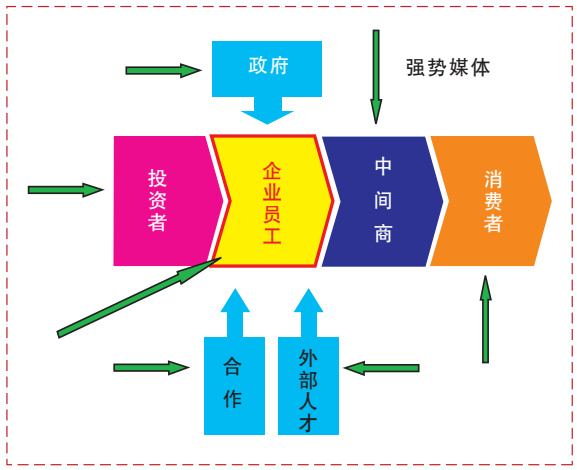
十一、整合社会资源，打通整体市场 成就企业全面发展

广告传播效果是中央台为企业带来的投资回报中非常关键的一部分，但中央台能为企业营销和品牌建设所做的贡献并未止于此，而是辐射到企业赖以生存发展的社会经济整体中的各个方面。



电视不仅是通常意义上的产品消费者在看，作为生产者的投资者、企业员工、合作者、外部人才，作为销售者和通路的中间销售商，作为管理者的政府机构等都在看，他们一方面在企业的经营活动中发挥着重要的作用；另一方面，他们作为观众在收看电视，收看企业广告时同样会受到广告的影响。因此，他们是电视广告不该、也不能忽视的重要受众群体。

厦门大学传播系品牌与广告研究所进行了一系列调查研究，为我们展现了中央台对于市场中与企业经济活动有关的各个相关利益群体的整合传播影响力。

（一）突出企业在消费者心目中的至高形象，增强消费者购买偏好

每提及媒体广告的效果和价值，首先被关注的无疑是基于消费者的效果，这也是最显而易见的效果。该消费者调查显示，与投放其他媒体的企业相比较，消费者认为在中央台投放广告的企业品牌知名度更高，经济实力更雄厚，市场规模更大，消费者更愿意向亲朋好友推荐，自己也更愿意购买这些企业的产品。在与广告主的访谈中发现，多数广告主都认为中央台的广告对消费者发挥了有力的影响。

（二）加强企业内部员工凝聚力，创造高效率、高质量、高利润的内部运营环境

企业员工对内，是产品的直接生产者；对外，是企业品牌形象的体现和传播者。中央台招标段的广告无形中向这些作为观众的企业员工传达了企业实力、企业形象、企业领先地位的信息，从心理上让员工产生自豪感和归属感、提高忠诚度、增强对企业文化的认同。这样的员工不但可以在生产实践中以更负责的态度工作，从而保证产品的质量和生产的效率，其较高的忠诚度也往往意味着企业更高的利润、更健康的企业形象和更稳定的客户资源等。在企业面临转折时，凝聚力可以发挥强大的作用，团结员工与企业一同奋发图强。



蒙牛集团在央视招标现场



康恩贝在央视招标现场

（三）巩固供应商和销售商信心，促进产业链上下游主动合作，提高经营实效

被调查企业中的70%表示在中央台投放广告对其供应商存在诸多积极影响，包括提高供应商信心，使其更加支持该企业；企业的地位和信誉度得到提高，增强了供应商的安全感，从而吸引更多供应商前来合作。

不仅如此，企业选择权威性高、可信度较高、形象好的媒体还可以大大提高渠道中间商进货的信心和意愿；终端零售商也认为在中央台做广告的企业，其产品知名度更高、企业信誉更好、消费者的信任度更高、产品销路更好、企业前景更乐观，他们更愿意经销在中央台做广告的产品。更有甚者，有相当一部分零售商会对在中央台做广告的品牌采取更加主动积极的经销措施，如主动订货、主动向消费者推荐，或者将该品牌摆在显眼的位置，在低利润条件下依然经销等。

广告主们的意见尤为明确，访谈中绝大多数的广告主一致肯定了中央台广告对打通其销售渠道不可低估的作用。

（四）吸引政府和社会的关注，争取政策、资金和人才等方面的优势资源

被调查的政府职员表示，在中央台做广告的企业比在其它电视台做广告企业，在他们心目中的形象明显更高，而且更容易得到政府关注与支持，对政府相关政策影响较大，其产品在政府采购时会优先考虑。

被调查股民中的44.9%认为企业做广告会影响股票价格，在中央台尤其是黄金时段做广告，对企业业绩、股票价格、股民信心的提升作用较大。

面临择业的大学毕业生则认为在中央台做广告的企业是更好的就业单位，如有机会他们更愿意到这些企业工作。

大约2/3被调查的广告主明确表示，在中央台的广告投放对于企业的人才招聘有积极影响，可以更多、更容易地吸引高素质人才。

总之，投资中央台黄金资源段所获得的回报已经超越了广告投放的媒介价值，企业可以将中央台黄金资源的整合传播影响力贯通于企业经营的全过程，扩展到围绕企业经营的产业链条的各个环节，最大范围、最大力度地为企业创造机遇，成就产品销售、品牌打造和企业发展的全面辉煌。

链接

媒体竞争导致弱者越弱、强者越强



北京大学新闻与传播学院副院长　陈刚　教授

在日益扑朔迷离的中国传播环境中，媒体的竞争激烈而残酷，其结果是市场的迅速分化。更多的媒体在竞争中不断被挤压到边缘，而为数不多的强势媒体以其品质和实力，市场份额却持续增大，而最重要的，在观众心中的品牌形象更加清晰和稳固。中央电视台就是这样的强势媒体。

新媒体的蓬勃发展对传统媒体形成了冲击和挑战。但是，对电视媒体而言，尤其是中央电视台这样的强势媒体而言，新媒体所导致的媒体环境的震荡更凸显出央视的一枝独秀。虽然新媒体不断发展，但在一段时间内，新媒体不可能成为有全国。影响的主流媒体。同时，新媒体的扩张造成了广告传播环境的稀释和恶化，绝大部分媒体成了辅助性的媒体。在这种环境中，要进行品牌的塑造和提升，所选择的主打媒体必然是强势主流媒体。