北京电梯轿厢广告联系电话

产品名称	北京电梯轿厢广告联系电话
公司名称	北京美宇文化传媒有限公司
价格	980.00/块
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区安华里五区18号楼06层18-22内612室
联系电话	13911259094

产品详情

北京电梯框架广告 北京电梯框架广告投放 北京电梯框架广告招商
北京电梯框架广告执行电话；13911259094

北京电梯挂板广告 北京电梯轿厢广告 北京电梯海报广告 北京电梯框架广告投放电话；13911259094

一、电梯广告媒体与其他媒体的分析比较 媒体 优势 弱点 电视广告
表现力强：声音、图象到达率高适应面广，受众层次广广告效果得到普遍认可
制作费很高广告发布费用昂贵广告发布时间短，干扰性强——观众通常在广告时段切换频道 报纸广告
包含信息量大到达率较高设计制作灵活
广告图画质量欠佳，画面冲击力不够选择受众对象能力差广告展示时间短 杂志广告
印刷精美、图文并茂选择受众对象能力强可以反复阅读和长久保存；广告受众少出版周期长版面狭小
大型户外 强大的广告画面冲击力展示时间长媒体费用与千人成本低
主要为平面广告形式地理位置固定承载信息量少 电梯广告 较强的广告画面冲击力选择受众对象能力强到达率较高展示时间长，可以反复阅读，承载信息量大媒体费用低
主要为平面广告形式受众层次集中，中高消费层次群体地理位置固定，覆盖范围相对集中

二、为什么适合并且需要在电梯广告上投放 1、 。电梯广告的受众是文化层次较高、收入较高、消费能力较强的群体。从这一点上说，中高档的产品的目标消费群体正是电梯广告媒体的受众。 2、 电梯广告媒体信息传递量大，展示时间长的特点正好可以满足新产品、品牌传播的需要、传递新产品上市信息、产品促销信息传递的需要。 3、 受众到达率高。基于电梯的时间等待、空间狭小和受众反复乘座等特点，决定了广告阅读的不可避免和反复性，目标客户阅读广告内容的主动性。到达率更高达100%。可以很自然地强化消费者对新产品、新品牌的认同感，以及提升新产品、品牌的知名度、忠诚度和联想度。 4、 贴近性：电梯媒体直接面对目标受众的特点，成为广告传播渗透性极佳的媒介。可以强烈地刺激消费者的购买欲望。 5、 电梯广告作为新兴媒体，其部分受众是传统的媒体难以到达的，是现有媒体的重要补充，是进行市场推广的传播途径。 6、 电梯广告媒体费用低。（在投放费用预算中体现）

北京电梯媒体各级别分析经济型楼盘楼盘概述：别致而家庭化的住宅小区,大多是1至5年前的建筑。社区环境和谐、自然。国内电梯占主流，在北京市以居民楼为主。业主特征：以机关、院办、银行等政府部门的公务员或企业经理人和职员占绝大多数，有固定的家庭住户，主动接受多方面的信息，生活较为规律，接触媒体多，不具个性化。主要分布：朝阳区（望京；亚运村；CBD等区域）海淀区（中关村；上地等区域）东城区；西城区；宣武区；崇文区；丰台区。时尚型楼盘楼盘概述：拥有良好的服务及质量，为近些年来建成的写字楼。社区环境舒适、优雅，采用国内电梯，拥有齐备的物业管理设施及完善的社区服务。业主特征：电梯媒体受众主要以上班族为主，客流量较大。欣赏水平较高，更注重生活品质，工作占用时间较长，看电视、报纸的时间较少，活跃时段在节假日。主要分布：北京市二环沿线；东三环；北三环沿线；北四环区域。豪华型楼盘楼盘概述：全部是北京市的知名宾馆及饭店附近，多为近些年中标志性建造的高档项目。境优美、别致，景色宜人，采用知名电梯品牌，拥有国际化先进的物业管理服务。业主特征：电梯媒体受众以各大公司经理、社会名流、私营业主、成功人士、高收入人群为主，住户量稳定，客流量较大。有较高的欣赏水平，看电视、报纸的时间较少，有较为活跃的日程。主要分布：北京市区所有知名酒店及高端娱乐场所附近

电梯广告受众分析北京地区电梯广告的受众群收入分析：3000-6999元占43.4%、5000－12000元占29.2%、12000元或以上占27.4%。北京地区电梯广告的受众群学历分析：高中及以下占3.5%、中专或技校占22%、大专占18%、大学或以上56.5%。北京地区电梯广告的受众群年龄分析：45-54岁占9.6%、24岁以下占16.7%、25-45岁73.7%。北京地区电梯广告的效果分析：不太深刻占3%、一般占12.4%、非常深刻占35.1%、比较深刻占49.5%。北京地区电梯广告的接受度分析：一般占2%、比较接受占48.5%、非常接受占49.5%。北京地区电梯广告的关注率分析：不太看（乘坐四次电梯少于看一次）占1%、有时候看（乘坐四次电梯至少看一次）占17%、经常看（乘坐两次电梯至少看一次）占42%、每次乘坐电梯都会看（乘坐四次电梯看四次）40%

1、居民平均每天使用电梯5次。2、居民平均每周有2位佳宾到他们的公寓。3、85%的评论认为电梯广告是最受欢迎的（最多的评论：它让你在电梯里有事可做）4、82%的人认为电梯广告读起来很有趣。5、98%的居民认为电梯广告避免了尴尬（如果没有广告，在电梯里只能相互不自然的对望或目不转睛地盯着楼层和天花板）电梯广告受众人次与发布成本◇电梯广告每天每部受众人次420次◇4人次/天×3.5人/户×3户/层×10层/部×1部=420次◇电梯广告每期（30天/期）受众总人次1.26万人次◇每期发布千人成本为：150元/期一幅×1部÷1.26万人次×1000人=0.000012元广告发布的规格镶嵌式有机玻璃高档镜框：镜框规格57CM（高）×42CM（宽）纸张规格57CM（高）×42CM（宽）广告画面规格54CM（高）×39CM（宽）