* **广告机地级市投资可行性分析报告**
* **您如果要想投资广告机，做广告传媒这一快，您必须首先了解一下什么是广告机及投资的背景，广视邦安同你共同探讨下，说的不周到的地方，请各位老板及同行谅解！**
* **目录**
* **A:什么是广告机媒体？什么是广告机？**
* **B:投资广告机媒体的背景**
* **C:投资回报分析**

## A.什么是广告机媒体？什么是广告机？

* + - **提到信息媒体，大多数人直接想到的就是报刊、广播、电视、或者互联网。但是今天的信息发布者已经不满足于这些受众广泛却没有针对性的传统信息渠道。信息媒体市场正在由大众行销转向分众行销。在产品与消费者不断被细分化的时代，传统媒体的局限性是无法有效地区分产品的目标受众群。**
    - **在视频多媒体信息领域，信息客户和信息公司正在努力发掘更多新兴的终端网络渠道作为信息传播平台。传统的报刊、广播、电视、互联网被称之为四大媒体，而“第五媒体”是指大量分布在高档楼宇、酒店、商场、连锁店、银行、影剧院、车站、机场、地铁、公交车、出租车等公共场所，形成一种将独立的媒体播放设备分散安装，并播放出统一的专业广告及多媒体信息的新型媒体。**
    - **媒体播放系统是“第五媒体”传输、发布、管理、控制的平台，正在社会各行各业逐渐推广应用，对多媒体信息的快速和有效传播起着不可估量的作用。媒体播放系统在“第五媒体”市场以及其他多媒体信息发布和运营领域具有很大的市场潜力。同时还可以应用于大型体育和文化娱乐活动，如奥运会、博览会等，以及重大国内外会议的信息发布。**
    - **第五媒体的使用器材包括"广告机、蓝牙广告机，**[**网络广告机**](http://baike.baidu.com/view/1578635.htm)**、**[**液晶广告机**](http://baike.baidu.com/view/188895.htm)**、楼宇液晶广告机、车载液晶广告机、框架液晶广告机、落地液晶广告机、触摸式液晶广告机、按钮式液晶广告机”等等一会广告机应用。。**
    - **广告机是利用标准**[**液晶显示器**](http://baike.baidu.com/view/1472.htm)**、**[**液晶电视**](http://baike.baidu.com/view/23484.htm)**机，通过联网和多媒体系统控制等方式实现信息显示和视频广告播放的新一代智能设备。**
    - **广告机主要实现楼宇/户外液晶广告：指商业楼宇, 卖场超市, 校园等渠道内，以**[**液晶屏**](http://baike.baidu.com/view/105492.htm)**或LCD屏形式的商业终端广告系统，以播出电视广告节目和其他节目为表现手段。**
    - **主要包括8 种主要渠道：商业楼宇, 卖场超市, 航空终端, 医院药店, 户外大型LCD, 公交出租, 学校校园, 列车车站, 其他渠道等。**
    - **商业楼宇液晶：在城市写字楼, 公寓楼安装的液晶屏商业终端广告系统，一般安装在电梯口，本研究范畴内包括街道LCD网络，现在市场上主要的楼宇广告机有单机版，网络版两大类。**
    - **公交出租移动电视液晶：指公交, 出租, 私家车等交通工具上安装的液晶屏商业终端广告系统。**
* **B、背景知识  
  　　根据广告市场调查中心的报告预计,仅2005年一年,国内楼宇电视造就了10亿元的新兴广告市场。 2006年,这一数字更攀升至20亿元。..。有人预计，最近几年这一数字将突破至 60 亿元以上，而这个数字将是五六个一般省级卫视的广告收入！试问，广告收入每年翻倍的增长速度，哪个媒介经营机构可以与之试比高？** 
  + - **1.二级城市的液晶视频广告，是一片富饶的海洋，在遵循众多专家学者意见和建议的基础上，我们提出了二级城市农村分众的设想，即由本公司向二级城市中的广告主提供液晶广告机这种新型媒介，以及相关成功运作企业的案例，内部资源共享，相互学习，逐步形成一种农村包围城市的联盟大军，抢占户外受众资源，最终实现一种星火燎原的局面。**
* **我们认为，本地广告人经营户外视频广告的优势主要有：**
* **熟悉本地文化，在语言交流、地域情感、心理意识等精神要素上没有障碍，受众和广告客户容易接受。  
       拥有广阔的人脉资源，能够得到政府、广告客户和来自各行业人的支持。这可以作为广告人最大的无形资本。  
       视频网络维护成本低，极大地降低了广告投资成本。  
  分众聚众等大型传媒公司尚未涉足，有“先入为主”的优势。且许多广告公司原来就有众多的客户，他们的忠诚度比较高，能够快速地投放广告。**
* **2 经营模式  
  　　 总结众多户外视频经营者运作的经验和教训，我们把农村分众项目的经营模式归结为“一个中心，两个基本点”的模式，“一个中心”是经营运作，“两个基本点”是指选点抢资源和快速抓住商机。下面作一次详明的分析：  
  （一）资源——选点  
  可供选择的点包括：  
  办公楼宇  
  超市卖场  
  高级宾馆酒店  
  医院药店  
  学校网吧  
  银行邮局  
  车站码头  
  电信公司  
  迪吧茶吧酒吧  
  品牌专卖店  
  4S店  
  广场  
  俱乐部  
  游泳馆  
  ……**
* **3.商机——速度**
* **投资果断、经营有道。把搞好社会关系作为切入点，不动声色地和目标客户签了合同（合同期一般为5—10年，甚至更长），然后半个月就全部完成所有的安装任务，迅速形成垄断之势！**
* **4.经营——运作  
  1 、以点带面辐射式。先做大客户后做小客户。  
  2 、分割式。时间和节目的分割。  
  3 、借东风模式。借助城市或农村发展契机。  
  4 、“走上层路线”模式。借助政府和上层领导的力量。  
  5、多元经营模式。因时因地制宜，创新经营。  
  6 、节目内容和制作。**
* **5.节目内容**
  + - **一般包括政府机关广告、公益广告、烟酒、汽车、保健品、房产、金融保险、电信、家具、服饰、媒介产品、高科技产品、化妆品、家电、日用品、招聘和本地医院、餐饮、专卖店广告等。**
* **6.节目制作  
  　　 视频文件一般采用MPEG1（VCD）、MPEG4（DIVX）两种格式，从存储容量来讲，MPEG1和MPEG4格式的视频文件一分钟需要 10M ，MPEG4效果非常好，推荐使用，MPEG1差一些，现在基本很少用到了。**
* **7.节目时间和定价模式  
  　　 目前，一般广告经营者都把广告片的时间定在15分钟左右，一张 1G 的CF卡可以播放MPEG4（DIVX）100分钟。价格上没有定论，一般价格主要参考以下几个条件：  
       ａ . 各个地方同行（户外视频经营商）的定价；  
       ｂ . 当地经济文化发展水平和当地各媒体广告报价（广播电视报纸等）；  
       ｃ . 广告主的实力和产品对广告的依赖度程度；  
       ｄ . 机器数量型号。**
* **C、投资回报分析  
       1 、一级城市。某北方省会城市广告公司拥有 420 台机器设备，广告机平均单价为 2600 元，场地、安装、制作等成本费用为每台约 400元，每台机器的实际成本大约为 3000元，这样总投资为 420\*3000=126 万。单价按“ 30秒 品牌全天 8 0 次滚动广告套装单价为 35800 元 / 周”，刊例打 3.5 折，平均每月有 15 个客户，这样总的月收入为 35800\*4\*0.35\*15 ≈ 75 万元，去掉 10万 / 月的运营费用，每月净利 65 万左右。这样两个月即收回投资。  
    
       2 、二级城市。某地级市传媒公司有 180 台广告机，场地、安装、制作等成本费平均每台约 3000 元，总成本约 54 万元。单价按“ 30秒 品牌全天 6 0 次滚动广告套装单价为 10000 元 / 周”、刊例打 5 折计算，平均有 15 个客户，则 广告收入为 30 万 / 月（ 10000\*0.5\*4\*15=30 万），去掉 5 万 / 月的运营费用，净利润可达 25 万元左右。 3 个月就可以收回投资。**
* **3 ，较发达的县市级。某传媒公司拥有广告机 80 台，安装、场地和制作等一系列成本费用，平均每台 4000 元计算，总成本为 32 万。 单价按“ 30S 品牌全天 6 0 次滚动广告套装单价为 5000 元 / 周”，刊例打 6 折，平均拥有 10 个客户，其月收入为 5000\*0.6\*4\*10=12 万，去掉 4 万元左右的费用， 3 个月收回投资！**
* **4 ，楼宇广告机举例**

**分众传媒在楼宇广告机传媒这一块做了做好的诠释！我也就不多说了**

**备注：以上各点只代表个人见解，各地差异，具体实施请参考当地实际情况实施，不到之处请见谅！**