# 公交调查报告

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2024-08-10

*第一篇：公交调查报告南京财经大学调查心得上学、工作、娱乐、走亲戚、旅游、出差等外出活动都不可避免地与公交车打交道。随着国家政策的改革、社会经济的繁荣、人民生活水平的提高、环保意识的增强与低碳概念的提出，公交车的市场越来越得到市民的欢迎。然...*

**第一篇：公交调查报告**

南京财经大学

调查心得

上学、工作、娱乐、走亲戚、旅游、出差等外出活动都不可避免地与公交车打交道。随着国家政策的改革、社会经济的繁荣、人民生活水平的提高、环保意识的增强与低碳概念的提出，公交车的市场越来越得到市民的欢迎。然而就目前的公交车现状来看，还远没有达到人们心目中的所期望的情形。就以合肥目前的公交现状为例，公交车的环境欠好、车票不太合理、服务质量欠佳等弊端。作为中国的大学生，针对这一生活现象，我们展开了关于公交车市场形势而作了调查。

此次调查者，我们采取对社会上的多种角色，包括职工、教师、农民、学生、公务员等而进行比较全面的了解，它带有一定程度上的普遍性、全面性。

本次调查中，职工104人，占总人数的33.9%，为群体主导人群；教师85人，占总体人数的15%；学生34人，占总体人数的16%；公务员18人，占总体人数的1%；其他65人。

可以看出，教职工对于公交车的改革等社会问题较其他职务的人员更为关注一些，也说明了教职工是选择坐公交车的主要成员。相对来说，学生对一些关乎社会生活的关注要少一些，可能是生活环境与日常活动有所不同。

然而，根据这次调查结果我可以初步得出以下结论：

1、公交事业与人们的日常生活、生产工作息息相关。由于环保意识的提高与低碳经济的提出，越来越多的人们选择坐公交车去上班、上学与外出，这种现象渐渐成为一种时尚与习惯，公交事业的发展和人们的生活越来越紧密，越来越贴切。

2、人们对公交事业的发展比较关注。公交车的实惠与便利使百姓们出门更多了选择乘坐公交车，因而也成为人们比较关注的对象。

3、公交车的服务质量不是最好，还有待提高和完善；

4、选择乘坐公交车是合理利用资源、积极环保的措施。有资料显示：从占用空间和能源消耗来看，一辆大型公交车所占道路面积约等于两辆小汽车，而载客量却是两辆小汽车的40倍左右，其完成单位客运量所消耗的能量则是小汽车的十分之一左右；从空气污染来看，按单位客运量计算，大型公交车辆比小汽车低90%。因此大力发展公交事业是可持续发展和科学发展之举。

价格是市场上的重要指标，是调解政府、产商和消费者的重要手段。制定合理的价格政策，对于正确指导市场的行为，合理的利用市场资源，尽可能的减少市场的通货膨胀、通货紧缩和黑市交易等不和谐的现象，具有十分重要的意义。

1、对于合肥公交车以来多年的价格调整，市民们有非常强烈的反响，也说明了公交事业在民众中的地位重要、需求迫切、意义非凡。

2、从理论上讲，票价的上升（比如从1元涨到了1.5元或1.5元涨到了2元），在公众心中会产生一定的阴影，认为汽油价格上涨了，物价也调整了，民众会更加注意自己出行的行为和选择。也许选择坐公交车出行的人数不会有太大的变动，但个人出行的次数可能要相对少一些。尤其是遇到紧急事情的时候，那么民众会更倾向于选择其他的交通运输形式。票价的下降（比如从1.5元降到了1元），民众会认为，选择坐公交车就更实惠一些，也就会有意识去增加一些坐公交的次数，即使有时会延长一些等车的时间，但在公众心中的，这种效应是值得的，是在自己的满意程度之内的。

面对这次调查，我们首先应该站在经济学的角度思考生活中的一些问题，站在生活中实际问题角度上学习、理解经济学原理。多关心国家的经济政策，学会从经济学角度来分析；善于从生活中找到经济学原理，找出根源的问题

2，现实中的经济问题远比书上学的模型复杂的多，我们要从复杂的情况中找到根本的作用因素，化繁为简，才能找到个因素间的作用机理

3，经济学问题都是环环相扣的，每个现象都有其原因，而每个原因必将导致一定的结果，故分析经济学问题应该严谨，客观

4，从公交车的问题可以看出，当前我国居民的社会意识比较

缺乏，国家应加大力度提高公民的认识水平，将人们思考问题的角度从个人上升到社会

同时，也可看出，我国基础设施当前处于一个较低的水平，政府应注重基础设施建设，为群众的生活提供更多的便利。

**第二篇：公交调查报告**

黄岛区公交系统调查报告

【摘要】：2024年我们走访了黄岛区山东科技大学、交通局、家佳源、马濠公园、灵山卫附近等各公共交通干道，旨在通过调查和观察，了解黄岛区的公共交通现状和问题，并以此为方向，与公交管理部门充分沟通，对存在的问题与可行的解决方法进行探讨，并提出解决方法。

【关键词】：公交系统 乐观 合理调度

前言：

1调查背景：公共交通是城市发展中不可缺少的动力源泉，对城市的经济发展和人们的日常生活有着重要的影响。城市交通工具可以分为公共交通工具和私人交通工具，公共交通是一种社会群体型交通，它具有人均占有道路面积少、载客量大的优点，私人交通工具则反之。公交车是城市居民使用最频繁的公共交通工具，其服务水平的高低，直接体现了城市的现代化进程，优良舒适乘车环境也是一张城市名片，可以提高一个城市的竞争力。鉴于黄岛区发展，人口达五六十万,对公共交通提出了一定的要求。

2调查目的：通过对全区市民的调查，全面了解黄岛区公共交通的现状、优势及存在的问题，从服务对象（乘客）的角度对黄岛区公交服务质量进行评价，为公交管理部门提供决策参考，推动黄岛区公交服务水平再上新台阶。

3调查对象：我们的调查对象是黄岛区全体市民。

正文：

1调查方法：采用的调查方法主要是问卷调查、观察调查法和访问调查法，为了降低调查误差，本次调查采用随机抽样为主的抽样方式（抽取250个样本），具体情况是首先采用单纯随机抽样的方式抽取一部分的公交车作为一级抽样单位；然后在一级抽样单位的基础上再按照分层抽样的方式抽取学生、中青年、老年人作为二级抽样单位；最后在抽中的二级抽样单位的群体中按照等比例抽样方式对男女性别进行抽样。作为补充，本次调查同时采用非随机抽样的方式，具体的抽样方式是自愿非随机抽。

1.1前期筹备：调查实践地的主要情况，规划行程路线，制作和完善调查问卷，订购队员集 1

体服装，准备物资，预约交通局相关负责人，开集结会商讨相关事宜，确立实践思想和行动目的。

1.2实地调研：在10月七日到九日的三天时间里，我们分工合作，在黄岛各主要街区包括各路公交车上，采用街头拦截方法以问卷形式，对被调查者乘坐公交所存在的问题及满意度进行调查。共发出问卷250张，收回有效问卷214张，并对数据做了全面地汇总统计。1.3上门访谈：经过前几天的调查统计后，我们带着民意和想法去了一趟黄岛区交通公司，与企业管理部门的负责人进行了一次洽谈，将我们认识到的情况分享给他们，为他们的决策提供建议并细心地听了他们的回答，相互交换了合理的意见。

1.4完成调研报告：最后，我们就这些天的所见所闻展开了大讨论，总结个人心得，分享活动经验，完善了实践报告。

2调查内容：

2.1 通过面访了解黄岛区公共交通的现状； 2.2 了解黄岛区民众对本区公交的满意程度

2.3 了解民众心目中理想的公交（服务态度等）。

3.调查分析：

3.1数据统计

黄岛民众最爱搭乘的公交路线：

黄岛民众希望两班公交车之间的间隔（分钟）：

黄岛民众出行的目的：

黄岛民众对于解决公交车拥挤的意见：

黄岛民众对公交车卫生的看法：

黄岛民众眼中的公交车的主要问题：

黄岛民众眼中的公交服务问题：

3.2走访记录

3.2.1公众对公交车的依赖度和满意度

我们采用街头拦截方法以问卷的形式，对被调查者乘坐公交的习惯和满意度进行了调查，在所调查的群众中有百分之六十六的人选择了公交车作为出行的主要方式，自行车和电动车居第二，可见公交车以其独特的便利优势成为了大众化的选择。而问及对公交服务是否满意时，满意的大约有百分之六十，这也说明大部分人对公交服务还是接受的，有人还特别表示公交晚班车很有用，解决了大家晚点坐不上车的忧虑。但也有约五分之二的人感觉一般或者干脆不满意。接受我们采访时，企管部负责人也表示，要提高市民对公共交通的认可，使公交车这项行业更乐观，就必须从这五分之二的人着手解决一度忽视了的问题，做出使更多人满意的努力。其实从消费者的角度出发去改善自身才会开拓出广阔的市场，为人民服务的更贴切才能不愧对于政府的宗旨。

3.2.2公众对公交车推出措施的选择性倾向

经过对居民喜欢的付款方式的统计，使用城市交通卡高居首位，现金投币也占部分比例，而人工售票几乎无人喜欢，这意味着想群众普及交通刷卡的方式迫在眉睫，但这种卡普及存在死角。据一部分人反映，他们对这种城市交通卡不是很熟悉，并不清楚如何办理，特别是我们学生聚集度高，主管部门应该派专员到各学校和街道宣传交通卡的知识并将其推向大众，给群众带来便利。

通过走访，大多数人是有在公交车里安装小型电视的需求的，同时对这种小型电视播放的内容意见不一，但最突出的是新闻类节目，音乐也倍受青睐，而广告节目无一人选择且表示反感，因此我们跟交通公司提出了播放大众喜欢的东西，新闻和音乐并重的建议，对方也表示接受。

3.2.3公交车现存的问题和大众化的意见

在走访过程中，我们也做了笔录，有一位中年男士如是说：“一辆小巴士里有20个座位，站的空间不太大，我们终点站上去10多位乘客，有老有小，整整挤了一车，连气也透不过来，司机却还在不停的催人往里，许多乘客都大喊吃不消，巴士里挤了这么多人不是超载吗？车上混乱，有人大叫要出事了，驾驶员只得放慢速度，使行程时间延长。有几次上下班都是这样，难道就没有部门来管一管？”这位乘客的话有点直接，却直中了要害。我们在问卷上设计了一个多选题，就是综合各种可能出现的问题来让乘客选，其中太拥挤是反映最 6

多的，大约有一半多的人强烈要求增加某些线路的车辆，特别是在下午6,7点上下班时间；还有人建议在各高校和商城之间开辟公交路线，9路上下班时间增派车辆，凤凰国际周边需增设隧道站，井冈山路需开通去隧道的公交等等。我们也将车太挤及某些线路不合理的情况向接待我们的张部长提了出来，他表示全部办妥有难度，他们还会继续做这方面的深入调查，适当在客流高峰期，暑期和人员密集区增派车辆，适当控制乘客上车数量以减轻拥挤，稍稍的投入改善，提高了乘客的满意度，也就直接提高了经济效益。

公交站太少，不准时以及服务态度差的投诉率基本一致，都大约占百分之十几，我们在想公交站太少可以适当增加站牌数目，不准时的原因可能也是车辆不够多，公司分派任务不够准确，很多人都提议出车安排要有提前量，明知某些路段在6点到7点是乘车高峰，应尽量让车辆提前到位，尽快输送走乘客，减少逗留站台时间。服务态度差的问题不容小觑，这个公司人力资源管理部门该有严格培训和不定期检查，部门负责人说以后他们会增加不打招呼随机乘坐公交车的次数，检验司机服务态度，以规范他们。

其实所调查的人中对车里的卫生还是基本满意的。除了抱怨，很多群众都给出了一些合理的建议，有一条提议特别新颖：部分人往往缺零钱坐车，而公交车上可以准备好代金小票，乘客投入整钱，将小票找给他，下次就可以继续用小票乘车了。受访人告诉我们公交公司也确实做了一些努力，譬如公交车站点提示一律使用双语，增加了隧道车路线，最近还在广泛征求老年乘客意见，改进26路“敬老爱老”专线服务等。

结论和建议：

1调查结论：

通过这次调查我们发现黄岛区的公共交通情况还是很乐观的，虽然或多或少的存在一些问题，公众也是可以暂时谅解的，只要通过大家的共同努力就可以使公交这张城市名片更加出彩，城市文明更进一步。

2建议措施：

公交客流分析的方法有多种，当前常用的是使用传统的统计方法对客流数据进行汇总分析，生成统计报表；利用人工智能对公交客流数据进行分析处理是一种新兴的方法，这其中包括利用启发式算法进行公交调度优化，利用数据挖掘进行客流预测、异常检测、分类等。本文的主要研究内容是基于客流分析公交静态调度优化。因此，下面粗略介绍有关这一个问 7

题的研究现状及存在问题。

公交调度分为动态调度和静态调度，进行公交静态调度的关键就是求出合理的行车时刻表。行车时刻表的制定是城市公共交通企业管理的重要基础工作之一。如何经济、合理地使用车辆, 解决运量和运能的矛盾, 挖掘车辆潜力, 缓解客流拥挤,是制定行车时刻表的目标。公交静态调度优化的主要依据是客流的分布，不同的客流分布的情况下的发车间隔是不一样的，所以公交静态调度问题是公交客流数据分析问题的一个方面。人们还可以根据计算结果建立模型，采用模型法来进行公交静态调度优化。

公交作为城市交通的一个重要组成部分，其运行情况的好坏直接影响到社会经济生活的运转效率和人们的生活质量。目前国内公交企业制定运营计划主要依靠管理人员的经验和直觉。经验型决策虽然能在一定程度上把握公交客流变化的特点，但其具有不稳定性的特点。因此，完全基于经验制定出的运营计划的正确性和科学性得不到保障，这不仅造成企业资源的浪费和经济效益下降，还给城市交通环境及经济发展带来了负面影响。而科学的运营计划的制定是建立在对公交客流及其它相关数据准确分析的基础上的。

因此，客流分析就显得非常重要。对数据进行详细的分析，结合数学模型建立的方法和步骤，在借鉴前人经验的基础上建立一种改进的公交调度优化模型。将公交的整个运行区间作为一个整体进行调度优化，而不是划分为各个时段并假设时段内的客流分布均匀，这样更加符合实际的客流分布情况。

本文虽然针对基于客流分析的公交及调度优化做了一些工作，但由于时间和客观条件的限制仍然存在着一些问题，需要进一步完善。所以，希望未来有更多的人能投身交通事业，为人类的发展做出贡献。

参考文献：

[1] 朱学新 《城市公共交通的发展导向与措施》[J]《城市问题》，2024 [2] 梁波 马彦琳 《从个人交通到公共交通——发达城市交通政策的发展与演变》[J]《武汉公安干部学院学报》, 2024 [3] 周江评 《关于中国城市交通的文献和政策综述》[J]《城市规划学刊》, 2024

山东科技大学土木工程与建筑学院

建筑学专业2024级

《社会调查研究方法》课程

结课报告

专业班级：

建筑学2024-1

学生姓名：

宫斌

学

号：

201201020803

学生姓名：

翟晓明

学

号：

201201020832

山东科技大学土建学院规划系

2024年10月20日

**第三篇：社会实践公交调查报告**

关于黄岛公交现状的调查报告

摘要：2024年暑假我们走访了黄岛区武夷山市场、薛家岛枢纽站，家佳源超市附近等各公共交通干道，旨在通过调查和观察，了解黄岛区的公共交通现状和问题，并以此为方向，与公交管理部门充分沟通，对存在的问题与可行的解决方法进行探讨。

调查背景：公共交通是城市发展中不可缺少的动力源泉，对城市的经济发展和人们的日常生活有着重要的影响。城市交通工具可以分为公共交通工具和私人交通工具，公共交通是一种社会群体型交通，它具有人均占有道路面积少、载客量大的优点，私人交通工具则反之。公交车是城市居民使用最频繁的公共交通工具，其服务水平的高低，直接体现了城市的现代化进程，优良舒适乘车环境也是一张城市名片，可以提高一个城市的竞争力。鉴于黄岛区发展，人口达五六十万,对公共交通提出了一定的要求。

调查目的：通过对全区市民的调查，全面了解黄岛区公共交通的现状、优势及存在的问题，从服务对象（乘客）的角度对黄岛区公交服务质量进行评价，为公交管理部门提供决策参考，推动黄岛区公交服务水平再上新台阶。调查方法和过程：我们队的调查对象是黄岛区全体市民，采用的调查方法主要是问卷调查、观察调查法和访问调查法，为了降低调查误差，本次调查采用随机抽样为主的抽样方式（抽取250个样本），具体情况是首先采用单纯随机抽样的方式抽取一部分的公交车作为一级抽样单位；然后在一级抽样单位的基础上再按照分层抽样的方式抽取学生、中青年、老年人作为二级抽样单位；最后在抽中的二级抽样单位的群体中按照等比例抽样方式对男女性别进行抽样。作为补充，本次调查同时采用非随机抽样的方式，具体的抽样方式是自愿非随机抽。

一、前期筹备：调查实践地的主要情况，规划行程路线，制作和完善调查

问卷，订购队员集体服装，准备物资，预约交通局相关负责人，开集结会商讨相关事宜，确立实践思想和行动目的。

二、实地调研：在七月七日到九日的三天时间里，我们分工合作，在黄岛

各主要街区包括各路公交车上，采用街头拦截方法以问卷形式，对被调查者乘坐公交所存在的问题及满意度进行调查。共发出问卷250张，收回有效问卷214张，并对数据做了全面地汇总统计。

三、上门访谈：经过前几天的调查统计后，我们带着民意和想法去了一趟

黄岛区交通公司，与企业管理部门的负责人进行了一次洽谈，将我们认识到的情况分享给他们，为他们的决策提供建议并细心地听了他们的回答，相互交换了合理的意见。

四、完成调研报告：最后，我们就这些天的所见所闻展开了大讨论，总

结个人心得，分享活动经验，完善了实践报告。

调查内容：

一、通过面访了解黄岛区公共交通的现状；

二、了解黄岛区民众对本区公交的满意程度

三、了解民众心目中理想的公交（期望的价格、服务态度等）。调查结果和分析：

一、公众对公交车的依赖度和满意度

我们采用街头拦截方法以问卷的形式，对被调查者乘坐公交的习惯和满意度进行了调查，在所调查的群众中有百分之六十六的人选择了公交车作为出行的主要方式，自行车和电动车居第二，可见公交车以其独特的便利优势成为了大众化的选择。而问及对公交服务是否满意时，满意的大约有百分之六十，这也说明大部分人对公交服务还是接受的，有人还特别表示公交晚班车很有用，解决了大家晚点坐不上车的忧虑。但也有约五分之二的人感觉一般或者干脆不满意。接受我们采访时，企管部负责人也表示，要提高市民对公共交通的认可，使公交车这项行业更乐观，就必须从这五分之二的人着手解决一度忽视了的问题，做出使更多人满意的努力。其实从消费者的角度出发去改善自身才会开拓出广阔的市场，为人民服务的更贴切才能不愧对于政府的宗旨。

二、公众对公交车推出措施的选择性倾向

经过对居民喜欢的付款方式的统计，使用城市交通卡高居首位，现金投币也占部分比例，而人工售票几乎无人喜欢，这意味着想群众普及交通刷卡的方式迫在眉睫，但这种卡普及存在死角。据一部分人反映，他们对这种城市交通卡不是很熟悉，并不清楚如何办理，特别是我们学生聚集度高，主管部门应该派专员到各学校和街道宣传交通卡的知识并将其推向大众，给群众带来便利。

通过走访，大多数人是有在公交车里安装小型电视的需求的，同时对这种小型电视播放的内容意见不一，但最突出的是新闻类节目，音乐也倍受青睐，而广告节目无一人选择且表示反感，因此我们跟交通公司提出了播放大众喜欢的东西，新闻和音乐并重的建议，对方也表示接受。

三、公交车现存的问题和大众化的意见

在走访过程中，我们也做了笔录，有一位中年男士如是说：“一辆小巴士里有20个座位，站的空间不太大，我们终点站上去10多位乘客，有老有小，整整挤了一车，连气也透不过来，司机却还在不停的催人往里，许多乘客都大喊吃不消，巴士里挤了这么多人不是超载吗？车上混乱，有人大叫要出事了，驾驶员只得放慢速度，使行程时间延长。有几次上下班都是这样，难道就没有部门来管一管？”这位乘客的话有点直接，却直中了要害。我们在问卷上设计了一个多选题，就是综合各种可能出现的问题来让乘客选，其中太拥挤是反映最多的，大约有一半多的人强烈要求增加某些线路的车辆，特别是在下午6,7点上下班时间；还有人建议在各高校和商城之间开辟公交路线，9路上下班时间增派车辆，凤凰国际周边需增设隧道站，井冈山路需开通去隧道的公交等等。我们也将车太挤及某些线路不合理的情况向接待我们的张部长提了出来，他表示全部办妥有难度，他们还会继续做这方面的深入调查，适当在客流高峰期，暑期和人员密集区增派车辆，适当控制乘客上车数量以减轻拥挤，稍稍的投入改善，提高了乘客的满意度，也就直接提高了经济效益。

公交站太少，不准时以及服务态度差的投诉率基本一致，都大约占百分之十几，我们在想公交站太少可以适当增加站牌数目，不准时的原因可能也是车辆不够多，公司分派任务不够准确，很多人都提议出车安排要有提前量，明知某些路段在6点到7点是乘车高峰，应尽量让车辆提前到位，尽快输送走乘客，减少逗

留站台时间。服务态度差的问题不容小觑，这个公司人力资源管理部门该有严格培训和不定期检查，部门负责人说以后他们会增加不打招呼随机乘坐公交车的次数，检验司机服务态度，以规范他们。

其实所调查的人中对车里的卫生还是十分满意的。除了抱怨，很多群众都给出了一些合理的建议，有一条提议特别新颖：部分人往往缺零钱坐车，而公交车上可以准备好代金小票，乘客投入整钱，将小票找给他，下次就可以继续用小票乘车了。受访人告诉我们公交公司也确实做了一些努力，譬如公交车站点提示一律使用双语，增加了隧道车路线，最近还在广泛征求老年乘客意见，改进26路“敬老爱老”专线服务等。

通过这次调查我们发现黄岛区的公共交通情况还是很乐观的，虽然或多或少的存在一些问题，公众也是可以暂时谅解的，只要通过大家的共同努力就可以使公交这张城市名片更加出彩，城市文明更进一步。

**第四篇：公交广告调查报告**

流动的魅力

创意星空

成员：朱洋、高勇、王璐、杨沁、张世凯、杜向月、张小红、秦海伦

[前言]：当人们还在为网络媒介和3G时代的到来而津津乐道的时候，当传统的四大媒介还在为广告的生存提供广阔的天地的时候，流动的魅力——公交广告也正在以蓬勃的生命力影响着城市的生活和发展。在城市的交通要道，公交以及候车亭形式的广告载体凭借着得天独厚的位置与网络分布优势，在广告媒介领域中倍受关注，成为最为贴近大众的信息传播渠道。

诚然，在现代社会，公交广告的存在形式和影响力，并不是得到许多人的赞成和认可，但根据“存在即合理”的逻辑，公交广告的发展势必通过时间的考验，成为众多传播媒介中一道亮丽的风景线。

我广告研究小组根据已有的知识储备、资料搜索和实地的走访考察等形式，对公交广告进行了探索和研究，并利用“一分为二”的辩证思维，客观的分析公交广告。

[关键词]:公交系统 公交广告 前景展望

我工作小组在研究之前，对公交系统进行了明确，并通过实地考察的方式对公交车、站台和公交车站进行了观访，接下来我们可以针对性对站台广告、车身广告、车内广告等多样性存在的公交广告进行研究。

一． 公交广告系统

徐州公交车共有2024台，运营线路161条，日发送11000班次，年客运量3亿人次。如果以每辆车30平方米的上画面积计算，全市就有6.15万平方米的车身面积可供发布广告。如果以每辆车每年4.5万（取全国城市车载广告的平均值）的广告费来算，全市每年就有9225万的车身广告收入发布规模，这还不包括车身内的一些标牌广告和车载电视广告。由此可见，公交广告的市场是存在很大的潜力的。

公交广告媒介包含以下三个部分：

1、设置于公共汽车站、站台等公共场所的固定型交通广告。

这些广告发布时间灵活，投入成本低，具有很强的视觉冲击效果。此外，户外传播针对性强，超强实力展示。相对电视和报纸，具有更高到达率，低千人投放成本的优势；日夜可见，是无法拒绝的强制性媒体，有效的媒体放大器；

2、以车辆作为载体的流动型交通广告。

车身广告设计制作精美，画面清晰逼真，色彩丰富艳丽，视觉形象生动完美，具有强烈的现代感和视觉冲击力。形象鲜明，引人注目的城市人文景观。消费者能长期接触广告。公交车身广告发布期为半年或一年。每天在三个时段（早上上班、中午午膳、下午下班）内，接触数以百万人次的消费者。因揭示空间有限，能避免竞争同业广告的干扰。一辆公交车做全车广告，没有来自同行业竞争对手广告的干扰。电视、报纸、户外广告这种情况屡见不鲜。消费者在公交车上看到的是一家的产品广告，效果比较好。

3、设置于公共交通工具内部的公交广告。

车内广告其醒目、鲜明的广告展示及品牌魅力，深深打动目标受众群，令人过目不忘，集观赏性、细读性于一体，广告效果独领风骚。

二、公交广告的产品服务与总结

公交的广告不仅媒介多样，而且产品服务也多种多样，经过我们小组外出调查，大体可以归类以下：酒水饮料类，房地产商铺类，商场或其他服务类的促销，汽车等交通工具类，银行保险投资类，食品类，旅游景点等很多广告。

正是因为公交广告产品繁多，种类杂乱，广告主往往未认清自己产品的特征，与广告形式不符，使得广告传播效果受到影响，使受众视觉上产生盲区，其实际受众与理论上的受众相差较远。

三、公交广告的优劣势

公交广告很好的利用了人们在户外的空白心理，受众对广告信息较少抗拒，而且也无法完全地回避引人注目的广告。虽然公交广告具有很多的优点，但并不能代表它是完美无缺的。近年来，关于公交广告的讨论也逐渐进入了学者的视线，例如关于车体广告的问题，到底是广告？风景？还是牛皮癣的问题而喋喋不休。我研究小组通过走访调查和现场资料考证，对公交广告的弊端进行了总结。

1.公交广告的优势

(1)交通广告的最大优势在于能使广告信息的到达率和暴露频次都能达到较高的水准。比如，徐州的公交大多都是从早上6点服务到晚上八点左右，每天的乘客量就达到百万次。

(2)印象深刻，刺激购买欲望。乘客在车站、站台等候公交时，为打发时间会仔细阅读张贴在那里的广告，所以对广告的印象会相当深刻。而且车站广告对所经销的商品进行宣传，具有导购效果。

(3)弥补四大媒体的空白，消费者在乘坐交通工具时，通常远离四大媒体，可利用车内广告及时去影响消费者，充分利用此时相对清静的广告环境，同时车内广告具有强制性，乘客只要一进入车厢，就仿佛置身于广告的包围之中。

(4)成本低，和四大媒体相比，各种形式的交通广告媒体是最经济的广告形式。所以，许多中小广告主多以此来作为对其它广告媒体形式的支援性媒体，以此来实现广告信息的最大到达率和暴露频次。

2.公交广告的缺点：

（1）以经常在户外活动的人群及相对固定的乘客为传播对象，受众对象的层次范围有限。

（2）广告制作缺乏创意，也就是形象不佳，有可能造成公众对此类广告信息的反感，而影响品牌及企业形象。

（3）公交广告媒体属于非计量媒体，即很难精确地统计其影响的人数。这导致很多广告主对其望而却步。

（4）流动广告车安全性遭质疑— 漂亮的灯箱，滚动的画面，悦耳的音乐，在一定程度上影响了人们出行在外的视觉判断能力，从而引发交通事故。

（四）公交广告前景展望

随着经济的不断发展，公交广告也面临着巨大压力。中国户外广告管理体制不规范，户外资源分散、浪费现象严重。加上各种广告媒体的发展，也为公交广告的发展带来巨大冲击力。这些巨大的冲击也在徐州公交广告发展上得到应用，面对这些冲击，徐州公交广告系统应该做出改变。

1.广告主

（1）确认自己产品或服务的特性，选择正确的广告形式。在公交公告上，许多产品的广告特性与广告形式不符，使得广告传播效果受到影响，受众注意力差。

（2）在广告投放前做大量的市场调查，了解不同地段的人流量、人流层次，看是否符合产品或服务的目标受众。

（3）广告投放后，广告主要对广告进行监管和评估，及时了解反馈信息并作出相应的措施。

可以解决广告投放周期过长，浪费严重的问题。

2.广告公司

（1）吸纳新的血液或经常给员工做培训，提高员工的专业素养。

（2）提高广告人的社会责任意识，抵制虚假、恶俗的广告。

（3）提高广告创意能力，以新颖吸引更多受众。

（4）注重广告画面，色彩搭配应更诙谐、突出，吸引受众眼球。

（5）使用环保的广告材料。不要一味的追求低成本，而污染了人们的视界和社会环境。

（6）为了交通安全，广告画面的色彩可选用醒目的颜色。

**第五篇：南昌市公交电视广告调查报告**

南昌市公交视频广告效果问卷调查报告

调查目的：了解移动公交电视广告的投放效果并分析其优势与不足

调查对象：南昌市公交乘客

调查地点：老福山周边公交站，万达广场

调查方法：本次调查采用定量分析方法，通过街头发放问卷的方式进行调查（附问卷）

调查成员：陈吉 钟奎 张灶 潘斌 卢爽 程婉清 王智杰 李晓红 于星星

调查时间：2024年6月

一、调查背景

随着经济的发展，南昌市广告行业正逐步走向成熟和专业化，广告的媒体投放形式越来越多样化。公交电视作为一种较为特殊的移动媒体，从开始到今天不过是十来年的时间，已经获得了充分的发展。这都源于它在广告投放上有着自身的特性。对南昌市公交电视广告投放效果进行调查，可以了解南昌公交电视广告的发展现状，分析其优势与不足，为南昌市公交电视广告的发展提供建议，并为南昌市广告公司和广告主投放移动公交广告提供参考。

二、调查基本情况

（一）调查执行情况

本次调查的范围是南昌市老福山周边公交站，万达广场人流密集区。被访者定义为在南昌市居住或工作的居民。调查实施时间为2024年5月~6月。调查方法采取街头随机抽取样本的方式。根据实际情况我们按照公交乘客的人口流动分布区域进行街头访问。本次调查共发放问卷300份，回收问卷300份，有效问卷292份。问卷有效率为97.30%。

（二）被访者基本情况

在300份样本中，男性共155人，所占比例为53%，女性共137人，所占比例46.90%。男女比例约为1∶1。被访者年龄大体集中在50岁以下人群中，共占95.90%。其中18~30岁的占63.70%，30~50岁的占21.90%。被访者职业分布广泛，但主要集中在学生

32.90%、公司职员32.20%和自由职业者20.50%。

三、问卷统计与分析

（一）问卷统计

对于坐公交的频率问题被调查者中39%的人表示是经常坐，38.40%的人是偶尔坐，几乎每天坐的占14.70%，几乎不坐的也有7.90%。通常在上下班高峰期乘坐公交车的人占41.10%，非高峰期占58.90%。乘坐公交车的时长在5~10钟的人占11%，10~30分钟的为47.60%，30~60分钟的占37%，一小时以上的占4.40%。

在公交上人们看不看电视呢？有47.50%的人选择玩手机、听歌，27.70%的人表示会看着窗外发呆，24.70%的人会看移动电视，聊天的人有19.50%，还有27.10%的人会睡觉，由此可见，移动电视的关注度并不高。对于公交上的电视节目，偶尔关注的人占64.80%，经常关注的人占9.90%，不会关注的占25.30%，由此可见公交车电视的关注度还是不够的，这也不利于吸引受众对广告的关注，因此要注重节目的类型。比如幽默搞笑短片就会有49.30%喜欢看，时政新闻也有37.70%的人看，然后是综艺娱乐节目有36.60%的人看，影视剧也有21.20%的人想看。

如果在收看公交电视节目遇到广告那还会不会在看呢？有58.20%的人偶尔会继续收看，表示不会收看的人占30.80%，而会一直看下去的仅占11%。看来电视广告的欢迎度不是很高啊。对于坐车时看到过的广告有63.40%的人对有点印象，4.50%的人印象较深，几乎没有印象的占到32.10%。说明广告的类型或者形式会给受众不同的印象！

遇到广告时能看5~10秒的占41.10%，有37%的人能够坚持看10~30秒，能看到30~60

秒的占13%，看一分钟以上的也有8.90%。看来看广告还是最开始的10几秒内能抓住受众的注意力。吸引乘客观看移动广告的原因主要是广告画面和音乐，占48%，其次是因为广告内容和有感兴趣的品牌，均占17.80%，最后是明星代言占16.40%。

对于在公交车上影响看移动电视的不利益因素出现了许多比例相当的选项，比如视

角不方便有51.40%，电视信号不好有46.90%，对节目没兴趣有42.80%，声音过低有27.20%，节目重复有22.90%。看来在公交车上看电视的环境的确不好，有很多因素会影响到受众的关注。

公交电视广告的可信度有多少呢？在被访者中，仅有18.80%的人是完全信任的。有59.60%的人对公交电视广告表示怀疑，更有21.60%的人根本就不信任公交广告。是否信任又关系到广告投放后的回报。有51%的人会关注公交电视广告里的产品但不会购

买，43.50%的人既不关注也不购买，既会关注又会购买的人仅有5.50%。

移动公交广告有哪些是受众希望看到的呢？最多的是旅游休闲类的，占到了61%，紧接着的是食品餐饮类占到了48.30%。公益环保类的也有29%的人想看。房产家居类有28%，接下来的是电子科技类26.40%、医疗卫生类18.80%，网站媒体类11%。这表明受众在公交车里还是希望看到轻松休闲的内容。

（二）问卷分析

从调查的结果看到，公交乘客的主要人群是18~30岁的学生或者职员，我们可以

针对这个群体的特性制定受他们欢迎的节目和广告。比如年轻人喜欢的娱乐节目，公司职员需要的财经节目等等。通过乘客乘车的时长和看电视看广告的时长可以得到制定节目和广告的最佳时间安排，以便于受众接受。

根据乘客在车上的行为习惯和喜欢的节目类型，可以有针对性的制作受众喜欢的节

目，吸引注意并关注广告。数据告诉我们，在广告开始的几秒内，受众的注意力还是不会转移的，我们要想办法通过这几秒时间抓住受众的注意力，让受众关注广告。

公交车内特殊的接受环境是在广告投放时不得不考虑的情况。视角不方便、电视信

号不好、对节目没兴趣、声音过低、节目重复等等都是要注意的方面。我们可以考虑公交电视的安放位置，增强信号，完善节目制作等方面来改善。而对于广告的公信力，这个必须要靠广告主来保证，这也是公交电视广告长远发展的动力。

最后一题的信息说明了受众对于公交电视还是有期待的，我们要做的就是把它做

好，使之满足受众的要求。从受众感兴趣的节目内容里广告主应该明白在受众希望看到节目中做植入广告或者贴片广告，肯定会有很好的效果。

四、结论与建议

（一）结论

通过上述问卷统计与分析，可以得到一些结论。

在节目类型的选择上，除保留现有节目类型外，可以适当考虑增加饮食餐饮类，电

子科技类和旅游休闲类等相关节目，以吸引消费者更多的关注度。

为了使广告宣传效果能够达到更好的实际效果，建议尽量将平均每小时的广告时间

长度控制在一分钟以内，以避免受众因此而产生厌烦及排斥心理。

总体来说，南昌市公交车移动视频广告的传播效果尚可，主要表现在视频广告内容

印象度较高。然而，广告在增加使用兴趣，提高品牌印象和产品购买度上的表现差强人

意。

公交车载电视是日常生活中最为常见的移动电视之一，以其广泛的受众，较高的信息到达率，获得广告主的青睐，必然从传统媒体广告传播中分得一杯羹。它主要一下有5大优势：

优势1：惟一可移动的户外媒体形式,城市覆盖面广，影响力大。相对于其他的户

外媒体形式，车载电视广告以更为主动的方式出现在人们的视野之中，在传播方式上最为“积极、有强制性”。优势2：适合各类产品发布，车载电视广告几乎适合所有行业发布广告信息。优势3：高接触机率和稳定的接触频次，车载电视广告是可见机会最大的户外广告媒体。优势4：较强的地理针对性，车身的可移动性使得商家可以有针对性地，在靠近特定场所传播广告信息，从而达到广告目的。优势5：较低的千人成本

（二）建议

1、明确广告定位，合理编排广告播出顺序

公交车载电视是一个个性特征明显的媒介，明确的广告定位尤为重要。比如在公交

车载电视上投放奢侈品广告，显而易见是白白浪费广告费用。因为乘坐公交车的是上学上班人群，属于平民大众，中低档消费品广告更能为目标受众接受。

根据受众乘车时间和时段，精心编排广告播出内容、顺序和频次。多次重复播出会

让受众产生逆反心理。根据受众的接受心理，把丰富多样的不同广告循环播放，接受效果更为明显。受众对在节目中重播的广告数量，广告时长，广告内容都有一定的忍耐限度，超过一定的量，必然会影响受众接收效果，不仅不会带来广告希望达到的效果，反而会引起受众反感，产生抵触情绪，造成对公交车载电视的不好印象，进而对广告本身留下负面评价。

2重视广告质量，提升形象

公交车载电视要在短时间内吸引受众眼球，引起关注，广告本身的质量尤为重要。

AIDMA模式指出，广告首先要引起目标受众的注意，才能有后面的四个阶段发生，所以引起注意至关重要。公交车载电视本身特点具有户外广告的某些特征，广告片不宜过长，最好控制在15秒左右。明星代言能迅速引起受众注意，提高关注度，广告制作有新意，用独特的创意征服受众。根据公交车载电视自身特点，要求广告色彩鲜明，冲击力强，能在短时间内吸引受众，同时还应配上字幕，作为声音的补充。

公交车载电视面对广大受众，必须提升自身形象。以受众需求为导向，不仅为受众

提供广告信息，还应该让受众感受到审美的愉悦，这样才能使广告有效传播。公交车载电视应该担负起更多的社会责任，让受众看到这是一个负责任的权威媒体。通过提升媒体形象，让受众对该媒体播放的广告产生信赖。

3增强互动性

电视广告可以让受众产生强烈的消费欲望。但是这不像在商场可以立即购买，公交

车载电视可以进一步增强广告与受众的互动。比如回复短信可以获取优惠券，了解更多产品信息，拨打热线可以直接订购。这种互动形式适用于商场广告和餐饮广告，有助于促进短期销量，成功举办优惠活动，效果明显。

电视广告信息转瞬即逝，不易于保存，可以把移动电视终端作为更重要的信息服务

终端，让它在发布信息的同时，还可以本地存储。比如某款产品，如果想要了解更多信息，可以通过红外蓝牙技术，让随身携带的手机等终端实现和移动电视终端的连接，把想要的视频图片文字下载下来。这样就扩大了公交车载电视的服务范围，最终成为一个无所不在的信息服务终端，使广告信息得到更广泛的传播。

总之，公交车载电视作为一种细分化的新兴媒体，目前发展受到诸多不利条件的阻碍，但从长远来看，前景还是乐观的，这不仅需要克服技术上的障碍，也需要更多的传播学者投身到这一领域，为公交车载电视及其广告传播提出理论先导和建设性意见。

附：

问卷编码：【 】

关于南昌市公交视频广告效果调查问卷

您好！我们是江西科技师范大学10级广告专业学生，为了完成专业课题，我们正在做关于南昌公交视频广告投放效果的调查。本次调查采用不记名方式答题，希望您能在百忙中抽出时间认真填写，我们保证调查结果不会用作任何商业用途。感谢您的积极配合！

1、您的性别？

A、男B、女

2、您的年龄？

A、0-18岁B、18-30岁C、30-50岁D、50以上

3.您的职业是： A、学生B、公职人员C、公司职员D、退休人员E、自由职业者F、其他

4、近两个月您经常乘坐公交吗？

A、几乎每天都坐B、经常坐C、偶尔坐D、几乎不坐

5、您通常在哪个时段乘坐公交车？

A、上下班高峰期B、非高峰期

6、您一般每次乘车的时间是多长？

A、5-10分钟B、10-30分钟C、30-60分钟D、一小时以上

7、、请勾选您在乘车过程中的喜好？（多选）

□看移动电视□玩手机听歌□看着窗外发呆□聊天□睡觉□其他

8、您会关注公交车电视节目吗？

A、经常关注B、偶尔关注C、不会关注

9、您喜欢哪种类型的移动电视节目？（多选）

A、综艺娱乐B、幽默搞笑短片C、时政新闻D、影视剧E、其它

10、在收看公交电视节目时，遇到广告，您还会继续收看吗？

A、一般不看B、偶尔会看C、会一直看

11、您对看过的公交移动电视广告的印象如何？

A、印象较深B、有点印象C、几乎没印象

12、您最多能坚持看完多少秒的公交移动电视广告？

A、5-10秒B、10-30秒C、30-60秒D、一分钟以上

17、您认为吸引您观看公交移动电视广告的原因是什么？

A、广告画面、音乐B、明星代言C、广告内容(如：打折促销)D、感兴趣的品牌

14、请勾选您认为影响您看移动电视的不利因素？（多选）

□电视信号不好□视角不方便□对节目没兴趣□声音过低□节目重复

15、您认为公交移动广告的可信度怎么样？

A、信任B、怀疑C、不信任

16、您是否会去关注或购买公交移动电视广告里的产品？

A、会关注、会购买B、会关注、不会购买C、不会关注、不会购买

17、请勾选您希望在南昌公交移动广告中看到广告类型？（多选）

□医疗卫生类□房产家居类□食品餐饮类□电子科技类□旅游休闲类□公益环保类□网站媒体类

问卷到此结束再次衷心感谢您的合作

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！