



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】

截至二零二三年三月三十一日止 第四季度財務業績

未經審核財務摘要

	(未經審核)			截至3月31日止年度		
	截至3月31日止3個月			截至3月31日止年度		
	2023年 千美元	2022年 千美元	變動百分比	2023年 千美元	2022年 千美元	變動百分比
營業額	31,371	29,841	5.1%	132,655	122,387	8.4%
除所得稅前(虧損)/溢利	(1,830)	(199)	-819.6%	1,707	1,999	-14.6%
除息、稅、折舊及攤銷前 (虧損)/溢利	(565)	1,406	-140.2%	7,102	8,284	-14.3%

(二零二三年五月二十九日) 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)今天公布其截至二零二三年三月三十一日止未經審核之第四季度業績。

本集團於 2022/2023 年度第四季度的營業額由去年同季的 29,841,000 美元增長 5.1%至 31,371,000 美元。有關增長得益於本集團的旅遊業務，隨著全球旅遊復甦，該業務繼續保持增長勢頭，營業額由去年同季的 233,000 美元增長十二倍至 2,869,000 美元。另一方面，本集團出版及印刷分部的營業額由去年的 29,608,000 美元減少 3.7%至 28,502,000 美元。儘管本集團核心市場的經濟已開始正常化，惟市場改善動力因成本上升及消費者需求疲軟而減弱。

儘管營業額有所增長，本集團於回顧季度錄得除所得稅前虧損 1,830,000 美元，較去年同季的 199,000 美元虧損有所擴大。這主要由於經營成本增加及本季度收到的政府補助減少，此乃主要由於根據《2022 年僱傭及退休計劃法例(抵銷安排)(修訂)條例》為本集團的香港僱員提供的長期服務金撥備增加約 1,160,000 美元。

本集團於回顧季度的除息、稅、折舊及攤銷前虧損為 565,000 美元，而去年同季則為除息、稅、折舊及攤銷前盈利 1,406,000 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，對本集團的營業額產生約 964,000 美元的負面匯兌影響，並對本集團的除所得稅前虧損產生約 6,000 美元的正面匯兌影響

(a) 出版及印刷

於回顧季度，出版及印刷分部的營業額由去年錄得的 29,608,000 美元減少 3.7%至 28,502,000 美元。減少主要由於本集團馬來西亞業務的收益貢獻減少，部分被所有其他出版及印刷分部收益增加所抵銷。

儘管馬來西亞經濟有所改善，惟本集團馬來西亞業務於本季度的營業額較去年同季的 19,007,000 美元減少 8.2%至 17,442,000 美元。此乃主要由於基準年效應而導致該業務的廣告收益減少，原因為在該國於 2021 年 10 月取消所有行動限制後，廣告市場於去年同季出現強勁復甦。在政府放寬冠狀病毒控制措施及入境檢疫要求後，香港經濟恢復正常活動。本集團香港及台灣分部的營業額由去年的 8,673,000 美元增長 4.2%至 9,037,000 美元。與此同時，本集團北美分部的營業額亦較去年同季的 1,928,000 美元增加 4.9%至 2,023,000 美元，主要由於其發行收益增長。

出版及印刷分部於本季度錄得除所得稅前虧損 1,387,000 美元，而去年同季則錄得除所得稅前溢利 363,000 美元，與一年前相比，所有部門的表現都較差。

業績下滑主要由於本集團的馬來西亞業務表現疲弱，其除所得稅前溢利由去年同季的 1,759,000 美元減少 44.5%至 976,000 美元。此乃主要由於營業額減少以及報紙及勞工成本增加。

儘管營業額有所改善，本集團香港及台灣業務的除所得稅前虧損由去年同季的 1,496,000 美元擴大至 1,903,000 美元。這主要是由於長期服務金撥備增加約 1,129,000 美元。儘管收入增長，惟北美業務錄得除所得稅前虧損 460,000 美元，去年則為除所得稅前溢利 100,000 美元，主要由於本季度缺乏政府補助。

(b) 旅遊及與旅遊有關服務

於回顧季度，本集團旅遊分部的營業額由去年呈報的 233,000 美元增長超過 12 倍至 2,869,000 美元。隨著全球旅運增加及人們恢復假期旅行，本集團的所有旅遊業務收益均有所增長。在營業額改善的推動下，旅遊分部的除所得稅前虧損由去年同季的 391,000 美元收窄至 336,000 美元。

2022/2023 財政年度

截至 2023 年 3 月 31 日止年度，本集團的營業額增長 8.4% 至 132,655,000 美元，較去年錄得的 122,387,000 美元增加 10,268,000 美元。增長主要由於本集團旅遊分部的營業額有所改善，由上一個財政年度的 1,110,000 美元大幅增長至 10,471,000 美元。然而，本集團出版及印刷分部的營業額僅由去年的 121,277,000 美元輕微增長 0.7% 至 122,184,000 美元。儘管營業額有所增長，惟本集團於本年度的除所得稅前溢利由去年的 1,999,000 美元下跌 14.6% 至 1,707,000 美元，由於收益增長大部分被長期服務金撥備增加及政府補助減少所抵銷。本年度的除息、稅、折舊及攤銷前盈利為 7,102,000 美元，較去年的 8,284,000 美元減少 14.3%。

於 2022/2023 財政年度，馬幣及加元兌美元走弱，分別對本集團的營業額及除所得稅前溢利產生約 5,485,000 美元及 219,000 美元的負面匯兌影響。

截至 2023 年 3 月 31 日止年度之每股基本虧損為 0.01 美仙，去年則為每股基本盈利 0.02 美仙。於 2023 年 3 月 31 日，本集團之現金及現金等價物及短期銀行存款總額為 93,573,000 美元，較 2022 年 3 月 31 日減少 1.8%。本公司擁有人應佔每股資產淨值為 9.09 美仙，本集團之淨資本負債比率為零。

董事會宣布派發截至 2023 年 3 月 31 日止年度中期股息每股普通股 0.15 美仙(2021/2022 年度：股息 0.15 美仙)，將於 2023 年 7 月 7 日派付。

展望

對於下一財政年度的展望，世界華文媒體集團行政總裁張裘昌先生表示：「由於高通脹及利率高企將繼續拖累世界經濟復甦，預期 2023 年全球經濟將有所放緩。此外，持續的地緣政治衝突預期繼續干擾全球經濟活動。經濟下調亦將繼續影響數碼廣告業務，該業務於 2022 年已從疫情期間互聯網使用量飆升的高增長時期大幅放緩。」

就此而言，本集團認為，由於高通脹壓力將令消費者及企業情緒受壓，從而對市場的廣告支出產生不利影響，下一個財政年度對其出版及印刷分部仍將充滿挑戰。此外，不斷上升的經營成本將對該分部的盈利能力構成下行壓力。然而，一項正面消息是，預期目前處於高位的白報紙價格將於中短期內逐漸回落，這將為該分部於下一個財政年度的業績作出貢獻。

當今媒體行業面臨的最大挑戰之一是人工智能的影響。雖然人工智能為媒體公司提供了發展及創新的機會，但也帶來了需要解決的重大挑戰。展望未來，本集團將繼續制定策略以適應該等技術變革，從而利用人工智能的潛力，同時降低相關風險。

隨著中國內地開放邊境及香港放寬入境要求，本集團希望其旅遊業務於來年將繼續復甦。然而，旅遊分部仍面臨若干疫情後挑戰，包括航空公司運力有限、航班及住宿成本增加以及部分國家政治不穩。儘管面臨該等挑戰，本集團仍在積極探索適應及創新的機會，以滿足遊客不斷變化的偏好及期望。透過與航空公司合作及開發新產品，並強調健康與安全措施的重要性，預期本集團於旅遊市場上仍保持競爭力。

展望未來，本集團將繼續專注於成本優化，尋求進一步提高其營運效率的方法，同時利用各業務單位之間的協同效應，探索發展其現有及新興市場的機會。這將使本集團能夠應對充滿挑戰的業務環境，並保持高效及有效地營運。」張先生總結。

- 完 -

