

多重熒幕一心多用

報告顯示，人們渴望每天隨時隨地觀看自己喜歡的電視節目，這種渴望促進了網絡電視的使用，拓展了人們觀看電視節目的途徑。全球25%受訪者每天使用個人電腦、手提電腦、平板電腦或手機觀看相關內容。中國內地和新加坡的比例更高，達到33%，香港為32%，「平板手機」在這些地區日益流行。

TNS開發總監Matthew Froggatt指，在當今世界，一心多用很正常，「我們看電視的環境日新月異，不再只能窩在家中沙發上看，且容易受其他數碼裝置干擾。觀眾對內容的需求日益增加，推動「多重熒幕使用」以及在線觀看電視節目大幅增長，亞洲市場的增長尤其顯著」。

港人仍愛電視送飯

在香港方面，調查指更多人選擇利用網絡而非傳統電視觀看劇集節目等。有26%的人在晚餐後會用數碼裝置收看內容，僅得14%的人看電視。不過，儘管網絡消費迅猛增長，但傳統電視在我們的生活中仍發揮着巨大作用，75%受訪者每天坐在電視前看節目。「電視送飯」亦十分普遍，76%觀眾會一邊吃晚飯一邊看電視。

經網絡觀看節目呈不斷增長之勢，很多大型全球媒體公司早已利用這種趨勢，提供點播服務，比如BBC iPlayer、Hulu或HBO GO，讓人們可以利用手機或平板電腦收看優質內容。Froggatt認為，儘管觀眾仍青睞傳統電視，這點毫無爭議，但廣告商必須持續適應人們不斷變化的收看習慣。網上裝置為存取電視及視訊內容提供了更多途徑，這意味着各品牌需要採取更多變化的綜合網上策略，方能吸引消費者。

全球研究諮詢公司TNS表示，全球四分之三的互聯網用戶仍然每天看電視，近半數電視觀眾晚上會守在多個熒幕前。調查指，我們每人大約擁有4台數碼裝置，澳洲、德國和英國的受訪者甚至擁有5台。加上我們對電視及隨時隨地觀看視訊內容的需求不斷增加，促進了多重熒幕觀看或「多重熒幕使用（Screen-stacking）」的興起。

電視無法滿足需求

全球研究諮詢公司TNS對全球逾55,000名互聯網用戶進行調查，結果發現，世界各地的成人仍喜歡看電視，但對於渴望看到更多內容的觀眾來說，其消費習慣正在迅速改變。儘管我們仍愛看電視，但僅依靠電視已無法滿足我們對內容的渴求，這種渴求推動網絡媒體發展，產生「多重熒幕使用」現象。調查指，48%受訪者在晚間觀看電視節目的同時，還在使用其他數碼裝置，比如使用社交媒體、查收電郵或網購。

打工仔每天生活，不外乎返工上網睇新聞，放工坐車煲韓劇，夜晚一家人圍坐餐桌，當然少不了電視送飯。儘管港人不再喜歡港式師奶劇，大部分人回到家中仍習慣扭開電視機，調到所謂大台，只不過可能不再是僅看一個小小的熒幕。無可否認，數碼產品的興起改變了城市人看電視的習慣，有專家指出，各品牌需要採取綜合網上策略，方能吸引更多消費者。

■香港文匯報記者 蔡明曄

手機送飯成新習慣

電視台求生 網絡策略成關鍵

■智能電話普及，很多家庭從電視送飯變為手機送飯。
路透社

視頻網站非電視台敵人



■打工仔止班常會利用手機上網看新聞。 彭博



■不少人會用手機閱讀電子書。 新華社

收入反增

在2014年媒體和娛樂產業高峰論壇會議上，美國哥倫比亞廣播公司（CBS）首席研究官David F. Poltrack表示，CBS的真正敵人並非在線視頻網站；觀眾從電視機轉移到視頻網站，對CBS來說實際上是好事。他指當觀眾在互聯網上而非在電視上觀看CBS的節目，該公司因此獲得的廣告收入增加了10%至20%。「觀眾觀看在線視頻時，無法對其中廣告進行快速操作，相比在錄像機上觀看視頻更容易記住廣告中的品牌。」Poltrack認為，未來CBS的真正敵人是那些專門製造在線視頻的網絡創業公司，雖然這些公司暫時未能生產出足夠的「高品質」視頻以吸引廣告客戶，但假以時日，將能分流更多觀眾。

制新標準揣摩觀眾喜好

分析數據

以前收視調查是檢視電視節目是否受歡迎的標準，不過在Facebook和Twitter等多個新社交媒體的影響下，以收視率評估節目是否成功已經不合時宜，因為大家睇電視的習慣已經改變。湖南衛視頻道研發中心副主任羅紅輝早前就此發表文章，指應制訂新標準評估節目，以便準確得出觀眾喜好。



■很多人下班時會用手機追看劇集。 彭博

善用社交媒體評分

羅紅輝指，尼爾森在2012年年底收購了Social Guide，並宣布和Twitter合作，以開展更全面的收視率調查。社交媒體已經成為衡量節目是否受歡迎的新標準。央視索福瑞收視以及微博、論壇、搜索引擎等相關網絡數據顯示，收視率和網絡輿論討論成正比；更有觀眾是邊看電視邊更新微博，有些則是看到微博討論後去開電視。

此外，羅紅輝認為網絡用戶收視行為等數據，應該成為電視台及製作公司制訂節目內容的新標準。因為所有數據背後均隱藏用戶的行為模式和需求。各種看似不經意或偶然的用戶行為在整理後，均能成為節目數據模型中的一部分。

觀眾自己撰寫劇本

美國亞馬遜已開始利用數據提升對客戶的服務水平。亞馬遜工作室（Amazon Studios）去年5月宣布，公司將製作原創喜劇電視和兒童節目，且任何人都可以在亞馬遜工作室的網站上傳劇本和給予意見。通過對照意見和閱讀劇本，工作團隊最終在2,700份申請中，篩選出25份入圍劇本，工作室並在去年12月開始為6份喜劇劇本製作試片。

殘酷測試挑選節目

網上亦有報道流傳，CBS電視城有一個工作室專門研究電視觀眾的行為。在那裡測試員的頭部會連接着許多電極帶，然後不斷看電視、廣告、試片，以及許多熱門電視劇裡面被剪掉的劇情，以挑選最有潛力的節目，幫助改善劇情和塑造角色。

日韓電視節目模式大熱

屢掀熱潮

由於全球經濟疲軟、廣告業不景氣，以及受到在線視頻消費衝擊，國際電視節目模式貿易在2013年未能保持增長。針對電視模式業最發達地區歐洲的調查顯示，2013年84個歐洲主要電視頻道的前100位模式節目創造了29.3億美元產值，較2012年下降3.3%。然而與全球模式業總體疲軟的走勢相反，中國的電視模式業仍在高速增長。



■日韓電視節目模式近年大熱。 蔡明曄 攝

內地嘗試原創模式

隨着《中國好聲音》、《我是歌手》等引進海外模式節目的成功，內地各大電視台和製作公司愈來愈認識到節目模式的重要。不少電視機構開始「借船出海」，運用各種方式嘗試輸出自己的原創模式，向國際推廣，例如《我為購物狂》、《我不是明星》和《全能星戰》等。

不過講到成功，在亞洲日韓的電視模式產業就相對成熟，更引起不少話題。日本自1990年代起，便開始進入國際模式業，創造了大量原創的電視節目模式，日本目前平均每年向海外輸出10多項成功的節目模式。

在韓國節目方面，近兩年在中國內地市場主動引入節目模式的需求刺激下，開始迅速發展，僅2013年以來，內地便引進了其10多項模式，包括《我是歌手》、《爸爸去哪兒》等在內地掀起熱潮的節目，《Running Man》等模式甚至引發了中國電視台的搶購風波。《花樣爺爺》、《我們結婚了》等節目更成功衝出國際，交給歐美主流模式公司代理發行。

代表地方文化實力

事實上，新興的電視節目模式業講求原創，亦代表着該地方的「文化實力」，並得到當地政府支持。按以上來看，只有高質量和原創的電視，才可以在版權許可和廣告收入中賺錢。香港電視產業在行內雖屬一獨大，但單是在創意方面，對比國際還有不小進步空間。所謂「不進則退」，如果只安於現狀，不久將來就會被仍然落後的對手追上。

美聯觀點

局勢亂 資金走向安全資產



一首馬航客機遭一枚地對空導彈擊落，同時以色列開始對哈馬斯展開地面攻勢。地緣政治緊張局勢升級導致投資者湧向安全資產。日本日經225指數下跌1.2%，香港恒生指數下跌0.5%，富時亞太指數下跌0.5%，上證綜指上漲0.4%，房地產類股上漲。馬來西亞航空表示，MH17航班在飛經烏克蘭東部親俄分裂分子與烏克蘭軍隊交戰地區時失去聯繫。美國認為，飛機是被一枚從地面發射的導彈擊中，機上298人全部遇難。市場人氣受到打擊，人們普遍達成的共識似乎是，飛機是由軍事行動擊落的，分裂分子和烏克蘭政府互相指責對方是肇事者。

挑戰在空難之後幾小時已初見端倪，電視畫面顯示有人在仔細梳理飛機殘骸，路透社周五上午報稱，親俄分裂分子已取走了飛機兩個黑盒（飛行記錄儀）。他們表示打算把黑盒送往莫斯科，不是烏克蘭首都基輔，這公然違反了空難國際調查規則。國際規則要求，應由空難發生所在地國家主導調查，由飛機生產國（此次為美國）的空難調查人員輔助。

馬航股價插水 金價上漲

在吉隆坡上市的馬航股價下跌近16%，這是繼MH370航班於今年3月失去聯絡後該航空公司今年第二起重災難事件。事件令人質疑，馬來西亞政府將如何重組這步履維艱的航空公司，該公司市值今年已累計下跌

35%。衡量波動性的Vix指數上漲32%，為自2013年4月以來最高，安全資產價格飆升，金價上漲20美元，漲幅為1.5%，後在亞洲交易時段回落4美元，至每盎司1,314美元。被視為安全貨幣的日元兌美元匯率即時上漲0.5%，至101.2日元，其後下跌18基點，至101.33日元。日本10年期債券收益率曾一度跌至0.52%，至15個月低點，後反彈至0.53%。隨着投資者尋求安全資產，澳元兌美元匯率上漲0.1%，至0.9361美元，這支持了一些觀點：澳元應被視為一項安全資產。上海證券交易所房地產指數上漲1.4%，這表明今年6月房地產價格漲幅同比放緩的數據沒有讓投資者感到意外。

馬航MH17航班墜落在烏克蘭東部地區由叛軍佔據的多列士（Torez），附近場地將成為史上受政治影響最大空難的調查中心之一。

■美聯金融集團高級副總裁 陳偉明

財技解碼

內房弱勢拖累整體GDP



港股昨日終見突破，內地停止正回購收水，以及傳多個城市取消限購，刺激恒指高見23,803點，創今年新高。藍籌股以內房股中海外（0688）升勢最強，升4.38%，其他內房股亦普遍造好。

目前內地房地產增加值佔GDP比重約6%，如果考慮到上下游行業的拉動，整個房地產產業鏈佔GDP比重達到15%。房市低迷帶來經濟下行壓力大，經濟反彈已顯疲態，從統計局公布的上半年經濟資料看，由於銷售和土地購置等指標繼續呈現負增長，房地產投資持續下行，使整體投資繼續低位運行，下半年房地產走勢成為達成今年政府目標的最大風險。

微調房策減輕影響

雖然3月以來，政府在中西部鐵路、城市軌道交通、管網建設、水利電網等基建領域推出了一系列扶持政策。但從資金缺口看，定向降準、再貸款等未能減輕今年房產業蕭條導致地

方財政收入減少的影響；從投資缺口看，基建投資亦未能抵受房地產投資下降的影響。內地房地產市場量價齊跌，愈來愈多城市紛紛推出微調政策，其中主要是降低限購門檻，放鬆非戶籍資格審查和購房落戶政策。

撤限難刺激內房股

不過，目前庫存量大是房地產業的主要問題，去庫存仍是下半年完善房地產政策的主基調。數據顯示，截至6月尾，全國商品房待售面積54428萬平方米，比5月尾增加1,026萬平方米。未來各地調控措施和力度的差異仍將繼續存在，且在限購調整的同時，各地並未放鬆差別化信貸政策力度，即使放鬆限購，市場整體仍將保持平穩。從長遠看，真正有效的調控是淡化行政限購措施加快房地產稅立法，並適時推進改革。

因此，放鬆樓市限購對內房股影響有限。當前樓市走弱的預期未轉向，限購對房地產開發商的負面影響不大，放鬆限購難以大幅刺激內房股走勢。 ■太平金控·太平證券（香港）研究部主管 陳義明