

合安九高铁

—流动的金名片—

合安九高铁是全国“八纵八横”高速铁路网的主要通道之一“
京港（台）”通道的重要组成部分

HIGH-SPEED RAIL AT HE'AN KAU



真 / 心 / 真 / 意

为 / 您 / 服 / 务

目录

一、前言	3
二、市场分析	4
(一) PESTDN 宏观分析	4
(二) 消费者分析	5
(三) SWOT 分析	9
三、广告战略目标	11
(一) 目标	11
(二) 地域	12
(三) 对象	14
(四) 主题	15
三、广告创意与表现策略	16
(一) 广告创意	16
(二) 表现策略	16
五、广告媒介策略	17
(一) 抖音	17
(二) 百度	19
(三) 机场	20
(四) 电梯广告	21
(五) 安徽日报	22
六、线下营销策略	23
(一) 线下发布会	23
(二) 实地考察	25
七、广告预算	27
(一) 线上预算	27
(二) 线下预算	28
八、效果评估与预测	29

一、前言

高铁作为一张靓丽的“中国名片”，不仅以“八纵八横、自西向东、从南到北”的方式横穿在中国土地上，还促进了社会资源与要素的合理流动，加速带动城乡一体化的进程。实现了区域间人、物以及信息的快速流动，使城市间的商贸往来与文化交流更为频繁，更让不同地域的人们开始了共享优质社会资源的进程。

本公司策划团队接受上海铁路文化广告发展有限公司的委托，承担 2022 年度合安九高铁站-站内广告对广大企业进行公开招募的营销策划活动。合安九高铁是全国“八纵八横”高速铁路网的主通道之一“京港(台)通道”的重要组成部分，途径肥西、舒城东、庐江西、桐城东、桐城南、安庆、安庆西、潜山南、太湖南、宿松东、黄梅东。其高铁横穿东西、贯穿南北，连接大中小城市，其中合安九高铁站共有 11 座高铁站，各类广告媒体数量共有 208 个。

高铁站流量大，传播范围广。站内广告不仅能全面直观的给消费者留下第一印象，还能通过“人传人”现象让更多的消费者了解其站内广告。消费者进入高铁站会经过其外圈、中圈、内圈并到达最终的目的地，消费者在此充当一个活的金名片，把金名片传递给高铁所经过的地方，让更多的消费者了解品牌，在此进行投放的品牌可以实现“品牌 + 金名片=全国连锁”的企业目标。

通过本次营销活动宣传，不仅可以实现半年内“合安九”高铁站的站内广告位投放量将达 90%以上，营业收入约 900 万元。还将会吸引八十多万家的小企业、五十多万家中等企业以及十几万家大型企业前来进行竞标，最终实现站内广告位高价售空的目标。除此之外还会促使更多的知名品牌、大企业等前来投放广告，最终促使合安九高铁站成为合肥到安庆的广告投放首要选择。

二、市场分析

（一）PESTDN 宏观分析

合安九高铁是全国“八纵八横”高速铁路网的主通道之一“京港（台）通道”的重要组成部分，线路经过地区地貌单元主要为江淮冲积平原区，局部为剥蚀丘陵区及湖积平原区。江淮冲积平原区又细分为河流级阶地和高阶地。河流一级阶地地势平坦开阔，湖积平原区地势平坦开阔，主要经过三鸦寺大湖。沿线地区旅游资源分布广，风景优美，独特的地理环境，历史悠久，文化发达、交通便利。有以古南岳著称于世的天柱山国家级风景区，有各具特色的浮山、小孤山、白崖寨、花亭湖、司空山、明堂山、大龙山等省级风景区，有李白、王安石、苏轼等古代名人留下的优美诗篇和近千幅摩崖石刻，有万里长江第一塔振风塔等文化遗址。这些丰富的自然景观和人文景观互相映衬，形成了独特的旅游风光，吸引着国内外大量游客，年接待国内外游客超过 1 亿人次。

根据图 2-1 数据所示《中共安徽省委安徽省人民政府关于加快铁路建设的若干意见》（皖发（XX）25 号）确定的 20 亿元地勘基金出资全部落实到位，省投资集团持有的海螺集团国有股分红和转让收益全部用于铁路建设，持有的其他国有股权转让收益重点投入铁路，省财政厅研究发行铁路专项债券融资办法，进一步拓展省级财政资金投入渠道。



图 2-1 国家调增 20 亿投资计划

（二）消费者分析

1、自身分析

本公司秉持“文化聚力、广告赋能”理念，坚持创新驱动，践行站车融合，以网络化资源布局和专业化市场经营，打造高铁广告创新发展新标杆。本公司经营资源覆盖江苏、浙江、安徽、上海三省一市 200 多个铁路车站和 840 多组高铁列车，2010 年集团公司管内高铁逐步开通运营以来，公司在长三角地区重点车站已经开发建成一批高品质媒体和文化经营设施，文化广告产业的网络化、集群化、品牌化效应将会在高铁站的广告投放中进一步应用。除此之外，本公司的收入利润率在近几年平缓稳定的上升，这将为打造个性化、时尚化的安合九高铁广告提供了雄厚的经济基础。与此同时，本公司还拥有丰富的经验把“人文广告”理念与新技术、新媒体相结合，为合安九高铁的广告设计与呈现提供有力的支撑。

随着科技技术水平的不断发展，高铁、地铁等交通工具的出现，人们不再关注报纸、电视，碎片化时间的增多，高铁、地铁等新的媒体介质代替原来的媒介，高铁广告、地铁广告等快速发展起来。其中，伴随中尤其是日益成熟的高铁网络，让出行变得更方便、更省时，所以高铁站的人流量占比很大。并且这些人群中以商旅人群为主，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，根据图 2-2 所示他们的学历本科以上学历的占比 58.7%；根据图 2-3 可知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%；根据图 2-4 和 2-5 数据所示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。安合九高铁经过的地区的旅游

景点有着很大的人流量，而且现在新媒体技术在不断进步，我们在对广告投放进行设计的时候会与时俱进进行创新，打造一个独属于你的广告位。除此之外，我们的广告位都是处于站内比较显眼的位置，再以一个显眼的方式，让来往停留的乘客一眼就看见，并且给予他们一个视觉上的冲击来加深他们的印象。

学历

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

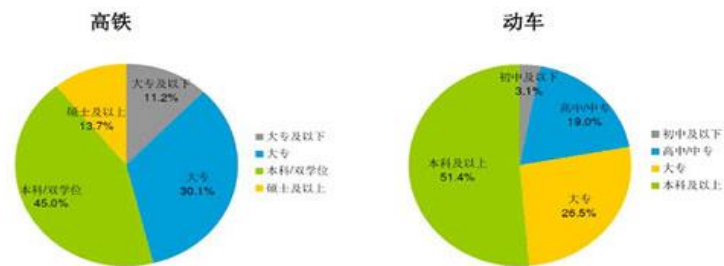


图 2-2 学历占比

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、企事业/公司中高级管理人员占比达到24.3%。



图 2-3 职业占比

个人月收入

• 高铁人群的平均个人月收入达到7333.3元，动车人群的平均个人月收入达到5206.9元。

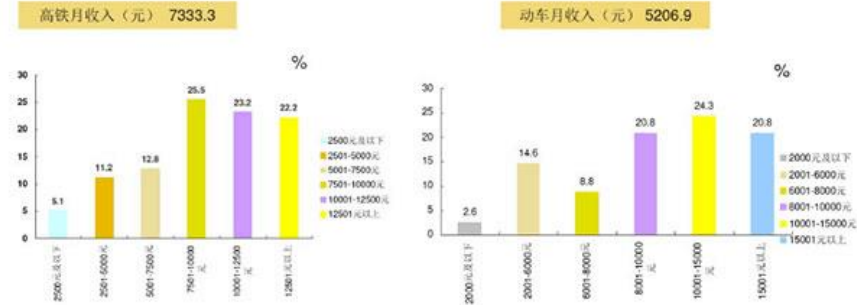


图 2-4 个人月收入对比

家庭月收入

• 高铁人群平均家庭月收入超过15000元；动车人群平均家庭月收入超过11000元。

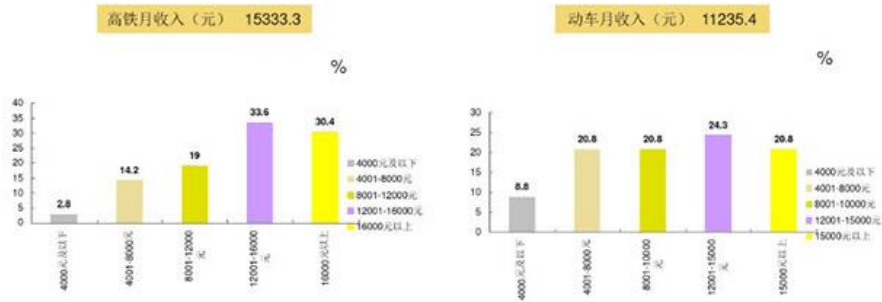


图 2-5 家庭月收入对比

PS: 以上图例以及部分内容来源搜狐博客。

2、消费者分析

(1) 餐饮业企业

餐饮业自古以来就存在，同时也是零售业中竞争最激烈的行业之一。餐饮服务要素主要包括服务资源、服务过程以及服务结果。餐饮企业的基本需求主要包括顾客的功能需求、方式需求、外延需求等。

人旺才能地旺，地旺才能财旺。高铁站作为人流量的汇聚地，无论各个时间点都有人员的出现，还可以在乘客即将到达的站点进行预约配送。因此可以满足需要人流量大且不受时间限制的餐饮企业。除此之外，大量的广告位和人流还可以满足一些想要提高品牌知名度的餐饮企业。

(2) 白酒企业

目前安徽省酒水行业的发展特点是古井贡酒与口子窖引领本土品牌，在双头龙的引领带动下安徽省白酒消费主流价格上移。因为徽酒自身生产和消费基础较好，市场运作较为成熟，但在全国拓展之路异常艰难。所以徽酒行业大多重视品牌营销，提高品牌知名度，拓宽省外知名度。合安九高铁站有巨大的人流量，除此之外还经过江苏省、湖北省。在此投放广告，不仅可以稳固安徽省本土市场，加大购买销量。还可以提高省外知名度。

3、竞争者分析

从肥西到安庆目前还未有直达的交通方式，各大品牌以及企业家想要投放广告会优先选择在这些地点的繁华地段上进行，也有大多数企业家会选择选择在公交车、出租车以及客运汽车上。当然还有许多产品直接以新媒体的手段进行网络宣传。

(三) SWOT 分析

1、优势

(1) 客流量大。合安九高铁线有着很多的站点，这些站点有省会城市也有著名旅游景点，来来往往的人员会有很多。

(2) 运营经验丰富。合安九高铁线的承办公司--上海铁路文化广告发展有限公司在江苏、浙江、上海等地区的高铁列车上都有覆盖的资源。与此同时，本公司在广告行业有着一定的经验以及人才，所以最大程度上有利于广告在本条高铁站的宣传与推广。

(3) 资金实力雄厚。本公司经营资源覆盖江苏、浙江、安徽、上海三省一市 200 多个铁路车站和 840 多组高铁列车，公司在长三角地区重点车站已经开发建成一批高品质媒体和文化经营设施，从而促使本公司的收入利润率在近几年平缓稳定的上升，这为公司的经济基础提供了强有力的支持。

(4) 创新性强。合安九高铁的广告位将会采用“人文广告”理念与新技术、新媒体相结合的方式，对广告宣传的方式进行创新，吸引更多消费者的目光。

2、劣势

合安九高铁横跨地区较多，不利于企业定位消费者。

合安九高铁线刚刚建成，其品牌知名度、美誉度都不高，没办法吸引更多的品牌前来投资。

3、机会

合安九高铁是全国“八纵八横”高速铁路网的主通道之一，这条道路由合肥南站引出，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，由于合安九高铁线是首次把这几个城市连接起来，所以不仅有利于企业家在这些地区占据广告宣传的先机，还有利于各大品牌及产品在这些地区树立良好形象、吸引忠诚的消费者

4、威胁

“合安九”高铁是刚刚开始完工，在铁路、汽车的广告市场已经成熟的前提下很难占据到市场。

高铁站多为匆匆行走的乘客，大多数人都不会在广告位前停留太久，因此很多顾客对于合安九高铁站的广告就没有什么很深的印象，从而导致对企业没有什么明显宣传效果。

总结：通过 SWOT 分析，在“合安九”高铁线中投放广告可以凭借着丰富的客流量、创新的广告宣传方式，从而扩大企业的知名度，增加产品的销售量，增加企业的销售额以及利润率。除此之外，在这条线路上“合安九”高铁是第一种直达的交通方式，尽管已经有了公交车、出租车或者火车等广告的投放形式，刚刚诞生的合安九高铁广告对于各大企业仍然是一个新的发展机遇。

三、广告战略目标

(一) 目标

1.第一阶段（1—3个月）：前期，企业对“合安九”高铁线的了解并不深入，需要投入大量广告来进行宣传推广。短视频是新媒体时代发展的新潮流，其中抖音短视频 APP 作为今年来大受欢迎的新媒体平台之一，因此我们可以创建一个抖音官方账号，大力进行宣传，吸引各大企业对“合安九”高铁线广告位的关注度，从而参与广告投放。除此之外，正处于国庆期间，隶属旅游旺季，届时人流量会持续达到小高峰。企业趁此时间加大广告的投放量，来吸引更多的消费者前去购买其产品，所以广告投放率预计达 70%。

2.第二阶段（4月—6月）：中期，适逢春节期间以及学生寒假时间，“合安九”高铁的人流量将会不断上升，达到顶峰。在过年期间人们会走亲访友，从而更能加大消费力度。各大企业会在此时期加大在“合安九”高铁的广告投放力度，以此来更大程度的增加销售量。届时，该高铁线的广告投放率将会达 85%。

3.第三阶段（7月—12月）：后期，“合安九”高铁线将迎来返校、返工的客流量高峰期。因此，企业可以依靠该线路过盛的人流量以及前两个阶段各大企业品牌在“合安九”高铁线投放广告所带来的收益，促进更多的企业在“合安九”高铁上进行广告的投放，从而广告投放率会达 95%。

(二) 地域

1、合肥：合肥是近些年来我国经济发展最为迅猛的省会城市之一，拥有一大批实力雄厚的顶级企业，根据图 3-1 和图 3-2 所示，在 2021 安徽企业 100 强排行榜中，有 58 家来自合肥，这意味着安徽省将近 60%的顶级企业位于省会合肥，且有多家企业跻身中国 500 强企业，强省会之下的合肥，可以说是底蕴日深。2021 合肥 50 强企业营业收入总额为 8463 亿元，比上一年增加了 1546 亿元，同比增长 22.3%；50 强企业利润总额为 246.5 亿元，同比增长 45%，均实现了高速增长，发展势头猛烈。

排序	企业名称	行业类别	企业属地
1	联宝(合肥)电子科技有限公司	制造业	经开肥西
2	安徽江淮汽车集团控股有限公司	制造业	包河
3	合肥百货大楼集团股份有限公司	服务业	庐阳
4	美的集团合肥公司	制造业	高新肥西
5	文一投资控股集团	服务业	瑶海
6	合肥海尔工业园	制造业	经开
7	合肥维天运通信息科技股份有限公司	服务业	高新
8	合肥长安汽车有限公司	制造业	高新
9	合肥市建设投资控股(集团)有限公司	服务业	包河
10	阳光电源股份有限公司	制造业	高新
11	合肥鑫晟光电科技有限公司	制造业	新站长丰
12	安徽辉隆投资集团有限公司	服务业	包河
13	联合利华服务(合肥)有限公司	服务业	经开
14	通威太阳能(合肥)有限公司	制造业	高新
15	长虹美菱股份有限公司	制造业	经开
16	合肥建工集团有限公司	建筑业	高新
17	合肥京东方显示技术有限公司	制造业	新站长丰
18	中安华力建设集团有限公司	建筑业	庐阳
19	合肥晶澳太阳能科技有限公司	制造业	高新
20	安徽鸿路钢结构(集团)股份有限公司	制造业	长丰
21	科大讯飞股份有限公司	制造业	高新
22	格力电器(合肥)有限公司	制造业	高新肥西
23	安徽叉车集团有限责任公司	制造业	经开
24	安徽省技术进出口股份有限公司	服务业	蜀山
25	合肥京东方光电科技有限公司	制造业	新站

图 3-1

排序	企业名称	行业类别	企业属地
26	国药控股安徽有限公司	服务业	经开
27	安徽建工建筑材料有限公司	服务业	包河
28	安徽天星医药集团有限公司	服务业	经开
29	中建四局第六建设有限公司	建筑业	瑶海
30	安徽华文国际经贸股份有限公司	服务业	蜀山
31	联合利华(中国)有限公司	制造业	经开
32	安徽宝业建工集团有限公司	建筑业	瑶海
33	安徽二建工程有限公司	建筑业	包河
34	中盐安徽红四方股份有限公司	制造业	肥东
35	中国石化销售安徽合肥石油分公司	服务业	包河
36	合肥华泰集团股份有限公司	制造业	经开
37	安徽皖维集团有限责任公司	制造业	巢湖
38	中能建安徽电力建设第一工程有限公司	建筑业	高新
39	安徽金煌建设集团有限公司	建筑业	肥东
40	中能建安徽电力建设第二工程有限公司	建筑业	经开
41	安徽水安建设集团股份有限公司	建筑业	经开
42	安徽省公路桥梁工程有限公司	建筑业	蜀山
43	安徽省高速石化有限公司	服务业	蜀山
44	安徽华米信息科技有限公司	制造业	高新
45	合肥国轩高科动力能源有限公司	制造业	新站
46	合肥城建发展股份有限公司	服务业	蜀山
47	合肥荣事达电子电器集团有限公司	制造业	长丰
48	马钢(合肥)板材有限责任公司	制造业	肥东
49	惠而浦(中国)股份有限公司	制造业	高新蜀山
50	合肥伊利乳业有限责任公司	农业	长丰

图 3-2

2、安庆：根据安徽省地区生产总值统一核算结果，如表 3-1 所示，2021 年安庆市地区生产总值为 2656.88 亿元，同比增长 6.6%。2020 年地区生产总值相比 2011 年地区生产总值增长 2.03 倍多，过去 10 年经济平均增长速度达 8.66%。



图 3-3

3、芜湖：据中国社会科学院 2021 年发布的《中国城市竞争力第 19 次报告》显示，芜湖市综合经济竞争力位居全国城市第 43 位。截至 2021 年 12 月 28 日，芜湖一共拥有 A 股上市公司 17 家。自 2017 年以来，每年均有公司登陆 A 股。同时，2021 年 5 月 28 日，芜湖新增 1 家 A 股上市公司富春染织，该企业为国内领先的色纱生产企业之一。根据图 3-4 所示，这 17 家上市公司共来自 12 个行业。其中，最多的行业是材料行业，拥有 4 家上市公司；其次是建筑建材和汽车零部件行业，各拥有 2 家上市公司；其后，工业机械、交通运输、纺织服装、生物医药、文化传媒、食品饮料、教育培训、软件开发、电子元件及设备等行业均有公司上市。

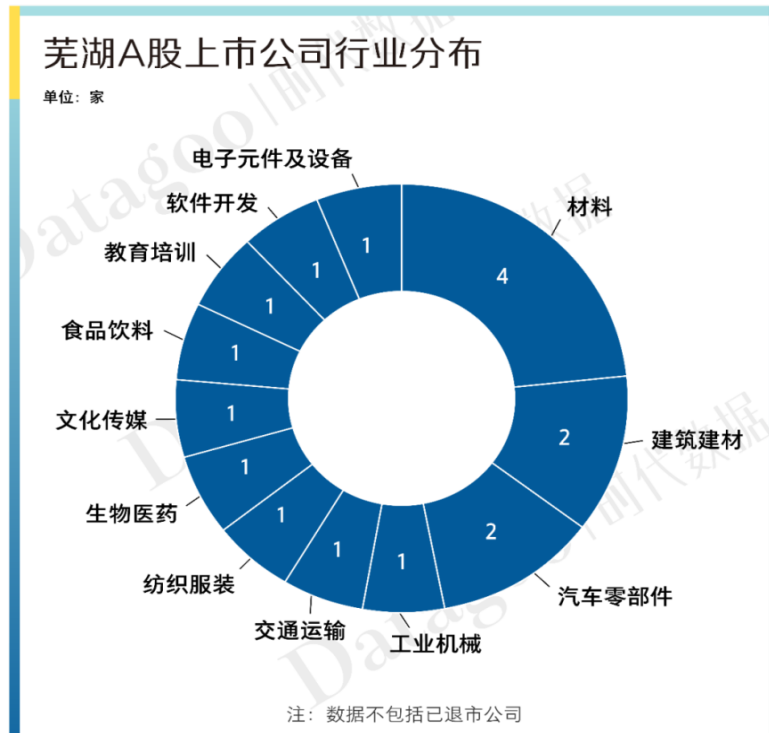


图 3-4

(三) 对象

1、餐饮企业

以老乡鸡为例，老乡鸡前身为“肥西老母鸡”，是安徽最大的中式连锁快餐。“老乡鸡”的餐厅设计融合了时尚的元素，每天吸引数以万计的年轻人进店消费。老乡鸡的招牌菜品——“肥西老母鸡汤”，以及研发出的竹笋蒸鸡翅、鸡汁腊鱼等系列菜品，以“健康、营养、美味、快速”的特色，赢得了广大消费者的青睐。老乡鸡餐厅在安徽、江苏已达 260 余家，并且在持续不断的发展中。老乡鸡快餐店实行 24 小时营业，并提供全天候外卖送餐服务。老乡鸡中式快餐店非常符合安九高铁站发展模式，高铁站的目标人群定位以及人流量都可以提高老乡鸡的销量和品牌知名度。

2、白酒企业

以古井贡酒为例，古井贡酒是亳州传统名酒有“酒中牡丹”之称、被称为中国八大名酒之一。古井贡酒在中国酿酒史上拥有非常悠久的历史，其渊源始于建安元年（196年）曹操将家乡亳州产的“九酝春酒”和酿造方法进献给汉献帝刘协。以“色清如水晶、香纯似幽兰、入口甘美醇和、回味经久不息”的独特风格，赢得了一致赞誉。由此可见古井贡酒不仅历史悠久、口感极好，还是安徽省“省酒”的模范代表和特色产品。唯一不足之处就是省外市场占比较低，品牌知名度不高。通过合安九高铁站站内广告位的投放，不仅可以提高省外品牌知名度，还可以提高省外销售量，助力古井贡酒的全国化战略实施推进。

（四）主题

合安九高铁-流动的金名片

合安九高铁是全国“八纵八横”高速铁路网的主要通道之一“京港（台）”通道的重要组成部分，途径肥西、舒城东、庐江西、桐城东、桐城南、安庆、安庆西、潜山南、太湖南、宿松东、黄梅东。其高铁横穿东西，贯穿南北，连接大中小城市，传播范围广，人流量巨大。

我们把人流量定义为流动的金名片，而其所在城市的高铁站相当于手握金名片的人，把人流量汇聚在一起的地方。高铁站内广告不仅能全面直观的给消费者留下第一印象，还能通过“人传人”现象让更多的消费者了解其站内广告。消费者进入高铁站会经过其外圈、中圈、内圈并到达最终的目的地，消费者在此充当一个活的金名片，把金名片传递给高铁所经过的地方，让更多的消费者了解品牌，其品牌能实现“品牌+金名片=全国连锁”的企业目标。

三、广告创意与表现策略

（一）广告创意

广告内容以“合安九高铁--合安九向您递出一张金名片，请接收”为主题，作为连接合肥与安庆的首条“合安九”高铁线路，将会受广大乘客的喜爱，从而迎来一个人流量的顶峰。除此之外，合安九高铁站内的广告位全部采用“人文广告”理念与新技术相结合的手段，在更大程度上的对品牌和产品进行宣传推广，以此吸引更多企业与品牌前来购买合安九高铁线的广告位。为了更好的体现这一实际情况在广告创意的创新中，我们将选用烫金名片的展现方式，一共在 10 张名片分别印刷上合安九高铁从修建到运营后的发展历程，并在每张名片下打印一句宣传标语（如可以在运营后的那张名片上印上“让我们以金名片的形式走向茫茫人海之中！”等）。通过该方式不仅主题简单明了，能明确告诉消费者合安九高铁站站内广告位向消费者公开招募。这种方式不仅是“金名片”一种最直观表达方式，也是一种向消费者介绍合安九高铁的一种直观表现。诚心介绍自己的同时，又不忘表达我们的主题。

（二）表现策略

1、3D 动画

运用 MAYA 或者 3DMAX 软件进行 3D 动画建模，将合安九高铁站内部的广告位、列车样式、候车大厅等内部景观通过该种技术一步一步的呈现出来。裸眼 3D 更能直观增加消费者对合安九高铁线的印象，给消费者营造出一种能够共同参与过程的体验感、互动感。

2、360°全景

利用摄像机、Photoshop 等工具制作一个缩小版合安九高铁的模型，在底座写上“合安九高铁线”。然后再将缩小版高铁站放置在人流量大、传播效率高的地方——高铁站的进出站口。供消费者 360°无死角参观，强互动、无干扰对其进行观赏。

3、平面广告

聘用一支平面拍摄的团队，结合专业设备，在合安九高铁线内部进行取景，请正能量明星（如易烱千玺、吴京等）前来拍摄一组关于站内环境、广告宣传位的位置等展示内容的平面广告。

五、广告媒介策略

（一）抖音

随着全媒体时代的到来，受众的审美和需求不断发生变化,越来越多的新媒体平台进入大众的视野。短视频成为受众获取信息的重要渠道，根据图 5-1 数据所示，在众多短视频 APP 中，抖音的下载量位居第一。抖音短视频 APP 作为近年来最受大众欢迎的新媒体平台,在受众可以快速查询信息的同时,还可以实现双向互动。不仅广告投放成本低，而且传播范围广传播速度快。这些开辟了新的传播渠道,受到广大青年用户的喜爱和追捧。抖音短视频 APP 内容精炼,富有趣味性,迎合了受众碎片化的阅读模式。

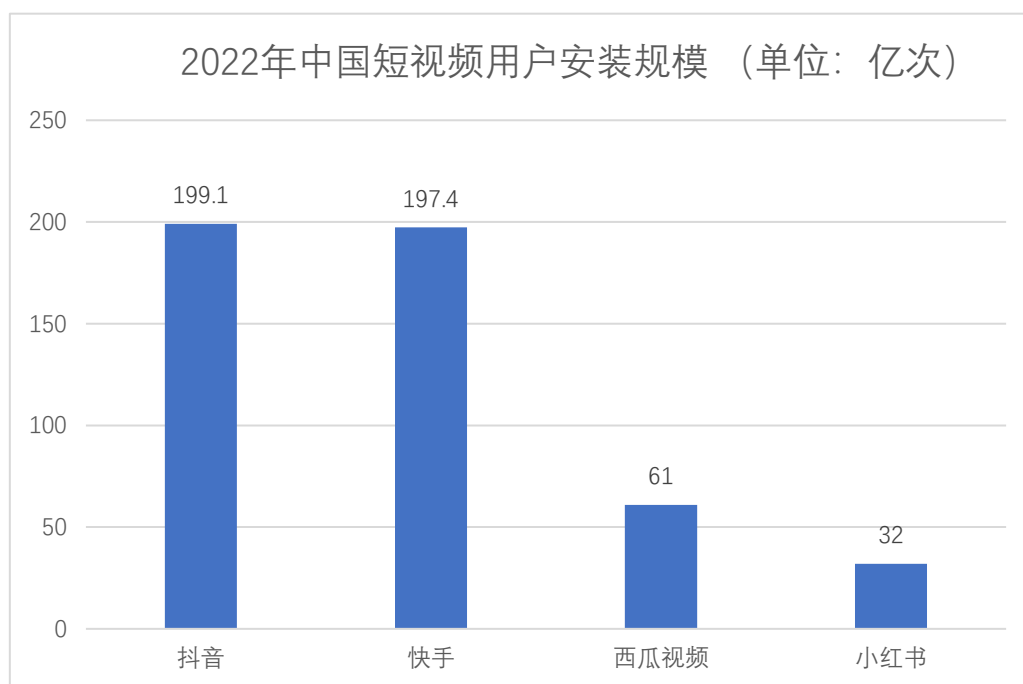


图 5-1 2022 年短视频用户安装规模

- 流程：**
- 1、成立合安九高铁抖音运营团队，团队成员要包含策划、文案、编导、摄影、视频剪辑、维护等人员。
 - 2、开通合安九抖音账号，完善此抖音账号的基本信息内容，将此账号定位与服务业
 - 3、抖音账号运营之前，要先养号。可以关注一些同行大号，如：中国铁路、安徽交通广播等博主。收集一些热门话题、bgm 甚至是文案等。每天要花至少一小时以上的时间，用这个号刷抖音，给其他用户点赞和评论，让这个号保持活跃状态。
 - 4、抖音账号的取材要丰富、有趣，视频内容以合安九高铁线为背景，进行创作，也可直接借鉴抖音热门推荐视频、文案。创意类型可以采用宣传片、文艺片、科幻片。视频播放可以采用“连续型播放模式”，如上个视频介绍肥西站、下个视频则可以介绍肥西站的广告位，再下一个视频可以介绍合安九高铁线所

经过的下一站等。要吸引消费者眼球，博得消费者关注度。

5、投放视频时，需将视频添加定位，要选取流量最大的时间点，如中午 11 点 30 分 - 下午 2 点 30 分、下午 6 点 30 分 - 晚上 10 点。

6、抖音账号还需要投放 Dou+，让原本只有百万播放量的视频，通过 Dou+ 增长到千万播放量。选择 Dou+ 定向版，将重点放在主页浏览量，潜在用户选取自定义定向推荐，区域选择安徽省，投放加热 2 小时，投放金额 400 元，在原有播放量的基础上预计播放量将达到 10000+。在距离线下发布会的前一天、当天以及后一天，这三天时间全天投放。每天投放金额 1000 元，在原有播放量的基础上预计播放量将达到 25000+。

7、最后抖音账号要维系活跃度，发布的视频时让用户参与评论，在翻看评论内容的时间，视频可能不经意间已经播放了好几遍，这就可以提升视频的完播率。

（二）百度

搜索引擎推广是通过搜索引擎优化，搜索引擎排名以及研究关键词的流行程度和相关性在搜索引擎的结果页面取得较高的排名的营销手段。根据图 5-2 数据显示，本公司可以在占百分比最高的百度进行投放大量广告。在用户通过搜索关键词“高铁、安徽省、合肥、安庆”等词出现时，我们可以采取竞价排名方式让合安九高铁出现在较靠前的位置。除此之外，还可通过区域划分来寻找最优资源。如找到安徽省区域总代理，当出现用户想寻找最佳广告投放点时，推送大量合安九高铁站的站内广告位出租的信息。或直接将用户信息推送给我

们，我们直接进行对接。这样可以充分挖掘潜在客户，不受地域、空间限制来链接客户，扩大市场份额。

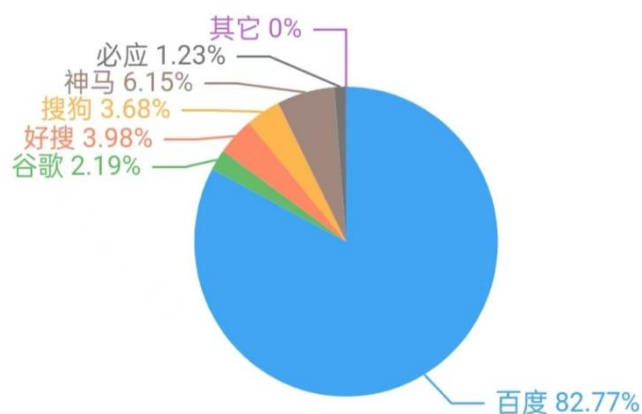


图 5-2 搜索引擎占比

(三) 机场

机场乘客的主要群体为商界精英、政府官员、公司高管及白领阶级等高端商务人群，目标受众汇集精确。对很多高级商品都具有较高的花费水平、是高收入、高品位、高传达引导力的优异受众集体。机场广告以其“中高端人群属性”、“客流量巨大”、“闭环优质传播环境”的优越性，越来越成为了广告媒体中有巨大影响的卓越媒体。

流程：在合肥新桥国际机场和安庆天柱山机场进行广告投放，合肥机场广告 12 块，尺寸为 16x2.5m/块。本公司打算在合肥机场投放 3 个灯箱广告，在安庆天柱山机场投放 2 个。都位于两个机场的值机岛正上方，根据图 5-3 内容所示，可向排队等候值机的旅客正迎面展示。机场值机广告尺寸硕大，覆盖

100%国内出发旅客,周边环境宽阔明亮,无任何遮挡,视觉冲击力强。一般排队等待值机时间较长,期间可长时间观看合肥机场广告,有效增加合肥机场值机广告的曝光率。



图 5-3 机场值机广告

(四) 电梯广告

电梯广告覆盖来说,能够满足各阶层,各学历,各类消费人群的受众需求。根据图 5-4 内容显示,在受众成梯之时,封闭狭小的空间,受众在与视线对等的情况下直观接触广告能给受众带来强烈的视觉冲击,强化受众记忆,达到传播效果。每天高频次的接触,品牌信息多次与受众进行传播交流,提高传播效率。

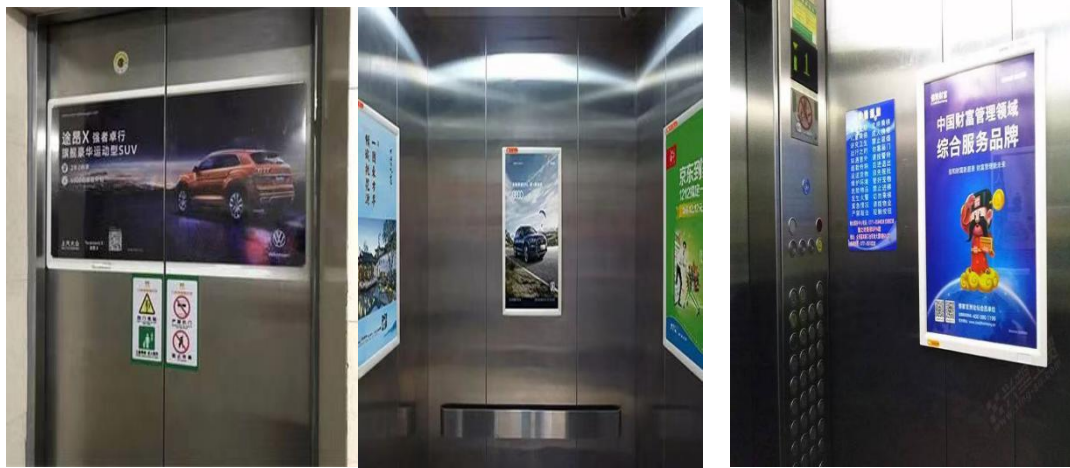


图 5-4 电梯广告

流程：以合肥为例，在合肥世纪阳光大厦、万达中心名宅和新华国际广场这三个商业楼投放大量的商业广告。世纪阳光大厦位于地铁 1 号线朱岗站与合工大南区站之间。万达中心名宅位于包河区芜湖路与马鞍山路交汇处，新华国际广场位于蜀山区潜山路 320 号。这些大厦集商业、办公于一体，是现代化的合肥高端写字楼。周围包含多个商业广场及商业步行街，全面包容商业、办公、居住、餐饮、会议、文娱等多种业态，是一个多功能、高效率的超大规模城市综合体。在此投放大量广告能够有效提高传播效率，提高品牌知名度。

（五）安徽日报

《安徽日报》是安徽省委机关报，创刊于 1952 年 6 月 1 日。是安徽省内发行数量最大的综合性对开日报，在省内各城市发行到机关、企业、事业单位的科室、车间、党支部，在省内农村发行到 70 几个县的每个乡镇的行政村及乡镇，拥有上千万读者，并在省外各大中城市发行万余份。并且一举成为安徽省

覆盖面最广、发行量最大的报纸。广告内容客观、可信度高，印刷质量高，以其独特的权威性成为宣传企业，产品品牌形象的最佳媒体。因此在安徽日报上投放合安九高铁线广告位开始售卖的讯息更加具有权威性、说服力的同时，还会吸引更多的关注度从而促进更多的企业前来参与竞标。合安九高铁站打算采用安徽日报半版（24*35），B版彩色套餐来进行印刷广告。



图 5-5 安徽日报

六、线下营销策略

（一）线下发布会

本公司将于政府联合在合肥元一希尔顿酒店召开发布会，邀请大约 80 家企业家及 10 家新闻记者朋友们前来参加。在发布会开始之前我们需要把该酒店的

会议厅（如图 6-1 所示）进行简单的布置，在墙面贴上六张合安九高铁线的相关平面展示图（如站内的景观图、这条高铁线的展示图等图片），桌椅统一使用白色的桌椅套，桌子上面摆放约 30 个装有干花的花瓶。除此之外，还需要为各个参与本次发布会的企业打印合安九高铁的相关资料 100 份左右，并且为前来参加发布会的企业家准备 100 个精美的月饼礼盒。



图 6-1 会议厅实拍图

高铁作为“中国名片”，不仅能够为品牌建立极强的信任度，还能扩大传播范围，提高传播效率。由于高铁本身的高度和特性，决定了高铁媒体能为品牌赋予更大的附加价值，其强大的人流量和品牌赋值能力，能助力品牌与消费者建立信任及提升品牌美誉度。

希望通过本次发布会，让更多消费者了解合安九高铁，更进一步全面的介绍“合安九”高铁以及站内广告位，从而吸引更多的企业进行招标。从而提高“合安九”高铁的媒体知名度，展现本公司的实力，实现双方互利共赢。

发布会主题：流动的“金名片”

活动目的：（一）介绍“合安九”高铁及沿边城市

（二）吸引企业进行广告位招标

（三）提高媒体关注度，扩大宣传

活动内容：（一）介绍合安九高铁及沿边城市

（二）针对性回答在场人员所提出的问题

（三）与有意向的公司签约

（二）实地考察

本公司组织实地展览，实地展览不仅可以低成本接触合作客户，还可以让消费者直接接触站内广告，加深第一印象。实地展览质量高，签单率高。在展会上接触到合格客户后，后继工作量较少。调查显示，展会上接触到的意向客户，企业平均只需要给对方打 1.8 个电话就可以做成交易。相比之下，平时的典型业务销售方式却需要 7.8 个电话才能完成。同时，客户因参观展会而向参展商下的所有订单中，54% 的单子不需要个人再跟进拜访。

本公司届时将会邀请 40 位企业家进行实地考察，由引导员带领各位来宾进行实地考察，在参观的同时向来宾们介绍“合安九”高铁。并引导他们直接参观高铁站内的各个广告位，根据不同的广告位向参观者们介绍其媒体的特点，以图 6-2 候车大厅媒体所示为例，这里是客流聚焦的黄金媒体，全面覆盖候车人

群，品牌曝光时间长，广告到达率高，构建传播场景，能给品牌提供更多组合发布的选择。若参观者有其他想要了解或不懂的地方可以实时回答参观者的问题，能够有效的与参观者互动，让他们更进一步了解“合安九”高铁文化。

活动时间：2022年9月18号 9:00am

活动地点：维也纳国际酒店

活动流程：1、接待已到场的企业家

2、上午9点开始由专车接送至肥西站进行参观

3、上午12点由专车将其送回维也纳国际酒店享用午餐

4、活动结束后，目送各企业家们离开酒店，并赠送他们一份“合安九”高铁线相关的精美纪念品，如当地特色与高铁相结合的徽章、印有合安九高铁的精美钢笔。



图 6-2 候车大厅

七、广告预算

(一) 线上预算

序号	媒介	数量 (单位)	费用 (万元)
	抖音	30 天	2
	百度	根据实际需要	3
	机场	5 个	230
	电梯	50 个	20
	安徽日报	全彩 B 版	36
	合计		291

表 7-1 线上预算

说明：抖音、机场、电梯、安徽日报均按 30 天进行投放，百度是根据点击量进行计算。百度点击量计算： $\text{每次点击价格} = (\text{下一名的出价} * \text{下一名的质量度}) / \text{本关键词质量度} + 0.01$

(二) 线下预算

序号	项目	数量 (单位)	费用 (元)
	场地租赁	8 小时	1000
	餐饮费		30000
	主持人	1 人	1000
	宣传海报	6 张	300
	月饼礼盒	100 份	1000
	高铁纪念品	50 份	10000
	资料	100 份	150
	其他	100	150
合计			43300

表 7-2 线下预算

八、效果评估与预测

1、实现半年内“合安九”高铁站的站内广告位投放量将达 90%以上，营业收入约 900 万元。

2、广告的大量投放以及线下活动的举办，增加了全国各地的企业对“合安九”高铁线上广告位的认知与关注度，预计还会吸引八十多万家的小企业、五十多万家中等企业以及十几万家大型企业前来进行竞标，最终实现该条高铁线上的广告位高价售空的目标。

3、通过开展一系列宣传活动以及逐渐稳定的客流量，不仅提高了合安九高铁线的知名度、美誉度，还会吸引大量企业来入驻。

4、预计在未来的半年时间里，预计获得约 800 万元的营业收入。同时还会促使更多的知名品牌、经济发达的企业等前来投放广告，最终促使合安九高铁站成为合肥到安庆的广告投放。