

技術詞彙

本技術詞彙載有本文件所用有關本公司及業務的若干詞彙釋義。該等詞彙及其釋義未必與業內標準釋義一致，且未必能與本公司同行業的其他公司所採納的類似名稱詞彙直接比較。

「廣告」	指	為推廣產品及／或品牌而在媒體上刊登的廣告
「廣告代理商」	指	移動廣告行業內的中介服務提供商，為客戶創作、計劃及處理廣告（以及不時以其他行式進行推廣）以營銷產品及／或品牌及／或銷售廣告庫存。廣告代理商通常獨立於客戶，並為銷售客戶的產品或服務提供外部建議。廣告代理商也可為其客戶從事全面營銷、品牌策略及銷售推廣，即作為第三方向廣告主及廣告發佈商提供廣告服務。移動行業內的廣告代理商可作為客戶代理或運營多個廣告平台
「廣告交易平台」	指	通常通過實時競價買賣多個廣告平台的媒體廣告庫存的數字市場
「廣告ID」	指	跨媒體平台識別廣告資產的行業標準，一種獨特的廣告資產識別編碼
「廣告庫存」	指	網上或移動媒體可用於廣告的流量
「廣告網絡」	指	連接廣告主與擁有可用廣告庫存的移動應用及網站的移動廣告服務供應商，其主要職能為匯總廣告發佈商的廣告供應並將其與廣告主的需求進行匹配

技術詞彙

「廣告平台」	指	移動廣告交易及活動的廣告平台，包括廣告主的代理商、廣告網絡、廣告交易平台、需求及供應方平台及提供移動廣告服務的其他服務提供商
「廣告位」	指	網站或移動應用可用於廣告的空間
「AI」	指	人工智能
「安卓」	指	由谷歌公司開發及維護的用於觸屏技術（包括智能手機及平板電腦）的操作系統
「API」	指	應用程序接口，即用於[編纂]軟件應用的一套例程、協議及工具
「應用」	指	為在移動設備上運行而設計的應用軟件
「App Store」	指	由蘋果公司為其iOS操作系統上的移動應用開發及維護的數字發行平台
「ARPPU」或「每名 付費用戶平均收入」	指	每名移動設備付費用戶在特定期間內所產生的應用內購買平均收入
「ARPU」或「每 用戶平均收入」	指	每名移動設備用戶在特定期間內所產生的平均收入，包括應用內購收入及移動廣告收入
「日均展示」	指	平均每日向移動設備用戶展示廣告的次數
「公測」	指	軟件或硬件的第二階段測試，通常亦是最後測試，由隨機抽樣的目標用戶測試產品於現實環境的表現性能
「大數據」	指	大規模多元化的數據集，可通過新處理模型，發掘隱藏模式、未知關連、市場趨勢、客戶偏好及其他有用信息資產，增強決策力、洞察力與處理優化功能

技術詞彙

「點擊率」	指	點擊廣告的移動設備用戶與瀏覽廣告的移動設備用戶總數之比值
「轉化率」	指	作出廣告主期望行為（如註冊新賬戶或作出購買）的移動設備用戶與瀏覽或點擊廣告的移動設備用戶總數之比值
「國家及地區」	指	移動互聯網行業的國家及地區市場，由應用商店及第三方移動分析平台界定、採用及應用的用戶統計、地方法規及其他特徵區分
「CPA」	指	按實際效果付費，根據移動設備用戶的每次行為（如下載、安裝或註冊）收取廣告費的實際效果定價模式
「CPI」	指	按安裝量付費，根據應用的每次安裝收取廣告費的實際效果定價模式
「CPM」	指	按千次展示付費，根據每千次展示而非按實際效果收取廣告費的定價模式
「日活躍用戶數」	指	日活躍用戶數，就移動應用而言，指一天內訪問我們若干移動應用至少一次的獨立移動設備的總數
「設備ID」	指	一種獨特的設備專用標識符，用於準確測量特定移動設備的行為
「下載量」	指	包括Google play應用及iOS應用的下載量。Google play應用下載量為Google Play應用的下載總量。iOS應用的下載量為iOS應用的下載總量，不包括桌面下載、重新下載或透過促銷下載
「DSP」	指	需求方平台

技術詞彙

「eCPI」	指	按安裝量有效付費，廣告服務提供商用其確定用戶安裝一次移動應用的廣告投放成本
「eCPM」	指	按千次展示有效付費，廣告發佈商用其確定廣告宣傳的每千次展示產生的收入及測量廣告發佈商的廣告庫存在各種渠道的售賣表現，或廣告服務提供商用其確定廣告交易中每千次展示的廣告投放成本
「填充率」	指	實際廣告投放總數與廣告請求總數之比值
「GAID」	指	Google Advertising ID，Google Play服務提供的一種獨特的、用戶可重置的廣告ID
「Google Play」	指	由Google LLC運營及開發的數字發行服務，為其安卓操作系統的官方應用商店
「IAB」	指	互動廣告局，制定行業標準、實施研究並為網絡廣告行業提供法律支持的一個廣告行業組織
「IDFA」	指	Identifier For Advertising，iOS設備的獨特ID，移動廣告網絡通常用其提供精準廣告
「展示」	指	廣告被訪問者瀏覽一次或在網頁上展示一次
「互動式廣告」	指	通過互動活動吸引用戶的一種廣告形式
「iOS系統」	指	由蘋果公司開發及維護的移動操作系統

技術詞彙

「KPI」	指	關鍵業績指標，就移動廣告而言，指反映廣告宣傳的有效性及表現的指標，如新安裝、註冊或購買的數量
「相似人群拓展」	指	廣告主及／或廣告服務提供商為識別與廣告主現有用戶具有類似偏好及特徵的潛在用戶而使用的技術或算法
「月活躍用戶數」	指	月活躍用戶數，就移動應用而言，指特定月內訪問我們若干移動應用的獨立移動設備的總數
「原生廣告」	指	一種與展示廣告之平台的形式與功能匹配的廣告類型
「OpenRTB」	指	由IAB制定的買方與賣方就廣告位進行交流的公開行業協議與標準
「留存率」	指	於安裝數天後仍使用應用的用戶的比例
「投資回報率」	指	投資回報率
「RTB」	指	實時競價，一種通過程序化即時拍賣買賣廣告庫存的方法
「SDK」	指	軟件開發套件，為特定軟件包建立應用的一套軟件開發工具
「SSP」	指	供應方平台
「標籤」	指	指定給用戶或應用的表述特點的關鍵詞
「流量」	指	就移動廣告的流量而言，移動媒體上廣告受眾流量

技術詞彙

「獨立移動設備」	指	以設備ID為基準，在不重複計算同一移動設備時使用的術語
「用戶」	指	移動設備用戶，每款移動設備具有唯一設備ID。個人可能擁有超過一部移動設備，且該等移動設備根據設備ID將認定為不止一個用戶
「用戶生命週期價值」	指	對移動應用用戶未來完整互動的利潤預測