



## 湖南人能创造,7个月2.6万多“发明”

万人发明专利拥有量上升至3.91件,长沙居全省专利“申请量”第一

02



### 啃咬塑胶 优冠改性TPU闯世界 08

今年8月,湖南优冠实业集团董事长钟高明(右)面对印度客商啃咬塑胶跑道材料。

### 零门槛? 无抵押?

### 贷款中介大起底

调查:多为“资金掮客”,通过向机构提供客户赚取佣金

06

### 自动驾驶来了!

### 真的靠谱吗?

专家:技术瓶颈还需打破,相关法律、政策被呼吁跟进

03

B20峰会,4家湖南企业展示并收获了什么

### “获得了信心,也感受到了压力”

04

### 上市公司贴上“互联网+”标签后……

“触网”公司近四成业绩下滑,74.5%去年股价跑赢大盘

05

### 警惕校园贷 推广渠道隐形化

07

### 设立电竞专业, 欠考虑还是“钱”考虑

07



主编/彭治国 副主编/苏军华 美编/聂平辉 校对/张郁文

## 人工智能让营销更聪明

■文/李光斗

动、反馈;而接下来营销将迎来一波新浪潮,即人工智能和营销的融合,被人工智能赋能的营销将变得更加聪明:读懂消费者的心思、需求,实现与消费者的互动。

如果说传统媒体和PC时代营销的制高点是注意力,即谁能抢占用户最多的注意力时长谁就能获得最大的营销价值;那么进入到移动互联网时代营销又多了另一个制高点——大数据,即谁能准确挖掘用户的特征、行为习惯、兴趣偏好、消费倾向以及生活方式,实现对用户的精准画像,从而推送“有的放矢、雪中送炭”,谁就能成为市场的播主。在流量为王的PC时代,百度因解决了人和信息的连接,消弭了信息鸿沟,而成为中国最大的广告媒体;而移动互联网时代的营销载体则是一个多寡头的时代,流量的入口开始分散,资讯平台、团购平台、移

动出行平台、生活服务平台等,均成为流量入口。

如今,营销已经进入到人工智能的时代,人工智能将让营销变得更聪明。在百度世界大会上,李彦宏首次向外界全面展示了百度人工智能成果——“百度大脑”。目前,百度大脑已经具备语音、图像、自然语言理解和用户画像四大前沿能力。而这无疑让人工智能时代的营销有了无限的想象空间。

事实上应诸多走在人工智能前列的客户的需求,百度的人工智能营销已经有了很多很酷的案例,技术和创意共同绘制了不一样的营销图景。日前,奔驰和百度联手实现了一次人工智能营销盛宴。用户只需打开手机百度APP,在搜索框内输入“奔驰e级”等相关系列关键词,奔驰E-class将会从手机屏幕里缓缓驶出,与用户进行AR形式的互动,百度

大脑的人工智能营销方式彻底改变了汽车厂商的展现方式,增强了体验感、互动感;再比如,早前在用户画像方面,百度大脑更是成效显著。《魔兽》上映前,制作方传奇影业和百度合作,通过数据分析,实现精准推荐,推升票房,使票房提升200%。

营销是一种和消费者沟通的艺术,也就是打通从“Attention(注意)-Interest(兴趣)-Desire(欲望)-Action(购买)”整个流程的艺术。这其中包括和消费者建立信任、为消费者提供更多的信息、减少消费者决策和消费的障碍、增强消费者的体验感,而人工智能在“AIDA”四个环节通过互联网技术的手段提供了更为高效、便捷,更具互动性、参与感的服务体验,营销因互联网和人工智能而将更聪明。

(注:编者对本文略作删改)



李光斗  
中国品牌第一人/  
著名品牌战略专家/中央  
电视台品牌顾问/新媒体  
时代的品牌观察家/华盛  
智业·李光斗品牌营销  
机构创始人

对于营销而言,人工智能意味着什么?

和工业革命一样,营销也经历了三次伟大的迭代和升级:第一次营销浪潮是从推销进阶到品牌战略,品牌让推销变得多余;第二次营销浪潮是互联网技术和营销融合,实现营销的精准、互