺的組成部分。於最後實際可行日期，我們的雜誌發行團隊由70多名員工組成，與本集團的發行商及代理或零售店東主緊密合作以確保雜

誌的準時發行及具備充足的公眾閱讀量。此外，本集團亦安排一些促銷品，例如報攤及展示雜誌的海報，供本集團發行商擺放在零售店。除與我們的發行商緊密合作外，本集團還盡力透過推廣直接訂購雜誌以擴大讀者群。

有關雜誌發行的詳情，請參閱本節「物流及雜誌發行」一段。雜誌亦透過讀者直接訂購進行銷售，只是數量較少。雜誌的售價乃按市價釐定，並由銷售隊伍及管理層定期回顧及調整，以反映當時的市況。

本集團的市場推廣活動

為支持本集團銷售隊伍開展工作，本集團的市場推廣隊伍負責制訂各種市場推廣策略，以推廣本集團及雜誌以及與本集團過往及現有廣告客戶維持良好業務關係。市場推廣隊伍工作的最終目標是打造本集團公司品牌「現代傳播」及雜誌的市場知名度，並提升雜誌在大中華地區優質中文時尚生活雜誌市場的影響力。

本集團的主要市場推廣策略詳述如下：

(a) ***大眾媒介推廣***

為提升「現代傳播」品牌的知名度(及間接推廣雜誌及本集團的廣告服務)，本集團的市場推廣隊伍會透過傳統的大眾媒介進行一般市場推廣及廣告活動，包括但不限於利用地鐵站的大型廣告牌、機場的燈箱及繁華的公眾地方以及高級購物中心的海報位等戶外廣告展示本集團的「現代傳播」企業品牌及雜誌的封面，發行市場推廣材料及透過廣播及互聯網發佈宣傳片。

(b) ***免費雜誌***

本集團定期向經挑選的合適團體贈閱免費雜誌，旨在建立雜誌的公眾知名度及增加雜誌在市場的曝光率。本集團謹慎挑選其客戶群與本集團相同的團體。經挑選的團體包括高級酒店、主要的服務式住宅、豪華汽車展廳、機場貴賓休息室、連鎖咖啡廳及大型私人會所以及若干廣告客戶及廣告代理。

透過發行這些免費雜誌，本集團旨在分享上述發行場所的客戶群，藉以擴大雜誌的讀者群及市場曝光率以及本集團廣告服務於目標讀者中的曝光率。本集團及雜誌市場曝光率的提高，可吸引更多廣告商在雜誌上投放廣告。

(c) ***專門活動及典禮***

本集團為廣告客戶或與廣告客戶共同籌辦研討會、論壇及文化展覽等專門市場推廣活動，以發展及維持與廣告客戶的良好業務關係。透過這些市場推廣活動，本集團得以推廣本集團、雜誌及廣告客戶的產品。

此外，本集團還籌辦頒獎典禮或評選活動，例如「週末畫報最佳飯店評選」及《生活月刊》與「Mercedes-AMG」共同舉辦的「國家精神造就者榮譽」，頒獎予企業家、名人、編輯、設計師、廣告客戶等中國上流社會人士，以宣傳與各雜誌相符的各種主題及理念。這些活動及典禮作為對本集團現有廣告客戶給予的支持表示敬意的一種方式，同時提升本集團的品牌形象，以便吸引潛在廣告商。此外，本集團與知名團體、國際品牌、名人及藝術家建立密切關係，以便能夠進一步推廣本集團的品牌及雜誌。

(d) ***讀者俱樂部***

本集團專注於不斷完善雜誌的內容，此乃由於本集團相信本集團的讀者群主要透過因獲得愉悅滿足的閱讀體驗而口碑相傳而建立。本集團已在雜誌設立多個讀者俱樂部，以徵求目標讀者的意見及建議，藉以改進雜誌以及其中刊登的廣告內容及版式，保留雜誌的訂購及發行記錄以便確定其讀者組成(包括各地的銷售額以及讀者的年齡段或教育背景)。然後，市場推廣隊伍會分析上述資料，並針對不同的目標群體制定適當市場推廣策略，以便進一步推廣本集團的品牌及雜誌。例如，市場推廣隊伍能夠確定讀者群增長潛力較大的地區，因而對這些地區的目標群體分配更多市場推廣資源以吸引廣告客戶。

(e) ***發展廣告客戶***

除上述市場推廣策略外，本集團的市場推廣隊伍還與銷售隊伍緊密合作，定期發掘本集團主要廣告客戶，並積極尋求與彼等進行業務合作。本集團亦安排不時與客戶會面，及時了解其不斷變化的需求，並獲取有關雜誌及廣告服務質素的建設性意見。儘管大多數品牌廣告商透過其指定廣告代理委聘本集團，此乃廣告業慣例，但是本集團銷售及市場推廣隊伍與該等品牌廣告客戶的相關人員密切合作或於某些情況下主動與其取得聯絡，並持續將本集團的最新廣告服務及產品如舉辦新活動或特刊提供予該等廣告商，並徵求其意見以維持良好關係，便於日後的業務發展。

客戶

本集團客戶包括兩個類別：廣告客戶及發行商(倘為直接訂閱，則為讀者)，全部均為獨立第三方。就第一個類別而言，鑒於廣告行業大部分品牌廣告商(可能被視為本集團的最

終廣告客戶）透過其指定的廣告代理聘請廣告媒體的慣常做法，大部分該等客戶均為包括國際廣告公司成員在內的廣告代理。於二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日、二零零九年三月三十一日及最後實際可行日期，我們的客戶分別包括約208名、240名、223名、89名及●名廣告代理。與截至於二零零八年十二月三十一日三個年度相比，截至二零零九年三月三十一日的廣告代理客戶數目有所下降，可歸因下列因素：(a)截至二零零九年三月三十一日該等客戶的數目只代表該年度首三個月這較短期間在雜誌刊登廣告的客戶；及(b)董事觀察到廣告客戶於截至二零零九年三月三十一日止三個月暫時減少其宣傳活動及廣告開支，因為每年首三月是中國奢侈及休閒消費品市場的傳統淡季，加上全球金融危機以致當時經濟環境暗淡所致。除該等廣告代理外，本集團亦擁有廣泛的廣告客戶群，包括鐘錶及珠寶、時裝及配飾及護膚品等奢侈產品及餐飲等國際知名品牌及國內領先企業。本集團就本集團向廣告代理及客戶作出的銷售訂有有關發出賬單、授予信貸期、收款及結算安排的內部指引，有關詳情載於本節「信貸政策及監控」一段。憑藉本集團現有廣告客戶的質素以及本集團與其建立的關係，本集團能夠獲得及吸引更多高知名度廣告客戶。

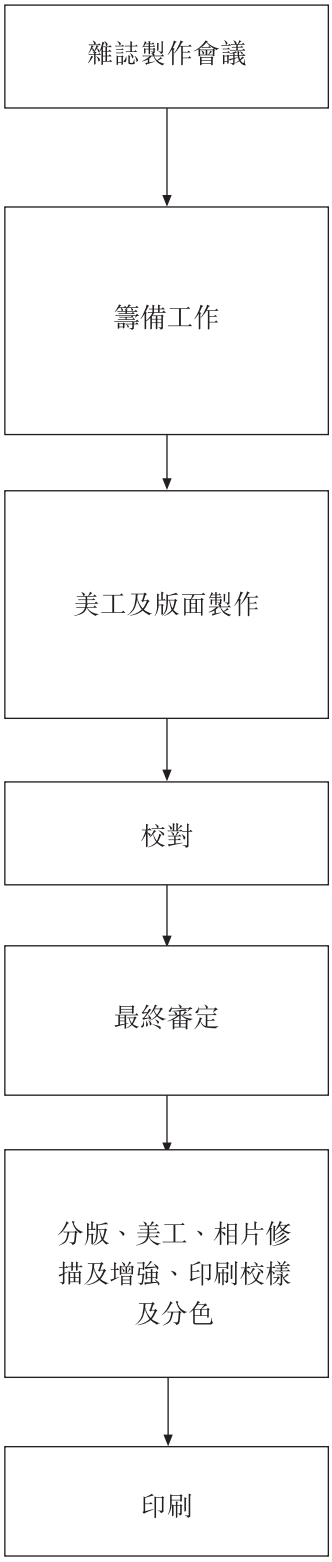
就第二類客戶而言，本集團於往績記錄期間聘請逾200名發行商，負責透過其當地的銷售點及陳列點（包括報紙攤、超級市場及書店）發行該等雜誌，遍及國內及香港包括二線城市在內逾20個主要城市（及中國以外其他較次要地方），然後銷售予最終讀者。所有發行商均為獨立第三方。發行方法及覆蓋範圍的詳情載於本節「物流及雜誌發行」一段。

於往績記錄期間，向廣告代理作出的銷售佔本集團收入的重大部分，分別約為人民幣161,800,000元、人民幣203,000,000元、人民幣239,700,000元及人民幣40,300,000元。由於本集團的主要收入來源為出售該等雜誌的廣告位，故此本集團於往績記錄期間的五大客戶均為國際廣告代理成員，彼等均為於中國上海及廣州成立的獨立第三方，主要從事（其中包括）就有關消費趨勢提供研發服務、媒體規劃及採購服務提供贊助諮詢及娛樂促銷活動服務。於往績記錄期間，本集團五大客戶與本集團的業務關係介乎三至十年，並分別佔本集團總收入約32.2%、29.8%、32.5%及36.7%，而最大客戶分別佔本集團總收入約11.1%、10.5%及11.2%及11.8%。據我們的董事所知，概無擁有本公司已發行股本超過5%的董事、本公司的主要行政人員或主要股東或彼等各自的聯繫人於本集團任何五大客戶中擁有任何權益。

雜誌製作

下圖說明該等雜誌的整個製作流程。由於每本雜誌均自設製作部門且本集團於香港及中國的運作模式與本節「業務經營模式」一段所論述者略有不同，與以下所示製作流程或會有若干出入。

業　務



香港：內容製作團隊定期舉行會議，以按照出版總監的整體指示，決定及討論《號外》的內容範圍。
中國：由中國出版夥伴總編輯定期組織及主持內容製作會議，以討論及決定中國雜誌的內容範圍。

香港／中國：內容製作人員展開採訪工作，並與特約撰稿人協調約稿。攝影師及設計員分別與製作人員及出版總監緊密配合，提供圖片及美工材料，例如雜誌的插圖及平面設計。廣告銷售團隊開始銷售雜誌的廣告位。

香港／中國：出版總監對所有製作材料進行審定，而美術設計員將製成美工版面及頁面，以供校對。廣告銷售團隊向製作團隊確認預訂雜誌內的廣告空位，並向廣告客戶跟進將載入印刷校樣的廣告材料。

香港／中國：配有圖片及平面設計的稿件將提交製作總監、設計總監、藝術總監、製作及校對員工以作審查及校對（達三次）。

香港：最終美工版面及內容／材料呈交出版總監作最終審定。
中國：最終美工版面及內容／材料呈交中國出版夥伴的總編輯作最終審定。

香港／中國：設計／製作團隊提供色彩增強或美工後效的客戶訂制圖片，以取得預期印刷效果。將所有編輯內容製成四色底片或數字文件。

香港／中國：四色底片或數字文件交印刷商付印，本集團製作團隊將監控整個印刷流程，確保雜誌的印刷質量。

雜誌製作

每本雜誌擁有其本身的內容製作團隊，負責雜誌的內容、版面設計、美工製作及軟文廣告製作。內容製作團隊定期舉行會議，以決定及商討將載入雜誌的內容範圍。出版總監負責雜誌的整個生產工序。如屬中國雜誌，中國出版夥伴委任的總編輯負責制定將載入中國雜誌的內容的方針。記者及撰稿人負責報道及保持雜誌的內容完整性及風格。設計員負責雜誌的設計、美工製作、呈列及頁面。該等雜誌的內容彼此相對獨立，而雜誌間共用雜誌製作專才及管理資源的程度輕微。為確保該等雜誌的整體形象及藝術質素符合高標準，每本雜誌的美工製作亦受本集團藝術總監的監督，其美工製作須由藝術總監最終審定。

由於得到號外實力雄厚的內容製作隊伍支持，每本雜誌的內容製作團隊得以為本集團每本雜誌提供高質素的內容。號外的成員具有國際視野，在中西文化間起溝通作用，對中國雜誌的內容製作部有重大影響力。我們於內容製作過程中亦不時採購於雜誌內轉載若干內容、文字、相片、圖片等所需的若干特許材料。此外，於最後實際可行日期，我們已分別於二零零七年十月二十二日、二零零七年十月三十日及二零零九年二月二十四日與三名獨立第三方(該三名獨立第三方均為國際報刊協會，負責向其成員協會發佈國際新聞、評論、分析、專欄及評註)訂立許可協議，以便有權在雜誌中採用或收錄其提供的內容、照片及圖片。該三份許可協議(i)年期自許可協議日期起生效，直至任何一方向另一方發出三個月事先書面通知終止；(ii)為期一年，其後將自動逐年續期，直至任何一方向另一方發出三個月的事先書面通知予以終止；及(iii)分別為期一年。許可費乃按公平基準及按一般商業條款釐定，並須按月定額支付或根據雜誌中收錄的許可材料的篇數計算。於往績記錄期間，就上述許可材料支付的總金額分別約為人民幣1,200,000元、人民幣1,400,000元、人民幣1,600,000元及人民幣300,000元。該等雜誌所載許可內容／文稿的翻譯版權歸許可內容／文稿的許可人或原版權擁有人所有，本集團不可或允許另一人士於許可協議所規定者以外的另一報刊上刊發該等許可材料，而許可材料亦不可用作促銷或廣告用途。倘我們以任何形式違反該等許可協議的款條，我們可被許可人視為須對有關違反負責，並可被要求(其中包括)就許可人蒙受的任何損失向其作出補償及彌償以及停止出版有關雜誌。我們的董事認為，由於該等許可協議各自的條款不盡相同，且導致違反的情況可能因個別情況而有所不同，故根據各許可協議須對各許可人負上的潛在責任將視乎許可人所證明蒙受損失的程度而定。為盡量減低我們須承受的上述風險，我們指派經驗豐富的人員負責購買有關許可材

料，並制訂訂立有關許可協議或購買許可材料的指引及內部程序。此外，為確保許可材料的用途嚴格遵守許可協議的條款，在若干情況下，本集團向許可人提供刊載許可材料的各份出版物的副本，供其檢驗及確認。於最後實際可行日期，本集團董事並不知悉有任何違反許可協議條款的情況。本集團中國法律顧問已告知本集團，現有中國法律並無訂明有關規管上述向該三名獨立第三方購買許可材料的規定，亦無訂明須經有關機關批准該等購買的任何手續或登記規定。

就廣告的內容而言，根據中國法律及法規，發佈、播放及投放廣告的廣告客戶須向廣告營運商提交其證書的原件或有效副本。廣告營運商隨後須查驗上述證書，並於製作及發佈廣告過程中審查廣告的內容。不符合中國法律規定的廣告不得發佈、播放及投放。廣告營運商不得協助廣告客戶進行欺詐或發佈內容被中國法律禁止的廣告。本集團的中國法律顧問告知本集團，中國經營實體須按規定審查本集團廣告客戶提供的相關證書及廣告內容。廣告營運商若違反中國的法律及法規，將視違規問題的嚴重性受到各種處罰，包括通報批評、沒收非法所得、終止非法廣告發佈，或被處以相當於非法所得三倍及最高為人民幣30,000元的罰款，或被勒令停業整頓及吊銷營業執照，違規行為構成犯罪的將被追究刑事責任。因安排發佈遭中國有關法律及法規禁止的廣告，上海格致(中國經營實體之一)曾於二零零七年五月二十五日受到國家工商行政管理總局上海黃浦分局的行政處罰。有關處罰包括終止非法廣告、沒收非法所得人民幣5,000元及罰款人民幣5,000元。據國家工商行政管理總局上海黃浦分局確定，上海格致已於二零零七年五月二十五日支付上述非法所得及罰款。除上述行政處罰外，本集團於往績記錄期間並無就廣告內容受到其他行政處罰。

我們的記者及撰稿人備妥特稿及文章，並由出版總監審閱後，便交由排版員工排版。撰稿人與美術設計員會就每篇報道及文章挑選相配圖片，然後掃瞄入電腦檔案格式中。美術設計員在內容製作團隊的監督下，製作美工版面，讓出版總監修訂及審定。之後已定稿的版面會進行分色以備印刷。廣告客戶一般會提供廣告頁面內容及美工的數碼檔案或膠片，讓我們事先審定。其後內容製作團隊負責檢查以上種種是否符合廣告銷售協議所載的條款及條件以及刊登有關廣告的雜誌的相關法律法規。內容製作團隊與銷售團隊決定雜誌的分頁。出版總監及發行團隊則決定雜誌的印數。最終的美工版面及內容／材料送交出版總監。如屬中國雜誌則由中國出版夥伴的總編輯作最終審定。

與中國出版夥伴的經營合作協議

由於本文件「監管概覽」一節所論述根據中國現行法律及法規對於在中國出版雜誌的限制，廣州現代資訊已與中國出版夥伴訂立多項獨家經營合作協議，該等中國出版夥伴乃獨立第三方，擁有或持有有關中國雜誌的相關刊號及出版執照，並持有或擁有出版有關中國雜誌的相關執照及權利。所有中國出版夥伴均為於中國成立的國有出版單位，並根據《關於出版單位的主辦單位和主管單位職責的暫行規定》分類為主辦單位、主管單位和出版實體。本集團透過邵先生在文化界的關係，於二零零一年就《週末畫報》與中國出版夥伴首度開展經營合作(其後於二零零八年與中國出版夥伴同一集團就《優家畫報》進行經營合作)。此後，有賴《週末畫報》的成功經營，其他潛在中國出版夥伴與本集團接洽合作在中國經營雜誌及刊物。由於本集團有意就主題符合本集團時尚雜誌的「國際化」、「高品味」及「時尚」定位的該等雜誌與有關中國出版夥伴合作，本集團選擇伙同(其中包括)現有中國出版夥伴就《新視綫》、《汽車生活》、《健康時尚》、《生活月刊》及《大都市》進行經營合作。

根據與各中國出版夥伴訂立的各份獨家經營合作協議，本集團須透過廣州現代資訊按月或按年支付若干規定的費用，費用由廣州現代資訊及有關中國出版夥伴參考中國市場慣例經公平磋商後按一般商業條款(包括其價格及付款條款)釐定。費用由本集團與有關中國出版夥伴經公平磋商釐定，而作為回報，本集團獲得為中國出版夥伴銷售中國雜誌廣告位及發行中國雜誌的獨家權利，而本集團需負責就中國出版夥伴出版有關中國雜誌向其提供內容製作、諮詢、管理、廣告及其他支援服務。本集團透過中國經營實體從事中國雜誌的內容製作業務，包括撰寫各類文章及／或源自其他獨立第三方的數據。因此，本集團為所編撰內容的版權擁有人，亦負責中國雜誌的原著選稿及安排工作。此外，根據該等合作協議，本集團有權收取經營有關中國雜誌所得的全部收入金額，並負責有關製作中國雜誌的所有成本，包括製作員工成本、印刷成本及內容製作費用。

中國雜誌的總編輯由中國出版夥伴(為有關中國雜誌的合法出版人及擁有人並持有有關中國雜誌的出版權)所委任、參與制定編輯方針並擁有中國雜誌內容的最終編輯權。另外，該等出版夥伴亦負責審閱我們製作的內容，以以確保中國雜誌的內容符合刊物內容審查的相關中國法律及法規，並負責辦理有關經營中國雜誌的一切程序手續及取得中國雜誌的所有必要執照。本節「銷售及市場推廣」一段所披露由於廣州現代圖書為《中華人民共和國出版物經營許可證》(中國的出版經營執照)的有效持有人，廣州現代資訊已委託廣州現代圖書透過本集團自有的銷售及市場推廣渠道安排代表中國出版夥伴發行中國雜誌。現有經營合作協議的年期介乎約6年至逾20年不等(最早者於二零一五年五月屆滿，而最遲者於二零二八

年十二月屆滿），本集團董事相信有關年期符合中國媒體行業的正常慣例。於合作經營協議屆滿後，本集團就經營合作協議的續期享有優先權。於二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日、二零零九年三月三十一日及最後實際可行日期，本集團透過廣州現代資訊分別與五家、七家、七家、七家及八家中國出版夥伴訂立經營合作協議。本集團與該等中國出版夥伴有一至八年的業務關係。

根據經營合作協議，倘廣州現代資訊或中國出版夥伴任何一方違反經營合作協議的條款，違約方須向另一方賠償其蒙受的一切損失，並須罰款。倘中國出版夥伴或廣州現代資訊終止任何經營合作協議，包括但不限於因中國出版夥伴於有關經營合作協議年期內違約，導致有關政府機關撤銷任何中國出版夥伴的刊號，則終止方須賠償另一方蒙受的損失，並視乎各經營合作協議訂明的條款而須支付介乎一至三年的有關規定費用的罰款。

據董事作出一切合理查詢後所知，中國出版夥伴已取得新聞出版管理部門頒發的相關期刊出版許可證及／或報紙出版許可證，可從事上述許可證所規定的該等出版及合作業務；中國出版夥伴符合資格及有權與廣州現代資訊根據相關經營合作協議所規定的條款經營業務。

此外，本集團已獲其中國法律顧問告知：

(i) 該等經營合作協議屬有效及對有關各方具法律約束力，且中國經營實體的業務符合有關中國法規；

(ii) 儘管包括《週末畫報》在內的若干中國雜誌於本集團透過有關經營合作協議參與之前經已發行，但本集團毋須承受因有關該等中國雜誌的任何先前違約或缺陷而產生的風險或責任，原因為廣州現代資訊與有關中國出版夥伴訂立的經營合作協議所涉的民事權利及責任僅於該等協議生效後方始產生；

(iii) 經營合作協議項下的合作安排並不構成任何中國出版夥伴銷售、租賃或轉讓任何名稱、刊號或版面設計，或出借、轉讓、租賃或出售《期刊出版管理規定》及《報紙

出版管理規定》所規定中國出版夥伴的任何期刊出版許可權或報紙出版許可權，因此廣州現代資訊與中國出版夥伴訂立的經營合作協議並不違反本文件「規管概覽」一節所披露的適用中國法律；

(iv) 倘針對中國雜誌廣告及非廣告內容出現侵犯任何知識產權行為或任何誹謗法律訴訟，有關中國出版夥伴對該等行動負有責任；而廣州現代資訊亦可能須就其提供予中國出版夥伴並導致侵犯知識產權或任何誹謗訴訟的內容材料承擔法律責任；

(v) 倘廣州現代資訊或相關中國出版夥伴因中國雜誌內容被索償或起訴侵犯任何第三方知識產權，根據中國法律，負有法律責任承擔超出其因有關索償或訴訟須承擔的部分的一方，將有權要求另一方償付法律責任超額部分；及

(vi) 倘本集團或中國出版夥伴被申索人誤訴侵犯任何知識產權或誹謗，本集團或中國出版夥伴有權根據中國法律要求該申索人就有關誤訴行為承擔相關賠償。

除上述者外，本集團可能因中國雜誌所載廣告的性質和內容違反有關中國法律而遭受行政處罰。其他詳情請參閱上文「雜誌製作」一段。

直至近期，因《關於進一步推進新聞出版體制改革的指導意見》的頒佈，本集團注意到，中國國家鼓勵及支持非國有出版單位參與對文化領域的投資。然而，該等指導意見或決定僅闡述與投資中國文化領域及鼓勵成立非國有出版企業的廣泛原則，而並無規定非國有法團成立出版企業的任何具體指引或程序。就董事所知，中國至今尚未有任何非國有出版實體。未來，倘頒佈任何新法律法規准許國外企業對出版公司進行投資，本集團或會考慮成立自有出版企業，以自有的刊號出版新雜誌。

印刷

該等雜誌分別由在香港及中國的獨立印刷商印刷。本集團的製作團隊會參與印刷並監督整個印刷過程，以確保印刷質量符合本集團規定的標準。

質量控制

我們的董事認為，維持本集團雜誌內容質素的能力，是本集團長遠發展及聲譽的關鍵。因此，本集團極為重視質量控制流程的預防措施。為求在製作流程中盡早發現、分析

及解決違規事件，在生產流程的多個階段均實行此等措施，包括：資源管理、內容編輯管理、照片編輯管理、校對管理、設計及製作管理、廣告質量管理、印刷質量管理以及相輔相成的製作質量管理及營銷管理。本集團在香港及中國選聘持有ISO9000資格證書或印刷質量得到印刷界認可的獨立印刷商。

董事相信，由於本集團致力於確保雜誌質量，本集團已於中國雜誌市場建立良好聲譽，而此乃本集團成功的主要因素之一。

物流及雜誌發行

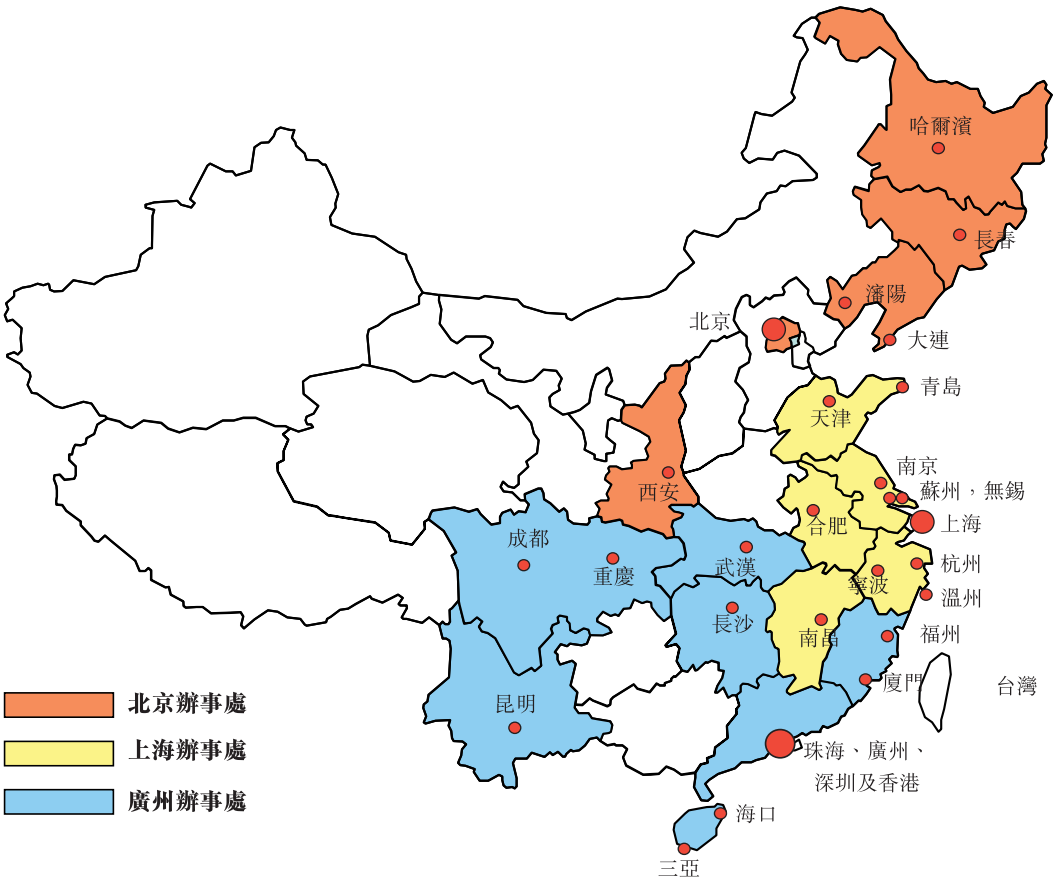
目前，本集團在香港及中國20多個主要城市設有一個由70多名員工組成的發行團隊，在香港及中國處理該等雜誌的物流及發行事宜。於往績記錄期間，雜誌主要透過香港及中國的批發商發行，亦可直接銷往零售店或透過直接訂購銷售，只是數量較少。

該等雜誌經印刷商印刷及裝訂後會即時送往本集團設於上海、北京、廣州及香港的指定辦事處或本集團發行商指定的地點。其後，上述辦事處的發行團隊會協調及監督各城市發行商發行雜誌。於二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日、二零零九年三月三十一日及最後實際可行日期，本集團於香港聘請一名發行商負責發行《號外》，並於中國分別聘請約200名、270名、230名、220名及220名發行商負責發行中國雜誌。該等發行商主要是於出版發行行業擁有五至20年豐富經驗的書報攤及書店擁有人及出版批發商。本集團與該等發行商有三至十年的業務關係。所有本集團的發行商均為獨立第三方，負責向其各自自有及／或代為管理的零售門店(包括機場及地鐵銷售點、書店、超市、酒店、便利店、書報攤及加油站等)發行該等雜誌，遍及香港及國內20多個主要城市，包括上海、廣州、北京、深圳、杭州、成都、重慶、南京、天津、瀋陽、武漢、青島及西安，然後銷售予本集團最終讀者。於往績記錄期間，本集團亦將《號外》發行至澳門、美國、加拿大、澳洲及英國，只是數量較少。本集團的發行商一直負責安排海外發行。本集團發行商已向本集團確認，概無任何因在海外地區發行《號外》而引起的訴訟(其為法院申索、仲裁或其他)。本集團與該等發行商已維持三至十年的業務關係。本集團乃根據(其中包括)信譽、財務信用及與本集團合作的靈活性(可從本集團過往經驗中得知)挑選該等發行商。

本集團一般與其發行商訂立標準的年度或定期發行協議，規定發行商於指定的發行地區發行雜誌。根據該等發行協議，發行商須代表本集團透過將雜誌直接發行予當地零售商的方式銷售雜誌，並將未售出的雜誌退還予本集團。退還雜誌的期限介乎自雜誌出版日期起計7至90日不等。一般而言，本集團標準發行協議的年期通常為四個月至三年，並可自動續期，惟任何訂約方對此持異議則除外，而各訂約方可透過向另一方發出不少於一個月通知終止發行協議。作為回報，本集團向購買各雜誌的發行商提供雜誌標準零售價25%至50%

的若干折扣，並允許發行商按更低折扣率將雜誌轉售予當地零售商。根據相關發行協議訂明的條款，本集團將補償發行商再向當地零售商銷售雜誌的部分交付成本。截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年三月三十一日止三個月，向發行商補償的交付成本金額分別約為人民幣143,000元、人民幣297,000元、人民幣345,000元及人民幣217,000元，補償金額乃經公平磋商後釐定。發行商須向本集團報告實際售出的雜誌數量，報告期介乎30至90日不等。有關本集團向發行商作出銷售的收益於雜誌交付予發行商(經計及雜誌的估計退回數目後)時確認。於隨後的一個月，在接獲有關發行商未售出雜誌的實際退回數目資料後，收益表內的發行收入將根據實際退回數目與估計退回數目間的差額作出調整。於往績記錄期間，未售出的雜誌將於有關雜誌出版日期起計七至90日內退還予本集團，根據管理層的經驗，收益在扣除未售出雜誌的估計退款後初步確認。本集團一般按週或按月(在若干情況下為兩個月一次)就發行商的購買向其開出票據。本集團就發行商購買雜誌而給予香港發行商及中國發行商的信貸期分別為50日及介乎30至270日不等。

下圖列示本集團已確認的發行中心及雜誌發行的主要城市：



附註：1.　本集團北京、上海及廣州辦事處各自的發行地區於上圖以不同底色顯示。

2.　於香港及海外的發行乃由本集團香港辦事處獨立管理。

本集團發行團隊會定期回顧每個發行商及銷售地區的實際銷售情況，確保有足夠的發行量。於出版期完結時，本集團的發行團隊會向零售商收回所有未出售的雜誌，並作為贈閱版再次發行予經選定各方，以從目標群體吸納更多的讀者及推廣該等雜誌。此外，本集團會向發行團隊提供內部指引，確保透過各種渠道發行該等雜誌的效率。例如，本集團的發行團隊須定期視察機場銷售點及報紙攤，確保該等雜誌擺放在能夠容易吸引讀者注意力的顯眼位置。本集團透過向表現良好的發行人員授予獎勵鼓勵遵守有關內部指引，不遵守內部指引的人員將受到懲罰或罰款。

本集團的銷售團隊亦會密切監察該等雜誌的銷量，並定期向本集團發行團隊匯報其檢討及結果。發行團隊然後會制訂及實施發行策略，以提升發行該等雜誌的成本效益及效率。

主要獎項及嘉許

本集團自成立以來，已獲政府機關及認可機構分別對本集團及雜誌頒授多個重要獎項及嘉許，本集團相信該等獎項及嘉許正顯示本集團在中國媒體行業的領導地位及雜誌的優秀質素：

雜誌

雜誌	獎項及嘉許	頒授年份	頒獎／頒授／頒發機構
《週末畫報》	2005-2006年度中國最具價值媒體100強	二零零六年	中央電視台(附註1)、中國傳媒大學(附註2)
	全國城市生活服務類週報綜合競爭力10強	二零零六年	國家新聞出版總署(附註3)
	第二屆中國傳媒創新年會：2006年度十大創新週報	二零零七年	北京大學新聞與傳播學院(附註4)

雜誌	獎項及嘉許	頒授年份	頒獎／頒授／頒發機構
	首屆中國傳媒領軍人物年會暨第三屆中國傳媒創新年會：2007年度中國十大領軍報業	二零零八年	傳媒雜誌社(附註5)、北京大學新聞與傳播學院(附註4)、清華大學新聞與傳播學院(附註6)
	2008中國標杆品牌	二零零八年	哥倫比亞新聞評論(中文版)(附註7)
	第四屆中國傳媒創新年會暨中國傳媒改革三十年論壇：十大創新傳媒品牌、十大週報品牌	二零零八年	傳媒雜誌社(附註5)、北京大學新聞與傳播學院(附註4)、清華大學新聞與傳播學院(附註6)
《新視綫》	二零零五年卓越編輯獎：雜誌封面設計卓越證書	二零零五年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零五年卓越編輯獎：雜誌設計優異獎	二零零五年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零九年卓越編輯獎：雜誌設計優異獎	二零零九年	亞洲出版業協會(附註8)

雜誌	獎項及嘉許	頒授年份	頒獎／頒授／頒發機構
《生活月刊》	二零零七年卓越編輯獎：雜誌設計卓越證書	二零零七年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零八年卓越編輯獎：雜誌封面設計優異獎	二零零八年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零八年卓越編輯獎：特刊或特輯卓越證書	二零零八年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零九年卓越編輯獎：相片特集卓越獎	二零零九年	亞洲出版人協會(附註8)
《號外》	二零零五年卓越編輯獎：雜誌設計卓越證書	二零零五年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零七年卓越編輯獎：雜誌設計優異獎	二零零七年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零八年卓越編輯獎：雜誌設計優異獎	二零零八年	亞洲出版業協會(附註8)
	二零零九年卓越編輯獎：雜誌設計卓越獎	二零零九年	亞洲出版業協會(附註8)

公司

獎項及嘉許	頒授年份	頒獎／頒授／頒發機構
2009中國傳媒產業經營管理論壇：2008-2009年度中國十大最具投資合作價值傳媒產業公司	二零零九年	傳媒雜誌社(附註5)

於最後實際可行日期，本集團獲得的獎項或證書概無被撤銷或終止。

附註：

1. 中央電視台為中國最大的國有電視台，由中國中央政府直接監管。據本集團董事所知，其被視為中國最著名及信譽最昭著的媒體機構之一。

2. 中國傳媒大學於一九五四年在北京創立。據本集團董事所知，此大學特別以新聞學、視覺藝術及資訊科技為專業，亦為媒體及傳播領域的主要國家研究基地。

3. 國家新聞出版總署為負責監管中國報刊及出版事宜的最高行政機構。

4. 據本集團董事所知，北京大學新聞與傳播學院為中國最著名及歷史悠久的學府之一北京大學的新聞學院。北京大學為首家成立新聞學院的中國大學，已在中國媒體行業建立領導地位。新聞學院目前提供新聞及傳播領域的本科、研究及博士課程。

5. 傳媒雜誌社為國家新聞出版總署在北京出版的專業雜誌。據本集團董事所知，此雜誌被認為是中國媒體行業最具權威的雜誌。

6. 清華大學新聞與傳播學院為中國最著名及歷史悠久的學府之一清華大學於二零零二年成立的新聞學院。該學院的成立宗旨為向在媒體及新聞領域具天賦的學生提供培訓及國際視野。自成立以來，在得到清華大學的龐大資源支持下，清華大學新聞與傳播學院已迅速發展並獲得社會認可。

7. 哥倫比亞新聞評論中文版為哥倫比亞新聞評論的中文版，由享譽全球的新聞學院哥倫比亞大學新聞研究學院於一九六一年在美國創立。哥倫比亞新聞評論中文版創刊號於二零零八年推出。哥倫比亞新聞評論中文版為雙月刊，其編輯宗旨為探討媒體行業並報導現時政治、環境、商業及其他方面的問題。

8. 據本集團董事所知，亞洲出版人協會為於一九八二年為推廣、維持及管理本地出版商及外國出版商亞洲本地代表而創立的非牟利機構，其目的為促進成員之間的更佳合作及加深彼此之間的了解，並提升亞洲出版商的專業地位及旨在保障彼等的權益。其基地位於香港，代表香港及亞洲逾46家國際、地區及本地媒體公司，負責逾200份刊物。其亦為出版商就品質控制、專業發展、發行、廣告及新媒體等問題制訂標準及指引。亞洲出版人協會致力推動專業出版的最佳實踐，代表亞洲本地及國際媒體品牌的權益。其協辦培訓及活動並在影響整個亞洲媒體及資訊行業的政府改革上積極進行游說。亞洲出版人協會進行的所有活動均堅定不移地發揚獨立、負責任新聞行業及新聞自由的優秀傳統，這是所有自由社會不可或缺的組成部分。

   亞洲出版人協會頒發的卓越編輯獎於一九九九年設立，作為對區內傳統及新媒體在編輯上取得卓越成績的嘉許，設立目的為表彰優秀表現及激發編輯動力。獎項的類別眾多，包括卓越特刊或特輯及卓越雜誌設計，反映亞洲多元化的地緣政治環境及生動的編輯景象。為鼓勵大型及小型刊物均參選，參賽作品按發行量及語言類別(英文或中文)分類。由世界各地經驗豐富的記者及前記者組成的三人評判小組，獲委任對每個類別進行評審。評判評估及討論參賽作品並決定優勝者。倘出現問題或不分勝負，彼等將徵求評判總監的意見，而評判總監為亞洲出版人協會編輯委員會的成員。選擇評判及評判總監時，已確保彼等在所評審類別的刊物中並無利益衝突或潛在利益衝突。

供應商

本集團的主要供應商為印刷商及物流服務供應商(均為獨立第三方)。印刷商負責為該等雜誌的印刷提供印刷服務及紙張供應。印刷及紙張開支分別佔截至二零零八年十二月三十一日止三年各年及截至二零零九年三月三十一日止三個月本集團銷售成本總額約54.4%、48.9%、50.4%及51.0%。

本集團的政策是根據所估計的出版物數量去確定多家潛在印刷商，並與那些潛在印刷商就本集團的出版物、要求及印刷標準進行聯絡。那些潛在印刷商接著會根據本集團的規格及要求制訂政策。本集團會參考各項政策的成本與效益進行挑選，並委聘能為本集團提供最有利方案的印刷商。本集團與目標印刷商就印刷價格及條款進行洽談後，會與印刷商就預定提供的印刷服務訂立合約。

截至最後實際可行日期，本集團就雜誌的印刷服務及紙張供應而在香港委聘一名印刷商及在國內委聘兩名印刷商。本集團根據多項標準(如印刷質量、交貨時間及價格)選擇該等印刷商。本集團的製作團隊負責監察整個印刷工序，確保印刷品質達到本集團要求的標準。本集團與該等印刷商訂立的印刷協議期限介乎一至三年不等。董事認為，該等印刷商的委聘條款乃經公平磋商後達致且屬公平合理，因此並無倚重該等印刷商為本集團提供印刷服務的重大風險。

於往績記錄期間，本集團在中港兩地並未遭遇任何該等雜誌的印刷流程受到嚴重幹擾的情況，該等雜誌的相關印刷及紙張質量亦無出現任何重大缺陷。

我們需要屬於獨立第三方的物流公司提供服務，將該等雜誌運送至發行商。截至二零零八年十二月三十一日止三年各年截至二零零九年三月三十一日止三個月，所產生的發行及交付成本分別佔本集團銷售及分銷開支約7.1%、4.6%、5.9%及8.3%。

於往績記錄期間，本集團在運送該等雜誌方面並未遭遇第三方物流營運商提供的物流服務受到嚴重幹擾的情況。

截至二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日止三年各年截至二零零九年三月三十一日止三個月，五大供應商分別佔本集團採購總額約71.0%、68.4%、73.3%及73.9%，而最大供應商則分別佔本集團採購總額約34.2%、50.6%、54.4%及59.2%。據董事所知，概無擁有本公司已發行股本超過5%的董事、本公司的主要行政人員或主要股東或彼等各自的聯繫人及本公司股東於本集團任何五大供應商中擁有任何權益。

信貸政策及監控

本集團採納嚴謹的信貸監控程序，以將潛在信貸風險降至最低。

就銷售該等雜誌的廣告位而言，本集團通常按個別訂單或根據與廣告客戶(包括廣告代理及品牌廣告客戶)訂立的銷售合約提供各項服務。新廣告客戶詢問我們的廣告服務時，通常由本集團合適級別的人員對其信用進行調查，並授出不同的信貸期。對於新廣告客戶，本集團一般要求預先付款。然而，本集團通常授予現有或老廣告客戶60至90日不等的信貸期，而本集團認為有關信貸期與廣告業內給予的一般信貸期相符。較長的信貸期如90日須經本集團的地方總經理或行政總裁批准。廣告收入於投放廣告的雜誌出版時確認。我們的銷售及市場推廣部門會將投放廣告的各期雜誌寄給廣告客戶並向客戶開具賬單，賬單上會列明付款的信貸期。作為反饋，廣告客戶會向我們發出「雜誌委刊確認函」作為收訖確認書。廣告客戶將以銀行支票或電匯方式結賬，而後我們會向廣告客戶出具發票。廣告代理結賬時毋須待相應的最終廣告客戶結賬，原因為與本集團訂約的人士是廣告代理而非最終廣告客戶。因此，廣告代理將承擔任何未結清廣告賬單未獲結賬的法定責任。

就發行雜誌而言，本集團通常與其發行商訂立年度或定期發行協議，協議中訂明估計銷售量，並在核實該等雜誌的實際銷售量後，一般於50日內(在香港)及30日至270日內(在國內)就實際銷售量結清銷售款項。至於發行予訂閱者的雜誌，本集團要求預先付款。

本集團客戶須於相關信貸期內採用支票或銀行匯款方式結清票據。授出信貸期的記錄及付款記錄須存置於本集團的會計及銷售及市場推廣部，以便兩個部門能監察及跟進本集團客戶付款的進展情況。本集團的會計部主要負責監督本集團的整個信貸監控過程，包括向客戶開出具賬單、確定應收賬款的金額並向銷售及市場推廣團隊報告任何逾期款項。

接獲會計部有關逾期款項的通知後，本集團銷售及市場推廣團隊的員工將採適當措施，跟進向有關客戶收回付款。

根據本集團的信貸政策，在有客觀跡象顯示不再可能收回全部款項時應作出呆賬撥備，而有關撥備乃按個別情況作出。對已提出法律訴訟但仍無法收回未償還債務的情況將進行撇銷。有關違約客戶的賬戶將予終止，不再接受該等違約客戶的雜誌廣告服務或發行訂單。

由於本集團實施嚴謹的信貸監控，於截至二零零八年止三個年度及僅於二零零九年三月三十一日，壞賬撥備金額於結算日為人民幣158,000元、人民幣617,000元、人民幣608,000元及人民幣428,000元，分別約佔本集團銷售額的0.1%、0.2%、0.2%及0.7%。

資訊科技系統

本集團相信，資訊科技系統對本集團的高效管理及營運十分重要，並在本集團的成功及日後發展方面扮演重要角色。本集團在銷售、促銷活動、品牌管理以及財務及銷售資料分析等關鍵領域倚賴本集團的資訊科技系統。於往績記錄期間，本集團共投入約人民幣2,600,000元用於各項資訊科技系統、軟件及相關支援工程。

鑒於本集團廣告服務的市場需求持續增加，以及用於廣告業務的軟件開發的全球市場趨勢，本集團已成立軟件開發隊伍，以管理本集團的資訊科技系統及專門開發切合本集團獨特業務營運模式的綜合資訊系統。於二零零八年，本集團的軟件開發隊伍成功開發並推出傳媒管理系統，獲得中華人民共和國國家版權局頒發的電腦軟件版權證書，並應用於廣告服務的高效管理及提供。MMS是一套獨特及按具體需求而設的企業資源規劃系統，主要用於促進本集團廣告服務的高效管理及提供。

MMS的特色功能如下(其中包括)：

(i)　合同管理

本集團的銷售員工可從MMS取得用於銷售廣告位及相關服務的標準條款及格式的合同，以便銷售人員能填寫廣告客戶的廣告銷售合同，而獲適當授權的員工可在MMS內預覽及批准該等合同。此舉可加快與廣告客戶簽訂合同的確認過程。

(ii)　指令管理

該系統按先到先得基準對廣告客戶發出的有關雜誌中特定廣告排版位置的指令進行排序。因此，可得到一份顯示每期雜誌中全部廣告的篇幅及位置的指令排序表，以供相關雜誌製作人員作出編排及預覽。

(iii)　客戶關係管理

在MMS內，本集團的銷售人員可(a)按時為廣告客戶核查雜誌中是否有空餘的廣告位，並在適當時為其預留合適的廣告位；(b)一旦作出預定，為廣告客戶安排廣告合同；(c)從數據庫獲取各廣告客戶的背景資料及產品／品牌資料，以便更好地了解有關客戶；及(d)利用不同廣告客戶的廣告項目先例作為個案研究資料，以供在為其他廣告客戶制定廣告策略時作為參考。該系統方便本集團各部門之間以及銷售人員之間的資訊流通及共享。

(iv)　編頁功能

MMS提供頁面調整、編頁以及列示雜誌各專欄全部廣告價格的功能。

自推出MMS以來，本集團從未遭遇任何重大系統故障，以致本集團營運中斷或蒙受重大損失。本集團不斷的資訊系統進行升級，本集團相信此舉會提升營運效率。

保險

本集團已為其業務投購保險，涵蓋的風險包括財產損失或損毀、僱員賠償及商務旅遊損失及意外。根據香港及中國的行業慣例、我們經營業務的經驗及香港及中國現有的保險產品，我們的董事相信，投保金額就本集團目前的業務規模而言屬足夠。

法律及遵例事宜

除下文所披露者外，本集團在各重大方面嚴格遵守適用法律及法規在中國及香港進行營運及經營業務。我們的業務性質使我們承受訴訟索償的風險，其中包括來自雜誌中載述其活動的人士及可能認為雜誌中對其提述乃對其聲譽造成損害的人士。此外，我們可能因欺詐、誹謗、疏忽、侵犯版權或商標或雜誌所載資料或文章的性質及內容所導致的其他違反而遭提出民事索償。然而，概不保證日後將不會因我們的業務而被提出任何索償及訴訟。有關尚未了結及日後可能索償的訴訟費用、可能敗訴及法律程序延誤均可能對本集團日後的業務及財務表現構成重大不利影響。因此，我們每年聘用合資格法律顧問(為獨立第三方，且非本集團的僱員)，就我們日常業務過程中產生或與之有關的知識財產事宜及訴訟等與我們業務有關的事宜向我們提供意見，為期一年。

於最後實際可行日期，除與我們日常業務過程中產生的索償(包括向一名國內廣告客戶應收貿易賬款約人民幣428,000元，有關貿易賬款已於二零零八年作出全額撥備)有關而作為原告的法律程序外，本集團並無涉及任何重大訴訟、索償、行政訴訟或仲裁。

我們已獲我們的香港法例及中國法律顧問告知，我們(包括中國經營實體)已向有關機構獲得一切必要許可證、執照及批文，可在香港及中國根據所有相關法律及法規合法經營業務及進行營運。

本集團董事認為，於本集團日常經營過程中，作為傳媒公司，本集團並無有關環境保護的責任。此外，根據獨立印刷商與本集團訂立的合約，獨立印刷商負責採購及供應印刷雜誌所必需的印刷紙張。就本集團董事所知及所悉，獨立印刷商均已取得在中國及香港從事印刷業務的所有必要牌照(包括有關遵守涉及環境保護的相關法律及法規的牌照)，本集團在雜誌的相關印刷及紙張質量方面並無出現任何重大問題。由於本集團並無直接與任何紙張供應商進行交易及訂立任何協議，故本集團董事並無監察有關環境保護事宜的任何適用法律及監管風險。

除下已披露無意違反若干中國法律及法規外，我們獲我們的中國法律顧問及香港法律顧問告知，本集團在所有重大方面一直遵守適用的中國法律及法規，並無因違反中國及香港的適用法律及法規而被國家或地方機關作出可對我們經營業績構成重大不利影響的處分。

我們的集團公司名稱	違反規定（有關期間）	違反原因	潛在最高罰金／罰款	補救行動
珠海科技	未能提交截至二零零六年十二月三十一日止年度的年審資料	由於本集團當時尚未收購珠海科技，此項違反情況可歸咎為珠海科技當時的擁有人或管理層疏忽所致。	根據當地工商行政管理局向珠海科技發出的行政整改決定意見，珠海科技被處以人民幣3,000元的罰款。	珠海科技已支付罰金，並獲出具付款收據，及已通過截至二零零六年及二零零七年十二月三十一日止兩個年度的年度審閱。本集團中國法律顧問向我們確認，珠海科技將不會就此事宜被當地工商行政管理局處以任何其他罰金。 珠海科技已實施管理人員須向當地工商行政管理局或其他相關政付機構提供所有未來年檢資料的政策。 此外，於〔●〕後，本集團將聘請合資格法律顧問確保嚴格遵守本集團各附屬公司及中國經營實體須遵守的任何審查規定。因此，未能遵守相關企業法律及法規的情況將減至最低。

我們的集團公司名稱	違反規定(有關期間)	違反原因	潛在最高罰金／罰款	補救行動
	未能於二零零六年及二零零七年向當地稅務局提交稅務登記及通知	由於本集團當時尚未收購珠海科技，此項違反情況可歸咎為珠海科技當時的擁有人或管理層疏忽所致。	據珠海科技所屬當地主管稅務機構發出的確認函，有關二零零六年及二零零七年稅務登記的罰款分別為人民幣250元及人民幣5元。	珠海科技已繳交罰款，而本公司的中國法律顧問已向我們確認，珠海科技將不會就此事宜被當地稅務機構處以任何其他罰金。 於〔●〕後，本集團將遵守上市規則聘用合資格核數師於本集團各附屬公司及中國經營實體的財務報表發表前對其進行審核及(如適用)審閱。因此，未能遵守相關稅務法律及法規的情況將減至最低。
廣州現代資訊	未能根據企業所得稅法就計算企業所得稅提交準確資料(截至二零零五年及二零零六年十二月三十一日止兩個年度)	會計部／員工在向當地稅務機構提交的財務報表中對該等可扣稅項目或免稅開支的會計入賬有遺漏或誤解。	根據廣州現代資訊當地稅務局發出的初步行政通知，已處以人民幣181,602.36元的罰款，即人民幣85,289.65元(未支付二零零五年企業所得稅款項)、人民幣23,667.88元(二零零五年企業所得稅款項的遲交費用)及人民幣72,644.83元(二零零五年及二零零六年拖欠企業所得稅款項的罰金)。	廣州現代資訊已繳交未繳的企業所得稅款項及罰金，而本集團的中國法律顧問已向本集團確認，廣州現代資訊將不會就此事宜被當地稅務機構處以任何其他罰金或負上其他責任。 廣州現代資訊已實施政策，會計員工於向稅務機構提交財務報表前，應向當地稅務代表或顧問提供財務報表供協助計算相關財務報表。 此外，於〔●〕後，本集團將遵守上市規則聘用合資格核數師於本集團各附屬公司及中國經營實體的財務報表發表前對其進行審核及(如適用)審閱。因此，未能遵守相關稅務法律及法規的情況將減至最低。

我們的集團公司名稱	違反規定（有關期間）	違反原因	潛在最高罰金／罰款	補救行動
珠海銀弧	未能於二零零七年及二零零八年向當地稅務局提交稅務登記及通知	就二零零七年的未履行情況而言，珠海銀弧尚未被本集團收購，故可歸咎於珠海銀弧當時的擁有人或管理層疏忽所致。 至於二零零八年的未履行情況，疏忽於本集團向珠海銀弧當時的擁有人收購後隨即發生，故可歸咎於珠海銀弧的管理層過渡時疏忽所致。	根據珠海銀弧所屬的當地稅務機構發出的通知及初步行政處分通知，已處分合共約人民幣約1,500元的罰款。	珠海銀弧已繳交罰款，而本集團的中國法律顧問已向我們確認，珠海銀弧將不會就此事宜被當地稅務機構處以任何其他罰金或負上其他責任。 於〔●〕後，本集團將遵守上市規則聘用合資格核數師於本集團各附屬公司及中國經營實體的財務報表發表前對其進行審核及（如適用）審閱。因此，未能遵守相關稅務法律及法規的情況將減至最低。

知識產權

知識產權對本集團的業務十分重要。為保護這些專有權利，本集團依賴適用的專利權、商標及版權法例、與保障其他知識產權有關的法例。本集團亦透過要求僱員（特別是編輯及設計人員）向本集團作出保密及不競爭承諾，向彼等施加保密的責任及保護本集團的版權。

於最後實際可行日期，《周末畫报》、《新視线》、《优家 You Family》、《优家画报U+》、《AutoLife汽车生活》、《LIFEMAGAZINE》、《Lifestyle Of Health And Sustainability》及《〇》的商標於中國仍有待註冊。本集團獲悉，國家工商行政管理總局商標局一般會於自接獲所有規定的申請及證明文件起計約36個月內作出有關商標申請的決定。倘申請獲初步批准，則有關商標將被公佈三個月，屆時公眾可對該商標註冊申請提出反對意見。倘於有關期間內所申請註冊的商標並無遭到反對，則國家工商行政管理總局商標局將為有關商標辦理註冊並發出有關商標的註冊證書。由於《周末畫报》及《新視线》的商標註冊申請乃於二零零七年六月提交，而《优家 You Family》的商標註冊申請則於二零零七年十月提交，故本集團預期該等商標的註冊將於二零一零年底前完成。此外，《优家画报U+》、《AutoLife汽车生活》、《LIFEMAGAZINE》、Lifestyle Of Health And Sustainability及《〇》商標的註冊申請已於二零零九年七月遞交，本集團預計該等商標的註冊將於二零一二年底前完成。本集團並不知悉，我們在取得已向國家工商行政管理總局商標局正式遞交申請的該等商標的正式註冊方面有任何重大法律障礙。

本集團並無於中國取得《生活》的商標註冊，我們先前於二零零七年七月就《健康時尚》期刊提交的商標《LOHAS》的註冊申請曾於二零零九年六月被國家工商行政管理總局商標局拒絕，原因為若干第三方已分別於二零零六年四月及二零零七年三月申請註冊《樂活市》(LOHAS)及《生活》(CITYMAGAZINE)的商標，及一名第三方已於二零零一年九月二十一日註冊《時尚健康》商標，所有商標均屬全面涵蓋期刊的第16類產品，而該等商標與我們的《健康時尚》(LOHAS)及《生活月刊》(LIFEMAGAZINE)期刊的商標類似。我們與持有《健康時尚》(LOHAS)及《生活月刊》期刊刊號的中國出版夥伴於二零零九年七月初方獲悉有關《時尚健康》及《樂活市》(LOHAS)商標的申請或註冊，於二零零七年五月底方獲悉有關《生活》(CITYMAGAZINE)的申請或註冊。

本集團擬就第三方註冊《生活》(CITYGAZINE)商標提出反對意見，就此而言，本集團已委聘中國國際貿易促進委員會專利商標事務所監察第三方對該商標的註冊申請於二零零九年六月十日至二零一零年六月九日期間的進展情況。一旦第三方對有關商標的註冊申請獲初步批准，中國國際貿易促進委員會專利商標事務所將知會本集團，而此後有關商標將被公佈三個月，本集團將可在該三個月內對該商標註冊申請提出反對意見。由於我們已與持有《生活月報》刊號的中國出版夥伴經營訂立合作協議，倘第三方使用《生活》(CITYMAGAZINE)商標被視為對本集團優先知識產權的侵犯，本集團有權在上述有關註冊獲初步批准後的三個月內，對第三方註冊《生活》(CITYMAGAZINE)商標提出反對意見。國家工商行政管理總局商標局將對有關商標的可否註冊作出最終裁決。

此外，根據適用的中國法律，使用另一實體或其產品的名稱或類似名稱從而導致消費者混淆某項服務或產品與另一項服務或產品的行為，均被視為不公平競爭而予以禁止。因此，本集團有權要求中國主管機關根據適用的中國法律認定提交《生活》(CITYMAGAZINE)商標的註冊申請是否構成對本集團的不公平競爭。中國主管機關將作出最終裁決。倘使用《生活》(CITYMAGAZINE)商標被有關中國機關視為對本集團的不公平競爭，本集團可要求有關中國機關對該商標的繼續使用發出禁令。

此外，《汽車生活》(CARLIFE)的商標已由另一人士註冊，但列入產品類別1及3以及服務類別39，該等類別通常涵蓋汽車化工產品、化工產品及後勤服務，明顯不同於本集團旗下商標《AutoLife 汽车生活》所涵蓋者。一方在一個產品或服務類別註冊某個商標並不防礙另一方在其他產品或服務類別註冊相同或者類似商標。就此而言，於最後實際可行日期，本集團已委聘中國國際貿易促進委員會專利商標事務所在全面涵蓋期刊的產品類別16項下遞交《AutoLife 汽车生活》(AutoLife)的註冊申請。

本集團董事認為，未完成註冊周末画报、新视线、优家 You Family、优家画报U+、AutoLife、LIFEMAGAZINE、Lifestyle Of Health And Sustainability及○商標以及未註冊LOHAS及生活商標，概不會對本集團的正常業務或開展業務的能力構成重大不利影響。本集團並無在第一時間申請有關商標，原因是董事相信與持有刊號的有關中國出版夥伴訂立合作協議已足以保障有關中國雜誌的期刊名稱，因為根據中國法律，刊號只能用於以特定期刊名稱出版一份期刊。有關中國雜誌的標識及／或標誌重要性相對較小，可隨時採用新的設計取代。作為進一步保障措施，本集團已為《健康時尚》及《生活月刊》設計新的標識及／或標誌，並於二零零九年七月在中國就有關新標識安排申請商標註冊。待成功在中國就有關新標識及／或標志申請商標註冊後，若《樂活市》(LOHAS)及《生活》(CITYMAGAZINE) 的商標由第三方成功註冊，且國家工商行政管理總局商標局作出最終裁決承認該等商標可由該等第三方註冊而不接納我們對《生活》(CITYMAGAZINE) 提出的反對意見，我們將停止使用《生活月刊》(Life magazine) 及《健康時尚》(LOHAS)期刊的現行標識。董事認為，《健康時尚》及《生活月刊》採納新的標識或標誌不會對本集團的經營產生任何重大不利影響，因為《健康時尚》及《生活月刊》期刊的名稱及形象極易被讀者或本集團的廣告客戶識別。

此外，由於出版許可證由國家新聞出版總署批准及頒發，許可證持有人有權出版許可證列明的期刊而不受期刊所用商標的影響。即使註冊採用新標識及／或標誌的新商標而保留使用《健康時尚》(LOHAS)、《生活月刊》(Life Magazine)及／或《汽車生活》(Auto Life)的申請被國家工商行政管理總局商標局拒絕，而與LOHAS、生活及／或AutoLife標誌類似的註冊商標的持有人向法院提出呈請且有關法院裁定本集團須終止使用LOHAS、生活及／或AutoLife標誌，《健康時尚》、《生活月刊》及《汽車生活》等期刊的出版亦不大可能暫停。

此外，本集團中國法律顧問告知本集團：

(i) 鑑於目前中國法律並無禁止使用與申請註冊中商標相同的商標，故此本集團或中國出版夥伴在商標獲其他人士成功註冊前將不會對侵權使用生活等商標負有責任；

(ii) 由於根據中國法律，只有在未經商標註冊人許可的情況下使用涉及註冊商標所涵蓋相同或類似產品或服務類別的同一商標，方會被視為侵權，故本集團將不會對侵權使用AutoLife等商標負有責任，原因為註冊商標《汽車生活CARLIFE》所涵蓋產品及服務類別並不包括報紙、期刊及雜誌；及

(iii) 根據中國法律，刊號僅可用於出版其期刊名稱獨一無二的一份刊物；鑑於本集團已就參與出版《健康時尚》(LOHAS)、《生活月刊》(LIFEMAGAZINE)及《汽車生活》(AutoLife)而與持有刊號的相關中國出版夥伴訂立經營合作協議，故本集團有權使

用《健康時尚》、《生活月刊》及《汽車生活》專有期刊名稱，而本集團使用該三個期刊名稱不會構成其他第三方所指稱的不公平競爭。

除在中國的商標外，號外在香港為《LIVINGLOVE》及《號外》註冊商標的登記擁有人。

此外，本集團目前為多個從屬於及支援其業務以及供推廣本集團及中國雜誌的域名的登記人。有關本集團知識產權的其他詳情，請參閱本文件附錄五「本集團的知識產權」一段。

儘管我們採取了預防措施，第三方仍然有可能會透過抄襲或以其他方式取得及使用本集團的知識產權(包括文字、印刷體裁、相片及設計排版)來侵犯本集團的知識產權。雖然部分雜誌的商標已登記，亦可能出現未經本集團許可使用雜誌的出版名稱的侵權事件。我們已常年聘用合資格法律顧問就維護及保障權利及利益向我們提供意見。

相反，我們可能須對侵犯第三方的權利(其中包括知識產權)而負上責任。我們會因此而承擔法律責任，包括龐大的金錢損害賠償及其他法律制裁。該等法律制裁或會包括本集團喪失我們獲特許提供全部或部分內容的權利，或暫時或永久喪失從事全部或部分業務的權利。就此而言，我們已在雜誌製作過程中制訂嚴格程序，包括在雜誌出版前審閱及校對其內容，以盡量減低任何潛在侵權。

本集團董事確認，於最後實際可行日期，彼等並不知悉本集團(包括中國經營實體)或中國出版夥伴有任何侵犯任何第三方權利的行為。此外，據本集團董事所知，本集團或中國出版夥伴並無涉及與任何第三方或本集團的任何知識產權有關而可能面臨或尚未了結的任何法律程序，亦無接獲有關侵犯該等知識產權而可能面臨或尚未了結的任何索償通知，而本集團或中國出版夥伴可能以申索人或答辯人身份牽涉其中且對本集團有重大不利影響。

物業

截至最後實際可行日期，為進行主要業務營運，本集團在香港設立一個辦事處及在珠海、深圳、廣州、北京、成都、南京、哈爾濱及上海共設立十個辦事處。除北京辦公室物業為本集團所擁有外，其他所有辦事處目前均自獨立第三方租用。除上述主要辦公室外，本集團另在國內租賃若干物業，作員工宿舍、零售店、攝影室、倉庫及其他輔助用途。獨立物業估值師世邦魏理仕有限公司已對本集團於二零零九年六月三十日的物業權益進行估值。世邦魏理仕有限公司就此發出的函件全文、估值概要及估值證書載於本文件附錄三。

於最後實際可行日期，本集團作為租戶租用七個物業作停車位、辦公室、員工宿舍及零售店用途，詳情載於本文件附錄三「第二類—貴集團在中國租用的物業權益」一節第10、11、13、14、17、18及19項。該等租賃物業的出租人尚未向本集團提供有關的業權證書或可證明該等出租人擁有向本集團出租物業所必需的相關業權證或文件。本集團的該等物業租約的效力可能存在法律問題。我們不能保證將來不會有第三方針對上述出租人聲稱擁有該等物業的所有權或對該等租約提出異議。按本集團中國法律顧問的意見，在此情況下，我們有權就遭受的任何損失及損毀向出租人提出索償。

此外，於往績記錄期間，本集團就於中國租用物業作辦公室、倉庫、員工宿舍、停車位及店舖用途而訂立的若干租賃協議未向有關中國當局登記。按本集團中國法律顧問的意見，於租約期間有關物業的業權並未註冊不會影響租賃協議的效力。我們獲悉該等租賃物業的租賃協議尚未登記的問題後，立即盡力與有關業主磋商以糾正這些問題。通過我們的努力，我們在珠海租賃的物業的租賃協議已於二零零九年七月正式登記。我們將盡力促使其他物業(詳情載於本文件附錄三「第二類—貴集團在中國租用的物業權益」一節第3、5-19項)的業主辦理有關租賃協議的規定登記。

再者，就本集團根據與有關業主訂立的租賃協議於中國珠海租用物業(詳情載於本文件附錄三「第二類—貴集團在中國租用的物業權益」一節第2項)作辦公室用途而言，該用途嚴格上不符合該物業的業權文件所指定的用途(即工業用途)。按本集團中國法律顧問的意見，本集團作為承租人不會遭受任何行政處罰。

由於上述在中國租用的物業乃主要用作行政辦公室及地區發行員工的工作間、倉庫、員工宿舍及停車位，倘我們被要求遷出該等物業，我們並不預見在物色其他適合物業替代該等租用物業方面存在任何重大困難，而本集團董事估計搬遷總費用將不會多於人民幣500,000元。因此，董事及〔●〕均認為，該等租用物業對本集團的現有業務而言並非最重要。然而，為避免日後發生類似事件，本集團將針對所有日後租金出台新指引，闡明有關檢查辦妥業權登記的規定。

控股股東已承諾，對本集團任何成員公司於〔●〕後因上述任何業權缺陷及本集團所租用物業部分租賃協議未辦理登記而須付或導致須付的任何損害、損失或負債向本集團作出彌償，有關詳情載於本文件附錄五「地產稅、稅項及其他彌償保證」一段。

競爭

目前，出版界已成為中國文化行業的重要組成部分。中國出版業競爭激烈，並其特點是大量出版公司及刊物。根據中國國家新聞出版總署的資料，於二零零八年，已發行合共約9,500份期刊及1,900份報紙。鑑於中國已有眾多刊物，本集團董事認為，中國平面媒體的市場競爭非常激烈。此外，董事認為，廣告行業的競爭因互聯網日趨流行而進一步加劇。過去十年，互聯網已成為全球促進各種不同傳播及資訊分享任務的最受歡迎載體之一。其作為一種日趨流行的新傳播媒介導致傳統媒介的應用有所改變。作為一種新媒介，互聯網藉向消費者提供實用或娛樂的功能得以存續、增長、競爭及蓬勃發展，而其透過向舊的需求或更為現代的需求提供新的解決方案而或許對現有媒介構成影響。根據實力傳播(ZenithOptimedia)報告，受到互聯網滲透率迅速增長的帶動，網上廣告為迄今發展最快的媒介。中國的網上廣告開支份額由二零零三年約2.0%大幅增加至二零零八年約13.6%，而平面媒體的廣告開支份額則由二零零三年的約41.3%下跌至二零零八年的約26.1%。實力傳播(ZenithOptimedia)（附註1）亦預計，互聯網將於二零一一年超越戶外及報紙廣告活動而成為僅次於電視的中國第二大廣告媒介，於二零一一年約佔總廣告開支的18.3%，而平面媒體的份額將進一步下跌至二零一一年的約19.1%。儘管有來自互聯網的競爭，本集團董事相信，本集團過往的輝煌業績將會向本集團的目標廣告客戶及讀者群階級證明其價值及可靠性。

由於本集團絕大部分收益乃源自中國雜誌（及其廣告位的銷售），本集團董事認為，本集團的主要競爭對手為媒體公司及其在中國發行的刊物。鑑於中國的競爭激烈，董事認為，本集團的競爭力主要仰賴中國雜誌的內容質素及受歡迎程度。根據獨立第三方admanGo Limited（附註1）（提供具競爭力廣告及媒體花費資料的領先公司之一，其主要側重香港及中國的廣告市場）的資料，在合共約320本現時受其監控以編纂其有關中國廣告業數據庫的雜誌中，《週末畫報》於二零零八年以廣告收益計名列第三，佔其數據庫中樣本雜誌的總廣告收入約4.3%。此外，在admanGo Limited數據庫中31本週刊中，我們的《週末畫報》於二零零八年就廣告收入而言名列第一。然而，據董事所知，由於行業瞬息萬變的性質使然，故無來自可靠來源的比較數字以提供有關本集團在中國市場份額的過往資料或預測趨勢。

附註：

1. 實力傳播(ZenithOptimedia)及admanGo Limited均非本集團或其關連人士及／或〔●〕所委託。