

# 去边界化趋势下的新营销策略 研究报告

2019年



## 消逝的边界：

在经历二十多年的高速增长之后，互联网展现出新特点，包括：**1) 增长转型；2) 竞争升级；3) 边界消逝；4) 巨头生态。**互联网进一步打破时间和空间边界的同时，也打破了内容的边界、产业的边界、线上与线下的边界，另一方面，互联网巨头搭建了丰富的互联网生态，**越来越多的中小企业开始在巨头的基础设施上生长。**



## 扩张的内容：

在整体互联网增长转型的面貌下，内容的崛起成为整个互联网中清晰可见的增长点，随着用户碎片化的触网时间增多，**内容将持续承载用户的互联网剩余时间**，而围绕着内容崛起的趋势，互联网内容的供需情况也将发生巨大变化，**专业化与规模化、垂直化与智能化，成为内容供给的主要方向。**



## 创新的营销：

**营销越来越不是一门艺术，而更表现为一种科学**，一条创意赢天下的营销佳话不再，因此，**广告主需要更加树立科学的营销观**，以指导科学的营销活动。科学的营销观，既在于设定更为合理的营销目标和考核目标，也在于掌握和了解更多的营销技术，**更需要进一步打破边界意识，拥抱一站式营销平台，以全场景、双引擎、广触达、强IP、拓技术为核心，寻求营销的突破点，挖掘营销的新机会。**

消失的边界：平台型APP渐成繁荣生态

1

扩张的内容：智媒多元内容成消费主流

2

创新的营销：智能、原生、场景是核心

3

# 二十余年互联网发展迎来新面貌

## 呈现增长转型、竞争升级、边界消逝、巨头生态四大特征

互联网发展二十余年间，深刻地改变着中国社会的信息传播、文化娱乐、商品流通、社会消费等各方各面，串联起数亿人的生活，也成为推动社会经济发展的重要增长引擎。在经历二十多年的高速增长之后，互联网在今天展现出鲜明的新的特点，总体来看包括：1) **增长转型**：由过去的高速增长，转变为中高速增长；2) **竞争升级**：在存量市场下，对用户的争夺将更为激烈；3) **边界消逝**：互联网进一步打破时间和空间边界的同时，也打破了内容的边界、产业的边界、线上与线下的边界，以及虚拟与现实的边界；4) **巨头生态**：由于互联网巨头已经搭建了丰富的互联网生态，越来越多的中小企业开始在巨头的基础设施上生长，围绕着巨头生态的逻辑，互联网以新的面貌继续发展。

### 二十余年互联网发展的新面貌

#### 增长 转型

由过去的高速增长，转变为中高速增长，互联网将由用户数量增长驱动向用户价值增长驱动转变

#### 竞争 升级

在存量市场下，对用户的争夺将更为激烈，尤其是对用户时间的争夺，将成为互联网未来一段时间内的主旋律

#### 边界 消逝

互联网进一步打破时间和空间边界的同时，也打破了内容的边界、产业的边界、线上与线下的边界，以及虚拟与现实的边界

#### 巨头 生态

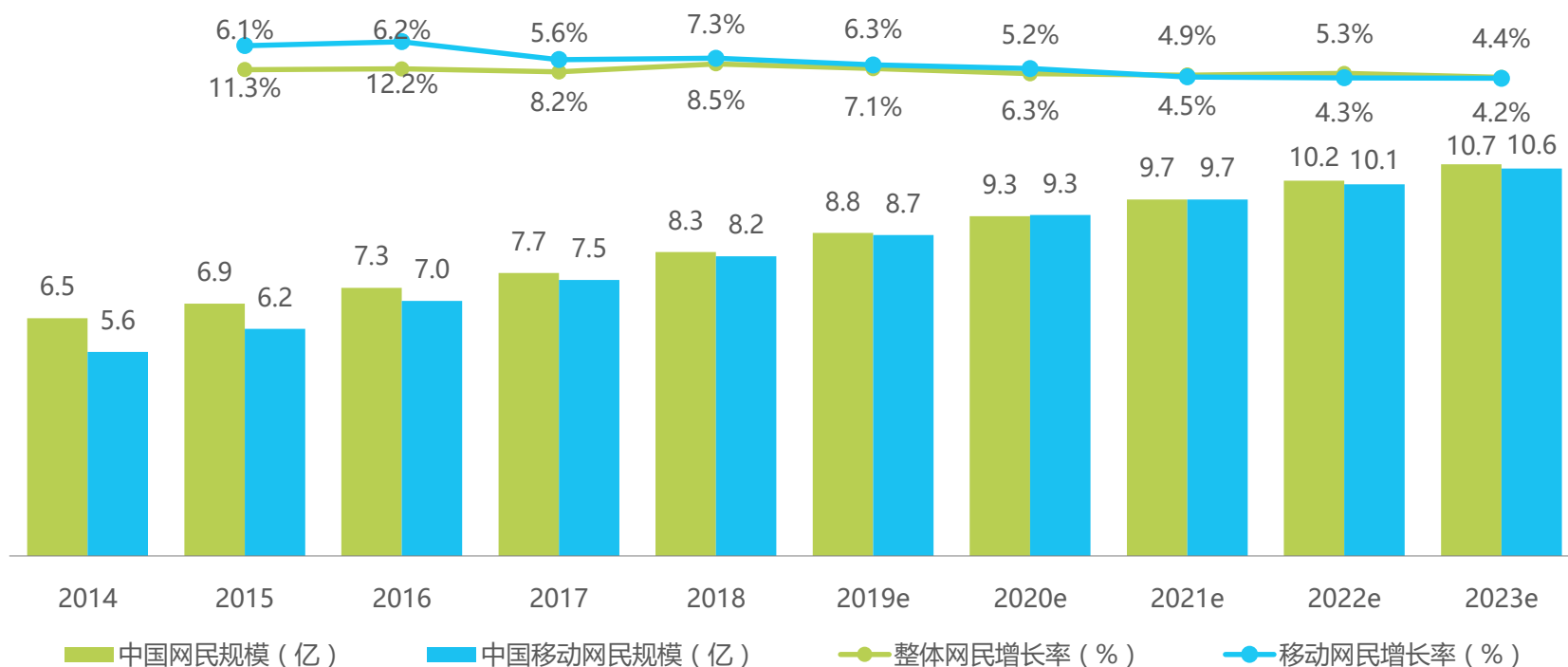
由于互联网巨头已经搭建了丰富的互联网生态，越来越多的中小企业开始在巨头的基础设施上生长

# 增长转型，互联网基本面发生变化

## 由用户数量增长驱动到用户价值增长驱动

随着中国互联网普及率已经接近60%，互联网整体流量增长趋缓，流量争夺战加剧，艾瑞分析认为，无论是PC端，还是移动端，互联网用户增长放缓已成定局，在未来的竞争中，互联网将由用户数量增长驱动向用户价值增长驱动转变。

### 2014-2023年中国整体网民及移动网民规模



来源：2014-2018年全球网民规模来自CNNIC，2019-2023年数据根据艾瑞统计模型预测。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/066013155024010211>