

商务英语词汇详解商务英语考试 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_645708.htm BEC商务英语词汇详解

解：每期十个词，介绍单词词义，商务用语，相关词组，例句及翻译等知识。上期回顾：#0000ff>BEC商务英语词汇详解

(26) 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。

media service 媒介服务 媒介是广告被受众读到、看到或听到的广告载体，通过媒介有效地达到广告目标。广告代理商提供的媒介服务包括：1，对媒介的评价；2，对媒介的选择；3，向客户提供适当的媒介组合、策略方案。

media strategy 媒介策略 包括媒介计划的具体问题，例如选择了一种媒介，说明选择的理由，并和媒介目标有关系。媒介策略包括下列各个方面：所选媒介的类别（如电视或杂志）；把广告预算分配到地区；把预算分配到媒介（金额和总数的百分比）；把预算分配到月度、季度、年度；按月或按季希望达到的到达率及频率的水平；在特定的某一个月中希望达到有效的到达率和频率；主要的和次要和目标市场的规模；对策略性目标的衡量；必要的对地区的衡量；如果需要叙述千人价格的计算；媒介单位的说明（如30或60秒

，全页或不到全页)；选择或安排发布日程的准则；说明对竞争对手的关系，特别是某一主要的品牌；对每一策略的基本原理的阐述。

moving icon 会"飞"的button广告，可以根据广告主的要求并结合网页本身特点设计"飞行"轨迹，增强广告的爆光率。

national advertising 全国性广告 在全国范围内进行的广告，采用全国性广告媒介，采用全国性广告的广告主称为national advertiser.

neon light advertising 霓虹灯广告 霓虹灯由玻璃管制成，并按照设计要求弯成各种文字和图案，然后在玻璃管两端配制铜电极，在管内灌注氖、氩等各种惰性气体，接通高压电源后发出各色光，是户外广告的主要形式之一，还可以为夜幕增加色彩和动感。大型的霓虹灯（或用电灯泡缀成的）广告称为spectacular.

newspaper advertising 报纸广告 刊登在报纸上的广告。报纸是一种印刷媒介(print-medium)。它的特点是发行频率高、发行量大、信息传递快，因此报纸广告可及时广泛发布。报纸广告以文字和图画为主要视觉刺激，不像其他广告媒介，如电视、广告等受到时间的限制。而且报纸可以反复阅读，便于保存。鉴于报纸纸质及印制工艺上的原因，报纸广告中的商品外观形象和款式、色彩不能理想地反映出来。

outdoor advertising 户外广告 设置在户外的广告，如路牌广告和霓虹灯广告、灯箱广告等。国外还有广告塔、广告柱等形式，美国目前称out-of-home advertising。在科学技术迅速发展的现代社会，户外广告是引进新技术、新材料、新工艺的热点，并成为美化城市的一种艺术品，是城市商品经济发达程度及人的精神面貌和文化素养的标志。

pass on readership 传阅读者 不是自己花钱购买或订阅刊物，而是看别人购买或订阅的杂志。如图书馆、阅览室的刊物及报

纸就有不少传阅读者。媒体可以通过调查提供传阅读者的数目。如果某一刊物的传阅读者是四人，它的总读者即是购买或订阅者数目的四倍。 penetration 渗透度 媒介深入到受众的程度。以能直接接触媒体的个人或家庭的比率来计算。媒介为了证明自己的渗透度编制了媒介简介(media kit)，详细记载该媒介能深入到多少有购买力的家庭或个人。相关推荐：
#0000ff>BEC商务英语考试热词聚焦汇总 #0000ff>商务英语中高级part2高频词汇汇总 #0000ff>历年BEC考试商贸高频词汇系列汇总 #0000ff>世界500强企业名称中英对照 #0000ff>商务英语中易混淆词组总结 #fff000>百考试题商务英语网校辅导班，助你前程更辉煌！ 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