

合併J2與財經資訊台 電商平台二合一

TVB重組業務裁300人 年省1.6億

虧損連年的電視廣播（00511、TVB），為增加營運效率並提升長遠收入潛力，提出兩項營運重組，包括合併J2台和財經體育資訊台，令其免費電視頻道由「五變四」，並整合現有電商業務平台，涉及裁員約300人，佔員工人數約8%。電視廣播預期，兩項重組計劃每年可節省最多1.6億元成本。

大公報記者 李清心

電視廣播行政主席許濤發表員工信表示，TVB近年成功在節目內容及營運上進行重大改革，在多個業務領域取得突破。其中，第三季免費電視廣告業務呈現上升趨勢，翡翠台平日黃金時段的廣告價格平均按年上升46%，來自myTV SUPER平台的數碼廣告收入亦增長16%。

許濤認為，集團在過去兩三年內透過加強內容、重組營運及發展數字平台，成功地扭轉傳統香港電視業務營運模式單一的局面。「然而，這個翻身的過程還沒能停下來。」許濤表示，必須繼續進行結構調整。

### 集中資源投資黃金時段製作

其中，J2台和財經體育資訊台合併而成的新綜合頻道「TVB+」，原有的財經相關內容將重新分配到翡翠台和「TVB+」頻道。重新分配製作資源，將會令整體節目製作時數減少，但電視廣播表明，將繼續大力投資黃金時段的製作，同時削減邊緣時段內容的製作預算，並停播未達到觀眾預期或商業影響力的節目。

電視廣播在今年3月宣布，計劃在今年底前實現的年度成本節約2.6億元，在今次頻道重組下，預計在2024年將會再節省1億元的內容成本。

「為迎接未來的發展，將無可避免影響員工結構。」許濤指出，受頻道調整影響，集團將會削減人員超過200名。同時由於電商平台「士多」的網站和手機應用程式將於12月19日停止營運，約100名現時的「士多」員工亦將離開。

### 通訊局:收到頻道調整申請

電視廣播昨日（27日）向通訊事務管理局提交申請，預計將在2024

士多

鄰住買

閃購模式和直播帶貨的發展商機。

電商平台「士多」併入「鄰住買」，全方位推動

## 士多併入鄰住買 力拓直播帶貨

**營運戰略** 作為業務重組方向之一，電視廣播（00511、TVB）決定將電商平台「士多」合併至另一電商平台「鄰住買」，集團行政主席許濤解釋說，是要全方位推動閃購模式和直播帶貨的發展商機，預計電商業務在今年12月底前完成，令年度固定成本和經營開支削減5000萬至6000萬港元。

### 整合100萬客戶

許濤表示，為實現高質量的可持續增長，集團不能依賴封閉的電商平台和價格驅動的銷售模式，因此，決定將「士多」和「鄰住買」合共100萬名註冊客戶群結合，改以採用一站式的平台銷售策略。

「士多」獎賞計劃「Zmile Club」的會員的積分，將會轉換到「鄰住買」，「鄰住買」的顧客亦可享有「Zmile Club」的特殊待遇，例如獎品兌換計劃。

許濤續說，「鄰住買」將會打造結合娛樂、資訊和銷售的跨平台、全渠道的產業系統，在強化競爭力和盈利能力下，預期這個營運戰略將在未來3年至5年，為「鄰住買」帶來顯著的獨立GMV（商品交易額）增長。

目前，「鄰住買」主要通過預售模式進行，在採購商品之前，顧客先預訂並付款。

電視廣播認為，這種模式不僅減輕庫存壓力和降低庫存持有風險，還可使「鄰住買」更快地適應市場變化

TVB業務改革的重要一步：  
電視廣播與電商業務的新藍圖

1 我們過去兩三年內透過加強內容、重組營運及發展數字平台，成功地扭轉傳統香港電視業務營運模式單一的局面。

2 為了要實現高質量的可持續增長，我們不能依賴封閉的電商平台和價格驅動的銷售模式。

3 電商平台的合併優化策略，將為公司節省5000至6000萬港幣的年度固定成本。

4 為了迎接未來發展，以上兩項重大的營運重組，將無可避免地影響到公司的人員結構。

電視廣播近年持續虧損（單位：億元）

年份	虧損（億元）
2023年（上半年）	4.08
2022年	8.07
2021年	6.47
2020年	2.81
2019年	2.95
2018年	1.99

TVB預期，重組計劃每年可節省最多1.6億元成本。

翡翠台平日黃金時段的廣告價格平均按年上升46%。

3月8日 高位13.4元

10月24日 低位2.82元

昨日收報3.47元 跌0.09元或2.5%

電視廣播(00511) 今年走勢

電視廣播頻道調整前後

調整前	調整後	內容
翡翠台	翡翠台	綜合娛樂和資訊，主要以粵語播放
無線新聞台	無線新聞台	新聞和資訊
明珠台	明珠台	綜合娛樂和資訊，主要以英語播放
J2台、無線財經體育資訊台	TVB+	綜合娛樂和資訊，並與數字平台互動連接

通訊局強調，任何持牌機構修改電視頻道播放內容，而致其偏離原先通訊局批准的建議，必須經過通訊局審批，並在取得通訊局批准後方可生效。

電視廣播頻道的調整，是為了在競爭激烈的市場中，將資源集中到最受歡迎的黃金時段，並透過整合平台，為觀眾提供更優質的內容和服務。同時，透過整合平台，將為公司節省5000至6000萬港幣的年度固定成本。

為了迎接未來發展，以上兩項重大的營運重組，將無可避免地影響到公司的人員結構。

面對OTT（網絡串流媒體服務）等新興渠道的影響，傳統電視廣告市場持續萎縮，加上投資失利，拖累電視廣播連年蝕錢。

電視廣播2018年參與星美控股的債券投資，不過，隨著星美出現財政困難，電視廣播最終需要把全數8.5億元的星美債券投資減值，拖累集團2018年全年虧蝕近2億元，為自1988年上市以來首次錄得淨虧損。

當解決了星美債，又敵不過廣告市場的萎縮，疫情來襲更是雪上加霜，

由2018年至今年上半年，電視廣播累積虧損高達超過26億元。

最近，電視廣播罕有公布季度業務狀況，包括免費電視頻道的平均收視點，還有OTT串流業務的訂戶及MAU（月度活躍用戶）等。

董事會表示，過去兩年透過加強內容、重組營運及銷售職能，以扭轉傳統電視業務的努力繼續取得成效。

電視廣播表示，今年年底前預先承諾購買2024年電視廣告套餐的客戶，已將平均價格較2023年提升約8%。

## 跟上需求變化 創新步伐需加快

**新聞分析** 電視廣播近年裁員之聲不絕於耳，昨日終於公布重組計劃，包括將免費電視頻道「五變四」，又把電商平台「二合一」。簡單來說，即是裁員節流減成本。

事實上，上月底TVB突然發聲明，表示「會按市場情況，不時檢視其節目或頻道安排」，是部署也好，測試市場反應也好，總之，空穴來風未必無因。

儘管慣性收視確為TVB帶來多年的觀眾紅利，不過，公道一點還是要說，TVB的劇集節目仍然偶有高水準之作，昔日的經典神劇比比皆是。如今，傳統電視行業的廣告收入持續下滑，整個行業遇到發展瓶頸，一台獨大的年代已遠去，死守以往的經營模式確難以生存。

**電商業務未收成 虧損路漫長**

電視廣播近年積極拓展新業務，本地電商平台、直播帶貨等成為新希望，但在狹小的香港市場，又能分到多少份額？在未收成之時，往往只落得一地雞毛，虧損路仍漫長。

業務重整和精簡人手，是企業節流的傳統方法，但市場在變化，觀眾的口味亦在轉變，老是播放當年叫好又叫座的神劇、重用搞笑節目內容，已難以取悅觀眾，最終只會「無得留低」。

想要做到盈虧「打和」，還是在行業之中更「Super」，企業的生與死，還得視乎決策層面的執行力度，時代在變，策略也須與時並進。

新聞女王

劇集節目偶有佳作，近期播放的《新聞女王》叫好叫座。

責任編輯：譚澤滔 美術編輯：莫家威