



# 百度电商广告 直营电商营销解决方案

商业产品运营部

2022.04

# - 目录 -

- **百度做电商的机会和必然**  
市场机会 | 4大场景
- **百度电商产品能力解读**  
广告业务全景 | 直营电商概述  
搜索玩法 | 信息流玩法
- **百度直营电商案例**  
服装 | 食品饮料 | 生活用品
- \*附《一张图看懂百度直播电商广告》



01

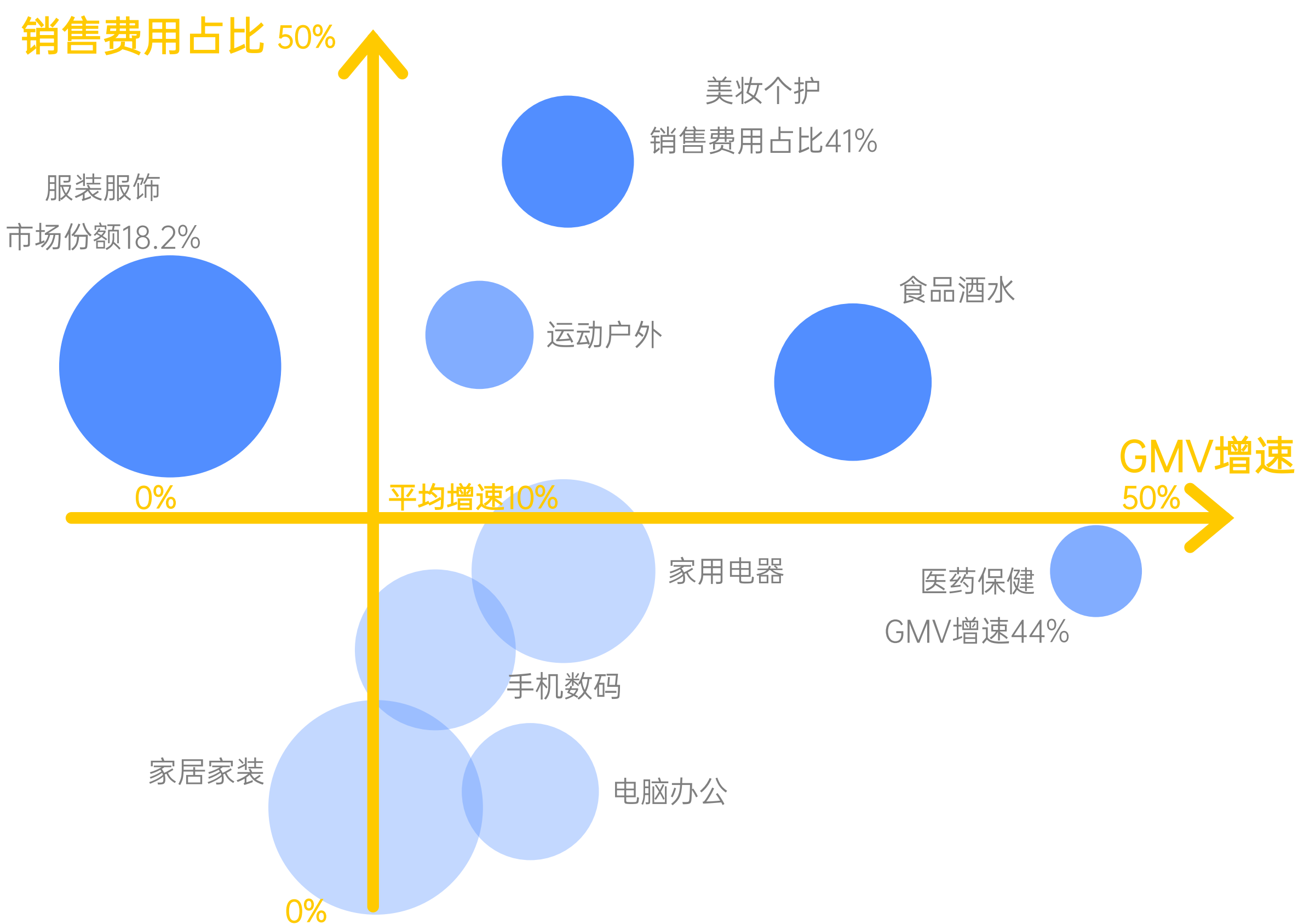
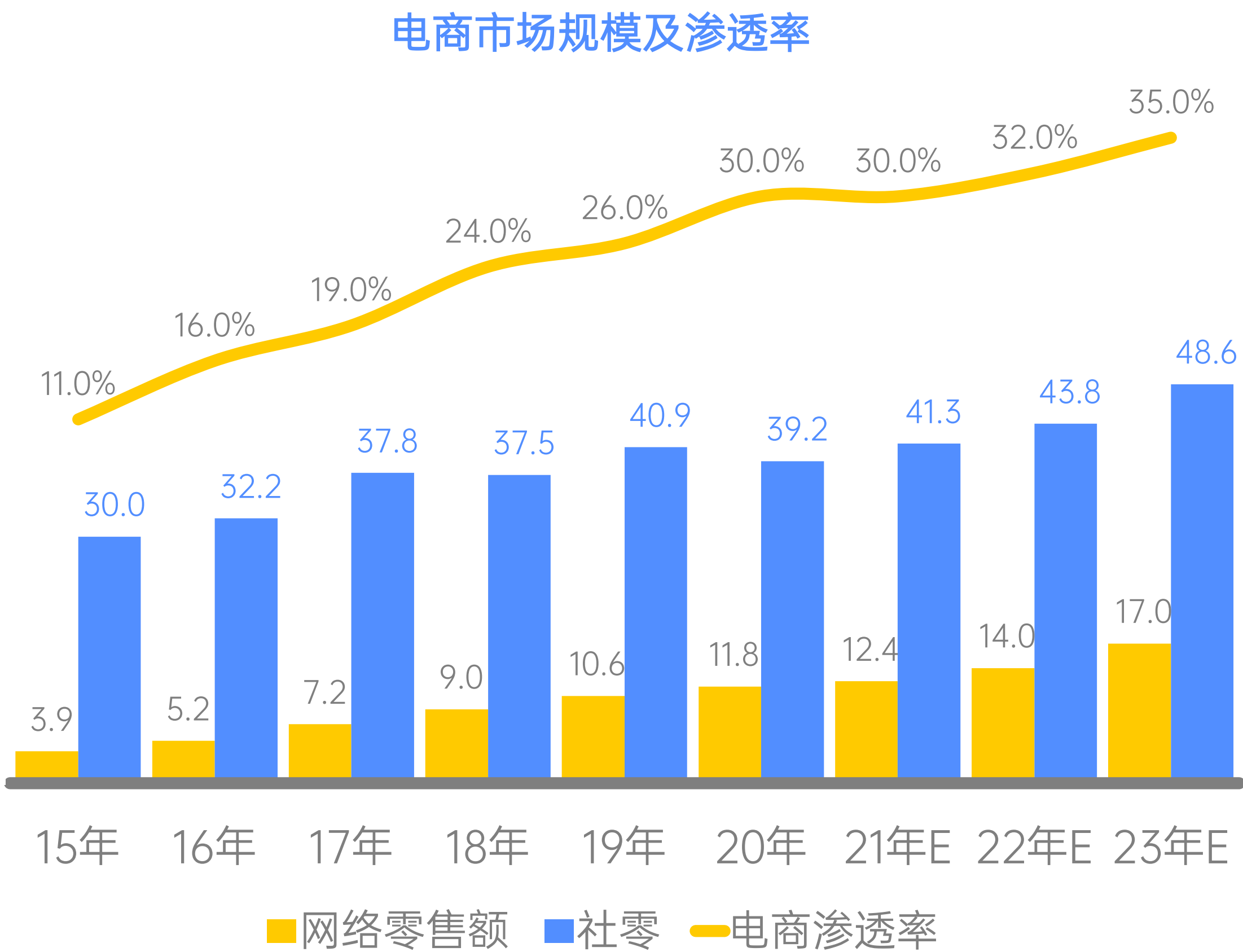
# 百度做电商的机会和必然

市场机会 | 4大场景

# 市场机会：电商市场高速增长，是后疫情抗风险行业之一

网络零售额预计每年增长2-3万亿  
2023年占比将提升至35%

高份额、高增速、高毛利的  
服装/美妆/食品等品类市场机会大



数据来源：艾瑞咨询 · 行业数据报告



# 4大场景： 百度有丰富的电商场域土壤，多场景触达用户

在消费者不同决策阶段，百度具备丰富高效的触点连接和购物满足能力

## 激发需求

百度信息流



「每天有超过1亿人  
在百度被种草」

## 获取解决方案与信息

百度搜索



「每天有7000万人  
来百度搜索商品」

## 评估方案与产生行动

度小店闭环购买、店铺引流购买



「每天有超过50万人  
来百度下单」

4大场景：搜索场景 | 信息流场景 | 内容带货场景 | 知识内容场景

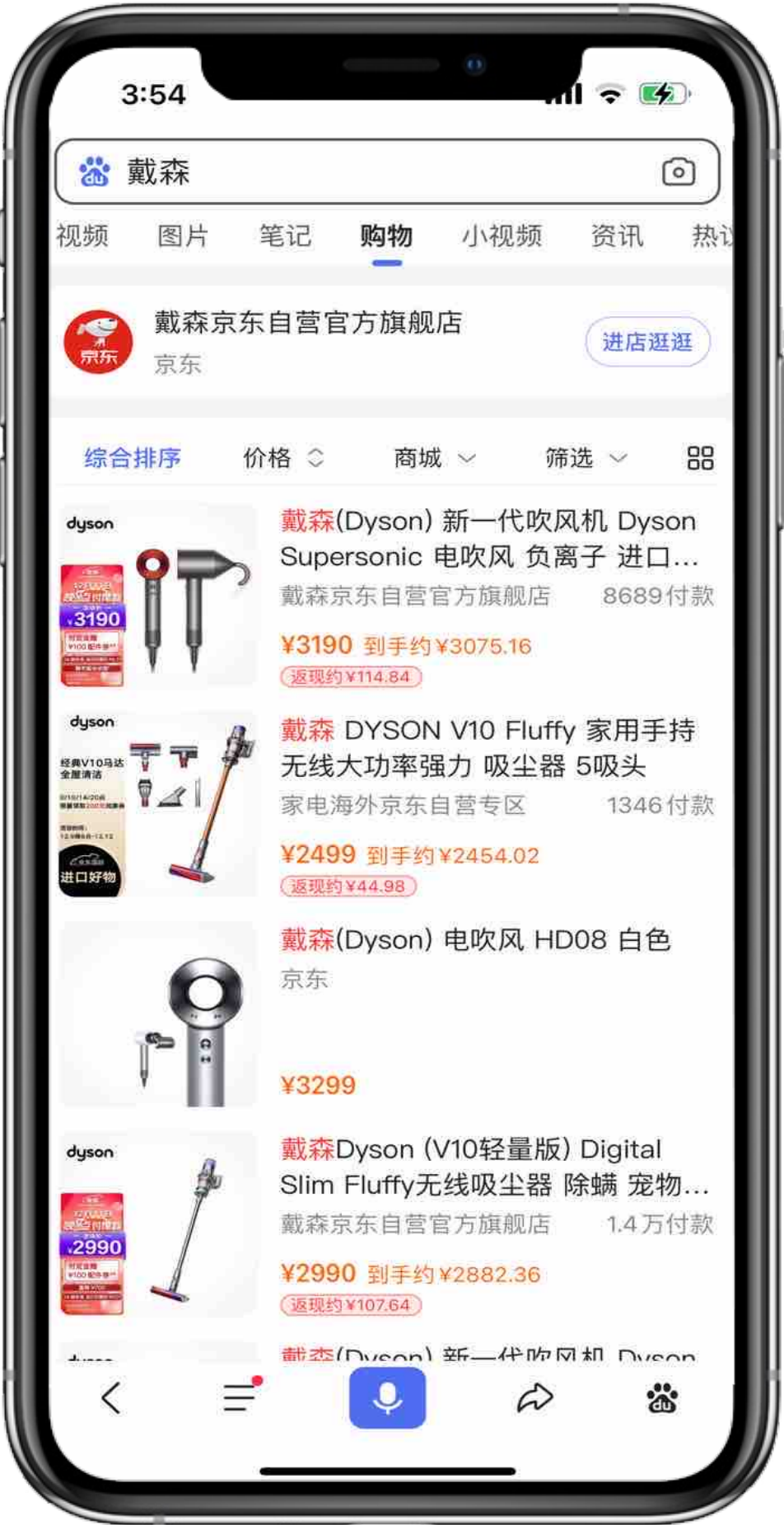
搜索广告



全网热卖卡



购物频道



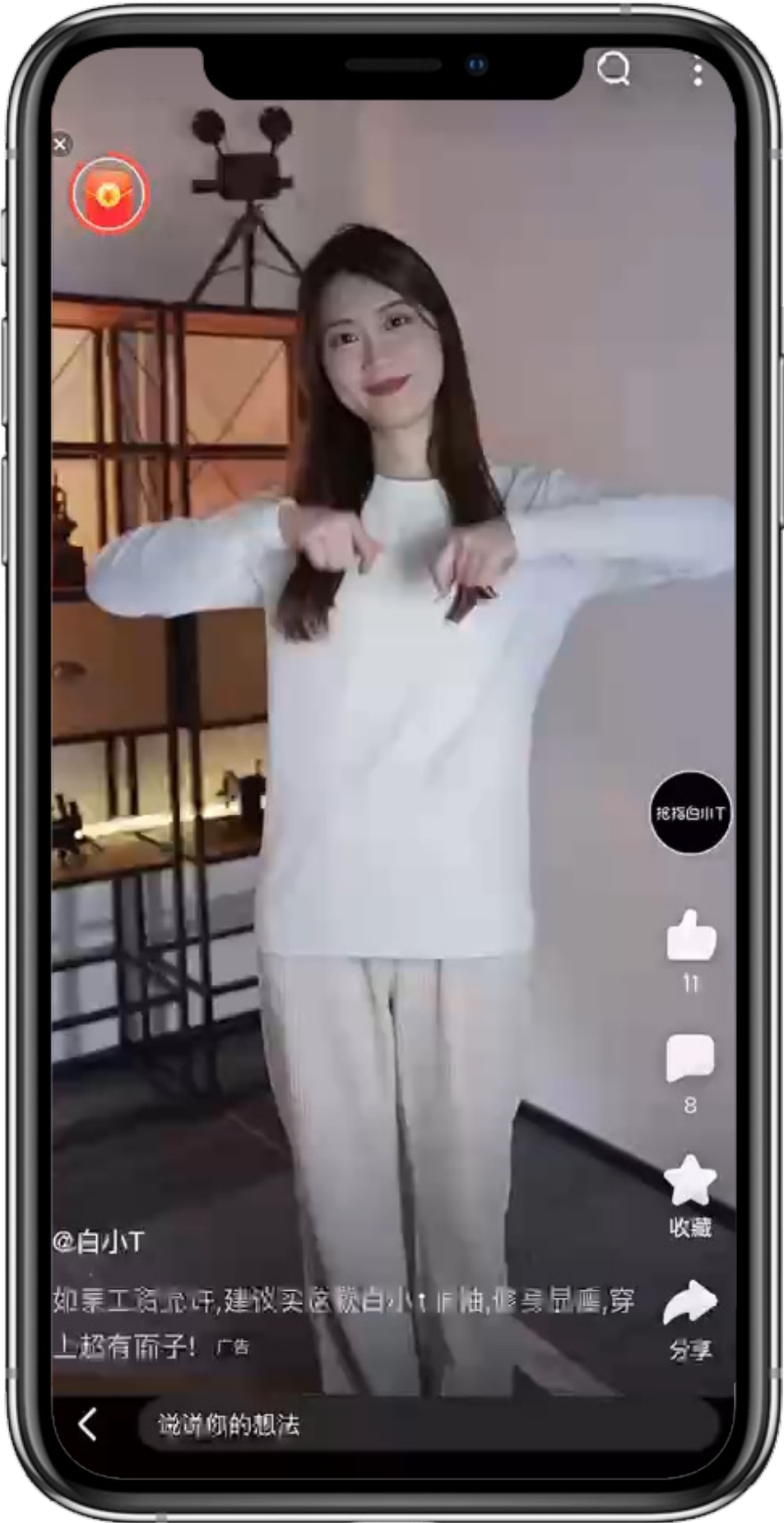


4大场景：搜索场景 | 信息流场景 | 内容带货场景 | 知识内容场景

百度APP  
主列表页



百度APP  
视频流



好看APP  
浏览推荐



惠生活  
推荐商品



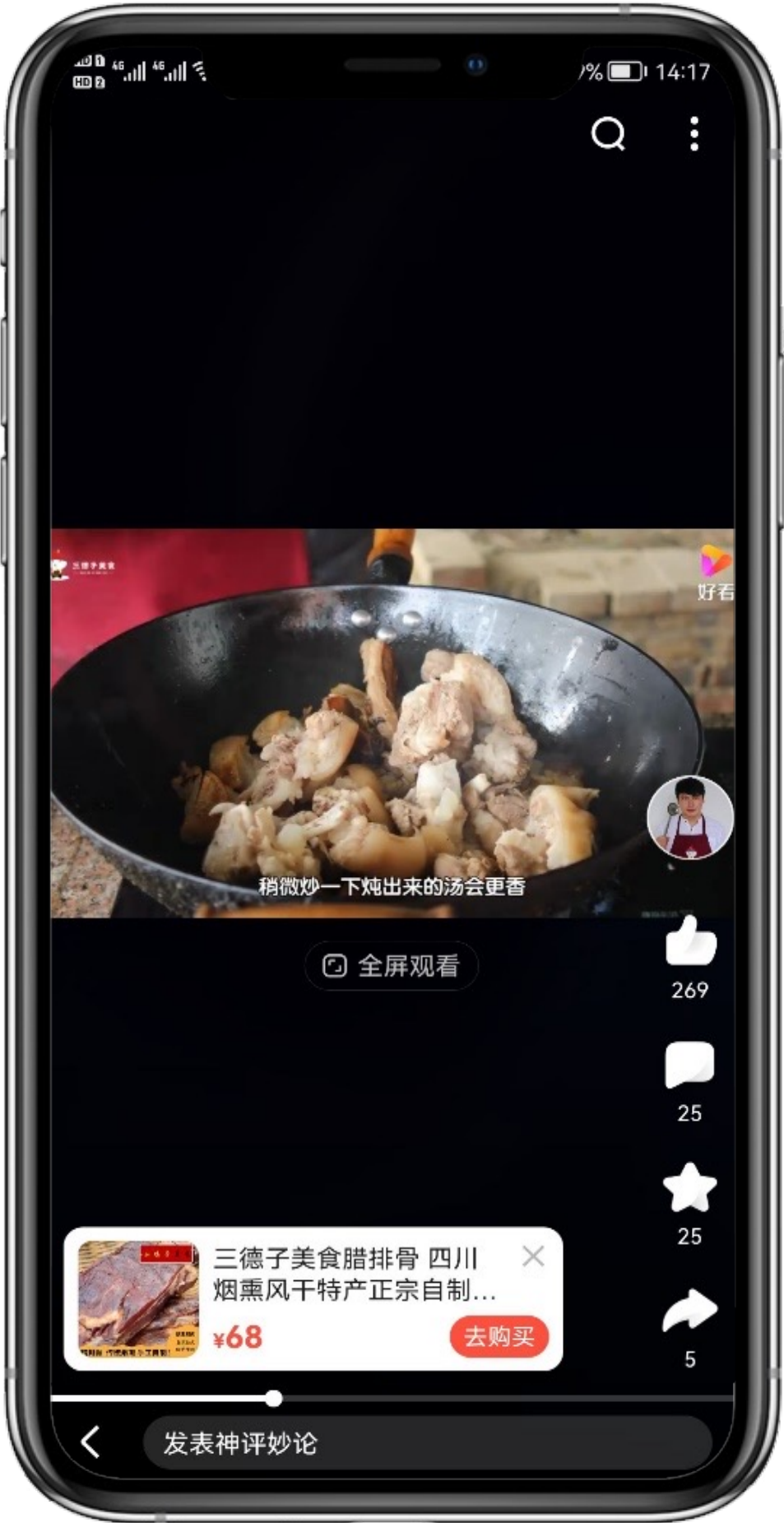


4大场景： 搜索场景 | 信息流场景 | 内容带货场景 | 知识内容场景

图文带货



视频带货



热议带货





4大场景：搜索场景 | 信息流场景 | 内容带货场景 | 知识内容场景

百科商品挂载



百度知道



百度经验



02

## 百度电商产品能力解读

广告业务全景 | 直营电商概述 | 搜索玩法 | 信息流玩法

广告业务全景 | 直营电商概述 | 搜索玩法 | 信息流玩法



# 百度电商广告业务全景

2022重点业务方向

直营电商

商家直投广告

在百度开店  
支持货到付款和在线支付  
(推荐商家使用“在线支付”)

交易在百度完成

引流电商

商家直投广告

点击广告跳转到商家  
淘宝APP/京东APP等店铺商品详情页

交易不在百度完成

平台电商

京东淘宝等平台  
用商家预算代投+平台自有预算

点击广告后下载平台电商APP  
或跳转淘宝APP、京东APP的  
会场聚合页完成购买

交易不在百度完成

广告业务全景 | 自营电商概述 | 搜索玩法 | 信息流玩法

# 百度直营电商 (度小店) 广告概述 - 全链路商家赋能，完善电商解决方案

## 「 直营电商广告是什么 」

广告主使用**百度域内落地页**，以**售卖商品**为目的来投放广告，分为**闭环电商广告**和**货到付款广告**两种：

- 闭环电商广告 - 以**度小店（含小程序及H5）**为投放落地页的广告，由于在线支付模型能优化商品支付成功，推荐商家使用；
- 货到付款广告 - 以**基本鱼二电H5**为投放落地页的广告，**百度正在推动“货到付款”切换为“在线支付”**。



# 百度直营电商 (度小店) 广告概述

「作为22年百度战略性产品，是电商商家经营首选」

## 推广店铺数



### 流量红利

「百度丰富且流量充足的电商场景，当前竞争尚不激烈，是广告投放的蓝海」

## 日均订单量



### 高效转化

「业内领先的转化预估模型，利用全网精准的用户画像，帮助在百度开店的商家更高效找到买家，促成订单」

## 店铺推广GMV



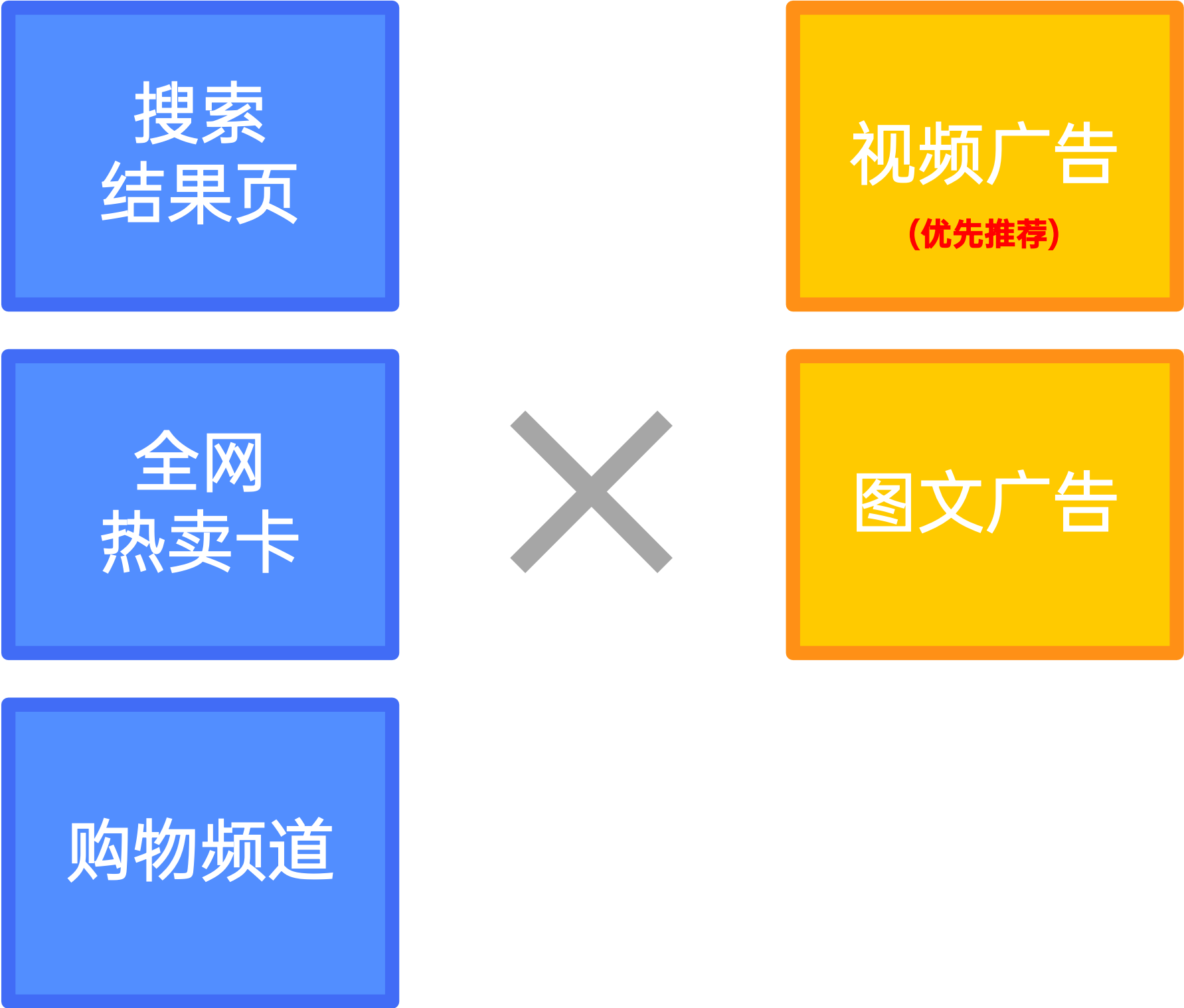
### 政策红利

「产品专项扶持：超成本赔付，加速跑量扶持，推广优惠券等」

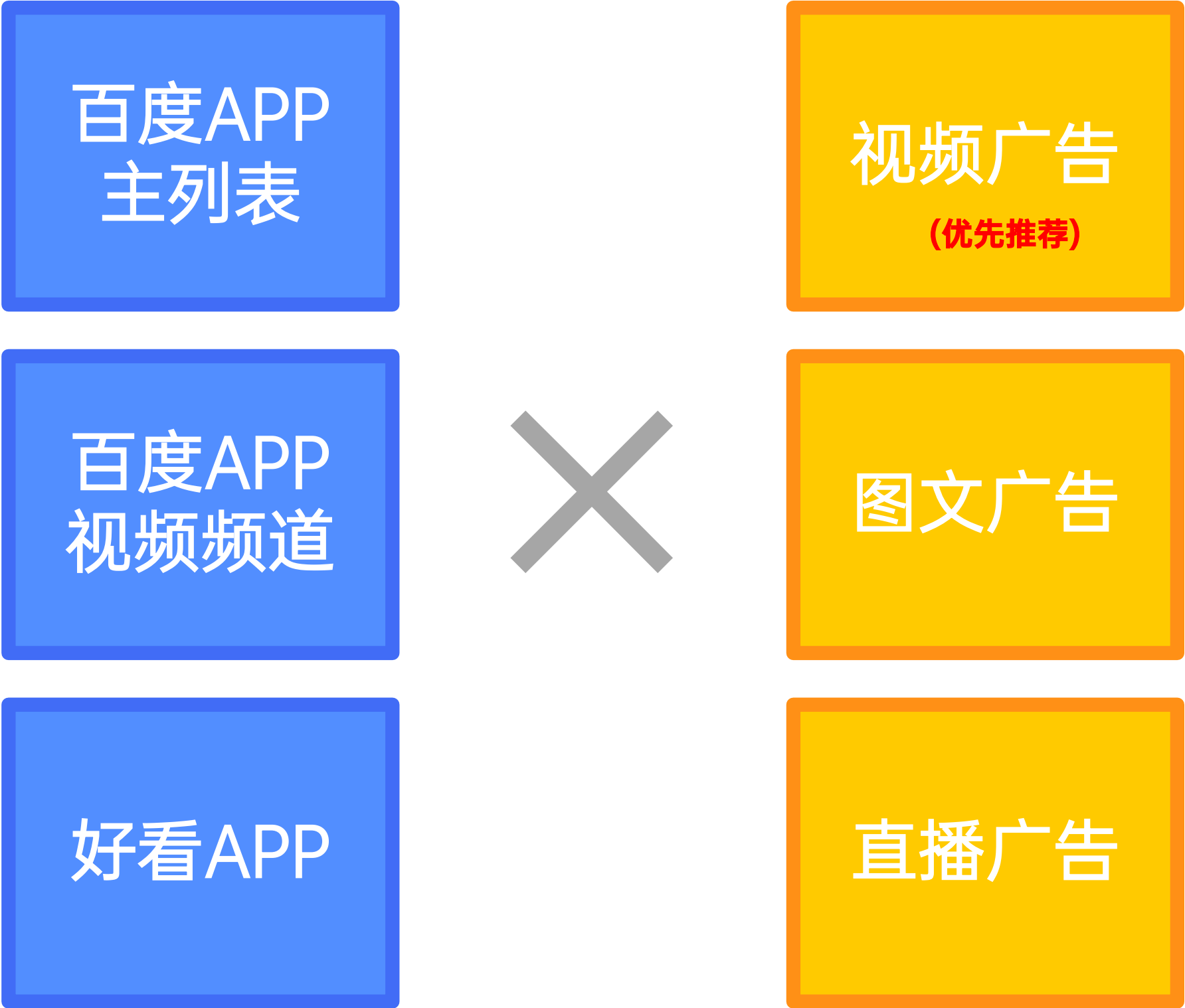
# 百度直营电商 (度小店) 广告概述

「 广告推广流量、版位及广告类型 」

## 百度搜索广告



## 百度信息流广告



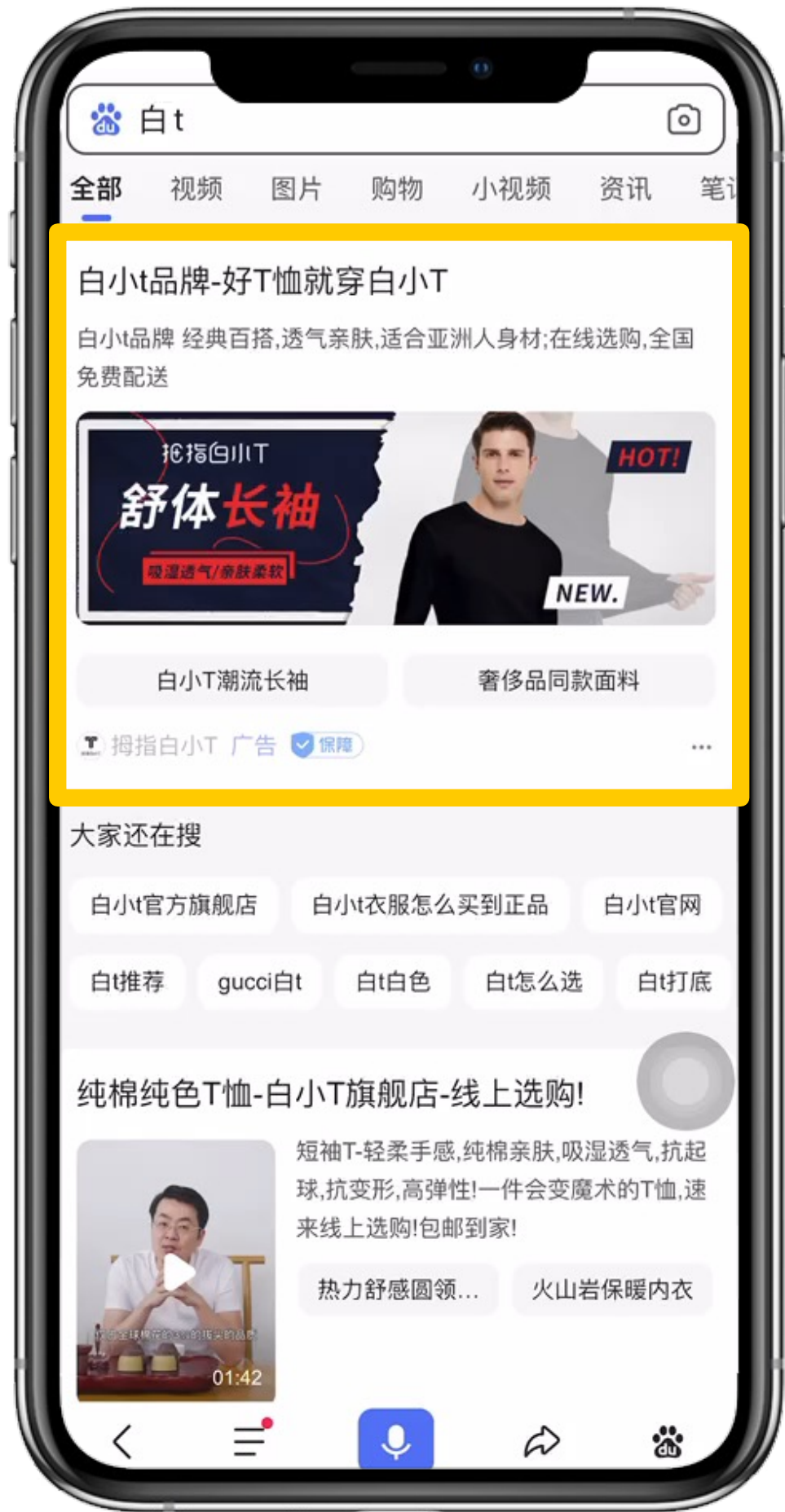
广告业务全景 | 直营电商概述 | 搜索玩法 | 信息流玩法



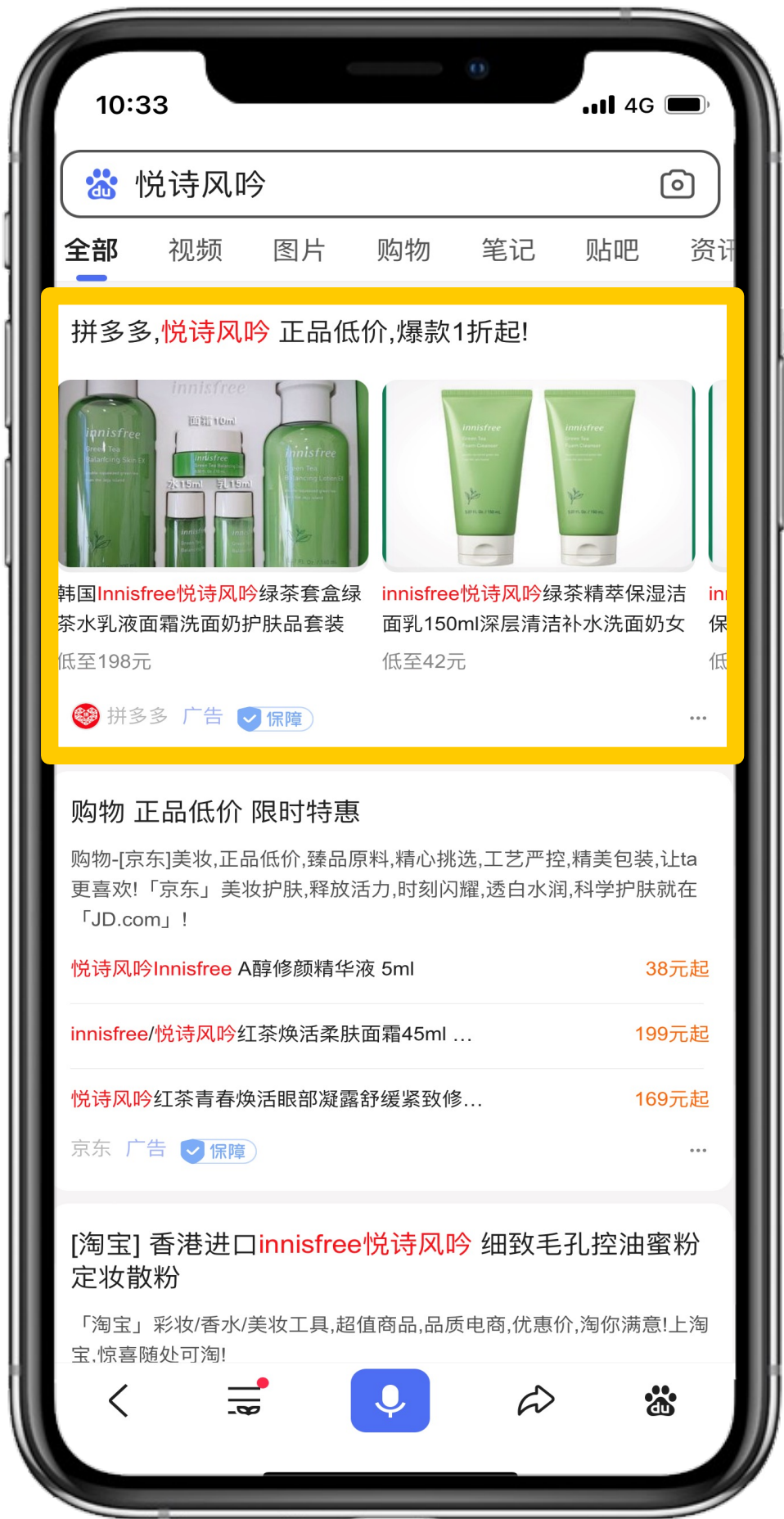
# 百度直营电商 (度小店) 搜索玩法 - 广告样式

绝大部分搜索样式均可使用，除了某些非电商行业专属样式，适配商品投放的有下面几种样式：

## 商品大图



## 商品橱窗



## 度小店专属样式

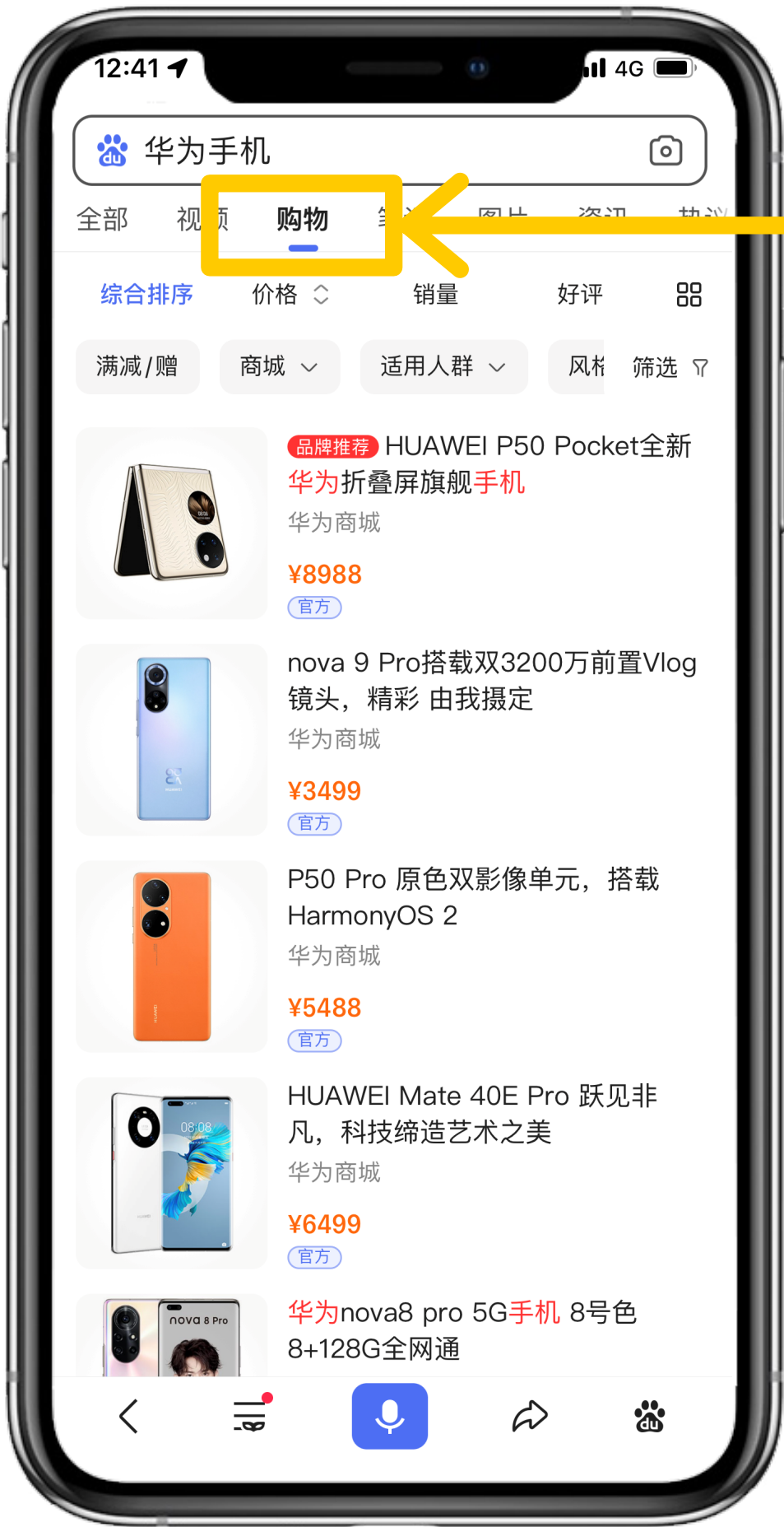




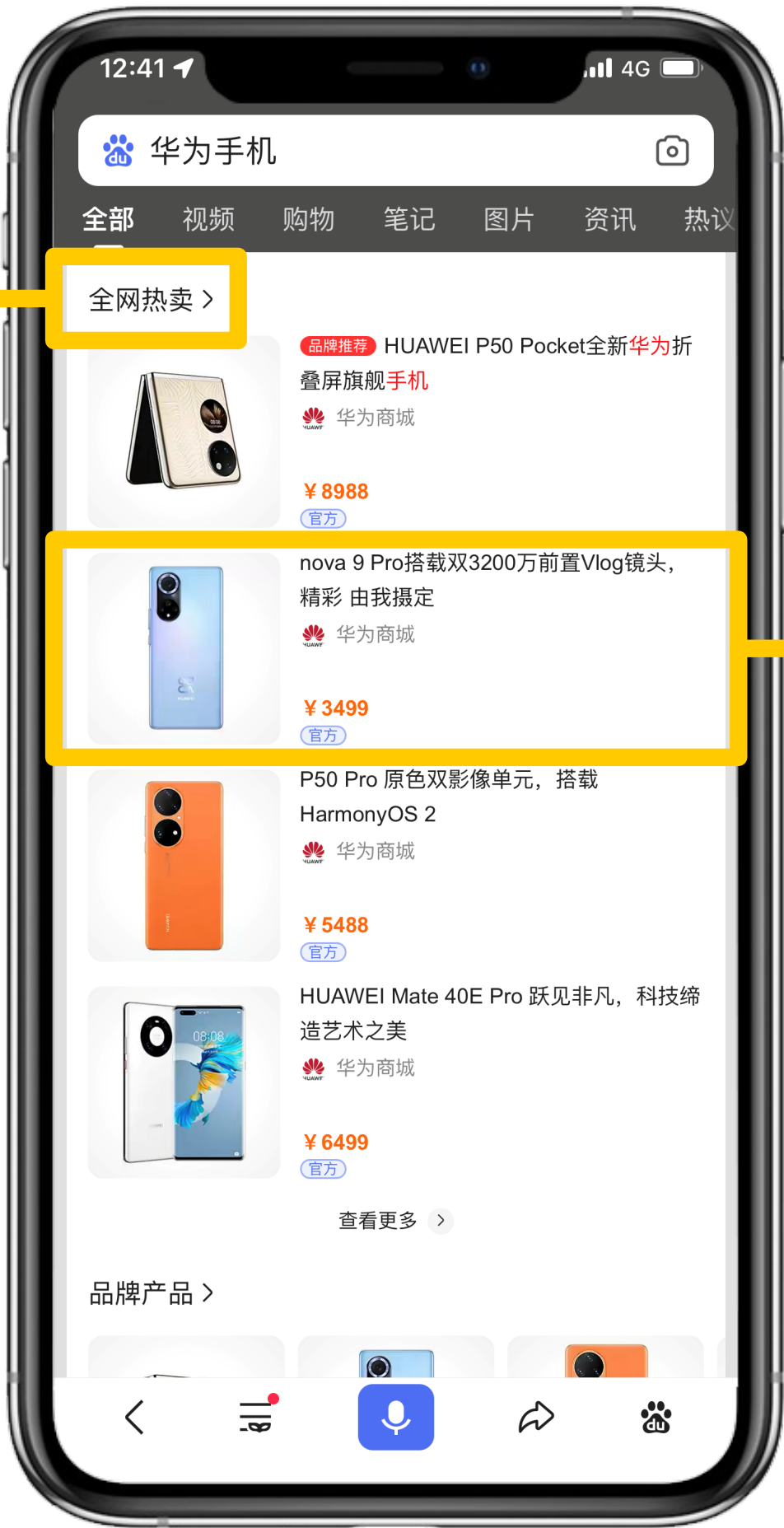
# 百度直营电商 (度小店) 搜索玩法 - 专属卡片 · 全网热卖卡 (商品阿拉丁)

度小店客户开启搜索广告投放，即可跟随单元设置自动生成热卖卡竞价投放，商家无需额外操作

「移动端购物频道页」



「移动端泛搜卡」



「移动端商品详情页」



「广告展现规则」

- **移动端**  
百度APP外  
- 前1/2/4位 CPC/oCPC竞价  
  
百度APP内  
- 第3位 CPC/oCPC竞价
- **PC端**  
PC端首页吸睛流量位  
- 前1/2位 CPC/oCPC竞价

广告业务全景 | 直营电商概述 | 搜索玩法 | 信息流玩法



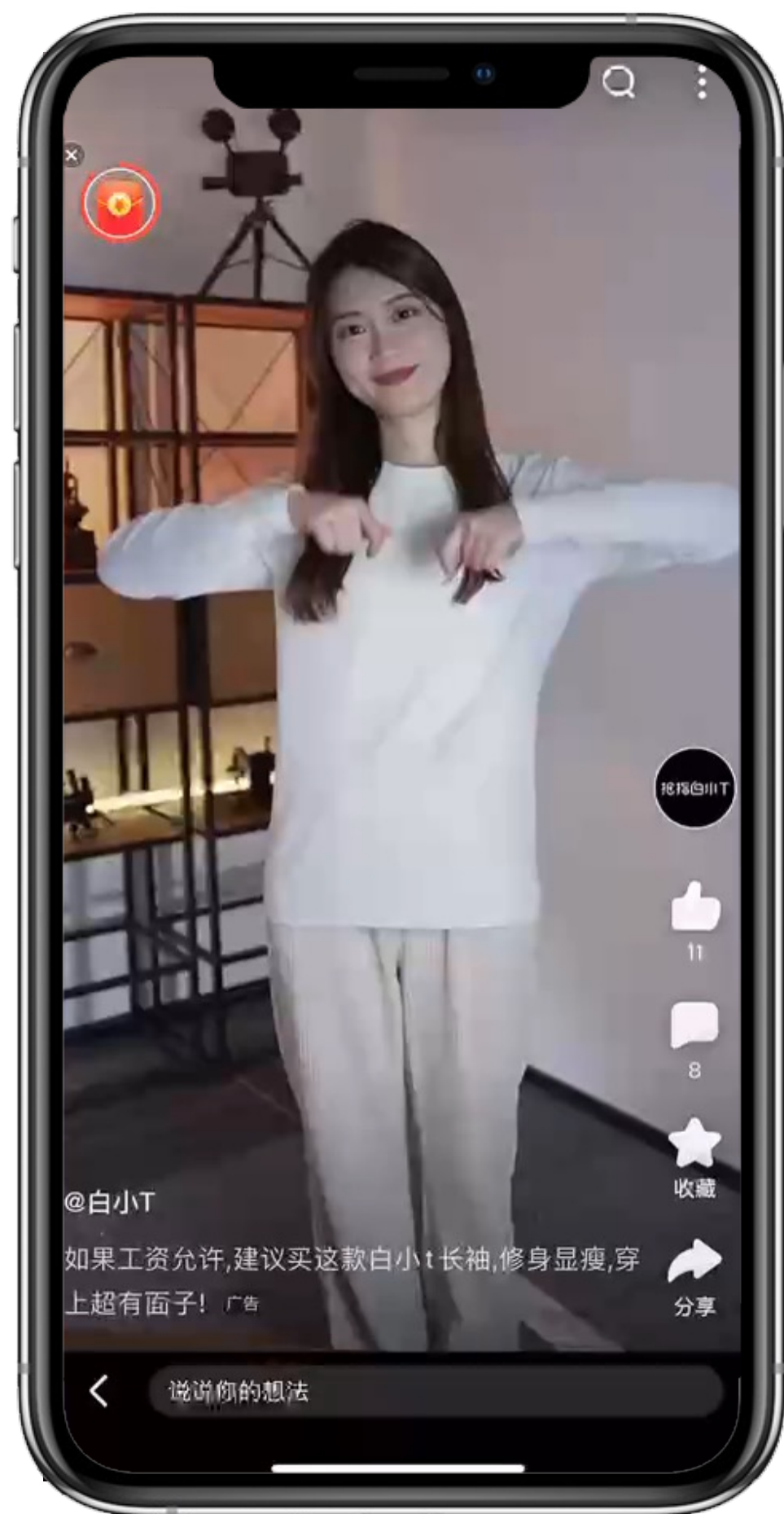
# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 广告样式

绝大部分搜索样式均可使用，除了某些非电商行业专属样式

## 百度APP 主列表页



## 百度APP 视频流



## 好看APP





# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 视频广告

「转化前置 - 半屏购买，缩短转化链条」



「半屏滑动可切换为全屏」



「沉浸式购买体验-半屏购买，视频持续播放」





2022重点业务方向

# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 直播广告

「 百度APP列表页  
- 直播卡片 」

「 百度APP/好看APP  
- 实况直播样式 」

「 直播间 」

「 度小店  
- 商品详情页 」





# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 直播广告( 仅支持 “在线支付” 投放)

「直播oCPC投放，支持7种转化目标」

- **直播间观看**  
目标用户进入直播间则算作 1 次转化
- **直播间商品按钮点击 (优先推荐)**  
目标用户点击了商品卡则算作 1 次转化
- **直播间停留**  
目标用户在直播间停留超过 1 分钟则算作 1 次转化
- **直播间评论**  
目标用户进行了 1 次互动交流则算作 1 次转化
- **直播间打赏**  
目标用户进行了 1 次送礼互动操作则算作 1 次转化
- **直播间购物袋点击**  
目标用户点击了 1 次购物袋则算作 1 次转化
- **直播间成单 (优先推荐)**  
目标用户完成直播间商品购买则算作 1 次转化

直播广告冷启阶段，将获得「商业流量+自然流量」双扶持，结合专属的「自动驾驶」「直播优惠券」等客户权益，为广告效果保驾护航。

# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 广告能力 · oCPC深度转化目标





# 百度直营电商 (度小店) 信息流玩法 - 广告能力 · 全网转化助攻

商品支付成功人群转化节点较深、数据量较少，模型比较难快速学到您想要的人，导致跑量难、成本高。



「提升广告系统对目标用户的识别，得到更多、更精准、转化率更高的目标用户」



03

## 百度直营电商案例

服装 | 食品饮料 | 生活用品

# 百度直营电商 (度小店)案例：信息流广告 × 服装品类

投放oCPC“在线支付成功”，模型精准识别目标客户

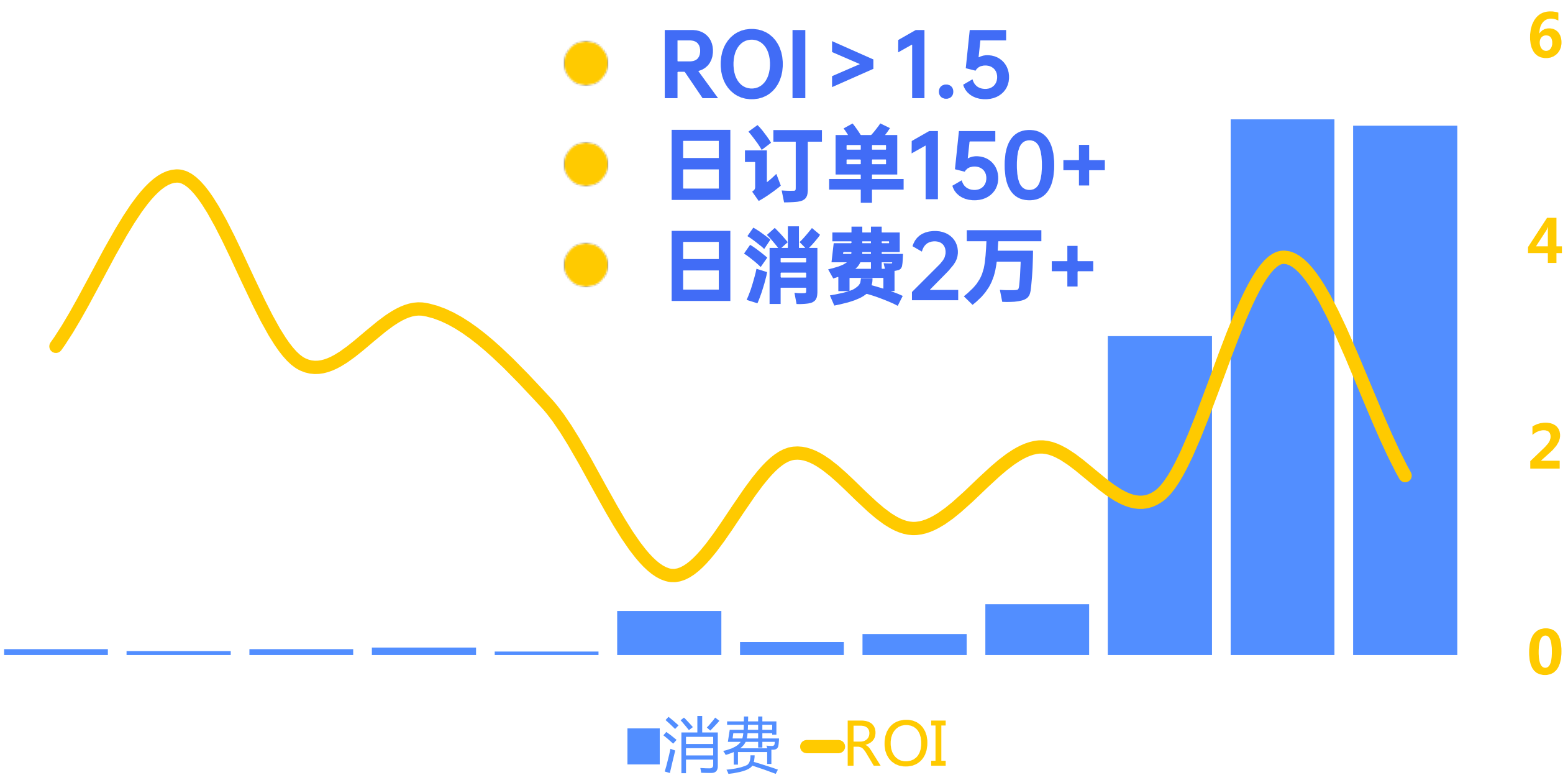
「高消费及高CTR创意示例」



「度小店店铺」



- ROI > 1.5
- 日订单150+
- 日消费2万+



## 投放策略

1. 营销目标：网站链接
2. 出价：多种出价尝试，提升广告展现，oCPC / oCPM 组合投放
3. 定向：35岁以上男士，结合意图词推荐（男士休闲裤 / 裤子 / 休闲裤 / 男式休闲裤等）
4. 转化目标：支付成功
5. 样式：大图视频 / 程序化创意
6. 落地页：度小店H5



# 百度直营电商 (度小店)案例：信息流广告 × 食品饮料品类

多燕瘦酵素 - 配合oCPC“在线支付”，投放竖版视频

「投放竖版视频，消费TOP素材：  
前3s情侣+后面众明星推荐」



- ROI峰值 +43%
- 日订单1600-2000
- 日消费10万



## 投放策略

1. 制定多种价格组合套餐，探索ROI高的套餐类型
2. 尝试多种出价模式，提升广告展现
3. 实时监控消费与ROI，及时调整计划

多燕瘦soso棒酵素果冻 餐后胶原蛋白肽 健康肠道  
¥198.00 预计48小时内发货  
已选 买2发5 (人气王套装)

套装选择

- 买2发5 (人气王套装)
- 买3发7 (超值)
- 买8发20 (老客回馈套装)
- 买1送1 (尝鲜体验套装)

投放出价

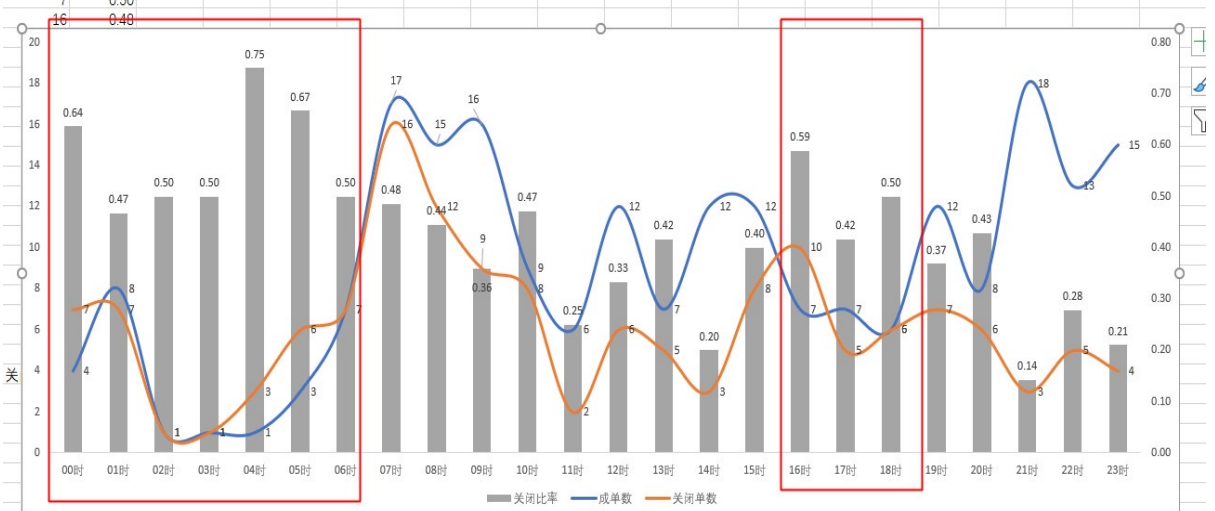
优化目标

付费模式

\*目标转化 订单提交成功

\*目标转化出价 168.88 元/转化

优化深度转化





# 百度直营电商 (度小店)案例：直播广告 × 食品饮料品类

沙棘原浆 - 挖掘直播专属“人群包”，快速起量

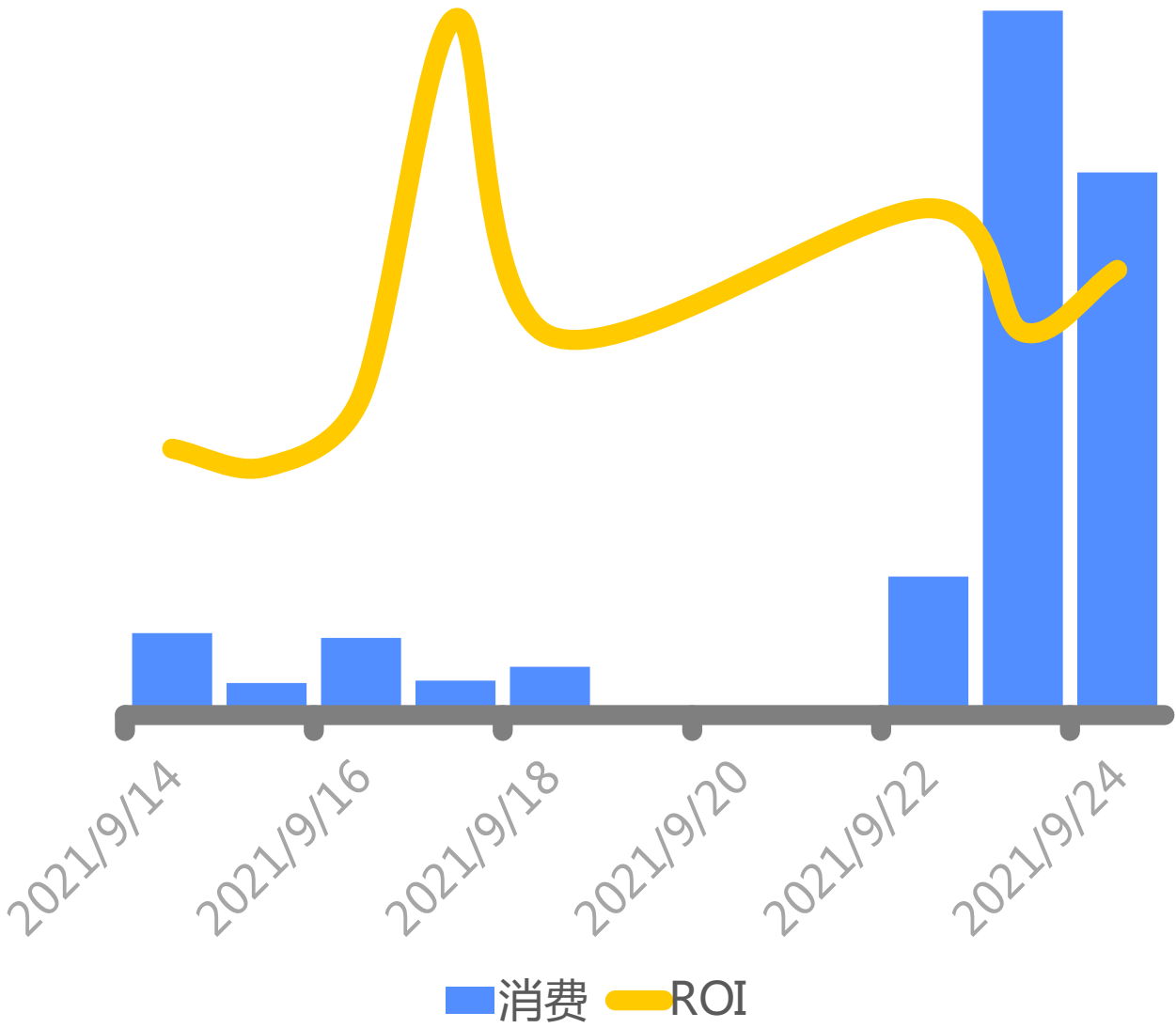
「百家号直播间」



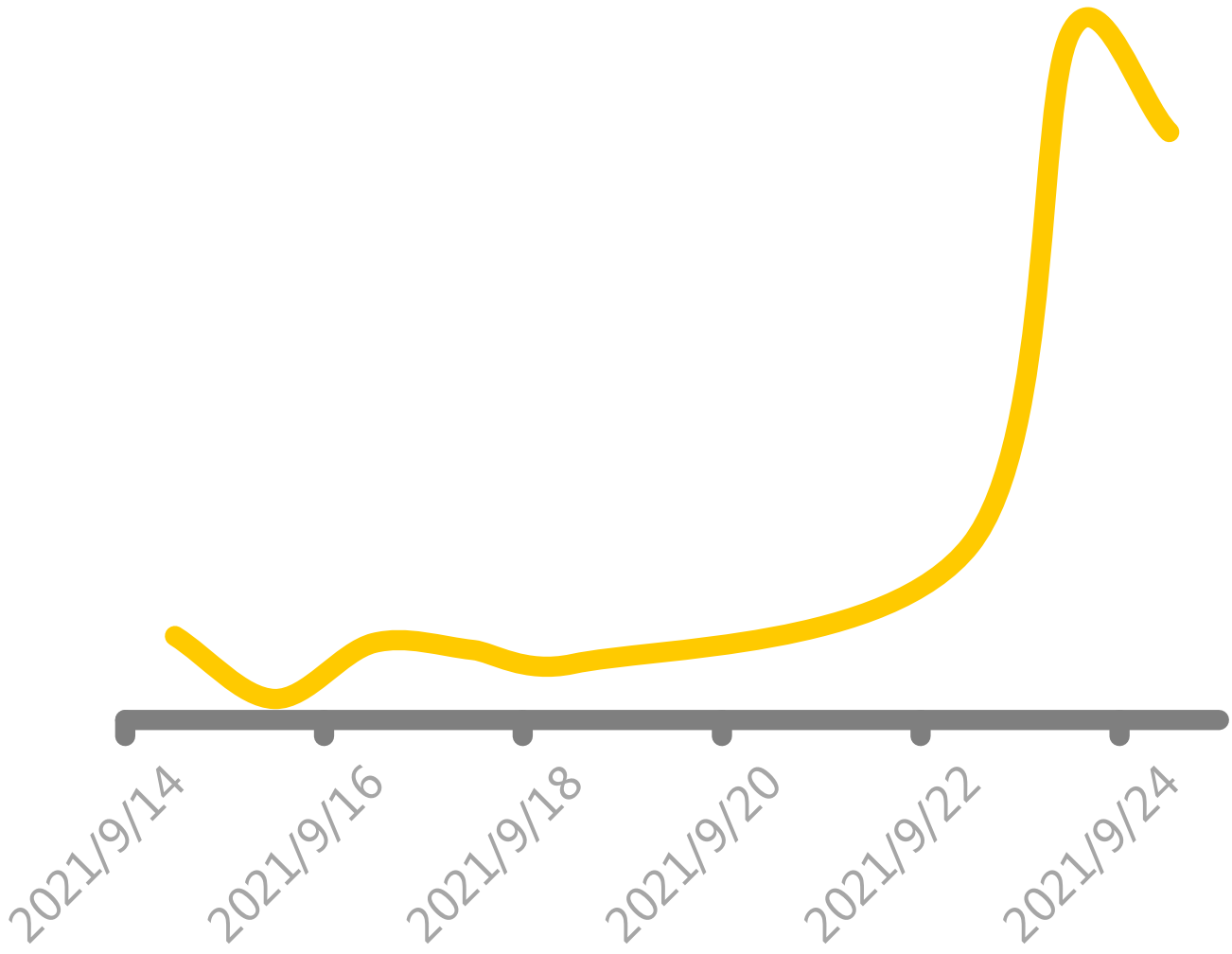
「度小店店铺」



● ROI峰值1.8



● 单场带货400+单



## 投放策略

1. 流量版位：百度APP主列表页
2. 出价：结合客单价和预算设置，直接oCPC二阶，各单元之间差异化出价；初期高出价获量，起量后根据实际转化成本逐渐降价
3. 定向：挖掘直播专属人群包，如：直播卖货观看人群 / 直播电商购买人群 / 复购人群等，帮助客户精准获量
4. 转化目标：直播间成单 / 直播间商品按钮点击 / 直播间停留



# 百度直营电商 (度小店)案例：搜索/信息流 × 生活用品品类

博滴洗发水 - 搜+推，投放oCPC“在线支付成功”

「搜索广告」



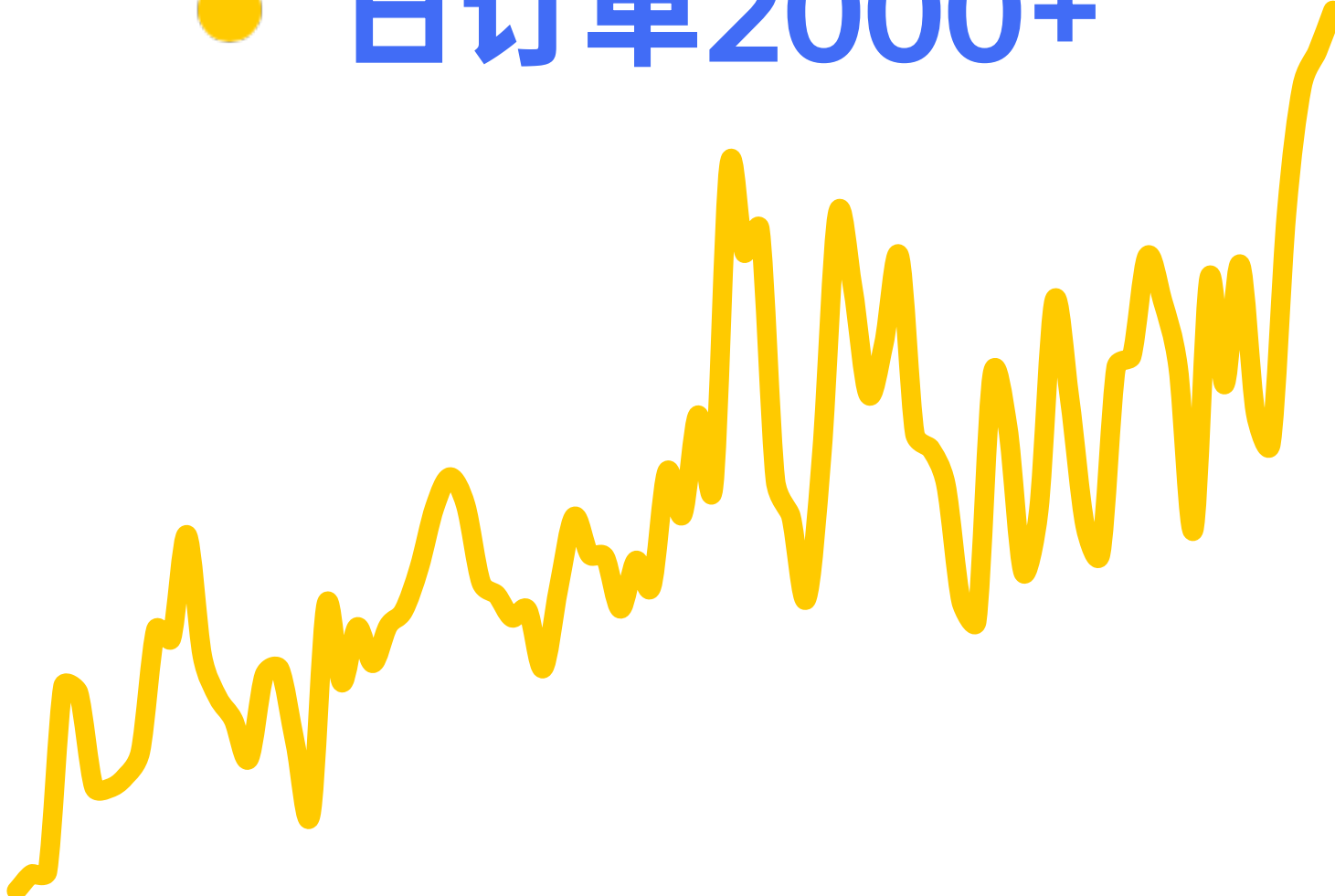
「信息流广告」



「度小店店铺」



- ROI > 2
- 日订单2000+



## 投放策略

1. 流量：默认 > 手百+好看 > 其它
2. 定向：自动定向 > 意图词 > 兴趣 > 其它  
(\* 意图词分类：品牌词 / 产品词 / 功效词 / 行业词 / 竞品词)
3. 出价：下探出价，根据实际转化成本合理设置
4. 创意类型：程序化创意 > 自定义创意
5. 创意样式：竖版视频 > 大图视频 > 大图 > 其它
6. 素材：总结起量的素材文案特点 / 商品卖点 / 风格 / 客单价 / sku 等信息，持续制作素材更新





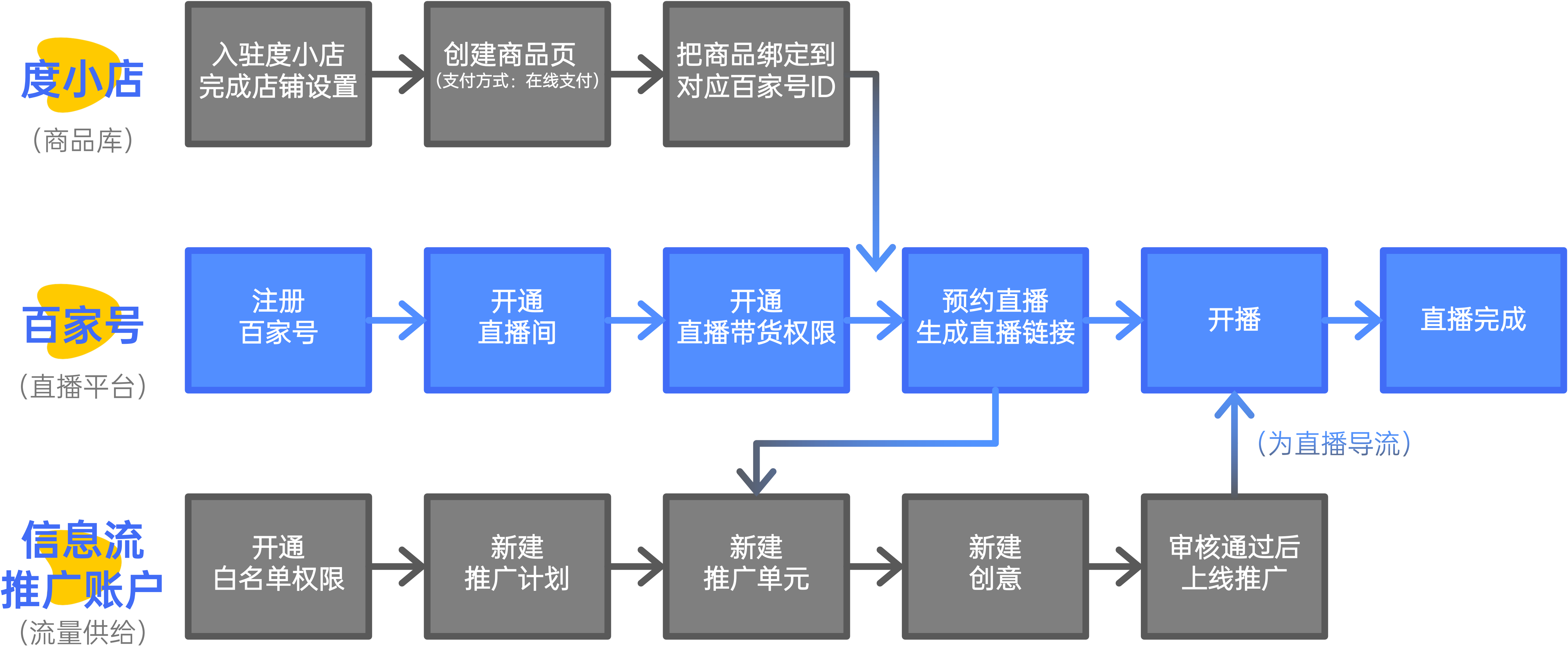
**\*附**

# 《一张图看懂百度直播电商广告》



# 直播电商广告，需度小店（开店）+百家号（开播）+信息流推广（投流）

## 三大产品协同完成





THANK YOU

