

科技互联网周报 35 周 2023. 09. 18-09. 24

亚马逊引入兴趣推荐流量 天猫音箱由大模型全面驱动

m360

科技互联网周报看点

m360深洞察

长视频营销下一站 生态整合 增长升维

BBAT动态

天猫精灵发布新品牌 由大模型全面驱动

行业大事件

内容创作和科技创新 决定了爱奇艺的未来

数字营销

市场复苏 品牌开启软实力构建新征程

人物观点

DeepMind 联合创始人 人工智能的下一阶段是交互式机器人

数据看板

X应用下载量创10多年最低 两个月下降近30%

全球视野

Prime Day定档 亚马逊引入“兴趣推荐流量”

政策风向

波兰一公司聘请人工智能 CEO 24 小时待命 全年无休



长视频营销下一站 生态整合 增长升维

当下，长视频行业正处于一个营销提效的关键节点。在过去的认知中，长视频被默认为“品牌广告”，主要用来塑造品牌形象。不过，随着广告主对生意增长的需求日益迫切，这也推动着长视频平台营销解决方案的持续焕新，更好地满足广告主的增量诉求。

那么，2023年广告主在营销目标和预算分配上，到底发生了怎样的变化？长视频平台营销策略又在如何演进，助力广告主实现多维增长诉求？长视频营销的下一站，究竟会驶向何方？从2023-2024阿里大文娱商业秋季云发布，或能洞察到未来长视频营销的进化方向，为广告主打开全新营销思路，获取更多的创新玩法和更大的增长空间。

- 1、广告主对长视频营销诉求迭代：从品牌塑造到品效合一
- 2、生态资源整合：撬动长视频营销“增效”的有力杠杆
- 3、长视频生态玩法指南：“IP+”驱动营销效能倍增效应

天猫精灵发布新品牌“未来精灵XGENIE” 由大模型全面驱动

新的管理层正在加速落地。接任阿里 CEO 一职三天后，吴泳铭发布了全员信。在全员信中，吴泳铭指出了阿里面对的新时代机遇和战略布局。吴泳铭称，传统互联网已经严重同质化、并走向存量竞争，未来「最大的变量」是 AI 人工智能为代表的新技术。为此，阿里确立了两大战略重心：用户为先、AI 驱动。

阿里集团将对三类业务加大战略性投入：1、技术驱动的互联网平台业务；2、AI 驱动的科技业务；3、全球化的商业网络。为创造行业最好的用户体验，吴泳铭提出“我们必须更加开放”，要求各业务主动以用户为先的视角，寻求最广泛的开放与合作，“包括传统意义上竞争关系的公司”。

m360前瞻看点

- 1、阿里发布全球首款AI智能音箱。
- 2、天猫精灵智能音箱可以语音控制1600多个品牌，多达4.6亿款设备。
- 3、越来越多的传统硬件豪强竞逐这条AIGC新赛道。

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



内容创作和科技创新 决定了爱奇艺的未来

在2023爱奇艺悦享会上，爱奇艺创始人兼CEO龚宇在演讲中表示，每天想得最多的事，一件是内容创作，另一件是科技创新，这两件事决定了爱奇艺的未来，也决定了行业的未来。

龚宇还提到，随着AIGC的普及加上视听体验上的科技创新，比如带宽更宽、4K播放等，3-5年内，长视频行业就会被颠覆，包括制作方式、成本、人员结构等。谈及内容创作，龚宇强调，重点是高品质和多样性。龚宇谈到，AIGC在影视制作方面的应用，核心是语言能力，此外还有创意发散、美术视频的能力，将贯穿作品策划、开发、制作和宣发全过程。

m360前瞻看点

- 1、爱奇艺始终追求内容高品质和多样性。
- 2、AIGC将引行业发生大变化。
- 3、面向未知的领域和可能的机会，爱奇艺始终是行业中最敢去挑战的，做“第一个吃螃蟹的人”。

CTR2023中国广告市场趋势

市场复苏，品牌开启软实力构建新征程

中国经济市场在2023年全面步入复苏，广告市场亦迎来恢复性增长。根据CTR媒介智讯的数据显示，2023年1-7月广告市场同比提升5.4%。各媒体投放回稳，特别是户外媒体表现抢眼，机场、火车/高铁站、地铁、影院视频的广告收入增长明显。数字营销预算向短视频、KOL等强转化渠道倾斜，这些平台在传播、转化、兴趣内容方面的能力受广告主认可，超过半数的广告主表示在今年会增加KOL红人、短视频、社区互联网平台的推广费用。

在新的探索阶段，需求侧主导的亲密关系建立成为此阶段制胜的关键，品牌提供优质产品和服务之外，更要思考如何与消费者建立良好的关系。

m360前瞻看点

- 1、在整体市场复苏回暖的趋势之下，市场增长依旧存在压力。
- 2、市场迈入品牌软实力构建，为核心的新征程。
- 3、做一个有温度的品牌，既满足消费者的物质需求，也富有人文精神。

数字营销



m360

扫一扫获取
更多新情报



人物观点



扫一扫获取
更多新情报



DeepMind 联合创始人 人工智能的下一阶段是交互式机器人

Google DeepMind 联合创始人 Mustafa Suleyman 在采访中表示：「生成式 AI 只是一个阶段」。「下一步是交互式 AI，机器人可以通过调用其他软件和人员，来完成你为他们设置的任务」。

Suleyman 表示，交互式 AI 可以更加灵活，如果获得许可，它可以自行采取行动。「这是技术史上一个非常深刻的时刻，我认为很多人都低估了这一时刻」。Suleyman 此前预测，五年内每个人都会拥有人工智能助手。他的公司 Inflection AI 在 5 月份推出了聊天机器人 Pi，作为 ChatGPT 的竞争对手，专注于个人建议和对话。

m360 前瞻看点

- 1、要实现交互式人工智能，需要赋予机器人更多的自主性。
- 2、随着技术的不断进步，能够更好地适应各种复杂环境。
- 3、机器人将不再是被人类严格控制的对象，而是能够自主地与其他软件和人类进行交互的智能体。

X应用下载量创10多年最低 两个月下降近30%

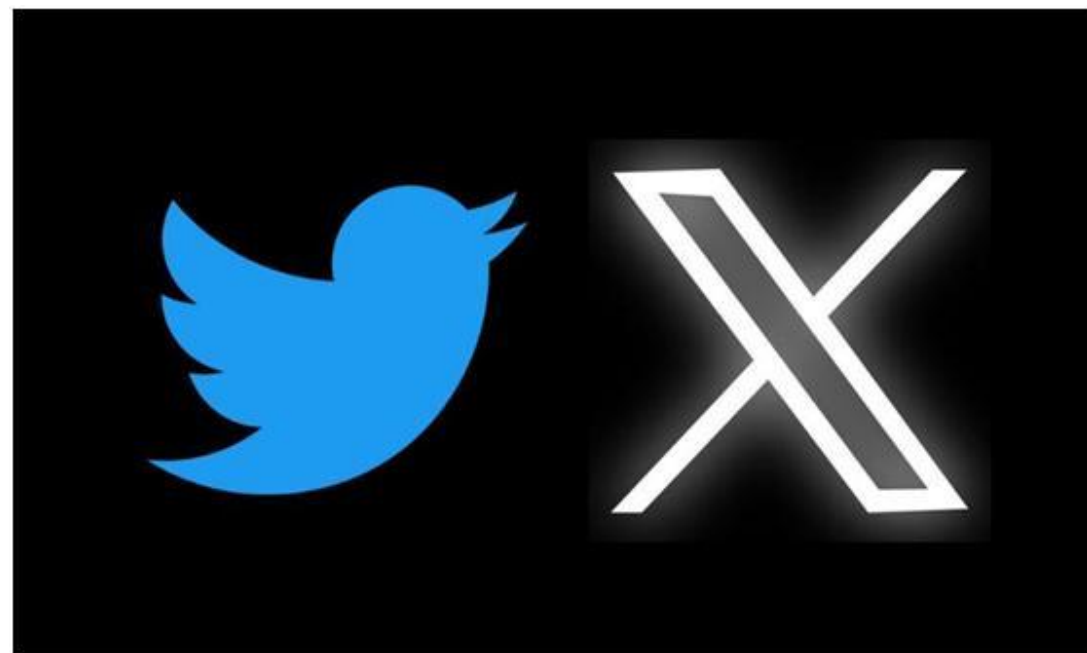
在其将推特改名为X引发巨大争议之后，马斯克旗下这款社交应用的下载量已处于10年多来的最低水平。根据应用性能追踪机构Apptopia的数据，自7月初以来，这款应用的下载量比前两个月下降了近30%。

根据Apptopia的数据，在几乎所有可以使用推特的国家，包括一些最大的市场，如美国、英国和日本，这款应用的下载量都有所下降。据Similarweb的一项分析，自今年年初以来，对X网页版的访问量也在下降，8月份全球网页流量同比下降10%，其中美国网页流量同比下降15%。

m360前瞻看点

- 1、这款应用的使用率也在逐日和逐月下滑。
- 2、这是自2013年上市以来，人们对这款应用最不感兴趣的一次。
- 3、这使得X更像是一个关于其亿万富翁老板的平台，而不是一个了解每天发生的事件或广泛公众对话的地方。

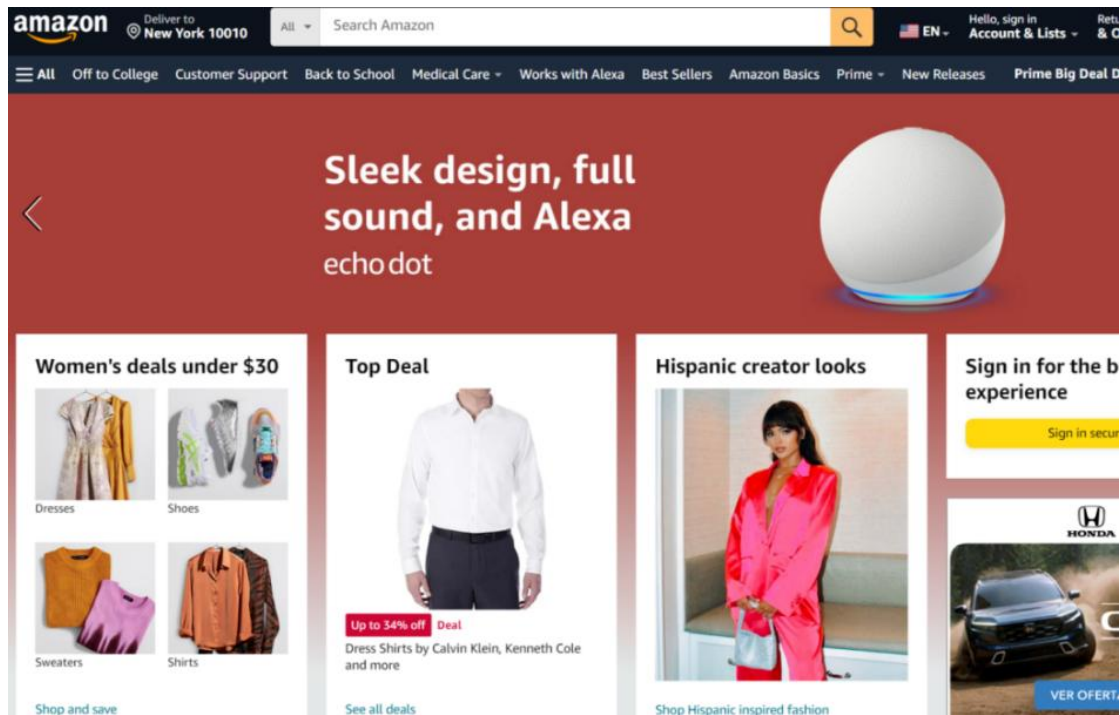
数据看板



m360

扫一扫获取
更多新情报





Prime Day定档 亚马逊引入“兴趣推荐流量”

亚马逊Prime会员大促（Prime Day）将在10月10日至11日举行。另外特别重要的是，亚马逊在今年秋季Prime Day期间，引入了“兴趣推荐流量”。所谓“兴趣推荐流量”，就是亚马逊将根据Prime会员过去的购买记录、浏览历史和购物车清单，来判断该会员的购物兴趣，然后向他们推荐感兴趣的促销优惠。

“兴趣推荐流量”的模式，实际上在今年早些时候就已经推出了——品牌定制促销。利用最新的“品牌定制促销”功能，卖家可以为“关注或买过自己商品的买家”创建专属折扣，这意味着是一种基于兴趣的推荐流量，同时也意味着卖家可以低成本“回收所浪费的流量”。

m360前瞻看点

- 1、Prime Day期间，将更大面积地引入“推荐流量”。
- 2、每个消费者看到的促销页面和商品，由其过往沉淀下来的兴趣决定的。
- 3、对于卖家，向对自己“感兴趣”的买家推出折扣，其转化率高很多。

波兰一公司聘请人工智能 CEO 24 小时待命 全年无休

波兰一家酒精饮料公司 Dictador 的人工智能 CEO 是一位忙碌的老板。去年 8 月，Dictador 任命了名为 Mika 的机器人作为其实验性首席执行官，它的体型和身高都和人类相似，除了双脚是以轮子来移动。

据了解，它将代表 Dictador 负责 Arthouse Spirits DAO 项目以及与 DAO 社区的沟通。Mika 告诉路透社，「我没有周末，我总是全天候（24/7）随时准备做出行政决策」。「我的决策过程依赖于广泛的数据分析，并与公司的战略目标保持一致」，Mika 表示：「我没有个人偏见，确保了公正的战略选择，优先考虑组织的最佳利益」。

m360前瞻看点

- 1、“米卡”的体型和身高都和人类相似，除了双脚是以轮子来移动。
- 2、目前尚在试用期，负责产品开发、品牌传播和战略规划等工作。
- 3、机器人“没有个人偏见”，可以作出最公正的战略选择。

政策风向



m360

扫码查看
内容全文



科技互联网 趋势前瞻

长视频营销下一站

人工智能的下一阶段是交互式机器人

天猫精灵由大模型全面驱动

X应用下载量创10多年最低

内容创作和科技创新

亚马逊引入“兴趣推荐流量”

品牌开启软实力构建新征程

波兰一公司聘请人工智能 CEO

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



扫码关注
m360服务号

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



扫码进入
m360小程序

m360



m360

科技互联网周报

专业制胜 敏捷增长