

## 2023特步晋江马拉松赛 特别报道

2023年12月4日 星期一 电话0595-82003110 编辑\_陈青松 陈荣汉 校对\_杨晨辉 设计\_李江龙

淘屏传媒

## 携手晋马 共同成长

本报记者 陈青松

福建淘屏物联网技术有限公司(以下简称“福建淘屏”)一直是晋马的“媒体支持单位”,和晋马一起共同成长。

昨天上午,淘屏传媒跑团的跑友们在家门口的最美赛道上纵情驰骋,不仅展示了良好的团队风貌,也感受马拉松带来的运动激情。

“作为金牌赛事,晋马的赛事水平和影响力不断提升。”福建淘屏总经理林雨坚表示,晋江是福建淘屏的总部,淘屏正是从晋江走向福建。“作为家门口的国际性赛事,淘屏肯定会全力支持。我们希望通过和晋马深度合作,扩大影响力,让更多人认识晋江,了解晋马。”



让天下没有难做的推广

作为人们日常生活的必经之地,电梯媒体广告的优势在于,封闭的电梯空间内,用户的注意力无处安放,电梯媒体投放的广告很容易就能获取到用户的长久关注。因此,电梯媒体的市场潜力逐步被商家所重视,成为商家竞相争夺的线下流量入口,行业的市场规模和前景尤为可观。

林雨坚介绍,淘屏电梯广告的优势包括:

1. **重复关注**。电梯广告存在于人们生活固定轨迹,每天上下电梯都会反复接触,出门第一眼看到的,回家最后一眼再出现,这势必会在人们心里留下深刻印象。而且广告画面往往是一些鲜活的场景,并且精美、装饰性强烈,人们多次阅读也不会产生拒绝心理。

2. **主动宣传**。区别于各大团购平台,电梯广告每次出现在人们的面前,都是一次主动的宣传,不是被动地等人为搜索。商家适时推出一些活动,很能刺激受众的消费欲望,就像我们玩淘宝限时抢购一样,其实你并不需要那个东西,但优惠的活动会促使你想要“占下这个便宜”。

3. **精准投放**。“地域性有效客户”是每个商家最关注的,电梯广告能精准有效地覆盖区域内的客户;同时,高档的写字楼、社区对应的是企业级、高品质消费人群;成熟社区对应的是家庭为主的消费人员;商业中心对应的是年轻型消费人群。正因为拥有这些分类,电梯广告就真正做到了精准、有效投放。

4. **封闭空间注意力**。电梯的封闭空间,压缩了人与人之间的感情距离,能促使现场人群最快速度地对电梯广告产生共鸣。

5. **互联网发布**。借助智能投播系统淘屏网/淘屏商家App,实现自主化智能投播、高频换画,一键触达。

6. **实时监控数据**。借助移动侦测技术采集观看人群特征,实时监测广告投播情况,根据数据情况优化营销策略。用以分析点位精准情况、分析广告内容吸引度,避免无效广告,根据数据情况优化营销策略,实现广告效应最大化。

7. **投放形式多样**。淘屏梯媒的投放形式灵活多样,支持纯视频播放、纯图片播放、“视频+图片”组合式播放等。

“在未来,淘屏联盟将打造成为全国屏幕数量最多、覆盖面积最广、广告价格最合理的O2O生活场景媒体共享平台,实现让天下没有难做的推广。”林雨坚表示。



## 点燃运动激情 为健康生活加码

昨天上午,福建淘屏组成的跑团与来自世界各地的1.5万名选手,汇聚在晋江,感受这场阔别三年的体育盛事,享受马拉松运动的趣味和活力,同时向人们传递运动健康生活之美。

在现场,淘屏传媒跑团成为一道靓丽的风景线,为本届晋马留下了无数欢乐又温馨的瞬间。

“这几届的晋马,我都参加了。”林雨坚介绍,看到这么多的选手来参赛,作为晋江人,他感觉很自豪。“晋江是一座体育之城,‘爱拼敢赢’是晋江人血液中的文化性格,与体育赛事拼搏、

友谊、奋进的精神高度契合。”“看着这么多人来参赛,感受现场的氛围,我的运动激情都被点燃了。”淘屏传媒跑团跑友蔡小姐说,“站在世纪大道的赛道,你很难不爱上这项运动。我就像有一种回家的感觉。”

跑友林女士说,和朋友参加过其他的马拉松赛,但参加晋马,感觉就是不一样。“晋马是我们的主场,作为主人,我们自然要全力支持它。”林女士说,马拉松是一项很好的运动,跑步能锻炼身体,更能为健康生活加码。“期待有更多的人爱上跑步,出现在晋马的赛道上。”

## 专注于生活场景新媒体的运营

据了解,福建淘屏前身为中国信息技术有限公司,于2004年成立,2017年上线淘屏新媒体平台,是美国纳斯达克上市公司。该公司采用“合伙共享”的模式,联合全国各地淘屏合作伙伴,专注于生活场景新媒体的运营,为传媒行业提供集平台、交易、数据为一体的综合性管理方案。

淘屏的终端设备分布在停车场、高端写字楼、高端住宅区、商圈等各种生活消费场景中,在线形成了巨大的流量入口。而淘屏通过互联网手段将线下形成的流量引流到线上,将商家和用户捆绑到一起,针对的用户群体比较广泛,几乎覆盖所有C端用户。

数据显示,截至目前,福建淘屏云屏机分布福建省内近千个高端住宅小区、写字楼及商业综合体等人流集中地,共计万个点位,日均观看人流量达“800万+”人次。

## 龙湖跑团

## 全程呵护 放心奔跑



在地化“龙民”活动,让“龙民”的生活更加丰富多彩。

据了解,自2012年正式进入泉州以来,龙湖在泉州已相继开发嘉天下、春江郦城、春江悦茗、学樘府、春江天境、春江天越、御湖境等品质人居项目,在晋江桥南的新项目案名即将公开。今年年初开盘的御湖境项目,凭借着过硬的产品品质,已成为大泉州1月至10月商品房成交金额冠军(数据来源:中原地产厦门研究院)。今年6月,学樘府迎来集中交付,项目整体高品质及出色的交付服务水准,赢得业主广泛认可,项目集中交付满意度达到90%左右。龙湖集团旗下智慧生活及空间服务品牌“龙湖智创生活”于2014年正式进入泉州,已经在此接管了17个项目,服务业主约1.5万户。

业主陈女士说,参加晋马的8公里健康跑,整体体验很好,感觉特别棒。印象最深的是龙湖为参赛业主提供了全程专享服务,这里不仅包括中巴车接送,还拿到了专属的“龙民能量包”。赛前在龙湖聘请的热身教练带领下进行了热身,赛中有龙湖智创生活社区运营官陪跑,赛后在专职放松师带领下充分放松肌肉,还有专业摄影师为自己拍摄了纪念照片。

“从赛事实际情况出发,为‘龙民’提供专属贴心服务,就是希望参赛‘龙民’能收获难忘的参赛记忆。”这位负责人表示,入闽11年来,龙湖一直秉承“善待你一生”的理念,针对福建“龙民”持续举办包括小龙人计划、珑运会、龙民节等众多品牌活动,有效提升了社区居住品质,丰富了社区文化内涵。未来,龙湖还将在福建探索更多

## 豪客来牛排

## “牛”气耀晋马 传播健康文化

本报讯 (记者 黄海莲 文图) 健康美味的豪客来食品。”豪客来福清营运中心营运经理陈建辉介绍道。豪客来牛排创立于1993年,30年来专注牛排,截至目前发展成为中国牛排餐饮连锁市场规模头部品牌,足迹遍布70余座城市,开设有400多家直营餐厅,每年服务人次超3000万。2023年4月,据国际权威咨询机构弗若斯特沙利文的研究报告,得出认定“豪客来牛排在中国牛排餐饮连锁市场2022年牛排销量全国第一”。

豪客来牛排是以“牛排”为主营的大众休闲西餐厅,由前米其林星厨届领效领衔专业西餐研发团队,打造餐厅五大产品线:牛排、铁板饭、意面、轻食、甜品。自2017年起,豪客来牛排全力钻研厚切产品,精准把控牛排2.7cm±0.3cm的黄金厚度,得到国际权威咨询机构弗若斯特沙利文的调研认证,成为“厚切牛排首创者”,这是豪客来牛排精于产品、只为国人的又一里程碑式动作。同时,豪客来牛排将带给消费者全新的厚切体验,开启中国牛排新时代。我们的主打产品牛排是健康强身饮食,而我们企业倡导的也是健康的生活态度。豪客来参与晋江马拉松开办以来,已经是第三次组团参加马拉松了。我们组织员工参赛,不仅是提倡强身健体的生活理念,也是希望员工能够更多地参与到社会活动中,把我们的理念传播给更多人。”陈建辉表示,豪客来牛排是值得信赖的健康餐饮企业,豪客来的健康饮食将与晋马的健康生活方式一路同行!



记忆深刻。以黑胡椒为主味型研发的黑胡椒系列牛排(黑胡椒传奇牛排),可谓豪客来牛排的招牌产品,近5年的销量突破了2亿份。此次,这款黑胡椒酱也亮相马拉松健康跑终点展位。

30年老字号,厚切新口感,豪客来牛排将带给消费者全新的厚切体验,开启中国牛排新时代。我们的主打产品牛排是健康强身饮食,而我们企业倡导的也是健康的生活态度。豪客来参与晋江马拉松开办以来,已经是第三次组团参加马拉松了。我们组织员工参赛,不仅是提倡强身健体的生活理念,也是希望员工能够更多地参与到社会活动中,把我们的理念传播给更多人。”陈建辉表示,豪客来牛排是值得信赖的健康餐饮企业,豪客来的健康饮食将与晋马的健康生活方式一路同行!

