

# 業務回顧

## 國際業務

### 節目發行及分銷

此業務分部主要包括通過電視廣播、錄像及新媒體在本港以外分銷無綫電視節目，佔本集團年內收入的20%。分部總收入由港幣1,019百萬元下跌4%至港幣982百萬元，主要是由於中國內地及馬來西亞的電視廣播發行收入下降，部分被來自主要中國網上營運商的數碼新媒體收入增加所抵銷。

提供盜播電視節目的侵權網站及非法電視盒已對我們於馬來西亞及新加坡等傳統市場特許營運商的訂閱電視業務造成影響。此外，年輕一代從網上下載節目觀看的趨勢亦不斷上升。

免費電視營運商現將資源轉向研發新媒體平台，同時減少於傳統電視業務的投資。顯然，越來越多電訊營運商開始進行新媒體投資，以加強其在市場上的競爭力。

隨著媒體生態轉變，觀眾能通過不同平台觀看各式各樣的節目。雖然韓國及中國內地的內容似乎在我們的市場甚為普及，但投資於採納無綫電視節目形式的當地製作已見成績。於馬來西亞製作的「姊姊淘-馬來西亞篇」和「肥媽新年新煮意」，以及「我是小廚神-新加坡篇」和「星級健康-新加坡」等本地節目的海外版於有關市場均獲正面評價。該

等業務有助宣傳無綫電視品牌及提高其知名度。這對我們非常重要，尤其是我們正面對新媒體觀看格局所帶來的挑戰。

我們期待於二零一八年年中前與當地網絡營運商合作，在馬來西亞推出OTT服務。在新加坡，我們正進行類似計劃以將傳統收費電視擴展至OTT服務。我們的願景是憑藉專為新媒體平台而設的內容及迎合消費者不斷轉變的行為需要，多元化發展業務及爭取市場份額。

電視行業數碼化促使內容發行業務增長。數碼電視頻道增加正帶動對節目內容的長遠需求。這將成為我們發行庫存節目的黃金契機。

## 中國內地業務

中國內地業務包括節目製作及無綫電視製作內容的傳統發行業務。

於二零一七年，我們就製作平台專屬劇集與網上營運商發展策略合作關係。首三套劇集已完成製作並於中港兩地同步播放，成績驕人，當中包括與愛奇藝網上平台聯合製作的「踩過界」；與騰訊網上平台聯合製作的「使徒行者2」及「溏心風暴3」。我們相信，透過與中國內地的主要網上平台合作，我們可展示具香港特色的劇種，瞄準這個突出且增長迅速的分部。

根據此聯合製作安排，無綫電視作為製作單位，將負責整套劇集的製作並收取製作費。相關權利的使用會分配予相關網上合作夥伴(獲得中國權



Big Big Channel 馬來西亞宣傳活動