

阿里妈妈推出“经营科学” 抖音电商对天猫发起新暗战

科技互联网周报看点

m360深洞察

短视频时代 体育营销升维攻略

BBAT动态

阿里妈妈推出“经营科学”全新理念

行业大事件

抖音电商对天猫发起新暗战 优衣库在抖音开播

数字营销

腾讯广告：优品优链智慧驱动 探索商品交易增长新通路

人物观点

扎克伯格：未来十年 VR/AR 能做到什么

数据看板

Instagram 短视频不尽人意 观看时长不及 TikTok 十分之一

全球视野

拼多多在海外市场开打价格战 旗下Temu平台引热议

政策风向

1000亿韩元罚单！谷歌和Meta因未经授权收集个人数据遭罚



短视频时代 体育营销升维攻略

国内体育内容争夺战，进入了一个新的高潮，最大的亮点在于，流量巨头抖音与快手大举展开“圈地运动”，通过版权购买、运动员入驻、内容二创等方式抢滩体育，希望分一杯羹。

自2018年，字节相继拿下NBA、NHL、NFL、MLB、温网、2022世界杯等大型赛事的合作；2021年，快手开始发力，陆续签下CBA、NFL、斯诺克世锦赛、欧冠、美洲杯、2020东奥、2022冬奥等顶级赛事合作。

中国体育媒体市场规模在2021年达千亿，视频集锦和短视频是发展最快的体育媒体内容类型。当体育产业遇上短视频，二者又会碰撞出怎样的火花呢？不同于传统电视，短视频“短、平、快”的特点保证了内容能够不限时空地域快速传播，且观看时耗费精力较少，更容易吸引用户。

短视频平台很少寻求赛事直播权益，而强调二创及其他视频内容。这与短视频受众的消费习惯、平台播出形式都有关系。短视频平台海量的创作者，可以借助体育赛事大型IP，在小屏幕后进行二次创作。这种交互方式的改变，也是短视频平台争夺话语权的契机，是短视频整体生态在发声。

阿里妈妈推出 “经营科学”全新理念

阿里妈妈在2022年m峰会上，正式提出“经营科学”全新理念，给出经营难题的答案。“经营科学”依托阿里妈妈先进的技术、产品、方法论和行业解决方案，帮助商家抓住10亿消费者新机会，在从交易到消费的转变中实现生意确定性增长。

“经营科学”的重点，在于经营资产的蓄力能力。围绕人(consumer)和货(product)两个核心经营基本点，进行全域长效地蓄力。阿里妈妈希望让经营者的每一份付出都“可看见、可衡量、可沉淀”。过去一年，阿里妈妈帮助品牌商家积累海量的人群和货品资产，孵化的新品数量超过2681万，挖掘细分领域的新赛道，新增叶子类目超1900。

m360前瞻看点

- 1、以经营科学，蓄力经营CP资产，挖掘10亿AAC人群价值。
- 2、Consumer消费者资产蓄力再应用+Product全周期货品力资产积累。
- 3、“科学”两字，讲究的是用事实说话，告别感觉，相信数据。

BBAT动态

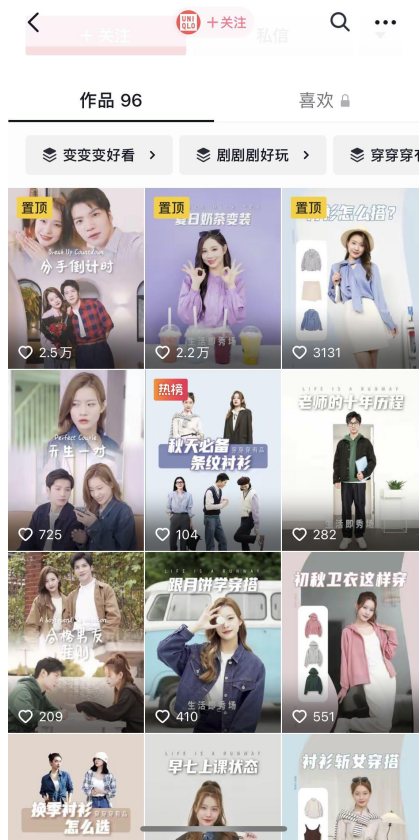


m360

扫一扫获取
更多新情报



行业大事件



抖音电商对天猫发起新暗战 优衣库在抖音开播

优衣库在抖音举行了首场品牌自播，并上架了多款新品，并不以销售库存货为主。此外，优衣库抖音直播间还发布了多个直播预告。

一位接近优衣库的消息人士指出，与阿里巴巴捆绑过深是优衣库对于在抖音带货的最大顾虑。此外，抖音直播经历了一段混沌时期，对服务品质要求较高的优衣库也想等等看。

鞋服是天猫的看家品类，抖音持续引入头部品牌，意味着淘宝和抖音这一对新旧电商玩家，展开了更加直接的交战。

m360前瞻看点

- 1、牵手优衣库，无疑是抖音直播在服饰品类上的关键一步。
- 2、抖音电商切入服饰品类的思路，也似乎从白牌转向了品牌方向。
- 3、越来越重视货架电商的抖音，需要更多知名品牌来“撑起排面”。



扫一扫获取
更多新情报



腾讯广告：优品优链智慧驱动 探索商品交易增长新通路

数字营销

腾讯生态内涵盖了社交、视频、游戏、阅读、搜索等全域流量场景，拥有亿级用户的庞大流量基础和多样化的数字内容，还为商家提供了多样化的合作方式和交易载体。借助腾讯生态，大品牌能够达成规模化、即时性、高效率的交易，小商家也可以实现长效有温度的用户沟通。

腾讯广告的全域经营阵地仍在持续快速地发展中，通过底层广告系统的商品化，强化人货匹配能力，并通过枫页小店产品组件等产品能力的迭代，加强全域经营生态的交易基建。同时，腾讯广告也在持续完善DSR商家评价体系，提升商家整体水平，提升用户的满意度与信任度。最终，构建起基于商品逻辑的、高效的、安全的全域经营阵地。

m360前瞻看点

- 1、全域流量加持：构建商家可持续发展的全域经营阵地
- 2、四大商品交易链路：商品交易提效助推商家规模化成长
- 3、携手共进：共建基于商品逻辑的全域经营生态



扫一扫获取
更多新情报



人物观点



扎克伯格： 未来十年 VR/AR 能做到什么

在谈及即将发布的 VR/AR 头显 Quest 2 时，扎克伯格表示，虚拟现实本质上解决的是：虽然你不在场，但让大脑相信「它」真的待在那里。

同时，VR/AR 带给人们通过全息图远程在场的能力，也可能会在工作方式上「创造出疯狂的效率」，因为「我们记忆的工作方式是基于空间的」。

扎克伯格认为，他正在尝试的元宇宙本质是「设计一个真正以人为中心的计算平台」。而这个计算平台的基础应当是「如何与周围人互动的基本单元」，也就是，你如何表达你自己。

m360 前瞻看点

- 1、“我们在做的是一步一步增加在场感”。
- 2、AR 将让电影、游戏不被限制在长方形的屏幕里。
- 3、VR 办公和 VR 社交的可能性。



扫一扫获取
更多新情报



Instagram 短视频不尽人意 观看时长不及 TikTok 十分之一

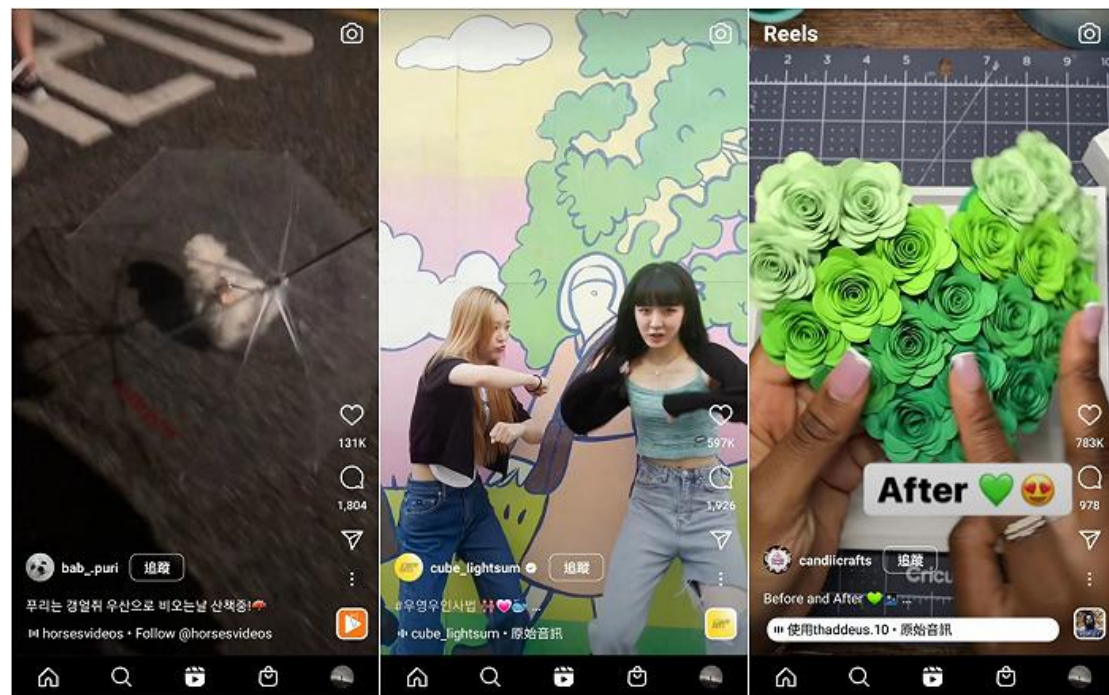
据国外媒体报道，几个月来 Instagram 一直在努力发展其短视频项目 Reels，但据一份内部报告显示，短视频功能的发展正趋于停滞，而 Instagram 要想削弱竞争对手 TikTok 的市场份额，还有很长的路要走。

据悉，文件显示，平台约有 1100 万美国创作者，但其中只有约 20.7% 的用户每月在该平台发布帖子。Reels 用户的参与度在过去四周下降了 13.6%，大多数用户没有任何参与度。另外，Instagram 用户累计每天花费 1760 万小时观看 Reels 短视频，而这一数字不到 TikTok 用户每天 1.978 亿小时的十分之一。

m360前瞻看点

- 1、Instagram 一直难以招募到合适的内容制作人。
- 2、相比Instagram，Z世代更喜欢TikTok平台上有趣的视频内容。
- 3、除了短视频内容，TikTok靠的更是其令人“上瘾”的算法。

数据看板



扫一扫获取
更多新情报



全球视野



拼多多在海外市场开打价格战 旗下Temu平台引热议

拼多多跨境电商平台Temu，近日在北美华人圈中引起广泛讨论。在Temu上，大量的衣服、鞋子价格都不超过10美元，几毛钱的家居、厨房小商品比比皆是，还能在此基础上叠加7折优惠。

此次Temu还开通了一个新用户1分钱商品专区，每个用户都可以用一分钱买到一个商品，连这一分钱商品也可以包邮。一些美国网友仅花了10多美元就买了二十几样产品。大家都不禁感慨此次拼多多直接把美国的物价水平拉回了上个世纪80年代，调侃它这怕不是来美国做慈善了。

m360前瞻看点

- 1、Temu的上线，宣告着中国又一巨头正式入局跨境电商领域。
- 2、已然风起云涌的海外用户争夺战，进入白热化阶段。
- 3、Temu的定价，可以说是再次刷新了美国消费者们的认知。

m360

扫一扫获取
更多新情报



1000亿韩元罚单！ 谷歌和Meta因未经授权收集个人数据遭罚

韩国个人信息保护委员会（PIPC）对谷歌和Meta Platforms合计处以1000亿韩元（7190万美元）的罚款，原因是这两家公司未经用户同意收集个人信息并将其用于个性化在线广告和其他目的。这是有史以来韩国因涉嫌违反个人信息保护法而被处以的最高罚款金额。

韩国个人信息保护委员还下令，如果谷歌和Meta在自己平台之外的网站或应用程序上收集或使用用户行为数据，必须明确、简单地通知用户，并征得用户的同意。该监管机构还表示，其调查证实，谷歌和Meta在收集或分析这些数据以估算用户的个人兴趣并使用这些信息提供个性化广告时，既没有明确告知用户，也没有事先获得用户的同意。

m360前瞻看点

- 1、这是韩国个人信息保护委员会对个性化广告数据收集的首次处罚。
- 2、从2016年起，谷歌就让韩国用户通过默认设置同意此类数据收集。
- 3、不过，谷歌和Meta都对韩国监管机构这一决定表示遗憾。



科技互联网 趋势前瞻

短视频体育营销升维攻略

未来十年 VR/AR 能做到什么

阿里妈妈推出“经营科学”

Instagram 短视频不尽人意

抖音电商对天猫发起新暗战

拼多多在海外市场开打价格战

腾讯探索商品交易增长新通路

谷歌和Meta因收集数据遭罚

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