

抖音上线新内容体裁图文 视频号变现能力全面提速

科技互联网周报看点

m360深洞察

KOL营销方法论全解：抖音 快手 微博 小红书 B站

BBAT动态

阿里妈妈发布双11指南 百亿流量 14亿补贴

行业大事件

“消失”109天后：李佳琦突然低调回归直播间

数字营销

视频号商业化变现能力全面提速

人物观点

抖音副总裁支颖：任何一种内容体裁都不能概括抖音

数据看板

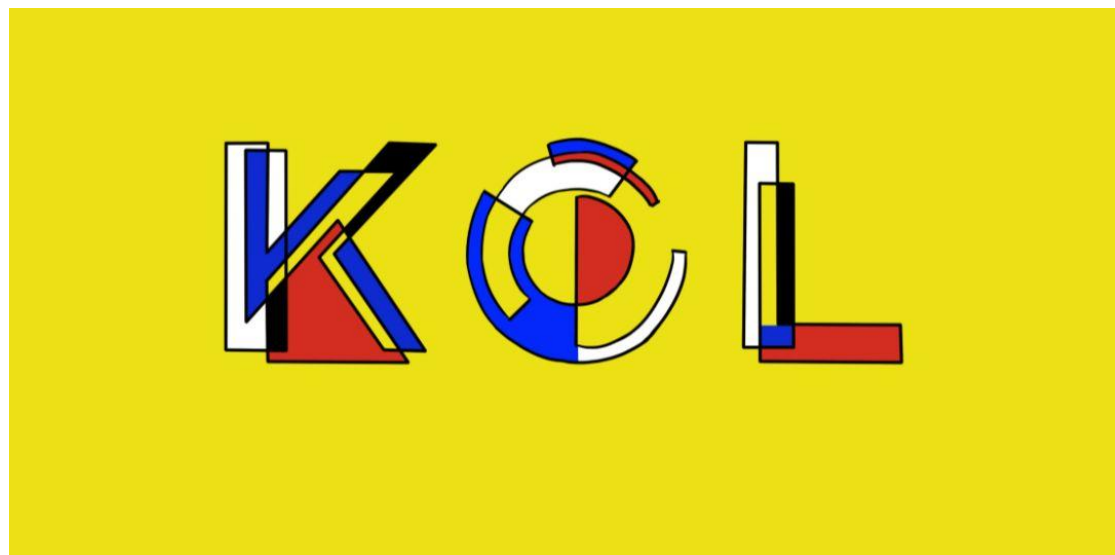
IDC：2022年全球AR头显 出货量26万台 同比下降8.7%

全球视野

谷歌砸钱追赶TikTok YouTube短视频作者可获45%广告分成

政策风向

严查“三无”外卖 “三假”直播 浙江专项整治网络市场



KOL营销方法论全解 抖音 快手 微博 小红书 B站

商业生态不断进化，品牌的一切营销活动，越来越回归到“人”。这里的“人”，不仅只是用户本身，同时也指KOL。不确定性交织的当下，“人”成为“确定性”增长的关键。

在新的营销生态环境中，一个“无KOL不营销”的时代正在到来。时至今日，KOL不仅仅只是品牌信息的传递者，更已经全方位渗透进传播、种草、销售、口碑等多元营销场景，甚至反哺产品研发和创意环节。一大批新消费品牌，依靠矩阵化的KOL营销方式、而非传统的广告打法，快速崛起。

KOL活跃于各大社交与内容平台，不同平台的创作者名字各不相同，比如抖音、快手的达人，微博的红人、小红书的博主、B站的UP主。在不同平台上，KOL玩法也会有显著的差别。

现时代，KOL到底有哪些营销价值？如何才能玩好KOL营销？各大平台推出了哪些方法论指引？

阿里妈妈发布双11指南 百亿流量 14亿补贴

阿里妈妈在2022双11云发布会正式官宣双11经营促收新策略，包含双11新经营节奏、红包补贴和激励扶持、创新产品及资源玩法等，覆盖品牌商家双11全周期、全场景经营诉求。

双11全周期如何更精准地投入？阿里妈妈给出明确指引：从消费者购物需求和爆发节奏中寻找经营着力点，基于消费者三波段的成交节奏及消费需求，调整经营重点，精准蓄力CP资产，获得双11全周期确定增长回报。

值得一提的是，此前m峰会阿里妈妈提出下半年突围策略——「以经营科学，蓄力经营CP资产，挖掘10亿AAC人群价值」。

m360前瞻看点

- 1、科学的经营思维和体系，将在2022双11期间首次实战落地。
- 2、对于不同规模商家，拿出百亿流量，超4亿红包，量身定制补贴政策。
- 3、UD从各方面助力商家拓展全域增量，首次链接微博热搜、知乎等资源。

BBAT动态



m360

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



“消失”109天后 李佳琦突然低调回归直播间

“终于回来了”“买买买”……伴随粉丝的惊喜，自6月3日中途停播后就“消失”的淘宝一哥李佳琦，终于在109天后，于今日（9月20日）19时许低调回归，在直播间进行产品预告。

李佳琦回归后的首场直播打出“理性消费 快乐购物”字样，直播间一度被热情粉丝挤爆，观看量也在迅速上升。停播3个多月的李佳琦直播间，再次展现出可观的吸流能力，直播间观看人数突破6000万。参与首播的品牌包括欧莱雅、安踏、碧浪等，涵盖日用、化妆品等品类。在109天中，尽管李佳琦没有公开露面，但幕后团队并没有停摆。

m360前瞻看点

- 1、此次李佳琦重回直播间，正好踩在淘宝等平台筹备“双11”的节拍上。
- 2、李佳琦，归来即巅峰，回归首秀就断崖般拉开了与其它主播的距离。
- 3、商家想要李佳琦回来清理库存，冲双十一的KPI。

视频号商业化变现能力全面提速

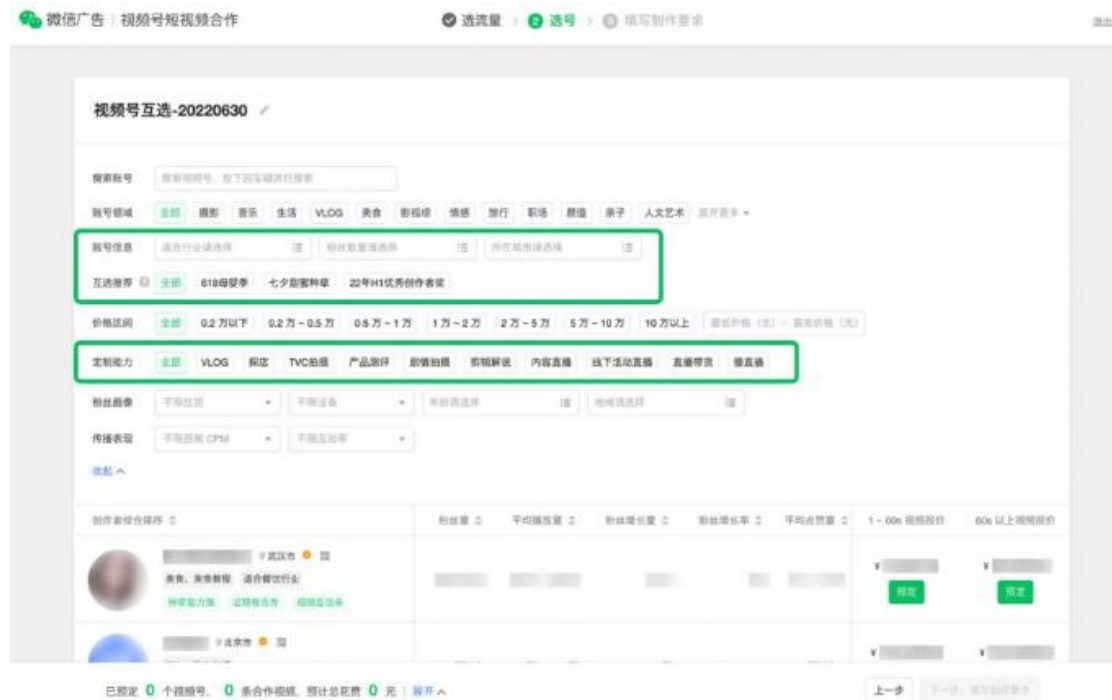
数字营销

“视频号互选”能力升级为“视频号短视频互选”和“视频号直播互选”。这传递的核心是内容交易不只局限在视频内容上，直播达人和广告主也实现双向互选。其中，视频号直播互选计划在不久的将来开放内测。

从视频号短视频互选、到视频号小任务，再到视频号直播互选，可以说视频号商业化变现的矩阵不断完善，更多的创作者可以参与到视频号商业化生态中。2022年7月，微信生态内活跃广告主数量同比提升19%、视频类广告素材消耗占比同比提升26%。同比去年8月，视频号短视频达人营销预算增长超700%。

m360前瞻看点

- 1、今年腾讯半年报会议中，视频号被提及了12次，战略作用可见一斑。
- 2、微信广告正通过分层运营服务各个层级创作者的实际收益。
- 3、视频号站上C位，创作者成为生意的桥梁。



扫一扫获取
更多新情报



人物观点



扫一扫获取
更多新情报



抖音副总裁支颖： 任何一种内容体裁都不能概括抖音

2022抖音创作者大会上，抖音副总裁支颖表示，今年，抖音全面上线了一种新的内容体裁——图文，而这，也将作为抖音2022年的重点功能去迭代和完善。

在支颖看来，抖音已经从一种娱乐方式，成为一种生活方式。任何一种内容体裁都不能概括抖音，所以抖音不是短视频、不是直播，也不是图文。

那抖音是什么？支颖认为，抖音的本质是人，视觉化的表达方式是一种服务，在抖音上能够卖货也是一种服务。抖音要做的，是服务不同的人，服务不同创作者和用户的需求。

m360前瞻看点

- 1、未来一年，抖音的工作重点是建设新内容，服务新伙伴。
- 2、抖音上线了图文伙伴计划，给予流量扶持和运营服务。
- 3、与此同时，抖音也在中长视频、短剧、生活服务等领域快速发展。

IDC报告：2022年全球AR头显出货量26万台 同比下降8.7%

数据看板

IDC指出，预计AR头显到2022年底的全球发货量为26万台，同比下降8.7%。尽管数字下降听起来似乎令人意外，但实际上，由于主要厂商的财务状况不稳定、缺乏新款设备、以及智能手机AR在短期内满足了终端用户对所述技术的需求，AR头显在近几个季度的销量一直在放缓。

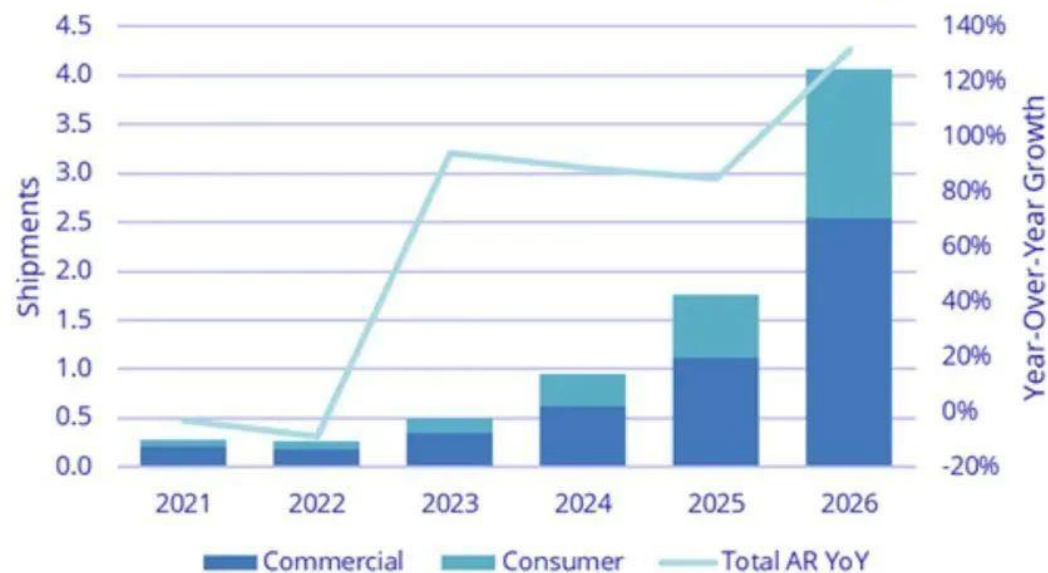
2022年上半年的前五大AR头显厂商依次是微软、Rokid、影创、Mad Gaze和RealWear。随着越来越多的企业入局，以及苹果和Meta等科技巨头对AR的兴趣不断增加，形势预计将发生巨大变化。展望未来，尽管2022年的出货量有所下降，预计到2026年底，AR头显市场的五年复合年增长率（CAGR）将达到70.3%，达到410万台。

m360前瞻看点

- 1、我们离AR眼镜的大规模消费者采用依然需要数年的时间。
- 2、AR头显的大部分出货都集中于商业市场。
- 3、预计B端头显发货将推动市场实现预期增长。



Worldwide AR Headset Forecast, 2022Q2



Source: IDC 2022



扫一扫获取
更多新情报





谷歌砸钱追赶TikTok YouTube短视频作者可获得45%的广告分成

面对短视频领域的激烈竞争，YouTube宣布，将向热门短视频创作者提供更大份额的广告收入，高达45%。据悉，YouTube宣布，从明年开始将推出一个广告收入分享计划，公司将拿出短视频收入的一部分，将近一半分给高点击量视频的创作者。这将是YouTube第一次大规模地向短视频创作者提供真正的收入分成。

据介绍，短视频创作者可以申请加入YouTube合作伙伴计划，条件是在90天内达到1000名订阅者和1000万短视频浏览量的门槛。去年，YouTube设立了1亿美元的基金，以吸引创作者制作短视频。谷歌今年上半年在YouTube上的广告销售额为142亿美元，比去年同期增长9%。

m360前瞻看点

- 1、这将是YouTube第一次大规模地向短视频创作者提供真正的收入分成。
- 2、事实上，这一计划的一个重要原因来自于TikTok的压力。
- 3、目前平台已在测试置入式广告，广告商初步反应不错。

严查“三无”外卖 “三假”直播 浙江专项整治网络市场

从浙江省市场监管局了解到，网络市场监管专项活动落实国家十二部委统一部署并结合浙江实际，联合部门还包括省委网信办、省公安厅、省商务厅等。打击“三无”外卖方面，包括加强对外卖平台及平台内经营者身份信息公示的监督管理，严厉打击“三无”行为，把好外卖入网经营关，规范外卖行业持续健康发展。

打击“三假”直播方面，相关部门将依法查处流量造假、数据注水、刷单炒信等人气造假行为，全面整治刷量、刷好评链条上的快递服务经营者、网站、中间商、平台内经营者。推动网络直播行业在发展中规范，在规范中发展。

m360前瞻看点

- 1、规范重要节点促销活动方面，以“11·11”网络集中促销活动为重点。
- 2、突出对主要网络交易平台及投诉多的网店、农村电商等。
- 3、加强展示信息不规范等的监督检查，坚决打击各种违法侵权行为。

政策风向



m360

扫码查看
内容全文



科技互联网 趋势前瞻

KOL营销方法论全解

任何一种内容体裁都不能概括抖音

阿里妈妈发布双11指南

全球AR头显出货量同比下降8.7%

李佳琦低调回归直播间

YouTube短视频作者可获45%广告分成

视频号变现能力提速

浙江专项整治网络市场

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