



市 场 研 究
market research

12城市分众传媒楼宇液晶 电视媒体CPM&CPRP成本分析

报告撰写: 央视市场研究股份有限公司

2005年2月



研究背景回顾

- ❖ 央视市场研究股份有限公司，作为国内最大的一家媒体和产品研究公司，致力于对各类媒体的研究，尤其是新兴媒体的研究。
- ❖ 楼宇内液晶电视媒体自开发以来，央视市场研究股份有限公司就一直关注该新兴媒体的效果，为更加深入地了解该媒体的效果，以及目标受众对液晶电视的关注情况，央视市场研究股份有限公司在全国13个城市开展了一次针对该媒体的全面效果调研。



研究背景回顾

- ❖ 根据调研目的及内容，我们将采用楼宇人流测算+楼宇内问卷随机拦截访问+CATI(电话访问)
- ❖ 其中，人流测算和楼宇内问卷随机拦截访问将同时进行，且为了保证调研的随机性，调研的样本和测试点的选取方法为：

首先CTR从目前分众传媒测试城市内的安装有液晶电视的所有楼宇中随机抽取20-30个楼宇



先现场踩点确定人流测算的计数点



- 随后进行全程人流测算，即从楼宇开放到结束(或液晶电视结束)
- 从选取的楼宇中选取一个固定的点位，问卷样本选取那些固定时间内经过者进行调研，每个楼宇10个样本



研究背景回顾

- 楼宇液晶电视媒体的千人成本，及与电视媒体的比较；
- 楼宇液晶电视媒体的到达率、**CPRP**；
- 楼宇液晶电视媒体受众的人群特征(年龄、收入、生活形态、消费态度、职业等)；

人流
测算

+

楼宇
拦截
访问

电话访问

楼宇
拦截
访问

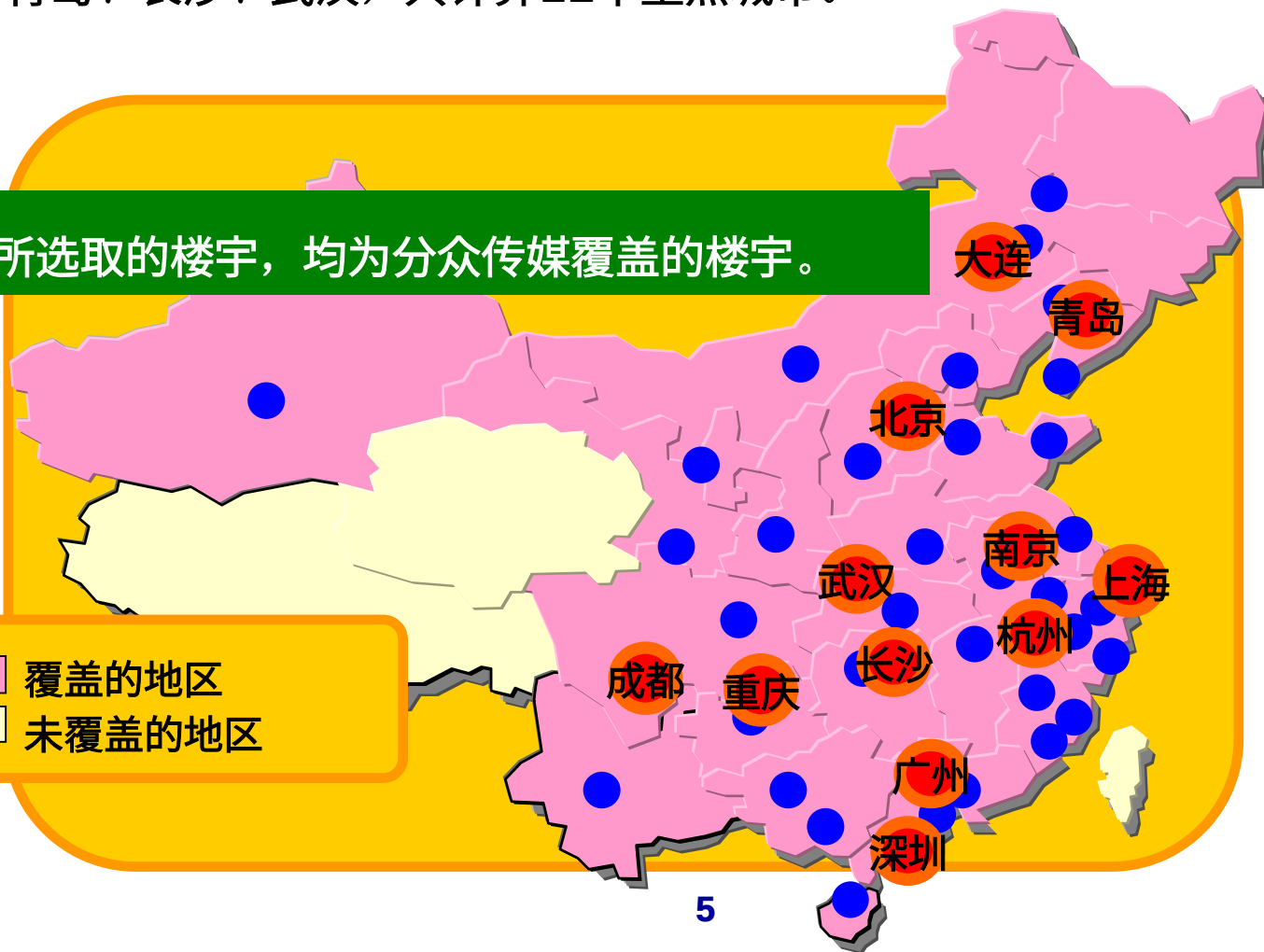


研究背景回顾

本次调研涉及的城市有上海、北京、广州、深圳、南京、杭州、成都、重庆、大连、青岛、长沙、武汉，共计算**12**个重点城市。

调研所选取的楼宇，均为分众传媒覆盖的楼宇。

- 覆盖的地区
- 未覆盖的地区





研究背景回顾

□ 样本量:

- ✓ 人流测算：上海、北京、广州、深圳每城市30个楼宇，其他城市每城市20个楼宇，共计300个楼宇；
- ✓ 拦截访问：12城市共计2800样本；
- ✓ 电话访问：每城市200样本，12城市共计2400样本。



测量方法

- ❖ **测量城市：**上海、北京、广州、深圳、南京、杭州、成都、重庆、大连、青岛、长沙、武汉、
- ❖ **测量方法：**
 - ✓ 从各个城市中所有安装有FocusMedia的楼宇（银行、酒店、写字楼、商场、酒店/餐馆等各类型）中，按照随机抽取的原则抽取一定数量的楼宇，对每个楼宇进行全天候（指从FocusMedia开始播放至结束播放）的人流测算，随后计算出**平均每个楼宇内的日人流量**。
 - ✓ 同时，通过问卷随机拦截的方法，了解经过的人流中**平均每周出入该楼宇的频率**。



测量方法

- ❖ 按照随机抽取楼宇的原则，最终各个城市抽取的楼宇类型有银行、酒店、写字楼、商场、医院、酒店/餐馆等。

商务楼
酒店
银行
商场
娱乐场所
公共场所

基本代表了分众传媒所设立各类楼宇类型



研究结果综述



楼宇液晶电视覆盖人次

	Focus Media 覆盖楼宇数量	平均每个楼宇 日接触人流量	FocusMedia 覆盖楼宇日接触人次
上海	1,217	3,370	4,101,290
北京	1,300	3,220	4,186,000
广州	1,157	3,080	3,563,560
深圳	615	3,350	2,060,250
南京	300	1,910	573,000
杭州	352	1,940	682,880
成都	648	2,360	1,529,280
重庆	400	2,630	1,052,000
大连	246	2,570	632,220
青岛	390	2,380	928,200
长沙	491	2,390	1,173,490
武汉	299	2,030	606,970
天津	232	1,930	447,760

备注：覆盖楼宇数量由Focus Media提供截止2004年12月最新统计结果。

随机抽取楼宇从液晶电视开始播放到液晶电视结束播放计算人次。



具体研究发现

- 楼宇液晶电视媒体效果 -



楼宇液晶电视媒体效果---CPM

- CPM是衡量不同媒体的广告投放的效益的重要比较指标。
- 以下是一线城市楼宇内液晶电视媒体及单个广告的千人成本，与当地主要的电视频道相比均具有一定的优势，尤其是在当地中高收入以上人群中优势愈加明显。

单元：元

	Focus Media 单个广告 CPM	当地电视广告 CPM	当地CPM最 优的电视 CPM	3000+ Focus Media单个广 告CPM	3000+ 当地电 视台广告 CPM	当地 3000+CPM最 优的电视 CPM
上海	71	162	84	81	2,948	1,331
北京	113	129	72	130	3,391	1,111
广州	62	90	57	74	2,959	1,472
深圳	71	150	110	81	968	834

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。

以上城市电视台收视率的调查方法为个人收视仪调查方法。



楼宇液晶电视媒体效果--CPM（续）

- 以下是二线城市楼宇内液晶电视媒体及单个广告的千人成本，与当地主要的电视频道相比均具有一定的优势，尤其是在当地中高收入以上人群中优势愈加明显。

	Focus Media 单个广告 CPM	当地电视广 告CPM	当地CPM最 优的电视 CPM	2000+ Focus Media单个广 告CPM	2000+ 当地电 视台广告 CPM	当地 2000+CPM最 优的电视 CPM
长沙	44	252	117	53	6,577	3,038
成都	58	108	82	72	18,717	8,872
大连	85	43	37	104	1,686	1,498
杭州	134	233	114	159	2,761	1,144
南京	236	278	232	282	7,424	5,120
青岛	68	96	79	84	1,522	1,053
武汉	112	116	95	136	5,371	3,605
重庆	65	279	166	80	17,473	7,564

单元：元

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。

大连、青岛的电视收视率调查使用的是日记调查法，其他城市是个人收视仪调查方法。



附录

细分当地电台CPM对比





液晶电视媒体的千人成本CPM-上海

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	3000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	13	15
Focus Media单个广告	71	81
第1财经	533	9,167
上海东方卫视	1,019	15,097
上海东方电影频道	156	2,665
东方电视台文艺频道	118	2,917
东方电视台戏剧频道	97	3,745
东方电视台音乐频道	421	8,454
东方电视台新闻娱乐频道	96	2,204
上海教育台 (26频道)	367	7,863
上海东方电视台少儿频道	120	1,928
上海电视台纪实频道	412	4,068
上海电视台体育频道	292	1,331
上海电视台新闻综合频道	100	1,796
上海电视台电视剧频道	84	2,718
上海电视台生活时尚频道	194	5,439
上海炫动卡通卫视	106	10,651

单元：元

备注：以上费用计算使用的均为2005年30' 广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-北京

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	3000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	16	19
Focus Media单个广告	113	130
北京卫视	92	2,646
北京台二套	193	4,916
北京台三套	151	2,936
北京台四套	201	10,610
北京台五套	79	1,111
北京台六套	561	7,198
北京台七套	72	1,458
北京台八套	82	2,384

备注：以上费用计算使用的均为2005年30' 广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-广州

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	3000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	9	11
Focus Media单个广告	62	74
市网本港台(中文)	3,727	2,806
广州台	2,844	6,243
广州电视台竞赛频道	17,107	16,197
广州电视台经济频道	42,542	23,961
广州电视台生活频道	13,953	19,185
广州电视台影视频道	15,464	80,664
广州电视台新闻频道	3,456	4,752
市网翡翠台(中文)	2,327	4,920
凤凰卫视中文台(广州市有线网转播)	38,599	10,021

备注：以上费用计算使用的均为2005年30' 广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-深圳

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	3000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	13	15
Focus Media单个广告	71	81
本港台(中文)(深圳有线台转播)	184	1,186
翡翠台(中文)(深圳有线台转播)	110	834
深圳电视台一套(新闻综合频道)	193	999
深圳电视台二套(电视剧频道)	140	986
深圳电视台三套(纪实频道)	184	887
深圳电视台四套(影视文艺频道)	267	1,121

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-南京

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	48	57
Focus Media单个广告	236	282
南京电视台教育科技频道(六套)	232	5,120
南京电视台文体频道(四套)	479	9,387
南京电视台生活频道(三套)	330	13,925
南京电视台影视频道(二套)	445	16,753
南京电视台新闻综合频道(一套)	249	7,356

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-杭州

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	26	31
Focus Media单个广告	134	159
杭州电视台西湖明珠频道	218	3,168
杭州电视台少儿频道	114	1,144
杭州电视台综合频道	251	2,683
杭州电视台生活频道	302	3,333
杭州电视台影视频道	227	2,432

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-成都

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	12	15
Focus Media单个广告	58	72
成都电视台经济频道(二套)	172	21,903
成都电视台都市生活频道(三套)	119	80,646
成都电视台影视文艺频道(四套)	146	8,872
成都电视台新闻综合频道(一套)	89	29,193
成都电视台公共频道(五套)	82	20,020

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-重庆

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	19	23
Focus Media单个广告	65	80
重庆电视台少儿科教频道(三套)	751	44,618
重庆电视台都市频道(四套)	307	24,933
重庆电视台喜剧频道(七套)	527	78,274
重庆电视台娱乐频道(五套)	478	15,647
重庆电视台综合频道	725	38,125
重庆电视台生活频道(六套)	563	70,633
重庆电视台影视频道(一套)	184	7,564
重庆电视台新闻频道(二套)	166	17,742
重庆电视台公共频道(八套)	508	30,036

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-大连

单元：元

	所有目标人群	2000元+收入人群
频道	成本/接触度(CPM)	成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	20	24
Focus Media单个广告	85	104
大连台一套(新闻综合频道)	37	1,498
大连台二套(经济生活频道)	45	1,711
大连台五套(影视频道)	68	2,395

备注：以上费用计算使用的均为2005年30“”广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。

大连的电视用的是日记发，所以根据我们的经验大连的TV的CPM会比其真实值低12-13。



液晶电视媒体的千人成本CPM-青岛

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	14	17
Focus Media单个广告	68	84
青岛电视台文体频道	206	3,779
青岛电视台新闻综合频道	79	1,053
青岛电视台生活服务频道	120	2,736
青岛电视台电影频道	106	1,959
青岛电视台公共频道	132	1,256
青岛电视台电视剧频道	106	3,387

备注：以上费用计算使用的均为2005年30“”广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17：00-24：00。

青岛的电视用的是日记发，所以根据我们的经验青岛的TV的CPM会比其真实值低12-13。



液晶电视媒体的千人成本CPM-长沙

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	10	12
Focus Media单个广告	44	53
长沙电视新闻频道	627	22,962
长沙电视政法频道	117	3,038
长沙电视女性频道	463	9,324

备注：以上费用计算使用的均为2005年30''广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



液晶电视媒体的千人成本CPM-武汉

单元：元

频道	所有目标人群 成本/接触度(CPM)	2000元+收入人群 成本/接触度(CPM)
Focus Media总体	24	30
Focus Media单个广告	112	136
武汉电视台文艺频道	95	3,605
武汉电视台影视频道	166	11,976
武汉电视台新闻综合频道	135	7,086
武汉电视台体育休闲频道	737	118,761

备注：以上费用计算使用的均为2005年30“”广告的刊例价。

电视数据为2005年1月，监播时间为每日17:00-24:00。



楼宇液晶电视到达率





调研方案及数据背景

- ❖ 采用电话访问—即CATI：是指通过一定的随机抽样规则产生电话号码后，进行拨打电话访问。
- ❖ 调查城市：上海、北京、广州、深圳、南京、杭州、成都、重庆、大连、青岛、长沙、武汉，共计算12个重点城市
- ❖ 目标人群：
 - ✓ 18-55岁人群，每城市200样本
- ❖ 数据周期： 2005/1/12—2005 /1/26

备注：到达频次因是声称的结果，故2+以上的到达率仅供参考。

结果描述—上海



周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入3000+ 收入人群
Reach 1+	51.46	74.88
Reach 2+	44.64	71.04
Reach 3+	34.10	62.40
Reach 4+	27.90	49.92
Reach 5+	23.56	37.44





结果描述—北京

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入3000+ 收入人群
Reach 1+	41.00	63.14
Reach 2+	23.00	50.82
Reach 3+	16.50	36.96
Reach 4+	12.50	32.34
Reach 5+	9.50	23.10



结果描述—广州

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入3000+ 收入人群
Reach 1+	38.08	57.80
Reach 2+	33.04	48.28
Reach 3+	25.20	44.20
Reach 4+	19.04	34.68
Reach 5+	16.80	29.24



结果描述—深圳

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入3000+ 收入人群
Reach 1+	42.12	70.47
Reach 2+	30.68	61.77
Reach 3+	24.96	54.81
Reach 4+	20.80	51.33
Reach 5+	19.28	49.59



结果描述—南京

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	41.27	62.10
Reach 2+	34.16	56.58
Reach 3+	23.52	27.60
Reach 4+	18.48	20.70
Reach 5+	16.80	19.01



结果描述—杭州

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	40.32	66.40
Reach 2+	30.80	47.31
Reach 3+	20.16	32.37
Reach 4+	14.56	19.92
Reach 5+	12.88	19.09



结果描述—成都

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	32.13	64.08
Reach 2+	26.01	43.20
Reach 3+	17.34	26.64
Reach 4+	13.26	21.60
Reach 5+	10.71	17.28



结果描述—重庆

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	29.14	66.40
Reach 2+	23.03	53.95
Reach 3+	15.98	37.35
Reach 4+	11.28	28.22
Reach 5+	8.46	16.60



结果描述—大连

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	31.85	47.31
Reach 2+	25.48	37.05
Reach 3+	16.66	25.65
Reach 4+	13.23	18.24
Reach 5+	11.76	17.10



结果描述—青岛

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	30.10	53.60
Reach 2+	22.36	46.90
Reach 3+	14.62	30.15
Reach 4+	11.09	18.13
Reach 5+	10.32	10.05



结果描述—长沙

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	25.62	49.60
Reach 2+	18.06	36.58
Reach 3+	15.12	33.48
Reach 4+	12.60	30.38
Reach 5+	10.92	24.18



结果描述—武汉

周到达 (%)	18-55岁 人群	个人月收入2000+ 收入人群
Reach 1+	27.30	57.27
Reach 2+	20.28	31.05
Reach 3+	14.04	17.25
Reach 4+	11.70	13.80
Reach 5+	9.75	11.73



附录 CPRP





投放一周液晶电视媒体的到达状况

周到达率（%）	上海	北京	广州	深圳
Reach 1+	51.46	41.00	38.08	42.12
Reach 2+	44.64	23.00	33.04	30.68
Reach 3+	34.10	16.50	25.20	24.96
Reach 4+	27.90	12.50	19.04	20.80
Reach 5+	23.56	9.50	16.80	19.28
到达频次	9.64	6.71	6.40	8.13

周GRP=Reach×Fre.=	496.07	275.18	243.68	342.29
CPRP=周Cost/周GRP=	459.61	828.54	607.35	344.74

单个30" 广告周GRP=	90.95	55.04	48.74	62.47
单个30" 广告周CPRP=	2506.96	4142.68	3036.73	1888.97

数据来源：电话访问CATI

投放一周液晶电视媒体的到达状况（续）



周到达率（%）	南京	杭州	成都	重庆
Reach 1+	41.27	40.32	32.13	29.14
Reach 2+	34.16	30.80	26.01	23.03
Reach 3+	23.52	20.16	17.34	15.98
Reach 4+	18.48	14.56	13.26	11.28
Reach 5+	16.80	12.88	10.71	8.46
到达频次	5.61	4.98	4.15	4.06

周GRP=Reach×Fre.=	231.51	200.98	133.20	118.40
CPRP=周Cost/周GRP=	293.72	338.35	510.53	574.31

单个30" 广告周GRP=	64.31	53.59	37.00	34.73
单个30" 广告周CPRP=	1057.41	1268.81	1837.90	1957.86

数据来源：电话访问CATI

基数：所有被访者



投放一周液晶电视媒体的到达状况（续）

周到达率（%）	大连	青岛	长沙	武汉
Reach 1+	31.85	30.10	25.62	27.30
Reach 2+	25.48	22.36	18.06	20.28
Reach 3+	16.66	14.62	15.12	14.04
Reach 4+	13.23	11.09	12.60	11.70
Reach 5+	11.76	10.32	10.92	9.75
到达频次	5.31	4.72	4.16	4.92
周GRP=Reach×Fre.=	169.24	142.11	106.63	134.28
CPRP=周Cost/周GRP=	283.63	337.76	450.16	506.40
单个30" 广告周GRP=	29.76	29.61	18.66	30.21
单个30" 广告周CPRP=	1,613.05	1,621.27	2,572.31	2,250.68

数据来源：电话访问CATI

基数：所有被访者



CTR感谢您的关注!

