

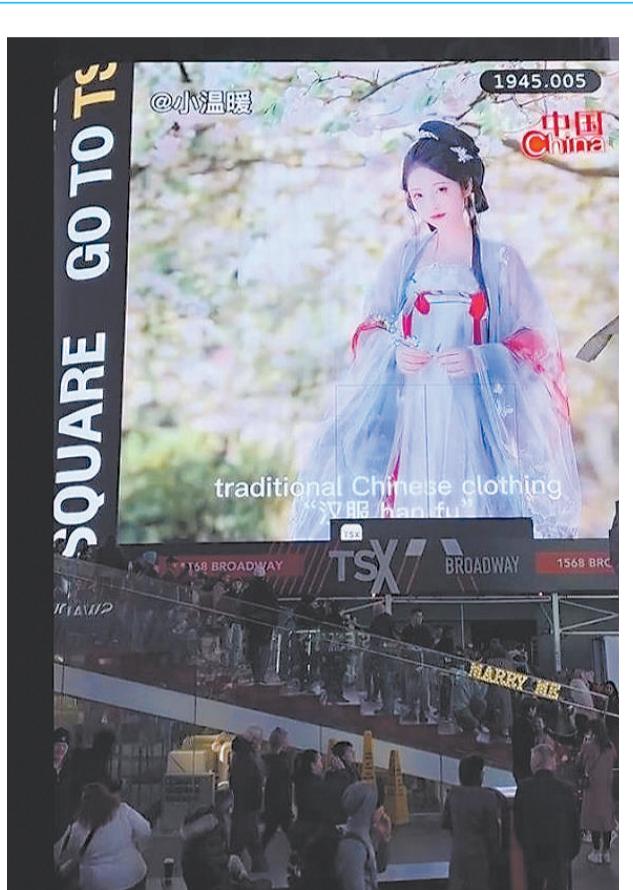
只需40多美元？

“中间商”揭秘如何投屏纽约时代广场



“看！我登上了纽约时代广场大屏！”3月20日，网友小苏发了这样一条朋友圈，附上了一段15秒钟的视频。在纽约时代广场繁华而现代的街景中，小苏的艺术照和自拍照在一块巨大的屏幕上轮换播放着，不少好友都给她这条朋友圈点了赞。小苏告诉记者，她对这次投放非常满意。

近日，不少网友在社交网站上晒出攻略，分享如何把自己的短视频播放到大洋彼岸的纽约时代广场的TSX大屏幕上。与此同时，代拍中介业务走红。有代拍中介表示，目前一天接的投放超过100个。



投屏

■浙江网友花598元投放公司宣传片

“我男朋友在TSX大屏上投放了我们在一起拍摄的照片，然后发给我，太感动了，我很喜欢这份礼物。”网友小鹿说。另一个来自浙江的网友则在大屏上投放了关于自己公司的宣传片，“花小钱，办大事！国际化的企业，就要先到达国际化的舞台！”他表示，自己是找了一家中介帮忙投放的，总花费是598元。

记者了解到，这块TSX屏幕位于纽约时代广场上，具体位置在百老汇街和第七大道的交汇处，屏幕是正方形，长宽为28米，总面积大约有784平方米大。不过，在这里播放视频，只支持图像，而不支持声音。一位现场代拍中介告诉记者，“屏幕

几乎被中国人承包了，90%都是中国网友投的”。

据悉，纽约时代广场上有大约10块大小不一、形状不同、播放不同内容的屏幕，这块TSX屏幕是其中之一。屏幕上会公开写明视频编号以及广告公司的链接，看起来可能营销感有些重。虽然如此，自己的影像能在纽约时代广场上播放留念，已经让不少人满足了。

对于将自己的照片、视频跨洋投放这一举动，有不少网友为充满自信的中国年轻人点赞，不过也有网友对此表示不理解和质疑：“只是一段15秒的视频，和在国内视频平台上播放没什么区别吧。”

■“大屏越洋”生意 带火代拍代投中介

“昨天一天拍了100+素材”，当地的一位代拍中介告诉记者，自己现在的主业就是做这块屏幕的代投、代拍，目前生意非常火爆。“因为有时差，基本上是美国这边的白天来到现场拍摄素材，晚上跟中国的客户联系，做一些新客户的咨询，外加剪辑白天拍摄的素材。”他说，因为大屏播放的视频没有声音，自己做后期会加入一些音频，让视频看起来更完美。

另一名中介艾力表示，自己是美国当地的一名华人留学生，在TSX火了之后，就兼职做投放的业务，“598元的费用，简单来说包含视频投放及拍摄。主要是视频拍摄，因为一般人都来不了现场，我们可

以找到一个最佳角度，帮你拍视频发过去，还可以帮你加背景音乐。”艾力说，如果再加300元，还可以进行双机位拍摄，“合成功效非常恢弘”。艾力表示，自己最近生意很不错，寒假从国内一回来就接单不断：帮助拍求婚视频的、生日祝福视频的、企业宣传片的、秀恩爱照片的、女生个人秀、宠物照片……各式各样的业务，自己都接过，“小赚了一笔”。

如今在电商及社交网站上，许多人都盯上了这笔生意，代投生意成为留学生们新的赚钱来源，一个店铺显示最近30天内有23人付款。不过更多的人都是通过微信、小红书、抖音等社交平台下单。

■TSX大屏去年12月向普通民众开放

TSX是多伦多证券交易所集团的全称，也是这块大屏背后的公司“TSX娱乐”的拥有者。根据TSX官网介绍，用户只需要下载TSX的App，上传自己的视频，选择播放时间，然后支付40美元就可以了。关于这块屏幕，TSX表示：“我们通过一个面向街道的永久舞台和一个通过应用程序连接全球的全互动广告牌，创造了城市的停靠时刻和难忘的回忆。”TSX还解释称，“并非不能显示音频，而是8K交互式屏幕通过每位观众自己的手机为他们提供清晰的音频。沉浸式音频的未来就在这里，5G没有延迟或容量限制。”

2022年12月，该公司对个人开放付费即可上传视频的业务。一位来自苏格兰的吃播博主上传了一段自己吃面包片的视频，他将这一视频传到自己的社交媒体上，收获了十多万的浏览量。今年年初，这一大屏在国内走红。

■亮相纽约时代广场的中国大屏广告上升迅猛

早在十几年前，中国大中小型企业能够顺利开启大屏广告的国际化之路，是因为当时已经有中国代理机构开辟出了在纽约时代广场的代理投放广告牌业务。

数据显示，2014年，纽约时代广场的中国大屏广告数量相比2011年翻了三番，达27条；而2016年的中国广告数量又较2014年翻了近五番，达153条。其中，机构类、家居类、互联网类以及快消品类的广告数量上升得最为迅猛。尤其是在2015年10月1日、2日，为了庆祝我国国庆66周年，华为、长安汽车等66家中国品牌集体亮相纽约时代广场的路透社大屏。

2011年8月，新华社的全资子公司新华影廊向时代广场2号楼的所有者Sherwood Equities租下一块广告牌，专门做来自中国企业的广告代理业务；2012年3月1日，大连户外媒体集团国域无疆从时代广场1号楼的所有者Jamstown Properties手中获得了一块广告屏的五年运营权，被称为“中国红屏”；2014年2月，蓝色光标旗下子公司蓝色天幕成立，其通过全球最大的户外传媒公司Clear Channel租下了位于纽约广场中心区西侧，麦当劳正上方的一块广告屏。

有了“娘家人”在海外代理广告牌，更多中国品牌广告纷纷登陆时代广场。据统计，截止到目前，已经有超过上百家中国企业在这些“自家”代理的广告牌上亮过相。

据了解，TSX大屏自去年12月向普通民众开放后，户外大屏广告靠网红流量和“普通人享受15秒成名”的热度又火了一把，国内各界对于户外大屏广告的关注度也持续增加。《2022中国数字营销趋势》报告中也提到，户外大屏是最受广告主青睐的户外媒体形式之一。

放眼国内，近几年北京、上海、成都等各地知名商圈也陆续投入了几十块巨型LED屏幕，不仅在传播内容上更加创新，在技术应用加持下，还投入了转角屏、裸眼3D等展现形式。不过，目前这些屏幕都主要针对大公司等广告主，很少面对个人开放，因而价格高昂。比如某商场外立面大屏报价为7万元一天，按照投放时间计算，平均下来相当于每秒30元左右。

（据《北京青年报》）