

業務回顧

經營環境及競爭

儘管競爭加劇，集團仍穩守在收費電視與寬頻上網市場上的領導地位。

電訊盈科的now寬頻電視繼續搶攻收費電視市場，期內積極吸收新客戶，並搶購內容，以圖削弱本集團的節目平台。但集團並未囿於無止境和溢價異常的外購節目搶購戰，轉而進一步發展基礎穩固的新聞與娛樂平台，並以較多元化的發展策略鞏固體育平台的領導地位。

我們在市務和價格上採取了進取的策略，減輕了now搶攻市場的負面影響。截至年底，收費電視訂戶數目仍保持穩健增長，每戶每月平均收入亦只輕微下調。

寬頻上網服務市場繼續趨向成熟化，令我們在提升網絡上所作的投資得以盡量發揮效能，促進收入與盈利增長。同時，三合一網綁式服務計劃推動寬頻上網服務客戶數目的增長。



Scooo

有線新知台主持楊不悔(前)、吳天瑜。



收費電視

期內經營環境嚴峻，其他服務供應商為求增加訂戶數目，不斷積極降價和加強節目。儘管如此，集團的收費電視訂戶年內仍錄得百分之七的增長，在二〇〇六年年底，訂戶總數為七十八萬六千戶。

集團的平台在夏季獨家播放二〇〇六世界盃賽事，協助維持增長的勢頭，但亦同時令經營費用上升。

此分部之營業額因此微升至十八億九千五百萬港元(二〇〇五年：十八億八千四百萬港元)；但經營盈利則下降百分之二十六至二億四千八百萬港元(二〇〇五年：三億三千七百萬港元)。年內因應市況轉變而推出較低收費組合服務以及精選組合服務，令每戶每月平均收入下降百分之四至二百零三港元。

有線電視不續播英國超級聯賽的消息在第四季度傳出後，業務遇到新的考驗。我們迅速回應，馬上調整服務組合以化解消息帶來的衝擊。這些措施除維持我們訂戶增長的動力外，更鞏固我們保留原有訂戶的能力。

在吸納新客戶方面，我們將繼續推行網綁式銷售策略，進一步提升我們的競爭力。我們亦同時會增加頻道及強化內容，提升市場對有線電視服務的需求。我們計劃增加自製節目，並發展更多元化的體育平台，已從競爭對手奪得享負盛名的美國職業高爾夫球巡迴賽便是其中一個例子。

年內，我們增加了基本服務的頻道數目。新頻道種類廣闊，強化了新聞、電影、音樂以及娛樂平台的實力。集團的收費電視頻道總數已愈百數。



Doop!

業務回顧

互聯網及多媒體

市場進一步整固，寬頻上網訂戶與盈利期內均錄得穩健增長。



收入增長和謹慎的成本控制令此分部的經營盈利上升百分之六十六，創下一億二千九百萬港元(二〇〇五年：七千八百萬港元)的新高。營業額上升百分之七，至五億九千六百萬港元。網綁式銷售令每戶每月平均收入微降百分之二，至一百三十六港元(二〇〇五年：一百三十九港元)。

寬頻上網訂戶數目較去年增加百分之二，至三十二萬八千戶。客戶增長動力來自改善網絡、網綁式銷售策略以及不斷推出的增值服務。話音電話線數目則由一年前的十二萬條增加至十六萬八千條。

我們不斷增加和優化多媒體內容，令它成為推動寬頻上網訂戶增長的動力。二〇〇六年，集團奪得多項主要體育賽事的網上播映權，包括美國職業高爾夫球巡迴賽、美國網球公開賽及十五人欖

球世界盃等。同時，我們繼續向主要流動電話營辦商提供串流及環迴內容，是市場上的主要內容供應商。

香港有線電視企業

香港有線電視企業二〇〇六年的營業額較二〇〇五年有雙位數字增幅，其中主要來自自有線電視廣告銷售業務。

香港有線電視企業的廣告收入來源，包括投放於各目標頻道或特定節目的商業廣告及其他於體育、新聞、財經、娛樂平台的特約節目贊助。

有線電視獨家直播二〇〇六世界盃決賽周全部六十四場賽事，推動期內電視廣告收入達雙位數增長；同時亦帶動新聞、財經、娛樂等其他平台的廣告需求及收入。

為了進一步發展廣告代理業務，香港有線電視企業於二〇〇六年取得北京廣

告代理商 — 天意華卓然廣告有限公司的控股權，並於同年四月正式成立中外合資公司，及後定名為匯智天成廣告有限公司，獨家代理《三聯生活周刊》廣告業務。《三聯生活周刊》於國內有讀者人數統計的周刊中，排行第三。香港有線電視企業將透過匯智天成廣告有限公司以及其他合適的收購，進一步發展國內的廣告代理業務。

集團的另一項業務，香港有線新聞速遞有限公司，於二〇〇六年八月慶祝成立一周年。該公司是九廣鐵路「新聞直線」的獨家廣告總代理及內容供應商。於九鐵列車上提供優質的影音服務，深受本地廣告業界以及乘客認同。

節目

有線新聞

有線新聞在節目內容以及器材設備方面都已提升，繼續向公眾提供全港最強最全面的新聞及時事資訊。

我們其中兩條主要的新聞頻道「有線新聞一台」與「有線新聞二台」年內經已革新並冠以新的名稱，分別為「有線財經資訊台」和「有線新聞台」。為兩個頻道冠上新名，是更名副其實的反映它們不同的報導焦點以及更強的服務。是項發展已獲財經界、商界以及市民大眾的一致好評。

另外，「有線直播新聞台」亦繼續擴展服務，二〇〇六年現場直播重要新聞一千一百二十小時。加上晚間黃金時段重播，該頻道全年播放時數達五千小時。

為滿足對快捷全面的國內新聞日益殷切的需求，有線新聞加強了國內新聞的報導，已在廣州設立新的辦事處，支援新聞隊伍在南中國的採訪工作，並輔助設於北京的第一個辦事處。另亦計劃於本年第二季在上海設立第三個辦事處。

有線新聞不斷走進社群，在去年第四季開展的推廣活動，就採用「走在事實最前線」(At the Forefront of Facts) 為口號。

歌手周杰倫與有線娛樂新聞台主播區永權。



業務回顧

有線新聞在二〇〇六年獲得多個獎項，包括紐約電影電視節中的四個獎項和芝加哥國際電影電視節的一個獎項。這些獎項彰顯了有線新聞平台的成就，來年我們將會繼續努力創出更佳的成绩。

我們計劃為財經資訊台進行新一輪改革，在交易日將二十四小時播放財經節目，在週末及公眾假期則播放紀實及時事節目。更緊貼觀眾口味的全新紀實及時事節目將於二〇〇七年四月推出。

有線娛樂

有線娛樂年內為有線娛樂平台不斷製作更多更優質的節目及頻道，強而有力地增加集團的競爭力。

年初推出全日二十四小時播放荷里活猛片的荷里活電影頻道(HMC)，強化了電影平台，且深受觀眾歡迎。五月舉行的第一屆荷里活電影頻道頒獎禮反應熱烈，並得到各大電影發行商的支持。

年內我們再優化自製節目的質素，增加了它們對觀眾的吸引力。此等努力為我們的節目注入新的生命力，令它們更精彩吸引，對鞏固我們的娛樂平台發揮巨大功效，並為我們贏得了外界的讚譽。

二十四小時播放廣東話娛樂消息的「有線娛樂新聞台」不停把本地及國際演藝界的最新消息帶給本地觀眾，年內先後製作超過一百個藝人專訪，走訪世界各地國際娛樂盛事三十多個。

歌手蔡依林(中)與有線娛樂新聞台主播余思敏及李潤庭。



獨有的節目內容是集團賴以鞏固其競爭力的一貫策略，有線娛樂在二〇〇七年將採取多項措施，維持娛樂平台的優勢，包括在首季推出第二條荷里活電影頻道，以及推出一條內容迎合大眾口味，甚具競爭力的新頻道，以招納更廣闊的觀眾群。

有線體育

播放二〇〇六年世界盃賽事以及有關的節目與活動是全年的高潮，高效推動訂戶增長，亦提升了有線體育平台的聲譽。



作為該項四年一度世界足球盛事的香港官方電視台，有線電視擁有全程六十四場賽事的獨家直播權。期間有線電視動用三條頻道播放超過一千五百小時的賽事與相關節目。

在重大國際體育活動方面，我們在二月播放二〇〇六都靈冬季奧運會，成為香港首家直播冬季奧運的電視台。三月，我們播放英聯邦運動會，十二月則每天十小時全程直播二〇〇六多哈亞運會。

多年播放眾多國際體壇盛事，已奠定有線電視作為本地體育節目主導廣播機構的地位。

我們的體育平台採取均衡持久的發展策略，從商業和觀眾的整體長遠利益着眼，我們認為此方針是最恰當的導向。

在此政策下，我們不斷選購新體育節目以迎合口味多樣化的觀眾。在未來一年，集團除了獨家播放美國職業高爾夫球巡迴賽外，亦會播放多項國際體育活動，包括美國職業籃球賽、頂級的歐洲足球賽事以及游泳、田徑、單車、羽毛球和欖球等賽事。