



# 互联网营销概述

欢迎各位同学



# 你知道答案吗？

你知道中国和世界有多少人用互联网吗？





# 你知道答案吗？

当我们每花100元在零售购物时，有多少钱花在网购上？





# 你知道答案吗？

在中国，平均每个用户每年花多少钱在淘系网站购物上？





# 你知道答案吗？

在中国，平均每个人每天花多少时间在手机上？



I finally realized it.  
People are **prisoners**  
of their phones,  
that's why they are  
called **cell** phones.



Spirit Science



# 你知道答案吗？

有多少比例的夫妻是通过网恋认识的？



# 互联网改变了我们的生活







# 互联网正在创造价值

问题：世界上最富有的公司有哪些？



# 中国最具吸引力的公司排行

10. 美团
9. 华为技术
8. 亚马逊
7. 滴滴
6. 特斯拉
5. 蔚来
4. 复星
3. 字节跳动
2. 百度
1. 阿里巴巴

**These are the best companies to work for in China in 2019, according to LinkedIn**

# 我们的课程

我们课程的目标非常明确：我们将介绍互联网是如何改变传统的商业模式，以及企业应该如何应对互联网时代的挑战。具体而言，我们将回答一下的问题：

企业应该如何采集和利用消费者的数据？  
面对互联网营销，消费者应该作什么？  
政府和平台应该如何规管互联网营销？

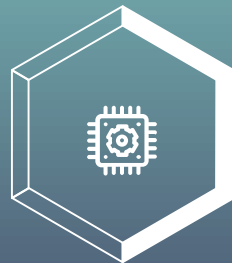
在本课程中，我们将涉及下面的知识



计算机科学



统计学



经济学

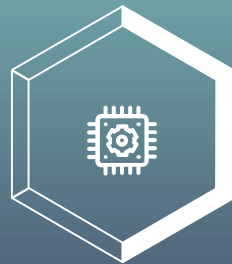
我们帮助各方解答问题：



公司



平台



消费者



# 课程信息和内容设置





# 主讲人

李曦，香港大学商学院副教授（终身教职）

加拿大多伦多大学管理学博士  
香港科技大学工业工程与物流管理硕士  
清华大学计算机科学与技术学士

研究兴趣：算法，大数据与互联网平台  
Email: xili@hku.hk



# 博士生助教

刘佳妮，香港大学商学院博士生。

刘佳妮博士是一位优秀的博士生。她的研究方向涉及人工智能，大数据，心理学等，在国内外顶级期刊投稿和发表了一系列文章，包括Journal of Marketing Research, INFORMS Journal on Computing和我国心理学顶级期刊《心理学报》。

刘佳妮博士将和我共同为给为同学讲授论文写作课。



# 博士生助教

心理学报 2020, Vol. 52, No. 3, 371-385

*Acta Psychologica Sinica*

DOI: 10.3724/SP.J.1041.2020.00371

## “一”人代言的魅力：品牌代言人数 如何影响消费者的品牌态度<sup>\*</sup>

冉雅璇<sup>1</sup> 刘佳妮<sup>1</sup> 张逸石<sup>2</sup> 卫海英<sup>3</sup>

(<sup>1</sup> 中南财经政法大学工商管理学院, 武汉 430073) (<sup>2</sup> 武汉理工大学管理学院, 武汉 430070)

(<sup>3</sup> 暨南大学管理学院, 广州 510632)

# 我的研究

**MARKETING SCIENCE**

Vol. 34, No. 3, May-June 2015, pp. 331-345

ISSN 0732-2399 (print) | ISSN 1526-548X (online)

**informs**

<http://dx.doi.org/10.1287/mksc.2014.0900>

© 2015 INFORMS

## Product and Pricing Decisions in Crowdfunding

Ming Hu, Xi Li, Mengze Shi

Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto, Ontario M5S 3E6, Canada

{[ming.hu@rotman.utoronto.ca](mailto:ming.hu@rotman.utoronto.ca), [xi.li13@rotman.utoronto.ca](mailto:xi.li13@rotman.utoronto.ca), [mshi@rotman.utoronto.ca](mailto:mshi@rotman.utoronto.ca)}

在这篇论文中，我们系统的分析了众筹这一互联网模式，并探讨在众筹下企业应该如何涉及产品以及为他们的产品定价。

# 我的研究



Contents lists available at [ScienceDirect](#)

IJRM

International Journal of Research in Marketing

journal homepage: [www.elsevier.com/locate/ijresmar](http://www.elsevier.com/locate/ijresmar)



Full Length Article

## Video mining: Measuring visual information using automatic methods

Xi Li<sup>a</sup>, Mengze Shi<sup>b</sup>, Xin (Shane) Wang<sup>c,\*</sup>



这篇文章介绍了如何利用人工智能的方法分析视频数据



# 我的研究

Article



AMERICAN MARKETING  
ASSOCIATION

## Transparency of Behavior-Based Pricing

Xi Li , Krista J. Li , and Xin (Shane) Wang

Journal of Marketing Research

2020, Vol. 57(1) 78-99

© American Marketing Association 2019

Article reuse guidelines:

[sagepub.com/journals-permissions](https://sagepub.com/journals-permissions)

DOI: 10.1177/0022243719881448

[journals.sagepub.com/home/mrj](https://journals.sagepub.com/home/mrj)



这篇文章系统性的分析了杀熟这一商业行为。

# 我的研究

## **Reviewing Experts' Restraint from Extremes and Its Impact on Service Providers**

PETER NGUYEN  
XIN (SHANE) WANG  
XI LI  
JUNE COTTE

这篇文章分析了为什么不同用户对同一家餐厅或酒店的评分不同

# 我的研究

## **Audio Mining: The Role of Vocal Tone in Persuasion**

XIN (SHANE) WANG  
SHIJIE LU  
XI LI  
MANSUR KHAMITOV  
NEIL BENDLE

这篇文章提出了一种分析音频数据的方法

# 课程概览

## 互联网营销中的大数据

在互联网时代，企业无不竭尽所能收集社会和消费者的各种数据加以分析的利用。

企业收集哪些数据？他们收集数据来做什么？

如何为大数据分类？企业是怎么分析非结构化的数据的？



# 课程概览

## 数字营销：以众筹网站Kickstarter为例

我们以世界上首屈一指的众筹网站Kickstarter为例，介绍数据对互联网平台的作用。我们将使用真实的平台数据对众筹进行分析，从而为企业做出有建设性的意见。





# 课程概览

## 数字营销：以中介行业为例

在上一节课中，我们介绍了互联网时代新崛起的众筹产业。而这一节课，我们将分析传统产业的数字化的互联网转型。这里，我们将以大陆和香港的两大中介链家和中原地产为例，分析大数据是如何影响这些企业的。

# 课程概览

## 基于消费者数据的定价模型

什么是杀熟？企业为什么要进行杀熟？

除了杀熟，企业还可以利用消费者数据做什么？

这些行为对消费者意味着什么？对企业意味着什么？



# 课程概览

## 消费者隐私保护概述

我们将介绍一些消费者隐私保护法案，如欧盟的General Data Protection Regulation (通用数据保护法案)，中国的《个人信息保护法》等法案，并衡量它们对企业，消费者的影响。





# 课程概览

## 消费者隐私保护概述

除了政府法律的支持，消费者自身也可以使用一些办法保护自己的隐私不被侵犯，如使用VPN，注册新的账户等等，甚至利用技术手段“薅羊毛”。我们将介绍消费者如何保护自己的隐私，以及隐私保护对消费者和企业的影响。





# 课程概览

## 前沿学术问题选讲

我们将介绍互联网营销最新的学术进展：用户生成内容，病毒营销，人工智能，在线广告，现场试验等，为大家拓展研究思路，为未来的研究奠定基础。





# 课程目标





# 课程目标

每位同学选择一个感兴趣的科研问题并进行初步的分析。

在最后一节课，各位同学将展示自己的研究成功。授课老师将进行点评。

希望同学能在博士助教的指导下完成一个简单的论文，并争取投稿到国际期刊或会议。



# 思考题



# 思考題

HKTV Mall（香港电视）是香港地区最大的电商平台，大约相当于香港的淘宝 + 阿里巴巴 + 拼多多。下面是香港电视的购物网页：

GSK 官方旗舰店 >

司各脱 - 維他命C軟糖 - 黑加子雜莓味/蜜桃味#兒童抵抗力#兒童軟糖#維他命C

嬰兒食物 飲品 保健品 保健產品



特價 ~~\$105.00~~  
**\$ 94.50**  價格動向  最快1日送達

已售出 6,000+

禮物優惠

 **\$159送Keigo 食物盒**  
\$159送Keigo 食物盒  
[立即選購 >](#)

換購優惠

加\$98換購優之源產品  
加\$98換購優之源產品  
[立即選購 >](#)

換購優惠

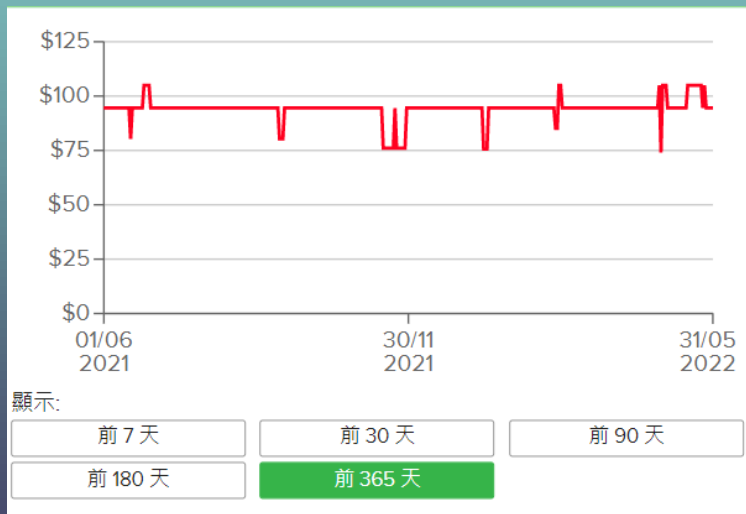
**\$39/\$49/\$59個人護理換購優惠！**  
凡購買指定產品，即可以\$39 / \$49 / \$59 換購精選口腔護理/消毒液產品！...  
[立即選購 >](#)

換購優惠

久光製藥換購優惠！  
久光製藥換購優惠！

# 思考题

不同于淘宝，香港电视为消费者提供产品的历史价格数据：





# 思考题

你觉得香港电视为什么愿意为消费者提供价格历史信息？

价格历史信息对消费者、零售商和平台的意义是什么？



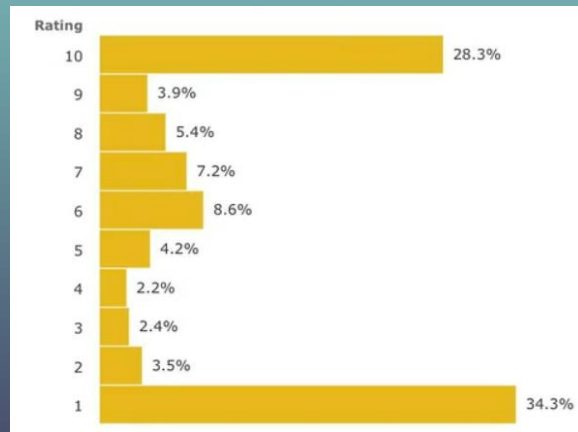
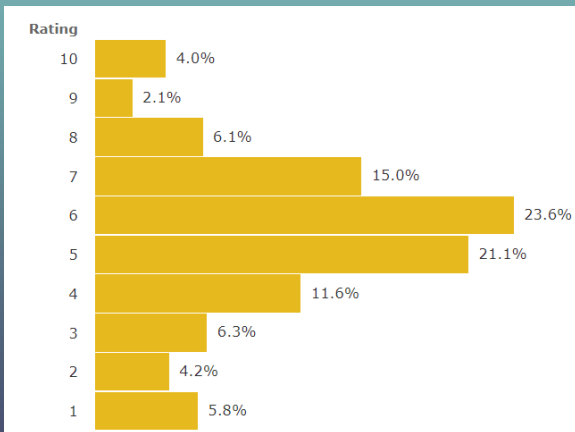
# 思考题

我们在购物的时候，经常根据产品的评论打分来选择购买那个产品：



# 思考题

假设有两部电影，他们的平均分差不多（都是5.4），你觉得哪部电影的票房更好？为什么？



# 学习资料

我们的课程不需要额外的阅读；通过阅读PPT就可以了解我们课程的基础知识。

我们的课程需要用到线性回归，大家如果没有学过线性回归，可以在网上找视频看一看。只要会用线性回归就可以了，不需要彻底掌握线性回归的理论知识。

# 学习资料

此外，感兴趣的同学们还可以参考授课老师在香港大学教授的英文课程：“算法，大数据和在线平台”。所有的课程材料和课件都可以在网上找到：

网址：[https://ximarketing.github.io/\\_pages/teaching/](https://ximarketing.github.io/_pages/teaching/)

密码：MKTMKT