

# BES 运营服务白皮书

## 内容简介：

BES 运营服务白皮书对 DSP 和 BES 合作过程中常见多发问题、运营流程进行了总结和提炼，包含的模块有：接入，准备交易，交易过程，交易结束，旨在帮助各个 DSP 快速解答问题。

**适用范围：适用接入 BES 平台的所有 DSP**

**咨询方式：有任何问题请发送邮件到 [essupport@baidu.com](mailto:essupport@baidu.com)**

## 目 录

DSP 对接 .....	4
一、    商务问题 .....	4
1.    DSP 对接 BES 平台的标准是什么？ .....	4
二、    技术问题 .....	4
1.    如何开始技术测试？ .....	4
2.    请问 BESQ 平台，遇到测试问题，怎么处理？ .....	4
3.    BESQ 接口测试，提示错误响应/格式错误是什么原因？ .....	5
4.    BESQ 功能测试，提示 html_snippet 类型创意缺少 width、height 是什么原因？ .....	5
5.    BESQ 静态创意的功能测试，校验点有哪些？ .....	6
6.    BESQ 静态创意的功能测试，提示结果日志：html_snippet 字段异常是什么原因？ .....	6
7.    BESQ 测试，任务一直“等待中”是什么原因？ .....	6
8.    BESQ 测试通过标准的标准是什么？ .....	7
准备交易 .....	8
一、    Pre-targeting 设置 .....	8
1.    QPS 怎么设置？ .....	8
2.    IP 怎么设置？ .....	8
二、    广告主上传 .....	9
1.    广告主如何上传到 BES？ .....	9
2.    广告主信息部分，网站 url 字段校验规则是什么？ .....	9
三、    创意上传 .....	9
1.    创意如何上传到 BES？ .....	9
2.    创意的 MonitorUrl、Landingpage、TargetUrl 含义分别是什么 .....	9
3.    静态创意和动态创意的区别是什么？ .....	10
4.    上传创意数量是否有限制？ .....	10
5.    上传创意提示创意 ID 不存在是什么原因？ .....	10
四、    广告主审核 .....	11
1.    BES 广告主审核流程是怎样的？ .....	11
2.    P2P 行业的广告主如何审核？ .....	11

3. 国外广告主如何审核？ .....	12
五、 创意审核 .....	12
1. 创意如何申请先投后审？ .....	12
2. 静态创意如何审核？ .....	13
3. 动态创意如何投放？ .....	13
4. 动态创意如何审核？ .....	13
5. 创意行业会被修正吗？ .....	13
6. 创意涉及名人怎么处理？ .....	14
7. 创意涉及年利率审核标准是什么？ .....	14
交易过程 .....	15
一、 流量发送 .....	15
1. Wap 流量如何从 web 流量中作区分？ .....	15
2. 关键词竞价（LU）流量如何从 web 流量中作区分？ .....	15
3. 图文流量如何从 web 流量中作区分？ .....	16
二、 参与竞价 .....	16
1. 广告一直未竞价成功是什么原因？ .....	16
2. 动、静态创意的 response 返回有什么区别？ .....	16
三、 竞价失败 .....	17
1. 竞价失败的原因从哪里可以获取？ .....	17
四、 响应超时 .....	17
1. 响应超时如何自测？ .....	17
五、 解析错误 .....	18
1. 解析错误（无法序列化）会是什么原因？ .....	18
六、 BES 业务端报告 .....	18
1. API 访问 BES 消费报告提示 “IP is not in allowed IP set” .....	18
交易完成 .....	19
一、 财务结算 .....	19
1. 请问 BES 计费标准是什么？反作弊规则是什么？哪里可以看到月度消费？ .....	19
2. 请问 BES 是否有打折政策 .....	19

## DSP 对接

### 一、 商务问题

#### 1. DSP 对接 BES 平台的标准是什么？

🚦 对接速度：商务流程完毕，技术开发完毕，开启测试账号，开始对接测试，20 个工作日内，未对接完成，终止合作，且半年内不再对接。

消耗规模：对接完成，从第三个月开始：每个月消费需高于 1w，且每连续的 3 个月消费需高于 5w，否则会锁定账号，终止合作，且半年内不再对接。

### 二、 技术问题

#### 1. 如何开始技术测试？

🚦 商务流程完毕后，运营会提供技术文档，DSP 按照技术文档进行开发，开发完毕后，首先使用文档包中的 **request.rar** 文件进行线下测试，给到测试通过的截图，运营走技术对接流程。

---

#### 2. 请问 BESQ 平台，遇到测试问题，怎么处理？

🚦 自查没有问题后，请给到 DSP ID，DSP 名称，测试的流量类型，BESQ 测试模块截图，BESQ 测试结果截图，以及问题描述，发送邮件到 [essupport@baidu.com](mailto:essupport@baidu.com)

---

### 3. BESQ 接口测试，提示错误响应/格式错误是什么原因？

✚ DSP 返回的 response 格式有问题，请 DSP 按照以下内容自查：

- ① 参与竞价的 response 正确格式如下，必须有 ad 结构体，且必填字段为 3 个，校验的规则是：

sequence\_id 字段和 request 一致，response 中的 max\_cpm > request 中的 minimum\_cpm，示例如下：

```
id: "3sd4mrg56laepcnwmgmoqf9ymgsfgj19"
```

```
ad{ sequence_id: 24 creative_id: 107280090 max_cpm: 10079 }
```

- ② 放弃竞价的 response 正确格式如下，不能有 ad 结构体

```
id: "3sd4mrg56laepcnwmgmoqf9ymgsfgj19"
```

---

### 4. BESQ 功能测试，提示 html\_snippet 类型创意缺少 width、height 是什么原因？

✚ DSP 上传的创意尺寸和广告位尺寸不符，请 DSP 自查，web 流量要求 300\*250，APP 流量要求 320\*50。

---

5. BESQ 静态创意的功能测试，校验点有哪些？

结果日志：  
参与竞价正常状态，表示返回参与竞价

类别	结果	是否通过
win_notice_url :	没有显示数据	<input type="radio"/> 通过 <input type="radio"/> 不通过
cookie_mapping_url :	cookie_mapping为false,这里不显示是否正常，我们没有做这个链接	<input type="radio"/> 通过 <input type="radio"/> 不通过
click_url :	点击url也没有显示，但是点击图片可以正常跳转到target_url	<input type="radio"/> 通过 <input type="radio"/> 不通过
win_notice价格解密数值(单位：分)	没有显示数据	

✚ BESQ 功能测试界面，前三项默认不显示，win\_notice\_url 和 click\_url 需要 DSP 从日志中确认收到的和填写的是否一致？如果一致，选择通过；cookie\_mapping\_url 如果是 false，表示不进行 cookie mapping；如果是 true，则表示进行 cookie mapping，需要 DSP 确认自身服务器是否收到了百度发的 cookie mapping 的请求；win\_notice 价格解密数值需要 DSP 按照加密解密算法对价格进行解密，填写，BESQ 进行校验；

6. BESQ 静态创意的功能测试，提示结果日志：html\_snippet 字段异常是什么原因？

✚ 此模块测试静态创意，DSP 务必不要返回 html\_snippet 片段，返回为空，也是错误的，正式环境如果这么投放，会被当做无效竞价全部过滤掉。

7. BESQ 测试，任务一直“等待中”是什么原因？

✚ 在测试过程中，请避免以下情况：

- 1) 请不要启动多个 job 任务测试，当 job 任务测试结束后再开启新的测试任务；
- 2) 启动 job 任务后，需 DSP 手动刷新列表，查看最新状态；
- 3) 如一直处于等待状态，DSP 可自助释放 job，释放方法为提交错误内容，例如功能测试中，如果处于运行状态，提交错误内容即可终止，如图所示：



8. BESQ 测试通过标准的标准是什么？

- 请 DSP 确认要投放的创意类型？
- ✓ 如果投放静态创意，请测试通过【静态创意】，给到 BESQ 测试通过报告；
  - ✓ 如果投放动态创意，请测试通过【动态创意功能认证】，给到 BESQ 测试通过报告，附加 DSP 内部创意审核文档，文档标准严格于百度才允许投放动态创意。

## 准备交易

### 一、 Pre-targeting 设置

#### 1. QPS 怎么设置？

🌈 web/mobile/video 三种流量类型，通过不同的 QPS 控制，每一种类型的流量都有两个 QPS：BES 设置的 QPS 和 DSP 设置的 QPS，两者取较小值，DSP 需要打开 DSP 的 QPS 才能收到流量。

DSP设置的QPS-Web流量	100000	次/秒	✎
BES设置的QPS-Web流量	100000	次/秒	
DSP设置的QPS-Mobile流量	10000	次/秒	✎
BES设置的QPS-Mobile流量	10000	次/秒	

#### 2. IP 怎么设置？

🌈 IP	122. 144. 128. 18, 140. 206. 48. 138, 218. 77. 79. 35	✎
------	---	---

IP 字段用于 DSP 访问 BES API 接口时的验证，DSP 可自行点击✎进行修改，IP 支持多个，最多 10 个，中间英文逗号隔开。也支持 IP 段的设置，例如 127.0.0.\*，代表 127.0.0.0-127.0.0.255



## 二、 广告主上传

### 1. 广告主如何上传到 BES ?

✚ DSP 要投放的广告主必须全部上传到 BES 系统，且审核通过后才能投放，广告主的上传分广告主信息的填写（api 或者 web 页面）和资质的上传（web 页面），每个客户对应唯一的客户 ID。

-----

### 2. 广告主信息部分，网站 url 字段校验规则是什么？

✚ 广告主网站 url 的校验规则如下：

长度为 512，只支持以 http 开头，url 中不能有大写字母，url 中不能带参数（即：？a= “123” 这种）；

-----

## 三、 创意上传

### 1. 创意如何上传到 BES ?

✚ 静态创意需要上传到 BES 业务端，动态创意不需要上传到 BES 业务端，静态创意的上传支持 API 方式和 WEB 页面方式。

-----

### 2. 创意的 MonitorUrl、Landingpage、TargetUrl 含义分别是什么

✚ Monitorurl：曝光监测链接，通过该 url 可监测到曝光数量。

Landingpage：点击创意后的落地页，即最终的推广页面。

Targeturl：点击链接，点击该 url 即可跳转到 Landingpage 页面，静态创意/动态创意的 targeturl 放到浏览器中，需直接打开页面，否则 DPS 的创意会审核被拒。

target\_url, landingpage 只能添加 1 个，http 开头；

monitor\_urls 只能添加 5 个,http 开头；

---

### 3. 静态创意和动态创意的区别是什么？

🎨 静态创意：通过文件素材直接进行投放的创意。

动态创意：通过模板拼接各种元素（例如商品图片、商品名称、商品价格）形成的组合，这种组合由 DSP 根据 Audience 的情况实时调整，称动态创意。

---

### 4. 上传创意数量是否有限制？

🎨 BES 平台对上传创意有数量限制，一次最多新增 10 个创意，并且访问 BES 的 api 的接口，1 分钟内连续访问不能超过 600 次。

---

### 5. 上传创意提示创意 ID 不存在是什么原因？

🎨 Creative with the specified id not found 表示创意 ID 不存在，一般触发的场景为：创意没有上传成功的前提下 DSP 去修改该创意，请 DSP 确认创意正确上传后再对创意做修改。

## 四、 广告主审核

### 1. BES 广告主审核流程是怎样的？

✚ BES 广告主的审核主要分白名单/非白名单

- ① 广告主必须全部上传至BES系统，按照系统提示正确填写必填信息（客户ID、客户主体资质名称、网站名、网站URL），提交信息后如系统提示为白名单，可实时审核通过；如不是白名单，则需上传主体资质（一般是营业执照）才能变为“待审”。
- ② 信息填写注意：**客户ID**填写后不能修改；**客户主体资质名称**请填写营业执照上的公司名称，一般是\*\*\*\*有限公司/医院；网站URL请保证可以正常打开且可见客户主体全称（或简称、logo、ICP备案等可以查询到的名称）。
- ③ 上传营业执照注意：只需填写“资质有效期至”字段，其余字段请填写“-”，如果属于特殊行业，还需提交可选资质，上传资质后请等待审核，审核时间为1-1.5个工作日。

注：①广告主审核通过后不要做任何修改，否则会变为“待审核”，不能正常投放。

### 2. P2P 行业的广告主如何审核？

✚ 首先请 DSP 将 P2P 广告主的名称和 url 信息，发邮件到 essupport，运营会告知是否属于 P2P 白名单，如果是白名单，即可投放。如果不是白名单，申请特批需要广告主具备下述条件中的一条：

- ① 国资背景；

- 
- ② 上市公司；
  - ③ 世界 500 强 or 中国 500 强；
  - ④ 银行背景；
  - ⑤ 知名风投；
  - ⑥ 中国支付清算协会互联网金融专业委员会成员；
  - ⑦ 中国互联网金融协会会员（暨发起人）

如果该广告主符合上述中的任意一条请给到相关资质证明，申请特批，特批流程一般 3 个工作日左右，谢谢

---

### 3. 国外广告主如何审核？

- ✚ 国外客户，需要出具同等效力的主体资质加翻译件，翻译件加盖翻译机构的公章（如果 DSP 为广告主翻译，则加盖 DSP 的公章），如果是特殊行业（医疗，美容等），按照国内的要求增加可选资质和可选资质的翻译件。
- 

## 五、 创意审核

### 1. 创意如何申请先投后审？

- ✚ 如果 DSP 希望创意“先投后审”，需要提供公司内部创意审核文档给到百度，如果审核标准严格于百度，方可设置为“先投后审”，“先投后审”是针对创意而言，只要创意不被拒，广告主审核通过后，即可以进行投放。
-

## 2. 静态创意如何审核？

✚ 静态创意的投放，需要全部上传到 BES 业务端，审核方式可以是“先投后审”，也可以是“先审后投”，所有的创意最终都会审核，可以通过接口（<https://api.es.baidu.com/v1/creative/queryAuditState>）查询静态创意的审核状态，如果创意被拒，请及时修改，被拒的创意不能参与竞价，否则会当做无效竞价处理。

-----

## 3. 动态创意如何投放？

✚ 如果 DSP 希望投放动态创意，需要：①DSP 在 BESQ 平台【动态创意认证】测试通过；②提交一份 DSP 内部创意审核文档，百度进行评估，标准严格于百度才允许投放动态创意。

-----

## 4. 动态创意如何审核？

✚ 动态创意不需要上传到 BES 业务端，采用抽查方式审核，可以通过接口（<https://api.es.baidu.com/v1/creative/dynamic/getAll>）访问指定时间段内被拒的动态创意，如果查询结果为空，表示没有被拒的动态创意，如果有被拒的创意，请尽快修改创意，被拒的创意不能参与竞价，否则会被当做无效竞价处理。

-----

## 5. 创意行业会被修正吗？

✚ BES 的审核人员会修正 DSP 填写的创意行业，请通过接口

( <https://api.es.baidu.com/v1/creative/getTradeModified> ) 及时查询百度修改过的创意行业，行业一旦被修正，请以修正后的行业参与竞价。

---

## 6. 创意涉及名人怎么处理？

✚ 请 DSP 提供以下信息：DSP 名称，客户 ID ( 或者客户名称 )，创意截图，以及名人资质 ( 附件 )，发送邮件到 [essupport](mailto:essupport)，1-2 个工作日内，运营会给到评估结果。

---

## 7. 创意涉及年利率审核标准是什么？



✚ 年利率不能超过 18%

---

## 交易过程

### 一、 流量发送

#### 1. Wap 流量如何从 web 流量中作区分？

✚ 请阅读文档《百度流量交易服务接入规范》，如果页面信息和移动信息同时有值，就是 wap 流量。

```
// ***** 移动信息 *****
message Mobile {
  // ***** 移动设备信息 *****
```

```
// ***** 页面信息 *****

// 当前页面 URL

// 当流量来源是 IOS 的 APP 时，IOS 的
```

#### 2. 关键词竞价 (LU) 流量如何从 web 流量中作区分？

✚ 请阅读文档《百度流量交易服务接入规范》，如果 hasLinkUnitInfo() 不为空且 creative\_type 等于 5，就是 LU 流量。

```
message LinkUnitInfo {
  // 链接单元广告候选样式
  // 在 request 中，BES 会计算在此次请求中最优的广告样式集合，并将此集合
  // 发送给 DSP，最后使用的样式将根据 DSP 返回的关键词组合进行确定。
  repeated int32 style_type = 1;
  // 链接单元广告可以返回的关键词个数
  optional int32 req_keyword_num = 2;
  // BES 推荐使用的关键词，dsp 可选择使用，也可以使用自己认为更好的关键词
  // 使用 utf-8 编码
  repeated string proposed_keyword = 3;
}
optional LinkUnitInfo link_unit_info = 16;
```

creative\_type：允许的创意类型

值	说明
0	文本
1	图片
2	FLASH
4	图文
5	链接单元 (linkunit)
7	Video

### 3. 图文流量如何从 web 流量中作区分？

🔗 请阅读文档《百度流量交易服务接入规范》，如果 creative\_type 等于 4，就是图文流量，图文流量的创意返回可以是图片/flash，但是 response 中的 creative\_type 值必须等于 4，否则会被归为无效竞价。

---

## 二、 参与竞价

### 1. 广告一直未竞价成功是什么原因？

🔗 请 DSP 自查：

- ① 首先确认参与竞价的广告主是否审核通过，其次确认参与竞价的创意是否可以竞价，如果 DSP 是先投后审，创意不被拒即可，如果 DSP 是先审后投，只能投放静态创意，且必须审核通过。
  - ② 确定广告主和创意的审核没有问题后，DSP 通过 BES 业务端查看分创意的竞价报告( web 页面或者 api 接口均可，请阅读文档《百度流量交易服务 API 接口规范》)，即可确认创意竞价失败的原因。
- 

### 2. 动、静态创意的 response 返回有什么区别？

🔗 静态创意，DSP 在 response 中核心字段为创意 ID。动态创意通过 Html Snippet 方式，DSP 需返回一段 html\_snippet 代码，代码中包括创意的展示监测，点击，落地页等信息，如果 DSP 投放动态创意，但是未填充 html\_sippet 片段，BES 会当作静态创



意处理，会以创意（元素）不存在全部过滤为无效，且静态创意和动态创意不允许使用同一个创意 ID。

---

## 三、 竞价失败

### 1. 竞价失败的原因从哪里可以获取？

✚ DSP 可以通过 api 方式访问分创意的竞价报告，该报告每 15 分钟更新一次，接口为：  
<https://api.es.baidu.com/v1/report/creativeRTB>，BES 平台要求每天的无效竞价率不能超过 5%。

---

## 四、 响应超时

### 1. 响应超时如何自测？

✚ DSP 可以从以下两方面调整：

- ① 请自查 DSP 的机房近期是否做过调整。
- ② BES 机房所在地：浙江杭州电信 115.239.211.17；北京电信 180.149.131.13；  
北京联通 123.125.115.75；江苏南京电信 180.97.33.93。DSP 可以通过测试网络延迟确认是哪个机房造成的超时。
- ③ BES 平台要求每天的响应超时率不能超过 5%。

---

## 五、 解析错误

### 1. 解析错误（无法序列化）会是什么原因？

✚ 解析错误请 DSP 先自查，原因一般会有两个，一个是 pb 的解析，另外一个 http 的头部的填写，第一个原因请 DSP 自查，按照最新的 proto 文件进行封装，第二个问题需要 DSP 将 http 的头发过来；

请保证 http 头包括以下信息：

Content-Type: application/octet-stream;

Content-Length:xxxx(body 的长度, bid\_request.proto 序列化后的内容长度);

Connection: keep-alive;

---

## 六、 BES 业务端报告

### 1. API 访问 BES 消费报告提示 “IP is not in allowed IP set”

✚ 需要 DSP 登陆 BES 业务端，对 IP 字段进行更新，新增 IP 地址，确保访问接口的 IP 在 BES 系统已经设置。

## 交易完成

### 一、 财务结算

#### 1. 请问 BES 计费标准是什么？反作弊规则是什么？哪里可以看到月度消费？

🚩 BES 反作弊策略，主要包括两部分：广告展现后，对实时的数据流进行反作弊过滤，作弊流量不计费；账单生成前（月初），对上一个月的数据进行过滤，作弊流量不计费。

结算以 BES 业务端财务模块账单为依据，如 DSP 的数据与 BES 业务端的数据差异未超过 5%，以 BES 业务端数据进行结算，每次展现的计费标准是次高价（或底价）+1 分计费（备注：如果没有底价，且只有一家 dsp 参与竞价时，计价 1 分。如果只有两家 dsp 参与竞价，两家 dsp 出价一样，则计价就等于出价）。

-----

#### 2. 请问 BES 是否有打折政策

🚩 实施日期：2015 年 6 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日

阶梯	消费要求	折扣基数	折扣比例
第一阶梯	月消费 < 100 万	0	0
第二阶梯	100 万 ≤ 月消费 < 200 万部分	> 100 万部分	0.85
第三阶梯	200 万 ≤ 月消费 < 400 万部分	> 200 万部分	0.8
第四阶梯	400 万 ≤ 月消费 < 600 万部分	> 400 万部分	0.75
第五阶梯	600 万 ≤ 月消费	> 600 万部分	0.7

示例：某 DSP 在 6 月份消费了 540 万，根据以下方案，其实际需支付的消费金额为：100w + (200w - 100w) \* 0.85 + (400w - 200w) \* 0.8 + (540w - 400w) \* 0.75 = 450w，BES 给予其共计 90 万的折扣。