

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)

### 截至二零二零年六月三十日止六個月之 中期業績

#### 經營摘要

1. 二零二零年上半年的訂單總商品交易額<sup>1</sup>為2,746,500,000港元，較二零一九年上半年的1,285,800,000港元增加113.6%；
2. 平均每日訂單量由二零一九年六月每日15,000張訂單增加至二零二零年六月每日29,800張訂單；而其後更於二零二零年七月錄得新高，平均每日訂單量達每日36,300張訂單及訂單總商品交易額達620,400,000港元；
3. 二零二零年上半年的平均訂單值約為508港元，較二零一九年上半年約530港元輕微下跌；及
4. 二零二零年上半年，我們共有813,000名獨立客戶於HKTVmall購物，較二零一九年上半年的566,000名客戶增長了43.6%。

#### 財務摘要

1. 本集團於二零二零年上半年成功轉虧為盈，期內淨溢利為109,300,000港元(包括政府補貼16,300,000港元)，二零一九年上半年則錄得淨虧損155,400,000港元；
2. 營業額由二零一九年上半年的625,500,000港元增加約114.2%至二零二零年上半年的1,340,000,000港元，達成整體毛利率及混合佣金率<sup>2</sup>24.8%(二零一九年上半年：21.2%)；
3. 營業額包括：
  - i. 直接商品銷售925,300,000港元(二零一九年上半年：484,100,000港元)，毛利率<sup>2</sup>為28.0%(二零一九年上半年：24.9%)；
  - ii. 特許銷售收入及其他服務收入404,600,000港元(二零一九年上半年：137,800,000港元)，混合佣金率<sup>2</sup>為23.0%(二零一九年上半年：18.7%)；及
  - iii. 廣告收入淨額及節目版權收入10,100,000港元(二零一九年上半年：3,700,000港元)；
4. 二零二零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<sup>3</sup>為175,700,000港元，而二零一九年上半年則錄得經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損<sup>3</sup>為132,700,000港元；及
5. 資產負債表穩健，現金及流動資金淨額狀況為1,090,000,000港元，包括期內所籌集資本453,200,000港元(扣除相關費用及開支)，乃源自本公司分別於二零二零年二月十四日及二零二零年二月二十四日按每股5.15港元完成本公司90,000,000股股份的配售及認購。

<sup>1</sup> 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。

<sup>2</sup> 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)及包括商戶年費攤銷及其他服務收入。

<sup>3</sup> 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利/(虧損)指期內溢利/(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、物業、廠房及設備之折舊(不包括使用權資產折舊)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/(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。

## 主席報告書

各位股東：

HKTVMall自二零一五年二月創立，由「網上超市」做起，五年間成功躍身並轉型成為「網上商場」。現時我們為香港一百多萬消費者和接近四千間零售商店提供服務。未來數年，我們將致力完成香港數碼生態系統中的最後階段—打造「網上生活圈」，HKTVMall將成為香港人數碼生活的重要夥伴，並成為所有香港數碼商業活動的中心。同時，我們乘大環境優勢，將開拓全球市場，向有意發展網購平台的投資者或營運商，提供商業模式的顧問服務及整套銷售平台和自動化執貨系統的技術。經過六年的技術研發和營運經驗，我們有信心成為推動全球網購營運的主要技術夥伴之一。

二零二零年上半年，三大原因令本集團轉虧為盈：

- (1) 營業額大幅上升，較去年同期上升114.2%；
- (2) 毛利率(包括HKTVMall自營店的毛利率和其他商戶之佣金率)由21.2%上升至今年同期24.8%；
- (3) 配送成本佔已完成訂單總商品交易額比率由二零一九年上半年15.9%下降至11.4%。

以上三種因素帶動下，本集團於本期間錄得淨溢利達109,300,000港元，經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為175,700,000港元，這是HKTVMall正式開業五年以來，首次轉虧為盈；亦是全球網購營運商當中，能在短短五年賺取盈利的少數營運商之一。

### 香港的電子商貿市場

多年以來，外界不同的持份者曾就HKTVMall的長遠競爭及生存能力提出多個疑問。第一類問題是：香港為什麼只有HKTVMall？為什麼香港兩間連鎖式超市不加入競爭？事實上，他們有加入競爭，只是成績未如理想。

實體超市與網購超市，是兩種截然不同的商業概念及營運模式。實體超市注重店舖運作，網購超市則著重於全自動、機械化倉存及物流系統的設計及管理，以及「最後一哩」派送安排。

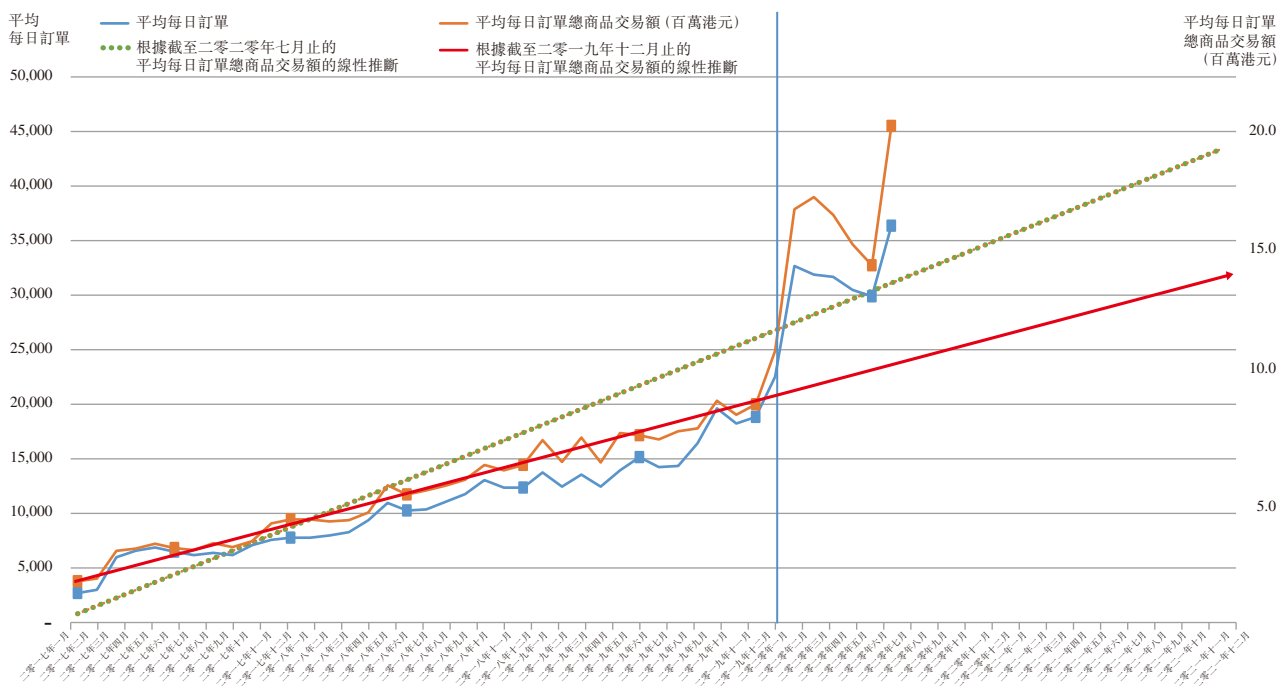
實體超市如採用一貫手法營運網購平台，因為每件商品單價低至十多元甚至幾元一件，假若靠人手調配出貨，將會錯漏百出，執貨成本過高，根本不能成為可行且長遠的商業模式。實體超市以門市充當貨倉及出貨點，手動處理訂單的營運方式來管理網購平台，綜觀全球未有成功個案，且成本效益並不理想，只會做一單蝕一單。

HKTVMall則是根據過往營運資料，運用大數據分析，設計大型自動化的執貨配送中心。從商品在貨倉內的排序及擺放位置、到使用哪一種執貨及包裝系統，均採用大數據分析，以達致效率及成本效益的準則來建立，而大部份實體超市對此毫無認識。

以上所述，是目前的情況；話雖如此，但驕兵必敗，我們絕不輕敵。一方面，我們已採用「網上商場」的營運模式，以開放的結構，結集數千大小商戶，超越傳統超市「自閉」的營運模式；另一方面，我們正籌備多項新計劃，建立「高牆」，鞏固我們的主導地位，詳見「實現數碼生態系統」部份。

第二類問題是：如果內地或海外的大型電商進軍香港，他們擁有豐富的營運經驗及財力，HKTVMall是否仍能站得住腳？我們認為，對品牌價值的認同，以至消費習慣等是每個地方消費者文化的重要部份；而且每個地方的租金及薪酬架構、交通物流等營運條件均有其獨特性，未必能夠照辦煮碗。我們深信，在土生土長的香港消費者心目中，HKTVMall有一個不可取代的地位。事實上，過往數年，在HKTVMall仍未有今日的鞏固根基之時，數個外地購物平台亦嘗試打入香港市場，均未能成功。

最後一類問題是：疫情過後，香港消費者會否完全放棄網購而重返實體店呢？事實上，今次疫情並沒有「改變」消費者的行為，疫情只是「加速」了消費者本身已經轉向的購物習慣，促使消費者把更多的消費力投放於網購平台。今年上半年，HKTVMall新增客戶只佔訂單總商品交易額約16.3%；我們大部份的生意增長，都來自二零一九年或之前吸納的舊客戶。



根據過往數年總商品交易額增長的線性推斷(linear projection)顯示，HKTVmall可於二零二一年底前，達至每日處理30,000張訂單以及扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利的層面達至收支平衡的目標。今次疫情把預計時間縮短，推前了18個月。另外根據我們就消費者購買頻率及次數的分析，我們相信只要消費者保持6個月內5至6次的消費頻率，「網購」就會成為他們的慣常消費習慣一部份。

## 實現數碼生態系統

HKTVMall要建立的不只是一個「網上超市」或「網上商場」，而是更長遠的可持續數碼生態系統。因此，在網購及新零售的範疇上取得一定成績後，HKTVMall在今年下半年，會有多個大型的創新計劃面世。

第一個計劃是數據共享庫「Open Data Bank」。在數碼時代，擁有大數據就等於擁有「油礦」，對社會各個範疇都有巨大價值，潛力不容忽視，有待大家去發掘。HKTVMall經過五年多的營運，蒐集了大量消費者數據，我們正籌備數據共享庫，在相關法律及法規容許並保障消費者私隱的情況下，將香港市場獨有的電子商貿平台上的資料，包括銷售交易、用戶流量、物流及倉庫數據等，開放予特定界別人士，首階段將包括本地大學及專上學院、研究機構、數碼廣告公司、銀行等，希望對學術研究及數碼營銷有所貢獻。

第二個計劃是增設外賣功能。限聚令及禁止堂食等防疫措施，為飲食業帶來極大壓力的同時，漸漸形成消費者外賣飲食的習慣，為此HKTVMall應用程式將會加入外賣功能。市面上雖然已經有多個外賣應用程式，但HKTVMall的優勢是龐大客戶基礎，每天瀏覽HKTVMall的用戶約有250,000名，單單今年上半年已有813,000名獨立客戶於HKTVMall購買各式商品，即每十名香港人中就有超過一名曾經惠顧HKTVMall。我們可以連結各區小店、餐廳與HKTVMall客戶，餐廳可因應客戶所在地點推送不同優惠，進行更精準的宣傳推廣。目前，我們正招聘餐廳夥伴，而外賣系統正在測試階段；目標於今年九月至十月推出服務時，能有約3,000間餐廳加盟。

第三個計劃是推出電子錢包。HKTVMall與花旗銀行合作的聯乘信用咭已正式推出，客戶反應令人滿意。HKTVMall的手機應用程式擁有數百萬下載量，每日有數十萬手機用戶瀏覽HKTVMall。在擁有穩定的客戶基礎下，正是由電子商貿伸延至支付服務的大好時機，令本集團及商戶對客戶的線上及線下購物行為有更全面的了解，長遠亦能帶來可觀收益。

第四個計劃是開放HKTVMall登陸頁面。現時HKTVMall的頁面已有大數據智能支援，按照個人客戶的購買習慣及瀏覽紀錄推送客製化的產品介紹。開放登陸頁面將更進一步，容許商戶及其他內容供應商例如關鍵意見領袖(Key Opinion

Leader)等，於HKTVmall介面上建立及管理其專屬頁面，客戶可按個人喜好選擇關注頁面。這些互動將令HKTVmall、線下商店的商戶及內容供應商之間建立更緊密的夥伴關係。

## 展望未來三年

管理層預期，本集團二零二零年下半年訂單總商品交易額將與二零二零年上半年相若或有輕微增長，下半年總商品交易額目標定於28億至30億港元之間。

我們相信二零二零年才是香港以至世界各地網上購物的真正開始。HKTVmall於二零二零年上半年的訂單總商品交易額僅佔香港零售總額的1.7%。新型冠狀病毒疫情喚醒越來越多香港品牌擁有者和零售商，令他們開始關注電子商貿的發展。因此，我們必須作好準備，尤其是自動化配送基礎設施，避免因為執貨系統處理能力的限制，而錯過大部份(如果不是100%)香港電子商貿部份的份額。

我們現有的自動化配送容量足以處理訂單量50%增長。正如於二零一九年全年業績中提到，我們正逐漸將糧油雜貨業務的配送，特別是長尾或慢流的商品，由自行存貨轉移至商戶銷售。因此，我們預計不會大幅增加資本性開支於擴充高成本的自動化執貨及儲存系統，而會增加處理快流存貨及商戶包裹的設備。

未來三年，我們將進一步增加自動化執貨及儲存系統處理容量，令我們有足夠能力應付電子商貿業務(按訂單量計)的總商品交易額至100億港元，同時改善營運效益及服務質素，我們預計額外的資本性開支投資額約需380,000,000港元至400,000,000港元，包括以下主要項目：

### (一) 將軍澳總部電子配送中心擴建

我們計劃再加建約50,000平方呎，預計建築成本約為150,000,000港元，設備成本約為50,000,000港元，預計於二零二二年底完成。

### (二) 加設第六個配送中心

為應付增加需求，我們計劃租賃並設立第六個配送中心，設備成本約為40,000,000港元，預計於二零二一年底完成。

### (三) 增設約200至250架送貨車

為應付最後一哩派遞的需求增加，我們計劃於未來三年以約90,000,000港元至110,000,000港元購買額外200至250架送貨車。

### (四) 升級電腦硬件及軟件

為應付在短時間內處理大量訂單及數據的系統需求，我們將投資50,000,000港元，增加現有硬件及軟件的容量。

這次全球性新型冠狀病毒疫情，改變了世界，加速了各地消費者和商業世界走向數碼網上的發展。因著疫情，世界各地零售業和有興趣投資零售業的公司，都要思考未來發展的路向，他們清楚知道要轉向數碼網上發展，但缺乏數碼營運的專門知識。大多數成功的實體店營運商的經驗都只局限於實體零售世界。

過去六年半，HKTVMall正正走過這段崎嶇道路，從「網上超市」發展到「網上商場」，在商業模式、市場推廣、經營策略、大數據分析、系統發展、倉存設計、各種自動化系統的選擇和安裝、以至最後一哩送貨車隊管理等項目，累積了豐富和務實的知識和經驗，這些都是世界各地傳統零售業，甚至部份網購平台所缺乏的。

我們相信這是一個大好商機，讓HKTVMall進軍海外及全球市場，把過往所累積的獨特知識、經驗和工程技術，尤其是我們自行開發的整套軟件系統輸出全球，幫助各地傳統超市或零售商以最短時間成功進入網上零售世界，為他們帶來極大的技術革新和經濟價值。

就我們所知，在現今全球市場中具備類似技術知識和經驗，又有能力設計整套完整系統的系統整合提供者(System Integrator)是寥寥可數的。我們即將成立海外分公司及附屬公司，開始推廣介紹，尋找海外合作夥伴。由於這是全新領域，我們未能預計這方面發展的進度和成績，但這對我們來說絕對是一個正面的嘗試，讓HKTVMall逐步走向更加龐大的新經濟市場，值得我們全力以赴去開拓這個無疆界的新世界。

最後希望藉此機會多謝HKTVmall全體同事，尤其是前線的送貨同事、司機、O2O門市及倉務同事，由於工作性質關係，這些同事無法「留家工作」，我們謹代表管理層感謝同事們在疫情期間緊守崗位，應付更大的工作量，為香港人送上食物及必需品以維持日常生活。祝願香港人身體健康，攜手渡過一次又一次的天災人禍。

**張子建**

主席

**王維基**

副主席

香港，二零二零年八月二十七日



## 業績

香港電視網絡有限公司(「香港電視」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」)截至二零二零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二零二零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

截至二零二零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	
		二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
營業額	3	<u>1,339,982</u>	<u>625,547</u>
直接商品銷售	3	925,289	484,093
存貨成本		<u>(676,483)</u>	<u>(375,485)</u>
		248,806	108,608
特許銷售收入及其他服務收入	3	404,570	137,761
廣告收入淨額及節目版權收入	3	10,123	3,693
投資物業估值(虧損)/收益		(4,400)	5,850
其他經營開支		(574,950)	(439,469)
其他收入淨額	4	31,530	32,641
財務費用	5(a)	<u>(6,260)</u>	<u>(4,247)</u>
除稅前溢利/(虧損)	5	109,419	(155,163)
所得稅開支	7	<u>(142)</u>	<u>(228)</u>
期內溢利/(虧損)		<u>109,277</u>	<u>(155,391)</u>
每股盈利/(虧損)	9		
基本		<u>0.12 港元</u>	<u>(0.19) 港元</u>
經攤薄		<u>0.12 港元</u>	<u>(0.19) 港元</u>

## 未經審核綜合全面收益表

截至二零二零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	
		二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
期內溢利/(虧損)		<u>109,277</u>	<u>(155,391)</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		(6,477)	3,741
其後可能重新分類至損益之項目：			
換算一間海外附屬公司財務報表產生之匯兌差額			
—公平值儲備(可轉回)變動淨額		(4)	(24)
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>(3,309)</u>	<u>19,281</u>
期內其他全面收益		<u>(9,790)</u>	<u>22,998</u>
期內全面收益總額		<u><u>99,487</u></u>	<u><u>(132,393)</u></u>

## 未經審核綜合財務狀況表

於二零二零年六月三十日(以港元列示)

	附註	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		1,373,113	1,409,816
無形資產		66,292	72,826
商譽		897	897
長期應收賬項、按金及預付款項		29,856	24,658
其他金融資產	10	349,760	472,284
		<u>1,819,918</u>	<u>1,980,481</u>
<b>流動資產</b>			
其他應收賬項、按金及預付款項		97,436	90,121
存貨		119,568	95,763
其他流動金融資產	10	68,247	83,268
抵押銀行存款		3,905	3,905
銀行結存及現金		669,371	149,713
		<u>958,527</u>	<u>422,770</u>
<b>流動負債</b>			
應付賬款	11	242,808	168,718
其他應付賬項及應計費用	11	261,124	177,799
已收按金		5,757	5,757
銀行貸款		-	315,015
應付稅項		481	237
租賃負債		90,931	86,358
		<u>601,101</u>	<u>753,884</u>
流動資產/(負債)淨值		<u>357,426</u>	<u>(331,114)</u>
總資產減流動負債		<u>2,177,344</u>	<u>1,649,367</u>

	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	1,086	1,188
租賃負債	<u>165,254</u>	<u>196,571</u>
	<u>166,340</u>	<u>197,759</u>
<b>資產淨值</b>	<u>2,011,004</u>	<u>1,451,608</u>
<b>資本及儲備</b>	12	
股本	1,746,761	1,293,392
儲備	<u>264,243</u>	<u>158,216</u>
<b>權益總額</b>	<u>2,011,004</u>	<u>1,451,608</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。

本公司已根據二零一九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，惟預期於二零二零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二零一九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二零一九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	
	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
<b>香港財務報告準則第15號範疇內的客戶合約收益</b>		
按性質分列		
—直接商品銷售	925,289	484,093
—特許銷售收入及其他服務收入	404,570	137,761
—廣告收入淨額及節目版權收入	10,123	3,693
	<u>1,339,982</u>	<u>625,547</u>
按確認收益時間分列		
—於某一時間點	1,321,389	624,470
—於一段時間內	18,593	1,077
	<u>1,339,982</u>	<u>625,547</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	
	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
銀行利息收入	2,583	53
來自其他金融資產之股息及投資收入	2,910	2,252
來自其他金融資產之利息收入	11,162	16,477
出售其他金融資產之(虧損)/收益	(499)	85
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)/收益	(5,908)	3,119
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	(5,090)	(553)
投資物業租金	11,887	11,887
淨匯兌虧損	(2,559)	(1,304)
政府補貼	16,266	–
其他	778	625
	<b>31,530</b>	<b>32,641</b>

#### 5 除稅前溢利/(虧損)

除稅前溢利/(虧損)已扣除/(計入)下列項目：

	截至以下日期止六個月	
	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
<b>(a) 財務費用</b>		
銀行貸款利息	1,855	1,634
租賃負債利息	4,257	2,482
銀行費用	148	131
	<b>6,260</b>	<b>4,247</b>
<b>(b) 其他項目</b>		
廣告及市場推廣開支(不包括已於營業額中扣除的 12,711,000港元(截至二零一九年六月三十日止 六個月：15,496,000港元))	22,873	40,186
折舊		
—自置物業、廠房及設備	49,483	40,272
—使用權資產	42,058	29,388
無形資產攤銷	6,534	8,203
出售物業、廠房及設備收益	(24)	(62)

截至以下日期止六個月  
 二零二零年 二零一九年  
 六月三十日 六月三十日  
 千港元 千港元

(c) 人才成本

工資及薪金	254,676	183,001
退休福利成本—界定供款計劃	9,922	7,571
以股份支付之開支	6,586	—
	<b>271,184</b>	<b>190,572</b>

人才成本包括本集團向所有受僱人士(包括董事)所支付及應計之全部薪酬及福利。

6 其他全面收益

(a) 關於其他全面收益之稅務影響

	截至以下日期止六個月					
	二零二零年六月三十日			二零一九年六月三十日		
	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	(6,477)	—	(6,477)	3,741	—	3,741
換算一間海外附屬公司財務報表 產生之匯兌差額	(4)	—	(4)	(24)	—	(24)
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	(3,309)	—	(3,309)	19,281	—	19,281
其他全面收益	<b>(9,790)</b>	—	<b>(9,790)</b>	<b>22,998</b>	—	<b>22,998</b>



(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	
	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 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>(6,477)</u>	<u>3,741</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	(8,898)	18,813
—於出售後重新分類至損益	499	(85)
—就預期信貸虧損撥備重新分類至損益	<u>5,090</u>	<u>553</u>
	<u>(3,309)</u>	<u>19,281</u>

7 所得稅開支

截至二零二零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%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，截至二零二零年六月三十日止六個月之應課稅溢利首2,000,000港元按8.25%計稅，而餘下應課稅溢利則按16.5%計稅。

由於本集團就稅項而言持續虧損，故並無於截至二零一九年六月三十日止六個月之綜合財務報表中作出香港利得稅撥備。

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	
	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 六月三十日 千港元
即期稅項		
香港利得稅	(244)	—
遞延稅項		
暫時差額產生及撥回	<u>102</u>	<u>(228)</u>
	<u>(142)</u>	<u>(228)</u>

8 股息

董事會已議決不會就截至二零二零年六月三十日止六個月宣派任何中期股息。於截至二零一九年十二月三十一日止年度並無宣派任何末期股息。

## 9 每股盈利／(虧損)

每股基本盈利乃根據期內溢利109,277,000港元(截至二零一九年六月三十日止六個月：期內虧損155,391,000港元)及期內已發行普通股加權平均數884,093,000股(截至二零一九年六月三十日止六個月：814,641,000股)計算。

截至二零二零年六月三十日止期間之每股攤薄盈利乃根據期內溢利109,277,000港元及普通股加權平均數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。

由於行使本集團之股份期權會對每股虧損造成反攤薄影響，故截至二零一九年六月三十日止期間之每股攤薄虧損與每股基本虧損相同。

## 10 其他金融資產

	二零二零年 六月三十日 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		
—股本證券	19,858	24,957
—永續債券	50,645	62,692
	<u>70,503</u>	<u>87,649</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	68,247	83,268
—一年後到期	213,168	312,069
	<u>281,415</u>	<u>395,337</u>
按公平值計入損益計量的投資基金單位	<u>66,089</u>	<u>72,566</u>
	<u>418,007</u>	<u>555,552</u>
相當於		
—非流動部分	349,760	472,284
—流動部分	68,247	83,268
	<u>418,007</u>	<u>555,552</u>

於二零二零年六月三十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賬。

## 11 應付賬款、其他應付賬項及應計費用

	二零二零年 六月三十日 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))	242,808	168,718
合約負債	66,100	49,349
其他應付賬項及應計費用(附註(b))	195,024	128,450
	<u>261,124</u>	<u>177,799</u>
	<u>503,932</u>	<u>346,517</u>

### (a) 應付賬款之賬齡分析如下：

	二零二零年 六月三十日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
未逾期-30日	235,954	160,452
31-60日	1,330	2,745
61-90日	2,788	422
超過90日	2,736	5,099
	<u>242,808</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項、外包配送開支以及廣告及宣傳開支。

## 12 股本及儲備

		本公司權益持有人應佔								
		(累計 虧損)/		公平值儲備	公平值儲備					
附註	股本	保留溢利	重估儲備	(可轉回)	(不可轉回)	匯兌儲備	資本儲備	其他儲備	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	
	於二零二零年一月 一日之結餘	1,293,392	(60,021)	183,338	5,499	2,710	(73)	28,589	(1,826)	1,451,608
	截至二零二零年六 月三十日止六個 月之權益變動：									
	期內溢利	-	109,277	-	-	-	-	-	-	109,277
6	其他全面收益	-	-	-	(3,309)	(6,477)	(4)	-	-	(9,790)
	全面收益總額	-	109,277	-	(3,309)	(6,477)	(4)	-	-	99,487
	根據股份期權計劃 發行的股份	162	-	-	-	-	(46)	-	-	116
	發行新股	453,207	-	-	-	-	-	-	-	453,207
	以股份支付之交易	-	-	-	-	-	6,586	-	-	6,586
	因註銷股份期權而 重新分類至保留 溢利	-	35	-	-	-	(35)	-	-	-
	於二零二零年六月 三十日之結餘	1,746,761	49,291	183,338	2,190	(3,767)	(77)	35,094	(1,826)	2,011,004

## 業務回顧

於二零一九年八月二十九日公佈之二零一九年中期業績，在主席報告書其中一段標題為「追求收支平衡」中提及，如果能夠完成以下目標，在扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利的層面上，可於二零二一年年底或以前達致收支平衡：

- (1) 提高總毛利率及混合佣金率至25.0%；
- (2) 當每日平均訂單量達25,000張，同時配送成本佔已完成訂單總商品交易額百分比降至13.5%或以下；及
- (3) 穩定平台的固定營運成本。

有賴各方的努力，我們在二零二零年上半年超額完成了目標，而HKTVmall亦可能是少數能夠在短短五年內達至溢利的全球網購營運商之一。儘管過去六個月，對大多數本地及全球零售商和企業來說都是充滿挑戰，但我們能夠及時應對自二零一九年電子商貿業務持續增長動力及因應新型冠狀病毒疫情而來的需求所帶動的加速增長。與二零一九年上半年相比，訂單總商品交易額大幅增加113.6%，毛利率及混合佣金率成功提升至24.8%(二零一九年上半年：21.2%)，物流及配送營運因為高效率收益而令其成本降至佔已完成訂單的總商品交易額的11.4%(二零一九年上半年：15.9%)，因此我們已超越在扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利的層面上，達致收支平衡的目標，並於二零二零年上半年錄得淨溢利109,300,000港元。

除了財務方面的成果，我們在下列關鍵營運指標上也取得了顯著的進步，幫助我們在二零二零年上半年的財務表現上取得成績，且推動香港零售業向電子商貿化的持續發展。



### 擴大毛利率和混合佣金率

受惠於對糧油雜貨的強勁需求為本集團帶來更大的批量購入折扣及回扣，以及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，直接商品銷售的毛利率和來自特許銷售收入的混合佣金率及其他服務收入在二零二零年上半年有相當的改善，詳列如下：

- <sup>4</sup> 每月活躍使用者取自Google Analytics並約整至最接近的千位數，該計算方法及依據並未驗證。數據可能重合：
- 在應用程式使用者與網站使用者之間—當同一使用者同時使用HKTVmall應用程式及透過其他設備瀏覽HKTVmall網頁；
  - 於網站使用者—當使用同一設備透過不同的瀏覽器瀏覽HKTVmall網頁或當使用者使用無痕模式瀏覽HKTVmall網頁；及
  - 於應用程式使用者—當在同一個月內，在同一設備上重新安裝HKTVmall應用程式或更改其設備之廣告ID。

由於Google Analytics抽樣進行分析以致在不同時間點抓取數據可令同一期間的資料有所不同。根據Google Analytics的定義，活躍使用者指獨立使用者在某段時間內開啟工作階段的不重複使用者數量。該等數據未經審核，不能顯示本公司的業務表現、財務狀況或發展前景。讀者不應依賴該等數據。

## 毛利率及混合佣金率

除指明為比率外，以千港元列示

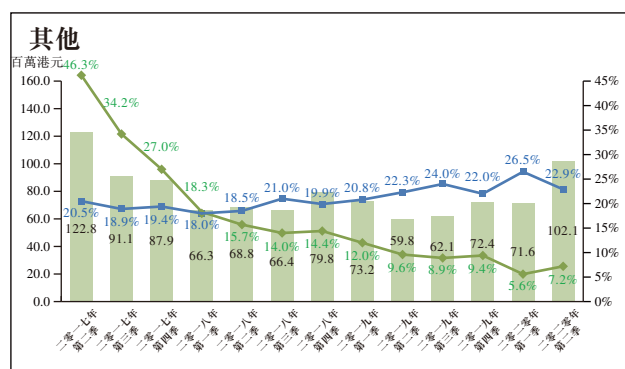
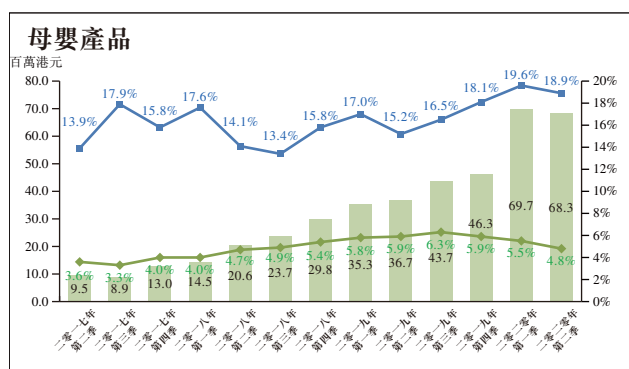
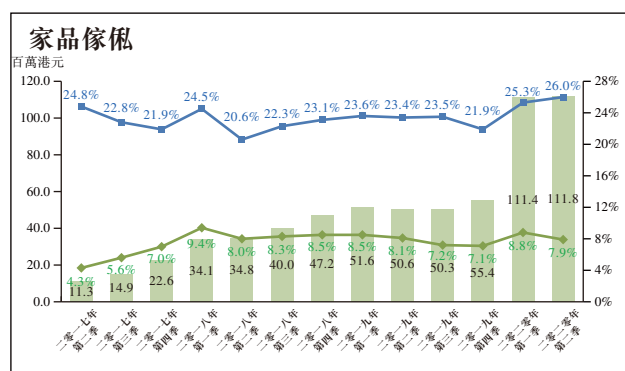
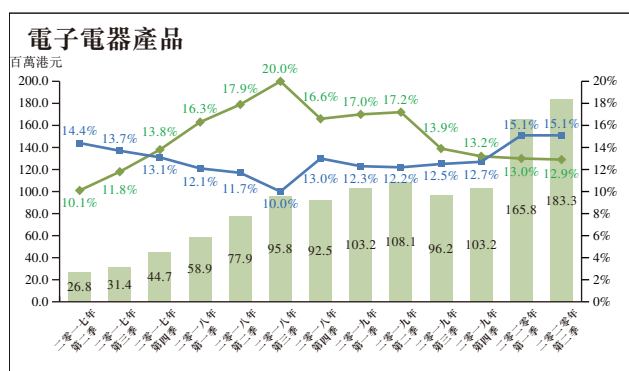
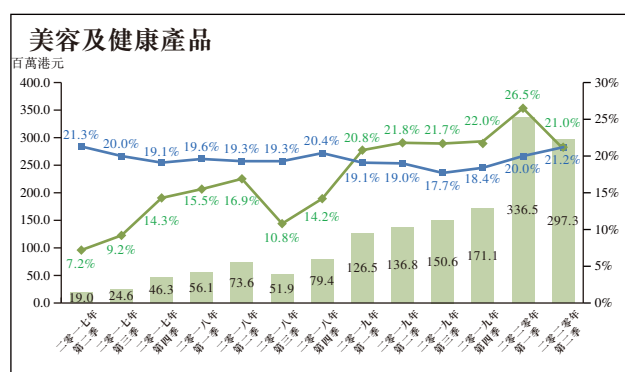
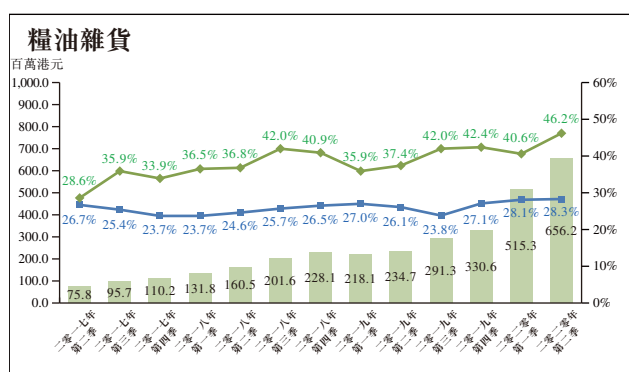
	截至 二零二零年 六月三十日 止六個月	截至 二零一九年 六月三十日 止六個月
<b>按已完成訂單及按經調整基準<sup>5</sup></b>		
<b>直接商品銷售</b>		
已完成訂單的總商品交易額 <sup>5,6</sup>	<b>939,411</b>	500,033
存貨成本	<b>(676,483)</b>	(375,485)
毛利	<b>262,928</b>	124,548
毛利率	<b>28.0%</b>	24.9%
<b>特許銷售收入及其他服務收入</b>		
已完成訂單的總商品交易額 <sup>5</sup>	<b>1,749,896</b>	734,594
商戶付款(扣除其他服務收入)	<b>(1,346,737)</b>	(597,277)
特許銷售收入及其他服務收入 <sup>7</sup>	<b>403,159</b>	137,317
混合佣金率	<b>23.0%</b>	18.7%
已完成訂單的總商品交易總額 <sup>5</sup>	<b>2,689,307</b>	1,234,627
毛利及特許銷售收入及其他服務收入總額 <sup>6,7</sup>	<b>666,087</b>	261,865
總毛利率及混合佣金率	<b>24.8%</b>	21.2%
<b>廣告收入淨額及節目版權收入</b>		
廣告收入淨額	<b>9,950</b>	1,868
其他節目版權收入	<b>173</b>	1,825
	<b>10,123</b>	3,693

<sup>5</sup> 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，但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。

<sup>6</sup> 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回贈及已使用的優惠券14,122,000港元(截至二零一九年六月三十日止六個月：15,940,000港元)前計算。

<sup>7</sup> 就特許銷售收入及其他服務收入而言，有關款額乃在新增淨HKTVmall回贈1,411,000港元(截至二零一九年六月三十日止六個月：444,000港元)前計算及包括商戶年費攤銷及其他服務收入。

按產品類別計算，二零二零年上半年毛利率和混合佣金率均呈上升趨勢如下：

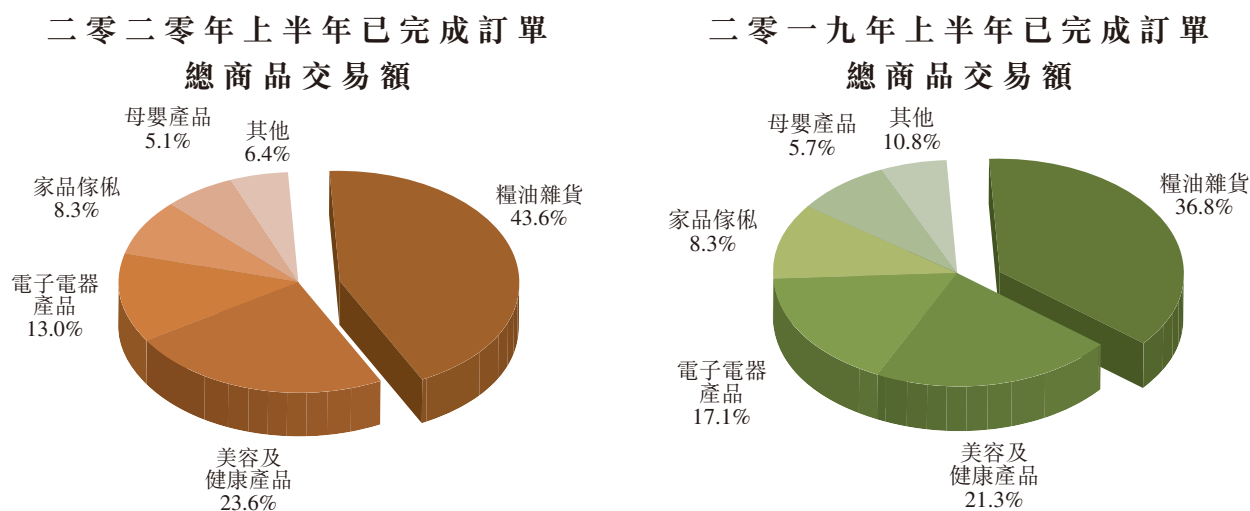


- ◆ 季度佔已完訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率和混合佣金率
- 季度已完成訂單的總商品交易額



## 產品類別分佈和總商品交易額增長參數

在眾多產品類別中，糧油雜貨仍然貢獻最多，佔本集團已完成訂單總商品交易額43.6%（二零一九年上半年：36.8%）。第二位是美容及健康產品，佔已完成訂單總商品交易額23.6%（二零一九年上半年：21.3%）。第三位是電子電器產品，佔已完成訂單總商品交易額13.0%（二零一九年上半年：17.1%）。



糧油雜貨在二零二零年上半年佔已完成訂單總商品交易額的比例增加，原因包括新客戶首次線上購物通常以糧油雜貨為基礎，同時帶來重覆購買的推動力，亦是交叉銷售其他產品的途徑。此外，在二零二零年上半年，我們開展了各種市場推廣活動促進總商品交易額的增長，特別是於二零二零年五月舉行的「感謝祭」，主動邀請了80個著名品牌零售商參與O2O合作夥伴試驗計劃，不但擴闊了HKTVMall的產品種類，並讓品牌零售商體驗到全面的網上零售—此計劃為HKTVMall即將推出全新專區「名店街」奠定基石。除此之外，HKTVMall於二零二零年三月舉行的「5週年紀念慶」推廣活動，以及二零二零年六月的「年中大減價」亦令二零二零年上半年的瀏覽量和交易增加。

每位客戶的平均購買頻率由二零一九年第二季度的約3.03次，增加至二零二零年第二季度的約4.53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二季度的2.52個，增加至二零二零年第二季度的3.09個。顯示客戶消費模式由線下轉向線上的上升趨勢，同時反映了客戶於HKTVMall購物的次數及產品類別的增加。

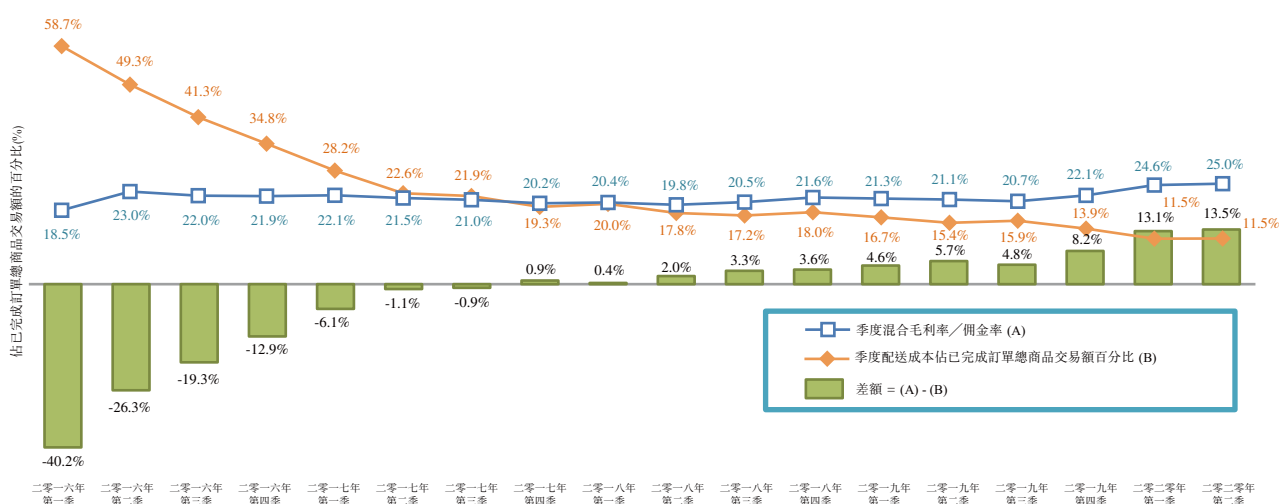
## 創新的基因及面向未來的自動化系統

二十五年來，「創新」和「科技」毫無疑問地成為我們成長及成功的基因。在二零二零年上半年成功地轉虧為盈並非易事，在很大程度上歸因於我們一貫的信念：具前瞻性和面向未來的變革，以及肩負社會責任感，建立數碼生態系統，令香港成為更智能的城市。

消費者對網上零售的熱情增加，加速了對電子商貿的需求。作為香港最大型的網上購物平台，我們在創新和科技上的投資，協助我們應對不同的機遇和挑戰，同時刺激訂單的增長。

若果我們不是深信創新和科技是贏得電子商貿戰場的唯一途徑，我們不可能在二零一六年錄得257,100,000港元巨額淨虧損的情況下，啟動物流及配送自動化的計劃。若果我們在二零一八年至二零二零年期間，沒有發展及啟動自動倉儲及執貨系統協助處理糧油雜貨類產品，沒有交叉帶式自動分揀系統協助處理來自商戶自行營運貨倉的商品，沒有計劃及優化派遞路線系統協助提升「最後一哩」派送安排的效率，我們將無法捉緊購物模式由線下轉向線上的機遇，亦沒有足夠能力處理自二零一九年六月的每日平均15,000張、二零一九年十二月的每日平均18,700張、二零二零年六月的每日平均29,800張，以及二零二零年七月達至歷史新高的每日平均36,300張急增的訂單。

我們在最後一哩配送比率(包括HKTVmall配送及店舖自取)按訂單量計在二零二零年第二季為99.4%，而在二零一九年第二季為97.6%，配送比率的進步很大程度上是在自動化系統的協助下，物流及配送團隊努力的成果。而按整體而言，本集團每季度配送成本佔總商品交易額的百分比<sup>8</sup>持續下降，尤其是隨著二零二零年二月交叉帶式自動分揀系統正式運作，以及訂單數量增長帶來的規模經濟效益，其成本的百分比由二零一九年第四季度的13.9%下降至二零二零年第二季度的11.5%，跌幅達2.4%。視乎應對新配送能力的固定運營成本，及隨著時間增長的訂單，我們的中期目標是將此比率維持在11.0%至12.0%的範圍內。



<sup>8</sup> 季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額百分比包括在綜合損益中的財務成本內 — 香港財務報告準則第16號產生與配送中心相關的租賃負債利息。

除了自動化系統外，在二零二零年上半年，為了應對訂單的大幅增長，我們採取了一系列措施以擴大配送能力，及增加客戶的配送選擇。首先，我們大幅提高自身配送和物流能力，讓HKTVMall能為更多忠誠的客戶服務。自二零二零年二月中旬起，與第三方合作拓展物流派遞，我們維持約300–400輛配送貨車運作。其次，除了由二零一九年十二月開始與Foodwise慧品合作外，自二零二零年二月起，我們增加了與多家知名連鎖零售商的合作，包括Baleno、CATALO、GIORDANO及鴻福堂，於各商戶的門市提供HKTVMall訂單自取服務，連同68間HKTVMall O2O門市，於二零二零年六月，我們有超過100個訂單自取點以滿足客戶的需要。

於二零二零年六月中旬，我們與花旗銀行合作的聯乘信用卡正式推出，此計劃成為HKTVMall電子錢包的基礎，首階段將於二零二零年第三季度至第四季度推出。

總體而言，我們的電子商貿業務建基於消費者購物習慣的改變，亦引領零售運營商的線上革命。在回顧期內，截至二零二零年上半年為止，共有813,000名獨立客戶，以及超過3,700個零售商及供應商與HKTVMall合作，表現令人鼓舞。我們深信線上銷售是大勢所趨，而包括香港在內，全球零售格局在過去6至12個月重新洗牌，並會成為新常態。HKTVMall將會透過創新的意念，繼續鞏固和擴展業務，令香港成為更智慧的城市。

## 財務回顧

於回顧期內，新型冠狀病毒疫情對零售界別造成前所未有的困局，然而，消費者對線上零售越趨踴躍使線上流量及業務量急增，提升了本集團於電子商貿業務的增長—於二零二零年上半年，本集團的已完成訂單總商品交易額為2,689,300,000港元，增幅達117.8%（二零一九年上半年：1,234,600,000港元），幾乎相當於二零一九財政年度取得的2,707,800,000港元。

於二零二零年上半年，本集團的營業額增加114.2%至1,340,000,000港元（二零一九年上半年：625,500,000港元），營業額主要來自直接商品銷售的925,300,000港元（二零一九年上半年：484,100,000港元）、特許銷售收入及其他服務收入的404,600,000港元（二零一九年上半年：137,800,000港元）及廣告收入淨額及節目版權收入的10,100,000港元（二零一九年上半年：3,700,000港元）。

於二零二零年上半年，由於直接商品銷售強勢增加91.1%，存貨成本增至676,500,000港元（二零一九年上半年：375,500,000港元），增幅達80.2%。

相對於二零一九年上半年的439,500,000港元，二零二零年上半年的其他營運開支增加135,500,000港元至575,000,000港元，然而，其佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零一九年上半年的35.6%大幅下降至二零二零年上半年的21.4%。有關明細如下：

	二零二零年上半年		二零一九年上半年	
	百萬元	相對於 已完成 訂單的 總商品 交易額 的百分比	百萬元	相對於 已完成 訂單的 總商品 交易額 的百分比
配送成本(註1)	306.6	11.4%	196.6	15.9%
市場推廣、宣傳及O2O門市 營運開支(註2)	66.4	2.5%	75.1	6.1%
電子商貿營運及支援功能	136.6	5.1%	118.1	9.6%
主要非現金類項目(註3)	65.4	2.4%	49.7	4.0%
	<u>575.0</u>	<u>21.4%</u>	<u>439.5</u>	<u>35.6%</u>

附註：

1. 包括折舊—使用權資產20,900,000港元(二零一九年上半年：12,700,000港元)，但未計入租賃負債利息3,000,000港元(二零一九年上半年：1,500,000港元)。
2. 不包括於營業額內扣除的HKTVmall回贈及推廣優惠券12,700,000港元(二零一九年上半年：15,500,000港元)，包括折舊—使用權資產21,200,000港元(二零一九年上半年：16,700,000港元)，以及未計入租賃負債利息1,300,000港元(二零一九年上半年：1,000,000港元)。
3. 不包括折舊—使用權資產42,100,000港元(二零一九年上半年：29,400,000港元)。

(1) **配送成本**源於倉儲和物流功能，包括店舖自取的成本分配—運營效率持續提升，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的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二零一九年上半年的13,400張增加至二零二零年上半年的29,700張所得的效率增益。

該自動分揀系統解決了大部分源於人手的生產力問題，並提高了訂單處理的準確度。該分揀系統的吞吐量為每小時處理約13,000件包裹，不論是大型包裹或小型散裝物品，系統均可準確地分揀至不同交貨點，有關工作以往全部由人手處理。

因此，總配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零一九年上半年的15.9%減少至二零二零年上半年的11.4%。

- (2) 二零二零年上半年的**市場推廣、宣傳及O2O門市營運開支**包括數碼營銷、推廣優惠券及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。鑑於期內消費者使用網上購物的意欲提高，我們於吸納新客戶產生較少數碼廣告開支，但投放更多資源增加現有客戶於不同產品類別的消費金額及消費次數，並推動重覆購買。此外，本集團於期內並無產生任何電視廣告宣傳，亦減低了實付數碼廣告費用，原因是由商戶及供應商支付的第三方數碼廣告額度增加。此外，店舖自取訂單的增加亦提高了對配送成本的分配。

上述因素進而導致二零二零年上半年佔已完成訂單總商品交易額的百分比下跌3.6%至2.5%。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12,700,000港元(二零一九年上半年：15,500,000港元)，則總開支佔已完成訂單總商品交易額的2.9%(二零一九年上半年：7.3%)。

- (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、資訊科技及其他後勤支援功能。期內效率持續改善，電子商貿營運及支援成本由二零一九年上半年佔已完成訂單總商品交易額的9.6%減至二零二零年上半年的5.1%。絕對成本增加18,500,000港元乃主要由於支付處理費用增加，與回顧期內總商品交易額大幅增長一致。
- (4) **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9,200,000港元(不包括使用權資產的折舊)，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，及二零二零年上半年內新開業的O2O門市的裝修、傢俬及設備成本的折舊。此外，二零二零年上半年錄得以股份支付之開支6,600,000港元，而二零一九年上半年為零。

於二零二零年上半年，按照獨立測量師公司進行的估值，已確認投資物業估值虧損4,400,000港元(二零一九年上半年：收益5,900,000港元)。

二零二零年上半年的其他收入淨額為31,500,000港元(二零一九年上半年：32,600,000港元)，主要包括期內確認的政府補貼16,300,000港元(二零一九年上半年：無)、其他金融資產及銀行存款產生的投資收入16,200,000港元(二零一九年上半年：18,900,000港元)、投資物業租金收入11,900,000港元(二零一九年上半年：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5,900,000港元(二零一九年上半年：收益3,100,000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5,100,000港元(二零一九年上半年：600,000港元)，以及淨匯兌虧損2,600,000港元(二零一九年上半年：1,300,000港元)所抵銷。

銀行利息收入及其他金融資產投資回報減少2,700,000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(二零一九年上半年：1,600,000港元)及租賃負債利息4,300,000港元(二零一九年上半年：2,500,000港元)。

整體而言，本集團於二零二零年上半年錄得109,300,000港元的淨溢利，而二零一九年上半年則為淨虧損155,400,000港元。倘不計入銀行貸款利息、所得稅開支、物業、廠房及設備折舊(不包括使用權資產的折舊42,100,000港元(二零一九年上半年：29,400,000港元))、無形資產攤銷、投資收益及主要非現金項目(「經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利」)，本集團於二零二零年上半年經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利達175,700,000港元，而二零一九年上半年則為經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損132,700,000港元。

## 流動資金及資本資源

於二零二零年六月三十日，本集團流動資金狀況淨值為1,091,300,000港元(二零一九年十二月三十一日：394,200,000港元)，包括其他金融資產的投資、銀行結存及現金以及抵押存款，惟扣除銀行貸款(如有)。

本集團之總現金狀況為銀行結存及現金669,400,000港元(二零一九年十二月三十一日：149,700,000港元)，並無未償還銀行貸款(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340,100,000港元、投資組合變現淨額112,900,000港元、已收取投資收入淨額18,200,000港元、因行使股份期權及期內配售與認購而發行新股的所得款項453,300,000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44,100,000港元、購買物業、廠房及設備所付款項43,300,000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。

以公平值計算，本集團於二零二零年六月三十日共投資418,000,000港元(二零一九年十二月三十一日：555,600,000港元)於其他金融資產及於公平值儲備(不可轉回及可轉回)錄得1,600,000港元虧損淨額(二零一九年十二月三十一日：8,200,000港元重估盈餘)。於回顧期內，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20,800,000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11,000,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：300,000港元虧損)、3,300,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：19,400,000港元盈餘)及6,500,000港元虧損(二零一九年十二月三十一日：4,200,000港元盈餘)。

此外，於二零二零年六月三十日及二零一九年十二月三十一日，本集團的已抵押銀行存款為500,000美元(相當於3,900,000港元)作為銀行就若干短期信貸融資安排所授出等額銀行融資的擔保。

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，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。

於二零二零年六月三十日，本集團尚未動用任何(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)未承諾銀行融資，餘下未承諾銀行融資額為934,900,000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。

本集團於二零二零年六月三十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 六月三十日 千港元	二零一九年 十二月三十一日 千港元
須於一年內償還	-	315,015

於二零二零年六月三十日，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值款額以及定期存款(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 六月三十日 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	<b>2,011,004</b>	1,451,608
資產負債比率(倍)	<b>-</b>	<b>0.11</b>

附註(a)：總銀行借貸扣除現金及現金等值款額及定期存款(如有)。

於二零二零年上半年，本集團投資43,300,000港元於包括已付訂金的資本開支，而二零一九年上半年則為57,500,000港元。二零二零年上半年的資本開支主要用於位於屯門物流中心的交叉帶式分揀系統的結餘付款、增加配送貨車、開設新O2O門市、倉庫設備及配送中心裝修及擴張系統性能。為撥付業務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」)。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5.03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	截至二零二零年	
		六月三十日 已動用金額 百萬港元	預期動用時間表
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	-	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	-	二零二三年底或之前
(iv) 升級電腦硬件及軟件	50	-	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
<b>總計</b>	<b>453.2</b>	<b>-</b>	

## 集團資產押記

於二零二零年六月三十日，本集團的銀行融資額為934,900,000港元以本集團其他金融資產418,000,000港元及存於多間銀行之現金183,300,000港元作抵押。此外，於二零二零年六月三十日及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。

## 匯率

本集團所有貨幣資產及負債主要以港元、美元及人民幣計值。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。

本集團亦主要因其於人民幣固定收入投資產品而須面對若干有關港元兌人民幣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

於二零二零年六月三十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

在「創新」基因之下，香港電視是科技夥伴而非消費者市場的零售商。正如在過去幾年所提到，香港電視的使命是「建立數碼生態系統將香港的商業營運、貿易、零售、金融及日常生活轉化於一個數碼網上平台」。在未來數個月，為實現以上使命，我們將分階段推出多個數碼計劃包括數據共享庫、開放登陸頁面及電子錢包，其目的及裨益已於主席報告書內詳細列明。所有計劃將令HKTVmall更接近完成建構數碼生態系統的目的。

於建立數碼生態系統時，我們的理念是要自行建立業務的核心—當我們要建立時，將從零開始建立由自己擁有的基建，或者向發展夥伴學習然後建立。因此在過去五年，我們培養並擴展我們的技術發展團隊，建立接近全部的軟件，由有效的用戶網頁及流動應用程式界面、訂單管理系統、商戶管理系統到貨倉管理、多項訂單執貨方案以至計劃及優化派遞路線等系統。我們以獨有的知識去建立一個領導性的端對端電子商貿方案，令HKTVmall成為一個協助本地零售商、消費者、學術、研究、技術開發者等的一個電子商貿的啟動者。透過擁有自己的系統以及在香港電子商貿戰場的成就，我們已經有能力協助有興趣發展網上業務世界的零售商，成為他們的方案供應商。這將會是一個令人振奮的潛在業務機會，將我們由核心的電子商貿業務發展至超越地域界限。

在核心電子商貿業務方面，由於我們於二零二零年上半年錄得令人鼓舞的訂單總商品交易額，管理層預期二零二零年下半年將與上半年相近甚至輕微更佳達2,800,000,000港元至3,000,000,000港元，令全年估計達5,550,000,000港元至5,750,000,000港元。

## 人才薪酬

於二零二零年六月三十日，本公司共有1,555名全職僱員(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、人才培訓課程及採用股份期權計劃。

## 購買、出售或贖回上市證券

截至二零二零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

截至二零二零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，彼等於截至二零二零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二零二零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。

## 中期股息

董事會不建議就截至二零二零年六月三十日止六個月派發中期股息(截至二零一九年六月三十日止六個月：無)。

承董事會命  
香港電視網絡有限公司  
主席  
張子建

香港，二零二零年八月二十七日

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(副主席兼行政總裁)、黃雅麗女士(財務總裁)、劉志剛先生(營運總監)及周慧晶女士(董事總經理(購物及電子商貿))，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。