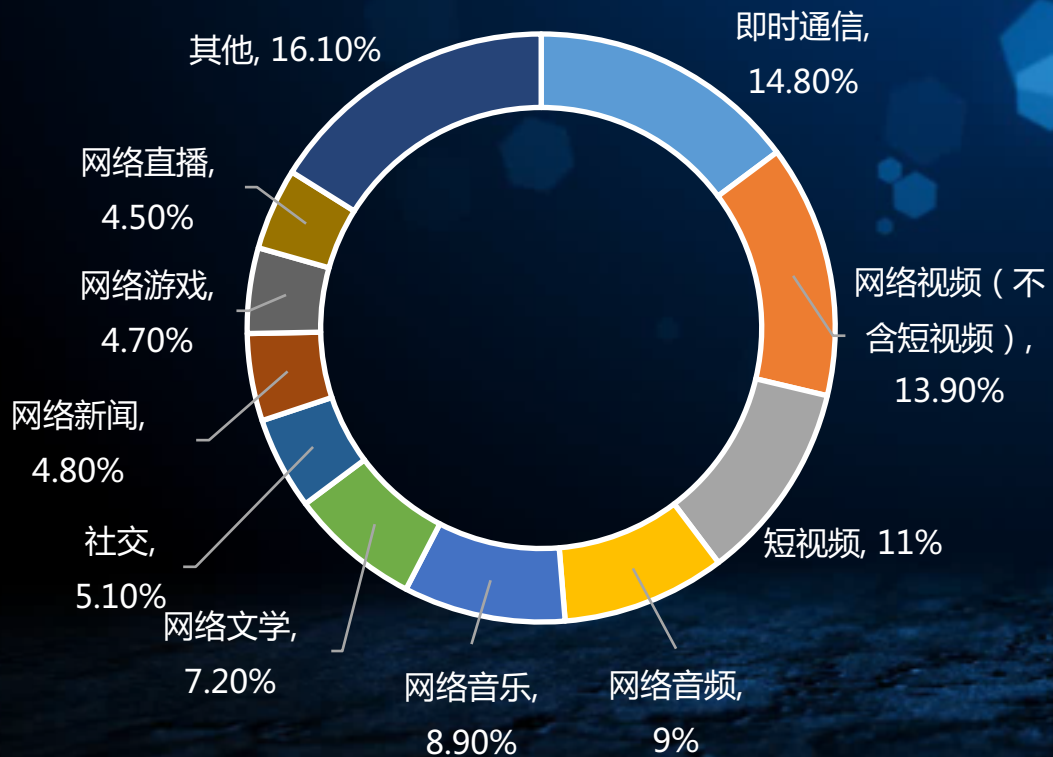


广告无处不在 拓展更多商机

百 青 藤 投 放

场景碎片化导致用户时间碎片化



27 款

平均每用户
安装应用数

16 款

平均每用户
每日启动应用数

数据来源：CNNIC 《第45次中国互联网络发展状况统计报告》2020年4月28日
<http://cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwjtbg/202004/P020200428399188064169.pdf>

如何抢占碎片化的用户时间？

百青藤独有优势：流量全方位覆盖碎片化时间，全面了解用户意图

优势1
全方位流量覆盖

覆盖小说、厂商、视频类、工具类等主流媒体
日均150亿流量

优势2
独有的意图搜索引擎

用户行为
200亿条数据



千人千刻千面
200万种意图标签

百 青 藤

百青藤优势1：全方位流量覆盖

移动流量

150亿+ 日均广告流量
7亿+ 网民大数据画像
98% 网民覆盖
60万+ 媒体

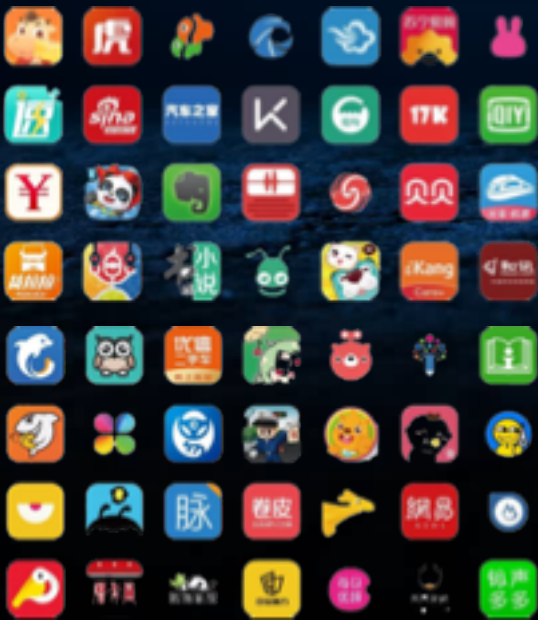
PC流量

42亿+ 日均广告流量
80% PC网民覆盖
1.5万+ 域名媒体合作

视频类



更多媒体...



生活类



工具类



资讯类



工具类



生活类



生其他



百青藤优势2：独有的意图搜索引擎

意图-百度独有优势 精准捕捉TA实时意图

注：意图定向综合了网民浏览行为、LBS行为、交易行为，搜索行为

用户行为
200亿条线索

千人千刻千面
200万种意图标签

电动汽车保养
特斯拉车型对比
宝马电动汽车

汽车之家.....
奔驰车系解读.....
电动汽车论坛.....

奔驰4S上海陆家嘴
到访地 宝马4S世纪公园店
特斯拉经销商

金属车内摆件
商业保险
欧洲自由行

- 搜过什么
- 看过什么
- 去过哪里
- 买过什么



用户属性 男 35岁 硕士
中高档消费人群

用户意图 高端电动汽车- 购买阶段

用户兴趣 环保、汽车、旅行
金融、投资.....



1 百青藤投放 流量篇

2 百青藤投放 产品能力篇

3 百青藤投放 案例篇

4 百青藤投放 操作篇



1

百青藤投放流量篇

- 百青藤移动流量
- 百青藤PC流量
- 爱奇艺投放管家

1.1 百青藤媒体资源-移动

流量资源丰富，碎片化场景全覆盖

150亿+ 日均广告流量
7亿+ 网民大数据画像

98% 网民覆盖
60万+ 媒体

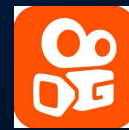


媒体类型丰富，全网feed流量全覆盖

◆ 视频类



爱奇艺



快手

◆ 生活类

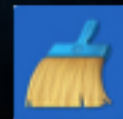


铃声多多



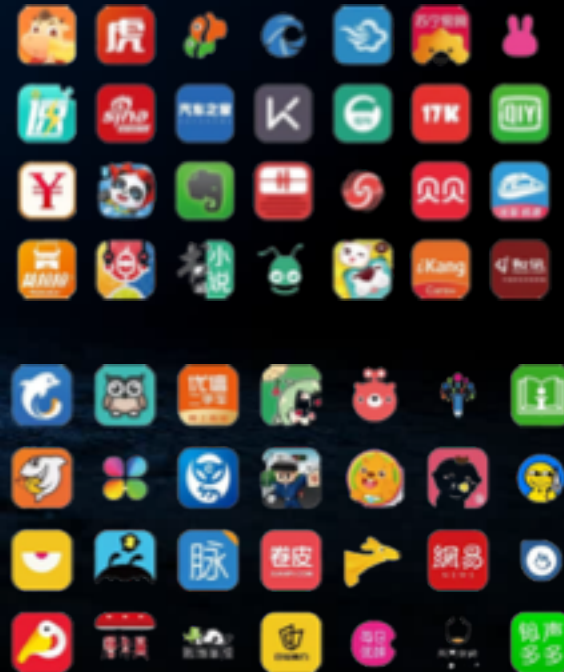
墨迹天气

◆ 工具类



猎豹清理大师

◆ 更多媒体...



1.1.1 百青藤媒体-移动-各类优质媒体资源-小说/工具类等

七 猫 小 说

宜 搜 小 说

- 开屏
- 章节末信息流大图
- 横幅



- 开屏
- 章节末信息流大图



猎 豹 清 理 大 师

W I F I 万 能 钥 匙

- 信息流
- 应用锁场景左文右图



- 信息流列表页大图
- 信息流小图



1.1.2 百青藤媒体-移动-各类优质媒体资源-手机浏览器类

列表页

详情页

支持物料样式：

- **小米：**
大小三图、大小三图下载
视频链接、视频下载；
- **oppo：**
大小三图、大小三图下载
- **vivo：**
大小三图



1.1.3百青藤媒体-移动-丰富的媒体样式

◆ 开屏类：主流开屏媒体(重点推荐，支持包段)



七猫



惠头条



影视大全



免费追书



中青看点



易搜小说

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）



◆ 横版视频类：下载无弹窗



小米



oppo



七猫



◆ 竖版视频类



快手

瀑布流广告位

滑滑版 / 极速版



1.1.4百青藤媒体-移动-丰富的媒体样式

充沛流量+丰富样式，广告展现无死角

Feed样式：大小三图、大小三图下载

开屏样式

横幅



大图



三图



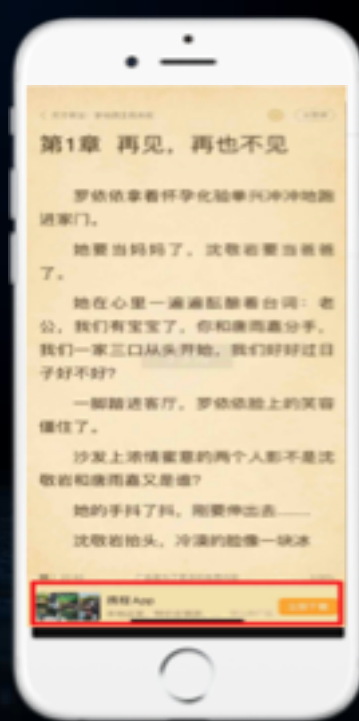
大图下载



小图



动\静态开屏



横幅

1.2 百青藤媒体-PC流量

百度系+百青藤全网流量资源

42亿+ 日均广告流量

80% PC网民覆盖

1.5万+ 域名媒体合作

覆盖多种媒体类型

➤ 资讯类



➤ 工具类



➤ 生活类



➤ 其他



1.2.1百青藤媒体- PC-优质媒体

2345导航

• 首页信息流



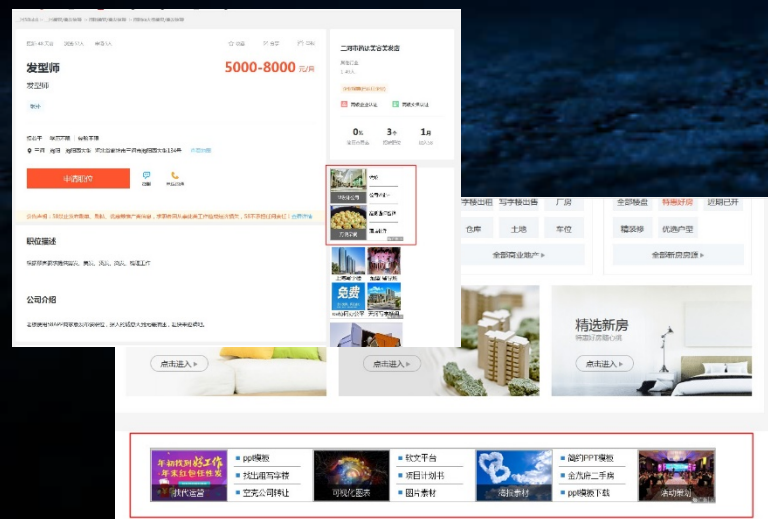
新浪网

• 首页橱窗及横幅 • 详情页信息流



58同城

• 商户详情页右侧橱窗与底部信息流



爱奇艺客户端

• 播放页面右侧橱窗



1.2.3 PC百青藤广告样式：信息流样式/非信息流样式

PC信息流—大、小、三图样式（流量占比约50%）

PC非信息流样式—可深度自定义，合理利用页面每一处位置



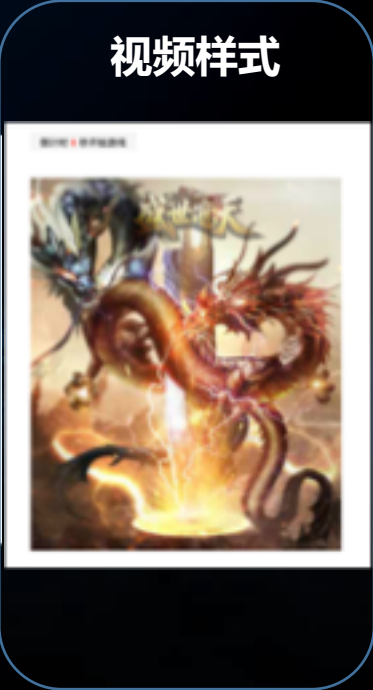
小图样式



三图样式



大图样式



1.3 爱奇艺投放管家优势：海量用户覆盖，更年轻的主流消费人群

拥有信息流、焦点图、视频关联位、贴片、播放页推荐等广告资源，满足广告主不同场景的投放需求

优势4：广告资源丰富

4

1 优势1：海量触达

1.8亿DAU，6.96亿月独立设备，3.5亿h全平台播放时长，国内第一大视频广告平台

爱奇艺投放管家

优势2：定向精准

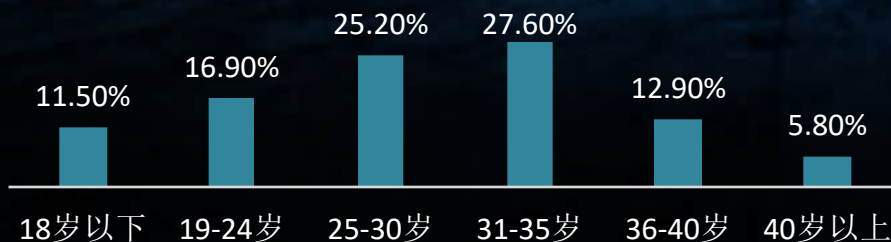
2

Factor 2
依托“百度×爱奇艺”强大的数据分析能力，结合爱奇艺独有观影兴趣定向，实现对用户的精准识别，提升广告主投放效果

优势3：付费能力强

付费会员1.07亿，更年轻的主力消费人群

3



1.3 爱奇艺投放管家：广告位实例



信息流
图文2:1
横版视频



焦点图
图文2:1
横版视频



播放页推荐
横版视频
文案可渲染



贴片
横版视频

2

百青藤投放 产品能力篇

- 媒体类：定向\媒体专项报告\媒体包管理
- 应用直投
- deeplink应用唤醒

2 产品能力全景

模块	分类	百青藤功能汇总
计划	推广对象	网站链接 APP下载 商品广告
单元	投放流量	优选流量 自定义-百青藤 爱奇艺投放管家
	定向设置	人群包、意图、兴趣、基础定向等功能
		媒体包
	计费方式	CPC CPM oCPX
创意	样式	信息流（大图、三图、单图）、开屏、横幅、视频
	图片上传	1次上传多尺寸图片/自动裁切
其他	其他	deeplink应用唤醒 应用直投

2.1.1 产品能力-媒体定向-多种优质媒体流量包

为广告主精挑细选的优质流量包

视频、小说
优质媒体包



优化目标：目标转
化成本的提升

手机厂商
优质媒体包



优化目标：目标转
化成本的提升

表单优质媒体包



优化目标：注册/咨
询提升

下载优质媒体包
(白名单)



优化目标：激活/下
载提升

金融行业媒体包
(白名单)



优化目标：注册/咨
询提升

2.1.2 产品能力-媒体ID报告-精细化优化广告效果

媒体ID转化报告：推广报告--百青藤专项报告中，披露分媒体ID维度的转化数据报告。帮助广告主用最直观的方式优化广告效果。**通过数据分析，利用媒体ID屏蔽功能，屏蔽表现略差的媒体。**

适配客户解析

客户类型	客户举例	建议媒体ID效果监测方式	优点	缺点
未做oCPC投放/考核后端效果的客户	CPC投放、或考核后端订单、ROI的客户	点击监测中加入{{MEDIA_ID}}通配符	广告主只要有监测能力，对接媒体ID后，可以分媒体ID查看各项转化效果	对广告主的监测能力有要求
做oCPC对接/考核前端效果的客户	如激活、表单提交	看媒体ID转化报告进行分析	百度根据oCPC回传的转化数据，帮助广告主与媒体ID做拼接，形成媒体ID维度数据报告，更加直观方便	只能监测到客户回传的转化数据

注意：

- 1. 不论使用上述哪种方式进行分媒体ID的效果监测，都必须开通媒体ID定投白名单才可生效，申请方式联系各单位接口人统一申请。
- 2. 开通媒体ID定投白名单后，不论是使用媒体包投放还是媒体ID定投，都可使用上述功能，不局限于ID投放方式才能看到分媒体ID的报告。
- 3. 使用媒体ID转化报告，**建议多进行数据积累，分析多天转化数据，来判定媒体的适配性。**

2.1.3 百青藤典型功能：媒体包管理-筛选打包投放，双效提升

- 筛选优质媒体，自定义打包投放，集中获取更多优质流量
- 可根据业务需求，筛选想屏蔽媒体，自定义打包，进行屏蔽
- 建议: 尽量多选取媒体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

账户工具

定向工具

定向包管理

我的定向包

意图词推荐

意图词推荐工具

我的意图词包

媒体包管理

媒体ID筛选

媒体包管理

媒体ID筛选

媒体包管理

+ 上传媒体ID

生成定向包

生成屏蔽包

自定义列

下载

2020/4/12-5/11

<div><div></div><div></div></div>	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								

2.2 应用直投—缩短转化路径，提高转化率

- **定义：**通过应用商店直投功能，可实现跳转到手机的应用商店并进入该应用详情页，直接进行下载并且安装。
(应用商店直投，又称商店url_schema功能)
- **应用商店直投的优势：**明显缩短转化路径，提高转化率，降低转化成本；
 - 1、跳转到应用商店app详情页时点击下载，**下载+安装同步完成**，等待时间更短，流失率更低；
 - 2、同时支持下载链接和落地页两种方式；
 - 3、优先跳转对应手机系统应用商店安装详情
- **使用条件：**客户必须使用**点击归因**，且app必须在对应应用商店上架



- 原下载链路：**多次确认安装，耗损用户达20%以上。人群越下沉，耗损比例越高。**

视频播放：某客户应用直投应用实例

1、展示广告开始下载 2、确认是否允许安装 3、确认安装、提示去手机应用商店安装 4、继续安装 5、安装完成，打开APP

- 应用商店直投下载链路：

1、展示广告开始下载 2、跳转手机应用商店，点击开始安装 3、静默安装，打开APP

2.3 Deeplink应用唤醒-场景还原的老用户召回

适配客户：针对已安装某 APP 的老用户，进行重新唤醒的投放需求。



3 百青藤投放案例篇

- 表单类：教育行业案例
- App下载：交友类—人群包+厂商应用直投
- App下载：文化传媒—人群包+基本鱼应用直投
- App下载：零售--RTA

3.1 百青藤标杆-表单类：职业教育

- 投放产品：消防工程师报名
- 客户诉求：成本达标情况下稳定投放

投放经验分享

- 媒体&定向：百青藤媒体本身高度适配职业教育类客户，建议不限媒体和定向投放
- 出价：oCPC
- 创意：报考资格查询、考后收入年薪等相关素材
- 落地页：顶部显示已有XX人查询，底部轮播用户XX分钟前刚查询，吸引用户



全国重点消防培训

2020一级注册消防工程师资格考试

6秒查询报考条件

准确的查询结果

2020年一级注册消防工程师资格考试

2020年一级注册消防工程师报考条件。新增14个相关专业
学历工作年限计算方法变动，部分专业免考两科

测一测你是否符合报考条件

Test whether you meet enter oneself for an examination condition

- 已有**38610**人查询 -

学历*

☐ 硕士 ☐ 本科

☐ 专科 ☐ 其它

年龄*

☐ 24-32岁 ☐ 33-48岁

☐ 49岁及以上

姓名*

请输入姓名

电话*

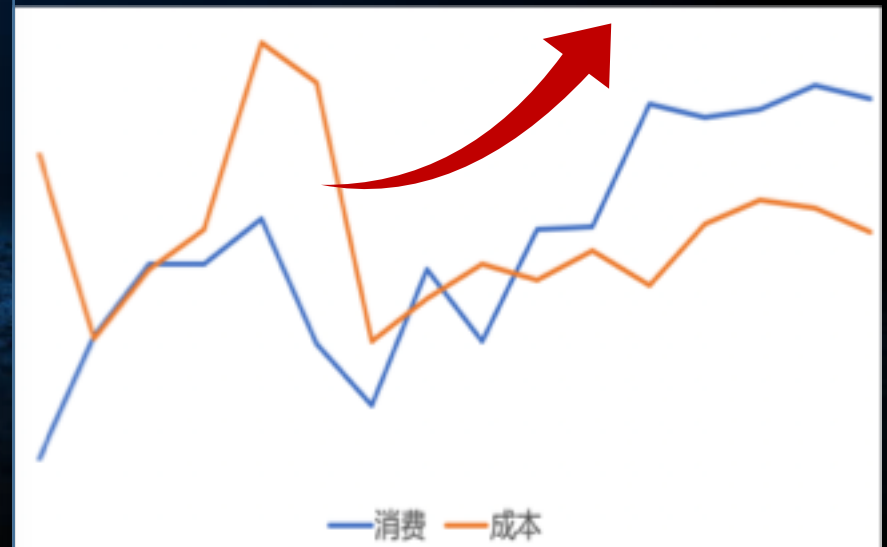
请输入手机号

获取查询结果

孙* 157****3910 3分钟前

投放效果

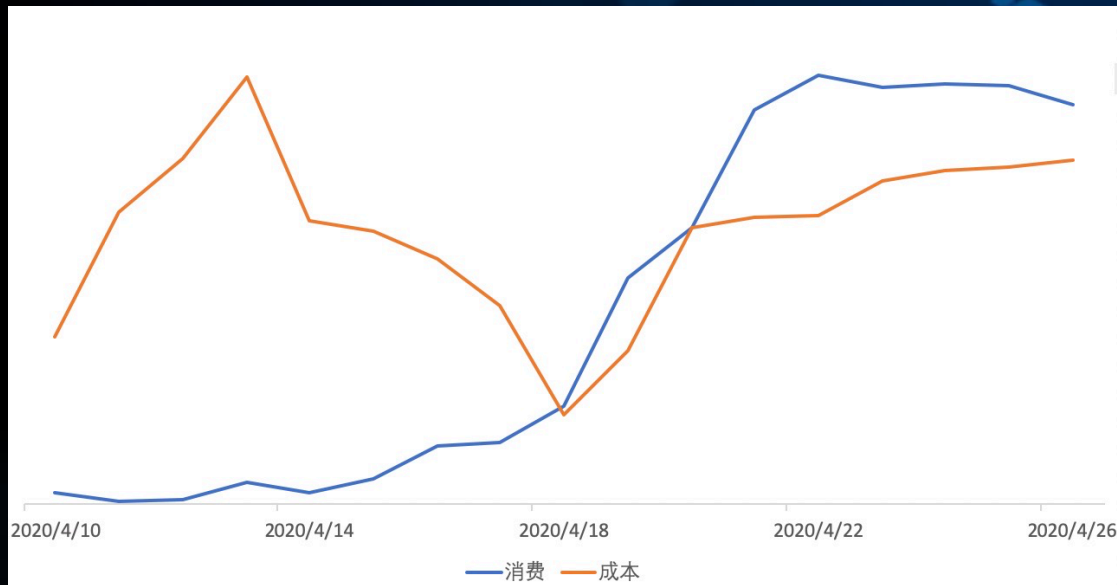
每日消费撞线，且成本比账户平均成本低**17.2%**



3.2 百青藤标杆-APP下载-交友类：已验证【人群包+厂商应用直投】

投放效果：4.10开启投放，消费迅速增长，注册成本均达标。

优秀实践：人群包挖掘+定投厂商媒体（小米浏览器）



— 消费

— 注册成本



优秀实践：

- **人群包挖掘：**检索端挖掘交友行业人群，交友行业客户搜索推广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

3.3 百青藤标杆-APP下载-文娱传媒，已验证【人群包+基本鱼应用直投】

案例2：七猫-文娱传媒行业

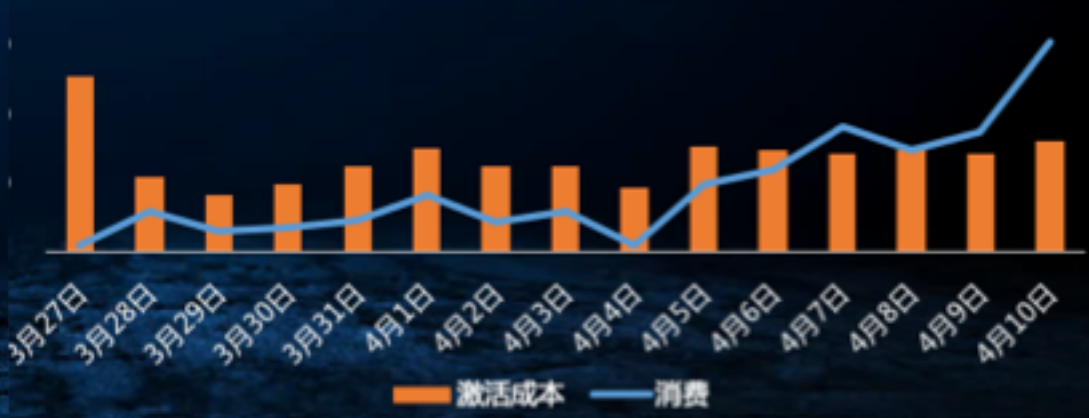
投放效果：保障激活成本和次留成本的情况下稳定放量，日消快速达到5w+

媒体选择：小米浏览器



优秀实践：

- 人群包定向：**搜索推广七猫点击未转化人群**，其他同行业人群正在挖掘，用于放量
- 落地页-基本鱼应用直投：用户看了部分小说内容再下载，留存率极高，平均40%



CVR (激活量/点击量) 趋势



3.4 百青藤标杆-APP下载-零售-RTA：精准拉新，成本稳定消费攀升



- 手淘用户增长需求大，成本达标情况下，预算无上限
- 整体装机量级极大，老客率高，需精准识别、触达新用户
- 竞品联盟持续在投，为电商行业最大广告主之一

结合联盟特征主打爆款单品+新人红包，持续优化广告载体

广告创意

红包不用抢。淘宝免费送！15块钱不领白不领！

淘宝现金红包

¥15.00元

点击下载

今年最流行的鞋子，透气轻巧让你跑步更轻松！地域、特价包邮！

JING DIAN ZHI ZUO 男生经典之作

低至68

立即购买

广告落地页

聚划算百亿补贴 大牌补贴 好货低价

品牌正品补贴天天有

手机淘宝

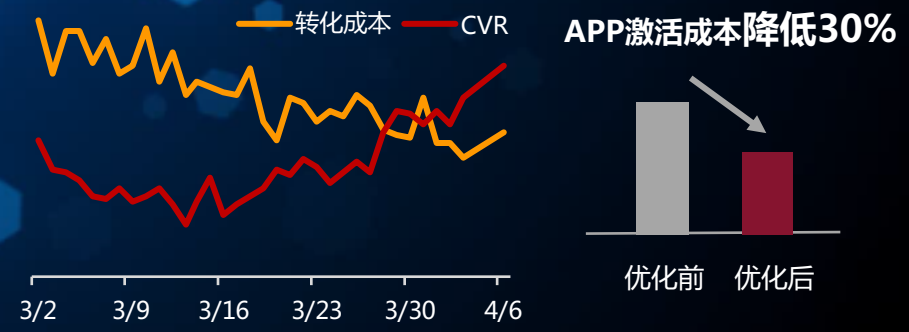
新人狂领 15元无门槛红包！

立即下载领红包

立即下载登录 大额红包送不停

马上抢红包

RTA精准触达目标用户，优量定投降成本



通过测试后快速扩量



- 客户反馈：认可百青藤投放效果，纳入广告常规投放渠道，Q2内成本稳定范围内、预算不限
- 已开启手淘拉活投放测试



4

百青藤投放

操作篇

4.1 实操篇-定向-媒体定向

勾选媒体包

流量选择 请勾选投放流量，保存单位不可更改

投放范围

定向设置

媒体定向

定向设置

可选媒体包(20)	全选	已选媒体包 (3/10)	单选
爱奇艺	<input type="checkbox"/>	爱奇艺	<input checked="" type="checkbox"/>
快手	<input type="checkbox"/>	快手	<input checked="" type="checkbox"/>
腾讯视频	<input type="checkbox"/>	手机厂商包	<input checked="" type="checkbox"/>
工具行业包	<input type="checkbox"/>		
教育培训服务	<input type="checkbox"/>		
手机厂商包	<input type="checkbox"/>		

地域

年龄

性别

人生阶段

学历

投放

- oCPC出价 (荐)

查看媒体报告

媒体	转化成本
A	优秀
B	达标
C	超标

【媒体包管理中】 筛选适配媒体

媒体	转化成本	动作
A	优秀	增加预算
B	达标	增加预算
C	超标	屏蔽媒体ID

4.2 百青藤PC：投放入口及设置说明

新建推广计划

所属账户: searchlab

1 推广计划

营销目标

计划设置

2 推广单元

单元设置

流量选择

定向设置

投放出价

营销目标

网站链接

应用推广

商品目录

电购店铺

门店推广

小程序

计划设置

导入已有计划

新建推广单元

×

推广计划

营销目标

计划设置

2 推广单元

单元设置

流量选择

定向设置

投放出价

其他设备

单元名称

3 推广创意

创意生成方式

品牌头像

落地页信息

创意内容

创意组件

单元设置

导入已有单元设置

推广业务

请输入或选择推广业务

找不到您的推广业务? 请反馈

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

默认

百青藤

自定义

投放流量

移动

计算机

定向设置

导入已有定向包

媒体定向

不限

精选媒体包

自定义媒体包

定向逻辑

可选媒体包(20)

全选

选项01

选项02

选项03

选项04

选项05

选项06

已选媒体包 (3/10)

清空

选项01

选项02

选项04

地域

不限

省市

年龄

不限

18岁以下

18-24岁

25-34岁

35-44岁

44-54岁

54岁以上

人群覆盖

手百低于1千日活用户

百度贴吧低于1千日活用户

好看视频低于1千日活用户

定向覆盖人群数过少

预估展现量

3,562-1万次

每日曝光量

定向覆盖人群数过少

流量选择

投放范围: 百青藤

投放流量: 计算机

定向信息

年龄: <18、35-44、>44

学历: 大专、高中及以下

- PC投放的计划，仅支持在网站链接目标下创建，不支持应用推广等目标
- 网站链接下，仅支持单选百青藤时创建，其余情况，不支持投放pc广告
- 单选百青藤后，选择投放流量为计算机投放，即可投放PC广告

4.3 爱奇艺投放管家：入口

入口
①



(1) 登录www2.baidu.com进入一站式服务大厅

(2) 在营销服务下选择“爱奇艺投放管家”

入口
②



(1) 进入百度营销服务市场
fuwu.baidu.com

(2) 选择“应用管理”下的“爱奇艺投放管家”

4.3.2 爱奇艺投放管家：设置说明-定向

定向设置：

计划



日预算

可独立设置爱奇艺预算，当天预算冻结（今日冻结预算）修改预算后，第二天生效

推广计划

营销目标

计划设置

2 推广单元

定向设置

投放出价

单元名称

3 推广创意

共用信息

创意列表

定向设置

地域

不限

省市

年龄

不限

18岁以下

18-24岁

25-34岁

35-44岁

45-54岁

54岁以上

性别

不限

男

女

兴趣 ?

不限

兴趣

观影兴趣

不限

自定义

人群包 ?

不限

定向人群

排除人群

操作系统

不限

iOS

Android

APP行为 ?

不限

自定义

网络 ?

不限

Wi-Fi

移动网络

收起高级选项 ^

地域

支持北上杭等一线城市投放

兴趣

综合网民的浏览、搜索及应用内行为的表现综合判断人群兴趣标签

观影兴趣

新增观影偏好定向，如偶像、谍战、校园、悬疑等

人群包（1期暂不支持）

定向投放/排除特定人群，暂不支持与兴趣、观影兴趣同时使用

4.3.3 爱奇艺投放管家：设置说明-出价

投放出价

优化目标

转化

点击

曝光

播放

付费模式

oCPC

* 推广URL

选择已有页面

[新建推广页面](#)

线索收集类转化仅支持基本鱼落地页

出价模式

转化出价

* 转化名称 ②

请选择或搜索

[新建转化](#)

* 目标转化

请选择

* 目标转化出价 ②

元/转化

该出价方式系统已支持超额返款，详细 [返款规则](#)

单元名称

* 单元名称

单元SMm_6_11_15:43

投放出价

优化目标

转化

点击

曝光

播放

付费模式

按有效播放次数计费，观影时间>=10S计为有效播放

出价

元/单次播放

优化目标

新增“有效播放”（CPV）目标，观看时长≥10s计为有效播放

回顾篇

篇章	章节
百青藤流量篇	百青藤移动流量
	百青藤PC流量
	爱奇艺投放管家
百青藤产品能力篇	媒体类：定向\ 媒体专项报告\媒体包管理
	应用直投
	deeplink应用唤醒
百青藤案例篇	表单类：教育行业案例
	App下载：交友类—人群包+厂商应用直投
	App下载：文娱传媒—人群包+基木鱼应用直投
	App下载：零售--RTA



T

H

A

N

K

S