

新消费 新营销

袁佛玉 网易公司市场部总经理

消费升级 新消费

用户与商业环境的变化

消费需求出现结构性变化

产品品质

质价比

价值主张

社交货币

传统市场细分 不再有效

社交强关系

兴趣弱关系

传统竞争理念 不再有效

未来，竞争不是线性的

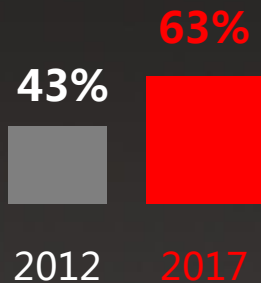
技术爆炸

互联网存量时代 好的商品、内容**只是及格线**

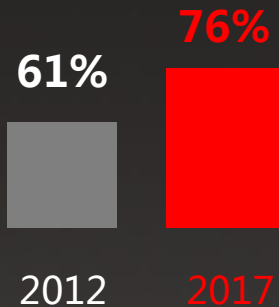
- 更广泛的生活场景连接能力
- 更多元的商业赛道定义能力

品牌价值的时代演变

个人数码产品



个人护理市场



市场营销的定位突破

事业合伙人

网易云音乐 | 农夫山泉®

69所城市

6亿瓶农夫山泉

14万个终端触达点

3000场现场体验活动

1700家媒体传播

人这辈子,最害怕突然把
某首歌听懂了。

来自网易云音乐用户——北风神75
在《有多少爱可以重来》歌曲下方的评论

「30款精彩乐评」
与你约见瓶身」



网易云音乐 × 亚朵轻居酒店



把握全渠道沟通对用户决策的影响

用户随机地在多个渠道获取到产品信息

社交货币

当人类社会从“**生产主导**”迈入“**消费主导**”后，消费本身就被附以了越来越重的“符号意义”：**体现个人身份和社会地位。**

圈层社交效应



中心化传播失效



洞察成就流量



狙击式传播路径

什么样的品牌更受欢迎？

真 诚

把用户当做
朋友

有分寸

进入用户的舆论场
得体

人格化

可感知是企业社交
的基本优势

能让人记住的永远都是故事

产品发展阶段与营销思维**适时匹配**

链条式协作思维 | 超级用户思维 | 爆款思维



非主动传播率高达**99.5%** \ 百度指数创半年度新高
微博微指数创历史新高 \ 微信指数日环比增幅**1137.14%**

1月3日，在App store免费应用类APP排行榜上，网易云音乐排名从1月1日的31位上升至第**6**位



一个有竞争力的市场团队

创新来自混沌的边缘

灵活开放&内部把控

运转提升效率

快速低价挖掘风口

THANKS