



百度营销专家
Baidu Marketing Professional

技术赋能线下屏幕-助力机械设备行业品牌提升

— 百度聚屏产品介绍



目录

CONTENT

01

产品背景

02

聚屏优势

03

资源详情

04

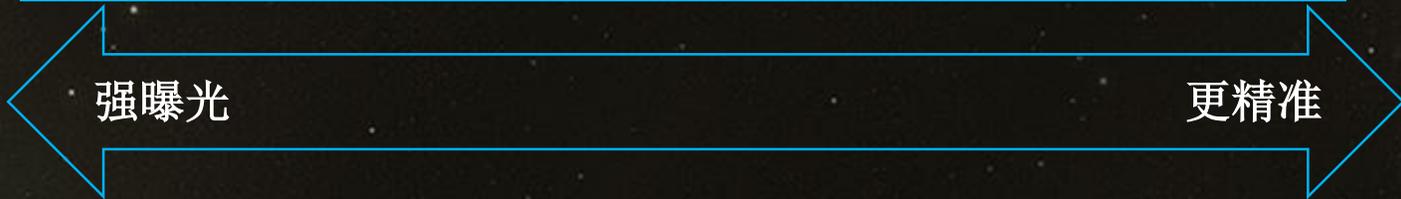
案例分享

01

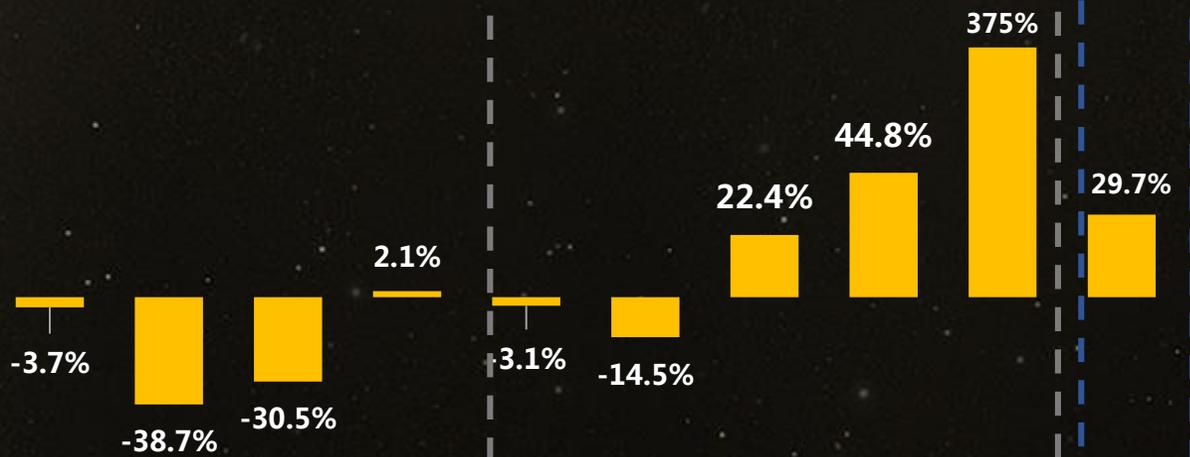
产品背景

聚屏背景：数字化线下媒体增长快速，但问题较多，亟待解决

1. 2016年各媒介广告刊例花费中，数字化线下媒体及互联网媒体因精准曝光能力受广告主青睐、广告收入提升



线下媒体 互联网媒体



媒体	电视	报纸	杂志	电台	传统户外	交通视频	楼宇视频	影院视频	OTT	互联网
刊例* (亿元)	5546.9	251.7	92.2	382.9	318.1	233.3	520.3	237.2	9.7	2759.7

2. 当前线下广告，问题较多

线下媒体痛点

- 媒体触达能力严重碎片化，媒体价值认可度低
- 传统售卖方式，售卖效率低，填充率不足

广告主/代理商痛点

- 投放门槛高：
 - ❖ 媒体分散，投放不灵活。
 - ❖ 优质媒体预算门槛高
- 投放精准度低：
 - ❖ 定向数据及技术能力有限
 - ❖ 效果监测技术局限

数据来源：CTR媒介智讯；艾瑞，根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算；CODC2016年户外市场回顾；
 线下广告：特指传统户外、线下视频（交通视频、楼宇视频、影院视频、OTT），下同；线下广告刊例价与实际价格折扣系数较高，可高达8折折扣

百度聚屏是什么？

百度聚屏：聚焦数字化线下媒体，发挥百度技术及数据优势，打通线上线下，实现品牌投放。





02

聚屏优势

四大核心优势让您的广告投放有的放矢



-- 场景化、精准化、灵活化、可视化，让您的线下广告投放智能高效



多场景覆盖

您可以根据投放目标，选择合适的场景资源触达目标受众



精准化定向

您可使用多种定向方式来执行广告投放。



灵活化执行

您可以以极低的成本，在想要投放的时段，选择特定的媒体实现快速投放、跨屏联投。



可视化监控

投放流程线上可视，同时您也可通过平台获取可视化的广告监播、效果数据

『场景化』

您的广告投放将出现在由时间、地点、用户和关系四要素共同构成的每个具体场景中



家庭场景

中青年为主，家庭
亲子、时尚白领、
逍遥中年。



影院场景

年轻化，情侣、家
庭亲子



校园场景

大学生群体，规模
大，同质性强



上班场景

白领人群，年龄主要
在25到40岁之间

『精准化』

您可以使用多种定向方式捕获目标人群



省/市定向



时段定向



人群定向



商圈定向



场景定向



屏幕定向



备注：不同的媒体资源有不同的定向方式，非所有媒体资源均支持以上定向方式

『灵活化』

您可以以极低的成本，在想要投放的时段，选择特定的媒体实现快速投放。



屏幕可选

您可以选择特定的屏幕进行广告投放



金额不限

起投金额极低，您也无需担心最低投放金额



时间可选

您可自由选择希望投放的时间



自主投放

无需花费大量的时间用于提前沟通，可使用平台快捷完成自主投放

『可视化』

通过聚屏可进行线上一站式投放线下屏幕媒体，投放流程完全可视，同时还可通过平台获取可视化的广告监播、效果数据。



曝光，触达人数，监播，回搜 ...



03

资源详情

OTT-电视卡片:黄金直播资源品牌曝光资源，2700W/日流量



打通了电视台内容和终端的授权，可以在电视节目直播时投放广告。

电视剧每集可展示6次卡片，综艺节目及其他节目约15分钟展示3次卡片。



终端：打通了终端设备授权，取得在相关设备上广告投放的权利

内容：覆盖14家电视台



+

东方卫视，深圳卫视，湖北卫视，天津卫视，
辽宁卫视，四川卫视，江西卫视，陕西卫视，
青海卫视，宁夏卫视，广东卫视，旅游卫视，
炫动卡通卫视，中国教育四套

= 展现广告

OTT-开机视频/视频前贴片：创维+海尔两大品牌，开机+前贴，
2600W/日



Skyworth 创维

+

COOCAA 酷开

+

Haier



影院-取票机&LED：2500家影院，覆盖全国30%，流量1200W/日



支持将广告投放到影院中的百度糯米取票机和LED大屏（室内+室外），如下图所示



取票机



影院LED大屏（室外+室内）

影院-取票机&LED郑州资源



取票机资源在郑州地区覆盖了15家影院、19台设备。



万画影城
Unique Paintings Film



越界影城



新时代环球影城
XINSHIDAIHUANQIUYINGCHENG



交通-巴士屏幕：北上广深成都2W辆公交车480W/日流量



覆盖北京、上海、广州、深圳、成都5个城市
公交车2W辆，屏幕4W块

公交车



车内前/后屏幕



广告展示（右侧标红区域）



交通-出租车：上海6000+出租车，120W流量，上海出租车占比12%



覆盖上海地区6000+辆出租车，可进行实时程序化广告投放，广告通过投影技术投放到出租车后窗，出租车行驶路范围大，广告受众范围广。



户外楼宇屏幕：覆盖写字楼，住宅，高校，KTV等场景，5000+
屏幕，500W/日



写字楼



高校-自助打印机



高校-宿舍楼门厅

04

案例分享

案例1：OTT卡片-苏宁易购



--投放设置

资源

智能电视 (OTT) - 卡片

地域

全国

时段

18时-次日02时

投放/计费

竞价交易 (RTB)

CPM计费

案例1：OTT卡片-苏宁易购

--投放效果

投放一周数据： 展现次数 **124万** 触达人数 **372万** 千次展现成本 **12元**

选定场景之后，通过时段定向，使广告出现在湖北卫视、广东卫视等多家电视台晚间黄金时段，如下图所示：



湖北卫视：晚间黄金时段



广东卫视：晚间黄金时段

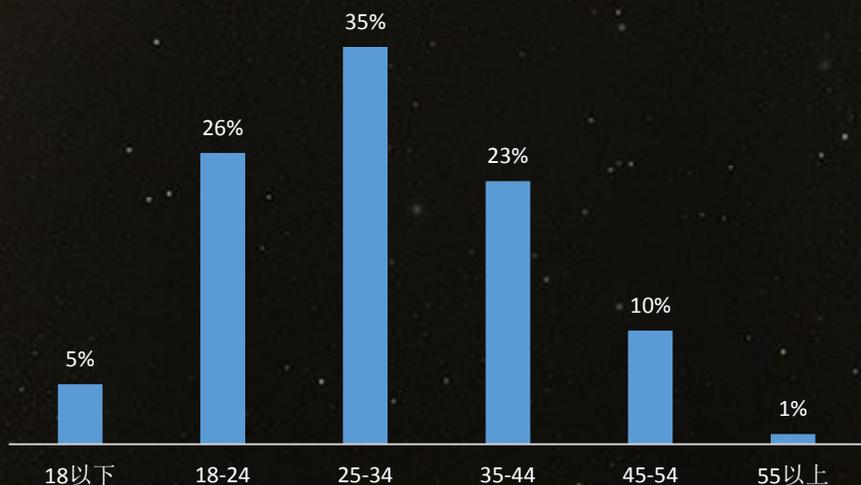
案例1：OTT卡片-苏宁易购

--案例总结

精准触达了目标人群，平均千次展现成本仅 12元 低于客户预期，触达用户的品牌回搜率提升 12 %

触达用户主要为18-44岁之间

合并占比高达 84%

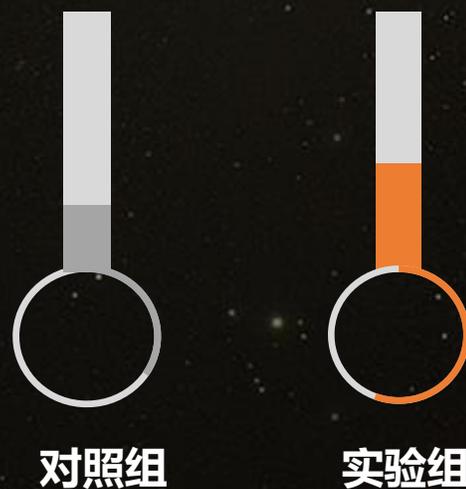


苏宁广告触达用户年龄分布

其中：男性用户占比为 59% ，女性用户占比为 41%

实验组（触达用户）的品牌回搜率

提升 12%



苏宁品牌词检索量对比

对照组为此次广告投放未触达的用户，实验组为此次广告投放触达的用户，对比两组人群在广告投放期间对苏宁品牌词的平均检索率

案例2：开机视频-美乐乐

--投放背景

美乐乐：美乐乐，大型家居综合性O2O模式购物平台，在线销售家具及装修建材、家居用品，买贵就赔、实惠到家！全国近300家体验馆均可到店实景体验，物流、送货、安装一步到位！。

营销诉求

品牌曝光
客户线索

目标人群

年龄在20-40岁之间的中青年人群

场景选择

家庭场景-创维开机视频

定向方式

无锡
晚间黄金时段



案例2：开机视频-美乐乐

--投放实拍

精准的将美乐乐的视频广告投放到无锡地区使用创维电视的终端开机视频位置。

点击播放



案例2：开机视频-美乐乐



--投放效果

效果数据：投放日期为2017/08/08-08/22日，共15天，总曝光15.8万次、触达人数47.4万人，CPM成本90元，精准的将美乐乐视频广告投放到无锡地区使用创维电视的终端开机视频位置。

15.8 万次

总曝光

47.4 万

触达人数

90 元

CPM成本

案例2：开机视频-美乐乐

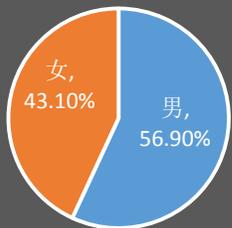
--投放效果

男性受众略多于女性受众

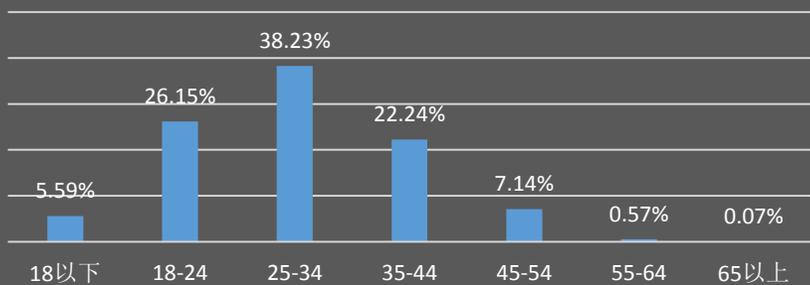
受众年龄主要集中在80和90后

兴趣分布分散，与全网用户分布一致

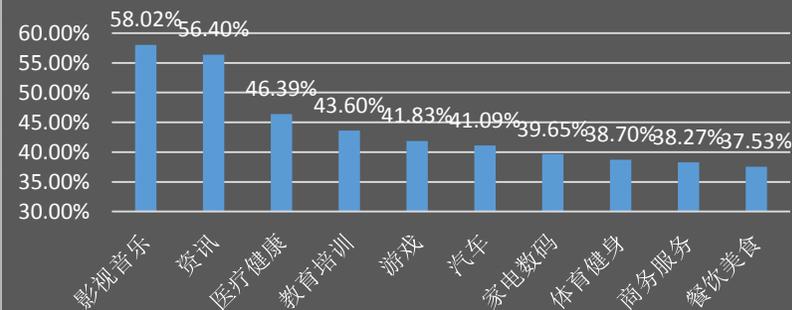
性别分布



年龄分布



兴趣分布



案例3：影院LED-南京度房

--投放背景

南京开发商配合旗下小户型公寓项目开盘投放线下曝光，主要针对观影的年轻夫妻或父母，选择聚屏的南京地区影院LED资源。

营销诉求

品牌曝光及品牌形象
触达年轻夫妻或父母

目标人群

年龄在22-35岁之间的
青年人群

场景选择

电影院场景-LED室内屏幕

定向方式

周六/日投放



案例3：影院LED-南京度房



--投放设置

资源

影院LED

地域

南京

时间

周六周日，共两天

投放/计费

合约交易（GD）

CPT计费

案例3：影院LED-南京度房

--投放效果

精选南京地区人流量大的影院，投放LED室内大屏广告，精准覆盖了目标用户。

1200次

总曝光

28w

触达人数

点击播放

点击播放



案例3：影院LED-南京度房

--用户画像

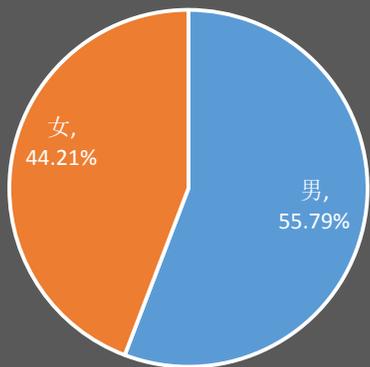
男性受众略多于女性受众

受众年龄主要集中在70和80后

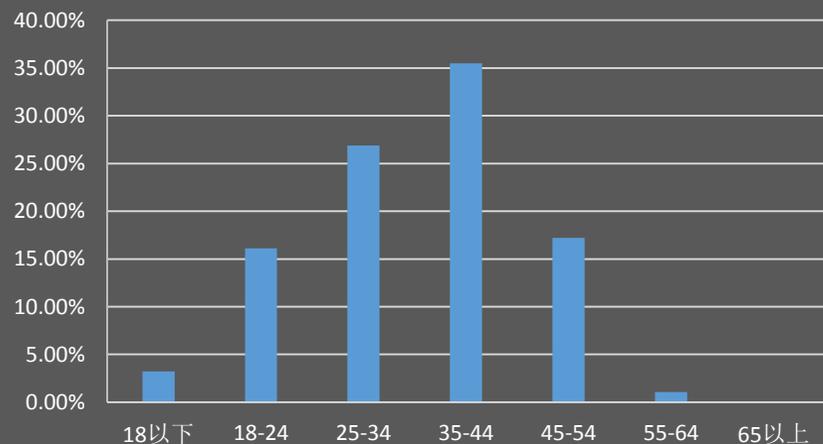
兴趣分布分散，以资讯和影视音乐为主



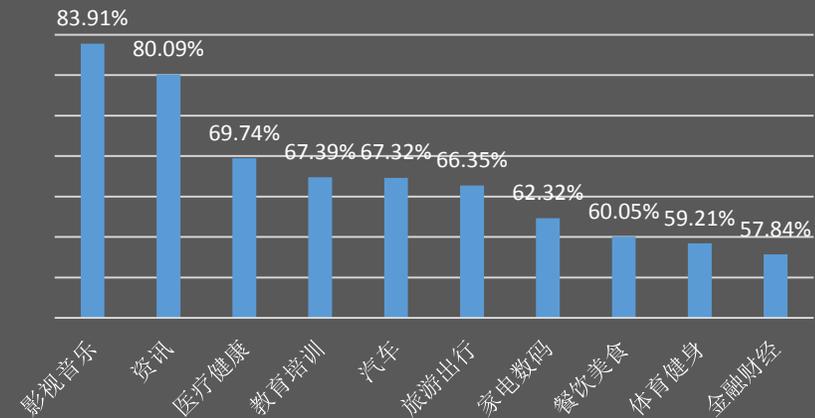
性别分布



年龄分布



兴趣分布



案例4：公交车——广州立业：搜索量+68.5%，客单数量+10%

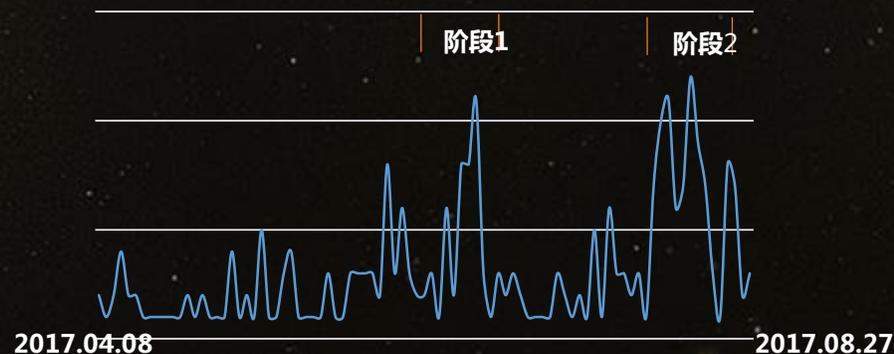


投放时间：分两个阶段，第一阶段07月03日-07月09日（覆盖广州地区2134辆公交车），第二阶段08月14日-09月07日（覆盖广州地区3430辆公交车）

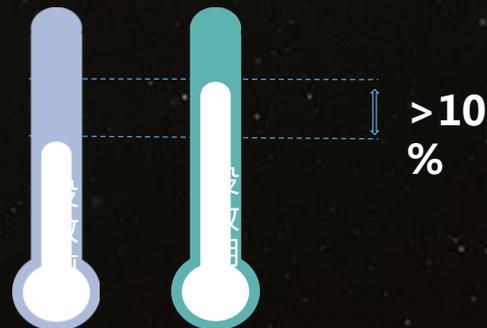


投放第一阶段与第二阶段期间，广州地区『广州立业』品牌词的检索量较投放前增加了68.5%，通过来电咨询客户与到店客户统计，公交电子屏幕广告投放获得的客单数增加超过10%

广州立业品牌词检索趋势变化



投放前后客单数量对比





百度营销专家
Baidu Marketing Professional

THANK YOU