

# 智慧影院2.0全新升级

百度聚屏影院专项

本地广告业务运营部 产品运营中心

2018年7月17日



# 目 录

观察篇  
数说影院市场

赋能篇  
智慧影院2.0

资源篇  
智慧影院2.0

案例分享



观察篇

# 数说影院市场

# 影院广告：线下广告市场领跑者



# 影院人群价值：最具购买力和传播力



年轻化影迷，18-35岁占比78%  
与当今主流消费人群高度匹配



观影人群乐于追逐潮流，更爱尝试新产品新事物



观影人群喜爱分享点评电影，是朋友圈中的KOL



影院集中全国各地下沉至县，三四五线人群极具消费活力





赋能篇

# 智慧影院2.0技术优势

# AI赋能·更聪明的智慧营销

百度聚屏电影场景

## 整合

人群整合+资源整合

购票-入场-取票-候场-观影-出场  
选屏-上刊-排期-定向-投放-监播

- 手机屏+影院屏，多屏联动，锁定用户观影行为全路径
- 整合投放，解决线下资源分散、人群不精准的投放痛点

# 打通人群数据，多屏联动覆盖观影全路径

## 观影前

用百度糯米APP订票



初次触达

一个动线至少触达6次，一次观影过程平均触达约30分钟，反复行动，反复触达，确保广告曝光有效性

入口处  
1 min



①

第二次触达

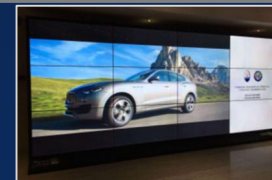
售\取票处  
1-3 min

②



第三次触达\*反复触达

候场



③

休息区\大厅  
10-30 min

观影通道\走廊  
1.5 min

④



第五次触达

映前区  
10 min

第四次触达\*反复触达

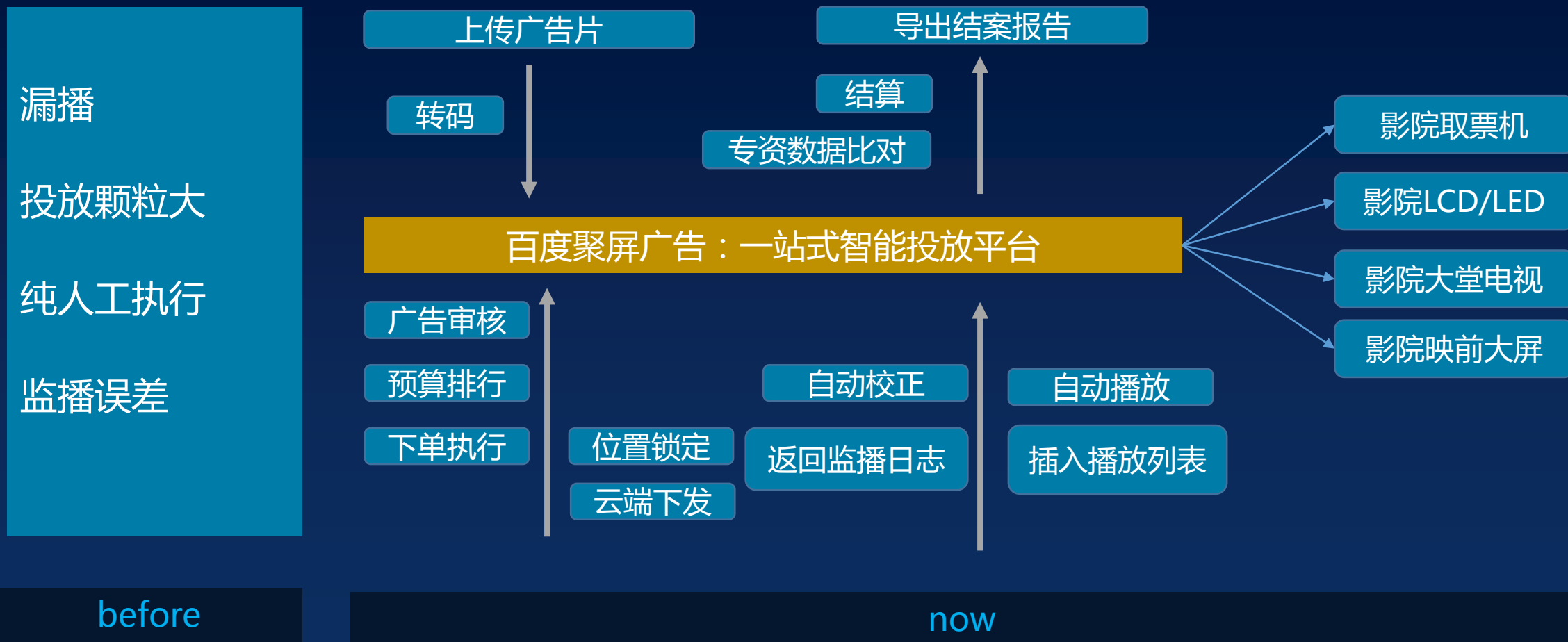
出场

第六次触达





# 打通全国影院，独创业内智能化投放平台





资源篇

# 智慧影院2.0资源优势

# 全屏实力·更优质的屏幕资源

覆盖全国60%的影院，触达6千万人次，渗透全国一二三四线市场

映前广告



裸眼3D大屏



影院2.0新增资源

79%

映前占有率

75%

裸眼3D占有率

影院LED(室内/室外)



74%

LED占有率

大堂电视



57%

大堂电视占有率

取票机



48%

取票机占有率

# 百度聚屏资源布局，核心城市深度渗透，纵向开拓下沉市场

核心城市布局：优质大屏整合，纵向深度渗透

## 整合市场优势资源

影院占比  
60%

十大院线  
60%

万达+恒大  
70%



三四五线市场下沉：纵向锁定“小镇青年”

## 百度聚屏核心资源（映前） 渠道下沉布局

近300个城市 | 1700+家影院

月均新增100家 | 二到五线占比85%

三线及以下城市影院建和票房增速迅猛。“小镇青年”已成为未来票房的最主要增量人群

2017年中国城市新增影院数显示，下沉布局趋势明显



# 横向整合“映前+” 开创影院2.0场景试听新时代



院线：新增更多核心院线

万达、耀莱、博纳、中影、星美、保利.....



屏幕：升级更优质屏幕类型

新增裸眼3D大屏

新增映前屏幕

新增取票机资源



极简风  
取票机



裸眼  
3D  
大屏



映前  
大屏



案例篇

# 综合电商案例

## 投放案例：某综合电商平台



## 营销诉求

营销诉求：宣传推广海外购业务  
主打新年海外购新风尚

目标人群：春节期间有海外购物需求的中青年人群

投放时间：2017/12/21-12/30

投放区域：全国一、二线城市



曝光量1780+万次



触达人数2300+万人



## 投放案例：某综合电商平台

### 诉求解析

01

受众群体解析

情侣、白/金领等有海外购需求人群

02

消费水平解析

中高端消费水平  
较高购买能力人群

03

投放场景解析

高曝光、人流量较大、  
广告渗透率高的资源

### 投放场景定位:影院场景

受众匹配度高，场景人流量大，广告渗透率高

有闲

92%的观众至少提前15分钟-1小时到场，渗透率高

年轻

80后和90后主流受众占比超过86%  
是白领及家有小孩的最大群体

有钱

90%的观众月均收入5000元以上，10000元以上占77%

### 投放方案

投放场景：影院场景

投放资源：影院取票机

城市定向：北京,上海,深圳等30个城市

投放时间：2017/12/21-12/30

投放方式：CPT合约



## 投放案例：某综合电商平台

# 投放后，用户的品牌认知度显著提升



性别：男性受众为主

年龄：主要集中在80后、90后、70后，  
其中80后占主导地位

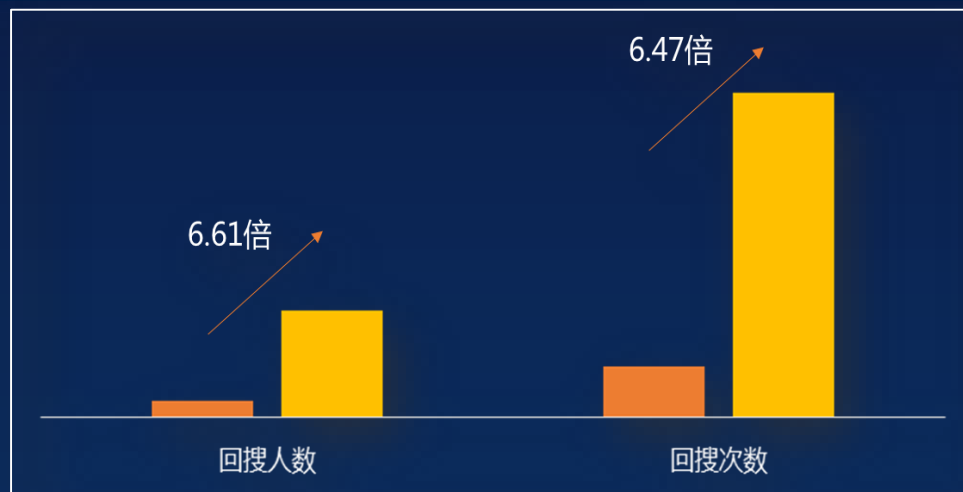
兴趣分布：用户对影视音乐、资讯、旅游最感兴趣

消费水平：中高消费群体超过70%，占绝对主导地位

人生阶段：主要处于大学生和家有小学生阶段

所在行业：主要在教育、IT、金融保险等高新行业

对比广告投放前和投放中，未看过广告的用户与看过广告的用户，在搜索品牌关键词行为上变化明显：



投放中，触达用户搜索品牌关键词的人数为投放前的6.61倍

投放中，该批关键词被搜索的次数为投放前的6.47倍

# 影院场景行业投放建议

影院视频广告花费 TOP 10 行业排名

2017 排名	行业	2016 vs 2017
1	交通	-5.7%
2	活动类	42.6%
3	邮电通讯	1.5%
4	电脑及办公自动化产品	393.6%
5	化妆品/洗浴用品	90.8%
6	食品	623.0%
7	金融业	20.4%
8	个人用品	-4.1%
9	商业及服务型行业	-1.7%
10	饮料	-5.3%

2017影院视频广告花费 TOP 10 品牌排名

2017 排名	品牌	行业
1	陌陌	APP
2	苹果	3C
3	长安福特	汽车
4	北京梅赛德斯-奔驰	汽车
5	华晨宝马	汽车
6	兰蔻	美妆
7	蒙牛	饮料
8	凯迪拉克	汽车
9	喜马拉雅	APP
10	克里斯丁迪奥	轻奢品

建议行业



## 附录：百度聚屏电影场景核心资源



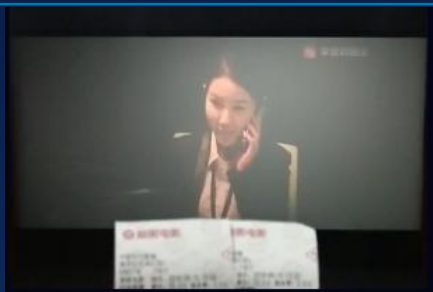
### 取票机屏

屏幕数: 5700+  
预估库存流量: 1200.万+  
触达人数: 6300万+人  
覆盖城市: 一线到三四线等共300+城市



### 大堂电视

屏幕数: 7300+  
预估库存流量: 300万+  
触达人数: 3500万+人  
覆盖城市: 全国共220+个城市



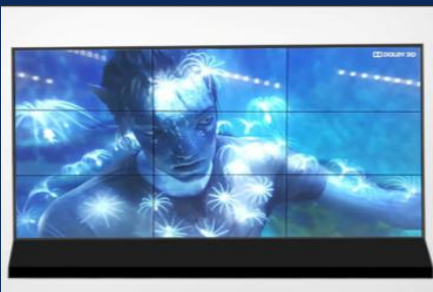
### 电影银幕 (映前)

屏幕数: 7500+  
预估库存流量: 18万+  
触达人数: 500万+  
覆盖城市: 260+城市



### 大堂LED屏

屏幕数: 1100+  
预估库存流量: 33万+  
触达人数: 460万+人  
覆盖城市: 230+城市



### 裸眼3D大屏

屏幕数: 100+  
预估库存流量: 3万+  
触达人数: 110万+人  
覆盖城市: 北上广深等



### 户外楼体LED屏

屏幕数: 100+  
预估库存流量: 2万+  
触达人数: 16万+  
覆盖城市: 60+

# THANK YOU



百度聚屏