



Факультет: «филологический»

кафедра: «массовые коммуникации»

дисциплина: «медиаэкономика»

**Тема: анализ компании «VisionChina
Media»**

Выполнил:

Студент гр. ФЖМ-11

Ли Далян

Руководитель:

Прод, социол, и.

Музыкант В Л.



Объект и предмет исследования

Анализ медиакомпаний на китайском рынке

Объект:

с точки зрения медиаэкономики

предмет:

Компания<<VisionChina Media>>

Ключевые цель и задачи

Цель -

проанализировать состояние телекомпании <<VisionChina Media>> и её позицию на китайском рынке

Задачи:

- 1.определить конкурентное окружение телекомпании;
- 2.Проанализировать бизнес- телекомпании ;
- 3.Выявить целевую аудиторию телекомпании<<VisionChina Media>>.
- 4.Сформировать ценовой дом телекомпании <<VisionChina Media>>.
- 5.Конкуренты.
- 6.swot-анализ

VisionChina Media

Компания **VisionChina Media**, основанная в апреле 2005 года, имеет самую большую в Китае совместную рекламную сеть для наружного цифрового телевидения.

Сеть для наружного цифрового телевидения и рекламы VisionChina Media основана на технологии цифрового мобильного телевидения, поддерживая наружное цифровое телевидение для мобильного приема, в сочетании с видеообъектами на открытом воздухе, обеспечивая мгновенные новости, информацию, развлечения, спорт и другие богатые телевизионные программы для достижения совместной передачи рекламы во всей стране. На первом этапе автобус, метро и легкорельсовый транспорт с наиболее концентрированными аудиториями на открытом воздухе являются терминальными платформами.



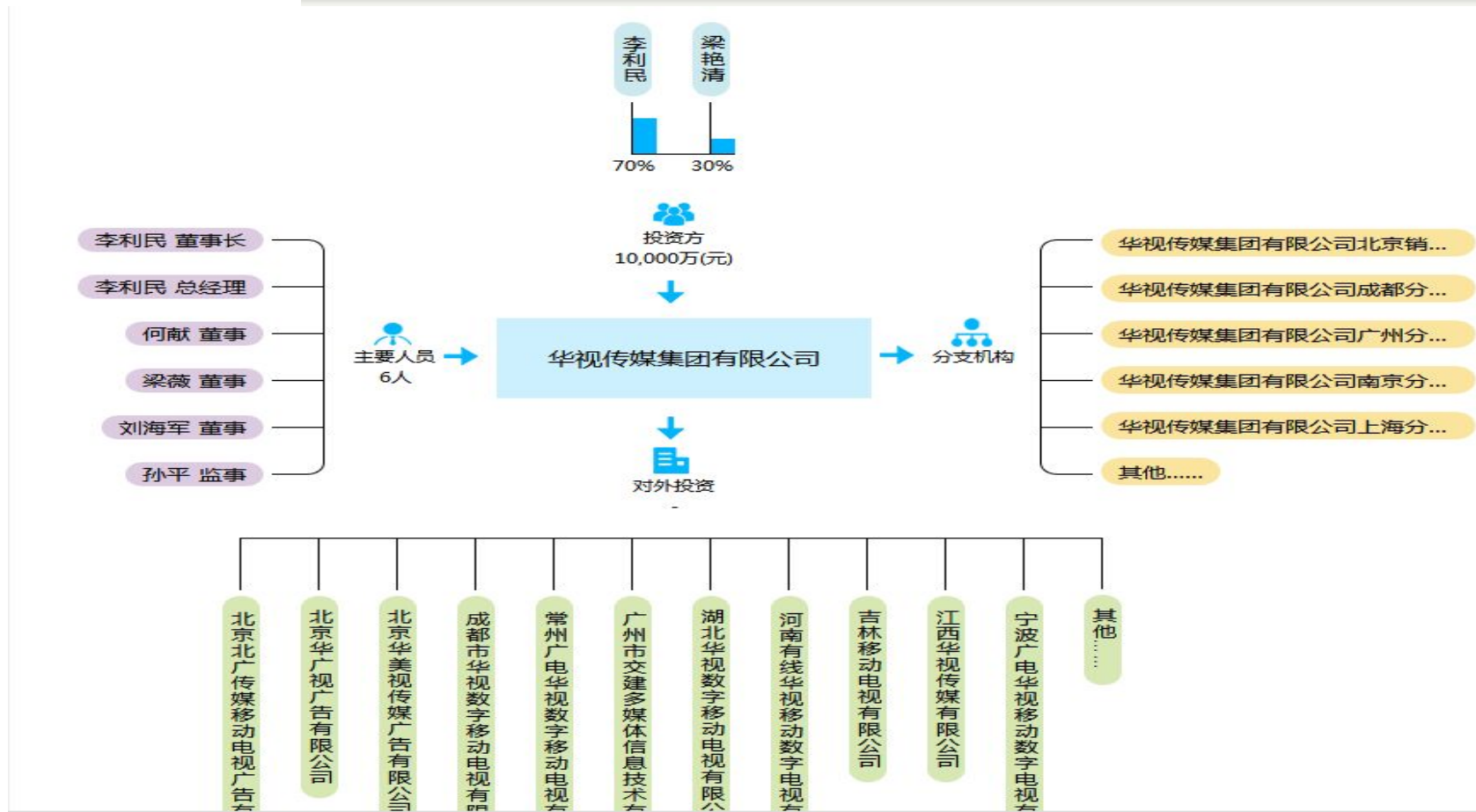
Целевая аудитория

В сети используется технология цифрового мобильного ТВ для поддержки мобильного приема. Проведется трансляция живых, насыщенных и интересных телешоу. Сеть покрывает более 30 городов с самым экономичным излучением в Китае, имеет 160 000 ТВ-терминалов, на которые приходится 76,8% от общего количества беспроводных цифровых телевизионных терминалов для передачи сигналов в Китае. Сеть компании охватывает почти 100% от общего количества терминалов Метро ТВ, открытых в Китае, и распространяется на Гонконг. Аудитория составляет около 400 миллионов человек, став побудителем и лидером в индустрии наружного цифрового мобильного телевидения в Китае.





Структура акционерного права



Группа Vision China является публичной компанией с двумя первоначальными акционерами.: у Ли Лимин доля 70%, у Лян Яньцин доля 30%. Группа обладает пять дочерних компаний и стала инвестором нескольких телекомпаний.

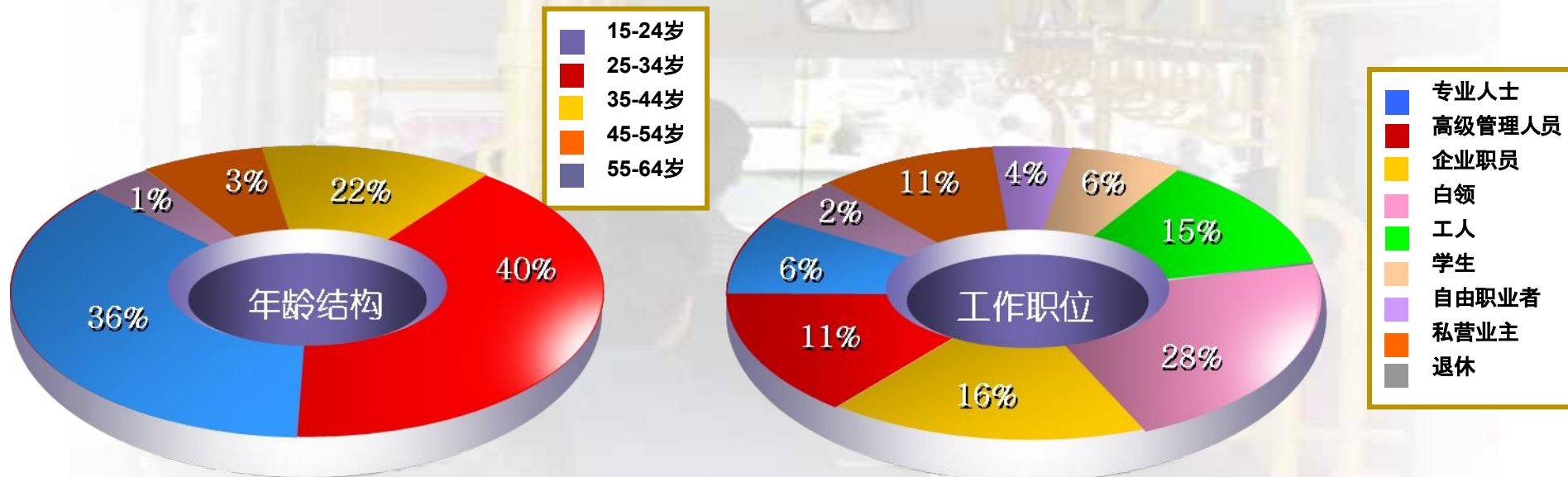
Широкая аудитория

- Наружные СМИ становятся вторым по популярности медиа после телевидения

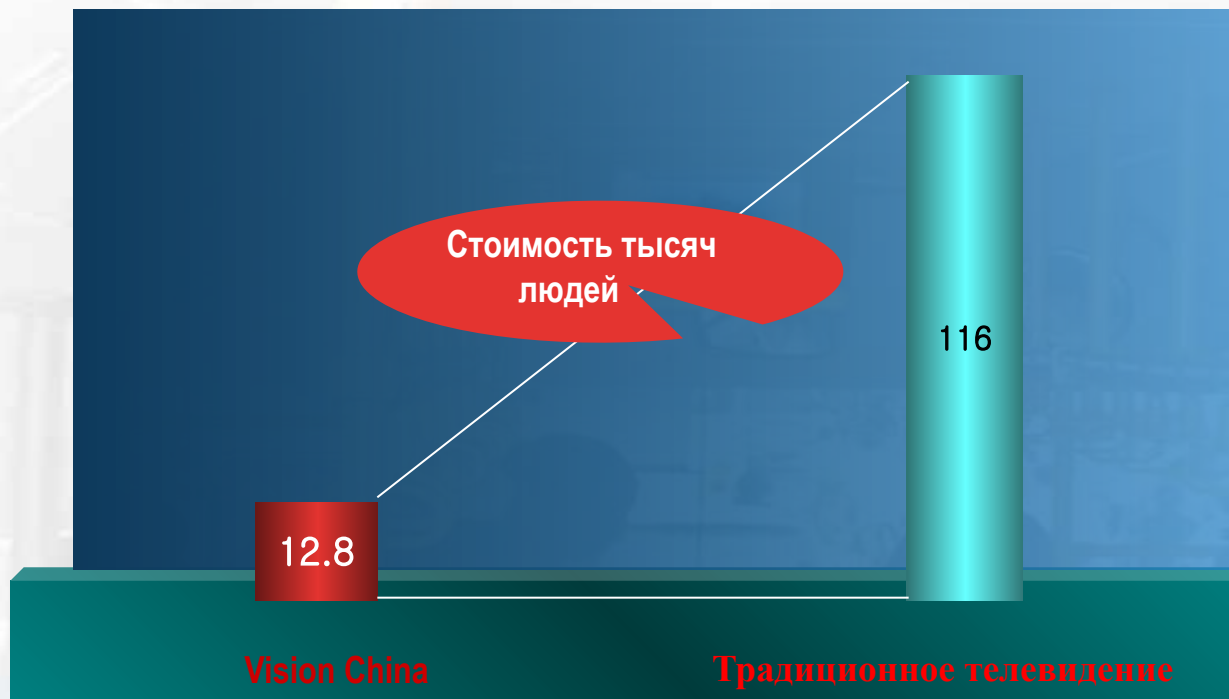
Тип СМИ	Мужчина, 15-44 лет контактная степень	Женщина 15-44 лет контактная степень
Телевидение	97.9%	97.8%
Вне дома	94.8%	96%
Газета	74.8%	74.2%
Журнал	53.2%	69.8%
Интернет	30.7%	24.3%
Радиовещание	27.6%	22.1%
Фильм	2.5%	3.2%

Аудитории

- 15-44-летние городские жители имеют самый высокий уровень контакта с общественным транспортом, метро и легким железнодорожным .
- Пассажиры метро в основном в возрасте 15-44 лет и 76% из них имеют стабильные работы.



низкая себестоимость



Стоимость тысяч людей у Vision China составляет только 1/10 от традиционного телевидения.

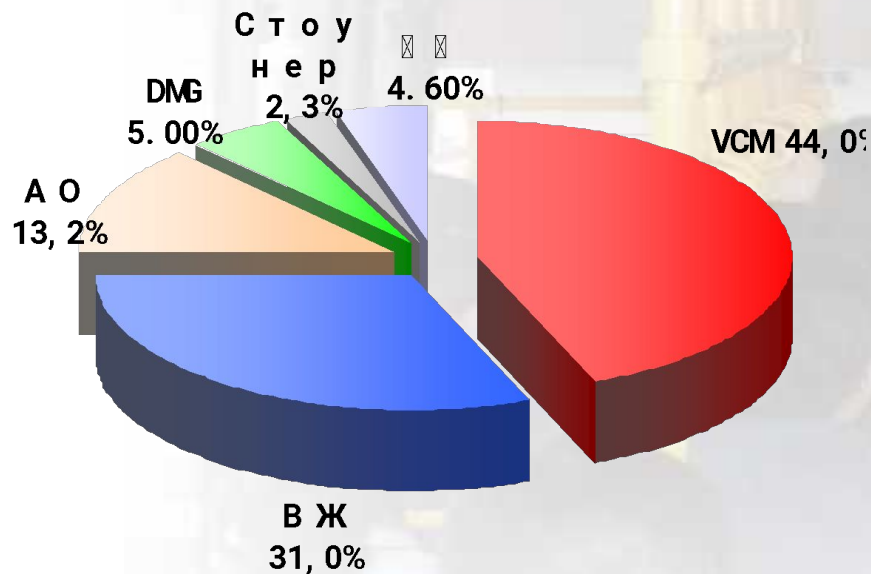
Себестоимость в Пекине (СРМ)	телевидение	Vision China	Процент
	98 юа.	11.3 юа.	1/9

Партнеры

Пицца и напитки	
Биржевой товар	
Электроприбор	
Цифровой товар	
Электросвязь	
Финансы	
Другие	

Конкурененты

Согласно «Специальному отчету по исследованиям рынка мобильных телефонов в Китае 2018 года», VisionChina Media занимал 44% процента, «Восточная жемчужина» - 31%, а на автобусе онлайн - 13,2%. «Восточная жемчужина» станет самым сильным конкурентом в будущем.



	VisionChina Media	巴士在线 Bus-online	世通华纳
播放技术	无线数字信号发射 各地广电部门审核	绝大多数为插卡播放	插卡播放
节目来源	各地电视台频道节目	cctv.com提供	自行录制/购买
节目组成	新闻、经济、资讯、体育	资讯、体育、娱乐	仅限娱乐类
节目实时性	与电视台同步	录播节目,不同步	录播节目,不同步
更新日期	每日更新	每周更新	每周更新
遇有重大事件(如奥运等)	实时播出	无法做到实时播放	无播出权



swot-анализ

1, высокой процент осмотра передачи 2, Низкая стоимость рекламы и высокая частота контактов с аудиторией. 3, В соответствии с тенденцией развития будущих СМИ.

VisionChina Media занимал 44% процента, “Восточная жемчужина”- 31%, а на автобусе онлайн - 13,2%.



Заключение:

VisionChina Media, как крупнейший наружный коммуникационный медиа в Китае, обладает уникальной операционной моделью.

1. конкурентные компания: Focus Media, Oriental Pearl, Bus Online.

2. Область деятельности в основном охватывает: общественный транспорт, метро, коммерческий район, школу, кинотеатр, бар и т. Д.

3. С 2005 по 2008 год это был самый быстрорастущий период , осуществляя полное покрытие метро в крупных городах по всей стране, и была создана телевизионная сеть метро.

4.26 городов, 330 миллионов человек получить информацию реального времени через уличное цифровое телевидение Huashi,

VisionChina Media - это медиа и платформа, обеспечивающая общение пассажиров с миром в режиме реального времени .



Спасибо за внимание!