

**银行说：**  
如果不换号，  
信息转换是个  
很大的工程。



**用户说：**  
如果要换号，  
摆平换卡后遗  
症3天都不够。

磁条卡升级芯片卡

# 换卡不换号

## 是银行无法完成的任務？

为您揭秘

04~05版

# 地铁动媒联盟合作平台启动

一站式接入

全国性投放

10月25日，在贵阳举办的第21届中国国际广告节上，全国地铁报联盟宣布，正式启动“中国核心城市群地铁动媒联盟经营合作平台”，将为众多品牌客户提供一站式接入、全国性投放的营销服务。这意味着，以“地铁动媒”这一全新定位在全国各核心城市崭露头角的地铁报，将作为一个全新的全国性营销平台，叱咤全国广告营销市场。

全国地铁报联盟目前由GDP及人口规模最大的20个城市的地铁报组成。20份地铁报每天覆盖影响3500万年轻白领。作为一种新的媒体形式，伴随着全国地铁建设的飞速发展，地铁报在全国不仅数量快速增加，而且家家都逆势高速增长，注定会成为在全国影响深刻的新型媒体。

从2002年香港出现第一份地铁报《都市日报》至今，12年来地铁报高速发展，已经发展到20家。地铁报12年的发展，探索出了一条独

具渠道媒体特色的全新商业模式：精准+渠道+免费+O2O平台。

地铁动媒是媒体转型时代的新突破、是媒体融合的新实践。地铁动媒联盟将把单个城市的高转化率提升为全国性营销的高转化率；无论是广告投放，还是落地营销，都可以实现全国20个城市同步服务、一站式接入，而且多个城市整体打包价格，要比每一家实际执行的价格加起来更低。

作为全国地铁报联盟的成员，阿拉地铁报《D壹时间》正是基于互联网，基于传统媒体和新兴媒体的融合，基于地铁动媒的特质，全面打造的新型媒体，精心构造的城市生活优质服务平台期待您的合作。

记者 林华奇



## 四动一体 尽显地铁动媒价值

地铁报作为在移动空间，深度介入移动通勤人群行为与心智的高效媒体平台，其商业模式用传统的报纸概念或者渠道媒体概念都不能准确概括，一个新的媒体概念、新的媒体品类——地铁“动媒”就此诞生。这个平台的营销效果将与主流卫视相当：她流量大、精准面向高素质人群、销售转化率高、渠道专营。

**移动**

每个上班日的早晨，3500万年轻白领在高速行驶的地铁密闭空间专注通读地铁报。

**心动**

每日一次以上的高频度、每次半小时以上的长时段，每次必通读的深沟通，使得地铁报深入每位都市人的心里。

**互动**

地铁报以媲美互联网的交互性，吸引着高参与度、高口碑传播的城市人群。

**行动**

地铁报发起的活动，会即时转换为高消费白领们的真实行动。

互联网时代的行为及消费模式

一人一份

请将看完后的报纸带走或放进报箱