

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的內容概不負責，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的任何損失承擔任何責任。



新傳企劃有限公司 New Media Lab Limited

(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號: 1284)

2025年度之全年業績公告

新傳企劃有限公司(「本公司」)之董事會(「董事會」或「董事」)公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2025年12月31日止年度(「本年度」)之經審核綜合業績。

財務概要

	截至12月31日止年度	
	2025年 千港元	2024年 千港元
總收入	189,787	207,227
數碼廣告	183,341	199,290
印刷廣告及發行	6,446	7,937
淨利潤	12,743	13,491
每股基本盈利	2.1港仙	2.2港仙
每股末期股息	2.5港仙	2.5港仙

管理層討論及分析

業績

由於市場氣氛疲弱，本集團於本年度的總收入減少至189,800,000港元(2024年：207,200,000港元)。數碼廣告收入為183,300,000港元(2024年：199,300,000港元)，仍為主要收入來源，佔本集團總收入96.6%(2024年：96.2%)。本集團淨利潤為12,700,000港元(2024年：13,500,000港元)。每股基本盈利為2.1港仙(2024年：2.2港仙)。本集團已建議派付末期股息每股2.5港仙(2024年：2.5港仙)。連同中期股息每股1.67港仙(2024年：1.67港仙)，全年股息總額為每股4.17港仙(2024年：4.17港仙)。

市場回顧

於本年度，在不確定性加劇與地緣政治緊張局勢升級致使經濟情勢不斷變化下，各行各業的廣告商普遍採取審慎態度，縮減廣告開支。訪港旅客及本地消費者的消費模式轉變，以及港元相對強勁，繼續對本地消費市場構成挑戰。因此，廣告商透過加強運用社交媒體平台、搜尋引擎及視頻分享網站，得以更有效率地接觸其目標受眾，把廣告行業的專注點明顯地轉至智能手機及流動應用程式。與此同時，廣告商致力打造沉浸式互動體驗，以更深層的情感連結目標受眾。隨著線上廣告持續增長，體驗式服務需求更趨旺盛，為品牌及商家在擁擠的市場形勢中脫穎而出提供了獨特的機會。因此，數碼媒體市場的競爭變得激烈。

業務回顧

本集團為一家數碼媒體旗艦集團，透過多個數碼媒體平台，向品牌擁有人及廣告代理公司提供一站式綜合廣告解決方案。本公司股份自2023年7月17日(「上市日期」)起於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

本集團自2011年起開展線上業務，目前經營9個媒體品牌，包括「**新假期**」、「**東方新地**」、「**經濟一週**」、「**新Monday**」、「**More**」、「**GOtrip**」、「**Sunday Kiss 親子童盟**」、「**SSwagger**」及「**Madame Figaro**」。每個品牌有其專門的主打內容，涵蓋餐飲及本地人氣景點、美饌及烹飪、時尚服飾及美容、旅遊、娛樂新聞、親子及教育、電子產品及遊戲、金融及投資，以及設計師及奢侈品牌。各媒體品牌的目標定位如下：

「**新假期**」— 專門提供與時尚生活有關的內容，包括主題飲食潮流、城市遊蹤以至最佳飲食購物優惠、貼士及推介，以滿足不同人士的需求。

「**東方新地**」— 為一個全面的健康及娛樂資訊平台，提供來自各醫學領域專家的健康及養生秘訣、實用的家庭消費建議，以及最新的娛樂及名人新聞。

「**經濟一週**」— 提供有關經濟、投資、金融市場及個人理財的最新資訊，主要目標受眾為跟蹤投資及金融市場的專業投資者、白領人士及一般公眾。

「**新Monday**」— 提供最新的社會潮流內容，涵蓋線上購物、線上遊戲、電子產品、運動潮流、時裝、娛樂新聞及美容貼士等主題。

「**More**」— 目標為女性受眾，涵蓋主題包括時裝、護膚、化妝、健康飲食之營養餐單及婚禮策劃。

「**GOtrip**」— 提供全面的旅遊資訊及行程建議，包括本地短線遊、宅度假及世界遊蹤。

「**Sunday Kiss 親子童盟**」— 以年輕父母為目標，涵蓋育兒、親子及教育的最新潮流資訊及購物貼士。

「**SSwagger**」— 以Z世代社群為目標，內容涵蓋積極且可持續的生活方式、音樂和舞蹈，以及藝術和創意設計趨勢。

「**Madame Figaro**」— 為一個涵蓋時裝及美容的高端及享有盛譽的平台，旨於開拓奢侈品市場。

於本年度，「**SSwagger**」實現了令人鼓舞的收入數倍增長，充分彰顯了其巨大的市場潛力。廣告商充分運用「**SSwagger**」於生活風格與現代潮流方面的獨特市場優勢，發揮其最大效益。

強大的市場實力及廣泛的覆蓋

截至2025年12月31日，本集團有9個媒體品牌，涵蓋9個網站、10個Facebook粉絲專頁、10個Instagram賬號及4個小紅書賬號。本集團於數碼市場實力強大，在網站、流動應用程式及第三方社交媒體平台有數百萬訂閱者關注其內容。該等社交媒體參與為廣告商創造一個理想的平台，以與其目前及潛在消費者溝通並收集其反饋以及擴大其可接觸的群體。

於本年度後，本集團在香港互動市務商會舉辦之第10屆傳媒轉型大獎中榮獲數個獎項，表彰其在運用科技轉型及以創新方式傳遞新聞及資訊方面的努力與卓越表現。「**經濟一週**」榮獲雜誌類別下三個獎項，分別是「整體—銅獎」、「社交媒體—銀獎」及「流動程式—銀獎」。

有效的成本節約策略

面對充滿挑戰的經營環境，本集團持續審慎的財務管理，旨在提升營運效率。憑藉本集團精簡銷售團隊及優化佣金制度的努力，本年度銷售成本佔總廣告收入(程式化廣告除外)的百份比維持於低位7.1%(2024年：6.7%)，為本集團提供了市場競爭優勢。

廣泛的廣告產品及服務

本集團在多個媒體平台上提供廣泛的廣告產品及綜合服務，包括顯示橫幅、廣告稿及評論、社會動態資訊、以及創意製作及策略性服務如搜索引擎優化及分部營銷。本集團有一個內部平台團隊，致力於透過分析工具分析本集團媒體平台上受眾的行為以了解目標受眾的行為及喜好。於本年度，本集團成功爭取多個新項目，並促進廣告商間的市場推廣合作活動。本集團一直不懈努力透過提高搜尋引擎的成功率及增強跨媒體平台的競爭優勢，來提升用戶體驗及提高客戶滿意度。

與來自不同行業的客戶建立良好關係

本集團在香港從事媒體行業已超過20年，並以其旗艦媒體品牌(包括「**東方新地**」、「**新假期**」、「**新Monday**」及「**經濟一週**」)而聞名。憑藉在印刷媒體廣告業務的悠久歷史及較早進軍數碼營銷業務，本集團已建立廣泛的客戶網絡。本集團擁有多元化的客戶組合，包括4A及非4A廣告代理公司、跨國企業及品牌擁有者以至中小型企業，涵蓋各種各樣的商業領域，包括銀行、保險公司及金融機構、奢侈品牌、時裝設計及運動品牌、化妝品及健康品牌、電子產品、餐飲連鎖店、公共事業機構及政府組織。

前景

面對不確定的經濟前景，本集團預期經營環境將持續面臨挑戰，消費情緒仍保持謹慎。因此，本集團將維持嚴謹的財務紀律，秉持審慎的管理理念。與此同時，本集團將繼續優化資源，增加數碼平台人才、創新及技術，以滿足對數碼廣告解決方案不斷上升的需求，並進一步擴大市場佔有率。隨著人工智能(「**AI**」)應用廣泛滲透至各行各業，本集團將透過在消費者互動及內容製作中運用**AI**技術，實現效益最大化。隨著數碼設備與網絡連接的日益普及，數碼廣告勢必成為市場增長的關鍵驅動力。本集團將憑藉旗下多元化媒體品牌優勢，協助廣告商把握前所未有的契機，觸及龐大受眾群體。

財務回顧

資本架構、流動資金及財務資源

於2025年12月31日，本集團現金及現金等價物為147,600,000港元(2024年：150,000,000港元)，主要以港元計值。於2025年12月31日，本集團並無任何銀行借款(2024年：無)。充裕的流動資金狀況讓本集團能為未來發展保持高度靈活性。

於2025年12月31日，本集團的流動資產及流動負債分別約為199,600,000港元(2024年：213,100,000港元)及34,400,000港元(2024年：38,700,000港元)。本集團的流動比率及速動比率分別為5.8(2024年：5.5)及5.8(2024年：5.5)。

鑒於本集團於2025年12月31日的財務狀況，董事會認為本集團擁有充足營運資金，以應付其營運及未來發展計劃所需。

首次公開發售(「首次公開發售」)及所得款項用途

本公司已於上市日期在聯交所主板成功上市，籌集所得款項淨額約103,500,000港元。截至2025年12月31日，所得款項淨額的實際使用情況載於下表：

	所得款項 淨額之 概約百分比	所得款項 淨額用途 之分配 (百萬港元)	於截至 2025年 12月31日 所得款項 淨額之 實際使用 (百萬港元)	於截至 2025年 12月31日 未動用之 所得款項淨額 (百萬港元)	使用未動用 所得款項 淨額之 預期時間表
擴展及加強產品系列，以及 提高數據收集及分析能力	44.5%	46.0	19.9	26.1	2027年 12月31日 之前
與其他媒體或電子商務市場 從業者合併及收購及/或建 立策略聯盟	26.3%	27.2	無	27.2	2027年 12月31日 之前
建設內部媒體內容管理平台	12.5%	13.0	4.0	9.0	2027年 12月31日 之前
一般營運資金	9.9%	10.2	10.2	無	不適用
償還銀行借款	6.8%	7.1	7.1	無	不適用
總計	100%	103.5	41.2	62.3	

根據於首次公開發售時的招股章程，本集團原預期將於2025年12月31日前動用股份發售所得款項淨額的全部款項。於2025年12月31日，已動用所得款項淨額為約41,200,000港元，未動用餘額為約62,300,000港元。現預期將於上文所載的2027年12月31日前悉數動用餘額。預期時間表變動乃主要歸因於以下關鍵因素：

1. AI驅動的的優化及成本效益提升

自上市日期起，AI相關及數據驅動廣告技術的快速發展，使本集團得以較原先預期更具成本效益的方式執行部分原有業務計劃，同時維持相同策略重點及項目範圍。透過在開發及提升廣告投放平台、個人智慧消費平台及電子商務解決方案平台的過程中，應用經更新的AI及機器學習解決方案，並優化相關技術及人員配置計劃，本集團得以實現更高的自動化及生產力，現金開支承擔較預算為低。因此，截至2025年12月31日，「擴展及加強產品系列，以及提高數據收集及分析能力」及「建設內部媒體內容管理平台」的實際現金需求低於原先預期，而餘下未動用的所得款項將於其後年度繼續投資於相同項目，以全面實現其長遠潛力。

2. 合併、收購及策略聯盟的時機

約27,200,000港元(約佔所得款項淨額26.3%)將用於與媒體或電子商務市場從業者合併及收購及／或建立策略聯盟，原定於2025年12月31日前完成，惟須視乎是否有合適目標及磋商進展而定。儘管本集團已積極接觸潛在目標公司及品牌並與之進行討論，惟董事會一直嚴守估值、策略契合度及風險方面的原則，截至2025年12月31日並未完成任何此類交易。考慮到當前市況及該業務分部中持續存在具吸引力的發展機遇，董事會認為適宜將與合併及收購相關的所得款項的動用期限延長至2027年12月31日，以便能夠按商業上合理且對股東具增值效益的條款執行交易。

於2025年12月31日，未動用所得款項淨額約62,300,000港元以銀行存款形式存於香港持牌銀行或認可金融機構。除上述預期時間表延長外，招股章程所披露的所得款項擬定用途並無變動。董事會認為，經修訂時間表不會對本集團的業務目標造成任何重大不利影響，而延長的期限將讓本集團得以繼續以嚴謹、具增值效益及技術領先的方式動用餘下資金。

僱員及薪酬政策

於2025年12月31日，本集團之僱員數目為201 (2024年：219) 人。本年度之總員工成本(包括董事酬金及其他員工成本)約為95,100,000港元(2024年：103,400,000港元)。各僱員之薪酬乃根據個人職責、能力及技術、經驗及表現以及市場薪酬水平釐定。員工福利包括醫療保險、退休福利及其他具競爭力的額外福利。本公司已於2023年6月26日採納一項於上市日期生效之購股權計劃，以激勵或獎勵員工。該計劃的詳情將載於本公司年報的「購股權」一節。

末期股息

董事會欣然建議就本年度之末期股息派發每股2.5港仙(2024年：2.5港仙) (「末期股息」)，惟須獲股東在將於2026年5月14日(星期四)舉行之本公司應屆股東週年大會(「股東週年大會」)上批准後方可作實。倘獲批准，末期股息將於2026年6月15日(星期一)派付予於2026年5月29日(星期五)名列本公司股東名冊之股東。

暫停辦理股東登記手續

以確定股東出席股東週年大會並於會上投票之權利

遞交過戶文件的 2026年5月8日(星期五)下午四時三十分

最後時限

股東週年大會 2026年5月14日(星期四)

以確定股東有權享有建議之末期股息

遞交過戶文件的 2026年5月27日(星期三)下午四時三十分

最後時限

暫停辦理股份過戶 2026年5月28日(星期四)至2026年5月29日

登記日期 (星期五)(包括首尾兩日)

記錄日期 2026年5月29日(星期五)

末期股息派付日期 2026年6月15日(星期一)

為符合出席股東週年大會並於會上投票及享有建議末期股息之資格，所有過戶文件連同相關股票，必須於上述各自最後時限前交回本公司之香港股份過戶登記分處聯合證券登記有限公司(地址為香港北角英皇道338號華懋交易廣場2期33樓3301-04室)，以辦理登記。

綜合損益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
收益	4	189,787	207,227
其他收入及收益	4	5,659	6,543
僱員福利開支		(95,059)	(103,428)
製作成本		(49,312)	(53,773)
印刷成本		(2,890)	(2,598)
折舊及攤銷		(13,734)	(15,173)
貿易應收款項減值撥回淨額		380	1,234
其他費用淨額		(18,257)	(22,891)
融資成本	6	<u>(1,865)</u>	<u>(2,742)</u>
除稅前溢利	5	14,709	14,399
所得稅開支	7	<u>(1,966)</u>	<u>(908)</u>
年內溢利		<u>12,743</u>	<u>13,491</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		<u>12,743</u>	<u>13,491</u>
母公司普通股權益擁有人 應佔每股盈利	9		
基本及攤薄		<u>2.1港仙</u>	<u>2.2港仙</u>

綜合全面收益表

截至2025年12月31日止年度

	2025年 千港元	2024年 千港元
年內溢利	<u>12,743</u>	<u>13,491</u>
其他全面收益		
其後期間可能重新分類至 損益的其他全面收益／(虧損)：		
換算海外業務的匯兌差額	<u>117</u>	<u>(160)</u>
年內全面收益總額	<u><u>12,860</u></u>	<u><u>13,331</u></u>
以下人士應佔：		
母公司擁有人	<u><u>12,860</u></u>	<u><u>13,331</u></u>

綜合財務狀況表

2025年12月31日

	附註	2025年 千港元	2024年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		12,085	16,051
使用權資產		38,871	42,179
無形資產		1,443	1,578
按金		3,167	3,074
遞延稅項資產		2,497	1,758
		<u>58,063</u>	<u>64,640</u>
非流動資產總值			
流動資產			
貿易應收款項	10	46,646	55,967
預付款項、按金及其他應收款項		4,198	4,236
可收回稅項		310	2,067
已抵押銀行存款		800	800
現金及現金等價物		147,624	149,997
		<u>199,578</u>	<u>213,067</u>
流動資產總值			
流動負債			
貿易應付款項	11	3,298	4,576
其他應付款項及應計費用		21,219	24,488
租賃負債		8,817	9,426
應付稅項		1,092	170
		<u>34,426</u>	<u>38,660</u>
流動負債總額			
流動資產淨值			
		<u>165,152</u>	<u>174,407</u>
總資產減流動負債			
		<u>223,215</u>	<u>239,047</u>

綜合財務狀況表(續)

2025年12月31日

	2025年 千港元	2024年 千港元
非流動負債		
租賃負債	31,976	35,648
撥備	<u>6,557</u>	<u>6,557</u>
非流動負債總額	<u>38,533</u>	<u>42,205</u>
資產淨值	<u>184,682</u>	<u>196,842</u>
權益		
母公司擁有人應佔權益		
已發行股本	6,000	6,000
儲備	<u>178,682</u>	<u>190,842</u>
權益總額	<u>184,682</u>	<u>196,842</u>

附註：

1. 編製基準

財務報表乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港財務報告會計準則以及香港公司條例之披露規定編製。財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露條文。該等財務報表乃按歷史成本法編製。財務報表以港元(「港元」)列示，除非另有指明，所有數值均四捨五入至最接近的千位。

2. 應用香港財務報告會計準則的修訂

香港會計師公會已頒佈於本集團的本會計年度首次生效的若干香港財務報告會計準則修訂本。

香港會計準則第21號(修訂本) *缺乏可交換性*

修訂本概無對本集團於本期間或過往期間的業績及財務狀況的編製或呈列方式造成重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效之新訂準則或詮釋。

3. 經營分部資料

本集團主要專注於數碼及印刷媒體業務以及雜誌及書籍出版。就資源分配及績效評估而言，向本集團主要經營決策者提呈的資料，側重於本集團的整體經營業績，因為本集團的資源已整合且並無分散經營分部資料可提供。因此，並無呈列經營分部資料。

地區資料

(a) 來自外部客戶的收益

於本年度及過往年度，本集團來自外部客戶的收益按產生相關收益的本集團開展相關活動所處位置絕大部分來自香港。

(b) 非流動資產

本集團於各報告期末的大部分非流動資產(不包括金融工具及遞延稅項資產)按資產所處位置均位於香港。

3. 經營分部資料(續)

有關主要客戶的資料

於各相關年度來自各外部客戶之收益佔本集團總收益超過10%來自數碼及印刷媒體業務以及雜誌及書籍出版業務如下：

	2025年 千港元	2024年 千港元
客戶A	<u>不適用*</u>	<u>23,271</u>

* 相關客戶產生的收益不超過本集團相關年度之總收益的10%。

來自客戶A的收益包括來自己知受客戶A共同控制的一組實體的收益。

4. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

客戶合約收益

分拆收益資料

	2025年 千港元	2024年 千港元
商品或服務種類		
數碼廣告(程序化廣告除外)	170,098	181,646
程序化廣告	<u>13,243</u>	<u>17,644</u>
數碼廣告總計	183,341	199,290
印刷廣告	4,207	5,545
發行	<u>2,239</u>	<u>2,392</u>
客戶合約收益總額	<u>189,787</u>	<u>207,227</u>
收益確認時間		
某個時間點	118,318	142,491
隨著時間	<u>71,469</u>	<u>64,736</u>
客戶合約收益總額	<u>189,787</u>	<u>207,227</u>

4. 收益、其他收入及收益(續)

下表載列於報告期初計入合約負債及於過往期間就達成履約責任而於本報告期間確認的收益金額：

	2025年 千港元	2024年 千港元
於報告期初計入合約負債的已確認收益：		
發行	183	217
數碼廣告	<u>3,099</u>	<u>1,523</u>
	<u>3,282</u>	<u>1,740</u>
	2025年 千港元	2024年 千港元
其他收入及收益		
銀行利息收入	3,430	5,293
已付租金按金利息累加	93	91
政府補貼	115	130
佣金收入	156	194
內容許可	48	39
銷售廢料	22	44
印刷服務收入	396	—
其他	<u>1,399</u>	<u>752</u>
	<u>5,659</u>	<u>6,543</u>

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利已扣除／(計入)以下各項：

	2025年 千港元	2024年 千港元
已售商品及已提供服務的成本	52,202	56,371
物業、廠房及設備折舊	4,088	4,677
使用權資產折舊	8,790	9,976
無形資產攤銷 [^]	856	520
未計入租賃負債計量的租賃付款	96	96
核數師酬金	647	1,431
僱員福利開支(包括董事及 主要行政人員的薪酬)：		
薪金、花紅、袍金、津貼及其他福利	91,868	99,900
退休金計劃供款*(界定供款計劃)	3,191	3,528
總計	<u>95,059</u>	<u>103,428</u>
貿易應收款項減值撥回淨額	(380)	(1,234)
出售及撤銷物業、廠房及設備項目虧損淨額	14	15
外匯差額淨額	<u>(21)</u>	<u>(28)</u>

[^] 年內無形資產攤銷計入綜合損益表「折舊及攤銷」內。

* 本集團並無可用作僱主的沒收供款以降低現有供款水平。於2025年12月31日，本集團並無已沒收供款可供扣減未來年度之退休金計劃供款(2024年：無)。

6. 融資成本

融資成本分析如下：

	2025年 千港元	2024年 千港元
租賃負債利息	<u>1,865</u>	<u>2,742</u>

7. 所得稅

於本年度內，香港利得稅乃就在香港產生的估計應課稅溢利按稅率16.5% (2024年：16.5%) 作出撥備。

就中國內地成立的附屬公司而言，於本年度按25% (2024年：25%) 之稅率計提企業所得稅撥備。

	2025年 千港元	2024年 千港元
即期－香港		
年內支出	2,705	2,019
過往年度超額撥備	－	(17)
即期－中國內地		
年內支出	－	63
過往年度超額撥備	－	(64)
遞延	<u>(739)</u>	<u>(1,093)</u>
本年度稅項支出總額	<u>1,966</u>	<u>908</u>

8. 股息

	2025年 千港元	2024年 千港元
中期－每股普通股1.67港仙(2024年：1.67港仙)	10,020	10,020
建議末期－每股普通股2.5港仙 (2024年：2.5港仙)	<u>15,000</u>	<u>15,000</u>
	<u>25,020</u>	<u>25,020</u>

本年度建議末期股息須待本公司股東於股東週年大會上批准後方可作實。

9. 母公司普通股權益擁有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額按母公司普通股權益持有人應佔年內溢利12,743,000港元(2024年：13,491,000港元)及年內發行在外普通股加權平均數600,000,000股(2024年：600,000,000股)計算。

於截至2025年及2024年12月31日止年度，本集團並無已發行潛在攤薄普通股。

每股基本及攤薄盈利的計算乃基於：

盈利

	2025年 千港元	2024年 千港元
計算每股基本及攤薄盈利所用的 母公司普通股權益持有人應佔溢利	<u>12,743</u>	<u>13,491</u>

股份

	股份數目	
	2025年	2024年
計算每股基本及攤薄盈利所用的本年度 發行在外普通股加權平均數	<u>600,000,000</u>	<u>600,000,000</u>

10. 貿易應收款項

	2025年 千港元	2024年 千港元
貿易應收款項	48,789	58,490
減值	(2,143)	(2,523)
賬面淨值	<u>46,646</u>	<u>55,967</u>

基於發票日期及扣除虧損撥備後，於報告期末的貿易應收款項賬齡分析如下：

	2025年 千港元	2024年 千港元
1個月內	16,307	17,912
1至3個月	16,701	22,264
3至6個月	11,484	12,044
6個月以上	2,154	3,747
	<u>46,646</u>	<u>55,967</u>

11. 貿易應付款項

基於發票日期，於報告期末貿易應付款項的賬齡分析如下：

	2025年 千港元	2024年 千港元
30天以內	2,911	4,235
30至90天	321	234
90天以上	66	107
	<u>3,298</u>	<u>4,576</u>

貿易應付款項為免息且一般以介乎30至90天為期結算。

鄭鄭會計師事務所有限公司的工作範疇

本公司獨立核數師鄭鄭會計師事務所有限公司(「鄭鄭」)已就初步公告內所載本集團本年度之綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表及其相關附註之數字與於2026年3月19日經董事會批准之本集團本年度之經審核綜合財務報表所載金額核對一致。鄭鄭於此方面之工作並不構成核證聘用，因此，鄭鄭並不對初步公告發表意見或核證結論。

審閱本年度的綜合財務報表

本公司審核委員會已聯同本公司獨立核數師鄭鄭審閱本集團本年度之經審核綜合財務報表。根據這項審閱以及與本公司管理層的討論，審核委員會信納綜合財務報表乃按適用的會計準則編製，並公平呈列了本集團於2025年12月31日的財務狀況及本年度之全年業績。

企業管治

企業管治守則

本公司於本年度已遵守聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄C1所載企業管治守則之所有守則條文。

進行證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為其董事進行證券交易之行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，彼等均確認，彼等於本年度已遵守標準守則所載之規定交易準則。

可能擁有本集團未公佈的股價敏感資料之相關僱員亦須遵守與標準守則一致之書面指引。於本年度內概無發現相關僱員有違反指引情況。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於本年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

刊發全年業績及年報

全年業績公告乃刊載於聯交所網站(<https://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<https://www.NewMediaLab.com.hk>)。本公司年報將於適當時候於前述網站刊發。

承董事會命
新傳企劃有限公司
主席
楊政龍

香港，2026年3月19日

於本公告日期，董事會成員為：

執行董事： 楊政龍先生
李一培先生
范敏嫦女士

獨立非執行董事： 鄭嘉裕女士
麥錦釗先生
牛鍾洁先生