



# 开启 家庭营销 新锐入口

小度媒体价值研究

百度营销中心 2020.5

# CONTENTS

1. 小度黑科技：打造家庭智能屏新标准
2. 从设备到媒体：叩开全家信任之门
3. 小度家庭营销：家庭场景营销新入口



/01

## 小度黑科技：打造家庭智能屏新标准

小度强劲市场表现

小度强势技术能力

# 小度存量大，市场份额领先

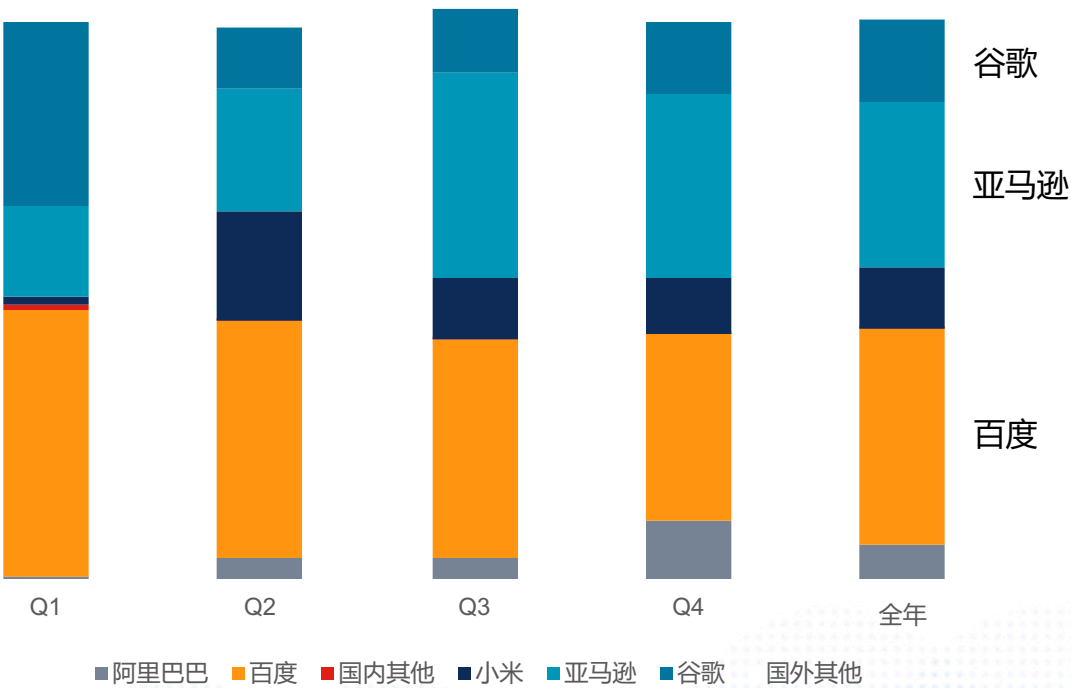


2019年小度智能屏出货量全球NO.1

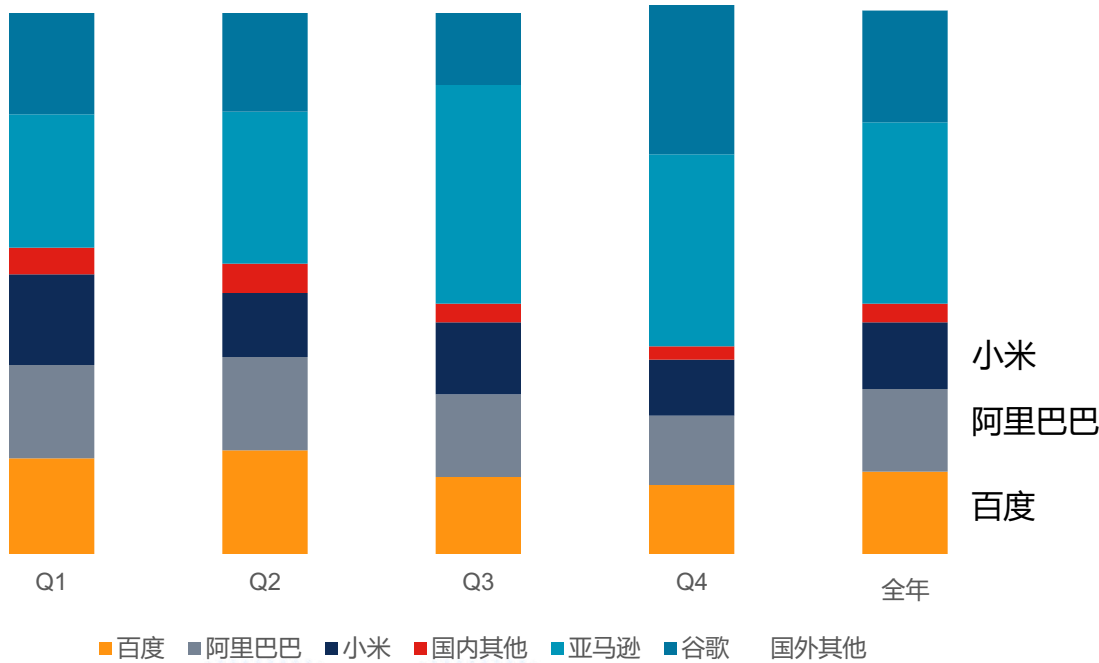


2019年小度智能音箱出货量国内NO.1

2019有屏音箱全球出货量

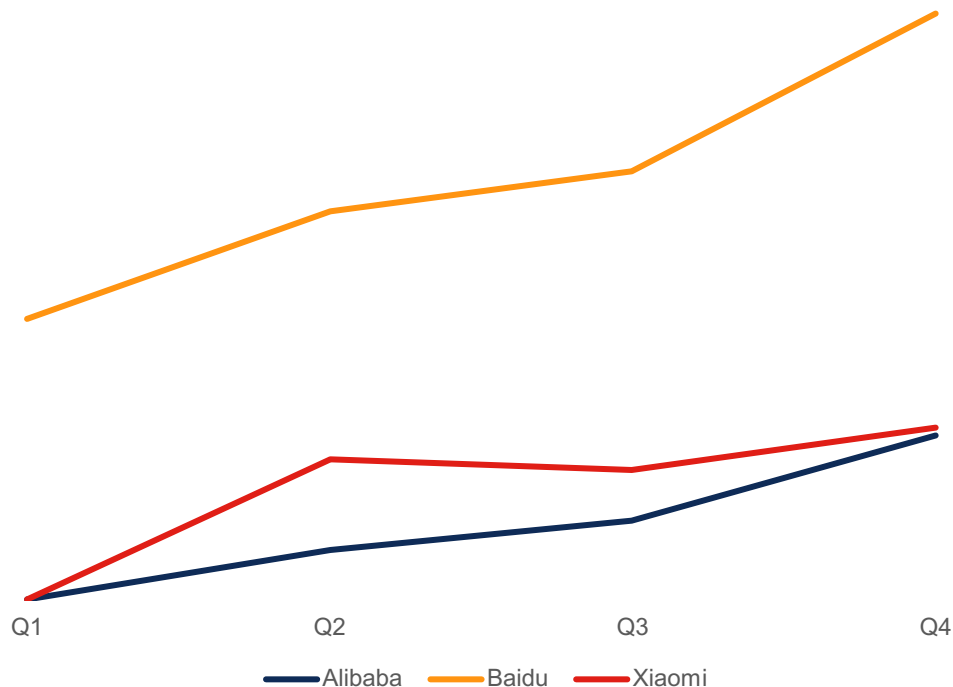


2019智能音箱全球出货量



# 小度智能屏飞速增长，打造国民爆款

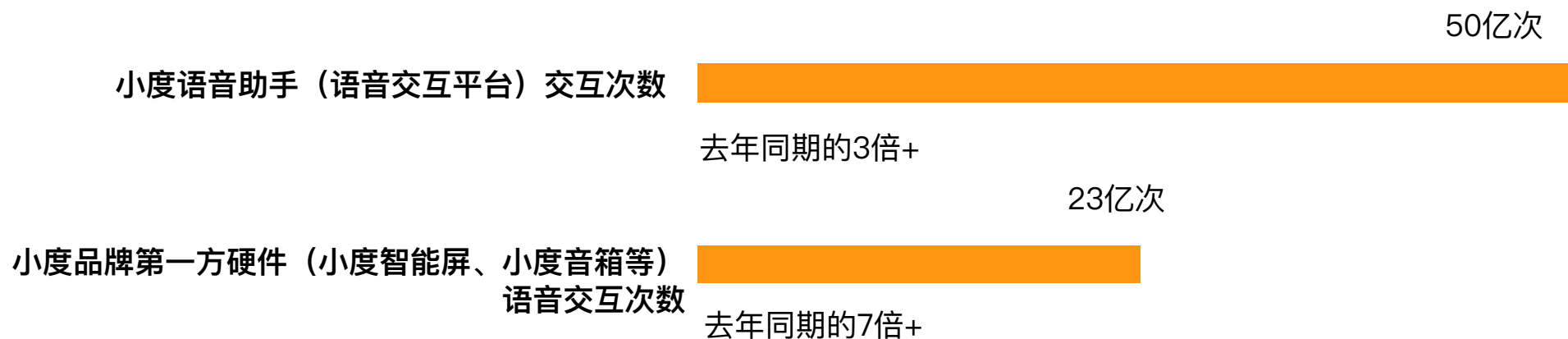
智能屏出货量增长趋势



来源：Canalys



# 小度语音助手是高活跃的人工智能语音交互平台



## 全双工免唤醒 · 一次唤醒多轮对话

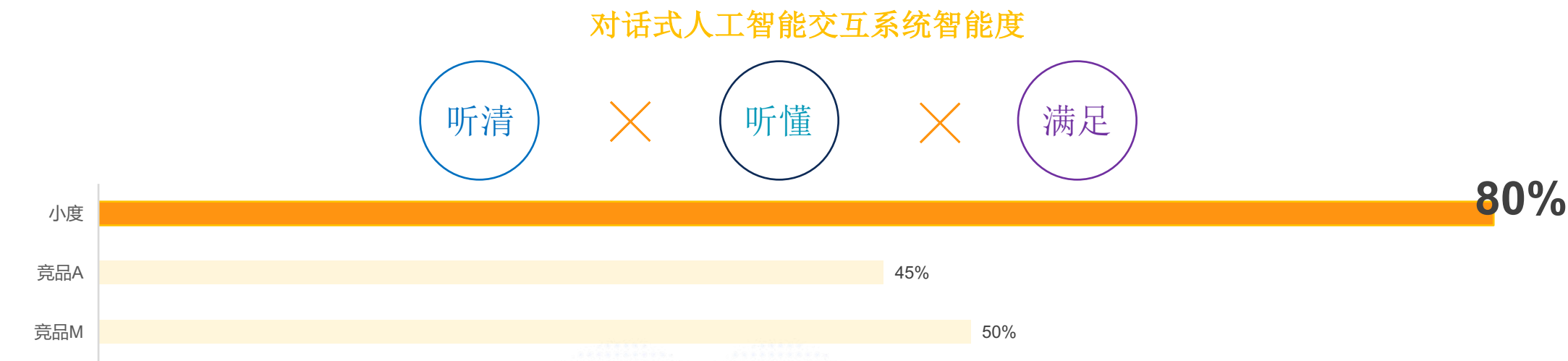
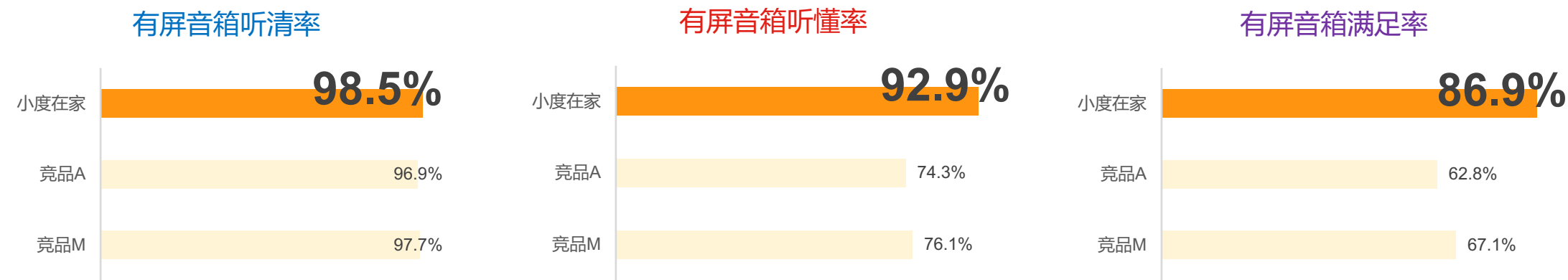
2019年7月，百度率先将全双工免唤醒技术应用于智能语音交互领域，实现一次唤醒多轮对话，还能在与他人对话的同时互不干扰地实现人机交互，让用户享受更自然、更顺畅的语音交互体验。

## 语音定制 · 黑科技家庭陪伴

2020年3月，小度上线语音定制功能，用户可以在小度APP"爸妈讲故事"功能录制自己和家人的专属语音包，让智能音箱传出自己的声音，打造高质量亲子陪伴体验。



# 基于小度语音助手，小度听得懂，说得妙，智能度No.1



数据来源：中国科学院《智能音箱的智能技术解析及其成熟度测评》报告，2019.12  
数据说明：听懂率，满足度：在听懂、理解用户的指令方面，小度系列智能音箱是唯一听懂率超过90%的产品；在满足用户需求和体验方面，小度在评测中满足度得分第一

/02

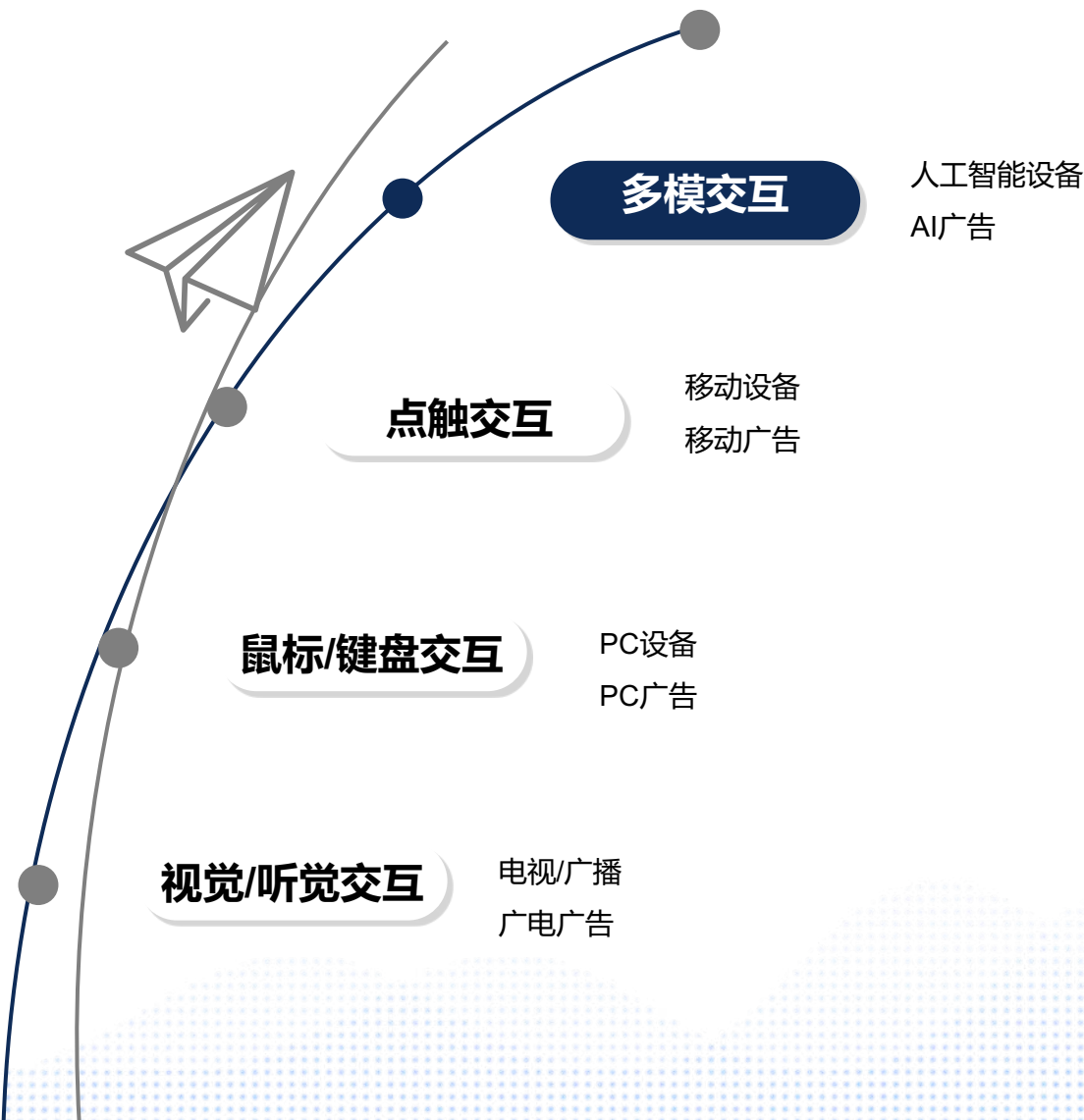
## 从设备到媒体：叩开全家信任之门

小度高价值人群及行为特征



# How：小度开启多模交互新时代，让人机交流更自然更丰富

每一次媒介效率的提升，每一次人机交互方式的变革，都是营销的新浪潮。



## 多模交互

每一种信息交流方式，可称为一种模态(modality)。例如，人有触觉，听觉，视觉，嗅觉等感觉，相应的信息的传播介质有动作、语音、图像、气味等形式，以上的每一种都可称为一种模态。多模交互即多种模态组合的交互方式。

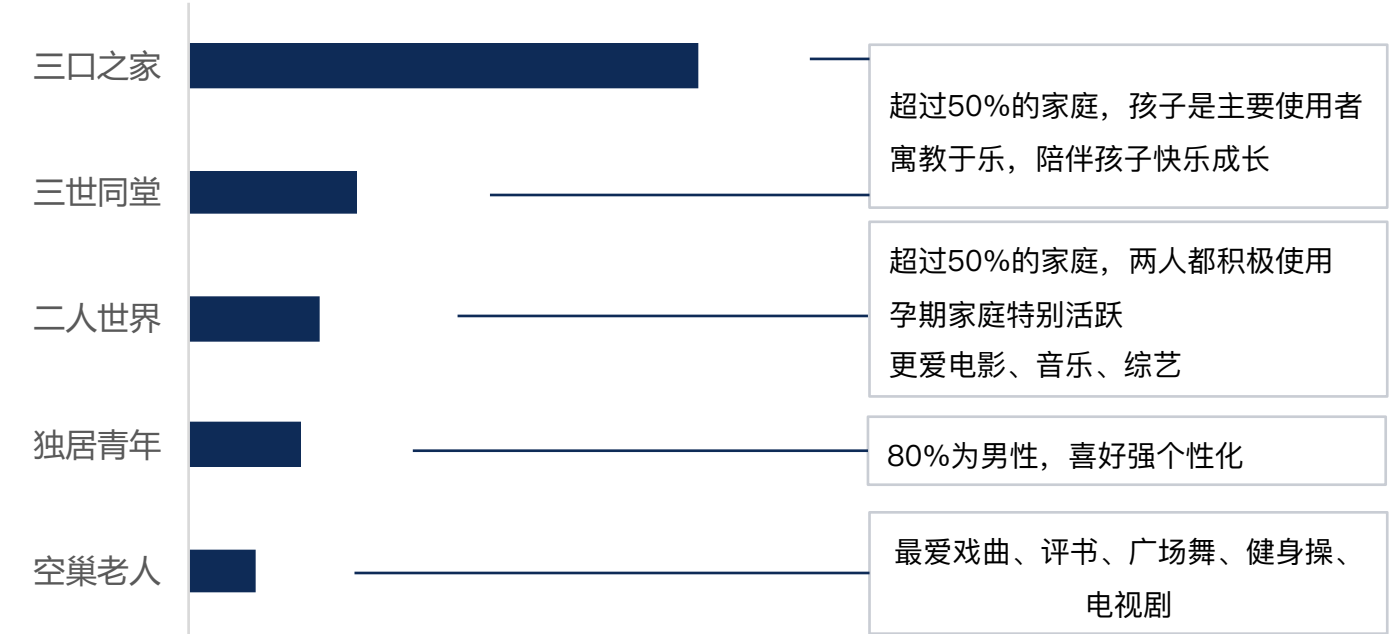
## 小度多模交互，变革品牌与用户的沟通形式

**互动更智能：**贴近感、类似人与人的自然交流 **投放更多元：**能听到、能看到、能理解到  
**链路更高效：**从需求到服务，更方便、更快捷 **反馈更聪明：**提供建议，帮助决策

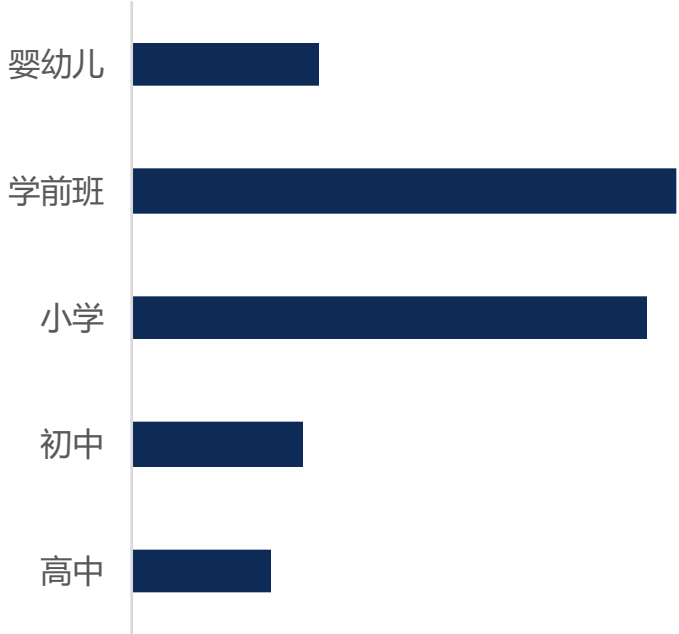


# Who：小度全面覆盖家庭人群，有孩家庭占比过半

小度用户家庭结构分布

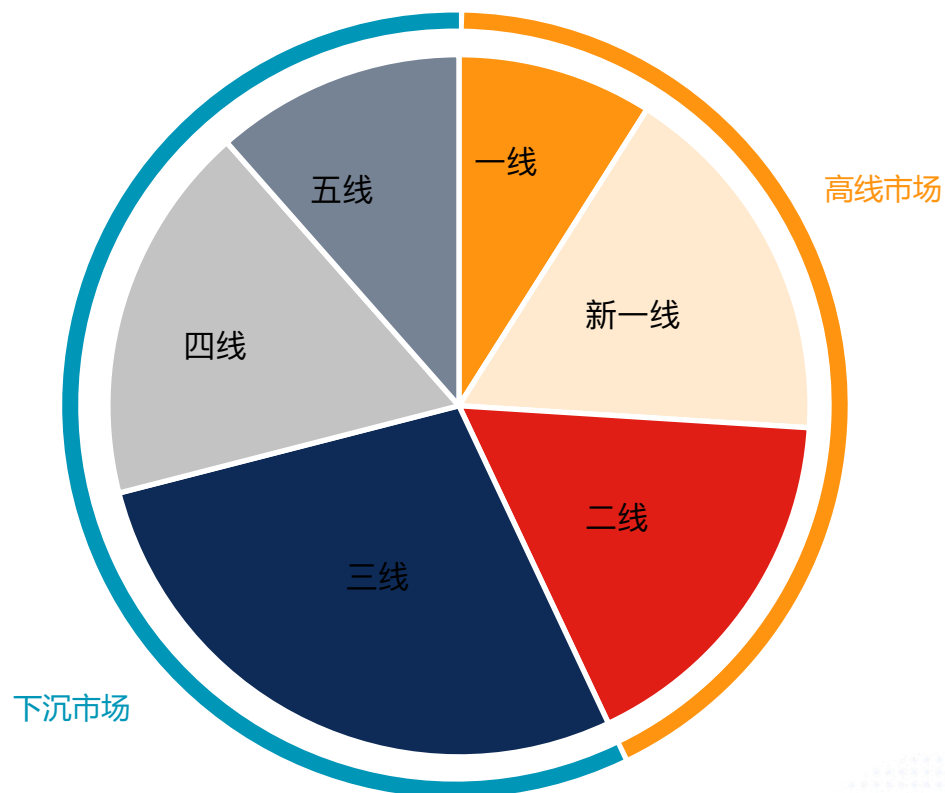


有孩家庭儿童年龄段分布

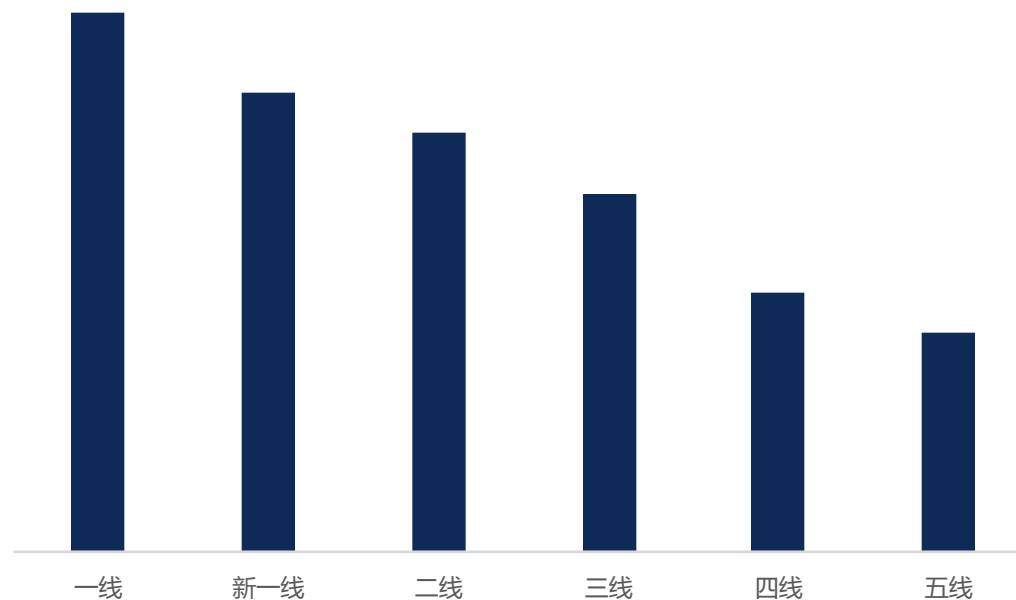


# Where：小度覆盖全线城市，高线市场家庭渗透更高

小度用户活跃设备家庭分布



小度存量设备家庭渗透率



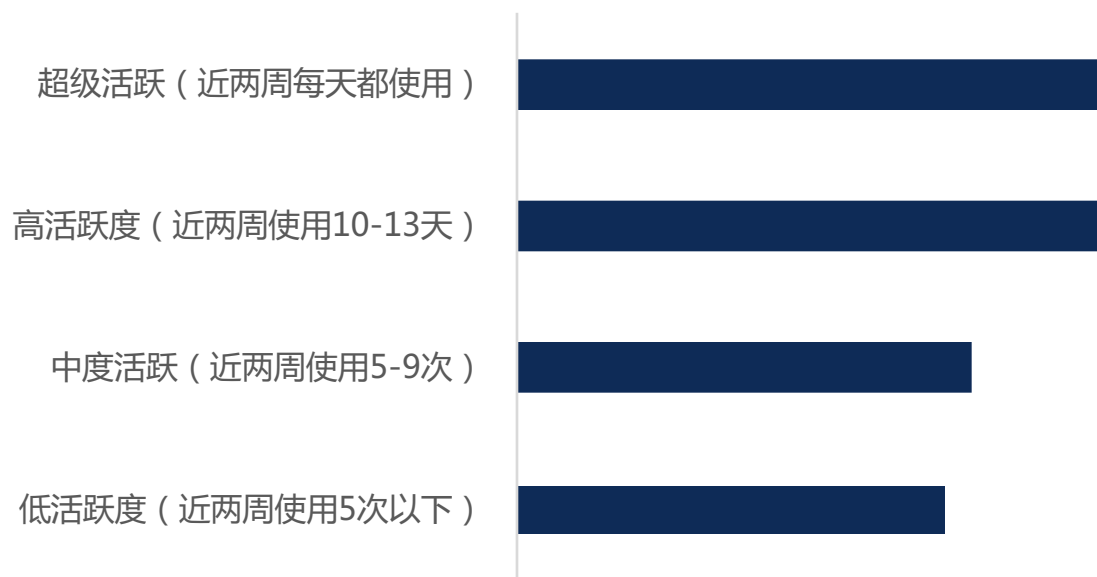
来源：DuerOS平台数据；中国城市统计年鉴（人口数）

# When：用户高粘性，高活跃

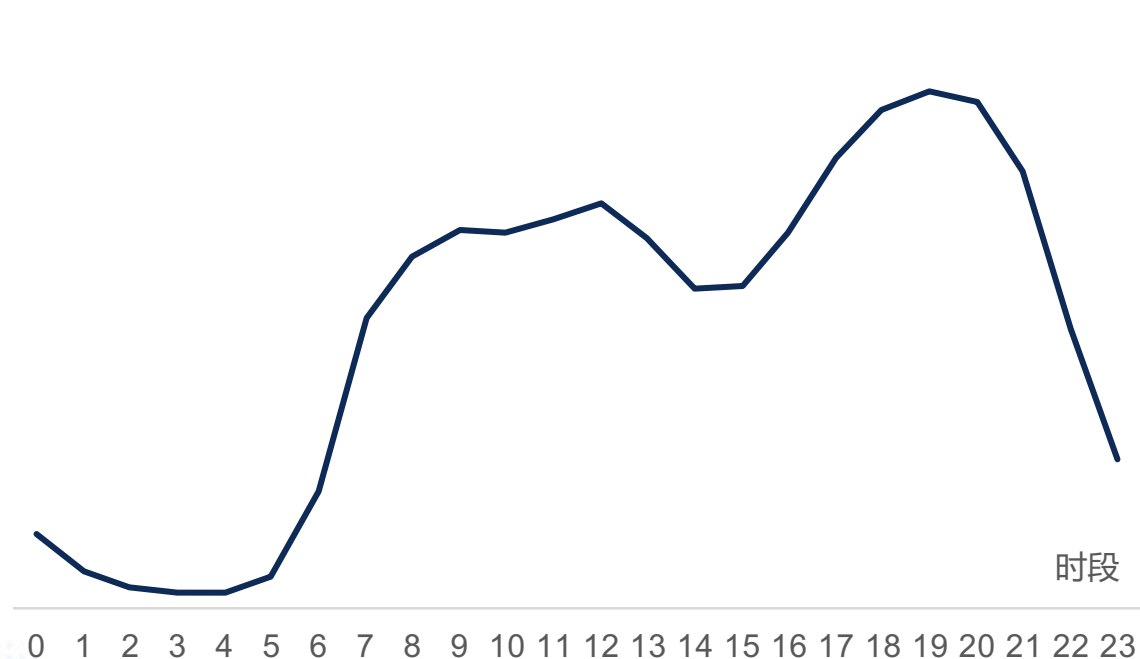
小度用户日均使用时长超过190分钟，近两周内有10天以上都使用的用户占比接近57%。

小度用户使用时段在晚上17-21点的占比更高，用户的活跃度较高。

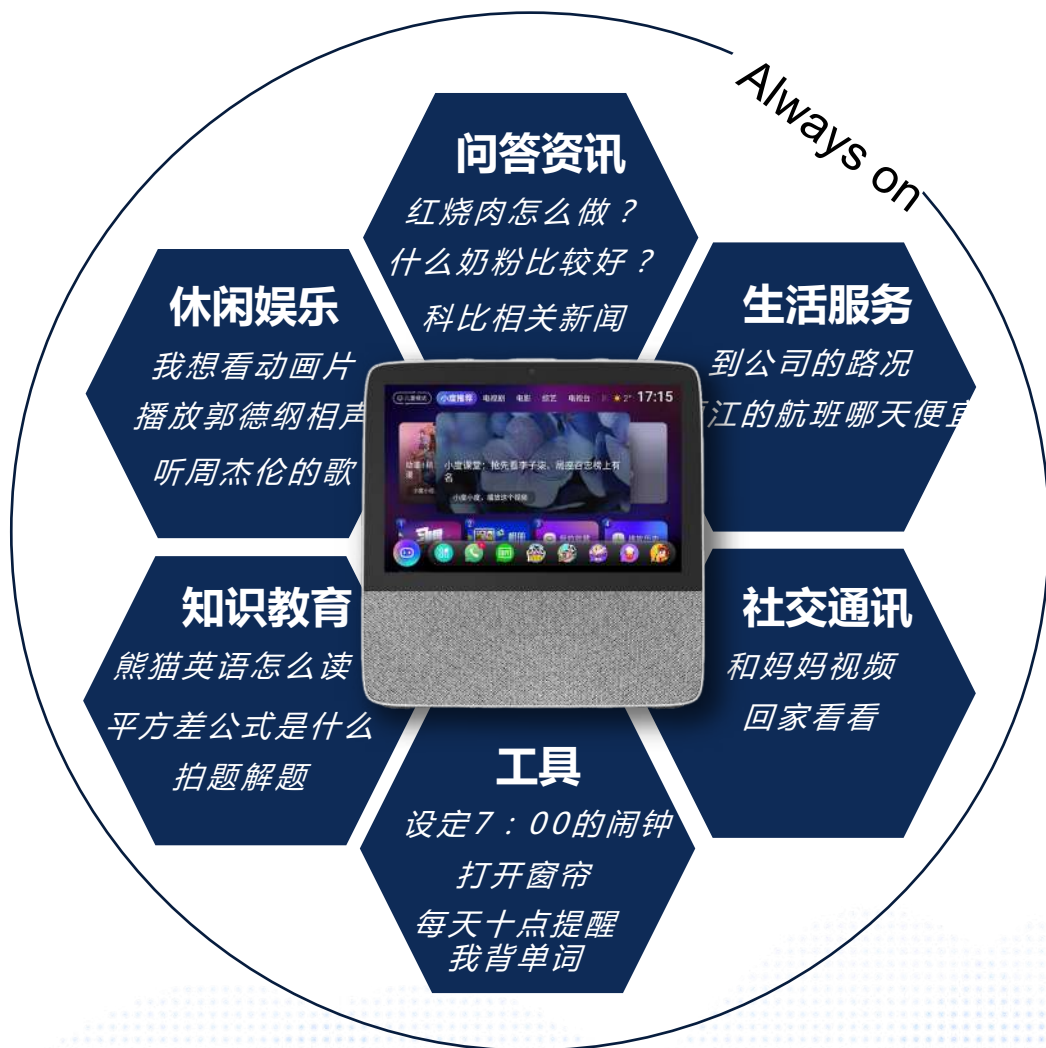
活跃用户分布



日均使用时段分布



# What：小度全时全景陪伴家庭生活，让家里和心里都愉快



## 智能生活中心，覆盖家庭点滴



**158分钟**

平均观看长视频时长



**69分钟**

平均观看短视频时长



**30+分钟**

平均儿童学习时长



**30+次**

每日平均使用次数



**5-6天**

每周平均使用天数



**30%+**

每周视频通话渗透率



# What：知识教育寓教于乐，在技能互动中学习

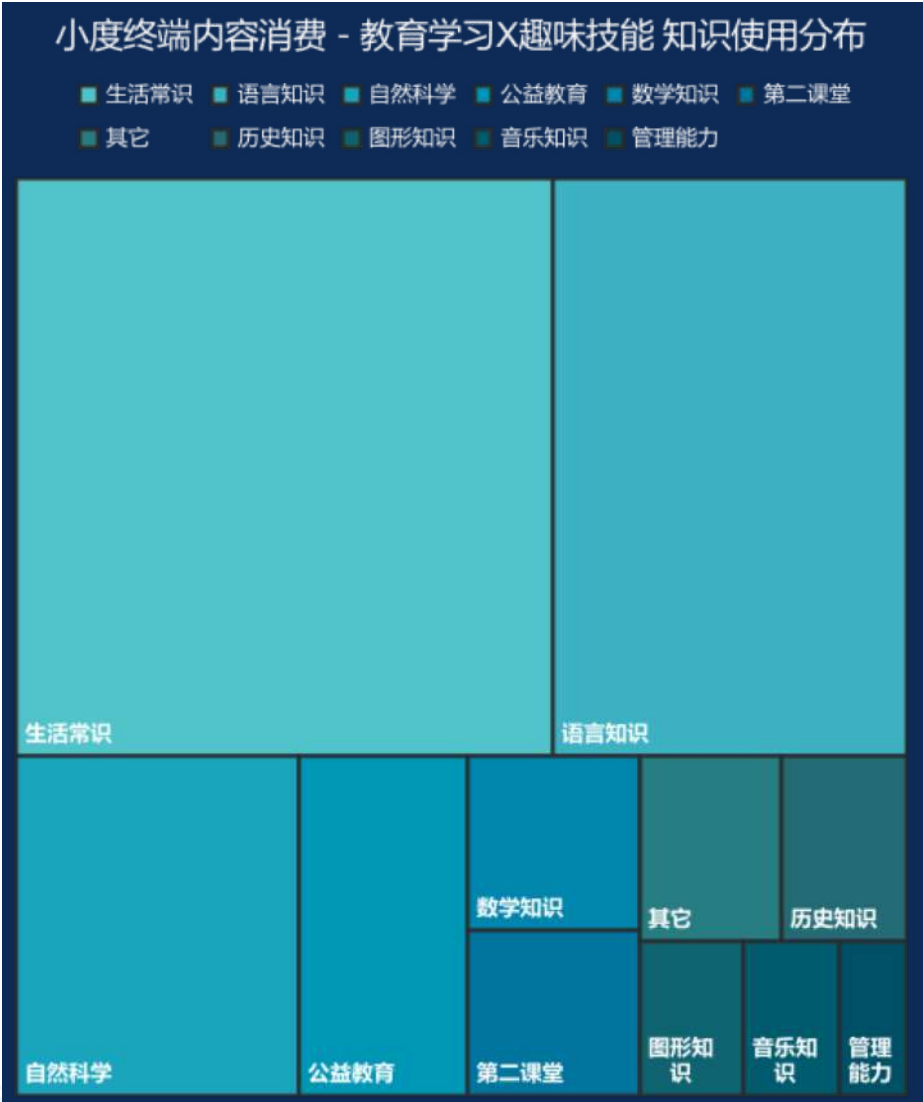
## \* 技能示例



小度内有约80%的知识教育信息交流，是通过趣味技能（益智游戏技能和教育学习技能）实现的。其中，被使用次数最多的知识性技能为【生活常识】类技能，其次是【语言知识】类技能，其语言主要为汉语文学和英语。

小度通过一个个趣味技能，帮助用户积累生活常识、拓展学科知识，点亮均衡发展的“技能树”。

来源：DuerOS平台数据

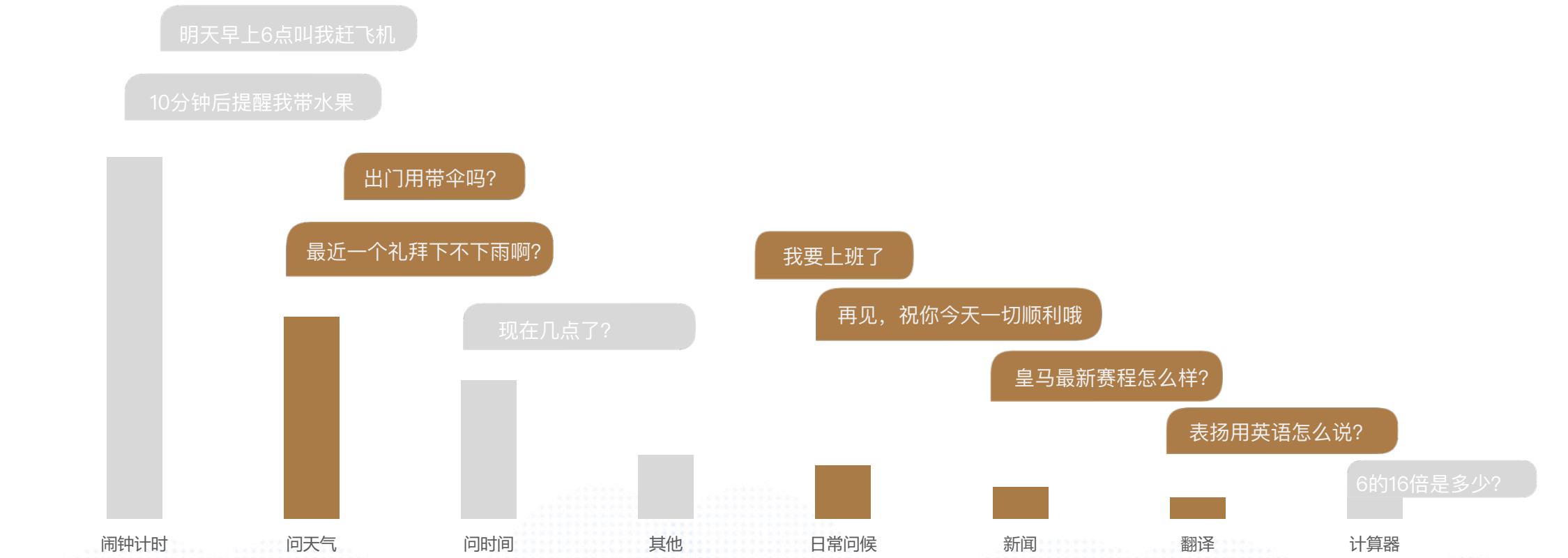




# What：越贴近，越信任，小度成为智能生活管家

小度了解用户生活需求，熟悉用户生活习惯，更易获得用户的信任。

生活服务与工具场景功能使用分布



来源：DuerOS平台数据

## What：智能家居生活，触手可及

## 智能家居场景功能使用高频词

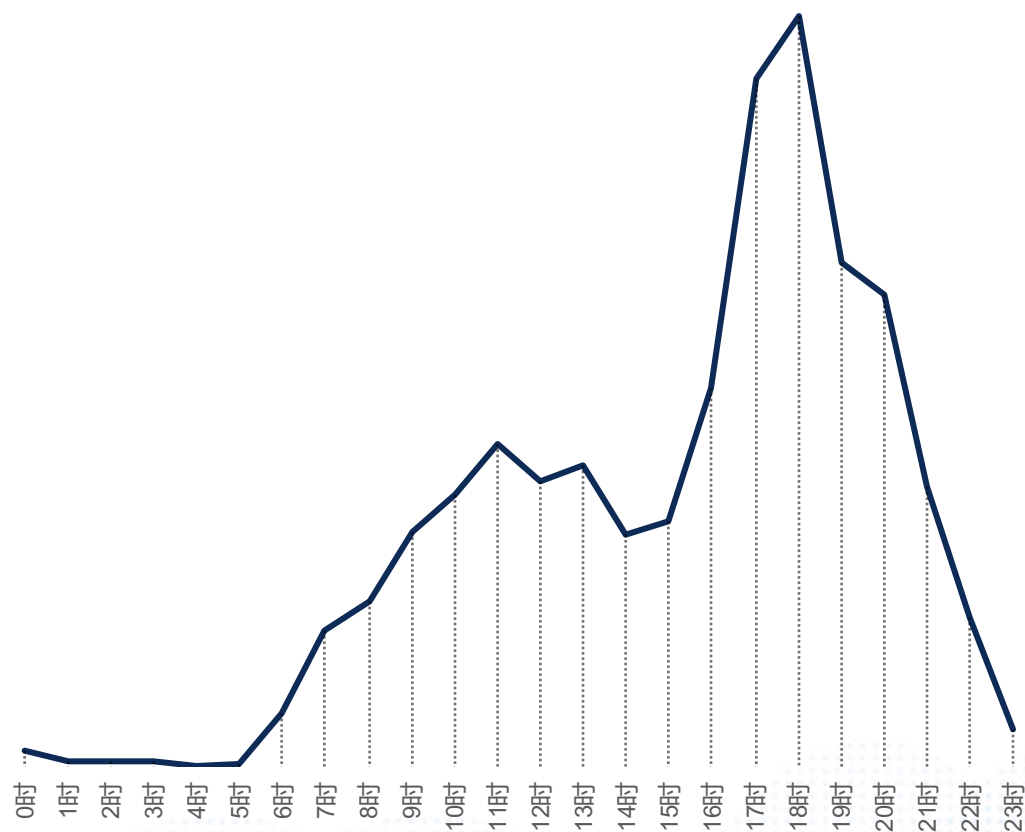


来源：DuerOS平台数据

# What：社交通讯随时连线，家有涯而爱无界

智能通话高峰时段是午间和傍晚；用户“打给爸爸”的指令呼出成功率更高。

社交通讯场景功能使用时段分布

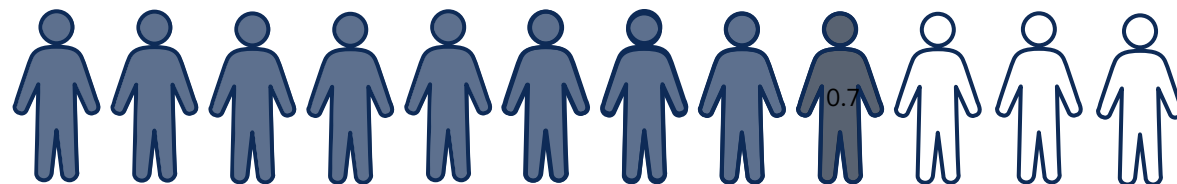


来源：DuerOS平台数据

“小度小度，打电话给爸爸。”

好的 打电话给爸爸

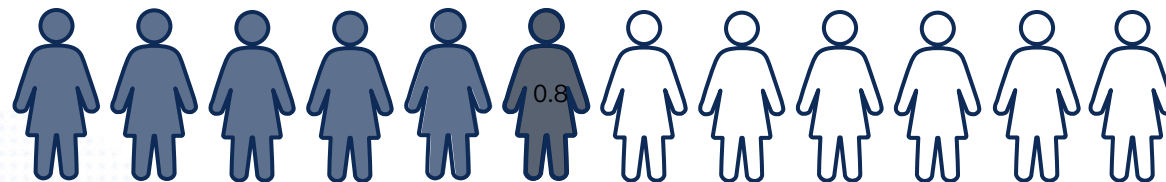
抱歉，未找到 / 设置..



“小度小度，打电话给妈妈。”

好的 打电话给妈妈

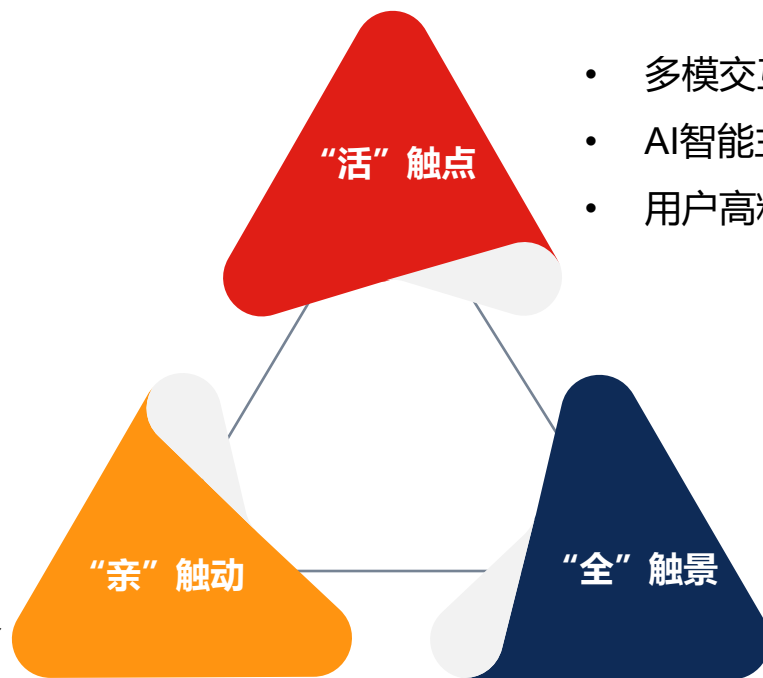
抱歉，未找到 / 设置..





# 小度占领智能家庭中心，开启家庭营销新入口

- 家庭人群为核心
- 一屏对多人，家庭成员间亲情带动信任升级



- 多模交互的互动方式（语言/手势/人脸识别）
- AI智能主动唤回
- 用户高粘性、高活跃

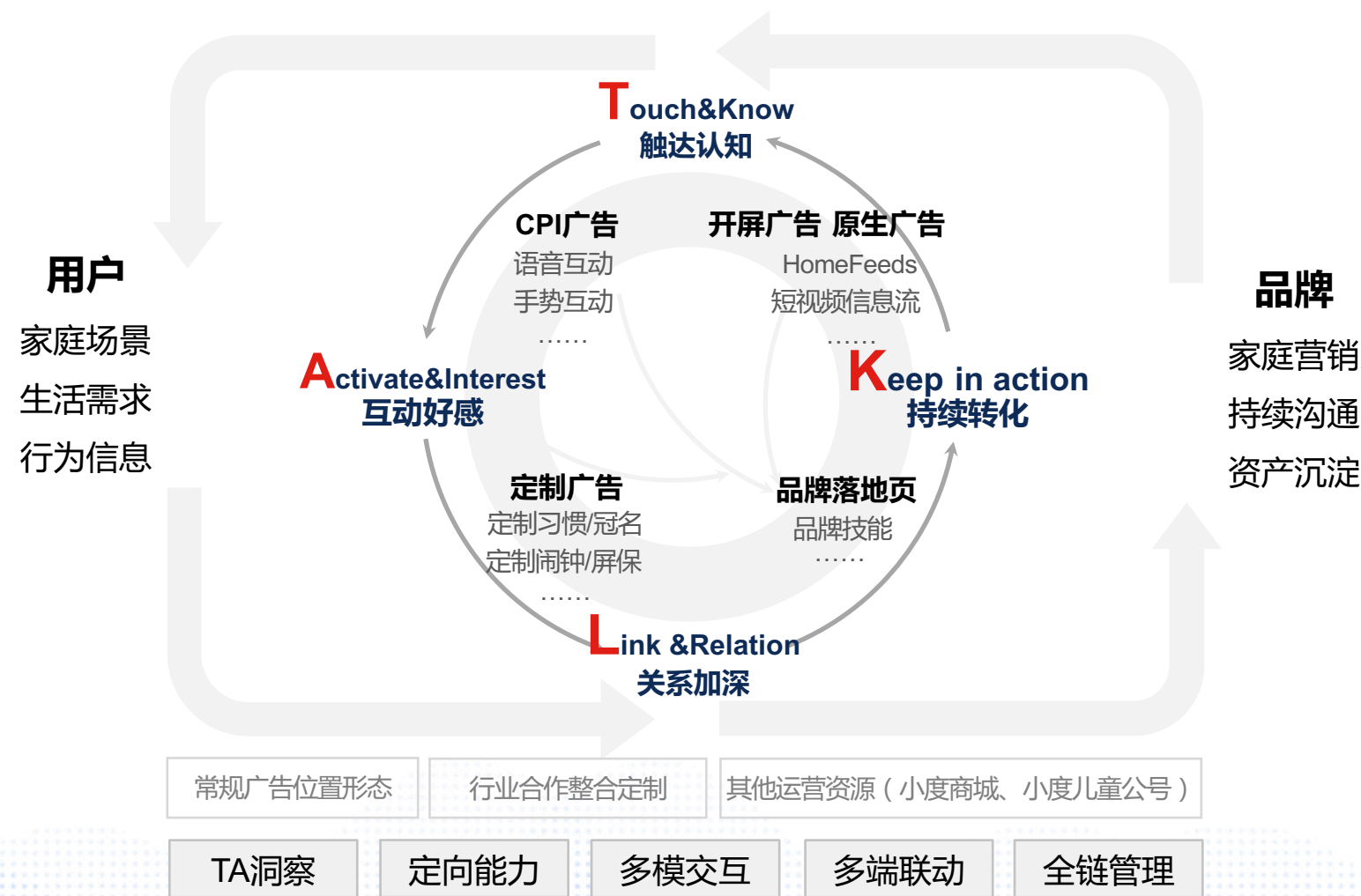
- 全面覆盖家庭生活moments
- 触景生情，强关联家庭生活场景：休闲娱乐、知识教育、智能通话等

/03

## 小度家庭营销：家庭场景营销新入口

小度营销方法论及案例

# 小度营销方法论：T.A.L.K. 智能营销





# 典型案例：广发卡「大牌周五5折」活动整合营销

## Touch&Know 触达认知



## Activate&Interest 互动好感



用户：小度小度，播放周华健的《朋友》

小度：今年谁最红？（给出 A B 两个选项，答题即可得小度会员，听会员歌曲）

用户答：A 广发最红

小度：答对了！过年就刷广发卡，享超多大牌周五5折

用户答：B 我最红

小度：小主最红~刷广发卡红运通通，超多大牌周五5折

## Link&Relation 关系加深



用户：小度小度，今天的天气

小度：天气信息+设备TTS语音合成口播广告（文案和天气随机匹配）

1.宜刷广发红运卡，下载发现精彩APP，大牌周五5折，优惠超多超给力。刷对姿势，红运通通。

2.用广发红运卡刷出尽兴，超多优惠等你解锁，下载发现精彩APP，大牌周五5折。刷对姿势，红运通通。

## 投后数据表现

用户和小度广告的互动意愿更强

CPI广告的整体曝光中，**超40%**用户与品牌进行互动，用户对CPI广告的**互动意愿强烈**

广告内容对用户影响更大

内容完播率**高于行业平均水平**，TTS完播率达到**81.3%**

强互动人群价值可观，可预期的潜力更大

一线+新一线城市用户，互动量高于其他城市用户约**18%**，此次项目的形式+物料对**广发核心TA**的影响力更强

# 典型案例：广发卡「大牌周五5折」活动广告视频展示

## Activate&Interest 互动好感



点击播放视频



## Link&Relation 关系加深



天气/早安等场景query广告

用户：小度小度，今天的天气

小度：天气信息+设备TTS语音合成口播广告（文案和天气随机匹配）

- 1.宜刷广发红运卡，下载发现精彩APP，大牌周五5折，优惠超多超给力。刷对姿势，红运通通。
- 2.用广发红运卡刷出尽兴，超多优惠等你解锁，下载发现精彩APP，大牌周五5折。刷对姿势，红运通通。

用户：小度小度，播放周华健的《朋友》

小度：今年谁最红？（给出 A B 两个选项，答题即可得小度会员，听会员歌曲）

用户答：A 广发最红

小度：答对了！过年就刷广发卡，享超多大牌周五5折

用户答：B 我最红

小度：小主最红~刷广发卡红运通通，超多大牌周五5折



点击播放视频



# 典型案例：更多品牌案例

## Touch&Know 触达认知

雅漾ai皮肤专家 HomeFeeds



雅漾

视频

雅漾ai皮肤专家 技能PUSH



雅漾

## Activate&Interest 互动好感

肯德基疯狂星期四 CPI语音互动广告



肯德基

视频

必胜客一人食 CPI语音互动广告

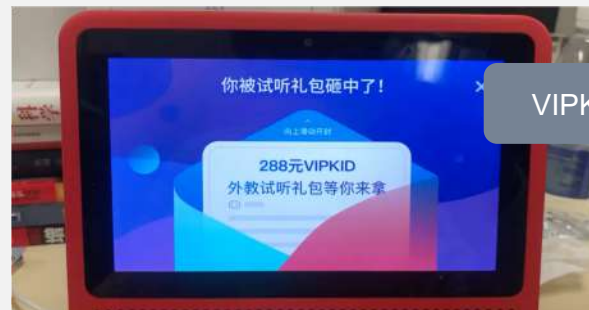


必胜客

视频

## Link&Relation 关系加深

VIPKID 定制开机礼包



VIPKID

视频

倩碧302美白镭射瓶 定制天气广告

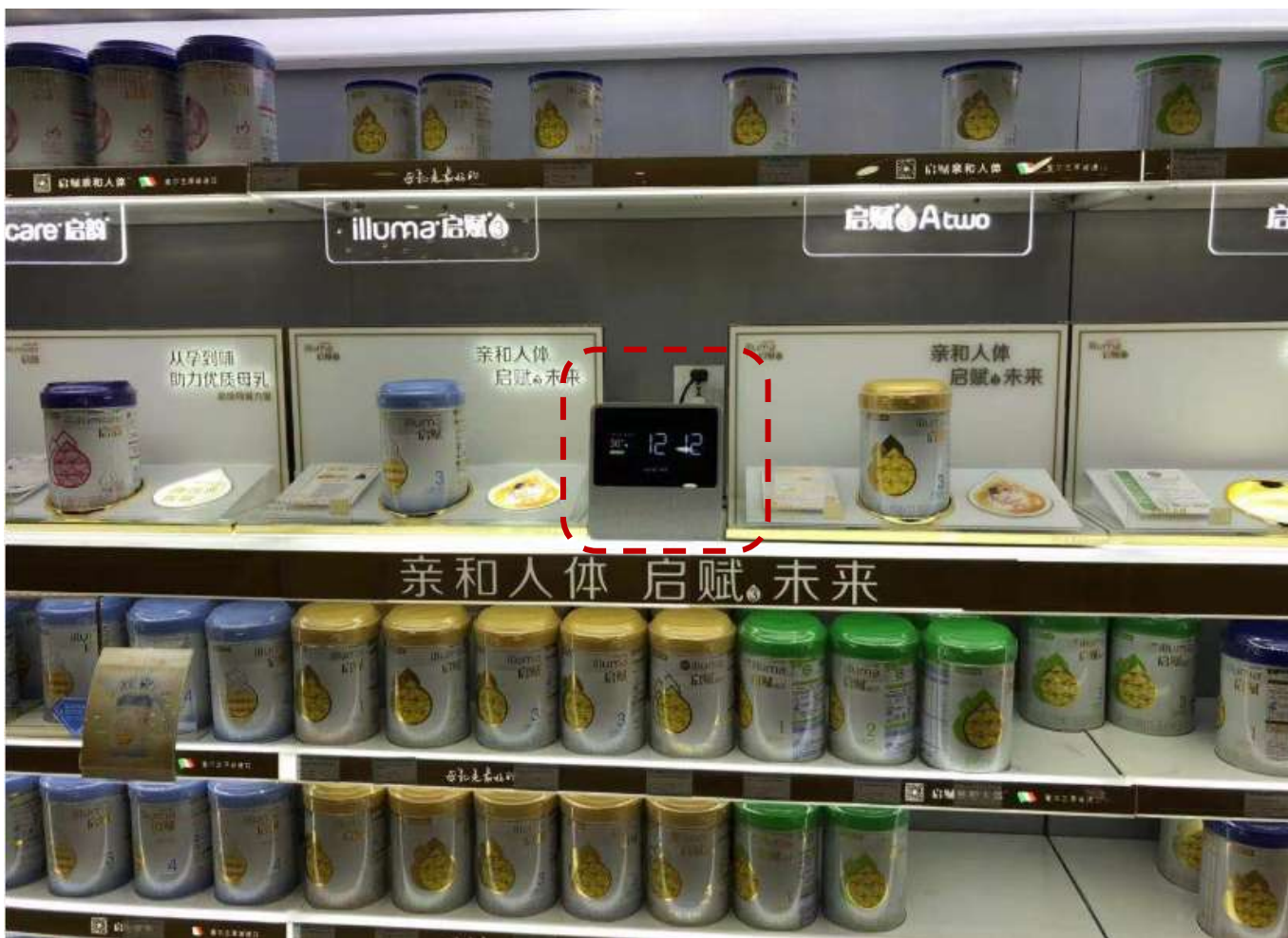


倩碧

视频

# 小度家呵护 合作行业：母婴门店解决方案，提供新零售改造空间

1.惠氏母婴门店铺设小度在家 2.定制技能“惠氏来客了”，让小度在家成为门店店员的工作助手





# 小度，未来已来



( 部分小度智能营销合作伙伴，排名不分先后 )

# THANKS

百度营销中心  
2020.5

