

[即時發佈]



## 二零二四年度業績公佈

\*\*\*

### 業務結構持續調整 經營利潤有所提升

#### 財務摘要

(除非另有註明，單位為人民幣：千元)	截至十二月三十一日止年度		
	二零二四年	二零二三年	同比
收入	612,517	759,836	-19%
經營溢利	122,072	99,064	+23%
本公司權益股東應佔溢利	106,961	96,778	+11%
每股盈利 - 基本及攤薄 (人民幣)	23.2 分	21.0 分	+10%
建議派發每股末期股息 (港幣)	11.0 仙	9.2 仙	+20%
建議派發每股特別股息 (港幣)	24.0 仙	7.0 仙	+243%

(二零二五年三月三十一日－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」，股份代碼：623)公佈其截至二零二四年十二月三十一日之年度業績。

二零二四年，地緣政治局勢動盪和全球貿易摩擦加劇為經濟發展帶來更多不確定性，國內市場預期減弱，有效需求不足，消費開支持續受壓。根據CTR媒介智訊發佈的市場研究報告，二零二四年廣告花費同比上漲1.6%，儘管市場在合理區間內保持波動前行的態勢，但總體增速繼續放緩，促使廣告主在營銷預算方面趨於保守和謹慎，廣告行業持續復蘇的道路依然充滿壓力和挑戰。

本集團電視媒體資源運營業務於回顧年度內實現收入為人民幣343百萬元，同比下降30%。回顧年度內，消費品、旅遊、汽車類客戶的廣告投放額較上年下降明顯。面對波動復蘇的市場趨勢和充滿挑戰的運營環境，本集團依託於電視傳播領域的優勢和經驗，積極應對，克服困難，不斷優化營銷策略和媒體產品組合提升競爭力，並堅持以客戶為導向的創新產品與服務，努力保持在電視廣告市場的領先地位。

內容經營和其他整合傳播服務業務收入合計為人民幣103百萬元，由於受部分客戶預算縮減的影響以及受媒體供應商結算週期的影響，收入較上年同比下降8%。本集團持續發揮視頻內容創意和品牌傳播的經驗與能力，圍繞家庭消費的市場需求，為客戶量身定制內容服務，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方式，為客戶實現品牌傳播價值，並不斷強化內容營銷業務與品牌運營管理的協同能力，進一步發揮通過創意傳播和品牌投資管理業務協同結合的優勢，深度佈局家庭消費產業，捕捉消費市場的增長機遇。

數字營銷和網絡媒體收入合計為人民幣131百萬元，同比上升12%。本集團憑藉互聯網媒體資源矩

陣的優勢，聚焦數字營銷的核心競爭力，持續加強互聯網整合服務能力。同時，本集團積極擁抱人工智能與算法技術，研發智能廣告投放系統，整合優質流量，優化廣告投放策略，提升廣告投放效率。回顧年度內，部分客戶加大廣告投放量，使得數字營銷收入較上年同期增長明顯。

於二零二四年十二月三十一日，本集團整體財務狀況穩健，現金及銀行存款餘額為人民幣937百萬元，總資產及淨資產分別為人民幣21.1億元及19.4億元。董事會考慮在資金儲備可充分保障業務運營及支持可預見戰略發展的前提下，本集團有能力穩步提高股息派付比率以回報股東，因此建議派發末期股息每股11港仙；同時，本集團於二零二四年度由金融資產大幅增值導致的其他綜合收益為人民幣2.1億元，因此，董事會建議派發特別股息每股24港仙。

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，我們將繼續堅守企業使命和目標，整合自身優勢，提升服務品質和運營效率，強化創意傳播和品牌策略的核心競爭力。同時，我們將秉持謹慎樂觀的戰略視野，專注於洞察捕捉消費需求和技術應用創新的變化，持續增強與消費市場的連接，並隨著市場需求和業務發展趨勢，擁抱創新與變革，通過探索生成式人工智能等技術的創新和應用，為客戶提供更廣泛的高品質服務和產品。本集團也將進一步優化業務結構，致力拓展業務的多元化增長，並在複雜的市場環境中保持穩健的企業經營理念，穩步前行，為股東不斷創造中長期價值。」

— 完 —

### 中視金橋簡介

中視金橋於一九九九年創立，於二零零八年在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    電子郵件：ir@sinomedia.com.hk