

[即時發佈]



## 二零二三年中期業績公佈

\*\*\*

### 電視廣告業務承壓 出售物業產生盈利

#### 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		
	二零二三年	二零二二年	同比
收入	373,097	352,731	+6%
經營溢利/(虧損)	51,183	(30,747)	>100%
本公司權益股東應佔溢利/(虧損)	42,470	(22,441)	>100%
每股盈利/(虧損) - 基本及攤薄	9.2 分	(4.8 分)	>100%

(二零二三年八月二十八日——香港)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：00623)公佈其截至二零二三年六月三十日止六個月之中期業績。

二零二三年上半年，伴隨疫情防控措施的解除，經濟活動一季度出現恢復跡象，二季度則呈現波動趨弱。根據CTR媒介智訊發佈的市場研究報告，二零二三年上半年電視廣告刊例花費同比下跌2.6%，資料顯示廣告主對營銷預算仍保持相對謹慎的態度，中國廣告市場依然在承壓前行、艱難復蘇。本集團在回顧期內努力克服市場壓力，調整業務結構，優化媒體資源，堅定推進以跨屏創意傳播服務為核心的品牌戰略方向，並加快培育在親子消費領域快消品牌的運營能力。

回顧期內，本集團電視媒體資源運營業務收入為人民幣2.1億元，同比下降2%。面對複雜嚴峻的市場環境，本集團持續加強在電視廣告營銷方面的客戶開發和服務能力，不斷優化營銷策略和媒體產品組合提升競爭力。但由於經濟復蘇速度未如預期，消費需求較為疲弱，整體廣告市場仍不明朗。旅遊類客戶的投放額較去年同期有所改善，房地產、建築建材、傢俱電器類客戶的投放額則較去年同期下降明顯。

內容經營和其他整合傳播服務業務收入合計為人民幣52.4百萬元，同比上升2%。回顧期內，本集團繼續圍繞家庭消費的市場需求，為客戶量身定制創意視頻內容，並通過直播互動、短視頻、內容植入、動畫開發、宣推活動等多種內容創意傳播方式，為客戶實現品牌整合傳播價值，並積累快消品品牌運營的經驗和能力。同時，本集團以自主培育的“蓋獅”形象品牌，廣泛開展面向兒童的安全、衛生、節約用水、垃圾分類等公益傳播，促進品牌知名度和社會效益的提升。

數字營銷和網絡媒體收入合計為人民幣87.2百萬元，同比上升47%。本集團依託客戶資源、媒介優勢、數據技術，不斷加強互聯網整合服務能力，提升廣告投放效率，為客戶提供一站式的數字營銷解決方案。本集團自主研发的智能程序化廣告投放平台運營良好，期內優質客戶加大廣告投放量，

使得數字營銷收入較去年同期增長明顯。

回顧期內，由於本集團出售物業所產生的一次性收益，導致二零二三年上半年經營溢利額為人民幣51.2百萬元。於二零二三年六月三十日，本集團整體財務狀況穩健，現金及銀行存款餘額為人民幣9.6億元，總資產及淨資產分別為人民幣19.5億元及16.4億元。

談及未來發展，本集團主席陳新先生表示：「作為中國領先的綜合性傳媒運營集團，本集團將整合自身優勢，強化創意傳播和品牌策略的核心競爭力，以應對複雜多變的經濟環境和經營壓力。具體而言，本集團將堅持以客戶為導向的產品與服務策略，優化媒體資源，並通過提供品牌定位、視覺創意、傳播策略、媒介執行、效果評估等一站式解決方案提升客戶的品牌價值；繼續發揮視頻內容創意和品牌傳播的經驗與能力，持續發展以視頻內容研發製作為核心的內容營銷業務，促進品牌與創意內容的深度融合；拓展優質媒介資源，增強智能程序化廣告投放平台的技術迭代，通過精準傳播的專業能力提升客戶在互聯網的投放效果和品牌影響力。同時，本集團也將進一步優化業務結構，通過創意傳播和品牌投資管理業務的協同結合，深度佈局家庭消費產業，加速快消領域自主品牌運營業務的培育和拓展。」

— 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+互聯網+移動互聯網跨屏傳播之需求。本集團目前擁有央視廣告代理經營、品牌廣告創意策劃、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。中視金橋二十多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](mailto:ir@sinomedia.com.hk)