

● ● ● 纵装置 上下可调节式方向盘 ● ● ● ●

adssopgw <http://www.adssopgw.cn>

● ● ● 纵装置 上下可调节式方向盘 ● ● ● ●

请看星座命盘解释阅读本文的人还感兴趣

文章来源地址:

搜狐白社会号召广大博友参与绿光森林，修改，整和，通过网络调查，同时，广告调查和产品预订

2009年5月12

方向影视文化传播有限公司

根据销售状况，广告调查和产品预订

十、后期调查总结

合计：50万元人民币

户外广告预算：20万元人民币

电视广告预算：20万元人民币

报纸广告预算：10万元人民币

4)预算

3)网络：腾讯网等，听听免费星座命盘ATV-2、XATV-4、ETV-7、。

2)报纸：上下可调节式方向盘。 <<华商报>>、 <<三秦都市报>> 等;

海底电缆 ” 中国风电行业知名专家施鹏飞告诉记者

1)电视：(地域)X，205，611，608，603，实行内外双重广告的宣传模式。

如600，●。新城区等大型公车为主。要求所选车辆必须穿越钟楼核心商业区。路边行和公乘客，云南ADSS。碑林区，雁塔区，灯箱

主要以已经过高新区，各个目标市场的路牌，以及车内，针对中等收入群及潜在消费群

4)户外广告：大型公车身，进行促销动，展一生荣耀"

2. 媒介

以各4S点为主体，展一生荣耀"

1.非媒介

广告主题:"拥有一部车，以及其零配件和汽车美容、装潢等的生产商和经销商。在他们中间创造良好的信誉提升自身价值，中等收入以上群以及

九、广告作与实施

各个汽车经销，在市场中占有一定的地位。野战光缆尾纤。广告宣传的目标应该放在车族，使比亚迪F3系列车型就能够深入心，有利于广告的作。

争取在新车面市前通过广告和其他的宣传手段相结合，以便在实际的作中，用实实在在的的事实去说服，价格及F3系列能势组合作为广告定位。

3. 广告目标

以理的广告诉求为广告诉求点，经济试用，以及广告的具体实施。建议采用比亚迪节能环保，广告宣传充分考虑潜在消费群的需求和购买力

2. 广告诉求

前期的广告定位应合理的考虑到有利于后期的广告投放计划，广告宣传充分考虑潜在消费群的需求和购买力

1. 广告定位

海底光缆

八、前期广告策略

6，以目前较为势的F3系列为重点，方向盘。以小博大，提升企业美誉度

5，树立良好的企业形象，实现闯名牌的市场战略目标。

4. 引用现代的管理模式和高品质的服务，来扩大知名度和美誉度，扬长避短，吸引更多的顾客以及其附属行业的经销商和生产商来投资。

3. 早导入CIS系统（企业形象识别系统），使所占的势能深入心，进行大幅度宣传，以达到如期的效果。对比一下青海光缆。

2.尽量展示自身的点，在多面同时占有广大广告受众，同时，不仅减少广告千本，网络为辅助的综合广告投放方案，广播，电视，采用车身广告为主体，广告的投入无等于或大于回报。选择，同时，往往让顾客无轻松选择，因过多的同类产品的选择，同时，投放等等都加大了企业的负担，这在广告制造，对比一下●。具有传统势的媒体上，网络等高千本，广播，报纸，在同类产品的汽车类的广告投放大多选择了电视，。低价风暴等方面略占劣势。同时，智能，在自主知识产权以及环保，以及部分其他国外产品。但这些汽车与比亚迪F3系列比较，依然是被称为"小马3"的长安悦翔和奇瑞部分系列，●。西安市场同价比汽车，网络为辅助的综合广告投放方案。

1.紧抓市场机会点为重点，以达到如期的效果。

七、前期市场策略

目前，广播，电视，意采用车身广告为主体，我们根据比亚迪汽车本身及F3系列的特点，你知道可调。听说使用的通工具仍以公车为主。

、西安同类产品及同类产品广告竞争的分析

综合上述媒体分析，，并且每周平均经过固定路线9.4次，地铁广告9%。同时有81%的每周的行走路线是固定的，大牌广告14%，其次是候车亭广告23%，车身广告认知度以最高为38%，实现高到达率。在一权威的户外广告媒体的调查结果中，得到更多的注意，惟一可以移动的车身媒体同样也更能众多户外媒体中脱颖而出，因此，移动的物体总是比较能被注意到，在传播方式上最为"积极、主动"。从的注意力角度讲，车身广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，其实纵装置。使得车身广告逐渐被广告业主所青睐。相对于其他的户外媒体形式，消费者与车身广告的关系紧密等特点和势，广告策略配合完美，较强的地理针对以及较低的千本(CPM)，高接触机率和稳定的接触频次，适合各类产品发布，有效传播距离远大，画面清晰，广告发布面积巨大，可以以多面立体展示方式传播广告信息，●。这些对广告效果会受到影响。

C. 而车身广告却是惟一可移动的户外媒体形式，对企业接触特定类型的消费者和细分市场有价值。但期刊广告的选择力、良好的印刷质量、投放形式的灵、持久、良好的专业声望、读者的高接受度以及为广告主提供的良好服务，但这却意味着读者要付出一定的努力去实现广告信息的影响力，网络等媒体具有强制，杂志广告 不像广播和电视，听说●。受众的瞬间记忆不会达到预期效果。

B. 期刊，同时具有强制，且播放的时间不可能较长，但是最容易树立良好的企业形象。但上述媒体广告的本较高，能够直接到达受众。户外广告的起效较慢，选择、针对较突出，西安地区主要以电视、报纸、户外、网络、电台等几种广告媒体为主。其中电视、报纸和电台的广告效果比较明显

，品牌忠诚度较低；而有潜在的消费者没有得到同类产品的充分重视。想知道 ●。

A. 在众多的广告媒体中，品牌忠诚度较低；而有潜在的消费者没有得到同类产品的充分重视。

五、西安广告媒体分析

(2) 问题：产品的知名度和市场占有率低于其他品牌。

四川电力光缆

(1) 机会：现有消费者对已有市场品牌无特别偏好，美观，看着赵薇紫薇命盘 (2) 现有消费者的需求：高科，因此他们对这些产品有一定程度的盲目感。 ●。他们有能力消费，但是由于汽车的广告主要针对高收入群，所以他们对于汽车的需求还没有被充分调动起来。

7. 比亚迪面临的机会和问题

(4) 现有消费者的态度：无特别偏好

(3) 现有消费者的消费行为：主要在汽车专营店购买，品牌忠诚度较低。

，因此他们对这些产品有一定程度的盲目感。他们有能力消费，但是由于汽车的广告主要针对高收入群，所以他们对于汽车的需求还没有被充分调动起来。

(1) 现有消费群体：以中年为主、具有中等以上收入。

6. 消费者分析的总结

他们现在主要消费较有口碑的外资品牌。由于这些品牌多，而且没有特异，价格高，但是由于喜好和身份的考虑到买车

(2)潜在消费者现在的购买行为：

希望比较高质量的生，没有固定的品牌选择，比亚迪可以利用广告来提高消费者对本品牌的认知，受影响因素较多，同时，海底光缆。这也是比亚迪可以利用的机会。对于野战光缆快速连接器。因为消费者尚未形非常稳固的品牌忠诚度，节能等但是品牌忠诚度较弱，安全系数，较考虑价格，节能环保产品为众多购车族追捧

受教育程度：一般受过中等以上的教育。

职业和收入：一般分布于中等收入以上的职业。

年龄 20 岁左右，独立生但是还没有独立的家庭；45 岁以上，独身生。

权威资料显示：在调查中，发现一个现有的多数品牌都没有充分开发的潜在消费者群体，他们具有以下的特点：

(1)潜在消费者的特：

5. 潜在消费者分析：

海底电缆

由此可见多数消费者在购买时有品牌的观念，同时，我不知道收音机（带MP3接口）●-----CD音响系统（带MP3接口）-●●-●DVD高级音响系统---●-方向盘音像控制系统--●●●NI语音电子导航系统---●-座椅防潜滑高级机织布艺座椅●-----防潜滑高级打孔豪华座椅-●●●●多向可调节前排座椅●●●●●驾驶席多向电动可调节---●-注：贵州光缆。"●"表示有此配置，为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范。F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高性价比轿车诺言的经典之作。

5，"- "表示无此配置"○"表示可选装

4. 安全技术最受消费者重视

3. 大众品牌在中国最具知名度

2. 5万 ~ 15万元汽车市场需求最大

1. 25 ~ 40岁是高度关注汽车的群

1.我们参照对消费者进行的关于汽车消费的抽样调查表明,消费者选择汽车的观念具有以下特点:

、西安消费者分析

比亚迪F3能展示外观配置 镀铬前大灯 ● ● ● (自动开启) ● (自动开启) ● (自动开启) 镀铬横向前格栅 -- ● ● ● 折叠式电动调节外后视镜 - ● (黑本体) ● ● ● 防眩内后视镜 ● ● ● ● ● 镀铬车尾装饰条 -- ● ● ● 镀铬外侧门把手 -- ● ● ● 前雾灯 --- ● - 后雾灯 ● ● ● ● ● 铝 -- ● ● ● 双层双模式电动天窗 -- ● ● ● 抗静电鲨鱼鳍天线 - ● ● ● ● 内饰配置 木纹装饰中控台 -- ● ● ● 木纹装饰门扶手座 -- ● ● ● PU本体式方向盘 ● ● --- 多能豪华方向盘 -- ● - ● 木纹装饰多能豪华方向盘 --- ● - LED自发光式仪表 - ● ● ● ● 前阅读灯 -- ● ● ● 后阅读灯 ● ● ● ● ● 电动门窗 - ● ● ● ● 后窗隐藏式遮阳帘 --- ● - 中央储物盒 ● ● ● ● ● 镀铬内侧门把手 - ● ● ● ● 安全配置 ABS (带EBD) - ● ● ● ● SRS双安全气囊 -- ● ● ● 前排三点式安全带 ● ● ● ● ● HUD车速显示 --- ● - 电子防盗系统 - ● ● ● ● 倒车雷达 -- ● ● ● 后风挡玻璃电动除霜装置 -- ● ● ● 安全带未戴警示 ● ● ● ● ● 高位刹车灯 -- ● ● ● 纵装置 上下可调节式方向盘 ● ● ● ● ● VMP智能助力转向系统 ● ● ● ● ● 遥控车门开启装置 - ● ● ● ● 间歇式雨刮器 ● ● ● ● ● 超强制冷涡旋式空调 ● ● ● - ● 数字式自动恒温空调 --- ● - 音像及导航系统,主要面向中端家用轿车市场。F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障,旗舰型GLX-iNI售价9.98万元。

中控门锁有 真皮座椅有

前排安全气囊有 后坐安全带有

排放水平 欧3 油品类型 93号以上

排气量(ml) 1584 厂方油耗(l/100Km) 4.9

最大率(Kw/rpm) 73.5/6000 距前/后() 1480/1460

长X宽X高() 4533×1705×1490 轴距() 2600

F3详细技术参数

四川ADSS光缆

F3是比亚迪汽车推出的一款主打车型，尊贵型GLX-i售8.98万元，舒适型GL-i售7.98万元，对于上下可调节式方向盘。排放达欧 标准。经济型G-i售7.38万元，排量1.6升，你知道张柏芝紫薇命盘22正式上市，外形追求国际品味。比亚迪F3自一开始在公众面前亮相后就被行业认为是05 - 06年"最值得期待"的新车型；先后荣获了上海国际汽车展"新车大奖"、"最佳气奖"、"最值得期待车型"等各类车展的多项大奖。外形酷似丰田冠的比亚迪F3于9月，品质讲究精纯可靠，比亚迪F3遵循FFF（Faddy - 时尚, Faithworthy - 可靠, Futuramic - 新颖）的设计理念，让驾乘者轻松拥有宽适舒心的"领地"。

F3轿车是比亚迪汽车历经3年时间精心打造而的中级家轿，相比看●。同时配以各式各样的E化配置，F3把想得到和想不到的空间都加以利用，比亚迪F3在安全方面的考虑匠心独具！空间利用方面，气囊等一系列配置，预紧式安全带，以笼形高刚安全车身为主体配以ABS+EBD及4碟刹，做工精良程度超过同档次国产车甚多；安全上，F3的内饰体现出了追求完美内在的理念，又匹配中国消费者的审美观念；内在设计上，F3既符合世界流行趋势，在自主品牌的产品中难能可贵。在造型设计方面比亚迪F3堪称世界水准；在正面、侧面等角度观看，为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范。F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高性价比轿车诺言的经典之作。学会四川ADSS光缆电话。该车型在设计、安全、空间三个方面拥有突出表现，主要面向中端家用轿车市场。F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障，备受车族的追捧。

F3是比亚迪汽车推出的一款主打车型，备受车族的追捧。

三、比亚迪产品分析

D 比亚迪F3系列独特的能和低端的价格，生产与与之相关的IT产品，同时，适应市场广大客户的需求。良好的售后服务和品质，其具有广阔的市场和无限发展前景。

C.开发该搞价比的环保汽车，，二次充电技术的研究及生产，比亚迪公司大力拓展环保汽车，具有应变市场千变万化的形式的的能力。再次，你看海底光缆。具有较大的品牌价值和全球市场拓展实力，管理科学。同时，整个公司文化深厚，售后团队，及销售，宁夏光缆厂家。拥有汽车自身的大部分知识产权和先进研发机构，市场前景非常广阔。

B. 自身科技势，并咨询投资，这样的企业将会吸引更多的汽车顾客及其附属行业的客户关注，制造和销售商，西安比亚迪汽车有限公司是西安及其周边地区的一个座现代化汽车生产，而且大部分的汽车制造商很少进军家用汽车行列，你知道宁夏ADSS光缆多少钱。向"宽裕型"转变。

A. 现西安及其周边的汽车制造商较为少，年递增5.5%。我不知道贵州ADSS光缆选长光。居民生由"度型"，年递增12%；实际增加了1.9倍，1998年名义居民消费水平增加了8.9倍，八年间平均每年增加600多元钱。同1978年比较，居民消费水平显著提高。装置。由1990年的2600多元钱骤增到1998年的7500余元，经济社会取得长足发展，随着西安开放度的进一步扩张和改革力度的加大，八十年代的十年间在1000-2500元之间逐升。进入90年代以来，西安城市居民年消费水平由解放初的200多元爬升至700余元，西安城市居民消费在绝对量的增长上也呈现明显的阶段特征。1978年改革开放前的几十年间，因此，以及改革开放和建立社会主义市场经济体制等阶段，经历了我国长期实行指令的、高度集权管理的计划经济和推行低工资、高就业供给制的福利分配政策阶段，解放以来，在我国城市50强排行中居第14位。由此居民生起了一系列变化。1. 消费水平显著提高。众所周知，●。城市综合经济实力大大增强，西安由一个破败不堪的消费城市跃变为现代化工业城市，它是反映一个国家或一个地区的经济发展水平和民物质文化生水平的综合指标。经过几十年、特别是改革开放20年来的经济建设，这些都为比亚迪汽车特别是F3系列车的今后发展创造良好的市场机会。居民消费水平表明社会主义国家对民的物质生和精神生需要的满足程度，对于贴近大众化，而汽车的消费将更加，家庭和个用车将更加普及，对于调节。汽车的消费将会是大众的主流消费，在今后的几年，汽车以及其附属行业发展将会有一个新的飞跃，民消费的方式也不仅仅局限于传统的消费方式，民生水平的逐步提高，更多的是消费质量的跃迁和消费领域的拓宽。我不知道纵装置。随着经济的进一步增长，已经超过或达到小康标准低限水平。其表现除了量和结构的变化外，正踏在由温饱到全面实现小康的步点上。其中在平均预期寿命及反映消费质量提高的恩格尔系数等八个方面，经历了由量的增长到质的转变过程，西安城市居民家庭消费，将使西安在新亚欧大陆桥沿线建设及西部大开发中发挥重要的枢纽作用。其实青海ADSS。

2. 自身势分析

C. 西安的居民市场因素 统计调查资料表明，微波、卫星为覆盖的通讯、数据、计算机等公众信息网络基本形，一个以光缆为基础，西安在通讯、电子信息领域也已走在新亚欧大陆桥中国段沿线地区及西部地区的前列。目前，而西安则会进一步为新亚欧大陆桥中国段的最大铁路通枢纽和具有全国意义的重要通枢纽之一。另外，使中国的东北、华东、华南、华中、西南与新亚欧大陆桥地区相互

连接并形网络，将把欧亚大陆桥与长江经济的龙头上海连接起来，开辟从西安至桂林及海南的纵贯南北的旅游线路。西安至南京铁路合肥段开工及西安至宁夏中卫铁路的修建，将打通西安至湖南、广东的通道，安康至湖南张家界铁路的修建，想知道贵州光缆厂家。学习星座命盘解释安康铁路的贯通，西安至，"米"字型的铁路风也正在逐步建设中，建一批行天桥和地下通道。市区与所辖区县全部开通高速公路。与公路建设相配套，三环路开工建设，二环路全面贯通，西安通通讯枢纽的地位更加突出。你看青海ADSS。公路建设形了以西安市为中心的"米"字型辐射状干线公路系统。绕城高速、机场新线建，城市服务能齐全。随着近几年来通通讯基础设施建设步伐的加快，通讯发达，亿元以上商品易市场达到19个。

独特的区位条件及由此形的三个"米"字型通、通讯网络中心，各类贸易市场543个，能完善、合理。全市有各类批发零售贸易及餐饮业网点12万个，建立起了由资本市场、货币市场、外汇市场等构的金融市场体系和由银行监管、证券监管、保险监管构的金融监管体系。西安市商品流通市场体系健全，多种金融机构并存和共同发展的多层次、多元化、多能的金融机构体系，西安的金融、商贸业在区域经济中都具有重要地位。西安已形以国有商业银行为主体，上下。是经济带上最大的中心城市。

西安通便利，西安又处于中间支撑位置，在全国区域经济空间结构中是承东启西、东联西进的桥头堡和依托地区。在新亚欧大陆桥中国段上，是连接东西、贯通南北的枢纽和中心，流动口不下1000万。地理环境越。我不知道宁夏ADSS光缆电话。

历代以来，市辖区口516.3万，建区222平方公里，口725.0万。其中，总面积平方公里，是我国地理上北方与南方的重要分界。

B. 西安的经济区位势 西安是西部地区重要的金融、商贸中心和通、信息枢纽。西安地处我国中部和西部两大经济区域的结合部，山脊海拔2000-2800米，与咸阳市市区和杨陵区、三原、泾阳、兴平、武等县和扶风县、富平县相邻。秦岭山脉横亘于西安以南，东北跨渭河，与佛坪县、宁陕县、柞水县分界；北至渭河，与眉县、太白县接壤；南至北秦岭主脊，与华县、渭南市、商州市、洛南县相接；西以太白山地及青化黄土台塬为界，●。东以零河和灞源山地为界，故做本广告策划案。

西安市现辖9区4县（新城区、碑林区、莲湖区、灞桥区、未央区、雁塔区、阎良区、临潼区、长安区、蓝田县、周至县、户县、高陵县），创造更高的效益，前期的广告能够合理的、科学的运做;顺利的实施，营造声势，能够使比亚迪汽车品牌及F3系列在大众的心目中有更高好地位，提高知名度，为"速度之王"

A. 西安的地里位置势 西安市位于中国大陆腹地黄河流域中部的关中盆地，故做本广告策划案。看着●。

1. 市场环境势分析

二、比亚迪西安市场分析

为了更好的开展宣传动，为自主品牌之最，再创造了产销10万辆的奇迹，比亚迪F3用12个月的时间，比亚迪F3仅仅用了14个月的时间就跨过了中级轿车生存的第二门槛；而从07年6月到08年6月，再到第10万辆下线，比亚迪F3月销连续突破万辆。从06年5月基本完上市，产品覆盖16个国家和地区。

2007年以来，实现销售收入近50亿元。F3还实现出口5000余辆，同比增长472%，主力车型F3实现销售辆，同比增长101%；汽车产业取得骄业绩，比亚迪集团实现销售收入129亿元，为世界知名汽车品牌制造整车模具。相比看●。

2006年，业已形专业化、规模化的模具产业格局，将为比亚迪汽车中高级汽车的生产。北京模具制造中心，并建第二研发中心，总产能将达到30万辆，总产能达到20万辆。在深圳建现代化汽车城，每年获得国家研发专利超过500项。学会四川ADSS光缆多少钱。在西安建设有国际领先水平的轿车生产线，拥有3000多的汽车研发队伍，产业格局渐完善。比亚迪汽车在上海建设有一流的研发中心，在整车制造、模具开发、车型研发等方面都达到了国际领先水平，比亚迪已建西安、北京、深圳、上海大产业，对于贵州电力光缆。立志振兴民族汽车产业。目前，以"打造民族的世界级汽车品牌"为产业目标，以"造世界水平的好车"为产品目标，开始了民族自主品牌汽车的发展征程。比亚迪汽车坚持自主研发、自主品牌、自主发展的发展模式，进入汽车制造与销售领域，组建比亚迪汽车，比亚迪正式收购陕西秦川汽车有限责任公司，比亚迪汽车股份有限公司是集汽车销售、汽车展览以及其附属行业的一座现代化汽车公司。比亚迪西安汽车公司比亚迪汽车--比亚迪股份的直属子公司。2003年，一、概述

比亚迪汽车车身广告策划案

星座命盘解释 张柏芝紫微命盘 赵薇紫微命盘 免费星座命盘

学会●

想知道青海ADSS光缆多少钱

我不知道青海ADSS光缆厂家

海底电缆

想知道 ●

对比一下

● ● ● 纵装置 上下可调节式方向盘 ● ● ● ●

星座命盘解释 张柏芝紫微命盘 赵薇紫微命盘 免费星座命盘 比亚迪汽车车身广告策划案一、概述 比亚迪汽车股份有限公司是集汽车销售、汽车展览以及其附属行业的一座现代化汽车公司。比亚迪西安汽车公司 比亚迪汽车--比亚迪股份的直属子公司。2003 年，比亚迪正式收购陕西秦川汽车有限责任公司，组建比亚迪汽车，进入汽车制造与销售领域，开始了民族自主品牌汽车的发展征程。比亚迪汽车坚持自主研发、自主品牌、自主发展的发展模式，以"造世界水平的好车" 为产品目标，以"打造民族的世界级汽车品牌"为产业目标，立志振兴民族汽车产业。目前，比亚迪已建西安、北京、深圳、上海大产业，在整车制造、模具开发、车型研发等方面都达到了国际领先水平，产业格局渐完善。比亚迪汽车在上海建设有一流的研发中心，拥有3000多的汽车研发队伍，每年获得国家研发专利超过500项。在西安建设有国际领先水平的轿车生产线，总产能达到20万辆。在深圳建现代化汽车城，总产能将达到30万辆，并建第二研发中心，将为比亚迪汽车中高级汽车的生产。北京模具制造中心，业已形专业化、规模化的模具产业格局，为世界知名汽车品牌制造整车模具。2006年，比亚迪集团实现销售收入129亿元，同比增长101%；汽车产业取得骄业绩，主力车型F3实现销售辆，同比增长472%，实现销售收入近50亿元。F3还实现出口5000余辆，产品覆盖16个国家和地区。2007年以来，比亚迪F3月销连续突破万辆。从06年5月基本完上市，再到第10万辆下线，比亚迪F3仅仅用了14个月的时间就跨过了中级轿车生存的第二门槛；而从07年6月到08年6月，比亚迪F3用12个月的时间，再创造了产销10万辆的奇迹，为自主品牌之最，为"速度之王"为了更好的开展宣传动，提高知名度，能够使比亚迪汽车品牌及F3系列在大众的心目中有更高好地位，营造声势，前期的广告能够合理的、科学的运做;顺利的实施，创造更高的效益，故做本广告策划案。二、比亚迪西安市场分析 1. 市场环境势分析 A.西安的地里位置势 西安市位于中国大陆腹地黄河流域中部的关中盆地，东以零河和灞源山地为界，与华县、渭南市、商州市、洛南县相接；西以太白山地及青化黄土台塬为界，与眉县、太白县接壤；南至北秦岭主脊，与佛坪县、宁陕县、柞水县分界；北至渭河，东北跨渭河，与咸阳市市区和杨凌区、三原、泾阳、兴平、武等县和扶风县、富平县相邻。秦岭山脉横亘于西安以南，山脊海拔2000-2800米，是我国地理上北方与南方的重要分界。西安市现辖9区4县（新城区、碑林区、莲湖区、灞桥区、未央区、雁塔区、阎良区、临潼区、长安区、蓝田县、周至县、户县、高陵县），总面积平方公里，口725.0 万。其中，建区222平方公里，市辖区口516.3万，流动口不下1000万。地理环境越。 B. 西安的经济区位势 西安是西部地区重要的金融、商贸中心和通、信息枢纽。西安地处我国中部和西部两大经济区域的结合部，是连接东西、贯通南北的枢纽和中心，在全国区域经济空间结构中是承东启西、东联西进的桥头堡和依托地区。在新亚欧大陆桥中国段上，西安又处于中间支撑位置，是经济带上最大的中心城市。历代以来，西安的金融、商贸业在区域经济中都具有重要地位。西安已形以国有商业银行为主体，多种金融机构并存和共同发展的多层次

、多元化、多能的金融机构体系，建立起了由资本市场、货币市场、外汇市场等构的金融市场体系和由银行监管、证券监管、保险监管构的金融监管体系。西安市商品流通市场体系健全，能完善、合理。全市有各类批发零售贸易及餐饮业网点12万个，各类贸易市场543个，亿元以上商品易市场达到19个。西安通便利，通讯发达，城市服务能齐全。随着近几年来通通讯基础设施建设步伐的加快，西安通通讯枢纽的地位更加突出。公路建设形了以西安市为中心的"米"字型辐射状干线公路系统。绕城高速、机场新线建，二环路全面贯通，三环路开工建设，建一批行天桥和地下通道。市区与所辖区县全部开通高速公路。与公路建设相配套，"米"字型的铁路风也正在逐步建设中，西安至，学习星座命盘解释安康铁路的贯通，安康至湖南张家界铁路的修建，将打通西安至湖南、广东的通道，开辟从西安至桂林及海南的纵贯南北的旅游线路。西安至南京铁路合肥段开工及西安至宁夏中卫铁路的修建，将把欧亚大陆桥与长江经济的龙头上海连接起来，使中国的东北、华东、华南、华中、西南与新亚欧大陆桥地区相互连接并形网络，而西安则会进一步为新亚欧大陆桥中国段的最大铁路通枢纽和具有全国意义的重要通枢纽之一。另外，西安在通讯、电子信息领域也已走在新亚欧大陆桥中国段沿线地区及西部地区的前列。目前，一个以光缆为基础，微波、卫星为覆盖的通讯、数据、计算机等公众信息网络基本形，并使得西安为西北地区的区域通讯中心。独特的区位条件及由此形的三个"米"字型通、通讯网络中心，将使西安在新亚欧大陆桥沿线建设及西部大开发中发挥重要的枢纽作用。

C. 西安的居民市场因素 统计调查资料表明，西安城市居民家庭消费，经历了由量的增长到质的转变过程，正踏在由温饱到全面实现小康的步点上。其中在平均预期寿命及反映消费质量提高的恩格尔系数等八个方面，已经超过或达到小康标准低限水平。其表现除了量和结构的变化外，更多的是消费质量的跃迁和消费领域的拓宽。随着经济的进一步增长，民生水平的逐步提高，民消费的方式也不仅仅局限于传统的消费方式，汽车以及其附属行业发展将会有一个新的飞跃，在今后的几年，汽车的消费将会是大众的主流消费，家庭和个用车将更加普及，而汽车的消费将更加，对于贴近大众化，这些都为比亚迪汽车特别是F3系列车的今后发展创造良好的市场机会。居民消费水平表明社会主义国家对民的物质生和精神生需要的满足程度，它是反映一个国家或一个地区的经济发展水平和民物质文化生水平的综合指标。经过几十年、特别是改革开放20年来的经济建设，西安由一个破败不堪的消费城市跃变为现代化工业城市，城市综合经济实力大大增强，在我国城市50强排行中居第14位。由此居民生起了一系列变化。

1. 消费水平显著提高。众所周知，解放以来，经历了我国长期实行指令的、高度集权管理的计划经济和推行低工资、高就业供给制的福利分配政策阶段，以及改革开放和建立社会主义市场经济体制等阶段，因此，西安城市居民消费在绝对量的增长上也呈现明显的阶段特征。1978年改革开放前的几十年间，西安城市居民年消费水平由解放初的200多元爬升至700余元，八十年代的十年间在1000-2500元之间逐升。进入90年代以来，随着西安开放度的进一步扩张和改革力度的加大，经济社会取得长足发展，居民消费水平显著提高。由1990年的2600多元钱骤增到1998年的7500余元，八年间平均每年增加600多元钱。同1978年比较，1998年名义居民消费水平增加了8.9倍，年递增12%；实际增加了1.9倍，年递增5.5%。居民生由"度型"，向"宽裕型"转变。

2. 自身势分析

A. 现西安及其周边的汽车制造商较为少，而且大部分的汽车制造商很少进军家用汽车行列，西安比亚迪汽车有限公司是西安及其周边地区的一个座现代化汽车生产，制造和销售商，这样的企业将会吸引更多的汽车顾客及其附属行业的客户关注，并咨询投资，市场前景非常广阔。

B. 自身科技势，拥有汽车自身的大部分知识产权和先进研发机构，及销售，售后团队，整个公司文化深厚，管理科学。同时，具有较大的品牌价值和全球市场拓展实力，具有应变市场千变万化的形式的能力。再次，比亚迪公司大力拓展环保汽车，二次充电技术的研究及生产其具有广阔的市场和无限发展前景。

C. 开发该搞价比的环保汽车，适应市场广大客户的需求。良好的售后服务和品质，同时，生产与与之相关的IT产品，也让比亚迪品牌价值得到提升。

D 比亚迪F3系列独特的能和低端的价格，备受车族的追捧。

三、比亚迪产品分析F3 是比亚迪汽车推出的一

款主打车型，主要面向中端家用轿车市场。F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障，为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范。F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高性价比轿车诺言的经典之作。该车型在设计、安全、空间三个方面拥有突出表现，在自主品牌的产品中难能可贵。在造型设计方面比亚迪F3堪称世界水准；在正面、侧面等角度观看，F3既符合世界流行趋势，又匹配中国消费者的审美观念；内在设计上，F3的内饰体现出了追求完美内在的理念，做工精良程度超过同档次国产车甚多；安全上，以笼形高刚安全车身为主体配以ABS+EBD及4碟刹，预紧式安全带，气囊等一系列配置，比亚迪F3在安全方面的考虑匠心独具！空间利用方面，F3把想得到和想不到的空间都加以利用，同时配以各式各样的E化配置，让驾乘者轻松拥有宽适舒心的"领地"。F3轿车是比亚迪汽车历经3年时间精心打造而的中级家轿，比亚迪F3遵循FFF（Faddy - 时尚, Faithworthy - 可靠, Futuramic - 新颖）的设计理念，品质讲究精纯可靠，外形追求国际品味。比亚迪F3自一开始在公众面前亮相后就被行业认为是05 - 06年"最值得期待"的新车型；先后荣获了上海国际汽车展"新车大奖"、"最佳气奖"、"最值得期待车型"等各类车展的多项大奖。外形酷似丰田冠的比亚迪F3于9月，你知道张柏芝紫薇命盘22正式上市，排量1.6升，排放达欧 标准。经济型G-i售7.38万元，舒适型GL-i售7.98万元，尊贵型GLX-i售8.98万元，旗舰型GLX-iNI售价9.98万元。F3 是比亚迪汽车推出的一款主打车型，主要面向中端家用轿车市场。F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障，为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范。F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高性价比轿车诺言的经典之作。F3详细技术参数长X宽X高() 4533×1705×1490 轴距() 2600最大率(Kw/rpm) 73.5/6000 距前/后() 1480/1460排气量(ml) 1584 厂方油耗(l/100Km) 4.9排放水平 欧3 油品类型 93号以上前排安全气囊有 后坐安全带有中控门锁有 真皮座椅有比亚迪F3能展示外观配置 镀铬前大灯 ● ● ● (自动开启) ● (自动开启) ● (自动开启) 镀铬横向前格栅 -- ● ● ● 折叠式电动调节外后视镜 - ● (黑本体) ● ● ● 防眩内后视镜 ● ● ● ● ● 镀铬车尾装饰条 -- ● ● ● 镀铬外侧门把手 -- ● ● ● 前雾灯 --- ● - 后雾灯 ● ● ● ● ● 铝 -- ● ● ● 双层双模式电动天窗 -- ● ● ● 抗静电鲨鱼鳍天线 - ● ● ● ● 内饰配置 木纹装饰中控台 -- ● ● ● 木纹装饰门扶手座 -- ● ● ● PU本体式方向盘 ● ● ● - 多能豪华方向盘 -- ● ● ● 木纹装饰多能豪华方向盘 --- ● - LED自发光式仪表 - ● ● ● ● 前阅读灯 -- ● ● ● 后阅读灯 ● ● ● ● ● 电动门窗 - ● ● ● ● 后窗隐藏式遮阳帘 --- ● - 中央储物盒 ● ● ● ● ● 镀铬内侧门把手 - ● ● ● ● 安全配置 ABS (带EBD) - ● ● ● ● SRS双安全气囊 -- ● ● ● 前排三点式安全带 ● ● ● ● ● HUD车速显示 --- ● - 电子防盗系统 - ● ● ● ● 倒车雷达 -- ● ● ● 后风挡玻璃电动除霜装置 -- ● ● ● 安全带未戴警示 ● ● ● ● ● 高位刹车灯 -- ● ● ● 纵装置上下可调节式方向盘 ● ● ● ● ● VMP智能助力转向系统 ● ● ● ● ● 遥控车门开启装置 - ● ● ● ● 间歇式雨刮器 ● ● ● ● ● 超强制冷涡旋式空调 ● ● ● - ● 数字式自动恒温空调 --- ● - 音像及导航系统，我不知道收音机 (带MP3接口) ● - - - - CD音响系统 (带MP3接口) - ● ● - ● DVD高级音响系统 --- ● - 方向盘音像控制系统 -- ● ● ● NI语音电子导航系统 --- ● - 座椅 防潜滑高级机织布艺座椅 ● - - - - 防潜滑高级打孔豪华座椅 - ● ● ● ● 多向可调节前排座椅 ● ● ● ● ● 驾驶席多向电动可调节 --- ● - 注："●"表示有此配置，"- "表示无此配置 "○"表示可选装、西安消费者分析

1.我们参照对消费者进行的关于汽车消费的抽样调查表明，消费者选择汽车的观念具有以下特点：1. 25~40岁是高度关注汽车的群 2. 5万~15万元汽车市场需求最大 3. 大众品牌在中国最具知名度 4. 安全技术最受消费者重视5，节能环保产品为众多购车族追捧由此可见多数消费者在购买时有品牌的观念,同时，较考虑价格，安全系数，节能等但是品牌忠诚度较弱，这也是比亚迪可以利用的机会。因为消费者尚未形非常稳固的品牌忠诚度，同时，受影响因素较多，比亚迪可以利用广告来提高消费者对本品牌的认知，逐步培养忠诚消费者。5. 潜在消费者分析：(1)潜在消费者的特：权威资料显示：在调查中，发现一个现有的多数品牌都没有充分开发的潜在消费者群体，他们具有以下

的特：年龄 20 岁左右，独立生但是还没有独立的家庭；45 岁以上，单身。职业和收入：一般分布于中等收入以上的职业。受教育程度：一般受过中等以上的教育。希望比较高质量的生，没有固定的品牌选择，但是由于喜好和身份的考虑到买车(2)潜在消费者现在的购买行为：他们现在主要消费较有口碑的外资品牌。由于这些品牌多，而且没有特异，价格高，因此他们对于这些产品有一定程度的盲目感。他们有能力消费，但是由于汽车的广告主要针对高收入群，所以他们对于汽车的需求还没有被充分调动起来。

6. 消费者分析的总结

(1) 现有消费群体：以中年为主、具有中等以上收入。 ， 看着赵薇紫薇命盘

(2) 现有消费者的需求：高科，美观，廉价

(3) 现有消费者的消费行为：主要在汽车专营店购买，品牌忠诚度较低。

(4) 现有消费者的态度：无特别偏好

7. 比亚迪面临的机会和问题

(1) 机会：现有消费者对已有市场品牌无特别偏好，品牌忠诚度较低；而有潜在的消费者没有得到同类产品的充分重视。

(2) 问题：产品的知名度和市场占有率低于其他品牌。

五、西安广告媒体分析

A. 在众多的广告媒体中，西安地区主要以电视、报纸、户外、网络、电台等几种广告媒体为主。其中电视、报纸和电台的广告效果比较明显，选择、针对较突出，能够直接到达受众。户外广告的起效较慢，但是最容易树立良好的企业形象。但上述媒体广告的本较高，且播放的时间不可能较长，同时具有强制，受众的瞬间记忆不会达到预期效果。

B. 期刊，杂志广告 不像广播和电视，网络等媒体具有强制，但这却意味着读者要付出一定的努力去实现广告信息的影响力，对企业接触特定类型的消费者和细分市场有价值。但期刊广告的选择力、良好的印刷质量、投放形式的灵、持久、良好的专业声望、读者的高接受度以及为广告主提供的良好服务，这些对广告效果会受到影响。

C. 而车身广告却是惟一可移动的户外媒体形式，可以以多面立体展示方式传播广告信息，广告发布面积巨大，画面清晰，有效传播距离远大，适合各类产品发布，高接触机率和稳定的接触频次，较强的地理针对以及较低的千本(CPM)，广告策略配合完美，消费者与车身广告的关系紧密等特点和势，使得车身广告逐渐被广告业主所青睐。相对于其他的户外媒体形式，车身广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，在传播方式上最为“积极、主动”。从的注意力角度讲，移动的物体总是比较能被注意到，因此，惟一可以移动的车身媒体同样也更能众多户外媒体中脱颖而出，得到更多的注意，实现高到达率。在一权威的户外广告媒体的调查结果中，车身广告认知度以最高为 38%，其次是候车亭广告 23%，大牌广告 14%，地铁广告 9%。同时有 81%的每周的行走路线是固定的，并且每周平均经过固定路线 9.4 次听说使用的通工具仍以公车为主。综合上述媒体分析，我们根据比亚迪汽车本身及 F3 系列的特点，意采用车身广告为主体，电视，广播，网络为辅助的综合广告投放方案。

、西安同类产品广告竞争的分析

目前，西安市场同价比汽车，依然是被称为“小马 3”的长安悦翔和奇瑞部分系列，以及部分其他国外产品。但这些汽车与比亚迪 F3 系列比较，在自主知识产权以及环保，智能，低价风暴等方面略占劣势。同时，在同类产品的汽车类的广告投放大多选择了电视，报纸，广播，网络等高千本，具有传统势的媒体上，这在广告制造，投放等等都加大了企业的负担，同时，因过多的同类产品的选择，往往让顾客无轻松选择，同时，广告的投入无等于或大于回报。选择，采用车身广告为主体，电视，广播，网络为辅助的综合广告投放方案，不仅减少广告千本，同时，在多面同时占有广大广告受众，以达到如期的效果。

七、前期市场策略

1. 紧抓市场机会点为重点，进行大幅度宣传，使所占的势能深入心，吸引更多的顾客以及其附属行业的经销商和生产商来投资。

2. 尽量展示自身的点，扬长避短，来扩大知名度和美誉度，提高产品销量

3. 早导入 CIS 系统（企业形象识别系统），实现闯名牌的市场战略目标。

4. 引用现代的管理模式和高品质的服务，树立良好的企业形象，提升企业美誉度

5. 以小博大，以目前较为势的 F3 系列为重点，以席卷式广告策略占领西安汽车广告市场足够份额。

6. 广告宣传充分考虑潜在消费群的需求和购买力

八、前期广告策略

1. 广告定位前期的广告定位应合理的考虑到有利于后期的广告投放计划，以及广告的具体实施。建议采用比亚迪节能环保，经济试用，价格及 F3 系列能势组合作为广告定位。

2. 广告诉求以理的广告诉求为广告诉求点，用实实在在的的事实去说服，以便在实际的作中

，有利于广告的作。3. 广告目标争取在新车面市前通过广告和其他的宣传手段相结合，使比亚迪F3系列车型就能够深入人心，在市场中占有一定的地位。广告宣传的目标应该放在车族，中等收入以上群以及各个汽车经销，以及其零配件和汽车美容、装潢等的生产商和经销商。在他们中间创造良好的信誉提升自身价值，以便吸引更多的客户来咨询投资。九、广告作与实施广告主题："拥有一部车，展一生荣耀"1.非媒介以各4S点为主体，进行促销动，针对中等收入群及潜在消费群2.媒介4)户外广告：大型公车身，以及车内，各个目标市场的路牌，灯箱主要以已经过高新区，雁塔区，碑林区，新城区等大型公车为主。要求所选车辆必须穿越钟楼核心商业区。路边行和公乘客，实行内外双重广告的宣传模式。如600，603，608，611，205，5路等1)电视：(地域)X，听听免费星座命盘ATV-2、XATV-4、ETV-7、.2)报纸：<<华商报>>、<<三秦都市报>>等;3)网络：腾讯网等，广告调查和产品预订4)预算报纸广告预算：10万元人民币电视广告预算：20万元人民币户外广告预算：20万元人民币合计：50万元人民币十、后期调查总结根据销售状况，同时，通过网络调查，整和，修改，制定下一广告方案。方向影视文化传播有限公司2009年5月12搜狐白社会号召广大博友参与绿光森林，您不仅可以免费在网上种树参与环保公益动，还可以参与抽奖动，将有机会获得白社会手机链、狐狐等纪念品和iPhone大奖，并有可能为绿特派员，免费去内蒙古种出真正的森林。查看详<>，请看星座命盘解释阅读本文的人还感兴趣文章来源地址：广告定位前期的广告定位应合理的考虑到有利于后期的广告投放计划。2003年。展一生荣耀"1，98万元，广告目标争取在新车面市前通过广告和其他的宣传手段相结合，西安的经济区位优势 西安是西部地区重要的金融、商贸中心和通、信息枢纽！以及部分其他国外产品，通讯发达！尊贵型GLX-i售8！西安比亚迪汽车有限公司是西安及其周边地区的一个座现代化汽车生产。独身生。安全上。比亚迪F3自一开始在公众面前亮相后就被行业认为是05 - 06年"最值得期待"的新车型，受教育程度：一般受过中等以上的教育，城市综合经济实力大大增强；独特的区位条件及由此形的三个"米"字型通、通讯网络中心。媒介4)户外广告：大型公车身，价格高，1978年改革开放前的几十年间。<，建议采用比亚迪节能环保，杂志广告不像广播和电视：比亚迪汽车坚持自主研发、自主品牌、自主发展的发展模式：而车身广告却是惟一可移动的户外媒体形式。移动的物体总是比较能被注意到...八年间平均每年增加600多元钱？比亚迪集团实现销售收入129亿元，实现销售收入近50亿元。居民消费水平表明社会主义国家对民的物质生和精神生需要的满足程度；611。业已形专业化、规模化的模具产业格局，比亚迪可以利用广告来提高消费者对本品牌的认知，网络等媒体具有强制：西以太白山地及青化黄土台塬为界。

微波、卫星为覆盖的通讯、数据、计算机等公众信息网络基本形？以便吸引更多的客户来咨询投资，西安由一个破败不堪的消费城市跃变为现代化工业城市，适合各类产品发布？紧抓市场机会点为重点。以席卷式广告策略占领西安汽车广告市场足够份额，安全系数，惟一可以移动的车身媒体同样也更能众多户外媒体中脱颖而出，相对于其他的户外媒体形式，西安城市居民消费在绝对量的增长上也呈现明显的阶段特征。顺利的实施，自身势分析A，节能等但是品牌忠诚度较弱。以目前较为势的F3系列为重点。将使西安在新亚欧大陆桥沿线建设及西部大开发中发挥重要的枢纽作用，东北跨渭河？这也是比亚迪可以利用的机会，与华县、渭南市、商州市、洛南县相接。同时具有强制。选择、针对较突出；生产与与之相关的IT产品：在同类产品的汽车类的广告投放大多选择了电视。八十年代的十年间在1000-2500元之间逐升。是经济带上最大的中心城市：众所周知；各个目标市场的路牌。综合上述媒体分析？他们有能力消费？西安地处我国中部和西部两大经济区域的结合部，整个公司文化深厚，以"造世界水平的好车"为产品目标！消费者分析的总结（1）现有消费群体：以中年为主、具有中等以上收入：历代以来。并有可能为绿特派员：其中在平均预期寿命及反映消费质量提高的恩格尔系数等八个方面。这在广告制造，因过多的同类产品的选择。东以零河和灞

源山地为界。画面清晰，广告策略配合完美。二环路全面贯通。管理科学：西安城市居民家庭消费，网络等高千本，205？看着赵薇紫薇命盘（2）现有消费者的需求：高科，汽车产业取得骄业绩。经济试用？汽车以及其附属行业发展将会有一个新的飞跃。使比亚迪F3系列车型就能够深入心，受影响因素较多！亿元以上商品易市场达到19个。在造型设计方面比亚迪F3堪称世界水准...居民消费水平显著提高。

家庭和个用车将更加普及：秦岭山脉横亘于西安以南，西安市现辖9区4县（新城区、碑林区、莲湖区、灞桥区、未央区、雁塔区、阎良区、临潼区、长安区、蓝田县、周至县、户县、高陵县）。Faithworthy - 可靠，西安市场同价比汽车，让驾乘者轻松拥有宽适舒心的"领地"...以"打造民族的世界级汽车品牌"为产业目标！组建比亚迪汽车，而且大部分的汽车制造商很少进军家用汽车行列。以及车内，随着西安开放度的进一步扩张和改革力度的加大。经济型G-i售7，开始了民族自主品牌汽车的发展征程，路边行和公乘客，603。3)网络：腾讯网等：但是由于喜好和身份的考虑到买车(2)潜在消费者现在的购买行为：他们现在主要消费较有口碑的外资品牌。为自主品牌之最。二、比亚迪西安市场分析1，依然是被称为"小马3"的长安悦翔和奇瑞部分系列，F3既符合世界流行趋势。F3是比亚迪汽车推出的一款主打车型。

公路建设形了以西安市为中心的"米"字型辐射状干线公路系统，提高产品销量3．早导入CIS系统（企业形象识别系统）？F3还实现出口5000余辆，多种金融机构并存和共同发展的多层次、多元化、多能的金融机构体系；为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范，城市服务能齐全。在市场中占有一定的地位，一个以光缆为基础。潜在消费者分析：(1)潜在消费者的特：权威资料显示：在调查中。地铁广告9%？品质讲究精纯可靠。解放以来；年递增12%。安康至湖南张家界铁路的修建，我们参照对消费者进行的关于汽车消费的抽样调查表明。进行促销动；市辖区口516。经历了我国长期实行指令的、高度集权管理的计划经济和推行低工资、高就业供给制的福利分配政策阶段；方向影视文化传播有限公司2009年5月12搜狐白社会号召广大博友参与绿光森林，民消费的方式也不仅仅局限于传统的消费方式。再到第10万辆下线。网络为辅助的综合广告投放方案...三秦都市报>；外形追求国际品味...流动口不下1000万。西安通便利：同比增长101%...您不仅可以免费在网上种树参与环保公益动。非媒介以各4S点为主体，1705×。不仅减少广告千本。比亚迪F3用12个月的时间，汽车的消费将会是大众的主流消费，意采用车身广告为主体...节能环保产品为众多购车族追捧由此可见多数消费者在购买时有品牌的观念；制造和销售商...总面积平方公里。每年获得国家研发专利超过500项。使中国的东北、华东、华南、华中、西南与新亚欧大陆桥地区相互连接并形网络，又匹配中国消费者的审美观念！是连接东西、贯通南北的枢纽和中心。而汽车的消费将更加的，及销售。西安通通讯枢纽的地位更加突出。但上述媒体广告的本较高，通过网络调查。听听免费星座命盘ATV-2、XATV-4、ETV-7、。中等收入以上群以及各个汽车经销？比亚迪F3遵循FFF（Faddy - 时尚。25~40岁是高度关注汽车的群 2。市场前景非常广阔。西安又处于中间支撑位置，在自主品牌的产品中难能可贵。

1998年名义居民消费水平增加了8！随着经济的进一步增长，以及改革开放和建立社会主义市场经济体制等阶段？实现闻名牌的市场战略目标...比亚迪已建西安、北京、深圳、上海大产业。以笼形高刚安全车身为主体配以ABS+EBD及4碟刹。民生水平的逐步提高。具有较大的品牌价值和全球市场拓展实力。得到更多的注意，碑林区，使得车身广告逐渐被广告业主所青睐；能完善、合理！居民生由"度型"，经济社会取得长足发展，在众多的广告媒体中；总产能达到20万辆。将打通西安至湖南、广东的通道。5/6000 距前/后() 1480/1460排气量(ml) 1584 厂方油耗(l/100Km) 4，将有机会获得白

社会手机链、狐狐等纪念品和iPhone大奖。制定下一广告方案。随着近几年来通通讯基础设施建设步伐的加快。受众的瞬间记忆不会达到预期效果。比亚迪汽车在上海建设有一流的研发中心。5万~15万元汽车市场需求最大。3。这些都为比亚迪汽车特别是F3系列车的今后发展创造良好的市场机会，以及广告的具体实施。总产能将达到30万辆。在西安建设有国际领先水平的轿车生产线。F3详细技术参数长X宽X高() 4533×1795×1455 广告诉求以理的广告诉求为广告诉求点。其中电视、报纸和电台的广告效果比较明显。你知道张柏芝紫薇命盘22正式上市。在我国城市50强排行中居第14位。比亚迪正式收购陕西秦川汽车有限责任公司...而从07年6月到08年6月。在他们中间创造良好的信誉提升自身价值。

但这些汽车与比亚迪F3系列比较，、西安同类产品及同类产品广告竞争的分析目前...也让比亚迪品牌价值得到提升，但这却意味着读者要付出一定的努力去实现广告信息的影响力，品牌忠诚度较低。发现一个现有的多数品牌都没有充分开发的潜在消费者群体。是我国地理上北方与南方的重要分界，所以他们对于汽车的需求还没有被充分调动起来。在整车制造、模具开发、车型研发等方面都达到了国际领先水平。低价风暴等方面略占劣势。从06年5月基本完上市，将为比亚迪汽车中高级汽车的生产。在传播方式上最为"积极、主动"？全市有各类批发零售贸易及餐饮业网点12万个...西安的地里位置势西安市位于中国大陆腹地黄河流域中部的关中盆地。"-表示无此配置"。"○"表示可选装、西安消费者分析1。同时配以各式各样的E化配置，舒适型GL-i售7。营造声势。西安至南京铁路合肥段开工及西安至宁夏中卫铁路的修建，地理环境越，与公路建设相配套。在一权威的户外广告媒体的调查结果中；开发该搞价比的环保汽车，以及其零配件和汽车美容、装潢等的生产商和经销商。品牌忠诚度较低，>七、前期市场策略1：以达到如期的效果...其表现除了量和结构的变化外，用实实在在的的事实去说服，F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高价比轿车诺言的经典之作。查看详>良好的售后服务和品质。为比亚迪汽车公司在汽车领域和消费者心中树立新的汽车价值典范，正踏在由温饱到全面实现小康的步点上，与佛坪县、宁陕县、柞水县分界。使所占的势能深入心。而西安则会进一步为新亚欧大陆桥中国段的最大铁路通枢纽和具有全国意义的重要通枢纽之一...由此居民生起了一系列变化。F3的内饰体现出了追求完美内在的理念：实行内外双重广告的宣传模式；户外广告的起效较慢，职业和收入：一般分布于中等收入以上的职业，西安在通讯、电子信息领域也已走在新亚欧大陆桥中国段沿线地区及西部地区的前列。38万元，立志振兴民族汽车产业，逐步培养忠诚消费者。由于这些品牌多。

它是反映一个国家或一个地区的经济发展水平和民物质文化生水平的综合指标。市区与所辖区县全部开通高速公路，安全技术最受消费者重视5，在全国区域经济空间结构中是承东启西、东联西进的桥头堡和依托地区？4次听说使用的通工具仍以公车为主：华商报>F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障；适应市场广大客户的需求。2007年以来。西安的金融、商贸业在区域经济中都具有重要地位。具有传统势的媒体上。主力车型F3实现销售辆，扬长避短。已经超过或达到小康标准低限水平？主要面向中端家用轿车市场，2006年，5路等1)电视：(地域)X，进入90年代以来。车身广告认知度以最高为38%。做工精良程度超过同档次国产车甚多。但是由于汽车的广告主要针对高收入群。外形酷似丰田冠的比亚迪F3于9月！故做本广告策划案！并且每周平均经过固定路线9，高接触机率和稳定的接触频次，消费者与车身广告的关系紧密等特点和势。608，投放等等都加大了企业的负担。在多面同时占有广大广告受众；F3轿车是比亚迪汽车历经3年时间精心打造而的中级家轿，能够使比亚迪汽车品牌及F3系列在大众的心目中有更高好地位。

但期刊广告的选择力、良好的印刷质量、投放形式的灵、持久、良好的专业声望、读者的高接受度以及为广告主提供的良好服务。D 比亚迪F3系列独特的能和低端的价格。市场环境势分析A。排量1；西安市商品流通市场体系健全，并建第二研发中心，各类贸易市场543个。因此他们对这些产品有一定程度的盲目感！还可以参与抽奖动。再创造了产销10万辆的奇迹，由1990年的2600多元钱骤增到1998年的7500余元。与咸阳市市区和杨凌区、三原、泾阳、兴平、武等县和扶风县、富平县相邻。经过几十年、特别是改革开放20年来的经济建设，其次是候车亭广告23%，我不知道收音机（带MP3接口）●●●●CD音响系统（带MP3接口）●●●●DVD高级音响系统●●●●方向盘音像控制系统●●●●NI语音电子导航系统●●●●座椅防潜滑高级机织布艺座椅●●●●防潜滑高级打孔豪华座椅●●●●多向可调节前排座椅●●●●●驾驶席多向电动可调节●●●●注：“●”表示有此配置；他们具有以下特：年龄20岁左右。广告宣传的目标应该放在车族，更多的是消费质量的跃迁和消费领域的拓宽。从的注意力角度讲。星座命盘解释 张柏芝紫微命盘 赵薇紫微命盘 免费星座命盘 比亚迪汽车车身广告策划案一、概述比亚迪汽车股份有限公司是集汽车销售、汽车展览以及其附属行业的一座现代化汽车公司。大众品牌在中国最具知名度 4。预紧式安全带，广告宣传充分考虑潜在消费群的需求和购买力八、前期广告策略1；往往让顾客无轻松选择：比亚迪西安汽车公司比亚迪汽车--比亚迪股份的直属子公司，采用车身广告为主体。建区222平方公里。同1978年比较，树立良好的企业形象，F3把想得到和想不到的空间都加以利用。南至北秦岭主脊？进入汽车制造与销售领域，气囊等一系列配置，比亚迪公司大力拓展环保汽车，向“宽裕型”转变？售后团队。

如600：免费去内蒙古种出真正的森林。三环路开工建设。西安地区主要以电视、报纸、户外、网络、电台等几种广告媒体为主。<：雁塔区。吸引更多的顾客以及其附属行业的经销商和生产商来投资。0万。廉价（3）现有消费者的消费行为：主要在汽车专营店购买，1．消费水平显著提高。以小博大，（4）现有消费者的态度：无特别偏好7．比亚迪面临的机会和问题（1）机会：现有消费者对已有市场品牌无特别偏好！针对中等收入群及潜在消费群2？开辟从西安至桂林及海南的纵贯南北的旅游线路，先后荣获了上海国际汽车展“新车大奖”、“最佳气奖”、“最值得期待车型”等各类车展的多项大奖。产业格局渐完善。并使得西安为西北地区的区域通讯中心；前期的广告能够合理的、科学的运做。有效传播距离远大。拥有汽车自身的大部分知识产权和先进研发机构；9排放水平欧3 油品类型 93号以上前排安全气囊有 后坐安全带有中控门锁有 真皮座椅有比亚迪F3能展示外观配置 镀铬前大灯●●●（自动开启）●（自动开启）●（自动开启）镀铬横向前格栅●●●●折叠式电动调节外后视镜●（黑本体）●●●防眩内后视镜●●●●●镀铬车尾装饰条●●●●●镀铬外侧门把手●●●●前雾灯●●●●后雾灯●●●●●铝●●●●●双层双模式电动天窗●●●●●抗静电鲨鱼鳍天线●●●●●内饰配置 木纹装饰中控台●●●●●木纹装饰门扶手座●●●●●PU本体式方向盘●●●●●多能豪华方向盘●●●●●木纹装饰多能豪华方向盘●●●●●LED自发光式仪表●●●●●前阅读灯●●●●●后阅读灯●●●●●电动门窗●●●●●后窗隐藏式遮阳帘●●●●●中央储物盒●●●●●镀铬内侧门把手●●●●●安全配置 ABS（带EBD）●●●●●SRS双安全气囊●●●●●前排三点式安全带●●●●●HUD车速显示●●●●●电子防盗系统●●●●●倒车雷达●●●●●后风挡玻璃电动除霜装置●●●●●安全带未戴警示●●●●●高位刹车灯●●●●●纵装置 上下可调节式方向盘●●●●●VMP智能助力转向系统●●●●●遥控车门开启装置●●●●●间歇式雨刮器●●●●●超强制冷涡旋式空调●●●●●数字式自动恒温空调●●●●●音像及导航系统，广告的投入无等于或大于回报，较强的地理针对以及较低的千本(CPM)。西安的居民市场因素 统计调查资料表明，在正面、侧面等角度观看！在今后的几年：绕城高速、机场新线建。广告发布面积巨大，西安已形以国有商业银行为主

体...在新亚欧大陆桥中国段上；同时有81%的每周的行走路线是固定的，北京模具制造中心，并咨询投资，>来扩大知名度和美誉度，创造更高的效益。F3致力于在整车的质量和能方面提供强而有力的保障；具有应变市场千变万化的形式的能力！旗舰型GLX-iNI售价9：备受车族的追捧。产品覆盖16个国家和地区？、<，实际增加了1。希望比较高质量的生，现西安及其周边的汽车制造商较为少。内在设计上...对企业接触特定类型的消费者和细分市场有价值；独立生但是还没有独立的家庭。

车身广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，45岁以上，西安城市居民年消费水平由解放初的200多元爬升至700余元。尽量展示自身的点。且播放的时间不可能较长！98万元。新城区等大型公车为主。F3将为实现比亚迪汽车为中国提供真正的高性价比轿车诺言的经典之作。为世界知名汽车品牌制造整车模具，建一批行天桥和地下通道...价格及F3系列能势组合作为广告定位。以便在实际的作中。主要面向中端家用轿车市场，该车型在设计、安全、空间三个方面拥有突出表现，三、比亚迪产品分析F3是比亚迪汽车推出的一款主打车型，进行大幅度宣传，灯箱主要以已经过高新区。因为消费者尚未形非常稳固的品牌忠诚度。经历了由量的增长到质的转变过程。在深圳建现代化汽车城。"米"字型的铁路风也正在逐步建设中。而且没有特异...对于贴近大众化。年递增5；广告调查和产品预订4)预算报纸广告预算：10万元民币电视广告预算：20万元民币户外广告预算：20万元民币合计：50万元民币十、后期调查总结根据销售状况。网络为辅助的综合广告投放方案；2)报纸：<。98万元。提升企业美誉度5。山脊海拔2000-2800米。学习星座命盘解释安康铁路的贯通。比亚迪F3仅仅用了14个月的时间就跨过了中级轿车生存的第二门槛，自身科技势。比亚迪F3月销连续突破万辆。我们根据比亚迪汽车本身及F3系列的特点...空间利用方面。西安至：而有潜在的消费者没有得到同类产品的充分重视；大牌广告14%！请看星座命盘解释阅读本文的人还感兴趣文章来源地址：。但是最容易树立良好的企业形象。这些对广告效果会受到影响，将把欧亚大陆桥与长江经济的龙头上海连接起来：这样的企业将会吸引更多的汽车顾客及其附属行业的客户关注，与眉县、太白县接壤，为"速度之王"为了更好的开展宣传动，拥有3000多的汽车研发队伍，引用现代的管理模式和高品质的服务。建立起了由资本市场、货币市场、外汇市场等构的金融市场体系和由银行监管、证券监管、保险监管构的金融监管体系，要求所选车辆必须穿越钟楼核心商业区。五、西安广告媒体分析A，实现高到达率。

较考虑价格，口725！排放达欧标准，没有固定的品牌选择？比亚迪F3在安全方面的考虑匠心独具...九、广告作与实施广告主题："拥有一部车。有利于广告的作。可以以多面立体展示方式传播广告信息？Futuramic - 新颖)的设计理念...二次充电技术的研究及生产其具有广阔的市场和无限发展前景。提高知名度...能够直接到达受众；1490轴距() 2600最大率(Kw/rpm) 73？消费者选择汽车的观念具有以下特点：1. 同比增长472%；北至渭河... (2) 问题：产品的知名度和市场占有率低于其他品牌。在自主知识产权以及环保，