

# 天津手机新媒体广告 瑞吉广告

产品名称	天津手机新媒体广告 瑞吉广告
公司名称	天津市瑞吉广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市西青区李七庄澜溪园三区
联系电话	022-23937598 13821732405

## 产品详情

### 一、手机广告发展的背景

随着手机的普及率越来越高，手机与互联网的结合已经使其成为了一个重要的大众播媒体。人们通过手机不仅可以通话，还可以上网、阅读新闻、收发E-mail、游戏娱乐、订购商品与服务，等等。手机已不仅仅是现代通信业的代表，越来越成为通讯与计算机技术相融合的产物:而且已经成为网络媒体的延伸与组成要素，成为一种新的媒体——手机媒体。

手机媒体除了具有网络媒体的优势之外，还具有携带方便的特点.手机媒体真正跨越了地域和电脑终端的限制，拥有声音和振动的提示，能够做到与新闻同步;接受方式由静态向动态演变，受众的自主地位得到提高，可以自主选择和发布信息，信息的及时互动或暂时延宕得以自主实现;使得人际传播与大众传播完美结合。

手机媒体具有以下优势:首先，近4个亿的庞大用户群体，而且能做到点对点沟通到每一个人，这一点是所有传统媒体无法企及的。

其次在时间上，从一般人的使用习惯来看，手机至少可以做到一天12个小时的贴身沟通，这是任何媒体望尘莫及的。

再次，通过与移动运营商的合作，广告主们可以了解到手机用户每月话费额度，而按照逻辑手机话费额

度越高的用户其收入越高，购买力也越强，这样，广告主们便可以轻松地确定谁是自己的潜在消费群体，做到有的放矢地传播。

最后，随着3G时代的一步步临近，手机电视等多媒体将纷纷体现在手机屏幕上，手机作为媒体的属性将更强，留给广告主们的发挥空间也将更大。

## 二、手机广告的优势分析

近年来，各类新型的移动增值业务如雨后春笋，层出不穷。其中，向手机、PDA等移动终端发送广告信息的手机广告业务正成为部分运营商和ISP关注的焦点。

### 优势分析

手机广告业务不仅具有运营上的技术和商务可行性，与其他广告媒介相比，在某些方面还具有一定的商务优势。

### 各种新技术推动

手机用户数量持续攀升，截至2007年5月，国内手机用户已经达到4.8亿，是同期固定互联网用户的3倍，已经成为一条规模可观的广告信息电子传播渠道。文本短消息、多媒体消息(彩信和彩e)业务的开展，在技术上为广告发布提供了文案、平面、多媒体等多种可选择的形式。未来移动宽带网络技术和各种智能终端的应用将为流媒体广告业务开辟更加广阔的天地。

### 高密度集中短发

与固定互联网用户一心一意消磨时间为主的使用方式不同，移动用户出于不同场景的限制，使用移动业务时常常是一心二用，业务应用特性呈现业务突发、使用频率高、每次使用时间短暂等特征，而这非常适合广告信息的高密度集中短发的特性。

### 可达性好

户外广告可能没人看，电视广告的时效性太强容易错过，报刊的广告专版又容易被大多数不感兴趣的消费者干脆略过。而手机广告信息在网络和终端正常的情况下可以直接到达每一个个体用户，而且存储—转发机制的消息服务和浏览类服务对时效性要求不强，进一步确保了这种可达性优势的延续。

## 自发扩散效应

消息服务的转发非常方便，因此无论客户对某种产品或服务是否感兴趣，都可以方便地将这类信息保存并转发给其他感兴趣的亲友，而接受方可能也会将信息进一步转发下去，从而自发地扩大了广告的有效受众数量。

## 广告信息发布针对性强

手机的“终端即人”效应为广告信息的针对性发布、广告受众的精细化识别和广告需求的定制化消费创造了极其有利的条件。由于手机与消费者个体的自然捆绑，广告商可以选择性地向目标消费者实现有效推送，消费者也可以通过定制个性化信息到手机实现所见即所需。同时，商家通过对消费者的这种信息定制行为和消费行为进行积累和分析，可以有效地挖掘高价值客户、分析消费动向、预测市场发展情况，为设计和评估新产品、新服务、新促销策略提供详细和迅捷的第一手数据。

## 降低广告有效千人成本

目前短信的发送成本大约是0.1元/条，彩信0.6元/条，彩e0.3元/条。在手机广告业务中，广告商作为发送方群发广告短信，花费很少。而一个北京机场高速路边的大型户外广告牌价位达到每年一二百万人民币；互联网网站首页顶部横幅(banner)广告位(480 mm X 60mm)大约是每月数百元至数千元，首页标识(logo)广告位500元/月，如果是动感标识(active logo)更贵；更不要说电视广告动辄上千万元的巨额资金了。更重要的是，由于这些广告的受众中目标客户的比例不高，因此有效千人成本高一直是难以解决的问题。而手机广告的一对一营销模式大幅度提高了广告“命中率”，因此作为传统广告渠道的替代品可以有效抑制其他广告渠道的费用。