



直播百态，激活营销新形态

百度直播生态洞察报告

百度营销中心
2021.01

CONTENTS

百度直播生态发展

- 直播主播：形成多类型直播主播生态
- 直播用户：形成稳定增长的直播用户生态，看播习惯逐步养成
- 直播行业：知识&服务是优势场景，消费品是机会场景

百度直播营销生态

- 三大能力助力企业直播营销诉求达成



01

百度直播生态发展

- 直播主播：形成多类型直播主播生态
- 直播用户：形成稳定增长的直播用户生态，看播习惯逐步养成
- 直播行业：知识&服务是优势场景，消费品是机会场景

百度直播生态日趋完善

- 围绕百度移动产品矩阵构建直播生态，直播主播侧和直播用户侧高速发展，直播生态日趋完善；
- 直播主播生态多元发展，覆盖30+一级行业满足用户多场景需求，直播作者数增长317%；
- 直播用户看播习惯逐步养成，11月看播次数突破9亿次，通过多维度互动建立用户与主播联系。



数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月；此处增长率指2020年11月与8月直播相关数据的百分比变化

形成多类型直播主播生态

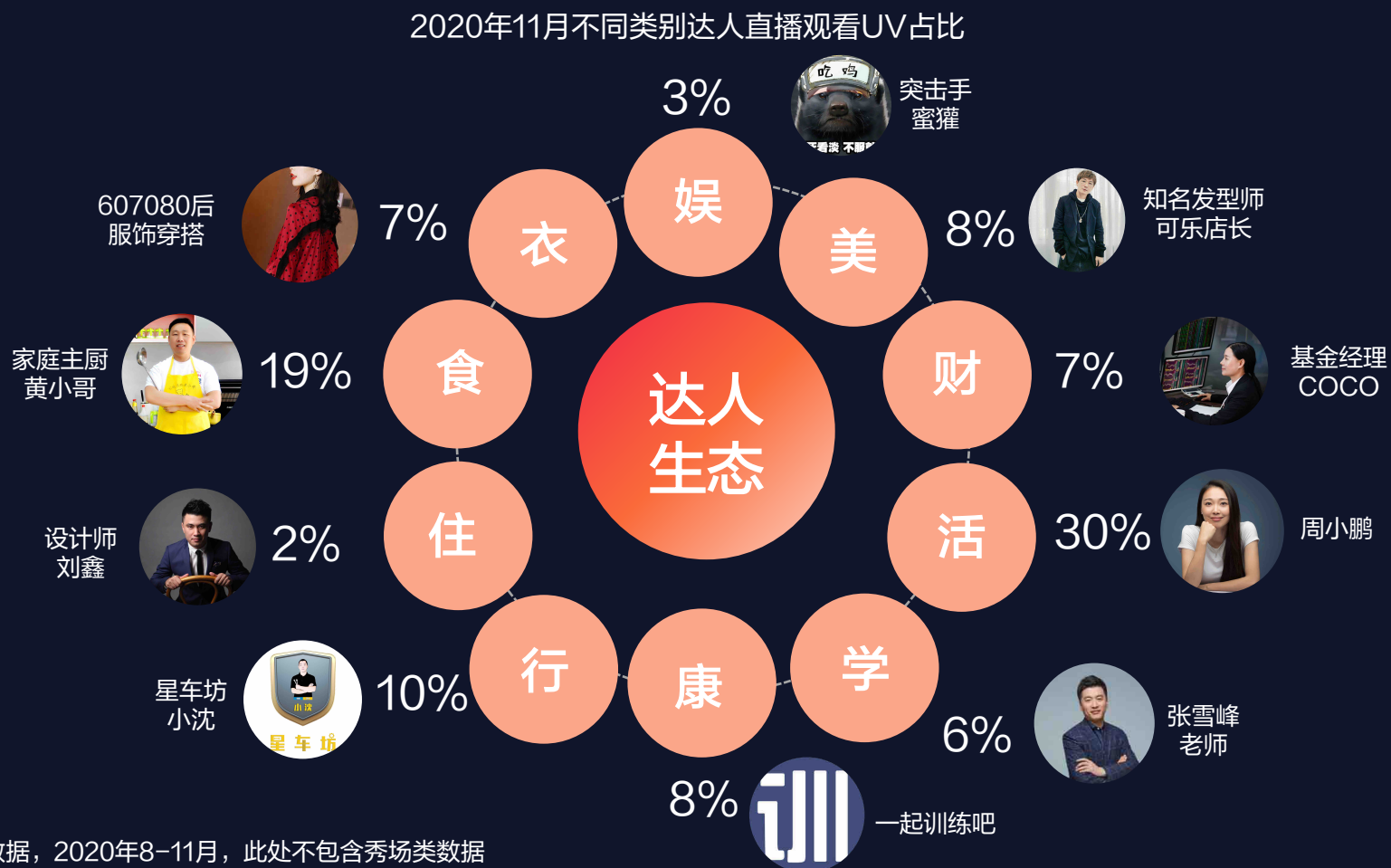
➤ 百度直播构建丰富的主播生态，包括达人创作者、企业、媒体和机构。



数据来源：百度直播大数据，2020年11月

达人生态是百度直播中坚力量

- 线下消费需求延伸至线上被直播满足，百度达人生态覆盖全面的生活娱乐场景，是百度直播中坚力量；
- 百度直播用户偏好不一，生活、食品和出行等品类直播需求旺盛排名TOP3。



数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月，此处不包含秀场类数据

用户打赏激励达人生态持续发展

- 生活破圈、认同支持、社交陪伴和阶层跃升等情感内因驱动用户打赏激励达人生态持续发展；
- 从分月打赏数据看，平均每个直播打赏价值逐步提升，10月较4月增长219%。

用户打赏情感动因

生活破圈

看直播能多人近距离围观别人，人都是有好奇心的嘛，就觉得很稀奇。

认同支持

看主播赢了一场难度很高的比赛会非常兴奋，感觉主播替我完成了自己平时很难完成的事。

社交陪伴

直播能聊天交友，不仅放松解压还能结识朋友。

阶层跃升

看直播能很容易和高颜值、有才华的主播说上话。

打赏
激励



2020年4月-10月平均每场直播打赏价值数据



企业直播是百度新生势力，直播成为企业常态化营销方式

- 随着直播生态完善，越来越多企业入驻百度开启直播，企业主播数在各类主播中增速最快达到83%；
- 线下营销场景转移线上，百度依托号阵地和基木鱼等基础能力构建全链路直播营销闭环，助力企业直播成为常态化营销方式。

2020年11月企业直播数据环比增长情况

企业主播数
+83%*
增速最快

主播侧

- 企业直播场数 +56%
- 企业直播时长 +74%

看播侧

- 企业累计看播人数 +50%
- 企业直播互动次数 +11%

直播常态化—企业打造线上直播营销闭环

认知影响

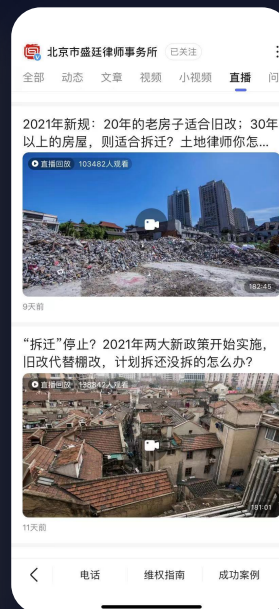
品牌阵地升级



1+1超级品专挂载
『企业百家号』

直播了解

常态化直播拆迁知识法规



每周5-6场直播，
峰值在线14万人次

线索留咨

案源及线索沉淀



四场直播连麦200+，沉
淀高质量线索

阵地升级

官方号+律师/业务号矩阵



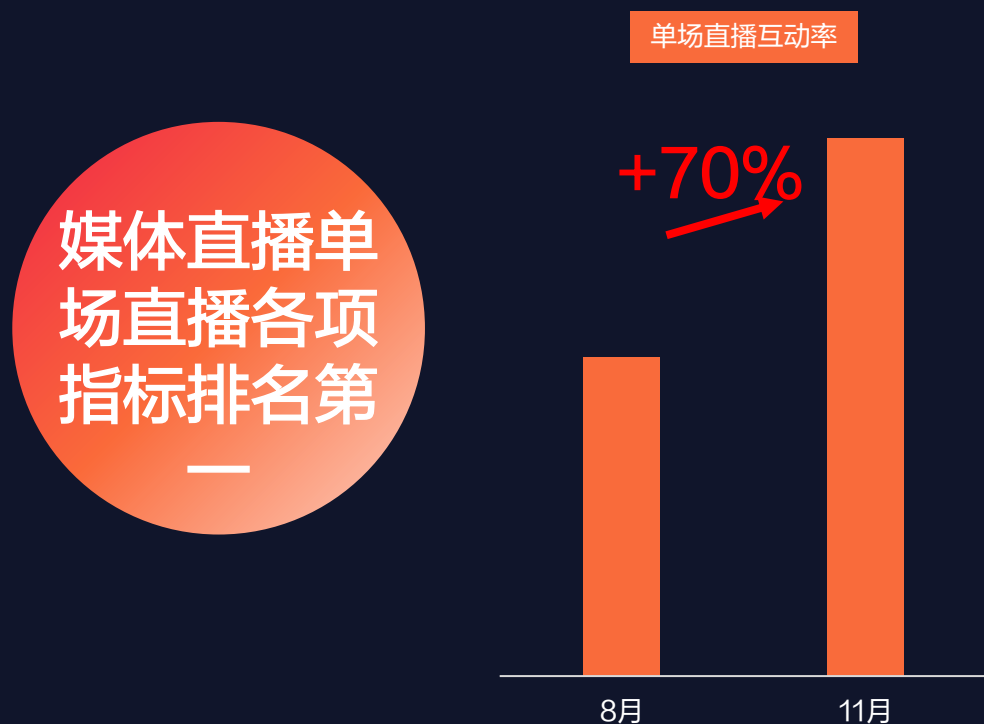
构建品牌阵地矩阵，持
续营销更多用户

数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月；*处数据指11月与8月的增长率

媒体直播吸引用户高互动

➤ 媒体直播以真实、时效、思想性的直播内容吸引更多用户互动，在各类直播中，媒体直播单场直播数据排名第一，其中单场直播互动率11月较8月增长迅速达70%。

2020年8月&11月媒体直播数据情况



数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月；

典型媒体直播案例数据



《正直播央视中秋晚会 李宇春鹿晗等明星邀你共赏明月升》

- 观看人数300W+
- 互动率13%



央视新闻

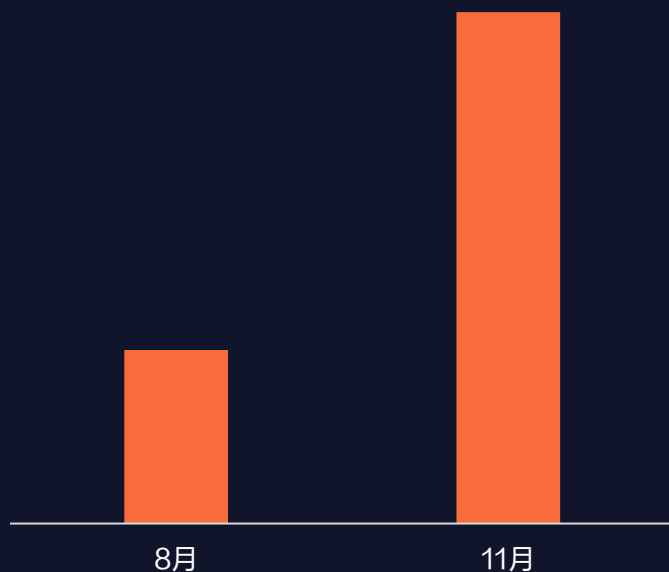
《在韩志愿军烈士遗骸归国：过水门最高礼遇致敬 已抵达烈士陵园》

- 观看人数120W+
- 互动率5%

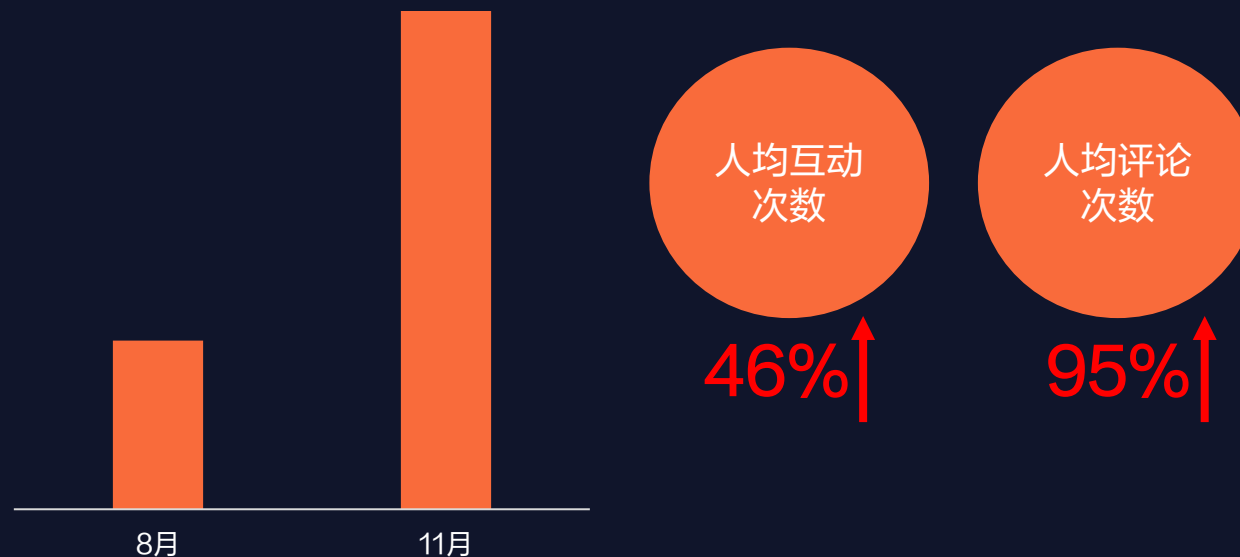
形成稳定增长的直播用户生态，用户看播习惯逐步养成

- 百度直播用户规模稳定增长，直播互动率稳定增长，用户看播习惯逐步养成；
- 人均互动次数增长46%，其中人均评论次数增速达95%。

2020年8月&11月看播用户规模



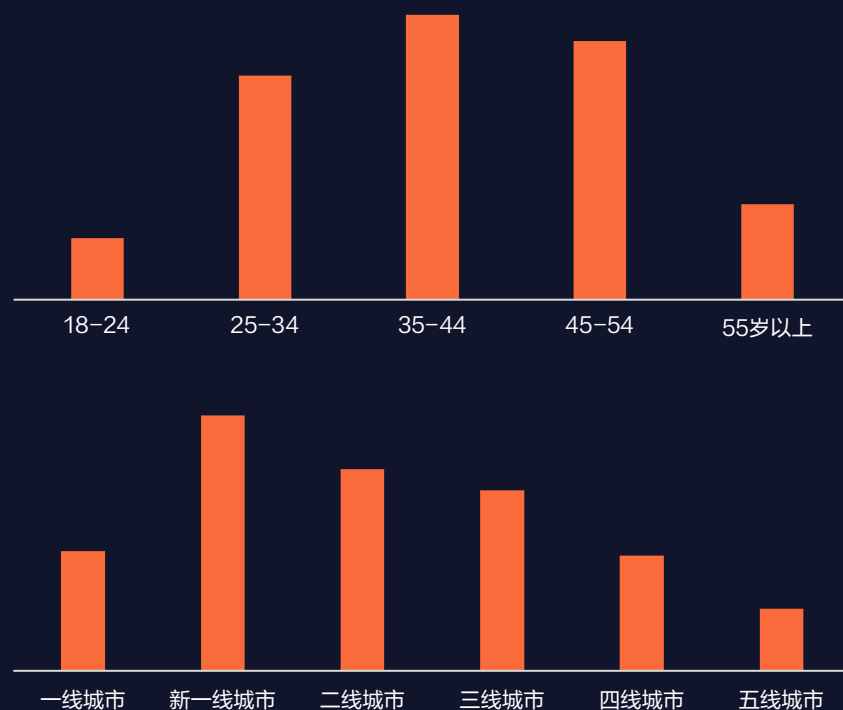
2020年8月&11月直播互动数据增长



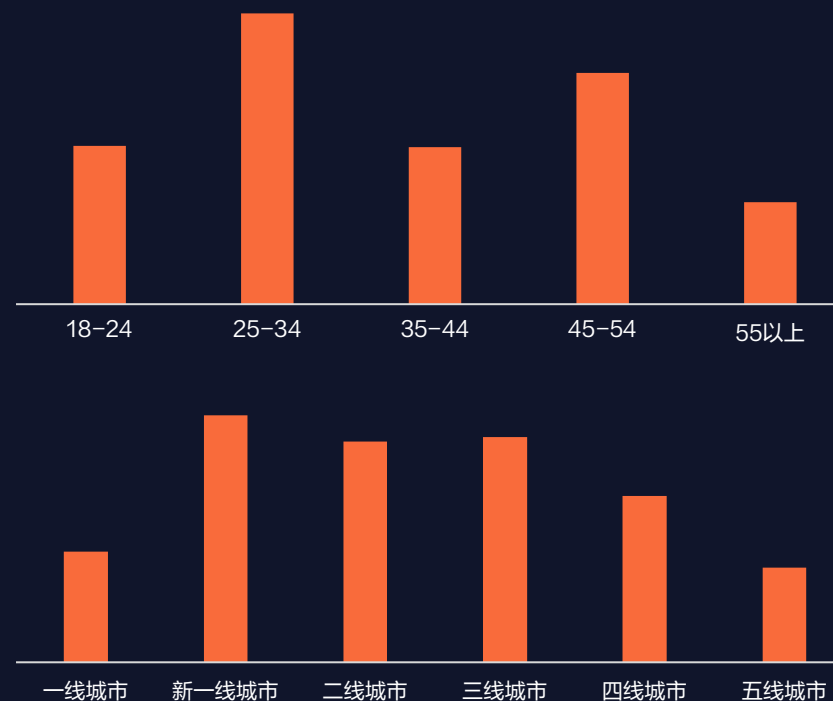
企业/媒体直播高线人群更多，秀场直播年轻下沉人群突出

- 企业/媒体通过泛知识内容直播吸引更多高线人群，35-44岁一线/新一线城市人群为核心人群；
- 关注秀场直播的人群中年轻下沉人群更多，年轻人群和下沉人群均占50%。

2020年11月企业/媒体直播人群画像



2020年11月秀场直播人群画像



数据来源：百度直播大数据，2020年11月；年轻人群包括18-34岁人群，下沉人群包括三/四/五线城市人群

知识&服务是百度优势场景，消费品成为百度机会场景

- 从不同行业直播发展趋势图看，11月知识&服务平均每个品类观看PV排名第一，处于优势场景；
- 食品、家居日化、汽车和个护等消费品类平均发展机会排名第一，成为百度机会场景。

2020年11月不同行业直播发展趋势图



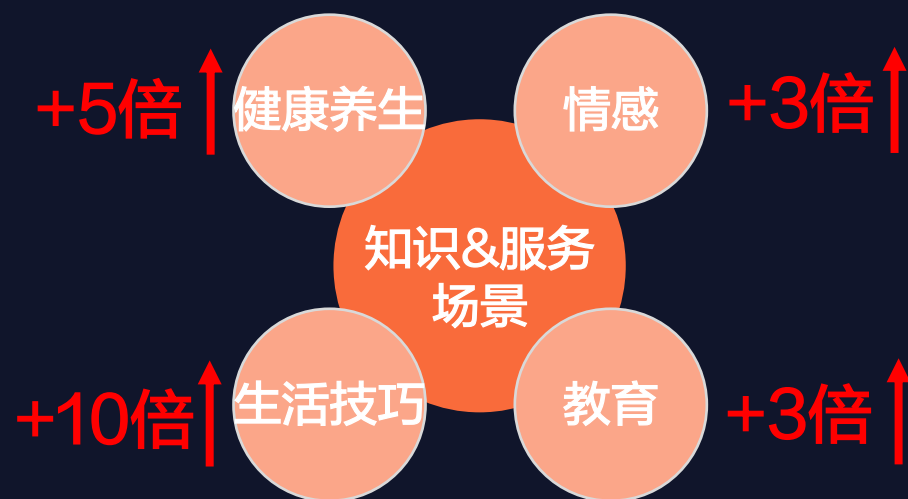
需：观看量

数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月；圈大小代表机会大小，圈越大机会越大，机会=观看PV增速/开播次数增速，增速指11月比8月的增速；

专业权威知识和直达服务构建百度直播优势场景

- 核心知识&服务场景行业提供愈发丰富的专业知识和直达服务，开播次数均倍速增长；
- 平台侧提供专业平台能力，达人侧和企业侧供给专业内容和直达服务，三侧发力构建优势壁垒。

2020年11月知识&服务场景开播次数增长数据



数据来源：百度直播大数据，2020年8-11月；此处增长率指11月比8月的增长率；

百度三侧供给专业权威知识和直达服务



用户消费需求激发消费品直播机会场景

- 消费品场景用户需求快速增长，TOP行业家居日化、汽车、个护清洁和美妆等行业均成倍增长；
- 百度直播贯穿消费品全链路、全周期决策场景，在决策各环节深度激发用户需求，给消费品行业带来广阔的直播想象空间，机会巨大、潜力无限。

2020年11月消费品场景观看次数增长数据



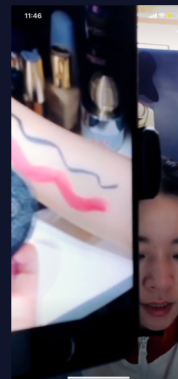
覆盖美妆
全链路场景

种草

长草

拔草

覆盖消费品场景全链路需求



多款商品比较

驾考知识



实际效果测试

汽车科普



高量商品曝光

汽车选购

用车养车

覆盖汽车
全生命周期



驾考知识讲解



汽车配置科普



汽车促销选购



用车养车技巧

百度直播满足达人、企业和媒体丰富消费和广告场景

海量
曝光

运营/商业海量流量

付费
连麦

实时付费连麦沟通

在线
咨询

独有咨询服务直达

直播
打赏

多场景直播打赏

直播
带货

高效直播带货

02

百度直播营销生态

- 三大能力助力企业直播营销诉求达成

平台基于三大能力助力企业直播营销诉求达成

引流能力

百度商业能力和运营手段
赋能企业捕获直播用户

直播前

直播中

转化能力

多样转化能力满足不同
行业差异化转化诉求

线索转化

服务直达

商品带货

沉淀能力

直播助力品牌用户资产
及时沉淀

增粉沉淀

预热期：运营和商业干预扩大直播影响力

预热渠道	①开屏预热	②精准搜索触达	③Feed推荐	④号主页预告	⑤其他运营入口
干预方式	商业：百度APP/好看视频/百度贴吧开屏	运营：直播后台配置搜索直播卡 商业：品专/超级品专	运营：分维度干预 商业：信息流GD/竞价CPC	运营： 1.号主页设置直播预告提醒； 2.分维度干预推荐	运营： 1.百度APP直播频道banner/分频道推荐； 2.全景资源直播频道推荐； 3.Push推送

开屏扩量、精准搜索触达、直播频道推荐扩大影响力

预热场景-企业营销案例

预热渠道

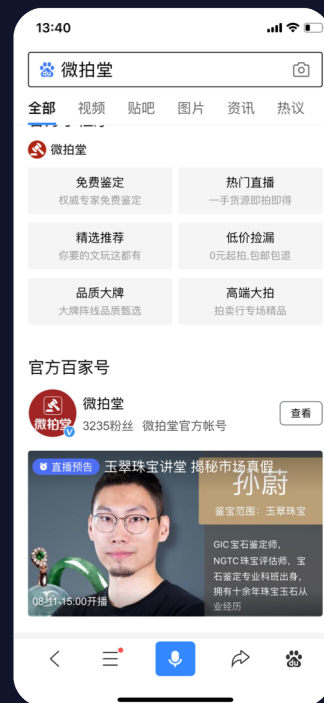
①开屏预热

雷克萨斯开屏预告实现大规模流量曝光



②精准搜索触达

微拍堂购买超级品专，联动企业百家号精准直播预告



③Feed推荐

童程童美购买信息流广告，精准触达兴趣人群



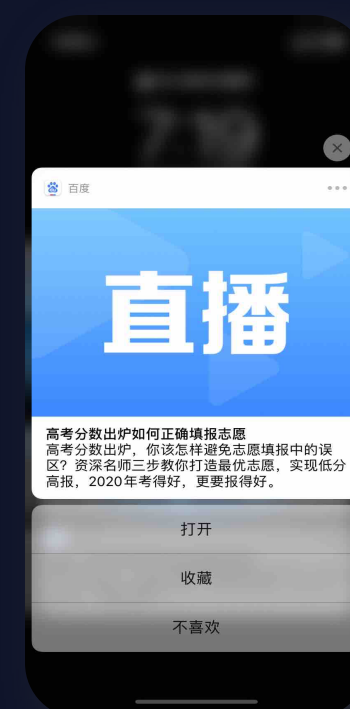
④号主页预告

盛廷律师事务所通过企业百家号设置直播预告卡片触达关注人群



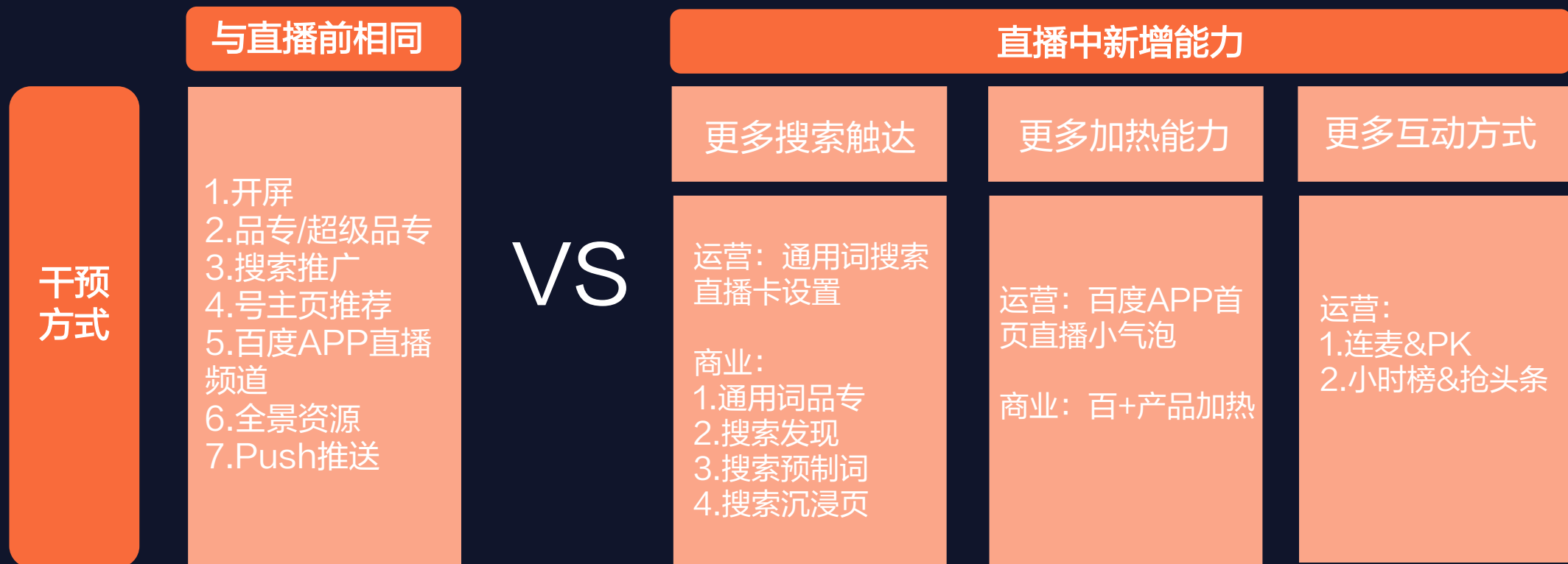
⑤其他运营入口

传智学院个性化push/提醒触达直播人群



客户案例

直播中：更多样商业能力和运营方式提升直播热度



直播场景-企业营销案例

加热
渠道

直播频道资源

搜索发现/搜索定制词

直播小气泡

连麦互动

客户
案例

直播频道banner和教育行业推荐
助力传智学院触达更多直播用户



小米十周年通过搜索发现和搜索定制词
快速提升直播热度



百度APP直播小气泡助力盛廷律师事务所登上小时榜TOP10



用户在直播中连麦北京在明拆迁律师寻求法律咨询



多样转化组件赋能不同行业差异化转化诉求

线索转化

留咨表单

优惠券

抽奖活动

适配重点行业：教育培训/汽车/家装/旅游/婚纱摄影…

服务直达

连麦

后台咨询

适配重点行业：医疗健康/情感/法律…

商品带货

度小店

第三方
电商平台

适配重点行业：美食/快消/电商…

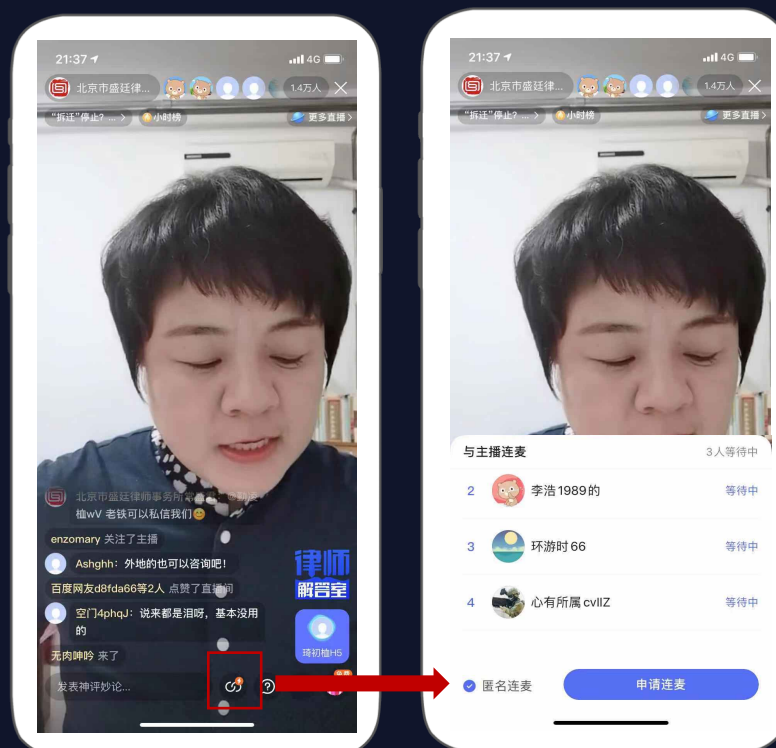
转化场景-企业营销案例

线索转化



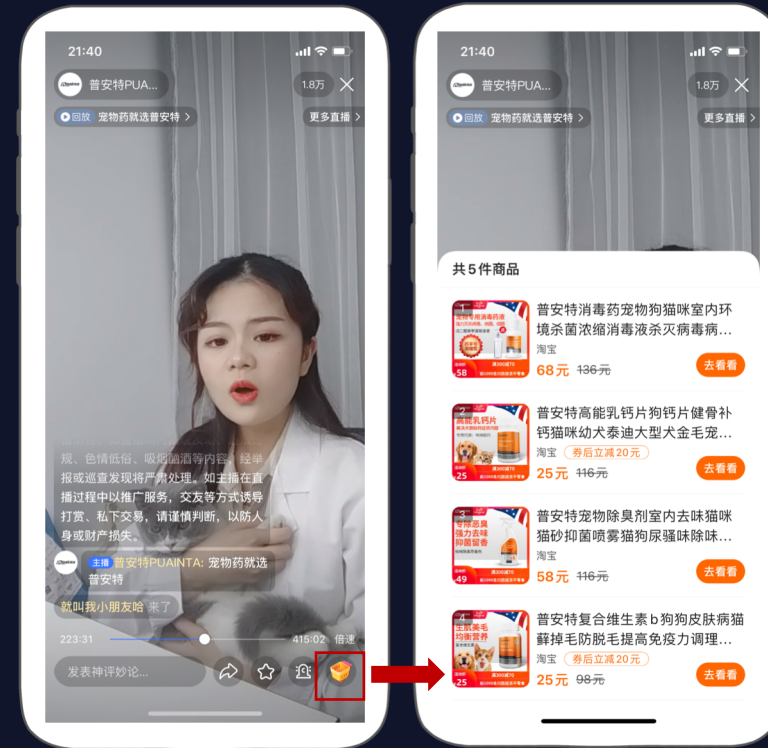
铂爵旅拍单场直播观看人数12万+直播中使用挂载组件收集线索，每周收集线索**200+**。

服务直达



连续两场直播观看破10w，最高观看14万，实时在线人数最高突破1.4万，直播中用户连麦互动积极，四场直播在线连麦次数**200+**。

商品带货

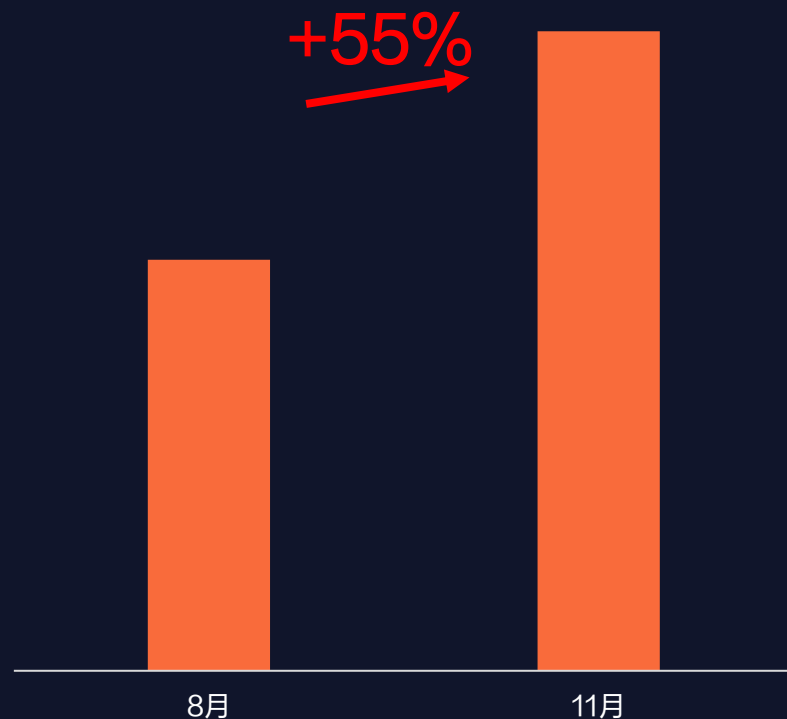


普安特宠物药新号冷启，萌宠/宠物知识干货持续输出尝试直播带货，促进商品购买

直播助力品牌用户资产及时沉淀

- 百度直播增粉能力不断提升，单品牌直播增粉增加55%；
- 百度直播助力品牌多场景粉丝沉淀，包括新品发布、新车上市、产品促销等场景。

2020年8月&11月单品牌直播增粉量



数据来源：百度直播大数据，2020年8&11月

多样化直播场景粉丝沉淀

新品发布



华为

《华为MATE40全球发布会》单场直播沉淀1.8万粉丝。

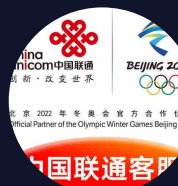
新车上市



一汽红旗

《2020北京车展一汽红旗超级直播》系列直播，平均每场直播增粉6000+。

产品促销



中国联通

《中国联通Apple Watch 热销直播夜》单场直播增粉5000+。

直播整合案例1：小米商业+号+直播

- 小米十周年，沉浸式创新体验，品牌整体曝光 **2亿+**。
- 在百度APP里、wap端搜索品牌词、品牌活动词“小米””小米十周年“”小米10“等进入大搜主场；
- 搜索通用词“5G”“5g手机”“自拍手机”等进入通用词品专；
- 活动信息通过搜索特型卡、小程序互动活动、搜索发现、搜索预制词、wise气泡等方式整合曝光，助力广告主全链路营销升级。

入口

开屏

专属沉浸式定制页面

搜索发现

搜索预制词

通用词产品助力破圈

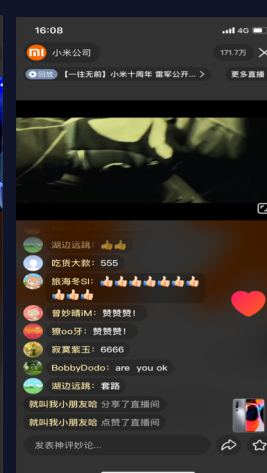
Wise气泡

用户互动
助力品牌回搜

直播间

企业百家号直播间

直播回放

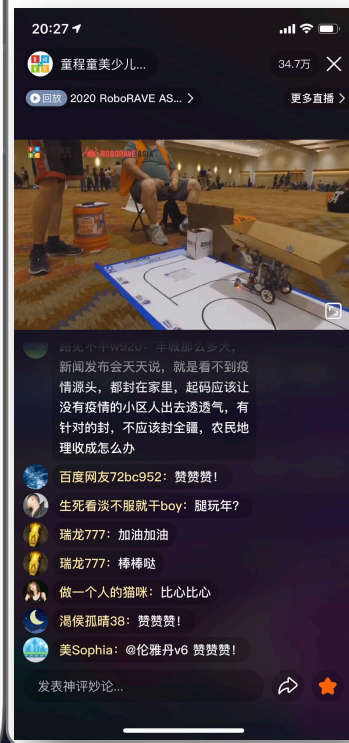


直播整合案例2：童程童美商业导流+直播

➤ RoboRAVE国际机器人大赛直播，用商联动，盘活域内生态。



直播当天
累计35W播放



超级品专



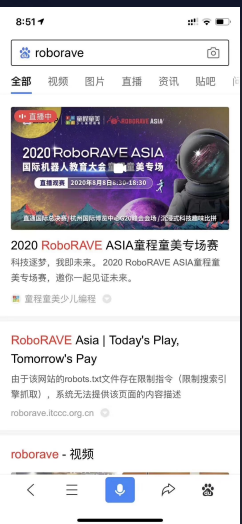
开屏



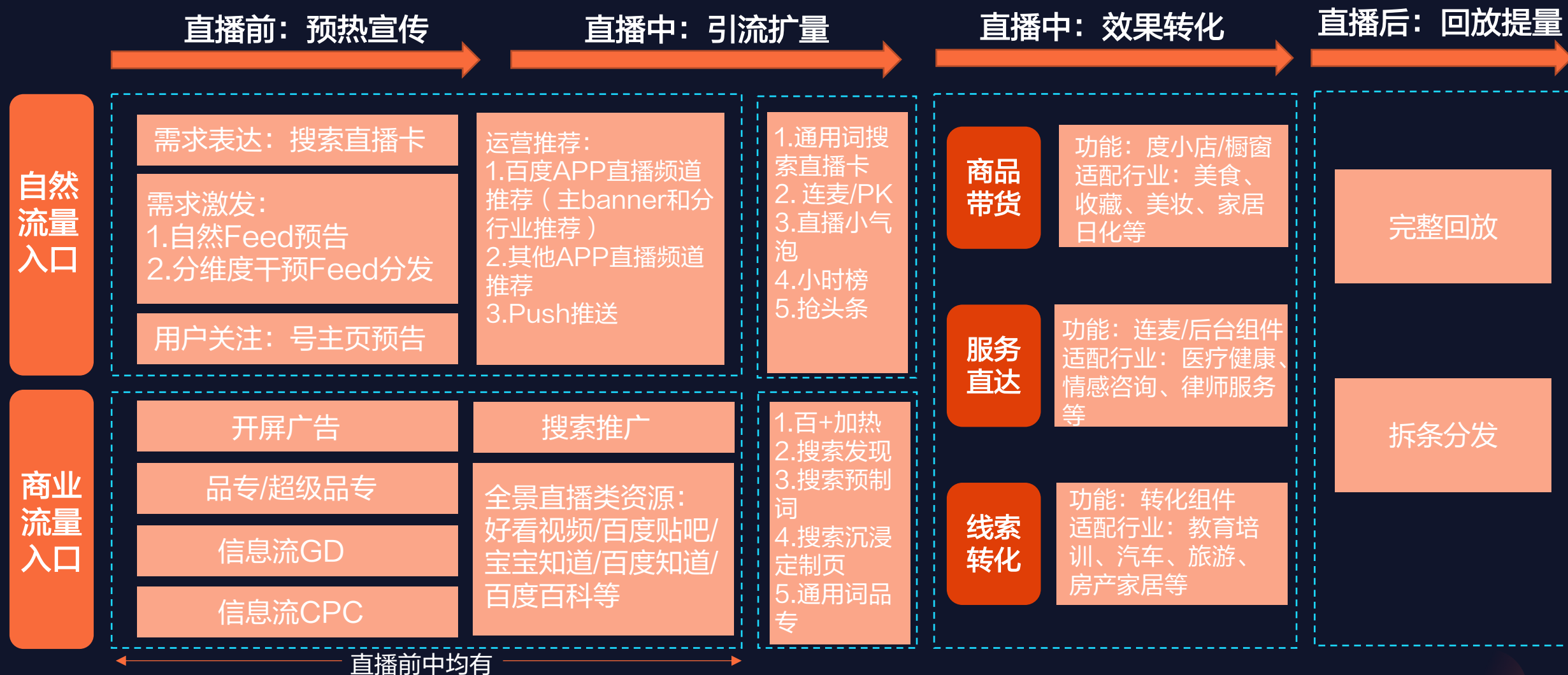
百科



信息流推广 频道banner 搜索卡片



百度直播营销生态玩法



THANKS



百度营销中心
官方网站



百度营销中心
微信公众号

百度营销中心
2021.01