

玩法更多元！全域营销中的户外广告创意价值

雅仕维传媒集团

全媒体时代，传播媒介形式丰富多样，更有效的助力品牌实现营销宣传效果。户外广告作为历史悠久的传播媒介之一，其高价值的传播优势已经是各行各业的普遍共识。雅仕维传媒作为一家深耕在户外广告领域 30 多年的企业，经过多年创新探索，根据市场环境以及数字技术将户外广告这一媒体优势不断放大，为品牌提供更多元的一站式营销解决方案，助力提升品牌的知名度和美誉度。

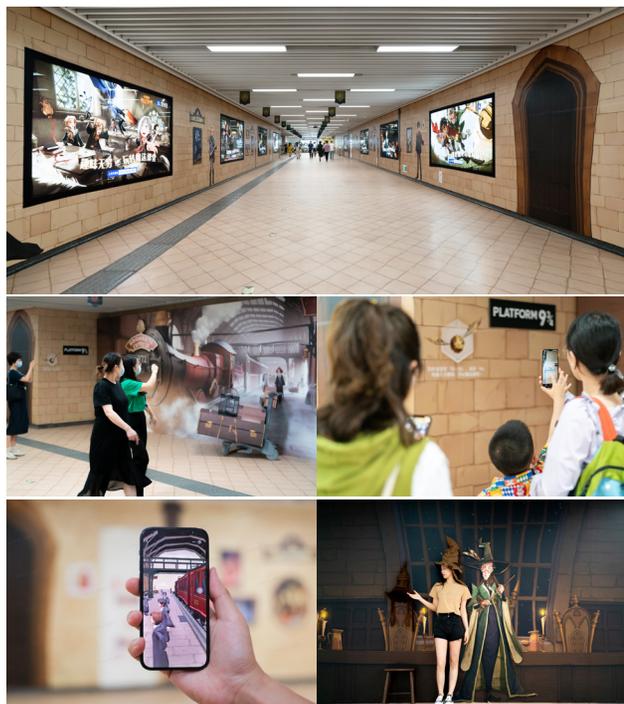
一、互动至上，强 IP+ 户外创意引爆话题

品牌营销的最终目的是为了吸引和激励消费者，借助各种传播媒介与消费者建立联系，提高品牌忠诚度和知名度。户外广告深入消费者的日常生活圈，能够发挥最大的营销宣传效果，覆盖品牌目标受众；同时，户外广告能够结合其他媒介放大线下媒体空间，通过持续的视觉刺激和高频次播放，加深受众对品牌的印象，获得更好的传播效果，促使品牌实现更高效益。

1、深度绑定受众场景，科技互动引爆户外线上

地铁作为市民公共出行的主流交通，承载着巨大的客流量，覆盖日常出行和购物客群。雅仕维传媒联合支付宝 & 哈利波特官方授权手游——《哈利波特：魔法觉醒》在杭州地铁 2 号线庆春广场站开启“绿色出行周”活动，鼓励更多年轻人参与绿色出行打卡。此次在地铁通道内打造「霍格沃茨魔法之旅」互动展，沉浸式的魔法场景结合 AR 技术互动，借助 SLAM 技术（Simultaneous localization and mapping，意

为“同步定位与建图”）实现一步一景的视觉定位，达成现实空间与虚拟世界的交互，增强受众互动体验。乘客拿起手机在墙面指定区域，用支付宝 AR 扫一扫即可穿越回“霍格沃茨 9¾ 站台”，体验真实与虚拟的碰撞带来穿越之感。现场还设置了经典场景美拍点位，打造「¾ 站台」、「分院仪式」场景重现，发挥 IP 优势吸引更多受众。



线上联动《哈利波特：魔法觉醒》官方微博、小红书等账号，共同开启支付宝“绿色出行周”活动，全国用户可通过支付宝相关活动，乘坐公交、地铁等绿色出行获得里程积

分，免费兑换游戏道具迎合年轻人喜好取向。线下创意打卡+线上惊喜周边，双向联动进行营销闭环，实现有效转化，提升品牌传播势能。此次发布基于地铁线下巨大的流量池，以及户外线上互动实现话题出圈，吸引了 50+ 行业号争相转发。通过线下户外+线上新媒体的营销组合方式，发挥了最大的传播价值。



扫描二维码查看精彩视频

2、新创意匹配新需求，情感链接丰富品牌价值

雅仕维传媒联合爱奇艺在北京地铁 4 号线西单站打造“萌探快活通道”，深入覆盖周边年轻消费群体，通过场景互动拉近品牌与受众距离。“萌探快活通道”借助《萌探探案》综艺 IP，通过快活互动装置、翻转快活牌和主题打卡展示区，将《萌探探案 3》中好玩有趣的经典语录进行创意展示。创意包含快乐选择、领取快乐、翻转快乐、快乐留念四大类，通过现场互动和金句输出，直击年轻消费者的生活痛点；同时，“萌探快活通道”与中华儿慈会长腿叔叔信箱项目进行联动，共同关爱乡村儿童心理健康，为留守儿童提供心理与情感支持，乘客在活动现场拍打快活按键实现“快乐选择”，即可查看“今日已有多少人拥有快乐”，参与人数也将换算为公益项目的捐献额度，传播公益正能量。

此次发布已经吸引了超 130000 人次参与线下媒体互动，实现高频曝光，强化品牌与受众的情感联系，吸引更多新受众关注，加强受众对品牌的价值认同。



扫描二维码查看精彩视频

二、全新体验，创意升级引领多元表达

近些年，依托互联网信息技术的快速发展，各界也用创新思维重新看户外广告，试图传递品牌营销的新表达，从而实现更好的传播效果。

1、节日氛围，趣味互动装置成艺术公共空间

为迎接六一儿童节的到来，雅仕维传媒在深圳宝安国际机场 T3 四层出发大厅中庭自主策划落地大型创意互动装置“MailBox”。创意性地将人文艺术景观与数字交互技术巧妙结合，借此为深圳机场的往来旅客打造重温快乐童年的艺术公共空间，也让儿童旅客在机场出行中度过一个快乐、美好、趣味的节日。此次展出的“MailBox”创意互动装置以六一儿童节作为核心创作主题，以“信封”、“像素风



emoji 表情”向往来旅客表达诚挚的六一儿童节祝福,吸引旅客驻足拍照留念。

在互动设计上,“MailBox”与现场演奏乐队完美配合,动听悠扬的音乐伴随着屏幕上跃动的旋律音柱渲染出现场热闹气氛。通过多个童趣性的互动主题模式吸引旅客们主动参与其中。现场旅客可通过发出呐喊的声音或者拍手的动作与“MailBox”互动,在精准识别旅客拍手与呐喊音量值后,创意装置屏幕上会呈现出安静、微笑、大笑三种状态的视觉动态效果。受众还可通过“MailBox”前的ipad选择喜爱的文字语句或者emoji表情实时投放在屏幕上,增加趣味性和艺术性。



扫描二维码查看精彩视频

此次通过运用数字技术为机场出行场景赋能,以丰富多彩的趣味互动传递机场的暖心服务,为受众打造出沉浸式创意体验空间,让儿童旅客留下了美好回忆,也让成人旅客重温了童年的欢乐和温馨。

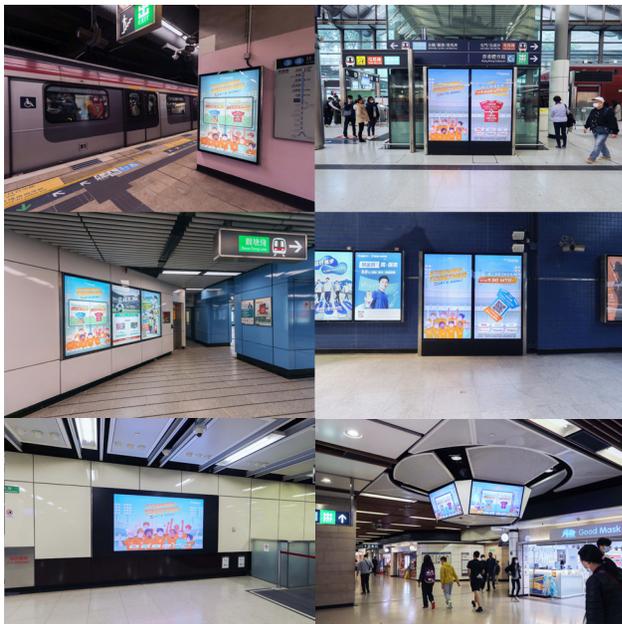
2、创意运动,地铁惊现足球现场对战体验

为了与香港球迷一起迎接四年一度足球盛事,雅仕维传媒集团邀请多个知名品牌合作,在香港联手推出以足球为主题的互动体验「Stronger Together. Let's Goal!」,以2022

年世界杯主题曲《Haya Haya (Better Together)》作为灵感,点出友谊和团结的意义!结合港铁线上及线下的推广活动,透过港铁庞大的客流网络全面覆盖目标顾客,营造震撼的视觉效果,让玩家投入于足球盛事的狂欢气氛之中!



O&O 双重足球互动体验分成两个部分:第一部分是乘客可参与以足球为主题的线上游戏,互动游戏玩法简单,玩家需射门并找出两张相同队员图像,完成游戏可获 MTR 分(港铁开发的 APP 平台 MTR Mobile 积分),积分可换取免费车程等奖赏,提升潜在用户兴趣及参与。第二部分是乘客可于港铁沙田站互动专区参与足球互动体验,打造场景式足球体验,让乘客一对一现场对战赢取奖赏。活动借助线下地铁媒体连接线上新媒体,受众可透过多个线上及线下宣传点扫描二维码链接线上游戏,包括港铁手机应用程序、港铁的东铁线、屯马线及轻铁线车站内的四封灯箱,更制作了游戏宣传短片策略性地投放于电子屏、电视屏及雅仕维传媒脸书,广告画面循环播放成功让广告获取关注。



图：户外广告多元营销方式吸睛

活动发布 10 天内累计获得曝光量超过 2400 万，客户广告在港铁手机应用程序的曝光次数近 300 万，线上游戏累计 10 天总参与人次超过 36 万，透过游戏所发放的 MTR 积分超过 1100 万，为客户赢得大量曝光及提升品牌形象。

三、人文景观，创意打造“遇见大桥”广场

港珠澳大桥作为连接香港、广东珠海和澳门的纽带，承担着举足轻重的作用。作为大桥的第一站，港珠澳大桥珠海口岸备受关注，正成为展示国家形象的新名片，更是万千旅客体验大桥文化的前沿阵地。随着商业业务的深入开展，雅仕维传媒自 2014 年率先贯彻“空间管理”经营理念，创造性地利用媒体空间，此次围绕“遇见大桥”的设计核心，遵

循“平衡之法、自然之道”曲线分割理念，综合运用雕塑、绿植、艺术橱窗、景观座椅等形式呈现，打造一方集国际、自然、活力、时尚于一体的大桥主题人文空间。目前项目一期工程已于今年年初完成施工落地，希望未来能够在兼顾人文精神的同时，缔造更大的商业价值。雅仕维传媒也将不断创新探索“空间管理”的表现形式，为业主、广告主、受众带来更多惊喜。



图：打造多功能的人文空间（效果图）



扫描二维码查看精彩视频

户外广告已经不仅仅是一种媒体，而是能结合创意形式、艺术人文、线上互动、最新科技等，更加精确地匹配广告主的营销需求，提供更加个性化的营销服务。相信未来也能看到更多创意的户外广告，助力广告主实现品销合一。

AM 责任编辑：杨琳，微信号：asia-outdoor