

[即時發佈]

SinoMedia[®]
中視金橋國際傳媒控股有限公司
SinoMedia Holding Limited

二零二零年中期業績公佈

內容創意能力加強 業務結構持續優化

財務摘要

(除非另有註明，單位為人民幣：千元)	截至六月三十日止六個月		
	二零二零年	二零一九年	同比
收入	542,545	656,714	-17%
經營溢利/(虧損)	31,279	(105,059)	>100%
本公司權益股東應佔溢利/(虧損)	12,318	(96,792)	>100%
每股盈利/(虧損) - 基本及攤薄	2.5 分	(19.6)分	>100%

(二零二零年八月二十八日—香港) 中國領先的傳媒運營集團中視金橋國際傳媒控股有限公司(「中視金橋」或「本公司」，連同其附屬公司統稱為「本集團」，股份代號：623) 公佈其截至二零二零年六月三十日止六個月之中期業績。

二零二零年上半年，本集團持續推進以跨屏創意傳播服務為核心的戰略方向，實現營業收入約人民幣5.4億元，同比下降17%。由於受新冠病毒疫情影響，廣告市場整體投放出現明顯下滑。根據CTR媒介智訊發佈的市場研究報告顯示，疫情造成二零二零年三月全媒體廣告刊例花費同比下降34.6%，二零二零年六月全媒體廣告刊例花費同比下降12.6%。隨著國內的疫情控制穩定並全面復工復產，廣告市場逐步出現轉機，但疫情的影響仍在持續，整體依然呈現負增長。

回顧期內，本集團的電視媒體資源運營業務收入為人民幣4.4億元，同比下降17%。由於受疫情衝擊以及整體廣告市場持續疲弱的影響，廣告主在廣告投放中採取更加謹慎收縮的策略，旅遊、醫療保健、金融保險類客戶的廣告投放額較去年同期下降明顯。面對受疫情衝擊嚴重的市場環境，本集團克服困難、盡最大努力保持在電視廣告營銷方面的客戶開發及服務能力，並不斷嘗試創新營銷策略和媒體產品組合提升競爭力。隨著疫情的影響逐步減弱，銷售狀況也將有望有所改善恢復。

整合傳播服務和內容經營業務收入合計為人民幣27.2百萬元，同比下降46%。其中，整合傳播服務業務收入受媒體供應商備金結算週期的影響，同比下降54%。內容經營業務收入則同比上升81%。回顧期內，本集團圍繞“親子陪伴”的核心營銷定位，着力打造“親子品牌計劃”，通過直播節目、短視頻、融媒體互動等新產品的融合運用，為客戶提供量身定制創意內容和傳播方案，並圍繞本集團媒體資源整理新媒體矩陣，積極探索產業鏈上下游的合作空間，因此收入較去年同期有較大增長。

數字營銷和網絡媒體收入合計為人民幣51.9百萬元，同比下降7%。本集團自主研发的智能程序化廣告投放平台運營良好，不斷強化跨屏精準傳播的服務和經營能力，回顧期內優質客戶廣告投放穩定。網絡媒體收入規模較去年同期則略有下降。

為應對疫情帶來的市場變化和經營壓力，本集團在堅決響應政府號召、力保員工就業崗位基本穩定的前提下，實施多項措施降低經營費用，並實現投資收益和寫字樓出租收入的增長，維持穩健的財務狀況。於二零二零年六月三十日，本集團現金及銀行存款餘額比去年同期有所上升，總資產及淨資產分別約人民幣19.0億元及15.7億元。

談及未來發展，本集團主席陳新先生表示：「在新冠病毒疫情和外部環境眾多不確定因素的影響下，整體廣告行業的經營發展仍將面對巨大壓力。面對挑戰，本集團全力應對，爭取將衝擊影響儘量減低。具體而言，本集團將繼續強化創意傳播的核心競爭力，在電視媒體資源運營業務方面堅持以客戶為導向的產品與服務策略，結合不同行業的特質和政策，通過電視廣告的高效傳播提升客戶的品牌價值。本集團也將進一步發揮視頻內容創意和品牌傳播的經驗與能力，積極尋求產業合作機會，拓展消費品與文旅市場的品牌傳播空間，加快中長期業務結構的不斷優化和發展。同時，本集團將持續實施多項措施開源節流、提高經營效率，為應對市場短期挑戰和捕捉未來發展機遇做好準備。」

— 完 —

中視金橋簡介

中視金橋於一九九九年創立，於二零零八年香港聯交所主機板上市。作為中國領先的傳媒運營集團，中視金橋專注以視頻創意傳播為核心能力開展跨媒體投資和經營，以滿足客戶市場對電視+電腦+移動端三屏傳播之需求。本集團目前擁有央視廣告代理經營、品牌整合傳播、影視節目投資製作、互聯網精準營銷等業務板塊，是中國城市形象和旅遊品牌創意傳播領域的早期開拓者和多年來的領先者，也是金融保險、汽車、消費品等行業品牌廣告服務的領先者之一。中視金橋二十年來累計已為國內外三千多家客戶提供全面和專業的創意傳播服務。

欲瞭解更多資訊，請聯繫：

電話：+86 10 6589 6605 電子郵箱：ir@sinomedia.com.hk