



百度信息流GD广告 投放玩法

玩法一：品牌安全 (Brand Safety)

- 广告主投放合约广告 (CPM) , 可选择开启『品牌安全』
- **歧义内容过滤**：系统可自动支持识别“歧义”内容，并在歧义内容中不展现信息流GD广告，**保证广告主品牌宣传环境**
- **品牌词过滤**：支持手动输入指定品牌词最多10个（竞品品牌词、本品负面品牌词等），起到**品牌保护**的作用

新品发布

公关宣传

舆情控制

内容营销

获取广告所在页面或信息流上下文
内容信息

AI智能识别分类、语义、语音、图像、
视频多维度信息

判断内容分类、标签、态度等是否命
中品牌安全策略

根据判断结果选择性触发广告，品牌
广告安全护航

歧义内容过滤



品牌词过滤



- 投放前可在系统选择是否开启（投放后不可改），该功能可优化广告上下文环境，屏蔽与产品具有较高敏感度的竞品、负面等内容
- 目前支持：CPM
- **无需溢价**
- “歧义”内容屏蔽
- 不影响保量

“歧义” 内容分类

- 灾害事故、敏感时政、法制（涉黄赌毒暴的新闻报道）、封建迷信、低俗亵渎、恐怖不适、敏感战争、冲突悲剧等
- 品牌词过滤-竞品品牌词场景/本品品牌词负面场景

“歧义” 内容屏蔽示例

- 汤兰兰案疑点破解 当事人回应遭全家性侵：获刑11人没一个冤枉
- 江西殡葬改革现“抢棺砸棺” 执法队进村强行抬走捣毁
- 安徽一辆货车与油罐车相撞致8死3伤 2名犯罪嫌疑人被批捕
- 台风“莫兰蒂”造成福建18人死亡、11人失踪 损失169亿元



GUCCI



LV



*屏蔽比例 = 屏蔽量 / (屏蔽量 + 展现量)

玩法二：“心传”软文+内容ID定向，打造内容营销闭环

- 广告主提供过审百家号内容，通过信息流GD保量投放，展现样式（大图、三图、单图）免广告标
- 支持手百APP列表页推荐频道，标题和品牌名称根据软文自动获取，不需要单独提供，落地页为百家号文章
- 心传结合内容相关性定向（内容ID定向），打造内容营销闭环



手百推荐列表页，
免广告标展现

百家号过审的优质内容，植
入品牌 and 产品信息

文章底部banner，追加投
放广告（内容ID定向）

跳转广告主落地页，
形成营销闭环

心传

内容ID定向

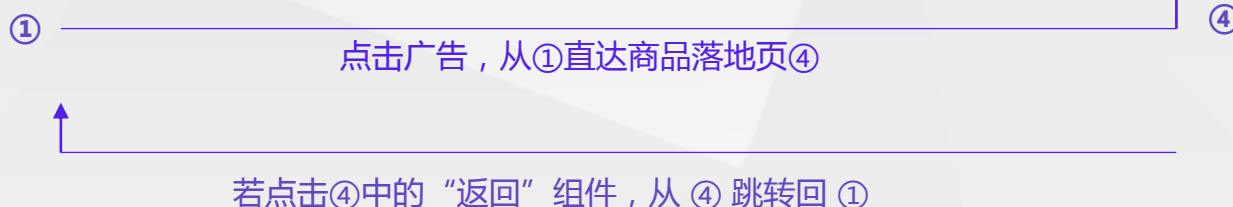
玩法三：信息流GD+deeplink

支持单链和双链调起两种形式，提升商品购买转化

单链
(H5页面加代码即可，
无需单独开发)



双链
(需双方技术对接开发)



deeplink双链—已支持名单



双链名单填写规范





玩法四：品牌Always（搜+推）

针对搜索行为的意向用户，通过信息流GD重定向营销，影响意向用户心智

双擎定位触达

可播放视频

手百APP搜索
品牌词/产品词/竞品词/通用词



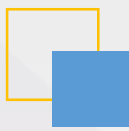
如有品专，则触发品牌专区

当用户刷新推荐列表页



展示信息流GD广告

——搜索过某query的用户，回到百度APP刷新信息流，购买该query的客户信息流广告即可展现——



品牌Always（搜+推）— 案例

- 客户：Gucci
- 推广诉求：品牌官网推广



- 客户：度小满
- 推广诉求：网贷推广



玩法五：品牌Impact

【品牌Impact】，是**开屏CPM**与**信息流GD**联动投放的广告产品

黄金资源联动

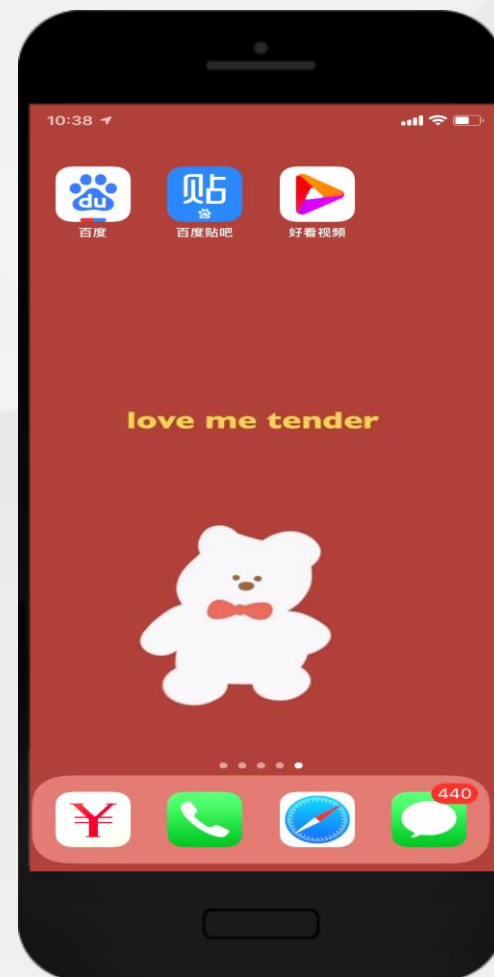
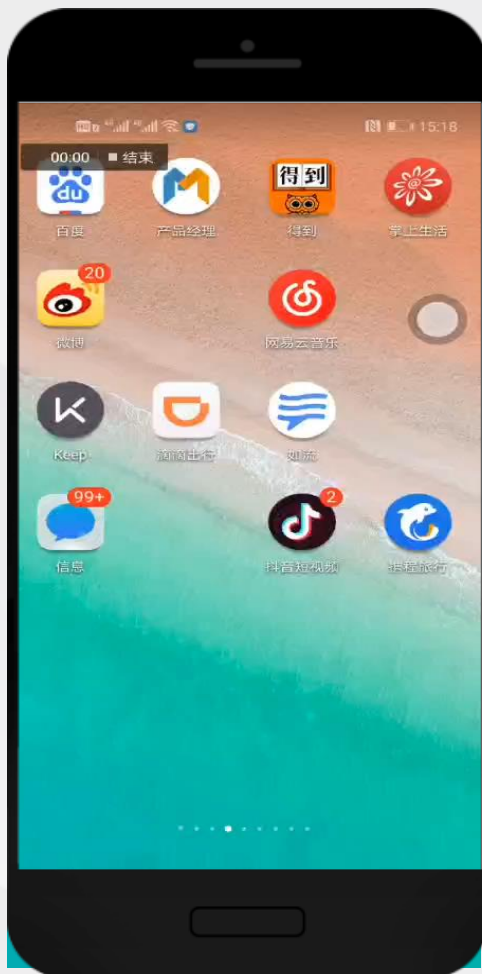
“开屏+信息流”顶级优质资源联动，满足广告主的广泛传播诉求

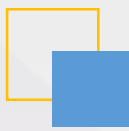
沉浸式体验

开屏和信息流联播，全程无缝顺滑连接，为用户营造沉浸式氛围和体验

多重触达

开屏展示品牌核心元素，信息流二次触达，加深用户记忆，提升用户对品牌的认知度。





品牌Impact-视频联播 展现样式

【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-图片联播 展现样式

【完整过程演示】



【过程拆解】

① 开屏5秒展现



② 播放转场动画



③ 信息流广告展现



【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

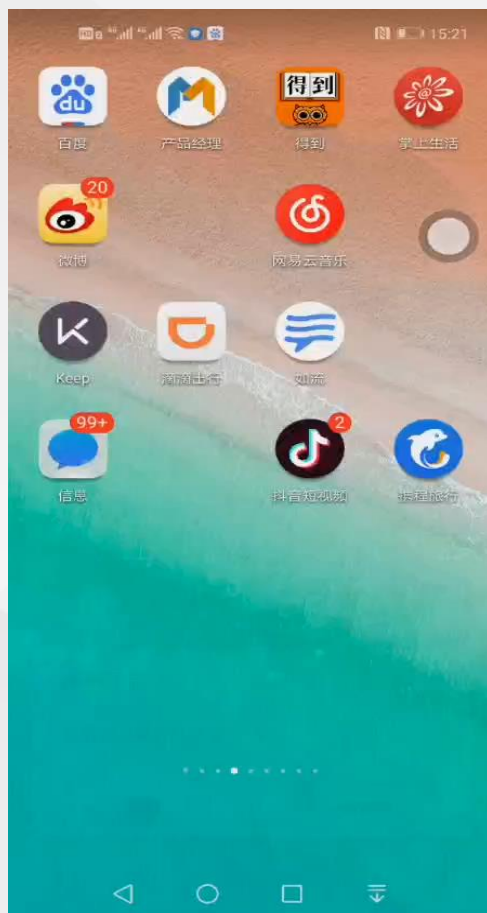


③ 联投信息流展现

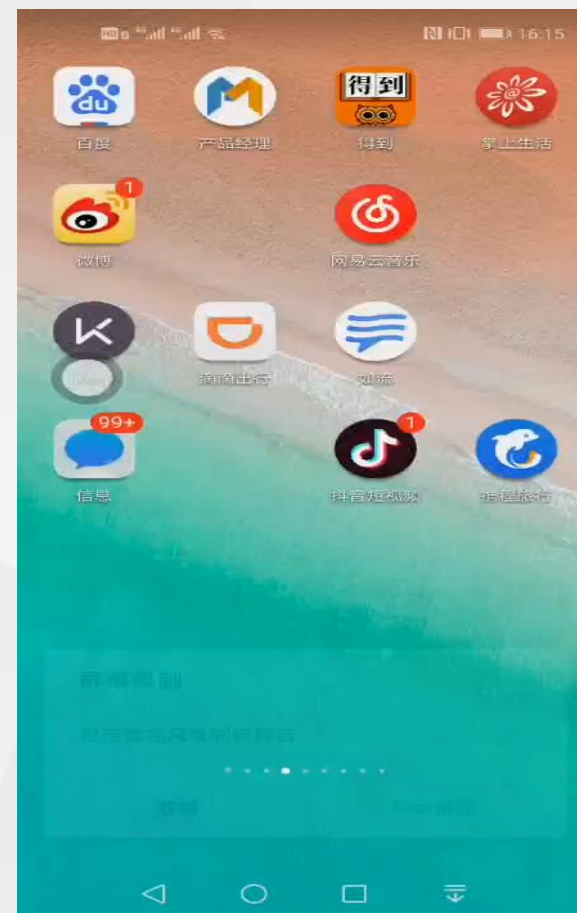




汽车：比亚迪



汽车：奔驰



玩法六：聚屏+信息流GD — 线上线下整合营销

以移动互联网和物联网覆盖用户24小时生活圈为主路径





聚屏+信息流GD — 投放策略

选定目标用户聚集场景投放聚屏广告

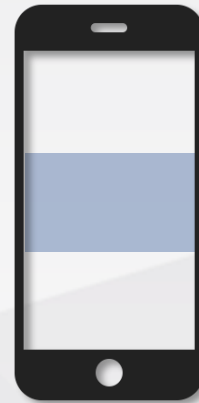


线下

选择目标用户聚集的户外场景
投放聚屏广告，触达目标用户人群

圈定聚屏广告覆盖用户，投放信息流广告

- **定向策略1**：同地域、同LBS定向、同人群包定向（适用广泛，尤其适合大区推广、城市推广、门店类商圈推广等）
- **定向策略2**：聚屏投放后，解析聚屏触达人群cuid，重投feed广告（适用于高预算的全国性推广，且须聚屏触达人群量级高）



信息流GD广告

线上

对聚屏广告触达用户投放信息流广告，在原生内容环境下潜移默化影响用户心智，实现
线上线下不同场景下的精准饱和攻击

助力中国马镇（旅游客户）实现品牌回搜率大幅提升



旅游 | 发展型企业 | 聚屏·信息流GD

曝光量
1039万

触达人次
218.36万

回搜人数提升
119.92%

线下：中高端居民楼电梯电视



线上：基于同一LBS定向，投放信息流GD



大图视频样式，场景化沉浸式体验

大图样式，更加吸睛

三图样式，原生化场景丰富展现



百度信息流合约广告

谢谢观看！