



新民随笔

世界杯随想

关尹

再过几天,全世界最盛大、最受关注的一项体育赛事就要开始了——北京时间21日凌晨,卡塔尔世界杯将如约而至。我们将进入“世界杯时间”。

足球世界杯的影响力、渗透力,即便你不是一个足球迷,也都能强烈地感觉到。今年的卡塔尔世界杯则更为特殊:这是梅西与C罗两位超级巨星,最后一次踏上世界杯赛场。

不知不觉,陪伴无数70后、80后走过的梅西、C罗这一对“绝代双骄”,从当年的风华正茂意气风发,走到了谢幕离开时。岁月,就是如此残酷。

1987年出生的梅西,已经35岁;1985年出生的C罗,更是37岁“高龄”,这是他们第5次参加世界杯,也基本将是最后一次。你能想象,四年之后“四十不惑”的梅罗,还会继续在球场驰骋?

人们常说,至少50年才能出一个天才巨星。目前,还看不到那些所谓的“接班人”,即便如内马尔、姆巴佩、哈兰德等,日后也不知能否达到“梅罗”的高度。

所以,这一届世界杯你必须要看;有“梅罗”的比赛,你更加要看。

而世界杯与常人更多的联系,恐怕在于竞彩。过往几届世界杯期间,如果你没买过几张体育彩票,或者和朋友们打一个比分的“小赌”,那绝对属于“归隐山林”级别的。事实上多少平日里毫不关心体育,甚至于连“越位”这种最基本的足球规则都搞不明白的女孩,此时一个个都摇身一变成了竞彩界的“迷妹”,一天到晚追着男同事问:你觉得比分多少?

所以还得提一句,世界杯期间适当购买一些正规体育彩票,娱乐消遣一下未尝不可,但千万不要沉迷于非法的买球中去。因为买球而导致倾家荡产,这样的例子太多了。

足球赛事为何有如此大的魅力?就在于它的不可预测性,常有以弱胜强的冷门。有句老话说得再好不过——足球是圆的,胜负不在于两支球队简单的实力比较。就拿四年前的俄罗斯世界杯来说,谁能想到,韩国队竟在小组赛最后一轮2比0干掉了卫冕冠军德国队?

准备好了吗?那就一起来吧!

从上海到上海,翟墨船长驾帆船完成航海壮举 不停靠环航北冰洋 今归航

本报讯(记者 郗阳)上午9时30分许,江面上雾蒙蒙的,伴随着凯旋曲的奏响,桅杆上悬挂着“环北”大字风帆的帆船出现在人们视野里。等候在上海港国际客运中心码头的人群中爆发出热烈的掌声。甲板上,一位身材高大、皮肤黝黑、头发略显花白的男子,对着岸上欢迎的人们挥手致意。他就是船长翟墨,航海家、艺术家,刚刚完成了首次不停靠环航北冰洋的壮举。

自去年6月30日从杨浦滨江秦皇岛路码头启航以来,翟墨及其船员驾驶“全球通”号帆船,在近500个日日夜夜经受了狂风暴雨和大雾冰山的重重考验,沿东海、日本海、西北太平洋、白令海峡、楚科奇海、东西伯利亚海、拉普捷夫海、喀拉海、巴伦支海完成北极东北航道的不停靠航行,又继续经挪威海、格陵兰海、丹麦海峡进入北极西北航道的戴维斯海峡和巴芬湾,历经艰难险阻,完成了这次创造历史的挑战。

结束环北冰洋航行后,“全球通”号从巴芬湾南下,沿北美东海岸,经纽约、迈阿密、古巴、巴拿马运河和夏威夷,以环球航行的方式返回启航地上海,总航程逾28000海里。

此次环航北冰洋,是为呼吁人们关注北极、保护北极及合理利用北极,展现中国航海人挑战极限、无惧风浪的新时



■今天上午,翟墨船长在上海港国际客运中心码头受到热烈欢迎

本报记者 陈梦泽 摄

代航海精神,以及拥抱世界的开放姿态。承担这次北冰洋探险任务的“全球通”号帆船长25米,桅杆高27米,是一艘德国制造的帆船,船龄27年。与多数玻璃钢材质的帆船不同,“全球通”号是铝壳船,船身更结实。帆船上配置了先进的海事卫星通信设备,翟墨他们可随时接收后方支援团队有关天气、冰期、洋流变化的讯息。

2007年1月至2009年8月,翟墨曾用两年半时间,完成自驾帆船环球航海的壮举,成为“中国单人无动力帆船环球航海第一人”,也被称为“中国鲁滨逊”。

“出发的时候充满太多忐忑,但我非常有信心再次回到我的启航地。”在归航

仪式的致辞上,看着精神还不错的翟墨并没有提及航行中遭遇的困难,可不为人知的是,环北进入北纬75°航段后,船上通信和导航设备全部失灵;在白令海峡,阴森感时刻包围着翟墨和船员;还有浮冰,撞得船体都是一个个坑,也让翟墨一次次胆战心惊……

“这次我们带的补给主要是煎饼、馒头还有牛肉。我们运气不错,环北之旅途经世界四大渔场中的三个,我和船员们也钓了很多鱼来补充。”轻描淡写的背后,翟墨也做足了预案:如果驶离北极晚了,船被冻住了,如何与北极熊和寒冷抗衡……好在,幸运一路伴随着翟墨,从上海到上海,他做到了!

巨量引擎进博会直播干货速递 “种收平衡”驱动品牌长效增长

大流量时代已去,品牌延续粗放营销打法,势必会感受到增长的寒意。

变局之中,消费品牌的破局点在哪里?为了解决行业共性问题,找到品牌长期增量,巨量引擎联动埃森哲发布“消费品行业平衡增长解决方案”,帮助品牌做好以品牌建设为核心的种收平衡,实现兼顾规模、效率、质量的经营。

11月9日进博会期间,在埃森哲“大咖有约”直播专场,巨量引擎与品牌主丝芙兰、亿滋中国、PMPM共同交流“平衡增长”,全面探讨值得消费行业关注的经营议题。

长效经营之道 回归品牌建设 实现种收平衡

在进博会直播期间,巨量引擎营销市场总经理许嘉指出,在大流量时代已去的当下,轻品牌重效果会带来很多问题,包括难以建立竞争壁垒、能够短期爆发难以长效经营等。

可见,如何做到品牌力建设的“知行合一”,成为品牌应当思索且行动的重要命题。围绕品牌力建设,丝芙兰中国市场副总裁程佩珩、PMPM联合创始人&CMO郭文慈在进博会直播期间进行了深度分享。

丝芙兰进入中国17年以来,孵化300+线下门店、近4000名美妆顾问,如何将宝贵的线下资产盘活,真实地传达品牌形象,成为品牌转型



线上的攻坚点。丝芙兰关注到抖音直播、短视频场景优势,打造出1个品牌官方账号、317个门店账号的“1+317”内容矩阵,将所有实体店进行抖音线上化运营。

新锐品牌PMPM则从创立之初,就坚持产品和品牌两条腿走路,并将抖音作为传递品牌精神的重要平台。通过与用户持续交流品牌和产品创新故事,自然引发用户对高价值产品的认可,在抖音实现“以品带效”的成绩。

来自头部品牌的生动案例,印证着品牌建设能够带来的复利回报。正如“消费品行业平衡增长解决方案”指出的,品牌要回归长期价值,以品牌建设驱动增长。

种收平衡之术 确定性地“种” 有目标地“收”

品牌力建设不是空谈,对于消费品牌来说,如何将货品生意转变

为品牌生意?拐点在于种收平衡,确定性种草则是其中关键一环。

亿滋中国洞察到零食用有着即时高频的消费需求,对于产品则有全渠道购买的习惯。在抖音,通过对自然流量的数据分析,找到用户的兴趣内容,再运用营销产品、达人营销等方式,实现确定性种草。今年“618”,亿滋中国旗下产品太平梳打,运用巨量引擎的科学度量体系,复用、优化历史素材,二次剪辑产出新的内容种草素材,实现新素材CTR最高提升76%,CVR最高提升50%。

许嘉同样指出,兴趣是抖音相较于其他平台的优势,抖音种草绝不只是种“品”,而是种出兴趣内容、消费趋势,从而建立差异化的品牌价值,开拓利润和增长空间。而在种收过程中,A3人群是联结前后链路的枢纽,进行科学的A3人群运营,能够帮助品牌收获更具确定性、更加高效的品牌回报,实现种收正循环,长期积累用户。

具体到实际应用,IP营销是确定性种草的优质手段之一。例如,PMPM合作巨量引擎“了不起的中国成分”IP第二季,配合巨量星图、巨量云图、巨量千川的全面运用,品牌在10月一度跃至美容护肤行业TOP3;丝芙兰则自造综艺美妆选秀IP,产出短视频5万+,直播观看人次3千万,全域曝光近10亿。

除了面向丝芙兰、亿滋中国、PMPM这些品牌,巨量引擎平衡增长解决方案也能够帮助小商家做好种收平衡,实现白牌转品牌。

确定增长之法 深入经营场景 给出行业定制解决方案

放眼全年生意,品牌还需做好节奏化、有侧重的精细经营,其中,平蓄日销、大促爆发、上新焕新三大经营场景,尤其值得消费品牌关注。

在进博会直播期间,三大经营场景也被品牌反复提及,以亿滋中

国的产品上新季为例,亿滋中国关注到旗下产品奥利奥会高频出现在抖音用户的烘焙类短视频中,从消费者兴趣中发掘新品类突破口,打造奥利奥乳酪蛋糕新产品,并在抖音集中进行新品营销。可见,抖音的兴趣电商生态发展至今,不仅是新产品的重要营销场景,还可以反哺产品迭代,成为上新焕新的起点。

此外,无论是丝芙兰300+直播间的日常蓄水种草,在自造IP节点中获得十亿级的全域曝光量;还是PMPM选择“11.11”前期蓄水,在10月份实现错峰销量爆发,背后都是对经营场景的细致洞察。

值得关注的是,巨量引擎平衡增长解决方案覆盖消费品全行业,除了美妆、食品行业,还包括3C、日化、服饰行业。巨量引擎通过对5大消费行业的痛点洞察,以及抖音用户的消费趋势分析,帮助品牌理清关注场景、经营重点,提供高度精细化、行业定制化的平衡增长解决方案。

就像巨量引擎营销市场总经理许嘉强调的,平衡增长解决方案能为品牌解决三个问题:如何用长期视角看待营销,科学分配预算投入;如何做好长线经营,摆脱“拿钱换结果”的狭义营销思维;如何运用数据得到确定性结果,拉长生命周期。

而面对即将到来的年终生意大考、来年生意挑战,品牌应当解锁长期且确定的增长方针,才能抵御充满不确定性的市场波动。“平衡增长”正是一套实用、好用的长效增长解决方案,更是一种品牌应长期具备且坚定实践的经营思维。