

2008年7月21日

## 今年，明年 中国媒体行业预测 2008

- 2007年媒体广告收入增长相对有限，但我们判断大量市场营销者是在为分享今年第三季度的奥运商机积累资金。北京奥运会将带动2008年的媒体广告收入增长22%。
- 2007年，中国经济增长速度达到11.4%，根据国际货币基金组织《世界经济展望》的预测，2008年、2009年还将保持9.3%和9.5%的稳步增长。
- 全球经济增长放缓到底将如何影响中国经济，还是个未知数。国内需求和制造业产出仍然兴旺。媒体投资在各个领域继续保持显著增长，地方和跨国广告主对此起到推动作用。
- 我们有信心预测，随着国内需求日益成为专注品牌经营的国际巨头和本土公司发展的重要动力，2009年中国的媒体广告收入将获得较强增长。相比之下，2009年将面临一定的困难，美国政府也面临着控制其经济不平衡的迫切需要，然而无论如何，中国媒体投资还将迎来2010年中国第一次举办世界博览会的契机。
- 2008年，电视以较高的收入份额保持着中国媒体投资的主导地位，也因此与总体媒体投入的发展速度保持同步。有线数字电视在中国发展迅速，但不同城市的普及率有别。国家广电总局希望中国所有城市在2010年之前完成数字电视的转换。虽然大多数城市仍然处于数字电视发展的初级阶段，但增长率极高。
- 中国目前拥有2.285亿网民，已经超过美国成为世界上网民数量最多的国家。这也就不难理解网络广告为何是目前发展最快的媒体，预计网络广告将在2008和2009年获得高速增长。
- 在中国出现的新媒体中，手机媒体和液晶电视媒体(LCD)值得关注。此类媒体的整体广告投放量的增长速度甚至超过了互联网。

群邑智库总经理斯甜小姐对此表示：“中国媒体市场将继续成为世界上最令人兴奋和最充满挑战的市场之一。鉴于其巨大的市场规模和丰富的多样性，市场营销者不再把中国看作一个单一市场，而是处于不断变化中的、复杂且充满差异化的市场。从而广告主的选择也相应的大幅增加，特别表现在数字媒体、活动行销、赞助和其他品牌内容植入的传播方式的运用，所有这些都提供了接近和锁定消费者的新途径”。



媒介花费净值 (百万人民币)	2008f	2009f
电视	151,969	176,278
广播	7,606	10,150
报纸	26,251	27,554
杂志	3,939	4,729
户外	23,474	29,650
互联网	17,537	24,617
其它数字媒体(包括液晶电视)	10,182	14,919
<b>媒介总花费 (百万人民币)</b>	<b>240,957</b>	<b>287,896</b>

年增长率 (%)	2008f	2009f
电视	19.2	16.0
广播	50.6	33.4
报纸	6.8	5.0
杂志	20.0	20.0
户外	12.7	26.3
互联网	65.3	40.4
其它数字媒体(包括液晶电视)	82.0	46.5
<b>媒介总花费年增长率 (%)</b>	<b>22.0</b>	<b>19.5</b>

## 关于群邑

群邑是全球领先的媒介投资管理机构，是 WPP 将其旗下包括迈势、竞立、尚扬及传立在内的媒体公司整合成立的母公司。

群邑已在中国的 9 个城市设有分支机构，拥有 1000 多名员工。群邑在中国的媒介承揽额超过 10 亿美元，不仅成为中国领先的媒介传播机构，并且在系统专有媒介调研及先进工具开发的投资力度上高居行业之首。

更多咨询，请登陆我们的网站：[www.groupmchina.com](http://www.groupmchina.com)

《今年，明年》是群邑凝聚 WPP 在全球广告、公关、市场调研和专业传播方面的资源发布的针对中国媒体市场的分析和预测。

联系人: 谢冰霜

[Helen.xie@groupm.com](mailto:Helen.xie@groupm.com)

021-23077704