

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

本節載有來自不同刊物有關我們所經營行業的若干資料及數據，包括我們委聘獨立第三方央視市場研究股份有限公司編製的報告。除另有所指外，本文件所載資料乃摘錄自央視市場研究的報告（「印刷傳媒廣告銷量研究報告」）。我們相信，本文件所載資料來源乃該等資料的適當來源及已合理審慎地編製及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或誤導，亦無理由相信遺漏了致使該等資料屬虛假或誤導的任何事實。雖然我們已合理審慎地編製及轉載該等資料，但我們、任何聯屬人士或顧問、[●]、[●]、[●]或[●]、其任何聯屬人士或顧問或參與[●]的任何人士並無獨立核實該等資料。該等資料未必與來自中國境內或境外其他來源的資料相符。我們、我們的聯屬人士或顧問、[●]、[●]、[●]或[●]、其聯屬人士或顧問或參與[●]的任何人士概無就來自印刷傳媒廣告銷量研究報告或所使用的其他來源的該等資料的準確性、完整性或公平性發表聲明，故此閣下不應過份依賴該等資料。

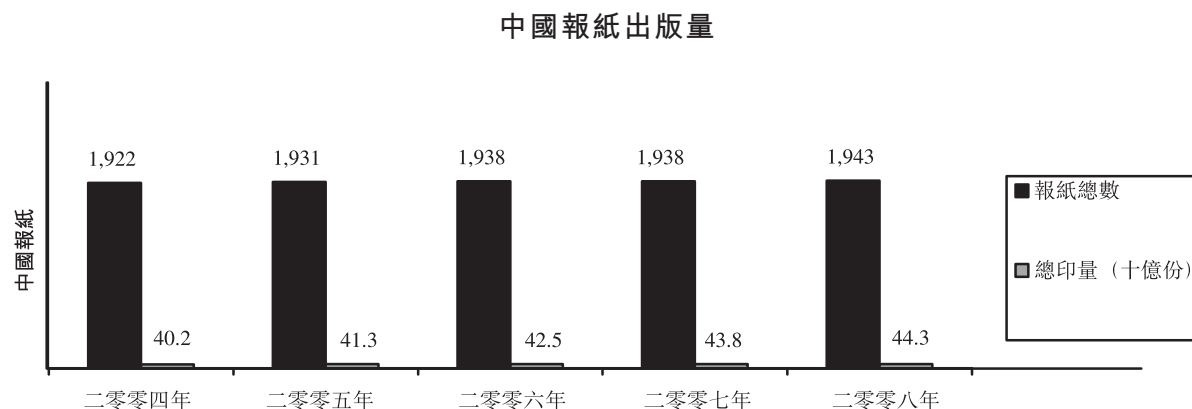
中國的印刷媒體

中國為邁向市場主導經濟持續進行經濟改革，媒體因此成為增長迅速行業。於過往二十年，中國印刷媒體行業發展迅猛。自中國實施經濟改革後，經濟迅速發展，教育得以普及，令中國印刷媒體發展增添動力。中國經濟發展，全民文化程度提升，步入小康、提升鑒辨水準及教育水平的國民人數與日俱增，開拓了資訊需求市場。中國媒體機構日益壯大，滿足此等需求。新聞報刊及雜誌數量持續增加，當中涉及的大小公共議題亦與日俱增。根據新聞出版總署的資料，在中國，於二零零八年十二月三十一日，共有1,900種報紙（總印數超過1,900億印張）以及9,500多種期刊（總印數超過30億冊）。根據中國國家統計局（「中國國家統計局」）的統計資料，就報紙發行量而言，二零零九年五大印刷媒體市場為北京市、廣東省、浙江省、山東省及江蘇省。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

如下圖所示，中國報紙的總數由二零零四年的1,922份增至二零零八年的1,943份，出版報紙總印數由二零零四年的402.4億份增至二零零八年的442.9億份。



資料來源：央視市場研究的印刷傳媒廣告銷量研究報告

都市報

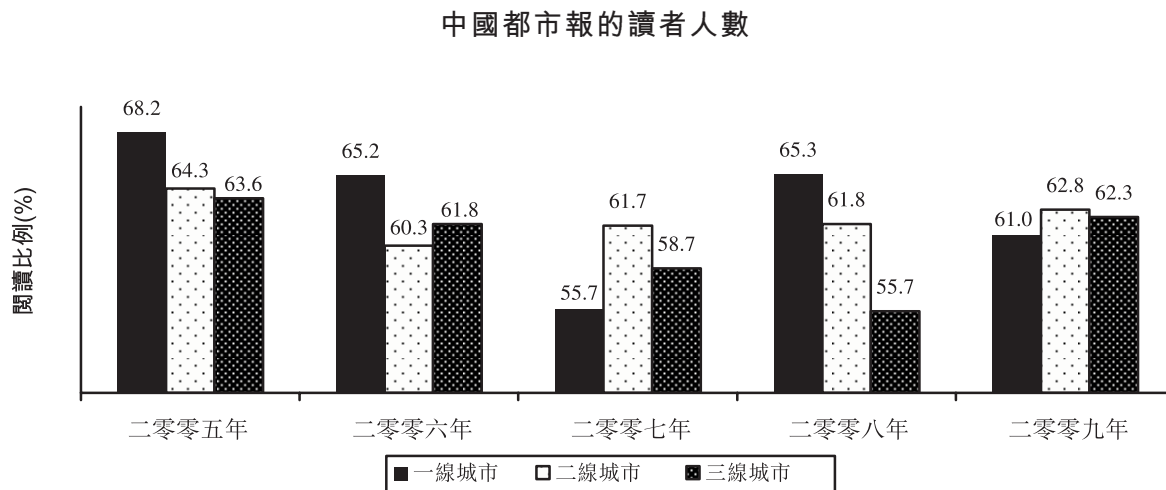
央視市場研究¹將都市報定位為關注當地居民的報紙，以當地新聞、事件及其他相關資訊吸引群眾。較之其他種類報紙，都市報一般擁有最高發行量及最高廣告收入。然而，都市報一般依賴各所在城市的發展步伐及經濟水平。根據央視市場研究的統計數據，於二零零三年至二零零九年期間，一線及二線城市的都市報平均讀者人數分別減少8.9%及2.0%，而三線城市都市報的平均讀者人數同期增加4.9%。以讀者數量計，由二零零三年至二零零九年間，一線及二線城市的報紙分別增加2.4%及8.8%，而三線城市的報紙於同期獲得更大的增幅，達55.3%。

¹ 央視市場研究股份有限公司(央視市場研究)為中國市場研究、資料及諮詢服務的提供者。本集團委託央視市場研究編製印刷媒體廣告銷量央視市場研究報告，但本集團或[●]、[●]、[●]、[●]或[●]任何一方並未影響報告的內容。央視市場研究為本公司的獨立第三方。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

下表所示為二零零五年至二零零九年期間中國一線、二線及三線城市都市報的讀者人數。



資料來源：央視市場研究的印刷傳媒廣告銷量研究報告

根據央視市場研究的資料，除由二零零三年的65.6%減少至二零零六年的61.7%，中國都市報的閱讀比率由二零零六年至二零零九年相對穩定，平均比率為62.3%，這主要是由於都市報於二零零三年至二零零六年受到新媒體的嚴重影響。隨後，都市報致力改變風格以應對新媒體日益激烈的競爭，此舉有助控制讀者減少的情況。

中國印刷媒體業的增長動力

我們認為，中國印刷媒體業的主要增長動力包括：

經濟增長 印刷媒體收入與國內生產總值增長及社會消費水平有直接關係。根據國際貨幣基金組織公佈的世界經濟展望數據，中國為全球增長最快的經濟體之一，其國內生產總值已由二零零六年的26,758億美元增加至二零零九年的47,577億美元，二零零六年至二零零九年的複合年增長率為21.1%。在亞洲開發銀行最新刊發的二零一零年亞洲發展展望中，中國經濟預計會持續增長，二零一零年預計增長9.6%，而二零一一年預計增長9.1%。這預期會導致可支配收入增加，越來越多的中國人有能力消費非必需品（包括訂閱報紙及雜誌），從而推動印刷媒體的需求。

高速城市化 過往，中國印刷媒體網絡的分佈一直高度集中於城市化的一線城市，而近年該等城市新媒體的擴展已放緩該等城市印刷媒體的發展。然而，二線及三線城市的印

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

刷媒體仍有龐大增長機會，其仍處在發展及增長的初期階段。預期該等城市高速城市化會導致中國第二級印刷媒體市場的進一步發展。根據央視市場研究的統計數據，該等城市的報紙讀者自二零零七年以來持續增長。

識字率提高 中國的成人識字率穩定增長，由二零零零年的90.9%增長至二零零八年的93.7%。根據聯合國教科文組織統計研究所的資料，截至二零零八年底，中國15歲及以上成人的識字率達93.7%，遠高於世界平均83.4%的識字率。在過去十年內，識字率不斷提高，增加了數以萬計的讀者，而其中多數讀者渴求信息知識，這有效地增加了印刷媒體行業的發展及增長機遇。由於印刷媒體(尤其是報紙)繼續為中國普通大眾新聞及資訊的主要來源，識字率進一步上升很可能導致讀者人口的基礎擴大。

政策支持 中國已實施一系列主要媒體政策(包括新聞出版總署於二零一零年一月一日發佈的《新聞出版總署關於進一步推動新聞出版產業發展的指導意見》)，有關政策已加快印刷媒體業的發展。該等意見中載有出版改革措施，當中設定了政府動作行業日漸私有化的時間表。中國政府確認非國有新聞及出版公司是中國文化行業整體發展的推動力，故根據現有法規為其發展給予各種形式的支持。利用私人投資支持轉型值得提倡，故已達成所有相關要求的出版商(尤其是其跨區業務)迫切需要通過公開[●]及拓展海外市場募集資金。此舉已增加於印刷媒體的投資，把握中國媒體業開放所創造的機會。

中國的廣告業

概覽

實力傳播(ZenithOptimedia)²預測，截至二零一零年底，中國將為全球第四大廣告市場，廣告開支達243.0億美元。其意味着中國成為繼日本之後全亞洲最大的廣告市場。由於全球金融危機，全球廣告開支自二零零八年第三季以來開始緊縮，而緊縮情況於二零零八

² 實力傳播為全球最大媒體服務集團，編製廣泛的刊物及指引，包括定期的廣告開支預測、媒體擁有人分析及市場事實及預測。本集團或[●]、[●]、[●]、[●]或[●]任何一方並未委託實力傳播編製任何研究報告而實力傳播為本公司的獨立第三方。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

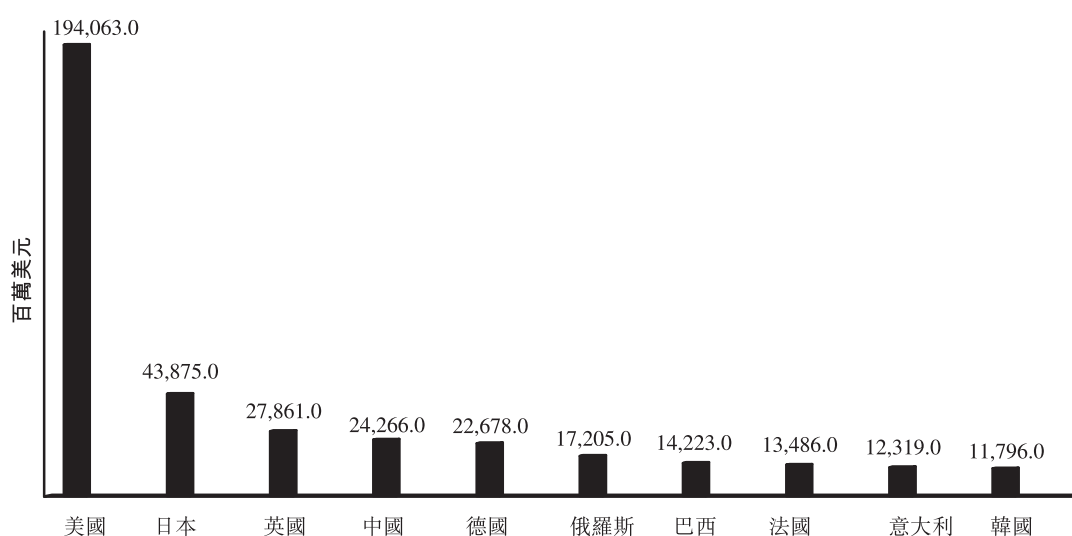
年第四季及二零零九年第一季加劇。實力傳播預測到全球廣告開支於二零一零年將增加1.5%，隨後於二零一一年再增加4.5%。此外，若干發達及發展中國家亦預計廣告開支增加，中國為增長第二快的國家，由二零零七年至二零一零年增長61.5%，如下表所示。

國家	二零零七年至 二零一零年的廣告 開支增長	
	百萬美元	%
俄羅斯	8,248.0	92.1
中國	9,243.0	61.5
泛阿拉伯	1,987.0	54.2
印度	3,163.0	52.2
巴西	4,520.0	46.6
南非	2,070.0	45.8
南韓	2,095.0	21.6
英國	4,541.0	19.5
美國	14,812.0	8.3
日本	2,347.0	5.7

資料來源：實力傳播

尤其是，中國二零零九年的六十周年慶典為該年廣告開支的增長作出巨大貢獻。此外，中國上海世界博覽會及在中國轉播二零一零年南非世界杯也刺激了廣告的需求。實力傳播預測到中國的廣告開支總額於二零一零年底將增加至243億美元，相當於二零零七年至二零一零年增長61.5%，而美國、日本及英國三大廣告市場的複合年增長率分別為8.3%、5.7%及19.5%。下圖顯示所預計的二零一零年十大廣告市場。

二零一零年全球十大廣告市場



資料來源：實力傳播

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

印刷媒體廣告

中國實施經濟改革前，中國媒體業務於各方面近乎由國家資助。於二零零三年，中國政府規定報刊的半數以上收益須為自願性訂購，而此項規定顯示報刊須取得實際財務獨立。

廣告行業於商業化中扮演重要作用。多數出版商採用小報型吸引讀者及廣告商。特定媒體內容的商業資助亦為媒體商業化的另一體現形式。資助新聞及資訊內容存有若干方式。就印刷媒體而言，商業贊助商可於每頁新聞、圖片、專欄及意見欄上印上其標誌，如，宣傳某類競賽，通常資助報紙組織競賽及提供現金獎勵。商業贊助商亦可資助定期報紙專欄，或就選定議題以其名義新開特輯。報紙獨立並已商業化，倚賴廣告及訂購方式獲取收益，故報紙亦更加自由，更為靈活滿足普羅大眾的閱覽需求。多數新成立報紙及廣播渠道主要獨家報導地方新聞、商業及娛樂事件，而非僅關注政治議題。

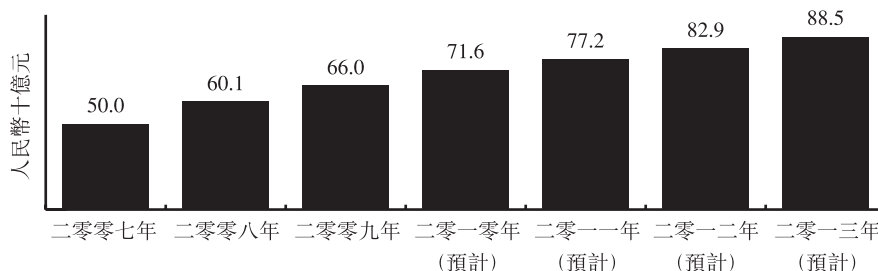
中國印刷媒體業的廣告開支於過去五年按複合年增長率10.4%增長，由二零零五年的人民幣445億元增加至二零零九年的人民幣660億元。全球媒體業的比較發展分析已顯示，廣告開支增加一般與國內生產總值的增幅有關。發達經濟體擁有較高的消費者消費對國內生產總值比率，這通常伴隨相對較高的廣告開支對國內生產總值比率。中國的廣告開支總額對國內生產總值比率由於(其中包括)中國經濟持續工業化等原因自二零零一年起一直逐步上升。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

中國政府正積極推廣中國經濟結構的改革以增加消費水平。央視市場研究預測，印刷媒體的廣告量總額將於二零一三年達人民幣885億元，相當於二零一零年至二零一三年的預計複合年增長率7.3%，如下圖所示。

中國的印刷媒體廣告預計總額



附註：

- (1) 二零零七年、二零零八年及二零零九年的數字乃以過往數據為基準，而二零一零年至二零一三年的數字為日後估計。

資料來源：央視市場研究的印刷媒體的廣告銷量研究報告

按行業劃分的廣告開支

根據央視市場研究報告，房地產及建築、商業及服務、及交通為三大最多廣告宣傳的類別，而於二零零六年、二零零七年、二零零八年及二零零九年，三大類別的綜合廣告開支總額分別佔中國印刷媒體廣告開支總額的61.0%、61.0%、63.0%及63.0%。下表顯示二零零七年至二零零九年按總廣告開支計中國十大行業的細明表：

行業	二零零七年 (人民幣百萬元)	二零零八年 (人民幣百萬元)	二零零九年 (人民幣百萬元)
商業及服務	10,143.5	14,656.3	17,793.5
房地產及建築	14,247.4	17,097.5	17,008.2
交通	6,245.4	6,361.5	6,853.5
通訊	3,129.5	3,383.3	3,289.2
娛樂及消遣	1,290.8	1,978.6	2,863.8
食品	2,087.7	2,229.2	2,376.3
醫藥	2,628.2	2,217.8	2,283.2
金融服務	1,935.5	2,326.2	2,205.5
個人產品	982.2	1,566.0	1,955.5
家居產品	1,243.1	1,688.5	1,950.2

資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

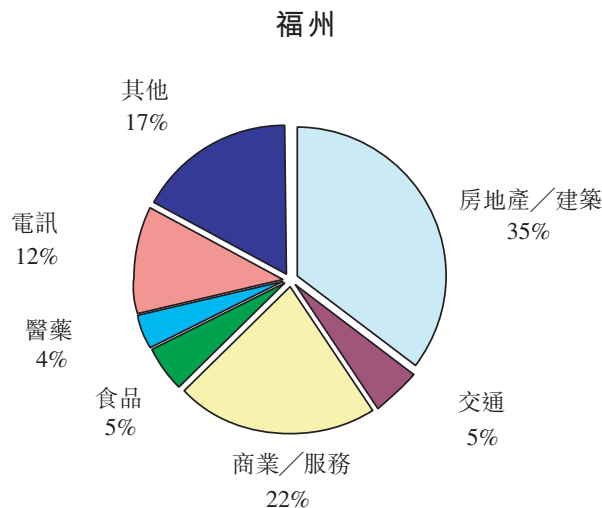
行業概覽

本集團的業務發展策略是在中國渤海灣及北部灣地區、東北及中部地區以及東南沿海地區經濟較為發達的二線及三線城市的第二市場尋求機遇，而我們的收入主要來自以下五個市場。

福建省福州市

根據央視市場研究的資料，根據截至二零零九年十二月三十一日的總廣告開支，五大報紙分別為海峽都市報、東南快報、福州晚報、福州日報及福建日報，總廣告開支分別為人民幣668.3百萬元、人民幣324.6百萬元、人民幣248.1百萬元、人民幣60.1百萬元及人民幣35.6百萬元³。截至二零零九年十二月三十一日，該五大報紙的發行量分別為600,000份，500,000份，470,000份，300,000份及370,000份。因此，於二零零九年，我們的報紙夥伴東南快報的總廣告開支排名第二，發行量亦名列前茅。

於二零零九年，福建省福州市擁有最高印刷媒體總廣告開支的行業為房地產及建築業，其該年的總廣告開支為人民幣4.71億元，其次是商業及服務，其總廣告開支為人民幣2.958億元。第三高廣告開支的行業為電訊業，其總廣告開支為人民幣1.548億元。三大行業的總廣告開支佔印刷媒體總廣告開支的69%。下圖顯示按行業劃分福建省福州市於二零零九年的印刷媒體總廣告開支。



資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

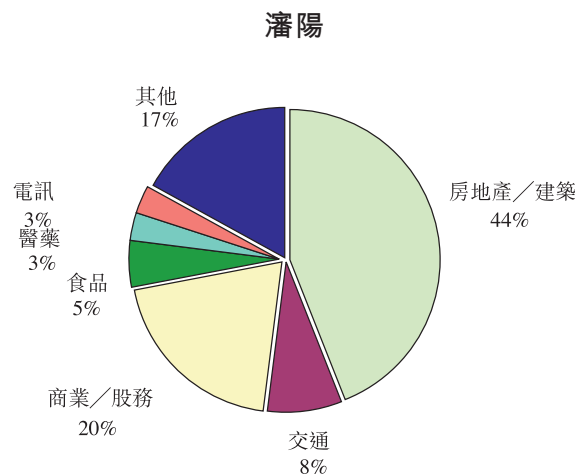
³ 根據央視市場研究的統計，本報告內廣告開支的數字乃根據報紙價目牌所載的標準廣告刊發價計算。

行業概覽

遼寧省瀋陽市

根據央視市場研究的資料，根據截至二零零九年十二月三十一日的總廣告開支，五大報紙分別為(遼瀋晚報、華商晨報、瀋陽晚報、瀋陽日報及時代商報)，總廣告開支分別為人民幣934.4百萬元、人民幣603.1百萬元、人民幣420.3百萬元、人民幣209.6百萬元及人民幣144.4百萬元³。截至二零零九年十二月三十一日，該五大報紙的發行量分別為600,000份，500,000份，450,000份，380,000份及350,000份。因此，於二零零九年，我們的報紙夥伴瀋陽晚報的總廣告開支及發行量排名第三。

於二零零九年，遼寧省瀋陽市擁有最高印刷媒體總廣告開支的行業為房地產及建築業，其該年的總廣告開支為人民幣11.0億元，其次是商業及服務業，其總廣告開支為人民幣4.918億元。第三高廣告開支的行業為交通業，廣告開支為人民幣1.871億元。三大行業的總廣告開支佔印刷媒體總廣告開支的72%。下圖顯示按行業劃分遼寧省瀋陽市於二零零九年的印刷媒體總廣告開支。



資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

雲南省昆明市

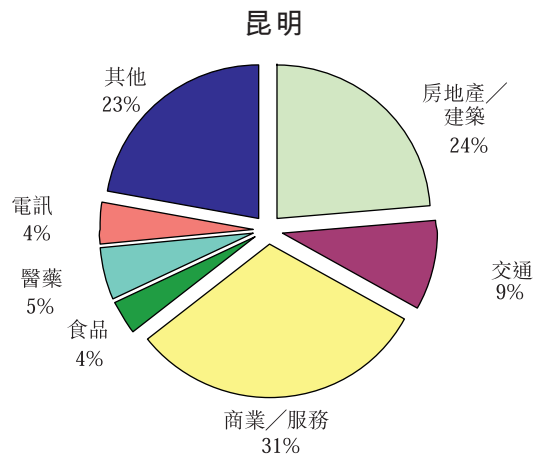
根據央視市場研究的資料，根據截至二零零九年十二月三十一日止的總廣告開支，五大報紙分別為春城晚報、都市時報、生活新報、雲南信息報及雲南日報，總廣告開支分別為人民幣783.6百萬元、人民幣476.4百萬元、人民幣319.6百萬元、人民幣258.3百萬元及人民幣14.0百萬元⁴。截至二零零九年十二月三十一日，該五大報紙的發行量分別為350,000份，350,000份，100,000份，350,000份及180,000份。二零零九年，我們的報紙夥伴生活新報的總廣告開支排名第三，發行量排名第五。

⁴ 根據央視市場研究的統計，本報告內廣告開支的數字乃根據報紙價目牌所載的標準廣告刊發價計算。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

於二零零九年，雲南省昆明市擁有最高印刷媒體總廣告開支的行業為商業及服務業，其該年的總廣告開支為人民幣5.797億元，其次是房地產及建築業，總廣告開支為人民幣4.434億元。第三大行業為交通業，總廣告開支為人民幣1.698億元。三大行業的總廣告開支佔印刷媒體總廣告開支的64%。下圖顯示按行業劃分雲南省昆明市於二零零九年的印刷媒體總廣告開支。



資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

廣西壯族自治區南寧市

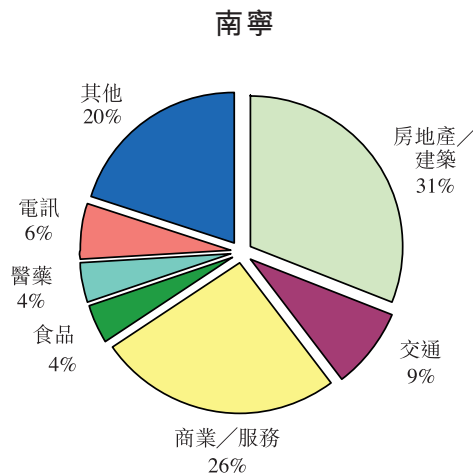
根據央視市場研究的資料，根據截至二零零九年十二月三十一日止的總廣告開支，五大報紙分別為南國早報、南國今報、南寧晚報、當代生活報及廣西日報，總廣告開支分別為人民幣303.4百萬元、人民幣101.2百萬元、人民幣87.3百萬元、人民幣70.9百萬元及人民幣10.4百萬元⁵。截至二零零九年十二月三十一日，該五大報紙的發行量分別為450,000份，160,000份，180,000份，120,000份及200,000份。二零零九年，我們的報紙夥伴當代生活報的總廣告開支排名第四，發行量排名第五。

⁵ 根據央視市場研究的統計，本報告內廣告開支的數字乃根據報紙價目牌所載的標準廣告刊發價計算。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

於二零零九年，廣西壯族自治區南寧市擁有最高印刷媒體總廣告開支的行業為房地產及建築業，其該年的總廣告開支為人民幣1.781億元，其次是商業及服務業，總廣告開支為人民幣1.487億元。第三大行業為交通業，總廣告開支為人民幣0.501億元。該三大行業的總廣告開支佔印刷媒體總廣告開支的66%。下圖顯示按行業劃分廣西壯族自治區南寧市於二零零九年的印刷媒體總廣告開支。



資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

遼寧省大連市

根據央視市場研究的資料，根據截至二零零九年十二月三十一日止的總廣告開支，五大報紙分別為大連晚報、半島晨報、新商報、大連日報及大連廣播電視報，總廣告開支分別為人民幣885.4百萬元、人民幣530.1百萬元、人民幣382.1百萬元、人民幣103.6百萬元及人民幣30.4百萬元⁶。截至二零零九年十二月三十一日，該五大報紙的發行量分別為500,000份，400,000份，300,000份，220,000份及200,000份。二零零九年，我們的報紙夥伴大連日報的總廣告開支排名第四，發行量亦名列前茅。

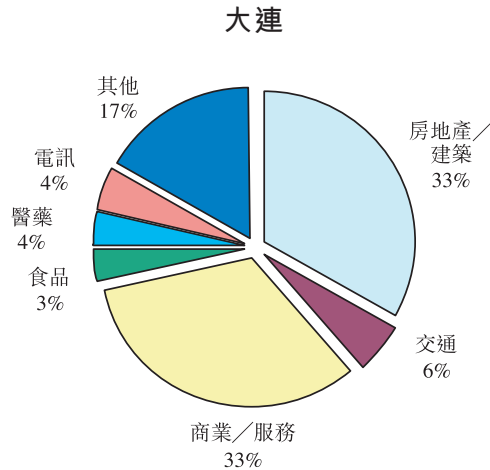
於二零零九年，遼寧省大連市擁有最高印刷媒體總廣告開支的行業為房地產及建築業，總廣告開支為人民幣6.394億元，其次是商業及服務業，總廣告開支為人民幣6.329億

⁶ 根據央視市場研究的統計，本報告內廣告開支的數字乃根據報紙價目牌所載的標準廣告刊發價計算。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

行業概覽

元。第三大行業為交通業，總廣告開支為人民幣1.088億元。該三大行業的總廣告開支佔印刷媒體總廣告開支的72%。下圖顯示遼寧省大連市於二零零九年的總廣告開支。



資料來源：央視市場研究的印刷媒體廣告銷量研究報告

中國印刷媒體廣告業的主要增長動力

我們認為，以下增長動力將有助中國印刷媒體廣告業的發展，繼而增加對我們產品及服務的需求：

適當的讀者群 報紙讀者一般年齡介乎25至34歲及35歲至44歲。根據央視市場研究的資料，在過去五年，中國年齡介乎25至34歲的報紙讀者總人數維持穩定，而中國36個入選城市年齡介乎35至44歲的報紙讀者人數佔報紙讀者總數的比例已從二零零五年的23.7%，增加至二零零九年的26.8%。由於這部份讀者因收入較高而擁有較高的購買力，故其成為大部分廣告商的主要目標消費群。

報紙讀者收入的增加 根據央視市場研究的資料，中國報紙讀者的人均月收入由二零零三年的人民幣1,153元增至二零零九年的人民幣2,436元，增長逾111%。讀者月平均收入的增加有助於報紙廣告產業的發展，乃由於購買力不斷增強的讀者構成較強大的客戶群，因此對大多數廣告客戶更具吸引力。

第二消費市場 廣告商正逐步將其地域焦點由競爭激烈的一線沿海城市轉移至中國東北、中部及西部地區的新興二級消費市場。該地區印刷媒體廣告開支較之一線城市的加速增長步伐清楚顯示這一趨勢並預期將繼續推動新興印刷媒體廣告市場的增長。

行業概覽

讀者忠誠度 到目前為止報紙廣告一直為第二大最普遍的廣告媒介，其普遍程度於未來數年難有重大變動，特別是由於長期訂閱習慣，報紙較其他媒體有較高的讀者忠誠度。尤其是，由於三線及四線城市較一線城市的網絡使用普及率相對為低，故報紙仍為三線及四線城市的主流媒體之一，而在該等城市的報紙讀者人數仍為上升趨勢。

資料來源

印刷傳媒廣告銷量研究報告

我們委聘獨立第三方央視市場研究編製印刷傳媒廣告銷量研究報告，以全部或部分用於本文件。摘錄自印刷傳媒廣告銷量研究報告的資料載於本文件「概要」、「行業概覽」及「業務」各節。我們已就編製及更新印刷傳媒廣告銷量研究報告支付予央視市場研究共計人民幣71,000元的費用。

央視市場研究於一九九五年成立，總部設在北京，為中國市場研究、信息及諮詢服務供應商。其為中國國際電視總公司與Kantar集團的合營公司，而Kantar集團為全球最大的市場研究、觀察及諮詢網絡之一。央視市場研究根據其內部數據庫、獨立第三方報告及知名業內機構的公開數據編製印刷傳媒廣告銷量研究報告。印刷傳媒廣告銷量研究報告所載資料來自央視市場研究認為可靠的來源；儘管如此，無法保證所呈列資料的準確性或完整性。

於編製及更新印刷傳媒廣告銷量研究報告時，央視市場研究已採用下文所述方法，以提高有關統計的可信度及準確性：

- **市場研究**—有關媒體行業的數據及統計數字範例乃透過其CNRS (China National Resident Survey)系統對中國60個城市媒體行業的市場研究(包括(其中包括)人口覆蓋、消費者趨勢、產品、品牌及生活方式選擇)收集。
- **市場數據分析**—分析市場研究中所收集的統計數據，以提供對有關其對市場規模及市場發展的過往及未來影響的認知。曾驅動及預期待市場增長的因素以及曾限制及預期待市場增長的因素乃基於該分析予以識別。
- **預測**—透過上述步驟所得到的數據及資料被用作計算及估計市場的可能發展，包括市場規模預測。

行業概覽

- *質量控制*—央視市場研究已就市場、判斷及社會研究取得國際認可質量標準ISO 20252認證，並在其整個研究及分析過程中實施ISO9001：2000標準的嚴格質量規定。

由於多件事件或連串事件(包括但不限於政府、個人、第三方及競爭對手的行為)無法合理預見，印刷傳媒廣告銷量研究報告所載的預測及假設本身具有不確定性。可能導致實際結果大為不同的具體因素包括(其中包括)廣告價格、印刷媒體及廣告行業的內在風險、監管風險、融資風險及勞工風險。