

广告无处不在 拓展更多商机

百青藤投放



# 1 百青藤投放 功能介绍

功能全景 | 调起 | 媒体包 | 媒体定向管理

# 2 百青藤投放 投放操作指导

计划 | 单元 | 创意 | 数据报告

1

# 百青藤投放 功能介绍

## 2.1 产品功能全景

模块	分类	百青藤功能汇总
计划	推广对象	网站链接 APP下载 商品广告
单元	投放流量	默认流量 百青藤
	定向设置	人群包、意图、兴趣、基础定向等功能
		<b>精选媒体包、自定义媒体包</b>
	计费方式	CPC CPM OCPX
创意	样式	信息流（大图、三图、单图）、开屏、横幅、视频
	图片上传	1次上传多尺寸图片/自动裁切
数据报告		媒体ID维度转化报告
其他	其他	第三方监控 <b>deeplink应用唤醒</b> <b>应用直投</b>

## 2.1百青藤媒体支持创意尺寸汇总

	单图	大图	三图	大图视频		小图视频			竖版视频（白名单）		开屏	横幅
				视频图片	视频	视频图片	视频	封面	视频图片	视频		
尺寸	370*245 960*640	1140*640 600*300	370*245 960*640 600*300	1140*640	1280*720	370*245	1280*720	750*420	640*1140	720*1280	640*960 1080*1920	800*120 600*500
大小	200kb以内	500kb以内	200kb以内	500kb以内	码率： 520kpb 100M以内	200kb以内	码率： 520kpb 100M以内	500kb以内	500kb以内	码率： 520kpb 100M以内	500kb以内	200kb以内
格式	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png	MP4	jpg/jpeg/png	jpg/jpeg/png

备注：标红的表示主流尺寸

## 2.2百青藤-媒体ID维度转化报告

**媒体ID转化报告**：于一站式推广后台，推广报告--百青藤专项报告中，披露**分媒体ID维度的转化数据报告**。帮助广告主用最直观的方式优化广告效果。**通过数据分析，利用媒体屏蔽包功能，屏蔽表现略差的媒体。**

### 适配客户解析

客户类型	客户举例	建议媒体ID效果监测方式	优点	缺点
未做OCPC投放/考核后端效果的客户	Cpc投放、或考核后端订单、ROI的客户	对接媒体ID（见后面媒体ID对接方式）	广告主只要有监测能力，对接媒体ID后，可以分媒体ID查看各项转化效果	对广告主的监测能力有要求
做OCPC对接/考核前端效果的客户	如激活、表单提交	看媒体ID转化报告进行分析	百度根据OCPC回传的转化数据，帮助广告主与媒体ID做拼接，形成媒体ID维度数据报告，更加直观方便	只能监测到客户回传的转化数据

### 注意：

1. 利用自定义媒体包功能，进行媒体ID打包。自定义媒体包功能需要小流量申请
2. 使用媒体ID转化报告，**建议多进行数据积累，分析多天转化数据，来判定媒体的适配性。**

## 2.2媒体ID对接方式（先开媒体ID定投白名单）

**功能介绍：**URL通配符功能是指广告主在创意的推广URL和点击监测URL中插入媒体ID通配符标识，当广告被点击时，该通配符标识会被相应的媒体ID替换，从而帮助广告主对不同媒体ID带来的转化效果进行追踪与分析。

通配符	使用说明
{{MEDIA_ID}}	被替换为所点击的媒体ID，媒体ID为数字字符串格式

### 举例说明：

- 原创意的推广URL或点击监测URL为<http://www.abc.com>
- 添加了通配后的URL如下：[http://www.abc.com/?&UNIT\\_ID={{UNIT\\_ID}}&PLAN\\_ID={{PLAN\\_ID}}&MEDIA\\_ID={{MEDIA\\_ID}}](http://www.abc.com/?&UNIT_ID={{UNIT_ID}}&PLAN_ID={{PLAN_ID}}&MEDIA_ID={{MEDIA_ID}})
- 点击后，被实际参数替换后的URL为：[http://www.abc.com/?&UNIT\\_ID=12345678&MEDIA\\_ID=100067](http://www.abc.com/?&UNIT_ID=12345678&MEDIA_ID=100067)

### 注意事项：

- 通配符填写严格要求大写，例如输入符号{{media\_id}}，将不能实现参数替换。
- 提交错误通配符，将不予以参数替换。
- 在添加URL通配符时，需自行保证URL连通性。

## 2.2 媒体ID使用说明：如何填写媒体ID的URL追踪参数

在推广落地页URL、ocpc联调URL、点击监测URL中，填写媒体ID的追踪参数，可以获取具体不同媒体ID的转化数据。

### CPC投放的客户：

- 在创意层级：可以通过勾选“URL追踪参数”自动在推广URL中添加媒体ID的追踪参数。也可手动在点击监测URL中添加媒体ID的追踪参数。



The screenshot shows a form titled "落地页信息" (Landing Page Information). It contains several input fields and a checkbox section. The "推广URL" (Promotion URL) field contains the text "www.baidu.com?&MEDIA\_ID={{MEDIA\_ID}}". Below it is a note: "请填移动端URL, 若无移动端URL请到商家号" (Please fill in the mobile URL, if there is no mobile URL, please go to the merchant number). The "调起URL" (Call URL) field contains "scheme示例:bainuo://tuandetail?tuand=223". The "点击监测URL" (Click Monitoring URL) field is empty. At the bottom, there is a section for "URL追踪参数" (URL Tracking Parameters) with four checkboxes: "创意ID" (Creative ID), "单元ID" (Unit ID), "计划ID" (Plan ID), and "媒体ID" (Media ID). The "媒体ID" checkbox is checked.

### OCPC投放的客户：

- 在联调链接中添加媒体ID的追踪参数，在单元层级绑定该转化追踪。

**注：**添加MEDIA\_ID字段后，如果投到其他流量位置，那么该字段返回0.



## 2.2 媒体id报告

进入一站式推广后台，推广报告-百青藤专项报告中，点击**媒体ID**，通过**自定义列**，勾选想要查看的数据。

详细数据

媒体分类 媒体包 **媒体ID** 自定义列 ↓ 下载 → 发送

默认 | 添加全部

属性  账户

基础指标  媒体ID  展现  点击  点击率

平均点击价格  千次展现消费

落地页转化

表单提交成功量  表单提交成功成本  表单按钮点击量  订单提交成功量

订单提交成功成本  表单唤起按钮点击量  有效咨询量  有效咨询成本

高质量咨询量  高质量咨询成本  咨询按钮点击量  电话按钮点击量

注册量  注册成本  申请量  申请成本

授信量  授信成本

APP转化

APP激活量  APP激活成本  注册量  注册成本

付费量  付费成本

确定 取消

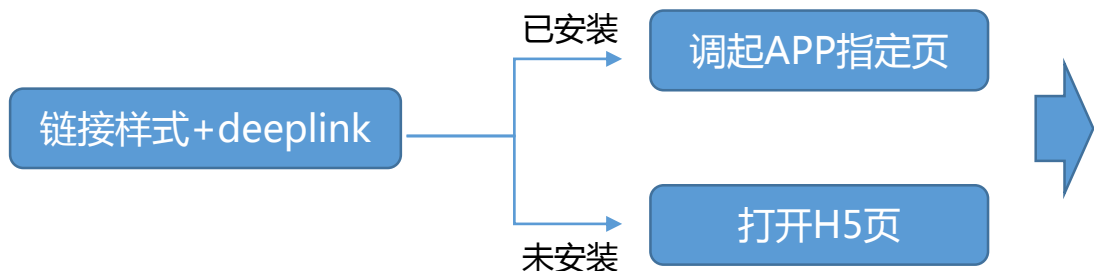
千次展现消费 ↓

9  
6  
4  
4  
1  
0  
4  
1  
1  
1  
4  
3  
2  
5  
2

# 2.3百青藤-deeplink应用唤醒功能介绍

**适配客户：**针对已安装某 APP 的老用户，进行重新唤醒的投放需求。

## 一、计划层级选择网站链接



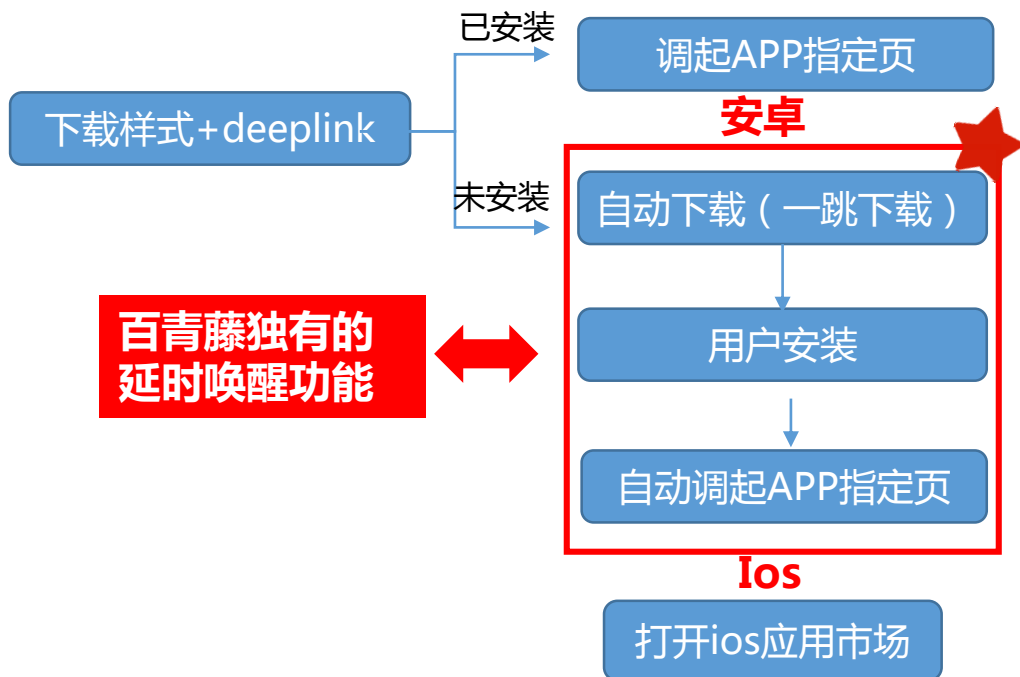
计划层级



创意层级



## 二、计划层级选择下载



计划层级



创意层级



## 2.3.1百青藤-deeplink应用唤醒投放建议

- **投放诉求**：高调起率
- **投放建议**：仅支持调起媒体+APP偏好

### 账户配置方法：

Step1：单元层级，版位信息处**勾选**“仅投放至允许调起媒体”

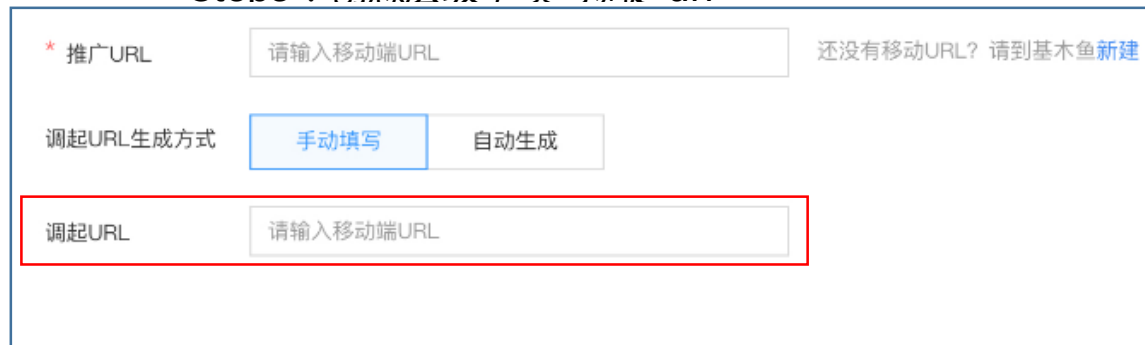


Step2：单元层级，app偏好定向：选择自定义。



可选APP	全选	已选APP (3/10)	清空
搜索app分类名称	Q	选项01	×
选项01	<input type="checkbox"/>	选项02	×
选项02	<input type="checkbox"/>	选项03	×
选项03	<input type="checkbox"/>		
选项04	<input type="checkbox"/>		
选项05	<input type="checkbox"/>		

Step3：创意层级，填写调起url



\* 推广URL  [还没有移动URL? 请到基本鱼新建](#)

调起URL生成方式

调起URL

注：

1. 使用APP偏好的用户，也可申请嗅探白名单。嗅探为实时监控用户是否安装广告主app，可帮助提升调起率。申请方式：各单位联系接口人统一开通。开通后，后台继续用APP偏好的方式投放，并无区别。

## 2.3.2百青藤-deeplink应用唤醒投放建议

- **投放诉求**：主要为拉新客，但是又希望用老客来平成本。
- **投放建议**：不勾选“仅投放至允许调起媒体”，也不做app自定义（如关注激活，可在下载样式下，用deeplink调起）

### 账户配置方法：

Step1：单元层级，版位信息处**不勾选**“仅投放至允许调起媒体”

流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围 默认 百青藤 自定义

定向设置 导入已有定向包

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

仅投放至允许调起的媒体

智能媒体优化

地域 不限 省市

Step2：单元层级，app偏好定向，**不做自定义选择**。

操作系统 不限 IOS Andriod 计算机

APP行为 不限 APP分类 自定义

Step3：创意层级，填写推广url和调起url

\* 推广URL 请输入移动端URL 还没有移动端URL? 请到基本鱼新建

调起URL生成方式 手动填写 自动生成

调起URL 请输入移动端URL

## 2.4 应用直投

- **使用条件**：客户必须使用**点击归因**，且app必须在对应应用商店上架
- **定义**：通过应用商店直投功能，可实现跳转到手机的应用商店并进入该应用详情页，直接进行下载并且安装。  
(应用商店直投，又称商店url\_schema功能)
- **应用商店直投的优势**：明显缩短转化路径，提高转化率，降低转化成本；
  - 1、跳转到应用商店app详情页时点击下载，**下载+安装同步完成**，等待时间更短，流失率更低；
  - 2、同时支持下载链接和落地页两种方式；
  - 3、优先跳转对应手机系统应用商店安装详情

➤ 原下载链路：**多次确认安装，耗损用户达20%以上。人群越下沉，耗损比例越高。**

1、展示广告开始下载 → 2、确认是否允许安装 → 3、确认安装、提示去手机应用商店安装 → 4、继续安装 → 5、安装完成，打开APP

➤ 应用商店直投下载链路：

1、展示广告开始下载 → 2、跳转手机应用商店，点击开始安装 → 3、静默安装，打开APP



**视频播放：某客户应用直投应用实例**

## 2.4 应用直投

### 应用直投业务端配置

操作系统

投放方式

\* 推广应用  极速下载上传

应用商店直投

\* 应用商店URL

- 1、推广对象选择“应用下载(ios)”或应用下载(Android)
- 2、勾选应用商店直投
- 3、填写“应用商店链接”URL，不填写则默认不采用应用商店直投，填写则参与直投。

- 应用商店链接即厂商应用市场openurl，填写后优先从应用市场进行下载，目前只支持百青藤流量。示例：market://details?id=XXX，其中XXX为应用包名
- 建议：因为填写的“应用商店链接”只有一个，建议广告主在各方应用商店的包名保持一致，**如果包名不一致或者链接不一致，需要拆分计划分别投放**。目前三星手机的应用商店链接和国内其他（华为、小米等）的应用商店链接不一样，如果要同时覆盖三星、华为等，至少需要2个不同的计划

- 使用方式：白名单机制，请沟通各运营单位接口人统一申请。
- 申请邮件名称：百青藤应用直投申请—xx客户；
- 邮件内容：

账户名	账户id

- 收件人：cpo-bqt@baidu.com

## 2.5 媒体包管理工具

对消费到达一定规模的广告主，提供**媒体ID维度的转化效果**明细数据，辅助其**筛选百青藤的媒体流量**，从而提升其广告在百青藤上的投放效果。

### 有效使用媒体包管理工具的建议

准确接入OCPX的效果转化数据，衡量投放效果

#### 媒体定向包

- 根据账户投放数据，筛选后端转化效果高于预期的媒体ID进行定投打包，获取更多优质流量
- **建议:** 尽量多选取媒体ID（10个以上）生成媒体定投包，媒体ID数量过少影响计划起量

#### 媒体屏蔽包

- 根据账户投放数据，筛选后端转化效果低于预期的媒体ID进行屏蔽
- **建议:** 单个广告位转化数量到达一定量级（50个以上）后，再对该媒体ID进行屏蔽。

注：

1) 媒体流量筛选需要一定量级的转化数据积累，为了避免广告主在缺乏足够数据积累时进行筛选造成的潜在损失，该功能需要单独申请开通权限。

2) 媒体包管理工具基于效果转化数据进行，效果数据上报是否准确将显著影响工具使用效率

## 2 百青藤投放 投放指导

计划 | 单元 | 创意 | 数据报告 | 媒体定向管理工具



# 账户结构

## 原生四层账户结构对应可操作项



# 3.1 登录账户

➤ 登录：www2.baidu.com，输入百度推广的账户名、密码登录，选择“信息流推广”卡片，进入“竞价广告”

The screenshot shows the Baidu Advertising account center. At the top, there are navigation tabs: 首页 (Home), 账户中心 (Account Center), 财务中心 (Finance Center), and 客户端下 (Client Download). Below the navigation, the user's profile is displayed: Hi, searchlab, with a current credit rating of V and a promotion balance of 0. There are buttons for 账户充值 (Account Recharge) and 预算设置 (Budget Settings). The main content area shows promotion products and total data: 推广总数据 (Promotion Total Data) with 总消费: 0 (Total Consumption: 0), 总点击: 0 (Total Clicks: 0), and 总展现: 4523 (Total Impressions: 4523). Below this, there are two main sections: 搜索推广 (Search Promotion) and 信息流推广 (Information Stream Promotion). The 信息流推广 section has an '进入' (Enter) button highlighted with a red box.

This screenshot shows the '竞价广告' (Auction Advertising) page. It features a header with '竞价广告' and two tabs: '效果导向' (Effect-oriented) and '自主投放' (Self-serve). The main text describes auction advertising as multi-dimensional targeting, real-time bidding, and precise targeting of potential audiences. It also mentions flexible operation for targeting, bidding, and creative optimization. A '进入' (Enter) button is highlighted with a red dashed box, and an arrow points from the '进入' button in the previous screenshot to this one. There is also a '产品介绍' (Product Introduction) button.

## 3.2 新建计划-网站链接

- 点击“新建计划”，选择营销目标；
- 进行计划设置：预算、推广日期、推广时段，选择投放方式等

### 新建推广计划

营销目标 ② 为您的推广计划设置营销目标，系统帮您找到达成该目标最佳的产品功能，帮您节省广告制作时间并制作更出色的广告。

网站链接

应用下载

商品目录

电商店铺

门店推广

小程序

计划设置 导入已有计划设置

预算  不限  自定义

推广日期  不限  自定义

推广时段  不限  自定义

投放方式  标准  平衡投放  展现优先

\* 计划名称   
请输入计划名称

### 投放方式说明

#### 适用百青藤的营销目标：

网站链接、应用下载、商品目录、电商店铺

- **标准投放**：您的预算在设定的投放时段内根据实际的流量分布消耗，当遭遇流量波动时候，预算容易在您设定时段结束前撞线
- **均衡投放**：我们会优化您的广告投放，让您的预算在设定的投放时段内较为均衡地消耗
- **优先跑量**：我们会优化您的广告投放，在现有的流量机遇中使您的广告尽快曝光，及早获得充分的流量

## 3.2 新建计划-应用下载

选择百青藤媒体投放安卓APP下载时，同时支持：1) “应用来源”中“选择应用”；2) “下载链接”中填写推广链接为.apk结尾的下载链接，示例：[https://package1.ljcdn.com/hd\\_8.apk](https://package1.ljcdn.com/hd_8.apk)

新建推广计划 所属账户: searchlab

推广计划 营销目标 为您的推广计划设置营销目标，系统帮您找到达成该目标最佳的产品功能，帮您节省广告制作时间并制作更出色的广告。

营销目标

网站链接 应用推广 商品目录 电商店铺 门店推广 小程序

操作系统 Android iOS

应用来源 选择应用 下载链接

\*推广应用 请选择 还没有推广应用？请到极速下载上传

计划设置 导入已有计划

预算 不限 自定义

推广日期 不限 自定义

推广时段 不限 自定义

投放方式 标准 平衡投放 展现优先

\*计划名称 应用推广\_计划eRG\_4\_15\_11:1

保存并继续 取消

应用来源说明：

### 1. 选择应用

推荐到基木鱼“极速下载”上传包

### 1. 下载链接

1) 系统可以通过下载URL自动解析出包名和应用名称，客户无需手动填写

2) 下载链接支持投放短链；

3) 下载链接，Android操作系统仅支持.apk结尾的下载链接，如：[https://package1.ljcdn.com/hd\\_8.apk](https://package1.ljcdn.com/hd_8.apk)

# 3.3.1 新建单元-选择投放流量/定向

流量选择

填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围

默认

百青藤

自定义

投放范围选择『百青藤』

定向设置

导入已有定向包

媒体定向

不限

精选媒体包

自定义媒体包

定向逻辑

可选媒体包(20)

全选

已选媒体包(3/10)

清空

爱奇艺

快手

资讯行业包

工具行业包

表单优质媒体

手机厂商包

爱奇艺

×

快手

×

手机厂商包

×

特色定向：媒体定向，其中自定义媒体包支持定向或排除

地域

不限

省市

年龄

不限

18岁以下

18-24岁

25-34岁

35-44岁

44-54岁

54岁以上

性别

不限

男

女

人生阶段

不限

未婚

已婚

孕期

育儿

学历

不限

高中及以下

大专

本科

硕士及以上

其它定向方式：

- 基础属性
  - 年龄性别
  - 地理位置
- 自定义人群
- 用户意图
  - 兴趣标签
  - 意图词
- 人群包
- APP行为
- 设备和应用环境

无内容定向（吧主题、文章分类）

# 3.3.1 新建单元-投放定向详解

➤ 单选百度百青藤媒体的情况下，可进行**精选媒体包**、**自定义媒体包**。其中自定义媒体包可进行媒体包的定向/屏蔽

流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围 默认 百青藤 自定义

投放范围选择『百青藤』

定向设置 导入已有定向包

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

媒体定向选择『精选媒体包』

定向逻辑

可选媒体包(20)	全选	已选媒体包 (3/10)	清空
爱奇艺	<input type="checkbox"/>	爱奇艺	×
快手	<input type="checkbox"/>	快手	×
资讯行业包	<input type="checkbox"/>	手机厂商包	×
工具行业包	<input type="checkbox"/>		
表单优质媒体	<input type="checkbox"/>		
手机厂商包	<input type="checkbox"/>		

爱奇艺：百青藤【精选媒体包】，可单独选择爱奇艺投放

- 适配客户：下载类客户，如游戏行业
- 调起功能：不支持deeplink调起
- 人群定向：不建议使用意图词定向以及兴趣定向
- DMP人群：单投爱奇艺不支持自定义人群
- 投放地域限制：爱奇艺不支持北上广投放

适合下载推广：手机厂商包、快手等；

适合表单推广：手机厂商和表单优质媒体

媒体定向 不限 精选媒体包 自定义媒体包

媒体定向选择『自定义媒体包』，可进行媒体包的定向/屏蔽

定向逻辑

定向 排除

排除媒体包(20)	全选	已选排除媒体包 (3/10)	清空
选项01	<input type="checkbox"/>	选项01	×

Ps：自定义媒体包白名单控制

## 3.3.2 deeplink 调起

- 对于投放老客户唤醒的广告主，建议勾选“**仅投放至允许调起的媒体**”，提升调起率。

流量选择 填写您的投放信息，保存单元后不可更改

投放范围

默认

百青藤

自定义

定向设置 导入已有定向包

媒体定向

不限

精选媒体包

自定义媒体包

仅投放至允许调起的媒体

智能媒体优化 ?



地域

不限

省市

仅投放至允许调起媒体：  
勾选后广告主会出现在允  
许调起的媒体上，如不做  
APP调起不建议勾选此项

## 3.4.1 新建创意-填写共用信息

➤ 进入新建推广创意层级，填写共用信息，该信息将生效于同一单元下的所有创意（开启独立推广信息除外）

品牌头像

[导入已有头像](#)

\* 品牌名称

请输入品牌名称

用户头像



尺寸：最小120px\*120px  
格式：JPG、JPEG、PNG格式  
大小：1024kb以内

落地页信息

\* 推广URL

请输入移动端URL

还没有移动URL? 请到[基木鱼新建](#)

调起URL生成方式

[手动填写](#)

[自动生成](#)

调起URL

请输入移动端URL

点击监测URL

请输入移动端URL

曝光监测URL

请输入移动端URL

URL追踪参数

[创意ID](#)

[单元ID](#)

[计划ID](#)

设置广告投放位置

投放版位

[不限](#)

[列表页](#)

填写普通H5落地页

Deeplink投放：

1.如果调起失败则进入推广URL的页面

2.单选百青藤情况下，所有广告主可见该入口

调起URL：请填写唤醒Schema，用于唤醒应用内目标页。示例：百度糯米的scheme：“bainuo：//tuandetail?tuanid=2230468”，可唤醒至百度糯米内某个团购的页面。

3.目前视频样式不支持调起url的功能，待后续升级

投放版位迁移到创意层级



# 3.4.2 新建创意-填写创意基础元素信息

## ➤ 选择创意样式，填写创意基础元素信息

创意列表 (2/175) 每种样式最多支持创建25条创意

单图 25	大图 25	三图 25	视频 50	开屏 2/25	横幅 25
-------	-------	-------	-------	---------	-------

选择创意样式，鼠标向右拖显示更多样式：横幅，

### 1 单图样式

复制已有创意

点击获取创意灵感

\* 创意名称: ② 单图4pR\_20\_3\_6\_18:51 20/60

\* 创意标题: ② 0/36

+ 日期 + 地域 + 年龄 查看更多通配符词包

\* 选择图片: ② 请输入关键词搜图, 如: 婚纱 2000万+免费图片快速搜索

尺寸: 960\*640 **HOT**  
370\*245  
大小: 200kb内  
格式: jpg/jpeg/png

没有合适的图? 使用慧图图片工具

+ 添加更多尺寸

\*不同尺寸将拆分为多个独立创意进行展现

同单元下创意名称不可重复

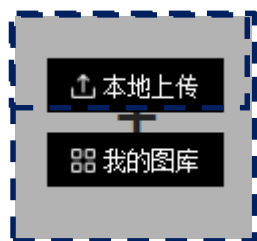


鼠标放在图位上, 系统根据业务特点为您推荐图片, 点击“应用”后, 直接裁切成HOT尺寸。也可点击本地上传, 或者“添加更多尺寸”进入图库页, 上传多尺寸图片。

提交一套物料, 动态适配, 降低客户门槛

## 3.4.3 新建创意-图片上传-本地上传

- 点击“本地上传”后，一次性可上传不超过10张图片，上传的图片可关联业务点，可用于之后的图片推荐功能
- 上传图片后点击“确定”，进入“我的图片”页，默认显示最新上传的图片，可在我的图片中进行自提图的选择
- 点击“取消”，则进入图库的“推荐图片”页，可在推荐图片中进行推荐图的选择



# 4新建创意-图片上传-图片裁剪

➤ 本地上传多尺寸图片后，点击“确定”，进入图库的“我的图片”页，可自动裁切，精准裁切

The screenshot shows the image upload and cropping workflow. On the left, a '待填充图像列表' (Image List to be Filled) shows four image thumbnails with their dimensions: 370x245 (7:1.49), 960x640 (3:2), 600x500 (6:5), and 800x120 (20:3). A red arrow points from the 960x640 image to the main interface. The main interface features a search bar with the text '请输入关键词搜图，如：婚纱' and a '搜索' button. Below the search bar are filters: '从新到旧排序', '不限来源', '不限尺寸', '不限审核状态', '不限图片状态', and '不限业务点'. A grid of image thumbnails is displayed, with the first one selected and its '原图' (Original) checkbox checked. A red box highlights the '不限来源' and '不限尺寸' filters. A red text box above the grid says '从百意迁移过来的物料，可选百意来源后分样式查看。'. A red text box below the grid says '点击图位后，选择右侧图片，勾选原图，则自动裁切成对应尺寸图片'. At the bottom left, buttons for '完成选择', '精确裁剪', and '取消' are visible. On the right, a smaller screenshot shows the '精确裁剪' (Precise Crop) dialog, where a yellow box highlights the image and another yellow box highlights the '应用裁剪' (Apply Crop) button. A red text box above this dialog says '点击精确裁剪，可手动调整图片'. At the top right, another screenshot shows the search results for '婚纱' with filters for '不限来源', '不限尺寸', '不限审核状态', '不限图片状态', and '不限业务点'.

# 3.5.1 查看投放数据-单元层级查看

## 推广单元

在推广单元的流量类型中新增“百青藤”，可查看报表中的展点消等数据。

勾选单元，可批量操作

流量类型展示新增百青藤

推广单元	状态	所属计划	流量类型	推广展位	展现	点击	消费	点击率	平均点击价格	单元质量分	出价(元)	自动优化	转化目标	目标转化量	目标转化成本	目标转化率	App激活量	操作
总计-3	-	-	-															
<input checked="" type="checkbox"/> 123	有效	测试图片	百度联盟媒体								CP C	1.00	未开启	-	-	-	0	编辑 删除 复制 一键诊断
<input type="checkbox"/> danxuan	有效	测试图片	百度联盟媒体	推广展位(1个)	0	0	0.00	0.00%	0.00	-	CP C	1.00	未开启	-	-	-	0	编辑 删除 复制 一键诊断

流量类型

- 优选流量
- 贴吧信息流
- 百青藤
- 百度信息流

确定 取消

# 3.5.2 查看投放数据-推广报告中查看

推广报告

推广报告—百青藤专项报告

The screenshot displays the Baidu Advertising management interface. At the top, there are navigation tabs: '推广管理' (Promotion Management), '推广报告' (Promotion Report), '资产中心' (Asset Center), '工具中心 NEW' (Tool Center), and '帮助' (Help). The '推广报告' tab is active.

On the left, a sidebar lists various report types: '账户报告' (Account Report), '计划报告' (Plan Report), '单元报告' (Unit Report), '创意报告' (Creative Report), '程序化创意报告' (Programmatic Creative Report), '定向分析报告' (Targeting Analysis Report), '对比分析' (Comparison Analysis), 'oCPX报告' (oCPX Report), '视频报告' (Video Report), '百青藤专项报告' (Baiqingfeng Special Report), and '小程序报告' (Mini-program Report). The '百青藤专项报告' is selected and underlined.

The main content area shows a dropdown menu for '百青藤专项报告' with the following options: '账户报告', '计划报告', '单元报告', '创意报告', '程序化创意报告', '定向分析报告', '对比分析', 'oCPX报告', '视频报告', '百青藤专项报告' (highlighted with a red dashed box), and '小程序报告'. Below the dropdown, there are filters for 'OS', '应用下载 (Android)', and '商品'. A message at the bottom right reads: '暂无数据或部分数据未识别, 请查看下方详细数据'.

# 3.6 媒体包管理工具-操作说明

## 第一步：工具入口

在信息流平台，选择工具中心-定向工具-百青藤媒体包管理，进入工具

The screenshot displays the Baidu Marketing Information Flow Promotion interface. The top navigation bar includes '推广管理', '数据报告', '资产中心', '工具中心', and '帮助'. The '工具中心' (Tool Center) tab is active, showing a grid of tool categories. The '定向工具' (Targeting Tools) category is expanded in the left sidebar, and the '百青藤媒体定向管理' (Baiqingfeng Media Targeting Management) tool is highlighted with a red box in the main grid.

推广管理	数据报告	资产中心	工具中心	帮助
② 账户工具	② 定向工具	📁 创意工具	📁 落地页工具	📁 优化工具
🕒 历史操作记录	📁 定向包管理	📁 创意中心	🔧 落地页优化	📁 转化追踪
📁 云图-账户搭建	📁 意图词推荐	📁 好文案	📁 基本鱼平台	📁 优化参谋
② 闪投批量工具	📁 百青藤媒体定向管理	📁 图片魔方	📁 竞争情报	📁 推广APP
		📁 创意通配符管理	📁 自动账户优化	📁 推广客户端
		📁 创意实况	📁 诊断报表	
		📁 慧合平台	📁 生意罗盘	
		📁 慧视视频工具	📁 自动规则	
		📁 慧图图片工具		
		📁 慧片场视频工具		

# 3.6 媒体包管理工具-操作说明

## 第二步：数据分析

在媒体流量筛选部分，在“自定义列”中，勾选需要考察的流量效果字段，然后查看具体的效果数据

定向工具

+ 上传媒体ID 生成定向包 生成屏蔽包

自定义列 下载 2020/2/18-3/6

默认 | 添加全部

属性  账户

基础指标  媒体ID  展现  点击  点击率

平均点击价格  千次展现消费

落地页转化  表单提交成功量  表单提交成功成本  表单按钮点击量  订单提交成功量

订单提交成功成本  表单调起按钮点击量  有效咨询量  有效咨询成本

高质量咨询量  高质量咨询成本  咨询按钮点击量  电话按钮点击量

注册量  注册成本  申请量  申请成本

授信量  授信成本  下载（预约）按钮点击量  微信复制按钮点击量

微信复制按钮点击成本  商品支付成功量  商品支付成功成本

APP转化  APP激活量  APP激活成本  注册量  注册成本

付费量  付费成本

确定 取消

价格 ↓	千次展现消费 ↓
000.00	1000000.00
000.00	1000000.00

1





## 3.6 媒体包管理工具-操作说明

### 第三步：生成媒体包-批量上传法

- 在**媒体流量筛选**部分点击“**下载**”，下载报表明细数据；
- 将需要定投或屏蔽的媒体ID，按照回车分隔，并保存为txt文档；
- 点击“**上传媒体ID**”按钮，填写自定义媒体包名称和媒体包类型，并复制上一步挑选好的媒体ID，粘贴至填写框后，提交完成

The screenshot displays the Baidu Marketing interface for media management. The 'Media Flow Selection' (媒体流量筛选) tab is active. A red box labeled '1' highlights the 'Download' (下载) button. Another red box labeled '3' highlights the 'Upload Media ID' (+ 上传媒体ID) button. A text box labeled '2' shows a list of media IDs: 101319, 500271, 500028, 102173, 101097, 100237, 100679, 102770, 100744, 100231, 102033, 100486, 100444, 100532, 100545, 100697, 100559, 100550, 500066, 102059, 103065. The interface also shows a table with columns for 'Average Click Price' (平均点击价格) and 'Cost per 1,000 Impressions' (千次展现消费).

平均点击价格 ↓	千次展现消费 ↓
1000.00	1000000.00
1000.00	1000000.00

## 3.6 媒体包管理工具-操作说明

### 第四步：应用到单元

- 在媒体定向管理部分，选择已创建好的媒体包，点击“应用单元”
- 选择要应用的单元，将媒体包应用至投放的单元中。

The screenshot illustrates the 'Apply to Unit' process in the media management tool. It shows a sidebar with media packages, a central dialog box for selecting units, and a table of units with actions.

**1** 媒体定向管理

**2** 操作

**3** 应用单元

媒体包名称	操作
media18745360	应用单元 删除
media19745360	应用单元 删除
media0683839	应用单元 删除
media1683839	应用单元 删除
media2683839	应用单元 删除
批量测试地方	应用单元 删除
media6745360	应用单元 删除

应用单元

可选单元(17) 全部添加

输入单元名称搜索 Q

- > plan\_2901465
- > baiqingteng
- > plan\_2125055
- > 百青藤-test
- > 联盟新定向-智能媒体优化
- > rta-wm
- > 测试自定义媒体包
- > plan\_2783052
- > 自定义媒体包

已选单元(1) 全部删除

- 自定义媒体包
- 自定义媒体包v1

确定 取消

## 3.6 媒体包管理工具-常见问题

### Q.为什么媒体ID报告中，会同时披露通投(媒体定向不限)的转化数据？

A.进行有效的媒体流量筛选需要一定量级的数据积累，根据历史的有效投放数据，可以帮助广告主对筛选流量，流量打包提供更多的效果数据参考。所以，不管用何种媒体定向方式投放，都会可以看到分媒体ID的转化明细。

### Q.为什么建议媒体包进行定期更新？

A.随着投放时间推移，计划可能会探索到新的广告位上，同一广告位效果也可能会发生变化，q因此为保证投放效果，建议定期对投放数据进行数据分析，迭代更新自定义媒体包。

### Q.媒体包管理工具怎么开通白名单？

A.申请流程与媒体ID定投的白名单申请流程一致，由各单位运营接口统一汇总需求，进行权限开通。有问题请联系产品运营同学cpo-bqt@baidu.com。

# 修订历史

## 修订历史：

20200426：第一版，业务端改版，百青藤操作手册从产品手册独立出来

Baidu 营销

T

H

A

N

K

S