

# 美的成央视广告新标王

## 现场竞标前三名,全是酒!

本报北京11月8日讯(记者 崔滨)11月8日,数百家企业参与了“中国经济晴雨表”、“中国市场风向标”之称的央视2011年黄金资源广告招标,白酒行业灌醉央视,现场竞拍前三位分别是劲酒、五粮液和泸州老窖;而综合网络竞拍,美的成为2011年央视广告标王。

8日上午8点,梅地亚中心便云集了上百位中外记者,等待谁将成为中央电视台广告的标王,白岩松、董卿、王小丫等央视主持人纷纷轮番上阵“鼓动”企业竞标。

出于对中国经济整体回暖的信心以及扩大内需政策下的巨大市场,今年央视广告招标会场云集了

千余家国内外知名企业,争夺新闻联播、天气预报、焦点访谈、黄金剧场、体育频道等高收视率节目的广告播放。

今年央视广告招标分为“签约认购”、“网上招标”和“现场招标竞拍”三部分。其中,“签约认购”、“网上招标”均已在日前完成,美的、苏宁、红星美凯龙等中标。8日举行的最激烈的“现场招标竞拍”环节,包括整点新闻报时以及《新闻联播》、《焦点访谈》等前后的广告时间,现场竞拍结果为:劲酒4.4亿元位居第一,五粮液4亿元排在第二,泸州老窖3.2亿元列第三,雨润集团2.5437亿元居第四。

晚上近9点,央视广告部经营管理中心副主任何海明宣布,2011年央视黄金资源广告招标会招标总额126.6870亿,创17年新高,比去年增加17.02亿,增长15.52%。结合央视网络竞拍结果,2011年央视广告中美的集团投放金额最大,成为2011年央视广告标王。此前,美的电器公布的三季度报显示,前三季度实现营业收入571.60亿元,同比增长60.31%。

从行业分布来看,信心使行业投放快速上升,亮点频频。整体来看,排名前三的行业分别是食品饮料、家电与金融保险,增长较快的还有汽车与旅游业。

茅台、燕京、青岛、泸州老窖、劲牌、郎酒、古井等酒类品牌纷纷登陆央视,显示这个行业未来新的发展新力量,体现了消费升级带动人们生活品质的提升。茅台和五粮液这两个中国白酒品牌更是将战火引到央视广告招标上。

在最后一轮暗标前,即不包括焦点访谈后和新闻联播提示收看的竞标,央视投标的前三位都是酒,劲酒、五粮液和泸州老窖,总额达到11.6亿,酒行业达19亿,超过总额的20%。

### 财眼透视

## 新标王与春晚联动多年

据了解,近几年来,国际日化巨头宝洁一直都“霸占”着央视最大广告客户的位置,也是外资企业在华广告投放最多的企业之一。据央视广告经营管理中心相关负责人表示,今年在央视投放广告数额最大的是家电企业美的,其总金额超出宝洁大约50%,成为央视新的最大广告客户。

美的集团品牌管理部总监董晓华此前在接受记者专访时曾指出,美的通过在央视的广告投放,尤其是与央视的春晚报时多年的合作,已形成高度的品牌联动和融合,美的未来将会持续加大在央视上的广告投入。在2010年CCTV黄金资源广告招标中,美的集团以5201万的价格获得2010年春节联欢晚会报时广告。(综合)

## 另类解析 央视招标

11月8日,2011年央视黄金资源广告招标在北京举行。著名品牌战略专家李光斗与品牌中国产业联盟秘书长王永解析了央视招标。

### 卖房子的为什么不投广告?

一套房子可以赚几十万乃至几百万,但是一管牙膏可能赚一两毛钱,但做牙膏的企业在中央台投资广告的热情非常高。万科已经是最大的住宅公司了,但卖房子的不来中央台投广告。李光斗分析说,这说明,一个是房地产企业很有钱,但是资金压力还是比较大的。二是房子的广告是很难改变一个消费者的,看一个牙膏广告很可能买一个新的广告品牌,像宝洁的高露洁。

### 上半年为何比下半年贵?

以电视剧特约剧场来看,其实上半年比下半年多不了几天,但上半年的中标金额是2.305亿,下半年是1.5亿,贵出去小一倍,很多老外算不懂,说在中国为什么上半年这么贵,因为上半年,第一,春节,做零售的要把半年的生意全都做回来。第二个,两会,三月份两会的时候看电视看得多,而且领导看得多。

### 现场火药味为何不浓了?

王永认为,总体来讲就是火药味没有去年那么浓了,比如像《新闻联播》第一选择权是20万往上加。说明企业家们更加理性了。李光斗则认为,央视的垄断没有被打破,但是垄断的趋势有所变化。因为在央视之前强势的卫视都开始招标了,互联网也分走了很多企业的投放。从企业的经济景气度来说,大品牌的垄断性在加强。(辛财)

## “经济晴雨表” 折射啥信息

本报记者 仲爱梅

126.6870亿,如此“天文数字”无疑为2011年央视黄金资源广告招标会画上了一个圆满的句号。央视广告招标会素有“中国经济晴雨表”之称,那么,从今年的“经济晴雨表”中我们又看出什么?

### 瞄准国内购买力

### 汽车、金融保险业大爆发

上汽、一汽、广汽、东风,中国重汽、奥迪、现代、日产、丰田等国际品牌纷纷亮相;奇瑞、江淮、长安等自主品牌“集群式”爆发,综观今年的央视广告投标情况,汽车业尽管没能挤入行业投放总额前三名,其增长速度却堪称第一,投放总量同比上升了50%。

增速排名第二的则是金融保险业。这其中,既有中国银行、人保集团这样的国有巨头,也不乏中信银行、浦发银行、兴业银行、平安保险、太平洋保险、泰康人寿等“行业第二军团”的身影,而北京银行、广东发展银行、阳光银行更是首次登陆央视招标平台。

两大行业“集体大爆发”,除了能反映出这些行业的景气度,信心促使行业投放快速上升外,其实也间接反映了国内消费者购买力的增强:无论是汽车还是保险,都并非生活必需品。

就现有情况来看,明年汽车、金融保险等行业的广告投放总额可能更多。——谁都清楚广告所具有的“囚徒效应”:如果大伙儿谁都不做广告,那么对谁也没有损害;



而只要有一个人跳出来做广告,其他人就只能蜂拥而上。——你不投,消费者就会忘记你。

### 火拼央视标王

### 家电、酒类愈战愈烈

因为投放金额最大,家电巨头美的集团成功取代上届“标王”蒙牛,荣膺2011年央视广告“新标王”。

而现场竞拍结果则显示,投放额位居前三的无一例外都是国内知名的白酒企业,分别是:劲酒4.4亿元位居第一,五粮液4亿元位居第二,泸州老窖3.2亿元列第三。

此外,家电企业现身央视投标大会的还有海尔、格力、格兰仕、小天鹅、苏泊尔、九阳等品牌;酒类中,茅台、郎酒、古井、燕京、青啤等历年央视广告的“投放大户”,今年的投放金额同样也不能小觑。

从纯粹的酒类、家电品牌,到渠道商苏宁、红星美凯龙,居然之

家……这些央视广告大战中的新老“面孔”,既显示出国内消费升级带动人们生活品质的提升,也暗示了这些行业竞争的进一步加剧。以茅台和五粮液为例,这两个中国最著名的白酒品牌,为了“中国第一百年白酒”的头衔多年来明争暗斗不断,如今更是将战火“烧”到了央视广告招标大会上:在新闻联播报时单元竞标中,五粮液力压茅台,以总价4.05亿抢夺了5-8月之外的所有月份。其中第六单元及11-12月的报价最高,达到了1.22亿。

### 新行业频出

### 太阳能、旅游业成新星

而太阳能等新能源企业以及大量城市形象广告的涌入,更为今年的央视广告招标会增添了新“亮点”。

投标结果显示,太阳雨、四季

沐歌、桑乐等太阳能企业的投放总额尽管无法与食品饮料、家电等传统广告“大腕”们相提并论,但却创下了历史新高,行业中标金额接近1亿元。

而旅游行业也明显加大了在广告方面的投入力度。尽管景区借助于央视平台进行宣传推广的情况并不罕见,但今年旅游业的投放与往年相比又有明显不同,即从单一的景区宣传扩大到对城市形象的整体宣传,包括山东、河北、内蒙古、广西、甘肃等在内的多个省份,都参与了央视广告投标。

从区域来看,随着国家积极振兴区域经济,促进区域协调发展,今年招标预售企业的区域分布比往年更加广泛,也更加均衡,全国一共有29个省市自治区的企业参加了今年的招标预售活动,东部沿海继续保持稳定发展的势头,北京、广东还是稳坐前两名,江苏、福建等稳健增长。

## 招标会鲁企表现不俗

### 青啤、海尔、桑乐等都有大手笔

本报济南11月8日讯(见习记者 张鹏飞)11月8日,央视2011年黄金资源广告招标会在北京举行。会上,山东企业青岛啤酒、海尔、桑乐等品牌代表纷纷登陆央视,投放额也继续增长,表现不俗。

一年一度的央视广告招标会被业内人士称为经济的晴雨表,从企业投标的慷慨程度、果断程度能看出企业今年经营情况的端倪以及明年市场的预期。山东企业桑乐太阳能作为新能源类新兴产业代表引人注目,在新能源本次招标中,桑乐、太阳雨、四季沐歌再创新高,行业中标额近一亿;青啤作为酒类代表强势登陆央视,体现消费升级带动人们生活品质的提升;海尔作为家电企业代表继续增加在央视的广告投放,多年坚持做品牌的家电进入了收获期,鲁企在招标

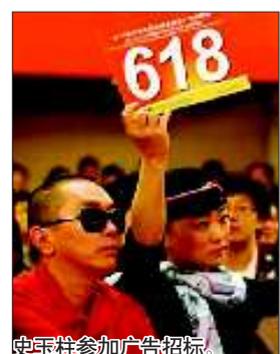
会的不俗表现显示了山东企业强有力的发展势头。

8日晚,记者采访了山东桑乐太阳能有限公司企划部经理隋丽红,“我们每年的广告投入大概有一个亿多,其中投到央视的大概占到1/8的比例,今年我们是通过提前签约认购的形式在央视一套的《朝闻天下》栏目段投放的广告,时间是在每天上午六点到九点的时间段内,滚动播放5次。”据隋经理介绍,桑乐太阳能的市场主要面向农村,在央视打广告更重要的是品牌战略,为了树立品牌形象。

“企业的兴起和发展需要良好的平台,广告的投入需要有效的回报。在央视一套打广告虽然贵,但是回报率也很高,总体来讲效果还是很不错的。”隋丽红表示,在央视投放广告的效果非常好。

## 央视历届标王

年份	招标额最高企业	中标金额(元)	央视招标总额(元)
1995	孔府宴酒	0.31亿	
1996	秦池酒	0.67亿	
1997	秦池酒	3.2亿	
1998	爱多VCD	2.1亿	
1999	步步高	1.59亿	
2000	步步高	1.26亿	
2001	娃哈哈	0.22亿	
2002	娃哈哈	0.20亿	26.26亿
2003	熊猫手机	1.08亿	33.15亿
2004	蒙牛	3.1亿	44.12亿
2005	宝洁	3.8亿	52.48亿
2006	宝洁	3.94亿	58.69亿
2007	宝洁	4.2亿	67.96亿
2008	伊利	3.78亿	80.28亿
2009	纳爱斯	3.05亿	92.56亿
2010	蒙牛	2.039亿	109.66亿



史玉柱参加广告招标。