

北京晚报联系方式 北京日报广告代理公司电话

产品名称	北京晚报联系方式 北京日报广告代理公司电话
公司名称	西安铮潏广告文化传播有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	西安市劳动南路296号西北民航大厦第20层2003号
联系电话	029-88792724 18710963748

产品详情

德芙巧克力：牛奶香浓，丝般感受 之所以够得上经典，在于那个“丝般感受”的心理体验。用丝绸来形容巧克力细腻滑润的感觉意境够高远，想象够丰富。充分利用联想感受，把语言的力量发挥到极致。

“ 传承民族精髓 打造文化精品 ”！相信品牌的力量！

西安铮潏广告文化传播有限公司是一家专业的平面媒体、电台、电视，杂志媒体广告代理公司。与全国的31个省市自治区联盟的友好合作关系，拥有一手的强势媒体资源优势。与此同时，西安铮潏广告还和全国多家直营和买断媒体机构深度合作，实现资源共享，拥有从全国到地级市报纸、电视媒体优势资源，实现了全国资源一体化。

经营理念：

以德传媒——以德示诚 以德立信

服务理念：

以质取胜——质量是根本 品牌是形象

做电视广告，找铮潏；做报纸广告，找铮潏。 做电台广告，找铮潏；做杂志广告，找铮潏。

陈严肖

西安铮湓广告文化传播有限公司《以下是本公司代理的媒体，想了解折扣请来电》

广告投放电话：029-88792724 手机:18710963748 qq：2355619012

联系人：陈严肖 24小时全国免费电话：400-6688-055

公司网址：www.sxzrcb.com

地址：陕西省西安市莲湖区劳动南路296号西北民航大厦20层

代理媒体资源：

一、华北地区

河北报纸地区：燕赵都市报 燕赵晚报 河北日报

山西报纸地区：山西晚报 山西日报 太原晚报 太原日报 三晋都市报 山西商报

北京报纸地区：参考消息 参考消息北京版 环球时报 中国证券报 中国日报 中国青年报 中国经营报 解放军报 中国教育报 中国老年报 经济日报 经济观察报 人民日报 北京晚报 北京晨报 新京报 京华时报 精品购物指南

天津报纸地区：今晚报 每日新报 天津日报 城市快报 假日100天

黑龙江报纸地区：生活报 新晚报 黑龙江日报 哈尔滨日报 黑龙江晨报 黑龙江老年报

吉林报纸地区：新文化报 城市晚报 长春晚报 吉林日报

内蒙报纸地区：北方新报 呼和浩特晚报 包头晚报

辽沈报纸地区：华商晨报 辽沈晚报 半岛晨报 辽宁日报 沈阳晚报 大连晚报

二、华东地区

上海报纸地区：新民晚报 新闻晨报 解放日报 申江服务导报 第一财经日报 上海证券报 文汇报 上海青年报 东方早报 天天新报 外滩画报 新闻晚报 房地产时报 m2f金报 人才市场报 上海商报 地铁快线 时代报 上海日报 上海劳动报 上海壹周 完全生活手册 楼市周刊 上海楼市 租售情报 环球时报上海版

浙江报纸地区：钱江晚报 都市快报 温州都市报 温州晚报 温州商报 宁波晚报 宁波日报 浙江日报 金华晚报

安徽报纸地区：新安晚报 合肥晚报 安徽商报 安徽日报 江淮晨报 大江晚报 芜湖日报

山东报纸地区：齐鲁晚报 半岛都市报 青岛晚报 山东商报 济南时报 济南日报 大众日报

江苏报纸地区：扬子晚报 金陵晚报 现代快报 南京晨报 姑苏晚报 江南晚报 南通晚报 江海晚报 扬州时报 扬州晚报 扬州日报

三、华中地区

河南报纸地区：大河报 郑州晚报 河南日报 河南商报

湖北报纸地区：楚天都市报 湖北日报 武汉晨报 武汉晚报 长江日报 长江商报 楚天金报

湖南报纸地区：潇湘晨报 长沙晚报 三湘都市报 湖南日报

江西报纸地区：江南都市报 南昌晚报 江西日报 江西商报

四、华南地区

广东报纸地区：羊城晚报 南方都市报 南方周末 深圳商报 深圳晚报 深圳晶报 深圳特区报 珠海特区报

福建报纸地区：海峡都市报 海峡导报 福州晚报 东南快报 福建日报 厦门晚报

贵州报纸地区：贵州都市报 贵阳晚报 贵州日报

广西报纸地区：广西日报 南国早报 南宁晚报 桂林晚报 桂林日报

海南报纸地区：南国都市报 海南日报 海口晚报 海南特区报

云南报纸地区：春城晚报 都市时报 云南日报 生活新报

五、华西地区

重庆报纸地区：重庆商报 重庆晨报 重庆晚报

四川报纸地区：四川日报 天府早报 华西都市报 成都商报 成都晚报

陕西报纸地区：华商报 西安晚报 陕西日报

甘肃报纸地区：兰州晨报 兰州晚报 甘肃日报 西部商报

宁夏报纸地区：新消息报 银川晚报 宁夏日报

青海报纸地区：西海都市报 西宁晚报 青海日报

新疆报纸地区：新疆经济报 乌鲁木齐晚报 新疆都市报 都市消费晨报 新疆日报

可口可乐：永远的可口可乐，独一无二好味道 在碳酸饮料市场上可口可乐总是一副舍我其谁的姿态，似乎可乐就是可口。虽然可口可乐的广告语每几年就要换一次，而且也流传下来不少可以算得上经典的主题广告语，但还是这句用得时间最长，最能代表可口可乐的精神内涵。