

商务英语：商务广告常用英语词汇（3）_商务英语考试_

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_95_86_E](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E8_8B_B1_E8_c85_645345.htm)

[5_8A_A1_E8_8B_B1_E8_c85_645345.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E8_8B_B1_E8_c85_645345.htm) magazine advertising 杂志广告

刊登在杂志上的广告。杂志可分为专业性杂

志(professional magazine)、行业性杂志(trade magazine)、消费者杂志(consumer magazine)等。由于各类杂志读者比较明确，

是各类专业商品广告的良好媒介。刊登在封二、封三、封四和中间双面的杂志广告一般用彩色印刷，纸质也较好，因此

表现力较强，是报纸广告难以比拟的。杂志广告还可以用较多的篇幅来传递关于商品的详尽信息，既利于消费者理解和

记忆，也有更高的保存价值。杂志广告的缺点是：影响范围较窄。因杂志出版周期长，经济信息不易及时传递。

mail order advertising 邮购广告 在邮购目录上刊登的广告。形式之一是由邮购商店向客户分寄或分发邮购目录，由客户按目录

上的商品编号及定价，把货款汇到邮购商店，商店收到后即向客户寄发商品。这类邮购目录有成册的，也有配合时令分

季零页寄发的，在前者上刊登广告一般要收费，后者大都是免费的。

mail survey 邮寄调查 将事先设计好的调查表(亦称问卷，questionnaire)投寄给调查对象，要求填好后寄回。这种

形式是在被访问者不愿面谈及其反应可能受访问者或曲解的情况下所能采取的最好办法。问卷必须简洁，问题明了。邮

寄调查表的回收率一般较低，回收时间较迟缓。mailing list 寄发表 直销需要编制寄发表。寄发对象的名单可来自电话簿、行名录、本企业客户的名单，和广告中索取说明书的回折。

也可以收集各种协会的会员录，报刊杂志的订户名录。国外

有些会员录和订户名录可以付费购买。 maintenance advertising 维持性广告 在大规模广告以后，刊登地位较不显著或时间较短的广告，以保持消费者或用户对大规模广告内容的印象。

margin 页边空白 印刷广告（如报刊广告）在排版时应在广告四周留有一定的空白，这样可以在视觉上起到良好的效果。

market research 市场调查 market segmentation 市场细分化 亦称为市场区隔、市场分割或市场划分。企业在市场经营活动中，为了更好地满足消费者日益增长的物质和精神需求，一般需要根据一定的标准，把市场划分为拥有特定消费者群以更细小的市场。市场细分是企业制定市场营销策略和选择目标市场的前提，通常把经济形态、地理环境、消费者性格和购买行动等因素作为划分的标准，从而对成千上万消费者构成的市场进行细分。

media buying 媒介购买 媒介计划经客户通过后，向所采用的媒介订购版面或时间。

media department 媒介部门 media evaluation 媒介评价 负责媒介评价的人员，一般被称为媒介计划员。媒介计划员经过评价和选择拟订广告的媒介计划。广告代理商须收集各种有关备选媒介的资料，有时还需要为特定的客户或行业在媒介资料方面做专门服务。发达国家的媒介单位也主动提供有关读者、观众、听众的资料，并印成专册(media kit)免费提供给广告代理商和广告主。媒介计划员要对这些资料进行评价、核实。

media mix 媒介组合 在同一媒体计划中，使用两种及两种以上不同的媒介，称媒介组合。媒介组合所产生的协同作用，其总和效果远大于各媒体分别相加之和。

media objectives 媒介目标 是媒介和整个市场营销和广告计划的关系，包括：要通过媒介达到的目标市场；能支配的预算；必要的到达度(reach)和广告出现的频

率(frequency)；按年或按月的持续情况；必要的伸缩性；媒介和创意的关系 media recommendations 媒介介绍 详细而正确地列出可供选择的媒介，如果所用的媒介是别出心裁的，就需要有必要的说明。 media research 媒介调查 媒介调查的目的在于寻找目标顾客传达预期展露次数或成本效益的最佳途径，即正确地进行介选择。为此就必须对报刊、杂志、路牌、电视、电影、广播等各种媒介进行调查，从其发行量（观众人数或收视率），主要阅读对象，视听收视者的年龄、文化层次、收入情况、介所能达到的地理覆盖面等多方入手，并结合企业的具体情况，如广告目标、广告预算、目标顾客的确认等作为调查对象的媒介进行分析和筛选。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com