



互联网营销概述

欢迎各位同学

你知道答案吗？

你知道中国和世界有多少人用互联网吗？

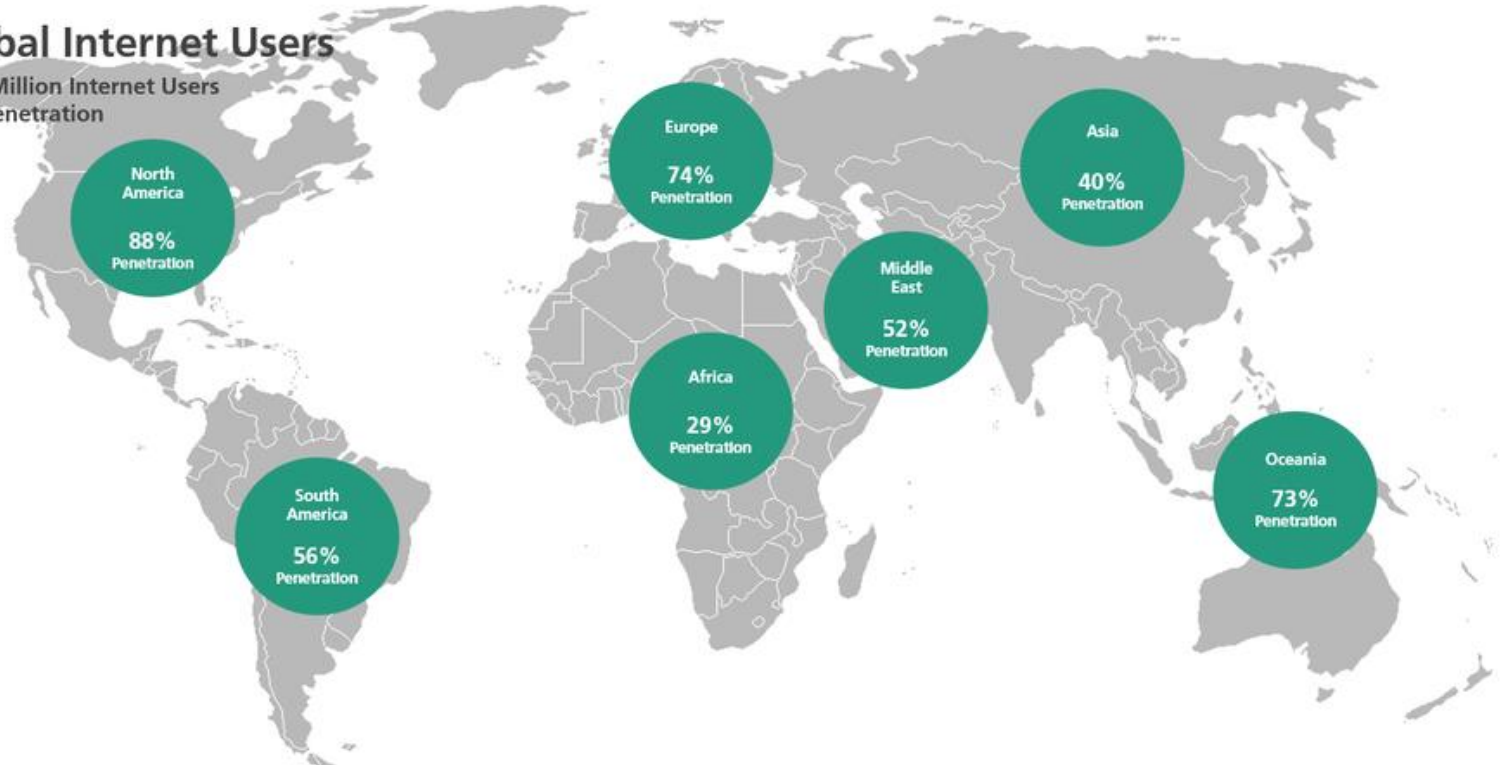
在中国大陆，大约70%的人口使用互联网。

而在全世界，这一比例为59.5%。

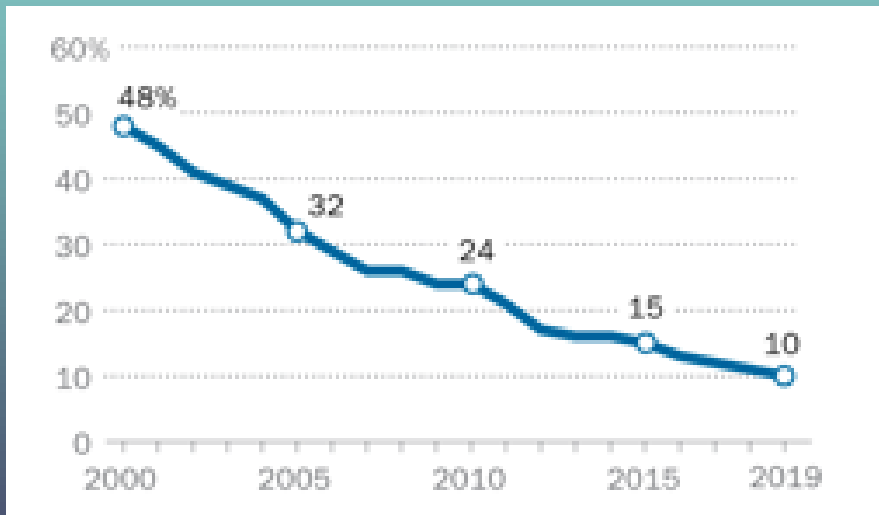
Global Internet Penetration

Global Internet Users

3,366 Million Internet Users
46% Penetration



为什么不用互联网？



对互联网不感兴趣 (34%)

我太老了，学不会了 (32%)

无法承担购买电脑或使用互联网的成本 (19%)

你知道答案吗？

当我们每花100元在零售购物时，有多少钱花在网购上？

在中国大陆，这一数据是24元

在世界，这一数据是7.9元

你知道答案吗？

在中国，平均每个用户每年花多少钱在淘系网站购物上？

根据阿里巴巴2021年财报，有1.28亿名活跃消费者年均消费额超过一万元。

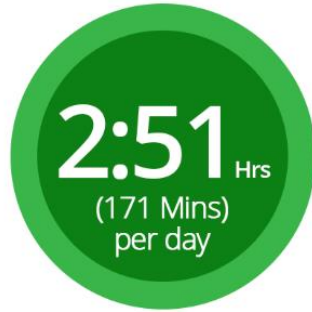
对于京东和拼多多，这一数据分别是5787和2115元。

你知道答案吗？

在中国，平均每个人每天花多少时间在手机上？

平均每个中国人每天花3.3个小时在手机上。

Avg. Use Per Day



The average time spend on smartphones is 2hrs 51mins a day



The average time spend on smartphones AND tablets is 4hrs 33mins a day



18-29 Year Old Interactions

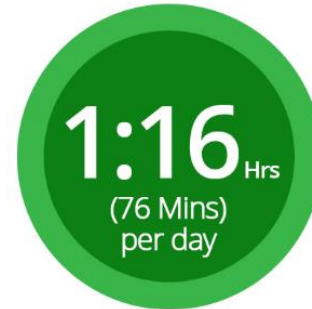
22%

check their phone every few minutes out of smartphone owners surveyed

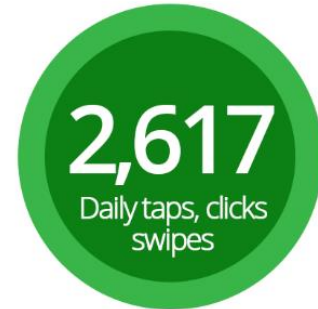
51%

check their phone a few times per hour out of smartphone owners surveyed

Social Interactions



The average user spends 1hr 16mins a day on the top 5 social media apps



The average user will tap, swipe, click their phone 2,617 times a day

I finally realized it.
People are **prisoners**
of their phones,
that's why they are
called **cell** phones.



Spirit Science

你知道答案吗？

有多少比例的夫妻是通过网恋认识的？

根据美国斯坦福大学2017的一项统计数据，39%的异性恋夫妻是通过互联网认识的。

对于同性恋配偶来说，这一比例是70%

研究数据

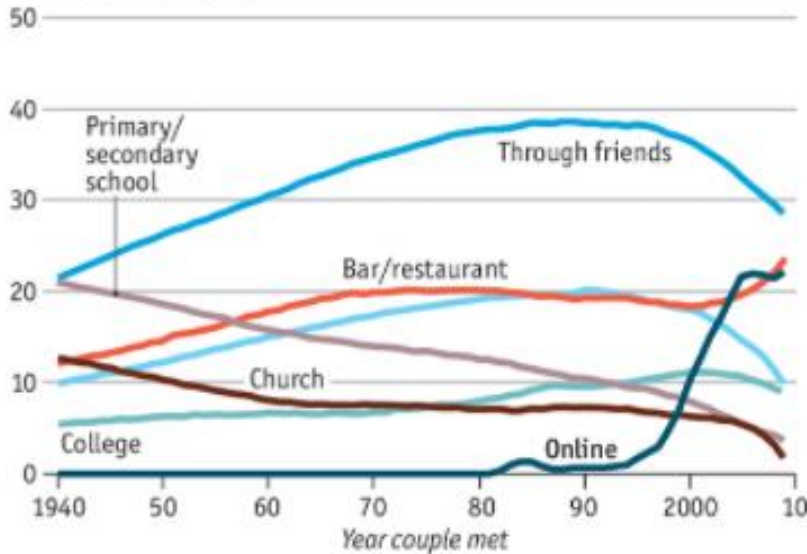
How couples met	1995, %	2017, %	Z score	Significance
Online	2	39	23.43	***
Through friends	33	20	-4.55	***
Through family	15	7	-8.47	***
Through or as coworkers	19	11	-5.16	***
In a bar or restaurant	19	27	2.38	*
In primary or secondary school	10	5	-6.62	***
In church	7	4	-2.52	*
Through or as neighbors	8	3	-4.54	***
In college	9	4	-1.17	

研究数据

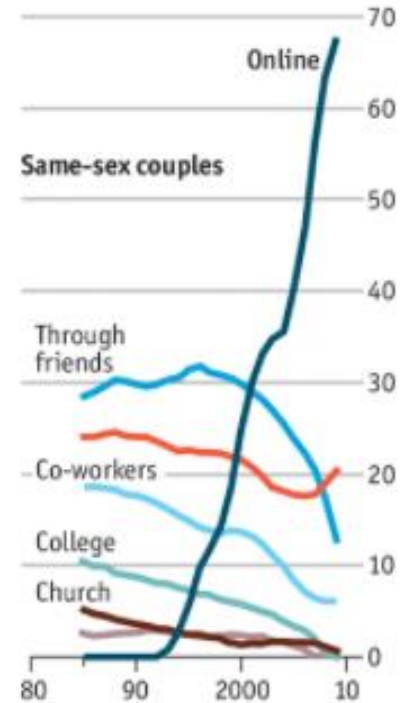
Meet markets

United States, how couples meet, %

Heterosexual couples



Same-sex couples





互联网改变了我们的生活





互联网正在创造价值

问题：世界上最富有的公司有哪些？



互联网正在创造价值

在1999年，世界上市值最大的公司是：







































互联网正在创造价值

在2009年，世界上市值最大的公司是：



互联网正在创造价值

在2022年，他们是：

1	 Apple AAPL	\$2.368 T	\$146.35	▲ 2.40%		 USA
2	 Saudi Aramco 2222.SR	\$2.224 T	\$10.11	▼ 0.91%		 S. Arabia
3	 Microsoft MSFT	\$2.007 T	\$268.40	▲ 0.82%		 USA
4	 Alphabet (Google) GOOG	\$1.566 T	\$2,386	▲ 3.55%		 USA
5	 Amazon AMZN	\$1.183 T	\$116.33	▲ 1.75%		 USA
6	 Tesla TSLA	\$760.32 B	\$733.63	▲ 5.53%		 USA
7	 Berkshire Hathaway BRK-B	\$616.59 B	\$279.28	▲ 1.32%		 USA
8	 UnitedHealth UNH	\$482.57 B	\$514.38	▼ 0.18%		 USA
9	 Johnson & Johnson JNJ	\$469.70 B	\$178.50	▲ 0.11%		 USA
10	 Meta Platforms (Facebook) META	\$466.00 B	\$172.19	▲ 1.43%		 USA
11	 Tencent TCEHY	\$439.94 B	\$45.32	▲ 3.26%		 China
12	 Visa V	\$429.17 B	\$202.80	▲ 0.84%		 USA



互联网正在创造价值



中国最具吸引力的公司排行

10. 美团
9. 华为技术
8. 亚马逊
7. 滴滴
6. 特斯拉
5. 蔚来
4. 复星
3. 字节跳动
2. 百度
1. 阿里巴巴

These are the best companies to work for in China in 2019, according to LinkedIn

我们的课程

我们课程的目标非常明确：我们将介绍互联网是如何改变传统的商业模式，以及企业应该如何应对互联网时代的挑战。具体而言，我们将回答一下的问题：

企业应该如何采集和利用消费者的数据？
面对互联网营销，消费者应该作什么？
政府和平台应该如何规管互联网营销？

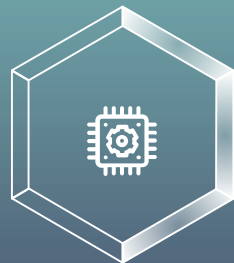
在本课程中，我们将涉及下面的知识



计算机科学



统计学



经济学

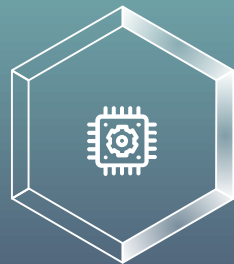
我们帮助各方解答问题：



公司



平台



消费者



课程信息和内容设置



课程网站

网址：https://ximarketing.github.io/_pages/teaching/

密码：202207

网站上可以找到所有的课件和学习资料

主讲人

李曦，香港大学商学院副教授（终身教职）

加拿大多伦多大学管理学博士
香港科技大学工业工程与物流管理硕士
清华大学计算机科学与技术学士

研究兴趣：算法，大数据与互联网平台
Email: xitheory@126.com xili@hku.hk

博士生助教

刘佳妮，香港大学商学院博士生。

刘佳妮博士是一位优秀的博士生。她的研究方向涉及人工智能，大数据，心理学等，在国内外顶级期刊投稿和发表了一系列文章，包括Journal of Marketing Research, INFORMS Journal on Computing和我国心理学顶级期刊《心理学报》。

刘佳妮博士将和我共同为给为同学讲授论文写作课。

博士生助教

心理学报 2020, Vol. 52, No. 3, 371-385

Acta Psychologica Sinica

DOI: 10.3724/SP.J.1041.2020.00371

“一”人代言的魅力：品牌代言人数 如何影响消费者的品牌态度*

冉雅璇¹ 刘佳妮¹ 张逸石² 卫海英³

(¹中南财经政法大学工商管理学院, 武汉 430073) (²武汉理工大学管理学院, 武汉 430070)

(³暨南大学管理学院, 广州 510632)

我的研究

MARKETING SCIENCE

Vol. 34, No. 3, May–June 2015, pp. 331–345

ISSN 0732-2399 (print) | ISSN 1526-548X (online)

informs

<http://dx.doi.org/10.1287/mksc.2014.0900>

© 2015 INFORMS

Product and Pricing Decisions in Crowdfunding

Ming Hu, Xi Li, Mengze Shi

Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto, Ontario M5S 3E6, Canada

{ming.hu@rotman.utoronto.ca, xi.li13@rotman.utoronto.ca, mshi@rotman.utoronto.ca}

在这篇论文中，我们系统的分析了众筹这一互联网模式，并探讨在众筹下企业应该如何设计产品以及为他们的产品定价。

我的研究



Contents lists available at [ScienceDirect](#)

IJRM

International Journal of Research in Marketing

journal homepage: www.elsevier.com/locate/ijresmar



Full Length Article

Video mining: Measuring visual information using automatic methods

Xi Li^a, Mengze Shi^b, Xin (Shane) Wang^{c,*}



这篇文章介绍了如何利用人工智能的方法分析视频数据



我的研究

Article



AMERICAN MARKETING
ASSOCIATION

Transparency of Behavior-Based Pricing

Xi Li , Krista J. Li , and Xin (Shane) Wang

Journal of Marketing Research
2020, Vol. 57(1) 78-99

© American Marketing Association 2019

Article reuse guidelines:

sagepub.com/journals-permissions

DOI: [10.1177/0022243719881448](https://doi.org/10.1177/0022243719881448)

journals.sagepub.com/home/mrj



这篇文章系统性的分析了杀熟这一商业行为。

我的研究

Reviewing Experts' Restraint from Extremes and Its Impact on Service Providers

PETER NGUYEN
XIN (SHANE) WANG
XI LI
JUNE COTTE

这篇文章分析了为什么不同用户对同一家餐厅或酒店的评分不同

我的研究

Audio Mining: The Role of Vocal Tone in Persuasion

XIN (SHANE) WANG
SHIJIE LU
XI LI
MANSUR KHAMITOV
NEIL BENDLE

这篇文章提出了一种分析音频数据的方法

课程概览

互联网营销中的大数据

在互联网时代，企业无不竭尽所能收集社会和消费者的各种数据加以分析的利用。

企业收集哪些数据？他们收集数据来做什么？

如何为大数据分类？企业是怎么分析非结构化的数据的？

课程概览

数字营销：以众筹网站Kickstarter为例

我们以世界上首屈一指的众筹网站Kickstarter为例，介绍数据对互联网平台的作用。我们将使用真实的平台数据对众筹进行分析，从而为企业做出有建设性的意见。

课程概览

数字营销：以中介行业为例

在上一节课中，我们介绍了互联网时代新崛起的众筹产业。而这一节课，我们将分析传统产业的数字化的互联网转型。这里，我们将以中介链家为例，分析大数据是如何影响这些企业的。

课程概览

基于消费者数据的定价模型

什么是杀熟？企业为什么要进行杀熟？

除了杀熟，企业还可以利用消费者数据做什么？

这些行为对消费者意味着什么？对企业意味着什么？

课程概览

消费者隐私保护概述

我们将介绍一些消费者隐私保护法案，如欧盟的General Data Protection Regulation（通用数据保护法案），中国的《个人信息保护法》等法案，并衡量它们对企业，消费者的影响。

课程概览

消费者隐私保护概述

除了政府法律的支持，消费者自身也可以使用一些办法保护自己的隐私不被侵犯，如使用VPN，注册新的账户等等，甚至利用技术手段“薅羊毛”。我们将介绍消费者如何保护自己的隐私，以及隐私保护对消费者和企业的影响。

课程概览

前沿学术问题选讲

我们将介绍互联网营销最新的学术进展：用户生成内容，病毒营销，人工智能，在线广告，现场试验等，为大家拓展研究思路，为未来的研究奠定基础。

课程目标

课程目标

每位同学选择一个感兴趣的科研问题并进行初步的分析。

在最后一节课，各位同学将展示自己的研究成果。授课老师将进行点评。

希望同学能在博士助教的指导下完成一个简单的论文，并争取投稿到国际期刊或会议。

思考题

思考題

HKTVMall（香港电视）是香港地区最大的电商平台，大约相当于香港的淘宝 + 京东 + 拼多多。下面是香港电视的购物网页：

GSK 官方旗舰店 >

司各脱 - 維他命C軟糖 - 黑加子雜莓味/蜜桃味#兒童抵抗力#兒童軟糖#維他命C

嬰兒食物 飲品 保健品 保健產品



特價 ~~\$405.00~~
\$ 94.50  [價格動向](#)  最快1日送達

已售出 6,000+

禮物優惠  **\$159送Keigo 食物盒**
\$159送Keigo 食物盒
[立即選購 >](#)

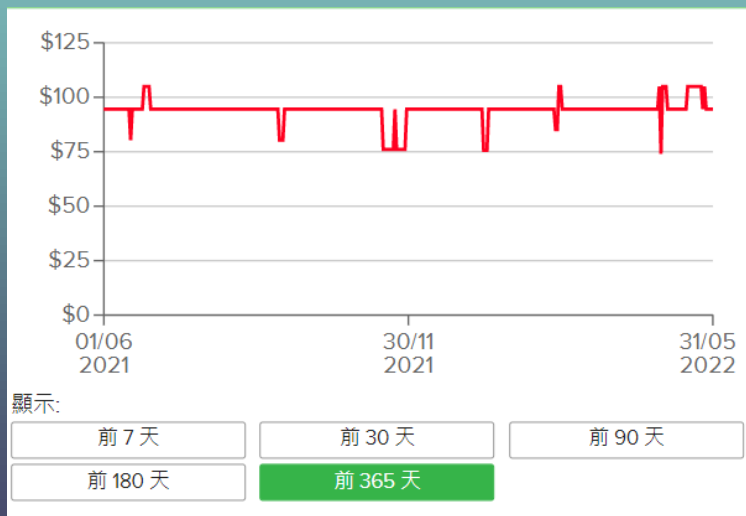
換購優惠 加\$98換購優之源產品
加\$98換購優之源產品
[立即選購 >](#)

換購優惠 **\$39/\$49/\$59個人護理換購優惠!**
凡購買指定產品，即可以\$39 / \$49 / \$59 換購精選口腔護理/消毒液產品! ...
[立即選購 >](#)

換購優惠 久光製藥換購優惠!
久光製藥換購優惠!

思考题

不同于淘宝，香港电视为消费者提供产品的历史价格数据：



思考题

你觉得香港电视为什么愿意为消费者提供价格历史信息？

价格历史信息对消费者、零售商和平台的意义是什么？

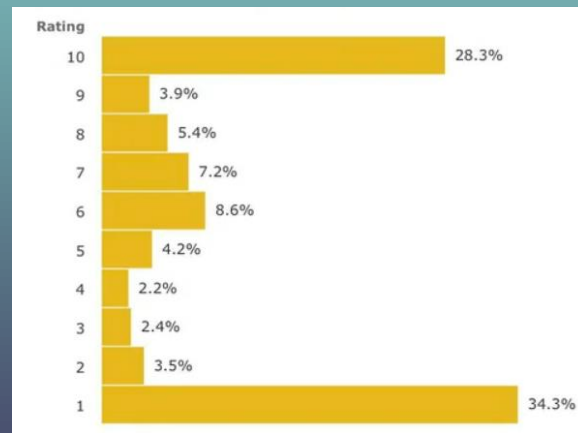
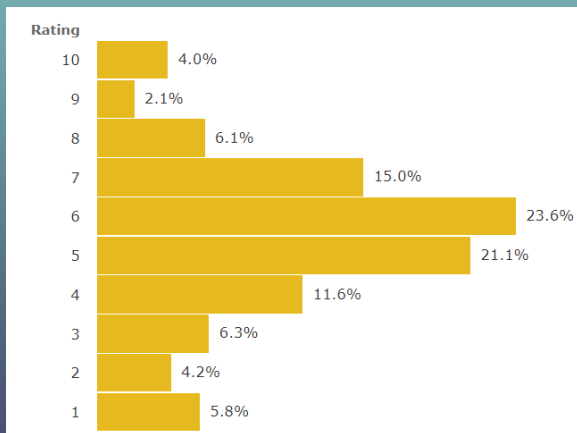
思考题

我们在购物的时候，经常根据产品的评论打分来选择购买那个产品：



思考题

假设有两部电影，他们的平均分差不多（都是5.4），你觉得哪部电影的票房更好？为什么？



学习资料

我们的课程不需要额外的阅读；通过阅读PPT就可以了解我们课程的基础知识。

我们的课程需要用到线性回归，大家如果没有学过线性回归，可以在网上找视频看一看。只要会用线性回归就可以了，不需要彻底掌握线性回归的理论知识。

学习资料

此外，感兴趣的同学们还可以参考授课老师在香港大学教授的英文课程：“算法，大数据和在线平台”。所有的课程材料和课件都可以在网上找到：

网址：https://ximarketing.github.io/_pages/teaching/

密码：MKTMKT