

詞 彙

本行業詞彙載有本文件所用若干詞彙，該等詞彙與本集團業務經營的行業有關。該等詞彙與其涵義未必與業內標準定義或用法相符。

| | | |
|---------------|---|--|
| 「線上營銷」 | 指 | 媒體廣告，包括電視(廣告及節目)、印刷媒體(報章及雜誌)、數碼媒體(互聯網及流動裝置)及其他(電台、電影及其他戶外廣告) |
| 「廣告代理廣告資源」 | 指 | 除央視黃金廣告資源及央視簽約認購類廣告資源外的央視廣告資源，可由廣告代理認購作業務之用 |
| 「線下營銷」 | 指 | 活動、展會、展覽及路演 |
| 「央視黃金廣告資源」 | 指 | 央視於每年十一月或前後舉行的央視年度公開招標出售的若干廣告資源，此為央視於每年公開招標前在其網站 http://1118.cctv.com/zyxz/index.shtml 公佈的黃金時段電視節目(經不時更新)的廣告資源 |
| 「央視簽約認購類廣告資源」 | 指 | 央視於每年九月至十月舉行的認購過程出售的若干廣告資源，此為央視於每年認購過程前在其網站 http://1118.cctv.com/special/2013zhaobiao/cpsc/index.shtml 的《中央電視臺黃金資源廣告 — 簽約認購類產品手冊》內公佈的電視節目(經不時更新)的廣告資源 |
| 「教育台」 | 指 | 中國教育電視台 |
| 「數碼媒體」 | 指 | 互聯網及流動裝置 |
| 「最終客戶廣告資源」 | 指 | 包括央視黃金廣告資源及央視簽約認購類廣告資源，可由以下人士認購：(i)廣告代理僅代表其最終客戶認購，不得作其業務之用；或(ii)倘於有關認購期後，央視簽約認購類廣告資源仍未出售，最終客戶可直接認購 |
| 「活動營銷」 | 指 | 透過設計或發展主題活動、慶典、陳列或展覽(如體育賽事、音樂節、展會或音樂會)，向客戶推廣產品、服務或組織。有關推廣活動針對於聚會場所聚集的特定個人或團體，以期對彼等留下良好獨特印象 |
| 「獨家播放權」 | 指 | 根據傳媒投資管理服務，獨家播放權即出售若干央視電視節目廣告時段的獨家權利，該等廣告時段並非央視保留作為自身最終客戶廣告資源出售。有關詳情請參閱「業務 — 智美品牌 — 傳媒投資管理服務」一節 |

詞 彙

| | | |
|-------------------------|---|--|
| 「電視頻道的市場份額 (就收視率計算)」 | 指 | 特定電視頻道於特定時段的觀眾數目佔電視觀眾總數之百分比 |
| 「營銷渠道」 | 指 | 用於向客戶傳遞訊息及進行營銷活動的溝通媒介，包括線上營銷及線下營銷 |
| 「營銷開支」 | 指 | 公司於某特定期間用於營銷活動的金額 |
| 「乘用車」 | 指 | 不超過九座(包括駕駛座在內)的汽車，就其設計及技術特性而言，主要用於運載人員及其手提行李及／或偶爾運載物品。乘用車可分為基本型乘用車、多功能車(MPV)、運動型多用途車(SUV)、專用乘用車及交叉型乘用車 |
| 「印刷媒體」 | 指 | 線上營銷的一種，一般指報章及雜誌 |
| 「體育賽事」 | 指 | 民用車比賽、極限運動、馬拉松、自行車比賽及賽艇等 |