# 宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司(4篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-08-12

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司篇一7月3号...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

**宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司篇一**

7月3号，针对户外广告调查我们宿舍集体坐校车去市里采风，完成课程实践。首先我们来到泉城路芙蓉街，那里人员熙攘，而且在市中心，相对来说比较繁华。与此同时我们也可以品尝芙蓉街的美食，真是一举两得。

本次户外广告调查中涉及到的户外广告有以下几种类型：招牌广告，电子屏广告，悬挂广告，橱窗广告，楼体广告，霓虹灯广告，灯箱广告，围挡广告，射灯广告，看板广告，充气物广告等。

招牌广告

通过观察可以看到：店招大小不同一，高度和外延部分参差不齐。在诸多横向或纵向重叠重复设置的广告，广告密度过大。很多招牌上面的字迹已经模糊，辨识度非常低，严重影响美观。

电子屏广告

电子屏与店招紧靠，违反招牌设置区域严禁设置该类媒体的规定； 某些电子屏已经有所损坏，字体变形扭曲，严重影响美观

解决方法：严令商家规整电子屏广告。

悬挂广告

违反电线杆、电力杆、电讯杆等道路附属设施范围内禁止设置户外广告设施的规定，存在安全隐患。

自制广告牌外形丑陋，影响街道容貌，有损建筑物整体美观。

原因：个别商家只图省钱省力，不顾市容市貌以及人身安全，就地取材设置广告。

解决方法：

整顿卸除悬挂在电线杆、电力杆、电讯杆的悬挂式广告。处理悬挂在建筑物外墙以及门窗上的自制手写广告牌。城管部门，环卫部门等对随处设置广告者给予警告或处罚。楼体广告

广告损坏严重，影响市容市貌。

霓虹灯广告

处于重要交通十字路口的霓虹灯广告面积太大，高度不合标准。个别光线太红且靠近红绿灯，影响车辆过往安全。一些霓虹灯有损坏，影响整体夜景美观。个别霓虹灯上存在不明射灯，影响霓虹灯美观。解决方法：

缩减霓虹灯广告面积，符合一定高度设置。远离红绿灯。修复损坏的霓虹灯。拆除霓虹灯上不必要的射灯。

违反柱脚的设置与树木、杆线等齐平，与各类设施（除行道树）的距离不少于3米的规定；道路路口范围设置的落地式户外广告设施，应保证车辆、行人通行及交通参与者的安全视距，不得对道路使用者的通行产生影响； 违反电线杆、电力杆、电讯杆等道路附属设施范围内禁止设置户外广告设施的规定。灯箱广告太靠近盲道。一些灯箱损坏，影响和谐统一。解决方法：

拆除电线杆等电力设施上的灯箱广告。灯箱广告设置尽量远离道路路口，人行道盲道周围近距离更不能设立广告牌。对损坏的灯箱进行更新。

户外广告已成为现代城市景观环境的重要因素，编制城市户外广告规划有利于创造优美的城市景观，并促进户外广告的健康发展。

由于缺少对户外广告设置的数量控制，户外广告无限制重叠设置，造成了严重的视觉混乱。其次：由于对户外广告设置缺乏较有效的引导，市内普遍存在户外广告尺度过大，破坏了建筑立面与空间的完整性（照片均由展示）。第三：由于管理中，没有对具体位置的明确限定，位置不当的广告时时出现。如有相当多的商业广告遮挡了建筑物的窗户，临时广告遮盖了立交桥或人行天桥的交通标识的现象也时有发生，这些现象不仅影响了建筑物和城市道路的使用，而且存在着一定的安全隐患并造成社会问题。第四:市区内大量存在设计质量低劣或未经设计的广告，成为了视觉污染主要因素。许多广告（尤其是墙面吊挂式广告）选才不当，使广告本身和媒体出现锈蚀剥落，严重影响了观感。综上所述的种种问题，我们提出了一下些许建议：

1、导入dis的规划理念，尊重街道性质，构建和谐的城市街道景观，为所规划的区域、路段和街点进行个性化形象的定位。换言之，就是根据不同路段、不同建筑特色以及不同的文化内涵设置与之协调的“户外广告形象”

2、简化户外广告管理主体，提高管理效率。户外广告的行政主体只需要工商管理部门和城建部门即可，并且明确各自的职责，统一又有效的对户外广告进行整体的规划。从而避免行政主体多头化造成的审批过程的繁琐复杂和执法部门混乱造成的执法不力。

3、编制户外广告规划，强化管理力度。户外广告规划编制的滞后，给城市景观带来破坏，管理带来漏洞，因而编制“与城市发展关联大、影响度大，同时自身又具有很强系统性的”户外广告规划是很有必要的。

4、完善审批监管内容、消除安全隐患。在户外广告审批时应增加户外广告审批时应增加户外广告施工监理合同书、施工图、施工单位的安全生产许可证等的申报。完善审批内容，消除潜在的安全隐患。

5、引入市场机制，减弱负外部效应。引入市场机制，能够增强政府经营城市的意识，还能减弱户外广告的负外部效应，有偿出让使用权既能为政府减轻城市建设的压力，也能促进户外广告良性发展。同时，政府还可以通过增加其闲置成本的方法来管理闲置的广告设施，利用市场竞争机制来实现户外广告资源的优化配置。

具体实施计划：针对现存的各种问题逐个进行整改，采取先轻后重的原则分阶段进行，初期，针对户外广告设施中脏、乱的部分进行整改，使街区内户外广告的美观与整洁程度符合户外广告投放标准。中期，针对户外广告设施中违规搭建、阻碍交通、影响街区秩序的部分进行整改，采取撤销、罚款、警告等手段。

后期，深化管理，对本报告中所提及的其他不规范之处进行逐个排查与整改。加强宣传教育，定期对街区内户外广告投放情况进行突击检查，并形成制度。同时与专业的广告公司合作，整理规划出符合新城市外观特征的户外广告。

**宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司篇二**

宜昌地区大型户外广告市场调研报告

一． 数据统计

宜昌目前约有各类型广告公司285家，其中涉足户外广告业务的仅不足10家。根据行业内的造价标准，一个两面t型广告牌位的建造费用平均为14万元，三面t牌为18万元，一块100平米的钢结构楼顶牌约为11万元，而大型优质的户外广告位的年租金更是动辄三四十万元。这样高昂的初期投入和不菲的制作成本，抬升了相应户外广告市场的进入门槛，导致此领域巨大的产能输出长期被少数几家财力雄厚的广告公司所垄断，既造成了本地户外广告市场份额的分配失衡，又不利于行业的健康发展。

据不完全统计，宜昌市内共有t型广告位48个，大型楼顶牌及过街龙门63个，其中夷陵广场四周的楼顶牌占17块。宜昌周边的高速公路及坝区现有t型广告位71个。其中汉宜高速占30个，荆宜高速15个，三峡机场高速公路12个，318国道宜昌枝江段有1个。在以上的高速路段中，汉宜高速的30个广告位6年内的经营权已被武汉利旗户外传媒有限公司买下。

就目前的市场行情而言，市内主干道上的t牌广告位年租金约为35万元左右，夷陵广场范围的t型牌位可达到60万每年。夷陵广场周边楼顶牌位依据大小及位置的不同，年租金在20万到40万元之间，其他地段的大型广告牌位年租也都在15万元以上。高速公路边的t牌广告位租金一般为20万每三年。

二． 市场分析

宜昌位于黄金水道长江之滨，是久负盛名的水电之都，并且作为武汉——宜昌——襄樊铁三角经济区的一员，向来都是当之无愧的西南重镇。近十年来宜昌突破了过去单一的以第三产业为主的发展模式，在金融、化工、汽车制造等各领域都取得了长足进步。2024年宜昌市全年gdp达到1547.3亿元，已成长为一个综合实力湖北省第二、长江沿岸第四的新型城市。

高速发展中的宜昌，各行各业都异常活跃，在这样一个崛起中的城市商圈中，商家逐渐摆脱了以往的传统商业理念，开始注重品牌打造与形象宣传，这一趋势造就了近几年本地广告行业的之态突飞猛进。

保守地估算一下，以城区平均每个t牌广告年租金40万计，则89个t型广告位每年创造3560万元的产值。以夷陵广场地段楼顶牌平均30万每年每块、其他地段平均15万每年每块计算，则宜昌城区大型楼顶牌与过街龙门的广告位年产值有1030万元。这两类大型户外广告媒体的年产值总计可达到4590万元，其他的如灯箱、展牌、车载及墙面广告等一系列小型广告资源的份额也非常可观。另外再把新生媒体资源的建造制作考虑进来，以每年增加20%计算，则新增加大型户外广告的产值将有918万元。

然而在这个前景宽广的大环境下，行业发展却并难以百花齐放。由于有限的优质媒体资源与高端广告业务几乎全被市内几家大广告公司所霸占，使行业内部出现阶级分化，让许多中小广告企业被排挤至产业边缘与夹缝之中，进而失去正常成长的机会。这无疑对本地广告行业的长远发展是一个恶性症兆。因此，行业当前亟需一支强势力量的介入，来打破市场不平衡的格局，使市场重新洗牌。这支强有力的手可以对本地广告行业进行两项改造：

1．把蛋糕做得更大

在行业外部，可以开发出更多广告资源，创造出更丰富的运营模式，从而提升整个行业的产值。

2．将蛋糕重新切分

在行业内部，它能够合理化地把机遇和利益重新分配，使行业自身更加平衡和健康。

三． 前景预测

广告行业是目前中国最有潜力的行业之一，并且相对于经济发展的速度有一定的超前性。近几年户外广告平均年增长率超过20%，应该说前景非常得良好。但目前各地方政府因为利益上的关系，不断下发文件拆除广告牌，也增加了户外广告的经营风险。尽管如此，广告企业仍会努力取得城市的各类媒体资源，因为市场需求一直有增无减。相信在各方的努力下，通过广告商的争取、政府部门的理解和广告主的诉求，户外广告在经过市场规范化之后将迎来新一轮的增长。

以目前宜昌所具有的大型户外媒体资源3600万元产值为基数，每年15%的增长率计算，5年后大型户外广告的市场将增至7240万元每年，按照15%~25%利润的行业标准，利润空间为1086万元~1810万元。

当下户外广告业正处于一个转型时期，随着科技化浪潮渗透到社会的每一个领域，以及人民对居住环境的要求不断提高，户外广告必定也将朝向新颖、美观、娱乐化和高科技的路线发展。而相应地，户外广告产品的附加值也将大幅上升，这无疑为大型户外广告开启了一片新的发展空间。并且宜昌作为一个高速发展中的城市，随着城市圈的迅速扩大和商户的急剧增多，户外广告的市场需求很肯能超出预期而呈井喷之势。因此我们没有理由不对未来前景持乐观的预期。

**宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司篇三**

户外广告调查报告

摘要：

本文主要以实地观察的形式对黄冈市的户外广告进行调查，通过收集到的资料进行分析汇总，对黄冈地区的户外广告有了一定的认识和了解，同时也发现啦一些问题，并提出以自己的看法和观点。关键词：户外广告的类型、户外广告的优缺点、户外广告的位置、户外广告的影响、一、户外广告的类型

在户外广告中所包含的范围很广。其中包含着户外灯箱广告、招贴广告、车体广告、露天招牌、霓虹灯广告、及门面墙体广告等。一般凡是在户外野外能看得到的广告都可以被称之为户外广告。

二、户外广告的优缺点：

优点：1）户外广告既省钱，宣传效应又强，推广范围又广。据资料显示每拍一次电视广告的费用是做一次户外广告费用的两倍，特别是在街头上灯箱广告和夜晚的霓虹灯广告，既醒目又刺眼。还能够美化环境。走在大街上人人都愿意去看一眼。而公车车体广告更是驰骋户外，穿街走巷无处不到。车水马龙中一路都看到。这就是户外广告魅力效应。

2）户外广告的宣传时间比其他仍何媒体的广告时间都要长，因为它经济。如一个户外灯箱广告位，一般商家和广告公司都是签做一年或两年的时间。只有及少数的昂贵霓虹灯广告才做一年与半年的。

户外广告调查报告

而且很多灯箱广告和霓虹灯广告都是在自家的店门口和领域范围内做，所以时间更是永久性的（如：武商量贩的墙体广告）。然而电视广告最多都只是做一个月到两个月的时间。时间做长了，商家根本无法回收太大利润。不仅没多少效应，而且有时还会引起观众的反感和排斥（如：我们平时在生活中看电视最讨厌广告）。并且，在现在这个高速发展的信息时代有多少人愿意整天呆在家里看电视呢？所以说户外广告的宣传力度大。

3）户外广告可以不断期的维修和护理，还可以更换改装等。户外广告还可以以“小本大量”来做。如在一个城市的每一条街道都可以树立一个小型的灯箱广告或霓虹灯广告。做到“条条大道都有您”的宣传效应。更是以一种强烈的视觉效应刺激着过往来回的每一位行人（如：步行街的那一排霓虹灯）。与此同时户外广告的三面翻广告牌已得到发展。随著科技的进展，三面翻广告牌除了提供更多画面展示外，还更容易操控，更可靠，更容易保养。简言之，自然是这类转动广告牌比静止广告牌收益更大（如：步行街入口两边大楼的三面翻广告牌）。

缺点：1）户外广告最多的缺点是没能及时的更换信息。这样就使户外广告不能及时的展现出自己最新的信息。

2）容易遭受损坏，使用的期限有限，信息的容量相对有限。

三、户外广告的位置

户外广告作为一个平面媒体，户外广告能够提高产品的知名度，户外广告调查报告

快速直观的进入人们的视线，并且受时间的限制比较相比电视机要少，取得成功的关键就是人流量多的地方，在相对人流量中其视觉效果能否吸引人们的注意力。而这又与户外广告所处的位置息息相关，只有在适合多的的方放置适合的户外广告，从而针对自己的目标消费群体（如：广告放在人们经常去的地方、有购物需要的地方、能随时看到的地方。有良好的视觉效果的地方）。

四、户外广告的影响

1）车体广告:一个城市的公交系统的发达程度决定啦这个城市是否能顺畅的运行，而在公交系统中只有公共汽车的情况下，他每天汇聚的人流量是无法比拟的，有利于渗透各阶层的人们。2）大型广告牌：有利于树立企业的形象，并确立在同类产品中的领导地位，有利于加强人们对品牌的认知度。

3）人行道灯箱：广告信息覆盖面广，既醒目又刺眼，还能够美化环境。

**宜昌户外广告调查报告五篇文章 宜昌户外广告公司篇四**

宜昌：在现湖北省范围内，经济实力仅次于省会武汉，依傍世界第一水电站，正向国际化的旅游大都市发展．

当阳：全国文化县，省小康城市，连续十年跻身湖北综合实力十强县市

半月：全国文明镇，全市示范镇

家乡所看到的各种户外广告

t型广告牌、（路牌广告）：枝江大曲，天下江南，首付１９.８万

指示牌，：（半月）凤凰佳苑欢迎您，前进１００米帝豪陶瓷欢迎您

候车亭广告牌：奔腾电脑为您免费护理

建筑立面、： 喷立妥，一喷就妥

顶部广告牌：盛泰华庭当阳中心商业圈，豪华开盘

人行道广告牌：中国移动，我的地盘我做主

海报：天翼３ｇ，火爆登场

条幅：当阳苏宁电器城祝欧亚地板开业大吉．寒假英语快乐学习班开班啦

霓虹灯、：天地人间ｋｔｖ，夜色

ｌｅｄ看板:咖啡魑惑

电视屏幕：流动播放本市广告

广告柱：锦锈纺织招工啦

移动车厢音响：东方超市今日特价，厢包六点五折，，交通工具上的广告：公车，以及出租车上的流动或者印刷广告

升空气球：领航宜昌

各候车亭及车站广告：回家就用中国移动，流动广告：各种产品纪念衣服广告，比如金龙油，比如移动充话费送的雨伞

各促销活动广告：美丝（新洗发水）在各村中办晚会发样品

通过对路边广告的观察，以及对一些广告法规和地方性政策的了解，再通过与相关人的交流调查，我详细的了解了以下几个方面：

一一个地区的整体水平的高发展必然要对其户外广告业进行合理的规范化的管理，以期达到统一，整体的效果，同时政府对广告行业的宏观调控，促进户外广告的的合理发展，也能带动地区的发展．

“要把每一个户外广告当景观来做。如果你能够把周边的环境当做创意要素来考虑，那么你的广告就是一个景观。如果你的广告做得不好，那你的广告就成为了污染物。”

从宜昌市区看

对于一个渴求发展的城市来说，户外广告也是作为城市脸面的一种，也需要精心的打扮与整个城市的发展方向相适应，所以一般来说其户外广告须严格控制数量上的泛滥，同时也要注意位置的分布和方位的排放．０６年以前，由于缺乏系统有效的实施办法，没有完整性的规划户外广告建设，宜昌广告多为无序状态，一般分布于路边独立广告牌，候车亭广告牌，及建筑立面及显眼的墙面等，内容形式更是多样，近两年，为了建设世界水电名城，宜昌市区的户外广告已经有了合理化的进展，在向更加整合的方向发展并竖立了相对就的行为规范，对户外广告业进行了合理的区域规划而今．宜昌城区户外广告牌多为t型广告牌多集中在城市主要道路：多为湖北本省酒业（枝江大曲等）、指示牌地区分界或者某生产公司在靠近主干道附近（如 湖北帝豪陶瓷欢迎您），独立式广告牌（在路口中心处转盘上 牵起你的手，一生拥有 某商场广告）、候车亭广告牌（奔腾电脑城为您免费保修，欢迎您的来访）顶部广告牌（高建筑的显眼处如当阳的＂盛泰华庭盛大盘，黄金商铺，疯狂抢购）以及一些商店门口自身的广告牌（譬如 ＂衣衣不舍＂＂夏日风情＂＂水去间＂等卖衣服的）。另外为了建设好一个美丽的旅游城市，树立文明安静整洁的国际化大都市的形象，通过观察资料调查发现，宜昌的户外广告实行了严格的分区管理，其大部分的广告都设置在商业区，步行街，开发区转盘，及一些沿江大道等一些人们上班或者逛街必经过的地方，一方面解决了户外广告的安置问题，发展了经济，同时也照顾到了广告商家的利润．而在一些景色相对较好，以观赏为目的的路段，和一些设置功能有较大影响的地方，人流量相对来说比较大的地方却严格要求除了沿途的公共站台外，不准设置落地广告设施，而且居住建筑及居住建筑用地不得设置户外广告；居住区内不得设置霓虹灯广告。做到了真正的留给居发一方净土，放下心情，观赏景物，放松自己，而不用每时每刻都将自己放在社会商业中．

根据调查，了解相关条文，发现有明确的规定有九类户外广告在城区不得设置：

不得在标志性建（构）筑物、坡屋顶或屋顶造型独特的建筑物顶部设置户外广告。

不得在艺术造型路灯杆上设置广告。

不得在居民楼、住宅小区设置户外广告。

不得设置与建筑载体及环境不相协调的户外广告。

不得设置无夜间照明广告，且夜间广告照明不得造成光污染。

不得设置破坏城市天际轮廓线的广告。

不得在城市建成区人流密集和建筑密度高的道路沿线设置大型立柱广告。

规划区域内高速公路不得设置除高立柱户外广告外的其他形式户外广告，且高立柱户外广告间距不得小于1000米。

飞艇、热气球等升空器具不得悬挂广告。

而相对于宜昌下所属的县和镇来说，经济的日益发展，农民作为一个消费群体越来越受到重视，户外广告也有力的抓住了农村消费市场，抓住机遇向农村疯狂蔓延，在乡镇公路边，基本上所有侧面或者是正面面向公路的地方，都会被广告商利用起来，宣传自身的产品，比如清华同方太阳能，红桃ｋ，妥立帖等一系列适合农发消费而且物美价廉的产品进入人们的眼帘，但是，随着经济的发展，新农村的建设，政府日益注重农村的整体形象，在新农村内，与农民合资建造的住宅区内，采用统一的样式与色彩，在政府选定的示范区中更是统一装修墙面，甚至在门口会用白色的围栏围出花莆和菜园，在这样的一个环境中，政府也是明确要求不允许低质量（即破坏新农村整体形象的墙体广告进入），以期达到一个良好的居住环境

随着对户外广告设置的严格管理，使得合法且最具收益的广告地越来越少，供小于需，也使那些广告位的价格越来越高，商家也不断的进驻，广告的质量也越来越高，广告位也渐渐也成为一种风景，与该地区的和谐度不断提高，也间接带动经济的发展．

二户外广告的发展与经济的发展具有直接联系，经济的发展决定了其消费的发展，所以这要求我们，无论是广告内容的设置还是其产口的宣传设置都必须确定其目标市场，再制定详细的宣传计划．

＂经济基础决定购买力，而购买力决定了厂商产品销售范围，产品的销售范围决定了广告的宣传范围，但是抓住已有的表面客户的同时，是那些潜在的客户，广告业上的黑马就是那些为产品开辟新市场的人＂

对于我所居住的宜昌范围来说，城市和农村的户外广告无论是表现形式.广告的表现内容，主要的产品等方面都具有明显的差别。这都与其经济的发展有着很直接的关系，比如我在宜昌立交桥周围的广告，会是奥迪或者宝马等的新款上市，具备良好性能，注重其享受和品位，（大众全新改版，至尊享受），然而在农村，相对于城市而言经济落后，但是私家车已经日渐是人们下一个追求的品牌，ｑｑ车的全新上市以人们能够接受的价格带来了一种不一样的享受．而且大部分的墙面广告直白也具有吸引力（东风日产，２５０００国家直补；３８０００,海马小车跟您回家）．电脑．私家车已经和上个世纪的彩电，冰箱一样日益成为每个家庭的必需品，谁赶上前面发现市场，宣传产品就占得了先机，但是必须找准对象，假如在农村卖宝马自然是无人问津的，而在城市卖面包车也是不上档次的，也就只能宣传它的简单实用，造型等．

只有抓住当地的消费特性，是重价重质又或者是面子，重点攻城，才得取得胜利．

三户外广告的内容符合当地人民的生活习惯和水平，主要直白体面美观大方的广告词或者画给着满足消费者的三个要求：价格合理。使用便捷，提升档次．

由于户外广告多是一断横截面，无法像电视或广播广告一样精心解说或者是实物展示，它只能通过画面，话语来吸引消费者，户外广告可以较好地利用消费者途中，在散步游览时，在公共场合经常产生的空白心理。在这种时候，只有一些设计精美，奇特的广告常能给人留下非常深刻的印象，能引起较高的注意率，更易使其接受广告。只有将户外广告做得简单精悍精典，才能达到其预期目的，使就是匆匆赶路的消费者也能因对广告的随意一瞥而留下一定的印象，并通过多次反复而对其产品留下较深印象。

那么如何产深刻印象以至于对消费者产生吸引？就是要找到满足消费者的需求． 对症下药，不同的人需要同一种商品，却不是同一种理由，这就要求广告的多元化，找准不同人的不同需求，以不同的风格和述求来诱惑消费者．比如中国移动面对学生的是动感地带套餐为海报宣传的重点，但是在农村其虚拟网的是推出的重点戏，还有合家欢的套餐（多为大型的墙面广告），同样是中国移动卡根据其功能和消费范围选择不同的广告语，自然会获得成功．

四户外广告主要以以下方式在消费者心中留下初步印象：体积上挡住你的视野，色彩上吸引你的视线，广告词上迷惑你的思维（音频还有声音上攻击你的听觉）。

各地都有不同的习惯或者价格，在这里特别提到一下我们当地的音频广告，东方超市是我们那里的大型超市之一，它每日都有今日特价，在一些菜或食品上面，由于蔬菜的销售范围大部分限于镇上没有种植的区域内，所以超市会雇佣一些三轮车，带着广播以３０／米每分钟的速度行走，播放着一些今日所到的新鲜菜或者特价等，由于速度慢，声音大但是和谐好听，所以给居民有时候在路上不得不听，但也给居发带来了方便，也为超市带来了利益．而作为一些广告牌广告，则要注意尽量利用其可以利用的，在没有体积限制的街心花园区采用大幅度的落地广告，挡住视野，在要求和谐度的地方提高质量等，先吸引注消费者的目光，引起兴趣，频繁的出现，在消费者需要此类的产品的时候自然会想到．

另外，做广告也要注意成本，注意预期投入和收入．据调查，宜昌市内一块普通的广告牌可以达到十二万（一年），还是广告商的抢购价，然而镇中心均价是１０００元（终身），所以必须合理计算得与失，因为户外广告大多数位置固定不动，覆盖面不会很大，宣传区域小，因此设置户外广告特别注意地点的选择和数量的选择（特别是城市）所以不得不考虑采取何种广告方式更为合适。

综上所述，广告牌一般选择其产品合理的消费市场，设立在人口密度大、流动性强的地方，注重广告质量，抓住消费原因，表达商品特点，标新立异，引起消费者注意，以达到广告目标．

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找