

# 信息爆炸与冲击波营销

演讲者：郑大明 之外创意 首席创新官

法国队夺冠 华帝退全款  
之外创意 案例分享

鸟哥笔记第五期互联网营销峰会

FIFA TV

FIFA WORLD CUP



# 怎样都赢的华帝世界杯营销

法国队是四强队伍，夺冠需要一点运气；

法国队不夺冠，不需要退款，但是各种热议关注，等于是免费的广告；

法国队夺冠，第一时间退款，华帝将事实上成为世界杯第一赞助商，这个商业价值10亿以上。

# 入选教科书： 初三英语辅助教材



几周内，所有克罗地亚人都会把腐败、政治和极端主义放在一边。克罗地亚的球迷们发现，他们暂时摆脱了经济停滞和人口西迁的现实。

## Indeed, Vatti is the World Cup winner

华帝才是真正的世界杯冠军



China's national soccer team didn't make it into the World Cup, but one of its companies scored big-time. Vatti, a kitchen electric maker raised eyebrows by promising products refunds if the team it sponsored won the tournament. The refund promise has got more than 90,000 discussions just on Weibo. "Vatti is the biggest winner of the World Cup," wrote from a Weibo user.

中国国家足球队没有打进世界杯，但来自中国的一家公司却因为世界杯获得了巨大的成功。华帝，一个厨电制造商，发下豪言称，如果它赞助的球队赢得比赛，就会对其卖出的产品进行全额退款。这一退款承诺单在微博上就已经吸引了超过9万的讨论量。一位微博用户写道：“华帝才是本届世界杯最大的赢家。”

PS：华帝表示，公司的这一营销活动对销售和品牌知名度产生了“重大的提升效应”，并将其预算描述为“可控支出”，且不会对公司的利润产生重大影响。该公司可能需要支付高达约1180万美元的退款额。与此形成反差的是，蒙牛曾表示计划在世界杯营销上投入约3亿美元，但其支持的球队并未夺冠。确实，法国队夺冠，成就华帝营销史上的巅峰时刻，华帝才是真正的世界杯冠军。

“法国队夺冠 华帝退全款”背后的方法论

# 冲击波营销



**宇宙万物 一切皆信息**

A close-up shot of a woman with dark hair and glasses, looking intently at a screen. The background is a blurred cityscape at night with lights and buildings. The text is overlaid on the lower left portion of the image.

**可感知的才是信息  
不可感知的可能不存在**

# 人类感知信息的方式



视



听



嗅



味



触

# 人类信息传递方式的发展简史



体语



语言



图画



文字



影像



## 人类全球信息量的90%产生于近几年，2015年爆发式增长

2018年全球信息量将达25ZB（25万亿GB），相当于12.5亿个中国国家图书馆藏量，原因在于移动互联网的普及。

# 2018年互联网每天产生多少信息？



**450亿条**

微信日均  
发送消息450亿条



**2.5亿条**

微博日均  
发布内容2.5亿条



**86万条**

今日头条日均  
发布内容86万条

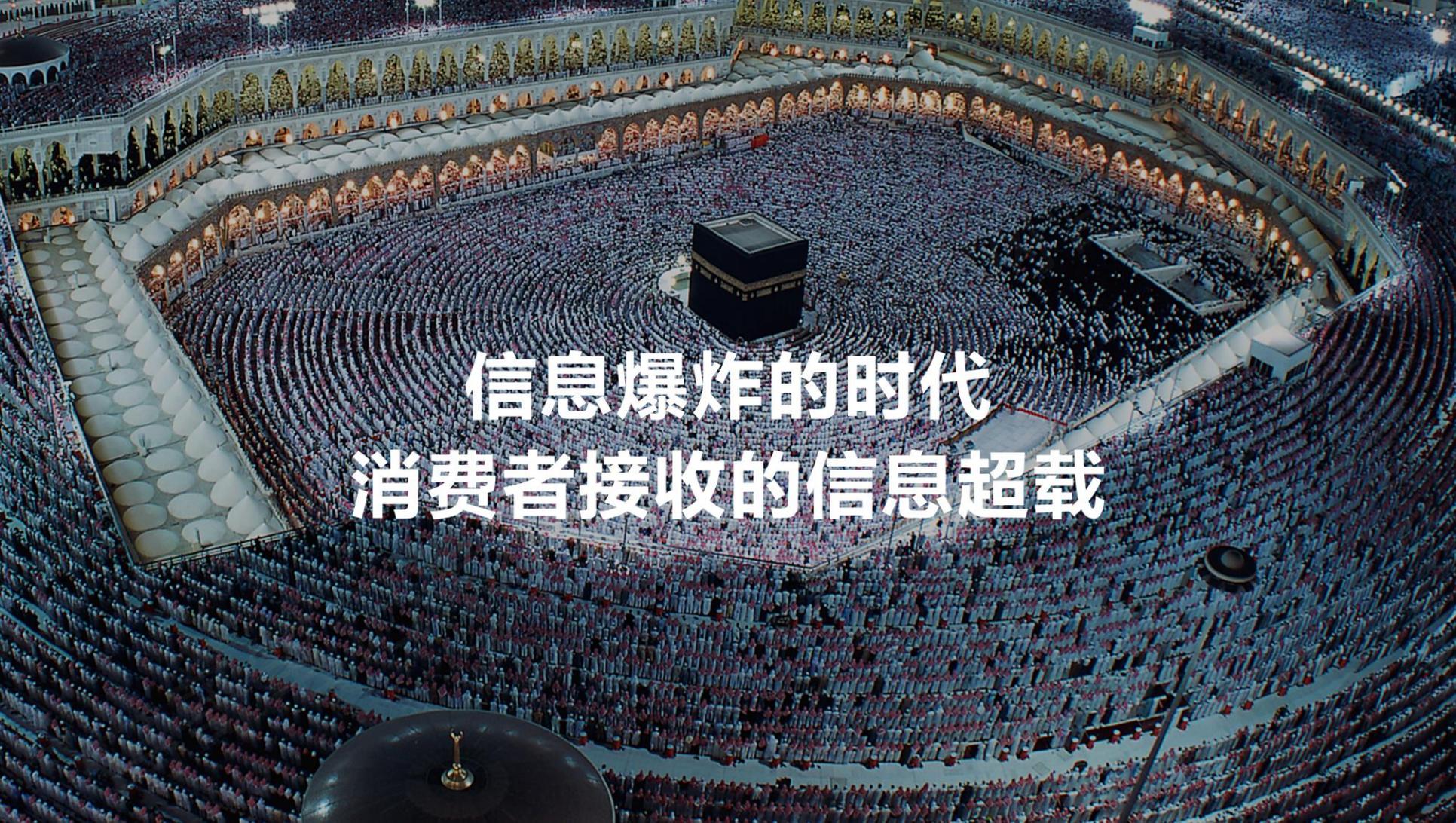


**1500万条**

快手日均  
发布视频内容1500万条

A close-up, slightly blurred photograph showing several pairs of hands holding various mobile devices, including smartphones and tablets. The devices are held in a way that suggests a group of people is gathered around, possibly in a meeting or a collaborative work environment. The lighting is warm and soft, creating a professional yet approachable atmosphere. The text '营销的本质 传递信息' is overlaid in the center of the image in a bold, white font.

**营销的本质 传递信息**

An aerial, high-angle photograph of the Kaaba in Mecca, Saudi Arabia. The Kaaba is a large, black, cube-shaped structure in the center of the image. It is surrounded by a massive, dense crowd of pilgrims, many wearing white ihram clothing. The crowd is arranged in concentric circles around the Kaaba. The surrounding area is a large, open courtyard with a high wall in the background, featuring many arched windows and illuminated by warm lights. The overall scene is one of a large-scale religious gathering.

**信息爆炸的时代  
消费者接收的信息超载**

信息爆炸的环境下  
如何营销？



A close-up, high-angle shot of a dense crowd of people. Many individuals are holding up their smartphones, with the screens facing towards the center of the group. The scene is brightly lit, suggesting an outdoor event or a large gathering. The text '世界已经改变' is superimposed in the center of the image in a bold, white, sans-serif font. The background is slightly blurred, focusing attention on the hands and phones in the foreground.

世界已经改变

**我们所知道的广告理论，  
已经失效。**



我知道我的广告费有一半是浪费的，  
但我知道浪费的是哪一半。

—— 约翰·沃纳梅克  
John Wanamaker

19世纪

如今，75%以上的广告费是浪费的。  
你认为没浪费的那一半，又浪费了一半以上。

21世纪

广告费是怎样被浪费的？

如何花出效果？（冲击波营销）

广告费是怎样被浪费的？

如何花出效果？（冲击波营销）

## 广告费是怎样被浪费的？

1 广告这种形式本身已经被摧毁

2 强行打扰人们生活的广告投放，让人厌弃

3 各自为战的碎片化传播，浪费惊人

广告费是怎样被浪费的？

1

广告这种形式本身已经被摧毁

我告诉你们



我是谁

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会



# 广告



封闭的



单向的



利己的

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会

如今信息环境

**我知道 你是谁**

鸟哥笔记第五届中国互联网营销峰会



优酷



皇明日记第五届移动互联网营销峰会

# 如今信息环境



开放的



互动的



高速的

广告费是怎样被浪费的？

2

强行打扰人们生活的广告投放，让人厌弃



乐队的夏天

百度一下

广告

91 会员跳广告 首月仅6元

# 优酸乳 果果昔

优酸乳果果昔

扫码加入 优酸乳轰趴馆

了解详情>

### 乐队的夏天

往期

花絮

8月

7月

6月

5月



第12期 李宇春  
歌《哇》

2019-08-10期

2655



第11期下 总决  
5\*诞生

2019-08-03期

2270



第11期上 总决  
5\*诞生

2019-08-03期

2270



第10期下 Clie  
敬Beyond

2019-07-27期

2019



第10期上 Clie  
敬Beyond

2019-07-27期

2019



第9期 痛仰&C  
携手晋级

2019-07-20期

1756

# 2014全新唯美上线

进入游戏就送 **Vip 10** 会员的权限



## 女神联盟

# 集合女神供你选择

金币: 1000000 元宝: 1000000 (体验终极快感!)



## 开始游戏

**热车推荐:** [朗逸](#) | [迈锐宝](#) | [马自达6](#) | [英朗XT](#) | [帕萨特](#) | [朗动](#) | [帝豪EC7](#) | [新轩逸](#) | [世嘉](#) | [卡罗拉](#) | [天籁](#) | [雅阁](#) | [起亚K3](#)

价格查询: [5-10万](#) | [10-15万](#) | [15-20万](#) | [20-30万](#) | [30-50万](#) | [品牌搜索](#) | [高级搜索](#)


  
**马航战争**
  
 腾讯正宗塔防游戏

**2014中高考命题解密!**

- 孩子近视怎么办?怕孩子近视快换笔
- 选少儿英语培训?就上爱贝国际!

- 国土资源部长:将10月提出不动产统一登记系列
- 维基揭秘创始人:美国国安局是“流氓机构”
- 民航局官员:MH370是否被劫仍不确定

[关注航空达人 看最新马航消息](#) [诚聘产品经理与工程师](#)

[投资海淀](#) | [中关村国家示范区](#) [海淀区1+10政策体系](#)

最后一次减肥!

轻松塑三围

马上咨询 还可免专家费、设计费...

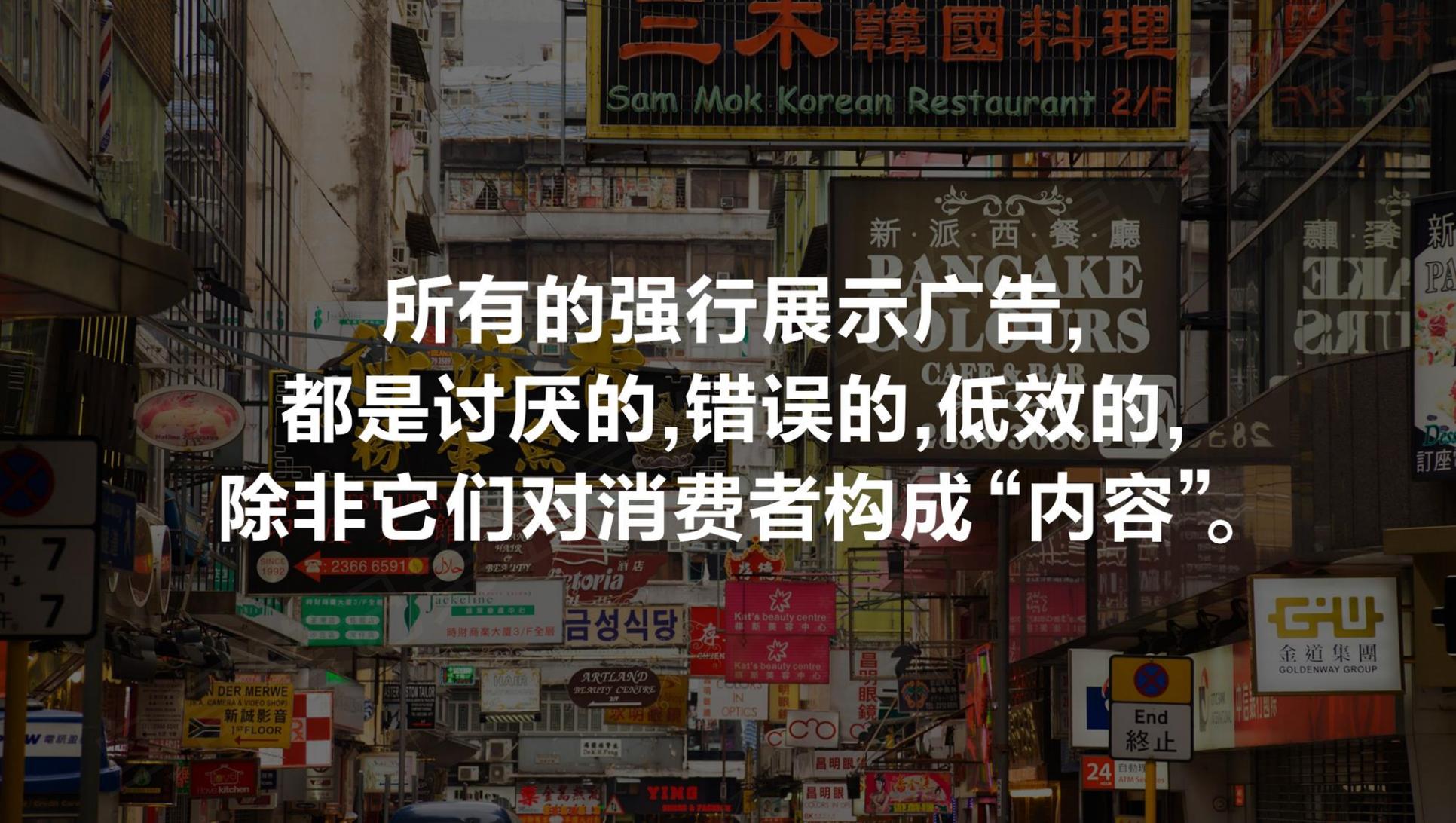
专家在线咨询
在线咨询
专家预约



网络营销峰会

鸟哥笔记



A dense urban street scene in Hong Kong, characterized by a multitude of colorful signs and advertisements. The signs are layered and overlapping, creating a complex visual environment. At the top, a large sign for 'Sam Mok Korean Restaurant' is visible. Below it, a sign for 'BANGCAKE COLOURS CAFE & BAR' is prominent. The street is filled with various other signs, including 'KAT'S BEAUTY CENTRE', 'JACKETLINE', 'GOLDENWAY GROUP', and 'ARTLAND BEAUTY CENTRE'. The overall atmosphere is one of intense commercial activity and visual clutter.

所有的强行展示广告，  
都是讨厌的，错误的，低效的，  
除非它们对消费者构成“内容”。

金道集團  
GOLDENWAY GROUP

End  
終止

24 自動櫃  
ATM Services

A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is using their right hand to tap the screen while their left hand supports the phone. The background is a desk with several sheets of architectural blueprints or technical drawings spread out. The lighting is soft and focused on the hands and the phone. The overall tone is professional and focused.

**常识和人性  
是最基本的判断标准**

**不是它们没效果，  
而是相对它们高昂的价格，  
回报低得可怜。**

**你得到打折的利息，  
本金几乎亏光。**

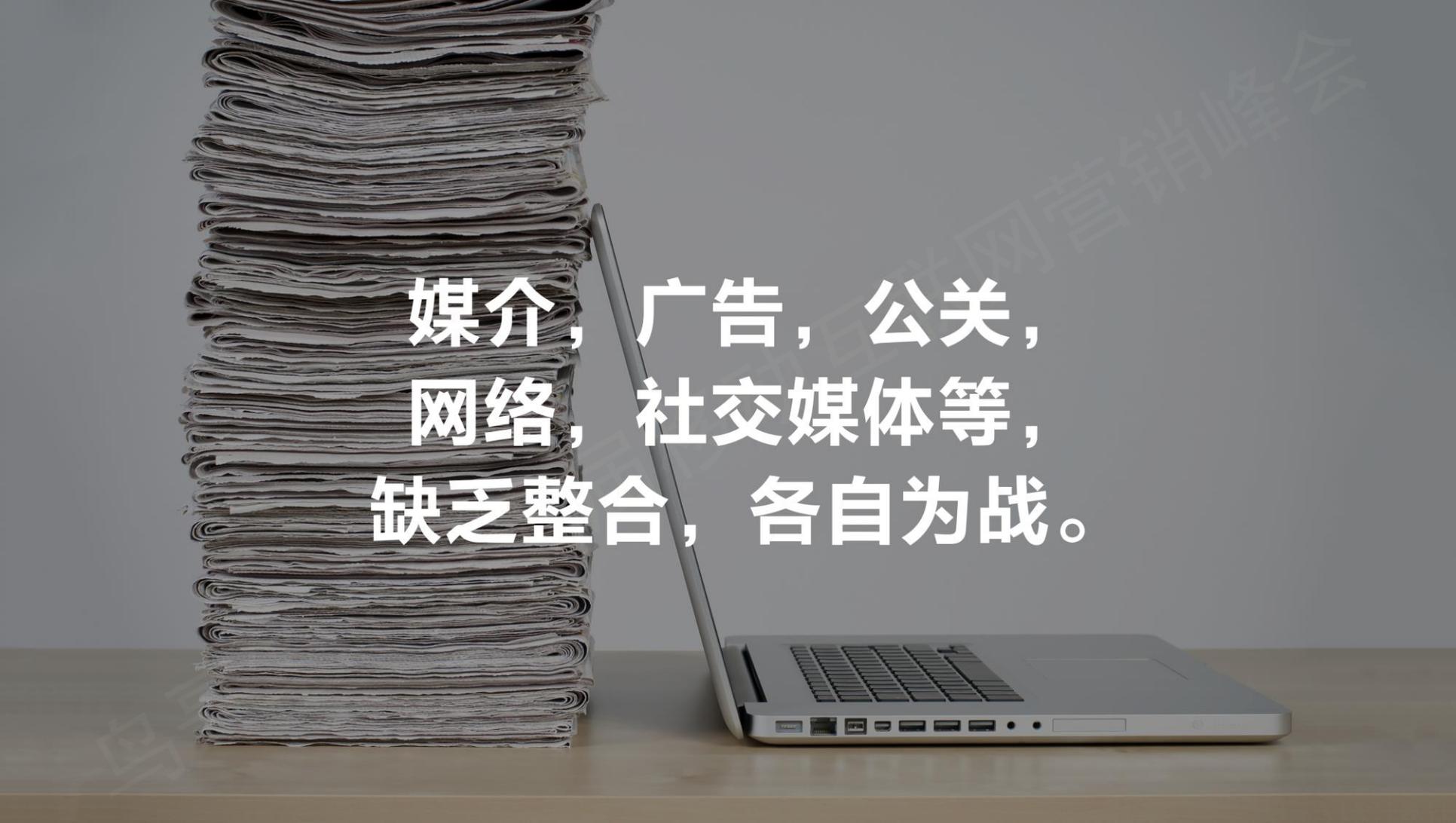
广告费是怎样被浪费的？

3 各自为战的碎片化传播，浪费惊人





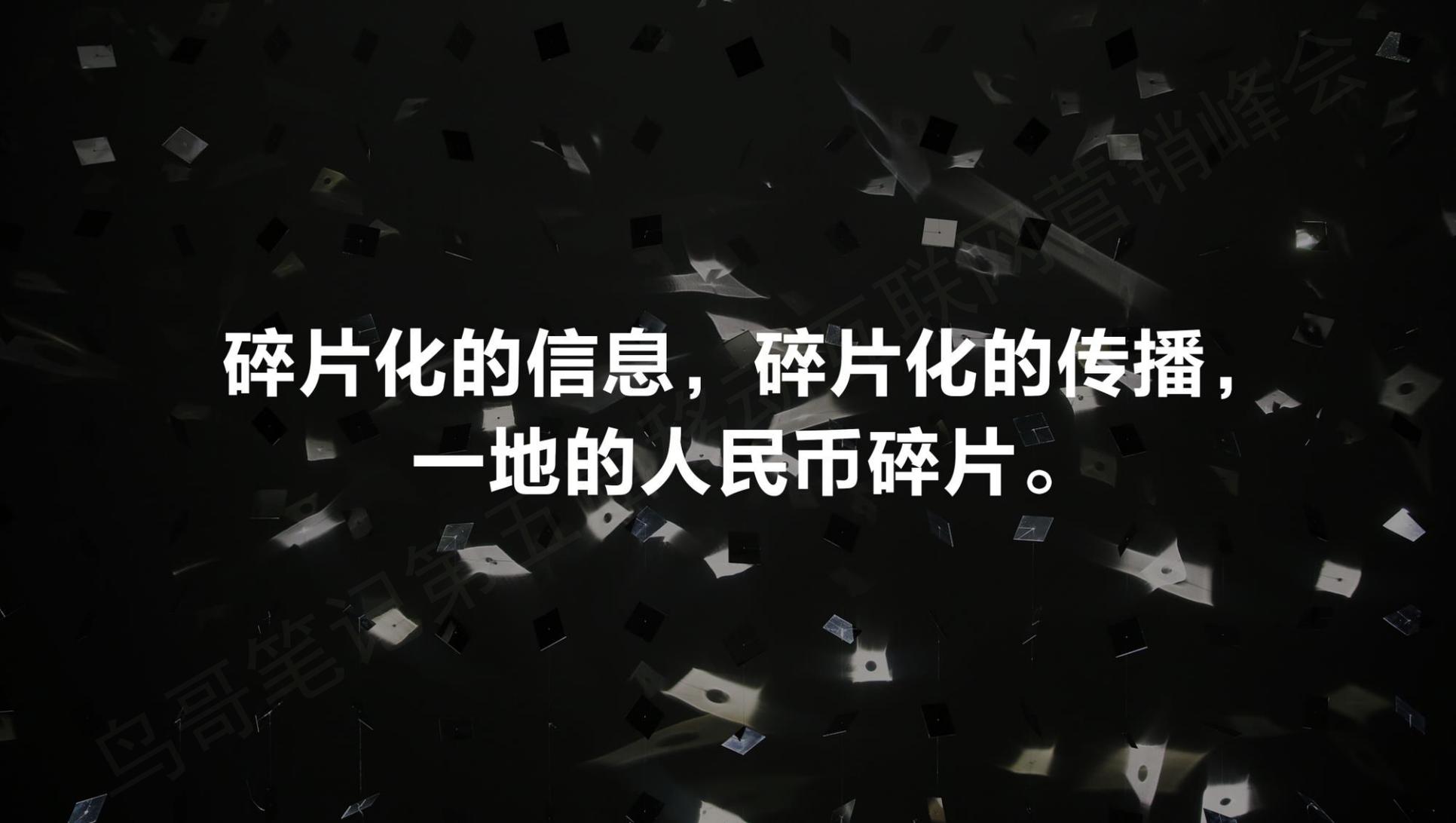
公关, 广告, 网络, 社交媒体, 户外, 终端的信息不一致

A tall stack of papers on the left and a silver laptop on the right, both on a wooden desk. The text is overlaid in the center.

媒介，广告，公关，  
网络，社交媒体等，  
缺乏整合，各自为战。

# 各媒体的边界封闭 没有流动,交融,共振





**碎片化的信息，碎片化的传播，  
一地的人民币碎片。**

## 广告费是怎样被浪费的？

1 广告这种形式本身已经被摧毁

2 强行打扰人们生活的广告投放，让人厌弃

3 各自为战的碎片化传播，浪费惊人

广告费是怎样被浪费的？

如何花出效果？（冲击波营销）

**关键发现：**

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会

A photograph of three young women in an outdoor setting, looking at a smartphone held by the woman in the middle. They are all smiling and appear to be engaged in a shared activity. The woman on the left has long brown hair and is wearing a green jacket. The woman in the middle has short hair, a black headband, and a blue denim jacket. The woman on the right has blonde hair and is wearing a pink jacket. The background is slightly blurred, suggesting an outdoor event or festival.

**消费者和媒体每天都在  
分享,转发,热议  
有意思的,有价值的内容**

我们可以称之为  
自传播

# SpaceX发射猎鹰重型火箭 把特斯拉跑车送入太空

编辑：吴盈秋

**导语** 美国宇航局官网(NASA)6日消息，美国太空探索技术公司的重型运载火箭——重型猎鹰，携带一辆特斯拉红色敞篷跑车Roadster在位于卡纳维拉尔角(Cape Canaveral)的肯尼迪航天中心LC-39A平台成功发射升空。



媒体报道



消费者转发



**移动互联网时代的  
营销革命和最高境界  
自传播**

## 如何花出效果？（冲击波营销）

- 1 它们是有高质量的信息传播和营销活动。
- 2 它们是非强制性的强制。
- 3 它们主要是免费的。

**什么内容，会产生自传播？**

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会

The image features a pair of hands, one above the other, cupping a glowing, semi-transparent hexagonal grid. The grid is composed of interconnected lines forming a honeycomb pattern, with some cells filled with bright, warm light. The background is dark, with scattered bokeh lights in shades of blue, orange, and white. The Chinese characters '创新' (Innovation) are prominently displayed in the center of the grid in a bold, white font. A faint, diagonal watermark is visible across the image, reading '鸟哥笔记' (Bird Brother Notes) and '营销峰会' (Marketing Summit).

创新

The image features three individuals in the foreground, each focused on their smartphone. The background is a dark chalkboard filled with white chalk-drawn icons and arrows, representing various digital and social media concepts. The icons include a lightbulb, a megaphone, a thumbs-up, a shopping cart, an envelope, a car, a heart, a cat, a house, a laptop, a musical note, a hashtag, and a speech bubble. Arrows connect these icons, suggesting a flow of information or interaction.

无论媒体，或者消费者，  
获取新的内容，分享新的内容，  
进行新的内容的交换，  
是他们每天线上线下的关键活动。

**创新的内容**



鸟哥笔记第五届中国互联网营销峰会



## 传统广告



## 冲击波营销



**传播的革命  
从传播到自传播**

**付费方式的革命：**

**从巨额付费给“媒体”  
到慷慨付费给“创新”**

# 从利己 到利他



# 之外创意 冲击波营销 其它案例分享

鸟哥笔记第五届中国互联网营销峰会

之外创意 冲击波营销案例

# 品牌形象创新

碧桂园X金投赏

你有没有过，怕回家？



鸟哥笔记第五届

网络营销峰会

<返回 金投赏 搜索 ...

主页 微博 文章 相册

 金投赏  
1-29 来自微博 weibo.com 加关注

你有没有过，怕回家？  
(本片所有的泪水都是真的)  
#创意赢百万# 你有没有过，怕回家？



没年终奖

1225人发表了态度 😊

👁 21万    💬 3.6万    👍 27.7万

第三季信任是金品牌创意命题大赛  
“家园，团圆，碧桂园”

冠军 奖金100万

之外创意



金投赏品牌创意命题大赛

支付：人民币(大写) 壹佰万元整    ￥1,000,000.00

主办：金投赏 微博    出票人：碧桂园

© 视觉中国 @金投赏

## 投放数据对比

作品	播放完成率
01.之外创意 怕回家	11.2%
02.麦肯 我们的秘密基地	6.42%
03.台湾联广 火星篇	4.82%
04.Logicillogic 飞翔的屋顶	4.05%
05.文明广告 宠物情敌	2.15%
平均作品播放完成率	5.73%
碧桂园传统广告	1.81%

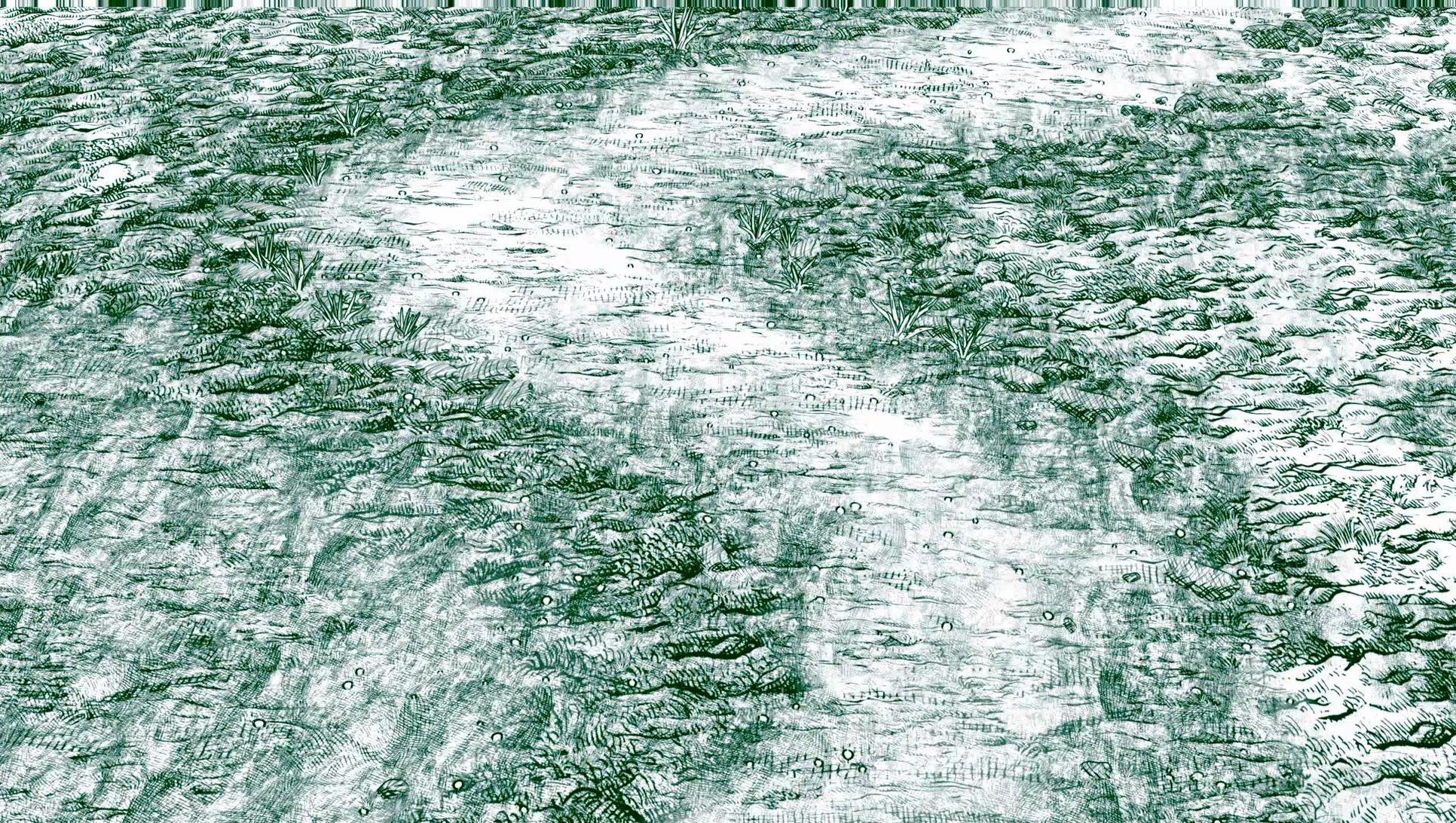
在相同条件，同样CPM数，进行投放对比，信任是金5条影片播放完成率最高11.2%，最低2.15%，平均完成率5.73%，而碧桂园传统形式制作的TVC播放完成率仅1.81%；比较而言，信任是金平均提升了300%，而最高的一支提升达到6倍

之外创意 冲击波营销案例

# 营销创新

东风风光ix7

看中国的风光 乘东风的风光



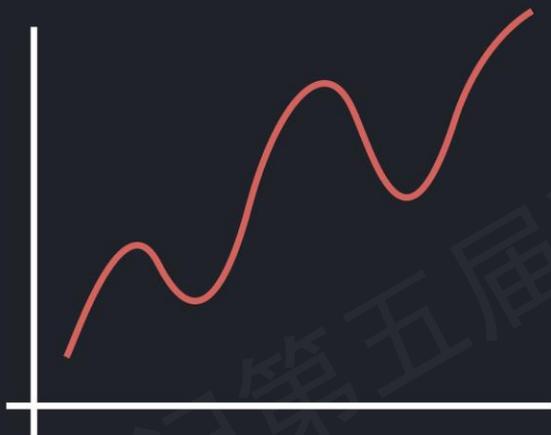


**不是未来 是现在**

**冲击波营销 取代传统广告**

鸟哥笔记第五届中国互联网营销峰会

# 品牌活跃度模型



冲击波营销



传统广告

1

**马上暂停下一步的任何广告**

2

## 广告费用清单梳理汇总

鸟哥笔记第五期移动互联网营销峰会

3

拟定新的年度或项目营销推广计划



The background features a complex, swirling pattern of purple and blue hues, resembling a vortex or a nebula. A bright, glowing light source is positioned in the upper right quadrant, casting a beam of light across the scene. The overall effect is dynamic and futuristic.

# 信息爆炸的时代 冲击波营销

**谢谢**

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会