



MYTV
SUPER



新廣告常態
對應新一代數碼族群

The **No.1 OTT**
in Hong Kong

廣泛觸及率

55% 每星期觸及率*

3.8 每星期探訪日數*

91 mins 每日觀看時間/用戶*

*來源：2021本地視頻消費調查 (n=2,556)，過去 7 天內觀看過在線或離線視頻的 15-64 歲的香港用戶。
調查期間：Jun 21 – Aug 8, 2021



#總用戶超過

9.9百萬

每月活躍用戶

3.2百萬

聯網電視

0.6M (機頂盒觸及=1.4M**)

手機應用程式

1.2M

網頁

0.6M

M=百萬

** STB reach = 1.4M while avg. domestic household size is 2.3

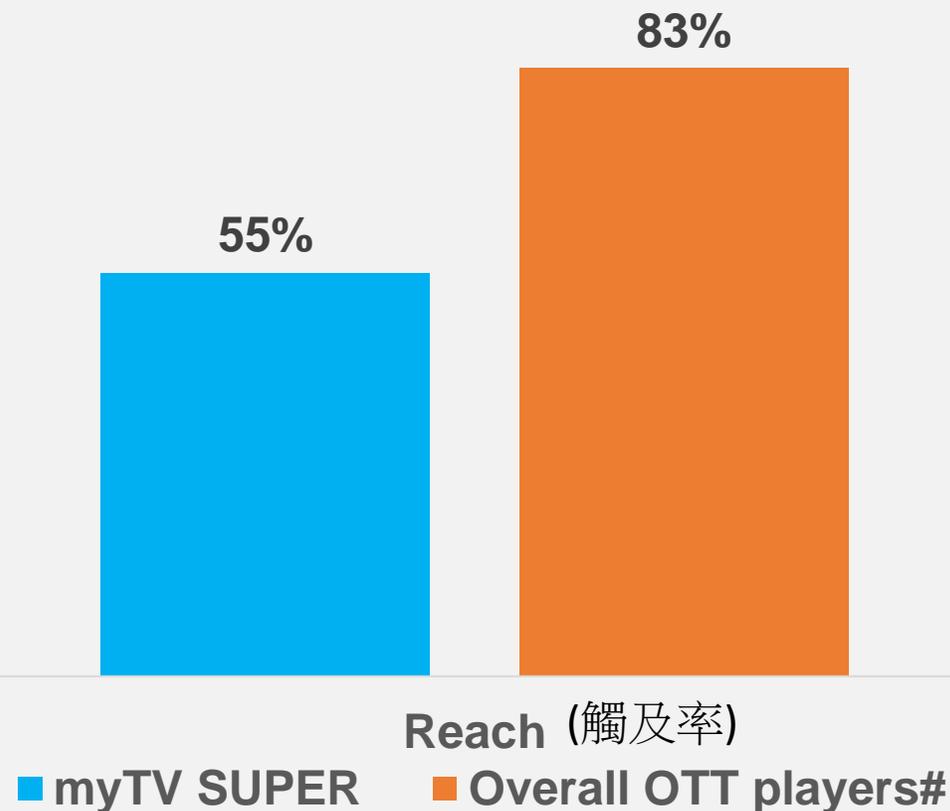
#Source : Adobe Analytics
Period : Dec 2021

The OTT Market

串流視頻平台市場持續迅速增長

55% 串流視頻觀眾也看過
myTV SUPER
*過去七天

觀看過 OTT (P7D) *



*來源：2021本地視頻消費調查 (n=2,556)，過去 7 天內觀看過在線或離線視頻的 15-64 歲的香港用戶
Base: All viewers who have watched myTV SUPER content (Box/App/Web) in the past 7 days; 2021 (N=1,410); 2020 (N=1,496); 2019 (N=1,493)
#Overall OTT Players: myTV SUPER, ViuTV (APP + Web), Viu, Netflix, Now E, HBO GO, ATV, iQiyi, Tencent Video, Youku, Qianxun, Bilibili

Connected TV (聯網電視) vs OTT (串流視頻影視平台)



Over The Top (OTT)

串流視頻影視平台



Devices裝置



桌面
電腦



電話
掌上電腦

聯網電視



SmartTVs

Set-Top-Box



- 將**程序化廣告**帶入家中的大電視
- 精準目標投放

收看觀眾學歷高及購買力強



性別



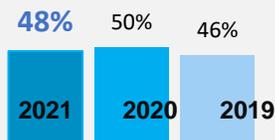
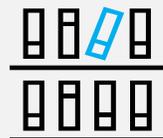
48% vs 52%

年齡

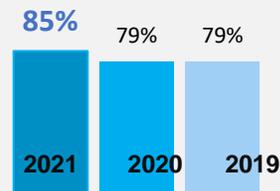


11% A15-24
17% A25-34
20% A35-44
24% A45-54
28% A55-64

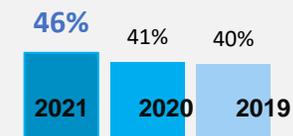
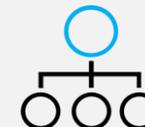
大學



工作狀況



PMEB



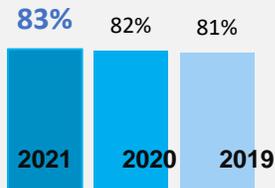
婚姻狀況



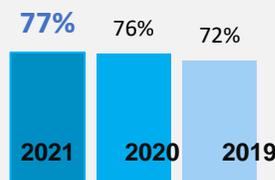
68% Married

9 out of 10 have Kids

雜貨消費者



一家之主



每月家庭收入



HK\$69,985

2020 (HK\$66,738)
2019 (HK\$65,378)

家庭中位數: HK\$26,500*

每月個人收入



HK\$32,198

2020 (HK\$32,196)
2019 (HK\$31,378)

個人收入中位數:
HK\$18,400*

*來源: 2021本地視頻消費調查 (n=2,556), 過去7天內觀看過在線或離線視頻的15-64歲的香港用戶
Base: All viewers who have watched myTV SUPER content (Box/App/Web) in the past 7 days; 2021 (N=1,410); 2020 (N=1,496); 2019 (N=1,493)

Our Edge



◆ **目標投放**
龐大第一方大數據



用 myTV SUPER
遙控器並按“OK”



掃描QR code
輸入電話號碼,然後收到SMS及連結

◆ **廣告可點擊及追蹤**
On Connected TV+APP+Web



遙控器並按“OK”



去Big Big Shop 購物



按廣告 (APP/網頁模式)

◆ **觸及率及轉換率**
成就目標

Key Findings

Nielsen Survey 調查報告 2021

消費者對內容、互動廣告同OTT商務 反應正面



內容比競爭對手強得多

有喜愛的明星/藝人

廣告形式多元化/
互動性高

形象正面，適合一
家大細收看

廣告產品資訊可靠

接受不可忽略廣告

網購快速增長，感受"易用"、
"好玩"、"信任"

可信及時常更新的
財經新聞

為購物提供具價值的
參考資訊



高參與及互動廣告內容



品牌觀感與廣告（按屬性）*



適合家庭



動態廣告格式



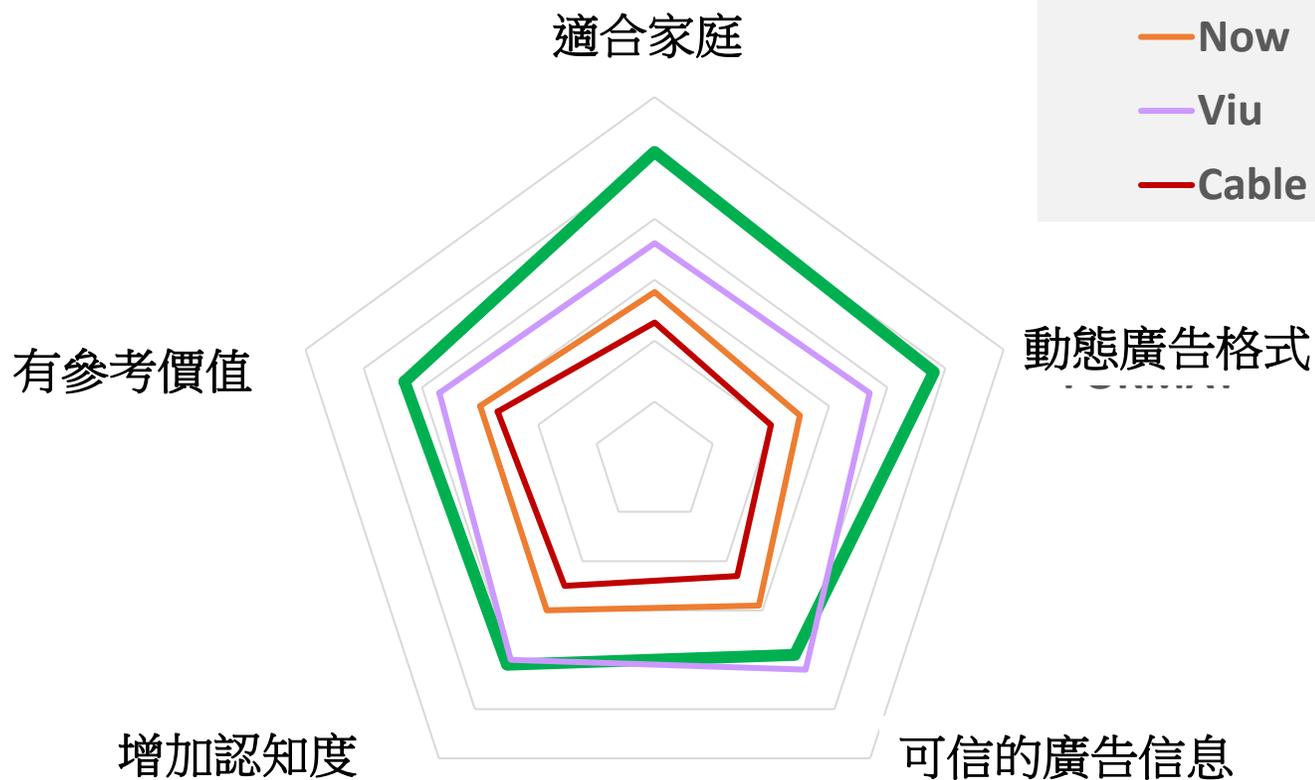
可信的廣告信息



增加認知度



有參考價值



Q12a. 請問你認為以上句子適合形容邊啲媒體?

Base: Hong Kong Citizen aged 15-64 who have watched any video content on the respective channels in past 7 days myTV SUPER (n=1,410); now TV/now E (n=668); ViuTV/Viu (n=1,566); CableTV (n=411); YouTube (n=1,688); Netflix (n=836)



myTV SUPER OTT-Commerce 商貿平台 聯合 OK Buy + Big Big Shop



myTV SUPER 觀眾

96%

瞭解myTV SUPER的
OTT-Commerce 平
台*

39%

曾參予互動 點擊/
購買*

11%

有興趣
下次再試*

*Source: 2021 Video Consumption Landscape Survey (n=2,556) Aged 15-64 HK Citizen who watched any online or offline video in the past 7 days)
Base: All viewers who have watched myTV SUPER content (Box/App/Web) in the past 7 days; 2021 (N=1,410); 2020 (N=1,496); 2019 (N=1,493)

myTV SUPER 助您創造更多觸及率

- 建立宣傳活動標準
- 結合各種平台
- 媒體組合

myTV SUPER 替你建立廣泛覆蓋觸及

每次不重複觸及成本
HK\$0.18 /裝置
HK\$0.14 /人*

廣告格式: 30s 視頻廣告

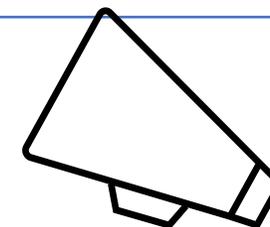
頻率: 2 x across life-time 宣傳期

總曝光數: 3.8 M, 預算: HK\$350K

觸及數: 1.9 M 裝置

2.5M 人

M=百萬

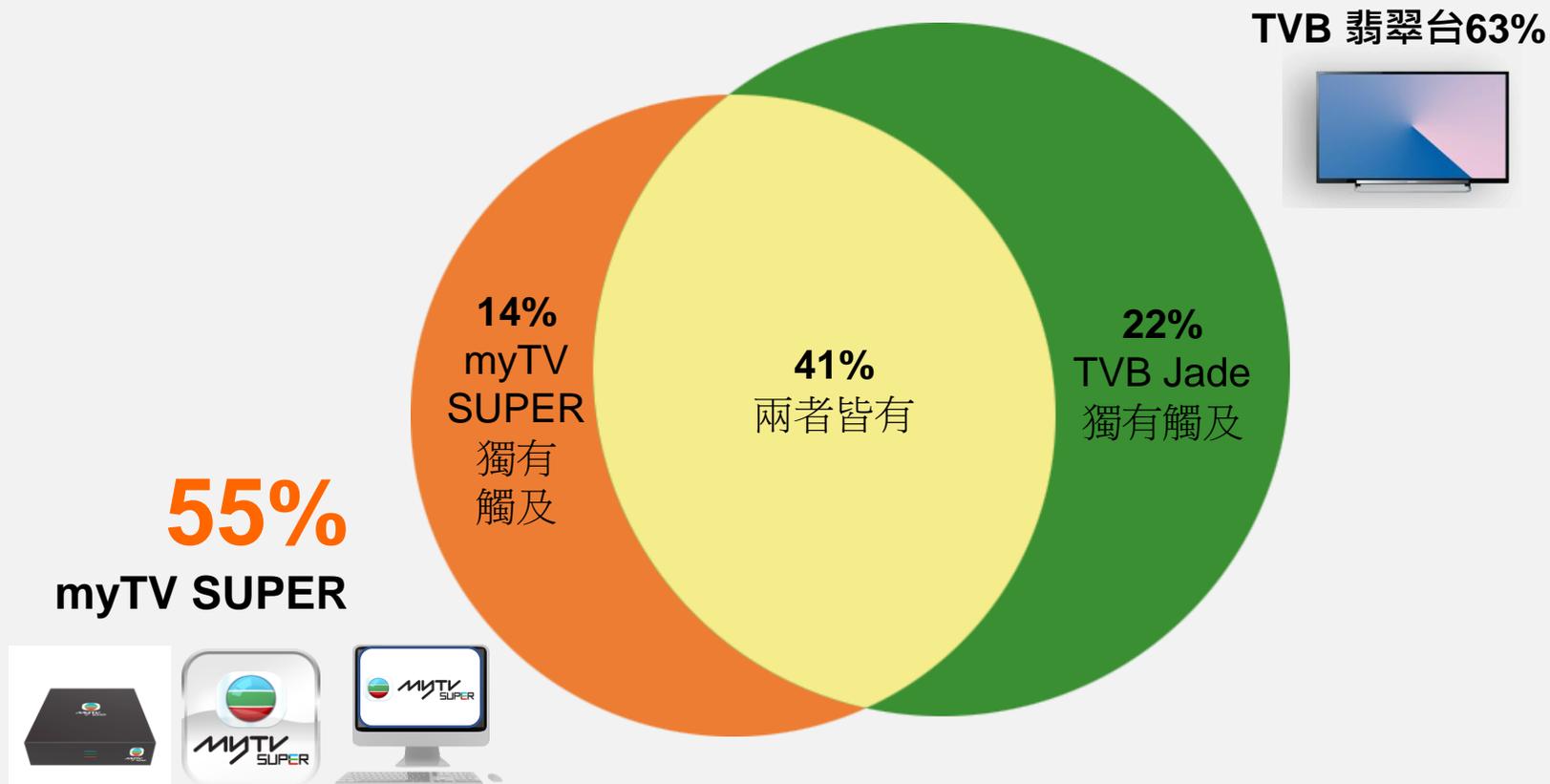


*以四星期計算. 備注: 調查報告反映2.3人/每個本地家庭人口大小

Based on a 4 weeks calculations

Remarks : *Nielsen Survey Projection – 2.3 person per domestic household size

建立廣泛覆蓋觸及 TVB Jade + myTV SUPER



14% 受訪者表示是觀看 myTV SUPER 平台卻沒有觀看翡翠台

Definition : myTV SUPER – Box / App /Web; TVB Linear – TVB Jade

Q5. 請問你最近什麼時候用以下媒體收看電視節目或影片

Base: All respondents (n=2,556)

數碼廣告及社交媒體無懈可擊的宣傳組合



myTV SUPER
55%

18%
myTV SUPER
獨有觸及

3%

4%
Facebook Video
獨有觸及

26% all

22%

8%

10%
YouTube
獨有觸及



Facebook Video

55%

myTV SUPER + YouTube = **87%**

myTV SUPER + FB = **81%**

FB + YouTube = **73%**

YouTube **66%**

Definition : myTV SUPER – Box / App / Web

Q5. 請問你最近什麼時候用以下媒體收看電視節目或影片

Base: All respondents (n=2,556)

myTV SUPER 助您伸展至不同觀眾層面



**All TVB Group Youtube Channels
With 800K香港用戶**

**TVB Group 社交媒體
超過3.8M 跟蹤者 on FB & IG**

更多

- TVB Official
- Big Big Channel
- Hands Up
- 聲夢傳奇 STARS ACADEMY
- myTV SUPER
- LEISURE 飲食旅遊
- COMEDY 喜劇台
- ANYWHERE TVB Drama Channel
- TVB USA
- VARIETY 綜藝娛樂
- 熱播劇場



觸及大灣區的TVB粉絲及廣東話社區



TVB新浪微博
中國擁有**560萬**用戶



泛粵文化傳播平台
粵想睇粵要埋堆

每日活躍用戶：超過**32K**
每月活躍用戶：超過**2M**
超過**65%**嘅用戶居住喺**GBA**



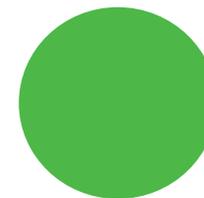
增加轉換率 myTV SUPER

大數據

表現優化

程序化

獨特而強大威力 第一方數據



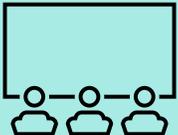
網上購物
興趣行為
TVB集團電子商務數據



廣告點擊

人口

內容瀏覽行為
myTV SUPER 觀眾



18區
地點

調查報告
產品偏好

大數據

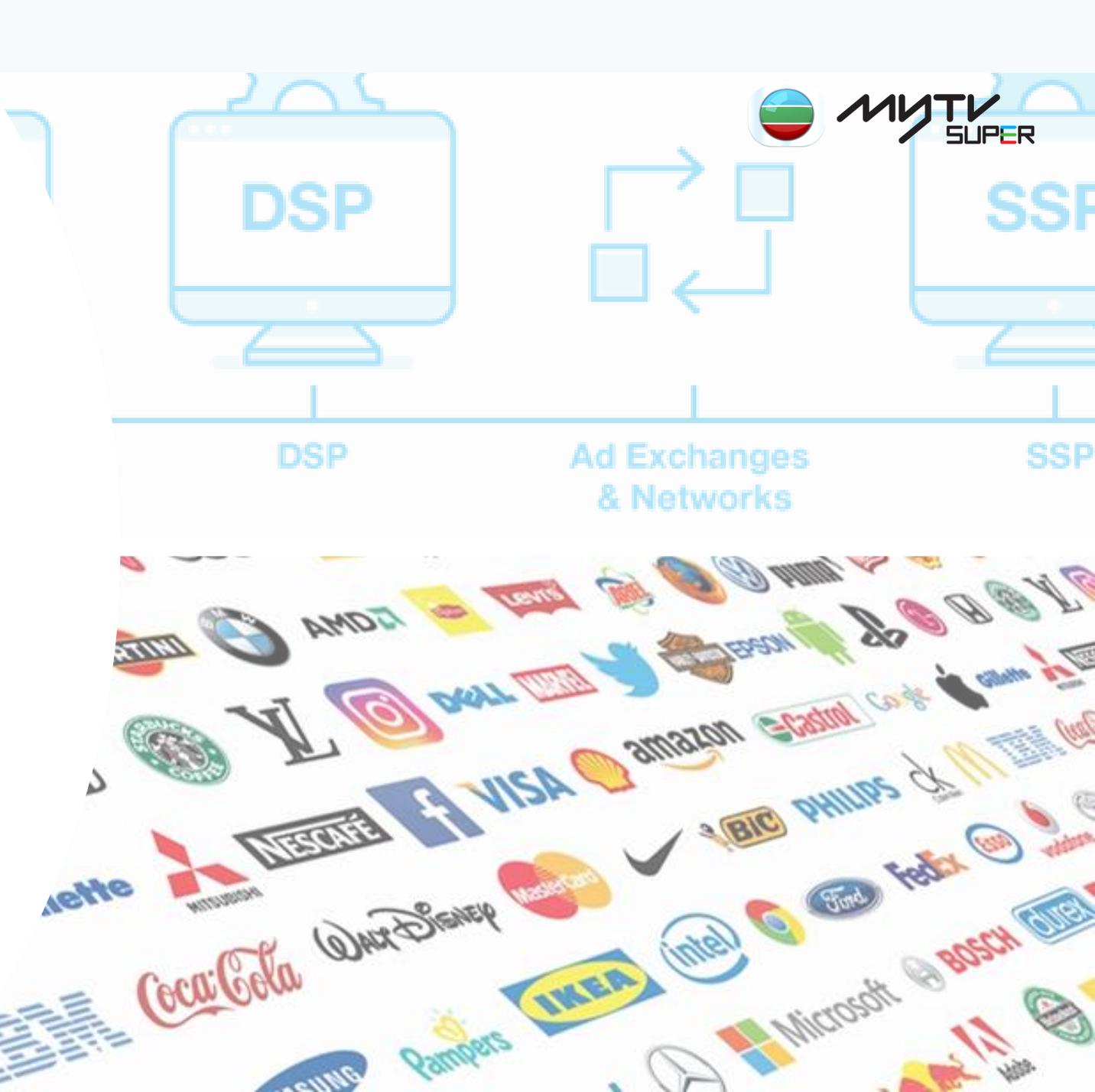


免費附送*

- ✓ 重新定位活動/過去活動點擊
- ✓ 廣告曝光頻次上限#

達到更好轉換率

*免費提供 Offering in free for both IO and programmatic buy
#承諾計劃合適用 Commitment client only



程序化電視加上 優質廣告貨源

為提升更好市場表現打下
基礎

實時優化
提高效率

特定目標投放
更好表現

觀眾為本
減少浪費

AB測試
提供統一
數據視圖

程序化電視 絕對優質廣告貨源



Programmatic Guaranteed 程序保證

-承諾交貨



Preferred Deals 首選優惠

- always-on deal 經常交易



Private Auction 私人拍賣

- 節約成本同熱門目標



Numerous audience targeting 眾多受眾定位

-人口統計、性別、地區、觀看行為、內容等



Small portion of inventory in Open Auction

小部分公開拍賣庫存- 最低CPM價錢



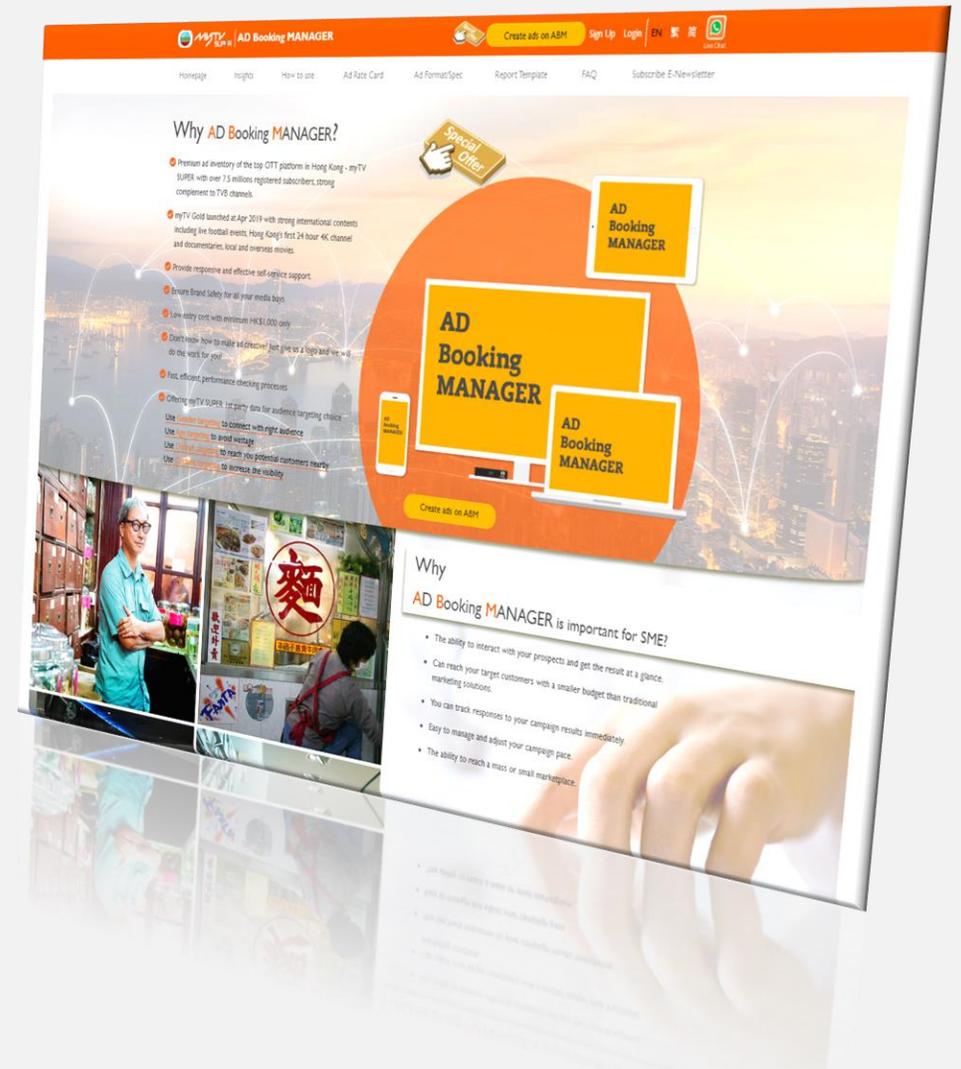
Audience Data 受眾數據

- 申請開放和私人數據交換

自助式程序化解決方案廣告 AD Booking Manager



- ✓ 手機桌面兼容互動格式，簡單易用和入場費低
- ✓ 目標選擇多樣性
- ✓ 結合代理商預訂功能及 commitment 承諾計劃
- ✓ 免費AI智能設計師- 多款色樣設計工具，簡單幾個步驟點擊，便能創作圖像展示display 廣告



一次過提供品牌建立的行銷漏斗解決方案 (認知+參與度+轉換)

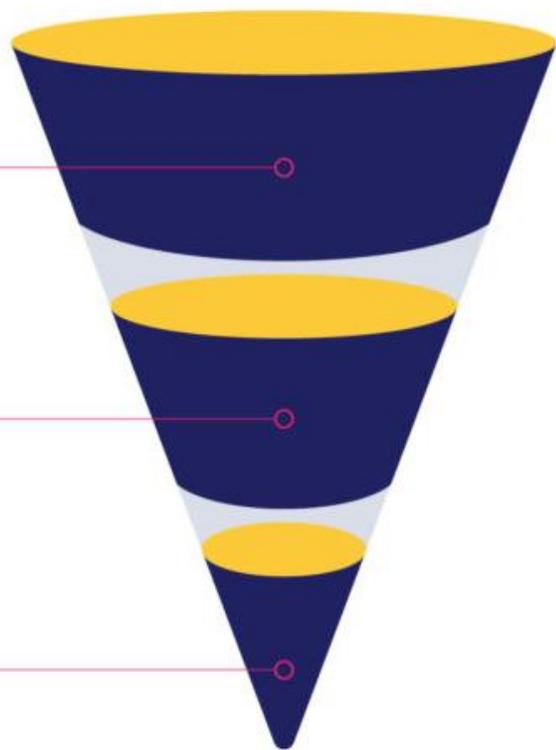


由上而下

認知度

參與度

轉換



建立認知和潛在客戶覆蓋面(myTV SUPER, 埋堆堆, TVB Group YouTube & 社交媒體)

第一方數據有助培養和吸引客戶

睇電視時透過OK Buy 銷售貨品

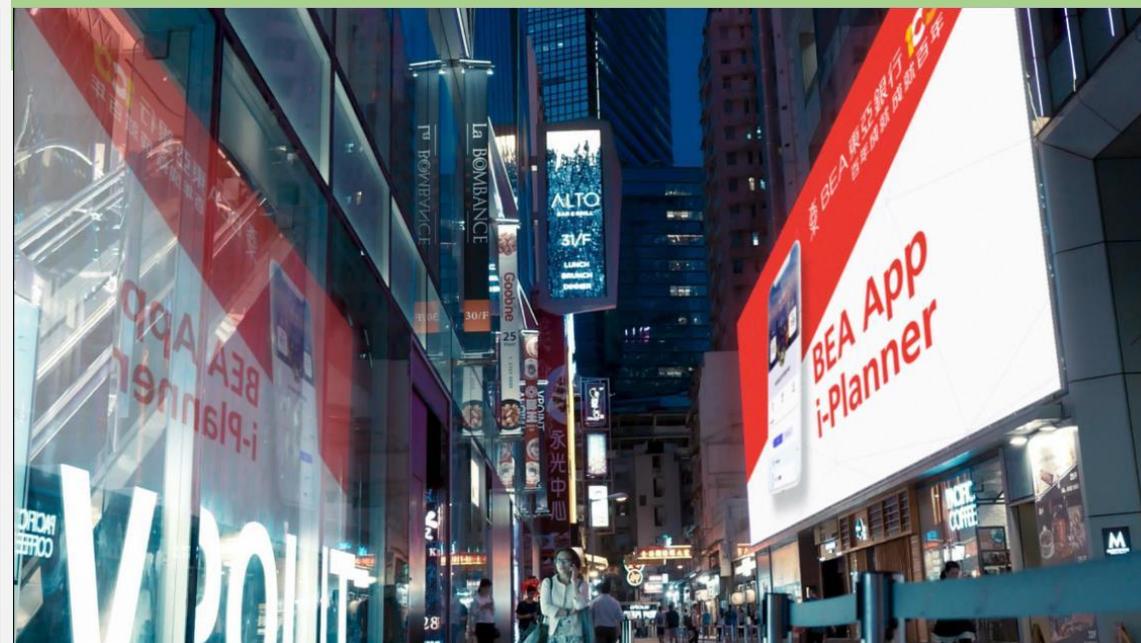
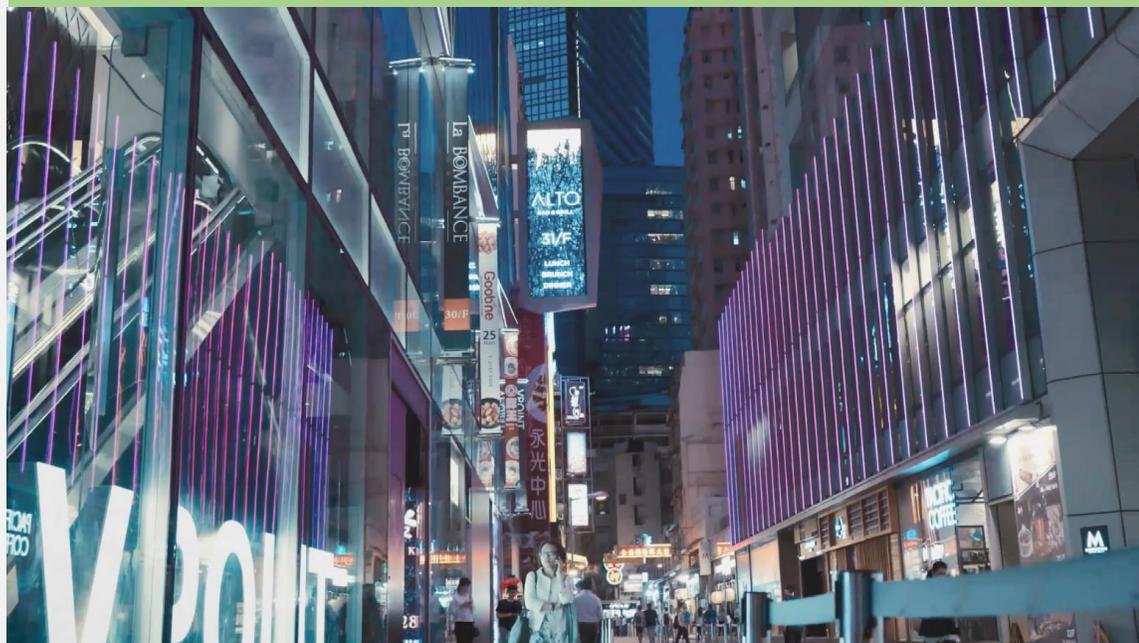


用最熱門劇集 相關內容製作
提高觀眾興趣 話題性更高

視頻內原生廣告植入 - 滲入劇中 + 更高參與度

免費電視+OTT 一齊播出
同時覆蓋廣東省

製作時間短，靈活配合營銷活動



翡翠台黃金時間劇集平均收視高達20 - 23點

myTV SUPER原生廣告植入套裝活動表現 不重覆訪客高達66萬

廣東省翡翠台黃金时段每周累計覆蓋率高達19%

“創意中插” 廣告 – 一站式宣傳製作解決方案

採用節目內容放入
廣告中



不重複觸及數: 654,127

<https://youtu.be/J4JaK8RBA2M>

配合人氣的劇集



不重複觸及數: 557,391

<https://youtu.be/oT8jlqoiPEU>

提升品牌形象更深刻



不重複觸及數: 564,873

<https://youtu.be/zcPWYXSJ4uE>

myTV SUPER 的情景廣告(Scene targeting) 倒 L 形廣告

廣告出現在聯網電視和手機應用程式
上, 並配合相關場景播放

在場景和產品之間建立”聯繫”



觸及數: 483K 平均接觸頻率: 7.5x



觸及數: 336K 平均接觸頻率: 3.5x

以具有參與度的方式實現廣泛覆蓋, 成本更划算

<https://youtu.be/KDGBitaVamU>

不單止最強最新**TVB**節目.....
更多myTV SUPER自製高質節目

2022 節目更多元化

myTV SUPER Original原創節目



世界養生組織



鬼上你架車2



GI味俱全3



一夜夫妻百二蚊
(王祖藍出品)

myTV SUPER Original原創劇集



myTV SUPER Express Variety 綜藝速遞



Running Man



超人回來了



嘉玲秀

myTV SUPER Express
Animation 動畫速遞



我的英雄學院5

myTV SUPER 獨家體育盛事



北京冬季奧運會2022



FA Cup



荷甲



K-League

myTV SUPER Documentary
紀實節目



我在故宮修文物



學“海”無涯



一百年很長嗎

myTV SUPER Express Drama 世界各地劇集



女醫神Doctor X 7



日本沉沒：希望之人



只是在結婚申請書上蓋個章而已



尚食



最愛



末代廚娘



家族榮耀

總共 57 個頻道，超過 100,000 小時的 VOD (點播視頻)



TVB Thematic Channels (TVB 專題頻道)



精選體育



myTV SUPER 精選



優質電影



兒童及動畫

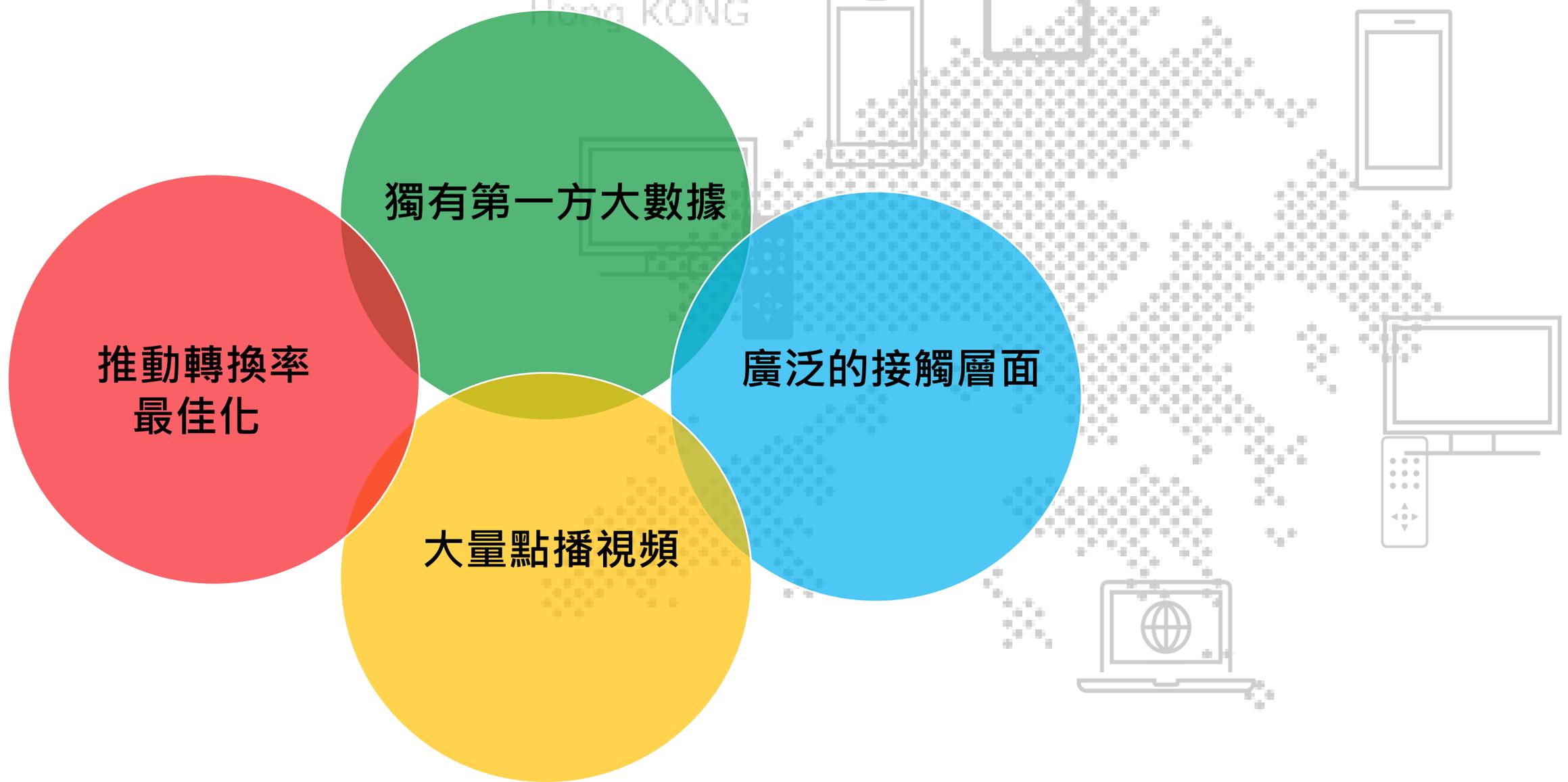


國際知名頻道



myTV SUPER 的致勝優勢

HONG KONG



推動轉換率
最佳化

獨有第一方大數據

大量點播視頻

廣泛的接觸層面



**YOUR SUPER
MULTI-SCREENS SOLUTION**
您的超強多屏解決方案



sales@tvb.com

+852 2805 7772



<https://ad.mytvsuper.com/>



附錄

多樣性的“目標篩選”

內容分類

多媒體裝置

頻率上限

性別

流動電話營運商

地位

特定時間範圍

觀看行為

年齡

地區

常住地點

社會經濟狀況

多項觀眾分類板塊，助你推動更佳轉換率

生活方式和社會經濟狀況

- 富裕
- 汽車愛好者
- 旅遊觀念
- 運動愛好者
- 業餘教育/研究學習
- 黃金時段節目愛好者
- 個人收入 \$20K+
- 出生月份
- 高收入者
- 中等收入者
- 基本收入者

家庭/企業負責人

- 奶粉購買者
- 飲料購買者 (酒精)
- 教育部長
- 健康與美容觀察者
- 中小企
- 購物決策者
- 銀行與金融
- 家庭中有一個或多個孩子
- 家庭單位

消費者習慣/愛好

- 雜貨購物者
- 家庭和生活尋求者
- 美容專家
- 奢侈品購買者
- 積極房地產投資者
- 小工具愛好者
- 電子產品愛好者
- 遊戲愛好者
- 烹飪愛好者
- 時尚達人
- 賽馬愛好者
- 網上購物者

- 可按顧客的要求，協商及提供特殊篩選。(公司高層主管,網絡零售商和中高級職位)
- myTV SUPER 保留隨時更改”篩選分類”的權利.