

百度营销 618投放指南

2020.5



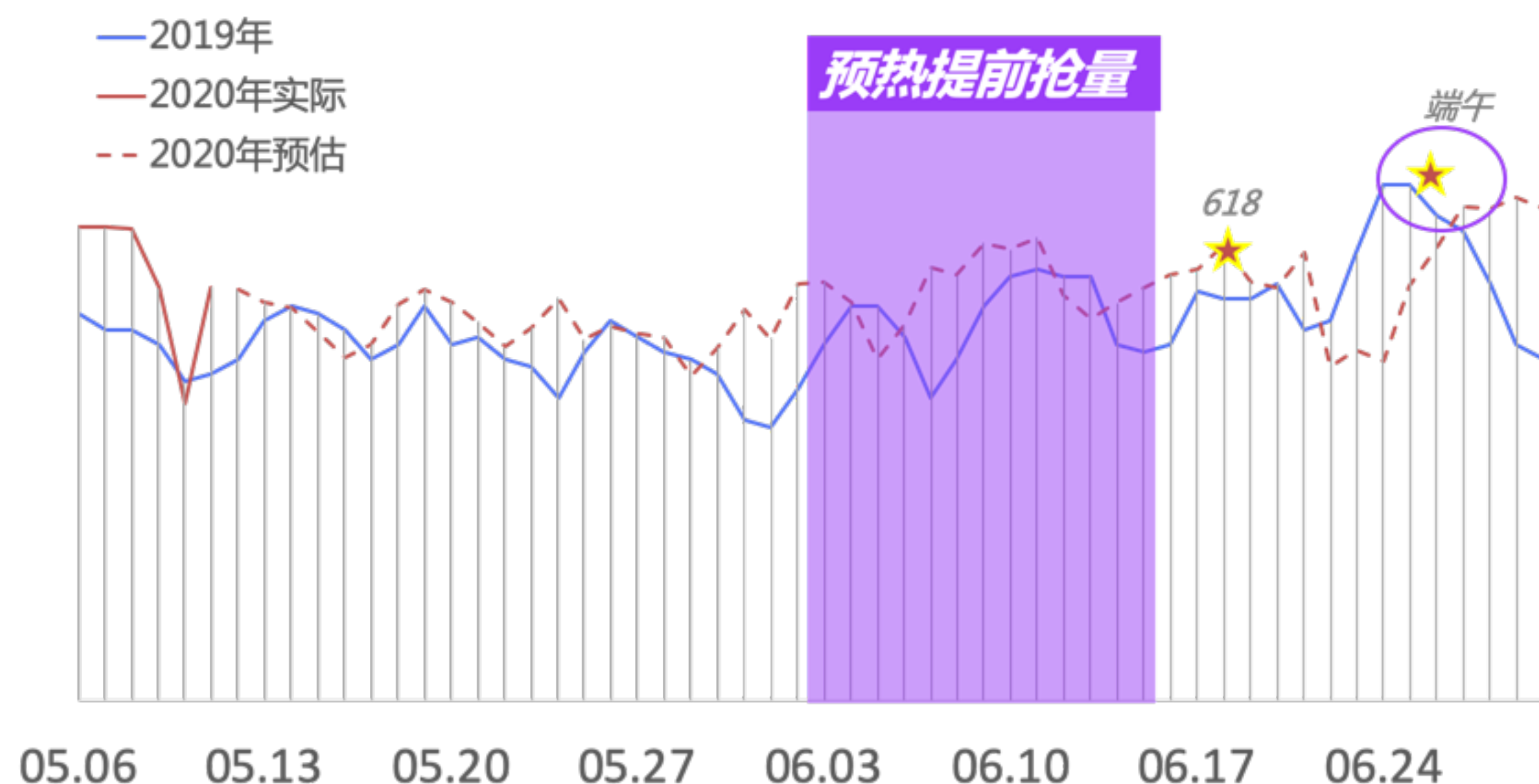
流量趋势

搜索 | 大盘趋势：5月下旬流量持续增长，618前夕达峰值，建议错峰抢量

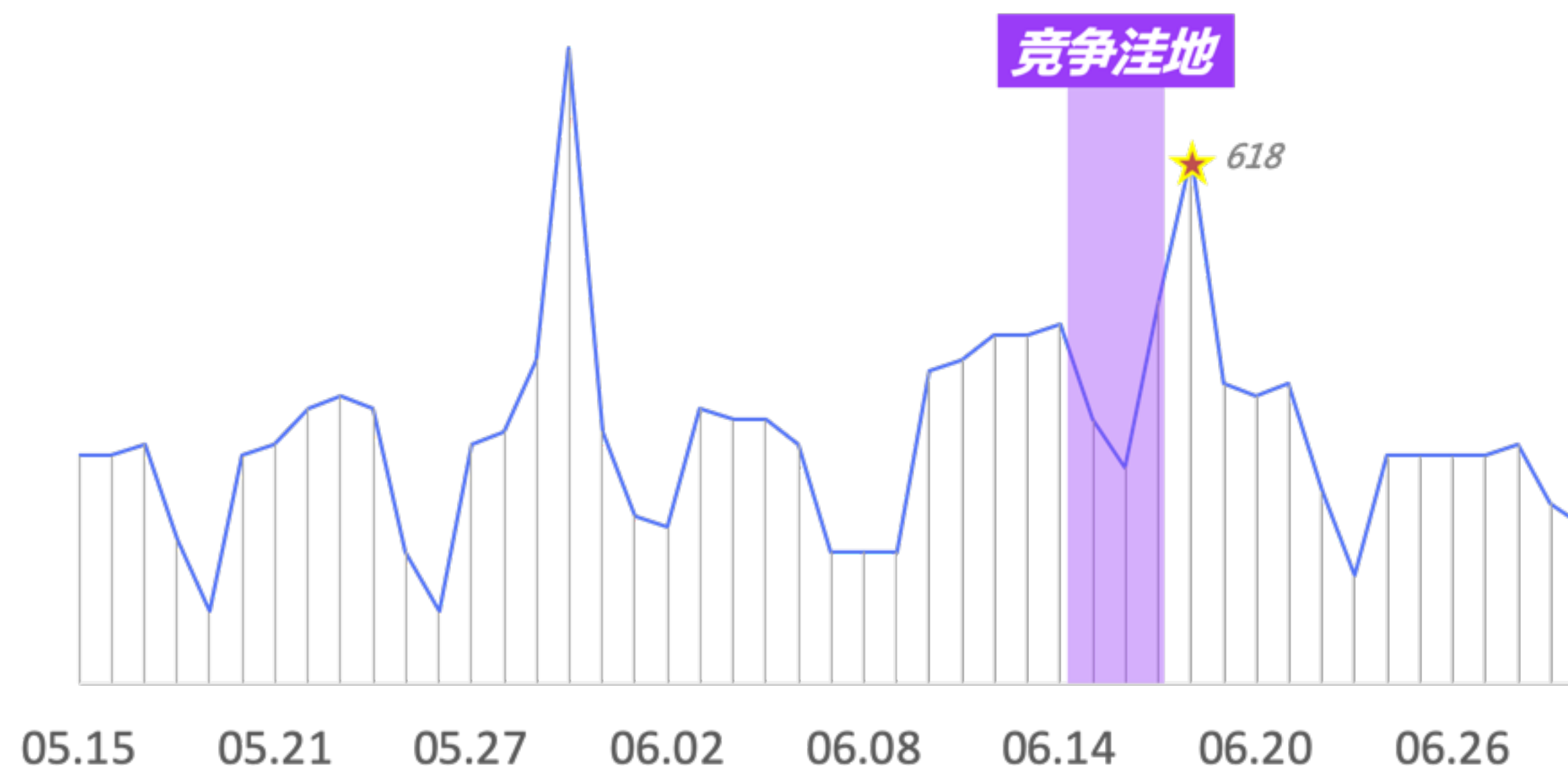
趋势解读：2020年618期间预估和往年趋势类似，零售行业从5月下旬开启预热，6月初蓄势，6月中流量开始明显上涨，618后流量逐步回落

投放建议：把握流量趋势提前部署推广预算，匹配定向方式转化提价，从6月初开始逐步扩量

搜索大盘流量趋势



搜索大盘CPM 趋势

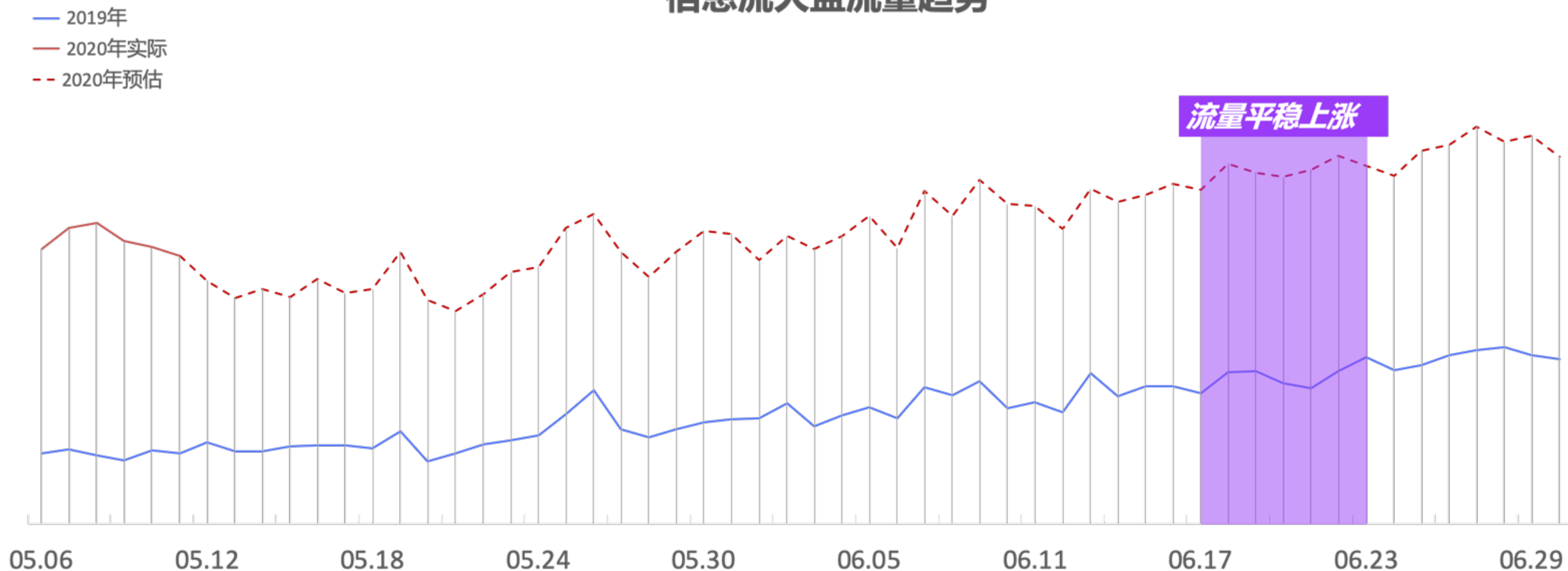


信息流 | 大盘趋势：6月整体流量持续上涨，618期间相对平稳

趋势解读：进入6月整体流量处于高位，618期间未见明显峰值

投放建议：5月即可启动广告新建和提量的工作，提前布局、积累转化

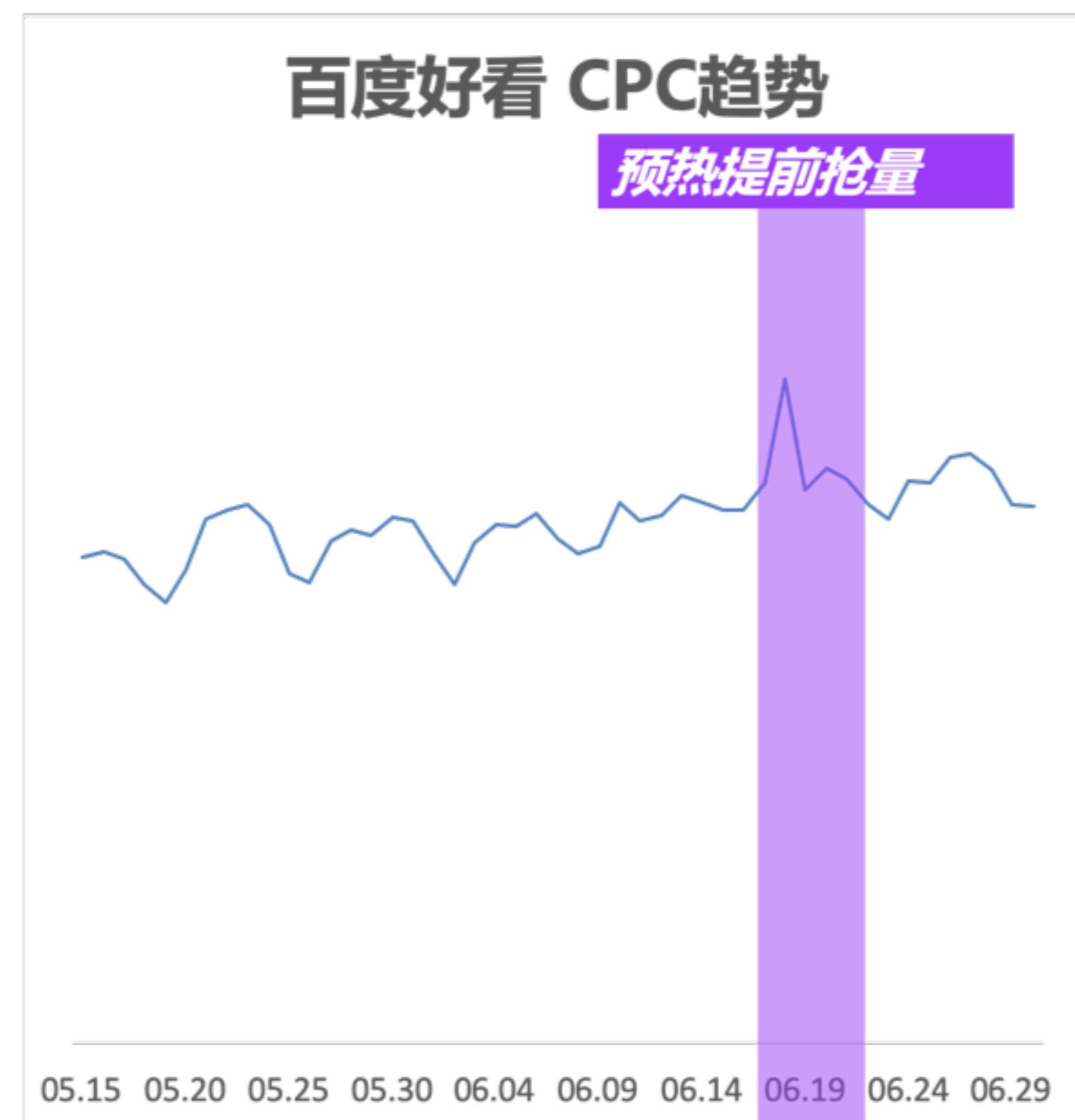
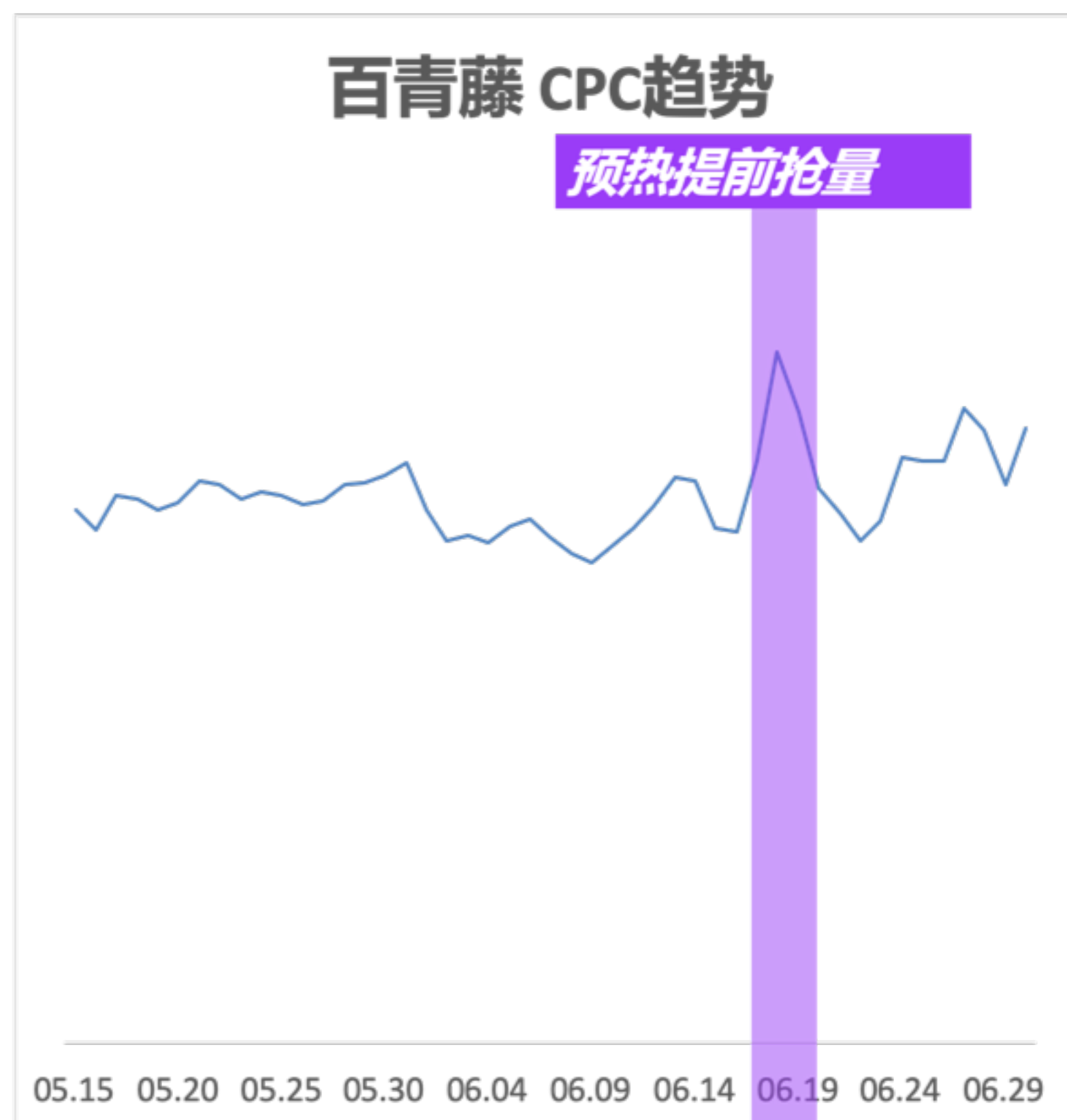
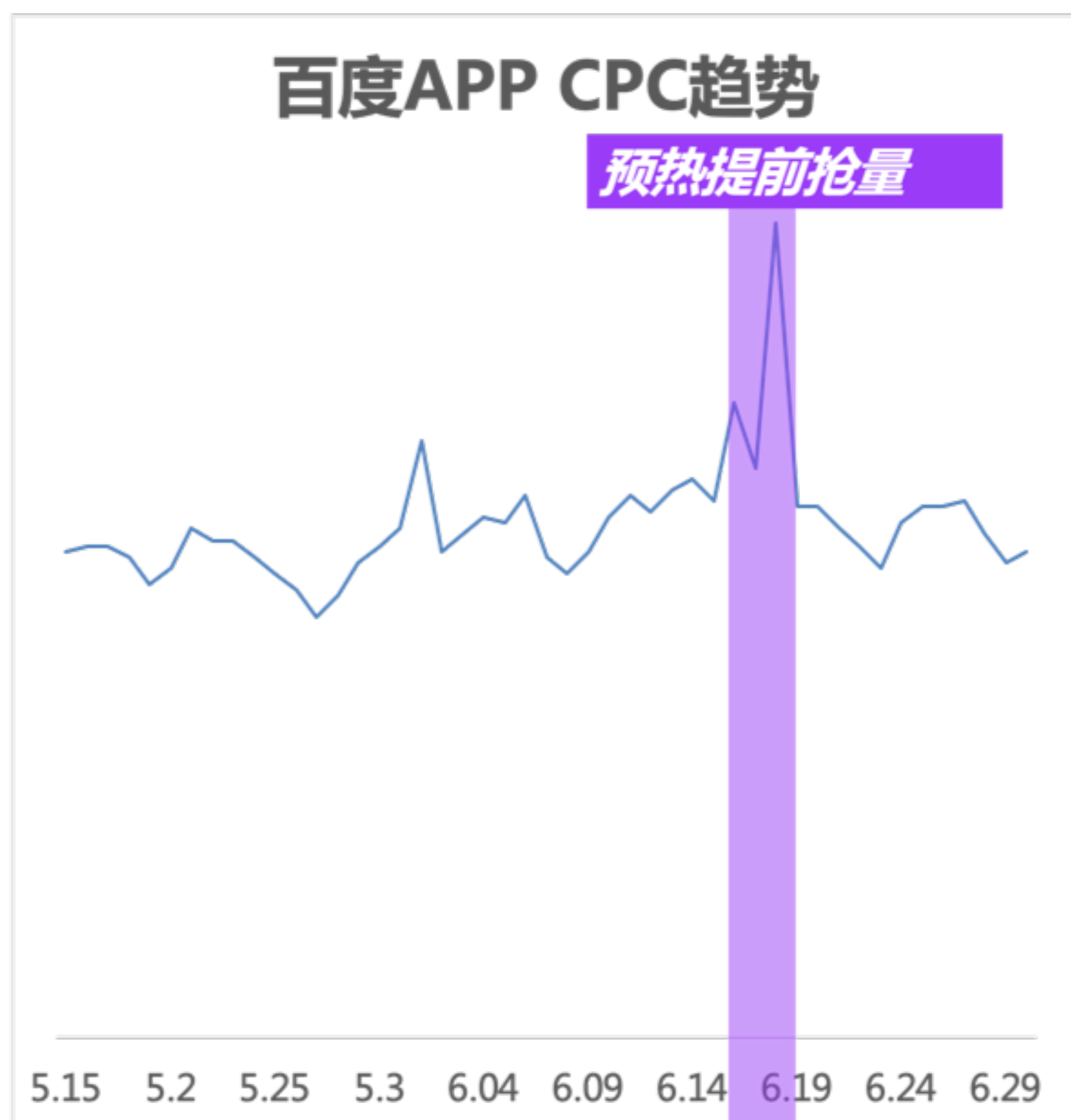
信息流大盘流量趋势



信息流 | 竞争分析：各流量618期间竞争加剧，建议其他行业错峰获客

趋势解读：5月-6月中各流量处于日常竞争期，618期间（6.16-6.20）竞争加剧，618后竞争趋缓，6月末出现小幅上扬

投放建议：零售行业提前1个月启动活动预热期的基础搭建（新增计划、加词、优化创意），逐步提价抢量；非零售行业避开竞争高峰期（6.16-6.20），在出价、创意等方面重点发力、适当提升竞争力

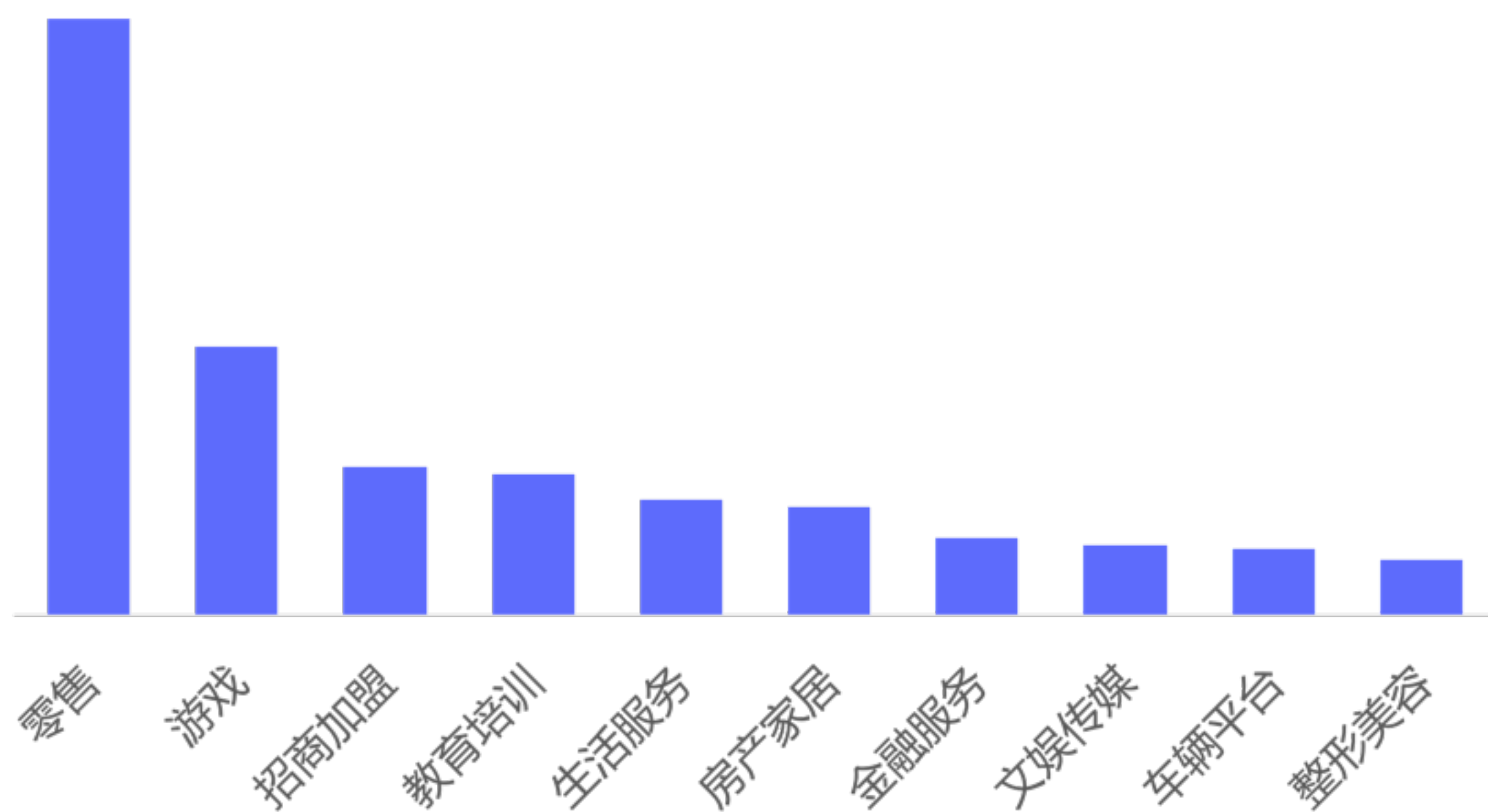


信息流 | 行业趋势：零售行业5月即进入618预热，618当天达到峰值

趋势解读：零售行业自5月中下旬开始展现量持续上升，618当天达峰值，618后逐步收敛；车辆物流、个人用品、化妆品行业618过后展现量明显上涨

投放建议：零售行业可提前预热，逐步完成扩量的账户搭建计划，618期间重点发力；非零售行业在618前做好账户基础优化搭建工作，618期间韬光养晦，618后发力

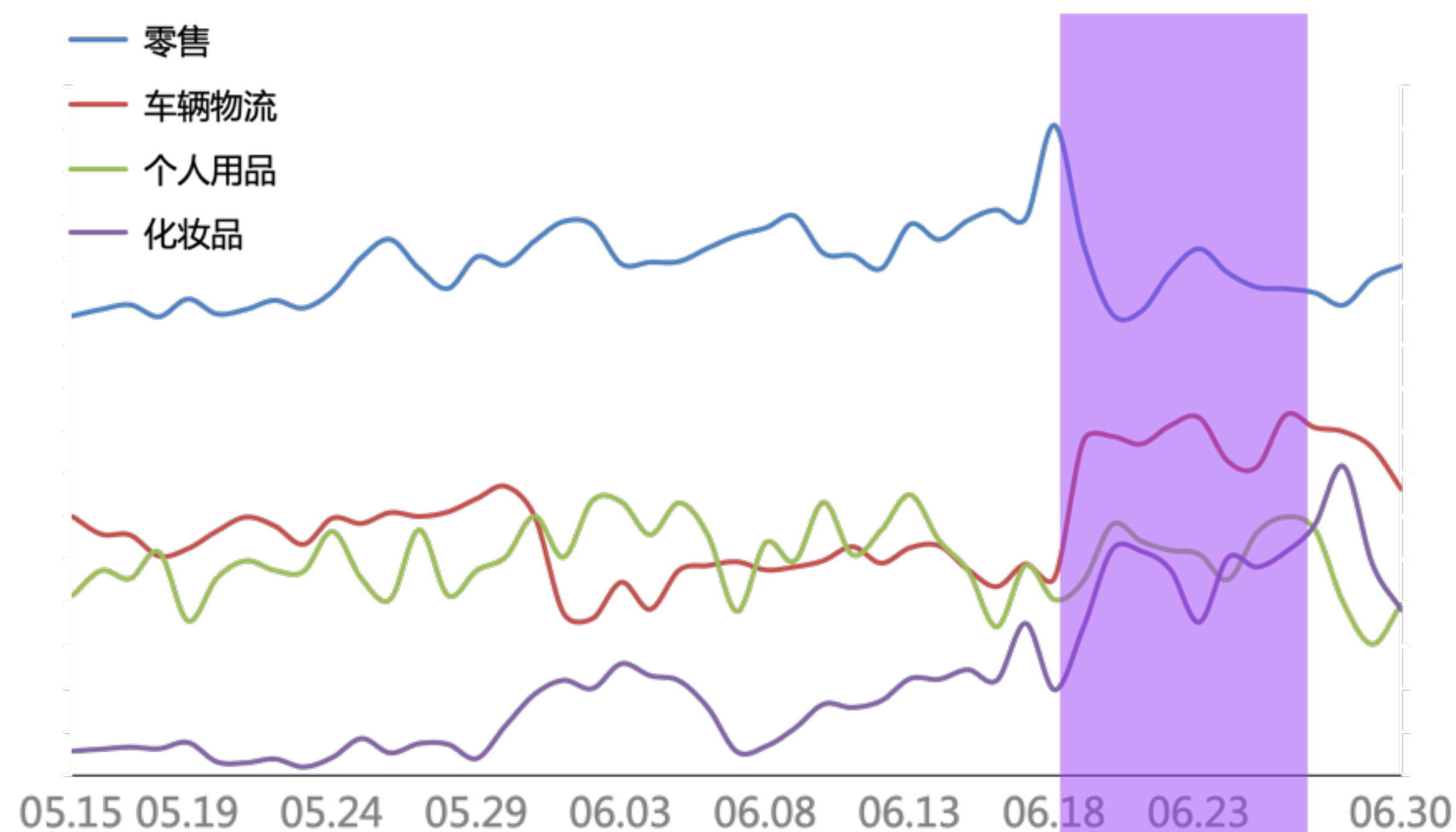
618期间十大热门行业



数据维度：展现

数据周期：2019.6.14-6.20

潜力行业618前后展现趋势



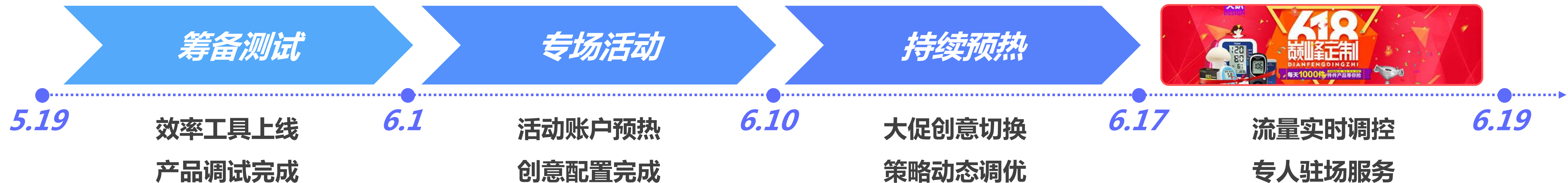
数据维度：展现

数据周期：2019.5.15-6.30



零售行业618玩法

电商平台：动态商品广告（DPA产品）为618活动营销全方位助力



流量

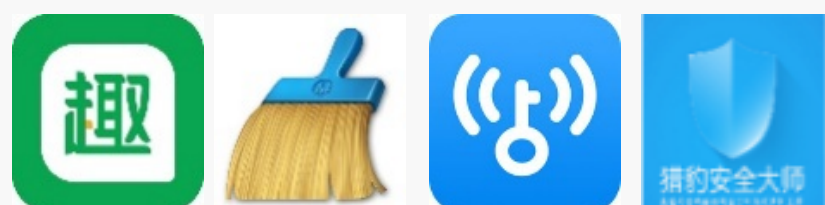
自有流量



厂商流量



开屏流量



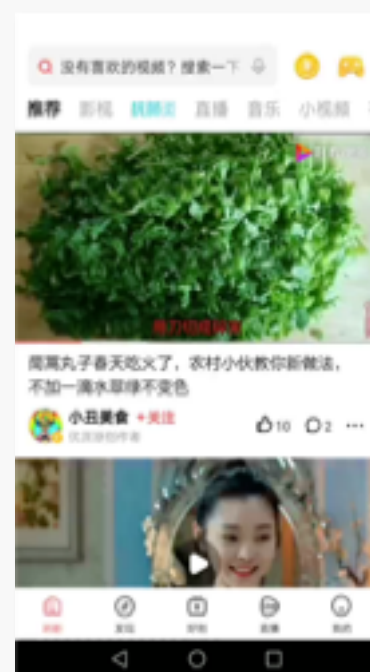
视频流量



创意



搜索视频



沉浸视频



活动创意

工具



智能调价



视频转置



活动橱窗

服务



专项团队
24小时on call



大促当天驻
场服务

电商平台：结构化数据对接的商品推广，解决电商行业投放难题

动态商品广告 Dynamic Product Ads

搜索动态商品广告

Dynamic Product Ads in Search

将商品规模化投放，快速而精准覆盖搜索流量。智能匹配搜索意图，动态构建个性化创意，提升广告展现概率和转化。



信息流动态商品广告

Dynamic Product Ads in Feed

基于用户的各类行为数据，通过精准商品定向，为用户实时展现个性化、强相关的动态商品广告，有效激发用户需求，提升转化效果。



阿拉丁推广 Aladdin Ads

阿拉丁推广

Aladdin Ads

为客户提供定制化的垂类场景商业推广，可在自然搜索结果、地图、信息流等多优质流量渠道进行具有行业特性的结构化特型展现，为客户进行精准受众导流。



商品中心 Baidu Merchant Center：一站式的商品对接、存储、管理优化和输出应用平台

结构化商品数据对接，支持一库对接，全域投放



- 商品名称：iPhone X
- 商品价格：8656元
- 颜色：黑色



- 商品名称：宝马X3
- 商品价格：35.2万元
- 级别：SUV



- 商品名称：天云湖酒店
- 商品价格：428元
- 城市：南京



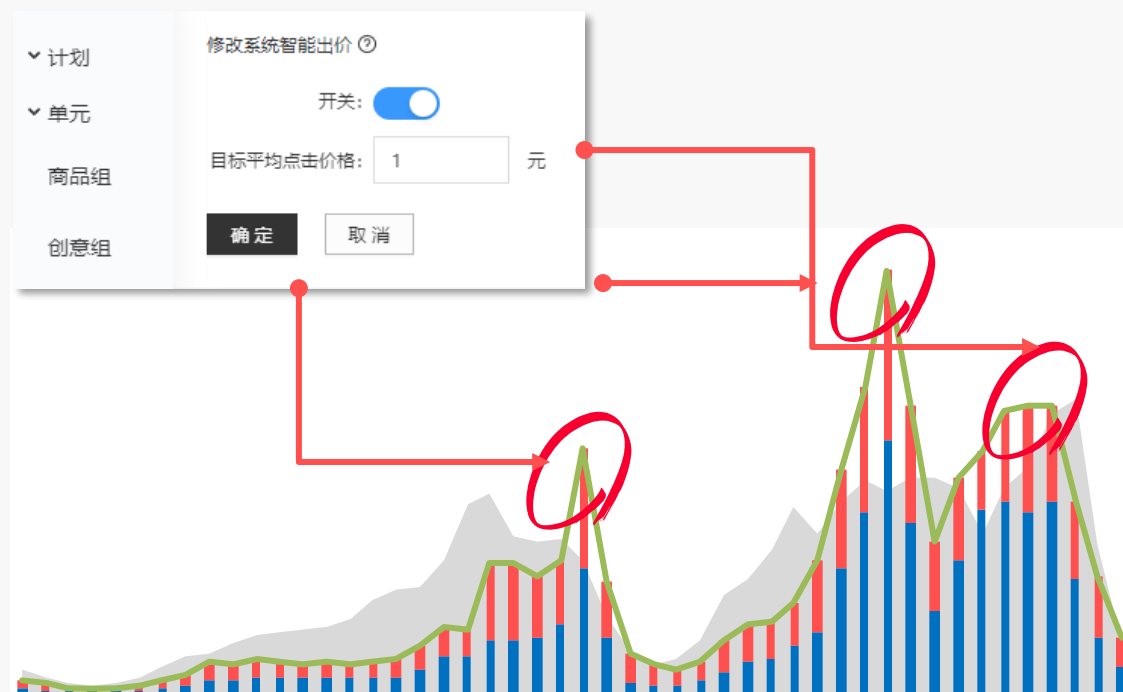
- 商品名称：手把手教你画出自然眉
- 标签：美妆美发

电商平台：运营智能投放工具+创意，促进大促放量

智能投放工具，助力大促放量

商品智能调价，专为大促而生

锁定ACP，智能调节实时出价，收放自如



商品活动流，强势覆盖活动流量

轻松拥有橱窗样式，一键部署全部账户



创意焕然一新，抓住审美红利

直播大促借势

基础创意叠加直播创意，分直播状态引导场景

创意自助生成

自助生成多套大图创意，结合程序化创意优选提升CTR

直播前预约

直播中围观

直播后回看



状态	直播前	直播中	直播后
元素	①直播封面图 ②直播预告标签 ③直播描述 ④预约行动按钮	①直播封面 ②直播中标签 ③直播描述 ④立即查看按钮	①直播封面 ②直播回看标签 ③直播描述 ④立即查看按钮
展现逻辑	直播前24h内展示	客户设置的直播时间区间内展示	客户直播后24h内展示
点击后跳转	基础创意区域跳转基础创意落地页；直播跳转到直播预告页	基础创意区域跳转基础创意落地页；直播跳转到直播页面	基础创意区域跳转基础创意落地页；直播跳转到直播回放页



电商店铺：活动营销冲刺618，优质电商人群包+直播导流双引擎

准备期

蓄水期

预热期

爆量期

618商家引入

预售物料准备

行业运营支持：
全电商行业
(旗舰店客户优先)

产品功能支持：
活动样式升级
定向扩量
落地页多样化

创意

定向

落地页

内容型创意助力新客种草

水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别_2020水解奶粉No.2_澳洲超级能恩更少过敏

水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别,小分子易吸收,让正常宝宝远离过敏,切断过敏原,GINI临床有效验证水解蛋白奶粉和普通奶粉的区别!添加DHA钙铁锌等多种营养素,亲近宝宝营养需求,口味清淡,宝宝爱喝!

去京东查看 广告

搜索

排行榜词,如:
“国产女包排行”
内容问答词,如:
“电饭锅怎么样”

信息流

内容种草人群



内容落地页

软文/视频种草

实现A→I

优惠券+倒计时组合拳预热

京东闪购UGG品牌优惠特卖,满减优惠



立减100元优惠券

立即领取

搜索

活动词,如:
“零食优惠”

信息流

电商常驻人群
电商高潜人群

领券落地页

领券备战双11

预售落地页

预售提升单量

实现A→I→P



直播引流促成单

吉列剃须刀_吉列新品小云刀油痘肌舒适剃_去油去死皮

吉列新品小云刀,一把保护皮肤安全的剃须刀,帮助肌肤去油去死皮,油痘肌也能舒适剃!即刻登录吉列旗舰店,体验...



搜索

直播词:品牌、
品类、网红名称

信息流

大促敏感人群
直播人群

商品详情页

最短购买路径

直播落地页

直播导流购买

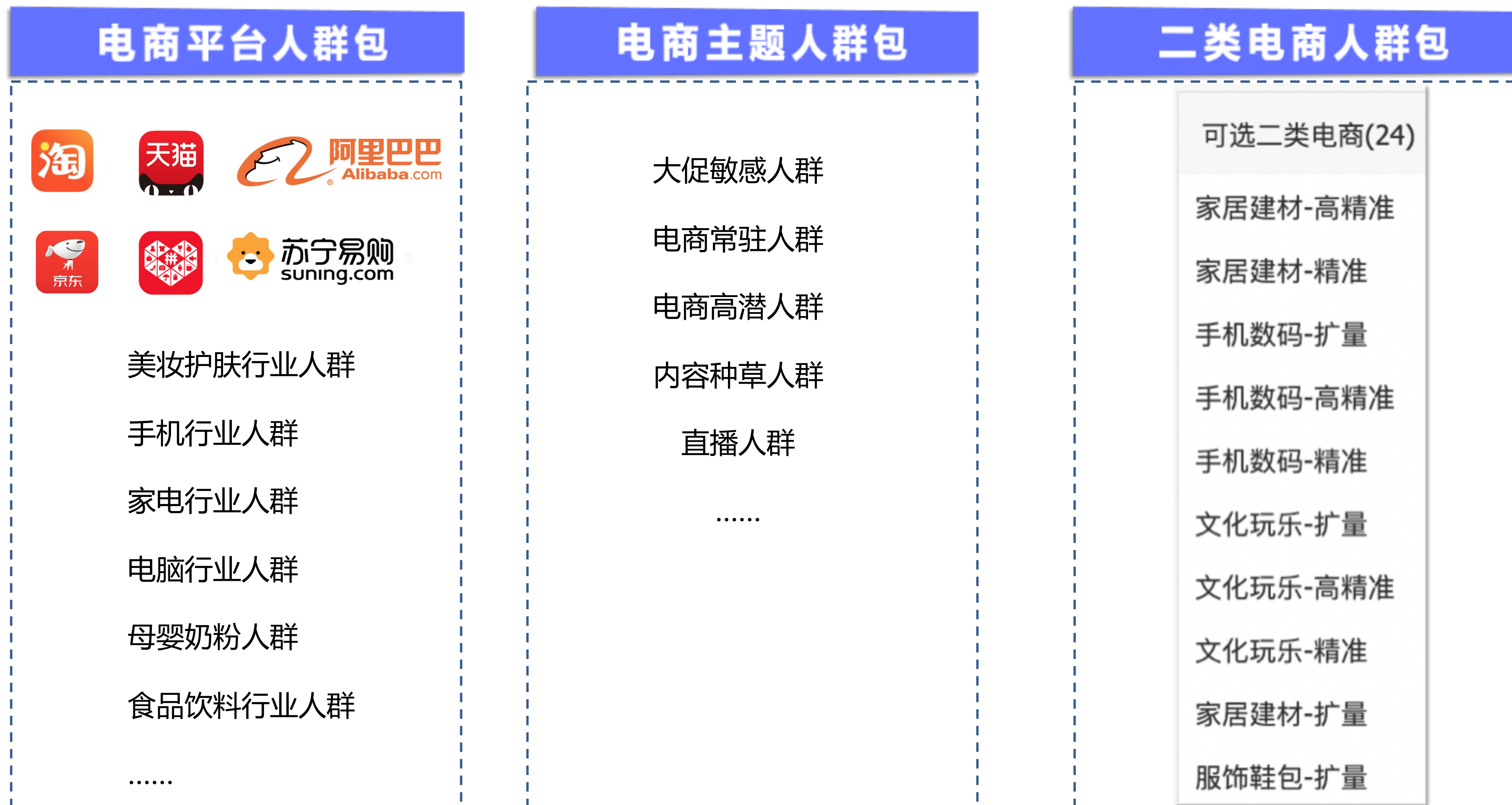
实现I→P



电商店铺：专属电商人群定向，实现精准拓量

精准定向：定向大进化，营销更直白，目标人群近在咫尺

3大类 电商人群



说明：推广目标选择『电商店铺』即可在推广账户中『单元』层级看到相应人群包

电商店铺：直播间样式，强势引流促成单

直播节点

创意样式

物料要求

直播节点

直播预约

搜索

除大图样式外，另有单图、小图、纯文字等多种创意样式可选

信息流

百度App-媒体直播样式

直播中

直播回放

直播已结束

直播预约

直播预告

HONOR 荣耀新品发布会

2020.6.16

6-16 19:00开播

XX品牌震撼新品发布会直播预告

文字文字文字文字文字文字文字文字

倒计时 2天 13时 26分 09秒

预约

直播预告

定格奇幻之美！荣耀20系列新品震撼发布！

HONOR

定格奇幻之美

荣耀 20系列新品发布会

5.31 | 北京时间19:00

预告

荣耀手机 广告

直播中

直播中

超模领衔

新品发布会暨2020荣耀春夏秀

超模 吴佳桦

1600万人观看

8888赞

XX2020新品发布会正直直播

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

直播中

定格奇幻之美！荣耀20系列新品发布会，震撼直播中！

HONOR

定格奇幻之美

荣耀 20系列新品发布会

5.31 | 北京时间19:00

直播

荣耀手机 广告

直播回放

直播回放

2020新品发布会活动回顾

2200万人看过

01:30:20

XX2020新品发布会精彩回顾

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

直播回放

定格奇幻之美！荣耀20系列新品震撼发布！

HONOR

定格奇幻之美

荣耀 20系列新品发布会

5.31 | 北京时间19:00

回放

荣耀手机 广告

直播已结束

直播已结束

2020新品发布会活动回顾

2200万人看过

8888赞

XX2020新品发布会直播回放

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

文字文字文字文字文字文字文字文字文字文字

直播已结束

定格奇幻之美！荣耀20系列新品震撼发布！

HONOR

定格奇幻之美

荣耀 20系列新品发布会

5.31 | 北京时间19:00

回放

荣耀手机 广告

账户计划ID

图文物料

直播节点

导流页面

支持大平台电商：
淘宝、天猫、1688、京东、苏宁、拼多多直播间导流需求

说明：如需使用电商店铺的直播样式，请联系您对应的运营单位接口人



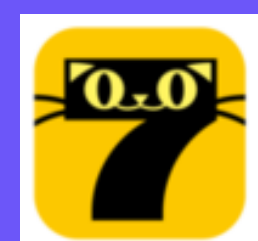
流量资源

百青藤：拥有各类优质资源，覆盖全网流量

◆ 开屏类：主流开屏媒体 ★★★ 618重点推荐，支持包段

◆ 横版视频类 ★★★ 下载无弹窗

◆ 竖版视频类 ★★★



七猫



惠头条



影视大全



免费追书



中青看点



易搜小说

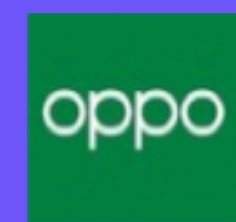
针对618，百青藤已大幅锁量媒体开屏流量，广告主仅需上传开屏物料

物料尺寸：640*960（主流），或1080*1920

售卖方式：1）点击计费（cpc）；2）保量采买（cpm）



小米



oppo



七猫



快手



百青藤：智能媒体优化+ 媒体包管理功能，让投放事半功倍

智能媒体优化

- ★ 该功能需申请权限，本质为人群包挖掘，需技术专项开发
- ★ 目前面向百青藤日消>5000的广告主开放

流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围

定向设置 导入已有定向包

媒体定向

☐ 仅投放至允许调起的媒体

智能媒体优化 ☒

地域

仅投放至允许调起媒体：勾选后广告主会出现在允许调起的媒体上，如不做APP调起不建议勾选此项

开通权限后，可见该按钮，开通后即可进行智能媒体优化

媒体包管理

- ★ 该功能需申请权限，
- ★ 目前面向百青藤日消>2000的广告主开放，
- ★ 提供媒体ID维度的转化效果明细数据，辅助筛选百青藤的媒体流量，提升其广告投放效果。**要求**：准确接入OCPX的效果转化数据

生成定向包：

- 根据投放数据，筛选转化效果高于预期的媒体ID定投打包，获取更多优质流量
- **建议**：尽量多选媒体ID（10个以上）生成媒体定投包，媒体ID数量过少影响计划起量

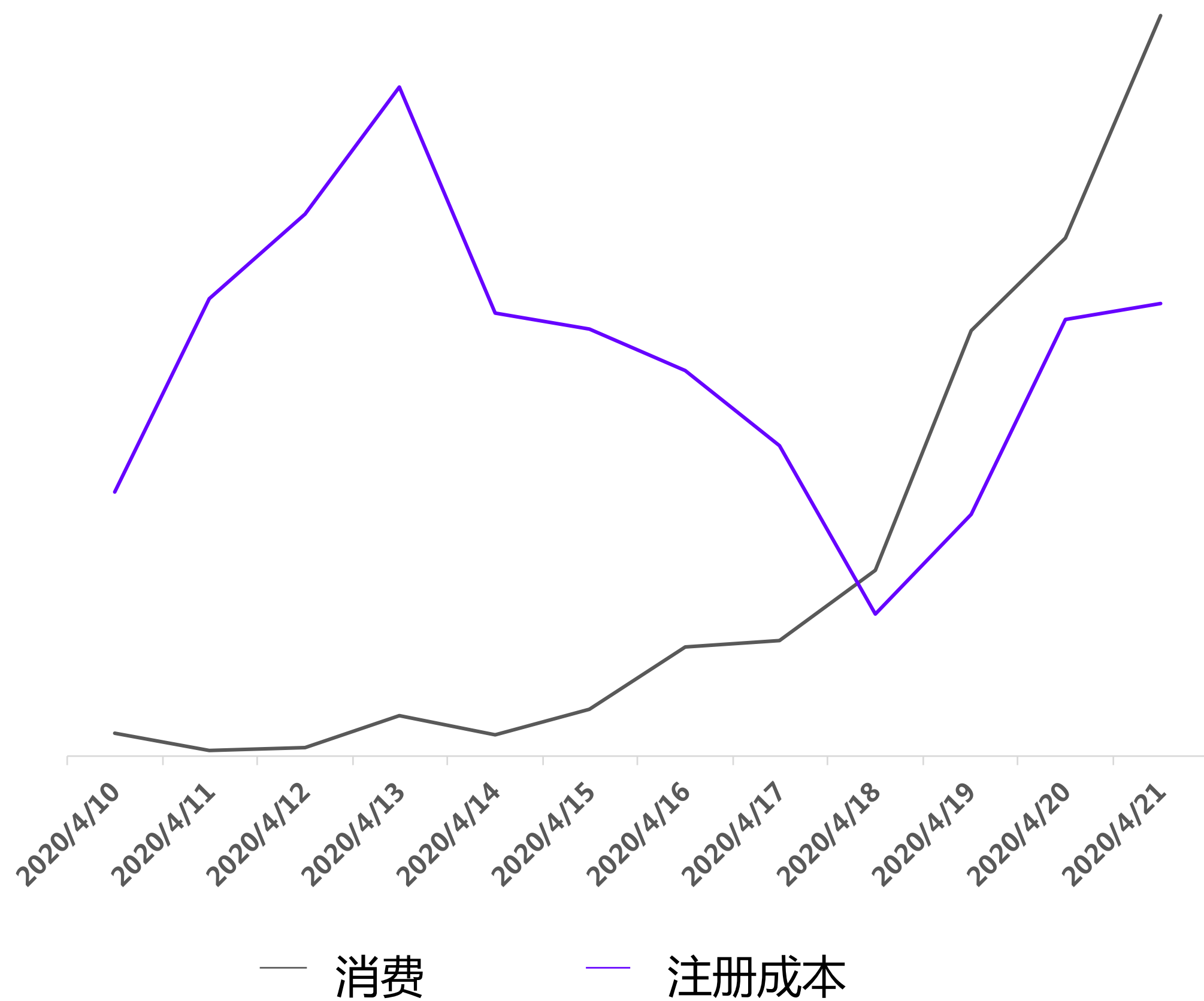
媒体ID	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	千次展现消费	APP激活量	APP激活成本
<input checked="" type="checkbox"/>	100588							
<input checked="" type="checkbox"/>	102114							
<input type="checkbox"/>	100157							
<input type="checkbox"/>	105558							
<input type="checkbox"/>	106146							

百青藤：标杆案例 已验证智能媒体优化+基本鱼应用直投能力

交友行业 | 陌声

投放效果：4.10开启投放，注册成本稳定，消费迅速增长

优秀实践：智能媒体优化+定投厂商媒体（小米浏览器）



优秀实践

- **智能媒体优化：人群包挖掘，**百青藤精准挖掘交友行业人群，交友行业客户搜索和信息流广告点击未转化人群
- **下载样式投放：**应用小米浏览器提供的厂商应用直投，点击广告就开始自动下载和安装，中间没有任何弹窗拦截



好看：竖版视频全流量 + OV应用直投，助力电商效果转化

★ 竖版视频全流量上线

优势：帮助电商客户拓展新流量场景，竖版视频广告占位更大，有助于提升效果转化

- **展示位置：**好看app列表页
- **投放样式：**竖版视频、竖版视频下载
- **定向设置：**与横版视频样式一致



未起播



播放中



视频中间页

★ 支持OPPO/VIVO应用直投下载

优势：

- 1、减少下载步骤，有效缩短转化路径，提高CVR，降低转化成本
- 2、降低转化流失率，跳转至应用商店app详情页时点击下载，下载+安装同步完成，用户等待时间更短，流失率更低



某电商客户 | 投放应用直投效果：

显著缩短了转化路径，

OPPO和VIVO机型转化率高于其他机型

23%，转化成本低于其他机型**49%**



定向+出价

定向
策略适配
工具

提升有效关键词量

低商业价值流量词填充，多买高商业价值词，如长尾词、黑马词、高价值短词、品牌词等



1. 优化中心-加词

批量定制化推词，一键下载，每日例行

2. 关键词规划师

种子词查询拓词，筛选黑马词、热词，采纳指导价

3. 否词工具

清理重复、冲突否词放展现

拓展匹配模式

提升短语、智能匹配核心词占比（50%智能核心+40%短语+5%智能+5%精确）



1. 目标追投

锁定目标人群，全账户打开

2. oCPC自动定向

打开积极档位

辅助拓量工具

多种工具辅助拓展流量



1. 人群定向

追踪人口信息、用户行为，1.1~1.3溢价

2. 网址定向

追击竞品、行业网站，单建投放包

拓展广告位

通过更多资源位置的购买提升广告展现



1. 个性化推荐

增加下方位展现机会

2. 同台展现

首页有机会同时展现2条广告位

搜索 | 零售行业：出价稳定，适当提高CPA

【CPC】

操控强 保排名

优化匹配出价

高转化/高ctr词高出价
低转化/低ctr词低出价

提高竞争力

提高出价——最佳流量高峰期
(6.18前两周，618后一周)

提前建包

提前申请0门槛——
如周CV>15未进二阶投放包

【eCPC】

保本提效 主力投放

新建专属eCPC投放包

提前建立转化追踪
多计划组聚合投放

合理设置溢价区间

建议溢价系数下限不低于0.8，
上限2~3

【oCPC】

快速抢量

数据回传稳定

回传数据稳定，避免数据回传断流

提高CPA

预热期从低到高探索CPA，
逐步提高胜出率，618前两天达到峰值

避免负向操作

避免负向操作，如删词、暂停词、
负向调整CPA等

提前测试投放物料

前期可AB实验测试最佳物料，提前预热，可大幅调整；后期不建议调整，可微调

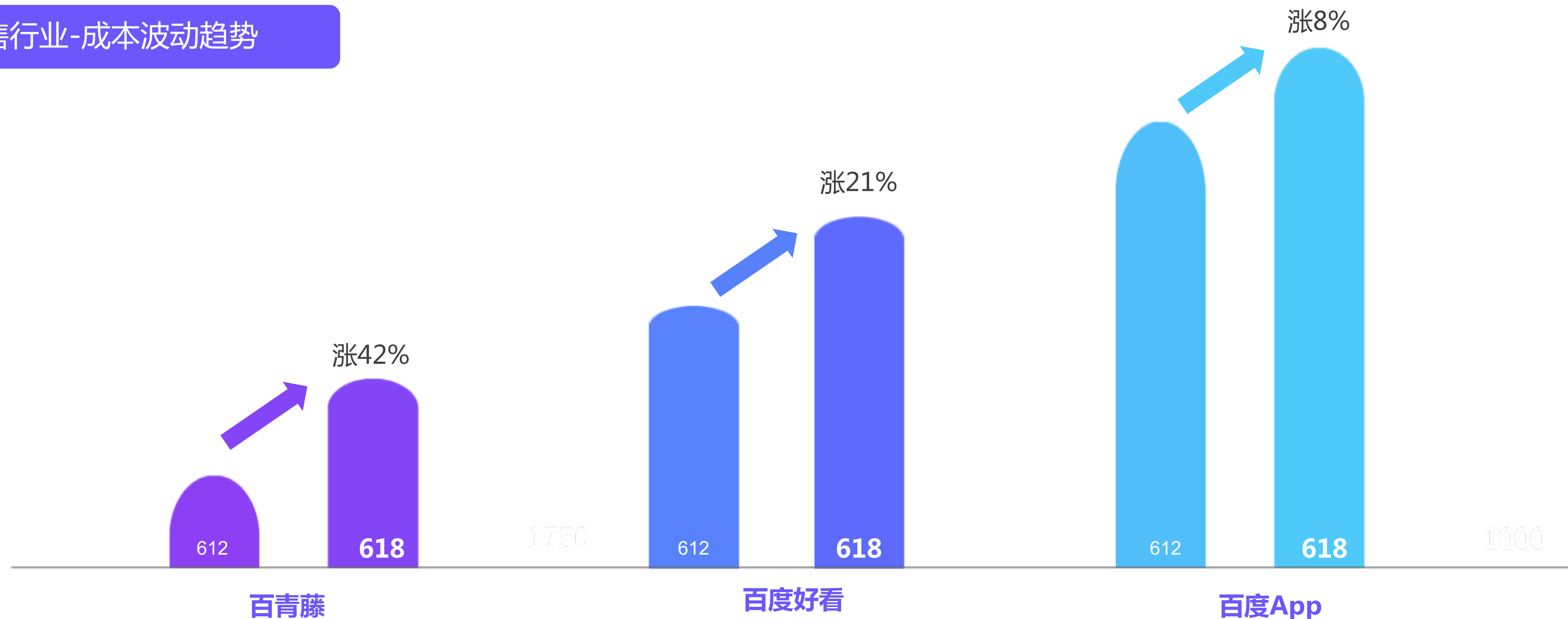
投放建议

零售行业：各电商5月下旬开始预热蓄势，月中大盘逐步上升电商行业竞争成本持续上涨，百度app呈竞争赤热态势

【612前】预售类&订购类&预定金类的产品推广，把握流量竞争洼地提前部署预算和提高10%出价逐步抢量

【612-618】流量峰值，提高预算扩大流量范围，放宽定向设置，转化成本参考均值提高10~20%加大竞争力

零售行业-成本波动趋势



信息流 | 教育行业：投放建议

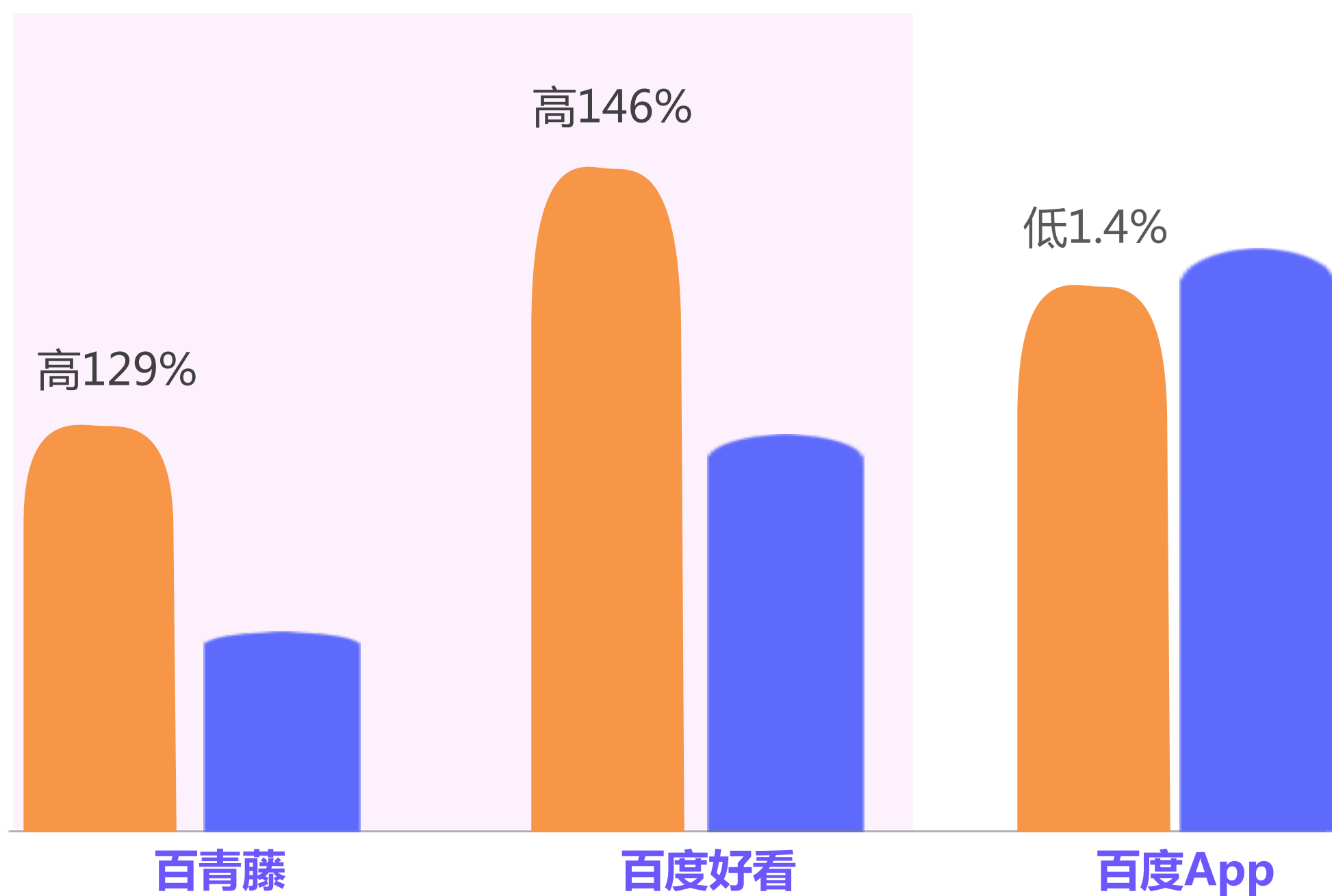
投放建议

零售行业：618期间，百度App流量竞争加剧，零售行业通过提高出价获取到更多流量

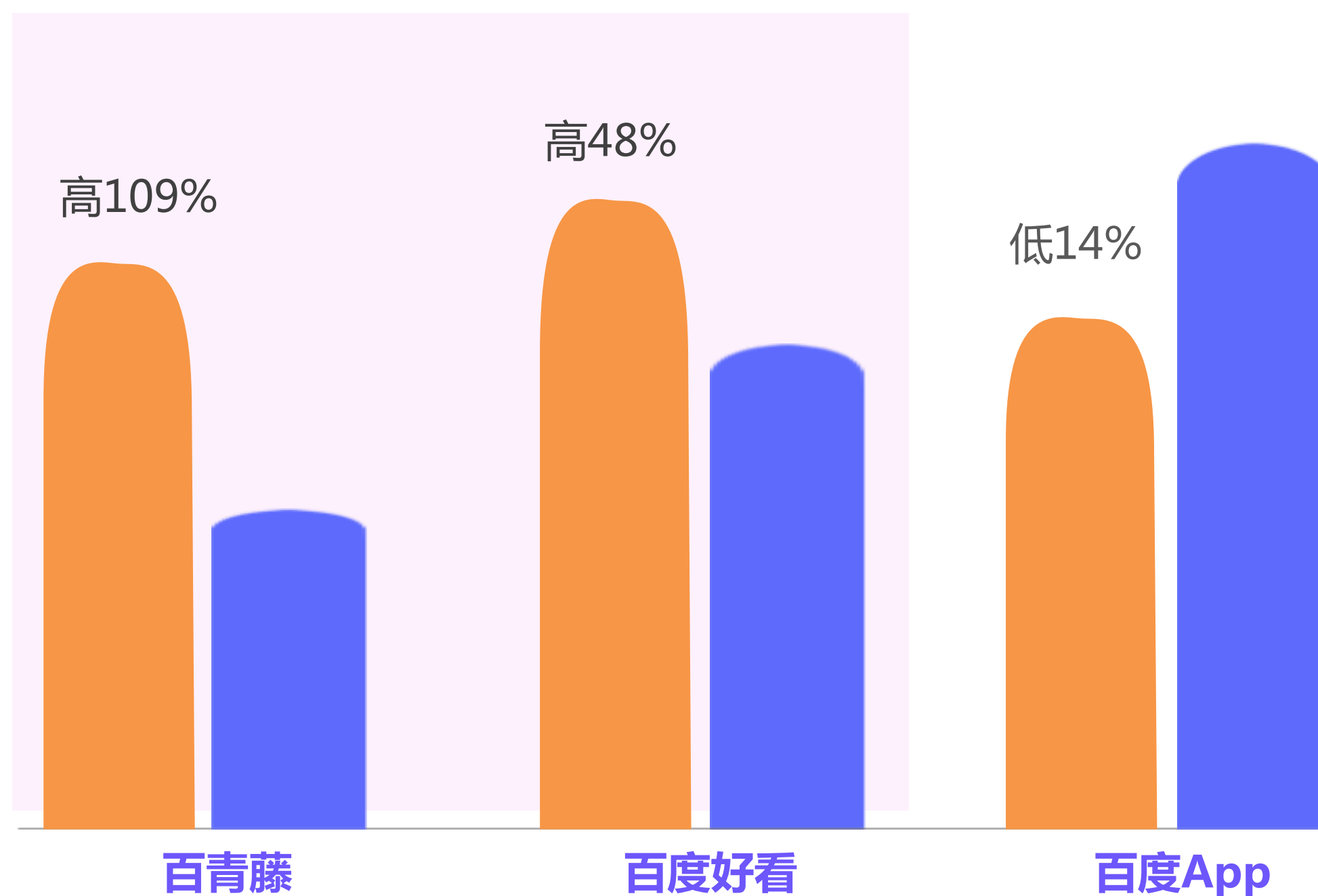
教育行业：【612前】教育行业在百青藤和好看保持优势，根据客户的竞争成本正常推广

【612-618】在百青藤及好看为流量洼地获量空间大，可作为重点投放渠道进行预算倾斜；定向结合使用人群包+新兴趣定向+自动扩量，提升人群的精准度及获量能力。

612 教育VS零售成本波动趋势



618 教育VS零售成本波动趋势



教育

零售

信息流 | 生活服务行业：投放建议

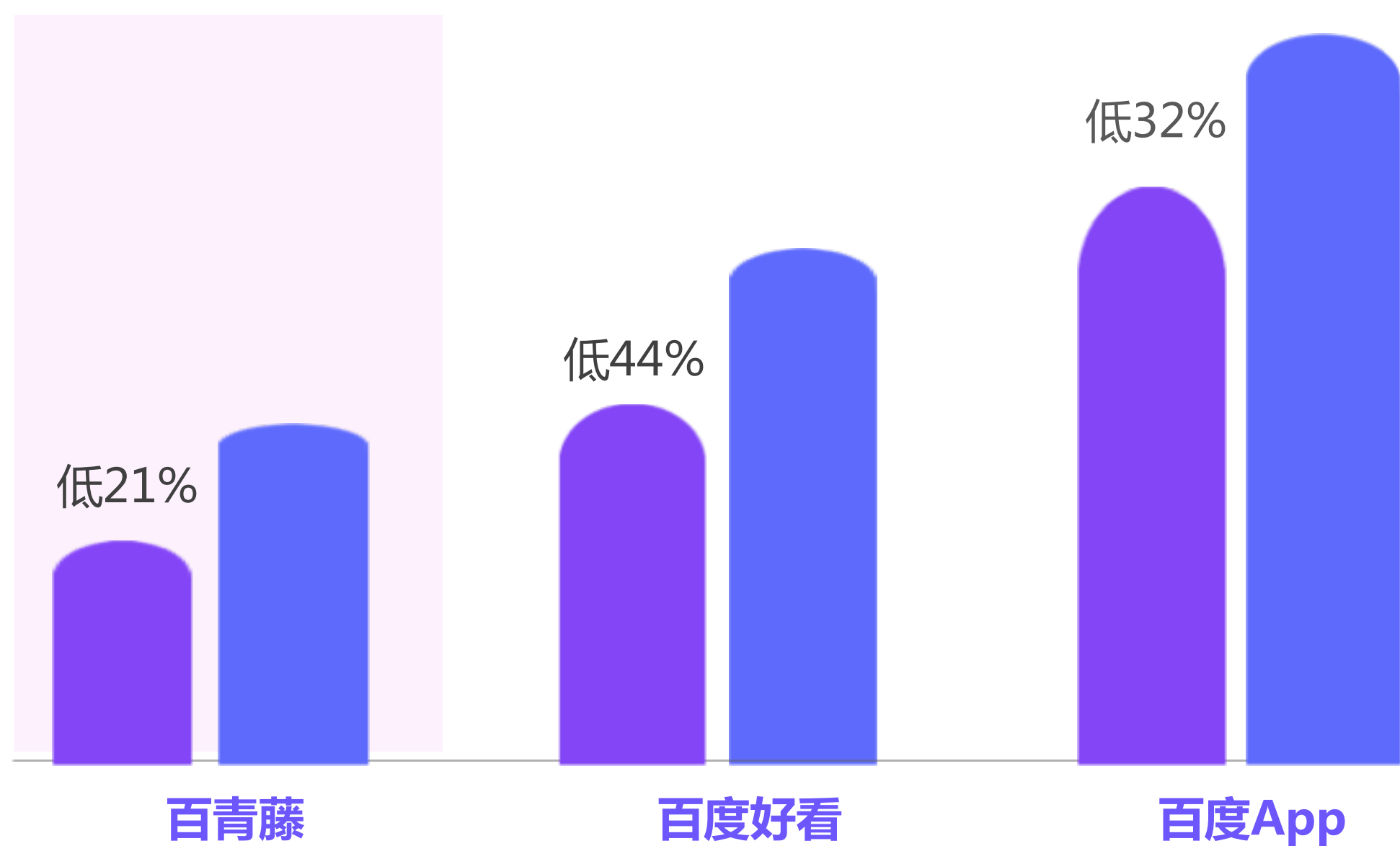
投放建议

零售行业：电商节竞价成本从612到618持续上涨，集中在百度app竞争激烈呈赤热化

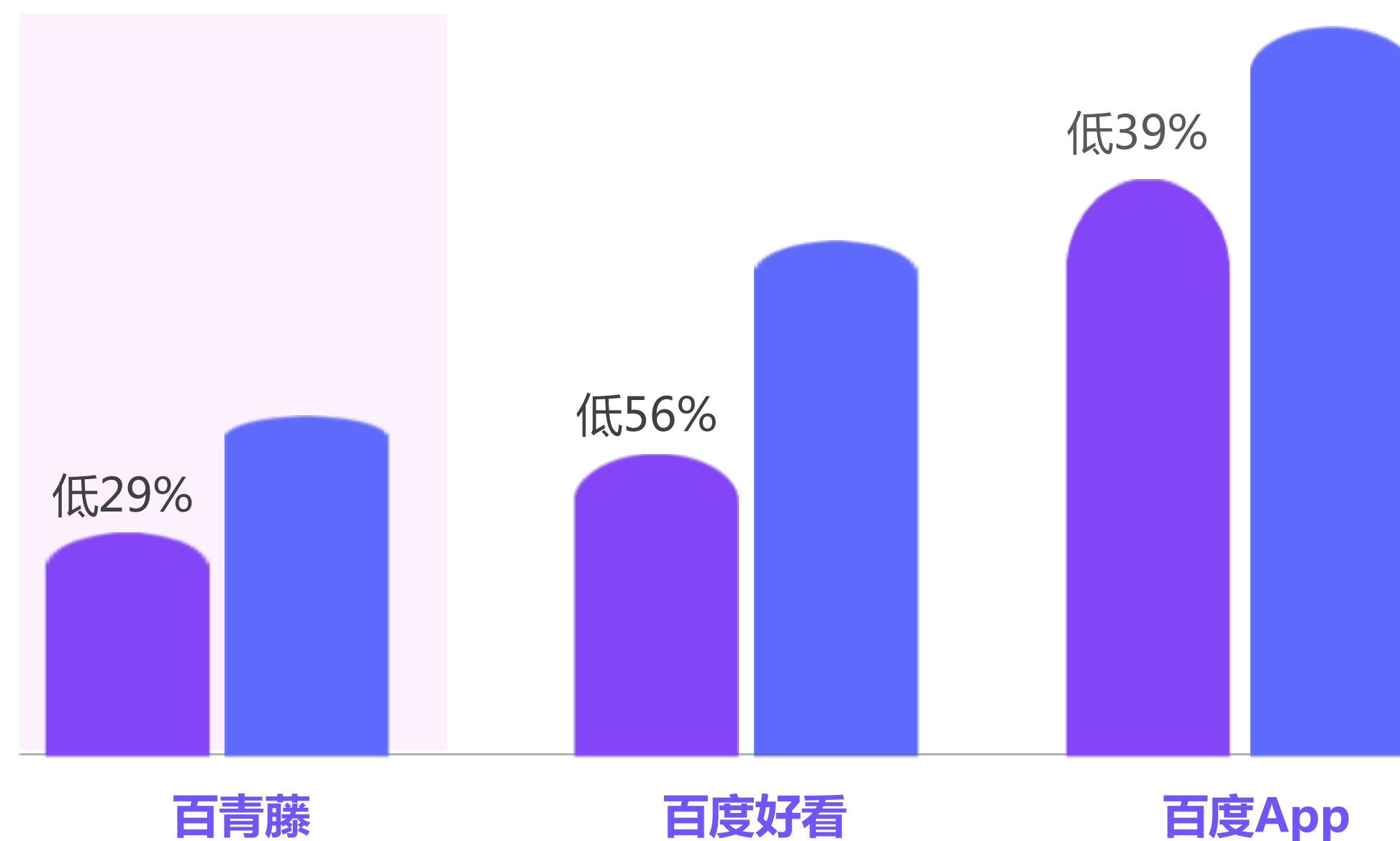
生活服务行业：【612前】百度APP和百度好看结合，通投定向和兴趣标签，根据行业成本均价参考投放

【612-618】百青藤CPA趋势接近，<家政服务><维情交友>有竞争空间，可使用自动扩量+意图词+新兴趣投放

612 生活服务VS零售成本波动趋势



618 生活服务VS零售成本波动趋势



生活服务

零售

信息流 | 金融行业：投放建议

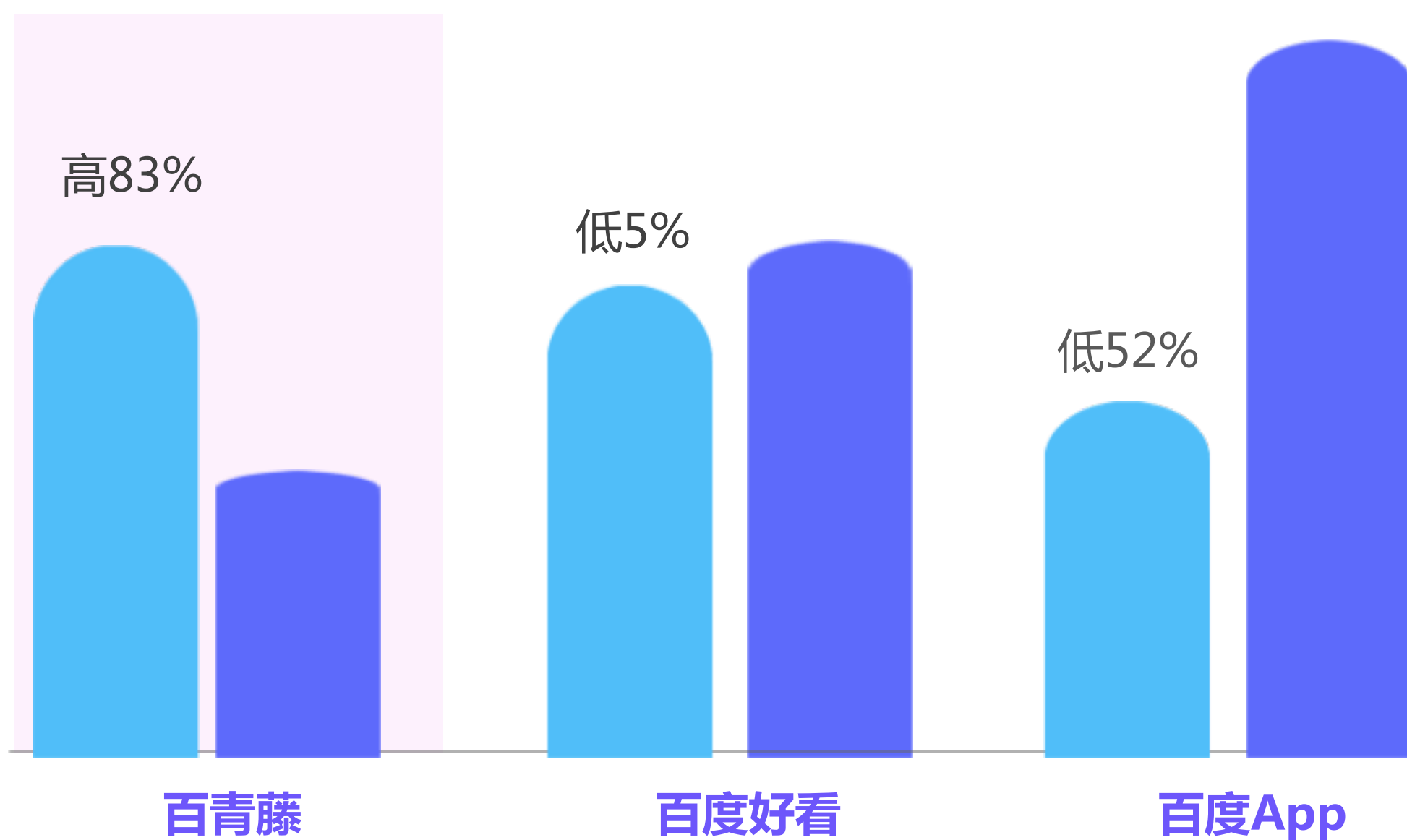
投放建议

零售行业：电商节竞价成本从612到618持续上涨，集中在百度app竞争激烈呈赤热化

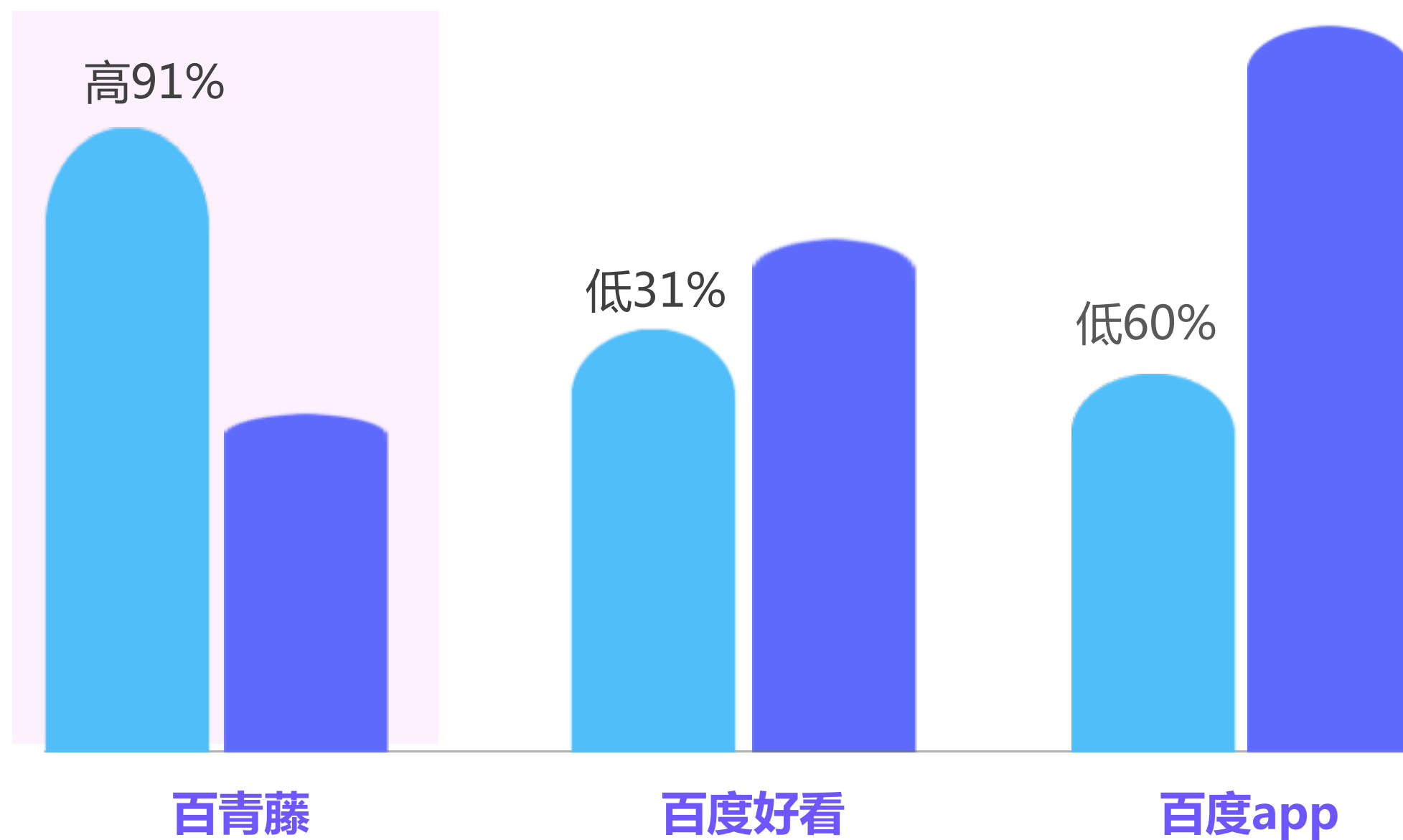
金融行业：【612前】百度App及好看视频需要提前搭建好账户，提前积攒或维持竞争力

【612-618】百青藤CPA趋势接近，有竞争空间，可倾向投放预算

612 金融VS零售成本波动趋势



618 金融VS零售成本波动趋势

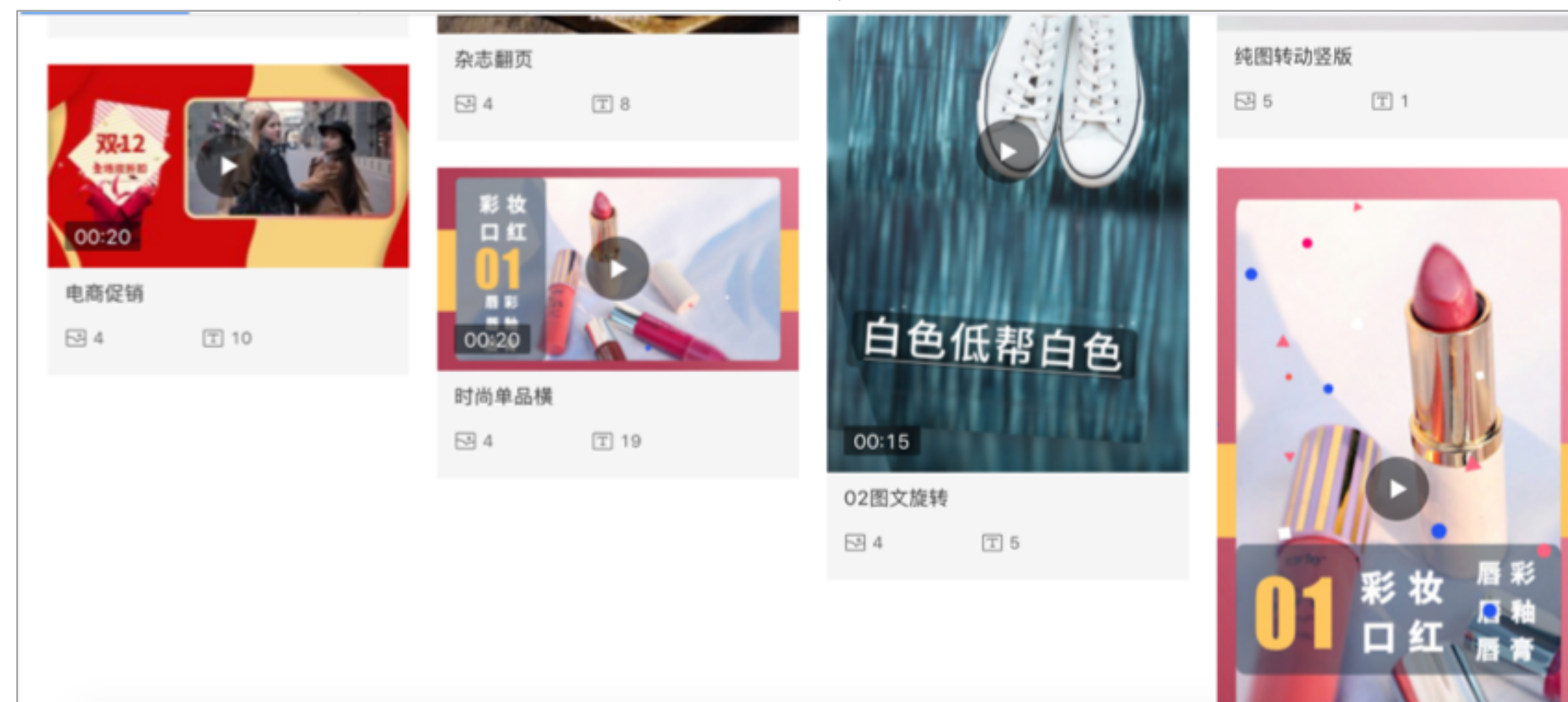




创意

创意 | 视频物料制作：视频工具电商模板快速产出，抓住抢量时机

操作入口



视频工具-模板合成

- 按行业（零售）筛选，精选多种电商模板，快速合成商品视频
- Tips：模板内文案突出优惠内容、图片素材突出产品信息，结尾最后一帧引导转化

自制电商模板视频Demo

模板名称：电商促销，可在视频工具-模板合成按关键字搜索同款模板



广告主痛点

- 1、视频服务商难找？
- 2、视频价格参差不齐？
- 3、视频质量难把控？



百度慧合平台

平台服务

- 1、优质服务商供给
- 2、平台统一套餐价格
- 3、全链路监控，效果团队协助投放优化

平台补贴政策：

- 1、**所有订单均可参与制作费减免活动**：即订单视频在15天（搜索20天）内消费达到订单费用的8倍即**享订单制作费减免福利**
- 2、**只要你投我们就送**：即订单视频消费投放金额超过制作费的8倍，超过的部分，**按5%奖励慧合制作虚拟金，多投多送**

创意 | 素材库：交互统一，电商节素材轻松制作便捷替换

创意中心图片库/视频库：搜索、信息流、基本鱼图片/视频提供一体化的管理服务，便于各产品线客户管理图片/视频物料

操作入口

• 百度营销平台首页 - 操作入口



• 搜索推广 - 操作入口



图片库功能

图片库分为『我的图片』和『版权图片』两个 tab，原搜索图片库中『系统图片』 tab、『收藏图片』 tab 下线（原来收藏的图片，可在『我的图片』中通过来源筛选查找）



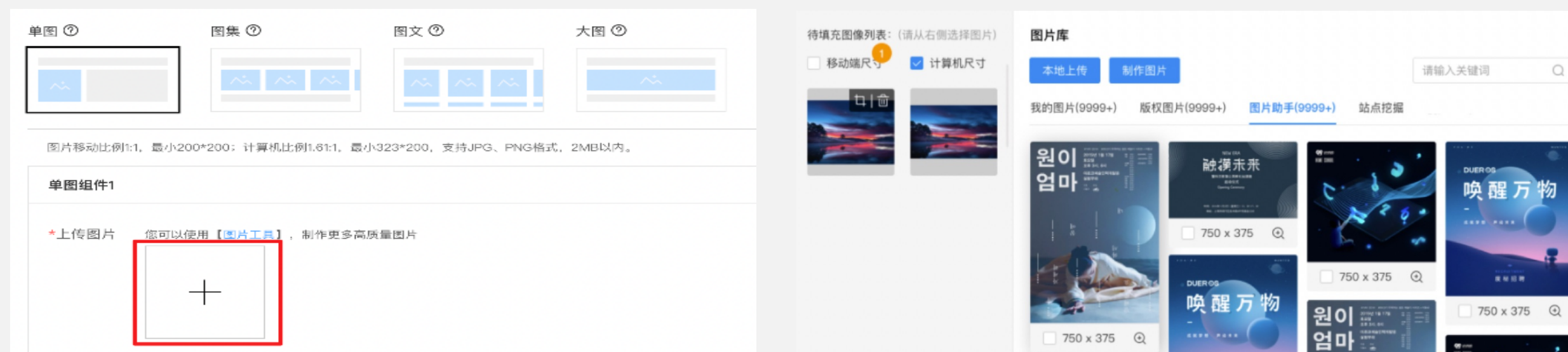
支持图片按渠道、来源、尺寸筛选

支持本地上传或用工具模板制作图片

支持图片预览、裁剪、收藏、删除功能

搜索推广上传图片调用图库功能

- 1、从右侧选择图片填充左侧图片列表，支持选择移动端尺寸或计算机尺寸，支持图片多选
- 2、搜索图库新增站点挖掘功能，输入 pc 或 h5 url，可在线挖掘网站图片



通用规则

1. 横版黄金7s前
2. 竖版黄金3s前
3. 结尾重复说卖点
4. 尾帧强调下单流程和售后
5. 文案字幕是必须
6. 片头尾帧模板化
7. 工具打造更高效（一键合成、尺寸转置、营销贴纸）

前卡+视频中间页累计的播放时长，前卡主要用于激发用户点击

- ① 列表页静音播放，添加字幕很关键
- ② 前7秒钟表达核心信息（推广产品是什么，核心卖点是什么）

百度App-主feed列表页
图文/视频混排资讯流

更快的浏览速度、视频广告被看到且被选择的几率较低，因此核心信息需前置表达

- ① 前3秒是留住用户眼球的关键期，擅用美女、美食，制造噱头等
- ② 商品前三秒表达是什么、能做什么
- ③ 尾帧引导转化
- ④ 竖版横投，帮助竖版物料控成本&拓量

百度App-小视频列表页
竖版沉浸式

好看沉浸式改版后，用户侧与商业内容都自动播放，视频广告核心内容需前置表达

- ① 前3秒留住用户眼球，前7秒表达核心信息
- ② 物料信息表达简单、直白
- ③ 价格、优惠、促销等元素，跟好看更搭配

好看App-列表页（沉浸式）
纯视频流

信息流 | 创意：视频样式调起优化，帮助用户直达app卖场

618期间，零售平台类客户投调起是高频需求；为提升视频广告调起率，产品侧**优化视频广告调起逻辑，推出APP调起选项弹窗方案**

① 未安装App：进入中间页观看视频

② 已安装App：弹出『APP调起选项弹窗』让用户选择 → 选择“打开”-- 调起app；选择“取消”-- 进入中间页观看视频



点击“取消”
进入视频中间页



点击“打开”
直接调起app



1. **适用流量**：百度app列表页，iOS+安卓双端
2. **适用样式**：大图视频链接样式、竖版横投（竖版视频增加横版封面）
3. **上线时间**：预计5月下旬，以产品侧运营通告时间为准

创新产品
竖版横投

广告主上传竖版视频物料时，可选择**上传一张横版封面图**，就有机会将竖版视频物料投放到百度App主feed列表页，点击广告进入视频max落地页（落地页是全屏沉浸式播放体验）

起播前（非Wi-Fi环境），
前卡展示横版封面图



自动播放中，底图为自动生成效果，右侧视频自动播放



落地页视频全屏播放，下方转化组件提示用户点击或上滑

本次新增
视频max落地页按钮文案优选

针对**零售行业**，投放**链接样式**，『查看详情』按钮会随机变更为『立即购买』、『立即抢购』、『点击抢购』、『立即下单』等，通过文案刺激用户成单

上线时间：预计5月下旬开启小流量实验，数据正向后在6月上旬推全。无需客户操作系统自动配置生效。

信息流 | 创意：零售行业推荐理由，提升用户决策，电商节必备样式

客户痛点

- 用户在信息流浏览广告时，难以有效的进行信息决策，用户决策的信息不足
- 部分广告主选择的定向与用户属性有偏差，用户对于系统推荐的广告会产生疑问和困惑

问题解决

- ✓ 创意中增加广告推荐理由，帮助用户进行广告决策，优化广告的原生体验，增加推荐广告的可解释性，提升点击率、转化率
- ✓ **适配行业**：零售、教育、汽车、房产、游戏等

示例

推荐理由的生产机制：

基于广告主的推广落地页的卖点，系统生成推荐理由

零售行业推荐理由：

2件仅99元、24小时内发货、下单送大礼、7天无理由退换、秒杀价、豆瓣高分书籍.....

包含推荐理由的创意demo

皇家宠粮，0元开卡领神券快来购买！



说明：如需使用电商行业的推荐理由，请联系您对应的运营单位接口人



落地页

基木鱼 | 托管页核心能力迎战618：专属模板+活动组件

多种活动玩法，增加趣味性，提升访客互动，促进转化

基木鱼618专属模板

活动组件

618
new



抽奖组件



倒计时组件



★基木鱼618大促

基木鱼即将推**618**

专属模板，投放

即获5%消费增

量返现！

指定行业增速Top

运营单位，还可

积分换奖金！

说明：右侧demo仅为部分活动模板和组件示例，全部内容详见基木鱼后台

基木鱼 | 咨询页新方案+智能客服：提升接待效率，促进商机转化

618咨询高峰期，人工客服繁忙或不在线时，可使用咨询页新方案+智能客服，提升咨询接待效率，促进商机转化

咨询页新方案

1

商家卡片：图文并茂彰显核心卖点

欢迎语：支持自由设置，不再一成不变激起访客继续咨询的兴趣

2

3

菜单导航：结合业务场景添加导航，引导访客浏览更多内容

4

快捷回复：结合访客意图/兴趣点，设置快捷回复内容，降低访客咨询成本

智能客服



- 识别访客的搜索意图、广告内容点击区域，向访客推荐其感兴趣的商家内容，提供自助解决方案。



- 识别访客意图，向其推荐感兴趣的问题，激发咨询意愿
- 机器人自动回复访客问题，提升客服效率

基木鱼 | 商品支付能力：提供在线交易闭环服务场景

行业玩法

适配行业：教育、家居、汽车、生活服务等

- 教育行业：在线教育特价课
- 家装行业：装修打折券
- 生活服务：到店抵用券、1元大礼包等618期间营销玩法

功能支持

- 电商管理平台：资金管理、商品管理、订单管理
- 电商组件：商品列表
- 数据管理：订单提交、订单支付的数据披露

能力优势

提升线索质量，完成在线交易闭环



基木鱼 | 直播组件：满足用户从品牌了解到线索转化营销闭环

玩法推荐：零售、3C数码等行业客户，可使用基木鱼直播组件，完成从引流拓量到最终购买的营销闭环

广告引流无障碍

- ◆ 信息流 ✓
- ◆ 搜索 ✓
- ◆ 品专 ✓
- ◆ 开屏 ✓
- ◆ 定制化 ✓

覆盖直播全流程

【预告】 → 【直播】 → 【回放】

预约：短信提醒预约客户观看直播，
增加客户线索采集通道

数据沉淀

广告投放与直播数据无缝衔接

支持 预告/直播/回放

直播预告



直播中



直播回放



预约留联，短线触达

开播提醒

提交

*开播前平台将以短信方式提醒您

*预约成功后商家可能通过电话方式与您联系

点击开播提醒预约留联

- 1、该手机号沉淀线索
- 2、开播时，平台发短信提醒已预约用户

说明：基木鱼直播组件，目前仅支持全民/好看 APP秀场开播，媒体直播形式稍后支持

基木鱼 | 动态商品组件：有效承接用户需求，提升每个环节转化率

动态商品组件优势：实现落地页商品与创意的相关性联动和智能推荐

动态商品组件能力

动态能力

创意相关性

落地页商品与前链创意**商品一致**，提升页面相关性并延续用户需求



推荐能力

相似商品推荐

以商品数据为基础，通过商品属性和人群画像做**相似商品推荐**，增加用户点击兴趣



下载端能力

百度APP端内顺畅体验

支持实时嗅探、断点续传、延迟唤醒，提升APP推广客户的深度转化率



基本鱼 | VR全景展示：实现从交互体验到转化的效果提升

玩法推荐：VR看车，线上看房、装修效果展示、教育机构/月子中心/机械设备展示等

功能优势1

效果提升

- 通过交互体验感受实景效果
- 用户停留时长提升，促进转化效果提升
- 提升用户吸引度及关注度

功能优势2

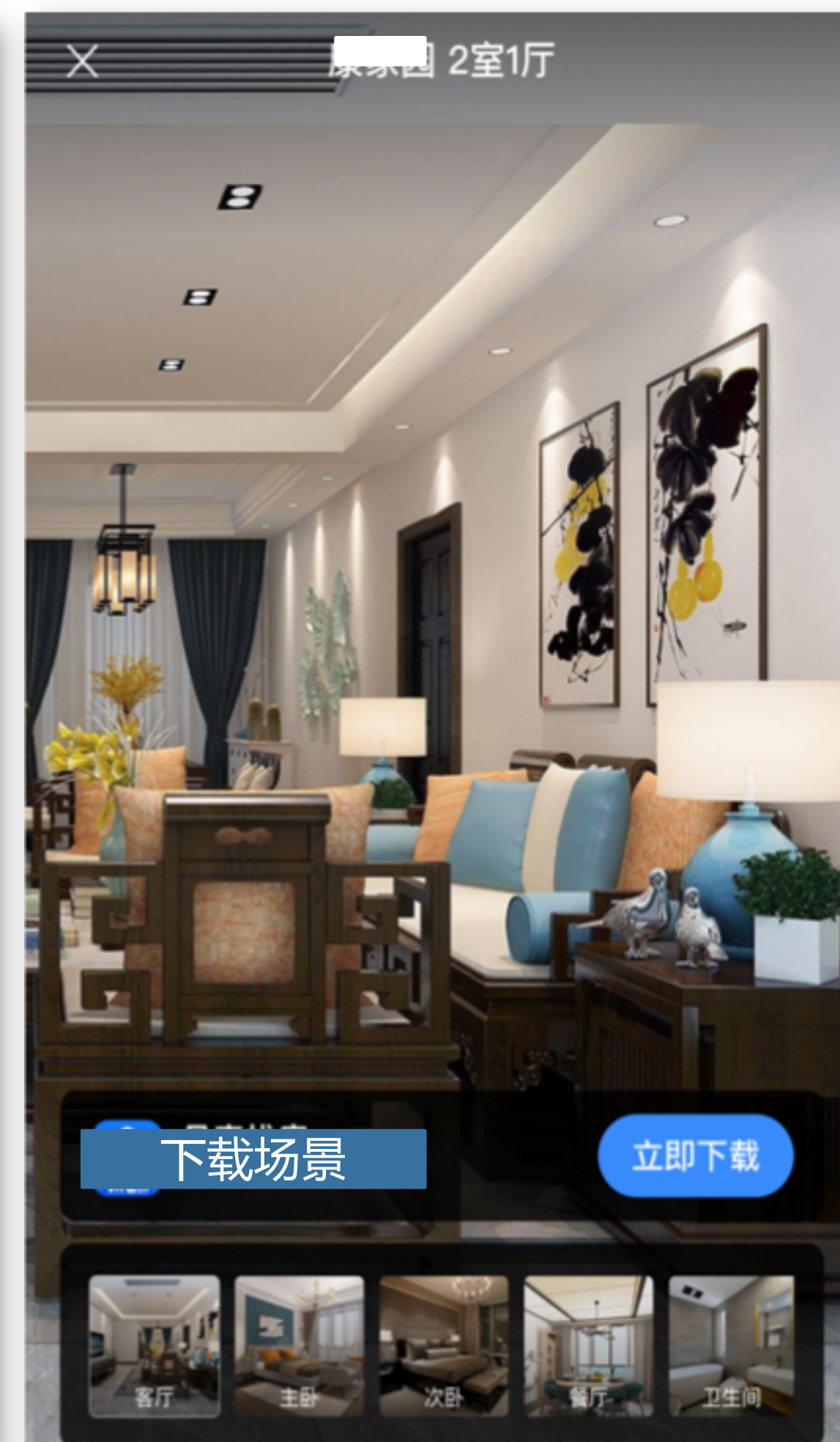
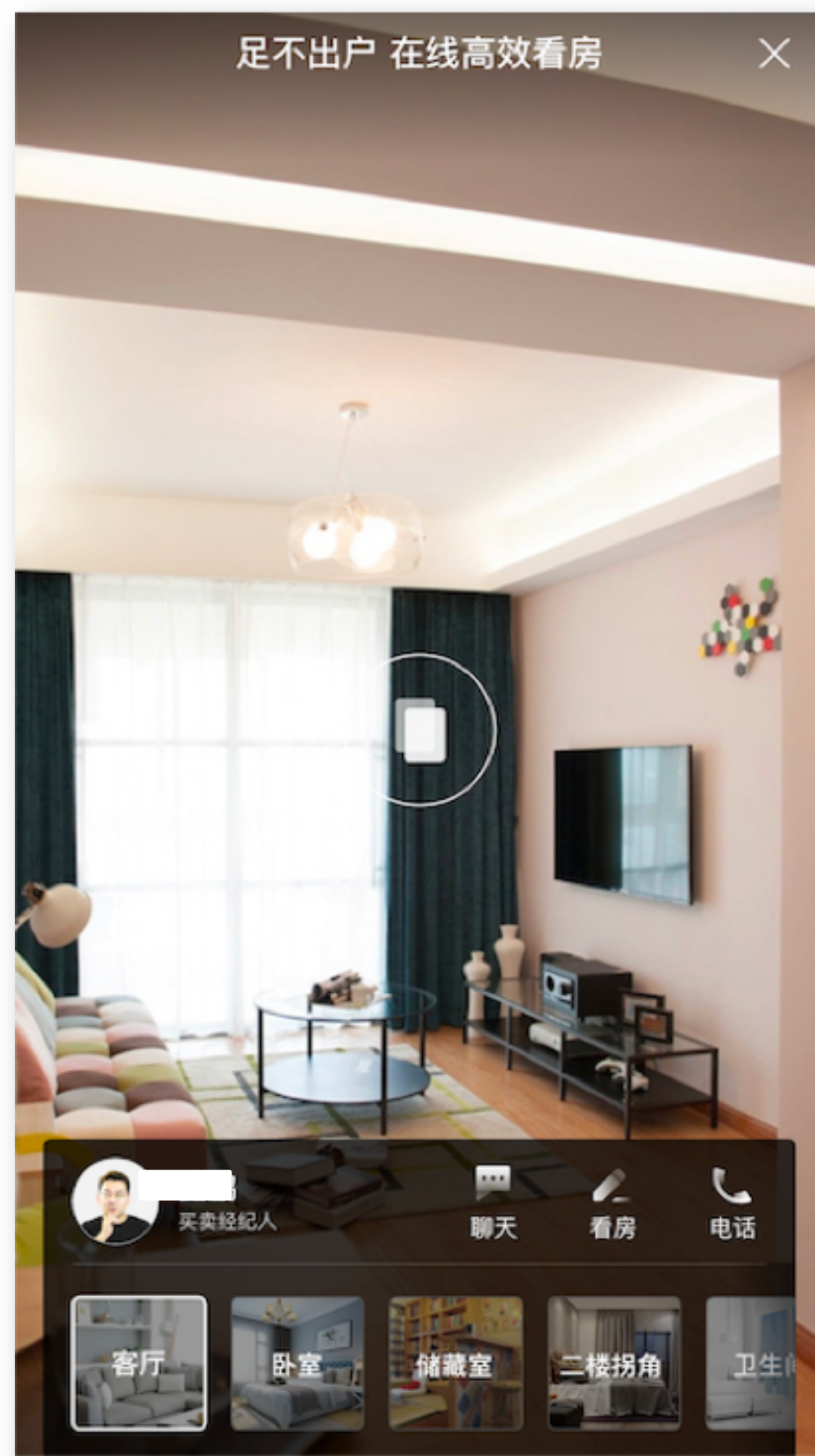
功能丰富

- 支持全景VR展示
- 多场景之间自由切换

功能优势2

应用广泛

- 投放诉求：满足下载+线索（表单、电话、咨询）等线索方式





品牌广告

品牌专区：聚焦电商搜索，助力品牌升级

- **推荐产品**：品牌专区
- **推荐样式**：时效品专、炫动品专
- **样式选择**：
 - 【预热期】：时效品专，倒计时样式
 - 【爆发期】：炫动品专，炫动浮层样式；
时效品专活动促销样式。
- **核心位置**：时效与品专PC、无线相同位置；炫动处于首页浮层展示。
- **放量小妙招**：
 - 分品类、分主题投放，准备多套物料
 - 增加活动词及活动衍生词词数量



01

时效品专

02

炫动品专

- **投放背景**：强大的视觉冲击+百万级曝光-助力**电商重大节日**活动预热、营销造势，满足客户短期营销活动推广需求，提升线上热度，实现“从品牌到销量”的全链路营销效果。
- **投放策略-关键词选择**
 - 品专常规关键词，品牌营销活动词，活动衍生词**
 - 品牌词：如天猫商城、tmall、京东、京东商城等
 - 活动词：如京东618，京东618促销等
- **售卖价格**：线上按关键词询价

开屏广告：专属流量助力，占据黄金流量

百度开屏Demo Impact-视频联动

- 推荐产品：开屏矩阵
- 推荐样式：动态开屏、Impact-视频联动
- 核心App：百度App、好看App、百度地图、百度网盘；
- 投放小妙招：
 - 避开6月1、8、15、16、17、18号等电商客户投放核心期；
 - 建议客户优先选择CPT或CPM-GD方式下单，可保证当天展现量



- 投放背景：开屏广告作为App曝光效应最强的广告形式，是618大促时广告主必抢的入口资源；
- 投放策略-促销政策推荐

	6月1日	6月2日	6月3日	6月4日	6月5日	6月6日	6月7日	6月8日	6月9日	6月10日	6月11日	6月12日	6月13日	6月14日	6月15日	6月16日	6月17日	6月18日
百度APP	售完	剩余3轮播	空闲	空闲	空闲	剩余3轮播	剩余5轮播	售完	剩余5轮播	剩余3轮播	剩余3轮播	空闲	剩余3轮播	剩余5轮播	售完	售完	售完	售完
地图	售完	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	售完	售完	售完
好看	售完	售完	空闲	空闲	售完	空闲	空闲	售完	空闲	售完	售完	售完	空闲	空闲	售完	售完	售完	售完
贴吧	售完	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	售完	售完	售完
网盘	售完	售完	空闲	空闲	空闲	空闲	空闲	售完	空闲	售完	售完	售完	售完	空闲	空闲	售完	售完	售完

2020年开屏买赠促销政策v1

政策内容：
买开屏送开屏，多买多送，多合同累积消费达标后也可赠送；
资源范围：
百度开屏CPT、百度开屏CPM、序章开屏CPT和序章开屏CPM
配送档位：
100万≤**合同实收金额**<200万，送20万；
200万≤**合同实收金额**<300万，送50万；
300万≤**合同实收金额**<500万，送90万；
500万≤**合同实收金额**，送350万；
额外权益：
投放百度基本鱼落地页和百度智能小程序的客户，额外赠送10万开屏资源；
免费升级开屏视频样式；
政策说明：
1、与其他所有产品促销政策以及特批价格优惠互斥。
2、可与销售政策折扣优惠叠加使用，如展示类前返折扣/框架折扣；
3、**配送档位金额以合同实收金额为准**，客户追投变更后，按新档位补齐赠送资源。

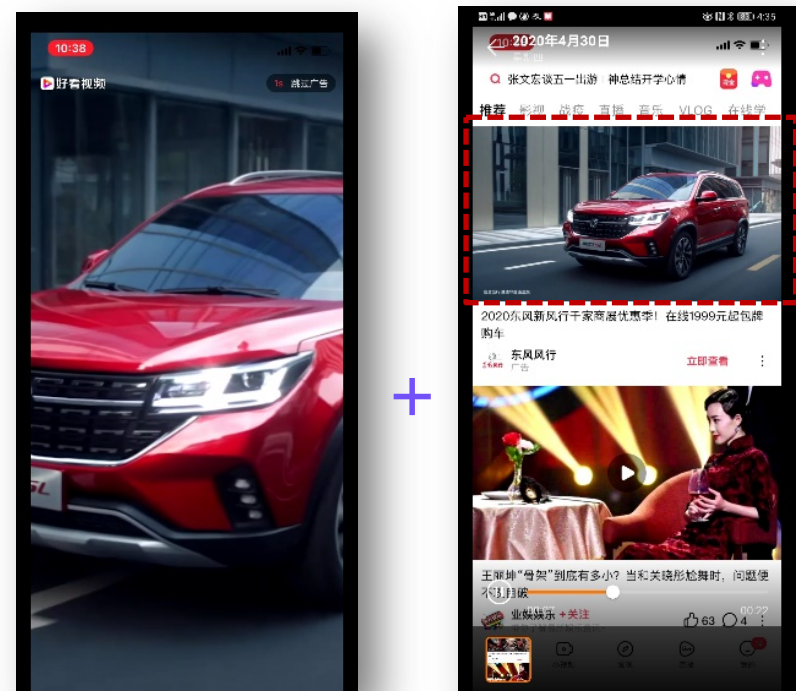
H2品牌类产品配送促销V2

政策内容：
买A送B，多买多送，按单笔合同赠送；
资源范围：
A类资源：百度开屏、品牌专区（PC，WISE，矩阵组合或任选其一，包括品专Max和分地域品专）；
B类资源：品牌序章、品牌全景（包括全景-定制化）、华表、聚屏-合约-CPT、时效品专、炫动浮层。
配送档位：
百度开屏每满50万元送15万元，品牌专区每满50万元送15万元；
额外权益：
购买百度开屏资源≥100万，免费升级开屏视频样式。
政策说明：
1、可与《H2品牌类产品折上折促销》叠加使用，与其他所有产品促销政策以及特批价格优惠互斥；
2、可与销售政策折扣优惠叠加使用，如展示类前返折扣/框架折扣；

百度信息流GD：“原生”让广告融于内容

- 【品牌Impact】开屏+信息流联动，强势引爆618大促
- 多种创新样式助力大促活动，深度影响消费者心智，提升转化

好看视频APP



◆ 强势吸睛

开屏锁定用户注意，
彰显品牌调性

◆ 沉浸体验

开屏结束后呈现信
息流，无缝连接，
故事感强

手机百度APP



随心互动系列样式 (主体突出、像素渐变、擦除、翻转)



生动有趣，互动感强，
提升用户对大促活动感知度

大图选卡样式 (2或3个子卡片)



可跳转不同子落地页
缩短用户购买转化路径

- AI智能投放，新落地页玩法为大促营销赋能

AI智投

- 实时分析用户意图
- 智能圈定目标人群
- 优选流量智能投放

落地页调起 小程序

- AI智能组件
- 一键授权
- 缩短用户打开速度

落地页调起 Deeplink

- 直达宣传产品页面
- 无缝体验，减少用户流失

好看传单样式



竖屏沉浸式，直播带货

百度APP镂空样式



上下滑动可展现物料“全景”细节，
全方位传达商品优势和品牌调性

聚屏广告：引领线下流量，聚合品牌营销

案例展示：天猫618理想生活狂欢季投放案例

- 推荐产品：聚屏
 - 推荐资源：线下聚屏+线上开屏/品专/信息流GD
 - 资源选择：
 - 【预热期】：大屏造势，广传声量——户外楼体LED大屏+交通出行屏+影院映前屏，聚焦用户日常出行及休闲行为动线
 - 【爆发期】：“大屏+小屏”精准饱和攻击，深度沟通；小屏建议——电梯电视屏，覆盖社区受众及上班族的生活工作行为动线
 - 投放策略：人群定向+数据打通，对受众高频反复触达
- 人群定向：受众在哪儿，聚屏就投在哪儿
- 对购买人群进行基本信息定向、兴趣定向、行业定向、APP偏好定向等，同时对目标人群进行追踪，依据人群热力分析，划定投放点位



例：北京目标人群热力分析



上海目标人群热力分析

- 数据打通：打通线上下触达人群ID，同批受众反复触达

线下触达人群

相同ID，投放广告

线上触达人群

投放策略

线下聚屏引爆氛围，广造声量
让消费者看到后产生关注
激发欲望



线上多产品线接入，收割流量
让消费者获取解决方案与信息
产生行动线上收口

线下：感知→兴趣

看到天猫的广告

多次接触天猫广告

线上：沟通→行动

尝试互动、关注并锁定目标

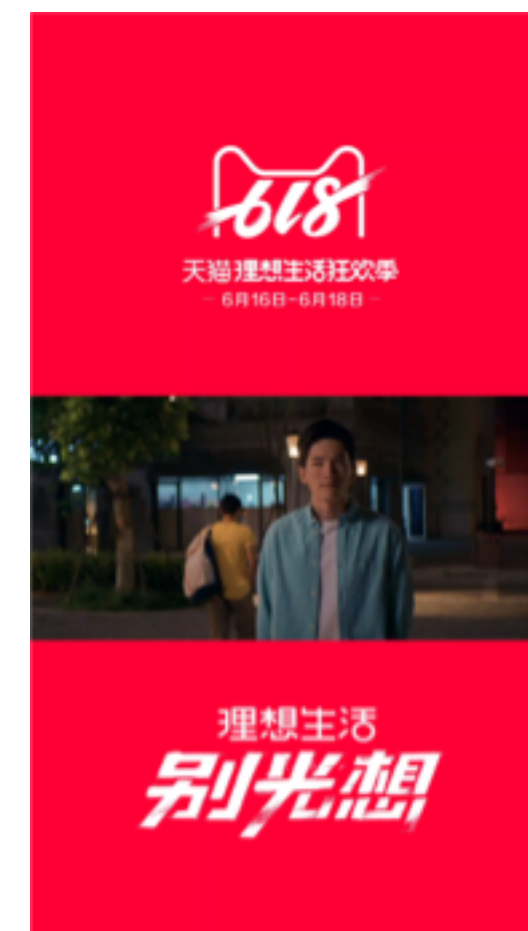
线下聚屏（居民楼电梯电视）四款物料高频强效曝光



新款潮包版



耳机版

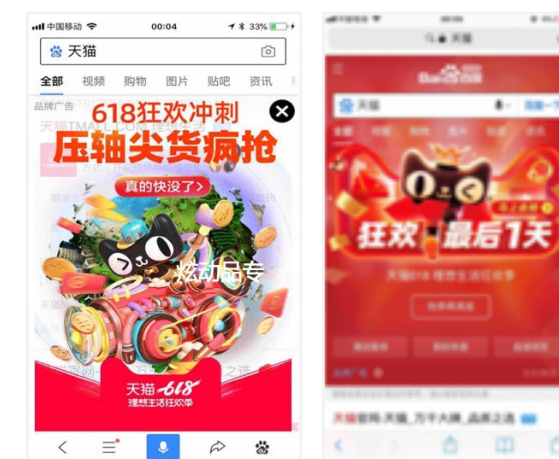


新款灯罩版



口红版

“百度APP+地图”开屏



炫动品专

定制化时间投放

重要营销节点打破常规，定制投放周期：7天→3天

分城市多物料投放

针对城市行业侧重，各城拆分点位，分别投不同物料

每日统计曝光数据

按天统计数据，查缺补漏，确保达成曝光量

效果：投放3天，线上线下联动，共同作用消费者决策链路，总曝光量19.94亿+，线下超额完成曝光目标

内容营销：直播带货，引爆618热点话题

文娱组合

推荐产品

原生征文视频+图文（百家号）
达人挑战赛（好看）
直播带货+红包雨（好看）

投放建议

前期预热：一周开箱评测
爆发：618活动当天,活动抽奖
二次热度：购物晒单、分享
（一周）

百家号、好看
引爆618话题传播

产品优势

内容轻，传播快，爆发力强！
直播、综艺IP、明星网红营销玩法

投放策略-组合打包

组合百家号+好看多资源引爆话题。
投放价格：可根据预算灵活打包

百家号

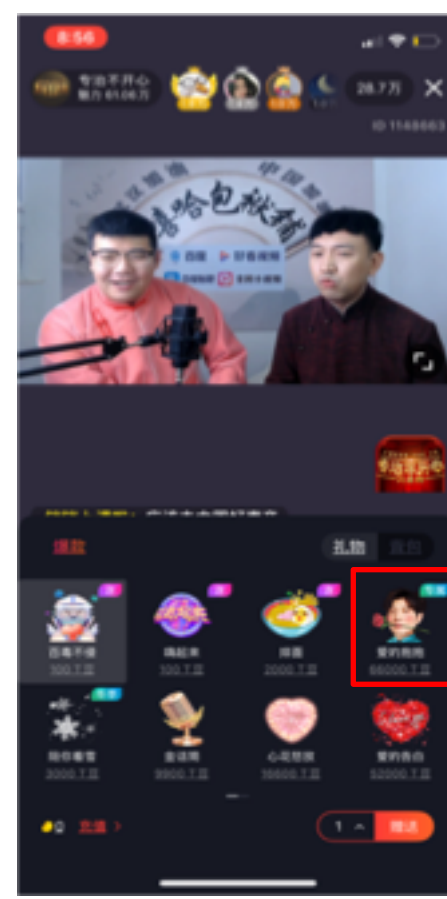


文章挂接淘宝客、京东、小程序

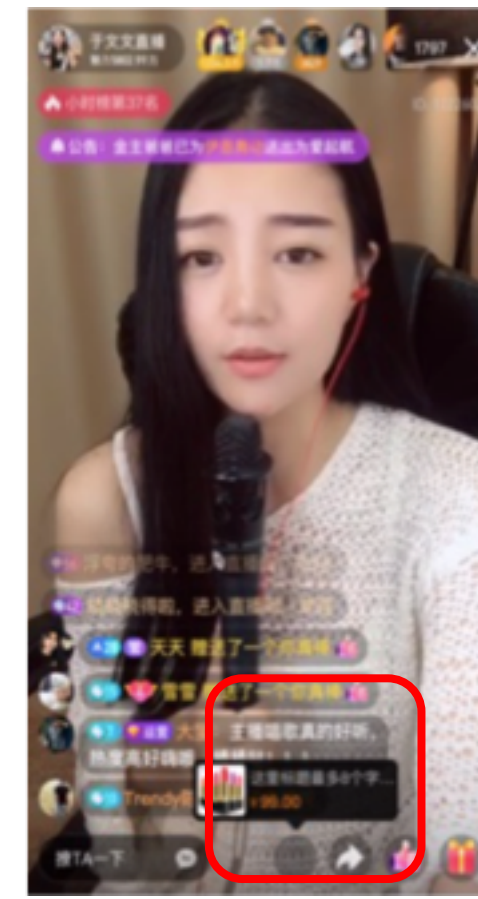
好看



618话题达人挑战赛



直播定制互动礼物



直播商品橱窗



专题定制



红包雨互动

定制化频道 | 贴吧定向资源：精准指向用户群

- 推荐产品：贴吧

可根据客户产品、行业、类目，以吧维度投放，定位精准

- 推荐资源：高级头图、贴吧灯塔

- 贴吧灯塔为贴吧新资源位，PC端在帖子首楼展现，移动端为帖子上方

banner位，同时用户首次进行投放吧时，还会以弹窗形式强展现。适用于

客户预热期、倒计时推广

- 高级头图为贴吧经典资源，在全端的投放吧顶部展现，为强曝光。

资源展示客户投放素材，链接可外跳，直达客户商城或落地页。

适用于客户爆发期

贴吧灯塔（PC、NA客户端）



高级头图（全端）



定制化频道 | PC端电商资源：打造电商强效曝光

- 推荐产品：hao123导航
- 推荐资源：顶通、右上角撕页、电梯
- 说明：导航站上的强曝光资源位，推送电商活动、提供落地入口。

打造电商平台强效曝光



- 推荐产品：PC首页

- 推荐资源：搜索框下TIPS

- 说明：PC首页资源，搜索框下tips。可展现文字链/banner，曝光量

级高，属稀缺资源，可用于客户爆发期



右上角撕页



异型撕页效果图



关闭后，显示普通撕页

右侧电梯



其他样式：



定制化频道 | 地图导航矩阵：助力线下电商节



1
首页高位
一开及触

2
定制ICON
一目了然

3
互动点击
水滴放大

4
优惠活动
一键get

5
导航出发
高光提示

- 推荐产品：百度地图
- 资源：文字链&POI资源
- 说明：针对线下实体店，通过文字链资源引导提示，并在POI位置上通过底图、大水滴，直接触达到详情页落地，并可推送优惠信息。实现检索->推送->导航->落地全链路。

地图首页文字链



底图ICON



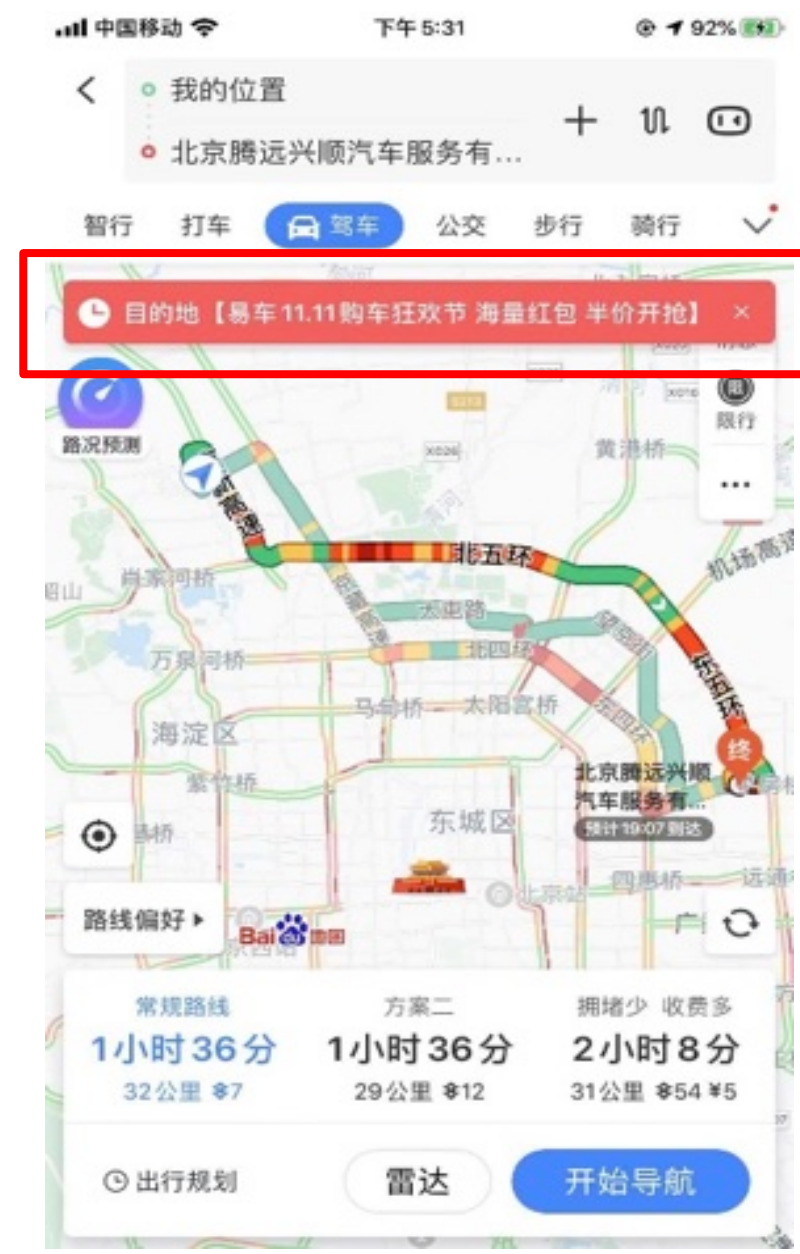
大水滴



点位详情页优惠提示



导航文字链强提示



感谢观看



百度营销中心
微信公众号



百度营销中心官网

