

雅仕维引领户外广告迈向智慧时代

雅仕维传媒集团

近年，智慧城市的概念在全球快速兴起，世界各地都在大力建设开发智能的城市管理模式。户外空间是城市建构中不可或缺的重要部分，亦是人们生活的一部分，作为大中华地区领先的户外广告经营者，雅仕维传媒集团拥有 25 年空间管理的经验，一直以来致力于用创新科技推动行业发展，并履行企业责任，积极配合发展智慧城市，为美好的生活锦上添花。

创立 CTU 吸纳专业人才及加强技术应用

随着智慧城市的发展，雅仕维迅速捕捉数码户外广告 DOOH 的商机，吸纳专业人才，于去年正式成立集团创新及科技中心（英文全称：Central Innovation and Technology Unit，英文简称 CTU），在户外广告的基础上，加入不同的科技元素，如 VR、AR、iBeacon 等，让户外媒体成为客户“体验”的最佳平台。同时雅仕维亦不断突破，通过情景式户外广告、程序化购买、媒体库存自动化管理系统、媒体科技规划等几个方面开展研究项目，全力提升创新及科技技术，将全国自有媒体系统陆续升级，促使户外广告迈向智慧时代。

数码化实现 LIVE 互动

在信息爆炸的今天，受众对于传播的信息已产生了一定程度的自动过滤，想抓住大众的眼球，就需要更加新颖的户外广告表现形式。新媒体技术和 LED 显示屏的结合为广告内容传播和创意形式提供了技术上的支持，达到生动美观的效果，使户外广告更具吸引力，进一步影响二次传播。



维多利亚港电子屏转播球星互动，带动球迷狂欢



Burberry 于香港中环延续伦敦气氛

早在几年前雅仕维已开创先河，将数码技术结合智能手机等设备，带给受众上佳的互动体验。于维多利亚港大厦幕墙为 NIKE 转播隔岸大型品牌活动，幕墙震撼呈现大牌球星的广告动画，同时在尖沙咀香港文化中心户外举行足球赛，通过直播和 LED 大屏的互动，在维多利亚港打造创意空间；在香港中环商业区最繁华的地段宣传 Burberry 品牌，

中环大厦户外电子屏每天同时转播伦敦天气实况、伦敦时装秀，将品牌活力感染至香港及世界各地；在铜锣湾为麦当劳开创香港户外最大 O&O 互动广告，路人通过手机扫二维码直接在大屏开启互动游戏，充分体现出数码户外媒体的协同效益。

现今，雅仕维的户外媒体运用创新科技实现了线上与线下的衔接，以增强广告的到达率，提升广告的影响力，最终转化为实际的购买力，使户外广告能够与人更好地进行实时互动，随城市一起实现“智慧”。

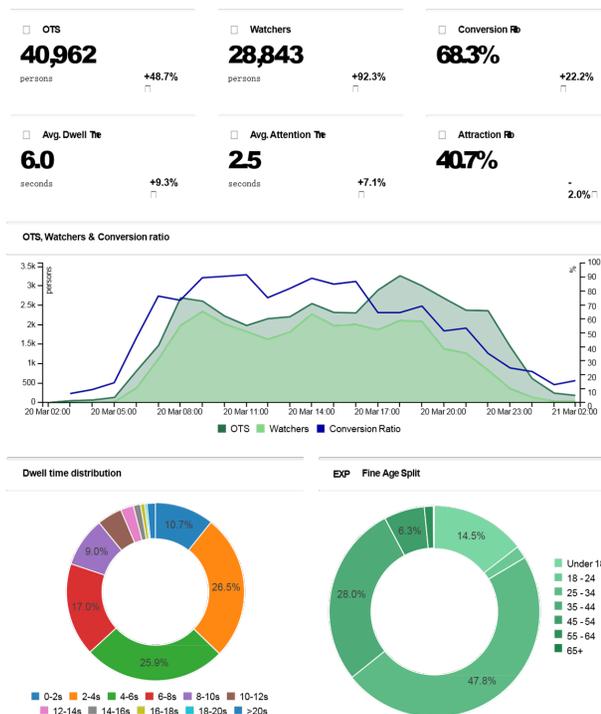
为品牌订制个性化内容

大部分的 LED 媒体都是以分时系统并只播放单一版本广告影片的形式运行，在智慧城市的催化下，需要的是更加贴近人心的广告。

试想一下，当 CBD 繁华路段精英上班高峰时，你在广告屏上可能看到当天的恒生指数走势，并以奥迪最新型号的汽车于走势图带上带出“陪您应付每个高低起伏”的广告讯息……你的个人生活已与个性化广告无缝接轨，智能的户外广告变得愈加贴心，甚至比我们更早一步了解到自己的潜在需求。雅仕维也拥有将品牌信息与周边环境及市场信息精准配对的技术，使广告主的广告信息根据环境条件和市场信息而变化，通过识别紫外线指数、天气变化、恒生指数、悬浮粒子指数等丰富媒体内容。



于中环环球大厦电子屏显示恒生指数



雅仕维媒体受众大数据

此外，随着人工智能的迅猛发展，雅仕维结合 3D 技术正在开发自家 IP 形象，除了图像之外，户外广告被赋予了新的形式，将人工智能应用于语音互动广告中，使广告能听会说，用户在聆听广告的同时，可以通过语音与广告进行深入的互动，让广告体验变得更加有趣，雅仕维正逐步实现数字个性化的内容定制服务。



结合 3D 技术开发智能形象

收集大数据 实现精准投放

智慧城市是以人为本的，应依据市民大众的需要来构建，比如在智能机场，将增加虚拟影像等智能设施，使用脸部生物辨识技术用于登机安检等，为旅客提供无缝的机场行程体验。雅仕维引领科技融合户外广告行业，通过户外媒体资源运用不同的技术进行收集、统计和分析，对旅客的出行需求有更深层次的了解。



程序化实现精准投放

大数据的收集有助转化成需求分析，例如在城市及交通空间收集记录机场及地铁空间全天客流高峰的时间段，了解现有媒体的触达率；深化分析受众特性，将该时段客流的受众特性作为卖点，推介给予合适的品牌客户；分析受众喜好、出行及生活习惯，从而提升旅程体验服务。

雅仕维凭借所拥有的超过 2.48 亿年客流量的机场受众网络，可以掌握旅客出行目的地的地理及航程数据，因应旅客的出行需求，切换登机口媒体广告内容，让旅客在出发地



分析旅客出行目的地的地理数据

提早接收前往目的地的信息，提供有多元化实用的信息，如当地天气情况、旅游名胜、酒店预定、乐园门票、娱乐节目、购物及消费等，而且精准地传递到目标受众，令旅程更加顺畅愉快。雅仕维会陆续运用大数据收集整合全网络的数据库，把具有相似特征和购买偏好的客户归类，为广告主提供更加精准的媒体投放策划服务。

- ◆ 按时间显示出相对应的广告版本
- ◆ 可充分利用乘客在机场的停留时间，作合适的时段进行不同产品的促销或宣传



- ◆ 按目的地气温显示出相对应的广告版本
- ◆ 不受季节限制，客户同时间因应不同地区的天气进行不同季节和天气的产品宣传



- ◆ 按目的地显示出相对应的酒店优惠 (如送早餐、订房折扣、机场接送)



技术促进情境融合 创出户外广告新突破

随着物联网技术的发展，媒体数字化和智能化产生了人与物、物与物、人与环境等更多的关系维度，广告更加注重和消费者在生活情景下的自然融合，户外广告凭借较为稳定的受众接触时长，采用最新技术与场景的深度结合已进入场景营销时代。



雅仕维运用受众配对方案将广告显示与受众特征精准配对，主要通过场景识别、受众分析、程序化购买、灵活播放这四个环环相扣的环节实现情境化体验。透过实时侦测场景中的男女比例、年龄层分布、车型，甚至识别观看者的情绪表情都能进行分析，来个性化改变实时广告信息，并能从数量及质量中评估广告成效，创出户外广告新突破。

可见，户外广告已成为品牌及受众双向实时互动的媒体，对于户外广告是一个重要里程碑。一方面能更好地了解受众群体，从另一方面来说，这为广告行业带来一个具创意、灵活性的平台，具成效地传递创意广告内容，缔造更高投资、更高回报率的媒介策略成果。

媒体管理程序化

户外广告行业已经进入一个现代化科技的时代，数字化管理成为广告界的共识。作为户外媒体的经营方，雅仕维不仅在户外媒体上加强科技数字化的应用，对于企业内部的经营管理模式也采取程序化的模式，使全国庞大的媒体资源管

理更完善有效。

目前，雅仕维自家媒体库联网能整合媒体实时现状，将户外媒体的库存实现数码化管理，通过云端管理系统，实时监测了解机场、地铁、户外的媒体情况，让各部门快速有效地进行媒介管理及内部信息交流。未来还将推出程序化购买平台，广告代理及品牌客户可通过平台查询各地的媒体资源实况、人群覆盖率、广告效果预览、媒体计划自动化等功能，以优化雅仕维给予广告客户的媒体代理服务，加强全国以至全球营销网络。



雅仕维将推出程序化购买平台

随着世界科技智慧不断升华，户外空间就是城市和生活不可分割的一部分，它有助进一步洞悉社会民众需要，完善更美好的生活。雅仕维业务发展与时并进，早占先机创立集团创新及科技中心，由专业团队主动开发创新媒体项目，积极引入先进科技进行研发和应用，为媒体主及广告主提供创新的媒体方案，同时亦为受众的旅程和生活提供更优质的服务。面临数字世界带来的全新机遇，雅仕维将继续发挥“空间管理”模式等核心竞争力，并致力于投资人才、技术、产品及业务模式创新，在心态和视野上拥抱物联网，引领户外广告行业迈向崭新的智慧时代。ACM

责任编辑：崔文秒，微信号：jacquejacque2015