

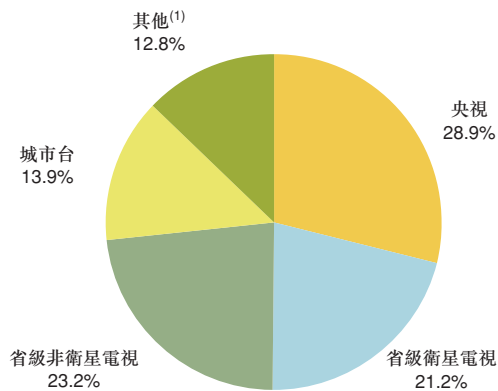
本節所載資料來源於不同出版物。該等出版物並非由我們或任何聯席保薦人委託出版。我們及我們的任何聯屬人士或顧問、包銷商及其任何聯屬人士或顧問對任何來自官方政府的資料均未獨立核實。本節資料與其他地方編纂的統計或其他資料可能不一致，或者並非按同樣精確程度或完整程度編纂，閣下不應過度倚賴本節所載官方事實及統計資料。

中國電視廣播業概述

中國擁有世界上最多的電視觀眾。據《中國統計年鑒2007》的數據顯示，二零零六年電視廣播覆蓋中國人口的96.2%，約12.7億人。

中國的電視台分五類：國家級電視台、省級衛星電視、省級非衛星電視、城市台以及其他台。面向全國的電視頻道，包括央視、教育台及省級衛視在內的市場份額，從二零零二年至二零零七年每年均在增長。省級非衛星電視、大部分城市台及其他類別的電視頻道只在當地播出。下表為二零零七年不同類別電視頻道的收視率百分比。

電視收視百分比(二零零七年)



資料來源：央視 — 索福瑞媒介研究

(1) 包括教育台

國家級電視台

中國的國家級電視台包括央視及教育台。

央視由中國中央政府於一九五八年創建，目前擁有16個免費頻道，播放內容廣泛，包括新聞、體育、電影、戲劇、娛樂、財經及其他節目。央視是唯一一家全國範圍內播放的免費電視網絡，全國所有電視台按有關法規均須至少轉播央視一套的節目。據央視 — 索福

瑞媒介研究顯示，央視各頻道總計在二零零七年佔中國的收視份額為28.9%。根據《中國統計年鑑2007》，二零零六年央視播放時間總計達137,201小時。

央視一套是央視最受歡迎的頻道，播放節目多元化，包括新聞、藝術、戲劇、娛樂節目及央視其他頻道播放的其他受歡迎電視節目。央視二套側重於財經新聞及經濟專題節目，在央視各頻道中覆蓋率及滲透率列於第二，僅次於央視一套。

除了國內市場之外，央視亦透過央視四套及央視九套以衛星向全球觀眾播放節目。央視四套是央視的海外華語頻道，旨在使約5,000萬海外華人及時了解中國的最新發展動向。央視九套，又稱央視國際頻道，是一個24小時連續播放的英語新聞頻道。央視九套於二零零零年九月二十五日首播，專門報導國際新聞及全球突發事件，尤其側重報導中國新聞。央視九套透過六顆衛星向世界各地的觀眾報導新聞，根據央視網站的資料顯示，居住在中國境外的4,500萬登記用戶現時可以每週七日、每天24小時收看央視九套的節目。

教育台由教育部監管，並擁有兩個國家級頻道，教育台一套及教育台二套。教育台兩個頻道均以衛星播放並專注於教育節目，包括遠程教育課程。

省級衛星電視

中國第一家省級電視台於一九五八年上海建立。自此以後，各省紛紛建立自己的電視台，截至二零零四年底，各省都有一個衛星電視頻道。該等省級衛星電視頻道經支付有關地方落地費後，即可利用當地的有線網絡向全國廣播。根據央視—索福瑞媒介研究，省級衛星電視頻道於二零零七年佔中國的收視份額21.2%。

省級非衛星電視

大多數省級非衛星電視頻道，只限於當地電視觀眾在各自的省份內收看。根據央視—索福瑞媒介研究，二零零七年省級非衛星電視頻道佔23.2%的收視份額。

城市電視台

大多數城市電視頻道，只能在各市內收看，但也有少數大城市建立了自己的衛星電視頻道，例如深圳市。

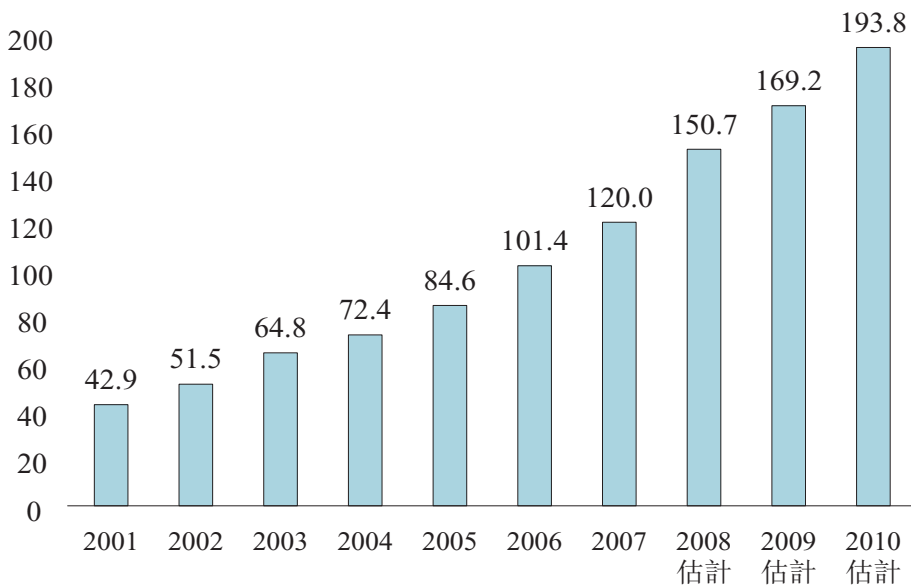
中國的廣告業

中國廣告業概覽

中國廣告市場是世界上最龐大和增長最為迅速的廣告市場之一。根據實力媒體報告，二零零七年中國的廣告開支達人民幣1,200億元，成為僅次於日本的亞洲第二大廣告市場。實力媒體進一步預測，中國的廣告開支將繼續增長，至二零一零年將達到人民幣1,938億元，二零零七年到二零一零年複合年增長率達到17.3%。下圖顯示中國廣告支出的歷史金額及預測金額：

中國廣告開支總額⁽¹⁾

人民幣十億元



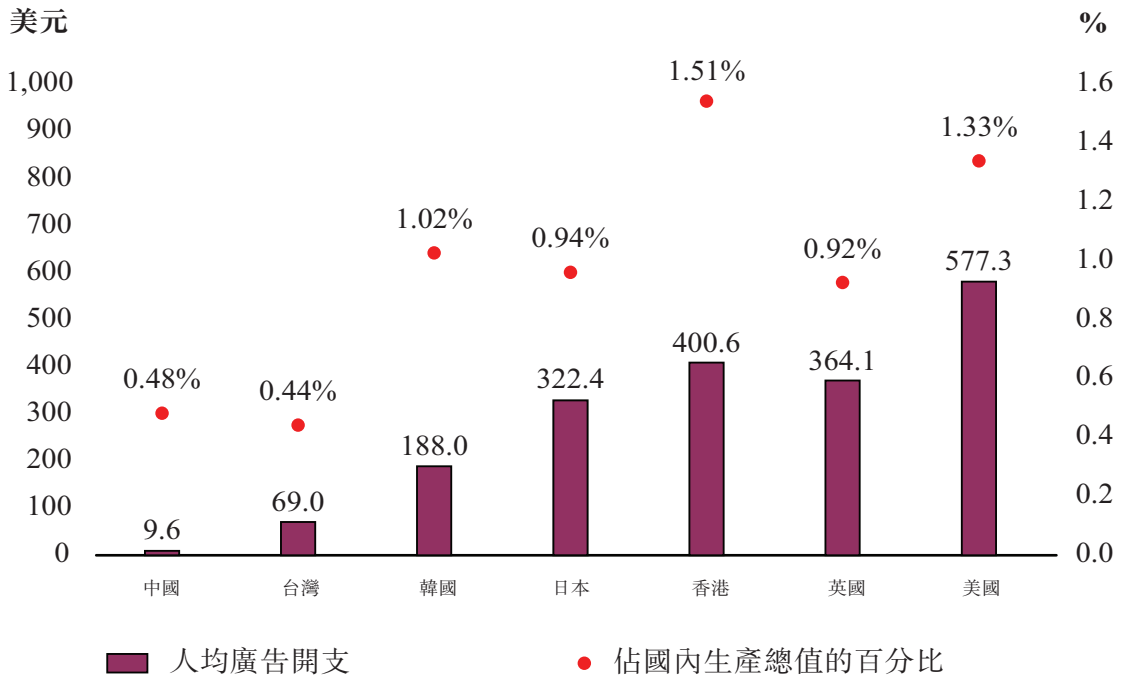
資料來源：實力媒體報告

(1) 二零零一年至二零零七年的數字是根據中國工商行政管理總局的中國統計數字。所有數字均不包括生產成本、分類廣告、代理收入(包括節目製作與廣告經營結合、體育贊助、活動推廣、行業培訓及其他來源產生的定期佣金與收入)，為廣告營運商和媒體營運商商議折扣前的數據。二零零八年至二零一零年的數據為估計數據。

中國廣告業的發展主要由中國經濟快速持續增長及消費支出增加所推動。此外，中國的人均廣告開支及其所佔國內生產總值的比重相對於許多其他國家而言仍然偏低，這表明中國的廣告業具有巨大的增長潛力。根據實力媒體報告，中國在二零零七年至二零一零年間的廣告開支預計將顯著增長，部分原因是由於二零零八年北京奧運會及二零一零年上海世界博覽會的影響。

行業概覽

人均廣告開支以及佔國內生產總值的百分比(二零零六年)



資料來源：實力媒體報告

按媒體資源分類的廣告開支

下表列示中國不同媒體資源所佔全部廣告開支的百分比：

按媒體資源分類的廣告開支總額

	二零零五年		二零零六年		二零零七年		二零零八年(估計)		二零零九年(估計)		二零一零年(估計)	
	金額	佔總額的%	金額	佔總額的%	金額	佔總額的%	金額	佔總額的%	金額	佔總額的%	金額	佔總額的%
	(人民幣百萬元, 百分比除外)											
電視.....	35,529	42.1	40,402	39.8	47,069	39.2	59,535	39.5	64,298	38.0	69,442	35.8
電台廣播.....	3,886	4.6	5,719	5.6	6,662	5.6	8,168	5.4	8,985	5.3	9,793	5.1
報章.....	25,605	30.3	31,259	30.8	36,303	30.3	43,050	28.6	44,772	26.5	51,488	26.6
雜誌.....	2,487	2.9	2,410	2.4	2,893	2.4	3,307	2.2	3,803	2.2	4,373	2.3
互聯網.....	4,310	5.1	7,050	7.0	10,110	8.4	16,000	10.6	21,600	12.8	29,100	15.0
其他.....	12,744	15.1	14,548	14.3	16,948	14.1	20,595	13.7	25,714	15.2	29,569	15.3
合計.....	84,561	100.0	101,389	100.0	119,984	100.0	150,655	100.0	169,172	100.0	193,766	100.0

資料來源：實力媒體報告

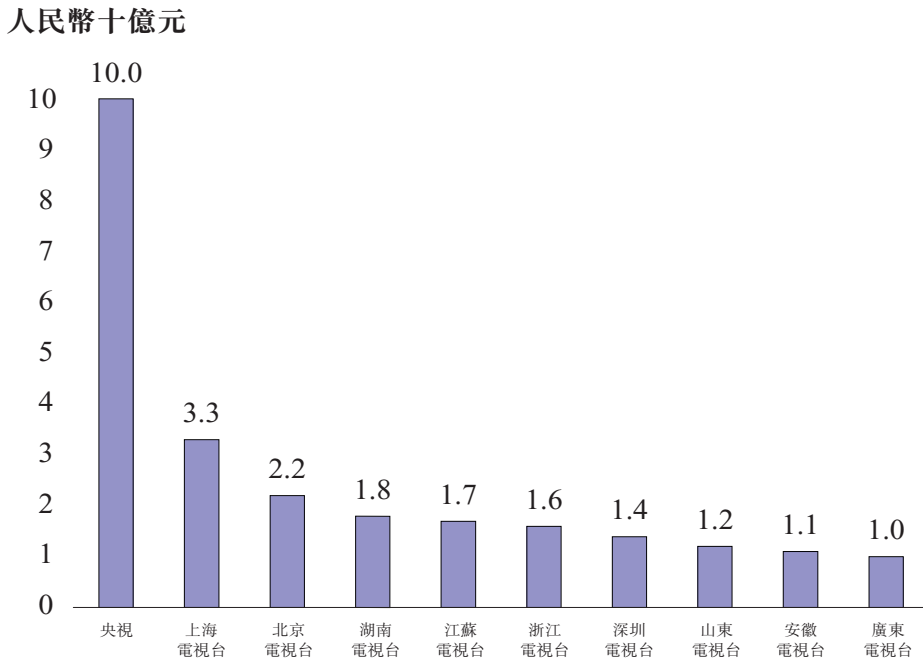
中國的電視廣告

在中國，電視廣告佔廣告開支的比率在所有傳媒資源中最大。據實力媒體報告顯示，二零零七年電視廣告開支為人民幣471億元，佔中國全部廣告總開支的39.2%。自二零零八

年至二零一零年，電視佔全部廣告開支的份額預計將保持在35%以上，直至二零一零年將一直佔據各類媒體中的最大份額。根據實力媒體報告顯示，電視廣告開支從二零零七年至二零一零年預計將以複合年增長率13.8%的速度增長，至二零一零年達到人民幣694億元。

下圖顯示中國十大電視台二零零七年的廣告收入狀況。據央視稱，其廣告收入在二零零七年超過人民幣100億元，其中人民幣68億元為通過招標出售廣告時間所得。

各家電視台的廣告收入(二零零七年)



資料來源：《中國廣播電視》二零零八年第二期

中國的傳媒廣告營運商

中國的電視台通常將節目中的廣告時間出售權授予傳媒廣告營運商。電視台就授出該權利而收取的價格高低，主要取決於節目預期覆蓋的地理範圍的大小、收視率高低及目標觀眾情況。傳媒廣告營運商將廣告時間出售予廣告主或廣告代理商，同時各傳媒廣告營運商還提供一系列各自不同的廣告服務。

作為中國最大的電視廣告時間供應商，央視一般以為期一年至十八個月的方式，將節目及頻道廣告時間銷售權授予傳媒廣告營運商。央視根據相關電視節目及頻道的覆蓋範圍、收視率及目標觀眾的情況收取固定的費用。由於央視是中國電視廣告時間的最大供應商，其廣告時間價格一般逐年增加。價格增長的幅度，會因頻道及節目的不同而異。

行業概覽

銷售央視廣告時間的傳媒廣告營運商主要包括本公司、北京未來廣告公司、上海中視國際廣告有限公司、廣而告之有限公司及中航文化股份有限公司。北京未來廣告公司為央視的附屬公司，而上海中視國際廣告有限公司為央視控股的中視傳媒股份有限公司的附屬公司。

對於最受歡迎的黃金時間節目，央視採取招標方式出售其廣告資源。關於招標程序詳情，請參閱「業務 — 本公司業務 — 代理服務」。央視在過往三年通過招標方式出售其廣告時間的數量在二零零六年、二零零七年及二零零八年分別為每天750秒、810秒及840秒。