

阿里客户管理收入同比降7%

腾讯广告营收同比降4.68%

m360

科技互联网周报看点

m360深洞察

电竞营销：如何在多次元宇宙 强势输出品牌资产？

BBAT动态

阿里巴巴第二财季营收增3% 客户管理收入同比下降7%

行业大事件

腾讯网络广告业务营收214.43亿 同比下滑4.68%

数字营销

2023快手CNY 核心资源劲爆来袭

人物观点

对话麦当劳中国：首次以抖音为双11主阵地 有哪些突破性创新？

数据看板

苹果iPhone双十一销量销量第一 营收份额高达68%

全球视野

迪士尼订阅数反超网飞 流媒体大战迎来拐点？

政策风向

欧洲议会通过38条“游戏新政” 欧盟的战略不仅仅是游戏



电竞营销： 如何在多次元宇宙 强势输出品牌资产？

英雄联盟全球总决赛是电竞行业的年度最大赛事，每年都会创造数以千万计的收视狂潮。而这样的年度盛事也是向粉丝及潜在合作伙伴全面展示品牌的最佳时机与窗口。

作为赛事主办方，Riot Games如何通过总决赛全面展现电竞魅力与品牌软实力？在品牌视觉资产输出中，如何创造过目不忘、念念不忘的营销效果？从电竞到原创流媒体，品牌又是如何实现多次元宇宙的持续扩张？

1. Worlds主题 品牌视觉资产与营销社交对话的双启动
2. 双赢之选 以合作推进电竞生态高速发展
3. 线上传播+线下比赛 品牌视觉资产强势输出
4. 不凡的极简 智能化加持下的视觉冲击浪潮
5. 从游戏到原创流媒体 不断扩张的多次元宇宙

阿里巴巴第二财季营收增3% 客户管理收入同比下降7%

截至2022年9月30日止的三个月，总营收达2071.76亿元，同比增长3%；归属于普通股股东净亏损为205.61亿元，去年同期净利润为33.77亿元。

从细分业务来看，阿里中国零售商业收入为1312.2亿元，同比下滑1%，客户管理收入同比下降7%，而上个季度的客户管理收入同比下滑10%。不过，阿里的压力并未减轻。其解释称，由于消费需求减少，新冠肺炎疫情反复和竞争持续所影响，导致淘宝和天猫的线上实物商品GMV同比录得低单位数下降，然而随着服饰及消费电子等重要品类表现出较低的同比降幅，GMV的降幅较之6月份季度有所收窄。而保健品、户外活动装备和宠物护理等消费品类表现稳健。

m360前瞻看点

- 1、核心业务疲软，疫情反复和竞争持续所影响。
- 2、直营业务表现强劲，盒马的整体发展强劲有力。
- 3、阿里云连续两年实现盈利，非互联网行业的客户收入同比增长28%。

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



腾讯网络广告业务营收214.43亿 同比下滑4.68%

2022年第三季度，腾讯网络广告业务营收为214.43亿元，同比下滑4.68%，同比下降比率较上季度收窄。相对而言，2022年第二季度，腾讯网络广告业务营收为186.38亿元，2021年同期为228.33亿元，同比下降18.37%。

其中，由于互联网服务、教育及金融领域的需求疲软，造成了2022年第二季度网络广告业务的下滑。而2022年第三季度，由于游戏、电商及快消品行业的需求明显改善，所以腾讯的网络广告业务营收上涨。

m360前瞻看点

- 1、腾讯的社交及其他广告收入达到189亿元，下降1%。
- 2、部分行业广告需求持续减少，被视频号信息流广告强劲需求所补充。
- 3、腾讯的媒体广告收入下降26%，为26亿元。这主要是由于受欢迎的电视剧投放较少，所以腾讯视频广告收入随之减少造成的。

2023快手CNY 核心资源劲爆来袭

新春将至，作为一年一度品牌破圈的必争节点，一场没有硝烟但却寸土必争的新春营销战役即将打响。品牌如何持续、稳定地获取优质流量，如何在平台大曝光的基础上实现销售转化？

近年来，快手深耕新春营销节点，通过创新互动形式和特色内容沉淀，使快手成为老铁春节网络消遣娱乐的主阵地，也使“上快手，过大年”成为5亿+网民的“新年俗”，是品牌不容忽视的营销沃土和超级节点。2023年春节，磁力引擎推出“市井新春 年味快手”CNY专项招商通案，赋能品牌抢占新春营销高地，打造上接潮流、下接地气的快手新市井“数字庙会”，满足品牌愈加多元的营销诉求。

m360前瞻看点

- 1、「互动+内容+直播+电商」等多元形态呈现。
- 2、覆盖营销全链路，从曝光引爆到深度连接再到核心转化。
- 3、实现“品效销”三赢整合营销。

数字营销



m360

扫一扫获取
更多新情报



人物观点



对话麦当劳中国： 首次以抖音为双11主阵地 有哪些突破性创新？

麦当劳中国首次把抖音作为双11的主阵地，开启连续28天直播，并且这次双11备受品牌内部重视，不止是一个电商部门的大促项目，而是上升到全公司动员参与的整合营销战役，从全国层面到各市场区域抖金店，从内容种草到电商运营，全面协同联动。

如此高规格的投入，不由让人好奇，麦当劳中国双11的目标到底是多少？麦当劳中国整合营销副总裁 Joanne 告诉我们，今年双11，麦当劳中国以吸引新的粉丝作为最核心战略目标，而不是GMV导向。吸引新的粉丝，不仅看重人群的数量，更看重人群的质量，通过兴趣内容与用户深入沟通，吸引到真正对品牌感兴趣的TA，从而收获可持续的增量增长。

m360前瞻看点

- 1、“更极致的精细化吸粉”
- 2、“用非常抖音的方法来种草”
- 3、“打造全面开花的全国多市场直播模式”



扫一扫获取
更多新情报



苹果iPhone双十一销量销量第一 营收份额高达68%

数据看板

Strategy Analytics发布报告称，今年中国双十一网购节期间智能手机销量为900万部，同比下降35%。苹果巩固了其领导地位小米和荣耀紧随其后。

据介绍，苹果在销量份额（39%）和营收份额（68%）方面排名第一，销量达350万部。iPhone 14系列和iPhone 13是最畅销的机型，主导了高端市场。此外，小米以31%的销量份额和13%的营收份额上都排名第二，并主导了中端市场。荣耀取代了OPPO，以8%的销量份额排名第三，较一年前略有增长。而在营收份额上，荣耀把第三位让给了华为。

m360前瞻看点

- 1、受更高价苹果iPhone推动，智能手机线上零售价格增长至 4089 元。
- 2、iPhone 14 系列和 iPhone 13 是最畅销的机型，主导了高端市场。
- 3、京东仍以 45% 的智能手机销量份额成为今年双十一期间的主要线上平台；紧随其后的是天猫和淘宝，共占 34% 的市场份额。



m360

扫一扫获取
更多新情报



全球视野



m360

扫一扫获取
更多新情报



迪士尼订阅数反超网飞 流媒体大战迎来拐点？

网飞 (Netflix) 和Disney+分别公布了最新的订阅用户数据。

截至2022年第三季度，网飞在全球订阅付费用户总数为2.23亿。而根据最新发布的2022年第四财季财报，本季度迪士尼流媒体新增1460万付费订阅用户，其中Disney+新增1210万。2022财年，公司旗下Disney+、Hulu、ESPN+三大流媒体平台累积新增5700万订阅用户，迪士尼流媒体部门总订阅量超过2.35亿。

在Disney+上线三年之际，迪士尼从用户规模上实现了对网飞的反超。

m360前瞻看点

- 1、好莱坞老牌制片厂和硅谷互联网新贵之间的流媒体竞赛拉开了大幕。
- 2、多部重磅影视剧提前上线Disney+，“宅家经济”让用户数量超预期。
- 3、这场流媒体战争似乎迎来了拐点。

欧洲议会通过38条“游戏新政” 欧盟的战略不仅仅是游戏

政策风向

欧洲议会正式通过一项关于电子游戏的决策法案，对欧洲游戏产业的发展制定了较为详尽的长期策略，包括了38条具体方针，如援助政策、语言多元化、提升领域价值、鼓励宣传、电竞规范化等措施。该法案的通过意味着欧洲议会正式认可游戏背后潜藏的经济、文化、科技和教育价值，也意味着游戏正式成为了欧盟官方机构的重点关照对象，欧洲游戏的发展路径可能将被完全改写。

这项法案的主要推动者、欧洲议会议员Laurence Farreng在表决前的辩论发言中表示：“电子游戏是我们的文化经济中最有活力的组成部分，并且是新冠疫情危机中唯一正向增长的领域。”

m360前瞻看点

- 1、全球游戏市场格局中，欧洲的地位一直处在“高不成低不就”的位置。
- 2、半数的欧洲人认为自己是游戏玩家，游戏影响力持续增加。
- 3、对于过半的欧洲人来说，电子游戏是他们文化生活的重要组成部分。



m360

扫码查看
内容全文



科技互联网 趋势前瞻

多次元宇宙强势输出品牌资产

麦当劳中国首次以抖音为双11主阵地

阿里客户管理收入同比下降7%

苹果iPhone双十一销量销量第一

腾讯广告同比下滑4.68%

迪士尼订阅数反超网飞

2023快手CNY核心资源劲爆来袭

欧洲议会通过38条“游戏新政”

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