

潜心创新 开拓户外广告新突破

雅仕维传媒集团

一则户外广告的生命力对路人而言只有几秒钟，所以必须足够有趣才能激发受众的好奇心。

作为户外广告业的领跑者，雅仕维传媒集团对于户外广告的创意创新有着执着的坚持和要求。通过对空间的巧妙运用，雅仕维根据场景环境的独特性而采取因地制宜的创意，为客户打造户外广告创新元素，使其能更有效、更精准地打动受众，实现最大的广告效益。以下是雅仕维近期的创意优秀案例：

定制 LVMH 与天猫香港特色推广



LVMH 与天猫 香港广告发布

(案例视频)

今年“双十一”购物高峰，LVMH 的部分化妆品品牌在天猫的“双 11 全球狂欢节”首度登场。作为空间管理及创新媒体方案的专家，雅仕维为 LVMH 选择以标志性的中式帆船“大张保”号为载体展示广告，并穿梭于维多利亚港，以别开生面的宣传方式吸引更多香港及国际消费受众的关注。

雅仕维传媒集团多年以来一直备受 LVMH 集团信赖，该集团旗下的私募股权投资公司早于雅仕维上市时便已成为基石投资者，至今仍是主要股东之一。随着互联网相关平台蓬勃发展，雅仕维能透过户外媒体的影响力配合客户的在线活动以接触更多受众，因此相信未来与 LVMH 集团将有更多合作机会。

此外，雅仕维和阿里巴巴集团旗下网上零售平台——天猫，于香港推出定制推广活动。在多人流密集处为天猫发布定制媒体方案，包括位于中环环球大厦及铜锣湾莲福大厦的 LED 幕墙，以及位于红磡海底隧道的 T 型广告牌。

雅仕维定制 vivo 机场专属体验之旅

机场广告再不只限于一个平面的框框，从乘客抵达的一刻起，品牌传播就已经开始了！雅仕维再创新猷，为 vivo 于

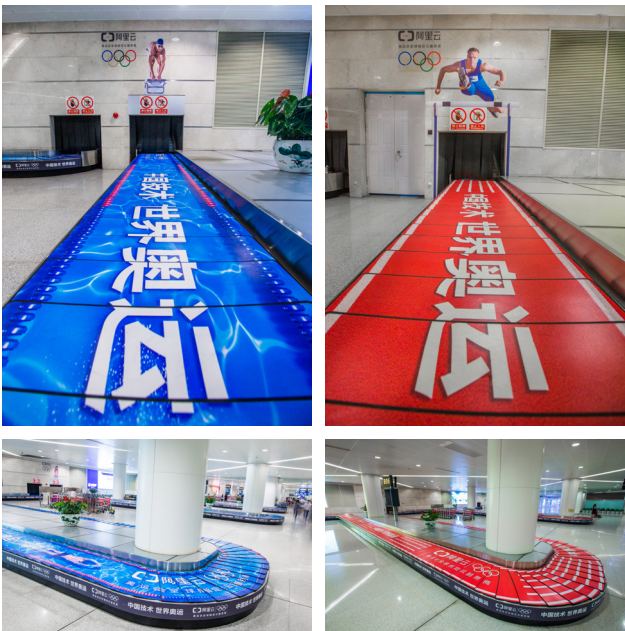


郑州新郑国际机场精心策划了首场非一般的专属品牌体验。

今年9月，郑州机场迎来了130位来自印度尼西亚的vivo经销商，开启为期8天的中原文化之旅。为了让海外嘉宾感受vivo品牌归属感，雅仕维根据接送机旅程定制媒体方案。从嘉宾在郑州机场落地的一刻，开始由专人迎宾和带领，从国内到达通廊、行李提取厅、迎客厅和国际候机厅，沿路呈现22块vivo最新品牌广告，让嘉宾留下了惊喜难忘的专属旅程记忆。

此次非一般“vivo品牌体验旅程”方案，体现了雅仕维为品牌客户制定个性化营销方案的能力，客户满意度、旅客体验和机场空间环境得到提升，达到三赢的宣传效益。

阿里云奥运创意亮相杭州萧山机场



阿里云正式成为2018-2028年奥运会全球指定云服务商。为切合奥运主题，雅仕维为阿里云精心策划创意方案，将杭州萧山国际机场T3的行李传送带打造成为创意“奥运

泳道”和“奥运跑道”，于国庆黄金周前正式发布，迎来旅游高峰。

墙面上的赛手蓄势待发的姿态，迎面向着缓缓移动的行李传送带，静态与动态图案相结合，仿佛奥运赛事就在眼前呈现。创意视觉效果极为震撼，让沉闷等待行李的时间顿时变得轻松有趣。从前期提出创意概念，到画面定稿，再到印刷安装，雅仕维全程为阿里云提供一条龙服务。

整个方案仅用了一个多月的时间，制作了将近3500块贴膜，共1500㎡+的发布面积，密锣紧鼓地在8天内便顺利完成上刊，成功在8条行李传送带发布创意效果，再次开创户外广告创新发布的佳话。

香港创新DOOH互动广告



(案例视频)

“维他奶·真心友 SAY”
香港铜锣湾罗素街 LED

增强与受众互动，加深品牌印象，一向是品牌传播的共同目标。雅仕维善用数字户外媒体（简称DOOH）的优势，

再次开创户外广告典范。雅仕维为香港著名饮料品牌——维他奶于香港铜锣湾罗素街户外 LED 推出“维他奶·真心友 SAY”线上线下互动企划。

香港消费受众只要用手机登入线上游戏界面，创作赠予亲友的“真心话”，便可即时直播在位于铜锣湾名店购物区的超级大屏幕上，送上暖心惊喜。广告一经发布，便成为吸引大批年轻受众的热门话题。

此次广告发布在短时间内吸引了超过 1525 人留言参与，多家网络传媒报道及社交平台分享，超过 11133 次线上赞赏及转发，线上总浏览量达 69 万次，成功加强受众与品牌的情感联系，成为香港本年度最受瞩目户外广告企划之一。

北京地铁站厅变身课室 回味青春旧时光



爱奇艺《你好，旧时光》
北京地铁 4 号线

(案例视频)

为宣传爱奇艺一部关于岁月的童话《你好，旧时光》，雅仕维创意地结合场地环境，将北京地铁 4 号线的海淀黄

庄站站厅，打造成课室的场景。黑板报、书簿柜的立体错视墙贴，站厅中央变成操场，柱子摇身变成仿真篮球架，还有车站通廊化身课室楼道墙贴，呈现“全景式青春时光”。

平常人潮汹涌的地铁站，乘客们进站后都放慢脚步，驻足观赏和拍照留念。雅仕维与客户再次成功为乘客带来非一般的沉浸式体验，唤起受众年少时的共同回忆，产生情感共鸣。

在潜心开发创新案例的同时，雅仕维也在不断拓展市场资源，积极与品牌客户、广告业界精英、媒体主等各方加强深度合作，建立更紧密互动，并通过不同角度以丰富形式向外界展示雅仕维实力。

主动出击！推行北上广港 4As 创意路演



雅仕维传媒集团中央市场部（CMU）定期多次走访北京、上海、广州、香港四地共 20 多家 4As 媒体代理商，向业界精英重点介绍年度新增媒体项目，并以面对面交流的形式，成功展示雅仕维于全国成功发布的户外创意案例及最新创意互动技术分享。在活跃的氛围中与客户深度交流，开拓更多合作商机。

开拓世界市场 展示雄厚实力

作为华资优秀广告媒体行业代表，雅仕维获中国国际商会邀请，参展于 2017 年 11 月广东珠海举行的中国拉美国际博览会。通过展示，充分体现雅仕维大中华区媒体资源的优势和创意能力，有助推动开拓拉美与大中华的发展。

随着一带一路的经济商机崛起，带来了更多的机遇，雅



仕维立足大中华，放眼全世界，未来将不断开拓更加广阔的业务版图。

推进户字数字程序化广告新发展

在这个移动互联网飞速发展的时代，互联网新技术带来更多的价值增长点。雅仕维拥抱移动互联网带来的新机遇，进一步推进数码户外广告发展。早于年初特别成立了创新及科技中心（Central Innovation and Technology Unit, 英文简称 CTU），致力于运用大数据推动集团朝向“数码户外广告”迈进。

在数据化的大趋势下，雅仕维将融合互联网大数据及数字技术，善用独家经营的机场及地铁媒体资源，以新技术进一步提升媒体投放的受众精准度，在汇聚优质客流的媒体空间场景，陆续开发新产品及投放方案，为旗下代理的媒体增值，同时为广告客户带来更大的效益。

广泛认可 屡获佳绩

雅仕维多年秉承“空间管理”经营理念，在有限的空间中发挥无限的创意。不仅从广告创意上进行突破，还利用新技术的融合、空间与氛围的塑造、体验感的增加，呈现出别具一格的广告效果。

仅在 2017 年，在雅仕维参与的十余项国内外大型广告赛事中，获得了 20 余项重量级奖项的出色成绩，不仅连续多年在 ROI 金投赏屡获佳绩，更是在中国广告长城奖媒介营销奖力压群雄斩获金奖，创意水平与实力获得社会各界的一致认可。

雅仕维不断提高市场占有率获得社会及业界的广泛认可，香港中华出入口商会向集团颁发了“进出口企业大奖 2017——市场拓展奖”，以奖励雅仕维杰出的市场拓展策略。投资界亦对雅仕维在建立投资者关系方面所付出的努力

表示认同，集团于香港投资者关系协会举办的第三届香港投资者关系大奖中的小型股类别获得“最佳投资者关系公司”殊荣。

战略开拓市场 协同效应增优势

2017 年，集团于三月获得了天津地铁 2 号线和 3 号线的独家特许经营权。天津地铁资源的取得，将与集团在北京的业务产生协同效应。

六月，雅仕维获授杭州地铁 2 号线与 4 号线主要广告媒体的独家专营权。受惠于新兴科技及旅游相关行业，杭州市成为中国最重要的交通枢纽，与全国各地接轨。至此，雅仕维能够同时为杭州市机场及地铁提供户外广告媒体服务。两地地铁资源的获取，进一步巩固了雅仕维在地铁户外广告领域的领先地位。

伴随粤港澳大湾区规划的政策落地，雅仕维传媒集团珠海分公司也已成立，通过香港、广州、深圳、珠海四地联动，形成在珠三角的强大业务布局。



FIA Formula E 香港电动方程式赛车锦标赛

雅仕维目前拥有大中华地区 27 个机场（以及海南三亚凤凰国际机场 2 号航站楼）和 16 条地铁线路的主要媒体资源独家特许经营权，覆盖 38 个城市。除发展传统业务外，集团将继续开拓商机，于传统领域以外寻找新契机，展示雅仕维户外广告的实力，如集团 2017 年已连续第二年获委任为国际汽联香港电动方程式赛车锦标赛的独家广告代理。

雅仕维将继续积极在战略地点拓展媒体资源，壮大集团的户外媒体组合，务求为客户提供更多元化的广告选择，为雅仕维各方持份者带来更大效益。AM