

CHANGE IS THE ONLY CONSTANT

Weekly Watch 一周检视

# 唯一不变的是变化

全球向数字平台的转变对传统电视产生了巨大挑战，重塑了包括马来西亚在内的全球观众习惯和广告趋势。首要媒体是传统广播公司如何适应变化、利用数字扩张来保持与观众的相关性的典范。



全球媒体格局正在经历前所未有的变革。随着 YouTube、TikTok 和 Netflix 等视频流媒体平台的兴起，曾经作为娱乐和信息基石的传统电视正面临重大挑战。

观众转向替代平台不仅仅是一种全球现象；马来西亚也出现了类似的情况，这里的媒体行业正在经历类似的动荡。免费平台和流媒体服务的日益普及迫使传统媒体公司重新考虑其战略。

马来西亚最大的综合媒体公司首要媒体 (MEDIA) 提供了一个引人注目的例子，说明传统广播公司如何适应这些转变，同时应对电视收视率下降带来的挑战。这也是企业如何适应不断变化的环境的一个例子。

## 替代平台崛起

替代平台的吸引力在于其可及性、可负担性和适应性。YouTube 和 TikTok 使内容创作变得民主化，任何拥有智能手机的人都可以分享视频并接

触全球观众。它们对用户生成内容的关注引起了强烈共鸣，尤其是年轻观众，他们更看重真实性和自发性，而不是传统电视的精良制作。

按照需求点播访问的灵活性是推动这一转变的另一个主要因素。YouTube 和 Netflix 等平台允许观众在他们想看的时候观看他们想看的内容，打破了固定电视节目表的限制。此外，TikTok 和 Instagram 等平台上的高级算法可以策划个性化的内容提要，使观看体验更具吸引力并根据个人喜好量身定制。

在马来西亚，廉价智能手机和数据配套的普及，加上 5G 的推出，进一步推动了移动优先平台的普及。年轻观众，尤其是城市地区的年轻观众，引导了这一趋势，他们在数字媒体上花费的时间比传统电视多得多。

这种人口结构的变化对依赖线性电视获得收入和影响力的广播公司构成了巨大挑战。



首要媒体是利用数字扩张来保持与观众相关性的典范。

## 传统媒体感受压力

虽然传统电视继续发挥重要作用，但其主导地位正在逐渐减弱。

在马来西亚和世界其他地区，线性电视收视率稳步下降。广告预算也随之下降，转向提供精准定位和可衡量结果的数字平台。

根据尼尔森 2024 年上半年广告媒体支出报告，马来西亚的数字广告在 2024 年实现了两位数

增长，而传统媒体的广告支出份额则有所下降。

这些变化凸显了替代平台日益增长的重要性。社交媒体和串流媒体服务吸引了观众的注意力，并重新定义了内容的制作、分发和货币化方式。

然而，传统电视在现场活动、新闻和文化相关节目方面仍然占有一席之地，这些内容在数字平台上更难复制。

### 免责声明

- 小股东权益监管机构持有文中提及公司少数股额。
- 本栏简报与内容版权属小股东权益监管机构，所表达的意见是采自大众媒体。
- 我们将尽力确保所发布的资讯准确及最新，但不担保信息和意见的精确和完整。
- 内含资讯和意见仅供参考，并非买卖建议，或认购相关证券、投资或其他金融工具的认购邀约。

更多详情可查询：[www.mswg.org.my](http://www.mswg.org.my)  
欢迎回馈意见：[mswg.ceo@mswg.org.my](mailto:mswg.ceo@mswg.org.my)

## 首要媒体——适应变化的个案研究

首要媒体提供了一个宝贵的视角，让我们可以借此审视这一转型带来的挑战和机遇。作为马来西亚领先的媒体集团，该公司的业务涉及电视、广播、印刷、户外广告和数字媒体，因此能够很好地应对不断变化的格局。

然而，与全球同行一样，首要媒体必须迅速适应，才能维持其相关性。

该公司 2024 年的财务表现反映了更广泛的行业挑战。首要媒体的收入下降了 41%，至 8.44 亿令吉，而去年同期为 14.3 亿令吉。

尽管收入大幅下降，但它仍设法将净利保持在 6060 万令吉，比去年下降了 6.16%。该集团的成本优化努力和多元化的收入来源使其能够抵御经济压力并保持盈利。

首要媒体最引人注目的举措之一是收购 REV Media 集团，这是一家取得了巨大成功的数字出版巨头。

REV Media 目前是马来西亚数字出版领域的领军企业，拥有超过 1 亿社交媒体粉丝。通过利用 REV 的数字专业知识，首要媒体将其覆盖范围扩大到更年轻、数字优先的受众，同时使其广告收入来源多样化。

此外，其视频流媒体部门 Tonton 也有望实现指数级增长，5G 也将增强流媒体的可探性。在最近的年度股东大会上，该集团强调，他们将维持对传统媒体的盈利投资，而不会增加投资，同时计划大力投资扩大 Tonton 的内容库，特别是通过原创和本地制作。

与此同时，Tonton 智能电视应用程序的推出也使智能电视收视率显著上升。这一令人印象深刻的增长包括独立观众数量增加了 100%，视频观看量激增 400%，显示 Tonton 不断扩大的覆盖范围及其丰富内容库的广泛吸引力。

此外，首要媒体将线性广播与数字平台的优势相结合的战略在其 Anugerah Juara Lagu 38 (AJL) 节目中得到了充分体现，该节目吸引了 640 万观众，比 AJL 37 增加 13%。

在 Tonton 网站和应用程序上的独家流媒体播放时长增加了 153%。AJL 的内容在社交媒体上也大受欢迎，参与度增加了 39.3%，总浏览量达到 32 亿次，并连续三天保持热度。

### 免费平台的经济学

YouTube 和 TikTok 等平台的成功在于它们能够将“免费”内容货币化。与主要依赖广告的传统电视不同，这些平台通过广告、网红合作和数据货币化来创造收入。对于广告商来说，这些平台的吸引力在于它们能够提供有针对性的、数据驱动的广告活动，并产生可衡量的结果。

### 传统电视正灭亡吗？

对于观众来说，免费平台的吸引力显而易见。它们提供大量内容，无需昂贵的订阅。然而，这种模式也带来了挑战，包括对数据隐私和用户生成内容质量的担忧。尽管存在这些担忧，免费内容的经济效益仍继续推动大规模采用并重塑媒体格局。

电视业已灭亡的说法并

不完全准确。尽管电视业的主导地位无疑正在减弱，但它在提供某些类型的内容方面仍然发挥着至关重要的作用。

体育、突发新闻和文化庆典等现场活动在有线电视上仍然非常受欢迎。此外，传统广播公司在制作本地和文化相关内容方面具有竞争优势，这些内容继续引起马来西亚观众的强烈共鸣。

首要媒体的旗舰电视网络 TV3 就体现了这种韧性。TV3 仍然是市场领导者，占据了 42% 以上的马来观众份额，并为 Buletin Utama 等节目带来了高收视率。

同时，该集团对其流媒体平台 tonton 的投资弥合了传统媒体和数字媒体之间的差距。它允许观众按需访问内容，同时保持与线性电视生态系统的连接。

然而，传统电视必须继续创新才能生存。这包括采用混合策略，将线性广播的优势与数字平台的灵活性相结合。例如，人工智能和数据分析投资可以帮助广播公司个性化内容并提高观众参与度。

### 利用优势转型

替代平台的崛起并不意味着传统电视的死亡，而是标志着其转型。通过拥抱变化并利用其优势，传统媒体公司可以创造可持续发展的未来。

首要媒体的故事凸显了适应性、创新和多元化方法在应对这一复杂形势中的重要性。

传统电视可能不再占主导地位，但仍然是更广泛的媒体生态系统的重要组成部分，与数字电视共存并不断发展。

# MINORITY SHAREHOLDER WATCH GROUP

BADAN PENGAWAS PEMEGANG SAHAM MINORITI BERHAD

(Incorporated in Malaysia - Registration No: 200001022382 (524989-M))

NANYANG SIANG PAU, Business News - Monday 25 November 2024 (A) - Part 2

## CHANGE IS THE ONLY CONSTANT

本周重点观察股东大会及特大

以下是本周小股东权益监管机构 (MSWG) 股东大会/特大的观察名单，这里只简要地概括小股东权益监管机构所关注的重点。

读者可以查询 MSWG 的网站 [www.mswg.org.my](http://www.mswg.org.my)，以得到对公司所提呈的问题详情。

### 汉联机构 (HARNLEN) 股东大会

提问：

每公顷成熟鲜果的产量从 2023 年的 6.73 吨提高到 2024 年的 7.11 吨。尽管政府和相关部门逐步努力缓解国家劳动力供应紧张的局面，但劳动力短缺仍然是种植部门面临的挑战 (年报第 23-24 页)

a) 鲜果产量前景如何？采取了哪些措施来提高鲜果产量？

b) 集团是否仍面临劳动力短缺的问题？

c) 2024 年集团的土地劳动力覆盖率是多少？与 2021 年相比如何？

### 港业集团 (HARBOUR) 股东大会

提问：

2024 年，集团营业额较 2023 年的 10.0696 亿令吉减少了 6532 万令吉。营业额减少的主要原因是航运和海事部门。由于向市场投入更多吨位的主要班轮公司竞争激烈，运费下降导致收入减少。(年报第 11 页)

a) 2024 年运费平均下降了多少？除了运费下降外，吨位是否也有所下降？如果是，下降了多少 (吨位下降和百分比下降)？

b) 2025 年的地位和运费前景如何？

### 永大 (YONGTAI) 股东大会

提问：

外部审计师 Crowe Malaysia 将以下事项确定为 2024 年的关键审计事项 (年报第 82 至 83 页)。

a) 持有待售的非流动资产和终止经营的分类 2024 年 7 月 31 日，永大签订了有条件买卖协议 (SPA)，以 1.6 亿令吉的现金对价出售其五星级马六甲万怡酒店 (CYMM)。

管理层按照 MFRS 5《持有待售的非流动资产和终止经营》的要求进行了分类评估，并得出结论，截至 2024 年 6 月 30 日，已满足 MFRS 5 下的条件。因此，管理层将该酒店归类为待售的资产。

Crowe Malaysia 还指出，CYMM 也与 Kerjaya Prospek 私人有限公司存在法律纠纷。这些正在进行的法律诉讼和纠纷的预期结果的变化，以及用于评估这些结果的估计和判断的任何调整，都可能对集团的财务报表产生重大影响。

永大认为，Kerjaya 在索赔声明 (SOC) 中的索赔预计不会对集团的净资产、每股净资产和负债率产生重大财务影响，因为欠 Kerjaya 的合同金额已在集团截至 2024 年 6 月 30 日的财政年度的财务报表中得到充分拨备。

集团 2024 年的财务报表中，欠 Kerjaya

的合同金额是多少？永泰的财务报表中哪一节反映了提供的合同金额？

b) 集团及公司的流动性状况

参照财务报表注释 32 (ii) - 流动性和现金流风险 (年报第 123 至 124 页)，永大的总财务负债为 3.5008 亿令吉，将在 12 个月内到期。

截至 2024 年 6 月 30 日，永泰的现金水平较低，为 874 万令吉，2024 财年的经营现金流为负 1983 万令吉，而上一年度的经营现金流为正 1076 万令吉。

i) 永大表示，出售 CYMM 对公司来说至关重要，可以减少债务并提高流动性。由于酒店目前正陷入一场可能需要时间才能解决的法律纠纷，如果无法在预期的时间内完成出售，应急计划是什么？此外，集团是否已将这种延迟的潜在影响纳入其债务偿还策略中？请分享未来 12 个月内偿还债务的计划。

ii) 现金流限制是否会影响到被列为 2024 年重点项目的 Impression U-Thant 和 The Dawn 的竣工？这两个项目的完成百分比是多少？

### 震科 (GENETEC) 股东大会

提问：

占震科总营业额 10% 或以上的主要客户

	1.4.2023 至30.6.2024 (15个月) (百万令吉)	1.4.2022 至31.3.2023 (12个月) (百万令吉)
客户 A	7.202	37.844
客户 B	89.142	142.468
客户 C	227.067	55.983
	323.411	236.295

(年报第 147 页，注 32)

a) 客户 C 贡献了非常可观的收入，占集团总收入 3.47 亿令吉的 65.4%，而客户 B 则为集团总收入贡献了 25.7%。这两 (2) 位客户合计占集团总收入的 91.1%，构成了非常高的客户集中风险和信用风险。

b) 集团采取了哪些措施来降低这些风险，近期是否有任何积极进展？

c) 客户 A 收入贡献大幅下降的原因是什么？

### 益纳利美昌 (INARI) 股东大会

提问：

该集团在 2024 年实现净盈利 3.001 亿令吉，较 2023 年的 3.25 亿令吉下降 7.7%。下降的主要原因是外汇汇率的不利变动、电费上涨以及由于审查财政年度电网电力供应不稳定而导致进行中的项目损失，目前已得到

纠正。(年报第 32 页)

就本财政年度因电网电力供应不稳定而导致进行中的项目损失而言，对集团的财务和非财务影响是什么？

### 大红花石油 (HIBISCS) 股东大会

提问：

2024 财年，我们共售出约 520 万桶石油和凝析油以及 270 万桶油当量天然气。其中，520 万桶油当量来自 Peninsula Hibiscus 集团 (PH) 旗下资产，180 万桶来自北沙巴，80 万桶油当量来自 Anasuria 集团。(年报第 32 页)

a) PH、北沙巴和阿纳苏里亚集团等每个主要资产的产量增长前景如何？b) 是否有任何重大投资计划来提高这些油田的产量？c) 鉴于向清洁能源的持续转变，大红花石油如何管理这些生产资产的长期可持续性？

### 蓝云科技 (AWANTEC) 股东大会

提问：

值得注意的是，蓝云科技吸纳了多家新的战略合作伙伴，以增强其产品组合。这些合作伙伴包括 Sage 和 Storecove，这两家公司分别是企业资源规划 (ERP) 和电子发票领域的技术领导者。他们的合作将使其能够支持政府的电子发票计划，同时为马来西亚的客户带来重大价值。(年报第 24 页)

集团是否已成功获得与 ERP 和电子发票相关的任何合同？若是，总价值是多少？

### 康乐 (KAREX) 股东大会

提问：

1. 由于全球供应过剩问题尚未解决，导致手套工厂使用率不足，因此我们计提了 520 万令吉的减值损失准备，从而影响了整体盈利能力 (年报第 12 和 98 页)。

泰国手套制造业务的前景如何？预计是否会在 2025 年继续拖累集团的盈利？

2. 董事部对于保留或脱售该手套制造业务有何立场？



### 宝利机构 (BONIA) 股东大会

提问：

多年来，宝利一直实施合理化战略，通过关闭表现不佳的寄售柜台来减少其在百货商店的存在，同时增加独立精品店的数量以利用其强大的品牌资产。

a) 马来西亚和新加坡每个独立精品店和寄售柜台的平均每月销售业绩与去年相比如何？

b) 未来两年集团对门店扩张及升级有何

计划？

### 速柏玛 (SUPERMX) 股东大会

提问：

该集团的库存从去年的 1.572 亿令吉增加至 1.819 亿令吉 (年报第 136 页)。

a) 鉴于需求仍在逐步恢复，哪些因素导致库存水平上升？这是否引发对库存过时的担忧？b) 2024 财年期末的 1.819 亿令吉库存中，有多少部分是以可实现净值衡量的？

### 标致全球 (ICONIC) 股东大会

标致全球在截至 2024 年 6 月 30 日的 15 个月财务期内陷入亏损，净亏损扩大至 1.1711 亿令吉 (2023 年：-2465 万令吉)，主要原因是大量拨备、减值和注销，总额约为 8600 万令吉。与此同时，其 15 个月的收入为 5033 万令吉 (2023 年：8684 万令吉)。

a) 在 2024 财年期间，标致全球对与手套制造活动相关的产业、厂房和设备进行了 7431 万令吉的减值损失。在财务期间，该集团决定永久关闭其手套生产线，并打算处置相关工厂和机械。手套生产线于 2020 年开始生产。

据此，该集团已与 Tegamen Safety Products 签订了一份买卖协议 (SPA)，以 173 万美元 (相当于 748 万令吉) 出售厂房和机械。

i) 是什么导致相关产业、厂房和设备在仅仅运营四年后就出现巨额减值？是什么促使集团退出手套制造业务？

ii) 集团在手套制造业务上投资了多少？173 万美元的售价是如何得出的？这笔交易的预计收益或损失是多少？

iii) 将手套厂和机械出售给 Tegamen 是否涉及出售土地？根据买卖协议，将出售多少条浸渍线？请解释。

iv) 事后看来，集团可以做得更好吗？从这次失败的尝试中我们得到了什么教训？

b) 标致全球还在 2024 年中拨备了 594 万令吉的库存陈旧准备金 (年报第 147 页，注释 10 - 库存)。同时，它还分别注销和减记了 136 万令吉和 107 万令吉的库存。i) 存货陈旧拨备是针对哪个阶段 (即原材料、在制品、制成品) 计提的？为什么要计提如此大额的拨备？

ii) 估计从减记的库存中可以挽回多少金额？再加上 2023 年库存大幅减记达 1545 万令吉，是否需要审查库存管理政策？

c) 截至 2024 年，应收账款减值损失准备金为 340 万令吉，约占标致全球总贸易和其他应收账款 378.4 万令吉 (减值损失净) 的 90%。

i) 哪些客户无法偿还债务？

ii) 公司已采取什么措施来收回上述金额？这些减值预计有多少比例是无法收回的？

iii) 迄今为止，已收回多少受损的应收贸易款？

### 英莎 (INSAS) 股东大会

提问：

英莎的五个业务部门中，有四个在 2024 年业绩下滑，其中两个出现亏损，部门亏损在 488 万令吉至 1,977 万令吉之间，如下表所示。

部门	FY2024		FY2023	
	营业额 (百万令吉)	部门盈利/ 亏损 (百万令吉)	营业额 (百万令吉)	部门盈利/ 亏损 (百万令吉)
金融服务	60.514	20.996	66.415	26.890
投资控股 和交易	92.976	5.186	127.985	26.187
科技	75.316	88.678	1.785	68.448
消费品及 服务的制 造与分 销、零售 贸易和汽 车租赁	18.107	-4.877	19.706	3.687
产业投资 和开发	6.336	-19.772	0.944	-3.858
总额	253.249	90.211	216.835	121.354

(资料来源：2024 年报，197-198 页，注 48)

a) 房地产投资与开发部门又一年亏损，亏损额达 1977 万令吉，主要由于和合建筑的财务业绩恶化，亏损份额从上年的 120 万令吉增至 1446 万令吉。

此外，和合集团正在取消价值 10 亿令吉的 Flex @ Bukit Jalil 混合开发项目，并将以 1.1 亿令吉现金将该项目的 3.09 英亩土地出售给 Exsim 集团。

考虑到和合的前景黯淡和财务表现不佳，英莎对和合的投资计划是什么？公司会继续投资，还是逐步退出并将资源转向更有前景的机会？

b) 房地产投资与发展部门产生了 432 万令吉的非现金项目。非现金项目包括什么？

c) 与此同时，消费品与服务的制造与分销、零售贸易和汽车租赁部门则陷入亏损，分部亏损达 488 万令吉。

哪个子部门拖累了部门业绩，导致亏损？请解释金额高达 389 万令吉，非现金项目的发生。

d) 尽管 Melium 控股报告其 2024 年收入增加，但其盈利从 1540 万令吉暴跌至 464 万令吉 (年报第 152 至 153 页，注 10 - 联营公司)，主要是由于零售店的初始设置成本高，因为它在 2024 年开始扩张模式，在 TRX 和 IOI City Mall 开设了 10 家新的时尚店。

i) 除去新开店，现有店的网店销售额增长是多少？

ii) Melium 会在 2025 年继续扩张吗？门店总数是多少？

iii) 考虑到当前的宏观经济环境和消费者消费行为，Melium 的营收增长预测是多少？

e) 与此同时，其他联营公司亏损 2334 万令吉 (2023 年：盈利 5092 万令吉)。哪些联营公司造成了亏损？是什么原因导致他们的财务业绩不尽如人意？