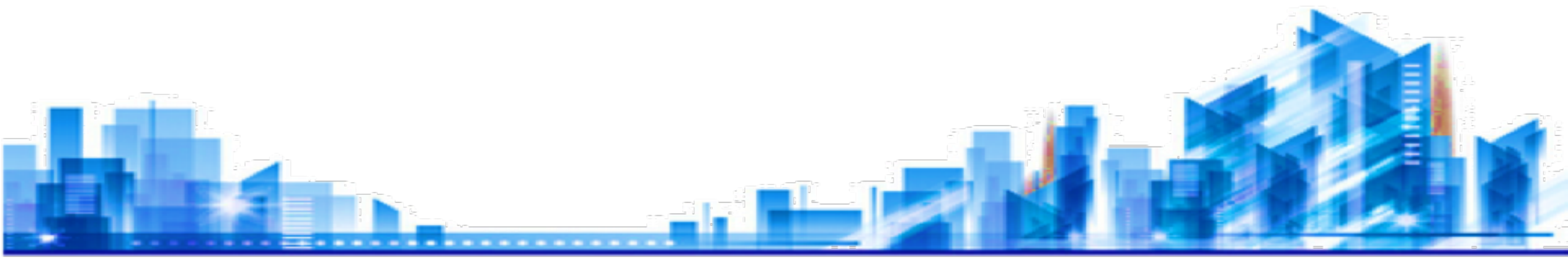


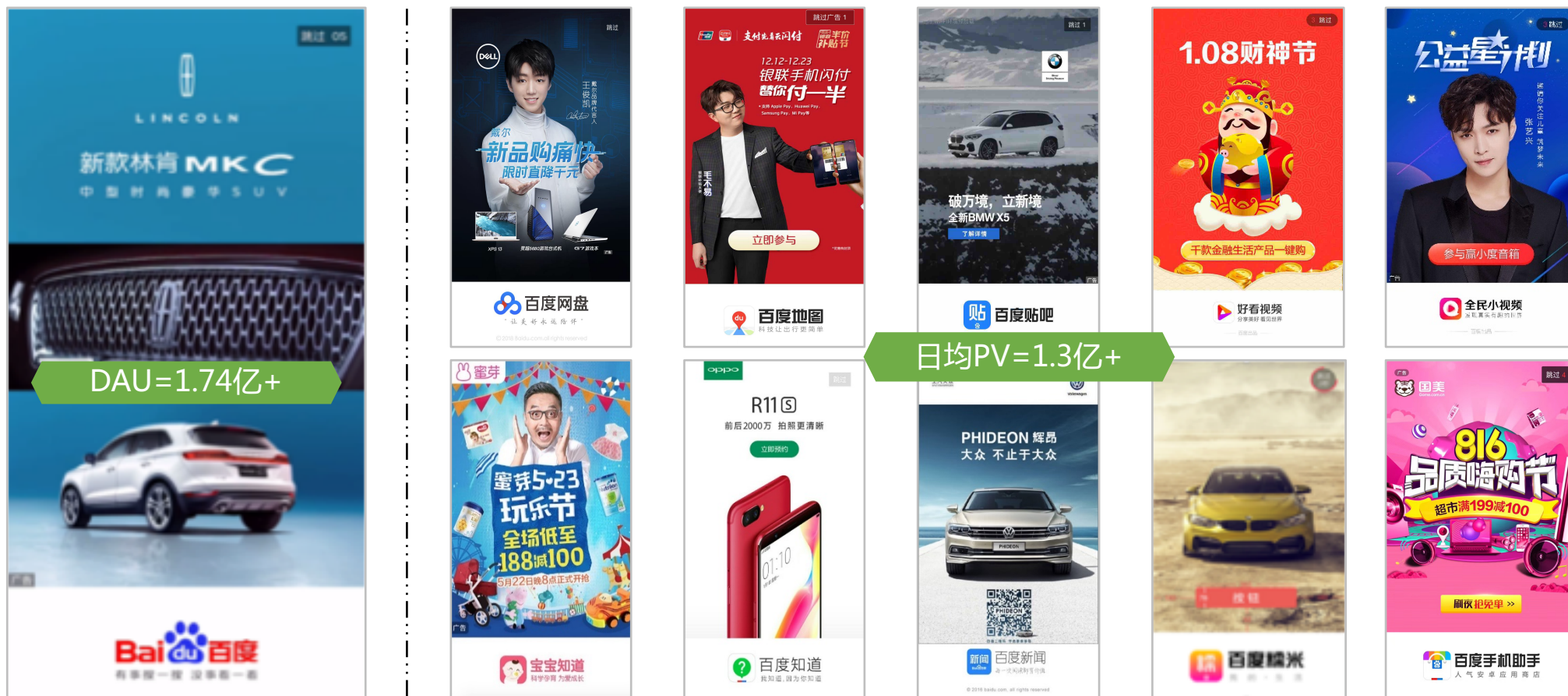
产品手册 | 开屏产品矩阵

百度商业产品运营部



[什么是百度开屏产品矩阵]

围绕超级APP，搭建的百度系开屏产品矩阵



布局百度3亿+级流量入口，打造钻石级展示资源产品矩阵

覆盖全场景的百度系开屏营销生态体系



覆盖用户**24小时**工作生活全时长 | 覆盖近**9成**移动互联网主流人群

基于大数据赋能和意图营销的优质移动营销产品



百度对用户的理解远超其他平台



10亿+活跃用户 | 200亿用户行为线索

[百度开屏产品能力]

支持多种投放样式，满足广告主不同推广需求

TIPS：动态视频广告CTR高于静态**30%**以上



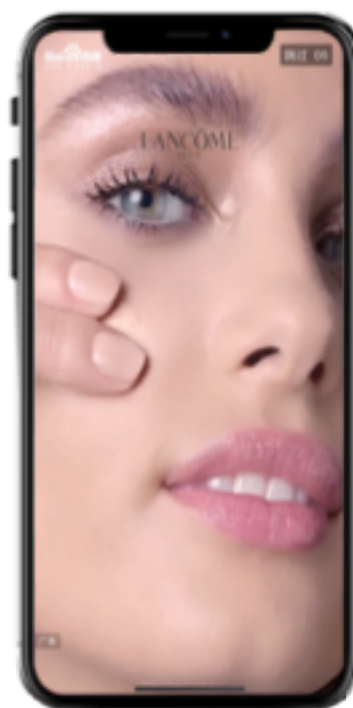
静态-非全屏样式
(展现时长3秒)



静态-全屏样式
(展现时长3秒)



视频-非全屏样式
(展现时长5秒)



视频-全屏样式
(展现时长5秒)



九宫格样式
(展现时长5秒)



摇一摇样式
(展现时长5秒)

支持多维度定向方式，助力广告主精准锁定目标人群

基础定向

性别定向

行业定向

年龄定向

地域定向

教育水平定向

兴趣偏好定向

人生阶段定向

职业类别定向

操作系统定向

高级定向

自定义人群包

DMP自定义人群



关键词人群



APP安装人群



网站人群



主题人群



视频观看人群



明星关注人群



百度统计人群



兴趣属性人群



200亿+ 用户行为线索

保持APP开屏广告精细化投放市场绝佳优势地位

合作案例-自定义人群定向



投放时间：5.30-6.6 | 投放方式：自定义人群包定向 | 投放效果：CTR 6.8%

竞品车型人群圈定，挖掘不同车型的人群关注点和品牌映像，通过不同物料文案进行精准沟通



宝马X1人群
动力



CTR 6.8%



奔驰GLA人群
外观



CTR 7.5%



凯迪拉克XT4人群
内饰



CTR 6%



奥迪Q3人群
活力



CTR 7%



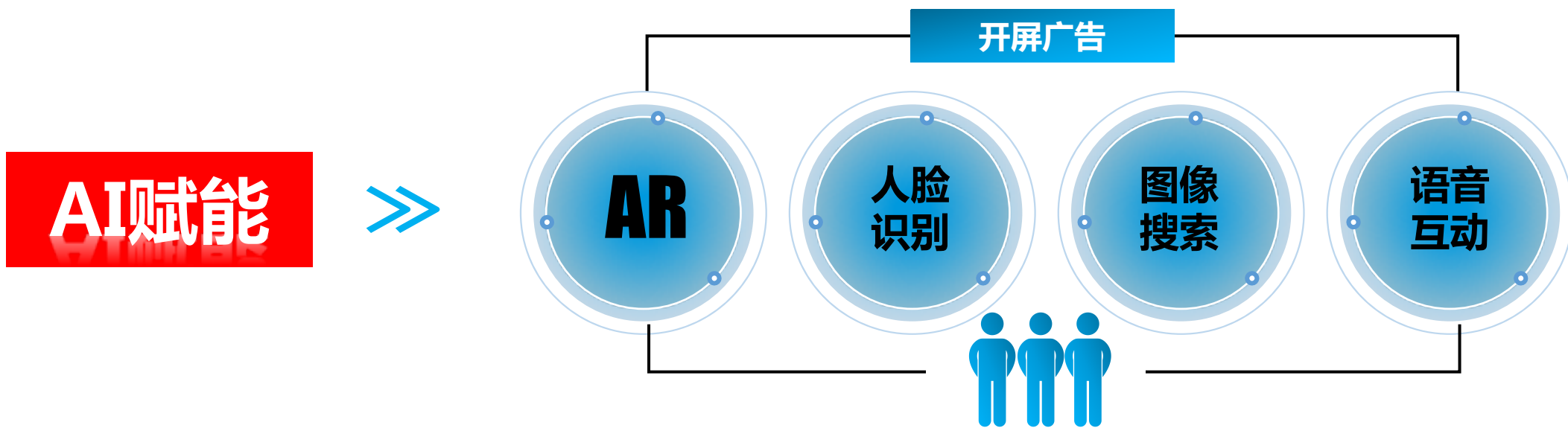
沃尔沃XC40人群
时尚精致



CTR 6.2%

支持开屏+AI投放

利用百度AI技术，定制品牌趣味专题活动，提升用户产品体验



合作案例

沃尔沃S90 (AR体验)



- **投放时间**：5.30-6.6
- **投放背景**：通过与核心受众精准沟通，突出传递沃尔沃S90的北欧基因及简约环保的产品形象
- **投放方式**：自定义人群包定向+AI落地页
- **投放效果**：**CTR 6+%**



支持开屏矩阵式投放，实现全域品牌集中大曝光

【横行多频道联投，让品牌“一夜成名”】



【移动品专】

【百度小程序】

【信息流】

【纵向多产品联投，提升品牌传播深度】

[百度开屏创新产品——开屏Always]

百度开屏-品牌Always（开屏+搜索）

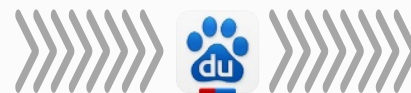


用户打开手百APP搜索
品牌相关关键词



搜索兰蔻关键词

当用户再次
打开手百APP时



触发兰蔻开屏广告

定向品牌关键词近3天内搜索人群，品牌手百开屏广告自动追投

百度开屏-品牌Always产品优势

开创“实时持续触达强需求人群”的百度独有开屏产品




**品牌实时触达
受众持续追踪**

从搜索到开屏的路径式覆盖
双重实时曝光加持



**品牌人群保护
竞品曝光拦截**

攻守兼备
高需人群的心智占领



**影响用户决策
提升转化效率**

用户决策过程追踪曝光
拉动效果提升

百度开屏-品牌Always合作案例



跳过 03

广告

Baidu 百度
有事搜一搜 没事看一看

- 投放客户：古驰
- 投放时间：5.18-5.20
- 投放产品
 - ① 品牌Always
 - ② 自定义人群包投放

CTR
7+%



品牌Always
触达人群

CTR
6+%



古驰关键词
搜索人群

CTR
6+%



竞品关键词
搜索人群

CTR
6+%



本品
行业人群

CTR
6+%



竞品
行业人群包

CTR
9+%



古驰重定向
人群包

百度开屏&Feed联投（开屏+内容）

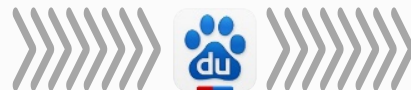


用户打开手百APP
看到开屏广告



LV 开屏广告

当用户进入内容页刷新后
看到对应Feed-GD广告



LV Feed-GD广告

与Feed-GD资源，实现联动投放的一款开屏产品

百度开屏&Feed联投产品优势

1

**优势资源联动
打造沉浸式体验**

2

**路径双重触达
强化品牌传播感知**

3

**创意组合投放
提升品牌传播深度**

百度开屏&Feed联投合作案例

- 投放客户：沃尔沃
- 投放时间：5.24-5.26
- 推广内容：全新XC40上市售卖

开屏：视频全屏



CTR: 8%+

信息流：视频



CTR: 2%+

- 投放客户：路易威登
- 投放时间：5.8-5.8
- 推广内容：LV新品链条包推广

开屏：静态全屏



CTR: 6%+

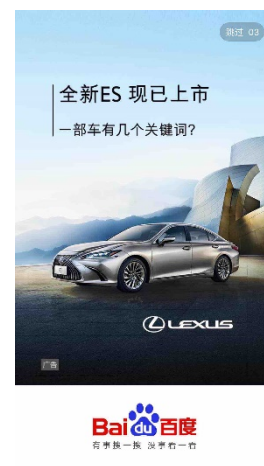
信息流：大图



CTR: 1.3%+

汽车行业合作客户

市面主流汽车客户，均有百度保持良好的合作关系



[百度开屏创新产品——品牌Impact]

产品特点

➤ 什么是品牌Impact产品？

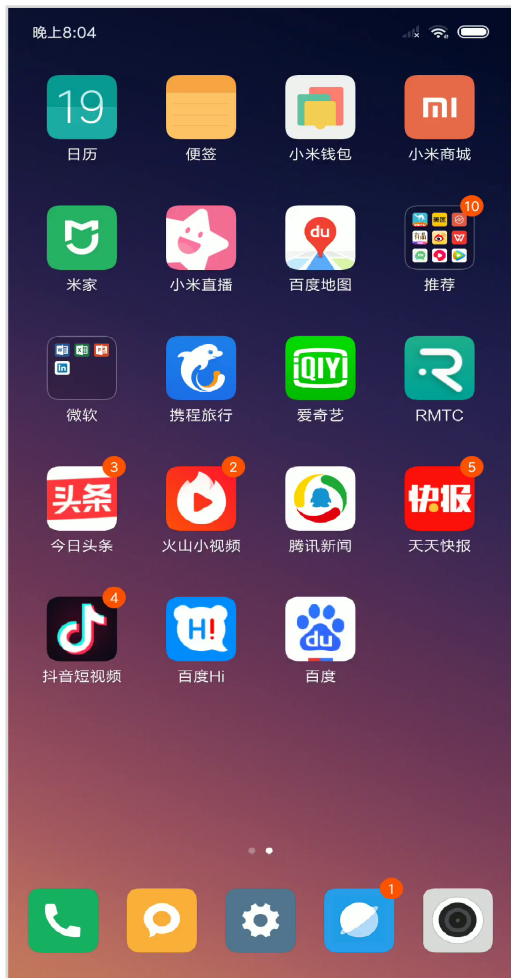
百度开屏CPM与Feed-GD联动投放的一种百度品牌广告售卖产品

产品特点

品牌impact	联投类型	产品展现过程
	① 视频联播	开屏播放全屏视频广告，倒计时5s结束时，动态缩小至视频信息流位置，继续进行播放 *过程中信息流搜索框默认吸顶
	② 普通联动	开屏广告播放结束，进入到内容页，信息流刷新后展示指定Feed广告 *如信息流自动刷新，则直接展示广告 *如信息流未刷新，上滑/下滑手动刷新后展示指定Feed广告

品牌Impact视频联播—Demo示意

【完整过程演示】



【过程拆解】

① 开屏5秒展现



② 画面动效缩小



③ 信息流自动续播

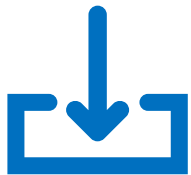


品牌Impact**视频联播**—产品能力

品牌Impact产品能力

广告位置	开屏广告	Feed-GD
支持样式	视频全屏	大图视频样式
支持定向	地域、社会属性、兴趣、自定义人群、操作系统	人群包定向（必选）
监测方式	C2S，即客户端数据上报	
监测维度	曝光监测、点击监测（同步及异步均支持）	
频次控制	单物料单天展现次数≤2次 每天广告展现总次数≤6次 相同物料展现间隔≥2小时 不同物料展现间隔≥2分钟	无频次控制

品牌Impact**视频联播**—特殊说明



■ **播放情况说明**

1. 物料加载环境：Wifi网络环境下预加载
2. 广告播放环境：Wifi和4G网络环境下，均能播放视频联播广告



■ **退化场景说明**

- 1、若用户在开屏展现时点击跳过按钮或者点击进入广告主落地页，则进入Feed页搜索框，不展示转场动画，退化为普通联动
- 2、若开屏倒计时结束时，信息流视频内容在屏幕中展现的比例小于10%，则进入Feed页搜索框，不展示转场动画，退化为普通联动

品牌Impact普通联动—Demo示意

【完整过程演示】



【过程拆解】

① 开屏3秒/5秒展现



② 信息流自动/手动刷新



③ 联投信息流展现





品牌Impact普通联动—产品能力

品牌Impact产品能力

广告位置	开屏广告	Feed-GD
支持样式	开屏所有样式	信息流所有样式
支持定向	CPM补余：地域、社会属性、兴趣、操作系统 CPM-GD：地域、社会属性、兴趣、人群包、操作系统	人群包定向（必选）
监测方式	C2S，即客户端数据上报	
监测维度	曝光监测、点击监测（同步及异步均支持）	
频次控制	单物料单天展现次数≤2次 每天广告展现总次数≤6次 相同物料展现间隔≥2小时 不同物料展现间隔≥2分钟	无频次控制

产品优势

1

黄金资源打通
吸引用户第一视觉

入口资源+内容页资源
双黄金品牌广告资源拦截

2

搜索人群覆盖
目标用户多重触达

开屏广告+信息流广告
短时间内双重触达目标受众

3

打造沉浸式体验
深化用户品牌形象

激活开屏与信息流互动
品牌传播更具活力与传播深度

适用投放场景及投放案例

适用场景1：品牌宣传

- 行业：化妆浴室行业
- 定向维度：自定义人群
- 投放效果：品牌互动提升率**58%+**



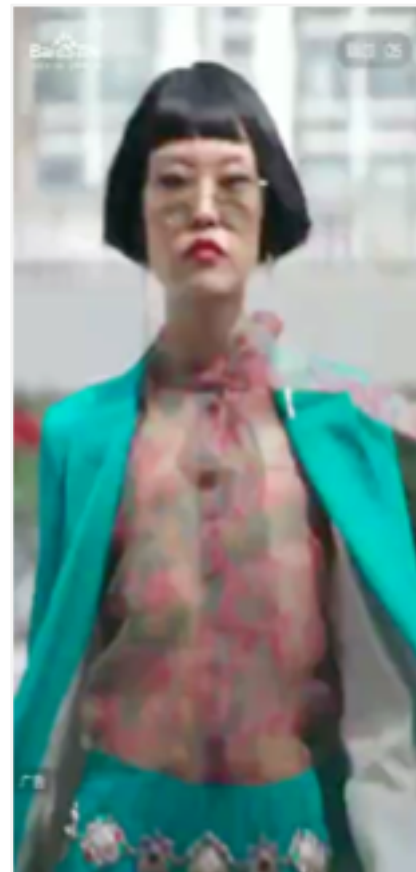
适用场景2：活动/节日营销

- 行业：零售
- 定向维度：地域
- 投放效果：品牌互动提升率**130%+**



适用场景3：新品上市

- 行业：汽车行业
- 定向维度：兴趣/自定义人群
- 投放效果：品牌互动提升率**79%+**



[百度开屏新增定向维度-AI智投介绍]

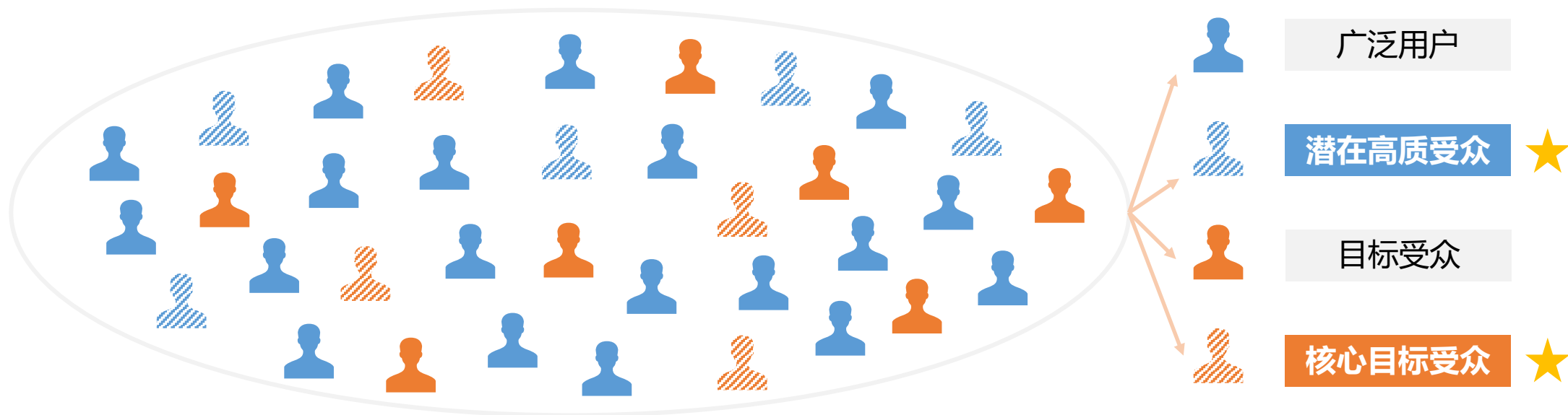
AI智投定向能力介绍

■ 基本原理

基于本次投放及历史投放的数据日志，通过 **AI模型** 在海量库存流量中 **找到更适合本次投放** 的目标人群

动态捕捉潜在高质受众+核心目标受众=AI智投定向

【开屏流量池模型】



AI智投定向投放过程



AI智投投放期分为两个阶段：

1、第一阶段：数据采集期

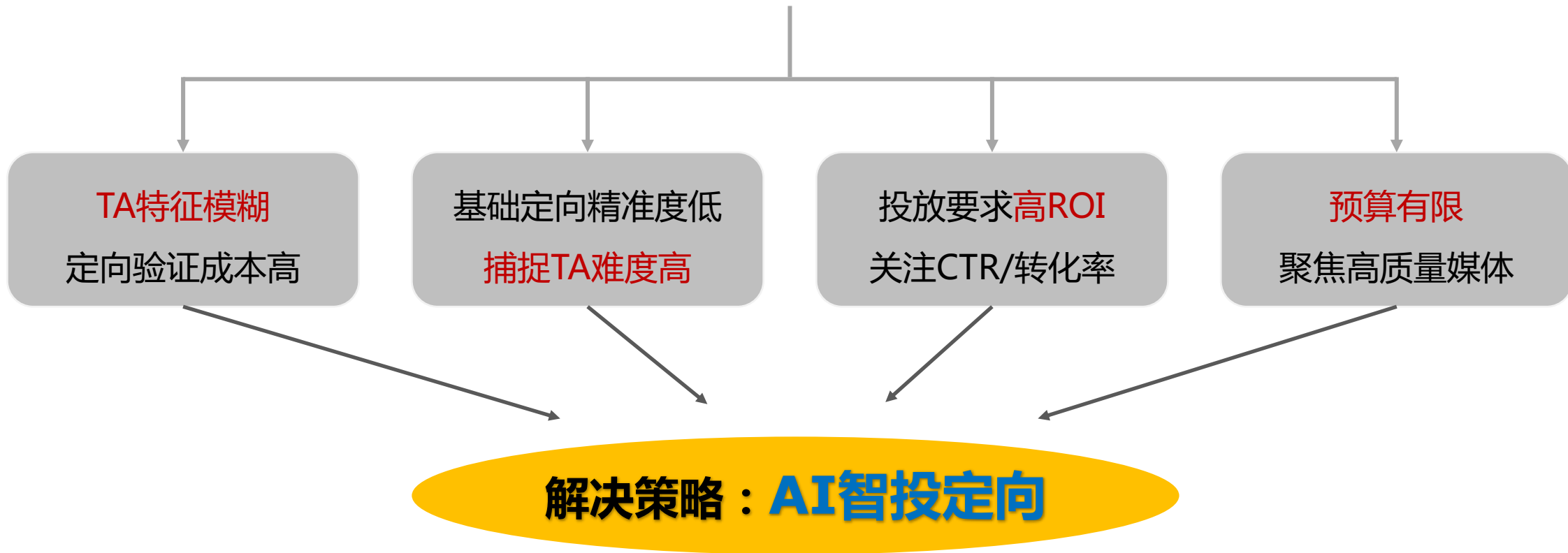
在投放早期，由于积累的数据少，无法全面准确地在大量用户中，识别出本次campaign的目标用户来智能投放。因此在数据积累期，系统将在客户选定的较大范围内积累数据，通过多样化的人群-物料的匹配组合和行为数据反馈，锁定对品牌偏好度高的目标人群

2、第二阶段：智能投放期

系统将提炼第一阶段锁定的目标人群特征，寻找同类人群进行智能投放，将广告主每一组物料动态曝光给匹配度更高的人群，从而优化整体ctr；同时第二阶段系统仍会不断积累数据用于模型优化，以保证用户信息实时性，确保广告触达用户丰富度，避免无效曝光和点击

AI智投定向需求场景

广告主投放痛点



AI智投定向投放效果

测试案例：

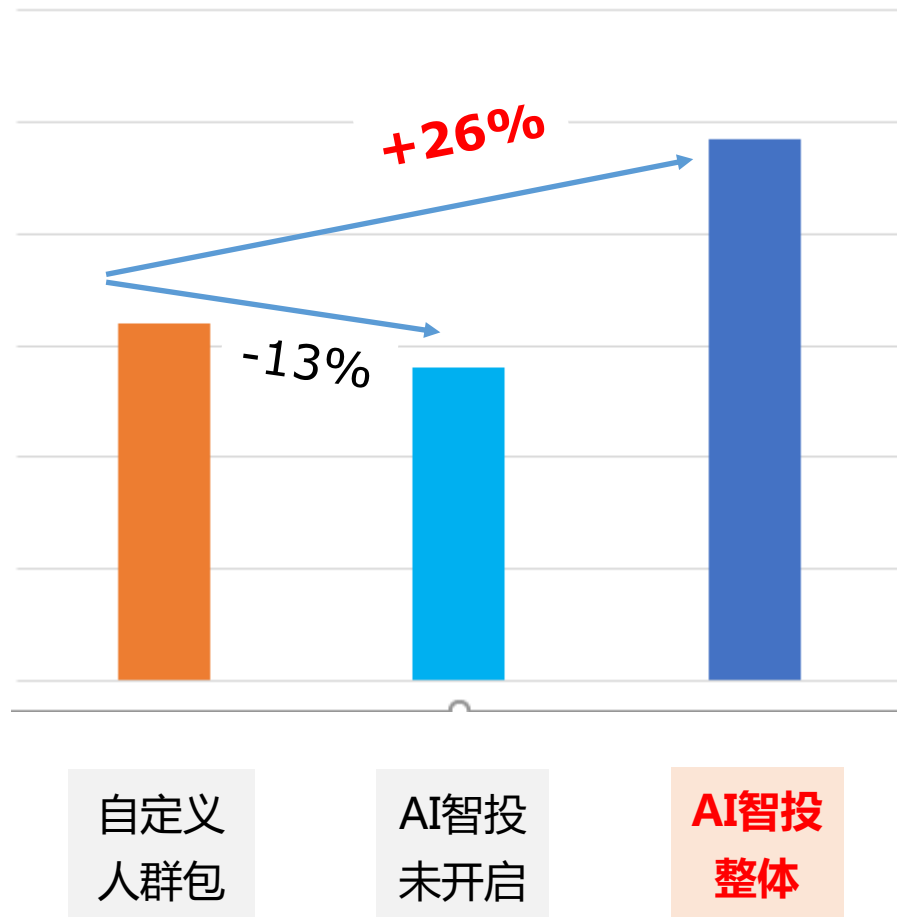
测试客户：某奢侈品牌

测试周期：19年12月

测试策略：划分部分预算用于AI智投，同期另一部分预算用于人群包投放计划

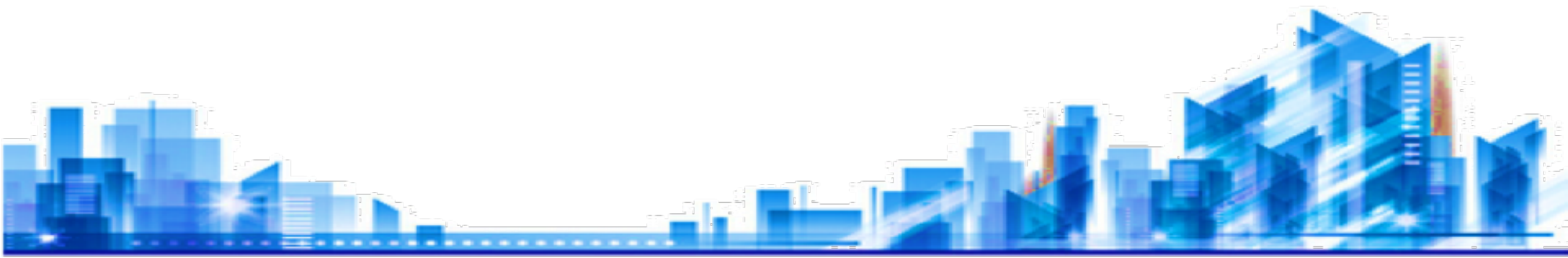
测试结果：

- 1.在AI智投未启动阶段，CTR略低于人群包投放；
- 2.在AI智投启动后，整体campaign的CTR比人群包**+26%**



感谢收看，期待合作！

百度商业产品运营部



附件1：百度开屏支持广告样式

产品	静态非全屏	静态全屏	视频非全屏	视频全屏	九宫格/摇一摇
手机百度APP	√	√	√	√	√
百度地图APP	√	-	√	-	-
百度网盘APP	√	√		√	-
百度贴吧APP	√	-	√	-	-
好看视频APP	√	√	-	√	-
全民小视频APP	√	√	-	√	-
百度新闻APP	√	-	-	-	-
百度糯米APP	√	-	√	-	-
百度知道APP	√	-	-	-	-
宝宝知道APP	√	-	√	-	-
百度手机助手APP	√	-	-	-	-

附件2：百度开屏支持定向维度

定向维度	手百开屏					序章开屏	
	CPT	CPM	CPM-GD	PDB	PD	CPT	CPM
社会属性定向	×	√	√	√	√	×	贴吧支持 好看支持 地图支持 糯米支持
兴趣属性定向	×	√	√	√	√	×	
地域定向	×	√	√	√	√	×	
自定义人群定向 (含DMP及OM定向)	×	√	×	×	×	×	
操作系统分端定向 (IOS&ANDRIOD)	×	√	√	√	√	地图支持 贴吧支持 网盘支持	