**DSP常见问题解答**

**目录**

[1. 流量及规划 1](#_Toc455479944)

[1.1 Tencent Ad Exchange有哪些流量？ 1](#_Toc455479945)

[1.2 下一步规划是什么？ 1](#_Toc455479946)

[2. 对接流程 1](#_Toc455479947)

[2.1 接入Tencent Ad Exchange，除技术对接，还需要哪些准备？ 1](#_Toc455479948)

[2.2 DSP如何能收到Tencent Ad Exchange分发的流量？ 1](#_Toc455479949)

[2.3 Tencent Ad Exchange对接入DSP的系统响应时间有什么限制？ 1](#_Toc455479950)

[3. 财务问题 2](#_Toc455479951)

[3.1 DSP如何进行账户充值？充值额度是多少？ 2](#_Toc455479952)

[3.2 DSP的账期与发票 2](#_Toc455479953)

[3.3 财付通在线充值，同一家银行存在多个入口，应该如何选择？ 2](#_Toc455479954)

[4. 运营审核 3](#_Toc455479955)

[4.1 DSP通过Tencent Ad Exchange投放广告，需要提供的广告主资质有哪些？ 3](#_Toc455479956)

[4.2 开户资质和投放资质的区别是什么？ 3](#_Toc455479957)

[4.3 特殊行业的分类是什么？如广告主属特殊行业，需要额外提供哪些资质？ 4](#_Toc455479958)

[4.4 海外广告主资质如何通过审核？ 4](#_Toc455479959)

[4.5 无法提供ICP备案或特殊行业资质怎么办？ 4](#_Toc455479960)

[4.6 广告主开户申请审核未通过怎么办？ 4](#_Toc455479961)

[4.7 广告素材上传遇到11003没有权限，如何解决？ 4](#_Toc455479962)

[4.8 广告素材涉及肖像权应如何处理？ 5](#_Toc455479963)

[4.9 是否允许App下载类广告使用H5落地页或短链接跳转来监测数据？ 5](#_Toc455479964)

[4.10 广告的有效期如何界定？ 5](#_Toc455479965)

[5. 流量说明 5](#_Toc455479966)

[5.1 Feeds流量 5](#_Toc455479967)

[5.1.1 如何投放Feeds普通链接类广告？ 5](#_Toc455479968)

[5.1.2 如何投放Feeds App下载类广告？ 6](#_Toc455479969)

[5.2 移动联盟流量 6](#_Toc455479970)

[5.2.1 移动联盟原生广告的组成是怎样的？ 6](#_Toc455479971)

[5.2.2 如何投放移动联盟原生广告？ 7](#_Toc455479972)

[5.3 QQ音乐开屏流量 7](#_Toc455479973)

[6. 通用问题 8](#_Toc455479974)

[6.1 产品通用问题 8](#_Toc455479975)

[6.1.1广告位所使用素材的规格是什么？ 8](#_Toc455479976)

[6.1.2 是否支持第三方监测？ 8](#_Toc455479977)

[6.1.3 为什么Feeds广告竞价成功但没有发生实际曝光？ 8](#_Toc455479978)

[6.1.4 报表查询接口中，开始日期和结束日期的校验规则是什么？ 8](#_Toc455479979)

[6.1.5 Tencent Ad Exchange是否支持首选交易（Preferred Deal）方式？ 9](#_Toc455479980)

[6.1.6 如何投放APP下载类及普通链接类型广告？ 9](#_Toc455479981)

[6.1.7 如何增大广告主看到其广告的几率（BOSS QQ功能）？ 10](#_Toc455479982)

[6.1.8 如何能够获取到GDT DMP用户数据？ 10](#_Toc455479983)

[6.1.9 什么是DeepLink广告（应用直达）？如何投放？ 10](#_Toc455479984)

[6.2 技术通用问题 11](#_Toc455479985)

[6.2.1 Tencent Ad Exchange支持哪种连接方式？ 11](#_Toc455479986)

[6.2.2 Tencent Ad Exchange对设备号的加密方式？DSP如何应用？ 11](#_Toc455479987)

[6.2.3 Tencent Ad Exchange的QPS政策是怎样的？ 12](#_Toc455479988)

# 1. 流量及规划

## 1.1 Tencent Ad Exchange有哪些流量？

目前已经可通过Tencent Ad Exchange投放**Feeds**广告（手机QQ空间和手机QQ好友动态消息流广告）、**微信公众号底部Banner**广告、**移动联盟（原生、Banner、插屏、开屏）**广告、**QQ PC客户端（QQ秀、群公告、讨论组、临时会话框）**广告、**QQ空间PC端**广告和**手机QQ音乐客户端开屏**广告。

## 1.2 下一步规划是什么？

下阶段计划逐步接入其它移动及PC流量，最终会将腾讯社交广告所有资源接入到Tencent Ad Exchange中。

# 2. 对接流程

## 2.1 接入Tencent Ad Exchange，除技术对接，还需要哪些准备？

签署**保密协议与合作协议**，申请DSP 服务商**开户**，为DSP账户进行**充值**，并提前熟悉*《DSP在Tencent Ad Exchange的广告投放流程》*与审核规范。

## 2.2 DSP如何能收到Tencent Ad Exchange分发的流量？

须满足两点前提条件 ①DSP完成对接开发与联调测试；②开通DSP服务商账号，完成合作保证金缴纳与预付款充值。由Tencent Ad Exchange产品接口人开启流量分发。

## 2.3 Tencent Ad Exchange对接入DSP的系统响应时间有什么限制？

Tencent Ad Exchange向DSP 发送请求到DSP返回响应的时间：Feeds流量（creative\_spec=65或者Pretargeting中placement\_type=PLACEMENT\_TYPE\_FEEDS）为100ms，其他流量为150ms。超时部分视为DSP放弃本次出价。

目前Tencent Ad Exchange在上海、天津、深圳**三地部署**，为确保能够正常收到全国流量，请确认DSP侧**服务器与三地的连接**，三地流量服务器IP地址分别为：

上海：101.226.102.39

天津：123.151.47.107

深圳：14.17.3.100

# 3. 财务问题

## 3.1 DSP如何进行账户充值？充值额度是多少？

1、通过DSP的开户QQ登陆[e.qq.com](file:///D:\\微云\\Project\\ADX\\4.产品设计\\接口文档_资源更新_20150921\\e.qq.com)，选择“**财务**”模块可进行线上充值操作。

2、线下转账充值**100万元**起，且入账流程较慢，推荐线上充值。

## 3.2 DSP的账期与发票

Tencent Ad Exchange现仅支持预付费充值方式，根据**充值金额**开具发票，每月**5/15/25**日财务处理发票申请，处理周期为两周。

DSP可选择开具增值税专用发票或普通发票。增值税专用发票需DSP提供一般纳税人资质信息。

更多发票常见问题，请参考官网文档：

<http://wiki.e.qq.com/wiki/%E8%B4%A6%E6%88%B7%E8%B4%A2%E5%8A%A1%E7%AE%A1%E7%90%86>

## 3.3 财付通在线充值，同一家银行存在多个入口，应该如何选择？

请选择“企业客户”进行充值操作。（参考截图）



# 4. 运营审核

## 4.1 DSP通过Tencent Ad Exchange投放广告，需要提供的广告主资质有哪些？

广告主**营业执照**，**ICP备案**，以及特殊行业**相关的行业资质**。具体请参考《*DSP在Tencent Ad Exchange的广告投放流程说明》*广告主**开户申请**部分。

## 4.2 开户资质和投放资质的区别是什么？

Tencent Ad Exchange在广告投放过程中需要两种资质：**开户资质**和**投放资质**，开户资质通过《腾讯程序化广告交易平台接入说明文档》4.2.1和4.2.2进行开户资质的上传和修改；投放资质通过4.2.3进行上传和修改。

1、资质定义

1）**开户资质**：在最初创建广告主时需要的资质文件，包括营业执照、ICP执照。

2）**投放资质**：投放过程中上传特定行业或针对广告物料需要的特定资质，因此投放资质在一定程度上是与广告物料有紧密联系的。

2、说明

1）为便于分别管理，设计了两套上传接口（开户资质创建及更新接口、投放资质上传及更新接口）。

2）投放资质的上传及更新不会触发广告主的重新审核，因此不会影响同一广告主其它广告的正常投放。

3）审核员在进行广告主开户审核时只会查看开户资质是否符合国家相关要求，在进行广告审核时如果该广告需要单独的投放资质，会查看投放资质中是否有该资质，如果在投放资质中未上传该资质，会导致广告审核不通过。

3、举例（电商行业广告主）

1）开户资质：营业执照、ICP执照

2）投放资质：该广告主需要投放3C类的物料，需要上传相应的授权资质文件后物料才有可能被审核通过

## 4.3 特殊行业的分类是什么？如广告主属特殊行业，需要额外提供哪些资质？

1、特殊行业分类及相应的资质需求，可以参考官网文档：<http://qzonestyle.gtimg.cn/open_proj/gdt_gw/wiki/files/GDTadards.pdf>。

2、常见问题请参考：  
<http://wiki.e.qq.com/wiki/%E5%B9%BF%E7%82%B9%E9%80%9A%E5%BC%80%E6%88%B7%E9%9C%80%E8%A6%81%E6%8F%90%E4%BA%A4%E5%93%AA%E4%BA%9B%E8%B5%84%E8%B4%A8%EF%BC%9F>

## 4.4 海外广告主资质如何通过审核？

提供与营业执照相对应的海外资质，并**翻译**关键部分

## 4.5 无法提供ICP备案或特殊行业资质怎么办？

需补交*《DSP广告代理确认书》*或*《DSP广告业务承揽函》*，优先选择*《DSP广告代理确认书》*。文档详见*《DSP在Tencent Ad Exchange的广告投放流程》*中关于**特殊资质的补充说明**部分

## 4.6 广告主开户申请审核未通过怎么办？

请根据返回**错误码**，补充完整广告主信息和需要的资质，并重新提交审核。错误码对应错误说明请参考*《腾讯程序化广告交易平台接入说明文档》*4.7。

## 4.7 广告素材上传遇到11003没有权限，如何解决？

1、确认**广告主**审核状态是已通过。

2、确认广告主已经添加到相应白名单中。

3、确认上传素材的creativeSpec在*《广告样式说明》*中存在。

## 4.8 广告素材涉及肖像权应如何处理？

提供*《形象授权确认书》*或*《广点通广告主承诺函》*（所有文件均须**加盖客户公章**）。  
<http://bbs.e.qq.com/forum.php?mod=viewthread&tid=491&fromuid=1554>。如DSP无法提供客户出具的确认书或承诺函，可提交*《DSP广告业务承揽函》*。

## 4.9 是否允许App下载类广告使用H5落地页或短链接跳转来监测数据？

腾讯内部流量（如Feeds）不支持。移动联盟流量可支持通过H5落地页或短链接跳转方式投放App下载类广告实现数据监测。

## 4.10 广告的有效期如何界定？

广告的有效期与Buyer API中广告上传的两个字段有关，具体定义如下：

* **begin\_date\_included**：广告播放起始日期。广告不带合同号（contract\_code）：字段未填写，默认为上传当天；字段填写，日期需大于等于上传当天。广告带合同号（contract\_code）：字段未填写，默认为合同起始时间；字段填写，日期需大于等于合同起始时间。
* **end\_date\_included**：广告播放结束日期。广告不带合同号（contract\_code）：字段未填写，默认为上传日期起60天后失效；字段填写，最长不能超过上传时间180天。广告带合同号（contract\_code）：字段未填写，默认为合同结束时间；字段填写，CPD合同必须小于等于合同结束时间，preferred deal和合约CPM类型的广告最长不能超过上传时间180天。

# 5. 流量说明

## 5.1 Feeds流量

5.1.1 如何投放Feeds普通链接类广告？

主要有三个步骤：广告主**开户**申请🡪广告位**白名单**申请🡪**素材**提交审核，审核通过后可进行线上投放。

流程细节及需要提交的**资质材料**请参考*《DSP在Tencent Ad Exchange的广告投放流程说明》*。

要投放feeds普通链接类型广告，请确保广告主接口中已经上传了品牌名称（brand\_name）及品牌logo（brand\_logo\_image\_url），否则广告将无法展示。广告接口中product\_type选择1或者不填写，app\_id、pkgname无需填写。

5.1.2 如何投放Feeds App下载类广告？

Tencent Ad Exchange支持Feeds App下载类广告投放，Android应用仅支持在腾讯应用宝上架的APP。

流程细节及需要提交的**资质材料**请参考*《DSP在Tencent Ad Exchange的广告投放流程说明》*。

投放iOS APP，创建广告时product\_type选择3，app\_id填入具体要推广的APP在appstore的id，系统会自动通过接口到App Store拉取相关信息。

投放Android APP，首先广告主必须将APP在腾讯应用宝上架，广告主层级需要填写qq字段（广告主在open.qq.com的登陆qq）。创建广告时product\_type选择2，app\_id填入具体要推广的APP在应用宝的id，如果是推广主线包那么pkgname无需填写，如果需要推广某个具体的渠道包，那么pkgname为在应用宝对应的渠道包包名。

## 5.2 移动联盟流量

5.2.1 移动联盟原生广告的组成是怎样的？

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **样式** | **细分** | **组件名** | **广告创建对应字段** | **说明** |
| 普通链接 | 普通链接（product\_type=1） | 标题 | title |  |
| 图标 | multimedia2\_file\_url |  |
| 详情图 | multimedia1\_file\_url |  |
| 描述 | description |  |
| 行动语 | call\_to\_action |  |
| 应用下载 | Android应用（product\_type=2） | 应用名称 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 应用图标 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 详情图 | multimedia1\_file\_url |  |
| 描述 | description |  |
| 行动语 | call\_to\_action |  |
| 星级 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 应用价格 | —— | 默认“免费“ |
| 下载数 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| iOS应用（product\_type=3） | 应用名称 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 应用图标 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 详情图 | multimedia1\_file\_url |  |
| 描述 | description |  |
| 行动语 | call\_to\_action |  |
| 星级 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |
| 应用价格 | —— | Tencent Ad Exchange后台通过app id拉取，无需DSP填写 |

5.2.2 如何投放移动联盟原生广告？

广告请求中会通过”message Native”对象中的“required fields”字段将流量方对原生广告组件的要求以枚举值的方式传达给DSP。

DSP收到组件要求信息后根据其包含的组件要求选择合适的物料回复。

## 5.3 QQ音乐开屏流量

目前在Tencent Ad Exchange中仅支持CPD方式的投放，有投放需求时可以联系发邮件至[gdtadx@tencent.com](mailto:gdtadx@tencent.com)。

# 6. 通用问题

## 6.1 产品通用问题

6.1.1广告位所使用素材的规格是什么？

对于不同的广告样式对应不同的素材规格（creativeSpec），请参照*《广告样式说明》*。

6.1.2 是否支持第三方监测？

**支持点击监测**：对于product\_type=1（普通链接）类型的广告，DSP可以在target\_url中通过302封装多次跳转后至实际的落地页达到点击监测的目的；对于product\_type=2或者3（Android 或iOS应用）类型的广告，发生点击后Tencent Ad Exchange的后台会向target\_url进行上报。

**支持曝光监测**：通过Tencent Ad Exchange的后台向monitor\_url1、monitor\_url2和monitor\_url3进行上报。

6.1.3 为什么Feeds广告竞价成功但没有发生实际曝光？

由于Feeds流量是腾讯的核心资源之一，所以在用户体验上要求较高，在广告展示的时候用户产品侧做了一些控制策略。从现有广点通DSP的数据来看，广点通DSP返回的广告大概仅有10%会得到真正的曝光。如下列举了一些策略，包括但不限于以下策略：

1）由于广告是和用户UGC内容一起展示，所以流量方（手机QQ或者手机空间）在还未到达广告展示位置时就发起广告请求，但是最后实际用户并没有滑动到广告展示位置，所以本次广告并未被实际展示曝光。

2）一个用户一天只能看到一条Tencent Ad Exchange返回的广告，无论这个用户是否已经看过一次Tencent Ad Exchange返回的广告，用户侧依然会向Tencent Ad Exchange发起广告请求，最终的频次控制是在广告返回时进行过滤控制的。

**只有发生实际曝光的才会进行扣费，竞价成功并不会进行扣费。**

6.1.4 报表查询接口中，开始日期和结束日期的校验规则是什么？

1、开始日期必须小于等于结束日期。

2、开始日期和结束日期都要小于查询当日，例如4月15日最晚只能查询到4月14日的数据。

3、开始日期和结束日期都要在一年之内，例如今天是2015年4月15日，则开始日期和结束日期必须都要大于等于2014年4月15日。

4、开始日期和结束日期之间的总天数不能超过30天，例如 2015年3月10日至2015年3月29日总共是20天，则合法，但2015年3月10日至2015年4月9日总共31天，则不合法。

6.1.5 Tencent Ad Exchange是否支持首选交易（Preferred Deal）方式？

Tencent Ad Exchange现在已经支持首选交易（Preferred Deal）方式，首选交易的流程及逻辑如下：

* + **商务阶段**：线下DSP或广告主和流量方达成共识（如果是腾讯社交广告流量的话请发邮件至 [gdtadx@tencent.com](mailto:gdtadx@tencent.com)申请），将相关信息（必须包括DSP名称、DSP系统中的广告主id、Tencent Ad Exchange系统中的广告位id、生效时间、失效时间、约定CPM价格）同步给 [gdtadx@tencent.com](mailto:xiaofengmao@tencent.com)，由其进行后台配置后将相关信息包括contract\_code同步给DSP。
  + **广告上传阶段**：DSP通过Buyer API上传creative的时候如果带上contract\_code（一个creative只能对应一个contract\_code），上传时Tencent Ad Exchange会校验creative对应的广告主是否为对应contract\_code约定的广告主，如果不是那么不能上传成功。DSP可以修改contract\_code。
  + **在线RTB阶段**：根据Response返回的creative id，Tencent Ad Exchange会检查该creative是否带有contract\_code，如果creative不带contract\_code，那么作为普通竞价处理；如果带contract\_code，那么查询合同约定信息中的广告位id、合同有效期、状态是否与本次请求信息吻合，如果不吻合直接丢弃，如果吻合那么按照合同约定的CPM价格参与排序，排序优先级将高于普通竞价广告。

6.1.6 如何投放APP下载类及普通链接类型广告？

投放iOS APP，创建广告时product\_type选择3，app\_id填入具体要推广的APP在appstore的id，系统会自动通过接口到appstore拉取相关信息。

投放Android APP，首先广告主必须将app在腾讯应用宝上架，创建广告时product\_type选择2，app\_id填入具体要推广的APP在应用宝的id，如果是推广主线包那么pkgname无需填写，如果需要推广某个具体的渠道包，那么pkgname为在应用宝对应的渠道包包名。

投放普通链接，创建广告时product\_type选择1或者不填写，app\_id、pkgname无需填写。

6.1.7 如何增大广告主看到其广告的几率（BOSS QQ功能）？

Tencent Ad Exchange提供了Boss QQ功能来支持此项需求。若广告主希望在投放期内看到自己的广告，需要通过DSP向Tencent Ad Exchange提出邮件申请（邮件中提供QQ号和希望绑定的广告主ID，[发送给](mailto:发送给xiaofengmao@tencent.com)[[gdtadx@tencent.com](mailto:发送给xiaofengmao@tencent.com)](mailto:xiaofengmao@tencent.com)，[若通过并绑定后会收到邮件回复。每个广告主ID最多绑定**10**](mailto:抄送chenyansu@tencent.com、qiongsong@tencent.com、clivewang@tencent.com），若通过并绑定后会收到邮件回复。每个广告主ID最多绑定10)**个QQ号**，不同广告主ID可绑定相同的QQ号。当某个Boss QQ号访问Tencent Ad Exchange的流量时，Bid Request中boss\_qq字段（见*《腾讯程序化广告交易平台接入说明文档》*5.6.1.1）中会填充相应的QQ号，若DSP希望与此QQ号绑定的广告主（ID）的广告能以较高的几率展示，则需回复该广告主的广告，否则正常回复其他未做绑定操作的广告主的广告。

需要说明的是：该项功能只是**增大**了与Boss QQ号绑定的广告主（ID）广告的**曝光几率**，不能保证一定会曝光。

6.1.8 如何能够获取到GDT DMP用户数据？

目前在request中可以向DSP发送用户的年龄、性别信息，后续会开放更多的数据给到DSP。Tencent Ad Exchange系统会配置给到某个DSP的请求中有多少比例的请求会带有用户数据。考虑到数据的安全性，在具体的某一次Bid Request中用户ID（device id）和DMP的用户数据只会存在一个，不会两个都存在。

目前给哪些DSP提供DMP数据以及提供数据的比例都是白名单准入，根据DSP的日消耗、品牌消耗、联盟流量上的消耗等综合评估后确定，有需要的DSP可以向Tencent Ad Exchange运营同学提出申请。

6.1.9 什么是DeepLink广告（应用直达）？如何投放？

**什么是DeepLink广告？**

用户点击广告后，“直接到达”广告主“应用”内广告指定的落地页，叫做应用直达。 具体来说，应用直达广告允许广告主在投放广告时，指定一个在广告主App内的落地页。用户点击第三方流量上展现的广告后，系统根据当前广告和用户的情况作出判断，如果条件符合，呼起广告主的App，并在该App内打开广告主指定的页面（非应用直达的广告最多只能打开App的首页）。

DeepLink广告可以提升用户体验，并提升广告的转化效果。移动端屏幕比较小，App比web页更适合用户浏览，能实现更多的功能。呼起广告对应的APP，能提升用户的浏览体验和操作体验。对电商等注重转化的广告主，可以将推广的商品做进广告素材里，用户看到广告产生兴趣并点击后，在App里直接打开商品对应的页面，缩短了转化路径，提升了转化效果。

**如何投放DeepLink广告？**

我们在广告层级增加一个deep\_link\_uri字段，若希望投放DeepLink广告则在上传广告时需以DeepLink地址填写该字段。

在进入正式投放前，需确认以下几个问题：

* + - 1. 了解客户的App是否已经支持了DeepLink唤起，如果不支持，需要先支持。目前市场上的主流App基本上已经全部支持了DeepLink唤起。
      2. 如果客户推广的是Android App，需先将该App在腾讯开放平台上架。
      3. 确保应用直达地址的正确性。

DSP需要向广告主获取其应用直达地址。目前支持Deeplink地址，并兼容了Applink地址。需要注意的是DeepLink地址需按写入scheme的格式填写，且该URI与推广App和操作系统相关。形如：example://showProduct?Id=330885

请与待推广App的广告主及其技术人员了解所推广的App的scheme格式，并进行测试，以确保直达页地址能被正确打开。

若推广的是应用类广告（product\_type=2和product\_type=3）推广商品，当用户点击广告后，如果该用户已安装了对应的App，会直接打开App并跳转到指定的落地页，而不是App首页。如果该用户没有安装App，则会引导用户下载App并安装。对于Android应用，安装完成并打开后依然会跳转到指定的落地页；对于iOS应用，安装完成并打开后只能到应用首页。

对“网站链接”推广商品（product\_type=1），当用户点击广告后，如果该用户已安装了对应的App，会直接打开App并跳转到指定的落地页，而不是App首页。如果该用户没有安装App，则会打开网站链接所对应的网页。

## 6.2 技术通用问题

6.2.1 Tencent Ad Exchange支持哪种连接方式？

Tencent Ad Exchange的RTB接口支持HTTP长连接服务，请勿使用短连接方式。

6.2.2 Tencent Ad Exchange对设备号的加密方式？DSP如何应用？

Tencent Ad Exchange在请求中的Device.id和Device.android\_id字段对IMEI、IDFA和Android ID采用的是通用的MD5SUM非对称加密方式。DSP使用中需要将自己拥有的原始设备号用同样方式加密并保存映射关系，若原始设备号是一致的，则加密后的结果会是同样的。这样，DSP接收到加密后的设备号即可用自己的数据来做定向等后续操作。

另外IDFA的原文会通过Device.idfa字段提供。

6.2.3 Tencent Ad Exchange的QPS政策是怎样的？

为保障Tencent Ad Exchange和DSP服务器资源的合理使用，Tencent Ad Exchange会实行动态QPS调整策略：

1、QPS调整区间1~X（DSP最初提供的QPS最大值）

2、调整时间粒度：1min

3、策略

1）当DSP在现有流量条件下的参与竞价率高于50%，Tencent Ad Exchange认为现有请求量不足以满足DSP的需求，会动态提高请求量至合理范围

2）当DSP在现有流量条件下的参与竞价率低于50%，Tencent Ad Exchange认为现有请求量超过了DSP的需求，会动态降低请求量至合理范围

3）当DSP在现有流量条件下的超时率高于10%，Tencent Ad Exchange会动态降低请求量至合理范围内

4、若DSP希望关闭该策略，请向GDT运营同学提出申请，我们会视情况决定

5、Tencent Ad Exchange对本策略保留最终解释权