

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的內容概不負責，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份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## Television Broadcasts Limited

### 電視廣播有限公司

(於香港註冊成立之有限公司)

股份代號: 00511

#### 截至二零二三年九月三十日止三個月期間之 業務最新情況及未經審核營運資料— 繼續努力扭虧，業務持續向好

電視廣播有限公司(「本公司」或「無綫電視」，連同其附屬公司，統稱「本集團」)董事局(「董事局」)欣然提供截至二零二三年九月三十日止三個月期間(「本季度」)本集團核心香港電視相關業務及中國內地業務的業務最新情況及未經審核營運資料如下。

#### 1. 核心電視相關業務

於本季度內，我們於香港地面免費電視頻道的收視率繼續保持領先地位，我們的旗艦頻道翡翠台、24小時無綫新聞台及其他頻道的收視率合計達到 79% 的市場份額：

|                             | 截至下列日期止三個月期間平日黃金時段<br>(晚上七時至十一時)<br>平均電視收視點 <sup>1</sup> ： |                |                |
|-----------------------------|--|----------------|----------------|
|                             | 二零二三年<br>九月三十日   | 二零二三年<br>六月三十日 | 二零二二年<br>九月三十日 |
| 無綫電視的免費電視頻道                 |  |                |                |
| 翡翠台(81台)                    | 17.4   | 17.2           | 17.7           |
| 無綫新聞台(83台)                  | 2.0  | 1.7            | 2.2            |
| 其他頻道(明珠台、J2台、<br>無綫財經體育資訊台) | 2.9  | 3.4            | 3.3            |
| 無綫電視佔所有香港電視頻道的<br>市場份額(%)   | 79%  | 79%            | 77%            |

<sup>1</sup> 資料來源：中國廣視索福瑞媒介研究

儘管經濟環境不佳，於本季度內我們的地面免費頻道的廣告收入仍呈現出積極的勢頭。我們的翡翠台平日黃金時段電視廣告的平均單價於本季度內呈現積極趨勢，與截至二零二三年六月三十日及二零二二年九月三十日止三個月期間相比，分別上升16%及46%，乃因我們迎回一段時間並未在我們的頻道上投放廣告的老客戶。在本季度透過我們的電視頻道投放廣告的逾400名客戶中，13%為新客戶或闊別兩年或兩年以上後重新回歸的客戶，包括若干藍籌企業客戶。就此而言，我們過去兩年透過加強內容、重組運營及銷售職能以扭轉傳統電視業務的努力繼續取得成效。就今年年底前預先承諾購買我們二零二四年電視廣告套餐的客戶，我們已將平均價格較二零二三年提升約8%。

於本季度內，本集團的OTT串流業務亦呈現出積極的發展勢頭，與截至二零二三年六月三十日及二零二二年九月三十日止三個月期間相比，尊貴myTV Gold的訂戶分別增長3%及26%，而所有服務層級的平均月度活躍用戶人數(MAU)則穩定在約2百萬。

截至下列日期止三個月期間：

|                | 二零二三年<br>九月三十日 | 二零二三年<br>六月三十日 | 二零二二年<br>九月三十日 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>OTT串流</b>   |                |                |                |
| 於期末myTV Gold訂戶 | 190,945        | 185,726        | 151,740        |
| 期間平均MAU(百萬)    | 2.0            | 2.1            | 1.9            |

於本季度內，我們將訂購12個月可透過機頂盒或智能電視接入的尊貴myTV Gold服務訂購月費由每月港幣98元調高20%至港幣118元。

與截至二零二三年六月三十日及二零二二年九月三十日止三個月期間相比，本季度來自myTV Super平台數碼廣告的收入亦分別增長12%及16%。我們預計第四季度增長勢頭將加速，令我們能夠取得數碼廣告收入全年逾20%的增長。

## 2. 中國內地相關業務

中國內地亦為本集團於本季度的主要增長動力，我們的多渠道網絡(MCN)業務擴大其社交媒體的受眾範圍，且我們電商直播活動(包括我們與淘寶的合作以及我們的抖音直播店)的活躍度進一步提升。

截至下列日期止三個月期間：

| 中國內地MCN                     | 二零二三年 | 二零二三年 | 二零二二年 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
|                             | 九月三十日 | 六月三十日 | 九月三十日 |
| 社交媒體追隨者 <sup>2</sup> 數量(百萬) | 178   | 160   | 105   |
| 舉行電商直播次數                    | 279   | 275   | 142   |
| 電商直播觀看人次(百萬)                | 67    | 64    | 11    |

自二零二三年三月我們與淘寶建立電商直播合作關係起及直至本季度末止六個月內，我們取得銷售產品的商品交易總值(GMV)約人民幣2.50億元。

就地理位置而言，於本季度，我們於中國內地有36%的社交媒體追隨者及29%的電商直播觀眾來自廣東省的大灣區，表明我們的品牌及藝人在本集團的這個核心市場的吸引力。我們的策略為透過不斷增長的社交媒體影響力、直播節目以及擁有廣東省落地權並在當地擁有龐大觀眾群的翡翠台及明珠台免費電視頻道，將市場擴大至香港以外包括整個粵港澳大灣區。

同時，於合拍劇及同步劇方面，本季度我們與我們於年初與其簽訂產出協議的中國內地平台優酷及騰訊合作，開始五部劇集的拍攝。我們預計該等劇集將於二零二三年第四季度開始為本集團帶來收入。

因此，在當前市場和宏觀經濟環境下，本集團預期截至二零二三年十二月三十一日止六個月期間將實現正數EBITDA，而相比截至二零二三年六月三十日止六個月期間則產生EBITDA虧損港幣1.86億元。

然而，除EBITDA外，本集團的財務表現亦受到其他運營、會計、財務及稅務因素的影響，該等因素更全面反映於本公司每年或每半年刊發的綜合財務報表中。因此，董事會謹此提醒本公司股東及股份的潛在投資者，本公告所載資料(包括有關以EBITDA計量的本集團財務表現的任何前瞻性陳述)未經審核，且基於本集團的初步內部資料，可能有別於本公司擬每年或每半年刊發的經審核或未經審核綜合財務報表中擬披露的數字。**因此，股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。**

承董事局命  
署理公司秘書  
陳樹鴻

香港，二零二三年十月二十七日

<sup>2</sup> 中國內地抖音、快手、小紅書、微博、微信等社交媒體平台及淘寶電商平台上無綫電視官方賬號及無綫電視藝人賬號的追隨者

於本公告日期，本公司董事局成員包括：

**行政主席**

許濤

**非執行董事**

黎瑞剛

利憲彬

徐敬

**獨立非執行董事**

盧永仁博士 JP

盛智文博士 GBM, GBS, JP

方和 BBS, JP