

多元媒体场景解锁品牌营销新“势”能

雅仕维传媒集团

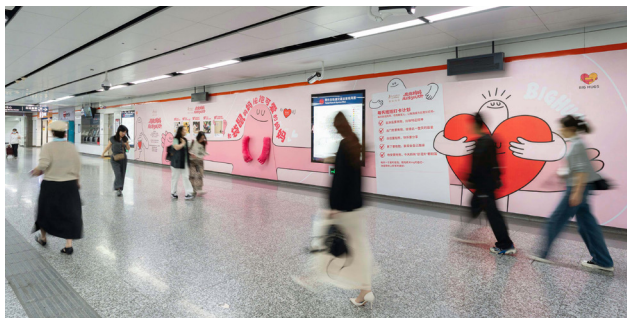
如今品牌越来越注重精准的线下触达，其中依托节日热点、假期高峰、文体热潮等多元营销节点做内容营销，结合机场、高铁、地铁等高人流、高质感的大交通场景落地创意，更是当下品牌传播的主流趋势。作为大交通场景营销深耕者，雅仕维携手各大品牌，透过借“势”节点、品牌造“势”、乘“势”出圈，解锁品牌营销新“势”能。

一、借“势”节点，场景创意激活传播热度

节日与热点是情绪的放大器，而大交通场景则是情绪的容器。如何将瞬间的流量热度，转化为品牌与消费者之间持久的连接？雅仕维与品牌方在实践中加入了巧思。

1、温情母亲节：以治愈元素，接住当代女性柔软情绪

今年母亲节期间，袋鼠妈妈携手雅仕维在杭州地铁钱江路站打造“抱抱妈妈成长 ing”主题展。软萌治愈的“抱抱人”装置亮相站厅，邀请每一位妈妈在匆忙通勤中停下来，给自己一个柔软的拥抱。活动敏锐捕捉到当代妈妈的真实情绪——那些“手忙脚乱的瞬间”与“想逃离的疲惫”，被温柔地定义为值得接纳的“状况外”，通过拥抱这一动作，接住每一种不被轻易言说的的情绪，让关怀从母亲节的限定仪式，延展为日常生活中的治愈陪伴。



地铁站的互动元素引发共鸣



微信扫码查看视频

2、五一出行高峰：媒体改造升级，抢占视觉 C 位

五一出游高峰，是品牌抢占旅客“第一眼”的黄金窗口。雅仕维在香港高铁站完成媒体矩阵的里程碑式升级——全新巨型高清 LED 屏幕，以更细腻的画质与更具冲击力的视觉表现，赋能合作伙伴 Sun Life 永明保险的假期营销。

当游客乘高铁抵达香港，步出闸口的瞬间，视线便会被一片耀眼的“永明黄”锁定。从焕然一新的抵港大堂巨型 LED，到环绕的立柱灯箱，再到整面墙身广告，Sun Life 的品牌信息形成全方位包围。此次升级不仅提升了媒体自身的

商业价值，更印证了在高铁这一关键出入境节点，媒体作为品牌的“门面”，提升了其在香港入境场景的公信力。



升级巨型高清 LED 屏幕



微信扫码查看视频

二、主动造“势”，巧用媒体进行沉浸式营销

在依托各类营销节点进行传播之余，品牌也会联合落地城市同步加码造势，充分发挥线下户外媒体覆盖面广、视觉冲击力强、场景沉浸式高的核心优势，打造有全城影响力的标杆营销事件，进一步放大品牌声量。

1、联合地标媒体：开启全景式“城市漫游企划”

科技消费电子品牌绿联（UGREEN）携手全球品牌代言

人易烊千玺，在全国多个城市标杆性媒体打造“城市漫游企划”。雅仕维为其以深圳地标“深圳之眼”岗厦北站为核心舞台，展开了一场引爆品牌主张的大型传播，在代言人易烊千玺的经典打卡点位上，将其视觉形象与“联接，让可能发生”的品牌主张，通过深圳地铁高品质媒体之一湾区星轨——全国唯一 360° 穹顶巨环联接型超级媒体进行全景式、沉浸化呈现，将地铁空间转化为一座巨大的“绿联惊喜联接站”。此次营销通过“官宣事件-地标媒体-线下企划”的串联，成功将明星影响力、地标客流转化为对品牌核心“联接”理念的深度感知，强化了“品质新体验，数码选绿联”的用户认知。



地标交通场景打造全景式传播



微信扫码查看视频

2、借力演唱会经济：专属 IP 专列，解锁沉浸式营销

如今文体热潮催生全新消费流量，演唱会经济不仅能激活城市文旅消费，更能依托粉丝经济，为品牌带来精准年轻流量。针对 5 月在温州周杰伦《蜗牛·温州》嘉年华巡回演唱会热潮，雅仕维精准联动场景流量，打造沉浸式轨道交通应援传播。

为贴合粉丝应援需求、营造全城狂欢氛围，温州轨道交通 S1 线重磅打造「周同学」专属主题列车，主题专列成为链接粉丝、城市与偶像的全新媒介。列车车厢内外、车门、窗楣、站台看板等全场景融入周杰伦官方 IP「周同学」专属元素，歌迷往返赛场途中，出行与应援无缝衔接，实现口碑破圈，发布效果热度暴涨。



周杰伦官方 IP 内外创意包车



微信扫码查看视频

三、机场门户，助力区域品牌乘“势”走向全国

对于塑造全国影响力的地方品牌而言，机场已不仅是交通枢纽，更是通往全国市场的“登机口”，雅仕维凭借在全

国大交通网络的核心媒体资源，正成为这些品牌对外发布文化名片的关键桥梁。

1、好想你：双节点长效传播，打造中原城市温情名片

从春节到初夏，中国红枣上市第一股“好想你”多次携手雅仕维在郑州新郑国际机场展开传播活动，借助机场全国级流量窗口，让本土品牌走出河南、面向全国。

春节归家旺季，品牌落地机场出发大厅、行李提取区、到达出口等旅客核心动线，围绕「新年‘枣’回家」「提‘枣’回家就是最好的礼物」暖心主题，将红枣好物与春节团圆、归家的传统场景深度绑定，通过温情画面与创意互动装置，把团圆期盼传递给每一位出行旅客，让品牌成为春节归家的温情符号。



微信扫码查看视频

5月再次延续春节传播热度，为宣传好想你的新产品——九蒸九制黑金枣，场景视觉画面全面升级，以清新绿色视觉质感焕新呈现，突出中式造型的意境和本土文化元素结合，展位融合了河南的二七纪念塔、黄帝故里等文化元素，以本土品牌带出地方文化；同时创新植入机场门店精准导视信息，实现品牌曝光-场景种草-到店消费的闭环转化，既持续强化品牌温情形象，又切实赋能终端销售，实现品牌声量与销量的双向提升。



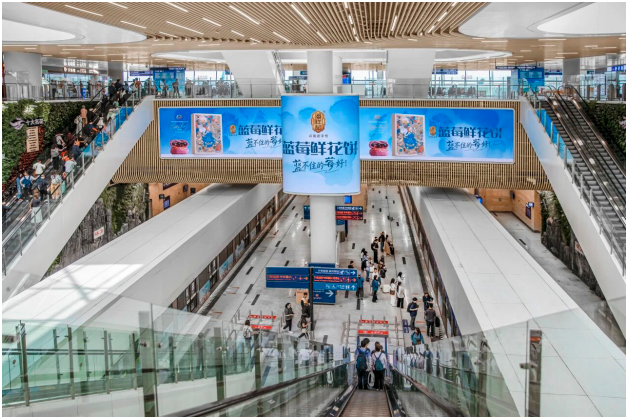
微信扫码查看视频



借助 520 营销节点发布特别主题画面

2、云南潘祥记：全域交通刷屏，大交通广告春风焕新
立足云南本土的特色糕点品牌潘祥记，今年推出蓝莓鲜花饼，携手雅仕维以「蓝不住的莓好」为传播主题，在云南全域大交通场景，实现新品高效破圈。

本次传播全面覆盖昆明长水国际机场、大理凤仪机场、丽江三义机场、腾冲驼峰机场、西双版纳机场五大核心机场，以及昆明、西双版纳、香格里拉等核心高铁站，实现云南热门文旅城市、核心交通枢纽的全域刷屏，精准触达海量旅游客流、商务客流。



云南各机场发布新品广告

从节点借势的创意传播，到本土品牌的全国化破圈，大交通场景如今已经是品牌链接受众、传递情感、塑造形象、实现增长的核心线下阵地。未来，雅仕维也期待与更多品牌一起，在流动的风景中，创造更多触动人心的营销活动。