



腾讯社交广告  
Tencent Social Ads

# 乐在沟通 玩在QQ

## QQ广告产品手册

2017.09

# 社交网络是腾讯的基因

## QQ，通过社交连接年轻人

**18**年  
1998年成立

**8.61**亿  
月活跃用户



**2.66**亿  
最高同时在线数

**5**亿  
以上90后

QQ实时在线展示-2017年06月13日

# 欲知未来 且看年轻

打开90后脑洞的正确方式

QQ活跃用户

8.99亿

90后用户

6成以上



# QQ是 移动互联网 最受欢迎的应用

---

智能终端月活用户超过6.78亿  
10位90后中，  
有7.8位使用QQ聊天

\* 数据来源：《腾讯公布2017年第一季度业绩》



# QQ是 中国青年 最喜欢的应用

67%的QQ用户是12-29岁年轻人  
年轻用户超过5.8亿

\* 数据来源：腾讯云顶数据分析平台

# 手机QQ是 中国城市 覆盖最广的应用

手Q用户分布占比

一线城市14%、二线城市17%

三线城市29%、四线及以下城市40%

三、四线城市分布广度远超其他移动应用

\* 数据来源：腾讯云顶数据分析平台；城市分级：引用云顶平台城市分级体系

# QQ占领年轻市场，挑动TA热情

## 性别比例



**57%**

男女比例稳定，  
男性持略高于女性，  
占比57%。

## 年龄分布



**14-35**

14岁以下	3%
14-24岁	48.9%
25-35岁	36.1%
36岁以上	12%

## 职业分布



**43%**

学生	27.8%
固定工作者	43.7%
自由职业者	20.3%
其他	8.2%

## 月收入情况



**38%**

3000元及以上	38.8%
2000-2999	21.6%
1000-1999	17.1%
1000以下	22.5%

# 基于QQ产品 的新玩法



玩创意 - 多维度 - 深度互动



高覆盖 - 全场景 - 强势曝光

# QQ-AR

CLASSIFICATION

AR ↔ 你 0 距离

QQ-AR是手机QQ基于AR技术

用新的交互方式连接线上线下的新功能

# QQ-AR 3D合作案例——麦当劳小黄人IP合作

打开手Q AR扫一扫，三款定制产品，助你发现小黄人

门店AR扫描总次数：120万次



扫芝啦啦爆浆芝士鸡排堡



扫霸拿拿香蕉派



扫餐盘垫纸

# QQ-AR 3D合作案例——麦当劳小黄人IP合作

眼疾手快，动动手指，别让小黄人偷走你的汉堡！

AR游戏CTR：82.5%



阻止小黄人偷汉堡



小黄人排队乱入



小黄人疯狂尬舞

\*此处CTR=H5互动数/ 门店AR扫描数

# QQ-AR 3D合作案例——百事合作案例

- 在年轻人聚集的社交平台-手机QQ，用AR黑科技让百事EMOJI穿越屏幕，与年轻消费者玩在一起
- 通过收集+奖励的活动机制，提升产品的参与积极性与粘性

**AR  
黑科技**

用新的交互方式连接线上  
线下的创新合作

**互动  
巧设计**

收集欲+丰富奖励  
激活用户参与热情



1、手机AR扫瓶身



2、出现AR动画



3、H5互动  
收集EMOJI



4、获得抽奖机会



5、集齐12个活动终极礼品

**155万次**  
AR扫描次数

**2.2次**  
用户平均扫描次数

**10分钟**  
用户平均停留时间

**1.5万**  
奖品发放

( 2017.4.1上线至2017.4.30试铺货数据 )

# QQ-AR 合作执行细节

## 合作报价：

### 2D合作

基础档：动画数量2，金额200万

进阶档：动画数量8，金额600万

### 3D合作

基础档：动画数量1，金额200万

进阶档：动画数量4，金额600万

## 投放Tips：

1. 合作时间周期默认为3个月以内（在线上保持时间）
2. 2D合作需在上线前30个工作日确认合作，3D合作需在上线前60个工作日确认合作，并由接口人邮件至willswuang(黄圣威)，并向产品提出立项申请
3. 所有素材需在上线前15个工作日确定终稿，手Q开始开发及测试
4. 手Q产品在上线前5个工作日对目标用户进行素材下发预埋
5. 活动上线期间，双方需共同对活动数据和效果进行监控，保持活动稳定进行
6. 活动结束后，请销售侧提供活动情况反馈（相关UV/PV，活动用户反馈等），手Q产品提供数据反馈（扫描活动图片、动画播放次数的PV/UV）



# QQ-短视频挂件

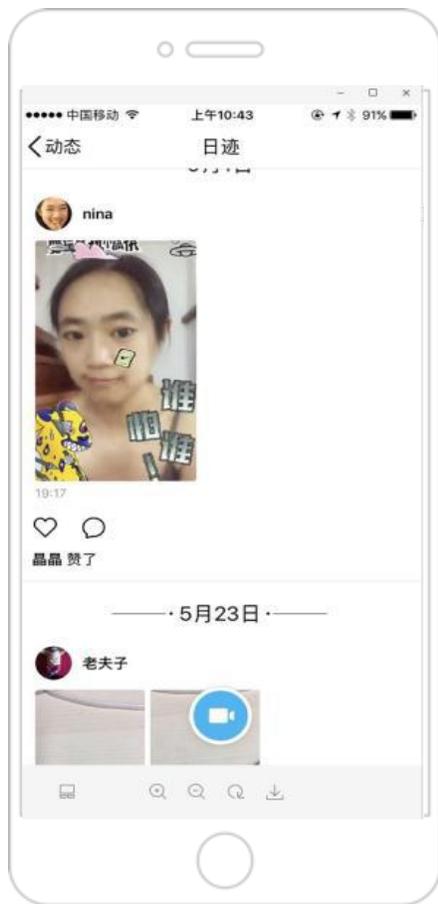
CLASSIFICATION

通过AR技术-人脸识别  
带来实时的美颜与表情图片紧密贴合  
成为当下最潮的视频玩法

# QQ-短视频挂件



耐克-短视频挂件



可分享至QQ好友/QQ群  
/QQ空间/QQ日迹

## 视频新玩法儿：

1. 短视频日均用户量：2000万；单套短视频日均拍摄量（前三）：100万；单套短视频日均曝光量（前三）：4000万
2. 短视频挂件品牌植入：将品牌元素植入到短视频挂件中，通过用户拍摄及分享，极大传播品牌形象和故事
3. 推荐行业：美妆、食品饮料、日化、汽车等

# QQ-短视频挂件合作案例

与小黄人汉堡来张AR自拍，首次尝试基于用户LBS信息展示不同的挂件



一级入口+醒目位置  
辐射手Q用户，实现高效曝光

品牌挂件PV8.6亿次，UV6.1亿次

基于用户LBS信息，拉取相应版本短视频挂件



非门店版



门店版

# QQ-短视频挂件 合作报价

品牌合作资源包 ( 100万 )						
资源分类	位置	广告位资源	上线天数	日曝光量 (万)	总曝光量 (万)	资源包总价 (万)
功能上线	手Q聊天面板	配置上线短视频挂件	30	-	-	100
推广资源	手Q聊天面板	短视频挂件排名前三	7	4000	28000	
总计				4000	28000	

品牌合作资源包 ( 200万 )						
资源分类	位置	广告位资源	上线天数	日曝光量 (万)	总曝光量 (万)	资源包总价 (万)
功能上线	手Q聊天面板	配置上线短视频挂件	60	-	-	200
	H5					
推广资源	手Q聊天面板	短视频挂件排名前三	15	4000	60000	
	H5	短视频挂件分享量	60	50	3000	
总计				4050	63000	

## 投放Tips :

1. 短视频挂件合作周期为1个月
2. 资源包中包含7天资源推广位，后续品牌挂件跟随产品现有机制排序
3. 视频挂件素材由品牌侧提供，按照产品侧提供的素材规范制作

1. 短视频挂件合作周期为2个月
2. 资源包中包含15天资源推广位，后续品牌挂件跟随产品现有机制排序
3. 视频挂件素材由品牌侧提供，按照产品侧提供的素材规范制作
4. H5内容由品牌侧提供，产品侧制作及审核。支持外链跳转至品牌页

# QQ-运动

CLASSIFICATION

在QQ运动平台

热爱运动的你

与好友步步相连

和品牌一起

携手前行，传递价值

# QQ-运动 品牌运动赛事



运动竞赛

护舒宝 #我就是女生#



品牌H5-活动介绍

护舒宝#我就是女生#

## 赛事新动向：

1. 依托QQ运动平台，调取步数接口及好友关系链，吸引用户参与品牌活动，传递品牌价值
2. 品牌合作：品牌曝光，运动属性
3. 推荐行业：食品饮料，服饰

品牌合作资源包 (200万)						
资源分类	位置	广告位资源	资源单价 (万)	天数	资源刊例总价 (万)	资源包总价 (万)
推广资源	QQ运动-公众号	PUSH消息	100	1	100	200万
	QQ运动-发现	热门-banner	6	7	42	
	QQ运动-发现	热门话题	3	7	21	
	QQ运动-热门话题	详情页顶部banner	2	7	11	
	QQ运动-首页	红点消息推送	40	7	280	
	QQ运动-社区	官方号推荐	3	7	21	
合计					475	
说明：如下活动资源为赠送资源						
活动资源	QQ运动-首页	运动竞赛-入口	24	30	720	
	QQ运动公众号	底部button-入口	2	30	60	
	QQ运动	竞赛大厅-入口	6	30	180	
合计					960	

# QQ-运动 品牌运动赛事-怡宝赛事案例

怡宝围绕“校际PK赛”，吸引用户以当日步数支持高校，生成高校排行榜，激励群体内分享



QQ运动黄金引流资

首页活动说明  
即时步数拉取

选取支持学校  
步数计入排行

高校排行榜单  
即时同步

个人中心  
步数支持历史

**249亿步**  
所有支持用户步数加总

**5.9亿步**  
每所学校所获步数



**632万**  
参与人数 (独立QQ用户)

**2.7亿**  
品牌曝光

# QQ-运动 品牌运动红包



品牌红包触达

悦跑圈



首页红包入口

悦跑圈

## 红包还可以这么玩儿：

1. 用户步数任务达成，可获得品牌红包/卡券奖励，引导用户下载/进入APP
2. 品牌曝光：运动红包触达海量用户，广告主可借势强化品牌曝光
3. APP导流：红包形式强化运动用户对广告主APP的粘性，提升APP下载及日活
4. 品牌合作：APP拉新下载、品牌曝光（同期最多准入3家）
5. 推荐行业：金融理财、运动APP

步数分档	推送人数	月度合作/万元
0步以上	1.35亿	1500
3000步以上	8400万	1000
5000步以上	6000万	700
8000步以上	3200万	400
1万步以上	2000万	260
1.2万步以上	1200万	200

# QQ-运动 品牌运动红包



领取红包页

悦跑圈



查看余额&提现

悦跑圈

## 投放Tips :

### 红包活动规则

规则：针对步数设定规则，参与用户凡步数达标，皆可获得对应奖励，规则需腾讯侧确认

活动时效：最短2周，且步数规则是24小时生效，用户需在次日12点前进入领取红包

形式：支持现金、话费、Q币、无门槛代金券（如打车券、外卖券），活动期内需固定一种形式

现金提现门槛：不得高于10元

支持APP下载：QQ运动仅展示红包领取记录，用户使用或提现红包时需下载并打开广告主APP

### 红包额度要求

单个现金红包不低于0.1元

话费不低于0.5元

商品类代金券不低于5元

外卖类代金券不低于2元

理财类代金券不低于20元

# QQ-运动 品牌运动红包-微粒贷案例



服务号推送



运动红包周报推送



红包弹窗



进入微粒贷页面



领取现金红包

推送白名单用户 **300万**

领取红包用户 **14万人**

推送到激活转化率 **4.78%**

# QQ-运动 品牌运动地图



运动地图

计步走五环



站点卡片



站点任务

## 地图，走出品牌新轨迹

1. “计步游世界”玩法模式
2. 将用户每天的步数量化为公里数，在定制的真实地图路线上行走
3. 用户到达指定站点获得卡片，好友间可轻量互动
4. 合作点：品牌定制路线、品牌站点任务
5. 站点任务达成，支持外链H5

# QQ-大表情



QQ

表情商城目前有**1000+**套表情

每天有**1亿+**用户，发送**30亿**个表情

每天新增**1000万**次下载

表情用户标签：

- 学生群体（11-24岁初高中大学生群体占75%）
- 消费兴趣：教育、交友、游戏、求职、数码、化妆护肤、食品...
- 明星：薛之谦、鹿晗、TFBOYS、周杰伦、张杰、陈奕迅、林俊杰、赵丽颖、杨幂、李易峰、吴亦凡、邓超

## 表情明星IP形象



QQ经典黄脸表情

小黄脸每天**23亿**次发送  
大黄脸累计下载近**4亿**次



蘑菇猫

每天**150万**次发送  
累计下载**500万**次



小贱猫土豆君

每天**200万**次发送

# QQ-大表情执行细节



## 展现场景

支持手机QQ好友、群、讨论组三大场景聊天框

## 展现逻辑

用户输入合作对关键字

## 广告形式

聊天框上方出现与关键字关联的5个品牌合作IP表情

### 【关键字要求】

1. 常用词不可选，如：吃饭、睡觉、早上好、晚安等词；
2. 通用词不可选，如：牛奶、香蕉、手机等词；
3. 竞品词不可选，如：“百事可乐” 购买 “可口可乐”；

### 【关键词建议】

1. 品牌名称
2. 品牌专有词
3. 代言明星

### 【关键词规范】

单个客户最多支持四个关键词，关键词最长5个字符，文本之间不能有包含关系。

# QQ-大表情聊天窗新玩法



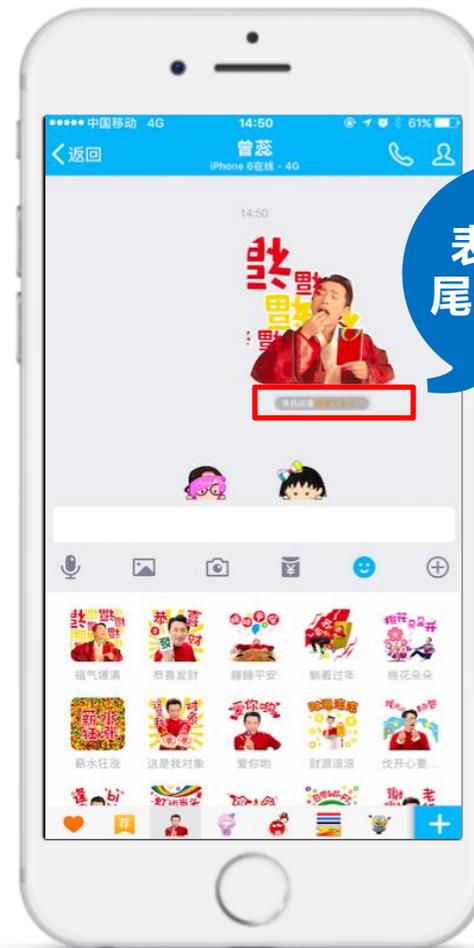
1、输入品牌关键词  
单个客户最多支持四个关键词



2、发送品牌IP表情，  
点击可引流



3、引流电商或品牌H5



表情小  
尾巴外跳

PS：小尾巴外跳功能有客户准入白名单，请提前咨询

# QQ-大表情合作案例



小黄人IP表情——  
下载小黄人表情，点击小尾巴进入购票网站



彩虹糖白客新年表情——  
一周覆盖超过143W人次，发送量822W次

# QQ-大表情售卖方案

QQ 表情 品牌合作资源包 ( 120 万 )

资源平台	资源详情描述	上线天数	日曝光量 (万)	表情个数	金额 (万)	资源包总价 (万)
整套表情接口	商户根据表情规范制作素材，QQ 侧审核素材生成表情包配置上线。包含： (1) 手 Q/微信公众帐号推送/扫码/转发/分享朋友圈 (2) 表情下载/个人表情列表 (3) 表情详情下载页介绍	一年		16 个/套	120	120
表情推广 (赠送资源)	表情商城 banner 推广 (移动)	4	1200		240	
	表情商城热门推荐 (移动)	4	1200			
	表情商城 banner 推广 (PC)	4	500			
	表情商城热门推荐 (PC)	4	500			

说明：四套售卖方案，赠送同等推广资源（如上），表情有效期皆为一年。

备注：1.合作表情每周上线不超过一个，每月不超过2个；

2.提前1个月提供表情素材进行审核，如需制作表情，则需提前3个月确定；

类型	方案	售卖价格	表情制作	表情套数	表情个数
主推	A	120 万	否	1	16
备选	B	130 万	是	1	16
	C	140 万	否	2	16
	D	150 万	是	2	16

# 基于QQ产品 的新玩法



玩创意 - 多维度 - 深度互动

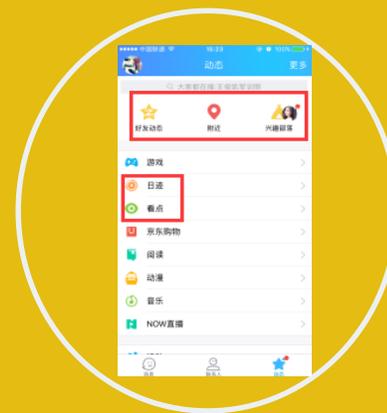


高覆盖 - 全场景 - 强势曝光



## QQ消息型

消息列表中强PUSH形式  
专属消息红点引起高度关注  
高曝光，广告PUSH有效期长



## 资讯信息流

手机QQ中第二大流量库  
各种用户聚集的资讯场景  
大流量，原生信息流，高点击

# QQ-消息型

CLASSIFICATION

如好友般贴心

悉你喜爱

“叮咚”

# QQ购物 消息图文



消息列表页-QQ购物

PV : 1亿/天

计费曝光为此处消息曝光



QQ购物-单图文广告

点击图文消息为阅读量

广告真实CTR=阅读量/  
消息曝光量



QQ购物-单图文广告

品牌页卡形式

#亲爱的XX#



QQ购物-多图文广告

推送消息最大支持1+4

可跳转至不同落地页

手Q官方公众号

覆盖5亿活跃手Q用户

多纬度人群筛选

精准定向目标人群

投放Tips :

购物号由于其购物属性

适合电商、快消、美妆等行业投放

# QQ购物 视频消息

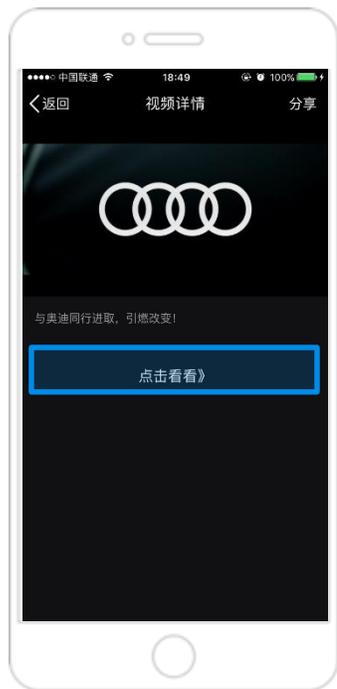


消息列表页-QQ购物



QQ购物-单视频广告

Wifi下视频自动播放



QQ购物-单视频广告

可跳转至H5页面



QQ购物-视频图文广告

推送信息最大支持1+3

可跳转至不同落地页

男性用户54%，女性用户46%

19-40岁具备消费能力用户占比高达67%

二三线城市用户占比显著高于一线城市

品牌曝光、活动宣传更聚焦

店铺商品引流更精准

# QQ购物 橱窗广告

为了提升QQ购物广告的点击率，综合原有单图文和多图文两种形态的优势，在购物场景里上线**橱窗广告**，意在通过一次进入展示给用户**更多的商品信息**，**提升广告的关注度和点击率**，进而提升最终的购买转化

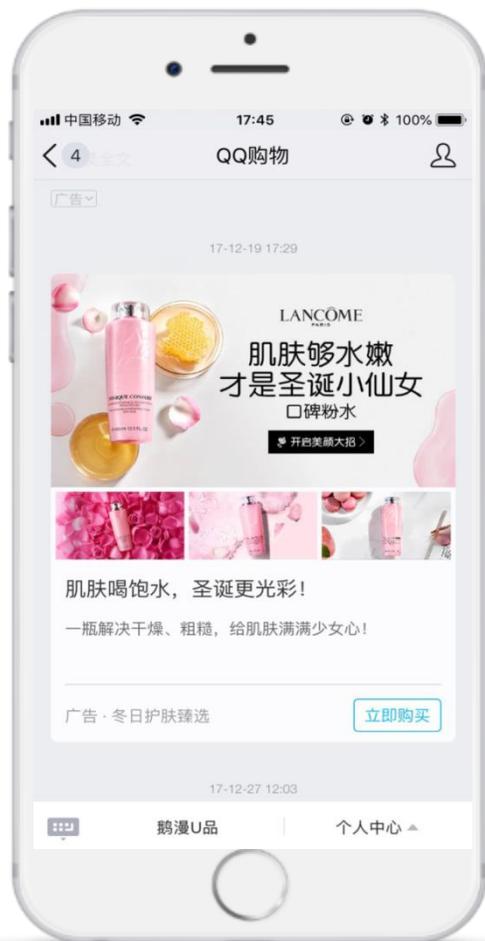


- 旧单图文广告形态
- 一个单一大图呈现普通的AIO消息结构
  - 文案呈现内容较弱



- 新单图文形态
- 图片展示更多样，提供不同角度的展示空间；
  - 文案较之前更丰富
  - 增加引导点击按钮

# QQ购物 投放案例



2.8 %  
点击率

8.8元  
转化成本

## 投放策略

圣诞节促销季期间，利用冬季气候干燥，女性用户更在肌肤保养的购物大环境，通过人群兴趣标签和地域特征结合，精准投放，拉动粉水的售卖，带动官方商城的活跃和成交；

采用橱窗广告样式，一次性展示多种产品信息元素，提高了素材的关注度和点击率  
广告投放转化链路最短，点击之后直接到达官方商城

# QQ购物 投放案例



2.9%

点击率

6

ROI 高转化

## 投放策略

思路：利用七夕活动搭配精美饰品，吸引用户点击下单；针对周生生客单较高痛点，采用京东白条分期免息优势

选品：主推女士黄金项链，客单2000左右，搭配送鲜花&心型串珠活动，提高转化

定向：锁定单身、新婚的高消费人群，采用京腾魔方，精准定向周大福等相关品牌90天未下单，15天意向人群

# QQ购物 投放案例



传统零售企业线上推广的标杆案例

4%  
点击率

4  
ROI 高转化

借助腾讯大数据建立品牌**数据模型**，帮助品牌找到线上客群；  
并通过QQ购物号**打通购买场景**，帮助品牌实现从曝光到购买的**转化**

# QQ购物 合作报价



广告规格	形态	流量量级	可曝光的平台	优势与亮点	推广标的物	售卖方式/价格	备注
Push消息图文 900*500	单图文/ 橱窗	1亿/天	QQ购物 公众号	流量量级大 大图文展示 多形态选择	H5	合约CPM，40元/CPM 竞价CPM，20元起投	合约CPM起投10万/天 竞价CPM需开通白名单 自助投放 <a href="http://e.qq.com">http://e.qq.com</a>
Push视频消息 640*360	5s~181s 视频	1亿/天	QQ购物 公众号	70%wifi环境 集中观看场景 视频播放率高	H5	合约CPM，40元/CPM	起投10万/单 提前询量 素材于投放前5个工作日 提交至v_qchusong

## 投放Tips:

消息图文开通白名单邮件提交素材至v\_sunnylong；合约投放需求提交至v\_qchusong

图片：900\*500px，jpg/png，< 2048k

**单图文**：标题：一行15个字符内；摘要：一行15个字符内，不超过2行

**多图文小楼**：文案：一行18个字符内，不超过2行；图片：200\*200px,jpg/png，< 2048k

## 投放Tips:

视频：640\*360，播放5s-181s内，格式必须为mp4，< 200M

封面：640\*360px，jpg/png，< 1024k（视频封面在视频播放前展示）

**单视频**：标题：一行15个字符内；副标：12个字符内，超过不显示

**视频图文小楼**：文案：一行18个字符内，不超过2行；图片：200\*200，jpg/png，< 2048k

# QQ天气 AIO页&内容页banner



消息列表页-服务号



服务号-QQ天气

用户数：4.5亿



QQ天气-AIO页

PV：1.2亿



QQ天气-内容页banner

PV：1600万

手Q唯一——一个全量推送的公众账号  
海量曝光，高关注度内容入口

## 投放Tips：

- 1、天气号由于其工具属性，以年龄在20-35岁用户为主；适合投放的行业有汽车、母婴、教育、金融等
- 2、AIO广告位，图片展示空间较小，不建议在图片上叠加过多字体，容易被打上低质广告标签拿不到曝光

# QQ天气产品介绍 内容页banner新形态

天气视窗广告是基于QQ天气内容页中用户常见的操作习惯（50%的用户会滑动界面）而衍生的形态，随着用户上下滑动界面，广告窗可展示更丰富的信息，从而提升广告的关注和点击效果



## 企业Logo

系统自动拉取广告主在投放端上传的企业商标

## 场景适配的文案

可自定义文案，添加品牌信息，也可由系统根据天气定向适配文案，适配的文案为通用型

## 视窗广告

较原banner高3倍的长图素材，可展示更多的品牌信息  
原banner 582\*166  
新视窗素材：582\*498

**支持商品类型：** H5、APP

**售卖方式：** 仅支持合约系统投放，价格待测试效果出来后确认

**播放逻辑：** 与普通banner广告共享流量池，优先曝光

# QQ天气产品介绍 内容页banner新形态

天气随心互动广告是基于QQ天气内容页中用户常见的操作习惯（50%的用户会滑动界面）而衍生的形态，随着用户上下滑动界面广告可展示更多信息，从而提升广告的关注和点击效果



**广告素材要求：** 在投放端上传两张相同规格的素材即可；两张素材要求有一定的关联性

**播放逻辑：** 与普通banner广告共享流量池，共同竞价

**支持商品类型：** H5、APP

**投放说明：** 邀请的客户为投放过天气banner广告位的老客户，投放时做新旧样式的ABtest

**售卖方式：** 支持竞价CPC

# QQ天气 背景页植入



消息列表页-服务号



服务号-QQ天气

用户数：4.5亿



QQ天气-背景植入

PV：2.5亿

大尺寸，背景植入

天气场景广告

支持天气情况、空气质量定向投放

投放Tips：

1. 植入广告的主体在如图区域展示，用完整的元素作为主体，避免零碎不完整的素材
2. 广告素材需用实物风格，避免出现插画卡通等与QQ天气不兼容的风格
3. 背景图氛围需与当前天气相匹配，注意天气状态下主光源的角度，避免出现违背物理的情况

# QQ天气 投放案例

CTR :  
0.23%  
(高于平均  
0.17%)



营销诉求：电音节是长隆2017年夏天推出的重点活动，希望通过活动的推广引入新客

投放策略：针对**华南地区**的人群投放；推广水世界主题公园，选择8月**天气晴**的地区推广，在炎炎夏日通过清凉的广告视觉和明星效应，促进转化

通过**背景植入**①，在短时间内快速向目标受众传递电音节信息，结合**天气AIO**②和**banner**③高转化广告位，精准获客

投放效果:获客成本为同期投放媒体平台最低

# QQ天气 组合购买助力品牌实现快速提升知名度高效转化双丰收

腾讯社交广告  
Tencent Social Ads



营销诉求：东航开通重庆至布里斯班航线，期望通过线上互动宣传航线并引导用户转化

投放策略：针对西南地区的人群投放，通过背景植入①，在短时间内快速向获取大量曝光，结合天气AIO②，精准获客

投放效果:H5互动活动参与率同期手Q平台最高

# QQ天气 视窗展示，小空间享大曝光带来高转化



天气视窗  
CTR : 2%



banner  
CTR : 1%

营销诉求：联通推广腾讯大王卡，考核开卡成本

广告投放：在天气广告位采用视窗形态和普通静态banner同时投放

投放效果:视窗广告点击率较普通广告高1倍

# QQ天气 合作报价

广告规格	形态	流量量级	可曝光的平台	优势与亮点	推广标的物	售卖方式/价格	备注
AIO 147*147	图文	2.5亿	QQ天气 服务号	唯一全量推送帐号 流量量级大 天气场景广告	H5/APP	合约CPM, 10元/CPM 竞价CPC	溢价 合约CPM起投1万/天 竞价CPC投放 <a href="http://e.qq.com">http://e.qq.com</a>
内容页banner 582*166	单图	1600万	QQ天气 服务号	工具属性强 无缝衔接	H5/APP	合约CPM, 25元/CPM 竞价CPC	溢价 竞价CPC投放 <a href="http://e.qq.com">http://e.qq.com</a>
背景植入 690*600	图文	1亿/天	QQ天气 服务号	大尺寸, 背景植入 支持天气情况投放	H5	合约CPM, 15元/CPM	溢价, 起投15万/天

## 投放Tips:

合约投放需求提前5个工作日提交至v\_qchusong

**AIO** : 文案 : 18个字符内, 图片 : 147\*147px, png/jpg, <30k

**内容页banner** : 图片 : 582\*166px, png/jpg, < 30k

**背景植入** : 图片 : 690\*600px, png/jpg, < 30k ; Button文字 : 不超过6个字符

# QQ钱包 消息图文&交易提醒



消息列表页-服务号



服务号-QQ钱包



QQ钱包-公众号push消息

PV:400w/天  
CTR : 3%-6%



QQ钱包-交易提醒小尾巴

PV:300W/天  
CTR:2%-3%

手Q官方服务号  
1.5亿绑卡用户  
用户人群强金融属性  
目标人群精准定向

## 投放Tips :

钱包号由于其强金融属性  
适合金融, 电商, 等行业投放  
P2P暂不支持投放

# QQ钱包 消息图文合作案例



STEP 1



STEP 2



STEP 3

特色：

钱包公众号push契合金融场景  
海量曝光+精准定向做到品效合一

效果：

广发贷款投放10万，总转化（注册信息填写）13000+，点击率超过3%，超出客户预期

# QQ钱包 合作报价

广告规格	形态	流量量级	可曝光的平台	优势与亮点	推广标的物	售卖方式/价格	备注
Push消息图文 900*500	单图文	400w/天	QQ钱包 服务号	流量量级大 大图文展示	H5	合约CPM，35元/CPM	合约CPM起投5万/天
交易提醒 100*100	交易提醒 小尾巴图文	300w/天	QQ钱包 服务号	支付完成展示广告 交易场景操作性强	H5	合约CPM，15元/CPM	起投6万/单，可投4天 素材于投放前5个工作日 提交至v_qchusong

## 投放Tips:

素材于投放前5个工作日提交至v\_qchusong

A：入口素材图和活动落地页显著位置添加广告主logo

B：活动页需添加活动说明和广告主联系方式

C:不得出现红包 现金字样，不得出现红包图片

D:注册信息尽量不要出现在第一屏，可以托底

## 投放Tips:

### 消息图文

标题：一行15个字符内；摘要：15个字符内，不超过20个字符

图片：900\*500px，jpg/png，< 40k，须添加广告标识

### 交易提醒

文案：15个字符内；图片：100\*100px，jpg/png，< 15k

# QQ-资讯信息流

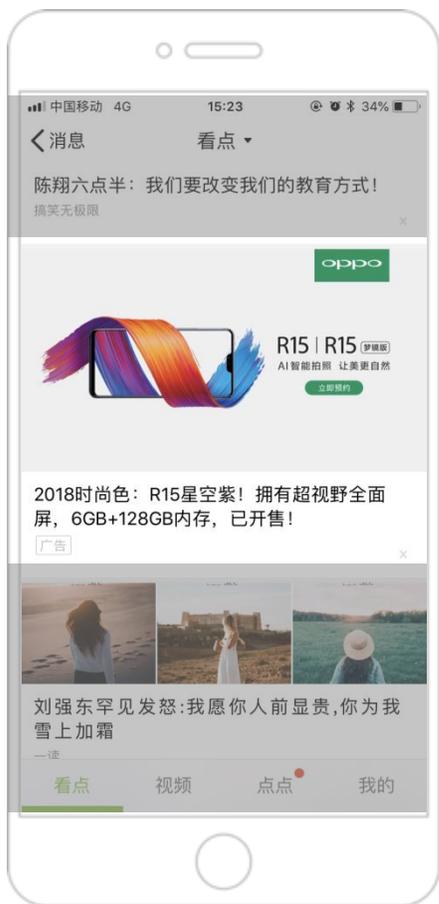
CLASSIFICATION

手机QQ中第二大流量库

各种用户聚集的资讯场景

大流量，原生信息流，高点击

# 看点广告位 首页Feeds信息流



## 首页信息流相关内容介绍

2+%

点击率

1亿

日均PV

产品优势:

1. 手Q继空间后最大信息流
2. 双入口进入, 广告位入口浅
3. 新上线资源, 曝光用户仅限非一线城市用户
4. 合约投放支持第三方监测 ( admaster )

产品逻辑:

1. 同时支持【1000\*560】 / 【240\*180三图一文】 / 【240\*180单图文】 【视频】 四种规格的投放;
2. 广告位在首页第6/13/21/31-71位展示;

# 看点广告位 首页Feeds信息流视频形态



场景特色：点击跳转浮层有声播放；支持视频置顶能力

日均量级：1亿（与图片广告共享流量池）

售卖方式：合约/竞价CPM

合约CPM价格：23.5元/CPM通投

竞价CPM底价：15元/CPM

素材规范：

- Feed视频规范：640\*360，5~30s以内，MP4，50MB以内
- 封面图片规范：640\*360px、50K以内、PNG/JPG
- 广告文案：20个字符内（英文字母、数字、标点符号均算1个字符）
- 头像规范：512\*512，400K以内，PNG/JPG
- 昵称规范：6字以内的商家名称（如商标、品牌）

# 看点广告位 文底品牌大图



外链样式



APP样式

## 相关内容介绍

1.3%

点击率

1亿

日均PV

### 产品优势：

1. 流量大，转化率高
2. 售卖灵活，同时支持CPC和CPM两种售卖
3. 广告主门槛略低于首页feed
4. 产品二期支持自定义标签，看点频道分类定向能力

### 素材规范：

图片：1000\*560，<90kb，\*.jpg|\*.jpeg|\*.png

文案：1-40个字符以内

商标名称：1-20个字符以内

商标图片：512x512 图片，400KB 以内的 \*.jpg|\*.jpeg|\*.png 图片

按钮文案：2~4个字符

# 看点广告位 文底信息流小图文



外链样式



APP样式

## 相关内容介绍

1+%

点击率

1亿

日均PV

## 产品优势：

1. 原生信息流，点击率高
2. 售卖灵活，同时支持CPC和CPM两种售卖
3. 广告主门槛略低于首页feed

# 看点广告位 视频形态

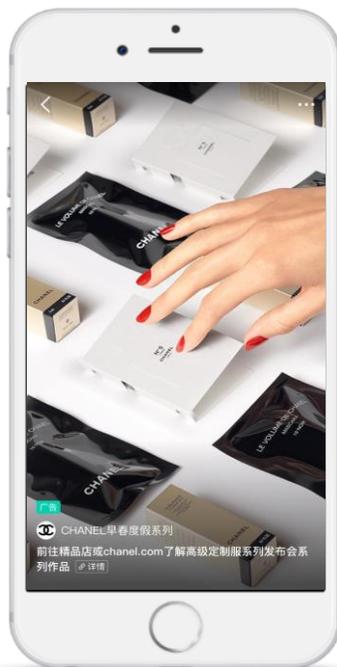
在QQ看点信息流中点击竖版内容视频，都会进入沉浸浮层视频播放，通过下滑观看相关视频，在相关视频第三条位置展示竖版视频广告，广告视频播放3s后底部会出现引导提示条。

广告场景

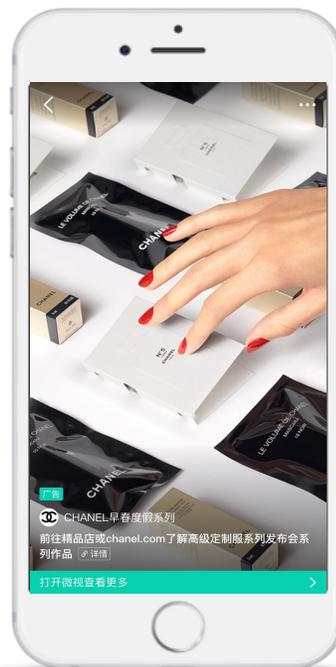


QQ看点

浮层视频竖版广告位



广告播放3s后



# 视频形态·素材规范



品牌标识图：512x512px

品牌标识文：20汉字

描述文案：40个字符以内

①

④

② 封面图：540\*960 jpg/png 30K

③ 视频：9：16尺寸 50MB

⑤ 点击button：产品配适，无需制作素材

# 视频投放指引· 创建广告

竖版视频广告，支持网页、Android应用、iOS应用；

## 推广计划

推广目标

计划设置

## 广告

目标详情

定向

广告版位

排期和出价

## 广告创意

上传创意

## 推广计划

选择已有推广计划

新建推广计划

### 推广目标



网页

推广网页，增加网页的访问量



网页（微信推广）

在微信平台，推广品牌活动，增加知名度



电商网页

推广电商页面，增加商品购买量



Android应用

推广Android应用，增加应用的下载



iOS应用

推广iOS应用，增加应用的下载



认证空间

推广认证空间页，增加访问量



本地广告

推广本地门店或活动，吸引本地用户到店或参加活动

展开更多

# 视频投放指引· 创建广告

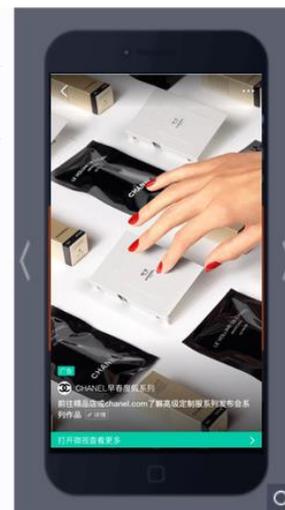
广告版位有针对广告主白名单限制，开通后可见540x960广告版位

## 广告版位

移动平台  PC平台

选择动态商品广告

广告版位	创意形式 <span>∨</span>	描述	曝光量
<span>NEW</span> QQ空间及QQ	540x960视频	QQ空间、手Q看点沉浸视频流	2,840万



**QQ空间沉浸视频流**

(广告可能出现在以上位置)

创意尺寸: 540x960

# 视频执行建议 · 创建广告

广告素材包括一张图片以及一个视频  
视频只要满足9：16的比例即可，文件大小需小于50MB  
目前竖版视频广告暂不支持视频直达

上传创意

<p><b>540px × 960px</b> (推荐尺寸) 点击或拖拽上传 JPG/JPEG/PNG, 小于100KB</p>	<p><b>9 : 16</b> (推荐尺寸) 点击或拖拽上传 MP4/MOV/AVI, 小于50.00M, 时长≥5s, ≤60s, 必须带有声音</p>
--	--

广告文案

+ 0/20

应用直达URL(可选) [了解更多](#)

落地页

落地页  
请选择落地页



创意预览

提交

赋能商业 始终于人

