



珠江三角洲旅遊指南乃抓緊內地廣告商機而出版之特別增刊系列的一部份



新領域

全球傳媒企業近年已著眼於中國。許多企業已大膽嘗試及選擇性參與部份業務，如廣告、出版、內容製作及電視節目。全球傳媒企業進行此擴張，其原因顯而易見。

中國約有 10,000 份雜誌及報章服務 13 億人口，為全球最大之新興廣告市場之一，同時為全球出版企業既提供商機亦帶來挑戰。

結合此全球流動電話及網民最多之媒體市場，這正是讓資訊內容與數碼傳送平台融合的主要市場。

多年以來，並無任何外國報章比《南華早報》更致力於報導中國事務。現時以香港為基地作支援之中國團隊於三個新聞站（北京、上海及廣州）有二十多位通訊記者，提供無與倫比之新聞及資料。《南華早報》力求擴大編採範圍，以報導中國經濟事務為重。

發行量

《南華早報》立足於中國內地近二十年，主要透過於五星級酒店之銷售店網絡接觸精選讀者群。發行量穩步上升，乃因更多內地人士注意到《南華早報》為於中國、大中華地區之獨立資料來源及對世界事件之本地觀點，此角色絕少新聞機構能擔當。

中國對英語商業資訊及新聞之需求正不斷增加。儘管在中國內地因分銷費用、關稅及稅項導致整體分銷成本昂貴，但能夠接觸一小部份讀者已能提供極佳機會，為長遠發展奠定穩固基礎非常重要。

長遠而言，建立內地讀者群在廣告業務方面提供明確的商機，所有層面之廣告開支正快速增長，按業內之協會所預計，中國廣告業預料到二零一一年將為全球第三大。根據國家工商總局（發出廣告業代理許可證之機構）的資料，中國現有近 100,000 家廣告代理商。



《南華早報》作為上海一級方程式賽車活動的唯一擺設攤位之外語出版刊物，趁此良機接觸內地具潛質的讀者

投資政策

下一年度，SCMP 將增加投資以加強編輯產品的開發工作，並繼續在提供中國內地英語資訊上領先全球。此外，將增添投資以提高主要內地城市之發行量及提升《南華早報》品牌形象。

中國為 SCMP 之重要策略市場。然而，經過二十年在中國內地之投資經驗，SCMP 認識到審慎及堅毅的態度對於在全球發展最快速之出版市場取得長期成功尤為重要。中國內地市場須謹慎地研究探索，SCMP 將以具備充足風險管理之行動方案，實行重點及切實的投資計劃。