

新傳企劃有限公司（「本公司」）連同其附屬公司（統稱「本集團」）為一家數碼媒體旗艦集團，透過多個數碼媒體平台，向品牌擁有着及廣告代理公司提供一站式綜合廣告解決方案。本公司股份於 2023 年 7 月 17 日於香港聯合交易所有限公司主板上市。

業績

儘管本年度上半年消費市場整體復甦，但宏觀經濟充滿不確定因素，且市場競爭仍然激烈，因此本集團於截至 2023 年 12 月 31 日止年度（「本年度」）的總收入為 220,900,000 港元（2022 年：240,700,000 港元）。數碼廣告收入為 211,500,000 港元（2022 年：229,200,000 港元），仍為主要收入來源，佔本集團總收入 95.8%（2022 年：95.2%）。本集團淨利潤為 14,500,000 港元（2022 年：39,400,000 港元）。不包括上市開支及一次性收入的經調整淨利潤為 22,200,000 港元（2022 年：37,900,000 港元），其反映本集團的核心營運表現。每股基本盈利為 2.8 港仙（2022 年：8.8 港仙）。本集團已建議派付末期股息每股 1.2 港仙（2022 年：無）。

市場回顧

鑒於本年度全球出境旅遊恢復，大多數國家已相對回歸常態。消費氣氛復甦，推動零售活動以及線上業務反彈。因此，品牌再次願意花費在廣告，以提高品牌知名度及推動銷售。營銷活動及推廣支出恢復已對數碼廣告業產生正面影響。

然而，貨幣政策收緊、通脹壓力、加息、地緣政治持續緊張等多項全球性因素導致市場於本年度下半年面臨多重挑戰，使經濟環境波動。鑒於經濟前景不明朗，消費者再次變得謹慎。品牌對市況反應迅速，消費氣氛疲軟已直接影響其廣告支出。

業務回顧

本集團自 2011 年起開展線上業務，目前經營 9 個媒體品牌，包括「新假期」、「東方新地」、「經濟一週」、「新 Monday」、「More」、「GOtrip」、「Sunday Kiss」以及較近期引進的兩個品牌—「SSwagger」及「Madame Figaro」。每個品牌有其專門的主打內容，涵蓋餐飲及本地人氣景點、美饌及烹飪、時尚服飾及美容、旅遊、娛樂新聞、親子及教育、電子產品及遊戲、金融及投資，以及設計師及奢侈品牌。各媒體品牌的目標定位如下：

「**新假期**」—專門提供與時尚生活有關的內容，包括主題飲食潮流、城市遊蹤以至最佳飲食購物優惠、貼士及推介，以滿足不同人士的需求。

「**東方新地**」—提供藝人及名人最新的娛樂八卦新聞及提供娛樂界最新動向。

「**經濟一週**」—提供有關經濟、投資、金融市場及個人理財的最新資訊，主要目標受眾為跟蹤投資及金融市場的專業投資者、白領人士及一般公眾。

「**新Monday**」—提供最新的社會潮流內容，涵蓋線上購物、線上遊戲、電子產品、運動潮流、時裝、娛樂新聞及美容貼士等主題。

「**More**」—目標為女性受眾，涵蓋主題包括時裝、護膚、化妝、健康飲食之營養餐單及婚禮策劃。

「**GOtrip**」—提供全面的旅遊資訊及行程建議，包括本地短線遊、宅度假及世界遊蹤。

「**Sunday Kiss**」—以年輕父母為目標，涵蓋育兒、親子及教育的最新潮流資訊及購物貼士。

「**SSwagger**」—以Z世代社群為目標，內容涵蓋積極且可持續的生活方式、音樂和舞蹈，以及藝術和創意設計趨勢。

「**Madame Figaro**」—為一個涵蓋時裝及美容的高端及享有盛譽的平台，旨於開拓奢侈品市場。

強大的市場實力及廣泛的覆蓋

截至 2023 年 12 月 31 日，本集團有 9 個媒體品牌，涵蓋 9 個網站、10 個 Facebook 粉絲團專頁及 9 個 Instagram 賬號。本集團於數碼市場實力強大，在網站、流動應用程式及第三方社交媒體平台有數百萬訂閱者關注其內容。該等社交媒體參與為廣告商創造一個理想的平台，以與其目前及潛在消費者溝通並收集其反饋以及擴大其可接觸的群體。

本年度後，本集團在香港互動市務商會舉辦之第八屆傳媒轉型大獎中榮獲數個獎項，表彰其於過去一年在運用科技轉型及以創新方式傳遞新聞及資訊方面的努力與卓越表現。「**經濟一週**」榮獲雜誌類別下兩個獎項：「整體—金獎」及「ESG—銅獎」。「**新假期**」榮獲網媒類別下四個獎項：「社交媒體—銀獎」、「流動程式—銀獎」、「整體—銅獎」及「十大最喜愛粉絲專頁」。

廣泛的廣告產品及服務

本集團在多個媒體平台上提供廣泛的廣告產品及綜合服務，包括顯示橫幅、廣告稿及評論、社會動態資訊、以及創意製作及策略性服務（例如搜索引擎優化及分部營銷）。本集團有一個內部平台團隊，致力於透過分析工具分析本集團媒體平台上受眾的行為以了解目標受眾的行為及喜好。

與來自不同行業的客戶建立良好關係

本集團在香港從事媒體行業已超過 20 年，並以其旗艦媒體品牌（包括「**東方新地**」、「**新假期**」、「**新 Monday**」及「**經濟一週**」）而聞名。憑藉在印刷媒體廣告業務的悠久歷史及較早進軍數碼營銷業務，本集團已建立廣泛的客戶網絡。本集團擁有多元化的客戶組合，包括 4A 及非 4A 廣告代理公司、跨國企業及品牌擁有者以至中小型企業，涵蓋各種各樣的商業領域。

前景

自疫情開始以來，媒體格局已發生變化，受眾及廣告商在很大程度上轉向並適應於使用數碼渠道。數碼廣告已成為廣告業的增長動力。本集團已於十年前開展線上業務；憑藉先行者優勢，其將繼續投資提升其數碼平台及升級其內容管理系統，以提供優質且富有創意內容，幫助客戶聯繫目標受眾。本集團亦將加強人工智能及機器學習模型於其平台後端操作的應用，以利用所得數據評估其業務分部表現。

2024 年伊始，面對不明朗的經濟前景，消費者信心仍然疲軟。同時，中國物業市場進一步下滑為全球增長前景蒙上一層陰影。因此，廣告商傾向對其營銷預算維持保守。有鑒於此，本集團將利用其涵蓋廣泛興趣領域的 9 個媒體品牌的多樣性，以吸納不同目標受眾的廣告客戶。本集團亦將透過識別熱門話題加強內容種類，以維持其受眾黏性，這將有助增強其市場實力並維持穩定的業務表現。

財務回顧

資本架構、流動資金及財務資源

於 2023 年 12 月 31 日，本集團現金及現金等價物為 142,700,000 港元（2022 年：19,900,000 港元），主要以港元計值。於 2023 年 12 月 31 日，本集團沒有任何銀行借款（2022 年：21,000,000 港元），因此其負債比率（按債務總額除以權益總額計算）大幅下降至 0.4%（2022 年：31.1%）。充裕的流動資金狀況讓本集團能為未來發展保持高度靈活性。

於 2023 年 12 月 31 日，本集團的流動資產及流動負債分別約為 212,700,000 港元（2022 年：101,300,000 港元）及 36,200,000 港元（2022 年：59,600,000

港元)。本集團的流動比率及速動比率分別為 5.9 (2022 年：1.7) 及 5.9 (2022 年：1.7)。

鑒於本集團於 2023 年 12 月 31 日的財務狀況，董事會認為本集團擁有充足營運資金，以應付其營運及未來發展計劃所需。