

CMCOC 2021



HOMEPATHIC
GROWTH

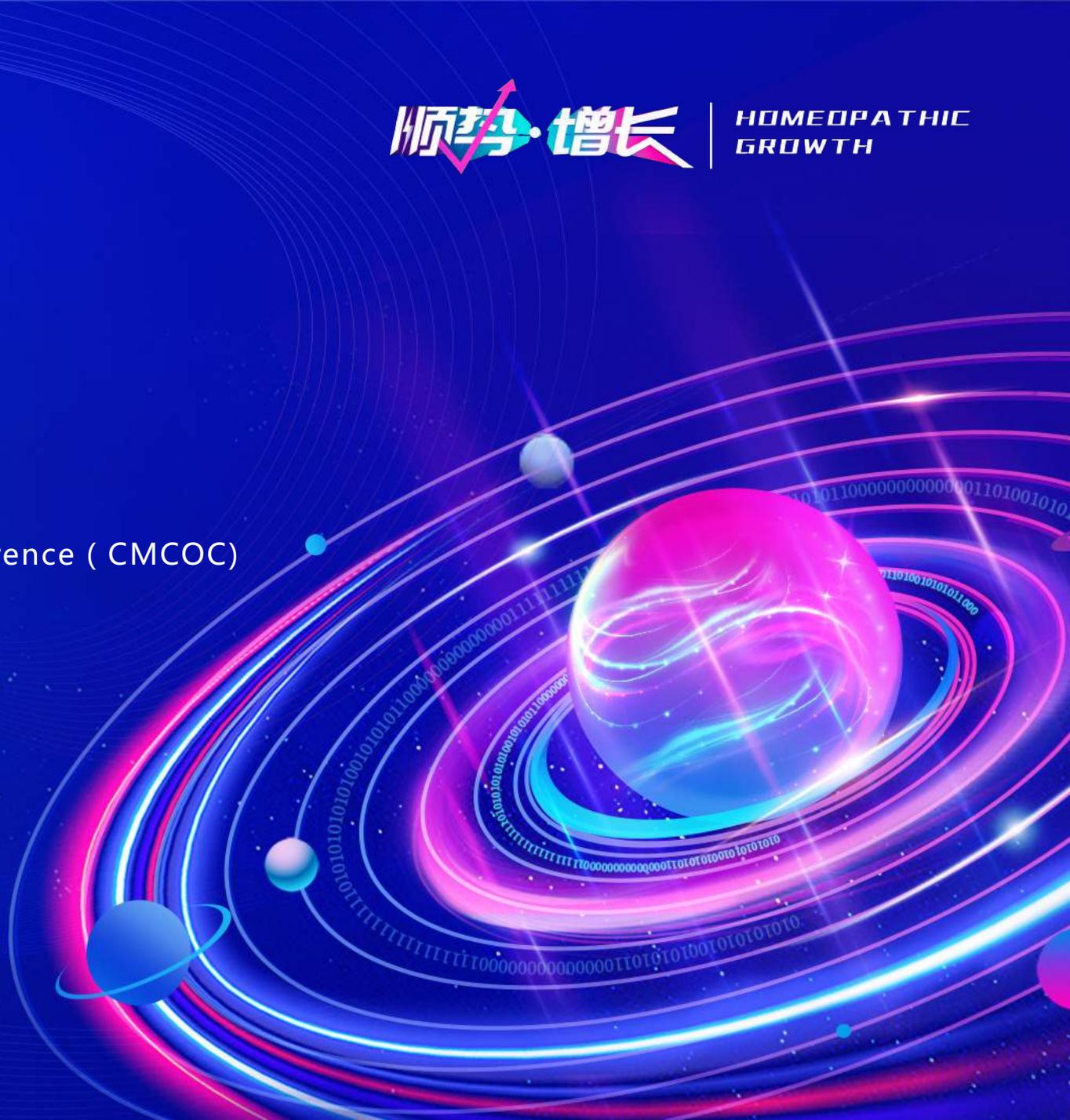
顺势·增长

第四届移动广告优化增长大会

2021 China Mobile Campaign Optimization Conference (CMCOC)

2021.12.18

中国·广州南丰朗豪



目录

contents

01

大会介绍

Conference
introduction

02

商务合作

Business
Cooperation

03

大会传播

Conference
spread

04

往期回顾

Past review

知乎的「人」

用户性别更均衡

年龄更具消费力

地域人群全覆盖

01

大会介绍

Conference introduction



大会背景



HOMEPATHIC
GROWTH

2020，中国移动广告流量媒体平台“马太效应”加强，头部广告媒体，阿里巴巴广告营收2535亿，字节跳动广告收入达1830亿元，腾讯广告收入约823亿元。2021，中国移动营销市场规模将突破6000亿元。

现今，消费场景线上化趋势明显，**新营销模式快速迭代；直播电商持续火热，短视频、广告带货常态化**；Z世代上场，存量时代，流量争夺，年轻群体成为品牌广告主的必争之地，平台纷纷布局**新电商**（直播、短视频、广告带货），扩展边界，提升流量触达效率；平台日趋成熟，大量商家入驻电商平台，新品牌爆发，数智驱动，私域流量新玩法层出不穷……移动营销市场正迎来更大的挑战，品牌广告主如何布局全场景营销，实现从产品到商业的闭环？

第四届移动广告优化增长大会（CMCOC）以“**顺势·增长**”为主题，围绕“**新趋势、新电商、场景营销**”等话题进行深度交流，共同探讨营销驱动企业新增长的价值。

2020年主流媒体广告收入/亿元



■ 广告总营收/亿元



大会规模：1000+

大会地点：中国·广州南丰朗豪

大会时间：2021年12月18日

参会嘉宾：电商商家、品牌方、平台、广告公司、平台/代理公司优化师等人群

聚焦移动营销市场 洞察新趋势

市场快速发展下，聚合头部流量媒体平台、新电商商家、品牌方、广告公司、增长大咖各方观点，从热门趋势（下沉市场、直播电商、新消费等）、Z时代用户洞察到营销新模式、渠道选择等全面探讨自上而下的移动营销市场的增长模式。

汇集新电商（直播、短视频、 广告带货）的流量玩家

聚焦抖音，快手，哔哩哔哩、小红书等热门电商平台，探讨美妆、服饰、珠宝、食品饮料等细分领域的新玩法，打造新电商互动交流平台。

超级品牌/白牌/ 商家的增长案例剖析

聆听超级品牌/白牌/数亿年营业额商家的破局与造圈之道。

技术品牌展

15+MarTech/AdTech、品牌前沿成果展

会场设置：三大独立论坛（火热招商中！）



HOMEPATHIC
GROWTH

新电商专场

海外营销专场

创意优化专场

更丰富的内容，更独立的形式

深入探讨，多维解读

聚集核心人群，挖掘纵向潜力

三个分会场，千余人影响力

聚焦热门赛道，近20位专家解读

干货赋能，探幕企业增量



主会场议程（拟）



HOMEOPATHIC
GROWTH

模块	主题	拟邀嘉宾（拟）
一、顺趋势：预见风口，开启商业新征程 9:30-12:00	移动广告的千亿市场解读	中国广告协会会长 张国华
	《2021中国移动广告优化师发展白皮书》发布	有米科技董事长 陈第
	新连接，挖掘价值洼地（下沉市场、直播电商、新消费）	抖音、快手、小红书、百度
	Z时代的人群洞察	Bilibili
二、营增长：数智驱动，长效增长方法论 14:00-17:30	社媒营销&私域流量新玩法	腾讯广告
	数据赋能，互联网广告的底层逻辑	《计算广告》作者 刘鹏
	后链路营销，全局长效增长	巨量引擎、阿里集团
	存量竞争，如何借力实现业务变现？	京东、网易游戏
	超级品牌的破局与造圈	华为云、宝洁、babycare、小鹏汽车

拟邀嘉宾

陈第



有米科技
创始合伙人，董事长兼CEO

张国华



中国广告协会会长
国际广告协会全球副主席

张敏毅



腾讯广告
大客户销售运营总经理

陈都烨



字节跳动营销中心
总经理

拟邀嘉宾

江海军



小红书
广告营销负责人

丁灿彪



百度
移动生态体系商业产品和运营负责人

陈志峰



快手
营销副总裁

王丁琥



抖音
巨量引擎营销中心总经理

拟邀嘉宾

王旭



哔哩哔哩
营销中心总经理

李嘉维



Google
大中华区渠道事业部销售总监

陶冰鸿



宝洁
FAB品牌总监

刘鹏



《计算广告》作者
科大讯飞 副总裁

拟邀嘉宾

钢炮



babycare
首席营销官

吴鑫鑫



网易游戏
市场副总裁

周景才



华为云
行业战略与业务发展部资深总监

蔡锐涛



有米科技
创始合伙人、CTO

拟邀嘉宾

顺势·增长

HOMEOPATHIC
GROWTH

马力



知群
CEO

宋星



纷析数据
创始人



02

商务合作

Business Cooperation

大会合作套餐



HOMEPATHIC
GROWTH

一知

用户性别更均衡

年龄更具消费力

地域人群全覆盖

单位：元

套餐	合作身份	席位	演讲	分论坛	展位	广告展板	专访报道	主背景露出	资料入袋	胸卡log o露出	主持人口播	现场视频轮播	现场VIP席位	椅背贴	全渠道宣传曝光	VIP晚宴	金额
A套餐	顶级合作	1	√	√	特装	√	√	√	√	√	√	√	3	√	√	3	199800
B套餐	钻石合作	2		√	标展	√	√	√	√	√	√	√	2	√	√	2	149800
C套餐	铂金合作	3			标展	√		√	√	√	√	√	1	√	√	1	99800
D套餐	黄金合作	5				√		√	√	√	√	√	1	√		1	79800
E套餐	白银合作	5				√			√		√	√	1	√		1	49800

期待与广大流量媒体、品牌主、流量服务第三方、广告代理等公司合作共赢！

单项合作方案



HOMOPATHIC
GROWTH

用户性别更均衡

年龄更具消费力

地域人群全覆盖

合作类别	金额 (元)	席位	权益
主会场演讲席位	80000	1	演讲25分钟, 会议前视频轮播, 全渠道宣传曝光, 现场易拉宝展示, 专访报道
分会场演讲席位	30000	3	演讲25分钟, 现场易拉宝展示
特装展位	50000	2	1个4m*5m企业形象、商务洽谈位 (不包含搭建、布置费用), 现场易拉宝展示
标准展位	20000	12	一个3m*3m的产品业务展示位 (含搭建)
分论坛	100000	3	4小时分论坛 (包含现场搭建)、听众招募、1个标准展位、宣传曝光
主会场资料入袋	8000	8	现场观众礼品袋资料入袋1份, 预计1000份
企业形象广告牌	5000	10	80*200广告展示位1个

顶级合作伙伴独家权益



HOMEPATHIC
GROWTH



独家权益

仅限1席
价格：199800元

大会现场宣传

演讲环节：参与主会场演讲环节，约25分钟

分论坛：4小时分论坛专场（可选上下午时间段）

会前视频轮播：暖场视频2分钟轮播

主持人口播：主持人口播鸣谢

VIP席位：现场VIP嘉宾席位3个

VIP晚宴：VIP晚宴席位3个

椅背贴：贵司Logo露出

特装展位：优质特装展位1个（4m*5m）

易拉宝展位：优质易拉宝展位1个

专访报道：贵司嘉宾的专访报道

大会相关物料及媒体曝光

门票露出：门票露出贵司Logo

资料入袋：伴手礼礼品袋资料入袋1份

全渠道宣传曝光：享有全渠道宣传曝光

更多服务

商务对接：可安排与大会嘉宾沟通及对接服务

会场门票：主会场VIP票10张，主会场普票20张



品牌传播权益

会前推广：

- 1、大会宣传以“顶级合作伙伴”身份展示贵司Logo
- 2、大会报名页面Banner位滚动播放展示贵司Logo
- 3、品牌Logo随会前全网新闻推广稿件进行曝光
- 4、会前针对贵司受邀出席本届大会单独发布公众号推文
- 5、会前针对分论坛专场出单篇公众号推文
- 6、会前EDM对品牌Logo进行曝光

会后传播：

- 1、对贵司主会场演讲嘉宾以图文+视频形式进行全网推广
- 2、贵司Logo随会后新闻通稿全网曝光
- 3、贵司Logo随会后报告/EDM邮件曝光

会议现场：

- 1、主会场会前循环播放贵司视频宣传片（2mins），不少于8次
- 2、现场对演讲嘉宾进行专属的采访报道
- 3、现场设置特装展位1个，观众入场即可看到
- 4、现场设置广告牌1个
- 5、主会场LED下方露出贵司Logo
- 6、胸卡上露出贵司Logo（预计1000份）
- 7、贵司宣传资料装入伴手礼礼品袋中
- 8、现场签到处、Logo背景板展示贵司Logo

钻石合作伙伴独家权益



HOMEOPATHIC
GROWTH



独家权益

仅限2席
价格：149800元

大会现场宣传

分论坛：4小时分论坛专场（可选上下午时间段）

会前视频轮播：暖场视频2分钟轮播

主持人口播：主持人口播鸣谢

VIP席位：现场VIP嘉宾席位1个

VIP晚宴：VIP晚宴席位2个

标准展位：优质标准展位1个（3m*3m）

易拉宝展位：优质易拉宝展位1个

专访报道：贵司嘉宾的专访报道

大会相关物料及媒体曝光

门票露出：门票露出贵司Logo

资料入袋：伴手礼礼品袋资料入袋1份

全渠道宣传曝光：享有全渠道宣传曝光

更多服务

商务对接：可安排与大会嘉宾沟通及对接服务

会场门票：主会场VIP票5张，主会场普票10张



品牌传播权益

会前推广：

- 1、大会宣传以“钻石合作伙伴”身份展示贵司Logo
- 2、大会报名页面Banner位滚动播放展示贵司Logo
- 3、品牌Logo随会前全网新闻推广稿件进行曝光
- 4、会前针对分论坛专场出单篇公众号推文
- 5、会前EDM对品牌Logo进行曝光

会后传播：

- 1、贵司Logo随会后新闻通稿全网曝光
- 2、贵司Logo随会后报告/EDM邮件曝光

会议现场：

- 1、主会场会前循环播放贵司视频宣传片（2mins），不少于6次
- 2、现场对演讲嘉宾进行专属的采访报道
- 3、现场签到处、Logo背景板展示贵司Logo
- 4、现场设置优质标准展位1个，观众入场即可看到
- 5、现场设置优质易拉宝展位1个
- 6、胸卡上露出贵司Logo（预计1000份）
- 7、贵司宣传资料装入伴手礼礼品袋中
- 8、椅背贴露出贵司Logo

铂金合作伙伴独家权益



HOMEPATHIC
GROWTH



独家权益

仅限3席
价格：99800元

大会现场宣传

会前视频轮播：暖场视频2分钟轮播

主持人口播：主持人口播鸣谢

VIP席位：现场VIP嘉宾席位1个

VIP晚宴：VIP晚宴席位1个

椅背贴：贵司Logo露出

标准展位：标准展位1个（3m*3m）

易拉宝展位：易拉宝展位1个

大会相关物料及媒体曝光

门票露出：门票露出贵司Logo

资料入袋：伴手礼礼品袋资料入袋1份

主背景宣传曝光：贵司Logo在主背景中全网曝光

更多服务

会场门票：主会场VIP票3张，主会场普票5张



品牌传播权益

会前推广：

- 1、大会宣传以“铂金合作伙伴”身份展示贵司Logo
- 2、大会报名页面Banner位滚动播放展示贵司Logo
- 3、贵司Logo在主背景中全网曝光
- 4、会前EDM对品牌Logo进行曝光

会后传播：

- 1、贵司Logo随会后新闻通稿主背景中全网曝光
- 2、贵司Logo随会后报告/EDM邮件曝光

会议现场：

- 1、主会场会前循环播放贵司视频宣传片（2mins），不少于4次
- 2、椅背贴露出贵司Logo
- 3、现场签到处、Logo背景板展示贵司Logo
- 4、现场设置标准展位1个
- 5、现场设置易拉宝展位1个
- 6、贵司宣传资料装入伴手礼礼品袋中

黄金合作伙伴独家权益



独家权益

仅限5席
价格：79800元

大会现场宣传

会前视频轮播：暖场视频2分钟轮播

主持人口播：主持人口播鸣谢

VIP席位：现场VIP嘉宾席位1个

VIP晚宴：VIP晚宴席位1个

椅背贴：贵司Logo露出

易拉宝展位：易拉宝展位1个

大会相关物料及媒体曝光

门票露出：门票露出贵司Logo及合作身份

资料入袋：伴手礼礼品袋资料入袋1份

主背景宣传曝光：贵司Logo在主背景中全网曝光

更多服务

会场门票：主会场VIP票1张，主会场普票5张



品牌传播权益

让数字营销更科学高效

会前推广：

- 1、大会宣传以“黄金合作伙伴”身份展示贵司Logo
- 2、大会报名页面Banner位滚动播放展示贵司Logo
- 3、贵司Logo在主背景中全网曝光
- 4、会前EDM对品牌Logo进行曝光

会后传播：

- 1、贵司Logo随会后新闻通稿主背景中全网曝光
- 2、贵司Logo随会后报告/EDM邮件曝光

会议现场：

- 1、主会场会前循环播放贵司视频宣传片2次（2mins）
- 2、椅背贴露出贵司Logo
- 3、现场设置易拉宝展位1个
- 4、贵司宣传资料装入伴手礼礼品袋中

白银合作伙伴独家权益



独家权益

仅限5席
价格：49800元

大会现场宣传

会前视频轮播：暖场视频2分钟轮播

主持人口播：主持人口播鸣谢

VIP席位：现场VIP嘉宾席位1个

VIP晚宴：VIP晚宴席位1个

椅背贴：贵司Logo露出

易拉宝展位：易拉宝展位1个

大会相关物料及媒体曝光

资料入袋：伴手礼礼品袋资料入袋1份

更多服务

会场门票：主会场VIP票1张，主会场普票5张



品牌传播权益

让数字营销更科学高效

会前推广：

- 1、大会宣传以“白银合作伙伴”身份展示贵司Logo
- 2、大会报名页面banner位滚动播放展示贵司Logo
- 3、会前EDM对品牌Logo进行曝光

会议现场：

- 1、主会场会前循环播放贵司视频宣传片1次（2mins）
- 2、椅背贴露出贵司Logo
- 3、现场设置易拉宝展位1个
- 4、贵司宣传资料装入伴手礼礼品袋中

03

大会传播

Conference spread

传播形式



HOMEPATHIC
GROWTH

时间	项目	渠道	备注
活动前期	官网专题页面、活动平台上线	有米云官方网站、活动行、活动家、互动吧等售票平台	官网日PV 活动行PV10w+ 其他售票平台PV3w+
	视频传播	视频号、抖音、b站、kol朋友圈等	
	宣传海报	有米2w+社群、kol朋友圈、微博、20+合作企业的社群、有米科技、有米云官网的首页宣传、10+企业官网的轮播	
	系列文章报道	有米公众号、30+以上的自媒体	
	邮件、短信宣传	有米云注册用户、活动行等用户群体	
活动当天	视频、图片直播	至少3+以上直播平台直播	
	媒体采访	10+主流媒体采访	
	主持口播	主会场、分会场的主持人口播	
	现场物料	Led屏logo、大屏视频轮播、展位、签到墙、合影区、资料入袋等	
活动后期	活动通稿	10+微信公众号、合作企业媒体	
	媒体通稿	30+媒体报道 (含10+主流媒体平台、20+行业媒体)	
	嘉宾演讲摘要、PPT	社群、公众号、官网	

传播资源：100+媒体传播



企业伙伴50+

合作伙伴40+

行业媒体20+

头部媒体10+

04

往届回顾

Past review

移动广告营销盛会

顺势·增长

HOMEPATHIC GROWTH

用户性别更均衡 年龄更具消费力 地域人群全覆盖

移动广告优化增长大会第4年，作为移动广告营销行业的代表盛会，见证了移动广告的进化增长。



顺势·增长

2021 CMCOC，如期而至

广州 | 2021.09.10

精彩瞬间

顺势·增长

HOMEPATHIC GROWTH

用户性别更均衡 年龄更具消费力 地域人群全覆盖



✓ 闭门学堂



✓ 电商分会场



✓ 标展区



全网千万级曝光，线下5000+精英参加
中国广告协会、广州市市场监督管理局、
广州市商务局指导支持

大咖云集，传授增长之道
集结主流平台，解读行业趋势，平台政策支持

往届大会嘉宾

顺势·增长

HOMEPATHIC
GROWTH



中国广告协会会长 | 张国华
原国家工商总局广告司司长



有米科技 | 陈第



《计算广告》作者 | 刘鹏
科大讯飞 副总裁



阿里 | 冯烈丹



字节跳动 | 齐江龙



腾讯 | 沈灵犀



Google | 李嘉维



百度 | 吴晨霞



快手 | 李文贤



哔哩哔哩 | 权硕



小红书 | 佩恩



爱奇艺 | 杨大亮



网易游戏 | 吴鑫鑫



微博 | 施大鹏



知乎 | 袁超



阿道夫 | 伍屯颖



抖音快手双千万级博主 | 梁笑笑



五月美妆 | 罗军

*部分演讲嘉宾，排名不分先后



新电商·增长专场



腾讯广告：顺势·合力·成长专场



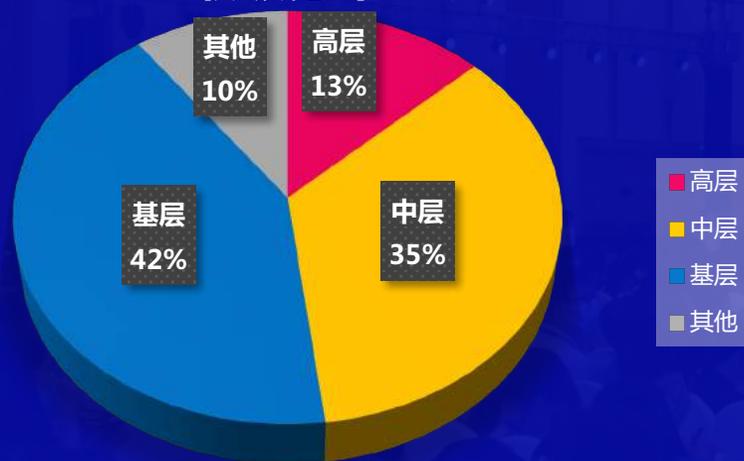
巨量引擎：顺势·合力·成长专场



知群：流量思维与用户增长

大会联合腾讯广告、巨量引擎、知群与红人星群等合作伙伴推出分会场，企业借助CMCOC平台提升品牌及个人形象，进行品牌的推广及传播，实现业务变现。

职级分布



分类	具体层级	数量/人	比例
高层	创始人、联合创始人、董事长、CEO、总裁、副总裁、总经理、商务VP、老板、COO、总裁助理	653	13%
中层	总监、经理、主任、专家、负责人、顾问、战略规划	1757	35%
基层	主管、运营、专员	2108	42%
	无法识别职级	502	10%
	合计	5020	100%

参会人群约**50%**为企业中高层，部分来宾无填写岗位信息，无法识别职级

展位曝光

顺势·增长

HOMEPATHIC GROWTH



百度



快手



微博



AWS



顺丰代管管家



有米云





爆量交流区：
将有需求的品牌广告主与合作
伙伴建立联系，促进商务会谈。



VIP交流晚宴：共享行业资讯，
推进商务合作

现场物料

顺势·增长

HOMEPATHIC
GROWTH



顺势·增长

第四届移动广告优化增长大会

CMCOC 2021
HOMEOPATHIC
GROWTH

2021 China Mobile
Campaign Optimization Conference



大会商务合作

主办单位：有米科技

组委会电话：020-35672352

邮箱：bmd@youmi.net