



演讲议题

聊聊你该知道的品牌数字资产

百度 商业市场部高级经理 白海

聊聊品牌数字资产榜



2013.12.12



PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu
Baidu Beyond Search
The World's First Brand
Digital Asset Ranking
Grand Opening!
www.prnswire.com

BarCO 百度
World's First Brand Digital Asset Ranking Grand Opening!

SEE THE SHOW
Hard Rock
CAFE

Hard Rock
CAFE

WILL HELP FEED A HUNGRY CHILD

RIKOH

PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu
everywriter

PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu

eur opa cafe

5326
NYPD
POLICE
510,000 REWARD
CALL 311

ROCK SHOP



PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu
Baidu MOMENTS
Grand Marketing
Ceremony
www.prnswire.com

SEE THE SHOW
Hard Rock
CAFE

Baidu
2013 百度 MOMENTS 营销盛典
盛大开幕!
Baidu MOMENTS Grand Marketing Ceremony
2013.11.21

PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu

Hard Rock
CAFE

Hard Rock

RICOH

YOU & YOUR CITY

THOMPSON REUTERS

PR Newswire
A UBM plc company
MultiVu
eYewriter

at&t

THOMPSON REUTERS
eur opa cafe
7 Av

SKYLINE
JOE FRESH

532
NYPD
POLICE
5326
\$10,000 REWARD
CALL 311 OR 911

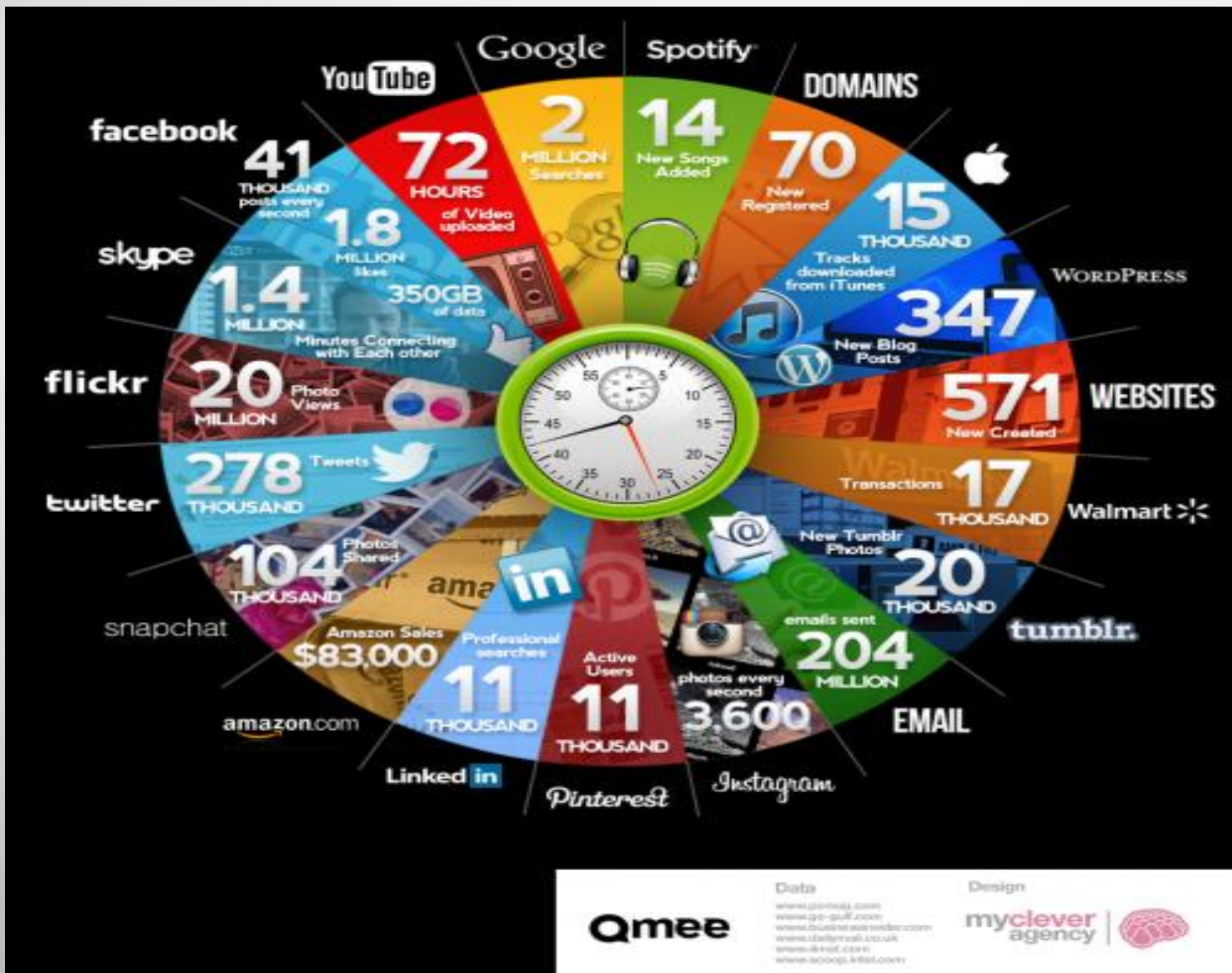
ROCK SHOP

主要内容

- 数字时代的消费者与百度Moments
- 品牌数字资产榜和发现
- 应用方向探讨

数字时代的消费者与百度Moments

数字化时代，消费者需要面对海量的信息



互联网世界的60秒

- ✓ YouTube增加72小时视频
- ✓ Google进行200万次搜索
- ✓ Spotify增加14首新音乐
- ✓ 新增域名70个
- ✓ iTunes下载音乐1.5万首
- ✓ WordPress新增博文347篇
- ✓ 新增网站571个
- ✓ Tumblr新增照片2万张
- ✓ 每分钟发邮件2.04亿封
- ✓ Instagram每秒新增照片3600张
- ✓ LinkedIn职位搜索1.1万次
- ✓ 亚马逊销售8.3万美元
- ✓ Snapchat分享照片10.4万张
- ✓ Twitter发“Tweets” 27.8万则
- ✓ Flickr照片浏览2000万次
- ✓ Skype通话140万分钟
- ✓ Facebook增加350GB数据、增180个“赞”、每秒增加新帖子4.1万

数字化时代，消费者存储品牌信息的方式在改变



随着信息碎片化、个性化程度越来越高
人们已不再将所有信息存储在自己的大脑中
而是越来越多地通过互联网实时获取需要的信息



报纸



广播



电视



电脑



手机

数字化时代，消费者决策方式在改变

过去

依靠自己大脑中存储的有限的知识和印象作决策

现在

通过与互联网的连接来辅助自己做出更合理的决策

数字时代，消费者记住的是需找信息的途径，而不是具体内容

I don't Know.
Just Baidu it.

Scienceexpress Report

Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips

Betsy Sparrow,^{1*} Jenny Liu,² Daniel M. Wegner³

¹Department of Psychology, Columbia University, 1190 Amsterdam Avenue, New York, NY 10027, USA. ²Department of Psychology, University of Wisconsin–Madison, 1202 West Johnson Street, Madison, WI 53706, USA. ³Department of

when people expect to have future access to information, they have lower rates of recall of the information itself and enhanced recall instead for where to access it. The

old classmate, and articles online, or look up the actor who was on the tip of our tongue. The results of four studies suggest that when faced with difficult questions, people are primed to think about computers and that when people expect to have future access to information, they have lower rates of recall of the information itself and enhanced recall instead for where to access it. The Internet has become a primary form of external or transactive memory, where information is stored collectively outside ourselves.

In a development that would have seemed extraordinary just

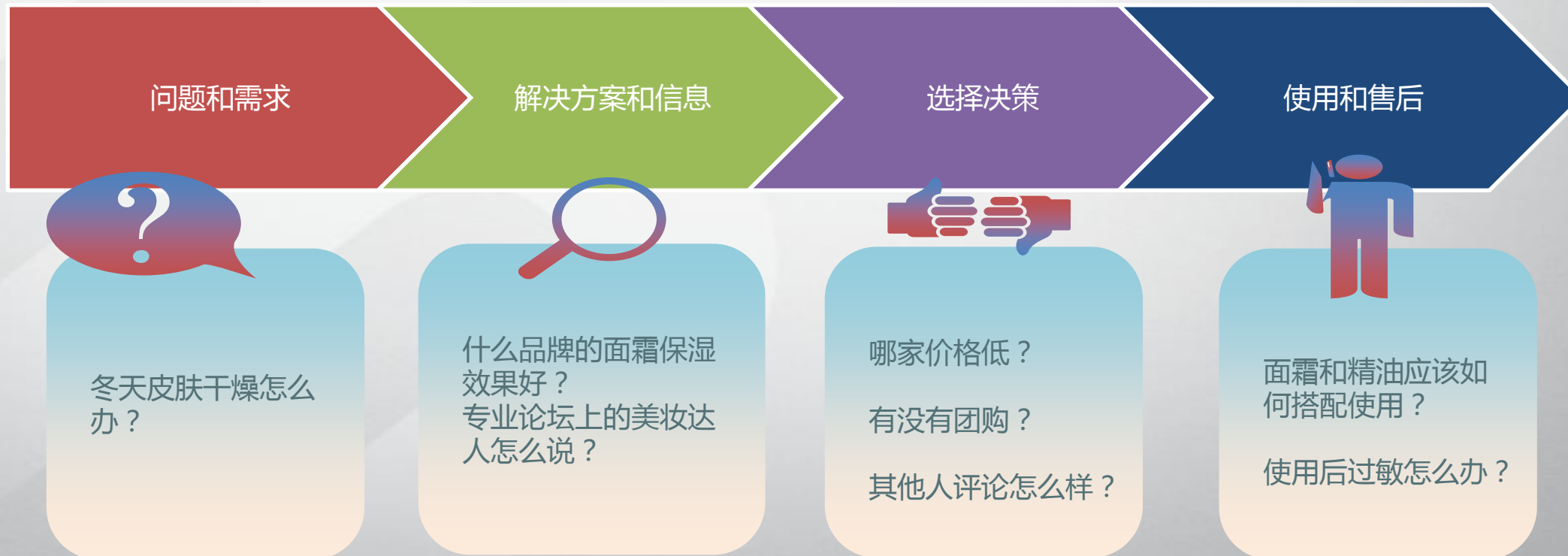
transactive memory source in itself. We investigate whether the Internet has become an external memory system that is primed by the need to acquire information. If asked the question whether there are any countries with only one color in their flag, for example, do we think about flags—or immediately think to go online to find out? Our research then tested if, once information has been accessed, our internal encoding is increased for where the information is to be found rather than for the information itself.

In Experiment 1, participants were tested in two within-subject conditions (4). Participants answered either easy or

www.sciencemag.org on July 17,

搜索反映消费者主动的需求，贯穿决策全流程

- 搜索直接地反映用户的需求和兴趣，且具有前瞻性
- 搜索行为贯穿于消费者收集信息进行决策的整个流程中
- 搜索行为能够代表大多数人、大多数时刻的需求，比社交媒体所反映的信息更全面。
- 由于搜索是主动产生的，所以可更好地过滤炒作新闻和垃圾信息，更客观地倾听消费者的声音





BAIDU MOMENTS



BIG DATA

布满了脚印的雪地

BIG MEDIA

品牌与消费者对话的窗口



品牌 数字资产榜

大数据量化品牌价值



了解更多 >



从品牌搜索风云榜到品牌数字资产榜

数字化时代，品牌的定义也需要改变

消费者大脑

大众汽车质量可靠

大众汽车很棒

导演姜文为大众汽车代言

“简单而言，品牌是消费者意识
中感知的集合”
——英国品牌规划大师保罗·费尔德威克(Paul Feldwick)定义品牌

消费者大脑+外脑

发动机不错

大众购车优惠

品牌故事

大众和丰田



4S店地址

大众车很热门

“品牌是消费者意识中感知以及
互联网活跃内容的集合”
——百度&华通明略
(Baidu & Millward Brown)



品牌数字资产

衡量品牌在数字媒体上的综合竞争力，
为品牌管理者提供应对数字时代的战略和战术的决策依据

合理有效的维度指标



品牌数字资产



数字内容量

品牌在互联网上全部可检索到的内容量

全网内容量

好感度

所有信息量中正面信息所占的百分比

好评比例

关注度

消费者与品牌内容的连接次数

搜索量

参与度

消费者与品牌的平均连接强度

人均搜索量

联想度

消费者与品牌的连接质量，第一提及

搜索顺序
优先度

统计分析

5亿网民的品牌态度

计算数据规模超500T

服装
1680万

食品饮料
150万

旅游
5800万

OTC医药
210万

金融
2亿3千万

零售服务
2亿7千万

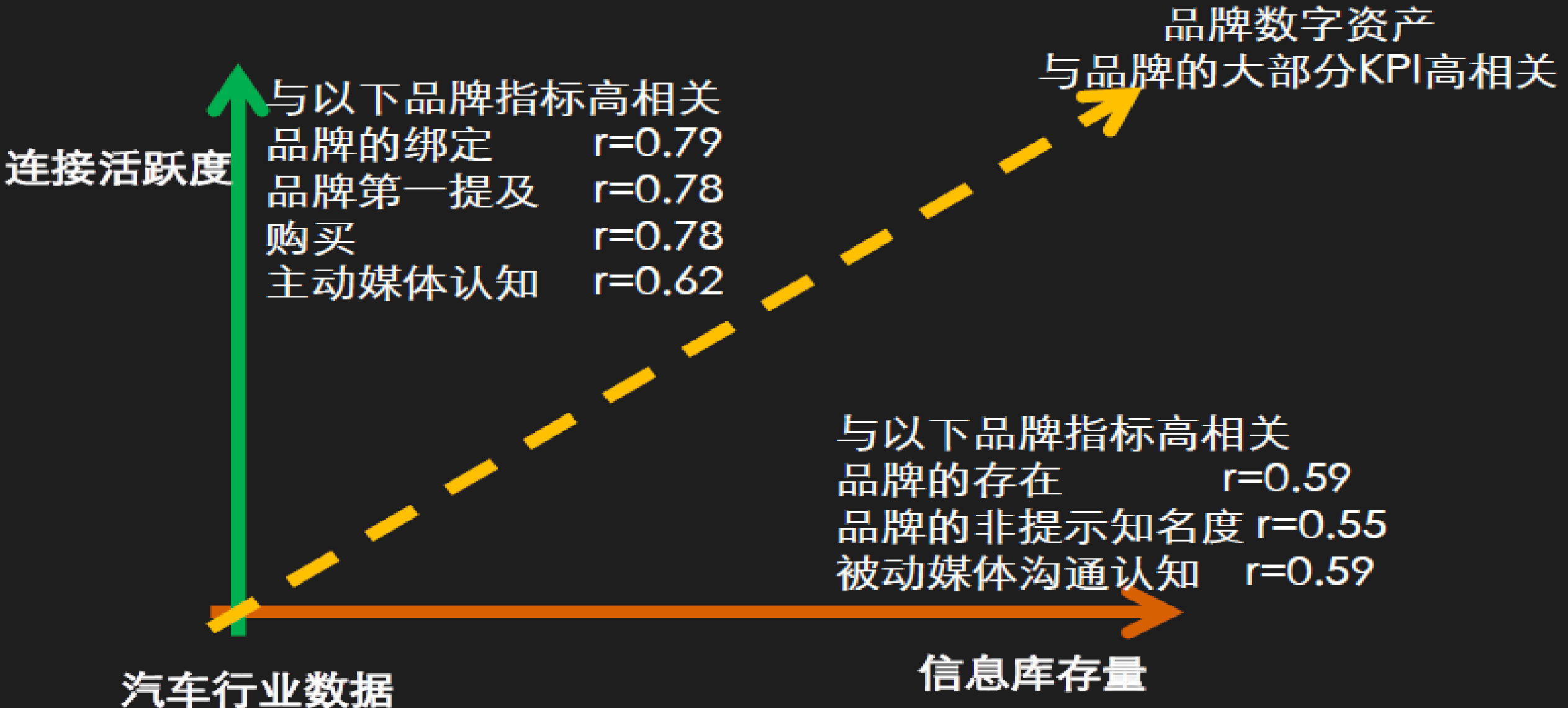
IT消费电子
1亿零400万

汽车
2150万

个人用品
1350万

化妆浴室
1880万

品牌数字资产与品牌资产排行校验高相关



品牌数字资产的分布具有明显的长尾特征。在品牌数字资产领域也同样具有主流强势品牌和“小众”品牌之差异区分。

排行	品牌	数字资产
1	苹果	21,084MB
2	三星	12,778MB
3	小米	12,580MB
4	联想	10,669MB
5	诺基亚	7,590MB
6	魅族	6,696MB
7	HTC	6,563MB
8	华为	6,040MB
9	Opportunity	4,222MB
10	中兴	3,701MB

全新的依赖数字渠道的品牌建设的方式

排行	品牌	数字资产
1	美素佳儿	939MB
2	伊利	687MB
3	蒙牛	532MB
4	惠氏	511MB
5	雅培	499MB
6	多美滋	491MB
7	可瑞康	459MB
8	雀巢	
9	美赞臣	
10	贝因美	



应用方向探讨

新康泰克的品牌数字资产现状

品牌数字资产		信息库存量	连接活跃度	选择行业
排行	品牌		相关连接	数字资产
1	善存		新闻 图片	293MB
2	钙尔奇		新闻 图片	237MB
3	邦迪		新闻 图片	129MB
4	达克宁		新闻 图片	127MB
5	泰诺		新闻 图片	84MB
6	三精		新闻 图片	80MB
7	白加黑		新闻 图片	70MB
8	康泰克		新闻 图片	58MB
9	芬必得		新闻 图片	43MB
10	吗丁琳		新闻 图片	42MB
11	珍视明		新闻 图片	40MB
12	汇仁肾宝		新闻 图片	36MB
13	三九		新闻 图片	33MB
14	美林		新闻 图片	30MB
15	温平舒痛		新闻 图片	26MB

新康泰克的品牌数字资产现状

品牌数字资产		信息库存量	连接活跃度	选择行业	
排行	品牌			相关链接	库存量
1	善存			新闻 图片	227,690
2	钙尔奇			新闻 图片	158,052
3	邦迪			新闻 图片	93,088
4	三精			新闻 图片	68,702
5	泰诺			新闻 图片	50,979
6	达克宁			新闻 图片	38,309
7	白加黑			新闻 图片	28,788
8	美林			新闻 图片	24,275
9	泻痢停			新闻 图片	21,812
10	康泰克			新闻 图片	17,647
11	汇仁肾宝			新闻 图片	16,886
12	新盖中盖			新闻 图片	15,420
13	芬必得			新闻 图片	12,903
14	采乐			新闻 图片	10,773

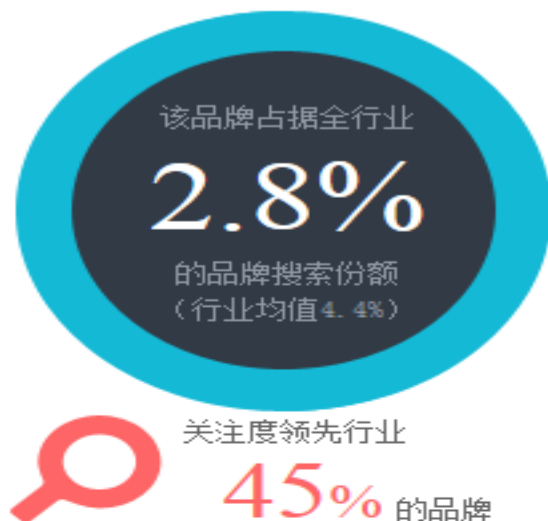
新康泰克的品牌数字资产现状

品牌数字资产		信息库存量	连接活跃度	选择行业
排行	品牌		相关连接	活跃度
1	达克宁		新闻 图片	444,534
2	善存		新闻 图片	395,561
3	钙尔奇		新闻 图片	372,480
4	吗丁琳		新闻 图片	224,506
5	珍视明		新闻 图片	216,564
6	康泰克		新闻 图片	202,554
7	邦迪		新闻 图片	187,023
8	白加黑		新闻 图片	177,190
9	芬必得		新闻 图片	150,027
10	泰诺		新闻 图片	146,311
11	三九		新闻 图片	130,827
12	慢严舒柠		新闻 图片	116,109
13	三精		新闻 图片	96,901
14	汇仁肾宝		新闻 图片	81,504
15	斯达舒		新闻 图片	76,856

消费者对品牌的

关注度

连接活跃度的重要指标之一；
消费者与品牌的信息库存发生互动的次数，代表与有意识地了解品牌信息的消费者规模。

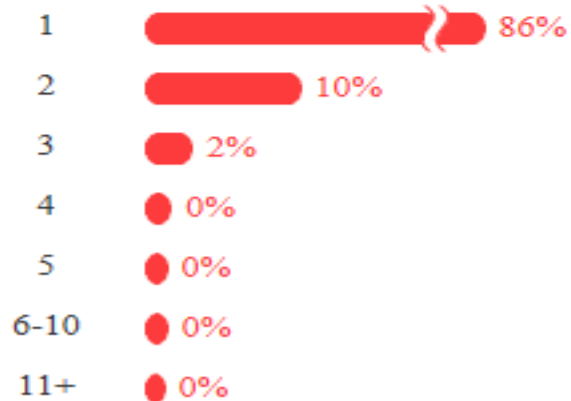


在浩淼的品牌信息中，消费者主要关心

新康泰克喉爽
新康泰克贴
新康泰克麻通鼻
新康泰克说明
新康泰克提炼冰
新康泰克喉爽糖
康泰克

搜索频次

消费者比例



消费者人均搜索

=1.3

(行业均值1.3)



参与度领先行业

59% 的品牌

消费者与品牌的互动



参与度

连接活跃度的重要指标之一；
消费者与品牌的信息库存发生互动的强度，代表消费者有意识地与品牌互动的粘性。

消费者对品牌



联想度

连接活跃度的重要指标之一；
消费者与品牌的信息库存发生互动的质量，类似第一提及率，代表品牌在消费者心中的地位。

平均100个考虑过此品牌的消费者中有
76个首先联想到此品牌(行业均值83)



大家同时还在对比以下品牌

- 海南亚洲制药
- 白加黑
- 康泰克



联想度领先行业

15% 的品牌



消费者一共可以从互联网上找到

19,549

条该品牌相关的内容
如果每个网页浏览10秒，需要昼夜不停看

2天



数字内容量领先行业

27% 的品牌

品牌在互联网上的



数字内容量

信息库存量的重要指标之一；
品牌在互联网上积累的所有信息数据的规模，
代表品牌能够提供给消费者进行决策参考的信息丰富程度。

消费者对品牌评价



信息库存量的重要指标之一；
消费者对于品牌所表现出的情感态度，代表品牌在消费者眼中的口碑或美誉度。

消费者UGC中积极评价比例

康泰克

行业平均

 38% 44%



好感度领先行业

18%

的品牌

未来

传统调研公司数据化转型的Database

标准化数据增值产品的开发和利用

平台化 + 接口化 带来的数字化广告生态的无限可能性

登陆 bim.baidu.com

给我意见 一起拥抱变化

baihai@baidu.com

Thanks