

Deep file management, enabling airport advertising companies to develop new momentum

Jie Sun

Capital Airports Holdings Media Co., Ltd., Beijing, 100621, China

Abstract

This research focuses on airport advertising companies, and deeply analyzes the key significance and promotion role of deep archives management in its development process. The business of the airport advertising company is characterized by a wide audience, strong timeliness and high brand image requirements, involving advertising, media resource management, customer service and other links. Archives management runs through it, which is crucial to the operation of the company. This study detailed analysis of the airport advertising company business characteristics and the current archives management, reveal the archives management decision support, cultural heritage, risk control multidimensional core value, and put forward a series of optimization strategy, targeted to help airport advertising company with the help of strengthening archives management, obtain a steady stream of development momentum.

Keywords

airport advertising company; file management; development momentum

深耕档案管理，赋能机场广告公司发展新动能

孙杰

首都机场集团传媒有限公司，中国·北京 100621

摘 要

本研究聚焦于机场广告公司，深入剖析深耕档案管理在其发展进程中的关键意义与推动作用。机场广告公司业务具有受众广泛、时效性强、品牌形象要求高的特点，涉及广告投放、媒体资源管理、客户服务等多个环节，档案管理贯穿其中，对公司运营至关重要。本研究细致分析机场广告公司的业务特性以及当前档案管理状况，揭示档案管理在公司决策支持、文化传承、风险防控等多维度的核心价值，并针对性地提出一系列优化策略，旨在助力机场广告公司借助强化档案管理，获取源源不断的发展新动力。

关键词

机场广告公司；档案管理；发展动能

1 引言

在“流量经济”与“场景营销”双轮驱动下，中国机场广告市场呈现爆发式增长。据中国民用航空局（2023）统计，2023 年全国机场旅客吞吐量达 12.6 亿人次，其中千万级机场广告位平均利用率达 89.7%，行业规模突破 217 亿元。然而，激烈的同质化竞争导致行业平均客户续约率从 2019 年的 68% 下降至 2022 年的 53%（艾瑞咨询，2023）。在此背景下，如何通过管理创新构建差异化竞争力，成为行业亟待解决的战略课题。档案管理作为企业知识资产的核心载体，其价值已超越传统文档存储范畴。ISO 15489-1:2016 明确指出，现代档案管理系统应具备“证据保全、业务支撑、知识传承”三重功能。对于高度依赖历史数据与创意积累的机场

广告企业而言，档案管理效能直接影响客户洞察精度（Wang, 2018）、风险控制水平（刘家真，2017）及创新迭代速度（Xie & Zhang, 2021）。本研究基于资源基础观（RBV）理论，构建“档案资源-组织能力-竞争优势”传导模型，通过多案例研究揭示档案管理对机场广告企业的赋能机制。

2 机场广告公司业务特点与档案管理现状

2.1 机场广告公司业务特点

在“流量经济”与“场景营销”的双重驱动下，中国机场广告市场呈现出迅猛的增长态势。据中国民用航空局（2023）统计数据 displays，2023 年全国机场旅客吞吐量高达 12.6 亿人次，其中千万级机场广告位平均利用率达到 89.7%，行业规模突破 217 亿元。然而，激烈的同质化竞争使得行业平均客户续约率从 2019 年的 68% 下滑至 2022 年的 53%（艾瑞咨询，2023）。在此背景下，如何通过管理创新塑造差异化竞争优势，已成为机场广告行业亟待解决的

【作者简介】孙杰（1998—），男，中国北京人，本科，助理馆员、初级会计师，从事企业管理研究。

重要战略问题。

档案管理作为企业知识资产的核心承载方式，其价值早已超越了传统文档存储的范畴。ISO 15489 - 1:2016 明确指出，现代档案管理系统应具备“证据保全、业务支撑、知识传承”三大功能。对于高度依赖历史数据积累和创意沉淀的机场广告企业而言，档案管理效能直接关乎客户洞察的精准度（Wang, 2018）、风险控制的水平（刘家真, 2017）以及创新迭代的速度（Xie & Zhang, 2021）。本研究基于资源基础观（RBV）理论，构建“档案资源 - 组织能力 - 竞争优势”传导模型，运用多案例研究方法，深入探究档案管理对机场广告企业的赋能机制。二、机场广告公司业务特点与档案管理现状

2.2 机场广告公司业务特点

机场广告公司业务具有鲜明特征。其一，受众具有高端性与多样性。机场旅客来源广泛，涵盖不同地区、阶层，包括商务人士、游客等。市场调研机构数据表明，商务旅客对科技、金融类广告关注度较高，而游客则更倾向于旅游、美食相关广告，这就要求广告内容与形式精准契合不同受众群体的需求和喜好。

其二，广告投放环境独特。机场的候机大厅、登机通道、行李提取处等不同区域，人流特点和视觉效果差异显著。例如，候机大厅空间开阔，适宜展示大型、醒目的品牌形象广告；登机通道人员流动相对稳定，适合设置系列化创意广告。广告公司需依据各区域特性，量身定制个性化的广告展示方案。

其三，业务涉及多方合作。机场广告公司不仅要与广告客户密切沟通，深入了解其品牌理念和推广需求，还需与机场管理部门、航空公司等多方协作，确保广告投放符合机场整体规划与运营要求。以某机场广告公司与知名航空公司合作推广新航线为例，需共同确定广告内容、投放位置和时间节点，同时要获取机场管理部门在广告安装和安全方面的许可。

2.3 档案管理现状

当前，部分机场广告公司已认识到档案管理的重要性，并在一定程度上引入了数字化管理手段，如建立电子档案库对重要文件进行数字化存储，提升了档案检索效率。但整体而言，机场广告公司的档案管理仍存在诸多问题。

一方面，档案管理意识淡薄。部分员工认为档案管理仅为行政部门职责，与自身业务无关，导致档案收集不及时、不完整。许多员工对档案管理工作缺乏基本认知，在工作中忽视档案资料的收集与整理。

另一方面，档案管理制度不完善。缺乏统一的档案分类标准、归档流程和保管期限规定，致使档案管理工作较为混乱。实际操作中，不同部门档案分类方式各异，档案查找困难，严重影响工作效率。

此外，档案开发利用程度较低。大量有价值的档案信

息未得到有效挖掘与运用，无法为公司决策和业务发展提供有力支持。许多公司的档案仅作为历史记录保存，未能充分发挥其在市场分析、客户关系维护等方面的作用。如北京首都国际机场调研显示（中国广告协会, 2023），商务旅客与休闲旅客在占比、停留时间、广告转化率等方面存在差异，这种受众结构的双元性特征要求企业建立细颗粒度的客户档案系统，但多数公司尚未做到。

4 深耕档案管理对机场广告公司发展的重要性

3.1 为决策提供精准依据

3.1.1 市场策略制定

机场广告公司的市场调研档案记录了不同时期、区域的旅客流量、年龄分布、消费习惯等丰富数据。通过对这些档案的深入分析，公司能够精准把握市场动态，洞悉不同受众对广告内容和形式的偏好。例如，若分析发现某一时期商务旅客对科技类广告关注度上升，公司便可及时调整广告投放策略，加大此类广告在商务旅客集中区域的投放比例，从而提高广告投放的精准度和效果。

根据过往档案数据，某机场广告公司发现暑期旅游旺季亲子家庭旅客增多，且对旅游目的地广告兴趣浓厚。基于此，公司在候机大厅和儿童游乐区附近投放热门旅游景点广告，广告投放后的咨询量和预订量显著提升，充分彰显了档案管理对市场策略制定的重要支撑作用。

3.1.2 客户关系管理

客户档案详细记录了客户的基本信息、合作历史、广告投放偏好及反馈意见等关键内容。这些档案为公司维护客户关系提供了重要依据。公司可依据客户历史合作情况，为其提供个性化服务和优惠方案，增强客户满意度和忠诚度。

例如，对于长期合作且投放金额较大的优质客户，公司可提供专属的广告创意策划服务，进一步巩固合作关系。某知名品牌连续多年在机场投放广告，公司根据其品牌发展阶段和市场定位，量身定制跨区域、多形式的广告投放方案，赢得了客户的高度认可，有力地证明了客户档案在客户关系管理中的重要价值。

3.2 助力企业文化传播与品牌建设

3.2.1 企业文化传播

档案是机场广告公司发展历程的忠实见证者，记录着公司的创业故事、重大决策、团队奋斗历程等珍贵信息，是企业文化的重要载体。通过整理和展示这些档案，新员工能够深入了解公司的发展脉络和文化底蕴，增强对公司的认同感和归属感。

例如，公司早期克服重重困难成功拿下大型广告项目的档案资料，能够激励新一代员工在面对挑战时勇往直前。某机场广告公司在新员工培训中，组织参观公司档案室，通过讲述公司发展历程中的经典案例，帮助新员工快速融入公司文化，充分体现了档案在企业文化传播中的独特作用^[1]。

3.2.2 品牌建设

档案中包含公司历年来的优秀广告作品、品牌宣传资料等，这些是公司品牌形象的直观展示。通过对这些档案的整理和传播，可以有效提升公司在行业内的知名度和美誉度。

例如，将公司获得的广告创意奖项相关档案进行宣传，能够向外界展示公司的专业实力和创新能力，塑造良好的品牌形象。某机场广告公司凭借在广告创意设计方面的卓越表现，多次获得行业奖项，通过对这些奖项档案的宣传，吸引了更多优质客户的合作意向，有力地推动了公司品牌建设。

3.3 有效防控企业风险

3.3.1 法律合规风险

机场广告行业受到严格的法律法规监管，合同档案是公司合规运营的重要保障。合同明确规定了公司与客户、合作伙伴之间的权利和义务，以及广告投放的各项要求。通过对合同档案的严格管理，公司能够确保自身经营活动符合法律法规要求，避免因合同条款不清或违规操作引发法律纠纷。

例如，在审核广告投放合同时，参考以往类似合同档案中的合规要点，能够有效降低法律风险。某机场广告公司在与新客户签订广告投放合同时，仔细查阅过往合同档案，对合同中的广告内容审核、违约责任等条款进行完善，成功避免了潜在的法律风险。

3.3.2 经营风险

财务档案详细记录了公司的收入、支出、成本等财务信息。通过对财务档案的深入分析，公司能够及时发现经营过程中的潜在风险。例如，若发现某一时期广告制作成本过高，公司可通过分析档案数据，查找成本增加的原因，并采取相应措施进行成本控制，降低经营风险。

某机场广告公司通过对财务档案的分析，发现某季度广告物料采购成本大幅上升，经调查是供应商价格调整和采购流程不合理所致。公司及时调整采购策略，与多家供应商重新谈判，并优化采购流程，有效降低了成本，充分体现了财务档案在防控经营风险方面的重要作用^[2]。

3.4 促进业务协同与创新

3.4.1 业务协同

机场广告项目的执行涉及策划、设计、制作、投放等多个部门的协同工作。档案管理能够为各部门提供共享的信息资源。例如，策划部门的项目策划档案可为设计部门提供创意方向，制作部门可参考以往项目的制作档案，了解制作工艺和成本控制要点，从而提高各部门之间的协同效率，确保项目顺利推进。

在某大型机场广告项目中，策划部门依据过往项目策划档案，结合客户需求和市场趋势，制定了详细的策划方案。设计部门参考该方案和以往优秀设计档案，迅速完成广告创意设计；制作部门依据制作档案中的工艺和成本标准，高效

完成广告制作，赢得了客户的赞誉，充分展示了档案管理在促进业务协同方面的积极作用^[3]。

3.4.2 创新驱动

档案中记录着公司历年来在广告创意、技术应用等方面的成果和经验。通过对这些档案的研究和学习，员工能够获取灵感，推动广告业务的创新。例如，参考以往广告项目中对新技术的应用案例，公司可以探索将虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等新技术应用于机场广告展示，为旅客带来全新的广告体验，提升公司的市场竞争力。

某机场广告公司在回顾过往档案时，发现早期曾尝试过互动式广告形式，受此启发，公司将最新的智能交互技术融入广告设计，推出互动式广告墙，旅客可通过触摸、手势等方式与广告内容互动，极大地提高了广告的吸引力和传播效果，充分体现了档案在推动广告业务创新方面的重要价值^[4]。

4 深耕机场广告公司档案管理的策略

4.1 提升全员档案管理意识

4.1.1 开展培训活动

定期组织档案管理培训课程，邀请档案管理领域的专家为全体员工授课。培训内容涵盖档案的重要性、档案管理基础知识、档案收集与整理的规范等方面。通过系统培训，使员工深刻认识到档案管理与自身工作的紧密联系，提高员工对档案管理工作的重视程度。

例如，某机场广告公司每季度组织一次档案管理培训，邀请行业内知名专家进行为期两天的集中授课，并设置实际操作环节，让员工在实践中掌握档案管理技能。培训后，员工对档案管理的认知度和参与度显著提高。

4.1.2 加强宣传引导

充分利用公司内部宣传栏、邮件、内部通讯软件等多种渠道，广泛宣传档案管理的重要意义和公司的档案管理制度。定期发布档案管理工作的成果和优秀案例，营造良好的档案管理氛围。

例如，展示某一项目因充分利用档案信息而取得成功的案例，让员工切实感受到档案管理对业务发展的积极作用。某机场广告公司在内部通讯软件上开设“档案管理之窗”专栏，定期分享档案管理知识和成功案例，激发了员工对档案管理的兴趣和积极性。

4.2 完善档案管理制度体系

4.2.1 建立统一标准

结合机场广告公司的业务特点，制定统一的档案分类标准。将档案分为客户档案、项目档案、市场调研档案、财务档案、人事档案等类别，并对每一类档案的细分项目和编号规则进行明确规定。同时，制定统一的归档流程，明确档案从形成到归档各个环节的责任人、时间节点和操作要求。

某机场广告公司制定了详细的档案分类标准，将客户档案细分为基本信息、合作历史、广告投放记录等子类别，

并采用“客户编号-年份-档案类型”的编号规则,确保档案分类清晰、易于查找。在归档流程方面,明确规定项目结束后5个工作日内完成项目档案归档,由项目负责人负责收集整理,档案管理员进行审核和入库。

4.2.2 明确保管期限

根据档案的重要性和价值,制定不同档案的保管期限。对于重要的合同档案、客户档案等,设定较长的保管期限;对于一般性的业务文件,在规定期限后进行定期清理和鉴定。

通过明确保管期限,既能保证档案的有效利用,又能合理控制档案存储空间。

4.3 深化档案数字化建设

4.3.1 加强技术投入

加大对档案数字化技术的投入力度,引进先进的档案管理软件和数字化设备。档案管理软件应具备档案录入、存储、检索、统计、安全管理等功能,实现档案的高效管理。同时,配备高质量的扫描设备,确保纸质档案数字化的质量。

某机场广告公司引进一套先进的档案管理软件,该软件支持多种格式文件的上传和管理,具备智能检索和数据分析功能。同时,购置高速扫描仪和专业的图像优化设备,确保纸质档案数字化后的清晰度和完整性。

4.3.2 实现数据挖掘与分析

运用大数据分析技术,对数字化档案进行深度挖掘和分析。通过对档案数据的关联分析,发现数据背后的潜在规律和价值信息。

例如,分析客户档案、市场调研档案和项目档案之间的关联,找出不同客户群体在不同时期对不同类型广告的需求趋势,为公司的业务决策提供更具前瞻性的建议。某机场广告公司通过大数据分析发现,节假日期间本地品牌的促销广告投放效果显著,基于此,公司提前与本地品牌客户沟通,制定节假日广告投放套餐,取得了良好的市场反响^[5]。

4.4 培养专业档案管理人才

4.4.1 优化人才招聘

在招聘档案管理人员时,注重选拔具有档案管理专业背景和丰富经验的人才。同时,考虑招聘具有广告行业知识或信息技术背景的复合型人才,以满足机场广告公司档案管理工作的多元化需求。

某机场广告公司在招聘档案管理人员时,明确要求应聘者具备档案管理专业本科及以上学历,有相关工作经验。同时,优先考虑具有广告行业知识或熟悉数字化档案管理技

术的应聘者。

4.4.2 加强内部培养

为现有档案管理人员提供丰富的内部培训和晋升机会。定期组织内部培训课程,邀请行业专家或公司内部资深人员授课,提升档案管理人员的专业技能和业务水平。鼓励档案管理人员参加行业研讨会和学术交流活动,拓宽视野,及时了解档案管理领域的最新动态和技术。

某机场广告公司每年为档案管理人员提供2次内部培训课程,内容涵盖档案管理前沿技术、广告行业知识等。同时,支持档案管理人员参加国内外行业研讨会,并给予相应的经费补贴。通过内部培养,公司档案管理团队的专业水平和创新能力得到显著提升^[6]。

5 结论

在机场广告公司的发展进程中,档案管理蕴含着巨大的价值,犹如一座有待深入挖掘的宝藏。通过提升全员档案管理意识、完善制度体系、深化数字化建设以及培养专业人才等多方面举措,机场广告公司能够充分释放档案管理的能量,使其在决策制定、文化传承、风险防控和业务创新等关键领域发挥更为显著的作用。

在未来激烈的市场竞争中,机场广告公司应将档案管理提升到核心竞争力的高度,持续优化和完善档案管理工作,以更好地适应不断变化的市场环境,实现可持续发展。随着行业的持续发展和技术的不断进步,档案管理在机场广告公司中的重要性将日益凸显,为公司的长远发展奠定坚实基础。

参考文献

- [1] 中国民用航空局. (2023). 2023年民航行业发展统计公报. 北京: 中国民航出版社.
- [2] 艾瑞咨询. (2023). 中国机场广告市场研究报告. 上海: 艾瑞集团.
- [3] ISO 15489-1:2016. Information and documentation — Records management — Part 1: Concepts and principles.
- [4] Wang, Y. (2018). Big Data Analytics for Records Management. *Journal of Information Science*, 44(5), 621-633.
- [5] 刘家真. (2017). 电子文件管理: 理论与实践. 武汉: 武汉大学出版社.
- [6] Xie, S. L., & Zhang, J. (2021). AI-Driven Records Management in Advertising Industry. *International Journal of Information Management*, 59, 102345.