

# 常见技术问题手册

## 概述

本文档适用于 DSP 的产品经理和开发同学，在接入 Tanx 正式竞价后，理解 Tanx 竞价规则，优化投放，自主发现和解决线上问题。

与此配合的文档还有：[TanxAPI 文档](#)、[DSP 自助接入文档](#)。

## 目录

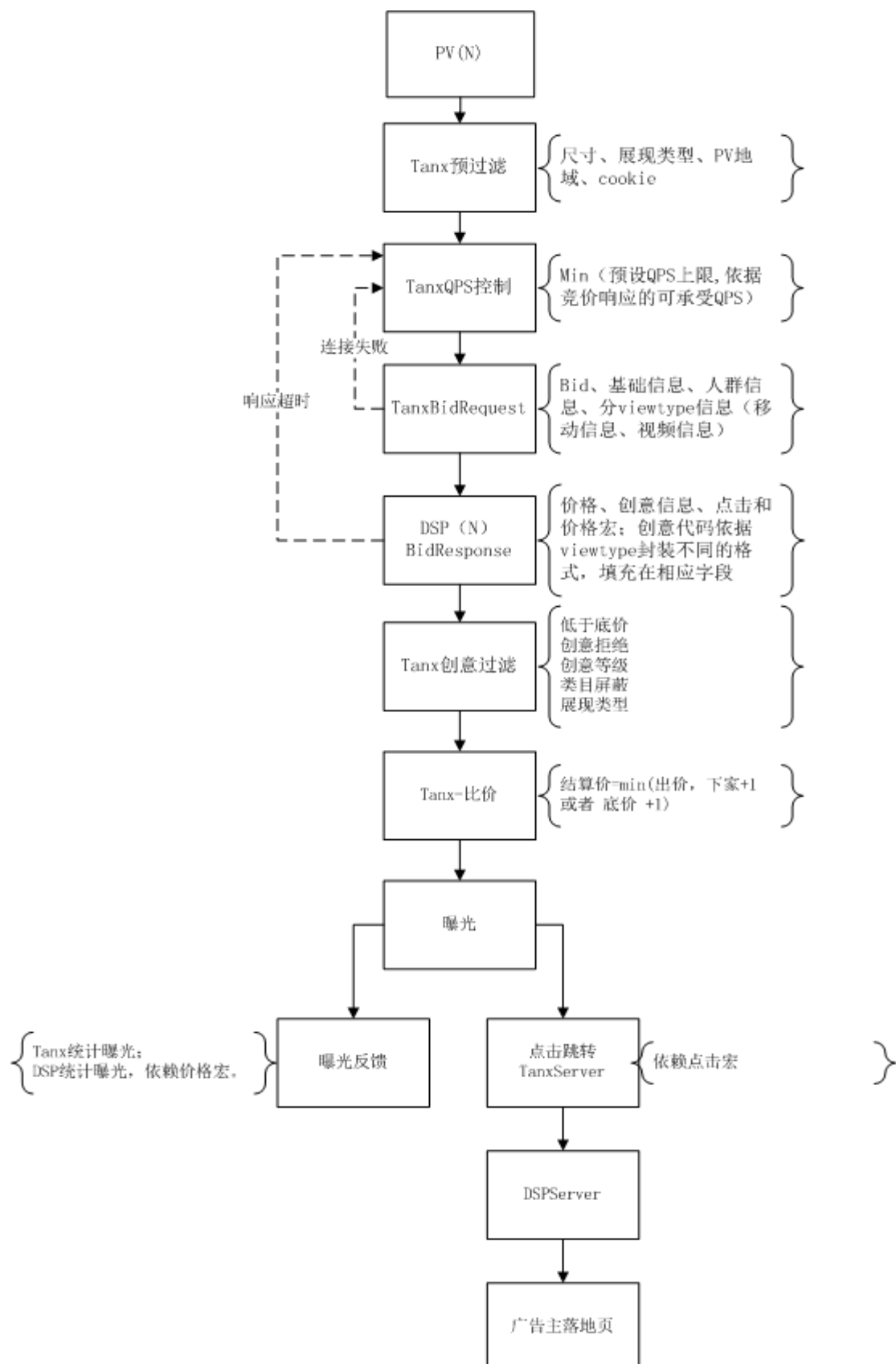
概述.....	1
1. 广告请求交互过程.....	4
1) Tanx 对广告请求预过滤 .....	5
2) Tanx 的 QPS 控制 .....	5
3) Tanx 发起的竞价请求.....	5
4) DSP 的竞价返回 .....	5
5) Tanx 的创意过滤 .....	6
6) Tanx 的结算价格 .....	7
7) 创意在媒体曝光 .....	7
8) Tanx 和 DSP 的曝光反馈 .....	7
9) 用户点击创意的跳转 .....	7
10) 竞价失败的处理.....	7
2. 技术接入.....	7
1) 技术接入的步骤和联调办法 .....	7
2) 流量开关 .....	8
3) 格式异常的常见原因和解决办法.....	8
4) 网络超时的常见原因和解决办法.....	8
3. 优化竞价.....	8
1) 竞价失败原因 .....	8
2) 获得竞价失败的原因.....	9
3) 避免报价外损失的一般方法 .....	9
4. Cookie .....	9
1) 如何提升 Cookie 匹配比例.....	9
2) CookieMapping 请求中为什么会有 tid 是空值.....	9
5. 数据差异.....	10
1) 曝光差异产生的原因.....	10
2) 如何降低曝光数据差异 .....	10
3) 与 Tanx 比对数据的方法 .....	10
4) 点击差异产生的原因.....	10
5) 如何降低点击数据差异 .....	10
6) 价格密文无法解密 .....	10
7) IP 不一致 .....	10
6. 创意审核.....	11
1) 商品较多, 创意如何集约 .....	11
2) 先投后审和先审后投的差异 .....	11
3) 后审、预审、托管的适用场景 .....	11
4) 创意审核流程 .....	12
5) 常见审核不通过的原因 .....	12
6) 实时获得创意审核结果 .....	13
7. 资质审核.....	13
1) 资质上传的方法 .....	13
2) 非特殊行业的创意投放 .....	13

3) 特殊行业的创意投放.....13

4) 使用接口上传资质过程 .....14

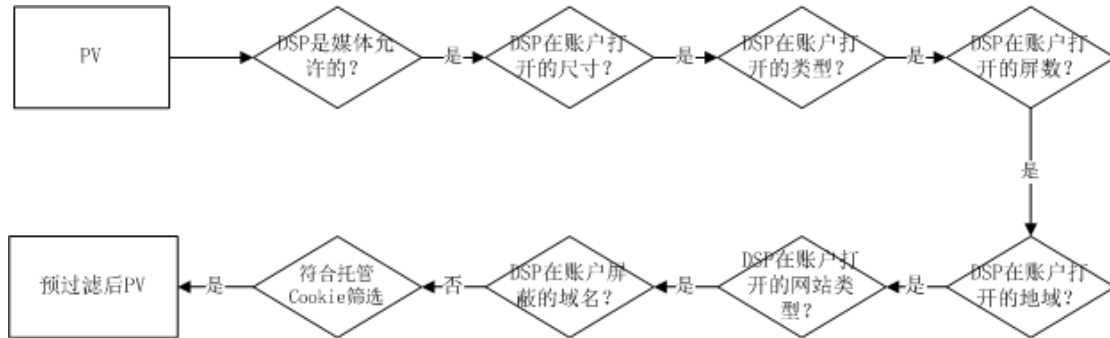
5) 测试和联调 .....15

## 1. 广告请求交互过程



### 1) Tanx 对广告请求预过滤

媒体将广告请求发送至 Tanx，Tanx 将广告信息经过预过滤后转发至 DSP。



### 2) Tanx 的 QPS 控制

Tanx 以若干线程向 DSP 发起竞价，目标 IP 由域名解析为准，不缓存 IP 地址。DSP 的网络连接、网络超时、格式错误可参见账户。

Tanx 根据 DSP 的实时响应情况，网络连接、网络超时、响应格式错误，动态的判断 DSP 可以接受的流量。当响应情况不佳，Tanx 降低转发 QPS，在收到良好的竞价响应后，逐步提高转发 QPS，循环往复的动态调节。

DSP 可以在 Tanx 设置转发流量的 QPS 上限。

DSP 的实际  $QPS = \min(\text{DSP 设置的 QPS 上限}, \text{Tanx 动态判断 QPS}, \text{预过滤后 QPS})$

值得注意的是，单个线程网络连接失败后，现象上网络连接错误绝对值不多，但实际转发 QPS 影响很大；Tanx 转发 QPS 提高某个数值时，如果响应失败率较高，QPS 将降到极低；ping 值不稳定的网络环境，会因某一时间点的集中响应不佳，QPS 降到谷底，在逐步回升的过程中，会损失一部分流量。

### 3) Tanx 发起的竞价请求

Tanx 发起的广告请求包含的信息，因流量类型(adzinfo.view\_type)的不同，填充的字段不同。建议使用 view\_type 区别流量。

PC 流量中部分来自无线设备，UA 字段可用于识别流量中来自移动 WEB 环境的流量。

对于无线设备上的流量，tanx 能够拿到的信息，封装在 mobile 字段。

视频流量会包含 video 字段，贴片和暂停的描述信息会有差异。

Tanx 提供了网页关键字和用户兴趣，提供给 DSP 优化投放。使用用户兴趣数据，需要签商务承诺函。

### 4) DSP 的竞价返回

建议依照流量类型（view\_type）决定返回的创意内容，特别的，无线 APP 流量要同时参照 adzinfo.api 字段。

推广位类型			创意填充字段	封装格式
In-Browser	Banner	固定/弹窗/悬停	html_snippet	xhtml
		固定(移动网页)		
	Video	视频贴片	video_snippet	VAST-linear
		视频暂停		VAST-nonlinear
In-App	Banner	无线弹窗/无线横幅 (AdzInfo.api 为 mraid)	html_snippet	xhtml+mraid
		无线弹窗/无线横幅 (AdzInfo. api 为空)	html_snippet	xhtml
	Native	无线墙	resource_address 或 mobilecreative	参见 mobilecreative
		无线 Feeds 流 无线焦点图		
	Video	无线视频贴片	video_snippet	VAST-linear
		无线视频暂停		VAST-nonlinear+mraid

推广位类型			点击宏填充字段	价格宏填充字段
In-Browser	Banner	固定/弹窗/悬停	html_snippet	html_snippet
		固定(移动网页)		
	Video	视频贴片		video_snippet
		视频暂停		
In-App	Banner	无线弹窗/无线横幅 (AdzInfo.api 为 mraid)		html_snippet 或 feedback_address
		无线弹窗/无线横幅 (AdzInfo. api 为空)		feedback_address
	Native	无线墙		feedback_address
		无线 Feeds 流 无线焦点图		
	Video	无线视频贴片		video_snippet
		无线视频暂停		

## 5) Tanx 的创意过滤

Tanx 在竞价请求中描述了此次广告请求不可投放的创意，受字段长度限制，部分广告请求对不可投放创意的描述不全，完整的不可投放创意信息，通过离线下载获得。

常见的创意过滤：

- ✧ 创意状态为审核为通过
- ✧ 创意等级不符合媒体要求
- ✧ 创意类型不符合媒体要求
- ✧ 创意类目不符合媒体要求
- ✧ 创意的落地页 URL 不符合媒体要求
- ✧ 创意的广告主属于媒体的品牌保护名单中

- ✧ 创意的广告主属于媒体在特定地域的品牌保护名单中
- ✧ 创意类目为空或不合法

## 6) Tanx 的结算价格

结算价格=min(出价, 下家+1 或者 底价 +1)

## 7) 创意在媒体曝光

Tanx 将 DSP 返回的创意, 经过处理发布到媒体上。PC、无线 banner 的 H5 创意进行宏替换发布到媒体。Native、视频创意, Tanx 将 DSP 返回的创意数据封装成媒体要求的格式, 发布到媒体。

DSP 需要保证创意曝光正常, 空窗创意将被媒体投诉。DSP 亦需要保证创意内容符合 [Tanx 创意规范](#)。

## 8) Tanx 和 DSP 的曝光反馈

Tanx 和 DSP 同时在媒体端部署曝光反馈, Tanx 对收到曝光反馈的 PV, 反作弊处理后, 从 DSP 账户扣费, 当日结算以次日报表为准。

## 9) 用户点击创意的跳转

当正确部署 Tanx 点击宏, 用户点击素材, 依次跳向 Tanx 点击服务器、DSP 点击服务器、广告主落地页。

## 10) 竞价失败的处理

DSP 竞价成功的报价, 收到曝光反馈; 竞价失败的收不到曝光反馈。

Tanx 将 DSP 竞价失败原因处理成统计数据, 并在账户中提供给 DSP, 用于竞价优化。Tanx 提供了两个维度的竞价失败反馈, 账户总体和创意 ID 维度。DSP 可用账户总体数据优化总体报价, 使用创意 ID 维度的数据用于快速定位竞价失败原因。

# 2. 技术接入

## 1) 技术接入的步骤和联调办法

目前 Tanx 与 DSP 的技术对接, 采用自助对接的方式, Tanx 提供详细的流程分步[技术文档](#)和工具, DSP 按照文档可完成流量对接。文档适用于新合作客户和存量客户对接新类型流量。

## 2) 流量开关

DSP 自主关流量:

DSP 在产品升级期间可以设置不接受流量。Tanx 没有提供独立的流量关闭功，DSP 可以通过账户中预过滤类功能关闭流量类型，比如关闭推广位尺寸或屏数或样式类型，实现不转发流量。

Tanx 在以下情况下关闭特定 DSP 流量:

- a. 投放违规临时冻结
- b. 逾期未还款
- c. 余额不足或超过信用额度
- d. 其它原因的临时冻结

如果早上 9-10 点之间流量中断，一般是因为余额不足或超过信用额度，DSP 应尽快充值，并通知 Tanx 运营恢复流量。

## 3) 格式异常的常见原因和解决办法

主要是格式校验异常，特别是返回价格为 0。详细请参考本文档[优化竞价的竞价失败原因](#)。

## 4) 网络超时的常见原因和解决办法

Tanx 的超时时限是 160ms，理论上足够中国地区服务器的竞价。出现超时严重，联系机房更换路由节点。可以向机房取得不同路由环境的 IP，给 Tanx，由 Tanx 发起 ping/traceroute，检测联通情况，择取响应较好的 IP 部署 bid 入口。

# 3. 优化竞价

## 1) 竞价失败原因

BidResponse 校验: protobuf 无法解析、Bid 错误、无广告返回

创意字段校验:

含义	适用
无 clickthroughurl	html_snippet 使用了%%click_url%%宏竞价返回
Html_snippet 为空	除视频外的流量
无价格加密宏	必须的宏
无点击宏	PC 和移动网页
创意 id 大于 64 字符	所有流量
无 destination_url	所有流量
无 video snippet	视频流量
视频贴片类型广告的创意 ID 为空	视频贴片
视频贴片类型广告的 video_snippet	视频贴片



中无创意 ID 宏	
视频贴片类型广告的 video_snippet 中无事件追踪宏	视频贴片
无 feedback_address	Native 流量
view_type 不匹配	所有流量
广告位索引错误	所有流量
报价为 0	所有流量
响应价格低于广告位设置的底价	所有流量
响应价格高于系统限制（50000）	所有流量

## 2) 获得竞价失败的原因

用户维度：在账户界面“报表-竞价过滤”中，提供了实时竞价失败的分类数据，DSP 通过该数据获得在 Tanx 的总体竞价情况，采取措施降低报价因素之外的损失。

创意维度：Tanx 通过 API 接口 `taobao.tanx.biddingrefuses.get`

告知 DSP 创意竞价失败各种因素数据，DSP 针对竞价失败原因及时调整。如果是创意未通过审核，应通过创意审核状态查询接口获得创意未通过审核的原因，有针对性的调整。

Bid 维度：Tanx 不提供 bid 维度竞价失败的功能，特殊的情况，DSP 联系 Tanx 技术支持获得，一般 bid 的数量不超过 10 个，bid 为当天的。

## 3) 避免报价外损失的一般方法

- 联系 Tanx 商务获得各尺寸流量列表，对大尺寸的流量投放。
- 通过接口获得竞价失败原因，有针对性的调整。
- 使用预审接口，提交创意，Tanx 审核为一级创意再投放；审核为非一级的，通过接口获取创意状态，修改后，再提交审核。特别的，因缺少资质的及时补充资质，重新提交创意给 Tanx 审核。

# 4. Cookie

## 1) 如何提升 Cookie 匹配比例

Tanx 提供了反向 Cookiemapping 的服务，在 PV 竞价失败时，可在当前 PV 的用户上，进行 Tanx 和 DSP 的 Cookiemapping。需要该服务的 DSP，联系 Tanx 商务设置。

## 2) CookieMapping 请求中为什么会有 tid 是空值

Tanx 一部分流量的用户，Tanx 未能使用 Cookie 标识，DSP 可邮件知会 Tanx 技术支持，允许 Tanx 在 DSP 的用户上标识 Cookie。

## 5. 数据差异

### 1) 曝光差异产生的原因

PC 流量中包含的无线设备上的曝光流量，该流量上易产生差异。在理论上曝光监测代码部署在 `iframe` 内部，也容易产生差异。特别的，个别情况下广告被路由拦截也会产生差异。

### 2) 如何降低曝光数据差异

监测代码尽量简单，应与 Tanx 的代码部署在一个层级上，即在 `html_snippet` 的最外层部署 `0x0` 的图片监测代码。

### 3) 与 Tanx 比对数据的方法

Tanx 在账户中提供了结算的统计数据，包括曝光、结算。DSP 应使用当前日期之前的数据比对。如发生超过 5% 的差异，建议 DSP 排查原因，可参考 Tanx 的帮助文档。当无法得到原因，可联系 Tanx 获得支持。

### 4) 点击差异产生的原因

正确使用 Tanx 点击宏的场景下，用户点击先跳向 Tanx 点击服务器，再 302 跳向 DSP 服务器。

Tanx 报表的点击数据是 Tanx 收到的点击经过反作弊处理后的点击数据。

Tanx 跳向 DSP 的点击，一部分爬虫点击会中断跳转，其余点击跳向 DSP 服务器。

反作弊标准的不同，经过 DSP、Tanx 反作弊处理后的点击数量有差异。

### 5) 如何降低点击数据差异

正确部署点击宏，对接受到的点击日志进行反作弊处理。

### 6) 价格密文无法解密

一般不是 tanx 发的原始密文，经过二次 `urlencode/urdecode`，这种情况下解不开

### 7) IP 不一致

Bid 请求的 IP 和请求素材服务器的 IP 不一致：用户较多场景在多宽带出口的环境，用户浏览器传递给 Tanx 的 IP 是某一运营商的，用户浏览器请求 DSP 素材时，从另一个运营商出口，两个 IP 不同。

## 6. 创意审核

### 1) 商品较多，创意如何集约

DSP 可以把同一广告主的同一种产品使用相同的创意 ID。建议 DSP 一天新增的创意 ID 在 2000 个以内。

### 2) 先投后审和先审后投的差异

DSP 的创意通过预审进入审核，或先在不要求一级创意的媒体上投放从而进入审核系统。

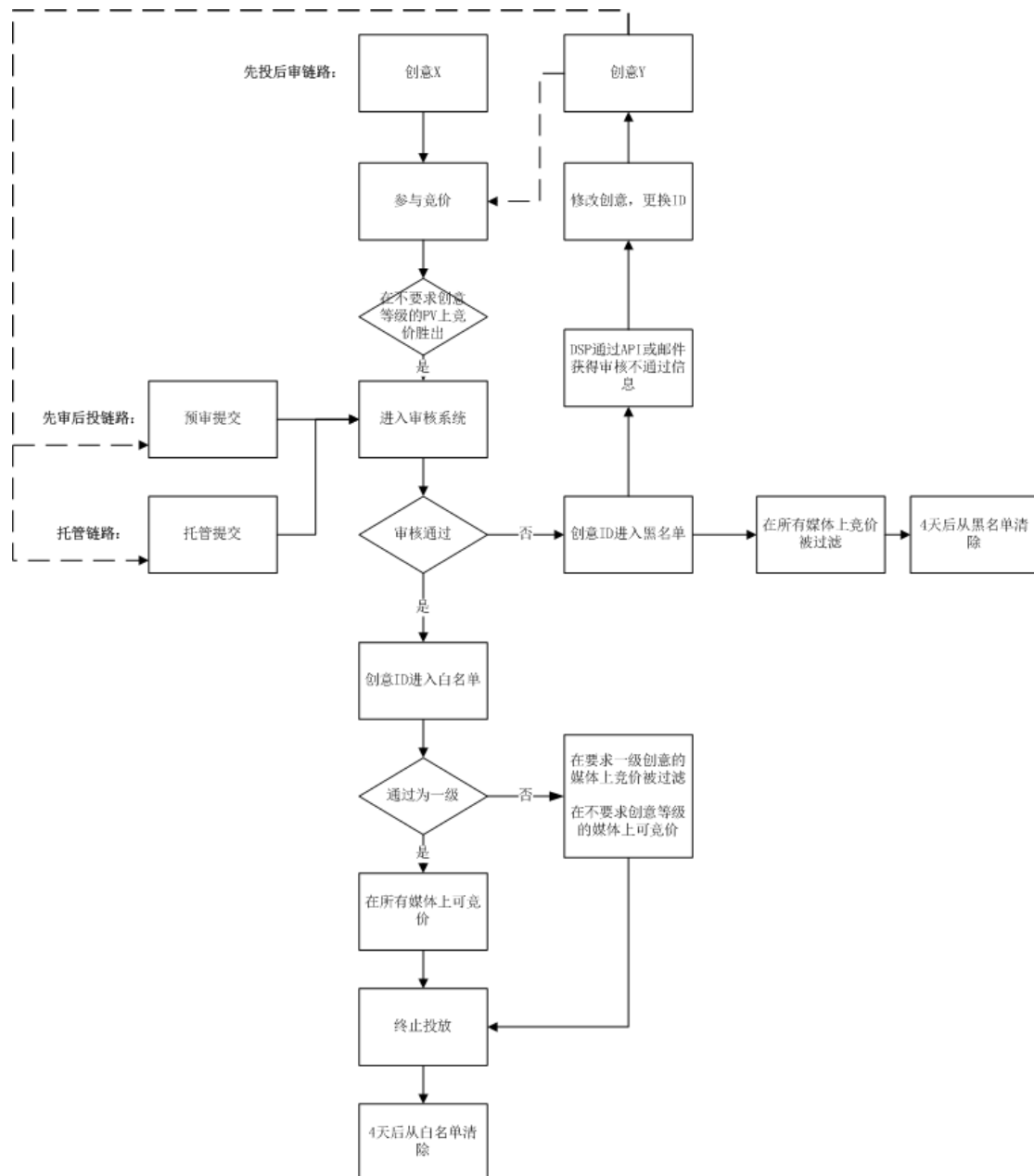
先投后审：DSP 的创意选择不要求一级创意的媒体上参与竞价，竞价的 snippet 填充的是未经审核的创意，竞价成功后，创意流入 Tanx 的审核系统。审核为一级后，可以在要求一级创意的媒体上投放。审核为不通过，则在所有媒体上不可以投放。

先审后投：DSP 的创意有一定几率审核为普通或不通过，在未审核前在知名媒体上很可能投不出来，为了减少这种可能，DSP 可以通过 Tanx 提供的接口把创意预先提交到 Tanx 审核，审核为普通或不通过，及时修改创意，成为一级。从而在所有媒体上投出来。

### 3) 后审、预审、托管的适用场景

	PC 的 banner	PC 的暂停	PC 的贴片	无线（含视频）
预审	适用	适用		
后审	适用			
托管			适用	

#### 4) 创意审核流程



#### 5) 常见审核不通过的原因

参数或脚本错误：

- ✧ 类目错误或为空
- ✧ url 无效或为空
- ✧ 创意尺寸不符、创意未正常显示、空窗
- ✧ 创意与目标页面描述不一致

禁投商品：

- ✧ 绝对化描述，夸大虚假，水货、高仿，迷信低俗

✧ Tanx 投放内容规范中其它的禁投商品

美观度：

✧ 美观度不佳

✧ 创意有声音

✧ 诱骗点击，恶意弹出窗口

资质类：

✧ 未提交行业资质

✧ 未提交明星卡通资质

## 6) 实时获得创意审核结果

Tanx 提供了两种方式把创意审核状态反馈给 DSP。

- 1、Tanx 通过邮件，把审核不通过的创意 ID 发送给 DSP。
- 2、Tanx 提供了接口，DSP 通过接口查询创意审核状态，包含创意是否通过审核、通过的等级

## 7. 资质审核

### 1) 资质上传的方法

资质包括客户基本资质（简称客户资质）和特殊行业资质（简称行业资质），客户是指 DSP 的客户。对于大多数创意投放，只需要提交客户资质，对于 Tanx 标注的特殊行业，创意需要提交行业资质。

Tanx 提供了两种在线提交资质的办法，[界面提交](#)和接口提交。界面提交功能发布在 DSP 账户-客户管理-客户信息，接口提交参考 API 文档 4.1.3 章节。客户资质在未排查状态，可以投放。所需行业资质在未排查状态，不可以投放。

### 2) 非特殊行业的创意投放

- 1、DSP 通过界面或接口提交客户资质（ICP 证截图和域名）。获得客户 ID。
- 2、在竞价应答的 advertiser\_ids 字段填写客户 ID。
- 3、Tanx 对提交的客户资质进行排查，目前的规则，客户 ID 在未排查和排查通过两种状态，可以用于竞价应答。排查不通过，创意将被拒绝。

### 3) 特殊行业的创意投放

特殊行业是指在《Tanx ADX 服务使用规范》 附录一：限制上传或发布的商品/信息及资质要求 枚举的行业。

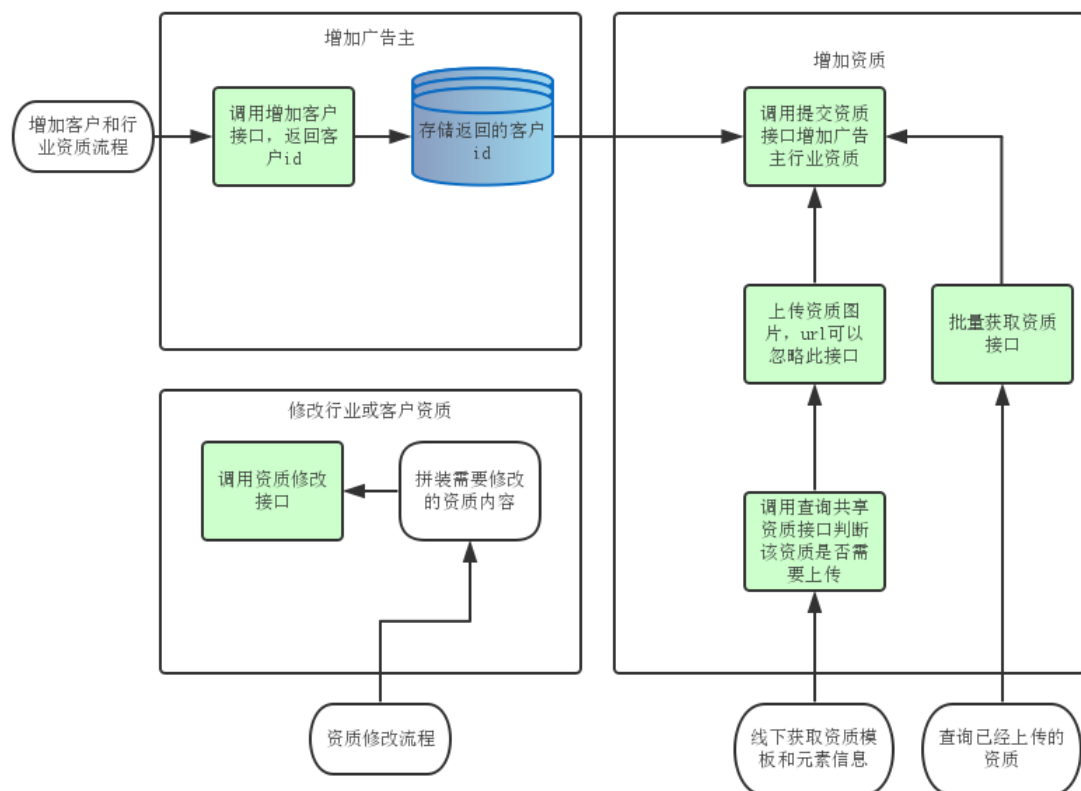
DSP 需要提交客户资质和行业资质。

- 1、DSP 通过界面或接口提交客户资质（ICP 证截图和域名）。获得客户 ID。
- 2、DSP 根据行业类别，查看《DSP 需提交的资质明细.xlsx》提交需要的行业资质元素。注意，在提交资质前可查询客户已存在的资质，对已存在的不用重复提交。
- 3、在竞价应答的 advertiser\_ids 字段填写客户 ID。
- 4、Tanx 对提交的客户资质和行业资质，客户资质未拒绝且所需行业资质排查通过，可以投放。

#### 4) 使用接口上传资质过程

DSP 可以使用界面提交和接口提交两种方法上传客户资质和行业资质，接口上传方法：

- 1) 增加客户：调用[新增客户接口](#)注册客户，调用成功返回客户 ID，DSP 存储客户 ID 在本地，在提交资质时使用。
- 2) 提交客户资质和行业资质：客户根据离线的资质规则说明调用[提交资质接口](#)上传资质至 Tanx。特别的，在上传前可调用[查询共享资质接口](#)判断哪些资质不用上传。



细节说明：

- 1、Tanx 的资质接口以接口服务的方式发布在淘宝开放平 open.taobao.com，资质接口和创意状态查询接口同属于 Tanx 接口，已申请过后者权限的 DSP 可直接调用前者。
- 2、taobao.tanx.qualification.advertiser.add 接口参数  
`advertisers=urlencode(["user_type":2,"advertiser_name":"江川金融信息服务股份有限公司"])`

- 3、taobao.tanx.qualification.picture.upload 接口参数 fileByte 应为 file\_byte，图片序列化为字符串，如使用 http 的 get 请求，需要对该参数 urlencode
- 4、taobao.tanx.qualification.add: 适用于客户资质和行业资质上传。客户资质的网站域名用于客户排查，和实际投放的创意落地页地址，可以不是同一个域名；element\_id 是《DSP 需提交的资质明细.xlsx》的元素 ID。同一客户的同一资质元素，重复上传视作多条记录，只要一条记录审核通过即为当前资质元素排查通过。
- 5、taobao.tanx.qualification.picture.upload: 资质图片通过接口存储在 Tanx 服务器上，生成图片 URL，在提交资质的接口中，填写在 url\_contents 字段。图片的尺寸上限 1M。
- 6、当客户 ID 对应资质元素已存在（包括当前 DSP 已提交的或其它 DSP 已提交的），DSP 再次提交，Tanx 对所有的同一资质元素排查，一个通过即为资质排查通过。
- 7、客户维度的资质排查状态可以在账户界面查到，暂时未提供查询接口。
- 8、调用接口的参数有业务依赖关系，乱填参数校验不通过，接口调用不成功。

## 5) 测试和联调

- 1、Tanx 目前没有提供该组接口的测试环境，DSP 可调用正式环境接口，控制测试提交资质的数量。
- 2、Tanx 的排查人员将对提交的资质视为正式提交，按规则排查。
- 3、在竞价应答中填写的客户 ID 应是真实的 ID，填写错误将被排查不通过，将影响到真实投放。
- 4、DSP 通过接口获取客户 ID，并提交客户资质（ICP、域名等）后，可以在“客户管理- 客户信息”界面查看提交的 ICP、域名等客户资质信息。
- 5、DSP 通过接口获取客户 ID，并提交行业资质（营业执照等）后，可以在“客户管理 - 资质信息”界面查看提交的营业执照等行业资质信息。
- 6、DSP 通过接口上传客户资质或行业资质，在用户账户可见，且 Tanx 排查通过视为资质同步联调成功。
- 7、DSP 对排查通过的资质，在竞价应答接口返回客户 ID，创意和客户 ID 进入 tanx 创意排查系统，创意正确关联客户，视为竞价应答联调成功。是否正确关联，可联系支持旺旺 tanx\_techsupport 或 tanx\_auditsupport 确认。