

夏季多场景节点助品牌破圈生长

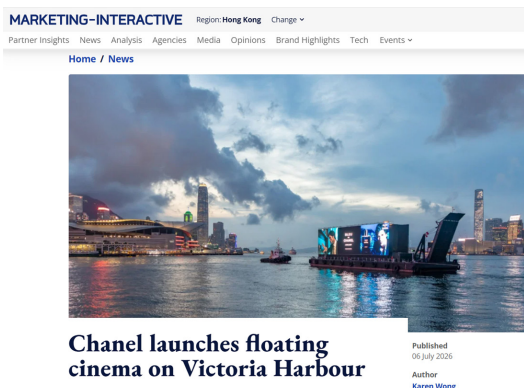
雅仕维传媒集团

今年盛夏，热情与活力交织，消费场景也持续升温，户外广告作为城市的门面，也用创意的元素为多个营销节点赋能，提振城市生机。本期将聚焦夏日场景营销、世界杯赛事营销、传统节日营销，结合落地案例，拆解不同场景下户外广告的创新玩法与传播价值。

一、世界级地标启航：海上流动广告，刷新城市传播维度

1. 香港首艘巨型 LED 广告船：联合全球知名品牌打造事件营销

香港的维多利亚港是世界级城市地标，拥有“世界三大夜景”的全球顶级知名度，雅仕维在这一重磅地标开创行业先河——结合全球知名奢侈品牌调性，借助前沿技术首创行业新媒体，为国际高端品牌树立前所未有的传播新范式，将世界级港湾风光与品牌形象深度相融。



创新形式被中外媒体争先报导

作为香港首个获官方正式审批的维港海上流动媒体项目，此次创新突破传统线下广告静态传播壁垒，坐拥国际地标海上的黄金传播场景，船只搭载 400 m² 超清 LED 巨幕，沿维港核心水域动态巡游，串联两岸商圈与城市文旅地标。项目一经落地迅速引爆全城热度，市民纷纷驻足打卡，以无可复制的地标传播优势，助力国际品牌立足全球视野，实现高格调、高流量、高影响力的高效宣发。



流动广告屏与维港地标交相呼应

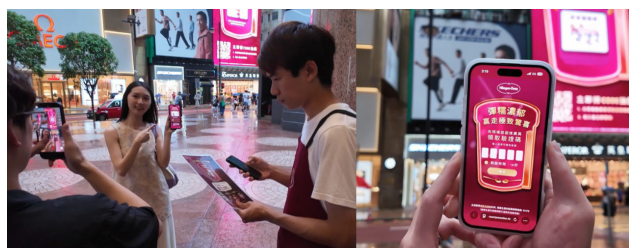
二、夏季场景营销：趣味互动激活消费势能

1. 铜锣湾「巨型弹珠机」：哈根达斯的甜蜜引力

盛夏消费热潮下，趣味互动式户外广告成为链接品牌与年轻消费者的纽带。哈根达斯落地香港铜锣湾核心商圈，雅仕维为其打造巨型弹珠机户外互动装置，屏幕上草莓麻糬与巧克力布朗尼的诱人画面仿佛跃然眼前，以纯粹的味觉冲击波引爆视觉。

活动现场打通线上线下链路，市民只需现场扫描二维码

即可参与弹珠机游戏，抽取丰厚惊喜好礼，以轻量化趣味互动聚拢商圈人流，凭借高参与度、高好感度的体验，成功将线下围观流量转化为门店消费客流，完成从“心动”到“行动”的营销闭环。



微信扫码查看精彩视频

2. Vita 冷泡茶：巴士站的 AI 清爽快闪

夏日通勤场景方面，Vita 冷泡茶落地香港尖沙咀巴士站，打造「KEEP GOING 清爽照相亭」主题户外创意场景，将品牌清爽调性与治愈励志的品牌理念深度融合，解锁城市公共空间营销新玩法。

此次广告借助 AI 技术，为市民生成香港本地漫画家风格的创意照片，并配以港风街道背景，打印专属明信片，每张照片均搭配「继续前进」等励志文案，贴合夏日通勤、逐梦的心境，传递品牌积极向上的价值主张，参与者还可领取冷泡茶电子优惠券，让清爽的好心情，从街头延伸至日常。



微信扫码查看精彩视频

3. 青岛白啤 × 深圳之眼：当“生活美学”撞进 CBD 通勤

六月，青岛白啤「四季美学」夏季篇章「白啤更懂夏的嗨」在深圳正式启幕，以深圳之眼岗厦北站为核心阵地，携手代言人杨洋，将蓝天、大海、沙滩、草地搬进地铁站。多个区域站点协同铺排，形成包围式的视觉场域，让匆匆通勤路变为品牌美学体验场。

此外，依托岗厦北站的地标属性与人流优势，青岛白啤还在“湾区光屿”媒体中增设打卡装置，进一步将单向传播转化为双向互动，吸引大量乘客与粉丝驻足参与，实现了从线下曝光到线上裂变的完整闭环，精准占据了夏日饮品消费市场。



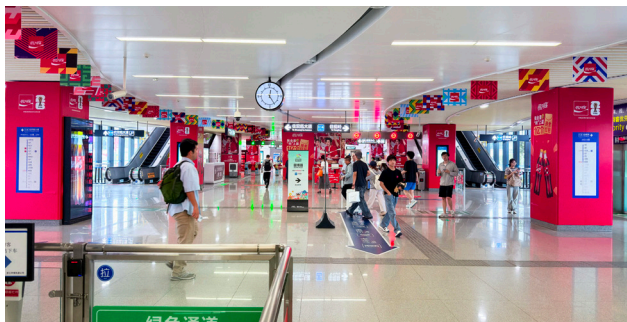
微信扫码查看精彩视频

三、热点赛事营销：借势世界杯打造沉浸式传播

1. 可口可乐「红色风暴」：沉浸式霸屏体验

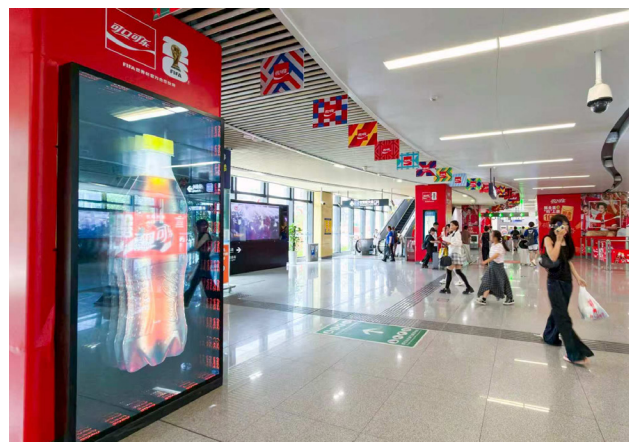
借势世界杯赛事热潮，可口可乐在温州落地沉浸式主题轨道交通站厅，以标志性「可乐红」打造全方位包裹式赛事狂欢场景，让过往乘客沉浸式感受赛事热烈氛围，实现品牌深度种草。

站厅内吊旗、包柱、包墩全方位覆盖品牌视觉，还打造超高颜值千层镜打卡区，光影层层叠叠、无限延伸，视觉效果酷炫吸睛，成为站点爆款打卡点位，吸引大量乘客驻足拍照、自发传播；同时，创新设置可带走的可乐瓶造型磁石贴，将静态广告画面转化为可留存、可收藏的品牌纪念品，大幅提升用户品牌好感度。



多重媒体形式沉浸式感受赛事热烈氛围

此外，可口可乐联动潮流 IP——LABUBU 打造专属互动展位，身着足球装的呆萌 LABUBU 形象与品牌经典红碰撞融合，兼具潮流感与赛事氛围感，持续聚拢人流，实现品牌热度、潮流属性、赛事氛围的三重叠加，打造现象级赛事户外营销案例。



现场设有四处装置吸引市民打卡



微信扫码查看精彩视频

2. 球迷地铁站应援活动：UGC 内容解锁赛事互动玩法

2026 美加墨世界杯期间，雅仕维在杭州地铁凤起路站发起“为热爱呐喊，为球队助威”球迷留言征集。本次活动采用线上线下联动造势模式，6 月 12 日起，小红书线上球

迷留言征集通道同步开启，搭配地铁站点包柱悬念画面预热造势，提前积累赛事热度。世界杯8强名单出炉后，精选优质球迷留言，在站点16根电子屏包柱上滚动轮播，实现「球迷应援点亮大屏」的沉浸式互动效果。

活动以用户UGC内容为核心纽带，让普通球迷成为赛事营销的参与者、传播者，也验证了地铁户外媒体的互动传播、情绪承载价值。



与网民共创为球队加油助威

四、传统节日营销：打造有温度的出行传播

1. 端午主题市集：机场里的非遗新体验

端午佳节，郑州新郑国际机场T2航站楼四层出发大厅“雅趣端午 礼遇空港”主题文化活动暖心启幕。活动由河南省机场集团与河南空港雅仕维传媒联合举办，将传统民俗、非遗文化、科技国风与航空服务融合，让交通枢纽变身文化传播阵地，为旅客打造有底蕴、有温度、有新意的节日出行体验。



打造端午市集为乘客提供节日温暖

本次机场市集有多个区域：“雅趣端午集”汇聚平顶山汝瓷、泥泥狗、朱仙镇木版年画等中原非遗好物，及郑州方特、万达文华酒店等文旅资源，将空港打造为河南民俗文化展示窗口；非遗体验区邀请传承人现场教学五彩绳编织、吉祥结、香包手作，旅客可亲手寄托祈福安康的美好愿景；科技互动区，时空元宇宙带来虚拟投篮、快乐滑雪等沉浸式体验，宇树机器人炫酷舞蹈引发现场喝彩……



市集活动结合文化与科技内容丰富

从夏日潮流场景的年轻破圈、世界赛事的流量借势，到传统节日的文化深耕、地标场景的创新突破，户外广告正不断拓宽创意营销边界，跳出传统静态传播思维，以多元场景为根基、节点流量为抓手、地标资源为核心，让优质创意内容深度赋能品牌，推动行业向高端化、场景化、特色化进阶，为城市氛围与都市活力持续赋能。

AM 责任编辑：黄 煌，微信号：asia-outdoor