



MEDIA CHINESE INTERNATIONAL LIMITED

世界華文媒體有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(馬來西亞公司編號：200702000044)

(香港股份代號：685)

(馬來西亞股份代號：5090)

致：財經版編輯

【請即時發布】

截至二零二二年九月三十日止 第二季度財務業績

未經審核財務摘要

| | (未經審核) 截至9月30日止3個月 | | | (未經審核) 截至9月30日止6個月 | | |
|-------------------|-----------------------|--------------|-------|-----------------------|--------------|----------|
| | 2022年 千美元 | 2021年 千美元 | 變動百分比 | 2022年 千美元 | 2021年 千美元 | 變動百分比 |
| 營業額 | 36,415 | 30,075 | 21.1% | 66,666 | 58,768 | 13.4% |
| 除所得稅前溢利/(虧損) | 2,028 | 1,762 | 15.1% | 2,155 | (153) | 1,508.5% |
| 除息、稅、折舊及攤銷前 盈利 | 3,394 | 3,313 | 2.4% | 4,919 | 3,014 | 63.2% |

(二零二二年十一月二十八日) 世界華文媒體有限公司(「世界華文媒體」及其附屬公司統稱「本集團」；香港聯交所股份代號：685；馬來西亞證交所股份代號：5090)今天公布其截至二零二二年九月三十日止未經審核之第二季度業績。

截至2022年9月30日止季度，本集團錄得營業額36,415,000美元，較去年同期增加21.1%，出版及旅遊業務均錄得增長，導致本集團的除所得稅前溢利從去年同季度1,762,000美元增加15.1%至2,028,000美元。

本季度除息、稅、折舊及攤銷前盈利為3,394,000美元，較去年同季度增加2.4%或81,000美元。

於本季度，馬來西亞令吉(「馬幣」)及加拿大元(「加元」)兌美元走弱，對本集團營業額及除所得稅前溢利分別產生負面匯兌影響約1,437,000美元及94,000美元。

(a) 出版及印刷

出版及印刷分部的營業額較去年同期 29,594,000 美元增加 10.9%至 32,828,000 美元。該分部於回顧季度錄得除所得稅前溢利 2,230,000 美元，較去年同季度增加 6.6%。

於回顧季度，馬來西亞業務受惠於該國經濟改善，營業額從去年同季度 16,315,000 美元增加 16.3%至 18,972,000 美元。馬來西亞 COVID-19 疫情於 2022 年 4 月進入風土病階段，經濟活動逐步恢復，於 2022 年第二季度錄得較強國內生產總值增長 8.9%（2022 年第一季度：5.0%）及於 2022 年上半年錄得增長 6.9%。受收益增長帶動，馬來西亞分部除所得稅前溢利從去年同季度 496,000 美元上升近四倍至 1,968,000 美元。

於本季度，隨著疫情緩和及社交距離措施放寬，香港經濟繼續緩慢恢復。新一輪政府消費券計劃及保就業計劃進一步帶動市場氣氛。受惠於經濟改善，本集團的香港及台灣業務收益按年增長 5.5%至回顧季度 12,078,000 美元。然而，該分部於本季度的除所得稅前溢利從去年同季度 1,758,000 美元下跌 24.3%至 1,330,000 美元。業績下跌乃主要由於經營成本（尤其白報紙成本及銷售相關開支）上升。

本集團北美業務錄得營業額 1,778,000 美元，較去年同季度 1,829,000 美元略微下降 2.8%。該分部的除所得稅前虧損從去年 163,000 美元擴大至回顧季度 1,068,000 美元，主要由於本季度收取的政府補貼減少。

(b) 旅遊及與旅遊有關服務

隨著多國開放邊境，全球旅遊增加，本集團旅遊分部營業額從去年同季度 481,000 美元上升至回顧季度 3,587,000 美元。收益增長使旅遊分部除所得稅前虧損得以從去年 142,000 美元收窄 71.8%至 40,000 美元。營業額改善主要受惠於北美的業務，隨著當地放寬旅遊限制，境內外旅行團均展開營運。

2022/2023 上半年財政年度

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月，本集團錄得營業額 66,666,000 美元，較去年同期增加 13.4%，乃由於本集團出版及印刷分部以及旅遊分部營業額均錄得增長。

營業額改善導致本集團於六個月期間錄得除所得稅前溢利 2,155,000 美元，去年同期則錄得除所得稅前虧損 153,000 美元。

因此，本集團的除息、稅、折舊及攤銷前盈利從去年同期 3,014,000 美元增加 63.2%至 4,919,000 美元。

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月，馬幣及加元兌美元走弱，對本集團於本期間的經營業績產生負面匯兌影響。倘撇除匯兌影響，本集團營業額及除所得稅前溢利的增長則分別約為 10,387,000 美元及 2,391,000 美元。

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月之每股基本盈利為 0.06 美仙，去年同期則為每股基本虧損 0.03 美仙。於 2022 年 9 月 30 日，本集團之現金及現金等價物及短期銀行存款總額為 90,894,000 美元，較 2022 年 3 月 31 日減少 4.6%。本公司擁有人應佔每股資產淨值為 8.76 美仙，本集團之淨資本負債比率為零。

董事會宣布就截至 2022 年 9 月 30 日止 6 個月不派發任何股息(2021/2022 年度：無)。

展望

對於餘下季度的展望，世界華文媒體集團行政總裁張裘昌先生表示：「隨著 2022 年社交距離規例放寬及多國開放邊境，全球經濟開始復甦，國際貿易及旅遊正在恢復。然而，地緣政治爭端不斷，使供應鏈受影響及物流成本上漲，加上多國通脹升溫及貨幣走弱，可能使全球經濟復甦蒙上陰霾。

然而，除非出現不可預見的情況，否則本集團預期本集團核心市場經濟將可能於 2022/2023 財政年度下半年持續改善。香港放寬檢疫規定有利於本集團旅遊業務，而馬來西亞於 2022 年最後一季舉行第 15 屆大選，該市場的廣告開支將可能上升，本集團預期該等市場的業務將受惠於未來季度的商機。同時，本集團將維持嚴謹的成本控制同時致力推出更多內容策展及跨平台廣告解決方案。」張先生總結。

