

2010 年度廣告業前景雖樂觀 廣告預算升幅溫和

由香港廣告客戶協會主辦，每年一度的「廣告預算調查」公佈最新年度調查結果，2010 年度本港整體廣告業前景樂觀，52%參與調查客戶計劃增加 2010 廣告預算，加幅主要由 1-20% 不等，升幅溫和。然而，75%參與調查客戶相信媒體收費亦會相對提高，升幅主要介乎 1-10%。2010 年度廣告媒體選擇仍以報紙及電視佔優，支出佔 50%廣告預算總和，互聯網則排行第三，與 2009 年調查結果相近。

是次調查涵蓋各商業界別的廣告客戶，包括業內高投放率的客戶代表，除統計各公司於 2010 年的廣告預算外，更針對性地調查有關客戶的廣告策略。調查報告顯示，展望 2010 年經濟氣候相當樂觀，廣告客戶的迎戰策略已從提升營業額轉為建立品牌形象。84%參與調查客戶表示會透過社交媒體接觸目標客戶及建立品牌形象。

香港廣告客戶協會主席何明惠小姐表示：「社交媒體無疑在接觸目標客戶及建立品牌上，為廣告客戶提供無限可能，但在資源、專才及 ROI 短缺情況下，社交媒體運用相對帶來極大挑戰，需要媒體、廣告公司及客戶聯手突破。」

負責是項調查之尼爾森公司媒介調查總監范翠玲小姐指出：「雖然廣告客戶對 2010 年經濟前景感到樂觀，但他們在廣告支出上仍非常謹慎，只有 21% 表示會增加 11-20% 廣告預算。各廣告媒體若要爭取更大的廣告預算百分比，便須提供更具彈性及創意的廣告提案以吸引客戶。」

香港廣告客戶協會舉辦的「廣告預算調查」已踏入第十一屆，旨在為業界提供第一手有關來年廣告預算、媒體策劃、廣告公司及客戶聘用等最新資料。本年度的焦點小組討論，主力助業界深入探討後海嘯時期的廣告策略。是次調查以網上問卷形式進行，有關數據由超過 90 份經不同行業主要廣告客戶提交的問卷中篩選、分析及總結。

是次調查由專業市場調查公司尼爾森公司負責執行，並得到多個媒體聯合贊助，包括：Buspak Advertising (Hong Kong) Ltd、JCDecaux Transport、NOW TV、Pixel Media、Adsfactor、生活易、Focus Media Hong Kong、Hachette Filipacchi HK Limited、有線電視企業、JCDecaux Cityscape、Maxus、新城廣播有限公司、Microsoft Hong Kong Limited、明報、新傳媒、博納戶外廣告有限公司 (POAD)、華富財經、路訊通、South China Morning Post、Take Me Home、無線電視廣播有限公司及雅虎香港有限公司。

香港廣告客戶協會是由廣告客戶代表義務組織之非牟利機構，旨在保障廣告客戶之合法權益，並提升香港廣告業界之專業水平及操守。

#

發稿：香港廣告客戶協會
秘書處 - 美思靈有限公司

詳情查詢：尹月慈小姐
電話：+852 2576 9009 / 傳真：+852 2576 6887 / 電郵：info@hk2a.com
范翠玲小姐
電話：+852 2856 7393 / 電郵：celia.fan@nielsen.com