

# China Innovation

技术和中国营销的未来

11月15日，北京

北京国贸大酒店

广告合

作伙伴



腾讯网  
QQ.com

MIND  
Tencent MIND  
腾讯智慧

独家创意合作伙伴



合作方

FOCUS  
Media 分众  
传媒

hdtMEDIA



## 与会演讲嘉宾

分众传媒集团, 首席战略官, 陈岩女士  
互动通, 产品总监, 陈斌  
浩腾媒体中国, 执行总经理, 林明展  
小米智能家居和虚拟现实部营销主管 李琦  
弥财营销副总裁 Julie Qiu  
Robin8 首席执行官 谭雁文  
Angelia Teo, Head of Content Lab, Campaign Asia Pacific  
xAd 中国 营销总监 文博  
Niko Partners 资深分析师 Xiaofeng Zeng  
Admaster 创始人 首席执行官 闫翌  
腾讯网络媒体事业群广告平台产品部 产品总监 张继超

此中文版已成为英文版的译本。如中英文两个版本有任何抵触或不相符之处，请以英文版本为准，谢谢！

12:30 注册及贵宾社交午餐

13:30 Campaign 致开幕辞

Angelia Teo, Head of Content Lab, Campaign Asia Pacific

13:40 关于中国创新营销封面故事的概述

13:50 技数驱动的数字营销变革

腾讯, 网络媒体事业群广告平台产品部 产品总监, 张继超

14:10 电子竞技世界中的顾客互动

虽然中国政府在 2003 年就已认可电子竞技作为一项官方体育项目，但是该行业的发展直到现在才爆发。3 月，阿里巴巴宣布将在上海将举办全球电子竞技比赛，奖金总规模将高达 550 亿美元。

该项赛事带来的商机对品牌经营者而言意义非凡。然而，一般的电竞消费者对商业广告不屑一顾，而且电竞比赛还是摆脱不了政府和家长主义的烙印。品牌必须从消费者的角度同他们联系，加强观众体验的广告。

- 量化中国电子竞技的市场规模。
- 品牌如何利用可靠性和吸引力与反对商业广告的电竞消费者建立联系？
- 评估电竞广告被屏蔽的威胁。

演讲嘉宾：

Niko Partners, 资深分析师, 曾小丰

14:50 **数据驱动的媒体策划创新与发展**  
浩腾媒体中国, 执行总经理, 林明展

15:10 **在线视频广告的程序化优选购买**  
互动通, 产品总监, 陈斌

15:20 **场景---数字营销的第三次变革**  
xAd 中国, 营销总监, 文博

15:30 **社交茶歇**

16:00 **沉浸式营销的未来: 虚拟现实技术**

预计中国的虚拟现实市场到 2020 年的市值将达 550 亿人民币。BAT 推动着行业发展, 也在同内容制作和风投公司开展合作。欲开拓虚拟现实市场的品牌只要创造出非侵入性的内容就能抓住该商机。

- 确定虚拟现实作为切实可行的营销策略的潜力
- 兼容智能手机的虚拟现实 vs. 硬件耳机: 品牌应关注什么?
- 同多个利益相关者合作, 打造迷人的中国虚拟现实市场
- 虚拟现实能在多大程度上同微信等社交媒体平台整合?

演讲嘉宾:

小米, 智能家居和虚拟现实部营销主管, 李琦

16:25 **机器的崛起: 在您的营销策略中融入机器学习**

中国的品牌无法获得先进的数据并进行分析。发展缓慢, 过度依赖 BAT 以及受欺诈腐蚀的生态系统均使得品牌无法实现数据驱动营销的潜力。

- 绘制建立营销自动化基础设施的过程
- 使用机器学习能力了解您的顾客的购买模式
- 利用营销自动化系统计划、激活并分析寻址媒体
- 如何有效地使用品牌去整合营销自动化系统和微信等社交媒体平台?

主持人:

Angelia Teo, Head of Content Lab, Campaign Asia Pacific

演讲嘉宾:

弥财, 营销副总裁, Julie Qiu

分众传媒集团, 首席战略官, 陈岩女士

Admaster, 创始人首席执行官, 闫翌

Robin8, 首席执行官, 谭雁文

17:30 会议闭幕