

騰訊合拍4部劇 2000集經典劇授權播放

TVB兩招吸內地觀眾 股價抽高近4%



電視廣播 (00511、TVB) 近期動作多多，繼與阿里巴巴 (09988) 旗下淘寶合作直播帶貨，輪到與騰訊 (00700) 旗下騰訊視頻合作，雙方將合作拍攝定製劇，又將TVB約2000集經典劇授權在騰訊視頻播放。分析師認為，今次合作令雙方帶來協同效能，亦為TVB的老舊劇集造就新的播放渠道，不過具體成效仍有待展現。

▲鄧萃雯(左)及黎耀祥在《巾幗梟雄之懸崖》再度合作。

大公報記者 柴進

4部定製劇簡介



《巾幗梟雄》第四部之《巾幗梟雄之懸崖》

以大灣區企業家風雲為主題的《企業強人》



警匪劇集《反黑英雄》



懸疑推理偵探劇集《刑偵》



串流時代衝擊 電視業亟需求變

新聞分析

柴進

過去10年，本港電視行業出現翻天覆地的變化，隨着互聯網的洪流，每家都有電視機的年代已過去，隨之而來是每人都有一部智能電話。

電視行業面對廣告收入持續萎縮、OTT崛起、觀眾的觀看習慣改變等等，無不影響傳統電視行業的發展。縱然有慣性收視，亦難敵觀眾口味的改變。所謂不進則退，今時不同往日，只靠「食老本」來取悅觀眾，恐怕不是長遠之計。

電視廣播 (00511) 昨日公布兩項消息，其一是收市後公布業績虧損擴大至逾4億元，不過公司早前發盈警，市場早已預料業績有多差。其二是昨日早上公布與騰訊視頻旗下企鵝影視合作拍

劇，並將舊劇集在騰訊視頻上播放，股價升4%，反映市場認同。電視廣播近年積極拓展內地市場，與騰訊視頻合作亦並非首次，在2016年時已將超過2500集老劇、600集新劇引入騰訊視頻，今次深化合作，無非是要劍指內地龐大的觀眾群。

數數手指，電視廣播成立58年，論歷史，試問香港還有一哪一家電視台可以匹敵？而且電視廣播擁有的正是豐富「老本」——多部經典劇集，《啼笑因緣》、《上海灘》、《新紮師兄》、《大時代》、《尋秦記》等，可算是一代的集體回憶。

說實在，再好的經典劇集，在本地還有一絲價值，畢竟人、物、情景也是耳熟能詳，換個地方又是否能延續吸引力？

電視廣播上半年業績

分項	金額 (港元)	按年變動
總收入	15.6億	-14.3%
EBITDA	(1.86億)	虧損擴大
• TVB	(2.14億)	虧損擴大
• OTT串流	3630萬	+40.2%
• 電商	(2170萬)	虧損收窄
• 內地業務	(1250萬)	轉盈為虧
• 國際業務	2600萬	-30.7%
淨虧損	(4.07億)	虧損擴大
每股虧損	(0.93元)	虧損擴大

備註：截至2023年6月底

懸疑推理偵探劇集《刑偵》

內地收入料反彈 下半年EBITDA將扭虧

【大公報訊】即使跟淘寶合作直播帶貨，仍難以扭轉電視廣播 (00511、TVB) 蝕錢的困局。電視廣播公布，上半年EBITDA (除息、稅、折舊及攤銷前盈利) 虧損擴大至1.86億元，淨虧損擴大至4.07億元，每股虧損0.93元，不派息。電視廣播指出，在創造收入及節約成本措施下，預期今年下半年及2024年能夠全年實現EBITDA正數。

較早前，電視廣播與阿里巴巴 (09988) 旗下淘寶合作直播帶貨，其中一場專為內地「618」購物節而設的直播，銷售商品交易總

值突破1億元人民幣。

不過，電視廣播上半年來自電商收入只有2.71億元，按年下跌41%，公司歸因疫情後網購活動放緩，加上公司將重點投放於利潤率較高的產品所致。

內地業務收入3.13億 減少22%

包括廣告、數碼媒體及音樂業務的TVB分部，上半年收入為6.28億元，按年跌5%，其中，廣告收入為5.67億元。雖然收入錄得增長，但由於欠缺政府發放的一次性工資補貼，

令分部EBITDA虧損擴大至2.14億元。

內地業務方面，上半年貢獻收入減少22%至3.13億元，EBITDA更轉盈為虧，約蝕1250萬元。電視廣播認為，隨着多部合拍劇及同步劇計劃在今年下半年在內地製作或播出，包括與優酷及騰訊視頻簽署的內容供應協議，預計下半年內地業務分部收入將錄得強勁反彈。

截至今年6月底止，電視廣播僱用全職員工有3599名，較去年底減少255名，在削減內容製作預算及員工成本前提下，上半年總務開支下跌13%，內容開支亦減少11%。

積極與內地巨企合作的電視廣播，透過全資附屬公司77工作室與騰訊視頻旗下企鵝影視簽署合作框架協議，就影視劇集聯合製作及授權展開深度合作。

推廣港產電視劇文化

協議分兩部分，首先是77工作室與企鵝影視推進4部定製劇，包括經典劇集《巾幗梟雄》的第四部《巾幗梟雄之懸崖》、聚焦大灣區企業家風雲的《企業強人》、警匪劇集《反黑英雄》，以及懸疑推理偵探劇集《刑偵》。

另一部分是由TVB將提供2000集的經典庫存劇集予企鵝影視，包括武俠劇，在騰訊視頻上播放，藉而宣揚港產電視劇的文化。

凱基亞洲投資策略部主管溫傑認為，騰訊較了解內地觀眾的口味，因此電視廣播與企鵝影視合拍劇集，無疑有助產生協同效應，同時通過騰訊視頻上播放電視廣播的老舊劇集，引出新播放渠道，今次的合作是利好消息。

不過，溫傑提到，單從合拍劇的角度，作品在製作上或需要更多遷就內地觀眾的口味，在本地觀眾而言有機會缺乏吸引力。他認為，經典港產劇集對本地觀眾有一定的情懷，可是安排在內地平台播放，較難理解對新一代內地觀眾有何吸引力。

未來續開拓新渠道

電視廣播強調，隨着港產電視劇在內地的受歡迎程度顯著增加，從而帶來更積極的前景需求，TVB作為港劇橋頭堡，將發揮資源和基礎優勢，與騰訊視頻合作，進一步把具有特色的劇集透過騰訊視頻帶給內地的觀眾群，實現雙贏。

電視廣播提到，未來將繼續發掘新的渠道，將經典港產劇集傳揚到更廣闊的大中華市場。

受惠與騰訊視頻合作，收市後公布業績虧損擴大的電視廣播，股價在交易時段做好，最多升近6%至4.25元，隨後高位承接乏力，收市報4.17元，升幅收窄至4%。

財經 Cafe

泰國Big C進駐香港 6700萬元購阿布泰

【大公報訊】泰國連鎖店品牌Big C將進駐香港，Big C行政總裁Aswin Techajareonvikul向媒體透露，已收購在本港的阿布泰24家店舖，作價不多於3億泰銖 (約6708萬港元)，會重新命名為「Big C」，並於計劃未來3年內，投資1.58億元，每年開設25間店舖，預計至2026年底，店舖數目將增至99間。

交易料10月完成

據Big C母企Berli Jucker披露文件顯示，收購資產包括位於泰國的資產，包括總部、倉庫、23個分支機構、1個臨時分支機構及海外商標，交易預計今年10月完成。

擬港泰雙重上市籌78億

Aswin Techajareonvikul表示，收購阿布泰後，將計劃最快第四季尋求在香港和曼谷雙重上市，市場估計該公司將會籌集最高10億美元 (約78億港元) 資金。有傳Aswin Techajareonvikul便曾與財政司司長陳茂波及港交所行政總裁歐冠昇見



▲若果Big C香港和曼谷雙重上市，估計籌集最高資金達78.4億。

面，商討赴港上市計劃，又認為香港具良好增長潛力，而且亞洲領先的金融中心，能連接東南亞與內地市場，對Big C未來的發展有利。

目前本港上市的超市股聯華超市 (00980)、永旺 (00984) 及高鑫零售 (06808)。以昨日收市價計算，聯華超市及永旺的市值只有1.36億及2.05億元，但高鑫零售以「大潤發」、「中潤發」、「小潤發」、「M會員店」品牌經營大賣場、中型

超市、小型超市以及會員店業務為內地領先的零售商，故此其市值也高達180億元 (約23億美元) 以上。

Big C在泰經營連鎖超市

但Big C在泰國的規模也不小，按照營業點的規模分為Big C、Big C Extra、Big C Jumbo、Big C Market和Mini Big C，Mini Big C，大至超市小至便利店，出售日常的食物日用品，業務也遍及越南、老撾、柬埔寨

等東南亞地區，若最終來港上市，集資額只是10億美元左右，相信只會安排部分業務在香港上市。

另外，證券界人士表示，超市股向來有一個重大特徵就是資產負債表中的負債比率會看似很高，因為大部分是來自顧客購買禮券及禮品卡的應付賬，應付賬佔總負債的比例高，但其實反而是好事，因為這等同不用付利息的債項，對公司的發展反而更好。

Big C小資料

年份	事項
1993年至1994年	由泰國Central集團成立，並在曼谷Lak Si區開始第一家Big C超市
2010年	併購泰國國家樂福，迅速佔領泰國數一數二大超市的地位
2012年	在泰國證券交易所上市
2016年	獲泰國富豪蘇旭明家族以30億美元收購
2017年	宣布在泰國證券交易所退市

小米生產電動汽車獲批 冀明年產10萬輛

【大公報訊】小米 (01810) 造車之夢或快將實現。據外媒引述知情人士透露，本月較早時間，負責監管內地汽車行業新投資和產能的發改委，已批准小米可生產電動汽車的申請，但小米仍須獲得負責技術及安全監管的國家工信部批准，才能生產電動汽車。

另有消息指出，小米計劃在明年生產大約10萬輛電動汽車，且自上周以來，小米正加速為其電動汽車工廠招聘工人，為12月的產能爬坡做準備。

中創新航及寧德供應電池

小米似乎為造車做足準備。據內媒引述消息報道，今年小米汽車已敲定中創新航 (原名中航鋁電) 和寧德時代作為現階段的一級和二級電池供應商。消息指出，小米汽車已表示不會靠硬件，反而靠軟件賺錢，而為了保持一貫高性價比的優勢，小米汽車的零部件利潤率將保持在1%左右，未來盈利主要靠軟件服務及生態服務。

事實上，小米過去兩年投入不少財力造車，為了保證小米汽車順利上市，汽車部門今年投入的預算是往年的兩倍，高達60億元人民幣，該部門員工規模亦已達2500人。按2022年報資料，小米在該年度智能電動汽車等創新業務費用為31億元人民幣，並維持2024年上半年正式量產的目標不變。