

苏州工业园区现代巴士车身广告诚信服务

发布日期：2025-09-25 | 阅读量：16

消费者在过去一周接触过的所有户外广告形式中以车身广告为**多，为66%，其次是候车亭50%，楼顶大牌广告44%。除了步行以外，74%的消费者过去一个月外出**主要的代步交通工具是公交车，其次是自行车47%。同时，消费者乘公交车的频率很高，平均每月20次，16个小时。在生活态度方面,65%的消费者喜欢使用含有天然成分的产品，52%认为广告是生活中必不可少的，53%的消费者喜欢个性化的追求，同时，在看电视碰到插播广告时，46%的消费者会换台，这样就浪费了广告主大量的广告费（你的广告费的一半原来是被浪费在这里的——电视的换台率上）。另外，有42%的消费者很留意户外广告。现***活方式的变化和户外活动时间的增加，从根本上改变了消费者的媒体接触习惯与接触方式。巴士车身广告明日传播经验足。苏州工业园区现代巴士车身广告诚信服务

巴士车身广告

巴士广告即是利用长途巴士或公交车作为广告媒介，将企业广告放置到巴士上，以传播广告信息内容，常见的巴士广告形式有：长途巴士座椅头套广告、长途巴士车载影视广告、车身广告、车侧广告、车窗广告、车内广告等。巴士媒体优势：1. 媒体接触度高，广告到达率89.3%，是渗透率比较高的户外媒体形式，对比其他户外媒体广告信息的传播方面更为主动，且移动的物体总是比较能被注意，所以呢巴士公交媒体相对更能在众多户外媒体中脱颖而出哦。苏州平江新城品质巴士车身广告比较价格公交车广告运营者明日传播！



前者视线角度为100到200，后者视线角度为50到300。在各自的视线范围以外，字和字母趋于消失。敏锐的视力焦点实际上是在标准视线每侧的范围内，对于特定的颜色将在300到60的视线外开始消失。因此，给以人的偶然视觉停留时间(按**近距离4米，人头不会左右摇动计算)，字和字母大约在0.02秒—0.08秒，颜色为0.18秒—1.2秒之间。车身平面广告是随着车身广告制作技术与材料工艺的发展与日渐便捷而发展起来的。如整车喷绘，即以广告的主题作为广告主要画面从车身色彩与车身图案将车身喷绘表现，这种表现形式是公交车身广告中**能够吸引引人注目的视觉表现形式。

特点一、被动受众型广告 同我们的网络搜索不同，受众不会主动发起对某产品的请求。而是突然从面前出现一辆车，然后一车的广告就这样入了受众的眼球，所以特点是受众被打广告，会有一定的反感，但现在人们观念还是较开放，影响不是很大，但无论如何，这不能算是一种优势。**特点二、受城市环境影响** 同一辆车、同一个广告，你在成都与西安看到的感觉是不一样的。举汉堡广告来讲，在成都看到的将是一个干净、美味、吸引人的汉堡；但如果在西安，那你将会看到一个披满灰尘、溅满污水的汉堡。所以，请记住，公交车广告是一个户外、流动广告，它的特点是受环境影响较大。苏州市明日传播巴士车身广告佳物美价廉，专业性强。



车身挂牌广告直观、简明，编排规则，广告内容单一（不像报纸、电视，版面和时段直播多则广告），利于吸引，争取受众积极注目。车身挂牌具有广告时效长、费用低廉的特点，用于大众日用品的广告宣传和进行短期的预告性宣传以及资金有限的小企业的广告宣传较为经济有效。车载**，作为全新媒体形式，避免了公交媒体中画面受车况影响较大的情况，整体画面完整，适合表现广告画面创意，视觉冲击力强，同时费用适中，适合发布一定数量，形式较广的覆盖网络。苏州市明日传播巴士车身广告yyds[]苏州市区认可巴士车身广告比较价格

苏州巴士车身广告认准苏州市明日传播。苏州工业园区现代巴士车身广告诚信服务

的调研结果令人欢心鼓舞从实力媒体的调研结果来看:户外广告的提示后认知度以车身广告比较高38%，其次是候车亭广告23%，大牌广告14%，地铁广告9%。同时有81%的人每周的行走

路线是固定的，并且每周平均经过固定路线9.4次，使用的交通工具仍以公交车为主。MPI(媒体伯乐)近期对一些主要城市的所有公交线路进行了数码摄像实测，并通过后期图像处理和数据统计后，获得了每条公交线路运行期间车身广告能够接触到的总人次(OTS/Reach)。同时通过固定样本组的日记留置法的进一步研究，获得了车身广告的平均接触频率(Frequency)。最终得到车身广告的总毛评点GRP。这一中国户外广告史上的创新研究，**推动了户外广告研究的规范化和科学化。苏州工业园区现代巴士车身广告诚信服务

苏州市明日企业形象策划传播有限公司在同行业领域中，一直处在一个不断锐意进取，不断制造创新的市场高度，多年以来致力于发展富有创新价值理念的产品标准，在江苏省等地区的传媒、广电中始终保持良好的商业口碑，成绩让我们喜悦，但不会让我们止步，残酷的市场磨炼了我们坚强不屈的意志，和谐温馨的工作环境，富有营养的公司土壤滋养着我们不断开拓创新，勇于进取的无限潜力，苏州市明日企业形象策划供应携手大家一起走向共同辉煌的未来，回首过去，我们不会因为取得了一点点成绩而沾沾自喜，相反的是面对竞争越来越激烈的市场氛围，我们更要明确自己的不足，做好迎接新挑战的准备，要不畏困难，激流勇进，以一个更崭新的精神面貌迎接大家，共同走向辉煌回来！