A、全称exchanges bidding，即Open Bidding功能，从这个功能的数据来看对填充率能提升5%-10%，主要是对广告填充起到一个补充作用，与GMA SDK没有本质区别，相当于多了一部分demand源；

B、目前对接的DSP有20家左右（具体见exchanges bidding介绍文档），开发者要如果要对接的话需要开发者自己与DSP谈合约，且开发者的AD manager账户需要升级到360版本，账户费率需重新签约，Google只提供平台；

C、技术对接上不需要增加额外的SDK，只要AD manager开通此功能后映射Ad Exchanges账户，Riven已提供了相应的操作文档和介绍文档，链接如下：

exchanges bidding介绍：<https://support.google.com/admanager/answer/7128453?hl=en>

exchanges bidding操作指南：<https://support.google.com/admanager/answer/7388260?hl=en>

1，Open X 提到的GG EB 服务是啥？

功能全称Exchanges Bidding，也叫Open Bidding；该功能作用类似自己搭建的 ADX，就是开发者自己接触三方Exchange 客户，通过 GG 产品完成对接，然后与GG目前在OA 市场已有的Demand 实时竞价；以Open X为例，我们上次提到的先签合同，再通过GG的平台 1V1 合作，就是使用“Open Bidding”服务；

2，为什么会有这个功能？

A，对于GG而言：因为GG ADX 默认对接 Exchange 客户数量有限，并不是市场上的三方Exchange都会跟他们对接。提供这个功能，这样就能帮助“开发者”跟“有意愿购买开发者流量的三方Exchange客户”进行1V1合作，GG 从中再收费；

B，对于开发者而言，有3个好处：

\* 不用自己搭建一个ADX 产品

\* 通过这样的方式，可以直接跟GG系广告实时竞价，对以往的纯人工waterfall而言，效率更高

\* 背靠GG有一定的背书，解决部分信任问题

3，如果开发者GG账号被封，是不是也会影响通过Open Bidding 接入的客户投放？

理论上会的，但是需要再次确认；

4，通过该合作的模式，是不是行业全部的三方Exchange 都可以通过这种方式对接？

不是的，使用这种对接模式的前提，是GG已经跟相对应的三方Exchange 完成了技术对接才行。从官方看目前支持该合作模式的有20家左右。另外，这个功能是去年才有，很多三方Exchange 通过该合作模式其实也不会完全拿出所有的Demand，跟开发者自家的ADX直接RTB对接在Demand上会有不一样；

链接：https://support.google.com/admanager/answer/7128453?hl=en

5，通过该合作的模式，是不是全部类型的广告都支持对接？

不是的，取决于三方Exchange 是不是认可GG 的统计规则；根据GG的官方文档与Riven描述，目前GG 侧支持的三方Exchange 客户，在Native 广告上大部分都不支持，因为GG统计的展示 跟 三方Exchange 的展示统计有较大的gap，更细的涉及到不同对接方的规则，对方无法明确反馈；但在插屏广告跟视频广告类型上，

6，该服务对我们有什么价值？

从文档看，目前有14家三方Exchange 跟GG完成了对接，且支持了“out-Stream Video”广告样式，这对于我们目前所处的“自家moat 广告监测还没有完成对接，三方没有充分信任我们的前提下”，短期对推进三方合作破冰，提升视频广告填充率有明显帮助；

7，这块怎么收费？怎么结算打款？

理论上是GG统一给我们结算，这样GG才能从中黑盒盈利；

8，我们使用这种模式的，需要付出什么成本？

第一步：开发者与三方的Exchange 谈合约，签合同

第二步：开发者的AD manager账户需要升级到360版本，涉及到可能需要重新签合同

第三步：内部运营配置操作

操作指南：https://support.google.com/admanager/answer/7388260?hl=en