



雅仕维公布2020年度全年业绩

* * *

加强先导「户外及在线新媒体」创新 以优秀表现进一步扩大业务组合及客户群

(2021年3月29日，香港讯)策略重心定于大交通广告媒体经营，包括机场、地铁及高铁的优秀户外媒体公司雅仕维传媒集团有限公司（「雅仕维」或「集团」；股份代号：1993.HK）公布截至2020年12月31日止财政年度（「年内」）的全年业绩。

面对 COVID-19 疫情以及随之而来的经济大幅下滑，尽管营商环境充满挑战，集团财务资源仍然稳健，并连续七年录得净现金状况，现金及现金等价物为 412.3 百万港元（于 2019 年 12 月 31 日：445.0 百万港元），确保集团不但有能力克服当前逆境，还可以化危为机，为未来发展打好根基。集团于年内收入下降 17.1% 至 1,557.1 百万港元。毛利为 347.5 百万港元，毛利率为 22.3%。除利息、税项、折旧及摊销前盈利（EBITDA）总值 1,034 百万港元，更精准反映业务总规模的综合收入（包括合并收入及所有关联公司的收入）则为 22.12 亿港元（2019 年：26.30 亿港元）。由于集团多个新项目仍处于加速阶段，并因 COVID-19 疫情受到影响，集团表现受到严重打击（香港方面尤甚），年内录得亏损 141.1 百万港元。

雅仕维主席兼执行董事林德兴先生表示：「去年，疫情持续打击营商环境，集团已经努力把影响降到最低。然而，作为一家装备充足的企业，我们深信危机往往带来机遇，基于这个信念，我们透过于中港两地获取新媒体资源来增加市场渗透率。年内，我们更开展新加坡的业务，成为中国以外首个业务据点。新加坡地铁汤申—东海岸线的媒体资源独家特许经营权为期16年，是我们在东南亚未来发展的重要踏脚石。此外，我们已准备就绪，以把握『宅经济』兴起后创造的新机遇。凭借多年的营运经验，我们发现户外媒体及在线媒体已建立固有及相辅相成的协同效益，更重要是我们能善用其独有优势并同时抵消其弱点，促进我们加快推出先导『户外及在线新媒体』（O&O）策略。集团不仅能迅速适应新常态，更能扩大覆盖范围至新目标客户，从而扩展客户群，我们因此而对此深感骄傲。亦因为此特点，集团拥有与同业不同的独有竞争优势。」

业务回顾

年内，来自机场媒体广告业务的收入减少6.3%至 693.0百万港元（2019年：739.3百万港元），主要因为 COVID-19 疫情令客流量缩减。毛利为 265.8 百万港元（2019 年：217.3 百万港元），毛利率为 38.4%。尽管如此，雅仕维一直积极探索，力求取得在国内不同机场经营新媒体资源的经营权。年内，集团获授新成都天府国际机场1号客运大楼及2号客运大楼媒体资源的特许经营权，该机场目前处于在建阶段，预期将于2021年投入运营。上述机场竣工之后，成都将成为继北京及上海之后内地第三个坐拥两个国际机场的城市，成为通往世界各地的门户城市。现时雅仕维的机场网络覆盖了中国内地逾33个机场，能够为不同地区的目标群众及旅客提供创新广告空间。在广泛的覆盖范围下，集团将全面利用其先进的转型及具开创性O&O策略，以协助最新的程序化购买。集团相信这先进的方式能够吸引更多于过去倾向投放在线平台而尚未涉足机场领域的广告商。

在疲弱营商环境下，集团年内来自地铁线的销售额下滑，收入减少35.2%至596.0百万港元（2019年：919.3百万港元）。分部毛利为81.8百万港元（2019年：136.7百万港元），毛利率为13.7%。在充满挑战的情况下，雅仕维于年内成功取得若干新媒体资源。在香港，雅仕维利用与港铁的业务关系取得新屯马线第一期站台和地铁媒体资源的独家特许经营权。在中国内地，集团取得了昆明地铁3号线的新媒体资源，亦重续北京地铁4号线及16号线以及大兴线和深圳地铁4号线的媒体资源独家特许经营权。于回顾年后，雅仕维进一步争取到位于深圳共五条独家新地铁线，包括2号（三期）、3号、6号、8号（一期）及10号线。除了地铁线外，集团范围广大的地上网络亦包含国内铁路。年内，雅仕维获授昆明火车站及丽江火车站的特许权，前者是一个交通枢纽，连接了数条国内铁路，而后者目前处于兴建阶段，预计于2021年竣工。该等项目为集团继香港高速铁路站后最早取得的数个火车站。

集团于年内开始与香港的九龙巴士有限公司（「九巴」）及龙运巴士有限公司（「龙巴」）开展巴士广告业务。除了利用其传统媒介渠道，集团拟将其与集团的 O&O 策略结合，提供更多元的广告解决方案。此外，雅仕维于 2021 年获授巴士亭的独家广告经营权，藉这全新的「业务结合」扩大了媒体网络，更深入渗透广大客户群。

有见及户外与在线媒体之间的协同效益，雅仕维已实践对 O&O 新媒体策略作出的投资。集团因而推出新一代程序化购买，根据受众和各种变量，运用大数据决定投放广告的理想位置。为配合该技术，雅仕维亦已加强其对 O&O 新媒体的品销合一策略，为客户带来更多裨益。于下半年，雅仕维伙拍 The Trade Desk (NASDAQ:TTD) 及 Magnite (前称为 Rubicon 及 Telaria; NASDAQ:MGNI) 正式推出数码户外广告程序化交易平台。雅仕维可通过该平台于不同在线线下渠道对其数码户外媒体进行程序化交易，目标不仅是本地客户，亦包括国际广告商。

在 COVID-19 期间，「宅经济」迎来了新常态。为配合这新趋势，集团配合自家社交媒体平台，帮助广告客户销售产品，而该等产品衍生的销售亦为集团贡献收入。与此同时，继与薇娅成功合作后，集团继续作出 O&O 投资，并推出更灵活的宣传模式，因此增加对拥有不同受众群的大规模市场的渗透率。雅仕维将会善用其营运优势渗透「直播带货」电商市场，过程将涉及供应链整合，藉此进一步提高品牌知名度及有效运用 O&O 实力，优化销售和推广。

除业务利益外，集团十分注重回馈社会。自疫情开始，雅仕维利用其户外媒体资源及创意工作，在中国内地 20 多个城市及香港发出公益广告，进一步向大众传递积极讯息。集团的回馈社会工作其后吸引多间知名公司，而该等公司最终参与了逆行者项目，令慈善工作衍生新商机。

展望

虽然全球经济预期因 COVID-19 疫情而持续不明朗，但雅仕维一直深信「有危就有机」。在中国内地，由于实施严格的 COVID-19 压制措施，国家经济得以迅速恢复。凭借集团在中国内地的广阔网络，集团将继续争取高铁、地铁线及机场的媒体资源，并抓紧 COVID-19 后的消费需求回升。在其独一无二的「空间管理」方针和开创先河的 O&O 方案支持下，雅仕维将制定首屈一指的 O&O 广告方案，以满足广告客户的需求，无论在在线或线下，努力不懈地增加雅仕维在中国内地市场的份额。

香港方面，集团将利用完整的网络和丰富的经验，应对未来可能出现的各种挑战。此外，凭着雅仕维全面的媒体组合，集团将能够通过地上及地下的媒体资源产生更大的协同效益。集团亦将借助O&O方案，巩固与客户的关系、提供全方位广告解决方案及支持服务，以强化业务连系。

雅仕维作为O&O广告解决方案的先行者，将分配更多资源发展O&O以乘趁此新兴消费趋势拾级而上。经过多年对O&O方案进行实战经验，雅仕维已能够综合相关调研结果，创建集户外媒体、在线平台和丰富数据购物选择于一身的产品线，满足客户日新月异的需求。集团靠赖户外媒体组合提供的全面及庞大覆盖面，将以市场上不可或缺的策略伙伴身份，占据有利位置，捕获各种机遇。

林先生总结：「尽管营商环境短期内仍然不稳定，但凭借优秀往绩及市场领先地位，我们对集团的前景仍然表示乐观，并将抓紧疫后涌现的庞大机遇。此外，我们将专注发展『户外及在线新媒体』策略，以及致力加强广告解决方案。在『大交通，多媒体，全场景』的优势下，我们已作好准备，把握中国内地及海外市场机会，并善用本身的实力及优势，在市场整合中以维持领先地位及扩充集团的业务据点，并将全力以赴追求可持续增长，为股东缔造最大价值。」

- 完 -

关于雅仕维传媒集团有限公司（股份代号：1993.HK）

雅仕维于 1993 年成立，是一家大中华地区的户外媒体公司，策略重心定于大交通广告媒体经营，包括机场、地铁及高铁。集团现时的业务网络覆盖大中华地区接近 40 个城市，包括于 33 个机场提供广告媒体资源服务（27 个独家经营机场），拥有国内及新加坡汤申—东海岸地铁线（TEL）共 27 条地铁线路，以及广深港高速铁路（香港段）、港珠澳大桥（珠海口岸）、香港九巴及龙运巴士的广告媒体独家经营权；并于近年成功获得成都天府国际机场、昆明铁路站及丽江铁路站的广告媒体经营权。

雅仕维一直不遗余力履行企业社会责任，其在环保方面的努力获得官方肯定，连续四年荣获「香港环境卓越大奖」及「香港绿色机构」的荣誉，并连续十年被评为「商界展关怀」机构。

有关雅仕维的详情，请浏览网站：www.asiaray.com或通过以下二维码关注集团的微信账号（账号名称：雅仕维传媒集团或asiaray_airport）。



传媒查询：

纵横财经公关顾问有限公司
苏嘉丽 +852 2864 4826
刘炜情 +852 2114 4987
梁匡婷 +852 2864 4873
公司网址 www.sprg.com.hk

heidi.so@sprg.com.hk
adrianna.lau@sprg.com.hk
suzanne.leung@sprg.com.hk



投资者查询：

雅仕维传媒集团有限公司
+852 3153 1262

ir@asiaray.hk

