

# 管理層討論及分析

## 業務回顧

### 概覽

本集團截至二零零六年十二月三十一日止年度的營業額達港幣4,201百萬元（二零零五年：港幣4,177百萬元），較二零零五年增加1%。銷售成本為港幣1,778百萬元（二零零五年：港幣1,792百萬元），較二零零五年減少1%。本年度毛利為港幣2,423百萬元（二零零五年：港幣2,385百萬元），毛利百分比為58%（二零零五年：57%）。

在銷售成本內的節目、影片版權、電影及盤存成本為港幣1,171百萬元（二零零五年：港幣1,148百萬元），較二零零五年增加2%。

銷售、分銷及播送成本為港幣451百萬元（二零零五年：港幣452百萬元），與二零零五年相若。總務及行政開支則為港幣504百萬元（二零零五年：港幣491百萬元），增幅為3%，反映員工成本略高於二零零五年。

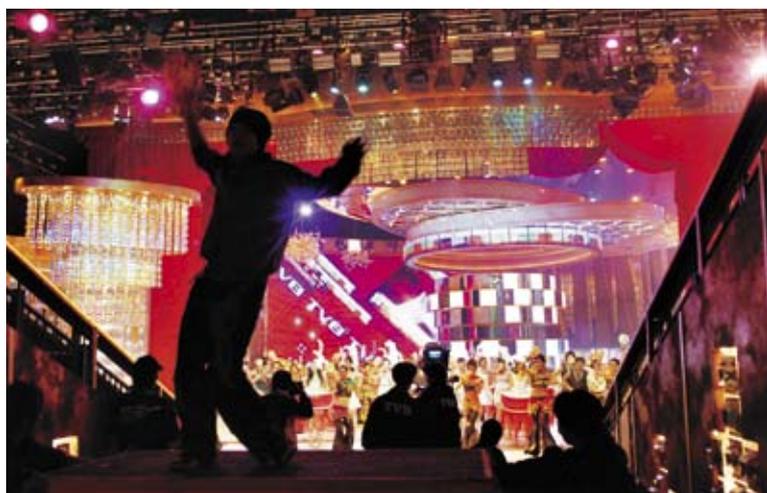
經營溢利包括利息收入港幣58百萬元（二零零五年：港幣25百萬元），及換算公司之間外幣結餘而產生的匯兌收益淨額港幣58百萬元（二零零五年：匯兌虧損淨額為港幣1百萬元）。

本集團應佔聯營公司無線收費電視控股有限公司（「無線收費電視控股」，前稱Galaxy Satellite TV Holdings Limited）的虧損由港幣187百萬元收窄至本年度的港幣163百萬元。無線收費電視控股的表現得以改善乃因其訂戶基礎擴大以致訂戶收益增加。

本集團的稅項開支為港幣247百萬元（二零零五年：港幣232百萬元），較二零零五年上升6%。

股東應佔溢利為港幣1,189百萬元（二零零五年：港幣1,180百萬元，其中包括向第三方出售無線收費電視控股51%股本權益所產生的一次性收益港幣149百萬元（「出售收益」）），較二零零五年上升1%。每股溢利為港幣2.71元（二零零五年：港幣2.69元）。

若不包括出售收益，股東應佔溢利將由港幣1,031百萬元增至港幣1,189百萬元，而每股溢利則由港幣2.35元增至港幣2.71元，較二零零五年上升15%。



### 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2,236百萬元輕微減少至港幣2,219百萬元，較二零零五年減少1%。

節目成本包括自製電視節目及所購買影片版權的攤銷成本。本集團不斷提供優質及特別製作的節目與編排，以迎合觀眾口味及市場趨勢。加上本集團採取有效的成本控制措施，使此業務分部的節目成本較二零零五年的為低。因此，此業務分部為本集團帶來港幣918百萬元經營溢利（二零零五年：港幣859百萬元），較二零零五年增加7%。

節目發行及分銷收益主要包括透過電視廣播、錄像（數碼影碟及影像光碟）及互聯網分銷本集團節目的發行收入，由港幣693百萬元增至港幣724百萬元，較二零零五年上升4%。有關增幅主要來自中國內地的發行收益有所增加。因此，節目發行及分銷為本集團帶來港幣441百萬元經營溢利（二零零五年：港幣391百萬元），較二零零五年增加13%。

# 管理層討論及分析



海外衛星收費電視業務的收益主要來自美國TVB Satellite Platform（「TVBSP」）、澳洲TVB Australia（「TVBA」）及歐洲The Chinese Channel（「TCC」），收益由港幣247百萬元減至港幣245百萬元，較二零零五年減少1%。此業務分部為本集團帶來港幣28百萬元的經營溢利（二零零五年：港幣29百萬元），較二零零五年減少3%。

頻道業務的收益主要來自台灣頻道TVBS、兩個衛星頻道TVB8和星河，以及向無綫收費電視有限公司（「無綫收費電視」）提供的八個頻道，收益由港幣998百萬元增至港幣1,024百萬元，較二零零五年上升3%。此業務分部為本集團帶來港幣187百萬元的經營溢利（二零零五年：港幣194百萬元），較二零零五年減少4%。

## 業務回顧及前景

### 免費電視廣播

#### (a) 廣告收益

二零零六年上半年，地產發展商、織體中心、化妝及護膚產品等主要類別的廣告消費較二零零五年同期為低。由於該等廣告商預期銷售放緩及經營成本上升，故大幅減少所有媒體的廣告開支。如本集團中期報告所述，本集團於二零零六年上半年在本港的廣告收益較二零零五年減少5%。

然而，於二零零六年下半年，本集團在廣告市場整體改善後收窄下調幅度，全年的廣告銷售量只溫和下調1%。

本集團於二零零六年下半年能夠達致該業績，部分原因為本地地產發展商的廣告量有所回升，另外本集團向近年銷售量錄得大幅增長的產品類別，例如名牌鐘錶、個人投資產品（如股票投資及互惠基金）加強推廣所致。此外，本集團向廣告商傾力推銷產品贊助（一般稱為產品投放廣告）亦促使本集團於二零零六年下半年的廣告銷售量錄得增長。二零零六年，本集團產品贊助的收益錄得不俗增幅。本集團相信，二零零七年及未來的產品贊助收益將持續增長。

本集團對二零零七年廣告市場前景持審慎樂觀態度。隨著失業率降至二零零二年以來的最低水平及工資逐步增加，本集團預期二零零七年本港經濟及消費意欲將開始改善，廣告消費亦將有所回升。

隨着本港將於二零零七年第四季推行數碼電視廣播，標誌着電視歷史邁向嶄新紀元。預期該項新技術能刺激廣告商投放更多電視廣告的興趣，向客戶宣傳銷售信息。

此外，二零零八年北京奧運會亦為本集團提供空前的黃金機會，以提高二零零七年及二零零八年度的廣告收入。由於香港獲北京奧林匹克運動會組織委員會指派為馬術比賽的主辦單位，本集團將製作一系列奧運相關的節目，以不同節目類型發掘奧運廣告市場的巨大盈利潛力。

(b) 翡翠台免費頻道表現

翡翠台繼續成為香港最受歡迎的電視頻道。於回顧年度內，翡翠台於平日黃金時段<sup>1</sup>的平均收視百分比<sup>2</sup>佔免費中文頻道85%（二零零五年：83%），而明珠台於每周黃金時段<sup>3</sup>的平均收視百分比則佔免費英文頻道75%（與二零零五年相同）。

翡翠台

二零零六年翡翠台的劇集及非劇集節目在創新及收視率兩方面再創佳績。

本年度最高收視的節目及特備節目為翡翠台的「萬千星輝頒獎典禮2006」，奪得36個收視點<sup>4</sup>（收視人數高達2.3百萬人）及90%收視百分比。由過往的「萬千星輝賀台慶」內分拆出來的「萬千星輝頒獎典禮2006」的成功再次證明無綫電視在舉辦活動及製作群星匯聚演出之大型綜合特備節目的實力。其次贏得近90%收視百分比的綜藝特備節目為錄得35個收視點（收視人數達2.2百萬人）的「萬千星輝賀台慶」及錄得32個收視點（收視人數達2百萬人）的「2005年度十大勁歌金曲頒獎典禮」。

非劇集節目方面，翡翠台再次創造了另一股遊戲節目及智力節目熱潮。集名人嘉賓、喜劇及遊戲節目元素共冶一爐的節目形式再次成功爆發瞬間熱潮。本年度最佳非戲劇節目為「美女廚房」，平均錄得33個收視點及佔周日晚上收視百分比88%，而最後一集更取得93%收視百分比；而新的遊戲節目「15/16」則錄得平均29個收視點及89%收視百分比。而外購形式的節目



<sup>1</sup> 翡翠台的平日黃金時段為晚上七時至十一時。

<sup>2</sup> 收視百分比(%)乃於某一特定時間，某一特定頻道收視相對基準頻道總收視的百分比。計算香港免費電視頻道收視百分比的基準為免費中文頻道收視點總計或免費英文頻道的收視點總計。

<sup>3</sup> 明珠台的每周黃金時段為晚上七時至午夜十二時。

<sup>4</sup> 收視點為觀眾人數佔總電視人口的百分比，二零零六年的電視人口為6,426,000人，因此，1個收視點即代表64,260名觀眾（電視人口的1%），收視資料來源：CSM媒介研究。

# 管理層討論及分析

「一擲千金」在周日晚上錄得平均25個收視點及87%收視百分比。節目中，參加的觀眾（包括名人嘉賓為慈善及台慶特別上陣）與一不知名銀行家進行交易，以求贏取高達港幣3百萬元的獎金。

翡翠台亦推出嶄新形式的記錄旅遊節目「向世界出發」，節目對遠方的國度進行文化探索之旅，交織着名人嘉賓主持的親身體驗，以及對生命意義的新感受。該輯節目備受好評，且錄得平均26個收視點及佔平日晚上黃金時段86%收視百分比的理想收視。另一方面，資深明星沈殿霞在「友緣相聚」節目中訪問一些闊別香港多年並移居外地的昔日影視紅星，帶領觀眾尋回不少已淡忘的記憶。

二零零六年翡翠台的劇集亦同樣是豐收的一年。該台成功吸引屏幕內外的觀眾。是年度最高收視劇集「女人唔易做」圍繞都市女性的爭議性話題為主線，播出後旋即廣受歡迎，且成為城中熱話，取得平均33個收視點，收視百分比為88%。承接著「女人唔易做」，講述大都會男性經歷的「男人之苦」同樣錄得88%收視百分比，平均取得32個收視點。為求在劇集形式及主題方面創出新方向，翡翠台炮製的「鳳凰四重奏」透過四代為題材，講述象徵中國婦女的一生、愛情及重重難關的四個循環故事，錄得平均32個收視點及90%收視百分比。另一部以女性的艱苦及執著為題材，以中國大陸貧瘠的西北高原為背景的劇集「火舞黃沙」首播當日錄得36個收視點及90%收視百分比，此乃自二零零二年以來首播劇集的最高收視率，該連續劇平均錄得32個收視點及87%收視百分比。圍繞罪案及法律案件作橋段的劇集中，「法證先鋒」成為第二最受歡迎連續劇，更獲得最高收視結局篇，收視高達41個收視點及95%收視百分比（全劇平均錄得33個收視點，收視百分比為87%）；而「潮爆大狀」平均錄得32個收視點及88%收視百分比。年內，家庭劇及喜劇繼續受觀眾熱捧，其中「天幕下的戀人」平均錄得31個收視點及88%收視百分比，開創浪漫喜劇新潮流。

無綫電視繼續製作富教育及娛樂性的劇集。「愛情全保」（平

均收視點為32點及平均收視百分比為88%）以現代場景及保險事業為背景，展開關於家庭與愛情的故事路線。連續劇「滙通天下」則以中國傳統鏢局作場景，與及晚清錢莊為背景，講述一個年輕人努力重建家族榮耀的奮鬥故事。

翡翠台的外購劇集同樣取得高收視且好評如潮。其中「女王的教室」不僅打破記錄成為香港電視史上收視最高的日劇，平均收視點為25點及平均收視百分比為86%，而且更引起公眾對教室紀律及處分等紛紛作出討論。

無綫電視更不斷提供均衡的新聞節目，覆蓋本地、中國內地、台灣及國際新聞。除了定期播出的公共事務旗艦節目「新聞透視」及「星期二／星期日檔案」外，無綫新聞在「財經透視」中製作了一系列有關H股公司的特別報導。隨著香港作為本地金融中心的重要地位不斷上升，無綫電視已開始於交易日在其位於香港聯交所的錄影室內每日現場直播五次報導。

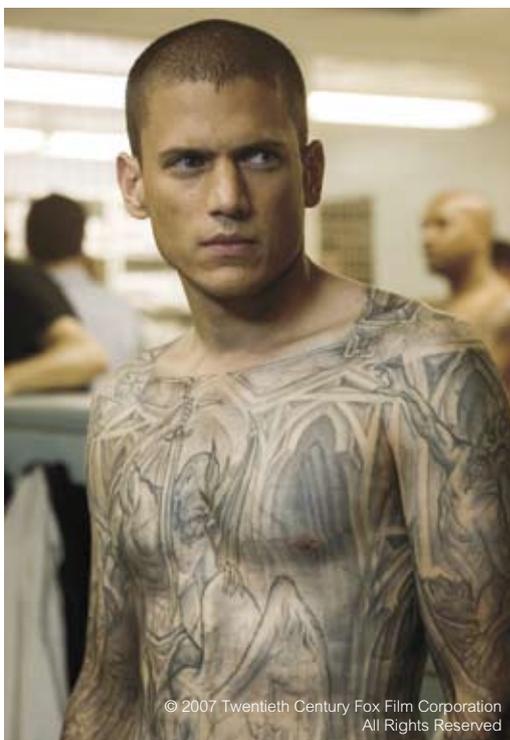
體育節目方面，翡翠台現場直播「2006世界盃」的兩場準決賽及決賽。在家裡欣賞該三場賽事的觀眾中，80%是透過翡翠台收看。



TM & © 2007 CBS Studios Inc. All Rights Reserved  
「全美超級模特兒新秀大賽」

## 明珠台

明珠台於二零零六年取得驕人成績。免費英文頻道的首100個最受歡迎的節目均屬明珠台的節目。年度鉅片「明日之後」吸引了平均819,000名觀眾（為全年最高收視節目，平均收視率接近13個收視點及90%收視百分比）。其他大電影包括「哈利波特消失的密室」、「未來戰士」三部曲、「變種特攻」及「變種特攻2」—錄得超過9個收視點及90%收視百分比。



「迷」

年內，明珠台亦進一步確立其作為播放世界各地優質電視連續劇的領導地位。年度最高收視劇集「迷」逢星期二晚在明珠台播出，成為自一九九一年推出個人收視記錄儀作收視測量以來，免費英文電視頻道錄得最高收視記錄的外購劇集，平均每集錄得近5個收視點（300,000觀眾）。該台平日（星期一至星期四）每晚均會播放連續劇集，其中有大受歡迎的「迷」、

「凹／凸容鬚」、「狙魔人」及「尋人密探組」等。明珠台亦於黃金時段播放多套亞洲區的連續劇，包括日本熱門連續劇「女系家族」、「在世界中心呼喚愛」、「人間的證明」及「颶風引擎」。

真實版節目繼續在明珠台熱播，系列節目「全美超級模特兒新秀大賽」穩佔近90%收視百分比（平均收視點為3.5），其中一集更居前100名的第33位，令其成為年度最佳非電影／劇集節目。其他廣受歡迎的真實系列節目包括「飛黃騰達」及「粉雄救兵」。

明珠台再度自行製作每周半小時的生活節目。「港生活·港享受」於二零零六年三月推出，以專訪本地及國際名人及介紹生活的奢侈品及潮流品味為主。

除了現場直播及報導國際大型體育賽事，如「世界盃」、「2006溫布頓網球賽」、「屈臣氏蒸餾水世界網球冠軍挑戰賽」與及「2006世界女排大獎賽—香港站」，明珠台亦已開始於每星期播出馬術節目，作為二零零八年奧運會的前奏。

## (c) 讚譽及獎項

在二零零六年亞洲區電視大獎中，「千秋巨獻—由世界中心開始」榮獲最佳音樂節目。與和路迪士尼國際電視亞太區共同製作的「香港迪士尼樂園開幕慶祝晚會」亦榮獲最佳娛樂（單一次／年度）特備節目獎。

在二零零七年紐約電影電視節上，「新聞透視—爭地」贏得最佳公共事務節目組別銅獎；「向世界出發：雜技·孩子·夢第十六集」榮獲文藝節目組別優異獎；「2006年度國際華裔小姐競選」贏得最佳佈景美術指導（綜藝／音樂）組別銀獎；「情人節·愛新鮮宣傳片」榮獲電視台／形象宣傳片組別優異獎；「法證先鋒宣傳片」亦獲宣傳片導演組別優異獎。

無綫電視製作的宣傳短片在其他國際藝術節上亦榮獲多個獎項。於二零零六年度電視推廣大獎（北美）中，「情人節·愛新鮮宣傳片」榮獲電視廣播消費者宣傳片組別金獎，而

## 管理層討論及分析



「2006年度國際華裔小姐競選：「絕色」宣傳片」亦榮獲短片／節目宣傳—一般組別金獎。「第十屆全運會」則榮獲體育節目宣傳片組別銀獎。

在二零零六廣播設計協會推廣大獎中，「謎情家族」榮獲品牌包裝設計金獎。「第十屆全運會」及「二零零四年度十大勁歌金曲頒獎典禮」分別獲得美術指導及設計：形象推廣計劃組別銀獎及佈景設計—單一次佈景組別銀獎。「情人節·愛新鮮宣傳片」獲娛樂節目宣傳片美術指導及設計：節目宣傳組別銅獎。「2006年度國際華裔小姐競選：「絕色」宣傳片」亦贏得品牌包裝設計銅獎。

### (d) 社區及公共服務

除為大眾提供免費電視娛樂及資訊外，無線電視透過籌款節目及活動伸延其服務至香港社區繼續作出貢獻。

年內為本地及國際慈善機構合共籌得港幣139百萬元善款，為各類值得關注事項提供援助。其中每年的籌款節目「歡樂滿東華2006」不僅為1.5百萬觀眾帶來娛樂，更為東華三院籌得港幣82百萬元善款。「明愛暖萬心」節目則吸引了1.1百萬觀眾，為明愛醫院籌得港幣6百萬元善款。「慈善星輝仁濟夜」亦贏得1.2百萬觀眾，為仁濟醫院籌得港幣24百萬元善款。每年的特別慈善活動「萬眾同心公益金」吸引了1.3百萬觀眾收看，為香港公益金籌得港幣16百萬元善款。

### (e) 數碼廣播

本集團數碼地面電視網絡基礎建設的工程已於二零零六年五月及六月分別取得城市規劃許可及批地後於慈雲山主要數碼地面電視站開展。所有主要地基工程已於二零零六年底完成，上層建築工程則於二零零七年初展開。預期慈雲山站於二零零七年第三季初開始試播，並於二零零七年第四季度投入服務，以趕及於二零零七年底最後限期前全面推出市場。

本集團已於二零零六年十二月三十日向政府遞交有關香港數碼地面電視播送標準的建議。本集團就推出數碼地面電視所需的各種相關技術標準的建議，可望於二零零七年三月開始陸續獲得政府批准。

在節目服務方面，除繼續透過模擬網絡提供翡翠台及明珠台的現有免費電視服務及透過新數碼多頻網絡以數碼格式同步播放頻道外，無綫電視將透過自有的單頻網絡提供一個以高清晰度電視格式廣播的新節目頻道。為使該頻道能如期推出服務，本集團已作好準備並逐步實施轉換及提升廠景及外景製作設施等計劃。

#### 國際業務

##### (a) 節目發行及分銷

作為中文電視節目的主要製作商及國際性的內容供應商，國際節目的發行及分銷業務（除本地的免費電視廣播業務外）繼續成為無綫電視的主要收益來源。本集團的策略重心已轉移向新媒體提供多樣化內容，並透過節目發行、頻道分銷及影碟發行增加節目供應，該策略已令整體收益錄得單位數字的穩定增長率，並成功抵銷因盜版及技術改造而對傳統影碟發行造成的負面影響。

多媒體技術的出現帶來新的商機，同時亦帶來互聯網非法下載等挑戰。於回顧年度，本集團已開始透過發行形式在中國內地及台灣的數碼有線或互聯網平台向新頻道營運商及隨選視像節目服務供應商提供節目內容，且有關業務在中國內地錄得大幅增長。來年將於其他國家拓展類似業務。



本集團將透過流動電話及便攜式媒體播放機等新技術（包括互聯網下載），繼續將內容發行及分銷業務擴展至新媒體平台。

儘管市場競爭激烈，中國內地的節目發行收益持續增長。中央電視台綜合頻道（國營的全國性廣播電視的綜合娛樂頻道）多年來首次播放自香港進口的四套無綫電視連續劇（「驚艷一槍」、「施公奇案」、「狀王宋世傑」及「美麗在望」）均錄得良好收視表現，成績令本集團感到鼓舞。

根據廣東落地權協議收取特許權使用費已取得進一步進展。儘管來自馬來西亞及新加坡廣播電視節目發行的總收益錄得單位數字的跌幅，但來自本集團主要客戶馬來西亞ASTRO All Asia Networks plc及新加坡Starhub Cable TV的收益與二零零五年相比則錄得可觀的增長。

# 管理層討論及分析

## (b) 海外衛星收費電視業務

### (i) 美國TVB Satellite Platform (「TVBSP」)

美國方面，由DirecTV平台播放五個頻道的Jadeworld套餐，用戶數目錄得單位數字的增長率。

二零零六年十一月，TVBSP推出無綫電視越南語配音節目頻道，該頻道備受歡迎。二零零七年，TVBSP計劃透過新增頻道擴展及與新互聯網電視平台合作的機會拓闊其分銷網絡。

### (ii) 澳洲TVB Australia (「TVBA」)

澳洲方面，雖然本集團12個頻道的Jadeworld收費平台的用戶數目錄得單位數字的增長率，但其用戶數目已達致預期人數。TVBA自二零零六年第四季度起已開始錄得小額經營溢利，用戶數目及廣告收益俱有增長。

為增強服務陣容，TVBA於二零零六年七月推出一個外購韓劇頻道，並適量上調用戶收費。目前TVBA正研究於二零零七年推出普通話及／或亞洲頻道，以吸引更多用戶及廣告客戶。

### (iii) 歐洲The Chinese Channel (「TCC」)

歐洲方面，本集團單一頻道平台的用戶數目較為平穩，但廣告收益錄得雙位數字的增長率，與二零零五年相比，經營溢利錄得單位數字的增長率。

TCC現時正考慮抓緊歐洲數碼市場發展的機遇，透過數碼有線及互聯網電視平台推出粵語頻道及普通話頻道。

## (c) 頻道業務

### (i) TVBS—台灣

儘管台灣經濟發展緩慢及市場競爭加劇，加上整體電視廣告消費下滑超過10%，但TVBS二零零六年的總收益仍較二零零五年略高，且仍能保持較高的收視產值。是項增長得

以實現，全賴透過高企的收視、良好的品牌形象、積極創新的市場推廣及成功掌握目標觀眾群，才得以確保較大的市場份額。



由於年內廣泛報導台北及高雄市的市長選舉及貪污事件等重大新聞，本集團的新聞頻道無綫衛星新聞台的全年平均黃金時段（晚上六時至午夜）收視點由二零零五年的0.53上升至0.63。每日總收視點亦由28.61<sup>5</sup>增至33.90（資料來源：台灣AGB Nielsen）。其他TVBS頻道的收視表現亦有所提高。

娛樂頻道TVBS-G於二零零六年的平均收視亦上升，其中以亞運會於第四季的貢獻尤為重大。該頻道計劃於二零零七年重點培育無綫電視的新一代藝人，以進一步擴大其目標觀眾群。

台灣因政治爭論造成經濟疲弱，將持續對當地的媒體市場構成負面影響。儘管如此，廣播媒體的新主管機構「國家通訊傳播委員會」現正大力推動有線電視系統的數碼化發展，估計數碼化普及將為業界帶來更多的頻道分銷機會，並容許單一頻道個別收費的運作模式。本公司將繼續加強拓展新市場及藉數碼電視發展之優勢，進一步發掘分銷和用戶的潛在機會。

<sup>5</sup> 台灣電視行業依據一套收視點保底系統運作，其中之每日累積總收視點（「總收視點」）可顯示各頻道之存貨及表現。

(ii) TVB8及星河頻道

TVB8及星河頻道的廣告及發行收入於二零零六年大幅上升，其中東南亞市場更錄得顯著增長。

星河頻道主要播放無綫電視數個季度前製作的劇集，透過ASTRO (ASTRO All Asia Networks plc) 的印尼收費電視平台推出後，為此業務帶來額外收益。於星河播放的無綫電視劇集及TVB8的周末特別節目之高收視表現有助於這兩個頻道取得更多廣告銷售額。TVB8於馬來西亞舉辦的綜藝節目「殘酷一叮」（改編自無綫電視翡翠台於二零零五年製作及播放的節目形式）及「百盛愛心呈獻：百家盛情知音樂滿城」（慈善音樂活動）深受觀眾歡迎。TVB8在馬來西亞透過觀眾與參賽者共同參與綜藝節目的本地化活動亦相當成功。該等頻道將繼續發掘有關商機。

在中國內地，TVB8積極參與由不同內地電視台發起的共同製作活動（如「乘著歌聲的翅膀遊歷中國—寧波之夜景觀晚會」），有助推廣TVB8的品牌，亦可為本集團業務提供拓展機會。

(iii) 向無綫收費電視有限公司（「無綫收費電視」）供應頻道

無綫電視於修定頻道格式後，自二零零六年第二季度起以獨家播放形式繼續向無綫收費電視供應八個頻道。

該八個頻道包括無綫新聞台、無綫經典台、無綫劇集台、無綫兒童台、無綫娛樂新聞台、無綫音樂台、無綫新聞2台及無綫生活台。

無綫劇集台經推出多個來自日本、韓國及台灣的外購熱門劇集後，已奠定其提供最受歡迎及最流行外購劇集頻道的地位。無綫生活台的旗艦節目「志雲飯局」已成功建立一



# 管理層討論及分析

群忠實擁護。其中以香港行政長官曾蔭權及傳媒大亨黎智英的專訪更成為市民的談論焦點，令該節目廣受讚賞。無綫兒童台除為年輕觀眾提供資訊、教育及娛樂節目外，亦舉辦兒童天才表演及相關活動。年內，無綫娛樂新聞台就鍾欣桐事件及本港媒體對個人（包括藝人及公眾人物）私隱問題須承擔的責任提供了平台予藝人及社會團體表達其意見。音樂頻道無綫音樂台開播「UMC音樂節」，反應熱烈，為懷有抱負的音樂人提供了展現才華的機會。無綫經典台推出一系列由著名影星如劉德華及趙雅芝主演的經典劇集，深受觀眾歡迎。無綫新聞台繼續提供24小時新聞服務，包括本港及全球各地的最新新聞以及財經、體育及天氣消息，而無綫新聞2台亦提供24小時新聞服務，全方位選播本港及國際新聞事件。

## 其他業務

### (a) 投資於無綫收費電視控股有限公司（「無綫收費電視控股」）

無綫電視持有無綫收費電視控股的49%股本權益。無綫收費電視控股在香港經營其中一個收費電視平台，透過和記環球電訊有限公司及電訊盈科有限公司的NOW TV供應的衛星電視天線共用系統及寬頻服務分銷收費頻道。如上文所述，除投資電視平台外，無綫電視亦向無綫收費電視控股以獨家播放形式提供合共八個頻道。

於二零零六年二月與NOW TV訂立分銷協議後，無綫收費電視控股的頻道於二零零六年第二季度率先進行大力推廣其於NOW TV平台推出之服務。新用戶人數大幅上升主要由於所提供的頻道能夠配合NOW TV的頻道，而該等頻道只需透過現有機頂盒稍作安裝便可收看。無綫收費電視控股正努力加強其銷售網絡，以吸納更多用戶。

縱使本集團對收費電視業務的長遠前景感到樂觀，惟市場競爭仍相當激烈。於本年度內，無綫電視應佔無綫收費電視控股的虧損為港幣163百萬元，較二零零五年應佔虧損港幣187百萬元改善13%。

### (b) 互聯網業務

本集團繼續向香港四家持有3G牌的營運商提供節目內容，令收益大幅增長。此外，向寬頻營運商銷售節目內容仍為收益的重要來源。



二零零七年，本集團將致力改善本集團入門網站（網址[www.tvb.com](http://www.tvb.com)）所載內容的質素及數量。此舉旨在提高網站瀏覽率及提高更多廣告收入。本集團於二零零六年擴展其內容分銷業務至新力掌上型遊戲機平台後，將繼續積極銷售本集團的節目內容至手提裝置上。

### (c) 雜誌出版業務

《TVB周刊》為本集團於香港宣傳本集團的電視台及藝員的雜誌。該周刊受到雜誌出版市場競爭激烈的不利影響，二零零六年可說是艱辛的一年。儘管如此，該雜誌的正面形象為本集團

建立了獨一無二的地位，贏得了電視觀眾及廣告商的支持。本集團獨特的內容及市場推廣策略減低了發行量的下調幅度。廣告收益只錄得單位數字的增長率，但出版成本增加，加上雜誌銷售量下降導致溢利減少。

編輯組將積極採取一連串積極措施以豐富內容及強化雜誌設計，同時計劃以女性及家庭讀者為主要對象，以確保相關的廣告收益。

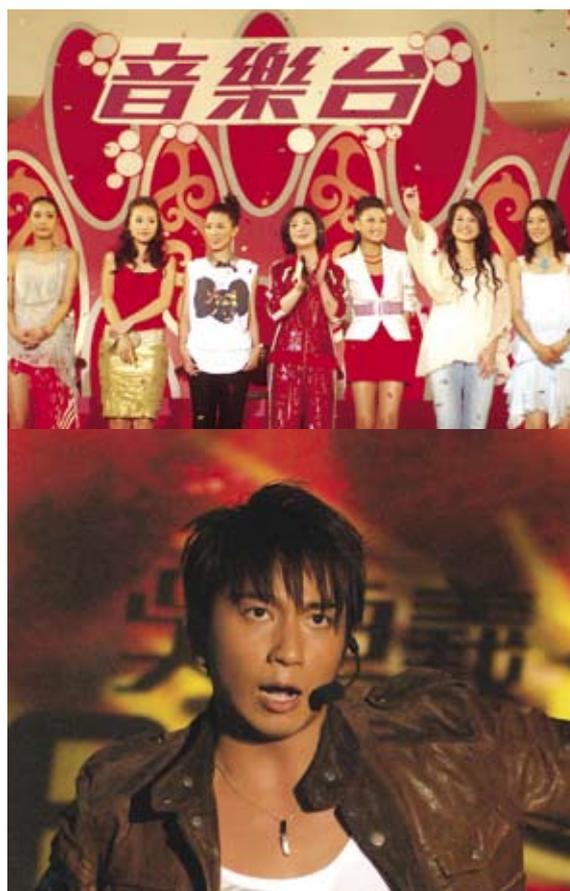
二零零七年，本集團將因應雜誌創刊十周年紀念而計劃展開一系列宣傳推廣活動，以提升發行量及廣告收益。

#### (d) 電影投資

儘管電影「如果·愛」於二零零五年在香港錄得令人滿意的票房，並於主要的大中華電影頒獎禮榮獲多個獎項，但其於法國及日本則錄得較差的票房記錄。由於該電影未獲提名任何奧斯卡獎項，歐洲及北美分銷商對該電影的市場銷售信心不足。因此，該兩個市場的分銷銷售量較預期為低。預計整體將錄得輕微虧損。

#### (e) 音樂

年內，本集團全資附屬公司正視音樂有限公司曾以共同投資或參與製作方式協辦多個本地演唱會，成績令人滿意。



# 管理層討論及分析

## 財務回顧

### 重要事件

於二零零六年八月二十四日，本集團根據「更緊密經貿關係安排II」於中國內地註冊成立一間全資附屬公司港視多媒体广告（廣州）有限公司，在中國內地從事本集團頻道的廣告銷售業務。

### 流動資金、財務資源及資本架構

資產負債表維持穩健及資本充裕。非流動資產為港幣2,259百萬元，而二零零五年十二月三十一日為港幣2,522百萬元。淨額減少主要由於物業、器材及設備帳面淨值減少港幣165百萬元及聯營公司權益減少港幣95百萬元所致。

貿易應收款及其他應收款、預付款及按金由港幣1,354百萬元增加至港幣1,372百萬元，較二零零五年底增加1%，該增幅主要由於應收客戶款項增加所致。本集團已於適當情況下就有可能出現的呆壞帳提撥特殊準備。

貿易應付款及其他應付款及應計費用由港幣643百萬元減少至港幣594百萬元，較二零零五年底減少8%，主要由於應付金融資產（無線收費電視控股的51%股本權益）的餘下未繳股本港幣57百萬元於二零零六年三月已悉數繳付所致。

由於業務營運的現金流量穩定增長，本集團得以維持穩健的財政狀況。於二零零六年十二月三十一日，本集團的銀行及現金結餘為港幣1,597百萬元，較二零零五年增加63%（二零零五年：港幣980百萬元）。現金結餘約10%存放於海外附屬公司作為其日常營運資金。本集團持有的現金及現金等價物主要為港幣、人民幣、美元及新台幣。

本集團一般以內部產生的資源作為其營運及業務發展的資金。於二零零六年十二月三十一日，本集團的流動資產淨額達港幣2,752百萬元（二零零五年：港幣2,051百萬元）。流動比率，即流動資產與流動負債的比例，由二零零五年十二月三十一日的

3.74上升至二零零六年十二月三十一日的5.07。權益總額為港幣4,868百萬元（二零零五年：港幣4,405百萬元）。

於二零零六年十二月三十一日，本公司的資本架構只包括每股面值港幣0.05元的438,000,000股普通股。本公司並無尚未償還的銀行貸款及其他借款，因此，於二零零六年十二月三十一日的資產負債比率為零（二零零五年：零）。

於二零零六年十二月三十一日，本集團的資本承擔為港幣821百萬元（二零零五年：港幣183百萬元），較二零零五年顯著增長349%，反映具有大規模發展數碼地面電視網絡及高清晰度電視製作計劃的資本開支計劃。

### 或有負債

於二零零六年十二月三十一日，本集團就一承資公司所獲的銀行信貸而向銀行提供的擔保為港幣8.7百萬元（二零零五年：港幣8.7百萬元）。

於二零零五年三月及二零零六年二月，本集團接獲香港稅務局（「稅務局」）有關一九九八／九九課稅年度及一九九九／二零零零課稅年度就本集團在海外進行的節目發行及分銷業務的溢利發出利得稅補加評稅通知書。一九九八／九九年度及一九九九／二零零零年度利得稅補加評稅總額分別為港幣98百萬元及港幣99百萬元。本集團獲稅務局批准暫緩繳付該等補加評稅款額。二零零零／二零零一課稅年度的利得稅補加評稅通知書預期將於二零零七年三月三十一日前發出。

本集團已就該等補加評稅提出反對。本集團認為反對理據充分，決意據理力爭。因此，本集團認為毋須為稅項提撥額外準備。

### 匯率波動的風險及相關對沖活動

本集團的外匯風險包括貿易及非貿易外幣換算風險。本集團的外匯貿易風險主要來自海外客戶的貿易應收款。

本集團在換算海外附屬公司帳目及盈利匯出與貸款時亦需承受外幣波動風險。於本年度，澳元及英鎊等若干外幣升值對本集團產生利好影響。為減輕外幣波動可能帶來的影響，本集團將密切監察外匯風險，並按需要考慮對重大外匯風險進行對沖。於回顧年度，本集團並無訂立任何遠期外匯合約。

### 人力資源

於二零零六年十二月三十一日，本集團共有4,557名（二零零五年：4,519名）全職僱員（不包括董事及自由工作人員，但包括合約藝員及海外附屬公司的職員）。

本集團約26%的僱員受聘於海外附屬公司，並按照當地情況及法規收取適當水平的薪金。至於本地僱員方面，合約藝員、營業及非營業僱員則按不同薪酬計劃支薪。合約藝員按逐次出鏡或包薪制支薪，營業僱員則按銷售佣金計劃支薪，而非營業僱員則按月支薪。

對於工作表現理想的本地僱員，或會獲酌情發放花紅作為獎勵。於二零零六年，合資格人員將視乎個人表現，可獲取的酌情發放花紅相當於其基本月薪的0.75倍至1.25倍不等。

本集團於年內並無採納任何僱員購股權計劃。

除資助僱員自行報讀的培訓課程外，本集團不時主辦或與各職業訓練學院合辦一些與專門技能相關的講座、課程及工作坊，例如工業安全、管理技巧及其他與工作有關的課程。

# 劇集摘要



女人唔易做<sup>1</sup>



法證先鋒<sup>2</sup>

1. 「女人唔易做」於翡翠台播出後旋即廣受歡迎，為本年度最高收視的劇集，平均錄得33個收視點及88%收視百分比。
2. 翡翠台播出的「法證先鋒」成為第二最受歡迎劇集，平均取得33個收視點及87%收視百分比。
3. 翡翠台播出的「愛情全保」平均錄得32個收視點及88%收視百分比。
4. 「火舞黃沙」首播當日錄得高達36個收視點及90%收視百分比，此乃自二零零二年以來首播劇集的最高收視率（該劇集平均錄得32個收視點及87%收視百分比）。
5. 翡翠台播出的「肥田喜事」平均錄得32個收視點及91%收視百分比。



# 非劇集摘要



1. 翡翠台以名人嘉賓、喜劇及遊戲節目元素共冶一爐而成的「美女廚房」平均錄得33個收視點及佔周日晚上88%收視百分比。
2. 新智力遊戲節目「15/16」於翡翠台平日晚上平均錄得29個收視點及89%收視百分比。
3. 翡翠台的「萬千星輝賀台慶」在二零零六年十一月十九日播出當日，平均錄得35個收視點及90%收視百分比。
4. 「萬千星輝頒獎典禮2006」在二零零六年十一月十日播出，平均錄得36個收視點及90%收視百分比。
5. 翡翠台新推出的記錄旅遊節目「向世界出發」平均取得26個收視點及86%收視百分比。
6. 「志雲飯局」乃無綫生活台的旗艦節目。

