



全域融合 重拾增长

2024穿山甲营销通案

01

穿山甲 整体价值认知





行业大盘回暖 新流量催生新增量



巨量引擎

头部APP

抓取核心受众
以强内容引导价值观

垂类APP

覆盖目标受众
建立转化矩阵

新流量场景

短剧/OTT等

探索差异化流量
开辟新增量空间



降本增效需求凸显 营销资产全域协同成为关键





新技术升级 加速营销效率效果转化

- 广告玩法升级，流量预算匹配效率提升
- AIGC技术迭代，让营销手段更精准高效
- 行业精细化运营，解决方案与服务持续迭代

解决方案
和服务

+

产品和
工具升级

+

技术和
模型迭代

创新多玩法



直播

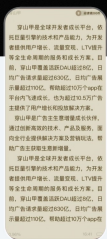


红包

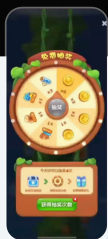


优惠券

覆盖全链路



无需跳出APP



全面智能化



AIGC智能转化素材



穿山甲—— 巨量引擎投放的一键全域放大器



穿山甲



巨量引擎

01

打造全域超级流量场景

探索差异化流量，满足全域营销场景需求

02

营销资产全域协同

精准定向降本增效，实现1+1>2的协同效果

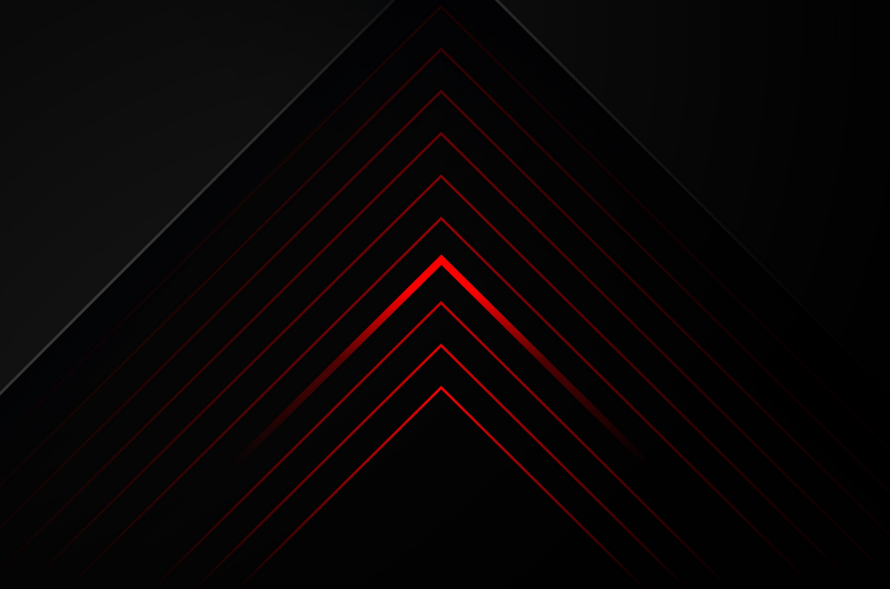
03

营销能力迭代创新

产品能力、技术坚持创新，分行业解决服务能力持续深耕

02

穿山甲 流量情况



全域超级流量场

覆盖线上线下流量人群，全域触达多元营销场景

15万 活跃APP接入

用户全时段行为场景覆盖

出行通勤/影音娱乐/资讯阅读/金融投资/日常消费/拍摄社交/生活记录



头部厂商自有应用覆盖 华为鸿蒙/小米/荣耀/OPPO/vivo



100+流量行业覆盖 生活/办公/阅读/工具...



100+流量行业覆盖

亿级OTT设备 预估可触达激活量

智能电视开机第一视觉广告
独享用户首次曝光关注



● **3亿** · 设备保有量

● **10亿级** · 用户规模

OTT流量覆盖
60%+

➔ **穿山甲OTT
超级流量场**

● **3.4小时** · 日均有效观看时长

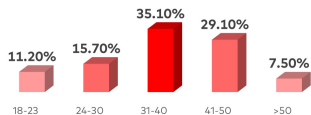
● **>60%** · 高收入年轻用户占比

8.5亿 互联网核心人群覆盖

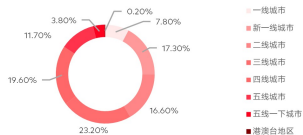
性别分布



年龄分布



城市分布



游戏爱好者

- 休闲游戏、中重度游戏玩家
- 对游戏葆有热情

流量占比: **20%**



中坚力量

- 30-50岁; 1-2线城市用户
- 购买力较强, 追求生活品质

流量占比: **29%**



Z世代

- 18-24岁用户
- 追求新鲜感的同时, 看重消费体验

流量占比: **11%**



品质生活家

- 生活类APP用户
- 在个人提升与健康生活上愿意投入较多

流量占比: **18%**



都市丽人

- 1-3线城市, 18-30岁女性
- 追求美丽与时尚, 消费水平较高

流量占比: **8%**



小镇青年

- 4-5线城市, 18-30岁用户
- 追求性价比的同时不断追求新生活

流量占比: **13%**



65%+ 流量

来自于 DAU>500 万应用

高门槛

从源头保障流量安全性

- 主体审查：接入巨量引擎审核系统，多重数据库校验企业资质
- 应用审查：仅接入各大应用商店上架应用
- 行业审查：分行业针对性要求保证合法合规



强监督

从内容到行为层层过滤

- 24小时机器智能识别
- 人工巡检保障不错放漏放
- 复审+特征挖掘，提高全面风险识别水平



成长扶持

创造更多高价值流量

- 开发者成长激励计划，扶持更多开发者流量拓展
- 从新品开发到买量提升，提供多重成长
- 工具



03

域内域外协同



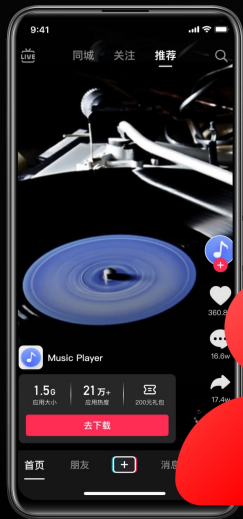
营销资产全域协同

精准定向降本增效，实现 $1+1>2$ 协同效果



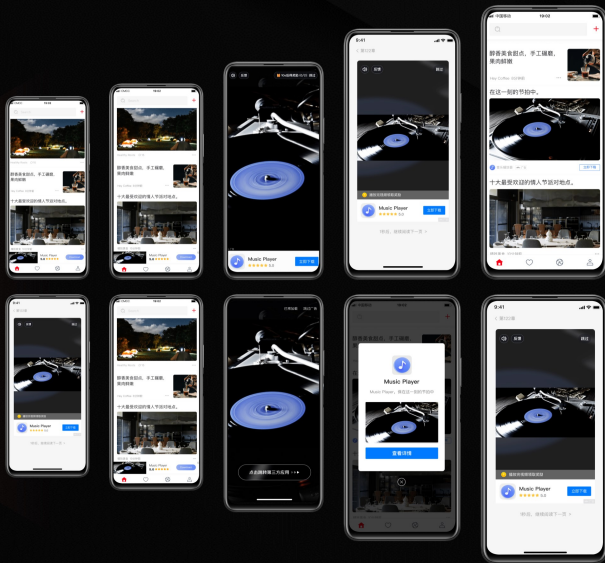
人群协同

抖音曝光全网追投，提升广告转化率



用户在抖音端看到广告

用户在全网多端看到同一广告
提升用户记忆度与转化率





内容协同

抖音原生内容外放，最大化内容价值

直播



广告主抖音端内
原生内容



穿山甲
全网呈现



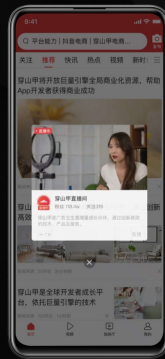
短视频



广告主抖音端内
原生内容



穿山甲
全网呈现





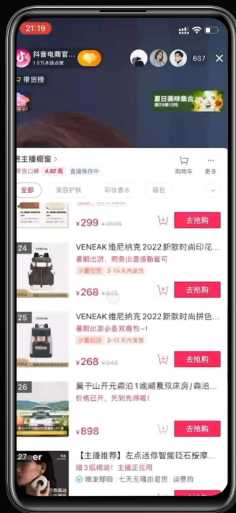
链路协同

抖音电商直播直接交易，无需外跳

直播



商品直出



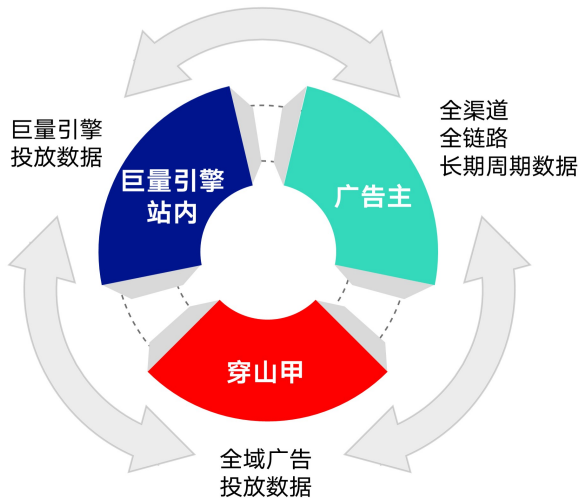
支付交易





数据协同

巨量引擎+广告主+穿山甲三端协同匹配智能精准分发



+39%
跑量能力

-15%
转化成本

*某网服客户回传全渠道转化数据后



大小屏协同

打通线上+线下 玩转全域营销新模式

大小屏场景结合

亿级流量
覆盖头部厂商流量



优质曝光
家庭场景，优质品牌曝光资源



人群圈选
巨量标签体系赋能，圈选精准TA



价值验证
投后营销科学验证增效价值



OTT大屏



移动端小屏



大小屏协同
跨场景联动投放，加深TA触点



海量数据
移动端10亿+数据规模提升跨屏协同效果



屏前识别
资产沉淀



资产沉淀
触达人群识别，沉淀品牌云图5A



策略协同

自动化降本 专属UBMax策略保障

全域数据资产化
跑量更大

高维粒度的自动化投放策略
更少操作

保障后端效果的流量投放+派生
更长周期

UBMax

穿山甲专属保障策略

投放效果保障

分端出价策略
(以抖音ROI干预出价)

ROI熔断策略
(低ROI不投)

跑量保障

全渠道全链路数据应用
(样本助攻)

单独广告召回
(单独扶持策略)

某阅读客户

+249%

项目ARPU

100w+

UBA日消耗

04

穿山甲
的广告样式



广告产品能力迭代创新

创新广告形态，提升信息传递效率



三大广告资源位 覆盖 APP 使用全周期

打开APP
开屏广告



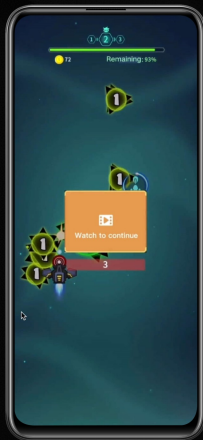
开屏

浏览信息
信息流广告



开屏点睛

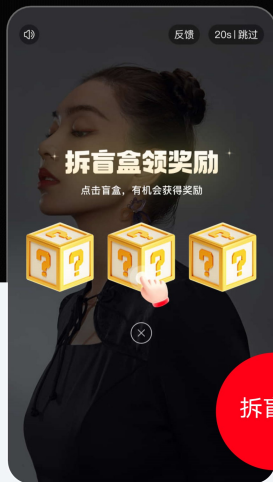
使用互动
激励视频





创新广告形态 迎合新型用户习惯

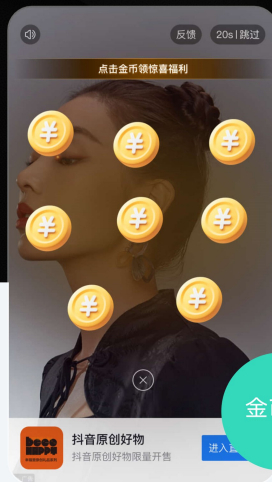
轻互动：轻量广告互动，高效提升CTR*CVR



拆盲盒



福袋



金币雨

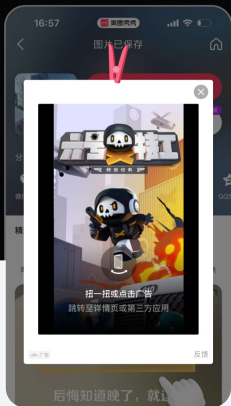


定制广告模版 契合用户使用场景

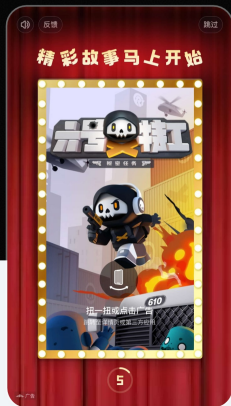
基于媒体定制 大促定制 节日定制



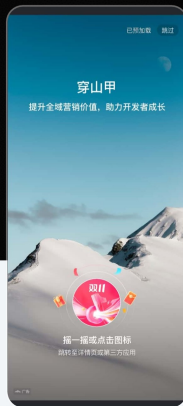
短剧媒体插屏



工具媒体插屏



小说媒体插屏



618/双十一
大促定制



春节定制

05

不同目标下的 营销解决方案



分行业解决 服务能力持续深耕

面向不同营销与经营诉求，针对性优化投放策略与解决方案



应用 下载类

针对**DAU增长**、**付费收入**、**广告变现** 三大投放目标，提供针对性模型及投放产品

投放场景



节点大促，新品上线

APP长线运营阶段

投放目标



快速吸量
DAU爆发式增长

促进用户
长期留存

提升用户
活跃度

投放产品



次留双出价

七留双出价

每日留存

产品优势



数据回流快
便于广告主敏捷调整

优化七日留存率
提升产品长期留存

单目标出价
更具跑量能力



应用 下载类

以**付费收入**为目标，精准锚定 高付费意向群体

网服高付费流量包
游戏精选流量包

高付费
意向群体锚定

分行业
定制专属模型

社交付费专属模型
重游投放专属模型
电商下单专属模型

分 目 标 价 产品

激活且付费

产品优势：直投付费
高跑量能力
适配行业：社交、游
戏、资讯等

每次付费

产品优势：优化付费
次数，提升长期付费
粘性
适配行业：游戏、社
交、资讯

下单双出价

产品优势：适配电商
行业拉新、拉活需求
适配行业：电商平台

付费ROI

产品优势：以ROI为导
向，提升付费收入
适配行业：游戏、社
交、资讯



应用 下载类

以广告变现为目标 精细化经营每个关键行为

什么是“关键行为”？

关键行为是指买量过程中以用户一系列事件达成门槛作为转化目标，通过回传关键行为数据，由模型寻找更多用户，进而实现广告主的买量诉求

如何定义“关键行为”？

产品透视

根据产品功能及用户路径，定于对变现最相关指标

指标推导

根据所需达到的激活率、ROI目标，推导强相关关键行为

工具辅助

借助穿山甲增长参谋，根据变现情况动态确认关键行为

如何优化“关键行为”？

关键行为出价

广告主定义“关键行为”，并以此作为出价目标

→ 自定义口径适配不同APP需求
优化变现效果

关键行为衍生事件

在有关键行为基础上，额外回传不同深度数据，进行更深度学习

→ 更高精度，高效跑量
平滑切换门槛，提升效率

关键行为+次留双出价

达成广告主定义“关键行为”，同时优化次日留存

→ 更深度、更长期的收入提升



线索 获取类

多重效果保障策略 深度释放增长空间

后端转化保障

广告主设定前端出价
系统自动优化后端转化率 (pacing)



跑量效果保障

UBMax+熔断策略

UBMax引入穿山甲流量，同时引入穿山甲熔断策略；在计费比持平的同时，计划arpu和冷启动通过率均提升显著。

穿山甲专属有效性模型

经过多轮调优，在多行业实现线索有效率的显著提升



线索 获取类

金融行业策略升级

升级亮点

- 保险行业续保pacing升级：次月续保提升的同时，跑量收益显著(cost+16%)
- 贷款行业搭建微信小程序二跳链路：贷款某客户测试cvr提升33%,跑量能力提升432%

投放案例

UBMax x 穿山甲保险客户

投放诉求

日常投放中，成本稳定提升跑量能力

产品策略亮点

流量利用更充分：在UBMax中接入穿山甲流量，结合UBMax智能调控带来的跑量优势，充分利用穿山甲的适配流量，带来大幅跑量提升

亮点数据（手动 vs UBMax）

平均单计划消耗

提升87%[▲]

计费比

降低1%[▼]

ROI

与手动持平



线索 获取类

通信行业策略升级

升级亮点

- 退订pacing/退订双出价能力升级：存量业务前端跑量提升的同时，退订率显著减少
- 运营商定向能力提升：运营商定向准确性显著提升，cost上涨(+10%+)的同时计费比显著下降(-7%--10%)

投放案例

UBMax x 穿山甲通信客户

投放诉求

日常投放中，成本稳定提升跑量能力

投放策略

在UBMax中接入穿山甲流量，提升跑量

投放效果

在业务/出价/基建打平下，相较于普通计划
cost+33%，基建arpu+216%



线索
获取类

生美行业策略升级

升级亮点

- 深度付定金直投能力升级（可回传付定数据）：投放付定直投 × UBMax，实现投放效率提升
- 生美专属模型深度优化（不可回传付定数据）：投放表单提交，通过媒体能力/数据共建/行业数据扰动后端付定效果

投放案例

UBMax × 穿山甲生美客户

案例一

投放付定直投 × UBMax提升投放效率

投放效果：平均单计划消耗提升100%；加微成本-25%；付定成本-10%

案例二

投放表单提交

投放效果：后端定金率峰值达24%，均值17%-18%



商品
售卖

支持多链路引流 实现售卖**规模+ROI**的双向增益

引流直达

多元售卖场域

小程序

电商商城

H5

三大维度

保障售卖收入

 量

专属流量扶持，提升起量效果

 本

保障穿山甲投放与站内投放
成本一致

 效

全链路数据回转，降低退货率

30%+ 规模增量

某健康行业广告主

消耗增长

150%+ ↑

退款率

<7%



品牌
打造

全域流量覆盖多维度用户 拓展品牌A3人群资产

品牌产品点位

一站式全网优质流量曝光

跨端频控，高效采买全域媒体资源

营销能力

丰富垂类场景 多维度覆盖目标用户群

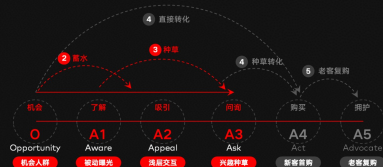
拓展巨量域外流量 探索人群资产运营新阵地

产品能力

100+行业头部媒体资源
支持自选媒体组合

品牌投放沉淀巨量云图
高性价比蓄水A3核心人群

e.g.



营销场景

品牌Big Day
精选垂类媒体场景 迅速助力品牌出圈

品牌资产长线运营
助力高性价比拉新5A人群



品牌
打造

全域流量覆盖多维度用户 拓展品牌A3人群资产

花西子

OTT强曝光+移动端追投
跨端定向年轻女性人群



移动端CTR
+59%

触达人人群TA浓度
+46%

逐本

定向抖音已安装品牌未触达人人群
精准拉新抖音内高潜用户群体



抖音调起率
60+%

5A人群拉新比例达
97%

提升全域营销价值，
助力广告主生意增长

