



百度营销专家
Baidu Marketing Professional

技术赋能线下屏 助家装品牌提升

——百度聚屏产品介绍

2017.6.19



目录

CONTENT

01

项目背景

02

聚屏优势

03

资源详情

04

案例分享



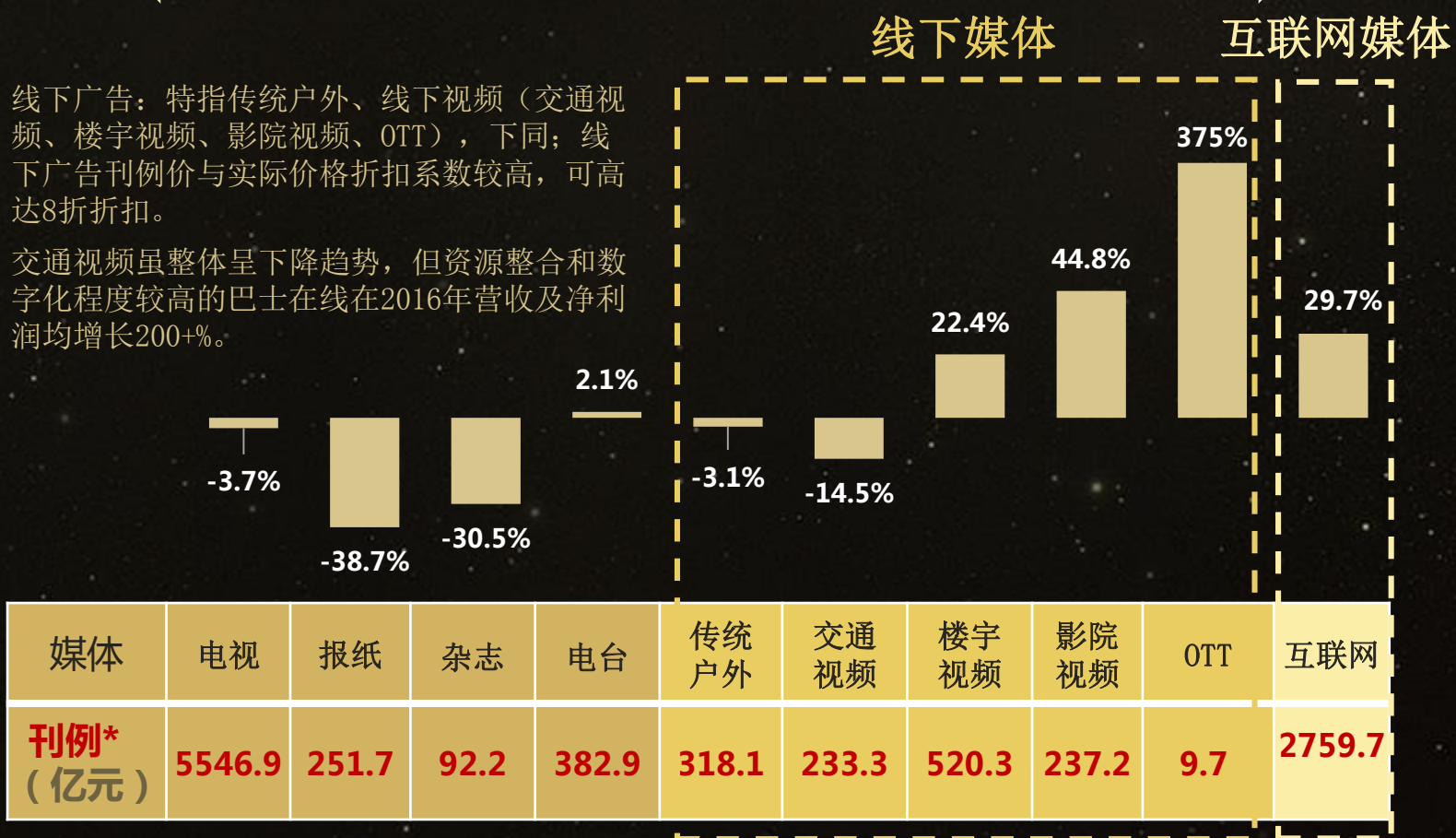
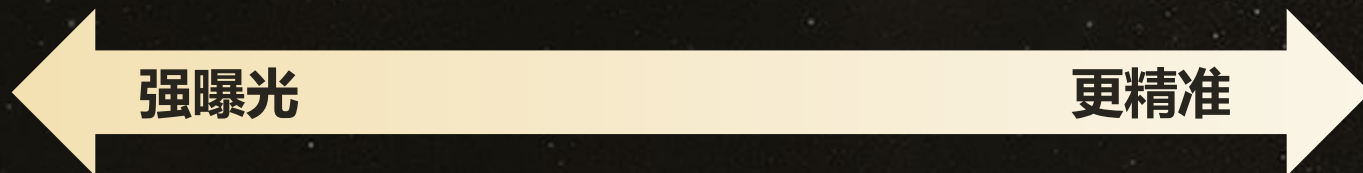
百度营销专家
Baidu Marketing Professional

01

项目背景

全媒体：精准是大势所趋

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



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。

利用百度优势,赋能线下屏幕 解决线下广告市场中媒体及广告主痛点

“利用百度平台优势、大数据能力、AI能力让每一块线下屏幕鲜活起来。大数据跨屏打通，用户全场景覆盖，从而实现真正的整合、精准投放。”



百度营销专家
Baidu Marketing Professional

02

聚屏优势

百度聚屏优势：程序化、精准、灵活投放



优势1

程序化

降低运营成本

- 操作便捷
- 数据监控

百度聚屏DSP平台

优势2

精准化

提升投放效果

- 精准人群画像
- 带标签的屏幕

百度大数据能力

优势3

灵活化

满足特殊需求

- 小额投放
- 快速投放
- 跨屏联投

百度平台及资源拓展能力

优势1：程序化投放

操作便捷

数据监控



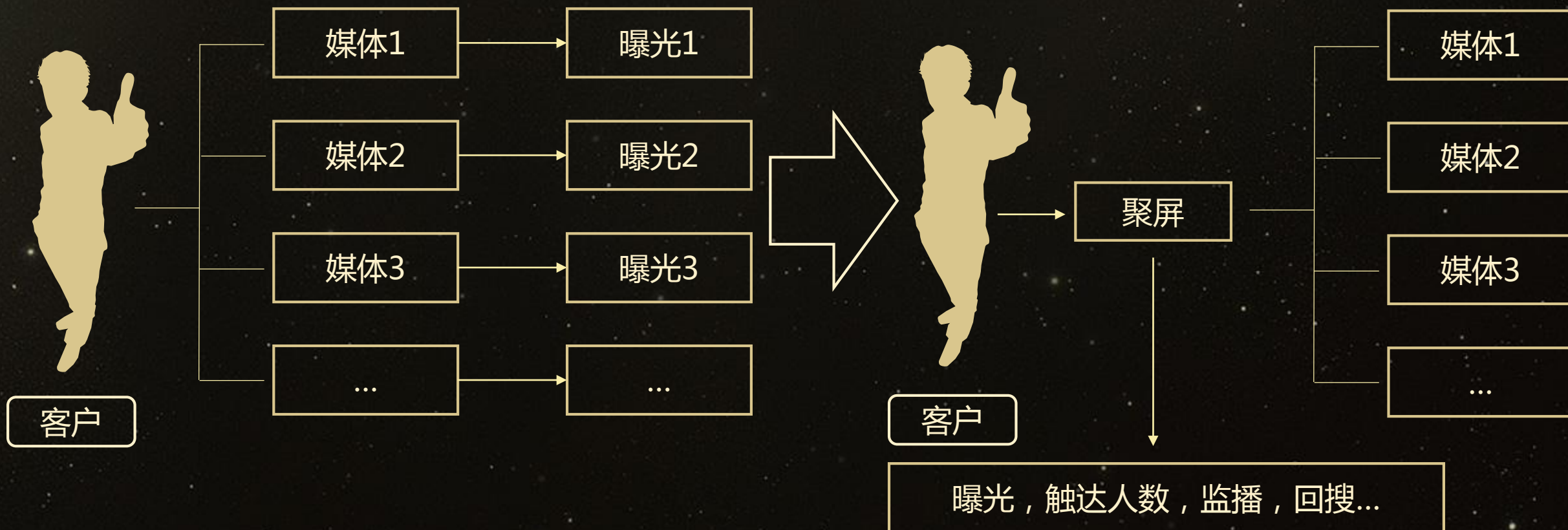
部分外采资源
作为程序化资源的有力补充

数据拓展
以回搜数据，验证程序化广告投放效果

优势1：程序化投放-一站式汇聚优质线下媒体资源

以前

现在



优势2：精准化投放

人群精准画像

基于500多种数据标的人群画像，可将百度聚屏覆盖人群分为多种**兴趣包**，如**汽车兴趣包**（汽车、母婴兴趣包等）、**必经包**（客户提供id，在这批id的必经之路的屏幕展示广告，如在老板或投资人经过的屏幕展示广告）。



带标签的屏幕

根据线下屏地理位置，结合百度线下数据，找到周边活跃人群。再利用百度大数据能力，打通线上线下人群，找到活跃人群的线上搜索、网页浏览等数据，并从中挖掘出他们的兴趣点，将集中的兴趣（所有兴趣中占比较高的兴趣点）作为该屏幕的标签。

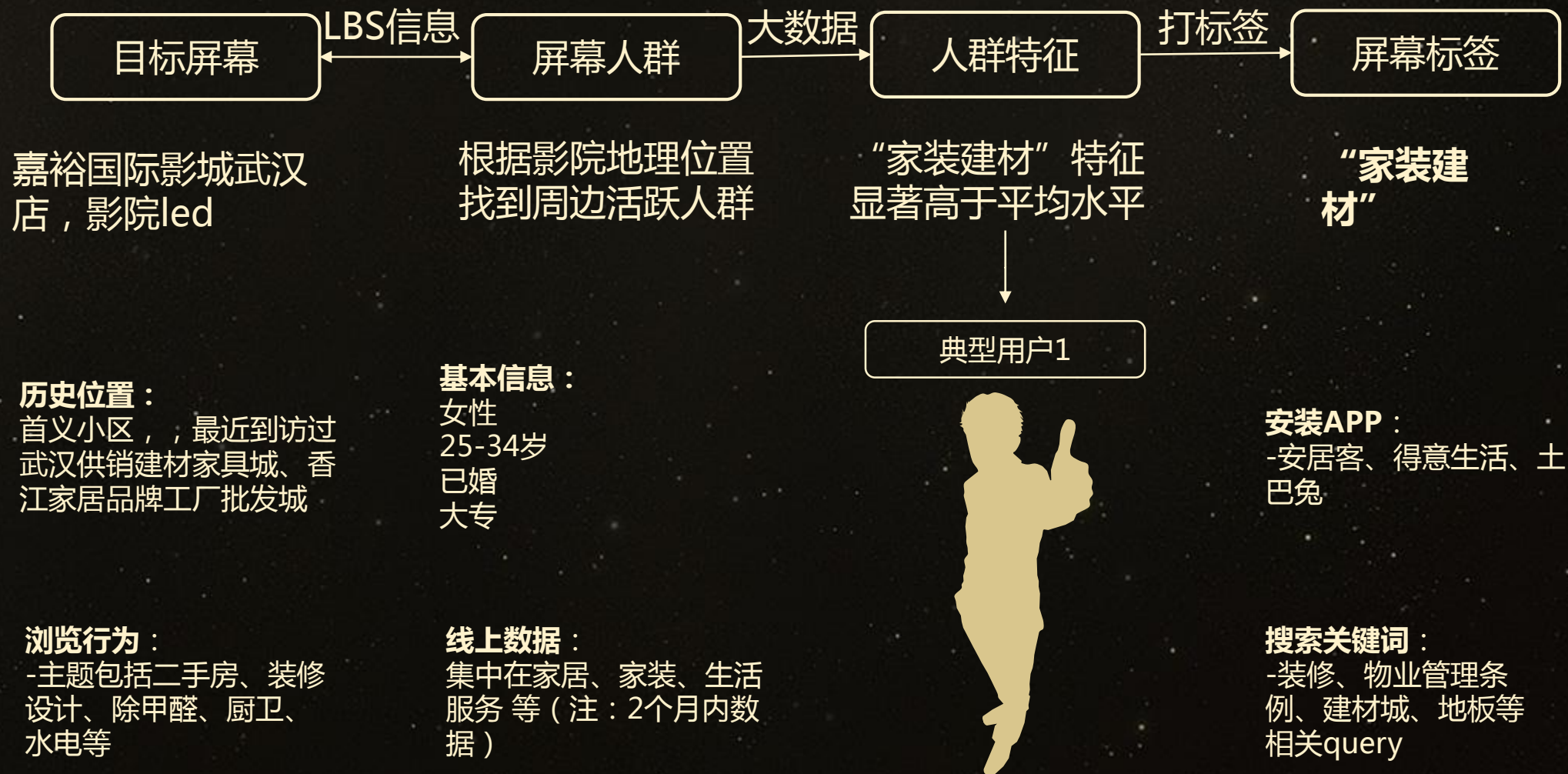
示意：糯米影院屏幕7大兴趣包。

售卖包	电商	教育	日化	金融理财	金融贷款	手机数码	汽车
屏幕数量	1885	2298	1008	350	192	1302	884

百度大数据能力

横跨生活、决策、消费时刻，最全面消费者线上、线下核心数据集合
 通过搜索、浏览、APP安装、LBS、WIFI等打通线上线下数据

优势2：精准化投放-示例



优势3：灵活化投放

小额投放

降低投放门槛

快速投放

缩短审核周期

跨屏联投

降低多媒体沟通成本

打破最低额度
投放限制

百度聚屏根据客
户预算匹配资源

缩短线下媒体
审核周期

百度平台程序化
投放快速上线



优势3：灵活化投放-示例

以前

现在

媒体要求

最低20W

一周起卖

全屏幕投放

提前1个月沟通



客户

聚屏

金额不限

时间可选

屏幕可选

提前一周



03

资源详情

▶ 当前可投放聚屏资源及流量（海量资源持续接入中）

16W

覆盖屏幕数

2亿

日曝光量

覆盖四大场景



OTT



影院/娱乐



楼宇/商超



出行



百度营销专家
Baidu Marketing Professional

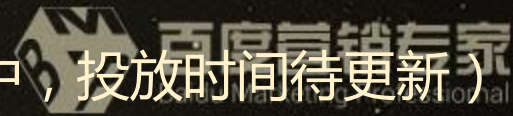
03

资源详情-OTT

聚屏资源—OTT智能电视，TCL等厂商黄金广告位

广告形式	DEMO	售卖方式	流量量级
<p>TCL开机大屏广告</p> <ul style="list-style-type: none"> • 强势覆盖节目内容，吸引用户注意 • 适合短期内，亟需提升品牌知名度的广告主 		CPT/CPM	1200万+
<p>TCL Launcher界面焦点大图</p> <ul style="list-style-type: none"> • 开机进入首页黄金位置，吸引眼球 • 可点击跳转到LP 		CPT/CPM	760万+
<p>TCL launcher界面专题页</p> <ul style="list-style-type: none"> • 开机进入首页黄金位置吸引眼球 • 可点击跳转到LP 		CPT/CPM	1200万+

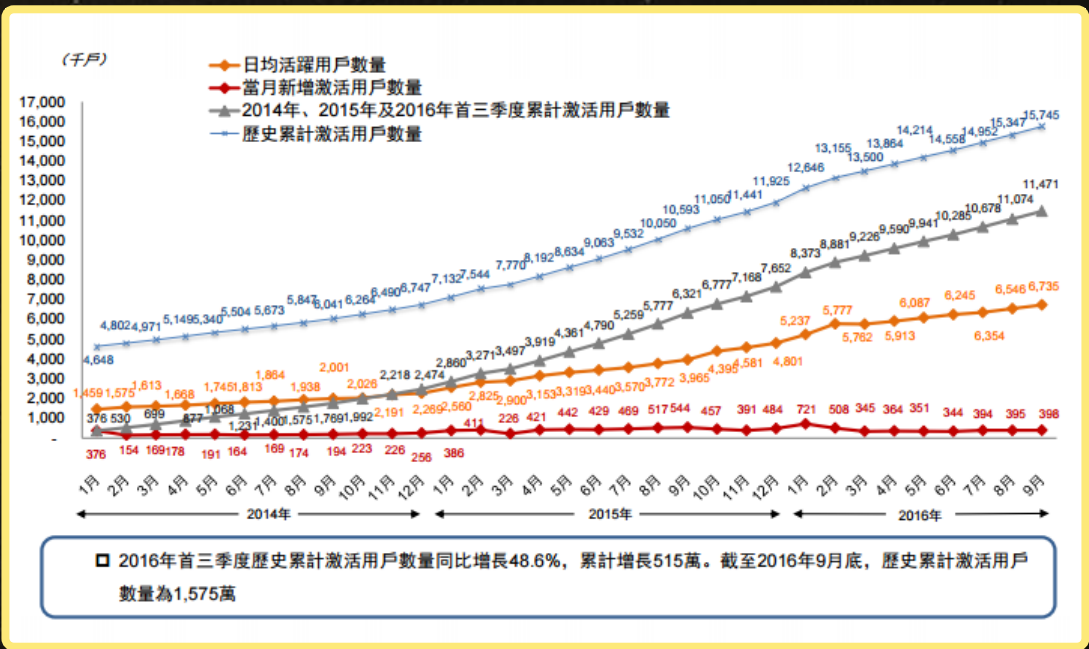
聚屏资源—OTT智能电视，TCL等厂商黄金广告位（联调中，投放时间待更新）



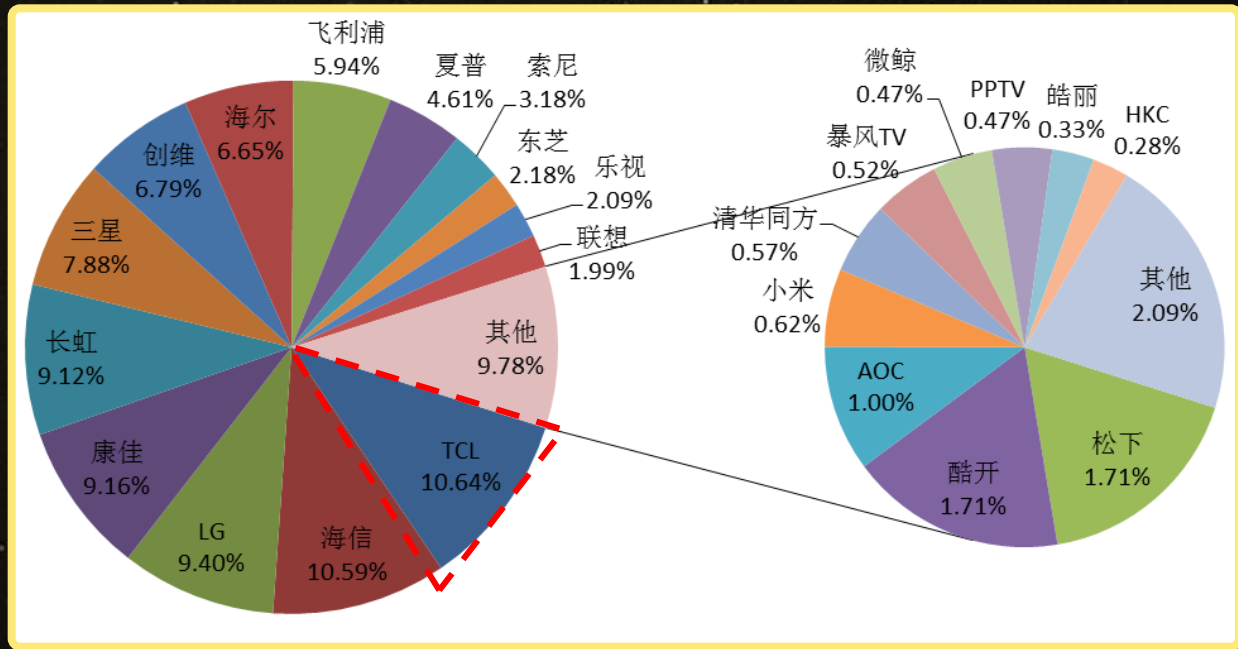
TCL用户规模



TCL市场份额



TCL财报 2016第三季度



速途研究院2016

日活率 **超过45%**，月活率 **88%**

日活跃终端
超800万

市场份额 **超过10%**

智能电视终端市场份额
排名第一

聚屏资源—OTT智能电视，酷云互动等电视网络应用



酷云科技

内容：打通了电视台的内容授权，可以在电视节目上投放广告



终端：打通了终端设备授权，取得在相关设备上



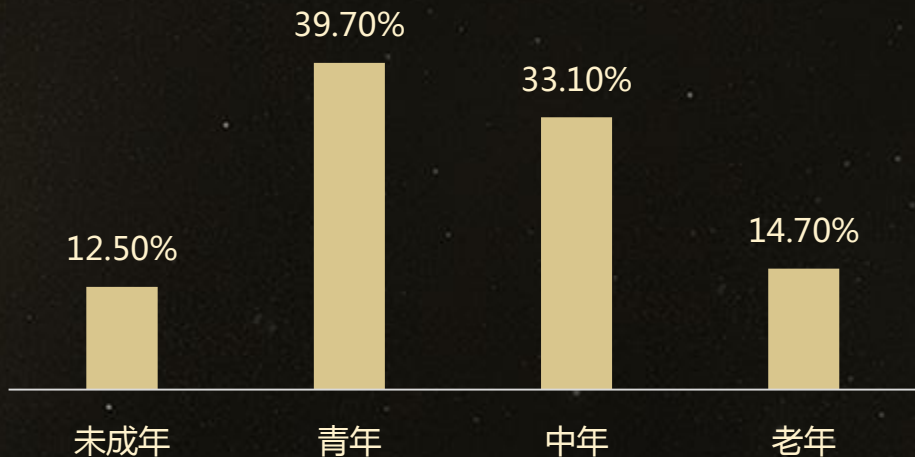
累计覆盖智能电视终端
4000万+

实时程序化投放和包断投放



聚屏资源—OTT智能电视用户画像：主力用户为中青年群体，消费能力强

18-50岁中青年是OTT最大主力军，占比72.8%



高收入、高学历、高消费的“三高”群体是智能电视忠实用户



高收入

平均收入**8474元**
月收入1万及以上
占比**30%**



高学历

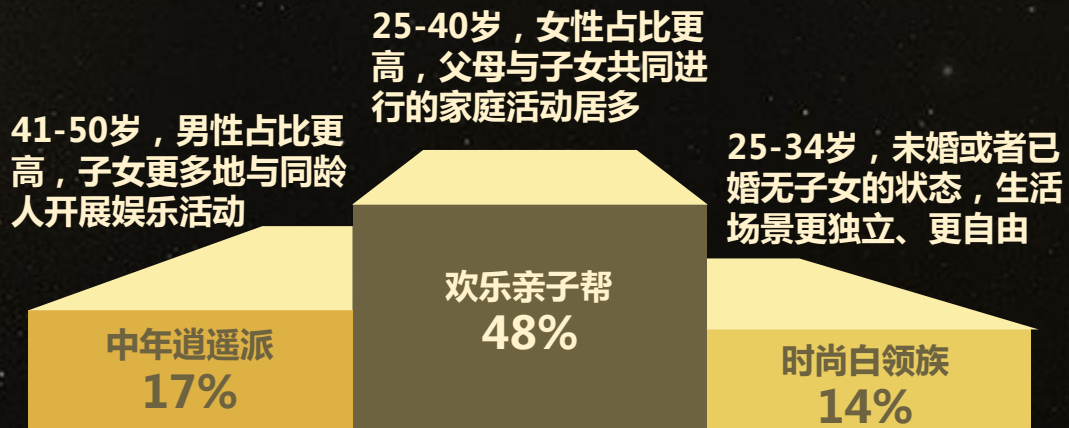
74.8%
本科及以上学历



高消费

平均消费**4981元**
月花费在6千及以上
占比**26.5%**

青年亲子家庭是OTT用户的核心构成



注重生活品质及体验，**追求品牌效应**

消费场所



店内点餐



酒吧



健身



购物

消费品



...



百度营销专家
Baidu Marketing Professional

03

资源详情-影院/娱乐

聚屏资源二—糯米影院屏



影院LED大屏

- 全国1000块，全年覆盖4亿人次
- 15秒视频，每天播60次
- 日均触达人数150万



取票机取票

- 42寸触屏，业内最高最宽，全国2600+台
- 展现量平均20w次/天轮播，覆盖80W人/天
- 摄像头人脸捕捉，广告互动



影院映前

- 绑定优质高票房影片
- 抢占电影映前5分钟黄金时段
- 全国240+影院

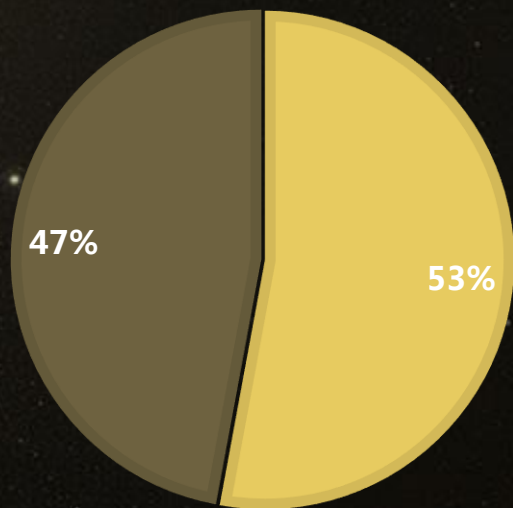
聚屏资源二—影院屏用户画像：中青年女性较多，学历高，收入分布广



影院观影人群受众状况

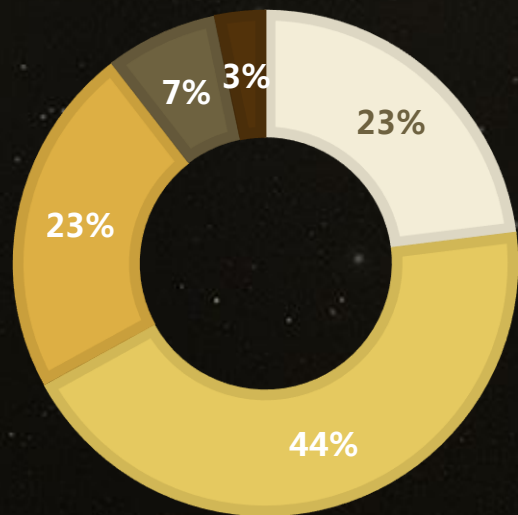
性别比例

■ 女性观众 ■ 男性观众



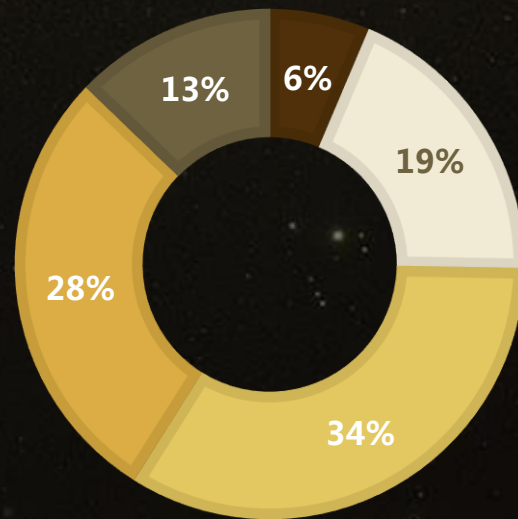
年龄段比例

■ 年薪5万以下 ■ 年薪5-10万
■ 年薪10-15万 ■ 年薪15-20万
■ 年薪20万以上



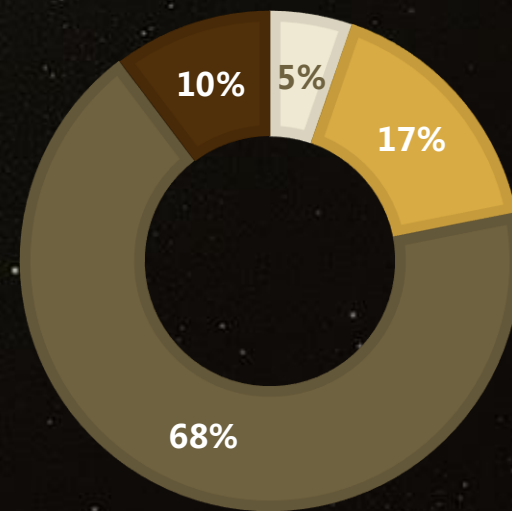
收入比例

■ 60后及之前生人 ■ 70后
■ 80后 ■ 90后
■ 00后及之后生人



教育水平比例

■ 高中及以下 ■ 大专
■ 本科 ■ 硕士及以上





百度营销专家
Baidu Marketing Professional

03

资源详情-楼宇/商超

聚屏资源三—楼宇商超电子屏

住宅、商场、学校、医院等电梯&通道电子屏



- 5秒/15秒/30秒轮播视频或图片
- 5月屏幕已接入9.2万块
- CPT 25-167元/周/块屏幕，15s、120+次播放

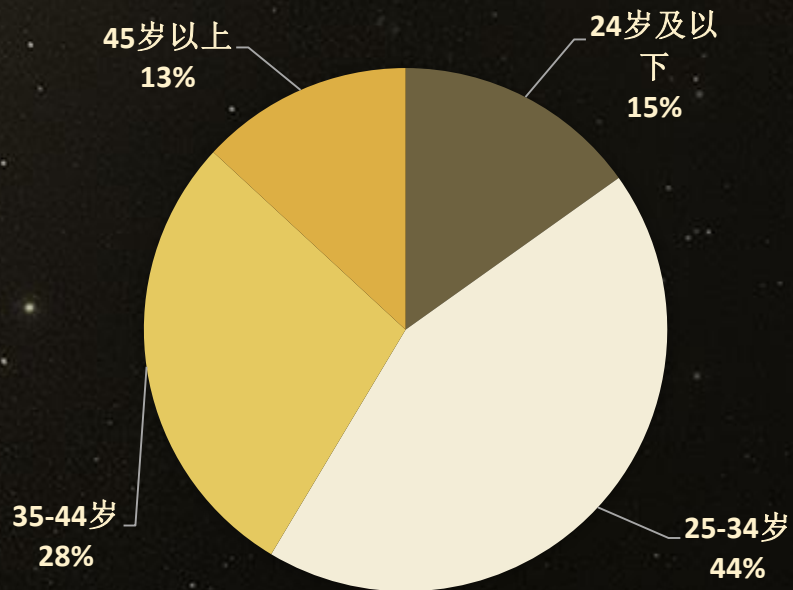
聚屏资源三—楼宇商超电子屏用户画像：中青年为主，收入较高



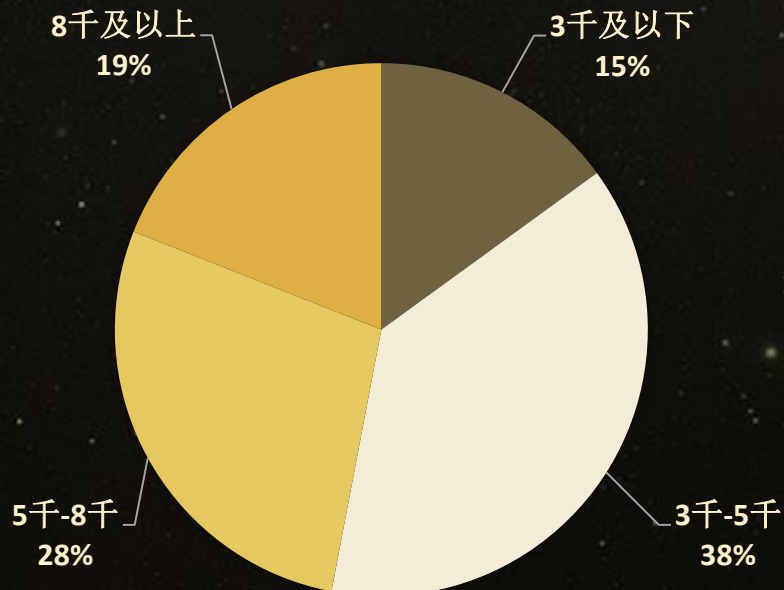
楼宇电梯人群受众状况



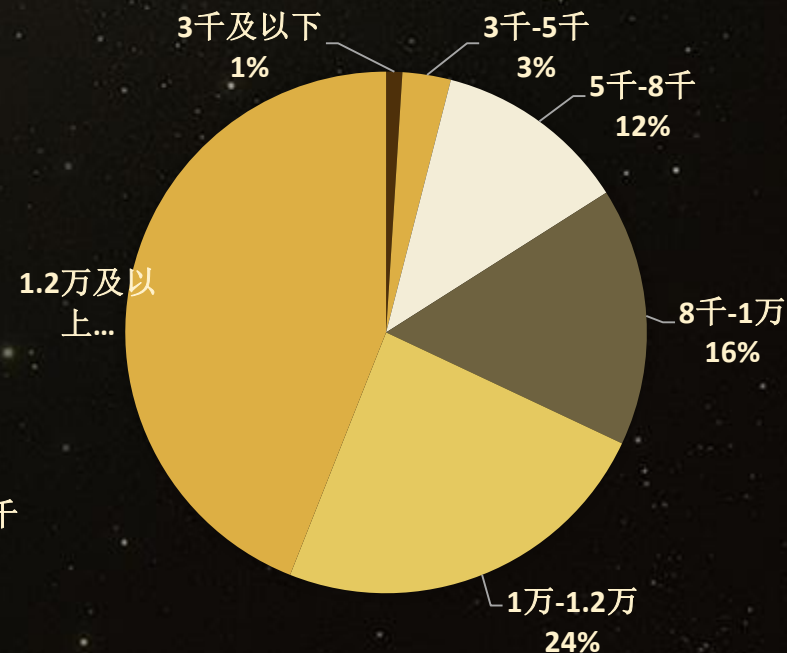
年龄段比例



个人月收入



家庭月收入





百度营销专家
Baidu Marketing Professional

03

资源详情-出行

聚屏资源四—公交巴士电子屏（当前可投放）



L屏 • 日均240w流量，图片；Q3起可投放视频
• 程序化投放

投放时段 06:00-22:00

覆盖城市 北京、上海、广州、深圳、成都

屏幕尺寸 19寸

全屏 • 日均180w，视频
• 外采投放，15s（每份展现60次）60s（每份展现20次）

共计3万辆，每车2块屏

发布车辆

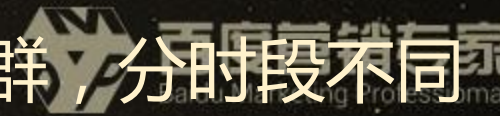
L屏视频/图片；
全屏视频：15s、60s

广告时长

>5人/屏

平均观看人数

聚屏资源四—公交巴士电子屏用户画像：覆盖多元化人群，分时段不同

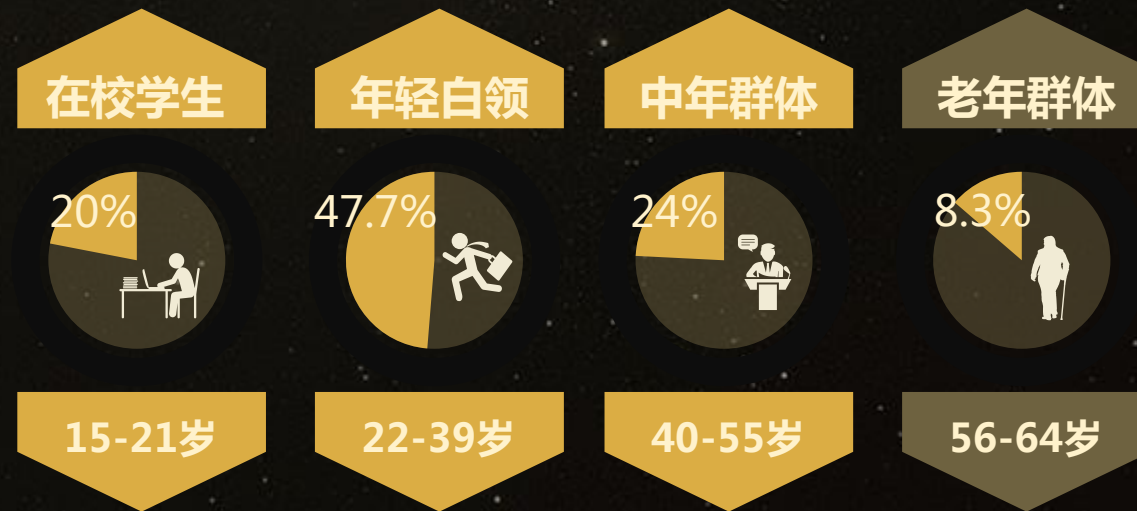
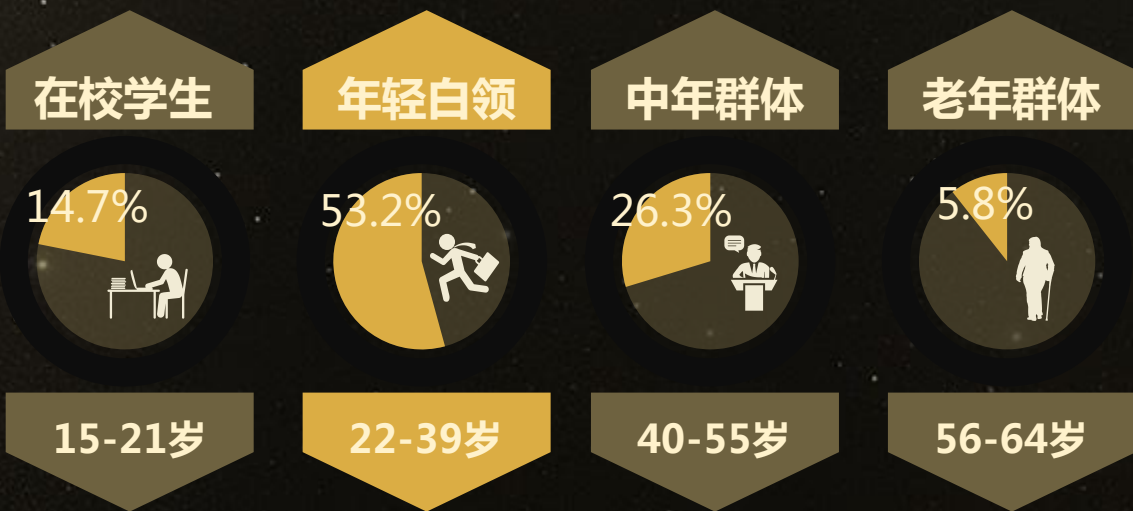


高峰 出行比例 ( AM07:00-09:00 , PM17:00-19:00)

平峰 出行比例 ( 09:00-17:00)

白领族群是公交出行的主要人群构成
在高峰出行期间的比例超过50%

错峰曝光，以年轻用户学生、白领族群的出行为主
人群分布更多元，购买意愿和购买力更大



数据来源：CCS

样本量：81600，15-64岁，88个主流城市（1-5线+农村）

人群条件：分时间段（7-9am和5-7pm、其他平峰时段）在公交车上的人群

更多聚屏资源接入中.....

深度：城市级屏幕全触达



广度：拓展全国性覆盖的屏幕

OTT

智能电视

IPTV/机顶盒

电视盒子

...



影院
娱乐

取票机

KTV

影院

...



楼宇
商超

商圈户外

商业楼宇

电梯

...



出行

公交出租

地铁

机场

...



04

案例分享

线下屏为主的投放案例

1

金夫人，活动营销

定向广州，集中曝光

客户：金夫人-国内知名的婚纱摄影公司

采买方式：CPM（按千次展现收费）

投放媒体：巴士在线—公交车电子屏

投放日期：2017.2.10-2017.3.10

日均曝光：高峰期曝光量60万pv（早高峰和晚高峰）

情人节期间，客户在广州进行活动营销，推广婚纱摄影活动，在1533条广州公交线路上进行广告投放，每车两个屏幕，在早高峰和晚高峰进行投放，有效多频触达用户。



线下屏为主的投放案例

2

街机三国：试点投放效果显著

50块LED大屏，投放3天

触达用户近50万人次，

触达用户对于街机三国的关键词搜索回搜次数提升**29.35%**





百度营销专家
Baidu Marketing Professional

THANK YOU