

ASTRO MEREKODKAN PENINGKATAN DARI SUKU TAHUN KE SUKU TAHUN

PATAMI meningkat +81% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM134 juta |
Hasil pendapatan Go Shop meningkat +52% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM145 juta

Astro Malaysia Holdings Berhad | Sorotan laporan kewangan untuk suku tahun kedua bagi tahun kewangan berakhir 31 Januari 2021 *[Setiap perbandingan dirujuk dari suku tahun pertama untuk FY21 (Q1FY21): perbandingan suku tahun ke suku tahun (q-o-q), kecuali seperti yang dinyatakan di bawah]:*

- Pendapatan meningkat +4% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM1.09 bilion
- Susut Nilai dan Pelunasan (EBITDA) meningkat +13% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM372 juta
- Keuntungan Selepas Cukai dan Kepentingan Minoriti (PATAMI) meningkat +81% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM134 juta; PATAMI Dinormalisasi* meningkat +13% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM121 juta
- Dividen yang lebih tinggi pada kadar 1.5 sen sesaham (Q1FY21: 1 sen sesaham)
- Hasil Purata Setiap Pelanggan (ARPU) untuk Perkhidmatan TV-Berbayar (*'Pay-TV'*) kekal sederhana sebanyak RM98, terutamanya oleh kerana rebat *'one-off'* yang diberikan untuk Pek Sukan
- Go Shop mencatatkan rekod pendapatan suku tahunan yang begitu memberansangkan: meningkat +52% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM145 juta

Pengerusi Astro, Tun Zaki Azmi, berkata: "Menerusi aktiviti ekonomi yang kini kembali bermula secara beransur-ansur, kami di Astro dapat melihat tanda-tanda pemulihan yang cukup positif di suku kedua tahun ini. Penyata imbangan kewangan Astro kekal kukuh di mana ia berterusan menjana pendapatan tunai, mengawal kos kewangan secara berdisiplin dan sentiasa proaktif dari aspek pengurusan modal syarikat. Namun begitu, perbelanjaan syarikat tetap dilaksanakan secara berhemat memandangkan ketidakpastian yang tercetus dari pandemik ini. Walaupun demikian, pihak Lembaga Pengarah masih berbesar hati mengumumkan pembayaran dividen yang lebih tinggi pada kadar 1.5 sen sesaham untuk suku tahun kedua; Q2FY21 (untuk makluman, pembayaran dividen Q1FY21 adalah sebanyak 1 sen sesaham)."

Ketua Pegawai Eksekutif Kumpulan Astro, Henry Tan, berkata: "Memainkan peranan sebagai rakyat korporat yang bertanggungjawab, kami di Astro bertindak pantas dan proaktif di tengah-tengah persekitaran operasi yang mencabar, demi memastikan setiap pelanggan kami khususnya dan rakyat di negara ini amnya menerima perkhidmatan terbaik secara berterusan. Pada masa yang sama, kami juga memastikan kebajikan dan keselamatan pekerja sentiasa terjaga dan dilindungi. Kami mengambil langkah untuk menangguhkan beberapa inisiatif utama

termasuklah aktiviti ‘*upselling*’, pemasangan dan pembikinan produksi rancangan realiti / program siaran langsung. Go Shop juga melebarkan cabang perniagaannya apabila menawarkan produk-produk segar dan beku yang mana telah merekodkan prestasi yang memberansangkan. Keputusan kewangan suku tahun kedua ini juga mengambil kira sepenuhnya rebat ‘*one-off*’ Pek Sukan yang ditawarkan kepada pelanggan-pelanggan setia segmen Sukan. Kami percaya, pendekatan tersebut merupakan langkah terbaik yang perlu diambil – termasuklah dengan menyediakan akses kepada sajian kandungan terhebat dan mengimbangi atau memberi pampasan oleh kerana ketiadaan program / acara sukan secara langsung.”

“Operasi syarikat kini hampir berada di kapasiti penuh. Perkhidmatan pemasangan kembali dilaksanakan dan kami lihat, Astro Ultra Box berjaya meneruskan trajektori pertumbuhannya dengan lebih dari 100 ribu kotak pemasangan dibuat; meningkat 60% dalam masa lebih dari tiga bulan. Trend pembayaran pelanggan juga amat menggalakkan, serta produksi program-program tempatan dan acara sukan di peringkat global kini kembali bersiaran secara langsung dan penganjuran aktiviti lapangan atau ‘*on-ground*’ juga mula dilaksanakan.”

Sorotan Utama Operasi:

- **Go Shop Merekodkan Prestasi Memberansangkan:** Go Shop kekal mencatatkan pertumbuhan menggalakkan dan terus menjana keuntungan. Jumlah pelanggan berdaftar melonjak 31% dari tahun ke tahun kepada 2.6 juta. Pembelian di platform digital atau di atas talian meningkat 50% dari jumlah jualan secara keseluruhan.
- **Mendahului Segmen TV Pilihan Rakyat:** Dengan jumlah pelanggan seramai 5.7 juta, atau 75% penembusan isi rumah, Astro berterusan menghiburkan rakyat Malaysia menerusi variasi program vernakular, ‘*signature*’ dan premium. Program-program tempatan dan vernakular terbitan Astro dilihat sentiasa berjaya mendorong tontonan dan menjana pendapatan di segmen pengiklanan. Akan datang, penonton boleh menyaksikan ‘The Masked Singer’, sebuah program terbaharu yang diadaptasi dari program realiti nyanyian terkenal dunia dari Korea. Ia akan mula bersiaran pada 18 September ini.
- **Ruang Untuk Pertumbuhan di Segmen Sukan:** Sebagai penyiar eksklusif Liga Premier, Astro menyajikan liputan menyeluruh dan komprehensif kesemua 380 perlawanan, secara langsung dalam format berdefinisi tinggi (HD). Dengan adanya Astro Ultra Box yang dipadankan bersama perkhidmatan Jalur Lebar, peminat sukan bola sepak boleh menikmati pengalaman tontonan terhebat dalam versi 4K UHD dan On Demand. Menerusi Astro GO, anda berpeluang untuk menonton detik-detik penting sukan kegemaran anda!
- **Pawagam di Rumah Anda dengan Astro First:** Inisiatif yang diambil Astro untuk membawakan filem-filem layar perak ditayangkan buat pertama kalinya di rumah penonton memperlihatkan kejayaan apabila merekodkan lonjakan pembelian ‘*Pay-Per-View*’ sebanyak 40% dari tahun ke tahun, pada separuh tahun pertama 2020. Trend positif

ini dijangka akan berterusan. Filem terbaru, *'Jebat'*, berjaya mencatatkan kutipan lebih dari RM2 juta hanya dalam masa 11 hari.

- **Memiliki Hubungan Digital Yang Kukuh Bersama Pelanggan:** Kadar perkongsian tontonan TV Astro sehingga hari ini dilihat kukuh dengan 71% pelanggan menonton lebih dari 4 jam program-program yang disiarkan Astro pada setiap hari merentasi platform TV, On Demand dan Astro GO. Dengan menyediakan akses kepada lebih dari 50 ribu tajuk-tajuk menarik di platform On Demand, pelanggan telah menonton atau strim 77 juta video On Demand sepanjang separuh tahun pertama 2020. Jumlah ini adalah dua kali ganda lebih tinggi dari tahun lalu. Purata masa tontonan pada setiap minggu juga meningkat sebanyak 21% dari tahun ke tahun kepada 561 minit. Jumlah pengguna aktif Astro GO pada setiap bulan turut melonjak sebanyak 66% dari tahun ke tahun kepada 1.4 juta, manakala jumlah pengunjung unik SYOK pada setiap bulan juga meningkat 9% dari suku tahun ke suku tahun kepada 345 ribu.
- **Persekitaran ADEX Cukup Mencabar:** Melihat kepada senario para pengiklan yang menanggungkan perbelanjaan masing-masing ketika fasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang mana Astro turut telah menunda produksi program-program realiti siaran langsung dan *'signature'* terbitannya, nilai Adex pada suku tahun kedua (Q2FY21) merosot sebanyak 11% dari suku tahun ke suku tahun kepada RM80 juta. Radex, Adex TV dan Adex Digital masing-masing berada pada kadar 81%, 38% dan 2%. Namun begitu, nilai Adex kembali pulih bermula dari bulan Jun kerana Astro mengembalikan semula program-program *'signature'* terbitannya dan produksi program siaran langsung, serta menganjurkan pelbagai aktiviti lapangan untuk pelanggan.

Perspektif Keseluruhan

"Melihat kepada situasi ketidakpastian yang berlaku di saat kita melawan pandemik ini, serta perubahan struktur dalam industri media dan tindakan cetak rompak yang masih lagi berlangsung, Astro kekal berjaga-jaga dalam merealisasikan sebarang perancangan di separuh kedua tahun ini. Kami sedar akan impak-impak yang berpotensi untuk berlaku ke atas pendapatan-boleh-guna pelanggan (*'disposable income'*), terutamanya setelah mengambil kira sentimen moratorium yang akan berakhir tidak lama lagi. Kami akan terus membantu para pelanggan komersial terutamanya, yang masih lagi terkesan dengan fasa Perintah Kawalan Pergerakan Pemulihan (PKPP) ini."

"Kepantasan syarikat untuk mengadaptasi kepada situasi norma baharu telah membolehkan kami mengukuhkan lagi hubungan dengan pelanggan, memperkasakan nilai cadangan dan merebut peluang untuk meluaskan cabang perniagaan dalam segmen dagangan, jalur lebar, digital dan perkhidmatan penstriman *over-the-top* (OTT). Astro sentiasa komited untuk menjadi Destinasi Hiburan pilihan utama rakyat Malaysia dan kami akan berusaha untuk memacu segmen digital, memperbanyakkan lagi perkhidmatan penstriman OTT, mempergiatkan penjualan pakej jalur lebar yang digabungkan dengan sajian kandungan dan menerbitkan lebih banyak program-program terhebat yang mampu diiktiraf di majlis-majlis anugerah berprestij. Pada masa yang

sama, kami juga akan memastikan agar produk dan pakej yang ditawarkan adalah mesra pelanggan, serta melalui proses yang mudah dan tidak merumitkan,” jelas Tan lagi.

**PATAMI Dinormalisasi tidak termasuk pasca cukai keuntungan yang belum diambil kira akibat penambahan / penyusutan forex oleh kerana penilaian semula pasaran-ke-pasaran atas liabiliti pajakan kewangan yang berkaitan dengan transponder.*

TAMAT

Dikeluarkan oleh **Bahagian Komunikasi Astro Malaysia**. Untuk sebarang pertanyaan media, sila emel comms@astro.com.my

15 September 2020