

HUAWEI Ads 白皮书

HUAWEI Ads 白皮书

文档版本

01

发布日期

2020-11-16





华为终端有限公司



版权所有 © 华为终端有限公司 2020。 保留一切权利。

本材料所载内容受著作权法的保护，著作权由华为公司或其许可人拥有，但注明引用其他方的内容除外。未经华为公司或其许可人事先书面许可，任何人不得将本材料中的任何内容以任何方式进行复制、经销、翻印、播放、以超级链路连接或传送、存储于信息检索系统或者其他任何商业目的的使用。

商标声明

、、**HUAWEI**、华为，以上为华为公司的商标（非详尽清单），未经华为公司书面事先明示许可，任何第三方不得以任何形式使用。

注意

华为会不定期对本文档的内容进行更新。

本文档仅作为使用指导，文档中的所有陈述、信息和建议不构成任何明示或暗示的担保。

华为终端有限公司

地址：广东省东莞市松山湖园区新城路 2 号

网址：<https://consumer.huawei.com>

目 录

1 平台介绍	1
1.1 概述	1
1.2 平台优势	3
1.2.1 全场景优质资源	3
1.2.1.1 广告媒体	3
1.2.1.2 广告样式	5
1.2.1.2.1 华为媒体	5
1.2.1.2.2 三方媒体	12
1.2.2 全流程智慧投放	16
2 广告审核	18
2.1 概述	18
2.2 行业准入规则	21
2.2.1 禁投行业	21
2.2.2 敏感行业	35
2.2.3 准入行业	39
2.3 开户审核	41
2.3.1 主体资质审核	41
2.3.2 特殊资质审核	42
2.3.3 授权及证明资质审核	43
2.3.4 行业资质审核	44
2.3.4.1 电商	44
2.3.4.2 教育	45
2.3.4.3 游戏	47
2.3.4.4 运动户外	50
2.3.4.5 通讯虚拟	51
2.3.4.6 出版媒体	52
2.3.4.7 数码家电	53
2.3.4.8 机构协会	54
2.3.4.9 食品	54
2.3.4.10 生活服务	56

2.3.4.11 日用百货.....	60
2.3.4.12 软件应用.....	61
2.3.4.13 汽车.....	63
2.3.4.14 母婴儿童.....	66
2.3.4.15 护肤彩妆.....	67
2.3.4.16 旅游.....	69
2.3.4.17 婚恋/结婚服务.....	70
2.3.4.18 交通运输.....	71
2.3.4.19 家居装修建材.....	71
2.3.4.20 服饰鞋服.....	72
2.3.4.21 房地产.....	74
2.3.4.22 法律服务.....	74
2.3.4.23 箱包.....	75
2.3.4.24 金融.....	75
2.3.4.25 商务服务.....	76
2.4 素材审核.....	78
2.4.1 法律法规规范.....	78
2.4.2 HUAWEI Ads 平台规范.....	84
2.4.3 特殊行业规范.....	95
2.4.3.1 电商.....	95
2.4.3.2 游戏.....	99
2.4.3.3 教育.....	102
2.4.3.4 金融.....	103
2.4.3.5 房地产.....	106
2.4.3.6 短视频.....	107
2.4.3.7 社交&婚恋.....	109
2.4.3.8 在线阅读.....	111
2.4.3.9 网络直播.....	113
2.4.3.10 食品.....	115
2.5 FAQ.....	116
2.5.1 开户流程.....	116
2.5.2 开户资质.....	118
2.5.3 素材审核.....	118
2.5.4 素材规范.....	119
3 广告投放.....	121
3.1 概述.....	121
3.2 开户并了解广告平台.....	122
3.2.1 开户指引.....	122
3.2.2 了解 HUAWEI Ads 平台.....	124

3.3 创建广告	125
3.3.1 创建推广计划	125
3.3.2 设置广告任务	126
3.3.3 上传广告创意	127
3.4 管理广告	128
3.4.1 管理广告任务	128
3.4.2 管理广告通行名单	131
3.4.3 管理广告消息通知	132
3.5 查看广告效果	133
3.6 FAQ	134
4 广告优化	136
4.1 概述	136
4.2 维纳斯工具	138
4.2.1 简介	138
4.2.2 使用指南	140
4.2.2.1 进入并了解维纳斯界面	140
4.2.2.2 创建落地页	142
4.2.2.3 管理落地页	146
4.2.2.4 分析落地页	147
4.2.3 FAQ	149
4.3 oCPC	150
4.3.1 oCPC 简介	150
4.3.2 oCPC 原理描述	151
4.3.3 配置 oCPC 功能	153
4.3.4 FAQ	155
4.4 智能出价	157
4.5 DMP	158
4.5.1 简介	158
4.5.2 使用指南	159
4.5.3 FAQ	160
4.6 RTA	160
4.6.1 简介	160
4.6.2 使用指南	161
4.6.3 FAQ	162
4.7 渠道包	162
4.7.1 简介	162
4.7.2 使用指南	162
4.8 转化跟踪接口	165
4.8.1 简介	165

4.8.2 使用指南.....	166
4.8.3 FAQ.....	172
4.9 第三方监测.....	172
4.9.1 简介.....	172
4.9.2 使用指南.....	173
4.9.3 FAQ.....	174
4.10 Marketing API.....	175
4.10.1 简介.....	175
4.10.1.1 概述.....	175
4.10.1.2 API 接入全流程.....	175
4.10.2 使用指南.....	176
4.10.2.1 接入流程.....	176
4.10.2.1.1 认证为开发者.....	176
4.10.2.1.2 OAuth2.0 认证.....	176
4.10.2.1.3 申请应用权限.....	178
4.10.2.1.4 登录并获取 access_token.....	178
4.10.2.1.5 调用业务接口.....	183
4.10.2.2 快速入门.....	184
4.10.2.2.1 术语介绍.....	184
4.10.2.2.2 功能全景图.....	185
4.10.2.2.3 刷新 access_token.....	187
4.10.2.2.4 获取用户信息.....	191
4.10.2.3 广告投放.....	192
4.10.2.3.1 计划.....	192
4.10.2.3.2 任务.....	201
4.10.2.3.3 创意.....	233
4.10.2.3.4 推广产品.....	251
4.10.2.3.5 广告主日预算.....	258
4.10.2.4 工具箱.....	261
4.10.2.4.1 版位.....	261
4.10.2.4.2 维纳斯落地页.....	270
4.10.2.4.3 渠道包.....	272
4.10.2.4.4 素材管理.....	274
4.10.2.4.5 转化跟踪目标.....	281
4.10.2.4.6 定向模板.....	285
4.10.2.5 数据报表.....	294
4.10.2.5.1 广告主数据.....	294
4.10.2.5.2 计划数据.....	300
4.10.2.5.3 任务数据.....	305
4.10.2.5.4 创意数据.....	311

4.10.2.6 附录	317
4.10.2.6.1 版位子样式介绍	317
4.10.2.6.2 字段描述说明	335
4.10.2.6.3 枚举值	337
4.10.2.6.4 返回码	345
4.10.2.6.5 错误码	345
4.10.2.6.6 文档更新日志	351
4.10.3 FAQ	351
5 财务管理	354
5.1 充值与结算	354
5.2 查询财务信息	355
5.3 FAQ	356
6 客服支持	358
6.1 客服咨询	358
6.2 在线提单	358

1 平台介绍

- 1.1 概述
- 1.2 平台优势

1.1 概述

简介

HUAWEI Ads 是华为面向泛生态合作伙伴提供的付费展示服务，旨在帮助优质合作伙伴与华为终端移动用户建立真诚沟通的桥梁，向用户传递价值信息和品质服务。

HUAWEI Ads 平台 (<https://ads.huawei.com>) 目前已接入华为视频、阅读、音乐、智能助手（负一屏）、浏览器、杂志锁屏、主题等多种自有媒体，以及第三方媒体应用，涵盖开屏广告、锁屏广告、横幅广告、信息流广告、激励视频、视频贴片等主流展示位类型，可直接触达国内 3.8 亿+华为优质智能终端用户，是移动数字营销的优选平台。

说明

HUAWEI Ads 支持合约广告和竞价广告两种类型：

- 合约广告：由华为媒介代为操作。如需咨询或者投放合约广告，请与 HUAWEI Ads 运营或您的代理商联系，您还可以咨询 HUAWEI Ads 客服，QQ:800183590。
- 竞价广告：由广告主或代理商在 HUAWEI Ads 投放平台直接操作。本文档内容即针对竞价广告投放方式。

平台能力

HUAWEI Ads 为广告主提供一站式服务，包括：便捷的开户流程、多维的推广能力、灵活的计费方式、精准的人群定向、高效的优化手段等多种能力以及 7*12 小时专业客户服务，助力广告主无忧投放，效果最大化。

- **便捷开户流程**
HUAWEI Ads 开户由具有丰富开户经验的代理协助完成，免去自己开户的繁琐流程，帮助您更便捷的开始广告投放。
- **多维的推广能力**

HUAWEI Ads 支持四大投放能力：网页、Android 应用、快应用、促销活动。

投放能力	能力介绍
网页	可以投放具体的 H5 落地页链接。
Android 应用	(1) 应用促活：可以投放某应用的直达链接，若用户已安装该应用，则点击广告将尝试跳转到指定页面。 (2) 应用下载：可以指定某应用，通过投放 H5 落地页链接，将客户引导至应用下载页面。
快应用	快应用是一种新型免安装应用，有安卓应用体验好、功能强大的优点，也有 H5 无需安装、占用存储极少的便捷，还能自动更新和清理空间。 广告主推广快应用，推广产品详情为快应用链接，默认开放给已安装快应用中心的用户。
促销活动	仅适用于电商应用推广促销活动。对用户安装行为无定向，需要同时填写 Deeplink 和 H5 链接。当用户点击广告时，若已安装则拉起应用，未安装则跳转 H5。

• **灵活的计费方式**

HUAWEI Ads 平台支持 CPC、CPM、CPD、OCPC 等多种计费方式，广告主可根据业务需要选择。

- **CPC (Cost Per Click)**，即单次点击成本，计算公式为： $CPC = \text{消耗} / \text{点击}$ 。

CPC 计费模式以每点击一次计费，网民的每一次点击就会为广告主带来真实的流量或是潜在的消费者，这样的方法加上点击率限制可以加强作弊的难度。

- **CPM (Cost Per Mille)**，即千人展现成本，计算公式为 $CPM = (\text{消耗} / \text{展现}) \times 1000$ 。

CPM 为广告每展现给一千个人所需花费的成本。按 CPM 计费模式的广告，只看展现量，按展现量收费。

- **CPD (Cost per Download)**，即按下载付费，适用于 APP 推广。

- **oCPC (Optimized Cost Per Click)**，即以目标转化为优化方式的点击出价。

oCPC 是一款智能出价优化工具，广告主提供期望转化成本，以目标转化成本为优化目的，根据广告的实际转化效果，以机器自动出价方式控制转化成本，并按照点击计费。

• **精准的人群定向**

基于 3.8 亿+华为优质用户基础，HUAWEI Ads 具有丰富的用户画像标签，确保广告投放更精准，HUAWEI Ads 定向能力具体如下：

定向分类	定向维度
人群定向	性别、年龄。
位置定向	常驻/当前省市定向、一二三四五城市级别定向、国家/地区定向

定向分类	定向维度
机型定向	型号、价格。
网络定向	WiFi、5G、4G、3G、2G 定向。
App 安装定向	自身 APP 已安装、未安装。
App 行为定向	指定 APP 用户行为：未安装/已安装/1 个月内活跃。
自定义人群	高消费、有车、潜在购车、教师、已孕、买房等。

- **高效的优化手段**

- 维纳斯建站工具：提供丰富的模板和多功能的营销组件，以帮助广告主快速搭建高效的转化页面。
- 转化跟踪接口：将广告主侧的转化数据收集并与广告平台侧的投放数据进行关联，提升广告投放效果分析能力，以及为 oCPC 提供数据支撑。
- 三方监测：平台支持接入三方监测，广告主可以获得由客观公正的第三方监测公司提供认证的广告数据，监测目标广告的曝光、点击等关键指标。
- Marketing API：让外部客户在本地也能远程使用 HUAWEI Ads 平台系统，完成广告投放、报表分析、创意制作等功能，提升营销效率。

- **专业客户服务**

HUAWEI Ads 站内信功能提供及时的消息通知服务，消息范围覆盖审核消息，财务消息，账户消息，及时反馈重要信息，助力广告主及时调整优化账户。

提供客服 7*12 小时专业咨询服务，提供专业的售前和售后咨询，全面协助广告主进行广告投放。

相关链接

3.2.1 开户指引

[联系我们](#)

1.2 平台优势

1.2.1 全场景优质资源

1.2.1.1 广告媒体

HUAWEI Ads 汇聚海量的优质流量，涵盖月活过亿的华为视频、音乐、阅读、浏览器等华为媒体资源，以及丰富的三方媒体资源，平台的媒体资源以及展现样式内容如下：

媒体类型	媒体名称	展现样式
华为媒体	华为视频	开屏、信息流、视频贴片、竖版小视频、应用图标
	华为音乐	开屏、APP 焦点图、应用图标广告、信息流（仅大图文）
	华为阅读	开屏、阅读章节页、APP 焦点图、信息流、激励场景图标广告、应用图标广告
	华为智能助手	智能助手服务直达、信息流
	华为浏览器	信息流
	华为主题	开屏、激励场景图标广告
三方媒体	游戏 APP	开屏、Banner、插屏、激励视频
	非游戏 APP	联盟信息流

华为媒体资源

华为浏览器

- 华为浏览器是第一信息聚合入口，全球月活用户 3.4 亿。
- 依托华为强大的技术实力，致力于为手机、平板用户提供高速的上网浏览体验、便捷的搜索服务和全面的隐私保护，用户类型丰富多样，流量大。

华为视频

- 全球月活用户数 1.9 亿，中高收入人群占比最高，用户爱好网购，理财和音乐等。
- 提供万部好莱坞及海量院线大片，汇聚全网最全娱乐内容。
- 畅享优酷、腾讯、芒果 TV 热播内容，艺术人文、知识教育等特色专区内容，为用户呈现精彩的视听体验。

华为音乐

- 全球月活用户数 2.1 亿，用户主要为城市白领阶层，大部分分布于一二线城市，有较强消费能力。
- 提供千万曲库、热门歌单、独家专栏、有声电台、HiFi 超清音质歌曲等海量内容，全景多声道、跑步音乐、铃音及装扮等个性化服务，用户可随时随地尽享高品质音乐带来的乐趣。

华为阅读

- 8 千万+全球月活用户数，男性用户占比 70%，每日人均阅读时长 130 分钟，用户爱好网购，出行，新闻资讯等，是深度内容的重要入口

- 提供海量免费小说，全网小说第一时间更新，富媒体精品书带用户进入阅读新境界。

华为主题

- 全球月活用户数 1.1 亿，是视觉艺术聚合入口。
- 拥有海量主题、字体、壁纸、铃音，为华为手机用户提供个性化服务，让用户每时每刻感受艺术和科技之美，匠心设计，灵感点亮生活，缤纷主题，随心而换。

华为智能助手

- 全球月活用户数 2.5 亿，流量增长快，广告与应用内容融合度高，转化效果好。
- 华为智能助手通过 AI 算法，结合场景智能提供贴心的生活、娱乐、实用工具服务，即点即用，一步直达。同时提供最新的新闻资讯服务，并支持本地及在线内容搜索。

三方媒体资源

- 华为联运的三方应用可提供更丰富的广告展现形式和海量的广告资源，流量增长快，节假日特征明显。基于游戏品类的差异性，可以精准覆盖多类型更广泛的用户群体，让广告主的投放能够达到更好的效果。

相关链接

[了解更多广告资源](#)

1.2.1.2 广告样式

1.2.1.2.1 华为媒体

HUAWEI Ads 支持多种广告展示形式，能够帮助广告主多角度，全方位的触达最终用户。华为媒体支持的展示位样式如下：

样式类型	样式名称
图文样式	统一开屏、信息流大图文、信息流三图文、信息流小图文、APP 焦点图、阅读章节页广告、主题瀑布流广告
视频样式	竖版小视频、视频贴片、信息流视频
ICON 样式	激励场景图标广告、智能助手服务直达、应用图标广告
互动样式	音乐 H5 互动广告

图文样式

统一开屏：应用入口级版位，跨媒体强势曝光

HUAWEI Ads
惟有品质



展示形式：静态图片
展示逻辑：打开APP时，以开屏形式曝光在音乐、视频、阅读、主题等APP中，图片广告展示时长为3s。
推广目的：应用下载/促活、网页推广
素材规范：1080*1620，≤150KB
推荐指数：☆☆☆☆☆

5000万+
预估日均PV

CPM
竞价

展示媒体：
华为音乐 华为视频 华为阅读 华为主题

信息流大图文：多媒体覆盖、强原生、高转化

HUAWEI Ads
惟有品质



展示形式：静态单图展示
展示逻辑：以原生形式曝光在媒体信息流中。
推广目的：应用下载/促活、网页推广、快应用、促销活动
素材规范：尺寸1080*607，大小≤150KB；文案≤18汉字
推荐指数：☆☆☆☆☆

1.3亿+
预估日均PV

CPC/CPM/oCPC
竞价

展示媒体：
华为音乐 华为视频 华为阅读 智能助手 华为浏览器

信息流三图文：与资讯内容完美融合，强原生，高转化

HUAWEI Ads 惟有品质



展现形式：静态三图文
展示逻辑：以原生形式曝光在华为媒体信息流中。
素材规范：尺寸225*150，大小≤80KB；文案≤18汉字
推广目的：应用下载/促活、网页推广、快应用、促销活动
推荐指数：☆☆☆☆

1亿+ 预估日均PV CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体：
华为视频 华为阅读 智能助手 华为浏览器

信息流小图文：与资讯内容完美融合，强原生，高转化

HUAWEI Ads 惟有品质




展现形式：左文右图
展示逻辑：以原生形式曝光在华为媒体信息流中。
素材规范：图片尺寸225*150，大小≤80KB；文案≤24汉字；
推广目的：应用下载/促活、网页推广、快应用、促销活动
推荐指数：☆☆☆☆

6千万+ 预估日均PV CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体：
华为阅读 智能助手 华为浏览器

APP焦点图：垂直应用首屏，优质用户聚集地

HUAWEI Ads 惟有品质



展现形式：媒体首屏Banner静态图展示
展示逻辑：以原生形式展示在华为音乐、华为视频、华为阅读和主题等媒体首页或频道首页的焦点图第二帧。
素材规范：图片1080*607，≤150KB；文案≤18汉字
推广目的：网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动
推荐指数：☆☆☆☆

4千万+ 预估日均PV CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体：
华为音乐 华为视频 华为阅读 华为主题

阅读章节页广告



展示形式: 静态图文
展示逻辑: 在华为阅读免费书籍章节页(章首、章中、章尾)展示。
素材规范: 大图1080*607, ≤150KB; 三/小图225*150≤80KB
推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动
推荐指数: ☆☆☆☆

4千万+ 预估日均PV
CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体:
华为阅读

主题瀑布流广告



展示形式: 图片
展示逻辑: 用户打开主题精选、动态壁纸频道时, 广告内容穿插在主题、壁纸等资源中间; 华为主题会员不展示瀑布流广告, 广告仅投放在部分机型上。
推广目的: 网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动
素材规范: 图片1080*1620、1080*1920、720*1440; 1080*1620、720*1440尺寸图片大小不超过150KB; 1080*1920尺寸图片不超过500KB
推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动
推荐指数: ☆☆☆☆

2千万+ 预估日均PV
CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体:
华为主题

天气二级页面banner广告




展示形式: 图片
展示逻辑: 在华为天气APP中点击天气详情信息(实况天气、逐小时天气、15日预报、空气质量等)跳转二级页面, 广告展现在详情页。
推广目的: 网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动
素材规范: 图片1080*432、尺寸图片大小不超过150KB;
推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动
推荐指数: ☆☆☆☆

4千万+ 预估日均PV
CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体:
华为音乐

视频样式

竖版小视频




展示形式: 视频
展示逻辑: 华为视频首页“小视频”频道, 点击任意一个视频封面进入沉浸式浏览模式;
素材规范: 视频MP4格式, 720*1280, 大小≤51200KB, 视频时长6-60s; 文案≤18汉字
推广目的: 网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动
推荐指数: ☆☆☆☆

400万+
预估日均PV

CPC/CPM/oCPC
竞价

展示媒体:
华为视频

视频贴片: 沉浸式广告, 承载丰富产品内容



展示形式: 视频
展示逻辑: 用户打开华为视频长视频时, 广告在片头、片中、片尾展示; 华为视频会员不展示广告, 部分机型不展示广告
素材规范: 视频MP4格式, 大小≤51200KB, 视频时长15s/30s; 文案≤18汉字
推广目的: 网页推广、应用下载
推荐指数: ☆☆☆☆

1400万+
预估日均PV

CPM
竞价

展示媒体:
华为音乐 华为视频 华为阅读

信息流视频



展示形式: 视频

展示逻辑: 以原生形式曝光在华为媒体信息流中。

素材规范: 封面图片尺寸640*360, 大小≤150KB; 视频为MP4格式, 大小≤10240KB; 文案≤18汉字

推广目的: 网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动

推荐指数: ☆☆☆☆

7千万+
预估日均PV

CPC/CPM/oCPC
竞价


展示媒体:



华为音乐 华为视频 华为阅读 智能助手 华为浏览器

ICON 样式

激励场景图标广告



展示形式: ICON形式展现

展示逻辑: 在阅读、音乐、主题、视频等媒体APP内作为激励用户获取福利时(如代金券、抽奖机会等)的条件而展示。

素材规范: ICON尺寸160*160, 大小≤80KB


推广目的: 应用下载

推荐指数: ☆☆☆☆

1千万+
预估日均PV

CPD
竞价

展示媒体:



华为音乐 华为视频 华为阅读 华为主题

智能助手服务直达




展示形式: 智能助手 (华为手机负一屏) ICON展示
展示逻辑: 用户从手机主屏幕左滑进入智能助手主页面, 广告展示在服务直达第4个应用图标; , 仅在部分机型上展示广告。
素材规范: ICON尺寸160*160, 大小≤80KB, 文案要求4-5个字
推广目的: 应用下载、应用促活、快应用
推荐指数: ☆☆☆☆

1.3亿+ 预估日均PV

CPC/CPM/oCPC 竞价

展示媒体:
智能助手

应用图标广告



展示形式: ICON形式展现
展示逻辑: 以icon下载类形式展示在视频、音乐、阅读、文件管理等媒体。
素材规范: ICON尺寸160*160, 大小≤80KB
推广目的: 应用下载
推荐指数: ☆☆☆☆

4千万+ 预估日均PV

CPD 竞价

展示媒体:
华为音乐 华为视频 华为阅读

互动样式

音乐H5互动广告

HUAWEI Ads
惟有品质

①广告入口：任务中心

②进入抢红包页面，
点击任意红包抽奖

③展示广告
并提示用户中奖

展示形式：互动广告（必须要有可以一键免费领取、不需要任何成本的免费权益）

展示逻辑：在华为音乐中参与抢红包抽奖，打开红包即展示广告；广告填充不足时，展示代金券、花币等奖品；点击广告图片或“立即领取”按钮后跳转到广告落地页。

推广目的：网页推广、应用下载

素材规范：图片1080*607；≤150KB；文案≤11个汉字

推广目的：网页推广、应用下载

推荐指数：☆☆☆☆

90万+

预估日均PV

CPC/CPM/oCPC

竞价

展示媒体：

华为音乐

天气二级页面banner广告

HUAWEI Ads
惟有品质

展示形式：图片

展示逻辑：在华为天气APP中点击天气详情信息（实况天气、逐小时天气、15日预报、空气质量等）跳转二级页面，广告展现在详情页。

推广目的：网页推广、应用下载、应用促活、快应用、促销活动

素材规范：图片1080*432、尺寸图片大小不超过150KB；

推广目的：网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动

推荐指数：☆☆☆☆

4千万+

预估日均PV

CPC/CPM/oCPC

竞价

展示媒体：

华为音乐

相关链接

[了解更多广告资源](#)

1.2.1.2.2 三方媒体

HUAWEI Ads 接入三方媒体资源，能够帮助广告主多角度，全方位的触达最终用户。三方媒体支持的展示位样式如下：

样式类型	样式名称
游戏 APP 样式	移动应用开屏、游戏 Banner、游戏插屏、游戏插屏视频、游戏激励视频

样式类型	样式名称
非游戏 APP 样式	联盟信息流

游戏 APP 样式

移动应用开屏-跨媒体入口版位，高转化



展示形式: 竖屏图片

展示逻辑: 游戏APP启动时展示。

素材规范: 图片1080*1620、1080*1920 (全屏) ; ≤150KB

推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动

推荐指数: ☆☆☆☆

1千万+
预估日均PV

CPM
竞价

展示媒体:

三方媒体游戏APP

游戏插屏: 游戏内多场景出现, 样式丰富, 内容强曝光



展示形式: 静态大图展示

展示逻辑: 游戏开启、暂停、过关、跳转、加载、退出时展示。

素材规范: 图片: 1080*607, ≤150KB, 文案≤18个汉字

推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动

推荐指数: ☆☆☆☆

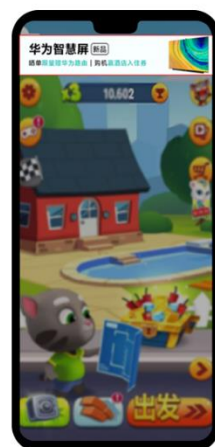
7200万+
预估日均PV

CPC/CPM/oCPC
竞价

展示媒体:

三方媒体游戏APP

游戏Banner: 以通栏式或矩形式展示在应用内页面顶部或底部, 流量库存大



展示形式: 游戏内横幅形式

展示逻辑: 以通栏式或矩形式展示在游戏应用内页面顶部或底部。

推广目的: 应用下载/促活、网页推广

素材规范: 1080*170; ≤100KB

竞推广目的: 网页推广、应用下载/促活、快应用、促销活动

推荐指数: ☆☆☆☆

1亿+
预估日均PV

CPC/CPM/oCPC
竞价

展示媒体:

三方媒体游戏APP

非游戏 APP 样式

联盟信息流

展示形式: 图文/视频

展示逻辑: 以原生形式曝光在360浏览器、豆瓣、下厨房、糖豆等联盟媒体的信息流中

推广目的: 网页推广、应用促活/下载、快应用推广、促销活动

推荐指数: ☆☆☆☆

1200万+

CPC/CPM/oCPC

预估日均PV 竞价

素材规范:

支持样式	素材尺寸要求	素材支持文件格式	素材最大文件大小	素材文案字数要求	视频属性
大图文	1080*607	JPG/JPEG/PNG	150KB	文案: ≤22个字 品牌名称: ≤7个字	/
小图文	225*150	JPG/JPEG/PNG	80KB	文案: ≤24个字 品牌名称: ≤7个字	/
三图文	225*150	JPG/JPEG/PNG	80KB	文案: ≤22个字 品牌名称: ≤7个字	/
视频	640*360 (需同时上传640*360的封面图片,大小≤150KB)	MP4	10240KB	文案: ≤22个字 品牌名称: ≤7个字	时长: 6-60s 码率: ≥2Mbps 帧率: ≥23fps 视频编码: H264 音频编码: AAC 扫描方式: 逐行扫描

相关链接

[了解更多广告资源](#)

1.2.2 全流程智慧投放

HUAWEI Ads 从前端投放到后端转化，全流程智慧投放：人群定向，让广告精准触达；优化工具，打造优质广告创意；oCPC 智能出价，助力高效转化；种子人群拓流，实现精细化再营销。

精准触达

- 基于数亿的用户基础，HUAWEI Ads 具有丰富的用户画像标签，确保广告投放更精准
- 基于华为优异的 DMP 人群数据分析平台，广告主能够精准获取目标人群，提升后期转化

创意无限

- 提供多种工具，助力广告主从创意生产到落地页制作的端到端工作高效便捷，打造一致性的高端视觉体验
- 与华为应用市场联动，广告受众无需借助第三方应用市场，即可一键安装广告主投放的 APP，极大提高广告转化效率

高效转化

- eCPC 智能出价：设置 CPC 出价范围，自动获取下载率更高的流量。
- oCPC 智能出价：对接转化归因 API 后，回传后项转化数据，投放时设置目标激活价格，系统自动实现激活成本达标下的最优投放。

- 支持 RTA、转化跟踪、三方监测等多种效果分析能力，协助广告主及时优化投放策略，提升 ROI。
- 开放 Marketing api 功能，帮助广告主快捷完成广告投放。

精细化再营销

- 通过广告重定向的能力，用后端转化好的广告任务的点击及下载用户作为种子人群，进行相似人群扩展。

2 广告审核

- 2.1 概述
- 2.2 行业准入规则
- 2.3 开户审核
- 2.4 素材审核
- 2.5 FAQ

2.1 概述

为保证您在 HUAWEI Ads 平台所推广的内容符合国家法律法规及相关政策、保护广大用户合法权益、维护平台合法有序，HUAWEI Ads 基于法律法规要求和平台体验要求制定了广告审核规范，主要包含以下内容：

- 1、广告主在接入 HUAWEI Ads 平台前，需满足 2.2.1 禁投行业。
- 2、广告主在开户时需满足 2.3.1 主体资质审核；
- 3、广告主在开户后，在投放广告时需满足 2.4.1 法律法规规范。

行业准入规则

广告主在 HUAWEI Ads 平台投放广告之前，需要首先确定所投行业非禁投行业，如涉及敏感行业，需要咨询平台，然后可基于“准入行业”描述，确定所属行业以及所需的行业资质。

- 2.2.1 禁投行业：HUAWEI Ads 禁投行业包括以下三部分，平台均不允许准入：
 - 法律法规禁止行业：根据国家法律法规制定的禁止投放行业规范。
 - HUAWEI Ads 禁投行业：为了规范平台广告行为，制定的 HUAWEI Ads 禁投行业规范。
 - HUAWEI Ads 准入行业禁止内容：平台准入的广告行业中，对于不符合法律法规和平台规范的内容，禁止接入。
- 2.2.2 敏感行业：一些特殊的行业，需要发送开户准入申请至公邮：hwads@huawei.com，由平台判断是否允许准入。

- 2.2.3 准入行业：广告主可根据准入行业中的行业描述和行业举例，判断所属行业及所需的行业资质。

开户审核规范

广告主在注册 HUAWEI Ads 帐户后，需要进行实名认证，平台会根据广告主选择的认证方式，审核开户资质，具体包含以下内容：

- 2.3.1 主体资质审核：营业执照、法人身份证、代理授权证明。
- 2.3.2 特殊资质审核：
 - **落地页域名 ICP 备案截图：**
 - 1、如广告主账户的推广落地页为华为 4.2.1 简介工具制作，无需提供域名 ICP 备案截图。
 - 2、如广告主使用非华为自建站制作落地页，需要提供域名 ICP 备案截图。
 - 3、若 ICP 备案主体与广告主主体不一致时，除了提供域名 ICP 备案截图，还需提供域名授权证明，并加盖双方公章。

📖 说明

ICP 信息查询网址：<https://beian.miit.gov.cn/#/Integrated/index>，截图应点击详情页，并截取整页信息。

- 海外资质文件：

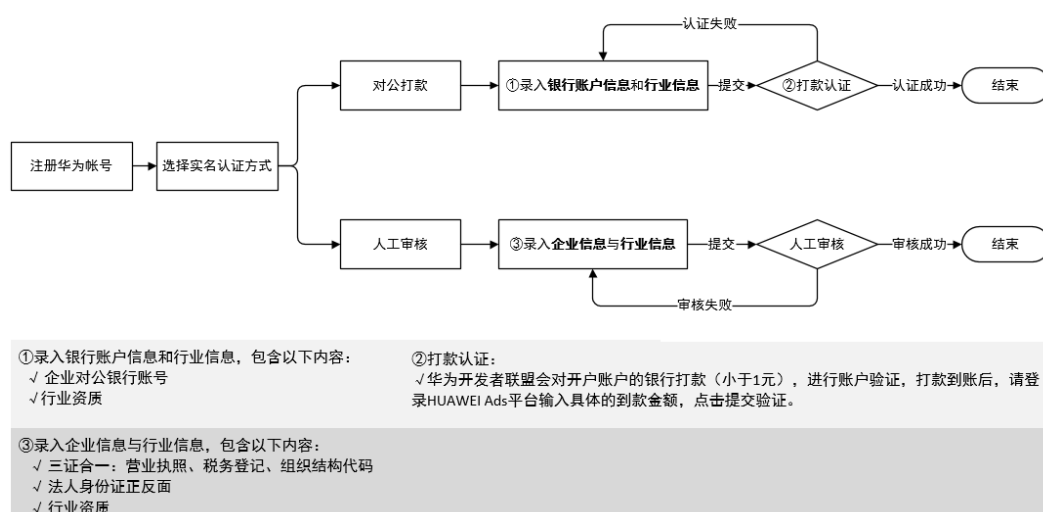
如广告主推广内容合作方涉及海外，需提供合作方的海外资质文件。

- 2.3.3 授权及证明资质审核：若广告内容中涉及第三方企业合作、明星肖像、第三方数据、专利权、商标权等需要广告主提供证明材料的情况，广告主需要提供相关授权文件、证明、合作协议等
- 2.3.4.1 电商：能充分证明开户主体或授权主体具备提供与推广内容一致的商品或服务的资质文件。资质文件需经过合法渠道获得，并且真实有效，文件内容需清晰可辨认。

📖 说明

- 1、广告主在申请开户前需确认所投放的广告业务是否属于“法律及平台禁投行业”
- 2、“主体资质”和“行业资质”为所有广告主必传项；“特殊资质”和“授权及证明资质”仅涉及相关原则时提供。
- 3、“特殊资质”和“授权及证明资质”在开户界面中的“行业资质”模块下提交，具体内容请参见：3.2.1 开户指引。

广告资质审核流程如下图所示：



说明

HUAWEI Ads 开户流程由代理协助完成，请参见：3.2.1 开户指引。

素材审核规范

广告主开通 HUAWEI Ads 平台账户后，即可启动广告投放素材准备阶段，素材需符合如下规范：

1. 法律法规规范：基于广告法的基本合规要求制定的规范；
2. 平台规范：基于 HUAWEI Ads 平台用户体验制定的规范要求；
3. 特殊行业规范：针对特殊行业制定的特殊规范。

说明

- 所有广告必须满足“法律法规规范”和“平台规范”；特殊行业广告还需满足所属的“特殊行业规范”；
- 当广告主在平台提交广告素材，即触发素材审核，如素材不符合规范，将会被驳回，广告主根据驳回意见修改素材；
- HUAWEI Ads 实行巡检制，不定期对通过审核的广告素材进行二次巡检，如广告素材不符合要求，将做下线处理。

名词解释

广告主资质：指广告主开户时应具有的法律规定的必备资质，分为主体资质、行业资质和特殊资质。

广告素材：指广告主自行设计制作或依法委托他人设计制作的，用于展示广告主的品牌、自己生产或经授权销售的产品、服务的信息内容，广告素材包括广告入口图、广告语、下载链接以及广告落地页的页面内容。

落地页：指用户点击广告后跳转到的页面或重定向的页面，也称目标网址或 landing page。

相关链接

3.2.1 开户指引

2.2 行业准入规则

2.2.1 禁投行业

HUAWEI Ads 根据国家法律法规，同时为了规范平台广告行为，制定出以下禁投规则：

法律法规禁止投放行业

行业类别	行业描述
文物、文献作品	有相应合法资质的文物商店、经营文物拍卖的拍卖企业除外。
涉毒类	包括各类毒品，易制毒化学品，毒品原料，制毒的书籍。
票据类	包括各类发票、财务票据等； 包括代开、出售真假发票； 不具有有效性和流通性的为收藏目的转让的情况除外。
政府文件	政府颁布的各种证件、文件，如身份证，档案，各类许可证等。
假证、假章服务	提供办理虚假证件、私刻公章等非法服务。
代考、代写论文	顶替参加考试、代写论文等。
违法书刊、影视剧类	违法书籍、影视剧类，包括但不限于： (1) 淫秽、色情类书刊、影视剧等，包括但不限于低俗、色情写真、视频、AV 等； (2) 妨害社会安定、损害国家统一、破坏民族团结的书刊、影视剧等； (3) 含有种族或者宗教歧视或其他违法违规内容的出版物、文件、资料等。
偷逃税款产品	未履行正常进口手续的商品，比如“水货”、“欧水”、“港水”等类似产品。
非法接入信号产品	电视棒、信号接收器等非法电视信号接收设备。
非法套现	代理提取公积金、社保以及信用卡套现等业务。
违法集邮票	合法的邮票（包括普通邮票和纪特邮票）交换和买卖可以进行，不得

行业类别	行业描述
品	从事《集邮市场管理办法》第二十五条规定的下列活动： (1) 经营伪造、变造的邮资凭证； (2) 经营国家禁止流通的集邮票品； (3) 经营 1949 年 10 月 1 日以后台湾地区发行的集邮票品； (4) 经营未注明发行单位信息的集邮票品； (5) 经营不符合国家规定的仿印仿制邮票图案的集邮票品； (6) 经营明显具有虚假信息的集邮票品； (7) 经营擅自进口的集邮票品； (8) 冒用他人名义制作或者销售集邮票品； (9) 其他违反国家有关规定的经营活动。
安防、警用和军用设备	(1) 安防设备指包括但不限于电击、强光、催泪等保安防卫器械； (2) 警用、军用设备指包括但不限于警服、警徽、手铐、警灯、警笛、电击器等警用和军用器械。
管制刀具	违反国家管制刀具认定标准的刀具，如匕首、三棱刀（包括机械加工用的三棱刮刀）、带有自锁装置的弹簧刀（跳刀）以及其他类似的单刃、双刃、三棱尖刀等。
国家保护野生动植物	(1) 野生动物：国家有关规定中的，野生动物、世界国家保护类动物、濒危动物活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品均不能发布，比如象牙和玳瑁类制品。 (2) 野生植物：被列入世界国家保护类植物清单的、法律禁止不得销售的植物，或植物产品。
非法网络公关	非法的网络水军、网络推手、灌水公司、删帖公司、软文营销等。
侵犯他人隐私的器材	(1) 窃听器、偷拍机、针孔摄像、信息拦截（传真拦截、短信拦截、电话拦截）等可能侵犯他人隐私的违规器材； (2) 侵犯他人个人信息的产品，包括但不限于直接提供他人手机号码、电子邮箱地址等个人信息，以及提供用于收集、盗取他人信息的软件、产品等（比如钓鱼网站）。
侵犯他人财产权益的产品	(1) 偷电、非法节电等产品； (2) 蹭网卡、蹭网器、拨号器等； (3) 存在扣费项目不明确、恶意扣费、暗设扣费程序等任何损害用户权益的情况，或含有盗号、窃取密码等恶意程序的产品； (4) 其他：诈骗网站。
枪支、弹药及其他武器类	(1) 包括各类枪支、弹药及相关器材，如枪械、枪械仿制品（如仿真枪）、子（炮）弹、消音器、火药、说明书、包装盒等； (2) 其他武器：弓弩、弹弓、钢珠、铅珠、真机、真弹等。
危险物品	(1) 易燃、易爆品及制造原料；

行业类别	行业描述
	<p>(2) 有毒、有腐蚀性的化学品及制造原料；</p> <p>(3) 烟花爆竹和烟花爆竹燃放装置；</p> <p>(4) 制造爆炸物的书刊、视频资料等。</p>
博彩类	<p>(1) 博彩工具：如老虎机等；</p> <p>(2) 博彩产品：指违法博彩产品，如六合彩、天线宝宝等中国大陆地区未允许销售的彩种；</p> <p>(3) 博彩技术：禁止刊载介绍赌博技术的广告，如赌术、千术等类；</p> <p>(4) 作弊工具：透视眼镜、变牌器、老千工具等。</p>
非法所得物	如走私、盗窃或抢劫所得物品。
烟草制品	香烟、烟盒、烟标等。
流通人民币	未经中国人民银行批准，任何单位和个人不得装帧和经营装帧的流通人民币。
妨害交通安全秩序的产品	如汽车反雷达测速仪、电子狗、汽车隐性喷雾、卷帘式车牌架、雷达干扰器、牌照遮盖设备、交通信号灯变换器等相关产品。
侵犯他人知识产权的产品	<p>(1) 侵犯商标、专利的商品：各种假冒、山寨产品等；</p> <p>(2) 侵犯版权的商品：侵权影视剧、综艺节目、软件程序、网站等；</p> <p>(3) 私服外挂：私服是指未经权利人授权，非法获得服务器端安装程序之后设立网络服务器。外挂是指利用电脑技术针对一个或多个网络游戏，通过改变软件的部分程序制作而成的作弊程序；</p> <p>(4) 其他：如未经授权销售其他厂商游戏装备、冒充其他游戏官网等，设立钓鱼网站等。</p>
特殊医疗内容	<p>(1) 特殊疾病的治疗，包括尖锐湿疣、梅毒、淋病、软下疳、牛皮癣（或银屑病）、艾滋病、癌症（或恶性肿瘤）、癫痫、乙型肝炎、白癜风、红斑狼疮和无痛人流手术，包括 HBV、大三阳、小三阳转阴、两对半等上述疾病专用术语。</p> <p>(2) 特殊药品，包括麻醉药品、精神药品、放射性药品，临床试用、迷幻药、试生产的药品和所有处方药品，以及上述特殊药品的说明书、包装盒等相关产品。</p> <p>(3) 特殊医疗器械，包括食品药品监督管理部门依法明令禁止生产、销售和使用的医疗器械产品、医疗机构研制的在医疗机构内部使用的医疗器械。</p>
非法性用品	如非法催情用品等。
其他违法违规的产品、服务	<p>(1) 代孕、试药、胎儿性别鉴定服务；</p> <p>(2) 人体器官、遗体，动物尸体等；</p> <p>(3) 介绍汽车解码器、万能钥匙、麻醉专用药等各种可用于犯罪技术</p>

行业类别	行业描述
	的广告。

HUAWEI Ads 禁投行业

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
珠宝手表	珠宝钟表线上平台	主营多类钟表和珠宝的综合电商	/
医疗健康	心理健康	线上或线下提供心理疾病、不良嗜好的治疗方法的机构，如焦虑症、强迫症、抑郁症、恐怖症等的疗法	/
	药品生产研发	药品产品生产公司	/
	药品信息	药品信息查询和公示的平台或工具 例：中国医药网	麻醉药品、精神药品、放射性药品、临床试用、迷幻药、试生产的药
	消毒产品类	消毒产品类	/
	医疗器械生产	医疗器械生产商	生产轮椅、注射器、医用治疗仪、助听器、呼吸机、手术工具等的企业 医用纱布、医用口罩等均属于医疗器械
	医疗器械销售	医疗器械销售商	销售轮椅、注射器、医用治疗仪、助听器、呼吸机、手术工具等的企业 医用纱布、医用口罩等均属于医疗器械
	计划生育服务	计划生育服务	/
	戒毒机构类	戒毒机构类	/
	假肢生产装配	假肢生产装配公司，及假肢相关的宣传、销售等	/
	医疗科室	医疗科室	儿科、男科、妇科、牙科、眼耳鼻喉、皮肤科
美容整形机	通过医疗手段达成美容整形	整形医院、血液净化、洗	

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
	构	目的机构	血、血疗
	综合医院	综合类医疗机构	代孕、试药、胎儿鉴定禁止准入
	口腔医疗	口腔医院、口腔诊所等	代孕、试药、胎儿鉴定禁止准入
通讯虚拟	游戏充值	/	网游装备、游戏币、网络游戏点卡、帐号代练
	通信设备及IT服务	提供企业内部软硬件及网络技术等服务	不支持投放数字天线、卫星接收器，电视棒
食品	生鲜	未经烹调、制作等深加工过程，简单处理即可上架而出售的初级产品	水果、蔬菜、泡菜、火腿
	烟草	烟草及烟草相关产品	电子烟等
生活服务	开锁	开锁公司、开锁服务	/
	占卜起名	提供星座占卜或起名等的公司或服务	塔罗牌、起名公司
商务服务	调查	提供调查服务的机构和公司 天眼查、企查查请选择（软件应用-系统软件）	市场调查、社会调查、企业调查、个人信息调查、学历查询等、私人侦探
	公关	提供公关服务的主体和业务	礼仪、接待、公关、模特、商务活动的服务人员（如晚会服务人员、会展促销员等）等
	会计税务	提供财务税务服务的公司和业务	资产评估、清算、审计、税务、财务等
	对公代理服务	提供各类对公代理的公司和服务	代开发票、个人证件代办、催债、催收、刷单、黄牛代拍行为、证件挂靠、吸粉、公积金提取、代发论文、违章代缴费、代办积分落户、且不支持代办业务（包括但不限于代办户口、公积金、社保、积分入户、证件挂靠、公积金提取等），代缴业务、 代理公司注册、营业执照注册、产品认证、ccc认证、ce认证、ul认证、知识产权服

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
			务（指对专利、商标、版权、著作权等的代理）、进出口代理、商检报关代理、企业管理服务代理、行政代理
	营销机构	提供微博营销、搜索引擎营销、营销策划等专业营销的服务机构	/
日用百货	成人用品	/	伟哥、调情性用品、性玩具、避孕套、情趣内衣等
护肤彩妆	特殊用途化妆品	9类用于特殊目的的化妆品产品，产品标签上标注“国妆特字”或者“国妆特进字”的批准文号	育发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑
金融	金融综合线上平台	综合类的金融平台，包含各类金融业务	/
	投资咨询	投资咨询，即咨询公司为客户提供其投资项目的工程、经济、法律、会计、运营及资金筹措等诸多方面的咨询建议，以服务于该公司的投资项目的融资服务	投资顾问有限公司
	信托	信托公司以营业和收取报酬为目的，以受托人身份承诺信托和处理信托事务的经营行为的公司	/
	资产管理	经营包括金融资产管理公司以及其他类型的资产管理公司，如投资管理、企业管理、受托资产管理、投资或并购顾问、企业资产的重组、项目融资、财务顾问等	/
	贵金属	贵金属交易平台，进行黄金白银等交易	/
	典当	线下和线上的典当行	/
	担保	包括融资担保机构和非融资担保机构	/
	标准金融	标准金融指财务公司、货币经纪公司、贷款公司、金融	/

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
		租赁公司	
	大宗商品交易/现货	现货交易和大宗商品交易市场，特指专业从事电子买卖交易套保的大宗类商品批发市场	原油及原油衍生品
	商业保理	为企业提供贸易融资、销售分户账管理、客户资信调查与评估、应收账款管理与催收、信用风险担保等服务	/
	p2p 网贷平台（贷款超市）	网络贷款平台，集合各种中小贷款机构，民间贷款，个人贷款中介业务平台	/
	期货期权	采用公开的集中交易方式或者国务院期货监督管理机构批准的其他方式进行的以期货合约或者期权合约为交易标的的交易活动和公司	/
	外汇	外汇相关业务	外汇兑换，炒汇
	消费金融	经中国银行业监督管理委员会批准，在中华人民共和国境内设立的，不吸收公众存款，以小额，分散为原则，为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构	/
	众筹	是指用团购和预购的形式，通过互联网募集项目资金的模式。包含灾害重建、民间集资、创业募资、艺术创作、自由软件、设计发明、科学研究以及公共专案等	/
节能环保	污染处理	/	垃圾净化、环保/环卫、水处理等
	废旧回收	/	回收或收购废品、废物、废铜、废油等
	节能设备	/	节能、节电、节水、省电设备等
	环保设备	/	空气净化器、水过滤装置、垃圾填埋设备等

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
	环境监测	/	环境监测、评测机构等
工业工程	能源化工	包括能源设备、能源服务（水、电、风力、煤气）、材料与制品	替代能源、化学原料、塑料制品（原材料）、印染化学品、其他化学制品、合成纤维、建筑材料、金属与玻璃容器、纸材料包装、钢铁、钢铁制品
	机械设备	包括电气部件与设备、重型电气设备、机床、制冷设备、发动机与涡轮机、基础件、锅炉、农业与林业机械、建筑工程与运输机械、纺织服装设备、采矿采石冶金机械、工业集团企业、建筑施工、工业贸易经销商等	机械科技集团公司
	电子电工	从事各类电子设备维护、制造和应用的主体	芯电子电路有限公司
房地产	墓地	/	/
	海外投资房产	投资移民、海外置业	/
法律服务	司法鉴定	运用专业知识辅助司法相关鉴别和判断的相关机构	法医、DNA 检测、指纹检测、笔迹检测、亲子鉴定
	公证	依照法定程序对民事法律行为、有法律意义的事实和文书的真实性、合法性予以证明的活动及服务的主体	/
电商	分销传销	/	/
保健	美容减肥保健用品	美容减肥功效的工具器材	美体按摩器等
	美容减肥保健食品	美容减肥功效的内服保健食品	减肥茶等
	特殊保健品	具有脱毛、丰胸、壮阳、增高功能的保健品	/
安全安保	防盗报警	防盗报警用途相关器材	保险柜、锁具、防盗门、防盗窗等
	保安安保	安保人力、安保器材等相关服务	警卫、保安、安保车队等

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
	门禁考勤	/	门禁、考勤、指纹、楼宇安保系统等
	交通消防	/	灭火器、防毒面具、隔离栏、护栏等交通消防用品
	警用装备	警用安防器材	防暴盾牌、防刺、电棍、警棍等
农林牧渔	种植养殖	包括农业生产加工生态、畜牧生产加工生态、渔业生产加工生态等	/
	兽医兽药	用于预防、治疗、诊断动物疾病或者有目的地调节动物生理机能的药物生产或销售	/
	农药化肥	包括预防、消灭或者控制危害农业、林业的农用药物，和经化学方法制造的肥料	无机肥料、植物性农药、微生物农药
	园林景观	林业生产加工生态	各类观赏性苗木花卉、假山景石、园林设施
招商加盟	美容减肥加盟	美容减肥相关用品或机构的招商加盟	/
	餐饮服务加盟	各类餐饮零食特产招商加盟	餐饮店铺加盟、餐饮技术加盟等 奈雪、喜茶、星巴克、COSTA、太平洋咖啡、迪欧咖啡、两岸咖啡、上岛咖啡、瑞幸咖啡、猫屎咖啡、漫咖啡、雕刻时光加盟禁止准入
	教育培训加盟	教育培训机构、学校等招商加盟	教育培训机构加盟、教育培训技术加盟等 致富、成功学相关禁止准入
	成人用品加盟	成人玩具、避孕措施、性保健品、情趣内衣等相关成人用品招商加盟	成人用品店铺加盟、成人用品技术加盟等
	医药保健加盟	涉及保健、健康、健脑、健身、医疗相关用品或机构招商加盟	医药保健店铺加盟、医药保健技术加盟等 壮阳、补肾、养肾相关禁止准入

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明
	汽车产品加盟	汽车配件、汽车配饰、汽车美容、汽车电子产品、汽车安防相关产品或服务招商加盟	汽车产品店铺加盟、汽车产品技术加盟等 汽车反雷达测速仪、电子狗、汽车隐性喷雾、卷帘式车牌架、雷达干扰器、牌照遮盖设备、交通信号灯变换器及相关产品禁止准入
	生活服务加盟	涉及钟点工、护理、送餐等服务的招商加盟	干洗店加盟
	养殖加盟	涉及动植物养殖的招商加盟	养兔子加盟 野生动物及其制品禁止准入
	服饰礼品加盟	涉及服装、饰品、礼品生产和买卖的招商加盟	服装加盟店
	娱乐休闲加盟	娱乐休闲场所类招商加盟服务	KTV、桌游吧等
	招商加盟（平台类）	综合型加盟平台，不局限于某一类加盟产品，包含3种及以上不同行业	/
彩票	彩票	包括各类彩票	体育彩票、七星彩、足球彩票、福利彩票、乐透、双色球

HUAWEI Ads 准入行业禁止内容

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
户外运动	户外装备	主要用于户外运动的装备	工兵铲、管制刀具、违规渔具，包括但不限于炸鱼、电鱼、毒鱼
游戏	/	/	游戏代练、游戏交易
通讯虚拟	通信设备卖场及门店	提供各种通信设备产品售卖的卖场及门店	数字天线、卫星接收器，电视棒
出版传媒	书籍杂志	书籍、杂志、刊物、报纸、电子书等	盗版及反动类书籍
	影音设备	影像音乐相关电子产品	电视棒、信号接收器等非法电视信号接收设备、无线电台

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
			(站)禁止准入
	办公设备和耗材	主要为办公室、机构等公共场所服务的相关电子产品	POS 机
	智能设备	智能穿戴、智能载具	竞品
	大家电	占用空间较大，便携性弱的家用电器	智慧屏产品
	生活电器	占地面积小，便携性强的家用电器	冷风机（非空调扇）
	数码配件	各类电子产品配件，数码配件，电脑周边配件	竞品 迷你摄像头、隐藏摄像头 车载 U 盘
	家电卖场	知名家电卖场	竞品
机构协会	公益	非政府的、不把利润最大化当作首要目标，且以社会公益事业为主要追求目标的社会组织	医疗公益、众筹、募捐
食品	/	/	海鲜干货、鱼翅、花胶、活禽、人参、西洋参、党参、葛根、三七/田七、天麻粉、石斛、灵芝、当归、何首乌、益母草，淫羊藿，牛蒡子、牛蒡根，珍珠（食用珍珠）、藏红花/红花、雪莲、槟榔、茯苓、蒲公英根；
生活服务	演出票务	提供演出票售卖的服务或机构	黄牛
	美容美发	1、美发：美发店、美发工作室、造型设计工作室 2、美容：美甲、SPA、美容（非医学类）	上门按摩、足疗等行为
	运动健身	健身中心、运动场馆、私人教练、运动培训班	减肥、瘦身、燃脂、壮阳、补肾、养肾等
	家政	保姆、月嫂、保洁、护工、各类维修等	养老院
	休闲娱乐	除会所娱乐之外的休闲类聚会活动场地 农家乐摘水果类请选择（生	KTV、足浴、足疗、温泉、洗浴、网吧等

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
		活服务-生活周边)	
	宠物/宠物周边	宠物相关服务和周边产品	1、宠物活体交易 2、野生动物、濒危动物活体、内脏、任何肢体、皮毛、标本或其他制成品
商务服务	出国服务	为中国公民出国定居、探亲、访友、继承财产和其他非公活动等提供信息介绍、法律咨询、沟通联系、境外安排、签证申办等服务的主体和业务 出国留学中介请选择（教育-出国留学）行业	海外投资置业、海外劳务派遣
	建站服务	提供建立网络站点、活动页面、帐号页面、微信小程序的工具或服务	棋牌、捕鱼等赌博性质游戏的开发
	招聘猎头	招聘、猎头、人才服务机构或求职招聘类网站	网络兼职招聘
日用百货	家居日用	收纳用品、雨伞雨具、浴室用品、缝纫针织用品、净化除味、不插电纯过滤式净水设备等生活日用品	打火机
软件应用	软件办公	邮箱、微软软件套件、财务软件、管理软件等各类软件	手机清理软件
	系统软件	搜索引擎、安全管家、输入法、浏览器、WIFI 管理等，	系统清理工具、安全管家等涉嫌华为手机系统竞品
	新闻资讯	跨行业以信息传播为主的综合网站或 APP，包含地方站，不包括垂直资讯平台	两性类——低俗文章两性类低俗文章；内容涉及美女图集，美拍 迷信类——星座宗教风水等 医疗类——医疗、药品信息、医疗美容、整形美容信息发布等 娱乐八卦类——娱乐新闻，明星隐私等 时政类——反动言论类等 养生类——保健调养、饮食营养，养生资讯等

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
汽车	/	/	平行进口车、抵押车销售、
	汽车用品	汽车用品	汽车反雷达测速仪、电子狗、汽车隐性喷雾、卷帘式车牌架、雷达干扰器、牌照遮盖设备、交通信号灯变换器及相关产品、车载 U 盘
母婴儿童	婴幼儿食品	提供给婴幼儿的食品	一段奶粉
	亲子线上平台	涵盖多类亲子食品、服装等的综合电商	一段奶粉
旅游	酒店住宿	酒店、宾馆、招待所、旅馆业、旅社、饭店、有接待住宿业务的办事处、培训中心、住客浴室、度假村等非线上预订平台，如果是提供在线预订酒店服务的平台，属于 OTA 线上平台，如 airbnb、booking 请选择（旅游-旅游 OTA 综合平台）	情趣酒店
金融	银行服务	1、中央银行 1 家 2、政策性银行 3 家 3、大型国有商业银行 6 家 4、全国性股份制商业银行 12 家 5、城市商业银行 134 家 6、农村商业银行 7、其余组成部分还包括：外资银行、合资银行以及新增的村镇银行	虚拟货币交易，如比特币
	信用卡	银行的信用卡业务，又叫贷记卡，非现金交易付款的一种方式，是简单的信贷服务	信用卡套现
教育	/	/	(1) 网瘾治疗学校、早恋叛逆、自闭症等治疗学校、 (2) 成功学、致富学的教育机构 (3) 情商、记忆力、专注力、心理咨询等心理培训 (4) 微商类培训、淘宝运营培

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
			训 (5) 青少年性教育 (6) 医师、药师培训 (7) 股权激励培训 (8) 广告素材不可涉及颁发学位证书
	早期教育	0-6 岁的早期教育，以安全感、意志力、目标感、注意力、记忆力、思维能力、平衡、力量、速度为教育成长目标	记忆力、学习法、
交通运输	公路服务	指公路货物的物流服务	汽车反雷达测速仪、电子狗、汽车隐性喷雾、卷帘式车牌架、雷达干扰器、牌照遮盖设备、交通信号灯变换器及相关产品
服饰鞋服	女装	女士服装	吊带连衣裙、背心、三角短裤或呈现三角状短裤、低腰超短裤、热裤、紧身衣（裤）、皮草、暴露装、深 V 领装、肤色装、透视装、打底裤、安全裤、情趣制服、情趣内衣、渔网袜、吊带袜、睡衣、泳装泳衣、比基尼、抹胸、裹胸、（收）腹带等可能涉嫌低俗、引诱的商品
	男装	男士服装	吊带连衣裙、背心、三角短裤或呈现三角状短裤、低腰超短裤、热裤、紧身衣（裤）、皮草、暴露装、深 V 领装、肤色装、透视装、打底裤、安全裤、情趣制服、情趣内衣、渔网袜、吊带袜、睡衣、泳装泳衣、比基尼、抹胸、裹胸、（收）腹带等可能涉嫌低俗、引诱的商品
房地产	/	/	墓地、投资移民、海外置业
电商	/	/	1、二类电商 2、分销、传销

一级行业	二级行业	行业描述	禁止涉及的内容
			3、一元云购类型平台禁止准入 暂不支持闪电降准入

2.2.2 敏感行业

如涉及以下二级行业，您可以发送邮件至公邮进行开户准入咨询：
hwads@huawei.com。

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明	禁止涉及内容
珠宝首饰	珠宝	金、银及天然材料制成，具有一定价值的首饰、工艺品或其他珍藏	金、银、翡翠等贵重首饰	涉及纯金、沙金、K金、钻石、翡翠玉石、赌石
	钟表	各类手表钟表	男表、女表、儿童手表、座钟、挂钟等	/
	珠宝钟表卖场及门店	提供各种珠宝钟表售卖的卖场及线下门店	/	/
游戏	棋牌游戏	传统的棋类、牌类、麻将类以及经典捕鱼游戏的集合，因为多人对战互动性被归为一个集合	/	/
	捕鱼游戏	以深海狩猎为题材的休闲街机游戏	/	/
医疗健康	隐形眼镜	隐形眼镜及护理产品，指戴在眼球角膜上，用以矫正视力或保护眼睛的镜片，包括隐形眼镜、隐形眼镜药水等产品	/	/
	药品交易	网上或线下对终端消费者的药品销售机构	/	麻醉药品、精神药品、放射性药品、临床试用、迷幻药、试生产

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明	禁止涉及内容
				的药
	医疗线上平台	主营医疗业务的医疗健康平台	丁香园属于医疗学术交流社区，作为社区行业准入	/
	健康资讯平台	仅提供健康类资讯的工具类平台	经期助手	/
	体检机构	专注体检服务的医疗机构	/	/
酒类	酒水	包含酒精的饮用品	啤酒、红酒、白酒	/
生活服务	卡券消费	/	平台优惠券、商场/百货购物卡、会员卡、vip卡、水果/蔬菜礼卡	提货券
	爱好收藏	收藏品、工艺品	邮票、玉石、纪念币、佛珠、念珠、紫砂艺术、钱币、文房用品、手串、宝珠、核桃、核雕、篆刻印章、国画、 注： (1) 邮票需要邮局发行 (2) 纪念币需要银行发行 (3) 纪念币/钱币：不支持市面废弃已经不流通的钱币或者过往钱币，如银圆、民国钱币等 (4) 其他产品需要质检证明或珠宝鉴定资质	流通货币、赌石行为
商务服务	拍卖	提供拍卖服务的主体和业务	佳士得拍卖行、苏富比	/
	管理咨询	为企业和企业家提供管理咨询性服务的机构和公司，投资咨询及证券咨询除外 营业执照内容需包含“管理咨询”、“商务信息咨询”等相关内容	/	/

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明	禁止涉及内容
日用百货	女性护理	/	卫生巾	/
软件应用	网络直播	直播平台类、秀场类软件应用	/	/
	社交	陌生人社交	/	上门服务、
母婴儿童	孕期护理	提供孕妇分娩前后的心理、健康、饮食、体形及新生儿成长发育、健康成长、疾病护理等服务的专门机构	月子中心	不得涉及医疗、海外月子中心
金融	保险	保险公司、保险经纪、保险公估、保险代理等业务，包括但不限于保险、寿险、健康险、意外险等险种	/	/
	股票	主营业务与股票的销售/交易、管理、推荐等相关的产品或公司主体	/	个股推荐、诊股、荐股
	基金	提供基金销售、管理等相关服务	/	/
	证券	证券市场中的证券产品，包括产权市场产品如股票，也包括证券交易、证券咨询	/	个股推荐、诊股、荐股
	第三方支付	具备提供与银行支付结算系统接口的交易支付平台的网络支付模式的独立机构	/	POS 机销售
	汽车金融	经中国银行业监督管理委员会（以下简称中国银监会）批准设立的，为中国境内的汽车购买者及销售者提供金融服务的非银行金融机构 汽车金融公司名称中应标明“汽车金融”	/	/

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明	禁止涉及内容
		字样		
	小额贷款	<p>由自然人、企业法人与其他社会组织投资设立，不吸收公众存款，经营小额贷款业务的有限责任公司或股份有限公司</p> <p>(1) 由于地域规则不同，泛指 50 万以下的小金额贷款业务</p> <p>(2) 《营业执照》经营范围需包含“金融”或“贷款”或“借贷”或“小额贷款”</p> <p>(3) 如涉及通过互联网开展业务，《营业执照》或《小额贷款许可证》等具备“网络小额贷款”、“网络贷款”等允许开展网络小额贷款字样，或有“网络小额贷款”备案证明</p>	/	<p>(1) 票据、集资</p> <p>(2) 学生贷、校园贷</p>
	征信机构	对企业、事业单位等组织（以下统称企业）的信用信息和个人的信用信息进行采集、整理、保存、加工，并向信息使用者提供的活动和主体	/	/
	金融辅助工具	记账工具，股票模拟交易，利息计算等不包含经营内容的金融工具	记账工具、模拟炒股	/
婚恋/结婚服务	婚恋交友	<p>以婚恋为目的，为用户提供在线婚恋交友服务的实名制平台</p> <p>非实名制请选择（软件应用-社交）行业</p>	/	/
电商	返利平台	购物后提供返利或返现的电商类平台	/	/

一级行业	二级行业	行业描述	举例说明	禁止涉及内容
	电商导购	导购平台，不产生在线交易的资讯平台	/	/
	二手电商平台	提供二手物品交易的电商平台 二手车垂直交易请选择（汽车-二手车经营） 二手房交易请选择（房地产）行业	/	/
	酒水电商	专门售卖酒水类的电商平台	/	/
	农业电商	农产品批发的电商平台	/	/
保健	保健用品	外用的保健器材，具有保健用品许可证	按摩仪器	(1) 壮阳、补肾、养肾相关 (2) 禁止保健品品牌：完美、无限极、权健
	保健食品	内服的保健食品，在药监局网站有批文	/	(1) 壮阳、补肾、养肾相关 (2) 活禽； (3) 鱼翅、花胶； (4) 海鲜干货

2.2.3 准入行业

如广告主可根据准入行业中所提示的行业描述和行业举例，自行判断是否可以准入及行业归属。

📖 说明

如您推广的产品和服务不在准入行业中，也不涉及禁投行业，请咨询代理或联系 HUAWEI Ads 公共邮箱：hwads@huawei.com。

您可以点击以下对应的一级行业，跳转具体内容查看准入要求，如需下载附件查看请点击：《HUAWEI Ads 行业树 v1.0》。

2.3.4.4 运动户外

2.3.4.1 电商

- 2.3.4.5 通讯虚拟
- 2.3.4.6 出版媒体
- 2.3.4.7 数码家电
- 2.3.4.8 机构协会
- 2.3.4.9 食品
- 2.3.4.10 生活服务
- 2.3.4.25 商务服务
- 2.3.4.11 日用百货
- 2.3.4.12 软件应用
- 2.3.4.13 汽车
- 2.3.4.14 母婴儿童
- 2.3.4.15 护肤彩妆
- 2.3.4.16 旅游
- 2.3.4.24 金融
- 2.3.4.17 婚恋/结婚服务
- 2.3.4.2 教育
- 2.3.4.18 交通运输
- 2.3.4.19 家居装修建材
- 2.3.4.20 服饰鞋服
- 2.3.4.21 房地产
- 2.3.4.22 法律服务
- 2.3.4.1 电商
- 2.3.4.23 箱包

相关链接

- 3.2.1 开户指引

2.3 开户审核

2.3.1 主体资质审核

概述

在开户环节，广告主需提交主体资质，包含营业执照、法人身份证和代理授权证明，广告主提交的资质文件需符合以下要求：

- 1、广告主应提交原件或加盖公章的复印件，供 HUAWEI Ads 存档备案。
- 2、如广告主提交的资质材料上明确标明其使用限制，例如在资质上存在水印或者盖章“仅供 XX 使用”，则必须注明“供 HUAWEI Ads 开户申请”，否则将被驳回。
- 3、所有资质材料需保证合法并真实有效，文件内容需清晰并可辨认。
- 4、广告主主体名称不支持变更，主体资质如涉及变更，需在广告投放平台提交变更资料。

主体资质审核要求

营业执照

- 名称：应与系统中录入的、和华为签订的相关协议及其它相关文件中的出现的广告主的名称一致。
- 内容：与国家企业信用信息公示系统查询一致。
- 营业期限：应涵盖广告的投放期限及产品、服务的提供期限。
- 营业状态：状态正常，未被工商局列入经营异常名录，不存在执照吊销、注销等异常情况。
- 年检情况：应有本年度年检章（若使用新版营业执照的地区则没有该项）。
- 经营范围：经营范围必须包含广告主所推广的内容。
- 水印：营业执照中不含无效水印或说明。
- 资质形式：①原件扫描件；②带参照物的原件照片；③ 复印件（需手写“与原件一致”并加盖公章）。

法人身份证

- 需上传企业法人身份证正、反面照。
- 法人身份证信息需与营业执照法人信息一致。
- 身份证信息应清晰可见，身份证有效期需在半年以上。

代理授权证明

- 甲方：填写广告主公司名称（与营业执照公司名称一致）。
- 乙方：二级代理商公司名称。
- 授权有效期为签订日期起至本年度 12 月 31 日止。
- 甲方签名：广告主公司名称（与营业执照公司名称一致）。
- 乙方签名：二级代理商公司名称。

- 公章：授权证明甲乙双方必须加盖真实有效的公章。

相关链接

3.2.1 开户指引

2.5.2 开户资质

2.5.1 开户流程

2.5.1 开户流程

2.3.2 特殊资质审核

概述

HUAWEI Ads 特殊资质包含域名 ICP 备案截图和海外资质文件两部分，如广告主涉及特殊资质内容，需要在开户时提交。

特殊资质要求

域名 ICP 备案

- 1、如广告主账户的推广落地页为华为自建站制作，无需提供域名 ICP 备案截图。
- 2、如广告主使用非华为自建站制作落地页，需要提供域名 ICP 备案截图。
- 3、若 ICP 备案主体与广告主主体不一致时，除了提供域名 ICP 备案截图，还需提供域名授权证明，并加盖双方公章。

说明

ICP 信息查询网址：<https://beian.miit.gov.cn/#/Integrated/index>，截图应点击详情页，并截取整页信息。

海外企业或海外资质文件

如广告主推广内容合作方涉及海外客户，需提供海外合作方的相关资质文件以供审核。

相关链接

3.2.1 开户指引

2.5.2 开户资质

2.5.1 开户流程

2.5.1 开户流程

2.3.3 授权及证明资质审核

概述

如广告主投放的广告内容涉及第三方合作、明星授权等场景，需要在投放广告前，在 HUAWEI Ads 广告平台提交授权及证明资质，资质需满足以下要求：

- 1、资质的登记主体：应与系统中录入的、和华为签订的相关协议及其它相关文件中的出现的广告主的名称一致。
- 2、资质的有效期限：应涵盖广告的投放期限及产品、服务的提供期限。
- 3、资质的登记事项：应与要证明的事项一致。
- 4、授权人名称：应与广告主提交的反映原始生产商、提供商等原始所有者相关资质或权利证明中的主体名称一致。
- 5、被授权人名称：应与广告主的名称一致。
- 6、授权标的：广告所涉及的商品或服务应与授权的商品或服务一致；广告所涉及的商品或服务的品牌的商标应与授权的商品或服务的品牌的商标、授权人有权的商标权一致。
- 7、授权期限：应涵盖广告的投放期限及产品、服务的提供期限。
- 8、授权地域：应涵盖广告所提及的产品、服务的销售区域。
- 9、授权事项：应包含广告主可以自行销售被授权人的产品、服务等事项。

授权及证明资质要求

1、品牌商标版权作品

广告中使用他人的注册商、版权作品（如照片、绘画等）等内容的，广告主须提交前述内容权利人（公司或个人）的合法授权或合作协议。

2、专利

广告中使用专利进行宣传的，广告主需提交相应的证书。

3、知名人物、动漫形象授权

广告出现知名人物/动漫名义或形象的，包括但不限于图片展示、直接或间接表明名人是商品/服务的代言人、明星同款等信息的，广告主须提供名人本人或其经纪公司或品牌方签订的肖像授权书或代言合同，或者提供动漫权利人（公司或个人）的合法授权或合作协议。

4、奖项、荣誉称号

广告中展示获得奖项、评比结果、荣誉称号等信息的，广告主须提交相应的证书。

5、第三方合作

广告中若声称商品/服务是特定媒体、会议、活动的专用、指定、推荐、合作商品/服务等，广告主须提供其与相应媒体、会议主办方、活动主办方签订的合作协议。

6、使用数据、统计资料、调查结果

广告中若出现引用第三方数据（如月销量 X 万件、累计销售 X 件）、统计资料（为 X 万用户提供过服务）、调查结果（如市场占有率、实验数据等），广告主须提供相应的第三方报告；如果相关数据是广告主内部数据的，广告主需提供相应的资料并加盖公章。

7、其他

(1) 其他根据法律法规及华为要求，需要拥有证明资质的情况。

(2) 广告内容，包括推广产品、品牌需保证与开户预设信息一致，应在开户公司提供授权的情况下推广其产品。

相关链接

3.2.1 开户指引

2.5.2 开户资质

2.5.1 开户流程

2.5.1 开户流程

2.3.4 行业资质审核

2.3.4.1 电商

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
综合电商	通过 PC 网站、移动网站、APP 等网络渠道提供不同品类的购物，包含 3 种及以上不同行业	京东、有赞、小红书	如涉及 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》和请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及网络出版服务，请上传《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
微店服务	微商开店服务平台	微店、河马微店、人人微店	如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》
跨境电商	海淘类应用，海外拿货，线上交	别样、亚马逊购物、考拉	请二选一上传：《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》或《对外贸易经营者备案登记

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	易平台		表》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》
奢侈品电商	奢侈品售卖平台，多品牌奢侈品交易	寺库	如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》 1、奢侈品售卖：提供品牌经销直接授权，品牌持有方中国官网需可查 2、奢侈品回收：营业执照中的经营范围须涉及回收的内容

2.3.4.2 教育

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
学历教育机构	通过教育培训可以颁发学历资质的教育机构	清华大学、北京大学、教育部认可的国内外院校等	四选一上传：《办学许可证》或《民办学校许可证》或《事业单位法人证书》或《与学历教育机构签订的合作协议 or 授权书》
学历教育平台	集合多个学历教育机构的平台，通过该平台教育培训可以颁发学历资质的教育机构	爱迪教育	四选一上传：《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》
非学历教育平台	集合多个提供补习培训、技能培训、才艺培训、职业教育等培训机构及相关信息的非学历平台	游学网	请五选一上传：《办学许可证》或《民办学校许可证》或《事业单位法人证书》或《与学历教育机构签订的合作协议或授权书》或《营业执照》（经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务） 如涉及纯线上授课教育机构，请上传《机构备案证明》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及聘用外籍老师，请上传《资格认可证书》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			(经国家外国专家局批准) 如为平台类商城, 请上传《增值电信业务经营许可证》
基础教育 (非学历机构)	幼儿园、中小学补习班等基础教育类型	学而思	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》或《营业执照》(经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务) 如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
职业教育 (非学历机构)	公务员培训、会计师培训、厨师、技工、IT 培训等职业技能培训	新东方厨师学校、蓝翔技校	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》或《营业执照》(经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务) 涉及在线教育, 请上传《教育部关于同意开办现代远程职业教育与培训的复函》 如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
语言教育 (非学历机构)	英语、日语及其他语种语言培训	托福、雅思的培训机构	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》或《营业执照》(经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务) 如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
学历培训 (非学历机构)	以辅助学历考试为主营业务的培训机构	尚德教育	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》或《营业执照》(经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务) 如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
才艺培训	声乐、跳舞、少儿编程等才艺培训	跆拳道、乐器培训	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或《事业单位法人证书》或《营业执照》(经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务) 如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
出国留学	提供出国留学资讯、代理等服务 雅思、GRE 等 请选择语言培训(非学历机构)	金吉列留学	如涉及纯线上授课教育机构, 请上传《机构备案证明》
早期教育	0-6 岁的早期教育, 以安全感、	早教中心	请五选一上传: 《办学许可证》或《民办学校许可证》或《民办职业培训办学许可证》或

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	意志力、目标感、注意力、记忆力、思维能力、平衡、力量、速度为教育成长目标		《事业单位法人证书》或《营业执照》（经营范围包含教育咨询、教育培训等相关业务） 如涉及纯线上授课教育机构，请上传《机构备案证明》
教学辅助工具	教学用品、教具、图书和教育教学相关的工具，及提供此类商品的平台	题库、电子题库、驾校科目考试题库、公式集、网络课共享平台	如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》

2.3.4.3 游戏

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
综合游戏平台	涵盖多种数字娱乐的游戏平台	腾讯游戏平台	三选一上传：《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》或《互联网出版许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》
角色扮演	角色扮演游戏，又称为 RPG 游戏，在游戏中，玩家负责扮演这个角色在一个写实或虚构世界中活动	新剑侠情缘、万王之王	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
策略游戏	策略游戏，又称为 SLG 游戏，玩家运用策略与电脑或其它玩家较量，通过各种策略元素的互相搭配，达成胜利条件。常见种类有战争策略、塔防等	部落冲突、剑与家园、全民主公	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
体育游戏	体育游戏，简称 SPG。体育类游戏是一种让玩家可以	NBA 篮球大师、FIFA 足球世界	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	参与专业的体育运动项目的游戏。体育游戏类别的内容多数以较为人认识的体育赛事（例如：NBA，世界杯足球赛）为蓝本。		
音乐游戏	简称 MSC，培养玩家音乐敏感性，增强音乐感知的游戏，伴随美妙的音乐，有的要求玩家翩翩起舞，有的要求玩家手指体操	节奏大师	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
模拟经营游戏	模拟经营游戏是由玩家扮演管理者的角色，对游戏中虚拟的现实世界进行经营管理。	梦想小镇、模拟城市	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
休闲游戏	休闲游戏，指一些上手很快，无须长时间进行，可以随时停止的休闲成分较重的游戏，常见的有跑酷、消除、益智、棋牌等类型	神庙逃亡、天天消消乐、愤怒的小鸟、斗地主	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
益智游戏	以游戏的形式锻炼脑、眼、手的游戏，使人在游戏中获的逻辑力和敏捷力。	割绳子	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
养成游戏	以角色养成为核心的游戏，随着游戏人物的提升或剧情的推进，玩家会有强烈的养成感，该类游戏多为二次元题材	奇迹暖暖、碧蓝航线	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
格斗游戏	简称为 FTG，是动作游戏的一种。这类的游戏具有明	拳皇	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	显的动作游戏特征，也是动作游戏中的重要分支，画面通常是玩家分为多个两个或多个阵营相互作战，使用格斗技巧击败对手来获取胜利。		
冒险游戏	简称为AVG，由玩家控制游戏人物进行虚拟冒险的游戏。与RPG不同的是，AVG的特色是故事情节往往是以完成一个任务或解开某些谜题的形式出现的，而且在游戏过程中刻意强调谜题的重要性	超级马里奥	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
卡牌游戏	以收集与使用卡牌为核心元素的游戏，常见的核心玩法有两类：1.卡牌对战类；2.卡牌RPG类。	炉石传说、阴阳师	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
竞速游戏	简称为RCG，竞速游戏，模拟各类赛车运动的游戏，通常是在比赛场景下进行，惊险刺激，真实感强。除赛车外，也有另一些其他模式的竞速游戏，如赛艇、赛马等。	QQ飞车、CSR	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
MOBA	多人在线战术竞技游戏。玩家通常被分为人数均等的两队，通过一个RTS风格的界面控制所选的角色，在分散的游戏地图中升级打钱，购买装备提升实力，最终攻占对方核心获	王者荣耀、决战平安京	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	取胜利。		
射击游戏	简称为 STG，以枪战射击或载具射击为核心元素的竞技游戏，玩家在游戏中使用武器进行对抗，达成击杀、生存或战术目标等胜利条件。近期衍生出最火热的玩法为“吃鸡”。	绝地求生、荒野行动	《计算机软件著作权登记证书》 《国家新闻出版广电总局批准的版号》
电子竞技	以电子竞技运动为中心，的相关活动或主体如电子竞技赛事、选手、俱乐部等	LPL、KPL 联赛	《省级体育主管部门同意举办比赛的批准文件》

2.3.4.4 运动户外

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
户外装备	主要用于户外运动的装备	帐篷、睡袋、户外仪表、户外工具、救援装备、滑雪装备、冲锋衣、渔具等	无
健身器械	主要用于健身训练的器械	哑铃、仰卧板、收腹机、其他中小型器材、动感单车、跑步机等	广告素材中有涉及到强制性产品，需要提交 3C 证
体育用品	主要用于运动目的的非服饰鞋包类用品	羽毛球、乒乓球、篮球、足球、网球、排球、台球等	无
运动户外线上平台	涵盖多类运动装备、体育用品的综合电商和资讯平台	优个网	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
运动户外卖场及门店	提供各种运动户外用品售卖的卖场及线下门店	迪卡侬	无

2.3.4.5 通讯虚拟

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
通信运营商	移动/联通/电信网上营业厅、移动/联通/电信充值中心、宽带办理等	移动、联通、电信、长城宽带	三选一上传：《基础电信业务经营许可证》或《增值电信业务经营许可证》或《因特网接入服务业务经营许可证》 如非三大运营商开户，请上传《相应电信运营商的代充授权协议》
增值服务及云服务	提供网络增值服务的主体，包括电子邮箱、域名相关服务等	腾讯云、263 邮箱	如为涉及短信群发，请上传《运营商的合作协议》 如为非短信群发业务，请上传《增值电信业务经营许可证》
通信设备	一、传统虚拟运营商：依靠租用传统电信运营商的通信资源开展电信业务的新型电信运营商，租用基础通信资源之后，根据自身主营业务优势对通信服务进行深度加工，最终以自己的品牌、自建的客户服务系统，向消费者提供通信服务 二、类似虚拟运营商服务：与三大运营商合作推出专属于自家应用的流量套餐服务。	一、迪信通、爱施德、国美、苏宁互联等有正式商用牌照的公司 二、腾讯大王卡	请上传《电信业务经营许可证》（虚拟运营商牌照） 请二选一上传：《与基础电信企业签订的合作协议》或《移动通信转售业务正式商用合作协议》
通信设备卖场及门店	提供各种通信设备产品售卖的卖场及	/	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	门店		

2.3.4.6 出版媒体

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
书籍杂志	书籍、杂志、刊物、报纸、电子书等	人民日报、青年文摘	四选一上传：《出版物经营许可证》或《互联网出版许可证》或《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》如涉及出版物进口的，请上传《出版物进口经营许可证》 如涉及期刊的，请上传《期刊出版许可证》
音像影视	生产、传播各种音像影视产品以及提供各种增值服务的产业和产品，例：电影、数字电影、影视公司、广播和广播公司、音乐制品、数字音乐、戏曲综艺等	/	四选一上传：《出版物经营许可证》或《互联网出版许可证》或《网络文化经营许可证》或《网络出版服务许可证》如涉及电影（包括网络大电影），请上传《电影公映许可证》和请二选一上传：《剧本备案证明》或《摄制电影许可证》 如涉及电视剧（包括网剧），请上传《网络视听节目信息备案证明》和请上传《电视剧制作许可证》 如涉及视频节目，请三选一上传：《广播电视节目制作经营许可证》或《广播电视播出机构许可证》或《广播电视频道许可证》 如涉及网络视听节目服务，请上传《信息网络传播视听节目许可证》
电台/电视台	通过无线电信号、卫星信号、有线网络或互联网播放电视节目的媒体机构，包括电台和电视台。	中央电视台	二选一上传：《广播电视播出机构许可证》或《广播电视频道许可证》 如涉及承担有线电视台的工程设计、安装任务的，请上传《有线电视台设计（安装）许可证》 如涉及利用已有的或者设置专门的卫星地面接收设施接收外国卫星传送的电视节目的，请上传《卫星地面接收设施接收外国卫星传送的电视节目许可证》
动漫制作及周边	动漫工作室、周边、动画制作	有妖气原创漫画梦工厂	无

2.3.4.7 数码家电

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
摄影摄像设备	摄影摄像相关电子产品	单反、DV、摄影机、运动相机	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
影音设备	影像音乐相关电子产品	耳麦、音箱/音响、高清播放器/MP3、收录音机	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
办公设备和耗材	主要为办公室、机构等公共场所服务的相关电子产品	投影机、投影配件、多功能一体机、打印机、传真设备、验钞/点钞机、扫描设备、复合机、碎纸机	如涉及投影仪、打印机、扫描仪、传真机等，请上传《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
电子教育	教育相关的数码产品	学生平板、点读机/笔、早教益智、录音笔、电纸书、电子词典、复读机	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
智能设备	智能穿戴、智能载具	智能手表、智能眼镜、运动跟踪器、健康监测、智能配饰、智能家居、体感车其他配件、无人机	无
大家电	占用空间较大，便携性弱的家用电器	电视、空调、冰箱、洗衣机等大型家电	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
生活电器	占地面积小，便携性强的家用电器	取暖电器、净化器、加湿器、挂烫机、熨斗、除湿机、干衣机、电风扇、冷风扇、电吹风、美容器、理发器卷	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
数码家电线上平台	提供家电、手机、电子设备售卖的相关服务平台	华强电子网	如涉及APP类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			许可证》或《互联网出版许可证》
电子游戏设备	游戏设备和游戏周边设备	xbox、游戏手柄	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
数码配件	各类电子产品配件，数码配件，电脑周边配件	路由器、网卡交换机、网络存储、存储卡、读卡器、滤镜、闪光灯、三脚架、贴膜、机身附件、电池、充电器、移动电源、蓝牙耳机、数据线、手机耳机、车载配件、CPU 主板、显卡、硬盘、内存、机箱、刻录机	《中国国家强制性产品认证证书》（3C证书）
家电卖场	知名家电卖场	苏宁电器、国美电器	无

2.3.4.8 机构协会

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
境内政府机关	政府机关及事业单位	中央党校、全国人大图书馆	如为非政府组织，请二选一上传：《事业单位法人证明》或《组织机构代码证》
境外政府组织	境外政府组织机构	联合国组织	如为非政府组织，请上传《公安机关的登记证书》
协会团体	民间团体、俱乐部	协会团体	二选一上传：《社会团体法人登记证书》或《民政局开具的合法证明》
公益	非政府的、不把利润最大化当作首要目标，且以社会公益事业为主要追求目标的社会组织	公益事业、公益基金会、募捐机构、希望工程、动物保护、留守儿童关爱、公益项目宣传	三选一上传：《基金会法人登记证书》或《社团法人登记证书》或《民政局开具的其他合法证明》 如涉及公开募捐，请上传《公开募捐资格证书》 如涉及公益助农类农产品销售，请上传《民政局开具的其他合法证明》

2.3.4.9 食品

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
休闲食品	食用场景主要为闲暇、休息的食	坚果、炒货、肉干、肉脯、蜜饯、	请二选一上传：《食品经营许可证》或《食品生产许可证》如涉及绿色食品，请上传《绿色

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	品	果干、糖果、巧克力、饼干、蛋糕、无糖食品	<p>食品标志使用证书》</p> <p>如涉及无公害农产品，请二选一上传：《无公害农产品产地认定证书》或《无公害农产品认证证书》</p> <p>如涉及进口食品，请上传《入境货物检验检疫证明》</p> <p>如涉及有机食品，请上传《有机食品认证证书》</p> <p>农产品如涉及地理标志产品，请上传《中华人民共和国农产品地理标志登记证书》</p>
粮油调味速食	烹饪相关的调味品、速食品	油盐酱醋等调味品、米面、方便面等	<p>请二选一上传：《食品经营许可证》或《食品生产许可证》</p> <p>如涉及地理标志产品，请上传《中华人民共和国农产品地理标志登记证书》</p> <p>如涉及进口食品，请上传《入境货物检验检疫证明》</p> <p>如涉及有机食品，请上传《有机食品认证证书》</p> <p>如涉及绿色食品，请上传《绿色食品标志使用证书》</p> <p>如涉及无公害农产品，请上传《无公害农产品产地认定证书》或《无公害农产品认证证书》</p>
软饮料和冲饮	直接饮用或用水冲调的非酒精饮料	碳酸饮料、果汁（浆）及果汁饮料类、蔬菜汁饮料、植物蛋白质饮料、瓶装饮用水饮料、固体饮料、功能性饮料、牛奶、茶叶	<p>请二选一上传：《食品经营许可证》或《食品生产许可证》</p> <p>如涉及进口乳制品（生乳、生乳制品、巴士杀菌乳），请三者都上传：《该出口国或政府出具的卫生证书》和《该境外乳制品企业在中国国家质检总局的备案信息》和《中华人民共和国进境动植物检疫许可证》</p> <p>如涉及生鲜乳收购站的，请上传《生鲜乳收购许可证》</p> <p>如涉及进口食品，请上传《入境货物检验检疫证明》</p>
食品线上平台	涵盖多类食品的综合电商和资讯平台	百草味	<p>如涉及网络出版服务，请上传《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》</p> <p>如为食品第三方平台，请上传《增值电信业务经营许可证》如为食品自营平台，请上传《食品经营许可证》</p> <p>如涉及 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》如涉及跨境业务，请三选一上</p>

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			<p>传：《对外贸易经营者备案登记表》 或《出入境检验检疫报检企业备案表》 或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》</p> <p>食品自营电商所售商品需包含在许可证的许可范围内，特别是涉及保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品等特殊食品的</p>
食品卖场及门店	提供各种食品售卖的卖场及线下门店	来伊份门店	《食品经营许可证》

2.3.4.10 生活服务

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
摄影写真	生活写真，摄影写真的相关服务 婚纱摄影和亲子摄影请选择（婚庆服务-婚纱摄影）行业	生活写真、照片冲印、设计素材、源文件等	无
演出票务	提供演出票售卖的服务或机构	演唱会、电影演出周边、话剧、体育赛事、电影票、亲子儿童音乐剧、歌剧、音乐会、魔术、杂技、马戏、展览会	如涉及营利演出，请上传《营业性演出许可证》
生活周边	1、定制服务 2、便民服务 3、民生服务类	1、定制衣服、海报、杯子 2、送餐、代驾、私厨、跑腿 3、供水、供电、燃气公司	<p>如涉及燃气公司的，请上传《燃气经营许可证》</p> <p>如涉及供电公司的，请上传《供电营业许可证》</p> <p>如涉及餐饮经营，请上传《食品经营许可证》</p>
鲜花园艺	包括花卉、绿植盆栽、鲜花速递、花瓶、花器、花盆、花架、园艺用品、创意迷你植物、仿真花等的租赁及买卖	/	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
美容美发	1、美发：美发店、美发工作室、造型设计工作室	1、首脑、优剪	无
	2、美容：美甲、SPA、美容（非医学类）	2、奈瑞儿	美发店、美发工作室，美容店营业执照经营范围须包含美容相关营业范围
运动健身	健身中心、运动场馆、私人教练、运动培训班	奇迹健身	如为经营高危险性体育项目，请上传《高危体育项目经营许可证》
家政	保姆、月嫂、保洁、护工、各类维修等	e 家帮	如涉及水电路维修、房屋漏水维修等，《营业执照》的经营范围中需要包含房屋维修相关营业范围 如涉及冰箱、空调、燃气灶、油烟机等家用电器维修保养，《营业执照》的经营范围中需要包含家电维修相关营业范围如涉及保姆、月嫂、保洁、护工、驱虫灭鼠等，《营业执照》的经营范围中需要包含家政服务相关营业范围 如涉及机动车维修的，请上传《机动车维修经营许可证》《营业执照》上的经营范围一定要有“机动车维修项目业务”
物流服务	提供普通快递、邮政、速递和物流等服务	顺丰快递	二选一上传：《快递业务经营许可证》或《道路运输经营许可证》
物业服务	提供物业管理的公司及相关服务	/	无
生活服务线上平台	包含生活服务中多种服务的综合网站	58、赶集	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
休闲娱乐	除会所娱乐之外的休闲类聚会活动	密室逃脱、游乐园、狼人杀游戏	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	动场地 农家乐摘水果类 请选择（生活服务-生活周边）	室、DIY 手工、真人 CS	
音乐/乐器	可以用各种方法奏出音色音律的器物。一般分为民族乐器与西洋乐器	吉他、贝司、钢琴、萨克斯风、电子琴、数码钢琴、合成器、乐器配件、古筝	无
宠物/宠物周边	宠物相关服务和周边产品	宠物服务、宠物驯良、宠物寄养、宠物医疗相关、宠物托运、宠物零食、鱼类及其用品、宠物服装	如涉及兽药生产、经营，请三选一上传：《兽药生产许可证》或《兽药经营许可证》或《批准文号文件》和请上传《兽药广告审查表》 如涉及动物疾病诊疗，请上传《动物诊疗许可证》
出行服务	租车及出行叫车类服务	滴滴、Uber、神州租车、达达巴士、摩拜、OFO 等	如涉及网约车经营服务的，请上传《网络约租车平台经营资格许可证》 对预约出租客运的车辆，请上传《网络预约出租汽车运输证》 如涉及货运服务、客运服务或出租汽车经营的，请上传《道路运输经营许可证》 从事出租汽车经营服务的，请上传《出租汽车经营资格证书》 从事预约出租车的，请三选一上传：《出租汽车经营行政许可决定书》或《道路运输经营许可证》或《道路运输证》 如涉及汽车租赁服务的，请三选一上传：《道路运输经营许可证》或《汽车租赁经营许可证》或《汽车租赁经营许可证》
出行票务预订	出行相关票务预订服务，如机票、火车票、大巴票、船票等预订服务机构或渠道	智行火车票	如涉及售票网，同时销售汽车、火车、船票、飞机票等的，请上传《航线或者运输公司的合作合同》（至少 3 份） 如涉及航空票点，请上传《航空公司机票代理资格证》
非汽车交易	除汽车之外的机动车和非机动车交易	摩托车、电动车	请上传《中国国家强制性产品认证证书》（3C 证书） 营业执照经营范围需包含推广内容
搬家	搬迁服务	小桔搬家	《道路运输经营许可证》 营业执照经营范围包含家政服务相关

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
餐饮美食	<p>1、烘焙甜品：包括蛋糕面包店、甜品店、茶饮店等</p> <p>2、咖啡厅：包括咖啡厅和休闲餐厅</p> <p>3、快餐：包括中式快餐和西式快餐</p> <p>4、正餐：西餐、火锅、自助餐、烧烤、日韩料理、东南亚料理等</p>	<p>1、面包新语、喜茶、鲜芋仙</p> <p>2、星巴克、太平洋咖啡</p> <p>3、肯德基、麦当劳、真功夫</p> <p>4、豪客来、海底捞、</p>	<p>如涉及中华老字号，请上传《商务部中华老字号证书》</p> <p>如为超市，请上传《食品经营许可证》</p> <p>如为便利店，请上传《食品经营许可证》</p> <p>若经营内容涉及跨境、海外直采，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》</p> <p>如涉及烟草售卖，请上传《烟草专卖许可证》</p>
零售百货	<p>1、超市。采取自选销售方式，以销售大众化实用品为主，品种齐全，满足顾客一次性购齐的零售业态，包括超级市场、综合超市、仓储式会员商店等</p> <p>2、便利店。位于居民区附近的实体店，以经营即时性商品或服务为主，包括便利店、食杂店等</p> <p>3、购物中心。向消费者提供综合性服务的商业集合体，包括市区购物中心、社区购物中心、城郊购物中心等</p> <p>4、综合百货。经营包括服饰、化妆品、家庭用品等众多品类，以满足目标顾客追求生活时尚和</p>	<p>1、沃尔玛、家乐福、麦德龙</p> <p>2、7-11、全家便利店</p> <p>3、天虹购物中心、大悦城购物中心</p> <p>4、王府井百货、太平洋百货、伊势丹百货、百盛百货</p>	<p>如涉及中华老字号，请上传《商务部中华老字号证书》</p> <p>如为超市，请上传《食品经营许可证》</p> <p>如为便利店，请上传《食品经营许可证》</p> <p>若经营内容涉及跨境、海外直采，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》</p> <p>如涉及烟草售卖，请上传《烟草专卖许可证》</p>

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	品位需求的零售业态		

2.3.4.11 日用百货

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
家居日用	收纳用品、雨伞雨具、浴室用品、缝纫针织用品、净化除味、不插电纯过滤式净水设备等生活日用品	/	无
洗护用具	纸品湿巾、衣物清洁、清洁工具、家庭清洁、皮具护理、一次性用品等生活清洁用品 1、沐浴露请选择（非特殊用途化妆品-保养护肤） 2、洗发水请选择（非特殊用途化妆品-美发护发、沐浴露） 3、牙膏请选择（日用百货-口腔护理）	/	《消毒产品生产许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》
厨具	厨房用具 5 大类： 1、储藏用具 2、洗涤用具 3、调理用具 4、烹调用具 5、进餐用具	烹饪锅具、刀剪菜板、厨房配件、水具酒具、餐具茶具、咖啡具等厨具用品	如涉及属于《实行生产许可证制度管理的产品目录》的，请上传《工业产品生产许可证》（质量技术监督部门颁发的） 如涉及饮用水卫生安全的产品（如净水器的，请上传《涉及饮用水卫生安全产品卫生许可批件》（卫生行政部门颁发的）
日用百货线上平台	日用百货行业下两个及以上二级类目的综合平台	野兽派	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
休闲玩具	提供给 14 岁以上青少年及成人的休闲玩具	UNO	无
口腔护理	牙膏、牙刷、漱口水等，不含医疗健康/医疗器械类产品	黑人牙膏	如为牙膏， ①《批准文号》 ②请四选一上传：《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》或《食药监局网上公示页面截图》或《入境货物检验检疫证明》或《进口化妆品卫生许可批件》如为漱口水， ①“药”字号漱口水，参照药品资质； ②“消”“健”字号漱口水无特殊要求

2.3.4.12 软件应用

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
软件办公	邮箱、微软软件套件、财务软件、管理软件等各类软件	outlook	《计算机软件著作权登记证书》
系统软件	搜索引擎、安全管家、输入法、浏览器、WIFI 管理等，	百度、搜狗输入法	《计算机软件著作权登记证书》 如涉及安全产品，请上传《计算机信息系统安全专用产品实施销售许可证》
摄像摄影	图片编辑、摄影、美化类软件应用	美图秀秀、faceu	《计算机软件著作权登记证书》
天气日历	天气类、日历类软件应用	墨迹天气、万年历	《计算机软件著作权登记证书》
网络电话	指通过网络打电话的软件应用	skype	《基础电信业务经营许可证》 《计算机软件著作权登记证书》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
地图导航	电子地图、导航工具等软件应用	高德地图	《计算机软件著作权登记证书》 请二选一上传：《测绘资质证书》或《地图编制资质证件》 如涉及互联网地图出版活动，请上传《互联网出版许可证》
体育健康	体育赛事、运动健身辅助软件应用	Keep	《计算机软件著作权登记证书》
新闻资讯	跨行业以信息传播为主的综合网站或 APP，包含地方站，不包括垂直资讯平台	新浪新闻、搜狐新闻、虎嗅、36 氪	三选一上传：《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》 《增值电信业务经营许可证》 《计算机软件著作权登记证书》 《互联网新闻信息服务许可证》 金融类新闻资讯：若内容涉及金融相关业务，需要从金融行业下对应子行业准入，并提供相应资质才能准入
阅读	阅读软件应用	飞读小说	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 三选一上传：《网络文化经营许可证》或《出版物经营许可证》或《网络出版服务许可证》 如涉及有声读物的，请上传《信息网络传播视听节目许可证》
音乐	在线音乐、网络 K 歌、音乐播放器等	QQ 音乐、网易云音乐	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 三选一上传：《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》
长视频软件	在线视频、聚合视频、视频播放器、VR 视频等	腾讯视频、爱奇艺、芒果 TV	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 三选一上传：《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》 若涉及互联网新闻信息服务活动，请上传《互联网新闻信息服务许可证》
短视频分享	短视频分享平台	抖音、火山小视频、全民小视频	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			请三选一上传：《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》或《网络出版服务许可证》
在线 FM 收听	提供电子书，有声听书，FM 收听的网站/公众号/APP	喜马拉雅 FM	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 请三选一上传：《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》或《网络出版服务许可证》
在线动漫综合线上社区	漫画兴趣社区平台及提供在线动漫阅读的网站、公众号、APP，指包括 BBS/论坛、贴吧、公告栏、个人知识发布、群组讨论、个人空间等形式在内的网上交流空间，垂直类社区（如育儿社区）除外	快看漫画 知乎、天涯、水木	《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 请三选一上传：《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》或《网络出版服务许可证》 《计算机软件著作权登记证书》 《增值电信业务经营许可证》 请三选一上传：《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》或《网络出版服务许可证》

2.3.4.13 汽车

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
汽车用品	汽车用品	内饰、安全座椅、饰品、皮垫、改装品等	如涉及儿童安全座椅、安全附件、轮胎、安全玻璃、防盗报警系统、客车灭火装备配置、运油车辆和加油车辆、可外接充电式混合动力电动汽车和，请上传《中国国家强制性产品认证证书》（3C 证书） 如涉及进口产品，请上传《入境货物检验检疫证明》
车辆养护	指根据车辆各部位不同材料所需的保养条件，采用不同性质的专用护理材料和产品，对汽车进行全新的保养护理	汽车维修、汽车美容、汽车维护、配件、改装等	若涉及汽车特种改装（如货车改装成垃圾车等改变汽车用途或汽车结构类），请上传《特种汽车改装许可证》 如为汽车救援、陪练，请上传《道路运输经营许可证》 如为汽车维修，请二选一上传：《道路运输经营许可证》或《机动车维修经营业务许可证》 如涉及以场地设施为依托，为社会提供有偿

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			服务的综合货运站（场）、零担货运站、集装箱中转站、物流中心等，请上传《道路运输站（场）经营业务许可证》 如为汽车检测，请上传《检验检测机构资质认定证书》
驾校	通过车管部门的考试取得驾驶证的培训单位，包含特种车技术培训	宏达驾校等	三选一上传：《道路运输经营许可证》或《机动车驾驶员培训业务许可证》或《交通行政许可决定书》
二手车经营	从事二手车经销、拍卖、经纪、鉴定评估的企业	瓜子二手车、人人车	《二手车市场经营者、二手车经营主体备案证明》 如涉及二手车拍卖机构，请上传《拍卖经营批准证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》 二手车经销《营业执照》经营范围需包含“二手车经销” 二手车经纪《营业执照》经营范围需包含“二手车经纪”
汽车线上平台	包括 2 种以上汽车相关行业分类的综合型平台，含汽车交易或汽车资讯	汽车之家、易车、团车	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
汽车厂商	汽车主机厂商 不包括二手车交易市场	雪佛兰、大众	如涉及租赁，请三选一上传：《道路运输经营许可证》或《汽车租赁经营许可证》或《汽车租赁经营备案证明》
汽车-4S 店/	汽车厂商 4s 店	天津浩众汽车贸易	如涉及租赁，请三选一上传：《道路运输经

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
经销商	和汽车经销商 不包括二手车交易市场	服务有限公司	营许可证》或《汽车租赁经营许可证》或《汽车租赁经营备案证明》 如涉及进口车，请上传《入境货物检验检疫证明》
汽车电商 (新车、不含二手车)	可直接进行线上交易的汽车平台 不包括二手车交易平台	毛豆新车、弹个车	如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》
代驾	传统代驾平台产品或通过移动互联网技术改善传统代驾服务的代驾类互联网产品	e 代驾、滴滴代驾、爱代驾	如代驾软件的服务内容非自营服务内容，如代驾软件的服务内容非自营服务内容，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，如为 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》
行车辅助	/	360 行车助手、车载助手、行车记录仪	如涉及儿童安全座椅或行车记录仪，如涉及儿童安全座椅或行车记录仪，请上传《中国国家强制性产品认证证书》(3C 证书) 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》 如行车助手软件所提供的服务不限于自营产品或服务，请上传《增值电信业务经营许可证》
加油	使车主加油更方便的线上下平台或产品，提供加油卡线上、下充值服务、实时油价查询和附近加油站等多种功能。	51 车主加油、加油宝、加油卡、团油	请上传《危险化学品经营许可证》 请三选一上传：《成品油零售经营许可证》或《成品油仓储经营批准证书》或《成品油批发经营证书》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》
停车	为车主提供各类停车服务的产品	蜜蜂停车、小强停车、宜停车	如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》
违章查询	为广大车主提供违章查询、年检	车轮违章查询、交管 12123	请上传《违章查询接口的合作协议》 如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	办理、油卡充值、旧车换购、进京证办理、驾驶证查分、汽车资讯、车友互动等多项车主生活服务的产品		<p>营许可证》</p> <p>如为 APP 类软件，请两者都上传：《计算机软件著作权登记证书》和《增值电信业务经营许可证》</p> <p>如跳转政府网页，如跳转政府网页，请上传《与政府的合作协议》</p>
充电桩	为电动汽车车主提供找桩、充电等服务的产品	e 充电、充电桩、特来电	<p>如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》</p> <p>如为 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》</p> <p>如找桩软件内容不限于自营产品或服务，如找桩软件内容不限于自营产品或服务，请上传《增值电信业务经营许可证》</p>

2.3.4.14 母婴儿童

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
育儿社区（孕期/胎教/优生）	交流育儿相关内容的社区	宝宝树、妈妈帮	<p>请上传《增值电信业务经营许可证》</p> <p>如涉及母婴食品销售，请二选一上传：《食品经营许可证》或《食品生产许可证》（项目范围中应含有婴儿食品），如涉及婴幼儿乳粉，项目范围包含婴幼儿配方乳粉</p>
童装童鞋	提供给 1-14 岁儿童的服饰鞋帽	儿童套装、连身衣、爬服、学步鞋	经 CMA 或 CNAS 或 CAL 认定质检机构出示的《质检证明》
婴幼儿食品	提供给婴幼儿的食品	婴幼儿奶粉、婴幼儿零食、婴幼儿辅食	<p>二选一上传：《食品经营许可证》或《食品生产许可证》</p> <p>如涉及进口婴幼儿奶粉，请上传《中华人民共和国进境动植物检疫许可证》</p> <p>如涉及进口食品，请上传《出入境检验检疫合格证明》</p> <p>如涉及婴幼儿奶粉，请二选一上传：</p> <p>①《食品经营许可证》或</p> <p>②《食品生产许可证》和《婴幼儿配方乳粉产品配方注册及生产许可证》</p> <p>如涉及婴幼儿奶粉经营，《营业执照》的经营范围需包含乳制品（含婴幼儿配方乳粉）</p>
儿童用品	提供给 1-14 岁儿童的用具和玩	儿童书包、儿童拉杆箱	如涉及童车、电玩具、塑胶玩具、金属玩具、弹射玩具、娃娃玩具，请上传《中国国

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	具 婴儿服饰(0-1岁)请选择(母婴儿童-母婴用品)行业		家强制性产品认证证书》(3C证书)
亲子线上平台	涵盖多类亲子食品、服装等的综合电商	蜜芽网	如涉及APP类软件,请两者都上传:《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城,请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务,请三选一上传:《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务,请三选一上传:《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》 如涉及婴幼儿奶粉经营,《营业执照》的经营范围需包含乳制品(含婴幼儿配方乳粉)
母婴用品	提供给孕妇与0-1岁婴儿的服装用品	孕妇连衣裙、孕妇裤、托腹裤、新生儿服装、母婴防辐射服	《质检证明》(经CMA或CNAS或CAL认定质检机构出示的)
亲子卖场及门店	提供各种母婴用品售卖的卖场及线下门店	乐友线下门店	如涉及婴幼儿食品,如涉及婴幼儿食品,请上传《食品经营许可证》

2.3.4.15 护肤彩妆

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
美容工具	/	刘海片、假发、卷发器、化妆工具	如涉及具有电热功能的皮肤及毛发护理器,请上传《中国国家强制性产品认证证书》(3C证书)
非特殊用途化妆品-保养护肤	非特殊用途的保养护肤相关产品或服务	乳液、各种部位护理	如涉及国产,请上传《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》 如涉及进口化妆品,请两者都上传:《进口非特殊用途化妆品备案登记凭证》和《入境货物检验检疫证明》(海关出具的)
非特殊用途	非特殊用途的美	洗发水、发蜡	如涉及国产,请上传《国产非特殊用途化妆

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
化妆品-美发护发	发护发相关产品或服务		品备案登记凭证 如涉及进口化妆品，请两者都上传：《进口非特殊用途化妆品备案登记凭证》和《入境货物检验检疫证明》 (海关出具的)
非特殊用途化妆品-香水	非特殊用途的香水制造、销售、推荐等相关产品或服务	香水、古龙	如涉及国产，请上传《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》 如涉及进口化妆品，请两者都上传：《进口非特殊用途化妆品备案登记凭证》和《入境货物检验检疫证明》 (海关出具的)
非特殊用途化妆品-彩妆	非特殊用途的彩妆相关产品或服务	BB 霜、彩妆盘	如涉及国产，请上传《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》 如涉及进口化妆品，请两者都上传：《进口非特殊用途化妆品备案登记凭证》和《入境货物检验检疫证明》 (海关出具的)
特殊用途化妆品	9 类用于特殊目的的化妆品产品，产品标签上标注“国妆特字”或者“国妆特进字”的批准文号	染发、烫发、美白、防晒	如涉及国产，请上传《国产特殊用途化妆品备案登记凭证》 如涉及进口化妆品，请两者都上传：《进口特殊用途化妆品备案登记凭证》和《入境货物检验检疫证明》 (海关出具的)
护肤彩妆线上平台	涵盖多类护肤彩妆的综合电商和资讯平台	聚美优品	如涉及 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》和请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及网络出版服务，请上传《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
护肤彩妆卖场及门店	提供各种化妆品、美容工具售卖的卖场及线下门店	丝芙兰线下门店	无

2.3.4.16 旅游

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
酒店住宿	酒店、宾馆、招待所、旅馆业、旅社、饭店、有接待住宿业务的办事处、培训中心、住客浴室、度假村等 非线上预订平台，如果是提供在线预订酒店服务的平台，属于OTA线上平台，如airbnb、booking请选择（旅游-旅游OTA综合平台）	希尔顿、七天	《旅馆业特种行业许可证》 如涉及星级酒店，请上传《旅游饭店星级证书》
旅游景点	境内景点或景区相关票务服务，如自然及人文景区、公园游乐场等	武夷山景区	如涉及A级景区，请上传《旅游景区质量等级证书》 如涉及娱乐场所，请上传《娱乐经营许可证》
旅行社	提供旅游服务的组织或机构，服务内容如港澳台游、国内游、境外游、户外探险、主题旅游等	中青旅	《旅行社业务经营许可证》
旅游局-境内	中国大陆境内旅游局	山东旅游局	无
旅游OTA综合平台	1、线上综合旅行预订平台 2、旅行资讯、攻略类内容提供平台	1、携程、去哪儿 2、在路上、面包旅行	如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及APP类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》 如包含机票出票代理，请两者都上传：《合作协议》（至少3份）和《中国民用航空运输销售代理业务资格认可证书》（至少3

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			份，其中售票点需要航空铜牌，航空公司不需要航空铜牌)
自驾游	自驾游相关产品	窝友自驾、365 自驾、途牛自驾	<p>请五选一上传：《道路运输经营许可证》或《汽车租赁经营许可证》或《网络约租车平台经营资格许可证》或《出租汽车经营资格证》或《汽车租赁经营备案证明》</p> <p>如涉及旅游商品预订，请二选一上传：《旅行社经营许可》或《与旅行社、景点、酒店等主体的合作协议》（至少 3 份）</p> <p>如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》</p> <p>如为 APP 类软件，请上传《计算机软件著作权登记证书》</p> <p>如自驾游软件所服务内容不限于自营产品或服务，请上传《增值电信业务经营许可证》</p>
航空旅行服务	提供以旅行为目的的航空类服务的机构	汉莎航空	《公共航空运输企业经营许可证》
游轮旅行服务	提供以旅行为目的的游轮类服务的机构	星梦游轮	《水路运输许可证》
旅游景点-境外	境外景点或景区相关票务服务，如自然及人文景区、公园游乐场等	巴黎卢浮宫	无
旅游局-境外	除中国境内的境外旅游局	香港旅游局、韩国旅游局	无

2.3.4.17 婚恋/结婚服务

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
婚纱摄影	<p>专注婚纱摄影的摄影机构及工作室</p> <p>非婚纱摄影请选择（生活服务-摄影写真）行业</p>	伯爵旅拍	无
婚庆服务	婚礼策划、新娘	美薇亭	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	跟妆、婚礼跟拍、婚礼司仪等婚庆服务		
婚纱礼服	包括婚纱或礼服的租赁和售卖	/	无
婚介所	1、为未婚或已婚离异、丧偶的独身男女介绍对象的社会性服务机构 2、网络婚恋平台下开设的线下婚介实体店	/	若为非经营性婚介所，若为非经营性婚介所，请上传《民办非企业单位登记证书》 若为经营性婚介所，需提供《营业执照》且经营范围需包含婚姻服务或婚介服务 如下地区特殊要求为： 1、港澳居民个体工商户不得从事婚介服务。 2、成都、新疆需提供婚姻介绍服务许可证

2.3.4.18 交通运输

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
航空服务	特指航空公司物流服务及机场	海南航空服务有限公司	《公共航空运输经营许可》 如涉及生产、维修民用航空器及其发动机、螺旋桨和民用航空器上设备，请二选一上传：《生产许可证书》或《维修许可证书》 如涉及从事为工业、农业、林业、牧业、渔业生产和国家建设服务的作业飞行，以及从事医疗卫生、抢险救灾等，请上传《通用航空许可证》
铁路服务	特指铁路公司物流服务	济南铁路局旅客服务中心	《铁路运输许可证》
公路服务	指公路货物的物流服务	长途汽车运输	《道路运输经营许可证》
水路服务	特指水路公司物流服务	水上运输、港口服务	《水路运输业务经营许可证件》

2.3.4.19 家居装修建材

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
家装建材	家装建材、配件、工具等	电动工具、排气扇、水槽	如涉及电动工具，请上传《中国国家强制性产品认证证书》（3C 证书）

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
家具	各类办公、住宅的家具	电脑椅、沙发、衣柜、餐桌	无
家居饰品	用于家庭装饰的饰品	装饰画、墙贴、装饰架、装饰搁板	无
家纺	家庭装饰用途的纺织品	品四件套、地毯、布艺定制窗帘	无
装修设计	包括室内设计、装修施工、施工监理等服务	土巴兔	如涉及施工监理，请上传《相应等级的资质证书》
家具建材线上平台	涉及家具建材售卖、家具维修保养等综合业务平台	/	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
家居建材卖场及门店	提供各种家具、家装建材、家纺用品等售卖的卖场及门店	红星美凯龙、居然之家	无

2.3.4.20 服饰鞋服

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
女装	女士服装	/	无
男装	男士服装	/	无
服装配饰	除主体时装外，为烘托出更好的表现效果或覆盖非主干部位的配饰	太阳镜、围巾、手套、套装袖扣、丝巾、披肩、腰带、口罩、	无
家居服饰	在家中休息或操持家务会客等，	男士睡衣、女士睡衣、家居服等	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	穿着的一种服装。特点是面料舒适，款式繁多，行动方便		
鞋类	男士和女士鞋类	男士皮鞋、运动鞋、鱼嘴鞋、高跟鞋	无
服饰鞋帽线上平台	主营多类服饰、鞋、帽的综合电商	好乐买、凡客	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
运动服饰	根据各项运动的特点、比赛规定、运动员体型等因素以及有利于竞技的要求而制做的服装以及相关装饰物品	含运动服饰、鞋、包、运动配件（护腕）	无
贴身内衣	贴身穿的衣物	文胸、男女内裤	无
袜类	男士和女士袜类	长筒袜、短筒袜、裤袜、丝袜	无
帽类	各式帽子	毛线帽、棒球帽	无
服饰鞋帽原料	制作各类服饰鞋帽的原材料	毛线、皮革	无
服饰鞋帽箱包卖场及门店	提供各种服饰鞋帽箱包售卖的卖场及门店	优衣库线下门店	无
验光配镜服务	下线眼镜门店，非眼科医疗	LOHO、aojo、宝岛眼镜	无

说明

如果素材强调是真皮、特定物种皮的，提供鉴定证明。

2.3.4.21 房地产

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
房地产中介	辅助房地产买卖双方或租赁双方达成协议的中介方和房地产经纪	中联地产等具体中介公司	《3-5 份业主委托证明》 请二选一上传：《房地产中介机构备案证明》或《房地产经纪机构备案证书》
房地产线上平台	涉及房地产租赁、售卖等内容的综合业务平台	链家地产、安居客	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
房地产开发商	房地产开发商	万科、万达	如为投放房地产广告（指房地产项目预售、预租、出售、出租、项目转让等），请二选一上传：《商品房预售许可证》或《现房销售备案凭证》 如为二手房销售，请上传《不动产登记证》 如为房企投放企业品牌广告（不含房产项目信息），请上传《房地产开发资质等级证书》
房地产个人交易租赁	直接面向个人，不通过第三方（包括中介）提供房屋地产租赁和交易服务的机构或个人	房屋租赁代理公司	《3-5 份业主委托证明》包括个人业主或开发商的委托证明

2.3.4.22 法律服务

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
律师事务所	提供各种法律服务的商业机构	/	请上传《律师事务所执业许可证》 涉及具体律师的，请上传《律师执业证》

2.3.4.23 箱包

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
箱包线上平台	主营多类箱包的综合电商 线下门店请选择（服饰鞋服-服饰鞋帽箱包卖场及门店）行业	麦包包	如涉及 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》 如涉及平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如涉及跨境业务，请三选一上传：《对外贸易经营者备案登记表》或《出入境检验检疫报检企业备案表》或《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》 如涉及网络出版服务，请三选一上传：《网络出版服务许可证》或《网络文化经营许可证》或《互联网出版许可证》
女包	女士包类	PU 女包、流苏包、蝴蝶结包、豹纹包、蕾丝包	无
男包	男士包类	男士钱包、商务男包、休闲男包、运动男包	无
功能箱包	以功能性为主的各类大型箱包	拉杆箱、拉杆包、旅行包、登山包	无

说明

如果素材强调是真皮、特定物种皮的，提供鉴定证明。

2.3.4.24 金融

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
银行服务	1、中央银行 1 家 2、政策性银行 3 家 3、大型国有商业银行 6 家 4、全国性股份制商业银行 12 家 5、城市商业银行 134 家 6、农村商业银	1、中国人民银行 2、国家开发银行、中国进出口银行、中国农业发展银行 3、中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中国邮政储蓄银行、交通银行 4、招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、广发银	请二选一上传：《金融机构许可证》或《金融许可证》 如涉及商业银行分支机构进行银行卡相关业务，请上传《中国人民银行当地行备案证明》

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	行 7、其余组成部分还包括：外资银行、合资银行以及新增的村镇银行	行、兴业银行、平安银行、恒丰银行、浙商银行、渤海银行	
信用卡	银行的信用卡业务，又叫贷记卡，非现金交易付款的一种方式，是简单的信贷服务	招行信用卡	三选一上传：《金融机构许可证》或《金融许可证》或《银监会对银行开办信用卡业务审批文件》 如为非信用卡中心，请上传《该行的信用卡中心的授权书》证明该行有权推广信用卡 如涉及分行，请上传《该行上级银行的确认书》

2.3.4.25 商务服务

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
出国服务	为中国公民出国定居、探亲、访友、继承财产和其他非公活动等提供信息介绍、法律咨询、沟通联系、境外安排、签证申办等服务的主体和业务 出国留学中介请选择（教育-出国留学）行业	迈斯林移民等	营业执照经营范围需包含“因私出入境中介服务”
配音	配音服务	/	无
翻译	翻译服务	包括笔译、口译、同传	如广告中涉及宣传翻译人员已取得了一、二、三级《中华人民共和国翻译专业资格(水平)证书》或其他资质的，应分别提供核查。
布景会展	提供会议服	晚会、年会、庆	无

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
	务、展览服务、活动庆典组织策划的主体和业务	典、演出的筹备、策划、组织活动	
策划咨询	提供市场营销策划，市场信息咨询与调查的公司和服务	艾瑞	无
建站服务	提供建立网络站点、活动页面、帐号页面、微信小程序的工具或服务	建站之星、微店建站	无
招聘猎头	招聘、猎头、人才服务机构或求职招聘类网站	智联招聘网、前程无忧网	如涉及人才中介服务的，请上传《人才中介服务许可证》 如涉及经营性人力资源服务的，请上传《人力资源服务许可证》
印刷	印刷、转印、胶印、复印、条码、打标、出版物印刷	/	无
广告包装	广告、灯箱、电视广告宣传、包装、打包、丝带、织带	/	无
信息发布	通过平台发布相关信息，如招标信息的公布，不包括提供各类对公代理的公司和服务	/	如为平台类商城，请上传《增值电信业务经营许可证》 如为 APP 类软件，请两者都上传：《增值电信业务经营许可证》和《计算机软件著作权登记证书》
艺人经纪	艺人经纪公司或娱乐宣传公司	开心麻花娱乐	《营业性演出许可证》 营业执照内容需包含“演艺经纪”、“文艺创作”、“演出经

行业名称	行业描述	行业举例	行业资质要求
			纪代理服务”、“艺人经纪”等相关内容

2.4 素材审核

2.4.1 法律法规规范

基于广告法及《互联网广告管理暂行办法》等规定对广告内容及行为做出如下基本合规要求。

一、广告硬性不得有的情形

- 1、使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽。
- 2、使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。不得利用党和国家领导人的形象（含各种卡通虚拟形象特型演员），包括现任、离任或者已故党和国家领导人的形象作商业促销宣传。
- 3、使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语。
- 4、损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密。
 - (1) 广告中不得随意使用变形地图或者违法编制出版的地图，在使用中国地图过程中，不得擅自改变国家界限、行政区域界限以及漏绘钓鱼岛、赤尾岛、南海诸岛等重要岛屿。
 - (2) 广告中涉及中国地图的，应查验测绘部门核发的《地图审查批准书》或标注在地图版权页上的审图号。
 - (3) 广告中不得将中国香港、澳门、台湾地区与中国或者其他主权国家并列，不得使用一中一台、中港、中澳等表达方式。
- 5、妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- 6、危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
- 7、妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
- 8、含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
- 9、含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。
- 10、使用妇女模特，不得有损于妇女形象和健康。妇女模特采用裸露内衣的画面以及泳装，应当与宣传的商品和画面的环境相适应。
- 11、妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护。
- 12、损害未成年人和残疾人的身心健康。

13、除医疗、药品、医疗器械广告外，其他任何广告涉及疾病治疗功能，并使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。除医疗、药品、医疗器械广告外，在其他任何广告中使用下列用词（用语）的，可以认定其违反上述规定。

(1) 涉及疾病诊断和治疗的内容，包括：使用医学名称及诊疗科目名称，如中医、西医、中西医结合、内科、外科、妇科、五官科、牙科等；使用各种疾病的名称及疾病的治疗用语，如医疗、医治、治疗、诊治、就诊、治愈、康复等；含有疾病诊断方法和手段的用词，如体检、化验、B超、CT、透射、验血等；含有疾病治疗方法和手段的用词，如处方、开方、抗病毒、手术及手术名称、注射、化疗、理疗、整形等；含有表述疾病症状改善的用词，如退烧、退热、止痛、止咳等；

(2) 属于医疗术语或医疗用语的，包括：中药、西药、药方、复方、药物、消炎、抗炎、活血、解毒、抗敏、防敏、脱敏、祛瘀；

(3) 除消毒用品以及具有特殊功能的日化产品（如洗涤用品、人体清洁用品等）以外，在化妆品以及其他直接适用于人体的商品广告中使用抗菌、抑菌、除菌、灭菌、防菌等（此类商品在广告中宣传直接作用于人体后，会对人体产生抗菌、抑菌、除菌、灭菌、防菌的作用。如果广告仅是宣传商品本身的抗菌、抑菌、除菌、灭菌、防菌作用的，且具备科学性、真实性依据的，如抗菌毛巾、抗菌袜子、抗菌牙刷、抗菌纸尿裤等，其在商品原料中添加了抗菌、抑菌、除菌等成分，又有相关检测报告的，视为不违反上述规定）。

14、在大众传播媒介发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

15、法律、行政法规规定禁止的其他情形。

二、广告不得含有虚假或者引人误解的内容、不得欺骗、误导消费者

1、广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。

2、不得以新闻报道形式变相发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明“广告”，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。

3、广告主应当对广告的真实性负责。不得有以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的情形。存在下列情形的为虚假广告：

(1) 商品或者服务不存在的；

(2) 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；

(3) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；

(4) 虚构使用商品或者接受服务的效果的；

(5) 其他。

三、不得使用广告法第九条第（三）项规定的“国家级”、“最高级”、“最佳”等绝对化用语，特殊情况，提供证据

广告中禁止使用“国家级”、“最高级”、“最佳”、“顶级”、“第一品牌”、“极品”、“至尊”、“最受欢迎”、“极致”、“冠军”等绝对化用语；广告中以“最……之一”的形式表述的，视作为表示程度的最高级形容词，禁止在广告中使用。

符合以下特定条件的客观表述可以使用：

1、客观事实表述，但应出具合法证据。

“XX 大赛第一名”等属于此类。如广告主参加权威比赛或者是权威机构出具的分析报告显示其获奖排名等，比如设计公司在参加某项国际大赛中获得第一名。如果“国家级”称号系通过法律或行政法规授权获得的（无法律法规授权的非权威机构评奖，不符合此列），应当允许使用其规范名称。广告主应当出具获奖证明、评选结果等相关证明文件。

2、时空顺序表述，但应出具合法证据。

“首款、首秀、首发、最早、独家、唯一”等表述属于此类。比如游戏公司 A 首次推出手游 B，可以表述为“A 首款手游”或“A 第一款手机游戏”。如广告主 A 获得某游戏的独家授权，在广告宣传中使用“A 独家发布”、“A 平台首发”。广告主应当出具授权书、著作权登记证书等相关证明文件。

3、明示为自我比较的程度分级。

自己的产品中客观存在不同分级品质的产品，用于区分这些等级的用语。例如：最大户型、最小尺码、顶配车型、X 公司用户量最多的手游等。

4、在某行业领域由相关标准认定的分级，或者已被公众广泛接受的分级。

“国家级”如果属于普遍性的，不具有排他性，则不属于禁止范围。例如客观描述产品认证、许可等状况的用语。如“本公司产品生产已获国家……认证，……”、“国家标准”等。例如：安吉白茶国家标准中，把产品分为“精品、特级、一级、二级”共四个质量等级，针对特定“精品级”安吉白茶广告称为“最高等级”或“最高级”，通常不属于禁止使用的绝对化用语。广告主需要提供相关分级依据及等级检验证明，且不得将多个等级一并宣传为最高级。

5、明示商家的经营理念和追求目标的，且客观上没有造成误导可能性的。

“顾客第一、力求完美品质”等用于属于此类。此类表述必须不得让消费者以为广告主的产品、服务是“第一”“完美”等，即不得使消费者误将广告主的经营理念或追求目标与产品、服务品质挂钩。

6、对注册商标的宣传。

如“天下第一碗®”、“天下第一楼”、“天下第一城”等，通过中国商标网搜索“天下第一”，可检索到相关商标。需要强调必须是注册商标，因为注册商标专用权受法律保护，本身具有排他性特点，且要注明注册标志“®”。广告主需出具商标注册证书。

四、数据资料引用规范

广告中引用内容，视作广告内容的组成部分。因此，引用内容的表述也须遵守广告法相关规定，对引证内容表述的审核与一般广告内容审核标准一致。广告使用数据、统

计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

1、广告中使用的数据、统计资料和调查结果等内容，如果是由第三方提供的，应当标明出处，即引证内容的来源。如果广告中使用的数据、统计资料和调查结果是由广告主自行取得的（包括广告主委托第三方取得的），广告主应当具备自行或委托第三方开展试验、调查的相关证明材料。广告发布者应当依据证明材料核对广告内容的合法性，包括是否伪造、篡改数据构成虚假广告，是否存在片面使用数据、隐瞒与生活常态迥异的试验条件等构成误导广告等情形，对内容违法或证明文件不全的广告，不得提供广告服务。

2、“文摘”是指选取有关文章的部分片段；“引用语”是指转引他人的语言或文字材料。广告中使用“文摘”“引用语”等内容的，通常视作广告的引证内容。

3、对广告中使用的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等内容，除按照上述标准审查是否为广告中的“引证内容”之外，还应当依据相关证明材料，全面审查广告内容的实质合法性，视情要求标明有关说明事项，不得使用不真实、不准确、断章取义的广告内容，欺骗或误导消费者。

引证材料禁止规定：

（1）引证材料不得涉及最高级表述、国家级表述等违反广告法相关规定的内容；

（2）引证材料不得涉及明显虚假宣传内容；

（3）引证材料应与原始出处内容相符合，不得虚构、调换、夸大引证材料，不得存在断章取义、隐瞒事实、曲解原意、引发受众误解等情况；

（4）禁止使用消费者评价、受益者形象等单个自然人、用户的相关评述作为引证材料。

五、 广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合

1、 广告中专利的表述规范：

（1）在广告中使用专利产品或专利方法，应当标明专利号和专利种类；

（2）未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权；

（3）禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

2、 特殊商品广告的行政机关审查要求（具体细则见特殊行业审核规范）。

医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等，须事先经过广告审查机关审查，未经审查，不得发布。

六、 关于名义、形象、著作权和商标使用

1、在广告中使用他人（含自然人和企业等组织，下同）名义、形象的，应当事先取得他人的书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义、形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。使用以上所述名义和形象，须提供授权证明。

2、未经授权，不得使用他人作品和商标；如需使用，须提供授权证明。

- 3、依据《中华人民共和国商标法》规定，生产、经营者不得将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，即广告中不得出现“驰名商标”字样。

七、不得违反广告代言规则

广告代言人，是指广告主以外的，在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织。广告中使用代言人需要遵循以下规则：

- 1、广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。
- 2、任何商品、服务均不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。广告中使用未成年人作为代言人的，则首先需要核实该未成年人是否已经年满十周岁（未满十周岁禁止广告代言），其次，需要核实该未成年人及其法定监护人的授权书。
- 3、食品广告中不得使用医疗机构、医生的名义或者形象。食品广告中涉及特定功效的，不得利用专家、消费者的名义或者形象做证明。
- 4、招商等有投资回报预期的商品或者服务、教育、培训广告不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。
- 5、医疗、药品、医疗器械、保健食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明。
- 6、农药、兽药、饲料、饲料添加剂、农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告不得利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。
- 7、对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织，不得利用其作为广告代言人。

八、针对未成年人的保护条例

- 1、对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：
 - （1）劝诱其要求家长购买广告商品或者服务；
 - （2）可能引发其模仿不安全行为。
- 2、在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

九、不得贬低其他生产经营者的商品或者服务

- 1、广告不得直接捏造、虚构事实，从而对他人的产品或者服务进行诋毁、贬低。
- 2、广告不得间接贬低他人的产品、服务，如声称自己的产品、服务的质量、价格等都他人好。

十、广告语言文字使用应规范化、标准化，保证广告语言文字表述清晰、准确、完整，避免误导消费者

- 1、广告中不得单独使用汉语拼音。广告中如需使用汉语拼音时，应当正确、规范，并与规范汉字同时使用。
- 2、广告中数字、标点符号的用法和计量单位等，应当符合国家标准和有关规定。
- 3、广告中不得单独使用外国语言文字。广告中如因特殊需要配合使用外国语言文字时，应当采用以普通话和规范汉字为主、外国语言文字为辅的形式。
- 4、广告中成语的使用必须符合国家有关规定，不得引起误导，对社会造成不良影响。
- 5、广告中因创意等需要使用的手书体字、美术字、变体字、古文字，应当易于辨认，不得引起误导。
- 6、广告用语用字，不得出现下列情形：
 - (1) 使用错别字；
 - (2) 违反国家法律、法规规定使用繁体字；
 - (3) 使用国家已废止的异体字和简化字；
 - (4) 使用国家已废止的印刷字形；
 - (5) 其他不规范使用的语言文字。
- 7、在下列情况下，广告中使用的外国语言文字不适用上述规定：
商品、服务通用名称，已注册的商标，经国家有关部门认可的国际通用标志、专业技术标准等。

十一、其他

- 1、抽奖式的有奖销售，最高奖的金额不得超过五万元。
- 2、不得出现“国家免检产品”等涉及质量免检的内容。
- 3、广告中禁止出现烟、抽烟形象，包含真人及卡通形象。
- 4、广告中不得含有“特供”、“专供”国家机关等内容，具体要求如下：
 - (1) 含有“特供”、“专供”国家机关的内容或类似内容；
 - (2) 利用与国家机关有密切联系的特定地点名称或者标志性建筑物的名称，及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”、“专供”的；
 - (3) 假借“特供”、“专供”或“内部特供、专用”等类似名称推销商品、服务，进行引人误解的虚假宣传的；
 - (4) 其他含有“特供”、“专供”国家机关及类似内容，易造成社会不良影响的；
 - (5) 除上述情况，如果商品是生产商专门为特定地区或者特定活动制作的（比如特殊包装、型号），如专供杭州地区则可以使用。
- 5、禁止发布网络“一元购”广告及类似广告：

网络“一元购”，是指将一件商品平分成为若干 1 元金额的“等份”通过互联网平台出售，购买者可以购买其中的一份或多份、当所有“等份”售出后以抽奖方式从购买者中抽出幸运者获得此商品，其他购买者的认购资金不予退还的销售模式。

2.4.2 HUAWEI Ads 平台规范

基于 HUAWEI Ads 平台体验，制定了以下审核规范，广告主提交的所有广告元素（文案、图片、落地页）需满足以下规范：

文案规范

以下规范包括但不限于标题文案、图片文字内容。

- 1、广告文案不得使用非通用语言文字的字、词、短语、成语等，不得使用不符合逻辑、不通顺、不完整的语句、句式、词组；不得使用容易引起歧义/导向不良的描述。
- 2、广告文案句末不得使用句号，且不得在素材文案中使用特殊符号，若该特殊符号为大众日常经常使用且易让人理解、不存在歧义，则可支持使用。
 - 例如：表情符号“:)”“-.-”、emoji 表情，可使用的标点符号：为：，。：“！？《》[]•【】——+-、~。
- 3、文案不得含有言语声明、诽谤、谩骂、威胁、贬低他人性质的内容。
- 4、文案需积极向上，不得出现有价值观和负面情绪不正确引导的文案。
- 5、不得出现涉及隐私的文案。
- 6、广告不得使用政治、娱乐圈、负面社会问题等全民热点内容作为广告宣传点。
- 7、不得出现博彩/彩票、算命、星座类、竞猜类、电影下载（有明确正版信息且内容健康的网站除外）等敏感、色情、赌博行业。
- 8、文案中使用人物形象、名义、海报等作品，需提供著作权持有人、制片方及人物授权。
- 9、不得含有禁止推广的内容，主要为非法类信息。
- 10、不允许出现华为竞品、负面新闻、负面广告等相关内容。
- 11、广告中不得使用夸大、虚假、无法证实的价格或功能描述。
- 12、广告素材以及广告素材指向页面中涉及认证资质或产品资质的特许行业时，需出示涉及特许行业的相关资质证明文件。（特殊化妆品，如祛斑；金融行业等）。
- 13、不得使用让人误以为是华为官方行为的文案，如华为推荐/华为用户专享/华为投资/华为合作企业/华为金融生态企业打造 XX/恭喜华为用户获得牛股微信号等；但是关于用户权益相关的描述，比如 XX 游戏华为用户首批体验，可以过审。
- 14、不得涉及同行业竞争对手的产品或公司信息，除该用户持有相关注册商标或者拥有相关注册商标持有者的授权许可。
- 15、平台类客户广告素材涉及注册商标需提交商标使用授权书及承诺函。

16、文案遵从客观事实，不得出现过分夸张，绝对性质、承诺性质词汇。不得出现“都”字搭配描述“最”“最高级”“最佳”“国家级”“顶级”“极品”“第一品牌”“保证”“绝对”“一定”，不限定行业。

17、可以出现“官方”“官网”“xx地区首家”等字样，但素材指向页面须出现相关字样。

18、如未出具相关证明，素材中不可包含“八大权威政府机构+推荐或荐”及变体内容（八大权威政府机构包括：出版总署，铁道部，教育部，教育局，卫生部，卫生局，药监局，药检所）。

19、如无授权，素材中不得包含央视相关内容（如央视、中央电视台、cctv等）的推荐或荐、认证含义（如央视上榜品牌、cctv推荐、央视明星品牌等）及央视重点栏目的名称（如：新闻联播、焦点访谈等），但地理位置性类描述除外，例如位于央视大楼东侧。

20、除彩铃下载、票务行业、印刷品行业、音响制品行业外，素材中不得包含无授权的政治名人和文体名人的人名；针对新闻资讯类，陈述新闻事实的，素材中可以使用明星图片、姓名。十岁以下禁止代言。医疗、药品、保健食品、医疗器械广告不得利用广告代言人作推荐、证明。

21、广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类；未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权；禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

22、不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。

23、特定称谓（如老公老婆男朋友女朋友老爸老妈七大姑八大姨）文案要求如下：

- 已产生购买结果的人称描述，此类带有结果导向、购买体验型的描述禁止出现；
例如：“买值了，老公很喜欢”、“299一件的皮衣真的少见，公司男同事都在穿”、“男朋友玩这款游戏玩得爱不释手”。
- 未产生购买结果的人称描述，此类未带有结果导向、非购买体验型的描述允许出现。
例如“父亲节给爸爸的礼物准备好了吗？”、“适合带女朋友去玩的景点推荐合集”。

24、不得含有虚假广告内容，广告有下列情形之一的，为虚假广告：

- 不得对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等，或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等做虚假宣传；
- 不得有任何虚构原价、虚假折扣等价格欺诈以及虚假营销的行为；
- 禁止以新闻报道名义，实质进行商品或服务广告宣传；
- 对商品/服务的描述应当有合理、有效的证明资料支持，不可捏造或夸大内容，不可使用不符合事实认知或逻辑的描述；
- 不得投放与市场价格差异过大，价格超低或明显造假的商品；
例如：非促销期间，知名品牌商品价格远低于正品的市场价，华为手机5折、LV1000元等；

(6) 不得对产品或服务的效果做保证性承诺的表述，如承诺产品具体作用范围（包括但不限于：面积/长度/距离）/承诺产品作用具体时间/有效期时长。

25、广告文案不得涉嫌可能损害未成年人和残疾人身心健康等歧义内容。

26、旅游广告，广告文案使用旅游攻略式的标题。

- 例如：“国内最好吃的五条美食街，你去过几条？”“最值得去的 9 座古镇，你去过几个？”

使用这类型的标题时，落地页需拉起对应的内容介绍，否则需修改为与落地页推广内容强关联的文案与素材。

27、广告内容不得利用社会热点问题为自身利益做广告引导。

28、广告文案不得模仿官方传媒消息，如模拟警方新闻等。

29、游戏广告，支持使用游戏中玩家常使用的游戏密语，不支持带有贬低人群、沉迷游戏的词汇。

- 例如：可使用：氪金、GG、开黑、落地成盒、吃鸡、猥琐发育等；
不支持使用：非洲人、欧洲人、欧皇、非酋、肝帝、肝爆等。

30、婚恋广告文案需满足以下要求：

- 广告文案不得使用特定年龄/群体等用于对他人（定向目标）的描述。
例如：“30 岁还没嫁？想找个老实的男朋友”，特指 30 岁未嫁的特定群体，不允许使用；
- 广告文案及素材支持出现“离婚”、“离异”类相关的描述，但不允许使用暗示或明示他人 婚姻属性的定向目标描述。
例如：
一个人住广东，离过婚，想再婚要个孩子 √；
离婚之后还没再婚？广东离异相亲群，大量成功男士找对象 ×。

31、广告文案不得使用或变相使用对比/贬低/抨击其他同类经营者的描述。

32、广告文案不得使用挑衅、命令、誓言、道歉、威胁用户的描述。

33、广告文案不得使用属于负面情绪、容易引起人心理不安的强烈情感用词。

34、商务服务调查不允许出现查询朋友、个人信息的描述，且广告素材不得模仿国家机关通缉令样式。

35、广告文案不得使用易引起用户不良联想的乡村风俗类描述。

36、推广来源请勿超过 7 个字符，需为品牌名称、广告主名称、广告主简称。

37、广告文案不得涉及功能性描述词语。

- 例如：祛痘、祛斑、去黑头、去鸡皮、育发、防脱、脱毛、美乳、除臭、祛斑等。

38、网络直播与社交行业不得对主播使用诱惑性称谓，

- 例如：“熟女”、“少妇”、“妖精/小妖精”。

39、家装广告，通过家装设计使得空间效果变大或节省空间的描述，支持使用装修后效果变大、空间扩容等描述，但不允许使用暗示建筑面积变大的描述。

- 例如：有效利用空间扩容 30%、装修后效果增大 20 平方米 √；让家变大 20% 或 20 平方米，让家再大 20% 或 20 平方米 ×。

40、广告文案不得出现企业微信二维码、小程序码（官网除外）、个人的二维码、条形码图、个人微信号、个人 QQ 号、QQ 群号或其他社交软件号码等文字内容，禁止添加个人好友的行为。

41、广告文案中允许出现座机号码、400 等服务号码，暂不支持个人联系电话号码。

42、关于“原价”：根据《禁止价格欺诈行为的规定》等相关法规和规定的要求，鉴于广告主可能无法准确理解“原价”的法定含义，一旦误用将构成价格欺诈并可能侵害消费者权益。为维护消费者和广告主的合法权益，故禁止在广告中出现“原价”描述，可修改为“吊牌价”“指导价”

43、广告推广内容不得出现金币/积分等兑换实物活动

- 例如：“积分兑换 P40”，可以出现其他形式的“赢取/抽奖得实物活动”（银行/大型综合电商/知名第三方支付平台除外）。

图片规范

1、图片制作必须符合国家相关的法律标准，具体可参考法律法规规范。

2、图片内容保证文字清晰可读，推广意图明确。

3、图片具有完整性，不得切分，图片必须占据选择的图片尺寸的整个空间。

4、图片不得模仿系统消息/公告内容，使消费者误以为是系统行为。

- 例如：告警、对话框、错误消息，“恭喜你获得一个礼包”、“祝贺你获得免费领取的资格”等。

5、Logo 或元素不得遮挡广告文案。

6、不得出现比例失调、界面不完整、文字过小、文字展示不完整的画面，影响整体排版体验。

7、图片文案用字不得影响用户在广告输出端产品的正常浏览使用（适配）。

8、图片需结合实际推广页面包含适当的文字说明的内容，如产品介绍，活动宣传。

9、关于推广内容一致性的要求：

- 推广产品需与开户报备信息保持一致；
例如：“开户为 A 行业，素材内容必须是 A 行业；不得出现 B 行业；
- 广告文案、素材、落地页三者推广内容需保持一致，不得出现广告文案与素材内容不一致、外层素材推广内容在落地页无体现的情况；
- 外层素材中的利益点需与落地页的利益点保持一致。

10、广告文案不得使用或变相使用对比/贬低/抨击其他同类经营者的描述。

11、图片不得含有言语声明、诽谤、谩骂、威胁、贬低他人性质的内容，禁止出现妨害社会良好风尚的内容。

12、图片不得包含模仿鼠标动作、网页按钮、不得出现点击后无法实现其功能描述的虚假按钮/虚假描述等诱导点击的内容或欺骗性内容。

13、图片中书名号《》只能用于书本、游戏、影视作品推广。

14、图片及文案所涉及活动奖品，需要在落地页有相符信息，不得出现不切实际的奖品及奖金。

15、图片中不能出现真实或卡通的人民币、硬币相关元素；同时不得出现比特币等虚拟货币相关元素。

16、针对焦点图广告位，素材必须增加产品 LOGO 以作标识。

17、三小图广告版位，一张小图只能添加一个 logo，如 3 张图分别添加了 logo，logo 的位置、样式、颜色应保持一致。

18、图片中模特需青春靓丽，衣着得体，不得裸露胸部、大腿等部位，美女形象不得使用以下穿着：

- 情趣制服、情趣内衣、暴露装、肤色装、透视装、男士白衬衣、睡衣裙、真空凸点、内衣外穿；
- 深 V 领装、吊带装、抹胸装、刻意突出敏感部位的紧身衣、渔网袜、吊带袜、三角短裤或呈现三角状短裤、低腰超短裤等、衣衫不整，裸露胸罩或内裤或仅用被子、浴巾、衣物等遮盖身体；
- 大尺度裸露身体的女性形象（包括男性赤裸上身）；禁止出现暴露/暧昧/带有引诱性质、突出敏感部位、穿着透视/肤色/紧身、动作不雅的暗示或隐含性信息的形象；
- 其他场景结合实际情况审核。

19、图片不得使用真实证件或演绎证件（包括漫画形式）作为元素内容。

- 例如：“身份证”、“社保卡”、“护照”；也不支持出现涉及个人隐私的营业执照/合同//公积金卡/社保卡/简历/工资条等图片作为素材。

20、针对视频类素材，需遵守如下规定：

视频不允许出现二维码、条形码图，水印、下载表格数据内容等；

视频不得使用任何影响用户体验的元素，如变形的元素、马赛克、毛玻璃效果、缺乏修饰的图片等；

视频请勿出现画质模糊、比例失调、界面不完整、文字过小、文字展示不完整的画面；

视频中不得出现过度密集或杂乱、内容存在消极或负面情绪、不良导向，内容暴力、恶心、恐怖、色情、反党、反社会、政治、颜色刺眼，饱和度过高等画面；

广告视频里面的语音跟视频里面的字幕需要保持一致，使用非汉语，需添加中文字幕；

广告视频声音不得出现突兀的声音，

- 例如：尖叫声、爆破声、粗口、挑逗、暧昧语气及用词；
- 视频广告配乐不得使用国歌，不得出现辱骂、诋毁等不良对话；
- 视频应完整填满广告位规格尺寸，内容显示需完整，画面比例需符合视频广告规范，视频上下、左右可增加黑边来适应比例，但不可以将画面拉长或压扁使视觉变形；
- 游戏内录（仅限画面优质的游戏）：画面清晰、能表现出优质的游戏画面、精彩的打斗场面、游戏的特点；
- 不得造成刺眼效果的图片，如色彩饱和度过高、发光过于强烈；
- 游戏原画：可用游戏原画素材进行合理组合制作成视频素材；
- 视频不得展示危害动/植物生命安全的内容，包括但不限于捕杀国家保护动物、虐待虐杀动物、损害珍稀植物等。
- 21、广告外层素材不允许使用闪烁、高光等方式突出按钮。
 - 22、广告文案与素材中如使用目的地/景点/城市等描述，需与素材中搭配的图片相匹配，特别是地标性建筑景点，如描述为日本东京，配图不允许为其他城市的地标性景点，请严格按照此要求上传广告素材。
 - 23、使用单一的女性形象作为广告素材，素材上必须添加对应 APP 名称、企业名称或平台 logo，以防误认为是个人照片，避免存在诱导点击。
 - 24、内部媒体不允许使用模拟弹窗样式/红包卡卷的设计。
 - 25、广告图片禁止出现胎儿鉴别、疫苗、注射针头、病变人体器官、长斑、秃顶、刻意放大的人体部位等容易引起用户不适的形象。
 - 26、广告图片禁止出现血腥、恐怖、暴力、反党、反社会，易引起用户恐慌的画面图片。
 - 27、广告图片不得展示易影响人身安全的危险行为。
 - 28、广告图片请勿出现与不良社会事件相关的人物。
 - 29、广告图片不得模仿第三方知名支付软件设计。
 - 30、广告图片/落地页不允许出现虚假倒计时。
 - 31、广告图片不得出现低俗、恶俗、歧义、色情、性暗示、性联想等不良导向内容及场景。
 - 32、广告图片不得出现转账付款信息，如支付宝、银行账号、微信付款二维码等。
 - 33、电商行业使用单品素材投放促活任务，外层素材价格需与落地页保持一致，如促活链接调起为产品聚合页，在无法验证外层产品价格与实际售卖价格是否一致的情况下，外层素材请勿出现特定价格描述，请使用 xx 元起。
 - 34、广告暂不支持山寨产品投放，包括但不限于：知名产品仿制品、日常认知中的高价值产品以低廉价格销售的产品。
- 例如：19.9 元/1 套的中高档茶具；19.9 元/1 件的珠宝翡翠玉石；19.9 元/1 双的真皮鞋；50 元/10 斤的贵州茅台镇酒；
傍名牌、高仿的服饰鞋帽箱包、或外贸原单等商品。

- 35、暂不支持推广华为产品低价抢购活动，且日常售卖价格不得低于华为商城、华为京东旗舰店、华为天猫旗舰店三者的最低价格。
- 36、华为&荣耀产品不允许跨手机品牌投放，如投放华为产品，请定向华为机型，如投放荣耀产品，请定向荣耀机型。
- 37、智能助手服务直达版位只允许使用推广产品的 LOGO，不得使用商品图、无修饰的 UI 界面截图等。
- 38、关于华为钱包的【应用图标-借贷产品版位】媒体侧要求限制如下：
 - 该广告位仅支持推广下载目的
 - 该版位仅限贷款 APP 投放
- 39、广告推广内容不得涉及奇闻异事类、耸人听闻类等容易引起用户心理不安的噱头式标题。
 - 例如：空腹吃这个实物等于慢性自杀、经常食用 xx 肝癌不请自来。

落地页和 url 规范

- 1、落地页与开屏展示内容直接相关，提供与所宣传的内容相关的实用信息，其中首屏位置须排列用户最感兴趣，相关性最强的内容。
- 2、开诚布公地向访问者介绍业务范畴，详述产品或服务。
- 3、落地页不允许出现自动弹窗。
- 4、落地页不允许使用静默下载。
- 5、落地页不得接调用、开启 QQ、微信、QQ 群等相关功能。
- 6、落地页不得出现非完整页面/页面结构凌乱/留白超过四分之一等明显样式问题。
- 7、以应用下载为推广目的的落地页不允许有二跳。
- 8、合理设计页面，让访问者能够轻松找信息，避免元素较多，引起用户无谓找寻。
- 9、如果要求访问者提供个人信息，须清楚说明获取信息的原因和用途。
- 10、落地页及落地页内不允许出现自构建的应用下载链接（此功能由华为 ADS 提供）。
- 11、落地页打开需静默无声，不得有自动播放的音频、视频或其他未经消费者同意严重消耗其网络流量的内容。
- 12、目标 url 链接不得为“.doc/.exe”或直接下载文件链接；可正常访问不出现病毒及而已代码；不得含有本规范禁止的全部内容。
- 13、落地页须通过 ADS 安全测试，不得擅自修改落地页内容（擅自更改落地页将被终止投放或封禁帐号）。
- 14、落地页不允许出现无效链接，无效链接即点击后无法抵达的页面，包含：
 - 协议无效链接（如 404、403、503 状态）；
 - 内容无效链接（内容不存在、已删除、空白页等）；

- 域名失效（因网页安全被屏蔽等）；
 - 无法正常自动加载的外部链接（如加载在中国大陆地区不可访问的境外地址 *.goolge.com, *.facebook.com 等）。
- 15、网络最佳环境下，落地页加载时间，即用户从点击到完全打开落地页所需的时长不得超过 5 秒；落地页内所含的所有其他可跳转的页面，加载时间均不超过 5 秒。
- 16、不得使用未经移动端优化的 PC 页面，即图片、文字不清晰或变形、用户无法获取所需信息、无法咨询或进行交互操作等。
- 17、存储类功能仅支持 Cookie(DOM,AppCache, Database,FileAccess,Content Provider 均不支持)。
- 18、url 指向页面的内容合法性，不得含有禁止开户的内容，不涉及未提交行业资质的内容。
- 19、落地页下方需添加公司名称及 ICP 备案信息。
- 20、落地页中图片不允许使用不可交互的虚假链接。
- 21、针对 https 的落地页内可添加不超过 3 个以上的“浮窗”。
- 22、广告落地页允许使用闪烁方式突出按钮，但需满足以下条件：
- 仅允许使用低频闪烁按钮，不允许使用高频快闪设计；
 - 不允许使用高饱和度、高亮度的按钮颜色。
- 23、落地页点击热区下载审核规范
- 点击下载 [《落地页点击热区下载审核规范》](#)。

活动投放规范

1、抽奖式有奖销售活动审核规范

根据《中华人民共和国反不正当竞争法》中《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》要求，抽奖式有奖销售活动需遵守以下规定：

- 抽奖式有奖销售，活动奖品最高奖不得超过 50000 元；
- 若以特定物品的使用权为奖品的，奖品金额以该特定物品自身的价格为评估标准，而非使用权的价格；
例如：以汽车 1 个月的使用权作为奖品的，要看汽车本身的价格，而不是租车 1 个月的价格。

2、附赠有奖销售活动审核规范

广告中表明推销的商品或者服务，附带赠送礼品的，应当标明礼品的品种、数量等；

- 例如：“买一送一”，需要明确“送一”送的是什么，如非送同款，外层素材需更改为买一送“一”，附赠奖品价值需与描述一致。

3、低价抢购活动审核规范

针对电商行业推广低价抢购高价值商品活动，如：9.9 抢购戴森，需满足以下规范

- 需要在外层素材清晰注明：“限时限量”；

- 需在外层素材或落地页注明活动时间、活动数量、抢购路径等详细的活动说明支持；字体需清晰可见，不得使用与背景色接近与字体过小的文案设计。

4、活动、任务赚钱类审核规范

- 广告素材需添加警示语。
例如“具体金额以实际活动规则为准”“实物兑换以实际活动规则”；
- 广告内容不得涉及虚假承诺奖励金额描述，如邀请一人赚 18 元，实际并无该奖励。

5、活动时效性

活动内容应保持时效性，节日类的活动，严禁使用活动时限已过的素材。

6、限时限量促销活动

广告内容中出现的限时描述，请在外层素材或落地页详细注明活动时间；

- 例如：周年庆、今天、今日、特惠日等无明确指向的日期，均需标明具体时间。

7、其他

活动内容中，不得出现类似“本活动由 XXX 享有最终解释权”的格式条款（《零售商促销行为管理办法》第六条、《合同违法行为监督处理办法》第十一条。

版位特殊规范

1、开屏与焦点图的素材特殊要求

维度	规则
内容	内容简洁，易于用户 3 秒内记住 3 个以内的信息。
版式	1. 内容主体集中在画面中上部位； 2. 右上角【跳过】按钮，和左下角【广告】字样下方不得有干扰展示的元素。
颜色	1. 不可使用高饱和撞色的配色（如亮红搭配亮黄）； 2. 配色须充分考虑视觉舒适度，不干扰信息传递。
图片	1. 开屏尺寸：静态展示：带媒体 logo 尺寸 1080px * 1620px；不带媒体 logo 1080px * 1920px，格式 JPG/JPEG/PNG；大小<150kb；可添加 URL； 视频展示：尺寸 1280px * 720px；格式 mp4；大小<7500kb；播放时长 5 秒；可添加 URL； 2. 焦点图尺寸：参考章节一焦点图尺寸要求； 3. 避免使用血腥、恐怖、政治色彩的图片； 4. 不允许使用粗糙，与业务无关的图片； 5. 真实、生动、清晰，构图及创意逻辑合理，透视关系科学。
字体	1. 使用不超过 3 种字体与字号，采用有版权的字体；

维度	规则
	2. 不使用过度设计的字体，不使用干扰阅读的字体； 3. 不全部使用粗体，不使用过度复杂的字体配色。
元素	1. 采用画面与元素是用户熟悉的内容； 2. 不允许在图片上加二维码； 3. 不允许出现引导操作的按钮； 4. 设计使用的素材符合相关法律法规，无知识产权争议，无肖像权争议；不允许使用截图作为广告素材； 5. 不允许出现吸烟、饮酒、暴力、恐怖、血腥、性等容易引起视觉感官不适，违背道德与社会公序良俗原则的元素； 6. 不损害未成年人和残疾人身心健康； 7. 广告角色五官端正，气质优美，与品牌调性呼应。

2、杂志锁屏的素材特殊要求

素材规格

维度	规则
图片规格	1. 格式：JPG/JPEG； 2. 尺寸：1440*2560px； 3. 分辨率：150 dpi 以上； 4. 大小：500KB 以内。
文案字数	标题字数：12 个字以内（含标点），文案字数：40 个字以内（含标点）。
落地页链接	链接要以 https 开头。

图片设计规范

维度	规则
图像原则	1. 版权：确保设计用图的版权、人物肖像权； 2. 性质：必须符合国家相关的法律标准，不得含有意识形态以及色情元素； 3. 质量：保证图片清晰度，分辨率 150dpi 以上。
色彩原则	1. 色调：画面要有明确突出的主色调，切合营销表达的主题与品牌格调； 2. 饱和度/明度：色彩要自然舒适，层次生动，避免出现灰脏质感； 3. 对比度：配色须充分考虑视觉舒适度，不能过于使用色环上的对比色，尽量使用色环上不超过 15° ~30° 以内的颜色，对比色作为点

维度	规则
	<p>缀色使用。</p>
<p>选图规则</p>	<p>1. 元素：</p> <p>(1) 画面要简洁美观，整体元素控制在 3 个以内，主次搭配合理，与背景协调，避免主体太单调、太杂乱；</p> <p>(2) 不得使用任何影响用户体验的元素，如变形的元素、马赛克、缺乏修饰的图片等；</p> <p>(3) 不允许出现引导操作的按钮、二维码、条形码图，水印，不得为图片增加边框；</p> <p>(4) 图片中出现的动物形象，不作为画面主视觉；</p> <p>2. 文字：</p> <p>(1) 不得以纯文字形态出现；</p> <p>(2) 除了 Logo、slogan 外，图片上无浮于画面之上的其他文字，Logo、slogan 尽量有设计感；</p> <p>(3) 影视宣传类的广告图片仅允许出现：片名、演职人员署名（导演或主演）；</p> <p>(4) Logo、slogan（片名、演职人员署名）不超过图片面积的 5%，和画面元素搭配协调不突兀；</p> <p>3. 人物：</p> <p>(1) 含人物肖像的图片，必须无肖像权争议，人物五官端正、气质优美，与品牌调性呼应；</p> <p>(2) 图片中人物表情和姿态自然真实，不得出现怪异、夸张地表现；</p> <p>(3) 不以儿童作为主视觉，不露出儿童正面肖像；</p> <p>4. 风格：简洁美观大方，符合真实感与合理性：</p> <p>(1) 创意逻辑合理、透视关系科学，不得出现简单拼凑无美感、渲染太过、元素搭配比例不真实等；</p> <p>(2) 画面光线自然、柔和、清晰，无过度的明暗对比；</p> <p>(3) 插画、二次元风格的图片暂不支持；</p> <p>5. 视觉动线：画面要有清晰地正确地视觉引导，突出营销的主题。</p>
<p>版式规则</p>	<p>安全区域：</p> <p>图片在终端屏幕上的最终显现要符合：</p> <p>(1) 画面元素不得干扰手机本身内容的显示；</p> <p>(2) 在不同尺寸的终端屏幕上，图片信息显示要保证完整清晰；</p> <p>因此，文字信息不可超过安全框，同时建议画面重要元素安排在安全区域内显示。</p>

2.4.3 特殊行业规范

2.4.3.1 电商

电商行业通用审核规范

1、关于“原价”：根据《禁止价格欺诈行为的规定》等相关法规和规定的要求，鉴于广告主可能无法准确理解“原价”的法定含义，一旦误用将构成价格欺诈并可能侵害消费者权益。为维护消费者和广告主的合法权益，故禁止在广告中出现“原价”描述，可修改为“吊牌价”“指导价”

- 例如：“原价好几十，现在不到 12 块”。

2、不得对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等，或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等做虚假宣传。

- 例如：“央视上榜品牌”——【央视关于从未颁发“央视上榜品牌”等称号的声明】。

3、广告不得出现与药品相混淆的用语，不得直接或间接地宣传治疗作用，也不得借助宣传某些成分的作用明示或暗示该食品的治疗作用。

4、不得出现烟、电子烟、抽烟形象，包含真人及卡通形象。

5、商品折扣不得低于一折。

6、抽奖式有奖销售，活动奖品最高奖不得超过 50000 元。

7、活动规则中不得出现“本活动由 XXX 享有最终解释权”“本活动由 XXX 享有解释权”的格式条款。

8、针对保健品、OTC 药品：

- 推广保健品广告应当在外层素材显著标明“本品不能代替药物”；
- 推广非处方药须标明标识（OTC）并提示忠告语“请按药品说明书或在药师指导下购买和使用”。

9、不得出现推广产品与开户信息或品牌商标不一致的情况。

- 例如：“商品售卖 A 品牌，素材信息必须是 A 品牌；不得出现商品名称为 A 品牌，素材信息为 B 品牌”。

10、素材文案描述需与落地页信息一致，包含：①品牌商标信息一致；②折扣信息一致。

- 例如：素材上为 269，落地页描述为 269。

11、不得销售假冒伪劣商品，

- 例如：“阿迪达斯、NIKE 等知名品牌出现价格极低的情况”（促销活动除外）；

12、关于特殊称谓（老公、老婆、男朋友、女朋友、老爸、老妈、七大姑八大姨、老板、领导、同事等）的使用场景：

- 不得使用带有结果导向、购买体验型的特殊称谓描述。

- 例如：“买值了，老公很喜欢”；“299 一件的皮衣真少见，公司男同事都在穿”；“老板喜欢的球鞋”。
- 允许使用未带有结果导向、非购买体验型的特殊称谓描述
例如：“父亲节给爸爸的礼物准备好了吗？”
- 13、不得使用挑衅、命令语气、誓言、道歉类文案：
- 挑衅式
例如：“居然买不起”“不买不要点”“不买不是男人”“敢不敢”“不看后悔”“不穿鞋不要点”等；
 - 命令祈使式，
例如：“你该换表了”“是男人必须买”“非买不可”等；
 - 祈求式
例如：“帮帮我”“求求你”“拜托了”；
 - 誓言类
例如：“我发誓”“郑重发誓”等；
 - 道歉类
例如：“对不起”。
- 14、不得使用承诺性文案。
- 例如：“0 风险”“即将涨价”“只卖一天”“仅限当日”“明日涨价”“即将结束”等；（其中“只卖一天”“仅限当日”若有明确的活动时间，可以使用）。
- 15、不得使用属于负面情绪、容易引起人心理不安的强烈情感用词，
- 例如：含“死”等用词，“亏死了”“出大事了”“老板疯了”“老板喝多了”。
- 16、不得使用夸大、虚假、无法证实的对价格及功能的不合理描述：
- 涉及折扣类
例如：“0 利润”“击破底价”击破底价“太狠了”；
 - 涉及价格类
例如：“白菜价”“千元万元档次”“1 顶 5”“1 顶 10”（“1 顶 5”“1 顶 10”若活动真实有效可使用）；
 - 涉及具体销量排名、比较和数量类
例如：“年度销量第一腕表（畅销腕表可通过）”“成交量遥遥领先”；
 - 涉及时间描述
例如：“等了 3 个月 /1 年/三年/8 年，终于降价了”“抢了一年，终于抢到了”；
 - 涉及用户评价、用户行为类
例如：“都说好看”“穿过都说好”“后悔买早了”“幸亏没买早”“错过的都哭了”；
 - 涉及商品效果类
例如：“年轻十岁”；
 - 涉嫌抨击其他商家

例如：“专柜不会说的秘密” “导购员不会告诉你的秘密，价格竟然这么低”。

17、不得使用夸大、虚假、无法证实的对价格及功能的不合理描述：

- 明星同款（出现具体人物，需提供具体明星授权书，可通过）；
- 抖音同款（提供具体抖音授权书，可通过）。

例如：“达康书记同款”。

- 涉及明显功能夸大；

例如：“比光脚还透气”“比冰箱还清凉”；

- 其他夸大场景

例如：“一家人穿都够了”“借钱也要买”“偷偷买了三件套老婆震惊” “再不下手就没了”“老板涨工资原来是抢到这三件碉堡”；

- 涉及降价描述类

例如：今日降价（“今日”无明确日期指向，无法证实）、低于 1 折。

18、不得使用限定目标用户特征/属性的描述。

- 例如：身高、体重、年龄等。

19、不得使用容易引起歧义的词语：

- 偏色情类

例如：“搞大了”“老板哭晕在厕所”等；

- 价格误导类

例如：“就 1 块、2 块，可能让人误解手表只需 1 块钱或 2 块钱”；

- 买赠类

例如：若赠品非商品本身，赠送商品需要通过文字或者图片的形式在外层素材或落地页内展示，如非送同款，需修改为买一送“X”不得在落地页放置二维码及其他关注方式。

- 其他误导类

例如：

- （1）下单不付款——下单不付款易误导用户为免费购买，实际上是货到付款；
- （2）归你了——用户还未购买，商品并非归属用户，不能明确表明商品归属；
- （3）寻物启事——易误以为是真的寻物启事。

20、广告文案/图片/落地页涉及第三方知名公司/LOGO，如为合作关系请补充合作资质或授权。

21、落地页下载安装区出现点击图片/文字与图片/内容触发下载的情况，下载安装区文字需描述为“点击图片下载安装”/“点击内容下载安装”/“点击下载安装”。

22、广告落地页允许使用闪烁方式突出按钮，但需满足以下条件：

- 仅允许使用低频闪烁按钮，不允许使用高频快闪设计；
- 不允许使用高饱和度、高亮度的按钮颜色。

23、广告落地页涉及直播中描述，可通过；若落地页为直播页面，需提交《网络文化经营许可证》或《信息网络传播视听节目许可证》资质。

HUAWEI Ads 特殊审核规范

1、电商行业暂不支持投放无品牌、杂牌、低端品牌等价格远低于正常售价的低价商品，且推广商品宣传方式不允许涉及模仿知名品牌标志性产品包装、logo、品牌名称、产地等。

- 例如：茅台镇酒。

2、不得使用让人误以为是华为、荣耀官方行为的文案。

- 例如：“华为用户专享”“华为&荣耀用户专享”。

3、广告素材中不允许出现立体、凸起、3D 效果的内衣裤图片，建议使用折叠图/盒装效果。

4、广告素材不得使用点击后无法实现其功能描述的虚假按钮或描述。

5、内部流量广告素材不允许使用模拟弹窗样式/红包卡券的设计。

6、广告文案/图片/落地页涉及“法国”、“意大利”、“欧美”等产地，需补充提供进出口检验检疫证明或者海关报关单（可选择提交同品类 3-5 份资质证明）。

7、奶粉广告审核规范

- 不得使用一段奶粉作为推广素材；
- 不得明示或者暗示可以替代母乳；不得使用母乳哺乳中的妇女和婴儿的形象。

8、食品广告审核规范

- 涉及原料来源的（如生乳、原料乳粉等原料来源），应当如实标明具体来源地或者来源；
- 不得使用含有“纯天然”等描述；不得单纯描述无添加，文案中需标记注释无添加元素；
- 不得明示或者暗示具有益智、增加抵抗力或者免疫力、保护肠道等功能性表述。

9、保健食品审核规范

广告不得利用医疗机构、医生的名义或者形象作证明。

10、护理品审核规范

广告暂不支持祛痘、育发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、去疤等功能描述。

11、促销活动审核规范

- 针对电商行业推广低价抢购高价商品、未规模销售、极少量秒杀的活动，例如：9.9 抢购戴森需满足以下规范要求：

（1）需要在外层素材清晰注明“限时限量”；

（2）需在外层素材或落地页注明活动时间、活动数量、抢购路径等详细的活动说明支持，字体需清晰可见，不得使用与背景色接近与字体过小的文案设计。

（3）针对 9.9 元抢购、低价抢购高价值产品、未规模销售、极少量秒杀的活动，如：全网抢购戴森吹风机，限量 2 件。

- 若为附赠式销售，素材文案或落地页中需写明具体赠品内容：

例如：素材不能仅出现“买一得四”的文案，误导用户，需补充赠品名称或展示赠品图，或者加引号区分；赠品价值不得超出或接近商品售卖价格。

2.4.3.2 游戏

游戏行业通用规范

- 1、游戏行业不允许出现暗示或明示“赚钱”等涉及现实货币交易，可以描述是游戏中的虚拟货币、装备等。
- 2、游戏行业不得出现积分/金币兑换实物/话费/现金等活动。
 - 例如“积分换华为”可以出现其他形式的“赢取/抽奖得实物活动”。
- 3、广告请勿出现“麻痹”描述。
- 4、广告页请勿出现沉迷游戏。
 - 例如：通宵打关、已经玩了 10 几个小时了。
- 5、广告不得使用洞房图及带有“生子”导向的图和文案描述，可以使用“结婚”图片及描述。
- 6、广告内容不能出现“摸金”“倒斗”“盗墓”等违法词汇。
- 7、广告素材禁止出现妨碍社会安定的元素。
 - 例如：人民揭竿起义。
- 8、广告禁止涉嫌赌博场景/内容。
 - 例如“老虎机、百家乐、骰宝、21 点、牌九、梭哈、扎金花、赢三张、牛牛、德州”类目禁止。
- 9、广告内容不得使用带有不良诱导。如做山贼、刺客等，或沉迷诱导，为了玩游戏不顾一切等不符合常理的内容。
- 10、广告素材与落地页禁止出现腐烂、尸体、僵尸类等形象，请修改。
- 11、广告素材/视频内容禁止出现巨兽打斗场景、相互吞噬、撕咬等血腥场景，如肢体撕裂、浴血、咬食等。
- 12、广告素材/视频内容禁止出现多头、多手、多足的巨兽类形象。
- 13、禁止游戏招商加盟，以及涉及招代理、棋牌游戏定制的内容。
- 14、游戏截图中的自有元素，如关闭按钮、抽奖按钮可以使用，但不得额外添加非游戏内的涉嫌诱导点击的元素。
- 15、广告推广 APP 游戏内容需保持一致，不得描述 A 游戏名称推广 B 游戏内容。
- 16、禁止游戏招商加盟，以及涉及招代理、棋牌游戏定制的内容。
- 17、游戏广告，支持使用游戏中玩家常使用的游戏密语，不支持带有贬低人群、沉迷游戏的词汇。
 - 例如：

可使用：氪金、GG、开黑、落地成盒、吃鸡、猥琐发育等；

不支持使用：非洲人、欧洲人、欧皇、非酋、肝帝、肝爆。

18、广告文案不得出现以下关键词/敏感词：

- 例如：

(1) BOSS、首长、领导、皇上、皇帝、皇后、万岁爷、寡人、朕、挂机、私服、SF；

(2) 外挂、QQ 尾巴、木马病毒、魔兽精灵、魔兽插件、魔兽大脚、魔兽世界精灵、魔兽世界插件、魔兽世界大脚、魔世精灵、魔世插件、魔世大脚；

(3) wow 精灵、wow 插件、wow 大脚、wow shell、wow big foot 等魔兽世界周牛类关键词等；

(4) 包含游戏类私服、外挂软件、私服服务器租赁的网站提交的游戏类关键词等。

19、不得出现承诺性、不符合游戏盈利模式的文案

- 例如：装备全靠打、刀刀爆装备、无付费窗口、装备爆率 99% 等。

20、不得涉及赌博、赚取真实货币描述及沉迷游戏的描述，

- 例如：

(1) 炸金花、1 金币=XX 元、转手卖 5 千、一夜暴富；

(2) 这游戏可以玩一整天、这游戏结婚生子感觉跟真的一样。

21、不支持得以玩家性别占比为噱头作宣传，

- 例如：这游戏女性玩家占 90%。

22、不支持有歧义的文案，不良诱导。

- 例如：终于找到一款大人玩的塔防了、这游戏 18 岁以下慎入、花前月下来双修太有意思了、偷偷养宠物别让女朋友发现，

注：若描述场景不暧昧，如果单纯描述“魔武双修”游戏功法，可使用。

23、广告图片及文字不得涉及色情，包括过于暴露的人物以及性诱导内容。

24、若无授权，广告图片不得模仿或抄袭第三方游戏的人物形象、场景、标志性 logo 或代表性图标等作为创意或创意元素。

25、广告图片不得使用任何军用 logo、标志、特殊符号等可代表各国军队的标识。

26、广告图片不得使用任何国旗、具有代表性的建筑、logo 等可代表某一国家的标识。

27、现代战争游戏不允许使用战争实景图，请修改。

28、游戏截图中的自有元素，如关闭按钮、抽奖按钮可以使用，但不得额外添加非游戏内的涉嫌诱导点击的元素误导用户、诱骗用户点击广告；包括但不限于鼠标或者手势图案、假分页、翻页图标等。

29、广告视频声音须完整且正常无杂音，广告播放时间内须持续有声音，不得出现突兀的声音，包括但不限于爆破音、尖叫声等。

- 30、广告视频不支持出现色情、亲密场景、形象暴露、洞房等画面。
- 31、广告视频里面的语音跟视频里面的字幕需要保持一致。
- 32、视频应完整填满广告位规格尺寸，内容显示需完整，画面比例需符合视频广告规范，视频上下、左右可增加黑边来适应比例，但不可以将画面拉长或压扁使视觉变形。

棋牌捕鱼游戏审核规范

1、文案需遵循以下规则

- 广告文案不允许出现暗示或明示赚钱、游戏积分交易、积分兑换或以金币等方式变相兑换现金、财物的描述。
例如：高端局，一举爆出 8888RMB、500000 万积分可兑换 Iphone11pro。
- 广告文案请勿出现沉迷游戏描述来表述游戏的可玩性。
例如：通宵打关、这游戏可以玩一整天。
- 广告文案不得涉及赌博、赚取真实货币描述。
例如：1 金币=XX 元、转手卖 5 千、一夜暴富、赚钱赚到爽。
- 广告文案不得以女性玩家为噱头作宣传。
例如：这游戏女性玩家占 90% 以上、美女 24 小时在线陪玩。
- 广告文案不得涉嫌暗示或明示引导玩家私下交易的描述。
例如：加微信、加 QQ、进群有福利等。

2、图片需要遵循以下原则：

- 广告图片禁止使用涉嫌赌博场景/元素。
例如：筹码、老虎机、对局房间内截图、线下真实的扑克牌等。
- 广告素材中不得使用虚假按钮，如为游戏截图中的自有元素可以使用，但不得额外添加非游戏内的涉嫌诱导点击的元素。
- 禁止出现暴露/暧昧/带有引诱性质、突出敏感部位、穿着透视/肤色/紧身、动作不雅的暗示或隐含性信息的形象。

宫廷游戏审核规范

1、文案应倡导良好社会道德风尚，不得出现低俗、暴力、反动等引导：

- 不得出现弘扬封建制度；
例如：“回到大清做皇帝”；
- 不得出现违反社会道德风尚“三妻四妾”、“官民冲突”；
- 不得出现性别歧视如“惩罚女囚”、“侍寝”；
- 不得出现政治敏感词语如“皇帝”“皇上”“皇后”“万岁爷”“寡人”“朕”“治理国家”“造反”等。

2、素材设计需要遵循以下原则

- 不得出现弘扬封建制度。

例如：“回到大清做皇帝”；

- 禁止素材图片及文字不得涉及色情，包括过于暴露的人物以及性诱导内容；
- 禁止宣导消极、丑陋、恐怖、血腥及含有暴力倾向等元素；
- 禁止使用有歧义容易使人误解的内容；
- 禁止种族、宗教、文化歧视和性别歧视，不得带有对特殊群体的诽谤内容。

例如：对囚犯有特殊对待的内容；

- 素材内容不得使用带有不良诱导。

例如：做山贼、刺客等；

- 不得带有政治不良诱导；

例如：“如果你是皇帝你会如何治理国家”等政治敏感元素 或模拟现今社会中容易引起社会反响的元素；

- 不得出现囚犯形象。

2.4.3.3 教育

1、不得对通过考试、升学、获得学位学历或合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或暗示的保证性承诺：

- 不得使用具体时间+具体效果描述。
例如“1年拿本科证书”、“6个月英语提高50分”、“1个月拿本科”等。
- 不得对培训效果做出明示或暗示的保证性承诺。
例如“毕业年薪过万”、“不用上大学也能拿本科”、“免考”“免试”“免学”。
- 不得使用真实的国家资格证书或学历证书等第三方证书做为素材，暗示获得教学效果。
- 不得出现不符合考试制度及学制的宣传。
例如：“一年制学本科”、“初高中也能拿本科”“免考上本科”等。
- 不得明示或暗示有相关考试机构或其工作人员、考试命题人员参与教育、培训。
例如：“高考命题组专家参与培训”。
- 不得利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。
例如：“高考状元自述在校成长”——受益者推荐不允许使用；“名师”较模糊指向——指向性模糊支持使用。

2、经营性培训机构不得直接或间接使用第三方院校或学校大门、教学楼等标志性建筑，如有明确的校门指引，需要校方授权后使用。

3、不得使用培训前后效果对比内容作为广告创意。

- 例如：“学前英语60分，学后提交至110分”。

4、不得使用借助国家、教育局法律法规进行宣传推广。

- 例如：“借助相关政策来宣传自己的课程项目”。

5、不得有暗示双份收入、额外收入或双份工作的挂靠描述。

- 例如：“不坐班、每月增加额外收入”。

- 6、教育培训行业广告的落地页禁止出现加群、加好友等内容。
- 7、不得利用“最新通知”、“好消息”、“新政”等涉嫌诱导点击的描述。
- 8、不得出现消防员、武警等国家机关工作人员形象。

2.4.3.4 金融

金融行业通用审核规范

- 1、不得使用“央行”字眼及名义宣传（央行属于国家机关且不对个人开展业务活动）。
- 2、不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。
 - 例如：“张先生加入××平台3个月，获利1万元”、揭秘炒股专家的秘密等。
- 3、不允许使用个人IP化形式进行广告宣传；个人IP化形式即指知名专家、知名人物的个人品牌。
- 4、不得对未来效果、收益或者与预期相关的情况做出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等。
 - 例如：100%保障收益、收益达18%、理财前后效果对比、理财无忧。
- 5、不得使用任何真实证件作为外层图片元素，如身份证、社保卡等（包括卡通漫画样式）。
- 6、推广内容需与所属金融业务的业务属性及逻辑相符合，不得误导用户：
 - 不得出现推广金融产品为A，实际推广内容指向B；
 - 不得出现与业务性质、行业经验、事实经营情况相违背的描述。
例如：定制额度、不查征信等；
 - 不得出现不符合业务办理实情的文案描述，或误导用户有特殊渠道、或误导用户业务可能存在违规，变相贬低其他经营者。
例如：信用卡下卡难，来这里办理等；
 - 不得出现违背常规认知的业务办理时间。
- 7、不得出现个人电话号码、URL链接、微信、个人二维码、QQ号、QQ群号、引导用户加群的字样、唤起加群页面或其他社交软件内容。
- 8、不得使用中国境内流通钱币作为广告创意元素（包括人民币、硬币）。
- 9、不能使用夸张性说辞，包括但不限于关键字“借款神器”“理财神器”。
- 10、不支持模拟系统通知类素材
 - 例如：恭喜你获得5W大额贷款，点击领取。

信用卡/小额贷审核规范

- 1、素材需添加提示语：根据审核结果不同，额度不同。
- 2、不支持使用明示或暗示的承诺内容。

- 例如：
 - (1) 还款无压力承诺：还款无压力、轻松还款；到账时间/结果承诺：不到十秒成功到账、最少都能申请到 5000 元；
 - (2) 额度承诺：不得投放具体额度或区间额度。如：“信用卡额度 10 万~20 万”；可使用“最高 xx 元或额度 0-XX 元”描述。
- 3、额度：
 - 个人信用卡额度不得超过 10 万。
 - 个人贷款不得超过 50 万，企业不得超过 100 万，消费金融不得超过 30 万。
- 4、借款条件：
 - 不支持：0 门槛贷款、0 收入贷款、凭手机号借款、手机下载即可贷款、刷脸刷指纹贷款（银行及微粒贷除外）、不具有保险公司资质的主体投放保单贷款；
 - 支持：身份证贷款、凭社保卡、公积金帐号贷款、信用卡贷款、有工资贷款、有收入即可贷款；支持信用贷款。
- 5、信用卡禁止套现，允许提现。
- 6、信用卡不得出现收取手续费、服务费的相关内容。
- 7、不得出现不符合业务性质的文案描述。
 - 例如：定制额度；推广标准卡、普卡等可长期申请的信用卡时用“限量限时”、“最后一波”等哄抢式文案。
- 8、不得出现不符合业务办理实情的描述，或误导用户有特殊渠道、业务可能存在违规，或变相贬低其他经营者。
 - 例如：信用卡下卡难，来这里办理；借钱新口子、借钱新方式等。
- 9、信用卡的审核、下卡（制卡）和拿卡时间都需符合事实逻辑，不得夸大描述，禁止使用偶发性内容作为推广噱头。
 - 例如：三秒审批通过。
- 10、涉及贷款利息描述：
 - 使用日息、月息，需以“一万元为单位的例举”（PS：出现利息需在素材或落地页添加对应年利率）。
 - 使用日费率或月费率时，标注的年费率需符合费率区间（PS：出现利率需在素材或落地页添加对应年利率）。

例如：“1 万额度最低日息 2 元，日利率 0.02%，年化费率 6%”。
- 11、不支持限定用户属性和行为的描述，如：月薪 xx 元、工资不涨怎么办、没钱压力大、最近老穷了、还在到处借钱？
- 12、不得使用会给用户带来心理负担、涉及个人隐私的负面描述或通过其他负面场景引导用户使用产品。
 - 例如
不支持：“没钱压力大！”、“黑名单里有你吗？”
支持：符合实际情况的描述，如个人征信污点难洗白，影响买车买房。

- 13、不得使用贬低用户特别是特定群体用户的描述。
 - 例如：“大龄剩女看过来”、“民工都能办的信用卡”等。
- 14、推广信用卡仅限男性或女性申请时，需在详情页有明显说明；否则，不得使用“仅限男性申请或仅限女性申请”的文案。
- 15、不得出现以贷还债的内容。

证券行业审核规范

- 1、需在外层素材图清晰标注提示语，如“股市有风险，投资者须慎重入市”、“投资有风险，入市需谨慎”等。
- 2、不得出现【加群咨询】【加群了解】【加炒股类个人微信号咨询】【微信群号】等引导用户加群等内容。
- 3、不得出现荐股（不得出现任何指向具体个股推荐内容）：
 - 支持：*号代替股票代码或者模糊股票信息的方式，如股票代码 00***2 等；
 - 不支持：出现具体股票代码、股票名称、股票名称用*号模糊，如万科**；
 - 不支持：公布/公开他人或第三方机构推荐股票/股票池，请修改；
 - 不支持：使用任何涉及“X 股”等对收益有暗示的描述；
例如：“精品股”“热门股”“好股”、“牛股”（包括“牛”的动物形象）、“妖股”、“黑马股”。
- 4、广告素材如使用历史涨幅数据/排名，需在外层素材清晰可见的标注“过往业绩不预示未来表现”或体现涨幅/排名数据的时间区间。
- 5、广告素材使用对 K 线图解读的素材时（如标注买卖点等），不允许对当前股票走势进行说明，需在素材中添加“历史数据回顾、历史数据解析”等描述。
- 6、不得使用与行业经验、事实经营情况相违背的描述。
 - 例如：“免费送 3 只股”、“不收费”等。
- 7、不得涉及走势预知、提前知道涨跌、出现暗示收益、刻意突出的上升箭头暗示收益。
- 8、不得出现任何明示或暗示金融内幕消息的内容，以肯定的语气预测未来走势的文案。
 - 例如：“股市内参”、“揭秘”“内部消息”“重大利好信号已现”“这三只股下周或大涨”。
- 9、不支持出现诊股、荐股内容。
- 10、不得利用学术机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明，
 - 例如：揭秘炒股专家的秘密等。
- (12) 不得投放股票培训视频或者股票资讯教学类文章。
- (13) 不得出现“配资炒股”、“借钱炒股”、“股票配资”等内容。

(14) 如果发布证券交易即时行情，需要提供证交所的书面授权许可。

(15) 中国大陆发行的股票，不得出现“t+0”、“杠杆”、“买涨买跌”的交易模式。

2.4.3.5 房地产

1、根据广告法及《房地产广告发布规定》，房地产广告的房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积：

- 素材涉及面积需要表明建面或者套内面积，
例如：建面 138m² 的大别墅，临湖而建风景独好。；
- 落地页涉及面积，可以就近标明是否为建面，或在落地页下方说明以上面积均为建面(套内建筑面积)。

2、房地产项目中不得以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置。

- 例如“距离市中心仅 20 分钟车程”等。

3、房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果（虚假宣传）。

4、不得直接或间接哄抬房价/避免出现升值投资回报的内容。

5、禁止出现升值/投资回报等类似内容，例如投资回报率、“低投入，高回报”等类似措辞。

6、禁止使用“楼王”、“地王”等顶级词汇，创意中不要出现哄抬房价的内容，如“下一个陆家嘴”。

7、房地产广告不得含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，不得有悖社会良好风尚。

8、房产广告中涉及不限购不限贷，需要说明情况（三选一）：

- 无任何限购条件；
- 说明具体限购条件；
- 说明标注限购查询文件。

9、广告图片不得使用任何现代国家、世界地图或截取不完整的中国地图。

10、广告内容请勿涉及拆迁安置房售卖等争议产权房，房地产广告中涉及所有权或者使用权的，所有或者使用的基本单位应当是有实际意义的完整的生产、生活空间。

11、不得违反国家有关价格管理的规定；不得有 0 首付、首付分期类描述。

12、房地产广告中对价格有表示的，应当清楚表示为实际的销售价格，明示价格的有效期限。

13、房地产广告中涉及房地产价格评估的，应当表明评估单位、估价师和评估时间。

14、房地产涉及具体预售楼盘需提供《预售许可证》，涉及现房需提供《销售许可证》，且必须在素材或者落地页首屏中载明以下事项：

- 开发企业名称；
- 中介服务机构代理销售的，载明该机构名称（如果没有中介服务机构的不载明）；

- 预售或者销售许可证书号（广告素材或落地页中需要明显展示），如果预售证的名称与广告推广楼盘名称不一致的，还需在广告素材中同时注明注册名称和推广名称。

备注：仅作楼盘名称和企业形象宣传的，不需要预售/销售许可证，但是不得出现价格、售卖电话、户型、周边配套等信息。

15、房地产广告文案/图片/落地页请勿出现学区房/学位房描述。

16、房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。

17、房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果；房地产广告中使用建筑设计效果图或者模型照片的，应当在广告中注明。

18、房地产广告中涉及的交通、商业、文化教育设施及其他市政条件等，如在规划或者建设中，应当在广告中注明。

19、房地产行业广告素材中允许出现座机号码、400 等服务号码，暂不支持个人联系电话号码（手机号码）。

2.4.3.6 短视频

1、不得使用与国家、政治相关内容：

- 商业推广不得使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽、党徽、国家机关、国家机关工作人员、国家领导人的形象（含离任、已故卡通虚拟的国家领导人形象）；
- 不得使用国家政治敏感话题、政治热点作宣传；
- 不得侮辱、贬低英雄烈士。

2、不得使用违背公序良俗等内容：

- 危害国家社会公共秩序。
例如：聚众扰乱公共场所、破坏历史文化遗产；
- 危害家庭关系。
例如：出轨、婚外恋、小三、攒私房钱买 XX、隔壁老王；
- 违反性道德行为。
例如：性侵、乱伦、猥亵；
- 侥幸心理。
例如：在高铁轨道上拍照、酒后驾驶、林中玩火；
- 违反人权和人格尊严类型。
例如：种族/职业/性别歧视、肤色歧视、地域黑、校园暴力；
- 宣传封建迷信/奴隶制度。
例如：看风水、算命、改运、结娃娃亲、下跪；
- 违反职业道德。
例如：上班时也忍不住要看的视频；
- 恶搞、恶趣味、偷窥偷拍裙底、黄段子；

- 示范危险行为、危险动作，易导致用户模仿危害生命安全。
- 3、不得使用低俗、色情、赌博、毒品等内容：
- 性暗示、性联想、低俗话题、不良导向内容及场景。
例如：
文案：本餐厅负责把你的肚子搞大、偷偷看、悄悄下载、适合一个人看、深夜、刺激、过瘾、爽、晚上无聊看这里、把持不住、害羞男孩勿进等；
素材：人物着装低俗、暴露、姿态不雅、暧昧动作；
视频：播放低俗音乐、模仿叫床、暧昧语气等低俗声音。
- 禁止展示棋牌类、麻将类内容，不得出现赌注、筹码等具备赌博性质的赌资。
 - 禁止出现涉毒内容，包括各类毒品、制毒化学品、毒品原料、制毒书籍、吸毒场景（吸烟、香烟同管控）。
- 4、不得使用侵权第三方权益等内容：
- 使用明星、名人的肖像或名义帮助推广自己的商品或服务，需补充其授权证明资质；
 - 广告图片中出现素人肖像，需提供个人肖像承诺函或华为承诺函；
 - 涉及第三方知名公司/LOGO，请补充合作资质或授权，母子公司需提供关系证明；
 - 涉及第三方版权、影视剧剧照、频道 logo，应补充其授权证明；
 - 使用/抄袭第三方游戏人物、logo、游戏截图等元素，需提供授权证明或删除；
 - 注：建议使用 HUAWEI Ads 官方推荐的授权模板，包括个人授权模板和承诺函模板。
- 5、广告文案不得使用夸大绝对化用语
- 例如：好看得根本停不下来。
- 6、广告文案不得使用不符合逻辑、不通顺、不完整的语句、句式、词组。
- 7、广告文案不能使用带有负面、歧视语气、指向特定人群的文案。
- 例如：打工妹、水友、老司机、迷妹、宅男等。
- 8、广告文案不得使用敏感用语、不文明用语、网络用语，
- 例如：屌丝、泡妞、撩妹撩 XX、小姐姐等。
- 9、广告图片不得使用消极、丑陋、恐怖等可能引起用户不适或反感的元素。
- 10、广告图片不得使用负面、恐怖、刻意突出症状图，易引起人心理不安的症状图。
- 11、不得出现负面、血腥、恐怖内容，易导致用户恐慌/体验不佳的场景：
- 不得出现社会负面内容、负面新闻；
 - 不得出现命案、血腥、黑社会群架等恐怖场景；
 - 不得展示危害动植物生命安全的内容，包括不限于捕杀、虐待；
 - 广告内容不得出现夜间探险、探秘、灵异类的内容或其他带有惊悚和恐怖言语的行为；

- 广告内容不得出现古墓、坟地探险活动（出现挖坟、盗墓等行为）；
 - 不得出现惊悚画面类猎奇内容；
 - 不得出现负面恐怖、古今野史、政治内幕、悬疑揭秘事件的文案+素材，易引起用户心理恐慌。
- 12、广告素材不允许使用生活场景中不常见，且形象特殊易造成用户不适的动物元素。
- 13、广告图片/落地页不允许出现华为竞品、华为负面新闻、负面广告等相关内容。
- 14、广告文案不得使用让人误以为是华为官方行为的文案。
- 15、广告不得使用暧昧、挑逗、低俗、导向不佳、暗示或隐含性信息的女性形象或场景：
- 穿着暴露、突出敏感部位，
例如：露胸露脐、透视装、吊带装、肤色装、紧身装、超短裤、私房照、高开叉等；
 - 女性+敏感场景呈现引起不良联想的内容，
例如：床上、浴室、卫生间、教室、办公室、野外、庄稼地；
 - 女性+不雅动作呈现引起不良联想的内容，
例如：泳装劈叉、叉腿、wink 眨眼、嘟嘴、托胸、翘臀等；
 - 女性+食材呈现引起不良联想的内容，
例如：美女+茄子、香蕉、黄瓜、胡萝卜、火腿肠。

2.4.3.7 社交&婚恋

社交&婚恋文案规范

- 1、广告文案需符合社会良好风尚，不得使用涉及低俗、打擦边球、不良暗示、容易引起歧义的文案，包括但不限于以下内容：“深夜孤单”、“刺激”、“过瘾”、“爽”等
 - 例如：
“性感女神深夜直播，劲歌热舞嗨不停。”
“千万别看她直播，你想看的她都有，太刺激”了。
- 2、不得使用容易产生歧义的“约”字的搭配，
 - 例如：
“单身独居美女在家睡衣与你约聊。”
“寂寞妹纸等你来约。”
“不闲聊，直接见，快快约到你所爱。”
- 3、不得使用强调紧迫性的“求”字的搭配，包括但不限于“求爱”、“求约”、“求聊”等。
- 4、不得使用夸张性说辞，包括但不限于关键字“神器”“王道”等，
 - 例如：“脱单神器、看美女直播才是王道。”

5、不得使用撩拨型口头语文案，

- 例如：“你过来，我想撩你一下！”

6、不得使用负面、歧视语气、指向特定人群的网络用语包括但不限于：“水友”、“老司机”等，

- 例如：
“农村美女在家直播、比城里人还会玩。”
“打工妹玩直播，不嫌弃的加她一起玩。”
“成熟妹子好主动，找宅男直播聊。”

7、不得宣传不良价值观，包括但不限于：伦理、拜金主义、贪污、受贿、婚外恋、一夜情、同性恋以及其他引人消极颓废的行为。

8、社交广告补充规则

- 为避免不良导向，社交广告不得使用“摇一摇”、“漂流瓶”、“查看附近的人”等介绍作为广告。
- 不得使用带有不良暗示的空间及 LBS 定位的关键词，包括但不限于“附近”、“周边”等，可使用同城描述，
例如：附近 200 米的美女主动打招呼，等你来约。
- 社交广告不允许出现婚恋个人属性描述，包括但不限于：年龄、职业、婚姻情况、个人财产，社交广告不得使用婚恋导向的词汇进行投放，包括但不限于：结婚、相亲、找老公。
- 社交广告内容请勿涉及付费相关描述，易引起歧义。
- 社交行业请勿使用“小姐姐”。
- 不得使用撩拨型口头语文案，
例如：“你过来，我有个恋爱想和你谈一下！”

9、婚恋行业广告补充规则

- 广告文案不得使用特定年龄/群体等用于对他人（定向目标）的描述，
例如：“30 岁还没嫁？想找个老实的男朋友”，特指 30 岁未嫁的特定群体 ×
- 广告文案及素材支持出现“离婚”、“离异”类相关的描述，但不允许使用暗示或明示他人婚姻属性的定向目标描述，
例如：
一个人住广东，离过婚，想再婚要个孩子 ✓
离婚之后还没再婚？广东离异相亲群，大量成功男士找对象 ×

社交&婚恋图片规范

- 1、不得使用涉嫌暧昧/带有引诱性质的女性私房写真照。
- 2、模特不得使用暴露/暧昧/带有引诱性质、突出敏感部位、穿着透视/肤色/紧身、动作不雅的暗示或隐含性信息的形象。
- 3、背景不得为女性+卫生间、浴室、卧室、床等敏感场景。

4、使用单一的女性形象作为广告素材，素材上必须添加对应 APP 名称、企业名称或平台 logo，以防误认为是个人照片，避免存在诱导点击。

5、广告素材使用美女形象应当遵循以下规则：

- 裸露尺度

不得聚焦展示女性或男性的胸、臀、大腿、嘴唇等部位（大腿裸露尺度不得超过 2 分之 1）。

- 衣着

（1）不得穿着情趣制服、情趣内衣、暴露装、肤色装、透视装、男士白衬衣、睡衣裙、真空凸点、内衣外穿、深 V 领上衣/连衣裙、小吊带、抹胸装。

（2）刻意突出敏感部位的紧身衣、渔网袜、吊带袜、三角短裤或呈现三角状短裤。

（3）低腰超短裤等、衣衫不整的造型，裸露胸罩或内裤或仅用被子、浴巾、衣物等遮盖身体。

（4）大尺度裸露身体，包括男性赤裸上身。

- 表情/动作

不得使用带有性暗示、性挑逗或其他低级趣味的行为，包括但不限于：

（1）揉挤胸部或刻意对着镜头抖胸、扭臀、抚摸敏感部位等。

（2）拉扯衣服、脱/穿丝袜或内衣胸罩等刻意表现低级趣味的动作。

（3）聚焦胸部、臀部、腿部、脚部等敏感部位博取眼球。

（4）使用性用品或暗示性的道具进行展示。

（5）不可出现湿身诱惑、wink 眨眼、嘟嘴、咬唇、咬手指、吐舌头、暧昧眼神迷离、刻意露肩、撩裙子、撩衣服等带有性引诱性质的人物形象。

（6）人物头像照不超过素材整体的 30%，可使用人物半身照，不得直接使用大头照或身体局部特写。

（7）禁止出现抽烟形象。

- 妆容

不得使用带有低俗、不雅、恐怖妆容或在身体各部位描画低俗文字或图案。

- 声音

视频素材播放低俗音乐、模仿叫床或是其他低俗声音的。

- 场景&元素

（1）背景不得过于杂乱，不得为卫生间、浴室、卧室、床等敏感场景。

（2）广告素材不允许使用虚假倒计时、虚假播放按钮等元素。

（3）不得直接使用 QQ 聊天、微信聊天等聊天工具的聊天内容截图作素材。

（4）广告外层素材及落地页均禁止出现用户 ID 或主播房间号，请修改。

2.4.3.8 在线阅读

1、不得出现泄露国家机密、反对国家政策、反民主内容。

2、不得出现军人形象/军事题材（如特种兵），不支持宣传近现代战争、政治斗争题材。

- 3、不得涉及封建迷信的内容，
 - 例如：算命、看风水、占卜等。
- 4、不得出现烟、电子烟、抽烟形象，包含真人及卡通形象。
- 5、不得含有淫秽、色情、赌博、毒品、迷信、恐怖、暴力的内容。
- 6、不得含有民族、种族、性别和特定人群歧视的内容，如歧视残疾人。
- 7、不得在发布有关宗教传教内容，不得发布歧视宗教内容。
- 8、不得损害未成年人的身心健康，不得含有未到法定婚龄结婚、早恋内容，
 - 例如：高中生小娇妻、儿童自杀桥段等。
- 9、不得使用诋毁、谩骂、脏话粗话、骚扰攻击他人等不文明用语、低俗流行语，
 - 例如：撕逼、逼格、滚粗、蛋疼、草泥马等。
- 10、不得宣传不良婚恋观，
 - 例如：契约妻、替嫁、迫嫁、代孕、买妻、出轨、协议生子等。
- 11、不得宣扬违反社会伦理道德、伦理关系的内容，
 - 例如：姐夫小姨、叔嫂、师生、卖女卖妈、近亲结婚等。
- 12、不得宣传不良道德观，
 - 例如：潜规则、贪污、受贿、陪睡、婚外恋、一夜情、一夫多妻、恋童癖等。
- 13、不得出现陋习陋俗的描述，
 - 例如：上门赘婿、童养媳等。
- 14、不得出现违背职业道德的场景，
 - 例如：上班都要偷偷看的小说，太上瘾了。
- 15、不得出现色情低俗、打擦边球、性暗示、不良导向、容易引起歧义的内容，
 - 例如：晚上一个人偷偷在被窝里看、删前速看、深夜刺激等。
- 16、禁止出现具有引申意义擦边等不良诱导的描述，
 - 例如：《乡野小春医》《老公请轻点》《我的极品小姨》等性暗示或不良伦理暗示书名。
- 17、禁止突出&加重性别指向，易引起歧义，
 - 例如：“我是村里唯一男医师，村里女人都来找我医治”。
- 18、禁止出现有不良性暗示的场景描述。
 - 例如：“玉米地+发现她的秘密”、“荒野+竟然...”、“庄稼地干这事”。
- 19、禁止出现强调生育能力/性能力。
- 20、支持投放灵异或玄幻类题材，但不得出现恐怖，惊悚的言语或场景，须在外层素材或落地页上清晰标注“本故事纯属虚构字样；。

21、不得展示夜间探险、探秘的内容或其他带有惊悚和恐怖言语的行为，

- 例如：展示古墓、盗墓、坟地探险活动。

22、不得出现耽美、百合等同性恋内容。

23、禁止使用的场景/元素：

禁止出现暴露/突出敏感部位/暧昧/挑逗等带有引诱性质的暗示或隐含性信息的人物形象，

- 例如：突出胸部、臀部、腿部、行为动作（如撩裙子、高抬腿、壁咚、猥琐动作）。

禁止出现两性亲密场景与行为，

- 例如：接吻、男女+房间/床的敏感场景。

不得出现易引起用户不适的不良导向场景。

- 例如：死人，尸体，尸检以及满身伤痕等内容。

不得含有未到法定婚龄结婚、早恋内容。

- 例如：穿着校服的学生谈恋爱。

2.4.3.9 网络直播

网络直播文案规范

1、广告文案需符合社会良好风尚，不得使用涉及低俗、打擦边球、不良暗示、容易引起歧义的文案，包括但不限于以下内容：“深夜孤单”、“刺激”、“过瘾”、“爽”等

- 例如：
“性感女神深夜直播，劲歌热舞嗨不停”；
“千万别看她直播，你想看的她都有，太刺激了”。

2、不得使用容易产生歧义的“约”字的搭配，包括但不限于“约聊”、“约见”等

- 例如：
“单身独居美女在家睡衣与你约聊；”
“寂寞妹纸等你来约；”
“不闲聊，直接见，快快约到你所爱。”

3、不得使用强调急迫性的“求”字的搭配，包括但不限于“求爱”、“求约”、“求聊”等。

4、不得使用夸张性说辞，包括但不限于关键字“神器”“王道”等，

- 例如：“脱单神器、看美女直播才是王道”。

5、不得使用撩拨型口头语文案，

- 例如：“你过来，我有个恋爱想和你谈一下！”

6、不得使用负面、歧视语气、指向特定人群的网络用语包括但不限于：“水友”、“老司机”等，

- 例如：
“农村美女在家直播、比城里人还会玩”；
“打工妹玩直播，不嫌弃的加她一起玩”；
“成熟妹子好主动，找宅男直播聊”

7、不得使用带有不良暗示的空间及 LBS 定位的关键词，包括但不限于“附近”、“周边”等，可使用同城描述，

- 例如：“附近 200 米的美女主动打招呼，等你来约”。

8、网络直播行业请勿使用“小姐姐”。

9、网络直播类广告不得对主播使用诱惑性称谓，

- 例如：“熟女”、“少妇”、“小妖精”等。

10、网络直播类广告请勿出现视频交友、视频邀约的描述，

- 例如：“漂亮女主播给你发来一个视频邀约/视频电话”。

网络直播图片规范

广告通用规范

- 1、不得使用涉嫌暧昧/带有引诱性质的女性私房写真照
- 2、模特不得使用暴露/暧昧/带有引诱性质、突出敏感部位、穿着透视/肤色/紧身、动作不雅的暗示或隐含性信息的形象。
- 3、背景不得为女性+卫生间、浴室、卧室、床等敏感场景。
- 4、使用单一的女性形象作为广告素材，素材上必须添加对应 APP 名称、企业名称或平台 logo，以防误认为是个人照片，避免存在诱导点击。

广告素材使用美女形象应当遵循以下规则：

- 裸露尺度

不得聚焦展示女性或男性的胸、臀、大腿、嘴唇等部位（大腿裸露尺度不得超过 2 分之 1）。

- 衣着

（1）不得穿着情趣制服、情趣内衣、暴露装、肤色装、透视装、男士白衬衣、睡衣裙、真空凸点、内衣外穿、深 V 领上衣/连衣裙、小吊带、抹胸装；

（2）刻意突出敏感部位的紧身衣、渔网袜、吊带袜、三角短裤或呈现三角状短裤；

（3）低腰超短裤等、衣衫不整的造型，裸露胸罩或内裤或仅用被子、浴巾、衣物等遮盖身体；

（4）大尺度裸露身体，包括男性赤裸上身。

- 表情/动作

不得使用带有性暗示、性挑逗或其他低级趣味的行为，包括但不限于：

- (1) 揉挤胸部或刻意对着镜头抖胸、扭臀、抚摸敏感部位等；
- (2) 拉扯衣服、脱/穿丝袜或内衣胸罩等刻意表现低级趣味的动作；
- (3) 聚焦胸部、臀部、腿部、脚部等敏感部位博取眼球；
- (4) 使用性用品或暗示性的道具进行展示；
- (5) 不可出现湿身诱惑、wink 眨眼、嘟嘴、咬唇、咬手指、吐舌头、暧昧眼神迷离、刻意露肩、撩裙子、撩衣服等带有性引诱性质的人物形象；
- (6) 禁止出现抽烟形象。

- 妆容

不得使用带有低俗、不雅、恐怖妆容或在身体各部位描画低俗文字或图案。

- 声音

视频素材播放低俗音乐、模仿叫床或是其他低俗声音的。

- 场景&元素

- (1) 背景不得过于杂乱，不得为卫生间、浴室、卧室、床等敏感场景；
- (2) 广告素材不允许使用虚假倒计时、虚假播放按钮等元素；
- (3) 不得直接使用 QQ 聊天、微信聊天等聊天工具的聊天内容截图作素材；
- (4) 广告外层素材及落地页均禁止出现用户 ID 或主播房间号，请修改。

2.4.3.10 食品

- 1、不得含有“最新科学”、“最新技术”、“最先进加工工艺”等绝对化的描述；
- 2、不得含有“纯天然”等描述；
- 3、不得单纯描述为无添加食品，文案中需标记注释具体无添加元素；
- 4、不得出现与药品相混淆的用语，不得直接或间接地宣传治疗作用，也不得借助宣传某些成分的作用明示或暗示该食品的治疗作用；
- 5、食品广告不得利用医疗机构、医生、消费者的名义或者形象作证明；
- 6、食品广告不得宣传保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或暗示保健功能；
- 7、普通食品不得与其他食品、保健食品或者药品进行功效对比。
- 8、婴幼儿食品审核规范
 - 不得明示或者暗示可以替代母乳，不得使用母乳哺乳中的妇女和婴儿的形象；
 - 不得对 0-12 个月婴儿食用的奶粉（一段、二段奶粉）进行广告宣传；
 - 不得使用进口奶源、源自国外牧场、生态牧场、进口原料”等模糊信息，涉及原料来源的（如生乳、原料乳粉等原料来源），应当如实标明具体来源地或者来源，如：新西兰进口奶源、源自澳大利亚牧场等；
 - 不得明示或者暗示具有益智、增加抵抗力或者免疫力、保护肠道等功能性表述。
- 9、酒水广告审核规范

- 酒类广告定向需在 18 岁以上，不得含有未成年人的形象（含未成年人的卡通形象）；
- 不得诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；不得出现饮酒动作、聚众饮酒；
- 不得表现驾驶车、船、飞机等活动；
- 不得含有不科学的明示或者暗示，
例如：“消除紧张和焦虑、增加体力、增强体力、强身健体、延年益寿、解除疲劳”等；
- 不得把个人、商业、社会、体育、性生活或者其他方面的成功归因于饮酒，
例如：“壮阳补肾、提高性生活、事业有成、成功人士的选择、重振雄风；
- 不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语；
- 广告中不得宣传关于酒类商品的各种评优、评奖、评名牌、推荐等评比结果。

2.5 FAQ

2.5.1 开户流程

Q1: 开户审核需要多久？

正常审核时间为周一至周五 9:00-18:00，建议客户在工作日尽早提交。

Q2: 开户审核被拒绝的原因是什么？

广告主提交开户资料后，如不符合审核规范，HUAWEI Ads 将会邮件通知具体原因，请根据邮件提示进行修改。

Q3: 开户审核被拒了怎么办？

审核被拒后，再次登录 HUAWEI Ads 将显示审核未通过的原因，此时可以根据页面提示进行操作，您可以选择修改资料，也可以选择切换认证方式。



Q4: 已经注册了华为帐号，怎么完成开户？

一、以下两种场景，需要按照已有华为帐号开户流程完成开户：

场景一：广告主在开户前已经注册了华为帐号

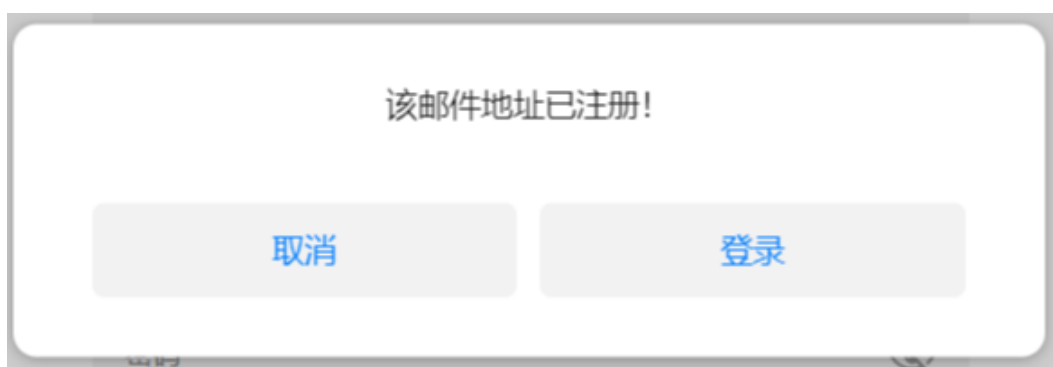
场景二：代理为广告主开户时，已经在注册页面输入了手机号/邮箱号，完成了注册环节，在开户认证页面超时登出或页面关闭。此时系统已经生成了华为帐号，请按照已有华为帐号开户流程完成开户

二、已有华为帐号开户流程如下：

- (1) 重新登录二代管理平台，点击新增广告客户；
- (2) 跳转华为注册认证界面，选择手机/邮箱注册；
- (3) 输入已生成的华为帐号（已完成注册的手机号或者邮箱号），点击发送验证码；



- (4) 输入验证码后，跳出弹框提示“该邮箱已注册”；



- (5) 点击登录，将跳转华为帐号登录界面，登录已有华为帐号，将直接进入 3.2.1 开户指引。

📖 说明

如点击登录后跳转到了 HUAWEI Ads 官网，需点击右上角登录，输入已有华为帐号，进入实名认证环节。

2.5.2 开户资质

Q1: 资质变更了应该如何修改?

(1) 如主体资质、行业资质、特殊资质有变更,应在后台上传变更后的资质,上传成功后将触发审核。

入口: HUAWEI Ads 平台>工具箱>广告账户。



(2) 如广告主需要补充或变更授权证明资质时,需在广告平台补充对应授权及证明资质。

入口: UAWEI Ads 平台>工具箱>广告资质。



Q2: 企业主体可以变更吗?

目前暂不支持公司主体直接变更。

2.5.3 素材审核

Q1: 素材提交的时间要求?

竞价类广告: 当天下午五点半前提交,会当天处理完毕上线,晚于该时间会顺延到第二天处理上线。合约类广告: 请提前三天提交素材和链接。

Q2: 广告审核周期一般是多久?

合约展示的审核周期为 3 个工作日,建议尽早提交素材进行视觉预审,竞价广告当天 17:30 前提交,会当天审核完毕,晚于 17:30 提交的任务将于第二天完成审核。

Q3: HUAWEI Ads 正常审核任务时间是什么？

工作日审核时间 09:00-22:00，17:30 之前提交的任务，当天完成审核；周末及节假日如无特殊情况审核时间为 10:00-18:00。

2.5.4 素材规范

Q1: 素材为什么上传失败？

检查素材是否符合系统要求。

Q2: 素材上传时，无法弹出上传框？

请检查 flash 控件的版本是否太低，可以打开优酷的官网，播放某个视频，看是否会提示 flash 版本过低。建议安装 flashplayer_25_ax_debug_25.0.0.127 或更高版本。

Q3: 如何更换素材链接？

广告主自行更换，并重新提交审核

Q4: 网页推广下输入 URL 提示不合法？

可能是以下三种情况：

① 链接中带“|”是不合法的，要转换成：|

例如：

转换前：https://m2.ikea.cn/cn/zh/?cid=ps|cn|fy18_huawei_kaiping|201804040925250417_1

转换后：https://m2.ikea.cn/cn/zh/?cid=ps|cn|fy18_huawei_kaiping|201804040925250417_1

② 链接不规范，没有正确使用“/”等连接符

例如：

转换前：https://www.meituan.com?utm_source=hwkph5

转换后：https://www.meituan.com/?utm_source=hwkph5

③ 链接中存在空格

Q5: 为什么链接不可以为 http 开头，要为 https？

以 http 开头，有可能导致被其他广告主篡改抢量。

Q6: url 技术审核的规则是？

不允许出现无效链接、加载速度要快、不允许 APP 自动直接下载、不允许自动弹窗、不允许非功能浮层出现在非底部、首跳页面都不允许设置访问权限等。目标 url 须可以正常访问，不得存在病毒及恶意代码等。

Q7: 预加载进度可以查看吗？

不可以。

Q8: 素材尺寸是否会影响广告展现的先后？

不会。

Q9: 落地页可以出现按钮么？

可以。但是以应用下载为目的的，下载按钮不允许出现在落地页页面底部，可在页面上方或中部设计，落地页中下载按钮最多不得超过 4 个，落地页不允许二跳。

Q10: 落地页的尺寸要求是什么？

由于不同手机尺寸有差异，因此需要落地页具备自适应能力。

3 广告投放

- 3.1 概述
- 3.2 开户并了解广告平台
- 3.3 创建广告
- 3.4 管理广告
- 3.5 查看广告效果
- 3.6 FAQ

3.1 概述

广告投放流程

HUAWEI Ads 广告投放平台为广告主提供便捷的广告投放流程。广告主 3.2.1 开户指引完成后，在广告投放平台上仅需三步即可完成广告投放。

各步骤所需配置的主要参数如下图所示：



1. 3.3.1 创建推广计划

推广产品：HUAWEI Ads 投放平台支持的推广产品包含网页、Android 应用、快应用以及促销活动四种。

2. 3.3.2 设置广告任务

- 任务类型：HUAWEI Ads 产品任务投放类型包含“正式投放”以及“试投放”两种。
- 推广产品详情：针对不同的推广产品，设置“推广产品详情”时，所需参数将会有所不同。

- 定向：HUAWEI Ads 平台支持地域、性别、年龄、APP 行为、设备等丰富的定向标签。同时，支持广告主设置并选择已有的定向模板。
3. 3.3.3 上传广告创意
- 上传创意：针对一个广告任务，HUAWEI ads 平台支持上传多个广告创意。广告创意需要满足 HUAWEI Ads 2.4.1 法律法规规范。
 - 监测地址：可选操作，用于设置第三方监测地址。

管理广告

广告主在广告投放过程中，会创建大量的广告任务，有效的管理广告任务对广告主而言至关重要。

HUAWEI Ads 平台支持基于“推广计划”“任务”“推广产品”三个维度查看其“属性指标”、“展示指标”以及“转化指标”等多项数据；根据广告的各项指标数据，广告主可以对“推广计划”“任务”“推广产品”进行删除、修改等操作。

3.2 开户并了解广告平台

3.2.1 开户指引

概述

HUAWEI Ads 实行代理制，暂不支持直客开户，如需开户，可联系华为核心代理商，核代信息见下，排名不分前后。

核心代理商	联系人	联系电话	邮箱	官网
北京云动时代网络科技有限公司	陈勇增	135 3336 5033	chenyongzeng@cunulon.com	www.cumulon.com
宁波聚塔在线信息科技有限公司	徐晓菁	181 1711 0969	lily.xu@jutaol.com	www.jutaol.com

HUAWEI Ads 提供便捷的开户流程，只需“注册华为账号”、“完成账号实名认证”两步即可完成开通。

操作步骤

1. 注册华为账号

使用二级代理帐号登录平台：<https://ads.huawei.com/>，进入华为代理商系统二级代理页面，点击“新增广告客户”，即可开始注册华为账号。

目前支持邮箱注册和手机注册两种方式。

□ 手机号注册
☑ 邮件地址注册

华为帐号注册
已有帐号, [去登录 >](#)

国家/地区 中国 ▼

+86(中国) ▼ | 请输入手机号

短信验证码 获取验证码

密码 ①

确认密码 ①

出生日期 2000年 ▼ 9月 ▼ 23日 ▼ ①

注册

📖 说明

如广告主已经在开户前注册了帐号, 请参考: 2.5.1 开户流程。

2. 实名认证帐号

完成华为帐号注册之后, 需要进行实名认证, 认证方式可选“对公银行打款认证”或“企业资料人工审核认证”, 认证方式提交后不可修改。

- 选择“对公银行打款认证”方式, 实名认证操作步骤如下:
 - i. 录入企业信息 (需提交代理授权证明);
 - ii. 上传行业资质 (需提交落地页域名备案截图, 行业资质, 授权及证明资质等证件)
 - iii. 填写联系人信息
 - iv. 填写企业银行账号信息;
 - v. 提交企业银行打款认证
[zh-cn_media_0000001061190529.mp4](#)
- 选择“企业资料人工审核认证”方式, 实名认证操作步骤如下:
 - i. 录入企业信息 (需提交代理授权证明、营业执照等企业证件);
 - ii. 上传行业资质 (需提交落地页域名备案截图, 行业资质, 授权及证明资质等证件);
 - iii. 填写联系人信息并提交审核;
 - iv. 提交人工审核认证

📖 说明

平台资质要求请参见: “广告审核->2.3.1 主体资质审核”。

[zh-cn_media_0000001061350469.mp4](#)

- 3. 配置完成后, 可登陆 HUAWEI Ads 平台, 进入“3.2.2 了解 HUAWEI Ads 平台”界面, 在“账户中心”“广告资质”模块中即可查看相关信息。

📖 说明

开户认证由代理完成，代理平台

相关链接

3.1 概述

3.2.2 了解 HUAWEI Ads 平台

概述

在完成开户环节后，广告账户即创建完毕。在正式进行广告投放之前，首先需要了解 HUAWEI Ads 的投放平台各模块功能。

操作步骤

1. 登录 HUAWEI Ads 投放平台

首次登录 HUAWEI Ads 投放平台 (<https://ads.huawei.com>)，会首先进入广告账户选择界面，请依次选择“中国账户->广告服务”即可进入 HUAWEI Ads 投放平台。



📖 说明

信息服务已经转移至应用市场，如有投放需要，请联系应用市场侧：

- 邮箱：developer@huawei.com
- QQ：4000886183

2. 了解 HUAWEI Ads 投放平台整体界面

📖 说明

“推广”界面详情请参见“管理广告->3.4.1 管理广告任务”；“报表”界面详情请参见“3.5 查看广告效果”；“财务”界面详情请参见“5.1 充值与结算”。

zh-cn_media_0000001061082519.mp4

3. 了解 HUAWEI Ads 工具箱界面

zh-cn_media_0000001061988242.mp4

说明

“通行名单管理”详情请参见“3.4.2 管理广告通行名单”；“消息设置”详情请参见“3.4.3 管理广告消息通知”；“落地页工具”详情请参见“4.2.1 简介”，定向包管理详情请参见“管理定向包”。

3.3 创建广告

3.3.1 创建推广计划

概述

HUAWEI Ads 平台创建广告仅需三步：“创建推广计划”、“配置推广任务”以及“上传广告创意”，其中“创建推广计划”主要包含推广产品选择以及日预算设置。

当前 HUAWEI Ads 平台支持四种推广产品类型：网页、Android 应用、快应用以及促销活动。

操作步骤

1. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击右侧“创建任务”，进入任务的“推广计划”创建界面。
2. 设置“新建推广计划”相关参数。
3. 选择推广产品类型。包括“网页”、“Android 应用”、“快应用”以及“促销活动”四类。
4. 设置推广计划“日预算”以及“推广计划名称”。

创建任务

推广计划

推广产品
计划设置

任务

推广产品详情
定向
版位
投放日期与出价

创意

上传创意

推广计划

新建方式 选择已有推广计划 新建推广计划

采购模式 竞价

* 资源类型

* 计划类型

推广产品

* 推广产品 网页 Android应用 快应用 ^① 促销活动 ^②

计划设置

* 日预算 不限制 指定日预算

* 推广计划名称 0/50

▼

📖 说明

- 如需选择已创建完成的推广计划，点击“选择已有推广计划”选择相应计划即可。
- 推广计划“日预算”若选择“指定日预算”，则需不低于 500 元/天，账户日预算最多修改 10 次，修改后并不会立即生效，预算由高改低，次日生效，由低改高，当日生效。
- “推广计划名称”字符数最高不超过 50 个。

3.3.2 设置广告任务

概述

在“推广计划”创建完成后，即进入推广任务设置阶段。本阶段主要包含“推广产品详情”“定向”“版位”以及“投放日期与出价”等参数。

其中：“推广产品详情”根据创建推广计划中选择的产品类型，要求有所不同：

- 网页：需输入落地页链接
- Android 应用：需输入推广应用 ID
- 快应用：需输入快应用链接
- 促销活动：无

📖 说明

Android 应用在定向层级需选择推广目的：选择“已安装”表示投放“应用促活”，将针对已安装 APP 的用户进行推广；选择“未安装”表示投放“应用下载”，将针对未安装 APP 的用户进行推广。

操作步骤

1. 选择“任务类型”，分为“正式投放”以及“试投放”。
若选择“试投放”，则广告定向到指定 Oaid 的设备。后续步骤以“正式投放”为例说明。
2. 设置“推广产品详情”。
3. 设置“定向”参数，分为地域、性别、年龄等维度。
4. 选择“版位”。
5. 设置“投放日期与出价”。

[zh-cn_media_0000001061510436.mp4](#)

说明

- 竞价目标，如选择“曝光”为目标，按照 CPM 计费；如选择“点击”为目标，按照 CPC 计费。
- 不同版位，价格不同，需根据页面提示，输入相应的出价；
- 如 Android 应用选择推广目的为“应用下载”，出价方式支持选择智能出价。

相关链接

1.2.1.2.1 华为媒体

4.2.1 简介

3.3.3 上传广告创意

概述

完成广告“任务”配置后，即可上传广告创意。一个广告任务可上传多个创意。

广告创意需要满足素材审核要求。

操作步骤

1. 根据选择的广告版位对应的素材尺寸要求，上传广告相应的创意素材，单个任务可以创建多个广告创意。
2. （可选）设置“创意行业”以及“创意标签”参数。
3. 点击“创意预览”按钮，预览创建的广告创意。
4. （可选）设置第三方“监测地址”。“第三方监测”相关功能请参见：广告优化->4.9.1 简介。

创建任务

- 推广计划
 - 推广产品
 - 计划设置
- 任务
 - 推广产品详情
 - 定向
 - 版位
 - 投放日期与出价
- 创意
 - 上传创意

创意

创意 1 + 添加创意

上传创意

* 创意素材

1080px*1920px

点击或拖拽上传
仅支持JPG/JPEG/PNG格式，大小500KB以下

从素材库中选择

创意行业 ? 请选择

创意标签 ? 请输入标签词，按回车键确认，多标签词可以用逗号间隔，最多填20个标签

创意预览

监测地址 ?

监测参数类型 监测地址

曝光监测地址 请填写点曝光监测地址 0/2048

点击监测地址 请填写点击监测地址 0/2048

提交 >

相关链接

2.4.1 法律法规规范

4.9.1 简介

3.4 管理广告

3.4.1 管理广告任务

概述

当一个账户存在多个计划，多个任务和多个创意时，广告主需要查看广告的投放效果，并针对数据效果需要对账户进行管理和操作，又或者是广告主投放策略的改变，

需要对部分广告任务进行批量操作等动作，管理广告任务在 HUAWEI Ads “推广” 界面中进行。

在“推广”界面广告主可通过“筛选”“自定义列”“广告效果排序”等操作查看所需广告的各项指标，之后可通过“批量修改”“修改/复制广告任务”等功能对广告进行管理。

• **筛选广告**

推广界面中的推广层级分别为“推广计划”、“任务”、“创意”、“推广产品”，每个层级有多个筛选入口，通过筛选功能，可以查询某一类的广告任务的效果，不同广告层级，支持的筛选能力不同：

层级	支持的筛选能力
推广计划	过滤无数据任务、筛选资源类型、筛选计划类型、筛选采购模式（竞价/合约）、筛选广告状态、筛选时间和日期、筛选推广计划名称和 ID
任务	过滤无数据任务、筛选资源类型、筛选计划类型、筛选采购模式（竞价/合约）、筛选广告状态、筛选时间和日期、筛选推广层级、筛选广告层级名称和 ID
创意	筛选采购模式（竞价/合约）、筛选广告状态、筛选时间和日期、筛选推广计划名称和 ID
推广产品	筛选采购模式（竞价/合约）

 **说明**


ID 是指单个计划/任务/创意的唯一标识码，用于区分每个广告。

• **自定义展示指标**

广告管理界面默认呈现推广计划/广告/创意的基础信息和曝光、点击、消耗等基础数据指标，广告主可以通过界面中的“自定义列”功能，重新自定义数据指标和广告属性，用于查看广告效果，“自定义列”中主要包含以下指标：

- 属性指标：例如任务 ID、采购模式、推广目的、产品名称、出价方式等广告属性；
- 展示指标：曝光量，点击量、点击量、点击均价等数据指标；
- 转化指标：下载量、点击下载率、激活量、激活率、注册量等数据指标。

• **广告效果排序**

点击界面中的数据指标如花费的左侧，将会出现箭头形状 ，通过该动作，界面中的广告任务将会自动降序，即从花费由高到低，对广告任务进行排序，在所有广告层级都可以进行该操作，用于查看某个数据指标最高的广告，便于广告主进行下一步优化。

● **批量修改**

当广告主基于投放效果，需要对广告进行修改，暂停，或者修改计划预算时，既可以对单个任务进行此操作，也可以利用“批量修改”功能，对多个计划/任务/创意进行操作。不同广告层级支持的批量修改的能力不同：

层级	支持的批量修改的能力
推广计划	删除、修改状态、修改日限额。
任务	删除、修改状态、修改日期、修改时间、修改渠道包、修改出价。
创意	删除、修改状态、修改文案、修改落地页链接、修改应用直达链接、修改快应用链接。
推广产品	无

 **说明**

批量修改具有一些限制，具体如下：

1. 批量删除的条件：

- 无数据的任务可删除；投放结束且无数据变化的任务可删除。
- 长期投放的任务，需要先修改计划结束时间，结束后第二天才可删除。

2. 批量修改状态的条件：

- 修改任务状态：审核通过的任务才有权限修改状态，审核中和审核不通过时看不到操作按钮。
- 批量修改状态：选中的任务必须为相同的状态，才可批量操作，否则会报错。
- 修改创意状态：多条创意时可操作启用暂停，只有 1 条创意时，不能操作暂停，系统必须保证至少一条创意在线。

● **修改/复制广告任务**

如广告主在投放过程中需要对广告任务进行修改，例如修改定向/投放时间/出价等操作，可以从任一推广层级进入单个任务进行编辑操作，此处的内容以任务层级为例。

操作步骤

1. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击左侧“推广”，进入推广界面。

在推广界面，广告主可基于“推广计划”“任务”“推广产品”三个维度进行管理，下面步骤“任务”界面为例说明，“推广计划”与“推广产品”操作逻辑类似。

2. 对“任务”进行筛选并排序。
 - a. 基于“数据类型”、“计划类型”等参数对“任务”进行筛选。
 - b. 点击“自定义列”选择所需展示的各项指标。
 - c. 点击某项指标针对该指标进行广告排序。
3. 对“任务”进行修改、复制等管理

- a. 勾选“任务”后，点击“批量修改”，即可对“任务”进行“删除”“修改状态”“修改日预算”等操作。
- b. 点击某一“任务”后，可进入“任务详情”页面，在该页面，可查看该任务下创意信息、报表走势等数据。也可以对该任务进行“编辑”、“复制”、“删除”等操作。

zh-cn_media_0000001061380172.mp4

说明

如您需查看广告任务的操作日志，在推广界面的任务层级>点开任务名称>点击查看详情，目前仅支持查看单个任务的操作记录。

3.4.2 管理广告通行名单

概述

为方便广告主查看和验收广告上线效果，HUAWEI Ads 提供通行名单管理工具，在通行名单中添加相应的手机终端 IMEI 号，向部分指定的设备进行广告投放，可预览到账户内投放的所有广告。

操作步骤

1. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击左侧“工具箱”，进入工具箱界面。
2. 点击“通行名单管理”。
3. 点击左上角“添加通行名单”，进入通行名单录入界面，如下图所示。
4. 录入完成后点击“确定”。

添加通行名单✕

* 终端名称 0/20

* 标识符 0/64

0/64

0/64

我确认录入的设备标识符已经过用户明确同意，且告知将用于广告用途

取消确定

相关链接

3.2.2 了解 HUAWEI Ads 平台


3.4.3 管理广告消息通知

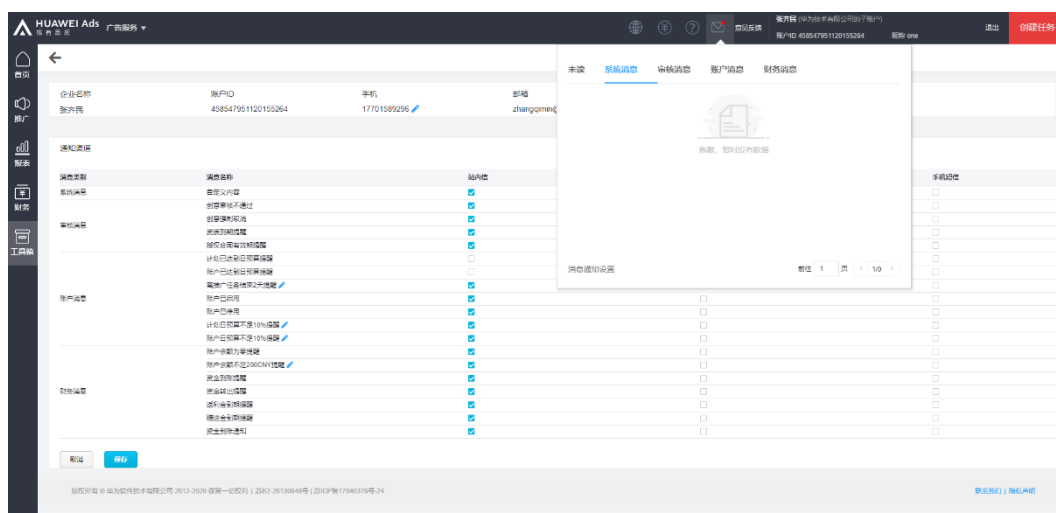
概述

HUAWEI Ads 提供消息通知功能，包括系统消息、审核消息、账户消息、财务消息等多种类别关于平台系统以及广告投放中相关信息变更的通知。

消息通知方式包括站内信、邮箱和手机短信三种。

操作步骤

1. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击左侧“工具箱”，进入工具箱界面。
2. 点击“消息设置”，进入消息设置页面。
3. 点击左下角“编辑”，可自定义发送通知的消息类型与通知方式。通知方式包括：站内信、邮箱和手机短信。
4. 设置完成后点击左下角“保存”。
5. 通知方式如选择“站内信”，则可点击上方“”进行查看。



相关链接

3.2.2 了解 HUAWEI Ads 平台

3.5 查看广告效果

概述

HUAWEI Ads 投放平台提供详细的广告效果报表，广告主在“报表”界面，能够查看不同时间范围内账户、计划、任务或者创意的曝光率、点击率、点击均价等多个指标的变化趋势与详细数据。另一方面，HUAWEI Ads 平台支持下载效果报表。

说明

广告主也可以在“推广”界面，查看广告任务各项指标的详细数据，并基于指标数据对广告进行管理，详情请参见：3.4.1 管理广告任务。

操作步骤

1. 进入“报表”界面后，选择待查看的报表类型以及显示报表数据的时间范围。
HUAWEI Ads 支持“账户报表”、“计划报表”、“任务报表”以及“创意报表”。下面以查看“计划报表”为例进行说明，其他报表操作方式类似。
2. 筛选待查看的计划。
 - a. 通过“筛选条件”选择计划，可同时选择多个计划。
 - b. 通过“数据过滤”选择满足指标要求的计划。可同时设置多个过滤指标。
 - c. 完成计划筛选后，点击“筛选”按钮即可。
3. 查看计划中指定指标的变化趋势。
 - a. 选择指标类型，支持同时选择两个指标，以便广告主进行数据趋势变化对比。
 - b. 筛选待显示的 TOP 数据。
 - c. 查看计划中指标的变化趋势。
4. 查看计划中指定指标的详细数据。
 - a. 在“数据细分”中可选择指定版位。
 - b. 点击“自定义列”可设置需要查看的指标。包括“属性指标”、“展示指标”以及“转化指标”等类型。
 - c. 查看“计划”指标的详细数据。点击“计划名称”、“曝光量”等参数，可对指标数据进行排序。
5. 点击“下载报表”按钮，下载报表。



3.6 FAQ

Q1: 合约广告和竞价广告的区别是什么？

合约广告支持 CPT/CPM 固定价，竞价广告支持 CPM/CPC 竞价。

Q2: 连续投放的多天多个竞价广告任务可以在一个竞价广告计划下创建吗？

都可以，需注意推广目的相同的任务才可在一个计划下建立。

Q3: 广告在投放中可以停止么？

合约广告不可以，竞价广告可以选择暂停的或终止，暂停的广告可以后期继续投放，对于终止的广告，会将冻结的金额重新返回广告主账号中。

Q4: 竞价广告是否支持价格调整？

支持。

Q5: 实时投放报表有吗？

有实时报表。

Q6: 是否支持个人客户投放？

目前 HUAWEI Ads 合作范围仅支持企业客户，暂不支持个人客户投放。

Q7: 任务自动暂停，手动开启又暂停的异常情况？

如果账户余额不足，HUAWEI Ads 可能出现短暂的投放，但如果校验账户没有余额，会再次将任务暂停。

Q8: APP 更新对任务创建的影响？

APP 更新升级会导致创建任务时，无法输入 APPID，需要等待 APP 更新完成后，才可以创建以应用促活和应用下载为目的的任务。

Q9: 应用下载类任务是否支持跳转应用商店下载？

当前 HUAWEI Ads 仅支持落地页下载，下载按钮在落地页最下方。

Q10: 已经在投 CPD 了，另外投放信息流 CPC 会冲突吗？

不冲突。

Q11: 当前 HUAWEI Ads 支持哪些定向能力？

地域、性别、年龄、机型、APP 安装状态等，您可以直接登录投放界面勾选定向。

Q12: 是否支持针对竞品的人群投放？

不支持针对特定竞品的已安装等人群投放，您可以制定一类需求（比如火车票人群），HUAWEI Ads 根据您的需求提供该类兴趣标签的人群包进行投放。

Q13: 是否可以更改任务的人群包定向？

可以，但人群包需要重新搭建，请联系运营同学更改。

Q14: 创建任务时，为什么搜索不到应有的人群包？

请联系运营同学，确认人群包是否正常，以及任务投放时间是否超过人群包生效时间。

Q15: 广告投放可以定向媒体资源么？

暂时不支持按媒体投放。

Q16: 是否支持 APP 行为定向？

支持，可按 APP 类别做未安装、已安装、一个月内活跃的定向。

Q17: APP 行为定向的人群是否会更新？

任务创建时勾选的定向人群，在任务投放中会更新。如果是自定义的人群，不更新。

Q18: 是否支持定向从未安装的人群？

支持。

Q19: 广告产品为快应用，是否支持投放 Android 应用下载？

不支持，投放 Android 应用，APP 必须在应用市场上架 APK 包，快应用并不是 APK 包，如广告主的推广产品为快应用，在选择“推广产品”时，务必选择“快应用”，而不能选择“Android 应用”，否则会导致用户点击广告中的下载按钮时，显示报错，无法生成下载数据。

Q20: 如何查看广告的操作记录？

在推广界面的任务层级>点开任务名称>点击查看详情，即可在页面中看到操作记录选项，目前仅支持查看单个任务的操作记录。

4 广告优化

- 4.1 概述
- 4.2 维纳斯工具
- 4.3 oCPC
- 4.4 智能出价
- 4.5 DMP
- 4.6 RTA
- 4.7 渠道包
- 4.8 转化跟踪接口
- 4.9 第三方监测
- 4.10 Marketing API

4.1 概述

对于广告主而言，在广告投放过程中，需要不断的根据广告投放效果对广告进行优化，以期能够不断提升 ROI。

HUAWEI Ads 平台提供丰富的广告优化手段，包括优质的建站工具、智能的投放手段、深度的转化归因分析以及为技术实力较强广告主提供的 Marketing API。

优质的建站工具

4.2.1 简介是 HUAWEI Ads 为广告主免费提供的落地页制作工具，该工具提供了丰富的模板和多功能的营销组件，以帮助广告主快速搭建高效的转化页面。

智能的投放手段

4.3.1 oCPC 简介：

oCPC 是一种 AI 智能投放模式。系统基于对广告主转化数据的对接和深度理解，智能实时预估每一次点击的转化率并基于竞争环境智能出价，强化高转化率流量的获取，

弱化低转化率流量的展现，以帮助广告主控制转化成本、提升转化数量并提升投放效率。

4.4 智能出价：

如果广告主投放的广告为 CPC 出价方式，开启智能出价功能后，在系统判断用户更有可能转化时，会自动提高任务的 CPC 出价，以争取在竞价中胜出，从而获取更多的转化次数。

说明

目前智能出价仅支持应用下载推广。

4.5.1 简介：

HUAWEI Ads 平台 DMP(Data Management Platform)即数据管理平台，可以对多方数据（广告主自有的一方数据、华为提供的二方数据、合作方提供的第三方数据）进行整合归纳，通过数据挖掘，在保护用户隐私的前提下，精准地描绘出人群画像，为广告主找到目标人群，并将人群推送到投放端，实现精准营销。

4.6.1 简介：

RTA（Real Time API）广告形式，是指广告平台收到媒体请求后，除了引擎本身的各项过滤和排序逻辑，还会实时的请求、接收广告主对“是否目标用户”的反馈结果。如是广告主的目标用户，则继续走排序、竞价流程；如不是广告主的目标用户，则从广告队列内删除。

深度的转化归因分析

4.7.1 简介：

渠道包本质是应用包，每个渠道包具备不同的渠道 ID，用于标记不同的渠道或任务，以期达到广告主实时监测不同渠道、任务推广效果的目的。

4.8.1 简介：

转化跟踪的本质是建立广告平台与广告主数据互通的通道。借助转化跟踪接口，能够将广告主侧的转化数据收集并与广告平台侧的投放数据进行关联。同时，通过华为平台自有归因能力给出部分场景的转化效果（譬如：应用激活、维纳斯落地页表单提交.....）。这能够有效的提升广告投放效果分析能力，以及为 oCPC 提供数据支撑。

4.9.1 简介：

HUAWEI Ads 支持在广告推广中添加第三方监测功能，通过引入第三方 API 监测，广告主可以获得由客观公正的第三方监测公司提供认证的广告数据，监测目标广告的曝光、点击等关键指标。

说明

目前，HUAWEI Ads 已与秒针、国双、AdMaster、Double Click、Sizmek 等国内外多家第三方监测公司实现技术对接。

Marketing API

4.10.1.1 概述是 HUAWEI Ads 对外开放技术能力的开放平台，为开发者提供统一的鉴权、开发、管理等服务，在功能、性能、安全、技术支持等多个方向提供良好的开发

体验。通过底层的应用程序接口调用，实现数据与服务功能的传输，让外部客户在本地也能远程使用 HUAWEI Ads 平台系统，完成广告投放、报表分析、创意制作等功能，提升营销效率。

Marketing API 主要服务于有着一定的技术能力的大客户，这些客户对于自动化有着强烈诉求，追求更为定制化、智能化的投放，打造内部系统满足真正个性化的诉求，以探索更好的投放效率和效果。

4.2 维纳斯工具

4.2.1 简介

概述

落地页是在广告投放中，承接广告、表达广告主关键信息的详情页面，是承接用户转化行为的终极场景。然而，广告主在自建落地页时，往往存在以下问题：

- 广告主自建站页面打开速度慢，容易被劫持。
- 广告主自建站无数据跟踪，无法判断效果，以进一步优化落地页。
- 落地页单一，长期审美疲劳。
- 广告创意与落地页不匹配。

为避免上述问题，广告主可使用维纳斯建站工具。

维纳斯建站工具是 HUAWEI Ads 为广告主免费提供的落地页制作工具，该工具提供了丰富的模板和多功能的营销组件，以帮助广告主快速搭建高效的转化页面。

产品功能与优势

- 全量的生命周期管理：落地页的管理，支持复制、移动端扫描二维码预览落地页，实时查看落地页状态。
- 丰富的自建站组件：完善的基础组件及多样化的营销形式，简单拖拽组件排列组合，快速搭建及修改落地页。
- 优质的产品性能：落地页加载速度快，支持视频边播边下载应用及延迟直达，表单组件支持号码验证、去重、二跳外链。
- 优质的行业模板：精选教育、金融、家居等多行业应用下载和网页落地页模板，无需具备 PS 能力，小白也能轻松上手，创作自如。
- 有效的效果分析：提供元素级别的用户点击、浏览热力分析，精细化的效果分析能力，助力广告主提升落地页转化效果。
- 独立高效的运营模块：持续迭代的行业模板，完整的消息通知体系，最新消息第一时间发布站内信公告。

优秀案例

- **金融行业：**

京东金融 APP，使用维纳斯建站优化落地页，落地页平均停留时长提升 60%，下载成本降低 20%。

落地页创意特点：

- 素材文案突出重点信息，贷款额度高，图片表明新用户福利，助力拉新。
- 统一蓝色系色调，提升视觉感受，同时提升与创意相关度。
- 多下载渠道，有效促进用户下载。



- **游戏行业：**

无双战将 APP，使用维纳斯落地页应用橱窗模板，下载率提升 23%。

落地页创意特点：

- 落地页色系统一，突出游戏特色，快速吸引客户关注。
- 使用热力图分析辅助优化素材，提升整体转化效果。



4.2.2 使用指南

4.2.2.1 进入并了解维纳斯界面

概述

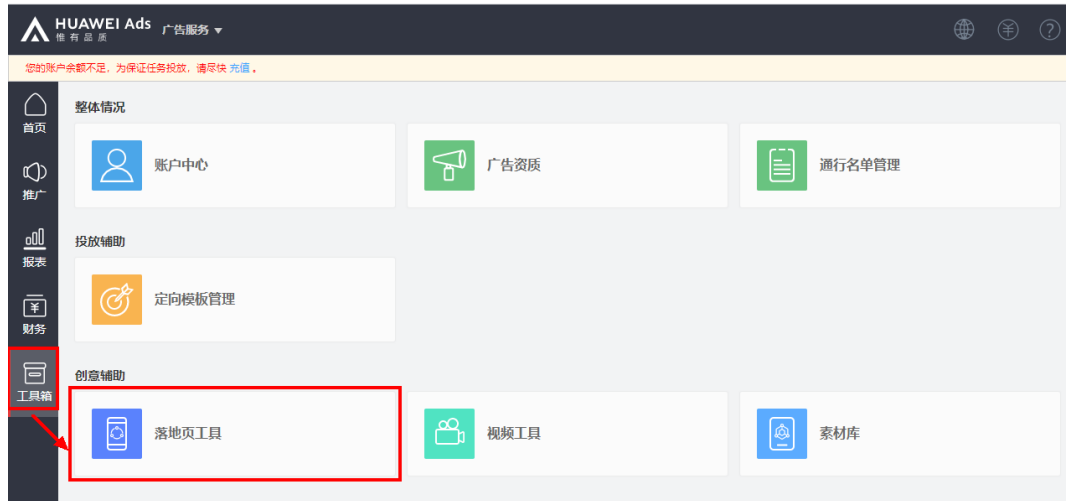
在使用维纳斯工具之前，首先需要了解维纳斯工具界面各模块功能。

操作步骤

- **进入维纳斯落地页工具界面**

入口一：使用广告主帐号登录 HUAWEI Ads 平台后，点击“工具箱—落地页工具”，进入维纳斯落地页工具界面。

入口二：直接访问维纳斯落地页工具网址 <https://venus.deveco.huawei.com/>，通过广告主帐号密码登录后进入维纳斯落地页工具界面。

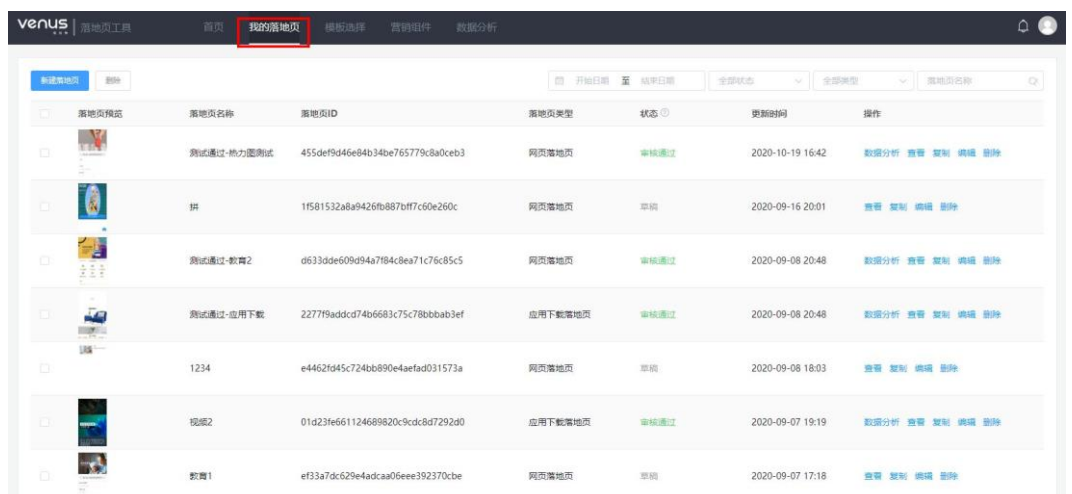


- 维纳斯落地页工具界面介绍

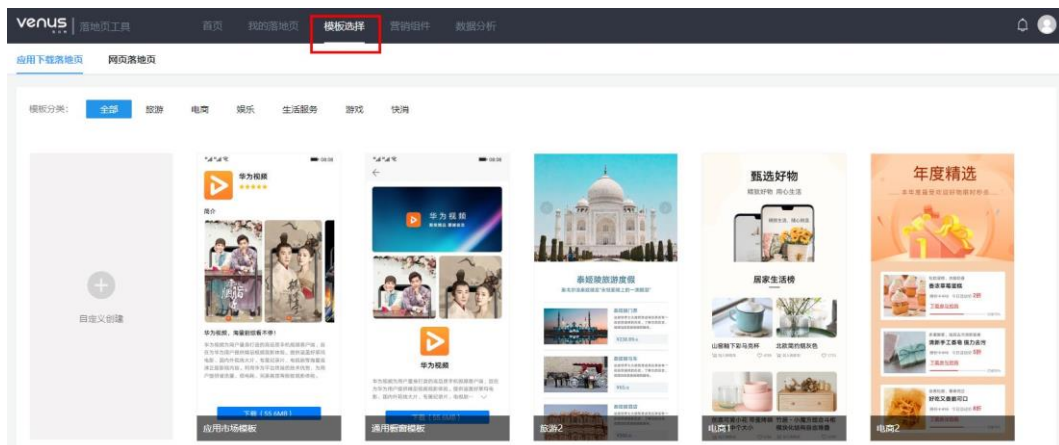
首页：维纳斯资讯展示界面，创建落地页一键直达。



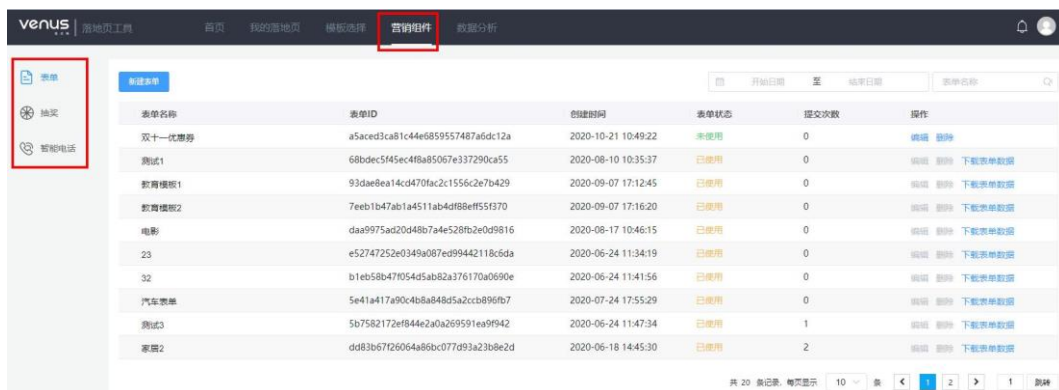
我的落地页：落地页管理界面，帮助广告主管理历史落地页，支持实时查看落地页状态和编辑复制落地页。



模板选择：落地页模板选择界面，维纳斯提供不同行业的优质模板共 31 个，应用下载落地页模板 17 个，网页落地页模板 14 个。



营销组件：表单、抽奖、智能电话等营销组件管理界面，帮助广告主管理历史营销活动，支持查看营销活动状态和编辑营销活动，查看营销组件数据。



4.2.2.2 创建落地页

概述

维纳斯落地页根据推广目的分为应用下载落地页和网页落地页：

- 应用下载落地页：点击型落地页，用于 APP 应用下载，通过下载按钮来引导用户下载 APP，用户下载 APP 时无需跳转至应用市场，于落地页内静默下载。
- 网页落地页：用于获取潜在客户信息的落地页，通常使用表单作为 CTA，目的为收集更多的潜在客户信息，比如姓名，电话号码等信息，此外还可通过电话、在线咨询等营销方式获取客户。

操作步骤

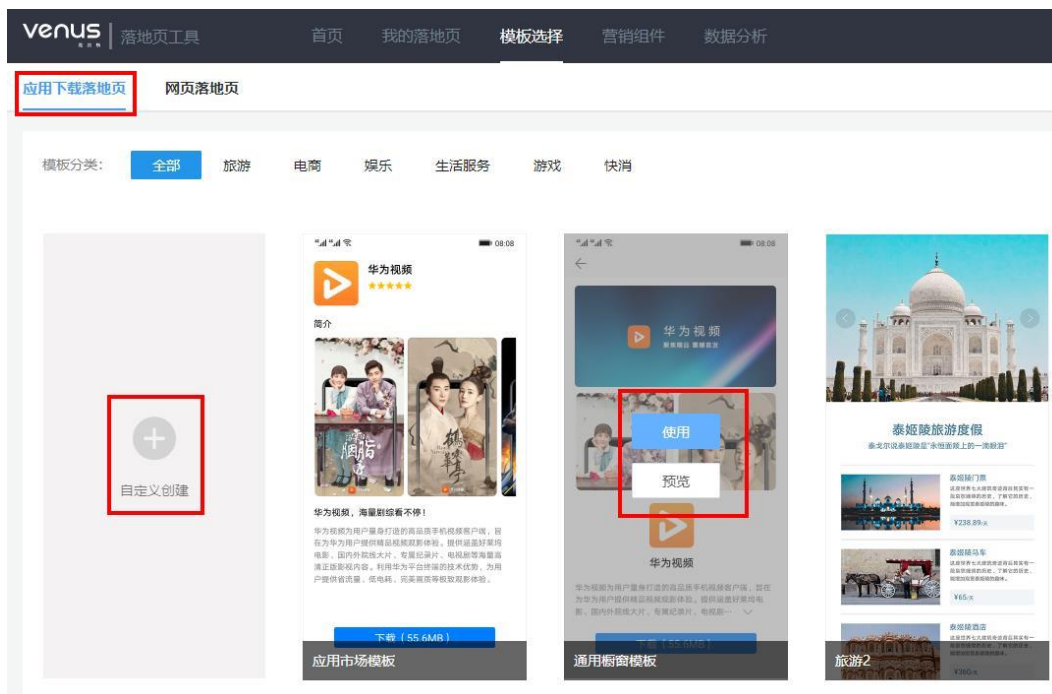
- 创建应用下载落地页

步骤 1 进入创建落地页界面

在落地页工具“首页”点击“创建落地页”，或在“我的落地页”界面点击“新建落地页”，或直接点击导航栏“模板选择”，进入创建落地页界面，默认显示应用下载落地页；

步骤 2 进入落地页编辑页面

点击“自定义创建”进入应用下载空白落地页编辑页面，还可根据落地页需求选择合适的落地页模板，鼠标放置模板上方，点击“预览”线上预览模板样式，点击“使用”进入应用下载模板落地页编辑页面；

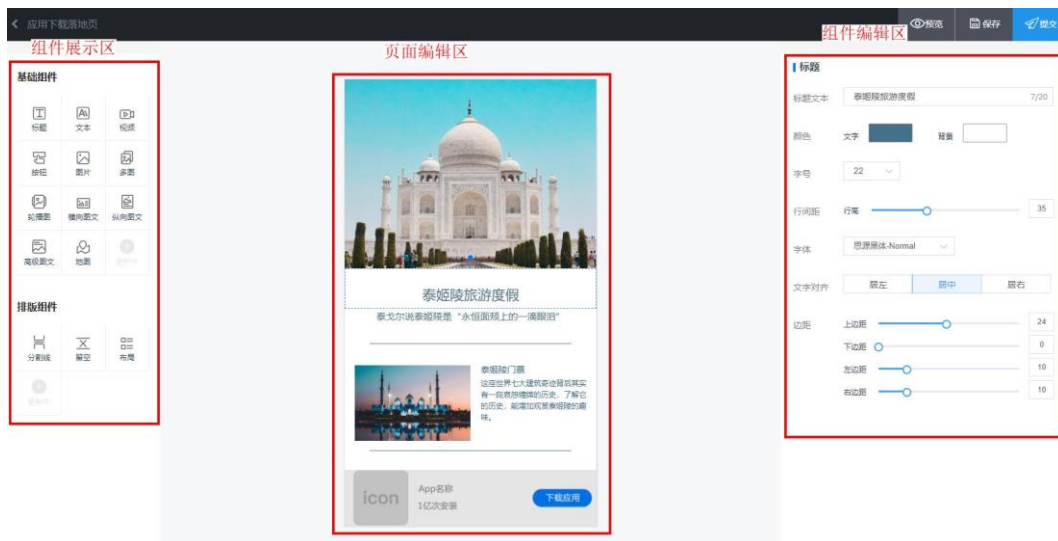


步骤 3 编辑落地页

落地页编辑页面分为 3 个区域，左侧为组件展示区，中部为页面编辑区，右侧为组件编辑区，点击或拖拽左侧的组件进入页面编辑区，在页面右侧进行组件内容、排版等设置，如为模板建站，可直接在页面右侧组件编辑区替换相应组件内容素材；

步骤 4 配置下载按钮

应用下载落地页中可通过配置视频组件的按钮视频功能或按钮组件实现 APP 下载，还可通过配置按钮组件的 Deeplink 链接在 APP 安装完成后实现页面跳转，具体组件介绍及操作指导请参考《维纳斯落地页工具介绍说明》；



步骤 5 调整落地页页面

如对某个组件不满意，鼠标放置页面编辑区的组件上方，组件右上角呈现删除图标，上方中部呈现拖动图标，点击“删除图标”即删除该组件，鼠标放置拖动图标上，可上下拖动该组件自由排版，按钮位置如下图所示：



步骤 6 编辑完成

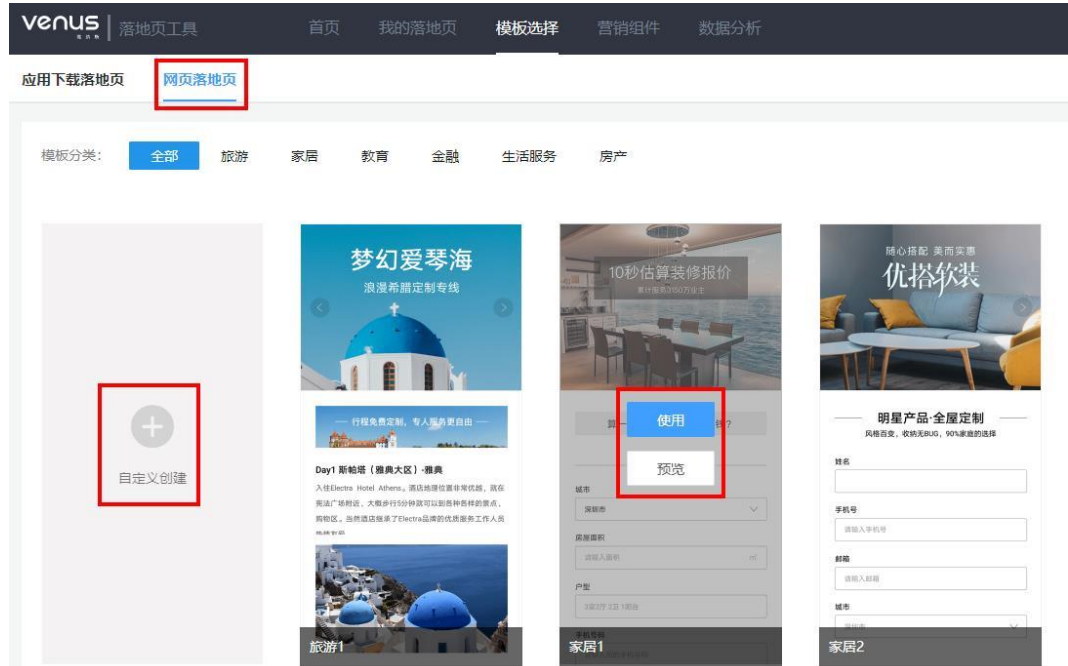
页面基础信息与组件内容编辑完毕，可点击页面右上角的“预览”，实时预览新建落地页；点击“保存”，新建落地页以草稿的形式保存至“我的落地页”；点击“提交”，落地页提交审核。

----结束

- 创建网页落地页

步骤 1 进入创建落地页界面

在落地页工具“首页”点击“创建落地页”，或在“我的落地页”界面点击“新建落地页”，或直接点击导航栏“模板选择”，进入创建落地页界面，点击“网页落地页”，跳转至网页落地页创建界面；

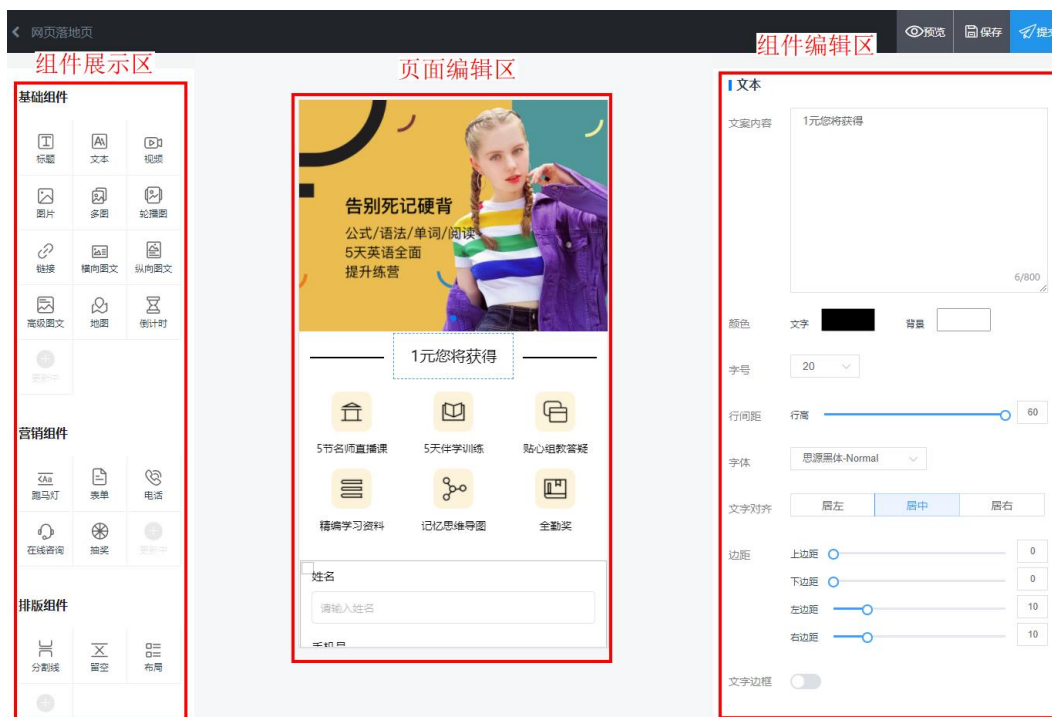


步骤 2 进入落地页编辑页面

点击“自定义创建”进入网页空白落地页编辑页面，还可根据落地页需求选择合适的落地页模板，鼠标放置模板上方，点击“预览”线上预览模板样式，点击“使用”进入网页模板落地页编辑页面；

步骤 3 编辑落地页

落地页编辑页面分为 3 个区域，左侧为组件展示区，中部为页面编辑区，右侧为组件编辑区，广告主根据自身需求点击或拖拽左侧的组件进入页面编辑区，在页面右侧进行组件内容、排版等设置，如为模板建站，可直接在页面右侧组件编辑区替换相应组件内容素材；



步骤 4 配置营销组件

网页落地页营销组件支持跑马灯、表单、电话、在线咨询、抽奖，跑马灯为辅助营销组件，需关联落地页内的表单或抽奖组件使用；点击或拖拽左侧的营销组件进入页面编辑区，表单、智能电话和抽奖组件关联已在营销组件界面创建的营销活动；以表单为例，如无营销活动，点击右侧编辑区的“新建表单”或“表单管理”前往营销组件界面创建表单，具体组件介绍及操作指导请参考《维纳斯落地页工具介绍说明》。

步骤 5 调整落地页页面

如对某个组件不满意，鼠标放置页面编辑区的组件上方，组件右上角呈现删除图标，上方中部呈现拖动图标，点击“删除图标”即删除该组件，鼠标放置拖动图标上，可上下拖动该组件自由排版。

步骤 6 编辑完成

页面基础信息与组件内容编辑完毕，可点击页面右上角的“预览”，实时预览新建落地页；点击“保存”，新建落地页以草稿的形式保存至“我的落地页”；点击“提交”，落地页提交审核。

----结束

4.2.2.3 管理落地页

概述

落地页编辑完成保存的落地页草稿或编辑完成直接提交审核的落地页均会存储至“我的落地页”界面。广告主可在此界面管理历史落地页，包括查看、复制、删除、查找、预览落地页等功能。

操作步骤

- **管理落地页**

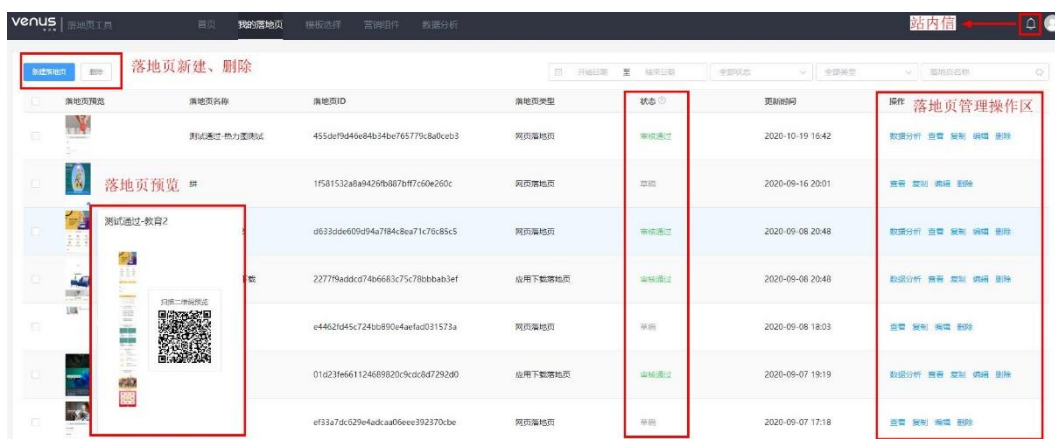
支持实时查看落地页状态和编辑复制落地页，支持删除落地页。对于已通过审核的落地页，支持点击“数据分析”一键直达落地页数据分析页面。

- **筛选落地页**

为方便广告主查找落地页，提供落地页筛选搜索功能，支持根据落地页状态、类型、更新时间和落地页名称搜索落地页。

- **预览落地页**

维纳斯支持点击落地页缩略图和右侧操作栏的“查看”实时在线预览落地页，同时支持手机扫码实时预览落地页。



4.2.2.4 分析落地页

概述

维纳斯落地页工具为广告主提供落地页数据分析功能，可帮助广告主监测落地页数据，了解落地页的质量的同时了解用户在落地页上的浏览行径，掌握用户的行为偏好，明确落地页优化方向和策略。支持广告主查看落地页的基础数据，支持广告主查看落地页热力分析图，对不同的落地页进行数据对比分析。

操作步骤

- **数据概览**

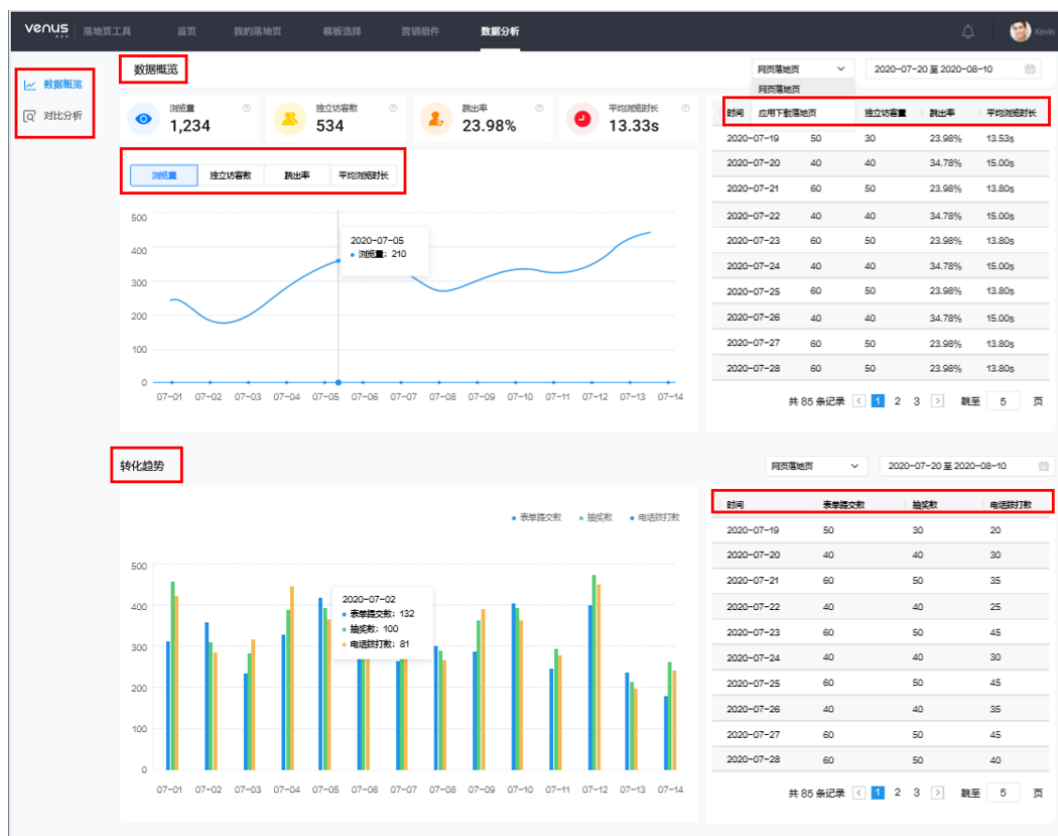
- 点击导航栏的“数据分析”进入落地页数据分析页面。
- 点击“数据概览”，可以直观看到落地页的“数据概览”和营销组件“转化趋势”。

数据概览：页面呈现落地页浏览量、独立访客量、跳出率、平均浏览时长等基础数据的增长趋势及详细数据。

转化趋势：页面呈现落地页表单、抽奖、电话三个营销指标的转化趋势及详细数据。

📖 说明

支持广告主按照时间段和落地页类型自定义筛选数据。

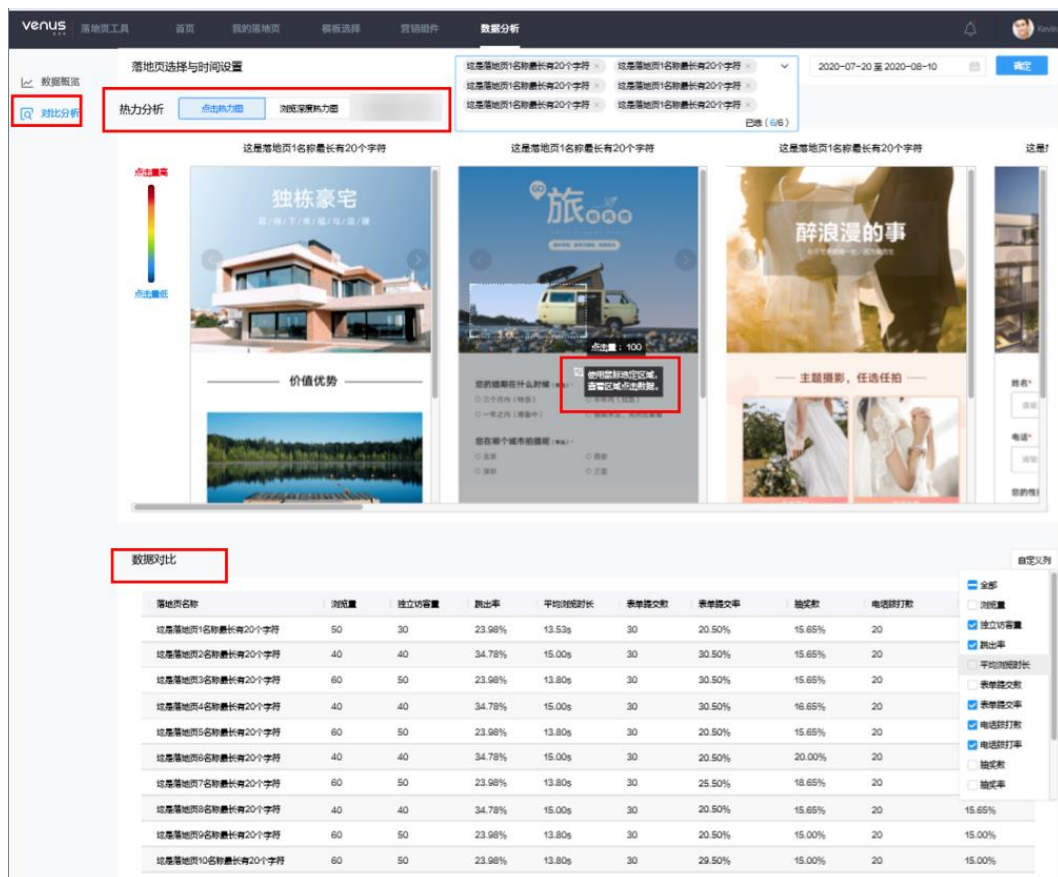


● 对比分析

- 点击导航栏的“数据分析”进入落地页数据分析页面。
- 点击“对比分析”，即可进入对比分析页面。

在“对比分析”页面，选择需要分析的落地页，可以查看到所选落地页的“热力分析”图和“数据对比”列表。其中“热力分析”包括“点击热力图”和“浏览深度热力图”。

- **点击热力图：**统计用户在页面上点击行为的热力图分布，颜色越红的区域，代表该区域点击量越高。点击热力图支持使用鼠标选定区域查看该区域点击量，帮助广告主分析落地页元素级别点击量。通过对点击热力图的分析，能帮助广告主快速获取页面中用户最感兴趣的区域和内容，将广告需要突出的信息结合用户点击习惯，制定落地页优化策略。
- **浏览深度热力图：**浏览深度热力图展示了浏览到页面的某个具体位置的用户比例，通过浏览深度热力图广告主可以清晰地了解到用户在哪里开始流失，精准找到流失的页面位置，制定落地页优化策略。
- **数据对比：**可选择 2-6 个落地页，对其热力数据进行对比分析。对比数据维度支持自定义，数据对比分析可以帮助广告主清晰的了解哪个落地页好，及时调整投放策略。



4.2.3 FAQ

Q1: 手机预览应用下载落地页能不能实际下载？

落地页预览时不能下载应用，因为预览是在手机上展示落地页的整体页面效果，此时落地页还未被用于实际投放，所以不能测试其下载效果。

Q2: 使用按钮组件为什么能在实际投放中达到下载的效果？

我们对按钮做了特殊处理，当用户浏览应用下载类落地页时且点击了按钮时，会自动调用这个 app 的下载链接。

Q3: 图片下载按钮是否可以做成按钮形状类的突出形式且审核不被拒？

落地页支持局部小按钮的图片下载按钮样式，不支持一张大图片里面加了按钮设计的图片下载按钮样式。

Q4: 表单留资线索是在表单营销组件里下载吗？下载出来的线索会显示来自于哪个落地页名称吗？

表单留资线索在表单营销组件内下载，线索会对应到具体的落地页名称和 ID。

Q5: 基础组件中“多图”跟“轮播图”有什么区别？

多图需要手滑查看下一张图片，轮播图中图片为自动切换，且可设置图片切换的时间和动效。

Q6: 布局组件是否可以叠加视频组件使用？

布局组件可以叠加视频组件使用，除了多图、轮播图和图文组件不可以与布局组件叠加使用外，其他基础组件和营销组件均可以与布局组件叠加使用。

Q7：抽奖图片大小是否限制？

抽奖图片大小不限制，系统会对上传的图片自动做同比例的缩放。

Q8：视频按钮的下载文案是否需要视频素材自带？

视频中的下载提示文案由系统自动配置，无需额外添加。

Q9：在应用下载落地页中看完视频后要重新点击按钮才会跳转至 deeplink 链接页面吗？

下载应用前文案显示“点击下载查看更多”；安装中，显示“点击视频下载安装”；安装后显示“立即打开 App”，在显示“立即打开 App”时，用户再次点击才会拉起 deeplink 链接页面。

Q10：落地页首屏的第一个位置是否可以放按钮组件？

根据审核规则，落地页首屏的 banner 位置不能添加按钮组件，否则审核将驳回落地页。

4.3 oCPC

4.3.1 oCPC 简介

概述

对于传统的 CPC 出价模式，广告投放平台基于用户标签以及“点击率”等参数，不断优化投放模型以期提高点击率。

然而，广告投放效果的最核心衡量指标是广告的“转化率”，因此，基于“点击率”为出价模型的 CPC 方式，可能会出现点击率虽高，但转化率少或者不稳定的问题。

为了解决这种问题，广告主可以使用 oCPC (Optimized Cost Per Click)，即以目标转化为优化方式的点击出价。

oCPC 是一种 AI 智能投放模式。系统基于对广告主转化数据的对接和深度理解，智能实时预估每一次点击的转化率并基于竞争环境智能出价，强化高转化率流量的获取，弱化低转化率流量的展现，以帮助广告主控制转化成本、提升转化数量并提升投放效率。

为了更好的理解 oCPC，举例说明如下：

某一任务，历史 CPC 出价为 5，最终转化率为 4%，那么该任务的转化成本，或者说转化出价即为 125 (5/4%)。

而对于 oCPC 方式，广告主是通过预设转化出价，然后广告平台通过对每一次点击的转化率进行预估，进而动态的调整 CPC 出价。假设转化出价一定，广告平台对受众预估的转化率更高，则 CPC 出价更高，反之亦然。这样就能够有效的稳定或降低转化成本。

优势

- 降低或稳定转化成本：oCPC 基于“转化率”为预估模型，能够有效降低或稳定广告转化成本。
- 获取更多优质流量：基于 oCPC 智能投放模式，在持平 CPC 广告成本的前提下，广告主可使用较宽的定向，以实现获取更多的流量。
- 广告优化技能要求低：采用 oCPC 方式，广告主仅需要设置期望的“转化成本”即可，对每一次展示系统将会自动出价。

适用范围

oCPC 的适用范围如下图所示：



4.3.2 oCPC 原理描述

oCPC 投放分为两个阶段：

第一阶段：数据积累，又可称为学习期。该阶段的系统出价模型仍为 CPC 方式，通过分析 CPC 方式获取转化时的相关数据，系统将会建立智能投放模型。

第二阶段：智能投放，又可称为学习完成期。该阶段系统会根据建立的转化预估模型智能投放，最大化转化，并控制转化成本使其接近目标成本。该阶段计费方式仍为点击计费。

数据积累

HUAWEI Ads 系统的 oCPC 功能当前支持的转化数据跟踪方式包括：API 上传、激活（来自 HMS）两种方式。具体描述如下：

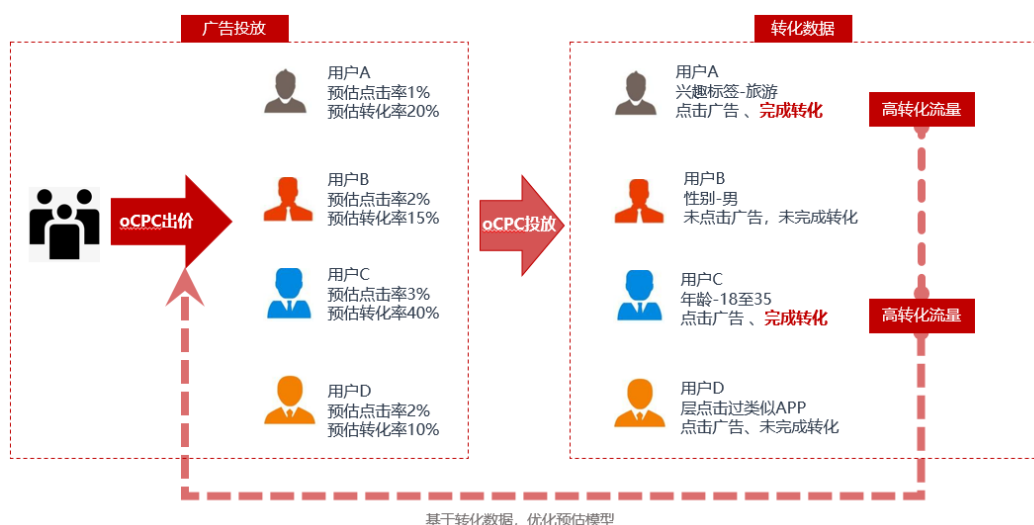
跟踪类型	跟踪方式	说明
网页跟踪	API 上传	平台服务器下发点击事件，完成归因后通过 API 回传转化事件。
	维纳斯落地页(开发中)	平台直接采集维纳斯落地页中产生的转化事件。
应用跟踪	API 上传	将点击事件拼接在落地页链接中，通过 API 回传转化事件。
	激活（来自 HMS）	基于 HMS 采集应用行为，统计激活、次留等

跟踪类型	跟踪方式	说明
		转化数据。

说明

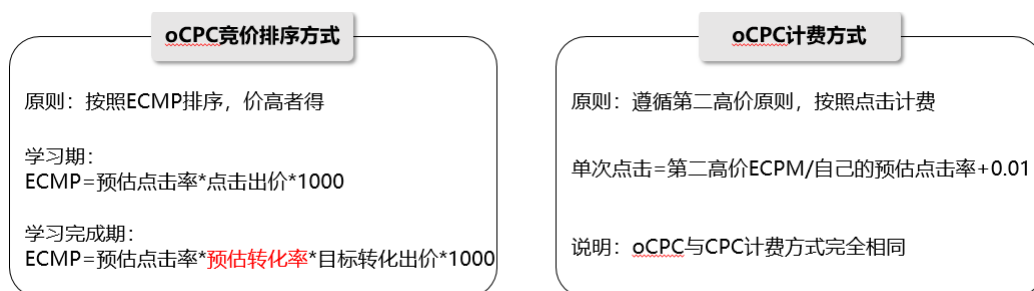
API 上传即“4.8.1 简介”功能。

在获取到转化数据后，系统基于以下原理，能够不断优化预估模型，提高“预估转化率”的预测准确度，然后动态的调整 CPC 出价。



智能投放

在完成学习期后，系统即进入 oCPC 投放阶段。在该阶段，需要了解其“竞价排序方式”以及“计费方式”，如下图所示。



说明: ECPM (effective cost per mile) 指的是每一千次展示广告媒体可以获得的广告收入。因此ECPM=CPM出价。

为了更好的理解 oCPC 竞价排序与计费方式，假设某一广告位有多个广告任务进行竞价，各任务的出价以及预计点击率/转化率如下表所示。

从中能够看到任务 3 竞价排序第一，则任务 3 获得该广告展示，而实际支付费用为 0.81

广告任务	出价方式	点击出价（学习期）	期望转化成本（学习完成期）	预估点击率	预估转化率	ECPM	排名	实际扣费
任务 1	CPC	0.8	/	2%	/	16.0	2	/
任务 2	oCPC 学习期	0.7	8（不生效）	1.5%	10%	10.5	3	/
任务 3	oCPC 学习完成期	0.5（不生效）	10	2%	12%	24.0	1	0.81
任务 4	CPC	0.78	/	1.2%	/	9.36	4	/
任务 5	CPM	9	/	/	/	9	5	/

4.3.3 配置 oCPC 功能

- 步骤 1 接入转化跟踪 API 并完成联调，确保转化回传数据正常，详情请参见 4.8.2 使用指南；
- 步骤 2 积累转化数据，要求有稳定的、实时的转化数据回传至广告平台；
- 步骤 3 广告主和代理申请开通对应转化目标/版位的 oCPC 功能；
- 步骤 4 登录 HUAWEI Ads 平台，创建 oCPC 任务，启动 oCPC 功能；

如下图所示，在 3.3.2 设置广告任务中，根据实际需求输入该 oCPC 任务的“转化目标”、“学习期点击出价”、“期望转化成本”等参数。

投放日期与出价

*投放日期	<input type="button" value="长期投放"/>	<input type="button" value="选择日期投放"/>	
	<input type="text" value="2019 / 11 / 20"/>	<input type="button" value="⋮"/>	
投放时间	<input type="button" value="全天"/>	<input type="button" value="特定时间段"/>	<input type="button" value="特定时间段 (高级)"/>
*竞价目标	<input type="button" value="曝光"/>	<input type="button" value="点击"/>	<input type="button" value="转化"/>
*转化名称	<input type="text" value="当日激活"/>	<input type="button" value="▼"/>	
转化目标	<input type="text" value="激活"/>	<input type="button" value="▼"/>	
*付费方式	<input type="button" value="按点击付费 (oCPC)"/>		
*期望转化成本	<input type="text" value="20"/>	元/转化	
*学习期点击出价	<input type="text" value="0.8"/>	元/点击	

其中，针对“学习期点击出价”、“期望转化成本”参数设置以及投放建议如下表所示：

竞价排序	投放阶段	状态说明	投放建议
学习期点击出价	学习期	新建 oCPC 广告会首先进入学习中状态，此时广告主应使用常用的 CPC 出价。	尽量避免修改出价和定向，以保证广告跑量稳定、成本稳定，尽快渡过学习期。
期望转化成本	学习完成期	能够稳定预估转化率后，广告转为学习完成状态，此时广告大概率会以稳定的成本持续跑量。	尽量避免频繁修改出价和定向，启动投放时先维持原本的窄定向，然后逐步放开。

步骤 5 查看 oCPC 数据监测，跟踪和评估转化效果

如下图所示，点击“推广-任务”中查看 oCPC 相关任务状态（学习期状态、学习期出价、期望转化成本、出价方式、竞价目标），评估转化效果（激活量、激活成本等）。

任务名称	点击均价	转化	操作	状态	竞价目标	出价方式	出价	期望转化成本	学习期出价	学习期状态	账户名称	账户ID
Xinhuanet国内推广广告位 Tsa4051-1082*907-20200713-竞价阶	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	投放中	转化	oCPC	-	30	1.1	学习失败	Xinhuanet国内推广广告位Tsa4001	317244302935720080
Xinhuanet国内推广广告位 9-1589*907-20200708-竞价阶	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	投放中	转化	oCPC	-	15	16	学习成功	Xinhuanet国内推广广告位9	384881535433857024
Xinhuanet国内推广广告位 Tsa4051-1082*907-20200518-竞价阶	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	投放中	转化	oCPC	-	25	1.99	学习失败	Xinhuanet国内推广广告位Tsa4001	317244302935720080
第一财经日报推广广告位	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>	投放中	曝光	CPM	10元/千次曝光	-	-	-	Xinhuanet国内推广广告位Tsa4001	317244302935720080

说明

学习期一旦“学习失败”，则说明投放模型不能稳定的预估转化率。对于这种情况，建议关闭该任务，调整“期望转化成本”后重新新建广告任务进行尝试。

---结束

4.3.4 FAQ

Q1: 当前 oCPC 使用是否存在门槛？

当前申请 oCPC 权限没有任何行业门槛，开通前需要有稳定的、实时的转化数据。

Q2: oCPC 接入后会经历几个阶段，怎样才算度过了学习期？

oCPC 广告接入后需要先进入学习期，学习期按照 CPC 出价，以激活为例，要求 7 天内累积达到 30 个转化量，深度转化指标则需要拉长一些时间窗。学习成功进入智能出价阶段，学习失败将维持 CPC 出价。

Q3: oCPC 学习完成期该如何出价？

按照实际目标转化成本设置即可，系统在保证实时成本的同时，会控制广告全生命周期成本与目标转化成本保持一致，所以不建议您频繁的调整出价。

例如，如果广告学习完成后，您将目标成本由 10 元/转化改为 8 元/转化，系统在保证实时成本调整至 8 元/转化后，还会调整“学习期、学习完成期调价前、学习完成期调价后”的历史累计成本至 8 元。

Q4: 学习期转化数据积累较慢怎么办？

学习期跑量逻辑和 CPC 出价完全一样，ECPM 竞价能力差，可能的原因有以下几点：

- (1) 定向过窄，展现量较少，可适当增加目标人群覆盖范围；
- (2) 出价过低，竞价成功率低曝光较少，可适当提高点击出价；
- (3) 创意较差，创意点击率低，选择投放高点击率、质量好的素材；
- (4) 总预算少且较为分散，每个计划/任务预算均分较少，导致曝光量均不高，可以合理提高预算，或较为集中于几个把握较大的任务。

Q5: 学习期跑不出量怎么办？

oCPC 学习期跑量逻辑与 CPC 完全相同，提高点击出价，获得更高竞价能力，更有利于跑量，快速积累数据进入智能出价阶段。

Q6: 学习完成期跑不出量怎么办？

学习完成期竞价排序主要与转化出价、预估点击率、预估转化率相关，可以适当提高转化出价，优化点击率和转化率（优化广告创意、落地页），稳定后逐步放开定向获得更多流量。

Q7：学习期点击成本偏高怎么办？

优化逻辑与 CPC 相同，若定向设置不合理，导致点击率较低，可按照 CPC 优化方向圈选目标人群；若创意质量较差，可尝试更换更符合目标人群的物料。

Q8：实际转化成本偏高怎么办？

通常转化成本与期望成本会保持一致。单天超成本可能的原因有：

(1) 由于回传延迟原因，当天转化成本可能会显示偏高，建议耐心等待转化数据回传完毕；

(2) 系统模型学习期间，按照 CPC 方式出价，成本存在一定波动，建议保持投放，出学习期耐心观察；

(3) 频繁/大幅调整出价，每次调整出价系统会重新学习，控制转化成本与新出价一致。当调整出价幅度或频次过多，实际成本会出现一定波动。

建议每次调整出价周期 5-7 天为宜，持续耐心观察，若曝光量有所增长，可以保持投放；若曝光量不足，建议停投并重新创建广告任务。

Q9：oCPC 素材和定向能否与之前在投的 CPC 任务相同？

oCPC 与 CPC 广告会一同参与竞价，公平竞争，不会倾斜。

Q10：申请开通了 oCPC 权限，是否适用于所有转化目标？适用于所有版位？

不适用，oCPC 权限分转化目标和版位控制，需分别开通。

Q11：oCPC 广告可以修改落地页/创意吗？

在学习期建议不要修改，落地页/创意都是训练模型的特征，修改会使模型更难渡过学习期。

oCPC 各类操作规范如下：

操作	学习期	学习完成期
广告创意修改	不建议修改	稳定后可适当优化创意
落地页变动	不建议修改	稳定后可适当优化调整
定向调整	不建议修改	稳定后可逐步放开定向
出价调整	不建议修改	稳定后可适当调整转化成本
预算调整	不建议修改	稳定后可适当提高预算扩量

4.4 智能出价

概述

若广告主投放的广告为 CPC 出价方式，开启智能出价功能后，在系统判断用户更有可能转化时，会自动提高任务的 CPC 出价，以争取在竞价中胜出，从而获取更多的转化次数。

📖 说明

目前智能出价仅支持应用下载推广。

使用指南

广告主在创建任务时，需要选择推广产品为 Android 应用，并在 APP 安装行为中选择未安装。

之后，在如下界面输入“出价”参数时，即可开启智能提价功能，同时可设定提价上限。

The screenshot shows the '投放日期与出价' (Bidding Date and Bid) configuration page. It includes fields for '投放日期' (Bidding Date) set to '2020-07-30', '投放时间' (Bidding Time) set to '全天' (All Day), and '出价' (Bid) with a '智能出价开关' (Smart Bidding Switch) set to '开' (On). A tooltip for the bid field states: '系统会寻找更有可能促成转化的曝光机会，适当提高出价以增加广告竞争力，为您争取更多的转化数量，每次出价不超过设定的上限值，同时尽量保持转化成本不变' (The system will find more exposure opportunities that are more likely to result in conversions, appropriately increase the bid to increase advertising competitiveness,争取 more conversion volume for you, each bid does not exceed the set upper limit value, and try to keep the conversion cost unchanged). The '任务名称' (Task Name) is '信息流大图文-1080*607-20200730-竞价' and the '任务ID' (Task ID) is '27/128'. A '下一步' (Next Step) button is at the bottom.

📖 说明

- 1.智能提价非 OCPC 功能，OCPC 是按照转化成本出价，智能提价仍然是按点击成本（CPC）出价；
- 2.智能提价功能尽量会保持转化成本不变。若使用智能提价后转化成本上涨：可适当降低原始出价，降低提价上限效果有限。

相关链接

3.3.2 设置广告任务

4.5 DMP

4.5.1 简介

概述

基于人群画像进行精准投放，是互联网广告高效触达目标用户的基础，而如果要精准的描绘出人群画像，则需要大量的数据分析与挖掘。

对于广告行业，按照数据归属，可将用户数据可以分为如下三类：

- **第一方数据：**需求方即广告主自有用户数据，包括网站/APP 监测数据、CRM 数据、电商交易数据等。
- **第二方数据：**需求方服务提供者在广告投放过程中积累的业务数据，如 DSP 平台业务中积累的受众浏览广告、点击广告等相关数据。
- **第三方数据：**非直接合作方拥有的数据，如运营商数据等。

HUAWEI Ads 平台 DMP(Data Management Platform)即数据管理平台，可以对多方数据(广告主自有的一方数据、华为提供的二方数据、合作方提供的第三方数据)进行整合归纳，通过数据挖掘，在保护用户隐私的前提下，精准地描绘出人群画像，为广告主找到目标人群，并将人群推送到投放端，实现精准营销。

DMP 人群包

广告主在 HUAWEI Ads 平台投放广告时，为保证投放精准性，必须选择对指定人群进行投放。HUAWEI Ads 平台定义了如下三类人群包：

- **公共人群包**
HUAWEI Ads 平台基于自身拥有的用户数据挖掘而来，能够满足各行各业广告主的营销需求，兼顾个性化与普适性的人群画像标签，主要包含以下内容：
用户属性：年龄、性别
APP 行为：已安装、近 30 天活跃、近半年活跃、APP 分天活跃、近 30 天 APP 使用时长、近 30 天 APP 使用次数、历史安装过、已安装 APP 类别、近 30 天活跃 APP 类型。
地理位置：常驻国家、常驻城市
设备：设备型号、设备型号系列、设备品牌、设备语言、设备产品名称、EMUI 版本、运营商、30 天内常用网络。
- **专属人群包**
广告主基于自身具体需求，创建的专属人群包。譬如某 APP 希望对当前已安装但 30 天内未活跃的用户做以促活为目的的广告，或是母婴商家希望对近 30 天浏览过母婴类内容的用户做推广等场景，公共人群包中没有满足如此个性化需求的标签，广告主即可创建专属人群包。
- **DMP 私有人群包**
DMP 私有人群包是广告主利用自身拥有的一方数据，结合华为提供的二方数据生成的人群包。广告主在 HUAWEI Ads 平台上传设备号后，数据管理平台将会对人群进行分析、lookalike 扩展，生成自有的人群包并同步到投放端供广告主使用。

利用此功能，广告主可以查看自己现有用户在华为的用户画像，做人群分析，协助广告主进一步了解自己的用户群体，明确营销目标；还可以基于现有用户找到在华为生态内与其高度相似的人群，精准命中潜在用户。

DMP 人群包优势

精准受众：通过创建 DMP 人群包，可以选择用户标签，创建具有特定受众特征的群体，精准触达转化用户。

私有性强：广告主上传 OAID 号码文件，吸引广告主自有的客户群体，这些人群包仅能被上传者账户使用，其他广告主不可见，私有性强。

APP 再营销：可以根据 APP 用户行为，吸引使用过 APP 的客户群体，对这部分人群做二次营销，提高转化效果。

4.5.2 使用指南

概述

如需使用 DMP 功能，请发送相关申请邮件至 hwads@huawei.com，或可联系您的代理商代为申请，最终结果请以邮件答复为准。

申请通过后，即可在 HUAWEI Ads 平台使用 DMP 功能。

操作步骤

登录 HUAWEI Ads 后台，点击“工具箱>人群管理”，即可上传一方数据。



一方数据的格式需要满足如下规范：

- **IMEI 号：**
 - 1、上传的自有人群包应使用华为设备 imei 号，否则可能会出现匹配错误，无法执行；
 - 2、自有人群包内的人群 imei 号应使用 sha256 加密，加密方法确认：可使用下面的 url，输入明文 imei 号加密；将密文与广告主上传的 imei 号密文比对，一致则正确加密，否则为错误；加密 url：<https://tool.oschina.net/encrypt?type=2>。3、一行只有一条已 sha256 加密的 IMEI 号，没有其它字段；
- **OAID：**

- 1、请使用 UTF-8-BOM 编码的人群包文件，否则可能会出现计算匹配问题；
- 2、上传的自有人群包应使用 OAID，否则可能会出现匹配错误，无法计算人群；
- 3、OAID 是类 UUID 格式，参考使用的数据内容格式为 xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx，五部分组成，总长度 36，每段长度分别为 8-4-4-4-12，其中每个 x 是 0-9 或 a-f 范围内的一个十六进制的数字。

4.5.3 FAQ

Q1: 定向包中的每一个用户都能收到我投放的广告吗？

不一定，定向包起的是一个过滤作用，限定您投放的人群范围，您依然需要对这部分人群参与竞价，竞价成功的才会投放。一般而言，实际投放的人数会小于您所选定向的人数。为保证广告顺利投放，一般我们建议人群包规模不宜过小。

Q2: 使用人群包广告效果一定会更好吗？

不一定，广告效果影响因素很多，只能说您所选择的人群包与实际潜在用户人群匹配度越高，广告效果好的概率就越高。

Q3: 上传自有人群会泄露我的用户隐私吗？

不会，华为坚决保护用户及广告主的隐私，对于广告主上传的自有人群，DMP 只负责根据用户需求匹配与计算，无权查看人群的具体内容。

Q4: 为什么我上传自有人群总是失败？

请检查上传的格式是否符合华为的格式要求，排查后确认不是格式问题但依然上传失败，请联系运营人员协助排查。

4.6 RTA

4.6.1 简介

概述

在广告主投放过程中，希望利用自有的一方数据，来判断是否目标用户；另一方面，广告主又不希望将自身的用户画像、特征、行为等数据传递给广告平台。基于这种情况，即可使用 RTA 功能。

RTA (Real Time API) 广告形式，是指广告平台收到媒体请求后，除了引擎本身的各项过滤和排序逻辑，还会实时的请求、接收广告主对“是否目标用户”的反馈结果。如是广告主的目标用户，则继续走排序、竞价流程；如不是广告主的目标用户，则从广告队列内删除。

优势

1. 实时响应
 - 广告主可以实时更新自己的目标人群，无需打包上传
 - 系统实时响应广告主的变更

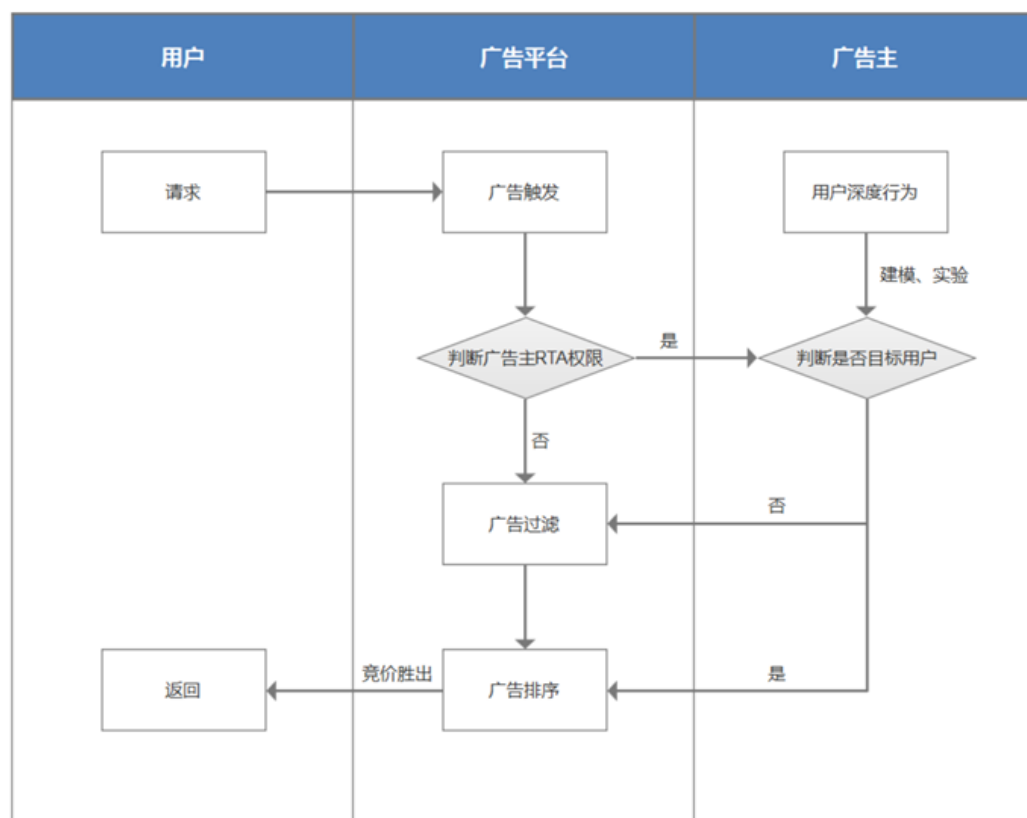
2. 数据安全

- 广告平台未暴露自身用户画像、特征、行为
- 广告主未暴露自身深度转化行为

实现方式

如下图所示，在广告平台收到请求后，如果触发的广告对应的广告主开通了 RTA 权限，则向广告主询问该用户是否目标用户，

- 如果广告主判断非目标用户，则过滤环节将对应广告从队列中删除，并记录日志；
- 如果广告主判断是目标用户，则继续进行排序流程



4.6.2 使用指南

广告主对接 RTA 流程如下

- 步骤 1 提供材料申请权限：请联系代理或者发送邮件至 hwads@huawei.com，获取并填写《RTA 开通调研表》，申请开通 RTA 权限。
- 步骤 2 对接测试：生成密钥明文并告知广告主。根据调研表信息，构造请求对接测试。详见接口文档 [《HUAWEI Ads RTA 接口说明》](#)。

----结束

4.6.3 FAQ

Q1.签名密钥生成

签名密钥可以由广告主提供，也可以由华为生成明文

Q2.缓存模式的缓存时长

缓存模式的缓存时长为 1h 或 1 天（即 24h）

4.7 渠道包

4.7.1 简介

概述

广告在不同渠道（譬如激励视频、信息流大图文等）进行投放时，不同渠道的广告效果并不相同。因此，广告主需要实时监控不同渠道的广告投放效果，以便后期有针对性的进行广告投放优化。这就需要用到“渠道包”功能。

渠道包本质是应用包，每个渠道包具备不同的渠道 ID，用于标记不同的渠道或任务，以期达到广告主实时监控不同渠道、任务推广效果的目的。

广告主在 HUAWEI Ads 平台推广应用时，可针对不同的渠道或任务生成具备不同渠道 ID 的渠道包，然后在创建投放任务时应用渠道包。之后，在任务跑量一段时间后，广告主通过其后台服务器收到的激活消息中携带的渠道 ID 来判断此次激活是由哪个渠道带来的，同理，如果应用内的其他行为（例如：注册、下单等深度行为）也可以携带渠道 ID 进行效果监测。

实现方式

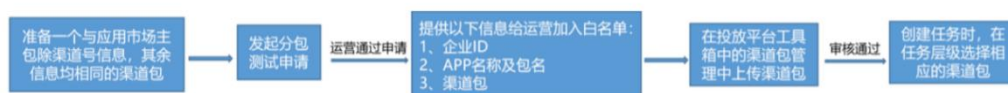
广告主线下生成渠道包，上传至华为渠道包管理平台，在创建广告任务时选择所需的渠道包进行投放推广。

- 1、广告主线下生成渠道包：一般有广告主团队内部研发按需进行封装打包，生成待投放的渠道包。
- 2、上传至华为渠道包管理平台。
- 3、选择渠道包进行投放推广，该方式和原有渠道包投放流程无差异。

4.7.2 使用指南

概述

如您需要使用渠道分包，请先向 hwads@huawei.com 发出申请，申请完成后 HUAWEI Ads 运营人员会进行 IT 配置，配置完成后，即可在 HUAWEI Ads 平台按如下流程使用。



另一方面，在 HUAWEI Ads 平台应用“渠道包”之前，需要了解如下限制：

- 推广渠道包对应应用在应用市场必须上架，渠道包信息需与应用市场主包信息一致。
- 如应用市场的主包操作下架，渠道包相应的任务会自动暂停，只有等到应用市场主包上架后，才可以手动开启暂停的任务。
- 应用主包更新：使用渠道包的相应任务会自动暂停，需要更新渠道包（与应用市场主包除渠道号外，其余信息均相同），新渠道包审核通过后，需手动开启之前自动暂停的任务。

操作步骤

步骤 1 添加白名单。添加白名单所需信息如下：

- 企业 ID（可在账户首页右上方查询）；
- APP 名称及包名；
- 渠道包（用于 HUAWEI Ads 投放，除渠道号外，其余信息需要与应用主包保持一致）。

步骤 2 上传渠道包

1. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击“工具箱>渠道包管理”进入渠道包管理界面。
2. 点击“新建渠道包”进入渠道包管理界面，按要求录入渠道包基本信息以及上传渠道包 APK 文件后，点击“提交审核”。

[返回](#) [渠道包管理 / 添加渠道包](#)

渠道包基本信息

* **渠道包名称** 0/50

注：渠道包名称用于在广告投放时选择相应渠道包，请规范填写，应用名-活动名-CP渠道号，如：华为视频-消息流-12345678

* **选择应用**

* **上传渠道包**


上传文件

注：仅支持APK格式，大小在3G以内

3. 系统进行自动审核。
- 如果审核通过，系统会自动向账户邮箱发送“渠道包审核通过”邮件。
 - 如果审核不通过，可在渠道包状态栏浏览不通过原因。修改后，可点击“更新渠道包”重新提交审核。



序号	应用名称	应用包名	应用市场主版本号	渠道包名称	状态	操作
1	测试应用	com.changba	1024	测试渠道包	渠道包审核通过	更新渠道包 下载

说明

系统通常会在 1 小时内审核完毕。
渠道包审核不通过状态为“应用市场主包下架”，则渠道包无法更新。

步骤 3 修改渠道包。渠道包上传完成后，可点击“任务>批量修改>修改渠道包”，对其进行修改。



步骤 4 应用渠道包。渠道包上传完成后，即可在新建投放任务时，应用“渠道包”。

点击“创建任务”，在任务层级中选择推广的应用 ID，然后选择相应的渠道包即可（仅能使用审核通过的渠道包）。



说明

任务审核通过投放后，用户下载的安装包为相应的渠道包。

----结束

4.8 转化跟踪接口

4.8.1 简介

概述

在广告投放过程中，广告平台通常只能监测到广告投放效果数据（展示、点击、下载、安装……），而广告主只能统计渠道粒度的转化数据（激活、付费……）。由于双方数据的割裂，导致无法分析全投放流程的转化情况，也就无法针对转化结果进行有针对性优化工作。

转化跟踪的本质是建立广告平台与广告主数据互通的通道。借助转化跟踪接口，能够将广告主侧的转化数据收集并与广告平台侧的投放数据进行关联。同时，通过华为平台自有归因能力给出部分场景的转化效果（譬如：应用激活、维纳斯落地页表单提交……）。这能够有效的提升广告投放效果分析能力，以及为 oCPC 提供数据支撑。

实现方式

转化跟踪接口功能实现，可分为以下三个步骤。具体内容请参见内容 **Huawei Ads 转化跟踪接口对接说明**。

1. 广告主获取广告的点击数据

广告主在投放广告后，可以按以下步骤获取点击数据：

- 1) 广告主与华为线下签订相关合同，由华为运营为广告主开通使用转化跟踪功能的权限；
- 2) 广告主登录 HUAWEI Ads 的广告投放平台后，在“工具箱-转化跟踪”中，定义转化跟踪指标；
- 3) 在定义转化跟踪指标时，输入“点击监测链接”，后续 HUAWEI Ads 将把广告点击的相关数据发送到该链接。该步骤仅适用于“跟踪应用”。

📖 说明

多个转化跟踪指标，将使用相同的点击监测链接，修改任一转化跟踪指标中的点击监测链接，其他转化跟踪指标中的点击监测链接将同步修改。

2. 广告主匹配转化用户

广告主收到 HUAWEI Ads 发送的用户广告点击数据后，根据点击数据中的参数，将自己监测到转化事件和点击事件进行匹配。

请匹配 30 天内的转化，如果广告主监测到的某种转化行为是在广告点击行为的 30 天后，该次转化将不会被作为有效的转化。

3. 广告主转化行为数据接入

广告主在将转化行为数据回传给 HUAWEI Ads，可以在 HUAWEI Ads 投放平台中查看广告任务的转化效果，从而帮助广告主更好地了解广告投放的效果；同时，还可以在 oCPX 中将具体的转化类型作为优化目标，持续提高广告投放效果。

转化行为数据接入由 HUAWEI Ads 提供 API，广告主服务器调用该 API 接入转化行为数据。

4.8.2 使用指南

概述

转化跟踪接口功能需要广告主按如下要求申请开通。

- 直客：直客合同中已补充数据隐私要求的数据处理的条款，并通过线上渠道完成签署。直客如有需要，请发送邮件至 adsconversion@huawei.com 邮箱说明账号信息，申请开通转化跟踪 API 即可。
- 子客：核代合同中已补充数据隐私要求的数据处理的条款，并通过线下渠道完成签署。子客如有需要，发送邮件至 adsconversion@huawei.com 邮箱说明账号信息，并需要提交《消费者云服务合作伙伴认证标准 checklist_中国区》、《消费者云服务合作伙伴网络安全和隐私保护尽职调查表》，并满足材料中的所有要求。

HUAWEI Ads 转化跟踪接口功能，当前支持“跟踪应用”以及“跟踪线索”两种方式：

- 跟踪应用：适用于推广产品为“Android 应用”。
- 跟踪线索：适用于推广产品为“网页”。

操作步骤

● 跟踪应用

步骤 1 申请开通转化跟踪接口功能后，登录 HUAWEI Ads 平台，点击“工具箱-转化跟踪”进入转化跟踪功能。

步骤 2 进入跟踪应用界面，点击“新建转化指标”创建转化指标。



步骤 3 获取密钥

在新建转化指标页面底部点击按钮获取

转化回传地址 <https://ppscrowd-drcn.op.hicloud.com/action-lib-track/hiad/v2/actionupload>

密钥 *****

返回 提交

步骤 4 填写点击监测地址

点击监测地址 <https://ie.hicloud.com?channel=HUAWEI>

可选参数 选择监测地址中需要的参数

参数类型	参数名称
<input type="checkbox"/>	content_id
<input type="checkbox"/>	adv_id
<input type="checkbox"/>	adgroup_id
<input type="checkbox"/>	adgroup_id
<input type="checkbox"/>	campaign_id
<input type="checkbox"/>	campaign_id
<input type="checkbox"/>	callback
<input type="checkbox"/>	callback
<input type="checkbox"/>	oad
<input type="checkbox"/>	oad
<input type="checkbox"/>	event_type
<input type="checkbox"/>	event_type
<input type="checkbox"/>	trace_time
<input type="checkbox"/>	trace_time
<input type="checkbox"/>	tracking_enabled
<input type="checkbox"/>	tracking_enabled
<input type="checkbox"/>	ip
<input type="checkbox"/>	ip

新建参数

链接示例 https://ie.hicloud.com?adv_id=__CONTENTID__&adgroup_id=__ADGROUPID__&campaign_id=__CAMPAIGNID__&callback=__CALLBACK__&oad=__OAID__&event_type=__EVENTTYPE__&trace_time=__TRACETIME__&tracking_enabled=__TRACKINGENABLED__&ip=__IP__&channel=HUAWEI

📖 说明

1. 监测地址须以 <https://> 开头，允许拼接自定义参数，但禁止包含“可选参数”中的参数名。（可选参数包含字段见附录）
2. 同一账号下的同一个应用，只支持一个监测地址。若新建指标时填写了新的监测地址，该指标联调通过后该应用的所有已激活指标的监测地址会同步覆盖成新地址。
3. 可选参数中部分参数默认必选。参数名称可修改。
4. 下方会根据填写的链接与选择的参数生成最终的链接样式。

步骤 5 联调

1. 点击待联调的转化指标中的“联调”。



2. 填写 OAID（为避免历史转化影响，请重置测试手机的 OAID）



注：点击“下一步”将发送模拟点击事件

3. 接收测试点击事件，并完成转化。（二维码为华为应用市场当前版本）



注：完整的点击链接已在页面显示，请核对接收的信息。

- 4. 需要在页面提示时间内完成回传，如关闭此页面则联调结果会显示在列表中。



📖 说明

对于某一任务，如果已有状态为“已激活”的指标，则该任务下的其他指标状态会自动变更为“已激活”。

----结束

- 线索跟踪

步骤 1 申请开通转化跟踪接口功能后，登录 HUAWEI Ads 平台，点击“工具箱-转化跟踪”进入转化跟踪功能。

步骤 2 进入线索跟踪界面，点击“新建转化指标”创建转化指标。



步骤 3 获取秘钥

在新建转化指标页面底部点击按钮获取

转化回传地址 <https://ppscrowd-drcn.op.hicloud.com/action-lib-track/hiad/v2/actionupload>

秘钥

返回 提交

步骤 4 填写落地页地址，我们将参数拼接在落地页链接上，在打开落地页时携带点击事件

* 落地页链接

* 转化目标

* 可选参数 选择监测地址中需要的参数

参数类型	参数名称
<input type="text" value="content_id"/>	<input type="text" value="content_id"/>
<input type="text" value="adgroup_id"/>	<input type="text" value="adgroup_id"/>
<input type="text" value="campaign_id"/>	<input type="text" value="campaign_id"/>
<input type="text" value="callback"/>	<input type="text" value="callback"/>

链接示例 https://e.hicloud.com?content_id=__CONTENTID__&adgroup_id=__ADGROUPID__&campaign_id=__CAMPAIGNID__&callback=__CALLBACK__&channel=huawei

说明

1. 监测地址须以 https:// 开头，允许拼接自定义参数，但禁止包含“可选参数”中的参数名。（可选参数包含字段见附录）
2. 可选参数中部分参数默认必选。参数名称可修改。
3. 下方会根据填写的链接与选择的参数生成最终的链接样式。

注：填写落地页链接处需要点击可选项



步骤 5 联调。点击待联调的转化指标中的“联调”进入联调界面。



1. 扫码或复制链接打开落地页
2. 接收落地页链接中携带的参数，并完成转化事件。
3. 需要在页面提示时间内完成回传，如关闭此页面则联调结果会显示在列表中。

4.3 联调通过

指标的联调状态会实时显示在联调页面中。如果该页面关闭则会在“已有转化指标”列表中随页面刷新而更新。



联调页面显示

指标列表显示

转化指标显示“已激活”状态后将可以在该应用所有任务报表中查看到相关转化统计数据，并可用于 OCPC 任务（权限需要另行申请）。

📖 说明

对于某一任务，如果已有状态为“已激活”的指标，则该任务下的其他指标状态会自动变更为“已激活”。

----结束

4.8.3 FAQ

Q1：在转化跟踪接口对接过程中，有哪些常见问题，如何排查？

请参见**问题自检 checklist**。

4.9 第三方监测

4.9.1 简介

HUAWEI Ads 支持在广告推广中添加第三方监测功能，广告主或第三方监测平台申请监测白名单并获得通过后即可使用。

通过引入第三方 API 监测，广告主可以获得由客观公正的第三方监测公司提供认证的广告数据，监测目标广告的曝光、点击等关键指标。

目前，HUAWEI Ads 已与秒针、国双、AdMaster、Double Click、Sizmek 等国内外多家第三方监测公司实现技术对接。

实现方式

广告主在对推广计划提供创意时，通过填写由第三方平台提供的监测地址，可将创意的曝光/点击数据发送到第三方平台服务器。

HUAWEI Ads 通过约定监测地址 URL 中指定格式和名称的字符串，确定每次曝光/点击发生时需要上报给第三方平台服务器的信息。

HUAWEI Ads 支持的检测字段和地址格式要求如下：

- 支持字段

宏名称	字段描述
__OS__	操作系统名称，仅支持安卓
__IP__	IP 地址
__MAC__	MAC 地址 md5 加密，若 MAC 中有":",将 ":"替换为空再做 md5 加密
__ANDR OIDID__	安卓 ID md5 加密
__IMEI__	IMEI md5 加密

宏名称	字段描述
__APP__	媒体名称 utf-8 编码
__REQUESTID__	广告请求 ID 替换为 __REQUESTID__ 或 __HWPPSREQUESTID__
__OAID__	OAID, 原值, 如果用户关闭了个性化广告, OAID 会被设置为全 0, 例如: 00000000-0000-0000-0000-000000000000
__TERM__	机型

- **监测地址格式**

监测地址链接是由第三方监测平台提供的、用于 HUAWEI Ads 将曝光/点击数据传输给第三方监测的链接。

监测地址格式由“前缀+服务器域名+参数”三部分构成，其中：

- ① **前缀**只能是 https 开头；
- ② **服务器域名**必须是能够正常访问的正式域名，不接受 IP 或下载链接；
- ③ **参数**必须是全大写字母，两边为双下划线（参数左右两边均为两个连续的英文字符"_"），可根据实际选择需要的参数，并使用与号 (&) 分隔参数。

示例：

https://www.example.com/track_click.ashx?k=2129556&p=7QJNf&ns=__IP__&tr=__REQUESTID__&mo=__OS__&m1=__ANDROIDID__&m2=__MAC1__&m3=__OAID__

4.9.2 使用指南

广告主在获取到第三方监测平台申请监测地址后，即可按照如下步骤开启第三方检测功能。

说明

第三方监测服务器域名信息应在白名单内。

第三方监测平台监测地址需要符合 HUAWEI Ads 平台要求。

步骤 1 新建广告任务

步骤 2 上传广告创意，并添加监测地址

创意

创意 1

上传创意

* 创意素材

1080px*1620px

点击或拖拽上传
仅支持JPG/JPEG/PNG格式，大小150KB以下

从素材库中选择

创意预览

监测地址 ?

监测参数类型

监测地址

曝光监测地址	请填写点曝光监测地址	0/2048
点击监测地址	请填写点击监测地址	0/2048

---结束

相关链接

3.3.3 上传广告创意

4.9.3 FAQ

Q1: 为什么要使用第三方监测?

通过委托第三方监测，可以核对实际发生的展示或点击数量，以确保广告主的利益。

Q2: 支持的监测指标有哪些?

第三方监测支持曝光和点击两项指标的监测。

Q3: 第三方监测数据和投放端的数据是否存在较大差异?

通过与已经对接的第三方监测公司实测得到结果，数据差异一般不超过 5%。这些差异主要是由于网络原因、各方反作弊机制等因素造成。

以投放端的数据为准结算实际广告费用，第三测公司提供的曝光/点击量仅供参考。

4.10 Marketing API

4.10.1 简介

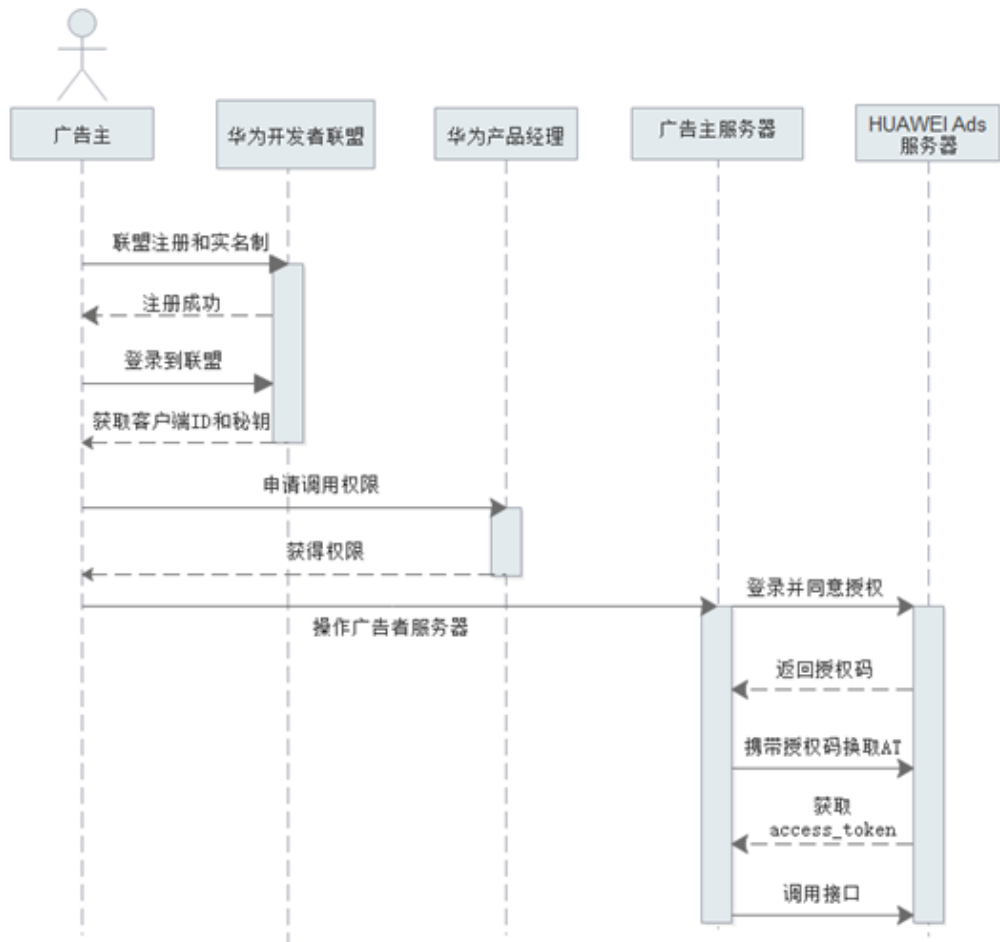
4.10.1.1 概述

Marketing API 是 HUAWEI Ads 对外开放技术能力的开放平台，为开发者提供统一的鉴权、开发、管理等服务，在功能、性能、安全、技术支持等多个方向提供良好的开发体验。通过底层的应用程序接口调用，实现数据与服务功能的传输，让外部客户在本地也能远程使用 HUAWEI Ads 平台系统，完成广告投放、报表分析、创意制作等功能，提升营销效率。

Marketing API 主要服务于有着一定的技术能力的大客户，这些客户对于自动化有着强烈诉求，追求更为定制化、智能化的投放，打造内部系统满足真正个性化的诉求，以探索更好的投放效率和效果。

4.10.1.2 API 接入全流程

1. 广告主到[联盟完成实名认证](#)。
2. OAuth2.0 认证：Marketing API 采用 OAuth2.0 授权码模式（authorization code）模式进行授权认证，所有接口均通过请求头中传递的 access_token（授权令牌）来进行身份认证和鉴权。
3. 申请应用权限：获取到客户端 ID 和密钥后，需要为客户端 ID 申请调用权限。
4. 登录并获取 access_token
5. 调用业务接口



4.10.2 使用指南

4.10.2.1 接入流程

4.10.2.1.1 认证为开发者

广告主到[联盟完成实名认证](#)。

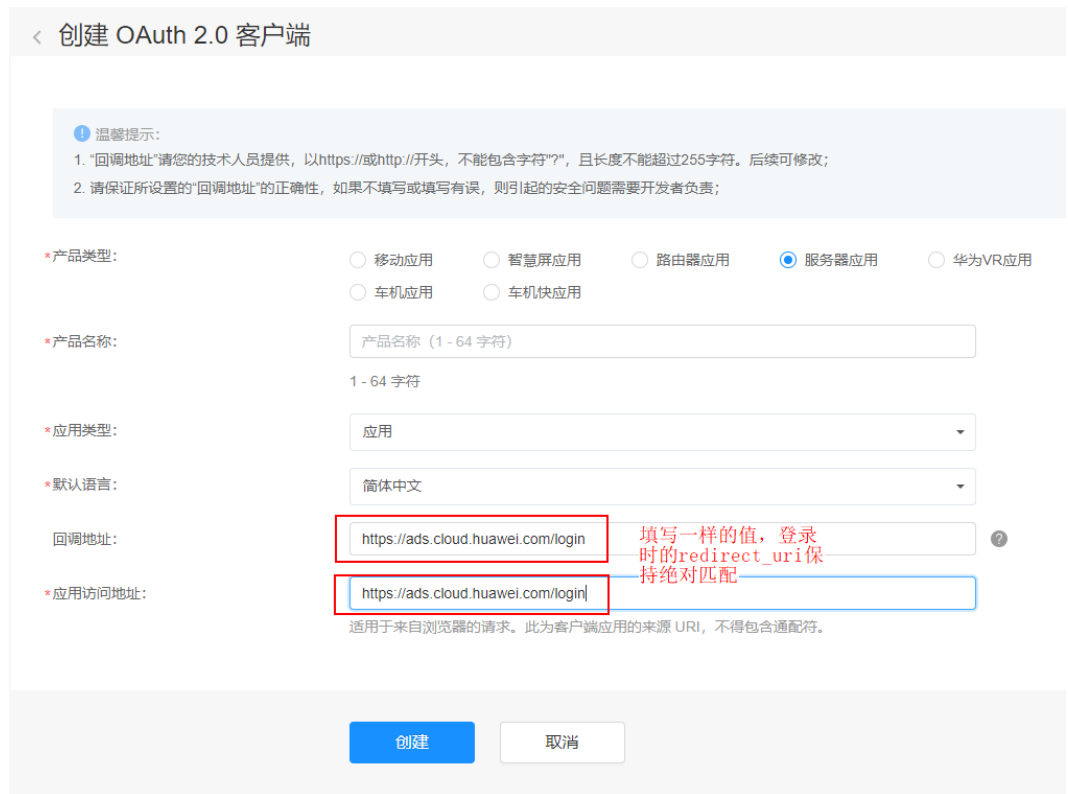
4.10.2.1.2 OAuth2.0 认证

Marketing API 采用 OAuth2.0 授权码模式（authorization code）模式进行授权认证，所有接口均通过请求头中传递的 access_token（授权令牌）来进行身份认证和鉴权。

1. 使用实名认证帐号登录联盟
2. 选择“HMS API 服务>凭证>OAuth2.0 客户端 ID”

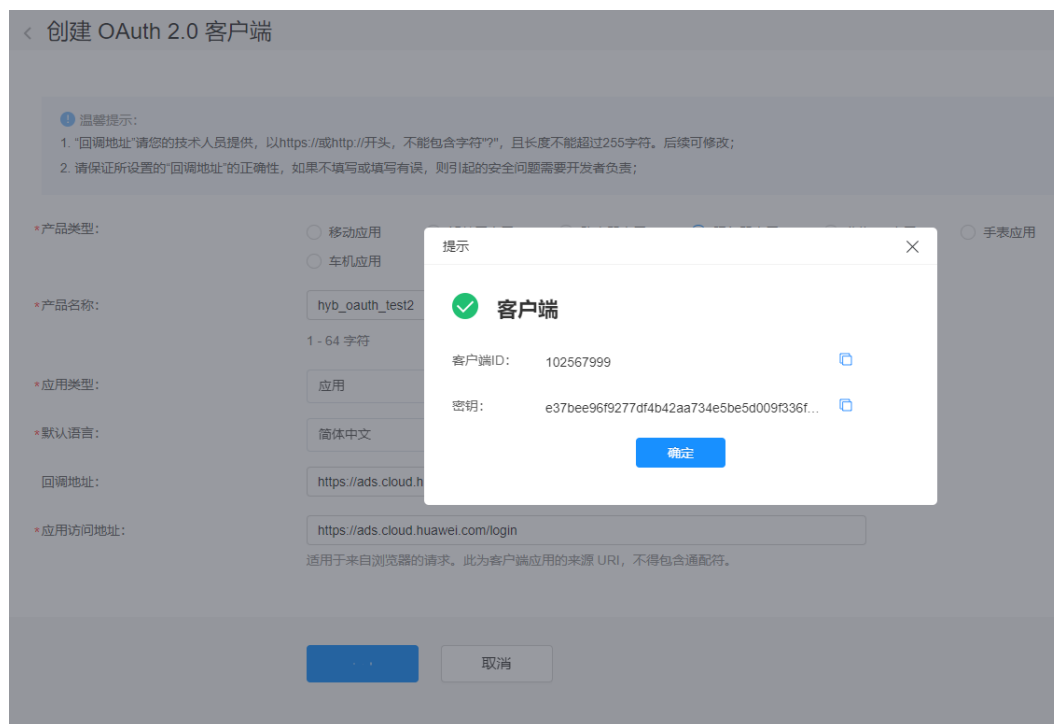


3. 选择“服务器应用”，各字段填写方式如下：
- 产品名称：客户端名称
 - 应用类型：应用
 - 默认语言：简体中文
 - 应用访问地址：客户端原地址，格式 **https://{ServerRoot}**



注：回调地址必填且与应用访问地址完全一样，且必须是 https 协议类型网址。

4. 点击“创建”，创建凭证成功，复制“客户端 ID”和“密钥”即可



4.10.2.1.3 申请应用权限

获取到客户端 ID 和密钥后，需要为客户端 ID 申请调用权限。

请联系产品经理 huweiwei6@huawei.com 申请应用权限。

注：授权码模式和客户端模式可以用同一个客户端 ID

申请模板：

标题：申请开通 Huawei Ads Marketing API 服务

正文：申请开通如下应用的推广服务权限

登录开发者联盟的华为账号：{开发者联盟平台帐号}

开发者企业名称：{在开发者联盟实名认证的企业名称}

客户端 ID：{1.2 节获取的客户端 ID}

登录广告平台的华为帐号：{HUAWEI Ads 的投放平台帐号}

广告主企业名称：{在广告平台实名认证的企业名称}

投放平台账户 ID：{账户 ID}

回调地址：{获取授权码和 token 时的跳转地址}

认证方式：{授权码模式或客户端模式}

4.10.2.1.4 登录并获取 access_token

1. 获取授权码

请求消息

客户端：广告主服务器

服务端：Huawei 帐号服务器

请求协议：HTTPS

请求方式：GET

接口 URL：<https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/authorize>

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
response_type	string	是	固定为“code”
client_id	int	是	客户端 ID
scope	string	是	功能 scope，多个值使用空格分隔。固定填写： https://www.huawei.com/auth/account/base.profile https://ads.cloud.huawei.com/report https://ads.cloud.huawei.com/promotion https://ads.cloud.huawei.com/tools
redirect_uri	string	是	授权后回调的 URI，用于接收 Authorization Code。需要进行 URLEncode 编码，参考请求示例。 注意：如果应用接收回调请求的 redirect_uri 渲染一个 HTML 页面，那么该页面下的任何资源都将能够访问到 URL 中的 authorization code。脚本可以直接读取 URL，URL 还会出现在 HTTP 头中的 Referer 字段，这个头部会被发送到该页面下的任何资源。 为了避免这个问题，建议应用服务器先处理这个请求，然后重定向到另一个不会包含 authorization code 参数的 URL。
access_type	string	否	是否需要返回 refresh_token。需要时填写 offline，不需要时不填写
state	string	否	用于保持请求和回调的状态，授权服务器在回调时（重定向用户浏览器到“redirect_uri”时），会在 Query Parameter 中原样回传该参数。OAuth2.0 标准协议建议，利用 state 参数来防止 CSRF 攻击。

请求示例

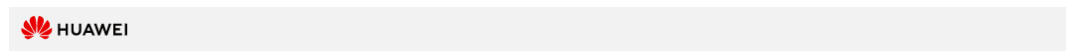
```
=====
=====
GET
https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/authorize?response_type=code&client_id=123456
&redirect_uri=https%3A%2F%2Fwww.example.com&scope=https%3A%2F%2Fads.cloud.h
uawei.com%2Fpromotion&t&
HTTP/1.1
Content-Type: application/x-www-form-urlencoded
=====
=====
```

HUAWEI Ads 的登录地址为:

```
https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/authorize?response_type=code&client_id=1038074
2&redirect_uri=https%3A%2F%2Ffe.hicloud.com&scope=https%3A%2F%2Fwww.huawei
.com%2Fauth%2Faccount%2Fbase.profile%20https%3A%2F%2Fads.cloud.huawei.com%2F
report%20https%3A%2F%2Fads.cloud.huawei.com%2Fpromotion%20https%3A%2F%2Fad
s.cloud.huawei.com%2Ftools&access_type=offline
```

请将标红的 client_id 替换为 2.2 申请到的客户端 ID，将标红 redirect_uri 替换为业务的回调地址。

随后，跳转至登录界面，输入投放平台账户密码，OAuth 2.0 服务器会把响应值通过 redirect_uri 反馈给应用,如果用户同意授权，则回调请求中带有授权码 authorization code。



华为帐号登录



若您使用华为手机，请进入“设置”>“华为帐号”扫码登录。

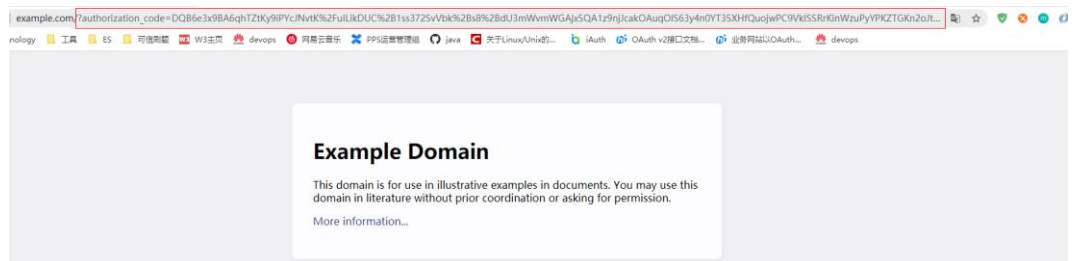
手机号/邮件地址/华为号

密码

[短信验证码登录](#)

登录

[注册](#) | [忘记密码](#) | [更多](#)



带授权码的回调:

https://www.example.com/?authorization_code=DQB6e3x9BA6qhTZtKy9iPYcJNvtK%2FuILikDUC%2B1ss372SvVbk%2Bs8%2BdU3mWvmWGAjx5QA1z9njJcakOAuqOIS63y4n0YT35XHfQuojwPC9VkiSSRrKinWzuPyYPKZTGKn2oJtZtbnODhsB8LTc26RIcWqII07%2BCYR9kYCNa9USzM87hy8lwAJdDXiQCf3qJnyTwvqbt6LJg%3D%3D

2. 用授权码换取 AT

请求消息

客户端：广告主服务器

服务端：Huawei 帐号服务器

请求协议：HTTPS

请求方式：POST

接口 URL：<https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/token>

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
grant_type	string	是	固定为“authorization_code”
code	string	是	通过/oauth2/v2/authorize 接口获取到的 Authorization Code。注意 code 是一次性的，且只有 5 分钟有效期。5 分钟之前获取的 code 或者已经使用过的 code，是不能再使用的。
client_id	int	是	必须和调用/oauth2/v2/authorize 接口时传递的 client_id 一样
client_secret	string	是	client_id 的密码
redirect_uri	string	是	必须和调用/oauth2/v2/authorize 接口时传递的 redirect_uri 参数完全一致

请求示例

=====

POST <https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/token>

HTTP/1.1

Content-Type: application/x-www-form-urlencoded

```
grant_type=authorization_code&code=DQB6e3x9VcE1p6TbMpZYACkHZ1S6%2Bk%2FXq  
ls2JAhlQhLhBcJRxopxVv8qwajzIowWBVUH2dytzy57S0ix14mohbjzL5kBeOT5m6noOqU  
qleHoZ6aZalxTCVF%2BVSHSnZsTBUjR%2FWz7C5e3XHMSvxtqYsUjiXkq4f5MeRRjA8  
vnpyI%2Fub45ukyGPXXPdy0QKKGKWwZQvGp4L6Q%3D%3D&client_id=123456&client  
_secret=xxxxxx&redirect_uri=https%3A%2F%2Ffe.hicloud.com
```

=====

响应参数

参数名称	类型	是否必选	描述
access_token	string	是	应用 access_token。 json 字符串中存在转义符。如果用 curl 命令或者 postman 工具手工获取 access_token，把 “\” 还原为 “/” 才是正确的 access_token，否则在使用 access_token 的过程中会报 access_token 非法。如果是写代码，采用任意的第三方库，都能正确解析 json 串，获取到正确的值
expires_in	string	是	应用 access_token 过期时间，单位（秒）
refresh_token	string	否	用于刷新 Access Token 的 Refresh Token，有效期半年（华为 OAuth 可能会调整这个配置）。需要在调用 /oauth2/v2/authorize 接口获取 code 时传递参数 access_type=offline 才会返回 refresh_token
scope	string	是	Access Token 最终的访问范围
token_type	string	是	token 类型

响应消息样例

```

=====
=====
HTTP/1.1 200 OK
Content-Type: application/json
Cache-Control: no-store

{"access_token":"CgB6e3x9WivoFhhdEA9nppRVTl1eye1OC0c/a8VH17m\AYq0yFfgaY6K
RbpMmFAq+pg/YngjAC+p16prtz\YThC*****zKv2bY\ZNYWtbpHMOSjJw==",
"expires_in":3600,"refresh_token":
"CF13G0sRaGybtYt7SIyeUILNORtTFwMgz4ao5C7j7vtgLpT6ogmXKjdI8RS\YlyS71z4***
***MnOrRlmNK0KhdOUNWd+qVLLRsEEHkqRIKpuAkPvL8=",
"scope":"https://ads.cloud.huawei.com/promotion openid","token_type":"Bearer"}
=====
=====

```

4.10.2.1.5 调用业务接口

请求示例

```

=====
=====
POST /openapi/v2/promotion/campaign/create HTTP/1.1
Accept:application/json

```

Content-Type:application/json

Authorization: Bearer

**CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=**

```
{  
  "campaign_name": "3333",  
  "product_type": "WEB",  
  "daily_budget": 100  
}
```

应答示例

HTTPS/1.1 200 OK

```
{  
  "code": 200,  
  "data":  
  {  
    "campaign_id": "35003379"  
  }  
}
```

4.10.2.2 快速入门

4.10.2.2.1 术语介绍

术语	中文名	详细描述
HUAWEI Ads	华为广告服务	/
客户端 ID	HUAWEI ADS Marketing API 客户端 ID	HUAWEI ADS Marketing API 客户端是指通过 HUAWEI ADS Marketing API 获取数据的软件系统。
密钥	客户端密钥	每一个客户端对应的密钥（用于后面获取 access_token）。
scope	授权作用域	用户授予的权限列表

redirect_uri	回调 uri	授权后要回调的 URI，即接收 Authorization Code 或者 token 后的跳转 url
access_token	授权令牌	使用/oauth2/v2/token 接口会同时获得 access_token。access_token 是调用 API 接口的调用凭证,用于服务端对 API 请求鉴权，默认有效期为 1 时，一旦 access_token 失效，则需要重新获取。

4.10.2.2.2 功能全景图

开户、实名认证、行业资质请到华为投放平台操作。

推广和报表接口通过 Marketing API 对外开放，在使用过程中，依赖的一些接口尚未对外开放，需要到华为投放平台上创建后才可以在 Marketing API 使用。

分类	子分类	接口	Marketing API 是否支持
广告投放	计划	创建计划 /v2/promotion/campaign/create	是
		查询计划 /v2/promotion/campaign/query	是
		编辑计划状态 /v2/promotion/campaign/status/update	是
		编辑计划名称 /v2/promotion/campaign/name/update	是
		编辑计划日限额 /v2/promotion/campaign/daily_budget/update	是
	任务	创建任务 /v2/promotion/adgroup/create	是
		查询任务 /v2/promotion/adgroup/query	是
		编辑任务 /v2/promotion/adgroup/update	是
		编辑任务状态 /v2/promotion/adgroup/status/update	是
		编辑任务投放日期 /v2/promotion/adgroup/time/update	是

		编辑任务时间段 /v2/promotion/adgroup/period/update	是
		编辑任务出价 /v2/promotion/adgroup/price/update	是
		编辑任务名称 /v2/promotion/adgroup/name/update	是
		编辑任务期望出价 (oCPC) /v2/promotion/adgroup/conversion_cost/update	是
		查询应用详情 /v2/promotion/adgroup/app_detail/query	是
		查询定向字典 /v2/promotion/adgroup/targeting_rule/query	是
		查询关联的定向包详情 /v2/promotion/adgroup/targeting_package/query	是
	创意	创建创意 /v2/promotion/creative/create	是
		查询创意 /v2/promotion/creative/query	是
		编辑创意 /v2/promotion/creative/update	是
		编辑创意状态 /v2/promotion/creative/status/update	是
		编辑创意名称 /v2/promotion/creative/name/update	是
	推广产品	创建推广产品 /v2/promotion/product/create	是
		查询推广产品 /v2/promotion/product/detail/query	是
		编辑推广产品 /v2/promotion/product/update	是
工具箱	版位	查询版位 /v2/tools/position/query	是

		查询版位元素 /v2/tools/position/detail/query	是
维纳斯落地页		查询落地页 /v2/tools/venus/active_page/query	是
		落地页增、删、改	否
渠道包		查询渠道包 /v2/tools/channel_package/active_package/query	是
		渠道包增、删、改	否
素材管理		创建素材 /v2/tools/creative_asset/create	是
		查询素材 /v2/tools/creative_asset/query	是
		编辑素材名称 /v2/tools/creative_asset/name/update	是
		获取文件上传凭证 /v2/tools/file/token/query	是
		删除素材 /v2/tools/creative_asset/delete	是
定向模板		创建定向模板 /v2/tools/targeting_template/create	是
		查询定向模板 /v2/tools/targeting_template/query	是
		定向模板改、删	否
转化跟踪指标		查询转化跟踪指标 /v2/tools/effect_tracking/query	是
		转化跟踪指标增、删、改	否

4.10.2.2.3 刷新 access_token

用 Refrest Token 来获取新的 Access Token。建议在 Access Token 即将过期的时候调用。

调用业务接口，如果返回的 code 为如下内容：

```
=====
=====
```

```
{  
  "code": "1000009992",  
  "message": "token 已过期"  
}
```

请调用刷新 access_token 接口，重新获取一次 access_token，如果仍然失败，将用户登出，引导用户重新登录。

请求消息

客户端：广告主服务器

服务端：Huawei 帐号服务器

请求协议：HTTPS

请求方式：POST

接口 URL：<https://login.cloud.huawei.com/oauth2/v2/token>

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
grant_type	string	是	RT 换 AT 场景，固定填：refresh_token
refresh_token	string	是	在授权码模式下获取到 refresh_token 值
client_id	int	是	必须和调用 /oauth2/v2/authorize 接口时传递的 client_id 一样
client_secret	string	是	Appid 的密钥，在开发者联盟上查看

请求示例

POST /oauth2/v2/token HTTP/1.1

Host: login.cloud.huawei.com

Content-Type: application/x-www-form-urlencoded

grant_type=refresh_token&client_id=12345&client_secret=bKaZ*****d2k9few&refresh_token=CF2Mm03n0aos9iZZ8nlhfyDtoXy74CXeBi50gVVhMpB0IUzlv9ZwizEvTBhVoF820ZPim0JwNR9j2p1qgEQWnIVYZRlp*****gekUnsHBkvNev5rd2MdfQMLP

=====
=====
响应参数

参数名称	类型	是否必选	描述
access_token	string	是	Access Token。注意在使用的时候要去掉\这个转义字符。
expires_in	integer	是	Access Token 的有效期，以秒为单位
refresh_token	string	是	用于刷新 Access Token 的 Refresh Token，有效期半年（OAuth 可能会调整这个配置）。 如果在服务器配置了返回 RT，则服务器一定会返回该字段。返回的值可能是一个新的 refresh_token，新的 refresh_token 的有效期仍为半年；也可能和入参的 refresh_token 一样。
scope	string	是	Access Token 最终的访问范围，即用户实际授予的权限列表（用户在授权页面时，有可能会取消掉某些请求的权限）

成功响应消息样例：

=====
=====
HTTP/1.1 200 OK

Content-Type: text/html;charset=UTF-8

Cache-Control: no-store

```
{
  "access_token":
  "CFyJ4Jv16wuwcFqYOJG4maq2ca8RAV+g0i+me16qCV51vqH0PYtW0+BNwfHWg0AqMn
  W6ZdBvUgs7ijkxMFh1xVPVB+vQXz3PWsivkKCuL78XtbLt7vs=",
  "expires_in": 3600,
  "scope": "https://www.huawei.com/auth/account/base.profile",
  "token_type": "Bearer"
}
```

=====
=====
注意：

- json 字符串中存在转义符。如果用 curl 命令或者 postman 工具手工获取 access_token，把 “\” 还原为 “/” 才是正确的 access_token，否则在使用 access_token 的过程中会报 access_token 非法。如果是写代码，采用任意的第三方库，都能正确解析 json 串，获取到正确的值
- 关于 access_token 和 refresh_token 的长度：这两个字段的长度跟其中编码的内容多少有关系，按目前的编码格式，其长度不会超过 1000

失败响应消息样例


```

=====
Content-Type: text/html;charset=UTF-8
{"error":1203,"sub_error":31204,"error_description":"unknown error"}
=====

```

失败返回错误码

子错误码 sub_error	错误码含义	调用方处理方式（建议）
20001	client_id 为空	(1) 这些子错误码属于参数错误，不要重试调用，重试了也不会成功。 (2) 参数错误一般在调试阶段或者上线初期出现。若遇到，建议业务方排查代码或配置项，不要轻易将客户端登录态踢下线。
20002	client_id 格式不对	
20171	client_secret 为空	
20172	client_secret 格式不对	
20174	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), client_secret 为临时密码 (端侧调用场景), client_secret 无法解析	
20175	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), client_secret 为临时密码 (端侧调用场景), client_secret 信息和 RT 信息不一致或者过期。	
20181	grant_type 为空	
20182	grant_type 不在"authorization_code", "client_credentials", "refresh_token"中	
12303	client_secret 非临时密码 (非端侧调用场景), client_id 在系统不存在	
12304	client_secret 非临时密码 (非端侧调用场景), client_secret 不对	
20191	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 为空	
20192	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 格式不对	
20154	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 中的 client_id 和入参不一致	
31218	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 不满足正则表达式	

31202	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 解不开。RT 满足了正则表达式校验, 但是实际无法被解析。举例: 原 RT 被截断了或者被编码转换了	
11205	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 过期	业务需要提示用户重新授权
31204	grant_type=refresh_token (RT 换 AT), refresh_token 在黑名单中 (用户修改密码或者登出操作, 会使之之前的 RT 被加入黑名单)	
其他错误 联系华为 支持人员	其他错误, 包括内部组件之间网络不通等错误。	(1) 建议进行重试调用, 可能会成功 (2) 除了上面的子错误码, 其他子错误码都算到这个分支里 (3) 建议把子错误码打印出来, 有助于定位问题

4.10.2.2.4 获取用户信息

登录成功后, 需要在界面展示用户的基本信息, 可以通过调用此接口查询华为帐号信息并展示在界面上。

请求示例

```
=====
=====
POST /rest.php HTTP/1.1
```

```
Host: account.cloud.huawei.com
```

```
Content-Type: application/x-www-form-urlencoded
```

```
nsp_svc=GOpen.User.getInfo&access_token=CV7GpkaEz8wYeXW2%2fra%2fj5%2bjn5H9Y%2ftaxWLH15ijeVHMr4NzNnTlfd6E19u*****YYT6KN02YhMenGQ2%2f2y7vYJ8Xd9D94xC2ztKK%2bI%2bfj11TEfFMNDf3kacE%3d&getNickName=1
```

```
=====
=====
将红色部分替换成获取到的 access_token
```

响应样例

```
=====
=====HTTP/1.1 200 OK
```

```
Content-Type: text/html;charset=UTF-8
```

```
Cache-Control: no-store
```

```
{"displayName":"137*****38","openID":"MDFAMTAzODA3NDJANWNiaYTZiaZWnk  
YTcxOWFIY2E4N2M3ZDZmMDJkMGM4MGRAMjBjZWNI2YyMGFmZGIxZWRmOT  
g3MDI2Nzk1OGEyY2IwMmE0MjAwYjA1ZGY3ZGUxNmJjN2Qw","headPictureURL":"ht  
tps://upfile-  
drcn.platform.hicloud.com/FileServer/image/b.0610086200300000245.20200521231532.Pwh  
gOVhUxTCLzd8vfjVKnx9bmWtlUBG.1000.66140D63E80FF9D81F381F49462E30FF90C  
37B86EDD06CCAFF19CFC3C3C98921.png"}
```

=====displayName 是用户昵称

headPictureURL 是用户头像

4.10.2.3 广告投放

4.10.2.3.1 计划

?1.创建计划

通过此接口可以创建计划

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/campaign/create>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_name	string	是	计划名称满足正则 regexp = "^[^]]+\$" 最大长度不得超过 50.计划名称不得重复
product_type	string	是	推广产品 详见【推广产品】
daily_budget	integer	是	日限额 当日限额与次日限额都 为此值 整数位数长度不得超 9 位 日限额不得低于最小日限额 现网最小日限额为 500 现阶段最小日限额为 30

请求示例

=====POST
/openapi/v2/promotion/campaign/create HTTP/1.1

```
Accept:application/json  
Content-Type:application/json  
Authorization: Bearer  
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=  
  
{  
  "campaign_name":"信息流小图计划 0510",  
  "product_type":"WEB",  
  "daily_budget":500  
}  
  
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码，200 成功，其他失败
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	计划 ID

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_id	string	是	计划 ID

应答示例

```
=====HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": 200,  
  "data": {  
    "campaign_id": "35003379"  
  }  
}  
  
=====
```

2.2. 查询计划

通过此接口可以查询计划

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/campaign/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50
以下为过滤字段			
campaign_name	string	否	计划名称, 最大长度不得超过 50. 满足正则 regexp = " <code>^[^+]+\$</code> "
campaign_ids	string[]	否	推广计划 ID 列表, 最多 100 个
updated_begin_time	string	否	计划更新的开始时间, 格式: " <code>yyyy-MM-dd HH:mm:ss</code> "
updated_end_time	string	否	计划更新的结束时间, 格式: " <code>yyyy-MM-dd HH:mm:ss</code> "

请求示例

GET

/openapi/v2/promotion/campaign/query?page_num=1&page_size=11&campaign_ids=35006441 HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY IZHZZT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码

message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	计划列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
total	integer	是	总条数
data	Struct2[]	否	计划列表

data(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_name	string	是	计划名称
campaign_id	string	是	计划 ID
campaign_status	string	是	操作状态 详见【计划/任务/创意操作状态】
campaign_daily_budget_status	string	是	计划日限额状态 详见【计划日限额状态】
user_balance_status	string	是	账户余额状态 详见【账户余额状态】
product_type	string	是	推广产品 计划的 product_type 与关联推广产品的 product_type 需要保持一致 详见【推广产品】
tomorrow_daily_budget	integer	否	次日计划日限额，不返回表示与当日计划日限额相同 详见【日限额说明】
today_daily_budget	integer	是	当日计划日限额 详见【日限额说明】

应答示例

=====

=====

HTTPS/1.1 200 OK

```
{
  "code": "200",
  "data": {
    "total": 1210,
    "data": [{
      "campaign_name": "美丽传说营销节",
      "product_type": "ANDROID_APP",
      "user_balance_status": "ADVERTISER_BALANCE_NOT_EXCEED",
      "campaign_status": "OPERATION_STATUS_ENABLE",
      "campaign_daily_budget_status": "CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED",
      "show_status": "CAMPAIGN_STATUS_DELIVERY_OK",
      "campaign_id": "35002310",
      "today_daily_budget": "40"
    },
    {
      "campaign_name": "憧憬人生",
      "product_type": "ANDROID_APP",
      "user_balance_status": "ADVERTISER_BALANCE_NOT_EXCEED",
      "campaign_status": "OPERATION_STATUS_ENABLE",
      "campaign_daily_budget_status": "CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED",
      "campaign_id": "35002309",
      "today_daily_budget": "200"
    }
  ]
}
```

=====
=====

3.3.编辑计划状态

通过此接口可以编辑计划状态

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/campaign/status/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_id	string	是	计划 ID 长度为 1 到 50 满足正则^[A-Za-z0-9]*\$
op_type	string	是	操作类型 当操作类型为开始或者暂停时： 竞价只支持未删除 当操作类型为删除时： 计划状态不能为已删除，90 天 无数据，则计划将被删除。有数 据无法被删除。 原状态为删除，不可更新 启动操作需要保证计划原状态是 暂停状态 详见【操作类型】

请求示例

=====

POST openapi/v2/promotion/campaign/status/update HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

```
{
  "campaign_id":"10",
  "op_type":"OPERATION_ENABLE"
}
```

=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1  
{  
"code":200  
}
```

2.4.编辑计划名称

通过此接口可以编辑计划名称

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/campaign/name/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_id	string	是	计划 ID，最大长度不得超过 32 只能是大小写字母或数字
campaign_name	string	是	编辑后的名称 最大长度不得超 50 位，满足正则 <code>^[^~]+\$</code> 不能等于原来计划值且不能重复

请求示例

```
=====  
=====  
POST openapi/v2/promotion/campaign/name/update HTTP/1.1  
Accept:application/json  
Content-Type:application/json  
Authorization:Bearer  
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=  
  
{
```

```
"campaign_id": "3004352",  
"campaign_name": "营销计划 01"  
}
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
HTTPS/1.1 200 OK
```

```
{  
"code": "200"  
}
```

2.5.编辑计划日限额

通过此接口可以编辑计划日限额

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/campaign/daily_budget/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_id	string	是	计划 ID 满足正则 <code>^[A-Za-z0-9]*\$</code> 最大长度 32
daily_budget	integer	是	日限额 最小值为 1 修改后的值不能和原值重复 详见【修改限额约束】
daily_budget_op_type	string	是	计划修改日限额操作类型

			满足正则^[0-9]*\$ 详见【计划修改日限额操作类型】
--	--	--	----------------------------------

请求示例

```

=====
=====
POST openapi/v2/promotion/campaign/daily_budget/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"campaign_id":"35003418",
"daily_budget":700,
"daily_budget_op_type":"UPDATE_TODAY_DAILY_BUDGET"
}
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```

=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code":"200"
}
=====
=====

```

4.10.2.3.2 任务

4.1.1 创建任务

通过此接口可以创建任务

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/create>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_name	string	是	任务名称必填，最大长度不得超 128，正则 regexp="^[^]+ \$"，不能重名
campaign_id	string	是	计划 ID 最大长度不得超 50，必填，只能填写数字，正则 regexp="^[^\\n]+ \$" 注：该任务所属计划和产品上的产品类型需一致 详见【创建计划】
channel_package_id	string	否	渠道包 ID 即查询渠道包接口中返回的 channel_package_id； 注：推广产品类型 product_type 为 ANDROID_APP 时用到 详见【查询渠道包】
targeting_template_id	long	是	定向模板 ID 即创建定向模板接口中返回的 targeting_template_id； 注：非 APP 的推广产品不能有 APP 安装定向； 定向模板仅用于创建广告时快捷选择定向条件；编辑定向模板，不会自动将定向内容同步到与此定向模板相关联的广告中。 详见【创建定向模板】
product_id	long	是	推广产品 ID 即创建推广产品中接口中返回的 product_id；

			注：任务上非 app 的产品 ID 和任务 ID 为一对一对应关系。 计划和产品上的产品类型需一致 详见【创建推广产品】
adgroup_begin_time	string	是	投放开始日期，格式：YYYY-MM-DD 如：2020-01-01 注：开始时间不能小于当前时间，开始时间不能大于结束时间； 开始时间和结束时间差值需要在 5.1.1 查询版位获得的投放此版位的任务最短和最长投放时间范围之内
adgroup_end_time	string	否	投放结束日期，格式：YYYY-MM-DD，为空表示长期投投放 如：2020-01-02 注：若存在结束时间，那么结束时间不能小于开始时间
time_period_type	string	是	时间段类型，可以从三种类型中根据自己需要选择一个。 版位查询到的 is_support_time_period 要有权限 time_period 为空时，时间段类型不得为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 详见【时间段类型】
time_period	string	否	time_period_type 为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 、 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 时必填。且满足正则 ^[01]{336}\$ 按照特定时间段投放时， 01010100010010……表示指定特殊时段，半小时为粒度，用 0、1 标识是否选中，1 为选中，0 为未选中。一天 24 小时，即每天 24*2=48 位，共 7 天，即共 48*7=336 位

			<p>如果 time_period_type 为 TIME_PERIOD_ALL，则表示一周内每天的特定小时，需要每 48 个值都重复。</p> <p>注：时间段要与任务的日期区间有交集。</p> <p>例：如果任务开始时间是 2020-06-22（周一），结束时间是 2020-06-24（周三），且选择的类型是 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC，那 time_period 的入参需要与任务的时间段有交集；若用户想在 22/23/24 的每天早上 6 点到 9 点投放任务，则 time_period 的参数可表示为 00000000000011111100...0000... (共 336 位，每 48 位代表一天 24 小时，重复 7 次)</p>
price_type	string	是	<p>出价方式</p> <p>注：CPM（Cost Per Mille），CPC（Cost Per Click），CPD（Cost Per Download）</p> <p>详见【付费方式】</p>
price	float	是	<p>出价，整数位不得超过 9 位，小数位不得超 2 位；</p> <p>注：范围在计划日限额和对应出价方式查询版位底价之间</p>
conversion_cost	float	否	<p>期望转化成本，price_type 为 PRICING_OCPC 时专用，暂时只支持 APP 和网页。</p> <p>整数位不得超过 9 位，小数位不得超 2 位</p>
creative_size_id	long	是	<p>版位 ID</p> <p>详见【查询版位】</p>
channel_info	string	否	<p>转化跟踪参数 不得超 1024 位</p> <p>只允许出现英文字母大小写、数字、中划线、下划线。</p>
dyn_price_flag	string	否	<p>智能提价标志</p> <p>仅当推广产品为</p>

			ANDROID_APP 且定向模板中 installed_apps_struct 值为 true 时有效 详见【智能提价标志】
dyn_price_upper_limit	float	否	dyn_price_flag 为 DYNAMIC_PRICE_ENABLE 时必填 智能提价上限，范围在 1 到 10 之间， 整数位不得超过 2 位，小数位不得超 1 位
tracking_id	long	否	转化跟踪指标 ID，price_type 为 PRICING_OCPC 时必填

请求示例

```

=====
=====POST
/openapi/v2/promotion/adgroup/create HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "adgroup_name":"营销大促任务",
  "campaign_id":"35003379",
  "targeting_template_id":65002521,
  "product_id":4100227,
  "adgroup_begin_time":"2020-05-09",
  "adgroup_end_time":"2020-05-10",
  "time_period_type":"TIME_PERIOD_ALL",
  "price_type":"PRICING_CPM",
  "price":100,
  "creative_size_id":1,
  "dyn_price_flag":"DYNAMIC_PRICE_DISABLE",
  "dyn_price_upper_limit":1
}

```

=====
=====
响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	任务 ID

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID

应答示例

=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code":200 ,
"data":{
"adgroupId":45003296
}
}

?.2.查询任务

通过此接口可以查询任务

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50
以下为过滤条件			
campaign_id	string	否	计划 ID 最大长度不得超 50，必填，只能填写数字，不能使用“^”和换行
adgroup_name	string	否	任务名称 注：字段不能为 null
adgroup_ids	long[]	否	任务 ID 列表
product_type	string	否	推广产品 详见【推广产品】
product_id	long	否	推广产品 ID 注：任务上非 app 的产品 ID 和任务 ID 为一对一关系。 计划和产品上的产品类型需一致
store_app_id	string	否	华为应用市场 APP ID，如：C12345
updated_begin_time	string	否	任务更新的开始时间，格式："yyyy-MM-dd HH:mm:ss"
updated_end_time	string	否	任务更新的结束时间，格式："yyyy-MM-dd HH:mm:ss"

请求示例

```
=====
```

```
GET
/openapi/v2/promotion/adgroup/query?page_num=1&page_size=10&campaign_id=3004340
&adgroup_ids=[123,456]&product_type=ANDROID_APP&app_install_flag=APP_INSTAL
LED&product_id=C12345&store_app_id=1
```

HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	任务列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
total	integer	是	任务总条数
data	Struct2[]	否	任务列表

data(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_name	string	是	任务名称
adgroup_id	long	是	任务 ID
campaign_id	string	是	计划 ID
campaign_name	string	是	计划名称
adgroup_status	string	是	任务操作状态 详见【计划/任务/创意操作状态】
channel_package_id	integer	否	渠道包 ID 详见【创建渠道包】
campaign_daily_budget_status	string	否	计划日限额状态 详见【计划日限额状态】
show_status	string	是	界面显示的状态 详见【任务界面显示的状态】
targeting_id	long	是	任务定向包 ID

			详见【创建定向包】
product_id	long	是	推广产品 ID 详见【创建推广产品】
adgroup_begin_time	string	是	投放开始日期，格式：YYYY-MM-DD 如：2020-01-01
adgroup_end_time	string	是	投放结束日期，格式：YYYY-MM-DD，为空表示长期投投放 如：2020-01-02 1. 如果是长期投放，结束时间为空，自动补充
time_period_type	string	否	时间段类型 详见【时间段类型】
time_period	string	否	time_period_type 为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC、TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 时有值。 按照特定时间段投放时，01010100010010……表示指定特殊时段，半小时为粒度，用 0、1 标识是否选中，1 为选中，0 为未选中。一天 24 小时，即每天 24*2=48 位，共 7 天，即共 48*7=336 位
price_type	string	是	出价方式 详见【付费方式】
price	float	是	出价
conversion_cost	float	否	期望转化成本，price_type 为 PRICING_OCPC 时专用
ocpc_status	string	否	oCPC 学习状态，price_type 为 PRICING_OCPC 时专用 详见【oCPC 学习状态】
creative_size_type	string	是	版位形式 详见【版位形式】
creative_size_sub_type	string	是	版位子形式 详见【版位子形式】
creative_size_id	long	是	版位 ID

channel_info	string	否	转化跟踪参数
dyn_price_flag	string	否	智能提价标志 仅当推广产品为 ANDROID_APP 且定向模板中 installed_apps_struct 值为 true 时 有效 详见【智能提价标志】
dyn_price_upper_limit	float	否	智能提价上限 dyn_price_flag 为 DYNAMIC_PRICE_ENABLE 时 有效
tracking_id	long	否	转化指标 ID

应答示例

=====

```

HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200",
"data": {
"total": 6897,
"data": [{
"adgroup_id": 45002510,
"campaign_name": "ceshiao",
"targeting_id": 65001925,
"price": "10.00",
"product_id": 3001269,
"app_install_flag": "APP_NOT_INSTALLED",
"campaign_daily_budget_status": "CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED",
"show_status": "ADGROUP_STATUS_AUDIT",
"campaign_id": "35002563",
"creative_size_type": "CREATIVE_SIZE_TYPE_SINGLE_PICTURE",
"tracking_id": 35000225,
"time_period_type": "TIME_PERIOD_ALL",
"creative_size_subtype": "FEED_SMALL_PICTURE",

```

```
"creative_size_id": 5,  
"adgroup_begin_time": "2020-04-21",  
"ocpc_status": "OCPC_STATUS_STUDY",  
"price_type": "PRICING_OCPC",  
"conversion_cost": "20.00",  
"adgroup_status": "OPERATION_STATUS_ENABLE",  
"adgroup_name": "ceshiTbr"  
},  
{  
"adgroup_id": 45002509,  
"campaign_name": "美丽传说大促",  
"targeting_id": 65001924,  
"price": "2.00",  
"product_id": 3001269,  
"app_install_flag": "APP_INSTALLED",  
"campaign_daily_budget_status": "CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED",  
"show_status": "ADGROUP_STATUS_AUDIT",  
"campaign_id": "35002563",  
"creative_size_type": "CREATIVE_SIZE_TYPE_SINGLE_PICTURE",  
"tracking_id": 35000225,  
"time_period_type": "TIME_PERIOD_ALL",  
"creative_size_subtype": "FEED_SMALL_PICTURE",  
"creative_size_id": 5,  
"adgroup_begin_time": "2020-04-20",  
"ocpc_status": "OCPC_STATUS_STUDY",  
"price_type": "PRICING_OCPC",  
"conversion_cost": "20.00",  
"adgroup_status": "OPERATION_STATUS_ENABLE",  
"adgroup_name": "信息流小图-225*150-20200420-竞价 jtbr"  
}]  
}  
}  
  
=====
```

3.3. 编辑任务

通过此接口可以编辑任务

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
adgroup_name	string	是	任务名称必填，最大长度不得超过 128，不能使用“^”，“ ”特殊字符，不能重名
channel_package_id	string	否	渠道包 ID 详见【创建渠道包】
targeting_template_id	long	否	定向模板 ID，不填表示不更新定向； 即创建定向模板接口中返回的 targeting_template_id； 注：非 APP 的推广产品不能有 APP 安装定向； 定向模板仅用于创建广告时快捷选择定向条件；编辑定向模板，不会自动将定向内容同步到与此定向模板相关联的广告中。 详见【创建定向模板】
adgroup_begin_time	string	是	投放开始日期，格式：YYYY-MM-DD 如：2020-01-01 注：原始开始时间小于当前时间并且原始结束时间大于当前时间，说明任务已经开始，不能修改开始时间，只能修改结束时间； 修改的开始时间不能早于当天。
adgroup_end_time	string	否	投放结束日期，格式：YYYY-MM-DD，为空表示长期投投放

			<p>如：2020-01-02</p> <p>注：结束时间不能早于开始时间，也不能早于当前时间；原始结束时间小于当前时间说明任务已经结束，不能修改任何时间</p>
time_period_type	string	是	<p>时间段类型，可以从三种类型中根据自己需要选择一个。</p> <p>time_period 为空时，时间段类型不得为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 详见【时间段类型】</p>
time_period	string	否	<p>time_period_type 为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC、 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 时必填。</p> <p>按照特定时间段投放时， 01010100010010……表示指定特殊时段，半小时为粒度，用 0、1 标识是否选中，1 为选中，0 为未选中。一天 24 小时，即每天 24*2=48 位，共 7 天，即共 48*7=336 位</p> <p>如果 time_period_type 为 TIME_PERIOD_ALL，则表示一周内每天的特定小时，需要每 48 个值都重复。</p> <p>注：时间段要与任务的日期区间有交集。</p> <p>例：如果任务开始时间是 2020-06-22（周一），结束时间是 2020-06-24（周三），且选择的类型是 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC，那 time_period 的入参需要与任务的时间段有交集；若用户想在 22/23/24 的每天早上 6 点到 9 点投放任务，则 time_period 的参数可表示为 00000000000011111100…</p>

			0000... (共 336 位)
price	float	是	出价 整数位不得超过 9 位, 小数位不得超 2 位; 注: 范围在此任务中对应的版位的 CPM 最低售价和对应的计划中的日限额之间。
conversion_cost	float	否	期望转化成本, price_type 为 PRICING_OCPC 时专用 暂支持 app 和网页 整数位不得超过 9 位, 小数位不得超 2 位
channel_info	string	否	转化跟踪参数 不得超 1024 位
dyn_price_flag	string	否	智能提价标志 仅当推广产品为 ANDROID_APP 且定向模板中 installed_apps_struct 值为 true 时有效 详见【智能提价标志】
dyn_price_upper_limit	float	否	dyn_price_flag 为 DYNAMIC_PRICE_ENABLE 时必填 智能提价上限, 范围在 1 到 10 之间, 整数位不得超过 2 位, 小数位不得超 1 位

请求示例

```

=====
=====POST
openapi/v2/promotion/adgroup/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"adgroup_id": 45002610,
"adgroup_name": "XXXXXX",
"targeting_template_id": 65002018,

```



```
"adgroup_begin_time": "2020-05-20",  
"adgroup_end_time": "2020-05-23",  
"price": 80  
}
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	任务 ID

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID

应答示例

```
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "200",  
  "data": {  
    "adgroup_id": 45002610  
  }  
}
```

?.4.编辑任务状态

通过此接口可以批量编辑任务状态

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/status/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_ids	long[]	是	任务 ID 数组,最大 50 个任务 id
op_type	string	是	操作类型 注: 1.如果任务已是删除状态,则会提示任务已删除,不可更新操作; 2.任务下无审核通过的有效素材,不能进行修改任务状态操作; 3.已结束的任务不支持修改状态操作; 4.启动操作需要保证任务原状态是暂停状态 5.暂停操作需要保证任务是启动状态。 详见【操作类型】

请求示例

```
=====
=====
POST /openapi/v2/promotion/adgroup/status/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"adgroup_ids":[3002205],
"op_type":"OPERATION_ENABLE"
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	编辑失败的任务列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
error_info_list	Struct2[]	是	编辑失败的任务列表

error_info_list(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	long	是	错误 ID
code	integer	是	错误结果码
message	string	否	错误描述

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "200"  
}
```

?.5.编辑任务投放日期

通过此接口可以编辑任务投放日期

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/time/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_time_list	Struct1[]	是	待更新任务日期列表，数组最大50

adgroup_time_list(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
adgroup_begin_time	string	是	投放开始日期，格式：YYYY-MM-DD 如：2020-01-01 注：原始开始时间小于当前时间并且原始结束时间大于当前时间，说明任务已经开始，不能修改开始时间，只能修改结束时间； 修改的开始时间不能早于当，并且开始时间和结束时间差值需要在 5.1.1 查询版位获得的投放此版位的任务最短和最长投放时间范围之内。
adgroup_end_time	string	是	投放结束日期，格式：YYYY-MM-DD，为空表示长期投投放 如：2020-01-02 注：结束时间不能早于开始时间，也不能早于当前时间；原始结束时间小于当前时间说明任务已经结束，不能修改任何时间

请求示例

```
=====
```

```
POST /openapi/v2/promotion/adgroup/time/update HTTP/1.1
```

```
Accept:application/json
```

```
Content-Type:application/json
```

```
Authorization:Bearer
```

```
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
```

```
{
```

```
"adgroup_time_list":[{  
  "adgroup_id": 3001825,  
  "adgroup_begin_time": "2019-08-12",  
  "adgroup_end_time": "2020-08-12"  
}]  
}
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	编辑失败的任务列表

data(Struct1)定义

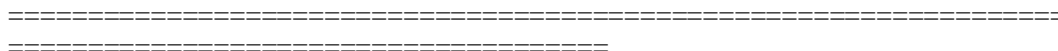
参数名称	类型	是否必选	描述
error_info_list	Struct2[]	是	编辑失败的任务列表

error_info_list(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	long	是	错误 ID
code	integer	是	错误结果码
message	string	否	错误描述

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code":"200"  
}
```



7.6.编辑任务时间段

通过此接口可以编辑任务时间段

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/period/update

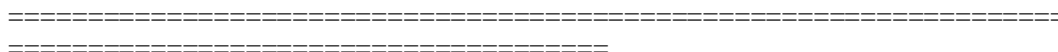
请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_ids	long[]	是	任务 ID 数组，最大长度是 50
time_period_type	string	是	时间段类型，可以从三种类型中根据自己需要选择一个。 time_period 为空时，时间段类型不得为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 详见【时间段类型】
time_period	string	否	regexp="^[0-1]*\$"; time_period_type 为 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 、 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC 时有值。 按照特定时间段投放时， 01010100010010……表示指定特殊时段，半小时为粒度，用 0、1 标识是否选中，1 为选中，0 为未选中。一天 24 小时，即每天 24*2=48 位，共 7 天，即共 48*7=336 位

请求示例



POST openapi/v2/promotion/adgroup/period/update HTTP/1.1

```
Accept:application/json  
Content-Type:application/json  
Authorization:Bearer  
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=  
  
{  
  "adgroup_ids":[45000786],  
  "time_period_type":"TIME_PERIOD_ALL"  
}  
  
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1[]	否	批量更新返回体

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
error_info_list	Struct2[]	是	编辑失败的任务列表

error_info_list(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	long	是	错误 ID
code	integer	是	错误结果码
message	string	否	错误描述

应答示例

```
=====
```

HTTPS/1.1 200 OK

```
{
```

```
"code": "200"  
}
```

=====

7.7. 编辑任务出价

通过此接口可以编辑任务出价

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/price/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_price_list	Struct1[]	是	任务价格列表，最大长度 50

adgroup_price_list(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
price	float	是	出价，整数位不得超过 9 位，小数位不得超 2 位； 注：范围在计划日限额和对应出价方式查询版位底价之间

请求示例

=====

POST openapi/v2/promotion/adgroup/price/update HTTP/1.1

Accept: application/json

Content-Type: application/json

Authorization: Bearer

CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

{

"adgroup_price_list": [{


```
"adgroup_id": 45000786,  
"price": 20  
},  
{  
"adgroup_id": 45002902,  
"price": 10  
}]  
}
```

=====
=====
响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	批量更新返回体

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
error_info_list	Struct2[]	是	编辑失败的任务列表

error_info_list(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	long	是	错误 ID
code	integer	是	错误结果码
message	string	否	错误描述

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{
```

```
"code": "200",  
"data": {  
  "error_info_list": [{  
    "code": 10001019,  
    "id": 45002902,  
    "message": "任务交易模式不支持修改时间，任务 ID 为 45002902，任务名称为美丽传说大促"  
  }]  
}
```

=====
=====

2.8.编辑任务名称

通过此接口可以编辑任务名称

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/name/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
name	string	是	修改后任务名称,长度是 128 注：一个计划下的任务名称不能重复; regexp=" ^[^\]]\$ "

请求示例

```
=====  
=====
```

POST openapi/v2/promotion/adgroup/name/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json

```
Authorization:Bearer  
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
```

```
{  
"adgroup_id":1000000,  
"name":"XXXXXX"  
}
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====  
=====  
=====-HTTPS/1.1 200 OK  
  
{  
"code":"200"  
}  
  
=====  
=====
```

?.9.编辑任务期望出价（oCPC）

通过此接口可以编辑任务期望出价,需要向运营申请 oCPC 版位和转化指标权限

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/conversion_cost/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
conversion_cost	float	是	期望转化成本, price_type 为 PRICING_OCPC 时专用, 暂时

			只支持 APP 和网页。 整数位不得超过 9 位，小数位不得超 2 位
--	--	--	--

请求示例

```

=====
=====POST
openapi/v2/promotion/adgroup/conversion_cost/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrStfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "adgroupId":"4000026",
  "conversionCost":"113.00"
}
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```

=====
=====HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code":"200"
}
=====
=====

```

7.10.查询应用详情

通过此接口可以查询应用详情。新建任务时，可以通过此接口查询应用详情在界面展示给用户。

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/app_detail/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
store_app_id	string	是	华为应用市场的 APP ID

请求示例

```
=====
=====GET
openapi/v2/promotion/adgroup/app_detail/query?store_app_id=C3000075007 HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	应用详情

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
store_app_id	string	是	华为应用市场 APP ID
package_name	string	是	包名
product_name	string	是	应用名称
icon_url	string	是	应用图标
description	string	是	描述/介绍

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "200",  
  "data": {  
    "icon_url": "https://appimg.dbankcdn.com/hwmarket/files/application/icon144/fc5e43d094,  
    "package_name": "com.zjxnkj.countrysidecommunity",  
    "description": "村支书便民服务平台",  
    "store_app_id": "C100643361",  
    "package_name": "村支书",  
    "devunion_app_id": "300075007"  
  }  
}
```

?.11.查询定向字典

通过此接口可以查询定向字典

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/targeting_rule/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
targeting_list	string[]	是	用户查询哪些定向模板集合 详见【定向模板集合】

请求示例

```
=====  
=====
```

GET

openapi/v2/promotion/adgroup/targeting_rule/query?targeting_list=gender&targeting_list=age
HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====
=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	定向字典列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
tree_targeting_map	Map<string, List<Struct 2>	否	树状结构定向数据 Map 中的 Key 为: region_geo、region_level、 app_category、series_type
linear_targeting_map	Map<string, List<Struct 3>	否	线状结构定向数据 Map 中的 Key 为: dmpGender、dmpAge、gender、 age、device_price、 network_type、 pre_define_audience、 not_pre_define_audience

Struct2 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	string	是	元素 ID
pId	string	否	父节点元素 ID
label	string	是	显示的内容

value	string	是	元素的值
code	string	否	地域定向 region_geo、region_level 有返回值。定向选择当前在这里的人，提交时使用 code 替代 value

Struct3 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	string	是	元素 ID
label	string	是	显示的内容
value	string	是	元素的值
additional	string	否	pre_define_audience、not_pre_define_audience 定向存在，内容为“公共”、“专属”、“私有”，展示时使用

应答示例

=====

```

HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200",
"data": {
"linear_targeting_map": {
"gender": [{
"label": "男",
"value": "g_m"
}],
{
"label": "女",
"value": "g_f"
}],
"age": [{
"label": "18 岁以下",

```



```
"value": "1"  
},  
{  
  "label": "18~23 岁",  
  "value": "2"  
},  
{  
  "label": "24~34 岁",  
  "value": "3"  
},  
{  
  "label": "35~44 岁",  
  "value": "4"  
}]  
}  
}  
}
```

=====

?12.查询关联的定向模板详情

通过此接口可以查询定向包详情

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/adgroup/targeting_package/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
targeting_id	long	是	任务关联定向包 ID 注：定向模板仅用于创建广告时快捷选择定向条件；编辑定向模板，不会自动将定向内容同步到与此定向模板相关联的广告中。

请求示例

```

=====
=====
GTE openapi/v2/promotion/adgroup/targeting_package/query?targeting_id=65002585
HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====
    
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	任务关联定向包详情

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
targeting_id	long	是	任务关联定向包 ID
gender_struct	Struct4	否	性别定向，值为 gender 定向中的 value
age_struct	Struct4	否	年龄定向，值为 age 定向中的 value
current_location_struct	Struct4	否	当前在这里的人，值为 region_geo 和 region_level 定向中的 code
residence_location_struct	Struct4	否	常驻在这里的人，值为 region_geo 和 region_level 定向中的 value
series_type_struct	Struct4	否	手机系列定向，值为 series_type 定向中的 value
device_price_struct	Struct4	否	设备价格定向，值为 device_price 定向中的 value

installed_apps_struct	Struct4	否	已安装应用定向，如果选择此定向，value 不为空
not_installed_apps_struct	Struct4	否	未安装应用定向，如果选择此定向，value 不为空
app_category_installed_struct	Struct4	否	已安装 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
not_app_category_install_struct	Struct4	否	未安装 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
app_category_active_struct	Struct4	否	一个月内活跃 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
network_type_struct	Struct4	否	网络类型定向，值为 network_type 定向中的 value
pre_defined_audience_struct	Struct4	否	自定义人群定向，值为 pre_define_audience 定向中的 id
not_pre_defined_audience_struct	Struct4	否	排除自定义人群定向，值为 not_pre_define_audience 定向中的 id

Struct4 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
value	string[]	是	定向选中的值
additional	string	否	返回值 current_location_struct 和 residence_location_struct 会存在此字段。 REGION_GEO: 使用定向 region_geo 进行选择 REGION_LEVEL: 使用定向 region_level 进行选择

应答示例

=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK

```
{
"code ": 200,
```

```
"data": {  
  "targeting_name": "XXXXXX",  
  "targeting_id": 65002585,  
  "current_location_struct": {  
    "additional": "REGION_GEO",  
    "value": [  
      "1156410100",  
      "1156410200",  
      "1156411500",  
      "1156419000"  
    ]},  
    "series_type_struct": {  
      "value": [  
        "Honor Other Series"  
      ]}  
    }  
  }  
}
```

=====

=====

4.10.2.3.3 创意

?.1.创建创意

通过此接口可以创建创意

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/creative/create>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
adgroup_id	long	是	任务 ID
creative_name	string	是	创意名称，最大长度不超过 50，支持名称里含有\n 符号，同一个广告主下同一任务下不能重复

dyn_ad_text_flag	string	否	动态词包标识 详见【动态词包标识】创意文案、摘要等创意元素支持动态词包拼接：比如日期地点性别动态拼接
content_struct	Struct3	是	创意详情

Struct3 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
images	Struct4[]	否	图片列表信息 最多十张 根据版位元素 creative_size_element_name 为 image 的规则填写（约束见查询版位元素）
icon	Struct4	否	icon 信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 icon 的规则填写（约束见查询版位元素）
video	Struct4	否	视频信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 video 的规则填写（约束见查询版位元素）
title	Struct5	否	文案 根据版位元素 creative_size_element_name 为 title 的规则填写（约束见查询版位元素）
description	Struct5	否	描述 根据版位元素 creative_size_element_name 为 description 的规则填写（约束见查询版位元素）
corporate	Struct5	否	品牌名称 根据版位元素 creative_size_element_name 为 corporate_name 的规则填写（约束见查询版位元素）

landing_page	Struc6	否	落地页信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 landing_page_url 的规则填写 (约束见查询版位元素) 仅当任务中的推广产品为 ANDROID_APP 且定向中 not_installed_apps_struct 不为 空, 此参数必填
deeplink	Struct7	否	应用直达地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 deeplink_url 的规则填写 (约束 见查询版位元素) 仅当任务中的推广产品为 ANDROID_APP 时可填写。定 向中 installed_apps_struct 不为 空, 此参数必填, not_installed_apps_struct 不为 空, 此参数选填
impression_monitor_url	Struct8	否	展示监控地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 impression_tracking_url 的规则填 写 (约束见查询版位元素) 详见【约束地址】
click_monitor_url	Struct8	否	点击监控地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 click_tracking_url 的规则填写 (约束见查询版位元素) 详见【约束地址】

Struct4 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
file	Struct9	是	文件详情

Struct5 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

text	string	是	内容 最长 255
------	--------	---	-----------

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
landing_page	string	是	落地页地址 最长 2048

Struct7 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink	string	是	应用直达地址信息 最长 2048 regexp = "[^@]+\$"

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
monitor_url	string	是	展示监控地址 最长 2048 仅支持 https 地址

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_id	long	是	素材 ID

请求示例

=====

POST openapi/v2/promotion/creative/create HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

[

{

"adgroup_id":45002610,

```
"creative_name":"XXXXXX",  
"content_struct":{  
  "images":[{"sequence":0,"file":{"asset_id":10000003}}],  
  "title":{"text":"string"},  
  "description":{"text":"string"},  
  "corporate":{"text":"string"},  
  "landing_page":{"landing_page":"string"},  
  "deeplink":{"deeplink":"string"},  
  "impression_monitor_url":{"monitor_url":"https://ad.doubleclick.net"},  
  "click_monitor_url":{"monitor_url":"https://ad.doubleclick.net"}  
}}  
]
```

=====
=====
响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	创意 ID 列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_id	Long	是	创意 ID

应答示例

=====
=====

HTTPS/1.1 200 OK

```
{  
  "message": "OK",  
  "code": 200,
```



```
"data":  
{  
  "creative_id": 123456  
}
```

2.2. 查询创意

通过此接口可以查询创意

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/creative/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50
以下为过滤字段			
adgroup_id	long	否	任务 ID
creative_id	long	否	创意 ID
approved_status	string	否	创意审核状态 详见【创意审核状态】
updated_begin_time	string	否	计划更新的开始时间，格式:"yyyy-MM-dd HH:mm:ss"
updated_end_time	string	否	计划更新的开始时间，格式:"yyyy-MM-dd HH:mm:ss"

请求示例

```
GET openapi/v2/promotion/creative/query?page_size=51&page_num=1&creative_id=XXX
```

HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	创意列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
total	integer	是	创意总条数
data	Struct2[]	否	创意列表

Struct2 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
approval_status	string	是	创意审核状态 详见【创意审核状态】
show_status	string	是	创意显示状态 详见【创意显示状态】
creative_id	long	是	创意 ID
campaign_id	string	是	推广计划 ID
adgroup_id	long	是	任务 ID
creative_name	string	是	创意名称
creative_size_type	string	是	版位形式 详见【版位形式】
creative_size_sub_type	string	是	版位子形式

			详见【版位子形式】
creative_size_id	long	是	版位 ID
creative_status	string	是	操作状态 详见【计划/任务/创意操作状态】
approved_message	string	否	审核信息
dyn_ad_text_flag	string	否	动态词包标识 详见【动态词包标识】
content_struct	Struct3	是	创意详情
creative_score	integer	否	创意打分字段
creative_comment	string	否	评分意见

Struct3 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
images	Struct4[]	否	图片列表信息
icon	Struct4	否	icon 信息
video	Struct4	否	视频信息
title	Struct5	否	文案
description	Struct5	否	描述
corporate	Struct5	否	品牌名称
landing_page	Struc6	否	落地页信息
deeplink	Struct7	否	应用直达地址
impression_monitor_url	Struct8	否	展示监控地址 详见【约束地址】
click_monitor_url	Struct8	否	点击监控地址 详见【约束地址】

Struct4 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
file	Struct9	是	素材

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
url	string	是	素材地址
width	integer	是	宽度, 单位像素
height	integer	是	高度, 单位像素
format	string	是	后缀名 video/mp4 image/jpg image/jpeg image/png image/gif
size	integer	是	文件大小
asset_id	long	是	资产 ID
sha256	string	是	文件 sha256 摘要
md5	string	是	文件 md5 摘要
duration	integer	否	视频播放时长, 仅视频存在, 单位毫秒

Struct5 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
text	string	是	内容

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
landing_page	string	是	落地页地址

Struct7 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink	string	否	应用直达地址信息

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
monitor_url	string	是	展示监控地址

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200",
  "data": {
    "total": 1,
    "data": [{
      "creative_name": "zyh123123",
      "content_struct": {
        "images": [{
          "sequence": 1,
          "file": {
            "duration": 0,
            "size": 151947,
            "sha256": "0a2f186b68582a1f119d32f574284e6ff124ca1177826d51edb75d8b4c3f474d",
            "width": 1080,
            "format": "image/jpeg",
            "url": "https://cs02-pps-drcn.dbankcdn.com/dl/pps/20191212153725fbed5339f827488487249895f53ec3eb.jpg",
            "file_url_with_sites": [],
            "height": 607,
            "md5": "72d52e372d767c5d780078cfd7a21ecc"
          },
        }],
        "id": 10000056
      },
      "corporate": {
        "id": 10000025,
        "text": "沃尔沃汽车"
      }
    }
  ]
}
```

```
    },  
    "deeplink": {  
      "deeplink":  
        "himovie://com.huawei.himovie/showlive?channelId=L201912091534416000002011300000  
        0&pver=21300000&portal=himovie&from=himovie ?",  
      "id": 10000001  
    },  
    "landing_page": {  
      "landing_page": "https://url.cloud.huawei.com/50XtmcwvEk",  
      "id": 10000003,  
      "landing_page_type": 3,  
      "need_show_title": false  
    },  
    "title": {  
      "id": 10000006,  
      "text": "沃尔沃全新 S60 上市发布会"  
    }  
  },  
  "adgroup_id": 1,  
  "approved_status": "APPROVE",  
  "dyn_ad_text_flag": "DYNAMIC_WORD_DISABLE",  
  "creative_id": 1,  
  "creative_size_id": 42,  
  "creative_size_sub_type": "SPLASH_PICTURE",  
  "approved_message": "涉嫌违法问题，请整改",  
  "show_status": "CREATIVE_STATUS_ENABLE",  
  "creative_status": "OPERATION_STATUS_ENABLE",  
  "campaign_id": "1",  
  "creative_size_type": "CREATIVE_SIZE_TYPE_SINGLE_PICTURE"  
}}  
}  
}
```

=====

=====

2.3.编辑创意

通过此接口可以编辑创意

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/creative/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_id	long	是	创意 ID
creative_name	string	是	创意名称，最大长度不超过 50，支持换行 同一个广告主下同一任务下不能重复
dyn_ad_text_flag	string	否	动态词包标识 详见【动态词包标识】创意文案、摘要等创意元素支持动态词包拼接：比如日期地点性别动态拼接
content_struct	Struct3	是	创意详情，创意有效时会重新设置落地页信息

Struct3 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
images	Struct4[]	否	图片列表信息 最多十张 根据版位元素 creative_size_element_name 为 image 的规则填写（约束见查询版位元素）
icon	Struct4	否	icon 信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 icon 的规则填写（约束见查询版位元素）
video	Struct4	否	视频信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 video 的规则填写（约束见查询

			版位元素)
title	Struct5	否	文案 根据版位元素 creative_size_element_name 为 title 的规则填写 (约束见查询版 位元素)
description	Struct5	否	描述 根据版位元素 creative_size_element_name 为 description 的规则填写 (约束见 查询版位元素)
corporate	Struct5	否	品牌名称 根据版位元素 creative_size_element_name 为 corporate_name 的规则填写 (约 束见查询版位元素)
landing_page	Struct6	否	落地页信息 根据版位元素 creative_size_element_name 为 landing_page_url 的规则填写 (约束见查询版位元素) 仅当任务中的推广产品为 ANDROID_APP 且定向中 not_installed_apps_struct 不为 空, 此参数必填
deeplink	Struct7	否	应用直达地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 deeplink_url 的规则填写 (约束 见查询版位元素) 仅当任务中的推广产品为 ANDROID_APP 时可填写。定 向中 installed_apps_struct 不为 空, 此参数必填, not_installed_apps_struct 不为 空, 此参数选填
impression_monitor_url	Struct8	否	展示监控地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 impression_tracking_url 的规则 (约束见查询版位元素) 填写 详见【约束地址】

click_monitor_url	Struct8	否	点击监控地址 根据版位元素 creative_size_element_name 为 click_tracking_url 的规则填写 (约束见查询版位元素) 详见【约束地址】
-------------------	---------	---	---

Struct4 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
file	Struct9	是	文件详情

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_id	long	是	资产 ID

Struct5 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
text	string	是	内容 最长 255

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
landing_page	string	是	落地页地址 最长 2048

Struct7 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink	string	是	应用直达地址信息 最长 2048 regexp = "[^@]+"

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

monitor_url	string	是	展示监控地址 最长 2048 仅支持 https 地址
-------------	--------	---	-----------------------------

请求示例

```

=====
=====
POST openapi/v2/promotion/creative/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

[
{
"creative_id":55001276,
"creative_name":"cxm4534",
"dyn_ad_text_flag":"DYNAMIC_WORD_DISABLE",
"content_struct": {"images": [{"sequence":0,"file":{"asset_id": 10000003}}]},
"title":{"text":"string"},"description":{"text":"string"},
"corporate":{"text":"string"},
"landing_page":{"landing_page":"string","need_show_title":true,"landing_page_type":0},
"deeplink":{"deeplink":"string"},
"impression_monitor_url":{"monitor_url":"https://ad.doubleclick.net"},
"click_monitor_url":{"monitor_url":"https://ad.doubleclick.net"}
}
}
]
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200"
}
=====
=====
```

7.4.编辑创意状态

通过此接口可以编辑创意状态

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/creative/status/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_id	long	是	创意 ID
op_type	string	是	操作类型 详见【操作类型】 1.原状态为删除，不可更新 2.启动操作需要保证创意原状态是暂停状态 3.暂停操作保证创意是启动状态且创意所属任务审核通过的创意不止一条 4.删除操作保证创意未删除并且所属任务下未删除的创意不止一条

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/promotion/creative/status/update HTTP/1.1
Accept:application/json
```

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

```
{  
  "creative_id": 1000000,  
  "op_type": "OPERATION_ENABLE"  
}
```

响应字段

参数名称	是否必选	描述
code	是	返回码
message	否	返回描述

应答示例

```
HTTP/1.1 200 OK
```

```
{  
  "code":200  
}
```

7.5.编辑创意名称

通过此接口可以编辑创意名称

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/creative/name/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_id	long	是	创意 ID

name	string	是	创意名称，最大长度不超过50，支持名称里含有\n符号，同一个任务下创意名称不能重复
------	--------	---	---

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/promotion/creative/name/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"creative_id":1000000,
"name":"创意 1"
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": 200,
"message": "ok"
}
=====
=====
```

4.10.2.3.4 推广产品

2.1.创建推广产品

通过此接口可以推广产品

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/product/create>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
product_type	string	是	推广产品 枚举限制 详见【推广产品】 PROMOTION 类型推广产品自动填充
attrs_struct	Struct6	是	产品信息

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
app	Struct7	否	应用信息, product_type 为 ANDROID_APP 时填写
quick_app	Struct8	否	快应用信息, product_type 为 QUICK_APP 时填写
web_page	Struct9	否	网页信息, product_type 为 WEB 时填写

Struct7 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
store_app_id	string	是	华为应用市场 APP ID

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink_url	string	是	快应用直达地址 regexp =

			"^[^@]+\$" 最长 2048
--	--	--	--------------------

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
dest_url	string	是	落地页地址 (国内) regexp = " "^(https):\\/[\\w\\- _]+(\\.([\\w\\- _]+)+)([\\w\\- \\.\\[\\]\\{\\},?^=%&,\$/~ +#]*[\\w\\- \\[\\]\\{\\}?^=%&,\$/~ +#])?\$" 最长 2048

请求示例

```

=====
=====
POST openapi/v2/promotion/product/create HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json

Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

{
  "product_type": "WEB",
  "attrs_struct": {
  "web_page": {
    "dest_url":
    "https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1561375013027970/index.html"
  }
  }
}
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

data	Struct1	否	推广产品 ID
------	---------	---	---------

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
product_id	string	是	推广产品 ID 新创建的推广产品 id

应答示例

```
=====  
=====  
  
HTTPS/1.1 200 OK  
  
{  
  "code": 200,  
  "data":  
  {  
    "product_id": "123456"  
  }  
}
```

?.2.查询推广产品

通过此接口可以查询推广产品

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/product/detail/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
product_id	long	是	推广产品 ID

请求示例


```

=====
=====
GET openapi/v2/promotion/product/detail/query?product_id=XXXX HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json

Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	推广产品详情

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
product_id	long	是	推广产品 ID
product_type	string	是	推广产品 详见【推广产品】
attrs_struct	Struct6	是	产品信息

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
app	Struct7	否	应用信息
quick_app	Struct8	否	快应用信息
web_page	Struct9	否	网页信息

Struct7 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

store_app_id	string	是	华为应用市场 APP ID
product_name	string	是	产品名称
package_name	string	是	应用包名
icon_url	string	是	App 图标地址
description	string	是	App 描述/介绍
app_store_download_url	string	是	App 下载地址
app_store_second_download_url	string	是	App 备用下载地址
default_editor_desc	string	是	App 的一句话简介

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink_url	string	是	快应用直达地址

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
dest_url	string	是	落地页地址

=====
 ===== 应答示例

```

HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200",
  "data": {
    "product_type": "ANDROID_APP",
    "product_id": 75001919,
    "attrs_struct": {
      "app": {
        "permissions_rich": "",
        "permissions_normal": "",
        "image_urls": [],
    
```

```
"oversea": "1",
"package_name": "com.zly2. myapplication18"
},
"product_name": "XXXXXX"
}
}
}
```

=====

2.3.编辑推广产品

通过此接口可以编辑推广产品。仅可以编辑快应用和网页类型的推广产品。

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/product/update>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
product_id	long	是	推广产品 ID
attrs_struct	Struct6	是	产品信息

Struct6 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
quick_app	Struct8	否	快应用信息，productType 为 QUICK_APP 时填写
web_page	Struct9	否	网页信息，productType 为 WEB 时填写

Struct8 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
deeplink_url	string	是	快应用直达地址 regex = "[^@]+\$" 最长 2048

Struct9 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
dest_url	string	是	落地页地址 (国内) regexp = " ^(https):\\/[\\w\\-_]+(\\.\\[w\\-_]+)+([\\w\\-\\.\\[\\]\\{\\},?^=%&,\$/~\\+]*[\\w\\-\\.\\[\\]\\{\\},?^=%&,\$/~\\+])?\$ " 最长 2048

请求示例

```

=====
=====
POST openapi/v2/promotion/product/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "product_id": 75002131,
  "attrs_struct":
  {
    "web_page":
    {
      "dest_url":
      "https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1558348388728525/index.html"
    }
  }
}
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code":200  
}
```

4.10.2.3.5 广告主日预算

?.1.查询广告主日预算

【简介】 通过此接口可以查询广告主日预算

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/advertiser/daily_budget/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

请求示例

```
=====  
=====  
GET openapi/v2/promotion/advertiser/daily_budget/query HTTP/1.1  
Accept:application/json  
Content-Type:application/json  
Authorization:Bearer  
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
lZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	是	账户日预算详情

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
today_daily_budget	integer	是	当日账户日预算
tomorrow_daily_budget	integer	否	次日账户日预算，若无次日日预算则不显示

应答示例

```

=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200"
}
=====
=====

```

2.2.更新广告主日预算

【简介】 通过此接口可以更新广告主日预算

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/promotion/advertiser/daily_budget/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
daily_budget	integer	是	日限额
daily_budget_op_type	string	是	修改当日日预算： UPDATE_TODAY_DAILY_BUDGET 创建/修改账户日预算，次日生效

			UPDATE_TOMORROW_DAILY_BUDGET 删除账户次日日预算 DELETE_TOMORROW_DAILY_BUDGET
--	--	--	---

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/promotion/advertiser/daily_budget/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "daily_budget":700,
  "daily_budget_op_type":"UPDATE_TODAY_DAILY_BUDGET"
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200"
}
=====
=====
```

4.10.2.4 工具箱

4.10.2.4.1 版位

通过此接口可以查询 DSP 版位信息

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/position/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
product_type	string	否	推广产品 详见【推广产品】
app_install_flag	string	否	应用是否安装标识 product_type 为 ANDROID_APP 时有效, 详见【应用是否安装标识】
price_type	string	否	付费方式 详见【付费方式】
creative_size_id_list	long[]	否	查询指定版位 ID 列表 与角色中的白名单做交集, 不传入直接使用角色白名单

请求示例

```
=====
=====
GET openapi/v2/tools/position/query?creative_size_id_list=[XX,X] HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====
```

?1.1.查询版位

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	版位列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_info_list	Struct2[]	是	版位列表

creative_size_info_list(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_id	long	是	版位 ID
creative_size_base_info	Struct3	是	版位基础信息
creative_size_operation_info	Struct4	是	版位配置信息
creative_size_price_info	Struct5	是	版位出价信息

creative_size_base_info(Struct3)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_name_dsp	string	是	版位名称
creative_size_description	string	否	版位描述
impression_inventory	long	是	库存展示量
creative_size_width	integer	否	版位宽, 单位 px
creative_size_heigh	integer	否	版位高, 单位 px
creative_size_type	string	是	版位形式 详见【版位形式】
creative_size_sub_type	string	是	版位子形式 详见【版位子形式】

creative_size_operation_info(Struct4)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
support_product_type	string	否	支持的推广产品，多值以逗号分隔 详见【推广产品】
support_app_install_flag	string	否	支持的应用是否安装标识，多值以逗号分隔。推广产品为应用时有效 详见【应用是否安装标识】
is_support_time_period	string	否	是否支持选择投放时段 详见【是否支持选择投放时段】
is_support_multiple_creatives	string	否	是否支持多创意 详见【是否支持多创意】
min_duration_days	integer	否	投放此版位的任务最短投放时间，单位天。默认不限制
max_duration_days	integer	否	投放此版位的任务最长投放时间，单位天。默认不限制

creative_size_price_info(Struct5)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
support_price_type	string	是	付费方式 详见【付费方式】
floor_price_cpm	float	否	CPM 最低售价，单位为元/千次展示，币种为 CNY
floor_price_cpc	float	否	CPC 最低售价，单位为元/每点击，币种为 CNY
floor_price_cpd	float	否	CPD 最低售价，单位为元/每点击，币种为 CNY
floor_price_ocpc	float	否	Ocpc 最低售价，币种为 CNY

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
```

```
"code": "200",
"data": {
  "creative_size_info_list": [{
    "creative_size_id": 26000070,
    "creative_size_operation_info": {
      "is_support_time_period": "TIME_PERIOD_ENABLE",
      "is_support_multiple_creatives": "MULTI_CREATIVE_ENABLE",
      "max_duration_days": 365,
      "support_app_install_flag": "APP_INSTALLED"
    },
    "creative_size_price_info": {
      "support_price_type": "PRICING_CPM",
      "floor_price_cpm": "10.00"
    },
    "creative_size_base_info": {
      "creative_size_sample": "https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-71ce0ec5-0607-443b-a368-bd901481f594.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-3e09bc06-e76d-417c-8ba2-8b07a8bfa4e8.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-e0f79f02-77ee-42a5-9e35-0f07c5e567af.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-d80c4555-0d9c-4e72-880b-dc2eba9790eb.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-1c9a5c31-7c26-4050-a178-ee76d7135928.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-f160eef0-371b-4d03-a8ac-dea593f9f361.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-8af6a716-8b27-4df6-8a17-c0b199a57d1b.png|https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-a943a207-741c-4f3c-a1f1-64a4e755524d.png",
      "creative_size_name_dsp": "test 原生组图 225*150",
      "creative_size_description": "test 原生组图 225*150",
      "creative_size_width": 225,
      "creative_size_sub_type": "FEED_MULTI_PICTURE",
      "impression_inventory": 30000000000000,
      "creative_size_height": 150,
      "creative_size_type": "CREATIVE_SIZE_TYPE_MULTI_PICTURE"
    }
  ]
}
```

```
    },  
    {  
      "creative_size_id": 348923677095519488,  
      "creative_size_operation_info": {  
        "is_support_time_period": "TIME_PERIOD_ENABLE",  
        "is_support_multiple_creatives": "MULTI_CREATIVE_ENABLE"  
      },  
      "creative_size_price_info": {  
        "floor_price_cpc": "1.00",  
        "floor_price_cpm": "1.00",  
        "floor_price_ocpc": "333.00"  
      },  
      "creative_size_base_info": {  
        "ccreative_size_sample": "https://pps-channel-test-cn.obs.cn-north-3.myhwclouds.com/dl/pps/creativeSizeSample/901706-a18f07bebb1f4378b14de4c06b3fd172.jpg",  
        "creative_size_name_dsp": "zhc 三方 SSP 插屏视频",  
        "creative_size_description": "zhc 三方 SSP 插屏视频",  
        "creative_size_width": 720,  
        "creative_size_sub_type": "INTERSTITIAL_VIDEO",  
        "impression_inventory": 232323232,  
        "creative_size_height": 1080,  
        "creative_size_type": "CREATIVE_SIZE_TYPE_VIDEO"  
      }  
    }  
  ]  
}  
}
```

=====
=====

?.2.查询版位元素

通过此接口可以查询版位元素

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/position/detail/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_id	long	是	版位 ID

请求示例

```
=====
=====
GET openapi/v2/tools/position/detail/query?creative_size_id=1 HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	版位元素列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_id	long	是	版位 ID
creative_element_info_list	Struct2[]	是	版位元素列表

Struct2 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
creative_size_element_id	long	是	版位元素 id

creative_size_element_name	string	是	详见【版位元素类型】 其他为无效的类型，请丢弃
creative_size_element_title	string	是	版位元素名称
creative_size_element_caption	string	是	版位元素描述
min_length	integer	否	最小输入长度 title、description、 corprate_name、landing_page_url 使用
max_length	integer	否	文案、摘要、品牌名称，都是指 中文长度，英文长度算 0.5。其 他元素指元素的内容.length() title、description、 corprate_name、landing_page_url 使用
pattern	string	否	输入校验规则，正则 title、description、 corprate_name、landing_page_url 使用
width	integer	否	图片宽，精确匹配 image、icon、video 使用
height	integer	否	图片高，精确匹配 image、icon、video 使用
file_size_kb_limit	integer	否	文件大小上限，单位 KB。静态 图片和视频受到限制 image、icon、video 使用
gif_size_kb_limit	integer	否	Gif 文件大小上限，单位 KB。 GIF 图片受到限制 image 使用
file_format	string	否	文件类型，取值为 JPG、PNG、 JPEG、GIF、MP4，多值使用斜 杠分割，如： JPG/PNG/JPEG/GIF/MP4 image 、icon、video 使用
min_width	integer	否	视频最小宽度，单位 px video 使用
min_height	integer	否	视频最小高度，单位 px

			video 使用
min_duration	integer	否	视频最短时长, 单位 ms video 使用
max_duration	integer	否	视频最大时长, 单位 ms video 使用
min_occurs	integer	是	最小出现次数, 为 0 表示元素为可选 title、description、 corprate_name、 landing_page_url 、 impression_tracking_url、 click_tracking_url、 image 、 icon、 video 使用
max_occurs	integer	是	最大出现次数 title、description、 corprate_name、 landing_page_url 、 impression_tracking_url、 click_tracking_url、 image 、 icon、 video 使用

应答示例

=====
=====

HTTPS/1.1 200 OK

```
{
"code": "200",
"data": {
"creative_size_id": 1,
"creative_element_info_list": [{
"min_length": 1,
"min_occurs": 0,
"pattern":
"https://g.cn.miaozhen.com;https://g0.cn.miaozhen.com;https://e.cn.miaozhen.com;https://e0.
cn.miaozhen.com;https://i.gridsumdissector.com/v;https://c.gridsumdissector.com/r;https://i.gr
idsumdissector.com/v;https://c.gridsumdissector.com/r;https://v.admaster.com.cn;https://c.adm
aster.com.cn;https://clickc.admaster.com.cn;https://ad.doubleclick.net/ddm/trackimp;https://ad
.doubleclick.net/ddm/trackclk;https://ef-dongfeng.tanx.com;https://mo.open.taobao.com",
"creative_size_element_id": 10000000,
```

```
"creative_size_element_title": "点击监测地址",
"creative_size_element_caption": "请填写点击监测地址",
"creative_size_element_name": "click_tracking_url",
"max_occurs": 1,
"max_length": 2048
},
{
"min_length": 1,
"min_occurs": 0,
"creative_size_element_id": 10000001,
"creative_size_element_title": "应用直达地址",
"creative_size_element_caption": "请填写应用直达地址",
"creative_size_element_name": "deeplink_url",
"max_occurs": 1,
"max_length": 2048
},
{
"min_length": 1,
"min_occurs": 0,
"pattern":
"https://g.cn.miaozhen.com;https://g0.cn.miaozhen.com;https://e.cn.miaozhen.com;https://e0.
cn.miaozhen.com;https://i.gridsumdissector.com/v;https://c.gridsumdissector.com/r;https://i.gr
idsumdissector.com/v;https://c.gridsumdissector.com/r;https://v.admaster.com.cn;https://c.adm
aster.com.cn;https://clickc.admaster.com.cn;https://ad.doubleclick.net/ddm/trackimp;https://ad
.doubleclick.net/ddm/trackclk;https://ef-dongfeng.tanx.com;https://mo.open.taobao.com",
"creative_size_element_id": 10000002,
"creative_size_element_title": "曝光监测地址",
"creative_size_element_caption": "请填写点曝光监测地址",
"creative_size_element_name": "impression_tracking_url",
"max_occurs": 1,
"max_length": 2048
},
{
"min_length": 1,
"min_occurs": 0,
```



```
"pattern": "url 地址的正则表达式",
"creative_size_element_id": 10000003,
"creative_size_element_title": "落地页地址",
"creative_size_element_caption": "请填写落地页地址",
"creative_size_element_name": "landing_page_url",
"max_occurs": 1,
"max_length": 2048
},
{
"file_size_kb_limit": 150,
"min_occurs": 1,
"creative_size_element_id": 10000044,
"min_duration": 0,
"creative_size_element_title": "图片",
"max_duration": 15000,
"creative_size_element_caption": "请上传图片",
"width": 1080,
"creative_size_element_name": "image",
"file_format": "JPG/JPEG/PNG",
"max_occurs": 1,
"height": 1620
}
]
}
}
```

4.10.2.4.2 维纳斯落地页

?1.查询落地页

通过此接口可以查询落地页

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/venus/active_page/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

请求示例

无

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1[]	否	落地页列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
id	string	是	落地页 ID
name	string	是	落地页名称
url	string	是	落地页 URL
page_type	string	是	落地页类型 详见【落地页类型】

应答示例

=====
=====

```
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200",
  "data": [{
    "page_type": "2",
    "name": "121212",
    "id": "1558348388728525",
```

```
"url":"https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1558348388728525/index.html"  
}, {  
"page__type": "null",  
"name": "1219",  
"id": "1576811408124920",  
"url":"https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1576811408124920/index.html"  
}, {  
"page__type": "1",  
"name": "2020010 落地页站点 2",  
"id": "1578627546221197",  
"url":"https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1578627546221197/index.html"  
}, {  
"page__type": "1",  
"name": "20200213 站点 1",  
"id": "1578905254291585",  
"url":"https://lfcontentcenterdev.hwcloudtest.cn/cch5/PPS/1578905254291585/index.html"  
}}  
}
```

=====
=====

4.10.2.4.3 渠道包

?.1.查询渠道包

通过此接口可以查询渠道包，需要向运营申请渠道包白名单权限

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/channel_package/active_package/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
store_app_id	string	是	华为应用市场 APP ID 只能包含数字和字母，且最大长度为 32 位

package_name	string	是	应用包名 长度 1 到 128 位
--------------	--------	---	-------------------

请求示例

```
=====
=====
GET openapi/v2/tools/channel_package/active_package/query?store_app_id=XXX HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json

Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1[]	否	渠道包列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
channel_package_id	integer	是	渠道包 id
name	string	是	渠道包名称
package_name	string	是	应用包名

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200",
"data": [{
"channel_package_id": "XX",
```

```
"name": "XXXXXX",  
"packge_name": "XXXXXX"  
}]  
}
```

=====
=====

4.10.2.4.4 素材管理

?.1.创建素材

通过此接口可以创建素材

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/creative_asset/create

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
file_token	string	是	5.4.5 获取到的 token
file	File	是	文件内容 注：文件上限为 30M
asset_name	string	是	素材名称，不为空且长度不超过 128

请求示例

=====
=====

POST openapi/v2/tools/creative_asset/create HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type: multipart/form-data

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrStfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

```
{  
  "file_token":"XXXXXX",  
  "asset_name":"abc",
```

```
"file":XXX  
}
```

=====

2.2. 查询素材

通过此接口可以查询素材

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/creative_asset/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50
以下为过滤字段			
width	integer	否	素材宽度
height	integer	否	素材高度
asset_id	long	否	素材 ID
asset_name	string	否	素材名称
asset_type	string	否	素材类型 详见【素材类型】
file_hash_sha256	string	否	SHA256 摘要，用于端侧校验
asset_status	string	否	素材状态 详见【素材状态】

请求示例

=====

```
GET openapi/v2/tools/creative_asset/query?page_size=10&page_num=1&asset_id=XXXXX  
HTTP/1.1
```

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====
=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	素材列表

data(Struct1)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
total	integer	是	素材总条数
creative_asset_infos	Struct2	否	素材列表

creative_asset_infos(Struct2)定义

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_id	long	是	素材 ID
asset_name	string	是	素材名称
file_url	string	是	文件 url 信息
width	integer	否	素材宽
height	integer	否	素材高
video_play_duration	integer	否	播放时长
file_size	integer	是	文件大小, 单位 bytes
file_format	string	是	详见【文件格式】
asset_type	string	是	素材类型 详见【素材类型】
file_hash_sha256	string	否	文件 SHA256 摘要

asset_status	string	否	素材状态 详见【素材状态】
--------------	--------	---	------------------

应答示例

=====
=====

```
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "200",
  "data": {
    "total": "1",
    "creative_asset_infos": [{
      "asset_id": "10000244",
      "asset_name": "XXXXXX",
      "file_url": "XXXXXXXXXX",
      "width": "1080",
      "height": "170",
      "video_play_duration": "0",
      "file_size": "3448",
      "file_format": "image/png",
      "file_hash_sha256": "XXXXXX"
    }]
  }
}
```

=====
=====

?3.编辑素材名称

通过此接口可以编辑素材名称

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/creative_asset/name/update

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_id	long	是	素材 ID
asset_name	string	是	修改后的素材名称，最长 128 位 且满足正则 <code>^[^\uF075]+\$</code>

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/tools/creative_asset/name/update HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"asset_id":"10000239",
"asset_name":"70kb 的大小"
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	long	否	素材 ID

应答示例

```
=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code":200
}
=====
=====
```

=====
=====

?.4.删除素材

通过此接口可以删除素材

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/creative_asset/delete

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_ids	long[]	是	素材 ID，最多 50 个

请求示例

=====
=====POST
openapi/v2/tools/creative_asset/delete HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"asset_ids":["10000235","3","1"]
}
=====
=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	否	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1[]	否	删除结果，导致删除失败的素材列表信息

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
asset_id	long	是	素材 ID
error_code	string	是	删除失败错误码

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "200",  
  "data": [{  
    "error_code": "120001017",  
    "asset_id": 10000235  
  }]  
}
```

2.5. 获取上传文件凭证

通过此接口可以获取文件上传凭证

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/file/token/query>

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
------	----	------	----

请求示例

```
=====  
=====  
GET openapi/v2/tools/file/token/query HTTP/1.1  
Accept:application/json
```

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====
=====
响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	上传身份标识, 5 分钟有效期

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
file_token	string	是	上传身份标识, 5 分钟有效期

应答示例

=====
=====
HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200",
"data": {
"file_token": "XXXXXXXXX"
}
}

4.10.2.4.5 转化跟踪目标

?.1.查询转化跟踪目标

通过此接口可以查询转化跟踪目标, 需要向运营申请转化指标权限

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/effect_tracking/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50
以下为过滤字段			
product_unique_flag	string	否	推广产品的唯一标识，应用是包名，网页是 URL 链接 最大长度是 2048 位
effect_name	string	否	转换指标名称 最大长度 255 位，满足 $^[\w\ \u4e00-\u9fa5_]\{1,20\}\$$ 正则校验
effect_type	string	否	转化目标 详见【转化目标】
product_type	string	否	推广产品 只能使用 WEB、 ANDROID_APP 详见【推广产品】
imp_tracking_url	string	是	曝光监测地址

请求示例

```
=====
```

```
GET openapi/v2/tools/effect_tracking/query?page_num=1&page_size=10 HTTP/1.1
```

```
Accept:application/json
```

```
Content-Type:application/json
```

```
Authorization:Bearer
```

```
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY  
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
```

```
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	转化跟踪指标列表

Struct1 定义

类型	参数名称	是否必选	描述
	total	是	转化跟踪指标总条数
	data	否	转化跟踪指标列表

Struct2 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
tracking_id	long	是	转化跟踪指标 ID
tracking_status	string	是	跟踪状态 详见【转化跟踪状态】
effect_name	string	是	转化跟踪指标名称
effect_type	string	是	转化目标 详见【转化目标】
click_tracking_url	string	是	点击监测地址

应答示例

=====
=====

```

HTTPS/1.1 200 OK
{
"code": "200",
"data": {
"total": 89,
"data": [{
"targeting_template_name": "zyh",

```

```
"targeting_template_id": 65002521,  
"current_location_struct": {  
"additional": "REGION_GEO",  
"value": [  
"1156410100",  
"1156410200",  
"1156411600",  
"1156411700",  
"1156419000"  
]  
},  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
},  
{  
"targeting_template_name": "zyh123targetingname",  
"targeting_template_id": 65002510,  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
},  
{  
"targeting_template_id": 65002509,  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
},  
{  
"targeting_template_id": 65002508,  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
},  
{  
"targeting_template_id": 65002507,  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
},  
{  
"targeting_template_id": 65002506,  
"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}
```

```
    },  
    {  
      "targeting_template_name": "1111zaas77ddf",  
      "targeting_template_id": 65002357,  
      "series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
    },  
    {  
      "targeting_template_name": "1111zaasddf",  
      "targeting_template_id": 65001976,"series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]  
    }  
  },  
  {  
    "targeting_template_name": "test123zyhhh123zyhhh",  
    "targeting_template_id": 65001975,  
    "series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]  
  }  
},  
{  
  "targeting_template_name": "test123zyhhh123",  
  "targeting_template_id": 65001973,  
  "series_type_struct": {"value": ["Honor Other Series"]}  
}  
]  
}  
}  
=====
```

4.10.2.4.6 定向模板

?1.创建定向模板

通过此接口可以创建定向模板

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/targeting_template/create

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
targeting_template_name	string	是	定向模板名称，最大长度不超过40且必填 注：定向模板仅用于创建广告时快捷选择定向条件；编辑定向模板，不会自动将定向内容同步到与此定向模板相关联的广告中。
gender_struct	Struct4	否	性别定向，值为 gender 定向中的 value 单选值，不支持复选
age_struct	Struct4	否	年龄定向，值为 age 定向中的 value 可同时选择不同年龄段的
current_location_struct	Struct4	否	当前位置在该区域的人，值为 region_geo（地理划分）和 region_level（发展划分）定向中的 code 用户选择当前在这里的人，把 code 数组放入该字段，residenceLocationStruct 为空，current_location_struct 和 residence_location_struct 不能同时选择
residence_location_struct	Struct4	否	常驻在这里的人（最近一个月在这住的人），值为 region_geo（地理划分）和 region_level（发展划分定向中的 value 用户选择常住在这里的人，把 value 数组放入该字段，currentLocationStruct 为空，current_location_struct 和 residence_location_struct 不能同时选择
series_type_struct	Struct4	否	手机系列定向，值为 series_type 定向中的 value， series_type_struct 和 device_price_struct 不能同时选择
device_price_struct	Struct4	否	设备价格定向，值为

			device_price 定向中的 value, series_type_struct 和 device_price_struct 不能同时选择
installed_apps_struct	Struct4	否	已安装应用定向, 如果选择此定向, value 填写[“true”] productType 为 ANDROID_APP 时, installedAppsStruct 和 notInstalledAppsStruct 为二选一
not_installed_apps_struct	Struct4	否	未安装应用定向, 如果选择此定向, value 填写[“true”] productType 为 ANDROID_APP 时, installedAppsStruct 和 notInstalledAppsStruct 为二选一
app_category_installed_struct	Struct4	否	已安装 APP 分类定向, 值为 app_category 定向中的 value app_category_installed_struct、not_app_category_install_struct、app_category_active_struct 不能同时选择
not_app_category_install_struct	Struct4	否	未安装 APP 分类定向, 值为 app_category 定向中的 value app_category_installed_struct、not_app_category_install_struct、app_category_active_struct 不能同时选择
app_category_active_struct	Struct4	否	一个月内活跃 APP 分类定向, 值为 app_category 定向中的 value app_category_installed_struct、not_app_category_install_struct、app_category_active_struct 不能同时选择。
network_type_struct	Struct4	否	网络类型定向, 值为 network_type 定向中的 value, 可以复选
pre_defined_audience_struct	Struct4	否	自定义人群定向, 值为 pre_define_audience 定向中的 id pre_define_audience 的 id pre_defined_audience_struct 和 not_pre_defined_audience_struct 选择的值不能相同

not_pre_defined_audience_struct	Struct4	否	排除自定义人群定向，值为 not_pre_define_audience 定向中的 id not_pre_define_audience 的 id pre_defined_audience_struct 和 not_pre_defined_audience_struct 选择的值不能相同
---------------------------------	---------	---	---

Struct4 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
value	string[]	是	定向选中的值(true)
additional	string	否	详见【定向中 additional 定义】 current_location_struct 和 residence_location_struct 会存在此字段。 REGION_GEO: 使用定向 region_geo 进行选择（按区域划分） REGION_LEVEL: 使用定向 region_level 进行选择（按发展划分）

请求示例

=====

POST openapi/v2/tools/targeting_template/create HTTP/1.1

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY IZHZZT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

```
{
  "targeting_template_name": "zyh123zyhtestt123123asf",
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]
  },
  "current_location_struct": {
```

```
"additional": "REGION_GEO ",  
"value": [  
"1156410100",  
"1156410200",  
"1156410300",  
"1156410400",  
"1156410500",  
"1156410600",  
"1156410700",  
"1156410800",  
"1156410900",  
"1156411000",  
"1156411100",  
"1156411200",  
"1156411300",  
"1156411400",  
"1156411500",  
"1156411600",  
"1156411700",  
"1156419000"  
]  
}  
}
```

=====
=====
=====
=====
=====
=====
响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	定向模板 ID

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
targeting_template_id	string	是	定向模板 ID

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "200",  
  "data": {  
    "targeting_template_id": "65002585"  
  }  
}
```

2.2. 查询定向模板

通过此接口可以查询定向模板

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/tools/targeting_template/query

请求方法

GET

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码 取值范围 1~10000
page_size	integer	是	一页展示数量 取值范围 10~50

请求示例

```
=====  
=====  
GET openapi/v2/tools/targeting_template/query?page_num=1&page_size=10 HTTP/1.1
```

Accept:application/json

Content-Type:application/json

Authorization:Bearer

CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=

=====
=====

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	否	返回描述
data	Struct1	否	定向模板列表

Struct1 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
total	integer	是	定向模板总条数
data	Struct2[]	否	定向模板列表

Struct2 定义

参数字段	类型	是否必选	描述
targeting_template_id	long	是	定向模板 ID
targeting_template_name	string	是	定向模板名称
gender_struct	Struct3	否	性别定向，值为 gender 定向中的 value
age_struct	Struct3	否	年龄定向，值为 age 定向中的 value
current_location_struct	Struct3	否	当前在这里的人，值为 region_geo 和 region_level 定向中的 code
residence_location_struct	Struct3	否	常驻在这里的人，值为 region_geo 和 region_level 定向中的 value
series_type_struct	Struct3	否	手机系列定向，值为 series_type 定向中的 value

device_price_struct	Struct3	否	设备价格定向，值为 device_price 定向中的 value
installed_apps_struct	Struct3	否	已安装应用定向，如果选择此定向，value 不为空
not_installed_apps_struct	Struct3	否	未安装应用定向，如果选择此定向，value 不为空
app_category_installed_struct	Struct3	否	已安装 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
not_app_category_install_struct	Struct3	否	未安装 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
app_category_active_struct	Struct3	否	一个月内活跃 APP 分类定向，值为 app_category 定向中的 value
network_type_struct	Struct3	否	网络类型定向，值为 network_type 定向中的 value
pre_defined_audience_struct	Struct3	否	自定义人群定向，值为 pre_define_audience 定向中的 id
not_pre_defined_audience_struct	Struct3	否	排除自定义人群定向，值为 not_pre_define_audience 定向中的 id

Struct3 定义

参数名称	类型	是否必选	描述
value	string[]	是	定向选中的值
additional	string	否	current_location_struct 和 residence_location_struct 会存在此字段。 REGION_GEO: 使用定向 region_geo 进行选择 REGION_LEVEL: 使用定向 region_level 进行选择

应答示例

```
=====
```

```
HTTPS/1.1 200 OK
```

```
{
```

```
"code": "200",
"data": {
  "total": 89,
  "data": [{
    "targeting_template_name": "zyh",
    "targeting_template_id": 65002521,
    "current_location_struct": {
      "additional": "REGION_GEO",
      "value": [
        "1156410100",
        "1156410200",
        "1156411600",
        "1156411700",
        "1156419000"]},
    "series_type_struct": {
      "value": ["Honor Other Series"]}},
    {
      "targeting_template_name": "zyh123targetingname",
      "targeting_template_id": 65002510,
      "series_type_struct": {
        "value": ["Honor Other Series"]}},
    {
      "targeting_template_id": 65002509,
      "series_type_struct": {
        "value": ["Honor Other Series"]}},
    {
      "targeting_template_id": 65002508,
      "series_type_struct": {
        "value": ["Honor Other Series"]}},
    {
      "targeting_template_id": 65002507,
      "series_type_struct": {
        "value": ["Honor Other Series"]}},
```



```
{
  "targeting_template_id": 65002506,
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]}
},
{
  "targeting_template_name": "1111zaas77ddf",
  "targeting_template_id": 65002357,
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]}
},
{
  "targeting_template_name": "1111zaasddf",
  "targeting_template_id": 65001976,
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]}
},
{
  "targeting_template_name": "test123zyhhh123zyhhh",
  "targeting_template_id": 65001975,
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]}
},
{
  "targeting_template_name": "test123zyhhh123",
  "targeting_template_id": 65001973,
  "series_type_struct": {
    "value": ["Honor Other Series"]}
}
}
}
```

=====

4.10.2.5 数据报表

4.10.2.5.1 广告主数据

广告主通过本接口获取广告主基本数据，包括花费、点击量、点击均价等。

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/reports/advertiser/query>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
time_granularity	string	否	可选(非必填): "STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY"天粒度。 详见【时间粒度】
start_date	string	是	起始时间
end_date	string	是	结束时间
page_num	integer	否	搜索页码 默认值 1, 取值范围 1~1000
page_size	integer	否	一页展示数量, 默认值 20 取值范围 1~1000

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/reports/advertiser/query HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGCComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "advertiser_id":"662000616",
  "start_date":"2019-03-20",
  "end_date":"2019-06-20",
  "time_granularity": "STAT_TIME_GRANULARITY_MONTHLY",
  "page_num":1,
  "page_size":10
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	是	返回描述
data	Struct1	否	指定对象统计数据

data(Struct1)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_info	Struct2	是	分页配置信息
list	Struct3	是	统计数据列表

pageInfo(Struct2)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码
page_size	integer	是	一页显示的数据条数
total_num	integer	是	总条数
total_page	integer	是	总页数

list(Struct4)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
advertiser_id	string	是	广告主 ID
stat_datetime	string	是	数据起始时间 格式: YYYYMMDDHH 请求中的时间粒度, 决定时间精度
show_count	integer	是	曝光量-展示指标
click_count	integer	是	点击量-展示指标
cpc	float	是	点击均价-展示指标
thousand_show_cost	float	是	千人展示均价-展示指标
cost	float	是	花费-展示指标, 单位元

download_count	integer	是	下载量
download_cost	float	是	下载成本
install_count	integer	是	安装量
install_cost	float	是	安装成本
active_count	integer	是	激活量
active_cost	float	是	激活成本
register_count	integer	是	注册量
register_cost	float	是	注册成本
retain_count	integer	是	次留量
retain_cost	float	是	次留成本
pay_count	integer	是	付费量
pay_cost	float	是	付费成本
browse_count	integer	是	浏览量
browse_cost	float	是	浏览成本
collection_count	integer	是	收藏量
collection_cost	float	是	收藏成本
add_cart_count	integer	是	加入购物车量
add_cart_cost	float	是	加入购物车成本
pre_order_count	integer	是	下单量
pre_order_cost	float	是	下单成本
form_submit_count	integer	是	表单提交量
form_submit_cost	float	是	表单提交成本
effective_consult_count	integer	是	有效咨询量
effective_consult_cost	float	是	有效咨询成本
effective_customer_acquisition_count	integer	是	有效获客量
effective_customer_acquisition_cost	float	是	有效获客成本
app_custom_count	integer	是	应用自定义转化量
app_custom_cost	float	是	应用自定义转化成本
web_custom_count	integer	是	网页自定义转化量

web_custom_cost	float	是	网页自定义转化成本
play_count	integer	否	视频播放次数
play_over_count	integer	否	视频播放完成次数
effective_book_count	integer	否	有效预定量
effective_book_cost	float	否	有效预定成本
book_amount	integer	否	预定数量
paid_amount	float	否	付费金额
activate_hms_count	integer	否	激活(HMS)量
activate_hms_cost	float	否	激活(HMS)成本
retain_hms_count	integer	否	次留(HMS)量
retain_hms_cost	float	否	次留(HMS)成本

应答示例

=====

```
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "0",
  "message": "OK",
  "data": {
    "page_info": {
      "page": 1,
      "page_size": 1,
      "total_num": 1,
      "total_page": 1
    },
    "list": [{
      "stat_datetime": "2019050100",
      "show_count": 154,
      "click_count": 14,
      "cpc": 2.2,
      "thousand_show_cost": 200,
```

```
"cost": 30.8,  
"download_count": 0,  
"download_cost": 0.0,  
"install_count": 0,  
"install_cost": 0.0,  
"active_count": 0,  
"active_cost": 0.0,  
"register_count": 0,  
"register_cost": 0.0,  
"retain_count": 0,  
"retain_cost": 0.0,  
"pay_count": 0,  
"pay_cost": 0.0,  
"browse_count": 0.0,  
"browse_cost": 0.0,  
"collection_count": 0,  
"collection_cost": 0.0,  
"add_cart_count": 0,  
"add_cart_cost": 0.0,  
"paid_amount": 0,  
"pre_order_cost": 0.0,  
"form_submit_count": 0,  
"form_submit_cost": 0.0,  
"effective_consult_count": 0,  
"effective_consult_cost": 0.0,  
"effective_customer_acquisition_count": 0,  
"effective_customer_acquisition_cost": 0.0,  
"app_custom_count": 0,  
"app_custom_cost": 0.0,  
"web_custom_count": 0,  
"web_custom_cost": 0.0,  
"advertiser_id": "662000616"  
}]
```

}

=====

=====

4.10.2.5.2 计划数据

广告主通过本接口获取广告主基本数据，包括花费、点击量、点击均价等。

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/reports/campaign/query>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
time_granularity	string	是	可选(非必填): "STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY"天粒度。 详见【时间粒度】
filtering	Struct1	否	过滤字段
page_num	integer	否	搜索页码 默认值 1，取值范围 1~1000
page_size	integer	否	一页展示数量，默认值 20 取值范围 1~1000
start_date	string	是	起始时间
end_date	string	是	结束时间
order_by	string	否	排序字段，所有的统计指标均可参与排序
order_type	string	否	排序方式；默认值: DESC；允许值: "ASC", "DESC"

filtering(Struct1)类型

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_ids	string[]	否	计划 ID
campaign_name	string	否	计划名称
product_types	string[]	否	推广产品 详见【推广产品】不需要做转化

请求示例

```
=====
=====
POST  openapi/v2/reports/campaign/query HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "advertiser_id":"2000000083",
  "start_date":"2019-09-12",
  "end_date":"2019-12-12",
  "time_granularity":"STAT_TIME_GRANULARITY_SUMMARY",
  "page_num":1,
  "page_size":1
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	是	返回描述
data	Struct1	否	指定对象统计数据

data(Struct1)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_info	Struct2	是	分页配置信息
list	Struct3	是	统计数据列表

page_info(Struct2)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码
page_size	integer	是	一页显示的数据条数
total_num	integer	是	总条数
total_page	integer	是	总页数

list(Struct3)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
advertiser_id	string	是	广告主 ID
campaign_id	string	是	推广计划 ID
campaign_name	string	是	推广计划名称
stat_datetime	string	是	数据起始时间 格式: YYYYMMDDHH 请求中的时间粒度, 决定时间精度
show_count	integer	是	曝光量-展示指标
click_count	integer	是	点击量-展示指标
cpc	float	是	点击均价-展示指标
thousand_show_cost	float	是	千人展示均价-展示指标
cost	float	是	花费-展示指标, 单位元
download_count	integer	是	下载量
download_cost	float	是	下载成本
install_count	integer	是	安装量
install_cost	float	是	安装成本
active_count	integer	是	激活量
active_cost	float	是	激活成本
register_count	integer	是	注册量
register_cost	float	是	注册成本
retain_count	integer	是	次留量
retain_cost	float	是	次留成本

pay_count	integer	是	付费量
pay_cost	float	是	付费成本
browse_count	integer	是	浏览量
browse_cost	float	是	浏览成本
collection_count	integer	是	收藏量
collection_cost	float	是	收藏成本
add_cart_count	integer	是	加入购物车量
add_cart_cost	float	是	加入购物车成本
pre_order_count	integer	是	下单量
pre_order_cost	float	是	下单成本
form_submit_count	integer	是	表单提交量
form_submit_cost	float	是	表单提交成本
effective_consult_count	integer	是	有效咨询量
effective_consult_cost	float	是	有效咨询成本
effective_customer_acquisition_count	integer	是	有效获客量
effective_customer_acquisition_cost	float	是	有效获客成本
app_custom_count	integer	是	应用自定义转化量
app_custom_cost	float	是	应用自定义转化成本
web_custom_count	integer	是	网页自定义转化量
web_custom_cost	float	是	网页自定义转化成本
play_count	integer	否	视频播放次数
play_over_count	integer	否	视频播放完成次数
effective_book_count	integer	否	有效预定量
effective_book_cost	float	否	有效预定成本
book_amount	integer	否	预定数量
paid_amount	float	否	下单金额
activate_hms_count	integer	否	激活(HMS)量
activate_hms_cost	float	否	激活(HMS)成本
retain_hms_count	integer	否	次留(HMS)量

retain_hms_cost	float	否	次留(HMS)成本
-----------------	-------	---	-----------

应答示例

=====
=====

```
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "0",
  "message": "OK",
  "data": {
    "page_info": {
      "page": 1,
      "page_size": 1,
      "total_num": 1,
      "total_page": 1
    },
    "list": [{
      "stat_datetime": "2019091200",
      "show_count": 41,
      "click_count": 30,
      "cpc": 0.00164,
      "thousand_show_cost": 1.2,
      "cost": 0.0492,
      "download_count": 0,
      "download_cost": 0.0,
      "install_count": 0,
      "install_cost": 0.0,
      "active_count": 0,
      "active_cost": 0.0,
      "register_count": 0,
      "register_cost": 0.0,
      "retain_count": 0,
      "retain_cost": 0.0,
    }
  ]
}
```

```
"pay_count": 0,  
"pay_cost": 0.0,  
"browse_count": 0,  
"browse_cost": 0.0,  
"collection_count": 0,  
"collection_cost": 0.0,  
"add_cart_count": 0,  
"add_cart_cost": 0.0,  
"pre_order_count": 0,  
"pre_order_cost": 0.0,  
"form_submit_count": 0,  
"form_submit_cost": 0.0,  
"effective_consult_count": 0,  
"effective_consult_cost": 0.0,  
"effective_customer_acquisition_count": 0,  
"effective_customer_acquisition_cost": 0.0,  
"app_custom_count": 0,  
"app_custom_cost": 0.0,  
"web_custom_count": 0,  
"web_custom_cost": 0.0,  
"advertiser_id": "2000000083",  
"campaign_id": "3004433",  
"campaign_name": ttt  
}  
}  
}
```

=====

4.10.2.5.3 任务数据

广告主通过本接口获取广告主基本数据，包括花费、点击量、点击均价等。

请求地址

<https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/reports/adgroup/query>

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
time_granularity	string	是	可选(非必填): "STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY"天粒度。 详见【时间粒度】
filtering	Struct1	否	过滤字段
page_num	integer	否	搜索页码 默认值 1, 取值范围 1~1000
page_size	integer	否	一页展示数量, 默认值 20 取值范围 1~1000
start_date	string	是	起始时间
end_date	string	是	结束时间
order_by	string	否	排序字段, 所有的统计指标均可参与排序
order_type	string	否	排序方式; 默认值: DESC; 允许值: "ASC", "DESC"

filtering(Struct1)类型

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_ids	string[]	否	推广计划 ID
campaign_name	string	否	计划名称
adgroup_ids	string[]	否	任务 ID
adgroup_name	string	否	任务名称
product_types	string[]	否	推广产品 详见【推广产品】
app_ids	string[]	否	APPID 只在推广产品为应用时有效 (APPID)
app_channel_package_ids	string[]	否	渠道包 ID 只在推广产品为应用时有效 (APPID)

placement_name	string	否	版位名称
pricings	string[]	否	出价方式 详见【付费方式】

请求示例

```

=====
=====
POST openapi/v2/reports/adgroup/query HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuf1yGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
"advertiser_id":"2080000256",
"start_date":"2019-06-20",
"end_date":"2019-06-21",
"time_granularity":"STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY",
"page_num":1,
"page_size":10
}
=====
=====

```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	是	返回描述
data	Struct1	否	指定对象统计数据

data(Struct1)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_info	Struct2	是	分页配置信息
list	Struct3	是	统计数据列表

page_info(Struct2)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_num	integer	是	搜索页码
page_size	integer	是	一页显示的数据条数
total_num	integer	是	总条数
total_page	integer	是	总页数

list(Struct3)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
advertiser_id	string	是	广告主 ID
adgroup_id	string	是	任务 ID
adgroup_name	string	是	任务名称
stat_datetime	string	是	数据起始时间 格式: YYYYMMDDHH 请求中的时间粒度, 决定时间精度
show_count	integer	是	曝光量-展示指标
click_count	integer	是	点击量-展示指标
cpc	float	是	点击均价-展示指标
thousand_show_cost	float	是	千人展示均价-展示指标
cost	float	是	花费-展示指标, 单位元
download_count	integer	是	下载量
download_cost	float	是	下载成本
install_count	integer	是	安装量
install_cost	float	是	安装成本
active_count	integer	是	激活量
active_cost	float	是	激活成本
register_count	integer	是	注册量
register_cost	float	是	注册成本

retain_count	integer	是	次留量
retain_cost	float	是	次留成本
pay_count	integer	是	付费量
pay_cost	float	是	付费成本
browse_count	integer	是	浏览量
browse_cost	float	是	浏览成本
collection_count	integer	是	收藏量
collection_cost	float	是	收藏成本
add_cart_count	integer	是	加入购物车量
add_cart_cost	float	是	加入购物车成本
pre_order_count	integer	是	下单量
pre_order_cost	float	是	下单成本
form_submit_count	integer	是	表单提交量
form_submit_cost	float	是	表单提交成本
effective_consult_count	integer	是	有效咨询量
effective_consult_cost	float	是	有效咨询成本
effective_customer_acquisition_count	integer	是	有效获客量
effective_customer_acquisition_cost	float	是	有效获客成本
app_custom_count	integer	是	应用自定义转化量
app_custom_cost	float	是	应用自定义转化成本
web_custom_count	integer	是	网页自定义转化量
web_custom_cost	float	是	网页自定义转化成本
play_count	integer	否	视频播放次数
play_over_count	integer	否	视频播放完成次数
effective_book_count	integer	否	有效预定量
effective_book_cost	float	否	有效预定成本
book_amount	integer	否	预定数量
paid_amount	float	否	下单金额
activate_hms_count	integer	否	激活(HMS)量

activate_hms_cost	float	否	激活(HMS)成本
retain_hms_count	integer	否	次留(HMS)量
retain_hms_cost	float	否	次留(HMS)成本

应答示例

=====

```
HTTPS/1.1 200 OK
{
  "code": "0",
  "message": "OK",
  "data": {
    "page_info": {
      "page": 1,
      "page_size": 1,
      "total_num": 1,
      "total_page": 1
    },
    "list": [{
      "stat_datetime": "2019062100",
      "show_count": 48,
      "click_count": 40,
      "cpc": 0.12,
      "thousand_show_cost": 100,
      "cost": 4.8,
      "download_count": 32,
      "download_cost": 0.15,
      "install_count": 0,
      "install_cost": 0.0,
      "active_count": 0,
      "active_cost": 0.0,
      "register_count": 0,
      "register_cost": 0.0,
    }
  ]
}
```

```
"retain_count": 0,  
"retain_cost": 0.0,  
"pay_count": 0,  
"pay_cost": 0.0,  
"browse_count": 0,  
"browse_cost": 0.0,  
"collection_count": 0,  
"collection_cost": 0.0,  
"add_cart_count": 0,  
"add_cart_cost": 0.0,  
"pre_order_count": 0,  
"pre_order_cost": 0.0,  
"form_submit_count": 0,  
"form_submit_cost": 0.0,  
"effective_consult_count": 0,  
"effective_consult_cost": 0.0,  
"effective_customer_acquisition_count": 0,  
"effective_customer_acquisition_cost": 0.0,  
"app_custom_count": 0,  
"app_custom_cost": 0.0,  
"web_custom_count": 0,  
"web_custom_cost": 0.0,  
"advertiser_id": "2080000256",  
"adgroup_id": "1120002868",  
"adgroup_name": null  
}}  
}  
}  
}
```

=====

=====

4.10.2.5.4 创意数据

广告主通过本接口获取广告主基本数据，包括花费、点击量、点击均价等。

请求地址

https://ads.cloud.huawei.com/openapi/v2/reports/creative/query

请求方法

POST

请求参数

参数名称	类型	是否必选	描述
time_granularity	string	是	可选(非必填): "STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY"天粒度。 详见【时间粒度】
filtering	Struct1	否	过滤字段
page_num	integer	否	搜索页码 默认值 1, 取值范围 1~1000
page_size	integer	否	一页展示数量, 默认值 20 取值范围 1~1000
start_date	string	是	起始时间
end_date	string	是	结束时间
order_by	string	否	排序字段, 所有的统计指标均可参与排序
order_type	string	否	排序方式; 默认值: DESC; 允许值: "ASC", "DESC"

filtering(Struct1)类型

参数名称	类型	是否必选	描述
campaign_ids	string[]	否	推广计划 ID
campaign_name	string	否	计划名称
adgroup_ids	string[]	否	任务 ID
adgroup_name	string	否	任务名称
creative_ids	string[]	否	创意 ID
placement_name	string	否	版位名称
pricings	string[]	否	出价方式 详见【付费方式】

请求示例

```
=====
=====
POST openapi/v2/reports/adgroup/query HTTP/1.1
Accept:application/json
Content-Type:application/json
Authorization:Bearer
CgB6e3x9ERGComr9dENxZX22iBk+mLuflyGtQVPUjPJUMrstfKlqpdXk+kfHU9J8ZJ/soY
IZHZzT446GeSYumluQuhsK7jvz4kz1Bkms4CLI/rE=
{
  "advertiser_id":"2000000083",
  "start_date":"2019-09-12",
  "end_date":"2019-09-12",
  "time_granularity":"STAT_TIME_GRANULARITY_HOURLY",
  "page_num":1,
  "page_size":1
}
=====
=====
```

响应字段

参数名称	类型	是否必选	描述
code	string	是	返回码
message	string	是	返回描述
data	Struct1	否	指定对象统计数据

data(Struct1)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page_info	Struct2	是	分页配置信息
list	Struct3	是	统计数据列表

page_info(Struct2)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
page	integer	是	搜索页码
page_size	integer	是	一页显示的数据条数
total_number	integer	是	总条数
total_page	integer	是	总页数

list(Struct3)参数

参数名称	类型	是否必选	描述
advertiser_id	string	是	广告主 ID
creative_id	string	是	创意 ID
creative_name	string	是	创意名称
stat_datetime	string	是	数据起始时间 格式: YYYYMMDDHH 请求中的时间粒度, 决定时间精度
show_count	integer	是	曝光量-展示指标
click_count	integer	是	点击量-展示指标
cpc	float	是	点击均价-展示指标
thousand_show_cost	float	是	千人展示均价-展示指标
cost	float	是	花费-展示指标, 单位元
download_count	integer	是	下载量
download_cost	float	是	下载成本
install_count	integer	是	安装量
install_cost	float	是	安装成本
active_count	integer	是	激活量
active_cost	float	是	激活成本
register_count	integer	是	注册量
register_cost	float	是	注册成本
retain_count	integer	是	次留量
retain_cost	float	是	次留成本

pay_count	integer	是	付费量
pay_cost	float	是	付费成本
browse_count	integer	是	浏览量
browse_cost	float	是	浏览成本
collection_count	integer	是	收藏量
collection_cost	float	是	收藏成本
add_cart_count	integer	是	加入购物车量
add_cart_cost	float	是	加入购物车成本
pre_order_count	integer	是	下单量
pre_order_cost	float	是	下单成本
form_submit_count	integer	是	表单提交量
form_submit_cost	float	是	表单提交成本
effective_consult_count	integer	是	有效咨询量
effective_consult_cost	float	是	有效咨询成本
effective_customer_acquisition_count	integer	是	有效获客量
effective_customer_acquisition_cost	float	是	有效获客成本
app_custom_count	integer	是	应用自定义转化量
app_custom_cost	float	是	应用自定义转化成本
web_custom_count	integer	是	网页自定义转化量
web_custom_cost	float	是	网页自定义转化成本
play_count	integer	否	视频播放次数
play_over_count	integer	否	视频播放完成次数
effective_book_count	integer	否	有效预定量
effective_book_cost	float	否	有效预定成本
book_amount	integer	否	预定数量
paid_amount	float	否	下单金额
activate_hms_count	integer	否	激活(HMS)量
activate_hms_cost	float	否	激活(HMS)成本

retain_hms_count	integer	否	次留(HMS)量
retain_hms_cost	float	否	次留(HMS)成本

应答示例

```
=====  
=====  
HTTPS/1.1 200 OK  
{  
  "code": "0",  
  "message": "OK",  
  "data": {  
    "page_info": {  
      "page": 1,  
      "page_size": 1,  
      "total_num": 1,  
      "total_page": 1  
    },  
    "list": [{  
      "stat_datetime": "2019091214",  
      "show_count": 20,  
      "click_count": 18,  
      "cpc": 0.001333333,  
      "thousand_show_cost": 1.2,  
      "cost": 0.024,  
      "download_count": 0,  
      "download_cost": 0.0,  
      "install_count": 0,  
      "install_cost": 0.0,  
      "active_count": 0,  
      "active_cost": 0.0,  
      "register_count": 0,  
      "register_cost": 0.0,  
      "retain_count": 0,
```

```
"retain_cost": 0.0,  
"pay_count": 0,  
"pay_cost": 0.0,  
"browse_count": 0,  
"browse_cost": 0.0,  
"collection_count": 0,  
"collection_cost": 0.0,  
"add_cart_count": 0,  
"add_cart_cost": 0.0,  
"pre_order_count": 0,  
"pre_order_cost": 0.0,  
"form_submit_count": 0,  
"form_submit_cost": 0.0,  
"effective_consult_count": 0,  
"effective_consult_cost": 0.0,  
"effective_customer_acquisition_count": 0,  
"effective_customer_acquisition_cost": 0.0,  
"app_custom_count": 0,  
"app_custom_cost": 0.0,  
"web_custom_count": 0,  
"web_custom_cost": 0.0,  
"advertiser_id": "2000000083",  
"creative_id": "3002430"  
}  
}  
}
```

=====
=====

4.10.2.6 附录

4.10.2.6.1 版位子样式介绍

开屏图片（SPLASH_PICTURE）



信息流大图 (NATIVE_BIG_PICTURE)



开屏视频 (SPLASH_VIDEO)



信息流小图 (FEED_SMALL_PICTURE)



信息流组图 (FEED_MULTI_PICTURE)



信息流视频 (FEED_VIDEO)



信息流纯图 (FEED_PURE_PICTURE)



信息流文字链 (FEED_TEXT)



信息流小图（摘要）（FEED_SMALL_PICTURE_TEXT）



焦点图 (FOCUS_PICTURE)



1.1.12 视频贴片-图片 (ROLL_PICTURE)



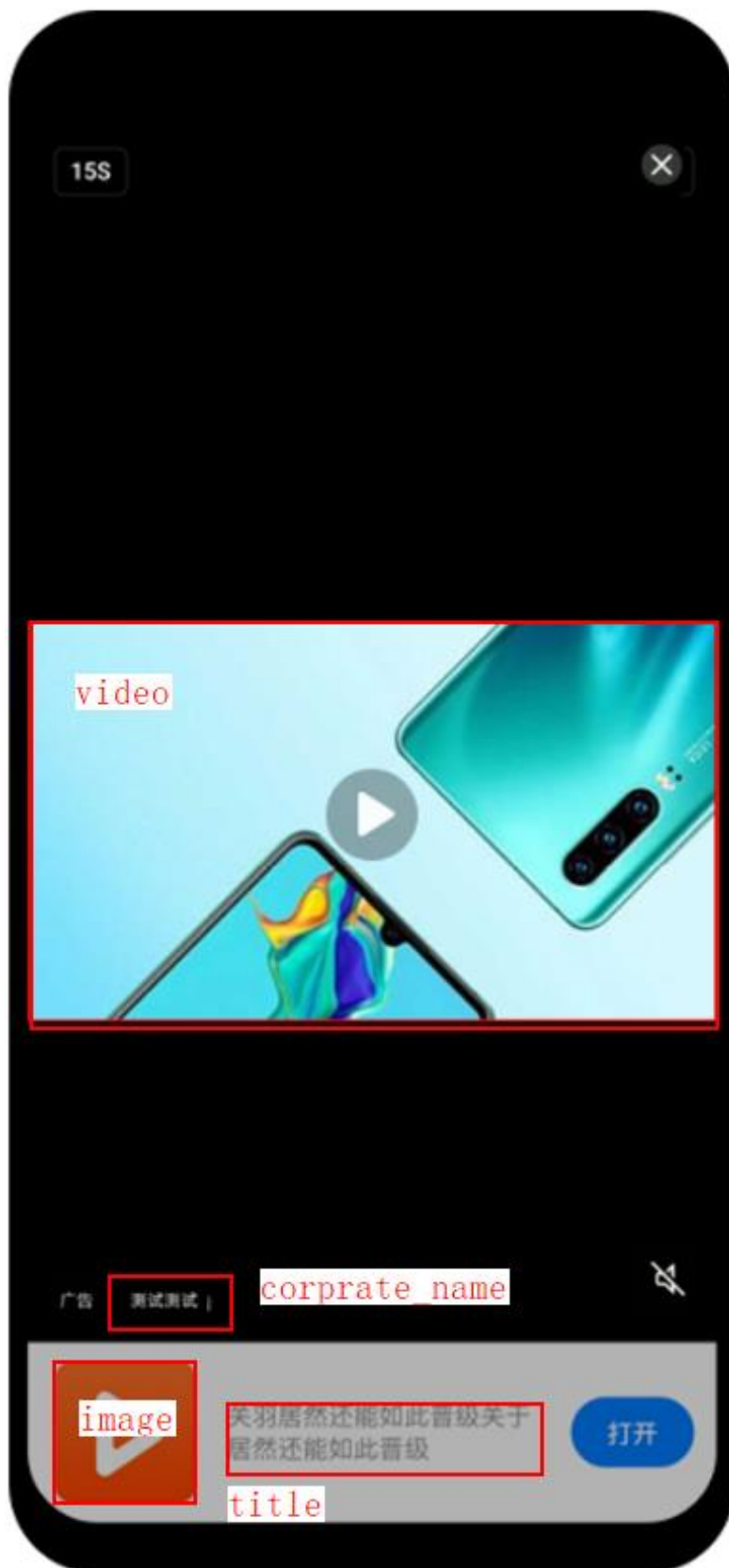
1.1.13 视频贴片-视频 (ROLL_VIDEO)



激励视频（应用）（REWARD_VIDEO_APP）



激励视频（非应用）（REWARD_VIDEO_NOT_APP）



应用图标 (APP_ICON)



Banner (BANNER)



插屏图片 (INTERSTITIAL_PICTURE)



插屏视频 (INTERSTITIAL_VIDEO)



4.10.2.6.2 字段描述说明

约束地址

值	描述
https://ad.doubleclick.net	点击监控地址约束
https://ad.doubleclick.net	展示监控地址约束

修改限额约束

值	描述
daily_budget	1. 日限额不低于最小限额现阶段为 2. 日限额修改幅度不低于最小修改幅度 现阶段为 日限额修改不能大于每天最多修改 现阶段为 10 次

日限额说明

值	描述
daily_budge	daily_budget_today 有值 但 daily_budget_date 不为当天, 则 daily_budget 为当日日限额。 daily_budget_today 有值 且 daily_budget_date 为当天, 此时 daily_budget 为次日日限额 出价不能大于日限额

展位元素类型

值	描述
image	图片
icon	图标
video	视频
title	文案
description	摘要
corprate_name	品牌名称
landing_page_url	落地页
impression_tracking_url	曝光监测地址
click_tracking_url	点击监测地址

文件格式

值	描述
PNG	png 格式
JPEG	jpeg 格式
JPG	jpg 格式
GIF	gif 格式
MP4	mp4 格式

定向模板集合

值	描述
region_geo	地域（地理划分）
region_level	地域（发展划分）
gender	性别
age	年龄
app_category	app 行为
series_type	机型系列
device_price	设备价格
network_type	网络类型
pre_define_audience	人群
not_pre_define_audience	排除人群

4.10.2.6.3 枚举值

动态词包标识

值	描述
DYNAMIC_WORD_DISABLE	未使用动态词包，默认值
DYNAMIC_WORD_ENABLE	使用动态词包

创意审核状态

值	描述
AUDIT	审核中

APPROVE	审核通过
AUDIT_DENY	审核不通过

版位形式

值	描述
CREATIVE_SIZE_TYPE_SINGLE_PICTURE	单图（文）
CREATIVE_SIZE_TYPE_MULTI_PICTURE	多图（文）
CREATIVE_SIZE_TYPE_VIDEO	视频
CREATIVE_SIZE_TYPE_TEXT	文字链
CREATIVE_SIZE_TYPE_ICON	图标

版位子形式

值	描述
SPLASH_PICTURE	开屏图片
SPLASH_VIDEO	开屏视频
SPLASH_LINK_VIDEO	联动视频开屏
NATIVE_BIG_PICTURE	信息流大图
FEED_SMALL_PICTURE	信息流小图
FEED_MULTI_PICTURE	信息流组图
FEED_VIDEO	信息流视频
FEED_PURE_PICTURE	信息流纯图
FEED_TEXT	信息流文字链
FEED_SMALL_PICTURE_TEXT	信息流小图（摘要）
FOCUS_PICTURE	焦点图
ROLL_PICTURE	视频贴片-图片
ROLL_VIDEO	视频贴片-视频
REWARD_VIDEO_APP	激励视频（应用）
REWARD_VIDEO_NOT_APP	激励视频（非应用）
APP_ICON	应用图标

BANNER	Banner
INTERSTITIAL_PICTURE	插屏图片
INTERSTITIAL_VIDEO	插屏视频

创意显示状态

值	描述
CREATIVE_STATUS_DELETE	已删除
CREATIVE_STATUS_AUDIT	审核中
CREATIVE_STATUS_AUDIT_DENY	审核不通过
CREATIVE_STATUS_DISABLE	暂停中
CREATIVE_STATUS_ENABLE	启动中
CREATIVE_STATUS_ALL	所有
CREATIVE_STATUS_NOT_DELETE	所有未删除，默认值

计划/任务/创意操作状态

值	描述
OPERATION_STATUS_ENABLE	投放中
OPERATION_STATUS_DISABLE	已暂停
OPERATION_STATUS_DELETE	已删除

操作类型

值	描述
OPERATION_ENABLE	启用
OPERATION_DISABLE	停用
OPERATION_DELETE	删除

推广产品

值	描述
WEB	网页

ANDROID_APP	应用
QUICK_APP	快应用
PROMOTION	促销活动

应用是否安装标识

值	描述
APP_INSTALLED	应用未安装
APP_NOT_INSTALLED	应用已安装

付费方式

值	描述
PRICING_CPM	CPM
PRICING_CPC	CPC
PRICING_CPD	CPD
PRICING_OCPC	oCPC

是否选择支持投放时段

值	描述
TIME_PERIOD_DISABLE	不支持，默认值
TIME_PERIOD_ENABLE	支持

是否支持多创意

值	描述
MULTI_CREATIVE_DISABLE	不支持，默认值
MULTI_CREATIVE_ENABLE	支持

落地页类型

值	描述
LANDING_PAGE_TYPE_APP	应用，仅可用于推广产品为应用

LANDING_PAGE_TYPE_WEB	网页，仅可用于推广产品为网页
-----------------------	----------------

定向中 **additional** 定义

值	描述
REGION_GEO	表示 geo
REGION_LEVEL	表示 level

素材类型

值	描述
CREATIVE_ASSET_PICTURE	图片
CREATIVE_ASSET_VIDEO	视频

素材状态

值	描述
CREATIVE_ASSET_ENABLE	有效，默认值
CREATIVE_ASSET_DISABLE	已删除

转化目标

值	描述
TRACKING_ACTIVE	激活应用
TRACKING_BROWSER	浏览商品
TRACKING_COLLECTION	收藏
TRACKING_ADD_CART	加入购物车
TRACKING_PRE_ORDER	下单
TRACKING_REGISTER	注册
TRACKING_RETAIN	次日留存
TRACKING_PAY	付费量
TRACKING_APP_CUSTOM	自定义（应用）

TRACKING_FORM_SUBMIT	表单提交
TRACKING_EFFECTIVE_CONSULT	有效咨询
TRACKING_EFFECTIVE_CUSTOMER_ACQUISITION	有效获客
TRACKING_EFFECTIVE_BOOK	有效预定
TRACKING_WEB_CUSTOM	自定义（网页）
TRACKING_ACTIVATE_HMS	激活(HMS)
TRACKING_RETAIN_HMS	次留(HMS)

转化跟踪状态

值	描述
TRACKING_STATUS_ACTIVE	已激活
TRACKING_STATUS_NOT_ACTIVE	未激活

计划修改日限额操作类型

值	描述
UPDATE_TODAY_DAILY_BUDGET	修改当日限额
UPDATE_TOMORROW_DAILY_BUDGET	创建/修改计划限额，次日生效
DELETE_TOMORROW_DAILY_BUDGET	删除计划次日日限额

时间段类型

值	描述
TIME_PERIOD_ALL	全天
TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC	特定时间段
TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC	特是时间段（高级设置）

智能提价标志

值	描述
DYNAMIC_PRICE_DISABLE	否，默认值

DYNAMIC_PRICE_ENABLE	是
----------------------	---

计划日限额状态

值	描述
CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED	未达日限额
CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_EXCEED	到达日限额

任务界面显示的状态

值	描述
ADGROUP_STATUS_DELETE	已删除
ADGROUP_STATUS_AUDIT	审核中
ADGROUP_STATUS_AUDIT_DENY	审核不通过
ADGROUP_STATUS_DISABLE	暂停中
ADGROUP_STATUS_NOT_START	待投放
ADGROUP_STATUS_DONE	投放结束
ADGROUP_STATUS_NO_CREATIVE	待上传创意
ADGROUP_STATUS_BALANCE_EXCEED	未投放（账户余额不足）
ADGROUP_STATUS_FROZEN	未投放（账户已冻结）
ADGROUP_STATUS_CAMPAIGN_BUDGET_EXCEED	未投放（计划到达日限额）
ADGROUP_STATUS_CAMPAIGN_DISABLE	未投放（计划暂停）
ADGROUP_STATUS_DELIVERY_OK	投放中
ADGROUP_STATUS_NOT_DELETE	所有未删除
ADGROUP_STATUS_ALL	所有任务

oCPC 学习状态

值	描述
OCPC_STATUS_STUDY	学习中（初始状态）
OCPC_STATUS_SUCCESS	学习成功

OCPC_STATUS_FAIL	学习失败
------------------	------

账户余额状态

值	描述
ADVERTISER_BALANCE_NOT_EXCEED	余额充足
ADVERTISER_BALANCE_EXCEED	余额不足

推广产品

值	描述
WEB	网页
ANDROID_APP	应用
QUICK_APP	快应用
PROMOTION	促销活动

付费方式

值	描述
PRICING_CPM	CPM
PRICING_CPC	CPC
PRICING_CPD	CPD
PRICING_OCPC	oCPC

时间粒度

值	描述
STAT_TIME_GRANULARITY_HOURLY	小时粒度
STAT_TIME_GRANULARITY_DAILY	天粒度
STAT_TIME_GRANULARITY_MONTHLY	月粒度
STAT_TIME_GRANULARITY_SUMMARY	汇总粒度

计划状态

值	描述
CAMPAIGN_FILTER_ALL	所有计划
CAMPAIGN_FILTER_ENABLE	启动
CAMPAIGN_FILTER_DISABLE	暂停
CAMPAIGN_FILTER_NOT_DELETE	所有未删除

计划日限额状态

值	描述
CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_NOT_EXCEED	未达日限额
CAMPAIGN_DAILY_BUDGET_EXCEED	到达日限额

4.10.2.6.4 返回码

code	message	备注
0	OK	成功
10001	具体 msg 见返回信息	参数错误
50000	System error	系统错误

4.10.2.6.5 错误码

Code	描述
1000009000	系统异常
1000009001	参数{0}请求错误
1000009005	参数{0}中包含回车换行符
1000009020	无效 token
1000009021	根据 token 获取用户信息失败
1000001000	无法查找到任务详情
1000001002	任务已删除
1000001006	任务已暂停
1000001008	任务下无审核通过的创意时，任务状态默认启用，不可编辑

1000001009	已结束的任务不可编辑任务状态.
1000001010	任务已启用
1000001011	任务目前不可删除, 投放结束后 {0} 天可删除
1000001013	投放中的竞价任务不支持删除
1000001090	任务投放结束日期不能小于开始日期
1000001014	无法查找到任务详情
1000001015	无法查找到任务详情
1000001016	任务已删除
1000001018	已开始的任务, 只能修改结束日期
1000001019	已结束的任务, 不能做任何修改
1000001020	开始时间或者结束时间不正确
1000001022	系统异常
1000001025	任务名称重复
1000001026	无法查找到当前任务信息
1000001027	存在无效的任务 ID
1000001028	任务已删除
1000001032	版位不支持当前计费方式
1000001033	出价低于系统最低出价 {0} 元
1000001034	出价不能大于计划日限额
1000001037	无法查找到当前任务信息
1000001038	存在无效的任务 ID
1000001039	任务已删除
1000001042	超过当天修改该任务特殊时间段最大次数 {0} 次
1000001044	任务名称重复
1000001087	{0} 中不能包含 或 ^ 或 换行
1000001047	任务期望转化成本未改变
1000001048	无法查找到当前任务信息, 任务 ID 为 {0}

1000001050	计划的 product_type 与关联推广产品的 product_type 需要保持一致
1000001051	定向模板 ID 不存在
1000001052	推广产品为 APP，需要填 APP 已安装定向或者 APP 未安装定向
1000001055	计划下面的任务名称重复
1000001056	出价低于系统底价{0}元
1000001057	出价高于计划日限额出价{0}元
1000001059	开始日期或者结束日期需要大于等于今天
1000001062	投放时间段不正确
1000001063	投放小时不正确
1000001064	投放日期和时间没有交集
1000001065	不支持智能提价
1000001066	智能提价上限超出范围
1000001067	不支持转化跟踪参数
1000001068	转化跟踪参数 ID 不存在
1000001069	私有人群包关联任务失败
1000001070	无法查找到当前计划信息，计划 ID 为{0}
1000001072	定向模板已删除
1000001076	推广产品不存在
1000001077	如果 time_period_type 选择 TIME_PERIOD_DAY_SPECIFIC 或者 TIME_PERIOD_HOUR_SPECIFIC, time_period 必填
1000001092	price_type 必须是 PRICING_OCPC
1000001078	查询应用详情为空
1000001079	已经开始的任务不能修改开始时间
1000001080	已经结束的任务不能修改结束时间
1000001081	推广产品不支持 APP 已安装或者 APP 未安装定向

1000001082	推广产品为 APP 需要 APP 已安装或者 APP 未安装定向
1000001083	没有投放 oCPC 任务的权限
1000001084	没有开屏白名单的权限
1000001089	付费方式为 oCPC 时 tracking_id 必填
1000001086	已结束的任务不能修改任务出价
1000001093	批量编辑任务价格，至少选择 1 个任务
1000001094	批量编辑任务价格，最多支持 50 个任务
1000000034	计划无法删除，有在投任务
1000007000	查询渠道包权限失败
1000007001	在渠道包白名单中不存在对应 AppId 渠道包
1000002047	创意数据不存在
1000002051	创意所属任务投放已结束
1000002052	任务 ID 不存在
1000002003	创意 ID 不存在
1000002004	已删除的创意不可修改名称
1000002005	已经开始的合约创意不可修改创意名称
1000002007	创意名称重复
1000002010	素材已删除
1000002048	素材不存在
1000005001	转化跟踪类型或者产品类型错误
1000004000	推广产品不支持
1000004003	落地页网址格式错误
1000004004	请输入推广产品 ID
1000004005	产品 ID 不存在
1000004006	推广产品只支持网页和快应用编辑
1000004007	产品 ID 不存在

1000003000	定向模板不存在
1000003001	定向模板名称重名
1000003005	任务关联的定向 ID 不存在
1000003007	应用推广类定向需要选择下载或者促活
1000003008	性别定向仅支持单选
1000003009	当前在这里的人和常住这里的人定向只选其一
1000003010	设备品牌和设备价格定向两者只选其一
1000003011	APP 安装和未安装能选其一
1000003012	APP 行为中一个月活跃，已安装，未安装只选其一
1000003013	人群定向和排除人群定向中的人群定向包不能有相同的人群包
1000000000	计划已删除
1000000003	计划不存在
1000000006	插入流水失败
1000000007	AppID 不正确
1000000009	查询任务不存在
1000000011	系统异常
1000000012	当前修改计划名称与原始值一致
1000000013	计划名称重复
1000000014	计划日限额改大不能低于最小修改幅度
1000000021	编辑计划日限额超过每日修改最大次数：{0}次
1000000024	计划日限额不能低于最小日限额 {0}
1000000028	计划名称重复
1000000037	次日日限额不存在不能删除
1000002011	创意 content_struct 不存在
1000002012	不支持动态词包

1000002014	操作状态不正确
1000002015	系统最多支持 5 个创意
1000002016	查询计划信息不存在
1000002021	不支持按钮文案自定义
1000002022	创意元素中缺少必填参数
1000002023	落地页链接格式有误
1000002024	素材元素不存在
1000002025	应用直达链接格式有误
1000002026	监控地址链接格式有误
1000002027	ad_sign 标识不正确
1000002028	一个创意中图片数量不符合要求
1000002029	图片尺寸不正确
1000002030	图片格式不正确
1000002031	图片大小超过限制
1000002032	图片校验失败
1000002033	图标尺寸不正确
1000002034	图标格式不正确
1000002035	图标大小超过限制
1000002036	文案字数超过限制
1000002037	描述文案字数超过限制
1000002038	品牌名称超过限制
1000002039	视频尺寸不正确
1000002040	视频格式不正确
1000002041	视频尺寸不正确
1000002042	视频时长不正确
1000002043	创意规格不支持
1000002044	任务下审核通过只有 1 条创意时不能暂停
1000002045	仅有 1 条创意时不能删除
1000002046	创意已删除

1000002049	规格不支持多创意
1000002050	素材不存在，不存在的素材列表 {0}
1000008000	file_token 已失效
1000008001	OBS 上传失败
1000008002	文件错误
1000008003	文件上传频次过高
1000008004	文件大小过大
1000008005	超过最大上传次数 {0} 次
1000008006	文件类型错误
1000008007	素材已存在

4.10.2.6.6 文档更新日志

- 2020 年 10 月 23 日
 1. 查询转化跟踪目标，返回体增加 imp_tracking_url 字段
 2. 支持账户日预算，新增支持查询、更新账户日预算功能
 3. 创建任务，编辑任务的请求体，查询渠道包的返回体中的 channel_package_id 类型更新为 string
- 2020 年 5 月 30 日
 1. 开放推广、报表、部分工具接口
- 2020 年 9 月 3 日
 1. 查询创意、查询任务、查询计划接口请求体增加 updated_begin_time 和 updated_end_time 字段，支持按照新增字段查询过滤
 2. 查询创意返回体增加 creative_score 和 creative_comment 字段
 3. 查询转化跟踪目标返回体增加 click_tracking_url 字段
 4. Marketing API 联网方式定向同步支持 5G 标签

4.10.3 FAQ

Q1、客户端模式认证和授权码模式认证的区别？已按客户端模式认证接入的广告主如何兼容？

区别如下：

模式	OAuth 服务器是否让用户登录并授权	OAuth 服务器是否验证 client 的帐号密码	获取到的 Token

授权码模式	✓	✓	用户级 Token
客户端模式	✗	✓	应用级 Token

当前版本仅支持授权码模式接口。

Q2、当前版本，从开户到任务管理，哪些是在投放平台完成、哪些是可以通过接口完成？

请参见“使用指南->接入流程->OAuth2.0 认证”。

Q3、已经接入了 V1 接口，要如何切换到 V2 接口？

V1 和 V2 接口都是标准的 OAuth2.0 模式，V1 是客户端模式，V2 是授权码模式。V2 接口上线后，V1 接口可以继续使用。

请根据业务需求选择对应的模式进行使用。已接入 V1 接口的客户需要按照 V2 文档重新接入。

Q4、为什么任务上有“待上传创意”的状态？

API 接口中，任务和创意可分别创建，任务创建完成后还未创建创意时，任务状态为“待上传创意”。在投放平台任务和创意是一起创建的，因此不会有这个状态。

Q5、数据报表，是否可以实时查询？

各个维度报表都是离线报表，不支持实时查询，小时粒度建议每小时查询一次，天粒度建议每天查询一次。

Q6、数据报表，小时粒度的 24 小时数据汇总是否等于天粒度的数据？

小时粒度 24 小时的数据累加等于天粒度的数据，当前查询小时粒度的数据，只能查询一天。

Q7、数据报表，小时粒度、天粒度数据的更新时间？

每 5 分钟更新一次，正常投放后 15 分钟会有数据。

Q8、数据报表，小时粒度、天粒度数据均有回溯？那我们是不是不能使用 API 抓取到的消耗数据、直接落入内部消耗表？还是必须查询财务报表的数据？

每 5 分钟会基于请求时间更新小时粒度、天粒度的数据。此处查询的消耗数据不能用于财经结算。

Q9、为什么开发者实名认证后看到的 API 凭证申请和我们文档的截图不一样



图为首次登陆页面，请先添加项目，再申请凭证

Q10、广告主原来使用 V1 客户端模式，现在想用 V2 授权码模式，过程中遇到无接入权限，这样的情况需要重新申请授权码模式使用的 Token 吗？申请后会影响 V1 的使用吗？

需要申请 v2 的 token，不影响 v1 的使用

Q11、如果我们每天都要例行使用某些接口，在 AT 过期后都需要手动“授权并登陆”获取 authorization_code 吗？

不用，有 refresh token 可以刷新 access token，详情请见 3.3 章节

Q2、授权码模式初次申请，申请邮件已发送，什么时候配置好？

自申请日第二个工作日下午 5 点，特殊情况会延迟。

5 财务管理

- 5.1 充值与结算
- 5.2 查询财务信息
- 5.3 FAQ

5.1 充值与结算

概述

子客与直客充值与结算方式不同：

- 子客：子客的充值、结算与开票等各项工作均由代理商服务，各项操作流程需要与代理商确认。
- 直客：直客可直接在 HUAWEI Ads 平台进行线上充值，也可以在线下向华为打款。

操作步骤

- **子客充值与结算**
请与您的代理商确认充值的具体方法；子客的开票信息录入由代理商完成。
- **直客充值与结算**
直客充值支持线上充值和线下充值两种方式。
 - 线上充值
 - i. 登录 HUAWEI Ads 平台，点击“财务->现在账户充值；
 - ii. 选择充值方式为线上充值；
 - iii. 输入充值金额，点击下一步。

说明

线上充值，需要客户确认开通了公司打给支付宝的功能。

- 线下充值
 - i. 线下完成打款，收款账号信息如下：

收款账号：7559 1735 0310 505
开户名称：华为软件技术有限公司
开户银行：中国招商银行深圳新安支行

说明

- 请在备注处注明资金用途及账号信息，如：HUAWEI Ads 基金 79*****@qq.com
- 单笔最大充值金额为 20 亿元，充值后余额不可提取。
- 线下银行转账，为保障展示任务顺利创建并上线，请提前与银行确认转账时效（公对公跨行转账到账时间一般为 1-3 个工作日）。
 - ii. 线下充值打款完成后，登录 HUAWEI Ads 平台，点击“财务->现在账户充值”，输入充值金额，上传付款凭证，提交充值申请。
 - iii. 结算：登录[华为开发者联盟](#)后台管理中心 > 我的账户 > 账单，通过搜索框或列表找到需要的结算单后，点击“下载结算单”即可。
 - iv. 充值完成后，发票会自动开具并寄出。发票类型为：广告服务费。

5.2 查询财务信息

概述

广告主在 HUAWEI Ads 平台充值、投放广告后，可在平台上查看自身详细的财务数据。

操作步骤

- 子客财务查询
 - a. 入口：登录 HUAWEI Ads 平台 > 财务。
 - b. 财务界面由财务信息和财务记录两个菜单栏组成：
 - 财务信息：

呈现财务数据和转账记录，财务数据包括账户日预算，现金账户，虚拟账户，消费和支出数据；
支持修改客广告主的账户日预算。



- 财务记录

财务记录会显示分现金账户、虚拟账户（赠送金、返利金）及今日花费的分日支出数据；

财务记录支持下载，日期跨度只能选择一年。



日期	支出 (元)	备注
2020-10-28	-	-
2020-10-27	-	-
2020-10-26	-	-
2020-10-25	-	-
2020-10-24	-	-
2020-10-23	-	-
2020-10-22	-	-
2020-10-21	-	-
2020-10-20	-	-

- **直客财务查询**
 - a. 入口：登录 HUAWEI Ads 平台 > 财务。
 - b. 页面会显示分现金账户、虚拟账户（赠送金、返利金）的余额及今日花费；
 - c. 页面只有充值记录，没有转账记录；
 - d. 财务管理包含发票信息 tab 页。

5.3 FAQ

Q1: 应用市场账号和 HUAWEI Ads 账号的关系，资金能否共用？

应用市场的一级代理账户可以在 HUAWEI Ads 进行角色配置后，资金可以划转，进行共用，二级代理账户不可以。

Q2: 有几种充值方式？

支持线上充值和线下充值。线下充值需要企业对公转账，时效难以保证；线上充值使用企业网银即可，一般推荐线上充值。

Q3: 充值的到账时间？

线上充值后立即生效；线下打款，需要在系统上传单据，等待华为财务审核（包含一审二审），审核时间 1-3 工作日。

Q4: 是否支持后付款？

A: 代理客户支持后付款。

Q5: 任务取消后，什么时候解冻金额？

目前无论任务是否上线，均需要一天解冻。

Q6: 什么时候寄送发票？

一般每月 9 日之前会开好上个月的发票，若遇到法定长假（例如，春节、国庆），需延后一个月开具。

Q7: 发票内容是什么？

当前仅支持信息技术服务*信息服务费。

Q8: 用于审计的询证函，什么时候盖章回寄？

询证函都是按接受顺序排号处理的，会有工作人员联系您。

Q9: 开户行写错了，会影响开票问题，如何解决？

可以直接在平台改动信息，会触发审核。

Q10: 是否可以按消耗开发票？

不可以，目前仅支持充值开发票。

Q11: 什么是虚拟账户余额？

虚拟账户余额 = 赠送金余额 + 返利金余额，系统会优先消耗返利金；返利金有效期有效期为一年（从返利金到账开始计算），返利金到期后将会自动清零。

6 客服支持


6.1 客服咨询

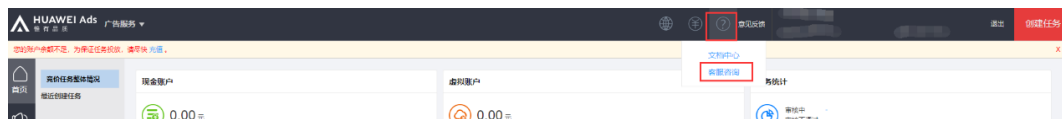
6.2 在线提单

6.1 客服咨询

HUAWEI Ads 提供 7*12 小时在线客户咨询服务。在广告投放过程中，遇到任何问题，均可联系客服人员，我们会尽快为您解答处理。

客服咨询入口如下：

- HUAWEI Ads 投放平台入口：登录 HUAWEI Ads 广告投放平台，点击界面上方的“”，选择“客服咨询”，即可发起企点客服对话。



- HUAWEI Ads 官网入口：进入 [HUAWEI Ads 官网](#)，点击右下角“”，选择相关需求即可发起企点客服对话。

6.2 在线提单

概述

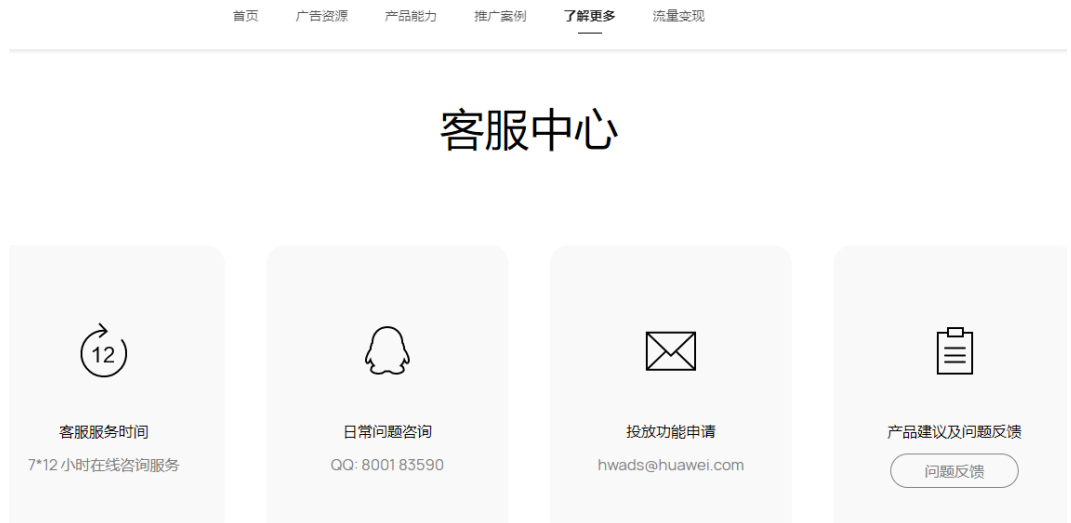
HUAWEI Ads 支持广告主通过在线提单方式反馈问题，平台将会在 1-2 个工作日内回复。

从官网或广告投放平台均能够进入在线提单界面。

操作步骤

- 通过官网进入：

- a. 通过官网进入：进入 [HUAWEI Ads 官网](#)，依次选择“了解更多->客服中心->问题反馈”，即进入 [问题列表](#) 界面。



- b. 点击右侧“创建问题”，即可进入在线提单的 [创建问题](#) 界面。
 - c. 按提示输入问题描述，点击“提交问题”即可完成在线提单。
- **通过 HUAWEI Ads 平台进入：**
 - a. 进入 HUAWEI Ads 平台，点击界面上方的“意见反馈”。首次进入需要选择问题分类，点击“HUAWEI Ads”即可。
 - b. 在“在线提单”的“[创建问题](#)”界面，按提示输入问题描述，点击“提交问题”即可完成在线提单。