



凯络十大趋势报告

2016

背景

我们已连续五年发布趋势报告，对与我们的客户息息相关、未来将发挥重要影响的新科技进行展望。

我们此前关注过的趋势如：

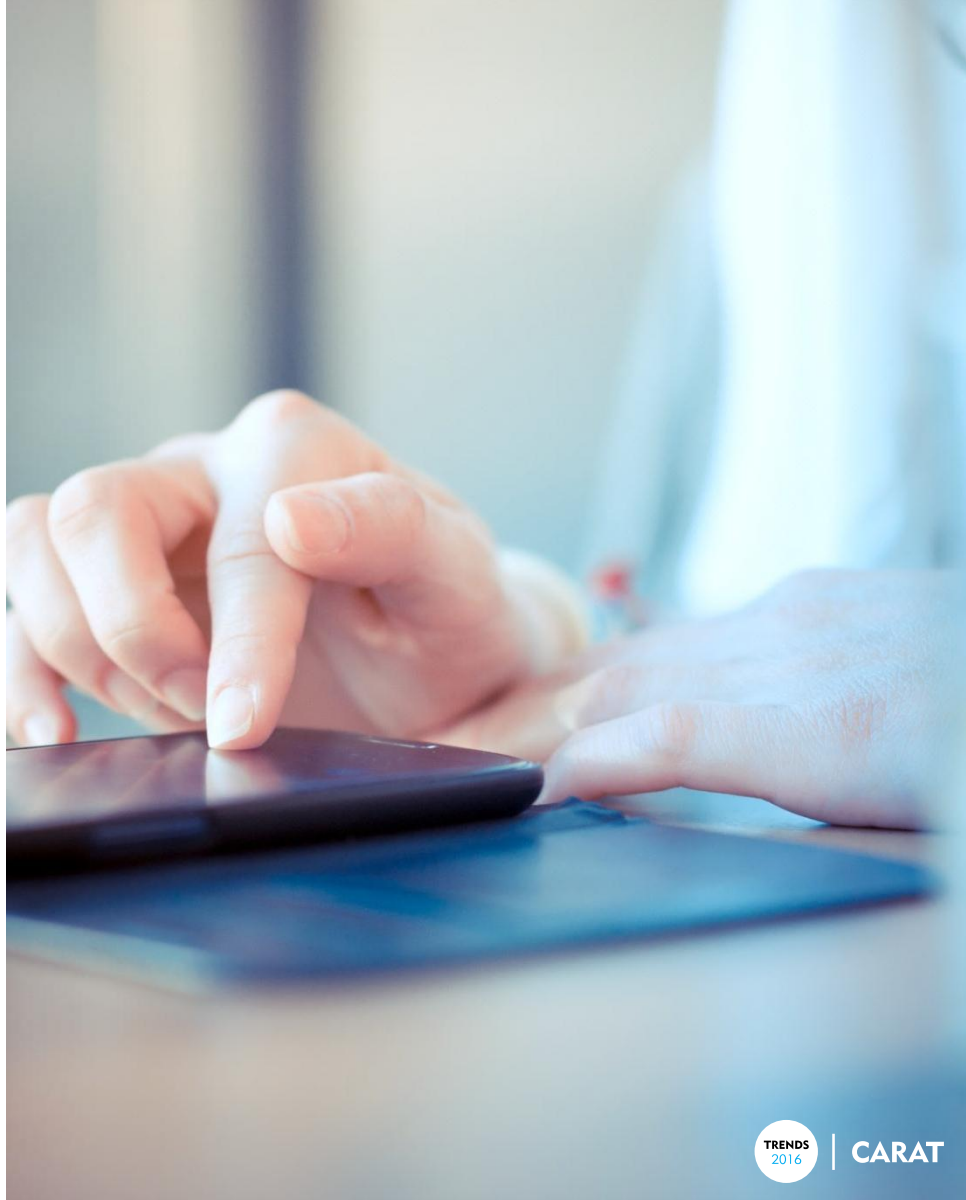
可穿戴技术

定位

支付

Beacons技术

2016年的科技趋势正受到越来越多的关注，对客户业务有着重要的启示。





两大主题

今年的趋势呈现两大主题：

1

封闭且相互竞争的**生态系统**

2

人工智能的发展及可行的评测方式

2016年趋势

生态系统

1. 围墙花园
 2. 广告投放面临新挑战
 3. 搜索功能的变革
 4. 信息的发送及通知
 5. 计算程序 VS. 人工管理
 6. 地图和定位
-

人工智能

1. 识别
2. 情绪感知
3. 动态定价
4. “心灵感应”

1

生态系统



围墙花园

数字媒体的开放性日益减小，和“围墙花园” (Walled Gardens) 以及2000年代早期的门户网站类似。

“围墙花园”是一个安全、限制性的媒体发布方生态系统，通常是在应用内部，而非链接至更大的网络环境。



围墙花园

造成“围墙花园”的原因是相较于在移动端应用和站点之间相互转换，“围墙花园”的方式为用户提供了一种更为便捷的体验，而大型媒体方也希望他们的受众可以待得更久一些。

此类案例包括，Snapchat推出的Discover探索功能、Facebook推出的Instant Articles新闻推送功能，Twitter推出的Moments时刻功能和Youtube推出的Kids视频APP。

“围墙花园”通常包含平台原生内容和广告，而不像横幅广告那样可以跨媒体发布。

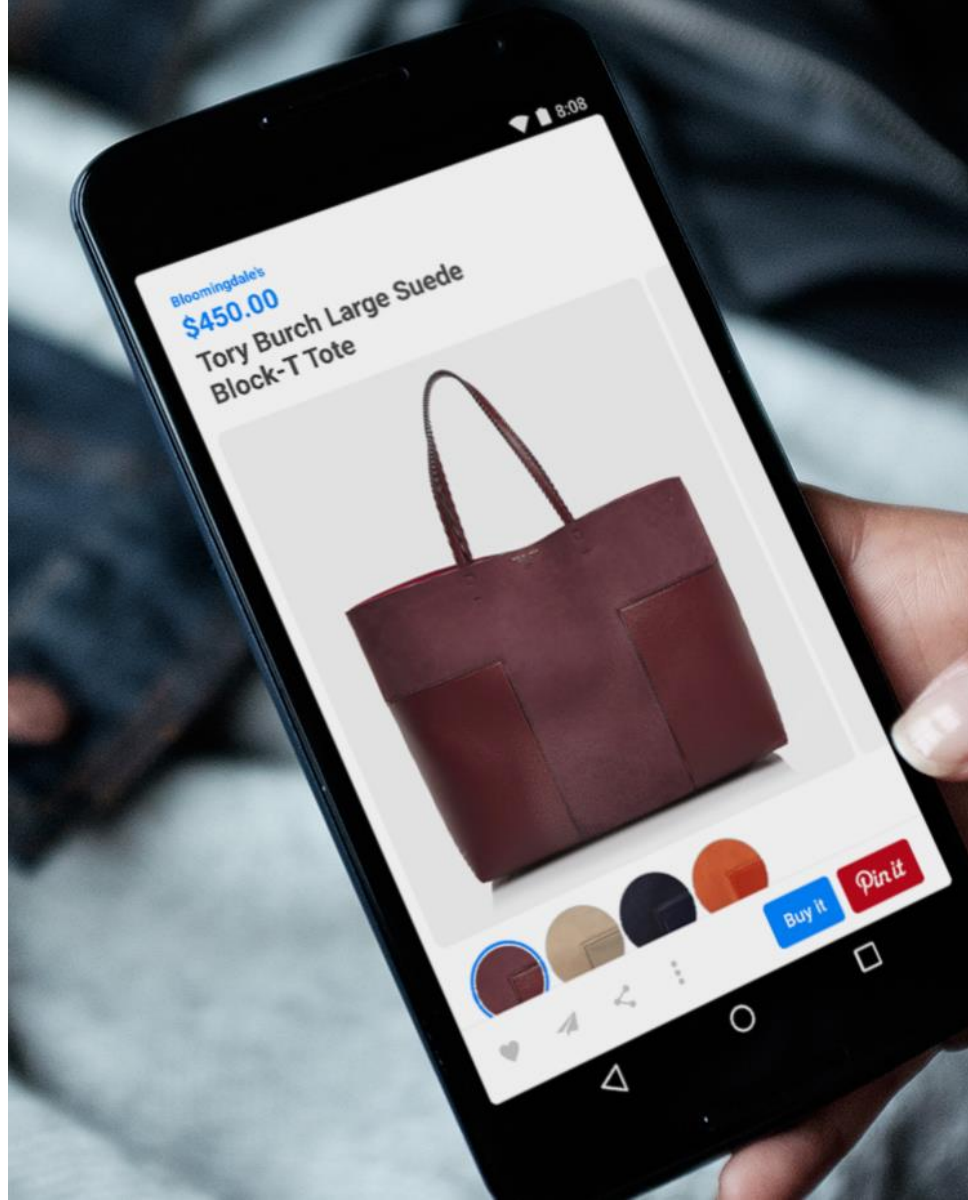


围墙花园

围墙花园在各方面的影响已逐步显现。如 Snapchat 强调广告主在其 Discovery 探索功能部分使用的是垂直视频，因其形式与内容最为契合。

比起网站，“一键购买”功能在 Pinterest 和谷歌搜索这类应用中更为安全可靠，人们只需点击就可直接购买，而不会被导向第三方页面。这也是“一键购买”仅会出现在应用中的原因。

广告屏蔽功能的存在使媒体主对围墙花园更为青睐。在普通网站（及移动网站）上，识别和屏蔽广告更为容易，而围墙花园为媒体主提供了更多控制权，他们可以自由决定广告的投放形式，从而使其更难被屏蔽。



启示

围墙花园的兴盛是以牺牲开放网络为代价的。

品牌需挑选主要合作伙伴，并在围墙花园内进行内容生产和广告投放。

品牌需谨慎设定并选择最合适的KPI指标。

在某些方面，这对品牌的发展是有益的，因其更能确保一个适合品牌推广的广告环境。

同时也存在两大弊端：

- I. 品牌需要为不同生态系统准备更多营销形式。
- II. 定制的形式意味着程序化投放广告变得更难，数据跟踪及表现将会变得更为孤立而无法整体考量。

广告投放面临新挑战

如今，广告投放面临很多新挑战，包括广告如何对免费内容 (free content) 进行收费，以及如何在消费广告和获取免费内容之间进行价值转换。



广告投放面临新挑战

产生挑战的两大原因：

- 1) Netflix有六千九百万注册用户，倡导收看视频的用户以付费形式屏蔽广告，从而不必收看夹带广告的视频内容。

用户人均每天在家收看没有广告的内容超过两个小时。

现在，这种模式已延伸至其他服务领域，如亚马逊推出的Prime服务和Sky推出的Now TV服务。

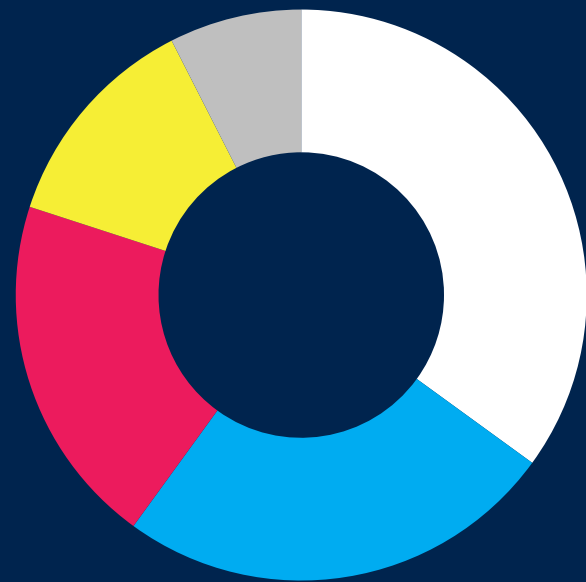


广告投放面临新挑战

2) 广告屏蔽软件可免费下载和安装。用途广泛，全球有近百万用户正在使用，可以很容易地屏蔽网络广告。

人们使用广告屏蔽软件的原因有很多，通常是为了优化体验（屏蔽视频正式播放前的广告）、提升加载速度、避免被追踪，而在移动端，则可以减少因播放视频而产生的数据流量。


为什么想屏蔽移动端广告？




■ 限制视觉干扰
■ 隐私控制
■ 减少电池使用

■ 提升浏览速度
■ 减少带宽使用


启示




尽管没有触达观众的广告不应该收费，品牌仍需制定策略，确保其信息传达给了相关的消费者。



应用中的广告、原生广告或跟媒体发布方内容结合得更加紧密的广告不易被屏蔽。



品牌应自信其消费者乐意接收品牌信息，制定内容策略，并更多地采用赞助和建立合作伙伴等方式。



品牌也可尝试自行成为媒体主。

搜索功能的变革

搜索功能日趋个性化，尤其是在移动端（及语音），为用户进行个性化定制，而且已经可以在应用内进行搜索，而不局限于在网上的内容。



搜索功能的变革

如今，移动端搜索应用数量在全球范围内已超过了PC端。移动端意味着更多语音搜索、视觉搜索和基于地理位置的搜索，使搜索结果更为个性化。

谷歌现已推出具有人口统计学特征的搜索广告。

“私人助理”类的应用开始取代需求预期及提示类的搜索。



搜索功能的变革


Google Now的功能就像一个私人助理，为用户提供个性化提醒定制服务，基于背景环境（地点、时间）预测未来的搜索需求。类似的服务已经或即将由Bing、Facebook、百度和其他品牌推出。

谷歌正在应用中测试搜索功能，甚至不在搜索用户的设备上，无需下载即可进入应用的搜索结果。


用户在Siri和Cortana上更多使用语音搜索功能，与谷歌形成激烈竞争。




启示



确保你的品牌在尽可能多的搜索技术上具有足够的曝光度。



由于不同的搜索提供方注重不同的内容属性，关键词广告自然搜索（也叫“有机搜索”）将愈加困难。



新品牌在搜索上或更难脱颖而出，尤其当新品牌的策略由搜索主导时，更难见成效。

信息的发送及通知

聊天应用普及程度很高，WhatsApp、Facebook Messenger和微信现有超过6亿活跃用户。英国市场研究机构Juniper Research数据显示，2015年，信息发送量将超过邮件。

众多聊天应用之间的战役已然打响，竞争方还包括iMessage、Kik、Line和Jott等独立生态体系。同时聊天应用正欲取代主要操作系统的通知提醒和应用商城。



信息的发送及通知

通过聊天应用，朋友之间可以互发信息，还能分享图片、视频和音乐，还融合了其他应用和服务。

微信是整合其他应用的行业先锋，比如用户可以用滴滴快的快速叫车，用微信支付等功能，我们期待此种模式可以普及。

在中国的一些城镇，微信已经成为主导的沟通媒介，用户可以预约看病、报警、预订机票等。

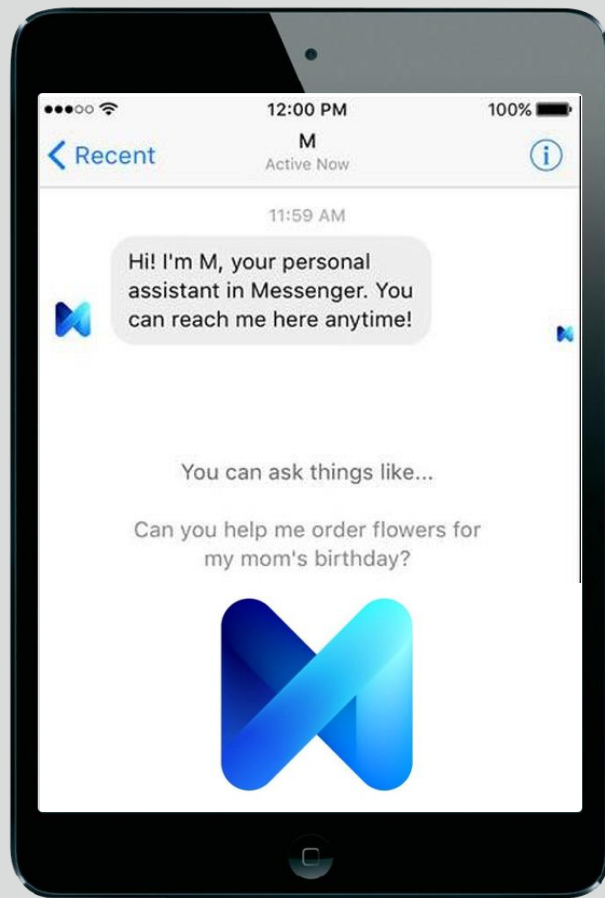


信息的发送及通知


Facebook自三月开始在其聊天软件 Messenger中整合其他应用和游戏，包括 Giphy、Memes和Doodle Draw。

嵌入Messenger的第三方应用也可因此轻松触达百万级用户。


Facebook还在对Messenger中的私人助理功能“M”进行测试，用户可以对特定目标发出指令，如要求亚马逊进行退款等。




启示



品牌应使其内容顺应新时代的信息传递潮流，从“一键分享”到充分整合。



不仅要针对不同操作系统生产内容，同时还要适应生态系统，并遵从不同应用平台的协议。



除现有渠道外，品牌仍可考虑在新平台上为消费者提供支持。

计算程序VS人工管理

计算程序正变得愈加智能，使信息流更为精准，并为搜索结果提供更多背景信息。

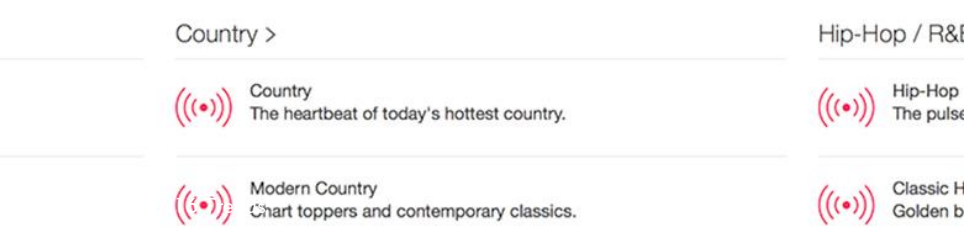
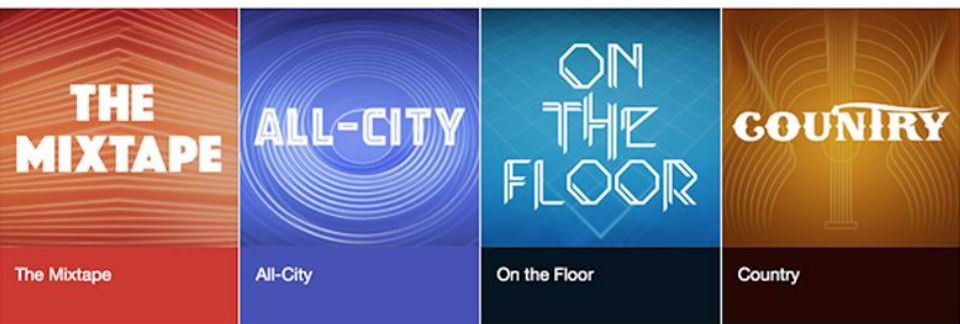
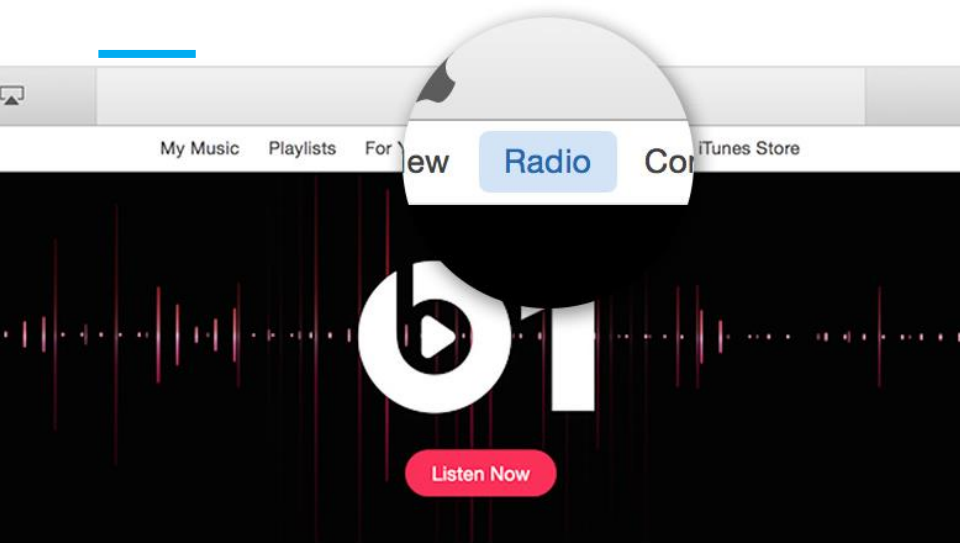
但当下也存在另一种趋势，即在关键领域中采用人工管理（human curation）的方式，进行策划、筛选和展示，为生态系统提供更多的价值。



计算程序VS人工管理

当前有一种共识是，对一些特定领域的终端用户，尤其是在音乐发掘、商务和新闻等需要背景知识和文化品味的领域，人工管理可能更有成效。





计算程序VS人工管理

Twitter Moments有专门的编辑负责生产推送的内容，使大事要闻更易被用户捕捉到。

苹果音乐Beats One广播台有专门DJ负责为用户发掘最佳的新音乐，而不像流媒体音乐服务平台Spotify依赖计算程序进行自动搜索。


Pinterest在其应用内设了一个人工管理的商店，时尚大咖会根据他们的品味挑选最感兴趣的产品，而非媚俗。

YouTube的渠道如Eton Messy创建音乐合集。


在podcasts里, RadioTopia就是一个人工管理的在线知识播客电台。

Long Reads每周向读者推介分享最好的新闻。


启示



人工管理，包括策划、筛选和展示的技巧需要金钱的投入，因而存在投放广告或赞助内容的机会。



品牌需要学会与策划人合作，比如，你可以将其视为一种新的搜索引擎优化方式，以获得更多的关注和流量。这对新品牌来说尤为重要，新产品要获得关注，策划人非常重要。



人工管理的方式使信任和可靠性变得更为重要。

地图和定位

随着世界移动化趋势的加剧，地点和地图的重要性日益凸显。地图可以看成是一个自有的生态系统，用户可以用Google工具创建他们自己的地图，但无法改变其背后的数据。创建自己的地图生态系统能为企业带来特殊优势 – 拥有根据自身需求量身定制的特征，从而脱颖而出。



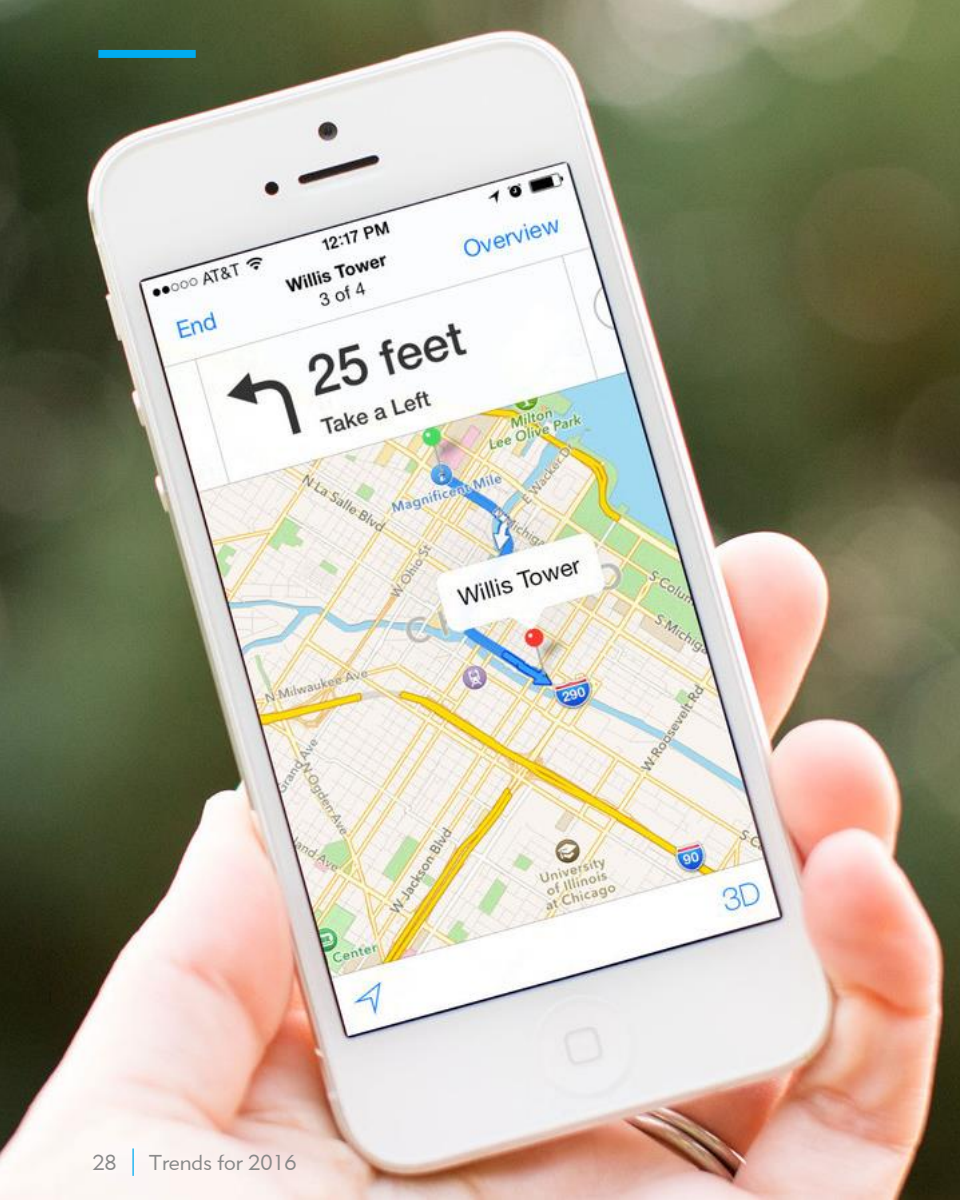
地图和定位

当今生产的汽车中有四分之一安装了导航系统，这一数量还将持续增加。地图功能对无人驾驶汽车也很关键。

品牌包括戴姆勒、宝马和奥迪的德国汽车制造商财团于8月收购诺基亚地图科技，将其视为与谷歌在移动广告上竞争，及自身进行差异化发展的重要资本。

其他投标人包括Facebook、百度和优步。





地图和定位


优步与导航品牌TomTom签署了多年期协议，以获得其地图和交通数据。

苹果正在收购地图公司，同时自主研发与谷歌Streetview技术相似的地图功能。在苹果设备上，其自主研发的地图功能是谷歌地图使用率的3.5倍。


谷歌正在将谷歌地图和行程时间估算功能进行整合。

基于谷歌地图API开发的应用What3Words使用户可以仅通过大约三个单词，就能搜索并精准识别所寻找的地理位置。

启示



地图的封闭性趋势更加明显，品牌需要确保自己在尽可能多的平台上拥有足够的曝光度。



当人们打算外出购物时，便可能使用地图功能。品牌需要将路径策划列入其传播策略，如考虑设置与地理位置相关的提示等。

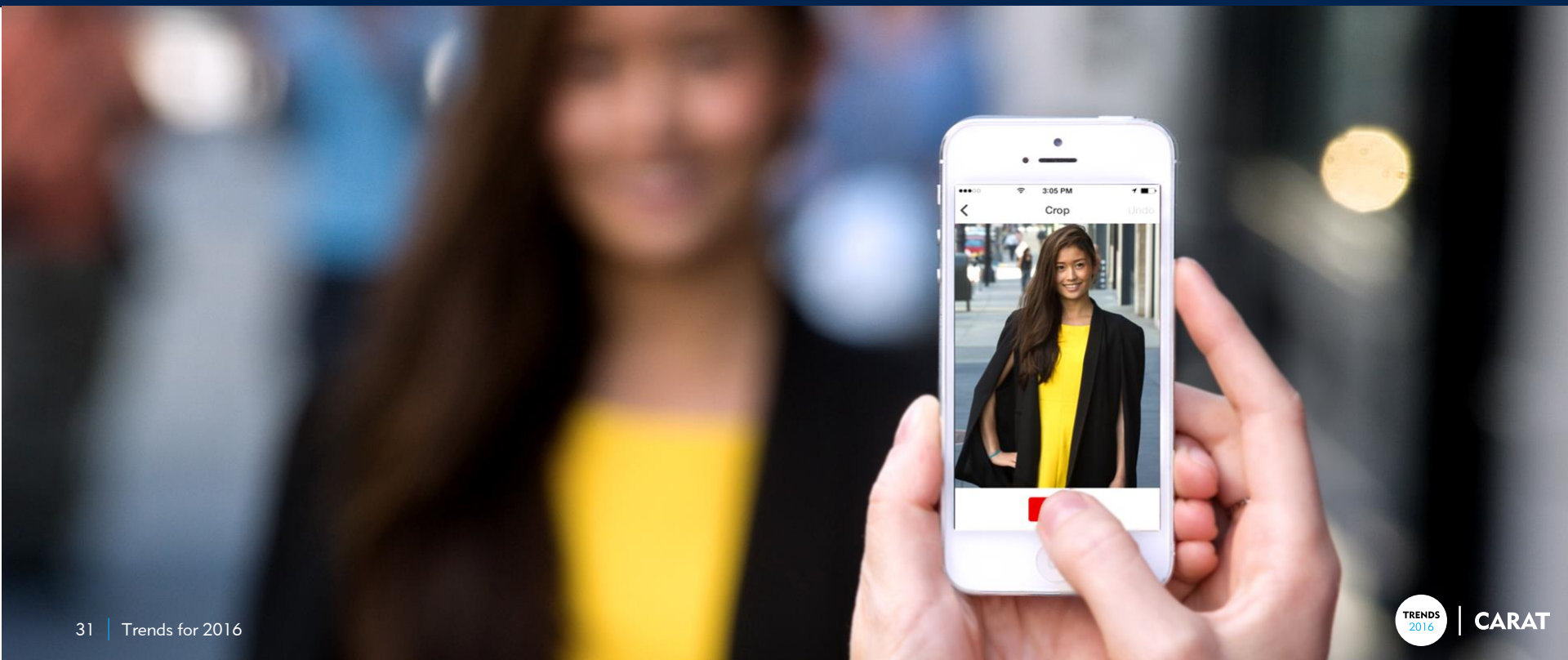
2

人工智能



识别

随着科技的发展，已经产生了各种方式来识别人和物，可识别的信息包括性别、大致年龄等。同时，识别也变得更加精准。





识别


像无人驾驶汽车一类的未来技术都基于图像识别技术，就像语音识别一样，近年来已成为一项可靠、实用且持续发展的技术。

谷歌已研发出可以识别照片中特征的技术，用户可以“找到我坐在船上的照片”。

Pinterest则推出了视觉搜索功能，帮助用户找到“视觉上相似的结果”。

Blippar可以识别出一些品牌（以及狗的种类、水果），而不局限于品牌logo标识。

启示



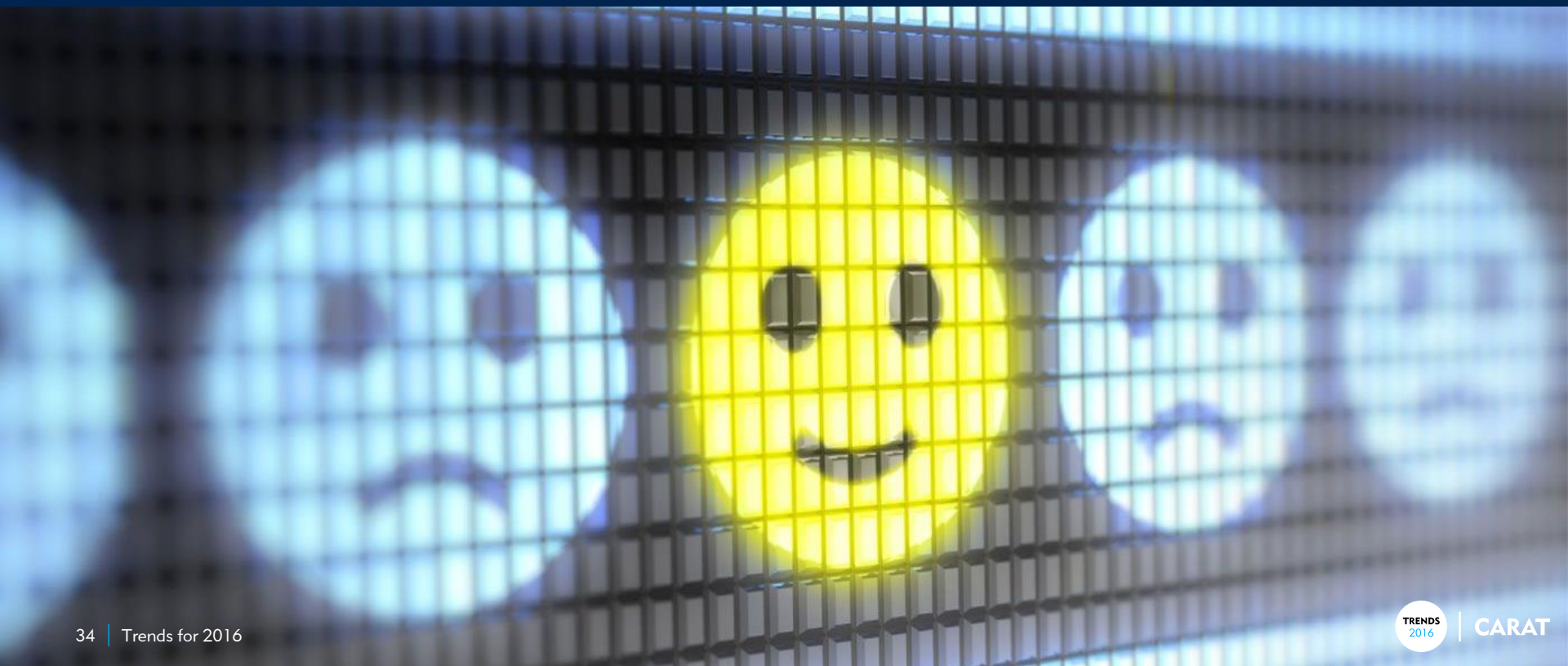
随着识别技术的发展，东西的外观变得愈加重要，从不同的商标到独特的产品，这也是品牌进行新产品开发时需要考虑的因素之一。

情绪感知

社交网络的要义在于自我表达，对于了解说话人背后的情绪变得尤为重要。

情绪感知和图像一样都很难用语言表达，自动化工具总是对语言环境、俚语和双重否定等束手无策。

新兴工具的出现使情绪判断更为便捷，更具价值。



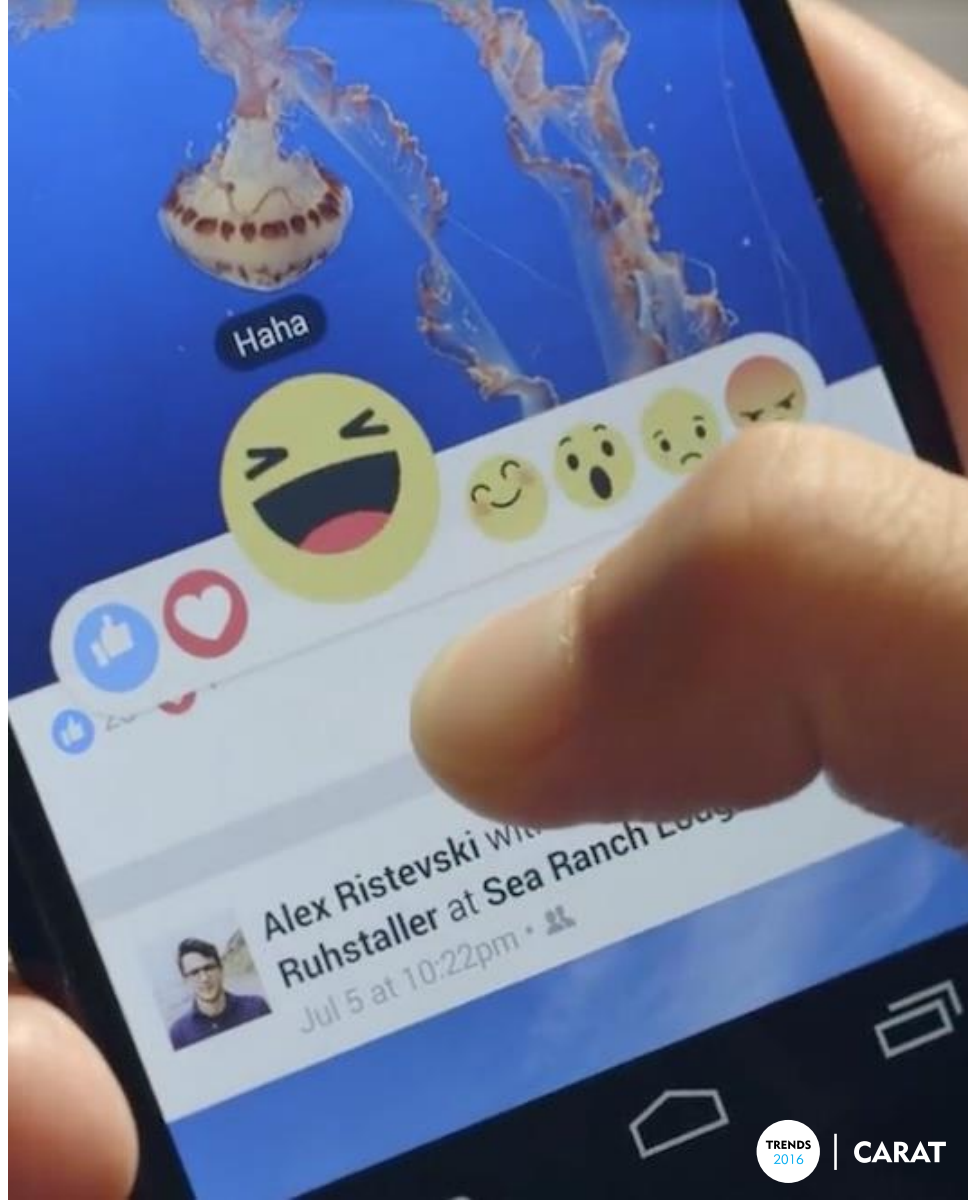
情绪感知

诞生于美国麻省理工学院媒体实验室的创业公司Affectiva通过面部识别技术以识别用户的情感反应。


微软也推出了一个实验性页面，用户可以上传照片，看系统是否能感知其情绪。

在媒体领域，表情的使用让情感识别变得更为容易。用户可以在Instagram消息和YouTube视频的文字描述中搜索表情符号。


Facebook正在测试一款新型“反应”功能模块，作为对“点赞”的补充。六种表情反应包括喜爱、哈哈、耶、哇、伤心和生气，在表达情绪时比单纯的“点赞”丰富了许多。




启示



以往基于对人们从早到晚的情绪会有不同的认识，我们用一天中不同的时间段来代表情绪的变化。



情绪感知的出现可以取而代之，基于人们的真实感受进行目标定向。



对于品牌而言，机会在于判断受众与品牌相关的情绪反应，同时如何借此更好地为消费者服务，从而加深与消费者的关系。

动态定价

实时数据的广泛应用使商品和服务的定价变得更加灵活多变。像优步这样的公司采用的正是基于供求关系的实时定价体系，零售商也开始使用数据来影响定价。





动态定价

因动态定价可以实时跨店铺和平台根据竞品价格和其他数据而改变自身定价，在零售和电商领域已变得愈加重要。

零售商可以在收银时实行价格保护，也可以给予消费者选择不同优惠的权利。

品牌在线上可以获取消费者的众多信息，包括购物记录、所在地点、操作系统等，这些数据可以作为定价和促销的参考依据。

动态定价

优步可基于供求情况实时调整定价，高定价可以吸引更多司机，但会流失用户，直至达到新的平衡。

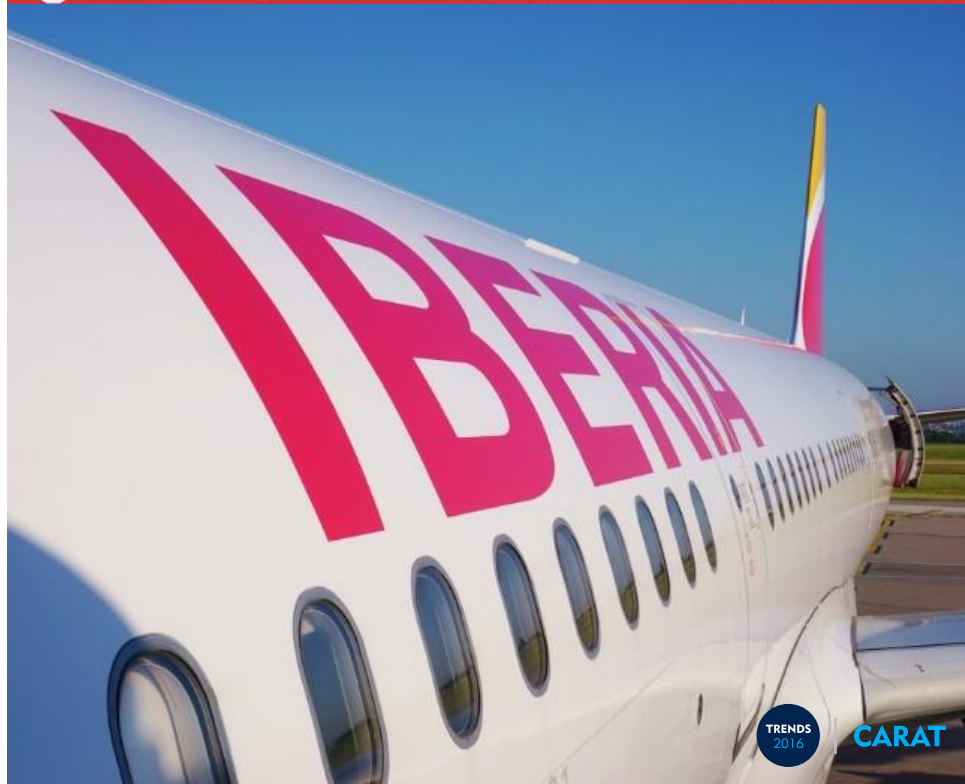
机票价格总会基于多种因素而发生变化，最近西班牙Iberia航空公司尝试以竞拍方式售卖机票。




Vuelo a Nueva York	Vuelo a Frankfurt	Vuelo a Ginebra	Vuelo a Lisboa
Ida: viernes 22 mayo 2015 Vuelta: viernes 22 mayo 2015 ⌚ Quedan 0h 02 min 03 seg Puja actual 60,00€	Ida: jueves 7 mayo 2015 Vuelta: lunes 11 mayo 2015 ⌚ Quedan 34h 43 min 08 seg Puja actual 72.94€	Ida: viernes 8 mayo 2015 Vuelta: martes 12 mayo 2015 ⌚ Quedan 34h 43 min 08 seg Puja actual 53.02€	Ida: miércoles 20 mayo 2015 Vuelta: miércoles 3 junio 2015 ⌚ Quedan 34h 43 min 08 seg Puja actual 35.25€




En la red	De tu interés	Iberia es más	Transparencia
 Iberia Joven	Guías de destinos	Noticias y novedades	Condiciones Transporte




启示




品牌需认识到动态定价正在普及，及时调整营销策略。



品牌需确保能根据最相关的消费者和外部数据进行评测并采取行动。



这需要电子商务和零售系统有能力做出反应。

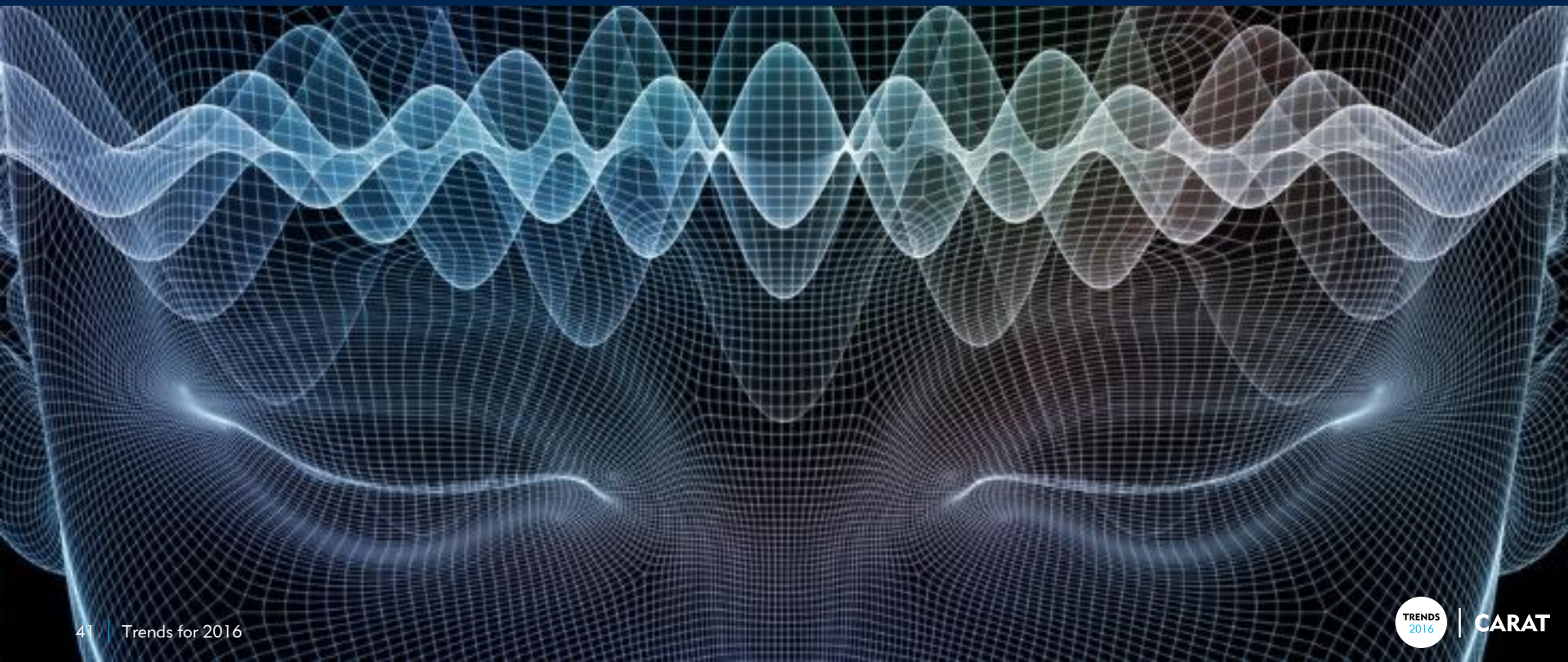


同时还需要制定一个和实时定价相结合的移动营销策略。

“心灵感应”

Facebook创办人马克·扎克伯格曾开玩笑说，未来的传播即心灵感应，而今已有一些服务可以和用户进行沟通而无需提供书面或语言指令。

未来，将会出现基于脑电波信号、或对脉搏或心跳等信号进行识别的互动服务。





“心灵感应”


智能手表一类的可穿戴设备正在收集此类数据，第三方服务将对其进行解读并加以利用。

优衣库在悉尼店铺里的一个装置可以分析消费者的脑电波信号并给出最佳服饰搭配建议。


一家代理公司为苹果腕表研发了一款“解放双手”的交友应用Tinder，可以按照用户的心跳来完成左划或右划的操作。

西班牙电信Telefonica研究者基于用户在手机上打开应用的频率和使用强度，判断其是否处于无聊或是压抑状态。


启示



这些“心灵感应”的例子展示了传感技术、以及多种不同服务与设备协同的新趋势。



图像和情绪识别，以及动态定价，都昭示着人工智能开始被应用，逐步取代人们有意识的指令，让技术和人类之间互通。



未来，这项技术将使品牌更敏锐地捕捉消费者的需求，令服务更为个性化。

3

附录



附录1

参考链接



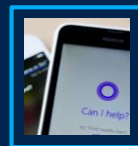
围墙花园

https://en.wikipedia.org/wiki/Closed_platform
<http://blog.snapchat.com/post/109302961090/introducing-discover>
<https://instantarticles.fb.com/>
<https://blog.twitter.com/2015/moments-the-best-of-twitter-in-an-instant-0>
<https://itunes.apple.com/us/app/youtube-kids/id936971630?mt=8>
<http://www.adweek.com/news/technology/snapchat-persuades-brands-go-vertical-their-video-164305>
<https://blog.pinterest.com/en/buyable-pins-rolling-out-today>
<http://techcrunch.com/2015/07/15/purchases-on-google/>



广告投放面临新挑战

<http://www.reuters.com/article/2015/04/16/us-netflix-results-idUSKBN0N62HC20150416>
<http://techcrunch.com/2015/10/21/youtube-red/>
<https://blog.pagefair.com/2015/ad-blocking-report/>
<http://digiday.com/publishers/ad-blocking-crystal/>



搜索技术的革新

<http://fortune.com/2015/08/18/facebook-google/>
<http://searchengineland.com/half-of-google-search-is-mobile-232994>
<https://www.google.co.uk/landing/now/>
<http://searchengineland.com/meet-rankbrain-google-search-results-234386>
<http://www.macworld.co.uk/how-to/iphone/how-use-search-in-ios-9-3618792/>
<http://marketingland.com/google-app-streaming-web-of-apps-152449>
<http://www.microsoft.com/en-gb/mobile/experiences/campaign-cortana/>
<http://www.engadget.com/2015/08/26/facebook-messenger-m-assistant/>

附录1

参考链接



信息的发送和通知

<https://atlas.qz.com/charts/NyCDOIG6>

<http://www.v3.co.uk/v3-uk/news/2416558/instant-messaging-to-overtake-email-as-biggest-digital-communication-platform>

<http://a16z.com/2015/08/06/wechat-china-mobile-first/>

<http://techcrunch.com/2015/04/24/why-wechat-city-services-is-a-game-changing-move-for-smartphone-adoption/>

<http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2015/11/features/inside-facebook-messenger>



计算程序VS人工管理

<https://stratechery.com/2015/curation-and-algorithms/>

<http://www.buzzfeed.com/about/news-app>

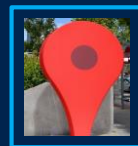
<http://www.computerworld.com/article/2943645/apple-ios/the-surprising-genius-of-apples-beats-1-radio.html>

<http://www.wired.com/2015/11/pinterest-now-has-a-shop-so-more-shoppers-shop-on-pinterest/>

<https://www.youtube.com/user/Etonmessy>

<http://www.radiotopia.fm/radiotopia/>

<http://longreads.com/>



地图和定位

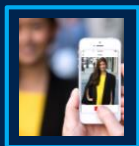
<http://recode.net/2015/09/16/apple-acquires-mapsense-a-mapping-visualization-startup/>

<http://www.reuters.com/article/2015/07/08/daimler-nokia-standoff-idUSL8N0ZO2VD20150708>

<http://venturebeat.com/2015/11/11/google-maps-now-lets-third-party-developers-add-predictive-travel-times-to-their-own-apps/>

附录1

参考链接



识别

<http://thenextweb.com/creativity/2015/03/15/blippar-app-visual-overhaul-aims-to-identify-everything-around-you/>

<http://www.bbc.co.uk/news/technology-30100184>

<https://www.facebook.com/help/122175507864081>

<http://www.cnet.com/uk/news/self-driving-car-tech-lets-computers-see-our-world/>



情绪感知

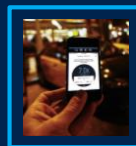
<http://www.affectiva.com/technology/>

<http://qz.com/546885/microsoft-wants-to-guess-how-youre-feeling/>

<http://blog.instagram.com/post/117527615957/three-new-filters-and-emoji-hashtags>

http://mashable.com/2015/10/08/facebook-reactions-how-to/#V_8yMYiquqqb

<http://www.marketingmagazine.co.uk/article/1372151/info-graphic-does-monty-compare-manonthemoon-twitter-plus-emoji-count>



动态定价

<https://help.uber.com/h/6c8065cf-5535-4a8b-9940-d292ffdce119>

<http://www.geekwire.com/2015/its-official-amazon-is-opening-its-first-ever-bookstore-in-seattle/>

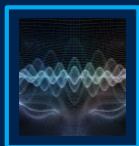
<http://www.waitrose.com/home/mywaitrose/pick-your-own.html>

<http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323777204578189391813881534>

http://elpais.com/elpais/2015/05/19/inenglish/1432043086_517289.html

附录1

参考链接



“心灵感应”

<http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/digital-media/11709665/The-future-of-Facebook-is-telepathy-reveals-Mark-Zuckerberg.html>

<http://mashable.com/2015/10/06/uniqlo-neuroscience-australia-tshirts/#k4lXtGcpu5qU>

<http://www.bbc.co.uk/blogs/internet/entries/cd1e4242-3dd2-4e48-8556-8a5ecec6b056>

http://www.huffingtonpost.com/2015/07/13/hands-free-tinder-app_n_7784892.html

<http://www.technologyreview.com/news/540906/your-smartphone-can-tell-if-youre-bored/>

附录2

2015年趋势回顾

应用简化及整合

2015将会有很多应用进行整合与深度连接，尤其是即时通讯类应用，如Facebook Messenger整合了Giphy，可以在办公交流应用Slack中通过Lyft叫车。独立应用将继续出现，如Instagram推出的Boomerang视频应用。

视频广告

来自Facebook和Snapchat的数据显示，线上视频广告日均浏览量分别为80亿次和60亿次。Snapchat说服广告主进行“垂直”广告投放，Twitter现已推出与滚动广告位。

联网电视

Netflix的持续增长和时兴昭示着联网电视的崛起。亚马逊对此相当重视，报告显示其在《最高档》Top Gear第一季投入七百万美元。亚马逊同时推出Fire Stick电视棒，或将推出购物频道。

无广告订阅支付

随着用户的不断增多，YouTube发布了无广告订阅服务Red。而广告屏蔽功能也在逐步普及，这也是本年的另一趋势，两者并进使广告更难触达用户。

新型新闻网站

新闻聚合网站Buzzfeed业务持续扩张，像Snapchat推出的Discover功能、Facebook的新闻推播功能Instant Articles和谷歌新闻为移动端报纸服务创建新站点标杆。

附录2

2015年趋势回顾

初创企业全面发力

初创企业呈现多样化发展，优步开始着重发展食品等物的递送业务，Snapchat变成一个媒介渠道，Pinterest成为了一个商店。

语音

语音搜索领域不断发展，谷歌宣称其英语语音识别精准度已达93%。其他品牌也发布了语音服务，如微软推出的Cortana，Facebook推出的M虚拟助手都支持语音操作。按今年的趋势，我们预测语音技术将向脑模式传播发展。

符号和表情

表情符号处处可见，从Twitter上的付费活动（ShareACoke）、星球大战专属表情，到Facebook的表情反应键。环球影业购买了表情电影的制作版权。

虚拟现实技术

头戴显示器Oculus Rift并未发布，但谷歌发布低成本虚拟现实设备Cardboard被众多品牌采用，如NYT向其用户提供一百万台Cardboard，并为其制作专门的电影。同时，Facebook和YouTube推出360度视频，用户无需特殊设备即可观看。

机器人

亚马逊提出空中通道，谷歌展示了如何使无人驾驶汽车变得更为安全，苹果、优步和梅赛德斯等很多其他公司也正在研发无人驾驶汽车。

联系方式

DAN CALLADINE
GLOBAL HEAD OF MEDIA FUTURES

WWW.CARAT.COM

凯络成立于1968年，是全球首家媒介代理公司，隶属于电通安吉斯集团。凯络连续多次被RECMA评为全球最佳媒介代理商，业务遍及全球150个国家，拥有超过9000名专业人才，为客户提供多样化的媒体解决方案。

请长按识别二维码以获取更多凯络最新媒体资讯

