

日期: 2006 年 7 月 25 日

联络:

郑致美

t: 8620 3762 1712

f: 8620 3762 1901

e: Karen_zheng@ctrchina.cn

www.ctrchina.cn

2006 世界杯期间“阿迪达斯”和“新浪网”最受电视新闻关注

在国际足联公布的最新赞助费“价格表”上显示, 本届德国世界杯(2006FIFA)赞助商单界赞助费为 3700 万美元。而 1998 年此价格仅为 700 万美元, 2002 年为 1000 万美元。德国世界杯赞助价格的飞涨一方面体现了国际品牌之间的竞争更加激烈, 另一方面更突出了世界杯这一重要赛事在全球范围的极高地位和影响力。

今年的德国世界杯有包括可口可乐、阿迪达斯、麦当劳、现代汽车等 15 家企业获得了 2006FIFA 官方赞助商资格。而且高额的赞助费对于这些企业来说只是世界杯营销费用中的一部分, 同期推广费、广告费将是赞助费的几倍。然而作为国际化大品牌, 他们的投入将在全球范围内带来巨大回报, 这也是为什么世界杯赞助如此受到追捧的原因。

从国内媒体的反映看, 本届世界杯相关节目量和广告投放量均较往届有大幅提高。世界杯已经由球迷的节日, 发展成媒体和企业的盛宴, 无论你对足球喜爱也好, 无所谓也罢, 你都不得不置身于一个由媒体和企业精心搭建的世界杯大球场中。被他们感染, 被他们淹没。

在 15 个官方赞助商中, 阿迪达斯、可口可乐、富士、吉列、现代、飞利浦、麦当劳、东芝、雅虎、百威和万事达在国内的品牌影响推广最多, 影响最大。但是, CTR 媒介智讯新闻监测数据显示, 这些品牌在世界杯期间的国内电视新闻曝光率并不高。只有“阿迪达斯”一个品牌的日平均新闻曝光率超过 1 次, 其他品牌的新闻曝光率均不足一次。也就是说, 国内的新闻媒体在世界杯期间并没有对这些官方赞助商品牌有足够的报道, 或者说, 除了阿迪达斯以外的其他品牌几乎没有进行任何“借题发挥”的新闻公关活动。

作为重要的品牌传播渠道, 新闻不仅有极强的可信度和较广的传播范围, 更能为企业节约大量的宣传成本。然而, 作为世界杯官方赞助商, 此次只有阿迪达斯在国内各大媒体新闻上连续曝光。他们不仅在世界杯赞助、预期收益、企业发展上大做文章, 更从比赛用球、球员队服等产品

上做好了宣传。从监测数据显示，阿迪达斯借世界杯这个主题，在央视和各地重要卫视的各档优秀节目上都有多次长时间的曝光，而这些曝光仅从时长上看，就折合广告价值近千万。

相比之下，其他赞助品牌虽然在国内花着大价钱大投广告，但却并未很好的利用总部争取的“官方赞助商”头衔所带来的引题机会。除去比赛现场的软性广告，北京现代在央视“我爱世界杯”节目中的软性广告投放就将近 500 次，而央视这些广告均价格不菲。现代汽车为客户所做的德国世界杯抽奖活动，以及其世界杯期间在大巴车上的标示都可以成为很好的新闻素材，但遗憾的是，这些新闻仅在媒体上一带而过，没有达到更好的曝光效果。

同样作为网络媒体，虽然雅虎国际争取到世界杯官方赞助资格，但雅虎中国却在国内网络媒体世界杯大战中败下阵来。随着国内网络媒体大战的升温，网站在世界杯期间已经成为其他媒体报道的对象，这不仅体现了网络媒体的营销成功，更表现出网络媒体自身也在通过其他媒体树立自身形象，争夺受众的关注。从电视新闻曝光频率上来看，新浪网在世界杯期间的声音最响，被报道次数最多，日平均曝光次数超过两次，且大量出现在央视和北京地区的频道。电视节目主持人多次在节目中援引新浪快报及新浪论坛的评论，新浪网的品牌影响力通过电视在传统受众中达到了更广的传播。

搜狐网虽然在央视的世界杯节目上也投放了软性的角标广告，但其在电视节目上所受到的主动关注度远不及新浪。搜狐、雅虎、网易、TOM 等门户网站的日均曝光都不足一次。至少在传统电视受众中，这些网站没有获得更多的品牌传播机会。

作为品牌传播的重要组成部分，新闻公关已经成为品牌宣传利器。但如何抓题，如何借题，都值得我们继续做深入探讨。通过此次世界杯期间的新闻监测可以看出，企业的媒介宣传中广告与新闻如果配合得当将会相得益彰，既让宣传效果最充分的发挥又保证了媒介预算 ROI 达到最大。另外，在公关活动中如果能够及时发现其他品牌的曝光情况，并时刻从中寻找可借鉴的经验 and 机会也将会帮助我们更好的完成自身的品牌形象建设，为企业发展奠定基础。

--- 完 ---

关于 CTR 市场研究

CTR 市场研究是中国领先的市场研究公司，是中国国际电视总公司和世界排名第二的市场研究集团 TNS 合资的股份制企业。公司致力于提供专业的市场调查和在市场调查基础上的分析与咨询建议服务。建立在中国最大的市场调查网络的基础上，CTR 开展的主要研究业务包括：消费者固定样组、媒体与产品研究、媒体策略研究、广告监测和个案研究。更多信息请访问公司网站：www.ctrchina.cn

关于 CTR 媒介智讯

CTR 媒介智讯是中国市场研究行业领先的 CTR 市场研究股份有限公司（中国国际电视总公司和世界排名第二的市场研究集团 TNS 合资的股份制企业）的其中一个知名品牌产品。

CTR 媒介智讯提供全套的多媒体监测及研究服务，包括媒体的广告计划实际执行情况跟踪，竞争品牌投放策略和广告消费分析，广告创意观摩，行业、企业、竞争对手的相关新闻信息报告等。

CTR 媒介智讯拥有覆盖全国所有媒体，包括电视、报纸、杂志、广播、户外、互联网等。不仅具有强大的全国性调查执行能力和网络管理经验，创建了一整套数据处理、数据分析的科学方法，而且拥有连续十年的媒介、市场、广告研究数据库。全面、深入的分析和具有战略性的详尽信息将可以帮助您制定适当的传播策略。

CTR 媒介智讯现正为超过五百家中国著名企业、媒体、广告公司提供多媒体监测及研究服务。