广告市场发展快 行业面临新挑战

近年来，随着我市经济的繁荣发展，广告行业也迎来了快速发展。经过多年的发展，市区的广告公司星罗棋布。与此同时，广告种类也从单一变得繁多，样式从低端变得高端，技术也比之前变得先进。但是，在广告业发展繁荣的同时，一些问题也渐渐显现出来。

□文/图 本报记者 王海防
实 习 生 何之源

公益广告使城市显得更加温暖。

A 广告市场发展迅猛

12月7日上午，张小娜准时来到位于市区太行山路的广告公司。她的广告公司分上下两层，第一层是设计工作间。在这里，专业设计人员都是清一色的年轻人，他们正在电脑上设计广告内容。二楼摆放着各种机器设备，几名工人正在一台机器旁为客户打印户外广告。20年了，张小娜和她的广告公司走过了风风雨雨，见证了漯河广告市场的发展变迁。

“最初，刻字即可满足人们的需求。如今，喷绘、写真等也不一定得到广告主的认可。”张小娜说。从最初楼顶简单立一个牌子，到现在伫立在路边的广告塔牌和LED屏；从最初的全人工生产，到现在的现代化机器操作。总之，广告经营模式发生很大变化。张小娜的广告公司也从最初的一家小工坊发展壮大为一个知名的广告制作商，经历了一次次的变更与发展。最令张小娜自豪的是在市区某主干道路口那个巨大的LED显示屏，就出自她的公司之手。“这在之前是无法想象的。”张小娜说。

漯河的广告业是随着经济不断繁荣而发展。2000年前后，我市相继出现了早期的打字复印部，喷绘、彩绘才逐渐流行起来，我市最早的一批广告公司都是在那一时期成立的。

据了解，目前，全市登记注册的广告公司已经达到了1000多家。如今，形式多样的广告比比皆是。每到夜幕降临，大街小巷都有不用类型的广告灯映入眼帘，为这个城市增添不少色彩。

“之前人们一提起广告，就会想到通过报纸、电视、彩页、霓虹灯等呈现。但是现在形式多了，数也数不清。”张小娜说。如今，广告的发布形式除了传统的媒介，还有利用网络Email、短信、彩信等进行广告宣传。“随着移动互联网平台的普及，利用微信、自媒体等发布广告的形式也随处可见。眼下广告发布，可谓是铺天盖地，无孔不入。”张小娜说，制作也从单一的巨型广告牌到各种亮化的LED、喷绘、写真、雕刻、塑形等多种方式。

在一家广告公司，工人们正在为客户制作户外广告。

B 形式虽多样 但创新意识不强

郭宏强是今年年初来漯河创业的一位外地广告人。“刚到漯河，一次无意间的一瞥，更坚定了我创业的决心。”郭宏强说。随后，他向记者讲述了亲身经历。今年年初，他来漯河考察，在人民路上看到一座建筑上的广告喷绘被大风撕裂，显得破烂不堪，与周围建筑格格不入。

“我当时就在想，这家广告公司的售后服务哪儿去了？委托企业多长时间没有关注自己的广告？何况委托方还是一家知名企业。”郭宏强说。这种广告非但起不到宣传作用,还会降低委托企业的声誉。

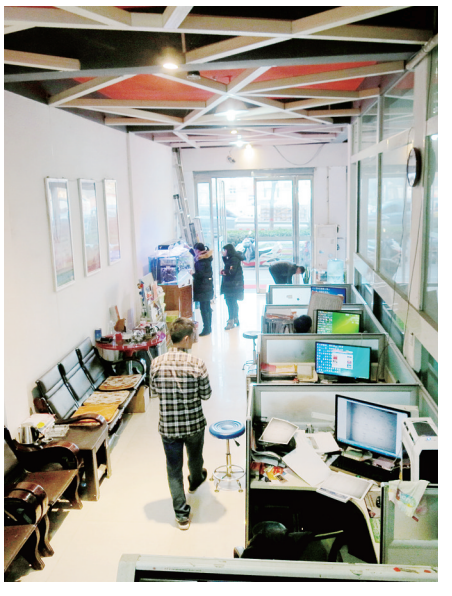
其实，郭宏强看到的问题，许多市民也看到了。“有些户外广告的制作水平较差，这主要表现在广告的创意和设计上。”市民陈先生说。一个好的广告不仅仅是宣传某个产品，告诉消费者某个企业有某种产品，而是通过某种形式，吸引消费者，让消费者记住这个企业和产品。陈先生告诉记者，自己就曾被一些广告深深打动，至今也不能忘怀。而在市区街头，许多广告都是很直白地告诉人们某个企业有某种产品，或者某个产品具有什么样的特点，这样的广告，消费者看过后不会留下深刻的印象，也没有留给消费者想象空间。

户外广告是城市文化、形象、品味以及精神风貌的综合体现，又是城市经济的重要组成部分，在美化城市、促进地方经济繁荣方面有其独特的作用，广告文化与城市文化可以很好地融合在一起。如今，越来越多的广告公司已经意识到了这一点。新颖的广告语成了许多广告公司一大特色，从而达到意想不到的效果。郭宏强告诉记者，有些广告内容利用歌词和网络语言来制作广告语，很能吸引年轻人。他们也常常会不惜耗费一整天的时间来推敲一句新颖的广告语。

“如今，广告市场的门槛低。同时，还存在着规模小、资金少的状况。”许多从业人员这样说，两三台电脑加两三个人就能开公司。专业人才缺乏，好的设计人员跳槽率很高。另外，由于用户需求不同，广告公司运行成本不一样，价格差距也很大。委托人往往会挑选价格相对便宜的报价发布广告，而对传播效应却不会考虑很多。因此，在广告形式不断多样化的今天，广告内容却显得单一雷同。广告业务中，有相当一部分是委托方设计。为了留住广告主，广告公司委曲求全，忍痛放弃自己的思想和创意。所有这些因素，制约了广告制作的水平。

“要提高本土广告的制作水平，必须建立规范的竞争机制。这样一来，广告公司会不断提高自身设计能力。”郭宏强说。

工人们正在操作机器设备。



某广告公司的广告设计工作间。

C 规范广告市场 带来发展机遇

今年，我市对非法户外广告进行了拆除和整治。非法户外广告的整治规范还市区靓丽本色，看似对户外广告产业带来了一定的冲击，但从长远角度看也是新的发展机遇。

2013年10月1日，《漯河市户外广告设置管理办法》正式施行。该办法规定，户外广告设置应当经市建设行政主管部门批准，取得户外广告设置权，未经许可，任何单位和个人不得设置户外广告。需要设置户外广告的公司或企业，必须要向市建设行政主管部门提交户外广告设置审批表、户外广告设置的形式、范围和示意图，户外广告所利用的场地、设施的所有权或使用权证明等相关材料，并报行政主管部门批准，未经批注的，均属于非法户外广告，有关部门将对其进行强制拆除。

一些业内人士认为，经过整治后，市区广告企业会在发布广告时更加规范。同时，经营方向也会更有侧重性，不会像以前只注重地段和数量，而会更加重视广告的创新与创意问题。这样，既避免了广告资源的浪费和恶性竞争，同时，也为广告主提供了更好的服务平台。

记者发现，无论是传统型广告公司，还是新兴的广告企业，在谈到现在广告市场发展中存在的问题时，他们都不约而同地提到了协会管理的问题。据了解，我市早些年成立了广告协会，但是其作用还未充分发挥出来。有人预见，如果广告协会能充分发挥管理服务职能，在全行业的共同努力下，业内出现的恶性竞争问题，广告公司之间各自为战问题，资源未得到充分整合利用问题，市场没有完全被激发等问题都会逐步得到解决。整合业内资源，带动企业发展，不仅会提高资源的利用率，增加企业营业收入，同时客户也会得到最大的实惠。

D 拥抱“互联网+” 实现新跨越

广告已从最初简单的刻字转化为后来的写真喷绘，又从写真喷绘转变为LED显示屏。如今，互联网广告的有效性已经逐渐得到广告主的认可。传统广告行业在这个信息大爆炸的时代，如果不抓住互联网数字化这根绳索，将传统与互联网相结合，那么发展的步伐会越来越艰难。

据腾讯公司统计，现在注册的微信用户已达9.27亿，覆盖面之广让人叹为观止，这仅仅只是微信一家社交媒体，微博、IMS等别的社交媒体就更不用赘述。

“互联网广告对传统广告的冲击很大，这是一个不争的事实。”河南丽光负责人张宇说。互联网网络的宣传密度之大，范围之广，受众之多已经超越我们的想象。如果还停留在低层次上，终将被时代淘汰。张宇认为，互联网发展是未来不可阻挡的方向，要利用一切可以利用的平台，推动新形式广告的发展。APP、网页、微信、微博，这些都将成为广告宣传重要的阵地。

“与时俱进，谋求发展，广告也要‘互联网+’。在时代不断变化的同时，广告业也要紧跟时代步伐，也要与高科技现代化接轨。”张宇说。“互联网+”不是让所有广告公司都变成互联网公司,而是要思考如何通过互联网技术帮助广告业增加价值,增加服务。广告和互联网的技术进行深度的融合,这需要广告人敢于创新和突破。

在大数据时代，只有传统与现代相结合，才能走得更远。记者了解到，我市已经有数家广告公司正在和相关网络平台洽谈。相信不久的将来，互联网与传统广告相融合必将成为广告传播的一种重要途径。