

財 務 資 料

閣下應結合本文件附錄一會計師報告所載經審核綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀以下討論與分析。綜合財務報表乃遵照國際財務報告準則會計準則編製。

以下討論與分析包含前瞻性陳述，反映我們對未來事件及財務表現的當前觀點，當中涉及風險與不明朗因素。相關陳述建基於我們根據過往經驗、對歷史事件的理解、當前狀況及預期未來發展所作出的假設及分析，以及我們認為在具體情況下合適的其他因素。受若干因素影響，我們的實際業績可能與該等前瞻性陳述所預期的結果存在重大差異。在評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件「風險因素」及「前瞻性陳述」各節所載資料。

概 覽

根據MPA數據，按2025年收益及2025年平均月活躍用戶計，我們是東南亞領先數字媒體娛樂集團之一。此領導地位彰顯我們的業務規模、內容與IP廣度(涵蓋劇集、格式、角色、音樂及藝人形象)以及通過不同平台服務印尼及區域受眾的能力。我們的品牌在印尼家喻戶曉。我們以高效的端到端營運模式為核心，覆蓋內容構思、分銷、IP創作以至全生命周期的變現，多元實力構成我們實現增長與差異化的基石。在此背景下，我們的業務架構圍繞兩大互補核心領域—內容與IP製作巨擘及全渠道分銷與IP管理。

我們的核心業務模式構成一條端到端價值鏈—始於構思與製作，再透過對內容及藝人IP的嚴謹管理，經由多元化的分銷渠道觸達受眾；上述渠道涵蓋OTT平台、線性廣播、授權及社交媒體，共同構成一個完整的全方位數字娛樂生態系統。此全方位模式劃分為四大關鍵支柱：內容與IP製作、內容與IP管理、內容與IP分銷、媒體智慧與廣告解決方案引擎。每一支柱均扮演關鍵角色，確保從創意概念到受眾互動的無縫流轉，並輔以數據驅動的洞察，強化整個生態系統內的決策品質。

呈 列 基 準

我們於往績記錄期間的綜合全面收益表、綜合財務狀況表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，反映本集團在各相應存續期間及各相應期末(視適用情況而定)的業績、財務狀況及現金流量。

過往財務資料乃遵照國際財務報告準則會計準則編製。所有適用於2025年1月1日起計會計期間的國際財務報告準則會計準則(包括相關過渡條文)已於整個往績記

財務資料

錄期間貫徹應用。除「附錄一 — 會計師報告」附註2會計政策所披露者外，過往財務資料按歷史成本慣例編製。所有集團內交易及結餘已於綜合入賬時全數對銷。

影響我們經營業績的關鍵因素

我們相信，以下為影響我們經營業績的關鍵因素：

我們以合理成本製作高品質及受歡迎內容與IP的能力

我們是印尼一家數字媒體娛樂公司，通常基於我們豐富的原創IP儲備，為各類媒體平台創作高收視率的劇集、電影、動畫及真人秀。於往績記錄期間，我們來自內容及IP授權業務線的收益在2023年、2024年及2025年分別為1,024,927百萬印尼盾、1,086,201百萬印尼盾及1,055,610百萬印尼盾，佔同期總收益的35.3%、33.5%及27.5%。我們開發高品質IP資產儲備及製作高收視率內容的能力直接驅動收益，原因為內容授權費受到我們製作內容的受歡迎程度及收視率影響。我們的製作生態系統由七個專業部門組成，共同製作劇集、真人秀、資訊娛樂、動畫、原創作品及微短劇，在2023年、2024年及2025年分別製作約13,318集、13,191集及14,950集內容。

未來收益增長取決於我們能否進一步開發質素上乘的原創IP，以及我們的內容能否獲得授權合作夥伴與受眾的青睞。通過提高收視率及受眾互動度，我們能夠從OTT平台以及FTA及收費電視頻道談判中獲得更高的授權費用、調高自有平台上的廣告費率，並為Vision+帶動更多訂閱轉化。我們製作高品質及受歡迎內容與IP的能力，建基於參與內容開發、製作及推廣的業內專業人士，包括才華橫溢的編劇、導演及演員、拍攝與製作團隊，以及宣傳機構。我們營運一個規模化的藝人生態系統（包括獨家藝人及創作者）及多個製作單位，為持續產出與品質提供支持。我們相信，作為一家擁有經證實往績的數字媒體娛樂公司，我們未來能夠憑藉市場領導地位、原創IP儲備及領先業內專業人士的優質服務，持續製作高品質且受歡迎的內容。

我們吸引廣告商的能力

我們部分收益來自線上廣告服務，而此直接受我們吸引廣告商的能力所影響。於往績記錄期間，我們來自線上廣告分部的收益在2023年、2024年及2025年分別為921,356百萬印尼盾、836,652百萬印尼盾及856,913百萬印尼盾，佔同期總收益的31.7%、25.8%及22.4%。我們的線上廣告收益源自於專有AVOD平台RCTI+上售賣的OTT廣告。線上廣告收益主要取決於廣告投放量、我們可要求的廣告費率以及我們測量解決方案的有效性。上述因素又受我們的受眾觸達率與互動指標、觀眾人口結構以及我們向廣告商展示可量化投資回報的能力所影響。更大規模且互動度更高的受眾基礎，讓我們能夠以更高的費率提供更多廣告位。因此，印尼廣告支出變化、廣告競爭格局以及我們的受眾觸達率與互動水平構成我們線上廣告收益的關鍵決定因素。

財 務 資 料

此外，我們通過Mediate（旗下集中式媒體智能及廣告解決方案部門）從媒體庫存交易業務中產生收益。Mediate以具競爭力的價格向電視廣播公司、OTT平台及數字出版商等媒體所有者大量採購媒體庫存，再將該等庫存轉售予我們的客戶（主要包括廣告商及代理機構）。此業務所得收益於我們的內容、IP及其他分部項下媒體及藝人代理類別入賬。於往績記錄期間，我們來自媒體庫存交易業務的收益整體按期增加。我們持續發展此業務的能力取決於多項因素，包括我們採購媒體庫存的規模及條款、我們維持及深化與廣告商及代理機構關係的能力，以及我們管理定價及利潤率的能力。

我們為串流平台吸納訂戶的能力

於往績記錄期間，我們的訂閱服務收益主要來自提供獨家劇集、微短劇、原創作品及體育內容的高端SVOD平台—Vision+。於2023年、2024年及2025年，我們的訂閱收益分別為530,418百萬印尼盾、735,537百萬印尼盾及869,173百萬印尼盾，分別佔同期總收益的18.3%、22.7%及22.6%。我們的訂閱業務構成整合漏斗其中一部分：免費廣告支持平台RCTI+構築漏斗頂端的受眾，而Vision+則透過針對性的升級銷售轉化高意向觀眾。

我們的訂閱收益直接受到付費訂戶數量、我們提供的訂閱定價以及訂戶留存率所影響。截至2025年12月31日，Vision+擁有接近39百萬月活躍用戶及4.9百萬月活躍訂戶，每位訂戶的平均每日觀看時長約為1小時20分鐘，而全體用戶（包括免費及付費用戶）的平均每日觀看時長約為126分鐘，流失率介乎5%至9%之間。在可支配收入增加、優質本地內容、體育內容以及電訊寬頻捆綁套餐的推動下，印尼SVOD家庭滲透率已從2020年的7%增長逾倍至2025年的17%，預計到2030年將達到22%。我們吸引及挽留訂戶的能力取決於多項因素，包括能否持續提供獨家本地劇集、原創作品、微短劇及優質體育節目，以及我們執行CTV預裝與電訊寬頻捆綁策略的成效。因此，我們優質內容的品質、訂閱定價以及與電訊合作夥伴關係的有效性，構成影響我們訂閱收益的關鍵因素。

我們維持有效成本管理及營運效率的能力

我們維持有效成本管理及營運效率的能力，對我們的財務表現及長期盈利能力至關重要。我們的成本基礎主要受內容成本、其他計入銷售及服務成本的製作相關開支以及一般及行政開支所驅動。我們在支持業務增長及提升內容與服務的同時控制該等成本的能力，直接影響我們的利潤率及整體經營業績。

我們設法將毛利率維持於健康水平，同時致力優化數字及製作成本、增強數字平台變現能力以及提升服務組合的利潤率。同時，我們亦著力管理營運開支。銷售及營銷開支由2023年的18,277百萬印尼盾減少至2024年的13,685百萬印尼盾，並進一步減少至2025年的9,557百萬印尼盾，而一般及行政開支則由2023年的528,440百萬印尼盾增加至2024年的593,099百萬印尼盾，其後於2025年減少至453,455百萬印尼盾。因此，我們的純利由2023年的169,544百萬印尼盾增加至2024年的395,584百萬印尼盾，並進一步增加至2025年的966,986百萬印尼盾，而純利率亦由2023年的5.8%提升至2024年及2025年分別12.2%及25.2%。上述增長亦受惠於同期其他收入淨額增加及

財務資料

融資成本下降。我們維持並進一步改善成本結構及營運效率的能力將構成未來表現的關鍵因素。透過持續收緊成本管理、營運改善及規模效益措施，我們將能夠在增長過程中更靈活地應對收益波動，並維持健康的利潤率。

我們管理營運現金流的能力

我們的收益直接來自或由多方結算，包括線上視頻平台、線性頻道及第三方分銷商。我們通常會在開拍前預售原創劇集，並僅於相關播映權已提供或轉讓予客戶時方收取款項，因而影響我們的營運資金需求，並可能導致為彌補製作支出與收益收款之間的時間差而增加融資成本。

我們的現金流及盈利能力亦受客戶能否及時就我們提供的服務結付款項所影響。儘管相關協議通常約定根據其中規定的里程碑付款時間表一次性或分期付款，但收款延遲仍會增加我們的營運資金需求，並可能需要額外融資。此外，我們來自AVOD服務的廣告收入以及來自SVOD服務的訂閱收入貢獻經常性現金流入，部分抵銷貿易應收款項在收款時間上的波動性。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的貿易應收款項分別為1,118,103百萬印尼盾、1,409,549百萬印尼盾及1,424,525百萬印尼盾。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的貿易應收款項周轉天數分別為136天、153天及142天。我們預期，及時收回貿易應收款項的能力將持續構成維持流動性及擴張步伐的關鍵。我們的貿易應付款項主要包括應付供應商（主要與內容製作相關）的款項。我們的貿易應付款項由截至2023年12月31日的583,275百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日的646,847百萬印尼盾，再增加至截至2025年12月31日的709,454百萬印尼盾。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的貿易應付款項周轉天數分別為89天、117天及103天。儘管貿易應付款項增加可為我們提供部分製作成本資金，並減輕即時現金流出壓力，但同時亦意味著我們需要審慎管理付款條款及與供應商的關係。

我們能否以平衡方式管理現金流入及流出構成整體營運資金管理的重要環節。我們將針對客戶維持嚴格的信貸控制、優化供應商付款條款及改善現金轉換周期，藉此支持增長、為內容投資提供資金及保持盈利能力。

監管環境與行業趨勢

劇集製作與分銷通常受到影響印尼劇集產業的政府法規與政策不斷演變以及瞬息萬變的市場趨勢所約束。適用於我們行業的政府政策與法規可能影響我們的收益機會及成本結構。根據MPA數據，印尼數字媒體娛樂市場預計將由2020年的25億美元增長至2030年的53億美元，十年間複合年增長率為7.7%，其驅動力來自數字化快速普及、本地內容需求上升以及多平台變現。據MPA表示，預計印尼劇集市場將復甦，投資額有望於未來數年增長。

政府政策變化可能從多方面影響我們的收益。政府政策變化可能影響我們內容分銷的時機與定價。此外，任何有關劇集投資、開發、製作、分銷及播映的行業法

財 務 資 料

律或法規變動，亦將相應影響我們的營運。影響劇集數量與長度或產品植入的相關法規將對我們的收益構成相應影響。

重大會計政策、判斷及估計

本文件「附錄一—會計師報告」附註2載有若干重大會計政策資料，對於理解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

我們部分會計政策要求我們應用與會計項目相關的估計及假設，並作出複雜判斷。我們所採用的估計及假設以及我們在應用會計政策時作出的判斷，對我們的財務狀況及經營業績具有重大影響。我們的管理層持續根據過往經驗及其他因素（包括行業慣例及對在具體情況下被視為合理的未來事件的預期）評估該等估計、假設及判斷。於往績記錄期間，我們的管理層所採用的估計或假設與實際業績並無任何重大偏差，且我們並未對該等估計或假設作出任何重大變動。我們預期該等估計及假設不會於可見未來出現任何重大變動。請參閱「附錄一—會計師報告」附註3。

關鍵綜合全面收益表項目說明

下表載列所示期間的選定綜合全面收益表項目：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
收益	2,905,591	3,238,780	3,832,796
銷售及服務成本	(2,142,126)	(2,245,627)	(2,751,503)
毛利	763,465	993,153	1,081,293
銷售及營銷開支	(18,277)	(13,685)	(9,557)
一般及行政開支	(528,440)	(593,099)	(453,455)
融資成本	(14,494)	(9,588)	(6,633)
其他收入淨額	14,354	71,156	419,648
除稅前溢利	216,608	447,937	1,031,296
所得稅開支	(47,064)	(52,353)	(64,310)
年內溢利	169,544	395,584	966,986
應佔：			
母公司擁有人	168,714	382,716	958,445
非控股權益	830	12,868	8,541
	169,544	395,584	966,986

財 務 資 料

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
其他全面收益／（虧損）：			
不會於後續期間分類為損益的項目			
（扣除稅項）：			
指定按公平值計入其他全面收益的股權			
投資：			
公平值變動	(101,270)	(143,314)	(83,603)
重新計量離職後福利	(2,039)	1,961	(1,584)
年內全面收益總額	66,235	254,231	881,799
應佔：			
母公司擁有人	65,405	241,363	873,258
非控股權益	830	12,868	8,541
	66,235	254,231	881,799

收益

於往績記錄期間，我們的收益源自三大分部，分別為(i)內容、IP及其他；(ii)線上廣告；及(iii)訂閱。請參閱「業務—收益模式與變現」。

下表載列我們於所示期間按分部劃分的收益明細（絕對金額及佔我們總收益的百分比）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比	金額	佔總收益百分比
	百萬印尼盾，百分比除外					
內容、IP及其他						
內容及IP授權	1,024,927	35.3	1,086,201	33.5	1,055,610	27.5
媒體及藝人代理	428,890	14.7	580,390	18.0	1,051,100	27.5
小計	1,453,817	50.0	1,666,591	51.5	2,106,710	55.0
線上廣告	921,356	31.7	836,652	25.8	856,913	22.4
訂閱	530,418	18.3	735,537	22.7	869,173	22.6
總計	2,905,591	100.0	3,238,780	100.0	3,832,796	100.0

內容、IP及其他

內容、IP及其他分部包括來自以下項目的收益：(i)內容及IP授權及(ii)媒體及藝人代理業務。媒體及藝人代理業務涵蓋藝人管理、通過Mediate進行的廣告交易業務、媒體代理服務、通過StarHits平台提供的多頻道網絡（「MCN」）服務，以及音樂品牌及發行活動。

財務資料

內容及IP授權子分部：內容授權所得收益取決於授權安排的數量及每次授權的價格，而該等價格可能因每個項目的性質及規模而異。IP授權所得收益來自授權及管理IP相關項目，並受項目規模及我們所授權或管理IP資產的廣度所影響。此收益來源亦包括透過MNC Pictures所管理頻道從Google AdSense獲得的收入。

媒體及藝人代理子分部：藝人管理所得收益源於代表及管理藝人、網紅及其他創意專業人士，包括代言、出場、內容合作及其他商業活動所產生的費用及佣金。媒體庫存交易業務（即我們以較具競爭力的價格從第三方大量採購媒體庫存，再將該等庫存轉售予客戶（主要為廣告商或代理機構））所得收益根據相關媒體庫存隨時間確認。媒體代理業務所得收益來自我們為廣告商提供綜合代理服務所賺取的費用，包括媒體策略與規劃、媒體採購、活動執行、表現優化及其他相關諮詢服務。MCN服務所得收益包括透過PT SMN所管理頻道從Google AdSense獲得的收入以及通過StarHits執行數字內容營銷服務的收入。我們亦從音樂品牌及發行活動產生收益，包括音樂內容製作、分銷、授權及變現。

於往績記錄期間，來自內容、IP及其他分部的收益有所增加，主要歸功於媒體及藝人代理分部的收益增長。受惠於宏觀經濟狀況改善帶動廣告商整體廣告開支上升，我們的媒體代理服務收益於期內大幅增加。隨著業務擴展，旗下MCN業務亦穩步增長。與此同時，我們日益借助端到端數字內容營銷活動將MCN內容變現，而非僅僅依賴來自Google AdSense的收益。此外，於往績記錄期間，隨著我們擴展及壯大媒體庫存交易業務的規模，相應收益整體按期增加。

線上廣告

線上廣告分部指旗下AVOD平台RCTI+上廣告投放所產生的收益，其表現受廣告投放量及廣告投放總金額所影響。

於往績記錄期間，線上廣告收益經歷先下跌後溫和增長的走勢，主要由於我們自2024年起策略性地轉為更著重將用戶轉化為Vision+平台的付費用戶。作為此策略的一部分，我們逐步減少RCTI+上免費內容的供應，並更專注引導用戶訂閱Vision+的收費服務。此過渡導致免費內容的廣告投放量下降，繼而令線上廣告收益減少。縱然此舉於短期內削弱線上廣告收益，但有助實現我們加強經常性訂閱收益及提升數字平台長期變現能力的整體目標。

訂閱

訂閱收益主要指來自SVOD平台Vision+的收益，即用戶為獲取優質內容庫及平台功能而支付的費用。

財務資料

訂閱收益於往績記錄期間整體有所增加，主要歸功於Vision+付費用戶數目增長。該增長受惠於平台所提供優質內容(包括多項特別活動，尤其體育相關節目)成功提升用戶參與度及鼓勵訂閱。此外，我們藉由擴大Vision+的原創內容及微短劇組合提升其內容吸引力，於往績記錄期間成功促進用戶獲取量及留存率。

銷售及服務成本

我們的銷售及服務成本主要包括(i)數字成本，包括雲端基礎設施、內容傳遞網絡(協助我們將視頻流暢傳送予用戶)以及其他支援旗下平台(包括RCTI+及Vision+)的技術服務費用。數字成本亦包括我們為RCTI+採購第三方內容的款項及向第三方授權內容的成本；(ii)製作成本，即與創作我們自家內容直接相關的成本，當中包括支付予演員及其他藝人的費用、製作人員開支、設備租賃、工作室租賃，以及後期製作成本(如剪輯、音效設計及視覺效果)；(iii)訂閱成本，即我們就Vision+平台相關支援服務向第三方服務供應商支付的直接費用，當中包括內容供應商、設計服務供應商、支付網關供應商、軟件服務供應商，以及其他技術及服務供應商；(iv)直接廣告成本，即與媒體庫存採購相關的開支；(v)折舊及攤銷(以內容資產為主)；(vi)僱員福利開支，包括直接參與製作及交付我們內容及服務的員工的薪金、獎金及其他福利；及(vii)其他，主要指直接歸屬於提供產品及服務的其他成本。

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售及服務成本明細(絕對金額及佔銷售及服務成本總額百分比)：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	佔總成本 百分比	金額	佔總成本 百分比	金額	佔總成本 百分比
百萬印尼盾，百分比除外						
數字成本	781,075	36.5	738,167	32.9	744,367	27.1
製作成本	668,015	31.2	533,045	23.7	476,294	17.3
訂閱成本	267,333	12.5	435,323	19.4	411,779	15.0
直接廣告成本	100,110	4.7	210,706	9.4	774,235	28.1
折舊及攤銷	200,439	9.3	215,061	9.6	241,045	8.8
僱員福利開支	125,144	5.8	112,460	5.0	103,133	3.7
其他	10	0.0	865	0.0	650	0.0
	2,142,126	100.0	2,245,627	100.0	2,751,503	100.0

我們的數字成本於2023年至2024年間有所減少，主要由於RCTI+內容授權費減少，加上數字基礎設施的成本效益有所提升，此乃受雲端基礎設施及內容傳遞網絡的優化，以及支持RCTI+及Vision+數字業務的技術資源管理更為高效所帶動。於2024年及2025年，我們的數字成本相對維持穩定。

財 務 資 料

我們的製作成本於往績記錄期間按期減少，主要由於內容製作流程的成本效益有所提升，反映我們精簡內容創作的成效，包括更有效地運用製作資源、更嚴格控制藝人及工作人員開支，以及更廣泛利用現有內容庫及更具成本效益的製作模式。

我們的訂閱成本由2023年的267,333百萬印尼盾大幅增加至2024年的435,323百萬印尼盾，主要受惠於訂戶群增長及SVOD平台內容供應擴充。隨著訂戶數目增加，應付第三方服務供應商的費用亦有所上升。此外，我們持續提升平台所提供內容的多元性及質素，包括購入額外特許內容及整合配套數字服務，此舉亦導致訂閱業務相關成本增加。我們的訂閱成本其後由2024年的435,323百萬印尼盾微跌至2025年的411,779百萬印尼盾，主要由於(i)我們減少與收費電視頻道的捆綁產品，藉此降低相關訂閱成本；及(ii)我們持續致力強化訂閱獲取及留存策略，力求於擴大付費用戶群及加強內容供應的同時控制訂閱成本。

我們的直接廣告成本(即產生廣告交易業務收益的直接成本)由2023年的100,110百萬印尼盾增加至2024年的210,706百萬印尼盾，並於2025年持續大幅增加至774,235百萬印尼盾，主要原因在於媒體庫存相關媒體採購隨著媒體庫存交易業務規模擴張而有所增加。

我們的折舊及攤銷開支於往績記錄期間按期上升，主要由於加大力度投資內容資產並錄得相應攤銷所致。

於往績記錄期間，我們的僱員福利開支按期減少，主要受惠於持續推行組織效率舉措及優化人力資源配置。期內，我們精簡若干營運職能，並改善各業務單位的資源分配，從而令整體人員相關開支減少。此外，就若干內容創作活動而言，我們按項目制採購製作團隊及相關人員，而非以全職僱員形式聘用，藉此提升人力需求管理靈活性，從而降低整體僱員福利開支。

財 務 資 料

毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按分部劃分的毛利（絕對金額）及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	百萬印尼盾，百分比除外					
內容、IP及其他	317,530	21.8%	552,770	33.2%	500,106	23.7%
線上廣告	272,614	29.6%	207,691	24.8%	205,040	23.9%
訂閱	173,321	32.7%	232,692	31.6%	376,147	43.3%
總計	763,465	26.3%	993,153	30.7%	1,081,293	28.2%

我們的毛利由截至2023年12月31日止年度的763,465百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日止年度的993,153百萬印尼盾，主要歸功於內容、IP及其他分部以及訂閱分部的收益上升。我們的毛利率由截至2023年12月31日止年度的26.3%提升至截至2024年12月31日止年度的30.7%，主要由於(i)內容、IP及其他分部的毛利率由2023年的21.8%顯著上升至2024年的33.2%，歸功於(a)現有內容庫的變現貢獻增加，其中折舊及攤銷開支對銷售及服務成本的貢獻保持穩定；及(b)數字成本及製作成本下降；(ii)利潤率較高的訂閱業務所產生貢獻增加；及(iii)整體收益增幅超越銷售及服務成本的增長，反映期內成本管理有所改善。2024年毛利及毛利率的增長，部分被線上廣告分部毛利及毛利率下降所抵銷，主要由於我們策略性轉向訂閱業務，導致線上廣告收益下降，加上廣告環境更為審慎，部分廣告商將預算重新分配至其他數字平台，影響填充率及定價。

我們的毛利由2024年的993,153百萬印尼盾增加至2025年的1,081,293百萬印尼盾，主要由於訂閱業務收益上升，與平台增加獨家內容及特別活動帶動付費用戶基礎增長相符。儘管毛利有所增加，惟毛利率由2024年的30.7%下降至2025年的28.2%，歸因於(i)內容、IP及其他分部的毛利及毛利率下降，主要反映媒體庫存交易業務的貢獻增加，該業務相較我們其他收益來源通常產生較低利潤率，原因在於此業務線對我們而言屬相對較新的業務，我們現階段的策略聚焦於擴大市場份額，並與廣告商及合作夥伴建立關係；及(ii)線上廣告分部的毛利及毛利率持續下降，歸因於RCTI+平台上的可變現庫存擴張有限，且廣告投放量相對停滯。2025年整體毛利率下降，部分被訂閱業務毛利率上升所抵銷，而此乃受惠於訂戶群增長，加上Vision+的內容及平台營運成本效益提升，帶動經營槓桿增強。

財 務 資 料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支主要包括與我們旗下產品、平台、服務及品牌相關的推廣活動及營銷開支。下表載列我們於所示期間的銷售及營銷開支明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
推廣開支	12,914	9,744	7,056
營銷開支	4,941	1,669	1,023
其他 ⁽¹⁾	422	2,272	1,478
總計	18,277	13,685	9,557

附註：

(1) 主要指營銷活動所產生的招待開支。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支主要包括(i)與一般及行政活動相關的折舊及攤銷；(ii)僱員福利開支；(iii)維修及保養開支；(iv)水電費；(v)專業服務費；(vi)租金開支；(vii)其他資產及貿易應收款項減值及減值撥回；(viii)[編纂]；及(ix)其他（主要指授權開支、外包開支及交通相關開支）。下表載列我們於所示期間的一般及行政開支明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
折舊及攤銷	188,498	177,555	178,886
僱員福利開支	190,735	203,309	191,413
維修及保養開支	33,028	33,062	42,820
水電費	23,146	40,774	65,249
專業服務費	17,931	22,478	24,420
租金開支	14,040	13,035	12,255
其他資產減值／(減值撥回)	—	57,498	(57,498)
貿易應收款項減值	33,883	38,677	2,398
貿易應收款項減值撥回	(10,268)	(27,177)	(46,167)
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	37,447	33,888	25,543
總計	528,440	593,099	453,455

財 務 資 料

融資成本

我們的融資成本主要包括(i)銀行收費；(ii)利息開支；及(iii)其他，主要指計息銀行借款相關交易成本攤銷。下表載列我們於所示期間的融資成本明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬元印尼盾		
銀行收費	681	1,335	655
利息開支	37,905	30,579	26,232
減：資本化利息	(24,986)	(22,706)	(20,612)
其他	894	380	358
總計	14,494	9,588	6,633

其他收入淨額

我們的其他收入淨額主要包括(i)銀行利息收入；(ii)其他利息收入；(iii)於2024年及2025年出售附屬公司(即PT MNC Media Baru、PT MNI Global及PT Media Nusantara Informasi)的收益；(iv)出售物業、廠房及設備的收益；及(v)匯兌淨差額。下表載列於所示期間的其他收入淨額明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬元印尼盾		
銀行利息收入	13,860	11,497	14,221
其他利息收入	—	4,284	14,794
出售附屬公司的收益	—	52,733	388,493
出售物業、廠房及設備項目的收益	922	914	1,207
匯兌淨差額	(444)	1,458	879
其他	16	270	54
總計	14,354	71,156	419,648

所得稅開支

我們須就本集團成員公司所在及營運的稅務司法管轄區產生或源自該處的利潤按實體基準繳納所得稅。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，本公司及印尼附屬公司適用的企業所得稅率均為22%。進一步詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註10。

財 務 資 料

於2023年、2024年及2025年的實際稅率分別為21.7%、11.7%及6.2%。於往績記錄期間，我們的實際稅率低於法定所得稅率，主要由於若干收入毋須課稅，加上額外稅項扣減的影響，導致我們的應課稅收入低於除稅前會計溢利。請參閱「附錄——會計師報告」附註10。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無與任何稅務機關發生任何重大糾紛。

各期間經營業績比較

截至2024年12月31日止年度與截至2025年12月31日止年度比較

收益

我們的收益由2024年的3,238,780百萬印尼盾增加18.3%至2025年的3,832,796百萬印尼盾，主要歸功於內容、IP及其他分部產生的收益增加，加上線上廣告及訂閱分部增長。

內容、IP及其他

來自內容、IP及其他分部的收益由2024年的1,666,591百萬印尼盾增加26.4%至2025年的2,106,710百萬印尼盾，主要歸功於內容製作活動持續擴張（尤其優質劇集、原創數字作品及微短劇），加上對旗下平台的內容授權及聯合播出需求與日俱增。該分部的增長亦有賴媒體及藝人代理業務以及MCN業務的強勁發展，受惠於我們在多個社交媒體平台擴張變現模式（包括改善廣告收益分成及其他內容變現計劃）並降低對傳統AdSense主導收益來源的依賴。

線上廣告

來自線上廣告分部的收益由2024年的836,652百萬印尼盾微升至2025年的856,913百萬印尼盾，主要受惠於RCTI+數字視頻廣告位需求上漲。該增長亦得益於平台用戶參與度及流量提升，帶動廣告對廣告商的吸引力隨之上升。此外，整體宏觀經濟環境改善及廣告預算逐步轉向數字渠道，促使品牌為尋求更具針對性及可衡量的營銷方案而增加開支。

訂閱

來自訂閱分部的收益由2024年的735,537百萬印尼盾增加18.2%至2025年的869,173百萬印尼盾，主要受惠於Vision+付費訂戶數目增加，而此乃歸功於平台持續強化內容供應（包括表現出色的微短劇、優質體育節目及其他引人入勝的娛樂內容）。

財 務 資 料

銷售及服務成本

我們的銷售及服務成本由2024年的2,245,627百萬印尼盾增加22.5%至2025年的2,751,503百萬印尼盾，主要歸因於媒體庫存採購及交易活動增長，導致直接廣告成本上升。

毛利及毛利率

基於上述原因，我們的毛利由2024年的993,153百萬印尼盾增加至2025年的1,081,293百萬印尼盾。

我們的毛利率由2024年的30.7%下降至2025年的28.2%，主要由於媒體及藝人代理子分部（尤其媒體庫存採購及交易活動）所佔收益比重上升，而該等活動的利潤率普遍低於其他分部，導致2025年整體毛利率略微受壓。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2024年的13,685百萬印尼盾減少30.2%至2025年的9,557百萬印尼盾，主要由於期內推廣及營銷開支減少。該減少反映我們的營銷策略更具針對性及效率，以及我們更依賴現有數字平台、MCN及內容生態系統推廣服務，從而降低對外部推廣及廣告開支的需求。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2024年的593,099百萬印尼盾減少23.5%至2025年的453,455百萬印尼盾，歸因於相關結餘自2025年起以抵押品作擔保，因而撥回其他資產減值。該跌幅亦源於2025年因收回過往已計提撥備的款項而撥回貿易應收款項減值淨額。

融資成本

我們的融資成本由2024年的9,588百萬印尼盾減少至2025年的6,633百萬印尼盾，主要由於期內銀行收費由1,335百萬印尼盾減少至655百萬印尼盾，以及利息開支（減資本化利息）由7,873百萬印尼盾減少至5,620百萬印尼盾，此乃主要由於償還貸款所致。

其他收入淨額

我們的其他收入淨額由2024年的71,156百萬印尼盾大增至2025年的419,648百萬印尼盾，主要由於出售從事線上門戶網站營運的附屬公司所得收益由2024年的52,733百萬印尼盾增加至2025年的388,493百萬印尼盾。上述出售乃我們精簡業務組合及專注於高增長數字娛樂業務的戰略舉措之一。

財 務 資 料

所得稅開支

我們的所得稅開支由2024年的52,353百萬印尼盾增加至2025年的64,310百萬印尼盾。稅項開支上升與營運表現改善及除稅前溢利提高相符。

年內溢利

基於上述原因，我們的純利由2024年的395,584百萬印尼盾增加144.4%至2025年的966,986百萬印尼盾。

截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較

收益

我們的收益由截至2023年12月31日止年度的2,905,591百萬印尼盾增加11.5%至截至2024年12月31日止年度的3,238,780百萬印尼盾，主要歸功於內容、IP及其他分部以及訂閱分部貢獻增長。

內容、IP及其他

來自內容、IP及其他分部的收益由截至2023年12月31日止年度的1,453,817百萬印尼盾增加14.6%至截至2024年12月31日止年度的1,666,591百萬印尼盾，主要得益於MCN業務變現能力提升。該增長亦受媒體代理收益輕微上升所支持，加上期內內容授權安排數量錄得增長。

線上廣告

來自線上廣告分部的收益由截至2023年12月31日止年度的921,356百萬印尼盾減少至截至2024年12月31日止年度的836,652百萬印尼盾，主要由於我們策略性地轉為更著重將用戶轉化為Vision+的付費用戶。作為此策略的一部分，我們縮減免費內容的供應並引導用戶訂閱收費服務，導致廣告投放減少，期內線上廣告收益相應下降。

訂閱

來自訂閱分部的收益由截至2023年12月31日止年度的530,418百萬印尼盾增加38.7%至截至2024年12月31日止年度的735,537百萬印尼盾，主要受惠於Vision+平台付費用戶數目由截至2023年12月31日的2.61百萬增長至截至2024年12月31日的2.85百萬，加上每名訂戶平均每月支出上升。此增長歸功於免費用戶轉付費訂戶的轉化率提升、內容供應(包括優質娛樂節目及體育內容)優化以及期內多項提升用戶參與度及鼓勵訂閱的推廣活動。

財 務 資 料

銷售及服務成本

我們的銷售及服務成本由截至2023年12月31日止年度的2,142,126百萬印尼盾微升至截至2024年12月31日止年度的2,245,627百萬印尼盾，主要由於付費訂戶數目增長及平台內容供應擴充，帶動訂閱業務相關成本上升。該增加亦歸因於我們擴張及壯大媒體庫存交易業務規模，導致媒體庫存相關媒體採購活動增加。

毛利及毛利率

基於上述原因，我們的毛利由截至2023年12月31日止年度的763,465百萬印尼盾增加30.1%至截至2024年12月31日止年度的993,153百萬印尼盾。

我們的毛利率由截至2023年12月31日止年度的26.3%提升至截至2024年12月31日止年度的30.7%，主要由於(i)數字成本及製作成本下降，帶動內容、IP及其他分部的毛利率顯著上升；(ii)利潤率較高的訂閱業務貢獻增加；及(iii)期內整體收益基礎擴張，其增長速度超越銷售及服務成本的相應增幅。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2023年的18,277百萬印尼盾減少25.1%至2024年的13,685百萬印尼盾，主要歸功於實施更具針對性及成本效益的營銷舉措。此外，我們日益利用自身平台及生態系統推廣服務，減低對外部廣告及推廣活動的依賴。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由截至2023年12月31日止年度的528,440百萬印尼盾輕微增加至截至2024年12月31日止年度的593,099百萬印尼盾，主要由於其他資產減值由2023年的零元增加至2024年的57,498百萬印尼盾，加上業務活動增加導致水電費上漲。

融資成本

我們的融資成本由截至2023年12月31日止年度的14,494百萬印尼盾減少33.8%至截至2024年12月31日止年度的9,588百萬印尼盾，主要由於期內償還貸款導致利息開支減少。

其他收入淨額

我們的其他收入淨額由截至2023年12月31日止年度的14,354百萬印尼盾大幅增加至截至2024年12月31日止年度的71,156百萬印尼盾，主要由於2024年出售附屬公司(包括PT MNC Media Baru、PT MNI Global及PT Media Nusantara Informasi，主要從事線上門戶業務)產生收益。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2023年12月31日止年度的47,064百萬印尼盾增加11.2%至截至2024年12月31日止年度的52,353百萬印尼盾，主要由於應課稅收入上升所致。

財 務 資 料

年內溢利

基於上述原因，我們的年內溢利由截至2023年12月31日止年度的169,544百萬印尼盾增加133.3%至截至2024年12月31日止年度的395,584百萬印尼盾。

綜合財務狀況表選定項目討論

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(百萬印尼盾)		
非流動資產總額	4,590,966	5,022,612	5,589,737
流動資產總額	1,919,967	2,312,745	2,794,001
資產總額	6,510,933	7,335,357	8,383,738
流動負債總額	984,969	1,037,971	1,111,127
非流動負債總額	369,519	375,689	469,115
負債總額	1,354,488	1,413,660	1,580,242
流動資產淨額	934,998	1,274,774	1,682,874
總資產減流動負債	5,525,964	6,297,386	7,272,611
資產淨額	5,156,445	5,921,697	6,803,496

流動資產及負債

下表載列我們截至所示日期的流動資產及流動負債：

	截至12月31日			截至
	2023年	2024年	2025年	2月28日
	百萬印尼盾			2026年
流動資產				
貿易應收款項	1,118,103	1,409,549	1,424,525	1,052,498
預付款項、按金及其他資產	185,528	334,950	680,328	892,784
現金及現金等價物	616,336	568,246	689,148	667,115
流動資產總額	1,919,967	2,312,745	2,794,001	2,612,397
流動負債				
貿易應付款項	583,275	646,847	709,454	530,893
其他應付款項及應計費用	305,591	335,033	332,380	224,185
合約負債	12,649	19,562	20,783	28,638
計息銀行及其他借款	79,608	34,150	33,394	31,211
應付稅項	3,846	2,379	15,116	21,744
流動負債總額	984,969	1,037,971	1,111,127	836,671
流動資產淨額	934,998	1,274,774	1,682,874	1,775,726

財 務 資 料

我們的流動資產淨額由截至2023年12月31日的934,998百萬印尼盾增加36.3%至截至2024年12月31日的1,274,774百萬印尼盾，主要由於(i)貿易應收款項增加291,446百萬印尼盾，主要歸因於銷售增長及新增客戶；及(ii)預付款項、按金及其他資產增加149,422百萬印尼盾，主要受內容製作及營運活動的墊款及預付營運開支增加所驅動。

我們的流動資產淨額由截至2024年12月31日的1,274,774百萬印尼盾增加32.0%至截至2025年12月31日的1,682,874百萬印尼盾，主要由於(i)預付款項、按金及其他資產增加345,378百萬印尼盾，歸因於因應新節目合約支持內容擴充及更密集播映排期而增加的節目墊款；及(ii)現金及現金等價物增加120,902百萬印尼盾，主要受惠於資本開支減少。

我們的流動資產淨額由2025年12月31日的1,682,874百萬印尼盾增加5.5%至2026年2月28日的1,775,726百萬印尼盾，主要原因為貿易應付款項減少178,561百萬印尼盾、其他應付款項及應計費用減少108,195百萬印尼盾，被客戶還款增加導致貿易應收款項減少所部分抵銷。

貿易應收款項

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
第三方	224,671	232,750	301,805
直接控股公司 ⁽¹⁾	11,077	6,269	10,245
中間控股公司 ⁽²⁾	1,655	1,753	1,709
最終控股公司 ⁽³⁾	277	277	204
同系附屬公司 ⁽⁴⁾	962,729	1,261,565	1,160,783
關聯方 ⁽⁵⁾	1,800	2,541	1,616
減值	(84,106)	(95,606)	(51,837)
	<u>1,118,103</u>	<u>1,409,549</u>	<u>1,424,525</u>

附註：

- (1) 指PT Media Nusantara Citra Tbk (不包括其附屬公司)。
- (2) 指PT Global Mediacom Tbk (不包括其附屬公司)。
- (3) 指PT MNC Asia Holding Tbk (不包括其附屬公司)。
- (4) 同系附屬公司指PT MNC Asia Holding Tbk持有的實體，不包括我們的最終、中間及直接控股公司。
- (5) 關聯方指最終控股公司的聯營公司。

財務資料

貿易應收款項主要代表在日常業務過程中銷售商品或提供服務而應向客戶收取的款項。其減值根據國際財務報告準則第9號按預期信貸虧損模式計量。於往績記錄期間，預期信貸虧損政策並無重大變動。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別確認貿易應收款項虧損撥備84,106百萬印尼盾、95,606百萬印尼盾及51,837百萬印尼盾，我們認為於往績記錄期間各期末的貿易應收款項減值撥備均屬充足。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們賬面淨值分別為50,842百萬印尼盾、50,842百萬印尼盾及50,842百萬印尼盾的貿易應收款項已質押，作為若干一般銀行融資的抵押品。

我們的貿易應收款項由截至2023年12月31日的1,118,103百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日的1,409,549百萬印尼盾，主要歸因於應收同系附屬公司款項增加，而此乃由於銷售增長及與同系附屬公司拓展業務所致。我們的貿易應收款項其後於截至2025年12月31日微升至1,424,525百萬印尼盾，主要由於銷售增長及新增客戶帶動應收第三方款項增加。

下表載列截至所示日期貿易應收款項基於交易日期（扣除虧損撥備淨額）呈列的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
一年內	731,244	937,010	933,040
一至三年	206,764	235,727	226,641
三年以上	180,095	236,812	264,844
總計	1,118,103	1,409,549	1,424,525

下表載列我們於所示期間的平均貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
貿易應收款項周轉天數 ⁽¹⁾	136	153	142

附註：

- (1) 貿易應收款項周轉天數乃按某年度貿易應收款項（不包括減值撥備）年初結餘及年末結餘的平均數除以相關年度的收益再乘以相關年度的天數計算。

我們與客戶的交易條款主要為賒銷，惟訂閱分部一般須預先付款除外。就內容、IP及其他分部以及線上廣告分部而言，我們授予客戶的信貸期一般介乎30至90天，視乎每份合約的具體付款條款而定。每位客戶均設有最高信貸限額。於往績記錄期間，我們的貿易應收款項周轉天數超出我們授予客戶的典型信貸期，主要由於與FTA訂立的若干捆綁式廣告安排的性質使然，其收款流程須經由廣告商轉至廣告代理，再轉至FTA，其後方轉入本公司。同樣地，通過與收費電視就Vision+捆綁式

財 務 資 料

產品產生的若干訂閱收益，其收款鏈條為客戶轉至收費電視，再轉入本公司，此做法亦可能延長整體收款周期。

我們的貿易應收款項周轉天數由2023年的136天增加至2024年的153天，主要由於若干捆綁式廣告及訂閱安排的收款結構，導致我們須經由廣告代理以及MNC集團旗下FTA及收費電視附屬公司等中間方匯入款項，令整體收款周期有所延長。我們的貿易應收款項周轉天數其後由2024年的153天減少至2025年的142天，主要由於收款工作有所改善及應收款項管理更為有效，使客戶的未償還結餘得以更快收回。

為加強未償應收款項的收回，我們已制定有效的客戶信貸政策，實施強化的信貸條款審閱與審批程序，並加強針對相關銷售及營銷人員的應收款項管理績效檢討。我們致力嚴格控制未償還貿易應收款項，務求盡量降低信貸風險。我們的財務團隊持續監察及收取未償還貿易應收款項，並定期舉行會議檢討收款進度。我們採用分階段的收款程序，包括自動提醒、發票確認及與客戶直接溝通。管理層定期審閱逾期結餘。我們並未就貿易應收款項結餘持有任何抵押品或其他信貸增強措施。

截至2026年2月28日，400,097百萬印尼盾（即截至2025年12月31日貿易應收款項的28.1%）已於其後結清。

預付款項、按金及其他資產

我們的預付款項、按金及其他資產主要包括(i)節目墊款（即尚未正式播映的未播映節目的預付款項）；(ii)其他預付款項及墊款（主要指預付營運開支）；及(iii)按金及其他應收款項，主要包括向第三方提供的貸款。

財 務 資 料

下表載列我們截至所示日期按性質劃分的預付款項、按金及其他資產明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
流動：			
預付款項：			
節目墊款	24,426	27,165	268,619
其他預付款項及墊款	117,725	161,437	146,626
預付稅項	5,611	23,731	7,236
按金及其他資產：			
按金及其他應收款項	37,500	72,825	248,980
其他資產	266	49,792	8,867
非流動：			
預付款項：			
其他墊款	—	97,850	97,850
按金及其他資產：			
按金及其他應收款項	1,988	96,482	217,831
總計	187,516	529,282	996,009

我們的預付款項、按金及其他資產由截至2023年12月31日的187,516百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日的529,282百萬印尼盾，主要由於(i)流動及非流動其他預付款項及墊款均有所增加，歸因於與電視節目製作、原創內容製作及電影製作相關的墊款及預付營運開支上升，加上用於支持營運活動的其他墊款；(ii)流動及非流動按金及其他應收款項增加，主要由於隨著內容管道擴大而就內容採購及訂單支付按金；及向第三方提供貸款。

我們的預付款項、按金及其他資產由截至2024年12月31日的529,282百萬印尼盾增加至截至2025年12月31日的996,009百萬印尼盾，主要由於(i)節目墊款增加，主要用於電視製作、原創內容及電影製作、就2028年歐洲足球錦標賽(Euro 2028)轉播權作出的預付款項，以及其他營運墊款；(ii)流動及非流動按金及其他應收款項均有所增加，主要歸因於向直接控股公司以及向第三方提供長期貸款。

財 務 資 料

下表載列我們截至所示日期按交易對手劃分的預付款項、按金及其他資產明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
預付款項：			
第三方	111,849	117,638	78,697
直接控股公司	498	294	278
中間控股公司	—	28	—
同系附屬公司 ⁽¹⁾	34,959	93,915	343,058
關聯方	456	98,308	98,298
按金及其他資產：			
第三方 ⁽²⁾	11,930	117,247	249,959
直接控股公司 ⁽³⁾	1,261	51,576	150,988
中間控股公司	27	371	4,071
同系附屬公司 ⁽⁴⁾	20,490	101,336	62,637
關聯方	6,046	6,067	8,023
減值撥備—第三方 ⁽⁵⁾	—	(57,498)	—
總計	187,516	529,282	996,009

附註：

- (1) 截至2025年12月31日向同系附屬公司作出的預付款項，主要涉及就2028年歐洲足球錦標賽（Euro 2028）轉播權而預付的款項（透過MNC Media轄下FTA業務單位（作為MNC集團的總授權持有人）支付予授權持有人）。
- (2) 截至2024年及2025年12月31日，來自第三方的按金及其他資產結餘包括應收第三方款項分別151,300百萬印尼盾及201,000百萬印尼盾（按年利率7.5%計息，並須於2027年償還）。向第三方提供貸款旨在支持戰略業務關係，同時在維持審慎風險管理的前提下優化我們可用資金的動用情況。
- (3) 截至2025年12月31日應收直接控股公司的按金及其他資產結餘包括向直接控股公司提供的短期貸款，構成集團內資金安排的一部分，用於支持其營運資金需求。
- (4) 涉及同系附屬公司的按金及其他資產主要包括因若干娛樂及其他類型內容的轉播權而向其支付的按金及其他應收款項，原因在於相關款項乃透過MNC Media轄下FTA業務單位（作為MNC集團的總授權持有人）支付。
- (5) 截至2024年12月31日止年度，我們對若干來自第三方的按金及其他資產應用35%的虧損率。由於該等結餘自2025年起由抵押品擔保，相關減值已於截至2025年12月31日止年度撥回。

財 務 資 料

貿易應付款項

下表載列我們截至所示日期的貿易應付款項明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
第三方	120,133	138,843	248,242
直接控股公司	81,571	26,912	7,509
中間控股公司	30,920	3,344	1,983
同系附屬公司 ⁽¹⁾	344,934	472,158	443,557
關聯方 ⁽²⁾	5,717	5,590	8,163
	<u>583,275</u>	<u>646,847</u>	<u>709,454</u>

附註：

(1) 應付同系附屬公司的貿易款項主要源於我們向MNC Media轄下FTA業務單位採買廣告庫存。

(2) 關聯方指最終控股公司的聯營公司。

我們的貿易應付款項主要包括應付供應商的款項（以內容製作相關為主）。我們的貿易應付款項由截至2023年12月31日的583,275百萬印尼盾增加10.9%至截至2024年12月31日的646,847百萬印尼盾，主要由於內容製作活動增加，以及因應內容儲備擴充及平台增長而增加採購製作相關服務所致。我們的貿易應付款項由截至2024年12月31日的646,847百萬印尼盾增加9.7%至截至2025年12月31日的709,454百萬印尼盾，主要受持續投資於新內容製作所驅動，反映與持續製作計劃及業務擴張相關的正常營運資金變動。

下表載列貿易應付款項截至所示日期的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
一年內	295,567	224,810	302,616
一至三年	131,432	197,728	193,437
三年以上	156,276	224,309	213,401
總計	<u>583,275</u>	<u>646,847</u>	<u>709,454</u>

財 務 資 料

下表載列我們於所示期間的貿易應付款項平均周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
貿易應付款項周轉天數 ⁽¹⁾	89	117	103

附註：

- (1) 貿易應付款及服務項周轉天數乃按相關年度貿易應付款項年初結餘及年末結餘的平均數除以相關年度所用銷售成本(不包括僱員福利開支、折舊及攤銷)再乘以相關年度的天數計算。

我們的貿易應付款項周轉天數由2023年的89天增加至2024年的117天，主要由於我們能夠與若干供應商及內容合作夥伴協商更有利的付款條款。我們的貿易應付款項周轉天數其後減少至2025年的103天，主要由於年內加快結算應付供應商及內容合作夥伴的款項，反映營運資金管理有所改善及付款周期更具時效性。

截至2026年2月28日，246,111百萬印尼盾(即截至2025年12月31日貿易應付款項的34.7%)已結清。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項主要指非核心業務活動的非營運交易應付款項。我們的應計費用主要包括主要與製作活動及內容採購相關的應計費用，且截至2025年12月31日尚未接獲發票。下表載列我們截至所示日期的其他應付款項及應計費用明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		百萬印尼盾	
其他應付款項	90,041	112,588	109,312
應計費用	215,550	222,445	223,068
總計	305,591	335,033	332,380

我們的其他應付款項及應計費用由截至2023年12月31日的305,591百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日的335,033百萬印尼盾，主要歸因於非營運交易的其他應付款項增加，其後於截至2025年12月31日穩定於332,380百萬印尼盾，主要歸因於營運開支的應計及結算時間安排。

非流動資產及負債

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備包括土地、樓宇、在建工程、車輛、辦公室設備及家具以及工作室設備。

財 務 資 料

下表載列我們截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
土地	810,351	795,177	1,348,398
樓宇	20,520	18,617	16,743
在建工程	161,675	204,022	233,902
工作室設備	219,026	115,500	77,174
辦公室設備及家具	17,699	78,565	15,288
車輛	10,073	12,366	8,186
總計	<u>1,239,344</u>	<u>1,224,247</u>	<u>1,699,691</u>

我們土地的賬面淨值由2024年12月31日的795,177百萬印尼盾大幅增加至截至2025年12月31日的1,348,398百萬印尼盾，歸因於購入新土地以發展Lido Music & Arts Center；我們擬利用該戶外場地舉辦各類型全國性及國際性音樂及藝術節。

我們在建工程的賬面淨值由截至2023年12月31日的161,675百萬印尼盾增加至截至2024年12月31日的204,022百萬印尼盾，並持續增加至截至2025年12月31日的233,902百萬印尼盾，歸因於對Movieland項目及其他設施改善的持續資本投資。

我們工作室設備的賬面淨值由截至2023年12月31日的219,026百萬印尼盾大幅減少至截至2024年12月31日的115,500百萬印尼盾，並進一步減少至截至2025年12月31日的77,174百萬印尼盾，主要由於出售MNC Portal Indonesia及現有資產持續折舊所致。

無形資產

我們的無形資產包括(i)數字平台(即針對旗下RCTI+及Vision+平台的資本化研發投資)；(ii)頻道開發(即旗下收費電視頻道)；(iii)知識產權(即旗下各項IP權利的價值)；及(iv)軟件。於2025年12月31日的賬面淨值減少，主要歸因於出售MNC Portal Indonesia以及現有資產持續攤銷。

下表載列我們截至所示日期的無形資產賬面淨值明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
數字平台	2,066,542	2,218,577	2,108,027
頻道開發	266,636	258,870	251,160
知識產權	7,954	7,407	6,842
軟件	2,770	76	47
總計	<u>2,343,902</u>	<u>2,484,930</u>	<u>2,366,076</u>

財 務 資 料

內容資產

我們的內容資產包括(i)內容節目(即我們擁有的各類內容，不論內部製作或完全外購)；(ii)電影節目(即影院或銀幕內容)；(iii)授權節目(即已購入供內部使用的內容及IP)；及(iv)製作中節目。

下表載列我們截至所示日期的內容資產明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
內容節目	557,144	548,124	734,740
電影節目	41,399	32,763	20,913
授權節目	868	699	32,389
製作中節目	106,258	84,513	50,741
總計	705,669	666,099	838,783

我們內容節目的賬面淨值由截至2024年12月31日的548,124百萬印尼盾大增至截至2025年12月31日的734,740百萬印尼盾，主要由於期內購入的內容數量有所增加，歸因於我們擴充內容庫以支持數字平台產品，以及內部製作內容(尤其微短劇內容)增加。

我們電影節目的賬面淨值於往績記錄期間按期減少，主要由於我們逐步縮減對電影製作的投資，且本集團自2025年起不再製作及進行電影製作項目。

我們授權節目的賬面淨值由截至2024年12月31日的699百萬印尼盾大增至截至2025年12月31日的32,389百萬印尼盾，主要由於期內授權內容組合有所擴張。此增長反映我們通過購入更多第三方內容及知識產權而加強內容供應的策略，從而支持我們日益增長的數字發行及變現計劃。

其他金融資產

於往績記錄期間，我們截至2023年、2024年及2025年12月31日分別錄得其他金融資產277,887百萬印尼盾、445,347百萬印尼盾及361,744百萬印尼盾。我們的其他金融資產包括指定為按公平值計入其他全面收益的公司股權投資，主要包括於PT Tripa Multivision Plus Tbk(「**Multivision**」，一家獨立製作公司，擁有龐大的印度劇集、電影及授權內容庫)、M&M Media Inc.(經營音樂應用程式Trebel Music的公司)及PT MNC Wahana Wisata(「**MWW**」，主要從事娛樂設施開發與管理的公司)的投資。2024年其他金融資產增加，主要涉及我們對Multivision的新增投資。2025年其他金融資產減少，主要歸因於相關實體股本投資的公平值波動。

財 務 資 料

流動資金及資本資源

營運資金充足

於往績記錄期間，我們的營運資金需求主要透過經營業務產生的現金、注資，以及在較小程度上依賴銀行及其他借款而滿足。我們的預期現金需求包括與擴充節目管道及業務營運相關的成本。除可能獲取的銀行借款外，我們於可見未來並無任何重大外部債務融資計劃。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們持有的現金及現金等價物分別為616,336百萬印尼盾、568,246百萬印尼盾及689,148百萬印尼盾。考慮到我們可動用的財務資源，包括經營活動所得現金流量及[編纂]估計[編纂]淨額，董事認為我們擁有充裕營運資金以應付當前需求及自本文件日期起計未來12個月的需求。

現金流量

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
來自經營活動的現金流量淨額	750,956	402,473	432,950
用於投資活動的現金流量淨額	(665,818)	(833,470)	(430,911)
(用於)／來自融資活動的現金流量淨額	(59,688)	382,907	118,863
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	25,450	(48,090)	120,902
年初現金及現金等價物	590,886	616,336	568,246
年末現金及現金等價物	616,336	568,246	689,148

來自經營活動的現金流量淨額

截至2023年12月31日止年度，我們來自經營活動的現金流量淨額為750,956百萬印尼盾，主要源於來自客戶的現金收款2,658,492百萬印尼盾，部分被支付予供應商及員工的現金1,853,784百萬印尼盾連同利息收入22,277百萬印尼盾、利息開支37,905百萬印尼盾及所得稅付款調整38,124百萬印尼盾所抵銷。

截至2024年12月31日止年度，我們來自經營活動的現金流量淨額為402,473百萬印尼盾，主要源於來自客戶的現金收款2,660,780百萬印尼盾，部分被支付予供應商及員工的現金2,220,949百萬印尼盾連同利息收入19,494百萬印尼盾、利息開支30,579百萬印尼盾及所得稅付款調整26,273百萬印尼盾所抵銷。

財務資料

截至2025年12月31日止年度，我們來自經營活動的現金流量淨額為432,950百萬印尼盾，主要源於來自客戶的現金收款3,521,537百萬印尼盾，部分被支付予供應商及員工的款項3,043,495百萬印尼盾連同利息收入21,429百萬印尼盾、利息開支26,232百萬印尼盾及所得稅付款調整40,289百萬印尼盾所抵銷。

用於投資活動的現金流量淨額

截至2023年12月31日止年度，我們用於投資活動的現金流量淨額為665,818百萬印尼盾，主要源於(i)收購無形資產392,420百萬印尼盾；(ii)收購內容資產170,957百萬印尼盾；(iii)收購物業、廠房及設備65,245百萬印尼盾；及(iv)收購其他金融資產45,196百萬印尼盾。

截至2024年12月31日止年度，我們用於投資活動的現金流量淨額為833,470百萬印尼盾，主要源於(i)收購其他金融資產310,774百萬印尼盾（歸因於收購Multivision）；(ii)收購無形資產269,679百萬印尼盾；(iii)收購內容資產201,843百萬印尼盾；(iv)收購物業、廠房及設備122,948百萬印尼盾；及(v)隨MWW投資增加而就按公平值計入其他全面收益的投資預付款項97,850百萬印尼盾，部分被出售附屬公司所得款項161,294百萬印尼盾以及出售物業、廠房及設備項目所得款項8,330百萬印尼盾所抵銷。

截至2025年12月31日止年度，我們用於投資活動的現金流量淨額為430,911百萬印尼盾，主要源於(i)收購物業、廠房及設備612,152百萬印尼盾（主要歸因於就LMAC項目購入一幅新土地）；(ii)收購無形資產305,481百萬印尼盾；及(iii)收購內容資產95,357百萬印尼盾，部分被出售附屬公司（從事網上門戶網站營運）所得款項580,376百萬印尼盾所抵銷。

（用於）／來自融資活動的現金流量淨額

截至2023年12月31日止年度，我們用於融資活動的現金流量淨額為59,688百萬印尼盾，歸因於償還計息銀行及其他借款。

截至2024年12月31日止年度，我們來自融資活動的現金流量淨額為382,907百萬印尼盾，主要源於出售附屬公司部分權益（並無失去控制權）所得款項461,021百萬印尼盾，部分被償還計息銀行及其他借款78,114百萬印尼盾所抵銷。

截至2025年12月31日止年度，我們來自融資活動的現金流量淨額為118,863百萬印尼盾，主要源於出售附屬公司部分權益（並無失去控制權）所得款項50,000百萬印尼盾以及計息銀行及其他借款所得款項100,000百萬印尼盾，部分被償還計息銀行及其他借款31,137百萬印尼盾所抵銷。

債務

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日（即確定我們債務狀況的最後實際可行日期），我們的債務包括計息銀行及其他借款。

財 務 資 料

計息銀行及其他借款

下表載列我們截至所示日期的計息銀行及其他借款詳情：

	截至12月31日			截至 2月28日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	百 萬 印 尼 盾			
流動	79,608	34,150	33,394	31,211
非流動	204,613	172,283	242,162	238,969
總 計	284,221	206,433	275,556	270,180

於往績記錄期間，我們的計息銀行及其他借款以印尼盾計值，並主要用於為資本開支提供資金。我們的計息銀行及其他借款由截至2023年12月31日的284,221百萬印尼盾減少至截至2024年12月31日的206,433百萬印尼盾，主要由於我們償還若干到期銀行貸款及借款所致。我們的計息銀行及其他借款其後增加至截至2025年12月31日的275,556百萬印尼盾，主要由於營運資金需求上升導致產生額外銀行借款。

截至2026年2月28日，我們並無任何未動用銀行融資。

債務聲明

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們借款項下的協議並無包含任何會對我們日後額外借款或發行債務或股本證券的能力造成重大不利影響的契諾。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無拖欠銀行及其他借款，亦無違反任何未獲豁免的契諾。董事亦確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在獲取銀行貸款及其他借款、信貸融資或提取融資或要求提早還款方面不曾遭遇任何重大困難。

除上文所披露者外，截至2026年2月28日，我們並無任何未償還債務證券、按揭、押記、債權證或其他貸款資本（已發行或同意發行）、銀行透支、貸款、承兌負債或承兌信貸、其他類似性質的債務、租賃及融資租賃承擔、租購承擔、綜合基準擔保。董事確認，截至最後可行日期，我們的債務狀況自2026年2月28日以來並無重大變動。

資本承擔及或然負債

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日，我們並無任何重大資本承擔、或然負債或擔保，亦無任何針對我們或本集團任何成員公司待決或威脅提出且可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的重大訴訟或索償。

財 務 資 料

資本開支

於往績記錄期間，我們產生的資本開支用於添置物業、廠房及設備、無形資產以及內容資產。下表載列我們於所示期間的資本開支明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	百萬印尼盾		
物業、廠房及設備	65,245	122,948	612,152
無形資產	392,420	269,679	305,481
內容資產	170,957	201,843	394,901
總計	628,622	594,470	1,312,534

有關資本開支的進一步詳情，請參閱「一綜合財務狀況表選定項目討論—非流動資產及負債」。

[編纂]完成後，我們將持續產生資本開支以發展業務。我們計劃主要透過經營業務產生的現金流量、銀行借款及[編纂][編纂]淨額，為計劃中的資本開支提供資金。請參閱「未來計劃及[編纂]」。我們可能根據發展計劃或考慮市況及其他我們認為合適的因素，調整任何特定年度的資本開支。

資產負債表外安排

截至最後可行日期，我們並無進行任何資產負債表外交易。我們亦無訂立任何財務擔保或其他承諾以擔保第三方的付款責任。此外，我們並無訂立任何與本身股權掛鉤並歸類為擁有人權益的衍生工具合約。再者，我們並無在轉移至非合併實體的資產中保留或持有或然權益，作為對該實體的信貸、流動性或市場風險支持。我們並無於任何為我們提供融資、流動性、市場風險或信貸支持或與我們訂立租賃、對沖或研發服務的非合併實體中擁有任何可變權益。

重大關聯方交易

於往績記錄期間，我們曾訂立多項關聯方交易，包括(i)向同系附屬公司購買無形資產及內容資產；(ii)向直接及中間控股公司、同系附屬公司以及關聯方(指最終控股公司的聯營公司)購買與銷售及服務成本相關的項目；及(iii)向直接及中間控股公司、同系附屬公司以及關聯方(指最終控股公司的聯營公司)作出銷售。截至2025年12月31日，我們與關聯方的未償還結餘涵蓋貿易及非貿易性質。有關我們與關聯方的未償還結餘(非貿易性質)的進一步詳情，請參閱「一綜合財務狀況表選定項目討論—預付款項、按金及其他資產」。

財務資料

董事相信，上述關聯方交易乃按公平原則進行，且不會扭曲我們於往績記錄期間的業績或令該等業績不能反映本公司的未來表現。有關我們重大關聯方交易的更多詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註30。

關鍵財務比率

下表載列我們截至所示日期或期間若干關鍵財務比率：

	截至12月31日止 年度／截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
收益增長率 ⁽¹⁾	不適用	11.5 %	18.3 %
毛利率 ⁽²⁾	26.3 %	30.7 %	28.2 %
純利率 ⁽³⁾	5.8 %	12.2 %	25.2 %
流動比率 ⁽⁴⁾	1.9	2.2	2.5
資本負債比率 ⁽⁵⁾	0.06	0.04	0.04

附註：

- (1) 收益增長率的計算方式為將本期間收益扣除上一期間收益所得數值除以上一期間收益再乘以100 %。
- (2) 毛利率的計算方式為將收益扣除銷售及服務成本所得數值除以收益再乘以100 %。
- (3) 純利率的計算方式為將純利(期內稅後溢利)除以收益再乘以100 %。
- (4) 流動比率的計算方式為將期末流動資產除以流動負債再以倍數表示。
- (5) 資本負債比率的計算方式為將期末總債務(流動及非流動計息銀行及其他借款)除以總權益再以倍數表示。

財務風險

我們面臨各種財務風險，包括信貸風險及流動性風險。我們管理及監控相關風險敞口，以確保及時有效地實施適當措施。進一步詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註33。

股息

我們並無設定固定的股息分派政策。股息(如有)的宣派及支付由董事會酌情決定，取決於我們的財務表現、現金流量狀況、資本需求，並須根據適用法律法規經股東大會批准。

於往績記錄期間，我們並未宣派或支付任何重大股息，原因為盈利主要保留以支持持續業務營運及為增長計劃提供資金。

財 務 資 料

可分派儲備

截至2023年、2024年及2025年12月31日，本公司已分配的累計溢利(視為可供分派儲備)分別為5,000百萬印尼盾、6,000百萬印尼盾及7,000百萬印尼盾，可供分派予股東。

[編纂]

[編纂]

請參閱「附錄二—[編纂]」。

並無重大不利變動

董事經進行其認為適當的充分盡職審查及審慎周詳考慮後確認，截至本文件日期，(i)自2025年12月31日(即本文件附錄一會計師報告所載最新經審核綜合財務狀況表日期)以來，我們的財務、營運及／或經營狀況並無重大不利變動；及(ii)我們的業務、我們所經營行業及／或我們所面臨市場或監管環境並無重大不利變動。