

未来传播大势与行动路线图

喻国明

2018.03.31

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

格局

比技术重要

解决战略问题

比解决战术问题重要

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

真正的**媒介**融合

是**消费层面**的融合

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

	消费需求模式	业界趋势
兼容性需求	兼容性需求所导致的小体积内容的情景嵌入	移动音频平台、智能车联网音频
高场景度需求	用户个性化需求对于量身定制的内容筛选	知识付费、个人专栏付费订阅
社群性需求	联结用户与社群的社会前台	情绪性内容流量大于资讯性内容（后真相）
个人时空需求	借由空间逃避社交	印刷媒体和现场媒体的逐步复兴
生命时空的拓展需求	特殊时空的体验拓展	VR/AR 的设备普及与内容崛起

消费需求模式需要与业界发展趋势的对位

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

什么是**内容产业**的
“**好的内容**”？

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

免费

过去是

现在是

将来也还将是

网络信息服务的**王道**

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

知识付费

为什么能够**成势**呢？

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

稀缺的

才是有价值的

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

边缘创新与价值准则

互联网“下半场”的操作**关键**

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

“核裂变”

互联网对于**个人**的激活

是这个**社会**最大改变之源

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

“发展的中断” 与 “破坏式创新”

是源自于

“以物为本” 向 “以人为本”

社会发展逻辑的深刻转型

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

互联网发展的“上半场”

解决社会连接的**规模化**问题

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

互联网发展的 **“下半场”**

解决社会连接的加宽、加细和加厚的

“集成化” 的 **范围经济** 的问题

确保未来发展**健康可持续**的关键

确立判断发展的三条**价值准则**

品牌的**战役**

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术

谢谢！

品牌的战役

一起大学开年大课【第二季】

决定成败的战略 + 一战成名的战术