

詞彙

「大型廣告牌」	指	可於遠處望見的大型廣告牌，一般可於50呎外看到。大型廣告牌可以展示30摺板大海報、8摺板大海報、帆布海報、佈告板、壁飾及體育館或表現場地的標誌等。
「公共汽車候車亭」	指	巴士站、出租汽車站或路牌，由於在上述地點進行推廣及宣傳的工作與其營運要求大致上相同，故歸納同一類別。
「大型廣告牌宣傳」	指	各種面積及形式的傳統大型廣告牌、彩色廣告牌、霓虹燈箱及顯示板。
「經營權」	指	公共汽車候車亭經營權由經中國控制公共汽車候車亭的建設及管理的地方政府機關授權的企業授出。獲授經營權的公司須向該等企業每年支付定額租金。
「千人成本」	指	千人成本，即接觸每一千個人的成本，為廣告業計算成本效益的標準方法。
「廣告牌位」	指	公共汽車候車亭內之廣告展示位，兩面張貼相同之廣告。
「到達頻次」	指	廣告界公認用以釐定廣告媒介有效程度的方法。到達頻次反映一個人於特定期間內接觸一個廣告信息的平均次數。
「傳媒」	指	刊登或播送廣告的媒體，包括電台、戶外、電視、互聯網、雜誌、報章及直接郵遞廣告。

「媒介」	指	業界術語，即某個廣告傳媒，或（如文義所需）指該傳媒其中一個產品。
「室外廣告」	指	所有家居以外的廣告，包括電台廣告、佈告板、街道設施廣告、推廣活動及購物中心的廣告。
「戶外廣告」	指	設於家居以外向任何人士傳遞信息的其中一種廣告傳媒。戶外廣告包括佈告板廣告，以及於公共交通工具、車站及機場和商場廣告板上刊登的廣告。街道設施廣告亦為其中一種形式的戶外廣告。
「售點廣告」	指	一種設於零售地點的廣告方式，專設以減低或減省消費者看見廣告及決定購買有關產品的時間，例如，將廣告放置於產品附近，消費者便可以即時作出購買決定（及即時作出銷售）。廣告商一般劃分一部份宣傳預算作售點廣告。
「到達率」	指	廣告界用語，指廣告計劃有效程度的方法，反映聽到及看到某個商業廣告人士的數目。
「街道設施」、 「街道設施廣告」	指	公共汽車候車亭、出租汽車站、路牌、電話亭、報攤、公廁、獨立佈告板、長椅及街燈等戶外廣告形式。
「標準座」	指	一塊12摺板廣告牌位，兩塊6摺板廣告牌位或三塊4摺板廣告牌位。