

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 Technology Venture Company Limited 香港科技探索有限公司

(根據公司條例於香港註冊成立之有限公司)

(股份代號：1137)

截至二零二一年六月三十日止六個月之 中期業績

集團財務摘要

1. 連續第二個錄得盈利的中期業績：

- i. 二零二一年上半年本公司期內溢利為95,800,000港元，而二零二零年上半年則為93,000,000港元¹，而若不包括Shoalter科技業務所產生的開支(包括主要非現金項目)，二零二一年上半年香港電子商貿業務的淨溢利為104,700,000港元，而二零二零年上半年為93,000,000港元¹；
- ii. 二零二一年上半年錄得經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利²為144,400,000港元，而二零二零年上半年則錄得159,400,000港元¹。若不包括Shoalter科技業務所產生的開支(包括主要非現金項目)，二零二一年上半年香港電子商貿業務的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為152,700,000港元，而二零二零年上半年為159,400,000港元¹；

2. 營業額由二零二零年上半年的1,340,000,000港元增加約13.3%至二零二一年上半年的1,518,100,000港元，包括多媒體廣告收入及節目版權收入48,100,000港元(二零二零年上半年：10,100,000港元)，增長近5倍；

3. 整體毛利率及混合佣金率³達24.5%(二零二零年上半年：24.8%)；及

4. 資產負債表穩健，現金及流動資金淨額狀況為1,240,000,000港元。

股息政策及中期股息

1. 董事會建議更新今後派息比率指引為經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利之30%至60%；及
2. 董事會議決就截至二零二一年六月三十日止六個月宣派現金中期股息每股普通股8港仙。

電子商貿業務經營摘要

1. 二零二一年上半年的訂單總商品交易額⁴為3,040,000,000港元，較二零二零年上半年的2,746,500,000港元增加10.7%；
2. 平均每日訂單量由二零二零年六月每日29,800張訂單增加至二零二一年六月每日36,500張訂單；而其後更於二零二一年七月錄得新高，平均每日訂單量達每日40,600張訂單；
3. 二零二一年上半年的平均訂單值約為465港元，而二零二零年上半年約為508港元；
4. 二零二一年上半年，我們共有896,000名獨立客戶於HKTVmall購物，較二零二零年上半年的813,000名客戶增長了10.2%；及
5. 二零二一年七月的訂單總商品交易額達566,000,000港元，預期於二零二一年八月將達約620,000,000港元至630,000,000港元。

科技業務更新

1. Shoalter的首個香港方案業務客戶—I.T計劃於二零二一年第四季度推出其網上購物平台—EESE；
2. Shoalter於二零二一年八月二十三日簽署的首份海外電子商貿方案協議為以實物代價加現金代價(合共約5,000,000美元(相當於約38,900,000港元))作策略性投資於印尼健康護理及保健產品電子商貿業務成為少數股東；
3. 於二零二一年八月四日提交首個香港標準專利申請，涉及自行發明的自動化零售店及系統，已處於最後開發階段，預計二零二二年上半年試行推出，並於同年正式推出約10間店舖。有關的目標市場將為已發展國家。

¹ 經扣除於二零二零年上半年收取並被視為非經常性收入的政府補貼16,300,000港元。

² 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利指期內溢利加上銀行貸款利息(不包括財務費用—租賃負債利息)、所得稅開支、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)及無形資產攤銷，並扣除投資回報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並未扣除作管理層呈報用途而被歸納為廣告及推廣性開支的若干HKTVmall回贈及推廣優惠券的使用(如有)及包括客戶年費攤銷及其他服務收入。

⁴ 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、已售商品的註銷及退貨。

主席報告書

各位股東：

集團的名稱，在本年七月正式更改為「香港科技探索有限公司」。新名稱更能準確反映集團的整體業務和未來發展。除了香港現有的網購業務外，新名稱包含「科技」和「探索」，這兩大元素正正推動集團未來的發展方向。

「科技」

三十年來，「科技」從來都是集團的致勝之道，亦是帶領集團發展的基石。由當年自己開發的IDD長途電話回撥科技、到改良城域以太網(Metro Ethernet)和引入光纖入屋寬頻，再發展到電子商貿，外界看來，由電訊服務到今日的HKTVmall，可能認為是業務性質的改變。但對於我們而言，改變的只是呈現的方式，而「科技核心」一直不變，我們是以科技帶動改變及進步，令世界變得更美好。

沒有新科技的發明，不會有平價的長途電話服務，不會有大眾市民可以負擔的1000M高速光纖入屋寬頻服務，不會有觸手可及的網上購物商場及自動化物流派遞服務，更加不會出現數碼商業生態圈，包括數碼保險服務、數據分享庫等。

「探索」

集團的另一個重要信念和動力，是「探索」，向未知的方向尋找新機遇、發展新業務。未必每一個「探索」都能夠取得最後的成功，但敢想像、敢嘗試、敢面對失敗，是我們團隊盡心盡力工作的信念；我們亦深信，只要「探索」是以社會需要為依歸，目標是改善人類的生活，就會有很大成功的機會。

HKTVmall的角色

經過七年的努力，HKTVmall已經確立其為香港最大型的網上購物商場的地位。HKTVmall運用各種不同的科技，建立自己獨特的業務及營運模式，而經過一年多的疫情後，商戶的營運模式和消費者的行為改變，已經確立並且不會逆轉。過去一年，網購平台如雨後春筍，市場上甚至有人形容HKTVmall「腹背受敵」；競爭對手當中，包括有多年營運大型網購平台經驗的企業，亦有專門經營快速餐飲送遞的跨國企業，他們視HKTVmall為目標，亦有公司以送貨速度為主打，希望動搖HKTVmall的根基。

面對此類競爭，集團管理層更加充滿信心；第一，更多遲來的競爭，代表商界業者改變舊有想法，認同香港消費者對網購的渴求和需要。但此類新加入的競爭者，仍然缺乏對香港電子商貿市場的認識；HKTVmall並不是單純一個應用程式，與競爭者最大的分別是，我們多年來累積的經驗、建立的大小銷售、數據分析、倉庫管理、執貨系統和派送團隊；這些基礎設施，為客戶提供由頭至尾的端對端服務，是一個整體和完美的消費體驗。更重要的是，成熟的團隊展現我們的決心和執行力。集團管理層深信，在未出現有一位有決心的投資者肯投入數以十億去建設一個網購基礎設施之前，HKTVmall會繼續維持香港網購市場的領導地位。

隨著HKTVmall繼續發展網上購物商場，進而發展成一個網上生態圈，對於集團的整體業務中，所扮演的角色層次亦有所提升。除了繼續帶來盈利貢獻之外，HKTVmall將是一個成功個案及楷模，紮根香港服務消費者之餘，同時展示一個成功並以科技及系統為核心的營運模式。HKTVmall與集團內肩負科技推動角色的Shoalter Technology Limited (「Shoalter」)產生互相輔助、互相支持的作用。

Shoalter 科技

過去一年，Shoalter全力發展團隊及業務，朝著頂尖科技開發和科技應用的目標進發。

Shoalter以自行發展的技術方案，支持HKTVmall以外的第一個大型網上購物商場，將於數個月後面世。由I.T營運的大型網上購物商場「EESE」，定位與HKTVmall不同，主力以不同的品牌及零售商吸納客戶，為香港消費者帶來更多產品選擇及體驗。於本年六月，集團與I.T團隊攜手舉辦第一個網上商戶招聘會，為HKTVmall商戶介紹這個全新平台，已有數百個商戶落實加盟。EESE正按照計劃進度，作最後階段的系統完善，預計於本年第四季正式推出。HKTVmall會全力支援EESE的發展，日後更會進一步加設分流客戶的功能。

我們深信，因應香港的智能裝置滲透率及消費者的習慣，電子商貿市場不應只有一個大型網上購物商場。EESE與HKTVmall的定位不同，而我們亦相信，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。對於集團而言，由於Shoalter除收取一次性的履行費用外，於合約期內亦會收取年費及按其營業額收取佣金，此實際收益將會與HKTVmall所帶來的收入相若。

另一個是我們相信是我們過往三十年從商以來，最具影響力和最重要的計劃，就是集團旗下公司 Shoalter Automation Limited 數星期前已公佈的「自動化零售店及系統」。集團已於本年八月四日提交首個香港標準專利申請。這項系統的獨特之處是透過集團於網上購物商場平台配送流程的豐富知識及經驗，加上先進的機器技術、自行設計的機器組件及軟件等尖端科技而發明。「無人商店」也許不是一個全新概念，但我相信用此新發明和技術以達致無人商店效益，我們則是全球第一個。我們這個自動化零售店及系統有其與眾不同之處，是整個消費者落單、出貨到消費者手上以致補貨入商店的流程，均無需人工服務。整套機器會盡用店舖面積和高度空間，存放更多商品，售賣不同尺寸、形狀、重量和溫度的商品。

我們預計，自動化零售店及系統將為全球的零售業帶來全新體驗和衝擊，計劃於二零二二年上半年推出試行計劃；若各方面(包括技術和市場定位)發展順利，同年將會正式推出市場，首要目標為經濟發達國家，例如歐洲和美加等國家。此「無人商店」營運模式的優勝之處，除能夠在同一店舖面積能銷售更多產品外，更能夠節省因24小時營運所需的人手及成本。

我們亦於八月二十三日公佈了與一間印尼極具規模的醫療集團 PT Kalbe 的附屬公司，簽定股份認購協議，利用我們的網購平台技術及軟件系統，發展印尼的網購商場和為其他東南亞國家的潛在商機設立框架，專注售賣健康護理和保健產品。PT Kalbe 是一間於印尼交易所上市的公司，歷史悠久並從事藥物製劑的開發、製造和貿易，包括藥品和保健消費品，2020年營業額高達16億美元。與他們此次合作，標誌着 Shoalter 將會倚靠現有成熟的網購商場技術，配合其他行業的專長，在各行各業、世界各地，繼續尋找更多不同的發展機遇。

因應 Shoalter 的業務擴展，其團隊亦積極拓展中，於香港及台灣辦事處合共有約三百位人才，包括軟件、硬件和機械等工程師、研究及開發等同事，目標於本年底增聘至四百人。

我們的團隊

集團過往多年的業務發展，賴以團隊的強大執行力。正如二零二零年全年業績報告中提及，集團已蛻變成三個重要的業務單位，有各自的營運及發展目標。而帶領業務發展策略及執行，則分別由行政總裁(香港)周慧晶女士及行政總裁(國際業務)劉志剛先生負責。

隨著業務發展進入另一階段，我們必須顧及團隊的健康及長遠成長，適應科技及市場的變遷。因此，鼓勵同事跳出舒適圈，不斷改變，是我們的企業文化。事實上，上述提及的兩位高級管理人員，亦是從不同崗位鍛鍊出今日的能力，因此我們鼓勵同事不應單單看「職場發展」，而更根本地着眼於「個人能力發展」；同時，鼓勵同事進行長期或為期最少三個月的內部轉職，嘗試從事完全不同甚至完全不認識的工作。此舉一方面可讓集團的同事保持學習、適應和「戰鬥力」；二來亦希望豐富同事對集團業務及不同崗位的認識，建立更全面的技能，成為個人成長的重要里程碑。

夢想

在不同的場合上，外界問到我們覺得HKTVmall是否算是成功，而集團的未來發展又會是怎樣。於我們而言，HKTVmall在業務表現上算是成功，HKTVmall是全球網購營運商當中，在短短數年間就能夠賺取利潤的少數營運商之一；在科技創新的範疇上，HKTVmall成功向外界引證了香港的電子商貿營運模式，如何以科技改變業務及支持營運。

更重要的是，HKTVmall除了是一個商業的運作，亦是一個讓我們和同事證明自己能力和實現夢想的地方。我們希望五年後，有約50%的盈利來自Shoalter的科技業務；而我們的夢想，是希望帶領這個集團，成為一家國際性的千億科技企業。

張子建
主席

王維基
副主席

香港，二零二一年八月二十六日

業務回顧

電子商貿業務 — HKTVmall，集團的穩定現金來源

二零二一年上半年是集團第二個錄得盈利的中期業績 — 有賴HKTVmall的業務持續增長，現時已成為集團不斷增長的穩定現金來源，成為滿足未來發展需求的重要支柱，並回饋一直大力支持我們發展電子商貿業務的股東。

二零二一年對全球和本港來說都是充滿挑戰的一年，每個人都渴望經濟復甦，同時亦面臨不斷變化的新型冠狀病毒疫情所帶來的困難。於HKTVmall，在一定程度上，我們也面對著本地經濟的起起落落，但憑我們積極及高行動性的管理風格，經常能夠迅速地作出反應，以捉緊最大的商機而不是墨守成規，只懂遵從在年初訂立的商業計劃，而這一個特點令我們能於香港電子商貿市場繼續保持領先的地位。

HKTVmall與香港零售市場

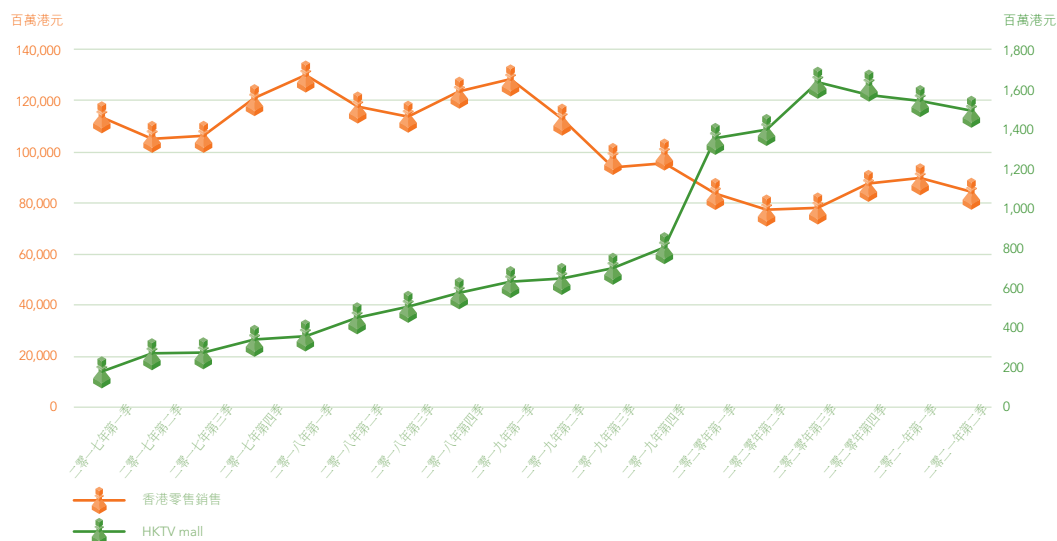
本地經濟和高失業率仍受到新型冠狀病毒大流行的影響，根據二零二一年六月的零售業銷售額按月統計調查報告⁵（「二零二一年六月零售業銷售報告」），香港的零售總銷售額有所改善，與二零二零年上半年比較，二零二一年上半年的零售總銷售額上升8.4%。然而，與去年同月相比，改善情況實際上呈下降趨勢，例如二零二一年五月與二零二零年五月相比、二零二一年六月與二零二零年六月相比，零售總銷售額分別上升10.4%和5.8%。如果與疫情前相比，二零二一年上半年的零售總銷售額比二零一九年上半年下降27.7%。換而言之，香港整體零售市場仍處於冬天，只是不及二零二零年那麼冷。

在這種艱難的經濟環境下，我們堅定不移地堅持經我們印證的電子商貿方向，並一如既往地面對挑戰。HKTVmall於二零二一年上半年錄得的訂單總商品交易額達到3,040,000,000港元，較二零二零年上半年增長10.7%。雖然我們的增長與往年相比較溫和，但與市場相比，我們的整體表現仍處於上升的趨勢。與去年同月相比，二零二一年五月與二零二零年五月相比，以及二零二一年六月與二零二零年六月相比，訂單總商品交易額分別上升8.9%和14.3%。此外，就二零二一年的訂單總商品交易額目標6,600,000,000港元至7,000,000,000港元而言，在二零二一年上半年已實現了約43.4%至46.1%，與過往年度增長表現相若。

如下圖所示，總體而言，HKTVmall的表現維持增長的方向，尤其是在我們透過自動化系統解決了主要配送能力瓶頸後，我們在二零一九年起的表現優勝於香港零售市場。

⁵ 資料來源：香港特別行政區政府統計處二零二一年六月零售銷售月度調查報告。

香港零售銷售趨勢⁵與HKTVmall訂單總商品交易額表現



另外，根據二零二一年六月零售業銷售報告，HKTVmall的訂單總商品交易額佔二零二零年和二零二一年上半年香港無店面零售價值超過50%。以上的數字在很大程度上證實了HKTVmall在加快香港零售數碼化進程中的價值和貢獻，以及我們在香港電子商貿市場的領先地位。

穩定的毛利率及混合佣金率

二零二一年上半年實現了穩定的毛利率及混合佣金率為24.5%，二零二零年上半年為24.8%。

毛利率及混合佣金率
除指明為比率外，以千港元列示

	截至 二零二一年 六月三十日 止六個月 千港元	截至 二零二零年 六月三十日 止六個月 千港元
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}	1,013,665	939,411
存貨成本	(755,180)	(676,483)
毛利	258,485	262,928
毛利率	25.5%	28.0%
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	2,014,823	1,749,896
商戶付款(扣除其他服務收入)	(1,531,296)	(1,346,737)
特許銷售收入及其他服務收入 ⁸	483,527	403,159
混合佣金率	24.0%	23.0%
已完成訂單的總商品交易總額 ⁶	3,028,488	2,689,307
毛利及特許銷售收入及其他服務收入總額 ^{7,8}	742,012	666,087
總毛利率及混合佣金率	24.5%	24.8%
多媒體廣告收入及節目版權收入		
多媒體廣告收入	47,960	9,950
其他節目版權收入	101	173
	48,061	10,123
多媒體業務總貢獻	790,073	676,210
總貢獻比率	26.1%	25.1%

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3,087,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月：3,282,000港元)及已使用的優惠券22,937,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月：10,840,000港元)前計算。

⁸ 就特許銷售收入及其他服務收入而言，有關款額乃在扣除淨HKTVmall回贈1,102,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月：新增1,411,000港元)前計算及包括商戶年費攤銷及其他服務收入。

1. 直接商品銷售(即「1P」或自家庫存)

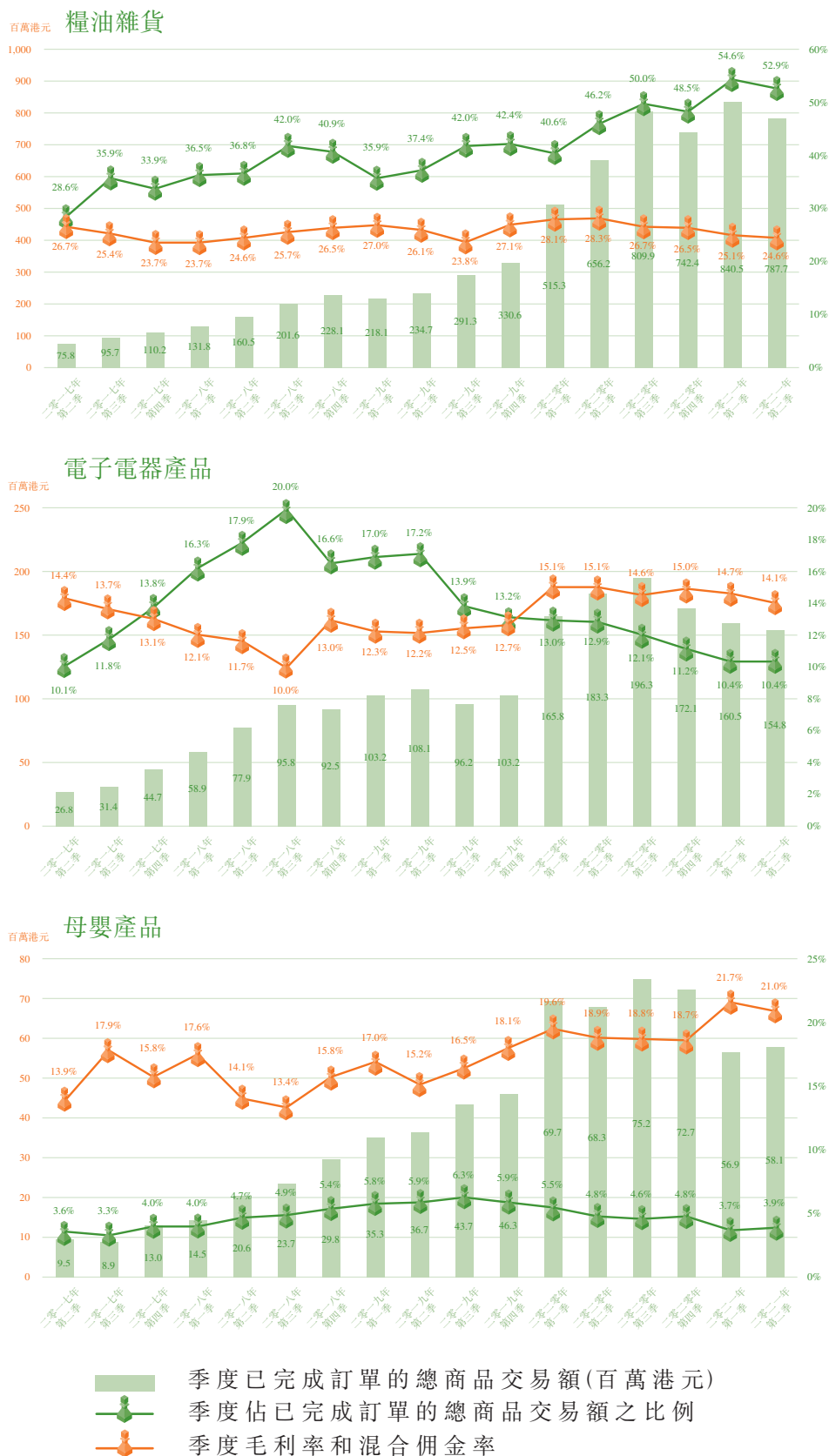
在此期間，鑑於線下連鎖超級市場希望從新型冠狀病毒大流行中復甦業務而進行降價，糧油雜貨及超級市場領域的競爭激烈。為了保持線上糧油雜貨的競爭力及吸引人流，以及推動特許銷售的增長，我們調整了HKTVmall上的產品價格，令毛利率由二零二零年上半年的28.0%下降至25.5%。

這個策略成功地將每月的用戶流量保持在約1,500,000名獨立用戶(只限應用程式)，並推動了糧油雜貨於二零二一年上半年已完成訂單總商品交易額中貢獻53.8%(二零二零年上半年：43.6%)，成為HKTVmall重複購買的強大驅動力。1P業務佔二零二一年上半年已完成訂單總商品交易額約33.5%(二零二零年上半年：34.9%)。

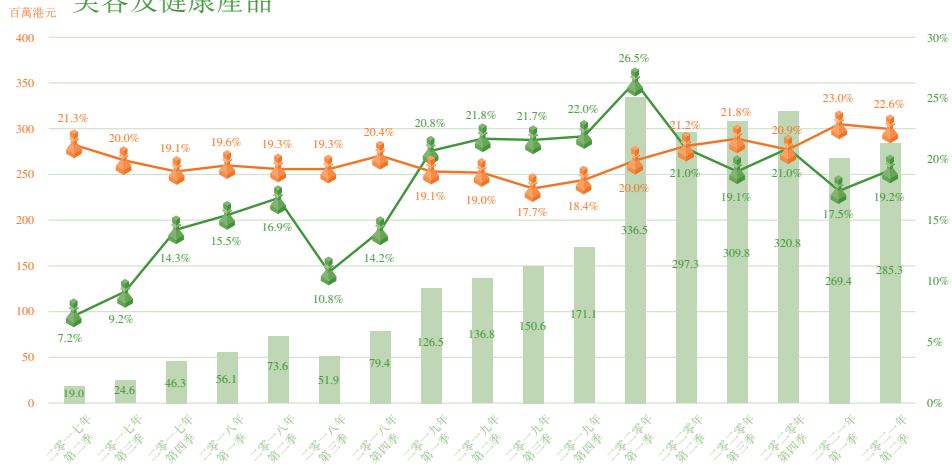
2. 特許銷售(即「3P」或第三方商戶銷售)

混合佣金率從二零二零年上半年的23.0%增長至二零二一年上半年的24.0%。此外，在糧油雜貨業務的強大重複購買催化劑支持下，3P的訂單總商品交易額比二零二零年上半年增長15.1%。3P業務佔二零二一年上半年已完成訂單總商品交易額約66.5%(二零二零年上半年：65.1%)。

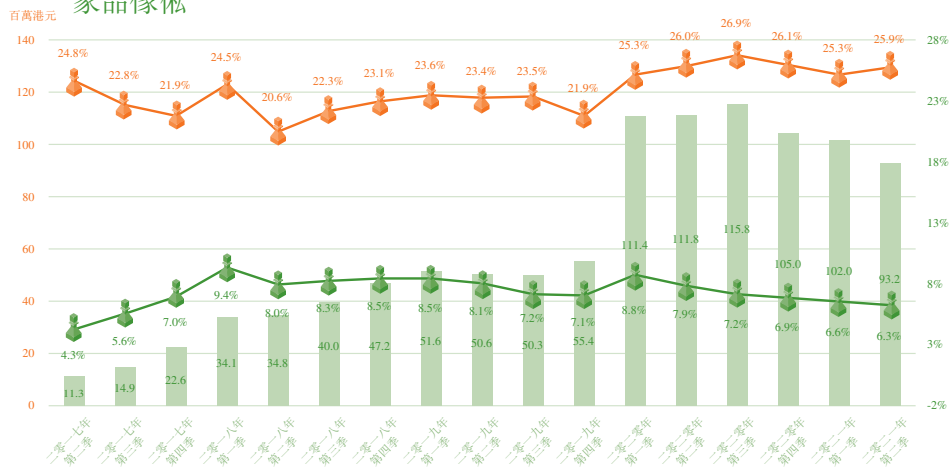
按產品類別計算，毛利率和混合佣金率的趨勢如下：



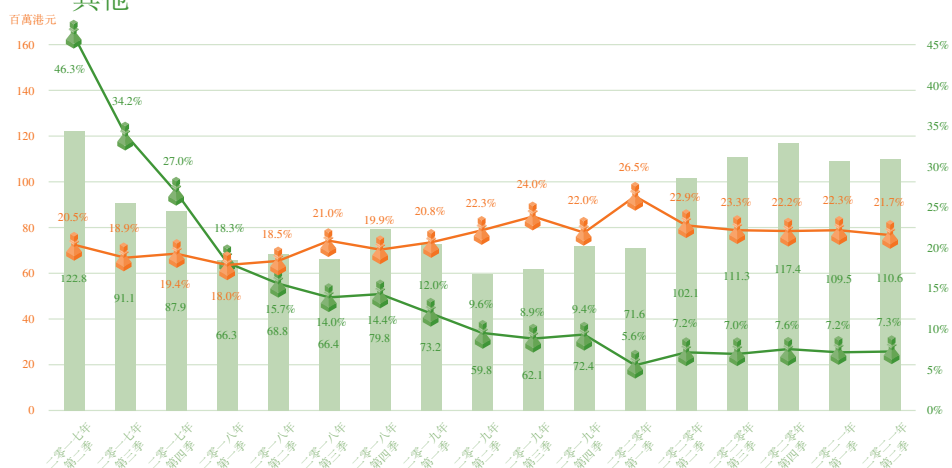
美容及健康產品



家品傢俬



其他



- 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

高利潤及不斷上升的多媒體廣告收入

繼二零二零年七月在HKTVmall的Facebook專頁首次推出直播購物節目後，HKTVmall於二零二一年一月在HKTVmall手機應用程式增設直播購物頻道(Live Shopping Channel)。這種全新的廣告形式不但受到品牌和零售商熱烈歡迎，亦受到中小型零售商的支持，透過生動的介紹和即時購物，將他們的產品推廣至目標顧客群。

受惠於此全新的廣告形式，以及於二零二一年開放額外多媒體廣告空間，二零二一年上半年的多媒體廣告收入為48,000,000港元，與二零二零年上半年相比增長近5倍，佔二零二一年財政年度媒體廣告收入目標70,000,000港元的68.5%。多媒體收入來源將會而期望會按包括擴闊商戶和產品供應商基礎，及吸納第三方廣告客戶。

喚醒舊有客戶計劃及吸納新客戶

於回顧期內，HKTVmall將重點放在喚醒舊有客戶及吸納新客戶。因此，我們積極推出了各種市場推廣活動，以提高客戶購買頻率和擴闊年齡層方面的「客戶質量」，例如：

1. 推出喚醒沉睡客戶計劃，重新激活他們在HKTVmall購物，並加快重複購物的頻率；
2. 新增逢星期三長者會員日額外9折以吸引金銀髮族的新客戶，並培養他們習慣網購的消費模式。現時我們有超過61,000名長者會會員。

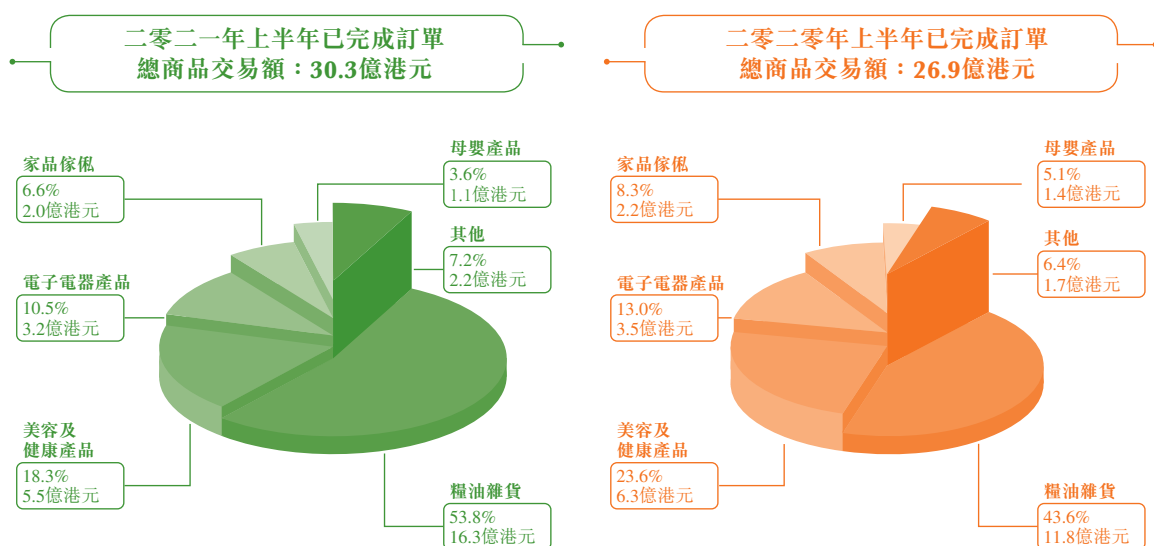
此外，我們還經歷了週末推出「買餸日」優惠的全期效應，以及花旗銀行及HKTVmall聯營信用卡使用量增加及逢星期四VIP會員購物日額外95折優惠等帶來的雪球效應。

由二零二零年帶來的增長動力及上述全新市場推廣活動，持續刺激每日平均訂單增長，從二零二一年一月的35,700張，逐步增加至二零二一年七月的40,600張。另一方面，每月於HKTVmall購物的獨立客戶數量不斷增加，於二零二一年六月，我們每月的獨立客戶數量創歷史新高，達到461,000名，按年增長27.3%，而二零二一年七月，更增加至482,000名。



糧油雜貨的增長亦歸功於這些市場推廣活動，而糧油雜貨通常是客戶開始使用HKTVmall網上購物的入口。

以下是已完成訂單總商品交易額在主要產品類別中的分佈，糧油雜貨佔本集團已完成訂單總商品交易額，由二零二零年上半年的43.6%大幅增加至二零二一年上半年的53.8%，隨著時間的推移及經濟的復甦，構成了推動其他產品類別由線下轉向線上的基礎。



總商品交易額及平均每日訂單量的增長，都是由與HKTVmall合作，逾5,800名商戶和產品供應商所支持，他們進一步擴闊了產品選擇至超過600,000種。

擴大客戶群及提高客戶質量

在一系列市場推廣活動的帶動下，除業務增長外，客戶群不斷擴大，二零二一年上半年按月的獨立客戶數量幾乎均創下新高，由二零二零年十二月的417,000名獨立客戶，增加至二零二一年六月的461,000名，並於二零二一年七月進一步增加至482,000名。在二零二一年上半年，我們有896,000名獨立客戶於HKTVmall購物，高於二零二零年上半年的813,000名獨立客戶。

除客戶群方面外，我們亦維持每位客戶的季度平均購買頻率穩定於二零二一年第二季度的約4.62次和二零二零年第二季度的約4.53次，而每位客戶購買的主要產品類別的平均數量在二零二一年第二季度為2.90個，相對二零二零年第二季度則為3.09個。繼獨立客戶數量有顯著增加及穩定的購買頻率後，這些參數中越來越多部分顯示對HKTVmall的黏度增加。於六個月內購物四次或以上的客戶群由二零一九年上半年的32.9%，增加至二零二一年上半年的44.9%，顯示了「忠誠客戶群」增長的強烈信號。此為HKTVmall在不同領域中擴充業務，提供強大的客戶基礎。

電子商貿技術擴展

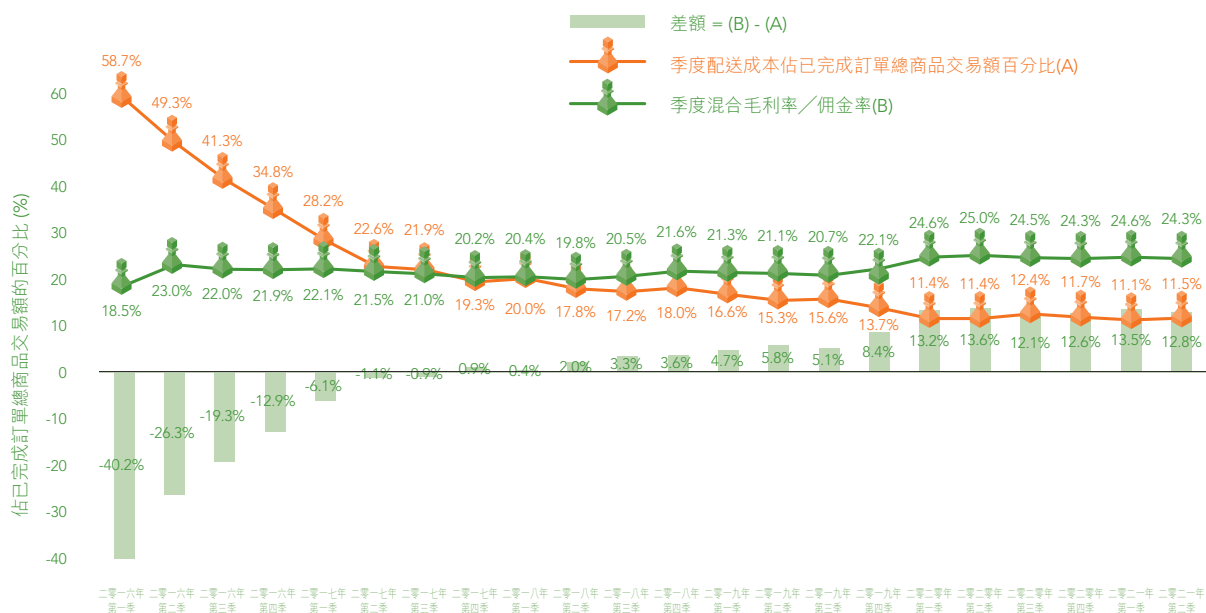
不斷增長和鞏固的數碼客戶基礎，為我們的電子商貿業務發展和計劃提供了基本的增長動力。在二零二一年上半年，我們推出了若干新計劃吸引消費者和商戶合作夥伴，重點如下：

1. **二手交易平台 — 綠色市集** 為HKTVmall獨有的市集，讓所有客戶刊登閒置物品，與其他客戶以買賣、交換或送贈的方式進行二手物品交易。綠色市集不但能為閒置物品賦予新價值，減少浪費，更鼓勵可持續的購物模式，並鞏固客戶的忠誠度。
2. **一小時特快送貨服務 — HKTV極速送** 於二零二一年四月中旬，在自營的O2O門市推出，為O2O門市兩公里範圍內的客戶提供一小時特快送貨服務，旨在為客戶對生活百貨需求提供即時服務。有關服務已擴展至我們的商戶合作夥伴，包括已加盟的餐廳。現時我們覆蓋超過3,000家店舖包括餐廳、O2O門市及商戶店舖，為客戶提供外賣直送、生活百貨及其他產品的特快送貨服務。

3. 互動內容製作一直播購物頻道除了提供促銷訊息之外，更提供多種教育和品牌的資料。此外，與單一商戶合作於指定時間舉行一小時直播節目，證實了是一種有效的銷售渠道。在二零二一年七月，我們的直播節目曾為單一商戶帶來平均超過26倍訂單總商品交易額的增幅。此技術擴展是我們獲得更多多媒體廣告收入的後起之秀。
4. 針對特定客戶群展開線上生活一HKTVmall簡易版應用程式。為了加強與長者的聯繫，我們於二零二零年十一月下旬推出了小遊戲，並發現使用HKTVmall簡易版應用程式的客戶的「客戶質量」產生了重大的變化。在二零二一年第二季度，遊戲玩家比非遊戲玩家更頻繁地到訪我們的HKTVmall簡易版應用程式約204%。除了能吸引更多人流外，我們亦注意到遊戲玩家的消費額比非遊戲玩家多128%。

有計劃及規律的配送成本效率

吸取於二零二零年七月之訂單總商品交易額突然激增，以及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的經驗，我們於二零二零年第四季度實施多項措施，由內部增加人手及與第三方物流公司夥伴合作，為訂單配送提供足夠的資源。連同於過去數年完成的自動化系統，在二零二一年上半年，我們實現了穩定的配送營運模式，二零二一年上半年的配送成本佔已完成訂單總商品交易額比率為11.3%，二零二零年上半年則為11.4%。



備註：截至二零一九年十二月三十一日止年度、截至二零二零年十二月三十一日止年度及截至二零二一年六月三十日止六個月的季度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4,800,000港元、5,900,000港元及2,500,000港元。

為HKTVmall的未來增長作出準備，並考慮到建立新的配送中心，包括冷凍配送流程，需要六至九個月的時間，我們於二零二一年六月簽訂了位於青衣之第六個配送中心的長期租約，自二零二一年七月一日起生效，以提供額外的配送能力。鑑於該中心涉及額外的固定運營成本，我們會維持二零二一年配送成本佔已完成訂單總商品交易額比率目標為11.9%。

科技業務 — Shoalter

一年前，憑著我們「創新」和「科技」的基因，我們為集團增添了一個新角色 — 成為科技推動者。我們的第一個支柱是將我們自行開發的電子商貿技術方案商業化，以一個服務供應商的角色，幫助本地及全球零售商及投資者於最短時間內建立他們的網上購物商場。

擴展技術能力

自二零二零年十月，我們在台灣設立其首個海外研發中心，連同香港的研發中心，現時我們擁有約300名科技專業人才和經驗豐富的項目管理團隊，支持本地和國際科技業務的發展。

EESE的進度 — 首個本地展示個案

在我們於二零二零年八月宣布這項新倡議後不久，於二零二零年十二月，我們與首位客戶I.T簽定合約，提供硬件及軟件系統服務，以協助其建立網上購物商場 — 「EESE」。我們在數個月後將會看到EESE正式推出。屆時，香港將擁有兩家採用Shoalter點對點電子商貿方案的網上購物商場。

HKTVmall較專注於大眾市場的產品，而EESE將定位於更高檔次的產品市場，這兩個網上購物商場將會吸引更多不同類型的商戶加入數碼業務，並為不同需要的消費者提供豐富的產品選擇。此外，商戶可透過同一系統，在兩個平台上建立和營運網上商店，能有效解決他們在電子商貿運營上不少的困難。

我們期待EESE在二零二一年第四季度的隆重推出，我們相信將會為香港的電子商貿市場帶來不一樣的視野。

財務回顧

於二零二一年上半年，香港本地經濟仍低於疫情前水平，原因是受全球旅行限制下，入境旅遊仍處於停滯狀態，而且勞動力市場改善緩慢亦影響消費者情緒，儘管如此，本集團的已完成訂單總商品交易額為3,028,500,000港元，增幅達12.6%，而二零二零年上半年則為2,689,300,000港元。

於二零二一年上半年，本集團的營業額增加13.3%至1,518,100,000港元(二零二零年上半年：1,340,000,000港元)，營業額主要來自：

1. 直接商品銷售的987,600,000港元(二零二零年上半年：925,300,000港元)；
2. 特許銷售收入及其他服務收入的482,400,000港元(二零二零年上半年：404,600,000港元)；及
3. 多媒體廣告收入及節目版權收入的48,100,000港元(二零二零年上半年：10,100,000港元)。

於二零二一年上半年，由於直接商品銷售增加6.7%，存貨成本增至755,200,000港元(二零二零年上半年：676,500,000港元)，增幅達11.6%。

相對於二零二零年上半年的575,000,000港元，二零二一年上半年的其他營運開支增加121,800,000港元至696,800,000港元。於其他營運開支中，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被視為經營電子商貿業務的主要經營開支，其佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零二零年上半年的19.4%上升至二零二一年上半年的21.4%。有關明細如下：

	二零二一年上半年		二零二零年上半年	
	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)	11.3%	343.4	11.4%	306.6
市場推廣、宣傳及O2O門市 營運開支(附註2)	4.8%	146.3	2.9%	79.1
電子商貿營運及支援功能 (附註3)	5.2%	157.5	5.1%	136.6
電子商貿業務主要經營 開支	21.4%	647.2	19.4%	522.3
科技業務主要經營開支		8.3		—
主要經營開支總額		655.5		522.3
主要非現金類項目(附註4)		68.4		65.4
減：於營業額內扣除的市場 推廣、宣傳及O2O 門市營運開支		(27.1)		(12.7)
其他營運開支總額		696.8		575.0

附註：

1. 包括折舊一租賃作自用之其他物業21,800,000港元(二零二零年上半年：20,900,000港元)，但未計入租賃負債利息2,500,000港元(二零二零年上半年：3,000,000港元)。
2. 包括於營業額內扣除的HKTVmall回贈及推廣優惠券27,100,000港元(二零二零年上半年：12,700,000港元)，包括折舊一租賃作自用之其他物業27,500,000港元(二零二零年上半年：21,200,000港元)，以及未計入租賃負債利息1,000,000港元(二零二零年上半年：1,300,000港元)。
3. 包括折舊一租賃作自用之其他物業1,700,000港元(二零二零年上半年：無)，未計入租賃負債100,000港元(二零二零年上半年：無)。
4. 不包括折舊一租賃作自用之其他物業51,000,000港元(二零二零年上半年：42,100,000港元)。

- (1) **配送成本**源於倉儲和物流職能，包括店舖自取的成本分配—運營效率持續提升，主要原因是整個期間受惠於二零二零年二月投入服務的屯門配送中心的交叉帶式自動分揀系統，以及平均每日訂單量由二零二零年上半年的29,700張增加至二零二一年上半年的36,100張所得的效率增益。

因此，總配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零二零年上半年的11.4%減少至二零二一年上半年的11.3%。

- (2) 二零二一年上半年的**市場推廣、宣傳及O2O門市營運開支**包括推廣優惠券及HKTVmall回贈、數碼營銷、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。

倘計及已從營業額扣除的已動用購物現金回贈及推廣優惠券27,100,000港元(二零二零年上半年：12,700,000港元)，則總開支佔已完成訂單總商品交易額的4.8%(二零二零年上半年：2.9%)，亦即146,300,000港元(二零二零年上半年：79,100,000港元)。

成本百分比的增加主要是由於針對喚醒舊有客戶計劃、推動重複購買、推廣以吸引用戶使用新的豐富功能例如HKTVmall簡易版應用程式長者會和HKTV極速送、私人和公共住房滲透，以及擴大O2O店舖網絡達到94家。雖然二零二零年上半年的成本百分比低於通常的2.9%，這是由於新型冠狀病毒大流行的嚴重性不斷上升而控制支出，因此需要較少的促銷活動。

- (3) **電子商貿營運及後勤支援成本**，包括支付處理費用、商戶關係管理及吸納、客戶服務、電子商貿業務的資訊科技及其他後勤支援功能。電子商貿營運及支援成本於二零二一年上半年保持於佔已完成訂單總商品交易額的5.2%，而二零二零年上半年則為5.1%。絕對成本增加20,900,000港元乃主要由於回顧期內某些董事的加薪及相關後勤及部門的員工數量增加所致。

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、以股份支付之開支。物業、廠房及設備折舊增加了5,300,000港元(不包括租賃作自用之其他物業的折舊)，主要因為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全期折舊效應，二零二零年及二零二一年增設配送貨車及O2O門市而引起的折舊及擴展電腦網絡及系統的折舊。此外，二零二一年上半年於損益錄得以股份支付之開支4,300,000港元(二零二零年上半年：6,600,000港元)。

於二零二一年上半年，按照獨立測量師公司進行的估值，已確認投資物業估值收益10,000,000港元(二零二零年上半年：虧損4,400,000港元)。

二零二一年上半年的其他收入淨額為24,200,000港元(二零二零年上半年：31,500,000港元)，主要包括其他金融資產及銀行存款產生的投資收入9,900,000港元(二零二零年上半年：16,200,000港元)、投資物業租金收入11,900,000港元(二零二零年上半年：11,900,000港元)，而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2,100,000港元(二零二零年上半年：5,900,000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200,000港元(二零二零年上半年：5,100,000港元)，以及淨匯兌收益1,100,000港元(二零二零年上半年：虧損2,600,000港元)所抵銷，二零二零年上半年確認政府補貼16,300,000港元，而二零二一年上半年則無該等補貼。

銀行利息收入及其他金融資產投資回報減少6,300,000港元，乃主要由於二零二零年下半年變現部分投資組合以減低投資所承受的市場及財務風險。

財務成本主要包括租賃負債利息3,600,000港元(二零二零年上半年：4,300,000港元)。二零二零年上半年銀行貸款利息為1,900,000港元，而二零二一年上半年則無銀行貸款利息。

整體而言，本集團於二零二一年上半年錄得95,800,000港元的淨溢利，而二零二零年上半年則為93,000,000港元(不包括政府補貼16,300,000港元)。

若不包括Shoalter科技業務所產生的開支(包括主要非現金項目)，二零二一年上半年香港電子商貿業務的淨溢利為104,700,000港元，而二零二零年上半年為93,000,000港元(不包括政府補貼16,300,000港元)。

流動資金及資本資源

於二零二一年六月三十日，本集團之總現金狀況為現金及現金等價物849,600,000港元(二零二零年十二月三十一日：942,500,000港元)。總現金狀況減少乃主要是由於投資組合中的淨金融資產投資44,700,000港元、租賃租金之資本及利息部分53,900,000港元、購買物業、廠房及設備所付款項80,000,000港元，部分抵銷經營活動產生現金流入57,600,000港元、出售物業、廠房及設備的所得款項1,200,000港元、已收取投資收入淨額9,600,000港元及因期內行使股份期權而發行新股的所得款項17,300,000港元。

以公平值計算，本集團於二零二一年六月三十日共投資387,500,000港元(二零二零年十二月三十一日：342,300,000港元)於其他金融資產。於二零二一年六月三十日，於公平值儲備(不可轉回及可轉回)錄得2,000,000港元盈餘淨額(二零二零年十二月三十一日：1,800,000港元盈餘淨額)。於期內，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2,000,000港元虧損(截至二零二零年十二月三十一日止年度：13,500,000港元虧損)，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2,200,000港元虧損(截至二零二零年十二月三十一日止年度：7,000,000港元)、1,500,000港元虧損(截至二零二零年十二月三十一日止年度：2,000,000港元虧損)及1,700,000港元盈餘(截至二零二零年十二月三十一日止年度：4,500,000港元虧損)。

本集團將根據其整體庫務目標及政策，就該等現金資產盈餘進行庫務管理活動。選擇投資之準則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及非投機性質的投資。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。

於二零二一年六月三十日及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，餘下未承諾銀行融資額為936,700,000港元(二零二零年十二月三十一日：935,100,000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)。於二零二一年六月三十日及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作為銀行就外匯及利率對沖安排而授出的擔保金。

於二零二一年六月三十日及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。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。

於二零二一年上半年，本集團投資80,000,000港元於資本開支，而二零二零年上半年則為43,300,000港元。二零二一年上半年的資本開支主要用於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性能。為撥付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	擬定 動用金額 百萬港元	截至	截至	預期動用 時間表
		二零二零年 十二月三十一日 已動用金額 百萬港元	二零二一年 六月三十日 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	3.5	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	21.6	二零二三年底 或之前
(iv) 升級電腦硬件及軟件	50	9.4	37.9	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>	<u>63.0</u>	

集團資產押記

於二零二一年六月三十日，本集團的銀行融資額為936,700,000港元以本集團其他金融資產173,400,000港元及存於多間銀行之現金44,600,000港元作抵押。

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

於二零二一年六月三十日及二零二零年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債或資產負債表以外責任。

展望

電子商貿業務 — HKTVmall

在過去的十二至十八個月中，愈來愈多的線上營辦商加入或在虛擬零售領域變得更加活躍，我們喜見更多零售商加入成為推動零售業數碼化進程的力量，證明市場確實存在網上需求。我們甚至看到一些合併和整合活動，將某些小型的電子商貿營辦商聚集在一起，儘管我們對他們的前景感到猶豫。有些人可能擔心這種現象會造成競爭，可能會減慢或危及HKTVmall的業務，但我們認為要一個成功的改革不會只有一個市場參與者 — 我們需要其他參與者加入競爭和區辨出贏家。HKTVmall無疑在香港的網上零售市場穩佔領導地位，是規模最大的本地網上購物商場。

早在我們於二零一五年推出HKTVmall之前，已有一些線上營辦商進入市場，但他們仍然對如何有效獲取和處理10,000種產品，每天如何得到和完成5,000張網上訂單，如何獲得超過1,000,000真實活躍客戶，如何讓在扣除利息、稅項折舊及攤銷前的層面獲得盈利而感到困難。HKTVmall則搶先在二零二零年錄得盈利。

我們於二零二一年上半年的訂單總商品交易額為3,040,000,000港元，於二零二一年七月達566,000,000港元，預期於二零二一年八月將達約620,000,000港元至630,000,000港元的新高記錄，為未來業務奠下良好勢頭。

展望未來，我們將更加專注於擴展HKTVMall線上商戶和客戶組合的深度和廣度，擴大多媒體廣告收入來源，並繼續透過拓展技術完善HKTVMall平台。尤其是在二零二一年下半年，我們將透過各種活動鞏固和發展客戶和商戶基礎，以下是一些例子以實踐目標：

A. 加強線上線下協同效應

HKTVMall O2O店雖然平均只有400至800平方呎，它們在三個領域上發展業務：POS交易、客戶網購店取的選項，以及擴展至HKTVMall極速送服務。O2O的策略令我們能夠在最大限度地提高零售營運的成本效益，以及成為與客戶的接觸點。於二零二一年上半年，有55.0%新客戶乃透過線下渠道與HKTVMall作出首次接觸。

B. 滲透公共屋邨計劃

HKTVMall其中一個核心目的是讓每位香港人在任何地方都能進行網上購物。我們在過去幾年不斷在私人房屋的領域發展，相對地公共屋邨的領域仍未被足夠開發。根據二零一九年至二零二一年上半年數據，我們在私人房屋的滲透率為41.2%，而公共屋邨的滲透率僅為26.0%。我們採取了不同的策略來發展兩個不同的客戶領域，為全港超過250個公共屋邨的租戶及住戶提供獨家及具競爭力的促銷優惠，以用作打開市場的手段——每名客戶的帳戶和送貨地址可以99港元購買一個「益街坊福袋」，以及無限額外9折購物優惠，優惠期至二零二一年年底，提供超過10,000款精選超市產品折扣。此活動旨在加速未足夠開發的公共屋邨客戶從線下轉向線上，並推動重複購買，成為HKTVMall的固定常客。

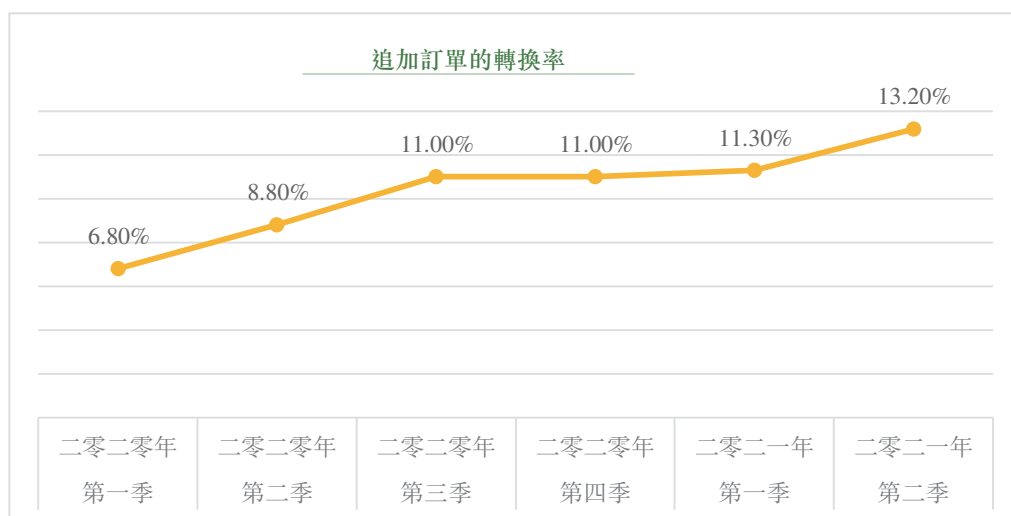
C. 推出HKTVMall eCommerce Academy

除了客戶轉型和聯繫，我們還致力於加強零售商的轉型和聯繫。於二零二一年八月中旬，集團正式推出全新綜合教育平台「HKTVMall eCommerce Academy」，透過不同的專家講座、網上研討會和教學影片，提供多元化的網上行銷培訓課程。課程內容涵蓋6大範疇，包括數碼廣告、營銷、業務營運、融資等。參加者不但能了解網店營運和規劃的基礎知識，亦能學習利用社交媒體營銷、大數據分析等，精準地制定行銷及廣告策略，及更有效地經營自己的HKTVMall網店。參加者完成整個課程並通過最終評核，可獲頒發電子證書。

成立教育平台旨在加強支援零售夥伴數碼轉型及拓展業務，促進香港零售業數碼化的進程。這也將作為一個強大的工具，讓我們與HKTVMall的商戶合作夥伴保持聯繫。

D. 採用大數據實現個人化

HKTVMall提供超過600,000種產品及服務選擇，消費者行為比其他網購平台更為複雜，我們從用戶旅程中收集到獨特而全面的大數據。自二零二一年第二季度以來，我們已經利用客戶的購物和瀏覽行為等大數據，在產品推薦中實現個人化建議。客戶現時可根據我們的建議在下單後的三小時內追加訂單，兩張訂單將一同發貨。在我們採用個人化建議後，在二零二一年第二季度發現追加訂單的轉換率顯著增加。每張追加訂單產生的總商品交易額超過100港元。個人化建議在大數據協助下為我們帶來了更高的準確性和相關性，進一步釋放增長的潛力。



科技業務 — Shoalter

自二零二零年八月二十七日首次公佈至今已經一年，我們將HKTVM業務拓展至超越電子商貿營辦商角色並將足印超越香港地域界限的計劃。這三百六十五天實在是一個緊張及令人鼓舞的旅程，而我們亦踏出重要的幾步，邁向實現計劃並為Shoalter設定未來路線：

1. 由I.T營運的「EASE Mall」

Shoalter Technology Limited科技業務旗下方案分部的第一個客戶 — I.T計劃於二零二一年第四季推出其網上購物商場 — 「EASE」。這是加速香港零售業數碼化的重要一步，亦將成為Shoalter在香港第一個支援的第三方本地案例。

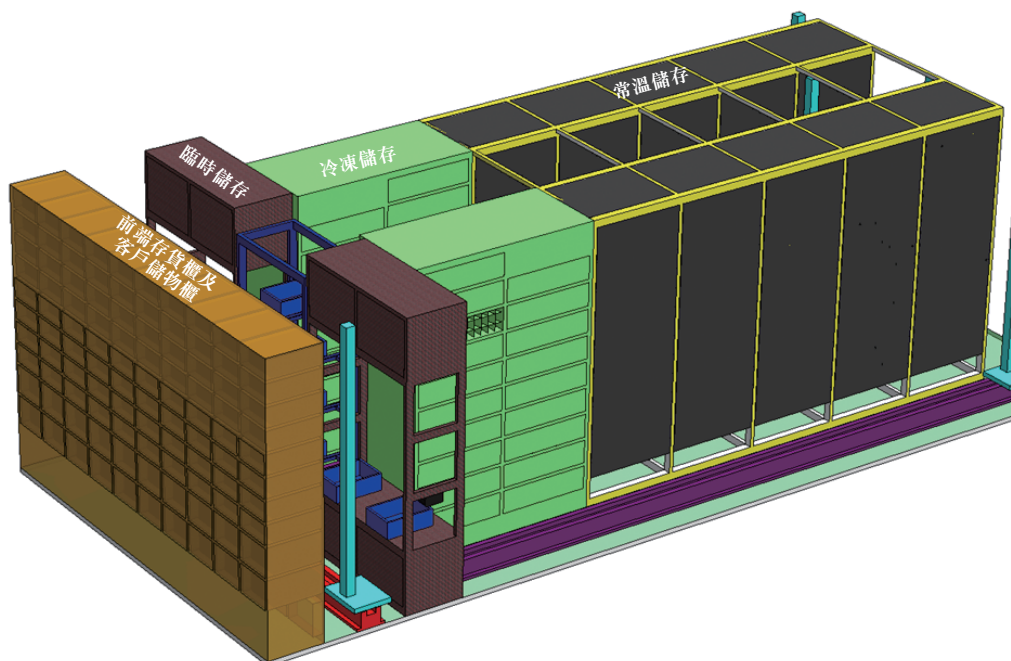
2. 自行發明的自動化零售商店及系統

Shoalter Automation Limited 公佈，於二零二一年八月四日就其自動化零售商店及系統(「該發明」)提交首個香港標準專利申請，是全球第一項有關計劃。

該發明是一個大型全自動儲存及零售系統，透過集團於HKTVmall配送流程的豐富知識及經驗，加上先進的機器技術、自行設計的機器組件及軟件等尖端科技而發明。以下創新的核心特質將可令該發明為全球零售業帶來全新體驗：

- a. 於實體零售店以完全自動化銷售及配送流程進行，包括接單、出貨及補貨流程，令該發明的內部運作無需人工服務；
- b. 優化店面空間利用率，較相同面積的傳統零售店存放更多商品；
- c. 能夠配送多種尺寸、形狀和重量，及不同溫度的產品。

該發明正處於最後發展階段，我們預期將於二零二二年上半年為該發明推出試行計劃，並於同年正式將配備該發明的約10家店舖推出市場。有關的目標市場將為已發展國家，預計將由該發明獲取最大得益，源於減省人手需要及7 x 24營業時間為客戶服務而帶來的營運效益。



3. 於印尼發展健康護理及保健產品電子商貿業務的策略性投資

於二零二一年八月二十三日，Shoalter Technology International Limited (「Shoalter International」) 訂立一份股份認購協議及股東協議，於PT Karya Hasta Dinamika (「PT KHD」) 作出少數股權的策略性投資，包括透過電子商貿方案協議而提供的電子商貿軟件系統使用以及現金支付(合計約5,000,000美元(相當於約38,900,000港元))。上述提及的電子商貿軟件系統將用於營運PT KHD的現有網上購物平台 — KALCare omni-channel，其為集中於健康及保健產品的電子商貿。KALCare將成為集團方案分部的第一個海外案例。

PT KHD為PT Kalbe Farma Tbk (「PT Kalbe」)，一間於印尼證券交易所上市之公司(股份代號：KLBF)之間接全資附屬公司，是印尼領先的製藥公司及最大的醫療保健供應商，從事藥物製劑的開發、製造和貿易，包括藥品和消費品。

此投資將成為Shoalter International及PT Kalbe於其他東南亞國家、香港、澳門及台灣，於健康及保健產品的電子商貿市場的未來潛在策略性業務合作提供框架。

以上三項令人振奮的計劃預期可為Shoalter作為不僅於傳統零售業領域，更於專項產業內科技推動者的角色成為堅實的基礎。Shoalter將帶領集團及其本地電子商貿方案邁向國際。為支持上述計劃及正在商討的潛在計劃，我們將拓展我們的技術能力，目標將團隊增至約四百個技術專業及項目管理團隊，為國際流動性起見，香港及台灣將各佔約一半。

業績

香港科技探索有限公司(前稱香港電視網絡有限公司) (「香港科技探索」或「本公司」)之董事會(「董事會」或「董事」)謹此公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零二一年六月三十日止六個月之綜合損益表及綜合全面收益表及於二零二一年六月三十日之綜合財務狀況表，以下報表均為未經審核。

未經審核綜合損益表

截至二零二一年六月三十日止六個月(以港元列示)

	附註	截至以下日期止六個月	
		二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
營業額	3	<u>1,518,127</u>	<u>1,339,982</u>
直接商品銷售	3	<u>987,641</u>	925,289
存貨成本		<u>(755,180)</u>	<u>(676,483)</u>
		232,461	248,806
特許銷售收入及其他服務收入	3	482,425	404,570
多媒體廣告收入及節目版權	3	48,061	10,123
投資物業估值收益/(虧損)		9,950	(4,400)
其他經營開支		(696,839)	(574,950)
其他收入淨額	4	24,249	31,530
財務費用	5(a)	(3,756)	(6,260)
除稅前溢利	5	96,551	109,419
所得稅開支	7	(747)	(142)
期內溢利		<u>95,804</u>	<u>109,277</u>
以下人士應佔：			
本公司權益持有人		95,826	109,277
非控股權益		(22)	—
期內溢利		<u>95,804</u>	<u>109,277</u>
每股盈利			
基本及攤薄	9	<u>0.10 港元</u>	<u>0.12 港元</u>

未經審核綜合全面收益表

截至二零二一年六月三十日止六個月(以港元列示)

	附註	截至以下日期止六個月	
		二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
期內溢利		<u>95,804</u>	<u>109,277</u>
期內其他全面收益	6		
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		1,648	(6,477)
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之 匯兌差額		97	(4)
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		<u>(1,456)</u>	<u>(3,309)</u>
期內其他全面收益		<u>289</u>	<u>(9,790)</u>
期內全面收益總額		<u>96,093</u>	<u>99,487</u>
以下人士應佔：			
本公司權益持有人		96,115	99,487
非控股權益		<u>(22)</u>	<u>—</u>
期內全面收益總額		<u>96,093</u>	<u>99,487</u>

未經審核綜合財務狀況表

於二零二一年六月三十日(以港元列示)

	附註	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,481,134	1,398,110
無形資產		62,086	59,686
商譽		–	897
長期應收賬項、按金及預付款項		51,814	28,984
其他金融資產	10	294,357	324,119
		<u>1,889,391</u>	<u>1,811,796</u>
流動資產			
其他應收賬項、按金及預付款項		128,792	109,360
存貨及其他合約成本		127,642	126,573
其他流動金融資產	10	93,146	18,197
現金及現金等價物		849,577	942,479
		<u>1,199,157</u>	<u>1,196,609</u>
流動負債			
應付賬款	11	249,398	319,888
其他應付賬項及應計費用	11	238,546	284,879
已收按金		5,757	5,757
應付稅項		1,437	758
租賃負債		101,885	94,413
		<u>597,023</u>	<u>705,695</u>
流動資產淨值		<u>602,134</u>	<u>490,914</u>
總資產減流動負債		<u>2,491,525</u>	<u>2,302,710</u>

	二零二一年 六月三十日 附註	二零二零年 十二月三十一日 千港元
非流動負債		
遞延稅項負債	1,295	1,227
租賃負債	<u>272,665</u>	<u>203,795</u>
	<u>273,960</u>	<u>205,022</u>
資產淨值	<u>2,217,565</u>	<u>2,097,688</u>
資本及儲備		
	12	
股本	1,771,007	1,747,693
儲備	<u>446,580</u>	<u>349,995</u>
本公司權益持有人應佔權益總額	<u>2,217,587</u>	2,097,688
非控股權益	<u>(22)</u>	-
權益總額	<u>2,217,565</u>	<u>2,097,688</u>

附註：

1 編製基準

本公告載列之中期業績乃摘錄自本集團未經審核中期財務報告，乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「主板上市規則」）之適用披露條文（包括遵照香港會計師公會頒佈之香港會計準則第34號「中期財務報告」）而編製。

本公司已根據二零二零年的年度財務報表所採用之相同會計政策編製未經審核中期財務報告，惟預期於二零二一年的年度財務報表所反映的會計政策變動除外。有關任何會計政策變動的詳情載列於附註2。

載於本中期業績公告作為比較資料之有關截至二零二零年十二月三十一日止財政年度之財務資料，並不構成本公司於該財政年度之法定年度綜合財務報表，但資料源自有關財務報表。根據第622章香港公司條例第436條所披露有關該等法定財務報表之進一步資料如下：

根據公司條例第662(3)條及公司條例附表6第3部，本公司已向公司註冊處處長呈遞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該等財務報表作出報告。核數師之報告並無保留意見；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；亦不載有根據公司條例第406(2)、407(2)或(3)條作出之聲明。

2 會計政策之變動

香港會計師公會已頒佈多項於本集團當前會計期間首次生效之香港財務報告準則之修訂。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之任何新訂準則或詮釋。

3 營業額及分部資料

營業額

本集團主要從事提供多媒體業務，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：

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 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	987,641	925,289
— 特許銷售收入及其他服務收入	482,425	404,570
— 多媒體廣告收入及節目版權收入	48,061	10,123
	<u>1,518,127</u>	<u>1,339,982</u>
按確認收益時間分列		
— 於某一時間點	1,443,869	1,321,389
— 於一段時間內	74,258	18,593
	<u>1,518,127</u>	<u>1,339,982</u>

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

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
銀行利息收入	147	2,583
來自其他金融資產之股息及投資收入	3,008	2,910
來自其他金融資產之利息收入	6,701	11,162
出售其他金融資產之虧損	-	(499)
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	(2,080)	(5,908)
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	(151)	(5,090)
投資物業租金	11,887	11,887
淨匯兌收益／(虧損)	1,119	(2,559)
政府補貼(附註(i))	-	16,266
其他	3,618	778
	24,249	31,530

- (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

除稅前溢利已扣除／(計入)下列項目：

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
(a) 財務費用		
銀行貸款利息	-	1,855
租賃負債利息	3,560	4,257
銀行費用	196	148
	<u>3,756</u>	<u>6,260</u>
(b) 其他項目		
廣告及市場推廣開支(不包括已於營業額中扣除的 27,126,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月： 12,711,000港元))	49,384	22,873
物業、廠房及設備之折舊	105,793	91,541
無形資產攤銷	6,650	6,534
出售物業、廠房及設備收益	(515)	(24)
外包配送開支	87,346	84,831
支付處理費用	37,419	37,711
自置汽車使用開支	16,121	12,171
軟件版權及註冊費	9,390	8,389
公用事業、消耗品及辦公室開支	21,113	15,055
	<u>21,113</u>	<u>15,055</u>
(c) 人才成本		
工資及薪金	324,871	254,676
退休福利成本—界定供款計劃	12,044	9,922
以股份支付之開支	4,827	6,586
減：資本化為無形資產及其他合約資產的人才成本	(12,472)	-
	<u>329,270</u>	<u>271,184</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) 關於其他全面收益各部分之稅務影響

	截至以下日期止六個月					
	二零二一年六月三十日			二零二零年六月三十日		
	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	1,648	-	1,648	(6,477)	-	(6,477)
換算海外附屬公司財務報表 產生之匯兌差額	97	-	97	(4)	-	(4)
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	(1,456)	-	(1,456)	(3,309)	-	(3,309)
其他全面收益	<u>289</u>	<u>-</u>	<u>289</u>	<u>(9,790)</u>	<u>-</u>	<u>(9,790)</u>

(b) 其他全面收益部分(包括重新分類調整)

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 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： — 於期內確認之公平值變動	<u>1,648</u>
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： — 於期內確認之公平值變動	(1,607)	(8,898)
— 於出售後重新分類至損益	-	499
— 就預期信貸虧損撥備重新分類至損益	151	5,090
	<u>(1,456)</u>	<u>(3,309)</u>

7 所得稅開支

截至二零二一年六月三十日止六個月，香港利得稅撥備乃期內估計應課稅溢利之16.5%（截至二零二零年六月三十日止六個月：16.5%）計算，惟本集團一間附屬公司為利得稅兩級制下的合資格企業除外。就這間附屬公司而言，應課稅溢利首2,000,000港元按8.25%（截至二零二零年六月三十日止六個月：8.25%）計稅，而餘下應課稅溢利則按16.5%（截至二零二零年六月三十日止六個月：16.5%）計稅。

海外附屬公司的分支的稅項使用預期適用於相關地區的估計年度實際稅率計算。

在綜合損益表列賬之所得稅開支金額為：

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
即期稅項		
香港利得稅	(549)	(244)
海外	(130)	-
遞延稅項		
暫時差額產生及撥回	<u>(68)</u>	<u>102</u>
	<u>(747)</u>	<u>(142)</u>

8 股息

就應佔期內溢利應付本公司權益持有人之股息：

	截至以下日期止六個月	
	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 六月三十日 千港元
於報告期末後宣派之中期股息每股8港仙 (截至二零二零年六月三十日止六個月：無)	<u>73,306</u>	<u>-</u>

於報告期末，該已在報告期末後宣派之中期股息並未確認為負債。

9 每股盈利

每股基本盈利乃根據期內本公司權益持有人應佔溢利95,826,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月：109,277,000港元)及期內已發行普通股加權平均數915,630,000股(截至二零二零年六月三十日止六個月：884,093,000股)計算。

截至二零二一年六月三十日止期間之每股攤薄盈利乃根據期內本公司權益持有人應佔溢利95,826,000港元(截至二零二零年六月三十日止六個月：109,277,000港元)及普通股加權平均數955,549,000股(截至二零二零年六月三十日止六個月：901,701,000股)計算，已就期內股份期權計劃下之潛在攤薄普通股之影響作出調整。

10 其他金融資產

	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 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		
— 股本證券	21,978	20,655
— 永續債券	44,472	51,845
	<u>66,450</u>	<u>72,500</u>
按公平值計入其他全面收益(可轉回)計量的債務證券		
— 一年內到期	93,146	18,197
— 一年後到期	160,262	182,049
	<u>253,408</u>	<u>200,246</u>
按公平值計入損益計量的投資基金單位	<u>67,645</u>	<u>69,570</u>
	<u>387,503</u>	<u>342,316</u>
相當於		
— 非流動部分	294,357	324,119
— 流動部分	93,146	18,197
	<u>387,503</u>	<u>342,316</u>

於二零二一年六月三十日及二零二零年十二月三十一日，所有該等金融資產按公平值列賬。

11 應付賬款、其他應付賬項及應計費用

	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
應付賬款(附註(a))	249,398	319,888
合約負債	95,180	105,973
其他應付賬項及應計費用(附註(b))	143,366	178,906
	<u>238,546</u>	<u>284,879</u>
	<u>487,944</u>	<u>604,767</u>

(a) 應付賬款之賬齡分析如下：

	二零二一年 六月三十日 千港元	二零二零年 十二月三十一日 千港元
未逾期-30日	244,978	315,530
31-60日	1,854	1,240
61-90日	461	760
超過90日	2,105	2,358
	<u>249,398</u>	<u>319,888</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項、外包人力資源服務開支以及廣告及宣傳開支。

12 股本及儲備

附註	本公司權益持有人應佔										非控股權益	權益總額
	股本	保留溢利	重估儲備	公平值儲備 (可轉回)	公平值儲備 (不可轉回)	匯兌儲備	資本儲備	其他儲備	總計	權益總額		
	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	千港元	千港元
於二零二一年一月一日之結餘	1,747,693	123,544	183,338	3,546	(1,780)	(157)	43,330	(1,826)	2,097,688	-	2,097,688	
截至二零二一年六月三十日 止六個月之權益變動												
期內溢利/(虧損)	-	95,826	-	-	-	-	-	-	95,826	(22)	95,804	
其他全面收益	6	-	-	(1,456)	1,648	97	-	-	289	-	289	
全面收益總額	-	95,826	-	(1,456)	1,648	97	-	-	96,115	(22)	96,093	
根據股份期權計劃發行的股份 以股份支付之交易	23,314	-	-	-	-	-	(4,357)	-	18,957	-	18,957	
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	-	(22)	-	-	22	-	-	-	-	-	-	
於二零二一年六月三十日 之結餘	1,771,007	219,348	183,338	2,090	(110)	(60)	43,800	(1,826)	2,217,587	(22)	2,217,565	

人才薪酬

於二零二一年六月三十日，本公司共有1,920名全職人才(包括董事)，而於二零二零年十二月三十一日則有1,818名。本公司提供的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

截至二零二一年六月三十日止六個月，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。

遵守企業管治守則

截至二零二一年六月三十日止六個月，本公司一直遵守上市規則附錄14所載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守則

本公司已採用上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易之標準守則(「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」)。

經向全體董事作出特定查詢後，全體董事確認，彼等於截至二零二一年六月三十日止六個月期間內一直遵守標準守則及公司守則所載之規定標準。

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本公司截至二零二一年六月三十日止六個月之未經審核中期業績。

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

股息政策及中期股息

董事會的股息政策旨在讓本公司股東分享本公司利潤的同時，亦讓本公司保留足夠資本及儲備以實現可持續增長。派發股息及釐定股息金額由董事會經考慮以下因素後酌情建議，包括：

1. 公司當前及預期經營業績和盈利能力；
2. 流動資金狀況；
3. 資本投資計劃(包括投資機會及發展計劃)；及
4. 市場狀況。

經考慮上述因素，鑑於本公司穩健的流動資金狀況及產生盈利的能力，董事會建議更新派息比率指引為經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利之約30%至60%，直至出現重大投資機會，屆時董事會將檢討股息政策。

因此，董事會議決就截至二零二一年六月三十日止六個月宣派現金中期股息每股普通股8港仙(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)，向於二零二一年九月十七日名列本公司股東名冊之本公司股東派發。股息單將於二零二一年十月六日或前後寄發予本公司股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東獲派中期股息的資格，本公司將於二零二一年九月十五日(星期三)至二零二一年九月十七日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記手續。為符合資格獲派中期股息，所有填妥的過戶文件連同相關股票須於二零二一年九月十四日(星期二)下午四時三十分前，送達本公司的香港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至1716號舖，以辦理登記手續。

承董事會命
香港科技探索有限公司
主席
張子建

香港，二零二一年八月二十六日

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。