

AI-First 广告格式报告

整理日期：2026年2月21日

针对对象：Startup / Marketer

背景

2026 年，AI 正在彻底改变数字广告。Google、ChatGPT 等平台都在推 AI-first 广告格式，从手动设置关键词变成 AI 自动匹配、从人工写广告词变成 AI 自动生成。

核心变化： - 关键词 targeting 变成 AI intent matching - 手动 ad copy 变成 AI 自动生成 - 固定广告位变成 AI Overviews/答案里也能显示

一、Google AI Max

什么是 AI Max

AI Max 不是新 campaign type，而是在现有 Search Campaign 上加的 AI 增强层。

三个核心功能：

功能	说明
Search Term Matching	自动扩展关键词，找到你没想到的搜索词
Asset Optimization	用 Google Gemini 自动生成广告文案
Locations of Interest	根据地理意图定位

Search Term Matching (核心)

以前：你设关键词 emergency plumber

现在：AI Max 自动找到 burst pipe help near me、water leak repair urgent

工作原理： - 用你整个账户的信号来预测哪些搜索会转化 - 你的现有 exact match 关键词仍然优先 - AI Max 主要是发现你关键词列表没覆盖的查询

Asset Optimization (AI 生成广告)

- 用 Google Gemini 自动生成标题和描述
- 分析你的 landing page + 用户搜索词 生成相关广告
- Final URL Expansion：自动把用户送到最相关的页面

Locations of Interest (新增)

- 地理意图定位
- 用户在 Dallas 搜 plumber in Austin 推送你 Austin 的广告

真实效果数据

结果	比例
84% 广告主报告 neutral 或 negative	因为账户没准备好
16% 广告主报告 positive	账户准备充分

成功的 16% 特征： - 准确的转化跟踪 (Enhanced Conversions) - 全面的 negative keywords - 高质量的 landing pages - 每月 100+ 转化 - 之前 broad match 成功

失败的 84% 特征： - negative keywords 太少 - 转化跟踪不准确 - budget 不够 - 没测试过 broad match

前提条件 (必须满足)

条件	要求
转化跟踪	准确, 启用 Enhanced Conversions
自动出价	必须用 Target CPA/ROAS/Maximize Conversions
转化量	100+ 每月 (最少 30)
Budget	每日预算 15 x target CPA
Negative Keywords	全面

最佳实践

1. 始终用 Experiment 测试 50/50 分流, 至少跑 4-6 周
2. 每天看 Search Terms Report 前 2-4 周密切监控
3. 用 Text Guidelines 保护品牌调性
4. 谨慎用 Final URL Expansion 确保全站 landing page 质量好
5. 别忽略关键词管理 关键词仍然起信号作用

AI Max vs Performance Max vs 标准 Search

用 AI Max 当...	用 Performance Max 当...	用标准 Search 当...
需要 query 级别透明度	需要跨渠道 (Display/YouTube/Gmail)	需要绝对控制查询
B2B/Lead generation	电商, 有产品feed	预算受限
想测试 automation 但保留控制	要全漏斗覆盖	转化量 30/月

2026 趋势预测

- Q1-Q2: Text guidelines 全面推出
- Q2-Q3: Dynamic Search Ads 可能被废弃
- 长期: 关键词变成意图信号而非精确 targeting

二、ChatGPT 广告

现状

- 2026年2月 广告正式上线
- 只在 Free 和 \$8/月 Go tier 用户显示
- Plus/Pro/Enterprise 无广告

广告形式

- 显示在回复最底部 (first response 之后)
- 单独的广告框, 不影响 ChatGPT 回答
- 只针对美国用户

怎么投放

- 目前仅限 Pilot, 需要填表申请
- 通过大广告代理公司或填表等邀请
- 最低消费疑似 \$200k+ (未官方确认)

Altman 承诺

- 广告不会影响 ChatGPT 的回复内容
- 不分享对话给广告主

三、其他平台动态

Perplexity

- 2026年 放弃广告，改用订阅模式 (Comet Plus)
- 原因：用户信任问题
- Revenue share 给出版商

传统平台变化

- Google 传统手动优化控制正在消失
 - 变得更自动化
 - 要么拥抱 AI 优化，要么被淘汰
-

四、对 Marketer 的影响

技能变化

以前	以后
手动设关键词	AI 自动扩词
手动写 ad copy	AI 自动生成
手动调出价	Smart bidding + AI
广告位固定	AI Overviews 里也能显示

新的成功要素

1. 准确的转化跟踪 AI 需要好的信号
 2. 全面的 negative keywords AI 扩得太开，需要拦截
 3. 高质量 landing pages AI 会自动选择传送哪个页面
 4. 拥抱自动化 少手动，多信任 AI
-

五、立即行动

Google Ads

- 启用 AI Max 前确保满足前提条件
- 用 Experiment 测试，不要一次性全开
- 每天监控 Search Terms Report
- 配置 Text Guidelines

ChatGPT Ads

- 申请加入 Pilot：openai.com/advertisers
- 等候邀请

长期

- 建立自动化思维
 - 准备好高质量内容资产
 - 测试 AI-first 策略
-

参考链接

- Google AI Max 指南：<https://groas.ai/post/google-ads-ai-max-complete-2026-guide>
 - Google 2026 广告博客：<https://blog.google/products/ads-commerce/digital-advertising-commerce-2026/>
 - OpenAI 广告：<https://openai.com/index/introducing-ads-on-chatgpt/>
-

由 PingPing 整理 | 2026-02-21