

# 北京电梯框架广投放价格联系电话

产品名称	北京电梯框架广投放价格联系电话
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 北京电梯挂板广告投放 北京电梯挂板广告招商  
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坐等特点，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,多为近些年来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%