



≡ 2021今日头条营销通案

——营销中心-2021.6——

「关于2021今日头条营销通案」

• 关于《2021今日头条营销通案》

随着移动互联网生态的持续发展，用户需求在新闻资讯平台上获取真实、及时、丰富的内容信息；今日头条已经成为上亿人每天获取资讯的重要信息平台。

从「普适资讯」到「真知灼见」，平台的演进向“真知灼见”的深度内容发展，持续为用户带来“有深度、可信赖”的优质内容，通过8年的演进，今日头条的体裁的丰富性和分发的高效性已经被行业认可，在保证平台既有丰富多元的基础上，为商业带来“真实权威”的价值，持续帮助品牌建设“有深度、可信赖”的品牌形象。

• 在本次营销通案中

【1】明确“今日头条作为上亿人每天获取资讯的重要平台，拥有“复合型内容”从而驱动用户决策，同时作为用户获取信息的第一站，形成天然的全天资讯阅读、搜索习惯。

【2】权威新闻、全量媒体在头条形成普适资讯；并基于此，平台演进向“真知灼见”的深度内容发展，通过“头条热榜”带来多元的信息解读视角；另一方面头条汇聚并通过“行家计划”扶持大量专业创作者。

【3】泛资讯内容生态为品牌持续提升感知力，今日头条将「内容认知」变成「品牌认同」，以「观点输出」强化「品牌感知」；并基于内容营销的各个阶段，融合3C、汽车、白酒、医药等行业的案例进行解读。

看见更大的世界

「收获更理性的**思考**」

「获得更开阔的**视野**」

「熟知更全面的**资讯**」

「拥有更有趣的**灵魂**」

「学习更专业的**经验**」

「看懂更前沿的**趋势**」

Part.1 | 今日头条已经成为 上亿人每天获取资讯的重要信息平台

“复合型内容”更易驱动用户决策

Part.2 | 平台演进 向“真知灼见”深度内容发展

8年演进成为国家级权威信息阵地

Part.3 | 激活泛资讯内容生态 持续提升品牌感知力

以「优质内容」为基点强化品牌印象

Part .1

今日头条已经成为
上亿人每天获取资讯的重要信息平台

当代消费者决策行为反复无序，种草心理路径复杂迂回

消费触点
粉尘化

20+

单次消费
人均触点数量



种草路径
复杂迂回



消费决策
前置化

82%

消费者进入购买渠道
前已做好消费决策



今日头条复合型内容更易驱动用户决策

- 在庞大互的联网生态矩阵下，满足用户多形态内容需求 -

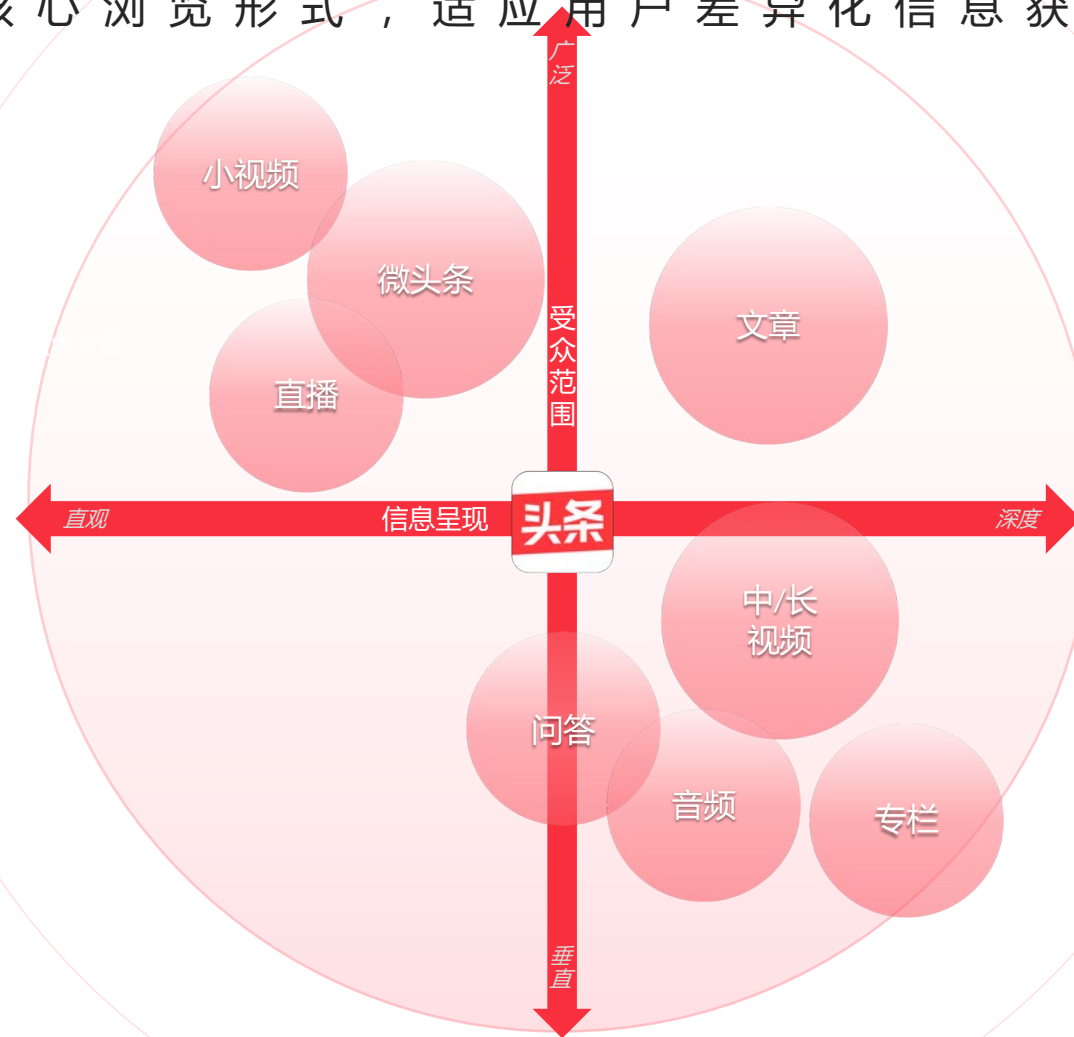
更全面的多样化形式

更完善的内容丰富度

更细致的信息颗粒度

更全面的多样化形式

8大核心浏览形式，适应用户差异化信息获取偏好



更完善的内容丰富度

不止于资讯，「一站式」满足用户多元阅读诉求

知识获取



知识对谈



健康科普



大咖直播



云现场



电影剧集



台网联动



数码测评



节日节气

观影娱乐

生活应用

更细致的信息颗粒度

【图文 + 视频】带来更垂直更细颗粒度的信息触点，更深度还原信息

携程联合创始人兼董事局主席
著名人口经济学家

@梁建章

持续发布系列观点视频，深度解读旅游业及人口经济
相关问题，收获百万播放量



健康领域创作者

@最后一支多巴胺

从医学科普到医疗故事性文章，创作了《抢救室里的杀马特少年》、《突然瘫痪的青年》等具有广泛影响力的内容

复合型决策下，今日头条是用户获取信息的第一站

- 用户天然阅读习惯形成：全天浏览、多元获取、主动搜索 -

全天资讯浏览

多元内容获取

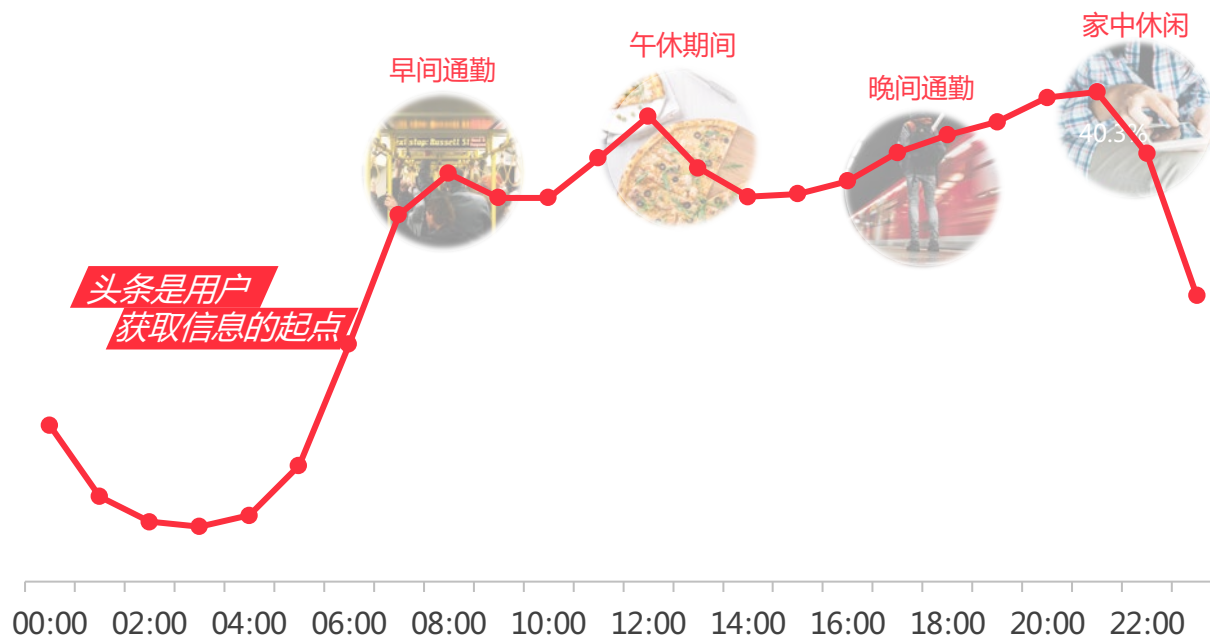
信息主动搜索

全天资讯浏览

晨间、午间、晚间三大高峰期，今日头条全天活跃度领先

日均时段活跃用户分布

(新闻资讯TOP5APP 2020-12)



多元内容获取

用户获取信息途径多元，多个专业领域内容受欢迎

2020最受欢迎的内容

时事

娱乐

健康

财经

科技

高增速内容类型

房产

+217%

科技

+96%

电子产品

+66%

2020年vs2019年 今日头条各类型内容阅读文章数分布

100+

覆盖垂直内容领域

多元视角

专业深度

有效实用

教育

三农

健康

军事

美食

法律

美食

30个垂类 > 10亿

月阅读播放量

职场

军事

财经

体育

三农

国际

情感

娱乐

增长知识

成就自我

收获愉悦

获得资讯

内容消费趋势

头条内容价值
伴随用户需求
不断演进

用户主动搜索

用户主动获取信息趋势变强

今日头条是用户常用的搜索阵地

高学历

超**半数**以上头条搜索用户为本科以上

高购买力

超过**65.5%**头条搜索用户月收入1万以上

有主见

—— 搜索用户整体
—— 今日头条搜索用户

尝鲜

满足



领导

理智

- 善于思考
- 理智的做出判断

目的

- 明确搜索目的
- 主动获取意图强烈

搜索520×Gucci专题



2020十大热门问题



50%
搜索用户量

100%
搜索量增长

Part .2

平台演进

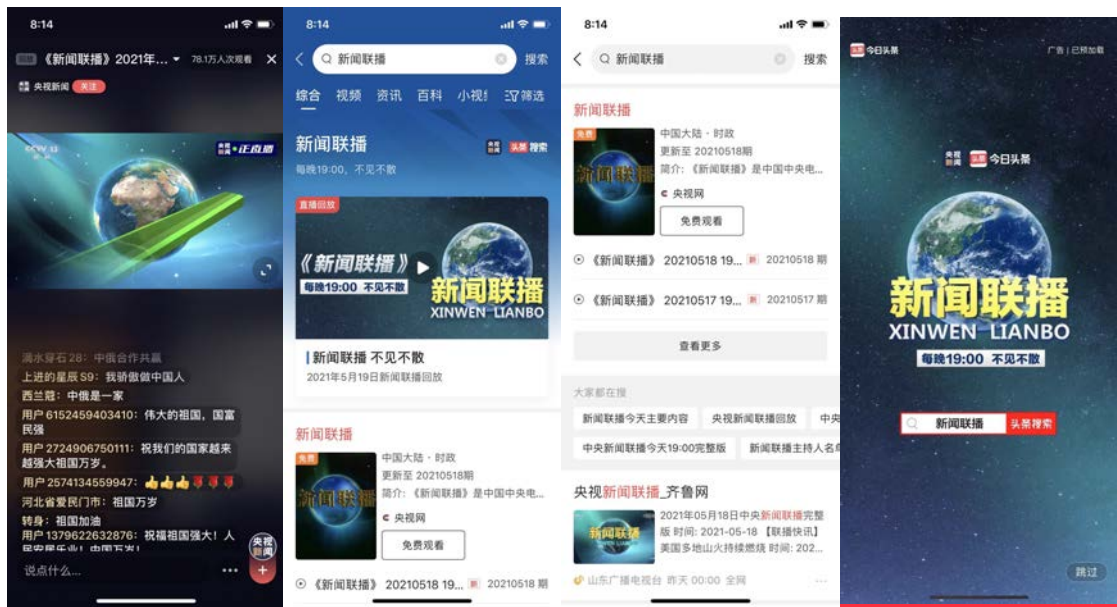
向“真知灼见” 深度内容发展

普通话资讯

8年演进，今日头条已成为全民级权威信息阵地

今日头条作为头部资讯平台，全面领跑行业高速发展，是权威信息宣传的主阵地

权威新闻在头条



多元媒体在头条



2021年4月12日，今日头条获得中央电视台《新闻联播》节目网络直播权

真知灼见

头条热榜多视角解读时事热点

今日头条高效内容分发能力结合新闻热点解读力，汇聚不同声音，真实可信赖

社会热点

体育大事

娱乐事件

公共健康

...



头条热榜详情页：汇聚多视角内容



权威媒体还原热点详情

真知作者多视角深度解读

热榜专题：聚合相关热点内容



精编专题聚焦大事件

真知灼见

专业创作者在今日头条分享真知灼见

行家作者崛起成为内容行业新趋势，行家内容每日获得3亿阅读和播放



真知灼见

头条行家计划：围绕“真知灼见”签约并打造创作者

行家计划未来一年帮助1万名专业创作者收入10亿元

创作者影响力打造

个人品牌打造

帮助1000位创造者打造视频化节目

提升行业影响力

与垂类行业深度联动

热爱总结分享



专业实践经验



行家

学者

作家

创业者

金融从业者

医生

新闻工作者

教授

名人明星

时政评论员

律师

「资金+流量」加持

2亿 现金投入

20亿 品牌曝光资源

100亿 流量支持

富有社会责任



Part .3

激活泛资讯内容生态
提升品牌感知力

聚焦 品牌内容营销核心难点

“预算分配VS媒介形式”

我的social预算和媒介预算该如何分配？

如何找到最匹配的内容广告传播形式？

“优质创作VS内容热点”

千人千面，如何为品牌做出内容的差异化？

大浪淘沙，真正的内容热点究竟在哪里？

“投放阶段VS产品选择”

我的企业当前要不要做内容营销？如何做？

平台的强大数据对于企业内容营销有哪些增益？

问诊 品牌内容传播三大痛点

“有认知，无认同”

信息量≠优质内容≠品牌观点

“非粉丝，无好感”

看到品牌≠关注品牌≠认可品牌

“有热点，不聚焦”

品牌大事≠行业大事≠全民关注

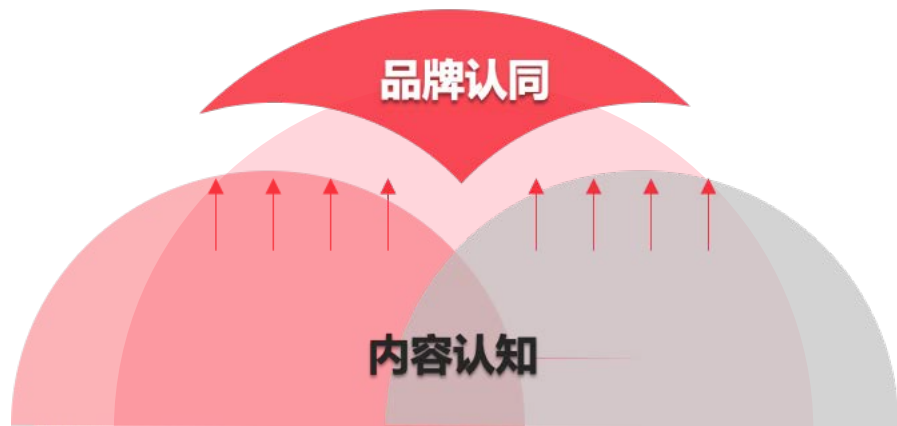
今日头条内容营销价值
激活泛资讯内容生态 提升品牌感知力

将「内容认知」变成「品牌认同」

以「观点输出」强化「品牌感知」

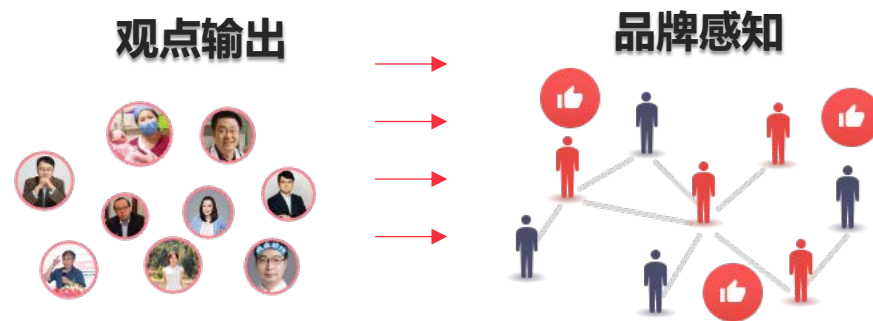
赋予品牌

“头部影响力”



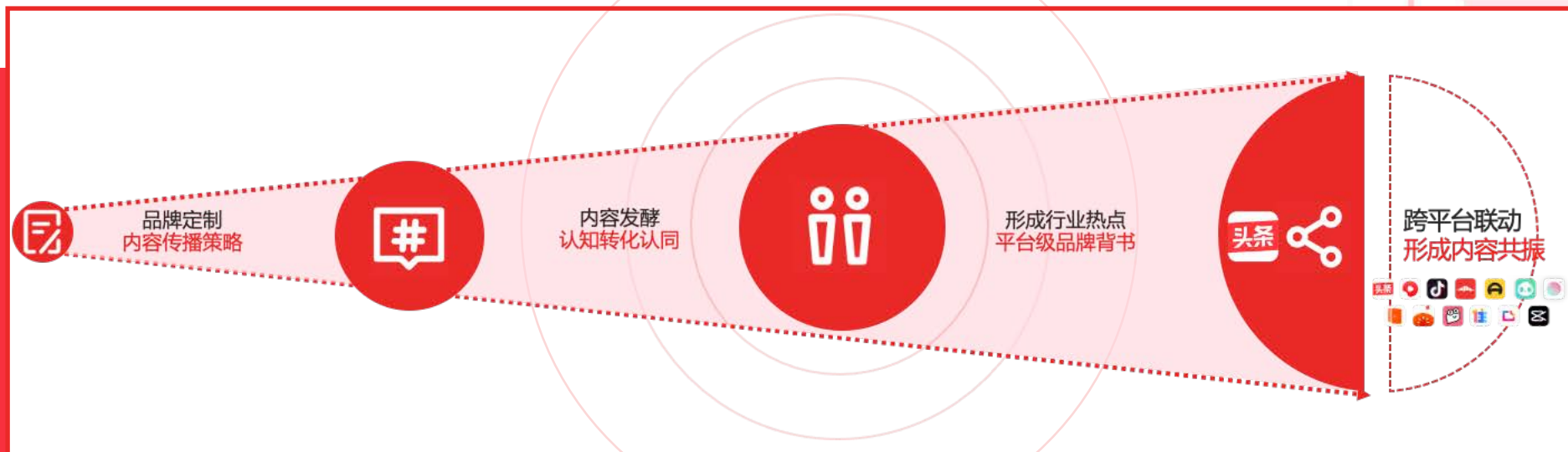
解读品牌

“增强好感度”



以「优质内容」为基点，强化品牌印象

构建从「品牌内容定制-内容发酵-形成热点-跨平台认知」的**内容传播路径**



- 1 品牌内容投前洞察
传播策略定制 | 内容引导
- 2 多维度观点扩散释放
达人团 | 定制话题 | 号外/超级号外
- 3 行业影响力发酵
头条热榜 | 搜索 | 行业大事件
- 4 跨平台形成认知
平台矩阵内 | 平台矩阵外

全链广告产品
提供规模化流量

黄金曝光

原生触达

主动获取

长效覆盖

服务承接

转化引导

交易-营销资产沉淀

巨量星图 高效、科学、智能的内容营销交易平台

巨量云图 巨量生态的营销资产沉淀池

1

品牌内容投前洞察

- 传播策略定制 + 内容方向引导 -

如何在今日头条科学定制内容传播策略？

今日头条在品牌内容营销中承担着多重身份，同时在不同的内容传播阶段，品牌需要关注差异化的内容重心和传播场景

从投前洞察、投放跟踪到投后反哺，构建全周期内容管理体系

口碑资产洞察

Insight

传播现状 | 互动现状 | 舆情情况

传播指数

洞察品牌内容资产影响力及竞争地位

互动指数

洞察用户与品牌内容资产的互动情况

舆情指数

洞察品牌相关评论情绪了解品牌舆情现状

内容传播策略

Strategy

人群与内容洞察/用户关注点感知

「TA兴趣特征及内容消费偏好挖掘」

目标人群偏好

人群洞察

热点内容追踪

热点标签

「用户关注点感知」

品牌关注点

扩散点

评论情感

矫正点

内容监测预警

Sentiment

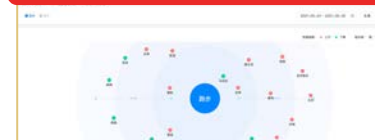
品牌口碑实时监测与预警

「动态匹配营销策略」

内容传播热度



评论相关分析



科学应用内容内容洞察功能

巨量云图 | 巨量算数

传播效果回顾

Sequel

投放效果评估/效果验证分析

内容吸引力

互动表现

口碑优化度

舆情好感度
核心价值传递

品牌提升度

品牌热度提升
第三方评估

阶段性舆情回顾-通过传播指数看文章热度情况
阶段热门文章占比分布-从产品、品牌两个维度看传播效果

【品牌内容洞察与追踪】 *某汽车品牌合作案例

品牌口碑洞察

【外观】与【配置】相关评论连续两个月成为评论数最高且好感度高的车型卖点



*数据来源：云图平台 2020

多角度内容合作

传递核心利益点

01. 打造话题

“众说好车”项目合作打造头条话题

02. 强化互动

征文&微头条征集引发大量用户用于参与

03. 沉淀内容

沉淀文章&视频内容塑造品牌形象

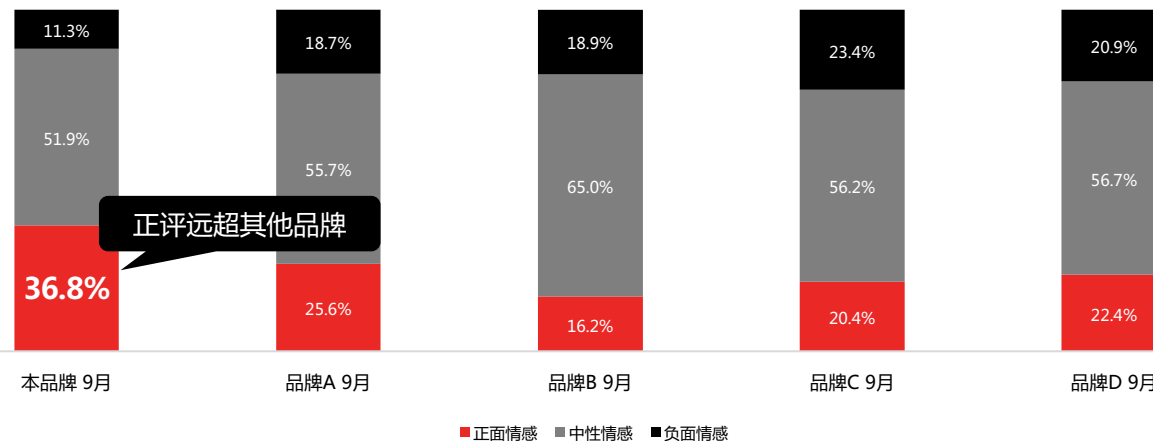
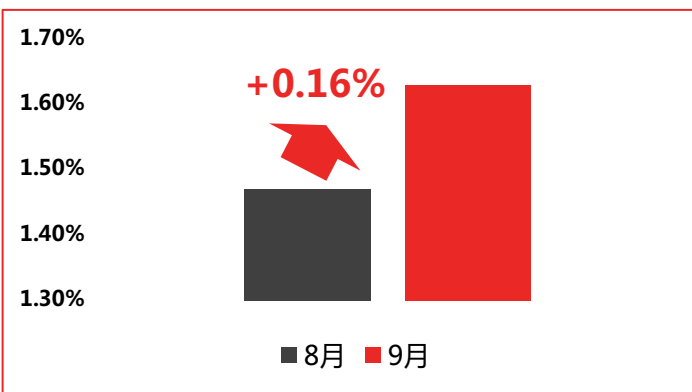
投后品牌互动与感知显著提升

通过智能配置相关内容大量输出，在9月让用户对于【配置】的讨论超越对【外观】的讨论



外观与配置连续两个月成为用户讨论度最高的卖点，9月，配置还在讨论数上超越了外观，配置优势内容输出功不可没

内容互动率增长



2

多维度观点扩散释放

- 达人团 + 定制话题 + 号外 / 超级号外 -

【今日头条达人团】

头条达人团是由今日头条平台各领域优质创作者组成，面向知名广告主的商业化项目，旨在帮助创作者变现、为广告主提供更优质的商业内容，实现互利共赢。

标准达人团

集合优质头条创作者
生产高定制内容

行业大咖团

高专业度达人产出内容
行业权威背书

垂类百人团

垂类优质人气达人
精准圈层覆盖

垂类众测团

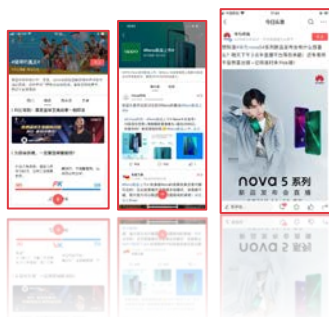
垂类达人多元测评
实现产品的高意向吸引

征文达人团

全作者邀约激发用户情感共鸣
助力品牌树立正面形象

多元内容形式 矩阵实现营销目的

【今日头条达人团】+



头条话题+文章+微头条

主流创作形式，触发社交裂变

头条文章+头条问答

创作者与品牌专业互动，品牌深度渗透

微头条+直播

品牌特殊节点，实时互动引爆

头条号+定制专题+头条话题

达人专业内容产出 助力沉淀品牌内容

【头条话题】

全领域、高定制度内容，带来品牌权威影响力与信誉广度，进一步深化用户认知

内容生产+高效分发 价值沉淀反哺品牌

新品发布 | 节日热点 | 品牌大事件 | 爆款打造

多元内容组合形式 矩阵实现营销目的

+微头条、问答、直播、头条号、专题



内容优势

联动平台优势资源 拓展品牌合作深度

+她力量计划/健康真相官/变美大作战



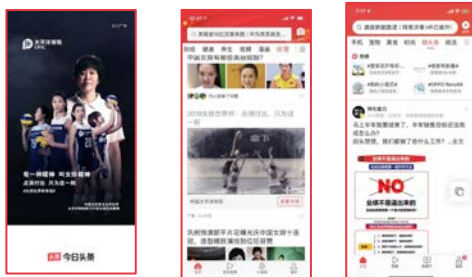
创新互动 激发用户参与强化传播效果

+话题PK、话题联动、众测、征文



流量优势

入口：开屏、频道入口、微头条热榜等



加热：原生号外、粉丝必达



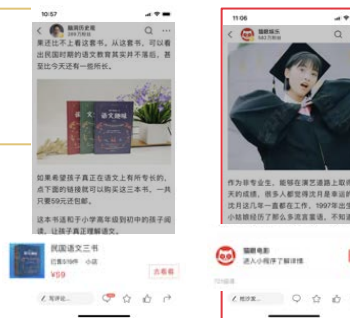
粉丝必达

加强内容粉丝触达率

加油包

增加优质内容曝光

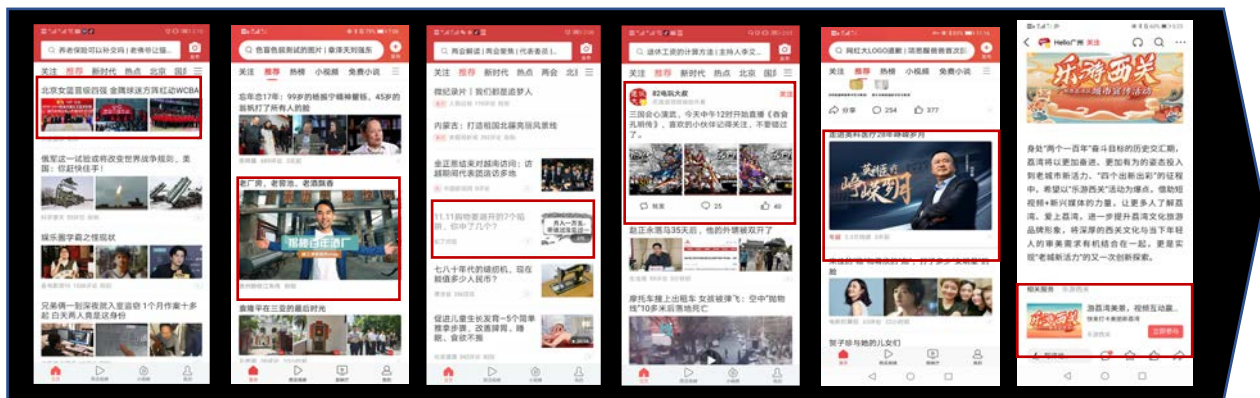
转化：内容+商品卡小程序



【头条号外】

为品牌原生内容提供稳定推荐流量的内容服务产品，通过在目标用户的阅读场景中，融入多体裁的品牌原生资讯实现品牌口碑打造、产品宣传推广以及企业事件传播等品牌目标，是原生触达品牌目标用户的内容营销利器。

“头条号外” 6大内容传播形态汇总



文章

图文/图文视频

视频

纯视频

问答

问题答案

微头条

仅图文形式微头条

专题

聚合多种体裁

引流图文

图文文章+引流号外卡片

多样化载体 内容营销不止于文章

原生化视觉 在信息获取过程中建设品牌

精细化触达 依托海量标签，覆盖目标人群

深入用户
信息获取场景

多样化
满足营销需求

投放流程说明：

品牌口碑塑造与维护

新品推广与内容种草

企业事件/热点传播

设定目标

瞄准营销场景

品牌公关、舆情公关、新品上市、
节点营销、内容种草等等

定位受众

TA人群和受众圈层

品牌关注、竞品受众
品牌负面、话题受众

内容生产

体裁选择内容创作

符合平台内容创作规则
不能照搬硬广信息

内容分配

头条号外助推

定向内容渗透，触达用户

效果评估

投放结果回顾

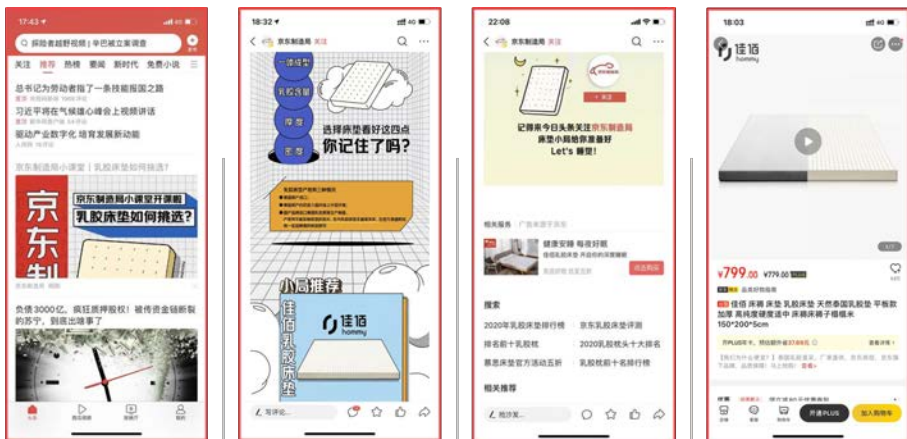
回顾投放结果，反哺品牌内容
长效营销策略

【头条号外】特殊体裁

【引流图文】

图文\图文嵌视频+品牌卡片

文章底部增加高度适配文章的品牌卡片，结合号外内容加热服务，达成**品牌深度解读+商品引流**双重营销目标



推荐流原生展示

图文内容阅读

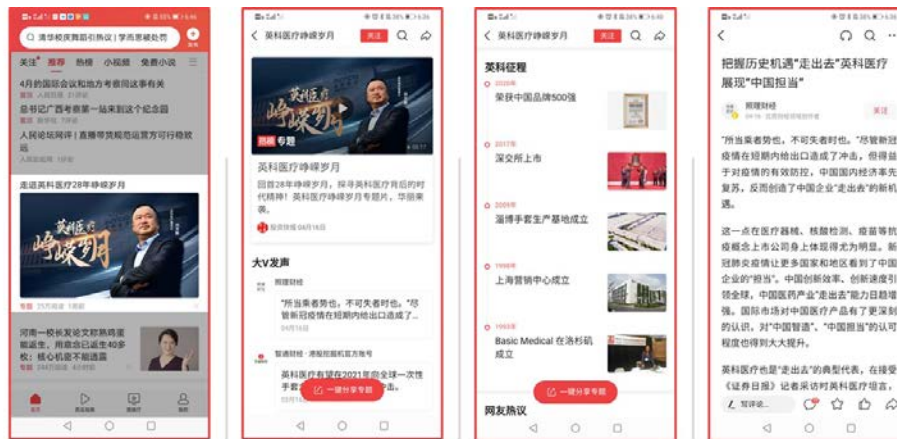
卡片二次曝光

引流电商转化

【号外专题】

常规信息流体裁+12种创意组件

专题页聚合多种体裁内容，搭配多种组件**满足多场景玩法**，可系统性结构性**解读品牌事件**



推荐流原生展示

专题详情页-顶部

专题详情页-组件

专题子内容详情页

聚合品牌内容
深度事件解读

原生流量分发
专题样式吸睛

组合创新玩法
适配多样场景

多元跨界X品效协同

超级C位《众说好车》 “专业化内容共建X汽车垂类长线影响力” 实现口碑长效经营

“超级C位”《众说好车》是今日头条面向全部创作者发起的一起大型征集类项目；大赛旨在提升中国消费者汽车消费理念，依托今日头条话题平台宣传，在流量和征文奖金的激励下，通过每一期不同的定制主题，打造大量专业化及优质化的内容，为汽车品牌深耕垂类，打造破界出圈内容，助力汽车厂商实现高效触达

多元跨界

多领域内容+多维圈层渗透

联动五大领域创作者征集汽车主题内容



*头条号创作者后台参与活动入口

大咖背书

车圈专业大咖站台+权威内容背书

号召海量优质内容创作者参与创作 形成了强大的内容能量场

#都说好开的SUV#

#欧尚SUV组团出道#

#未来美好触手可及#



5000W+ 平均单期内容阅读数

3000+ 优质内容激发

持续激活更大商业价值

*截止到20年11月，已有广汽传祺、长安欧尚、东风日产、一汽大众捷达、东南汽车、奇瑞汽车等多个汽车品牌参与到《众说好车》项目当中。

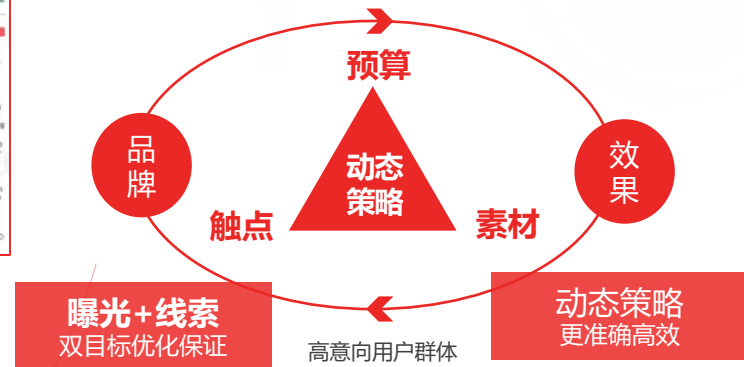
品效协同

口碑内容+硬广曝光+线索保量

多优质资源位曝光 巨量引擎品效协同全面升级GDA

声量增长 | 口碑提振 | 种拔一体

用户分层影响促进流转



今日头条开屏
今日头条微头条频道热榜
今日头条推荐信息流
头条大赛内容征集入口

3

行业影响力发酵

- 头条热榜与搜索 | 行业大事件 -

【头条热榜】触发真知热点

“投放头条热榜，触发真知热点”



「全角度解读」 事件造热，实时触发

用户注意力作为一个核心引力，
需要品牌事件充满“热点感”
又拥有足够聚焦的曝光舞台

「全天候展示」 持续触达，强化品牌力

“聚焦品牌大事”

「站内资源联动」 +开屏+搜索+信息流 完整覆盖用户浏览路径

「官方热榜背书」 超强事件感，引发共振，打造事件热度呈现场景

【头条热榜】位置与产品构成

推荐词条展示在【热榜第4位】

流量位置：「热榜垂直频道第4位」 「搜索-热榜结果第四位」

产品构成：「推荐词条」+「承接页」——尾部带蓝色「商」字标签



【平台影响力】与【行业大事件】

今日头条持续打造具有行业影响力、规模化的营销模式，为企业主塑造内容生态竞争力

「头条生机大会」

— 年度创作者盛会 —



「算数健康大会」

— 医疗健康行业品牌活动 —



「头条时尚盛典」

— 时尚 IP 创新孵化 —



「大5G时代」

— 科技 —



「健康真相官」

— 健康 —



「美食品鉴官」

— 美食 —



「大有学问」

— 泛知识 —



「众说财经」

— 金融 —



*具体项目实际执行及合作模式以频道最终规划为准

热榜共振X新品发酵

多维创新，华为Mate 40 登陆头条、抖音热榜榜首，实现双端声量最大化。

模式创新

全行业首个霸屏双端热点榜单榜首的新品发布会

场景创新

首次尝试新品发布会直播解说的创新内容场景

合作创新

协同头条数码与抖音科技双端频道官方支持

触达创新

黄金资源+优质内容实现多次人群触达

9.15-9.20
华为开发者大会

- 直播+热榜探索+众测预热
开发者大会创新直播解说场景前置尝试
双端冲热端模式前置探索
Mate新机外观及功能预测内容前置预埋

10.22
全球发布会

- 直播+话题+专题+内容经营
多端直播解说-《朋友多一起看》
双端官方话题
双端官方频道内容专题页
双端华为+华为终端直播+内容发布

动态热度

10.30
国内发布会

前置选题+高热内容+优质KOL发声

- 直播+话题+专题+直播
多端定制商业直播间
双端官方主话题
双端官方频道内容专题页
双端华为+华为终端直播+直播福袋发放

10.31
国内首销日

11.1

- 大曝光+引流电商
- 人群深耕



「话题资讯度」

「内容新鲜度」

「事件讨论度」



- 1 华为Mate 40系列发布
- 2 华为Mate40发布 iPhone还香吗



- 3 驾照取消70周岁年龄上限
- 4 国防部回应美对台军售: 坚决回
- 5 俄罗斯给予斯诺登永久居留权
- 6 女子被未婚夫杀害 母亲反对交
- 7 巴西总统取消购买中国疫苗
- 8 韵达申通圆通联手封杀极兔速
- 9 美参议院通过最高法院大法官

4

跨平台形成认知

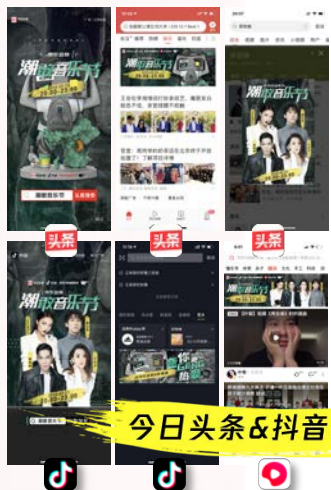
- 平台矩阵内 | 平台矩阵外 -

多维矩阵X直播种草

京东音频植入云音乐节，跨平台多端联动，构建了“曝光+引流+转化”的完整链路

大曝光

头条+抖音+西瓜三端黄金资源矩阵，助力海量曝光



头条X抖音X西瓜+微博联动造势

项目总曝光：**9亿+**
相关内容阅读量：**6640万**

强渗透

京东音频全程深度植入实现超强品牌渗透



京东音频 全程深度植入

直播观看总人次：**257万+**
7次登上头条、抖音热榜

预热期 (8.27-9.1)

多明星预热X黄金资源矩阵预热

预热期



明星视频/微头条/微博
头条官方话题

全民任务 预约H5
头条+西瓜有奖征文

直播期 (9.2日)

直播期



长尾期 (9.3-9.8)

长尾期



多互动

歌手倾力推荐、限时优惠、现场抽奖、猜歌送福利等多元互动



直播+内容+电商营销链路打通

直播间互动数
14万+

高转化

11家优质品牌携手助阵京东音频巅峰24小时



打破记录

音频主会场流量是去年同期的**4.8倍**

成交额是去年同期的**203%**

用户是去年同期的**89%**



流量产品 全链覆盖

- 互动体验优化，提供规模化流量 -

【今日头条核心流量产品资源一览】

黄金曝光

开屏
头条炫屏（视频/图片）
开屏点睛
开屏入画
.....

原生触达

-信息流产品-

推荐频道信息流
垂直频道信息流
小视频tab信息流

-信息流创意产品体系-

常规样式	多维展示	互动展示	引流展示
小图	精品栏	轮播	智能导Go
大图	双子卡	全景	微头条
组图	微动	随心互动	直播样式
视频	优品推荐	神灯	
		3D互动	
		AR试色	

主动获取

品牌专区
超级品专
搜索彩蛋
专题卡
新闻卡
直播卡
.....

长效覆盖

详情页-详情页banner
图集-图集尾帧
分享页-分享banner
后贴-视频后贴片

定制创新

-流量型非标-

APP首屏频道第五位
APP右下角浮层挂件

-创新型非标-

AR互动游戏
摇一摇
落地页联动
互动空间样式

【黄金曝光】部分样式展示与说明：「开屏点睛」

增强沉浸参与感 - “强势曝光”与“体验式交互”结合

「开屏点睛」

开屏+首页挂件



0.7s
缩放
动效

第一触点曝光

静态3s开屏 | 动态4s开屏
视频5s开屏



首页挂件二次触达

首页新增标准流量位

→ 优质资源，高效曝光

开屏资源大流量高曝光，
信息流ICON浮层则停留时间长达5秒持续进行品牌曝光，强强联合，触达范围广阔；

→ 视觉引导，炫动吸睛

开屏画面展示主题，通过动画效果将用户视线引导停留到ICON位置，
在此过程加深用户品牌印象，提升品牌回想；

→ 制作便捷，简洁高效

开屏视频（图片）+ icon小图的组合，只需两张图片即可完成一次深度触达；

→ 多元场景，应用广泛

适合新品上市、节点大促、品牌活动、明星代言等多种营销场景

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【黄金曝光】部分样式展示与说明：「开屏入画」

增强沉浸参与感 - “强势曝光” 与 “体验式交互” 结合

「开屏入画」

“炫动转场彩蛋，持续吸睛曝光”



第一触点曝光

开屏3.5S—彩蛋2S—信息流

彩蛋2S



信息流



→最核心-资源联动

开屏视频+蒙层彩蛋+信息流三图轮播，
黄金位置完美组合，满足广告主重大节点大范围传播需求；

→最沉浸-视觉体验

视频素材从开屏到信息流自然续播，带给用户更沉浸的观看体验；

→最强劲-品牌识别

广告主题开屏展示，核心推广产品信息流二次触达，
配合新颖落地页进行细节表现，加深用户记忆，助益品牌认知与回想；

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【原生触达】部分样式展示与说明：「信息流创意体系」

增强沉浸参与感：“原生形态”与“体验式交互”的结合

「随心互动」

自定义互动，提升品牌传播趣味性



点击广告
进入普通落地页



手势互动
进入彩蛋落地页

「一笔上滑」 淡退眼纹

- 引入广告主专属 **自定义互动手势**
- 引导用户参与，提升广告趣味性，
增强消费者的**品牌好感度**

品牌信息承载量高-双落地页设置



「画出W」 解读五菱焕新

- 手势滑动可**触发**
广告主**定制“彩蛋”落地页**

视频播放融入品牌创意

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【原生触达】部分样式展示与说明：「信息流创意体系」

增强沉浸参与感：“原生形态”与“体验式交互”的结合

「3D互动」

震撼视觉触达,联结目标人群



引入双击交互手势

-3D效果突破
传统信息流视频边框
吸引用户眼球

-按照手势引导交互可进入
彩蛋落地页 满足多重营销诉求

*播放过程中3D瓜瓜龙形象跃
“出”屏幕，增加趣味性

「神灯样式」

手势互动+全屏彩蛋 强化品牌认知



互动蒙层
“长按解锁”

互动蒙层
交互引导用户
解锁全屏彩蛋

全屏彩蛋
“强势吸睛”

全屏范围展示品牌内容
展示结束回到信息流
实现曝光价值延长

全屏沉浸式体验

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【原生触达】部分样式展示与说明：「信息流创意体系」

传递新品/活动盛况，全周期路径覆盖，触达更广泛。

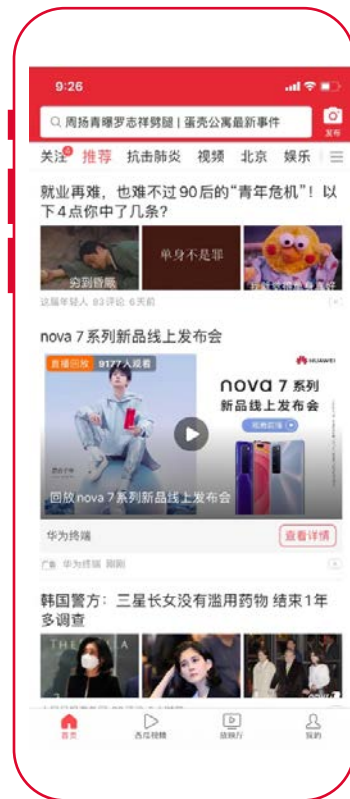
直播前、直播中、直播回放三种状态覆盖直播全周期场景，引导用户导流，帮助提升直播效果



直播前



直播中



直播回放

直播全周期覆盖

不同时期不同承载形式

直播前预热活动

直播中引流直播间

直播后直播内容回放

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【主动获取】部分样式展示与说明：「信息流创意体系」

搜索品牌广告是营销“枢纽”，是助力品牌营销二次增长。

「品牌专区」

「超级品专」

「搜索彩蛋」

「专题卡 | 新闻卡 | 直播卡」



注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【长效覆盖】部分样式展示与说明：「今日头条固定入口资源」

覆盖深度阅读用户的常用路径，实现长效影响曝光

「详情页Banner」

「图集尾帧」

「分享页Banner」

「信息流+详情页」



阅读内容详情



浏览图集



分享



跨位置覆盖 降低覆盖成本



用户阅读路径

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准

【定制创新】部分样式展示与说明：「流量型非标」

首页定制频道挂件，加深用户品牌记忆

「APP首屏频道第五位」

定制频道打造专属品牌盛宴



京东618大促期间专属定制频道

品牌**专属**
定制频道
覆盖**全部**用户

强固定位可见性
持续打造品牌盛宴

「APP右下角浮层挂件」

趣味浮层挂件强效吸睛



苏宁818红包雨定制浮层挂件，趣味展现

浮层挂件
右下角**吸睛**样式

首次进入展示
品牌icon，增加趣味性

注：Demo仅供示例参考,最终呈现以上线为准



≡

THANKS

——营销中心-2021.6——