



مجموعة MBC تعلن نتائجها المالية عن النصف الأول من عام 2026 ومنصة MBC شاهد يُتوقع تحقيقها ربحية على مستوى العام الكامل خلال 2026 وقبل التقديرات السابقة

الرياض، المملكة العربية السعودية، 10 أغسطس 2026: أعلنت "مجموعة MBC" ("MBC" أو "الشركة" أو "المجموعة" | المدرجة في "تداول" تحت الرقم 4072)، المجموعة الرائدة في قطاع الإعلام والمحتوى الترفيهي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، اليوم عن نتائجها المالية لفترة النصف الأول المنتهية في 30 يونيو 2026 ("النصف الأول 2026")، حيث سجلت المجموعة إيرادات بلغت 2.3 مليار ريال سعودي، بانخفاض 24.6% على أساس سنوي مقارنة بـ 3.0 مليار ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، ويُعزى ذلك بصورة رئيسية إلى تراجع الطلب على الإعلانات في ظل استمرار التطورات الجيوسياسية الإقليمية، وانخفاض مساهمة خدمات البث والخدمات التقنية عقب انتهاء عدد من العقود الرئيسية، بما في ذلك عقد الشركة السعودية للرياضة (SSC) وقناة الثقافية، إلى جانب توقيت تسجيل الإيرادات من مشاريع الإعلام والترفيه. وسجلت المجموعة صافي خسارة بلغ 34.0 مليون ريال سعودي، ويرجع ذلك بصورة رئيسية خسارة غير محققة ناتجة عن إعادة التقييم بالقيمة العادلة لاستثمارها في الشركة العربية للتعهدات الفنية ("ACSC") بقيمة 210.9 مليون ريال سعودي. وباستبعاد التغيرات غير المحققة في القيمة العادلة المرتبطة بكل من "ACSC" و"أنغامي"، يظل صافي الربح المعدل إيجابياً عند 177.7 مليون ريال سعودي، مقارنة بـ 301.9 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025.

عكس أداء المجموعة استمرار الزخم القوي لمنصة MBC شاهد، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 18.5% على أساس سنوي، فيما بلغ صافي ربحها 54.2 مليون ريال سعودي. وجاء هذا الأداء مدعوماً باستمرار نمو إيرادات الاشتراكات، إلى جانب نمو أعداد المشتركين عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والأسواق الدولية، وارتفاع معدلات الاحتفاظ بالمستخدمين، والانضباط في التسعير، مما يعزز فرص المنصة في تحقيق الربحية على مستوى العام الكامل خلال 2026، وقبل التقديرات السابقة. كما حظيت ربحية المجموعة بدعم إضافي من مزايا التوزيع الجغرافي من خلال قناة MBC مصر، إلى جانب الإدارة المنضبطة للتكاليف.

وخلال الربع الثاني من عام 2026، بلغت إيرادات المجموعة 707.9 مليون ريال سعودي، بانخفاض 28.3% على أساس سنوي، حيث تأثرت باستمرار ضعف سوق الإعلانات طوال الربع وانخفاض مساهمة خدمات البث والخدمات التقنية، وهو ما عوضه جزئياً استمرار نمو منصة MBC شاهد. وبلغ إجمالي الربح 241.0 مليون ريال سعودي، بانخفاض 20.7%، فيما ارتفع هامش إجمالي الربح إلى 34.0% مقارنة بـ 30.8%، مدعوماً بالإدارة المنضبطة للتكاليف والمساهمة الإيجابية لقطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية. وسجلت المجموعة صافي خسارة بلغ 256.4 مليون ريال سعودي، ويرجع ذلك بصورة رئيسية إلى خسارة غير محققة ناتجة عن إعادة التقييم بالقيمة العادلة لاستثمارها في الشركة العربية للتعهدات الفنية ("ACSC") بقيمة 262.4 مليون ريال سعودي، في حين ظل صافي الربح المعدل إيجابياً عند 6.9 مليون ريال سعودي.

أبرز مؤشرات النصف الأول من 2026

صافي الربح المعدل¹ 177.7 مليون ريال سعودي ▼ 41.1% على أساس سنوي 7.8% نسبة الهامش	إجمالي ربح المجموعة 644.0 مليون ريال سعودي ▼ 23.6% على أساس سنوي 28.2% نسبة الهامش	إيرادات المجموعة 2,284.5 مليون ريال سعودي ▼ 24.6% على أساس سنوي
صافي ربح المبادرات الإعلامية والترفيهية 0.7 مليون ريال سعودي ▼ 96.4% على أساس سنوي	صافي ربح منصة MBC شاهد 54.2 مليون ريال سعودي ▲ 1,909.0% على أساس سنوي	صافي ربح (خسارة) خدمات البث والأنشطة التجارية الأخرى (88.9) مليون ريال سعودي مقابل 392.6 مليون ريال في النصف الأول 2025

¹ تم احتساب صافي الربح المعدل باستبعاد خسائر إعادة التقييم بالقيمة العادلة البالغة 211.7 مليون ريال سعودي، والمرتبطة باستثمارات المجموعة في كل من الشركة العربية للتعهدات الفنية ("ACSC") وأنغامي، من صافي الربح المعلن للمجموعة، وذلك لإتاحة رؤية أوضح لأداء التشغيل الأساسي.

أبرز النتائج المالية والتشغيلية خلال النصف الأول من عام 2026

- حققت مجموعة MBC أداءً متماسكاً خلال النصف الأول من عام 2026 رغم التحديات الناجمة عن التطورات الجيوسياسية الإقليمية وتباطؤ سوق الإعلانات، كما حافظت إلى حد كبير على مستوى هامش إجمالي الربح وتمكنت من خفض المصروفات العمومية والإدارية بنسبة 14.4% على أساس سنوي.
- ظل صافي الربح المعدل عند مستوى إيجابي بلغ 177.7 مليون ريال سعودي، في حين تأثرت الربحية المعلنة بصورة كبيرة نتيجة خسائر إعادة التقييم بالقيمة العادلة لاستثمار المجموعة في الشركة العربية للتعهدات الفنية ("ACSC").
- واصلت منصة MBC شاهد ترسيخ مكانتها باعتبارها محرك النمو الأبرز للمجموعة، حيث ارتفعت إيراداتها بنسبة 18.5% على أساس سنوي، وبلغ صافي ربحها 54.2 مليون ريال سعودي مقارنة بـ 2.7 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، مدعوماً بالنمو القوي في خدمة الفيديو القائمة على الاشتراك (SVOD) بنسبة 23.3% وارتفاع إيرادات المشتركين الوليين، واستقرار إيرادات خدمة الفيديو المدعومة بالإعلانات (AVOD)، وتحسن الكفاءة التشغيلية، بما يمهّد الطريق لوصول منصة MBC شاهد إلى تحقيق ربحية عن العام الكامل خلال عام 2026، أي قبل الموعد الوارد في التقديرات المالية السابقة.
- سجلت منصة MBC شاهد أعلى مستوى لها على الإطلاق خلال شهر يونيو من حيث استقطاب المشتركين خلال شهر يونيو، مدعومة بارتفاع معدلات الاحتفاظ بالمشتركين، والانضباط في التسعير، والتوسع الدولي، والشراكات الاستراتيجية بين الشركات (B2B).
- ظل قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى (BOCA) أكبر مساهم في إيرادات المجموعة، حيث ساعد تنوعه الجغرافي، خاصة من خلال MBC مصر، في الحد من تأثير ضعف الطلب على الإعلانات، في حين تراجعت إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية عقب انتهاء عدد من العقود الرئيسية. وسيظل التنوع الجغرافي والاستثمار في الأسواق الإقليمية ركيزة أساسية في استراتيجية مجموعة MBC خلال المرحلة المقبلة.
- واصل المحتوى المتميز تعزيز مستويات تفاعل الجمهور، بقيادة مسلسل "ليل" عبر قنوات التلفزيون ومنصة MBC شاهد، إلى جانب الأداء القوي لبرنامج The Voice Kids، فيما رفعت قناة MBC MOOD محفظة القنوات المجانية التابعة للمجموعة إلى 15 قناة.
- عكست إيرادات قطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية توقيت إنجاز المشاريع وتسجيل الإيرادات، فيما ظلت نتائج كل من إجمالي الربح والربح التشغيلي عند مستوى متماسك، مع استمرار التقدم في خطة تنفيذ المشاريع.
- ساهم الانضباط في إدارة التكاليف واستمرار الاستثمار في التقنيات والقدرات الإنتاجية وإطلاق المبادرات التجارية المرنة في دعم مرونة المجموعة، في الوقت الذي واصلت فيه الإدارة متابعة التطورات الإقليمية عن كثب.

أبرز النتائج المالية الرئيسية

التغير	النصف الأول 2025	النصف الأول 2026	التغير	الربع الثاني 2025	الربع الثاني 2026	مليون ريال سعودي
						الإيرادات
24.6-%	3,031.8	2,284.5	28.3-%	987.9	707.9	خدمات البث والأنشطة التجارية الأخرى
32.7-%	1,737.8	1,169.5	55.6-%	532.4	236.4	منصة MBC شاهد (منصة البث التفاعلي عبر الإنترنت)
18.5-%	696.8	825.5	19.7-%	305.4	365.5	المبادرات الإعلامية والترفيهية
51.5-%	597.2	289.6	29.4-%	150.1	105.9	إجمالي الربح
23.6-%	843.1	644.0	20.7-%	303.9	241.0	هامش إجمالي الربح
0.4 نقطة مئوية	27.8%	28.2%	3.2 نقطة مئوية	30.8%	34.0%	صافي الربح
-	414.0	-34.0	-	150.4	-256.4	هامش صافي الربح
-	13.7%	1.5-%	-	15.2%	36.2-%	صافي الربح المعدل (باستبعاد أرباح/خسائر ACSC وأنغامي)
41.1-%	301.9	177.7	88.1-%	57.8	6.9	هامش صافي الربح المعدل
2.2 نقطة مئوية	10.0%	7.8%	4.9-%	5.9%	1.0%	



وفي هذا الإطار، علّق مايك سنيسيبي، الرئيس التنفيذي لمجموعة MBC بقوله: "واصلت مجموعة MBC خلال النصف الأول من عام 2026 إثبات مرونة نموذجها التشغيلي المتنوع في ظل بيئة تشغيلية مليئة بالتحديات، اتسمت باستمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي، وضعف الطلب على الإعلانات، وانخفاض مساهمة الإيرادات الناتجة عن عقود خدمات البث والخدمات التقنية الرئيسية.

ظلت منصة MBC شاهد قاطرة النمو بالمجموعة، حيث ساهمت الوتيرة القوية لخدمة الفيديو القائمة على الاشتراك (SVOD) وارتفاع معدلات الاحتفاظ بالمشاركين، واستمرار التوسع الدولي، في تحقيق نمو بنسبة 23.3% في إيرادات خدمة الفيديو القائمة على الاشتراك خلال النصف الأول من عام 2026. كما سجل استقطاب المشتركين أعلى مستوى له على الإطلاق خلال شهر يونيو، فيما واصل مسار النمو القوي للمنصة والتحسين المتسارع في ربحيتها دعم توقعاتنا بأن تحقق المنصة ربحية عن العام الكامل خلال 2026 قبل عام من الموعد المخطط له سابقاً.

وفي حين استمرت الضغوط على الإعلانات عبر خدمات البث التقليدي، عزز التنوع الجغرافي من مرونة أعمالنا، حيث حققت قناة MBC مصر نمواً سنوياً في الإيرادات، ما خفّف جزئياً من أثر التباطؤ العام في سوق دول مجلس التعاون الخليجي. كما ساهمت المرونة النسبية في خدمة الفيديو المدعومة بالإعلانات (AVOD)، إلى جانب الإدارة المنضبطة للتكاليف، في الحفاظ على مستويات جيدة لهامش إجمالي الربح. وفي ضوء هذه الظروف، فإن صافي الربح المعدل البالغ 177.7 مليون ريال سعودي يعكس قدرتنا على تحقيق أرباح مستدامة عبر مختلف المورثات الاقتصادية.

وعلى مستوى المجموعة، فإننا نواصل التركيز على الحفاظ على المرونة التجارية والكفاءة التشغيلية. فقد واصلت شركة MBC للحلول الإعلامية (MMS) التكيف مع التغيرات في تفضيلات المعلنين من خلال تقديم حلول تجارية أكثر مرونة، وتعزيز قدرات قياس الأداء، وتوسيع عروض الإعلانات الرقمية. وفي الوقت ذاته، تواصل استوديوهات MBC تطوير خط إنتاج قوي، مدعوماً بالتوسع المستمر في استوديوهات النرجس. ويظل المحتوى في صميم استراتيجيتنا، حيث حققت أعمال مثل "ليل" وبرنامج The Voice Kids مستويات تفاعل قوية عبر مختلف المنصات، بما يعزز ريادة مجموعة MBC في مجال المحتوى العربي الترفيهي المتميز. وإلى جانب مواصلة الاستثمار في المحتوى عالي الجودة، فإننا نركز كذلك على توسيع منظومة الترفيه الرقمي من خلال مبادرات مثل الألعاب الإلكترونية، دعماً لاستراتيجية المجموعة طويلة الأجل لتنويع الأعمال."

واختتم سنيسيبي بقوله: "لا تزال بيئة الأعمال الإقليمية تتسم بحالة من عدم اليقين، وعليه فإننا نواصل متابعة التطورات عن كثب. وتظل أولوياتنا واضحة، متمثلة في الحفاظ على الانضباط في إدارة التكاليف، ودعم المرحلة المقبلة من نمو MBC شاهد من خلال الاستثمار الاستراتيجي في المحتوى العربي المتميز، وإدخال التحسينات على أعمالنا، وعقد الشراكات وزيادة تنوع إيراداتنا الإعلان في الأسواق الرئيسية. كما سنواصل التركيز على توسيع منظومتنا الخاصة بأعمال الترفيه الرقمي، وتعزيز قدرات المجموعة في الإنتاج وتعظيم الإيرادات. ونظراً لما تتمتع به المجموعة من الريادة في السوق، إلى جانب نموذج أعمالنا المتنوع، وأولوياتنا الاستراتيجية الواضحة، فإننا على ثقة بقدرتنا MBC على تجاوز التحديات قصيرة الأجل، مع مواصلة تحقيق قيمة مستدامة طويلة الأجل لمساهميننا."

أبرز النتائج المالية والتشغيلية الموحدة

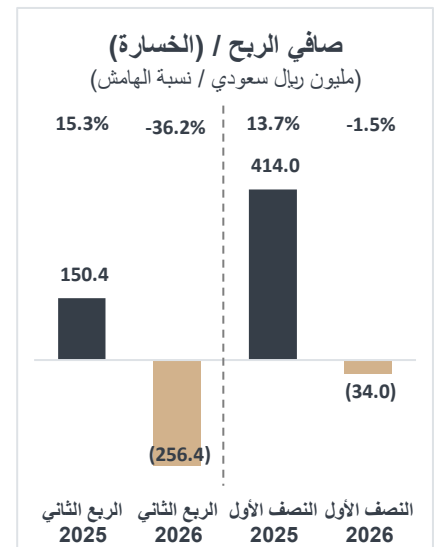
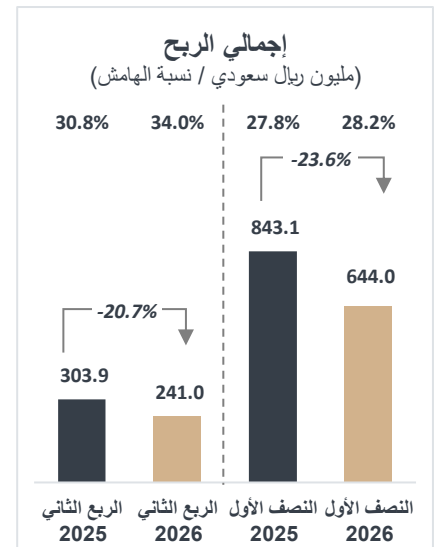
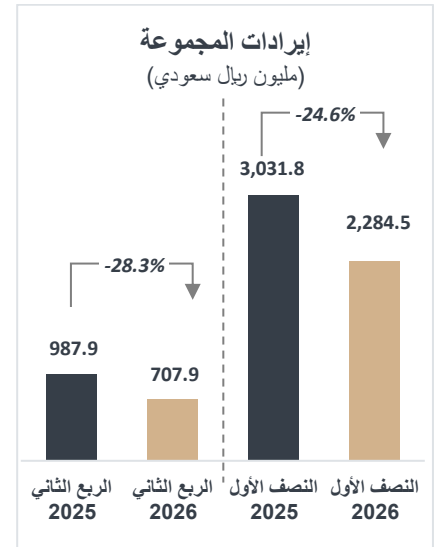
سجلت مجموعة **MBC** إيرادات بلغت 2,284.5 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، بانخفاض قدره 24.6% على أساس سنوي مقارنة بـ 3,031.8 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، بما يعكس تراجع الطلب الإعلاني في ظل استمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي في المنطقة، وانخفاض إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية عقب انتهاء بعض العقود الكبرى، إلى جانب توقيت إنجاز المشاريع وتسجيل إيراداتها عبر قطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية. وقد تم تعويض ذلك جزئياً من خلال استمرار النمو القوي لمنصة **MBC** شاهد. وبلغ إجمالي الربح 644.0 مليون ريال سعودي، بانخفاض 23.6% على أساس سنوي، فيما ظل هامش إجمالي الربح مستقراً إلى حد كبير عند 28.2% مقارنة بـ 27.8% في النصف الأول من عام 2025. كما واصلت المجموعة تطبيق نهج منضبط لإدارة التكاليف، حيث انخفضت المصروفات العمومية والإدارية بنسبة 14.4% على أساس سنوي.

وخلال الربع الثاني من عام 2026، تراجعت إيرادات المجموعة بنسبة 28.3% على أساس سنوي لتبلغ 707.9 مليون ريال سعودي مقارنة بـ 987.9 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق، مع زيادة تأثير التطورات الجيوسياسية الإقليمية الممتدة على النشاط الإعلاني، إلى جانب استمرار تأثير الإيرادات بانخفاض مساهمة إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية، وتوقيات مراحل تنفيذ المشاريع ضمن قطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية. وانخفض إجمالي الربح بوتيرة أبطأ بلغت 20.7% ليصل إلى 241.0 مليون ريال سعودي، ما أدى إلى ارتفاع هامش إجمالي الربح إلى 34.0% مقارنة بـ 30.8% في الربع الثاني من عام 2025، بدعم من انخفاض التكاليف المباشرة واستمرار الانضباط التشغيلي.

ظل قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى (BOCA) أكبر مساهم في إيرادات المجموعة، حيث حقق إيرادات بلغت 1,169.5 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، بانخفاض 32.7% على أساس سنوي. وتراجعت إيرادات الإعلانات بنسبة 20.8% لتبلغ 617.6 مليون ريال سعودي نتيجة استمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي في المنطقة، والتي أدت إلى خفض الميزانيات التسويقية، وتأجيل الحملات الإعلانية، وتقليص دورات الحجز، فيما انخفضت إيرادات الأنشطة التجارية الأخرى بنسبة 42.4% لتبلغ 551.9 مليون ريال سعودي، ويعزى ذلك بشكل مباشر إلى انتهاء بعض العقود الرئيسية، بما في ذلك عقد الشركة السعودية للرياضة (SSC). وكانت هذه الضغوط أكثر وضوحاً خلال الربع الثاني من عام 2026، حيث تراجعت إيرادات القطاع بنسبة 55.6% على أساس سنوي لتبلغ 236.4 مليون ريال سعودي، بما في ذلك انخفاض إيرادات الإعلانات بنسبة 46.7%. وبلغ إجمالي ربح القطاع 311.3 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، فيما انخفض هامش إجمالي الربح إلى 26.6% مقارنة بـ 33.2%، نتيجة انخفاض مساهمة الإعلانات وتراجع هوامش ربحية خدمات البث والخدمات التقنية.

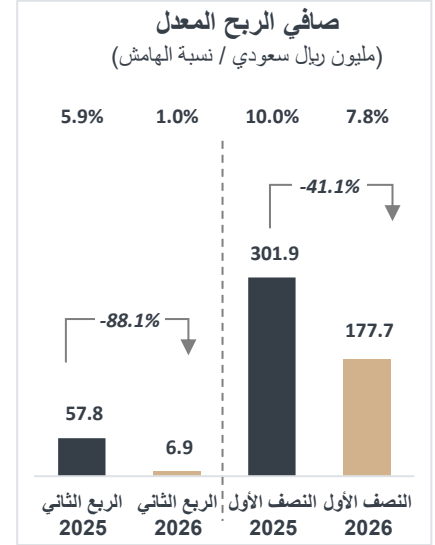
حققت منصة **MBC شاهد** أداءً قوياً خلال الفترة، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 18.5% على أساس سنوي لتصل إلى 825.5 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026. وارتفعت إيرادات خدمة الفيديو حسب الطلب بنظام الاشتراك (SVOD) بنسبة 23.3% لتبلغ 666.4 مليون ريال سعودي، مدعومة بالنمو القوي في عدد المشتركين عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والأسواق الدولية، وقوة معدلات الاحتفاظ بالمستخدمين، والانضباط في التسعير، واستمرار الزخم في شراكات الأعمال بين الشركات (B2B). في المقابل، تراجعت إيرادات الإعلانات عبر خدمة الفيديو حسب الطلب المدعومة بالإعلانات (AVOD) بنسبة 11.0% في ظل تباطؤ سوق الإعلانات، فيما تضاعفت الإيرادات الأخرى بأكثر من الضعف لتصل إلى 30.5 مليون ريال سعودي، بدعم من زيادة مبيعات البرامج إلى أطراف ثالثة. وارتفع إجمالي الربح بنسبة 39.8% ليبلغ 223.9 مليون ريال سعودي، مع تحسن هامش إجمالي الربح إلى 27.1% مقارنة بـ 23.0%. ونتيجة لذلك، سجلت منصة **MBC** شاهد صافي ربح بلغ 54.2 مليون ريال سعودي، مقارنة بـ 2.7 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025. واستمر هذا الزخم خلال الربع الثاني، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 19.7% لتبلغ 365.5 مليون ريال سعودي، وسجلت منصة **MBC** شاهد صافي ربح بلغ 6.7 مليون ريال سعودي مقارنة بخسارة بـ 10.6 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق، بما يدعم التوقعات بوصول المنصة إلى مرحلة تحقيق الربحية للعام الكامل خلال 2026، أي قبل الموعد الوارد في التقديرات السابقة.

سجل قطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية إيرادات بلغت 289.6 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، بانخفاض 51.5% على أساس سنوي، ويُعزى ذلك بصورة رئيسية إلى توقيت إنجاز المشاريع وتسجيل الإيرادات الخاصة بمشاريع استوديوهات **MBC**. إلا أن التكاليف المباشرة انخفضت بوتيرة أسرع، وهو ما دعم ارتفاع إجمالي الربح بنسبة 2.6% ليبلغ 108.8 مليون ريال سعودي، مع توسع هامش إجمالي الربح بشكل ملحوظ إلى 37.6% مقارنة بـ 17.8%. وخلال الربع الثاني من عام 2026، تراجعت الإيرادات بنسبة 29.4% لتبلغ 105.9 مليون ريال سعودي، فيما ارتفع إجمالي الربح بنسبة 27.5% ليصل إلى 68.7 مليون ريال سعودي، ليرتفع هامش إجمالي الربح إلى 64.9%. أما على مستوى النصف الأول، فقد بلغ صافي ربح القطاع



0.7 مليون ريال سعودي مقارنة بـ 18.6 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق، ويعكس ذلك تأثير بنود محاسبية مدرجة بعد مستوى الربح التشغيلي، وليس تراجعاً في الأداء التشغيلي الأساسي للقطاع.

أما على مستوى النتائج الموحدة، فسجلت مجموعة MBC صافي خسارة معلنة بلغت 34.0 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، مقارنة بصافي ربح بلغ 414.0 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025. ويعزى ذلك بصورة رئيسية إلى خسائر تقييم بالقيمة العادلة بلغت 210.9 مليون ريال سعودي متعلقة باستثمار المجموعة في الشركة العربية للتعهدات الفنية (ACSC)، إلى جانب تراجع بيئة التشغيل الأساسية. وفي حال استبعاد التغيرات في القيمة العادلة المرتبطة باستثمارات المجموعة في الشركة العربية للتعهدات الفنية (ACSC) وأنغامي، فإن صافي الربح المعدل يظل عند مستوى إيجابي يبلغ 177.7 مليون ريال سعودي، مقارنة بـ 301.9 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق. وخلال الربع الثاني من عام 2026، سجلت المجموعة صافي خسارة معلنة بلغ 256.4 مليون ريال سعودي، ويعزى ذلك بصورة رئيسية إلى خسائر في القيمة العادلة بلغت 262.4 مليون ريال سعودي متعلقة باستثمارها في الشركة العربية للتعهدات الفنية، فيما ظل صافي الربح المعدل موجباً عند 6.9 مليون ريال سعودي.



أداء قطاعات الأعمال

خدمات البث والأنشطة التجارية الأخرى

تشمل خدمات البث والأنشطة التجارية الأخرى التابعة للمجموعة الإيرادات المحققة عبر إعلانات القنوات التلفزيونية بنظام البث المجاني والأنشطة الأخرى المرتبطة بالإعلام، بما في ذلك اتفاقيات الخدمات التقنية. كما تشمل الأنشطة التجارية كذلك إيرادات المحتوى الناتجة عن المبيعات لأطراف ثالثة والأنشطة الأخرى مثل الألعاب والفعاليات والموسيقى.

مؤشرات الأداء الرئيسية

التغير	النصف الأول 2025	النصف الأول 2026	مليون ريال سعودي (ما لم يُذكر خلاف ذلك)
-32.7%	1,737.8	1,169.5	إيرادات خدمات البث والأنشطة التجارية الأخرى
-18.2%	871.8	712.9	إيرادات القنوات التلفزيونية
-47.6%	740.0	387.8	خدمات البث والخدمات التقنية
-45.4%	126.0	68.8	الإيرادات الأخرى

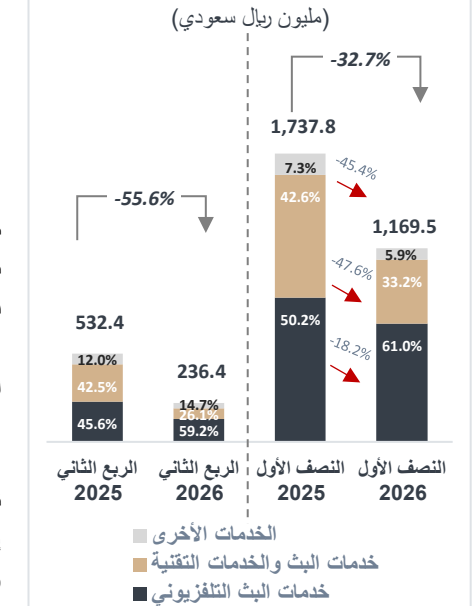
ظل قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى المساهم الأكبر في إيرادات المجموعة خلال النصف الأول من عام 2026، حيث بلغت الإيرادات 1,169.5 مليون ريال سعودي، بانخفاض 32.7% على أساس سنوي مقارنة بـ 1,737.8 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025. ويرجع هذا الانخفاض على أساس سنوي بشكل رئيسي إلى ضعف الطلب الإعلان في ظل استمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي الإقليمي، إلى جانب تراجع إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية عقب انتهاء بعض العقود الرئيسية. وكانت هذه الضغوط أكثر وضوحاً خلال الربع الثاني من عام 2026، حيث انخفضت إيرادات القطاع بنسبة 55.6% على أساس سنوي لتبلغ 236.4 مليون ريال سعودي.

تراجعت إيرادات البث التلفزيوني بنسبة 18.2% على أساس سنوي لتبلغ 712.9 مليون ريال سعودي، ويعزى ذلك بشكل رئيسي إلى انخفاض الإيرادات الإعلان، التي تراجعت بنسبة 20.8% على أساس سنوي لتصل إلى 617.6 مليون ريال سعودي. وبينما نجحت المجموعة في الحفاظ على غالبية المعلنين خلال شهر رمضان زاد استمرار التطورات الجيوسياسية الإقليمية من الضغوط على النشاط الإعلان لاحقاً، ما أدى إلى خفض الميزانيات التسويقية، وتأجيل الحملات الإعلان، وقصر دورات الحجز. واستجابة لتلك الظروف، طرحت المجموعة نماذج تسعير أكثر مرونة، وعروضاً تجارية مجمعة، وعززت قدراتها في قياس نسب المشاهدة، كما وسّعت مساحاتها الإعلان الرقمية المتميزة عبر صيغ جديدة، بما في ذلك إعلانات شاشة التوقف (Full-Screen Pause Ads) ولوحات الإعلانات التفاعلية المركزة (Interactive Spotlight Banners). بالإضافة إلى ذلك، واصل قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى الاستفادة من التنوع الجغرافي لإيراداته الإعلان، حيث حققت MBC مصر نمواً إيجابياً في الإيرادات الإعلان على أساس سنوي، متفوقة في أدائها على معظم أسواق المنطقة خلال الفترة. واستناداً إلى هذا النجاح، تعزز المجموعة مواصلة الاستفادة من استراتيجية التنوع الجغرافي من خلال السعي بشكل انتقائي إلى اغتنام فرص نمو مماثلة في أسواق إقليمية أخرى. وخلال الربع الثاني من عام 2026، انخفضت الإيرادات الإعلان بنسبة 46.7% على أساس سنوي لتبلغ 106.4 مليون ريال سعودي.

تراجعت إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية بنسبة 47.6% على أساس سنوي لتبلغ 387.8 مليون ريال سعودي مقارنة بـ 740.0 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، ويعزى هذا الانخفاض بشكل رئيسي إلى تراجع الإيرادات المرتبطة بكل من الشركة السعودية للرياضة (SSC) وقناة الثقافية. وخلال الربع الثاني من عام 2026، انخفضت إيرادات خدمات البث والخدمات التقنية بنسبة 72.7% على أساس سنوي لتبلغ 61.8 مليون ريال سعودي.

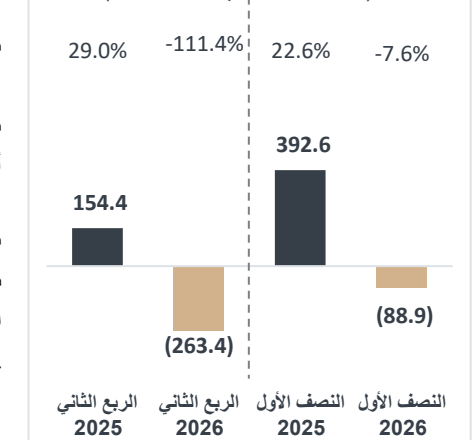
وفي المقابل، ارتفعت إيرادات البرامج بنسبة 25.6% على أساس سنوي لتصل إلى 46.3 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، كما أدى إطلاق قناة MBC MOOD في يونيو إلى توسيع محفظة القنوات المجانية التابعة للمجموعة إلى 15 قناة، بما يعزز تنوع المحتوى الذي تقدمه. وواصلت المجموعة أيضاً تنفيذ استراتيجيتها الأوسع في مجال الترفيه الرقمي، بما في ذلك الألعاب الإلكترونية، في إطار خططها طويلة الأجل لتنويع الأعمال. كما حافظ المحتوى على أدائه القوي، بقيادة مسلسل ليل الذي تصدر نسب المشاهدة عبر التلفزيون ومنصة MBC شاهد، إلى جانب برنامج The Voice Kids الذي حقق معدلات مشاهدة عالية وأثار تفاعلاً كبيراً عبر منصات التواصل الاجتماعي.

إيرادات البث والأنشطة التجارية الأخرى



صافي الربح البث والأنشطة التجارية الأخرى

(مليون ريال سعودي / نسبة الهامش)



أما على مستوى الربحية، انخفض إجمالي ربح قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى بنسبة 46.0% على أساس سنوي ليبلغ 311.3 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، فيما تراجع هامش إجمالي الربح بمقدار 6.6 نقطة مئوية ليصل إلى 26.6% مقارنة بـ 33.2% في الفترة المماثلة من العام السابق، ويعكس ذلك انخفاض صافي الإيرادات الإعلانية، إلى جانب تراجع أرباح خدمات البث والخدمات التقنية وهوامش ربحيتها. وخلال الربع الثاني من عام 2026، انخفض إجمالي الربح بنسبة 51.9% على أساس سنوي ليبلغ 83.1 مليون ريال سعودي، فيما ارتفع هامش إجمالي الربح بمقدار 2.7 نقطة مئوية ليصل إلى 35.1%. وسجل القطاع صافي خسارة معلنة بلغت 88.9 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، مقارنة بصافي ربح بلغ 392.6 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، فيما انخفض صافي الربح المعدل، بعد استبعاد التغيرات غير المحققة في القيمة العادلة المرتبطة باستثمارات المجموعة في الشركة العربية للتعهدات الفنية (ACSC) وأنغامي، بنسبة 56.2% على أساس سنوي ليبلغ 122.9 مليون ريال سعودي. وخلال الربع الثاني من عام 2026، سجل قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى صافي خسارة معلنة بلغت 263.4 مليون ريال سعودي، مقارنة بصافي ربح بلغ 154.4 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق، فيما ظل صافي الربح المعدل قريباً من نقطة التعادل خلال الربع، مقابل 61.8 مليون ريال سعودي في الربع الثاني من عام 2025.

منصة MBC شاهد (منصة البث التفاعلي عبر الإنترنت)

تدير المجموعة منصة للبث التفاعلي عبر الإنترنت تنمو بوتيرة متسارعة، وذلك عبر خدمة الفيديو حسب الطلب بنظام الاشتراك (SVOD) وخدمة الفيديو حسب الطلب القائمة على الإعلانات (AVOD). وتعتمد الإيرادات القادمة من هذا القطاع بشكل أساسي على رسوم الاشتراك التي يدفعها المشاهدون في خدمة الفيديو بنظام الاشتراك، وكذلك الإعلانات الرقمية عبر الخدمة القائمة على الإعلانات.

مؤشرات الأداء الرئيسية

التغير	النصف الأول 2026	النصف الأول 2025	مليون ريال سعودي
18.5%	825.5	696.8	إيرادات منصة MBC شاهد
23.3%	666.4	540.3	المنصة بنظام الاشتراك SVOD
11.0%-	128.6	144.6	المنصة القائمة على الإعلانات AVOD (إيرادات الإعلانات)
156.5%	30.5	11.9	إيرادات أخرى

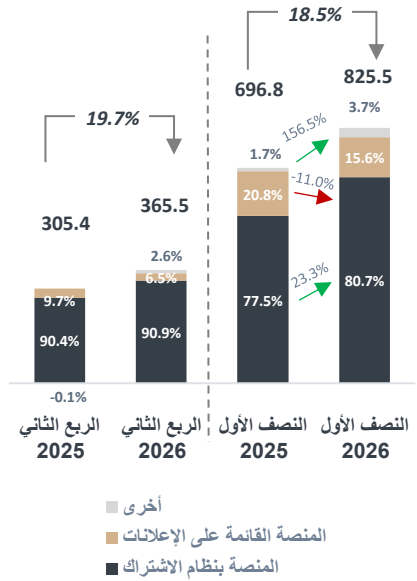
حققت منصة MBC شاهد، منصة البث عبر الإنترنت عالية النمو التابعة للمجموعة، أداءً قوياً خلال النصف الأول من عام 2026، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 18.5% على أساس سنوي لتصل إلى 825.5 مليون ريال سعودي، مقارنة بالفترة المماثلة من عام 2025. ويُعزى النمو بشكل رئيسي إلى استمرار التوسع في إيرادات الاشتراكات، حيث ارتفع إجمالي إيرادات خدمة الفيديو حسب الطلب بنظام الاشتراك (SVOD) بنسبة 23.3% على أساس سنوي لتبلغ 666.4 مليون ريال سعودي، مدعومة بالنمو القوي في أعداد المشتركين عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والأسواق الدولية، وقوة معدلات الاحتفاظ بالمشتركين، والانضباط في التسعير. كما ارتفعت إيرادات الخدمات الأخرى بنسبة 156.5% على أساس سنوي لتصل إلى 30.5 مليون ريال سعودي، مدعومة بزيادة مبيعات البرامج إلى أطراف ثالثة. وخلال الربع الثاني من عام 2026، ارتفعت الإيرادات بنسبة 19.7% على أساس سنوي لتبلغ 365.5 مليون ريال سعودي، فيما ارتفعت إيرادات الاشتراكات (خدمة الفيديو حسب الطلب بنظام الاشتراك) بنسبة 20.4% لتصل إلى 332.3 مليون ريال سعودي.

وتراجعت إيرادات خدمة الفيديو حسب الطلب المدعومة بالإعلانات (AVOD) بنسبة 11.0% على أساس سنوي لتبلغ 128.6 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، بما يعكس التراجع العام في الطلب الإعلان على مستوى المنطقة في ظل استمرار حالة عدم اليقين الجيوسياسي. وأصبح هذا التأثير أكثر وضوحاً خلال الربع الثاني، حيث انخفضت إيرادات خدمة الفيديو المدعومة بالإعلانات بنسبة 19.8% على أساس سنوي لتبلغ 23.7 مليون ريال سعودي. ومع ذلك، ظل نشاط الإعلانات عبر المنصة متماسكاً، مدعوماً بالابتكار المستمر في صيغ الإعلانات، وتوسع المخزون الإعلان، ونمو قاعدة العملاء الرقمية، مما أسهم في تعويض جزء من ضعف الإعلانات عبر البث التلفزيوني التقليدي ودعم الأداء الإعلان الإجمالي للمجموعة.

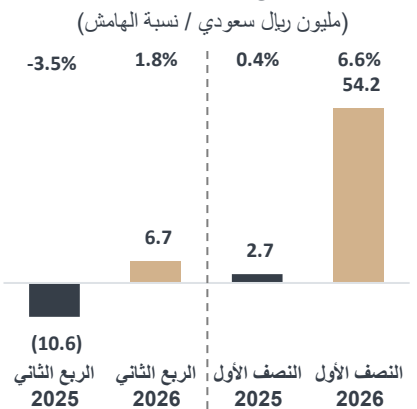
أما على مستوى الربحية، فقد واصلت منصة MBC شاهد الاستفادة من الكفاءة التشغيلية، حيث ارتفع إجمالي الربح بنسبة 39.8% على أساس سنوي ليبلغ 223.9 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، متجاوزاً وتيرة نمو الإيرادات، فيما ارتفع هامش إجمالي الربح بمقدار 4.1 نقطة مئوية ليصل إلى 27.1% مقارنة بـ 23.0% في الفترة المماثلة من العام السابق. وارتفع صافي الربح إلى 54.2 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، مقارنة بـ 2.7 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025. وخلال الربع الثاني من عام 2026، ارتفع إجمالي الربح بنسبة 15.3% على أساس سنوي ليبلغ 89.2 مليون ريال سعودي، فيما سجلت المنصة صافي ربح بلغ 6.7 مليون ريال سعودي، مقارنة بصافي خسارة بلغت 10.6 مليون ريال سعودي في الربع الثاني من عام 2025. ويدعم هذا التحسن المستمر توقعات المجموعة بأن تصل منصة MBC شاهد لتحقيق ربحية على مستوى العام الكامل خلال 2026، أي قبل الموعد الوارد في التقديرات السابقة.

أما على الصعيد التشغيلي، واصلت منصة MBC شاهد تسجيل وتيرة قوية في استقطاب المشتركين بعد شهر رمضان، حيث سجل شهر يونيو أفضل أداء للمنصة على الإطلاق من حيث استقطاب المشتركين، متجاوزاً بذلك التوقعات الداخلية، في حين استمرت معدلات الاحتفاظ بالمشتركين وإلغاء الاشتراكات ضمن المستويات الموسمية الطبيعية. وظل المحتوى هو المحرك الرئيسي لتفاعل الجمهور، بقيادة أعمال "ليل" و"ممكن" و"أنت من أحببت" و"ورد على فل وياسمين" و"سستر فخرية". كما أطلقت المنصة ستة أعمال أصلية من إنتاج MBC شاهد خلال النصف الأول من عام 2026، حيث استقطبت أعمال "حفرة جهنم" و"فرسان قريش - الموسم الثاني" و"ميركاتو" أكثر من مليون مشاهد لكل منها، فيما تخطط المنصة لإطلاق نحو تسعة أعمال أصلية إضافية خلال النصف الثاني من العام.

إيرادات منصة MBC شاهد (مليون ريال سعودي)



صافي أرباح / (خسائر) منصة MBC شاهد (مليون ريال سعودي / نسبة الهامش)



أما فيما يتجاوز المحتوى، فقد واصل توسع الانتشار الدولي للمنصة دعم نموها، حيث ارتفعت الإيرادات من عدد المشتركين الدوليين بنسبة 12% على أساس سنوي، فيما ظلت الولايات المتحدة أكبر أسواق منصة MBC شاهد خارج المنطقة. كما واصلت جهود توطيد المحتوى والترويج المخصص لكل سوق والشراكات الاستراتيجية بين الشركات في زيادة انتشار المنصة، بما في ذلك الشراكة مع أوريدو في تونس، التي أسهمت في مضاعفة قاعدة المشتركين في السوق لثلاثة أضعاف. وبالتوازي مع ذلك، تواصل المنصة الاستثمار في أمن وسائل الدفع، وأنظمة كشف الاحتيال، والأتمتة، وتحسين تجربة المستخدم، بما يعزز قابلية التوسع والكفاءة التشغيلية. وبشكل عام، تواصل منصة MBC شاهد تعزيز مكانتها بوصفها منصة البث العربية الرائدة في المنطقة، مدعومة بمحتوى متميز، ونهج منضبط لتحقيق الإيرادات، وحضور متمم على المستويين الإقليمي والدولي.

المبادرات الإعلامية والترفيهية

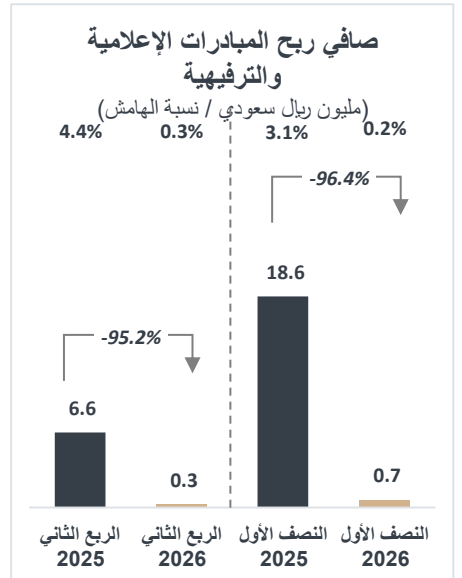
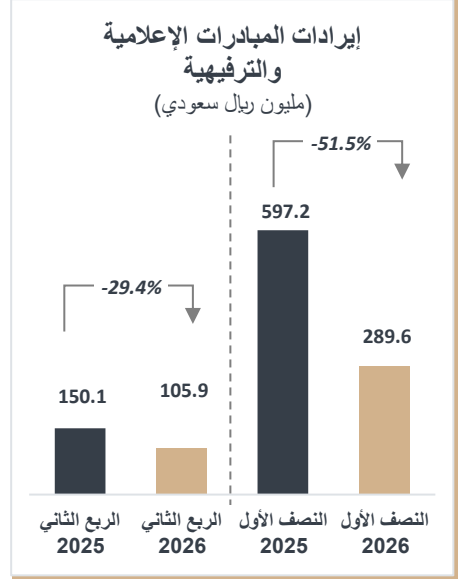
تضع المجموعة في مقدمة أولوياتها التعاون مع الحكومة السعودية من خلال المبادرات الإعلامية والترفيهية، وبما يتسجم مع طموحات ومستهدفات رؤية المملكة 2030. وتهدف هذه الجهود إلى تطوير المشهد الإعلامي في السعودية والإسهام في تحقيق أهداف المملكة الأشمل والتمثلة في تحقيق التنمية وإحراز التقدم في مختلف المجالات. وعلى الرغم من اختلافها عن الأنشطة التجارية الأساسية للمجموعة، تعكس هذه المبادرات التزام المجموعة بدعم التنمية المجتمعية وبما يتماشى مع رسالتها الرئيسية.

سجل قطاع المبادرات الإعلامية والترفيهية إيرادات بلغت 289.6 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، بانخفاض 51.5% على أساس سنوي مقارنة بـ 597.2 مليون ريال سعودي في النصف الأول من عام 2025، ويرجع ذلك بصورة رئيسية إلى توقيت استكمال المشاريع وتسجيل الإيرادات عبر مشاريع المحتوى التابعة لاستوديوهات MBC. ونظراً لأن إيرادات هذا القطاع يتم تسجيلها عند الانتهاء من مراحل إنتاج وتسليم رئيسية، فقد يختلف الأداء بصورة ملحوظة بين الفترات المالية. وخلال الربع الثاني من عام 2026، تراجعت الإيرادات بنسبة 29.4% على أساس سنوي لتصل إلى 105.9 مليون ريال سعودي، مقارنة بـ 150.1 مليون ريال سعودي في الربع الثاني من عام 2025.

وعلى الرغم من انخفاض الإيرادات، ارتفع إجمالي الربح بنسبة 2.6% على أساس سنوي ليبلغ 108.8 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، مدعوماً بانخفاض التكاليف المباشرة بوتيرة أسرع من انخفاض الإيرادات، بما يتماشى مع مراحل تنفيذ المشاريع. ونتيجة لذلك، ارتفع هامش إجمالي الربح بمقدار 19.8 نقطة مئوية ليصل إلى 37.6% مقارنة بـ 17.8% في الفترة المماثلة من العام السابق. وكان هذا التحسن أكثر وضوحاً خلال الربع الثاني من عام 2026، حيث ارتفع إجمالي الربح بنسبة 27.5% على أساس سنوي ليصل إلى 68.7 مليون ريال سعودي، فيما توسع هامش إجمالي الربح بمقدار 29.0 نقطة مئوية ليبلغ 64.9% مقارنة بـ 35.9% في الربع الثاني من عام 2025، بما يعكس التوقيت والمزيج القوي للمشاريع التي تم تسجيل إيراداتها خلال الربع.

كما تراجع صافي ربح القطاع بنسبة 96.4% على أساس سنوي ليبلغ 0.7 مليون ريال سعودي خلال النصف الأول من عام 2026، مقارنة بـ 18.6 مليون ريال سعودي في الفترة المماثلة من العام السابق. ويعزى هذا التراجع بصورة رئيسية إلى توقيت تسليم المشاريع وما يرتبط به من اعتراف بالإيرادات والأرباح. وخلال الربع الثاني من عام 2026، بلغ صافي الربح 0.3 مليون ريال سعودي، بانخفاض 95.2% على أساس سنوي مقارنة بـ 6.6 مليون ريال سعودي في الربع الثاني من عام 2025.

وعلى الصعيد التشغيلي، واصلت استوديوهات MBC تطوير خط إنتاج واسع يضم الأعمال الدرامية، والبرامج غير الدرامية، والأفلام السينمائية خلال الربع. وبدأ تصوير مسلسل Last Hour، وهو عمل سعودي متميز من فئة الإثارة والأكشن، فيما استُكمِلت مرحلة ما قبل الإنتاج لمسلسل Mesqaa، على أن يبدأ التصوير في سبتمبر. كما أحرزت المجموعة تقدماً في إعداد قائمة أعمال موسم رمضان 2027، إلى جانب مجموعة من الأعمال المقرر عرضها بعد رمضان على منصة MBC شاهد والقنوات التلفزيونية التابعة للمجموعة. وظلت الجداول الزمنية للإنتاج والميزانيات تسير بصورة عامة وفق الخطط الموضوعية، مدعومة بالحوكمة المنضبطة للمشاريع، والتخطيط الاستباقي، والمتابعة الدقيقة لمحفظة الإنتاج.



وواصل مجمع النرجس تعزيز مكانته باعتباره مركز الإنتاج الرئيسي لاستوديوهات MBC، حيث مثل تشغيل غرفة التحكم الداخلية الجديدة خلال الربع الثاني من عام 2026 محطة تشغيلية مهمة. وتسهم هذه المنشأة في تعزيز قدرات الإنتاج المباشر وخفض التكاليف التشغيلية المتكررة، في حين يساعد تحسين تخطيط الإنتاج ورفع معدلات استخدام الاستوديوهات على تحقيق كفاءة أكبر عبر محفظة الإنتاجات المتنامية. وبالتوازي مع ذلك، دعمت أكاديمية MBC تدريب 3,556 متدرباً خلال النصف الأول من عام 2026، بما يمثل 70% من مستهدفها السنوي، فيما أدارت وكالة MBC TALENT شؤون 92 من الموهوبين المتعاقدين معهم، متجاوزة مستهدف العام بالكامل بنسبة 23%، بما يدعم تطوير منظومة الإعلام والترفيه في المملكة العربية السعودية.

المحتوى

ظل المحتوى محركاً رئيسياً للأداء عبر المجموعة خلال النصف الأول من عام 2026، مما عزز مكانة MBC باعتبارها إحدى أبرز الجهات المنتجة والموزعة للمحتوى الترفيهي العربي المتميز عبر البث التلفزيوني والبث الرقمي. وبعد موسم رمضان القوي، استمر زخم التفاعل الجماهيري خلال الربع الثاني، مدعوماً بمحفظة متنوعة من الأعمال شملت الدراما، والبرامج الترفيهية، والأعمال العربية المقتبسة، والأعمال الأصلية المحلية.

وبرز مسلسل "ليل" بوصفه العمل الأقوى من حيث الأداء عبر كل من القنوات التلفزيونية ومنصة MBC شاهد خلال الفترة، بما يؤكد نجاح استراتيجية المجموعة في تقديم الأعمال العربية المقتبسة باعتبارها أحد أبرز محركات التفاعل عبر مختلف المنصات. كما حقق برنامج The Voice Kids أداءً لافتاً، مسجلاً نسب مشاهدة قوية على شاشات التلفزيون إلى جانب تفاعل واسع عبر منصات التواصل الاجتماعي وتحقيق العديد من اللحظات واسعة الانتشار. وعلى منصة MBC شاهد، ضمت قائمة أبرز الأعمال "ليل"، و"ممك"، و"أنت من أحببت"، و"ورد على فل وياسمين"، و"سستر فخريه"، بما يعكس تنوع المحتوى الذي تقدمه المجموعة عبر الأعمال العربية المشتركة، والمصرية، والخليجية، والتركية.

وأطلقت منصة MBC شاهد ستة أعمال أصلية خلال النصف الأول من عام 2026، حيث استقطبت أعمال "حفرة جهنم"، و"فرسان قريح - الموسم الثاني"، و"ميركاتو" أكثر من مليون مشاهد لكل منها. ومن المقرر إطلاق نحو تسعة أعمال أصلية إضافية على منصة MBC شاهد خلال النصف الثاني من العام، بما يعزز خط إنتاج المنصة من المحتوى العربي المتميز. وعلى صعيد البث التلفزيوني، تضم قائمة الأعمال المرتقبة برامج Top Chef VIP و In Love Again، فيما تواصل استوديوهات MBC إعداد خط إنتاج واسع يضم أعمالاً درامية وغير درامية، تمهيداً لعرضها عبر القنوات التلفزيونية ومنصة MBC شاهد.

وبالتوازي مع نشاطها الأساسي في مجال الترفيه، واصلت MBC اتباع نهج منضبط ومتنوع في المحتوى الرياضي، يركز على بناء منظومة مستدامة بدلاً من الاعتماد على محفظة واحدة من الحقوق الرياضية. وفي الوقت نفسه، يعتمد نجاح نمو المجموعة ومسار منصة MBC شاهد نحو تحقيق الربحية في المقام الأول على قوة المحتوى الترفيهي الأساسي الذي تقدمه المجموعة.

النظرة المستقبلية

تدخل مجموعة MBC النصف الثاني من عام 2026 بنتائج تمهد الطريق لمنصة MBC شاهد لتحقيق ربحية عن العام الكامل خلال 2026، وقبل الموعد الوارد في التقديرات السابقة. وتمثل هذه المحطة تحولاً بارزاً في مسيرة تطور المنصة، وتوفر أساساً أقوى يدعم المرحلة التالية من مسيرة نموها. وخلال الفترة المقبلة، ستركز المجموعة على تسريع نمو إيرادات منصة MBC شاهد من خلال الاستثمار الاستراتيجي المنضبط في المحتوى العربي المتميز، وتطوير المنصة والأعمال التي تبنيها، وإبرام الشراكات الاستراتيجية بين الشركات، والتوسع الدولي المستهدف. وبهذا، ستحافظ المجموعة على المرونة اللازمة لإعادة الاستثمار في فرص النمو الجاذبة بدلاً من إعطاء الأولوية لتحقيق المزيد من التوسع في هوامش الربحية على المدى القصير، مع مواصلة اتباع نهج منضبط في تحقيق الدخل وتخصيص رأس المال.

أما على مستوى جميع قطاعات MBC، تواصل المجموعة تركيزها على التنفيذ المنضبط، والكفاءة التشغيلية، وخلق قيمة مستدامة عبر منصتها الإعلامية المتنوعة. ولا تزال بيئة الأعمال الإقليمية تتسم بحالة من عدم اليقين، في ظل استمرار التطورات الجيوسياسية في التأثير على الطلب الإعلاني وعلى وضوح الرؤية بشأن الحجوزات الإعلانية وعلى أولويات الإنفاق الحكومي والنشاط الاقتصادي بصورة عامة عبر الأسواق الرئيسية. وفي هذا السياق، تواصل الإدارة التركيز على الحفاظ على مرونة أعمال المجموعة من خلال الإدارة المنضبطة للتكاليف، والاستثمار الانتقائي، والتنفيذ التجاري المرن. وفي الوقت نفسه، ساهم التنوع الجغرافي لإيرادات الإعلانات في الحد من تأثير ضعف السوق بشكل عام، وهو ما تجلّى في تحقيق MBC مصر نمواً سنوياً إيجابياً في الإيرادات الإعلانية وتقوّفها من حيث الأداء على الأسواق الأخرى بالمنطقة خلال الفترة. وانطلاقاً من هذا النجاح، ستواصل المجموعة الاستفادة من استراتيجية التنوع الجغرافي عبر اغتنام فرص نمو مماثلة بشكل انتقائي في أسواق إقليمية أخرى.

كما تواصل المجموعة التزامها بتوسيع قدراتها الإنتاجية من خلال استوديوهات MBC ومجمع استوديوهات النرجس، إلى جانب مواصلة بناء الشراكات مع الجهات الحكومية والمؤسسات بشكل انتقائي، والحفاظ على نهج منضبط في الاستثمار في الحقوق الرياضية وغيرها من الفرص الاستثمارية.

وبصورة عامة، تواصل المجموعة البناء على الأسس التشغيلية التي أرسنها خلال العام الماضي، والتي تركز على تحقيق كفاءات هيكلية في التكاليف، وتحسين آليات تحقيق الدخل، وزيادة الاعتماد على البيانات والأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، إلى جانب اتباع نهج منضبط في تخصيص رأس المال. كما يجري التوسع في استثمار إمكانات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في مجالات توطين المحتوى واكتشاف الجمهور وتحسين أداء المنصة وتطوير سير العمل الداخلي، بما يعزز الإنتاجية وقابلية التوسع في الأعمال ويدعم تجربة المستخدم. وتواصل هذه المبادرات دعم المحاور الاستراتيجية الأربعة لنمو المجموعة، وهي: تطوير أعمال البث التلفزيوني بهدف

تحديث وتعزيز نموذج البث التقليدي؛ وترسيخ ريادة خدمات البث عبر الإنترنت من خلال مواصلة التوسع في منصة MBC شاهد وتعزيز تحقيق الدخل منها؛ والحفاظ على ريادة المحتوى والجمهور عبر الاستثمار المتواصل في المحتوى العربي المتميز؛ إلى جانب التوسع الاستراتيجي المقترن بالتميز التشغيلي لدعم الكفاءة وتحقيق نمو إقليمي ودولي قابل للتوسع.

وتواصل الإدارة متابعة التطورات الإقليمية المتسارعة عن كثب، وتقييم انعكاساتها المحتملة على أداء العام المالي بأكمله. وستحافظ المجموعة على نهج منضبط في إدارة التكاليف وتخصيص رأس المال، كما ستقوم بإطلاع السوق في حال أسفرت هذه التطورات عن أي تغيير جوهري في توقعاتها الحالية لعام 2026. وفي ضوء الريادة السوقية التي تتمتع بها المجموعة ونموذج أعمالها المتنوع ومنصتها الرقمية القابلة للتوسع، تظل مجموعة MBC في وضع قوي يؤهلها للتعامل مع التقلبات قصيرة الأجل، مع مواصلة تحقيق قيمة مستدامة للمساهمين على المدى الطويل.

-انتهى-

معلومات المكالمات الجماعية الخاصة بأرباح النصف الأول من عام 2026

تستضيف مجموعة MBC مكالمات جماعية وفق التفاصيل المذكورة أدناه:

تفاصيل اجتماع مناقشة أرباح مجموعة MBC	
التاريخ: الثلاثاء، 11 أغسطس 2026	المتحدثون:
التوقيت: 3:00 عصراً بتوقيت المملكة العربية السعودية	مايك سنيبيسي الرئيس التنفيذي
4:00 عصراً بتوقيت الإمارات العربية المتحدة	حسام النوري المدير المالي
1:00 ظهراً بتوقيت المملكة المتحدة	سارة شديد رئيس علاقات المستثمرين (مستشارة)
8:00 صباحاً بتوقيت نيويورك	منسق الحوار: أنكور أجاروال، محلل مالي معتمد – محلل أول للأبحاث، بنك HSBC

[اضغط هنا للتسجيل](#)

مجموعة MBC

تأسست مجموعة MBC منذ 35 عاماً، وهي تُعد اليوم إحدى الشركات الرائدة في مجال الإعلام والمحتوى الترفيهي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقد تمكنت الشركة من ترسيخ مكانتها القوية واكتساب شهرة واسعة، واليوم تفتخر بحضورها الواسع حيث تجذب أكثر من 150 مليون مشاهد كل أسبوع. كما تتمتع المجموعة بانتشار عالمي متميز يمتد من الشرق الأوسط إلى أمريكا الجنوبية من خلال MBC شاهد، وهي منصة البث عبر الإنترنت الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وبالإضافة إلى امتلاكها لمنصة MBC شاهد، تقدم المجموعة خدمة البث عبر 15 قناة تلفزيونية بنظام البث المجاني و3 محطات إذاعية. كما تواصل MBC تعزيز حضورها في المنطقة عبر قطاعات ترفيهية عديدة، مثل الألعاب والفعاليات والموسيقى. وتجمع منصات MBC العائلات عبر الأجيال من خلال محتوى غني ومتميز، مصمم خصيصاً للجمهور العربي في جميع أنحاء العالم.

لمعرفة المزيد من المعلومات، يرجى التواصل مع:

علاقات المستثمرين بمجموعة MBC

سارة شديد (مستشارة) | كلوديا مدفوني (مستشارة)

Investor.relations@mbc.net