



王霜

碧然德品牌代言人
王霜



**碧然德，大屏新品效
见证「净」实力**

品牌名称：碧然德

所属行业：3C

执行时间：2023.10.26-2023.11.11

参选类别：OTT营销类

营销背景

市场变化，纯效果投放无法带来长期收益，增长陷入瓶颈

71%

CMO迫于业绩压力，
注重营销投入的当期回报，
导致短期主义

数据来源：全球CMO调研, 2023

-19%

全球前百大品牌价值下降
(23 VS. 22)

数据来源：凯度BrandZ™最具价值全球品牌100强排名, 2023

营销背景

品牌回归长期价值，才是增长破局的关键
唯有品牌力，才能带动生意长期增长

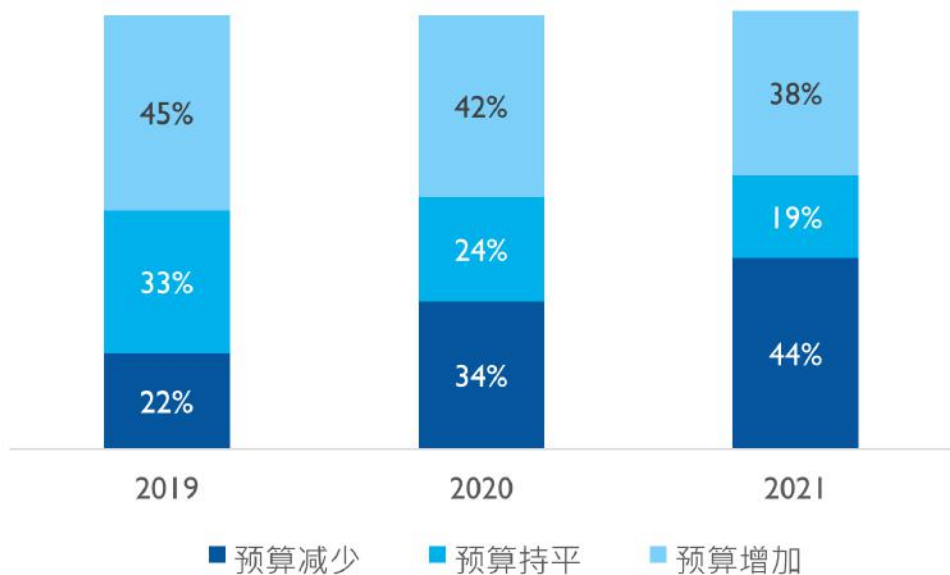
品牌资产带动销售的占比

70%

*凯度基于5.4亿数据与2.1万个品牌研究得出

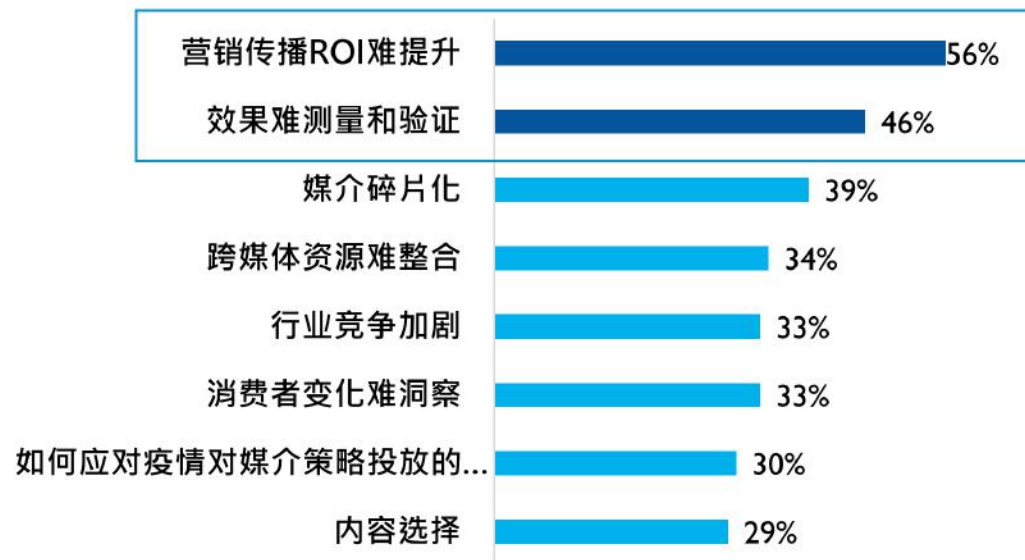
品牌营销如何提升ROI和效果验证成为最大挑战

营销预算逐年吃紧，但增长期望更高



数据来源：贝恩咨询研究显示

营销传播的ROI提升和效果验证成为最大挑战



数据来源：《2023中国数字营销趋势报告》

营销背景



「品」+「效」战略合作 共建一站式大屏品效营销平台

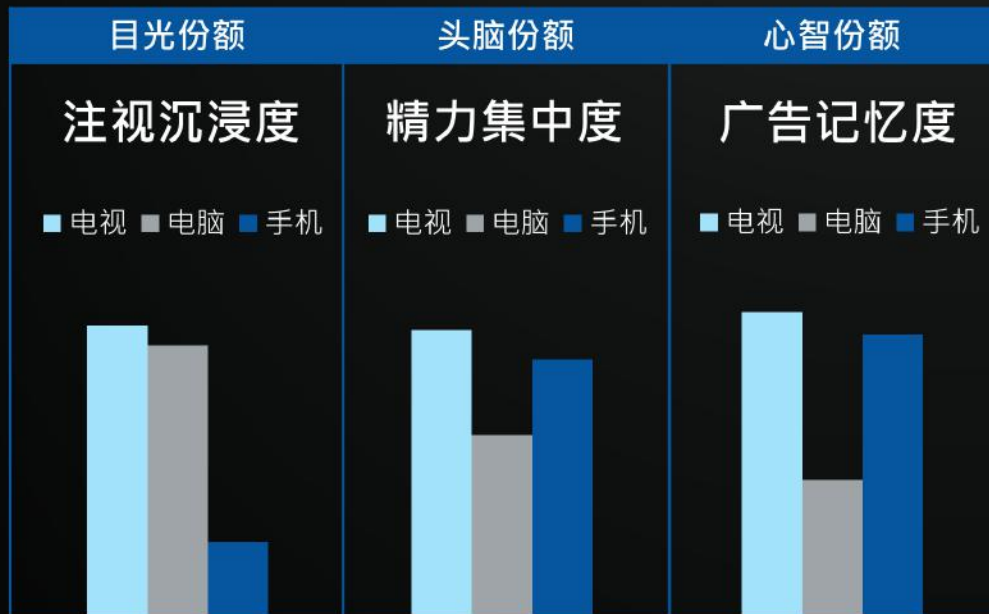
协同打造消费闭环，驱动品牌长效建设



大屏不仅有「品」，更有「效」

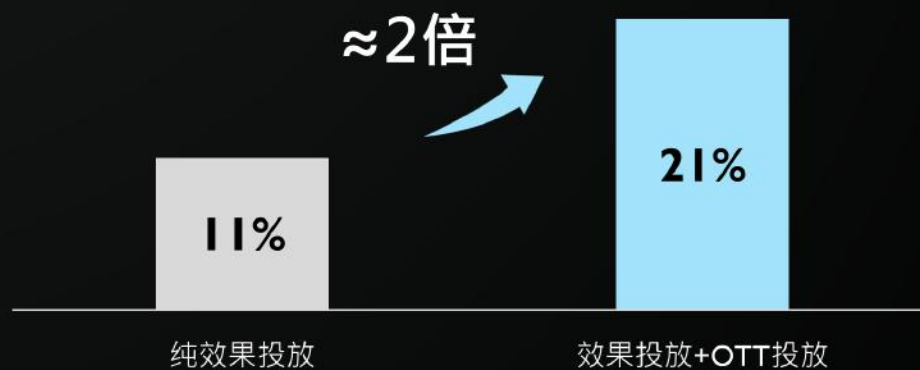
OTT作为高质量媒介，助力品牌长效建设与消费协同转化

大屏有品，心智卷入效能更高



大屏有效，协同投放有效提升转化

对比效果广告
增加OTT投放有效提升新用户销售额



电视淘宝

阿里巴巴旗下智能电视互动购物平台

1

与小米电视系统级对接

电视预装 开机即用

已与小米电视实现系统级对接，用户无需下载即可通过广告、商城频道、AI语音购物等场景唤起电视淘宝

2

汇集天猫大品牌

大屏电商新阵地 服务超过1600个品牌

覆盖快消、美妆个护、母婴亲子等、消费电子、服饰、奢品、宠物、健康等天猫热门行业

3

引爆大屏互动力

过亿平台补贴、强互动玩法 引爆千万级日活

平台年发放补贴过亿。红包、返利、优惠券等海量用户权益带动日活破千万，大屏流量遥遥领先

小米OTT × 电视淘宝一站式品效营销平台

在OTT端打造电商闭环，大屏端互动数据、交易数据与淘宝同步



小米OTT × 电视淘宝发展历程

小米OTT已与众多行业与品牌合作，通过资源导流电视淘宝，打通购买链路，带来可观的销售增长

2021

1.0 试水期

开放商业合作，日化行业尝试投放



4场

2021合作场次

2022-2023

2.0 爆发期

多行业全面引爆，成为常态化投放资源



88场

2022-2023合作场次

2023

3.0 产品升级

品效合一再升级

「屏效通」

OTT行业首创CPC产品

小米OTT联合电视淘宝 品效合一再升级

「屏效通」

OTT行业首创CPC广告产品

效果必达
承诺点击&进店

按效计费
按点击计费

成本可控
保价保量

全程透明
支持三方监测

营销目标

碧然德，专注滤水50多年的德国品牌
对于营销，始终追求「效」与「销」

营销目的

效果

广告导流电商
注重最终效果

营销主阵地

阿里

品牌人群资产
回流数据银行

从未合作

OTT

认为大屏只有「品」
没有「效」与「销」

策略与创意

基于五大营销价值

碧然德携手小米OTT，成为「屏效通」首例合作客户



小米OTT
品牌流量新洼地

中国智慧家庭第一流量入口 · 开辟品牌流量新洼地



覆盖海量
优质家庭人群

小米OTT覆盖中国新中产家庭 · 高收入 · 高消费



品效一体
实现确定性增长

行业首创CPC广告产品 · 实现效果转化全方位覆盖



双端数据
精准锁定TA

小米生态&电视淘宝双端数据应用 · 精准锁定屏前TA



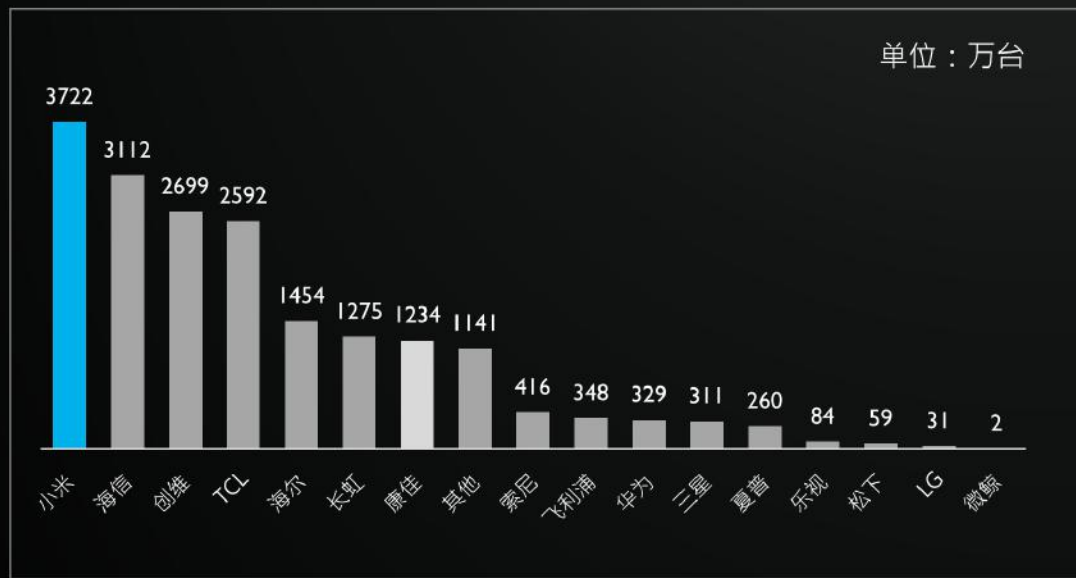
用户沉淀
品牌数据引擎

打通阿里数据银行 · 点击人群资产回流品牌数据引擎

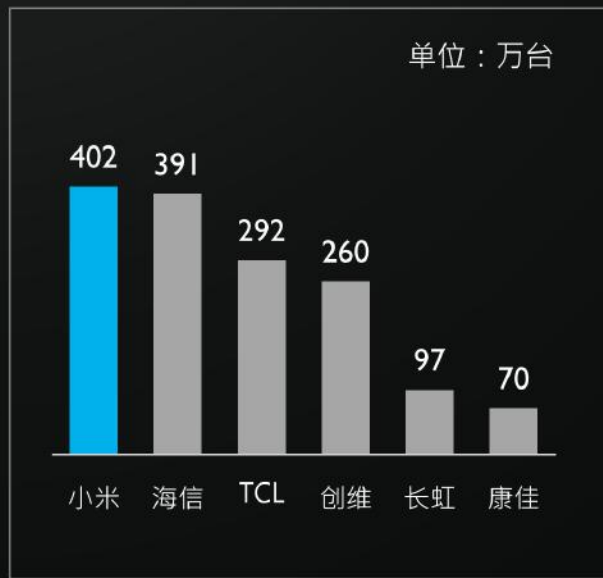
小米OTT：中国智慧家庭第一流量入口

真实覆盖量稳居行业第一，碧然德品牌流量新洼地

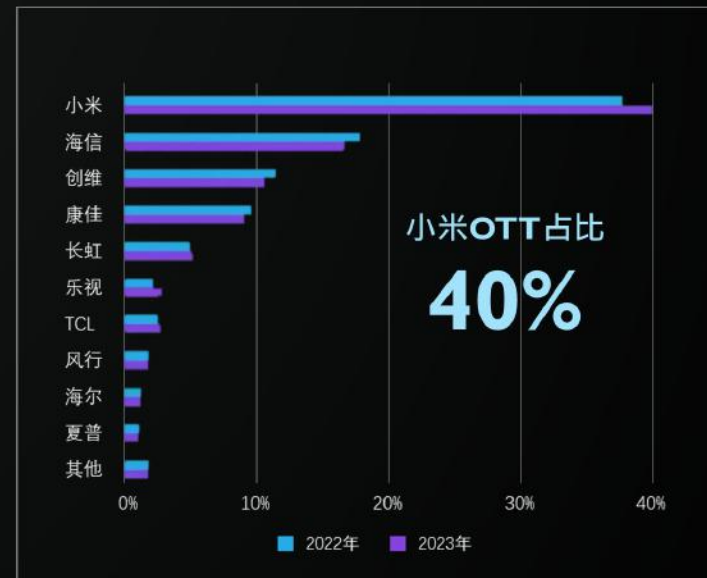
2019-2022 累计四年 出货量中国第一



2023 H1 出货量中国第一



中国移动电视市场联网率 排名第一



*数据来源：奥维云网；中国移动智能电视行业观察；中国移动《2023中国移动智能电视行业观察》

小米OTT：覆盖中国高粘性新中产家庭用户 消费能力行业领先，是碧然德的绝佳目标受众

66%

二线及以上城市占比

高于竞品占比
(32%)

82%

25-40岁人群占比

高于竞品总体
(76%)

77.3%

本科及以上学历占比

高于竞品总体
(70.9%)

32.5%

职场精英占比

高于竞品总体
(30.4%)

¥21038

家庭月收入均值

高于竞品均值
(¥20697)

55.5%

140万以上购房占比

高于竞品占比
(22.1%)

40.9%

豪华车购车占比

高于竞品均值
(39.4%)

*数据来源：秒针；

数据说明：竞品为国产五大均值；职场精英：企业管理者、高精尖专业人员等；高粘度用户：观看时长增加的用户比例；高观看时长用户：休息日均观看时长超过4小时的用户；高频开机用户：工作日日均开机超过3次、休息日超过4次的用户。

小米OTT「屏效通」品效一体

全链路经营，助力碧然德实现确定性增长

投前 - 确定性精准人群

小米生态数据与电视淘宝双端数据应用
精准锁定屏前目标人群



投中 - 确定性效果转化

人群精准实时化
素材制作效果最大化



投后 - 确定性用户沉淀

投放数据可追踪·人群资产数据回流品牌
数据银行·助力品牌持续增长



投前：小米生态&电视淘宝双平台数据应用，精准能力远超过往

小米生态&电淘双端数据驱动



精准筛选碧然德人群包

类别	人群名称	人群定义
品牌人群	品牌新老潜客	(在过去365天未成交的消费者中，且在过去30天有过品牌意向搜索/微淘互动/聚划算详情页曝光/进店浏览未跳失的消费者，排除兴趣新客) U (在过去365天未成交的消费者中，过去90天有过商品收藏/加购/店铺收藏，或过去180天有过下单未支付的消费者) U (近2年有过购买的人差掉 90天内购买过的人)
类目人群	小家电人群	(18-45岁) ∩ (小家电类目180天购买人群)
竞品人群	竞品人群	(18-45岁) ∩ (浏览过竞品苏泊尔·九阳·飞利浦·科睿仕·倍世相关净水壶产品180天未购买过的人)
兴趣人群	家庭主妇人群+烹饪达人	(18-45岁) ∩ (在家庭生活用品、儿童用品、家居饰品、家装清洁、生活电器方面行为频度和强度足够的女性用户在烹饪用具、烹饪食材、餐饮具方面行为频度和强度足够的用户)
大促易感人群	大促易感人群	(18-45岁) ∩ (在过去365天大促期间较高购买潜力的用户)

执行过程/媒体表现

投中：特别开辟系统层品效入口

黄金频道强势曝光，一键点击进入电视淘宝，品效融合

PHASE 1: 10.26-10.31

碧然德·商品定金期

跨频道大屏信息流

PHASE 2: 10.31-11.11

碧然德·商品购买期

跨频道大屏信息流

以进店为指标，按点击付费
实现确定性效果转化

碧然德 电视淘宝



首页拼图+影视综频道拼图



首页拼图+影视综频道拼图



遥控器一键下单购买

投中：实时优化，提升点击及进店数据，保证点击效果达成



投后：投后效果追踪，碧然德品牌人群资产回流，助力再营销

投放分析数据维度 >

电视淘宝



流量数据

- 曝光量/人数
- 曝光成本
- 曝光频次分布
- 点击量/人数
- 点击成本
- 点击频次分布
- 进店量/人数
- 进店成本
- 人均进店次数
- 进店频次分布

引导成交数据

- 曝光新客占比
- 进店新客占比
- 支付人数
- 支付笔数
- 支付金额
- 客单价
- 支付笔单价

用户画像

- 性别/年龄
- 婚育状态
- 地区分布

点击人群资产回流至品牌数据引擎



品牌数据引擎
Brand Databank

- 回流人数
- 回流比例

碧然德，大屏新品效，见证「净」实力

17天总点击20000+，支付总金额100w+，ROI远超广告主预期

屏效通 前端数据

20,074
实际点击数

100.37%
点击完成率

16,062
点击人数

18,047
进店量

14,407
进店人数

屏效通 后端数据

99.83%
进店新客占比

1,038,847
引导支付金额 (元)

2,489
引导支付笔数

2,191
引导支付人数

17.3
ROI

案例亮点

碧然德携手小米OTT，步入大屏「科学营销」新时代

行业首创
大屏品效产品

屏效通

CPC (按点击计费)

OTT行业首创CPC广告产品“屏效通”，按点击计费，实现效果转化全方位覆盖

品效一体
实现确定性增长



首页拼图
电影频道拼图
电视剧频道拼图
综艺频道拼图

特别开辟系统层品效入口“跨频道大屏信息流”，实现确定性效果转化

小米+阿里
品牌人群资产

投前
精准找人 → 投后
用户回流

小米生态&电视淘宝双端数据应用，实现碧然德精准找人+品牌人群资产回流

案例亮点

一站式OTT品效营销平台，实现前所未有的品效合一

「品」

流量新蓝海

超99%的海量新客

+

「效」

效果超预期

ROI超电视淘宝2.0历史最佳11倍

碧然德
流量新蓝海

触达用户为
新中产家庭

绑定智能硬件
追求生活品质

99.83%
进店新客占比

30-49岁
人群为主

小米手环
小爱音箱
空气净化器
扫地机器人
米家体脂秤
小米净水器

≈11倍

1.6

电淘2.0历史最佳ROI

17.3

碧然德ROI



王杰

碧然德品牌代言人
王杰



**碧然德，大屏新品效
见证「净」实力**