

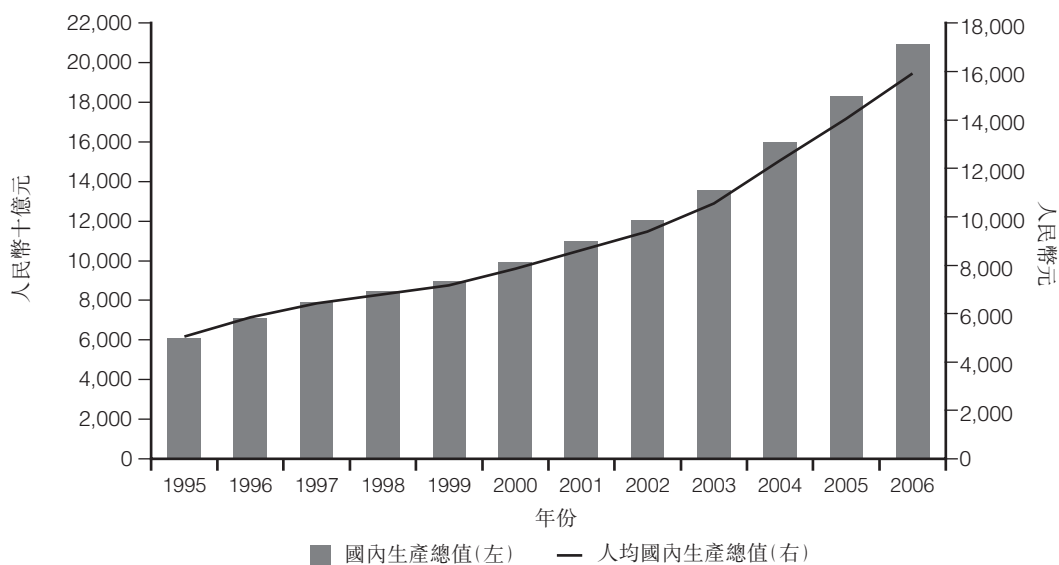
行業概覽

本節及本招股章程其他章節包含有關中國、中國經濟及中國和國際互聯網行業與市場的信息，摘錄自多份公開發佈的政府刊物及其他刊物。這些刊物並非本集團委託出版。本集團在擷取、編匯與轉載本節所載信息時，已採取合理審慎的態度。本集團、保薦人、全球協調人、包銷商或其各自的任何聯屬人士或顧問，均無獨立核實直接或間接摘錄自官方政府來源的信息，而該等信息與在中國境內外編匯的其他信息未必相符。本公司對該等政府官方信息的準確性不作任何聲明，因此不應過分依賴該等政府官方信息。

中國經濟

中國於過去十年成為全球增長最快的經濟體系之一。據中國國家統計局的資料顯示，一九九五年至二零零六年期間，中國國內生產總值的複合年增長率超過10%。下圖顯示中國由一九九五年至二零零六年的國內生產總值及人均國內生產總值：

中國國內生產總值與人均國內生產總值(一九九五年至二零零六年)



資料來源：二零零七年中國統計年鑒(中國國家統計局出版)

行業概覽

預計中國經濟將會持續增長。據國際貨幣基金組織估計，二零零七年中國國內生產總值增長率為10%，超出全球大部分其他主要經濟體系。下表顯示全球部分主要經濟體系於二零零七年及二零零八年的國內生產總值增長率預測。

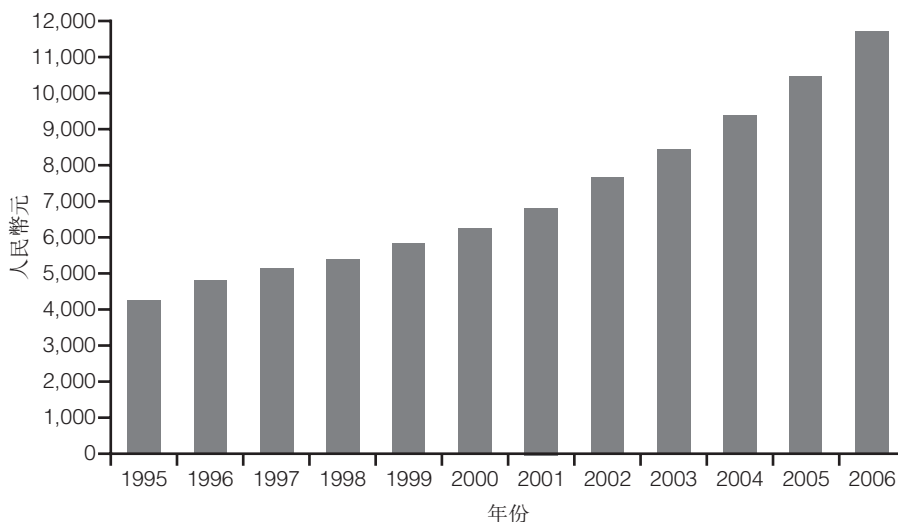
主要經濟體系國內生產總值增長(二零零七年至二零零八年)

	二零零七年 預測(%)	二零零八年 預測(%)
中國	10.0	9.5
亞洲發展中國家	8.8	8.4
美國	2.2	2.8
歐元區	2.3	2.3
日本	2.3	1.9
香港	5.5	5.0
新加坡	5.5	5.7

資料來源：國際貨幣基金組織世界經濟展望(二零零七年四月)

隨著中國經濟蓬勃增長，中國人民的生活水平與購買力也有所提升。中國城市家庭人均可支配收入由一九九五年約人民幣4,283.0元，增加至二零零六年人民幣11,759.0元，複合年增長率達9.6%。下圖顯示一九九五年至二零零六年期間中國城市家庭的人均可支配年收入：

中國城市家庭人均可支配收入(一九九五年至二零零六年)



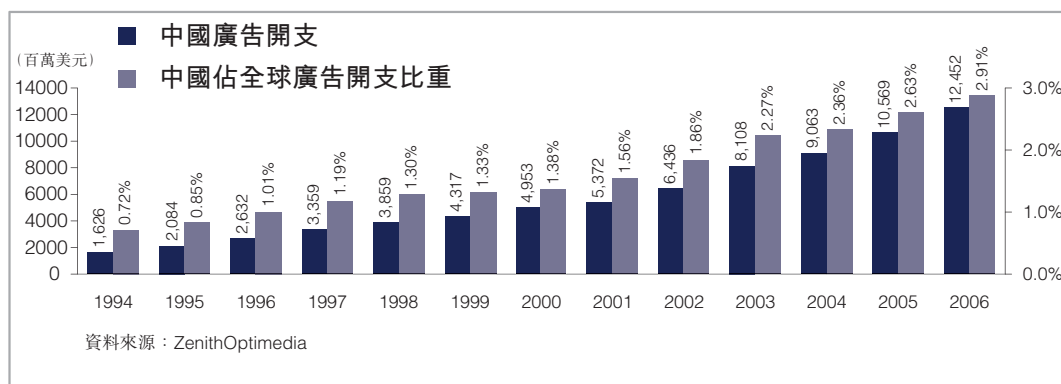
資料來源：二零零七年中國統計年鑒(中國國家統計局出版)

中國廣告行業

亞洲(除日本外)最大廣告市場

全球廣告開支於過去十年穩步增長。自一九九四年以來，中國廣告市場持續增長，複合年增長率約達18%。因此，據ZenithOptimedia報告指出，中國佔全球廣告開支的比重也由一九九四年約0.72%增加至二零零六年期的2.9%。下表顯示一九九四年至二零零六年期間，中國廣告開支總額及中國佔全球廣告開支比重。

中國廣告開支及中國佔全球廣告開支比重(一九九四年至二零零六年)



中國是全球第六大廣告市場，也是二零零六年亞洲(除日本外)最大的廣告市場。據ZenithOptimedia所發出的報告(並非由本公司委託編製)指出，至二零零九年，中國將佔全球廣告開支超過4%，超越法國成為第五大廣告市場。下表顯示主要國家的廣告開支排名。

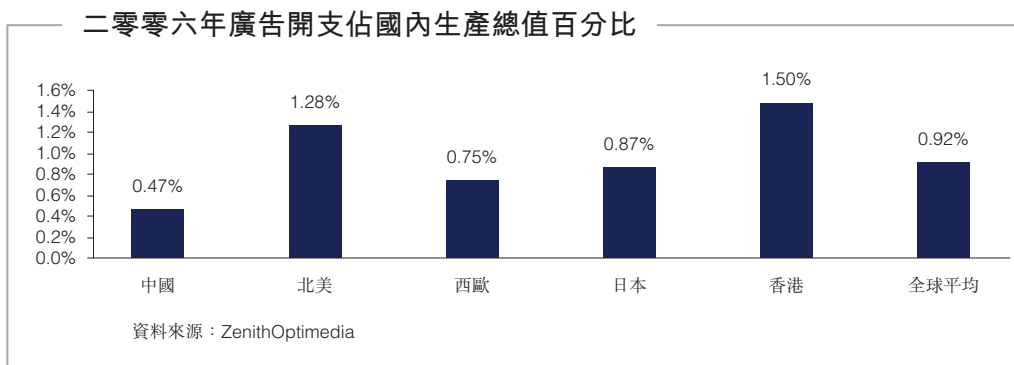
主要國家廣告開支(百萬美元)

一九九六年		二零零六年		二零零九年		
1	美國	104,852	美國	174,838	美國	193,637
2	日本	37,538	日本	38,393	日本	39,967
3	德國	20,250	英國	22,220	英國	25,443
4	英國	13,876	德國	21,366	德國	23,091
5	法國	9,376	法國	13,146	中國	20,563
6	意大利	6,470	中國	12,452	法國	14,504
15	中國	2,632				

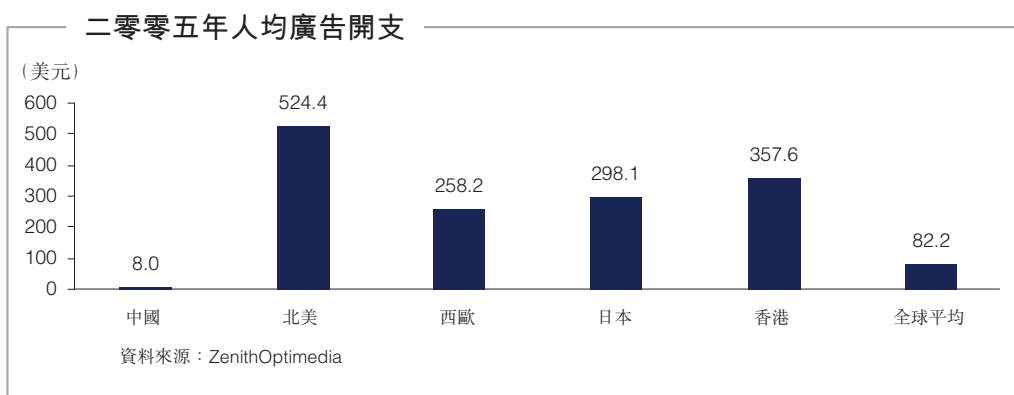
資料來源：ZenithOptimedia

中國廣告行業的龐大增長潛力

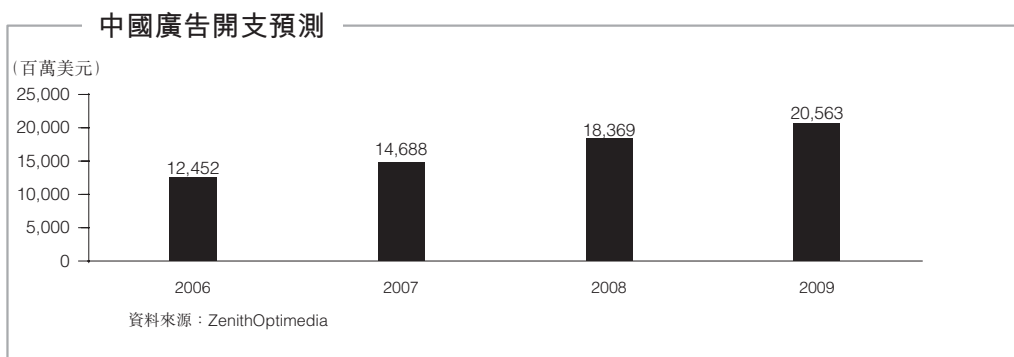
儘管中國廣告市場的增長率非常高，但二零零六年中國廣告開支僅佔國內生產總值0.47%，低於全球平均比率。中國二零零五年人均廣告開支也低於大部分國家和全球平均比率。下表顯示中國及若干其他國家與地區二零零六年廣告開支佔國內生產總值百分比。



下表顯示中國及若干其他國家與地區人均廣告開支。



鑒於消費開支及品牌意識不斷增長，中國廣告行業具有龐大增長潛力。據ZenithOptimedia預測，中國廣告開支將繼續保持雙位數字增長至二零零九年。下表顯示二零零六年至二零零九年中國廣告開支的估計增長。

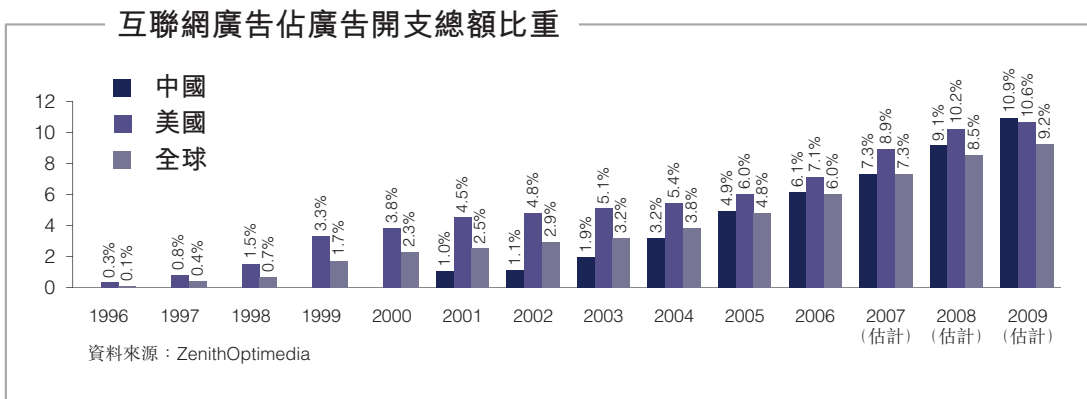


中國互聯網廣告

互聯網廣告

相對於報章、電視、電台等傳統廣告媒體，互聯網廣告屬於新興廣告媒體平台。然而，互聯網廣告開支的增長速度，卻遠比整體廣告開支為快。ZenithOptimedia 調查所得資料顯示，二零零六年互聯網廣告佔全球廣告開支6%，預計至二零零九年將增至9.2%。

中國廣告商明顯傾向選擇以互聯網為廣告媒體。儘管互聯網開始發展為有效廣告媒體平台的趨勢，要到二零零零年以後才在中國出現，遠遠遲於世界其他地區，但互聯網廣告於二零零六年已佔廣告開支總額6.1%，比率高於全球平均。互聯網廣告板塊是中國最具活力的廣告板塊，二零零六年增長估計超過45%，收入759,000,000美元。互聯網已成為中國第三大廣告媒體平台，緊隨電視和報章之後。ZenithOptimedia 調查所得資料又顯示，至二零零九年，互聯網廣告開支將佔中國廣告開支總額約11%，較美國還要高。下表顯示一九九六年至二零零六年互聯網廣告佔廣告開支總額比重，以及二零零七年至二零零九年估計所佔比重。



廣告行業

中國市場作為IT相關產品的主要消費市場，其市場潛力惹來各大IT公司的覬覦。另一方面，中國IT市場的競爭也非常熾烈，各類推銷手法層出不窮。IT產業基於其本質與互聯網存在密切關係，因此互聯網廣告在中國IT市場的發展過程中，也成了IT相關產品的重要廣告媒體平台。

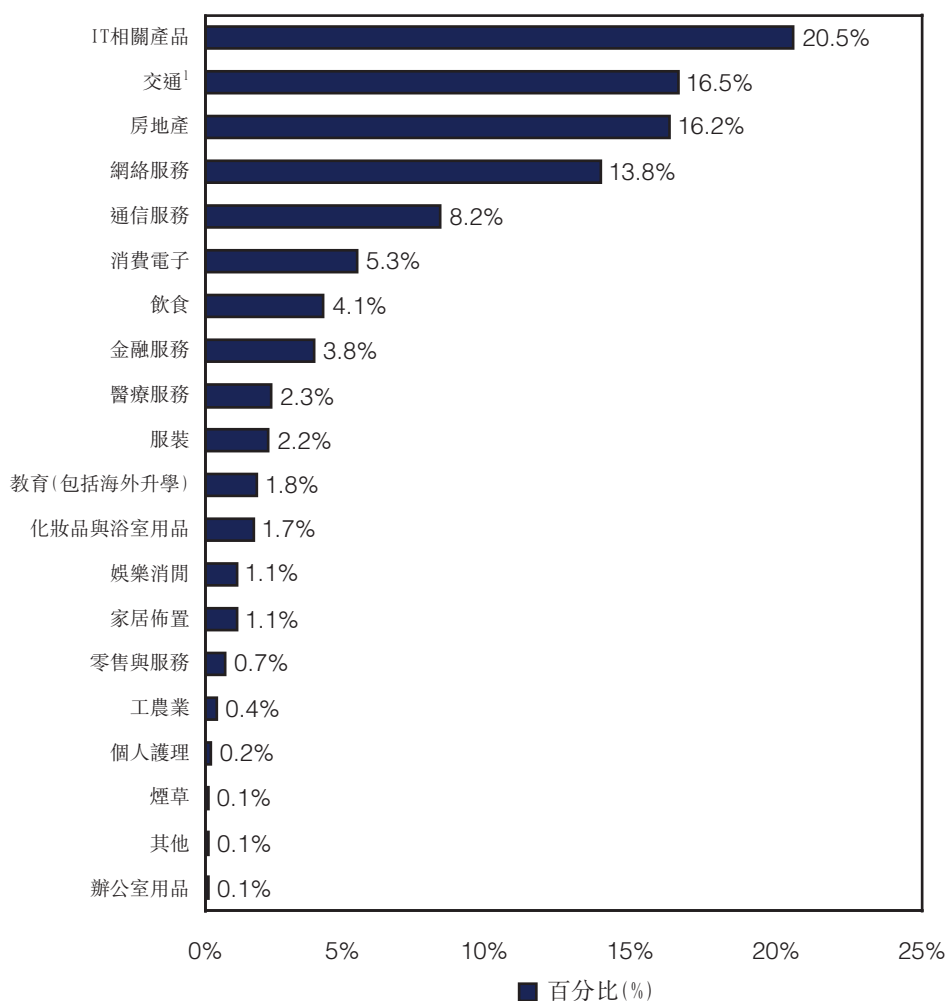
汽車工業也迅速成長為中國的重要產業。隨著政府逐漸放寬控制，個人消費已成為中國汽車市場增長的主要推動力。目前，國際汽車名牌和國內生產商爭相進入，使中國汽車市場呈現分散格局。因此，汽車製造商制訂推銷策略時，必以推廣品牌知名度和提高市場佔有率為主要考慮因素。

行業概覽

iResearch 為一家獨立互聯網研究組織，其研究結果經常被中國相關互聯網營運商所引用。本招股章程內所採用的圖表均摘錄自 iResearch 報告(二零零六年)，該等報告以獨立基礎編製，並非由本公司委託編製。iResearch 擁有一搜尋器軟件，可以偵查廣告，並於網頁內偵測其相關編碼。每當該軟件發現一個廣告，iResearch 便會根據其所收集的價格資訊，對該指定網頁的廣告收入進行估計。於本招股章程中所採用的圖表，乃由 iResearch 根據該等預測廣告收益數據而編製。

據 iResearch 指出，IT相關產品及汽車產品是二零零六年中國互聯網廣告市場的兩大客戶群。下表顯示不同行業佔互聯網廣告市場的比重。太平洋電腦網主攻的IT相關產品、通信服務及電子消費品，以及太平洋汽車網主攻的汽車，佔中國互聯網廣告市場逾50%。

各行業佔中國互聯網廣告比重

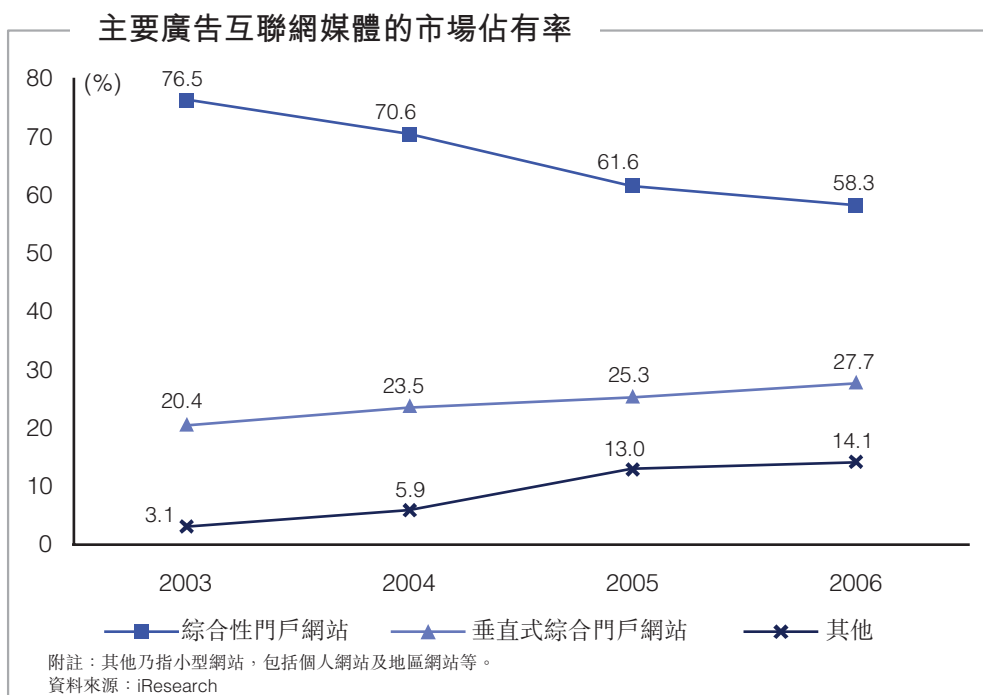


資料來源：iResearch

附註1：交通指汽車。

中國垂直式綜合門戶網站

目前，中國互聯網廣告市場主要由綜合性門戶網站和垂直式綜合門戶網站支配，兩者二零零六年合共佔互聯網廣告市場佔有率超過85%。垂直式綜合門戶網站在廣告商的市場推廣策略制訂中擔當重要角色。下表顯示綜合性門戶網站、垂直式綜合門戶網站及其他互聯網廣告平台二零零三年至二零零六年期間的市場佔有率。



據 iResearch 的調查顯示，垂直式綜合門戶網站上登載廣告在五個最能引起注意的互聯網廣告方式中排列第二位。下表顯示最能引起訪問者注意的主要互聯網廣告方式。

最能引起注意的互聯網廣告方式

1. 搜尋某些事物時顯示的相關廣告
2. 訪問垂直式綜合網址瀏覽某些事物時顯示的相關廣告
3. 有趣產品的推銷電郵
4. 瀏覽新聞時顯示的相關廣告
5. 鏈結分類網址時彈出相關事物的廣告

資料來源：iResearch

下表顯示廣告商刊登互聯網廣告的主要考慮因素。其中兩項因素，即專注於特定用戶群和網頁內容與產品推介相關，與垂直式綜合門戶網站(包括本集團的門戶網站群)的運作方式吻合。

刊登互聯網廣告的主要考慮因素

1. 專注於特定用戶群
2. 用戶訪問量
3. 有關產品推介的網頁內容
4. 網址受歡迎程度
5. 網址提供廣告效力評估

資料來源：iResearch

IT相關產品及汽車產品的廣告市場

當前在中國IT相關產品及汽車廣告市場佔據前列地位的，是新浪網和搜狐網等綜合性門戶網站。然而，垂直式綜合門戶網站在這兩個市場裏也擔當了重要的角色。iResearch調查所得資料顯示，太平洋電腦網所佔IT相關產品廣告開支在眾多網址中名列第三，僅次於新浪網和搜狐網；而在垂直式綜合門戶網站中則名列首位。

至於汽車廣告市場方面，綜合性門戶網站相對於垂直式綜合門戶網站的優勢較為明顯。二零零六年廣告收入最高的垂直式綜合門戶網站為中國汽車網，其次為太平洋汽車網、愛卡汽車網。

通信服務廣告市場為綜合性門戶網站所支配。太平洋電腦網為此市場分部中最大的垂直式綜合門戶網站。

綜合性門戶網站支配網絡服務廣告市場。搜狐網於二零零三年收購的17173，為該市場唯一具巨大份額的垂直式綜合門戶網站。

iReserach的研究報告提供有關五大廣告行業的市場資訊，即分別為IT相關產品、運輸、房地產、網絡服務及通信服務。本集團的業務乃IT相關產品、運輸(汽車)、網絡服務及通信服務。

行業概覽

下表由iResearch提供，顯示二零零六年中國主要互聯網門戶網站的IT相關產品、汽車、通信服務及網絡服務的廣告收入的排名。

二零零六年IT相關產品廣告收入排名

1. 新浪網
2. 搜狐網
3. 太平洋電腦網*
4. 天極網*
5. 中關村在線*
6. 網易
7. IT168*
8. 泡泡網*
9. 電腦之家*
10. 騰訊網

二零零六年汽車廣告收入排名

1. 新浪網
2. 搜狐網
3. 網易
4. TOM
5. 中國汽車網*
6. 騰訊網
7. 21CN
8. 新華網
9. 太平洋汽車網*
10. 愛卡汽車網*

資料來源：iResearch

* 垂直式綜合門戶網站

二零零六年通信服務廣告收入排名

1. 新浪網
2. 網易
3. 搜狐網
4. 騰訊網
5. TOM
6. 21CN
7. 上海熱線
8. 貓撲
9. 太平洋電腦網*
10. 天極網*

二零零六年網絡服務廣告收入排名

1. 新浪網
2. 網易
3. 騰訊網
4. 17173(搜狐網)*
5. 搜狐網
6. TOM
7. 貓撲
8. 中國雅虎
9. 中華網
10. 21CN

資料來源：iResearch

* 垂直式綜合門戶網站