

# 2023年 第一季 香港廣告支出報告

# 2023年第一季本地廣告開支總額達68.5億 按年上升22%

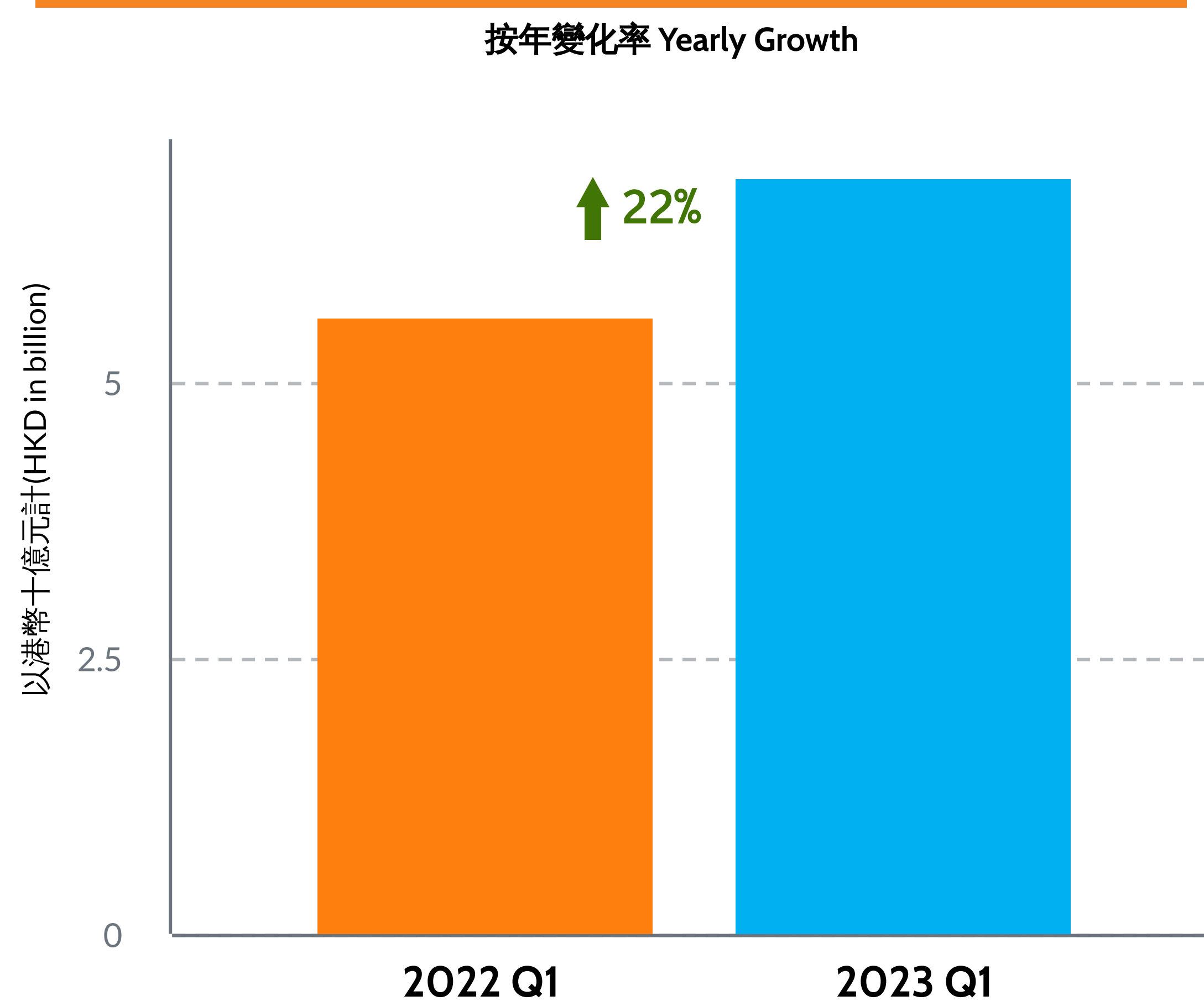
根據 admanGo 廣告數據顯示，2023年第一季香港的廣告開支總值高達68.5億港元，按年上升22%。本地廣告開支大幅上升，主要因為去年第一季度受到第五波疫情影響，廣告開支相對減少，但在今年第一季度隨著防疫措施逐漸解除，香港的生活開始恢復常態。此外，今年1月初香港與內地實行了免檢通關政策，進一步促進了兩地的交流，為本地企業開拓內地旅客市場帶來了更多機會。疫情減退讓企業對市場回復信心，開始增加對廣告宣傳的投入，以提高品牌知名度和促進銷售。此消彼長下讓本地廣告開支在第一季錄得大幅增長。總體而言，預計香港廣告市場將持續穩步增長，新一輪消費券在4月中旬發放，加上內地的五一黃金周假期，將為各行業在第二季帶來更多機遇。

傳統媒體方面，免費報紙及戶外媒體的廣告開支分別錄得按年39%及20%升幅。數碼媒體方面，流動廣告及社交媒體在第一季的廣告開支分別錄得按年上升44%及23%。

## 十大最高廣告支出行業 (2023年 第一季) Top 10 Industries (Q1 2023)

排名 Rank	2022年排名 Rank in 2022	行業 Industries	按年變化率 YOY
1	1	Banking & Investment Services 銀行、信用卡及投資服務	-6%
2	2	Pharmaceuticals & Healthcare 藥物及醫護	25%
3	3	Toiletries & Household 浴室及家居用品	16%
4	7	Property & Real Estate 地產	49%
5	8	Health & Beauty Food 健美食品及補充劑	34%
6	9	Cosmetics & Skincare 化妝及護膚用品	33%
7	6	Retail 零售	21%
8	23	Travel & Tourism Services 旅遊	324%
9	12	Restaurants 餐廳	37%
10	14	Fashion, Accessories & Eyewear 時裝及飾物	67%

## 香港總廣告支出 (2023年第一季) Total Adspend in Hong Kong (Q1 2023)



\*本報告的廣告開支是根據各媒體提交的廣告價目表計算得來，並已考慮廣告媒體給予客戶的折扣因素在內，預算折扣為25折。實際折扣可能有所變動。

\*\* admanGo於數碼媒體的監察範圍只覆蓋展示型廣告(Display Advertising)，並未包括關鍵詞競價廣告(Search Advertising)在內。

\*\*\* 社交媒體(Facebook, Instagram & YouTube 品牌內容)廣告開支已計算在本報告內。

\*\*\*\* 在本報告的廣告支出計算中不包括自家廣告(House Ad)。

\*\*\*\*\* 此報告並不包括2023年1-3月份港鐵(Urban Lines)的廣告開支。

# 中港通關助旅遊業 廣告開支上升324%

十大廣告開支最高行業在第一季都普遍都錄得上升，當中排名第八至十位的行業都是去年排名十大以外。其中排名第八的旅遊業在第一季錄得按年324%上升，數據顯示旅遊業在社會復常後，廣告開支呈現爆發式增長，升幅在十大行業中排名第一。排名第九的餐廳廣告開支亦按年上升37%，而第十位的時裝及飾物亦在第一季的廣告開支按年上升高達67%，數據反映一些受疫情影響較大的行業，在疫情過後都加大廣告宣傳力度。

隨着中港免檢通關，本港樓市氣氛亦開始轉好，不少地產商亦趁這趟樓市小陽春推出新盤應市，當中新鴻基地產旗下的Novo Land、港鐵旗下的小蠔灣、會德豐旗下的Koko Rosso及星星地產旗下的雨後，於第一季住宅物業類別的廣告開支共佔40%，造就第四位的地產業在第一季錄得按年49%上升。

儘管排名第一的銀行、信用卡及投資服務在第一季錄得按年6%跌幅，但在十大最高廣告支出品牌集團中，排名第二位的匯豐集團及第六位的恒生銀行都在第一季的廣告開支分別錄得按年上升19%及104%，反映個別銀行集團在第一季繼續投放更多資源在宣傳推廣。

大部份十大品牌集團在第一季的廣告開支都錄得按年增長，當中排名第三的港鐵的在第一季的廣告開支按年上779%，升幅在十大品牌集團中最高。同屬零售業的DFI零售集團及屈臣氏集團，廣告開支分別錄得按年上升36%及73%，其他錄得按年上升的十大品牌集團包括維特健靈健康產品(21%)、寶潔(25%)、葛蘭素史克(72%)及LVMH Group(47%)。

十大最高廣告支出品牌集團 (2023年第一季)  
Top 10 Advertiser Groups (Q1 2023)

排名 Rank	品牌集團 Advertiser Groups	按年變化率 YOY
1	Vita Green Health Products (維特健靈健康產品)	21%
2	HSBC Group (匯豐集團)	19%
3	MTR Corporation (港鐵)	779%
4	Proctor & Gamble / P&G (寶潔)	25%
5	GSK (葛蘭素史克)	72%
6	Hang Seng Bank (恒生銀行)	104%
7	DFI Retail Group (DFI零售集團)	36%
8	LVMH Group	47%
9	A.S. Watson Group (屈臣氏集團)	73%
10	Samsung	-5%

\*本報告的廣告開支是根據各媒體提交的廣告價目表計算得來，並已考慮廣告媒體給予客戶的折扣因素在內，預算折扣為25折。實際折扣可能有所變動。

\*\* admanGo於數碼媒體的監察範圍只覆蓋展示型廣告(Display Advertising)，並未包括關鍵詞競價廣告(Search Advertising)在內。

\*\*\* 社交媒體(Facebook, Instagram & YouTube 品牌內容)廣告開支已計算在本報告內。

\*\*\*\* 在本報告的廣告支出計算中不包括自家廣告(House Ad)。

\*\*\*\*\* 此報告並不包括2023年1-3月份港鐵(Urban Lines)的廣告開支。

# 2023年 第一季 香港廣告支出報告

admanGo現為全香港最大的廣告媒體監察公司，為市場提供廣告綜合資料及數據及分析服務，客戶主要為廣告公司、媒體及廣告商。我們的分析服務，是現今香港最先進及最廣泛的全方位廣告支出及內容監察服務，資料有助引領廣告供應商及廣告公司決定其推廣策略。

香港灣仔皇后大道東  
213號胡忠大廈3602室  
www.admanGo.com  
Tel: +852 2836 6775

## 傳媒查詢:

**關穎宜** Julia Kwan  
+852 2836 6907  
julia.kwan@admango.com

**馬桂菁** Jennifer Ma  
+852 2836 6715  
jennifer@admango.com

The information available in this report is provided "AS IS" for general information only and do not constitute professional advice. Admango.com Limited makes no representation or warranty regarding the information contained or referred to therein. To the fullest extent permitted by law, Admango.com Limited hereby expressly excludes and disclaims any condition, representation, warranty or responsibility of any kind relating to the information contained herein, whether express or implied, by statute or otherwise, including, without limitation, any such condition, representation, warranty or responsibility regarding the title, fitness for a particular purpose, merchantability or standard of quality of the data, that they will be adequate, accurate or free of errors or omissions, that they will not infringe any third party rights.