

# 产品手册 | 品牌专区产品介绍

百度商业产品运营部



# 百度推广品牌广告资源全景



## 品牌展示

开屏

信息流GD

华表

品牌全景

通用词品专

聚屏

## 品专矩阵

地图品专

主品专

NS品专

## 内容营销产品

品牌故事

品牌图册

原生故事

KOL文章

知识闪电

## 非标产品

# 品专系产品 —— 聚焦网民全网品牌搜索关注度，打造品牌全场景营销服务阵地



- 通用词时效品专
- 品牌华表

Awareness  
品牌信息被动了解



- 品牌专区
- 品专MAX
- 品牌起跑线

Intention  
品牌信息主动了解

品牌  
百家号  
基木鱼

Action  
与品牌深度互动



# 品专系产品 —— 全产品线概览

产品名	PC	无线	资源	场景	位置	售卖方式	最小售卖时间
品牌华表	✓		通用词	大搜	搜索结果右侧置顶	竞价CPT	自然周
通用词时效品专	✓	✓	通用词	大搜	搜索结果第一位	竞价CPT	7天
品牌专区/max	✓	✓	品牌词、品牌需求词 (价格/外观/售后/攻略/下载)	大搜	搜索结果第一位	CPT	1个月
品牌丝路	✓	✓	品牌长尾需求词	大搜	搜索结果第一位	CPM	-
品牌起跑线	✓	✓	品牌词	大搜	搜索结果第一位	CPT	1个月
地图品专	✓	✓	品牌词	地图	搜索结果大于2条时第一位	CPT	1个月
NS品牌专区	✓		品牌词	NS	搜索结果第一位 (新闻/图片/知道/百科/视频/阿凡达)	CPT	1个月
炫动品专	✓	✓	品牌词	大搜	搜索触发当前全屏	CPT	3天
时效品专	✓	✓	品牌词	大搜	搜索结果第一位	CPT	3天
明星/名人/娱乐品专	✓	✓	人名&IP词	大搜	搜索结果第一位	CPT	1个月
城市名片	✓	✓	城市名称、政府词	大搜	搜索结果第一位	CPT	1个月



01

网页/无线品专



展现位置：搜索及搜索生态页面首屏首位  
展现触发词：品牌词 or 产品词  
售卖方式：按月包段（CPT）  
售卖价格：结合样式及购买关键词的pv量具体报价

02

品牌MAX





# 品专MAX：满足广告主多种诉求，霸屏营销时代来临

百度百科

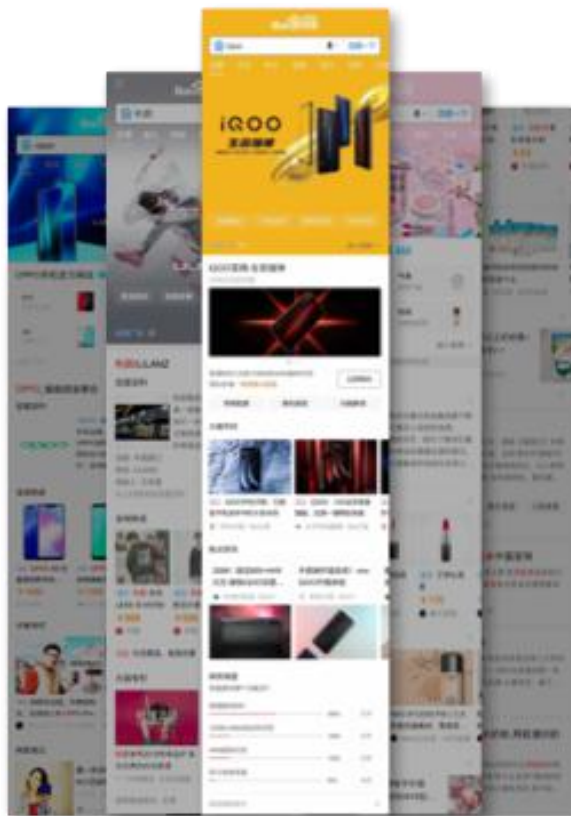
大咖专栏

品牌视频

全网热卖

种草笔记

产品列表



巨幕展示

三屏超大展示面积 让品牌从此霸屏

品牌独占

品牌信息全家桶，形成强势品牌独占

提高竞品防御能力

阵线3倍拉长，杜绝竞品侵占

已开放  
售卖  
行业

汽车

金融

旅游

服务业

零售

教育

通讯

工农业

IT消费电子

房产家居

分类信息

娱乐消闲

个人用品

食品饮料

资讯团购

杂类

化妆浴室

服饰

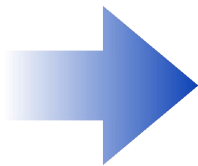
.....

招商加盟

医美

售卖方式：CPT，售价：品专MAX刊例价 = 品专刊例价 \* 1.5

# 品专MAX将用户产品进行合理商业化，多种功能组合服务



品牌专区



品牌百科



官方服务/产品



优惠/活动



软性营销

品牌形象建立

帮助广告主建立品牌第一印象  
满足用户基础寻址需求

品牌权威背书

用户高频需求  
通过百科、品牌故事强化进行权威背书

产品、服务前置

满足用户服务获取需求  
搭建快速转化通路

热点信息前置

激发用户兴趣，追加转化内容

软性内容引导

满足用户内容阅读需求  
正向内容引导品牌、转化决策





01

Awareness  
品牌信息被动了解

02

Intention  
品牌信息主动了解

品牌专区矩阵

03

Action  
与品牌深度互动

品牌 | 百家号  
基木鱼

## 通用词品牌专区

通用词品专是基于百度核心搜索资源下的品牌展示曝光产品，以百度最海量的通用词搜索资源为媒介，以创新的样式和视觉交互吸引品牌认知阶段的搜索用户，加深用户对客户品牌的第一印象，进而引导用户形成对品牌的好感和忠诚度。

# 广告基本规则

## 广告资源



### 触发方式

通用词<sup>①</sup>搜索精确触发

### 展现位置

无线搜索结果首位

### 展现策略

稳定展现

### 广告样式

强样式广告大卡<sup>②</sup>



## 售卖规则

### 售卖方式

CPT竞拍

### 订单时长

- 以连续7日为一个订单周期
- 同品牌两个订单投放周期期间隔需大于7天
- 单品牌每月累计订单时长不得超过14天

### 售卖渠道

KA

### 售卖行业

待确认

注①：通用词是由商品品类或服务业务类型名词为核心并由其结合对比、价格、性能、口碑等需求拓展出的搜索词范畴，节日名等特殊词类需bycase判断；

注②：非标售卖期间客户可使用品牌专区现有样式库中标准和高级两档的样式模板，样式参考<http://pinpai.baidu.com/#/showcase>



# 04

## 地图品专

### 售卖资源： 品牌核心词+品牌衍生词

- 大框检索词触发
- 检索列表结果页展现
- 落地页支持H5 或小程序

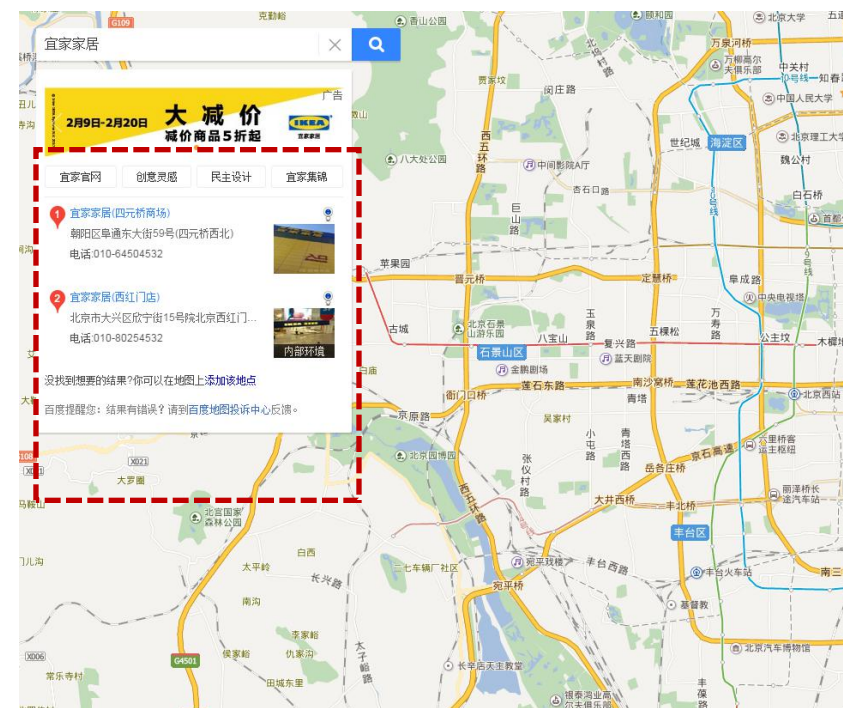
### Wise & NA



### 大框默认引导词



### PC



时效品专较适合进行新品发布、促销、周年庆、行业节日、展会、赛事等推广投放，能够协助客户完成品牌预热、营销造势，适合客户在大规模推广投放使用。

## 新品发布类



## 活动促销类



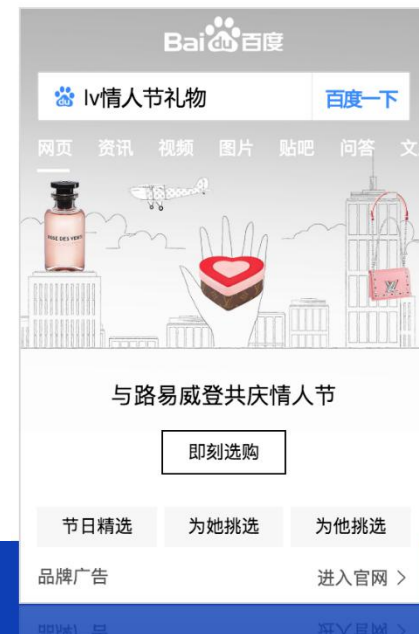
Baidu 百度

05  
时效品专

## 展会类



## 节日营销类



展现规则：与品专相同位置触发  
展现触发词：品牌词/产品/活动/活动衍生词  
售卖方式：按月包段（CPT）  
售卖周期：3天-1个月





01

无背景图样式

02

有背景样式



02

超级炫动（定制）



06

炫动品专

- 准入门槛：客户品专/时效品专在线。
- 售卖资源：关键词为核心品牌词、核心产品词，建议20个为佳。（明显寻址类关键词不能上线）
- 售卖周期：单订单售卖周期为1-4天，不超过4天
- 展现次数：每个cookie每个浏览器每天最多展现4次

07

品牌华表



展现样式：标准样式  
展现位置：网页检索页右侧首屏  
需求词触发：常规通用词、时效通用词  
计费方式：CPT

# THANKS

商业产品运营部