

2025 短剧百宝箱 第六期

投放方法论&冲量策略

短剧行业组

Part1：付费短剧投放指导



付费短剧——全阶段策略指导

短剧投放全周期

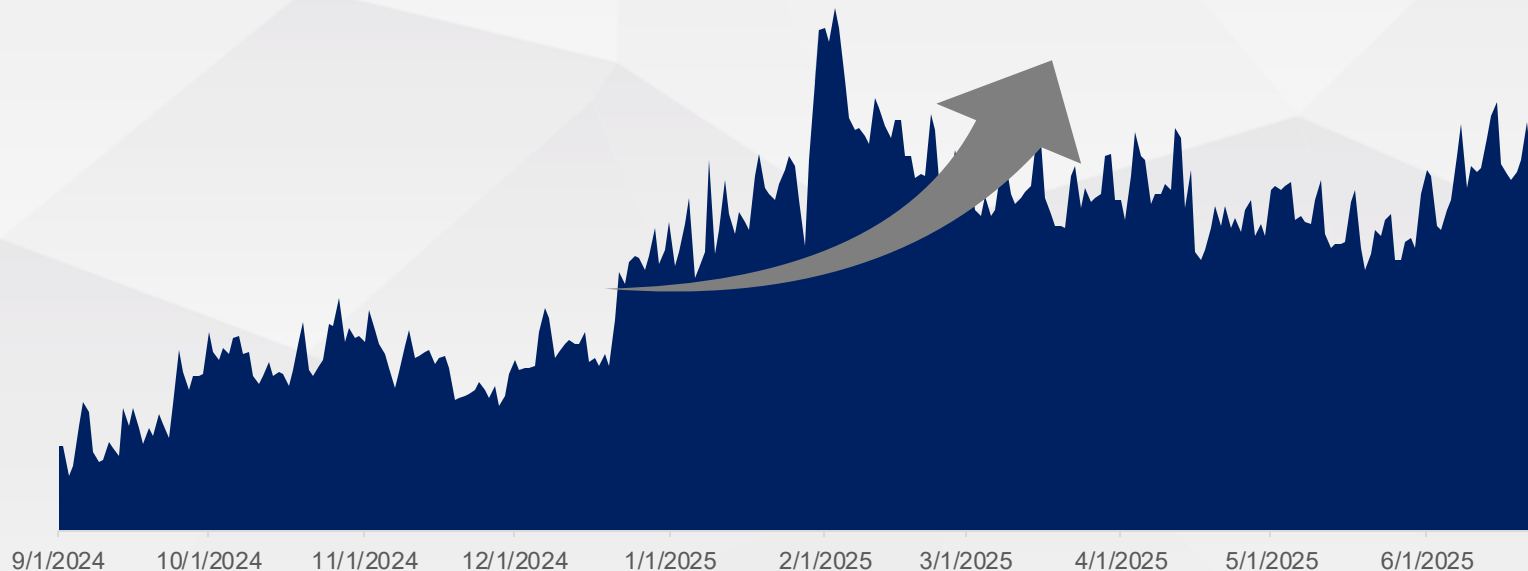
投前

冷启期

冲量期

衰退期

付费内循环消费规模持续稳定增长

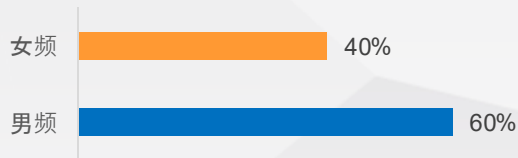




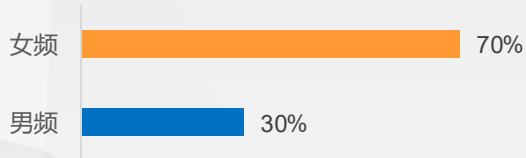
投前——选剧策略

- 百度付费短剧TOP榜单中男频剧占比更高，其中男频-逆袭/都市、女频-情感/逆袭类题材更易冲量；
- 市场TOP榜单中女频剧占比更高，其中女频情感/都市/逆袭、男频-都市/逆袭更易爆量。

百度TOP剧榜单男女频占比



市场TOP剧榜单男女频占比

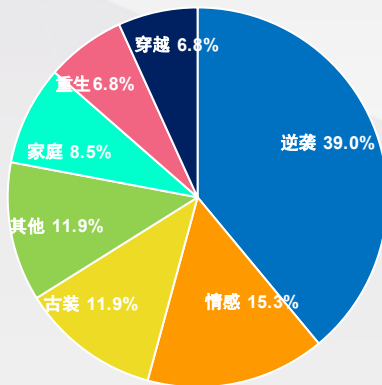


序号	7月W2		
	短剧名称	短剧类型	短剧题材
1	逆光寻真	男频	都市 逆袭
2	无敌扫地僧	男频	逆袭 仙侠
3	谁念西风独自凉	男频	都市 逆袭
4	车位之争	女频	都市 情感
5	曾逢君时花照眼	女频	古装 情感
6	逍遥四公子	男频	古装 逆袭
7	春潮带雨生	女频	逆袭 重生
8	消失的球神	男频	逆袭 剧情
9	逆功劫：江湖乱脉	男频	玄幻 古装
10	十八岁太奶奶驾到，重整家族荣耀	女频	情感 穿越

序号	7月W2		
	短剧名称	短剧类型	短剧题材
1	爸爸，你凶我我也爱你	女频	逆袭 情感
2	车位之争	女频	都市 情感
3	封总，太太的离婚生效了	女频	言情 都市
4	余温难续	女频	情感 都市
5	掌中万物	女频	逆袭 修仙
6	后来月亮失约	女频	都市 修仙
7	锦鲤，你也敢裁	男频	逆袭 都市
8	寒江不闻鹧鸪声	男频	逆袭 言情
9	念念有词	女频	都市 逆袭
10	消失的球神	男频	逆袭 剧情

近一个月
付费闭环TOP剧目题材分布

■ 逆袭 ■ 情感 ■ 古装 ■ 其它 ■ 家庭 ■ 重生 ■ 穿越



投前——分销平台：支持分销商分销头部版权剧目

版权分销模式，支持短剧版权方将付费短剧的版权授权给分销商（支持授权多个分销商共同推广营销），分销商获得版权授权后可以在短剧开放平台中发布分销短剧。

产品定位

投放短剧角色	角色差异	业务模式
版权方	拥有短剧版权	在百家号短剧开放平台上传短剧，并通过商业投放平台投放广告，用户观看付费短剧并完成充值付费后， 收益归版权方所有
分销商	从版权方获取分销授权	在百家号短剧开放平台 从版权方获取分销授权 ，并通过商业投放平台投放广告，用户观看付费短剧并完成充值付费后， 充值付费金额版权方和分销商按比例分成

注意事项

- （1）可进行版权授权并分销的短剧要求：为版权方已发布的付费短剧，剧集均上传完毕并通过审核，处于【已发布】的状态，同时该短剧需要通过百度平台的版权认证；
- （2）一部剧可以授权给多个分销商，同一分销商可接受多部短剧，版权方无法分销剧集给无分销权限的百家号；
- （3）分销短剧的封面、视频内容等与原短剧保持一致，分销商不支持对短剧进行删除和改动，其他百家号能力可以复用，包括但不限于自主定价、多付费面板等能力。

结算收益

分销短剧的内容售出后，版权方和分销商可以按照授权时约定的结算比例进行结算（分成比例在投放阶段不支持修改）

投放冷启期——付费内循环大盘水位

大盘指标

日期范围	CTR	CVR	CPM	CPA	TROI
2015/7/11-2025/7/17	2.5%-3.5%	10%-12%	40-60	15-25	0.72+

- 出价范围：建议参考大盘水位和自身考核要求灵活调整，新剧可在广告开投阶段略低于考核5%左右，利于提高竞争力快速度过冷启，出量后根据考核情况逐步小幅度上调系数。
- 注：计划操作次数每天<3次，以防过于频繁影响后端策略达成。

账户结构

- 剧：一部剧建议搭建15个以上账户投放，一个账户对应一部剧，不同的剧同一时间不在一个户混投。
- 素材：注意物料的丰富性和质量，不建议使用相同视频物料重复搭建账户、单元等无效基建动作，集中优势素材带动账户起量。

大盘基建

- 基建：良好的基建水平是冲量的必要条件，建议单剧15+账户数，账均单元数30+，账均物料数30+，并持续新增基建

基建水位				
项目	剧均账户数	账均单元数	账均竖版视频数	账均3日内新增单元数
大盘平均基建水位	10+	35+	50+	10+



投放冷启期——TOP创意素材拆解

➤ 高质量素材物料是账户起量的关键，可参考TOP创意结构提高素材吸引力。

精彩片段

强势吸睛

突出被“虐”

打造“爽点”

帅哥/美女

被羞辱

身份证实

战斗特效

被误会

复仇成功

优质标题

引发好奇

别说没告诉你！一定要看第16集，真的以牙还牙，赞翻天！

千万不要熬夜看的爽剧，全程高能，怕你一口气看到大结局
(高分短剧)这部短剧真的有毒，熬夜也要看完，一个字爽！



内容结构

- **黄金7s**：男主跟家人诀别，要为家人报仇，通过渲染对手实力强劲从而增强紧张感；
- **中间**：男主被众人羞辱，烘托氛围，为后续决斗进行铺垫；
- **文案**：以故事为主题，勾起用户好奇心。

剪辑手法

原片



混剪



BGM



投放冷启期——产品能力强效助力：智投项目

客户痛点

- 成本波动大：单个计划数据稀疏，模型学习不充分，影响模型达成最佳效果

核心优势

自动分配素材预算

- 系统自动识别优质素材，并将预算倾斜至优质素材上，减少劣质素材对预算的挤占，帮助优质素材多获量，提升起量率及跑量能力。

项目层级成本稳定

- 以项目为整体调控成本，聚合账户中同业务类型的计划/单元集中考核成本，转化成本稳定性更高，更趋近于广告主出价。

投放冷启期——产品能力强效助力：多付费面板

产品定位

支持一部剧设置多种价格模板，通过低中高差异化面板设置，进一步触达不同消费能力群体来实现GMV最大化，提升整体ROI。

产品优势

1. **提升投放效率：**支持同一部短剧同一时间配置多个付费面板，加速不同面板的测试进度，短时间内筛选出高质量面板，提升投手投放效率。
2. **提升付费转化率：**支持一部剧多种价格模板共存，触达更多不同消费能力的人群，提升付费转化率。

面板分类

- **高充面板：**全集价格 ≥ 50 元，4-6个多档位，全集价格69/99/109
- **低充面板：**全集价格 ≥ 10 元，4-6个多档位，全集价格19/39/49
- **小额面板：**全集价格 < 10 元，4-6个多档位，全集价格3.9/6.9/9.9





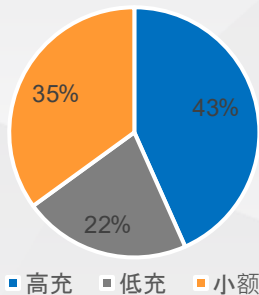
投放冷启期——产品能力强效助力：多付费面板

投放建议

建议一部剧高低充、小额面板、现金&剧豆解锁全部均匀设置，通过多面板分层触达付费人群，最大化转化效果；当前小额面板（1元起充，9.9元看全集）消费占比超出50%，建议优先配置小额面板，挖掘消费潜力。

商业投流短剧必须设置一个默认现金面板（该面板会展示在自然流量场景和百度app较老版本等少量不支持虚拟币功能的场景，作为“兜底面板”），兜底面板需与实际ARPU值相匹配，切勿设置过高或过低金额档位，以免导致流量跑偏，影响整体转化效果。

某爆款剧搭建面板占比



面板建议：

- **爆款/普通老剧：**优先搭建小额面板，挖掘消费潜力；
- **普通新剧：**优先小额面板，根据达成及跑量情况观察潜力，决定是否搭建高充面板；
- **爆款新剧：**优先高充面板，中小额同步上线，分层探索爆量空间。

投放冷启期——流量资源：原生广告

产品定位

闭环短剧信息流硬广预算进软广分发的产品通路。客户可通过百家号进行广告创意素材的发布，是结合广告主百家号做广告内容投放的新形式，可以更大化提升广告转化。

核心优势

- ①**流量加持**：在广告分发中，除了硬广流量之外，还可以**拓展进入软广流量池**。
- ②原生广告可以通过广告分发和自然分发联动，**撬动更多自然量**；
- ③通过百家号经营阵地承接，获取更多长效经营转化。

链路介绍

广告以优质内容的形态曝光，不带广告标，左下角浮现组件-点击组件跳转百家号落地合集页。



投放冷启期——扶持策略

系统资源

新剧保量

新剧保量：

若闭环新剧投放在24h内满足基建要求（账户数9+、单元数80+、物料数115+），系统将保障基建达标后24h内新剧曝光 ≥ 3000 。

新剧探索

新剧探索：

新剧产生曝光后，基于后验表现更优的剧目（量级+效果），系统触发新剧探索通路，助力优质新剧持续探索增量空间。

政策资源

ROI赔付

赔付公式：

- ROI达成率（实际ROI/目标ROI）大于等于80%算达成，小于80%算未达成，未达成即可以进行赔付；
- 赔付金额 = $(1 - \text{实际ROI} / \text{目标ROI}) \times \text{广告总实际消耗}$
- 赔付ROI系数限制：客户填写ROI的值若大于2，则赔付公式内目标ROI按照2来，即赔付最大ROI系数是2

赔付门槛：

- 转化个数门槛：账户total转化数 > 3 ，即账户从新建开始产生3个以上转化就可以开始赔付；
- 计划操作次数限制：每天 < 3 次，客户对出价、ROI系数和人群定向的调整次数不能过于频繁，这样会影响后端策略达成。



投放冲量期——投放建议

剧目供给

- 持续引入剧目，保障市场新热剧及时入场投放；
- 优先引入剧目题材参考：男频逆袭、都市言情、玄幻异能；女频情感、逆袭类。

出价建议

- 出价范围：核心跑量剧目可在冲量期下调TROI 5-10%，利于提高竞争力快速出量，后续可参考自身考核要求灵活调整，保障周期内收益达标。
- 注：计划操作次数每天<3次，以防过于频繁影响后端策略达成。

基建建议

- 基建：客户短剧基建量可参考TOP客户&TOP短剧对齐基建水位：建议单剧15+账户数，账均单元数30+，账均物料数30+，并持续新增基建。
- 信息流创意衰退速度快，建议2~3天要补充新素材创意，同时清理无展现的无效创意。

基建水位				
项目	剧均账户数	账均单元数	账均竖版视频数	账均3日内新增单元数
TOP客户基建参考	15+	30+	30+	9+
TOP短剧基建参考	50+	40+	40+	10+



投放冲量期——爆款剧策略

爆款剧定义

投放3天内新剧，百度分时消费大于1.5k，或者字节分时消费大于15w，可定义为当日爆款剧。

提报规则

根据短剧新老程度，分天基建、市场热力值、百度起量趋势等指标，综合评估筛选后配置爆款剧策略。

- 短剧新老程度：优先投放3日内新剧
- 基建达到大盘平均水位：账户数10+、单元数80+，物料数120+
- 市场热力值：剧查查/Dataeye 市场热力值150w+
- 百度起量趋势：投放当天分时消费>1.5k，或者分日消费增量>5k

投放建议

1. 基建：开投首日基建达到新剧保量门槛，24h给到新剧3000曝光，帮助模型积累数据，并持续新增基建，每日新增单元&物料20+；
2. 扶持前1天可适度调低TR01系数（5pp），量级显著提升后再逐步上调，有助于爆款扶持全生命周期最大化获量。



投放冲量期——一键起量

产品定义

- 一款起量工具，可以帮助客户在营销节点抢量/挽救衰减计划/新计划冷启等场景更快获量。当前ROI出价模式下一键起量功能已推全，产品使用规则及交互同现有投放平台【一键起量】功能保持一致。
- 支持【预约生效时段】及【每周循环起量】能力。
- 生效层级：计划层级（当前绑定项目层级计划不支持一键起量）

功能升级

- 创编计划时支持设置一键起量预算的生效时间
- 支持批量操作开启、设置一键起量计划
- 一键起量放开最小起量预算限制

赔付规则

- 一键起量产生的消耗不计入赔付金额计算，但转化数和消耗数计入赔付门槛判断。

测试效果

- 当前ROI出价下一键起量放量能力较好，与新户相比，跑量老户开启一键起量效果更好，可优先测试。

投放衰退期——常见问题

1. 创意衰退

问题定位

- 创意存在生命周期，持续跑量后会面临衰退。

解决方案

- 更新素材，对原片进行二创、解说、时长调整；
- 新建计划、使用新素材。

2. 剧目衰退

问题定位

- 一部短剧存在投放生命周期，持续跑量后消耗会逐步衰退。

解决方案

- 面板金额进一步下探：高充->低充->小额面板，挖掘潜在消费人群；
- 剧集付费卡点后移
- 新增基建，更新素材（创意标题+创意视频）



投放衰退期——AI Max产品能力

产品定义

AI Max是新一代智能投放模式，系统结合用户需求和意图，运用AIGC生成视频素材运用于创意，从而提高广告点击率和投放效果；同时可智能基建调优，针对客户信息流投放中持续放量的需求，不断自动完成基建优化。

客户痛点

痛点一 基建能力薄弱，放量需求难以满足

痛点二 盯盘人力不足，优化师盯盘耗时耗力

痛点三 素材供给不足，放量难

解决方案

- 系统生成自动采纳规则，可自动搭建单元、创意，客户可查看系统生成的创意素材并可剔除不希望添加的素材内容。
- 系统每日巡检，补充基建、衍生优质素材增加物料供给，同时自动对超成本、不起量等劣质基建和素材进行汰换。
- 依靠AIGC能力，自动识别短剧高光片段并剪辑为广告素材，保持素材活力，跑量能力Max+

Part2: 免费短剧投放指导



免费短剧内循环——增长迅速

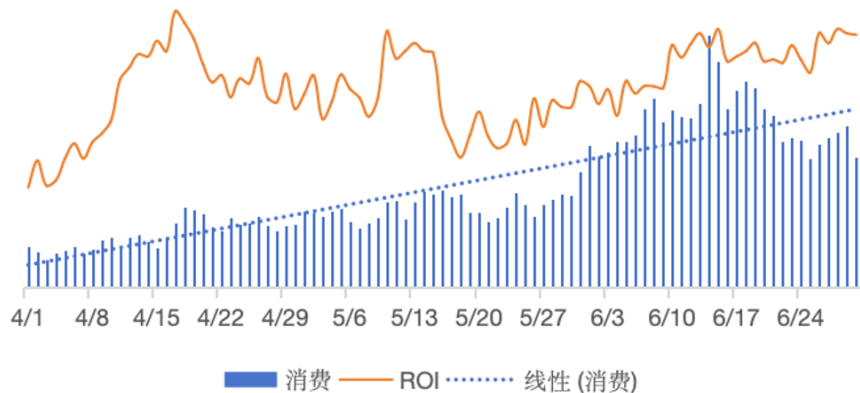
➤ 百度免费短剧内循环消费增长迅速：IAA&IAAP消费创历史新高，ROI达成超过100%

消费：免费短剧内循环25年Q2消费稳步上涨，其中IAA突破峰值50w+，IAAP突破峰值20w+；

ROI：ROI提升至0.9+，当前基本稳定在0.88+的水位；

供给：IAA供给逐步提升至周均在投1100+部剧，IAAP 600+部剧；

IAA 25Q2消费和ROI趋势



IAAP 25Q2消费和ROI趋势



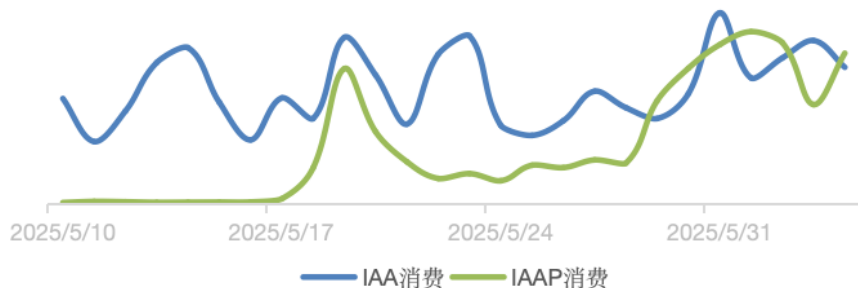


免费短剧内循环——新增长点IAAP

- IAAP成为免费闭环短剧新增长点：
 - IAAP支持广告变现和付费金额变现两种模式，探索更多的机会人群，实现剧目价值的进一步挖掘；
 - IAAP日均消费已突破20w+，对比IAA单剧跑量能力+70%（当前数据），量效均有保证。

跑量剧目-双管齐下

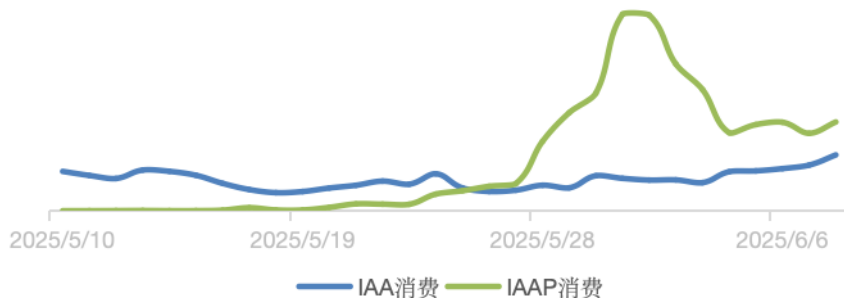
同剧IAA+IAAP双链路投放消费趋势



IAA跑量剧目，在IAAP同时投放，**跑量能力翻倍**

不起量剧目-妙手回春

同剧IAA+IAAP双链路投放消费趋势



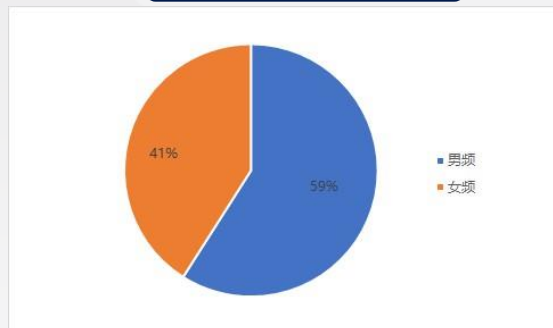
IAA不起量剧目，在IAAP投放，**实现单剧起量**



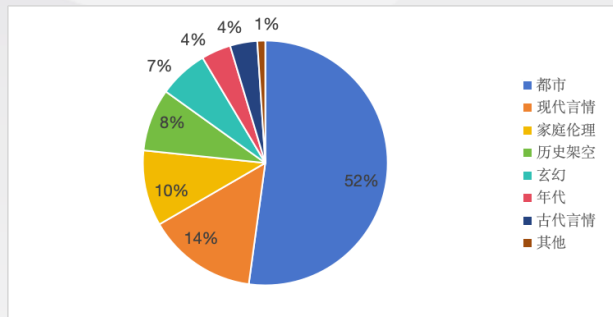
投前——选剧策略

- 百度免费短剧内循环TOP榜单中男频占比较高，其中男频-逆袭/都市类题材更易冲量。

短剧受众分布



短剧题材分布



百度	7月W2		
序号	短剧名称	短剧类型	题材/情节
1	今生开挂我给老爹找真命天后	男频	都市 穿越重生
2	归来荣光	女频	都市 家庭伦理
3	龙父犬女	男频	都市 逆袭
4	情茧难逃	女频	都市 逆袭
5	我在退婚宴惊艳全场	女频	都市 现代言情
6	租个女婿回家见父母	男频	都市 逆袭
7	龙妈	女频	都市 逆袭
8	背叛他的人求他治病	男频	都市 异能
9	人到中年，天降遗产	男频	都市 逆袭
10	侠之大者之飞鸿传奇	男频	年代 武侠武打



冷启期——投放建议

持续引入新热剧目：

剧目供给

- 保证IAA&IAAP同时入场投放，最大化触达机会人群，获取更多收益；
- 若IAP跑量效果不佳，可尝试投放IAA&IAAP探索新人群；
- 优先引入剧目题材参考：男频逆袭、玄幻异能，女频都市言情等。

投放参考

- 一户一剧：不同的剧同一个时间不在一个账户混投，每个账户只投放1部剧；
- 一户一目标：不同的转化目标（首日变现LTV/混变模式LTV）同一个时间不在一个账户混投，每个账户只投放1个目标；合理表达ROI。

创意素材参考

- 优质创意素材重点关注指标：2s跳出，完播，互动（吸引用户广告/付费解锁剧集）。
- 优质创意素材内容优化方向：注意开头黄金7s、整体情节连贯（背景描述言解意赅、过场情节带过）、结尾情节留钩子。

注意：避免相同物料在多账户重复投放，提高创意丰富度可提升跑量能力。



冷启期——基建水位参考

- 新剧保量：闭环新剧投放24h内满足基建要求，账户数10+、单元数80+、物料数115+，系统将保障基建达标后24h内新剧曝光 ≥ 3000
- 单客户基建水平参考：

基建水位						
投放产品	客户日均消费	账户数	账均单元数	账均新建单元数	账均创意数	账均视频数
IAA	日均消费 > 50000	1600+	30+	10+	1500+	240+
IAA	日均消费 > 10000	1200+	20+	5+	600+	180+
IAAP	日均消费 > 30000	400+	25+	10+	1200+	200+
IAAP	日均消费 > 5000	300+	10+	5+	400+	120+

基建建议

- 爆款剧基建水平参考：

基建水位					
剧日均消费	账户数	账均单元数	账均新建单元数	账均创意数	账均视频数
日均消费 > 10000	60+	20+	5+	300+	100+
日均消费 > 5000	20+	20+	5+	220+	60+



产品能力

- 链路持续优化：内容试看&自动进广&氛围感弹幕&挽留弹窗，提升广告曝光机会和内容消费深度；
- 动态解锁优化：动态调整广告时长、解锁集数，进一步提升变现收益；
- AI工具赋能：AI Max短剧行业版，通过AIGC生成优质素材，智能化基建带来消费增量。
- 一键起量：支持IAA&IAAP账户使用该能力，跑量老户开启一键起量效果更好，可优先测试。

资源政策

- 广告收益100%分成：短剧合集内现金收入100%分成，付费收入满足条件可申请服务费豁免；
- 线上赔付兜底：ROI达成率小于80%即可获得赔付；
- 新剧保量通路：基建满足门槛值后，专属通路助力剧目快速过冷启；
- 专属账户扶持：重点账户专有扶持，提升广告曝光率。

百度与短剧客户共谋增长
携手共进 业绩长虹！
