

商务英语：商务广告常用英语词汇（2）_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_E5_8A_A1_E8_8B_B1_E8_c85_645346.htm bus stop pillar

advertising 站牌广告 在车辆停靠站站牌上的广告。人们在候车时往往要注意站名，一般就能留心到广告。 bus stop shelter advertising 候车亭广告 设置在公共车辆候车站的广告。一般设计成遮阳篷形式，同时作为车站的识别标志，并美化街道。

button 其实是从banner广告演变过来的一种广告形式，图形尺寸比banner要小。一般是120*60像素，甚至更小。由于图形尺寸小，故可以被更灵活的放置在网页的任何位置。 clicks 点击次数

访问者通过点击横幅广告而访问厂商的网页，称点击一次。点击这个广告，即表示他对广告感兴趣，希望得到更详细的信息。

Click rate 广告被点击的次数与广告收视次数的比率。即click/impression。如果这个页面出现了一万次，而网页上的广告的点击次数为五百次，那么点击率即为5%。目前，亚太区的点击率平均为1.5%。点击率可以精确地反映广告效果，也是网络广告吸引力的一个标志。

CPM cost per thousand impression 千人成本 即广告主购买1000个广告收视次数的费用或者是广告被1000人次看到所需的费用。

demands 需求 有能力并愿意购买某个产品的欲望。当消费者有购买能力时，欲望便转化为需求。有许多高档商品是许多人所梦寐以求的，但却只有少数人有能力购买。因此，厂商要估量有多少人想要这种产品，更要了解有多少人真正愿意并有能力购买。

demonstration 演示 在推销中，按所推销产品的说明，对其功用进行提示性或模拟性的操作。对无法直接演示的产品，可

采用放映录像片的办法。商店的营业员也可采用演示的方法推销商品，如将衣料半披在自己身上，让顾客观看颜色和花样的衣着效果。

diary survey 日记本调查 收集初级数据方法之一。散发预先编制的一种日记本，要求家庭主妇或特约对象把他们在一段时间中采购商品的数量、牌号记下来，由企业家定期回收，以统计消费者购货的频率和所购商品的牌号。在国外还采用日记本调查的方法调查消费者收看或收听广告的情况。

direct mail(DM) 直接邮递广告 既是直销的一种方法，也是广告的主要形式之一。美国1991年用于直接邮递的广告费占全部广告支出的19.3%，仅次于报纸广告和电视广告。主要是直接邮递各种形式的印刷品，如信件(letter)、传单(leaflet)、小册子(booklet)以及其他材料，如订购单(orderform)等。在国外不少家庭和办公室的信箱中每天会塞满邮寄品，被称为junk mail。为此直接邮递的印刷品必须精心设计，如果没有吸引力就会被收件人随手丢入垃圾箱。

direct-response advertising 直接反应广告 直接反应广告是任何付费的广告，意在诱发直接的反应，例如在广告中附加一张回执，消费者把该回执剪下寄给制造商即可获得产品的样品、说明书、目录等。可以采用各种媒介，特别是直接邮递广告(direct mail advertising)和报纸等。

direct response advertising agency 直接反应(直效)广告代理商 典型的直接反应广告代理商的业务有：为邮购商店设计广告活动，推广杂志订户，组织商业旅行，设计报纸夹页广告(off-the-page offer)等。并承接各种邮递广告的设计、制作。

discount 折扣 广告媒介修改其基本价格，给予广告主一定的价格优惠。根据不同情况给予不同的折扣的种类有：现金折扣(cash discount)数量折扣(bulk

discount) 频度折扣 (frequency discount) domestic market 国内市场 以市场的地理涵盖面而言，目标市场地处国内，产品或服务的消费对象是国内的机构或个人。 duplicated audience 重复受众 或称“重叠受众”(overlapping audience)。指在特定的媒介组合中，某些媒介受众中个人（或家庭）的重复部分。常指印刷媒介而言。 exchange advertising 交换广告 两种或两种以上的广告媒介，互为对方发布广告而不产生广告费用的往来的广告。广告刊登地位要平等互换。如在期刊中刊登报刊上的广告，同时在报刊上刊登期刊中的广告，双方按各自广告价目确定广告地位，不再支付广告费。 export advertising 出口广告 为出口商品所作的广告宣传，刊登在商品进口国的广告媒介中刊登。出口广告前必须进行市场和媒介的调查，了解有关国家的广告管理条例和广告业的惯例以及当地民族的文化传统和风俗。这类广告的文稿撰写要符合当地人的语言习惯和心理特征。 frequency 一个浏览者看到同一个广告的次数 广告主可以通过限定这个次数来达到提高广告效果的目的。 frequency 频率 在一段时间内广告播出的次数。 相关阅读： 商务英语：商务广告常用英语词汇（1） 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