

租赁热气球 张家港热气球 新天地航空俱乐部2

产品名称	租赁热气球 张家港热气球 新天地航空俱乐部2
公司名称	常熟市新天地航空运动娱乐俱乐部
价格	面议
规格参数	
公司地址	常熟市富春江路79号
联系电话	13913180520

产品详情

本田汽车热气球--不一样的环保支持 本田“北极熊”飞上天

说到本田在中国对保护环境方面所做出的贡献与努力，众多长久以来关注本田的车迷们马上会想起本田在国内举办的节能竞技大赛以及环保产品——混合动力思域。而在日本，对环境的保护则被本田通过热气球大赛的方式体现出来。

堪称热气球界GP赛事的“HONDA热气球Grand Prix”，是世界热气球相当重要的比赛，身为追寻梦想创始者，本田于1989年全力赞助，租赁热气球，并协助主办单位AirB所有经费。预计在4月4日举办的“2008 HONDA热气球Grand Prix”上，第1站先于日本本田发源地栃木县藤冈町渡良濑运动公园举办，第五站则是11月底栃木县宇都宫市茂木Twin Ring赛车场的“国际热气球大赛”。

身为主办单位，本田自然也要推出参赛热气球，这回则是以北极熊为涂装，让地球环保议题飞上天空，而这也是继地球涂装F1赛车后，本田再度彰显生态环境的表现。“HONDA热气球Grand Prix”的评分标准，通常是以上升速度、高度、降落至目的点精准度、方向等计分，在裁判的评断下给分，分数高者胜出。至于热气球造型美观与否，则是趣味性较高的评分项目重点。

因此，在今年度的“2008 HONDA热气球Grand Prix”赛事中，除了本田的北极熊涂装热气球外，必会看到不少卡通造型热气球。

热气球空中广告优势

1、空中媒体，升空见1效，第1注目率——此“见1效”以受众对所见热气球广告内容产生记忆度为衡量标准。我们做过一个有趣的实验：把若干个媒体——电视、报纸、车身广告、路牌广告、小宣传单位、热气球广告等发布的不同广告展现在同一批受众群面前，热气球广告租赁，之后，让他们回忆所接触

的那些广告中哪一个还留有印象。答案是:热气球发布广告。它的受众记忆度100%。

2、二次传播的连环效应——热气球出现在现场，除造成现场轰动效果外，必成为媒体捕捉的焦点，新闻媒体不遗余力的二次传播，更使其产生难以估量的效果。

3、最能彰显品牌尊贵——热气球所具有的时尚性、时代感及傲视群雄，天之骄子的地位使其广告主品牌形象独显王者风范。

4、强迫性、主导性强、视觉冲击力媒体之最——热气球广告立体造型，体积庞大，一旦升入空中，在极大范围内处于唯一清晰可见的广告媒体，主导性强，能强迫受众观注，热气球飞行，给受众留下难以磨灭的印象。

5、具亲和力——因热气球运动兼具商业性及娱乐性，使其在作为广告媒体的同时，能较好发挥互动功能，使广告主与消费群迅速拉近距离。

6、广告发布费用低——因其初次传播见效率高达100%，所以与其它需靠累积播出频次方产生广告效力其他媒体相比，投入小，收获超值。

压力仓

环球飞行的飞行员们住在一个密封性能极好的压力仓中，压力仓提供了适宜的温度、压力和空气环境，这与普通热气球上的大筐不可同日而语。例外的是，热气球孤胆英雄、美国人福塞特1997年以来所作的3次以“独立”命名的环球飞行未使用压力仓，为此他要忍受十几千米高空中零下20 以下的低温，并且始终需要配带面罩进行呼吸。

安全

如果飞行中氦气出现泄漏，热气球将变成完全靠加热保持高度；如果泄漏加大，张家港热气球，不能保持高度，气球将会起到降落伞的作用，把下降速度控制在每秒5米之内；如果状况继续恶化，飞行者还有足够的时间跳伞；以后就是救援人员的事了。在最近两次环球飞行中（98年12月、99年3月），从太平洋里救出"ICO环球"和"有线与无线"人员的分别是美国海岸警卫队和日本国民自卫队。

租赁热气球-张家港热气球-新天地航空俱乐部2由常熟市新天地航空运动娱乐俱乐部提供。常熟市新天地航空运动娱乐俱乐部（www.jsxtdhk.com）拥有很好的服务与产品，不断地受到新老用户及业内人士的肯定和信任。我们公司是全网商盟认证会员，点击页面的商盟客服图标，可以直接与我们客服人员对话，愿我们今后的合作愉快！