



# 通用词时效品专产品手册 v1.0

---

更新日期：2020.6.20

注：本介绍中涉及到部分以客户品牌相关内容作为Demo的示例图，仅供业务说明

# 通用词时效品专 —— 释放百度核心搜索资源势能，激活品牌展示曝光新通道

Awareness  
品牌信息被动了解

Intention  
品牌信息主动了解

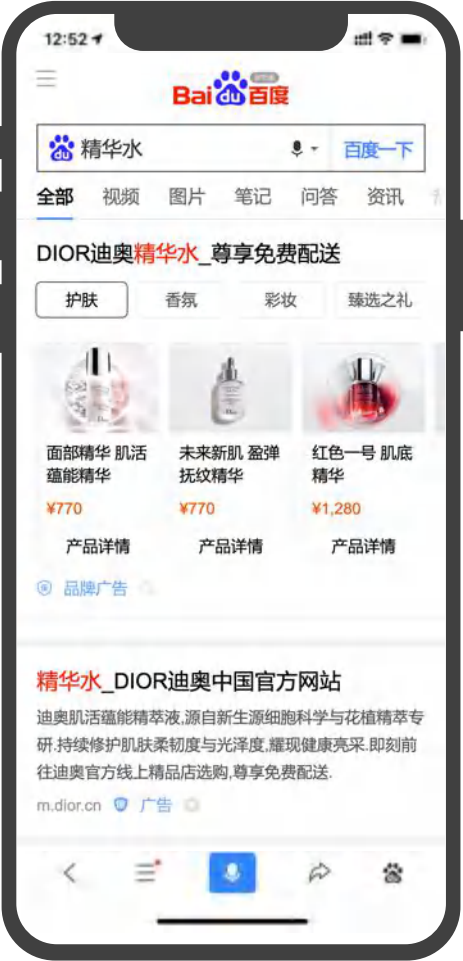
Action  
与品牌深度互动

品牌专区  
矩阵

品牌 | 百家号  
基木鱼

## 通用词时效品专

通用词时效品专是基于百度核心搜索资源下的品牌展示曝光产品，以百度最海量的通用词搜索资源为媒介，以创新的样式和视觉交互吸引品牌认知阶段的搜索用户，加深用户对客户品牌的第一印象，进而引导用户形成对品牌的好感和忠诚度。



## 触发方式

通用词<sup>①</sup>搜索精确触发， 单次询价词包不超过100个关键词

注<sup>①</sup>：通用词是由商品品类或服务业务类型名词为核心并由其结合排行、对比、价格、外观、性能、口碑、培训、加盟、经验等需求拓展出的搜索词范畴；

## 展现位置

无线搜索结果首位 PC搜索结果左侧首位

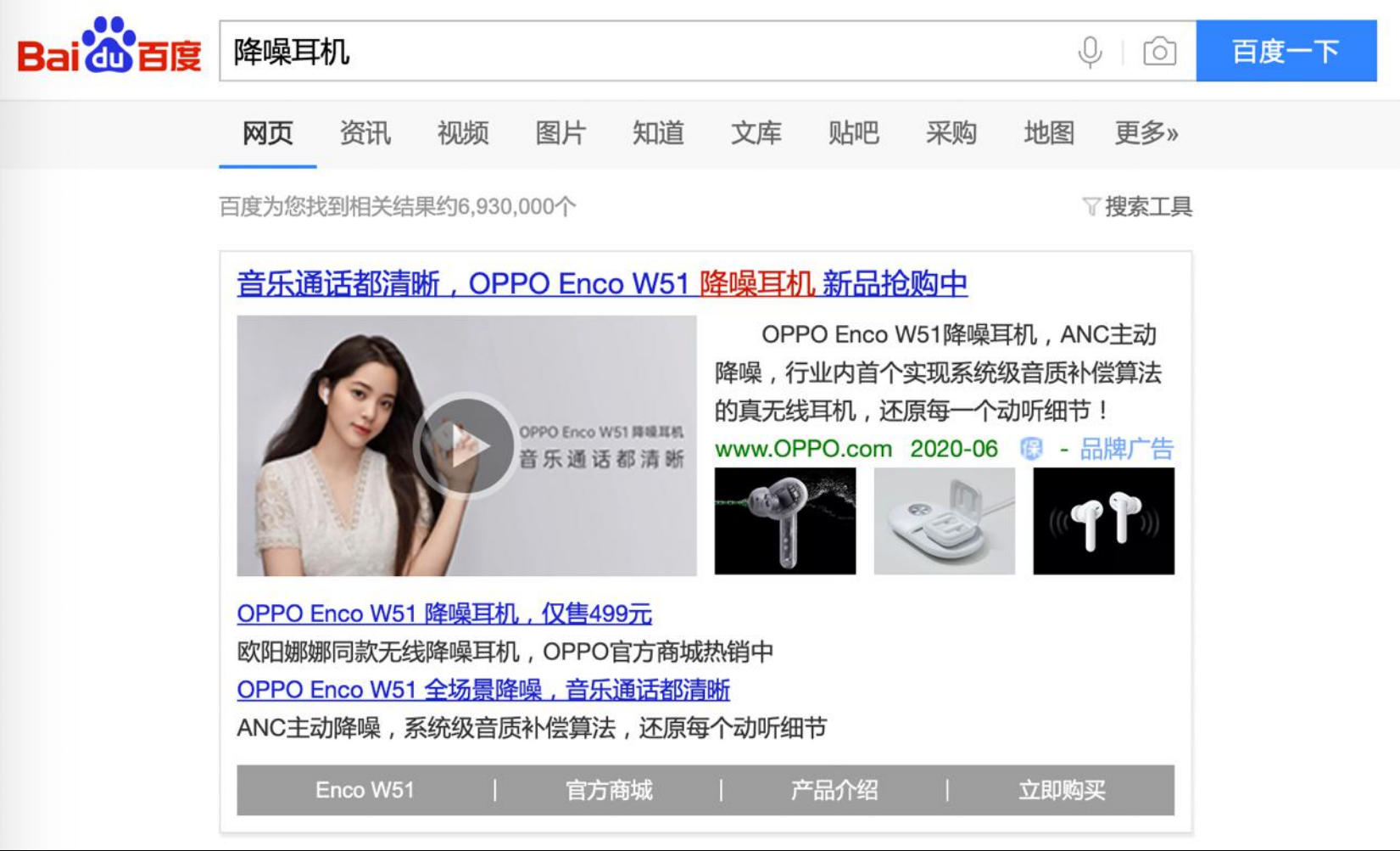
## 展现策略

稳定展现

## 广告样式

强样式广告大卡

# 产品的样式：PC样式01



样式ID： 11636

在线物料单： <https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11636>

# 产品的样式：PC样式02



样式ID： 12064

在线物料单： <https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=12064>

# 产品的样式：PC样式03



样式ID： 11620

在线物料单：<https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11620>



# 产品的样式：PC样式04



样式ID： 11534

在线物料单： <https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11534>

# 产品的样式：PC样式05



样式ID： 11535

在线物料单： <https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11535>



# 产品的样式：PC样式06



样式ID： 11533

在线物料单： <https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11533>

# 产品的样式：PC样式07



样式ID： 11536

在线物料单：<https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11536>

# 产品的样式：无线样式01

Baidu 百度

男士箱包

百度一下

全部

视频

图片


采购

资讯


热议

线上选购 男士箱包 古驰GUCCI


古驰Gucci男士箱包,兼具经典元素与个性,呈现于男士手袋不同包型之上.登录Gucci.cn,选购当季新品.



皮革细节肩背包  
¥12,900



GG印花压纹旅行袋  
¥26,900



GG印花压纹邮差包  
¥9,700

当季新款

女士系列

珠宝腕表

品牌广告

样式ID： 12256

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=12256>

# 产品的样式：无线样式02



样式ID： 12255

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=12255>

# 产品的样式：无线样式03



样式ID: 12257

在线物料单:

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=12257>

# 产品的样式：无线样式04



样式ID： 11300

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=11300>



# 产品的样式：无线样式05



样式ID： 11163

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11163>

# 产品的样式：无线样式06



样式ID： 11594

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=11594>

# 产品的样式：无线样式07



样式ID： 11037

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materialist.html#/material/create?templateId=11037>

# 产品的样式：无线样式08



样式ID： 11243

在线物料单：

<https://uplego.baidu.com/materiallist.html#/material/create?templateId=11243>

# 产品的售卖规则

## 售卖方式

CPT保时保量

## 订单规则

- 可单端售卖，PC和无线不强制捆绑
- 客户自发的常规订单（自提词询价）推广周期必须为连续7日
- 同Query下同品牌单端最多可连续投放2个订单（客户连续竞价胜出的前提下，最多可实现14天的连续投放）
- 单端同品牌同Query在任意连续28天内已竞价胜出的推广累积时长不得超过14天（任何一个包含客户当前询价的28天都要满足该规则）

## 售卖渠道

KA、分公司、大渠道

## 售卖行业

禁止售卖行业：个人用品-成人用品；招商加盟-保健品；棋牌游戏；金融服务（除保险业&银行业外），以上行业客户禁止售卖；

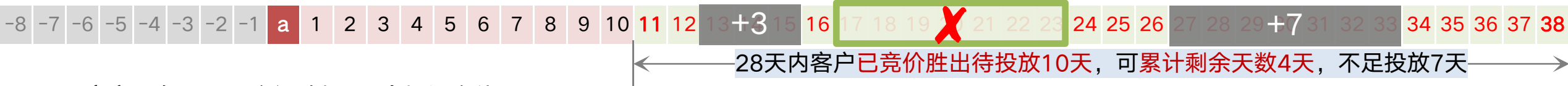
有限制售卖行业：药品/保健品；医疗服务/医疗器械；整形美容，以上行业客户采用白名单机制和限制词包的方式有限制的售卖；

\*预计7月中完成这部分行业接入

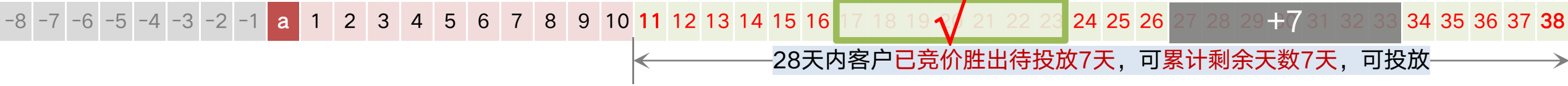
# 关于连续购买和28日内14天的规则详解——以某品牌A在无线端的自提词询价为例

- ① 客户自发的常规订单（自提词询价）推广周期必须为连续7日
- ② 同Query下同品牌单端最多可连续投放2个订单（客户连续竞价胜出的前提下，最多可实现14天的连续投放）
- ③ 单端同品牌同Query在任意连续28天内已竞价胜出的推广累积时长不得超过14天（任何一个包含客户当前询价的28天都要满足该规则）

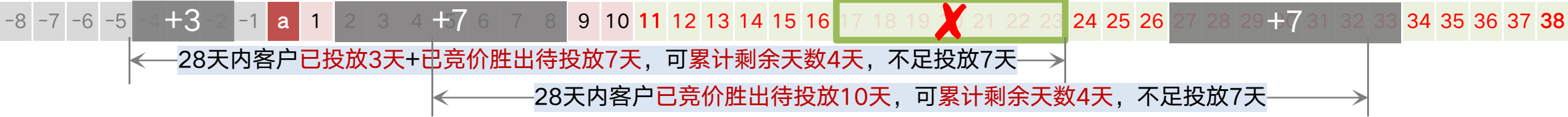
Eg.1：客户当前自提词询价无可选推广时间



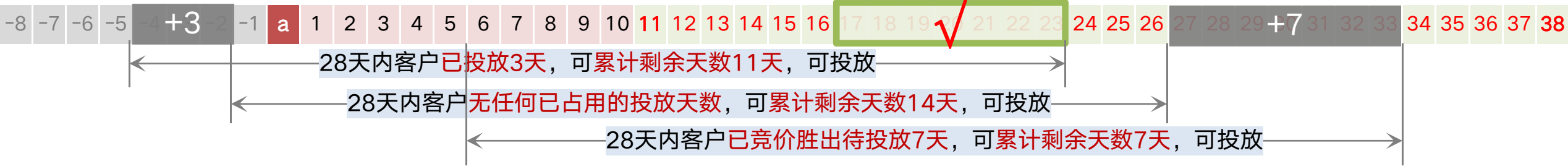
Eg.2：客户可在11~26之间选择7天自提词询价



Eg.3：客户当前询价推广时间前后任何一个28天内都不足连续7天，无可选推广时间



Eg.4：客户当前询价推广时间前后任何一个28天内都有不小于7天的剩余天数，可在11~26日之间选择自提词询价

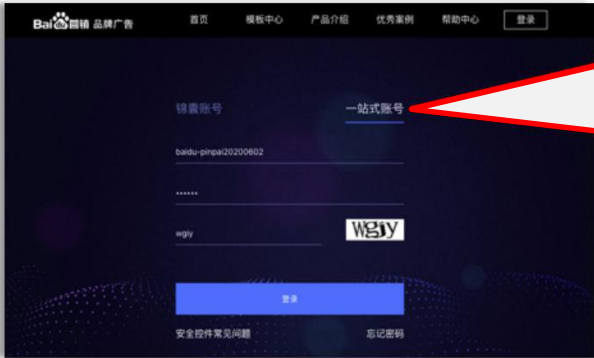


a 客户自提词询价提交日      +3 客户已投放或已竞价胜出待投放的时间段      客户当前自提词询价拟推广的时间段



# 服务平台和账户要求：品牌广告一站式&UC账户

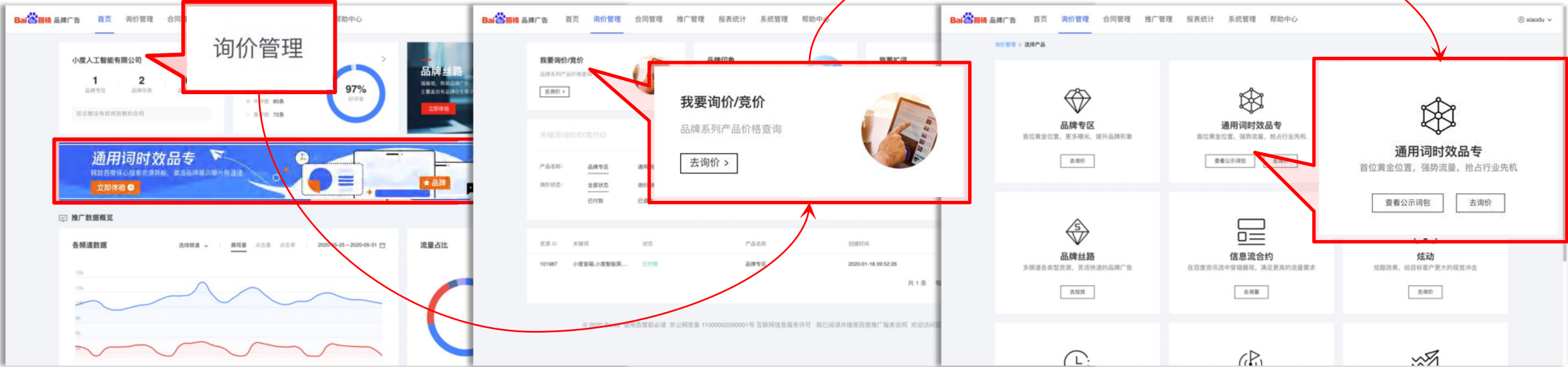
服务平台：品牌广告一站式  
<http://pinpai.baidu.com>



支持账户类型：

使用用户	账户类型
广告主	UC

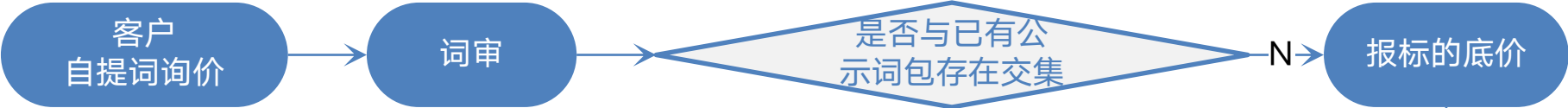
登录品牌广告一站式首页，进入询价管理页，选择【我要询价/竞拍】，在产品列表中找到【通用词时效品专】发起询价。或通过首页中部产品宣传Banner直达询价页面。



首页 → 询价管理 → 产品选择

# 产品的售卖流程SME（询价→公示→竞拍→签单→投放）

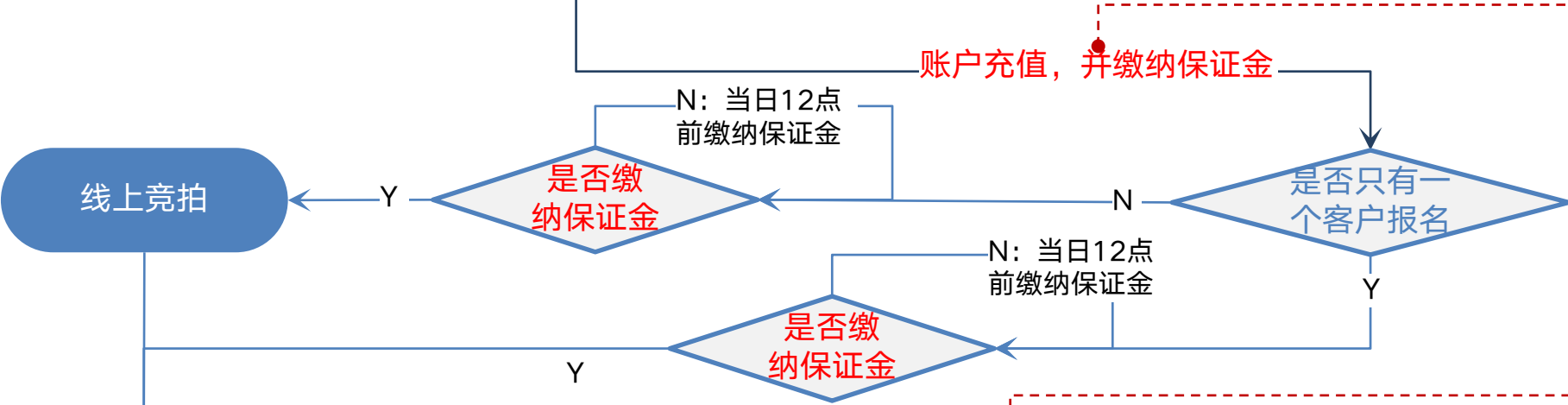
询价



公示



竞拍

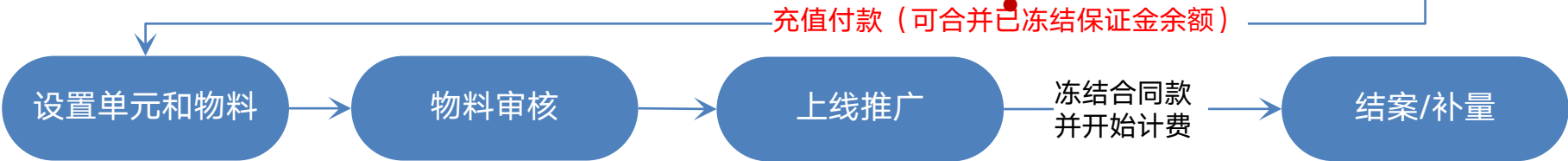


\*充值资金池:  
广告共享资金包, 充值  
流程与品牌丝路产  
品一致

签单



投放



# 第1阶段：询价

发起词包底价询价或从公海中找到目标词包标的参与竞拍报名

# 发起词包询价的两种方式——自提词询价&公海报名



注①：下文中提到的公海，均指通用词时效品专已发布公示的词包公示板

# A.自提词询价：step1. 询价提交基本信息

通用词时效品专

首位黄金位置，强势流量，抢占行业先机

查看公示词包

去询价

A

自提词询价

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

xiaodu

1 填写基本信息

2 填写关键词

3 关键词审核

资源单名称

618大促小度音箱

1、资源单名称：描述本次时效推广主题

主跳转URL

dumall.baidu.com/

一级行业：IT消费电子 二级行业：3C周边

2、URL：选择客户主域URL，确认推广的二级行业归属

\*该二级行业归属将影响后续客户关键词提交的范围和审核结果

无线主跳转URL

dumall.baidu.com/

一级行业：IT消费电子 二级行业：3C周边

流量来源

☒ PC-通用词 ☒ 无线-通用词

3、流量来源：至少选择一个推广端

期望投放时间

2020-06-12 ~ 2020-06-18

只能选取连续 7 天

4、期望投放时间：投放时间只能在询价当日后的第11~38天（连续28个自然日）内选择，且必须选择连续7天的推广周期，详见右图。

\*单端同品牌同Query在任意连续28天内已竞拍胜出的推广累计时长不得超过14天（详见上文）。

资质文件

选择文件

请选择.png, .jpg, .msg, .eml, .rar, .zip, .txt类型文件，在10M以内

小度音箱商标授权证明.zip

5、资质文件：新客户或新品牌需要提交品牌资质材料，用于词审阶段判断客户对品牌的授权

销售顾问

baixiaodu@baidu.com

6、销售顾问：直销分公司填写客户的直客销售经理，大渠道填写渠道销售经理

下一步

取消

发起询价

日	一	二	三	四	五	六
					1	2
3				7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13

投放时间

18 可选投放周期

18 已选投放连续7天

# A.自提词询价：step2.提交关键词

Baidu营销品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

Ⓜ xiaodu ▾

询价管理 > 填写资源单

1 填写基本信息

2 填写关键词

3 关键词审核

PC通用词

1

ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

最多支持 100 词，不支持购买繁体词，且多个关键词间用逗号或顿号分隔，其他分

无线通用词

1

ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

最多支持 100 词，不支持购买繁体词，且多个关键词间用逗号或顿号分隔，其他分

上一步

提交

取消

© 2020 Baidu 使用百度前必读 京公网安备 11000002000001号 互联网信息服务许可 我已阅读并接受百度推广服务合同 欢迎访问百度

## Query提交规则：

- 每个端支持最大100个词；
  - 单端词包7日预估PV需不小于2000次（系统会自动校验提示客户），客户可通过增加或修改关键词来调整；
- \*仅自提词发起公示有上述词数和PV的限制，由于公海中已生成的词包会受到拆包的影响，所以公海中的词包会存在PV小于2000的情况，属于正常情况。*
- 不可提交非客户推广url二级行业和品牌词范畴的关键词；
  - 建议同一个资源单内的词包涉及到的二级行业商品或服务品类尽可能是同品类的，如，goodcase：厨房电器、抽油烟机和洗碗机放一个词包；badcase：洗碗机、智能电视和手机放一个词包；



# 附：关键词常见拒绝理由说明及重审特批流程

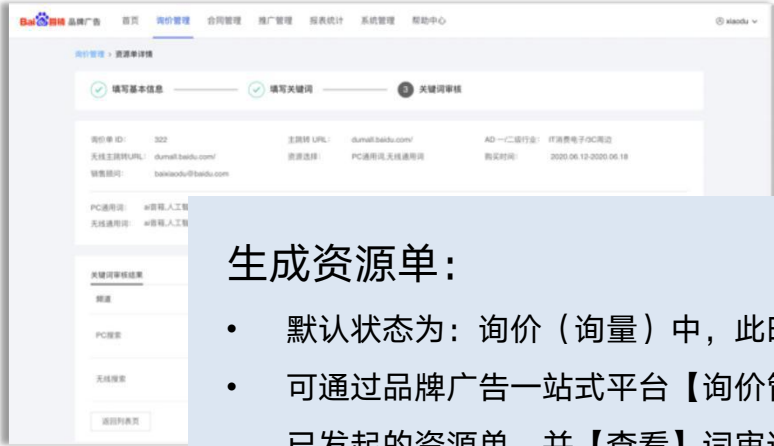
常见拒绝理由	事例
涉及夸张性词汇	如关键词：最好的精华水，精华水推荐，精华水官方网站
涉及品牌词	如关键词：传奇游戏（传奇在第9类、第41类均有注册商标），天猫店转让，美瞳（该词为注册商标词），美的空调维修
与客户网站信息相关性过低	关键词中含有的产品或服务在客户网站中不存在，如火锅加盟客户提交麻辣烫加盟则会被拒绝。
送审url打开时间过长或无法访问	网站无法访问，或打开后展现信息不完整
通用词品专禁推行业	通用词品专不是全行业可售卖，如客户为禁投行业则会被拒绝
涉嫌非法内容或非法链接	关键词或落地面内容涉及非法、低俗等信息
含有无意义符号或特殊字符	关键词含有特殊字符
涉及错别字	关键词含有错别字
语句不通顺，不符合搜索习惯	如关键词：手机手机
二级行业不符	如客户二级行业为3C周边，关键词为抽油烟机

## 关键词被拒绝申请重审或特批：

流程一：报价权限人（参考品专报价权限人）在报价工具中点击申请特批，勾选申请重审的关键词并注明申请原因后提交；

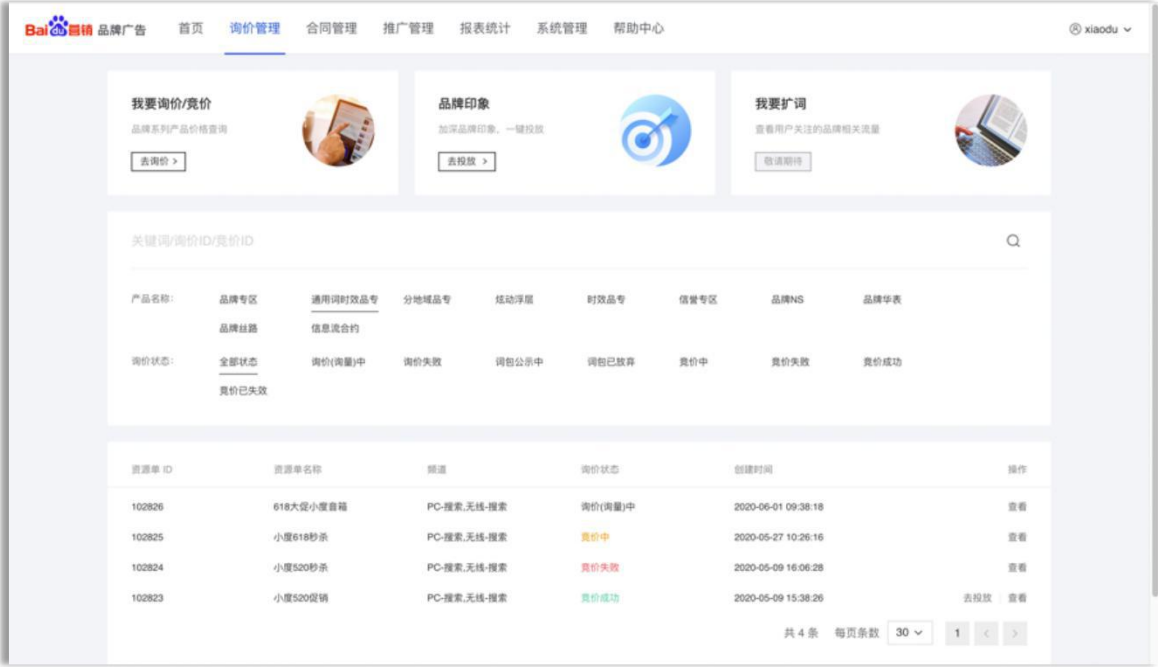
流程二：邮件反馈至邮件组 [ext\\_pz@baidu.com](mailto:ext_pz@baidu.com)。邮件标题：【通用词时效品专重审】运营单位+广告主公司名称。

# A.自提词询价：step3.询价提交成功



## 生成资源单：

- 默认状态为：询价（询量）中，此时进入关键词词审阶段；
- 可通过品牌广告一站式平台【询价管理】栏目下，筛选查找已发起的资源单，并【查看】词审进度和结果



## 资源单询价（询量）中，词审结果查看及对应资源单询价状态变化

关键词审核结果		
频道	审核通过关键词	审核驳回关键词
PC搜索		小牛音箱(驳回原因：涉及品牌词；)
无线搜索		小牛音箱(驳回原因：涉及品牌词；)

1  
全部拒绝  
询价失败

关键词审核结果		
频道	审核通过关键词	审核驳回关键词
PC搜索	人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	小牛音箱(驳回原因：涉及品牌词；)
无线搜索	人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	小牛音箱(驳回原因：涉及品牌词；)

2  
部分拒绝  
词包公示中①

关键词审核结果		
频道	审核通过关键词	审核驳回关键词
PC搜索	人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	
无线搜索	人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	

3  
全部通过  
词包公示中

注①：词审结果返回后，系统会进行报价计算和相关业务冲突校验，会存在词包已有过审，但资源单状态仍为【询价（询量）中】的情况，可稍等几分钟后刷新状态

## A.自提词询价：完成报价后的资源单信息<sup>①</sup>

## 询价完成后进入公示环节



### 资源单基本信息:

- 询价单ID（自动生成）、PC和无线url、url二级行业、投放端、购买时间（推广时间）、销售顾问（客户对应的）、各端的原始词包

*\*公海报名生成的资源单中url二级行业、投放端和购买时间、各端的原始词包继承原公示词包资源单信息*

### 词包标的信息:

- 词包审核通过后，会产出词包底价，并自动进入公示阶段，资源单会by端拆分词包标的；
- 词包标的正常<sup>②</sup>是由【词包】+【连续7天<sup>③</sup>】+【一个投放端】这3个要素构成的

✓ **词包名**：由【资源单url二级行业名】\_【词包内首个Query】自动组成，如“3C周边\_ai音箱”；

- ✓ **预估PV**: 词包标的构成3要素条件Query、时间和端合计的总预估PV;

✓ **参竞客户：**词包标的目前参加竞拍的客户数；

✓ **词包状态：**详见下文公示和竞拍环节

注①：无论是客户自提词询价还是公海报名，最终都会客户的账户下创建一个新的资源单，区别仅在于公海报名生成的资源单是直接进入公示阶段的；

注②：当客户自提词的词包标的与其他客户已公示的词包标的的Query或推广时间有交集，系统自动触发标的拆分，形成多个新词包标的，标的拆分规则详见下文：

注③：默认客户自提词仅可提交连续7天的标的，除非客户词包标的发生时间交集拆包或客户从公海选择的标的是小于7天的情况，客户的标的才可以有小于7天的标的；



## 附：资源单下载底价单excel表

Baidu营销品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

xiaodu

询价管理 > 资源单详情

询价单 ID: 322

无线主跳转URL: dumall.baidu.com/

销售顾问: baixiaodu@baidu.com

PC通用词: ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱

无线通用词: ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱

词包名称	关键词	频道	时间
3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	PC搜索	2020~2028
3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	无线搜索	2020~2028

查看词包与底价

关键词审核结果

下载底价单

您当前的询价关键词标的如下:

查看已被占用的关键词

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
422	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.18	2070	3350.18	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃

提示：公示期间，如果有其他客户新发起的关键词标的与您已发起的关键词标有重合，您的关键词标的将被自动拆分，同时您会收到标的拆分的邮件通知，重叠的标的将需要竞价，您可以随时查看标的公示和拆分的状态。

返回列表页

客户可以通过资源单词包标的区域的【下载底价单】功能，下载词包标的详情表，该功能主要用于客户拆分标的较多时，方便客户线下维护词包标的内容

# B.公海报名：step1.公海查找目标词包标的

通用词时效品专

首位黄金位置，强势流量，抢占先机

查看公示词包

去询价

B

公海报名

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

xiaoni

请输入关键字

2020-06-07 ~ 2020-08-07

词包状态

搜索

词包ID	词包名称	端	时间段	预估PV	价格【元】	词包状态	客户数	操作
425	一般化妆品_精华水	无线搜索	2020.06.15~2020.06.21	14066	10080	公示中	3	去竞价
424	一般化妆品_精华水	PC搜索	2020.06.15~2020.06.21	12891	9867	公示中	2	去竞价
423	3C周边_ai音箱	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	公示中	1	去竞价
422	3C周边_ai音箱	PC搜索	2020.06.12~2020.06.18	2070	3350.18	公示中	1	去竞价
421	教育培训_英语培训	无线搜索	2020.06.11~2020.06.17	706854	161986	竞拍中	5	去查看
420	教育培训_英语培训	PC搜索	2020.06.11~2020.06.17	563212	90653	竞拍中	2	去查看
419	生活服务_月子中心	无线搜索	2020.06.14~2020.06.20	62170	29321	公示中	3	去竞价
418	咨询_高薪求职	PC搜索	2020.06.14~2020.06.20	8087	2768	竞拍结束	2	去查看
417	3C周边_充电宝	无线搜索	2020.06.15~2020.06.21	14066	10080	公示中	3	去查看
416	商务服务_水质检测	PC搜索	2020.06.15~2020.06.21	12891	9867	公示中	1	去竞价

公示板（公海）信息：

展现所有已公示的词包标的<sup>①</sup>，词包标的的状态分为公示中、竞拍中和竞拍结束3种；

支持客户按关键词查找包含该关键词的词包标的；

词包状态	状态说明	可进行的操作
公示中	标的在公示期内，客户可在该状态下参加竞拍报名，公示标的的发起者仅可查看	去竞价
竞拍中	标的在竞拍期内，客户仅可查看标的的信息	去查看
竞拍结束	标的已竞拍结束，客户仅可查看标的的信息	去查看



# B.公海报名：step2.公海词包标的参加竞拍

Baidu营销

品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

Ⓜ xiaoniu

询价管理 > 词包公示板 > 词包详情页

词包详情

词包名称

3C周边\_ai音箱

时间范围

2020.06.12-2020.06.18

端

无线搜索

预估PV

2537

关键词数量

9个

关键词内容

ai音箱,人工智能助手,国产...

可竞拍日期

<

2020年

6月

>

一

二

三

四

五

六

日

一

二

三

四

五

六

日

1

2

3

4

5

6

7

1

2

3

4

5

8

9

10

11

12

13

14

6

7

8

9

10

11

12

15

16

17

18

19

20

21

13

14

15

16

17

18

19

22

23

24

25

26

27

28

20

21

22

23

24

25

26

29

30

27

28

29

30

31

操作

距竞价开始

00天 23时 20分 35秒

底价

2,874.59元

参加竞价

1人报名

规则

1. 竞价周期：公示期结束后0:00~16:00，16:10产出竞价结果；

2. 竞拍规则：竞拍模式为暗拍，在竞价周期内，以出价最高者竞得资源；

3. 客户仅可提交或选择客户所属行业关键词进行竞价；

4. 客户需缴纳保证金后方可参加竞拍，最晚缴纳保证金的时间为竞价当日12:00前；

## 词包详情：

- 包含词包标的名、推广时间、投放端、预估PV、关键词数量和关键词内容；

*\*重点关注词包名称所对应的二级行业，确认客户拟推广的主域url也属于同一个二级行业，否则将无法完成最终竞拍报名，如图所示，词包名称为“3C周边\_ai音箱”，对应的二级行业为“3C周边”；*

*\*重点关注推广时间和关键词内容是否满足客户的投放需求，请勿随意参加竞拍报名；*

## 公示信息：

- 公示倒计时、公示底价、当前报名人数；

*\*重点关注倒计时剩余时间，公海报名不会延长公示期时间，需充分考虑客户沟通和预算准备的时间足以参加后续的竞拍和合同流程；*

发起公海报名

询价

公示

竞拍

签单

投放



# B.公海报名：step3. 提交报名基本信息

Baidu营销品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

询价管理 > 填写资源单

1 填写基本信息

2 填写关键词

3 关键词审核

资源单名称 \*

小牛魔音618优惠

主跳转URL

xiaoniumoyin.com/

一级行业：IT消费电子 二级行业：3C周边

无线主跳转URL \*

xiaoniumoyin.com/

一级行业：IT消费电子 二级行业：3C周边

流量来源 \*

PC-通用词

☒ 无线-通用词

期望投放时间 \*

2020-06-12 ~ 2020-06-18

只能选取连续 7 天

资质文件

选择文件

请选择.png, .jpg, .msg, .eml, .rar, .zip, .txt类型文件, 大小在10M以内

小牛魔音商标授权证明.zip

销售顾问 \*

mouxiaoniu@baidu.com

下一步

取消

## 基本信息填写：

- 需填写项包含资源单名称、主跳转url、资质文件、销售顾问；填写规则参考自提词询价；
  - 流量来源和投放时间不可选（填），继承原词包标的信息；
- \*重点确认客户拟推广的主域url的二级行业，是否与上一步公海词包标的所对应的二级行业一致，不一致将无法报名成功；*

## 词包信息：

- 再次确认词包信息，词包不可编辑；

Baidu营销品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

询价管理 > 填写资源单

1 填写基本信息

2 填写关键词

3 关键词审核

无线通用词 \*

1

ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

最多支持 100 词，不支持购买繁体词，且多个关

上一步

提交

取消

# B.公海报名：step4. 公海报名成功

Baidu营销

品牌广告

首页

询价管理

合同管理

推广管理

报表统计

系统管理

帮助中心

Ⓜ xiaoni

u

询价管理

> 资源单详情

✓ 填写基本信息

✓ 填写关键词

3 关键词审核

询价单 ID: 566

主跳转 URL: xiaoniumoyin.com/

AD 一/二级行业: IT消费电子/3C周边

无线主跳转URL: xiaoniumoyin.com/

资源选择: 无线通用词

购买时间: 2020.06.12-2020.06.18

销售顾问: mouxiaoniubaidu.com

无线通用词: ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

查看词包与底价

关键词审核结果

下载底价单

您当前的询价关键词标的如下:

查看已被占用的关键词

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	2	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃

提示: 公示期间, 如果有其他客户新发起的关键词标的与您已发起的关键词标的有重合, 您的关键词标的将被自动拆分, 同时您会收到标的拆分的邮件通知, 重叠的标的将需要竞价, 您可以随时查看标的公示和拆分的状态。

返回列表页

## 公海报名生成的资源单：

- 词包标的信息完全继承原公示标的信息，客户需重点关注公示竞拍的开始时间，做好竞拍准备；
- 公海报名的标的依然可以继续被其他客户查找并报名，也可以被新的客户自提词询价拆包；
- 客户可在品牌广告一站式【询价管理】中查找该资源单进行管理
- 资源单详情介绍详见上文【A.自提词询价：完成报价后的资源单信息】

# 附：资源单的状态及操作说明

客户通过自提词询价或公海报名，均可生成询价资源单，客户可在品牌一站式平台的【询价管理】中，管理自己的资源单

资源单 ID	资源单名称	频道	询价状态	创建时间	操作
102826	618大促小度音箱	PC-搜索,无线-搜索	询价(询量)中	2020-06-01 09:38:18	查看
102825	小度618秒杀	PC-搜索,无线-搜索	竞价中	2020-05-27 10:26:16	查看
102824	小度520秒杀	PC-搜索,无线-搜索	竞价失败	2020-05-09 16:06:28	查看
102823	小度520促销	PC-搜索,无线-搜索	竞价成功	2020-05-09 15:38:26	去投放 查看

询价状态	状态说明	可进行的操作
询价（询量）中	提交的关键词正在词审中，未返回审核结果时	查看
询价失败	提交的关键词全部未通过审核时	查看
词包公示中	已完成词审且有通过关键词，系统完成底价报价自动进行公示时	查看、放弃
词包已放弃	在开始竞拍前，客户主动放弃了资源单下所有已过审的关键词包	查看
竞拍中	资源单中有词包开始竞拍时	查看
竞拍失败	资源单中全部词包均竞拍失败时	查看
竞拍成功	资源单中有词包竞拍胜出时	查看、去投放
竞拍已失效	资源单竞拍成功后，客户未缴纳合同全款或自愿扣除保证金取消合同时	查看



## 第2阶段： 公示

发起公示缴纳保证金等待同行报名竞拍，竞争激烈的词包标的会被同行拆包竞拍

# 词包标的的公示期规则及资源单词包标的列表操作

## 公示期规则：

- 客户自提词包审核通过后，立即进入公示期，并会向客户所在行业的其他客户（目前为销售顾问）发送公示邮件通知；
- 公示期为T+2个工作日（遇法定节假日顺延，T为词审通过当天），公示期结束后的第一个工作日为竞拍日，如下图示例：

### 平日示例：

日	一	二	三	四	五	六
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

### 小长假示例：

日	一	二	三	四	五	六
21	22	23	24	端午节3天假		
28 <sub>班</sub>	29	30	1	2	3	4

### 大长假示例：

日	一	二	三	四	五	六
27	28	29	30	国庆中秋8天假		
国庆中秋8天假					9	10 <sub>班</sub>
11	12	13	14	15	16	17

### 图例

18 除词审通过日当日外的公示期

1 词审通过日，当日进入公示期

6 竞拍日

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞	公示期	操作
422	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.18	2070	3350.18	1	2020.06.05 16:00:00 公示中	查看 放弃
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	1	2020.06.05 16:00:00 公示中	查看 放弃

公示期允许客户无条件放弃词包，客户将无法在当前资源单竞拍该词包

查看词包标的详情

# 公示期的词包标的详情页及保证金的缴纳规则



交保证金前

交保证金时

交保证金后

## 标的详情页信息：

- 词包摘要：词包名、推广时间、投放端、预估PV、词数、关键词、词包底价、公示倒计时
- 公示期内，客户可在标的详情页缴纳保证金，点击【交保证金】，阅读【百度通用词时效品专竞拍服务协议】和确认保证金金额后，点击【确认协议，并缴纳保证金】完成保证金冻结；

\*缴纳保证金前，需确认客户账户余额充足，否则将冻结失败

## 保证金规则：

- 公示期报名参加竞拍的客户需缴纳保证金，才可最终参加竞拍或获得标的的资格，否则视为客户放弃该标的的竞拍权；
- 保证金的最晚缴纳时间为竞拍日当日12点前；
- 保证金为标的的底价的30%，标的被拆分后，已缴纳的保证金自动拆分应用到新标的；
- 客户竞拍失败时，保证金自动释放返回客户资金池；竞拍胜出后可转为合同款进行消费，当客户主动取消合同或在推广开始时账户余额不足，导致违约时，保证金将被扣除；

询价

公示

竞拍

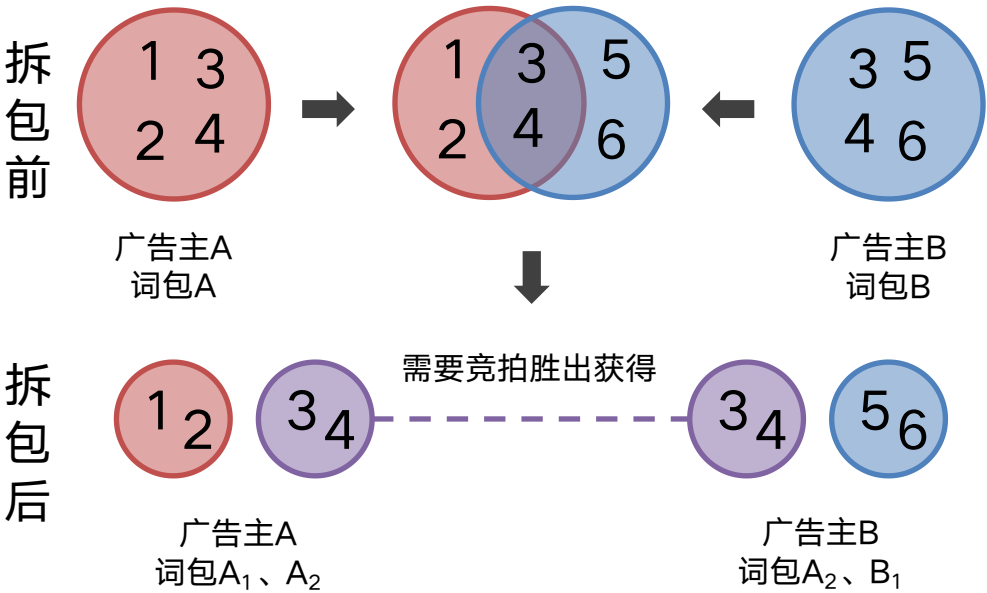
签单

投放

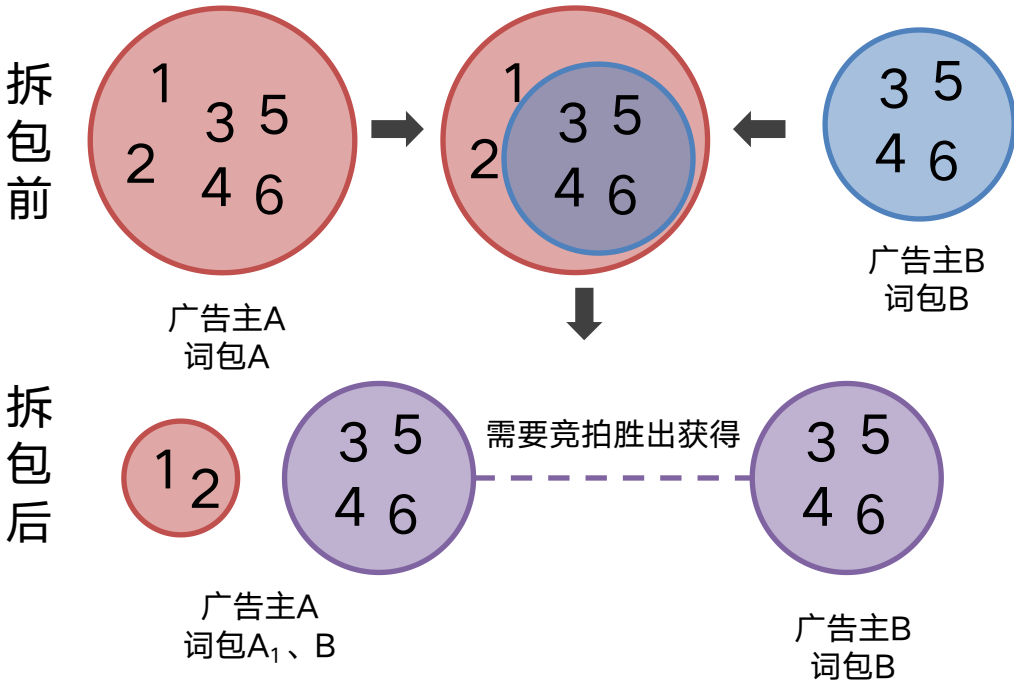


# 已公示词包标的拆包场景1：单端同一推广周期，词包有交集

子场景1：客户词包部分重叠



子场景2：客户词包存在包含关系



子场景3：客户词包完全重叠，不拆分词包

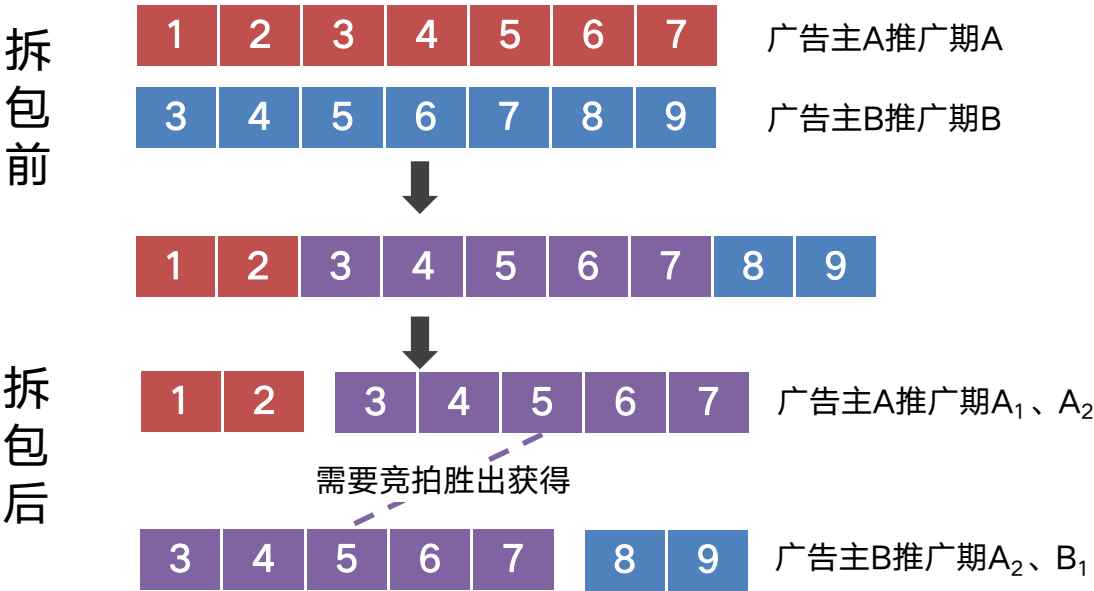


## 单端同一推广周期，词包有交集拆分规则：

- 两个词包部分重叠，拆为3个标的；两个词包存在包含关系，大词包被拆，小词包不变；两个词包完全相同时，不拆分词包标的
- 多个客户多个词包时，复用上述规则拆分标的；

# 已公示词包标的拆包场景2：单端同一词包，推广时间有交集

子场景1：客户推广时间部分重叠

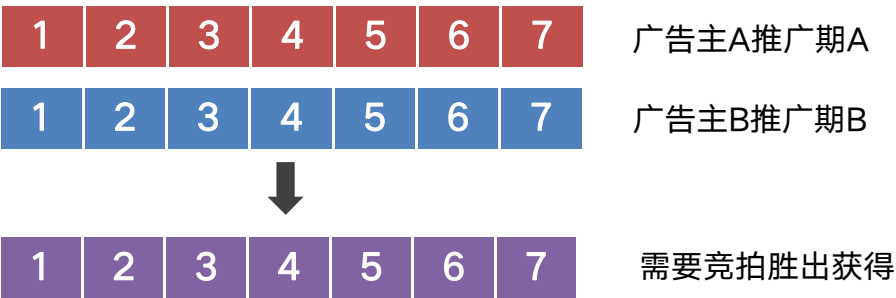


子场景2：客户推广时间存在包含关系<sup>①</sup>



注<sup>①</sup>：一般情况下推广时长必须等于7天，在发生前述子场景1后，拆包的时长才会小于7天

场景3：客户推广时间完成重叠，不拆分词包



## 单端同一词包，推广时间有交集拆分规则：

- 两个客户推广时间部分重叠，拆为3个标的；两个推广时间存在包含关系，长推广时间被拆，短推广时间不变；两个推广时间完成相同时，不拆分标的
- 多个客户多个推广时间时，复用上述规则拆分标的；

# 拆包后的词包公示期规则：后来者继承最先者

当发生标的拆包时，拆包后的标的如果是原被拆标的的子集则继承原标的的公示期和竞拍日设定；如拆包后，产生了新的词包标的，则新标的的公示期和竞拍按后来者询价词包审核通过当日来设定公示期和竞拍日。

*\*在公示期，客户的词包被其他客户的询价拆包时，系统将已邮件形式通知客户（目前为销售顾问）关注拆包和词包竞争情况。*

示例：  
6月1日：客户A发起一个PC端单端自提词询价，并通过审核进入公示期；  
6月2日：客户B发起一个PC端单端自提词询价（词包与A客户6月1日的词包完全相同，推广时间为6.14~4.20），通过审核后，由于存在时间交集，发生了标的拆包；

词包ID	001						
推广时间	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16	6.17	6.18
推广词包	a, b, c, d, e, f						
公示期	6.1~6.3						
竞拍日	6.4						

客户A的资源单：最先发起的询价

词包ID	003		002				
推广时间	6.12	6.13	6.14	6.15	6.16	6.17	6.18
推广词包	a, b, c, d, e, f						
公示期	6.1~6.3						
竞拍日	6.4						

客户A的资源单：002和003继承001

词包ID	002					004	
推广时间	6.14	6.15	6.16	6.17	6.18	6.19	6.20
推广词包	a, b, c, d, e, f						
公示期	6.1~6.3					6.2~6.4	
竞拍日	6.4					6.5	

客户B的资源单：002继承001，004新增

# 公示期拆包案例：小度音箱vs小牛魔音，618智能音箱促销推广竞拍

6月1日 客户小度音箱（以下简称小度），发起一个【618大促小度音箱】的资源单自提词询价，当日完成词审并进入公示期，公示期为6.1 16:28:26~6.4 00:00:00；

询价单 ID:322

无线主跳转URL:dumall.baidu.com/

销售顾问:baixiaodu@baidu.com

主跳转 URL:dumall.baidu.com/

资源选择:PC通用词,无线通用词

AD 一/二级行业:IT消费电子/3C周边

购买时间:2020.06.12-2020.06.18

PC通用词:ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

无线通用词:ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱

查看词包与底价

关键词审核结果

下载底价单

您当前的询价关键词标的如下:查看已被占用的关键词

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
422	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.18	2070	3350.18	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃

资源单信息	内容
AD一/二级行业	IT消费电子/3C周边
投放端	PC+无线
推广时间	6.12~6.18
关键词	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱
词包标的	422（PC）、423（无线）
参竞客户	1个

6月1日 客户小牛魔音（以下简称小牛），在公海中查到了词包标的423，并从公海报名参加竞拍，因此客户小度的资源单发生了新的变化；

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
422	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.18	2070	3350.18	2	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	2	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃

词包标的423的参竞客户数变为2个；  
客户小牛新增一个资源单，其中的标的与小度共用423，公示期对齐；

6月2日 客户小牛魔音（以下简称小牛），发起一个单端PC侧的资源单自提词询价，当日完成词审，系统判断小牛提交的词包包含在小度的词包中，并且推广时间部分重叠（6.14~6.20）；系统自动将小度的词包拆分如下；

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	2	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
429	3C周边_小音箱	小音箱,自然语言对话	PC搜索	2020.06.14~2020.06.16	219	307.48	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
430	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.13	580	742.18	1	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃
431	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	PC搜索	2020.06.14~2020.06.18	1271	2300.52	2	2020.06.05 16:00:00	公示中	查看 放弃

同时发生词包和时间的拆包场景，小度的PC端标的422被拆分为429、430、431；小牛的词包被拆分后，431继承了小度新拆分的词包标的，428为与小度无交集的新词包标的，如下文图表示例

询价

公示

竞拍

签单

投放

# 公示期拆包案例：小度音箱vs小牛魔音，618智能音箱促销推广竞拍

词包ID	投放端	推广期	公示期	竞拍日	词数	Query	预估PV	拆分状态	参竞客户		
423	无线	6.12~6.18	6.1~6.3	6.4	9	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	2537	常规原始标的，满足连续7天	小度&小牛	小度的资源单	小牛标的的资源单a
422	PC	6.12~6.18	6.1~6.3	6.4	9	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	2070	原始标的，被拆	=		
429	PC	6.14~6.18	6.1~6.3	6.4	2	小音箱, 自然语言对话	219	继承422，新拆标的	小度		
430	PC	6.12~6.13	6.1~6.3	6.4	9	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	580	继承422，新拆标的	小度		
431	PC	6.14~6.18	6.1~6.3	6.4	7	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,语音交互音箱	1271	继承422，新拆标的	小度&小牛		
428	PC	6.19~6.20	6.2~6.4 <sup>①</sup>	6.5	7	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,语音交互音箱	462	被拆包后的非常规原始标的，不足7天	小牛	小牛标的的资源单b	

注①：由于小牛的PC端自提词询价是6.2日发起的，按公示期规则，该词包的公示期为6.2~6.4，发生拆包后，标的431继承原小度标的422的公示期，所以431公示期为6.1~6.3，而拆包后新建的标的428则保持6.2~6.4的公示期，也就是说客户小牛的资源单b需要在6.4和6.5分别完成两次竞拍后，才能最终确认资源锁定和合同内容。

## 第3阶段：竞拍

缴纳保证金的客户才能在线暗拍，价高者得16个小时落锤出结果



# 竞拍的基本规则及词包状态

竞拍期：词包公示结束后的第一个工作日的0时自动启动竞拍，持续至当日16时。进入竞拍后，客户需确认是否已缴纳保证金，竞拍日12点前缴纳保证金的客户方可操作竞价出价，出价采用暗拍形式，系统仅告知客户目前出价是否为首位。竞拍于当日16时结束，系统落锤后，会在16点10分公布最终竞拍结果。

词包ID	词包名称	关键词	频道	时间	预估PV	底价【元】	参竞客户	竞价结束时间	词包状态	操作
423	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	无线搜索	2020.06.12~2020.06.18	2537	2874.59	2	2020.06.05 16:00:00	已出价（首位）	查看
429	3C周边_小音箱	小音箱,自然语言对话	PC搜索	2020.06.14~2020.06.18	219	307.48	1	2020.06.05 16:00:00	竞拍成功	查看
430	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	PC搜索	2020.06.12~2020.06.13	580	742.18	1	2020.06.05 16:00:00	竞拍成功	查看
431	3C周边_ai音箱	ai音箱,人工智能助手,国产...	PC搜索	2020.06.14~2020.06.18	1271	2300.52	2	2020.06.05 16:00:00	已出价（首位）	查看

词包状态	状态说明
竞拍成功	当进入竞拍时，如公示期仅有1个客户报名且已经缴纳保证金，则该客户直接赢得竞拍；16点落锤，已出价（首位）的客户变更为竞拍成功
已出价（首位）	作为该标的首位发起者，进入竞拍时的默认状态；或者是客户出价后变为首位；客户出价相同时，首先出价的排首位
已出价（非首位）	客户出价后仍然不在首位；或出价相同时，出价晚于竞争对手
未出价	作为后来报名的竞争客户，进入竞拍时的默认状态
已锁定	当进入竞拍时，如公示期仅有1个客户报名，但未缴纳保证金，竞拍日12点前的时间段内，客户缴纳保证金前的状态
已放弃	已锁定状态下，客户未在竞拍日12点前缴纳保证金，12点后，系统判断客户放弃竞拍
竞拍失败	16点落锤后，已出价（非首位）或已放弃状态的词包，将变更为竞拍失败

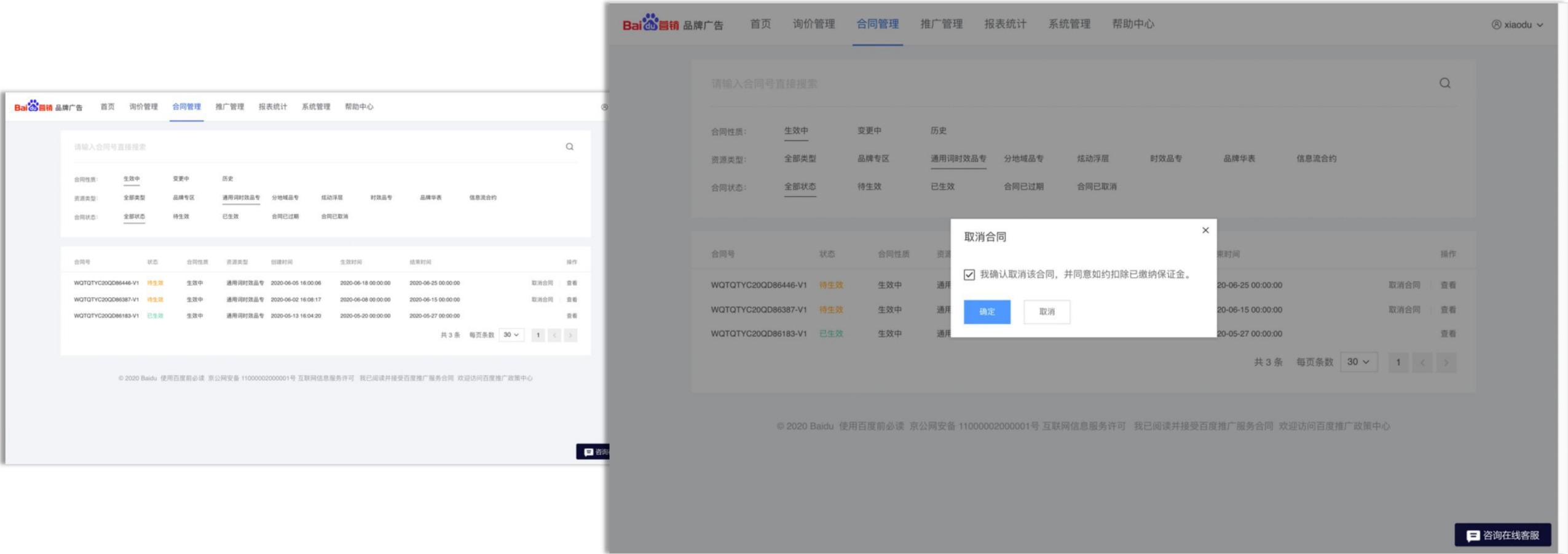
## 词包竞拍出价



## 第4阶段： 签单

竞拍成功自动生成合同，客户准备合同付款和推广物料，无故取消合同要扣除保证金

# 合同生成：系统自动为胜出客户生成合同，客户无故取消合同，需扣除已缴纳的保证金



合同生成后，客户可在推广日之前，完成合同款打款或充值，确保账户余额不少于合同全款；已缴纳的保证金可在推广开始时，自动释放为账户余额使用，可用于合同全款冻结

## 百度通用词时效品专网络发布服务合同主要内容



合同与客户的资源单一对应，资源单状态为竞拍成功是，即可生成一个合同

合同中的推广资源为对应资源单中的所有  
竞拍成功的词包标的

合同中的保证金为对应已竞拍成功的词包  
标的底价和的30%

合同中的CPT补量规则：

真实PV不及预估PV的80%，且预估PV与真实PV的差值大于100，客户可申请补量。

补量时，客户推广后的窗口期安排，差额补完即停。

# 第5阶段：投放

操作与品专基本相同，默认支持精细化投放



# 推广计划生成规则

计划名称	20200605_618大促小度音箱_PC修改	计划ID	3218181	产品线	通用词时效品专 - PC-搜索
开始时间	2020-06-12 00:00:00	结束时间	2020-06-19 00:00:00	状态	未投放
合同号	WQTQTYC20QD86446-V1	物料样式	标准	订单行	10028934
关键词	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,...	增值服务	精细化50套		

系统依据竞拍成功的资源单所对应的词包竞拍结果，汇总到分端创建推广计划，理论上，一个资源单最多只有两个投放端，如果两个投放端均有词包标的竞拍成功，则生成两个推广计划（PC和无线）；

推广计划的投放起止时间，与资源单询价时推广时间一致（连续7天），但实际投放则依据每个竞拍成功的标的实际推广时间进行上下线控制，详见下文推广单元的规则；

推广计划默认的状态为未投放，投放时间开始后，系统自动冻结客户账户合同款全额，并by天控制实际投放和计算资源单下各个标的每日消费汇总进行扣费；

推广计划 ID	推广计划名称	关键词	状态	投放开始时间	投放结束时间	操作
3218181	20200605_618大促小度音箱_PC	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	未投放	2020-06-12 00:00	2020-06-19 00:00	查看
3218166	20200602_小度618秒杀_PC	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱...	正在投放	2020-06-05 00:00	2020-06-12 00:00	查看

# 推广默认单元生成规则

系统依据竞拍成功的资源单所对应的词包竞拍结果，以单个Query连续投放时间最长为优先原则，为客户自动生成默认推广单元，如下图示例：

客户PC端，胜出两个标的，其中“小音箱”和“自然语言对话”两个Query的推广时间可连续从12~19日；其余Query均为12~14日，以上述原则，系统在PC端推广计划下，建立了两个默认单元。分别为12~19的【小音箱&自然语言对话】和12~14的【其他Query】

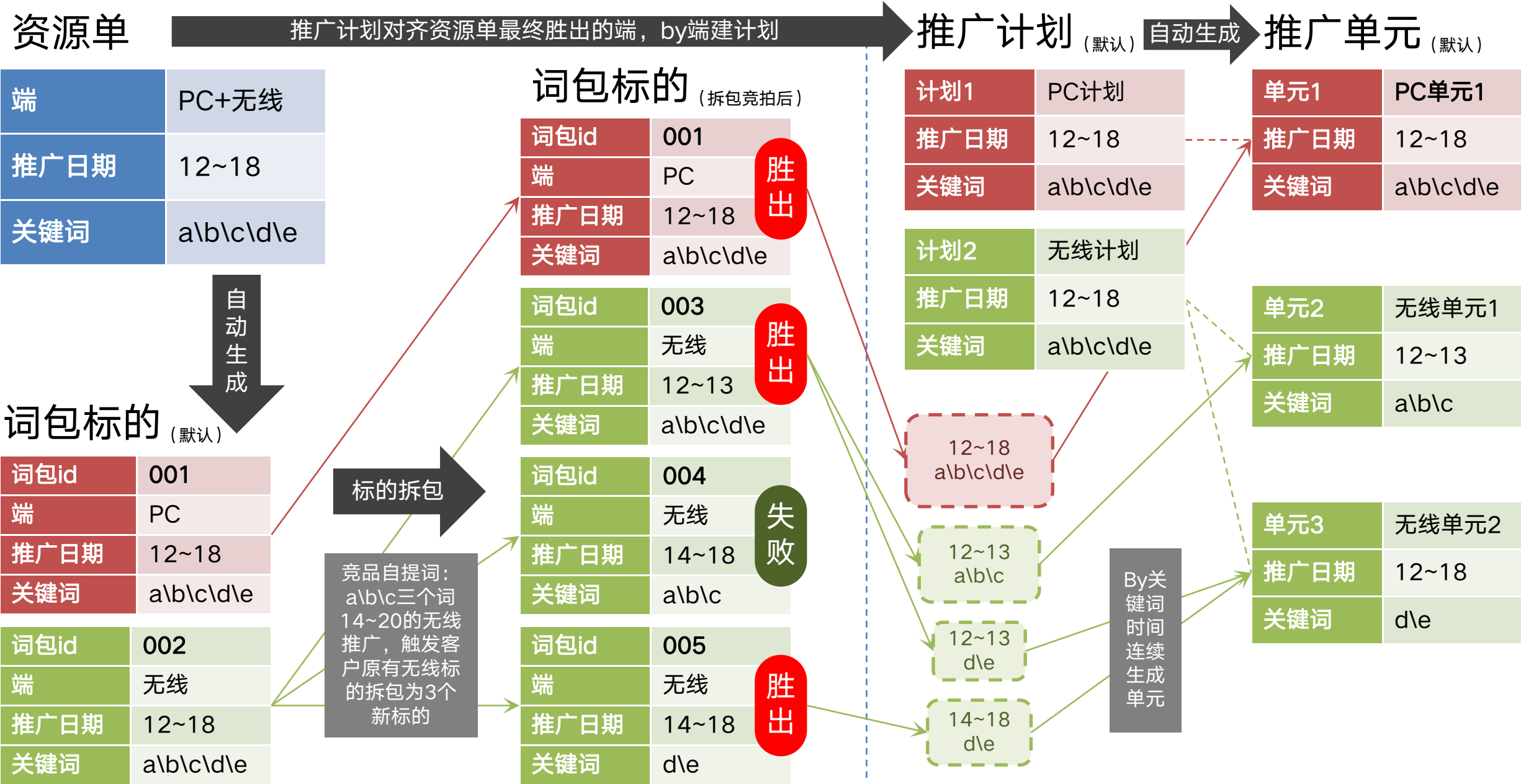
4. 推广资源：

词包名称	频道	关键词	推广时间	保证金金额(元)	推广费用(元)
3C周边_ai音箱	无线搜索	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	2020-06-12 - 2020-06-19	862.38	4000
3C周边_小音箱	pc搜索	小音箱,自然语言对话	2020-06-14 - 2020-06-19	92.24	307.48
3C周边_ai音箱	pc搜索	ai音箱,人工智能助手,国产智能音箱,小音箱,智能屏音箱,智能音箱,有屏音箱,自然语言对话,语音交互音箱	2020-06-12 - 2020-06-14	222.65	742.18

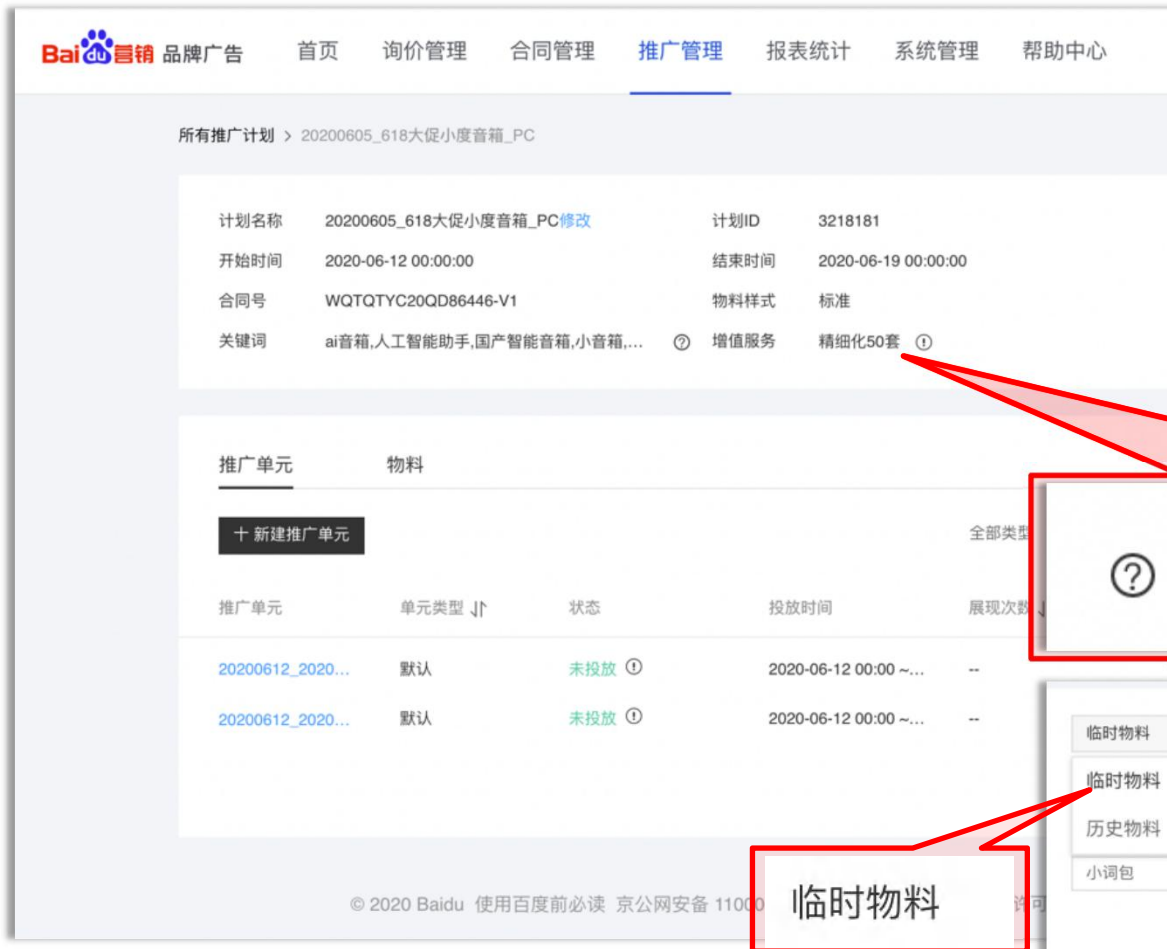


推广单元	单元类型 ▾	状态	投放时间	展现次数 ▴	点击次数 ▴	点击率 ▴	操作
<a href="#">20200612_2020...</a>	默认	未投放 ⓘ	2020-06-12 00:00 ~...	--	--	--	
<a href="#">20200612_2020...</a>	默认	未投放 ⓘ	2020-06-12 00:00 ~...	--	--	--	
客户可自主修改默认单元名称							
共 2 条    每页条数    30 ▾    1    <    >							

# 资源单-推广计划-推广单元的对应关系



## 通用词时效品专投放与品专的主要异同点



由于竞价后才能确认客户是否可以投放，所以通用词时效品专不支持临时物料导入功能，竞价胜出的客户可立即搭建正式物料。

通用词时效品专的单元和物料操作基本与品专相同，可完全按照品专的操作流程创建单元和物料

\*单次推广订单仅支持客户对已通过审核的物料进行一次修改

通用词时效品专默认支持精细化投放，最大可建立50个精细化单元，支持地域、人群等定向方式。

② 增值服务 精细化50套 ①

临时物料

标准样式

临时物料

历史物料

小词包

物料名称

小度小度开机

小度管家

物料名称：小度小度开机 直接使用 编辑后使用

物料预览：模板名称（[起跑线]网页基础-咨询样式-拼接（保标测试））

我是小度智能语言助手

小度是百度旗下人工智能助手,小度智能音箱搭载了百度对话式人工智能操作系统DuerOS,让用户以自然语言对话的交互方式,实现影音娱乐、信息查询、生活服务、出行路况等800多项功能的操作...

在线咨询

www.baidu.com - 品牌广告

## 询价

公示

## 竞拍

订单

## 投放

# 通用词时效品专投放数据查看服务





THANKS

