

純利大跌51% 照派特息 每股收息一元

電視廣播：最艱難時刻已過

香港廣告市場表現呆滯，及全球數碼革命對許多傳統業務模式帶來的重大衝擊，電視廣播（00511）截至去年底止年度純利大幅倒退51.27%至2.43億元，每股盈利0.56元，派末期息每股0.3元和特別息每股0.7元。電視廣播主席陳國強在業績報告中表示，去年是公司過去十年所經歷最嚴峻的年度之一，但由於廣告市場隨香港整體經濟向好持續復甦及增長，相信最艱難時刻已經過去。

大公報記者 林靜文

業績期內，電視廣播收入同比增長2.98%至43.35億元，毛利升5.53%至20.16億元，毛利率輕微改善2個百分點至47%，股東應佔持續經營業務溢利同比減少43.21%。年內，來自香港地面電視廣播的廣告客戶收入為公司最大收入來源，行政總裁李寶安在公告中指出，廣告市場經過多年迅速增長，自2015年以來因整合而處於低迷狀態，令廣告業務受壓。2014年至2016年期間，廣告收入累積跌幅超過7億元。

貸款及按揭廣告增長勁

然而，本港零售業銷售額指數去年增長2.2%，令去年來自香港電視廣播的廣告客戶收入結束跌勢，維持在24.59億元，與前年同期的24.58億元相若。電視廣播表示，「這些回穩跡象令我們感到欣慰。」

分類別看，儘管去年奶粉類別的廣告銷售按年跌14%，但仍高踞廣告消費榜首。其次是貸款及按揭類別，錄得30%強勁增長，而銀行及本港地產、來自政府／半官方機構等類別的廣告銷售表現理想。至於護膚品和牙齒護理類別開支則分別跌9%

和35%。

減少傳統電視業務投資

去年，電視廣播的本地製作總時數達23700小時，當中4320小時由翡翠台製作。該公司表示，為迎合內地合作夥伴網上平台對新連續劇的需求，公司去年共有三套劇集在香港及內地網上平台同步播放，不僅取得高收視，還可提供更高的製作預算，料今年會至少推出兩部全新的聯合製作劇集。

其他地區業務方面，提供盜播電視節目的侵權網站及非法電視盒，對公司在馬來西亞及新加坡等傳統市場特許營運商的訂閱電視業務造成影響，而年輕一代從網上下載節目觀看的趨勢亦不斷上升。電視廣播指出，會將現有資源轉向研發新媒體平台，同時減少傳統電視業務的投資，期待在年中前與馬來西亞網絡運營商合作，在當地推出OTT服務。另在新加坡市場，該公司也在計劃將傳統收費電視擴展至OTT服務。

李寶安期望，內地網上平台將有更多聯合製作的商機及其數碼新媒體業務帶來更大貢獻。

銀娛獲菲律賓臨時賭牌

【大公報訊】記者李潔儀報道：銀河娛樂（00027）宣布，旗下全資擁有子公司獲菲律賓娛樂和博彩（PAGCOR）發出臨時博彩牌照，將於長灘島購入超過20公頃土地，用作發展綜合度假村及賭場。

銀娛副主席呂耀東表示，隨着銀娛獲PAGCOR發出臨時博彩牌照，讓銀娛的品

牌有機會在海外市場作策略性發展。

呂耀東續說，集團的合作夥伴、菲律賓上市的Leisure & Resorts World Corporation會繼續協助銀娛在菲律賓長灘島收購項目土地，計劃投資額預算可達5億美元（約39億港元），以發展環保生態度假村，當中包括銀娛的娛樂場。

中煤能源料煤炭需求放緩

【大公報訊】記者陳詠賢報道：中煤能源（01898）去年純利按年增加1.03倍至34.9億元（人民幣，下同），派末期息每股5.5分。總裁牛建華表示，煤企今年將繼續推進去產能，而煤炭消費需求將有所放緩，預期今年煤價將處於合理水平，全年價格呈前高後低走勢。

集團去年每噸煤生產成本按年增加兩成多至329元，牛建華指，成本主要來自就環境控制及安全生產，以及工資等方面的投入增加，材料價漲的影響則不大，但相信相關成本今年可控制於現水平。對於內地煤電企整合，牛建華稱，集團產業鏈完整，會留意相關產業整合可能，但目前無明確整合計劃。

馬鞍山鋼鐵（00323）去年純利升2.36倍至41.3億元。集團今年恢復派息，派末期息每股16.5分，派息比率30.7%，董事長丁毅表示，企業目前盈利能力足以應付派息，承諾今後將繼續派息，比率不會低於

30%。他預期，今年上半年鋼價可延續去年的強勢，但下半年價格將有所回落，但整年仍較去年好，金融措施收緊及環保管治將影響企業投資情況，亦對鋼鐵行業構成不確定性。丁毅指，集團出口策略保持不變，將向東南亞、歐美及非洲等市場出口，數量可穩定於100萬噸；而美國針對亞洲鋼材入口，而目前限制的鋼材為輪軸，對集團影響並不明顯。



▲（左起）中煤能源戰略規劃部經理朱杰利、總裁牛建華、首席財務官柴喬林和董事會秘書周東洲

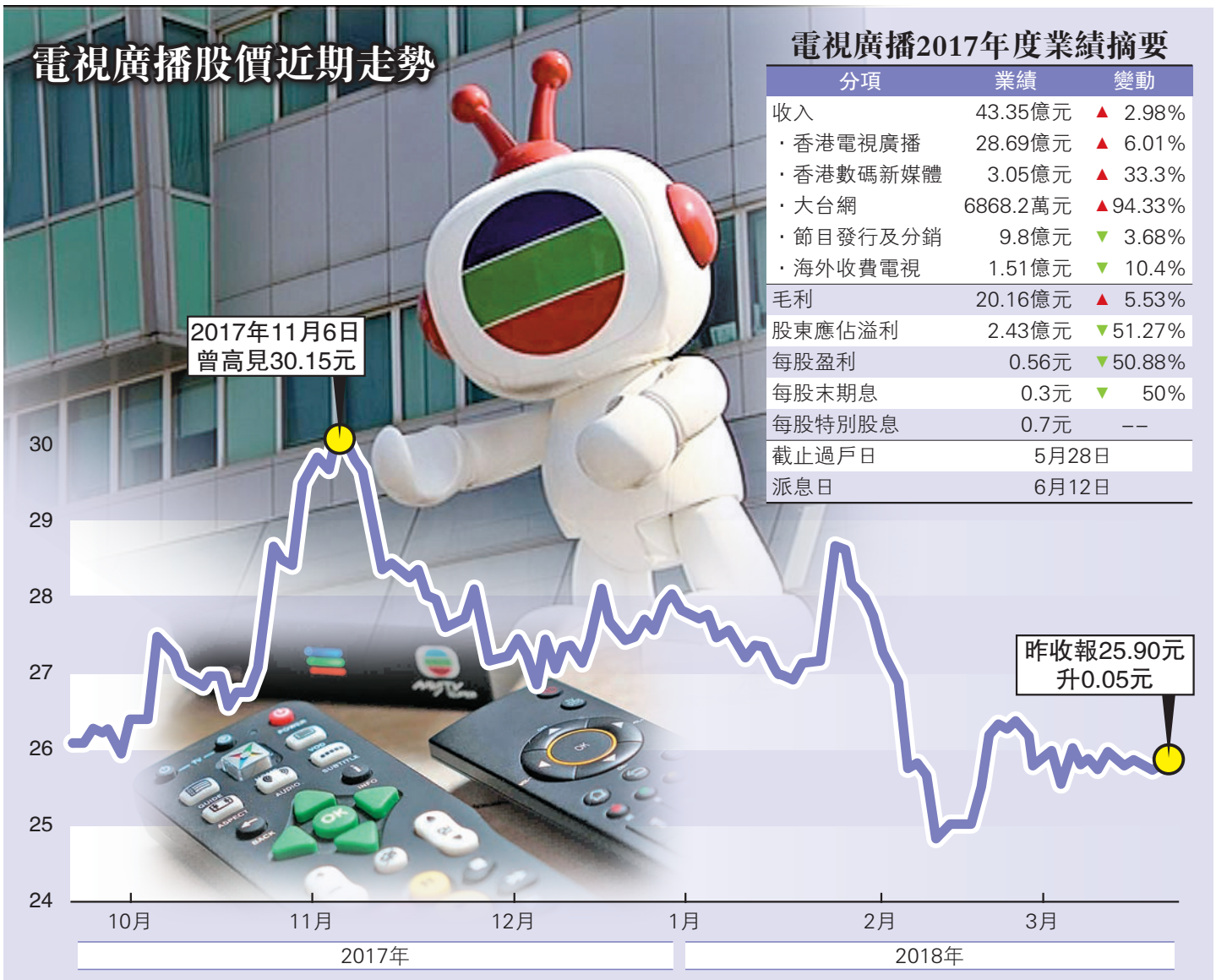
味千今年擬在港開10分店

【大公報訊】記者吳涵宇報道：由於投資百度外賣造成金融資產公平值虧損，味千控股（00538）去年股東應佔虧損達4.87億元（人民幣，下同），每股虧損45分，擬派末期息5港仙。集團主席兼行政總裁潘慰表示，看好其未來增值空間，不再投資其他外賣平台，會專注發展核心業務，正物色粉麵類品牌的併購及合作機會，今年擬在港新開9到10家分店。

受到內地實施「營改增」稅制影響，截至2017年12月31日止，味千營業額按年跌2%至23.3億元，毛利17.5億元，毛利率提升3.2個百分點至75.2%，經營溢利3.02億元，按年上升24.7%。若撇除投資百度外賣造成的虧損影響，則期內集團股東應佔溢利增加65.9%至2.76億元，按年上升65.9%。期內，味千新開113家門店，關閉59家

表現不佳或合約到期的店舖，並對140家門店進行改造，截至去年底共運營有704家門店，租金及相關成本佔營業額約16.4%，微升0.1個百分點。首席財務官劉家豪表示，今年計劃新增店舖150家，其中在港新開9到10家分店。

潘慰坦言，香港業務去年拖累集團整體表現，今年除了選擇更好地地段開設新舖外，還將提升香港分店的技術系統管理水平，提升效率及降低人工成本。劉家豪透露，今年首兩個月，本港同店銷售保持平穩。潘慰看好內地餐飲行業尤其是粉麵類食品的市場空間，除日本拉麵外，擬將業務拓至重慶小麵、雲南麵線、廣西米粉等各類地方性麵食，並考慮多品牌發展，未來2至3年內，有很大可能進行有關併購合作。



myTV SUPER去年末收支平衡

【大公報訊】記者林靜文報道：科技發展一日千里，電視廣播（00511）積極捕捉數碼發展所帶來的機遇，正由地面電視廣播機構轉型為在香港及海外擁有龐大網上分銷網絡的數碼企業。行政總裁李寶安在業績報告中表示，隨着訂戶及廣告收入增長，myTV SUPER OTT服務在去年12月已實現每月收支平衡，並預期由今年起會錄得正面分部貢獻。

年內，myTV SUPER OTT服務分部

收入同比增長33%至3.06億元，但其資本投資及營運開支導致錄得分部虧損8500萬元。該服務自2016年4月推出以來，用戶數目已累計超過580萬人次，當中通過機頂盒、流動應用程式和網站觀看內容的用戶分別有100萬、410萬和70萬人。

李寶安表示，隨着越來越多人使用myTV SUPER OTT服務，也帶動整體電視收視率提升，目前myTV SUPER 整天24小時平均電視收視為1.68點，是繼翡翠台後本

港第二個最多人收看的電視平台。他認為，轉向OTT的觀看模式將在未來持續。

另外，電視廣播去年7月推出大台網社交媒體平台，目前香港及海外登記用戶及追隨者超過1070萬人。李寶安稱，除了提升myTV SUPER 平台的收入及加強其技術服務能力，今年還將投放更多資源豐富大台網的內容，包括增加內容營銷、廣告宣傳及擴展至電子商貿業務等，並會透過內地生意夥伴推出新應用程式「埋堆堆」。

吉利盈利倍增 股價反跌6%

【大公報訊】記者李永青報道：吉利汽車（00175）公布去年成績表，公司股權持有人應佔溢利106.3億元（人民幣，下同），同比增長108%，每股基本盈利1.19元，建議末期股息每股0.29港元。對於吉利制定2020年新能源車佔銷量九成之目標，吉利汽車執行董事安聰慧表示，今年吉利將推出多款新能源車，朝2020年目標推進。雖然吉利業績亮麗，但股價昨日收市反跌6.18%至25.8港元。

期內，在A級轎車車型及SUV車型，尤其是「吉利博越」取得良好銷售成績帶動下，吉利於內地銷量實現了66%之增長

，包括擁有50%權益的合營公司所銷售「領克」汽車的銷量。但基於集團採取慎重策略以降低出口市場的財務風險，去年出口銷量同比下跌46%。總體計算，去年合共售出124.7萬輛汽車，同比增加63%，而每輛車的平均銷售價升7%，集團經營溢利率達13.2%。

他又表示，因集團主要出口市場的銷售水平已跌至非常低水平，以及出口地的經濟狀況最近相對穩定，預期今年出口市場將以合理步伐復甦。

安聰慧指出，吉利計劃今年為大部分主要車型推出新能源版本，從而大幅提升

新能源汽車於銷量的佔比。同時，為善用吉利與沃爾沃汽車之間密切而獨特的合作關係，集團會大幅拓展與沃爾沃汽車之間的合作及技術分享。領克部分，將推出領克02跨界車、領克03轎車及01、02、03插電混動版本。他形容，今年的新產品投放量將會創下歷史新高，支持集團整體銷量增長提供強勁源動力。今年集團銷售量目標為158萬輛（包括領克品牌），即較去年銷量升27%。

另外，身兼控股股東——吉利控股總裁的安聰慧指出，吉利控股暫時無計劃再於海外併購，冀先把握現有目標做好。

潤啤未來主攻高端市場

【大公報訊】記者吳涵宇報道：受惠早前收購雪花啤酒的收益全面反映，華潤啤酒（00291）去年股東應佔溢利飆升86.8%至11.75億元（人民幣，下同），每股基本盈利0.36元，按年增63.6%，擬派末期息7分，股價微升0.88%，報34.25元。集團首席執行官侯孝海表示，未來主攻高端啤酒及年輕化市場，且已與國際知名企業接觸，惟他對擬收購喜力中國業務的傳聞不予置評。

內地營運91間啤酒廠

集團2016年10月完成收購華潤雪花啤酒49%股權，故應佔華潤雪花啤酒的利潤由51%增至100%，促使2017年集團股東應佔溢利大增86.8%，但首席財務官黎寶聲坦言，若撇除合併報表因素，稅後利潤倒退16%。他解釋，集團正處產能優化及整合階段，需作出一次性非現金撥備，強調相較於短期盈利，更看重中長期效益，產品結構轉變、產能提升、員工成本降低均可帶來利潤增長空間。

集團去年再關掉5間低效廠房，截至去年底，華潤雪花啤酒於內地共營運91間啤酒廠，2017年已確認資產減值虧損按年增加2.75億元至7.39億元。

華潤啤酒銷量按年增加0.9%，優於行業平均水平，中高檔啤酒銷量保持增長，平均售價上升2.7%。侯孝海表示，原材料成本上漲，成本壓力將部分轉嫁予產品，



▲（左起）華潤啤酒投資者關係總監謝丹瀚、執行董事兼首席財務官黎寶聲、執行董事兼首席執行官侯孝海、法律總監程大勇 大公報記者吳涵宇攝

料啤酒仍有加價空間，但難以預估何時調整價格。他續指，現時集團所佔市場份額約26%，冀未來保持穩健增長。

千禧世代成消費主力

侯孝海認為，隨着千禧一代成為消費主力，以及移動互聯網快速發展，啤酒行業正面臨轉型，個性化、價值化、品質化愈發重要，料未來五年行業價將出現明顯分化。集團亦瞄準年輕市場，與內地熱門綜藝節目合作，轉變營銷推廣方式，進行品牌重塑。侯孝海透露，集團還擬布局電商領域，除與京東、淘寶等線上銷售平台合作外，謀拓自主線上銷售模式，惟今年下半年後，方會有具體方案。

摩根大通發表報告指，若撇除減值因素影響，華潤啤酒去年經常性稅息折舊及攤銷前盈利（EBITDA）按年升9%至近43億元，大致符合預期。該行籲留意未來收入增長指引，建議關注銷售均價及利潤擴張的可能性，予其「增持」評級，目標價31元，較昨收市價有9.5%潛在跌幅。