

美国流媒体之王易主 海外直播电商水土不服

科技互联网周报看点

m360深洞察

摆脱昙花一现 打造短视频广告持久效力的关键点在哪？

BBAT动态

阿里巴巴推出个人碳账户 曾经难以捕捉的减碳行为成为可能

行业大事件

快手经营管理委员会 马宏彬、刘峰分任国际化、商业化负责人

数字营销

巨量引擎发布“2022品牌广告六大风向标” 品牌广告迭代升级

人物观点

Netflix CEO预测 传统电视节目5至10年内消亡

数据看板

迪斯尼流媒体订阅用户达2.21亿 美国流媒体之王易主？

全球视野

Facebook大溃退 关闭直播购物功能

政策风向

国家网信办发布算法备案信息 涉微博热搜、百度检索等



摆脱昙花一现 打造短视频广告持久效力的关键点在哪？

随着越来越多的年轻人在手机上观看短视频、使用社交软件，广告的时长也变得越来越短。短视频平台的发展蓬勃日上，使得这一趋势注定会长期持续。如果品牌持续在擅长的领域深耕，能够迅速抓取用户注意力，同时短视频可以作为长视频的有益补充，那么短视频广告的效果与未来发展将不可限量。

那么，在短视频领域，哪个平台最能吸引年轻消费者的持久关注？6秒广告渐成标配，其核心的致胜之道是什么？摆脱昙花一现，品牌要打造短视频广告持续效力的关键点在哪里？

- 1.注意力极速抓取 短视频广告的致胜之道
- 2.TikTok 品牌触达年轻消费者的优选平台
- 3.YouTube发力短视频 突破复制模式开启新的机会窗口
- 4.六秒广告 创意、技巧、效果的三重挑战
- 5.持久效力 品牌内容与用户社交的深度适配

阿里巴巴推出个人碳账户 曾经难以捕捉的减碳行为成为可能

阿里巴巴发布的“88碳账户”使用“1+N”母子账户形式，已接入菜鸟、闲鱼、饿了么、天猫等app的碳积分，涵盖用户吃、穿、用等生活场景。据介绍，这是国内第一个多场景、覆盖超10亿人的消费者碳账户体系。

在88碳账户中，用户能够更清晰地看到自己的碳足迹地图及减碳成果。例如，在点餐时不选用一次性餐具、在菜鸟驿站回收快递纸箱等行为，都会各app端子账户沉淀碳积分。同时，积分也会汇集到母账户，让低碳行为可知可感。今年初，阿里云就推出了减碳工具“能耗宝”。能耗宝主要面向企业端的减碳需求，在将企业用能情况数据化的同时，以算法优化用能，实现平均节能率10%，截至目前已有1700家企业客户。

m360前瞻看点

- 1、“双碳战略”上升为国家政策层面。
- 2、消费的数字化让曾经难以捕捉的减碳行为，成为可能。
- 3、阿里巴巴让用户端的减碳，有清晰的计量工具。

BBAT动态



m360

扫一扫获取
更多新情报



行业大事件



扫一扫获取
更多新情报



快手成立新一届经营管理委员会 马宏彬、刘峰分任国际化、商业化负责人

快手科技成立新一届经营管理委员会，并宣布了一项涉及多个部门的组织架构和人员调整。

此轮调整涉及国际化事业部、商业化事业部、人力资源和效率工程线、综合支持与管理部等多个业务和职能部门，并对多位核心高管的职责进行调整。其中，马宏彬、刘峰将分别出任国际化事业部和商业化事业部负责人。

据接近快手的人士透露，此次，包括两位经管会成员在内的核心高管轮岗和组织调整，意味着历时近一年的事业部制组织架构调整继续深化。

m360前瞻看点

- 1、商业化是快手目前的主营收业务之一。
- 2、商业化增长乏力，很可能就是马宏彬被调任的核心原因。
- 3、国际化业务，则被快手视为高增长潜力板块。

巨量引擎发布“2022品牌广告六大风向标” 品牌广告迭代升级

2022，营销环境日益复杂，每一个想要做品牌、或者正在做品牌的人，也许都会反复自问：品牌有用吗？谁做得好品牌？谁敢不做品牌？巨量引擎发布「2022品牌广告六大风向标」：品牌广告的迭代升级，组合投放方式、全局流量覆盖、内容种草能力已经成为大部分企业主的共识。品牌广告的“投放”视角，正在转变为从人群、效率、效果综合考量的“投资”视角。

当品牌投入产生的人群资产、数据资产、内容资产，能不断复用于下一次投放，品牌就能持续提升投放收益，将风险化为机遇，最终收获“滚雪球”般对生意长效经营的复利回报。

m360前瞻看点

- 1、看趋势：品牌主在计划提升品牌广告投入。
- 2、观痛点：品牌广告的首要痛点在于“能否度量”。
- 3、给答案：品牌广告，用投资的眼光做长效经营。

数字营销



m360

扫一扫获取
更多新情报





Netflix CEO预测 传统电视节目5至10年内消亡

奈飞 (Netflix) 首席执行官里德·哈斯廷斯 (Reed Hastings) 在投资者电话会议上自信地表示，奈飞正处于良好时刻，因为有线电视将在“5到10年内消亡”。

根据公司2022年第二季度报告，奈飞在全球拥有超过2.2亿的付费用户，但过去三个月里，在美国和加拿大流失了高达130万的订阅用户。虽然订阅用户基数庞大，奈飞仍希望扩大订户数量。近期，奈飞选择微软作为广告支持服务合作伙伴，推出带有广告的低价订阅服务，并将尝试结束账户共享的做法，一系列举措都标志奈飞的雄心壮志。然而，当订户数量难以扩大时，公司自然希望竞争对手之一——有线电视出局。

m360前瞻看点

- 1、电视收视率下降，大量用户流向流媒体，这一事实无法否认。
- 2、选择有线电视就不必支付网络费用，再支付平台订阅费用。
- 3、真正决定Netflix未来前景的扭转关键将是广告战略。

迪士尼流媒体订阅用户达2.21亿 美国流媒体之王易主？

迪士尼发布了2022财年第三财季业绩，值得一提的是，迪士尼表示截至该季度末拥有2.211亿流媒体订阅用户，超越了2.207亿流媒体订阅用户的Netflix。

需要注意的是，迪士尼还表示，如果客户想观看无广告迪士尼+或者Hulu内容，则需要支付更高的费用。据悉，今年12月无广告迪士尼+服务的月费将增加38%，达到10.99美元。如果消费者不支付更高的费用，则观看的视频内容中就会出现附带的广告，在一定程度上会影响用户的观看体验。

m360前瞻看点

- 1、迪斯尼正在攻城掠地，Netflix付费用户却难以增长。
- 2、在那些迅速推出服务的市场，迪斯尼还有很大的增长空间。
- 3、按照迪斯尼预测，2024年9月底前迪斯尼+用户总量将达2.15-2.45亿。

数据看板



m360

扫一扫获取
更多新情报





Facebook 直播购物将于 2022 年 10 月 1 日起停用

22,788 次浏览

自 2022 年 10 月 1 日起，您将无法再通过 Facebook 举办任何新的或预定的直播购物活动。您仍可使用 Facebook Live 来直播活动，但将无法在 Facebook Live 视频中创建商品展示列表或标记商品。

随着消费者的观看行为趋向于短视频化，我们将改为着重发掘 Facebook 和 Instagram 上 Reels (Meta 的短视频产品) 的营销潜力。

广告推荐帮助

停用广告帐户疑难解答 →
Business 帮助中心



Facebook大溃退 关闭直播购物功能

Facebook发布公告，称直播购物将于10月1日停用。Facebook Live直播功能仍旧可以使用，但无法在直播中创建购物列表和标签。

而直播购物功能，将集中到Meta旗下的Reels短视频产品中。Reels是Facebook母公司Meta于2021年9月，在Facebook上推出的短视频工具，被业界广泛认为是Meta为对标TikTok而推出的。

不过，对于直播购物的前景，美国媒体正在悄然发生转变。此番Facebook关闭直播购物通道，在美国媒体看来，更像是直播购物的“溃败”体现之一。

m360前瞻看点

- 1、Facebook此次决策，从更广泛角度反馈出消费者对直播购物不感兴趣。
- 2、直播购物在中国非常流行，但是在世界其他地方，似乎并不那么受欢迎。
- 3、Facebook不惜“放下脸面”学习TikTok的一些玩法，包括直播购物。

国家网信办发布算法备案信息 涉微博热搜、百度检索等

政策风向

8月12日，根据《互联网信息服务算法推荐管理规定》，国家网信办现公开发布境内互联网信息服务算法名称及备案编号，相关信息可通过互联网信息服务算法备案系统（<https://beian.cac.gov.cn>）进行查询。

此次公告清单中，包括多个大型企业和产品的相关算法，例如网易、360、快手、微博、美团、优酷、百度、抖音、小米、天猫、淘宝、聚好看、苏宁易购、富途牛牛、微信、腾讯等等。此前3月1日，互联网信息服务算法备案系统上线，具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者，应当在提供服务之日起十个工作日，对算法主体信息、算法信息、产品及功能信息三部分进行备案。

m360前瞻看点

- 1、30家企业备案，旗下产品部分算法信息被公开。
- 2、此举为监管部门设置了事前问责点，也减少了企业承担的风险。
- 3、监管方和行业找到一个平衡点，多主体协同共治。



m360

扫码查看
内容全文



科技互联网 趋势前瞻

视频广告持久效力关键点？

传统电视节目5至10年内消亡

阿里巴巴推出个人碳账户

美国流媒体之王易主

快手成立新一届经营管理委员会

Facebook关闭直播购物功能

巨量引擎“2022品牌广告六大风向标”

国家网信办发布算法备案信息

加入会员 增长快人一步

欢迎成为我们m360前瞻会员及智库会员！

m360将成为每位用户的超级连接器、前瞻中心及智库

- >>每周都会有在线创研讨会/共创会/研讨会给到会员
- >>会员专刊：m360月刊、品牌双周报、科技互联网双周报等
- >>营销增长指南：营销指南针、营销最佳实践、新客拓展、增长罗盘等
- >>会员专享报告：社会化商业报告、CMO报告、元宇宙报告等
- >>还可以参与我们的线下共研会，会员年会、m360大会等



扫码关注
m360服务号

加入m360会员，进一步洞察全媒体全营销趋势风向
敏捷把握市场脉动，让营销决策更敏捷、更科学！

- >>第一时间了解行业内重大事件和热点新闻
- >>最具专业度与前瞻性的媒体市场分析情报
- >>深入观察广告主行业动态，透过现象解读本质
- >>立体化聚焦代理商圈层，提供智力增援和决策支持
- >>深度对话行业专家，向行业输出有料、有趣的专业思想



扫码进入
m360小程序

m360



m360

科技互联网周报

专业制胜 敏捷增长