

第七届中国内容营销高峰论坛召开，探索元宇宙时代内容营销备

产品名称	第七届中国内容营销高峰论坛召开，探索元宇宙时代内容营销备
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

这是一场“虚实结合”的元宇宙营销论坛！真实的汽车与虚拟的汽车并列而行，虚拟人天妤从天而降并呈现着真实的服装，业内专家大咖与一线操盘手同时在现实会场与元宇宙会场畅快交流关于元宇宙营销的真知灼见。

2022年10月27日，由中国国际公共关系协会公关公司工作委员会和中国商务广告协会内容营销专业委员会共同主办、迪思传媒承办的第七届中国内容营销高峰论坛在京举行。本届论坛聚焦“元宇宙时代内容营销探索”，与会专家和听众在虚实结合的线下会场和元宇宙空间中交流，共同研讨元宇宙时代的内容营销新方向。

元宇宙是当下最重要的科技和产业发展趋势，也正逐渐成为品牌 and 用户新的连接点与互动场，以及数字经济领域下的营销新方向。目前，方兴未艾的元宇宙营销正处于早期探索阶段，对于广**和营销从业者来说，这是最重要的窗口期和机遇期。如何率先掌握元宇宙时代内容营销的趋势、打法和资源，是当下品牌和营销的重要课题。本届论坛以“元宇宙时代内容营销探索”为主题，从元宇宙前沿理论、相关政策、前沿模式、前沿技术资源、前沿案例等多个层面，探索元宇宙时代内容营销的新趋势。论坛提出，要基于元宇宙时代的人、货、场，大力探索元宇宙营销，利用元宇宙帮助品牌与用户有效沟通、建立深层链接。

王冬梅：落实数字中国战略，探索元宇宙营销新领域

在第七届中国内容营销高峰论坛（CCMS 2022）上，主办方中国国际公共关系协会副会长、中华全国新闻工作者协会书记处原书记王冬梅做了题为《落实数字中国战略，探索元宇宙营销新领域》的大会致辞。她表示，“落实数字中国战略，探索元宇宙营销”是行业发展趋势与需求，开拓元宇宙内容营销新领域，是我们公关营销行业既要看得准又要抓得住的重要机遇。我们要发挥自身优势，将元宇宙科技与内容营销规律很好地结合起来，促进元宇宙内容营销领域的高质量发展，助力国家数字经济和战略性新兴产业发展，为客户和消费者提供更好的内容体验与服务。

李西沙：探索元宇宙内容营销与经营活动的结合

中国商务广告协会会长李西沙做了题为《用“大胆探索”欢迎元宇宙营销时代》的大会致辞，他说：高质量发展要靠创意驱动。营销有两大块，物质价值是产品，精神价值是体验。元宇宙来了，我们实现体

验有了更好的物理空间和虚拟空间。元宇宙的特殊属性是它的媒介价值，有超强的传播力、感染力，有利于沉浸式的体验。我们作为传播、营销工作者，要把这一切学好、用好，服务好客户。

黄小川：以优质内容打通元宇宙人货场的连接

“元宇宙目前还在初期阶段，所有营销尝试都有价值，都值得鼓励”，中国内容营销高峰论坛执行主席、迪思传媒创始人及董事长、著名内容营销专家“公关教父”黄小川在论坛上做了题为《让元宇宙时代的内容营销回归本质》的主旨演讲。他提到，科技发展驱动媒介变革，进入元宇宙时代，作为营销人应该思考在大形势之下如何进行内容营销创新。元宇宙时代的内容营销，我们要基于AI、AR、MR、VR等技术展开探索，但内容营销的本质不变，即如何利用技术手段在元宇宙时代帮助品牌与用户有效沟通、建立深层链接。

黄小川提出，元宇宙时代的内容营销最核心要做的是：用优质内容打通元宇宙人、货、场的连接。第一是回归场景，重现人货场的结合；

第二是回归用户，通过用户体验去构建元宇宙营销，让用户有愿意去体验、有兴趣留下来、乐意去做社交，这是最核心的问题；第三是回归内容，让用户在元宇宙体验过程中，创造有分享价值的内容，让元宇宙和现实世界形成自生链接和推动；第四是回归转化，把虚拟场景和现实场景无缝链接，实现营销转化。

黄小川还介绍了迪思最新推出的“车宇宙”营销解决方案。针对当下web 3.0趋势下汽车企业的元宇宙营销需求，迪思准确洞察车企需求，发挥元宇宙实时演算、通过即时互动的特点，整合虚拟人、数字博物馆、NFT、虚拟4S店等元宇宙技术资源，帮助车企实现“功能可视化”“场景虚拟化”“用户池社交化”。迪思“车宇宙”营销解决方案包括基于车企生产和营销流程的工业元宇宙、品牌子宇宙，社交车宇宙，将汽车营销的前链路、后链路和云端的智能整合在一起，发挥汽车作为元宇宙入口的优势，无缝连接工作场景、生活场景、娱乐场景，营造真实场景和虚拟场景的沉浸式体验，解决车企在元宇宙时代的用户沟通并实现转化。

赵国栋：元宇宙，人类文明新形态

全球第一套《元宇宙》《元宇宙通行证》《政务元宇宙》三部曲的作者，被称为“元宇宙第一人”的北京科协委员、中关村大数据产业联盟秘书长赵国栋，在会上做了题为《元宇宙的认知和实践》的演讲，介绍了元宇宙的蕞新概念和进展，以及元宇宙在内容营销中如何运用。赵国栋表示，元宇宙的出现标志着人类从工业文明向数字文明过渡。比较上一代互联网，元宇宙有六个特征：第一个特征，元宇宙改变人们的行为，用一个词来形容“亦真亦幻”，就是体验的感觉，亦真亦幻的体验；第二个特征，交流方式的变革，是自然人的交流，它改变了人们基础沟通方式；第三个特征，自由自在的创造，这个行为或者这个特征改变的是人们的生产行为，过去生产都是要先在物理世界里面做样品、试生产等，未来是先数字世界生产，再去物理世界生产，任何物品都会经历这个过程；第四个特征，改变人们的经济活动，蕞基础的交易行为，可以“随时随地”交易；第五个特征，是跟时空有关的概念，空间可以用亦时亦虚来形容；第六个特征，元宇宙的时间可以用似有似无来形容。

专家大咖介绍元宇宙实操案例，“天妤”制作人揭秘台前幕后

新华网汽车产业中心总经理梁懿以《多元共创元宇宙新场景，做中国故事的元宇宙讲述人》为题，介绍了新华网的元宇宙实践。梁懿现场介绍了新华网与一汽红旗合作开展元宇宙营销的成功案例，引发现场强烈反响。

2022年最火的虚拟人“天妤”，其孵化方天娱数科旗下元梦工作室的总经理郑屹呈来到论坛，分享了首个文化出海的国风虚拟人“天妤”是怎样在几个月内“破圈而红”并率先出海。

爱奇艺副总裁徐勇明介绍了爱奇艺在元宇宙领域尤其是数字藏品领域的实践与思考，他表示，爱奇艺是一个创造IP的平台，IP的数字资产，包括与数字藏品、VR/AR等不同领域的连接。内容营销与有IP属性的数字藏品的结合，是一个适合探索的好赛道。

元美科技CEO张鹤将一辆用元宇宙技术生成的汽车带到了论坛现场，震撼全场，他介绍了用元宇宙技术帮助企业元宇宙全场景赋能的各种可能性。

网易近来在元宇宙领域的探索颇有影响，在论坛上，网易传媒营销管理中心总经理宋琛瑶从网易的元宇宙“技术与内容双向奔赴”说起，介绍了如何通过长效全景的元宇宙营销方法论，与品牌共创新生命新价值。

行业大咖研讨元宇宙、汽车和视频直播营销创新

本次论坛还开设了元宇宙营销、汽车营销、视频及直播营销三个平行专场，分别邀请了相关领域的专家学者、媒体机构、具有典型案例的品牌主和拥有先进技术的科技公司，从理论、实操和资源等层面，给与与会受众在业务中切实有效的支持和帮助。

元宇宙营销专场由中国广告协会广电工作委员会常务副会长田涛主持，比邻星球董事长段志云、奥丁科技CEO张玥、StepVR高级副总裁张振华、像数科技董事长刘勇、元一畅想COO李桢、天下秀市场部负责人苏书明、爱化身科技合伙人兼副总裁李媛萍、科大讯飞品牌市场部副总经理董斌等行业大咖，分别从趋势洞察、技术准备、内容准备和营销准备四个方面，就元宇宙营销的机遇与挑战进行全面研讨。

在汽车营销专场，迪思传媒高级副总裁沈健、央视频汽车频道主编任大卫、凤凰网汽车事业部总经理王巍、微博汽车事业部副总经理逄云洁、迪思传媒副总裁刘志祥、昊明数科副总裁刘云鹏等行业大咖，围绕“新能源及智能化大潮下的汽车营销创新”这一主题，探讨当前形势下的汽车营销创新理论和实践。

在视频及直播营销专场，微播易事业部总经理杨凯、凯利时科技董事长兼CEO刘建宏、微吼创始人兼CEO林彦廷、腾讯视频小鲜综运营负责人刘鹏、新片场副总裁&联合创始人陈跃、新动传媒MCN创始人兼

CEO慕容继承、36氪副总裁李政、迪思传媒视频中心总导演蔡坤庭等专家，共同研讨了视频和直播营销的最新政策、趋势和玩法，以及各自的实践案例。

中国内容营销高峰论坛（英文名称：China Content Marketing Summit，英文缩写：CCMS）由中国国际公共关系协会公关公司工作委员会和中国商务广告协会内容营销专业委员会共同主办，迪思传媒承办的中国内容营销行业峰会。自2016年开始举办，至今已经举办七届。该论坛聚集中国营销行业专家、学者和企业实操人员，分析实战案例，探讨行业热点和发展趋势。该论坛历年提出的行业趋势与专业判断，都在行业内产生巨大的影响力，被誉为“中国内容营销最前沿”的行业峰会。