

践行可持续发展策略，创新多元玩法升级

雅仕维传媒集团

市场环境千变万化，企业如何加快变革步伐追赶时代潮流？对于户外广告行业而言，要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟，抓住立足市场的不变法则，则显得更加重要。

雅仕维传媒集团作为一家策略重心定位于大交通广告媒体的优秀户外媒体公司，凭借着多年的行业经验，在稳健发展中拓展优选媒体资源，布局「大交通，多媒体，全场景」战略，提高市场占有率；与此同时，以数字化技术、场景沉浸式体验、优质内容等打造创意户外媒体，不断创新广告玩法，构建受众对品牌文化的认同。

一、战略布局，拥抱更多可能

互联网时代的来临，引发了阅读碎片化、注意力转移等一系列连锁反应。雅仕维关注市场变化，及时调整应对策略，在稳定发展中寻求新机遇，运用网络化的资源布局，为客户构建更大的协同效应；同时也将进一步扩大集团在大交通领域的布局，迈向「亚洲最大的交通媒体经营者」。

1、西南地区：成都天府国际机场正式投运

2021年6月27日，成都天府国际机场正式投运，成都也成为继北京、上海之后，中国第三个拥有“双国际机场”的城市。雅仕维作为媒体运营商，积极拥抱数字化发展，以数字驱动媒体效能提升，拓展创意互动场景体验，创新引领户外广告行业新趋势。

四川雅仕维以“5G+智慧媒体”理念规划设计打造天府国际机场电子媒体，可借助技术手段呈现裸眼3D的视觉盛

宴，营造媒体的空间感、沉浸感、立体感，产生身临其境的视觉冲击；在T1国际出发办票厅也处处可见设计巧思，创意使用有限空间，为受众带来更好的互动体验，不断延伸广告影响力。未来，将在T1国际边检创意品牌通道处打造8K超高清多媒体综合显示屏及创意装扮机场内T2行李转盘，深度挖掘媒体资源优势，构建数字化媒体空间创意新趋势。



扫描二维码查看精彩视频

2、粤港澳大湾区：再获深圳地铁四条地铁线

2020年度中国内地GDP三十强城市榜单发布显示：深圳作为中国一线城市，经济总量在2020年内地城市排名第三，在中国制度创新、扩大开放等方面承担着试验和示范的重要角色。雅仕维获得深圳地铁2（三期）、4（支线）、6、8（一期）及10号线的独家广告及媒体资源，同时续约深圳

地铁3、4号线的独家经营权。未来,也将继续贯彻独创的“空间管理”理念,继续引入更多富有互动性的创新宣传模式,实现户外媒体价值最大化。

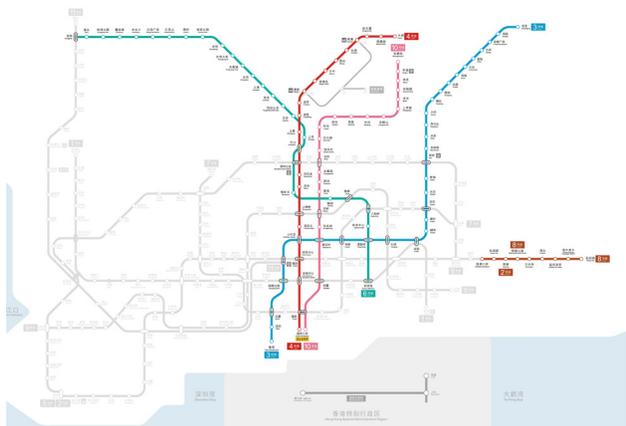


图1 已获取深圳市地铁媒体资源图

3、延伸全国,迎接高速发展

为助力广告主实现更大的协同效应,雅仕维稳健拓展全国优质独家媒体资源。在京津冀布局上,获得北京17号线主要媒体资源的广告经营权,同时参与17号线内的广告媒体项目建设,并计划打造首条轨道内全数码媒体线路;在西部地区布局上,获得云南陇川广宋通用机场的媒体资源,连同在云南已占据的地铁、机场、铁路等交通要塞,搭建西部多形式的媒体网络;在粤港澳布局上,除深圳地铁六条地铁线,亦获得香港巴士候车厅资源以及屯马线全线的正式开通,结合拥有的地铁及巴士媒体,为受众及广告主提供更完善的服务。

今年媒体资源的扩张,意味着雅仕维面向更广阔的市场环境,搭建更全面的媒体传播矩阵,完善在京津冀、粤港澳、长三角、一带一路以至整个亚洲的大交通媒体布局。

二、多元发展,激发内在动力

除在资源布局上不断发力之外,雅仕维不断创新媒体运营策略,以创意驱动媒体效能提升,拓展互动场景体验,创新户外媒体新趋势。

1、创新广告模式,开启「地下红馆」在线音乐会

适逢香港最长地铁线——屯马线全线开通,香港雅仕维联合生活综合类账号 Hi&Seek 在港铁红磡站主办了一场别开生面的地下演唱会,邀请歌手 J.Arie 雷深如女士以及乐队 Zpecial 合作表演,用音乐搭建与乘客之间的沟通桥梁,并获得社交平台广泛传播。

全新户外及线上结合的广告模式,获得客户 CHIVAS 和潘婷全力赞助,为屯马线全线正式开通揭开序幕。在活动期间,进行了一系列线上线下广告宣传,包括港铁四封灯箱及电子屏广告投放,以及拍摄多个宣传影片于社交媒体进行影片推广及艺人宣传,更于港铁官方手机应用程序投放广告增加曝光率。此次活动有效触达更多目标受众,引发讨论和关注,加深受众印象。



扫描二维码查看精彩视频

2、广告+商业,直播带货火热

雅仕维积极拓展“广告+商业”模式,发挥自身资源渠道优势,线上线下资源联动助力云南品牌发展。云南空港雅仕维积极响应云南省委省政府政策号召,携手明星艾晓琪开展“振兴乡村发展 助力云品出滇”宣传活动,在昆明长水国际机场航站楼“云南绿色食品品牌10大名品展示销售中心”内首次进行淘宝直播带货活动,增强云南特色商品天猫店铺【云南普洱茶官方旗舰店】、【云南绿色食品品牌官方

集合店】的知名度，同时推动云南绿色食品品牌、云南省十大名品的发展，实现最终销售转化。



图1 户外媒体联动线上直播活动

3、同心跟党走，献礼建党100周年

今年正值建党100周年暨香港回归祖国24周年，香港雅仕维充分发挥自身媒体资源优势“贺建党百年，庆香港回归”，让户外媒体变身红色精神的宣传阵地，切实增强媒体宣传窗口的作用。

香港雅仕维参与香港各界庆典委员会统一组织的系列活动，特别发布100辆双层巴士车身、中环地标LED广告，热烈祝贺中国共产党成立100周年暨香港回归祖国24周年！



扫描二维码查看精彩视频

100辆巴士包车寓意建党百年活动圆满，大红主调产生强烈的视觉冲击，也更加凸显事件的重要性。同时，#香港多区巴士换新装庆建党百年#等话题在网上引发热议，并被众多媒体报道传播。

三、创新玩法，突出品牌差异化

在社交种草时代，品牌的“去中心化”趋势越来越明显。面对市场的细分化、圈层化，品牌结合自身定位形成新的竞争优势，才能创造更大的生存空间。雅仕维作为大交通媒体运营商，挖掘品牌个性化特性，量身打造差异化营销，帮助品牌形成与众不同的宣传形象，抢占市场份额。

1、跨界联名，惊现哆啦A梦品牌馆

为迎接潘祥记哆啦A梦麦豆蔻夹心吐司全新上市，云南雅铁在3号线五一路站采用4大空间创意形式发布品牌站厅，形成一站式“梦幻联动站厅”。通过3D立体雕塑+秋千座椅，打造打卡互动点；借助3D雾幕投影搭建哆啦A梦任意门，既完整展示品牌产品，又趣味性十足；利用LED发光字+立体造型+冰箱磁石贴在品牌站厅中营造沉浸式体验，拉近品牌产品与消费者的距离，乘客拍照打卡实现多次曝光。



扫描二维码查看精彩视频

2、全新碰撞，当传统遇见流行

浙江雅铁联合微拍堂在杭州地铁2、4号线掀起线下文玩创意互动浪潮，当文玩碰到地铁网红站点，引发强势关注。在杭州地铁2、4号线钱江路站品牌D2通道，举办了一场针对“中年人”的“微拍 520 文玩节”线下营销活动，精准触达目标受众。通过灯箱上的“扎心”文案解读中年人的心声，并在通道内打造磁石贴领取区，扫描磁石贴上的二维码，即可免费领取文玩，有效实现“把广告带回家”。



图1 创意形式引发打卡热潮

3、全新 CP，打造夏日甜蜜空间

为庆祝山海关荔枝蜜桃汽水甜蜜上市，天津雅铁联合山海关、神州高铁在天津地铁2号线打造地铁中的甜蜜空间，当荔枝碰上蜜桃，给你带来不一样的夏日甜蜜记忆。三方领



扫描二维码查看精彩视频

导出席“真甜列车”的启动仪式，并于签到处拍照打卡留念，同时在鼓楼地铁站站厅打造快闪活动为列车启动宣传造势，劲歌热舞引发路人强势围观。联动天津站换乘U型区，与列车同步发布甜蜜专区，收割2、3号线换乘客流，双重曝光为“桔荔CP”出道助阵，更有工作人员为乘客派发99份520表白“神汽”，为乘客送上美好祝福。

4、场景联想，还原元气高汤馆

深圳雅仕维携手汤达人在3号线老街站打造元气高汤馆，创新借助场景联想，以地铁空间为载体，精心设计仿真碗面、原木座椅，生动形象还原面馆场景，呈现一碗好吃又营养搭配100分的高汤面，同时又有化身“元气厨师”王俊凯的加持，引发乘客互动打卡，趣味十足，激发受众对品牌的好感度。



图1 场馆搭建营造沉浸感

在城市化进程不断加快的形势下，户外广告场景作为城市建设中不可或缺的一部分，占据城市庞大的流量人群，正在以数字化、多样化等获得更多关注。雅仕维也在积极拓展业务版图，结合户外广告与线上活动，辅以大数据等智能技术，提供更有创意的广告解决方案，实现业务成果的可持续发展。

ACM 责任编辑：崔文秒，微信号：asia-outdoor