

“限广令”杀到 微电影“嗅到”春天气息

相比在电视剧中插播广告,微电影更像是“软文”,它的娱乐性和引人入胜的情节决定了大家停留在上面的时间会更多。但目前企业的重视程度还不够。在“限娱令”、“限广令”的大背景下,微电影将引领企业营销走向全新的“微时代”。
[详见 A2 版《主题策划》]

畅亮商道智慧 激扬奋斗人生

经理日报社总编辑龙良贤与万贯集团董事长陈清华
共谋深化报企合作推进报企共同发展大计



◎经理日报社总编辑龙良贤向万贯集团董事长陈清华(右)赠送墨宝

营销论坛 | Yingxiao Luntan

“限广令”搅了营销的局？

黄烨

11月28日,国家广电总局下发了《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》,决定自明年1月1日起,全国各电视台播出电视剧时,每集电视剧中间不得再以任何形式插播广告。一纸限令,让电视观众喜出望外,均表达了“满意”或“支持”的态度,而一位江苏电视台员工也对记者表示,“站在消费者的角度,此举明显将保证消费者收看电视节目的连续性。”

消费者得益,电视台却不得不做出改变,此举可能对电视台的广告收入造成影响。江苏电视台一位内部人士此前在接受媒体采访时说,“就电视剧广告这一块来说,除了剧场的冠名权外,最重头的就是黄金时段电视剧中的插播广告。”数据也显示,电视剧肩负了电视台大多数营收重担,“尤其是在晚间3至4小时的黄金时段里,电视剧可为电视台创收全天广告业务总量的一半以上”。之前微博中流传最广的一个数据是,“如电视剧中禁插广告,所有卫视加起来的损失可达200亿元。”

一位上海广播电视台的工作人员对媒体透露了电视剧的“盈利流程”,“但现在如果没有广告营收,十有八九会亏损。特别是一些‘以剧立台’的频道。”他说。

据报道,在安徽卫视(“以剧立台”的典型)2012年的招标会上,安徽卫视《第一剧场》第一插播口正一位的广告中标价为3336万元;第二集第一插口正一位中标价3889万元,平均溢价率高达200%。随着“限广令”的推出,这些收入已与安徽卫视无缘。安徽卫视的节目研发部主任柴焰在微博中调侃:“卫视面临新一轮出发:娱乐节目,抽签定排期;剧中插广告,全国一刀切。”

不过,有业内人士认为,电视剧禁止插播广告将有助于视频网站的发展,报刊杂志也将可能从中获益。而在广州参加2012优酷推介会时,优酷网有关人士已将此定为有利于视频网站的利好消息。值得注意的是,目前还有人担心,“广告资源(时段)的压缩会使得广告价格再次飞速上涨,这很可能使得中小企业被挤出广告市场,极大增加中小企业打响品牌的成本。”

□ 本报记者 刘晓琼 李洪州

12月7日上午,经理日报社总编龙良贤受万贯集团董事长陈清华邀请,前往万贯集团总部。双方就媒企的发展前景以及进一步深化双方的友好合作等问题,深入交换了意见。

媒体巨擘 取经商界英杰

龙良贤对万贯集团多年来对经理日报社的支持表示感谢,对万贯集团在经济领域以及专业市场上的突出贡献给予高度赞赏。

“只有学会多角度思考、多条腿走路,才可能在未来的发展中得到进一步提升并取得长足进步。”龙良贤指出,报业的发展处在一个瓶颈期,来自于互联网及同行方面的激烈竞争导致了经理日报社目前的发展前景不容乐观。面对现状,报社不仅要考虑用何种方式迎接挑战、站稳脚跟,也必须从长远的角度去考虑拓展报业新的发展空间。当然,这有赖于友好合作企业继续对报社给予大力支持,同时也要向优秀企业,比如向万贯集团取经、学习。只有学会多角度

◎宾主双方友好交流

“陈总在南海驰骋多年但是游刃有余,不仅将‘万贯’做成了一个名扬四海的品牌,更在激烈的商场竞争中成功转型,从最初的‘万贯皮带’到‘万贯服装’,再到如今的‘碧峰峡’和专业五金机电市场,这种智慧和高度是大多数企业家无法企及和望项背的。”

思考、多条腿走路,才可能在未来的发展中得到进一步提升并取得长足进步。

龙良贤认为,陈清华董事长叱咤商海多年,当年斥巨资打造的雅安“碧峰峡景区”,不仅开启了中国民营企业进军中国旅游产业的大门,更独具匠心地打造出中国旅游业和野生动物保护以及民俗风情有机结合起来的“碧峰峡模式”。

谈到金府机电商圈,龙良贤更是赞不绝口,“听说当年陈总在成都郊外圈地的时候,那里还是一块块的田地,道路和交通都非常不便;而短短的七八年时间,万贯集团就将一个人烟稀少、交通不便的地方打造成一个寸土寸金、熙来人往的核心商圈,没有一流的战略眼光和胸藏‘万贯’的气度,是无法完成这样的三级跳!” (下转 A2 版)

“限广令”紧逼 电视营销“挥斧劈山”探新路

□ 王佳

一纸禁令正在给中国电视行业带来混乱局面。

11月28日,传说中的“限广令”终于尘埃落定。当日,国家广电总局下发了《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》(下称《补充规定》),决定自2012年1月1日起,全国各电视台播出电视剧时,每集电视剧中间不得再以任何形式插播广告。而之前各电视台执行的是2009年9月10下发的《广播电视广告播出管理办法》(简称“61号令”)。

“这相当于一切都要推倒重来,各卫视刚刚进行过年度招标,现在又要取消。客户的年度部署都要推倒重来。”一位代理媒体投放的某4A公司高层人士告诉记者。而传立媒体中国区首席执行官李倩玲更是在微博上感叹:“命令真要命!”

实力传播大中华区CEO郑香霖认为:“当下正是考验大家集体创造力的时候,即如何在不违反总局规定的原则下,想出新的办法来应对。”

推倒重来的博弈

这则突然下发的禁令让企业和4A公司一时处于被动状态,它们当下的首要事是高度关注那些已经招标完毕的各卫视的应对策略。但此时对于这些电视台来说更有苦难言,甚至会面临合同毁约的现状。

“能买到卫视电视剧中的插播广告的都是大客户。电视台不愿意得罪这些人。现在的应对方案是拿出其他优势资源来补偿客户。不论是4A公司还是电视台,要做的就是让客户减少对于电视台广告投放的营销决策。”一位地方一线卫视广告部人士向记者讲到,“我们也是吃哑巴亏,限广令的消息,我们不比其他人知道的早。”

据记者了解,《补充规定》下发第二天,各4A公司、企业代表就纷纷飞往湖南、江苏等地与电视台协商解决方案。“这个当口非常尴尬,有实力的广告主刚刚做好2012年的全年广告投放策略。这意味着4A公司要协助广告主重新洗盘,工作量巨大。”电视广告界资深人士徐岚介绍到。而对于很多广告主来说,每年的广告投放部署,央视与湖南、江苏、浙江等卫视拿出招标的黄金资源都是企业首先的投放目标,其次才是其他非黄金资源与其他媒介的计划。

在记者采访中,很多企业也表示现在最关键的是看电视台的策略和态度。一家快消品公司市场部主管告诉记者,我们不愿意看到电视台重新招标,而倾向于内部协商解决。

按历年电视台收视率调查来看,电视剧是最稳定的收视保障。尤其在2011年10月“限娱令”出台后,主打娱乐的湖南卫视、江苏卫视等地方一线卫视纷纷高调宣布靠电视剧打天下,并把日常晚间黄金时段以电视剧填补,这让广告主们纷纷涌向这部分黄金资源。(下转 A2 版)

本期导读 | 大营销

REVIEW MARKETING

经营企业 | ENTERPRISE

A2
“限广令”紧逼
企业营销探新路

A2
“限广令”催热网络营销

理通商道 | COMMERCIAL

A3
美的小家电营销体系谋“瘦身”

A3
酒便利:从消费需求倒推渠道模式

财智人生 | LIFE

B1
“伊妹儿营销”也能赢得精彩

B2
尊尼获加:
国际品牌的“造梦者”逻辑

富在市場 | MARKET

B3
营销需要创造惊喜

B4
《失恋33天》营销给力

首家科技企业公共营销平台成立

□ 王志彦 梅雨婷

上海市科技创业中心日前与上海张江创新营销中心正式签约,双方合作推出全国首个科技企业公共营销平台,共同为科技型中小企业提供公共营销服务,包括营销诊断、产品定位、销售工具设计、宣传推广、订单导入等。

据悉,公共营销服务平台将解决中小型科技企业面临的创新产品进入市场成本高、周期长等发展困境。平台将为科技产品提供线上招商,线下推广的服务,既创造了不同行业、不同产品的通用营销模式,还直接降低了企业的推广成本。全市4000余家在孵科技企业的产品一经推出即可面向全国各行业代理商,快速进入全国市场。目前,首批30余款创新产品已由平台推荐给相关渠道和经销商,意向订单近300万。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有有效证件,本报持证人员均在本报官方网站《金报网》(www.jinbocn.com)上公布,可供查询或手机上网查询(mibiz311@163.com)。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取任何费用;广告发布前须正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账户,本报社任何理由收取现金或转账付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃处理。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-66230681
028-66230659
028-87944621
举报电话:028-87325242
经理日报社