

# 以创新模式驱动户外广告未来发展

## 雅仕维传媒集团

过去的一年，中国户外广告正跟随市场需求进行创新转变，凭借数字化、线上线下联动等多种模式的革新，愈加获得广告主的关注和青睐。除外部因素的推动外，创新也是行业自身良性发展的不竭动力。

雅仕维传媒集团也在行业的变革中寻找新机遇，将创新模式视为公司发展的重要引擎，在业务拓展、经营策略、人才管理等多方面进行不断尝试，积极寻求媒体经营的长效发展和媒体价值的突破，为行业带来了新的增长点，也为重建市场格局奠定了基础。

### 新资源加强市场覆盖率 加快海外扩张步伐

近年来，雅仕维拓展了许多对集团意义重大的新资源，于国家重点发展的粤港澳大湾区、京津冀城市群、长三角经济区，以至“一带一路”倡议的沿线国家拓展新的业务版图，同步开拓温州、武汉、成都等地的新网络阵地，加强了雅仕维在地铁、机场等媒体的市场渗透率。



温州轨道交通 S1 线



成都双流国际机场



北京地铁 14 号线

雅仕维于多个城市扩展业务版图

在粤港澳大湾区深化发展的一年，雅仕维获取香港九巴及龙运巴士的独家媒体经营权，其中九巴亦是香港最大的公共交通服务供货商之一。巴士广告可以接触到市内各个年龄及收入阶层的人口，曝光率和影响力巨大，很大程度上加强了集团在香港的业务据点，为品牌及客户创造更大价值。

除主动融合国家发展外，集团更跨出国门，获得新加坡地铁汤申－东海岸线的独家广告特许经营权，加之通往东南亚及南亚的两个中国国家门户枢纽机场之一的昆明机场媒体资源，进一步布局亚洲及“一带一路”周边国家的媒体网络，为海外市场的扩张奠定重要基石。



雅仕维获授新加坡地铁线媒体继续进军海外市场

## 发展策略求新求变 创造户外媒体新价值

### 引入蚂蚁金服为策略股东

随着技术不断革新，户外广告场景细分化，数字化户外广告平台涌现，吸引多方资本先后加盟，阿里巴巴等互联网巨头给户外广告行业注入了大量的资本。在市场竞争加剧的环境下，雅仕维引入阿里巴巴集团的关联公司——蚂蚁金服为策略股东，显示其对雅仕维的业务模式、竞争优势和发展前景充满信心。

雅仕维也正积极寻求与蚂蚁金服在不同领域进行合作的可行性，通过发挥双方优势，实现业务协同，有助于集团拓展线上客户的蓝海，丰富客户资源，并透过线下媒体及线上大数据拓展 O&O 合作模式，联合打通东南亚市场版图。

### 跨界合作加入中国城市影响力实验室

户外广告作为城市的文明窗口，拥有着超越商业价值的

社会价值，随着中国国际地位的不断提升，线下媒体也成为城市向国际展示其形象的重要名片，在文化旅游等相关产业正建立起紧密联系。



中国城市影响力实验室正式挂牌雅仕维

雅仕维顺应时代变革适策发力，突破行业局限，加入由社会科学院、新华社《经济参考报》、泛华集团等知名机构联合发起的“中国城市影响力实验室”，为集团在新行业市场环境下的转型奠定基础。目前，雅仕维作为该实验室的创始机构及秘书长单位，也在平台上积极孵化与现有业务息息相关的“规划设计中心”、“国际传播中心”，在挖掘城市发展的价值的同时，希望借此与更多企业展开多领域、跨行业的融合创新，以期更好地服务于社会，助推城市繁荣发展。

## 创新发展融入经营理念

### “空间管理” 激发新创意



可口可乐冰镇俄罗斯方块

创新的经营理念催生众多优质案例

面对消费者个性化需求的持续增长，以及企业投放广告时更注重快速变化、深度挖掘需求，户外广告公司团队必须有富有洞察力的创意、持续跟进前沿的技术，融合实体空间与虚拟空间管理的理念服务于客户，主动为客户提供高价值的创意方案。



碧桂园互动巡展让地铁惊现温泉



NIKE 跳高女神香港湾仔幕墙广告

雅仕维发展至今取得的长足进步，得益于独特的“空间管理”经营理念，与其他户外广告经营者“批发买入-零售卖出”的经营方式不同，集团将自己视为广告空间的经营者，尽力为广告客户、媒体业主、乘客提供与众不同的广告服务。随着经济发展和科技进步，雅仕维与时俱进，在“空间管理”的经营理念中加入创新技术，除程序化媒体购买平台外，运用不同种类的网上推广媒介进一步配合线上线下策略。

基于“空间管理”的经营理念，雅仕维已经拥有一支贯彻执行“空间管理”理念的团队，主动为客户提供优质服务，在中国多个城市的地铁、机场、户外等广告经营中都取得卓越成绩。2019年荣获90项重要赛事的奖项，并在多个比赛

中成为获奖数量最多的媒体公司，巩固了集团行业领导者的地位。



于多个行业赛事获得全场大奖、金奖等重磅奖项



行业论坛中展现创意案例获得业界认可

## 大力推动媒体数字化转型

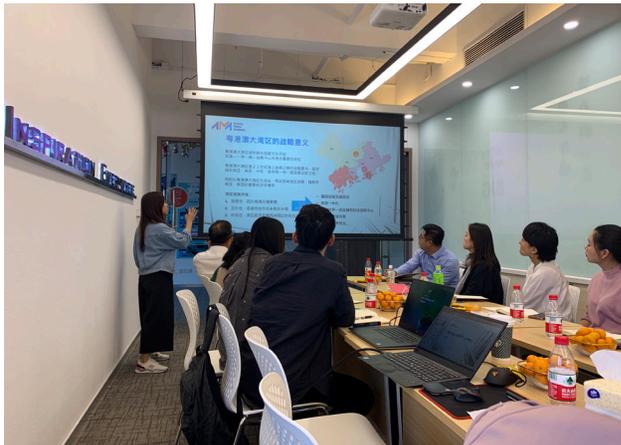
户外广告数字化的概念在2019年不断被提出，AR、AI等技术的赋能以及户外场景的不断延展和丰富，带动着数字化户外广告迸发出更强的生命力。雅仕维也转变管理和思维方式，使广告作品在跨渠道营销策略中占据更重要的位置。

目前，雅仕维已持续多年进行数字化转型，并趋向自动化的投放服务，结合AI技术进行程序化购买，也推出环境识别解决方案，用探测设备侦测媒体周边环境变化并加以分析，自动挑选最为匹配的广告发布方案。与蚂蚁金服合作后，集团将实现媒体解决方案的扩展与快速迭代，最大化地增加户外广告的价值。

## 创新的人才管理模式

### 人才培养提升行业竞争力

雅仕维的硕果累累，除丰富的资源、优质的平台、强大的股东等因素外，更离不开雅仕维对人才的培育。集团连续两年开展雅仕维传媒学院，采取面对面直接交流、探讨及培训，持续推进人才梯队建设，更有利于雅仕维企业文化的传承与发展，为行业良好发展作出贡献。



雅仕维传媒学院培养核心团队

与此同时，雅仕维成立经营交流小组，将一批有发展潜力的人才纳入人力资源开发视野，通过实施基于公司发

展战略的培养计划，发挥公司各梯次核心人才中坚力量的作用，提升企业核心竞争力和可持续发展能力。

### 专项培训提高集团运营水平

除培养人才梯队外，雅仕维尤其注重员工的专业知识和个人能力，并将其与当地业务进行有效结合，深化每位员工的业务水平。集团针对五大支柱（市场推广、经营管理、运营、财务、创新科技）阶段性地定期组织交流大会，以帮助各地加强沟通，运用强大的人才网络助力集团有更好地业务发展。



举办全国地铁运营大会分享加强集团统一化管理

未来机场和地铁等媒体数量还会大幅增加，户外媒体的覆盖范围将进一步扩大，对于广告主和广告受众而言，户外媒体将变得越来越具有影响力。在这一趋势下，雅仕维仍将凭借优秀的“空间管理”模式、多元的客户组合、媒体资源的广度与深度继续稳步成长，更携手策略股东蚂蚁金服和技术合作伙伴 Google、WPP 集团等，继续在各发展方向上贯彻创新模式，持续推动行业的向上发展。