

新聞稿

鳳凰衛視投資(控股)有限公司 (股份代號: 02008)

截至2022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，必須聚焦主業、聚焦國際、聚焦創新、聚焦人才，全力推進整合營銷、跨界合作、能力建設，全面展開內容、渠道、活動創新。本集團堅定立足香港、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。本集團截至2022年12月31日止年度的收入約為3,003,733,000港元。經營虧損減少至約378,620,000港元，本公司擁有人應佔虧損減少至約382,500,000港元。

業績

本集團截至2022年12月31日止年度的收入約3,003,733,000港元(截至2021年12月31日止年度: 3,159,240,000港元)，較去年減少4.9%。截至2022年12月31日止年度的經營成本減少11.1% 至約3,382,353,000 港元(截至2021年12月31日止年度: 3,806,530,000港元)。

截至2022年12月31日止年度的本集團經營虧損減少至約378,620,000港元(截至2021年12月31日止年度: 647,290,000港元)，較去年減少41.5%，受惠於互聯網媒體業務的成本控制及應收賬款減值減少。

本集團於截至2022年12月31日止年度錄得匯兌虧損淨額約113,011,000港元(截至2021年12月31日止年度: 淨收益45,045,000港元)，主要源自人民幣兌港元貶值。

本公司擁有人應佔虧損減少至約382,500,000港元(截至2021年12月31日止年度: 456,201,000港元)，較去年減少16.2%。

下表分別概述本集團截至2022年12月31日及2021年12月31日止年度的表現。

	截至12月31日止年度	
	2022年 千港元	2021年 千港元
電視廣播	1,077,964	703,705
互聯網媒體	933,245	1,247,785
戶外媒體	785,341	942,977
房地產	38,879	41,359
其他業務	168,304	223,414
本集團總收入	3,003,733	3,159,240
經營成本	(3,382,353)	(3,806,530)
經營虧損	(378,620)	(647,290)
投資物業的公平值(虧損)／收益	(6,276)	37
互聯網媒體投資的收益／(虧損)淨額	41,910	(5,074)
匯兌(虧損)／收益淨額	(113,011)	45,045
其他收入淨額	45,810	63,131
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	(410,187)	(544,151)
攤佔合營企業及聯營公司業績 所得稅費用	(7,626)	3,185
	(29,820)	(84,272)
年度虧損	(447,633)	(625,238)
非控股權益	65,133	169,037
本公司擁有人應佔虧損	(382,500)	(456,201)
每股基本虧損，港仙	(7.66)	(9.14)

管理層討論及分析

分類資料評論

	截至12月31日止年度			
	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	1,077,964	(49,241)	703,705	(135,715)
互聯網媒體	933,245	(183,407)	1,247,785	(300,346)
戶外媒體	785,341	115,955	942,977	207,038
房地產	38,879	8,228	41,359	(7,716)
其他業務	168,304	(83,841)	223,414	(130,195)
本集團總收入及分類業績	<u>3,003,733</u>	<u>(192,306)</u>	<u>3,159,240</u>	<u>(366,934)</u>
未分配收入		45,205		55,342
未分配開支		<u>(263,086)</u>		<u>(232,559)</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>(410,187)</u>		<u>(544,151)</u>

電視廣播收入（包括廣告、收視訂戶及其他收入來源）增加53.2%至約1,077,964,000港元（截至2021年12月31日止年度：703,705,000港元），佔本集團截至2022年12月31日止年度總收入的35.9%。電視廣播業務於截至2022年12月31日止年度的分類虧損約為49,241,000港元（截至2021年12月31日止年度：135,715,000港元）。

鳳凰衛視中文台及鳳凰衛視資訊台的收入增加10.8%至約698,853,000港元（截至2021年12月31日止年度：630,863,000港元），佔本集團截至2022年12月31日止年度總收入的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420.5%至約379,111,000港元（截至2021年12月31日止年度：72,842,000港元）。

互聯網媒體業務於截至2022年12月31日止年度的收入減少25.2%至約933,245,000港元（截至2021年12月31日止年度：1,247,785,000港元）。截至2022年12月31日止年度互聯網媒體業務的分類虧損約183,407,000港元（截至2021年12月31日止年度：300,346,000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年內中國若干地區爆發新冠病毒的不利影響所致。

截至2022年12月31日止年度之戶外媒體業務收入減少16.7%至約785,341,000港元（截至2021年12月31日止年度：942,977,000港元）。截至2022年12月31日止年度之戶外媒體業務的分類溢利減少44.0%至約115,955,000港元（截至2021年12月31日止年度：207,038,000港元）。

截至2022年12月31日止年度之房地產業務的分類溢利約8,228,000港元（截至2021年12月31日止年度：虧損7,716,000港元）。

業務概覽及前景

2022年，鳳凰衛視多措並舉，深化經營轉型與業態創新，經營表現呈現穩中向好的態勢。董事會主席兼行政總裁徐威先生強調，必須聚焦主業、聚焦國際、聚焦創新、聚焦人才，全力推進整合營銷、跨界合作、能力建設，全面展開內容、渠道、活動創新。本集團堅定立足香港、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。

鳳凰衛視堅守媒體公信力和專業主義精神，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共二十大、中俄、中美、中日元首會晤、江澤民逝世、中國載人航天任務、佩洛西竄訪台灣、俄羅斯閱兵等海內外重大新聞事件。年內，鳳凰衛視全方位、多層次報道了中國國家主席習近平的元首外交，出席上合峰會、G20、APEC系列峰會等，並與美日等多國領導人進行了雙邊會晤。同時，鳳凰衛視秉持大事發生在現場的新聞理念，在俄烏戰事爆發後，派出多路記者深入前線持續報道，堅守媒體專業主義的精神。此外，作為植根香港的國際華語媒體，全面深入報導了香港特首選舉、香港回歸25周年慶典、中央援助香港抗擊第五波疫情等本地重大事件。

2022年，鳳凰衛視成功實施全面改版，80多檔欄目推陳出新，突出新聞立台、突出內容深度，節目形態及視覺效果更契合國際媒體定位。鳳凰衛視香港台將港新聞和港娛樂作為重點，以獨家的新聞報導和點評，贏得本地及其他粵語受眾的廣泛認同，據CSM數據顯示，鳳凰衛視香港台整體頻道平均收視率一度上升42倍，開創了粵語傳播的新局面。鳳凰衛視資訊台注重全天候發稿和大時段新聞，強化第一時間、第一現場的重大新聞直播報導，創新資訊節目的編排方式，人均收視時長增幅達2.7倍。鳳凰衛視中文台推出了一系列有深度、有溫度、具有國際視野的精品節目，收視率（千人）同比增長25.5%，極大豐富視聽敘事的國際傳播內容，提升了國際傳播的話語表達力和影響力，贏得全球華語受眾的好評。

年內，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，彰顯在傳媒、文化等領域的知名度和美譽度。鳳凰衛視節目榮獲多個國際大獎，在「2022紐約國際電視電影節」中，《航拍香港一夜版》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》獲得紀錄片傑出人物類銀獎。在「2022曼谷國際短篇紀錄片獎」中，《冷暖人生》欄目製作的《漸凍人生》獲得最佳短片紀錄片獎。此外，《鳳凰聚焦》、《皇牌大放送》等多檔欄目製作的節目，還分別在「國際傑出傳媒大獎」、

「亞洲電視大獎」、「中國紀錄片學術盛典」中獲得多個獎項，體現出鳳凰衛視國際化的製作水準與實力。

鳳凰衛視持續拓展國際網絡傳播力和影響力。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、社交媒體等多種渠道覆蓋全球，順應了視聽技術數字化、網絡化、智能化的發展趨勢，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。年內，全新升級「鳳凰衛視」官方帳號，全新推出資訊社交品牌「鳳凰資訊」、粵語融媒體品牌「香港V」，海外社交帳號全年用戶增長10倍。未來，鳳凰衛視還將持續輸出創新、精準、定製化的融媒體產品，全面構建立體、多元、融合發展的華語媒體傳播矩陣，並以應用場景的擴展與智慧分發技術，全面提升內容傳播與變現能力。

鳳凰衛視在國際傳播實踐中踐行媒體責任擔當，搭建國際文化交流的平台，推動文化的交融與文明的互鑒，與聯合國教科文組織、聯合國開發計劃署、世界自然基金會等國際組織和機構，建立了廣泛的戰略合作關係，共同舉辦了「2022零碳使命國際氣候峰會」、「2022地球一小時」等高端論壇活動，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，為國際傳播注入新的活力。年內，鳳凰衛視亦舉辦了「影響世界華人盛典」、「鳳凰灣區財經論壇」、「愛心獎頒獎典禮」等品牌活動，攜手合作夥伴聚力共贏，逐步形成可持續的商業模式。

2022年，本集團以內容創新、業態融合、協同經營等發展策略，充分發揮國際化品牌與整合營銷的優勢，積極培育定製化的融媒體產品及服務，進一步拓展媒體品牌、內容、平台、流量以及資源的變現。同時，公司持續推動「台、網、屏、刊、端」全媒體的協同經營，整合全業態的產業鏈和價值鏈，為客戶提供綜合的、定製化的傳播服務，年內，整合營銷項目的成果豐碩，全面改版後的影響力優勢突顯，電視廣告業務企穩回升，促進經營轉型與業務的持續發展。

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」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、線下盛典等領域優勢穩固，並在此基礎上不斷創新，通過演算法和編輯相結合的精準內容推薦、直播、熱點和社區運營等方式，持續優化產品體驗。同時，公司全面推進第三方平台帳號矩陣規劃，目前全網粉絲數持續攀升，商業化前景可觀，並積極佈局優質電商、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」精心打造國際論壇品牌「與世界對話」，強化全球影響力；並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，保持持續的盈利能力。2022年，公司克服疫情及行業總量下滑等不利影響，對媒體資源進行迭代升級，利用網紅及流量經濟，實現國際頂級品牌的收入繼續保持增長，與國內外知名品牌的合作更顯優質。目前，「鳳凰都市傳媒」戶外LED媒體資

源覆蓋全國300多個城市、1000多個屏點，環球網覆蓋亞洲、美洲、歐洲、大洋洲等28個國家和地區，已實現真正意義上的全球採購和全球發佈，全面滿足客戶投放需求。

本集團其他業務板塊亦保持有序發展。集團旗下的「鳳凰週刊」，從單一的雜誌出版，拓展到多媒體融合、多品牌經營的模式，其新媒體品牌「鳳凰WEEKLY」矩陣全網用戶超過3800萬，成為各主要第三方平台頭部媒體大號。在數字科技領域，公司致力於以數字技術與文化產業的融合，推動數字內容產業的發展。

當前，世界之變、時代之變、歷史之變正以前所未有的方式展開，在經濟全球化、文化多樣化、社會信息化的時代背景之下，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，持續發揮鳳凰衛視的公信力、傳播力和影響力，在中國視角、國際視野下更好傳播中華文化、服務全球華人，以饋各界期待。

- 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27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、端」全媒體的協同經營，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
<http://www.irasia.com/listco/hk/phoenixtv/>及 www.hkexnews.hk。