

業務回顧

國際業務



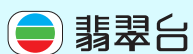
亞洲

文萊 澳門 南韓
柬埔寨 馬來西亞 台灣
中國 緬甸 泰國
印尼 新加坡 越南
老撾



北美洲和中美洲

加拿大 美國 巴拿馬



翡翠台
澳洲、歐洲、香港



翡翠台
美國



TVB - V
澳洲、美國



TVB8
澳洲、中國、香港、印尼、
澳門、馬來西亞、
新加坡、台灣、美國



星河
澳洲、中國、
印尼、澳門、
馬來西亞、新西蘭、
新加坡、泰國



歐洲

大洋洲

非洲

澳洲 新西蘭

南非

- | | | |
|-------|-------|--------|
| 奧地利 | 匈牙利 | 愛爾蘭共和國 |
| 比利時 | 意大利 | 西班牙 |
| 捷克共和國 | 哈薩克斯坦 | 瑞典 |
| 丹麥 | 盧森堡 | 瑞士 |
| 芬蘭 | 挪威 | 荷蘭 |
| 法國 | 波蘭 | 土耳其 |
| 德國 | 葡萄牙 | 英國 |
| 希臘 | | |



TVBS
台灣、美國



TVBS - 新聞台
澳洲、香港、印尼、
澳門、新加坡、台灣



TVBS - 歡樂台
台灣



TVBJ
印尼、新加坡



星和無綫電視大獎 2014



16個夏天



愛情來的時候



TVB 馬來西亞星光薈萃頒獎典禮 2014

業務回顧

國際業務

節目發行及分銷

節目發行及分銷的收益包括本港以外通過電視廣播、錄像及新媒體發行無綫電視節目的收入，由港幣1,072百萬元增加1%至港幣1,085百萬元。

馬來西亞和新加坡兩個主要傳統市場共佔總收入港幣455百萬元。我們與馬來西亞的MEASAT Broadcast Network Systems Sdn Bhd(「MEASAT」)和新加坡的StarHub Cable Vision Limited(「StarHub」)簽訂的主協議進入第二個年度，來自這兩個市場的發行收入增幅介乎3%至5%。然而，馬幣兌美元的匯率波動對收入有不利影響。

我們特許營運商的收費業務因新媒體技術在馬來西亞和新加坡的急速發展而大受影響。由於許多節目內容都可以經非法渠道免費從網上獲得，令傳統收費電視服務對年輕一代的吸引力大減。此外，OTT機頂盒日趨普遍，使用者可以未經授權觀看我們的節目，亦令我們的發行業務受到影響。除與政府當局商討遏止非法下載及OTT機頂盒的湧入外，我們亦採取

更具靈活性的營銷策略，向MEASAT和StarHub的基本服務用戶播送最新的無綫電視劇集，冀能令他們停止非法下載無綫電視節目。該策略成功留住訂戶，惟優質服務套餐和點播服務的訂戶收入難免受到影響。

同時，我們製作馬來西亞和新加坡原創節目以吸引不同類別觀眾的策略，獲得用戶和贊助商的熱烈支持，有助在該兩個市場開拓新業務機遇。年內推出的兩個重點節目包括由香港、新加坡、馬來西亞、南韓和日本各地團隊合力製作的音樂電影「愛情來的時候」，以及與MEASAT合作拍攝的「星級健康」。

我們年內亦繼續在非傳統市場擴展業務。在南韓方面，我們成功與Central Multi Broadcasting續約兩年至二零一六年。在印尼方面，於二零一三年推出數碼平台播放無綫電視頻道的PT. Link Net(以「First Media」作為營運名稱)計劃增加服務容量，播放我們的高清頻道。我們在越南方面的加碼投資亦開始取得回報：我們與當地最大有線電視網絡再續為期多年的授權合約，透過其網絡播放無綫劇集頻道，並與該網絡分享迅速增長的廣告收入。與此同時，我們於二零一三年與該營運商簽訂的欄目經營合約亦錄得不俗的收視和更多廣告收入。



業務回顧

中國業務

無線電視透過上海翡翠東方傳播有限公司(「翡翠東方」)，進一步推動本集團在中國內地的業務策略。該公司是我們與華人文化產業股權投資(上海)中心(有限合夥)和上海東方傳媒集團有限公司的合資公司。根據各合資夥伴的注資協定，於二零一四年進入第三年經營的翡翠東方的註冊資本由人民幣100百萬元增加至人民幣200百萬元。

截至二零一四年十二月三十一日止年度，來自中國內地的總收入由港幣402百萬元下滑至港幣383百萬元，反映市場環境因當局收緊對境外節目的內容監管限制，令我們更難向中國內地覆蓋全國的電視頻道發行香港節目。

相對而言，我們的新媒體發行業務取得令人鼓舞的業績。年內，我們與網絡電視、入門網站和點播服務營運商等新媒體夥伴簽訂了多份合約。翡翠東方亦與中國內地最大電訊商中國移動攜手合作，於二零一四年年中推出iTVB應用程式，為訂戶播送無線電視劇集。iTVB服務訂戶至今已超逾500,000人。

我們繼續向優酷和土豆網提供無線電視節目內容，有關發行收入冠絕所有數碼新媒體。然而，國家新聞出版廣播電影電視總局(「廣電總局」)將由二零一五年四月一日起在內地實施新規定，收緊境外節目內容管制。根據規定，所有引進的境外製作劇集必須先經廣電總局審查和正式批准後才能播放，而任何特定新媒體平台播放所引進境外節目的總時數，不得超過上一年度在該平台播放的國產節目總時數。翡翠東方會密切留意這些規定的實施情況，並相應調整我們的策略，盡量減少對本集團的負面影響。

年內，翡翠東方與東方衛視訂立合作協議，在東方衛視下午劇場播放無線電視的經典劇集。這些劇集收視理想，成功晉身該時段全國衛視節目十強位置。

翡翠東方繼續投資於中國內地自製劇集。這些劇集可在黃金時段於全國衛視頻道及數碼新媒體平台播放。年內，翡翠東方投資於兩套非戲劇節目及多個劇集。第一套為合共八集的「實習也瘋狂」，於騰訊視頻播放時錄得共九千萬觀眾收看。另一個節目「盛女*為愛作戰」是無線電視「盛女愛作戰」的內地版本，於微博播放時吸引到逾七千萬人收看，而於愛奇藝網及上海電視台播出時更成為城中熱話。

然而，劇集製作難免涉及潛在風險，部分源於廣電總局市場監管政策。自二零一二年以來，當局對廣告時間及長度作出多番限制。過去，內地劇集全年製作量約達18,000小時，當中約40%從未公開播放，反映出市場的競爭激烈和製作水平的參差不齊。為了減低相關風險，翡翠東方在投資製作節目時會非常審慎。