

## ASTRO 创下较佳环比业绩

税后盈利环比 +81% 至 1.34 亿令吉 | GO SHOP 收入按季+52% 至 1.45 亿令吉

**Astro 大马控股有限公司** | 截至 2021 年 1 月 31 日的财年第二季度业绩摘要: [与上一季度 (2021 财年第一季度) 比较 (即环比), 除非另有说明]:

- 收入与上季比较 (环比) +4% 达 10.9 亿令吉
- 营运盈利环比+13%至 3.72 亿令吉
- 税后盈利环比 +81%至 1.34 亿令吉; 正常化税后盈利\*环比+13%至 1.21 亿令吉
- 较高的股息每股 1.5 仙 (2021 财年第一季度: 每股 1 仙)
- 付费电视每用户平均收入稍缓至 98 令吉, 主要由于一次性体育配套回扣所致
- Go Shop 季度收入创新高, 环比+52%达 1.45 亿令吉

Astro 主席敦查基说: “随着经济活动的逐渐重启, 我们在第二季度看到了令人鼓舞的复苏迹象。Astro 的资产负债表保持强劲, 公司继续生产现金, 严格控制成本并积极进行资本管理。然而, 我们对疫情造成的不确定性保持谨慎。即便如此, 董事会宣布 2021 财年第二季度派发 1.5 仙的较高股息 (2021 财年第一季度派发每股 1 仙)。”

Astro 集团首席执行官陈宝福表示: “身为负责任的企业公民, 我们在充满挑战的运营环境中迅速采取行动, 为我们的客户和国家服务, 并确保员工的福祉。我们延迟了一些举措, 包括向上销售, 安装机顶盒与制作实境节目。Go Shop 调整至提供新鲜和冷冻食品, 并取得了创纪录的业绩。2021 财年第二季度的业绩将我们为忠实的体育客户所提供的一次性体育配套折扣的效应概括在内。我们认为这是正确的做法 -- 提供其他内容, 以弥补没有直播体育赛事的缺憾。”

“目前公司的运作已接近全面恢复。机顶盒安装已经恢复, 我们也看到 Astro Ultra Box 继续保持其增长趋势, 我们迄今已安装了超过 10 万个 Ultra Box, 在 3 个月内增长了 60%。客户的付款趋势也令人鼓舞, 另外本地制作、全球直播体育赛事和现场活动也正在恢复中。”

### 主要业务摘要:

- **Go Shop 业绩创纪录:** Go Shop 业绩保持强劲, 并带来收益。其注册客户同比增长 31% 至 260 万人。数码现占其总销售额的 50%。
- **电视家庭的领先市场份额:** Astro 拥有 570 万总客户群, 占电视家庭的 75%。Astro 继续以其标志性的本地和优质内容来娱乐马来西亚人。我们的本地和本地语言内容继续带动收

视率和广告收入。客户可期待 9 月 18 日启播，备受瞩目的马来西亚版韩国歌唱真人秀 *The Masked Singer*。

- **体育节目的发展空间：**作为英超联赛的独家广播公司，Astro 为所有 380 场比赛提供最全面的直播及高清报道。通过新的 Ultra Box 与宽频的捆绑配套，足球迷可以享受 4K 超高清和 On Demand 点播的最佳观看体验。有了 Astro GO，他们永不会错过任何运动时刻。
- **Astro First 家庭影院：**我们的家庭影院主张获得极大的回响，在今年上半年按次付费购买量同比增长 40%。此积极的趋势有望持续，最新电影 *Jebat* 在短短 11 天内就售出超过 200 万令吉。
- **强劲的数码参与度：**Astro 的电视收视份额保持强劲，达 71%，我们的客户每天在电视，点播和 Astro GO 上观看 Astro 的时间超过 4 小时。客户可观看超过 5 万个 On Demand 点播节目，在上半年串流了 7700 万个点播视频，是去年的两倍有多。平均每周花费时间同比增长 21% 至 561 分钟。Astro GO 的每月活跃用户同比跃升 66% 至 140 万，而 SYOK 的每月独特访问者环比增长 9% 至 34 万 5000 人。
- **具挑战性的广告收入环境：**在行动管制期间，由于广告商抑制支出，加上 Astro 暂停生产直播真人秀内容，2021 财年第二季度的广告收入环比下跌 11% 至 8000 万令吉。电台广告收入，电视广告收入和数码广告收入的份额分别为 81%，38% 和 2%。从 6 月份开始，随着主打节目，现场制作和现场活动的回归，广告收入开始有所改善。

## 展望

“由于当前疫情所带来的不确定性、媒体行业的结构变化以及持续的盗版行径，Astro 在 2021 财年下半年仍保持谨慎。我们谨记，暂停贷款终止之后，可能会影响消费者的可支配收入和情绪。有鉴于我们的商业客户仍然受到持续的复苏期行动管制的影响，因此我们将继续为他们提供支持。”

“集团适应新常态的敏捷性使我们得以加深与客户的互动，增强我们的价值主张，并抓住在商业、宽频、数码和 OTT 串流影音服务方面的商机。我们致力于成为马来西亚人的首选娱乐目的地，并将推动数字化、聚合更多的 OTT 服务、推动宽频捆绑配套、制作更多成功和吸引人的内容，同时简化我们的产品、配套和流程。”陈宝福说。

\*标准化的税后盈利不包括因与应答器相关的租赁负债按市值重估而产生的未实现外汇收益/(损失)的税后影响。

## The End ##

由 Astro Malaysia 通讯部发行。媒体查询请发送电子邮件至 [comms@astro.com.my](mailto:comms@astro.com.my)

2020 年 9 月 15 日