百度信息流 动态商品广告投放手册

动态商品广告（Dynamic Product Ads）

百度信息流竞价产品

目录

百度信息流闪投 投放手册

1 产品介绍

基本概念 | 产品背景 | 投放痛点 | 产品优势

2 产品能力

定向能力 | 适用场景 | 投放原理 | 投放流程

3 操作手册

新建计划 | 新建单元 | 定向设置 | 创意设置

4 附录1：商品库介绍

商品库简介 | 商品库优势 | 对接方式

5 附录2：工具介绍

慧图工具 | 推广助手

6 附录3：排查通路

问题自查 | 排查流程

1

产品介绍

- 基本概念
- 产品背景
- 投放痛点
- 产品优势

Baidu 百度

基本概念

产品介绍

动态商品广告（Dynamic Product Ads），简称『DPA』

百度信息流 动态商品广告（DPA），是解决海量商品投放需求的信息流投放产品，它专注于围绕『商品』来实现商品的批量投放及动态创意的生成，提供精准、高效的投放解决方案。

注：百度信息流DPA的计费方式为按点击计费

基本概念

产品介绍

商品库

简称BMC（Baidu Merchant Center），是一站式的商品对接、存储、投放和管理优化的平台，搜索动态商品广告、信息流动态商品广告的投放物料均在商品库平台存储和管理。商品库平台地址：product.baidu.com

商品文件

商品库中存放商品数据的文件，一个商品文件中包含若干个商品

商品组

选择商品文件中的部分或全部商品构成的集合，用于投放

产品背景

产品介绍

百度信息流DPA与百度信息流的关系

- 百度信息流
- 百度信息流DPA

相同点

- 完全相同产品线（信息流）
- 沿用百度信息流的销售政策
- 相同的账户体系（信息流账户）
- 相同的媒体及流量资源

不同点

- DPA专注于多商品广告主的商品推广需求
- DPA拥有丰富的商品管理（商品检索、匹配及触发）技术&经验
- DPA具备更多的定向维度及方式

产品背景

产品介绍

百度信息流DPA特点

- 海量商品管理
- 千人千面动态创意
- 流量竞得率高
- 提升ROI效果

作为广告主，如果您：

有大量商品或服务需要推广；有节省人力成本的需要；有自己的网站或APP

那么您就应该在百度信息流中投放

动态商品广告（DPA）

投放痛点

产品介绍

商品量大、账户多，投放效率低，**人力成本高**

创意与用户意图相关度弱，成本高，**效果优化难**

流量竞得率低，展现量少，预算多，**花不出去愁**

Baidu 百度

优势1：商品规模化批量投放，节省人力，提高效率

产品介绍

海量商品

上万的商品数量，人工精准投放效率低

少量商品

拓词存瓶颈，中长尾词难以批量覆盖

基于商品库，DPA能突破词量限制和拓词窘境，实现规模化批量投放

有图

商品有大量图片，对创意逐一配图效率低下

无图

商品缺少图片，需要不断设计新的图片

自动拼接商品信息，有效降低海量图片的制作成本

Baidu 百度

优势2：动态创意千人千面，精确触达，提升效果

产品介绍

用户A

百度搜索历史：凯美瑞

VS

用户B

百度搜索历史：别克威朗

- 根据用户行为，进行商品的精准匹配，实现商品粒度的流量分发，生成千人千面的广告创意，读懂用户真实意图
- 用户关注点与创意卖点精准匹配，有效降低流量获取成本

※ 以上仅以用户的搜索行为作为示例，其他用户行为还包括兴趣点、线下行为、APP偏好等

Baidu 百度

优势3：丰富的定向能力，助力流量竞得，有效扩量

产品介绍

商业意图

- 意图词
- 模板词
- 行业词包
- 意图标签

线下到访

- 场所
- 智能商圈

人群定向

- 自定义人群
- 商品重定向

兴趣定向

- 人群兴趣点

凸显人&商品属性的动态创意，有效提升CTR，提升竞价能力

注：红色部分仅针对选择了商品库或知识库的情况下可用，为闪投特色定向

产品样式

产品介绍

投网站链接 解决非下载类需求（如线索获取、线上订单、大促曝光等）

单图 | 大图 | 三图（单品 / 三品） | 视频 | 橱窗

Baidu 百度

产品样式

产品介绍

投APP下载

解决APP下载类需求（支持iOS、Android下载）

单图

大图

三图

单品

三品

视频下载

Baidu 百度

2

产品能力

- 定向能力
- 适用场景
- 投放原理
- 投放流程

定向能力

产品能力

版位

位置

版位

（列表页/详情页）

流量

（手百/贴吧）

触发条件

闪投定向

意图词 / 意图词模板 / 行业词包

* 意图标签

场所 / * 智能商圈

自定义人群

人群兴趣点

商品重定向

过滤条件

人口信息

年龄

性别

学历

省市 / * 智能地域投放

设备和应用

设备品牌

机型价格

网络

APP偏好

APP安装人群

说明：带* 的功能需要具备一定条件，才能开通使用，详询PM

Baidu 百度

适用场景

产品能力

常规推广

场景	典型行业
在线订单 新客获取	电商零售、旅游OTA
商机获取	汽车资讯、二手车平台、房产中介、金融、教育
流量分发	房产资讯、分类信息、生活服务

活动推广

场景	示例
节日大促	618、818、双11、黑五、双12等
爆款发售	低价机票、畅销酒店、热门商品、汽车团购等

Baidu 百度

解决方案

产品能力

行业

☆☆☆ **核心行业**

代表：电商、旅游、资讯、房产等

广告主有海量商品

☆☆ **重点行业**

代表：金融、教育、汽车、分类信息、招商加盟、游戏等

广告主有大量产品

☆ **潜力行业**

代表：服饰、日化等

广告主有少量商品

数据

闪投商品库

广告主
商品结构化数据

百度DMP

广告主站内
用户行为数据

策略及机制

定向算法

关键词

兴趣

商品重定向

相似人群

商品知识图谱

基于结构化商品数据和用户数据的动态商品广告

使用RT及KT的精准再营销，完整覆盖百度信息流所有用户群体

1.关键词定向（KT）：基于**百度搜索**历史的动态创意，覆盖所有人群，扩量并提升ROI

2.兴趣定向（IT）：基于用户兴趣标签的动态创意，覆盖潜在目标人群

3.商品重定向（RT）：基于接入**广告主端用户数据**的动态创意，提升ROI

4.相似人群（Lookalike）：基于广告主种子人群，为广告主锁定潜力用户，扩量投放

Baidu 百度

投放原理

产品能力

『小明』刷手百资讯

识别&圈定『小明』

系统筛选酒店信息

创意和落地页精准展现

用户

用户分析

百度大脑

深度学习

商品检索

商品库

创意生成

你所不知道的只要1500就能尽览浦江风情的浦东陆家嘴五星酒店都在这里

XX 广告

搜索记录：上海天气、浦东五星酒店、陆家嘴五星酒店、1500以下五星酒店

画像：男、30-40岁、本科、中等收入、旅游、体育

外滩悦榕庄酒店

金茂君悦酒店

（浦东陆家嘴五星酒店）

.

.

.

华尔道夫酒店

Baidu 百度

投放流程

产品能力

选择商品

百度信息流投放平台（www2.baidu.com）

使用『商品库』

Step1
选择商品库

- 已对接过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）：可直接使用对接过的商品文件（同一个userid下）
- 未对接过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）：可对接商品数据； 小于等于100个商品可直接在账户中对接，超过100个商品需登录**product.baidu.com**上传

使用『知识库』

Step1
选择知识库

计划层级

Step2
创建闪投计划

单元层级

Step3
商品分组

Step4
人群定向设置

创意层级

Step5
创意模板设置

Baidu 百度

3

操作手册

- 新建计划
- 新建单元
- 定向设置
- 创意设置

新建计划

操作手册

登录地址：www2.baidu.com

原生账户 → 推广管理 → 新建计划

✓ **百度信息流DPA支持：**

1、**网站链接**：投放Leads收集、订单、中间页形式的APP下载类投放等

2、**APP直接下载（ iOS ）**：实现iOS端直接下载，点击创意直接跳转AppStore

3、**APP直接下载（ Android ）**：实现Android端直接下载，点击下载按钮直接下载

步骤说明：

①输入『计划名称』

②选择 推广对象『商品』中对应的推广方式-『网站链接』 / 『 APP下载』

③设置『预算』 、 『推广日期』 、 『推广时段』、『预算分配控制』

④点击『保存并继续』 ，将进入到『设置推广单元』环节

新建单元：2种投放方式

操作手册

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品

选项① 商品库

如希望投放您自己提交的商品，可选择『商品库』。

商品库，是商品接入、存储、管理优化和输出投放的一站式平台。 如您已通过"product.baidu.com" 或 "搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）" 对接过商品信息，选择这种方式后，可继续往下操作；否则选择『商品库』就需要提交商品信息。

选项② 知识库

如您未提交商品数据，可选择合适的『知识库』投放。

知识库是由百度提供的部分行业的结构化商品知识， 已内置到账户中，助您在缺少商品数据时仍能使用动态商品广告的产品功能。

新建单元：选择『商品库』投放 — 单元设置

操作手册

提示：1、如果已通过produc.baidu.com对接过商品信息（或希望通过produc.baidu.com对接），请仔细查看Page23-Page24 ；

2、如果是通过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）对接的商品信息或商品数量较少，请跳转至 Page25-Page28 仔细阅读

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品库 → 选择商品文件 / 新建商品文件 → 新建商品组

步骤说明：

①设置『单元名称』

②如已对接过商品库，选择下拉列表中对应的『商品文件』即可；如未对接过商品库 或 需要新增对接商品文件，点击『新建商品文件』或直接登录produc.baidu.com进行商品数据对接

③首次创建推广单元 或 需要新增商品分组，需点击『新建商品组』

④通过『商品勾选』或『条件筛选』的方式，筛选投放商品

新建单元：选择『商品库』投放 — 新建商品组

操作手册

新建商品组 → 按商品列表选择商品 / 按筛选条件选择商品 → 完成商品组创建

场景一：根据投放需求勾选商品库中的商品

选项① 商品文件中商品数量较少（不多于100个），推荐使用『商品勾选』例如：某酒店客户，对接酒店数量<100家，且需要以单个酒店维度推广，则可以通过商品直接筛选。

场景二：利用商品库字段按条件筛选想投放的商品

选项② 商品文件中商品数量较多，使用『条件筛选』更便捷

例如：某汽车客户，要推广所有品牌为“奔驰”的汽车，则可以根据商品库中品牌字段包含“奔驰”进行条件筛选。

Baidu 百度

新建单元：选择『商品库』投放 — 单元设置

操作手册

提示：1、如果是通过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）对接的商品信息或商品数量较少，请仔细阅读 Page25-Page28；

2、如果已通过produc.baidu.com对接过商品信息（或希望通过produc.baidu.com对接），请跳转至 Page23-Page24 仔细阅读

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品库 → 选择商品文件 → 选择商品组

步骤说明：

①设置『单元名称』　②选择『商品库』

③如已对接过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0），下拉列表中 可选择同账户下『搜索动态商品广告-普通计划的商品文件』

④鼠标移入选择商品组中的下拉列表商品组后，右侧会出现该商品组的基本信息，可直接选择系统推荐的商品组投放。

若选择商品组下拉列表中没有合适选择，可点击右侧『新建商品组』新建

注意：当在信息流DPA上复用普通计划的商品文件时，请注意『商品移动端url字段』是否能直接使用。若该字段中包含监控片段，建议在创意设置中 重新设置『推广url 』

新建单元：选择『商品库』投放 — 新建商品组

操作手册

新建商品组 → 按商品列表选择商品 / 按筛选条件选择商品 → 完成商品组创建

选项①

选项① 商品文件中商品数量较少（不多于100个），推荐使用『商品勾选』

例如：某酒店客户，对接酒店数量<100家，且需要以单个酒店维度推广，则可以通过商品直接筛选。

选项② 商品文件中商品数量较多，使用『条件筛选』更便捷

例如：某汽车客户，要推广所有品牌为“奔驰”的汽车，则可以根据商品库中品牌字段包含“奔驰”进行条件筛选。

通用条件设置示例：

筛选特定城市的商品：

筛选特定名称的商品：

筛选特定品牌的商品：

提示：如果商品文件下没有商品组，系统默认生成全部商品商品组；如果已有，就不生成

新建单元：选择『商品库』投放 — 新建商品文件

操作手册

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品库 → 新建商品文件

步骤说明：

①点击『新建商品文件』

②设置『商品文件名称』

③根据推广业务的行业信息，『选择行业』

④如果采用Excel上传方式：下载Excel模板，在Excel中填写完商品信息后点击『上传文件』后的『浏览』直接上传商品文件；

如果采用自动文件对接方式：需要登录product.baidu.com，在商品库平台中完成商品文件对接

新建单元：选择『商品库』投放 — 管理商品文件

操作手册

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品库 → 管理商品文件

步骤说明：

①点击『管理商品文件』

②点击『下载』原商品文件，修改并保存

③点击『编辑』按钮，重新上传商品文件覆盖原有文件

④点击『下一步』验证数据是否符合规范

新建单元：选择『知识库』投放 — 单元设置

操作手册

设置推广单元 → 单元名称 → 选择知识库 → 选择知识库文件 → 新建商品组

步骤说明：

①选择『知识库』投放

②选择『知识库文件』

③首次创建推广单元 或 需要新增商品分组，需点击『新建商品组』

④通过『商品勾选』 / 『条件筛选』方式筛选投放商品

⑤选择已创建的商品组

定向设置：基础定向

操作手册

设置推广单元 → 单元名称 → 选择商品库/知识库 → 选择商品库文件/知识库文件 → 新建商品组 → 设置定向

信息流DPA的定向包括**基础定向、人口信息、设备和应用**

① 基础定向：属于定向触发条件，仅能选择其中一种，默认选择意图词定向

② 人口信息、设备和应用：属于定向过滤条件，可叠加使用

Baidu 百度

定向设置：意图词定向

操作手册

提示：3种意图词定向方式可同时选择，同时选择取并集

直接添加意图词

步骤说明：

①勾选『直接添加意图词』并选择

②搜索相关意图词，选择需要的点击“+”

③也可直接将意图词直接批量粘贴到『已选意图词』框中

④ 『确认』所选意图词

选择行业词包

步骤说明：

①勾选『行业词包』并选择

②选择行业，可展开至二级行业，点击“+”添加对应的行业词包

③点击『确定』

选择意图词模板

步骤说明：

①勾选『选择意图词模板』

②选择商品库对应字段，例如商品名称+固定文字（例如：使用商品名称${name}字段+好不好、价格、怎么样等实现批量添加意图词）；点击『 +智能推荐』 ，系统会智能推荐合适的模板词

③点击『确定』

定向设置：意图词定向

操作手册

直接添加意图词

- 基于用户近**30天内的历史搜索行为和浏览行为**
- 每个单元最多添加900个意图词、每个意图词最多40个字符
- 更多意图词推荐，推荐业务相关词

选择行业词包

- 共26个一级分类、159个二级分类行业词包
- 每个二级行业词包约覆盖10000个行业关键词
- 每个单元最多选择50个二级分类行业词包

选择意图词模板

- 基于商品库数据，通过购买商品库字段（商品库字段的使用类似于通配符的用法，可进行内容的动态替换），一次性购买该字段对应的所有内容
- 商品库字段可单独使用，也可与固定词根进行拼接使用
- 每个单元最多添加50个意图词模板

商品优选

商品优选？：○ 是 ◉ 否

选择『是』代表由系统选择商品组中合适的商品进行推广；选择『是』有利于扩量

Baidu 百度

定向设置：意图词定向

操作手册

意图词模板—用法详解

- 商品库/知识库截选部分字段，示例：

name|产品名称	city|城市名称	range|商圈名称
武泰公寓	上海	南京西路
徐家汇花园	上海	徐家汇
世茂滨江花园	上海	陆家嘴

- 关键词模版的设置，示例：

${name}　${name}房价　${name}买房

${city}二手房　${range}二手房　${range}房价趋势

创意文案：

今天${name}二手房，紧急抛售中，想买房的赶紧查看！

用户A　徐家汇二手房

今天徐家汇花园二手房，紧急抛售中，想买房的赶紧查看！

**房产 广告　X

用户B　陆家嘴二手房

今天世茂滨江花园二手房，紧急抛售中，想买房的赶紧查看！

**房产 广告　X

Baidu 百度

定向设置：智能商圈定向

操作手册

※ 选择『商品库』，具备相应字段则自动开通；选择『知识库』，该权限默认开通

步骤说明：

①选择『智能商圈』

②根据投放需求，选择『推广商圈』或『推广地址』

③根据需要锁定的线下人群到访行为，选择人群到访的『位置类型』：实时到访、常驻地、历史到访可3项同时选择，也可只选其一或其二（同时选择为并集触发）

功能说明

- 『targetRange|推广商圈』：投放单元绑定的商品需接入targetRange字段；
  仅支持填写“智能地域词表”中的商圈，不超过10个商圈，250字符以内；
  （如需“智能地域词表”，请联系信息流DPA产品答疑hi群或行业PM索取）
- 『address|推广地址』：投放单元绑定的商品需接入targetAddress或address字段和distance字段；
  targetAddress/address填写格式：xx省xx市xx区xx路xx号，该字段仅支持1个投放地址，100字符以内；
  distance填写格式：1/3/5中单选，单位为km，若不填写，默认为3；
- 『位置类型』：LBS定向支持选择位置类型，默认选择实时到访位置，若无特殊倾向建议**全选**获得更多优质流量

基本概念

- 智能商圈功能：是根据商品库的地址进行lbs的画圈投放商品地址：支持将商品投放至其推广地址周围X公里处
- 实时到访：当前在该区域的人；常驻地：最近一个月常驻该地域的人；历史到访：最近一个月去过该区域、且常驻地不在此的人

Baidu 百度

定向设置：商品重定向

操作手册

※ 该权限需要申请开通

提示：如需使用该功能，广告主通过API与百度对接包含广告主商品数据的用户行为数据，用于定向老客展示推荐商品

基本概念

- 广告主通过对接APP内**用户行为数据**，通过DPA投放平台定向**老客**，并在广告中向其展示**推荐商品**，吸引用户点击广告并进入APP内产生进一步转化行为。

默认设置

- 给重定向人群包内的用户直接展示关联的商品，不附加任何推荐策略
- 默认使用最近60天通过DMP传入的用户数据

高级设置

支持选择推荐策略

- 针对不同行业提供相应推荐策略，如同品牌商品推荐、同品类商品推荐、同地域商品推荐、同档次商品推荐等

支持设置数据时效性

- 使用最近7/14/30/60天内数据

优势

- **点击率更高**：商品重定向ctr优于关键词定向，说明对用户**吸引力**更强
- **效果更好**：商品重定向cpc高于关键词定向，说明广告主愿意为这部分**优质流量**出更高的价格
- 目前在电商、OTA和房产等行业均有应用

定向设置：意图标签定向

操作手册

※ 该权限需要申请开通（信息流开通意图标签权限后，信息流DPA会同步开通）

步骤说明：

①选择『意图标签』

②选择行业及该行业对应标签

③搜索意图标签

④按照多种维度选择意图标签

功能说明

- 标签以do+sth形式聚合，涵盖用户多种意图
- 最多可以添加1000个意图标签
- 目前覆盖游戏、汽车、金融、旅游、房产、教育、数码家电等7个行业

定向设置：场所定向

操作手册

提示：针对到访过某类场所的人群投放广告，适用于本地推广客户。适用行业：汽车、房产、教育、金融等。

步骤说明：

①选择『场所』

②选择需要的一级场所或二级场所

③点击”+”添加

功能说明

- 场所功能：**40**个可选场所标签
- 基于用户**实时**、**历史到访**（30天内）、**常驻**（30天内）位置信息，最大程度挖掘相关流量
- 有分地域投放需求的广告主，可配合省市过滤、智能地域投放使用

- 自定义场所功能：目前支持精确定向**汽车**、**教育**行业的线下门店地址
- 为保证覆盖，选择自定义场所后建议不要再选择省市
- 场所和自定义场所可同时选择，定向范围取两者的并集

定向设置：人群兴趣点定向

操作手册

功能说明

- 基于用户**长期搜索记录**，生成人群**兴趣标签**
- 兴趣分类细化到三级分类，共14个1级分类，346个三级分类，一个单元可以选择全部分类

定向设置：自定义人群定向

操作手册

功能说明

- 自主圈定人群，生成**人群包**精准投放
- 基于种子人群包，挖掘**相似高潜力用户**，扩大投放量级

如何生成人群包？

原生账户-资产

直接**上传**一批用户ID

DMP平台

在DMP智选平台使用**百度**搜索、浏览、点击、安装等行为数据，生成人群包

原生账户/DMP平台

针对前两种人群包**扩展相似**人群

定向设置：其他定向+出价

操作手册

提示：人口信息、设备和应用为定向过滤条件，可叠加

①

人口信息

年龄：全部 <18 18-24 25-34 35-44 >44

性别：全部 女 男

学历：全部 大学及以上 大专 高中及以下

地域：不限 省市 智能地域投放

设备和应用

设备品牌：全部 IOS Android 已选择 其他

机型价格：全部 500元以下 500-1000 1000-2000 2000-3000 3000元以上

网络：全部 wifi

APP偏好：不限 APP分类 自定义

②

投放出价

优化目标：点击 转化

付费模式：CPC 按照每次点击计费

出价： 元/点击 出价不可为空

下载百度推广APP，手机端随时改出价

③投放出价优化目标设定-oCPC

优化目标：点击 转化

付费模式：OCPC

启用转化作为优化目标后，系统投放会分为两个阶段：

第一阶段：数据累积阶段，积累数据用于确保后续预估转化率准确性。 系统根据您设置的点击出价参与竞争，计费不会高于点击出价。

第二阶段：智能投放阶段，当转化量积累到20个时进入该阶段，根据转化率预估进行智能投放， 以转化成本为优化方向，帮助广告主提高广告转化效果。

转化监控方式：移动营销页 转化追踪工具-API 转化追踪工具-代码监测

推广URL：请选择

目前仅支持审核通过并且包含转化组件的移动营销页， 新增页面可前往制作。

第一阶段点击出价：200 元/点击

进入第二阶段的单元不能修改第一阶段点击出价

第二阶段目标转化成本 元/转化

步骤说明：

①人口信息+设备和应用的定向方式勾选

②针对单元出价，可选择优化目标，点击/转化

③优化目标为转化（即oCPC）的情况下，需设置oCPC不同阶段出价

Baidu 百度

定向设置：智能地域定向

操作手册

※ 选择『商品库』，具备相应字段则自动开通；选择『知识库』，该权限默认开通

功能说明

- 适用于多商品推广到不同省份、城市；对商品推广省份、城市有精细化或多样化需求的广告主。

行业案例：以OTA行业为例

- 在商品库中接入“targetCity/推广城市”字段，商品库示例

name/产品名称	targetCity/推广城市
北京至东京机票	北京
上海至曼谷机票	上海
成都至首尔机票	成都

- 地域选择智能地域投放

定向设置：APP安装人群

操作手册

APP安装人群：融合了通过商品重定向接入的用户ID、DMP里上传了的用户ID

『APP安装人群』的功能入口如何能显示？

当有来自DMP平台的“ID上传人群” 且选择“APP安装人群” 或者“API人群”人群包分发给了『闪投DPA』，投放平台中会显示『APP安装人群』

如何知道“APP安装人群包”是哪些？

鼠标移至『投放已安装人群』后的“？”即可显示全部人群包名

如何取消某APP安装人群包？

APP安装人群默认为所有的APP安装人群包，不可以在投放平台选择人群包，如果需要取消某APP安装人群包，需要在DMP平台中取消该人群包的分发

投放已安装人群

通过ID上传或API的方式接入已安装APP的用户ID，仅针对**装机用户**进行投放

场景

投放老客唤醒，提升唤起率，降低唤起uv成本

排除已安装人群

通过ID上传或API的方式接入已安装APP的用户ID，排除**装机用户**

场景

投放新客下载，不对已安装用户重复投放下载广告，拒绝预算浪费

特点

- APP安装人群限制了人群必须来源于广告主**第一方数据**，可与关键词定向、LBS定向等定向方式**组合使用**
- 对于未能通过API接入用户数据的广告主，可以通过**ID上传**的方式圈定已安装人群投放老客或排除已安装人群投放新客，更灵活方便

Baidu 百度

创意设置：选择『商品库/知识库』— 利用商品字段写创意

操作手册

①

②

- 『商品通配符』对应商品库中对接的商品属性信息，『用户通配符』对应用户的属性信息。
- 举例：『商品通配符』中的“city|城市名称”字段，代表商品所在的某城市，该通配符会根据广告实际触发出来的某商品所在的城市在创意中替换展示；而『用户通配符』中的“U_CITY|城市”代表用户所在的地域，该通配符根据用户所在的城市信息在创意中替换展示。
- 创意中可充分利用商品库中商品字段，用于创意标题、URL（仅商品库投放可用）等，实现创意文案和图片的动态替换，一套创意模板即可投放商品组内所有商品，实现千人千面的动态创意。

创意设置：选择『商品库』—创意其他设置

操作手册

填写deeplink，如判断用户安装了该app，可直接从手百调起app，否则跳转至推广URL（目前仅支持手机百度首页，如投放了其他流量，将直接跳转至推广URL）

系统自动填充所投放商品在商品库内的图片，默认填充，如需修改见③步操作

可将当前样式中任意位置的图片替换为固定图片，
如有需要请在此设置可直接输入关键词搜图使用，
也可通过下方选择图片图标
选择图片->选择图片来源（本地上传/我的图库）

本地图片上传

选择图库图片

如不满意所选图片可重置图片

创意填写完毕->点击预览

同一个单元下，同一个样式，可配置最多25种不同创意

用户头像/logo上传

品牌名称填写

创意设置：选择『知识库』—与商品库投放区别

操作手册

与使用商品库的创意设置不同点：

①推广URL需自行填写，不可根据商品动态替换

②图片需选择本地图片上传或使用图库图片，不可根据商品动态替换

创意设置：图片工具

操作手册

提示：『慧图工具中动态大图模板的入口』在创意层级的大图样式下方动态

步骤说明：

①选择『大图』样式，完成创意设置滑动页面至底部

② 『进入慧图工具』

③选择适用行业，选择模板

④设置模板，保存完成

备注：慧图产品介绍见附录2

附录 1

商品库介绍

- 商品库简介
- 商品库优势
- 对接方式

Baidu 百度

商品库简介

商品库介绍

商品库：是广告主用于管理其所推广商品或服务的一个数据仓库，其存储的数据包含图片、落地页、各种标签字段（如品牌、价格、库存、尺寸大小、地址等），数据以结构化方式存在

分类

01 广告主自主开发

对接商品库

02 百度提供

知识库

- **【正确理解商品库的内容是投放好信息流闪投的前提条件】**

帮助中心： http://product.baidu.com/bmc/home.html#/help

商品库简介

商品库介绍

对比	广告主自主对接	百度商品知识库
目标客户	• 商品量及商品信息丰富多样 • 商品与落地页要求一一对应	• 商品量较少或未对接百度商品库 • 期望覆盖更多潜在目标人群 • 投放单一落地页（收集leads、APP下载等）
优势对比	• 商品信息自主控制，更新时间及时可控 • 用户关注点与商品信息精准匹配，CTR高 • 商品字段可自主配置，创意撰写更灵活	• 提供结构化商品知识，免去商品对接流程 • 利用DPA的产品能力扩展更多流量
适配行业	• 非医美类行业	• 已支持：汽车、房产、家装、金融、游戏等行业，更多行业持续上线中
绑定方式	• 广告主自行上传 + 授权	• 已内置到信息流闪投账户中 （选择使用『知识库』即可）

商品库简介

商品库介绍

实物类产品

字段名称	中文含义	字段内容
id	产品库系统ID	312572274
name	产品名称	万科翡翠公园
loc	产品页面url	http://gz.fang.anjuke.com/loupan/245258.html
sellerName	商家站点名称	安居客
decorationStatus	装修情况	精装修
title	产品描述简介	上海万科翡翠公园，内中环 美式都会生活场 本周售价:住宅待定 商住

400 603 2266 转 27063 免费通话

Baidu 百度

商品库优势

商品库介绍

优势：1、可购买模板词、批量覆盖中长尾关键词流量；2、合理利用商品字段做创意通配，能生成千人千面的精准动态创意

商品数据批量导入

商品1	
name	上海外滩悦榕庄
price	2098起
discount	8.8折
star level	5星级
district	虹口区

商品2	
name	上海华尔道夫
price	3500起
discount	8折
star level	5星级
district	黄埔区

商品3	
name	金茂凯悦
price	1800起
discount	7.5折
star level	5星级
district	浦东区

支持关键词批量生成

常规关键词

虹口区酒店

虹口区五星酒店

……

模板关键词

${name}

${price}酒店

${star level}酒店

${star level}酒店价格

${star level}酒店预定

${category}$ {star level}酒店

${price}的${star level}酒店

……

购买大量中长尾流量、有效扩展关键词总数到数十万级别

支持批量化投放操作

Step1：

对商品分组，批量化选择投放对象：

“星级=五星级”

“区域=虹口区&星级=五星级”

“价格>1500 “

Step2：

撰写创意模板，进行批量化投放：

你肯定不知道，${district}$的

${name}酒店，${month}提前预定，

仅要${price}，价格低至${discount}！

通过创意模板的使用，即可完成动态创意的批量投放

动态生成精确到商品粒度的创意

你肯定不知道，虹口区的上海外滩悦榕庄酒店，6月预定，仅要2098起，价格低至8.8折

携程 广告 X

你肯定不知道，黄埔区的上海华尔道夫酒店，6月预定，仅要3500起，价格低至8折

携程 广告 X

你肯定不知道，浦东区的金茂凯悦酒店，6月预定，仅要1800起，价格低至7.5折

携程 广告 X

Baidu 百度

对接方式

商品库介绍

选项一

广告主开发

http://product.baidu.com/bmc/home.html?tab=feedAccess&id=howCreateFeed#/help

制作结构化商品文件 → **上传商品库**

百度商品库平台

product.baidu.com

参考文档：

行业商品库模板

参考文档：

《商品库BMC20180309》

选项二

已对接过搜索动态商品广告-普通计划（即闪投结构化2.0）

可直接使用对接过的商品文件

使用及重新对接操作参考：P25-P28

Baidu 百度

对接方式：广告主开发

商品库介绍

适用客户	自主对接方式	客户成本&更新时效	典型客户示例
无技术能力 有少量数据	**手工上传** Excel录入	• 广告主需要手工编辑excel录入，有一定人力成本 • 数据更新也依靠手动	vanke万科 Hilton
有技术能力 有海量数据 低频更新	**自动文件对接** XML CSV	• 广告主需要根据闪投商品库分行业标准字段模板，要求开发XML/CSV，数据可直接入库，有一定开发成本	天猫 TMALL.COM 安居客 anjuke.com 苏宁易购 suning.com ctrip 携程
有技术能力 有海量数据 高频更新	**API文件对接** API直接对接产品库	• 【API拉取】闪投读取广告主API • 【API推送】需广告主开发，数据时效最高	JD.京东.COM 唯品会 vip.com

行业模板： http://product.baidu.com/bmc/home.html?tab=DataStandard&id=whatIsStandard#/help

登录网址： product.baidu.com

Baidu 百度

附录2

工具介绍

- 慧图工具
- 批量工具

慧图工具

工具介绍

慧图工具：提高做图效率及效果

广告创意-图片层面痛点

没有图片可投放广告

图片规格不满足样式投放需求

没有人力制作海量精美商品图片

Baidu 百度

慧图工具

工具介绍

部分模板展示

角标 & 浮层

动态图片接拼

联系我们了解更多模板！

Baidu 百度

慧图工具

工具介绍

功能1：无商品业务动态配图，让你的创意不再单调

当你推广的业务没有图片时，你该怎么办？

没有慧图之前

- ✓ 使用同一套物料投放所有创意
- ✓ 手动制作多套物料，轮播进行投放

你的广告是这样

存在的问题

- 广告核心信息不突出，用户无法一眼识别推广标的
- 所有用户看到的图片都是一样的，无法实现千人千面

有了慧图之后

- ✓ 一份精美的推广模板
- ✓ 业务结构化信息动态展现

你的广告将是这样

还有5天就要过年了，上海人都在这里抢票！

最终的效果

- 突出火车票特点，用户一目了然
- 每个用户看到属于自己的火车票（起始地、出发地根据用户特征动态展现）
- CTR **+120.17%**

Baidu 百度

慧图工具

工具介绍

功能2：打破样式图片物料规格限制，让你的广告更加多样化

当你的图片太小，无法投放大图样式时，你该怎么办？

没有慧图之前

- ✓ 仅使用三图样式进行投放
- ✓ 人工制作一套或多套物料投放大图样式

有了慧图之后

- ✓ 一份精美的推广模板
- ✓ 投放大图样式，吸睛提升投放效果

你的广告是这样

深圳罗湖各小区房价已出炉，你家房子涨了没？

存在的问题

- **使用三图样式**：CTR不如大图样式高，竞价上需要更高的出价
- **使用大图样式**：无法根据用户的特侦动态展现信息

你的广告将是这样

北京各地区房价已出炉，你家的房子涨了没？

最终的效果

- 根据用户意图动态展现相关商品
- 打破标题长度限制，图片突出相关业务核心信息（地区、房价等）
- ROI **+20.17%**

Baidu 百度

慧图工具

工具介绍

功能3：动态接拼更多信息，降低制图成本，让你的广告更懂用户的心

有商品结构化信息，如何投放信息流广告？

没有慧图之前

- ✓ 使用原始图片投放大图样式
- ✓ 标题里提到一些关于推广业务的信息

有了慧图之后

- ✓ 一份精美的推广模板
- ✓ 结构化信息动态呈现

你的广告是这样

上海地区，多款高品质二手车，限时优惠中，可议价！

你的广告将是这样

上海地区，多款高品质二手车，限时优惠中，可议价！

存在的问题

- 图片与同行业广告主相似性高，无法突出推广业务特点，存在误点击
- 无法突出商品核心信息，降低对用户的吸引力

最终的效果

- 突出用户关心的商品核心信息（价格、里程数、车辆）
- 降低制图成本，区别竞品的静态投放和普通图片，展现品牌特点
- CTR **+51.82%**
- ROI：leads成本**明显下降**

Baidu 百度

慧图工具

工具介绍

入口：单元通用设置层级进行慧图设置，此处配置的模板对单元层级下可适用的样式均生效（大图模板可自动适到大图样式和视频大图样式）

慧图：设置好创意信息后，点击『进入慧图工具』

支持样式：

1、角标

2、浮层

3、角标+浮层

4、动态大图模板

- **更细粒度的模板行业，支持一个创意下一次配置多套慧图模板，并经程序化优选投放，提升投放效果**

Baidu 百度

慧图工具：丰富的模板

工具介绍

上线更细粒度行业模板，**覆盖8大行业，20+细分行业**

更多模板，请登录业务端进入慧图工具

慧图工具：便捷的操作

工具介绍

每个创意支持同时配置多套慧图模板

一次选择多个模板

批量配置文案

- 商品名称：车贷
- 商品特点：0抵押 0担保
- 商品描述：XXX

+

- 商品名称：公积金贷款
- 商品特点：无需任何抵押 最高可贷80万
- 按钮文案：贷款详情立即查看

生成多张图片绑定到多个创意下

创意1，创意2，创意3

Baidu 百度

慧图工具：便捷的操作

工具介绍

增加我的模版库功能，对已配置模板进行保存后续可方便的应用到其他单元

慧图工具：智能的投放

工具介绍

在一个创意下配置多个模板，系统根据大数据智能的优选模板进行投放

一个创意下配置6套模板

系统根据每次触发的用户特征，自动选择最优的模板进行投放

A用户：搜索车贷，女性

B用户：搜索车贷，男性

C用户：搜索公积金贷，男性

Baidu 百度

批量工具

工具介绍

原生账户后台

支持功能：

- **计划层级**：支持批量修改计划名称、计划预算、广告投放状态
- **单元层级**：支持批量修改单元名称、关键词(模板关键词)、单元出价、app人群、广告投放状态、投放版位
- **创意层级**：支持批量修改/新建/删除创意，可批量修改创意名称、创意标题、副标题、用户品牌、用户头像、点击跳转、监控URL、广告投放状态

入口

Editor工具

支持功能：

- **创意层级**：添加、删除、批量添加、批量更新、高级更改
- 其他功能暂未上线，敬请期待　　（※目前暂不支持图片自提）

入口

说明：以下内容重点介绍editor工具功能

Bai du 百度

批量工具：editor简介

工具介绍

百度推广客户端（即editor）是一款免费的百度推广管理桌面软件，能够帮助用户高效的管理、编辑推广账户，同时支持搜索推广、网盟、闪投等产品。

通过推广客户端，用户可以将广告物料**下载**到本地，**离线**的进行账户搭建、结构调整及物料编辑，并将改动**上传**至推广后台。助手独有的批量、离线、备份、账户及物料快速切换功能，能够提高广告投放效率，尤其适用于**中大型账户**。

说明：

使用推广客户端需对百度推广已有基本的了解，因此不再介绍账户、计划、关键词等基础信息

Baidu 百度

批量工具：editor操作流程

工具介绍

添加/登录账户 → 下载物料 → 编辑物料 → 检查更新 → 上传更新

1、添加/登录账户：助手支持客户、客服、MCC、管理员四种账户类型，通过账户中心，可以选择添加一个或多个需要管理的推广账户

2、下载物料：通过下载账户，下载一个或多个账户物料到本地

3、编辑物料：使用导航、筛选功能，快速定位到需要更改的物料后，您可以离线的对物料进行简单更改、复制粘贴、或者使用批量工具进行大规模的修改（批量添加更新、替换文字、出价更改等）

4、检查更改：助手会实时的对物料的改动进行检查，给出错误信息。并且在上传更改到推广后台前，再次进行检查，明确改动的物料数量，以及错误物料的原因。

5、上传更改： 通过上传功能，将本地的更改上传到推广后台

Baidu 百度

批量工具：editor物料添加

工具介绍

几种添加方式的说明：

1、相应物料层级点击工具栏左侧的“添加”按钮来添加物料

2、在物料列表中右键“添加”物料

3、在左侧账户树中右键“添加”物料，通过这种方式您可以在相应账户树节点中添加物料

4、直接通过快捷键 “Ctrl + N”新建物料

批量工具：editor物料添加

工具介绍

步骤说明：

添加信息流DPA创意后，系统将生成一条无任何内容的创意，此时在该创意前会显示错误图标提示该创意有错误无法上传，您需要在下方物料修改区域中添加创意内容

批量工具：editor物料批量添加

工具介绍

步骤说明：

1、点击“批量添加/更新”按钮

2、选择需要批量添加物料的单元

3、选择需要批量添加的创意样式

4、在线下按表头格式填写好创意信息后，复制粘贴到editor中；或者直接在editor中填写

批量工具：editor物料高级修改

工具介绍

- 您还可以批量对多个物料实现高级修改

步骤说明：

1、选中需要修改的1条或多条创意物料

2、点击“文字替换”按钮

3、操作替换

示例：

1、批量将指定创意标题名称中的“玫瑰”替换为“百合”（文字替换）

批量工具：editor物料批量更新

工具介绍

步骤说明：

点击“批量添加/更新”按钮，也能实现对已有物料的批量修改，具体操作同前面说的“批量添加”一致，只是输入的物料是本地已存在的物料

示例：

如果要批量给已存在的创意更新推广URL，您可以将创意的将要更新的推广URL（或相应的商品库URL字段）录入进来，不需要修改的字段将不会修改。这样便可以实现对于多个指定创意的推广URL的批量修改。

批量工具：editor物料还原

工具介绍

- 当需要还原推广客户端中发生更改的物料时，可通过“还原”操作将选中的物料还原至该物料最近一次下载后的物料状态

步骤说明：

1、点击工具栏按钮的“还原”的按钮

2、右键选择“还原”

3、快捷键Ctrl + R

注意：

如果将某推广物料更改了一次以上，还原时将同样还原至该物料最近一次下载后的物料状态

附录3

排查通路

- 问题自查
- 排查流程

问题自查

排查通路

问题分类	自查方法	问题表现	优化方法
0展现/0消费	检查创意审核状态	创意处于审核中	耐心等待创意审核通过
	检查商品组中商品数量	商品组筛选的商品为0	重新创建商品组，确保商品组内商品数量大于0
	检查单元内意图词与商品的匹配度	意图词与商品的关联度较差	商品优选，选择『是』
消费下降	检查CPM是否下降	出价下调或CTR下降	优化创意or收缩定向范围or适当提升出价，优化提升CPM
线索成本高	检查CPC是否上涨	CPC上涨，竞争加剧	优化提升CTR，降低流量获取成本
		CPC不变，CTR或转化率下降	观察落地页是否调整、调整后转化流程是否通畅；新增计划/单元人群定向是否精准
APP激活成本高	检查CPC是否上涨	CPC上涨，竞争加剧	优化提升CTR，降低流量获取成本
		CPC不变，CTR或转化率下降	查看分单元的点击-激活的转化率；测试下载流程是否顺畅

Baidu 百度

排查流程

排查通路

排查通路：hi群+邮件支持

百度信息流DPA问题反馈（hi群）

『信息流DPA投放相关问题』hi群：1557406

百度商品库问题反馈（hi群）

『商品库对接及相关问题』hi群： 1570901

邮件反馈

『问题反馈』邮件组：PA_FEED@baidu.com

邮件标题模板	填写示例	填写要求
邮件标题	信息流闪投无展现问题排查-20180517	信息流闪投+【二级分类】+问题排查+提交日期

邮件标题中涉及问题分类如下

【一级分类】	【二级分类】
商品库	商品库文件对接/上传
	商品库文件授权
	商品库设置
	其他
投放问题	无展现
	消费异常
	其他
操作流程问题	商品组设置
	单元设置
	创意设置
	其他

邮件正文模板	填写示例
运营单位	KA
一级行业	旅游
问题发生日期	2018年5月14日
操作时间	
账户名	原生-XXXX
账户ID	25095614
计划名称	闪投_XXX
计划ID	85671670
单元名称	闪投_活动_XXX
单元ID	3134852225
问题描述	信息流闪投新建计划无展现，计划已开启、创意已审核通过
问题截图	贴上问题截图

Baidu 百度

『信息流DPA投放相关问题』hi群：1557406

『商品库对接及相关问题』hi群： 1570901

※ 群成员有上限限制，每个代理保证至少有1个接口人进群，群内昵称规则： KA-代理商名称-个人称呼

谢谢观看！