

傳統電視沒落 串流影視方興未艾 迪士尼蘋果加入戰團 挑戰一哥Netflix

商戰
串流娛樂

大公報記者 李耀華

近年間美國大型機構紛紛染指串流行業，相信如無意外，目前標普五百大公司中，多家大型科企都會推出串流服務。為了取悅更多觀眾，新加入的營運商一直投入數十億美元製作數以百計的節目，目的要挑戰現時的串流播放巨頭，包括網飛（Netflix）、亞馬遜和Hulu，因而捲入了一場史無前例的串流影視大混戰。

經過多年來說服客戶取消訂閱有線電視後，大型媒體公司正在擁抱互聯網，使客戶由原來的收費有線電視，轉換為串流廣播服務。

全球最大娛樂公司迪士尼、iPhone製造商蘋果，在11月份便分別推出了Disney+和Apple TV+，至於另外兩個服務供應商，即AT&T旗下的HBO Max，和有線服務巨頭Comcast，亦將在明年中推出串流服務。

視頻網站YouTube在過去14年來，已一直推出串流電視服務，而Netflix和Hulu在經營年齡亦有12年，但在這段時期內，傳統媒體一直只注重在有線方面作出重大投資，而且更一直停滯不前。當愈來愈多人取消訂閱有線和衛星電視，和Netflix的股價愈升愈高時，傳統營運商便不能再忽視消費者這種轉變。最後，他們現時全部都擠進了以互聯網為基礎的電視服務，並已看到行業的唯一出路。

Hub Entertainment Research在10月份對擁有寬頻互聯網的客戶進行了統計，結果有六成三人表示會在網上收看喜愛的節目。消費電子公司蘋果曾透過iTunes，成為最大的電影和電視節目銷售商，但受到串流熱潮的襲擊，令蘋果這種經營模式與時代大幅脫節。

「Disney +」首天吸客一千萬

不少統計均指出，每個消費者平均願意為三至五個串流服務付費，Netflix目前擁有超過1.6億龐大訂戶基礎，但看來已不能再令訂戶大破慳囊。但Disney+看來卻是個勁敵，在北美推出時已很成功，首天曾錄得1000萬的訂戶。至於其他串流平台的前景則較難推測。

另外，還有一些營運商是透過串流服務銷售其他產品，所以其在獲取盈利方面，壓力並不大，例如亞馬遜便透過提供免費視像而吸引消費者加入其Amazon Prime，成員每年需要繳交年費，但卻提供免費送貨服務，即吸引更多人光顧亞馬遜的網上商店。蘋果則利用其串流作為媒介，吸引消費者購買其新推出的電子產品，而且日後更會把Apple TV+的服務與收費新聞和音樂服務捆綁在一起。

付費電視訂戶大舉流失

事實上，付費電視的訂戶已大舉流失，美國取消收費電視訂購的人數，幾乎每季都創新高，單是AT&T，在今年第三季便大量失客逾100萬人，而當時Disney+還未開台。相信Disney+的出現，將會令更多美國人終止訂閱付費電視。



△Disney+在北美推出時，首天曾錄得1000萬的訂戶，看來會是Netflix的一個勁敵

營運商	月費	節目	影畫質素	播放平台
NETFLIX	Netflix	\$12.99	美國近年較受歡迎的電視節目，包括紀錄片及旅遊資訊等	互聯網、手機、智能電視
hulu	Hulu	\$5.99	熱門的電視劇，和較賣座的電影	互聯網、智能電視
Disney+	Disney+	\$6.99	對象以家庭為主，包括新一輯星球大戰電視劇	安卓手機、蘋果4K TV機頂盒
Apple TV+	Apple TV+	\$4.99	原創節目較少，打頭陣是The Morning Show	蘋果4K TV機頂盒、iPhone

4K畫質 杜比音效已是基本裝備



財經觀察

大公報記者
李耀華

自從十一月初迪士尼與蘋果分別推出Disney+和Apple TV+後，串流廣播在美國進入了大混戰的時代，然而，迪士尼和蘋果畢竟是後起之秀，不論節目內容、形式、服務範圍等，暫都難與網飛（Netflix）爭輝，故相信蘋果和迪士尼在短期內，將難以對網飛構成威脅。

迪士尼和蘋果在十一月初分別推出了

最新的串流電視服務。與網飛一樣，蘋果的Apple TV+提供的節目，其解像度亦能達至4K的質素，音效方面更已提升至杜比全景聲，而且蘋果更自行製作了一些紀錄片和動畫片，令觀眾有耳目一新的感覺。

迪士尼的Disney+方面，節目庫主要來自

公司或子公司歷來製作的電影、電視等節目，解像度及音效同樣不遑多讓。

雖然迪士尼和蘋果的串流提供與網飛同樣的高品質節目，而且兩家公司的收費都明顯比網飛為低，理應會對Netflix產生極大的威脅。然而，實際卻並非如此，Netflix自己內部的資料顯示，取消訂閱的

人數並未有增加，而Netflix同時亦繼續吸收了新的客源。究其原因，Netflix累積了12年的營運後，已建立了穩固的客戶群，並已清楚掌握到串流媒體用家的喜惡。Disney+和Apple TV+暫時仍只處於初步，故未有這種優勢。

另一個更主要的原因是，美國的有線電視月費比較昂貴，Comcast的基本月費為24美元，故客戶寧可取消有線電視，以省下的24美元，然後略加金額，便可一併訂購Netflix和Disney+，或是Apple TV+，享受最新和市場上最高質素的影音服務。

澳博舉辦「藝·愛·承傳」米芝蓮星級慈善拍賣晚宴

仁愛堂「停一停 做冬灸」首推冬灸治療早鳥優惠

中國民間一般有「冷在三九，熱在三伏」的說法，當中「三九天」乃根據廿四節氣，計算出冬天最寒冷的三日。仁愛堂醫療服務科屬下的中醫中心藉着這段日子的特性，提供「冬灸治療」，為服務使用者作針對性的治療。在陽氣至衰、陰氣至盛之時，利用辛溫助陽藥物敷貼於特定穴位上，以刺激局部皮膚紅赤充血，調整人體氣血陰陽平衡，增強機體抗病能力，達到預防及減少疾病的效果，更特別適合體質虛弱：容易感冒、手足冰冷；痛症：風濕關節炎、頸肩腰腿痛；呼吸系統：鼻敏感、哮喘、慢性支氣管炎；消化系統：胃炎、胃痛、消化不良、慢性腹瀉；女性疾病：月經不調、經痛、水腫等人士進行天灸療法。

仁愛堂為香港六大慈善機構之一，自30年代開始建立中醫診所，贈醫施藥，展開救貧賑災的工作。為配合社會的發展及需要，該堂於1977年註冊為非牟利慈善團體，以「匡老扶幼、興學育才、助弱保康、關社睦鄰」為宗旨，為市民提供社會福利、教育、醫療、康體、環保及社會企業等服務。服務單位共130個，遍布港九新界。



▲仁愛堂首推早鳥優惠價

喜迎澳門回歸祖國二十周年之際，澳門博彩股份有限公司（「澳博」）日前（12月5日）假澳門新葡京酒店宴會廳舉行「藝·愛·承傳」2019澳博米芝蓮星級慈善拍賣晚宴。

慈善拍賣合共籌得善款二百八十六萬八千澳門元，悉數捐贈澳門十間慈善機構。今年亦是澳博連續第十三年舉辦此城中盛事。

澳博及澳博控股董事局成員何超鳳、梁安琪、蘇樹輝、霍震霆、何超蕸、何猷亨及吳志誠，以及港澳嘉賓包括澳門十間慈善機構的代表出席晚宴，共襄盛舉。

澳博160萬投得巨型白松露

晚宴期間共設有四組拍賣品供嘉賓競投，當中最名貴的一組為一千克意大利巨型白松露，經過一番激烈的競投，最後由澳博以一百六十萬澳門元成功投得。

其他三組分別是法國名釀組合Romanée-Conti 2009及Montrachet 2009各一支、中國旅法藝術家李放的油畫《盛會之九十九號》，以及2019「澳博德利賽車隊」車手兼本屆國際汽聯三級方程式錦標賽總冠軍舒華文的賽車手套。

澳博還安排了四組拍賣品於酒會期間進行紙上拍賣，包括400克意大利白松露、澳門藝術家孟舒的當代玻璃藝術作品《白夜》、嬌蘭「The Bee Bottle - 190周年」限量版香水，以及澳門新葡京酒店主席套房雙人住宿一晚連「天巢法國餐廳」晚宴。

逾280萬善款捐10慈善機構

慈善拍賣所得善款悉數捐贈澳門十間慈善機構，包括同善堂、鏡湖醫院慈善會、母親會、澳門特殊奧運會、仁慈堂、澳門日報讀者公益基金會（2019年公益金百萬行）、澳門明愛（2020年度澳門明愛慈善園遊會）、逸安負責任博彩輔導中心、澳門社會服務中心，以及澳門聽障人士協進會。拍賣後隨即舉行慈善支票頒贈儀式，各慈善機構均有派代表出席。

澳博董事局主席何超鳳表示：「今年是澳博連續第十三年舉辦慈善拍賣晚宴，欣逢本月慶祝澳門回歸祖國二十周年，倍添意義！澳博很高興能為澳門十間慈善機構成功籌得二百八十六萬八千澳門元，與有需要的人士分享喜悅，發揚愛關精神，傳承創辦人何鴻燊博士『取諸社會，用諸社會』的企業理念。」

晚宴菜單以「La Table des Amis de Joël Robuchon」為題材，邀請了已故傳奇名廚Joël Robuchon的入室



▲澳博成功投得慈善拍賣中最名貴的千克意大利白松露。圖為澳博及澳博控股董事局成員何超鳳（左四）、梁安琪（右四）、蘇樹輝（右三）、霍震霆（左三）、何超蕸（左二）、何猷亨（右二）、吳志誠（右一）及澳博秘書長官樂怡（左一）



▲澳博及澳博控股董事局成員將善款支票遞交澳門十間慈善機構的代表

弟子及摯友名厨Eric Bouchenoire，聯同新葡京酒店「天巢法國餐廳」米芝蓮三星廚藝團隊共同主理，突顯澳門作為「創意城市美食之都」。每一道菜都有款佳餚同時呈獻於餐桌上，讓賓客一同分享慶祝友誼，體現聯合國教科文組織人類非物質文化遺產「法國美

食傳統」的精髓。

澳博於晚宴上還為賓客精心安排了兩個精彩演出，包括澳門本地舞團丹薩·巴西（Dança Brasil）的肯肯舞表演，以及法國魔術師及默劇師Denny McKinney之「魔術師和查理·卓別林」混合表演。