



有『融』乃大



2018.12 上海

互联网发展历程：PC到移动到社交



PC

免费搜索



移动

高效传播



社交

主动

微信的颠覆

互联网却逐渐从开放走向封闭

分类明确 自成一派

综合门户 新浪 网易 搜狐 腾讯...

网址导航 360 hao123 2345 ...

垂直门户 新闻 体育 汽车 军事...

视频网站 优酷 土豆 酷6 六间房...

其他分类 购物 旅游 视频 音乐...

巨头争霸 互联网帝国



BAT、苹果、安卓，形成各自的闭环



用户在变，媒体在变，广告也在变

用户在变

从被动，到互动，到主动

媒体在变

从编辑，到细分，到推荐

广告也在变

从告知，到主动搜索，到精准定向



360推广已经变成搜索+信息流，PC+移动的全场景营销

老三样

导航名站



360搜索



手机助手



360行为链
大数据

全场景

360搜索
PC+移动



360优品
PC+移动

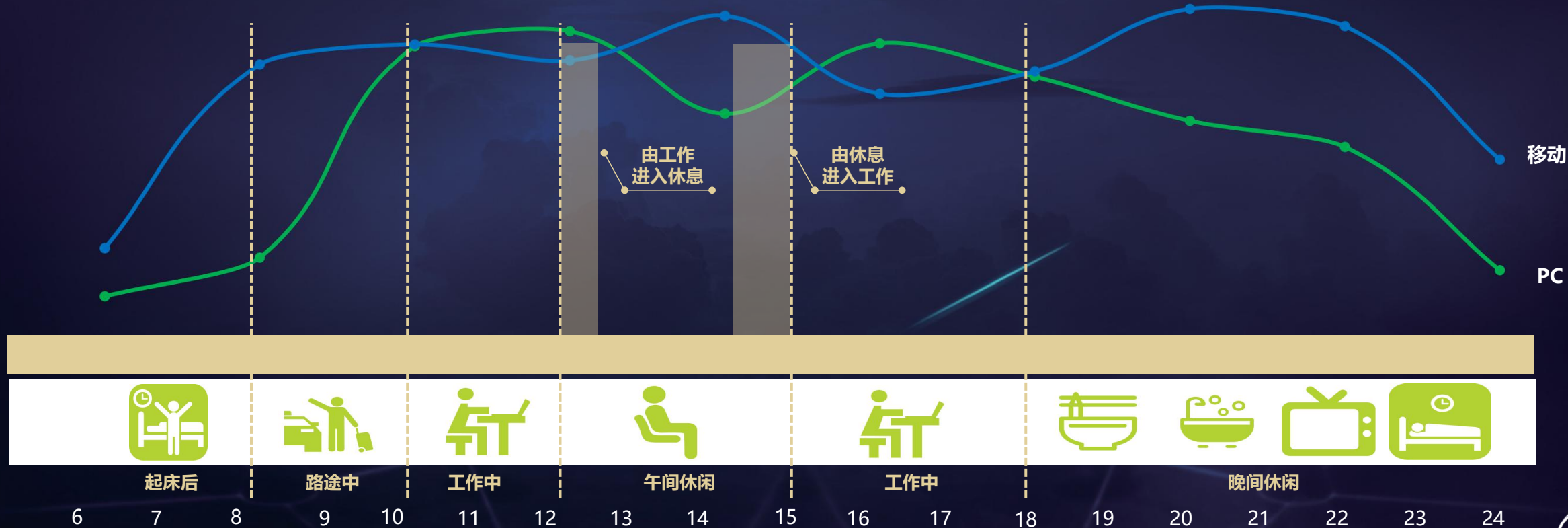


360信息流
PC+移动



PC和移动互联网--高峰时段交替出现，呈现出互补状态

不同互联网终端用户使用时段分布



PC是最重要的办公设备，移动端也满足临时、轻量级的需求

融合场景下用户办公行为分布

我主要在PC上办公，
也在手机完成轻量级的工作



92.5%

我主要在PC上办公，
手机上进行一些简单的沟通协作



93.7%

我主要在PC上办公，
也在手机完成一些临时性的工作



94.5%



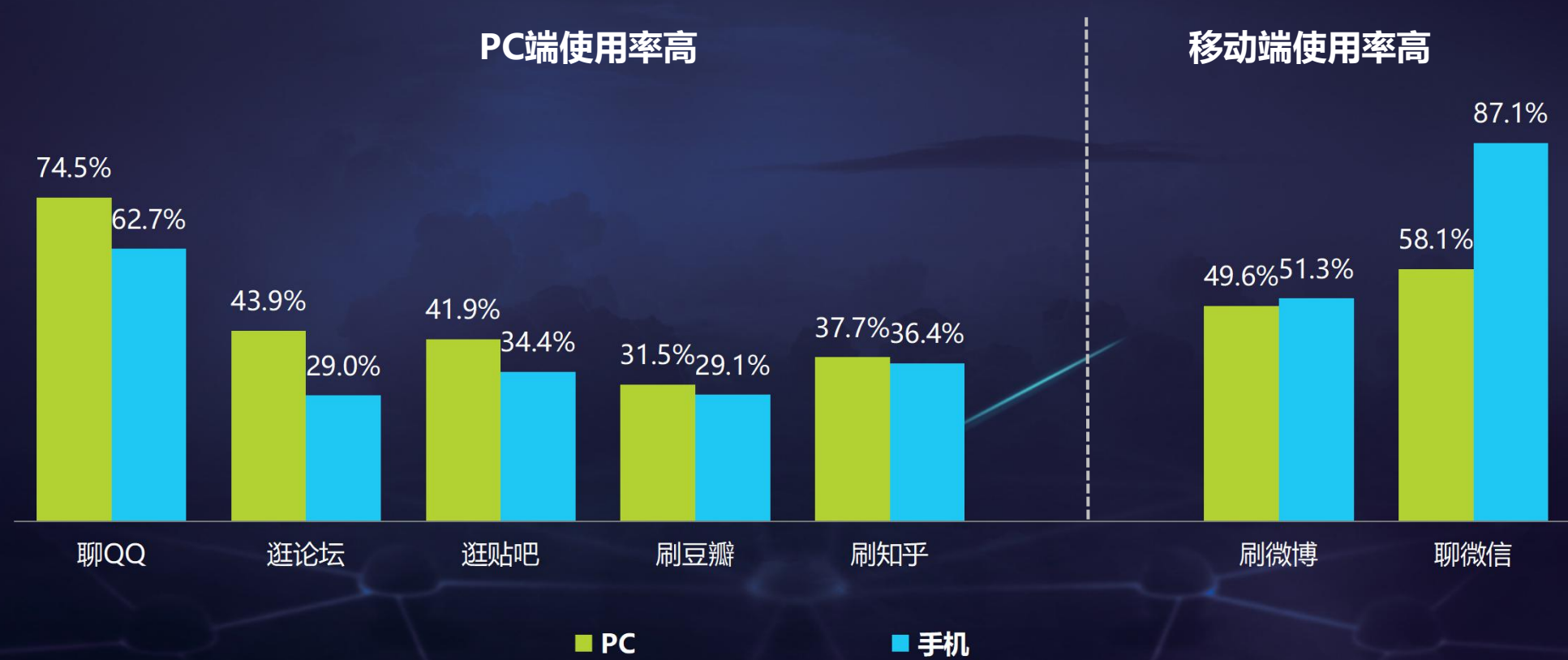
用户下单支付前，PC端使用率更高；支付及物流查看手机端更高

融合场景下用户购物行为分布



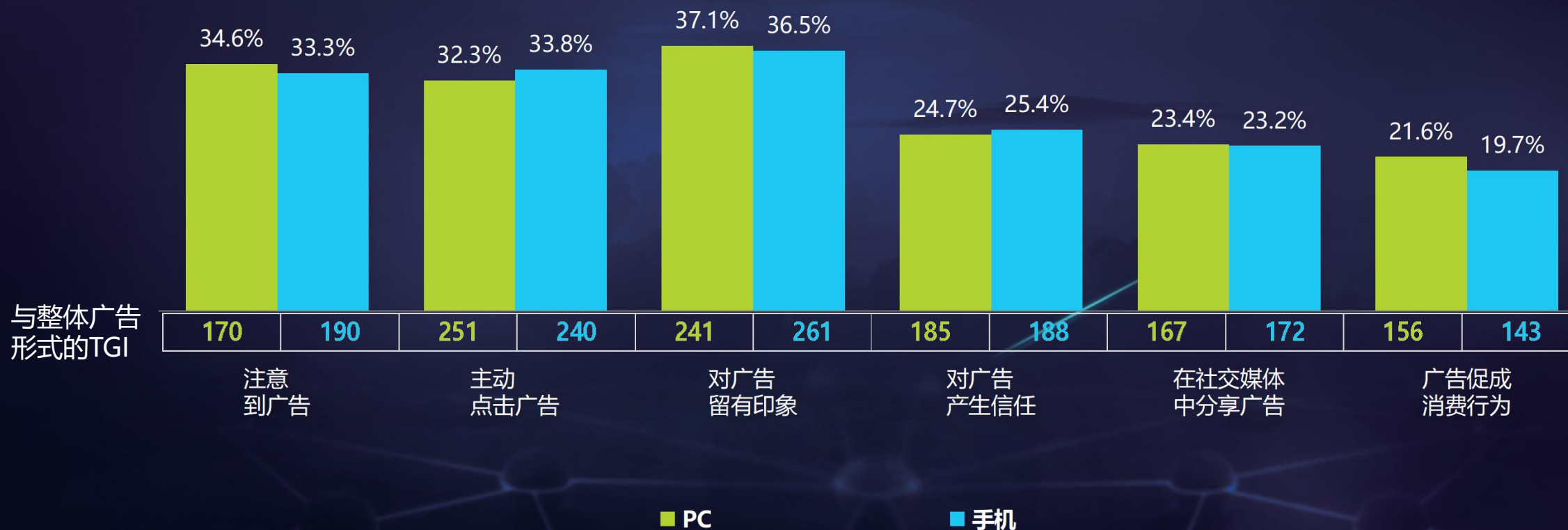
PC时代产生的社交用户并未完全迁移，仍在PC端有很高的使用率

融合场景下用户社交行为分布



用户在任何一个屏都值得触达

融合场景下用户对信息流广告行为和态度分析



360, 全场景触达, 实现全天候覆盖用户碎片化时间

清晨起床



上班途中



打开电脑



上网浏览、查点资料
看看热搜



休息一下



清理一下



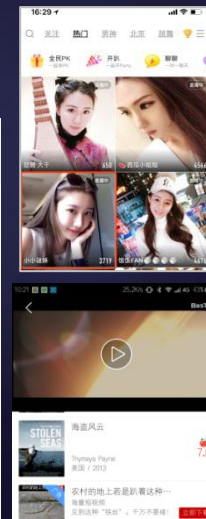
亲子时间



休闲时间



娱乐时间



7:00

9:00

11:00

13:00

15:00

17:00

19:00

20:00

22:00



360信息流，入口和空气级资源，全部媒体实现信息流化

PC端：360浏览器、360导航、360搜索、快资讯、360影视、360娱乐、360安全卫士

Mobile端：360浏览器、360手机助手、360手机卫士、360清理大师、影视大全、360儿童卫士、行车助手



入口场景-360浏览器



导航场景-360导航



搜索场景-360搜索

PC端



浏览场景
360浏览器



下载场景
360手机助手



安全场景
360安全卫士



安全场景
360清理大师



娱乐场景
影视大全



亲子场景
儿童卫士



出行场景
行车助手

移动端



当你关掉手中的电子设备后，
那逐渐黯淡的屏幕就像一面黑色的镜子，看见的只有你自己！

我们每天
点击手机 **2617** 次

1.1亿
次骚扰电话/天

我们的大拇指
每天要走 **100** 米

信息过载

信息泄漏

12052起
网络诈骗

每个人平均
每天接触 **6000** 多个品牌

2691万 条垃圾短信/天



品牌卖的是感情，效果卖的是产品
信息流广告创意刺激用户情感，但确用表单让用户唤起理性思维



营销环境复杂难控成为行业焦虑



触达方式
复杂化



消费者行为
碎片化



对广告
麻木无感

焦虑的背后究竟是什么？ -----不安全感



从安全到安心，360正在构建大安全生态链

从互联网到硬件，360正在构建

大安全生态链

以智能安全为核心能力

为用户提供智慧家庭生活服务

让融屏进入pc+移动+IoT



PC+移动+IoT三入口构建立体的用户行为链大数据



360行为
链大数据



360融屏营销6大价值，同时满足广告主的品牌和效果需求



PC和移动要结合起来投放，品牌和效果也应该结合起来投放



互联网发展的每个阶段，媒体都有其对应的价值



广告主需要根据自己的产品特征选择适合的媒体



搜索+信息流，PC+移动
安全为本的360，有专属的品牌价值





THANK YOU

