

百度短视频营销白皮书

穗莞原生广告服务中心



C O N T E N T

1

短视频的时代发展趋势

- ① 市场规模增速
- ② 内容发展趋势
- ③ 用户发展趋势

2

百度视频产品营销优势

- ① 战略布局
- ② 分发技术
- ③ 用户画像
- ④ 视频产品全景图
- ⑤ 视频样式全景图
- ⑥ 定制化玩法

3

百度视频营销内容生态

- ① 生态建设
- ② 创作资源
- ③ 生态规模

4

百度视频品效结合一站式解决方案

- ① 消费者需求分析
- ② 视频营销策略
- ③ 广告主视频营销困境
- ④ 品效结合一站式解决方案
- ⑤ 营销案例

5

百度视频营销创意探索

- ① 多样化创意探索进程
- ② 视频创意进阶玩法探索

01

短视频的时代发展趋势

01-1.市场规模增速

01-2.内容发展趋势

01-3.用户发展趋势

短视频的时代发展趋势-市场规模增速

短视频全网用户行为分析

201701-201802中国移动短视频市场用户人均单日使用时长



201701-201802中国移动短视频综合平台月度活跃用户规模



201701-201802中国移动短视频市场用户人均单日启动次数

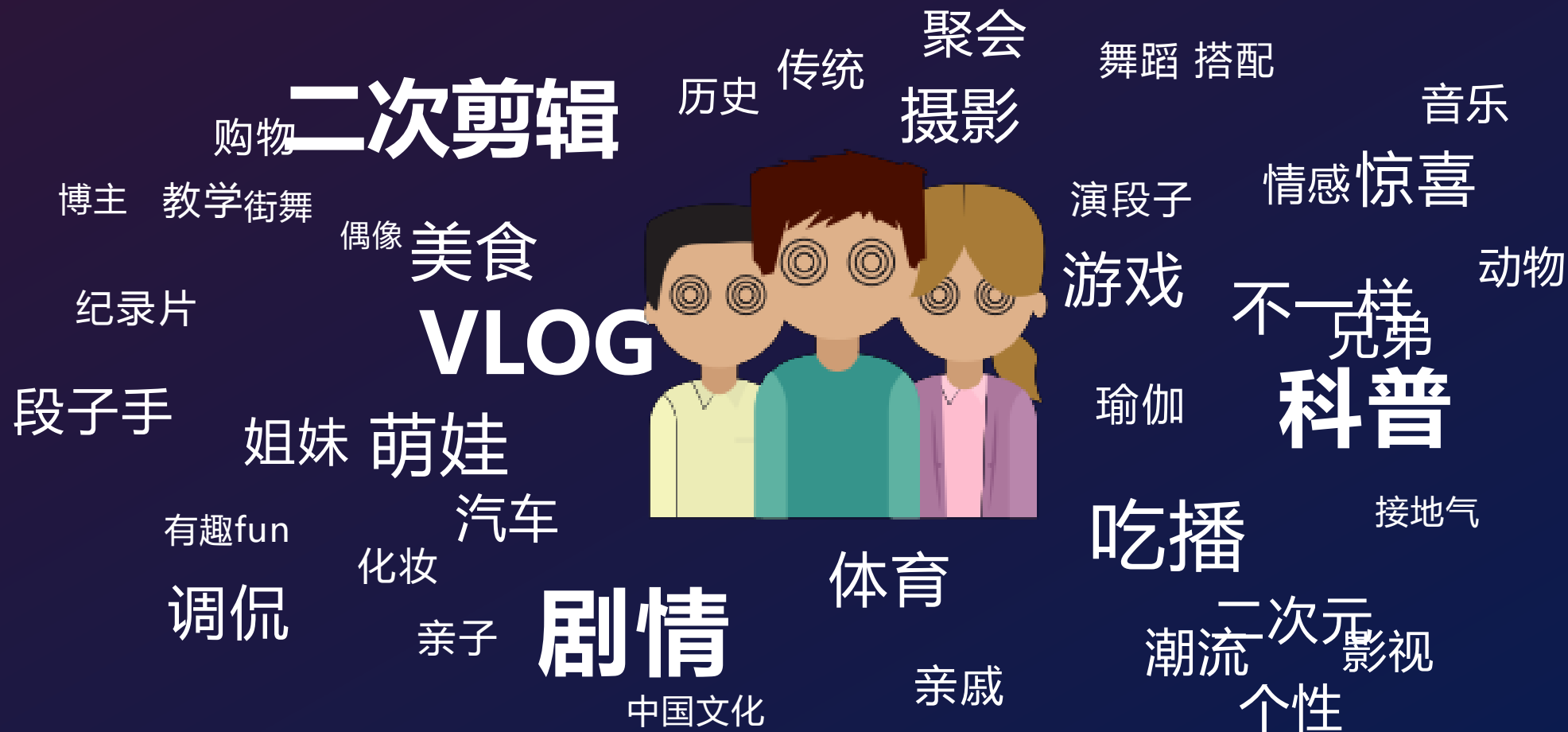


201701-201802中国移动短视频聚合平台月度活跃用户规模



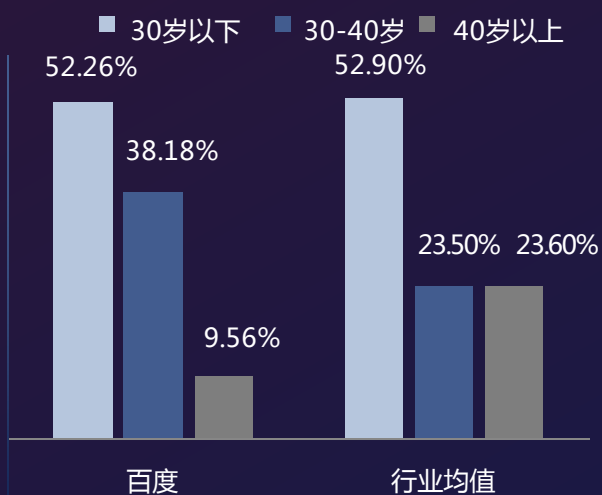
短视频的时代发展趋势-内容发展趋势

从“垂直”到“多元”，多样化内容生态，品牌传播方式多元化



短视频的时代发展趋势-用户发展趋势

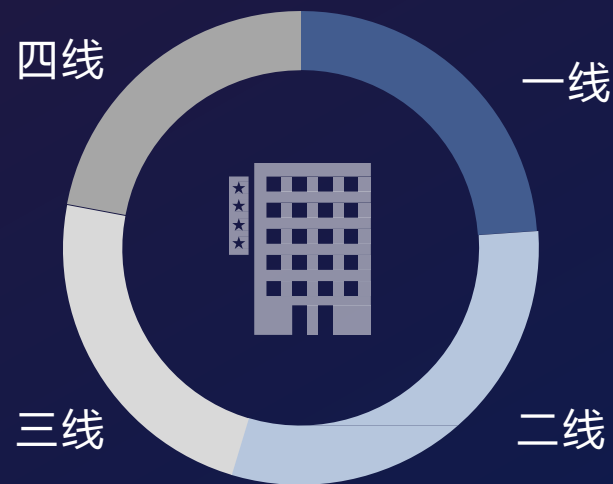
从“年轻”到“普世”，不仅是年轻人喜好，现在是全民视频的黄金时代



全年龄段实现覆盖



45% 男性 & 55%女性



一二线城市用户超50%
三线城市以下用户迅速扩展

02

百度视频产品营销优势

03-1.战略布局

03-2.分发技术

03-3.用户画像

03-4.视频产品全景图

03-5.视频样式全景图

03-6.定制化玩法

百度视频产品营销优势-战略布局

帮助广告主的视频内容在百度生态内有效的传播，在百度商业生态中提供强传递效能的广告展现样式

百度视频产品

流量入口多元化

样式原生化

广告投放AI化

玩法多样化

业务生态化



百度视频产品营销优势-分发技术

多维数据+AI智能定向, 用户意图精准分发, 提升变现效率

AI驱动, 精准分发

AI赋能视频内容精准识别, 内容识别逻辑:

1. 帧粒度视频内容识别 (含人物面部扫描)
2. 视频语音(语音独白)&视频字幕(文字)识别

标签更精细, 内容更精准

通过AI赋能
通过机器对视频进行“标签化”
取代传统互联网媒体
人工打标签的业务模式。

目前已支持明星、剧目、综艺、汽车品牌的定向



国内知名游戏和代言人



车辆品牌定向



爆款剧目热点

内容定向后续规划

更多视频信号
用于定制

明星 剧目 汽车
综艺 游戏 景点
自定义内容定向

充分挖掘视频流
内场景

广告位识别
场景识别

拓展视频独有的
售卖方式

有效播放率建模
点击付费

视频内容定向

Instream广告

CPV / CPC

百度视频产品营销优势-用户画像

日活用户达1.9亿的综合信息流平台，有着转化目标强劲的良好生态，
购买力优于全网基准，找到广告主的需求人群

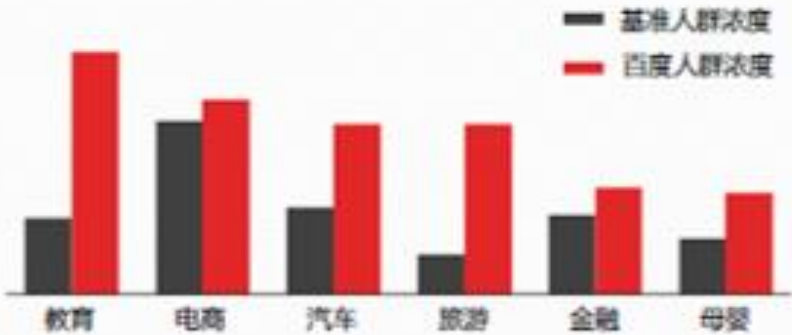
地域覆盖

重点城市网民高比例覆盖



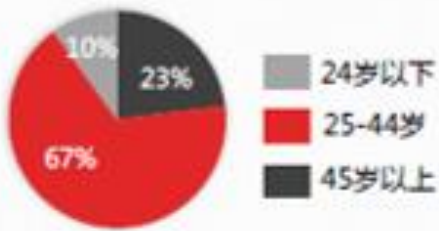
兴趣浓度

高商业价值人群浓度更高



年龄分布

过半人群为25-44岁购买决策人群



性别/设备分布

均衡覆盖男|女人群



均衡覆盖IOS/Android使用人群



百度视频产品营销优势 - 视频产品全景图

资讯流营销场景



百度APP



百度贴吧

传统信息流流量：搜索+资讯+社交



大图视频/下载样式：
视频信息流核心样式
Wifi 环境下自动播放



小视频（竖版）：
占据手百核心流量，
沉浸式体验

短小视频营销场景



好看视频
短视频智能分发平台



全民小视频
用户分享
记录生活

视频垂直流量：PGC+UGC



好看视频列表页2楼：
垂直流量，人群更精准，
feeds 2楼，位置明显



内容营销：
KOL原创内容，软
性植入传播口碑



热门话题：
激发全民自主参
与传播

媒体运营内容激励场景



视频联盟
优质视频流量联盟

外部视频流量



激励视频：
用户阅读/游戏过程中，通
过观看视频获得奖励，深
度沉浸下的强转化工具



服务生态

慧视

多种横竖视频模板，只需三步生成视频物料，
供中小广告主，快速解决视频创意问题

慧拍（Q2上线）

提供分行业视频广告模板，引导广告主拍
摄原生视频物料

慧合

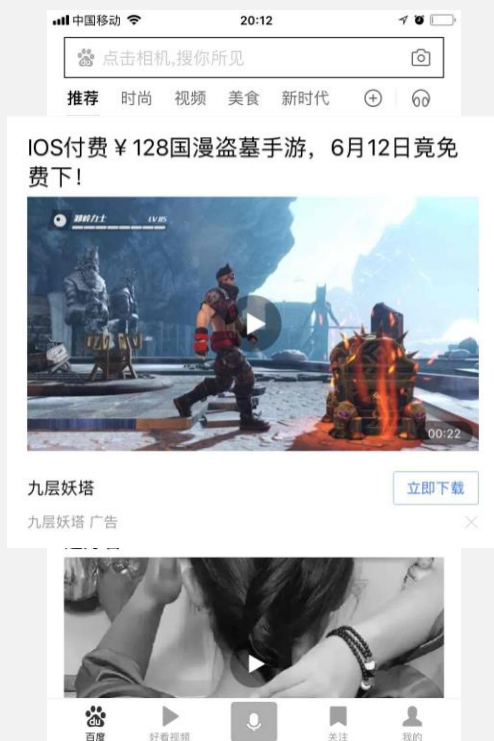
满足广告主的高端定制化视频物料需求，由广告主与
创作者双向选择、双向激励，平台化统一下单操作

百度视频产品营销优势-视频样式全景图

大图视频



大图视频下载



小图视频



竖版视频/ 竖版视频下载



百度视频产品营销优势-定制化玩法

『聚睛』沉浸式



『直播』样式

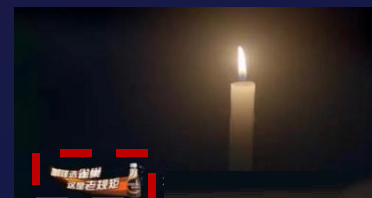


视频内广告



场景化识别样式

通过AI能力识别视频场景，植入原生广告



基于音频内容识别



基于视频场景识别



基于视频内容识别

百度视频产品营销优势-定制化玩法

自制节目软植广告



好看视频

《TA说》- 闪烁思想光芒的脱口秀

百家号

百度平台独播IP，可根据广告主深度定制软植

内容理解后贴片-明星定向

客户选定的明星视频播放完毕后，出现客户后贴片广告，精准推送粉丝人群，玩转粉丝营销。



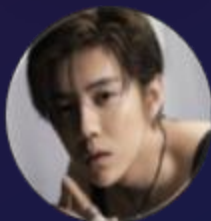
- 明星所属-地域

中国大陆、中国香港、中国台湾、等等.....



- 明星所属-性别

男、女



- 明星人设

形象（型男、绅士，小鲜肉、暖男）角色形象（偶像、老戏骨）性格（高冷、可爱、呆萌）

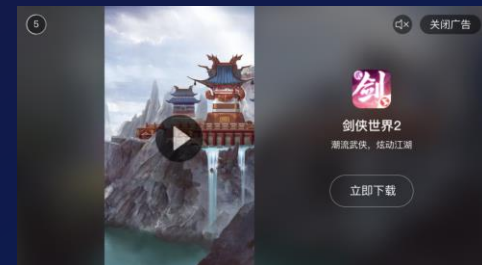
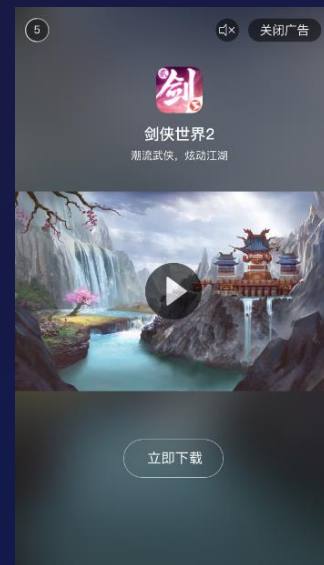
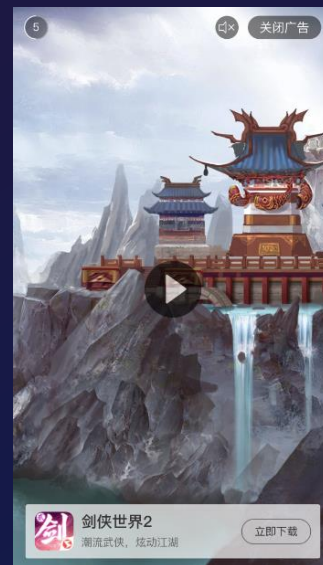


- 适配行业

汽车、家用电器、生活旅游、休闲娱乐、服装、电商

激励视频

玩家在收看游戏中的视频广告后，可以得到相应的奖励，一般不被允许跳过，是用户、广告主、开发者的共赢选择



03

百度视频营销内容生态

04-1.生态建设

04-2.创作资源

04-3.生态规模

百度视频营销内容生态-生态建设

邀请优质MCN机构，平台通过MCN经纪人模式实现了MCN机构达人在全民小视频中获得收益，并持续提供粉丝引导和直播特权等权益，助力MCN获得更多商业机会。

平台与权威的媒体机构合作，探索“内容+渠道+搜索”的全新媒体运营模式。为用户提供更权威、更有价值、更独特的正能量原创内容。

通过多种激励政策，提供商业广告双选和助星计划，吸引全网有一定知名度的、不同垂类的优质大V作者入驻平台，不断丰富平台优质视频和优质作者规模。

全网大V
加盟

站内提供普通作者 原创作者 优质作者的三步进阶路径，通过创作者中心全方位指导站内作者快速成长。并使用系统自动挖掘站内高潜作者，定向培养，帮助有态度、有特色的内容生产者和平台共同快速成长。

站内作者
成长

官方媒体
号合作

平台给予认证企业专属加V标识，权威官方背书。企业入驻号将运用多种运营推广工具玩转粉丝经纪，高效利用精准广告助力企业营销。

企业号
入驻

商家号
合作

平台以其深度下沉的生态，提供更容易触达广大用户的商业渠道，结合用户画像和AI智能匹配，为商家提供精准的广告投放和内容推广，加之全民小视频沉浸式的浏览体验以及创新的电商模式，以最贴近用户消费心理的方式，提高转化率。

百度视频营销内容生态 - 创作资源

最全最权威的创作者阵容



百度视频营销内容生态 - 生态规模

百万创作者携手创作美好内容

累积引入2W全网大V

搞笑
达人



尬演团队

每天20万活跃作者创作



打碗哥



面筋哥

每月作者规模增长100%



钟婷XB

颜值
担当



陈翔六点半



小沈龙

才艺
盛宴



猪小屁



美男子顾北啊



美少女小惠

04

百度视频品效结合一站式解决方案

04-1.消费者需求分析

04-2.视频营销策略

04-3.广告主视频营销困境

04-4.品效结合一站式解决方案

04-5.营销案例

百度视频品效结合一站式解决方案-消费者需求变化

随着碎片化时代的来临，消费者需求也在发生着变化

在过去

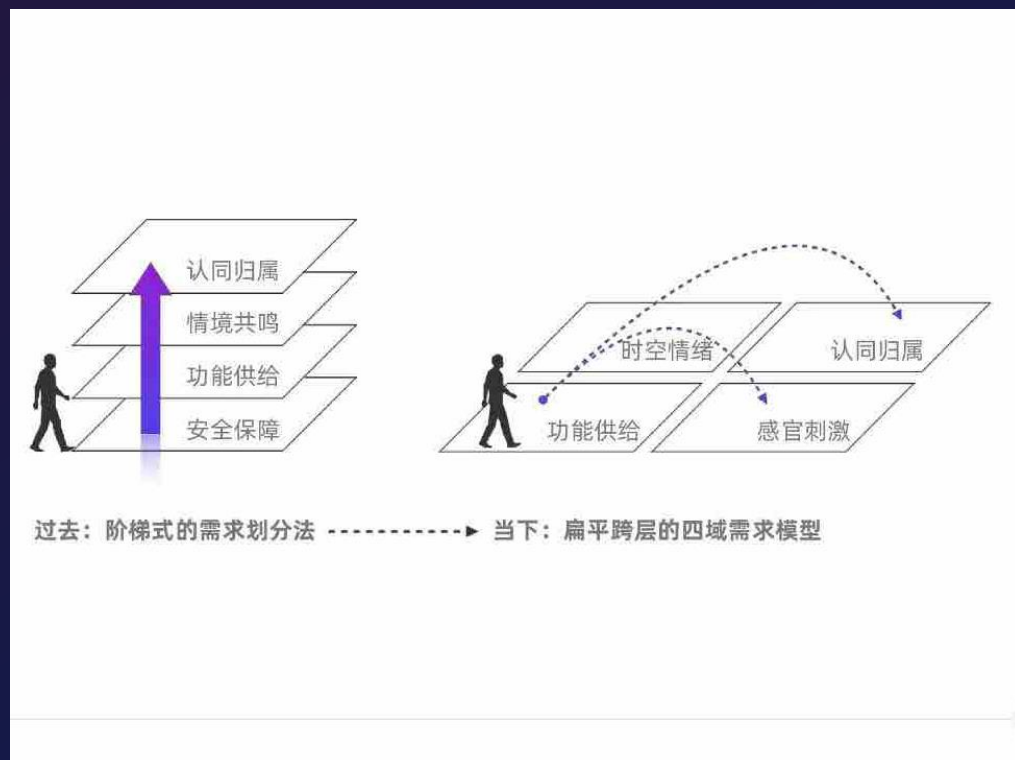
消费品对消费者的价值包括：感官刺激、功能供给、情境共鸣与认同归属，层层递进；

而现在

消费不仅是对货的购买，更是对生活的选择与营造，是情感价值观的外化；

相应的

相应的，金字塔/阶梯式需求模型日趋崩塌，价值取向的多元使消费者可能跳跃式地跨层寻找价值的认同。



百度视频品效结合一站式解决方案-视频营销策略

小视频和短视频成为企业推广的必经之路

BRAND TVC

+

BRAND 视频

通过传统媒体曝光

形成品牌印象

多元生动的创意内容

主动精确的分发策略

丰富细腻的情感传递

富媒体下优质的原生内容

用原生优质的内容

获得消费者的好感

原生化媒体趋势之下，优质的小视频、短视频内容更加容易入侵潜在客户心智

百度视频品效结合一站式解决方案-视频营销策略

视频时代不可或缺的营销环节

视频信息流原生优质的

硬性广告内容

软硬结合

原生优质的小视频、短视频达人制作

软性广告内容



打造富媒体时

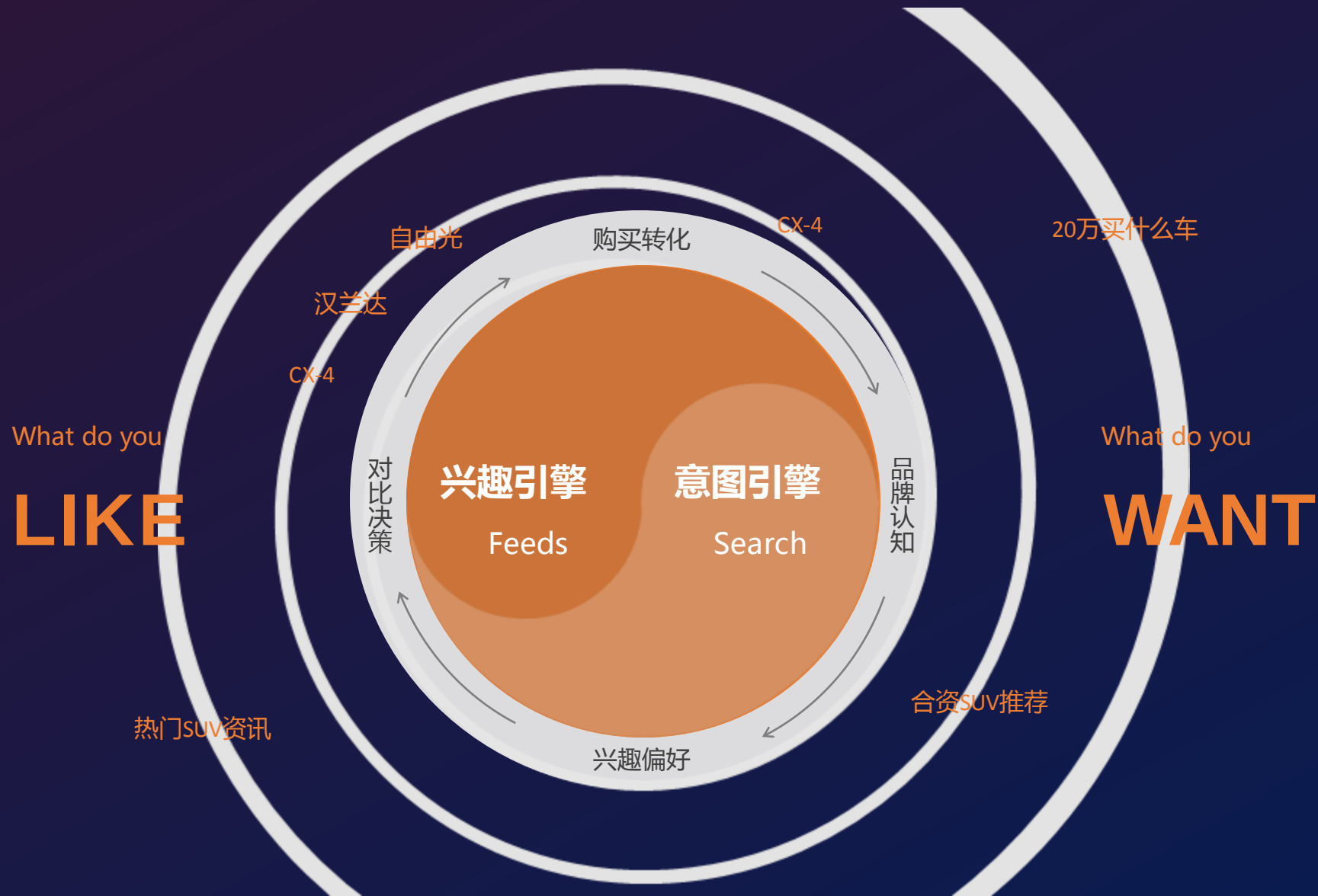
代的视频广告

组合拳-直击潜

在消费者心智

百度视频品效结合一站式解决方案-视频营销策略

兴趣+意图双引擎，不断强化决策链影响



百度视频品效结合一站式解决方案-广告主视频营销困境

创意制作难

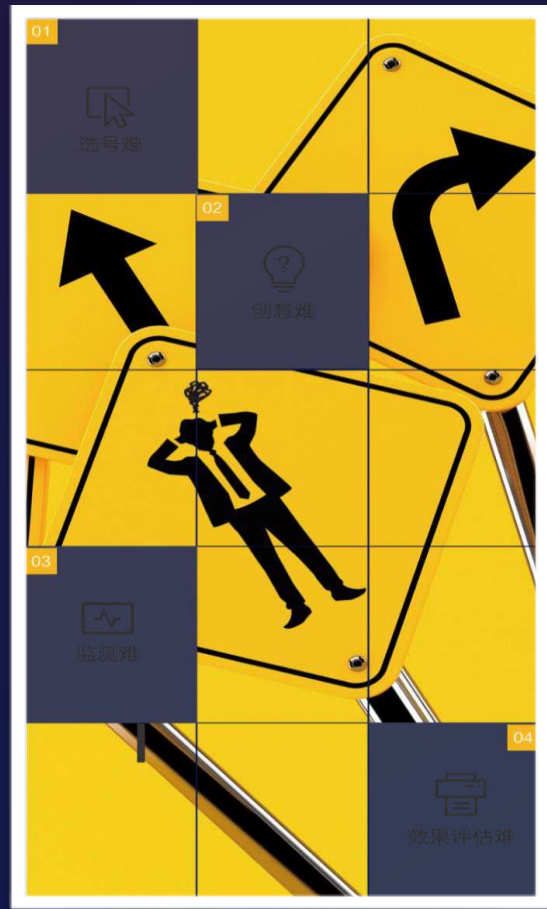
用户对于广告主的要求越来越高，不会点击的广告占比（34%），广告内容与用户兴趣不符合，出现不愿意观看（33.4%）；用户更加喜欢达人丰富的内容呈现，而广告主却无法制作这类创意。

创意选择难

在碎片化的自媒体环境中，如何找到和广告主需求最为契合且内容具备传播力的创意形式已经成为了一个难题。

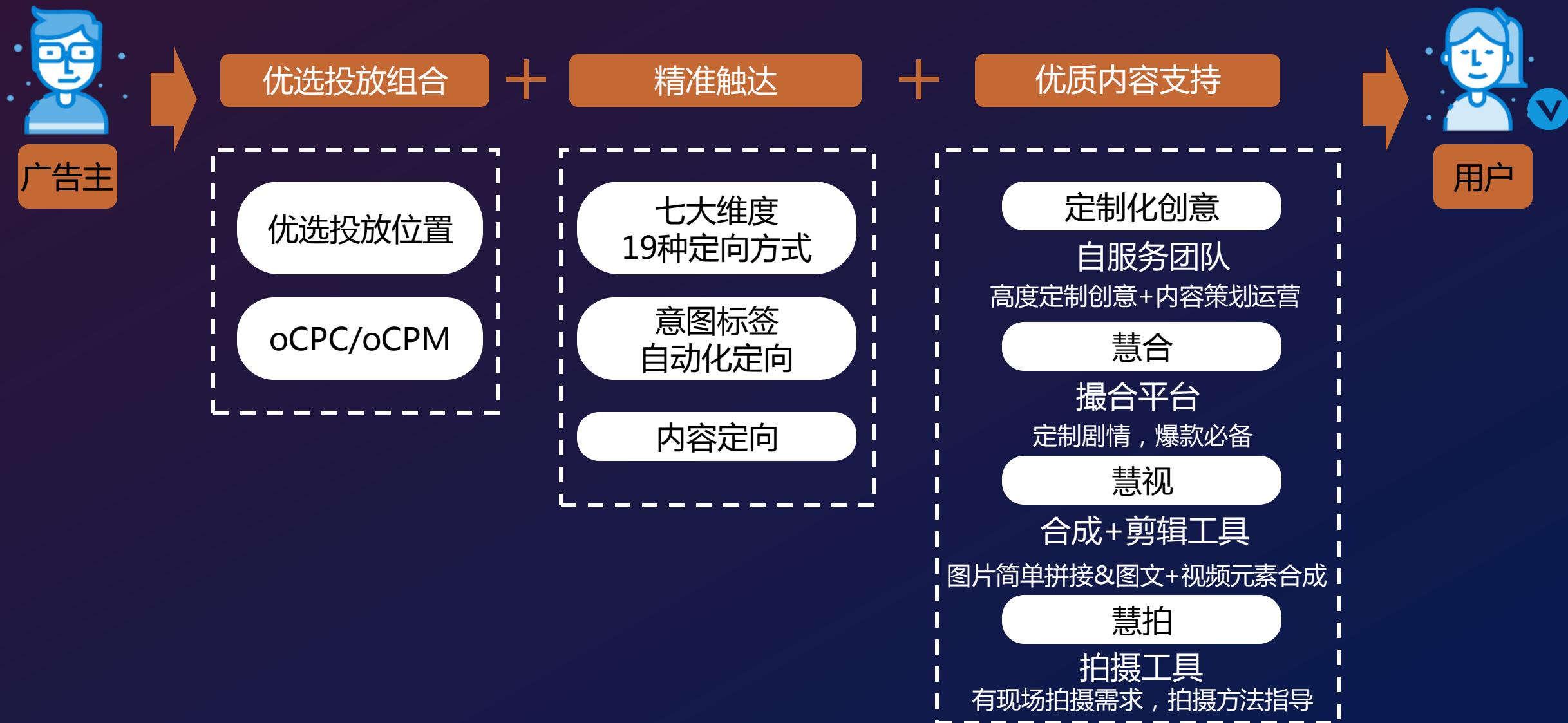
资源组合，内容分发难

广告主无法根据自己的喜好获取到全方位的内容营销组合资源，很少有媒体提供全的内容营销资源供广告主自己选择。



百度视频品效结合一站式解决方案-全链路内容传播

一站式打通广告主-用户间的内容营销与传播链路，全面支持内容营销



百度视频品效结合一站式解决方案-全方位创意支持

提供视频营销内容策划及传播的全方位服务，彻底解决广告主痛点

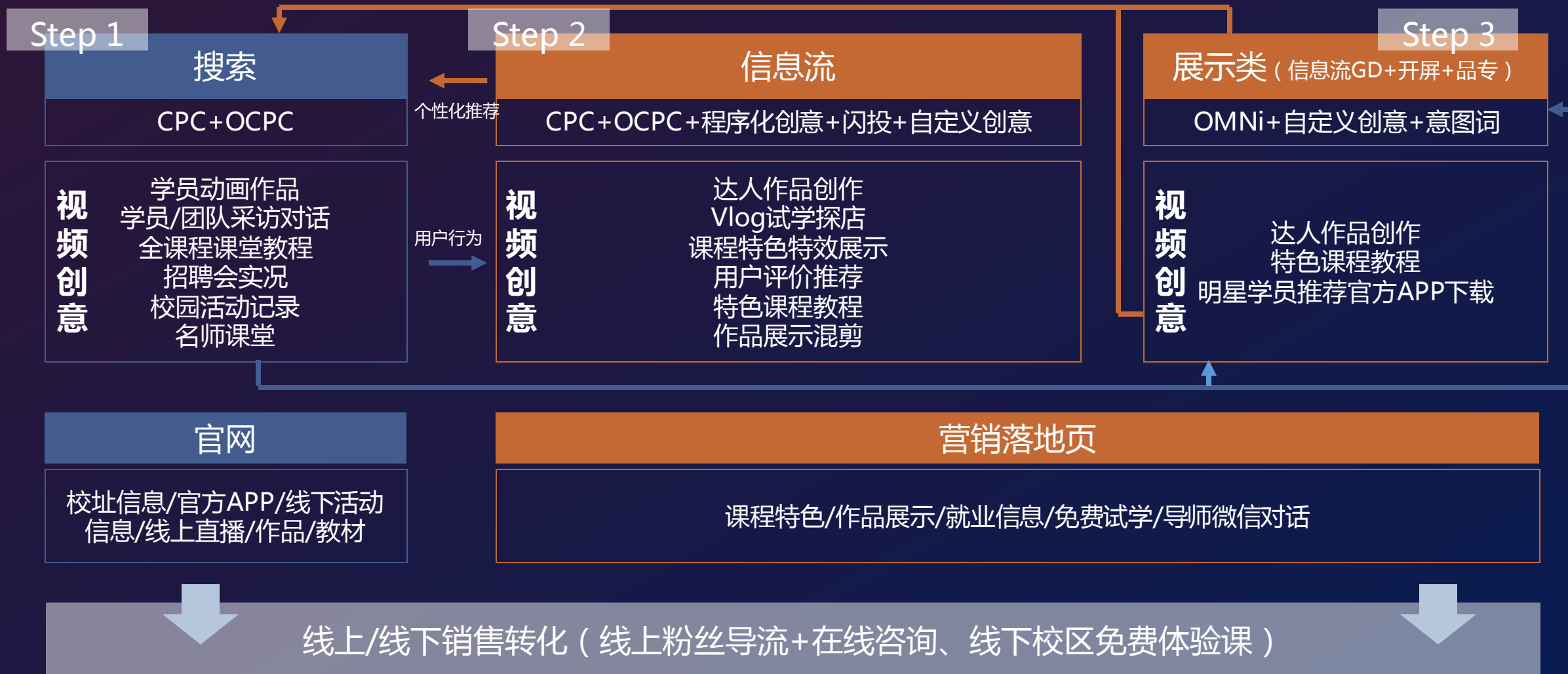


品效结合一站式解决方案案例：王氏教育明星课程

目标：王氏教育明星动漫设计课程招生，以整合内容传达课程卖点，促进销售转化

方案：官方/权威/线下活动（搜索）+原生/趣味/热点/教学实力（信息流+展示类）

核心指标：粉丝量、点击量、转化率



探店VLOG：化身吸粉利器，视频营销价值凸显

结合年轻人热门原生视频形式——VLOG，形式新颖，贴合王氏受众群体-95后00后，有效促进转化



↓27%
成本下降
+257倍
成单量增加

原生
体验

原生感极强，卖点软性融入，轻松氛围下展示品牌特色，深受年轻人群喜爱

引爆
转化

结合免费试学的线下活动，通过微信吸粉参加活动成功引流，促使用户购买课程达到转化目的

成功
吸粉

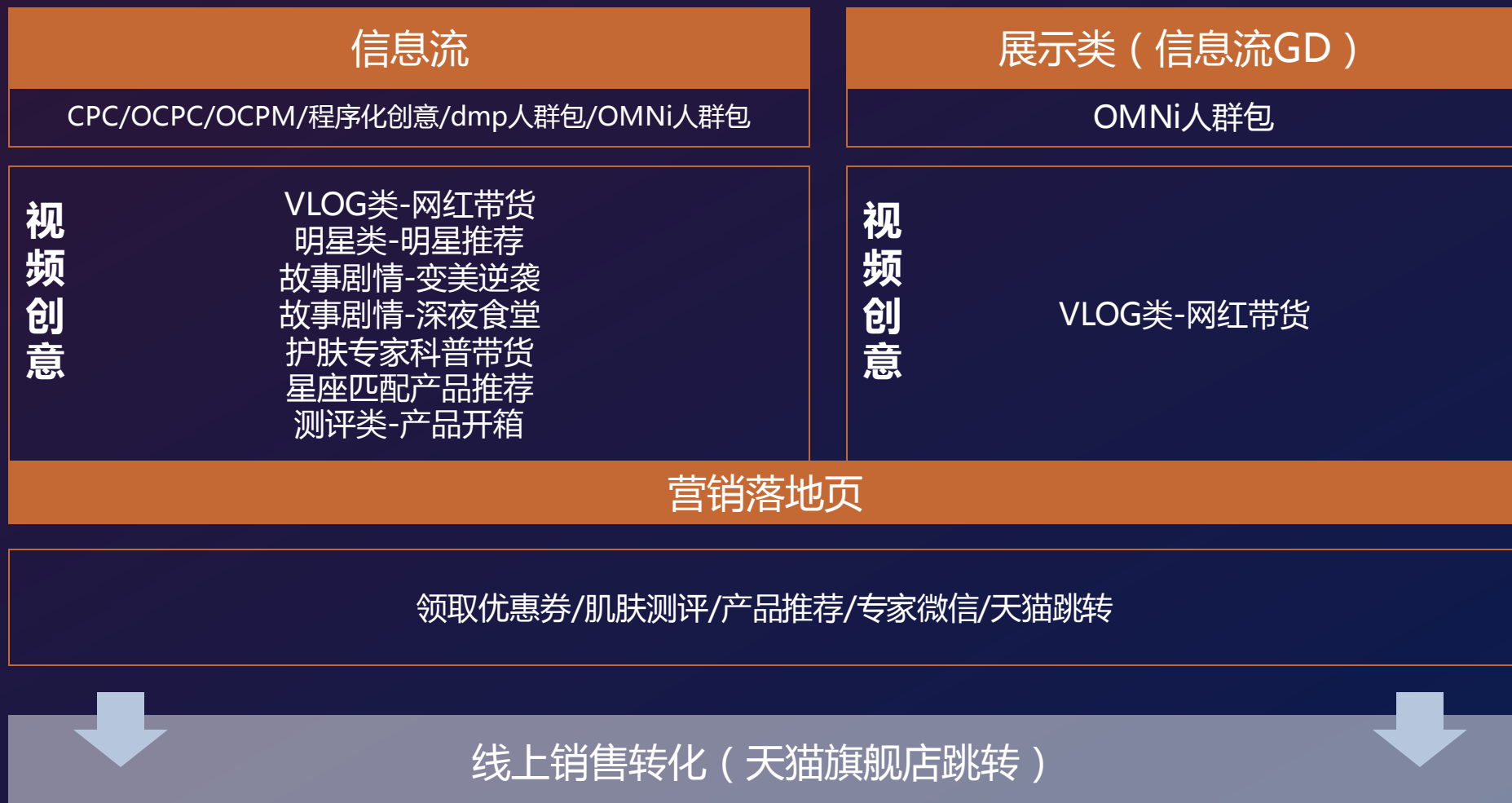
通过让用户进入沉浸式教学的深互动，实现了品牌与动漫教学强捆绑，使用户想到学动漫，就想到王氏教育

品效结合一站式解决方案案例：WIS护肤产品

目标：产品已具备一定知名度，通过视频展示产品，引流天猫店/吸引加粉，促进销售

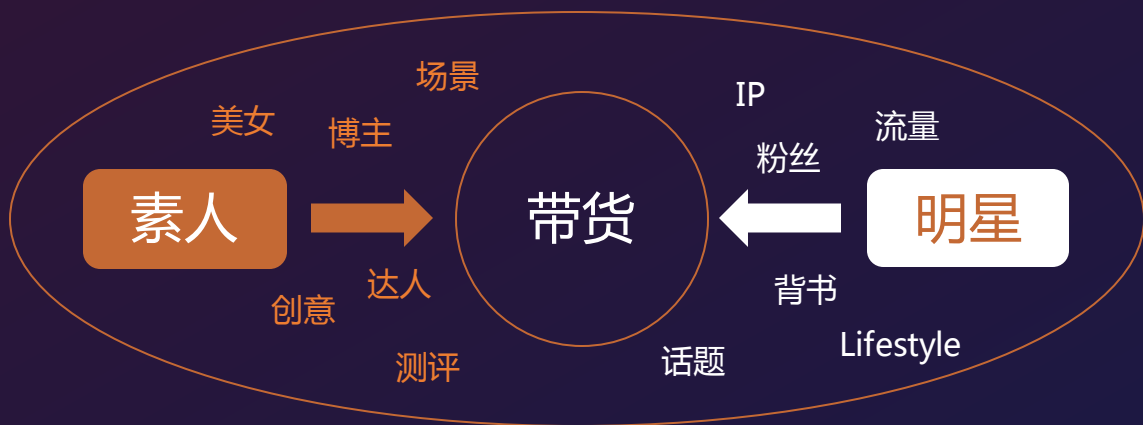
方案：原生趣味性+专业科普+美女网红推荐

核心指标：粉丝量，加粉成本，购买ROI



产品推荐：素人+明星花样带货整合营销

WIS护肤产品整合内容创意策略



WIS护肤产品整合营销模式与链路



素人带货

明星带货

品效结合一站式解决方案案例：松果倾诉APP下载

目标：通过下载APP，为用户提供情感、心理、青春期困惑等多种问题咨询服务，以解决人群不同阶段困惑为卖点，促进销售转化

方案：原生/趣味+专家科普，多样化投放

核心指标：APP激活成本、付费成本

搜索

Ocpc

图文创意

信息流

OCPC\OCPM\闪投\程序化创意\自定义创意

视频创意

情感专家推荐下载（横屏）
情感专家推荐下载（竖屏）
专家科普MG动画
情景故事+产品推荐

展示类（信息流GD+聚屏）

OMNi+自定义点位投放

视频创意

产品特点MG动画

营销落地页

APP下载/在线专家/用户评价/APP特色

APP市场主页下载

场景化营销：情景故事+产品推荐实现APP下载量新增

通过能引发强烈共鸣的场景化营销，用传播者的身份进行深度种草，实现APP下载导流的目的



用户
共鸣



利用反面情景增强痛点刺激，配合旁白扎心拷问，挖掘用户内心的情感需求



产品
植入



快速进入产品推荐部分，展示产品核心功能卖点，与用户需求完美契合



推荐
下载



从感性需求到理性需求的画风转变，更有行动号召力地引导用户下载APP

05

百度视频营销创意探索

05-1.视频创意不足的推广困境

05-2.创意多样化

05-3.创意精细化

05-3.内容优质化

05-3.创意增值化

05-3.5G时代的视频升级效应

百度视频营销创意探索-视频创意不足的推广困境

创意不足带来的各种问题，限制了广告主的推广效果

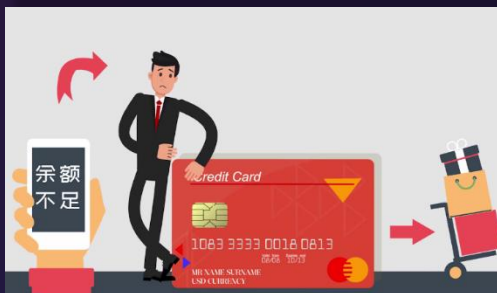


百度视频营销创意探索-创意多样化

随着行业环境和消费者结构及消费心理的变化，如何把一个卖点进行多种形式展示，成为了广告主重要的内容因素。
以金融行业为例，从早期重品牌的MG动画、二次剪辑，转向更加原生化的素人短视频，
视频样式升级，裂变创意矩阵，满足行业单一卖点的多样化推广需求。

过去

Mg动画+二次剪辑



现在

素人短视频 + 剧情类



百度视频营销创意探索-创意精细化

以Vlog为例，细分不同的推广需求，结合不一样的创意表现手法，视频的内容有更多不一样的可能性

提升喜爱度



慢点蛋糕vlog视频

这次的蛋糕探店vlog，模仿日食记的拍摄手法，弱化博主的身份，并且字幕特效模仿B站弹幕，音乐轻松诙谐，蛋糕制作才是主视觉，让用户仿佛置身于制作蛋糕的场景当中，整个vlog自然流畅，

增强曝光度



天琥双人vlog视频

有别于以往单人vlog剧情，加入双人探店的视角，画面剧情丰富起来，互动趣味性增加，而且加入薪酬性的诱惑，增加用户迫切感

产品售卖



紫馨隆鼻整容vlog视频

利用用户想看整容后效果与安全性的的好奇心理，vlog剧情采用术后到医院回访的模式，加入韩国教授的面诊点评，与整容前的强烈对比，增强用户对品牌实力的信心

流量私域化



马上给大家一起开箱

玖菱开箱vlog视频

利用开箱揭幕的引导性桥段，牵动用户猎奇的心理，对产品产生浓厚的兴趣，以便后期更加地为产品带货

百度视频营销创意探索-内容优质化

随着广告主推广需求的不停演变，视频内容形式也在不断迭代。
以科普类创意为例，从刚开始的单一的剧情，纵向深化到内容质量越来越高的营销策略

营销策略

品牌形象树立
价权威形象长效渗透

精细化人群巩固+人群拓展
长期渗透品牌价值

多手段并行、精准覆盖
产品目标受众、竞品人群

电商导流
孕期知识普及
刺激转化、长尾效应

人群覆盖

传播阶段

2018.Q4

2019.Q1

2019.Q2

2019.Q3

营销周期

视频演化

实验室背景
专家干货解读

背景从暗淡环境趋向明亮整洁
引入客户案例

画面从专家单一解说到
名场面亲自剪皮带
字幕用花字突出重点内容

采用竖版形式
专家加入煮燕窝的示范过程
竖版底部突出老师微信与孕期燕窝资料

视频样式



百度视频营销创意探索-创意增值化

结合客户自身产品特性与百度内容生态，以整合创意为策略打造品效结合的视频推广方案

全年视频营销

即时效果与品牌效应兼备的视频内容整合营销服务

通过圈定顶级VIP客户，提供全年淡旺季营销视频服务，发力提升圈定客户的更集中化的视频推广效应。

3+1内容矩阵

行业节点

根据行业淡旺季、
打造不同主题优质
视频捕获用户

节日营销

绑定相关节日/自身
周年庆等节日或活
动抢占流量

热点营销

结合与行业相关热
点IP，借力流量话题
强势种草

全 年 日 常 内 容 更 新

12月 1月 2月 3-4月 5月 6月 7-8月 9-10月 11月

星光计划

快速量产优质内容，支持多样化组合投放的视频内容整合营销服务

通过圈定超级大户提供量产视频服务，提升圈定客户的推广效应。



百度视频营销创意探索-5G时代的视频升级效应

5G时代的来临，百度借助AI赋能，缩短了视频内容生产难度、解决了检索难等问题，让视频即将作为主流信息载体



5G 一个新的流量时代即将来临

感谢观看

穗莞原生广告服务中心

