

[即時發佈]

**SinoMedia**<sup>®</sup>  
中視金橋國際傳媒控股有限公司  
SinoMedia Holding Limited

二零二一年中期業績公佈

\*\*\*

業務結構持續優化 營收利潤顯著增長

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		
	二零二一年	二零二零年	同比
收入	603,029	542,545	11%
經營溢利	58,934	31,279	88%
本公司權益股東應佔溢利	40,662	12,389	228%
每股盈利- 基本及攤薄	8.7 分	2.5 分	248%

(二零二一年八月三十一日—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」，股份代號：623) 公佈其截至二零二一年六月三十日止六個月之中期業績。

二零二一年上半年，廣告市場在經歷二零二零年疫情的負面影響後，整體呈現修復性增長。根據CTR媒介智訊發佈的市場研究報告顯示，一季度全媒體廣告刊例花費同比增長27.3%，但隨著經濟復蘇的邊際放緩，廣告市場的反彈也於二季度逐步減弱，二零二一年六月電視廣告刊例花費同比增長0.5%，環比減少6.6%。本集團持續推進以跨屏創意傳播服務為核心的戰略方向，於二零二一年上半年實現營業收入約人民幣6.03億元，同比上升11%。

本集團持續加強在電視廣告營銷方面的客戶開發及服務能力，並不斷優化營銷策略和媒體產品組合提升競爭力。回顧期內，電視媒體資源運營業務收入為人民幣4.69億元，同比上升7%。隨著國內新冠病毒疫情的緩解和宏觀經濟的逐步恢復，上半年電視廣告的銷售狀況得到改善，售出時長及銷售率均較去年同期有所上升，消費品、旅遊、金融保險等客戶的廣告投放額較去年同期改善明顯。

內容經營和其他整合傳播服務業務收入合計為人民幣41.4百萬元，同比上升52%。其中，內容經營業務收入同比上升404%。回顧期內，本集團繼續圍繞「親子陪伴、共同成長、引領消費」的營銷定位，大力加強創意策劃專業能力，為更多成長型消費品企業打造品牌賦能，為客戶提供產品植入、形象IP研發設計、直播互動、短視頻、微紀錄等內容創意傳播服務，業務收入較去年同期增長明顯。同時，本集團積極整合消費產業鏈上下游的合作資源，通過品牌投資管理業務，加快拓展在親子家庭消費領域的市場佈局。其他整合傳播服務業務收入受媒體供應商備金結算週期的影響，同比下降31%。

數字營銷和網絡媒體收入合計為人民幣65.0百萬元，同比上升25%。本集團持續通過大數據與精準投放技術提升互聯網整合服務能力，為客戶提供一站式的數字營銷解決方案，期內原有優質客戶廣

告投放較去年同期增加。網絡媒體收入規模與去年同期持平。

本集團不斷加強和完善經營費用的全面預算管理，穩步推進降本增效措施，提升運營效率，經營費用同比下降37%。於二零二一年六月三十日，本集團財務狀況穩健，現金及銀行存款餘額比去年同期有所上升，總資產及淨資產分別約人民幣20.83億元及16.70億元。

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，繼續優化業務結構，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，在電視廣告方面，本集團將堅持以客戶為導向的產品與服務策略，通過電視廣告的高效傳播提升客戶的品牌價值。在內容經營方面，本集團將持續發揮視頻內容創意和品牌傳播的經驗與能力，進一步發展以視頻節目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結合。在數字營銷及網絡媒體方面，本集團將繼續加大投入，積極拓展優質媒介資源，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，本集團也將加快在少兒成長和親子家庭消費產業鏈中的品牌業務拓展，以促進本集團中長期的業務結構優化和企業價值提升。」

— 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、紀實影視節目投資製作、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 6591 1278 電子郵箱：[ir@sinomedia.com.hk](mailto:ir@sinomedia.com.hk)