

港澳台与海外新闻传播丛书 丛书主编 董天策

SERIES ON JOURNALISM
&
COMMUNICATION OF HONG KONG
MACAO
TAIWAN
AND
OVERSEAS



港澳台广告
行业解读与案例赏析

Advertising in Hong Kong
Macao and Taiwan: Industry Analysis and Case Study

阳翼 万木春 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

港澳台与海外新闻传播丛书

丛书主编 董天策



港澳台广告 行业解读与案例赏析

Advertising in Hong Kong
Macao and Taiwan: Industry Analysis and Case Study

阳翼 万木春 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

港澳台广告：行业解读与案例赏析/阳翼，万木春著. —广州：暨南大学出版社，2007. 11

ISBN 978 - 7 - 81079 - 942 - 3

I. 港… II. ①阳…②万… III. ①广告业—经济发展—研究—香港②广告业—经济发展—研究—澳门③广告业—经济发展—研究—台湾省 IV. F713. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 165873 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学

电 话：总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编：510630

网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版：暨南大学出版社照排中心

印 刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：23.5

字 数：530 千

版 次：2007 年 11 月第 1 版

印 次：2007 年 11 月第 1 次

印 数：1—3000 册

定 价：39.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社总编室联系调换)



作者简介

阳翼 1978年生，湖南湘乡人。2006年毕业于中山大学，获管理学（市场营销）博士学位。曾于2004-2005年在美国密歇根大学商学院访学一年。现任暨南大学新闻与传播学院品牌营销教研室主任，中山大学中国营销研究中心（CMC）研究员。近年在国内外学术期刊发表论文20余篇，参与《行销中国》年度报告、《跨国公司行销中国》、《中国营销25年（1979-2003）》、《中国消费者行为报告》等八部著作的撰写。主要研究方向为品牌、广告与消费者行为。联系方式：jnuyy@163.com。



作者简介

万木春 1978年生，甘肃籍。2001年毕业于兰州大学，获经济学学士学位；2005年毕业于武汉大学，获传播学硕士学位。现从教于暨南大学新闻传播学院广告系，主要研究方向为广告经营管理、广告理论研究与广告运作实务。联系方式：yifo@sina.com。

港澳台与海外新闻传播丛书

- ◎ 《海外华文传媒概论》
- ◎ 《全球化进程中的华文传媒生态研究》
- ◎ 《港澳台新闻业：历史·现实·特色》
- ◎ 《港澳台广播电视：历史·现实·特色》
- ◎ 《港澳台广告：行业解读与案例赏析》
- ◎ 《海外公益广告：从公益广告到公益传播》
- ◎ 《国际传播》



丛书策划：董天策 杜小陆

封面设计： 彭 力 刘尚谦

总 序

2006年，华侨最高学府暨南大学百年华诞，暨南大学新闻传播教育恰好六十周年。在中国文化语境中，“百年”、“六十”意味深长，不仅令人回首过去的荣耀，更令人憧憬未来的梦想。惟其如此，走过六十个春秋的暨南大学新闻与传播学院，在热烈的庆典氛围中不能不冷静地思考：暨南大学新闻传播教育有什么样的传统与特色？有什么样的经验与教训？有什么样的未来前景？

回顾历史，暨南大学新闻传播教育可谓历经风雨而不断奋进：1946年，暨南大学新闻学系在上海创立。1949年，因暨南大学停办而并入复旦大学新闻系。1958年，暨南大学在广州重建，中文系1960年开办新闻学专业。1970年，暨南大学在文化大革命中被迫停办，新闻学专业也随中文系并入华南师范学院（今华南师范大学）。1978年，复校后的暨南大学重建新闻学系，设立新闻学专业。从此，暨南大学新闻传播教育才走上不断开拓与发展的道路：

1983年，开设国际新闻与传播双学位专业（后更名为国际新闻本科专业）；

1985年，继中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院、北京广播学院（今中国传媒大学）之后，成为第三批次获得新闻学硕士授予权的单位之一；

1994年，创办广告学本科专业；

2000年，获传播学硕士学位授予权；

2001年，在原新闻学系的基础上组建新闻与传播学院，下设新闻学系、广告学系、广播电视学系；同年，创办广播电视新闻学本科专业；

2003年，新闻学专业被评定为广东省名牌专业，新闻学科被确定为国务院侨务办公室重点学科；

2005年，获新闻学博士学位授予权。

在这样一个本科专业不断拓展、办学层次不断提升的过程中，暨南大学新闻传播教育的传统与特色越来越清晰地呈现出来。作为最高华侨学府的新闻传播教育，一个最突出的传统与特色就是大量招收华人华侨子弟，为港澳以及东南亚等地培养了大批的新闻传播专业人才。暨南大学新闻学系创立之初，著名华侨报人冯列山首任系主任，一开始就具有鲜明的“侨”字特色。在以后的发展过程中，招生、教学、科研，“侨”字特色始终保持。暨南大学1978年复办当年，新闻学系招收的香港、澳门等地的学生，就将近招生人数的一半，而现在的本科生中，港澳台与海外华人华侨学子更占70%以上。针对这样的生源结构，新时期以来学院陆续开设了海外新闻采写、

总 序

*Advertising in
Hong Kong, Macao and Taiwan*

海外报刊编辑、港澳社会问题研究之类的课程，2005 年重新修订的本科人才培养方案更开设了国际时事政治、国际传播、港澳台新闻事业、海外华文传媒、港澳台广告业、海外公益广告等特色性课程。与此同时，也一向比较注重开展对港澳台媒体、海外华文传媒的研究，陆续发表了一批关于港澳台与海外华文传媒的论文，出版了《香港报业春秋》、《东盟国家媒介透视》、《东南亚华文报纸研究》等著作，从而有力地促进了特色化的人才培养。

正是由于暨南大学新闻传播教育始终具有这样的“侨”字特色，本人于 2006 年 9 月受命担任暨南大学新闻与传播学院常务副院长主持日常工作以来，在规划未来学科建设的时候，特别重视将华文传媒研究作为一个富有特色的学科方向加以强化。在广东省重点学科暨南大学新闻学的建设规划中，把海外华文传媒研究作为一个重要的研究方向；在广东省高校人文社会科学重点研究基地暨南大学海外华文文学与华文传媒研究中心，把海外华文传媒研究作为一个重要的研究领域；在暨南大学“十一·五”、“211 工程”建设项目中，把海外华文传媒研究作为暨南大学华侨华人与海外华文教育学科的一个重要内容。

为了切实推进暨南大学海外华文传媒的研究，并将有关研究成果转化为人才培养的教学资源，深化暨南大学新闻传播教育的专业特色，学院在 2006 年底结束百年校庆、六十周年院庆活动之后，立即启动“港澳台与海外新闻传播丛书”的编撰工作：精心策划丛书的内容，确定各部书稿的撰写人，组织有关教师讨论撰写体例。由于各部书稿的研究基础不同，加上丛书作者大都承担了相当繁重的教学科研任务，这套丛书将陆续推出。该丛书的出版得到暨南大学出版社的大力支持，策划编辑杜小陆先生高度重视，从封面设计、版式设计到编辑校对，都找行家里手反复斟酌，使出版质量得到充分保障。

在“港澳台与海外新闻传播丛书”编撰的第一年——2007 年，暨南大学新闻与传播学院的学科专业建设又迈上一个新的历史台阶：新闻学先后被批准为广东省重点学科、教育部高等学校特色专业建设点，海外华文文学与华文传媒研究中心被批准为广东省重点人文社会科学研究基地，新闻传播学博士后科研流动站被国家人事部批准设立。所有这一切，都为暨南大学新闻传播教育迈向更辉煌的明天奠定了坚实的基础。

衷心祝愿“港澳台与海外新闻传播丛书”的出版，该丛书的出版有利于强化暨南大学新闻传播教育的“侨”字特色，提升暨南大学新闻传播教育的办学水平，从而为培养高素质创新型的海内外新闻传播专业人才作出更大贡献！

董天策

2007 年 11 月 15 日

序

一个值得重视的领域 一本值得关注的著述

港澳台是中国版图的重要组成部分，研究中国广告若未能将其纳入研究者的视野，无论说是一种什么样的缺憾似乎都不为过。

惭愧，本人于港澳台广告虽然时有关注，但一直缺乏深入研究，遵阳翼兄、木春兄之嘱为其新作著序，实勉为其难。

我是抱定学习的心态展读阳翼、木春二兄的著述的。著述分为上、中、下三篇。上篇为港澳台广告行业概览，于三地广告业发展之历程、广告公司与广告媒体两大主体之状况，以及广告教育与广告监管，均有适切的评述，资料之丰富、翔实，令我受益颇多。中篇为三地广告业发展中值得关注的一些问题的深度解读，问题的选择颇具眼光，解读更显出著者理性的智慧。下篇为港台广告作品赏析，要切实把握和领悟三地广告之精要，此篇也是不可不读的。如果说上、中两篇多理性解读，下篇则为具体的感性直观呈现，尽管赏析中不乏理性的分析。

做学问重在对第一手资料的把握。看看书后所列参考文献及书中所呈现的内容，深信二兄于资料搜寻采集的研究基础上所下的工夫。学问的深入，也许并不让于资料的占有，但不占有丰富、翔实资料的学问，却一定是浮泛的。二兄勤奋于资料之占有上的学问精神，吾辈当效之习之。

著述三篇各具用心，各具特色，整篇读来，时现思考的灵光与火花，表述畅达而要言不烦，实属难得。把简单的问题复杂化是一种本事，把复杂的问题简要化，同样是一种本事。对此，我更取向后者。

阳翼兄，是卢泰宏先生的高足，博士毕业且在美国做过一年的访问学者，惜至今无缘谋面。木春兄为武汉大学周茂君先生特别宠爱的弟子。说他们是后起之秀是抬高了自己，但“秀”字却是可以冠之的。

很不习惯为他人序，更不懂得如何序。既已诺之，只好勉力为之。是为序。

张金海

于武昌珞珈山

2007. 10. 13

序

*Advertising in
Hong Kong, Macao and Taiwan*

前言

港澳台同属中国，但近代历史各异，因而三地的政治、经济、文化、法律环境各有特点，根植于不同大背景中的三地广告业自然也各有其独特之处。作为华人广告圈中较为发达的地区，港澳台（特别是港台）广告在创意、管理、教育等方面都有许多宝贵经验值得其他国家和地区（尤其是中国内地）学习和借鉴。本书写作的一个重要目的，即全面梳理和提炼港澳台广告的行业特点和创作经验，以期对相关学者、学生或业界人士提供参考。

全书以“点面结合”、“重点突出”为写作宗旨，着重挖掘港澳台三地广告业的特点，分为上、中、下三篇，共十二章。

上篇“行业概览”从“面”的广度全面介绍了港澳台三地广告业发展的历史和现状。第一章简要介绍了港澳台的政治、经济和历史等基本情况；第二至第六章分别对三地的广告简史、广告公司、广告媒体、广告教育和广告监管等广告行业研究的重要组成部分作了详细阐述。

中篇“深度解读”有选择地对港澳台广告业的若干重要问题和领域作了深入研究。第七和第八章分别解读了香港和台湾广告业在过去几十年中的波动脉象；第九章重点分析了根植于特定政治环境和选举文化背景中的台湾政治广告；第十章则从总体上概括了香港和台湾在广告创作方面的特色，因此也可作为下篇“案例赏析”的导读。

下篇“案例赏析”分为第十一和第十二两章，对近30年来香港和台湾两地的数十个经典广告案例作了逐一赏析，以冀读者能从“点”的角度切入，对两地广告创作的国际水准与文化特色有更全面、更深刻的认识和体验。

全书的完成有赖两位作者的紧密合作。阳翼负责全书的整体构思、体例设定、港澳部分的写作，以及全书的统稿和校对；万木春完成了台湾部分的撰写和部分校对工作。

由于本书所涉内容庞杂，纵横跨度甚广，而两位作者的资料搜集和书稿撰写大部分在内地完成，且成书较为仓促，疏漏在所难免，不当之处，还请读者不吝批评指正。

阳翼 万木春
谨识于暨南园
2007年10月

前言

*Advertising in
Hong Kong, Macao and Taiwan*

致 谢

本书得以顺利出版，得到了很多人的鼎力相助。

阳翼：我在中山大学管理学院攻读博士学位期间，有幸得到恩师卢泰宏教授的精心指导和栽培。先生一丝不苟的治学态度、高瞻远瞩的大师风范和追求卓越的人生哲学，对我的学术思想、风格和视野有着极其重要而深远的影响。

在搜集港澳两地文献资料的过程中，黎文靖、谢晓辉、周军和钱宏等几位好友为我提供了无私的帮助，感谢他们。

我深深感谢我的父亲欧阳华和母亲陈菊英，他们几十年如一日地给予我支持、鼓励和关爱，无以回报，谨以此书献给他们。

此外，还有许多关心和帮助过我的人，限于篇幅，无法一一列举，在此一并致以最诚挚的谢意！

万木春：在台湾部分资料搜集和撰写过程中，我的师长、亲人、同事、朋友和学生提供了大量的帮助。

武汉大学广告学与媒介经营管理研究两个博士点的学科带头人、媒体发展研究中心主任、中国广告协会学术委员会副主任张金海先生既是我的老师，也是我学习的楷模。他在百忙之中为本书赐序，并对初稿中若干关键问题提出宝贵的修改意见；我的导师周茂君先生也一直关注着本书的进展，并不断予以鼓励。两位恩师提携后生之弘雅气量必将成为我辈效仿的典范。

感谢父亲万家斌、母亲牛正寰、妻子肖牧，以宽容来对待我在写作期间的焦躁。

从台湾来就读的陈耀中同学，为我辗转带来了亟需的文献资料，在此一并致谢。

两位作者要特别感谢暨南大学新闻与传播学院的董天策常务副院长，刘家林书记、副院长，杨先顺副院长，曾利斌副书记、王玲主任和其他所有同事。他们在本书的写作过程中为我们提供了最大的便利，使我们能集中时间和精力完成这项重要的工作。

最后，我们还要感谢所有港澳台广告领域的工作者，没有他们前期的实践和研究作基础，本书不可能顺利完成。

致 谢

*Advertising in
Hong Kong, Macao and Taiwan*

Advertising in Hong Kong, Macao and Taiwan: Industry Analysis and Case Study

目 录

- 001 总序
- 001 序
- 001 前言
- 001 致谢

上篇 行业概览

001 第一章 港澳台概况

- 第一节 香港概况 / 002
- 第二节 澳门概况 / 004
- 第三节 台湾概况 / 007

010 第二章 港澳台广告简史

- 第一节 香港广告简史 / 011
- 第二节 澳门广告简史 / 014
- 第三节 台湾广告简史 / 017

024 第三章 港澳台广告公司

- 第一节 香港的广告公司 / 025
- 第二节 澳门的广告公司 / 039
- 第三节 台湾的广告公司 / 041

059 第四章 港澳台广告媒体

- 第一节 香港的广告媒体 / 060
- 第二节 澳门的广告媒体 / 070
- 第三节 台湾的广告媒体 / 072

082 第五章 港澳台广告教育

- 第一节 香港的广告教育 / 083
- 第二节 澳门的广告教育 / 088

第三节 台湾的广告教育 / 090

106 第六章 港澳台广告监管

第一节 香港的广告监管 / 107

第二节 澳门的广告监管 / 112

第三节 台湾的广告监管 / 113

中篇 深度解读

120 第七章 香港宏观环境变迁对广告业发展的影响

第一节 解读香港广告行业的重心波动 / 121

第二节 香港公益广告与社会变迁 / 127

138 第八章 台湾政治、经济、传媒环境对广告业的影响

第一节 台湾政治、经济环境对广告业的影响 / 139

第二节 前紧后松:台湾传媒的历史演变 / 144

第三节 两岸广告业之交流 / 151

156 第九章 台湾的政治广告

第一节 政治营销与商业营销的异同 / 157

第二节 台湾政治广告发展历程回顾 / 159

第三节 台湾政治广告传播者与受传者分析 / 162

第四节 台湾政治广告传播媒介分析 / 169

第五节 台湾政治广告策略分析 / 173

193 第十章 港台广告创作特色解读

第一节 香港广告创作的特色 / 194

第二节 台湾广告创作的特色 / 197

下篇 案例赏析

209 第十一章 香港经典广告赏析

第一节 金帆奖获奖作品赏析 / 210

第二节 龙玺奖获奖作品赏析 / 220

第三节 香港十大电视广告获奖作品赏析 / 227

264 第十二章 台湾经典广告赏析

284 附录一 香港广告法规

307 附录二 澳门广告法规

318 附录三 台湾广告法规

347 参考文献

Chapter 1

第一章

港澳台概况

An Overview of Hong Kong, Macao and
Taiwan

第一节 香港概况

中华人民共和国香港特别行政区，通称香港，英文 Hong Kong。在中国古代，从秦始皇统一中国（前 221）开始，直到东晋（331）时，香港都隶属于广东南海郡番禺县。唐朝时属东莞郡宝安县，此后从明朝万历元年至清朝道光二十年（1573—1841）属广州府新安县管辖。1841 年，清廷在第一次鸦片战争中被英国打败，并于翌年（1842 年）签订《南京条约》，将香港岛割让给英国。之后清廷再败于英法联军，被逼签下《北京条约》，把九龙半岛连同昂船洲一同割让给英国。及至 1898 年，清朝朝政腐败，英国乘机向清廷提出租借现在的新九龙、新界和邻近的两百多个离岛。英国驻华公使宾纳乐和李鸿章在北京签订“中英展拓香港界专条”，英国以租借为名，取得了新界，为期九十九年，7 月 1 日生效。1984 年 12 月 19 日，中英双方签订《中英联合声明》。根据这份声明，英国在 1997 年 7 月 1 日将香港的主权归还中国。中国政府根据《基本法》，确保香港的经济、法律和社会制度最少保持 50 年不变。除防务和外交事务外，香港特别行政区享有高度自治。

一、地理位置

香港位于中国东南端，是发展日渐迅速的东亚地区的枢纽，地理条件优越。香港总面积达 1 104 平方公里，由香港岛、一海之隔的九龙半岛和新界（包括 262 个离岛）组成，其中，郊区多集中在新界。

二、人口

截至 2004 年年中，香港人口约 688 万，人口密度为每平方公里 6 380 人。居于香港的外籍人士为数不少，共有约 524 200 人，人数最多的国籍首三位是：菲律宾（129 760）、印尼（105 710）和美国（29 900）。

三、语言

中英文同属香港的法定语文。政府机关、法律界、专业人士和商界均广泛使用英文。香港不乏受过良好教育且精通双语甚至三语（即英语、粤语和普通话）的专才，而对于在香港经营业务或与内地、台湾有贸易往来的企业，这些专才更显重要。

四、气候

香港属亚热带气候区，但差不多有半年时间带有温带气候性质。冬季的温度可能跌至 10℃ 以下，夏季则回升至 31℃ 以上。雨量集中在 4 月至 9 月间，约占全年雨量的 90%。

五、主要国际贸易中心

香港是全球第十一大贸易经济体系、第六大外汇市场及第十三大银行中心。香港股票市场规模之大，在亚洲排名第二。香港也是成衣、钟表、玩具、游戏、电子和某些轻工业产品的主要出口地，出口总值位列全球高位。

六、全球服务中心

2004 年，香港是全球第十大服务出口地。与服务贸易有关的主要行业包括民航、航运、旅游、与贸易有关的服务，以及金融和银行服务。不少服务项目的收费都是全球最低廉的。

七、跨国公司的业务基地

逾 3 800 家国际企业选择在香港设立亚洲区总部或办事处，主要从事的业务包括批发、零售及进出口贸易、其他商用服务（例如会计、广告和法律服务）、银行和金融、制造业、运输及相关服务。

八、自由贸易与自由市场

香港提倡并奉行自由贸易——香港设有自由开放的投资制度；不设贸易屏障；对外来投资者一视同仁；资金自由流动；法治体制历史悠久；规章条文透明度高；税率低而明确。

九、政府行政架构精简

香港拥有一个架构精简而效率高超的政府。公司及个人课税率低，而且易于计算。香港特别行政区政府素以效率出众、透明度高且处事公正见称。在工商业方面，香港特别行政区政府奉行确立已久的“尽量扶助、减少干预”政策，乐于支持工商业发展。

十、货币制度

香港的货币政策目标是维持港元稳定。鉴于香港是一个高度外向型的经济体系，这个目标的具体含义就是维持港元对外价值的稳定，即维持 1 美元兑 7.80 港元的固定汇率。这个目标是通过联系汇率制度来实现的。联汇制度自 1983 年 10 月开始实行。

十一、法治

香港的法律制度深值信赖。这个制度以普通法为根基，历史悠久。香港市民和居港人士得享的权利与自由，建基于大公无私的法治体制、独立的司法制度、完善的法

援制度，以及自由开放和蓬勃发展的新闻传播媒介。

十二、机场

香港是主要的国际和区域航空中心。香港国际机场是世界上最繁忙的机场之一。全球各大航空公司都有航班飞往香港。现在，每周有大约 4 000 班定期客运航班及 700 班货运航班从香港飞往全球约 130 个城市。机场全面发展后，每年将可吞吐旅客 8 700 万人次和货物 900 万公吨。香港国际机场自 2001 年起连续五年被英国航空业意见调查机构 Skytrax Research 选为全球最佳机场。

十三、港口

2004 年，香港港口合共处理了 2 200 万个 20 呎长的标准货柜，是全球最繁忙的货柜港。坐落于葵涌和青衣的九个货柜码头，分别由五家营运商负责管理，总面积达 270 公顷，共设有 24 个泊位，临海地界总长 8 530 米。葵涌—青衣港池水深达 15.5 米，九个货柜码头每年可合共处理逾 1 800 万个 20 呎长的标准货柜。2004 年，抵港的远洋轮船及内河船只分别约有 35 900 艘次和 189 520 艘次，共处理货物约 2.21 亿公吨并运载旅客约 2 140 万人次。

十四、高等院校

目前，香港有 12 所高等院校，其中八所由香港大学教育资助委员会（University Grants Committee, UGC 教资委）资助，也就是港人所称呼的“八大校”。在这八所院校中，七所是大学，包括香港大学、香港中文大学、香港科技大学、香港城市大学、香港理工大学、香港浸会大学和岭南大学，一所是师资培训学院，即香港教育学院。另外四所颁授学位的院校并非由教资委资助，它们是由公众拨款营办的香港演艺学院，以及财政自给的香港公开大学、香港树仁学院和珠海学院。

第二节 澳门概况

中华人民共和国澳门特别行政区，通称澳门，葡文 Macau，英文 Macao。澳门历来是中国的领土，原属广东香山县（今珠海市中山市）管辖。澳门在明代史书中被称为“濠镜”（濠镜），因其妈阁庙而被葡萄牙人命名为“Macau”。1535 年，葡萄牙人贿赂广东地方官吏，取得在澳门码头停靠船舶、进行交易的权利。1553 年又以晾晒水浸货物为由，上岸居住。1557 年正式将澳门开为商埠。第一次鸦片战争后，葡萄牙人乘机扩大了在澳门侵占的地盘。1851 年和 1864 年又先后侵占了氹仔岛和路环岛。1887 年葡胁迫清政府签订《中葡会议草约》和《中葡北京条约》，其中规定“葡国永驻管理澳门以及属澳之地与葡国治理其他处无异”。此后葡一直占领澳门并

将其划为葡领土。

中华人民共和国成立后，我国政府多次阐明了我国对澳门问题的立场，澳门是中国的领土，根据1987年中葡两国政府关于澳门问题的联合声明，中国政府于1999年12月20日对澳门恢复行使主权。1993年3月31日，中国政府公布《中华人民共和国澳门特别行政区基本法》，其中规定，澳门特别行政区直辖于中央人民政府，享有除外交和国防事务以外的高度自治权，包括行政管理权、立法权、独立的司法权和终审权，澳门特别行政区不实行社会主义制度和政策，保持原有的资本主义制度和生活方式50年不变。

1999年12月20日零时在澳门新口岸交接仪式会场（已清拆，现为娱乐场），中、葡两国元首见证了澳门第127任总督韦奇立和首任澳门特区行政长官何厚铨交接澳门主权的场面，中华人民共和国正式恢复对澳门行使主权。根据《基本法》，澳门特区行政长官每任任期为五年，最多可连任一次。

一、地理

澳门位于中国南部的珠江口西侧，与东侧的香港隔海相望，相距仅61公里。经纬度位置为：东经113°33'和北纬22°11'。澳门的总面积因为沿岸填海造地而一直在扩大，已由19世纪的10.28平方公里逐步扩展至今日（截至2006年）的28.6平方公里。

澳门由三个部分组成：与中国内地连接的澳门半岛，位于珠江口南中国海上的氹仔岛及路环岛。北面 and 广东省的珠海市拱北镇连接；西面与同属珠海市的湾仔和横琴对望。

澳门半岛由一条狭长地带与广东省珠海市的拱北区连接而构成，南北长约4公里，东西最阔约1.8公里。大致来说，半岛自东北斜向西南，和华南沿岸山脉震旦走向相同。岛中的山脉和离岸岛屿的分布，亦呈相似的走势。半岛上有多个小丘，最高的是松山，海拔91.07米，其他大都在海拔50~75米左右。

二、气候

澳门属热带季风气候，温暖多雨。全年1月最冷，平均气温14.6℃，最低气温仍在5℃以上；7月最热，平均气温28.5℃，最热可达30℃以上。年降雨量达1970毫米，4~10月为雨季。主要分冬夏两季，春秋短暂而不明显。夏热多雨，冬稍干冷，春温多雾，秋日晴朗。5~10月为台风季节。

三、人口

截至2006年年中，澳门人口为525 500人。另据《澳门总览》介绍，作为弹丸之地的澳门，人口密度为世界之最，平均每平方公里的人口接近2万人，其中澳门半