TVB夥騰訊音樂 打造粵語音樂生態鏈

劇集與金曲IP結合平台網絡 挖掘市場新商機

拓新疆界 無綫集團（00511、TVB）近日連番與騰訊（00700）旗下子企簽定合作。繼早前與騰訊視頻合作布局「橫屏短劇」新賽道後，昨日無綫集團再宣布，與在中國擁有5.28億音樂用戶基礎的騰訊音樂（01698）簽署戰略合作，開拓大灣區一站式粵語音樂文化新生態，圍繞三大板塊打造音樂生態鏈，包括推出《大灣區勁歌金榜》；每季舉辦大型實體音樂會；每年安排《大灣區勁歌金曲頒獎典禮》。

掃碼睇片

大公報記者 李潔儀



◀TVB與騰訊音樂合作，拓大灣區粵語音樂文化新生態。左起：賴華民、蕭世和、許濤、潘才俊、曾志中、郭修非。 大公報記者林良堅攝

TVB商務營運總經理蕭世和形容，今次與騰訊音樂(TME)簽署極具戰略意義的深度合作。當前國家正大力推動共建「人民灣區」，相信大灣區的文化融合及推出大灣區勁歌金榜，正是適逢其時。他提到，大灣區不單是重要的經濟區域，亦擁有自己的文化身份，以及時代印記，粵語歌正是文化最有力量的聲音。

為優質音樂人提供廣闊平台

蕭世和表示，今次將會透過TVB的內容製作力量，以及騰訊音樂龐大的平台數據網絡，打破地域界限，為香港與大灣區的優質音樂人，提供更廣闊的平台。他續說，與騰訊音樂的合作，能夠為TVB集團開拓更多元化的商業機會，更重要的是，能夠以音樂為紐帶，讓廣東歌為大灣區人民灣區的建設，積累更穩固、更強大的文化動能。

另外，出席簽約儀式的TME內容合作部副總裁曾志中指出，TME與大灣區淵源深厚，旗下QQ音樂、酷狗音樂、串流平台JOOX等，深耕大灣區多年，亦陪伴無數樂迷。他續說，TVB擁有無數經典劇集和金曲，製造港樂的黃金時代，同時在TME平台上，港樂始終有龐大的受眾群，因此未來雙方將從版權內容合作，煥發TVB經典IP的新活力。

曾志中認為，TVB擁有深厚的製作底蘊、藝人資源與國民級IP，TME則擁有完整的音娛生態與全場景營銷能力，雙方通過共建全新粵語打歌節目、經典IP演唱會、實體周邊等，共同推廣港樂文化。

將推《大灣區勁歌金榜》

根據合作細節，雙方首個旗艦項目《大灣區勁歌金榜》，延伸內容IP的長線商業價值，包括每周公布音樂排行榜，項目將透過「收歌、評分、上榜」三大階段，打造榜單的公信力，TVB將負責統籌香港地區各大唱片公司及獨立音樂人的作品，騰訊音樂則負責澳門及大灣區其他城市的廣東歌發行收集。

TVB與騰訊音樂三大合作板塊

① 每周榜單節目
- 逢周六晚於翡翠台播出30分鐘《大灣區勁歌金榜》音樂節目

② 季度LIVE音樂會
- 每三個月舉辦一次大型實體音樂會，為IP宣傳造勢

③ 年度最高榮譽
- 舉辦《大灣區勁歌金曲頒獎典禮》，總結全年成績

此外，雙方將每3個月舉辦一次大型實體音樂會，持續為IP宣傳造勢，亦會舉辦《大灣區勁歌金曲頒獎典禮》，總結全年成績。

施羅德：AI開支減慢利好債市

【大公報訊】美國中期選舉過後，投資者對人工智能（AI）及數據中心的取態轉趨審慎，部分原因是民主黨傾向加強規管。施羅德投資環球固定收益投資主管Julien Houdain表示，這對債券投資者來說不一定是壞事，其實也有正面影響。

假如AI的發展步伐放慢，意味大型科企的資本開支和發債也相應減慢；債券供應量減少，投資者手上持有的債券會變得更有價值。另方面，政府如加強對AI的監管，也有助減少過度投資。

他續說，近期由超大規模雲端服務供應商（hyperscalers）所發行債券的表現明顯落後於整體信貸市場，主要由於這些企業大幅增加債券發行，以支持AI相關資本開支，包括數據中心及圖像處理器（GPU）方面的投資。舉例說，微軟（Microsoft）等超大規模雲端服務供應商、數據中心及半導體企業在債券發行中的佔比不斷增加。

經過近期調整後，Julien Houdain認為這類企業的估值已開始變得吸引。目前的市場定價已反映信貸評級可能被多次下調的風險，但這些企業本身的業務依然非常穩健，抗逆力亦相當強。從投資角度出發，他指5年期或以上債券的吸引力逐步增加，而10年期這類長年期債券有較佳投資價值。



▲Julien Houdain指出，超大規模雲端服務供應商發行的債券仍然吸引，但建議要留意個別企業的基本因素，擇優而投。 大公報記者黃裕慶攝

騰訊混元Hy4躋中國模型第二

【大公報訊】騰訊上周公布騰訊混元Hy4模型，大模型評測平台Artificial Analysis發布最新智能指數榜單顯示，Hy4在中國模型中位列第二，僅次於月之暗面旗下Kimi K3.1 Pro，領先於阿里巴巴旗下阿里雲的Qwen 3.8 Max、DeepSeek V4.1 Flash等模型。

Artificial Analysis指數並非單一跑分，而是一個綜合覆蓋複雜推理、代碼生成與調試、工具調用、多模態理解、長程規劃及科學問題求解等核心能力的高難度評測，對模型泛化能力與工程實用性要求較高。

Artificial Analysis提到，在成本效率上，Hy4單任務成本在同等分數區間內顯著低於Grok 4.7（xhigh）和Qwen3.8 Max，價格分別比該兩個模型便宜10倍和13倍。此外，在側重真實智能體任務中的表現的Agent Arena（Arena.ai）最新榜單上，騰訊Hy4位列總榜第13名，居全球開源模型第一。另外該模型首次引入視覺理解能力。

責任編輯：龍森娣 美術編輯：劉金明

仁懷醬香酒亮相香港美酒佳餚巡禮 醬香威士忌驚豔尊尚名酒VIP展區

近日，2026香港美酒佳餚巡禮在港盛大啓幕，由中安實業有限公司牽頭、仁懷醬酒集團攜核心產品矩陣亮相展會尊尚名酒VIP展區。其中，集團創新打造的醬香威士忌憑藉跨界風味與品質實力成為全場焦點，收穫海內外專業客商與高淨值消費者的廣泛好評，成為本次盛會中中國白酒創新出海的亮眼名片。



▶嘉賓對醬香威士忌讚不絕口。

本屆香港美酒佳餚巡禮是香港年度重磅文旅消費IP，打造吃喝玩購沉浸式消費場景，吸引海量市民與海內外遊客參與。其中尊尚名酒VIP展區為展會高端核心板塊，全球僅設24個稀缺參展席位，匯集世界各地頂級佳釀，定向服務專業藏家、酒業採購商與高淨值美酒愛好者，本次入駐該專區的中國白酒品牌僅兩家，包括貴州茅台與仁懷醬酒集團，充分彰顯了仁懷醬香酒的行業地位與品牌硬實力。

展會期間，仁懷醬酒展位人流如織，品鑒諮詢絡繹不絕。香港香江國際集團董事長楊孫西專程蒞臨展位參觀交流，深入了解仁懷醬酒出海產品體系與海外市場布局規劃，對仁懷產區的品質底蘊與產品創新方向給予充分肯定。現場，仁懷醬酒集團國家白酒評委王歡面向到場來賓，解讀仁懷核心產區優勢與企業發展概況，講解醬香白酒傳統釀造工藝與勾調技藝。

作為本次參展的重磅創新產品，醬香威士忌是仁懷醬酒集團探索白酒國際化的核心力作。產品立足仁懷醬酒核心產區優質大麴醬香基酒，創新融合國際威士忌陳釀工藝與風味表達邏輯，既傳承了醬香白酒醇厚綿柔、焦香與曲香馥鬱的經典口感，又通過陳釀工藝賦予產品橡木陳香、清新花果香等威士忌標誌性風味，入口順滑協調，味層豐富立體。相較於傳統白酒，醬香威士忌飲用場景更靈活，既可純飲品鑒，也可搭配調飲、佐餐，更適配海外消費者飲用習慣，為中國白酒走向國際市場探索了全新路徑。

憑藉差異化的產品定位與過硬的品質口感，醬香威士忌在現場掀起品鑒熱潮：大量海內外來賓駐足展位排隊體驗，不少專業酒評人與資深藏家對產品創新風味給予高度評價；多位VIP高淨值來賓品鑒後當場完成選購，展位商務諮詢與產品成交持續向好。

作為仁懷產區國有骨幹酒企，仁懷醬酒集團借力香港美酒佳餚巡禮這一國際化展示窗口，以創新產品為載體，向全球消費者傳遞中國醬香白酒的品質價值與文化內涵。據悉，為扎實推進海外市場落地，仁懷醬酒集團已正式授權香港中安實業有限公司為其產品亞太區總代理，全面負責香港及亞太區域的品牌推廣、渠道拓展與銷售服務。依託香港國際化商貿樞紐優勢與總代理本土渠道資源，仁懷醬酒集團強調，將進一步深耕亞太消費市場，持續完善海外市場網路布局。將持續深化產品創新，穩步推進海外市場拓展，不斷提升仁懷醬香的國際品牌影響力，推動中國白酒出海戰略走深走實。（特刊）

