中国广告商城

需求分析报告

中国广告商城项目组

2017年10月**目 录**

[1. 业务现状分析 3](#_Toc496550254)

[1.1 概况 3](#_Toc496550255)

[1.2 广告分类及特点 3](#_Toc496550256)

[1.3 广告主现状分析 4](#_Toc496550257)

[1.4 广告企业现状分析 4](#_Toc496550258)

[1.5 其他相关方现状分析 4](#_Toc496550259)

[2. 业务需求分析 5](#_Toc496550260)

[1.1 概况 5](#_Toc496550261)

[1.2 广告主需求分析 6](#_Toc496550262)

[1.3 广告企业需求分析 6](#_Toc496550263)

[1.4 其他相关方需求分析 7](#_Toc496550264)

[1.5 平台业务需求分析 8](#_Toc496550265)

[3. 功能需求分析 10](#_Toc496550266)

[1.1 概况 10](#_Toc496550267)

[1.2 广告主功能需求分析 10](#_Toc496550268)

[1.3 广告企业功能需求分析 11](#_Toc496550269)

[1.4 平台功能需求分析 12](#_Toc496550270)

# 业务现状分析

## 概况

中国广告产业发展势头强劲。营业额持续保持增长。

## 广告分类及特点

广告按照媒体地域主要覆盖范围分类，分为国际性、全国性、地方性等。国际性主要面对国外的媒体。全国性的媒体主要面对国内全国范围。地方性分为区域性、各省市、地区、区县等。区域性如华东、华南、华中、西北、东北、华北，以及长三角、京津冀、珠三角等。省市、地区、区县存在多地的情况。

按广告媒体和广告形式分类，主要有：

电子媒介广告：电视、广播、电影、其他。

印刷媒介广告：报纸、杂志、其他。

户外媒体广告：按形式分为霓虹灯、广告柱、广告塔(单立柱)、灯箱、路牌、招贴、海报、户外显示屏、墙体广告、条幅等。按投放地点分为城市公共场所、交通工具、交通场所、交通道路等。

互联网媒体：网站、APP、微信、Wifi、其他等。

直邮广告：邮递广告、邮订广告、电话销售、持券购买、散发传单、特种广告等。

现场销售广告：室内商品展示、模特表演、室内广告牌等。

人际媒体：口碑、人体广告、模特。

其他媒介广告：新闻发布会、体育活动、宣传车、展览会、包装运输、礼品广告等。

按照广告媒体针对的受众分类，分大众媒体、小众媒体。

## 广告主现状分析

按行业、企业规模以及网络寻找广告资源意愿等进行分类。各行业都需要发布广告。大中型、微小型企业广告发布需求有差异。

## 广告企业现状分析

广告企业生态，企业分类，数量和分布情况。

广告行业从业人员情况，数量和分布情况等。

企业经营情况，广告资源利用率，企业效益，存在困难。

## 其他相关方现状分析

其他相关方包括：广告策划企业、广告设备材料企业、受众、广告从业人员、广告行业协会、广告行业展会举办方、政府监管组织、高等院校等。

广告策划企业：广告策划发布、交易等。

广告设备材料企业：广告设备材料发布、交易等。

受众：受众接触媒体众多，对于网络、移动应用等注意力增加等。

广告从业人员：寻找业务机会、了解行业信息、工作机会等。

广告行业协会：组织行业企业活动等。

广告行业展会举办方：广告行业展会宣传、注册等。

政府监管组织：广告监测、行业管理等。

高等院校：产学研联合，学生就业等。

# 业务需求分析

## 概况

广告行业生态体系现状。中国广告行业，整体上，不同类型的广告资源媒体，受众差异较大，行业集中度较低。在传统广告交易环节，一方面，广告企业营销成本高，资源利用率低。另一方面，广告主选择广告困难。传统广告交易互联网化存在内在需求，减少信息不对称，提供交易效率和效益。但目前互联网化程度较低，网络平台相对较少。

互联网媒体日益崛起，移动化趋势明显，通过互联网广告创收是很多网站的主要盈利模式，在互联网的PC终端、移动终端的广告平台竞争激烈。

平台的目标是通过建立互联网广告交易平台，聚合广告资源，开展广告监测，提供营销方案，开展广告客户/供应商管理等服务广告主、广告企业，帮助广告主选择广告平台，推广品牌，销售产品和服务，帮助广告企业销售广告资源、提高效率和效益。平台是广告交易的第三方互联网平台，优先满足广告交易等核心需求，先从传统广告交易开始，再逐步拓展到互联网媒体广告交易。

## 广告主需求分析

通过平台寻找广告资源、询价、交易，发布求购、以及通过平台监测广告效果、查询广告资讯、投诉管理等。

访问、注册、查询、购物车、产品和服务比较、寻源、询价、咨询、采购、合同管理、支持线上和线下支付等；广告相关的信息查询、工具查询、资料查询、招标发布、人才招聘、行情报告、法律法规等；品牌管理、预算管理、采购建议、供应商管理、广告效果检测等。

## 广告企业需求分析

广告企业包括广告媒体企业、广告代理企业、广告策划等服务企业、广告设备和材料销售企业等。各类广告企业对互联网交易都有一定的内在需求，主要如下：

1.广告资源企业:企业宣传、企业信息发布、广告资源宣传、发布资源代理、代理商管理、商机管理、了解行业资讯、了解行业知识、沟通交流等。

2.广告代理企业:企业宣传、企业信息发布、广告资源宣传、广告销售、广告主管理、商机管理、了解行业资讯、了解行业知识、沟通交流等。

3.广告策划等服务企业：企业宣传、企业信息发布、广告服务资源宣传、广告服务销售、客户管理、商机管理、了解行业资讯、了解行业知识、沟通交流等。

4.广告设备和材料销售企业：企业宣传、企业信息发布、广告设备和材料宣传、广告设备和材料销售、客户管理、商机管理、了解行业资讯、了解行业知识、沟通交流等。

## 其他相关方需求分析

其他相关方包括：广告策划企业、广告设备材料企业、受众、广告从业人员、广告行业协会、广告行业展会举办方、政府监管组织、高等院校等。

广告策划企业：广告策划服务发布、交易等。

广告设备材料企业：广告设备和材料发布、交易等。

受众：受众接触媒体众多，对于网络、移动应用等注意力增加等。

广告从业人员：寻找业务机会、了解行业信息、工作机会等。

广告行业协会：组织行业企业活动等。

广告行业展会举办方：广告行业展会宣传、注册等。

政府监管组织：法律法规、广告监测、行业管理等。

高等院校：产学研联合，学生就业等。广告基础性、前瞻性、关键性技术研究和推广应用。

## 平台业务需求分析

目前的广告资源平台较多，大部分是网络、移动方面的平台。传统广告的交易平台相当较少，主要有广告买卖网（admaimai.com）、广告易(51ade.com)、传播易（chuanboyi.com）等。

网络、移动平台相当成熟，技术要求高，百度、阿里等大企业都有布局，网络广告联盟较多。互联网、移动应用广告交易平台主要有阿里、百度、腾讯、Inmobi.com以及其他广告联盟等。

平台要简洁、实用。

1.平台赢利模式，针对广告企业收费，包括基本服务费、竞价推广、广告收入等。

1）免费注册

企业免费注册，手机短信和邮件确认。维护公司商铺、商品等信息。提交平台审核。平台审核通过后，在前台显示，并短信和邮件通知。审核不通过的，说明原因，并短信和邮件通知。

2)基本服务费

用户注册完成后，需要缴纳一定的基本服务费，费用很低，例如发布广告条数50条以内，每月10元(每年100元)，具体条数和费用标准可以配置。平台分配服务专员进行用户全程关怀服务，为用户提供平台服务，包括信息编辑、审核、三证校核、用户支持，信息展现等服务。

未按时交纳企业基本服务费的广告企业，前台不显示联系方式等信息，但可以在线留言，只留平台联系方式，由平台联系广告企业。留言简要信息通过后台短信和邮件发给企业联系人，但不显示广告主的关键信息。如需要知晓关键信息，广告企业必须交纳基本服务费。

3）竞价推广

为提升广告企业品牌形象，提高商铺和产品的曝光率，促进销售。平台为广告企业提供竞价推广服务。

竞价推广免费展示，仅按效果(用户点击)付费，用点击数计费，没有效果不收费。点击数指潜在客户点击商铺和商铺中的商品的累计次数。竞价推广企业以基本CPC价格(暂定0.1元，可后台修改)为基础，用户提高CPC价格，同其他商户竞争，CPC价格高者在平台中优先展示，包括小图广告、滚动显示、查询结果展示等页面区域。(参考58同城推广模式。)

用户可以指定竞价推广的商铺或商品。设置竞价推广开始时间、地区等。平台进行智能分析、排序和展现，并提供实时的展示量、点击数、费用情况报告。

竞价推广采用预存交费方式，即用户先预交一定费用，用户推广过程中实时消耗预存账户余额。余额为零或负数时竞价推广自动中止。

4）广告推广

针对中高端品牌，提供稀缺、高端的首页横幅、板块横幅等品牌广告位。按平台位置和时间段报价。

# 功能需求分析

## 概况

平台具有以下功能：广告企业管理、广告资源管理、广告主管理、广告交易管理、广告行业资讯、广告行业知识、推广费用管理等功能。

## 广告主功能需求分析

广告主所有的服务均免费。为广告主提供一站式广告采购平台，服务广告采购全过程，吸引广告主访问、注册、交易，成为忠实用户。

采购全过程服务，主要包括：

采购前：广告企业查询、广告资源查询、发布求购。

采购中：发布广告招标、广告中标公告、合同(线下)、支付(线下)。

采购后：广告执行、广告效果监测、广告供应商评价、广告资源评价、投诉管理。

其他：广告资讯、行业知识、行情报告、法律法规、人才招聘等。

## 广告企业功能需求分析

各类广告企业在互联网应用方面的需求归纳为以下几个方面：

1.企业宣传：公司介绍、企业新闻资讯、企业信息发布等。

1）公司介绍：公司简介、工商注册信息、公司资质、联系方式等。

公司简介：公司简介、总经理讲话、公司组织结构、公司发展历史、典型案例、客户介绍、公司发展理念等。

工商注册信息：成立时间、经营范围、注册资本、经营地址、三证等。

公司资质：公司资质、认证、获奖情况等。

联系方式：联系人、联系地址、邮编、联系电话、手机、QQ、微信、邮箱、公司主页等。

2）企业新闻资讯

企业新闻资讯：企业新闻。

3）企业信息发布

企业公告资讯：企业公告。

2.产品和服务宣传：广告资源介绍、分析、典型客户、图形、价格、评价等。

3.商机管理：发布代理、合作等信息。

## 平台功能需求分析

平台主要具有以下功能：广告企业管理、广告主管理、广告资源管理、推广服务管理、费用管理、平台消息管理。

平台需要充分发挥用户的作用，推进平台发展。建立并完善客户沟通机制、服务机制、完善机制，与客户保持畅通的沟通，提供优质的服务，并持续改善。从用户需求出发，解决用户问题，创造价值。

广告行业战略合作根据实际情况，合作定制解决方案，单独处理。