

抖音千金买下世界杯转播权
是不是一笔好生意？

科技互联网周报看点

m360深洞察

品牌价值量化 如何以软实力撬动增长杠杆?

BBAT动态

抖音千金买下世界杯转播权 到底是不是一笔好生意?

行业大事件

刘强东宣布内部改革 京东零售开启人事和架构调整

数字营销

从流量红利转向“创新技术红利” 品牌营销引擎如何换挡升级?

人物观点

快手程一笑 未来一段时间其主要精力在电商

数据看板

亚马逊计划每年投资 超 10 亿美元制作院线电影

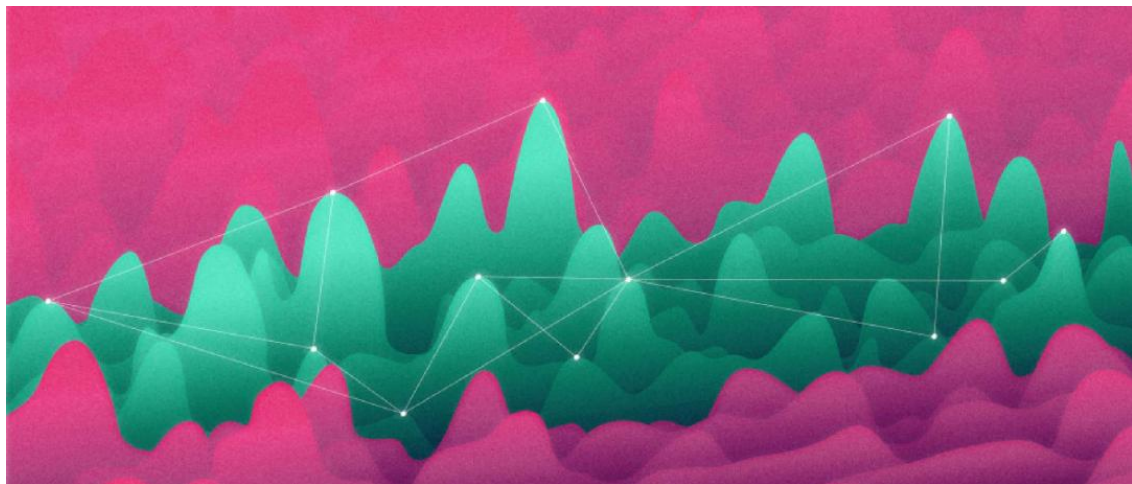
全球视野

Snap 与亚马逊破纪录合作 国内外电商巨头都在押注AR

政策风向

谷歌隐私沙盒不损害隐私情况下访问信息 将于 2023 年初登陆

m360深洞察



扫一扫获取
更多新情报



品牌价值量化 如何以软实力撬动增长杠杆？

长久以来，品牌价值一直被认为是看不见摸不着的软性资产，难以评估也难以变现。而事实上，品牌价值的每一分增长都会传导到产品的每一寸链条，水涨船高地推动利润增长与商品溢价。

那么，我们如何对品牌价值进行量化，更精确地进行品牌投资？量化体系中最重要四个维度是什么？从单向输出、双向赋能到价值共创，品牌软实力如何推动收益硬指标的持续突破？

1. 深刻理解受众 建立共同的价值观体系
2. 设计以人为本 用同理心提升用户满意度
3. 突破性创意 用户转化与销售导向的神奇推手
4. 文化分享 以用户文化为中心实现双向赋能
5. 品牌价值投资 从品牌印象到销售收入的全链扬升

抖音千金买下世界杯转播权 到底是不是一笔好生意？

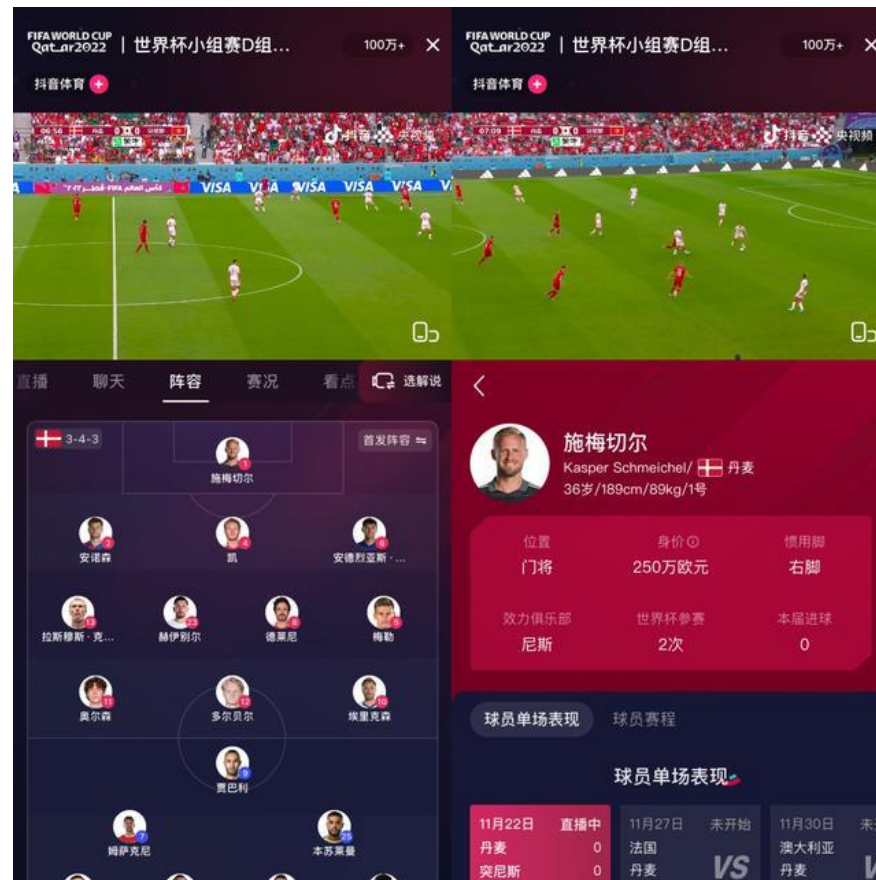
抖音正在用自己的长板去填补短板。在赛事直播本身，抖音面向所有用户提供“4K超高清免费直播”。在内容上，抖音请来了黄健翔、刘建宏、范志毅、孙继海等人组成“名嘴聊球”专题，并推出了《DOU来世界杯》《依然范志毅》《黄家足球班》《懂球大会》等节目。在产品上，抖音为世界杯在首页开辟了新的入口，还像专业足球软件一样做了赛程公示、比分榜单和球员分析。

当然这些都只是基础操作，抖音真正的长板还是在于将世界杯解构为它更熟悉的玩法。如果你只是一个被世界杯暂时吸引来抖音的三分钟热度的球迷，抖音还为你准备了AR滤镜和小游戏。

m360前瞻看点

- 1、短视频+小游戏+电商+体育，世界杯也得“抖音化”。
- 2、抖音抓住离专业足球远，但是离大众娱乐最近的梗，交给用户二创。
- 3、买下昂贵版权并不仅仅是为了充实内容库存和获取新用户，用户还可直接从抖音商城买到球衣、电视、啤酒、可乐、牛奶等。

BBAT动态



扫一扫获取
更多新情报



行业大事件



刘强东宣布内部改革 京东零售开启人事和架构调整

现任京东集团董事局主席刘强东在中高层会议中以视频形式接入，宣布今年年底将对10%副总裁级别及以上高管进行末位淘汰。不过该政策并非今年新推出，而是在2019年就已经开始实施。在会议中，刘强东批评了京东部分管理层，称高管们偏离了经营战略的核心，即成本、效率、体验三点，并将体验进一步细化为产品、价格、服务三个方面。

京东零售内部开启大规模人事调整，多位总裁岗位发生变动，其中最重要的架构调整是将原有的3C家电事业群拆分为家电家居事业群和电脑通讯事业群。据了解，该事业群是京东零售内部最具有话语权的事业群之一，今年三季度在京东零售的营收占比接近60%。

m360前瞻看点

- 1、刘强东多项密集举措，说明其在京东内部依旧占据主导地位。
- 2、对于管理层来说，更重要的是坚持目前的战略方向，并保持投入。
- 3、今年京东的利润主要体现在“降本增效”中的“降本”，而明后年将重点发力“增效”。



扫一扫获取
更多新情报



从流量红利转向“创新技术红利” 品牌营销引擎如何换挡升级？

解构营销的过程，归根结底，就是品牌以合适的内容信息，在匹配的场景中，影响目标受众。内容经营、场景经营、人群经营，是营销的三大核心要素。在AI技术的驱动下，这三大核心要素正在实现新突破，释放新红利。

2022金投赏百度营销专场上，百度副总裁赵强以“营销无界 AI 驱动新增长”为主题，对AI时代的营销革新及落地实践案例，作了全面前瞻与解读。从中，我们也捕捉到了，内容、场景、经营的创新进化方向，或能为更多品牌打开全新增长思路。

m360前瞻看点

- 1、内容创新：从常规内容 到极具未来科技感的AIGC共创内容。
- 2、场景创新：从单维场景 到更沉浸式的多维感官体验场景。
- 3、经营创新：从粗放式沟通 到精细化分层运营与用户资产长效经营。

数字营销



m360

扫一扫获取
更多新情报



人物观点



快手程一笑 未来一段时间其主要精力在电商

在快手电话会上，快手 CEO 程一笑表示，电商业务是公司未来增长的重要引擎之一，也是整个快手商业生态的中心。

「我来直接负责这部分业务，并不是因为业务出了问题，需要 CEO 来救火，恰恰相反，正是在电商业务快速发展到今天这个体量和规模的时点上，更多要从长期维度去思考业务的发展方向和发展模式，做长期真正有利于用户体验、真正有利于商家健康发展的正确选择。而在做取舍的选择、做投入的选择等方面，我的勇气和信心肯定比组织里面的其他同学要更强。」

程一笑表示，未来一段时间内他的主要时间精力都会放在电商业务上面。

m360前瞻看点

- 1、以内容驱动为主的直播和短视频电商仍有着巨大潜力。
- 2、三季度快手电商GMV同比增长26.6%至2225亿元，超行业增长水平。
- 3、快手电商的渗透率和转化率持续提升，电商月活跃买家超过1亿规模。



扫一扫获取
更多新情报



亚马逊计划每年投资 超 10 亿美元制作院线电影

亚马逊正计划每年花费超过10亿美元，专门制作电影在电影院上映，成为流媒体公司中对电影院作出最大承诺的公司。熟悉亚马逊计划的人士透露，虽然亚马逊仍在梳理战略，但已大致定下每年制作12到15部在院线上映的电影的目标。亚马逊会在明年开始在电影院上映少量电影，然后逐年增加产量。在业务稳定后，亚马逊发行的电影数量预料会与派拉蒙影业等主要制片厂不相上下。

流媒体严重打击到传统电影院的业务。流媒体避开了电影院必须放映大部分原创电影、发行时间较短，屏幕较少等问题。尤其是奈飞公司，它每周更是为旗下的家庭观众新增超过一部电影，让连锁电影院的业务雪上加霜。

m360前瞻看点

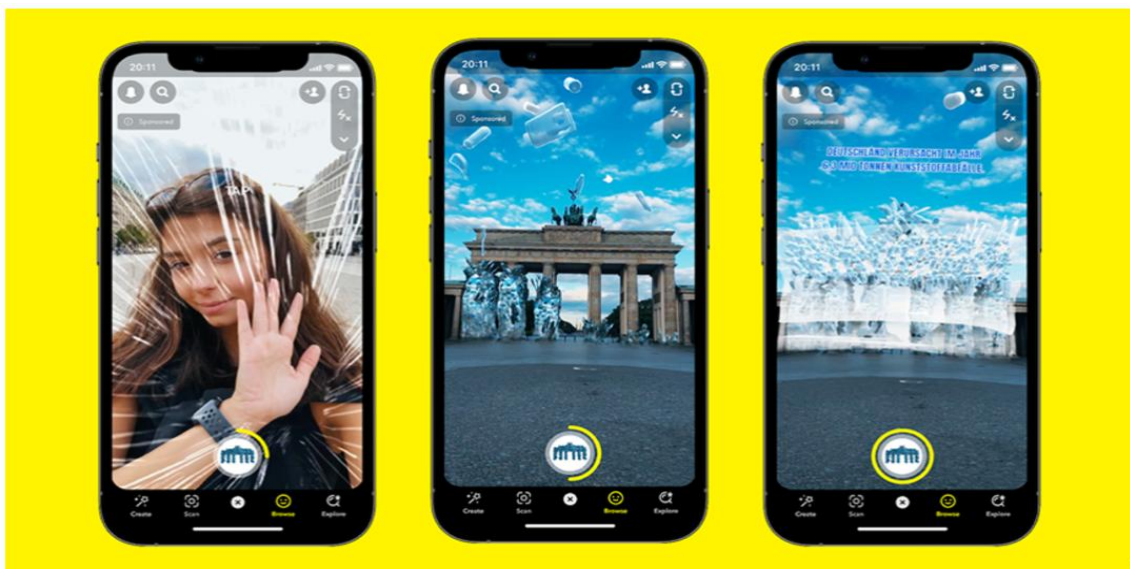
- 1、亚马逊已经开始加大对原创电影的投资。
- 2、这样做可以让亚马逊轻松地提高 15%-20% 的收入。
- 3、贝索斯也一直在推动发展他的好莱坞工作室和发布更多商业影片。

数据看板



扫一扫获取
更多新情报





Snap 与亚马逊破纪录合作 国内外电商巨头都在押注AR

在国内外电商迎来年终购物旺季之际，硅星人注意到，Snap 和亚马逊本月初所宣布达成的一项“AR+电商”的大规模合作计划，在科技界内引起了广泛关注。

此次，Snap 将负责为亚马逊提供从 AR 购物滤镜到 AR 营销分析的全方位服务，涉及商品和品牌数量均刷新双方的合作纪录。

亚马逊此次之所以选择牵手 Snap，一方面是把目标用户主要放在了 Snapchat 每日超过 3.63 亿活跃的年轻群体上，另一方面也是在为探索扩大 AR 购物规模进行试水。

m360前瞻看点

- 1、Snap不仅为亚马逊提供营销平台，更重要的是提供全方位AR服务。
- 2、在Snap支持下，亚马逊很快就能根据产品3D模型创建出AR购物滤镜。
- 3、Snap这两年来，已经用AR把社交、电商、游戏都尽情地玩了个遍。

谷歌隐私沙盒不损害隐私情况下访问信息 将于 2023 年初登陆

谷歌在其官方博客宣布，将从 2023 年初开始将隐私沙盒（Privacy Sandbox）系统部署到选定数量的 Android 13 设备上。隐私沙盒是谷歌开发的一套技术，旨在为网站创建一个网络标准，以便在不损害用户隐私的情况下访问用户信息。

隐私沙盒与传统的第三方 Cookie 不同，广告商不会获得用户的本地数据，而是直接获得更广泛的人群画像：广告商可得知有数千名用户具有相似的兴趣（就像音乐会的听众一样），并选择要向该群体（而非个人）投放哪些广告。谷歌表示，从明年初开始，计划在 Android 13 移动设备上推出隐私沙盒 Beta 版。

m360前瞻看点

- 1、Google以广告收入为主要来源，在隐私保护方面一直被人们所诟病。
- 2、广告商可通过一种不会对用户进行跨网站跟踪的方式研究广告的效果。
- 3、目前已经开始参与 Privacy Sandbox 测试的公司不乏我们熟悉的三星、小米、OPPO、一加等 Android 手机厂商。

政策风向



隐私沙盒

隐私沙盒是一系列满足跨网站用例需求且无需第三方 Cookie 或其他跟踪机制的提案。



扫码查看
内容全文



科技互联网 趋势前瞻

品牌价值量化

快手程一笑主要精力在电商

抖音世界杯是不是好生意

亚马逊每年投资10亿院线电影

京东零售开启人事和架构调整

Snap 与亚马逊合作AR

从流量红利转向“创新技术红利”

谷歌隐私沙盒2023年启用

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