

## 業 務

目前，本集團亦正探索其他途徑，致令hongkong.com及AOL香港服務雙方之電子商貿營運可達致互惠互利。



(AOL香港服務)

## Netscape

CIC集團與Netscape於一九九七年九月三日簽訂Netscape聯合市場推廣協議。該協議將於二零零零年九月十五日屆滿。據此，CIC集團與Netscape同意於中國、香港及台灣以中英雙語聯合開發本地版本之Netscape Netcenter服務。該等服務包括多種主題如娛樂、購物、生活方式、旅遊、貿易、財經及體育提供網站目錄指南。根據Netscape聯合市場推廣協議，CIC集團與Netscape能分享根據該協議所產生之廣告收益。

根據HKCL與CICCHK於二零零零年二月十八日訂立之Netscape指南及搜尋開發合約，HKCL已同意為CICCHK及其關聯公司提供員工服務，以讓CIC集團可履行根據Netscape聯合市場推廣協議對Netscape之責任。該等員工服務乃按HKCL僱員根據彼等工作時間表上所

工作之時間，按HKCL與CICCHK協定之指定薪酬入賬。Netscape毋須就HKCL提供之服務，向CIC集團支付費用。Netscape指南及搜尋開發合約為於Netscape聯合市場推廣協議終止之日及二零零三年二月十八日(以較早發生者為準)屆滿，除非HKCL或CICCHK事先向對方發出三個月之書面通知予以終止。該等安排之其他詳情載於「與Chinadotcom及CIC之關係」一節「關連交易」一段。

The screenshot shows the Netscape Web Marketing Excellence Awards page for the 'Travel' category. The header includes the Netscape logo and the text 'Web Marketing Excellence Awards'. A navigation bar shows '你在此處： 首頁 > 旅遊' and '旅遊' as the current page. The main content is divided into three columns:

- 網站指南 (Site Guide):** A vertical list of links including '旅遊', '酒店', '旅行社', '航空公司', '景點介紹', '娛樂美食', '天氣概況', '購物資訊', '交通資訊', and '旅遊資訊'.
- 好站推介 (Good Site Recommendations):** Three featured sites:
  - 香港網旅遊頻道:** 豐富旅遊資訊，世界各大城市檔案，旅遊集團、旅遊特寫及優惠情報，並有旅遊網站連結。
  - 環球旅遊總匯:** 具備全世界旅遊熱點、各地天氣、地圖、購物等等資訊，集萬千資訊於一身。
  - 網樂遊:** 一個可供分享旅遊樂趣的地方；並提供其他重要資料，自助旅遊者必到之網站。
  - 香港旅遊協會:** 包含了各項旅遊資訊，衣食住行、娛樂文化等。
- 旅遊資訊 (Travel Information):**
  - 出發備忘:** A list of regional travel resources: 亞洲旅遊資料, 北美旅遊資料, 南美旅遊資料, 東北歐旅遊資料, 西歐旅遊資料, 遠東太平洋旅遊資料, 非洲旅遊資料, 特區通訊免費閱, 各地電匯現情, 各地天氣預報.
  - 旅遊特寫:** 行你韓國旅遊團元直, 一生人必到訪的韓國...

(Netscape Guide香港服務)

## 設施

### 網絡聯繫及設施管理

本集團入門站網絡基建包括位於香港及美國之多重賣方伺服器系統，全部均主要透過主要互聯網服務供應商之數據中心之設施連接。

*hongkong.com*於香港之伺服器系統乃共處於由Chinadotcom集團租賃(與本集團共用)之設施，實際上位於香港電訊於香港之電訊大樓，並由香港電訊提供保養。本集團之香港伺服器負責所有*hongkong.com*頻道及網上社群服務。本集團伺服器系統乃透過CICCHK目前向Linkage Online租賃(與本集團共用)之6Mbps數據電路連接互聯網，並透過Chinadotcom集團向香港電訊租賃(與本集團共用)之100Mbps以ATM-OC3為基礎之私人虛擬電路與香港國際網絡交換中心連接。該等安排之條款載於「與Chinadotcom及CIC之關係」一節中之「關連交易」一段。

本集團透過由Chinadotcom維繫及與Chinadotcom共用之伺服器系統(共處於GlobalCenter Inc.)以5Mbps之網絡連接互聯網反映其入門站網絡。此鏡像營運法之設計乃為改善實際使用者接達*hongkong.com*入門站之速度，並由GlobalCenter Inc.保養。GlobalCenter Inc.為位於加利福尼亞州森尼韋爾之主要同一位置之設施供應商。本安排之條款載於「與Chinadotcom及CIC之關係」一節中之「關連交易」一段。

就本集團電子商貿營運之發展，董事預計本集團將開發所需之網絡基建，包括傳送量、加密能力及其他安全措施、冗餘及鏡像設施，及其他方式，以備有足夠設施進行該等營運，並與國際慣例一致。董事預期，本集團將向第三者供應商(如需要)獲取軟硬件以開發其電子商貿網絡設施，及本集團將於很大程度上依賴第三者提供保養、維修及提升其網絡設施之若干方面。董事並不相信本集團於可見之未來在獲取及維持開發本集團電子商貿營運所需之設備及網絡設施上將會出現任何重大困難。

### 辦公室

本集團辦事處位於香港銅鑼灣威菲路道18號萬國寶通中心21樓至24樓，辦公室總面積約為17,013平方呎。

董事相信，本集團目前擁有之辦公室及網絡連接設施已足夠應付本集團於可預見未來之需要。

### 知識產權

目前，本集團擁有以下重大知識產權牌照：

根據CIC與本公司簽訂之特許協議，本公司擁有可使用「*hongkong.com*」之網域名稱之專利牌照，固定年期為20年（直至二零二零年），除非取得一年通知予以終止，否則隨後可重續五年。

目前，本集團擁有下列重大知識產權：

「*hongkong.com* (樣式)」商標及「香港網」商標：CIC於一九九九年十月向美國專利及商標局提交申請將「*hongkong.com* (樣式)」商標註冊，惟該等申請已遭美國專利及商標局暫時拒絕受理。董事明白，CIC目前正考慮提出上訴。除非CIC就美國專利及商標局之決定成功駁回，否則「*hongkong.com* (樣式)」不會獲美國之註冊商標之保障。根據CIC與HKCL於二零零零年二月十八日簽訂之協議，CIC已轉讓該等商標申請及任何餘下註冊權之利益予HKCL，代價為1.00港元。此外，CICHK已於一九九九年一月及四月向香港商標註冊處提交申請，將「*hongkong.com* (樣式)」及「香港網」商標註冊，惟該等申請已遭香港商標註冊處反對。除非反對可獲撤回，否則「*hongkong.com*」及「香港網」在香港將不獲註冊商標之保障。本公司直至於二零零零年三月始向香港商標註冊處遞交回覆。根據CICHK與HKCL於二零零零年二月十八日簽訂之協議，CICHK已轉讓該等商標之申請及任何餘下註冊權之利益予HKCL，代價為1.00港元。該等知識產權有關之其他資料載於「風險因素」一節。

目前，本集團並無持有或獲特許任何其他重大知識產權。

### 歷史及發展

本集團入門站業務始於一九九五年，以*webhk.com*之形式運作，該網站乃由HKWC開發，並於一九九五年八月推出。行政總裁伊冠豪先生及韓孟晉先生為HKWC之兩名創辦人，負責開發*webhk.com*及其後繼網站*corner.com*。*webhk.com*載有香港之新聞及主題事項之資訊，如體育及娛樂。同時亦提供於網絡上香港公司之搜尋庫及免費分類廣告。一九九六年，*webhk.com*刊發名為*Splash*之互聯網城市指南（董事相信此為香港第一個互聯網城市指南），並獲香港欖球總會委任為香港七人欖球賽提供現場網上報導，此乃七人欖球21年內首次獲得現場網上報導。*webhk.com*亦於一九九六年主辦*Operation Santa Claus*，董事相信此為香港首次互聯網慈善拍賣。該年後，HKWC推出*Montgomery Wong's Web Shop*，董事相信此為亞洲其中一個首批網上購物商場。*webhk.com*於一九九六年一月及七月獲選為微軟*MSN Pick of the Day*。

一九九七年四月，*webhk.com*之內容及特色獲重新包裝，並於*corner.com*分銷。該年，*Splash*易名為*The Corner City Guide*，以開發為以香港職業人士而計之雙語生活閒情網上資源。

此外，*corner.com*提供原與路透社合作開發之商業新聞頻道*Business Asia*及專注亞洲體育之頻道*Asia Sports*。自外界出版商如遠東經濟評論、*Asia Times*、*Asian Golfer*及*Action Asia*取得之額外內容亦有載入*corner.com*。於特別事項網站*hk97.com*就有關一九九七年七月一日香港主權移交中國之報導，亦令HKWC再獲*MSN Pick of the Day*之殊榮。一九九七年底前，HKWC提供以網絡為基礎之電郵服務，而董事相信，HKWC乃其中一個以香港為本之首個入門站。

一九九八年一月，CIC (*hongkong.com*網域名稱之擁有人) 收購HKWC 51%之股本權益。HKWC繼續經營其*corner.com*入門站，直至一九九八年四月，HKWC透過轉移其入門站業務予HKCL (當時稱為The Corner Publishing Limited)，代價為CIC收購The Corner Publishing Limited 56%股本權益，自其網絡設計及其他顧問服務分拆其入門站業務。The Corner Publishing Limited其後於一九九八年四月十七日易名為HKCL。自一九九八年四月起，HKWC過往經營之入門站業務乃由HKCL營運。HKCL於一九九八年七月推出*hongkong.com*入門站。HKCL之全部已發行股本已於一九九九年一月由CIC及HKCL其他股東轉讓予Chinadotcom，並隨後根據重組轉讓予本公司。

### 積極發展業務

由一九九七年十二月十日至一九九八年十二月三十一日期間

一九九七年十二月十日，HKCL (當時稱為The Corner Publishing Limited) 註冊成立。於HKCL註冊成立至一九九八年四月期間，本集團入門站之業務乃由HKWC (當時為CIC之附屬公司) 經營，而HKWC與CIC網站營運之合併內容小組開發以網域名稱*corner.com*經營網站。於一九九八年四月，本入門站業務轉移予本集團經營之附屬公司HKCL。早前於*corner.com*使用之內容於一九九八年七月透過*hongkong.com*修訂、重新命名及分銷。

*hongkong.com*獲推廣為互聯網使用者之入門站、進入點及全套服務之目標。於一九九八年，*hongkong.com*提供下列服務、特色及產品：

### 內容服務

內容服務乃透過種類繁多之指定頻道，包括提供下列主題之資訊提供：

- 一般新聞
- 商業新聞及資訊
- 體育
- 娛樂
- 旅遊

*hongkong.com*亦包含城市指南，曾載於*corner.com*。

### 網上特色及社群產品

*hongkong.com*亦載有下列特色及社群產品，例如：

- 免費電郵
- 中文搜尋器
- 目錄服務
- 留言板
- 下載中心

該等服務之詳述載於上文「現有營運」一段。

### 市場推廣及宣傳

於一九九八年期間，本集團按下列各方面在市場推廣及宣傳耗資約18,000港元：

- 市場推廣材料 7,800港元
- 參與事項 9,000港元
- WMA – Webaward入會費 1,200港元

參與事項包括參與Internet Commerce Expo (七月／八月)、the Intel Exhibition (九月)及the IT Expo (九月)，全部均於香港舉行。

### 贏取獎項

一九九八年十二月八日，*hongkong.com*獲WMA頒發「優秀網站標準大獎」，*hongkong.com*為唯一於一九九八年贏取WMA獎項殊榮之亞洲入門站。「優秀網站標準大獎」乃由WMA頒發之三個網站大獎之一。WMA為獨立機構評估及確認企業網站萬維網之優秀標準。網站大獎乃給予互聯網專業人士認許及確定彼等之卓越工作。

### 職員

由於*hongkong.com*業務於一九九八年全年乃於CIC集團及Chinadotcom集團內經營，本集團於截至一九九八年十二月三十一日止期間並無僱用任何全職僱員。然而，董事估計該期間內，CIC集團及Chinadotcom集團為本集團服務之兼職僱員之平均人數相等於20名按工時計算之全職僱員。該等員工包括高級管理層成員及負責內容開發之僱員。

### 網頁瀏覽次數及登記使用者

於推出 *hongkong.com* 後及於一九九八年第四季前，網頁瀏覽次數上升至每日平均約 189,000 次。截至一九九八年底，約有 70,000 名已登記為本集團社群產品使用者。

### 五大客戶及供應商

本集團五大客戶佔本集團截至一九九八年十二月三十一日止年度之營業額約 100%。本集團最大客戶 (HKWC) 佔本集團截至一九九八年十二月三十一日止年度之營業額約 51%。本集團向 HKWC 提供若干內容服務，以讓 HKWC 向獨立第三者達成其責任。

本集團五大供應商佔本集團截至一九九八年十二月三十一日止年度之服務成本約 4%。本集團最大供應商佔本集團截至一九九八年十二月三十一日止年度之服務成本約 2%。

本公司主要股東 Chinadotcom 與 HKWC 之關係載述於「與 Chinadotcom 及 CIC 之關係」一節。

除本招股章程所披露者外，概無董事、彼等各自之聯繫人及擁有本公司已發行股本 5% 以上之股東擁有本集團五大客戶及供應商之任何權益。

### 截至一九九九年十二月三十一日止年度

由於 *hongkong.com* 入門站吸引越來越多之瀏覽者，一九九九年全年已加入更多特色。

### 內容服務

新內容服務透過推出頻道，已加插下列主題：

- 生活
- 求職
- 政府
- 愛情
- 天氣
- 教育
- 唯美
- 社群
- 奧運
- 文化
- 財經
- 健康
- 科技
- 謎網
- 大中華新聞
- 千禧

### 網上特色及社群產品

於一九九九年，*hongkong.com*推出額外特色及社群產品，例如：

- 網上交友
- 主辦愛情論壇（「Web J」）
- 主頁設定（「Home4U」）
- 電子刊物（「Post4U」）
- 着數區（「Free4U」）
- 聊天室（「Chit Chat」）
- 會籍（「Club4U」）

上述產品之詳情見上文「現有營運」一段。

### 星星聊天室

*hongkong.com*亦主辦不少與著名香港藝人如莫文蔚、陳慧琳及曾志偉之現場網上閒談。

### 電子商貿

一九九九年十二月，Shop4U於*hongkong.com*推出，並具有網上租客，如西武。

### 市場推廣及宣傳

截至一九九九年十二月三十一日止年度，本集團於其市場推廣及宣傳活動上耗資合共約為20,200,000港元，支出之比例如下：

	百萬港元
參與事項	1.3
印刷媒介	4.4
網上／電視媒介	7.1
戶外媒介	3.5
贈品／市場推廣材料	1.0
廣告代理	0.4
贊助及其他	2.5



## 業 務

於一九九九年八月前，本集團透過會議展覽會（包括在五月於香港舉行之the IT Expo）、網上及印刷媒介（如PC Home雜誌）、戶外媒介（如地下鐵路）及透過市場推廣材料（如滑鼠墊）及贊助（如電影「網上情緣」）進行推廣hongkong.com品牌。本集團於委任Asatsu（自一九九九年八月一日生效，以推銷及宣傳hongkong.com品牌）後持續推行其緊密之市場推廣及宣傳能力，Asatsu為hongkong.com品牌於電視、地下鐵路廣告牌、城巴及電車候車處，以及報章推出廣告宣傳活動。

### 贏取獎項

一九九九年，hongkong.com獲WMA頒發兩項「優質網站標準大獎」，其中一個為入門站主頁（www.hongkong.com）及另一個為其「Haunted School」網頁，該網頁讓使用者漫遊虛擬鬧鬼學校及與鬼魂戰鬥／接觸。

### 職員

於一九九九年十二月三十一日，本集團於香港擁有合共159名全職僱員。該等僱員從事下列營運：

業務開發	3
內容開發	42
設計	4
電子商貿	5
英語入門站	9
財經	4
管理	4
市場推廣	10
科技	5
AOL香港服務	73
總人數	159

附註：於一九九九年十二月三十一日，本集團全職僱員共159名，而於AOL香港服務工作之全部73名僱員及從事開發Netscape服務內容之2名僱員分別由CIC集團及Chinadotcom集團於一九九九年十二月三十一日正式調撥至本集團。除少數僱員直接加入本集團外，其他僱員已當日調撥至本集團。

### 網頁瀏覽次數及已登記使用者

於一九九九年期間，hongkong.com之網頁瀏覽次數由一九九九年首季每日平均約275,000次上升至第四季每日平均約1,700,000次。於一九九九年十二月三十一日，約760,000名使用者已登記使用本集團社群產品。

### 五大客戶及供應商

本集團五大客戶，其中包括24/7 Asia(主要在hongkong.com刊登標誌廣告及透過24/7 Asia在hongkong.com刊登廣告)、CIC HK(有關為AOL香港服務在hongkong.com刊登標誌廣告)、HKWC(有關在hongkong.com刊登標誌廣告)及CCCL(有關為TheBigstore及Looks.com刊登廣告)佔本集團截至一九九九年十二月三十一日止年度之營業額約91%。本集團最大用戶(24/7 Asia)佔本集團截至一九九九年十二月三十一日止年度之營業額約42%。

本集團五大供應商(包括24/7 Asia, 主要代表獨立第三者透過24/7 Asia刊登廣告)佔本集團截至一九九九年十二月三十一日止年度之服務成本約13%。本集團最大供應商佔本集團截至一九九九年十二月三十一日止年度之服務成本約6%。

本公司主要股東Chinadotcom與24/7 Asia、CIC HK、HKWC及CCCL各自之關係詳述於「與Chinadotcom及CIC之關係」一節。

除本招股章程外, 概無董事、彼等各自之聯繫人及擁有本公司已發行股本5%或以上之股東持有本集團五大客戶及供應商之任何權益。

### 優勢

董事相信, 本集團之競爭優勢如下:

- 網域名稱

透過使用網域名稱「hongkong.com」, 董事相信本集團處於極有利地位, 推廣入門站為香港使用者及對香港感興趣之其他人士所鍾愛之網站, 以與香港社群內之其他成員接觸, 及作為任何有興趣之人士之邏輯網站找尋有關香港之資訊。網域名稱亦讓本集團利用董事相信為與香港品牌之緊密聯繫, 包括購物。

- 與Chinadotcom之關係

本公司之母公司為Chinadotcom, 該公司於一九九九年七月在Nasdaq上市成為首家提供中文內容之互聯網公司。董事預計本集團將可從Chinadotcom之綜合互聯網策略中獲益, 利用Chinadotcom集團, 包括其網絡設計及顧問附屬公司HKWC之聯繫及專業知識, 以加強本集團入門站之營運, 及Chinadotcom之廣告附屬公司24/7Asia, 以於本集團入門站及其他本地化網站上出售廣告。此外, 董事計劃使用Chinadotcom於亞洲(包括其於台灣、新加坡、韓國及日本之辦事處)區內之優勢, 以協助本集團在亞洲區內推出其電子商貿營運。

## 業 務

- 聯盟

董事相信，本集團擁有一支與在互聯網界具穩健基礎之公司組成之聯盟，此將可讓本集團提供高質素之互聯網服務。本集團之聯盟詳述於下文「策略性聯盟」一節。

- 富經驗之管理層

董事相信，本集團具有一隊已裝備充足利用互聯網業目前及未來之增長作為資訊資源及電子商貿平台管理層人員。本公司眾多行政總裁，包括葉克勇、韓孟晉、伊冠豪及熊淑德自一九九五年起積極參與互聯網業。韓孟晉及伊冠豪主要負責開發 *hongkong.com* 業務原先之版本（見上文「歷史及發展」一段）。彼亦獲提名為一九九九年敦豪國際／南華早報企業獎頒獎典禮之香港「本年度年青企業家」。本公司之行政總裁陳啟宇為Bartercard（全球電腦化交易網絡）香港辦事處之創辦董事，及過往曾於Time Inc之生產、財務、消費者市場推廣及廣告銷售部中獲取經驗，董事相信，彼之經驗將可協助本集團之網上零售及分銷營運，以及達致其電子商貿之目標。

- 早着先機之優勢

追溯至一九九五年八月（見上文「歷史及發展」一段），董事相信本集團已於香港互聯網業確立強大實力。董事亦相信，本集團成功確立為香港最受歡迎入門站之一，本集團透過Shop4U及與TheBigstore之聯盟開辦電子商貿營運可讓其處於可競爭之位置，從而拓展其電子商貿營運。

### 本集團業務目標及未來策略

#### 整體目標

董事旨在使*hongkong.com*成為香港互聯網使用者最常用之入門站。董事擬透過收購與入門站業務互為補足之業務、科技、內容及服務以拓展本集團服務範疇，促進使用者之擁護。隨着電子商貿於亞洲逐漸獲接納和普及，董事計劃致力集中發展本集團之電子商貿營運，並利用此範疇中之潛在增長而獲取利益。

董事相信，本集團入門站所產生之參觀人次為網上廣告提供具吸引力之平台。董事預計本集團將不斷利用與其同系附屬公司24/7 Asia之廣告網絡關係，以利用亞洲網上廣告之增長潛力及自香港及亞洲其他地區中賺取網上廣告收益。董事亦相信，由於本集團於區內

## 業 務

及全球開發電子商貿營運，本集團之香港入門站及其本地化之外國電子商貿網站（見下文「推廣本集團電子商貿業務」一段）將讓hongkong.com成為廣告商尋求目標廣告之優先選擇之一。董事亦相信，網上廣告、電子商貿及內容及互聯網服務之提供將於未來作為本集團增長之主要收益來源。

### 基準及假設

董事已評估於下文「推廣入門站及內容業務」及「推廣本集團電子商貿業務」下之「市場潛力」一段中所認定市場之潛力及按業內過往趨勢制訂建議策略，以達成本集團之業務目標。同時會以及按本集團過往經驗中之未來增長及預期需求，從而作出該評估及制訂時，在評估及制訂的作出下列主要假設：

- (a) 香港或本集團進行或擬進行業務之任何其他國家現時之政治、法律、財政、外貿或經濟狀況將不會出現任何重大轉變；
- (b) 本集團經營或擬經營所在國家之稅基或稅率將不會出現任何重大轉變；
- (c) 利率或外幣匯率與目前流通者將不會出現任何重大轉變；
- (d) 本集團營運將不會受公元二千年規格問題嚴重影響；
- (e) 亞洲互聯網之使用及電子商貿收益將按IDC所預期之增長（載於下文「推廣入門站及內容業務」及「推廣本集團電子商貿業務」兩段「市場潛力」分段）；
- (f) 本集團經營之行業所需之技術員工之供應充足；及
- (g) 本集團將可維持及／或持續追求與互聯網業著名及國際上認可企業之策略關係。

### 未來計劃、策略及前景

#### A. 推廣入門站及內容業務

##### 市場潛力

董事相信，互聯網普及率預期增長可為互聯網相關業務帶來巨大潛力。互聯網使用者數目與以互聯網為基礎之應用逐漸上升，將有利於本集團之入門站、AOL香港服

## 業 務

務及Netscape服務，而更能透過使用者數目上升及提升使用者擁護而獲益。董事相信，本集團網上廣告收益將隨着其入門站參觀人次增加而相應增長。於截至二零零三年止五年，香港互聯網使用者數目之預測增長載於下文。

	複式年增長率		
	一九九八年 十二月	二零零三年 十二月	一九九八年至 二零零三年
	(除滲透率及增長率外均以百萬計)		
<b>香港</b>			
互聯網使用人數 <sup>(a)</sup>	0.7	2.3	26.9%
安裝個人電腦數目 <sup>(a)</sup>	1.6	2.7	11.0%
互聯網滲透率 <sup>(b)</sup>	10.4%	31.9%	25.1%
個人電腦滲透率 <sup>(c)</sup>	23.9%	37.5%	9.4%
總人口 <sup>(d)</sup>	6.7	7.2	1.4%

資料來源：IDC

附註：

- (a) IDC，一九九九年十一月。
- (b) 將互聯網使用人數除以國家人口。
- (c) 將個人電腦安裝數目除以國家人口。
- (d) 經濟學人情報組，一九九九年。

互聯網作為內容資源及消費者服務之平台，以及作為廣告媒體日漸重要，從而帶動香港互聯網使用人數、花費在互聯網上之時間之預期增長，以及網站數目、互聯網與個人電腦之滲透率因而上升。

新軟件編寫工具令於互聯網上刊登內容之成本較以傳統方法刊登者為低，且可激發送遞嶄新方式之多媒體內容。透過互聯網累積、儲存及傳遞內容予普羅大眾所需成本較部分傳統媒體所用之方法為低，當中僅需要保養及操控電腦設施，以及存取通訊基本設施之費用。任何互聯網使用者可隨時存取內容，並可免費使用大部分資訊。互聯網亦漸成為其他媒介以外之另一項大受歡迎之娛樂。互聯網使用者可透過不同網站所供應之廣泛內容陳列，觀賞相片及視像文件夾、收聽音樂、與第三者即時參與互動式遊戲，以及與友伴通訊。董事相信，本集團以香港及海外華人觀眾為目標之入門站將可滿足該對觀眾對中文內容服務之需求。據董事所信，該等觀眾對中文內容之需求

## 業 務

將持續增加，董事進一步相信，觀眾就本集團為CIC集團提供之服務，對AOL香港服務及Netscape服務之需求將日益增加。

### 執行措施

本集團計劃以下列方式執行其策略：

董事相信，本集團已成功開發具有多元化之內容及特色之入門站，此有助於吸引董事相信對入門站而言為龐大及廣泛之用戶基礎。然而，董事亦相信，為使本集團成功應付競爭挑戰，本集團必須繼續開發一個能夠大力挽留和吸引使用者之入門站。迅即，董事為達致此目標，計劃繼續：

- 增加hongkong.com現有頻道之深入程度，讓使用者可從該單一頻道獲得更多有關主題之資料；
- 同樣以強調資訊深入程度之策略，於特定主題範圍開發或吸納(透過合夥經營及收購)新頻道；
- 加強社群之認知，讓使用者透過其於使用hongkong.com社群特色服務時之體驗，令hongkong.com逐漸成為彼等每日生活方式之一部分；及
- 將本集團已開發或獲第三者特許之技術融入其產品及服務，以進一步增強及突顯其品牌，讓用戶獲得更佳之上網經驗。

為與本集團於其入門站擴大內容之全面性及深入程度之目標及策略一致，本集團最近已簽訂協議，使其可於其入門站上提供更多音樂、科技及美容等內容。提供有關內容之該等協議原先由CCCL與MusicAsia、Infoage及Looks.com各自就Chinadotcom集團經營之三個入門站(即china.com、hongkong.com及taiwan.com)簽訂。CCCL已根據上述與hongkong.com入門站有關之協議向HKCL分銷其權利，包括(其中包括)獲取有關內容之權利及HKCL已同意根據有關hongkong.com入門站之該等協議履行CCCL之責任，以作為回報。

### 內容

- 音樂

根據HKCL與CCCL之間之協議，CCCL將向hongkong.com供應由MusicAisa為CCCL提供之中英文內容。MusicAsia為一家現正進行增設互聯網零售及娛

## 業 務

樂網站之公司，並免費為使用者提供包括音樂目錄、與音樂有關之產品及資料之網上交易、音樂編輯內容、MusicAsia會員服務及英語及其他亞洲語言之流動音樂頻道。作為回報，(其中包括)HKCL將向CCCL支付(作為向MusicAsia持續繳付)於hongkong.com網頁內(其特色內容由MusicAsia提供)所產生之所有廣告及宣傳收益之百分比。

- 科技

根據HKCL與CCCL之間之協議，CCCL將於hongkong.com供應由Infoage為CCCL提供之中英文之內容。Infoage經營互聯網網站，免費為使用者提供科技新聞、資訊、評論及其他內容相關服務，包括個人電腦、電子商貿、互聯網、遊戲、檔案下載及網站指南。由Infoage將內容載入hongkong.com內之初期工作經已展開。作為回報，(其中包括)HKCL將向CCCL支付(作為向Infoage持續繳付)於hongkong.com聯合品牌網頁內(其特色內容由Infoage提供)所產生之所有廣告及宣傳收益之百分比。

- 美容

根據HKCL與CCCL之間之協議，CCCL將於hongkong.com供應展示由Looks.com為Chinadotcom提供之中英文生活閒情內容。Looks.com經營互聯網網站，免費為使用者提供有關品牌化粧品、香水、護膚及美容有關產品之內容。由Looks.com將內容載入hongkong.com內之初期工作經已展開。作為回報，(其中包括)HKCL將向CCCL支付(作為向Looks.com持續繳付)於hongkong.com網頁內(其特色內容由Looks.com提供)所產生之所有廣告及宣傳收益之百分比。

### 網上特色

- 個人化入門站

董事計劃讓本集團使用者可按彼等之個人喜好及指定將hongkong.com入門站網頁個人化。一經個人化，入門站將按各使用者之指定向其自動傳遞一系列之指定內容，包括新聞、天氣、股價及體育賽事得分。董事相信，該個人化將透過刪除不必要之資料及直接獲取各使用者於hongkong.com入門站之個人版本之有關資料，可增加hongkong.com使用者於互聯網之經驗。董事相信個人化將為hongkong.com使用者帶來增值服務，藉以加強使用者對hongkong.com入門站品牌之擁護及增加網頁瀏覽次數。