

百度聚屏映前广告

聚屏资源介绍

本地广告业务运营部 产品运营中心

2018年6月19日



票房收入

559.1 亿

2017年全国电影总票房559.11亿元，国内观影人次16.2亿，同比增长13.45%。映前广告市场规模30亿以上

观影人次

16.2 亿

映前广告前景可期

影院映前市场已经成为新的流量风口

映前收入

30.0 亿

影院映前广告

- 映前广告具体指（龍标）前8-12分钟内播放的广告，统称映前广告
- 价值最高的是龍标前30秒,行业内统称倒一、倒二等
- 分为影院映前广告和贴片广告
- 影院映前广告载体是影院，广告主向影院或广告代理公司合作购买广告；
- 所有影片都有映前广告
- 无贴片广告的情况下，正片前的所有商业广告皆是影院映前广告

* 与贴片广告的区别：贴片广告的载体是影片。广告主和片方合作购买广告，也叫作“随片广告”，是随着指定的影片、指定时间内，在所播放的影片前播放视频广告。不是所有的影片都有贴片广告，一般国外大片比如变形金刚等才会有贴片广告。



在指定的电影院、指定时间内，在所有播放的影片前播放视频广告就是映前广告



全屏适配播放效果

百度聚屏**15s**映前广告，全屏适配播放效果，全部影院满屏适配

高码流输出，一键生成六种标准格式，完美适配各类型放映屏幕，完美影像呈现

全国渠道铺设资源，渠道下沉布局



影院资源存量

近300个城市&1700+家影院&7500+块屏

影院资源增速

月均影院增量100+

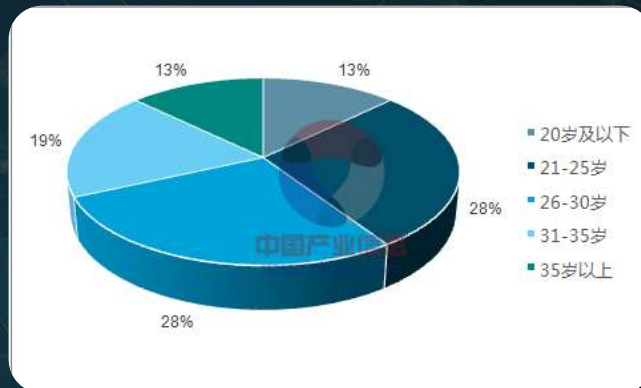
渠道下沉布局

二到五线城市占比：85%

284城市观影人次（2周最高）：2400W+

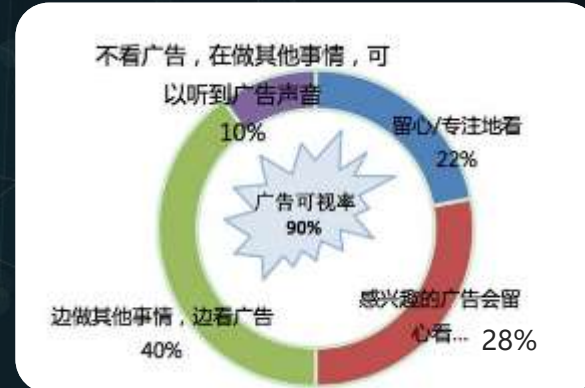


7成为年轻受众
9成受众会观看广告
广告到达率极高



74%

20-35岁的受众占比为74%



90%

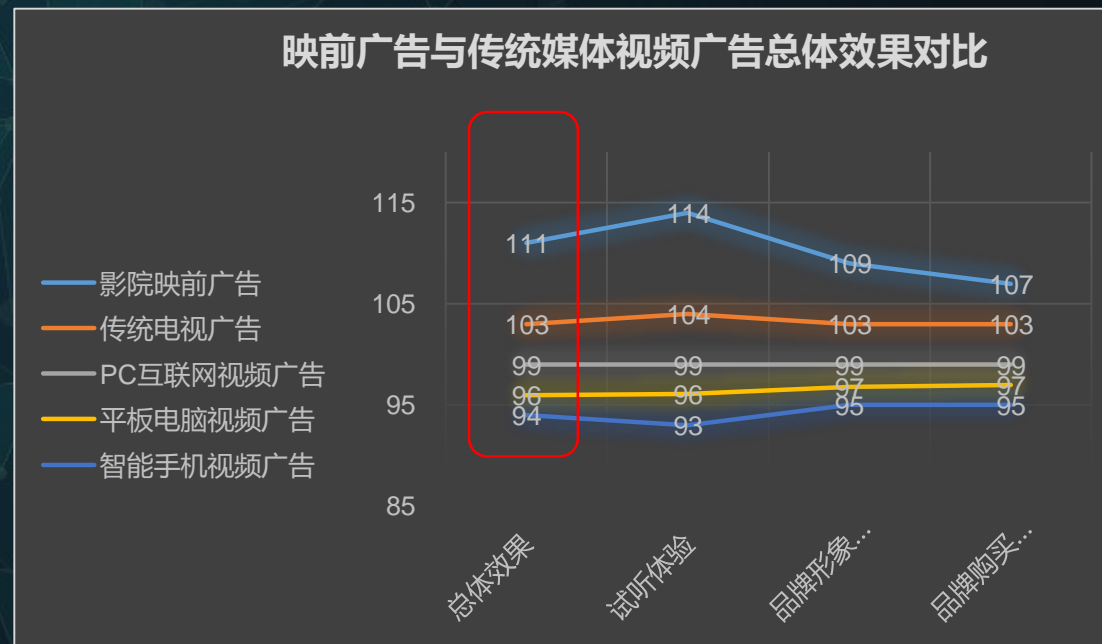
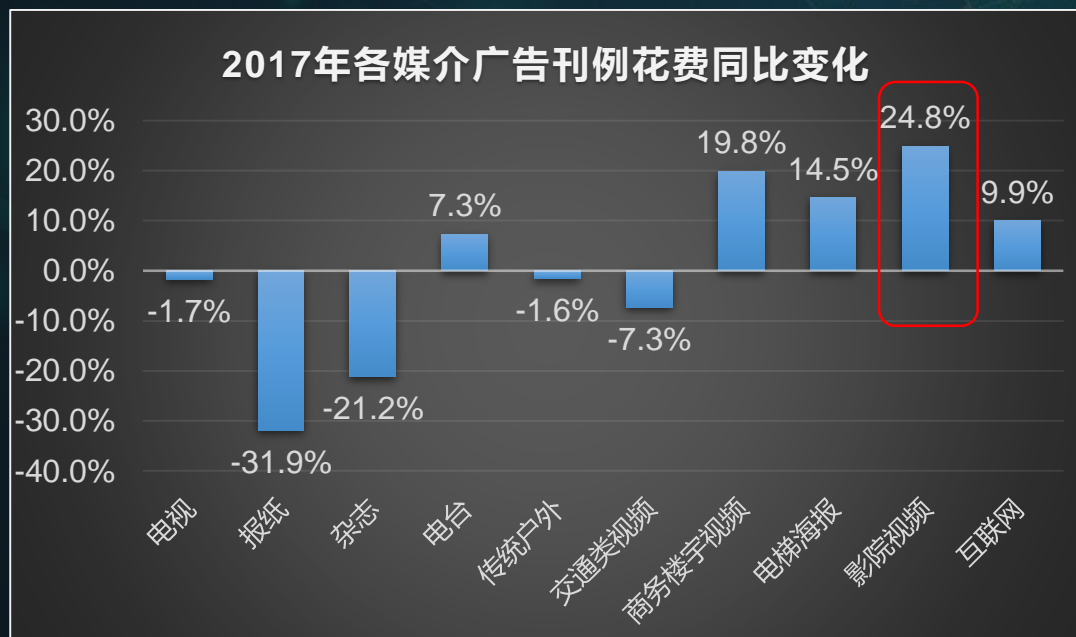
会在影片播放前观看广告片

传播效果优于其他类型媒体

主流媒体中，映前广告效果遥遥领先，越来越受到品牌青睐

影院视频广告一枝独秀，遥遥领先于楼宇广告和电梯海报、互联网广告等广告形式。

映前广告与传统电视广告、PC、平板、智能手机视频广告的效果对比，遥遥领先



影院场景中到达率最高 传播效果最好的媒体

传播效果优于其他媒体

封闭场景，强制触达

影院播放视听震撼

全屏适配，满屏播放

观影人群年轻化，消费力强



适合投放的行业推荐

依据屏幕特色、人群特点
推荐适合投放的行业 ▶

优秀的视觉效果 | 众多年轻受众 | 较高消费能力



附：资源详细信息

资源售卖规则

售卖方式：GD

单广告时长：15秒

单广告日均播放次数：约30次（影厅数*单影厅约播放6次/天。每个影院影厅数不同，按平均每个影院5个厅计）

最大可售卖数量：4份广告/天

起投门槛：

- （1）单影院起投
- （2）最低1周起投，按周递加
- （2）提前至少一周上刊确认
- （3）固定每周四上刊，周三下刊，其他时间不接受上下刊

物料格式：2048x1080，AVI全屏视频

物料大小：小于1000M

可投放时段：因每个影城实际运营时间不同而不同，一般约为8:00-24:00

广告播出时段：一般8:00-24:00（每个影院实际运营情况各异）

禁投行业：成人用品（需资质审批）；烟禁投、酒需要资质审批；运势测算（需资质审批）

监播（是否支持）：是



期待您的加入



jp-service@baidu.com



微信扫一扫关注

2018年6月20日