

推-百度信息流广告 (CPC)

AI全链营销产品整合

找到Ta-观星盘
推-**FEED**、开屏广告、聚屏
搜-搜索推广、爱采购、知
了好学、品牌专区、华表

.....



让Ta
知道



百度系-知道、文库
内容-视频、程序化创意
好生态-百家号
活动-营销活动

.....



让Ta
喜欢



基本鱼
小程序
爱番番

.....



与Ta
合作



目录 CONTENTS

1

信息流广告的趋势

2

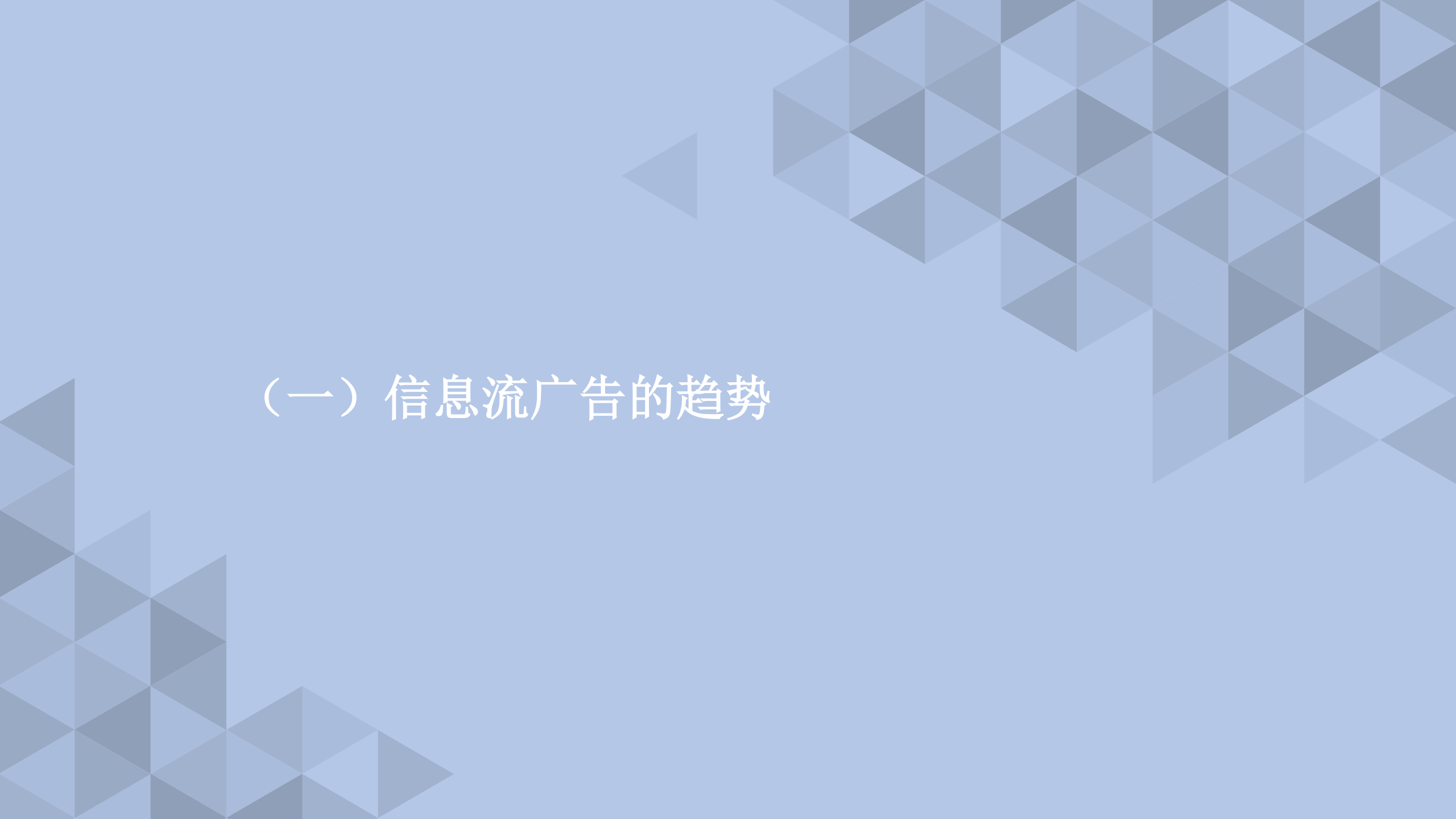
百度信息流广告**竞价 (CPC)** 产品介绍

百度信息流展现平台介绍

百度信息流收费方式介绍

百度信息流定向功能介绍

3



（一）信息流广告的趋势

1.1什么是信息流与信息流广告？



1.2为什么要有信息流广告?

中国手机网民数量
(截止2021.6)

10.07亿

手机端各类需求使用率

表 4 2020.12-2021.6 各类互联网应用用户规模和网民使用率

应用	2020.12		2021.6		增长率
	用户规模 (万)	网民使用率	用户规模 (万)	网民使用率	
即时通信	98111	99.2%	98330	97.3%	0.2%
网络视频 (含短视频)	92677	93.7%	94384	93.4%	1.8%
短视频	87335	88.3%	88775	87.8%	1.6%
网络支付	85434	86.4%	87221	86.3%	2.1%
网络购物	78241	79.1%	81206	80.3%	3.8%
搜索引擎	76977	77.8%	79544	78.7%	3.3%
网络新闻	74274	75.1%	75987	75.2%	2.3%
网络音乐	65825	66.6%	68098	67.4%	3.5%
网络直播	61685	62.4%	63769	63.1%	3.4%
网络游戏	51793	52.4%	50925	50.4%	-1.7%

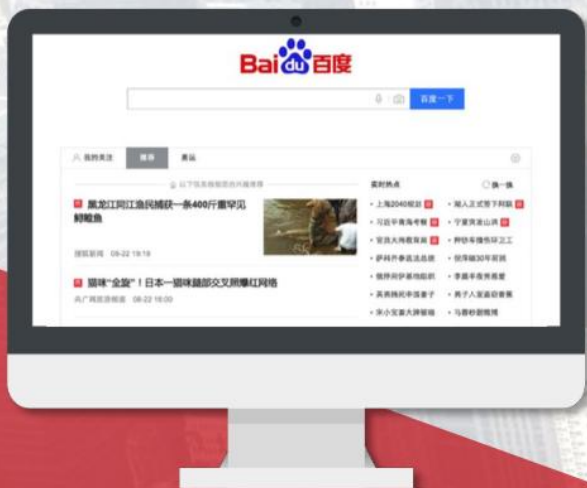
随着移动网络环境的不断完善，以及智能手机的持续普及，**手机上网**主导地位越加强化。

移动互联时代，获取**资讯内容**已成为移动网民的第二大主要需求。

1.2为什么要有信息流广告?

PC时代

人与机器
交互场景 相对固定



移动时代

人与移动设备
交互场景 更加丰富



- 媒体比拼抢占用户**碎片化时间**
- **Feed流媒体更适应移动用户使用场景，更容易获取用户时间**
- **Feed流广告应运而生，获得越来越多广告主的青睐**

1.3信息流广告有哪些优势？

信息流广告，顾名思义就是用户阅读信息之中的一种广告形式。

其最大优点就是“在内容里面融入广告”，对于“吃软不吃硬”的消费者来说，可以在浏览内容时不自觉地去接受广告信息，保留了固有的用户体验。

信息流广告可有效降低用户干扰、更加精准地展现给目标客户，且容易激发受众的主动性，促使其主动接受、分享。

1

用户干扰少

2

精准度高

3

接受度高

4

转化率高

1.4信息流广告与搜索推广有什么本质区别？

百度信息流，打通搜索与资讯阅读
一站式的品牌营销平台



（二）百度信息流广告竞价（CPC）产品介绍

百度信息流广告产品分类

品牌展示
GD合约产品

效果投放
竞价产品

强曝光、独占性

保量投放

效果广告

售卖方式: **CPT**

(Cost Per Time, 即按时长计费)

售卖方式: **CPM**

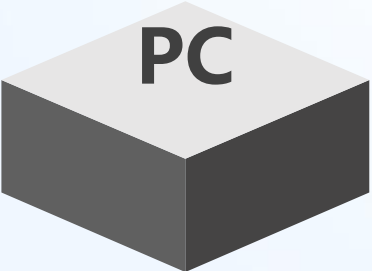
(Cost Per Mille, 即按千次展示计费)

售卖方式: **CPC**

(Cost Per Click, 即按点击计费)

信息流竞价广告流量/资源类型

三种流量类型



两种资源类型

百度自有流量



联盟媒体流量 (百青藤)



100亿+



(2.1) CPC-手百

2.1.1 百度首页信息流 | 列表页

展现平台：手机百度APP/WAP首页

展现位置：每次加载信息数为7的倍数位（第7条、14条.....）

广告样式：目前支持单图、大图、三图、视频小图、视频大图、橱窗样式、三图/大图电话样式、单图/大图/三图/大图视频下载样式

视频广告WIFI自动播放：
百度app主列表页『大图视频广告』『大图视频下载广告』
支持wifi环境下，视频广告露出50%时自动静音播放视频广告内容。



2.1.1 百度首页信息流 | 列表页样式汇总

大图样式 	三图样式 	单图样式 	大图视频 	小图视频 	橱窗样式 
三图电话样式 	大图电话样式 	大图下载 	三图下载 	单图下载 	大图视频下载 

2.1.2手机百度首页信息流 | 列表页-小视频-竖版视频

产品介绍:

竖版视频广告位于**百度APP列表页小视频入口**。竖版广告填充整个屏幕，且视频自动播放，更原生更吸睛。

广告位置：手百APP-列表页-小视频入口上划**第4位，后续7N+1位。**

广告样式：竖版视频链接、竖版视频下载

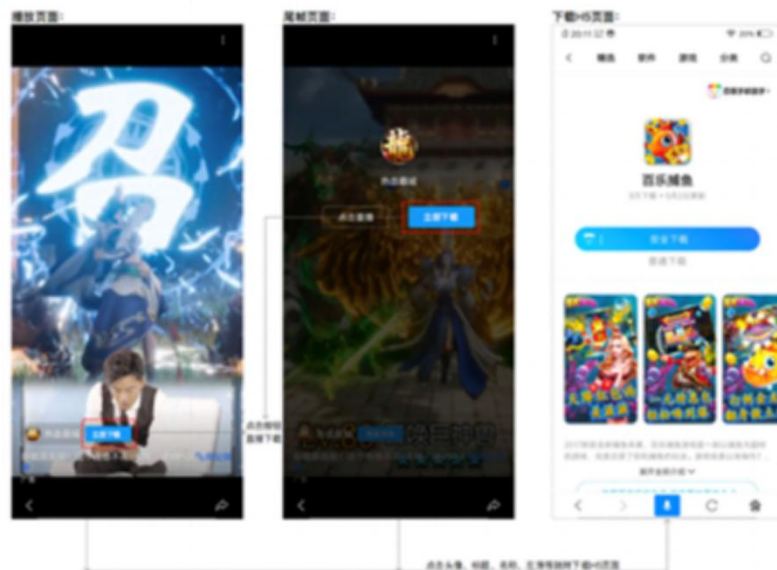
样式介绍:

竖版视频链接样式&竖版视频下载样式



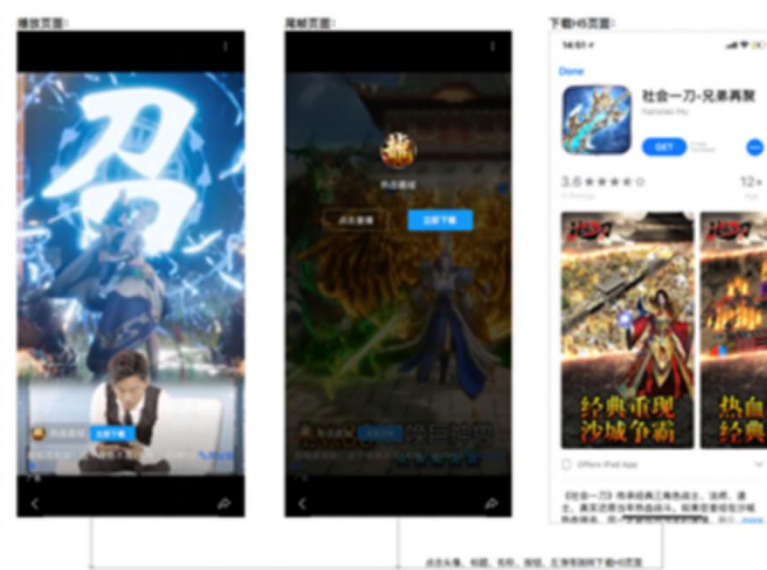
安卓端：

- 安卓端点击按钮（页面按钮&尾帧按钮）支持当前页直接下载，同时按钮展示下载进度。
- 前提热区（如头像、标题、左滑等）均跳转下载H5页面。



IOS端：

- IOS端点击热区后直接跳转App Store。



2.1.3百度首页信息流 | 详情页

展现平台：手机百度APP/WAP文章详情页

展现位置：上接**视频/图文**，下接**相关推荐+评论区**，详见下方

广告样式：同手百列表页

定向方式：同手百列表页，并独有“文章分类”定向。

媒体	页面	广告位	广告位说明
手百APP	视频详情页	视频详情页相关推荐广告位	用户点击进入手百视频详情页，广告展现在相关推荐第一条
		视频详情页评论上方广告位	用户点击进入手百视频详情页，广告展现在相关推荐下方，评论上方
		视频详情页后贴片广告位	视频详情页视频100%播放完成，广告展现
	图文详情页	图文详情页底部banner	图文资讯下方Banner位
		图文详情页相关推荐	图文资讯下方，相关推荐内容最后一位
手百WAP	图文详情页	图文详情页底部banner	图文详情页内容下方广告位
		图文详情页相关推荐	图文详情页相关推荐文字链广告位

2.1.3 百度首页信息流 | 视频详情页 (仅限APP)

视频详情页相关推荐



视频详情页评论上方广告位



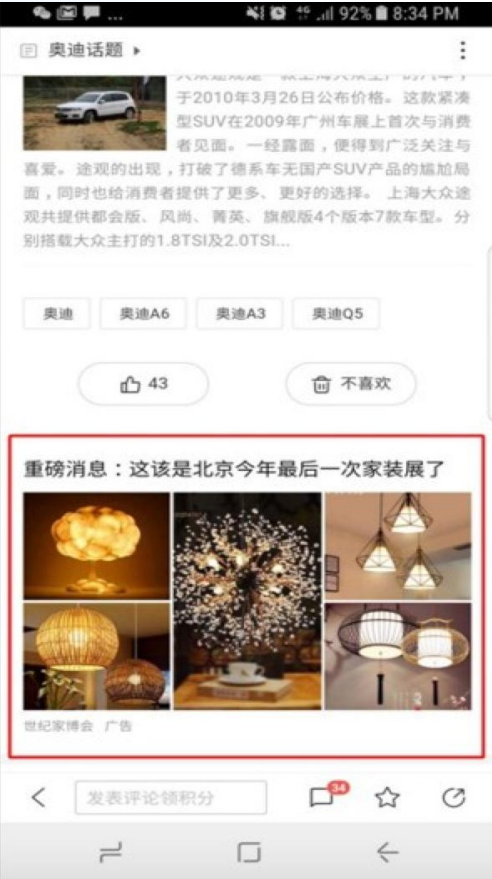
视频详情页后贴片广告位



2.1.3 百度首页信息流 | 图文详情页 (APP+WAP)

图文详情页底部banner

app



wap



图文详情页相关推荐

app



wap



(2.2) CPC-百度贴吧

2.2 百度贴吧信息流

展现平台：APP、WAP和PC端

展现位置：移动端列表页 3楼、13楼；内容页评论区上方banner位

PC端列表页3楼、15楼；内容页2楼、12楼

广告样式：目前支持大图、三图、大图下载、三图下载、视频大图样式



2.2 百度贴吧信息流

展现平台：APP端内容页

展现位置：内容页靠下位置的评论区上方的banner位广告

广告样式：目前支持三图、大图样式



2.4竞价机制

展现排
名机制

排名=CPC出价*预估CTR（点击率）

扣费
机制

实际点击扣费= $\frac{\text{下一位的出价} * \text{下一位的CTR}}{\text{自己的CTR}}$ +0.01元

预算

信息流预算独立，最低可设置的预算为**50元/天**。

2.5 百度信息流竞价广告定向功能

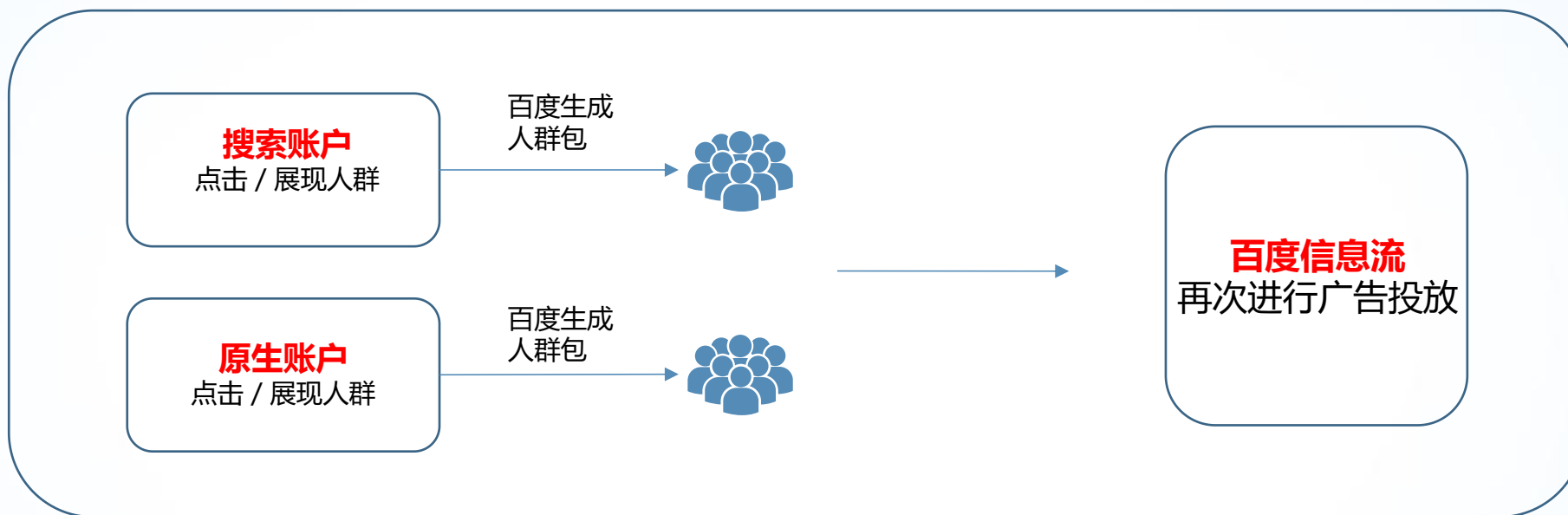




一、自定义人群

历史推广人群功能

对在一段时间内**展现**或**点击**过搜索或信息流广告的人群再次进行信息流广告投放。



原理：关联广告主同资质下的大搜、信息流投放账户、计划、单元下自选周期内的已展现、已点击人群数据，对此部分历史推广流量进行重定向投放。

- 支持关联投放平台：大搜、信息流
- 支持关联层级：账户、计划、单元（建议：根据广告主历史投放量级选择关联层级，如账户层级流量>计划层级流量>单元层级流量，层级越低流量覆盖越少）
- 支持关联投放周期：近3天、近7天、自定义时间段（最多近90天）
- 支持关联投放人群：**历史展现**、**点击人群**（二选其一）
- 自定义人群不支持与长期兴趣、吧主题、意图词、商圈、场所同时选择。

历史推广人群功能

新建自定义人群

创建方式：

上传ID

账户历史人群

数据来源：

☒ 信息流推广

☐ 搜索推广

选择层级：

☒ 账户

☐ 推广计划

☐ 推广单元

ⓘ 申请跨账户历史展现或点击人群数据，请[点击此处](#)完成账户授权

可选对象

账户：沈阳+

已选对象(0)

人群类型：

☒ 展现人群 ⓘ

☐ 点击人群 ⓘ

日期：

☒ 最近

7

天 ⓘ

☐ 固定时间段

2018.09.18 - 2018.10.17

 ⓘ

人群包名称： 0/30

确定

取消

“固定时间段” 支持选择过去90天内任意天的推广人群。

二、人口信息定向

人口信息定向功能介绍

年龄定向：根据年龄段，可以自主选择。广告主可以根据投放广告的目标人群年龄进行有针对性的定向投放。

性别定向：根据男性或者女性用户投放广告，广告主可以根据投放广告的目标人群性别进行有针对性的定向投放。

学历定向：根据用户学历投放广告，广告主可以根据投放广告的目标人群学历进行有针对性的定向投放。

地域-省市：可精确到二级市。

人生阶段：4个大阶段**未婚、已婚、孕期、家有儿女**；其中家有儿女细分为0-3岁、3-6岁、小学、中学。

人口信息

年龄：☐ 全部☐ <18☒ 18-24☒ 25-34☒ 35-44☒ >44

性别：☒ 全部☒ 女☒ 男

学历：☒ 全部☒ 大学及以上☒ 大专☒ 高中及以下

地域：☐ 不限☒ 省市

已选择

人生阶段：☒ 全部☒ 未婚☒ 已婚☒ 孕期☒ 家有儿女

☒ 0-3岁☒ 3-6岁☒ 小学☒ 中学

省市定向功能

[illegible]

三、用户意图定向

意图定向

百度大脑深挖，全网维度获取网民意图



长期兴趣定向

根据对用户的搜索行为、浏览行为习惯等进行分析，给用户打上兴趣标签。

例：



长期兴趣：汽车

长期兴趣定向

后台提供多个一级/二级兴趣点，客户可以根据潜在人群进行选择投放。

用户意图

长期兴趣：

☐ 不限

☒ 自定义

请选择兴趣分类

全部分类

> 文化娱乐

+

> 软件应用

+

> 资讯

+

网络购物

✓

> 教育培训

+

> 医疗健康

+

> 其他

+

已选分类

网络购物

×

全部添加

已选分类数：1/216

全部删除

意图词：

☒ 不限

☐ 添加意图词

意图词定向

意图词定向功能：客户提交意图词，系统定向到与这些意图词相关的网民使用意图词定向会让您的广告更加精准锁定到相关人群。

商业意图：☐ 不限 ☒ 添加意图词

出国留学

根据您的推广历史和行业分析，为您推荐业务相关意图词

出国留学作品集培训

+

美国mba留学费用

+

太傻留学地址

+

留学免中介费

+

西澳大学留学

+

旅游 留学

+

出国留学 留学

+

加盟出国留学

+

注：你可以选择1个或多个对象

全部添加

已选意图词 (11/1000)

每行一个意图词，每个意图词最多40个字符

1 出国留学需要考什么

2 到哪个国家留学最好

3 高中生到国外留学

4 留学

5 大学生出国

6 国外留学研究生条件

7 留学费用一览表

8 留学一年要多少钱

9 出国留学好不好

10 留学德国中介费用

11 出国留学

全部删除

用户行为：☒ 全网行为 ☐ 历史搜索

同时设置商圈/场所与意图词时，以商圈/场所投放

意图词=鲜花

全网行为：

定向的是近期想要购买鲜花的人

原理：综合用户的搜索、浏览、到访、点击等行为判断

优势：覆盖量级大

历史搜索：

定向的是最近7天搜索过鲜花的人

原理：仅根据用户的搜索行为判断

优势：简单直接

注：当意图词与商圈（或场所）同时选择时，用商圈（或场所）进行投放

四、线下到访

商圈定向功能：后台支持多个个商圈的精准投放，支持客户从现有商圈选择或者自定义。
在同一个单元下，“省市” 和 “商圈” 不能同时使用。

选择商圈

商圈

自定义

北京市

122个城市

已选商圈

9405个商圈

北京市

怀柔区

通州区

门头沟区

西城区

延庆县

石景山区

东城区

大兴区

密云县

已选区域

商圈

北京市82个商圈

自定义

确定

取消

自定义商圈

自定义商圈

北京

芍药居

批量导入地址

搜索添加

批量导入

1 芍药居

地铁10号线; 地铁13号线

2 芍药居小区

芍药居北里

3 芍药居

119路; 125路

4 芍药居桥

北京市朝阳区

1. 芍药居

0km

30km

应用

设置商圈范围

Baidu 地图

© 2017 Baidu - GS(2016)1069号 - Data © 长地万方 & OpenStreetMap & HERE

PANGUWEB

场所定向功能：后台有多种一级/二级场所类型可供客户选择性投放。
在选择了商圈的情况下，场所定向无法选择。

请选择场所

全部场所

丽人

建材家居

▼ 购物

超市

数码家电

景点

▶ 汽车服务

+

+

✓

✓

✓

+

+

已选场所

▼ 购物

超市

数码家电

×

×

×

已选场所数：2/23

全部删除

确定

取消

五、设备和应用

平台/网络定向功能：

平台定向包括ios、Android、计算机、其他。例如推广安卓应用，就可以选择使用安卓系统手机的用户去投放。

网络定向是指根据上网环境进行定向，可选wifi上网环境。例如推广一款APP，会要求下载量。就可以选择在WIFI环境下上网的用户，避免用户在3G、4G或者未知的上网情况下会考虑到流量问题而拒绝下载。

设备和应用

平台：☒ 全部 ☒ iOS ☒ Android ☒ 计算机 ☒ 其他

ios版本：☒ 全部 ☒ 12.x+ ☒ 11.x+ ☒ 10.x+ ☒ 9.x+ ☒ 8.x+

安卓版本：☒ 全部 ☒ 9.x+ ☒ 8.x+ ☒ 7.x+ ☒ 6.x+ ☒ 5.x+ ☒ 4.x+

网络 ：☒ 全部 ☒ wifi ☒ 移动网络

APP偏好 ：☒ 不限 ☐ APP分类 ☐ 自定义

APP偏好定向功能： 客户定向投放给访问/安装/激活App的受众。支持通过**App类别**(如健康, 汽车等)或**具体App**定向受众。

APP行为

APP偏好②: ☒ 不限 ☐ APP分类 ☐ 自定义

请选择APP分类

APP分类

全部分类

生活服务

医疗健康

实用工具

旅游出行

体育

游戏

金融理财

+

+

+

+

+

+

+

已选分类(0/239)

全部添加

全部删除

用户行为: ☒ 访问主页 ☒ 安装 ☒ 激活

确定

取消

具体APP

游戏

游戏

游戏 壁纸

游戏 的声音

游戏 实况足球2010(高清版)

游戏(单机版)

游戏(经典版)

游戏-鳄鱼爱吃肉(单机版)

+

+

+

+

+

+

+

已选APP(0/100)

全部添加

全部删除

用户行为: ☒ 访问主页 ☒ 安装 ☒ 激活

确定

取消

PANGUWEB

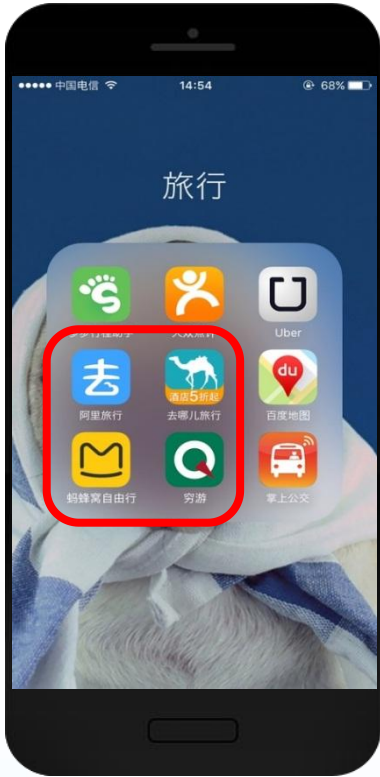
APP偏好定向过程:

广告主 APP 分类投放

- 教育
- 游戏
- 电商
- 旅游
-

映射
匹配

用户手机内APP



定向
投放

广告创意



携程
商业推广

立即下载

携程迪斯尼特价跟团游限时抢！手慢无



上海+迪士尼 (Disney) 3日2晚半自助游(5钻)
【非常旅游】迪士尼乐园&海洋馆/杜莎馆2选1
¥999

六、内容定向

文章分类定向功能： **仅针对手百详情页的流量投放**，使广告锁定到浏览相应种类文章的人群。

文章分类： ☐ 不限 ☒ 选择文章分类 ?

请选择文章分类

全部分类		已选分类	
国际	✓	国际	×
搞笑	✓	搞笑	×
房产	+	财经	×
财经	✓	图片	×
图片	✓	综合	×
综合	✓	汽车	×
汽车	✓		

注：您可以选择一个或多个对象 [全部添加](#) 已选分类：6/21 [全部删除](#)

贴吧主题定向功能：仅针对贴吧流量进行投放，可定向投放至一级类目和二级类目。

兴趣标签

用户兴趣：☒ 不限 ☐ 自定义

贴吧主题：☐ 不限 ☒ 自定义 未选择

兴趣关键词：☒ 不限 ☐ 添加关键词

请选择贴吧主题分类

全部分类

一级类目

情感

地区

金融

网友俱乐部

生活

旅游

时尚美容

已选分类

情感

地区

金融

网友俱乐部

生活

旅游

时尚美容

二级类目

全部添加

已选分类数：70/374

全部删除

确定

取消

注：目前CPC贴吧流量仅可定向至一级/二级目录，不支持定向到具体某个吧。

百度信息流竞价广告定向功能回顾



客户稳进 业绩稳进 服务稳进 品牌稳进

—— 2022稳进年 ——

