



## 雅仕维为香港红十字会输血服务中心推出创新宣传计划

### 展现其提供一站式广告解决方案的能力

(2018年3月6日, 香港讯) 策略重心定于机场及地铁广告媒体经营的领先户外媒体公司**雅仕维传媒集团有限公司** (“雅仕维”或“集团”; 股份代号: 1993.HK) 于2018年3月3日为香港红十字会输血服务中心 (“中心”) 推出线上及线下 (“O&O”) 捐血宣传计划。雅仕维担任该“全渠道”宣传计划的独家市场推广及公共关系合作伙伴。此外, 集团亦正式宣布加入“给血联盟”<sup>1</sup>, 鼓励员工恒常捐血, 回馈社会。

鉴于香港年青捐血者人数持续下跌, 该宣传计划旨在向年青人宣传中心新推出的长期奖励计划, 藉此鼓励他们成为恒常捐血者以缓和香港血液库存量紧张的情况。因此, 雅仕维创作了以新颖的“转圈挑战”为亮点的宣传计划, 覆盖创意构思、宣传品平面设计、影视制作、揭幕活动策划及执行、名人互动以及O&O媒体宣传, 从而以高曝光率持续吸引市民。为获得年青人的关注及参与, “转圈挑战”汇集各界名流及主要意见领袖在Facebook、Youtube等社交媒体平台上载他们的挑战片段, 以共同传达“恒常捐血”的讯息。

不仅如此, 雅仕维亦在旗下地处黄金地段的独家代理媒体资源, 如中环环球大厦和铜锣湾罗素街的LED幕墙以及港铁沙田、旺角东、九龙塘站的环回电视主题区, 提供全面的媒体方案, 播放相应的宣传短片。透过雅仕维多元化的O&O媒体资源及其数码户外广告的能力, 本次宣传计划可藉从线上线下渠道接触到大量受众。

**雅仕维主席兼首席执行官林德兴先生**表示: “源于对香港的社会责任, 我们本次十分荣幸受香港红十字会输血服务中心的委任, 度身为其定制这充满趣味及活力的全方位宣传计划, 通过有别于传统户外广告的方式, 提高年青人对捐血助人的关注及热诚。此创新的宣传计划不仅展现了雅仕维提供一站式广告方案的能力及在数码户外广告市场的领先地位, 更重要的是彰显了我们关心社会, ‘诚信、卓越、仁爱’的企业文化。”

谈及“转圈挑战”的灵感, **林先生**表示: “我们的本意是让观众亲身‘体验’因供血不足而产生的眩晕, 从而明白捐血的重要性。凭借我们独特的‘空间管理’业务模式、于户外媒体广告市场的优势, 加上紧贴互联网趋势的理念, 我们能够进一步加强观众的‘体验’。我们亦积极推广数字户外广告业务, 并不断提供互动性更强的线上线下解决方案, 以创造‘富媒体’<sup>2</sup>效果。展望未来, 我们将继续充分运用于媒体解决方案方面的经验及知识, 为社会各界谋福祉, 同时加强集团的行业领导地位。”

**香港红十字会输血服务中心行政及医务总监李卓广医生**表示: “我们很高兴雅仕维身体力行支持及参与‘给血联盟’活动, 我们期待凭借其全面且创新的宣传能力, 鼓励社会各界, 尤其是年轻人恒常捐血, 帮助有需要的人。”

<sup>1</sup> “给血联盟”是中心于2018年推出的全新奖励计划, 旨在鼓励市民以团队形式定期捐血。该联盟欢迎公司或个人参与。

<sup>2</sup> “富媒体”是一个数码广告辞汇, 专指包含视频、音频或其他进阶元素, 并且能鼓励观众互动及参与的广告。

## 图片说明



雅仕维主席兼首席执行官林德兴先生（左二）代表集团宣布加入“给血联盟”。

- 完 -

### 关于雅仕维传媒集团有限公司（股份代号：1993.HK）

雅仕维于1993年成立，是策略重心定于机场及地铁的大中华地区领先户外媒体公司。集团现在拥有28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39个城市。于大中华地区，以独家特许经营主要媒体资源的数目及相关收入计，在机场方面，集团在私营媒体公司中排名首位，而在地铁线方面也排名第二。截止2016年底，集团拥有独家特许经营权的机场全年乘客输送量达2.48亿人次，约占中国内地所有机场乘客总输送量的四分之一。雅仕维亦不遗余力履行企业社会责任，其在环保方面的努力获得官方肯定，并荣获“2016 香港环境卓越大奖”及“香港绿色机构”的荣誉。

有关雅仕维的详情，请浏览网站：[www.asiaray.com](http://www.asiaray.com)或通过以下二维码关注集团的微信帐号（帐号名称：雅仕维传媒集团或asiaray\_airport）。

### 传媒及投资者查询：

雅仕维传媒集团有限公司

窦雷

+852 2539 3939

[ray.dou@hk.asiaray.com](mailto:ray.dou@hk.asiaray.com)

