

多元媒介时代，户外广告仍是营销主阵地

雅仕维传媒集团

广告作为助力品牌发展、增加曝光度的重要一环，有效的广告营销投放能够助力实现品效合一。户外广告之所以能够从众多的传播媒介中脱颖而出，在于其拥有广泛的受众人群、媒体表现形式多样、潜移默化影响消费者决策等，引发受众自发打卡二次传播，实现品效合一。雅仕维传媒集团深入探究市场发展趋势，多维角度助力宣传，借助多样的呈现方式放大品牌声量，实现预期宣传目的。

一、事件营销，放大宣传效果

户外广告覆盖人们日常出行生活圈，拥有更广泛的受众群体，通过广告画面吸引来往人群注意，精准触达受众，有效促进二次传播发酵，产生影响力和传播力。雅仕维传媒成立至今已近 30 年，作为历史发展的参与者与见证者，正值香港回归 25 周年，发挥户外广告宣传窗口优势，借助多样的广告展现形式，传递香港回归 25 周年的喜讯，营造浓浓的欢庆氛围。

1、搭建户外媒体宣传矩阵，祝贺香港回归 25 周年

香港回归 25 周年作为国家发展历程中的重大事件，雅仕维传媒积极发挥媒体力量，助力香港各界庆典委员会在香港通过 25 辆巴士全包车、巴士站电子屏、港铁、户外大牌等关键媒体点位传递这一喜讯，搭建媒体传播矩阵，放大宣传声量。“砥砺前行 25 载，携手再上新征程”、“热烈庆祝香港回归祖国 25 周年”、“同心庆回归，同行创未来”

等广告标语遍布香港大街小巷，共同分享这一喜悦时刻，营造节日氛围。



扫描二维码查看精彩视频

同时，助力香港驻京办在北京地铁 1 号 - 八通线、4 号 - 大兴线以及 14 号线与乘客共同感受香港回归 25 周年的庆祝气氛，在封闭空间内让乘客沉浸式感受香港过去 25 年来努



力的成果，并且在车厢内涵盖各种范畴的香港小知识，寄托对美好将来的热切期盼和信心，携手再上新征程！



扫描二维码查看精彩视频

2、爱国爱港，林德兴先生对话《央视新闻》

雅仕维传媒作为户外广告的示范企业，在中国共产党成立 100 周年、香港疫情等重大时刻，发挥户外广告宣传优势，传递民族力量，企业发展及践行社会责任的突出表现被各界认可。为庆祝香港回归 25 周年，“央视新闻”发起《中国心 香江情》特别栏目。创始人、董事会主席林德兴先生受邀接受采访，回忆起与祖国和香港发展相关的点点滴滴，相信祖国在党的领导下发展越来越好，户外广告也将持续为讲好中国故事、传播中国文化发挥积极力量，为成为享誉世界的华资户外广告传媒集团锲而不舍，并被央视新闻客户端、中青在线等多个官方媒体宣传报道，引发热议。



扫描二维码查看精彩视频

3、引发打卡热潮，户外惊现海天景观彩虹秀

为庆祝香港回归祖国 25 周年，由香港湖南联谊总会、西贡各界联合会联合主办，雅仕维传媒策划在将军澳海滨公园举办大型「紫荆吐艳 晴现彩虹 庆祝香港回归祖国 25 周年大型海天景观彩虹秀」。活动在将军澳海滨公园举行，通过在海上喷出水柱创造出由天然阳光折射而成的彩虹，与跨湾大桥形成双彩虹的海天壮丽美景，展现了欣欣向荣、朝气蓬勃的时代特征。海滨长廊的红色长龙、水上彩虹、跨海大桥构成了一幅美妙的画面，寓示着香港在党的指导下发展越来越好，凝心聚力开新篇。此外还设置打卡互动分享喜悦时刻，通过现场的二维码可进入 Instagram 滤镜与彩虹打卡，引发线上打卡热潮，活动反响热烈，并获颁为香港特别行政区成立 25 周年纪念活动之一。

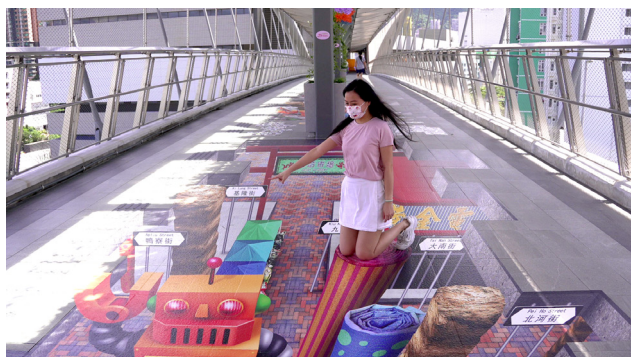


扫描二维码查看精彩视频

4、再现城市地标，欢庆长廊彰显欣欣向荣

除此之外，雅仕维传媒策划了「深心花桥贺回归」25 周年庆祝活动，该活动由海盈居民会及青年议会，联同深水埗民政事务处、九龙社团联会深水埗地区委员会共同举办，活动选址在具有发展意义的刚落地的世纪大桥——横跨了西九龙公路及连翔道，并连接海达邨及海盈邨。在长达 145 米的长跨度行人天桥上，天花顶设置了一片色彩缤纷的花海，天桥地面更精心设计了两款 3D 立体视觉地贴，借此彰

显深水埗区独有的文艺、创新及活力色彩。行人更可通过手机扫描指定二维码，进入 Instagram 滤镜打卡，便可透过 AR 效果体验身临其境之感，见证 25 周年的欢庆时刻，引发打卡热潮。



扫描二维码查看精彩视频

二、多元探索，数字户外进行时

户外广告与时俱进，求新求变，不断拓展发展边界，借助各种数字技术满足品牌主多样的投放需求，力求实现效果转化，推动户外广告不断发展，借助传媒力量讲好更多品牌故事，为品牌发展增光添彩。

1、户外广告 + 元宇宙，开拓创新谋发展

· 户外媒体联动 KOL 全域营销

雅仕维传媒进一步探索元宇宙，实现户外广告发展更多可能性。通过搭建线上虚拟空间，串联线下庞大的户外媒体网络，让乘客沉浸式感受户外广告的数字魅力，此次联合「HK Virtual Tour」App，发起「25 线上健步行」（Virtual Walk 25）活动，受众可借助户外线上联动开启虚拟旅程，通过在指定的路线中漫步穿梭，游览打卡热点，并可在各个打卡点看到活动赞助商 Webull 微牛证券及 YF Life 万通保险的品牌信息。此次活动也在港铁站内的灯箱、电子屏、及港

铁 MTR Mobile App 手机应用程序投放各类型广告，并联动各大流量的 KOL 于社交平台宣传活动信息，线上线下同步带动流量，能有效接触多方目标受众，令广告效益全面提升。玩家完成指定路线及任务即可累积分数换取丰富礼品及优惠，活动胜出者更有机会赢取已获得区块链认证的 3D NFT 奖牌，具有特殊的纪念意义（注：相关活动仅限香港居民参加）。



图：户外广告创意玩法升级

· 首创香港元宇宙市集

同期，雅仕维传媒深挖线上媒体商业潜力，借助线上自媒体平台 Hi & Seek 为品牌营销引入新的商业推广模式，借助数字技术实现线上线下宣传闭环，为品牌营销赋能。文青市集活动作为香港周末假日消费的优选，雅仕维传媒首次举办实体 + 虚拟元素结合的元宇宙市集【Hi & Seek MetaFair】，消费者可以在线下 D2 Place 的实体文青市集闲逛，并可通过全球玩家达 5000 万人的 Roblox 在线游戏平台穿梭线上元宇宙市集，参观 3D 宇宙旗舰店、插画馆、乐队大礼堂、超级农庄等！其中也包括雅仕维传媒打造的 NFT 展馆，体验科技魅力，亦可自由体验 24 小时营业【VR 虚拟元宇宙市集】，同步在线购买展列品（注：相关活动仅限香港居民参加）。这是雅仕维传媒首次开创结合商户品牌打造的元



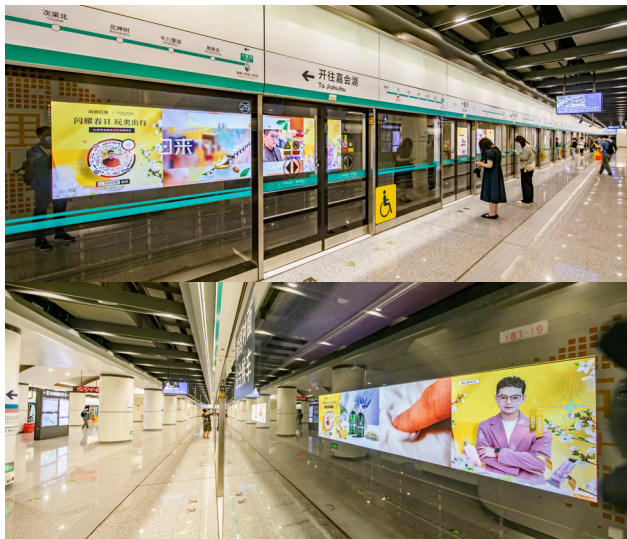
宇宙 3D 世界，寓意着迈入元宇宙数位内容创作的新里程，未来期待通过打造场景创意及数位技术的经验，结合线上及户外的优势，拓展更多元宇宙商机。



扫描二维码查看精彩视频

2、户外广告+MCN，打造全域营销新标杆

为进一步扩大品牌宣发的影响力，此次联合蒲公英 MCN，马帅归来团队及欧舒丹品牌登陆国内首条全电子屏媒体的北京地铁 17 号线的开通站点——共 126 块电子屏，全屏播放，为线上直播宣传造势，形成地铁媒体矩阵式传播，实现线上线下营销闭环。通过高清超大画幅单边连续性 LED 电子屏，呈现品牌动态创意内容发布效果，不断激发线下地铁广告的传播潜力，营造互动氛围，提升乘客对广告的关注力，更有效提高传播量及销售转化率，通过前期户外媒体发布预热，为线上专场直播活动带来了近 200 万观看人次，最终销售额近 1900 万，实现品销合一。



扫描二维码查看精彩视频

3、户外广告+艺术，创意+互动唤醒对生活的热爱

雅仕维传媒携手巴士光年 IP 联合超现实主义人气摄影师 Surrealhk 的 Tommy 及大玩错视效果的《生活在六维空间的男生》摄影团队发起「Busz Gallery 城市画廊」，在尖沙咀弥敦道柏丽购物大道地铺 60 号对外九巴巴士站以「站·停下来 抱抱艺术」为主题，希望大家「暂停」一会拥抱艺术，在这个繁忙的都会巴士站空间，希望用艺术按摩疲惫的大脑，成为忙碌生活中的点缀。通过艺术作品渗透巴士及巴士站与时俱进，颠覆传统的既定印象。此外还发起「游玩 Busz Gallery 问答游戏」、「城市创意 Busz 摄影比赛」，参与互动有机会赢取精美好礼。



扫描二维码查看精彩视频

户外广告作为历史悠久的传播媒体之一，引领市场潮流寻求创新升级，不断延伸户外媒体发展的空间，经久不衰。雅仕维传媒借助户外广告传媒力量，让受众体会到不一样的广告魅力，同时洞察户外广告变化，在新技术的赋能下，实现差异化的创意媒体发布，更充分的展现品牌媒体，加深品牌印象。未来也将不断挖掘户外媒体的价值，放大户外广告传播优势，探索数字化时代的发展方向，为行业带来新气象，推动行业良性发展。

ACM 责任编辑：崔文秒，微信号：asia-outdoor