

科技互联网周报 11 周 2024.03.11-03.17

字节2023营收1200亿美元  
京东零售2024三大必赢之战

m360

# 科技互联网周报看点

## m360深洞察

AI如何成为商业营销转型“超级催化剂”？

## BBAT动态

字节跳动2023年 全球营收1200亿美元

## 行业大事件

京东零售定下2024三大“必赢之战”

## 数字营销

“小美说”官宣开启 寻见每个品牌的“天性小美”！

## 人物观点

诺兰：人工智能时代 人类再次迎来了“奥本海默”时刻

## 数据看板

2024年微短剧买量投流报告 消耗超400亿 三大题材最吸金

## 全球视野

苹果正测试基于AI的广告平台 预测今年广告收入可达70亿美元

## 政策风向

直播消费维权：李佳琦舆情占比41% 小杨哥31.3% 罗永浩为2.21%



## AI如何成为商业营销转型 “超级催化剂”？

**超级个性化体验：**随着AI技术的进一步成熟，企业将能够为每位消费者提供更加精准和超级个性化的体验。通过深度学习和数据分析，企业可以更好地了解消费者的喜好、习惯和需求，从而为其量身定制产品、服务和营销策略。

**情感智能的应用：**未来的AI将更加注重情感智能的应用。品牌可以利用情感识别技术来分析消费者的情感状态，从而更好地理解他们的情感需求，提供更具共鸣的产品和服务，进一步加强品牌与消费者的情感连接。

**智能供应链的演进：**AI将继续在供应链领域发挥作用。预测性分析、自动化仓储和智能物流将进一步提高供应链的效率和可靠性。智能供应链可以更准确地预测需求、优化库存，从而降低成本、提高响应速度，并为品牌企业创造竞争优势。

**AI创新和新产品开发：**未来AI将成为创新的重要驱动力。企业可以利用生成式AI来设计新产品、探索新的创意方向。通过分析市场数据和趋势，AI可以帮助企业发现新的机会，并预测消费者对创新产品的反应。

# 字节跳动2023年 全球营收1200亿美元

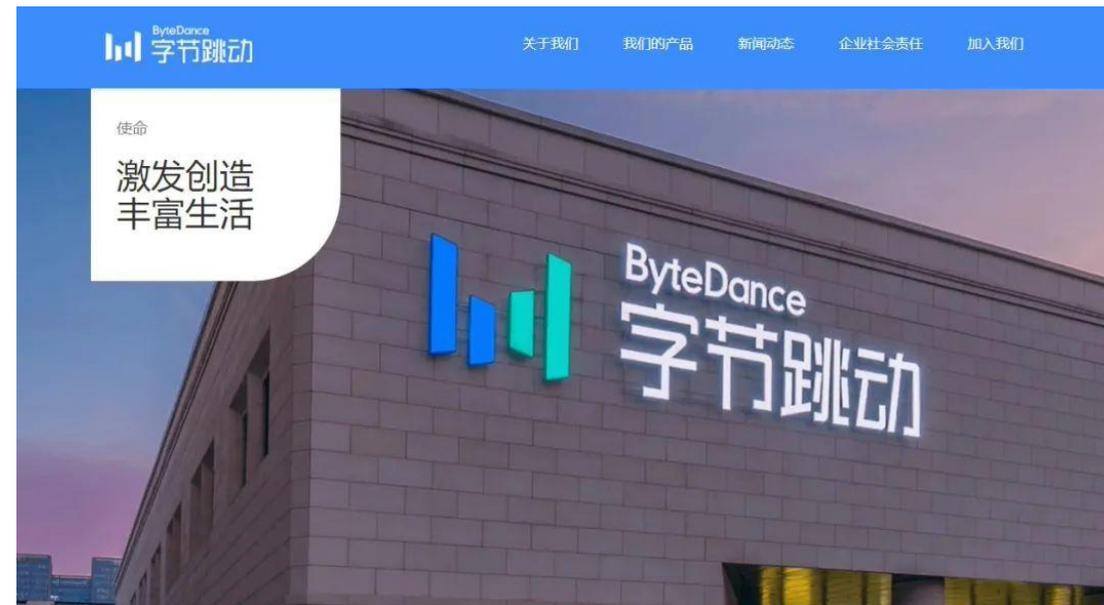
英国《金融时报》援引五位知情人士消息称，在 TikTok “爆炸式增长”的推动下，字节跳动 2023 年的营收达到 1200 亿美元（当前约 8640 亿元人民币），同比增长约 40%。

TikTok 去年在美国的营收达到约 160 亿美元（当前约 1152 亿元人民币）创下新高，全年约有 1.7 亿美国人使用。报道称，字节跳动因频繁发布移动应用而被称为“应用工厂”，其营收有望超越 Facebook 的母公司 Meta，成为全球销售额最多的社交媒体公司。作为对照，Meta 2023 年的收入增长了 16%，达到 1349 亿美元（当前约 9712.8 亿元人民币）。

根据市场情报机构 Sensor Tower 的数据，TikTok 是 2023 年美国下载量最大的社交媒体应用，达到 4700 万次。同时，Facebook 和 Instagram 分别以 3500 万和 3400 万的下载量位居第二和第三位。

The Information 曾称，字节跳动第三季度营收增长约 43% 至 309 亿美元（当前约 2224.8 亿元人民币），这一增长速度几乎是 Meta 平台增长率的两倍，表明字节跳动下半年广告和电商销售情况较上半年有所进步。

## BBAT动态



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



## 京东零售定下 2024三大“必赢之战”

京东零售集团于近日定下了 2024 年的三大「必赢之战」：「内容生态」、「开放生态」、「即时零售」。「内容生态」为首次提出，指的是京东站内直播、短视频、图文等板块。据悉，京东接下来将要做出「京东特色」直播间，重视采销选品。而对直播达人生态的培养方式，京东仍旧思考中。

「开放生态」过去曾多次被提及，指对第三方商家的招揽，以丰富京东的产品，拓宽价格带。第三方商家更重要的意义是为京东补足更多低价商品，京东接下来将为质量和配送服务弱于自营，但价格更低的第三方商家提供流量。「即时零售」是去年「同城业务」的延续，主要指京东小时达业务，最快 30 分钟送货上门。

### m360前瞻看点

- 1、京东的必赢之战里，内容生态首次提出，下沉市场不再提及。
- 2、内容生态：又一次被提起的直播，能带来新增量吗？
- 3、开放生态：从自营到平台的转型。

## “小美说” 官宣开启 全新升级背后，寻见每个品牌的“天性小美”！

小红书「小美说」IP于上海天后宫落地一场主题为「天性小美探索之旅」的线下体验活动，将火山、森林、木屋概念搬进城市，通过一场11大互动专区体验，联动上百家社群与品牌，共同打造一场集体体验和展览为一体的三月释放天性的极致享受。

在这里，不仅可以得到清新治愈系的视觉享受，随时随地捕捉自己的“天性小美”，拍出令人惊艳的照片；同时可以收获反卷养生、心灵疗愈、摸鱼休憩等情绪价值，不断感知并释放自己的“天性小美”，迸发出巨大的自我能量。

### m360前瞻看点

- 1、「小美说」是小红书具有行业普适性、场景启发性和高用户粘性的IP。
- 2、以3月为起点Always-on，持续拓展更多创意活动。
- 3、「小美说」的使命，是放大生活中的每一种小美。



m360

扫一扫获取  
更多新情报



# 人物观点



## 诺兰：人工智能时代 人类再次迎来了“奥本海默”时刻

诺兰导演认为在当前的AI时代，人类正面临着与“奥本海默”时刻相似的挑战。他强调，那些掌握着AI技术发展方向的人们，需要像奥本海默一样，勇敢地肩负起自己的责任。他还认为，在这个关键时刻，我们不仅要关注AI技术的快速发展，更要关注它可能带来的潜在风险。

诺兰称，在历史上的第一次核试验时期，人们曾对核裂变可能引发的失控连锁反应感到恐惧，担心它会摧毁整个地球。而现在，随着AI技术的飞速发展，包括Hinton等著名AI研究人员以及科技巨头马斯克等人，都开始担心AI技术可能会给人类文明带来难以逆转的伤害。

### m360前瞻看点

- 1、掌握AI技术发展方向的人，需要再次像奥本海默那样。
- 2、我们需要正视AI技术带来的挑战，并寻求合理的解决方案。
- 3、人工智能在武器系统方面的发展及其带来的问题已经变得十分明显。



扫一扫获取  
更多新情报



# 2024年微短剧买量投流报告

## 消耗超400亿 三大题材最吸金

## 数据看板

微短剧，预计2024年规模超500亿元，2027年超1000亿元，是近年最大的风口。

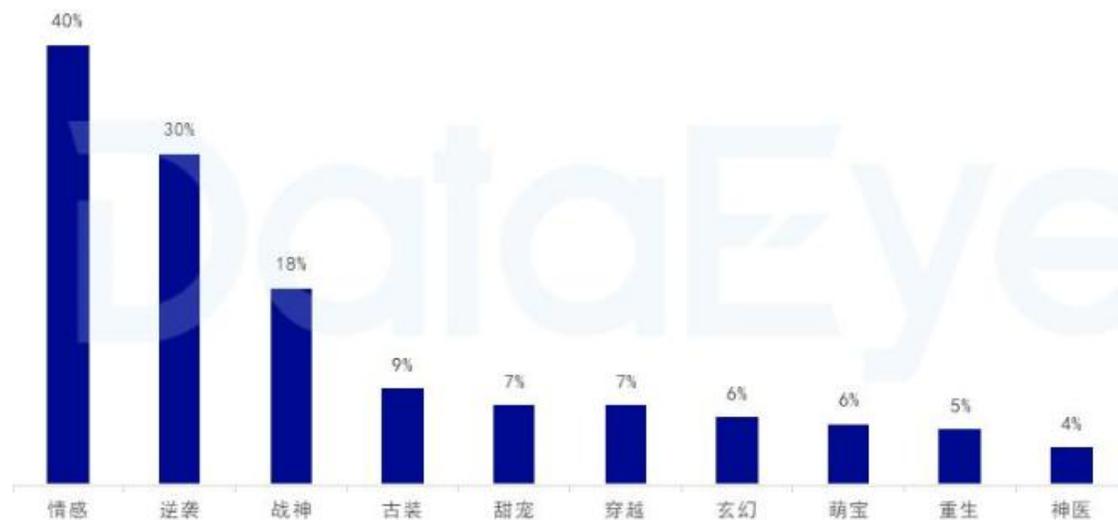
微短剧的增长也推动了投流市场的繁荣。DataEye预计，2023年中国微短剧投流规模超300亿元，2024年超400亿元，2027年超800亿元。

从题材来看，预计2024年男频投流规模197亿，女频223亿。细分题材来看，情感、逆袭、战神吸金又吸量，萌宝、古装、玄幻崭露头角。

从媒体平台来看，2024年巨量引擎投流规模超300亿，腾讯广告超60亿，其他媒体平台约40亿。

从关联方来看，点众、麦芽、九州、番茄、美光盛世表现最为活跃，投流热度位列TOP5，云阅、序言泽、剧点、巨准互娱、美赞等新上榜关联方表现也较为出色。

### 2024年细分题材投流占比 (%)



扫一扫获取  
更多新情报





**Apple Sports**   
Live scores and stats.  
Apple  
Free

## iPhone Screenshots



## 苹果正测试基于AI的广告平台 预测今年广告收入可达70亿美元

两位知情人士向 Business Insider 透露：苹果正借鉴谷歌和 Meta 的做法，尝试利用 AI 进行广告推广，从而在 App Store 广告投放方面提供更优的服务。

在这种模式下，广告客户只需为苹果提供他们的预算、每次获取用户的成本目标以及他们想要覆盖的受众和国家 / 地区，苹果即可通过算法来自动决定如何将广告投放到上述四个可用页面中的最佳位置。

其中一位知情人士还表示，他们预计公司将在未来几个月正式推出该产品。苹果没有立即回应置评请求。

### m360前瞻看点

- 1、苹果的广告业务今年有望产生 70 亿美元的收入。
- 2、苹果目前提供的广告产品已经覆盖了搜索标签和搜索结果页面。
- 3、苹果可能拥有更大的广告野心，例如效仿 Netflix 等竞争对手为 Apple TV+ 新增一个广告级订阅计划。

# 直播消费维权：李佳琦舆情占比41% 小杨哥31.3% 罗永浩为2.21%

《2023年直播带货消费维权舆情分析报告》发布，对17位主播的维权舆情数据进行了深入剖析。李佳琦的维权舆情最多，占比高达41%，主要涉及产品质量问题。疯狂小杨哥和辛巴的不文明带货问题受到关注，贾乃亮和辛巴的发货问题也成为舆情焦点。今年，李佳琦因怼网友事件引发广泛讨论，而疯狂小杨哥在直播中的不当行为也引发网友不适。

李佳琦和疯狂小杨哥两位头部主播的维权舆情占比超过七成，这与其带货销售量和个人影响力密切相关。头部主播因其庞大的流量更容易引发维权舆情。与2022年相比，李佳琦和疯狂小杨哥等主播的产品质量和不文明带货舆情比例均有所上升，而虚假宣传问题舆情则有所下降。

《报告》中称，作为一种新型互联网消费模式，直播带货具有模式新、主体多、流量大、频次高、法律关系复杂等特点，部分投机商家和不法分子对监管抱有侥幸心理，不惜通过损害消费者权益的方式来谋取经济利益。

表 7：五位维权舆情较多主播涉及具体问题分析

维权问题类型	李佳琦	疯狂小杨哥	香菇来了	贾乃亮	辛巴	平均水平
虚假宣传	35.93%	39.28%	36.18%	51.29%	37.39%	38.57%
产品质量	37.15%	28.59%	33.13%	29.57%	27.59%	34.26%
价格误导	22.97%	6.56%	24.67%	13.01%	9.35%	15.12%
不文明带货	2.85%	23.34%	3.78%	2.58%	18.92%	9.92%
发货问题	0.66%	0.15%	2.13%	3.55%	6.19%	1.25%
退换货	0.43%	2.07%	0.12%	0.00%	0.34%	0.90%
合计	100%	100%	100%	100%	100%	100%



# 科技互联网 趋势前瞻

AI商业营销转型 “超级催化剂”

人类再次迎来了“奥本海默”时刻

字节跳动2023年全球营收1200亿美元

2024年微短剧买量投流报告

京东零售定下2024三大“必赢之战”

苹果正测试基于AI的广告平台

“小美说” 官宣开启!

直播消费维权 李佳琦舆情占比41%

# 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