**首次大牌与大屏运营情况专业调研**

为摸清国内二三线城市大牌与大屏的生存与发展现状，发现真相，总结经验，以指导未来的科学发展，专业服务亚太户外传媒业已11年的唯一专刊《亚洲户外》，携手13年来独立在中国开展户外广告监测与调研的权威机构中天盈信，**首次针对**中国内地二三级城市大牌与大屏的经营现状，开展公正、独立的调研。

在调研的基础上，透过定量与定性二方面的深入分析，再结合传媒专家的诊断意见，以及中天盈信过去五年中的调研数据，**得出破解大牌或大屏困局的有效对策**，以及在移动互联、智慧城市背景下的未来发展新思路。

凡参与调研、并于10月10日前提交有效问卷的户外媒体企业，不仅能得到完整的调研报告（**含5年来广告主投放情况分析**），还能就困扰企业老板的个性化问题得到《亚洲户外》及其专业团队**负责任的建议**，并能获赠《亚洲户外》一年六期杂志。

在9月30日前交回有效问卷的前30位户外媒体企业的老板还将获赠由中国出版集团出版的行业**唯一权威工具书**——《中国户外传媒业十年大典》。在10月10日前交回有效问卷中的前80位户外媒体企业的老总还将应邀参加10月24日在贵阳主办的第21届中国国际广告节期间的首届“中国大屏经营现状与发展趋势论坛”，答疑解惑，结交伙伴，切磋经验，让您的未来不再孤单、更有保障；其自有媒体将被纳入**专业数据库面向广告主推销**。

为了解决大家面临的共同问题，找到更有效的经营之道，规避风险，稳步盈利，请您如实填写，及时提交。感谢您的支持与参与，期待未来展开更密切的合作。

**背 景 调 查**

1.1. 贵司已经成立的时间（单选，多选无效）

 A. 2—3年 B. 4—6年 C. 7—9年 D. 10—15年 E. 15年以上

1.2. 贵司目前员工人数（单选，多选无效）

 A.5—8人 B.9—15人 C.16—25人 D.26—35人 E.35人以上

1.3. 贵司2013年全年的户外广告营业额（单选，多选无效）

 A. 200-499万元 B. 500-999万元 C. 1000-1999万元

 D. 2000-2999万元 E. 3000万元以上

1.4. 贵司目前的主要媒体类别（单选，多选无效）

 A. 以户外传统大牌为主 B. 以公交车或候车厅媒体为主，大牌数量不多

 C. 以LED大屏为主，大牌为辅 D. 以三面翻为主，大牌和大屏为辅

 E. 大屏、传统大牌、三面翻都有，数量都差不多

 F. 其他，请自填：

1.5. 贵司大牌或大屏主要分布点位（单选，多选无效）

 A、市区主干道上 B、市郊高速公路上，包括高速公路出入口，收费站附近

 C、市区核心商圈内 D、市中心大型城市广场、标志性地标物上

 E、其他，请说明

1.6. 贵司大牌或大屏取得的主要方式（单选，多选无效）

 A、通过公开招投标获得 B、通过政府拍卖竞得

C、通过和物业的长期关系维护排他性取得

D、通过上层关系经由政府主管部门审批获得

E、通过分包、转让、代理或整合而取得媒体的独家经营权

 F、其他，请说明

**问 题 调 研**

一．影响本地大牌生存或发展的主要原因（最多选2项，超过2项无效）

 A、政策调整，政府拆牌，领导更替后重新洗牌

 B、政府公开招投标或集中拍卖，进入门槛变高，资金压力大

 C、物业公司或业主的反对，或租金太高

 D、市民的投诉增多，影响公共安全或阻挡光线、破坏天际线

 E、受其他媒体的冲击，客户转投其他成本更低而效果明显的媒体

 F、其他，请注明

1. 大牌必须改造（或有机会上新媒体）时，会首选以下什么媒体（单选，多选无效）

 A、三面翻大牌 B、LED大屏 C、二面翻LED屏

 D、活彩数码喷绘屏 E、镂空艺术造型、霓虹灯造型或泡沫雕塑

F、其他，请注明

1. 贵司改造或上新媒体时起决定性的因素主要有哪些（最多选3项，超过3项无效）

A、政府主管领导的喜好或当地政策的指向

B、一次性需要投入的资金的大小 C、多长时间收回投资成本

D、新媒体供货方的口碑、产品稳定性及售后服务

E、户外媒体发展趋势及与城市未来发展的吻合度

F、本地多数客户的认可程度

G、其他，请注明

1. 曾经或现在对建LED屏迟疑不决的主要原因（最多选2项，超过2项无效）

A、资金投入压力较大，一时承受不了 B、政府或物业方不支持

C、LED性能有些不稳定，售后服务不及时

D、本地客户认可度低，业务难饱和 E、每月电能消耗较大

F、对大屏如何运营不了解，也缺乏对应的营销团队

G、其他，请注明

1. 贵司认可的更有效的LED大屏经营模式是（最多选2项，超过2项无效）

A、单屏窗口模式：单一大屏作为某类产品的窗口固定服务某一类客户，或作为某一地

 域的窗口整合周边其他户外媒体组合服务客户

B、多屏联播模式：自建或整合多个大屏，远程监控同步联播，成为某个区域或一座城

 市的主流媒体之一

C、常年包销模式：将大屏时段频次组合打包，长期包销给6-9家固定的客户

D、分时轮播模式：以上下班高峰时段为主卖点，搭配非黄金时段组合轮播

E、跨屏联动模式：与电视台、公交移动电视或视频网站合作，多媒体联动服务客户

F、在线促销模式：与周边广场、卖场合作，线上线下联动，开展与市民的现场互动、

 产品季节促销活动

G、其他，请注明

1. 贵司在LED大屏经营中遇到的主要问题（最多选2项，超过2项无效）

A、白天太阳光很强时，大屏显示效果较差，而电能损耗又很大

B、本地客户对LED屏效果认可度不高，销售压力较大

C、相对于传统大牌，LED大屏的经营较复杂，要填充很多客户，公司缺乏相应的营销

 团队，收支不对等

D、LED大屏运营一段时间后，黑屏、光衰、色暗等问题很快暴露，而本地维修又很不

 及时，严重影响了公司的声誉和媒体的销售

E、面对移动互联的冲击，客户流失率较高，大屏经营成本的压力更加凸显

F、其他，请注明

1. 贵司对二面翻LED屏的认知或认可情况（单选题，多选无效）

A、很认可，已有使用 B、基本认可 C、不太认可

D、不是很了解 E、完全不了解

1. 贵司了解或认可二面翻LED屏的哪些特点（最多选2项，超过2项无效）
2. 大牌的优势得以延续，同时也兼有大屏的特点与功能
3. 客户销售压力低，经营费用更省，能够快速实现盈利
4. 白天当大牌用，晚上当大屏用，既满足大客户需求，又得到政府认可
5. 根据客户销售实际可以有多种媒体产品的选择或组合，经营灵活度高

E、二面翻LED屏因白天较少使用，自然比纯LED屏的使用寿命更长

F、其他，请注明

  **公司盖章、老板签字确认：**

本卷请最晚10月10日前提交至：cnadhuang@163.com；传真021-61480600

同时满足每题必答；遵守单选或多选的要求；公司盖章且有老板签字的，该问卷才有效