

# 業務回顧

## 大台網業務

大台網業務分部包括社交媒體及電商平台、活動統籌以及音樂製作、分銷及發行。這個分部用在線上及線下將無綫電視的廣泛創作能力及多年來於的地面電視頻道扎根已久的宣傳力轉化成收入。

年內，大台網業務自對外客戶取得的收入合計為港幣87百萬元(二零一七年：港幣44百萬元)。由於新社交媒體平台及電商平台所需的前期資本投資及營運開支，因而產生分部虧損港幣19百萬元(二零一七年：虧損港幣11百萬元)。

## 大台網

大台網於二零一七年七月根據本集團發展社交媒體平台以補足兩個現有平台—地面電視及OTT的策略而推出。這個新平台以無綫電視的節目相關內容著稱，已穩佔社交媒體領域的重要位置。該平

台以年青觀眾群為目標並累積收視，以及透過內容行銷及電子商貿機遇增加收入。

隨著市場對短片的需求不斷增加，我們運用觀眾與藝人／網絡紅人之間的密切關係，使用無綫電視在社交媒體平台的強大品牌效應而推出內容行銷。大台網的自家製視頻涵蓋各類型的時尚話題，例如從無綫電視的節目衍生之內容以及娛樂新聞、旅遊特輯、家居烹調、外出用膳、美容與健康、幼兒護理、音樂、生活品味及網上遊戲。

除了在我們旗下的大台網應用程式發布的自家製短片內容，我們亦將有關內容在主要國際社交媒體平台的無綫電視、See See TVB、大台網的帳戶廣泛發布，以最大程度提升收視及隨之而產生的收入機遇。截至二零一八年十二月三十一日，大台網應用程式本身連同無綫電視於Facebook、YouTube、Instagram、Twitter、騰訊微博、新浪微博及優酷的社交媒體內容足跡，在世界各地吸引了合共超



Big Big Channel大公司周年慶

過12.2百萬名(二零一七年:10.6百萬名)追隨者。

用戶基礎不斷擴大有助大台網透過利用無綫電視節目的衍生內容及互動網上遊戲為廣告客戶提供內容行銷,從而轉化成收入。此內容行銷策略可透過高效的一站式服務而充實我們向廣告客戶提供的網上解決方案。

<sup>12</sup> 數據截至二零一八年十二月三十一日,包括大台網應用程式、Facebook、Instagram、Twitter、YouTube、新浪微博等

<sup>13</sup> 數據截至二零一八年十二月三十一日

## 所有提供大台網內容的平台

追隨者總數<sup>12</sup>



二零一八年

10.6  
百萬

二零一七年

## 單計大台網平台

登記用戶人數<sup>13</sup>



二零一八年

3.0  
百萬

二零一七年



Big Big Channel Kids x Think Big 夏日大想

# 業務回顧



## BIG BIG SHOP

無綫電視於二零一八年七月慶祝大台網一周年時推出一項新的網購業務。透過與無綫電視的高效推廣能力產生協同效益，這項新電子商貿業務採用「電視展示，Big Big Shop銷售」模式，透過在無綫電視的黃金時段節目重點推介廣告客戶之贊助產品，捕捉消費者的霎時網上購買意欲。無綫電視就透過Big Big Shop售出的廣告客戶產品賺取佣金，並直接銷售與無綫電視節目及藝人相關的精選產品。我們首先將這種直接銷售形式在翡翠台黃金時段的較晚時段內由資深主持肥媽在其招牌節目「食平D」中，展示其高超廚藝而令觀眾大開眼界。詳細食譜及短視頻教室均在大台網提供串流播放，與粉絲更緊密互動交流，以喚起購買意欲及培養客戶忠誠度。從這個節目內的廚房電器推廣得到理想銷售成績，令我們對加強銷售執行能力及對內容投資回報的提升充滿信心。

在初嘗成功後，我們繼而製作更多由名人主持的節目，例如「阿爺廚房」、「香港原味道」及「今期流行」，將我們的廣告客戶贊助產品種類擴展至美食

及美容產品。我們亦在多個重要節慶期間與許多著名商戶合作，推廣時令精選優質產品。於二零一九年，Big Big Shop將繼續擴大其客戶基礎及與全新及現有業務夥伴緊密合作，進一步開拓香港市場及鄰近城市的電子商貿潛力。我們相信近期宣布與於香港擁有超過330家便利店的OK便利店有限公司（「OK便利店」）合作，將為我們的客戶提供更加優質的O2O購物體驗。

## 活動統籌

在這個O2O紀元，宣傳計劃均在線上與線下之間不斷演變。有鑒於此，我們具策略地伸延傳統電視廣告以外之服務，以包括透過運用無綫電視自身的藝人及舞台管理的資源為客戶籌辦宣傳活動，以及利用公司各平台進一步宣傳客戶活動。

於二零一八年，我們的活動統籌團隊協助於銀行、物業管理行業及零售商的多名客戶舉辦活動。連同於地面及數碼平台在活動前後作出宣傳工作，這個綜合策略展現高效率及有助客戶帶來更多業務。



## 音樂娛樂

無綫電視的音樂娛樂業務由星夢娛樂集團有限公司經營，該公司製作、灌錄及發行音樂作品、出售及分銷音像製品，以及籌辦演唱會及從事藝人管理。音樂業務佔大台網業務分部的一個重要收入來源。新媒體收入來自多個數碼音樂平台，為我們提供穩定收入。

自從周柏豪於二零一七年加盟公司以來，一直於中國內地、香港及馬來西亞進行巡迴演唱會，並於年內完成八場個人演唱會。周柏豪作為星夢娛樂的一綫歌手之一，在無綫電視劇集擔當重要角色，令其更備受愛戴。

另一位一綫歌手菊梓喬於年內主唱多首大受歡迎的無綫電視劇集的主題曲。菊梓喬為YouTube的二零一八年粵語流行曲最高點擊率女歌手之一。由於在香港取得的成功，菊梓喬在翡翠台的二零一八年勁歌金曲頒獎典禮上榮獲最受歡迎女歌手的獎項，而有關獎項更是本地音樂行業爭逐最為激烈的獎項之一。

於二零一八年十二月，作為我們加強歌手藝人陣容策略的一部分，我們宣布獲得另一知名藝人加盟。連詩雅加盟星夢娛樂，進一步加強我們的歌手陣容，並為我們帶來更多主題曲作品。

## 策略投資

### IMAGINE TIGER TELEVISION

無綫電視與美國的Imagine Entertainment組成合營公司，並持有合營公司Imagine Tiger Television LLC(「ITT」)的50%股本權益。於二零一八年，ITT的項目籌備取得重大進展，已就12個項目取得製作批准及承諾訂單。在製作批准中，兩個計劃於二零

一九年開始製作。「WuTang: An American Saga」以具有代表性的美國嘻哈樂團Wu Tang Clan為中心，該樂團於其25年職業生涯中曾推出四張金唱片及白金唱片。由WuTang成員RZA監製及由Alex Tse編劇，該劇集已獲得串流平台Hulu的10集訂單。

ITT亦與大受好評、播影長達8季的劇集

「Desperate Housewives」的創作人Marc Cherry合作，製作新劇集「Why Women Kill」，該劇集以三個居於不同年代的女性為中心，三人的共通點均為渴望報復傷害她們的愛人及丈夫。劇集已獲得串流平台CBS All Access的訂單。

ITT現時亦就一套網絡節目進行積極磋商，期望於二零一九年秋季播放。隨著於二零一九年加快製作進度，以及繼續充實發展籌備工作及與頂級人才合作，ITT深信其項目將取得成功及將繼續於二零一九年內取得製作批准。

### 邵氏兄弟控股

無綫電視與華人文化產業投資基金(「華人文化」)共同投資於香港上市公司邵氏兄弟控股有限公司，無綫電視擁有實際權益11.98%。邵氏兄弟控股主要從事電影及娛樂相關業務。

年內，邵氏兄弟控股推出與中國內地的大型網上平台聯合製作的兩套劇集，分別為與優酷土豆聯合製作的「飛虎之潛行極戰」及與愛奇藝聯合製作的「守護神之保險調查」。有關連續劇亦已在無綫電視的平台推出及獲得理想收視。農曆新年音樂喜劇電影「你咪理，我愛你！」已於二零一九年二月上映。多套電影及連續劇包括「使徒行者2」及「飛虎之雷霆極戰」均在製作階段及計劃於二零一九年上映。

### 旗艦影業

無綫電視與華人文化共同投資於旗艦影業，並擁有5.1%的實際權益。旗艦影業總部設於北京，其股東陣容包括華納兄弟與華人文化。兩套大型電影「邪不壓正」及「極悍巨鯊」均於年內上映。



2018年度勁歌金曲頒獎典禮

# 業務回顧

## 國際業務





對準掃描，收看  
TVB Anywhere

