

新聞稿

鳳凰衛視投資(控股)有限公司 (股份代號: 02008)

截至 2023 年 12 月 31 日止年度業績公告

鳳凰衛視投資(控股)有限公司(「本公司」及其附屬公司，統稱「本集團」或「鳳凰衛視」)主席兼行政總裁徐威先生強調，鳳凰衛視堅定立足香港、面向全球的品牌定位，聚焦主業，倡導國際交流、傳播中華文化，全力推進國際化建設，致力打造國際一流的華語媒體集團。鳳凰衛視作為立足香港、面向全球的國際媒體集團，始終保持高質量企業管治，堅持開放包容的發展理念，堅守和加強內容之核心競爭力，持續發揮公信力、傳播力、影響力，傳播中華文化，服務全球華人，在國際視野下推動多元文化的交流，以回饋各界期待及最大化股東利益。本集團截至2023年12月31日止年度的收入約為2,467,957,000港元。經營虧損減少至約305,741,000港元，本公司擁有人應佔虧損減少至約258,989,000港元。

業績

本集團截至2023年12月31日止年度的收入約2,467,957,000港元（截至2022年12月31日止年度：3,003,733,000港元），較去年減少17.8%。截至2023年12月31日止年度的經營成本減少18.0%至約2,773,698,000港元（截至2022年12月31日止年度：3,382,353,000港元）。

截至2023年12月31日止年度的本集團經營虧損減少至約305,741,000港元（截至2022年12月31日止年度：378,620,000港元），較去年減少19.2%。

本集團截至2023年12月31日止年度錄得匯兌虧損淨額約4,868,000港元（截至2022年12月31日止年度：113,011,000港元）。

本公司擁有人應佔虧損減少至約258,989,000港元（截至2022年12月31日止年度：383,340,000港元），較去年減少32.4%。

下表分別概述本集團截至2023年12月31日及2022年12月31日止年度的表現。

	截至12月31日止年度	
	2023年 千港元	2022年 千港元 (經重列)
電視廣播	917,570	1,077,964
互聯網媒體	778,797	933,245
戶外媒體	598,055	785,341
房地產	26,382	38,879
其他業務	147,153	168,304
本集團總收入	2,467,957	3,003,733
經營成本	(2,773,698)	(3,382,353)
經營虧損	(305,741)	(378,620)
投資物業的公平值虧損	(34,285)	(6,276)
互聯網媒體投資的收益淨額	—	41,910
匯兌虧損淨額	(4,868)	(113,011)
其他收入淨額	39,624	45,810
攤佔合營企業及聯營公司業績、所得稅及非控股權益前虧損	(305,270)	(410,187)
攤佔合營企業及聯營公司業績	(13,067)	(7,626)
所得稅費用	(16,357)	(29,062)
年度虧損	(334,694)	(446,875)
非控股權益	75,705	63,535
本公司擁有人應佔虧損	(258,989)	(383,340)
		(經重列)
每股基本虧損，港仙	(51.86)	(76.76)

管理層討論及分析

分類資料評論

	截至12月31日止年度			
	2023年		2022年	
	收入 千港元	分類業績 千港元	收入 千港元	分類業績 千港元
電視廣播	917,570	45,882	1,077,964	(49,241)
互聯網媒體	778,797	(97,361)	933,245	(183,407)
戶外媒體	598,055	29,281	785,341	115,955
房地產	26,382	(34,060)	38,879	8,228
其他業務	147,153	(65,397)	168,304	(83,841)
本集團總收入及分類業績	<u>2,467,957</u>	<u>(121,655)</u>	<u>3,003,733</u>	<u>(192,306)</u>
未分配收入		25,949		45,205
未分配開支		<u>(209,564)</u>		<u>(263,086)</u>
攤佔合營企業及聯營公司業績、 所得稅及非控股權益前虧損		<u>(305,270)</u>		<u>(410,187)</u>

電視廣播收入（包括廣告、收視訂戶及其他收入來源）減少14.9%至約917,570,000港元（截至2022年12月31日止年度：1,077,964,000港元），佔本集團截至2023年12月31日止年度總收入的37.2%。電視廣播業務截至2023年12月31日止年度的分類溢利約為45,882,000港元（截至2022年12月31日止年度：虧損49,241,000港元）。

鳳凰衛視中文台及鳳凰衛視資訊台的收入減少16.9%至約580,858,000港元（截至2022年12月31日止年度：698,853,000港元），佔本集團截至2023年12月31日止年度總收入的23.5%。

鳳凰衛視香港台、鳳凰衛視電影台、鳳凰衛視美洲台、鳳凰衛視歐洲台、融媒體及其他的總收入減少11.2%至約336,712,000港元（截至2022年12月31日止年度：379,111,000港元）。

互聯網媒體業務截至2023年12月31日止年度的收入減少16.5%至約778,797,000港元（截至2022年12月31日止年度：933,245,000港元）。截至2023年12月31日止年度互聯網媒體業務的分類虧損約97,361,000港

元（截至2022年12月31日止年度：183,407,000港元），廣告收入減少主要由於行業競爭加劇。

截至2023年12月31日止年度之戶外媒體業務收入減少23.8%至約598,055,000港元（截至2022年12月31日止年度：785,341,000港元）。截至2023年12月31日止年度之戶外媒體業務的分類溢利減少74.7%至約29,281,000港元（截至2022年12月31日止年度：115,955,000港元）。

截至2023年12月31日止年度之房地產業務的分類虧損約34,060,000港元（截至2022年12月31日止年度：溢利8,228,000港元），其中包括就投資物業確認的公平值虧損淨額約34,285,000港元（截至2022年12月31日止年度：6,276,000港元）。

業務概覽及前景

2023年，鳳凰衛視加強經營轉型與創新發展，本公司的經營表現呈企穩向好態勢，發展活力、發展韌性持續彰顯。董事會主席兼行政總裁徐威先生強調，鳳凰衛視堅定立足香港、面向全球的品牌定位，聚焦主業，倡導國際交流、傳播中華文化，全力推進國際化建設，致力打造國際一流的華語媒體集團。

鳳凰衛視以專業、準確、迅速為標準，為全球觀眾帶來海內外第一手資訊。2023年，鳳凰重點報導了俄烏戰事、土耳其大地震、巴以衝突，中國國家主席習近平出訪俄羅斯和越南、出席APEC峰會、同美國總統拜登舉行中美元首會晤，以及換屆之年的中國兩會、首屆中國—中亞峰會，以及台灣選舉等重大新聞事件。同時，鳳凰衛視秉持「大事發生在現場」的專業精神，多路戰地記者持續深入俄烏前線，見證式報道瓦格納兵變等重大突發事件。作為立足香港的華語媒體，鳳凰衛視深入報導香港區議會選舉、中國載人航天工程代表團訪問港澳等重要新聞。此外，鳳凰衛視堅持中國視角、國際視野，推出《香港自然故事》、《北極行動》等一系列有深度、有溫度、有國際關注度的原創精品節目，贏得全球華語受眾讚賞。

本公司連續榮登世界品牌實驗室發佈的「亞洲品牌500強」、「中國500最具價值品牌」，蟬聯亞洲電視品牌四強，並在中國品牌年度大獎評選中，躋身中國國潮十大影響力品牌前三甲，彰顯在傳媒、文化等領域的知名度和美譽度。同時，在香港上市公司商會2023年「香港公司管治與環境、社會及管治卓越獎」評選中，獲頒環境、社會及管治卓越表現嘉許獎，體現本公司積極踐行可持續發展理念、勇於擔負企業社會責任。此外，鳳凰衛視製作的節目亦榮獲多項國際國內大獎，在2023紐約國際電視電影節中，《香港回歸25週年—單車》獲攝影技術類銀獎，《鳳凰聚焦》欄目製作的《阿富汗女性生活實錄》、《最後的慰安婦幸存者》分別獲得新聞節目類銀獎及紀錄片類銀獎。在第29屆中國紀錄片十佳十優推選活動中，《我的香港故事》、《旅途》、《冷暖人生》

分別獲得中國紀錄片十佳十優欄目。鳳凰製作的節目亦分別在「國際傑出傳媒大獎」及「米蘭國際體育電影電視節」中獲得多個人圍獎項，體現出國際一流的製作水準與實力。

鳳凰衛視通過衛星、有線電視網、移動互聯網、網絡電視IPTV及OTT平台、社交媒體及智能分發平台等多種渠道覆蓋全球，電視觀眾超過5億，海外新媒體受眾超過1億。順應數字化、網絡化、智能化的傳播趨勢和應用場景，鳳凰衛視不斷創新內容產品形態，持續增強台網協作和多屏聯動，運用覆蓋廣泛、渠道豐富的傳播矩陣，開展移動化、社交化、定制化的融合傳播。年內，「鳳凰衛視」、「鳳凰秀」、「鳳凰資訊」、「香港V」等海內外社交賬號用戶持續增長，融媒體內容的國際傳播影響力持續提升。同時，本公司還搭建內容數據智能平台，利用生成式人工智能技術賦能內容生產，並探索流媒體平台輕製作、協作式的內容生產模式。未來，鳳凰衛視將持續打造立體、多維、融合發展的華語媒體傳播平台，全面提升內容傳播與變現能力。

鳳凰衛視積極搭建國際文化交流平台，促進文化交流與文明互鑒。年內，鳳凰衛視與合作夥伴共同舉辦「太湖世界文化論壇年會」、「零碳使命國際氣候峰會」、「地球一小時」、「達沃斯論壇 — 零碳使命系列專場活動」、「對話下一個50年《保護世界文化和自然遺產公約》50週年全球慶典」等國際活動。同時，鳳凰衛視亦舉辦了「鳳凰灣區財經論壇」、「影響世界華人盛典」、「灣區升明月 — 大灣區電影音樂晚會」、「愛心獎頒獎典禮」等高端論壇和品牌活動，為國際交流注入新鮮活力，持續增進中華文化的親和力和影響力。此外，鳳凰衛視還與多家機構、企業簽訂戰略合作協議，助力中國城市、中國企業更好走向世界，擴大中國品牌國際影響，共同傳播中華文化。

年內，本集團以內容創新、整合營銷、業態融合、協同發展等經營策略，推進業務創新和營銷升級，進一步拓展媒體品牌、內容、平台、流量以及資源的變現。同時，本集團持續推動「台、網、屏、刊、端、號」全媒體協同經營，為客戶提供綜合、定制化的產品和傳播服務，促進鳳凰經營轉型與業務發展的提質增效。

本集團的互聯網媒體業務平台「鳳凰新媒體」（鳳凰網），其旗艦產品「鳳凰新聞客戶端」用戶數量及活躍度保持行業領先水準，持續位列最受華人歡迎的移動終端資訊產品行列。通過演算法和編輯相結合的精準內容推薦、熱點和社區運營等方式，持續優化產品體驗。「鳳凰新媒體」堅守主流媒體的內容品質，年內，多項國內外重大報道有效提升端內流量，人均使用時長及點擊率均有增長。多檔原創欄目的全網粉絲數持續攀升，為品牌廣告帶來更強的議價能力。《全球觀察團》海外影響力持續增強，商業化收入穩步增長。「鳳凰網財經峰會」、「世界城市品牌大會」、「美麗童行」、「女性影響力大賞」、「行動者聯盟公益盛典」等重大活動，持續鞏固行業影響力。與此同時，本公司亦加強台網聯動，在大事件報道和整合營銷上雙向融合，放大協同效應，不斷提升鳳凰品牌的綜合影響力及行業競爭力。

「鳳凰都市傳媒」專注戶外LED媒體多年，致力為國內外知名品牌客戶提供覆蓋面廣、策劃創意能力強、安全穩定性高、技術保障充分的專業服務。年內，本公司積極面對市場變化，在穩固中國數字聯播網優勢基礎上，持續升級優化媒體資源，豐富創意營銷手段。在此效應帶動下，「鳳凰都市傳媒」穩住基本盤，新客戶數量力創新高，國內外知名品牌合作保持穩定。目前，「鳳凰都市傳媒」戶外LED媒體資源覆蓋中國300多個城市、1,000多個屏點，以及海外31個國家和地區，已實現全球採購和全球發佈，全面滿足客戶投放需求。

本集團旗下的「鳳凰週刊」，出版及新媒體業務繼續保持穩健發展、全網用戶繼續增長至5,000萬，並打造多個新營收增長點，其中，視頻業務營收增長迅速，佔比不斷擴大。「鳳凰週刊」亦注重發揮原創及創意優勢，視頻化轉型取得突破，在抖音、視頻號兩大平台共擁有用戶超過1,500萬，多條紀錄片頻登熱搜，獲得各界好評。「鳳凰週刊」整體營收結構更加多元、合理，有效應對行業及市場變遷。

本集團其他業務板塊亦保持有序發展，在數字科技和文化藝術領域，不斷整合內外部資源，持續推動文化產業融合的高質量發展。

鳳凰衛視作為立足香港、面向全球的國際媒體集團，始終保持高質量企業管治，堅持開放包容的發展理念，堅守和加強內容之核心競爭力，持續發揮公信力、傳播力、影響力，傳播中華文化，服務全球華人，在國際視野下推動多元文化的交流，以回饋各界期待及最大化股東利益。

- 完 -

公司簡介

「鳳凰衛視」發端於1996年3月31日啟播的鳳凰衛視中文台，旨在全力為世界華人提供高質素的華語節目，現已擁有鳳凰衛視中文台、鳳凰衛視資訊台、鳳凰衛視歐洲台、鳳凰衛視美洲台、鳳凰衛視電影台及鳳凰衛視香港台等備受全球觀眾歡迎的主力頻道，近60個記者站及製作團隊遍及世界各地。經過28年的耕耘，鳳凰衛視投資(控股)有限公司通過多種渠道覆蓋全球，包括衛星、有線電視網、移動互聯網、網絡電視(IPTV)及OTT平台、社交媒體及智能分發平台等。本集團持續推動「台、網、屏、刊、端、號」全媒體協同經營，並保持其他業務板塊包括數字科技及文化藝術等領域有序發展。

鳳凰衛視投資(控股)有限公司為香港聯合交易所有限公司的主板上市公司(股份代號：02008)。旗下鳳凰新媒體有限公司是本公司經營互聯網媒體業務的非全資附屬公司，其股票於美國的紐約證券交易所上市(股份代號：FENG)。

如有垂詢，請聯繫：

鳳凰衛視有限公司
資本運營部副總監

周彬先生 電話：+852 2200 8850 電子郵箱：zhoubin@phoenixtv.com

鳳凰衛視有限公司
公關總監

陳越女士 電話：+852 2200 8502 電子信箱：yolandac@phoenixtv.com

有關鳳凰衛視投資（控股）有限公司的其他資料，可瀏覽
<http://www.irasia.com/listco/hk/phoenixtv/>及 www.hkexnews.hk。