

技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用有關我們業務的若干釋義及技術詞彙。因此，若干詞彙及釋義未必與業內標準定義或用法一致。

| | | |
|-----------|---|---|
| 「廣告交易」 | 指 | 品牌商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。出價最高的品牌商或其代理商將獲得廣告資源 |
| 「廣告主」 | 指 | 刊登廣告的人士、公司或機構。廣告主通常為品牌商公司或由品牌商控制的廣告公司 |
| 「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，其中包括電視台運營商、網站擁有人、搜索引擎、社交媒體平台及戶外平台 |
| 「廣告服務」 | 指 | 傳統線下媒體廣告服務及線上媒體廣告服務 |
| 「複合年增長率」 | 指 | 複合年增長率 |
| 「CPC」 | 指 | 每點擊成本，一種按每次點擊廣告支付費用的定價模型 |
| 「CPM」 | 指 | 每千人成本，一種按每一千人瀏覽廣告支付費用的定價模型 |
| 「CPT」 | 指 | 每次時間成本，一種指定時間內按固定價格支付廣告費用、以時間為基礎的定價模型 |
| 「展示廣告」 | 指 | 一種線上廣告形式，即在第三方網站、應用程序或社交媒體平台上通過橫幅或其他由文本、圖像、動畫、視頻及音頻構成的廣告格式展示公司推廣信息。展示廣告包括網頁橫幅廣告、彈出式廣告、浮動式廣告、擴張式廣告及把戲式橫幅廣告 |

技術詞彙表

| | | |
|---------|---|---|
| 「總收視點」 | 指 | 廣告效果衡量標準，指廣告投放期間所有相關播放渠道的收視率的總和 |
| 「硬性廣告」 | 指 | 一種尤其直接並使用引人注目的語言及致力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匹配的線上廣告。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、照射器及街燈 |
| 「OTT」 | 指 | 透過開放式網絡直接向互聯網瀏覽者發行串流媒體內容的過頂渠道，包括基於訂購的視頻點播服務 |
| 「黃金時段」 | 指 | 預期擁有最高收視率的電視廣播時段 |
| 「接觸率」 | 指 | 於一段期限內，觀看廣告的觀眾估計人數佔全體電視觀眾或界定目標觀眾總人數的比例 |
| 「實時競價」 | 指 | 一個容許網頁的廣告空間按每次瀏覽的基準購入或售出的伺服器對伺服器購買過程。當品牌商或其代理商成功競投，其數字廣告將即時出現於網頁上。透過應用該等科技，品牌商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 |

技術詞彙表

| | | |
|----------|---|---|
| 「搜索引擎廣告」 | 指 | 一種線上廣告，通過贊助搜索，希望宣傳其產品或服務的公司以特定關鍵詞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 |
| 「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訂購用戶總數的百分比 |