



一月傳媒記事簿

亞視電視數碼媒體（亞視）復活網絡月底正式開台 天開電視正式登場播放節目

自 2016 年 4 月告別免費電視熒幕後，亞洲電視數碼媒體（亞視）2018 年 1 月底正式復播，透過機頂盒經互聯網串流播出節目，投資額達 4 億元。亞視自去年 12 月 18 日開始推出開台的「ATV 亞洲電視 App」，即在 Apple Store 免費下載應用程式排行榜中高踞第一位，而開台以來的瀏覽次數已達 700 萬。App 分為收費及免費，收費月費為 38 元，可以看更多節目，並會有逐次收費的點播節目，例如首輪電影租賃。啟播後的節目亦很多元化，自選區其中的重點是播放韓劇及電影，亞視已經簽約買下幾百套韓劇及電影。音樂方面，騰訊將提供音樂流行榜，每周在內地與港台以及韓國挑選 10 首歌推介，遲點可能舉辦季選或總選。而自製節目有答中有獎的《百萬富翁 2018》等。亞視在大埔舉行的「亞洲電視數碼媒體啟播典禮」，除了亞視主持及藝人，亦邀請了一千位嘉賓出席，可謂星光熠熠，非常熱鬧。



除了亞視，天開數碼媒體旗下的 OpenSky.tv（天開電視），亦在去年 12 月底推出 OpenSky.tv 應用程式，用戶可以到天開電視的平台上面收看海外節目、直播節目同自家製節目。天開數碼媒體創辦人兼行政總裁袁耀輝指，應用程式推出 100 日，已經錄得超過 66 萬次下載量，平台現時有 34 個影片供應商，提供 2,330 條影片，用戶可免費收看。他又指，公司目前已投資近 5,000 萬元，未來將會為觀眾搜羅全球更多超高清的視頻，包括飲食、藝術、建築、旅遊及文化等，實行「為觀眾搵節目，為節目搵觀眾」。天開電視第一個自家娛樂節目《大開眼界》，由資深傳媒人陳志雲擔任主持。

此外，籌建了好幾年、由上環必列啫士街街市活化而成的新聞博覽館，場館翻新工程已接近完成，預計本年第 4 季竣工，12 月初開放，屆時香港將會有一個展出本地報業、電台、電視以至網上新聞演變的場館。博覽館佔地約一萬呎，館內設有新聞體驗區，例如參觀者可以親身體驗做電視記者，試試於鏡頭面前報道新聞，又會定期舉辦新聞講座及工作坊，及提供導賞服務，到時新聞界可以多一個聚腳點，而學校等機構亦多一個通識科的參觀地點，並且免費入場。

《100毛》上市申請失效再申 IPO

《壹週刊》交易幾番波折

《黑紙》、《100毛》及毛記電視母公司「毛記葵涌」遞交主板上市申請由七月下旬至一月已有半年。按一般慣例，公司在申請入表後有半年限期，解答監管機構的問題，若在限期前未有回應，上市申請便會失效。毛記在半年限期內，未有就聯交所的意見提交滿意答覆，因此毛記的主板上市申請已經失效。據報道，港交所較關注毛記這類經營日子較短的公司業務可持續性，其中特別關注佔毛記收入來源近八成的數碼媒體服務，擔心若「網絡 23 條」通過後，毛記能否維持其現有二次創作製作內容的盈利模式。但毛記仍決心推進上市計劃，至一月底，它再次向港交所提出上市申請，並更新財務數據。據其上市文件顯示，毛記葵涌這個財政年度經營情況急速惡化，截至去年 11 月底內 8 個月，純利大幅倒退逾八成。



去年 8 月壹傳媒公布，以 3.2 億港元出售台灣與香港《壹週刊》雜誌業務予商人黃浩牽頭的財團 W Bros. Investments，對方需注資 1.8 億港元。及後交易多次延期，補充函件更要求買方將初步保證金由 4000 萬元增加至 6000 萬元。至今年 1 月初，壹傳媒公布，就出售香港及台灣《壹週刊》事宜，已經完成安全港（香港業務）交易，預期 2 月底或之前完成台灣業務的交易。但事件仍有餘波，半個月後，市場傳出由於一些匯款事宜，導致先後兩次、經不同銀行進行的匯款，都未能電匯至壹傳媒銀行賬戶。壹周刊曾因此向金管局作出查詢，惟未幾已經撤回。但卻未有公布交易的最新進展。

TVB 正式撤 42 億回購方案

myTV SUPER 開展電商業務

TVB 去年一月提出擬斥約 42 億元回購股份，觸發主席陳國強、副主席黎瑞剛等大股東股權超越 30%，向證監會收購及合併委員會申請豁免提出全購要約（清洗豁免），惟遇上多重監管爭議。至去年 12 月底，TVB 發公告，指通訊局仍在評估 2015 及 16 年的股權變動申請，但迄今未能確定完成評定時間，公司已向證監會執行人員申請不進行回購要約，並獲對方同意。TVB 指其董事局會繼續評估其他選擇，適時考慮是否重提回購，或向股東提出另類交易達致公司的商業目的。

在 TVB 持股 14.8% 的第二大股東 Silchester，如去年一樣重提 TVB 董事會考慮派發特別息每股 9.6 元之外，更首次披露曾有第三方洽購手上 TVB 持股，但是尚未有結果。但 TVB 行政總裁李寶安指若然大舉派特別息，會影響到長遠發展所需的財務資源，因此視乎情況作考慮。

TVB 自 2016 年 4 月及 2017 年 7 月先後推出 myTV SUPER 及大台網新平台後，已累計有 530 萬名用戶啟動服務，當中機頂盒用戶已逾 80 萬戶，其他為手機收看的用戶。至於面向海外的業務平台即 TVB Anywhere，則逐步在澳門及德國等歐洲市場發展，澳門市場的反應良好。TVB 手機 App 版的免費區，已經提供 5 條現有無線頻道及更多節目。基本版收費 38 元，與亞視的機頂盒同價，TVB 更有更多頻道及節目選擇。TVB 希望將 myTV SUPER 的功能進一步強化，並且供用戶下載更多時數的劇集或節目到赴海外或在外國收看，同時亦朝向電商市場發展。將 myTV SUPER 開拓為銷售渠道，參與銷售周大福珠寶及星戰系列的產品。大台網除了用於播放明星及 KOL 的片段之外，將進一步演變，幫助商戶開發促銷、訂位及完成銷售的方案，方便營商。



港視定單增擬建自動倉儲系統

去年本地廣告支出增 4%

香港電視的網購業務漸上軌道，近期更積極擴展。其一月下旬公布旗下網購平台 HKTVmall 及 HoKoBuy 的營運數據，其中去年 12 月平均每日訂單 7600 宗，較 11 月上升 2.7%。12 月平均訂單值 537 元，較 11 月增長 1.9%。2017 年全年計，有超過 47.7 萬人於 HKTVmall 購物。公司早前公布投資 1.4 億元在將軍澳的香港電視多媒體及電子商貿中心外興建自動化系統，有關系統可令集團每日處理 3.5 萬宗訂單，不但節省人力物力，亦可提高執貨的準確度，入貨、儲存及流程上更加自動化，預計新系統將於今年底投入服務。為改善現時 HKTVmall 面對的物流問題，已增加貨車數量至 160 輛，估計今年會增至 200 輛，以應付增加的訂單量。

至於免費電視牌照仍在審批中，主席王維基表示未有任何公布，沒透露會否放棄電視牌照。為物盡其用，集團會啟動「基地－電子商貿『初生·再生』計劃」，在將軍澳的香港電視多媒體及電子商貿中心設立逾 2 萬方呎的基地，為年輕人免費提供專業拍攝器材及錄影廠等資源，讓他們累積實際操作專業器材的經驗。

admanGo 月底公布去年第四季廣告支出繼續錄得增長，按年增加 5%，帶動去年整體廣告開支金額增加至 112 億元，按年升 4%。其中流動廣告支出按年大增 168%，至 33.5 億元，佔整體廣告開支 8%，視頻廣告開支佔流動廣告 40%。不少廣告商於去年大幅增加視頻廣告的支出，myTV SUPER、YouTube 及 Viu 為主要的視頻廣告平台，現時視頻廣告開支佔流動廣告 40%。雖然網上或流動廣告愈見普及，但電視及報紙廣告仍是廣告媒體主流，去年電視廣告的媒體市場佔有率為 32%，收費及免費報紙佔有率為 27%，比流動及電腦廣告佔有率 17% 為多。

梁麗娟

傳媒評論員