

bma  
闖入卡拉OK市場

K 壇 大 戰

MR  
RED

一 觸

即 發

Neway

二零一零年三月，Neway成功收購勁敵加州紅，雄據九成多的香港卡拉OK市場。但僅僅半年，Neway的「一哥」地位已遭挑戰。bma（博美投資集團有限公司）決定創辦全新的卡拉OK集團——Red MR，首間旗艦店已於二零一零年十二月開幕，香港K壇風雲再起。

### K壇再現「兩雄爭霸」

二零零三年，香港面對「沙士」一役。當時，市民對卡拉OK密封式設計的衛生存疑，導致多個卡拉OK集團，如活力（Energy）和Big Echo，都相繼倒閉。自此，香港卡拉OK市場只餘下Neway及加州紅兩大集團競爭。

但Neway與加州紅其實曾攜手合作，於二零零零年成立「同成發展有限公司」，向不同唱片公司洽談歌曲版權。可是，二零零八年起，兩大集團因歌曲版權問題鬧

上法庭，令關係轉差。雖然雙方於二零零九年達成和解，但訴訟卻令加州紅元氣大傷，多次傳出財政上周轉不靈的消息。

二零一零年三月七日，Neway宣佈成功收購加州紅，正式成為本地「K壇一哥」。可是，Neway「一哥」獨大的地位，卻因為新投資者加入卡拉OK市場而遭打破。身兼南華足球部主委及博美投資集團有限公司（bma）主席羅傑承創立了全新的卡拉OK集團Red MR，並已於二零一零年十二月開設銅鑼灣和尖沙咀兩間分店。

### 卡拉OK生意「有得做」

其實，早於加州紅遭併購時，羅傑承已開始留意香港卡拉OK市場的發展。他透露，二零零九年年底，加州紅周轉不靈，股東放風賣盤，他隨即向股東提出八千萬元的轉手費，希望以億元重新包裝卡拉OK，可是，Neway以雙倍價錢成功收購加州紅，成為現時全港佔有九成市場的卡拉OK集團，坐擁二十七間分店。

但Neway已有這麼多分店，市場還有空間嗎？羅傑承之前已打過算盤，委託市

場研究公司進行調查。他引述調查結果表示，單以Neway當時擁有的二十六間分店作保守估計，一年的營業額大約為十二億港元。調查預算，即使Red MR加入市場，增加競爭，Red MR的純利率仍可達百分之十，所以羅傑承相信，只要改變經營模式，吸引客源，這盤生意仍然「有得做」。

### 「四大」齊撐Red MR

要開拓卡拉OK市場，最重要是歌曲夠新、夠齊，羅傑承證實，已獲得四間全球最大的唱片公司（即環球、SonyMusic、百代（EMI）、華納四間國際唱片公司，下稱「四大」）的支持，雙方已達成協議，Red MR可得到上述公司的歌曲播放權。

自一九九六年起，加州紅為吸引客

人，推出「獨家試唱」的做法，除了支付一般的歌曲版權費用，還會向唱片公司加付另一高昂的版權費用，購買「優先」或「獨家版權」條件，限制對手在一定時間內不能獲得該歌曲的播放權，讓自己在歌曲的選擇上有優勢。自此，「獨家試唱」成為爭奪客源的重要策略。

「四大」以往一直與加州紅合作，關係密切，但「四大」與Neway就因為歌曲版權問題令關係一向欠佳。去年二月及四月，Neway收購加州紅前後約一個月，環球、SonyMusic、華納三間唱片公司先後因歌曲版權事宜控告Neway，把事件鬧上法庭，官司至今尚未完結。據稱，Neway併購加州紅後，無法續用該三間國際唱片公司之前與加州紅所簽署的「獨家版權」。因

此，大部分「四大」的歌曲，例如環球旗下新藝寶唱片的謝安琪和華納的薛凱琪的歌曲，幾乎全被Neway抽起，在K壇絕跡。

雖然Red MR有「四大」的支持，但英皇或與Neway推出「獨家試唱」的唱片公司如東亞、金牌大風，Red MR能否和他們合作，播放其旗下當紅歌手的歌曲？

羅傑承坦言，曾與某部分唱片公司洽商。他明白唱片公司與Neway仍有合約，因此，他開出「不要新歌」（即歌曲推出一年後才購買其播放版權）的條件，但對方指，他們與Neway的合約有限制，不可與其他公司合作，而且Neway一年購入數量極多的新歌，所以不會放棄與Neway繼續合作，最終令合作計劃告吹。

羅傑承認為，音樂應該是公開的，不

編輯 張寶晶  
記者 鄭佩珊 彭麗芳  
攝影 鄭佩珊 彭麗芳

# 決戰第一擊

## 民意大激鬥

你會選擇到 ，還是  唱K？



葉小姐 中五學生

「從歌曲選擇來看，Red MR比較多香港當紅歌手的歌，但我始終還是學生，選哪一間卡拉OK主要講求價格是否便宜、有沒有學生優惠。」

「我會繼續去Neway，去開有條路嘛。我亦有(Neway)會員卡，可以儲積分換禮品。不過，Red MR有比較多香港當紅男歌手的歌，我也會找機會試試光顧。」

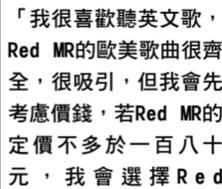


司徒先生 毅進學生



陳小姐 在職人士

「我主要考慮價錢和有沒有自己喜歡的歌曲可以選擇。單看歌曲選擇，我應該會去Red MR。」



呂先生 大學生

(曾於試業期間試唱)



石小姐 大學生

(曾於試業期間試唱)

「我很喜歡Red MR的高科技點歌系統，既方便又夠快，我應該會再來這兒唱K。」

應該被壟斷，「獨家試唱」的經營方法只會造成不公平競爭，因此，Red MR不打算把歌曲版權列入「獨家」。

此外，卡拉OK集團競投歌曲「獨家版權」更會推高購買歌曲成本。羅傑承稱，現時，購買一間唱片公司的「獨家版權」約需要三、四千萬，少不免減少投放於其他卡拉OK服務的成本，令質素降低。

### 提倡卡拉OK新經營模式

對於卡拉OK的發展，羅傑承認為，近二十年，本地卡拉OK的經營手法無大改

變，只會不斷宣傳「獨家試唱」，以致行業發展停滯不前。

加上，現時歌曲的版權費由卡拉OK與唱片公司自行釐定，模式是「卡拉OK公司一次性以雙方同意的金額，購買唱片公司一定數量的歌曲」。此計算方式已沿用多年，對於歌曲的價值無清晰的肯定，例如，一千萬可以購買三百首歌曲，也可以購買五百首歌曲。

羅傑承解釋，不定額收費反映業界仍停留在十多年前的思維，沒有進步。「我們都知道卡拉OK是時候要改進，要不

# 決戰第二擊

## 點唱歌曲大對決

本刊記者於二零一零年十二月十一日，分別到Neway實地考察，並到Red MR位於銅鑼灣的旗艦店參與試業，查看兩間卡拉OK所提供的歌曲。下表歸納了各唱片公司最新、最齊全的歌曲可在哪一K場找到。

唱片公司	旗下歌手	Red MR	Neway
金牌大風	吳雨霏、RubberBand		Neway
東亞唱片	劉德華、鄭秀文		Neway
華星唱片	楊千嬅、劉浩龍		Neway
Neway Star	胡杏兒、HotCha		Neway
星娛樂	鍾嘉欣、鄭融		Neway
TVB Music	TVB 劇集主題曲		Neway
星匯國際	陳法拉、關心妍		Neway
Amusic	黎明、衛蘭		Neway
Starj & Snaaz娛樂	E02、賈曉晨		Neway
大國文化	郭富城、黃曉明		Neway
英皇娛樂	古巨基、容祖兒		Neway
維高文化	黃貫中、S.H.E.		Neway
鐘島音樂	G.E.M. (鄧紫棋)		Neway
寰宇音樂	江若琳、羅嘉良		Neway
環球唱片	李克勤、張敬軒		
新藝寶唱片(環球旗下)	陳奕迅、謝安琪		
正東唱片(環球旗下)	陳慧琳、孫耀威		
上華唱片(環球旗下)	張學友		
華納唱片	方大同、薛凱琪		
Sony Music	陳柏宇、馮曦妤		
bmi唱片	曹格、周麗淇		
杰威爾音樂	周杰倫		

# 決戰第三擊

## 優勢大比拼

本刊記者於二零一零年十二月十一日，分別到Neway實地考察，並到Red MR的銅鑼灣旗艦店參與試業。現就當日的觀察和採訪所得，嘗試從以下五方面，比較Red MR與Neway各自具備的優勢。

### 價格

走高檔路線，人均消費約二百元至三百元。

### 地點

暫時只有銅鑼灣的旗艦店及一間尖沙咀分店，今年年底前會再開約八間分店，未來兩間分店擬設於旺角和灣仔。

### 餐飲

飲品和食物都要散叫，不設套餐和K Buffet。

### 點歌系統

設輕觸式屏幕茶几，除可點歌外，更可點餐飲、玩遊戲、辨識紅酒等。插播方便，但沒有隨機播放功能。

### 衛生設備

中型或以上K房(10人以上)設有獨立廁所。



### 價格

既有高檔的CEO，也有平民化的卡拉OK Box，後者更不時於午市時段，設學生優惠。人均消費由五十多元至二百六十元不等。

### 地點

店舖遍佈港九新界，合共二十七間，最新的分店是元朗CEO。

### 餐飲

飲品和食物可以散叫，但也設有套餐，如K Lunch(午市套餐)，更有K Buffet(自助餐)。

### 點歌系統

傳統遙控形式，既可插播，也有隨機播放功能。系統內也提供少量小遊戲。

### 衛生設備

只有CEO的K房設有獨立廁所。



然就如香港足球一樣，再不改進就無人支持。」他認為，按照歌曲播放率計算版權費用會較合理。

### 打破壟斷 消費者獲益？

至於Red MR創辦後，能否令Neway的客人轉移「蒲點」？羅傑承表示，Red MR的定位與Neway很不同，可吸納不同客人。例如Neway勝在店舖多，方便就腳，而Red MR則會標榜服務好、地方整潔及推出點歌新系統，為客人提供聚會的好地方。

他認為，香港的卡拉OK市場「碗飯好大碗」，絕對能容納兩大集團，因此，Red MR不會採取割喉式減價，以致兩敗俱傷，定價會與市場水平相若。

羅傑承又指，開一間約有五十個房間的卡拉OK，大約需要四千萬。連同流動資金、裝修、宣傳以及購買歌曲版權的費用，他打算在今年年底前，投資三億元，開設大約八間分店。去年十二月先於銅鑼灣和尖沙咀開設旗艦店和分店，小試牛刀。羅傑承相信「有競爭就有進步」，最

終得益的會是消費者。

本刊記者曾就上述議題向Neway、K-net(版權中介公司)以及各大唱片公司查詢，惟至截稿前仍未獲回覆。



羅傑承說：「我充滿信心，加入新元素和新經營手法後，Red MR一定會從這碗飯(卡拉OK市場)分到好多過來。」



熊天祐說：「香港暫時仍未設立公平競爭法，任何違反有關原則的行動，都不會受到監管。」

## 獨家歌曲版權 = 壟斷？

消費者委員會研究及商營手法事務部總主任熊天祐稱，設有公平競爭法的國家大多不容許機構利用知識產權作為壟斷市場的手法。

他表示，要評定卡拉OK與唱片公司現行的單一服務(即獨家試唱)是否違反公平競爭的原則，要視乎兩大前題。

一、究竟推出單一服務一方是否屬於在市場佔有率和影響力上佔優的企業？

二、若該企業在市場有一定的影響力，該企業實行單一服務有何目的？若企業的目的是限制競爭對手的市場發展空間，就屬於違反公平競爭法。

他又說：「若一個市場出現壟斷的情況，商品種類自然減少、價格會上升、服務水平亦會下降，消費者的權益會受損，因此，有新競爭者加入市場，對市民自然有利。」但他補充，由於香港沒有公平競爭法，現今無法監管類似情況。