



八月傳媒記事簿

- 澳門風災禁止四名香港記者入境採訪
- 傳媒協會斥封鎖災情損害公眾知情權

強颱風「天鴿」正面吹襲澳門造成至少 10 死 244 傷，停水停電，垃圾多日未完成清理，幾天後熱帶氣旋「帕卡」又逼近威脅，當地災情備受關注。香港傳媒對澳門情況亦有廣泛報導，但幾名記者，包括兩名《蘋果》記者、《香港 01》攝影記者及《南華早報》攝影記者月底乘船前往澳門後，即被海關人員帶走，分別遭扣查，指「對內部保安的穩定構成威脅」，即時遣返香港。《蘋果》總編輯批評當局做法荒謬，批評澳門政府剝奪媒體正當的採訪權，損害公眾知情權，表示極度遺憾；《香港 01》對事件表示極度關注，將向澳門有關當局查詢及了解事件。《南華早報》總編輯譚衛兒也強烈抗議澳門當局扣查記者，強調記者履行採訪職責，不會造成任何威脅，會向有關部門跟進。



而澳門傳媒工作者協會理事長馬永斐表示，今次風災涉及多人傷亡，但澳門政府禁止港媒入境採訪，令人憤慨，批評做法跟內地個別官員如出一轍，為了封鎖災情禁止外媒採訪。其後，傳出有高層涉嫌向澳門傳媒施壓，要求報道要報喜不報憂，澳門傳媒工作者協會高度關注事件，隨後發聲明指至少 5 間當地媒體的編採人員收到高層指令，天鴿後續消息要多作正面報道，向社會積極散播正能量，少向政府特別是最高負責人問責。聲明指風災重創澳門不到一周，黑手再現，意圖轉移視線，淡化政府失職責任。傳協對此愚弄公眾、扭曲記者專業的行徑表示憤慨，同時質疑政府所指重建災後社會秩序是否只要傳媒封口。傳協呼籲公眾捍衛「知的權利」，與前線編採人員並肩撐起新聞自由，支持如實報道。

- 鳳凰撤免費電視牌申請申請
- 王維基傳放棄流動電視

自從行政長官會同行政會議於 2015 年 4 月 1 日決定不再向亞視續牌，吸引

永升亞洲及鳳凰香港申請免費電視牌照，連同 2014 年 4 月提出第二次申請的香港電視(港視)，一度有三個財團同時申請。但鳳凰香港的母公司鳳凰衛視月中宣布撤回申請。鳳凰衛視表示，因應免費電視服務的不利市況，以及公司投資方向改變，因此向通訊局撤回免費電視牌照申請。鳳凰香港不再申請牌照，永升(亞洲)亦因計劃注資有線寬頻而暫緩申請，目前只餘港視繼續申牌程序。問到這情況會否令港視有更大機會獲發牌，商務及經濟發展局長邱騰華指出，個別申請人的決定屬商業決定。通訊局獨立處理每個申請，香港電視的獲牌機會不受其他競爭者影響。

鳳凰香港撤回申請後，市場憧憬港視獲發牌機會大增，但港視月中公布中期業績時，卻透露要檢討電視業務策略，表示現時距離其首次申請免費電視牌照已近 8 年，香港的電視市場有重大改變，觀眾收看免費及收費電視節目的興趣及喜好，已轉移至其他內容及資訊渠道；提供媒體內容的已不局限於電視，而是來自多種數碼渠道，電視更已不再是廣告及推廣空間的單一主要媒介；加上期間有新經營者加入，港視打算於數月後為電視業務作策略檢討。港視說，若有清晰方向時會公布，強調集團現時的焦點放在網上購物業務及多媒體製作。據聞港視主席王維基對一直鍾情的電視業務熱情冷卻，目前最為看重網購業務。



此外，港視公布上半年業績，因直接商品及特許銷售收入增加，帶動營業額按年急升 2 倍，至 2.04 億元；淨虧損收窄至 9620.4 萬元，每股淨虧損 11.9 仙，不派息。上半年有近 15 萬用戶曾於平台上購物，去年第四季起開設 2 間 O2O 零售概念店，帶動期內業務增長，當中電子產品及家庭用品增長最為顯著，期內 HKTVMall 訂單數量交易總額增 270%，至 8670 萬元，今年六月平均每日訂單逾 3600 張，升幅達 176%，未來擬增加 O2O 零售店到 20 至 30 間。

- 香港電台九月終止數碼聲音廣播
- 電盈 OTT 獲新股東注資拓東南亞

行政會議今年三月決定終止本地數碼聲音廣播服務，香港電台月中宣佈於 9 月 3 日凌晨正式終止數碼聲音廣播服務。港台負責營運的數碼台頻道 31 至 35，據節目表顯示，逾半時間均是與傳統大氣電波制式的港台第三、五及普通話台聯播節目，僅有 9 個節目獨立在數碼台中播放，包括《運動人生》、《非凡同響》等。這些節目會保留 4 個。主要保留有關弱勢社



群、少數族裔及不同社區人士的節目，包括「社區參與廣播 (CIBS)」、《有聲好書》、《大自然之聲》及《光影無限 Like》，改由普通話台、第一台及第五台播放，強調沒有員工因此被裁。另外，立法會會議繼續在港台電視 32、網上平台和流動程式 RTHK Screen 轉播；「英國廣播公司國際頻道 (BBC World Service)」將於第四台轉播，「中央人民廣播電台香港之聲」將於第六台轉播。

電訊盈科旗下 OTT (over-the-top) 互聯網媒體及娛樂服務業務，八月上旬宣布引入弘毅投資、Foxconn Ventures 及淡馬錫做新股東，獲注資 1.1 億美元，相當於該 OTT 業務 18% 股本。電訊盈科近年積極拓展新媒體業務，媒體集團董事總經理李凱怡指此次引入策略性投資者是為了加快業務增長速度，未來會利用大熱的韓劇做賣點，拓展東南亞市場。電盈兩年前尋求新市場時發現亞洲欠缺一個大型視頻整合播放平台，故銳意開發東南亞市場。現時 Viu OTT 有 1200 萬用戶基礎，每戶每日平均花 1.3 至 1.8 小時觀看節目，每周約觀看 14 至 15 段影片。月費介乎 1.99 至 4.99 美元不等，視乎不同地區觀眾的承受能力。截至今年上半年，電訊盈科 OTT 業務收益按年增 24% 至 3.37 億元，扣除息、稅、折舊及攤銷前盈利虧損 1.25 億元，按年擴大 15%。電訊盈科 OTT 目前在東南亞、印度、中東及部分非洲國家合共 24 個市場提供服務。OTT 業務仍在發展，來自訂購服務及廣告分佔 OTT 收入 78% 及 22%，目前主要為業務保持增長，維持 OTT 業務於四至五年達到收支平衡的目標。

- 壹傳媒與黃浩簽約賣《壹週刊》
- 有線供股揭盅永升將持股 43%

壹傳媒八月底公佈，向本地商人黃浩以 3.2 億元出售《壹週刊》及其他雜誌之交易，買賣雙方已簽訂連帶的買賣合約，買方亦進一步交付關連定金，交易會在十月初完成。根據買賣協議，買方須支付初步 4,000 萬元保證金，包括早前 1,000 萬元的誠意金。而其中一個交易條件，是不少於半數《壹週刊》員工依然



受聘及並無提交任何辭職通知或表示辭職的意願。交易完成後，扣除開支壹傳媒預期將錄得出售收益約 5,200 萬元。另外，買賣雙方訂立有關編採自主及員工安排的協議。買方承諾自交易完成後，將保持與業務有關的編輯獨立性及維持在交易完成前水平。可是，早於簽訂合約前管理層已有大動作，工會月初發表聲明，指管理層將會向營銷部門大規模裁員，對象包括主理《壹週刊》、《飲食男女》等刊物廣告的員工。而《蘋果日報》亦落實部份工種外判，體育、馬經及財經版的美術工序，率先外判，涉及 15 名員工。

而《蘋果日報》亦落實部份工種外判，體育、馬經及財經版的美術工序，率先外判，涉及 15 名員工。

有線寬頻月底公佈供股結果，一如市場預期，永升（亞洲）將成為大股東。緊接公開發售及貸款資本化完成後，永升將持有有線 43.22% 股權。此外，佔有線 73.84% 的大股東九倉，落實將有線脫手。將手上逾 14.85 億股有線股份，以實物分派特別股息形式，向股東分派，比例為每 100 股派 48.93 股，或在九倉的認股權獲行使後，比例調整至每 100 股派 48.73 股。九倉股東據此收取相當於每股 0.17 元價值的有線股份。而有線寬頻公布中期業績，由於廣告及訂戶收入齊跌，令虧損擴大至 1.41 億元，每股虧損 7 仙；不派中期息。營業額 6.41 億元，按年跌 9.69%，電視業務收入減少 11% 至 4.71 億元，互聯網及多媒體業務收入亦減少 4% 至 1.62 億元。

電視廣播月底公佈中期業績，純利按年跌 44% 至 1.7 億元，上半年收入按年升 3% 至 20.21 億元。期內，香港電視廣播收入按年升 9%，至 13.4 億元，當中來自香港地面廣播廣告客戶的收入回穩，按年升 0.6% 至 11.3 億元。公司指，雖然廣告市場尚未復蘇，上半年香港總廣告開支估計按年下跌 4%，但因香港回歸 20 周年，獲得政府及財務公司支持，公司的廣告銷售近月回穩，可望進入復蘇階段。TVB 近年大力推動 OTT 業務包括 myTV SUPER 及「big big channel 大台網」，當中 myTV SUPER 已擁有 440 萬名用戶。照目前業務勢頭，達到收支平衡的速度加快，預期可於今年底收回全部經常性開支。然而，相關新媒體業務期內錄得分部虧損擴大，錄得 5,955.7 萬元虧損，收入則按年升 46% 至 1.22 億元。

梁麗娟

傳媒評論員

9.2017