



阿里汇川产品介绍

商业搜索产品部

目录

CONTENT

- 01 产品介绍与优势
- 02 媒体资源及广告位
- 03 汇川广告展现机制

阿里汇川简介

阿里汇川广告平台是阿里巴巴移动事业群推出的品效广告系统。

丰富媒体资源



+



+



+



聚合神马移动搜索、阿里用户行为大数据

阿里汇川优势

➤ 优质媒体流量



全球超过**500,000,000**用户

日活跃用户**100,000,000+**

100%真实用户



每天有**8000万**用户浏览，人均打开次数**8次**

头条文章日曝光量**63亿**，日阅读次数**5.7亿**

单篇文章最高阅读量达**1200万/天**



月度分发量**10亿+**

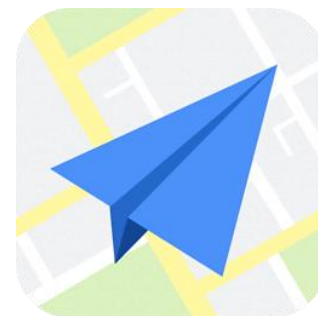
苹果 (IOS) 用户量**1.6亿**

安卓 (Android) 用户量**1.5亿**

阿里汇川优势

➤ 精准广告匹配

✓ 神马移动+阿里用户行为大数据，投放更精准



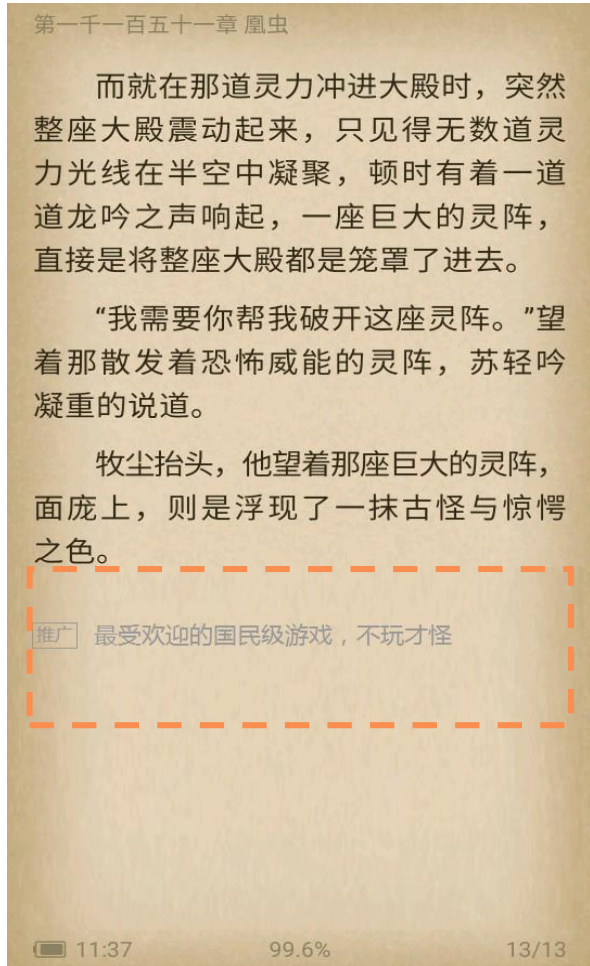
阿里汇川优势

➤ 广告样式丰富

原生



文字



图片



图文



媒体资源及广告位

UC头条广告位



UC头条：UC浏览器推荐频道

- 每一刷的第四位展现广告
- 计费方式：CPC（底价0.5元）、CPM（底价8元）
- 新用户保护机制（非广告主）：新用户前2天不展现广告
 - 一条广告，48小时对某个用户只展现1次
 - 同一广告主的广告，24小时对某个用户只展现1次

UC头条广告样式

id	名称	尺寸	样式元素	示例图
1	资讯大图	不限*不限	1.标题:10-70个字符 2.图片:jpg/png格式,大小640*210,小于60k 3.推广来源:1到16个字符 4.目标url:不超过1024字符	
2	资讯小图	不限*不限	1.标题:10-70个字符 2.图片:jpg/png格式,大小140*105,小于20k 3.推广来源:1到16个字符	
3	资讯三图	不限*不限	1.标题:10-70个字符 2.图片:jpg/png格式,大小140*105,小于20k 3.推广来源:1到16个字符	
4	大图下载	不限*不限	1.标题:10-70个字符 2.图片:jpg/png格式,大小640*210,小于60k 3.推广来源:1到16个字符 4.应用名:2到20个字符	
5	小图下载	不限*不限	1.标题:10-70个字符 2.图片:jpg/png格式,大小140*105,小于20k 3.推广来源:1到16个字符 4.应用名:2到20个字符	

UC头条广告位

UC头条广告截图



下载大图



资讯小图



资讯大图



资讯三图

UC浏览器广告位



广告位入口

- 资源位频道：小说、视频、精品推荐等频道中
- 目前有广告位80+，样式包含图片、文字、图文样式
- 汇川平台根据素材的样式和尺寸自动分配广告位，但不保障指定广告位广告的露出
- 计费方式：CPC（底价0.1元）

UC浏览器广告样式

id	名称	尺寸	样式元素	示例图
8	横幅卡片App	不限*72	<ol style="list-style-type: none">1.标题:不超过16字符2.描述:不超过24字符3.图片:150*150,同App Store图标,小于85k4.评分5.评价数量	 <p>UC 浏览器 把一亿新闻装进口袋</p> <p>立即下载</p> <p>★★★★☆ (95)</p>
9	横幅卡片	不限*72	<ol style="list-style-type: none">1.标题:不超过16字符2.描述:不超过24字符3.图片:150*150,同App Store图标,小于85k	 <p>UC 浏览器 最流行的手机浏览器, 超过 5 亿人在使用</p>
10	横幅图文App	不限*82	<ol style="list-style-type: none">1.标题:不超过8个字2.描述:不超过12个字3.图片:290*145,小于85k4.评分5.评价数量	 <p>UC浏览器 ★★★★☆ (95) 把一亿新闻装进口袋</p>
11	横幅图文	不限*82	<ol style="list-style-type: none">1.标题:不超过16字符2.描述:不超过24字符3.图片:290*145,小于85k	 <p>UC 浏览器 把一亿新闻装进口袋</p>
12	Banner图片	640*100	<ol style="list-style-type: none">1.图片:640*100,小于85k	 <p>看新闻资讯 UC就够了</p>

UC浏览器广告位—视频（1）

目前UC浏览器广告位有80+，部分未开放。样式包含图文，图片，文字样式。汇川平台根据素材的样式和尺寸自动分配广告位。



UC视频-搜索页-搜索风云榜下方
样式：8、9、10、11、12



UC视频-剧集详情页-选集下方同
类推荐上方，样式8、9、10、11、
12



视频大全-搜索结果页-其他视频上方
样式8、9、10、11、12



视频大全-首页-今日热点上

UC浏览器广告位—视频（2）

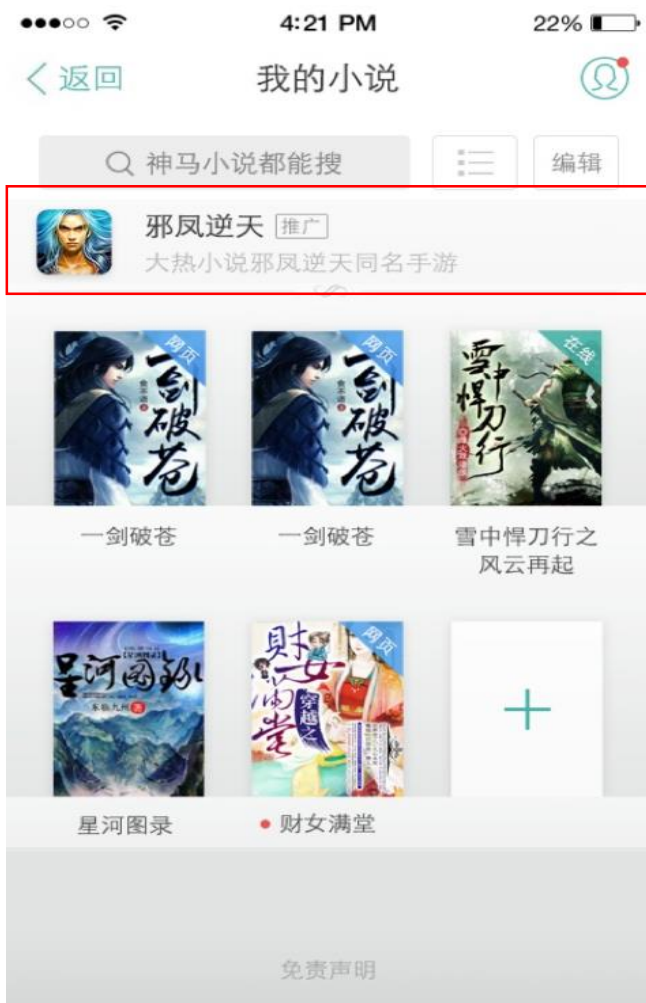


视频大全-首页-今日热点上，轻松一刻上
样式12

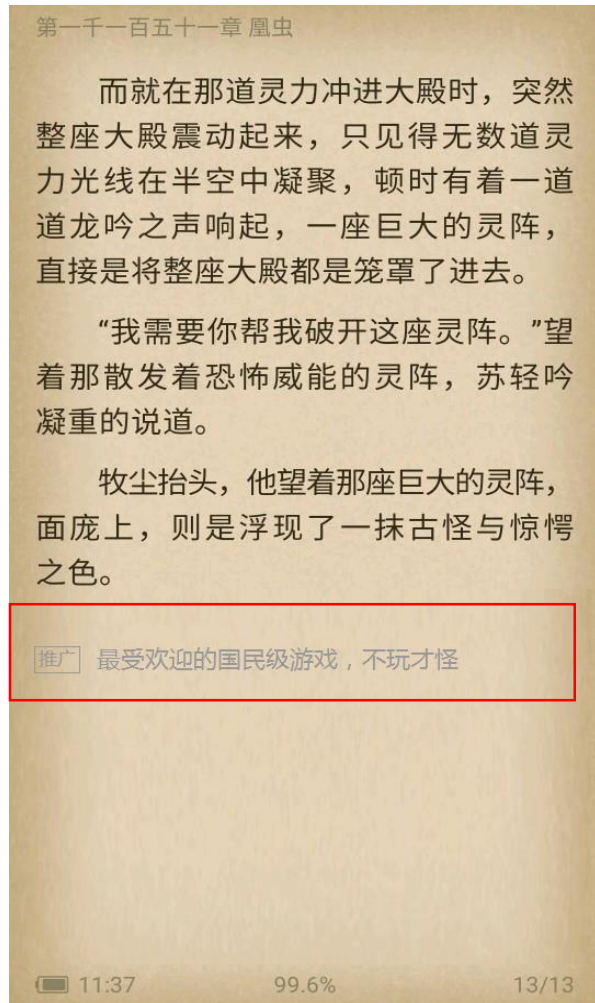


视频大全-短视频播放页-推荐视频下方
样式8、9

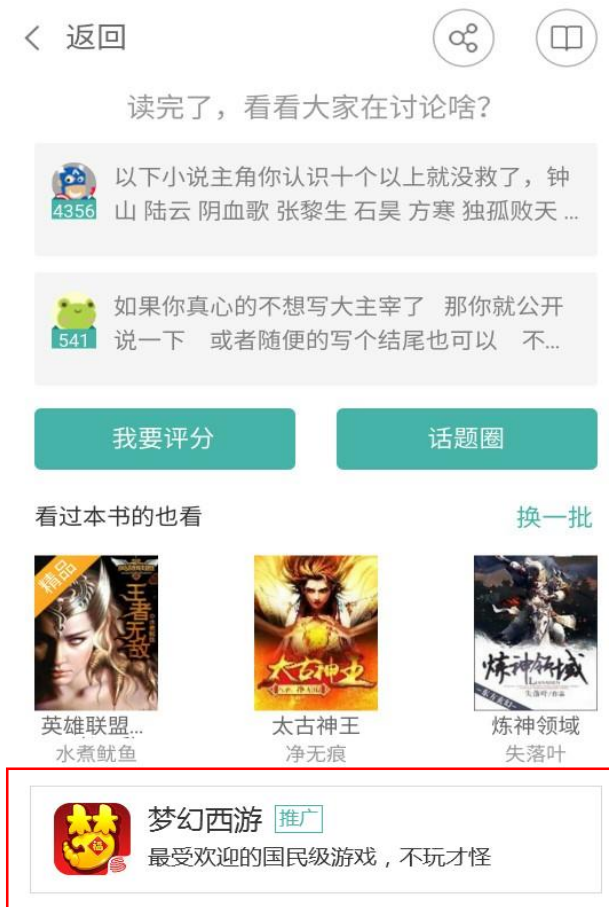
UC浏览器广告位—小说



UC 小说小说书架，样式9
IOS已上线，android未上线
效果不错，值得宣传



UC 小说章节末，样式7
iOS 已上线，Android 未上线



UC 小说阅读器最后一页，样式8/9/10/11/12
iOS 已上线，Android 未上线

UC浏览器广告位—其他



UC看图最后一页
样式13, 仅IOS
效果不错, 点击率高, 值得宣传



UC头条-转码正文页底部
样式: 8、9、10、11、12



奇趣百科信息流, 样式12

PP助手广告位



PP助手广告位

- Android和IOS广告位和样式尺寸有所不同(IOS未上线)
- 原生样式，无推广字样
- 计费方式：CPC（底价1元，即将调整为0.75元）

PP助手广告位

Android广告位截图



PP头图Banner(Android)第三张



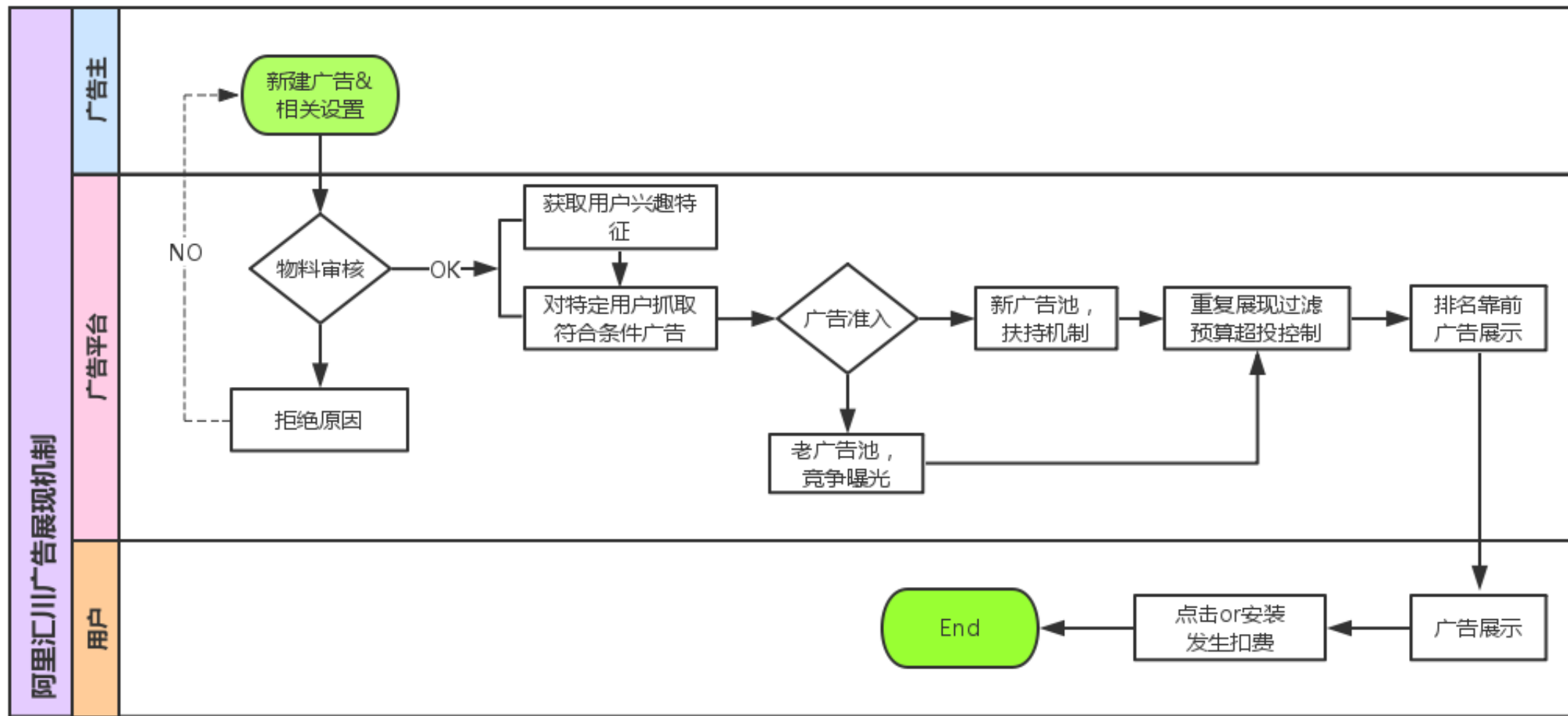
PP助手App列表第3,5,13位



推荐集（精品软件那一栏）的1,2,3位

广告展现机制

广告检索流程



➤ 根据广告的综合得分进行排序，对于同一个目标受众，展示排名靠前的广告

排序指标：综合得分



出价



广告质量

附录（广告排序及计费逻辑）

➤ 排序：CPC与CPM广告统一排序

根据广告的综合得分进行排序，对于同一个目标受众，展示排名靠前的广告

对于CPC广告：综合得分 (ecpm) $=$ 出价 \times 广告质量 \times 1000

对于CPM广告：综合得分 $=$ CPM出价

➤ 计费：GSP(grand second price)计费方式（第二名+1分）

根据广告自身和下一名的综合得分及质量度计算

对于CPC广告：计费 $=$ $\frac{\text{下一名广告综合得分}}{\text{自身广告质量}}$ + 常数项

对于CPM广告：计费 $=$ 下一名广告综合得分 + 常数项

广告质量影响因素



广告质量受多重因素影响

要想获得较高的广告质量得分，需：

- 提升广告实际点击率
- 不断更新和优化广告素材
- 选择匹配性强的受众
- 提升推广计划、推广组及账户的整体质量
- 账户中素材数量适量，不宜过多

谢谢！