

DC 动态创意广告指南

目录

1 什么是动态创意

2 有什么优势

3 如何使用动态创意

4 探索状态与智选广告

5 广告主案例与方法总结

6 附录——投放版位支持



什么是动态创意

创意推广难题

哪个类型的文案
更容易吸引点击?

如何通过创意
提升广告效果?

如何提升
创意点击率?

哪个风格的创意
能吸引受众?

如何把预算花在
最好的创意上?

图片和文案
如何组合最好?



探索优质创意，提升广告效果的三大难题

**人力投入大，运营效率低**

人工匹配图片/视频/文案等创意元素，测试对目标受众和推广商品效果最佳的创意组合，测试周期长
手动创建多个广告，操作复杂，费时费力

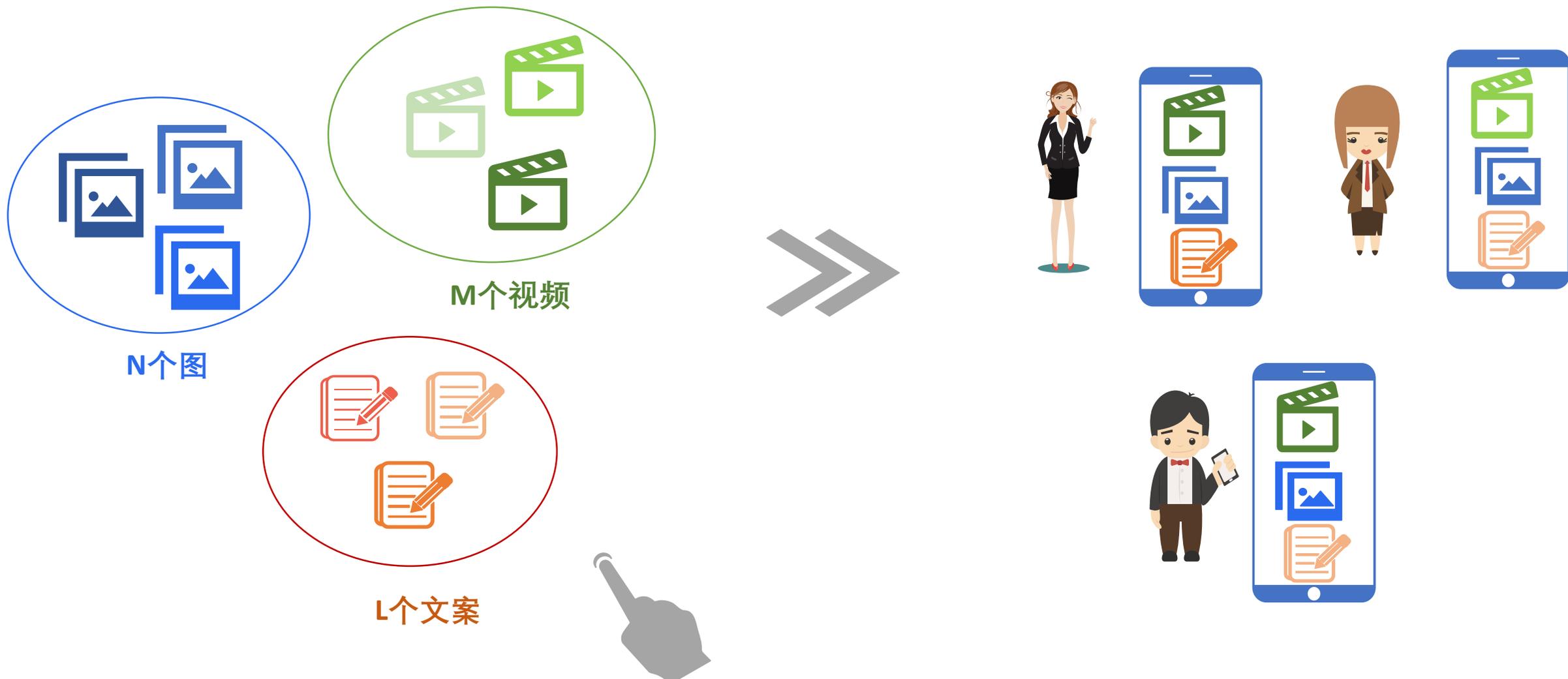
**人工监控难，优化跟进慢**

运营时刻监控创意数据，手动关停劣质创意，难以追赶多样的竞争环境变化
人工把控的结果容易误操作，导致部分优质创意失去曝光的机会，创意利用率低

**质量优化难，效果不稳定**

人工组合难以覆盖所有情况，难以根据广告数据定性分析创意优化方向

动态创意广告：智能组合+智能优选





动态创意广告：效率,效果,质量的三赢



效率

系统自动组合图片/视频/文案等元素，秒级生成多个创意组合



效果

系统智能根据竞争环境和受众特征优选最佳创意
告别“人工盯盘”，系统自动优化，每一次的最优展示积累成广告效果的整体提升



质量

优质创意最大发挥价值，创意优化有方向
给对的人展示对的创意，提升创意利用率

2

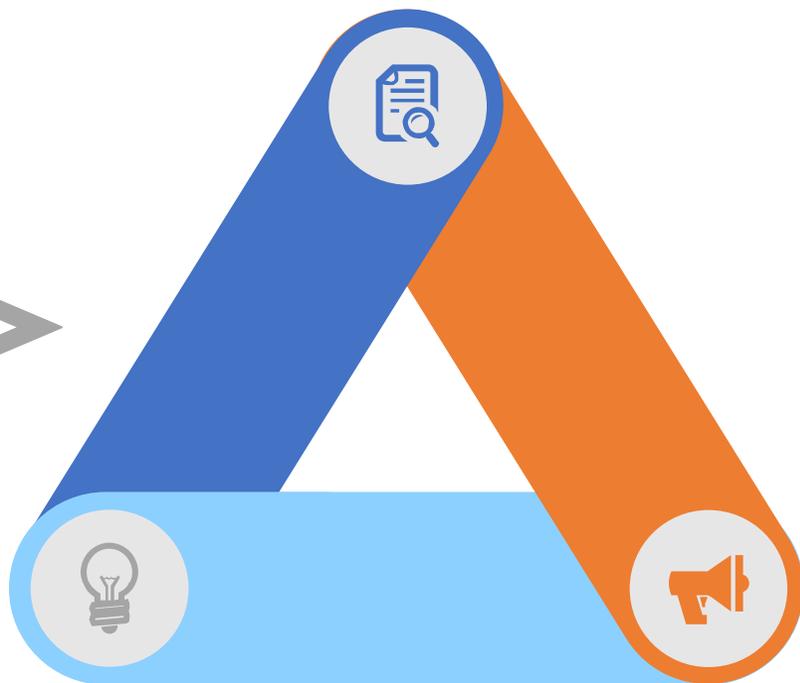
有什么优势

	动态创意广告	普通广告
适用对象	所有行业	所有行业
定向	自助选择/自动扩量	自助选择/自动扩量
出价方式	CPC/oCPA/CPM	CPC/oCPA/CPM
版位	手Q空间feeds, 浏览器, 腾讯新闻, 腾讯视频, 移动联盟等 (持续拓展微信等流量)	手Q空间feeds, 浏览器, 腾讯新闻, 腾讯视频, 移动联盟, 微信等
创意组合	上传元素, 系统自动组合 高效	上传手动组合的创意
创意候选池	系统组合覆盖所有情况 (单广告最多可达27种创意组合), 探索空间更大 智能	手动组合难以穷举
创意优选	系统为每个受众展示综合效果最优的创意, 劣质创意逐渐无量, 优质创意脱颖而出, 量变积累成质变, 提升广告整体效果 智能	无系统优选, 人工监控和关停, 时效性和准确性难以保障
落地页	1.可使用蹊径/枫页等落地页制作工具; 2.可手动输入落地页	1.可使用蹊径/枫页等落地页制作工具; 2.可手动输入落地页
投放渠道	e.qq.com投放端、Marketing API、MP投放端(敬请期待)	e.qq.com投放端、Marketing API、MP投放端
投放方式	上传创意元素, 生成多个创意, 归属一条广告 高效	上传多个创意, 分别创建多条广告, 设置多次广告信息

原材料一样, 比普通广告更高效, 智能!

受众与创意的相关性

通过理解每个创意的特征，强化点击预估，让对的人遇见对的创意



受众历史点击/转化行为

“过去”助力“未来”，
历史行为加速创意优选效率

创意自身效果数据积累

点击/转化佳的创意有机会
获得更多曝光，成本跑飞的
创意减少曝光，优质创意发
挥更大的价值

广告请求

智能优选

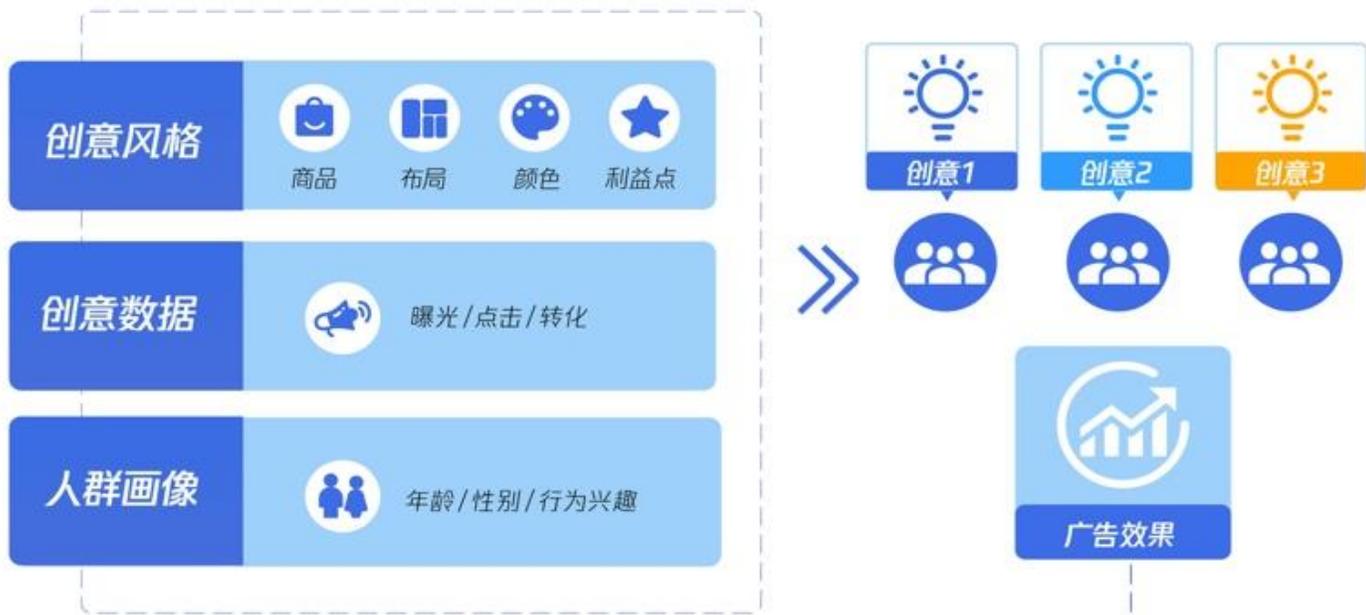
创意展示

动态创意广告

环节1-自动拼接



环节2-智能优选



环节3-智能优化

指导创意生产与优化

3

如何使用

动态创意广告目前在eqq投放端支持投放，同时支持新老投放流程

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

<input checked="" type="checkbox"/> 电商网页	推广电商页面，增加商品购买量
<input type="checkbox"/> Android应用	推广Android应用，增加应用的下载
<input type="checkbox"/> iOS应用	推广iOS应用，增加应用的下载
<input type="checkbox"/> Android应用（应用宝推广）	在应用宝平台，推广Android应用，增加应用的下载
<input type="checkbox"/> 认证空间	推广认证空间页，增加访问量
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 腾讯课堂	推广腾讯课堂课程，增加课程报名人数
<input type="checkbox"/> QQ消息	推广QQ公众号消息，提升公众号内转化

1. 选择推广目标：

目前支持动态创意广告的推广目标类型有：网页，网页（电商推广），安卓应用，iOS应用，安卓应用（联盟推广），QQ消息，本地门店，NOW直播，QQ浏览器小程序

2. 选择广告形式： 选择动态创意广告形式，并选择投放版位

投放平台 | 新建广告

腾讯科技（北京）有限公司 | 投放指引

推广计划

选择计划

广告

广告形式
定向
广告版位
排期和出价

广告创意

上传创意

广告形式

常规展示广告 / 动态商品广告 / **动态创意广告**

您可以上传多个视频/图片和文案，系统将对视频/图片和文案进行优选组合，选择综合效果最好的组合展现。

目标详情 - QQ消息

转化归因 **不使用** / 使用（推荐）

定向

新建定向 | 下拉选择已有定向包

地理位置	<input type="checkbox"/>
年龄	<input type="checkbox"/>
性别	<input type="checkbox"/>
行为兴趣 NEW	<input type="checkbox"/>

人群覆盖较多

1,267,609,600人

已选定向：
未选择(投放给全部人群)
自动扩量：未开启，（不可突破定向）无

预计每日效果

日覆盖用户数
-人 (请先填写出价)
(最大值803,532,800)

日曝光量
-次 (请先填写出价)
(最大值7,686,988,800)

预估数据不准确?

3. 创意上传：针对每个创意元素可上传多份

The screenshot shows the 'Creative Upload' section of the Tencent Advertising Platform. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Promotion Plan', 'Ad', and 'Creative'. The main area is titled '广告创意' (Ad Creative) and features a large upload box for images with dimensions '960px x 274px' and a note that it can hold up to 2 more creatives. Below the image upload area are text input fields for '广告文案' (Ad Copy), '广告主名称' (Advertiser Name), '曝光监测URL(可选)' (Optional Exposure Tracking URL), and '点击监测URL(可选)' (Optional Click Tracking URL). A '提交' (Submit) button is located at the bottom.

可一次性上传多个图片，图片可自定义上传或通过快速制图工具等生成

可一次性上传文案，支持动态词包

3.1

如何使用动态创意

4. 创意上传

如：选择投放腾讯新闻16:9图文，上传3图2文，生成6个创意

上传创意

广告文案 逆光也清晰，照亮你的美		+ 0/14 +
广告文案 只要1999，你和男神女神用同款手机		+ 0/14 -
广告主名称		0/8
曝光监测URL(可选) 了解更多		
点击监测URL(可选) 了解更多		
创意预览		

3.1

如何使用动态创意

5. 广告审核通过后，系统开启自动探索模式，优质创意效果凸显，劣质创意自动关停，在创意管理界面可查看分创意数据

广告创意		2019-07-18 至 2019-07-18									
+ 新建创意		请输入创意名称		筛选	下载报告	自定义列	批量操作				
状态: 所有未删除		+ 添加筛选项									
广告创意	创意名称	状态	操作	落地页	所属广告	浏览量	点击量	转化率	消耗	成本	
<input type="checkbox"/>  孩子缺少学习方法? 我们提供量身定制!	动态创意_201 9070214385 4_1		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	
<input type="checkbox"/>  0-6岁宝宝: 特殊儿童教育、艺术启蒙...	动态创意_201 9070214385 4_2		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	
<input type="checkbox"/>  孩子缺少学习方法? 我们提供量身定制!	动态创意_201 9070214385 4_3		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	
<input type="checkbox"/>  0-6岁宝宝: 特殊儿童教育、艺术启蒙...	动态创意_201 9070214385 4_4		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	
<input type="checkbox"/>  孩子缺少学习方法? 我们提供量身定制!	动态创意_201 9070214385 4_5		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	
<input type="checkbox"/>  0-6岁宝宝: 特殊儿童教育、艺术启蒙...	动态创意_201 9070214385 4_6		编辑 复制	http://qq.com	QQ空间、QQ、浏览器-1000x560单图(文)-20190702-副本	-	-	-	-	-	

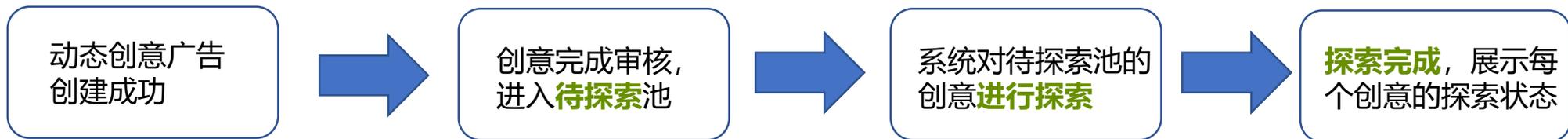
总计  按任意指标排序后即可查看总计数据

4

探索状态和智选广告

系统不断在为广告的目标受众探索优质创意，随着广告数据的累积，系统在提升广告效果的同时，创意数据也不断积累，此时各个创意也逐渐完成探索过程。

动态创意探索状态展示的是动态创意广告下每一个创意的探索状态，包括待探索，探索中以及探索完成状态。对于探索完成的创意，系统会同时展示探索的结果。



目前功能正在灰度中，您可以联系您的运营经理申请优先内测

状态展示	状态含义	可进行操作
待探索	该创意处于待探索池中	<ol style="list-style-type: none"> 1. 为了避免对系统的探索过程造成影响，此时不可手动操作创意的暂停/开启 2. 可编辑广告创意，包括更换审核不通过的创意等，我们强烈建议您除非创意审核不通过，否则不要进行编辑操作 3. 若您不希望广告继续播放，可通过操作广告进行暂停
探索中	该创意的正处于系统自动探索中	与“待探索”可进行的操作一致
探索完成，成本最佳	该创意已完成探索，成本达成在所有创意中最佳	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建议该创意保留继续投放 2. 由于探索完毕，为避免影响后续效果，您不可再编辑广告创意
探索完成，效果最佳	该创意已完成探索，成本达成及转化量皆佳	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建议该创意保留继续投放 2. 由于探索完毕，为避免影响后续效果，您不可再编辑广告创意
探索完成，效果不佳	该创意已完成探索，效果在所有创意中不佳	建议不再投放
探索失败，数据不足	由于该创意在探索期未积累足够数据，因此探索失败	建议不再投放

4.1

动态创意探索状态说明

腾讯广告

全部 > 计划: 618大促计划-0606 > 广告: QQ空间-618大促广告

广告名称: QQ空间-618大促广告 编辑 复制 ^

广告形式: 动态创意广告 (自动衍生广告: 已开启)

状态: 启用中

应用ID: tt01072624 (准备会)

广告版位: QQ空间、QQ、浏览器

投放日期: 长期投放 (开始日期: 2018-06-12)

投放时间: 不限

日限额: 5,000元/天

出价: **CPC 1.49元/点击**

定向: 地域 (近期) 广州市、韶关市、深圳市、珠海市、汕头市、佛山市、江门市、湛江市、茂名市、肇庆市、惠州市、梅州市、汕尾市、河源市、阳江市、清远市、中山市、潮州市、揭阳市、云浮市、广东省未知;
年龄 5至20岁;
性别 女;
行为兴趣 (兴趣) 生活服务、网络直播、旅游、文化艺术、演出赛事、电影 (按主题)、阅读 (按载体)、阅读 (按主题)、电视剧 (按主题)、动漫 (按主题)、综艺;
学历 博士、硕士、本科;

广告创意 2017.04.10 - 2017.04.29

[+ 新建创意](#) 筛选 下载报表 自定义列 批量操作

<input type="checkbox"/>	创意	创意名称	状态	动态创意探索状态	操作	所属广告	曝光量	点击量	点击率	点击均价(元)
<input type="checkbox"/>	 全世界撸友, 手机开团手机开...	创意-20180606	启用中	探索完成(效果最佳)	编辑 复制	QQ空间-618大促广告	1,545,000	345,545	1.33%	3.32
<input type="checkbox"/>		创意-20180606	启用中	探索完成(效果不佳)	编辑 复制	QQ空间-618大促广告	1,545,000	345,545	1.33%	0.83
<input type="checkbox"/>		创意-20180606	启用中	探索完成(效果不佳)	编辑 复制	QQ空间-618大促广告	1,545,000	345,545	0.29%	2.33
<input type="checkbox"/>		创意-20180606	启用中	探索完成(效果不佳)	编辑 复制	QQ空间-618大促广告	1,545,000	345,545	81.33%	2.33

智选广告是动态创意广告下的优质广告创意培优的一个功能。

创建动态创意广告，若勾选了智选广告功能，**当系统探索出效果最佳的创意后，系统会以这个最佳的创意为基础，自动生成一条智选广告。智选广告的定向、出价等信息与原广告一致。**

智选广告生成后，由系统自动审核，审核通过后处于暂停状态，您可以在需要进行广告开启。

投放管理平台 | 新建广告

推广计划
选择计划 ✓

广告
广告形式 ...

广告形式

常规展示广告

智选广告：探索出最佳创意后系统自动生成新广告 ⓘ

✓ 动态创意广告

开启该功能后，当系统探索出综合效果最佳的创意时，会自动将该创意复制，生成新广告。新广告默认暂停，您可以自行开启
此功能在广告提交后不可修改。

智选广告生成后，在广告列表可见，并有“智选”的小logo，广告名称会在原有名称基础上添加“智选广告”

5

广告主案例和方法总结

代表广告主：小米贷款，分期乐

广告主开通动态创意功能后，创意上新以及日常广告投放中均使用动态创意广告，能高效探索出优质的创意组合，并有效提升广告效果。

投放总结：

方法一：初期海量探索

新账户开通初期，通过大量创建动态创意广告，快速探索出优质创意方向，一般精选几个优质文案，搭配几个新图片，对比以往创建多个广告测试的方式，能快速确立优质图片和文案的组合。

方法二：以老带新，有效探索

在一条动态创意广告中，选取账户历史优质文案搭配若干新的创意图片，同时搭配若干探索过的历史优质创意图片。用已验证效果的优质图片和文案带动效果，探索新的优质组合的同时，广告效果也得到有效提升

方法三：优中择优，效果更佳

精选账户中某一版位最近7天投放效果较佳的几个图片和几个文案，组合在一起，创建动态创意广告进行投放，设置较高价格并加大预算，能快速抢量，探索新的优质创意组合，系统在一批优质创意中为受众进一步优选出更优的组合进行展示

投放效果：

•**广告效果提升**：广告起量快，拿量能力强，单广告消耗可达10W+，平均下单成本大幅降低7.2%

•**创意有效探索**：优选效率高，动态创意广告优选出的优质创意，在曝光，消耗和下单成本等数据表现良好，持续为广告贡献曝光和转化，与劣质创意拉开差距

分期乐 分期乐

借钱不欠人情债，最高借5万，可分36期

分期乐 最高可借额度

¥50000

可提现至银行卡

查看我的额度

额度以实际审核为准

最快1分钟放款 立即申请

分期乐 分期乐

借钱不欠人情债，最高借5万，可分36期

分期乐 最高可借

¥50000

最长免息30天 >

分期灵活，可分6/12/24/36期 >

可提现（最快1分钟放款）

最快1分钟放款 立即申请

分期乐 分期乐

借钱不欠人情债，最高借5万，可分36期

分期乐 最高可借

¥50000

凭身份证在线申请

立即借款

额度以实际审核为准

最快1分钟放款 立即申请

分期乐示例

代表广告主：小猪短租

小猪短租在开通动态创意后，初步测试动态创意广告效果，随后铺开到全账户中，广泛使用动态创意广告进行投放，能快速把握优质图片的方向，发挥优质创意组合的优势，广告起量更快，跑量更多，成本更低！

方法：精选文案，搭配新图片

•精选账户历史上跑量好，点击率佳的广告文案，与新图片进行搭配，寻找新的优质创意组合。结合动态词包进行推广，广告文案方向不同，但做到搭配图片均可投放的效果，保障文案与图片组合不会产生歧义

•通过动态创意探索出来的好的创意组合，继续保留在原广告中持续跑量。与此同时，探索出来的优质创意可与不同的定向/人群包进行搭配，进一步探索与人群最为match的创意组合

投放效果：

客户反馈：能非常快速高效地探索出优质图片的方向，系统优选出的创意CTR和CVR都较优，且成本符合预期，可为后续投放提供指导



小猪

在深圳情侣们爱去的特色民宿，住一晚89元起，Ta很喜欢！



住宿新方式

[了解详情](#)



小猪

那么火爆的民宿竟然就开在深圳周边，周末开车两个小时



住宿新方式

[了解详情](#)



小猪

那么火爆的民宿竟然就开在深圳周边，周末开车两个小时



住宿新方式

[了解详情](#)

小猪短租示例

4.3

方法总结

step1

海量探索, 确定方向

素材量允许的情况下, 较大批量进行探索

适用广告主或投放阶段

新账户或新产品探索方向

解决方法

● 多图多文

1. 图片风格不同, 文案主题一致

选择不同风格的多个图片, 色系/布局差异化, 多个文案主题一致, 可与任意图片搭配, 不会产生歧义或者明显不匹配的情况

2. 图片风格百搭, 文案主题多变

多个图片做成通投图片, 文案突出不同的方向/利益点

step2

探索新的优质组合, 优化广告效果

聚焦图/文进行探索和优化

适用广告主或投放阶段

有一定推广经验和数据积累之后深入探索

解决方法

● 单图多文

图片精选, 文案主题一致或多变

精选账户历史优秀图片和多个新文案组合, 创建动态创意广告

1. 文案可以描述同一个利益点, 选择不同的描述方式

2. 图片为通投图片, 则搭配不同利益点的文案

● 单文多图

文案精选, 图片主题一致或多变

精选账户历史优秀文案和多个新图片组合, 创建动态创意广告

1. 图片不同色系, 布局, 背景图等, 但主题类似, 与文案均可搭配

2. 文案可选择不同图片都提到的利益点进行撰写, 使用不同的描述方式; 或每个文案分别凸显某一方面利益点

step3

以老带新, 有效探索; 优中择优, 效果显著

适用广告主或投放阶段

有推广经验的账户深度优化

解决方法

● 多图多文

以老带新, 有效探索

选取账户历史优质文案搭配若干新的创意图片, 同时搭配若干探索过的历史优质创意图片。

用已验证效果的优质图片和文案带动效果, 优选提升广告效果

优中择优, 效果显著

精选历史验证过的优秀的图片和文案创建动态创意广告, 广告效果更佳

6

附录——投放版位支持

创意形式	广告版位	描述
1000×560单图(文)	QQ空间、QQ、浏览器	QQ空间、看点、动漫及浏览器等优质广告位
960*540单图(文)	腾讯视频	首页专栏、热点视频流、焦点图
1280×720多图(文)	移动联盟	移动原生广告位
1280×720视频	feed+手Q	feed+手Q 1280×720视频
640x360单图(文)	腾讯新闻	新闻信息流
640x960单图(文)	移动联盟	开屏广告位
720x1280视频	QQ空间及QQ	QQ空间、手Q看点沉浸视频流
960x274单图(文)	腾讯新闻	腾讯新闻 960x274
960*540视频	腾讯新闻	新闻信息流
14字文字链	应用宝移动	应用宝全场景

创意形式	广告版位	描述
640×288单图(文)	浏览器+手腾	浏览器、手腾网、手机QQ资讯信息流、咨询文章页等 640×288
230×152单图(文)	腾讯新闻	新闻信息流、微信新闻插件信息流、手Q新闻插件信息流
900×500单图(文)	QQ购物消息广告-单图文	手机QQ单图文消息
1280x720视频	腾讯视频	移动前贴片
1080x1920单图(文)	腾讯视频	腾讯视频静态闪屏
147×147单图(文)	QQ及QQ空间	手机QQ附近的人、QQ天气消息页广告、移动Qzone沉浸视频流广告位
240×180单图(文)	手Q+浏览器	看点、兴趣部落、浏览器信息流等
800x1200多图(文)	移动原生	原生广告位
1080×1920多图(文)	移动开屏	开屏广告位
960*540视频	腾讯视频	热点视频流

创意形式	广告版位	描述
1080×606单图(文)	天天快报	资讯信息流
960×274单图(文)	腾讯视频	首页专栏、热点视频流
640×960单图(文)	QQ 浏览器	悦图
354×222单图(文)	天天快报	天天快报原生左文右图、随播广告
498 × 280单图(文)	腾讯视频	腾讯视频播放详情页
960×540视频	天天快报	天天快报资讯信息流、沉浸视频流
72x72单图(文)	手机管家及WiFi管家	卡券发放
960×540视频	腾讯新闻、腾讯视频	腾讯新闻、腾讯视频信息流

目前新流程中，动态创意广告支持QQ、腾讯信息流、腾讯音乐版位，腾讯视频与腾讯新闻版位，优量汇版位

创意形式
横版大图16:9
竖版大图9:16
横版视频 16:9
竖版视频 9:16
通栏大图
16:9 横版小图
3:2 横版小图
贴片视频 16:9
4:3 横版小图

创意形式
1:1 方形小图
全景广告
卡券广告
QQ消息-基础

An abstract graphic design featuring the word "THANKS" in a bold, blue, sans-serif font. The text is centered and overlaid on a light blue, rounded rectangular shape. Surrounding the text are several decorative elements: small blue and orange circles, and thin, elongated blue and orange bars, all scattered in a circular pattern around the central text.

THANKS