

# 百度聚屏

## ——AI赋能线下媒体 多屏整合智能营销

百度聚屏团队



2020年1月

# 目录

## CONTENT

### 01 时代背景 5G “屏营销” 时代到来

- 时代背景：屏营销时代到来，万物皆媒体

### 02 了解聚屏 百度聚屏打破传统线下投放局限，解决传统线下投放痛点

- 百度聚屏打破传统广告投放局限，解决线下广告投放痛点
- 百度聚屏四大优势：场景化 | 精准化 | 灵活化 | 可视化

### 02 应用聚屏 聚屏六大核心玩法，5G时代满足品牌营销诉求

- 玩法及案例（一）联合冠名
- 玩法及案例（二）聚屏+品专/闪投/feed/开屏
- 玩法及案例（三）本地到店
- 玩法及案例（四）Search +OTT
- 玩法及案例（五）多屏联动，精准饱和攻击
- 玩法及案例（六）AI/AR/VR创新交互





*part one*

The Value of Baidu JUPING

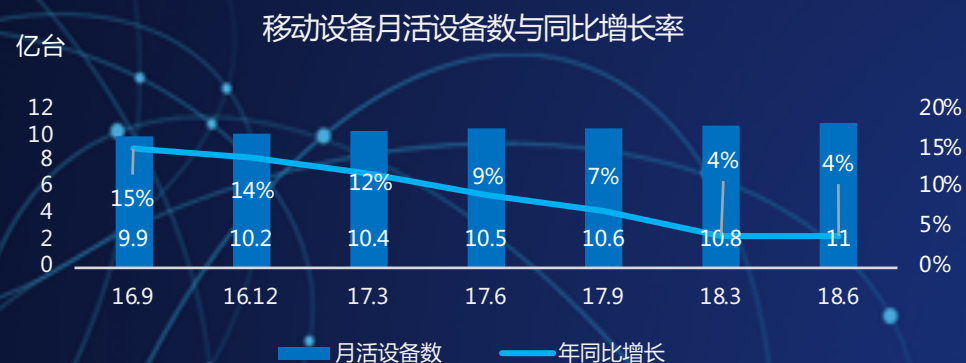
**时代背景：屏营销时代到来，万物皆媒体**

# 移动互联网红利消失，流量转战线下

○ 线下场景占据用户大量时长，约为手机时长的2倍

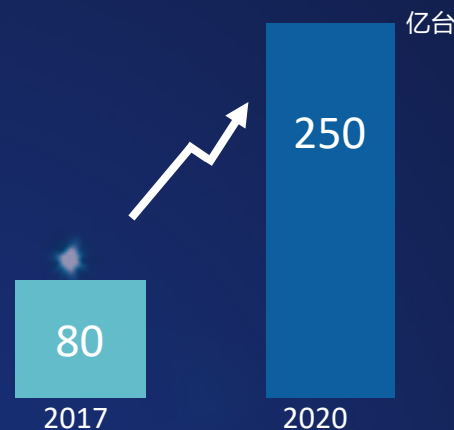


○ 移动互联网流量增长接近瓶颈，流量越来越贵

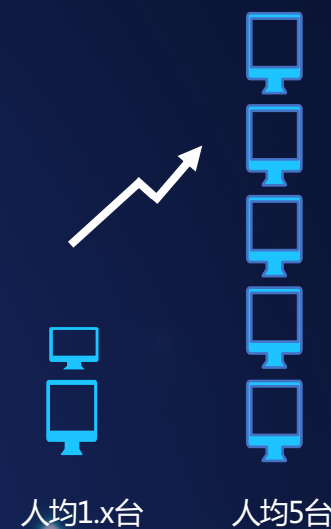


○ 新型联网设备成为未来流量新增长点，从“移动互联”到“万物互联”

联网设备数量 2017-2020



人均联网设备数 2017-2020



# 新时期，新变量，未来将是“屏营销”时代

5G与人工智能催生物联网时代的到来，未来将是**万屏互联**、**大数据**、**强交互**的“屏营销”时代



5G

人工智能

万物  
互联

5G与人工智能技术作为基础建设  
将加速催生物联网时代的到来

屏屏互联

屏人互联

# 万物皆媒体，用户获取信息的渠道多样化

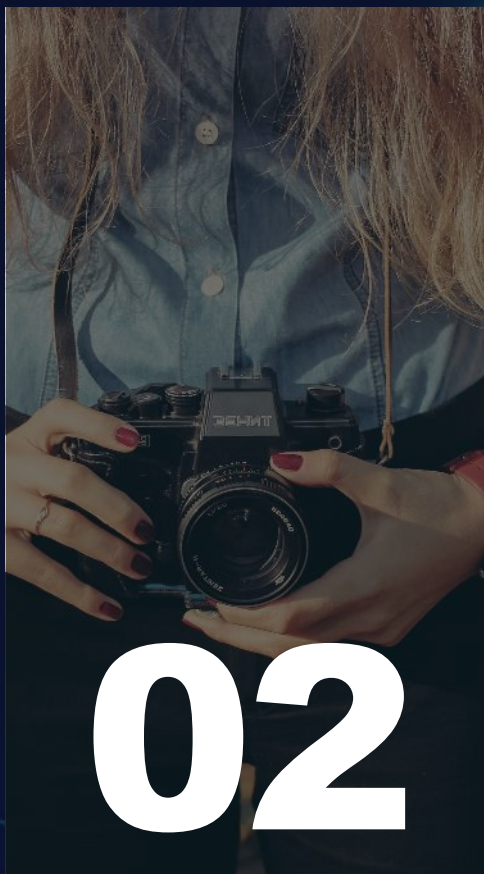


99%

信息来源于人与人之间的交流、手机、电脑、报纸、广播、电影、商场海报、楼宇信息....

## 人们获取信息的通路越来越宽泛





*part two*

The Value of Baidu JUPING

百度聚屏打破传统广告投放局限，解决痛点



# 百度聚屏『AI赋能线下媒体 多屏整合智能营销』，覆盖受众生活全动线

聚合百万线下联网屏，覆盖人群生活24h全场景动线

一站式实现线上+线下全方位广告投放，形成全新场景流量，使品牌推广更智能高效

覆盖31个省及直辖市 | 库存流量19亿/天 | 屏幕数量170w+ | 且在不断增加中



通过强大智能分析能力及行业领先的AI技术，结合平台优势，赋予线下屏幕最具竞争力的推广

# 传统线下广告的局限性，已无法满足5G时代品牌对线下广告的投放需求

## 【资源分散】

线下媒体资源分散，不同场景各自为阵，广告主只能逐一采购，无法整合购买

## 【价格黑盒】

根据采购量级、客户关系等因素，折扣不对等，价格不清晰，很难衡量媒体的真实价值

## 【流程繁琐】

从资源选择到媒体询价，到广告上刊，全人工操作，流程冗长且效率较低

## 【效果模糊】

传统线下广告效果难以衡量，无法监测广告实际到达率与人群质量，无法监测广告转化



# 百度聚屏四大优势特点，解决5G时代线下广告投放痛点

打破线下广告投放局限，引领5G时代线下广告投放变革

## 场景化 多场景覆盖

根据投放目标，选择适当的场景资源触达目标用户；家庭场景、娱乐场景、校园场景、工作场景、出行场景....

## 灵活化 灵活化执行

实现线下广告的一站式、程序化投放，投放过程全线上操作，可选择CPM/CPT/CPR等多种购买方式，投放零门槛，灵活出价，预算可控



## 精准化 精准化定向

使用多种定向方式执行广告投放，地域定向、商圈定向、时段定向、兴趣定向、人群定向等

## 可视化 投放效果清晰

可通过平台及时获取监播、效果数据，精准人群画像与到达数据，百度特有品牌回搜数据，使投放效果清晰可见

# 01

The Value of Baidu JUPING

场景化



# 五大主流场景，覆盖受众各类行为动线，全面触达目标群体

## 娱乐场景

- 影院映前屏
- 影院LED
- 影院大堂电视屏
- KTV点歌屏
- 娃娃机屏
- .....

## 家庭（社区）场景

- 智能电视屏
- 智能冰箱屏
- 智能门禁屏
- 小度在家
- 社区电子屏
- 快递柜屏

## 楼宇场景

- 居民楼电梯电视屏
- 写字楼投影屏
- 商住两用电梯电视屏



## 出行场景

- 机场屏
- 高铁屏
- 火车站屏
- 长途汽车站屏
- 出租车屏
- 地铁屏
- 公交屏
- 加油站屏
- 户外楼体屏
- 酒店屏

## 生活服务场景

- 商场屏
- 医院屏
- 超市屏
- 高校屏
- 机关屏
- 银行屏
- 药店屏
- 公共区域洗手间镜面屏
- .....



# 聚屏核心场景资源——智慧家庭场景，围绕家庭关系场景施加口碑影响

家庭场景下的“1到多”解决方案  
塑造家庭强关系下的口碑营销情境

商务手机哪个好 |



用关键词锁定核心人群



品牌广告



智能家庭设备展现广告

“Search + OTT” 玩法  
精准辐射家庭人群



小度  
在家

占领卧室



智能  
电视

占领客厅

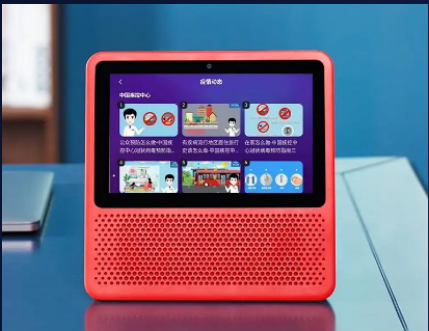


智能  
冰箱

占领厨房

# 智慧家庭场景资源主要概况

## 小度在家



受众消费水平高

人群易受广告影响

沉浸式体验感受深

特殊时期直面受众

日展现PV

100万

最低起投周期

1天

售卖方式

CPT

## 智能电视



### 各方合作，共建繁荣

厂商

牌照商

电视APP

广电

IPTV

IOT设备

## 智能冰箱



### 精准营销

基于用户日常  
交互数据

### 转化率高

屏幕可触  
下单立即购买

单机日均使用时长

80分钟

单机日均交互次数

40次

覆盖高端用户

40万

# 围绕社区和家庭，聚屏高频覆盖居民日常行为动线，多维触达





# 聚屏核心场景资源——楼宇电梯资源：覆盖白领及城市居民受众

覆盖**3**大物业类型，梯内，梯外全覆盖

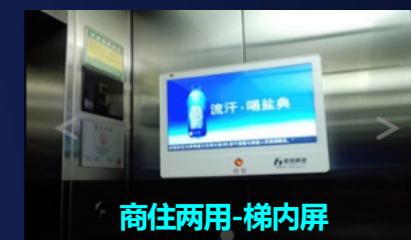
住宅楼：梯内+梯外

梯内	优质电梯电视	候梯厅	电梯电视
	电梯电视		

写字楼：梯内+梯外

梯内	35寸投影屏
候梯厅	电梯电视

商住两用：  
梯内电梯电视



# 楼宇电梯场景高价值资源推介：优质电梯电视屏

中高端社区梯内屏，上下分屏，品牌展现+活动互动，一举两得

合作中高端物业，中产受众精准覆盖



轮播次数：300次/份/天  
轮播时间：3分钟

点击可播放演示视频

上屏  
TVC播放

品牌形象广告

海报动效  
+  
配音  
+  
品牌TVC  
(AVI)

下屏  
活动入口

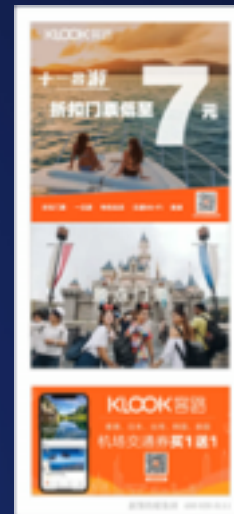
活动广告  
活动内容  
+  
活动入口



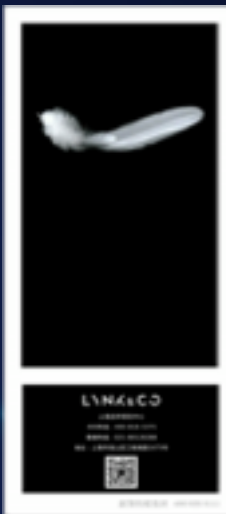
上屏图片轮播



上屏1/2视频



上屏全屏视频



点击可播放演示视频



# 聚屏核心资源——出行场景屏，聚焦等候区Moments，广告效果最大化



## 市内出行

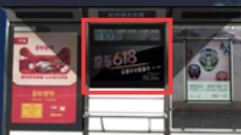
公交/出租/加油站



出租车投影屏



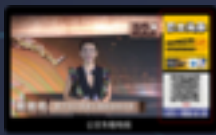
加油站大堂电视



公交智能电子站牌  
上海公交候车亭



候车厅电视媒体  
上海市-中环线内



公交车车载电视  
全国覆盖重点广深

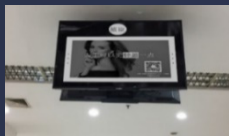


## 城际出行

长途汽车



长途客运站大堂电视



酒店AI人脸认证屏  
性别年龄精准触达



## 跨省出行

高铁



高铁/机场卫生间镜面屏



高铁大堂LED大屏  
日均触达46万人次



智能刷屏机  
智能匹配广告

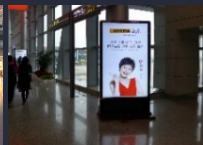


## 跨境出行

飞机



机场到达区/出租车等候区到达区LED



机场智能手推车LED  
机场各处全面覆盖



机场-航显屏  
100%覆盖出发旅客，周边宽阔无任何遮挡



# 出行场景屏优势资源推介：城市地标大屏

地标大屏，指位于城市标志性地点或主干道的LED大屏幕，屏幕位置优越，屏面积大，视觉冲击效果好，日可触达人流车流几十万到百万不等，是线下品牌曝光的重要形式

覆盖



主要  
推荐



一二线城市重点覆盖  
200+城市地标大屏

北上广深  
长沙南京重庆武汉沈阳

01 视觉效果好

大屏面积大，视觉冲击力强

02 辐射人群广

核心商圈CBD，交通枢纽

03 人群精准度高

城市精英，有较高消费能力

# 聚屏核心资源——娱乐场景屏，受众日常娱乐动线全覆盖

影院屏

电影映前 | 大堂LED | 大堂电视 | 洗手间镜面

KTV屏

娃娃机



映前广告0转制费

行业规则：每次投放均需给付

覆盖率市场第一

影院覆盖率第一 屏幕覆盖率第一

多屏联动覆盖观影全路径

进门→等候→观影→出场



# 娱乐场景屏高价值资源推介：映前广告资源

百度聚屏映前广告为15秒广告

覆盖国内主要知名院线品牌



核心院线  
覆盖率

50%

票房TOP 20城市  
(贡献50%约300亿票房的前20城市)

68%

票房TOP 50院线  
(贡献票房的前50大院线)

66%

20大知名院线  
(知名单影城或连锁影城)

# 聚屏核心资源——生活服务场景屏，覆盖用户生活娱乐全动线

餐厅电视屏

医院LED屏

药店屏

高校屏

机关电子阅报屏

银行屏

商场大堂LED



餐厅



医院



药店



高校



机关



银行



商场



超市



社区



快递



居民楼

商场通道电视

商场卫生间镜面屏

商场自动售货机

超市大堂电视

社区户外LED

社区快递柜屏

社区智能门禁屏





# 02

The Value of Baidu JUPING

精准化

# 精准化（一）跨屏联动，线上线下精准投放，反复触达

跨屏投放

关键词+OTT 玩法

## 1、圈定词包锁定目标用户



商务手机哪个好?



一段时间内搜索过品牌关键词的用户  
锁定为品牌目标人群



## 2、在目标用户的智能电视展现品牌广告



在用户的智能电视自动播放品牌广告  
实现对目标人群的精准营销

跨屏投放

场景+线上广告联动

## 1、选定目标用户聚集场景投放聚屏广告



选择目标用户聚集的户外场景  
投放聚屏广告，触达用户人群

LBS

## 2、对聚屏覆盖用户投放信息流广告



Feed 线上广告

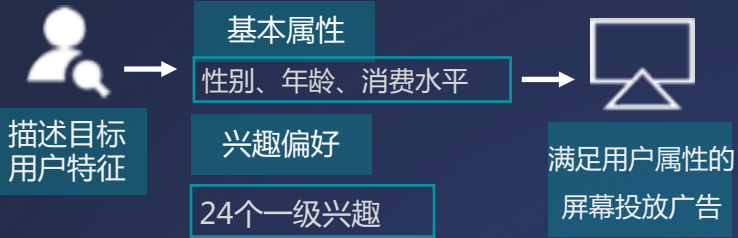
选择目标用户聚集的户外场景  
投放聚屏广告，触达用户人群

# 精准化（二）人群定向、千人千面，满足品牌精准投放诉求

## 人群定向

让广告自动追踪目标用户

用户出现在哪里  
都能看到品牌广告



精细化屏幕画像，刻画数十个标签，精准人群投放

屏幕“用户画像”+  
品牌“人群标签”，  
满足出价展示广告



## 千人千面

让广告被对的人看到



移动设备  
靠近户外屏



搜索  
宝马X3



搜索  
SK II

LBS数据打通  
行为识别



百度技术能力



户外屏幕



户外屏幕



# 03

The Value of Baidu JUPING

灵活化

灵活化

# 投放模式与周期灵活，低投放门槛，最大化帮助品牌节约成本

## 投放模式灵活

### CPT 合约投放

广告的位置、流量和价格等信息进行约定的基础上投放广告，广告曝光更稳定

### RTB 竞价投放

通过聚屏RTB后台进行自主投放，投放时间灵活、定向纬度多、出价任意设定

### CPM 保量投放

可定制化的灵活投放模式——1天起投，无起投金额限制，灵活上下刊，灵活更换物料，自定义单屏播放次数，同等预算可覆盖更多设备

### CPR人群 精准投放

人群精准监测投放模式，性别、年龄等严格按照触达人群设定投放，广告精准性高

## 投放程序灵活

百万屏幕可通过百度聚屏后台一站式投放，预算可控

## 投放周期灵活

按周起投，按天起投，按CPM起投，按屏幕数起投等，投放颗粒度更小，价格更低，最大化节约投放成本

## 上下刊时间灵活

CPM保量投放模式可以随时上下刊，既能保证GD模式的曝光量和人群精准触达，又能遵从RTB模式按天投放

# 投放全程线上化，减少沟通成本，规避信息流失导致的低效率

## 投前、投放、投后全程线上化，最大化提升聚屏投放效率

### 投前选屏线上化

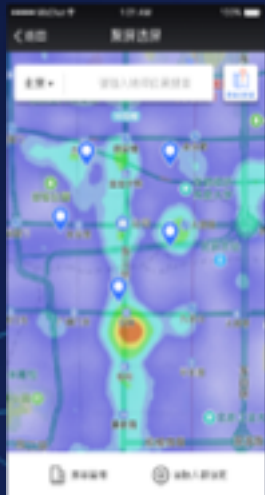
-PC端-  
聚屏ABC智能选屏



-PC端-  
多维人群包圈定受众

关键词人群	视频人群	基础标签人群	受众交叉	受众排除
ID上传人群	受众合并	社交关系人群	粉丝人群	广告点击人群
URL人群	APP人群	居住地人群	商圈人群	圈选人群

-移动端-  
聚屏半径小程序智能选屏



PC+移动端双平台，随时随地快速选资源

### 投放流程线上化

#### 一键式投放

查资源

查数量

锁资源

投资源

后台一键投放，无须人工操作

### 投后报告线上化

监播照片

曝光量/触达人数

平均触达成本

回搜分析

人群画像

.....

线上报告

报告线上快捷获取



# 04

The Value of Baidu JUPING

可视化

## 投放效果可视化，线上报告简单便捷

线上自动生成报告，投放后登录账户即可查看

监播照片，效果数据，精准人群画像与到达数据等投放效果，都可通过线上获取，方便快捷。  
百度特有的品牌回搜数据，使投放效果更有对比性，效果清晰可见

## 线上监播回传

☐ 全部监播照片(8张)

□ 资源名称: 电影院-电影银幕-全屏视频-15S(8张)



## 曝光，触达数据

[投后数据](#)   [监播照片](#)   [人群回搜](#)

## 回搜分析

回搜词:

[主摄影](#)
[主摄影婚纱](#)
[主摄影婚纱照](#)
[主摄影官网](#)
[主摄影婚纱官网](#)
[主摄影婚纱照官网](#)
[主摄影婚纱摄影](#)

[主摄影旅拍](#)
[主摄影创意旅拍](#)
[主摄影旅拍官网](#)
[主摄影摄影](#)
[主摄影摄影婚纱](#)
[主摄影摄影婚纱官网](#)
[主摄影摄影](#)

[主摄影婚纱](#)

659.85

触达人数(万)

0.00

平均触达成本(元/人)

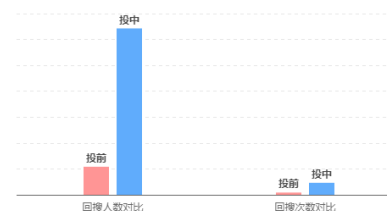
48100

① 品牌互动提升率(%)

## 品牌回搜率

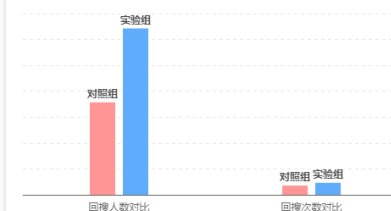
### 回搜数据对比-投前vs投中

回搜人数: ↑493.23%



### 回搜数据对比-实验组vs对照组 ①

回搜人数: ↑80.02%



实际曝光量

监播照片

## ■ 触达人群画像

性别、年龄、教育、兴趣、行业、消费水平.....

# 投放效果可衡量——品牌投放最优指标：品牌回搜率

百度聚屏提供全量回搜数据，帮助广告主优化后续品牌投放

## 独有回搜指标评估品牌投放效果

- ✓ 线下屏投放之后究竟有没有效果？
- ✓ 如何考量一次聚屏投放的效果？
- ✓ 线下投放给线上带了多少销售线索？
- ✓ 下一次投放该如何优化投放效果？
- ✓ .....

## 多维对比让品牌效果有理可依

投放人群回搜 VS 全网人群回搜



投后回搜 VS 投前回搜

## \*回搜效果实例

(全网用户对比广告触达用户)

### 回搜人数提升率

+356%

基线组

投放组

(全网用户) (触达用户)

### 回搜次数提升率

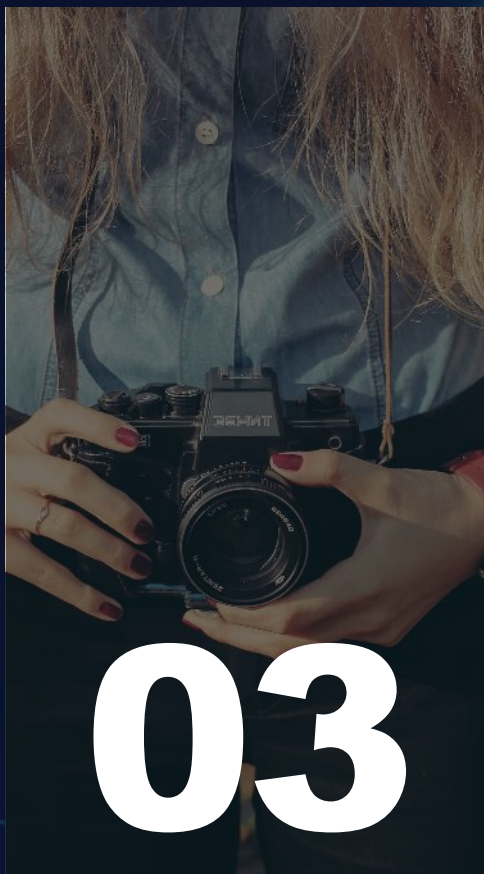
+675%

基线组

投放组

(全网用户) (触达用户)





*part three*

The Value of Baidu JUPING

# 聚屏六大核心玩法

# 玩法（一）联合冠名

百度联合品牌主冠名聚屏，引导用户搜索，通过线上线下联动，实现品牌背书



## 关键词选屏

线上线下人群统一

人群策略：关键词+LBS定向

！位于上海，搜索过海尔相关关键词的人群！

海尔本品词

海尔竞品词

AWE关键词

家电人群

装修人群

## 线下物料联合冠名

实现一次品牌背书

海尔智慧家庭 定制美好生活

3月1日-3月31日  
美好生活尽在AWE全球品牌节

Haier

AWE 2019年3月14日-16日  
上海新国际博览中心 N5馆

百度APP | Haier

百度APP搜索“2019上海家电博览会”

## 搜索引导进入线上

线上投放广告，实现二次品牌背书

线上线下联投



数据同源，线上线下全覆盖



# 代表案例：北京现代上海车展VS百度聚屏联合冠名



联合冠名引导搜索 ▶



大屏覆盖  
引导搜索



形象  
树立

城市	媒体名称
上海	人广大悦城A屏
北京	北京T3机场
上海	中山公园龙之梦购物中心LED大屏
上海	长寿路巴黎春天百货商场LED大屏
上海	雅居乐国际广场LED大屏
上海	正大乐城商场东安路
上海	米格奥特莱斯LED 1
上海	米格奥特莱斯LED 2
上海	青浦区·富绅时代公馆



# 玩法（二）聚屏+品专/闪投/feed/开屏

线上线下打通，流量导向品牌阵地，实现线下曝光，线上背书，多次再次触达激发行动



**对聚屏广告覆盖用户投放线上广告**  
同源数据引导线上投放效果

**主动拦截**



聚屏+品专

聚屏+闪投

**被动声波**



聚屏+feed

聚屏+开屏

# 代表案例：天津人人乐商超，Feed线上点击率增长17.69%

## 客户概况

Le Super ——中国连锁百强企业人人乐连锁商业有限公司精心打造的高端超市。截止目前，高端精品超市品牌在天津已开设十余家门店。

## 投放诉求

新店开业，寻求曝光；对线下广告效果不确定，寻求支持



## 投放执行及效果

天津市内六区和滨海新区线上线下联投，最大程度增加曝光量

选择社区内电梯电视资源，覆盖店面周边社区，且每周可更换点位、物料，满足超市每周/月营销需求



百度聚屏优质电梯电视/2天

- 曝光量：98.9万
- 触达人数：28.19万
- 人均触达成本：0.06元

**触达 1.73% > 1.47% 平均**

触达用户的feed点击率  
高于线下未触达用户的平均点击率

**Feed点击率增长17.69%**

电梯触达受众的线上点击率相较单  
—feed投放增长17.69%



百度feed流广告/2天

- 展现量：660,090次
- 点击量：9,720次
- 电梯触达受众点击率：1.73%

# 玩法（三）本地到店

- 我们想知道新老顾客的**到店客流情况**，帮助我们判断营销节奏...
- 我们想知道**顾客都是什么样的人**，后续我打算在其他商圈向同一类人投放广告...
- 我们想知道我们店的**顾客在哪些商圈的渗透率较高**，后续我将在这些商圈投广告提升复购率...





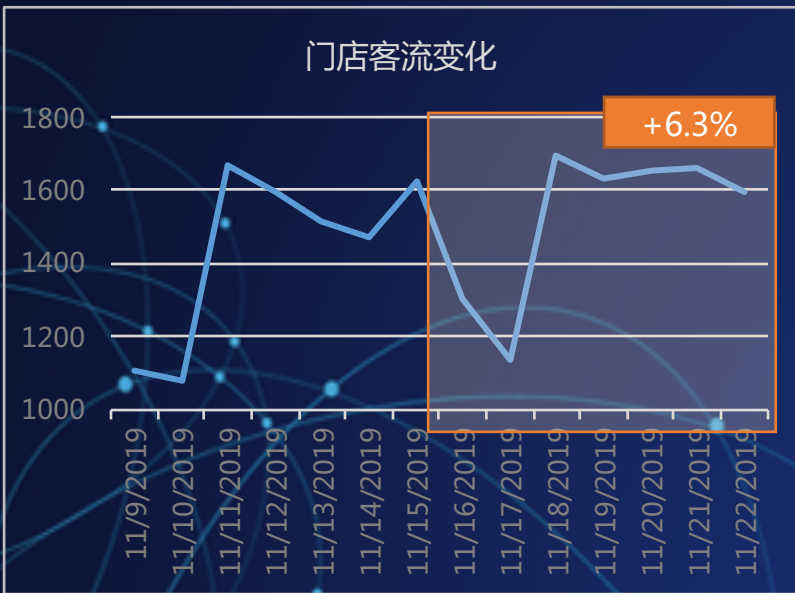
# 代表案例：上海华美医院，门店客流提升6.3%，到店率提升13.4%

## 投放概览

- 医美客户“上海华美”，推广1家门店，投放优质电梯电视，投放时间：11.16-01.03
- 广告触达人数860w，平均触达成本0.02元/人；**门店客流+6.3%、广告触达用户到店率提升13.4%**；

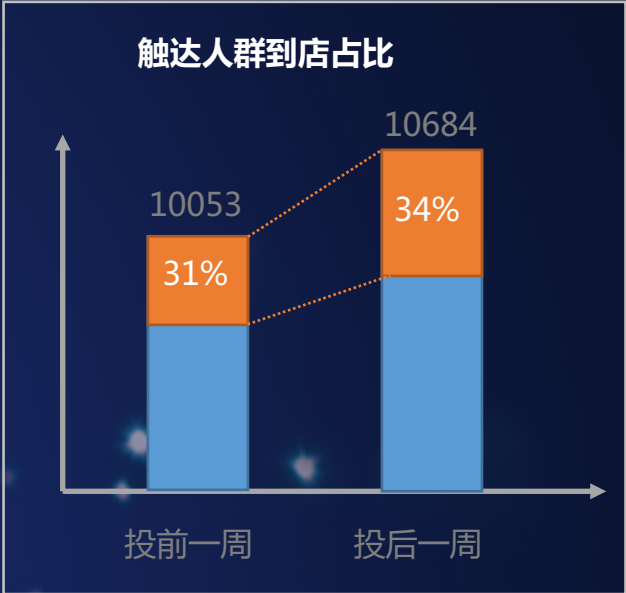
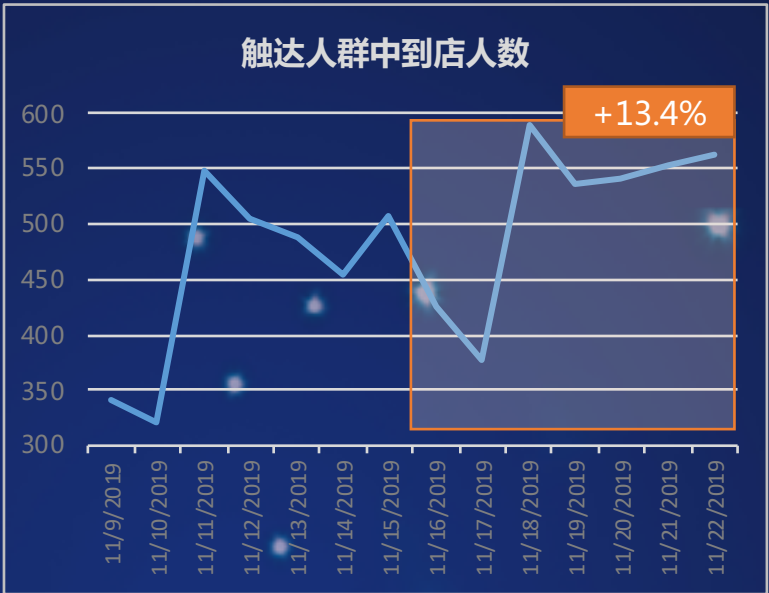
### 门店客流+6.3%，较显著

11.16日开始投放，投后一周门店总到店人数增长600人+，周环比+6.3%



### 广告触达用户到店人数+13.4%，效果显著

- 投后一周广告触达用户到店人数增长400人+，周环比+13.4%
- 投后广告触达人群到店占比+6.7%



## 玩法（四）Search + OTT

百度独有投放形式：关键词+OTT精准投放

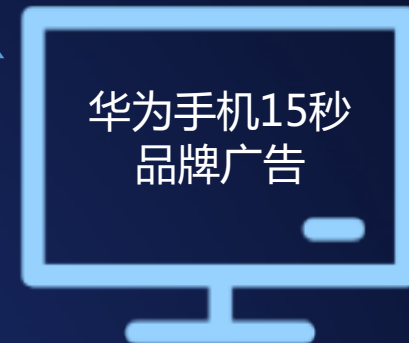
### Step1-圈定词包锁定目标人群

商务手机哪个好？



根据品牌客户提供的词包，包含**品牌词**、**行业词**、**通用词**、**兴趣词**等，圈定一段时间内搜索过相关关键词的用户，锁定为品牌目标人群

### Step2-在目标人群的智能电视展现广告



华为手机15秒  
品牌广告

以家庭WIFI为桥梁打通用户手机与电视，在**用户智能电视上**投放品牌广告，实现对目标人群的精准营销

# 投放案例：快手APP “Search+OTT” 投放，下载量提升近80%

## 快手借助百度聚屏 “Search+OTT” 投放模式进行人群扩展

**投放背景：**快手，记录和分享生活App，希望通过百度OTT投放影响更多有娱乐属性人群，提升其品牌关注度，拉动其app下载。

**投放样式：**开机视频、视频前贴片

### 投放策略

利用百度营销大脑分析快手人群潜在需求包括“视频播放”、“K歌”、“搞笑视频”等，通过扩展这部分人群，刺激更多潜在用户。



## ■ 经OTT广告曝光，快手日均下载量显著提升



- OTT曝光人群日均下载量较全网人群提升**79.8%**
- OTT曝光人群曝光后日均下载量较曝光前提升**10.2%**





# 玩法（五）大屏带小屏多屏联动，精准饱和攻击

多频次曝光实现N+reach，精准触达

○ 多维人群标签**精准找人**，确保投放精准性

基本属性+人群特征+地理位置数据，实现立体空间“屏覆盖”

每天900亿次位置请求数据 | 百度80+产品线及合作伙伴数据

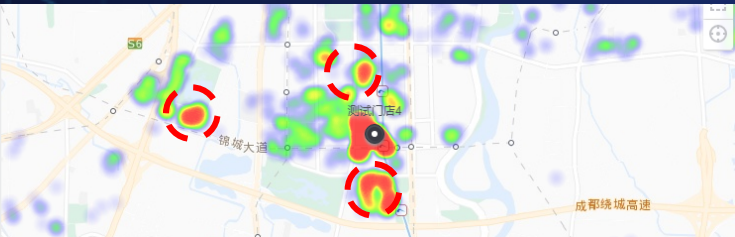
基本属性

人群兴趣

细分人群

有效识别人群浓度实现资源投放效用最大化

传统媒体难以实现人群实时浓度识别，造成大量广告浪费



○ **大小屏联动**，最小成本保证最大触达，饱和攻击确保多次触达

面向同一类人群，以大屏为核心  
以小屏为联动，保证品牌到达率与高频次



相比选择单场景投放，多屏联动多场景渗透打造“城市型营销”，提升曝光频次，降低投放成本，提高广告传播效率。

1次reach人数

2次reach人数

3次reach人数



# 代表案例：新喜剧之王大屏+小屏投放，大幅提升投放效率



优质社区电梯电视屏：北上广等7城市联投  
总覆盖社区：1000+优质社区

相比选择单场景投放，大小屏联动多场景渗透打造“城市型营销”，提升曝光频次，降低投放成本，提高广告传播效率。



3+reach人群触达情况和单独大屏完成3+reach触达情况对比，多屏联动方案实现人和广告的多次触达效果提升明显

# 玩法（六）AI/AR/VR创新交互

AR/VR创新团队

AI研究院

成熟对接机制

完备服务流程

自有互动创新团队提供全程数据、技术支持

保证上线质量与进度

AR/VR/AI交互，满足多数互动需求

数据、技术、创意与资源无缝对接

AI/AR/VR  
品牌互动  
为广告主创意背书

屏幕交互与移动端交互相辅相成  
满足广告主品牌创新需求

让消费者最便捷最快速地与品牌建立联系



AR应用：互动



VR应用：看店面环境



例：AI模拟整容应用于聚屏医美客户线下广告

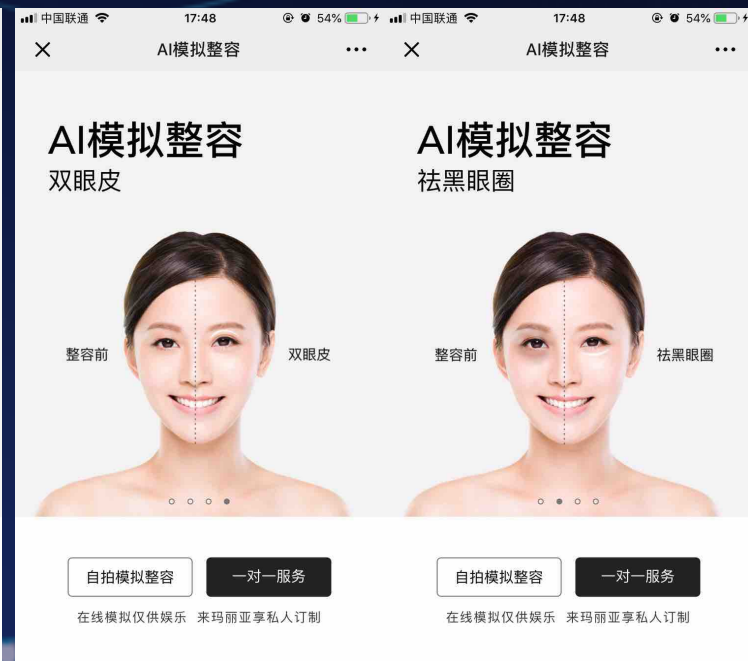


# 代表案例：东莞玛利亚医院AI模拟整容创意玩法，消除受众胆怯心理

AI模拟整容创意玩法，既传播了品牌，又能让受众体验整容效果，消除胆怯心理，加深广告效果



扫码体验模拟整容



投放时间：7月6日-8月2日 曝光量：1275万+  
投放资源：优质电梯电视 覆盖人群：1100万+  
投放地域：东莞市 平均触达成本：0.01元/人

回  
搜  
率  
效  
果

投放前

+18倍

投放中

广告触达人群中，搜索品牌关键词人数  
比投放前增加18倍

投放组

+4倍

基线组

广告触达人群中，搜索品牌关键词的人数比基线  
组（全网普通用户）高出397.3%，提升近4倍



# THANKS

百度聚屏团队



2020年1月