



广告平台

想上谁的头条,就上谁的头条

头条开屏广告逻辑介绍

2017.6

目录

- 开屏广告简介
- 开屏广告售卖逻辑
- 开屏广告产品逻辑
- 开屏广告目前主要问题

开屏广告简介

何为开屏广告？

开屏广告是在应用开启时展示固定时间，展示完毕后自动关闭并进入应用主页面的一种广告形式，按CPM计费

为什么要做强开屏广告？

由于展现在应用刚刚开启时，用户的注意力非常集中，特别适合广告主进行品牌宣传和产品推广，满足品牌广告主的展示诉求，将开发者收益最大化

开屏广告在品牌广告收入中占比35%-40%

目录

- 开屏广告简介
- 开屏广告售卖逻辑
- 开屏广告产品逻辑
- 开屏广告目前主要问题

开屏广告如何赚钱

$$R = \text{售卖}CPM \times CPM\text{单价}$$

$$R = \text{库存} \times \text{售卖率} \times \text{刊例价}$$

$$R = DAU \times \text{单用户开屏次数} \times \text{可展示广告比率 (频控)} \times \text{售卖率} \times \text{刊例价}$$

$$\text{售卖率 (填充率)} = \text{售卖}CPM / \text{库存}$$

$$\text{刊例价} = CPM\text{单价}$$

开屏广告售卖逻辑

开屏库存概念

CPT：保证可见性，排他性，保证保底量达标

GD：保证保底量达标

首刷
当天用户第一次打开APP

轮播
除第一次外，后续打开APP，并符合频控要求



开屏广告售卖逻辑

保底量

属性

首刷

58000 CPM

预加载7天成功率: 70%

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10

12000 CPM

全国轮播: 3天以上只允许全国下单, 提前3天地
域可下单

11

无保底量

区域轮播: 提前30天全国可下单, 30以内只允许
地域下单

GD

按量购买

填充CPT未售卖的量

(Q2开屏整体保底库存190000 CPM)

刊例价CPM单价

1、与素材样式直接相关:

静图、动图	50 / CPM
视频	60 / CPM

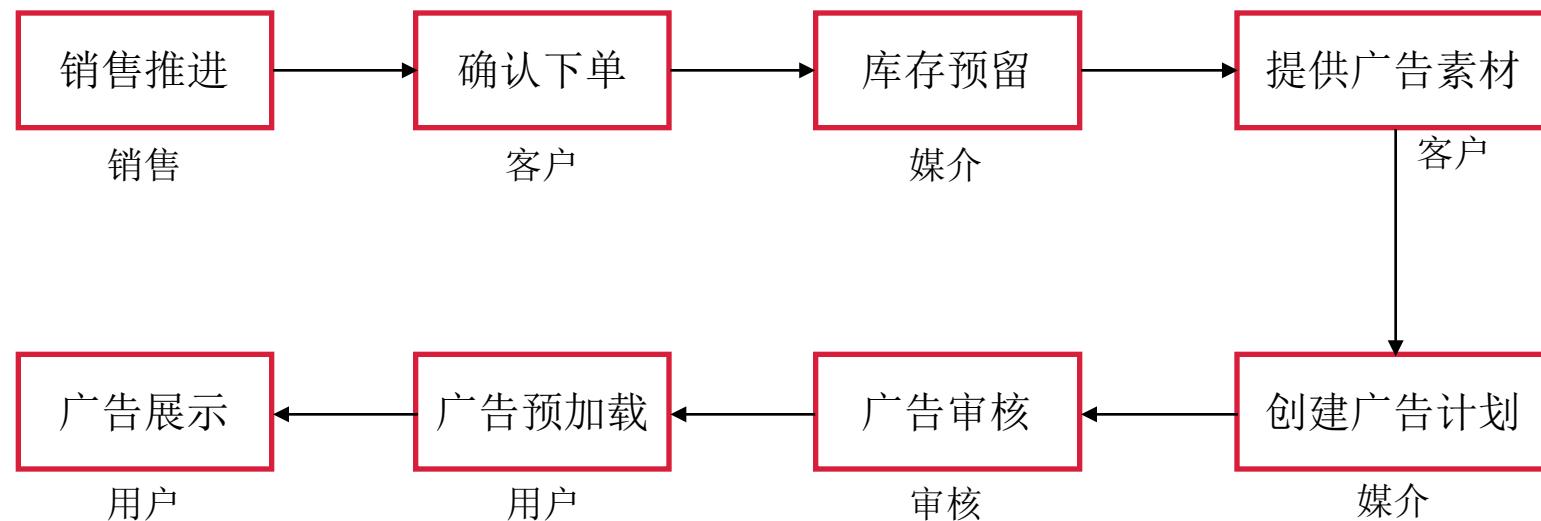
2、与定向城市直接相关:

北京	300 / CPM
广州	200 / CPM

.....

开屏广告售卖逻辑

开屏广告购买流程



目录

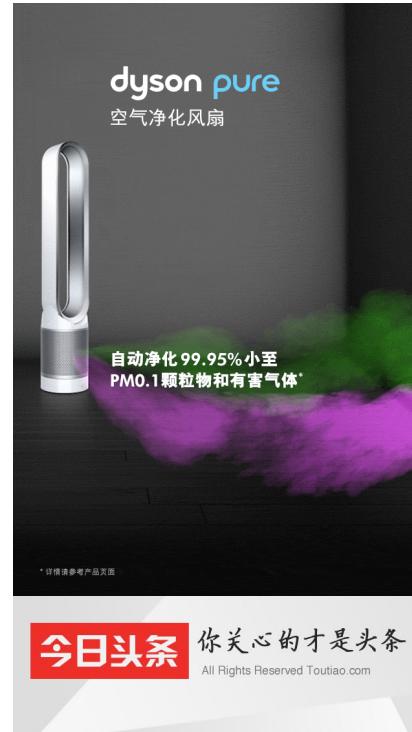
- 开屏广告简介
- 开屏广告售卖逻辑
- 开屏广告产品逻辑
- 开屏广告目前主要问题

开屏广告产品逻辑

产品样式



静图
(支持全屏)



动图
(支持全屏)



全屏视频



插屏视频

开屏广告产品逻辑

素材创意

静态 (80.9%)



3 s 5.53%

全屏视频 (11.3%)



5 s 8.88%

动态 (7.5%)



4 s 7.28%

插屏视频 (0.4%)



5 s 8.73%

开屏广告产品逻辑

素材创意

广告类型支持纯展示、头条文章、外链投放

支持分时段素材投放



默认



0:00-7:59



9:00-15:59



17:00-23:59

定向逻辑

CPT开屏广告支持地域定向

CPT同一轮开屏支持创建多个区域计划，按区域划分定向，不同计划之间，地域不能重合

GD开屏广告支持地域、性别、年龄、平台定向条件

年龄 不限 <18 18-23 24-30 31-40 41-49 50+

性别 不限 男 女

平台 不限 iPhone Android 手机网站

地域 不限 省市 区县 

预加载

开屏广告为非实时下发广告，需提前预加载

成功创建计划

开屏CPT首刷需要提前7个工作日下单并提交素材
开屏CPT轮播需要提前4个工作日下单并提交素材
开屏GD需提前2个工作日下单并提交素材

下发广告

用户使用头条时，客户端请求API并下载素材到本地（投放定向也会下载到本地，如果创建计划时候受众选全国，后再改成地域定向，那么预加载到全国的用户也会看到这个开屏，尽管不在定向区域内）

客户端预加载

wifi环境下，API会预加载投放端下发的所有广告（7天内，队列前20条），根据广告计划id获取素材；非wifi环境，API每次只预加载一个广告，视频素材不加载。首先API会先判断素材和投放时间是否有变化，若有变化则重新预加载，若无变化，则预加载下一个广告

广告展示

预加载带来的问题

不按预加载时间提供素材，可能会造成保量失败

视频广告下发2个创意素材：1个静态图图片素材；1个视频素材

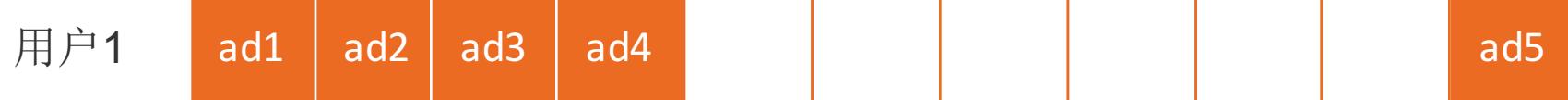
由于广告预加载失败，本应进行展示的轮播会被下一轮CPT填充，不会被GD广告填充

调整手机时间，可以提前看到已经预加载的分时段广告

地域定向加载与展示时都会进行地域判断

展示逻辑

- 首刷：用户每天第一次启动app展示，过后不再展示，目前保底量58000CPM
- 轮播：用户第2次以后打开app，每次符合频控要求，打开随机展示一条广告，展示概率为 1/11，目前每轮保底量12000CPM



展示逻辑

频控条件：

用户未关闭app后台进程，开屏广告展示时间间隔为2个小时

用户未关闭app后台进程，app在后台待够10分钟，才会再次开屏广告

用户关闭app后台进程，启动app后再次展示开屏广告

请求条件：

android客户端：进程杀死后重启，或者每隔1h请求一次

iOS客户端：进程杀死后重启，或者从后台切回前台时间超过20s，请求一次

目录

- 开屏广告简介
- 开屏广告售卖逻辑
- 开屏广告产品逻辑
- 开屏广告目前主要问题

开屏广告主要问题

目前问题

产品逻辑问题：规则不够完备，不同逻辑之间兼容性需验证

首刷是否支持分时段投放？

开屏CPT是否支持分区域投放？

上传素材校验规则？

产品基础日志问题：无法监控实时库存，无法监控广告实时状态

产品售卖率提升

创新产品样式

更合理的库存切分形式

客户流失原因调研

应对产品流量的增长，降低溢出

今日头条 你的头条
THANKS
For your listening

