

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



Hong Kong Television Network Limited 香港電視網絡有限公司

(根據公司條例於香港註冊成立之有限公司)

(股份代號：1137)

(1) 建議更改公司名稱 及 (2) 截至二零二零年十二月三十一日止年度之全年業績

建議更改公司名稱

董事會建議將本公司英文名稱由「Hong Kong Television Network Limited」更改為「Hong Kong Technology Venture Company Limited」，而本公司中文名稱則由「香港電視網絡有限公司」更改為「香港科技探索有限公司」。更改公司名稱須待股東於股東週年大會上批准及香港公司註冊處批准後，方可作實。

二零二零年經營摘要

1. 二零二零年的訂單總商品交易額¹為5,953,700,000港元，較二零一九年的2,779,100,000港元增加114.2%；
2. 平均每日訂單量由二零一九年十二月每日18,700張訂單增加至二零二零年十二月每日36,300張訂單；而二零二零年及二零一九年的平均訂單值維持在約504港元；及
3. 二零二零年，我們有1,107,000名獨立客戶於HKTVMall購物，較二零一九年的823,000名客戶增長了34.5%。

二零二零年財務摘要

1. 本集團於二零二零年成功轉虧為盈，
 - a. 二零二零年錄得淨溢利為183,600,000港元，而二零一九年則錄得淨虧損289,900,000港元；
 - b. 二零二零年錄得經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利²為307,000,000港元，而二零一九年則錄得經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損216,000,000港元；
2. 營業額由二零一九年的1,414,000,000港元增加約103.5%至二零二零年的2,877,900,000港元，包括多媒體廣告收入及節目版權收入23,800,000港元(二零一九年：10,200,000港元)；
3. 二零二零年的整體毛利率及混合佣金率³為24.6%(二零一九年：21.4%)；
4. 二零二零年下半年投入額外經營開支，除應付已完成訂單的總商品交易額較二零二零年上半年增加17.1%外，其餘增幅主要因為(1)用於擴闊客戶群、增加重複購買及新產品類別增長、吸納聯營信用卡持卡人和推動使用、O2O門市擴展以及壯大技術團隊；(2)因應集團盈利業績而發放董事酌情分紅；及(3)二零二零年第三季度業務激增引起的短期配送成本增加。
5. 資產負債表穩健，現金及流動資金淨額狀況為1,280,000,000港元。

二零二一年業務目標

董事會已為本集團制定以下二零二一年的業務目標，惟須視乎新型冠狀病毒疫情發展與其對我們的業務及本地零售市場的影響，以及本地及全球經濟情況而定：

1. 訂單總商品交易額目標為6,600,000,000港元至7,000,000,000港元，按年增長11.0%至17.6%；
2. 多媒體廣告收入目標約為70,000,000港元；
3. 主要經營開支佔已完成訂單總商品交易額比率目標：
 - a. 配送成本為11.9%；
 - b. 市場推廣、宣傳和O2O門市經營開支為3.8%；
 - c. 電子商貿營運及支援成本為5.3%。
4. 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利目標為298,000,000港元至318,000,000港元⁴，按年增長26.2%至34.7%。

- 1 訂單總商品交易額指於特定時間段內通過特定市場所銷售的商品之總銷售價值，未經扣除該市場提供的任何折扣、已使用的回扣、已出售商品的註銷及退貨。
- 2 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利／(虧損)指年內溢利／(虧損)加上銀行貸款利息(不包括財務費用—租賃負債利息)、所得稅開支／(抵免)、物業、廠房及設備之折舊(不包括租賃作自用之其他物業折舊)以及無形資產攤銷，並扣除投資回報，以及經主要非現金項目調整。經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利／(虧損)並非根據香港財務報告準則釐定表現之方法。該方法並非且不應用於替代根據香港財務報告準則釐定的淨溢利／(虧損)或經營活動現金流量，亦非一定為反映現金流量是否足以撥付本公司現金需求之指標。此外，我們對該方法的定義未必可與其他公司同類計量項目比較。
- 3 毛利率及混合佣金率為扣除作管理層呈報用途的HKTVmall回贈及使用之推廣優惠券(如有)前之計算，此類支出乃計入廣告及市場開支以及包括商戶年費及其他服務收入。
4. 不計及於二零二零年收取被視為非經常性收入的政府補貼70,900,000港元。

(1) 建議更改公司名稱

香港電視網絡有限公司(「香港電視」或「本公司」，連同其附屬公司統稱為「本集團」)董事會(「董事會」)建議將本公司英文名稱由「Hong Kong Television Network Limited」更改為「Hong Kong Technology Venture Company Limited」，而本公司中文名稱則由「香港電視網絡有限公司」更改為「香港科技探索有限公司」(下文簡稱「更改公司名稱」)。

更改公司名稱之條件

更改公司名稱須待以下條件達成後，方可作實：

- (i) 本公司股東(「股東」)於本公司之股東週年大會(「股東週年大會」)上通過有關批准更改公司名稱之特別決議案；及
- (ii) 香港公司註冊處批准本公司建議之新英文及中文名稱。

待上文所載條件達成後，更改公司名稱將自香港公司註冊處發出公司更改名稱證明書之日起生效。本公司將於香港公司註冊處辦理所需存檔手續。

更改公司名稱之理由

董事會認為更改公司名稱更能準確反映本集團之主要業務及未來發展的核心方向，並為本公司提供一個全新的企業形象及身份。董事會認為更改公司名稱將明顯有利於本公司之未來業務發展，並符合本公司及其股東之整體利益。

更改公司名稱之影響

更改公司名稱將不會影響本公司現有證券持有人的任何權利，亦不會影響本公司的日常業務運作及其財務狀況。於更改公司名稱生效後，印有本公司現有名稱之所有現有已發行證券證書將繼續為有關證券的所有權憑證，且現有股票將繼續有效作買賣、結算、登記及交付用途。本公司將不會作出任何安排將現有股票免費換領印有本公司新名稱之新股票。更改公司名稱一旦生效後，本公司之新股票將以本公司之新名稱發行。

本公司將於本公司新名稱生效時進一步刊發有關(其中包括)本公司證券以本公司新名稱於香港聯合交易所有限公司買賣之生效日期之公告。

一般資料

一份載有(其中包括)更改公司名稱詳情及股東週年大會通告之通函將於切實可行情況下盡快寄發予股東。

(2) 截至二零二零年十二月三十一日止年度之全年業績

主席報告書

各位股東：

新型冠狀病毒疫情持續超過一年。這一年的歲月，對各人的生活模式、習慣、社會和經濟發展，帶來了不少根本性改變。疫情之下，大家會避免去人多的地方，轉而到郊外多做運動及行山活動等；以往多數外出用膳，節日與親友聚餐亦然，但現今大家亦會習慣叫外賣。按現時情況，還未知道疫情會持續多半年還是一年(甚至數年)，這些今天的所謂「新常態」，在大家經過長時間的適應，即使日後疫情消退、經濟及社會全面恢復，「新常態」亦不會全面逆轉。

外界有意見認為，HKTVmall是疫情的短暫「幸運兒」、「受惠者」，這個論點恕我不能完全認同。首先，多年來，香港有許多大大小小、來自不同行業的公司包括傳統零售商及連鎖超級市場、電視台及電訊商等，都有發展電子商貿、創立大型的網購平台，有些起步比我們更早，為甚麼只有HKTVmall是「受惠者」？再者，從過往六年消費者數據顯示，若客戶在六個月內，購物六次或以上，就會養成習慣，成為長期客戶；轉用網購不是「短暫」消費模式。

我們深信，時刻做好自己，機會是留給有準備的人。集團自二零一五年二月開始集中發展網購業務，建構多個自動化機械系統、倉庫、物流中心及車隊；由七年前到現在，由於全世界都沒有一套現成系統適用於網上商場，HKTVmall就自行研發，包括大數據分析、銷售平台及倉儲管理、商戶管理、車線劃分、物流派遞系統等，這七年多累積而來的經驗、知識及基建，令我們在機會來臨時，得以充份把握和發揮。

根據政府統計處的數字，香港於二零二零年的零售業總銷貨價值較二零一九年下跌超過兩成(24.3%)⁵，而同期HKTVmall的總商品交易額錄得年度增長

⁵ 資料來源：

2019 – <https://www.statistics.gov.hk/pub/B10800032020MM01B0100.pdf>

2020 – <https://www.statistics.gov.hk/pub/B10800032021MM01B0100.PDF>

114%；而二零二一年一月相比起二零二零年一月，香港零售業的銷貨價值繼續下跌，例如超級市場貨品下跌9.0%、服裝下跌20.4%、藥物及化妝品下跌40.1%、百貨公司貨品下跌17.4%以及珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物下跌31.7%。在各項外圍不利因素下，HKTVmall於二零二一年一月的營運指標卻仍能維持於過去數月的相若水平。

縱使我們難以預測香港、亞洲以至全球的經濟發展及恢復情況，但在網購日漸普遍的情況下，集團會視乎社會經濟狀況，調整HKTVmall的發展方向。假若經濟市道依然疲弱，HKTVmall會集中於日常生活的基本需要，例如超市產品及糧油雜貨等；否則，HKTVmall的發展將更為多元化，從而把握經濟恢復發展的機遇。

業務多元管理團隊成熟

在轉變不息的環境中，集團已蛻變成三個重要的業務單位，各有營運及發展目標：

- 一•香港電視購物網絡有限公司：HKTVmall與逾4,200名商戶和產品供應商合作出售超過500,000件商品，為本港最大型的電子商貿平台；
- 二•香港電視電子商貿倉儲配送有限公司及香港電視物流網絡有限公司：由多個自動化倉庫、配送中心和車隊，以及由大數據及精密系統支援，組成龐大的配送及物流網絡；以及
- 三•集中發展技術方案的Shoalter Technology Limited（「Shoalter」），集中發展技術方案，透過創新技術、機械系統、雲端平台、大數據等，以及已經累積的專業技術、知識和經驗，改變傳統零售及電子商貿的既有模式，為集團拓展本地及海外全球市場的技術方案業務。

集團的持續發展，掌管業務策略和執行的核心管理層，至為重要。集團董事會有五位執行董事，我們於去年十一月作出合適的調動，各自負責不同的範疇，帶領集團健康及長遠成長。

周慧晶女士已調任為行政總裁(香港)，負責香港的整體營運；她是二零零三年加入本集團的見習生，由電訊、多媒體至電子商貿，曾經負責不同範疇，之前亦負責電子商貿的銷售及營銷運作、O2O門市管理及客戶服務等，以她對香港市場的觸覺和對網購業務和營運的熟悉程度，我們深信，HKTVmall在她的帶領之下，表現將可更上一層樓。

另一位是劉志剛先生，他是二零零四年加入本集團的見習生，亦在多個業務負責不同範疇；值得一提的是，他之前任職營運總監，負責商務智能、大數據、設計、開發、建構及管理集團多個自動化配送及物流運作系統。由於對這些技術和系統的熟悉程度，他現為行政總裁(國際業務)，帶領集團邁向技術推動者之路。

另一位董事會成員為黃雅麗女士，她現為集團財務總裁，負責財務、庫務、採購、行政、人才招聘及管理、法律及公司秘書事務，凡此種種，是集團發展的重要保護及基石；更重要的是，她同時負責投資者關顧，將集團的業務及最新發展適時及準確地與投資者進行溝通。

集團發展取決於人才

我們急需要培育更多各部門、各級別的管理人才，往後集團的發展有多大，不是受制於市場空間，而是受限制於我們管理團隊的人數和能力。HKTVmall的成功營運模式已經確立，我們需要更多管理人才持之以恆，擴充業務規模。

雖未見對手、全力發展數碼生態圈

過去一年，集團進一步鞏固HKTVmall在香港網購市場的領導地位，訂單量及生意額、忠誠客戶及商戶夥伴數目等各項指標，均錄得穩定且令人滿意的增長。事實上，由於商戶、商品與客戶之間的雪球效應，我們在香港網上零售的領導地位越來越鞏固，競爭對手難以超越。

過去數月，我們對香港網購零售市場上的競爭對手有更透徹的了解，對HKTVmall的發展前景更具信心。因為疫情，最近市場上出現不少想分一杯羹的「競爭對手」，但無論新或舊對手，因為各種不同原因，始終未能在香港的網購市場站穩陣腳。正如我們在不同場合分享過，網購並不只是單單開設一個手機程式和電腦系統平台，展示商戶產品，再做各式各樣的宣傳和推廣，就會成功；網購講求的，其實是整體的客戶體驗和售後的派送服務和成本效益，由平台的設計、訂單處理、物流、派遞到售後服務等，全部環環緊扣，每一環都十分繁複，不可或缺。

對傳統超市來說，拓展網購，除需要額外投資於電腦系統、人才、物流倉庫、派送車隊上，更要增添日常營運成本。但增加網購此一銷售渠道，只是將部

分實體店生意轉移至網上，並不代表其總體生意額會因而增加。超市售賣基本生活必需品，生意額會按人口增長而增加，不會因銷售渠道增加而增長。這解釋了他們進退為難的處境。

亦有營辦商誤解網購的概念，誤以為有本身龐大客戶群的優勢(而其客戶群與購物並無關係)，設立一個平台，吸納商戶加盟，並將產品展示及出售，僅此而已；亦有營辦商沒有考慮所需的基建設備，例如倉庫物流中心及最後一里的派送車隊這些必需的重要支援設施。而傳統的零售商及大型企業，亦未能解決線上及線下銷售渠道的衝突，又或者企業本身並沒有具備香港本土網購營運經驗的高級管理和技術專業人才，因而對網購繁複的操作缺乏信心；當然某些大財團或有其他更重要及更具盈利能力的業務，而未能成功跨出網購業務的重要一步。

需知道，HKTVmall是經過七年的時間，二百多名市務和研究人員，不斷嘗試，從錯誤中學習，不斷改善操作流程及其系統，才達到今天的規模。基於上述的因素、觀察和與他們多間公司溝通接觸後，我們深信HKTVmall已形成堅實的基礎，領導者地位牢不可破。HKTVmall未來數年在香港的增長，將與香港消費者網購消費的增長成正比，HKTVmall將可吸納大部份香港的網購消費市場份額。

至於構成HKTVmall重要部份的配送網絡及物流系統，發展亦已經十分成熟。除了能夠處理及派遞客戶訂單外，我們亦可以支援第三方的倉庫管理和配送服務，當中主要是HKTVmall的商戶夥伴。這種支援服務令商戶無後顧之憂，集中全力發展商品採購、數碼市務推廣和銷售；配合我們多項數碼生態圈的新功能，令商戶與HKTVmall之間的互相依靠關係更為緊密。

複製成功經驗 拓展國際市場

集團的網購業務在短短五、六年間能夠轉虧為盈，引證了我們多年來累積的經驗及知識，足以建構一個可行的業務模式。因此，集團業務將可邁向下一個階段，由本地網購商場營運商拓展至電子商貿科技的推動者。

HKTVmall的系統，涵蓋由頭至尾的整個過程，客戶在平台購買商品後，我們便要安排自營物流中心及數千間商戶各自執貨，再經由自己的車隊及同事送貨。

客戶唯一的接觸點是物流派遞，所以非常講求每個環節的仔細計算、物流派遞、自動化機械系統的全面配合，科技與技術等環環緊扣。這些獨有的經驗及系統，成為集團的重要資產，促成Shoalter的誕生。

Shoalter這個名字的由來，是意指一群小魚團結起來對抗大魚和外敵的shoal，結合帶有改變事件本質意思的alter。Shoalter就是團結各零售商，一起改變，尋找零售業的新路向。

多年前進軍香港的電子商貿市場時，我們曾經分享成立HKTVmall的目的，是因為留意到香港的電子商貿發展遠遠落後於鄰近地區及國家，若香港零售商依然只著眼實體零售，缺乏科技投入，香港的零售業將會在不知不覺間被外國的網購平台所搶佔，長此下去，香港不單失去購物天堂的美譽，零售業的下滑更會拖累整體經濟。

因此，Shoalter將成為一間科技的推動者，將提供其自行發展的「網上購物商場」方案，支持及推動於香港發展另外二至三個大型網上購物商場。大家可能會質疑，這將會增加HKTVmall的市場競爭，有可能攤分其市場份額。事實上，Shoalter除將收取合作夥伴的一次性履行費用外，於合約期內亦會收取年費及按其營業額收取佣金，因此其實際收益將會與集團自行營運網上購物商場所帶來的收入相若。我們相信沒有一個網購平台可以吸納及霸佔整個香港各行各業的市場——每個零售商都會有不同的定位，吸引不同類型、不同年齡層的客戶，而這些新的網上購物平台夥伴將成為於其特定界別內的市場領導者，與HKTVmall網上超市的領導地位，相輔相成。

我們在這方面已經有理想的進展：目前，Shoalter已經與多家公司開展初步的對話，介紹我們的方案，當中有本地及海外(包括台灣、新加坡、及歐洲)的企業。然而，基於新型冠狀病毒疫情而實施的旅遊限制，加上建構大型網上購物商場牽涉的投資及複雜性，以及業務轉變等皆為重要的商業考慮，商討過程較預期所需的時間為長。

另外，Shoalter已於二零二零年十二月與香港一家零售集團簽定最終的電子商貿方案協議，將提供整套硬件及軟件系統服務，以協助該零售集團建立其網上購物商場，預計將於二零二一年第三或第四季推出。

HONG KONG TECHNOLOGY VENTURE COMPANY LIMITED

本年度業績公告，尚有一項重要的公佈。

集團於二零一三年一月正式由「城市電訊(香港)有限公司」更改名稱為「香港電視網絡有限公司」，英文簡稱為HKTVM。這個名字的由來，相信不必我們多加解釋；而集團的名稱，均是根據集團的整體實際業務而定。

縱使業務性質不同，但不論過往還是未來，「科技元素」一直是我們成功的主因，不論在電訊、多媒體及網上購物，我們的團隊均是以科技去帶動行業改變，帶入新元素、新思維，改變行業的遊戲規則。因此，董事會建議HKTVMall將由「Hong Kong Television Network Limited」，更改為「Hong Kong Technology Venture Company Limited」（香港科技探索有限公司）。更改公司名稱須待股東於股東週年大會上以特別決議案方式批准及獲香港公司註冊處的有關批准後，方可作實。而在香港營運網購商場的HKTVMall，有其極高的品牌價值，其名字將不受影響。

昨天，我們以科技為香港帶來極速光纖寬頻；今天，我們以科技改變零售業。未來，我們會繼續留意各方面能以科技改善人類（例如長者）生活質素的研發及其投資機會，並會在適當時間作出公佈。

黑夜不會是永遠

在此，我們感謝各位股東及長綫投資者對集團的信任和過去六年的支持，對集團的前景懷抱希望。亦感謝各級管理團隊及每一位努力付出的同事，尤其是需每天接觸客人的前線員工，讓HKTVMall在疫情期間，無間斷為香港市民服務，提供生活所需；亦希望客戶透過在HKTVMall購物，善用生命中有限的時間，帶來生活樂趣，改善生活質素。

近年香港社會以至全球經濟前景並不明朗，我們的生活、政治及營商環境，都面臨重大轉變、挑戰和機遇。我們必須要對前路滿懷信心，黑夜不會是永遠，疫禍總會過去。最後，藉此引用知名作家查爾斯·狄更斯，著作《雙城記》中的名句互相勉勵：

它是最好的時代，也是最壞的時代；
是智慧的時代，也是愚蠢的時代；
是信仰的時代，也是懷疑的時代；
是光明的季節，也是黑暗的季節；
是充滿希望的春天，也是令人絕望的冬天；
我們的前途擁有一切，我們的前途一無所有。

祝大家生活順遂，身體健康。

張子建
主席

王維基
副主席

香港，二零二一年三月三十日

業績

董事會謹此公佈本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績。

綜合損益表

截至二零二零年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

	附註	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
營業額	3	<u>2,877,884</u>	<u>1,413,958</u>
直接商品銷售 存貨成本	3	<u>1,970,326</u> <u>(1,463,465)</u>	<u>1,101,005</u> <u>(853,258)</u>
		506,861	247,747
特許銷售收入及其他服務收入	3	883,754	302,770
多媒體廣告收入及節目版權	3	23,804	10,183
投資物業估值(虧損)/收益		(6,050)	750
其他經營開支	5(a)	(1,330,916)	(893,285)
其他收入淨額	4	116,880	54,377
財務費用	5(b)	<u>(10,192)</u>	<u>(12,509)</u>
除稅前溢利/(虧損)		184,141	(289,967)
所得稅(開支)/抵免	7	<u>(560)</u>	<u>54</u>
年內溢利/(虧損)		<u>183,581</u>	<u>(289,913)</u>
每股盈利/(虧損)	9		
基本及攤薄		<u>0.20 港元</u>	<u>(0.35) 港元</u>

綜合全面收益表

截至二零二零年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

	附註	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
年內溢利／(虧損)		183,581	(289,913)
年內其他全面收益	6		
其後不會重新分類至損益之項目：			
指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具			
— 公平值儲備(不可轉回)變動淨額		(4,541)	4,173
其後可能重新分類至損益之項目：			
換算海外附屬公司財務報表產生的匯兌差額		(84)	(7)
按公平值計入其他全面收益計量的債務証券			
— 公平值儲備(可轉回)變動淨額		(1,953)	19,389
		(2,037)	19,382
年內其他全面收益		(6,578)	23,555
年內全面收益總額		177,003	(266,358)

綜合財務狀況表

於二零二零年十二月三十一日

(以港元列示)

	附註	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,398,110	1,409,816
無形資產		59,686	72,826
商譽		897	897
長期應收賬項、按金及預付款項		28,984	24,658
其他金融資產	10	324,119	472,284
		<u>1,811,796</u>	<u>1,980,481</u>
流動資產			
其他應收賬項、按金及預付款項		109,360	90,121
存貨		126,573	95,763
其他流動金融資產	10	18,197	83,268
抵押銀行存款		–	3,905
現金及現金等價物		942,479	149,713
		<u>1,196,609</u>	<u>422,770</u>
流動負債			
應付賬款	11	319,888	168,718
其他應付賬項及應計費用	11	284,879	177,799
已收按金		5,757	5,757
銀行貸款		–	315,015
應付稅項		758	237
租賃負債		94,413	86,358
		<u>705,695</u>	<u>753,884</u>
流動資產/(負債)淨值		<u>490,914</u>	<u>(331,114)</u>
總資產減流動負債		<u>2,302,710</u>	<u>1,649,367</u>

	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
非流動負債		
遞延稅項負債	1,227	1,188
租賃負債	<u>203,795</u>	<u>196,571</u>
	<u>205,022</u>	<u>197,759</u>
資產淨值	<u>2,097,688</u>	<u>1,451,608</u>
資本及儲備	12	
股本	1,747,693	1,293,392
儲備	<u>349,995</u>	<u>158,216</u>
權益總額	<u>2,097,688</u>	<u>1,451,608</u>

附註：

1 編製基準

本初步公佈載列之有關截至二零二零年十二月三十一日及二零一九年十二月三十一日止年度之財務資料並不構成本公司就該年度之法定年度綜合財務報表，惟源自該等財務報表。根據第622章香港公司條例第436條規定披露有關該等法定財務報表之進一步資料如下：

本公司已根據香港公司條例第662(3)條及附表6第3部規定，向公司註冊處處長呈遞截至二零一九年十二月三十一日止年度之財務報表，並將於適當時候發出截至二零二零年十二月三十一日止年度之財務報表。

本公司之核數師已就兩個年度之本集團財務報表作出報告。核數師報告並無保留意見；並無載有核數師於出具無保留意見之情況下，提請注意任何引述之強調事項；亦不載有根據香港公司條例第406(2)、第407(2)或(3)條作出之陳述。

本公佈載列之年度業績摘錄自本集團根據所有適用香港財務報告準則(此統稱包括香港會計師公會頒佈之所有適用個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋、香港普遍採納之會計原則及香港《公司條例》之規定)編製的該等年度綜合財務報表。本集團綜合財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露條文。

除投資物業及於其他金融資產的投資按公平值列賬外，編製財務報表採用歷史成本作為計量基準。

在編製符合香港財務報告準則之財務報表時，管理層須作出足以對會計政策之應用，以及資產、負債、收入及支出之報告數額構成影響之判斷、估計及假設。這些估計及相關假設是根據以往經驗及管理層因應當時情況認為合理之多項其他因素作出，其結果構成了在無法依循其他途徑即時得知資產與負債賬面值時作出判斷之基礎。實際結果可能有別於估計數額。

管理層會不斷審閱各項估計及相關假設。倘會計估計之修訂只是影響某一期間，其影響便會在該期間內確認；倘修訂對當前及未來期間均有影響，則在作出修訂之期間及未來期間內確認。

2 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈若干於本集團當前會計期間首次生效的香港財務報告準則的修訂。該等發展概無對本集團當前或先前期間的業績及財務狀況編製或呈列方式造成重大影響。

本集團並無採用於當前會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋。

3 營業額及分部資料

營業額

本集團主要從事多媒體業務，包括但不限於經營點對點網上購物商場、多媒體製作及其他相關服務(「多媒體業務」)。

按性質及確認收益時間分列之客戶合約收益如下：

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
香港財務報告準則第15號範疇內的客戶合約收益		
按性質分列		
— 直接商品銷售	1,970,326	1,101,005
— 特許銷售收入及其他服務收入	883,754	302,770
— 多媒體廣告收入及節目版權	23,804	10,183
	<u>2,877,884</u>	<u>1,413,958</u>
按確認收益時間分列		
— 於某一時間點確認	2,830,839	1,405,755
— 於一段時間內確認	47,045	8,203
	<u>2,877,884</u>	<u>1,413,958</u>

本集團已採用香港財務報告準則第15號第121段的實際權宜之計，而不會披露報告期末有關本集團在達成尚未達成(或部分達成)未償還合約餘下履約責任時有權獲得的本集團收益的資料，此乃由於有關尚未達成的履約責任的原本預計持續時限為一年或以下。

分部資料

與就資源分配及業績評估向本集團主要經營決策者作內部資料報告方式一致，本集團僅識別一個業務分部，即多媒體業務。此外，本集團大部分營運活動於香港進行，而大部分資產置於香港。因此，概無呈列經營或地區分部資料。

4 其他收入淨額

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
銀行利息收入	3,249	94
來自其他金融資產之股息及投資收入	4,705	5,457
來自其他金融資產之利息收入	18,249	30,332
出售其他金融資產之收益／(虧損)	784	(2,063)
按公平值計入損益計量的投資基金單位 未變現公平值(虧損)／收益	(2,443)	378
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券 之預期信貸虧損撥備	(4,527)	(671)
投資物業租金	23,774	23,774
淨匯兌虧損	(1,601)	(4,362)
政府補貼(附註(i))	70,859	–
其他	3,831	1,438
	<u>116,880</u>	<u>54,377</u>

- (i) 於二零二零年，本集團成功申請資金支援，主要來自香港特別行政區(「香港特區」)政府在防疫抗疫基金下推出「保就業」計劃。有關資金旨在為企業留聘人才提供財政支援。根據補助的條款，本集團不得於補貼期間裁員，並將所有資金用於支付人才工資。

5 除稅前溢利／(虧損)

除稅前溢利／(虧損)已扣除／(計入)下列項目：

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
(a) 其他經營開支		
折舊		
— 自置物業、廠房及設備	84,376	64,416
— 使用權資產	108,315	91,472
廣告及市場推廣開支(不包括已於營業額中扣除的 44,189,000港元(二零一九年：27,822,000港元))	76,099	66,045
核數師酬金	2,496	2,415
出售物業、廠房及設備之虧損	27	11
存貨撇減及撇銷	23,383	6,156
人才成本(附註5(c))	634,766	398,788
無形資產攤銷	13,140	14,827
撥回繁重合約撥備	—	(144)
投資物業總開支	1,427	1,427
外包配送開支	190,366	104,122
支付處理費用	77,055	40,269
自置汽車使用開支	28,178	18,997
軟件版權及註冊費	16,588	15,137
公用事業、消耗品及辦公室開支	34,085	25,469
其他	40,615	43,878
	<u>1,330,916</u>	<u>893,285</u>
(b) 財務費用		
銀行貸款利息	1,855	5,139
租賃負債利息	8,071	7,119
銀行費用	266	251
	<u>10,192</u>	<u>12,509</u>
(c) 人才成本		
工資及薪金	596,603	382,088
退休福利成本—界定供款計劃	23,076	16,580
以股份支付之開支	15,087	120
	<u>634,766</u>	<u>398,788</u>

人才成本包括本集團向所有受僱人士(包括董事)所支付及計提之全部補償及福利。

6 其他全面收益

(a) 關於其他全面收益之稅務影響

	截至二零二零年			截至二零一九年		
	十二月三十一日止年度			十二月三十一日止年度		
	除稅前金額 千港元	稅項開支 千港元	除稅後金額 千港元	除稅前金額 千港元	稅項開支 千港元	除稅後金額 千港元
指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具						
— 公平值儲備(不可轉回)變動淨額	(4,541)	-	(4,541)	4,173	-	4,173
換算海外附屬公司財務報表產生之匯兌差額	(84)	-	(84)	(7)	-	(7)
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券						
— 公平值儲備(可轉回)變動淨額	(1,953)	-	(1,953)	19,389	-	19,389
其他全面收益	<u>(6,578)</u>	<u>-</u>	<u>(6,578)</u>	<u>23,555</u>	<u>-</u>	<u>23,555</u>

(b) 其他全面收益部分(包括重新分類調整)

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具		
— 公平值儲備(不可轉回)變動淨額：		
— 於本年度確認之公平值變動	(4,541)	4,173
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券—		
公平值儲備(可轉回)變動淨額：		
— 於本年度確認之公平值變動	(5,696)	16,505
— 於出售後重新分類至損益	(784)	2,213
— 預期信貸虧損撥備重新分類至損益	4,527	671
	<u>(1,953)</u>	<u>19,389</u>

7 所得稅開支/(抵免)

二零二零年香港利得稅撥備乃根據本年度估計應課稅溢利之16.5%(二零一九年：16.5%)計算，惟本集團一間身為利得稅兩級制合資格企業之附屬公司除外。就該附屬公司而言，二零二零年，首2,000,000港元的應課稅溢利以8.25%(二零一九年：8.25%)的稅率徵稅，餘下應課稅溢利則以16.5%(二零一九年：16.5%)的稅率徵稅。

在綜合損益表列賬之所得稅開支／(抵免)金額為：

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千港元
即期稅項		
香港利得稅	521	237
遞延稅項		
暫時差額產生及撥回	39	(291)
	<u>560</u>	<u>(54)</u>

8 股息

董事會已議決不會就截至二零二零年十二月三十一日止年度宣派任何末期股息(二零一九年十二月三十一日：無)。

9 每股盈利／(虧損)

每股基本盈利／(虧損)乃基於截至二零二零年十二月三十一日止年度之溢利183,581,000港元(二零一九年十二月三十一日：虧損289,913,000港元)及年內已發行普通股加權平均數897,733,000股(二零一九年十二月三十一日：817,584,000股)計算，詳情如下：

普通股加權平均股數

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千股	截至二零一九年 十二月三十一日 止年度 千股
於一月一日之已發行普通股	820,734	814,217
行使股份期權之影響	278	3,367
已發行新股份之影響	76,721	-
於十二月三十一日之普通股加權平均股數	<u>897,733</u>	<u>817,584</u>

截至二零二零年十二月三十一日止年度之每股攤薄盈利乃根據年內溢利183,581,000港元及普通股加權平均股數932,327,000股計算，已就年內股份期權計劃下之潛在攤薄普通股之影響作出調整。

截至二零一九年十二月三十一日止年度之每股攤薄虧損與每股基本虧損相同，此乃由於本集團股份期權將對每股虧損產生反攤薄影響所致。

普通股加權平均股數(攤薄)

	截至二零二零年 十二月三十一日 止年度 千股
於十二月三十一日之普通股加權平均股數	897,733
根據本公司股份期權計劃視作發行股份之影響	<u>34,594</u>
於十二月三十一日之普通股加權平均股數(攤薄)	<u><u>932,327</u></u>

10 其他金融資產

	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
指定按公平值計入其他全面收益(不可轉回)計量的股本工具		
— 股本証券	20,655	24,957
— 永續債券	<u>51,845</u>	<u>62,692</u>
	----- 72,500	----- 87,649
按公平值計入其他全面收益(可轉回)計量的債務証券		
— 一年內到期	18,197	83,268
— 一年後到期	<u>182,049</u>	<u>312,069</u>
	----- 200,246	----- 395,337
按公平值計入損益計量的投資基金單位	<u>69,570</u>	<u>72,566</u>
	<u><u>342,316</u></u>	<u><u>555,552</u></u>
相當於：		
— 非流動部分	324,119	472,284
— 流動部分	<u>18,197</u>	<u>83,268</u>
	<u><u>342,316</u></u>	<u><u>555,552</u></u>

於二零二零年十二月三十一日及二零一九年十二月三十一日，所有該等金融資產按公平值列值。

11 應付賬款、其他應付賬項及應計費用

	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
應付賬款(附註(a))	<u>319,888</u>	<u>168,718</u>
合約負債	105,973	49,349
其他應付賬項及應計費用(附註(b))	<u>178,906</u>	<u>128,450</u>
	<u>284,879</u>	<u>177,799</u>
	<u>604,767</u>	<u>346,517</u>

(a) 應付賬款之賬齡分析如下：

	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
未逾期—30日	315,530	160,452
31–60日	1,240	2,745
61–90日	760	422
超過90日	<u>2,358</u>	<u>5,099</u>
	<u>319,888</u>	<u>168,718</u>

(b) 其他應付賬項及應計費用

其他應付賬項及應計費用主要包括應計人才薪金及相關成本、購買物業、廠房及設備之應付賬款、外包人力資源服務開支及廣告以及宣傳開支。

12 資本及儲備

附註	本公司權益持有人應佔								
	股本	保留溢利/ (累計虧損)	重估儲備	公平值儲備		匯兌儲備	資本儲備	其他儲備	權益總額
				(可轉回)	(不可轉回)				
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於二零一九年一月一日之結餘	1,280,191	229,834	183,338	(13,890)	(1,463)	(66)	32,271	(1,826)	1,708,389
二零一九年之權益變動：									
年內虧損	-	(289,913)	-	-	-	-	-	-	(289,913)
其他全面收益	6	-	-	19,389	4,173	(7)	-	-	23,555
全面收益總額	-	(289,913)	-	19,389	4,173	(7)	-	-	(266,358)
根據股份期權計劃發行的股份	13,201	-	-	-	-	-	(3,744)	-	9,457
以股份支付之交易	5(c)	-	-	-	-	-	120	-	120
因放棄股份期權而重新分類 至保留溢利	-	58	-	-	-	-	(58)	-	-
於二零一九年十二月三十一日及 二零二零年一月一日之結餘	<u>1,293,392</u>	<u>(60,021)</u>	<u>183,338</u>	<u>5,499</u>	<u>2,710</u>	<u>(73)</u>	<u>28,589</u>	<u>(1,826)</u>	<u>1,451,608</u>
二零二零年之權益變動：									
年內溢利	-	183,581	-	-	-	-	-	-	183,581
其他全面收益	6	-	-	(1,953)	(4,541)	(84)	-	-	(6,578)
全面收益總額	-	183,581	-	(1,953)	(4,541)	(84)	-	-	177,003
將出售指定按公平值計入其他 全面收益計量的股本工具的 虧損轉撥至保留溢利	-	(51)	-	-	51	-	-	-	-
根據股份期權計劃發行的股份	1,094	-	-	-	-	-	(311)	-	783
發行新股份	453,207	-	-	-	-	-	-	-	453,207
以股份支付之交易	5(c)	-	-	-	-	-	15,087	-	15,087
因註銷股份期權而重新分類至 保留溢利	-	35	-	-	-	-	(35)	-	-
於二零二零年十二月三十一日之 結餘	<u>1,747,693</u>	<u>123,544</u>	<u>183,338</u>	<u>3,546</u>	<u>(1,780)</u>	<u>(157)</u>	<u>43,330</u>	<u>(1,826)</u>	<u>2,097,688</u>

業務回顧

電子商貿業務 — HKTVmall

二零二零年是我們的電子商貿業務 — HKTVmall首年成功轉虧為盈，有賴香港電視每一位的努力，在瞬息萬變的環境中，表現了出色的應變能力，盡力確保訂單完成配送，滿足現有及新客戶的需求。

HKTVmall的訂單總商品交易額達到5,950,000,000港元，與二零一九年相比大幅增加114.2%，同時超額完成於二零二零年八月二十七日宣布修訂的全年訂單總商品交易額目標5,550,000,000港元至5,750,000,000港元，而最初於二零二零年一月九日訂立的目標為3,380,000,000港元。加上主要的營運因素包括毛利率及混合佣金率成功提升至24.6%（二零一九年：21.4%），多媒體廣告漸趨成熟，收入達到23,500,000港元（二零一九年：8,200,000港元），高效率的物流及配送營運亦令其成本比率降至已完成訂單的總商品交易額的11.8%（二零一九年：15.2%），令此業務於二零二零年內轉虧為盈。

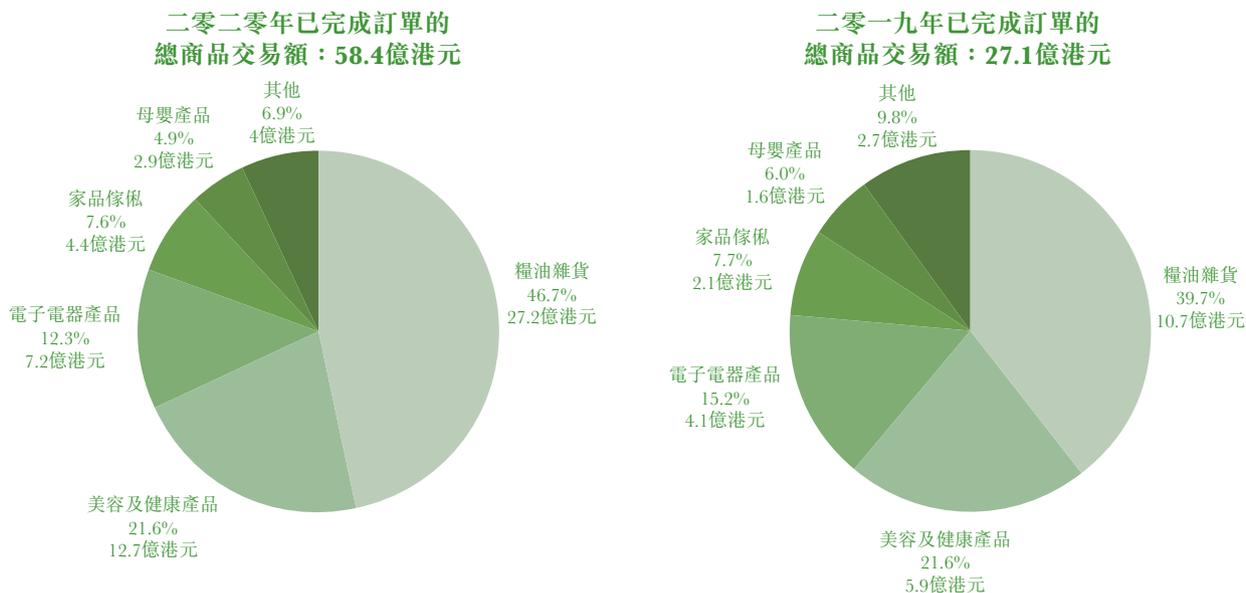
本集團與香港及全球所有其他零售商同樣面對新型冠狀病毒疫情和經濟下滑的影響。但我們能在同業之中脫穎而出，並在本年度錄得盈利的的原因並不是因為疫情或我們的線上業務性質，而是我們在過去六年的決心和執行力，為我們帶來成功和未來。

決意成為線上「業主」

1. 推動人流、產品選擇和分散效率的1P和3P混合商業模式

我們將HKTVmall形容為線上業主、網上購物商場或數碼生態系統，但從來都不是電子商店或只是一個市集。作為業主，我們為電子商貿業務建立並擁有整套基礎設備，亦自行營運一個主要的超級市場，但我們並不營運商場內的所有部份。相反，我們採用1P和3P商業模式——一方面，我們向產品供應商購買存貨，為快流糧油雜貨及食品提供穩定供應（即「1P」或「直接商品銷售」）；另一方面，我們與第三方商戶合作，於HKTVmall開設其網上商店（即「3P」或「特許銷售」）。

連同4,200多家商戶及產品供應商及由HKTVmall直接供應的產品，HKTVmall提供14種產品類別及超過500,000種產品選擇，已完成訂單的總商品交易額的產品類別分佈如下：



在二零二零年已完成訂單的總商品交易額中，大約65.5%由3P貢獻(二零一九年：58.3%)。我們認為這種混合營運模式是一種可持續及具盈利能力的營運模式，配合4,200個合作夥伴，為我們增加人流、產品選擇、市場營銷和提升配送效率的優勢，而不會影響最後一哩配送的客戶服務質素：

- a. HKTVmall自家管理，主要為超級市場和糧油雜貨的1P業務，主力吸引人流和推動重複購買，並提供「一次過」最後一哩配送服務。
- b. 3P的商戶合作夥伴提供不同的產品別類，亦擴闊了HKTVmall的產品類別至14種，並藉各商戶不同的市場策略推動跨產品類別的人流，同時分散倉存及配送的流程於各商戶的倉庫中。

這家大型的網上商場，於二零二零年吸引了約1,107,000名獨立客戶於HKTVmall購物，較二零一九年的823,000名客戶大幅增長。重複購買的催化劑—超級市場和糧油雜貨，以及另外13種產品類別推動了每位客戶的平均購買頻率從二零一九年第四季度的約3.76次，增加至二零二零年第四季度的約4.77次，而客戶購買的主要產品類別的平均數量也由二零一九年第四季度的2.57個，增加至二零二零年第四季度的2.91個。

數據分析亦確認了我們的信念—消費者進行網上購物後，不會重回實體店！網上購物已然成為長期客戶的習慣，例如於二零一九年在HKTVmall購物滿一定金額的客戶，很大可能繼續在HKTVmall購物。

於二零一九年的 消費水平	於二零二零年的 客戶保持率*
5,000港元或以上	94%
8,000港元或以上	96%
10,000港元以上	98%

* 客戶保持率指於二零一九年購物滿一定金額的客戶於二零二零年繼續購物的百分比。

2. 穩定的毛利率及混合佣金率

經過了六年的營運，於網上購買糧油雜貨的需求持續增長，為我們在直接商品銷售帶來了穩定的毛利率，而自二零二零年一月一日起推出的分類劃一佣金制度及年費計劃，亦成功提高了混合佣金率。於二零二零年，毛利率及混合佣金率達到24.6%，較二零一九年增長3.2%。

倘計入多媒體廣告收入及其他節目版權收入，多媒體業務之總貢獻比率為25.0%（二零一九年：21.7%）。

毛利率及混合佣金率

除指明為比率外，以千港元列示

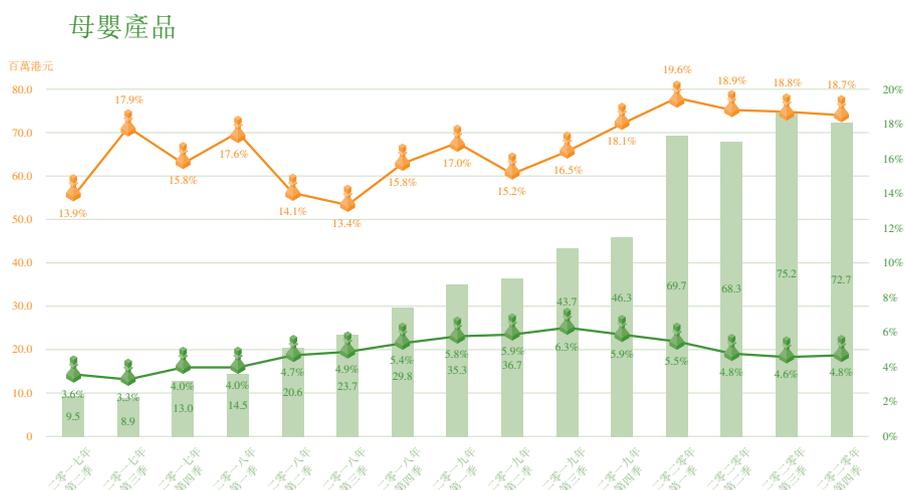
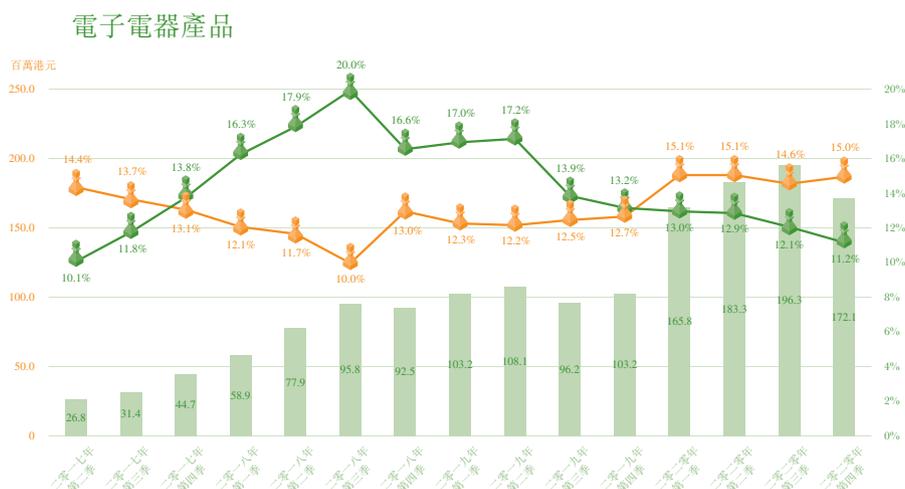
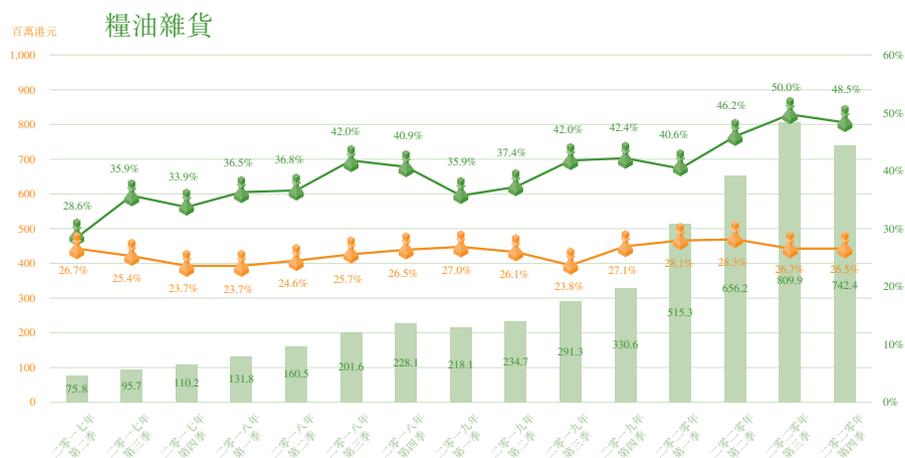
	截至 二零二零年 十二月三十一日 止年度	截至 二零一九年 十二月三十一日 止年度
按已完成訂單及按經調整基準⁶		
直接商品銷售		
已完成訂單的總商品交易額 ^{6,7}	2,015,536	1,129,506
存貨成本	(1,463,465)	(853,258)
毛利	552,071	276,248
毛利率	27.4%	24.5%
特許銷售收入及其他服務收入		
已完成訂單的總商品交易額 ⁶	3,822,604	1,578,310
商戶付款(扣除其他服務收入)	(2,939,871)	(1,276,219)
特許銷售收入及其他服務收入 ⁸	882,733	302,091
混合佣金率	23.1%	19.1%
已完成訂單的總商品交易總額 ⁶	5,838,140	2,707,816
毛利及特許銷售收入及其他服務收入總額 ^{7,8}	1,434,804	578,339
總毛利率及混合佣金率	24.6%	21.4%
多媒體廣告收入及節目版權收入		
多媒體廣告收入	23,518	8,203
其他節目版權收入	286	1,980
	23,804	10,183
多媒體業務總貢獻	1,458,608	588,522
總貢獻比率	25.0%	21.7%

⁶ 已完成訂單的總商品交易額是指於特定時間段內客戶已獲得承諾中通過特定市場所銷售的商品或服務之控制權的已售商品總銷售價值，當中扣除了該市場所提供的任何折扣、商品註銷及退貨，並未扣除作管理層呈報用途而歸納為廣告及市場開支的若干HKTVMall回贈及推廣優惠券。

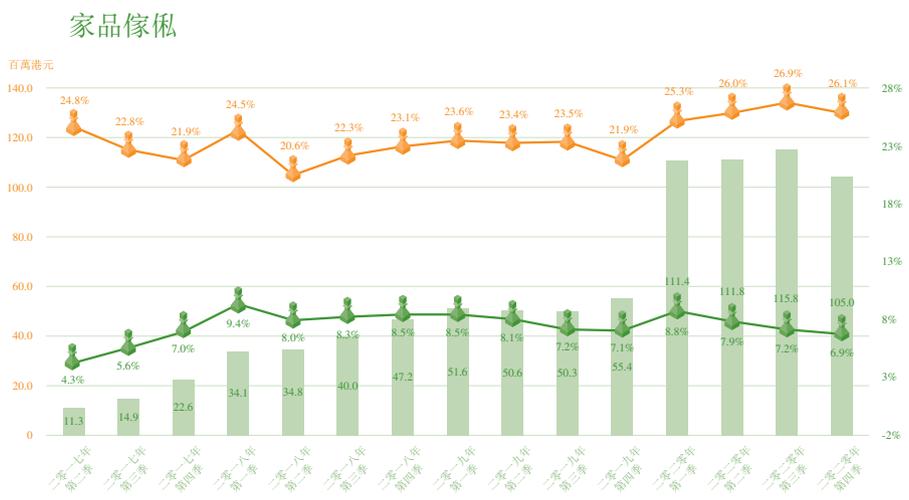
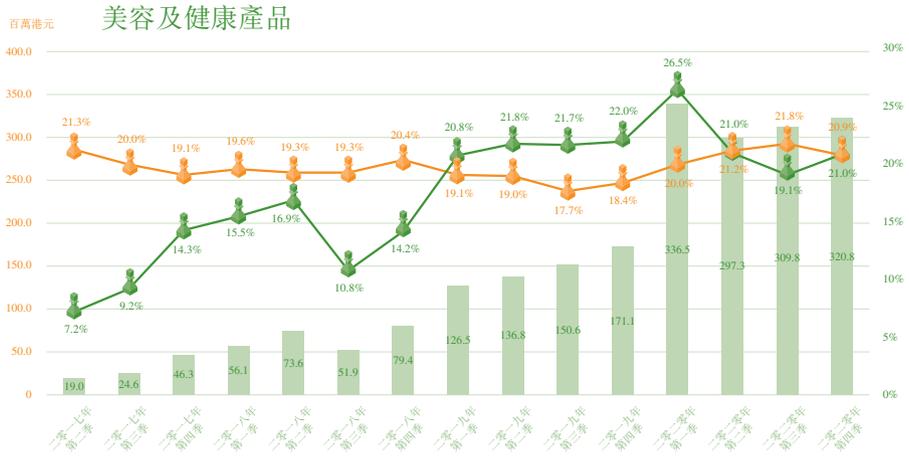
⁷ 就直接商品銷售而言，已完成訂單的總商品交易額乃在扣除HKTVMall回贈19,490,000港元(二零一九年：4,743,000港元)及已使用的優惠券25,720,000港元(二零一九年：23,758,000港元)前計算。

⁸ 就特許銷售收入及其他服務收入而言，有關款額乃在增加淨HKTVMall回贈1,021,000港元(二零一九年：679,000港元)前計算以及包括商戶年費攤銷及其他服務收入。

按產品類別計算，二零二零年的毛利率和混合佣金率較二零一九年整體而言均呈上升趨勢如下：



- 季度已完訂單的總商品交易額(百萬港元)
- 季度佔已完訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率和混合佣金率



- 季度已完成訂單的總商品交易額(百萬港元)
- 季度佔已完成訂單的總商品交易額之比例
- ▲ 季度毛利率和混合佣金率

3. 增加多媒體廣告收入來源

「業主」商業模式亦為HKTVmall開闢了新的多媒體收入來源。在過去的六年中，我們成功地將4,200家商戶和產品供應商轉型為HKTVmall的網上零售商。

於二零二零年，我們開始在HKTVmall平台上開放部份多媒體廣告空間和廣告種類，並以年費包括的廣告積分投放廣告，教育商戶利用數據推動銷售。

在二零二零年，我們錄得23,500,000港元的多媒體廣告收入，更令人興奮的是，我們將在二零二一年收穫更多。於二零二零年十月推出二零二一年多媒體廣告計劃的早鳥優惠，我們已經收到了超過50,000,000港元廣告費用承諾。這高利潤的新收入來源必定是電子商貿業務盈利中的明日之星。

隨著於二零二零年七月初步於Facebook進行首播，商戶、品牌擁有人及供應商可經直播購物頻道宣傳及推介產品。借助HKTVmall豐富的媒體製作經驗，加上全面一流的製作硬件及攝影棚，HKTVmall可向商戶、品牌擁有人及供應商提供全面的多媒體製作及直播廣告服務，以促銷其產品。此直播購物頻道得到HKTVmall平台上不同形式的數碼廣告支援。自二零二一年一月起，於HKTVmall應用程式內亦設有直播頻道，用戶可同時「觀看」及「購物」。

4. 全新市場推廣活動以擴大客戶群

在二零二零年，除推動客戶重複購物及購買更多產品類別外，我們亦開展了各種市場推廣活動以擴大客戶群。其中，因應線上購買糧油雜貨的客戶行為結構性變化，以及為未來電子錢包和整合線下線上客戶旅程做好準備，我們於二零二零年下半年推出以下三項計劃：

- a. 於週末推出「買餸日」優惠，以推動客戶由線下轉到線上購買新鮮及冰鮮食品，並錄得令人鼓舞的表現—該產品類別的訂單總商品交易額於二零二零年下半年較二零二零年上半年高出18倍；
- b. 推出加強版「HKTVmall簡易版」手機應用程式—成功招募約50,000名HKTVmall長者會會員，將線上客戶群擴展到60歲以上；
- c. 花旗銀行及HKTVmall聯營信用卡—利用VIP會員購物日折扣優惠和HKTVmall回贈吸納新持卡人和推動使用，為HKTVpay線上及線下數據整合作出重要的準備。

管理營運成本效率及配送選擇

配送成本是營運電子商貿的重要成本項目，如果沒有採用正確的策略，以混合商業模式營運將是非常複雜且成本高昂。HKTVmall透過商戶自家的倉庫資源，支援倉存、執貨及包裝訂單，是提高內部配送效率的其中一個方法。另一個關鍵的決定因素是使用自動化機械系統來提高效率。

自二零一七年起，我們開始計劃自動化配送，經過數年的執行後，我們已經大大減少對人手程序的依賴，尤其是在一些常規工序上，同時更提高了應對業務增長的配送能力。這些於二零一七年的前瞻性決定令我們能夠將疫情的風險轉化為商機。以下是通過各種自動化機械系統而得到改進的情況摘要：

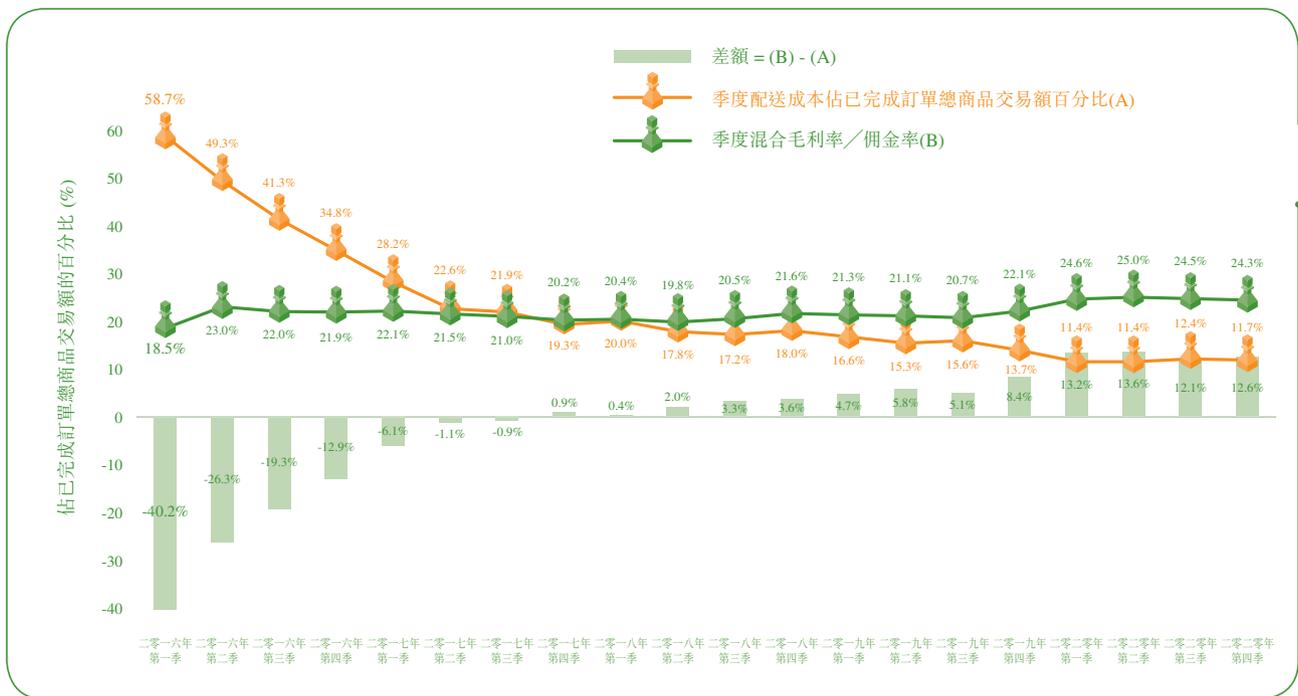


在過去數年，我們全力透過自動化來提升配送效率，以實現可擴展且具盈利能力的商業模式。整體而言，由於自動化系統運作和訂單數量增長帶來的規模經濟效益，每季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額比率持續下降。

然而，二零二零年第三季度的配送成本增加至約12.4%，主要因為二零二零年七月之訂單總商品交易額較二零二零年六月突然激增44%，以及本集團因應保護人才及客戶而制定的家居隔離政策令前線人手出現短缺，因此需急速為最後一哩配送增加額外的資源，加上因應疫情為前線員工提供特別津貼，以及無可避免地取消被延期的訂單以致撇銷存貨，均增加了營運成本。但這個情況於二零二零年第四季度已作出改善並恢復至正常狀態，二零二零年第四季度的配送成本下降至11.7%。

⁹ 於二零一八年三月至二零一九年三月推出之多個系統。

¹⁰ 自二零二零年二月推出。



備註：二零一九年及二零二零年季度的配送成本佔已完成訂單總商品交易額比率予以調整，未計入自二零一九年起採納香港財務報告準則第16號產生的租賃負債利息5,900,000港元(二零一九年：4,800,000港元)。

除成本效益外，HKTVmall於年內擴大了其配送能力及增加客戶的配送選擇，包括於二零二零年七月在長沙灣建立一個新的小型物流中心，主要處理訂單中急凍貨件的中轉。此外，我們繼續拓展客戶訂單自取點，包括擴展HKTVmall O2O門市網絡、與第三方商戶合作及推出智能櫃自取服務，到目前為止，我們已有超過130個自取點，覆蓋香港不同地區。我們在最後一哩配送比率(只包括HKTVmall配送及店舖自取)按訂單量計在二零二零年第四季為98.6%，而在二零一九年第四季為98.4%。

方案業務 — Shoalter

根據本集團在二零二零年八月二十七日發佈的二零二零年中期業績，成立了另一項新業務，將我們的角色從數碼生態系統營運商擴展至科技推動者。這項新業務以品牌「Shoalter」營運，旨在利用我們的電子商貿技術來改變零售格局，協助本地及全球的傳統超級市場或零售商成功加入數碼零售的科技供應商。

對本地市場而言，要加速香港零售業數碼化，以豐富本地消費者的網上購物選擇，並將流入海外平台業務回撥至本地零售市場。Shoalter的目標是提供其自行發展及綜合的點對點電子商貿方案，支持及推動於香港發展另外兩至三個網上購物商場。我們相信，這些網上購物平台夥伴將成為於其特定界別內的市場領導者，與HKTVmall的網上糧油雜貨領導地位，相輔相成。

年內，我們在這項新業務方面取得了令人鼓舞的發展：

- a. 於二零二零年十月於台灣設立其首個海外研發中心，直到現時，已聘請超過60位科技專業人才支持方案業務的發展。
- b. 於二零二零年十二月，Shoalter與香港一家零售集團已簽定最終的電子商貿方案協議，Shoalter將提供硬件及軟件系統服務，以協助該零售集團建立其網上購物商場。根據最新進展，預計將於二零二一年第三或第四季度推出。

就集團於二零二零年的總體表現而言，消費者結構性的行為變化、堅實的增長動力、已引證具盈利能力的網上購物商場業務方程式，以及帶領集團邁向下一個成功的技術優勢，是香港電視整個團隊帶來的重要成果。我們期望新型冠狀病毒疫情可於短期內得到改善，將集團推向國際舞台以展示HKTVmall的成功，並將Shoalter的解決方案擴展到海外及本地市場。

財務回顧

於年內，新型冠狀病毒疫情對全球造成了史無前例的健康和經濟危機，然而，同時加速了零售業由線下轉型至線上的過程。對於香港電視，憑藉我們在過去六年積累的經驗，集團成功把握業務增長的機會—於二零二零年，本集團的已完成訂單總商品交易額為5,838,100,000港元，增幅達115.6%（二零一九年：2,707,800,000港元）。

於二零二零年，本集團的營業額增加103.5%至2,877,900,000港元（二零一九年：1,414,000,000港元），營業額主要來自以下項目：

1. 直接商品銷售1,970,300,000港元（二零一九年：1,101,000,000港元）；
2. 特許銷售及其他服務收入883,800,000港元（二零一九年：302,800,000港元）；
及
3. 多媒體廣告收入及節目版權23,800,000港元（二零一九年：10,200,000港元）。

由於直接商品銷售強勁增長79.0%，存貨成本相應增加至1,463,500,000港元（二零一九年：853,300,000港元），增幅為71.5%。

於二零二零年，其他營運開支相對二零一九年的893,300,000港元，增加49.0%至1,330,900,000港元。在其他營運開支中，營運業務所需的主要經營開支總額包括配送成本，市場推廣、宣傳及O2O門市營運開支以及電子商貿營運及支援成本，而相對於二零二零年已完成訂單的總商品交易額的百分比，則較二零一九年共改善了9.1%。

	二零二零年		二零一九年	
	相對於已完成 訂單的總商品 交易額的 百分比	百萬港元	相對於已完成 訂單的總商品 交易額的 百分比	百萬港元
配送成本(附註1)	11.8%	687.5	15.2%	412.1
市場推廣、宣傳及O2O門市 營運開支(附註2)	4.0%	234.1	6.6%	179.1
電子商貿營運及支援成本(附註3)	5.4%	317.2	8.5%	229.4
主要經營開支總額	21.2%	1,238.8	30.3%	820.6
主要非現金項目(附註4)		136.3		100.5
減：於營業額內扣除的市場推廣、 宣傳及O2O門市營運開支		(44.2)		(27.8)
其他營運開支總額		1,330.9		893.3

附註

1. 包括折舊一租賃作自用之其他物業43,000,000港元(二零一九年：33,400,000港元)，但未計入租賃負債利息5,900,000港元(二零一九年：4,800,000港元)。
 2. 包括於營業額內扣除的HKTVmall回贈及推廣優惠券44,200,000港元(二零一九年：27,800,000港元)，及折舊一租賃作自用之其他物業43,700,000港元(二零一九年：37,000,000港元)，以及未計入租賃負債利息2,200,000港元(二零一九年：2,300,000港元)。
 3. 包括折舊一租賃作自用之其他物業800,000港元(二零一九年：無)。
 4. 不包括折舊一租賃作自用之其他物業87,500,000港元(二零一九年：70,400,000港元)。
- 1) **配送成本**源於倉儲和物流，包括店舖自取的成本分配。營運效率持續提升，主要原因來自整個期間受惠於在二零一九年三月投入服務於將軍澳總部的自動化執貨及倉儲系統，及於二零二零年二月投入服務於屯門配送中心的交叉帶式自動分揀系統，這些自動化系統大幅削減包括執貨、補充倉存、訂單分類及整合過程的人手成本。此外，平均每日訂單量由二零一九年的15,100張增加至二零二零年的32,300張亦帶來效率增益。

然而，於二零二零年第三季度，由於二零二零年七月之訂單總商品交易額較二零二零年六月突然激增44%，以及集團為保障人才和客戶而實施的家居隔離政策導致短期前線人手短缺，同時因應疫情為前線員工提供特別

津貼，以及無可避免的取消被延期的訂單以致撇銷存貨，自動化及訂單增長所帶來的部分效率增益彼此短期配送成本的增加所抵銷。這個情況於二零二零年第四季度已獲得改善並恢復至正常狀態。

總括而言，總配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零一九年的15.2%減少至二零二零年的11.8%。

- 2) **市場推廣、宣傳和O2O門市營運開支**，包括數碼營銷、推廣優惠碼及HKTVmall現金回贈、宣傳單張、O2O門市營運及營銷成本等，以及一切相關職能的人才成本。鑑於年內消費者快速由線下轉向線上，尤其是在超級市場和糧油雜貨上，以及於二零二零年下半年，我們投放更多資源推動重複購買以加強消費者行為的結構性改變、推廣超市產品至新鮮及冰鮮類產品，招募新客戶並將線上客戶群擴展到60歲以上等。此外，於二零二零年下半年，集團積極吸納花旗銀行及HKTVmall聯營信用卡的新客戶並推動使用，以成為電子錢包的重要組成部分—支持HKTVpay長期發展。

倘計及已從營業額扣除的HKTVmall回贈及已使用的優惠券44,200,000港元(二零一九年：27,800,000港元)，則此總開支佔已完成訂單總商品交易額的4.0%(二零一九年：6.6%)，亦即234,100,000港元(二零一九年：179,100,000港元)。

- 3) **電子商貿營運及支援成本**，包括支付處理費用、商戶關係管理及吸納、客戶服務、資訊科技及其他管理與支援功能。年內效率持續改善，電子商貿營運及支援成本由二零一九年佔已完成訂單總商品交易額的8.5%減至二零二零年的5.4%。成本實際金額增加87,800,000港元乃主要由於因應總商品交易額大幅增加的支付處理費用增加、擴展研發人才及增加董事酌情發放之分紅所致。

主要非現金項目，主要包括物業、廠房及設備的折舊、無形資產攤銷以及股份交易支付之開支。物業、廠房及設備折舊增加19,700,000港元(不包括租賃作自用之其他物業的折舊)，主要因為將軍澳總部的自動化執貨及倉儲系統在二零一九年三月投入服務而出現的全期折舊效應，屯門物流中心於二零二零年二月投入服務的交叉帶式自動分揀系統的折舊，二零一九年及二零二零年增設配送貨車及O2O門市而引起的折舊及擴展電腦網絡及系統的折舊。此外，二零二零年錄得以股份支付之開支15,100,000港元(二零一九年：100,000港元)。

截至二零二零年十二月三十一日止年度，按照獨立測量師公司進行的估值，已確認投資物業估值虧損6,100,000港元(二零一九年：收益800,000港元)。

二零二零年的其他收入淨額為116,900,000港元(二零一九年：54,400,000港元)主要包括年內確認的政府補貼70,900,000港元(二零一九年：無)、其他金融資產及銀行存款產生的投資收入27,000,000港元(二零一九年：33,800,000港元)、投資物業租金收入23,800,000港元(二零一九年：23,800,000港元)，部份被按公平值計入損益計量的投資基金單位之未變現公平值虧損2,400,000港元(二零一九年：收益400,000港元)、按公平值計入其他全面收益計量的債務證券之預期信貸虧損撥備4,500,000港元(二零一九年：700,000港元)，以及二零二零年的淨匯兌虧損1,600,000港元(二零一九年：4,400,000港元)所抵銷，主要由於年內美元兌港元貶值。

銀行利息收入及其他金融資產投資回報減少6,800,000港元，乃主要由於變現部分投資組合以減低投資所承受的市場及財務風險。

財務成本主要包括銀行貸款利息1,900,000港元(二零一九年：5,100,000港元)及租賃負債利息8,100,000港元(二零一九年：7,100,000港元)。

整體而言，本集團於二零二零年錄得183,600,000港元的淨溢利，而二零一九年則為淨虧損289,900,000港元。二零二零年的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利達307,000,000港元，較二零一九年的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損216,000,000港元，作出大幅改善。

流動資金及資本資源

於二零二零年十二月三十一日，本集團之總現金狀況為現金及現金等價物942,500,000港元(二零一九年十二月三十一日：149,700,000港元)，並無未償還借貸(二零一九年十二月三十一日：提取315,000,000港元用於提升投資回報)。總現金狀況增加主要是由於經營活動產生現金流入608,000,000港元、投資組合變現淨額196,800,000港元、已收取投資收入淨額30,000,000港元、因行使股份期權及年內配售與認購而發行新股的所得款項淨額454,000,000港元、已抵押銀行存款解除3,900,000港元、出售物業、廠房及設備的所得款項500,000港元，而部分被租賃租金之資本及利息部分94,200,000港元、購買物業、廠房及設備所付款項88,400,000港元、銀行貸款還款淨額315,000,000港元及已付銀行貸款利息2,900,000港元所抵銷。

於二零二零年十二月三十一日，以公平值計算，本集團共投資342,300,000港元(二零一九年十二月三十一日：555,600,000港元)於其他金融資產。於二零二零年十二月三十一日，公平值儲備(不可轉回及可轉回)錄得1,800,000港元盈餘淨額(二零一九年十二月三十一日：8,200,000港元重估盈餘)。年內，其他金融資產公平值變動總額(扣除已確認的預期信貸虧損)為13,500,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：23,300,000港元盈餘)，其中分別於損益、公平值儲備(可轉回)及公平值儲備(不可轉回)錄得7,000,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：300,000港元)、2,000,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：19,400,000港元盈餘)及4,500,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：4,200,000港元盈餘)。

本集團將根據其整體庫務目標及政策，就其現金資產盈餘進行庫務管理活動。選擇投資之標準包括所涉及之相關風險狀況、投資之流動性、投資之除稅後等值收益率，且該等投資並非投機性質。為符合其流動資金目標，本集團大部分投資集中在流動投資工具、產品或股份，如具投資級別之產品、指定世界指數之成份股或國有或受控制之公司之股份。固定收入產品之投資按不同到期情況構成，以配合持續業務發展及擴充需求。此外，倘預期須動用額外現金撥付業務，則本集團將適當地變現其投資。

於二零二零年十二月三十一日，本集團尚未動用任何未承諾銀行融資(二零一九年十二月三十一日：已動用315,000,000港元，主要用於提升投資回報)，餘下未承諾銀行融資額為935,100,000港元(二零一九年十二月三十一日：624,900,000港元)可於日後動用。

本集團總現金及現金等價物包括銀行／金融機構之結存及現金以及到期日為三個月內之定期存款(如有)。於二零二零年十二月三十一日，本集團並無任何已抵押銀行存款，而於二零一九年十二月三十一日，本集團有已抵押銀行存款500,000美元(相當於約3,900,000港元)，作為一間銀行就外匯及利率對沖安排而授出的500,000美元(相當於約3,900,000港元)銀行融資的擔保金。

本集團於二零二零年十二月三十一日及二零一九年十二月三十一日之債務到期情況如下：

	二零二零年 十二月三十一日	二零一九年 十二月三十一日
	千港元	千港元
須於一年內償還	—	315,015

於二零二零年十二月三十一日，本集團為正現金狀況，因此並無呈列資產負債比率。於二零一九年十二月三十一日，未償還借貸均按定息計息，且全部以港元列值。於計及本集團持有之現金及現金等價物以及定期存款(如有)後，於二零一九年十二月三十一日，本集團資產負債比率為0.11倍。董事認為，經計及內部可用財務資源及現有銀行融資，本集團有充足資金撥付其營運及應付其到期財務責任。

	二零二零年 十二月三十一日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
債務淨額(附註(a))	-	(165,302)
資產淨值	<u>2,097,688</u>	<u>1,451,608</u>
資產負債比率(倍)	<u>-</u>	<u>0.11</u>

附註(a) 總銀行借貸扣除現金及現金等價物及定期存款(如有)。

於二零二零年，本集團投資88,400,000港元於資本開支，而二零一九年則為139,900,000港元。二零二零年的資本開支主要用於支付交叉帶式分揀系統的結餘付款、開設新O2O門市、增加配送貨車、配送中心裝修及擴張系統容量。對於日後之資本開支需求，我們將繼續保持審慎態度且預期將會運用本集團內部資源及銀行融資撥付有關需求。整體而言，本集團之財務狀況保持穩健，以支持業務持續拓展。

集資活動

為加強本集團的財務狀況，並為本集團的擴展及增長計劃提供中期資金，本公司於二零二零年二月十一日與Top Group International Limited(「賣方」)及UBS AG香港分行(「配售代理」)訂立配售協議(「配售協議」)，並與賣方訂立認購協議(「認購協議」)，據此，配售代理同意按全數包銷基準，按每股5.15港元配售90,000,000股本公司現有普通股予不少於六名獨立承配人(「配售事項」)，而賣方同意按每股5.15港元認購90,000,000股本公司新普通股(「認購股份」)(「認購事項」)。配售事項及認購事項先後於二零二零年二月十四日及二零二零年二月二十四日分別完成。認購事項的所得款項總額約為463,500,000港元，而所得款項淨額約為453,200,000港元。淨配售價格約為每股5.04港元。認購股份相當於於配售協議及認購協議日期本公司已發行股本約10.96%及經認購事項擴大後的本公司已發行股本約9.88%。根據股份於二零二零年二月十一日的收市價計算，認購股份的市值約為540,900,000港元。

本公司擬動用認購事項所得款項淨額(1)擴展本集團電子商貿及有關業務；及(2)作為一般營運資金，其符合於日期為二零二零年二月十二日及二零二零年二月二十四日之本公司公告所披露的擬定用途。所得款項淨額的用途詳情如下：

所得款項淨額的擬定用途	截至二零二零年 十二月三十一日		預期動用時間表
	擬定動用金額 百萬港元	已動用金額 百萬港元	
擴展本集團電子商貿及有關業務：			
(i) 擴建將軍澳總部電子配送中心	200	1.1	二零二二年底或之前
(ii) 加設第六個配送中心	40	-	二零二一年底或之前
(iii) 增設約200至250架送貨車	約90至110	19.5	二零二三年底或之前
(iv) 升級電腦硬件及軟件	50	9.4	二零二三年底或之前
本集團一般營運資金	約53.2至73.2	-	二零二三年底或之前
總計	<u>453.2</u>	<u>30.0</u>	

集團資產押記

於二零二零年十二月三十一日，本集團的銀行融資額為935,100,000港元以本集團其他金融資產342,300,000港元及存於多間銀行之現金361,700,000港元作抵押。此外，於二零一九年十二月三十一日，本集團取得一家銀行就若干短期信貸融資安排而授出的500,000美元(相當於3,900,000港元)銀行融資，將等額銀行存款抵押。惟此銀行存款抵押已於年內註銷。

匯率

本集團所有貨幣資產及負債主要以港元、美元、人民幣及歐元計值。鑒於港元兌美元之匯率自一九八三年起持續貼近現行聯繫匯率7.80港元兌1.00美元，管理層並不預期兩種貨幣之間有任何重大外匯收益或虧損。

本集團亦主要因其人民幣固定收入投資產品或定期存款而須面對若干有關港元兌人民幣匯率波動之外匯風險，亦因歐元銀行存款面對港元兌歐元匯率波動之外匯風險。為減低此匯率風險，本集團密切監控人民幣及歐元的匯率風險，於有需要時按即期匯率買賣外幣，以減低其風險，維持在可接受水平。

或然負債

於二零二零年十二月三十一日及二零一九年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債或資產負債表以外責任。

展望

香港電視將繼續透過科技推動我們的策略性發展及業務增長。我們於過去七年來成立及營運HKTVmall累積的寶貴經驗，將為日後成為科技推動者奠定穩固基礎。

HKTVmall是香港以本地為基礎的主導性網上購物平台，而我們將繼續以拓展技術，完成數碼生態圈的發展。

數據共享庫

我們於二零二一年一月上旬推出數據共享庫的第一階段，現時共有超過700個主要來自商戶及教學界別的活躍用戶。將資料視覺化及分析方案有助HKTVmall的商戶更有效地將數據轉化成更具行動力的市場推廣策略。我們將進一步將數據共享庫分階段開放至社會上其他用戶群組。

我們亦於二零二一年二月宣佈與滙豐的新合作計劃，將HKTVmall的商戶數據用於其數碼貿易融資方案的信貸及監察評估過程。我們期望將有更多與其他行業的夥伴合作，透過應用HKTVmall的數據旅程促進其商業或生命改善的項目。

應用程式內的直播購物頻道

應用程式內直播購物頻道的第一階段已於二零二一年一月初推出。於推出的初步階段，我們已經舉辦超過170場直播節目，平均每場有超過25,000觀看次數。對於大部份香港的零售商而言，直播購物頻道是一項新的廣告模式，我們預計這項新功能將隨著時間而成為多媒體廣告收入的另一渠道。

除了以上項目之外，HKTV極速送(1小時送貨選擇)及Eco Mart(二手商品市集)亦正準備於二零二一年第二季推出，我們將推出更多豐富項目，以進一步提升消費者、商戶、產品供應商及HKTVmall之間的黏度及連繫。

至於Shoalter的方案業務，我們正與多家本地及國際超級市場及零售營辦商洽談，探討於香港及海外的合作機會。由於建立網上購物商場的複雜性及所需的高投入程度，加上跨境出行的限制，我們預期需要更長的時間以作商業討論。

整體而言，在「一個系統，多個商場，多個國家」的使命下，我們繼續抱持全球零售環境數碼化將於不久將來實現的信念。我們預期將帶領集團、HKTVmall及Shoalter超越地域界限，於全球與電子商貿巨擘競爭。

二零二一年業務目標

董事會已為本集團制定以下二零二一年的業務目標，惟須視乎新型冠狀病毒疫情發展與其對我們的業務及本地零售市場的影響，以及本地及全球經濟情況而定：

1. 訂單總商品交易額目標為6,600,000,000港元至7,000,000,000港元，按年增長11.0%至17.6%。

截至二零二一年二月的表現與業務計劃一致，我們預計二零二一年三月的訂單總商品交易額將約為520,000,000港元。

2. 多媒體廣告收入目標約為70,000,000港元。
3. 主要經營開支佔已完成訂單總商品交易額比率目標：
 - a. 配送成本為11.9%；
 - b. 市場推廣、宣傳和O2O門市經營開支為3.8%；
 - c. 電子商貿營運及支援成本為5.3%。
4. 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利目標為298,000,000港元至318,000,000港元⁴，按年增長26.3%至34.7%。

人才薪酬

於二零二零年十二月三十一日，本公司共有1,818名全職人才(包括董事)，而於二零一九年十二月三十一日則有1,238名。本公司提供薪酬組合包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅乃酌情發放並按本公司及個別人才的表現釐定。本公司亦提供全面醫療及人壽保障、具競爭力的退休福利計劃、人才培訓課程及採納股份期權計劃。

購買、出售或贖回上市證券

截至二零二零年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

遵守企業管治常規

本公司於截至二零二零年十二月三十一日止年度一直遵守上市規則附錄14所載之企業管治守則及企業管治報告之適用守則條文。

董事進行證券交易之操守準則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為本公司董事進行證券交易之操守守則(「公司守則」)。

經向各董事作出具體查詢後，全體董事確認，彼等於截至二零二零年十二月三十一日止年度內一直全面遵守標準守則及公司守則所載之規定準則。

審核委員會審閱

審核委員會已審閱並與本公司管理層討論截至二零二零年十二月三十一日止年度之經審核財務業績。

審核委員會由三名獨立非執行董事李漢英先生(審核委員會主席)、白敦六先生及麥永森先生組成。

末期股息

董事會不建議就截至二零二零年十二月三十一日止年度派發末期股息(二零一九年：無)。

股東週年大會

本公司將於二零二一年六月九日(星期三)舉行股東週年大會。股東週年大會通告以及本公司年報將分別按上市規則之規定於適當時候刊發及寄發。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於二零二一年六月四日(星期五)至二零二一年六月九日(星期三)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，以確定股東出席本公司應屆股東週年大會並於會上投票之權利，期間概不會辦理任何股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票須

不遲於二零二一年六月三日(星期四)下午四時三十分前交回本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

承董事會命
香港電視網絡有限公司
主席
張子建

香港，二零二一年三月三十日

於本公告日期，本公司執行董事為張子建先生(主席)、王維基先生(副主席兼集團行政總裁)、黃雅麗女士(集團財務總裁)、劉志剛先生(行政總裁(國際業務))及周慧晶女士(行政總裁(香港))，以及本公司獨立非執行董事為李漢英先生、白敦六先生及麥永森先生。