

技術詞彙

本詞彙表包含本文件中與本公司及其業務有關的若干術語的定義。部分可能與標準行業定義不符。

「5G」	指	第五代蜂窩網絡
「廣告活動」	指	為廣告商進行的廣告活動
「廣告素材」	指	廣告內容的特定呈現
「廣告分發」、「廣告投放」	指	在媒體平台分發或發佈移動廣告
「廣告庫存」	指	線上媒體上可用於廣告的流量，指廣告商可從媒體發佈商購買的媒體平台上的可用廣告空間。該類術語經常用於廣告投放的情況
「廣告優化」	指	由廣告服務供應商執行的工作，包括在媒體平台發佈移動廣告後調整廣告標準，以實時及持續地優化廣告表現
「廣告表現」	指	廣告表現，即移動廣告成效，如下載率、安裝率、點擊率或轉化率
「廣告商」	指	透過投放移動廣告宣傳其品牌、產品及服務的任何人士、公司、組織，以及作為移動廣告整條價值鏈的原始發起人
「廣告代理」	指	向廣告商及／或其他廣告公司提供廣告服務的廣告公司
「廣告空間」	指	媒體平台上可用於移動廣告的空間，其價格因特定地點而異
「應用程式」	指	為在移動設備上運行而設計的一種電腦程序
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「點擊次數」	指	移動廣告點擊次數，指設備用戶於某個時間段點擊移動廣告的行為
「點擊率」	指	移動廣告點擊次數與移動廣告曝光次數的比率

技術詞彙

「轉化率」	指	用戶採取廣告商期望行為(如註冊新賬戶或進行購買)佔觀看或點擊移動廣告的用戶總數的比率
「CPA」	指	每次完成行動成本，廣告基於移動設備用戶的每次行動(如下載、安裝或註冊)支付的定價模式
「CPC」	指	每次點擊成本，基於移動廣告的每次點擊向廣告商收費的定價模式
「CPD」	指	每次下載成本，基於每次下載向廣告商收費的定價機制
「CPM」	指	每千次曝光成本，基於千次曝光向廣告商收費的定價模式
「CPT」	指	每時間段成本，基於移動廣告的投放時長向廣告商收費的定價機制
「CRM」	指	客戶關係管理，即企業管理其與客戶互動的業務程序管理系統，一般於整個客戶生命週期中使用數據分析以研究大量信息，旨在改善客戶服務關係、協助保留客戶及推動銷售增長
「分發商」或「媒體代理」	指	媒體發佈商的分發商或廣告代理，可直接向媒體發佈商獲得廣告空間，並能夠代表廣告商在該等媒體發佈商營運的媒體平台上投放移動廣告，擔當連接廣告商及媒體平台的橋樑
「買方平台」	指	買方平台，即定位中長尾流量渠道及精準匹配需求的系統，配備多元化的計費模式及智能審核技術，以自動化方式購買各種形式的廣告材料
「ERP」	指	企業資源管理，為機構利用集成應用程式，管理業務及自動化大量科技、服務及人力資源相關後台功能的系統的業務程序管理系統
「曝光次數」	指	移動廣告瀏覽量，指於一段時間內，移動用戶瀏覽我們的移動廣告或於網頁展示的次數總量

技術詞彙

「信息流廣告」	指	一種原生廣告方法，可無縫地融入應用程式或網站的提要內容中，或與應用程式或網站界面的組件保持一致
「關鍵績效指標」	指	關鍵績效指標，就移動廣告而言，指反映廣告宣傳或移動廣告有效性及表現的指標，如新增安裝、註冊或銷售數量
「媒體發佈商」或 「媒體平台營運商」	指	需要通過在其媒體平台提供廣告空間來實現用戶流量貨幣化的媒體平台營運商
「媒體平台」、「線上平台」 或「線上媒體平台」	指	發佈或能夠發佈內容予公眾人士的任何媒體(包括但不限於圖像、影片、文字訊息及聲音檔案)，足跡遍佈整個移動互聯網
「優化師」	指	通過各種廣告優化指標來監督廣告投放的成效及表現，然後對廣告投放的修改提出建議的指定人員
「投資回報率」	指	投資回報率
「SaaS」	指	軟件即服務
「供應方平台」	指	供應方平台，即一個供應庫存的系統，以供潛在客戶通過自動拍賣方式投放移動廣告
「靜態圖片格式」	指	僅以靜態圖片形式呈現的移動廣告格式，通常包括文字及圖像
「流量」或「用戶流量」	指	就移動廣告的用戶流量而言，移動媒體平台上的移動廣告受眾流量。用於量度若干平台用戶生態的發展情況，通常界定為造訪者流量規模
「視頻格式」	指	以短視頻格式展示的移動廣告格式，視頻格式的移動廣告或包含靜態圖片的廣告內容