

# 打开亚洲市场 新加坡地铁新线备受瞩目

## 雅仕维传媒集团

随着“一带一路”政策的持续推进，雅仕维近年陆续拓展与海外市场的策略性合作，除获得高速铁路（香港段）和港珠澳大桥（珠海口岸）两大重要跨境媒体外，更跨出国门获得新加坡地铁汤申-东海岸线（TEL）的特许经营权，成为雅仕维在东南亚地区的重要据点，进一步布局“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。



360公里，80%居民只需步行不到10分钟就可抵达一个地铁站，不断扩大的地铁规划不仅为市民出行提供便利，亦让地铁媒体资源备受瞩目。



新加坡地铁 TEL 试乘日仪式

## 一、出海扩张新版图 新加坡地铁成“新国门”

### 1. 新加坡铁路网络持续规划带来新市场

新加坡的铁路系统是发达、高效的公共交通系统，平均日客流量高达300万，覆盖新加坡超过一半的人口数量，是当地人最常用的出行工具之一。

新加坡地铁方业主——新加坡陆路交通管理局也非常注重发展全面的陆路运输网络和基础设施，持续完善铁路系统，并运用创新技术增强陆地交通网络的连通性和弹性，更好地连接人与城市。预计于2030年，新加坡地铁将扩大到

### 2. 东南亚第一条跨国地铁线 成国家门户新窗口

#### 1) 直通马来西亚形成新马1小时生活圈

新加坡地铁 TEL 是新加坡第6条地铁线，其北端位于马来西亚新山市，是东南亚第一条跨国地铁线，使新加坡与马来西亚间的乘车时间从目前的一个多小时缩短至30分钟，大大缩减了通关时间，为往返两国的市民提供新的、更为便捷的出行工具。

同时，近年来新加坡旅游局正吸引更多马来西亚游客及商务人士，2019年马来西亚国家文化与艺术局也加大力度吸引新加坡游客，来往两地的市民亦会逐步增多，实现一小时生活圈的愿景。

## 2) 加强与中国市场的合作机会

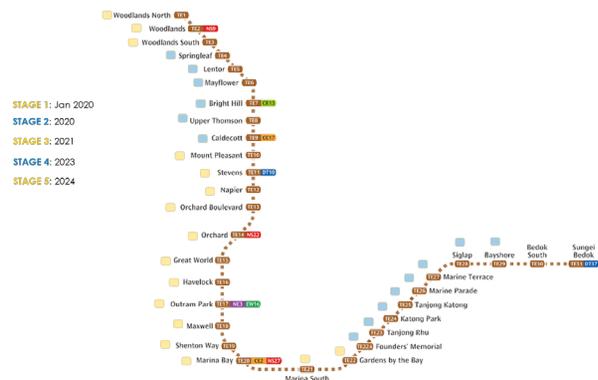
目前新加坡的华人数量占总人口的 3/4，中国在新加坡留学及旅游的人数比例也逐年上涨，众多中国品牌在本地备受欢迎，如李宁、小米、中国人寿、华为等，加之新加坡政府自 2017 年起通过新加坡旅游局在中国进行推广活动，积极推动中国旅游业的发展，也已整合支付宝、微信支付等支付应用，逐步在本地零售领域进行升级，中国品牌在新加坡将有广大的市场空间。

雅仕维借此契机助力中国品牌走向国际，融入全球互动的大格局。目前将重点投放目标定位在新加坡有业务的中国企业，如中国旅游企业、中国支付应用、中资银行，以及计划在海外市场拓展业务的企业，为企业及品牌进入“一带一路”倡议的市场版图提供新的国际舞台。

## 二、新加坡地铁汤申 - 东海岸线优势及前景

### 1. 新加坡地铁 TEL 规划涌现新机遇

该线于 2020 年至 2024 年分五阶段通车，第一阶段兀兰北——兀兰南已于 2020 年 1 月通车，待全面投入营运后，全长 43 公里共 32 个站点。列车采取全自动无人驾驶，初期预计日乘客量达 50 万人次，长远有望增至约 100 万人次。



分阶段陆续开通的线路规划图

· 连接当地所有地铁线路：全面运营后，设有 8 个地铁换乘站，可连接其他当地地铁：东西线（EWL），南北线（NSL），东北线（NEL），环形线（CCL），市区线（DTL）和跨岛航线（CRL）。

· 便于市民出行：该线连接新加坡北部、南部及东部，与最繁忙的南北线共同承担客流，该线的开通也让市民节省多达 50% 的出行时间。

· 途经重要地标：穿梭 CBD 8 个重要分区（安顺路、丝丝街、红灯码头、麦士威、菲立街、莱佛士坊、丹戎巴葛、滨海湾金融中心）、连接高档住宅区、直达美食与购物广场、接通城市与樟宜机场航站楼。

### 2. 沿线设施规划带来新契机

· 机场基建：2030 年新加坡将启用樟宜机场 5 号航站楼，目前樟宜机场 1-3 号客运吞吐量为 8,200 万，相信未来接载乘客往返机场与市区的地铁 TEL 将引来新的客流高峰，户外媒体的价值也将持续增高。

· 交通基建：于东海岸综合车厂区域连接包括三个地铁接驳站和一个巴士站；邻近丹那美拉轮渡码头，无缝接驳小轮来往新加坡与马来西亚，可为客户增加广告的宣传效益。

### 3. 蚂蚁金服入资雅仕维 强强联合共创多元业务

去年，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，成为集团加快发展的强大后盾。雅仕维将与蚂蚁金服在开拓线上客户资源、拓展 O2O 合作模式、新加坡等东南亚国家的营销推广上实现业务协同，共同打通国际市场。

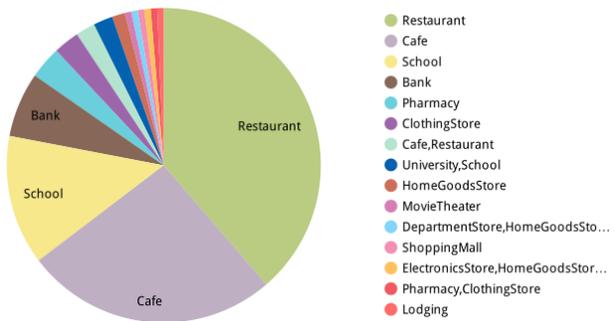
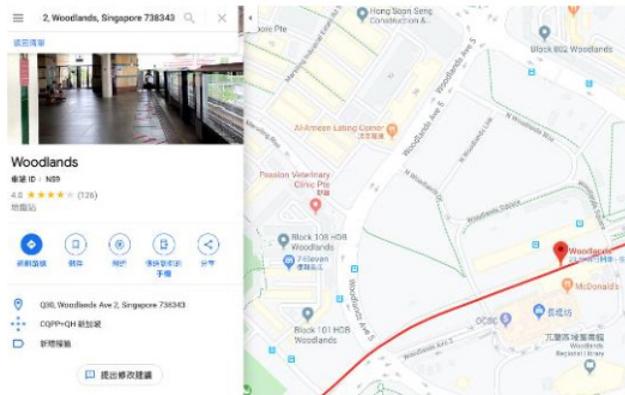
## 三、数字化营销策略 迎接市场新环境

鉴于新加坡地铁 TEL 在未来将不断规划，雅仕维运用自主开发的运算系统针对不同阶段的目标客户有重点规划，以长期持续性地吸引客户进行精准投放。

### 1. 重新定义媒体受众 实现精准营销

雅仕维根据第三方提供的数据，结合自主开始的运算系统，可标出媒体城市及路线位置的广告商、品牌、商品、环境外围等相关数据，并打造地铁广告营销服务定制化平台，以实现未来自动化媒体投放。运用定点商圈分析、图像智能分析、媒体受众人群数据分析等数据，不仅能立刻分析与客

户投放最合适的媒体，有效提高媒体价值，更能在路线开通前对目标客户有准确的预判。



定点商圈分析新加坡兀兰站周边环境

随着新加坡地铁 TEL 陆续开通不同阶段，雅仕维也将运用数字化环境分析，分阶段对教育产业、银行与金融、政府部门、零售业、餐饮业、快速消费品、银行与金融等相关客户精准推荐媒体点位，以达到宣传效益最大化。

## 2. 首通段兀兰站的优势及投放案例

兀兰地区中心将成为新的商业中心，有一定的市场前景，雅仕维亦根据数据分析了解到兀兰站的现有优势主要为：该区为高密度住宅区，有较多家庭住户，基于交通需求预计有高客流量；周边的电子商铺数量在新加坡排名第四；周边的服装店数量在新加坡排名第三。因此，在针对家庭社区服务、电子零售、时尚零售方面等的客户进行着重营销，目前已成功为新加坡社会及家庭发展部（MSF）、TPG 电信公司发布广告案例。



雅仕维为 TEL 发布首发案例

## 四、雅仕维经营策略赋能国际媒体

### 1. 雅仕维一体化营销再升级

雅仕维作为同时拥有机场、地铁、高铁、户外大牌和口岸媒体的全领域户外媒体营销专家，近年来不断强化全国一体化营销，由资源板块之间界限分明的模式走向协作互通，成功发布众多战略性跨地投放案例。如今市场版图增加新加坡的海外资源，将更利于通过一体化营销帮助客户在国际市场上提升品牌价值。





雅仕维于新加坡地铁 TEL 开通日发布创意案例

## 2. 打通 DOOH 灵活性 迎接未来程序化应用

雅仕维已与全球最大的广告商之一的 Rubicon Project 开展程序化购买合作，可根据配备图像识别技术的屏幕，以侦测观众数目及充当广告平台。在能支持观众划分及验证的技术支持下，透过合作向供应端平台、买卖服务台以及数以万计的广告客户提供品牌安全的库存平台，广告客户将能够在自动包装、协商和执行预留的高级购买流程的同时，通过其受众获利。

为更好地使新加坡地铁 TEL 媒体资源迎接未来程序化应用，我们为全线规划相同尺寸的数字屏幕，便于同步发布及管理，达到较高的覆盖面和频率，从而提高占用率并确保广告收入。全线开发 86 英寸（单屏 / 双屏）数字液晶显示屏、55 英寸平台 LCD 网络、车站旅行信息系统（带有 QR 码 / 信标）等，打造新加坡地铁电子化率最高线路（40%），让国内更多品牌借由雅仕维于新加坡的海外资源走向国际，形成全球性网络，更运用“空间管理”的经营理念创建身临其境的品牌体验和品牌知名度。



全线统一规划媒体尺寸迎接程序化应用

虽然在疫情影响出入的情况下，全球广告总量增长放缓，但新加坡采取了“全球典范”的高效防疫措施，相信有良好的经济发展态势下，企业对当地的广告投放需求也相对乐观。从长期趋势看，在品牌为王的时代，户外广告也以其与城市的兼容性及巨大的品牌传播力仍会保持发展势头。

ACM 责任编辑：崔文秒，微信号：asia-outdoor