

从文旅融合到健康升级，营销市场新潮向

雅仕维传媒集团

今年“五一”文旅假期消费又创新高，3.14亿人次出游带动1802亿元消费，出游人数和消费水平都在逐年提升，近年来，从文旅市场与游客的“双向奔赴”，到健康食品销量的迅猛增长，都反映了人们对高品质生活的追求。在此趋势下，户外广告行业也积极响应，与客户携手合作，共同为文旅行业以及健康生活领域打造富有创意的营销形式。

一、文旅花式宣传：为城市形象营造声势

在今年第一季度，我国文旅市场便已迎来了令人瞩目的“开门红”，各地的文旅局也根据自身城市特色和发展方向，提前布局，选择在大交通场景进行宣传，借助户外广告以创新的活动吸引游客，为文旅市场的发展注入了新的活力。

1、全城狂欢！海口跨界联动护航时代少年团演唱会

5月，时代少年团“加冠礼”演唱会“冠岁”在海口站开唱，演唱会吸引了全国乃至海外众多粉丝齐聚海口。为让每一位远道而来的歌迷与游客感受海口的热情与专业，海口市旅文局与海南雅仕维传媒携手，在海口美兰机场T1、T2航站楼国内到达厅，借助十余个宣传点位，从到达行李提取厅开始，到前往停车场及网约车点，整个动线都遍布广告，再叠加可互动的“歌迷服务台”，一系列的活动将城市文旅服务与观演体验无缝衔接，以创新举措诠释“流量变留量”的文旅融合新范式。

本次推出的“歌迷服务台”广受欢迎，专业导游志愿者于5月2日至4日全程驻点，从礼仪接待、路线指引、答疑



矩阵传播为演唱会宣传造势

解惑，到发放文旅手册、推荐特色旅游资源、预告城市大型活动，服务台以“一对一”精准服务，让粉丝与游客从落地瞬间便感受到海口的用心——既为观演护航，更让“一场演唱会带火一座城”的愿景照进现实。



“歌迷服务台”吸引粉丝互动打卡

演唱会共吸引11万多人次，95%来自于岛外，贡献了假期44.8%的旅游收入，演唱会带动经济效果显著，更借势推荐了海口免税购物、骑楼老街、特色美食等文旅资源，

带动周边餐饮、酒店、景区消费环比增长。



微信扫码查看精彩视频

2. 斗门形象主题长廊焕新登场！

暑期客流高峰将至，珠海金湾机场到达行李厅热闹非凡，吸引来往旅客争相拍照打卡。今年是雅仕维与斗门区委宣传部的第四次携手，面对“珠中江都市大花园 大湾区智造新高地”的斗门形象新课题，雅仕维提出“巨物+手绘”的创意核心策略，以巨型装置配合巨型动感灯箱构筑斗门区的超级视觉符号，以纯手绘细腻笔触还原斗门之美，打造一方可游、可赏、可拍、可玩的沉浸空间，实现斗门区形象的立体化、互动化、记忆化传播。



巨型装置成为超级视觉符号

3. 异地文旅合作，举办粤港澳大湾区文旅推介会

除聚焦本地开展旅游宣传外，部分地区的文旅部门积极拓展宣传范围，主动走出本地，奔赴其他城市开展宣传活动。比如由中共河南县委、河南县人民政府主办，河南县文体旅游局承办的“大美青海·纯净河南——走进粤港澳大湾区”文旅推介会，近期亮相港珠澳大桥珠海口岸。



现场开展表演活动



文旅推介会交流现场

推介会旨在于大湾区深度展示青海省黄南州河南县的独特文旅资源，提升其在大湾区的知名度和吸引力。文旅推介会不仅填补了大湾区游客对青藏高原小众目的地认知空白，更在珠海口岸展示了“纯净草原+蒙藏风情”的差异化体验，推动河南县从“过境地”向“目的地”转型，深化青海与粤港澳大湾区文旅之间的协同合作。

雅仕维传媒集团作为大湾区户外媒体的主力军、港珠澳

大桥珠海口岸媒体的独家经营者也参与协作，与青海省河南县委、珠海市旅游总会、珠海市横琴新区励盈商业管理有限公司的领导交流讨论，也标志着未来青海、珠海两地的文旅将有更多宣传合作。

4、温州列车互动，沉浸体验点燃旅途精彩

在宣传形式上，雅仕维传媒也为客户提供丰富的形式，比如列车媒体有得天独厚的沉浸式传播优势，密闭而舒适的车厢空间，让乘客在旅途中天然拥有更多注意力与参与热情。青田旅游局于温州轨道交通S1线的站台举办精致的小型启动仪式，巧妙地将青田旅游的全域旅游、特色文化等内容全方位呈现于列车之内，同时精心准备折扇等实用小礼品，在传递青田文旅魅力的同时，也为乘客留下深刻记忆，收获广泛好评。



宣传覆盖列车外身、车内全包、互动送礼

二、健康与品质：消费升级主旋律

近年，人们开始越来越注重高质量的健康生活，无论是回归线下，亲近自然，还是更愿意为健康的产品买单，健康生活已然成为一种普遍的趋势。在传播方式上，众多品牌也正积极调整策略，开始正视市场，将更多视线投向品牌建设和全域营销，重新审视户外广告的价值。

1、香港西九龙站「祛湿快车」，线上线下传递健康

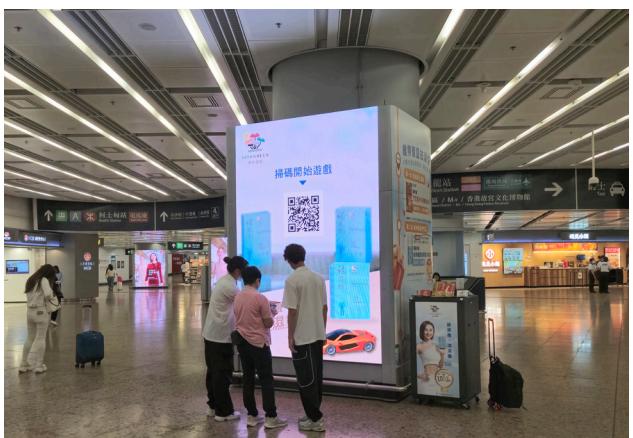
将户外广告的独特传播力，结合现代化广告技术和社交媒体优势，更好地让消费者感受到品牌不止有产品，更有品牌想要传达的价值及生活态度。雅仕维传媒为知名健康产品品牌——维特健灵开启“线上线下融合广告”新玩法：

- 线下发布户外广告 - 在香港西九龙站内发布多个广告吸引乘客关注，覆盖祛湿、强免疫、抗衰老、生发等多个产品线。

- 互动游戏 - 吸引游客参与「祛湿快车」3D 互动游戏，考验反应同速度，迅速接住虚拟维特健灵祛湿轻，就可以获得保健贴。

- NFC 领券 - 即可领取产品档案，再根据活动指示，到门店打卡可获得祛湿保健品及优惠券。

- 线上社交 - 引导受众在新媒体分享活动，吸引更多人关注健康生活。





发布多个广告及吸引乘客互动



微信扫码查看精彩视频



让细菌可视化更能引起受众关注



行李转盘打造为“健康生活提取处”

2. 杭州打造科普主题站，数字化交互新体验

雅仕维携手滴露在杭州地铁 2 号线庆春广场站打造沉浸式科普体验，本次全新推出“百菌科普主题展”，以创新互动形式引发公众关注——墙面呈现 100 种病原菌科学图鉴，每个菌种下方均设有 NFC 智能感应触点，乘客只需用手机轻触感应区，即可即时获取详尽的病菌科普信息，通过数字化交互让健康知识触手可及。透过深度植入“科学消毒”理念，将品牌核心价值融入科普传播，全面强化了专业可靠的品牌形象，潜移默化地影响消费者的购买决策，有效助推了消费转化。

3. 海口机场创意贴纸，让健康热力“转”起来！

户外广告的创意不仅仅停留在简单的视觉呈现，还可以巧妙地融入场景、情感和互动，真正与消费者的生活发生关联。比如由新城控股集团发起的“我爱你·五月”品牌嘉年华主会场活动，近期在海口吾悦广场盛大启幕。

作为此次活动的一大亮点，海口吾悦广场在美兰机场T1航站楼国内到达厅的行李转盘区域，铺设了充满动感的创意贴纸，让每一位抵琼旅客在提取行李的第一时间，便感受到扑面而来的健康活力，用“健康生活提取处”的口号传递健康生活理念。吾悦广场还携手全民健身教练刘畊宏发布定制版“吾悦健康操”，刘畊宏更是亲临广场，带领群众跳操，吸引了大量岛内外民众线上线下参与，进一步提升了海口机场广告的讨论热度。



微信扫码查看精彩视频

全球经济呈现复苏态势，文旅产业与健康生活的新趋势正兴起，户外广告作为城市传播的重要媒介，透过传播在无形中提升了城市门户的形象，激发了人们对生活的热爱与信心，为提振社会整体士气贡献着积极力量。