

捷 運

~廣告最佳的展示媒介~

廣告媒體環境變動

傳統五大媒體

無線電視

有線電視

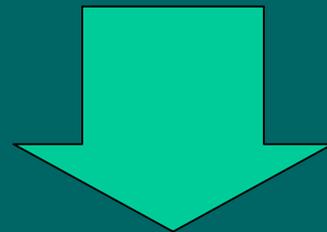
報 紙

雜 誌

廣 播

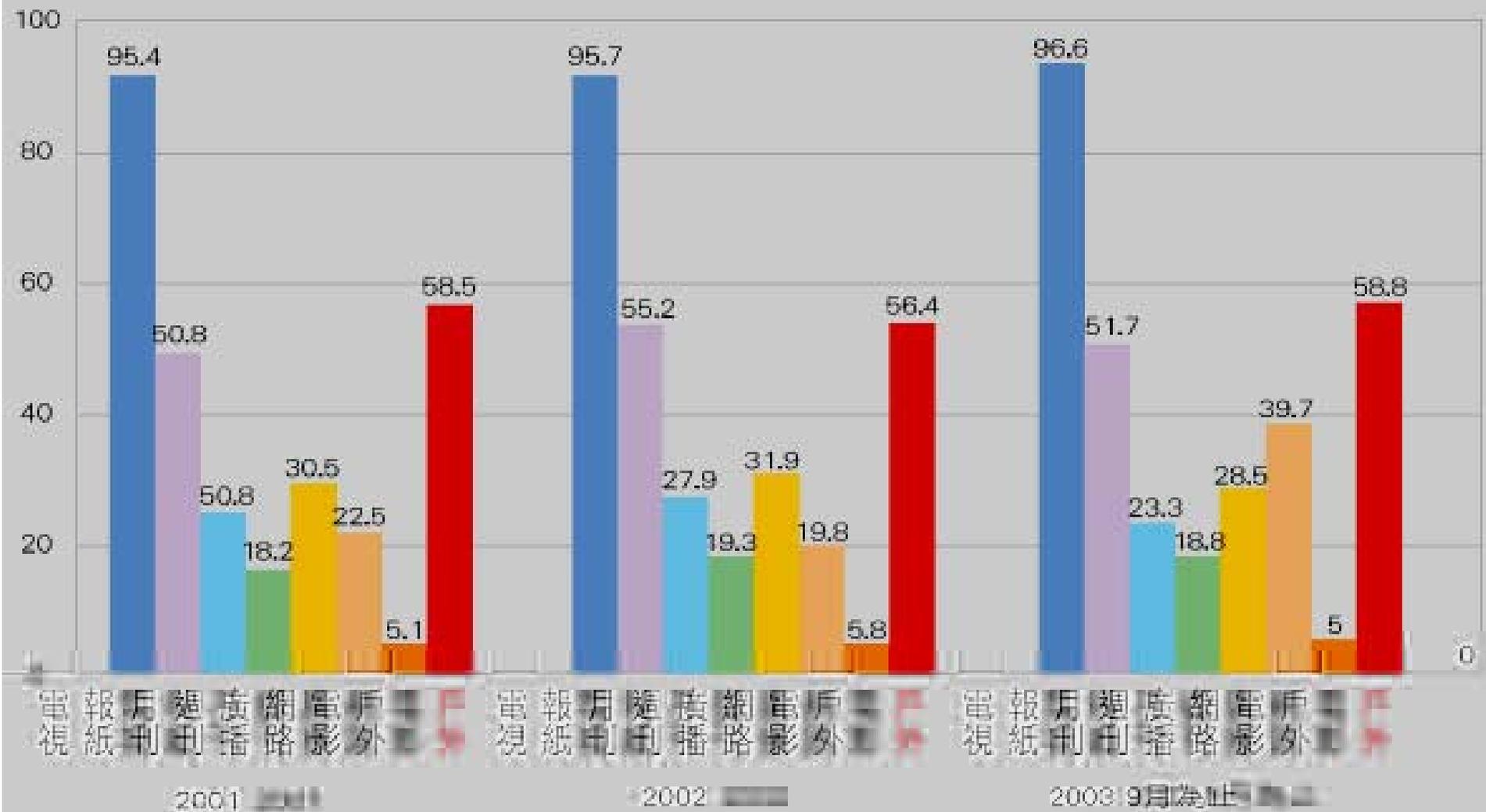
生活型態改變

交通運輸便捷



有利於戶外媒體的發展

各媒體接觸率



強勁的捷運媒體

交通媒體是目前成長力道最強勁的戶外媒體，尤其是方便的**捷運**。

所謂交通媒體，指的就是以交通運輸工具做為傳播媒介的廣告，透過這些媒體訊息，傳遞給搭乘這些運輸工具的消費者。

價格低



效益高



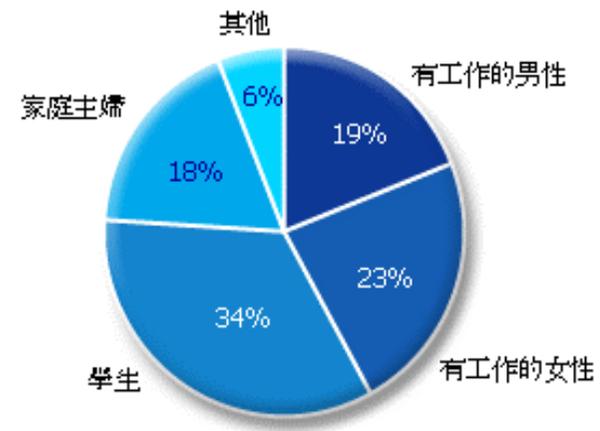
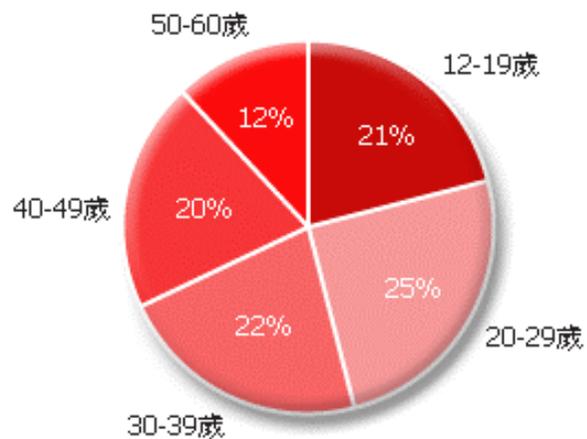
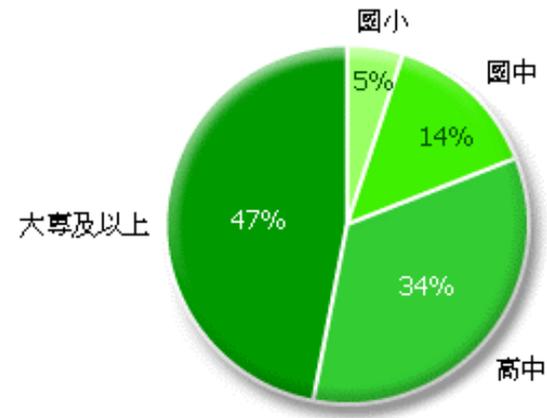
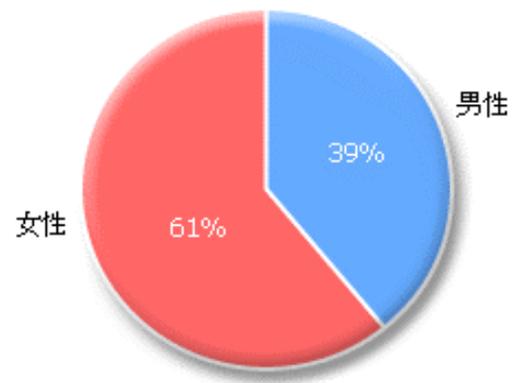
捷運廣告媒體優勢

- 大量的媒體接觸率(人潮)
- 高頻度的重複曝光(通勤族)
- 廣告接觸時間長(封閉特性)

捷運媒體接觸

- 捷運族群明顯，訴求對象特定
- 車站屬性明顯，廣告效果精確
- 捷運廣告媒體創新，強化品牌優質形象
- 可真正量化的交通媒體

捷運族群輪廓分析



遵守相關法令

- 大眾捷運法
- 廣告法
- 廣告物管理條例
- 招牌廣告及樹立廣告管理辦法
- 以不違反社會善良風氣

**廣告表現方式以維護捷運旅客安全
為最高指導原則**

捷運廣告業務

目標

- 創造安全舒適美觀的捷運車站空間
- 提供產品曝光機會，提高購買意願，達成三贏局面
- 增加附屬事業收入

現況

興建階段：

- 車站廣告位置已初步規劃完成，考量前提為旅客特性、運量、消費力及旅客出入垂直動線
- 預留廣告電源

2003 收入約佔附屬事業收入

台北捷運：7.8 / 9.44 (附屬事業收入) = **82.6%** (unit:億元新台幣)

香港地鐵：3.86 / 21.05 (附屬事業收入) = **18.3%** (unit:億元港幣)

廣告創意可來自捷運任何地方

- 站體空間

(穿堂層牆面、圓／方柱、垂直動線、出入口通道、電扶梯上方吊門牆、展示櫥窗、地板、天花板、月台側牆、高架車站、橋墩...)

- 站體設備

(售票機、驗票閘門、PAO、ATM、樓梯／電扶梯／電梯、月台門、車站傢俱...)

廣告創意可來自捷運任何地方

- 捷運列車外部

(捷運列車車體、車頭、列車門、窗戶)

- 捷運列車內部

(車體內部、列車門、車廂車頂、車廂地板、
座椅、不鏽鋼柱、把手、拉環、窗戶...)

廣告創意可來自捷運任何地方

- 出入口量體
- 戶外通風井
- 隧道
- 廣場
- 其他

電聯車外部設計



電聯車內部設計



月台門設計



其他捷運城市廣告案例



台北捷運





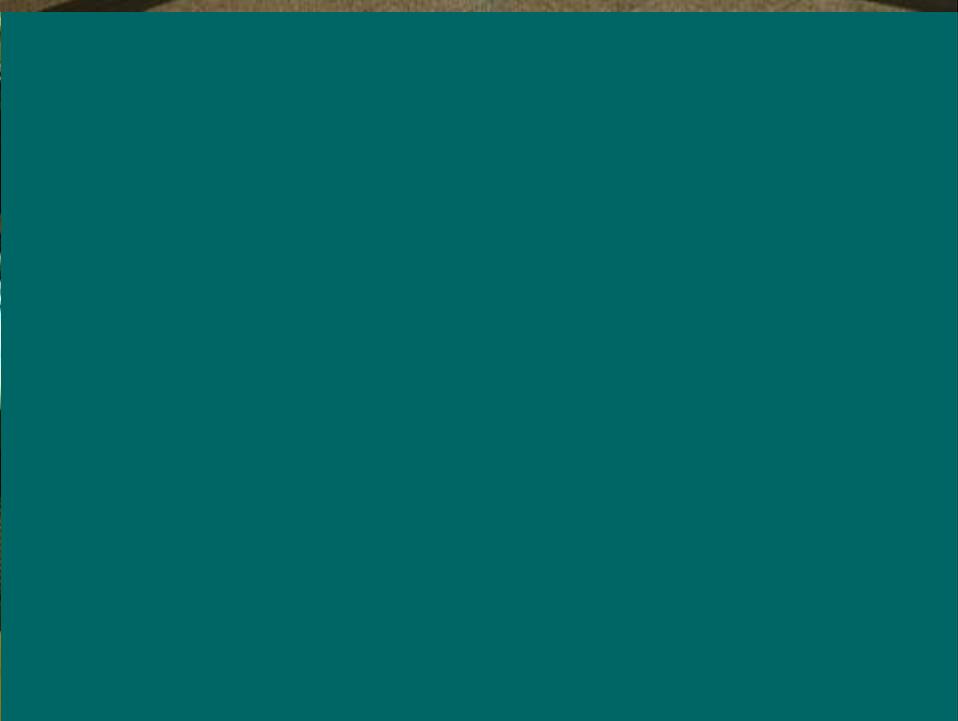


香港地鐵











車廂內廣告



上海地鐵車廂



紐約賓州車站



倫敦地鐵



吉隆坡--高架車站廣告



創意廣告





裝置展示廣告



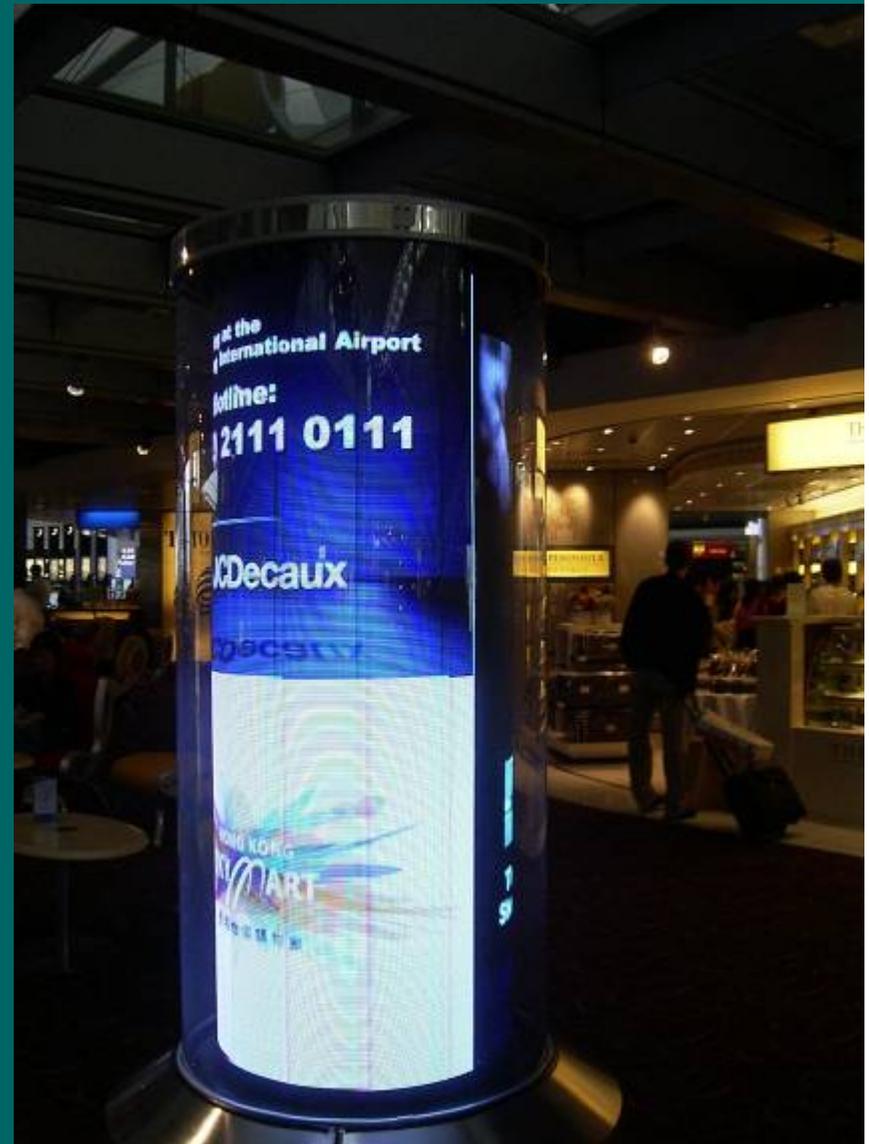


多媒體顯示器





導光板廣告



LED螢幕

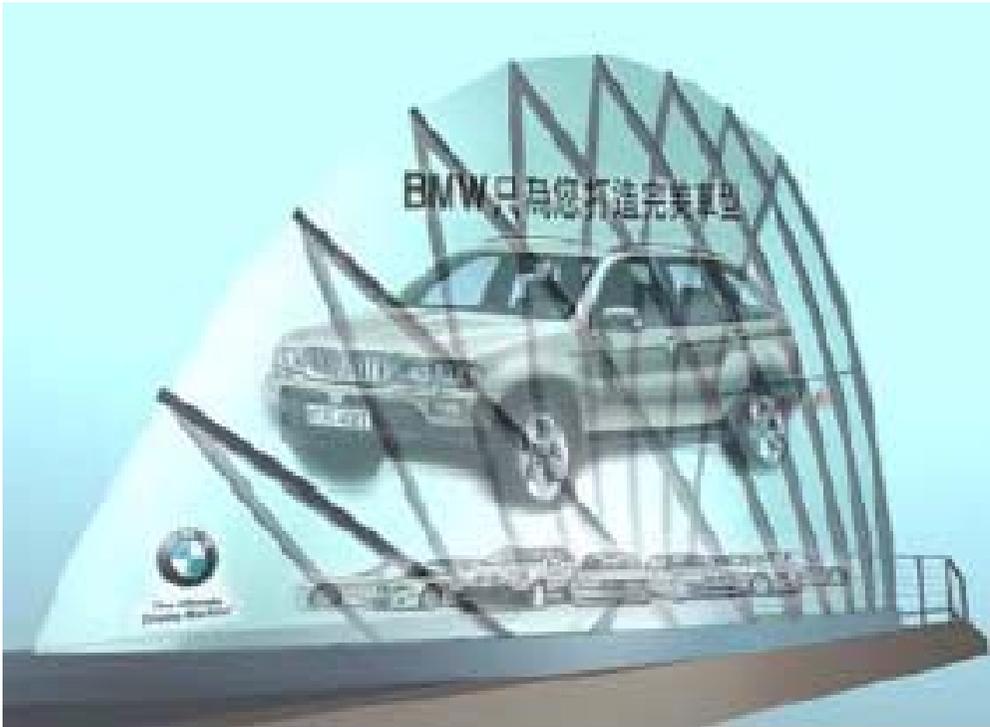
隧道動態廣告

- 近年來最新穎的廣告媒體技術。
- 在漆黑的隧道邊裝置二百多面燈箱，乘客在行車中能欣賞連續的動感畫面。
- 該技術已於美國紐約及亞特蘭大運行多年。
- 香港2004年—灣仔至銅鑼灣站。
- 日本2004. 06—東京銀座線G6 »G5。

互動式廣告









迪士尼夢幻列車



廣告點位是可以創造的



漢城(首爾)地鐵



簡報結束 敬請指教

