

■《南方周末》日前披露，其稿件每個字的生產成本高達12元人民幣。

資料圖片



面對新媒體的激烈競爭，傳統媒體的「高成本、低收益」劣勢越發明顯，生存環境每況愈下。《南方周末》日前披露，其稿件每個字的生產成本高達12元（人民幣，下同），但千辛萬苦寫成的原創內容屢遭擅自轉載，權益被嚴重侵犯。另一邊廂，某些新媒體，站在傳統媒體精良內容的肩膀上，短短數年內就成長為估值110億美元的獨角獸公司。「原創」拚不過「轉載」，已經成為媒體產業的殘酷現實。

■香港文匯報記者 馬琳



■現今年輕一代喜歡在手機上取得資訊。
資料圖片

侵權轉載內容 掠奪廣告收入

傳統媒體遭新媒體吸血

傳統媒體成本高昂	
《南方周末》	每個字成本12元，包括從新聞內容的現場採編、創作撰稿、編輯校對、印刷出版，以及推廣發行等一系列成本。
《新京報》	不算油印費，每個字的成本5元。
《中國青年報》	每年記者出差採訪經費高達上千萬元，與幾家門戶網站簽訂的版權費用只有幾十萬元。
《重慶日報》	一篇新聞作品的侵權賠償通常只有幾十元，最多不過100元。
註：人民幣元 整理：香港文匯報記者 馬琳	



■本港收費報紙及雜誌等傳統媒體的廣告收入，去年錄得雙位數字的跌幅。
資料圖片

內地知名媒體《南方周末》上個月發佈了一則反侵權公告，稱大量媒體、網站、移動客戶端，以及自媒體平台等違反相關法律法規，未經授權擅自轉載《南周》作品。公告強調，《南周》稿件凝結了一眾編輯記者的心血和汗水，每個字的生產成本是12元。其微信公眾號之後又解釋，每個字12元的成本，並不是指創作者按每字12元給予稿酬，而是包括現場採編、創作撰稿、編輯校對、印刷出版，以及推廣發行等一系列成本。

該報記者的每年出差採訪經費達到上千萬元，與幾家門戶網站簽訂的版權費用只有幾十萬元，甚至一些網站，只有發現侵權行為後才能追討稿酬。與之成為鮮明對比的是，新媒體的內容成本十分低廉。在新媒體時代，一個網絡編輯直接「複製」加「貼上」就可以轉載傳統媒體的報道，甚至有一些「內容搬運工」，可以利用程式輕而易舉直接取得傳統媒體的內容，推送給他們的用戶，以獲取自身點擊率。雖然這並不意味著新媒體的內容成本為零，但傳統媒體日漸淪為新媒體的廉價供應商，已是不爭的事實。

《南周》的最新品牌價值為187.62億元。在2012年成立的「今日頭條」，雖然暫未有具體數據評估其品牌價值，但短短六年時間就成為估值高達110億美元的獨角獸公司，近期還在進行新一輪20億美元融資，完成後估值或將超過200億美元（約1,300億元人民幣）。儘管估值與品牌價值不能簡單劃上等號，但其瘋狂增長的速度，某種程度上也顯示了業界對其品牌的信心。

在賴以生存的廣告收入方面，新媒體的表現也遠遠好過傳統媒體。據創業家報道，「今日頭條」去年首10個月就已經完成了60億元的廣告收入，全年更有望達到100億元。這一數字就算傳統媒體在其鼎盛之期，也難以望其項背。

此外，不少傳統媒體從業員紛紛擁抱互聯網時代，利用各種新媒體傳播平台，營運起自媒體。

內地版權收益極低

無獨有偶，新京報傳媒、派博在線副總裁、總經理劉炳路早前也曾「吐槽」：「不算油印費的話，《新京報》每個字成本5塊錢，但是版權收益極低，根本無法相抵。」《中國青年報》辦公室主任劉暢也曾透露，

新媒體估值狂增長

在影響力方面，在1984年創辦，有著33年歷史的《南周》，據世界品牌實驗室發佈的2017年《中國500最具價值品牌》數據估算，

訴訟成本高賠償低 版權戰愈贏愈損手

維權一難 傳統媒體之所以陷入內容變現難的境地，與內地版權保護成本高和版權付費意識淡薄有極大關係。據重慶日報報業集團法務部副主任邱敏透露，在重慶當地，一篇新聞作品的侵權賠償通常只有幾十元（人民幣，下同），最多不過100元，與訴訟成本嚴重不對等。

侵權賠償額僅稿費數倍 為何如此密集的反侵權公告依然無法阻止網絡媒體、客戶端和自媒體的未經授權轉載？這主要是訴訟法律的成本與收益相去甚遠。目前，內地法律對侵權案件的判賠，大部分個案侵權方賠償金額為稿費的2倍至5倍。此外，侵權案件需要逐個起訴，為此所產生的公證費、律師費和訴訟費用太高，版權收益與之相比幾乎是杯水車薪。

護意識；另一方面也需要司法界、行政管理機關的重視，通過立法或判例增加侵權者的違法成本。

對於傳統媒體眼前的版權困境，國家新聞出版電總局新聞報刊司司長李軍指出，報刊作品涵蓋了版權生產全過程，尊重並加強報刊出版作品的保護應該成為全社會的共識。「我們依法支持報刊單位作出自己的權利主張和維權。」

此外，內地的傳統媒體也要培養受眾付費閱讀的習慣。美國的傳統媒體已經率先嘗試電子版的付費閱讀。如《紐約時報》2014年數碼業務收入（包括廣告與訂閱兩部分）總額4億美元翻番，預計到2020年，這一數字將達到8億美元。

扭轉劣勢需司法界重視

那麼，傳統媒體應該如何保護自身權益，結束新媒體的免費午餐？業內人士分析認為，一方面，傳統媒體要提高自身的版權保

港傳統媒體收入插數碼廣告收益狂飆

兩極發展 香港文匯報訊 本港的發展亦與內地相似，傳統媒體的廣告收入遠遜新媒體。廣告媒體監察公司 admanGO 的數據披露，去年本港免費報紙的收入按年減少1%，電視、收費報紙及雜誌等傳統媒體的廣告收入更錄得雙位數字的跌幅；互聯網及流動廣告的收入分別按年上升5%及41%。羅兵咸永道的報告亦稱，去年是本港數碼廣告收益超越非數碼廣告的轉折點。羅兵咸永道的報告顯示，去年香港數碼廣告收益逾50億美元，已超越傳統廣告，預計未來五年的年複合增長率為6%，到2021年將增至66億美

元。增幅最大的三個行業是互聯網視像、互聯網廣告與電子遊戲，分別增長22.9%、10.2%及6.6%。

傳統媒體應借新科技轉型

羅兵咸永道香港娛樂及傳媒策劃主管合夥人邱麗婷指出，這些數據反映傳統媒體開始落伍，不僅電視廣告收入增長已明顯停滯，報章和雜誌的廣告收入更持續下跌。她認為，去年是數碼廣告收益超越非數碼廣告的轉折點，主要推動因素來自社交媒體平台，建議傳統媒體應利用新科技轉型，例如利用大數據，對用戶作針對式的宣傳。

嘉里物流擬末季拓星快遞業務

香港文匯報訊（記者 張美婷）嘉里物流（0636）昨公佈截至今年六月底中期業績，股東應佔溢利上升11%至7.88億元，每股基本溢利0.46元，派中期息8仙。總裁馬榮楷表示，集團為擴展亞洲電子商貿及跨境物流活動，將於下半年開拓新加坡市場，期望今年第四季開始可直接投入當地快遞服務。

半年多賺11%派息8仙

馬榮楷表示，新加坡物流市場入門門檻較低，但行業競爭激烈，因此多年來未考慮於該地開展業務。不過，隨着集團的電商獲得大量合約，高貨量令集團終可在新加坡開展業務。過去集團的新加坡客戶由其他公司幫手營運，今後期望集團可於當地「從零開始」。「一帶一路」亦為集團帶來商機。馬榮楷

表示，目前集團客戶主要為內地公司，相信對「一帶一路」國家有貨運需求，故集團未來發展方向將投放在「一帶一路」國家。中國及北亞總裁陳錦賓亦表示，集團會抓住「一帶一路」的機遇，積極發展電商業務，希望在消費品運輸上爭取更多訂單。他透露，集團現時正洽談的合作項目包括阿拉木圖的空運站，以及格魯吉亞的物流中心。

大中華業務方面，陳錦賓指目前內地最大的客戶經營電子消費業務，惟面對內地手機銷售環境欠佳，令其上半年產量減少，影響集團業務收益。故集團於一年前開始用其他行業對沖，包括醫療、汽車零件和食品分類。他續指，內地政府去年推出新的醫療政策，讓物流公司直接與醫院接洽，目前集團主要運輸醫療器材，相信6個月至9個月後新業務將為公司帶來貢獻。



■馬榮楷（中）指，集團下半年開拓新加坡市場。
香港文匯報記者張美婷 攝

據業績報告透露，香港受惠於新業務及不同行業新客戶帶來的貢獻，令物流業務持續增長，香港貨倉的分部溢利按年上升8%至2.62億元。國際貨運為2.22億元，增長7%。

銀娛多賺81% 派特別息



■呂志和捐助6,000萬澳門元，助有需要的澳門市民以及銀娛團隊成員共渡時艱。
資料圖片

香港文匯報訊 銀娛（0027）昨日公佈，今年上半年錄得收益285億元，按年上升12%；經調整EBITDA為65億元，按年上升37%。股東應佔溢利為46億元，按年上升81%。不派中期息，但派特別股息0.33元。

業績報告披露，期內「澳門銀河」經調整EBITDA為51億元，按年上升29%。澳門星際酒店經調整EBITDA為14億元，按年上升45%。「澳門百老匯」經調整EBITDA為700萬元，同比減少200萬元。集團按管理層基準計算的博彩收益總額為264億元，按年上升9%。其中，中場收益總額114億元，按年增加15%。貴賓

應收益總額按年上升5%至139億元。角子機收益總額按年上升12%至11億元。

主席呂志和表示，近半世紀以來最具破壞力的強颱風「天鴿」於8月23日突襲澳門，對整個城市及廣大市民帶來顯著的困苦。雖然銀娛旗下的物業亦遭受破壞，「感恩的是，我們只收到個別的輕傷報告，讓我和整個團隊都相對感到寬慰。」

他又宣佈，捐助澳門幣6,000萬元，銀娛基金會及呂氏家族澳門幣各捐3,000萬元，當中包括嘉華建材的相關物資，以協助有需要的澳門市民以及銀娛團隊成員共渡時艱。

維他奶國際12億常平鎮建廠

香港文匯報訊 維他奶國際（0345）昨公佈，與常平鎮政府簽訂投資協議，透過項目公司在當地投資10億元人民幣（約12.1億港元）建立生產廠。廠房將於未來數年內分階段完成，預期2021年開始投產。該地位於

東莞常平鎮，總面積不少於10萬平方米，使用權益50年。項目總投資額10億元人民幣已包括地價，將以內部資源或銀行信貸撥資。

集團指，一直積極尋求在內地興建更大的生產基地，其位於深圳光明新區的現有生

產廠房已達最高產能，且集團一直物色合適地點以搬遷深圳生產廠房。該常平鎮土地適宜用作興建更大的生產廠房。集團將審慎考慮遷廠後，深圳廠房空置的所有可能用途方案。