

中国移动营销行业洞察报告 ——企业篇

2018年

中国移动营销相关企业发展概况

1

中国移动营销典型企业分析

2

移动营销行业发展特点

营销智能化是核心，相关要素将产生共振效应

伴随着移动互联网时代的全面到来，尤其移动化所带来的位置数据、物联网数据日趋丰富，加之云计算、大数据、人工智能、物联网等技术的繁荣发展，营销智能化特点将愈加明显。同时，其他要素也将产生共振效应，渠道、场景、数据、体验，都将以智能化为核心产生自我优化和变革。

营销智能化是核心，相关要素将产生共振效应



渠道

■ 以智能手机为代表的智能设备种类会增加，移动营销的渠道会聚焦在智能设备上。同时，智能互联的规模和模式将进一步扩展，设备之间更大的协作互动将会出现，为连续的环境数字新体验奠定渠道基础。



数据

■ 智能最核心的模块在于算法和数据，算法源于大数据，在足够体量的数据支撑下，通过算法的不断精进来优化数据，算法和数据互相成就，协同挖掘出有效的洞察和策略，全方位成就移动营销智能化。



场景

■ 随着物联网的发展和繁荣，智能设备渗透到用户生活的各个角落成为可能，带来的是用户生活场景数据的丰富，多场景数据联通下，将更精确的预测用户的下一个场景行为，真正实现一对一的个性化营销。



体验

■ 智能营销带来的精准程度，将在一定程度上降低用户对广告的抵触情绪，用户体验会更好，同时，随着AR、VR、MR技术的不断成熟，用户的接受程度越来越高，营销科技体验感也会越来越强。

移动营销相关企业发展概况综述

企业市场活力不断增强，面临的挑战会更多元和复杂

在众多行业当中营销有他的特殊性存在，市场繁荣时，企业会试图通过投入大量预算，不断在市场上发出声音，从而在竞争对手中脱颖而出，尤其对于初创企业来说，营销的重要性不言而喻。相反，市场活力衰退时，营销也会愈发紧迫和必要，通过营销来实现销售增长是企业不能忽视和放弃的增长手段。因此，在当下的市场环境下，营销相关企业的市场活力依然会不断增强，同时，从企业的资本动作及运用技术的程度来看，伴随着多变的营销环境，营销企业面临的挑战和困难也将更多元和复杂。

移动营销相关企业发展概况综述



营销供应商分类及特点分析

营销供应商是指服务产业链两端的一方，多年服务经验造就了自己的优势壁垒。多变的营销浪潮下，颠覆型选手将不断涌现；



营销企业所用技术梳理

营销作为嗅觉敏锐的行业，一直关注新技术的发展并将技术应用到营销中来。目前，所用技术包括云计算、大数据、人工智能、物联网等；



营销企业相关资本动作梳理

目前来看，技术是营销发展最重要的推动力，营销企业因势而势，通过投资技术企业和制定相关战略，来实现自己的繁荣发展；

移动营销供应商分类及特点分析

关键要素的有效整合是营销企业的发展关键

营销供应商可分为媒介主导型、整合营销型、社会化营销、创意主导型、技术主导型、数据服务型六大类，每一种类型是根据营销发展历程当中所显现的关键要素所划分的，目前，多关键要素已经处于融合状态，朝整合营销方向发展。与此同时，艾瑞通过访谈了解到，大部分营销供应商都在做整合营销战略布局，在自身所具备的优势壁垒之上，不断的去尝试和触及更多的营销业务类型，希望能通过整合营销的手段，帮助客户实现传播活动一元化，从而使企业实现销售成本的低成本化，营销效果的高冲击力。

营销供应商分类及特点分析

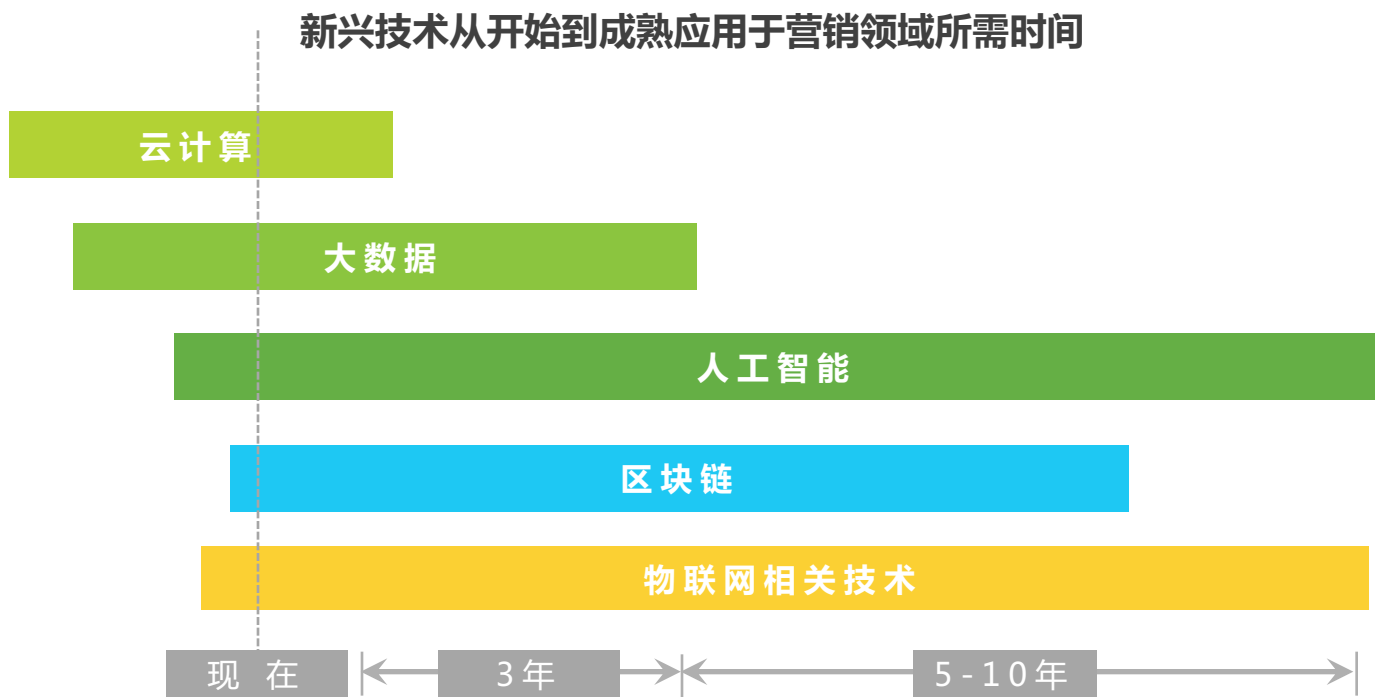
	媒介主导型	整合营销型	社会化营销
特点分析	<p>媒介资源雄厚，系统媒介资源调研及先进媒介工具的开发是核心优势；</p> <p>代表企业 分众传媒 新意互动 艾德思奇 群邑集团 ...</p>	<p>综合实力强，营销工具和手段结合，渠道配合、内容互助及人力部署的整合；</p> <p>代表企业 蓝标集团 省广股份 利欧股份 昌荣集团 ...</p>	<p>社交思维主导，用户自传播力强，传播速度快，成本相对较低；</p> <p>代表企业 时趣 环时互动 微播易 微传播 ...</p>
	创意主导型	技术主导型	数据服务型
特点分析	<p>核心在于创意性，依靠个性化的思路和创意帮助客户解决他们面临的问题；</p> <p>代表企业 奥美互动 天与空 有门 李戈斯雷尼 ...</p>	<p>增长的新动力，用技术帮助数据变现，变现背后是人力的有效辅助；</p> <p>代表企业 品友互动 悠易互通 亿起联 璧合科技 ...</p>	<p>挖掘数据背后的洞察，找到别人看不到的营销机会，并制定相应的营销策略；</p> <p>代表企业 艾瑞咨询 尼尔森 益普索 勾正数据 ...</p>

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

移动营销相关企业所用技术梳理

大部分的新兴技术都将快速应用于企业营销

对于营销企业而言，云计算和大数据的应用已经十分普及；人工智能也崭露头角，推动智能化营销的发展；源起于金融科技的区块链技术则开始解决营销中的透明和安全问题。不久的将来，随着物联网相关技术的成熟，在智能感知的环境中，伴随着场景变迁，营销将更加无处不在。营销从来没有缺席过每一次新兴技术的应用，这一波浪潮也不例外，艾瑞分析认为，人工智能、区块链、物联网相关技术等营销领域中，从应用到成熟至少需要5-10年的时间。



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

移动营销相关企业资本动作梳理

AI营销作为优质赛道受资本青睐，融资数量金额均增长

人工智能领域近年来一直受到资本的格外关注，AI+营销也相应地迎来大量的资本注入。据统计，国内目前直接服务于AI+营销的公司约199家，获投金额共计145亿人民币。其中在2018年的8个月间，AI+营销领域就产生了24笔投资时间，平均每月超过2件。与此同时，BAT企业都在做人工智能方面的布局，根据其提及的人工智能的收益情况，百度的研发费用从2016年的人民币100亿元（16亿美元）增加到2017年的人民币129亿元（20亿美元）；2018年4月阿里投资了极链科技Video++，进一步加强了AI+文娱产业的商业化布局。2018年5月腾讯投资燧原科技公司，燧原科技今年2018年3月成立于上海，在上海和北京设有研发中心。其产品是针对云端数据中心开发的深度学习高端芯片，定位于人工智能训练平台。

AI+营销企业融资现状



BAT企业关于AI相关资本动作

自2014年以来，百度，阿里巴巴和腾讯参与了39项创业公司的股权交易，这些创业公司主要研发AI软件和AI芯片。百度投资了11个不同类别的AI公司，包括新闻和媒体、医疗保健、AI芯片和广告等。

根据其提及人工智能的收益情况，百度的研发费用从2016年的人民币100亿元（16亿美元）增加到2017年的人民币129亿元（20亿美元），这些费用主要用于在中国和加州的研发部门的薪酬支出，这些研发部门主要专注于AI。

2018年4月阿里投资了极链科技Video++，进一步加强了AI+文娱业的商业化布局。2018年8月阿里巴巴投资探迹科技布局AI销售领域，在对AI初创公司的投资上，阿里巴巴多次强调AI技术与商业场景的深度结合。

2018年5月腾讯投资燧原科技公司，燧原科技今年2018年3月成立于上海，在上海和北京设有研发中心。其产品是针对云端数据中心开发的深度学习高端芯片，定位于人工智能训练平台。

中国移动营销相关企业发展概况

1

中国移动营销典型企业分析

2

案例选择说明

按照营销产业链的维度划分，参与营销的企业主要有广告主、营销供应商、媒体三大类型。广告主作为产业链的开端和需求释放端，在产业链当中起到了关键性作用，营销供应商则作为服务方，通过服务于产业链两端，来提升竞争力，媒体是输出窗口，负责传递广告主想要传播的品牌信息。

本报告在核心企业介绍部分，重点选取了媒体和营销供应商两大类型企业，希望能通过观察媒体和营销供应商在服务模式上的变化来窥探整个行业的变化与发展。

注：本报告企业案例是按照首字母进行排序，除此之外，由于时间和篇幅的限制，未能将所有优秀企业呈现在报告当中，敬请谅解。

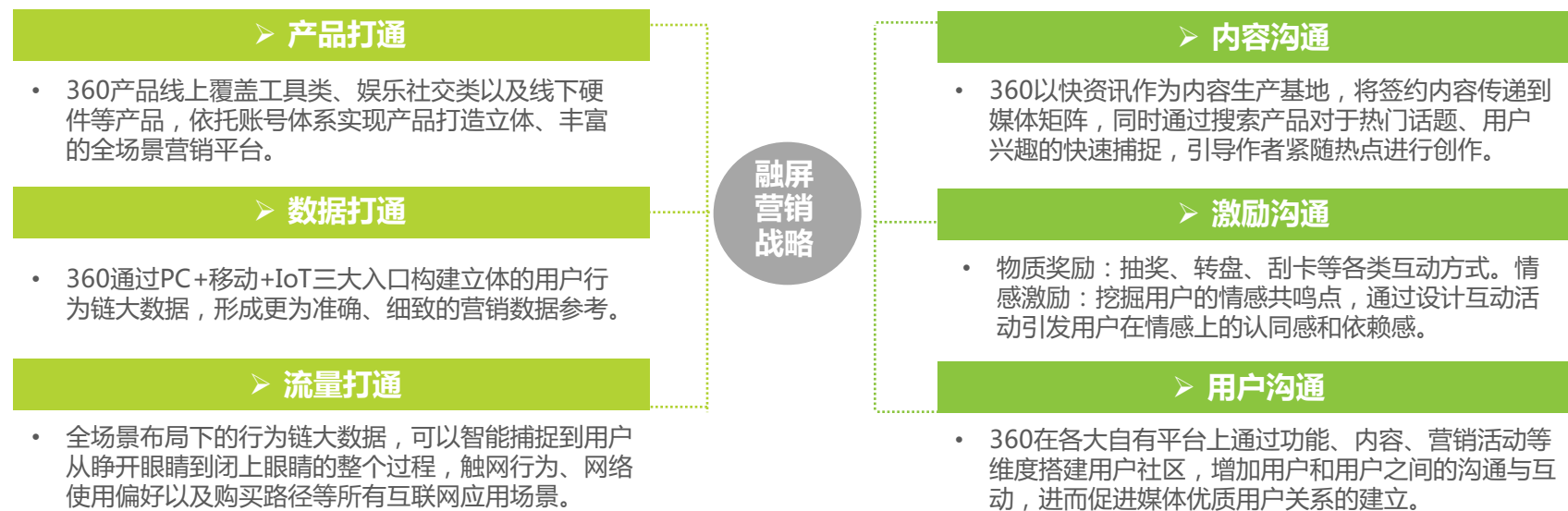


多维产品数据、信息打通，赋能融屏营销战略布局

简介：奇虎360，中国最大的互联网安全公司之一，360致力于通过提供高品质的免费安全服务，为中国互联网用户解决上网时遇到的各种安全问题。

融屏营销战略：随着用户的行为需要通过跨多个屏幕和设备来共同完成，跨屏应用的连接越来越紧密，在此趋势下，360开启融屏营销战略布局。融屏营销的基础是对用户行为链的理解和覆盖，360拥有足够的用户产品规模 and 商业化能力，其大安全生态链以智能安全为核心7*24小时全面覆盖用户生活的方方面面。同时，PC、移动、IoT三大入口构建立体的用户行为链大数据，能深入理解用户行为，能对标签进行精细划分。

360融屏营销战略布局



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

营销案例展示：360×荒野行动

不止于线上线下，全场景融屏营销引爆“荒野行动”

营销背景

- 通过行为链大数据深挖玩家网络行为，多场景融屏引爆“吃鸡”风潮。

营销策略

- 场景覆盖：融合360媒体矩阵线上线下多个产品，触达用户从早至晚的每一个触媒场景，实现场景全覆盖；
- 形式覆盖：根据用户在各个时段场景触媒习惯，定制不同的广告形式，进一步实现精准触达。

营销效果

- PC+移动总展现量41亿，PC+移动总点击数达2500万。

360×荒野行动融屏营销案例展示



来源：根据公开资料，企业访谈整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：凤凰网

凤凰移动营销平台：全资源程序化，助力品牌投放

简介：凤凰网（凤凰新媒体，纽交所代码：FENG）创建于1998年，是全球领先的跨平台网络新媒体公司，旗下拥有综合门户凤凰网、凤凰新闻客户端、手机凤凰网、凤凰视频等平台，依托全媒体平台优势布局风视频、风直播、大风号等产品，秉承“中华情怀，全球视野，包容开放，进步力量”的媒体理念，为主流华人提供跨平台整合无缝衔接的新媒体优质内容与服务。

移动营销平台：凤凰旗下凤眼和凤翼两大平台致力于为广告主提供全方位移动营销服务，凤眼系统服务于广告投放前，基于客户营销目标，结合内容阅读、用户属性及消费倾向数据以及海量品牌新闻及舆情信息，为客户的品牌传播、内容投放、用户洞察，提供数据指引。凤翼程序化平台则为客户提供精准投放服务，凤翼依托凤凰网数亿级用户数据，率先在用户基础数据（包括用户属性、行为兴趣、浏览场景和合作方数据）积累上占据了得天独厚的优势，能帮助品牌全方位了解用户，并判识用户兴趣点所在。

凤凰移动营销平台介绍



营销案例展示：凤凰×东风雪铁龙

精准覆盖定向区域人群，促进销售转化

案例背景

- 3月6日C3-XR 2018款推出金融促销政策，消费者可享受购车超低利率、超优期限、超快审批以及超级礼包。借助凤翼品牌程序化广告，靶向重点销售区域，宣传金融政策并促进销售转化。

营销策略

- 凤眼营销平台（1）核心用户洞察：雪铁龙C3-XR感兴趣的用户男女比例接近，男性偏多，未婚及新婚人群占大多数，处于生活和事业刚刚起步的阶段，“买车”是非常重要的未来发展计划。（2）核心用户地域分布分析，用户主要分布在湖北、四川、山东、河南、江苏、河北、安徽、云南、江西、贵州等地域；

精准投放

- 凤翼品牌程序化广告平台，定向十大重点销售区域，宣传金融政策并促进销售转化；

营销效果



10省投放情况分析

- ✓ 整体转化率优于日常投放；
- ✓ 其中，四川省投放量最大，其次为湖北、山东、河南、江西；大体量投放中，江西省投放转化效果最佳，可以作为重点销售转化区域，加强沟通；
- ✓ 投放量较少的安徽、云南、江苏、贵州、河北，转化率相对都更高，尤其河北省，虽然投放量小，可以考虑增加投放量。

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

腾讯社交广告平台：社交产品助阵，链接营销服务能力

简介：深圳市腾讯计算机系统有限公司成立于1998年11月，由马化腾、张志东、许晨晔、陈一丹、曾李青五位创始人共同创立。是中国最大的互联网综合服务提供商之一，也是中国服务用户最多的互联网企业之一。

腾讯社交广告平台：通过对社交平台微信、QQ等平台数据进行深入分析而产生的众多标签类目，以及不断精进的跨屏定向、人群拓展和智能出价等技术，腾讯社交广告帮助广告主实现在微信、QQ空间、QQ浏览器及第三方优质移动APP等多样广告场景上与8亿用户连接对话，并最终达成营销目标。同时，腾讯社交广告通过数据和能力的开发，与流量主、广告技术合作伙伴展开合作，构建开放共赢的营销生态体系，共同推动数字营销行业发展。

腾讯社交广告平台资源和技术优势



• 广点通数据管理平台

海量社交数据	领先技术创新	保护用户隐私	行业影响力
--------	--------	--------	-------

• oCPA智能出价

使用简易方便	智能计算出价	直达投放目标
--------	--------	--------

• 动态商品广告

社交数据支撑	精准用户触达	规模处理数据	自动智能出价
--------	--------	--------	--------

• 数据标签体系

人口学	垂直行业	设备
行为	自定义	兴趣

营销案例：腾讯×积木家

社交运维激活潜在用户，实现有效品牌曝光

营销背景

- 积木家互联网装修创立于2015年初，专注为年轻人提供高品质低价格的互联网整居全包装修服务，已覆盖全国60多个城市，拥有100多万预约用户，已经服务了5万多个家庭；
- 互联网装修行业竞争激烈，对目标用户要求比较精准，区域性较强，高潜力用户较分散，获客成本高。

营销策略

- 积木家选择腾讯新闻作为首选投放资源，目标人群画像匹配，实现有效大量曝光；
- 持续优化素材和定向，多方面提升广告效果，积木家先后投放了腾讯新闻广告左文右图、通栏大图、三小图等多种规格形态，展示不同装修风格；
- oCPA智能控制获客成本，社交运维激活潜在用户，在投放中采用了oCPA智能出价工具，前期投放中积累的大量用户数据，通过oCPA机器学习历史转化数据，预约数量持续增长的同时表单成本远低于行业平均水平。

营销效果

- 积木家在腾讯新闻广告的投放收获7千万曝光量；
- 3.3万表单预约量，预约成本环比降低20%，远远低于行业平均成本。



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

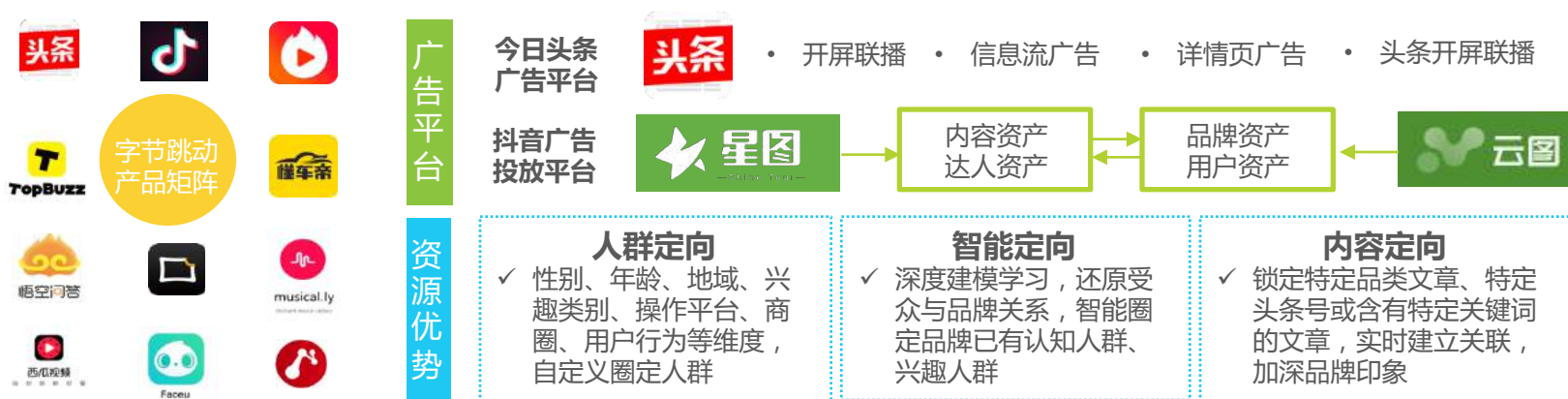
企业：字节跳动

字节跳动广告平台：技术与内容并行，多元矩阵助力营销

简介：字节跳动成立于2012年，是最早将人工智能应用于移动互联网场景的科技企业之一，其独立研发的“今日头条”客户端，通过海量信息采集、深度数据挖掘和用户行为分析，为用户智能推荐个性化信息，从而开创了一种全新的新闻阅读模式。

广告投放平台：今日头条广告平台和抖音广告平台依托字节跳动产品矩阵，通过人工智能采集海量信息，深度数据挖掘和用户行为分析，帮助广告主为用户智能推荐个性化。2018年9月，今日头条广告投放平台正式宣布全面对外开放Marketing API，具备一定技术能力的广告主、代理商和第三方等均可以通过接入Marketing API，借助今日头条强大而高效的投放平台功能，搭建最能满足自身个性化营销需求的内部工具。2018年6月，抖音在营销峰会上提出ACI营销全景的概念，以Dou Ad（抖音商业推广）、Dou Content（抖音原生推广）、Dou Infinity（抖音互动创新）三大板块为支撑，搭建商业生态系统，实现用户与品牌的双向互动与精准触达，同时抖音还预告了云图和星图两款商业产品的发布。其中，星图平台支持于原生推广，通过KOL管理、优质内容管理和内容自动化管理等，搭建原生广告投放平台。

字节跳动广告平台和资源优势



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

营销案例展示：今日头条×青岛

算法技术赋能，多产品联动为“青岛城市”圈粉

营销背景

- 上海合作组织峰会即将在青岛举行，希望能借助峰会的知名度，提升青岛城市影响力。

营销策略

- 借助今日头条大数据、智能算法和智能分发技术，让大家深刻地认识到青岛的美丽，为青岛城市成功圈粉。
- 今日头条、西瓜视频、抖音短视频、头条指数多产品联动，结合手绘风景长图、短视频等多种创意方式展现青岛百态，助力城市传播。

营销效果

- 最终“遇见青岛”专题总展示量高达3896万+；微话题阅读量超368万，单日最高点击率达12.37%。

传播执行

- 在今日头条平台搭建“遇见青岛”专题，手绘、短视频等多种创意展现青岛百态。

- 以“聚势·智行”为主题的今日头条营销中国行在青岛举办，今日头条通过人工智能技术推动区域品牌的营销变革与创新。



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：东信

本地化服务优势明显，用创新科技赋能移动营销

简介：东信点媒，中国领先的整合移动营销专业服务商，旗下拥有点媒Lomark、点媒慧智、点媒DMP、点媒魔盒等多个广告产品，东信点媒深挖广告主需求，凭借丰富的媒体资源、强大的人群分析模型和精准的移动广告投放技术，为广告主提供跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放策略及优化方案，真正实现基于受众的精准购买，成为中国整合移动营销市场强有力的引领者。

移动营销业务模式：定位本地化，聚焦于本地市场，借助大数据分析、云计算、行为定向技术、人群识别模型技术等前沿技术，实现受众的深度挖掘和精准分析，为广告主提供本地化移动整合营销服务，借助多年在媒介资源整合能力、大数据挖掘和分析能力、本地化市场深耕与把握能力三个方面的先发优势，聚焦和深耕LoMA(本地移动广告)细分市场，使广告呈现更丰富有效，全面实现广告目标。

东信产品布局与核心资源梳理

产品布局梳理

• 点媒·品智

- ✓ 为代理商量身打造的移动营销全流程解决方案平台；

• 点媒·魔盒

- ✓ 基于场景用户挖掘，将线上和线下数据结合；

• 点媒·智慧

- ✓ 效果广告SaaS平台；

• 点媒·移动DSP

- ✓ 专业移动广告投放平台；

• Lomark DMP(点媒大数据管理平台)

- ✓ 借助庞大数据挖掘能力，进行人群行为数据实时搜集；

核心资源梳理



十多年深耕本地化市场服务经验，本地化团队及时响应需求；



头部媒体+30万优质中长尾APP资源，共建移动营销服务；



应用智慧雷达技术，实现线下实时场景用户挖掘；



人工智能技术，挖掘最优投放组合，AI机器优化，提升ROI；

营销案例展示：东信× 中海神州半岛

热点借势平台助力，《中海神州半岛》项目登顶

案例背景

- 中海神州半岛，位于海南省万宁市神州半岛上，项目属于一线海景房，整个项目配套完善，海景资源丰富，是天然的潜水和帆船胜地。
- 项目附近有数个网红打卡地，以父亲节为背景，结合项目资源，做了一次大的区域推广活动。

营销策略

- 父亲节热点借势，从家庭和爱的角度出发，引发用户情感共鸣；
- 投放人群集中在80、90等有一定消费能力、爱玩愿意接受新鲜事物群体；
- 今日头条和抖音平台交叉组合投放，今日头条拉动激活新用户，引流到抖音视频平台进行视频传播。

创意执行

在今日头条投放素材引流



抖音平台推广以及视频传播



挑战赛互动



营销效果

- 平均点击前五的兴趣：金融理财、服饰箱包类、生活服务类、医疗健康类、母婴儿童类；
- 曝光人群约有5648800万次，共有141220次点击，平均点击率在2.5%，参与抖音挑战的人数为2312人

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

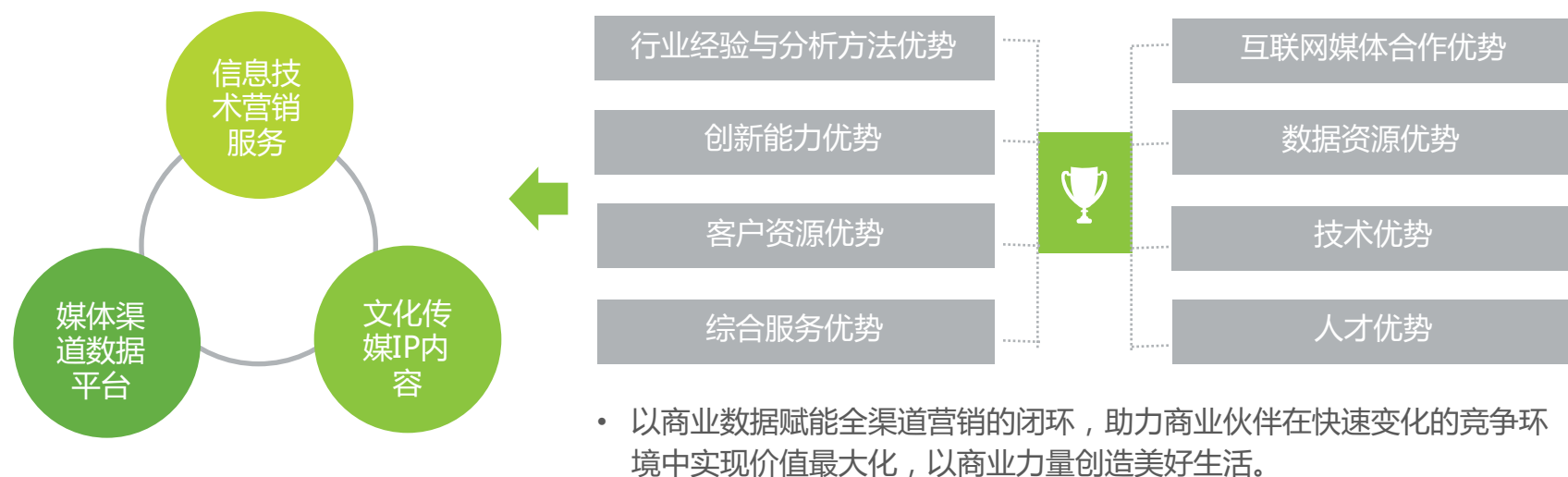
企业：华扬联众

驱动客户增长为核心，整合营销下转化成本降低

简介：前身为北京华扬联众广告有限公司，成立于1994年，自2002年以来一直专注于为客户提供互联网综合营销服务，目前已发展成为国内互联网营销领域内最具竞争力的领先企业之一，公司于2017年8月2日在上交所上市。

整合全渠道营销：华扬联众是以驱动增长为核心、整合全渠道营销的信息技术服务公司，华扬联众秉承为客户提供创造性数字营销整体解决方案的经营理念，以为客户持续提供富有价值和创新性的数字营销服务及产品为使命，通过整合线上、线下流量，协同现有数字营销业务，最大限度为客户降低销售转化成本。

华扬联众三大业务板块与核心优势梳理



营销案例展示：华扬联众×别克

创意突围，多渠道传播助力别克销售逆袭

营销背景

- 每年的七八月，夏日炎炎，高温的刺激下，车市进入销售疲软期，众多消费者处于观望状态，等待金九银十的大力度优惠。

营销策略

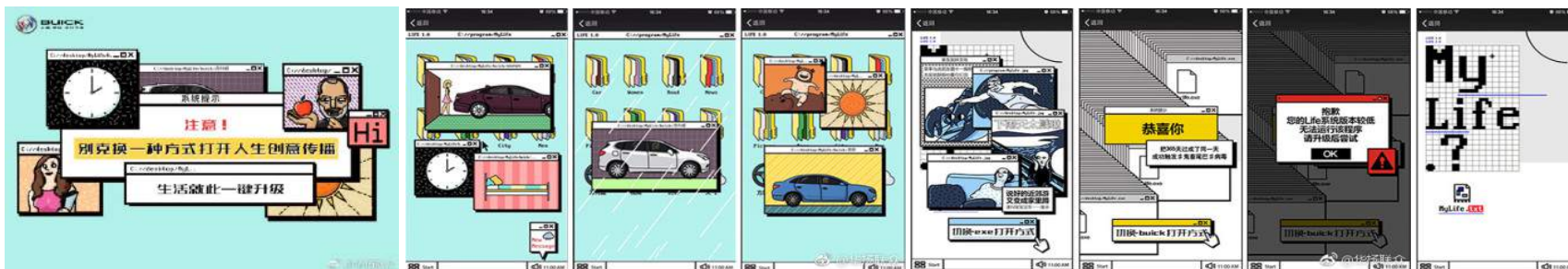
- 直击用户没有车的生活的种种痛点，让用户在销售淡季感受到有车的精彩生活，带来人生的不同打开方式；
- 创意扫码方式，换一种方式打开人生。

营销效果

- 超1亿的用户访问，助力别克全系打破夏日销量淡季，销量逆势上扬，上线以来，别克单月销量突破10万，8月销量环比7月逆势上升25%；
- 83%的访问用户持续停留至预约试驾页面，流失率很低。

传播执行

- 采用新颖的RAP原创音乐+说唱形式，基于微信客户端的传播和扩散 ➡ ➤ 外围媒体，PC/移动各终端呈现精美开机大图和创意BANNER吸引用户 ➡ ➤ 联动新闻资讯社交类媒体多维度多场景直击潜在用户



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：蓝标传媒

科技×服务驱动整合智能营销，出海营销增长迅猛

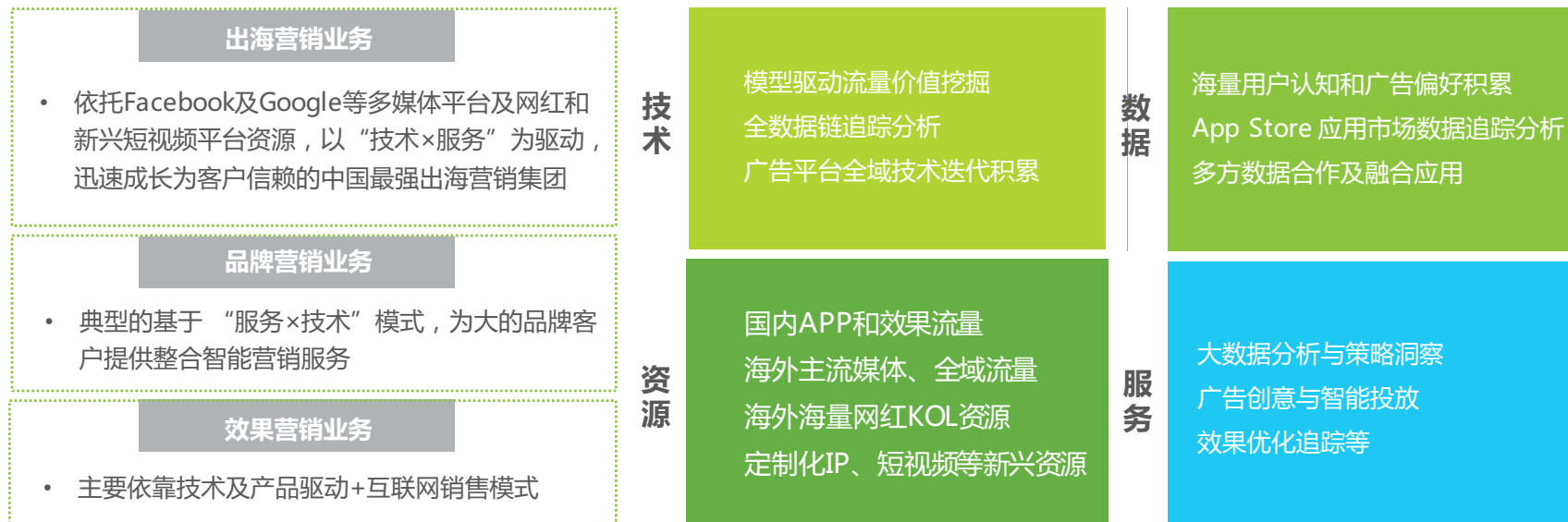
简介：蓝色光标（数字）传媒（以下简称蓝标传媒），是技术、数据和服务驱动的智能型数字广告集团，为客户提供整合的智能营销解决方案，旗下拥有多盟、亿动、蓝瀚互动、品牌中心等子品牌。依靠其技术、数据、服务和资源优势，蓝标传媒为各领域客户提供出海营销、品牌营销和效果营销。2018年，蓝标传媒在出海营销和短视频营销领域增长迅猛，其中出海营销领域，2018年度蓝标传媒出海营销业务已经超过百亿人民币，或已成为全球最大的独立出海营销公司。

整合智能营销平台：作为综合性智能营销领域的代表，蓝标传媒一直专注于为客户提供智能营销解决方案。服务覆盖客户营销的全生命周期，从大数据分析、策略洞察、用户画像、广告创意与智能投放到效果追踪优化等。

技术 × 服务的全新商业模式

蓝标传媒营销业务线

蓝标传媒营销核心优势



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

营销案例展示：蓝标传媒×Jeep

足球热×潜客数据洞察，打造定制IP，实现Jeep品牌大曝光

营销背景

- 紧扣2018年俄罗斯世界杯脉搏，在超级流量“全民足球热”引爆之前，蓝标传媒基于宏观环境分析和目标用户大数据分析洞察，为广汽菲克新上市的旗舰产品之一——全新Jeep大指挥官（一款国产大七座SUV），策划了具有开拓性的原创IP、国内首档体育跨界综艺秀《高能卡位·世界波》节目，并以此IP为核心提供360度整合营销服务。

营销目标




- 在同级别的30万合资大七座SUV中还有多款车型，市场竞争较为激烈。如何快速打破如今同级别SUV汽车的市场局面，从认知度、对比度及购买意向上均超越竞争对手，成为此次的营销重点。

案例亮点

- 课题设立之初对Jeep大指挥官目标受众的相关数据进行了深入地洞察和分析，发现其在体育，文化，旅游相关话题的关注度和偏好度都较高，基于此背景邀请了高晓松，卡卡，苏东与全新Jeep大指挥官共同出场。在营销策略中深刻剖析了目标用户的触媒习惯后选择移动端作为营销的主阵地，引入优酷优质流量助力节目热播，为品牌带来了广泛的关注，为产品上市赢得了极大声量。



营销效果

-  网络播放量：12期，平均每期正片加花絮全网播放量近千万，播放总量破亿
-  微博话题量：破亿（所有跟节目相关的微博tag话题阅读量总和1亿）
-  节目报道：报道量2,000+篇，节目播出后为销售增加6万条销售线索

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。




企业：摩邑诚

精准洞察下，用技术与数据打通营销全链

企业简介：摩邑诚是全球范围内领先的全链TA营销服务平台，摩邑诚在2017年成为Facebook中国区优质广告合作伙伴，在AppsFlyer发布的2018年首份广告平台综合表现报告 - 大中华区游戏类iOS实力榜单中排名前列。从为国内外品牌及移动开发者提供移动端流量变现及数字营销服务，到通过多维度的数据沉淀、资深用户洞察能力及全案运作经验为品牌洞察到精准的目标受众，摩邑诚更懂TA。

移动营销业务模式：摩邑诚依托完善的移动营销推广生态圈，为品牌提供基于深度洞察、精准定位TA（Target Audiences 目标受众）的全链营销解决方案。通过智能流量分析、智能广告生成、智能投放决策、智能效果分析、智能优化、预测建模及机器学习技术等精准洞察优势及全案营销策略，帮助品牌快速找到核心目标受众，同时带来营销实效。

摩邑诚产品与核心优势梳理

产 品 梳 理	GoldenTraffic	核心优势		
	<ul style="list-style-type: none">专注投放优化全智能、数据价值最大化效果投放平台。聚焦头部优质媒体，利用技术和创意实现质量和量级双保证；			
	MobCastle <ul style="list-style-type: none">专注于移动效果类广告投放的平台，以iOS端移动流量为基础，聚集头部及中小媒体资源，以广告实际投放结果为结算依据，可为广告主提供更多选择和价值；			
	MobCobra <ul style="list-style-type: none">专注于开发者流量变现的SDK平台（以视频为主），通过专业的流量运营模式，助力开发者实现流量价值最大化；			
	出海营销CPI平台 <ul style="list-style-type: none">整合海外多样优质媒体资源，打造灵活可控的高性价比流量池，日均激活量80万+；			
		✓ 打造移动营销全链，覆盖移动端2400亿+全球月均流量，覆盖移动端90%用户约6.25亿，跨国内及海外全媒体矩阵；	✓ 多维技术支持、护航实效营销：拥有11大定向技术，智能素材编辑系统，实现智能化投放；	✓ 19类情感倾向标签，21类行业标签、159类行为兴趣标签，28类人口属性标签，13000+目标受众标签...打通数据链条，精细还原用户画像。

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

营销案例展示：摩邑诚×剑之荣耀

借势人气动漫IP，深度连接《剑之荣耀》目标人群

案例背景

- “剑之荣耀”是一款无职业无锁定自由战斗的二次元MMORPG手游，包体1G，虽然受二次元核心受众认可，但依旧面临市场细分资源有限、常规渠道核心用户难以挖掘、泛用户成本高等营销难题；
- 本次全案推广需要在控制运营成本的基础上，深度挖掘泛客户人群。

营销策略

- 除常规投放渠道外，启用10个首次商业化的动漫类APP展开合作；
- 组合投放辅助苹果推荐，运用管理机制，平衡ROI与大量新增，控制成本，完善推广过程。

案例亮点

- 全职高手的主角IP植入，游戏内NPC植入、新手引导
- 3次测试，积累上百套优质素材
- 深挖10余个垂直动漫类APP，均是首次商业化
- 覆盖关键词7000+，助力提升榜单排名



投放效果

广告组合投放辅助苹果推荐，在周末集中爆发，最高总榜33名。当到达高榜位后，结合自然吸量+关键词权重积累，持续带来新增，持续在榜；

在包体1G前提下，公测推广后，次日留存率38%、七日留存率15%，获得苹果大图推荐。广告素材点击率：2%~5%，广告转化率：7%~10%。

企业：品友互动

以“AI+大数据”为主线，营销战略稳中有新

简介：品友互动成立于2008年，在北京、上海、广州、硅谷和西雅图设有办公室（截至2016年8月）。品友互动拥有中国人群分析数据库，获得中国业界《智能广告投放系统》软件著作权，其自主研发的OPTIMUS优驰™系统是基于大数据的广告智能优化平台

人工智能决策平台：数字营销决策是企业商业决策中常见的运用领域市场巨大，品友通过大量优质的数据、强大的计算能力和不断优化的算法将自己打造成行业内领先的企业。随着AI营销时代的来临，品友将自身传统优势项目与人工智能技术相结合，实现服务升级，成功打造DMP/MIP（Marketing Intelligence Platform）人工智能营销决策平台，充分实现与B端广告主的对接，从受众洞察、产品研发、创意生成等5大方面赋予广告主自主AI营销的能力，实现产品与客户的100%契合，摆脱排异，让广告主更从容地使用AI优化自身的营销策略。

品友互动两大核心AI技术介绍

AI技术 品友AI Lab-赋能商业决策

中国数字广告人群类目体系（DAAT）

中国数字广告行业中较早且较大的人群标签体系，超过6000个细分的营销分类

优驰智能投放引擎

基于大数据的人工智能投放引擎，支持实时大规模的反作弊、推荐、转化预估、点击率预估等全维度的智能投放策略

自动海量实验算法平台

基于多种条件实验策略自动设计和数据自动反馈闭环，自动优化实验演化路径，以从数千种路径中找到营销方案，并输出洞察方案。

AI技术 福尔摩斯-数据云

数据云技术

福尔摩斯，是一种新的客户数据云技术，从数据收集和大型数据集的处理，到运行高级分析，最终将洞察变为营销决策活动。

可定制的分析工具

福尔摩斯的分析模型是为提取高级和详细的客户洞察而构建的。战略客户可以根据用例选择每个分析模型，可以不限次数运行。

数据收集和运行功能

通过消费者触点和数据源，福尔摩斯向战略客户提供收集或接受数据所需的且没有技术要求的工具。

研究成果

平台优势

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

营销案例展示：品友×某电商企业大促

精准投放策略，拉动电商人群提升转化率

案例背景

- 某电商平台一年一次的大促节日，整个大促需要在全网快速预热，大促预热期预算逐渐增多，覆盖更多用户告知大促活动信息并为网站引流提升用户预付款转化率。大促爆发期预算加倍投放，高频找回访客人群促进销售转化及尾款的支付。余热期及常规投放期，削减预算维持投放效果。

营销策略

- 大促期间流量竞争激烈，品友主要以前期探测出来的媒体及优质点位重点投放，寻找有购买意向的新老用户同时确保控制UV成本。

案例亮点

- 品友原生动态创意解决方案助力电商平台访客找回效果提升
- 动态信息创意解决千人千面创意制作问题，投放素材内容更精准
- 媒体资源（多元化）+创意设计（多样化）+人群+算法优化（定制化），联动提升效果。



营销效果

- PC端1-20号共计曝光13.5亿次，吸引337万人入站，为某电商平台在大促期间低价引入更多优质流量。
- 整体事业部在大促期间投放效果较618更好，整体投放ROI高达1.2%，远超客户预期。

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：时趣互动

数据、技术支撑，打造以人为核心的社交营销

简介：时趣互动（北京）科技有限公司成立于2011年，是中国整合数字营销解决方案公司，为品牌提供技术驱动的综合营销解决方案，

移动社交营销解决方案提供商：时趣每年都会推出“年度营销趋势方法论”。从2011年开始，时趣推出的波纹理论1-2、数据驱动、商业结果闭环、精细化管理SCRM、营销场景等理论与营销工具。时趣技术与创意的融合体现在客户能直观感受的服务过程中。技术和数据团队紧紧围绕创意和策略团队，用数据来佐证战略设计，通过开放的消费者洞察，来降低决策风险。

时趣互动产品介绍与核心优势梳理

产品梳理

智能数据管理平台



全方位发现用户特征
精细化营销过程监测
品牌口碑及舆情监测

社会化客户关系管理系统



精细化粉丝运营
自动化的个性营销
会员制的营销体系

核心优势

社交商业战略



社交资产诊断
社交品牌定位
社交战略规划

社交品牌和流量管理



社交内容策略制定
社交媒介采买与管理
社交品牌传播

社交体验管理



社交场景发现
用户画像与互动管理
消费者历程设计

社交销售提升



社交新品发布
老带新激活
社交代销

营销案例展示：时趣互动×飘柔

网络用语天然借势，成就飘柔品牌社交力

营销背景

- 飘柔作为中国洗护发市场第一大渗透率的品牌，一直希望能够在品牌和产品两端同时引领消费升级。而在对品牌进行塑造，进阶为更高端品牌的同时，却仍然能以平价的优势占领市场，这其实是快消品，尤其是个护化妆品类的最好方向。对这样市场战略来说，每一次传播，效果+品牌的双重效果，则尤为重要。

营销策略

- 首创了全新社交电商链路，以电商+IP+PR/直播+Social联动的方式，展示了如何从效果上升到品牌的传播方式。

传播执行

- #江一燕“吸”位出道#话题引爆，吸等同于C，具备天然网络关注度
- 江一燕直播视频预告，与飘柔、苏宁品牌官微二度联合曝光，为流量加持
- 流量聚合后，在苏宁超级店以江一燕直播形式推出新品，直接拉动转化



营销效果

- 预告视频短片就达到了34万+次播放，互动量15000+；
- 通过平台资源+明星流量的双重引导，最终也使线上直播达到了近10万人次观看量，65000+次的点赞量。

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：天与空

成长于4A，受惠于4A，为本土创意拨开雾霾

简介：天与空成立于2013年双11，由4位国际4A金狮级创意人杨烨炘、邓斌、黄海波、肖坤联合创立。2013年11月，天与空发布“4A升级版”，引发行业大讨论，推动了传统4A广告公司、数字营销公司、公关公司的升级和融合。

以创意为核心的广告营销企业：天与空保留旧4A的国际视野和基本龙骨，在新形势下调整不合理的运营模式，使公司的创意质量、广告效果、营销实战、商业竞争力等方面有大幅度的提升。独立创意公司最大的特点是以创意为核心，去整合传统营销的每一个环节，形成一个以创意为核心的营销的闭环。

天与空事业部划分情况及创意法则梳理

- 七个创意事业群，主要以创意事业群为单元进行市场拓展

- ✓ 每个创意事业群平均控制在10人左右，使得他们能够集中精力服务1至2个客户。
- ✓ 事业群里面的每个人也都需要具备跨媒体传播思维和跨界营销能力，包括公关、数字营销、设计、策略、文案等多个人才。



营销案例展示：天与空×生活家家居

以情动人，白发创意传递“生活家家居”品牌情怀

案例背景

- 随着中国城镇化一路高歌猛进，去往大城市工作生活的人越来越多。因为工作繁忙、经济窘迫、逼问催婚、观念差异等原因，导致春节不回家看望老人的现象愈演愈烈，以孝为先的中华优秀传统文化和伦理道德备受冲击。

营销策略

- 天与空洞察到父母和孩子之间的牵绊，抓住白发这一能代表父母老去的象征作为主题，用白发唤起每个在外的孩子对父母和家思念，自然带出生活家家居的品牌精神。

案例亮点

- 白发家书事件发酵-三位老人用自己平时收集的白头发，一针一针耐心绣成家书
- 巨型艺术装置展览-由2061个装有老人白头发的瓶子组成，呈现出一个立体的“家”字在某商场展览



来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

企业：新意互动

数据化引领汽车营销，打造营销行为可视化效果

简介：北京新意互动数字技术有限公司（CIG）成立于2002年12月，在全国范围内拥有近1000名专业员工。凭借10余年丰富的网络营销全案代理经验，已成功为120余家企业提供过极具创意的数字整合营销服务，始终专注汽车行业，使其成为专业的汽车行业数字营销解决方案提供商。

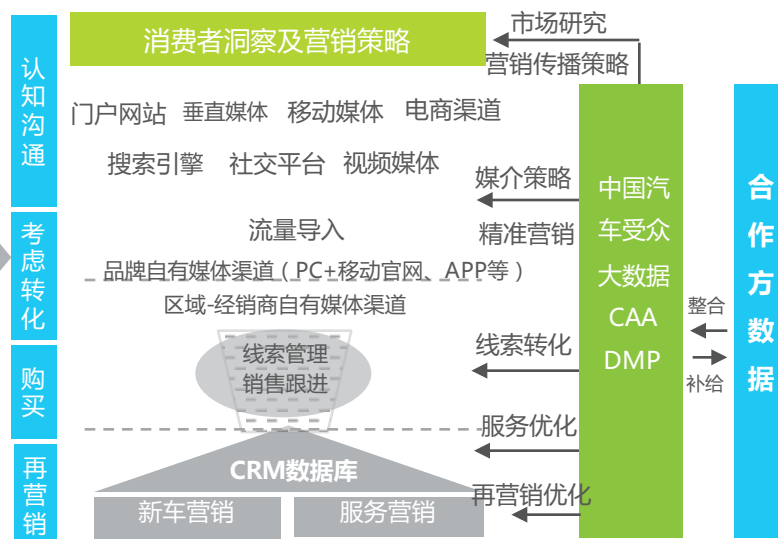
智慧汽车营销价值伙伴：新意互动给自己的定位是“智慧汽车营销价值伙伴”，并将互联网广告、社会化媒体营销等多种营销方式进行多样化结合，从而帮助车企实现从线上到线下、从传统到数字的有效结合。新意互动凭借十余年积累的CAA中国汽车受众大数据库，将所有汽车品牌潜在用户的页面浏览行为进行直接线性呈现，从而得到最直观的洞察。

新意互动业务模块梳理



数据-十六年积累的CAA汽车受众大数据库
经验-多年深耕汽车品牌数字营销的丰富经验
创意-汇集国内外资深互动创意人才的创意中心，是中国强大互动创意机构

中国汽车受众大数据应用



营销案例展示：新意互动×奥迪

跳出新年温情套路，用创意玩出奥迪的不一样

案例介绍

- 以#GOOOO HOME#为主题，狗狗为主角，描述了狗狗在跟随主人回家路上的内心独白，戏精表演可以给到100分，同时画风也非常的温暖治愈。

创意传播



案例亮点

- 契合2018狗年热点，奥迪放下高高在上的品牌身段，用狗狗来讲述团圆故事，从各种温情红海中跳脱出来，降低了用户的防备心理，充分表达了奥迪不忽视每一份团圆的期待，不忽视身边人的温暖主张；
- “GOOOO HOME”主题的名字部分，使用了“GOOOO”人造词，既形象地表示了回家心切的动作，同时又代表了奥迪的四环，彰显了奥迪品牌的人文关怀和温暖立意。

附录：营销手段梳理

营销方式

社会化营销	场景营销	原生营销	整合营销	精准营销	出海营销	SEM/SEO	口碑营销
网络营销	应用分发	广告联盟	手机预装	话题营销	会展营销	电话推销	人员地推

广告形式

资讯、工具类	开屏广告	banner广告	信息流广告（图文）	信息流广告（视频）	--
下载类	应用商店推广	软件下载站推广	刷榜	推荐广告	--
搜索类	SEM	导航广告	网盟推广		--
线上视频类	视频贴片广告 中插广告	品牌植入 角标广告	节目冠名 口播广告	创可贴广告 弹幕广告	信息流广告 钩子视频（短时免费观看后跳转）
社交媒体类	创意H5动态页面推广 自制短视频推广 广告位展示	论坛贴吧发帖 内容输出（答题、直播等） 订阅号、公众号推广	买水军带节奏 软文 合作KOL，内容、话题策划等	大号带小号 粉丝头条 买热搜	扶持自有自媒体/主播/网红 买粉买赞买转发 粉丝互推
电商类	展示广告	信息流广告	软文、UGC口碑传播	KOL直播、众筹	LBS精准推送通知
传统媒体	电视广告	报纸广告	广播广告	杂志广告	院线广告
线下	线下社群活动、地推 电梯广告	实体店合作活动 机场广告	海报、宣传单 户外大屏广告	人拉人，付费拉人 电话推广	公交/地铁广告 展会物料推广

营销媒介

PC端	视频媒体 搜索	新闻资讯 安全卫士/电脑清理	网站导航 旅游、音乐、教育网站	直播平台 办公管理	社交媒体 分类信息网站	工具类 垂直媒体	游戏 时尚网站	电商 企业服务网站
移动端	视频媒体 电商	新闻资讯 搜索	网站导航 学习教育	直播 女性亲子	短视频 分类信息	社交媒体 汽车服务	工具类 应用商店	游戏 企业服务
智能设备	银行支付	旅游出行	电子阅读	音乐音频	美食外卖	拍摄美化	办公管理	金融理财
户外	VR眼镜	智能手表	智能家居	智能音箱	OTT	--	--	--
传统媒体	电梯	地铁/交通工具	商场大屏	独立广告牌	活动展台	--	--	--
典型媒介	电视	报纸	杂志	广播	院线	--	--	--
	阿里	阿里大文娱	腾讯社交广告	百度	今日头条	快手	爱奇艺	京东
	美团点评	360	小米	网易	新浪微博	wifi-万能钥匙	万达院线	分众传媒

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询