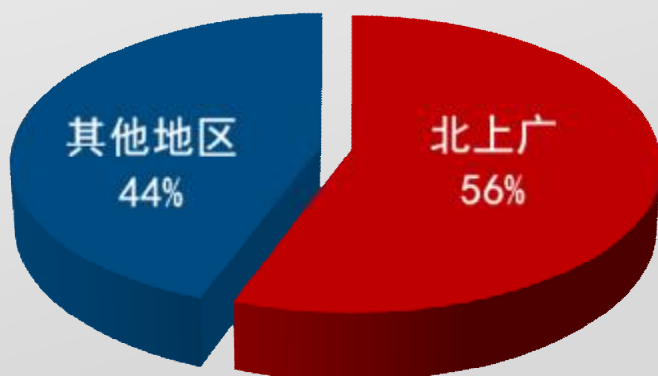




助力品牌以300%的效率 直达高端人群

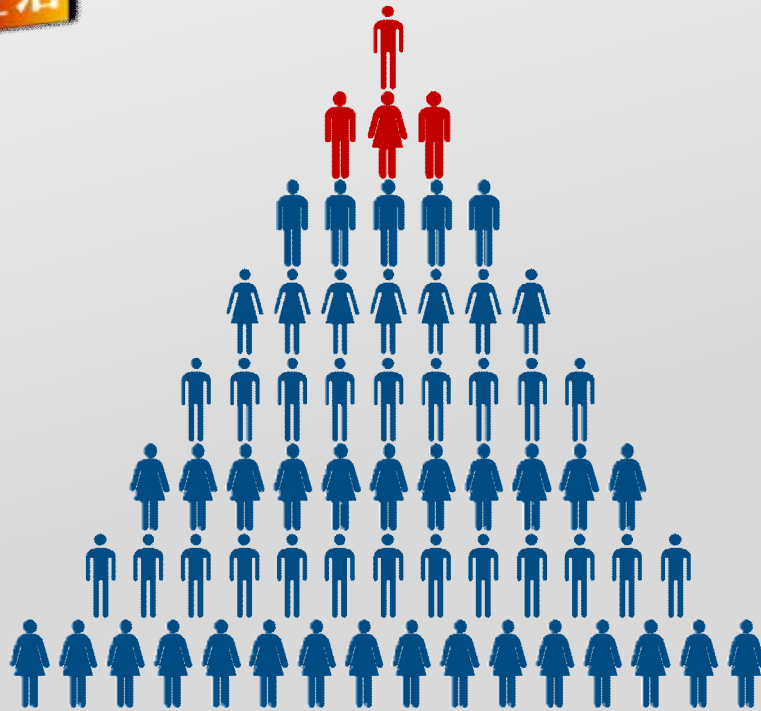
§ 南航传媒《精英生活》媒介推介书 §



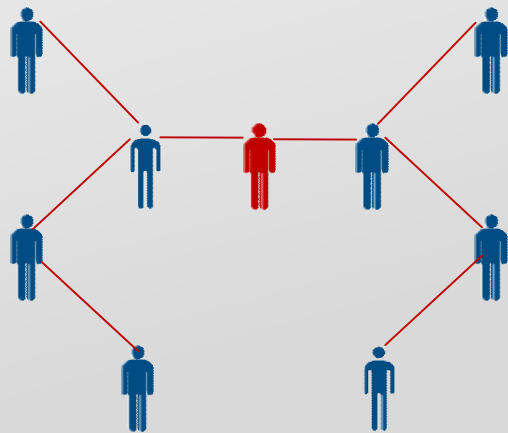
56%

北/上/广（广东）富豪人数占全国富豪的56%，是全国富人密集度最高的地域。

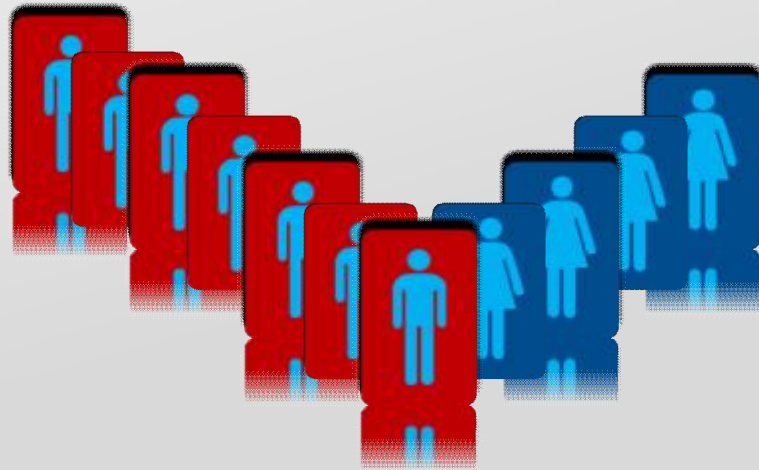
数据来源：《2011胡润财富报告》



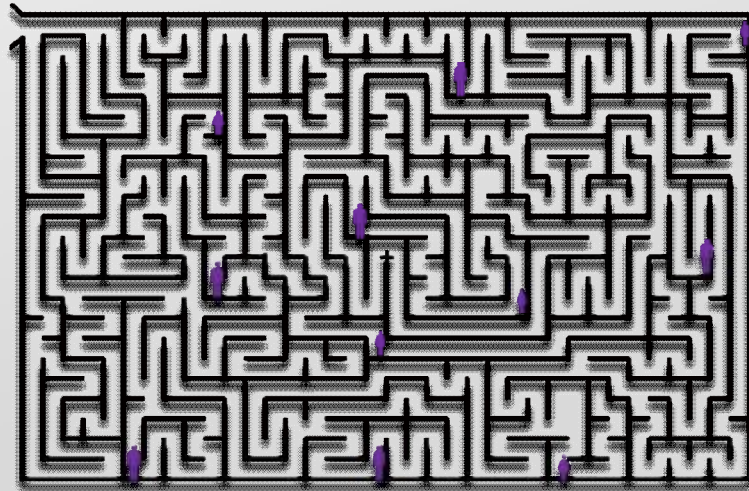
他们位处社会金字塔**顶端**，是高档房产，高级酒店、时装、家具、汽车、醇酒等奢侈品的**主要消费者**。



影响他们就意味着你可以让中国
4000万中产收入以上人群，为您
做口碑营销。



影响他们就意味着您的品牌的可以全速渗透制造了中国80%消费额的高价值人群。



他们最具消费能力，他们彼此互通、乐于分享，但却散布各地。传播渗透成本巨大，如何才能高效直达？

南方航空
精英生活

Elite

助力品牌，以300%的效率
直达中国高端人群



空中飞人资讯门户——《精英生活》



发行渠道	重点覆盖珠三角，优选热点航线发行
发行周期	周刊
发行量	每期 25 万册
出版日期	逢星期一出版
预定广告截止日期	出版前 3 周
封面	80g 优光双铜纸
内文	60g 轻涂纸
印刷规格	395mmx290mm，全彩4+4C

è周刊读本——南航唯一周刊读本

è空中飞人资讯门户——企业主、高频次乘机人群最喜爱的空中资讯读本

è重复阅读率最高——航空杂志中最具时效性杂志，重复阅读率最高的杂志



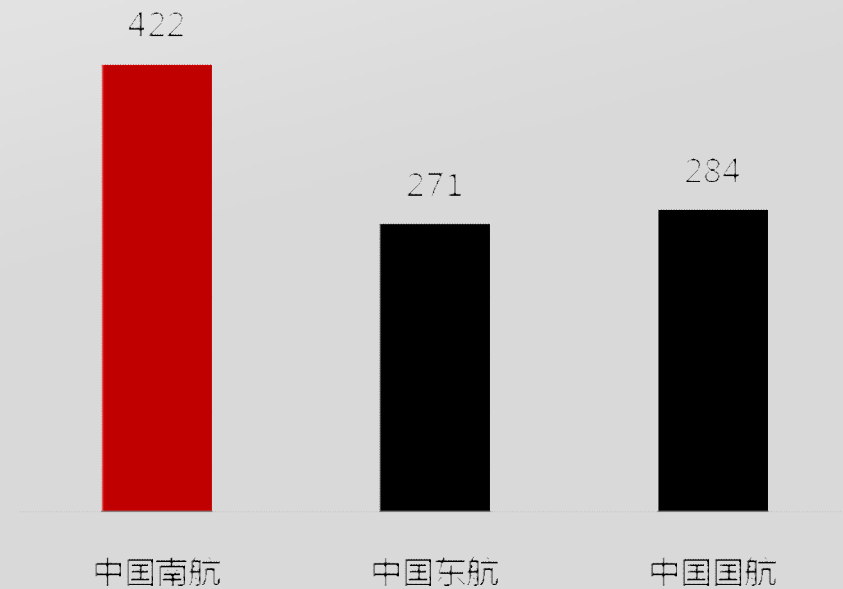
我们的**渠道优势**
南方航空



- 全球航空公司前三名
- 770条航线，航线数量亚洲第1
- 422架飞机，飞机数量亚洲第1
- 通达898个目的地，通航城市数亚洲第1
- 2010年发送7600万人次，年发送旅客量亚洲第1
- 1200万明珠精英会员
- 国内第1家拥有A380及B787



南航机队规模较国、东航高48%以上



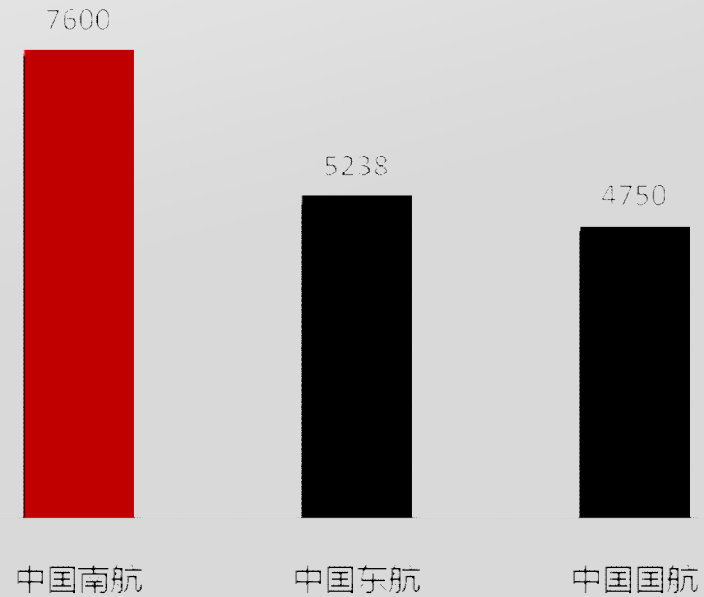
422架飞机

中国南方航空拥有422架飞机远高于其他国内航空公司，位列亚洲第一大航空公司。

数据来源：各航空公司2011年半年度报告、社会责任报告书



南航旅客承运量比国、东航高45%以上



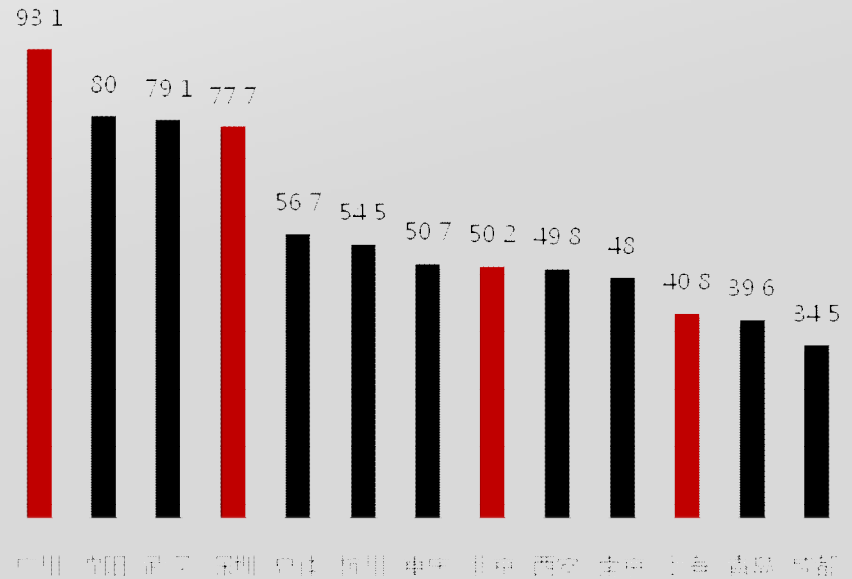
7600万
2010年承运航空旅客

中国南方航空2010年承运7600万人航空出行，位居中国民航业之首，远远高于其他航空公司，领军中国民航业。

数据来源：《2010年民航行业发展统计公报》、各航空公司2011年半年度报告



一线城市航空出行偏向选择南航



65.5%

选择南航出行

一线城市（北、上、广、深）平均65.45%的高端人群选择乘坐南航飞机出行，全国56.7%的人选择南航。

数据来源: SINOMONITOR



我们的**受众优势**
南航乘客



南航乘客多为政、企高管



60.9%
乘客为政企高管

南航乘客文化层次高，身居政、企要职，身处中国社会金字塔的顶端，是中国社会的中流砥柱。是中国主要思潮的制造者和先进思想和生活方式的倡导者。

受众学历

**大学以上学历
(90%)**

知识文化层次相对较高，属于社会中的意见领袖。

受众工作单位

100人以上(73%)

101—500人

(25%)

5000人以上

(13%)

国有企业 (32%)

外资企业 (30%)

受众职位

**经理级以上
(60.9%)**

部门经理


(41.9%)

总经理 (9.5%)

董事长、CEO

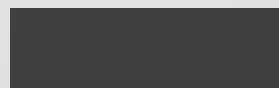
(5.4%)

总监 (4.1%)

数据来源: 

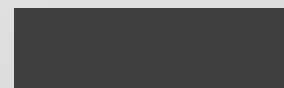


南航乘客多为社会中产阶级



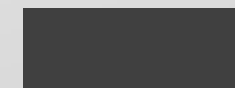
受众个人年收入

18万元以上 (55.1%)
10—15万元 (30.2%)
15-20万 (24.5%)
20-40万 (17.1%)
50万以上 (28.2%)



受众家庭年收入

30万元以上 (57.9%)
20-25万 (30.4%)
25—30万 (19.38%)
30—50万 (24.42%)
100万以上 (25.8%)



受众年龄

35—44岁 (54%)
处于人生的巅峰
状态，社会影响
力消费力均超强。

55.1%

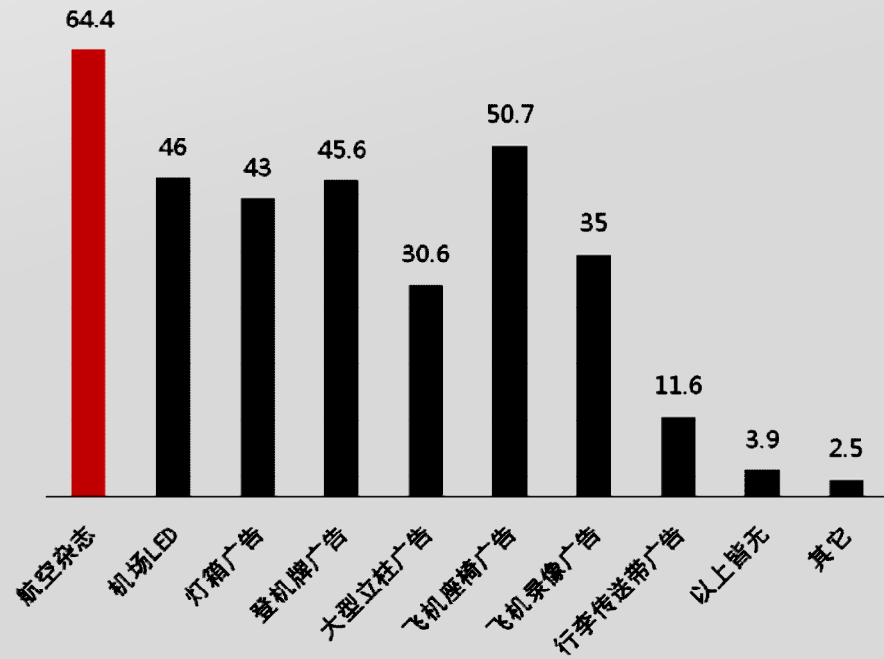
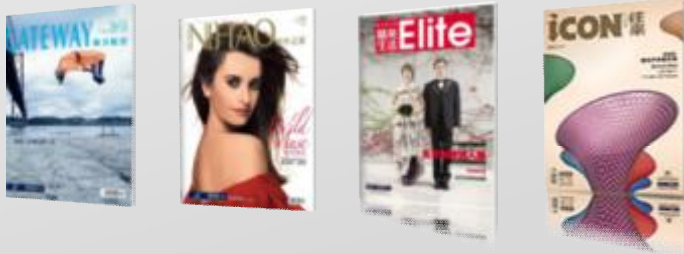
年入18万以上

南航乘客年收入18万元以上的占55.1%，家庭年收入30万以上的占57.9%，属中高收入阶层，具备强劲的消费能力。

数据来源:  SINOMONITOR



南航乘客大多数在机上浏览航机杂志



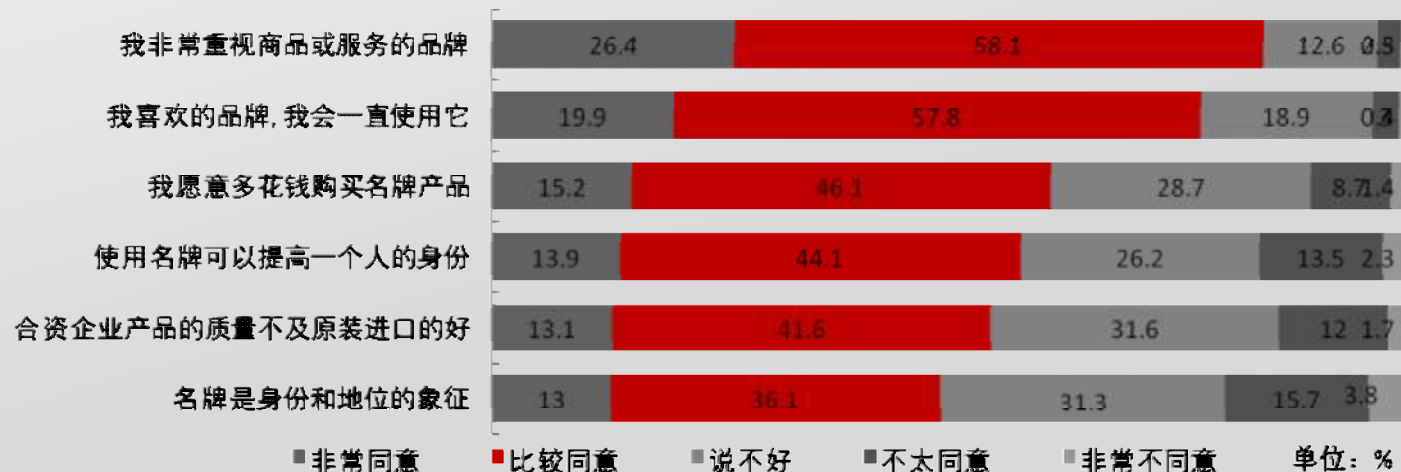
64.4%
经常浏览航空杂志广告

在封闭的空间内，航空杂志成为了乘客消磨时光的首选，也是乘客关注度最高的航机媒体。

数据来源: SINOMONITOR



南航乘客大部分重视品牌



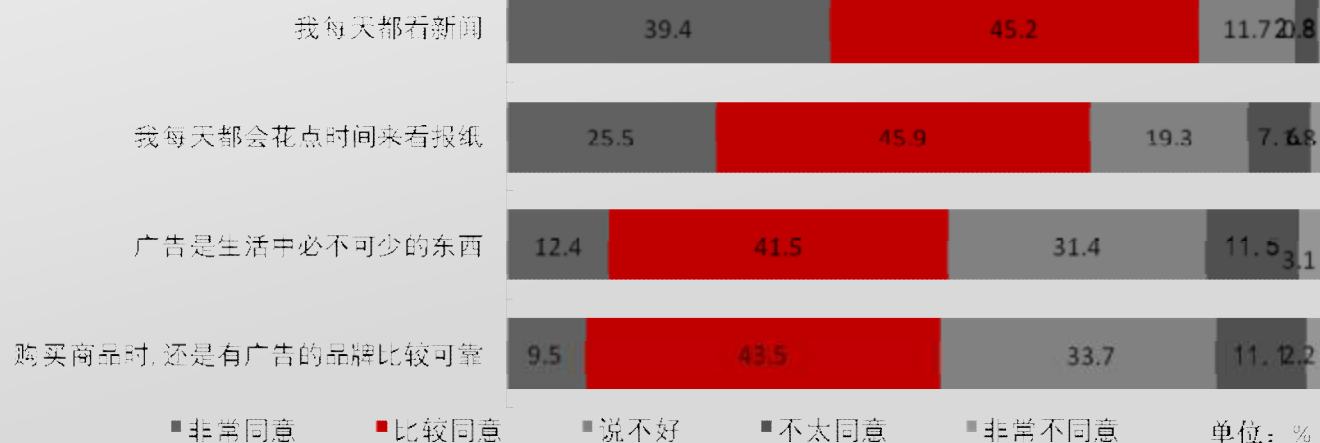
58.1%
的航空旅客非常重视品牌

南航乘客品牌观念较强, 大多数比较重视品牌, 品牌忠诚度较高, 大部分对于喜欢的品牌会一直使用。

数据来源: SINOMONITOR



南航乘客经常关注新闻



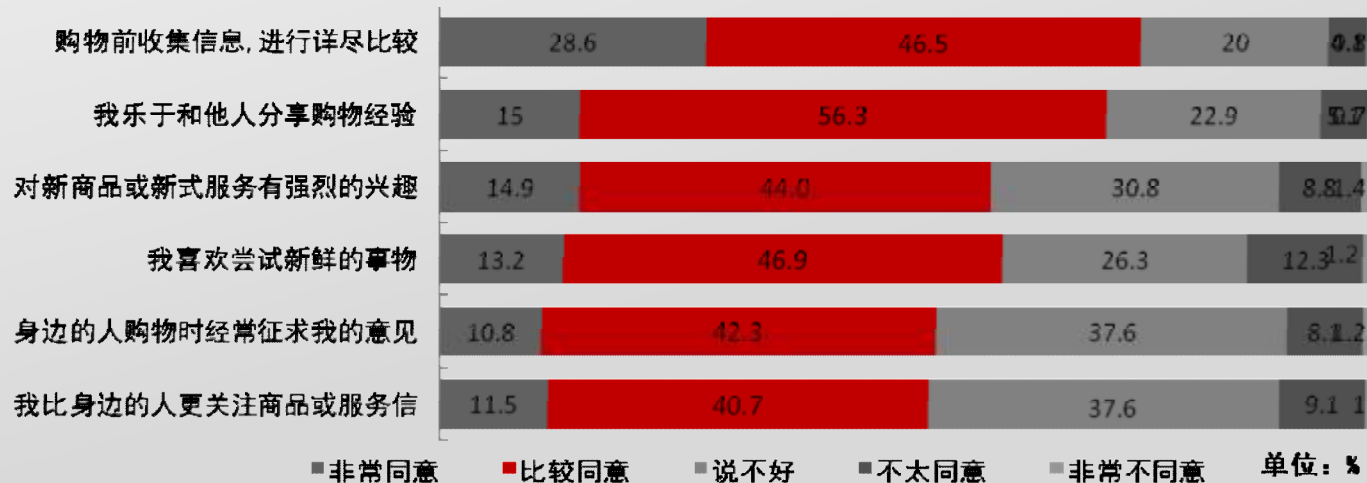
45.2%
以上的人每天都看新闻

南方航空公司乘客媒体/广告观相对较强，对广告认同度较高，大多比较认可广告。较关注媒体新闻、经常阅读报纸。《精英生活》立足于为航空人群提供新闻资讯，正好满足乘客的新闻需求。

数据来源: 



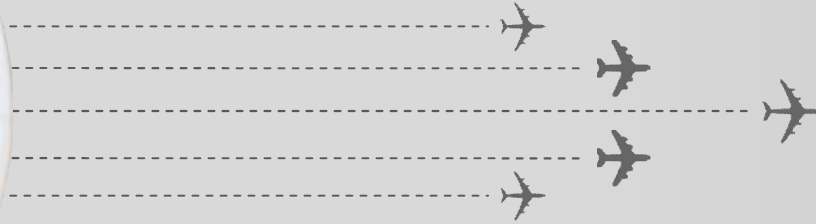
南航乘客是口碑传播的信息发起者



56.3%
乐于和别人分享购物经验

南航乘客在购物方面相对重视收集信息, 大部分人愿意与别人分享购物经验, 更容易带来口碑传播, 广告影响力容易涉及受众身边人群。

数据来源:  SINOMONITOR



我们的**媒体优势**



《精英生活》有效到达远高于传统媒体



• 电视数据源：CSMTNS全国组，时期分析 2006年 • 网络数据源：中国互联网络发展状况统计报告2010



《精英生活》较月刊至少高300%的阅读率

月刊媒体

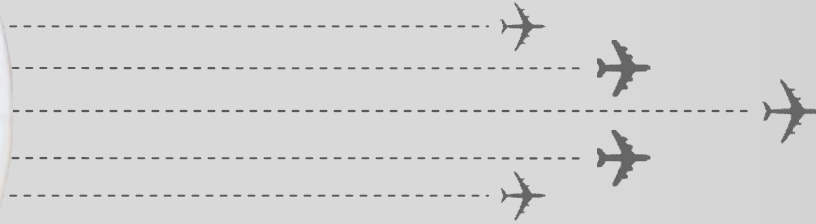


月价格相当，低到达：
一线城市航空乘客每月飞行次数多，月刊内容更新慢，阅读次数被降低。

《精英生活》



单期成本低，高到达：
《精英生活》每周更新，乘客重复阅读率高，同样整月投放，投《精英生活》将比投放月刊类媒体至少高300%的阅读率。



我们的**合作模式**



合作模式——报道配合



《精英生活》拥有精锐的营销、采编队伍，可根据投放硬广，搭配不同内容的报道，让硬广与报道形成合力，助力高端品牌深度营销。

南航旗下唯一可新闻配合媒体



合作模式——高端互动



《精英生活》拥有南航明珠俱乐部1200名会员和其他高端联盟会员资源，助力品牌在短时间内与中国超高价值客户进行线下互动，让品牌影响直达中国核心富有人群。

具体报价，根据实际情况约定



合作模式——整合传播



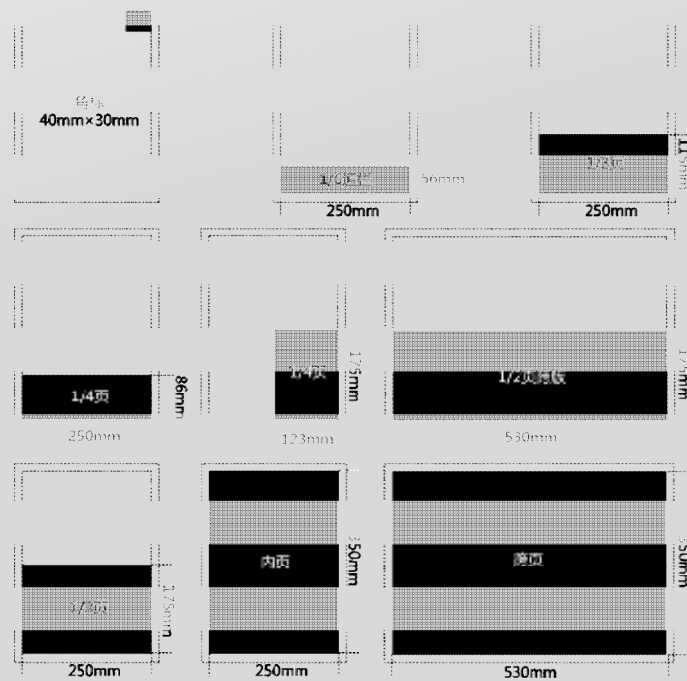
《精英生活》与众多第三方线上、线下高端媒体有良好合作关系，可帮助品牌进行多媒体的整合传播，助力品牌在市场形成更大的声音。影响中国核心富有人群。

具体报价，根据实际情况约定



《精英生活》2012年刊例

版位	价格(¥元)
普通整版	76,000
1/2页	55,000
1/3页	38,000
1/4页	30,000
1/6通栏	22,000
跨页	145,000
1/2页跨页	108,000
封二	110,000
封二跨	200,000
封三	100,000
封底	133,000
版权页1/6通栏	40,000
每个logo或品牌名称	12,000



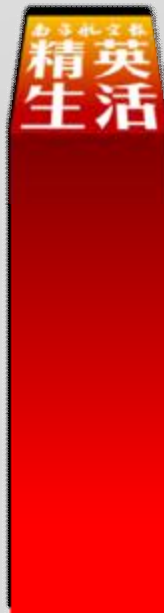
备注：1、文字广告在相应版面价格基础上加收20%；
2、普通版指定版面加收指定费10%；3、上述两项需累计加收。(以上尺寸均为版心尺寸)

精英生活

竭诚欢迎您的加入



(远未完全列出, 排名不分先后)



南航文化传媒股份有限公司

**THANK YOU
FOR YOUR ATTENTION!**

联系人：刘晓彬

手 机：13697445821

地 址：广州市机场路南云东街40号103