

## 技術詞彙

本詞彙表載有本文件所用與本公司及我們業務相關的若干詞彙的解釋。該等術語及其涵義未必與業內所採納之有關詞彙的標準涵義或用法相同。

「廣告交易」	指	品牌擁有人及發佈人買賣廣告空間的數字市場，通常以實時競價方式進行。出價最高的品牌擁有人或其代理將獲得廣告資源
「廣告主」	指	刊登廣告的人士、公司或機構。廣告主通常為品牌擁有人公司或由品牌擁有人控制的廣告公司
「廣告資源供應商」	指	最終廣告資源供應商，其通常為直接處理廣告資源的公司，其包括電視台、網站擁有人、搜索引擎、社交媒體平台及戶外平台
「播放時間」	指	電視節目或廣告播出的時間
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「每點擊成本」	指	廣告的每點擊成本，為數字廣告的定價模式
「每千人成本」	指	每千人成本，指每1,000次廣告瀏覽的成本，不論該廣告是否由觀看者點擊，為數字廣告的定價模式
「內容營銷」	指	涉及創造及／或分享材料的營銷方法，將於不同媒體如電視劇、綜藝節目及在線視頻節目播放，當中並無明確推廣品牌，但意圖刺激觀眾或觀看者對產品或服務的興趣，則定義為內容營銷，是我們軟性電視廣告相關廣告服務的基礎
「展示廣告」	指	一種數字廣告形式，於此種形式的廣告中，公司的宣傳訊息透過包含文字、圖片、動畫、視頻及音頻的標版廣告或其他廣告形式出現於第三方網站、應用程序或社交媒體平台。展示廣告包括網頁標版廣告、彈出式廣告、浮動式廣告、擴張式廣告及把戲式標版廣告

---

## 技術詞彙

---

「效果廣告」	指	一種數字廣告定價模式，透過吸引互聯網用戶瀏覽或點擊顯示於線上平台的廣告以宣傳廣告主品牌、產品或服務的數字廣告。效果廣告定價模式一般以每點擊成本或每千人成本為基礎就效果廣告對廣告主收費。當廣告頁或內容被顯示時，廣告產生「瀏覽」。每千人成本指每1,000次廣告瀏覽的成本。若干看過顯示的觀看者將點擊廣告。每點擊成本指每次點擊廣告的成本
「一線省級衛星電視台」	指	湖南、上海、浙江、江蘇及北京五大省級衛星電視台，2017年在中國電視台中的總觀眾佔有率及廣告收益佔比分別約為12.1%及24.3%
「總收視點」	指	廣告效果衡量標準，指廣告投放期間內所有相關播放媒體的收視率的總和
「硬性廣告」	指	一種尤其直接並使用堅決語言及集中於使消費者短期內購買貨品或服務的廣告手法
「信息流廣告」	指	一種與其出現平台的形式及功能相配的數字廣告。許多情況下，由廣告主製作，以文章或視頻形式出現，特定用於推廣某產品或服務，同時配合平台周邊的形式及風格
「LED」	指	發光二極管，為半導體光源，廣泛應用於燈光及照明，包括閃光燈、手提電話、電腦、電視機、交通燈、燈及街燈
「黃金時段」	指	預期擁有最高收視率的電視廣播時段
「產品植入」	指	於電視劇或綜藝節目植入將予以推廣的產品
「接觸率」	指	於一定期間內，觀看廣告的觀眾估計人數佔電視觀眾或指定目標觀眾總人數的比例

---

## 技術詞彙

---

「實時競價」	指 一個容許網頁的廣告空間按每個瀏覽基準購入或售出的伺服器對伺服器購買過程。當品牌擁有人或其代理成功競投，其數字廣告將即時出現於網頁上。透過應用該等科技，品牌擁有人可透過第三方廣告交易平台於網頁或移動應用程序向目標互聯網用戶投放廣告，該等用戶乃基於有關該等互聯網用戶的興趣、搜索歷史、瀏覽歷史及過往活動記錄的數據庫作出篩選
「搜索引擎廣告」	指 一種數字廣告，通過贊助搜索，希望宣傳其產品或服務的公司以特定關鍵字列表的形式向搜索引擎提交產品信息。當消費者搜索的特定詞條與廣告主在搜索引擎上指定的關鍵詞匹配時，廣告主的網頁會以贊助連結的形式顯示在自然搜索結果旁。此外，搜索引擎優化允許廣告主在搜索引擎結果頁面中提升其網頁的自然搜索排名
「軟性廣告」	指 一種較含蓄及間接的廣告手法，以致使消費者產生與廣告主體產品或服務相聯的正面情緒反應的方式影響消費者
「字幕廣告」	指 於綜藝節目插入將予推廣產品的字幕
「冠名贊助」	指 電視劇或綜藝節目名稱的贊助
「電視」	指 電視
「口播廣告語」	指 由綜藝節目的主持或嘉賓介紹將予推廣產品的口播廣告語
「收視率」	指 若干電視頻道或節目於特定時段的觀看人數佔電視用戶總數的百分比