

樂視傳逾30億奪英超播映權

香港文匯報訊(記者 梁偉聰)近年內地互聯網企業如阿里、騰訊(0700)、樂視等都不斷向海外購買各項影視版權,以增加其內容,搶佔內地市場。近日就傳出樂視以4億至6億美元(約31.2億至46.8億港元)高價從剛取得免費電視頻譜的電訊盈科(0008)手上搶去2016年起連續3年的英超播映權,比起之前電盈以約2億美元(約15.6億港元)的價錢高出2倍至3倍。

樂視發言人昨回應傳聞時表示,暫未有資料公佈,電盈方面亦指未有消息公佈。雖然有關的消息仍未得到樂視抑或電盈任何一方證實,但已經令不少球迷不知所措,未知應否申請或與now TV續約。從now TV網站資料顯示,現時用戶必須選購星級體育組合才能收看英超,單是有關組合的月費就已高達238元,訂戶可觀賞英超、西甲、德甲、網球大滿貫、ATP巡迴賽、NBA等世界級體育項目。假如now TV失去英超的轉播權,有關組合的吸引力勢將大減。

球迷擔心月費大加

另一個令人關心的問題就是樂視投得之後的收費會否大增。樂視自去年8月進駐香港,一直以銷售智能電視、機頂

盒子再加上月費的形式打入市場,以樂視的「超級電視S40 Air」40吋電視機為例,電視價格為1,999港元,10個月月費為990元(另送2個月)。以此計算,樂視現時月費為99元,比起now TV的「星級體育組合」238元便宜。至於未有購置樂視智能電視的用戶,亦可購買售價599元的機頂盒「Le TV Box」,附送6個月服務。

但這都只是未投得英超前的收費計劃,如果參考現時樂視在內地播放英超的情況,每十場比賽,都可以直播觀看,當中4場免費,其餘6場為收費觀看,如兩強對決等較為吸引的戲碼需要另外收費。

攻港市場不計成本

如果傳聞屬實,最令人好奇的就是為



近日傳出樂視以4億至6億美元高價從剛取得免費電視頻譜的電訊盈科手上搶去2016年起連續3年的英超播映權。圖為樂視國際事業部行政總裁莫翠天。資料圖片什麼樂視要花上超過30億元打入香港市場,雖然早前樂視打入本港時一度表示要以價格顛覆本港傳統電視業務,但30多億元的價錢投資只有700萬人的市場似乎仍高得不合理。據電訊盈科的中期業績中顯示,已安裝now TV的客戶數

傳恒地沽8非核心物業

香港文匯報訊(記者 蘇洪鏞)陸續有本地發展商將旗下非核心物業套現,最近有消息傳出,恒地(0012)擬將旗下8項非核心物業,以暗盤形式放售,初步估計市值合共高達320億元。本報昨天致電該集團查詢,而恒地相關人士表示對市場傳聞不予置評。

消息指,該8項物業當中,4個涉及商廈項目,當中以北角友邦廣場叫價達97億元最高,以該廈總樓面約51萬方呎計算,呎價約1.9萬元;同時亦傳出,由於該廈的租客友邦保險已經續租,意向價或有機會抬高至過百億元。

而中環皇后大道中76至82號地盤,擬發展為銀座式商廈,業主叫價約76億元。其他暗盤放售項目還包括中環富衛金融中心、上環金龍中心、新蒲崗友邦九龍中心、北角麗東軒、九龍灣巨昇中心、觀塘百本中心等。事實上,恒地近期亦不乏將物業變賣套現動作,早前集團就將位於沙田中心、水上龍園、大埔寶湖花園的停車場涉及近370個車位沽出,合共套現約3.5億元。近日不乏發展商套現非核心物業,近期就有信置(0083)旗下北角電氣道148號全幢,傳出以約25億元沽購,太古地產(1972)亦有意沽出九龍灣商廈項目。

洲際酒店2.4億美元翻新



建生國際董事總經理吳繼泰。

香港文匯報訊(記者 吳婉玲)建生國際(0224)董事總經理吳繼泰昨於股東會後表示,公司早前以合資形式出資5,100萬美元收購香港洲際酒店,佔10%股權,暫時無集資需要,預料該項目回報率為5.4%,並打算在2017年將酒店翻新,估計翻新金額約2.4億美元。他又指,由於本港旅遊業於短期內受壓,所以不急於提高房價。

吳繼泰表示,內地經濟放緩,而且部分香港人對內地訪港旅客出現負面態度,所以香港旅遊業週到周期性影響,不過長遠仍看好該行業,因為部分內地城市外遊意慾仍然強勁。泰國早前發生爆炸事故,吳繼泰指對公司於該地酒店業務有輕微影響,酒店入住率下跌5%。他表示泰國偶爾會發生意外或示威,短暫影響當地旅遊業,但據過往經驗,復甦所需時間短暫。另外,公司有意收購於內地及東南亞的住宅或酒店項目。

西灣河項目競標料積極

香港文匯報訊(記者 顏倫榮)市建局管轄西灣河街項目於今日截標。項目為市建局近年罕有的港島市區用地,而對上一幅已是2012年的嘉咸街地皮。美聯測量師行董事林子彬預期,項目入標反應將相當熱烈,有機會錄得近20份標書,吸引各類型發展商參與,當中將以中小型發展商態度更見積極。

限呎盤無損市區優勢

項目現址為協成工廠大廈,毗鄰新成中心,地盤面積7,642方呎,按地積比率約8.4倍計算,可提供64,153方呎商住樓面。其中,住宅樓面佔57,695方呎,提供約120伙,約5成單位面積需少於480方呎,同時單位面積亦不可小於260方呎(不計露台及工作平台)。

林子彬稱,由於單位面積有規限,估計發展為1房或2房的比例會較高,商業部分樓面6,458方呎,估計作民生商舖用途。

市場預測地皮樓面地價7,014元至9,723元,估值4.5億元至6.24億元。林子彬表示,項目除是近年罕有港島區地皮外,亦鄰近地鐵站,加上將以近期較熱門的中小型單位為主的發展,故預料地皮反應理想。

項目早前吸引38個財團遞交意向,打破市建局歷來紀錄。另招標條款中列明,賣樓收益一達12.7億元或以上就需要分紅,按照商住總樓面64,153方呎計算,即每方呎售價19,796元以上。首個3,000萬元分紅20%;第2個3,000萬元分紅30%;第3個3,000萬元分紅40%;若超過9,000萬元,即賣樓收益達13.6億元以上,分紅就達50%。

三和建築手頭合約額25.6億

香港文匯報訊(記者 梁偉聰)三和建築(3822)主席劉振明昨日於股東會後表示,目前公司有四個在手合約正在進行,包括位於澳門的私人發展項目、黃大仙商住項目、連塘高速公路以及聯合醫院擴建工程。當中連塘公路工程受立法會「拉布」事件影響,令工程有延期,總包商還未確定工程的金額。

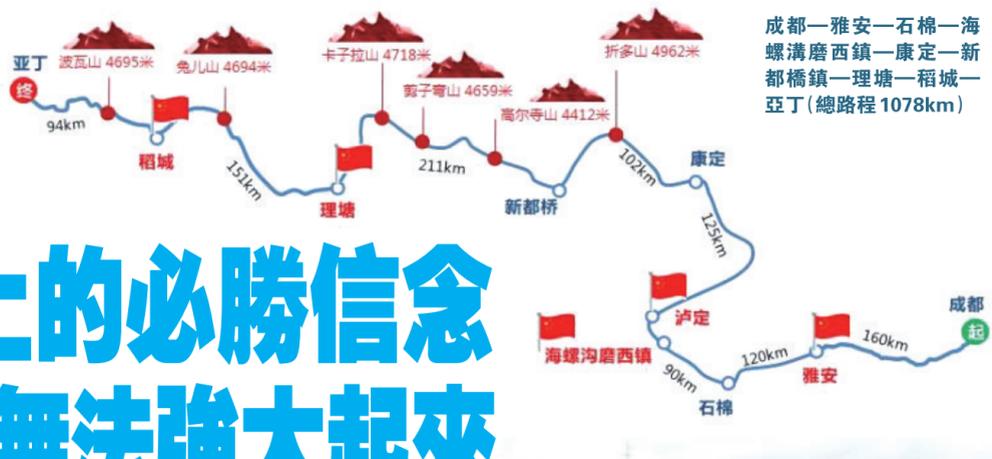
由於連塘公路項目合約額未定,故撤除該項目,手頭合約額約25.6億元。劉振明補充,是次聯合醫院的工程,是公司第一項負責的地基工程,以及相關的總包商工程,例如改路、拆樓以及規劃新地庫,但至於會否成為未來發展方向則視乎需求而定。

對於公司於7月進行配股,劉振明解釋指,主要因手頭合約增加,故需要補充營運資金所致,但目前不再有集資計劃,日後會視乎新增項目而定。他指,去年集團收入增長超過70%,個人希望今年可以保持,但無訂下新增合約額目標。另外,對於本地建築成本持續增加,他就指,公司主要以使用機械為主,故勞工成本較穩定,同時油價及鐵價下跌亦有降低低成本。

責任編輯：胡可強 版面設計：陳潔

乙未孟秋,川西高原

在距離歷史脈搏最近的地方,傳祺雙雄重新踏足紅軍長征之路。在古遠的崎嶇山道,10萬級最牛SUV傳祺GS4,流暢奔馳。在美妙的巔峰險峻,15萬級全能王SUV傳祺GS5 Super,滾滾向前。



成都—雅安—石棉—海螺溝磨西鎮—康定—新都橋—理塘—稻城—亞丁(總路程1078km)

吳松：不能堅守精神上的必勝信念 中國汽車品牌就無法強大起來



廣汽集團執行董事、廣汽乘用車董事總經理吳松。

8月29日-9月1日,在中國紀念抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利70周年之際,廣汽傳祺舉辦了「心馳聖地 重走長征路」大型品牌試駕體驗活動。在中國最為崎嶇惡劣的川西高原上,在距離歷史脈搏最近的地方,由GS4和GS5Super組成的傳祺SUV雙雄,傳承並發揚紅軍不懼艱險的無畏精神,翻越五座近5000米海拔的險峻高山,行駛2000餘里,勾畫出重走長征路的滾滾車轍,向世界展示了新時期中國汽車品牌的蓬勃力量。

發揚長征精神 中國品牌需堅守勝利信念

傳祺此行循着當年紅軍途徑的雅安、石棉、海螺溝磨西鎮、康定、瀘定、新都橋、理塘等紅色聖地,直至稻城。在這條線路上,曾經上演農工紅軍強渡金沙江、飛奪瀘定橋、爬雪山過草地等諸多奇蹟。

「傳祺此舉是一次感悟紅軍長征的精神洗禮,為了傳祺下一步大踏步的發展,並走向世界尋找精神上的支撐,只有具備當年紅軍的必勝信念,才能打造出世界級第一中國品牌。」當問及組織這次活動的初衷時,廣汽集團執行董事、廣汽乘用車董事總經理吳松如此表示。

回望當年,中央紅軍在第五次反圍剿失敗後,懷抱着共產主義必定勝利的堅定信念,克服重重困難,翻

雪山過草地,行程兩萬五千里到達陝北,終於取得輝煌的勝利。如今國內的汽車市場,正如當年的長征一樣,中國品牌在強大的合資對手的夾縫中,只有樹立中國品牌必將崛起的堅定信念,才能克服艱難,磨礪前行,最終實現汽車工業的「中國夢」。

征服五座近5000米險峰 傳祺雙雄盡顯英雄本色

蜀道難,難於上青天。廣汽傳祺此行特意選擇最艱難的川西高原前行,踏上追尋紅色足跡、征服川藏高山的旅程,迎難而上征戰中國路況最險峻318國道,不畏艱難歷經盤山路、泥濘路、高原路等各種複雜路況,連續翻越高爾寺山、剪子灣山、卡子拉山、免兒山、波瓦山五座海拔近5000米的山峰,成功挑戰冷峻遼闊的世界屋脊,盡顯傳祺雙雄英雄本色。傳祺GS5 Super動力強勁駕控自如,全面展現全能王的硬實力。搭載200T動力的傳祺GS4行進自如,遠超預期,充分體現了進入2.0時代的傳祺已完全具備了世界級水平和品質。

在4412米的康巴第二關——高爾寺山山口上,傳祺GS4玩起漂移來顯得遊刃有餘,不會像自然吸氣發動機那般的「高原反應」,200T高效渦輪發動機帶來的小排量最大扭矩成為征服高海拔的最好利器。在陡峭濕滑的山坡與草地,在不規則碎石與泥濘路面

上,傳祺雙雄強勁的動控組合,帶有防傾杆的前麥弗遜式獨立懸掛和帶有防傾杆的後多連杆獨立懸掛,以及190mm的最小離地間隙足以輕鬆應對。

「出於對傳祺產品品質與安全性能充滿信心,我們特意選擇了最有難度的路況,讓大家都來檢驗中國汽車品牌的真正實力。就造車技術而言,中國製造的技術水平、質量和產品比外國品牌相比毫不遜色,與同級合資品牌相比甚至更勝一籌!」在重走長征路上,吳松談到。「從大的戰略環境來講,中國是中國品牌的主場。我們的物質基礎和產品力已經完全達到了全球水平,但如何讓中國品牌走向世界,除了我們持續不懈的努力,我們更需要強大的精神力量,需要一種必勝的堅定信念。」

以高品質為基石打造世界級第一中國品牌

「在尋求紅軍精神的同時,要防止喊空口號。中國品牌不能長期躺在合資合作的溫床之上,引進吸收消化再創新,進而掌握核心技術才是最終的解決之道。」吳松顯然非常迫切希望中國品牌突破合資壁壘,「合資品牌價格雖然往下,但是配置卻沒有提升,甚至出現很多減配的現象,這就為自主品牌提供了很大的空間,與此同時,隨着消費群體的變化,整個汽車消費生態乃至大格局都將發生根本性改變,這將是中



重走瀘定橋緬懷長征精神。



由傳祺GS4和GS5Super組成的傳祺SUV雙雄,此次行程共翻越五座近5000米海拔的險峻高山,行駛2000餘里。

國品牌集體發力的關鍵節點。」

吳松表示:「廣汽傳祺致力於打造世界級第一中國品牌,傳祺不僅是廣汽的傳祺、廣東的傳祺,更是中國的傳祺、世界的傳祺。」「正是在這種遠大的目標之下,傳祺起步即與世界同步,堅持正向開發,堅持國際標準,不惜成本追求品質,整合全球優勢資源,在安全與品質層面只做加法,成功構建廣汽生產方式,實現了傳祺跨平台、跨車型、跨年度的品質一致性,不斷尋求在核心技術領域和工業設計方面的突破。

正是因為對品質的執著追求,在國內車市整體低迷、合資品牌紛紛降價甚至停產的環境中,全面跨入2.0時代的廣汽傳祺逆勢上揚,節節攀升,7月份銷量同比增長高達150%,8月銷量突破1.6萬輛。其中,傳祺GS4上市第三個月即超過本田CRV、現代IX25等合資品牌,月銷突破1.2萬輛,挺進SUV熱銷榜前三,8月再創新高,突破1.4萬輛。

在2020年以前,傳祺計劃投放20至30款車型。在未來的產品佈局中,傳祺即將殺入國內車企鮮有涉及的高端C級車市場,旗下首款C級車傳祺GA8將在明年入市,向C級車市場發起衝擊。如果GA8能收穫成功,中國品牌又將向前邁進堅實的一步。

此次「心馳聖地 重走長征路」,對於傳祺品牌來說有雙重意義,它既是對中國製造實力的嚴苛考驗與檢閱,更是傳祺走向世界第一中國品牌道路上的精神洗禮。中國汽車品牌品質與技術實力已經達到國際標準,已經在海外改變世人對於中國品牌的認知。此時,中國品牌需要榜樣的力量引領前行,需要國人的支持與信任,需要在艱難曲折、坎坷不平的發展道路上保持必勝的信念。而傳祺正在成為喚起國人信心,引領中國品牌向上,走向世界的精神力量。