

詞彙

「應付賬款」	指	應付供應商的款項。
「應收賬款」	指	應收客戶的款項。
「未償還應收賬款的平均日數」	指	客戶欠款賬齡的加權平均日數。
「應收賬款週轉期」	指	除賬銷售淨額對平均應收賬款的比率,用以計量客戶支付賬單的時間長短。
「大型廣告牌」	指	可於遠處望見的大型廣告牌,一般可於50呎外看到。大型廣告牌可以展示30摺板大海報、8摺板大海報、帆布海報、佈告板、壁飾及體育館或表演場地的標誌等。
「公共汽車候車亭」	指	巴士站、出租汽車站或路牌,由於在上述地點進行推廣及宣傳的工作與其營運要求基本上相同,故歸納同一類別。
「年複合增長率」	指	年複合增長率,其算式為 $(\text{現值}/\text{基礎值})^{(1/\text{年數})} - 1$ 。
「經營權」	指	公共汽車候車亭經營權由經中國控制公共汽車候車亭的建設及管理的地方政府機關授權的企業授出。獲授經營權的公司須向該等企業每年支付定額租金。
「千人成本」	指	千人成本,即接觸每一千個人的成本,為廣告業計算成本效益的標準方法。
「廣告牌位」	指	公共汽車候車亭內之廣告展示位,兩面張貼相同之廣告。
「EBITDA」	指	扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利。
「EBITDA邊際率」	指	等同EBITDA除以營業額,EBITDA邊際率計算現金經營支出佔收入的水平。

「內部收益率」	指	內部收益率 (亦稱貨幣加權收益率)。未來現金流的現值加某項投資或商機的最終市值 (等同該項投資或商機的現市價)。
「流動性」	指	流動資產／流動負債。
「傳媒」	指	刊登或播送廣告的媒體,包括電台、戶外、電視、互聯網、雜誌、報章及直接郵遞廣告。
「媒介」	指	業界術語,即某個廣告傳媒 (例如「電視通常是最昂貴的廣告媒介。」),或 (如文義所需) 指該傳媒其中一個產品。
「戶外廣告」	指	設於家居以外向任何人士傳遞信息的其中一種廣告傳媒。戶外廣告包括佈告板廣告,以及於公共交通工具、車站及機場和商場廣告板上刊登的廣告。街道設施廣告亦為其中一種形式的戶外廣告。
「售點廣告」	指	一種設於零售地點的廣告方式,專設以減低或減省消費者看見廣告及決定購買有關產品的時間,例如,將廣告放置於產品附近,消費者便可以即時作出購買決定 (及即時作出銷售)。廣告商一般劃分一部份宣傳預算作售點廣告。
「市盈率」	指	股份於結算日的市價／每股盈利。
「到達率」	指	廣告界用語,指廣告計劃有效程度的方法,反映聽到及看到某個商業廣告人士的數目。
「資產回報」	指	$(\text{股東應佔純利} / \text{平均資產}) \times 100\%$
「股本回報」	指	$(\text{股東應佔純利} / \text{總股本}) \times 100\%$
「披露權益條例」	指	香港法例第396章證券 (披露) 權益條例。
「街道設施」或 「街道設施廣告」	指	公共汽車候車亭、出租汽車站、路牌、電話亭、報攤、公廁、獨立佈告板、長椅及街燈等戶外廣告形式。



「交通工具廣告」	指	裝設於交通工具或設置於車站、火車總站及機場的公眾地點的廣告展示板。
「標準座」	指	一塊12摺板廣告牌位，兩塊6摺板廣告牌位或三塊4摺板廣告牌位。
「到達頻次」	指	廣告界公認用以釐定廣告媒介有效程度的方法。到達頻次反映一個人於特定期間內接觸一個廣告信息的平均次數。
「資產負債比率」	指	公司的債項淨額對總股本比率。(淨債項／總股本) x 100%