

聚力大湾区 融合新势能：科技与创意赋能户外媒体

雅仕维传媒集团

粤港澳大湾区作为国家开放程度最高、经济活力最强的区域之一，正成为品牌全球化布局与区域精准传播的核心区域。雅仕维传媒凭借香港核心户外大厦、香港巴士候车亭、香港西九龙站、香港东区海底隧道、深圳9条地铁线路、深圳户外LED、珠海金湾机场、港珠澳大桥多个口岸等媒体资源，构建起贯通大湾区海陆空跨区域的媒体网络。

经营媒体方面，在跨区域交通网络一体化、文化地标领域精准布局、国际级盛会赋能、快消品长线传播、文旅场景创意焕新等方向，为大湾区发展增添媒体新动能。

一、打通跨境传播闭环，串联品牌温情

春季是大湾区出行旺季，商务出差、休闲旅游客流持续攀升，香港品牌——马百良天然保健食品携手雅仕维，借助粤港澳大湾区一体化媒体网络，登陆湾区各大核心交通枢纽，发起补一补“叉叉电”主题传播，精准贴合受众出行场景与健康需求。



在跨境枢纽实现高效传播

雅仕维精准布局三大核心跨境与城市枢纽：从珠海拱北口岸到深圳地铁，再到香港西九龙站，以立体化交通媒体矩阵，让品牌陪伴深入湾区每一段旅程，在关键节点精准触达目标人群，实现跨区域高效传播。

二、媒体版图持续扩容，抢占湾区核心地标

紧跟大湾区发展步伐，雅仕维持续深耕深圳核心市场，从地铁的交通枢纽向文化地标、商业核心延伸，进一步完善湾区媒体布局，为品牌开辟全新传播赛道。

1、新增深圳实体书城“湾区之眼”



扫码查看案例精彩视频

雅仕维深圳分公司获得深圳实体书城“湾区之眼”主要媒体独家经营权，实现文化地标媒体布局的重大突破。“湾区之眼”作为全球最大实体书城，是全新一代文化商业综合体。自开业以来便刷屏全网，是粤港澳大湾区新晋顶级文化消费地标，定位为湾区文化生活首选地、文化科技融合展示地、地标级文旅目的地。获得新资源标志雅仕维打通交通与文化场景，为品牌提供了触达高端人群、传递品牌文化内涵的全新平台。

2. 再增深圳华强北现代之窗 LED 媒体



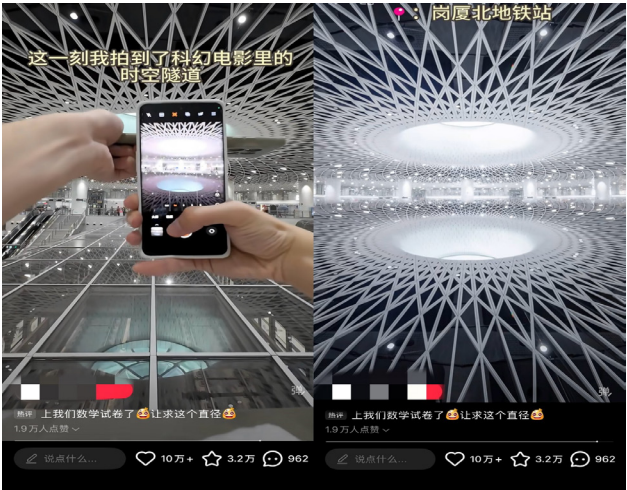
扫码查看案例精彩视频

与此同时，雅仕维成功获得深圳华强北现代之窗 LED 媒体独家经营权，华强北作为中国科技消费市场的风向标，是全球知名的电子商业核心区，人流密集、消费需求旺盛。雅仕维的独家媒体雄踞振华路与华强北步行街交汇的黄金十字路口，是商圈黄金空间与数字流量的双重核心，媒体“现代之窗”的弧形 LED 大屏视觉效果震撼，是品牌展示科技实力、对接科创消费市场的核心界面。

三、借 APEC 全球风口，掀起地铁科技打卡热潮

2026 年，亚太经合组织（APEC）领导人非正式会议花落深圳，将于 11 月在深圳举办，科技与创新成为深圳这座城市的主旋律，深圳地铁已不仅是高效的通勤网络，更是城市科技形象的展示窗口。

雅仕维深耕深圳地铁多年，拥有 3 号线、4 号线、6 号线、6 号线支线、10 号线、13 号线、14 号线、16 号线平面媒体及 12 号线全媒体资源的独家经营权，这些地铁线路中，有很多极具设计感与未来感的特色站点，成为城市网红打卡地与传播爆点，汇聚海量高价值客流，在这些媒体上刊的品牌也不再是被动观看，而是融入场景的沉浸式体验。



网友分享深圳地铁科技感站点引发热议
(图片来源于网络)

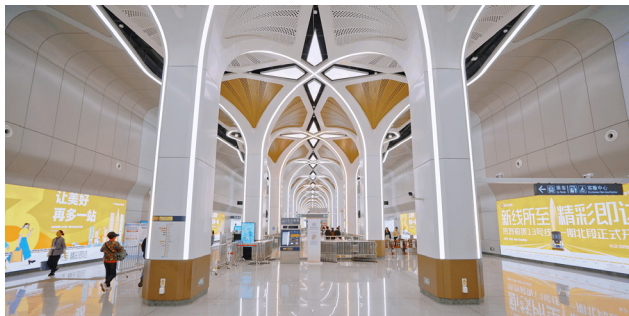
1、岗厦北站（深圳之眼）：作为亚洲最大的轨道单体工程之一，其标志性的“深圳之眼”螺旋穹顶设计震撼人心。2026 年春节档大片《惊蛰无声》在此取景，将建筑的未来自感与电影的紧张叙事完美融合，让该站点借银幕之光吸引众多市民专程打卡。



2、深大站：毗邻深圳大学与各大科技园，其“超级漩涡”吊顶设计充满艺术张力，成为连接学术氛围与城市活力的美学节点，是年轻人热衷的拍照圣地。



3、石鼓站：是深圳地铁 13 号线上的新晋“顶流”，以“科技无境·探索不止”为主题的设计，让站点宛如一座“巨型穿梭机”，充满未来感的线条与光影效果，被市民誉为“现实版美学治愈所”，迅速在社交平台走红。



四、助力快消品传播，香港巴士站与品牌长线合作

雅仕维深耕香港巴士候车亭媒体多年，凭借全城核心路段全覆盖、高密度客流、高曝光频次，成为维他品牌长期合作的核心户外阵地。2025 年，维他携手雅仕维，共同在香港巴士站落地多轮主题投放，从趣味互动到科技体验，从单品推广到情感营销，充分彰显长效增值的核心优势。

1、夏季：维他气泡茶挑战站，通勤路途中实现高曝光

维他聚焦气泡茶新品推广，联合雅仕维打造「Vita Sparkling 挑战站」，主打“茶底、果香、够气”三重爽感。现场设置巨型气泡茶罐打卡装置，视觉冲击力拉满，同时搭配童年怀旧水中套圈圈游戏机，把碎片化乘车时间变成趣味互动场景，精准捕获年轻群体与通勤客流，实现线下曝光 + 自发打卡的双向传播，为后续长期合作奠定基础。



巨型茶罐装置为巴士站风景线增加记忆度

2、秋季：三大创意齐发，全场景深化品牌渗透

本次加大合作力度，一次性推出三大巴士站主题投放，覆盖多条产品线：针对维他朱古力牛奶、纯牛奶经典款打造萌趣电箱创意装置，以卡通形象弱化硬广感，提升品牌亲和力；同时打造贩卖机主题巴士站，站内铺满暖心磁石贴供路人免费领取，将广告载体转化为情感窗口；此外还依托雅仕维 LED 屏动态触发技术，为冷泡无糖茶打造 AR 互动广告，巴士到站即可自动唤醒能量条动画，精准契合上班族醒神的需求。



打造贩卖机主题巴士站引发互动及热议

3. 冬季：创意巴士站突出暖心氛围

年末寒冬，推出尝在暖心 moments，强化“暖心陪伴”品牌定位。现场设置可爱维他奶纸盒打卡装置，贴合冬日治愈氛围，现场设置互动的二维码，路人扫码即可拍照分享，实现线下曝光向社交平台二次传播。



维他奶纸盒装置吸引路人打卡分享

五、创意赋能文旅，点亮湾区出行沉浸式体验

大湾区的文化旅游事业发展同样展现出蓬勃生机，雅仕维摒弃传统硬广传播模式，以创意为核心、以场景为载体，将品牌传播与文旅体验深度绑定，助力湾区文旅产业升级。

珠海横琴长隆，艺术场景赋能文旅体验

目前珠海文旅正朝着世界级滨海度假目的地加速迈进，文旅消费持续升级。雅仕维紧扣珠海文旅发展趋势，在珠海金湾机场打造近 50 米长隆主题艺术长廊，采用匠心独运的“海平面”创意视觉分割设计，打破空间边界，将海洋度假氛围完美融入出行场景，消解旅客旅途疲惫。

长廊生动呈现横琴长隆王牌游乐项目与萌趣动物天团，画面精致鲜活、氛围感拉满，让旅客提前感受长隆的欢乐魅力。这种场景化创意传播，实现户外媒体、文旅产业与城市形象的三方赋能。



机场作为城市核心门户让旅客感受长隆魅力



扫码查看案例精彩视频

雅仕维持续发力，协助品牌抓住大湾区的发展契机，携手迈向全球化发展的新未来，也会在大湾区之外的其他城市媒体网络，不断革新传播方式、拓宽场景范围，为户外广告领域注入新活力。