

# 吴江区品质公交车车身广告价格行情

生成日期: 2025-10-30

1、广告制作要有利于乘客阅读：乘坐公共汽车的乘客阅读广告，通常都需要有些距离，所以公交广告的设计，其文案与重要标题的内容必须容易阅读，要让乘客看得清楚。其次应注意的是，由于公交工具基本上都是在行进中，看广告的乘客有可能处于经常摇晃的情况，所以公交广告的表现要特别单纯，少用繁复的手法尽量简洁大方。2、运用暗示技巧：乘客日复一日，每天重复地接触同样的公交广告，容易生出厌恶情绪。为减轻这种感觉，宜用暗示文句，如“渴吗？请喝XX”“该是换季的时候，请选XX”等等。这种暗示口吻的文案，能给消费者增加强烈印象，一旦人们对这些产品有需要时，就可能会自然而然地购买该产品。苏州市明日企业形象策划传播有限公司具有有经验策划师团队，让文字笔底生花！苏州吴中区大面积公交车身广告哪里定制？吴江区品质公交车车身广告价格行情

## 公交车车身广告

公交广告是可移动的户外媒体形式:相对于其他的户外媒体形式，公交广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，在传播方式上为“积极、主动”。从人的注意力角度讲，移动的物体总是比较能被注意到，因此，可以移动的车身媒体同样也更能众多户外媒体中脱颖而出，得到更多的注意，实现高到达率。随着人们商务活动的增多，消费者在乘坐交通工具时，通常远离几大媒体，能更多接触车身广告广告信息，广告受众对广告出处较少抗拒，无法完全回避、拒绝注目车身广告。车身广告利用人们在户外的空白心理，全天候出现在消费者面前，有助于提升品牌度及品牌形象。吴江区品质公交车车身广告价格行情苏州老城区户外公交广告供应商推荐？



公交车体广告是以公交车外体全部或局部为媒介空间展示的广告讯息。车体广告早期 在车身的两侧、尾部或头部做广告。现已蔓延到车体全身。公交车体广告属于户外广告媒介，具有动态流动性这一有效特性。公交车体广告媒介是一种高频率的流动广告媒介，其传递信息的功效显而易见，尤其往返于城市中心的主要街道，

在车辆两侧或车头车尾上做广告，覆盖面广，广告主可以借助这类的广告向公众反复传递信息，广告效应尤其强烈。 公交车广告具有全天暴露、重复率高、阅读率高、成本低等优势。

公交车对于我们来说也是比较熟悉的，不管大小城市都会有公交车，公交车是方便人们出行的一种交通工具，当然也是户外广告的一种表现形式，相信这方面大家应该还是有所了解的。那么，一般来说公交车身广告的优势有哪些呢?有优势那么肯定也是有缺点的，所以就把公交车广告的缺点也一并总结在此了，希望能为大家提供一些帮助。相对于其他的户外媒体形式，车身广告的传播方式是主动出现在受众的视野之中，在传播方式上为“积极、主动”。从人们的注意力角度讲，移动的物体总是比较能被大家注意到的，可以移动的车身媒体同样也更能在众多户外媒体中脱颖而出，得到更多的注意，实现高到达率。近距离接触消费者车身广告的有效可视范围大于270度，从根本上消除了视角盲区，受众可同时接触到两个广告位，有效增加接触机会，确保广告的实际到达率。苏州明日传播设计新颖的公交车车身广告。



对于购买周期较长单次购买投资大的消费品或新面世的新品牌、新产品，公交车广告的投放可以采用提前发布，即在产品尚未正式上市或消费旺季未到来之前就开始发布产品广告或通过广告对促销活动进行提前预告。消费者对这种产品种类的购买特征一般是购买决策周期长或是需要在前期形成产品及品牌认知。这种策略有助于新品牌、新产品进行市场预热，短期冻结消费者购买同类产品其它品牌的决定，从而为新品牌、新产品的推出营造良好的市场氛围。对于已经有一定的度和市场占有率的产品，公交广告的投放通常采用同步发布，即公交车身广告投放与相关广告活动同步开始。如在产品上市与其他媒体广告同期发布或在促销活动开始的同时发布公交车身广告。这种策略可以借助媒体广告组合的放大效果，达到直接影响消费者采取购买行动的效果。苏州明日传播设计无法复制的公交车车身广告。吴江区品质公交车车身广告价格行情

苏州明日传播公交车车身广告创意无限。吴江区品质公交车车身广告价格行情

公交广告与消费者的关系紧密：据CMMS2003(Autumn)统计显示，在全国30个城市普通居民的媒体接触习惯时，昨天看过电视的比例有93%，过去一周看过车身广告的有66%，昨天看过报纸的有57%，昨天听过收音机的有24%，也就是说，公交广告是普通消费者除电视以外接触多的广告媒体。互联网媒体是线上媒体，在发布广告时具有有互联网大数据、大容量、传播速度快、门槛低、互动程度高的特点;公交媒体是线下媒体在发布广告时具有高覆盖率、强制性阅读、与消费者联系紧密等特点。而互联网广告擅于精细营销，公交广告以高覆盖率见长，这是两者之间的根本区别。所以面对广而告之的共同目的可以考虑媒体融合，集两者之长、去两者之短，探索出一条创新发展模式。吴江区品质公交车车身广告价格行情