

# YG

## 中华人民共和国广告行业标准

YG/B 3. 15-2015

---

中国移动互联网广告标准

第三部分：移动系统对接标准

**Mobile Internet Advertising Standard ·**

**Part 3: System Matching Standard**

2015-3-15 实施

---

中国广告协会 发布

## 目 次

1 范围.....	78
2 规范性引用文件（略）.....	78
3 术语、定义和缩略.....	78
4 移动广告系统平台间对接标准.....	79
4.1 移动广告系统平台定义.....	79
4.1.1 定义.....	79
4.2 移动广告系统平台间对接的工作机制.....	79
4.3 移动广告系统平台间对接的工作流程.....	79
4.4 移动广告系统平台间对接的数据通信标准.....	82
4.4.1 系统平台间对接工作内容.....	82
4.4.2 系统平台间对接数据通信标准.....	83
4.5 移动广告系统平台间对接的投放 API 标准.....	87
4.5.1 系统平台对接 API 分类.....	87
4.5.2 广告活动管理类 API 标准.....	87
4.5.3 资源管理类 API 标准.....	97
4.5.4 APP 管理类 API 标准.....	105
5 系统对接数据标准.....	107
5.1 用户唯一标识数据同源标准.....	107
5.1.1 数据同源标准的定义.....	107
5.1.2 数据同源标准的工作机制.....	107
5.2 移动广告系统对接数据效果展示标准.....	108

5.2.1 数据效果各项指标和核心维度 .....	108
5.2.2 效果报表数据格式 .....	108
5.2.3 效果报表的自然维度 .....	108
5.2.4 效果报表的媒体维度（可选） .....	108
5.2.5 效果报表的人口属性维度（可选） .....	109
5.3 移动广告系统对接 LBS 类数据标准 .....	109
5.3.1 数据结构及内容 .....	109
5.3.2 投放范围：方形 .....	109

## 前 言

本标准是《中国移动互联网广告标准》第三部分——《移动系统对接标准》。该部分是为规范广告系统平台间投放及数据对接而制定的标准。该标准适用于在智能手机、平板电脑及其它智能移动设备上的 APP 广告投放。

解决目前移动广告市场上，各平台内部业务种类不同、规范标准不统一，造成了各系统之间接口标准不一致，不能无缝对接投放，广告指标不一致等问题。统一广告主、代理商广告平台与媒体广告平台之间的对接标准，避免多种不同接口带来集成代价和效率上的浪费。以提升媒体收益能力管理的效率，增强库存控制权；有利于广告主及代理商使用统一标准对接多个优质媒体池，获得有保证的优质流量；从而提升整个中国移动互联网市场的规模效率。同时统一了系统对接的数据标准，包括用户标识、投放维度和展示数据效果报表等，有力地促进了整个移动互联网广告行业健康发展。

本标准是中国广告协会的互动网络委员会主持，是众多成员企业合作的结晶，成员企业涉及互联网数字广告的各个领域。本章主要起草单位（排名不分先后）：华扬联众、腾讯、百度、爱奇艺、优酷土豆集团、网易、安沃传媒；主要起草人（排名不分先后）：郝涛、李鹏、唐旭、程钦召、褚珂芸、闫磊、周溯、韩先胜、吕明、裴学伟。

本标准已经通过了小范围测试和专业论证，并根据行业和相关单位的反馈意见进行了修改，具备了行业试行的基础，于 2015 年 3 月 15 日正式执行。

## 1 范围

本标准协议仅适用移动互联网端的 Mobile Web 和 Mobile App 的广告投放；适用于广告主或者广告代理商的广告系统平台与媒体的广告系统平台间的接口对接标准定义和规范；对接的资源为广告主与媒体协议约定的资源。

## 2 规范性引用文件（略）

## 3 术语、定义和缩略

- API：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- APP：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- CPA：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- CPC：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- CPM：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- HTML：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- HTTP：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- IMEI：见《移动互联网广告监测标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- JavaScript：一种网页开发常用的脚本编程语言。
- Landing Site：广告点击跳转到的目标站点。
- MAC：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- PV：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- UA：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- OpenUDID：见《移动互联网广告监测标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- IDFA：见《移动互联网广告监测标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- DUID：Device\_Unique\_Identifier，微软 WP 操作系统唯一设备身份识别码。
- UV：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》
- 广告点击：见《互联网数字广告基础标准》第 3 章节《术语、定义和缩略》

- 广告请求：见《互联网数字广告基础标准》第3章节《术语、定义和缩略》
- 广告展示：见《互联网数字广告基础标准》第3章节《术语、定义和缩略》

## 4 移动广告系统平台间对接标准

### 4.1 移动广告系统平台定义

#### 4.1.1 定义

##### (1) 系统平台

系统平台包含以下两部分内容：一是代理商或广告主的广告系统平台，主要是为广告主服务，管理品牌广告活动及项目，发布管控广告，查看分析活动数据效果；二是媒体内部广告系统平台，具有管理媒体内部广告投放及数据管理等功能。

##### (2) 投放对接

投放对接是代理商广告系统平台向媒体广告系统平台传递广告投放类数据：预定排期、提供素材、设置定向条件、投放预算、频次要求，以及管理广告投放状态。

##### (3) 数据效果对接

数据效果对接是指媒体广告系统平台按照数据报表格式要求，提供广告投放报表效果数据。

### 4.2 移动广告系统平台间对接的工作机制

(1) 广告主或代理商平台在通过媒体审核后，向媒体平台提供广告主当次投放活动的素材、排期、预算、定向条件和广告形式，并安排广告投放活动。

(2) 媒体平台向代理商或广告主平台提供投放活动的效果数据报表。

### 4.3 移动广告系统平台间对接的工作流程

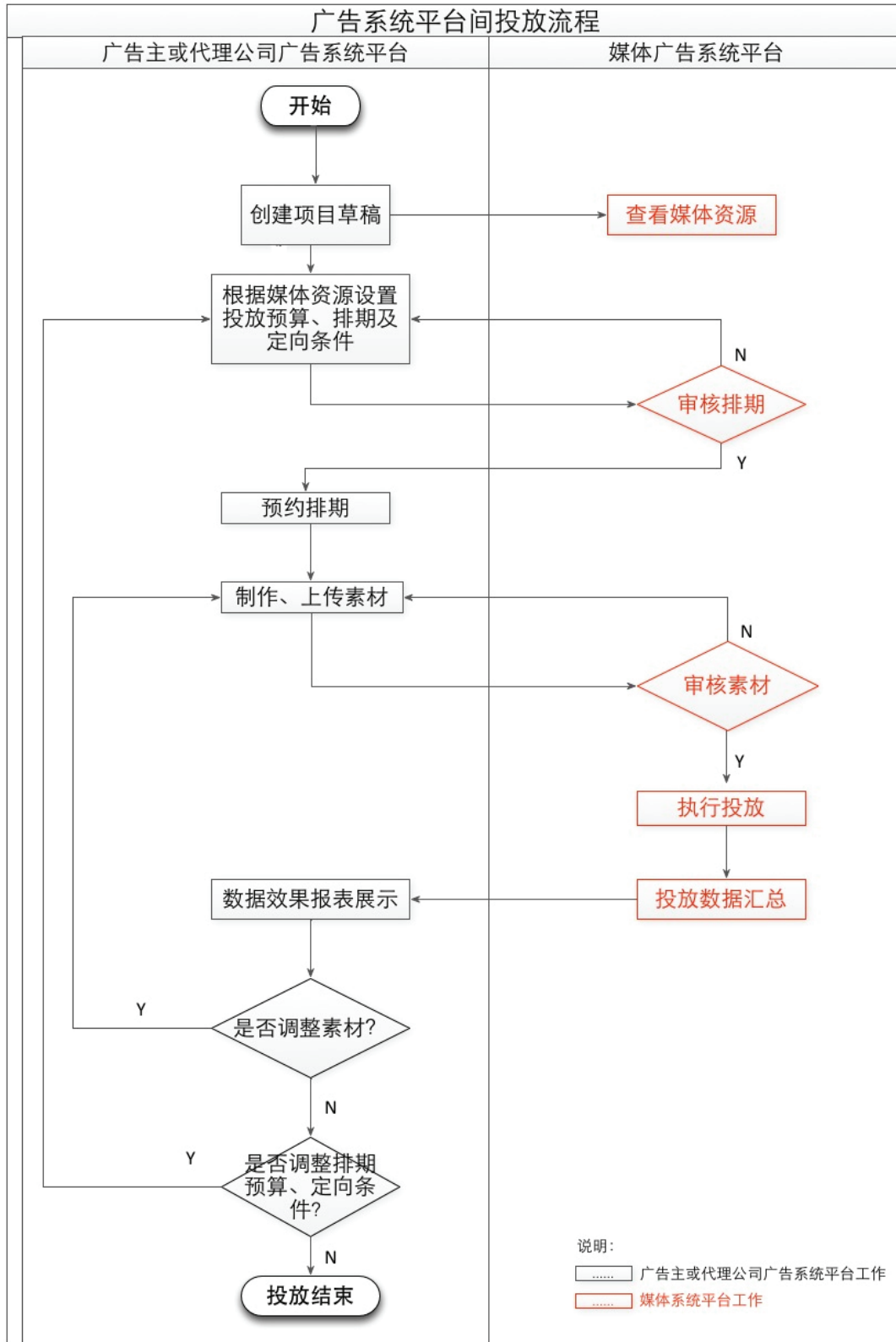
#### (1) 系统平台间对接的业务流程

移动广告平台之间的对接工作包括如下内容：

- a. 创建广告活动及广告；
- b. 媒体资源查询；
- c. 广告活动预算、排期、定向条件设置；
- d. 媒体审核预算、排期、定向条件；
- e. 预约排期；

- f.制作、上传投放素材；
- g.媒体审核投放素材；
- h.媒体执行投放；
- i.媒体汇总投放数据；
- j.数据效果展示；
- k.投放素材调整；
- l.投放预算、排期、定向条件调整；
- m.投放结束。

具体流程如下图所示：



(2) 系统平台间对接的数据流程。

数据流程包含 3 个部分：

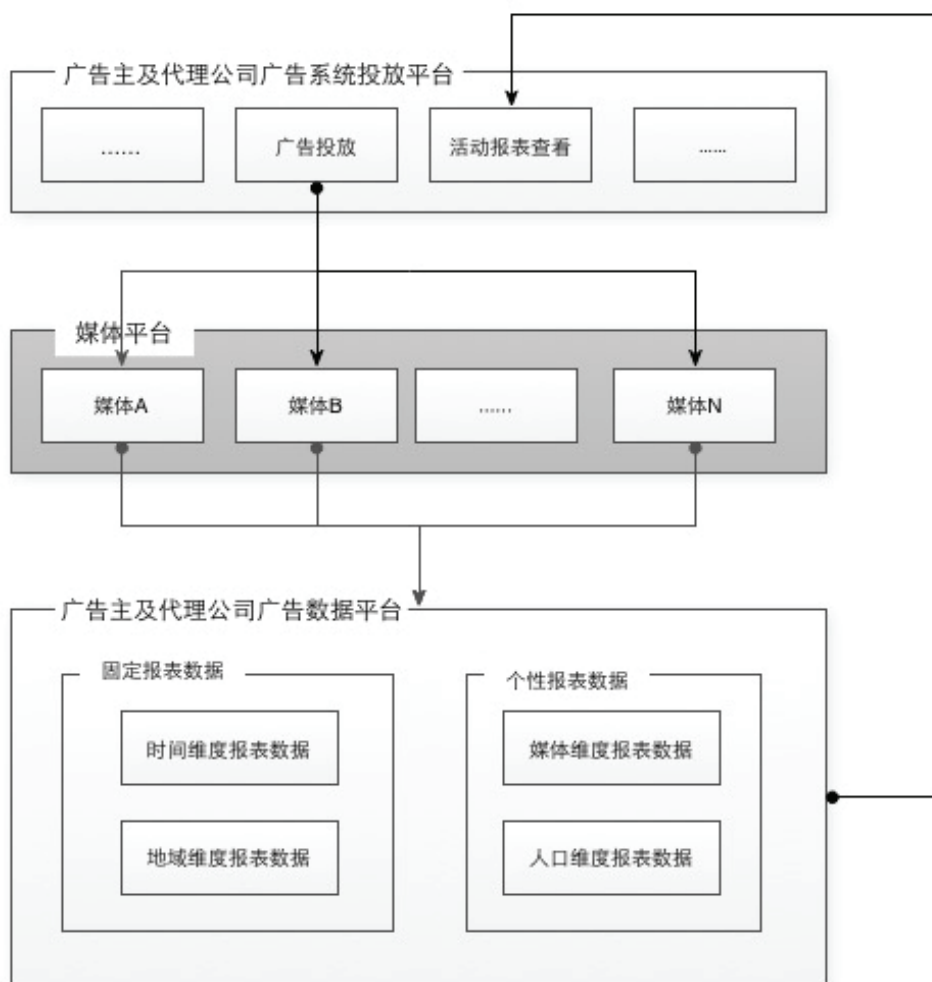
- a. 广告主或代理公司的广告平台将投放数据传递给媒体广告系统平台；



- b.媒体的广告系统平台于内部进行广告数据处理，完成投放；
- c.媒体的广告系统平台按照规范的报表格式生成效果数据，传输给广告主或代理公司数据平台，展示广告活动数据效果报表。

具体如下图所示：

数据流程图



## 4.4 移动广告系统平台间对接的数据通信标准

### 4.4.1 系统平台间对接工作内容

#### (1) 广告发布对接

是指系统间通过SOAP等数据传输协议，按照API标准实现广告活动的实时投放和控制。

#### (2) 广告投放基础数据对接

是指媒体平台通过第三方监测的技术方式，将用户的行为及设备数据传给广告主或第三方监测方进行数据处理。

### (3) 广告投放效果数据系统对接

是指媒体广告平台根据统一的计算方式，按照规范的数据报表格式，向广告主或代理商数据平台传递广告活动效果数据，在广告主或代理商平台实现数据效果展示。

## 4.4.2 系统平台间对接数据通信标准

为保证4.4.1部分的工作内容正常进行，广告主及代理商平台与媒体平台之间需要通过标准协议进行数据通信实现广告投放及效果数据展现需求。

### (1) 身份认证标准

为保证数据传输的保密性，数据通信的身份认证采用OAuth2.0协议提供接入服务。

(有关 OAuth2.0 认证的详细说明请参阅官方 OAuth2.0 协议标准。)

标准流程如下：

- a. 数据提供方为数据需求方生成用户名和密码；
- b. 数据需求方访问数据提供方API，请求 Access Token；

参数如下：

参数名	是否必选	备注
grant_type	必选	为固定字符串"password"
Username	必选	数据提供方提供的账号
Password	必选	数据提供方提供的密码

采用POST进行请求。除了通过OAuth2.0进行身份验证之外，建议通过“IP地址限制”、“https传输加密”等方式提高身份验证的安全性。

- c. 数据提供方验证成功后返回 Access Token。

返回数据采用json格式：

Response:

```
{
  "access_token": "2YotnFZFEjr1zCsicMWpAA", //验证成功后获取的token;
  "expires_in": "3600", //失效时间，以秒为单位;
  "refresh_token": "tGzv3JOkF0XG5Qx2TlKWIA" //刷新使用的Token}
```

如果验证错误，则返回空。

### (2) 广告发布API对接

授权成功的数据提供方，可采用SOAP架构，根据广告投放API的标准，通过POST请求提交广告活动投放数据，进而投放广告。

**(3) 广告投放效果数据对接**

a. 发送数据请求

采用 GET 方式进行请求。

参数名	是否必选	备注
Access_Token	必选	验证通过后得到的 access_token
Date	必选	数据日期

b. 接收返回数据

返回数据为 json 格式。数据分为两类：一类是日常汇总数据，一类是维度数据。

● 日常汇总数据：

Response:

```
{
"company_id": "数据接收方 ID", //广协内部成员 ID
"date": "2014-10-20", //数据日期
"campaign_id": "广告 campaignID", //广告 campaign ID
"campaign_impression": 111111111111, //campaign 曝光数
" campaign_click": 111111111, //campaign 点击数
"campaign": [{ //返回广告效果数据内容，每个 campaign 由多个 Ad 组成
"ad_id": "投放 Ad 的 ID", //广告 ID，格式：参见 4.5 的 API 标准
"total_impression": 11111, //广告曝光数
"total_click": 1111 }, //广告点击数
{ "ad_id": "XXXX", //广告 ID，格式：参见 4.5 的 API 标准
"total_impression": 11111, //广告曝光数
"total_click": 1111 }, //广告点击数
...}]}
```

若无数据，则返回为空。

● 维度数据：

Response:

```

{"company_id": "数据接收方 ID", //广协内部成员 ID
"date": "2014-10-20", //数据日期
"campaign_id": "广告 campaignID", //广告 campaign 的 ID
"campaign_impression": 111111111111, //campaign 曝光数
" campaign_click": 111111111, //campaign 点击数
" report_type": "0", //数据类别, 1 为地域数据, 只包含 region_data 数据;
                    不包含 hour_data 数据; 2 为时段数据, 只包含 hour_data
                    数据, 不包含 region_data 数据; 3 为其他维度数据, 根据
                    实际需求相应增加
"campaign": [{ //返回广告效果数据内容, 每个 campaign 由多个 Ad 组成
"ad_id": "投放 Ad 的 ID", //广告 ID, 格式: 参见 4.5 的 API 标准
"total_impression": 11111, //广告曝光数
"total_click": 1111, //广告点击数
"region_data": [{ //地域数据
"region_id": "133131311", //地域 ID
"region_name": "北京" //地域名称
"impression": 324 //地域曝光数
"click": 234 //地域点击数},
{"region_id": "133131312",
"region_name": "上海"
"impression": 324
"click": 234} ,...],
"hour_data": [{ //24 小时时段数据
"hour_id": "0", //24 小时时段 ID
"region_name": "0~1 点" //时段名称
"impression": 324 //时段曝光数
"click": 234 //时段点击数},
{" hour_id": "1",
" hour_name": "1~2 点"
"impression": 324

```

```
"click": 234} ...],
{ //返回广告效果数据内容，每个 campaign 由多个 Ad 组成
"ad_id": "XXXX", //广告 ID，格式：参见 4.5 的 API 标准
"total_impression": 11111, //广告曝光数
"total_click": 1111, //广告点击数
"region_data": [{ //地域数据
"region_id": "133131311", //地域 ID
"region_name": "北京" //地域名称
"impression": 324 //地域曝光数
"click": 234 //地域点击数},
{"region_id": "133131312",
"region_name": "上海"
"impression": 324
"click": 234} ...],
"hour_data": [{ //24 小时时段数据
"hour_id": "0", //24 小时时段 ID
"region_name": "0~1 点" //时段名称
"impression": 324 //时段曝光数
"click": 234 //时段点击数},
{"hour_id": "1",
"hour_name": "1~2 点"
"impression": 324
"click": 234} ...}], ...}]}
```

如果无数据，则返回为空。

#### 注意事项：

数据提供方和数据需求方需依据投放 API 接口生成的 AD 进行数据对接，以保证数据对接的准确性。

数据报告的数据分为两类：一类是日常汇总数据；一类是分维度广告数据。分维度数据可根据实际维度需求进行增加，常用维度为“地域”和“24 小时时段”。

## 4.5 移动广告系统平台间对接的投放 API 标准

### 4.5.1 系统平台对接 API 分类

服务类别	服务名称	说明	是否必须支持
广告活动系列 (Campaign)	CreateCampaign	创建 Campaign	是
	UpdateCampaign	更新 Campaign	是
广告活动(Ad)	CreateAd	建立 Ad	是
	UpdateAd	更新 Ad	是
	PauseAd	暂停 Ad	否
	EnableAd	启用 Ad	否
	StopAd	停止(下架) Ad	是
	GetAdStatus	取得 Ad 状态	是
广告资源 (Resource)	BookCampaignResource	预定整个活动的广告资源	是
	GetCampaignResourceBookingStatus	查询已预定广告资源审查状态	是
	CancelBookedCampaignResource	取消已预定/预定中广告资源	否
	GetResourceSchedule	取得最新媒体资源排期	是
APPs 资源 (App)	GetApps	取得各类别流量前 N 名 App 列表	是
	SearchApps	以关键字查询媒体的 App 资源列表	是

### 4.5.2 广告活动管理类 API 标准

#### (1) 创建新广告活动 CreateCampaign

建立一个新的 Campaign。在建立活动时，必须带有一个资源预定识别 ID，在流程上必定是先有预定，后再有投放。

通过资源预定识别 ID，媒体可用来作为预定的资源与该活动下的广告之间产生关连。

#### a.Service

Operation	Input	Output
CreateCampaign	CreateCampaign-Request	CreateCampaign-Response

#### b.CreateCampaign-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
活动名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
活动起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
活动结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是
资源预定识别 ID	ResourceBookingId	String	预定资源识别 ID，长度为 32 个字符	无	是

在活动中的广告档期都必须在规定期间（活动起始日期至结束日期）内，即在创建或更新广告(CreateAd/UpdateAd)时，其档期都不可超出规定日期范围。

**c.CreateCampaign-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
活动识别 ID	CampaignId	String	活动识别 ID	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

**(2) 更新广告活动 UpdateCampaign**

修改已经存在系统的 Campaign 内容。

**a. Service**

Operation	Input	Output
UpdateCampaign	UpdateCampaign-Request	UpdateCampaign-Response

**b. UpdateCampaign-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
活动的识别 ID	CampaignId	String	活动识别 ID 为 32 个字符	无	是
活动名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
活动起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
活动结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是

与创建活动不同：从更新活动开始至结束日期，不可短于其下已创建广告活动的档期，如：广告档期为 2014-05-01 至 2014-05-07，则活动起始日期不可晚于 2014-05-01，结束日期不可早于 2014-05-07。

**c. UpdateCampaign-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

**(3) 创建广告 Create Ad**

- a. 建立一个新的 Ad 到对应的 Campaign 下；
- b. 文字/图文广告(adType - 1, 3), line1、line2 不得同时为空；
- c. 图文/全屏/插屏/图片广告(adType - 2, 3, 4, 5), images 不得为空；
- d. 各 App 类别可在其 AppCategory 结构下指定 App 作为进一步的投放条件，如媒体联盟不支持指定 App 投放，即可直接忽略 AppCategory 结构下的 App 字段；
- e. App 类别下的 App 来自于 GetApps 和 SearchApps 这两个接口。

● **Service**

Operation	Input	Output
CreateAd	CreateAd-Request	CreateAd-Response

### ● CreateAd-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
活动识别 ID	Campaignid	String	活动识别 ID	无	是
广告名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
广告起始日期	Startdate	Date	以天计算	无	是
广告结束日期	Enddate	Date	以天计算	无	是
投放广告时段	Adschedules	AdSchedule	广告能被播放的时段	无	是
投放方式	Deliverymethod	Integer	0：加速-在合理的范围内尽快展示广告(原标准投放) 1：标准-均匀地展示广告(原平均投放)	无	是
费用	Cost	Double	依据计费方式(costType)所产生的费用(以人民币为币别)	无	是
投放计费方式	Costtype	Integer	1：CPM, 以 impression 方式计价 2：CPC, 以 click 方式计价 3：其他计价方式	无	是
广告预算排期	Budgets	List<AdDailyBudget>	广告期间内每日各自的预算上限, 此预算排期是指该广告从档期开始到档期结束, 每一天的预算上限设置, 媒体须依预算排期的设置来调整该广告该日的预算上限. 参见 4.5.3 (5) c 广告预算排期(每日预算排期)	无	是
投放连线方式	Wifiandcarrier	List<String>	投放连线方式可传入多个, 且之间为或(OR)的关系, 请参照, (wifi、电信、联通、移动)。	无	是
广告类别及指定 App 投放	Category	List<AppCategory>	投放广告 App 类别, 及其类别底下指定 App 的集合, 如联盟不支持指定 App 投放, 可直接忽略 App 字段	无	是
投放目标操作系统	Os	List<String>	Android, iOS, Windows Phone, 其他	无	是
投放装置类型	Devicetype	List<String>	指定投放目标装置类型(phone, pad) 所表示, 可指定装置类型, 可指定多个类型, 之间为或(OR)的关系, 不指定则不做限制。	无	否
投放范围位置	Proximity	List<AdProximity>	广告在以 LatLon 位置中心, 半径为多少公里被投放(投放区域 和 投放范围 只能有一种)	无	否
投放区域	Region	List<String>	指定广告被投放的行政区域(投放区域 和 投放范围 只能有一种)	无	否
投放人群识别 ID	Demographicid	Integer	广告主或代理商平台定义的投放人群唯一标识集合的标识 ID	无	否



名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告类型	Adtype	Integer	1：启动画面/开屏 / 插屏广告 2：焦点图广告 3：信息流广告 4：矩形类广告 5：富媒体广告 6：贴片类广告	无	是
广告素材	Images	List<DataHandler>	图片数据会以 Base64 形式传递。素材规格以物料组的标准为准。	无	否
第一行文字	Line1	String	文字广告的第一行文字	无	否
第二行文字	Line2	String	文字广告的第二行文字	无	否
目标到达地址	Destinationurl	String	目标到达地址，有监测则为点击监测地址	无	否
曝光监测地址	Trackingurl	List<String>	曝光监测地址，可传入多组曝光监测地址	无	否
显示连结位置	Displayurl	String	显示的连结位置	无	否
频次控制	Frequency	List<Adfrequency>	广告投放频次控制对象的集合	无	否

创建广告时，其起始日期及结束日期皆不可超出其活动所定义的档期区间。

● **AdSchedule**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
一周内投放周天	DateOfWeek	List<Integer>	0：星期日 1：星期一 2：星期二 3：星期三 4：星期四 5：星期五 6：星期六	无	是
一天内投放时段	HoursOfDate	List<Integer>	24 小时时段	无	是

● **AdDailyBudget**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告日期	AdDate	Date	以天计算	无	是
预算上限	AdBudget	Double	该日预算上限(币别：人民币)	无	是

● **AdProximity**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
纬度	lat	Double		无	是
经度	lon	Double		无	是
半径	radius	Double	单位：km，数值不可小于 1.2	无	是

● **AppCategory**

由 App 类别识别 ID 和 App 集合组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 Id	Category ID	String	App 类别识别 Id	无	是
属于该类的 App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的 App 集合	无	否
目标点击监测地址	destinationUrl	String	目标点击监测地址	无	否
曝光监测地址	trackingUrl	String	曝光监测地址	无	否

### ● App

App 是由 App 识别 ID 和 App 名称组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
媒体 App 识别 ID	App ID	String	媒体 App 识别 ID	无	是
App 名称	AppName	String	App 名称	无	否
目标点击监测地址	destinationUrl	String	目标点击监测地址	无	否
曝光监测地址	trackingUrl	String	曝光监测地址	无	否

### ● Adfrequency

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
频次控制类型	frequency_type	Integer	0: 曝光; 1:点击; 其他类型 可根据需求自定义增加	无	是
频次控制周期	frequency_length	Integer	0:小时; 1:天; 2:周; 3:月; 4:整个排期	无	是
频次控制数量	frequency_count	Integer	每个周期频次控制的次数	无	是

### ● CreateAd-Response

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID	Ad ID	String	广告识别 ID	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

#### (4) 修改广告 UpdateAd

- a.更新 Ad 数据: 广告主或代理商平台提交完整 Ad 数据, 媒体据此更新的 Ad 数据为主, 将此数据覆写掉之前 Ad 数据(Ad 基础数据/投放条件/预算排期/素材等);
- b.更新已经存在于系统的 Ad;
- c.文字/图文广告(AdType - 1, 3), line1、line2 不得同时为空;
- d.图文/全屏/插屏/图片广告(adType - 2, 3, 4, 5), images 不得为空;
- e.更新 Ad, 对于 Ad 状态的变化说明如下:

处于 REVIEWING(审核中) 的 Ad, 更新后仍然为 REVIEWING;

处于 PAUSED(暂停) 的 Ad, 更新后仍然为 PAUSED;

处于 RUNNING (运行中) /PENDING (待定) 的 Ad, 更新后由联盟内部视情况决定是否重新审核, 如需重新审核则须将状态调整为 REVIEWING(审核中);

处于 REJECTED(审核退回) 的 Ad, 更新后需重新审核, 并将状态调整为 REVIEWING。

f.各类别可在其 AppCategory 结构下指定 App 作为进一步投放条件, 如联盟不支持指定 App 投放, 可直接忽略 AppCategory 结构下相应 App 字段;

g.App 类别下的 App 来自于 GetApps 和 SearchApps 两个接口。

● Service

Operation	Input	Output
UpdateAd	UpdateAd-Request	UpdateAd-Response

● UpdateAd-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID	AdId	String	广告识别 ID	无	是
广告名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
广告起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
广告结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是
投放广告时段	AdSchedules	AdSchedule	广告能被播放的时段	无	是
投放方式	DeliveryMethod	Integer	0: 加速-在合理的范围内尽快展示广告(原标准投放) 1: 标准-均匀地展示广告(原平均投放)	无	是
费用	Cost	Double	依据计费方式(costType)所产生的费用(以人民币为币别)	无	是
投放计费方式	CostType	Integer	1: CPM, 以 impression 方式计价 2: CPC, 以 click 方式计价 3: 其他计价方式	无	是
广告预算排期	Budgets	List<AdDailyBudget>	广告期间内每日各自的预算上限。此预算排期是指该广告从档期开始至档期结束, 每一天的预算上限设置, 联盟须依预算排期的设置来调整该广告该日的预算上限. 参见 4.5.3 (5) c 广告预算排期 (每日预算排期)	无	是

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
投放连线方式	Wi-FiAndCarrier	List<String>	投放连线方式可传入多个，且之间为或(OR)的关系，如 Wi-Fi、联通、电信、移动。	无	是
广告类别及指定 App 投放	Category	List<AppCategory>	投放广告 App 类别，及其类别下指定的 App 集合，如媒体不支持指定 App 投放，可直接忽略该字段	无	是
投放目标操作系统	OS	List<String>	Android, iOS, Windows Phone, 其他	无	是
投放装置类型	DeviceType	List<String>	指定投放目标装置类型 (phone、pad) 所表示，可指定单独装置类型，也可指定多个类型，之间为或(OR)关系，不指定则不做限制。	无	否
投放范围位置	Proximity	List<AdProximity>	广告在以 LatLon 位置中心，半径为多少公里被投放(“投放区域”和“投放范围”只能有一种)	无	否
投放区域	Region	List<String>	指定广告被投放的行政区域(“投放区域”和“投放范围”只能有一种)	无	否
投放人群识别 ID(保留，暂不支持)	DemographicId	Integer	广告主或代理商平台定义的投放人群唯一标识集合的标识 ID	无	否
广告类型	adType	Integer	1：启动画面/开屏/插屏广告 2：焦点图广告 3：信息流广告 4：矩形类广告 5：富媒体广告 6：贴片类广告	无	是
广告素材	Images	List<DataHandler>	图片数据以 Base64 形式传递	无	否
第一行文字	Line1	String	文字广告的第一行文字	无	否
第二行文字	Line2	String	文字广告的第二行文字	无	否
目的到达地址	DestinationUrl	String	目标到达地址，有监测为点击监测地址	无	是
曝光监测地址	trackingUrl	List<String>	曝光监测地址，可传入多组曝光监测地址	无	否
显示连结位置	DisplayUrl	String	显示的连结位置	无	否
频次控制	frequency	List<Adfrequency>	广告投放频次控制对象的集合	无	否

更新广告时，其起始日期至结束日期皆不可超出其活动所定义的档期区间。

## ● AdSchedule

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
一周内投放周天	DateOfWeek	List<Integer>	0：星期日 1：星期一 2：星期二 3：星期三 4：星期四 5：星期五 6：星期六	无	是
一天内投放时段	HoursOfDate	List<Integer>	24 小时时段	无	是

● **AdDailyBudget**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告日期	adDate	Date	以天计算	无	是
预算上限	adBudget	Double	该日预算上限(币别: 人民币)	无	是

● **AdProximity**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
纬度	lat	Double		无	是
经度	lon	Double		无	是
半径	radius	Double	单位: km, 不可小于 1.2	无	是

● **AppCategory**

AppCategory 由 App 类别识别 ID 和 App 集合组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 Id	CategoryId	String	App 类别识别 Id	无	是
App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的 App 集合	无	是
目标点击监测地址	destinationUrl	String	目标点击监测地址	无	否
曝光监测地址	trackingUrl	String	曝光监测地址	无	否

● **App**

App 由 App 识别 ID 和 App 名称组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 识别 ID	AppID	String	联盟 App 识别 Id	无	是
App 名称	AppName	String	App 名称	无	是
目标点击监测地址	destinationUrl	String	目标点击监测地址	无	否
曝光监测地址	trackingUrl	String	曝光监测地址	无	否

● **Adfrequency**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
频次控制类型	frequency_type	Integer	0: 曝光; 1:点击; 其他类型可根据需求自定义增加	无	是
频次控制周期	frequency_length	Integer	0:小时; 1:天; 2:周; 3:月; 4:整个排期	无	是
频次控制数量	frequency_count	Integer	每个周期频次控制的次数	无	是

● **UpdateAd-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

**(5) 暂停广告 PauseAd****a. 暂停投放中的 Ad**

若状态为[REJECTED/PAUSED/ENDED/STOPPED]的 Ad 则忽略；

联盟需要将 Ad 实际暂停后(即确为 PAUSED 状态)才可回传成功回应。

- **Service**

Operation	Input	Output
PauseAd	PauseAd-request	PauseAd-response

- **PauseAd-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID	AdId	String	广告识别 ID	无	是

- **PauseAd-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

**(6) 重启广告 EnableAd**

a. 启用被暂停的 Ad；

b. 若状态非[PAUSED]（暂停）的 Ad，则忽略；

c. 媒体需要将此 Ad 启用后状态做完转移之后，再回传成功的回应；

d. 启用后状态可为 [REVIEWING/PENDING/RUNNING/SUSPENDED](审核中/待定/运行中/搁置)

- **Service**

Operation	Input	Output
EnableAd	EnableAd-request	EnableAd-response

- **EnableAd-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID	AdID	String	广告识别 ID	无	是

- **EnableAd-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

(7) 获取广告状态 **GetAdStatus**

是指取得 Ad 对应于广告主或者代理商广告系统的状态。

● **Service**

Operation	Input	Output
GetAdStatus	GetAdStatus-Request	GetAdStatus-Response

● **GetAdStatus-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID 集合	ListOfAdID	List<String>	广告识别 ID 集合	无	是

● **GetAdStatus-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID 状态	ListOfAdStatus	List<AdStatus>	广告状态的集合	无	否
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

● **AdStatus**

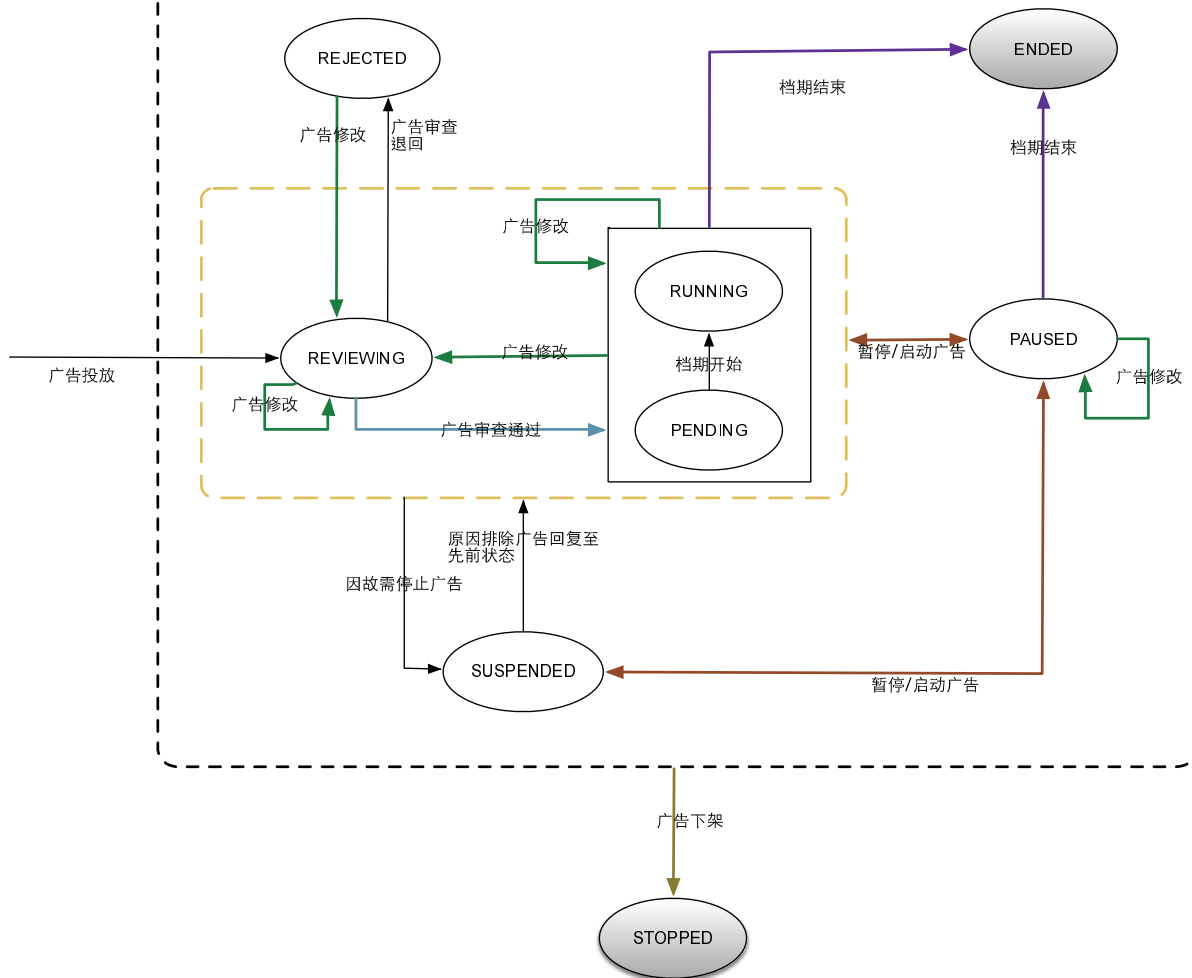
AdStatus 是由广告识别 ID 和广告的状态组成，并且二者成对表示该广告的状态。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告识别 ID	AdId	String	广告识别 ID	无	是
广告状态	AdStatus	Integer	广告状态	无	是
状态详细描述	AdDesc	String	描述此 Ad (广告) 进入此状态的原因。此字段的信息主要使广告代理平台能更快速反应并处理媒体端的反馈	无	否

Ad Status 定义：媒体需根据内部 Ad 状态做映射后，回传广告代理平台所定义的 Ad 状态。

活动状态名称	代码	说明
REVIEWING	101	Ad 正在由媒体审核中，或修改后，媒体需审查其修改，也为此状态
REJECTED	102	Ad 因某些原因，媒体无法接受此 Ad 投放或修改。在此状态下，广告主或代理商平台应采取行动对 Ad 进行调整。
PENDING	103	活动建立后并且审核通过，但还未到定义档期
RUNNING	104	Ad 正常投放中
ENDED	105	Ad 档期结束
PAUSED	106	广告主或代理商平台强制暂停 Ad 投放
SUSPENDED	107	Ad 因某些原因无法投放
STOPPED	108	广告主或代理商平台已将此 Ad 下架并不会再对此 Ad 进行任何操作

## AD Status



## 4.5.3 资源管理类 API 标准

## (1) 预定广告活动资源 BookCampaignResource

- 以活动及相关广告的配置信息做资源预定；
- 活动本身信息包含活动名称及活动档期；
- 活动下相关广告的信息具备投放条件以及预算排期。



● Service

Operation	Input	Output
BookCampaignResource	BookCampaignResource-Request	BookCampaignResource-Response

● BookCampaignResource-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
活动名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
活动起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
活动结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是
广告	AdResources	List<AdResource>	活动所有广告资源描述	无	是

● BookCampaignResource-Response

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
资源预定识别 ID	ResourceBookingID	String	资源预定识别 ID, 长度为 32 个字符	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

● AdResource

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告名称	Name	String	最大长度为 256 个字符	无	是
广告起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
广告结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是
广告预算排期	Budgets	List<AdDailyBudget>	广告期间内每日各自的预算上限。(参见 4.5.3 (5) c 广告预算排期(每日预算排期))	无	是
投放广告时段	AdSchedules	AdSchedule	广告能被播放的时段	无	是
投放方式	DeliveryMethod	Int	0 : 加速-在合理的范围内尽快展示广告(原标准投放) 1 : 标准-均匀地展示广告(原平均投放)	无	是
费用	Cost	Double	依据计费方式(CostType)所产生的费用(以人民币为币别)	无	是
投放计费方式	CostType	Integer	1 : CPM, 以 impression 方式计价 2 : CPC, 以click 方式计价 3 : 其他计价方式	无	是
投放连线方式	Wi-FiAndCarrier	List<String>	投放连线方式可传入多个, 且之间为或(OR)的关系, 如 Wi-Fi、联通、电信、移动。	无	是

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告的类别及指定 App 投放	Category	List<AppCategory>	投放广告 App 类别, 及其类别下指定的 App 集合, 若联盟不支持指定 App 投放, 可直接忽略相应字段	无	是
投放目标操作系统	OS	List<String>	Android, iOS, Windows Phone, 其他	无	是
投放装置类型	DeviceType	List<String>	指定投放目标装置类型, 如 (phone、pad) 所表示, 可指定装置单独类型, 也可指定多个类型, 之间为或 (OR) 的关系, 不指定则不做限制。	无	否
投放范围位置	Proximity	List<AdProximity>	广告在以 LatLon 位置中心, 半径为多少公里被投放 (“投放区域” 和 “投放范围” 只能有一种)	无	否
投放区域	Region	List<String>	指定广告被投放的行政区域 (“投放区域” 和 “投放范围” 只能有一种)	无	否
投放人群识别 ID(保留, 暂不支持)	DemographicId	Integer	指定广告被投放的人群识别 ID, 此为广告代理平台所定义, 在媒体部署完成之人群离线包 ID, 此 ID 为移动设备号离线包部署时, 广告代理平台所提供的离线包识别 ID.(此投放条件的支持需依赖人群离线包部署接口支持的实现)	无	否
广告类型	AdType	Integer	1: 启动画面/开屏/插屏广告 2: 焦点图广告 3: 信息流广告 4: 矩形类广告 5: 富媒体广告 6: 贴片类广告	无	是

● AdSchedule

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
一周内投放周天	DateOfWeek	List<Integer>	0 : 星期日 1 : 星期一 2 : 星期二 3 : 星期三 4 : 星期四 5 : 星期五 6 : 星期六	无	是
一天内投放时段	HoursOfDay	List<Integer>	24 小时时段	无	是

● **AdDailyBudget**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
广告日期	AdDate	Date(xsd: dateTime)	以天计算	无	是
预算上限	AdBudget	Double	该日预算上限(币别: 人民币)	无	是

● **AdProximity**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
纬度	Lat	Double		无	是
经度	Lon	Double		无	是
半径	Radius	Double	单位: km, 数值不可小于 1.2	无	是

● **AppCategory**

AppCategory 由 App 类别识别 ID 和 App 的集合组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 Id	CategoryId	String	App 类别识别 Id	无	是
App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的 App 集合	无	是

● **App**

App 由 App 识别 Id 和 App 名称组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 识别 Id	AppId	String	媒体 App 识别 Id	无	是
App 名称	AppName	String	App 名称	无	是

(2) 查询预定广告资源状态 **GetCampaignResourceBookingStatus**

是指以活动及相关广告的配置信息来做资源预定:

- a.活动本身信息包含活动名称及活动档期;
- b.活动下相关广告的信息具备投放条件以及预算排期。

● **Service**

Operation	Input	Output
GetCampaignResourceBookingStatus	GetCampaignResourceBookingStatus-Request	GetCampaignResourceBookingStatus-Response

● **GetCampaignResourceBookingStatus-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
资源预定识别 ID	ListOfResourceBookingId	List<String>	资源预定识别 ID 集合	无	是

● **GetCampaignResourceBookingStatus-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
资源预定状态	ListOfResourceBookingStatus	List<CampaignResourceBookingStatus>	资源预定状态的集合	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

● **CampaignResourceBookingStatus**

由资源识别 ID 及资源的状态所组成，用以表示该资源预定的状态。

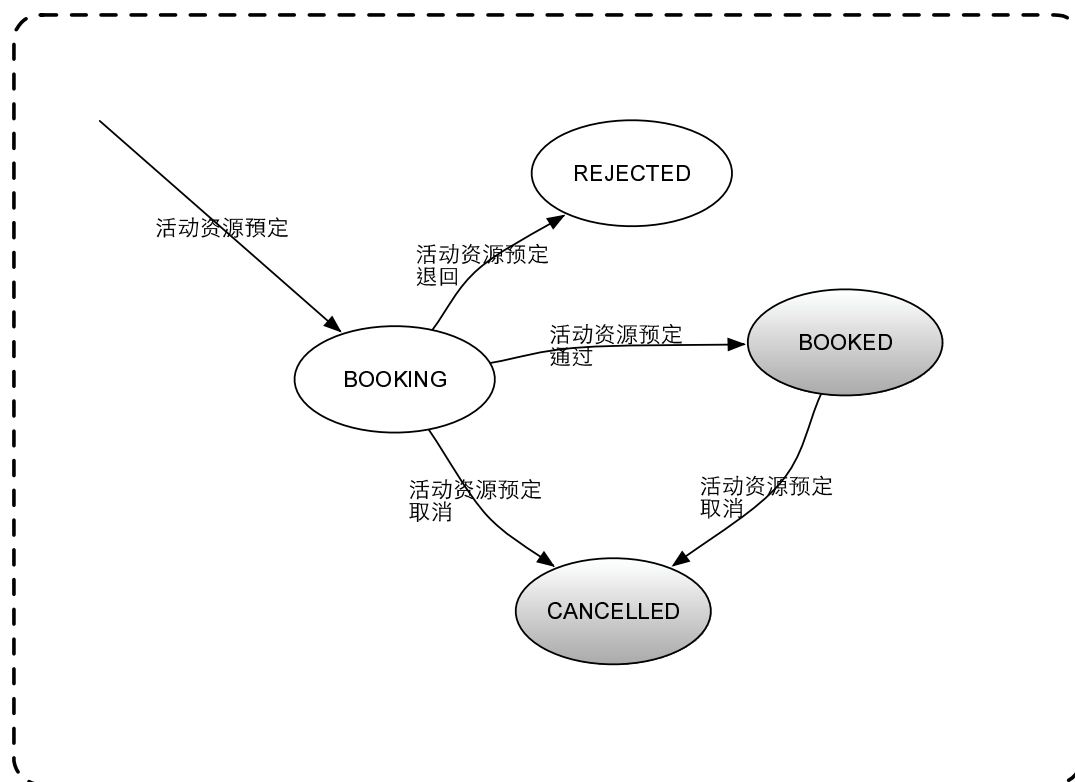
名称	参数	类型	说明	默认值	必填
资源预定识别 Id	ResourceBookingID	String	资源预定识别 ID	无	是
资源预定状态	ResourceBookingStatus	Integer	资源预定状态	无	是
状态详细描述	StatusDesc	String	描述此资源预定进入此状态的原因，此字段的信息使广告代理平台端能更快速反应处理媒体端的反馈.	无	否

**Campaign Resource Status 定义:**

媒体需根据内部 Ad 状态做映射后，回传广告主或代理商平台所定义的 Ad 状态。

活动状态名称	代码	说明
BOOKING	201	此资源预定正在由媒体审核中
REJECTED	202	因某些原因，媒体无法接受此资源预定
BOOKED	203	此资源预定成功
CANCELLED	204	此资源预定已取消

## Campaign Resource Status



### (3) 取消预定广告活动资源 CancelBookedCampaignResource

将已预定或预定中,但尚未被使用(非 REJECTED 状态)并处在投放阶段的广告资源做取消。

#### ● Service

Operation	Input	Output
CancelBookedCampaignResource	CancelBookedCampaignResource-Request	CancelBookedCampaignResource-Response

#### ● CancelBookedCampaignResource-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
资源预定识别 ID	ResourceBookingID	String	资源预定识别 ID	无	是

#### ● CancelBookedCampaignResource-Response

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
执行状态	Status	String	回传码与描述	无	是

### (4) 获取联盟媒介资源信息 GetResourceSchedule

是指取得媒体资源排期表。

- a.对于过去(包含当天)的媒体资源, 必须为“只读”状态, 不得再修改;
- b 媒体至少提供从隔天开始的三个月内的媒体资源信息。

## ● Service

Operation	Input	Output
GetResourceSchedule	GetResourceSchedule-Request	GetResourceSchedule-Response

### ● GetResourceSchedule-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
查询起始日期	StartDate	Date	以天计算	无	是
查询结束日期	EndDate	Date	以天计算	无	是

### ● GetResourceSchedule-Response

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
媒体资源列表	Resources	List<MediaResource>	以日期为单位来表示的媒体资源, 以日期由小到大排序且其间无日期断层的资源描述	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

### ● MediaResource

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
媒体资源日期	ResourceDate	Date	以天计算(	无	是
广告类型	AdType	Integer	1: 启动画面/开屏/插屏广告 2: 焦点图广告 3: 信息流广告 4: 矩形类广告 5: 富媒体广告 6: 贴片类广告	无	是
残存点击数	RemainedClicks	Double	媒体端当前可提供给广告主或代理商平台的残存点击资源	无	是
当日 CTR	CTR	Double	当日预估 CTR	无	是

#### (5) 媒体资源说明

##### a.媒体资源预定

广告活动在投放之前会先有预定的动作存在, 当预定成功后, 广告主或代理商平台才进行后续投放。换言之, 活动预定失败或没有进行预定, 该活动就不会执行投放(媒体一旦回传预定成功, 需确保该资源所需流量是可以被满足的)。

在资源预定接口中, 媒体可参考活动资源预定时接口定义的预算、排期、投

放条件等设置来决定媒体流量是否满足此预定，当广告主或代理商平台端收到资源预定成功的信息之后，便会认为媒体有足够流量来满足该活动的需求。

#### **b.媒体资源排期表**

排期表与媒体资源预定有对应的关连，排期表主要是媒体提供给广告主或代理商平台某广告形态在某日所能提供资源流量的参照表，如：“日期：2014-06-01，广告形态：文字广告，残余点击数：10,000，预估CTR：5%。”

此例说明该媒体在2014年6月1日能够提供文字广告的点击数量，与资源预定之间的关连。以此例来说明：当广告主或代理商平台在2014年6月1日预定了文字广告4,000点击数的资源，预定成功之后，原则上媒体即应该更新该日排期表上的信息并呈现最新残余资源，内容如下：“日期：2014-06-01，广告形态：文字广告，残余点击数：6,000，预估CTR：5%。”

另外，媒体提供的排期表至少需包含从隔天开始至三个月内的时间范围。

#### **c.广告预算排期(每日预算排期)**

在建立广告或更新广告时所附广告预算排期，是指该广告从档期开始到档期结束，每一天预算上限的设置。

媒体须依预算排期的设置来调整该广告该日的预算上限。

例如：某广告档期开始于2014-05-01，结束于2014-05-03，其每日预算排期如下：

2014-05-01 预算上限：1,000

2014-05-02 预算上限：5,000

2014-05-03 预算上限：3,000

媒体内部随着广告进行，须依此排期调整该日预算上限，如2014年5月1日时，须调整为上限1,000，5月2日时，则调整为5,000，5月3日依此类推，调整成3,000。

#### **d.投放条件的识别**

投放条件的识别ID是在活动资源预定及广告投放时使用。

识别以广告主或代理商平台定义的识别ID为主，媒体需在内部自行做映射、差异的部分，广告主或代理商平台需记录媒体不支持部分，通过接口只传递媒体支持的部分。

## 4.5.4 APP 管理类 API 标准

### (1) 获取 App 列表 GetApps

- a.取得各类别前 N 名的 App 列表，在此接口 App 须回传 App 名称；
- b.此 App 列表在广告主或代理商平台指定 App 投放时使用；
- c.各类别下的 App 列表需以流量由大到小排序。

#### ● Service

Operation	Input	Output
GetApps	GetApps-Request	GetApps-Response

#### ● GetApps-Request

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 ID 集合	ListOfCategoryId	List<String>	App 类别识别 ID 集合	无	是
App 类别回传 App 数量	AppCount	Integer	App 类别回传 App 数量	无	是

#### ● GetApps-Response

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
依各 App 类别回传的 App 集合	ListOfAppCategory	List<AppCategory>	依各 App 类别回传的 App 集合	无	是
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

#### ● AppCategory

AppCategory 由 App 类别识别 ID 和 App 集合组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 Id	CategoryID	String	App 类别识别 ID	无	是
App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的 App 集合	无	否

#### ● App

App 由 App 识别 Id 和 App 名称组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
媒体 App 识别 Id	AppID	String	媒体 App 识别 Id	无	是
App 名称	AppName	String	App 名称	无	否

### (2) 搜寻 App 列表 SearchApps

- a.取得与该关键字相关的 App 列表，回传的 App 列表仍需依照类别分类后回



传(App 在此接口须回传 App 名称);

b.此 App 搜寻结果列表会在广告主或代理商平台指定 App 投放时使用;

c.各类别下的 App 列表, 需以流量由大到小排序;

d.各关键字之间为或(OR)的关系, 如: “Flappy” + “Angry”,回传的 App 会类似如下: “Flappy Bird”, “Angry Bird”。

● **Service**

Operation	Input	Output
SearchApps	SearchApps-Request	SearchApps-Response

● **SearchApps-Request**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 ID 集合	Keywords	List<String>	App 搜寻关键字列表	无	是
回传 App 数量	AppCount	Integer	搜寻结果的总 App 数量	无	是

● **SearchApps-Response**

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
依各 App 类别回传的 App 集合	listOfAppCategory	List<AppCategory>	依各 App 类别回传的 App 集合	无	是
执行状态	status	Status	回传码与描述	无	是

● **AppCategory**

是由 App 类别识别 ID 和 App 集合组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
App 类别识别 Id	CategoryId	String	App 类别识别 ID	无	是
属于该类别的 App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的 App 集合	无	否

● **App**

是由 App 识别 ID 和 App 名称组成。

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
媒体 App 识别 Id	AppId	String	媒体 App 识别 ID	无	是
App 名称	AppName	String	App 名称	无	否

## 5 系统对接数据标准

### 5.1 用户唯一标识数据同源标准

#### 5.1.1 数据同源标准的定义

##### (1) 数据同源的定义

数据同源指广协各成员之间采用相同广告用户唯一识别码来标识用户。

##### (2) 数据同源的目的

数据同源目的在于使广协各成员之间可以无缝识别广告用户标识、共享用户信息，多渠道、多角度指定投放，统一展示数据效果报表。

#### 5.1.2 数据同源标准的工作机制

##### (1) 数据同源的技术手段和工作原理

以下为数据同源的参数表

参数	解释
OS	客户端操作系统种类, 0-Android, 1-iOS, 2-WP, 3-Others
IMEI	15 位, 适用于 Android, 需要 MD5 加密
MAC	用户终端的硬件地址, 适用于 Android 和 iOS, 需要 MD5 加密
ANDROIDID	适用于 Android, 需要 MD5 加密
IDFA	适用于 iOS, 保留原始值
OPENUDID	适用于 iOS, 保留原始值

备注: IMEI, MAC, ANDROIDID 采用 MD5 加密以保护用户隐私

OS 便于判断数据来自哪种操作系统。

此外, iOS 平台采集 MAC, IDFA, OPENUDID; Android 平台采集 IMEI, MAC, ANDROIDID。

如获取不到, 则保留空值。

对 Android 设备, 依次选用 IMEI, ANDROIDID, MAC; 对 iOS 设备, 依次选用 IDFA, OPENUDID, MAC。

建立黑名单制度, 以防止 ID 重复造成独立访问者识别不准确。

按照上述设备 ID 优先级判定独立访问者, 如果 ID 为空或者该 ID 被列入黑名单, 则选用下一个维度的设备 ID。

数据同源的具体规则及内容参见《移动互联网广告监测标准》信息收采集规范的规范内容。

## 5.2 移动广告系统对接数据效果展示标准

### 5.2.1 数据效果各项指标和核心维度

a.传统指标：

展示	点击	点击率

b.核心分析维度：

1	流量类型	in-App	移动网页		
2	物料类型	文字	图文	图片	
3	操作系统	iOS	Android	Windows Phone	其他
4	按时间	小时	日	周	月
5	分媒体类别				

### 5.2.2 效果报表数据格式

时间（天）	维度属性（根据不同维度有不同属性值）	展示	点击	点击率

### 5.2.3 效果报表的自然维度

a.时间维度：

属于固定报表的数据维度内容。

1	小时
2	天

b.地域维度：

属于固定报表的数据维度内容。

1	地级市&市辖区&同级别区域
2	省&自治区&直辖市
3	国家

具体的地域数据内容参见《互联网数字广告基础标准》附件《IP 地理信息标准库地域编码表》

### 5.2.4 效果报表的媒体维度（可选）

a.媒体维度：

属于个性化报表的数据维度内容。

1	媒体
2	APP类别
3	APP

### 5.2.5 效果报表的人口属性维度（可选）

#### a.人口属性维度

属于个性化报表的数据维度内容。

包含：性别、年龄、收入等维度，具体的维度值参见《互联网数字广告基础标准》的规范内容。

例如：性别维度

1	男
2	女

## 5.3 移动广告系统对接 LBS 类数据标准

### 5.3.1 数据结构及内容

逆地理编码，返回结果字段：

名称	类型	说明	是否必填
Status	constant	返回结果状态值	是
Location	lat	纬度坐标	是
	lng	经度坐标	是
Formatted_Address		结构化地址信息	否
Business		所在商圈信息 如“人民大学”、“中关村”、“苏州街”	否
Address Component	city	城市名	否
	district	区县名	否
	province	省名	否
	street	街道名	否
	street_number	街道门牌号	否
Pois（周边poi数组）	addr	地址信息	否
	cp	数据来源	否
	distance	离坐标点距离	否
	name	poi名称	否
	poiType	poi类型 如“公大办厦”、“商务大厦”	否
	point	poi坐标{x,y}	否
	tel	电话	否
	uid	poi唯一标识	否
	zip	邮编	否

### 5.3.2 投放范围：方形