# 金利手机媒体投放分析报告

## 一、 手机市场分析：

### 1、手机品牌分析

央视市场研究股份有限公司在2003年8月提交了一份报告，对几个主要行业的品牌成长进行了调查。在手机这个行业，与哈尔滨的手机市场具有一致性，因此可以依据此项报告，对手机的现在的品牌情况进行分析。

从这份提交的报告可以得到以下结论：

第一，摩托罗拉和诺基亚还是牢牢地占据着中国的品牌市场的前两名。摩托罗拉作为最早进入的品牌，知名度和渗透率较诺基亚更高，然而诺基亚的品牌力和广告到达率（即广告记忆率）要比摩托罗拉略高。这反映了作为手机的两大巨头并没有特别大的差距，摩托罗拉的第一把交椅坐得也不稳。

第二，其他的外资手机如三星、西门子和爱立信等品牌也拥有较高的知名度，特别是三星表现更为突出，三星手机的品牌力一项甚至以微弱的优势领先于摩托罗拉，这一点值得引起关注。

第三，国产品牌作为手机市场的后来者，近几年以时尚造型设计、独树一帜的广告策略为转折，异军突起。这其中，表现比较引人注目的是波导、TCL、夏新，特别是TCL和波导在品牌的构建和广告的投入上都是特别突出的。

第四，总的来看，手机市场原有的摩托罗拉、诺基亚、爱立信三足鼎立的格局已经被彻底打破，不仅三星、西门子、飞利浦等外资品牌在强有力地撼动着既有的格局，就是国产手机也可以在现有市场上分一块蛋糕。其中只有摩托罗拉和诺基亚两个超级品牌能够横扫全国市场，多数品牌的表现，则是游走在不同城市、地域间的进退得失。

### 2、 哈尔滨手机整体环境分析

从哈尔滨的市场情况来看，无论是从品牌还是从销售上来看，排名前三位的依次为摩托罗拉、诺基亚、三星，剩余市场则被其他品牌瓜分。

哈尔滨目前的手机个人拥有率已达到48.72%，要低于全国中心城市的手机个人拥有率的水平，因此，在哈尔滨的手机还存在很大的潜在市场可供挖掘。

哈尔滨的手机市场，除去前三名手机之外，其它的品牌主要有爱立信、飞利浦、波导、夏新、TCL、海尔、康佳、海信、LG、科健、熊猫、联想、阿尔卡特、首信、迪比特、南方高科、

东信、NEC、CECT、金利等品牌。

要想在众多的品牌中脱颖而出，除了产品的质量、服务的水准、渠道的建设等，最直接最快速的方法就是靠有创意的广告来提高知名度，在此基础上，进行品牌的建设和扩展。

对于金利手机来说，虽然面临着进入这块市场之艰难的考验，但也不是没有机会。手机市场方兴未艾。在市场渐渐成熟的条件下，手机市场必然要重新洗牌，要淘汰掉一些产品品牌，这就是金利的机会。

## 3、 手机消费者构成分析:

经过我们的调查，哈尔滨市一般的手机消费者主要由以下几部分人群构成：

**第一类人群**是企业的领导者及一部分企业的上层职员。这部分有着极为成功的事业，在社会人群的金字塔结构中处于顶层。他们一般拥有自己的车，并且经常要往来于更种应酬场合。

**第二类人群**是一般的企事业员工，即一般意义上的“白领阶层”。这部分人的特点是工资收入水平较高，整体生活已经达到小康水平。一般有自己的住房，但没有自己的车。然而他们出行的主要交通工具为出租车。

**第三类人群**是一些企业的较低层工作人员，主要表现为一些跑业务和搞公关的员工及从事基层服务工作的人群。他们的手机一般用于业务往来。他们经常性地活动于市区，大量地用于各种交通工具，有时会打出租车，而大多数则是坐公交车。而一般因为公司会报销或补贴这部分交通费用，这部分人群选择的交通工具主要是高级一些的公交车，如空调车等。

**第四类人群**则是一些虽然没有工作，但家境颇为富裕的学生，主要是大学生和一部分高中生。这部分人群因为消费来源主要靠父母提供，因此在消费上表现为不经过理性考虑，往往具有冲动性。手机对于这部分消费人群来说，主要是用于联络朋友。他们的应酬虽不多，但会经常往来于市内的商场、游乐等场所，交通工具也根据具体消费水平的不同而选择打出租车和公交等方式。另外，大多数学校寝室内因为电视机的不普及，大多数学生在学校内的主要娱乐方式是上网和听广播。

**第五类人群**虽然是在总体消费人群中的比例只是很小的一部分，但绝对数目也是很多的。这是一部分没有工作的，但有可靠的比较丰厚的经济来源的人群。如毕业后没有找到工作、但父母可提供经济来源的年青的无业人员，如依赖于丈夫的收入情况不错的工作的全职太太及一部分无需工作也有经济收入的女人等。这部分人大多数是相对纯粹的消费者，他们每天只是享受生活、吃喝玩乐。他们的生存状态是每天大量出入于各种游乐场所，往来于各种消费场所。交通工具基本上选择打出租车。

## 4、 消费者心理行为分析

此项分析将针对以上我们所调查的人群进行心理行为的特征分析。

**第一类人群**进行的是高端消费。他们因为有着优越的社会地位，所以很看重自己的身份，所吃所穿所用都要是最尖端、最昂贵的。对他们来说，消费的金额已经不是问题，不说不求最贵，但肯定要最好。

他们消费的场所一般都是同行业中最高档的场所。在手机的购买上，也需要体现自己身份的尊贵。他们一般要购买像摩托罗拉、诺基亚和西门子等著名的品牌中的高档产品。这与金利手机的定位不符合，所以这部分人可以先从金利的目标受众中排除掉了。

**第二类人群**也有着较高的成功感，具有强大的消费能力。这部分人一般知识构成比较高，追求有品位的生活。他们也有着虚荣心，但是比较虚荣得比较理性。从消费特征来说，比较关注产品的外表，注重产品给其带来的感觉，相对感性。

因为他们的消费来源大多是靠出卖自己的智力赚来的，所以虽然他们从消费特征上看比较感性，但是特别是在消费耐用品时，他们的考虑时间会很长，经常要经过反复权衡比较。

**第三类人群**当然也会有自己的虚荣心，但是相对虚荣心来说，他们对价格显得更加敏感，重视产品的实用性。

这部份人群知识构成比较复杂，总体来说，集中于高中、中专、大专、大学这几个知识层面。这部分人的消费受广告的影响很大，无论是有创意的广告，还是狂轰滥炸式的没有内涵的广告，都会引导这部份消费者的消费。

**第四类人群**相对来说更加感性一些。因为没有踏入社会，思想还不够成熟，属于冲动型消费。即使像手机这样的比较大宗的消费，他们也经常是看到某则广告、或听了身边朋友的介绍、或喜欢上某款手机的外观就会产生购买行为。他们比较有个性，比较叛逆，喜欢时尚新潮的事物，喜欢有创意的生活。

**第五类人群**属于纯粹消费型的消费人群。他们有着强烈的攀比心，在他们的生活圈子里，经常要互相比较和攀比。习惯附庸风雅，没有品位却总希望别人把自己看得有品位一些，因此，他们的消费行为极易受到大众传媒的影响，特别是电视和广播广告。

## 5、 金利手机的一些情况：

以金立 303 为例：

在机身正面标牌的位置，首先出现的是天时达的商标，下排才是金立自己的标识。整机外观造型与厦新 A6 有几分相似，位于前盖下方的条形状态指示灯具有七色来电显示功能，不同的是金立 303 为一款双屏手机，而 A6 在外屏的位置却是一块铭牌，因此用户还是很容易分辨出两者的区别。机身面板具有星光银、罗曼紫和宝丽金三种颜色可供选择，机身主色调为亚银色，极具金属质感，配合超薄合金的拉丝面板，使整机透露出一份超凡的气质。内部显示屏支持 8 行×8 列的中文显示，使信息的浏览轻松自如。白色屏幕背影光，具备 4 级灰度调节，遗憾的是没有选用当前流行的彩色屏幕。

在功能上最独特的是内置 IP 拨号键，无论是直接拨号还是从电话簿中调出号码，又或是回复来电记录，都只要按一下“IP”键而无须加拨 IP 号，就可轻松实现拨打 IP 长途电话的全过程，不必再为输入繁琐的 IP 数字而烦恼。

尽管没有彩屏功能，但金立 303 在铃声表现上充满个性，内置的 40 首和弦铃声包括流行歌曲、中外民歌、古典音乐和电影旋律等，并且与许多手机不同的是，所有的铃声都可用在闹钟功能里，让一首优美的“茉莉花”在清晨伴你醒来无疑会带来一天的好心情。

短信是当前手机一项重要的功能，金立 303 支持中、英文短信，采用摩托罗拉的 iTAP 输入法，并且具备群发功能，现在为家人和好友发送祝福不用再逐条输入了。

金立 303 的报价为 1490 元，位于中档位置，整体情况比较适合以上分析的第三类人群、第四类人群和一部分第二类人群。

## 二、 哈尔滨市广告媒体基本状况分析：

从传统的宣传媒体来看，依然是电视、广播、报纸、杂志这四种。近几年新兴的网络也成为不可忽视的一大媒体。

哈尔滨市的广告媒体包括大体上包括以下媒体：

电视台 :黑龙江电视台（包括卫星频道、影视频道、文艺频道、女性频道和法制频道）、哈尔滨电视台（包括无线频道、生活频道、影视频道和娱乐频道）。

广播电台 :黑龙江人民广播电台、黑龙江新闻广播电台、黑龙江交通广播电台、黑龙江生活文艺广播电台、黑龙江妇女儿童广播、哈尔滨人民广播电台、哈尔滨经济广播电台等等。

报纸 :生活报、新晚报、黑龙江日报、黑龙江晨报、黑龙江广播电视报、哈尔滨日报、哈尔滨广播电视报、今天消费报等。

## 三、 金利手机应投放黑龙江省交通广播电台：

一般来说，杂志广告的空间不是很大，很少做。主要集中在前三种媒体。电视广告的巨大影响和作用显而易见，但是其高昂的费用令一般的企业望而却步。就是实力雄厚的企业，如果有更物美价廉并且符合自己对消费者的定位的媒体选择，也就没有必要花冤枉钱去做电视广告了。

对于金利手机来说，媒体的选择应该集中于报纸和广播这两种。相对电视媒体来说，报纸和广播虽然奖金投入量要少，要从一定意义上来说，其传播效果和广告效果并不比电视媒体差多少。

我们建议选择黑龙江交通广播电台。

黑龙江交通广播电台主要提供路况信息、航班及列车信息、交通预报、整点新闻、交广指南、新闻纵横、交广信息服务网、驾驶与维修、刹车急转弯、旅游天地、健康咨询台等新闻。黑龙江交通广播以“服务听众、服务交通、服务市场”为宗旨，受到听众和社会各界的喜爱与好评，是驾驶者及乘客了解世界、获取信息最迅速、最方便的手段 ;最充分反映社情民意、为百姓排忧解难的舆论先锋……全天 24 个小时现场直播，每天 7 大版块节目，节目信号覆盖全

省。

对于金利的目标受众来说，大多数也是黑龙江交通广播电台的主动或被动听众，因此，选择黑龙江交通广播电台宣传金利手机是金利的明智选择。

## 四、 交通广播广告示例：(30s)

在一个两口之家里，年青的男女夫妻。
女（撒娇地）：老公，你回来啦？
男（微笑地）：是啊，老婆。
女（撒娇地）：早上临走的时候，我让你买的东西你买了吗？
男（微笑地）：是啊，老婆。
女（疑虑地）：金利手机？
男（疑虑地）：是啊，老婆。
女（疑虑地）：可是我让你买的是一斤李手撕鸡啊？
男（尴尬地）：是……是……是啊，老婆。
女（明白了）：哼哼，哪儿来的钱买的手机啊？是不是有自己的小金库啊？
男（崩溃地）：是……是……是啊，啊，不是的，老婆。
女（大怒地）：你给我从实招来！
男（一声惨叫）：啊～小心我的金利手机。

简要说明：因为手机的销售渠道比较固定，一般就是集中于专卖店或手机卖场，所以不必交待去哪儿买手机等基本讯息，广告的主要目的是让消费者记住“金利”手机这个品牌。

## 五、 预算

# 黑龙江交通广播电台

2000 年广告价目表

| 段位 | 广告时间 | | 广告价格:人民币/元 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 5 秒 | 10 秒 | 15 秒 | 30 秒 | 45 秒 | 60 秒 |
| A+ + | 17:25-17:30 | | 180 | 240 | 280 | 480 | 680 | 800 |
| A+ | 17:05-17:10 | | 170 | 220 | 260 | 460 | 640 | 760 |
| A | 07:25-07:30 | 07:35-07:40 | 160 | 200 | 240 | 440 | 600 | 720 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 07:55-08:00 | 08:05-08:10 | | | | | | |
| | 08:25-08:30 | 11:05-11:10 | | | | | | |
| | 11:25-11:30 | 11:35-11:40 | | | | | | |
| A- | 07:05-07:10 | | 140 | 180 | 220 | 400 | 560 | 700 |
| B | 08:35-08:40 | 10:05-10:10 | 120 | 160 | 200 | 360 | 500 | 680 |
| | 10:25-10:30 | 10:35-10:40 | | | | | | |
| | 10:55-11:00 | 16:30-16:35 | | | | | | |
| | 16:55-17:00 | 17:55-18:00 | | | | | | |
| B+ | 18:05-18:10 | | 100 | 140 | 180 | 340 | 480 | 600 |
| C | 06:55-07:00 | 08:55-09:00 | 80 | 120 | 160 | 300 | 440 | 560 |
| | 09:05-09:10 | 09:25-09:30 | | | | | | |
| | 09:35-09:40 | 09:55-10:00 | | | | | | |
| | 12:05-12:10 | 12:25-12:30 | | | | | | |
| | 15:55-16:00 | 16:05-16:10 | | | | | | |
| C- | 18:55-19:00 | 19:30-19:35 | 70 | 110 | 150 | 260 | 400 | 520 |
| D | 12:55-13:00 | 13:05-13:10 | 60 | 100 | 140 | 240 | 320 | 440 |
| | 13:25-13:30 | 13:55-14:00 | | | | | | |
| | 20:00-20:05 | 20:30-20:35 | | | | | | |
| E | 06:05-06:10 | 06:25-06:30 | 40 | 60 | 100 | 160 | 200 | 280 |
| | 14:05-14:10 | 14:25-14:30 | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 14:55-15:00 | 15:05-15:10 | | | | | | |
| | 21:00-21:05 | 21:30-21:35 | | | | | | |
| | 22:00-22:05 | 23:00-23:05 | | | | | | |
| **座台广告** | 13:40-13:55 | 14:40-14:55 | 2,400/15 分钟 | | | | | |
| | 16:10-16:25 | | | | | | | |
| | 20:10-20:30 | 21:08-21:28 | 2,400/20 分钟 | | | | | |

注:

1、超过 60 秒的广告，按 60 秒价格折算；

2、广告制作费，改版费每条每次收取 200 元，自带成品带收取转录费每条每次 150 元；

3、中途修改合同、调整播出安排每次收取 100 元。