

合安九沿线高铁广 告传媒营销策划



目录

主题一：高铁本身具有的广告媒介价值

主题二：合安九高铁沿线城市的基本环境

主题三：合安九高铁本身所具有的的优势

主题四：合安九高铁的招商引资计划和广告计划

主题五：宣传中运用的媒体传播模式

主题六：总结

主题一

高铁本身具有的广告媒介价值



主题一

高铁广告媒体的优势

高铁广告媒体的优势

- 高铁广告媒体的优势就是覆盖面广，视野开阔，传播距离远，画质清晰，受众多，24小时不间断传播等。酒水、汽车、房地产、食品、饮料、家电、建材市场、家居、银行、保险、金融信贷、通信、教育、医疗、旅游等行业都十分适合投放高铁广告。

高铁广告媒体的优势

• 1、投放环境更优质

- 高铁广告有其与品牌相匹配的美观又高档的传播环境。根据新生代调研数据显示，人们对高速铁路车站最直观的评价为“整洁、舒适、明亮、美观、高档”。旅客普遍认为高铁站整体感觉比普通火车站档次更高，优质的环境加持下更加凸显品牌的价值。

• 2、信息传播更有效

- 高铁旅客乘车都会提前到站，通常都会在站内停留30分钟以上，旅客在进入高铁列车后，通常也会有几小时的乘车时间。在相对封闭的环境下，乘客百般无聊的时候，会不自主的观看广告。这样既提高了广告的到达率，也延长了广告的传播时间，保证了信息的充分到达和有效传播。

高铁广告媒体的优势

• 3、营销场景价值不可复制

- 在移动数字化大背景下，人人都可以成为可量化的“符号”，而场景营销则能通过特定的情感驱动让“符号”重新转换回有情感、有温度有心灵感应的人，让传播更具深度和价值，这同时也是新流量时代品牌营销必不可少的一个环节。
- 以高铁场景为例，不同的出行时机和不同的出行目的，让高铁场景融合了更加丰富的情感因素，也造就了高铁独一无二的场景价值。作为品牌重要的线下沟通场景，众多品牌在高铁上通过时机、人、场景、氛围与品牌的融合，以更加高效的解决方案，直击消费者心灵，与受众建立深层次的情感沟通。

• 4、广告投放更精准

- 我们进入到了一个广告精准投放的时代。互联网的投放精准之处不仅仅在于关键词的投放，投放者还可以选择投放时间、投放地点、模糊关键词投放、完全匹配关键词投放等精准选择。在互联网广告实现精准投放的同时，高铁媒体广告的精准投放也在不断与时俱进。
- 由于高铁媒体广告的自身特性限制，决定了高铁媒体是一个具有很大精准性的广告投放媒体，高铁八纵八横的布局，线路覆盖全国广告区域和城市，高铁广告全国高覆盖和区域强渗透的特质突显。广告主可根据不同区域和城市的特征制定网络化和点位化策略，从而实现规模化和精准化的传播落地效果。所以面对当前市场对于广告精准投放的需求，高铁媒体广告能够很好满足品牌营销需要。

高铁广告媒体的优势

5、品牌全场景体验式营销

- 高铁营造的独有场景，打造全场景营销生态圈，从进站到安检、候车、检票、乘车、出站各个环节，全场景式对接品牌沟通。高铁站广告与高铁列车广告都处于封闭式环境中，在旅客长时间的候车过程中，形成低干扰强制性收视。同时，旅客在各个环节都接触到广告，将有效加深品牌印象，强化场景营销的效果。
- 高铁广告大平台、高颜值，全国性覆盖，区域精准营销，是具规模化和聚客效应的传播平台，封闭式传播环境，强触达高曝光，多元化的媒体形式，与乘客零距离一对一接触，让品牌形象深入人心，能够让品牌传播全国！

6、广告视觉吸引力强

高铁站广告途径乘客必经位置，广告始终处于乘客目光范围内，能让乘客随时看到广告。在高铁广告中，一般来说展示面积越大，广告内容越丰富，就越具有吸引力。据数据显示，在检票口，高铁站广告将会被64.39%的乘客观看，并有47.24%的乘客会认证观看广告。

高铁站LED大屏广告优势：拥有强大的多媒体信息处理能力和高清细腻的大屏显示，十分容易引起过往人群的注意力，从而实现全方位的实时信息内容传递。高铁站电视广告优势：强势宣传，无法关机，单一频道，不受遥控器干扰换台、快进等。达到率高，大量的广告机全天候全线滚动播放。覆盖面广，全站覆盖无死角，广告全面覆盖。收视率高，旅客收看时间长，拥有传统电视媒体的各种优势。

学历

• 高铁、动车人群中，学历结构优良，本科及以上学历人群分别占58.7%与51.4%。



高铁站拥有大量的商旅人群、流动于省会直辖市枢纽与区县之间的通勤人群。曾经，CTR对高铁乘客做了精准的画像分析：大部分乘坐高铁的人群为25-44岁之间年轻人群；他们的学历本科以上的占比58.7%，他们的职业大多数以企事业单位和公司中高层管理为主，高达33.5%；同时这些乘坐高铁的乘客个人收入达到7333元，家庭收入超过15000元。

职业

• 高铁人群中，企事业单位/公司中高级管理人员高达33.5%；
• 动车人群中，政府、企业/公司中高级管理人员占比达到24.3%。



从以上数据来看，乘坐高铁的这波人是拥有足够的消费能力，并且他们选择乘坐高铁最大原因是：环境好并且高效。好的环境吸引到了中国最具消费力的人群、高质量的乘客资源，精准的传播环境也凸显了高铁媒体的优势。

受众消费水平高，高铁旅客以商务出差、休闲旅游、探亲访友、高校学生4类人群为主，是目前市场上最主要的消费群体。

主题二

合安九高铁沿线城市的基本环境

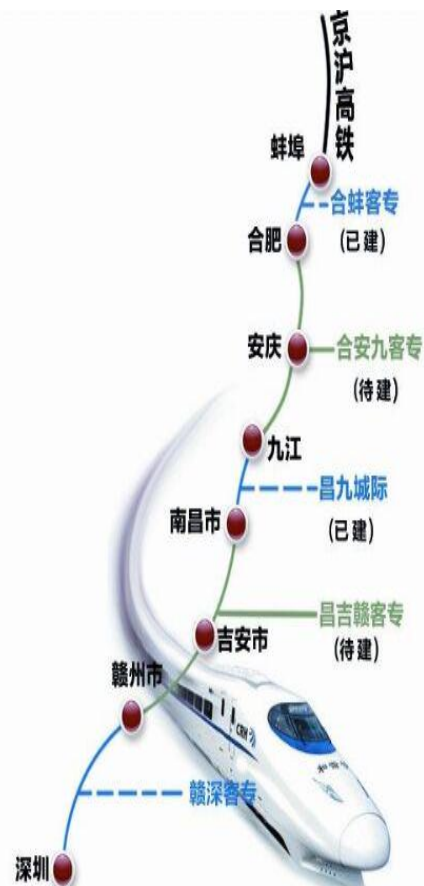
A large, irregular pink brushstroke graphic that serves as a background for the title text.

主题二 (目标市场)

- 1、沿线城市基本环境
- 2、沿线城市人员喜好和生活习惯
- 3、综上两点造成的广告受众

1、沿线城市的基本环境

- 合九客运专线(合肥-安庆-九江)又名合安九客专、合安九高铁。合九客运专线由合肥南站引出,经肥西、舒城、庐江、桐城、安庆北站(月山)、太湖东(新仓镇沙坝村)安徽宿松至湖北黄梅跨长江引入江西九江县庐山站,庐山站将进行改扩建。线路北起合肥市,经合肥市肥西县、庐江县,六安市舒城县,安庆市桐城市、怀宁县。九江至池州客运专线位于大别山东南麓的江西省北部的九江地区和安徽省西南部的安庆地区,线路起于江西省九江市,经九江地区的湖口县,跨长江经安徽省宿松县、太湖县、潜山县、怀宁县至安庆市。



1、沿线城市的基本环境

- 安徽、江西两省的旅游资源十分丰富，安徽黄山，江西滕王阁、庐山在国际国内享有盛名。安九高铁开通后，旅游爱好者又多了一条高铁黄金路线。届时，“早登黄鹤楼、午看迎客松，晚观滕王阁”将不再是梦想。安九高铁的建成运营将充分发挥出三省旅游资源的优势，提升整体旅游吸引力，同时旅游业的发展也会为区域内提供更多就业机会。安九高铁途经九江、黄冈、安庆等地，连接皖江经济带、环鄱阳湖经济圈两大区域经济带。安九高铁建成运营后，不仅让安徽与河南、江西更加紧密的联系在一起，也让未来的中原城市群、环鄱阳湖经济圈与长三角经济区带连成一片，密切了沿线地区城市人们生活圈、商业圈、交流圈，大大缩短人们的时空距离，改善人们群众的出行条件，对满足新时代人们日益增长的美好出行需求起着重要作用。

2、沿线城市人员喜好和生活习惯

- “合安九”高铁沿线大多属于南方，一日三餐多以大米为主，大多数人喜食辣味，零食等追求新鲜个性。
- “合安九”高铁沿线人民喜爱茶叶，对喝茶需求量大。
- “合安九”高铁沿线为“鱼米之乡”，鱼类等冷冻食品受到喜爱。
- 两省向来关系交好，各类产品流通自由。
- 两省景区较多，人民大多爱好登山、钓鱼等活动。
- 两省均为人口流出大省，外来人口相对较少，逢年过节客流量大。
- 安徽的皖酒、江西的清花婺酒等酒类较多。

3、广告受众

- (1)、热爱美食的人群
- (2)、热爱旅游的人群
- (3)、喜爱登山、钓鱼的人群
- (4)、喜爱花草树木的人群
- (5)、喝酒的人群

主题三

合安九高铁本身所具有的的优势

主题三

- 1、合安九高铁建成的自身优势
- 2、相关广告主在此投资的好处

1、合安九高铁建成的自身优势

- 该线路建成后合肥到安庆的时间由通车前的2小时缩短至40分钟，对于完善长江经济带区域路网布局，提高路网质量和能力，带动沿线地区经济社会发展具有重要作用。在合肥站乘坐普速列车经由合九铁路到达安庆最快需要3小时30分钟，到达九江最快则需要4小时10分钟。而合安九铁路建成后，合肥至安庆最快40分钟便可抵达，合肥至九江仅需1个多小时，到南昌将缩短至2小时左右，最远到深圳将缩短至6小时左右。该项目对于完善国家和区域路网布局，提升运输能力，带动沿线经济发展具有重大意义。

1、合安九高铁建成的自身优势

• “安九高铁”拉近了城市与城市之间的距离。“安九高铁”途经九江、黄冈、安庆等地，连接皖江经济带、环鄱阳湖经济圈两大区域经济带，沿线分布庐山、鄱阳湖、天柱山等众多知名旅游景点，旅游资源丰富、城镇密集。“安九高铁”建成运营后，将进一步完善沿江区域铁路网布局，提升中部省份之间铁路通道能力，对服务长江经济带高质量发展、促进沿江城市间人文经贸交流、拉近中部省市间时空距离具有重要意义。“安九高铁”带动了城市旅游产业的发展。中部地区承东启西、连南接北，资源丰富，交通发达，产业基础较好，文化底蕴深厚，发展潜力很大，推动中部地区高质量发展具有全局性意义。安徽、湖北、江西三省的旅游资源十分丰富，安徽黄山、徽州古城，湖北黄鹤楼、神农架地质公园，江西滕王阁、庐山、三清山在国际国内享有盛名。安九高铁开通后，通过高速铁路网络，将使“早登黄鹤楼、午看迎客松，晚观滕王阁”成为现实，有利于充分发挥三省旅游资源的优势，提升整体旅游吸引力，助推旅游业“新发展”。

2、相关广告主在此投资的好处

- (1)、茶叶
- 安徽、江西的喝茶的历史十分悠久，对于喝茶的习惯早已渗透在“合安九”高铁沿线民众的日常生活中，例如黄山毛峰、六安瓜片、庐山云雾、婺源茗眉、上饶白眉等。由此可见，沿线人民对于喝茶很有兴趣，对茶叶的需求大和种类多。茶叶广告主在“合安九”高铁上宣传，有利于增强本茶叶的曝光度，吸引坐车群众的兴趣，从而带来收入。

2、相关广告主在此投资的好处

- (2)、旅游业
- “合安九”高铁沿线的景区、景点众多，吸引了全球各地的人前来观赏美景，因此旅游业的发展受到重视与保护，广告主在此投资不仅有保障，而且旅游业使用周期长，见效快，生态旅游更是符合绿色发展理念，收到国家的鼓励与支持。相关周边衍生产业如民宿、特色食品也更为发达，有一定的体系保障和人员流动收入。在高铁上宣传本景区或特色民宿，途径群众会优先考虑并且使得本企业传播美名，得到更多人的关注，以此获得盈利。

2、相关广告主在此投资的好处

- (3)、自媒体
- 景区的优美环境带来的是各个人群的观赏，以至于许多人都会关注，自媒体行业的视频、直播和带货都可以以此为背景，增加关注度，加强人们对此的注意力，以此带来收益。
- (4)、种植花草
- 景区需要各种各样的花草树木以及处理器械，时长需要整理花草和按季节种植不同类型的花草，装饰景区，美化环境，游客来此也会需要买心仪的花草树木，邮寄回家，受众人群较广，且有长期支持。

2、相关广告主在此投资的好处

- (5)、酒类
- 安徽皖酒、江西清花婺酒等许多酒类在“合安九”高铁沿线的人们生活中是不可缺少的，两地都有饮酒的习惯。酒类广告主在此高铁上宣传，有利于扩大知名度，打开两省市场，增加营业额。景区资源的丰富，会使来此游玩的人在高铁上注意到该品牌，从而通过高铁的宣传能够更加深入两地，拥有更多的老顾客。

主题四

合安九高铁的招商引资计划和
广告计划



招商引资计划

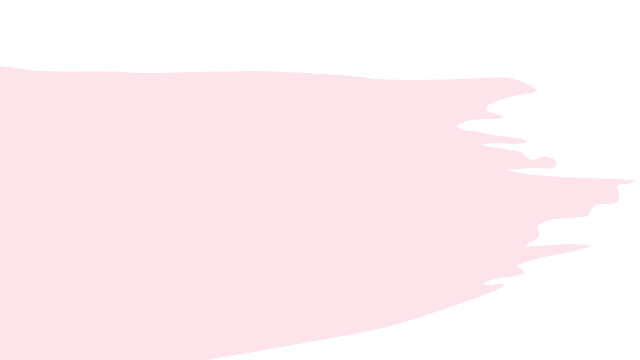
为“专精特新”企业的品牌宣传需求做好有效的资源对接与服务，我们必须开展招商引资计划。

招商引资计划

1. 加强城市自身建设，突出自身优势

合肥市以及沿线城市要对于城市形象、城市的基础设施、人才福利制度、投资环境等方面加强建设。积极借鉴国内外优秀城市的发展方法，因地制宜，提高自身城市的吸引力。

例如合肥市已经陆续建设成市政政务中心、合肥大剧院、渡江战役纪念馆、要素大市场等城市地标。并且已有计划的塑造“望山见水、透风见绿、簇群错落”的合肥特色，旨在实现从“一展齐、一般高、一个样”到“望山见水、透风见绿、簇群错落”的转变。合肥要保持并且要延续城湖共融、城绿嵌合的生态特色，打造合肥的“大湖风光”，彰显“江。




淮风韵”。构建高层建筑、大型公建、交通门户、历史人文在内的四大类型城市地标体系，通过四大类型地标在空间上的有机配置，共同构成具有识别性的城市标志系统。结合高层建筑三级制高区和公共开放空间体系，对高层建筑和大型公建位置进行引导。

对于有需求的城市进行研究老城改造，打好“城市更新牌”。对有文化遗产的城市建议对文化遗产进行分类，提出保护资源本体，协调周边风貌的历史遗迹保护更新策略，加强各类文化与特色空间的融合，充分展现老城区独特的历史文化。

2. 创新优化招商引资环境

加强城市的交通建设，实现出行便捷，让所有的乘客在高铁站能够做到“零距离”换乘；加大各城市内部各项基础设施的建设布局，并进一步完善城市的交通运输网络体系。

加强与城市内外各个高校的联系与合作，通过政策创新，吸引并留住高学历人才，例如可以通过给各个高校的优质学生提供奖学金、实习机会等帮助，对于应届毕业生提供丰厚薪水、优异的工作环境等。以创新发展吸引人才，人才只有在创新创造的大平台中才能实现自身价值。各城市要加快强化创新策源功能，注重发展现代服务业、先进制造业，吸引更多人才投入到城市的发展建设中。以最优服务礼遇人才，除了满足人才的居住、医疗、子女教育等普遍的需求外，还应制



定形成专门的人才政策体系。以城市文化留住人才，让人猜在街头巷尾感受到温暖。建立人才培养产业园、科技园，并与高铁沿线各个城市积极合作。

对城市的招商环境进行合理优化，开发区要从顶层设计出发，围绕优化营商环境从政策制度、服务质效等方面继续下大力气，让更多企业落户园区。

对城市的投资氛围进行合理营造，完善各项法律制度，在吸引到客商之后，凭借优质的服务留住客商，帮助本地不断发展。做好招商引资顶层设计，组建多个专业招商团定点联系重点城市和主攻产业，高频次，多渠道举办产业招商推介会。同时依托已有企业，以商招商，以近地配套优势吸引企业入驻，形成招一个、引一批的“葡萄串”效应，带动相关产业集群发展。

广告推广计划



为了招商引资计划可以顺利进行，我们必须将合安九沿线城市推出，必须采取相应的广告计划。

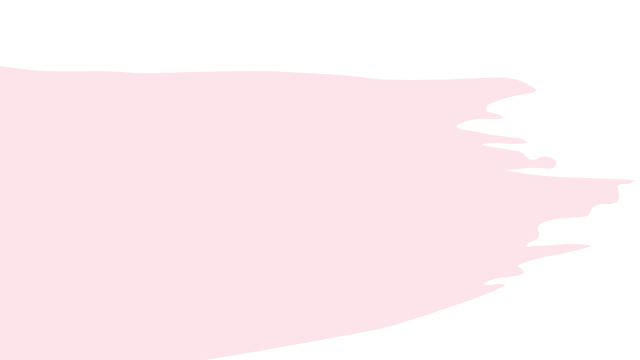
1. 合理利用自媒体

首先进行精准定位，例如各个城市要对自己的城市有精准定位。

其次内容要有价值，当观看者看完所发布的内容后，要让读者有所收获，产生浓厚的兴趣。

软文是目前营销转化率最高的方法。软文通常打家庭牌，打动人的内容往往是粉丝最容易接受的，将城市或者高铁上所发生的感人励志故事写成文章在各个平台上进行推广。

自媒体也注重文章被搜索引擎收录，这是免费提供文章曝光的重要渠道，在文章标题中放置关键词或结合最新的热门关键词，增加曝光度。



邀请旅游博主和种草博主到沿途城市景点体验，拍摄城市宣传大片，吸引观看者想要旅游的心，从而带动沿途城市以及高铁的经济发。

报纸虽然不是如今的流行阅读产品，但仍然受部分人群喜爱，在报纸上刊登沿途城市景点的美丽风景，并且宣扬合安九高铁建成对周边城市的有利影响和发展。

在高铁站设置广告位，主要对城市特色产品、特色文化提供，打造特色城市名片。

2.明星效应

沿途城市可以让明星为自己的家乡代言，不仅可以展现明星爱家乡的优良品格，还可以通过明星效应为城市带来收益，进而带动城市的发展，带动城市旅游业、餐营业、交通的蓬勃发展。

沿途城市有许多风景优美的景点，经常被用作影视剧的拍摄场地，可以通过旅游业发展影视明星拍摄点打卡的方式，带动城市的经济发展，让城市为更多人所知。

挖掘沿途城市独特的历史文化和励志故事，打造红色城市 and 美丽城市名片。

主题五

宣传中运用的媒体传播模式

宣传中运用的媒体传播方式

1. 纸媒体，例如报纸、杂志宣传“合安九”沿线的商机等。
2. 自媒体宣传，在播放平台进行宣传，如减少收费和投放资金。
3. 明星效应，逐步介绍“合安九”所具有的优势
4. 设置广告牌、广告位宣传此次高铁。

主题六

总结

"合安九"高铁营销策划

- 通过对“合安九”高铁沿线环境和人民喜好、生活习惯的了解，从而制定了受众人群。例如茶类和酒类的受众人群最多，在高铁上宣传了解和接受的人最多，能够通过高铁从而带动相关产业的发展，引出商机，吸引广告主参与投资招商。
- 宣传中注重通过不同的媒体传播方式，将“合安九”高铁沿线的人们逐渐吸引，带动沿岸发展经济，提升人民生活水平。