

業務回顧

國際業務

我們的國際業務包括節目發行及分銷以及海外收費電視業務。為應對由互聯網帶來的技術顛覆，我們於年內繼續將我們的業務模式轉型。由於我們開始從舊有B2B發行模式多元化發展至B2C模式，因此我們更努力以TVB Anywhere品牌向觀眾營銷OTT服務。

節目發行及分銷

節目發行及分銷業務包括透過電視廣播及新媒體發行在香港以外分銷無綫電視的節目，佔本集團收入的19%。年內，此業務分部來自對外客戶的收入由港幣955百萬元減少9%至港幣870百萬元。減少乃主要由於來自新加坡及越南的發行收入下

降，惟部分被來自中國內地的新媒體發行收入上升所抵銷。

高速互聯網的發展能夠讓用戶以實惠價格及方便的方式觀賞內容，大大改變觀眾發掘、選取及使用媒體的方式。較年青一代尤其選擇以數碼平台方式享受娛樂，讓他們可以隨時隨地選取大量供應的全球內容。這種觀眾行為的轉變，不論從經授權或網上盜版渠道收看內容，已顛覆我們的海外收費電視合作夥伴的傳統高APRU之收費電視模式，引致高流失率及最終損害作為內容供應商的無綫電視。面對不斷演變的競爭格局，我們現正積極推展新媒體業務及以我們的優勢應對，例如我們與粉絲的緊密連繫、品牌效應及我們於自家製內容方面擁有絕對優勢。在我們的主要傳統市場中，無綫



TVB Anywhere SG 啟動禮

電視劇集一向都是最受歡迎的網上視頻之一。從接觸面有限的傳統發行逐步轉移至接觸面廣闊的OTT分銷，長遠將有助擴闊觀眾基礎和擴大潛在收益。無可避免地，這種從傳統發行轉移至以多渠道的新媒體平台的分銷提案對來自海外的發行收入帶來即時影響，但卻可以為我們的B2C平台帶來發展機遇。在新加坡，我們與StarHub Cable Vision Limited(「StarHub」)簽訂了節目供應協議，為期兩年，於二零二零年八月屆滿。在一套寬鬆的供應條款下，我們現時可自行與任何其他網絡營辦商合作，拓展訂戶及廣告的新業務。

在馬來西亞，我們於二零一八年的發行收入保持穩定，乃由於與MEASAT Broadcast Network Systems Sdn Bhd(「MEASAT」)訂立的現有節目供應協議有效至二零二零年一月。年內，馬來西亞的

收費電視營辦商繼續面對經濟下滑及來自網上平台的激烈競爭。緊隨我們在新加坡的發展步伐，我們現正自行準備從B2B發行模式逐步轉移至透過OTT的B2C分銷模式。我們的目標為透過擴大我們的分銷渠道、專為新媒體平台而設的內容及應對消費者行為不斷變化的需要，建立更具抵禦能力的業務模式。

在越南，與Saigontourist Cable Television Company Limited(「Saigontourist」)的三年節目供應協議已於二零一八年一月以較低價格續約。無綫電視將繼續與當地合作夥伴積極合作，為我們的觀眾製作首選內容，從而保持我們於傳統市場的地位。



TVB Power 星級「新」里程



男神愛下廚