
技術詞彙

本技術詞彙表載有對本文件內所使用的若干詞彙的說明，因此，該等詞彙及其涵義未必與其行業標準涵義或用法相符。

「廣告庫存」	指	網上媒體發佈商可用於廣告的流量
「廣告主」	指	任何通過投放移動廣告宣傳其品牌及產品（或服務）之人士、公司或機構（如品牌商、廣告代理、移動應用程序開發商）以及作為移動廣告全價值鏈最初發起者之人士、公司或機構
「廣告」	指	任何旨在使產品（或服務）引起潛在及現有客戶注意的通訊，通常需付費
「廣告代理」	指	就中國移動廣告代理市場而言，為廣告主及／或其他移動廣告公司提供移動廣告服務的移動廣告公司
「廣告流量成本」	指	使廣告於媒體發佈商上展示的成本，根據不同定價機制釐定，可直接支付予媒體發佈商或支付予廣告代理
「算法」	指	一套於編寫程序中用以解決問題的清晰指令
「API」	指	建立軟件應用程序的常規、協議及工具組合
「應用程序」或 「移動應用程序」	指	為在智能手機及其他移動設備上運行而設計的應用程序軟件
「應用程序商店」	指	為應用程序及電腦軟件而設的電子分銷平台
「平均費率」	指	就中介服務而言，我們就於媒體發佈商投放的廣告的每次點擊或下載向客戶收取的平均廣告費用

技術詞彙

「大數據分析」	指	對海量的、多元的數據集及數據採用先進的分析技術及電腦軟件來發現隱藏的規律、未知的相關性、市場趨勢、客戶喜好和其他有用信息，用以制定商業決策
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「轉化率」	指	移動裝置用戶採取廣告主期望行為佔觀看或點擊廣告的移動用戶總數的比率
「核心廣告代理」	指	獲提供廣告庫存的媒體發佈商認可的身份，標誌著在採購廣告庫存方面的媒體發佈商與廣告代理的緊密業務關係。該身份通常通過於指定時間內與媒體發佈商達成一定水平的交易額等規定而獲得。獲得有關身份通常令廣告代理能直接與媒體發佈商交易
「每次操作成本」	指	每次操作成本，為廣告按移動設備用戶每項操作收費的定價機制，這些操作通常需要受眾的高度個人參與，通過激活或重新激活產品或註冊為產品用戶來體驗或使用廣告產品
「每次點擊成本」	指	每次點擊成本，為廣告按每次廣告點擊收費的定價機制
「每次下載成本」	指	每次下載成本，為廣告按每次下載收費的定價機制
「每千次曝光成本」	指	每千次曝光成本，為廣告按每千次曝光收費的定價機制
「每次銷售成本」	指	每次銷售成本，為廣告按廣告帶來的增加銷售量收費的定價機制

技術詞彙

「每次時間成本」	指	每次時間成本，為廣告按持續期而非次數收費的定價機制
「爬蟲」	指	從原始數據抽取大量有用數據並分析數據規律的過程
「數據管理平台」	指	具有內置電腦軟件、工具及系統的平台，可使用算法從公共領域中選擇性地提取非機密資料、分析資料，以及有效將資料進行分組或分類
「買方平台」	指	讓廣告主管理廣告庫存的出價以及其分散給目標受眾的數據預算的系統
「有效成果」	指	就精準廣告服務而言，扣除所進行的虛假或偽造操作（例如重複下載到移動設備）次數後，客戶認可為有效的操作次數，以及為客戶產生的有效銷售總額
「企業資源管理」	指	機構利用集成應用程序以管理業務及自動化大量金融、科技服務及人力資源相關後台功能的業務程序管理軟件
「一線媒體發佈商」	指	每月活躍用戶流量超過十億的頭部媒體
「曝光量」	指	廣告頁面瀏覽量
「中長尾媒體」	指	並無自設廣告投放系統的中型移動應用程序或小型媒體發佈商，例如遊戲及電商應用程序
「移動品牌廣告」	指	移動廣告市場的一種定價模式，目標是在受眾或消費者心中樹立品牌標識

技術詞彙

「移動原生廣告」	指	移動廣告市場的一種展示方式，配合廣告出現的平台的方式及功能
「移動非原生廣告」	指	移動廣告市場的一種展示方式，通常採用與內容分開的形式，並且會分散受眾或用戶的注意力
「移動互聯網」	指	通過移動或無線網絡利用移動設備（如智能手機）訪問基於瀏覽器的互聯網服務
「移動效果廣告」	指	移動廣告市場的一種定價模式，按所實現可計量成果向廣告主收費，例如激活或註冊率、新應用程序的下載率或獲取聯絡資料
「個人電腦」	指	個人電腦
「平台」	指	執行軟件的环境
「程序化廣告」	指	將在網站或應用程序購買及動態地刊登廣告的過程及交易自動化的系統
「項目優化師」	指	指定人員通過多項指標監察廣告投放的效果及表現，然後就修改廣告投放作出建議
「公共領域」	指	任何人均可以訪問或使用來自該領域的信息或數據的互聯網領域
「實時競價」	指	通過程序化即時拍賣進行廣告庫存買賣的方式
「回頭客」	指	於往績記錄期內多於一個年度／期間通過我們投放廣告的個人或實體
「軟件開發套件」	指	軟件開發套件，為就若干軟件包建立應用程序的軟件開發工具
「二線媒體發佈商」	指	每月活躍用戶流量介乎五千萬至十億之間的頭部媒體

技術詞彙

「智能手機」	指	手提式個人電腦，具有移動操作系統和集成的移動寬帶蜂窩網絡連接，用於互聯網數據通信
「賣方平台」	指	讓媒體及平台或供應商管理其廣告庫存的平台
「靜態圖像形式」	指	僅以靜態圖像形式呈現的廣告，通常包括文字及圖像
「頭部媒體」	指	熱門搜索引擎及社交媒體平台等主要網上媒體發佈商，通過其廣告投放系統提供廣告庫存
「流量」	指	就移動廣告流量而言，指移動媒體上的廣告受眾流量
「用戶界面」	指	人與機器互動的空間，常用於人機或智能手機交互的工業設計領域
「視頻形式」	指	以短視頻形式展示的廣告，通常連同靜態圖像形式的廣告
「虛擬代幣」	指	旨在作為廣告庫存交換媒介的電子資產