

户外广告“破圈”更要“出圈”，有效创新是关键

雅仕维传媒集团

2023年“五一”假期，经文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游合计2.74亿人次。随着市场环境回暖，受众出行意愿提升，户外广告作为覆盖人们日常出行场景的媒体，凭借着传播范围广、受众人群多样、宣传效果显著等优势备受广告主青睐，抢占营销宣传高地。雅仕维传媒作为一家已经成立超30年的户外广告公司，多年来坚持创新发展，为广告主提供多元整合营销解决方案，助力塑造品牌价值，赋能品牌持续增长。

一、新突破，创先激发品牌活力

户外广告作为一种大众化的传播媒介，借助数字技术实现更多可能性，创新多元媒体投放形式，使得户外广告更具魅力和生命力，不断满足客户个性化的广告定制需求。雅仕维传媒坚持创新发展，以创意驱动提升品牌价值，创新户外媒体新趋势。

1、哈佛商学院收录“空间管理”经营模式

创新是引领企业高质量发展的重要动力，是企业在激烈的市场竞争中长久发展的关键。雅仕维传媒“空间管理”经营模式作为教学案例被哈佛商学院收录，无论在国内还是业内都意义非凡，是对雅仕维乃至整个户外广告行业的肯定和认可。



扫描二维码查看精彩视频

这篇标题为《Asiaray: Managing Space Innovatively》的案例收录了长达14页的内容，系统阐释了雅仕维依托独有的“空间管理”经营模式在户外广告价值链重构方面的探索及创新。雅仕维传媒打破户外广告传统的“批发买进-零售卖出”的商业模式，开创了一种独树一帜的经营理念，其创始人及首席执行官林德兴先生将这种商业模式定义为“空间管理”。该模式几经发展和完善，紧跟市场趋势结合数字技术朝着“户外及线上新媒体”及“户外广告元宇宙”方向前行，创造性地利用媒体空间，从而带来意想不到的广告效果。

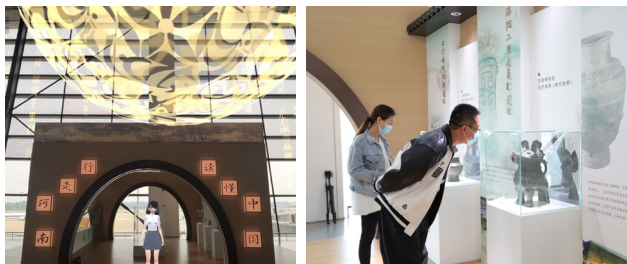


激发创意空间
创造无限价值

此次被选入哈佛商学院教学案例，既认可了雅仕维在户外广告的发展成果，对于行业发展来说也具有里程碑意义。

2、城市宣传名片，文旅+户外强吸睛

户外广告作为城市文化建设的重要载体之一，在一定程度上能够有效塑造城市文化形象。为放大河南文旅的知名度和影响力，河南空港雅仕维传媒有限公司联动维智科技的维享时空团队（以下简称 PGVerse）为河南省文化和旅游厅策划“行走河南·读懂中国”线上文化旅游展厅，通过增强现实的技术，将当地特色文化在线上展厅进行延展，并融入机场场景，展现城市形象。此次活动借助 PGVerse 的空间计算及视觉定位技术能力，通过 AR 的技术手段提升展厅体验感、同时增加虚拟人讲解、丰富展厅功能，通过这种形式来引发旅客对河南深厚历史文化和丰富旅游资源的兴趣，提升“行走河南·读懂中国”品牌的影响力。此次发布创新文旅宣传新形式，让受众在年轻化、沉浸感、互动强的氛围中，深入感受底蕴深厚的河南文化，进一步挖掘河南文旅的独特优势，提升知名度和影响力。

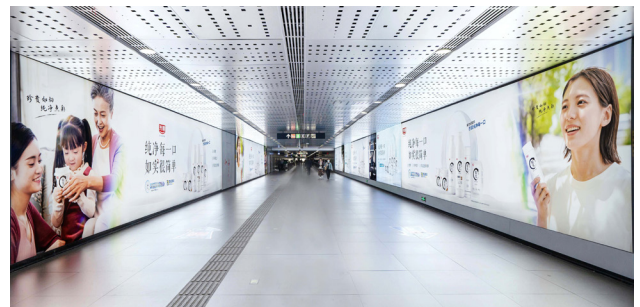


扫描二维码查看精彩视频

二、新亮点，媒体升级满足多元需求

作为人们日常出行频繁接触的传播媒介，户外广告能够有效培养受众的品牌认知，扩大品牌的影响力和知名度，同时也是受众和品牌之间必不可少的链接桥梁。为满足广告主更多需求，雅仕维传媒多次升级改造媒体，通过媒体画面改造，提升受众的广告感知，营造品牌氛围。

雅仕维传媒此次将位于杭州地铁钱江路站 2&4 号线与 9 号线闸机内相互换乘的必经通道的媒体，升级改造为“光影动感长廊”。光影动感长廊由超高清、无边框的 LED 电子屏和联排超级灯箱交错组合，动静画面无缝连接，打造极具冲击力的震撼 MAX 媒体。双侧超级灯箱采用无边框设计，画面顶天立地，延伸受众的视觉感官，LED 电子屏画面精度高达 P2.0，高明亮度、高清晰度呈现广告 TVC（企业宣传片）画面，融合视觉、音效、光效技术营造沉浸式的品牌氛围，提升乘客旅程中的广告感知。长达 40s 的广告可视时间和 168 m² 的巨幅展示空间，深度覆盖双向换乘客流，有助于加深广告记忆，制造营销热点，占领受众心智。



图：新的媒体形式吸引受众注意力



扫描二维码查看精彩视频

此外，为提供更优质的地铁媒体服务，雅仕维传媒对深圳地铁4号线核心站点的媒体进行媒体资源创新升级，为广告主提供更专业综合化解决方案。此次改造更凸显广告发布效果，媒体发布更具新颖性，视觉效果更加亮眼夺目，充分扩展了品牌信息承载量，尽显媒体广告的个性魅力。



图：多站点媒体改造升级

三、新场景，地铁惊现梦之蓝小酒馆

场景营销作为品牌宣传不可或缺的营销推广策略，能够有效实现品牌预期宣传效果。雅仕维传媒自2014年开创“空间管理”理念以来，通过创意运用整个媒体空间，结合数字技术强化受众感官体验，实现线下消费新体验。

雅仕维传媒深度洞察消费市场，为助力洋河抢占Z时代消费市场，将梦幻蓝小酒馆搬入到无锡地铁2号线三阳广

场站中，以全新姿态引领消费新风尚。此次发布融合洋河品牌特色，品牌通道以炫动包柱与天幕配合双侧LED大屏，让整个品牌区染上梦之蓝，同时结合品牌原色打造一座洋河特色小酒馆，以展位形式向乘客现场展示洋河酒的独特魅力。此外，在无锡火车站地铁站厅、无锡东站品牌站厅等位置联动发布多个主题创意，各站以不同媒体组合展现洋河品牌风采，如无锡东站品牌站厅，设置了卷轴的立体造型，相比平面贴类，更易造成有效曝光，也突出洋河的悠久内涵。此次发布有效曝光率达到93%，有效曝光近700万人次，创意媒体吸引大量乘客驻足打卡，并实现洋河本地销售转化率上升25%。



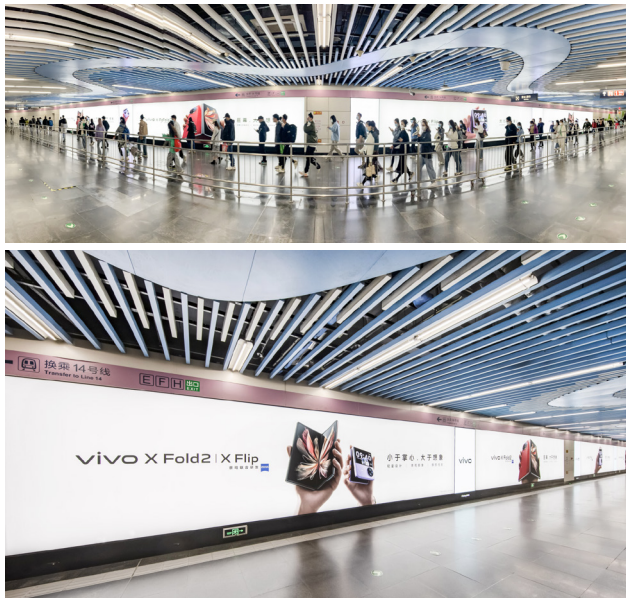
扫描二维码查看精彩视频

四、新气象，品牌效应提质升级

碎片化时代，品牌信息如何脱颖而出，影响消费者最终决策？户外广告作为品牌营销的重要渠道，能够有效提升品牌的曝光度和美誉度，增强品牌在市场上的竞争优势，引发受众共鸣和主动传播。

1、媒体 IP 赋能品牌价值

雅仕维传媒自 2020 年洞察地铁户外媒体市场环境变化，于北京地铁 14 号线大望路站打造“璀璨光廊”IP，在力求打造户外媒体新场景的同时，挖掘并赋能户外媒体新价值。此次携手 vivo 震撼发布了两款新型折叠屏手机【vivo X Fold2】和【vivo X Flip】，璀璨光廊“大而美”的媒体形式完美契合新型手机“小于掌心，大于想象”的品牌口号，简洁大气的画面为过往受众带来了全新的视觉体验，与乘客形成互动的同时，加深了品牌及产品印象，助力品牌传播，扩大品牌声量。



图：营造品牌沉浸感

2、精准投放，抢占流量高地

机场作为国家、城市对外展示的宣传窗口，受众覆盖高学历、高收入的商务人群。沃尔沃汽车集团和浙江吉利控股集团共同拥有的全球高性能电动汽车品牌极星汽车，首次亮相视野开阔通畅的海口美兰国际机场 T2 航站楼。在客流涌动的出发大厅，醒目的岛头灯箱全面覆盖国内出发旅客，充分利用旅客值机和托运行李的等候时间，将极星汽车的品牌调性和品牌文化展现得淋漓尽致。此次发布能够精准链接品牌受众，加深受众对品牌内容的印象，提高品牌的影响力，实现市场口碑双赢。



图：品牌发布触达受众

今年是雅仕维传媒成立三十周年，作为立足于大中华地区的民族企业，集团也将一如既往与创新同行，借助数字技术将户外媒体与线上媒体融合，用多元营销助力品牌实现长远发展，推动品牌实现破圈升级，希望携手更多同行为品牌发展助力，实现品效合一。

AM 责任编辑：崔文秒，微信号：asia-outdoor