



**MMA 中国无线营销联盟  
移动互联网 App 应用  
离线广告监测标准 V.1.0**

---

**2016 年 4 月**

**Mobile Marketing Association China**

**MMA 中国无线营销联盟**

## 目录

1 前言 .....	2
2 适用范围与局限 .....	2
3 术语、定义和缩略语 .....	2
4 离线广告说明 .....	2
4.1 离线广告形式 .....	2
4.2 离线广告要素 .....	3
4.3 离线广告流程 .....	3
5 离线广告监测标准 .....	4
5.1 离线广告数据上传机制 .....	4
5.2 离线广告效果评估与数据统计 .....	4
5.3 离线广告监测途径 .....	4
5.4 参数定义 .....	5
6 关于我们 .....	5
6.1 关于 Mobile Marketing Association (MMA) .....	5
6.2 关于 Mobile Marketing Association China (MMA China) .....	5
6.3 关于 MMA 中国移动广告标准与测量委员会 .....	6
7 标准制作参与机构 .....	6
8 MMA 中国标准审批程序 .....	6
9 支持机构 .....	7
10 参考资料 .....	7
11 联系我们 .....	7
12 术语词汇表 .....	7

## 1 前言

《MMA 中国无线营销联盟·移动互联网 App 应用离线广告监测标准》是针对中国移动互联网 App 应用离线广告的监测标准，适用于智能移动设备的 App 应用嵌入离线广告的监测。旨在通过以下方式鼓励无线营销行业的发展。

本标准是 MMA 中国无线营销联盟的移动广告规范委员会多家成员企业合作的结晶，成员企业涉及无线营销生态系统的各个领域，包括品牌、广告代理、移动终端制造、运营、零售、软件开发、服务等。

本标准推荐第三方广告监测平台在开展对移动互联网离线广告监测业务过程中需要遵从的纲领性技术文件。

## 2 适用范围与局限

本标准内容包括监测机制的描述和该标准的适用范围，定义了以下几方面的内容：

- 定义移动端 APP 离线广告的模式与流程。
- 规范离线广告的监测与统计方式。

## 3 术语、定义和缩略语

- 离线广告：指用户在无网络状态下使用 APP 服务（比如进入 APP 首页、观看缓存视频等）过程中，在广告展现时机上调用缓存在移动设备内的广告素材进行播放，并在网络条件符合要求的情况下发送相关广告的监测数据。
- 无网络状态：指 APP 在提供服务时没有网络连接，鉴于部分 APP 服务的特性和对用户体验的保证，可以在必要条件下将蜂窝网络（2G/3G/4G）当作无网络状态。

## 4 离线广告说明

### 4.1 离线广告形式

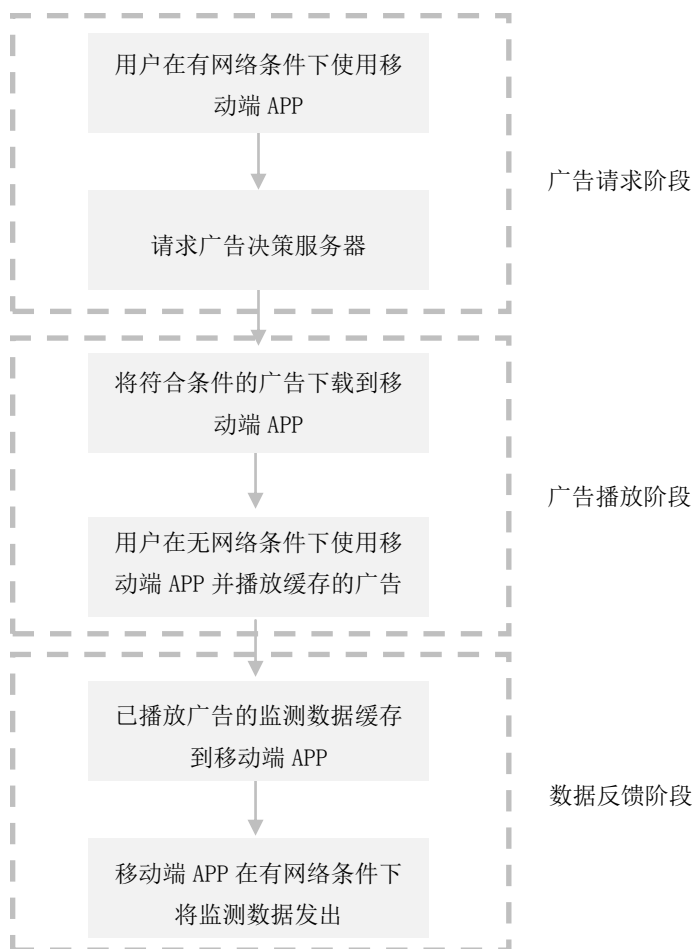
所有广告的形式都可以离线展示，目前有以下主要几类：

- 闪屏（开机屏）广告。
- 贴片广告。
- 暂停（插屏）广告。
- 角标广告。

## 4.2 离线广告要素

- 广告素材、广告展示策略与监测代码等广告元素提前缓存在客户端。
- 展示广告的时机是无网络状态（部分情况可扩展至蜂窝网络状态）。
- 广告监测数据是在网络条件符合情况下进行发送。

## 4.3 离线广告流程



- **广告请求阶段：**在有网络条件下，用户使用移动端 APP 的某个服务，触发了离线广告下载的机会，则请求广告决策服务，将广告素材与相关监测代码下载到 APP 本地，该下载行为发生在广告排期范围内，超过排期则不再进行下载。
- **广告播放阶段：**在无网络条件下，用户使用移动端 APP 的某个服务，触发了离线广告播放的机会，则直接播放本地缓存的广告，出于用户体验的保护，该广告播放发生在广告排期延长的 5 个自然日内，超过这段时间则不再进行广告播放。

- 数据反馈阶段：已播放广告的相关监测数据会缓存在移动端 APP 内，在有网络条件下，用户使用了移动端 APP 的某个服务，则缓存的监测数据队列将被陆续发出。

## 5 离线广告监测标准

### 5.1 离线广告数据上传机制

离线广告的统计数据在设备联网后发送，无网络下离线广告 SDK 每隔 60 秒检查一次网络状态，一旦联网将发送监测数据；建议 MMA SDK 的网络检测时间间隔与广告 SDK 检测时间间隔保持一致。

### 5.2 离线广告效果评估与数据统计

#### 5.2.1 点位统计

投放过程中，离线广告与在线广告并存，售卖端可以根据需求灵活进行单独或混合售卖并且支持对应的统计，增加网络状态条件参数来加以区分，并据此提供所需要的数据。

#### 5.2.2 点位计算

建议统一按照真实曝光发生时间（方式一）进行计算和统计，但是面对广告主个性化的需求，保留方式二，在 BI 计算层面可以提供两种数据：

- 方式一：按照真实曝光发生时间：即无网络时用户看到广告的真实曝光时间，通过已有的曝光时间字段进行计算。
- 方式二：按照服务端接收时间：即缓存的广告数据在网络条件允许下被发送，然后通过服务端接收的时间进行计算。

#### 5.2.3 点位时效性

对于数据延时上传的情况，在服务端接收监测数据时，有如下两种场景：

- 排期内，完整保留数据，不论延时的时间跨度。
- 排期外，有效期为投放排期结束后 14 个自然日，即这段时间内的数据需要完整保留。

### 5.3 离线广告监测途径

由于离线广告播放环境多为无网络或弱网环境，API 监测方式容易造成数据丢失，建议使用 SDK 监测。

## 5.4 参数定义

参数	用途描述	格式和示例	是否必填	获取方法
IP	媒体投放系统获取的用户终端的公网 IP 地址	A.B.C.D (4 段点分), 如 12.34.56.78	是	服务器
TS	客户端触发监测的时间, 用于计算离线监测时间 (离线的曝光发生时间)	UTC 时间戳, 自 1970 年起的毫秒数	是	App
STS	客户端发送监测的时间 (离线的监测发出时间)	UTC 时间戳, 自 1970 年起的毫秒数	否	APP
IS_OFFLINE	告知当前的网络状态	True False	是	App

注:

统一动态参数的宏定义, 便于第三方和媒体对接, 以及监测排期。参数全大写, 前后加双下划线\_, 统一宏定义如下: \_\_IP\_\_, \_\_TS\_\_, \_\_STS\_\_, \_\_IS\_OFFLINE\_\_。

## 6 关于我们

### 6.1 关于 Mobile Marketing Association (MMA)

Mobile Marketing Association (MMA) 是全球著名的行业组织, 旨在推动无线营销行业在全球范围内的发展; 目前在北美、欧洲、中东、非洲、拉美、亚太等地区设有分支机构; 其超过 700 家的会员公司来自全球四十多个国家和地区, 业务涉及无线营销生态系统的各个领域, 包括广告、移动设备制造、运营、零售、软件提供、服务等。

### 6.2 关于 Mobile Marketing Association China (MMA China)

2011 年 4 月, MMA 进入中国, ‘MMA China·中国无线营销联盟’ 在上海成立。

‘MMA China·中国无线营销联盟’ 致力于推广中国无线营销行业的发展: 制定适应中国市场的移动广告标准; 培养并促进品牌商, 代理商, 移动媒体及电信运营商对无线营销的认知和相互合作; 携手第三方的调研机构建立第三方广告效果

监测，为无线营销产业创造公证、有效的评估工具；不定期发布关于中国市场的无线营销白皮书和调研报告；组织和举办针对无线营销的高峰论坛，介绍国外移动市场的最新资讯、技术及营销发展动态；对在中国无线营销领域表现突出的广告活动和其代理商和广告主进行表彰。更多关于 MMA 的信息,请访问：[www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com)；[www.mmachina.cn](http://www.mmachina.cn)。

### 6.3 关于 MMA 中国移动广告标准与测量委员会

MMA 中国移动广告标准与测量委员会由无线营销生态系统中多方企业组成，旨在为移动终端内容广告建立标准和规范性的数据库。通过发布《MMA 中国无线营销联盟·移动互联网 App 应用离线广告监测标准》，MMA 希望为行业提供保证用户体验，数据内容完整和延伸应用简易的规范以推动中国无线广告市场的健康发展。

## 7 标准制作参与机构

参与本标准制定的 MMA 中国移动广告标准与测量委员会成员包括：AdMaster 精硕科技、新生代、亿动广告传媒、互动通、优酷土豆、威朋、CTR 央视市场研究、谷歌、PHD、爱奇艺、多盟、银联智慧、点媒、品友互动、易传媒、腾讯、传漾、搜狐、新浪、力美、尼尔森、聚效、嘉道信息、百度、阿里巴巴、京东、宽通。

## 8 MMA 中国标准审批程序

MMA 中国在正式发布之前，对其标准规范有完善的讨论和审批程序。此程序不仅考虑行业专家反馈的重要性，还为未来行业规范的发布提供了工作流程参照。总结的审批流程如下：

- 委员会根据其会员讨论和认同的规范制定一个标准规范草稿文件。
- 在经委员会通过后，此标准规范在 MMA 会员中公开审阅。此项公开审阅需持续至少 4 周。
- 委员会收集公开审阅的反馈并对标准规范做适合的修改。  
注：如果标准规范有做修改，委员会需在正式发布前对修改的规范做再次审批。
- 在所有的反馈和审批得到收集，汇总和通过后，该标准规范将被发布。如果认为合适，委员会可以对该标准进行不定期的更新。



## 9 支持机构

待定。

## 10 参考资料

[1] Mobile Marketing Association  
[www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com)

## 11 联系我们

更多信息，请联系：Mobile Marketing Association China 中国无线营销联盟  
邮箱：[amanda.guan@mmaglobal.com](mailto:amanda.guan@mmaglobal.com)  
官网：[www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com) ; [www.mmachina.cn](http://www.mmachina.cn)

## 12 术语词汇表

MMA 术语词汇表包含所有 MMA 标准，教育文件和研究的术语。下载地址：  
[www.mmaglobal.com/glossary.pdf](http://www.mmaglobal.com/glossary.pdf)