

加油站LED新媒体效果评估

-2014年4月汽车政策与市场研讨会-

目录CONTENTS

1

加油站LED新媒体介绍

2

受众对加油站新媒体的评价

3

广告主&学者对加油站LED新媒体的评价

4

新华信洞察

什么是加油站LED新媒体？

加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

广告主&学者对加油站新媒体评价

新华信洞察



规格：

采用4:2比例，媒体总面积超过7平米，画面面积为4平米，可播放静态图片、视频及Flash

播放设置：

开机时间：16小时

单个广告时长：10秒/次

循环时间：3分钟

基本频次：320次/天



加油站LED新媒体优势

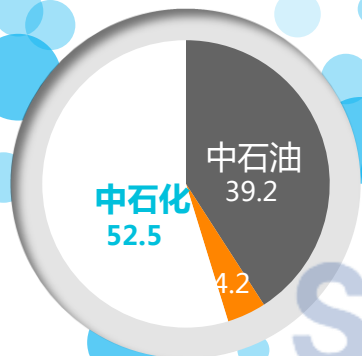
加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

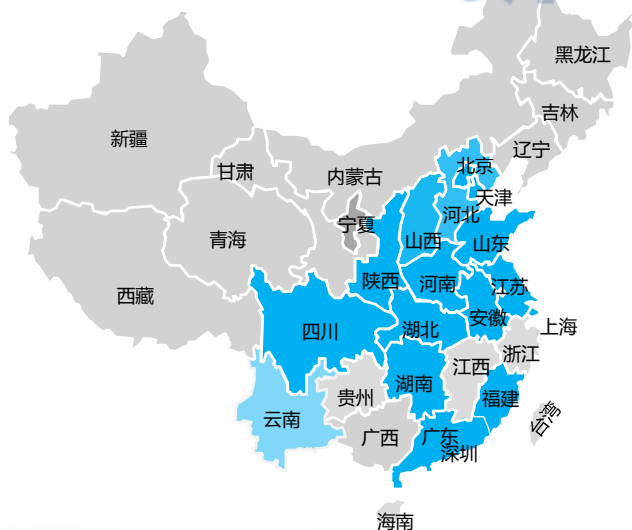
广告主&学者对加油站新媒体评价

新华信洞察

与中石化强强联合



覆盖全国20个省市



自动光感技术



高精度LED屏



3G
无线传输

更快速

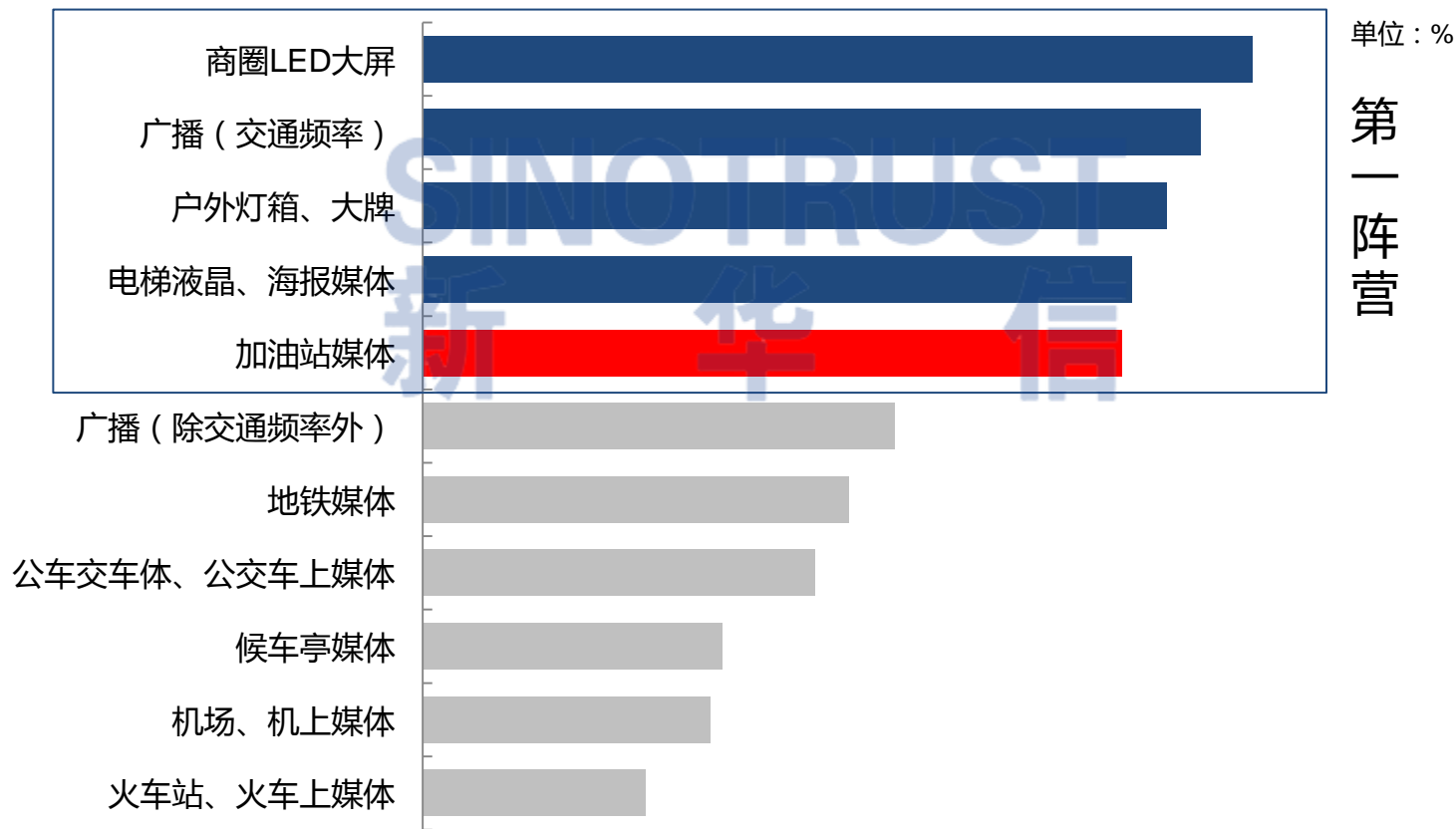
信息迅速传播，适应品牌传播节奏



受众-媒体接触情况

- 通过对一二线城市18-60岁常驻居民的研究，可以发现，加油站媒体处于各类媒体接触到达率的第一阵营

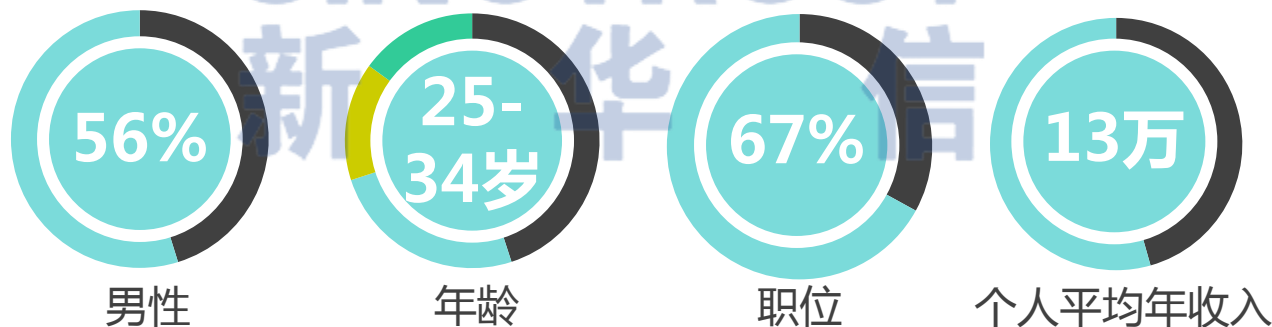
受众对媒体的接触情况



受众价值

- 有车人群之中男性占比56%，稍多于女性，以25-34岁中青年为主，正值壮年家庭生活稳定，并且近70%处于中高级职位，有车人群个人平均年收入近13万元，处于社会中高收入阶层

受众人口学资料

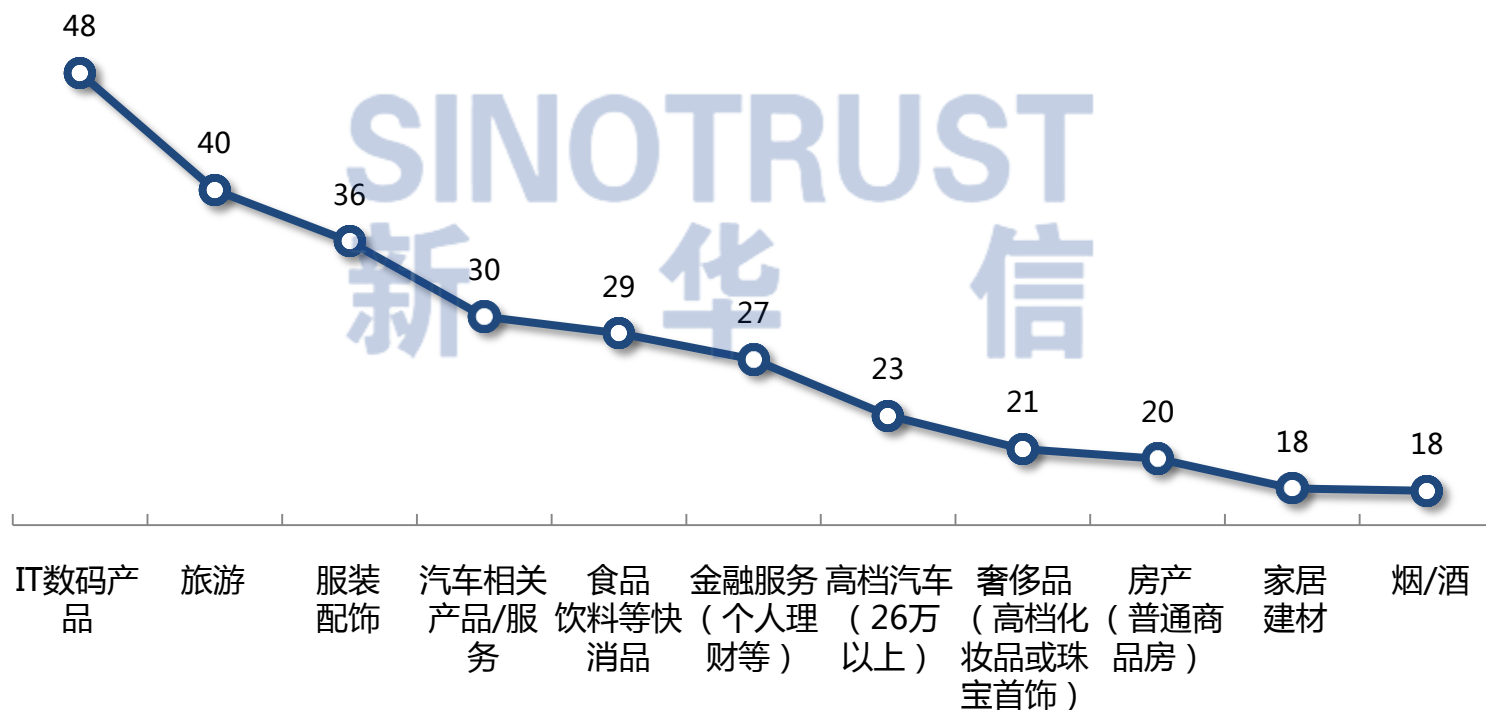


46%年收入超过10万

受众-消费关注点

- 目标受众最关注产品的前五位为：IT数码产品、旅游产品及服装手表等配饰、汽车及食品饮料等快消品的相关信息

消费关注点



受众-加油站媒体接触情况

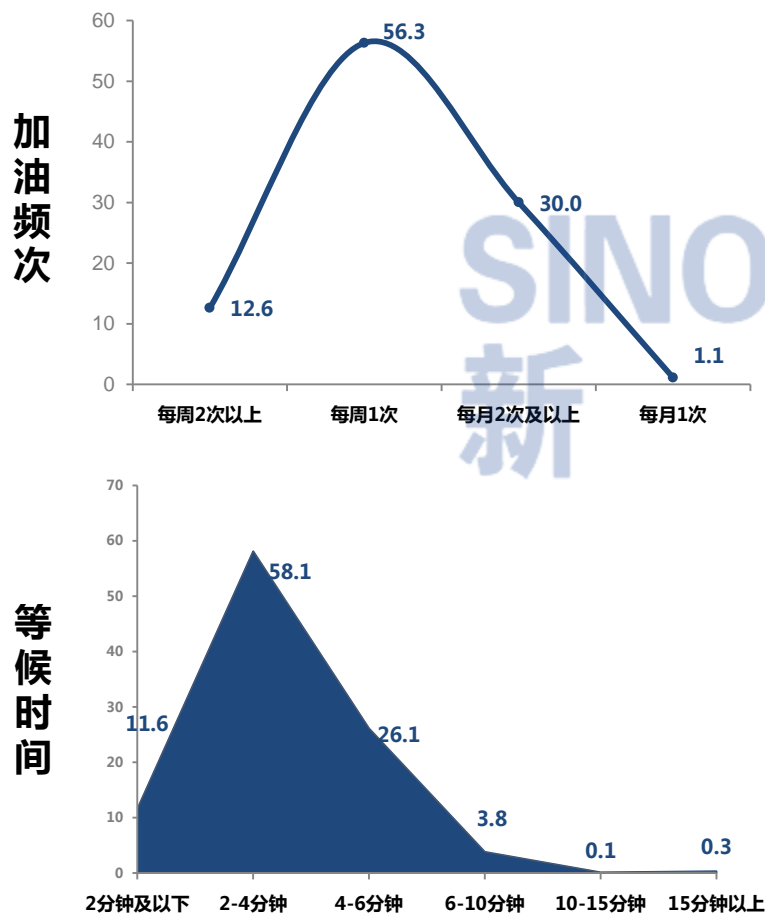
加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

广告主&学者对加油站新媒体评价

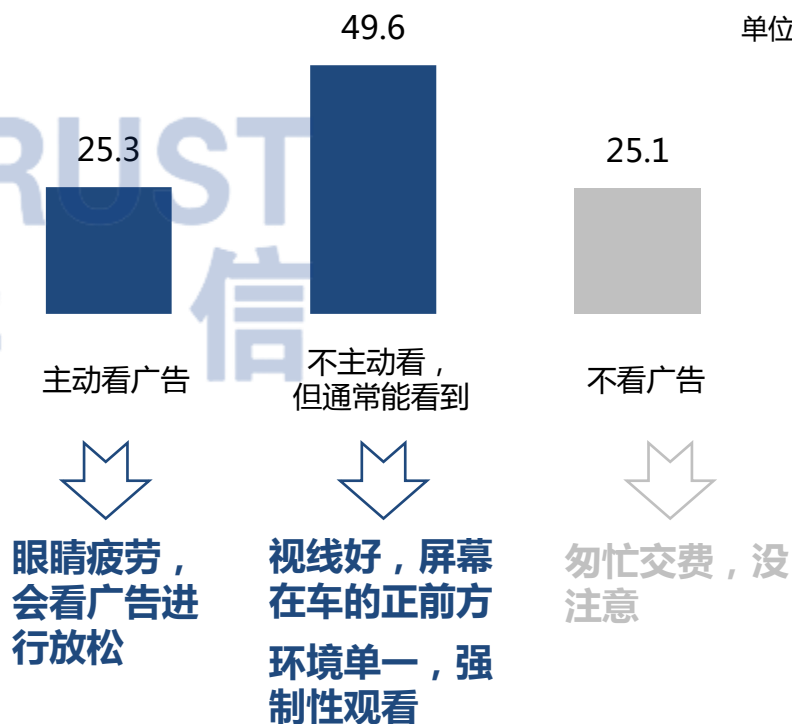
新华信洞察

■ 受众在加油站等候时间较长，75%的用户能接触到加油站LED屏的广告



广告观看意向

单位：%



受众-加油站LED新媒体的评价

加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

广告主&学者对加油站新媒体评价

新华信洞察

屏幕大，观看效果好，更加有画面感

“它的柔和度、对比度、艳丽度都不错，其次是画质非常清晰，就觉得更加的有画面感，”

——张先生，北京

醒目，更新快，内容丰富

“信息量比较大，时时更新，一直可以看到比较新鲜的内容”

——李先生，上海

可信度高

“你这种的投资肯定就比其他地方小广告的投资更大，可信度就更高嘛”

——刘先生，北京

产品质量有保障

“觉得在这种大屏幕上做广告的投资会比较大，信誉度也就比较高，对产品的质量也会有所保障”

——倪先生，上海

对产品、品牌形象有提升

“我觉得能够在LED大屏上播放，那么对他的产品、品牌形象都是有提升的”

——张先生，深圳

有档次，整洁、环保

“第一个显眼，第二个就比较整洁，不像其他的广告乱七八糟的”

——李先生，西安



广告主&学者-精准性

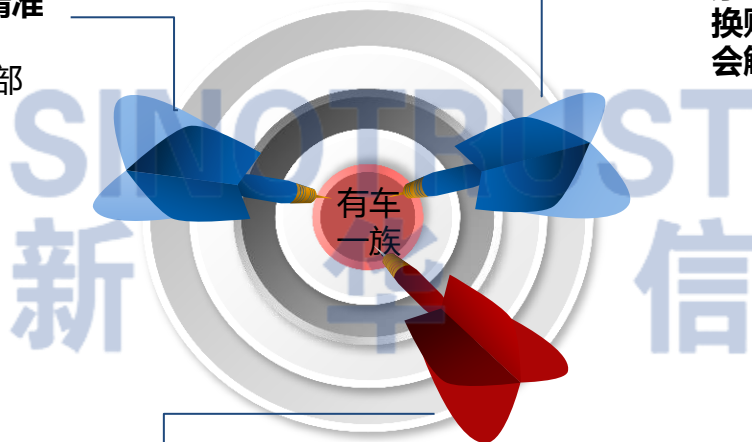
- 广告主和学者认为加油站LED新媒体的精准性强，很好地覆盖了有车一族

“因为加油站过滤掉了没车的一族，对于我们来说就过滤掉了一些不精准的人群”

——汽车厂商，市场部

“我感觉它比电视的受众还要精准，豪华品牌的用户来源主要是增购或者是换购，去加油站绝大多数是有车的人，会触动增购，或者是换购”

——汽车厂商，市场部



这个媒体的价值在于它的精准性相对更强，主要受众在于中高收入人群，有车族，而且人群筛选比较单一化一点，这对广告投放来说其实是一个比较好的品质，它的单纯度高，比较适合开展活动，开展精准性的投放”

——学者

广告主&学者-独特的环境和资源

加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

广告主&学者对加油站新媒体评价

新华信洞察

广告环境相对单一

有很大的潜在价值和发展空间



易推广, 影响力大

与人们的生活息息相关

广告主&学者-全新的媒体形式

加油站新媒体介绍

受众对加油站新媒体的评价

广告主&学者对加油站新媒体评价

新华信洞察

视觉冲击力、品质感好，3G传输

可视性强，直观化，档次高

对受众吸引力大，有质感，色彩好

竖版的屏幕有利于经销商的信息传播

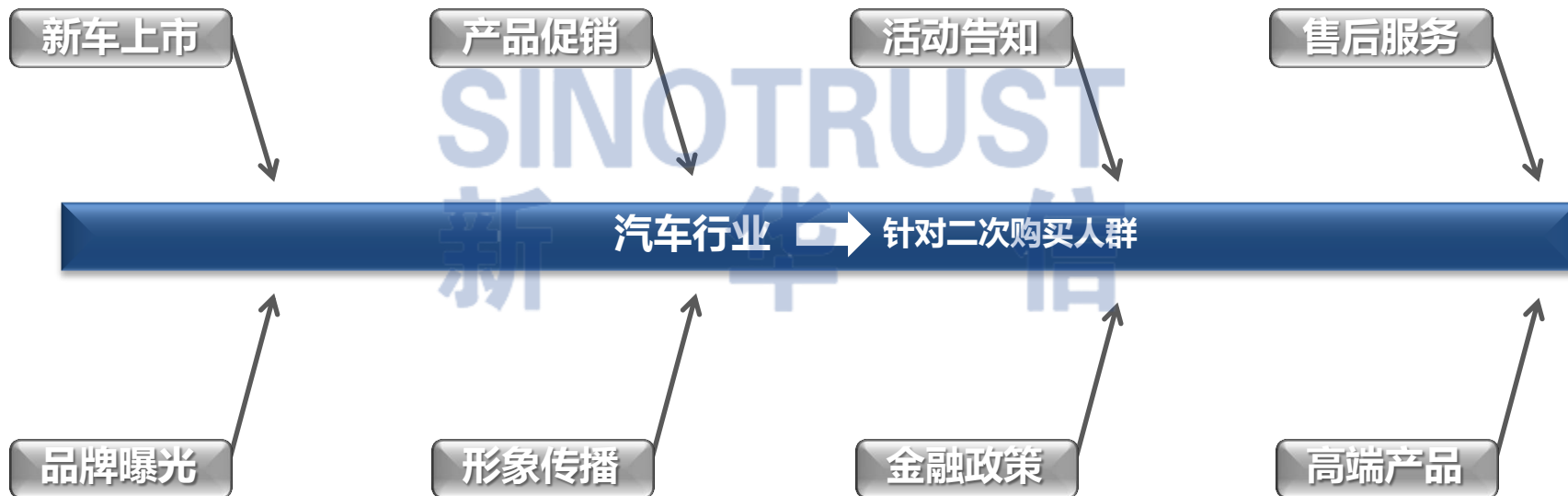
可操作性强，有助于品牌形象提升

- 广告主认为加油站LED媒体适合宣传中高端品牌和一些缺乏知名度的品牌



新华信洞察-适用行业（1/2）

■ 加油站LED新媒体最适用于汽车行业



新华信洞察-适用行业（2/2）



1 媒体网络规模不断扩大

- 加油站新媒体网络规模正在不断建设中，一旦形成较大的规模，将会形成相当大的影响力

2 针对增换购人群

- 随着限购政策的实施，如何拉动汽车的增换购是大多汽车广告主需要考虑的问题

3 互动性

- 结合线上线下活动，增强受众的信赖与好感
- 结合公益信息、生活相关信息的发布，增强与受众的关联性

SINOTRUST
新华信

北京
北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维大厦8层
邮编：100015
电话：(010) 5926 7688
传真：(010) 5867 1800

上海
上海市黄浦区汉口路398号华盛大厦18层
邮编：200001
电话：(021) 6019 6688
传真：(021) 6019 1688

广州
广州市五羊新城寺右一马路18号泰恒大厦7层
邮编：510600
电话：(020) 2237 3266
传真：(020) 2237 3299

Thank You!

新华信汽车营销解决方案

协助您开拓市场和管理客户关系