

管理層討論及分析

業務回顧

(a) 概覽

本集團截至二〇〇四年十二月三十一日止年度之營業額約港幣3,817,000,000元(二〇〇三年：港幣3,311,000,000元)，比去年上升15%。銷售成本約為港幣1,842,000,000元(二〇〇三年：港幣1,692,000,000元)，比去年上升9%。本年度毛利約為港幣1,975,000,000元(二〇〇三年：港幣1,619,000,000元)，毛利百分比為52%(二〇〇三年：49%)。

銷售、分銷及播送成本約為港幣450,000,000元(二〇〇三年：港幣443,000,000元)，比去年上升2%。總務及行政開支約為港幣513,000,000元(二〇〇三年：港幣574,000,000元)，比去年下降11%，主要由於從清水灣舊基地遷往將軍澳電視廣播城後，租金及差餉減少所致。此項開支下降之影響已足以抵銷電視廣播城之額外折舊支出。本年度之融資成本為港幣7,000,000元(二〇〇三年：港幣17,000,000元)，比去年減少59%，此乃由於已償還香港銀行借款所致。

應佔共同控制實體之虧損由港幣47,000,000元收窄至港幣6,000,000元。然而，本集團應佔聯營公司銀河衛星廣播有限公司之虧損由港幣16,000,000元增加至本年度港幣166,000,000元，代表於二〇〇四年二月十八日正式推出收費電視業務至二〇〇四年十二月三十一日期間應佔虧損。

整體而言，股東應佔溢利為港幣719,000,000元，(二〇〇三年：港幣441,000,000元)比去年上升63%。每股盈利為港幣1.64元(二〇〇三年：港幣1.01元)。

銷售成本包括節目、影片版權及盤存成本約為港幣1,311,000,000元(二〇〇三年：港幣1,151,000,000元)。節目成本上升乃由於二〇〇四年八月轉播二〇〇四年雅典奧運之成本，以及增加劇集製作數量以供應香港及海外市場所致。

(b) 分部資料分析

免費電視廣播收益主要包括本地廣告收益，由港幣1,725,000,000元上升16%至港幣2,007,000,000元。銷售成本包括自行製作電視節目及影片版權之成本。本公司因嚴格控制銷售成本於預算範圍，因此邊際毛利較去年錄得單位數字增長。其他成本亦較二〇〇三年下降，因此本分部之經營溢利上升至港幣519,000,000元(二〇〇三年：港幣175,000,000元)。

節目發行及分銷收益由港幣653,000,000元上升至港幣679,000,000元，升幅為4%。分銷成本與業務同步增加。如業務回顧所述，電視發行及節目分銷方面之增長大部份來自新加坡及中國內地等主要市場。此分部錄得經營溢利港幣375,000,000元(二〇〇三年：港幣363,000,000元)。

海外衛星收費電視業務包括美國TVB Satellite Platform (「TVBSP」)、澳洲TVB Australia (「TVBA」)及歐洲The Chinese Channel (「TCC」)，其收益由港幣231,000,000元略降7%至港幣214,000,000元。於二〇〇三年，本集團就與一家衛星公司所訂立有關轉發器租約之逆況合約作出撥備，而二〇〇四年並無需要作出此等撥備。本集團隨後於二〇〇四年撥回就此作出之超額撥備，因此令二〇〇四年之成本大幅下降。此分部錄得經營虧損港幣7,000,000元(二〇〇三年：經營虧損港幣97,000,000元)。我們預期此業務之盈利能力應會進一步改善。

頻道業務包括聯意製作股份有限公司(「聯意」)在台灣經營之TVBS，加上TVB8及星河兩個頻道以及向銀河提供節目頻道，其收益由港幣710,000,000元顯著上升30%至港幣922,000,000元。聯意、TVB8及星河收益均告上升，乃由於廣告收益增加及用戶基礎擴大所致。此分部錄得經營溢利港幣171,000,000元(二〇〇三年：港幣83,000,000元)。

(c) 業務回顧及前景

免費電視廣播

二〇〇四年三月之廣告量大增，銷售額較二〇〇三年上升逾25%，為豐收一年揭開序幕，其後四月及五月之收益，增幅強勁，較二〇〇三年同期(受非典型肺炎打擊最嚴重之月份)增長逾50%。於七月至十月之夏季至秋季期間，收益較二〇〇三年增長逾20%。三月至十月之驕人表現推動本年度之收益增長至接近20%。

管理層討論及分析 (續)

此理想業績超越我們預期，根據於二〇〇三年底及二〇〇四年初的預訂廣告數字顯示，我們估計今年的收益約有10%增長。若干主要類別廣告商之預算大幅提升，無疑為廣告量急增之主要動力。流動電話網絡商恢復積極推廣策略，於二〇〇四年投放予本集團之廣告開銷增加超過一倍。隨著消費經濟大幅改善，銀行、金融機構及信用卡公司之廣告開銷一如預期大幅增長。在包裝消費品中，以護膚品的增幅最為顯著，以收益計此類產品現為本公司最大類別廣告商。

贊助收益之增長繼續超出二〇〇三年預期。我們認為此業務於二〇〇五年及往後數年有進一步增長潛力。英文頻道明珠台之收益增長亦達到我們所訂逾30%之進取目標。明珠台於二〇〇三年及二〇〇四年均錄得高雙位數字之收益增長，足證我們已成功恢復廣告商對英文電視頻道之興趣。

坊間對二〇〇五年之經濟增長預測較一年前對二〇〇四年之預測為低，因此我們對二〇〇五年之增長期望必定較二〇〇四年為低，尤其是二〇〇三年之表現因受非典型肺炎拖累而趨於偏低。二〇〇五年之預訂廣告量較去年同期穩健增長，預示了二〇〇五年之增長前景美好。

無綫電視翡翠台及明珠台仍為香港大多數觀眾之首選頻道。回顧期內，翡翠台之週日黃金時段平均整體收視百分比*佔免費中文頻道81%，明珠台之每週平均收視百分比則佔免費英文頻道74%。

* 黃金時段觀眾收視百分比指翡翠台晚上七時正至晚上十一時正之平均收視百分比，及明珠台晚上七時正至午夜之平均收視百分比。

翡翠台

翡翠台於二〇〇四年製作之劇集、大型綜藝表演及特備節目仍然傲視同儕。

連續劇「金枝慾孽」之情節及對白貼近現代辦公室政治，因此成為全城熱門話題及傳媒焦點。「金枝慾孽」每集平均觀眾人數達2,100,000人，大結局更成為電視業於年內之盛事，吸引接近3,000,000名觀眾收看。

翡翠台之劇集亦將創新的敘事手法及戲劇元素共冶一爐，令吸引力進一步提升。二〇〇四年度收視最高劇集「棟篤神探」將卡通化人物及喜劇元素注入警探劇集，每集吸引2,100,000名觀眾收看。「隔世追兇」描述一個穿梭父子兩代時空及恩怨關係之偵探故事，每集觀眾人數達2,000,000人。「爭分奪秒」為部份於泰國取景之臥底警察故事，每集吸引1,700,000名觀眾收看。「天涯俠醫」為描寫醫護人員在發展中國家救助病人之感人故事，部份劇情於肯亞實地拍攝，每集觀眾人數達1,800,000人。深受歡迎之處境喜劇「皆大歡喜」全年逢星期一至五每晚吸引1,900,000人收看。

至於大型綜藝表演及特備節目方面，收視最高之非劇集節目為「萬千星輝賀台慶」，有2,300,000名觀眾收看。於奧運開幕典禮前夕舉行之「2004年度香港小姐競選決賽」吸引1,900,000名觀眾。由中國國家隊奧運獎牌得主與本地藝人攜手演出之「中國人的驕傲 — 奧運金牌精英大匯演」有2,200,000名觀眾收看。

由名人演出之綜合、音樂及娛樂節目一直是翡翠台之長青節目，例如輕鬆惹笑的名人遊戲節目「繼續無敵掌門人」每集平均吸引2,100,000名觀眾收看。追憶已故巨星梅艷芳風采之「不朽的舞台傳奇 — 梅艷芳」亦吸引1,900,000名觀眾收看。

無綫電視轉播之二〇〇四年雅典奧運於舉行兩週期間錄得理想收視，其中香港代表高禮澤及李靜於乒乓球男雙決賽奪取銀牌一戰更吸引1,700,000名觀眾收看。

翡翠台亦於年內製作創新題材及形式之劇集及非劇集節目。於星期日晚上播出之青春劇集「赤沙印記@四葉草.2」成功吸納年輕觀眾。十一月底推出之「香港直播」逢星期一至五上午及下午播出，為討論城中時事及財經資訊之直播清談節目。

明珠台

大電影仍為明珠台最受歡迎的節目。免費英文頻道頭100個最受歡迎的節目中，70個均屬明珠台電影。明珠特級猛片「盜墓迷城2」及年度鉅片「侏羅紀公園3」獲得最高收視，分別吸引768,000名及679,000名觀眾。

明珠台亦全面轉播二〇〇四年雅典奧運，其中於黃金時段直播比賽平均收視百分比佔免費英文頻道75%。