

去边界化趋势下的新营销策略 研究报告

2019年



海量行研报告免费读



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

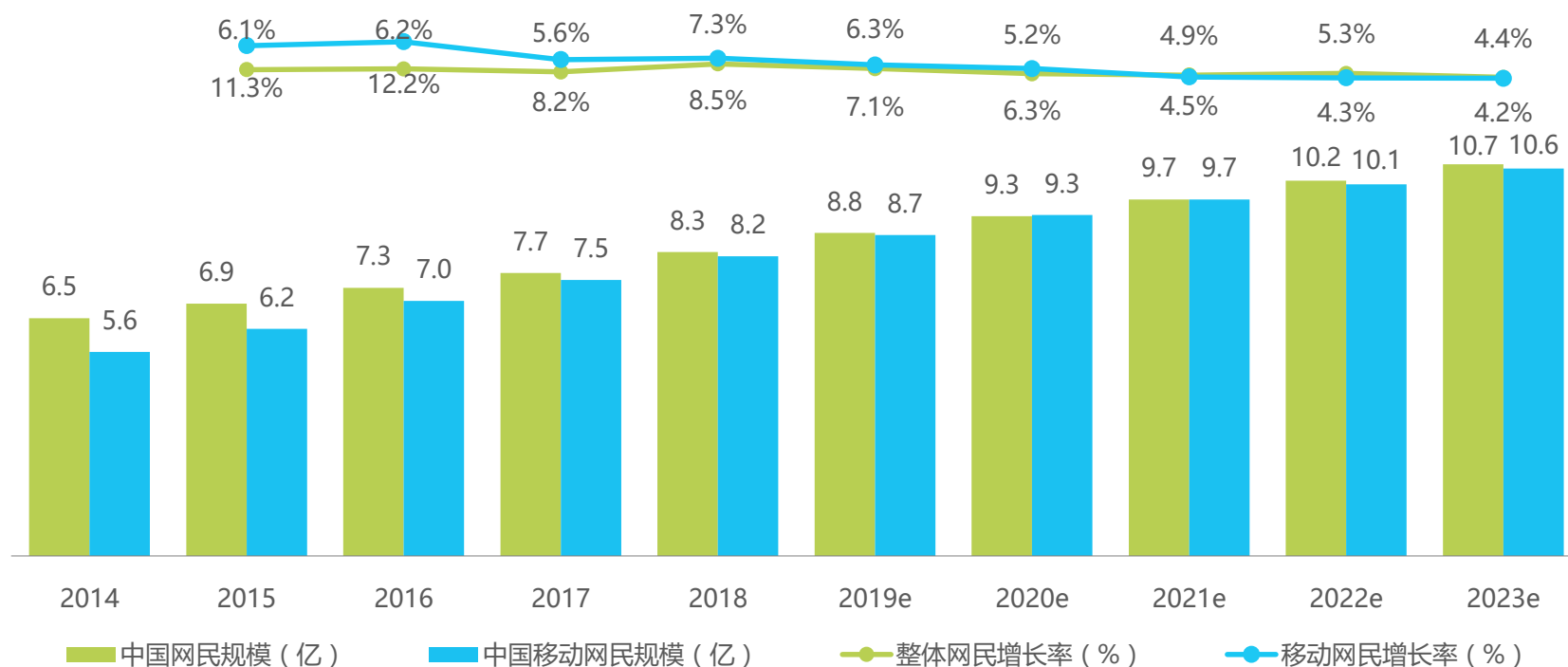
由于互联网巨头已经搭建了丰富的互联网生态，越来越多的中小企业开始在巨头的基础设施上生长

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



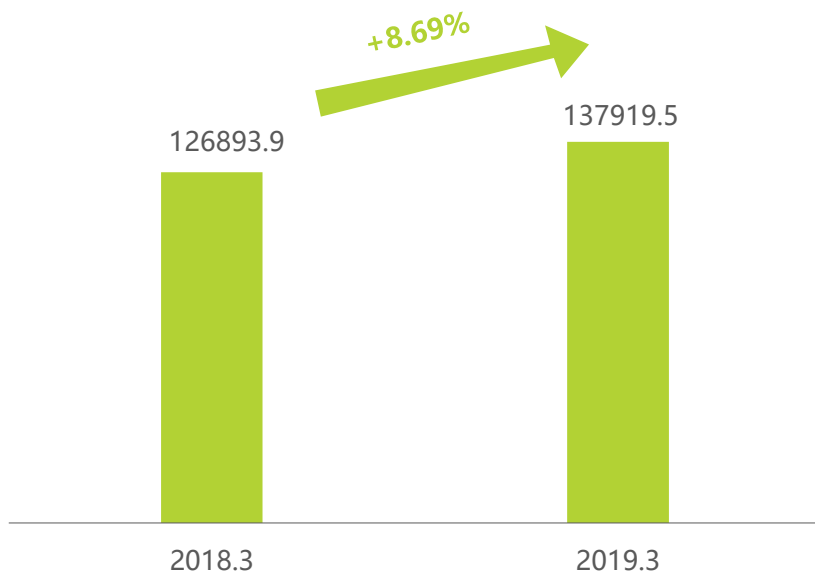
来源：2014-2018年全球网民规模来自CNNIC，2019-2023年数据根据艾瑞统计模型预测。

竞争升级，互联网时间争夺战激化

用户互联网时长仍将增长，但留给后进入者的机会并不多

移动端仍然是当下中国互联网服务的主要载体，移动端的增长状态影响着互联网企业的发展状态，在活跃设备数增速放缓的情况下，以2018年3月和2019年3月的同比数据为例，移动端APP月总有效使用时间保持着较高增速，增长24.4%。艾瑞分析认为，随着传统服务互联网化程度加速，用户对互联网使用依赖度加深，未来一段时间，用户互联网使用时长的增长还将持续。

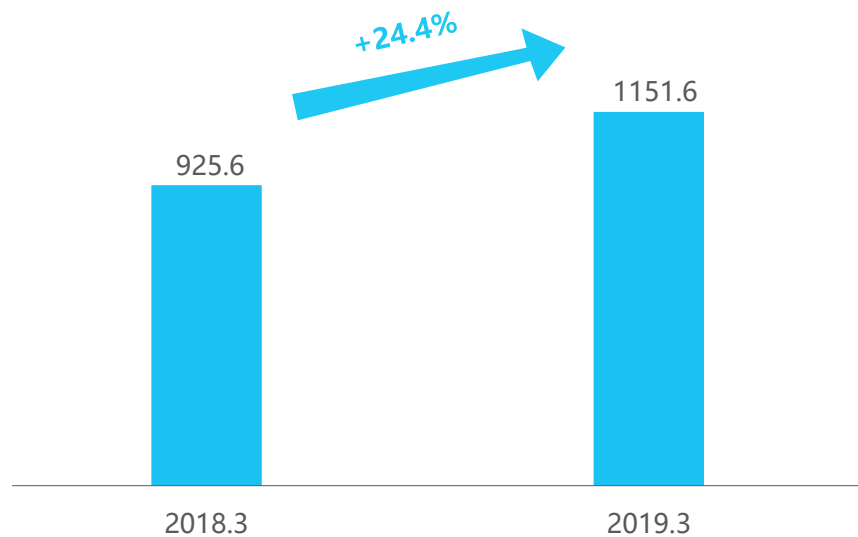
**mUserTracker-2018年3月和2019年3月
中国移动端APP月独立设备数增长情况**



■ 月独立设备数 (万台)

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

**mUserTracker-2018年3月和2019年3月
中国移动端APP月总有效使用时间增长情况**



■ 月度总有效使用时间 (亿小时)

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

边界消逝，带来新方向，孕育新机会

平台间、场景间、虚拟与现实间的边界正在被打破

在过去，互联网有其明显的边界，在边界内部发展。而随着互联网的体量更大，互联网的技术更为进步，互联网的边界正在消逝，尤其体现在三个层面：1）平台间；2）场景间；3）虚拟与现实间。边界的消逝意味着，在互联网基础设施逐渐完善的情况下，互联网业务的生长逻辑趋同，平台传统定义被打破，如百度、阿里巴巴、腾讯集团下的综合性超级平台显现；在另一方面，新场景的出现，也为新的互联网服务带来方向，尤其是虚拟与现实边界的消逝，孕育着更大的互联网机会。

互联网边界消逝的三个层面



不同类型平台边界的消逝

在过去，互联网中不同平台提供不同的服务，满足用户的不同需求；

而在今天，互联网主要平台提供了丰富的基础设施，在此之上，由其不同业务或合作伙伴提供更为多元的服务，不同类型平台之间的边界消逝，传统平台定义被打破。



不同场景边界的消逝

一方面，线上服务中，用户的使用场景更为多元，用户不再是在某一特定的场景下使用特定的互联网服务，而是在多元场景下自由切换；

另一方面，互联网不断向线下渗透，过去线上和线下的场景边界也在消逝。



虚拟与现实边界的消逝

现在，虚拟与现实的界限仍然明显，尽管已经有了较为丰富的虚拟现实和增强现实的应用，但仍较为初级；

在未来，随着技术的发展，一个全面感知智能的时代，将带来更大的互联网机会。

巨头生态，深度链接用户与开发者

通过基础设施、开发服务支撑无限的C端应用拓展

经过多年发展，互联网巨头已经搭建了丰富的互联网生态，而巨头赖以构筑其独立生态的基础设施，如云计算、大数据和人工智能具有不可复制性的壁垒，因此，中国互联网的巨头已然基本形成。总体来看，在基础设施之上，巨头往往也提供了丰富的面向B端开发者的服务，这些开发者不仅是应用的开发者，也包括内容的生产者，生产、分发、数据、营销和金融服务的介入，极大地帮助开发者降低开发门槛的同时，也极大地增强了开发者对平台的粘性，因此，越来越多的中小企业开始在巨头的基础设施上生长，在巨头生态中，资讯、视频、生活服务、工具、社交乃至电商等C端应用无线拓展，巨头生态更为繁荣。

巨头生态图



用户

流量增长

流量运营

流量变现



应用

资讯

视频

生活服务

工具

社交

电商

其它

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21109

