

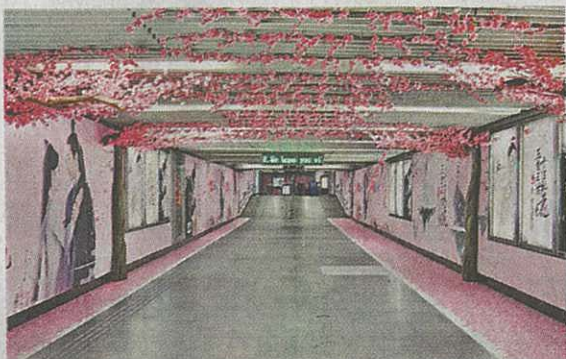
## 雅仕維傳媒集團有限公司 一站式廣告服務倡靈活

走在街上、打開手機，形形色色的廣告映入眼簾，要成功吸引客戶的眼球，除了從廣告設計入手，更要結合線上線下的廣告模式，把廣告融入生活空間中。「進出口企業大獎2018——優越創新獎」得主雅仕維傳媒集團有限公司（下稱雅仕維），透過空間管理向廣告客戶提供綜合及具創意的戶外媒體方案，將品牌由香港推廣至大中華地區，進一步穩固公司的行業地位。

**與**其他戶外廣告公司不同，雅仕維業務將策略重心定於機場及地鐵廣告，集團現時擁有28個機場（以及海南三亞鳳凰國際機場2號航站樓）和16條地鐵線路、廣深港高速鐵路香港段以及港珠澳大橋珠海人工島的主要媒體資源獨家特許經營權。集團獨家經營權覆蓋的所有機場之全年總客運量，於去年底達到2.28億人次，相當於已掌握國內所有機場之總客運量約20%。雅仕維目前在大中華地區機場廣告市場排名第一，地鐵廣告市場則排名第二。

### 強調空間管理 廣告融入四周

雅仕維不單是管理戶外廣告位置，而是提供一站式廣告解決方案。雅仕維董事會主席兼首席執行官林德興表示，集團會建議客戶如何規劃整個場地的廣告布置，「放在甚麼媒體、找甚麼類型的客戶、哪些位置適合他們，也屬於我們的服務範疇之內。」雅仕維更強調運用獨有的「空間管理」模式，除了利用美化空間提升視覺享受外，也能刺激受眾聽覺、嗅覺、觸覺及味覺，增加趣味性及感染力。



雅仕維曾為內地電視劇《三生三世十里桃花》在北京地鐵站作宣傳，透過布置散發桃花香味的走廊，吸引途人的目光。

林德興舉例指，雅仕維曾在銅鑼灣時代廣場對出的大廈設計了一個俄羅斯方塊遊戲，以手機作操縱桿，讓途人在大屏幕中打機，吸引他們留步觀賞，也曾為一個飲品品牌做推廣，把大廈的屏幕打造成「祝福牆」，途人可以在手機輸入不同的留言，並分享至社交網絡，留言便會在屏幕中直播，成功結合線上線下的廣告模式。

### 重點在結合線上線下

談到互聯網廣告興起，有可能改變客戶的廣告資源分配，林德興認為互聯網的確改變了我們的生活，但我們依舊要乘坐交通工具，出門也會看到不同的戶外廣告，最重要是如何接觸目標客戶。「被動式的廣告是不夠的，更重要是跨媒體合作，線上線下互相結合。做到廣告圍着客戶轉，才是成功。」林德興舉例指，雅仕維曾與優酷土豆聯手為內地電視劇《三生三世十里桃花》在北京地鐵西單站做宣傳，當時正值情人節，雅仕維在互聯網宣傳將會在西單站派花，還會派發許願卡，吸引不少人前來取花，並拍照分享至社交平台，是一個結合線上線下的好例子。

近年雅仕維亦與Google合作，推出創新的追蹤性戶外廣告模式，使廣告客戶能通過數碼戶外媒體接觸目標受眾，並根據天氣、時間或其他參數不同而靈活調配資源。舉例說，一個防曬品牌可因應當天的紫外線指數，決定廣告播出的次數。林德興認為這種追蹤性的廣告服務，對行業來說很有前瞻性。

### 打造香港廣告服務品牌

隨着「一帶一路」的發展，不少企業均放眼內地市場，林德興慶幸，雅仕維早已在內地穩佔一席位，集團成立25年來，憑藉媒體行銷



林德興指雅仕維不單是管理戶外廣告位置，而是提供一站式的廣告解決方案。

經驗及良好聲譽，已建立廣闊的全國性業務網絡，覆蓋大中華地區39個主要城市。問到在內地市場有何優勢，林德興坦言雅仕維的服務比較全面，而他認為空間管理亦是他們的優勢之一，「我們的公司文化是將創意化作空間管理，建立一個創意平台，不是天馬行空，而是實在地善用廣告空間。」

林德興認為中國近年發展迅速，機遇處處，「中國現在有很多機遇，我形容是大時代，有很大的發展空間，可建立一個很好的事業。」他又指，國內有很多地方可以讓香港借鏡，例如國內的創意元素比香港更多，更敢於創新；香港則較穩健。雅仕維亦鼓勵員工創新及交流，因此設立雅仕維傳媒學院，致力培養戶外廣告人才，亦為香港及內地的員工建立交流平台。



雅仕維亦曾透過把大廈的屏幕打造成「祝福牆」，結合線上線下媒體，為飲品品牌作推廣。

### 科技融入廣告面向世界

**與**Google合作推出的追蹤性戶外廣告模式，連接時代廣場大屏幕的俄羅斯方塊遊戲等戶外廣告方案，都正正反映創新科技為廣告業帶來更多的可能性和創意空間。展望未來，林德興期望繼續發揮雅仕維空間管理及服務全面的優勢，同時把物聯網、人工智能及大數據等技術，融入在戶外廣告行業中，並繼續做好國內市場工作，對發展海外市場持開放態度。「我很想向大家證明，香港不單有產品、科研，更擁有自己的服務品牌，可以面向世界。」



(資料由客戶提供)