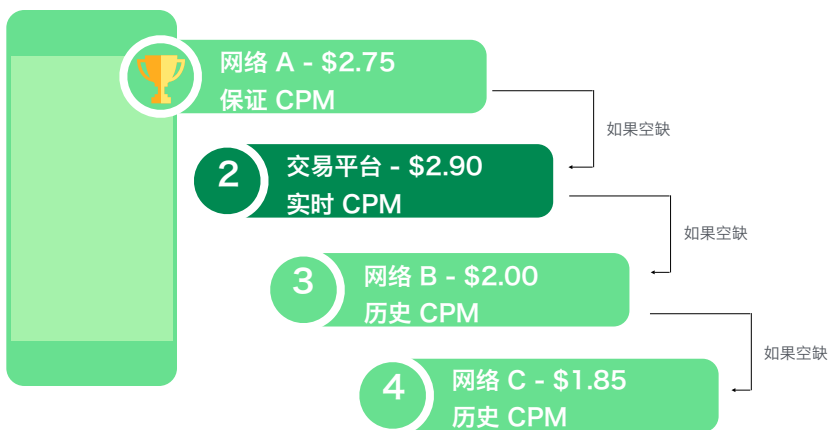


MoPub 高级竞价： 为移动应用生态系统带来头部竞价的优势

随着高级竞价的推出，MoPub 从根本上重新设计了移动应用环境的头部竞价 (header bidding)。我们的方法通过在我们交易平台上的买家与连接到我们聚合平台的广告网络之间打造统一竞价的实时竞争来提高收益。MoPub 证明，将网络聚合和实时出价相结合可以推动收益的实质增长；高级竞价正是以这个经过验证的机制为基础的。

工作原理和重要缘由

事实证明，鼓励需求方对广告位进行竞争是推动开发者收益的有效策略。瀑布流 (waterfall) 正是建立在这样一个前提下的，来自实时出价交易平台的买家与通过聚合瀑布流管理的广告网络进行竞争。但是，它还存在一些固有缺点：



瀑布流缺点：

- 失去的收益 - 愿意支付最多的买家可能无法赢得展示
- 延时 - 如果空缺，瀑布流链上的每个后续步骤延时增加，降低填充的机会
- 不准确性 - 历史 CPM 无法准确反映网络展示的真实估值
- 复杂，耗费资源 - 为了确保历史 CPM 的准确性，开发者必须不断更新每个优先级

高级竞价使瀑布流平坦化，让广告网络和交易平台买家公平看待每次展示并创造实时出价机会。其结果是带来更有效率的竞价和更高效的市场，最终让开发者能够达到收益最大化：



为移动应用生态系统带来头部竞价的优势



通过实现实时竞争提高收益

鼓励更多需求方针对每次展示进行竞争，有助于提高收益。高级竞价确保了赢得拍卖的需求方是最高的出价者，而不仅仅是瀑布流中的最高出价者。它也适用于我们平台支持的每种广告格式，包括奖励视频和我们业内领先的原生广告解决方案。



向更有潜力的买家开放你的广告位

如果没有高级竞价，MoPub 上约 10-30% 的广告请求将被排除在交易平台之外。大多数这些潜在的展示通过基于优先级的瀑布流分配至广告网络而被阻挡。高级竞价使瀑布流平坦化，让所有网络和交易平台能够平等获得曾经被禁止的展示，让买家有更多机会对选定展示积极出价。

**“这正是我们希望实现的目标：
出价更高以及为我们的广告商赢得合适的展示机会。”**

—Michael Migliero, Fractional
Media DSP 联合创始人



平衡自动化和手动化的广告管理

高级竞价简化了与广告网络合作的流程，因为更多广告位的交易是自动进行的。最终结果是事半功倍。对于想要更加亲力亲为的开发者，MoPub 为他们提供了一套强大的广告管理工具，让开发者能够实验和确定最适合实现广告位盈利的自动化和受控策略组合。

联络方式

你是否正在寻求更多信息？MoPub 的顾问专家团队可为你提供帮助。若要了解更多信息，请联系 stoh@twitter.com——我们期待与你交流。