

全璟传媒：引爆商圈中庭的超级流量入口

品牌与消费者的“最后100米”连接

2026.03

01

PART ONE

公司概况

PDG media networks 全璟传媒

全璟传媒：全国覆盖最广泛的商圈中庭大屏媒体网络



扎根最大的
线下消费场景

百城千屏
百亿级曝光触达

数智化媒体平台
DSP与AI智能投放

我们专为有明确营销诉求的品牌方提供高品质、高确定性的媒体服务。



追求高效曝光

拥有常规户外投放预算，认可线下曝光价值，追求高触达率（reach）和低成本（CPM）的品牌。



寻求营销引爆

有新品宣发、明星代言、线上线下门店赋能、节点大促等具体营销需求的品牌。



巩固市场占位

需要狙击竞品、抢占核心消费阵地、激活品牌心智、打造强势品牌形象的品牌。

全国覆盖：一张渗透中国核心经济脉搏的巨网

自建旗舰大屏

智能投放运营
保障投放灵活与效果稳定

＋

代理整合大屏

拓展覆盖广度与场景深度
实现更全面覆盖

71%
覆盖一线城市商圈

60%+
覆盖新一线城市商圈

形成高效率渗透！

华润置地 CR LAND · mixc 万象汇 · 银泰百货 Intime Department Store · 绿地控股 Greenland · 合生汇 HOPSON ONE · 大悦城 JOY CITY · 世纪金源集团 GOLDEN RESOURCES · SM CHINA
vanke · 中粮地产 COFCO PROPERTY · 吾悦广场 · 大融城 MIX PARK · 印象城 SCPG INCITY · 万达广场 WANDA PLAZA · CapitaLand 凯德 · LONGFOR 龙湖 · Livat 荟聚
保利地产 · 正佳广场 GRANDVIEW MALL · 天河城 TEEMALL · RAINBOW 天虹 · 益田集团 YITIAN GROUP · 苏宁广场 · 中信地产 CITIC REAL ESTATE · 爱琴海 AEGEAN

自建旗舰大屏：数量第一，规模最大

24个
核心城市

145块
自建大屏









以严苛标准打造的“城市地标级”媒介。

全璟传媒 自建大屏资源列表

——北京市——（23个点位）

- 北京合生汇购物中心
- 北京朝阳大悦城
- 北京世纪金源购物中心
- 北京王府井喜悦购物中心
- 北京龙湖长楹天街
- 北京石景山万达
- 北京京西大悦城
- 北京新世界百货（崇文店）
- 北京国瑞购物中心
- 北京枫蓝国际购物中心
- 北京凯德晶品购物中心
- 北京天虹百货新奥店
- 北京龙湖大兴天街
- 北京常营华联购物中心
- 北京亦庄华联购物中心
- 北京旧宫万科广场
- 北京望京新世界百货
- 北京龙湖房山天街
- 北京金地广场
- 北京万达广场（槐房店）
- 北京大兴绿地缤纷城
- 北京房山绿地缤纷城
- 北京大兴大悦春风里

——上海市——（21个点位）

- 上海世茂广场
- 上海北外滩来福士
- 上海静安大悦城
- 上海悦荟广场（南京东路店）
- 上海LuOne凯德晶萃广场
- 上海虹口凯德商业中心
- 上海五角场万达
- 上海百联又一城购物中心
- 上海荟聚
- 上海长风大悦城
- 上海宝山万达
- 上海周浦万达
- 上海中信泰富万达广场
- 上海松江万达
- 上海江桥万达
- 上海颛桥万达
- 上海青浦万达茂
- 上海浦江万达
- 上海金山万达
- 上海金桥太茂商业广场
- 上海东方懿德城

——山东省——（6个点位）

- 青岛乐客城
- 青岛利群金鼎广场
- 青岛青特万达
- 青岛保利广场
- 济南魏家庄万达
- 烟台新世界百货

——广东省——（23个点位）

- 广州凯德乐峰广场
- 广州保利广场
- 广州保利时光里
- 广州凯德广场·云尚
- 广州智慧城广百广场
- 广州天娱广场
- 广州广百新一城
- 广州合生广场
- 广州恒润广场
- 广州海印缤缤广场
- 广州和业广场
- 广州五号停机坪购物广场
- 深圳壹方天地
- 深圳益田假日广场
- 深圳皇庭广场（A/B）
- 深圳京基KK TIME（水贝店）
- 深圳天虹购物中心（西乡店）
- 深圳星河COCOCity（龙华店）
- 深圳天虹购物中心（龙华店）
- 深圳天虹购物中心（新沙店）
- 深圳佐伶虹湾购物中心
- 深圳世贸中心
- 佛山together保利mall

——天津市——（4个点位）

- 天津南开大悦城
- 天津万达广场（河东店）
- 天津鹏欣水游城
- 天津凯德MALL

——四川省——（11个点位）

- 成都环球中心
- 成都大悦城
- 成都凯德广场魅力城店
- 成都SM城市广场
- 成都鹏瑞利青羊广场
- 成都城南优品道广场
- 成都锦城万达
- 成都财富又一城
- 成都苏宁广场
- 成都凯德广场新南店
- 成都上古天地星悦广场

——重庆市——（4个点位）

- 重庆龙湖时代天街（E馆）
- 重庆新世界百货
- 重庆泽科星泽汇广场
- 重庆大坪英利大融城

——湖北省——（4个点位）

- 武汉银泰创意城
- 武汉摩尔城
- 武汉凯德西城
- 武汉绿地 · 新田360

——陕西省——（3个点位）

- 西安大明宫万达广场
- 西安益田假日世界购物中心
- 西安凯德广场新地城

——江苏省——（13个点位）

- 南京建邺万达
- 龙湖南京江北天街
- 龙湖南京龙湾天街
- 龙湖南京六合天街
- 苏州园区天虹
- 苏州万宝财富商业广场
- 苏州吴中万达广场
- 苏州天虹购物中心（相城店）
- 苏州双湖广场
- 无锡荟聚中心
- 无锡苏宁广场
- 无锡润发购物中心
- 常州万达广场（新北店）

——湖南省——（6个点位）

- 长沙CFC富兴时代
- 长沙吉联MALL
- 长沙凯德壹中心
- 长沙高铁吾悦广场
- 长沙中茂城
- 长沙银盆岭万达广场

——安徽省——（2个点位）

- 合肥瑶海万达广场
- 龙湖合肥瑶海天街

——浙江省——（15个点位）

- 杭州中心
- 杭州城西银泰城
- 杭州滨江宝龙城
- 杭州滨江银泰百货
- 杭州天虹购物中心
- 杭州西湖文化广场银泰百货
- 杭州拱墅万达广场
- 杭州萧山金帝银泰百货
- 杭州中大银泰城购物中心
- 杭州余杭万达
- 杭州新天地购物中心
- 杭州下沙银泰百货
- 宁波鄞州万达广场
- 宁波鄞州印象城
- 宁波环球银泰城

——福建省——（10个点位）

- 厦门SM城市广场
- 厦门湖里万达广场
- 厦门世茂Emall
- 厦门天虹五缘湾购物中心
- 厦门集美万达广场
- 厦门汇景购物广场
- 厦门集美银泰购物中心
- 福州仓山万达广场
- 福州苏宁广场
- 晋江SM国际广场

代理整合大屏：下沉市场深度渗透

252个
核心城市

1122块
合作大屏

全国行政区全璟传媒屏幕资源覆盖



全璟传媒 部分合作大屏资源列表

——北京市——（23个点位）

- 北京悦荟
- 北京乐多港万达广场（户外）
- 北京乐多港万达广场（街区）
- 北京世贸天阶
- 北京朝阳大悦城（户外）
- 北京合生汇购物中心（户外）
- 北京姚家园万象汇（户外）
- 龙湖北京长楹天街（户外）
- 北京太阳宫凯德茂
- 北京三里屯SOHO
- 北京通盈中心
- 北京富力广场
- 北京望京凯德MALL
- 北京姚家园万象汇
- 北京悠唐购物中心
- 北京龙湖大兴天街（户外）
- 北京荟聚
- 北京亦庄天街
- 北京来福士广场
- 北京工美大厦
- 北京金宝汇购物中心
- 北京熙悦天街
- 北京房山印象城（户外）

——上海市——（21个点位）

- 上海宝杨宝龙广场
- 上海宝山龙湖天街
- 上海宝山日月光（户外）
- 上海白玉兰广场
- 上海瑞虹天地·月亮湾星星堂
- 上海瑞虹天地太阳宫A
- 上海瑞虹天地太阳宫B
- 上海日月光购物中心
- 上海广场
- 上海香港广场
- 上海恒基名人购物广场
- 上海宏伊国际广场（户外）
- 上海新世界城
- 上海人民广场来福士
- 上海人民广场来福士（户外）
- 上海世茂广场A屏+B屏（户外）
- 上海BFC外滩金融中心
- 上海博荟广场oneeast（A）
- 上海博荟广场oneeast（B）
- 上海黄浦绿地缤纷城（户外）
- 上海嘉亭荟城市生活广场

——山东省——（6个点位）

- 济南和谐银座
- 济南龙湖奥体天街
- 济南北宸龙湖天街
- 青岛崂山丽达购物中心
- 青岛崂山万象汇A（户外）
- 青岛万象城

——广东省——（23个点位）

- 广州白云万达
- 广州无极限广场
- 广州安华汇
- 广州百信广场A
- 广州百信广场B
- 广州永旺梦乐城广州金沙A
- 广州永旺梦乐城广州金沙B
- 广州江燕路万科里
- 广州富力海珠城
- 广州海珠万达广场
- 广州丽影广场
- 广州黄埔萝岗万达广场A
- 广州黄埔萝岗万达广场B
- 广州黄埔大悦汇（户外）
- 广州悦汇城
- 信达金茂广场·益田假日世界
- 广州东方宝泰
- 广州东方宝泰（火车东站入口）
- 广州高德置地冬广场
- 广州天河城购物中心
- 广州正佳广场
- 广州美林天地
- 广州中华广场

——天津市——（4个点位）

- 天津万象城
- 天津梅江环宇荟
- 天津西青万达
- 天津永旺梦乐城天津中北

——四川省——（11个点位）

- 成都印象城
- 成都滨江龙湖天街
- 成都万象城
- 成都龙湖滨江天街
- 成都都江堰大融城
- 成都金牛万达
- 成都凯德广场
- 成都北城龙湖天街
- 成都龙湖上城天街
- 成都龙湖西宸天街
- 成都青羊万达广场

——重庆市——（4个点位）

- 重庆华宇广场A馆
- 重庆观音桥大融城
- 重庆观音桥星天广场
- 重庆龙湖源著天街

——湖北省——（4个点位）

- 恩施建始县京桥国际城
- 黄冈浠水润达国际购物中心
- 黄石万达广场
- 黄石团城山万达广场A

——陕西省——（3个点位）

- 宝鸡开元商城
- 宝鸡吾悦广场
- 宝鸡银泰城

——江苏省——（13个点位）

- 常州武进吾悦广场
- 常州武进万达广场
- 常州金坛吾悦广场
- 常州龙城龙湖
- 常州溧阳吾悦广场
- 淮安吾悦广场
- 淮安涟水吾悦广场
- 连云港赣榆吾悦广场
- 连云港海州吾悦广场
- 南京华采天地
- 南京建邺吾悦广场（户外）
- 南京河西龙湖天街
- 南京龙湖江北天街（户外）

——湖南省——（6个点位）

- 常德友阿国际广场
- 常德万达广场
- 常德澧县万达广场
- 郴州友阿国际广场
- 衡阳步步高广场
- 衡阳蒸湘万达广场

——安徽省——（2个点位）

- 合肥高新银泰百货
- 合肥瑶海保利

——浙江省——（15个点位）

- 杭州龙湖滨江天街
- 杭州星光大道二期A
- 杭州星光大道二期B
- 杭州千岛湖银泰城
- 杭州中粮大悦城
- 杭州大厦（杭州之窗）
- 杭州大厦购物城D座（户外）
- 杭州武林银泰总店
- 杭州嘉里中心（户外）
- 杭州远洋乐堤港
- 杭州龙湖丁桥天街
- 杭州解百购物中心
- 杭州湖滨银泰in 77
- 杭州湖滨银泰in 77（户外）
- 杭州来福士

——福建省——（10个点位）

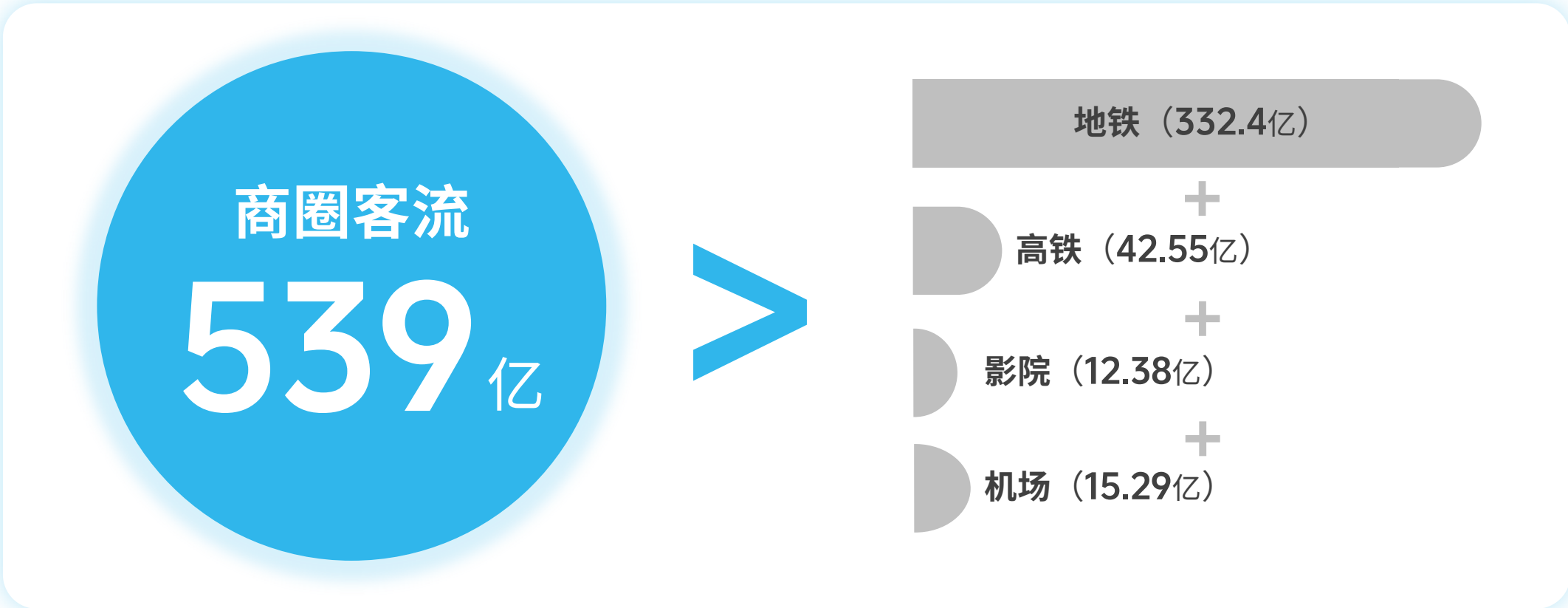
- 福州东二环泰禾广场A
- 福州东二环泰禾广场B
- 莆田益田世界A
- 莆田益田世界B
- 泉州南安中骏世界城（户外）
- 泉州晋江吾悦广场A
- 泉州晋江吾悦广场B
- 泉州南安中骏世界城
- 厦门云城万科里
- 厦门银泰百货(国贸中心店)A

02

PART TWO

场景&营销价值

流量价值重估：百亿级流量场景成为品牌必争之地



消费逻辑已变：从“买”转向“生活”。商圈聚合购物+餐饮+娱乐+社交多元场景，是城市流量的绝对中心。

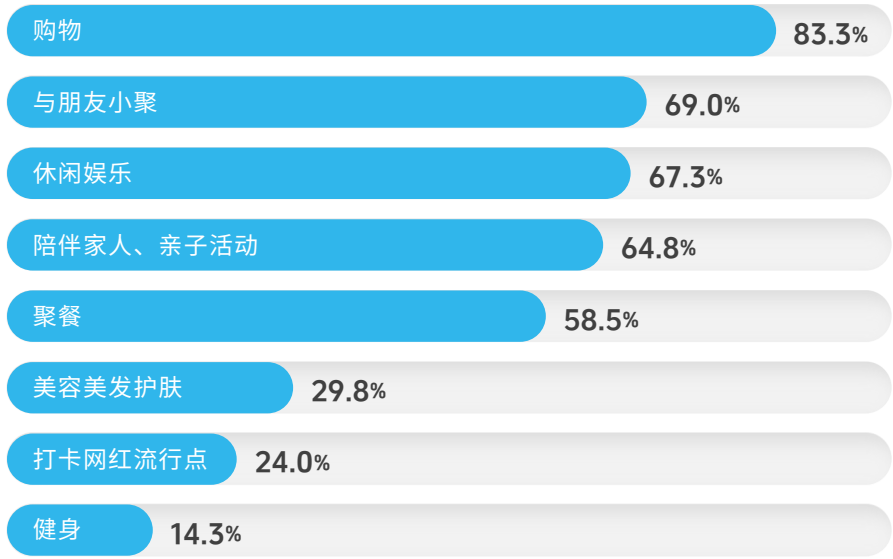
数据来源：《中国实体商业客流桔皮书》；地铁数据-交通运输部；铁路数据-国家铁路局；影院数据-国家电影局；机场数据-CADAS统计，2025年

深度触达：长时间停留创造的“品牌记忆烙印”

消费者平均停留时间



消费者去商圈目的

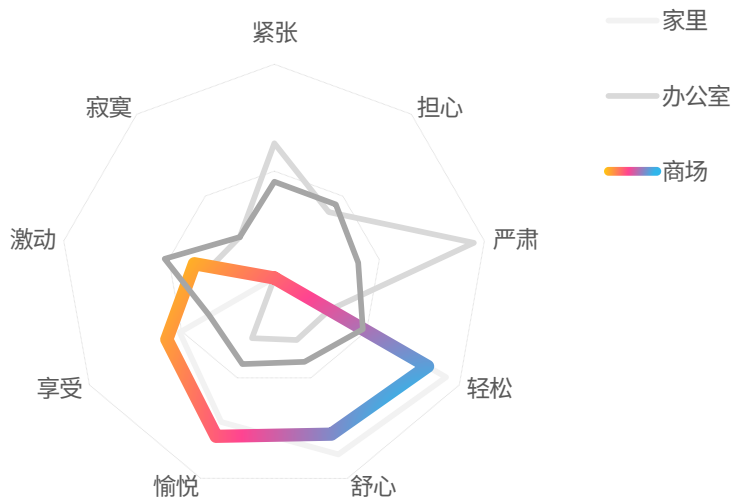


2.3小时沉浸式停留，品牌广告有足够的时间完成深度记忆留存，品牌信息从“路过”变成“记住”。

数据来源：秒针，《商圈内LED大屏研究报告》，2025年2月

情绪营销：2.3小时的“多巴胺”沉浸

消费者于不同场所心情对比



86.8%

商圈营造的温馨、愉悦氛围触发了好感情绪

80.0%

在购物氛围下，更有意识地关注广告

愉悦的体验场激活了情绪开关。在封闭、优雅且功能复合的消费场域中，大屏让品牌成为消费者美好时光的一部分。

数据来源：CTR，《商业综合体价值研究》；秒针，《商圈内LED大屏研究报告》，2025年2月

主力消费人群：锁定城市中最具消费力的“决策者”

18-35岁中青年为主

60.0%

消费欲望&经济实力双强



职场精英

86.2%

消费需求多样&消费活跃度高



高收入人群

87.7%/52.6%

家庭月收入1万+/月消费1万+



有孩群体

52.5%

家庭结构均衡&支持多样化营销



他们年轻、高知、并在消费活跃期，是新品的尝鲜者，也是潮流的定义者。这是品牌梦寐以求的优质流量池。

数据来源：秒针，《商圈内LED大屏研究报告》，2025年2月

03

PART THREE

我们的媒体

视觉霸主：独占商圈人流交汇的“黄金C位”



独占中庭C位

93% 的自建屏占据中庭位置

商圈人流动线交汇处！

超大面积

≥62m² 的超大巨屏！

自建屏面积＞40m²占比 **88%**

自建屏面积＞60m²占比 **40%**

中庭，商圈的心脏，消费者动线的交汇点。全璟大屏独占视觉中心 —— 我们不争夺注意力，我们统治注意力。

高触达低成本：超高性价比实现高效成本控制

商圈中庭大屏触达率

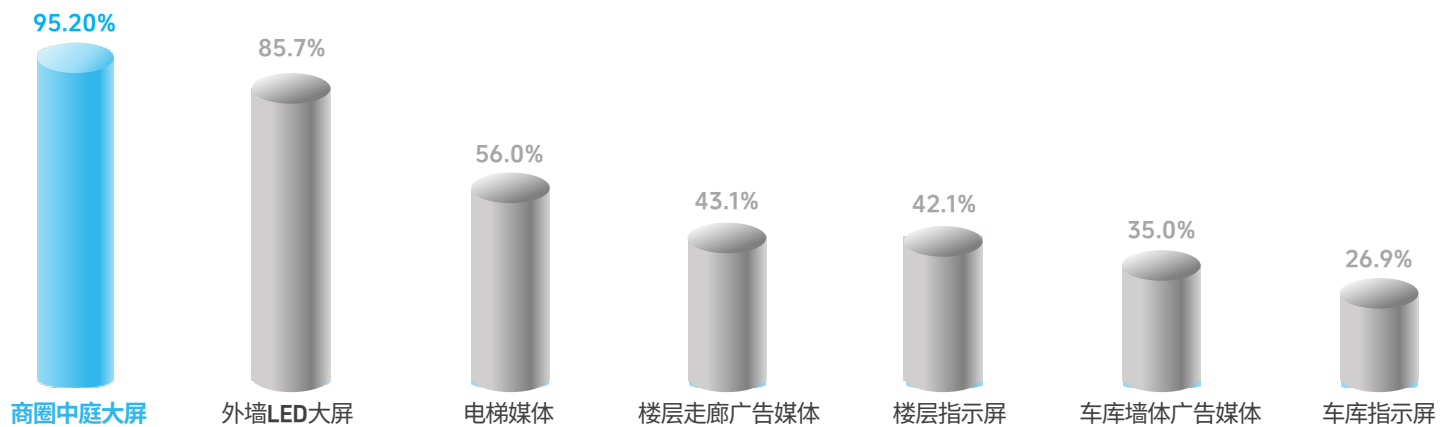
95.2%

高reach 低CPM

CPM平均价格，约5.82- 20.54元

优于户外媒体平均水平

商圈不同媒体触达率对比



数据来源：秒针，《商圈内LED大屏研究报告》，2025年2月

高用户卷入：激发广告易感人群产生积极互动意愿



强冲击
带来高卷入

92.3%

对商圈中庭
大屏广告感兴趣

88.3%

愿意与商圈中庭
大屏广告互动

数据来源：秒针，《商圈内LED大屏研究报告》，2025年2月

04

PART FOUR

营销价值应用

多元营销矩阵：基于目标的定制化解决方案

品牌传播类



- 品牌焕新
- 新品上市
- 代言人发布

促销引流类



- 季节营销
- 门店活动
- 线上导流

线下体验类



- 快闪店联动
- 新店开业
- 沉浸式体验活动

竞争攻防类



- 品牌拦截
- 竞品对标
- 消费场景抢占

我们不仅仅提供屏幕，我们根据品牌的生命周期提供定制化的增长策略。

新品引爆：全国同步，瞬间拉满品牌势能

抖音电商 iPhone

新款手机上市，预售全面开启





预售首周销售同比增长158%

新品引爆：全国同步，瞬间拉满品牌势能

飞科

营造品牌高端氛围，赋能新品定位





线上导流：以场景为“扳机”，触发即时下单

淘宝闪购APP

锁定商圈“餐饮起点”的物理坐标





日订单突破

8000万

线上导流：以场景为“扳机”，触发即时下单

滴滴出行APP

温馨提示广告，使大屏成为APP端的延伸





“场景触发打开率”提升 27%

节日营销：在消费欲最旺盛的时刻，接管节日氛围

可口可乐 春节营销

将品牌深度融入传统节日与家庭团聚场景





节日营销：在消费欲最旺盛的时刻，接管节日氛围

青岛啤酒 中秋营销

团圆社交场景中的“情感道具”和“默认选项”





攻防拦截：在“最后100米”截流竞品用户

广汽传祺

在电车体验店竞品林立的环境中，截获注意力





大屏下方电车体验店汇聚

攻防拦截：在“最后100米”截流竞品用户

红星美凯龙

打出“买电器，到红星美凯龙”的口号





投放聚焦京东、苏宁所在商圈
电器品类销售额占比从8.4%提升至22%，
地区认知度提升29%

精准获客：人货场的高度重合，直接缩短决策链路

波司登

大屏下方就是品牌门店，完成营销闭环





目标受众浓度提升 56%

精准获客：人货场的高度重合，直接缩短决策链路

泰兰尼斯

聚焦商圈中庭高浓度目标亲子人群





信任背书：巨幕放大明星代言效应，构建品牌“光环”

雀巢咖啡官宣樊振东

高频轮播产生视觉强迫，将品牌融入生活方式





信任背书：巨幕放大明星代言效应，构建品牌“光环”

鸿星尔克官宣于适

国货之光气场全开，打造沉浸式包围





3D通投：技术赋能创造视觉奇观

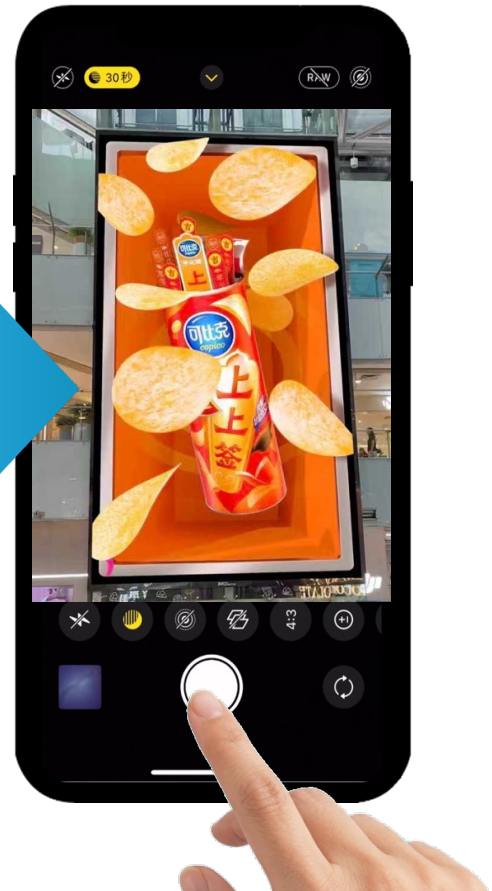
可比克

低成本撬动高流量曝光，5组素材实现100+大屏通投





引发自主
社交传播



快闪联动：大屏即“天幕”，打造超级发布会现场

金典

“有机生活节”夏日路演活动开启







活动当天，伊利金典系列产品
在商场超市的销售额同比提升 **220%**

快闪联动：大屏即“天幕”，打造超级发布会现场

维达

代言人亮相商圈中庭，吸引粉丝围观





屏幕与地面形成垂直联动
创造了1+1 > 2的立体营销场

05

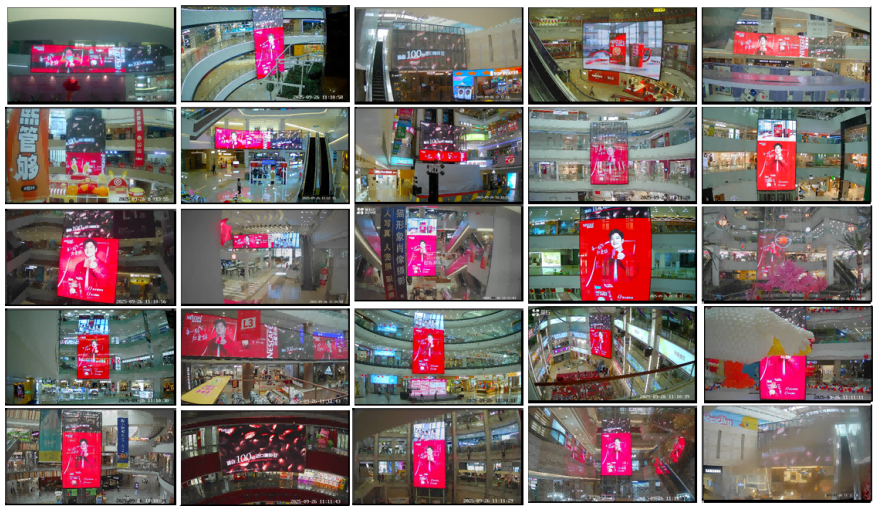
PART FIVE

确定性交付方式

全链路智能监播，0失误保障

系统全程监播

通过自主研发的“全璟数智播控系统”，
实时在线监播。播出数据留存，避免错漏刊。



1.实时在线监播

系统7×24小时实时监控所有屏幕运行状态。

2.播出数据留存

所有播出记录、画面截图和日志数据永久保存，可追溯。

3.避免错漏刊

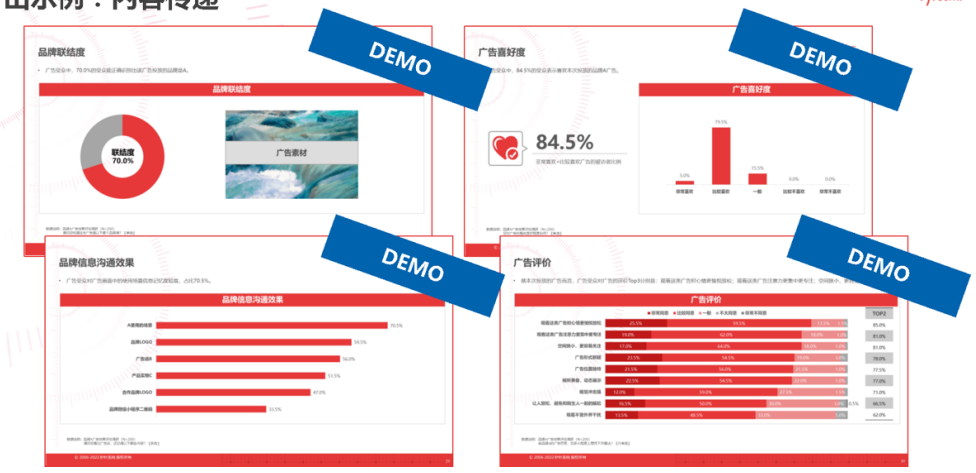
智能预警与人工复核双重机制，杜绝播放失误。

权威第三方监测，营销效果的客观评估

效果评估报告

与秒针开展全面线上平台对接。通过指定第三方监播拍照，提供结案报告与效果归因。

产出示例：内容传递





从曝光到归因，让每一份预算清晰可见

透明投放数据

曝光数据：结案报告提供真实曝光量、触达人次、频次分析、完成率分析。









人群资产沉淀

对接羚羊数据，提供可回流、可分析、可再运营的受众数据









结语：共振消费主场，引爆品牌增长



广域覆盖·基石

全国网络

巨幕领航



核心占位·定势

关键点位

视觉霸主



客流汇聚·浓度

海量高质

高价值流量池



品效合一·决胜

攻克最后100米

赢定市场

PDG media networks
全璟传媒

感谢聆阅

更多资料：
行业推介通案、
分品类的精选案例，
请登陆全璟传媒官网下载：
https://www.pdg-china.com

