

百度爱采购产品文档





目录

CONTENTS

一、阿拉丁简介

- 产品概述
- 产品价值
- 展现样式

二、爱采购简介

- 产品概述
- 产品价值
- 展现样式

三、采购推广简介

- 产品概述
- 产品价值
- 展现样式

附录一、商品中心介绍

- 商品中心简介
- 商品中心对接流程

附录二、业务端投放流程

- 账户层级总览
- 账户层级总览
- 账户搭建

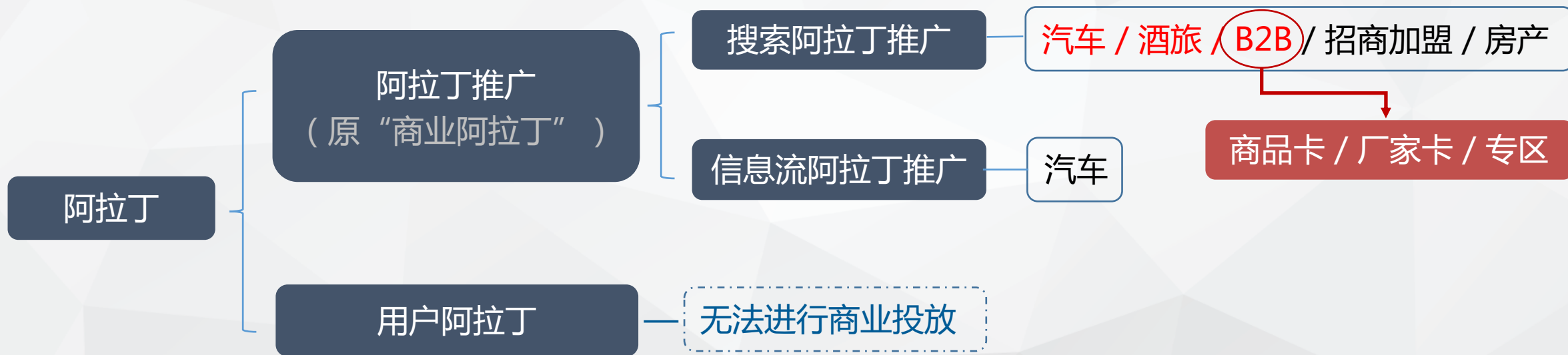
一、阿拉丁简介

阿拉丁概述

基于行业划分

强定制化

结构化展现



注意：阿拉丁不可跨行业投放

二、爱采购简介

- 产品优势

- 展现位置和样式

百度爱采购(b2b.baidu.com)是百度旗下的B2B垂直搜索引擎，旨在帮助用户一站直达全网商品信息，触达海量优质商家；让买家快速、便捷的找到优质货源，为商家提供海量匹配的询价单信息，获得更多曝光、快速达成交易，降低成本、提升盈利。

	付费方式	客户群体	权益
采购推广入驻	CPC竞价 CPT (规划中)	所有B类客户	优先展现
企业年费入驻	企业年费	TP	企业名片 服务认证 多样性展现

采购推广入驻

强曝光位置，优质商品通过广告入驻，点击计费模式，可以获得更好的排序和优先级

商品卡

实时竞价

点击直接外跳
商品详情页



shangji.baidu.com

厂家卡

实时竞价

点击跳转
商家店铺页面



b2b.baidu.com

专区

周期性竞价

点击直接外跳
列表页



b2b.baidu.com

销售策略梳理中，暂缓接入，待确认后下发

企业年费入驻

通过与百度联盟，百度权益输出到第三方平台的会员体系，由第三方平台打包成自己会员权益进行售卖

企业名片&认证服务

爱采购平台入驻

企业名片

百度认证



企业名片触发逻辑：
用户搜索厂家名称全称时

三、采购推广简介

- 产品优势

- 展现位置和样式

B2B采购推广投放优势——流量

流量增量：解决客户在SEO时排序不可控、SEM时流量遇到瓶颈的问题

痛点

SEO

- 流量获取和排序均不可控，优化手段单一
- 效果量化难，无从考核

SEM

- 流量瓶颈
- 竞争激烈，展现不稳定
- 投放流程复杂

B2B采购推广解决方案

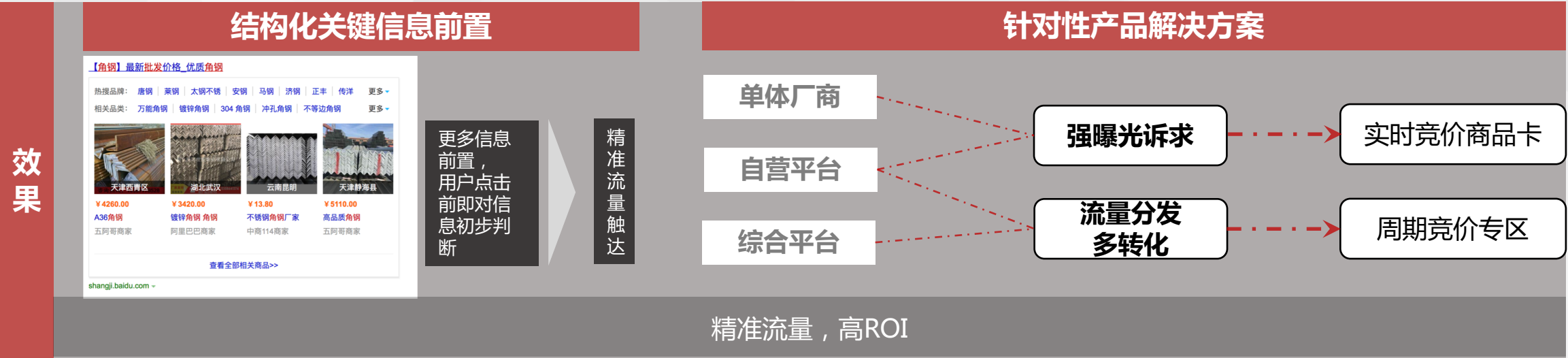
- ✓ 在满足相关性的前提下，允许通过出价表达来影响商品排序
- ✓ 基于商品属性智能触发，帮助囊括更多长尾流量的同时，实现用户query和商品的精准匹配
- ✓ 一站式平台投放和管理，满足广告主对数据监控和效果追踪的需求

- ✓ 补充进行自然流量上的增量挖掘
- ✓ 相关流量下，卡片（以多资源方聚合的方式）稳定展现
- ✓ 投放流程简单高效，不用进行创意配置

爱采购推广是客户在**自然流量**上获取到的**精准增量**

B2B采购推广投放优势——产品

智能化解解决客户「流量充分触达、商品充分竞价、管理简单高效」诉求，**提升客户ROI，投放效率高**



• 商品卡 （实时竞价）

展现位置和样式

展现位置和展现样式

商品卡方案

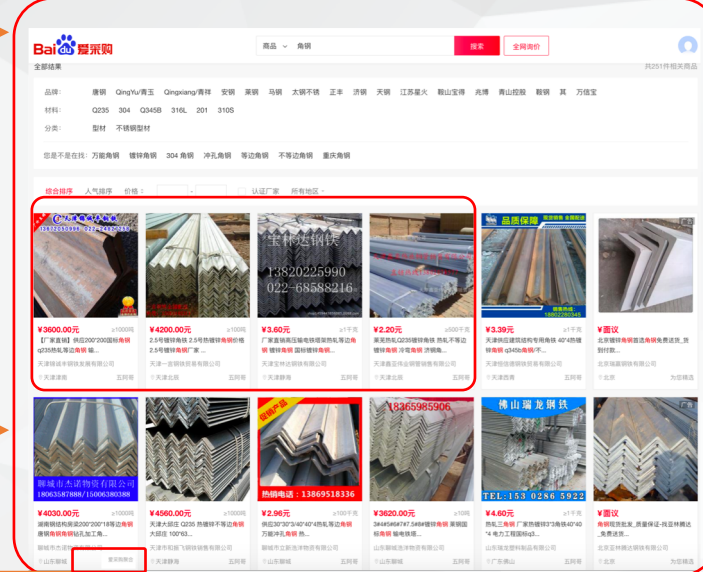
实时竞价：底价=1元（pc、wise相同）

PC端展现样式

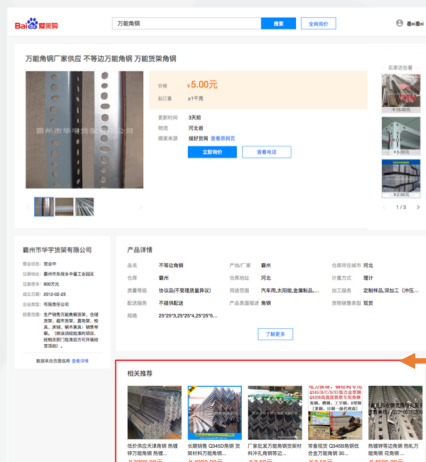
1、搜索结果页—多资源方商品卡



2、中间页—百度爱采购



3、自建详情页（爱采购聚合为自建落地页）



PC：

- 1、自然结果页首屏：1-4位（若第四位专区能覆盖则为专区）
- 2、中间页第1-4位
- 3、自建落地页相关相关推荐位（左图红框）

*注：为提升用户体验，自建详情页为全网抓取的优质自然结果呈现。

Wise端展现样式

1、搜索结果页—多资源方商品卡



3、自建详情页



2、中间页—百度爱采购



WISE：

- 1、自然结果页：1-3位
- 2、中间页：第1、2位
- 3、自建落地页相关推荐

- 专区 （周期性竞价）
- 厂家卡 （实时竞价）

专区：已正常售卖，周维度拍卖：每周二4点前落槌，周三0点上线，到下周二24点下线为一个展现周期

展现位置和展现样式

专区方案

周期性竞拍：底价pc=2.1，wise=1

准入规则

竞拍规则

- 1、按位置竞拍
满足相关性前提下，价高者出
- 2、周期性竞价：每周二下午16点落槌

物料要求

- 1、接入物料数量>100（暂行）
- 2、searchWiseUrl和searchPcUrl必填
分别为客户移动端/pc端商品列表页的URL地址

投放说明

- 1、不支持分商品组投放
- 2、Pc / Wise可分开竞拍

推广计划	投放状态	日预算	展现量	点击量	消费量	点击率	平均点击价格	当前成交价	操作
Wise-B2B-专区竞价_1...	未投放	5,000	--	0	¥0	--	¥0	¥1	竞拍管理 物料管理/商品组管理
PC-B2B-竞价专区-周维...	未投放	5,000	--	0	¥0	--	¥0	¥2.1	竞拍管理 物料管理/商品组管理

展现样式

挖掘机 - 优质商品价格 - 百度爱采购

热搜品牌: YiShuo/翎硕 | Komatsu/小松 | 玉柴 | Hitachi/日立 | 各种品牌 | 更多



山东济宁

¥7.26万

二手挖掘机 庆安厂家供货QAW-15 1.5...



山东泰安

¥7.00万

小型挖掘机 小型挖掘 机厂家直销 华...



山东济宁

¥52.00万

二手挖掘机 官方直供 Shantui/山推SE...



约¥2000.00元

【专区】阿里巴巴挖掘 机

商品区

查看全部相关商品>>

专区

b2b.baidu.com

小型激光切割机 - 优质商品价格 - 百度爱采购



Bodor-环保型激光切割机-切割速度快无挂渣

¥2.00万 济南高新区新大街... 济南邦德股份有限公司



供应眼镜行业大汉5050小型激光切割机

¥28.00万 广东东莞 东莞市大汉激光机械设备有限公司




中商114小型激光切割机 专区


约¥5000.00元

1688 阿里巴巴


挖掘机




¥1950.00




¥200.00




¥140.00




¥140.00




¥1950.00



¥200.00



¥140.00




¥140.00


点击直接进入客户列表页

1688 阿里巴巴


挖掘机




¥200.00



¥200.00



¥2400.00



¥2400.00

展现位置和展现样式

厂家卡方案

实时竞价，投放商品卡时若填写对应字段则默认展现（预计5月上线）

PC端展现样式

1、搜索结果页—多资源方列表页

印刷机厂家_最新商品批发_百度采购

济南印刷机械加工定制有限公司

主营产品：我公司专业设计、生产食品加工机械、各类生产线等配件。代理意大利Elettra橡皮布自动清洗系统。代理德国IST原装UV灯及原装IST配件。

山东济南 3000次浏览

慧聪网

青岛印刷机械加工定制有限公司

主营产品：我公司专业设计、生产食品加工机械、各类生产线等配件。

山东青岛 3000次浏览

阿里巴巴

淄博市耕茂科技发展有限公司

主营产品：我公司专业设计、生产食品加工机械、各类生产线等配件。多年来，我们长期分纸机、印刷机、贴标机、切管机、封盖机、纸管生产全套设备，印刷分切烘干一次成...

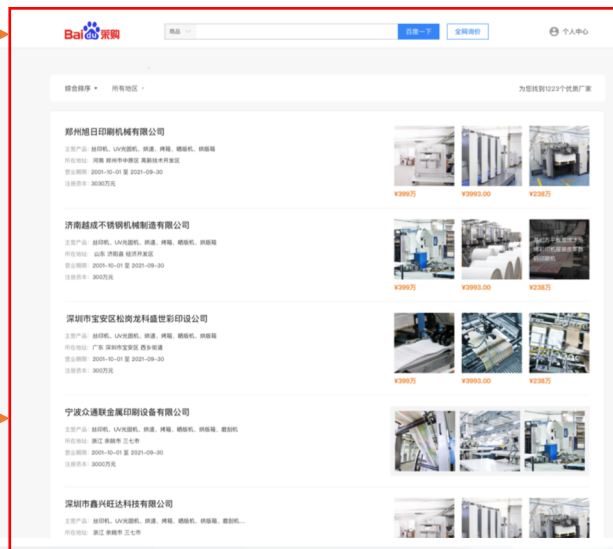
山东淄博 3000次浏览

慧聪网

查看全部厂家>>

b2b.baidu.com

2、中间页



Wise端展现样式



厂家卡准入规则：

厂家名称同工商营业执照上名称完全一致

【物料要求】

- shopName字段填写需与工商营业执照上名称完全一致
- Homepage、pcHomepage、creditcode必填
分别为广告主移动端/pc端店铺首页地址

附录一、商品中心介绍

● 基本概念

● 商品中心对接流程

基本概念

什么是商品中心？

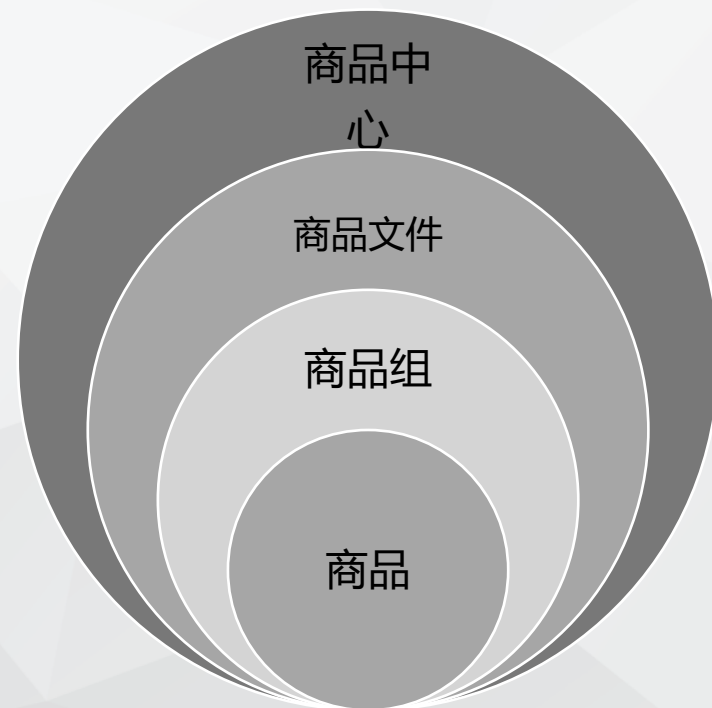
商品中心是广告主用于管理其所推广商品或服务的一个数据仓库，其存储的数据包含图片、落地页、各种标签字段（如品牌、价格、库存、尺寸大小、地址等），数据以结构化方式存储。



商品中心

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。

商品中心平台地址：product.baidu.com



【正确理解商品中心是投放好阿拉丁B2B采购推广的基础】

对接流程

1、凤巢账号登陆商品中心平台 (product.baidu.com)



2、新建B2B商品文件



Excel模版对接选择手工填写上次
Xml模版对接选择自动文件对接

3、确认对接方式



4、选择并下载模板



请注意：
选择所属行业和下载行业模版时请务必选择“零售电商-B2B”

5、线下开发商品文件 (提取xml文件地址)

请注意：
对有“若投放爱采购，则必填”注释说明的字段，请务必填写，否则影响商品展现。

6、上传并进行数据诊断



更多问题请登陆百度营销中心：http://yingxiao.baidu.com/new/home/product/product/id/90?ly=product_union_three

『商品中心对接及相关问题』HI群：1570901

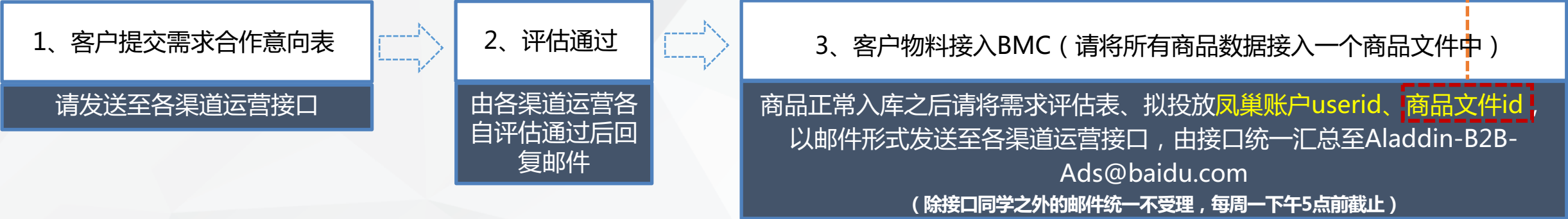
附录二、业务端投放操作

- 投放白名单
- 账户层级总览
- 账户搭建

投放白名单开通流程——商品卡

广告主访问入口：百度推广一站式---阿拉丁推广---采购推广（白名单邀请制）

阿拉丁&采购推广 新竞价系统白名单开通流程



<input type="checkbox"/>	商品文件 ID	商品文件名称
<input type="checkbox"/>	1577673	

价格字段白名单测试

5、客户在一站式后台“推广产品 全部”中，通过“阿拉丁推广”的线上协议。即可看到入口进行账户搭建&商品投放

自商品入库至搭建账户投放至线上需24h

百度搜索推广

信息流推广

阿拉丁

4、PM添加业务端投放白名单（每周二统一开通）

开通完成后会统一回复邮件

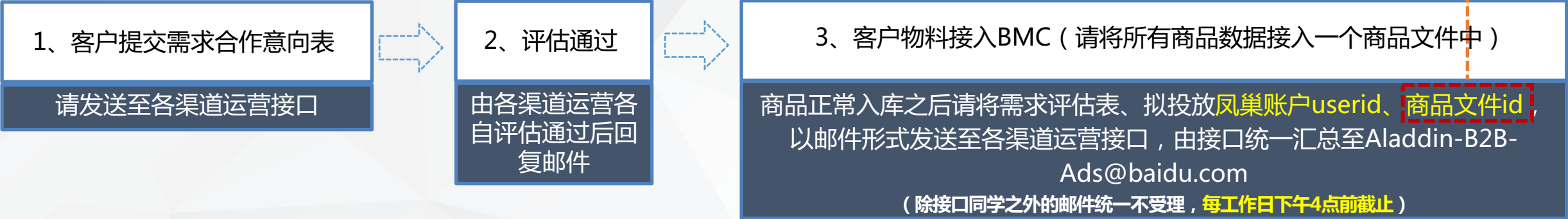
投放白名单开通流程——商品卡（ 5.15号开始-6.5截止，工作日维度开通 ）

广告主访问入口：百度推广一站式---阿拉丁推广---采购推广（白名单邀请制）

阿拉丁&采购推广 新竞价系统白名单开通流程

<input type="checkbox"/>	商品文件 ID	商品文件名称
<input type="checkbox"/>	1577673	

价格字段白名单测试



5、客户在一站式后台“推广产品 全部”中，通过“阿拉丁推广”的线上协议。即可看到入口进行账户搭建&商品投放

自商品入库至搭建账户投放至线上需24h

百度搜索推广

信息流推广

阿拉丁

4、PM审核准入行业及网站，并对**审核通过**的客户添加业务端投放白名单

当天开通完毕，只会对审核不通过的回复邮件说明情况，其余默认全部已开通成功，不再逐一回复

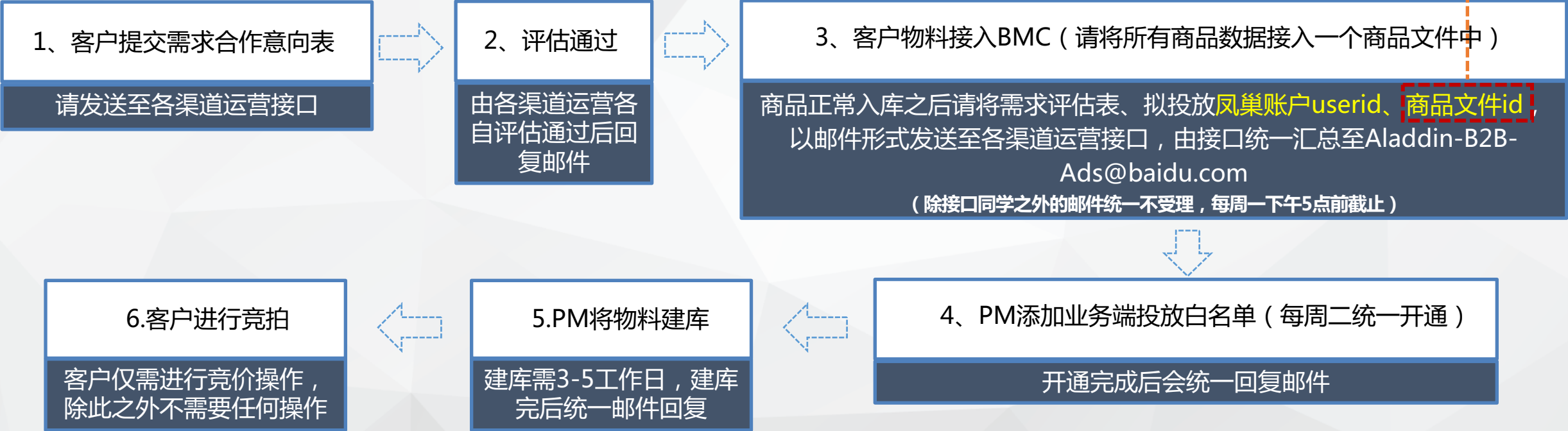
投放白名单开通流程——专区

广告主访问入口：百度推广一站式---阿拉丁推广---采购推广（白名单邀请制）

阿拉丁&采购推广 新竞价系统白名单开通流程

<input type="checkbox"/>	商品文件 ID	商品文件名称
<input type="checkbox"/>	1577673	

价格字段白名单测试



投放入口



B2B 采购推广专区投放入口

【展现位置】

爱采购频道的专区位置

【说明】

在对应计划的“竞拍管理”进行出价。每周二16点落槌，当晚0点更新。

B2B 采购推广竞价系统投放入口

【展现位置】

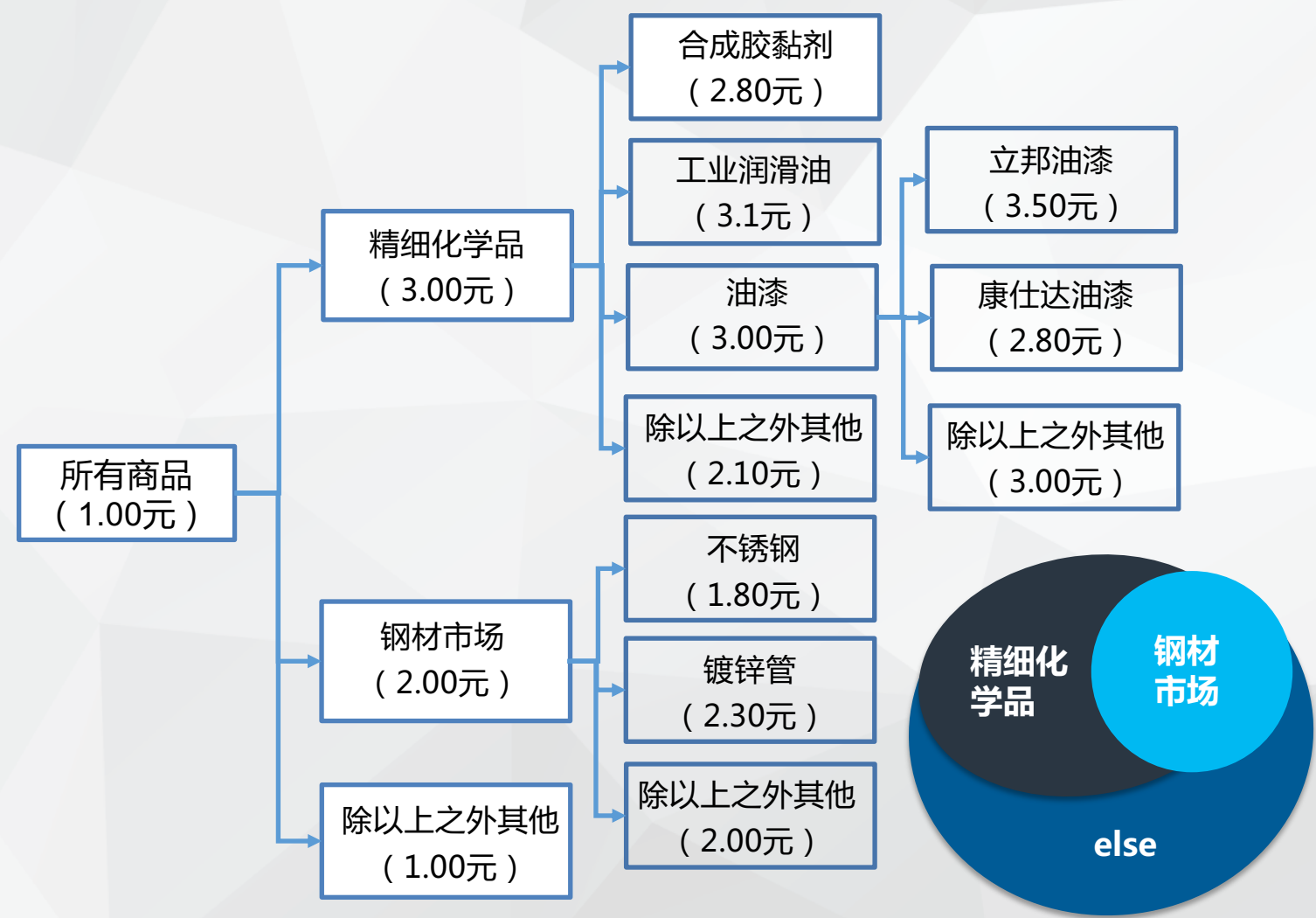
爱采购频道所有的实时竞价位

【说明】

广告主按照操作文档分商品组出价自主投放，计划层级最低预算100元

海量商品智能投放

商品组结构（支持细分8个层级）



基于商品组的投放与管理

你在卖什么，你就推广什么——把营销推广与商品直接挂钩！

1、轻松的商品筛选

- ✓ 按品类筛选
 - ✓ 按品牌筛选
 - ✓
- 根据商品属性
轻松筛选成组

2、灵活的商品出价

- ✓ 手工出价
 - 自动出价
- 细分商品组
灵活设定出价

3、丰富的商品报表

- ✓ 商品维度
 - ✓ 商品组维度
 - ✓ 单元维度
 - ✓ 商品计划维度
- 多维度报表
管理推广效果

账户搭建-新建计划

新建推广

1 设置推广计划

2 设置推广单元

推广计划设置

商品库



109671546 - PC Store

选择一个 Baidu Merchant Center 帐号，以便在此广告系列中宣传该帐号中的产品

计划名称

请输入计划名称

预算

输入您希望平均每天花费的金额

您每月的实际支出不会超过每日预算与一个月平均天数的乘积。有些天的实际支出可能低于每日预算

设备

在默认情况下，广告将展示在所有符合条件的设备上

默认使用现有BMC和广告业务
账号绑定关系

最低日预算100元

账户搭建-新建单元

新建推广

✓ 设置推广计划

2 设置推广单元

设置推广单元

一个推广单元包含一个或多个商品组。创建完推广单元后，您可以使用商品组来设置具体出价。

单元名称

请输入单元名称

出价 ②

¥ 出价

保存

取消

新建单元后，系统默认生成一个以单元出价为点击价格的全量商品组

● 已启用

状态：有效

计划> 单元

过去 7 天 2018年 12月 18日 - 24日

点击次数

无

展开

2

1

0

2018年12月18日

2018年12月24日

启用

暂停

全选	商品组	每次最高点击价格	状态	展现	点击	总费用	点击率	平均每次点击费用	平均产品价格
<input type="checkbox"/>	所有商品 +	¥ 2.00	启用						

账户搭建-管理商品组

细分商品组并分别设置出价，
最多支持8个层级（细分7次）

启用

暂停

筛选条件

层级

商品组

每次最高点击价格

状态

展现

点击

总费用

点击率

平均每次点击费用

平均商品价格

一级层级

二级层级

三级层级

四级层级

五级层级

六级层级

七级层级

八级层级

category

subCategory

thirdCategory

brand

productId

condition

salesChannel

<input type="checkbox"/>	▼ 所有商品	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	▼ 仪器仪表	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	试验机	<input type="checkbox"/>	2.00	启用						
<input type="checkbox"/>	▼ 光学仪器	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	▼ 放大镜	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	▼ Olympus/奥林巴斯	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	▼ (N1)系列 MD镜头...	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	全新	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	线上渠道	<input type="checkbox"/>	4.00	启用						
<input type="checkbox"/>	"全新"中的其他所有商品	<input type="checkbox"/>	2.00	暂停						
<input type="checkbox"/>	"(N1)系列 MD镜头..."中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	1.00	启用						
<input type="checkbox"/>	"Olympus/奥林巴斯"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	0.50	启用						
<input type="checkbox"/>	"放大镜"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	0.50	启用						
<input type="checkbox"/>	"光学仪器"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	1.00	启用						
<input type="checkbox"/>	"仪器仪表"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	0.50	启用						
<input type="checkbox"/>	家用电器	<input type="checkbox"/>	4.00	启用						
<input type="checkbox"/>	运动装备	<input type="checkbox"/>	-	-						
<input type="checkbox"/>	骑行用品	<input type="checkbox"/>	3.60	启用						
<input type="checkbox"/>	"运动装备"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	0.80	暂停						
<input type="checkbox"/>	"所有商品"中其他所有商品	<input type="checkbox"/>	1.00	暂停						

细分商品并出价

时间范围: 2018年 12月 18日 ~ 24日

"所有商品"的筛选条件

一级分类

搜索

已选择1项

最高点击价格

全部清除

☒ 商品组

商品数量

排序

随机

☒ 仪器仪表

包含商品数量: 496,999

☐ 家用电器

包含商品数量: 699,232

☐ 运动装备

包含商品数量: 32,129

☐ 照明工业

包含商品数量: 1,293,232

☐ 女装

包含商品数量: 5,162,129

☐ 办公文教

包含商品数量: 112,129

☐ 纺织皮革

包含商品数量: 2,129

仪器仪表

¥ 1.99

保存

取消

分端分地域功能设置

如果你要分地域投放：

请在商品文件对接时，按需对应填写这三个字段。

推广省份/targetProvince	推广城市/targetCity	推广商圈/targetRange
---------------------	-----------------	------------------

如果你PC / 移动端管理：

在单元层级可选择投放设备的出价，或选择【不推广】

账户名: >

状态: 用户正常生效

账户余额: ¥.

推广单元

投放设备

搜索词

否定搜索词

层级: 推广计划、推广单元

2019-03-24 ~ 2019-03-24

设备	层级	添加到	出价调整	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格
手机	推广单元		-	--	0	0	--	0
计算机	推广单元		-	--	0	0	--	0
手机	推广计划		-	--	0	0	--	0
计算机	推广计划		-	--	0	0	--	0

共 4 条 每页条数 30 1 < >

示例：若单元出价设为10.00元，单元计算机出价调整为+10%，则此单元在计算机出价为11.00元。

若单元出价设为10.00元，单元计算机出价调整为-10%，则此单元在计算机出价为9.00元。

出价调整

提高

0 %

提高

不推广

整，请将此字段留空。

保存

取消

否定词添加&监控配置

如果你要设置监控代码：

在商品组中，点击【设置】，即可设置监控代码。

账户名：>>>

状态：用户正常生效 账户余额：¥

商品组

投放设备

搜索词

否定搜索词

设置

设置监控代码 ?

选填，最终到达网址后缀，示例:param=value

保存

重置

如果你有不希望某些词触发你的广告：

在单元层级，可添加【否定搜索词】，目前只支持**精准检索词**。添加否定搜索词时，请输入完整的检索内容

账户名：>>>

状态：用户正常生效 账户余额：¥

推广单元

投放设备

搜索词

否定搜索词

+否定搜索词

否定搜索词	匹配模式	层级	添加到	操作
暂无搜索词数据				

共 0 条 每页条数 30 < >

如何使用监控代码

(1)添加自定义跟踪字段，自定义名称=自定义值，用“&”连接所有需要添加的代码。

(2)添加阿拉丁投放相关指标：自定义名称=(监控代码)，用“&”连接所有需要添加的代码。如{productid}返回值为触发商品的ID，为方便可命名为“shangpin”，则该监控代码可写作“shangpin={outerid}”。该名称主要用于url快速理解，可根据个人需要自定义。

?utm_campaign={planid}&utm_adgroup={unitid}&utm_source=baidu_zcsf&utm_medium=cpc

注：链接和监控代码之间可以用“?”分割。但在动态商品广告商品计划中，“?”在模板url+监控代码中最多只能出现一次，且在使用“搜索词模板”投放时，监控中暂不支持{keyword}、{keyword_utf8}这两个监控代码。

关闭

目前支持以下两种模式监控：

- 添加自定义跟踪字段，自定义名称=自定义值，用 “& ”连接所有需要添加的代码。
- 添加阿拉丁投放相关指标，目前支持以下几个维度：

{userid}账户ID

{planid}计划ID

{unitid}单元ID

{outerID}商品ID

实时消费 / 搜索词报告 / 商品报告查看

实时消费数据：

支持「计划层级」「单元层级」实时展现 / 点击 / 消费数据查看，并支持数据报表下载

dg92	账户名: dg92
> pause_psid	状态: 用户正常生效 账户余额: ¥999998527.32
> test1	
> abc	
> 设备追踪plan	
> 测试	
> 否定词关联	
> 溢价计划	
> QA测试否定词管理	
> 预算提线	
> QA测试监控代码	
> faew	
> 测试-设备w	
> QA测试否定词上限	

推广计划	计划	2019-03-18 ~ 2019-03-18	可下载数据报告
推广单元	新建计划	搜索推广计划名称	实时数据展现
搜索词	计划名	状态	最新提线
搜索词报告	展现	点击	消费
	点击率	平均点击价格	日预算
	操作		
	pause_psid	有效	未提线
	test1	有效	未提线
	abc	有效	未提线
	设备追踪plan	有效	未提线
	测试	有效	未提线
	否定词关联	有效	未提线

商品报告数据：

可在「单元层级」查看该单元下绑定商品的商品报告数据

账户名: dg92 > 设备追踪plan > test1-设备追踪update_time

状态: 用户正常生效 账户余额: ¥999998527.32

客户可根据该数据对商品投放进行优化
例如圈出高毛利商品进行高溢价出价

商品组

投放设备

搜索词

搜索词报告

否定搜索词

设置

商品报告

2019-05-05 ~ 2019-05-05

下载数据报告

可查看商品投放数据

商品ID	商品名	日期	推广计划	推广单元	展现	点击	消费	平均点击价格	点击率
100									

搜索词报告数据：

支持「账户层级」「计划层级」「单元层级」搜索词报告展现 / 点击 / 消费数据查看，并支持数据报表下载

- 「计划层级」数据查看操作如下，客户可查看搜索词相关展现 / 点击 / 消费数据，对于不希望展现自己广告的搜索词，可用「否定词添加」功能进行否定关联。

账户名: dg92

状态: 用户正常生效

账户余额: ¥999998527.32

点击下载报告

推广计划

推广单元

▼ 搜索词

搜索词报告

展示账户所有计划搜索词

对于不希望展现自己广告的搜索词, 可用「否定词添加」功能进行否定关联

2019-05-06 ~ 2019-05-06

下载搜索词报告

搜索词	日期	推广计划	推广单元	展现	点击	消费	平均点击价格	点击率
test1-1	2019-05-06	测试计划	新区竞价	4	1	1.02	1.02	25.00%
12112	2019-05-06	测试计划	新区竞价	1	1	1.00	1.00	100.00%
123	2019-05-06	测试计划	新区竞价	1	1	1.02	1.02	100.00%
1235	2019-05-06	测试计划	新区竞价	0	1	1.02	1.02	0.00%
121	2019-05-06	测试计划	新区竞价	1	1	1.00	1.00	100.00%
12121	2019-05-06	测试计划	新区竞价	5	1	1.00	1.00	20.00%

可查看搜索词数据

更多常见问题答疑：

<https://dwz.cn/sNFNT0yi>



THANKS

期待您的加入！