



CIRCLE K

Hulu Beer

Embry Form

ClassifiedPost

TAXI

ClassifiedPost

成功在望

ClassifiedPost



分類廣告力量

SCMP 已在香港建立一個最成功之分類廣告業務，當中主要是招聘廣告及商業通告。SCMP 銳意加強此業務，擴大市場接觸層面，並優化網上產品。

《Classified Post》普遍被視為香港經濟狀況的一項主要指標。隨著二零零四年經濟復甦及二零零五年本地生產總值增長 7.3%，分類廣告保持其擴張趨勢，尤其於上半年企業擴充業務及招聘計劃加速進行，各行各業均見大量職位空缺。

由的士到電車站上蓋，《Classified Post》為首選的招聘廣告渠道之訊息貫通全港





分類廣告收益較二零零四年上升11%，其中招聘廣告收益增加8%，及商業通告收益增長21%。於二零零五年，每週平均多達82頁分類廣告，而二零零四年則為77頁。根據SCMP/Nielsen Media之一項招聘調查，管理職位之空缺下跌31%，此調查結果更突顯該業務成績斐然。

招聘廣告擴展

作為香港首份招聘廣告刊物，《Classified Post》是有逾二十年歷史的市場領導者。儘管不少競爭對手相繼進入市場，《Classified Post》憑藉擁有優質讀者群及其卓越品牌，仍保持在香港中高層行政人員招聘市場之領導地位。此外，各大集團亦於《Classified Post》刊登招聘廣告，為其中國業務招攬人才。

於二零零二年，《Classified Post》於中高層職位招聘市場之優勢，由《招職》補足以主攻初級行政人員招聘市場，獨家在地鐵沿線車站免費派發。《招職》與中文刊物直接競爭，以爭取於初級職位招聘市場之市場佔有率。收益較二零零四年有所改善，但略低於預期，乃因更多刊物於二零零五年第三季相繼進入市場，令教育類別的廣告定價競爭激烈。

《Classified Post》及《招職》之招聘廣告量增加4%，收益率分別上升2%及7%。招聘廣告佔分類廣告總收益之55%，較二零零四年之57%為低，乃由於商業通告收益理想所致。SCMP/Nielsen Media之一項招聘調查顯示，二零零五年所刊登的職位空缺總數與二零零四年相若。



《招職》乃一份於地鐵沿線車站派發的招聘雜誌，推出宣傳活動以接觸初級行政人員

市場定位

《Classified Post》已增加各主要行業之編採範圍，加入招聘及薪酬趨勢，以及就業發展機會。同時，亦與若干專業團體建立合作夥伴關係，製作介紹不同行業之招聘增刊，為廣告客戶提供對準目標及有效之平台，以提升其招聘品牌。

SCMP 進行市場研究及讀者調查，以確立其在招聘媒體之權威地位。於二零零五年，Nielsen Media Research 獲委託進行季度調查。調查結果刊載於《Classified Post》及給予廣告客戶的季度簡訊內。由 Taylor Nelson Sofres 進行之讀者調查，確認《Classified Post》在招聘市場之接觸層面的廣泛度及深入度。該調查顯示讀者的教育水平、經驗及工作履歷方面在香港無可相比。



《Classified Post》舉辦招聘活動及研討會吸引數千名求職人士參加

《Classified Post》主辦及贊助各類會議、研討會及活動，以加強其市場領導地位。於二零零五年一月，與香港人力資源管理學會合辦首個人力資源會議，並配合該會議刊發人力資源手冊。該會議及手冊廣受歡迎，並具有市場專業水準。《Classified Post》計劃每年均舉辦此類會議，以加強其市場領導地位，並顯示其致力於人力資源發展之決心。



特別報告及增刊為廣告客戶提供增值途徑接觸目標客群

網上招聘

SCMP 致力提供更多印刷刊物及網上服務的選擇，透過「print plus」推廣優惠，進行招聘廣告交叉銷售。登記用戶每月瀏覽 classifiedpost.com 網站及 jiujiik.com 網站之次數達 13.8 百萬次。

全新面貌的classifiedpost.com網站，其特點及功能均已增強以提升互動性。求職者可與其他求職者共同分享問題、觀點及經驗。透過網上六個新增討論題目－「求職者」、「職業導向建議」、「面試」、「畢業生」、「薪酬」及「懼於發問」，用戶可就求職所遇到的各項問題參與互動討論。

現今先進的搜尋功能使用戶只需點擊一次鼠標即可選擇目標職位。新增熱門課程簡介環節，介紹主要教育機構所提供之課程。編輯內容豐富，求職者可享有由編輯及專欄作者給予職業導向建議及市場分析。而新功能提供簡易內文格式處理，以方便客戶建立及編排廣告格式。

於二零零五年九月，jiujik.com 網站經重新設計，與《招職》雜誌相繼展現新貌。求職者可透過設定的簡歷格式向數據庫上載個人簡歷，及使用簡歷配對服務於網上申請工作。搜尋工具可快捷尋找合適的應徵者，令廣告客戶受惠。

通告

通告刊登業務取得按年 21% 的增長。儘管競爭激烈，SCMP 仍於 62 個首次公開招股活動之通告中取得 54 份通告刊登，佔商業通告收益之 43%。在主板上市通告取得之市場佔有率於二零零五年增加至 87%，該比率由二零零二年之 38% 攀升至二零零三年之 68% 及二零零四年之 78%。首次公開招股活動的通告刊登收益較二零零四年超逾 38%。

公司公告之廣告收益較二零零四年上升 20%。收益增加之其中一個因素乃銷售隊伍努力不懈的成果，已簽訂之 87 份合約當中，有 60 名客戶承諾由《南華早報》獨家刊登其公司公告，而 27 名客戶則有較高之廣告量。

鑒於日後上市公司可能無須在報章上刊登公告，相應對策乃為此業務注入創新元素。就此，《南華早報》於二零零五年五月及九月以光面粉紙雜誌形式出版兩輯商業通告特刊，該等產品增添額外收益，並建立新渠道以促進與投資者關係。

二零零六年展望

有關公司刊登公告之上市規則有待修訂，SCMP 須透過創新意念及新產品以保持或增加收益。SCMP 計劃透過印刷刊物及網上平台提供更多刊登廣告的選擇方案，以保持通告刊登業務之收益，並致力提升《招職》品牌的知名度及求職者對招聘廣告的回應。

此外，於二零零六年年底，分類廣告部將完成兩個主要項目：

- 更新 classifiedpost.com 網站：優化之招聘網站能改進用戶介面、提供高效能的搜尋器、增加功能及擴大內容供應。
- 重新發展 companies.scmp.com 網站：倘有關刊登公司公告的上市規則之修訂獲通過，將有更多公司在香港聯交所網站或可靠之第三方網站上刊登業績及其他公告。SCMP 計劃提供不同選擇方案及產品組合，以盡量減少該業務收益流失。該策略旨在提供一套合適產品為印刷刊物之廣告客戶增值。



農曆新年過後（招聘市場最活躍的季節）《Classified Post》在巴士展示奪目的宣傳廣告