

中华人民共和国国家标准

GB/TXXXXX.4—XXXX

互动广告 第4部分：接口要求

Internet advertising

Part4: Interface requirements

点击此处添加与国际标准一致性程度的标识

（征求意见稿）

（本稿完成日期 2016年9月5日）

（在提交反馈意见时，请将您指导的相关专利连同支持性文件一并附上。）

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

- 目次 I
- 前言 II
- 引言 III
- 1 范围 1
- 2 规范性引用文件 1
- 3 术语和定义 1
- 4 互动广告平台对接要求 1
 - 4.1 平台间对接的工作机制要求 1
 - 4.2 平台间对接的业务流程要求 1
 - 4.3 平台间对接的数据流程要求 2
 - 4.4 平台间对接的数据通信要求 3
 - 4.5 平台间对接的投放 API 要求 4
- 5 互动广告平台对接数据要求 24
 - 5.1 用户唯一标识数据同源要求 24
 - 5.2 互动广告平台对接数据效果展示要求 24
 - 5.3 互动广告平台对接 LBS 要求 25

前 言

GB/TXXXXX《互动广告》是互动广告的国家标准。

GB/TXXXXX《互动广告》分为5个部分：

- 第1部分：术语和概述；
- 第2部分：投放验证要求；
- 第3部分：效果测量要求；
- 第4部分：平台接口要求；
- 第5部分：用户信息保护要求。

本部分是GB/TXXXXX的第4部分。

本部分按照GB/T1.1-2009《标准化工作导则第1部分：标准的结构和编写》给出的规则编写。

本部分由国家工商行政管理总局提出。

本部分由中国广告协会互动网络委员会归口。

本部分起草单位：华扬联众数字技术股份有限公司、深圳市腾讯信息技术有限公司、网易传媒科技（北京）有限公司、百度在线网络（北京）有限公司、安沃传媒、北京奇艺世纪科技有限公司、合一信息技术（北京）有限公司、中国广告协会互动网络分会、工业和信息化部电子工业标准化研究院。

主要起草人：苏同、郝涛、褚珂芸、冯惠、龚宇、古永锵、韩先胜、李鹏、李健海、刘胜义、刘佳、吕明、程钦召、唐旭、向维良、熊若愚、裴学伟、闫磊、周朔、周平、陈永、裴跃赏。

引 言

随着互联网和移动互联网的快速发展，互动广告已经占据了广告市场近50%的份额，成为重要的广告投放方式和渠道。但是，互动广告的快速发展也带来了许多问题和挑战：广告样式繁杂多样造成产业资源效能低下；衡量基准各说各话阻碍产业扩张与融合；数据孤岛，分类定义不能互通；参与角色多样，接口要求各自为政，导致平台和产品间合作困难。为了规范、促进互联网广告市场发展，由工商行政管理总局牵头，于2015年完成了《广告法》的修订，今年又颁布了《互联网广告管理办法》。为了充分释放互联网广告的市场效能，做强、做大互联网广告产业，使互联网成为我国参与新一轮国际竞争利器，就要规范阻碍互动广告相互之间接口协作统一的对接语言和投放执行过程中的交易形式、内容和方法，统一的数据采集方法和分类、定义以及用户数据隐私安全，统一的测量标准。本标准旨在统一规范互动广告：一是明确互动广告投放和监测等概念和维度，二是保证互动广告行业运作模式的规范性和可复制性，三是保证互动广告投放和监测的统一性。

GB/TXXXXX《互动广告》各部分标准之间的关系：

互动广告标准体系共包含5个部分，分别是：术语和概述、投放验证要求、效果测量要求、平台接口要求、用户信息保护要求。

第1部分：术语和概述，界定互联网领域数字互动广告投放和排期、广告展示监测、广告后续行为监测、广告物料、广告展示对象、广告数据交换接口等方面的术语和定义，阐述互动广告标准体系。

同时承担着总纲职责，界定互动广告术语和定义，并对互动广告标准体系作出概述。

第2部分：投放验证要求，对广告投放和排期、广告展示监测、广告后续行为监测、广告物料、广告展示对象等方面提出推荐性标准，并对广告投放验证提出要求。

第3部分：效果测量要求，对数字互动广告的效果测量提出推荐性标准，并对广告效果测量提出要求。

第4部分：平台接口要求，对广告数据交换接口、平台间对接的数据通信、数据参数、交换流程等提出推荐性标准。

第5部分：用户信息保护要求，对保护用户信息安全和隐私提出推荐性标准。第4、5部分则对互动广告的两个关键性因素（平台接口和用户信息保护）提出要求，从而形成完整的标准体系。

互动广告 第4部分：接口要求

1 范围

GB/TXXXXX的本部分规定了广告主或者广告代理商的广告系统平台与媒体广告系统平台间的接口要求。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/TXXXXX.1—XXXX 互动广告第1部分：术语和概述。

3 术语和定义

GB/TXXXXX.1—XXXX中界定术语和定义适用于本文件。

4 互动广告平台对接要求

4.1 平台间对接的工作机制要求

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。媒体平台向代理商或广告主平台提供投放活动的数据效果报表。

4.2 平台间对接的业务流程要求

互动广告平台之间的对接工作13个部分：

- (1) 创建广告活动及广告；
- (2) 媒体资源查询；
- (3) 广告活动预算、排期、定向条件设置；
- (4) 媒体审核预算、排期、定向条件；
- (5) 预约排期；
- (6) 制作、上传投放素材；
- (7) 媒体审核投放素材；
- (8) 媒体执行投放；
- (9) 媒体汇总投放数据；
- (10) 数据效果展示；
- (11) 投放素材调整；

GB/TXXXXX.4—XXXX

(12) 投放预算、排期、定向条件调整；

(13) 投放结束。

具体流程，如图1所示。

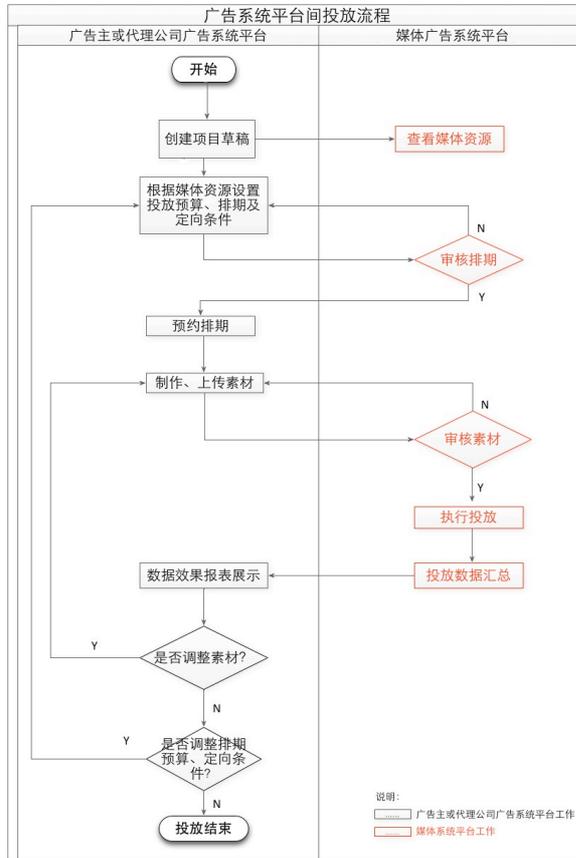


图1 广告系统平台间投放流程

4.3 平台间对接的数据流程要求

数据流程包含3个部分：

(1) 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；

(2) 媒体的广告系统平台于内部进行广告数据处理，完成投放；

(3) 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。

具体流程，如图2所示。

数据流程图

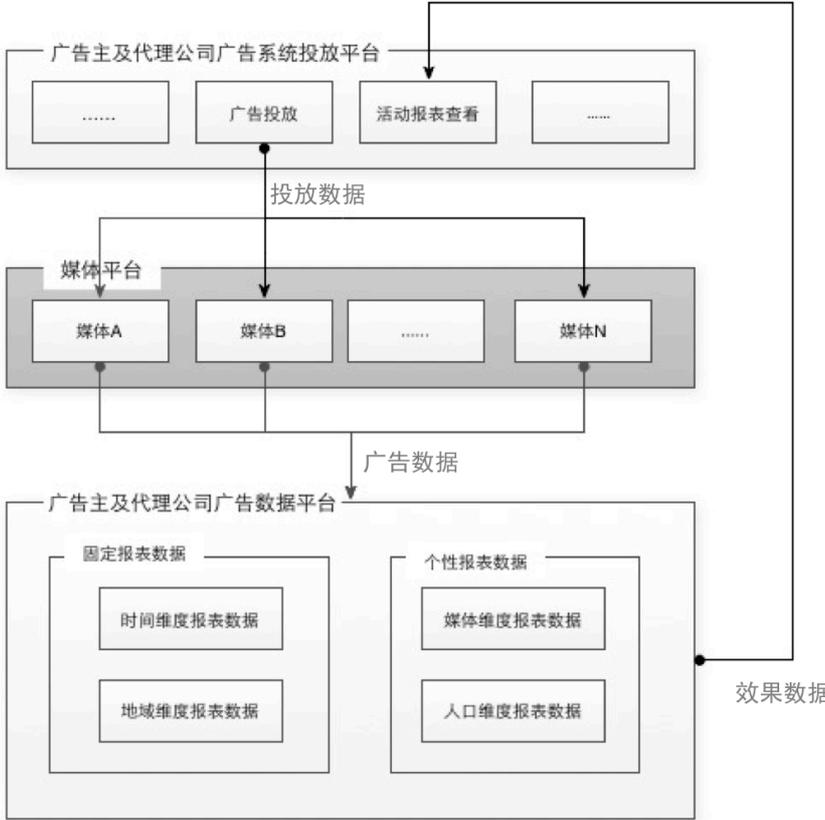


图2 广告系统平台间数据流程

4.4 平台间对接的数据通信要求

4.4.1 平台间对接的身份鉴别要求

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

- (1) 数据提供方为数据需求方生成用户名和密码。
- (2) 数据需求方访问数据提供方 API，请求 Access Token。身份鉴别参数见表 1。
- (3) 数据提供方验证成功后返回 Access Token。返回数据采用 json 格式。

表1 身份鉴别参数表

参数名	是否必选	备注
GrantType	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，应通过IP地址限制、HTTPS传输加密等方式提高身份验证的安全性。

4.4.2 广告发布 API 对接要求

授权成功的数据提供方，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。

4.4.3 广告投放效果数据对接要求

发送数据请求采用 GET 方式进行。参数参见表 2：

表2 广告投放效果数据请求参数表

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

接收返回数据采用 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。

4.5 平台间接的投放 API 要求

4.5.1 平台对接 API 分类

平台对接API分类，参见表3：

表3 平台对接 API 分类表

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 要求

(1) 创建新广告活动。在建立广告活动时，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联。具体要求见表4、表5、表6。

表4 创建广告活动服务定义表

—Service

Operation	Input	Output
CreateCampaign	CreateCampaign-Request	CreateCampaign-Response

表5 创建广告活动请求信息定义表

—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

表6 创建广告活动响应信息定义表

—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, 即修改已经存在系统的Campaign内容, 具体要求见表7、表8、表9。

表7 更新广告活动服务定义表

—Service

Operation	Input	Output
UpdateCampaign	UpdateCampaign-Request	UpdateCampaign-Response

表8 更新广告活动请求信息定义表

—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

注：与创建广告活动不同，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。

表9 更新广告活动响应信息定义表

——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。建立一个新的Ad到对应的Campaign下；文字/图文广告(AType - 1, 3), Line1、Line2不得同时为空；图文/全屏/插屏/图片广告(ADType - 2, 3, 4, 5), Images不得为空；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；App类别下的App来自于GetApps和SearchApps 这两个接口。具体要求见表10—表18。

表10 创建广告服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
CreateAd	CreateAd-Request	CreateAd-Response

表11 创建广告请求信息定义表

——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

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
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
广告的类别及指定 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
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

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
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
第一行文字	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

注：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。

表12 广告投放时段定义表

——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

表13 广告排期预算定义表

——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

表14 广告投放地理位置定义表

——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

表15 App 类别信息定义表

—AppCategory

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

表16 App 信息定义表

—App

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
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

表17 广告频次控制信息定义表

—Adfrequency

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
频次控制类型	FrequencyType	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	FrequencyLength	Integer	0: 小时; 1: 天; 2: 周; 3: 月; 4: 整个排期	无	是
频次控制数量	FrequencyCount	Integer	每个周期频次控制的次数	无	是

表18 创建广告响应信息定义表

—CreateAd-Response

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
执行状态	Status	Status	回传码与描述	无	是

(4) 修改广告。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)；更新已经存在于系统的 Ad；文字/图文广告 (AdType - 1, 3)，Line1、Line2 不得同时为空；图文/全屏/插屏/图片广告 (AdType - 2, 3, 4, 5)，images 不得为空；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。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;App 类别下的 App 来自于 GetApps 和SearchApps 两个接口。具体要求见表19—表27。

表19 修改广告服务定义表

—Service

Operation	Input	Output
UpdateAd	UpdateAd-Request	UpdateAd-Response

表20 修改广告请求信息定义表

—UpdateAd-Request

注: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

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
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,如 WiFi、联通、电信、移动。	无	是

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
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

表21 广告投放时段定义表

——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

表22 广告排期预算定义表

——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
半径	Radius	Double	单位：km，不可小于 1.2	无	是

表23 广告投放地理位置定义表

——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

表24 App 类别信息定义表

——AppCategory

注：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

表25 App 信息定义表

——App

注：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

表26 广告频次控制信息定义表

—Adfrequency

名称	参数	类型	说明	默认值	必填
频次控制类型	FrequencyType	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	FrequencyLength	Integer	0: 小时; 1: 天; 2: 周; 3: 月; 4: 整个排期	无	是
频次控制数量	FrequencyCount	Integer	每个周期频次控制的次数	无	是

表27 修改广告响应信息定义表

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。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)才可回传成功响应。具体要求见表28—表30。

表28 暂停广告服务定义表

—Service

Operation	Input	Output
PauseAd	PauseAd-request	PauseAd-response

表29 暂停广告请求信息定义表

—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

表30 暂停广告响应信息定义表

—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。启用被暂停的Ad；若状态非[Paused]（暂停）的Ad，则忽略；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；启用后状态可为 [Reviewing/Pending/Running/Suspended]（审核中/待定/运行中/搁置）。具体要求见表31—表33。

表31 重启广告服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
EnableAd	EnableAd-request	EnableAd-response

表32 重启广告请求信息定义表

——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

表33 重启广告响应信息定义表

——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。取得Ad对应于广告主或者代理商广告系统的状态。具体要求见表34—表38。

表34 获取广告服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
GetAdStatus	GetAdStatus-Request	GetAdStatus-Response

表35 获取广告请求信息定义表

——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

表36 获取广告响应信息定义表

——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
------	--------	--------	--------	---	---

表37 广告状态信息定义表

——AdStatus

注：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端能更快速反应并处理媒体端的反馈	无	否

表38 广告状态编码说明表

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

4.5.3 资源管理类 API 要求

(1) 预定广告活动资源。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。具体要求见表39—表47。

表39 预定广告活动资源服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
BookCampaignResource	BookCampaignResource-Request	BookCampaignResource-Response

表40 预定广告活动资源请求定义表

——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

表41 预定广告活动资源响应信息定义表

——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

表42 广告资源信息定义表

——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	WiFiAndCarrier	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

表43 广告投放时段定义表

——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

表44 广告排期预算定义表

——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

表45 广告投放地理位置表

——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

表46 App 类别信息定义表

——AppCategory

注: 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

表47 App 信息定义表

——App

注: 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。以活动及相关广告的配置信息来做资源预定，确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。具体要求见表48—表52，以及图3。

表48 查询预定广告资源状态信息定义表

——Service

Operation	Input	Output
GetCampaignResourceBookingStatus	GetCampaignResourceBookingStatus-Request	GetCampaignResourceBookingStatus-Response

表49 查询预定广告资源状态请求信息定义表

——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

表50 查询预定广告资源状态响应信息定义表

——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

表51 资源预定状态信息说明表

——CampaignResourceBookingStatus

注：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

表52 广告资源状态编码说明表

——Campaign Resource Status

注：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

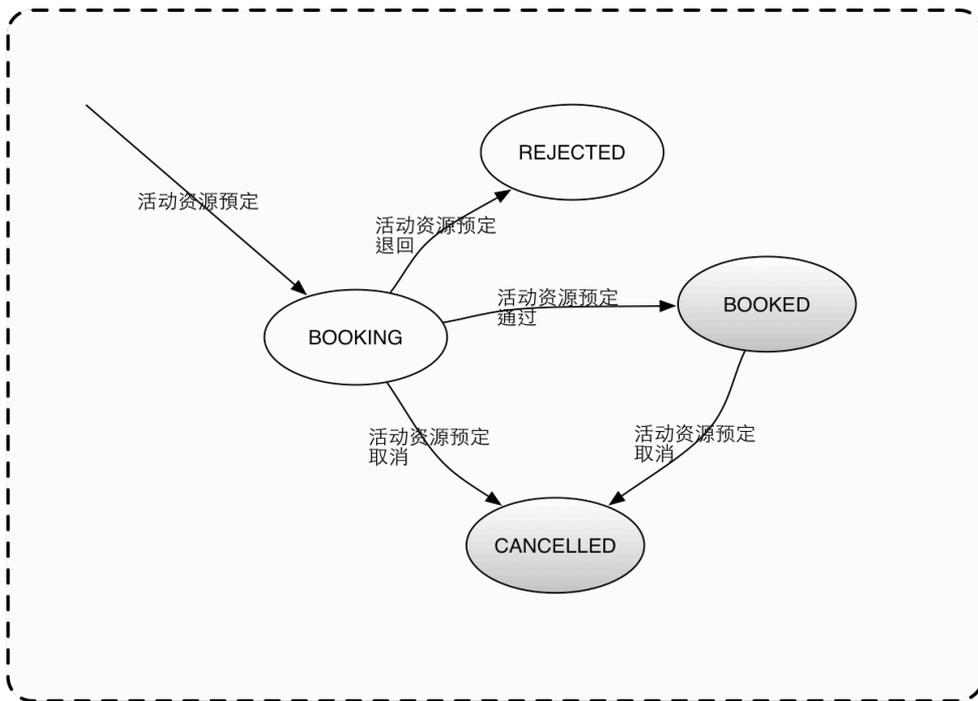


图3 广告活动资源状态迁移图

(3) 取消预定广告活动资源。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。具体要求见表53—表55。

表53 取消预定广告活动资源服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
CancelBookedCampaignResource	CancelBookedCampaignResource-Request	CancelBookedCampaignResource-Response

表54 取消预定广告活动资源请求信息定义表

——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

表55 取消预定广告活动资源响应信息定义表

——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) 获取媒体媒介资源信息，即取得媒体资源排期表。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；媒体至少提供从隔天开始的三个月内的媒体资源信息。具体要求见表56—表59。

表56 获取媒体资源信息服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
GetResourceSchedule	GetResourceSchedule-Request	GetResourceSchedule-Response

表57 获取媒体资源请求信息定义表

——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

表58 获取媒体资源响应信息定义表

——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

表59 媒体资源信息说明表

——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

4.5.4 APP 管理类 API 要求

(1) 获取App列表。取得各类别前N名的App列表，在此接口App须回传App名称；此App列表在广告主或代理商平台指定App投放时使用；各类别下的App列表需以流量由大到小排序。具体要求见表60—表64。

表60 获取 App 服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
GetApps	GetApps-Request	GetApps-Response

表61 获取 App 请求信息定义表

——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

表62 获取 App 响应信息定义表

——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
------	--------	--------	--------	---	---

表63 App 类别信息定义表

——AppCategory

注：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

表64 App 信息定义表

——App

注：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。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)；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；各类别下的App列表，需以流量由大到小排序；各关键字之间为或(OR)的关系。具体要求见表65—表69。

表65 搜寻 App 服务定义表

——Service

Operation	Input	Output
SearchApps	SearchApps-Request	SearchApps-Response

表66 搜寻 App 请求信息定义表

——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

表67 搜寻 App 响应信息定义表

——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

表68 App 类别信息定义表

——AppCategory

注：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
该类别的 App 集合	Apps	List<App>	属于该类别的App集合	无	否

表69 App 信息定义表

——App

注：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 互动广告平台对接数据要求

5.1 用户唯一标识数据同源要求

数据同源必须符合表70规定的参数要求。

表70 数据同源信息参数定义表

参数	解释
OS	客户端操作系统种类，0-Android，1-iOS，2-WP，3-0thers
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

5.2 互动广告平台对接数据效果展示要求

5.2.1 数据效果指标和核心维度要求

数据效果指标和核心维度须符合表71规定的参数要求。

表71 数据维度定义表

序号	类型	参数要求			
		in-App	移动网页		
1	流量类型				
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 效果报表数据格式要求

效果报表数据格式须符合表72规定的参数要求。

表72 效果报表数据格式定义表

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要求

时间维度，一般分为小时和天。

地域维度，一般分为国家、省、自治区、直辖市、市县等。

媒体维度，包括PC、APP等。

人口属性维度，包含：性别、年龄、收入等维度。

5.3 互动广告平台对接 LBS 要求

互动广告平台对接LBS须符合表73规定的参数要求。

表73 地理位置信息数据结构表

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
FormattedAddress		结构化地址信息	否
Business		所在商圈信息	否
Address Component	City	城市名	否
	District	区县名	否
	Province	省名	否
	Street	街道名	否
	StreetNumber	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	否
	Point	Poi 坐标 {X, Y}	否
	Tel	电话	否
	UID	Poi 唯一标识	否
Zip	邮编	否	