

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，向品牌擁有人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

由於市場氣氛疲弱，本集團於截至 2024 年 12 月 31 日止年度（「本年度」）的總收入無可避免地減少至 207,200,000 港元（2023 年：220,900,000 港元）。數碼廣告收入為 199,300,000 港元（2023 年：211,500,000 港元），仍為主要收入來源，佔本集團總收入 96.2%（2023 年：95.8%）。本集團淨利潤為 13,500,000 港元（2023 年：14,500,000 港元）。每股基本盈利為 2.2 港仙（2023 年：2.8 港仙 1）。本集團已建議派付末期股息每股 2.50 港仙。連同中期股息每股 1.67 港仙，全年股息總額為每股 4.17 港仙。

市場回顧

於本年度，地緣政治局勢緊張、全球貨幣政策及美國減息步伐等因素所引致的市場不確定性，繼續影響本地營商環境。訪港旅客及本地消費者的消費模式轉變，以及港元相對強勁，繼續對本地消費市場構成挑戰。各行各業的廣告商普遍面對艱難的商業週期。廣告商對廣告開支保持謹慎，並尋求度身訂造、具成本效益的市場推廣活動。因此，媒體業務的競爭變得激烈。

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」、「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、健康生活及娛樂、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**」— 為一個全面的健康及娛樂資訊平台，提供來自各醫學領域專家的健康及養生秘訣、實用的家庭消費建議，以及最新的娛樂及名人新聞。

「**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 2024 年 12 月 31 日，本集團有 9 個媒體品牌，涵蓋 9 個網站、10 個 Facebook 粉絲專頁、10 個 Instagram 賬號及 3 個小紅書賬號。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。

於本年度後，本集團在香港互動市務商會舉辦之第九屆傳媒轉型大獎中榮獲數個獎項，表彰其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**」榮獲雜誌類別下四個獎項，分別是「整體 — 金獎」、「社交媒體 — 金獎」、「流動程式 — 金獎」及「網站 — 銀獎」。「**新假期**」榮獲三個獎項，分別是網媒類別下「社交媒體 — 銀獎」及「整體 — 銅獎」以及「整體生活消閒資訊大獎」。

「**新 Monday**」榮獲「整體生活消閒資訊大獎」。

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业，涵蓋各種各樣的商業領域。

前景

面對消費模式的轉變及不穩定的市場形勢，本集團預期廣告商整體廣告開支將持續緊縮。廣告商正在改變其廣告策略及宣傳渠道。本集團將迅速回應市場變化及採取適當措施，以提高整體營運效率。本集團將繼續投放資源，增加數碼平台人才、創新及技術，以滿足對數碼廣告解決方案不斷上升的需求，並進一步擴大市場佔有率。

然而，考慮到深圳戶籍居民一簽多行個人遊計劃恢復後人流回升、過去六個月美國多次減息後[可支配]收入增加，以及中央政府及本地政府推出多項刺激經濟措施，本集團對把握市場動力復甦帶來的機遇保持樂觀，並對線上廣告解決方案的長遠增長前景充滿信心。

財務回顧

資本架構、流動資金及財務資源

於 2024 年 12 月 31 日，本集團現金及現金等價物為 150,000,000 港元（2023 年：142,700,000 港元），主要以港元計值。於 2024 年 12 月 31 日，本集團並無任何銀行借款（2023 年：無）。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 2024 年 12 月 31 日，本集團的流動資產及流動負債分別約為 213,100,000 港元（2023 年：212,700,000 港元）及 38,700,000 港元（2023 年：36,200,000 港元）。本集團的流動比率及速動比率分別為 5.5（2023 年：5.9）及 5.5（2023 年：5.9）。

鑒於本集團於 2024 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。