

# 200万达人IP重构营销市场 快手商城进入一级入口

# 科技互联网周报看点

## m360深洞察

社交媒体的营销组合策略 如何通过强强联合 实现效果翻倍?

## BBAT动态

核心广告收入同比下滑 10% 百度新财报 广告展现韧性

## 行业大事件

为商城开放“一级入口” 快手也开始“淘宝化”?

## 数字营销

200万达人IP 重构营销市场 撬动新增量

## 人物观点

小米集团雷军 迷茫动摇甚至放弃是创业过程中必修课

## 数据看板

中国网民达10.51亿 92%刷短视频

## 全球视野

Facebook和Instagram等 将推付费功能

## 政策风向

淘宝新规 9月1日起用户手机号变虚拟号



## 社交媒体的营销组合策略 如何通过强强联合 实现效果翻倍？

在过去的十年里，社交媒体的渗透率与使用率双双实现高速增长，而增长的势头有增无减。目前，全球社交媒体用户已达23.1亿之众，也就是说，全球消费者的渗透率已达到31%，与2015年相比增长了10%。全球社交媒体的移动用户增速更快，与2015年相比增长了17%。

那么，社交营销是否只能从社交切入？社交营销如何与其他渠道组合形成互补位的强强联合？而社交媒体的营销组合中，品牌主最需要关注的重点区间是什么？

- 1.角色定位与时点选择 精确触发用户购买
- 2.受众社交行为画像 社会与文化关系下的用户触达
- 3.流动性适配 渠道组合的角色一致性
- 4.优势互补 寻求社交媒体与其他渠道的最佳组合
- 5.社交和搜索 算法与社交的双向驱动

# 核心广告收入同比下滑 10% 百度新财报 广告展现韧性

百度发布了二季度财报，整体上小超预期，广告展现韧性，继而带来毛利率的改善。但二季度的表现基本已有预期，鉴于最近反复持续的地方疫情，下半年可能还会面临复杂的宏观环境，尤其是百度广告客户中有不少来自旅游行业，以及中小商家。

本季度百度集团收入 296 亿人民币，同比下滑 5.4%，略超出市场预期（294 亿）。主要预期差来源于疫情中的百度广告业务，逆风下的韧性比市场预期得要更强一些。核心广告收入同比下滑 10%，头部投行的预期一般给到了下滑 10-15% 的范围，由此来看，广告虽然逆风，但并没有市场想的那么差。

### m360前瞻看点

- 1、虽然有宏观逆风，但百度广告二季度还是环比增长了 9%。
- 2、从横向对比上，百度广告的表现已经相对坚挺。
- 3、托管页广告二季度同比增长 10%，是百度开辟出来的增长新支柱。

百度核心业务业绩概述							
人民币百万元	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	市场预期	预期差
总营收	24,041	24,661	25,978	21,378	23,160	22,586	2.5%
同比	27.0%	15.4%	12.4%	4.4%	-3.7%	-6.1%	
广告收入	19,074	19,468	19,125	15,650	17,110		
同比	18.0%	5.6%	1.1%	-3.7%	-10.3%	-15%~-10%	
智能云及其他收入	4,967	5,193	6,853	5,728	6,051	6,200	
同比	79.7%	76.0%	63.2%	35.4%	21.8%	20%-25%	
毛利润	14,752	15,291	14,961	11,571	13,046	12,116	7.7%
同比	19.2%	4.4%	-1.0%	-6.1%	-11.6%	-17.9%	
毛利率	61.4%	62.0%	57.6%	54.1%	56.3%	53.6%	
经营利润	4,619	3,718	2,958	2,524	3,246	2,344	38.5%
同比	-7.0%	-49.8%	-53.2%	-34.4%	-29.7%	-49.2%	
经营利润率	19.2%	15.1%	11.4%	11.8%	14.0%	10.4%	
销售及管理费用	4526	6089	5377	3913	3990	4454	-10.4%
同比	40.1%	81.5%	42.0%	-3.3%	-11.8%	-1.60%	
销售及管理费用率	18.8%	24.7%	20.7%	18.3%	17.2%	19.72%	
研发费用	5607	5484	6626	5134	5810	5416	7.3%
同比	34.3%	40.9%	32.3%	16.0%	3.6%	-3.41%	
研发费用率	23.3%	22.2%	25.5%	24.0%	25.1%	23.98%	
百度APP月活用户（百万）	5.80	6.07	6.22	6.32	6.28	6.38	-1.6%

来源：公司财报，Bloomberg，长桥海豚投研整理



扫一扫获取  
更多新情报



# 行业大事件



m360

扫一扫获取  
更多新情报



## 为商城开放“一级入口” 快手也开始“淘宝化”？

快手正在内测将商城独立，放在顶部位置，与发现、同城等并列。这位从业者发布的截图显示，“商城”里的具体板块几乎与淘宝、抖音商城无异，包括品牌补贴、超级秒杀和品牌特卖等。

在快手之前，抖音已多番测试商城的位置。如今，抖音商城已拿到首页一级流量入口的位置。但是，抖音和快手商城的优先级不同。打开快手APP，用户会先进入“精选”界面，需要在底部导航栏完成从“精选”到“首页”的跳转，方能看到“商城”；抖音则是直接进入首页，无需跳转。

### m360前瞻看点

- 1、抖音、快手，开始搭“货架”做商城。
- 2、抖音电商的行业运营将分出两条业务线，及内容业务和货架业务。
- 3、淘宝、京东和拼多多等传统电商平台也已陆续“短视频化”。

## 200万达人IP 重构营销市场 撬动新增量

营销市场正在经历新一轮重构。过去，提到内容营销，品牌总把主要预算放在大IP上。不过，在当下的生意环境中，广告主对这种单次大投入、效果却不确定的营销模式，变得日益谨慎。

现在，越来越多的品牌，开始把预算转向短视频内容平台的“达人IP”，来实现内容营销的破圈和生意的确定性增长。2022巨量星图达人节数据显示，2022上半年入驻品牌同比增长210%。达人成为重构营销资源生态、驱动品牌生意增长的重要力量。

### m360前瞻看点

- 1、只要持续创作好内容 人人皆可成为IP
- 2、达人营销价值进化 “人+内容+生态”协同 让增长更确定
- 3、精细化与科学化 成为达人营销提效增量的关键

## 数字营销



m360

扫一扫获取  
更多新情报



## 人物观点



扫一扫获取  
更多新情报



## 小米集团雷军 迷茫动摇甚至放弃是创业过程中必修课

小米集团创始人、董事长兼 CEO 雷军，给创业者提了三条建议。首先，创业者一定要和用户在一起，解决他们的需求和痛点，这是商业逻辑的始点。」其次，创业者要思考自己的创业是否为社会发展做出了贡献。雷军表示，小米成立至今，就是用互联网的思维和方法改造传统的制造业，实践和丰富互联网+制造推送商业社会效率的革命。

此外，创业者要学会从失败中汲取力量，绝大多数创业都会遇到各种各样的挫折和失败，迷茫动摇甚至放弃是创业过程中的必修课。创业的过程困难重重，但是我们必须拥有穿越低谷的能力和耐力，保持一往无前的勇气和信心。

### m360前瞻看点

- 1、创业者一定要和用户在一起，解决他们的需求和痛点。
- 2、创业者要思考自己的创业是否为社会发展做出了贡献。
- 3、必须拥有穿越低谷的能力和耐力，保持一往无前的勇气和信心。

# 中国网民达10.51亿 92%刷短视频

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布了第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示，截至 2022 年 6 月，我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%。

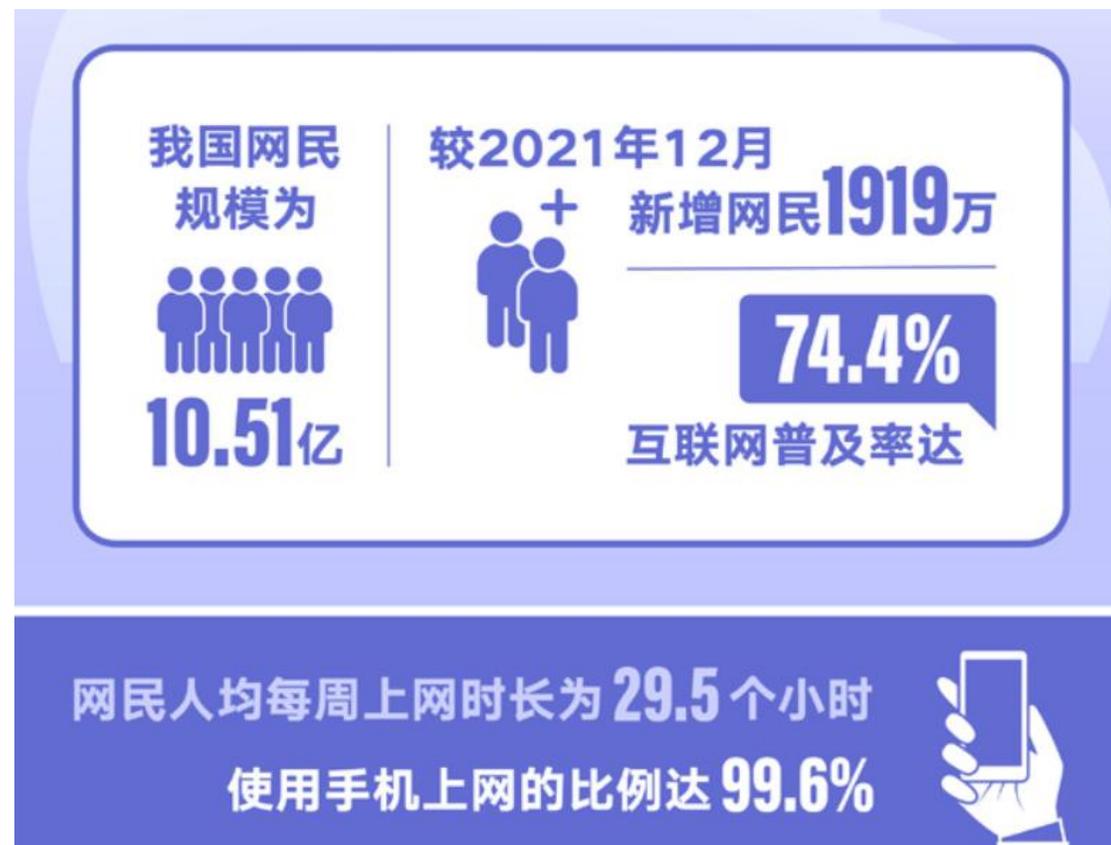
在网络接入环境方面，网民人均每周上网时长为 29.5 个小时，较 2021 年 12 月提升 1.0 个小时。

应用方面，即时通信用户规模达 10.27 亿，较 2021 年 12 月增长 2042 万，占网民整体的 97.7%。短视频用户规模为 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%。

## m360前瞻看点

- 1、互联网应用持续发展，短视频增长最为明显。
- 2、短视频平台不仅不想限制用户的使用时长，甚至还想进一步延长。
- 3、抖音平台针对无网环境推出了离线观看模式。

## 数据看板



扫一扫获取  
更多新情报





## Facebook和Instagram等 将推付费功能

Meta 正在建立一个新的团队，计划为 Facebook、Instagram 和 WhatsApp 增加付费功能。目前，Meta 的收入几乎全部来自广告。而此前，苹果调整了 iOS 平台的广告追踪功能以强化用户隐私保护。同时，近来广告主的支出也有所下降。这都对 Meta 的广告业务带来打击。

这是 Meta 首次认真尝试在主要的社交媒体应用中开发付费功能。今年 6 月，Meta 首席执行官马克·扎克伯格曾表示，在 2024 年之前，Meta 不会从付费功能和订阅交易中抽取分成。值得一提的是，昨天，Twitter 也宣布将为每月付费 4.99 美元的「Twitter Blue」用户推出发表后「编辑」的功能，允许他们在推文发布后的 30 分钟内进行修改。

### m360前瞻看点

- 1、过去几个月，社交媒体应用正纷纷探索如何向用户收费。
- 2、TikTok开始测试付费订阅，Twitter已提供付费Super Follows功能。
- 3、推动营收来源多样化，这对平台显然是一件有吸引力的事。

# 淘宝新规

## 9月1日起用户手机号变虚拟号

为保护用户隐私，自9月1日起，阿里开放平台将迎来重要升级，将部分被隐藏字段的用户电话，直接替代为虚拟号码。这意味着不论是商家还是服务商，都不能再以任何解密方式获得用户的真实电话。

寄希望通过已付费用户信息数据，与用户建立深层联系的品牌，可以就此死心了。公域平台，再次强调了它的属性，企业品牌想要获得更多商机与增长机会，要靠自己了。自去年数据隐私政策升级后，多数商家选择借力AI外呼加粉，此次平台方提升用户隐私数据保护的新规定出台，目前还不确认会对AI外呼服务产生哪些影响，但商家需要将主动私域引流的思维进行升级转变，以应对新的平台挑战。

### m360前瞻看点

- 1、本次淘宝将虚拟号码升级，标志着电商平台隐私保护进入新阶段。
- 2、这个规定标志着在电商平台，用户的数据归属平台，而并非品牌。
- 3、淘宝也在进行着升级优化，不论是淘宝用户福利群或是淘宝逛逛，都能帮助商家触达消费者。

## 政策风向



m360

扫码查看  
内容全文



# 科技互联网 趋势前瞻

社交媒体营销组合策略

雷军 迷茫动摇甚至放弃是必修课

百度新财报 广告展现韧性

中国网民达10.51亿 92%刷短视频

快手为商城开放一级入口

Facebook将推付费功能

200万达人IP 重构营销市场

淘宝新规 用户手机号变虚拟号

# 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

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



扫码关注  
m360服务号



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