

[即時發佈]



二零二四年中期業績公佈

市場波動需求偏弱 業務結構持續調整

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		
	二零二四年	二零二三年	同比
收入	333,120	373,097	-11%
毛利	70,523	41,109	+72%
本公司權益股東應佔溢利	29,879	42,470	-30%
每股盈利 - 基本及攤薄	6.5 分	9.2 分	-29%

(二零二四年八月二十六日—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)公佈其截至二零二四年六月三十日止六個月之中期業績。

二零二四年上半年，全球貿易摩擦加劇為經濟復蘇帶來更多不確定性，國內房地產市場的持續調整也對消費需求帶來不利影響，市場預期偏弱和有效需求不足。根據CTR媒介智訊發佈的市場研究報告，二零二四年上半年電視廣告刊例花費同比下跌3.4%，其中，六月份同比下跌9.2%。本集團在回顧期內保持靈活和創新，優化業務結構，加大銷售推廣力度，擁抱新的消費趨勢和消費模式，努力克服市場壓力，堅定推進以跨屏創意傳播服務為核心的品牌營銷能力建設。

回顧期內，本集團電視媒體資源運營業務收入為人民幣1.8億元，同比下降16%。本集團依託在電視傳播領域的優勢和經驗，不斷優化營銷策略和媒體產品組合，提升服務能力，積極開發客戶。但由於消費需求較為疲弱，整體廣告市場仍不明朗，其中，母嬰產品、建築建材、傢俱電器類客戶的投放額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43.7百萬元，同比下降17%。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。由於受部分客戶預算縮減的影響，內容創意營銷收入和商業廣告視頻製作收入均較去年同期有所下降。

數字營銷和網絡媒體收入合計為人民幣95.6百萬元，同比上升10%。本集團憑藉互聯網媒體資源矩陣的優勢，整合優質流量，優化投放策略，加強互聯網整合服務能力，為客戶提供定制化的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有所增長。

二零二四年上半年，本公司權益股東應佔溢利為人民幣29.9百萬元，去年同期由於出售物業錄得一次性收益人民幣68.2百萬元，導致本公司權益股東應佔溢利為人民幣42.5百萬元。於二零二四年六月三十日，本集團整體財務狀況穩健，現金及銀行存款合計為人民幣10.2億元，總資產及淨資產分別為人民幣19.9億元及16.4億元。

談及未來發展，本集團主席陳新先生表示：「儘管當前市場充滿挑戰，作為中國領先的綜合性傳媒運營集團，本集團將專注於洞察和捕捉消費需求的變化，持續增強與消費市場的連接，提升創意傳播和品牌策略的核心競爭力，以本集團過去二十多年的積累與沉澱，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，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，並通過審慎的財務管理，增強本集團的經營韌性，努力降低市場波動帶來的影響，致力為股東創造長遠回報。」

— 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