

新聞稿

鳳凰衛視投資(控股)有限公司 (股份代號: 02008)

截至 2022 年 6 月 30 日止六個月業績公告

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今天表示本集團於截至 2022 年 6 月 30 日止六個月(「報告期間」)的收入約為 1,490,072,000 港元,較去年同期增加 7.4%。本集團於報告期間的經營虧損增加至約 365,246,000 港元,較去年同期增加 21.9%。本公司擁有人應佔虧損約為 330,508,000 港元,而去年同期約為 245,175,000 港元。

當前,世界百年變局和世紀疫情疊加,在世界多極化、文化多樣化的時代背景之下,國際傳播日益重要。鳳凰衛視將始終堅持開放包容的發展理念,堅守和深化內容之核心競爭力,充分發揮集團的公信力、傳播力和影響力,在全球視野下更好傳播中華文化,展現真實、立體、全面的中國,以回饋各界期待。

業績

本集團於報告期間的收入約 1,490,072,000 港元(截至 2021 年 6 月 30 日止六個月:1,386,962,000 港元),較去年同期增加 7.4%。報告期間的經營成本增加 10.0% 至約 1,855,318,000 港元(截至 2021 年 6 月 30 日止六個月:1,686,613,000 港元)。

本集團於報告期間的經營虧損增加至約 365,246,000 港元(截至 2021 年 6 月 30 日止六個月:299,651,000 港元),較去年同期增加 21.9%,造成經營虧損增加的主要原因來自我們的互聯網媒體業務。

本集團於報告期間錄得匯兌虧損淨額約 68,796,000 港元(截至 2021 年 6 月 30 日止六個月:收益 29,659,000 港元),主要源自人民幣兌港元貶值。

本公司擁有人應佔虧損約 330,508,000 港元,而去年同期約 245,175,000 港元。

下表分別概述本集團截至 2022 年 6 月 30 日止六個月及 2021 年同期的表現。

	截至 6 月 30 日止六個月	
	2022 年 千港元	2021 年 千港元
電視廣播	557,995	321,985
互聯網媒體	453,830	587,771
戶外媒體	381,642	378,490
房地產	25,014	16,566
其他業務	71,591	82,150
本集團總收入	1,490,072	1,386,962
經營成本	(1,855,318)	(1,686,613)
經營虧損	(365,246)	(299,651)
投資物業的公平值收益淨額	98	7,349
互聯網媒體投資的虧損淨額	(35,358)	(2,043)
匯兌(虧損)/收益淨額	(68,796)	29,659
其他收入淨額	22,221	32,752
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	(447,081)	(231,934)
攤佔合營企業及聯營公司業績 所得稅費用	146	(2,225)
	(815)	(22,637)
期間虧損	(447,750)	(256,796)
非控股權益	117,242	11,621
本公司擁有人應佔虧損	(330,508)	(245,175)
每股基本虧損，港仙	(6.62)	(4.91)

分類資料評論

	截至 6 月 30 日止六個月			
	2022 年		2021 年	
	收入	分類業績	收入	分類業績
	千港元	千港元	千港元	千港元
電視廣播	557,995	(64,164)	321,985	(107,616)
互聯網媒體	453,830	(275,402)	587,771	(42,663)
戶外媒體	381,642	50,205	378,490	73,059
房地產	25,014	14,013	16,566	(1,379)
其他業務	71,591	(48,477)	82,150	(73,557)
本集團總收入及分類業績	<u>1,490,072</u>	<u>(323,825)</u>	<u>1,386,962</u>	<u>(152,156)</u>
未分配收入		25,999		42,214
未分配開支		<u>(149,255)</u>		<u>(121,992)</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>(447,081)</u>		<u>(231,934)</u>

電視廣播收入（包括廣告、收視訂戶及其他收入來源）上升 73.3% 至約 557,995,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：321,985,000 港元），佔本集團於報告期間總收入的 37.4%。電視廣播業務於報告期間的分類虧損約 64,164,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：107,616,000 港元）。

鳳凰衛視中文台及鳳凰衛視資訊台的收入增加 22.5% 至約 347,447,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：283,527,000 港元），佔本集團於報告期間總收入的 23.3%。

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增加 447.5% 至約 210,548,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：38,458,000 港元）。

互聯網媒體業務於報告期間的收入減少 22.8% 至約 453,830,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：587,771,000 港元）。報告期間互聯網媒體業務的分類虧損約 275,402,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：42,663,000 港元），造成廣告收入減少的主要原因包括行業競爭加劇以及於報告期間中國若干地區爆發新冠病毒的不利影響所致。

戶外媒體業務於報告期間的收入增加 0.8% 至約 381,642,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：378,490,000 港元）。戶外媒體業務於報告期間的分類溢利減少約 31.3% 至約 50,205,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：73,059,000 港元）。

房地產業務於報告期間的分類溢利約為 14,013,000 港元（截至 2021 年 6 月 30 日止六個月：虧損 1,379,000 港元）。

業務概覽及前景

2022 年上半年，鳳凰衛視多措並舉，深化經營轉型與業態創新，經營表現呈現持續向好態勢。董事會主席兼行政總裁徐威先生強調，必須持續發揮鳳凰衛視的品牌力、公信力和國際影響力，「聚焦傳媒主業、聚焦國際、聚焦創新、聚焦人才」，堅定立足香港、面向港澳台及全球華人社會的發展定位，打造國際一流的華語媒體集團。

鳳凰衛視堅守媒體專業主義精神，為全球華人帶來第一手新聞資訊。鳳凰衛視全球團隊聚焦並直播報道了中俄元首會晤、中美元首視頻通話、金磚領導人峰會、達沃斯論壇、法國大選、中央援港抗擊第五波新冠疫情、朝鮮閱兵、俄羅斯閱兵等眾多國內外重要新聞事件。同時，秉持著「大事發生在現場」的精神，在俄烏戰爭爆發之後，派出多路記者深入烏克蘭戰場前線報道。此外，作為植根香港的國際華語媒體，鳳凰衛視充分發揮主場優勢，全面深入報導了香港特首選舉、香港回歸祖國 25 週年慶典等香港本地重大事件。

鳳凰衛視實施全新改版，突出新聞立台，強化新聞直播，《鳳凰早班車》、《鳳凰午間專列》、《時事直通車》、《鳳凰子夜快車》等節目注重全天候發稿和大時段新聞，節目形態、包裝及視覺效果更契合國際媒體定位。鳳凰衛視香港台加強粵語傳播，服務香港及其他地區粵語受眾，將港新聞和港娛樂作為兩大重點，打開傳播新局。鳳凰衛視還全新推出《鳳凰聚焦》、《亞洲財經透視》、《近觀中國》、《紀錄大時代》、《新聞鑑證組》、《空間觀策》、《台灣板凳寬》等精品欄目，一系列有深度、有溫度的節目精彩亮相，極大豐富視聽敘事的國際傳播內容，贏得華語受眾好評，收視率獲顯著提升。

鳳凰衛視持續拓展傳播力和國際影響力。通過衛星、有線電視網、移動互聯網、網絡協議電視(IPTV) 及 OTT 平台、社交媒體及內容分發平台等多種渠道覆蓋全球，並以「互聯網思維」和「移動優先」的傳播理念拓展國際傳播能力。2022 年上半年內，「鳳凰衛視」官方帳號於各社交媒體平台全新升級，打造全新資訊社交品牌「鳳凰資訊」，推出全新粵語融媒體品牌「香港 V」，構建立體、多元、融合發展的華語媒體傳播矩陣。

此外，鳳凰衛視在國際傳播實踐中踐行媒體責任擔當，與聯合國教科文組織、聯合國開發計劃署、世界自然基金會等多家國際組織和機構建立了廣泛的戰略合作，推出搭建中國與世界的文化交流平台，合作舉辦「2022 地球一小時」

等活動，以全球化、區域化、分眾化的表達，增進國際傳播的親和力和影響力。

報告期內，鳳凰衛視持續提升品牌價值，連續上榜「亞洲品牌500強」，蟬聯亞洲四大電視品牌，體現了在傳媒、文化等領域的知名度和美譽度。鳳凰衛視節目憑藉國際化和高質量的製作水準榮獲多個國際大獎，在「2022紐約國際電視電影節」中，《航拍香港-夜版》榮獲影視製作技術團隊類金獎、《當世界年輕的時候-國際縱隊裡的中國人》獲得紀錄片銀獎，彰顯出鳳凰衛視卓越的實力與專業精神。

本集團以內容創新、業態融合、經營協同等發展策略，積極推動公司經營轉型及高品質發展。公司培育定制化的媒體服務、內容消費等新興業態，進一步拓展媒體品牌、內容、平台、流量以及資源的變現。同時，持續推動「台、網、屏、刊」全媒體協同經營，為客戶提供綜合傳播服務，促進經營品質與規模的持續提升。

本集團的互聯網媒體業務平台「鳳凰新媒體」，其旗艦產品「鳳凰新聞客戶端」積極優化內容運營及演算法策略，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。「鳳凰新媒體」在大事件深度報導、特色原創、垂直領域優質欄目、線下盛典等優勢穩固，並在此基礎上不斷創新，推出線上財經雲峰會活動形式、打造全球化內容產品，持續探索第三方平台帳號的運營與變現，積極佈局優質電商、供應鏈、消費指導等業務領域，為公司帶來新的變現空間和戰略機遇。此外，「鳳凰新媒體」積極探索與集團其他成員的協同聯動，在內容、傳播、資源上實現互通互融，助力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、信譽度高、策劃創意能力強、技術保障充分的專業服務。2022年上半年，國際頂級品牌的收入和客戶數量同比繼續保持增長，與國內外知名品牌的合作也更顯優質。在此效應帶動下，「鳳凰都市傳媒」在創新營銷上不斷進取，進一步夯實全國數字聯播網優勢。目前，鳳凰戶外LED媒體資源覆蓋全國300多個城市，1,000多個屏點，環球網覆蓋亞洲、美洲、歐洲、大洋洲等20多個國家和地區，已實現真正意義上的全球採購和全球發佈，全面滿足客戶媒體投放需求。

本集團其他業務板塊亦保持有序發展。在數字科技領域，公司致力於推動科技與傳媒產業的融合發展。在文化藝術領域，集團先後孵化和設立了創意策劃、演藝活動、藝術策展以及文化IP開發運營等業務板塊，逐步形成可持續的商業模式。

當前，世界百年變局和世紀疫情疊加，在世界多極化、文化多樣化的時代背景之下，國際傳播日益重要。鳳凰衛視將始終堅持開放包容的發展理念，堅守和深化內容之核心競爭力，充分發揮集團的公信力、傳播力和影響力，在全球視野下更好傳播中華文化，展現真實、立體、全面的中國，以回饋各界期待。

- 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26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、網絡協議電視(IPTV)及OTT平台、社交媒體及內容分發平台等。本集團持續推動「台、網、屏、刊」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 電子郵件：zhoubin@phoenixtv.com

鳳凰衛視有限公司
公關部總監

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，可瀏覽鳳凰網 www.ifeng.com 及 www.hkexnews.hk。