

# 吴江区兴趣公交车车身广告参考价

生成日期: 2025-10-23

不兼顾其他讯息的发布，公交车身广告不像电视、报纸等必须以主要时间或版面用于非常性质的内容，公交广告可以用一个相当长的时间专门发布某一个信息。人们由于出行需要，不断的往来于同一广告前，频频接收到广告上的信息，经年累月，会留下极深刻的印象。优势15、灵活性强公交广告根据其所宣传内容的功能性，有选择地发布相应的公交环境，这种灵活性有助于广告主有的放矢地进行宣传，以同等甚至更少的广告费用发挥更大的实际效应。而其他大众传媒或限于时段，或限于版面，或限于空间等，难以做到这种有较强针对性的市场选择。优势16、大众化的宣传媒介公交广告是大众化的宣传媒介，它的信息投向整个市场，受众不会受到社会阶层和经济状况等条件的限制。只要走到户外，无论他是谁，必然会或多或少的接触到公交广告所发出的讯息。这是公交广告优于其他媒介广告的一大特点。优势17、一定的环境美化作用一幅公交广告，实际上就是一幅大型的图画，经过设计师的设计和制作人员的精心打造，无论从构图、造型、色彩都具有美感，这是报刊等媒体不能比拟的。而且，绝大部分广告都鲜艳夺目，形式感很强，使得城市的街道充满了跳跃生机，对美化城市的环境起了一定的作用。苏州公交车身广告哪家价格公道？——明日传播。吴江区兴趣公交车车身广告参考价

## 公交车车身广告

公交车广告是存在于公交车车身，这是无法被跳过和隐藏的。它的有效可视角度范围大于270°，从根本上消除了视觉盲区，而且它的展示面很大，能一眼就get到品牌想要传递的信息。只要你身在户外，有心还是无意，都会发现公交车广告的存在，因为它是之一会主动进入你视野的广告。公交车广告具备高效率的同时其成本很低。而且公交车广告整天的费用连电视广告的一秒钟都买不到。公交车早班车6点开始，平均间隔15分钟一趟，途径苏州的大街小巷，不停地循环。你说它曝光的次数比不比电视广告多？曝光的频率高不高？吴江区兴趣公交车车身广告参考价苏州明日传播公交车车身广告形式多。



公交车比较大的特点就是不断在移动。不断移动的东西总是更容易抓人眼球，在公交上打广告具有优越的视觉吸引力，另外，公交车的移动轨迹高密度覆盖城市的重要交通路线，甚至可以设想到这样一个常见场景：早高峰拥挤的马路，较亮眼的不是身旁豪华的跑车，而是隔壁又花又绿且有图片的公交车。公交车相当于一个移动站台广告厅，不仅能够形成高效的资讯广告网，无论动还是静都能轻松吸引周围人的目光。因此，公交媒体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。明日传播集团现有员工300余人，拥有品牌、策划、设计专业团队，广告设计作品在全国、全省等各级专业比赛中百余次获得大奖。在自身不断发展和创新过程中，明日传播集团积极投身于社会公益事业，常年利用自身媒体无偿提供公益宣传，充分体现了企业的社会责任感和无私回报社会的诚意。

发布数量广告发布的次数到底多少次才合理？出现频次如果太少或太多，效果都会大打折扣。发布频次少，消费者含糊不清，不能产生大的影响；广告发布频次密而多，消费者在接收广告信息一定时间后，就会开始麻木，甚至产生反感。车型组合作为发布在公交车上的户外媒体形式，公交营运的车辆的车型对于广告发布效果有着很大的影响，因此选择什么样的车型也是公交组合策略构成之一。

广告目的的配合车身广告发布目的一般非常明确，归纳起来有以下4点：1、以品牌形象为主要诉求目的。2、以产品推广为主要目的。3、以配合电视广告为主要目的。4、以配合产品促销为主要目的。

苏州公交车身广告哪家设计效果好？——明日传播。



依据车体空位合理安排元素。图片占据一些车窗是没有问题的(全封闭空调车要好办得多)尽量扩大图片所占空间;车尾部有较大的通风口会降低图片展示效果，那就安排文字。总之要仔细分析车体每个部分的功能和结构，合理安排设计元素。适当的留白。在进行印刷品设计的时候我们都会想到留白。转化到车体上的道理是相通的。留白可以让画面安静、给人思想的空间。受众在5到10米以内的间隔，看活动的车身广告，其广告要点字体的巨细在35公分至55公分会对比方便。所以说，设计的第一步要依据间隔、视角、环境三要素来断定广告要素的方位。行人及乘车人员要经过可视的广告形象来承受商品信息，所以车身广告规划要统盘思考间隔、视角、环境三个要素。公交广告的效果怎么样？吴江区兴趣公交车车身广告参考价

姑苏区公交车车身广告找明日传播。吴江区兴趣公交车车身广告参考价

随着互联网的发展，户外广告也面临着巨大的挑战，在这个注意力资源越来越分散的时代，要想突出重围，找准媒体独特优势或许会成为下一个重要的切入点。从受众的角度来看，在户外，运动是的，在绝大多数的开放场所，人们的广告接收都是处在运动中的。不断移动的公交车广告可以与不断运动的人群相配合，实现广告信息持久的、重复的传播。户外媒体的视觉性和动态性，决定了信息传递的告知性特点。研究表明，受众对广告宣传的注意值与画面上信息量的多少几乎成反比。画面形象越繁杂，给观众的感觉就越紊乱；画面越单纯，消费者的注意值也就可能越高。一个的造型胜过千言万语。吴江区兴趣公交车车身广告参考价