

支付宝数字推广平台产品介绍

支付宝商业营销事业部



支付宝数字推广平台

目录

CONTENTS

1. 品牌广告
2. 效果广告

01 / 品牌广告

- 展位、场景介绍
- 案例玩法展示

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌（GD）广告

投放形式：按资源包合作，GD保量投放

广告模式：曝光型投放 / 周期型（以IP活动/互动内容合作，提升品牌认知及加强用户互动）

代理商视角全程操作指导：包含如何入驻后台、如何付款、如何选择定向人群、如何上传创意，创意如何审核、如何查看数据等。

IP+流量

互动类红包场景

支付宝五福

七夕互动

消费券会场

大促优惠场景

双11生活节

618大促/双11大促

IP联名场景

余额宝月月有余

场景+流量

首页场景

首页腰封

会员场景

主题营销

品牌自营销

线下场景

店内屏

电梯数字屏

公交数字屏

玩法+流量

出行定制营销

品牌定制绿色出行皮肤

品牌联名出行优惠红包

围绕支付、服务和互动构建场景体系，助力品牌高效曝光及获客

支付型场景

用户使用支付服务的衣食住行等场景
适合配套关联商品+上下游服务推广

餐饮场景

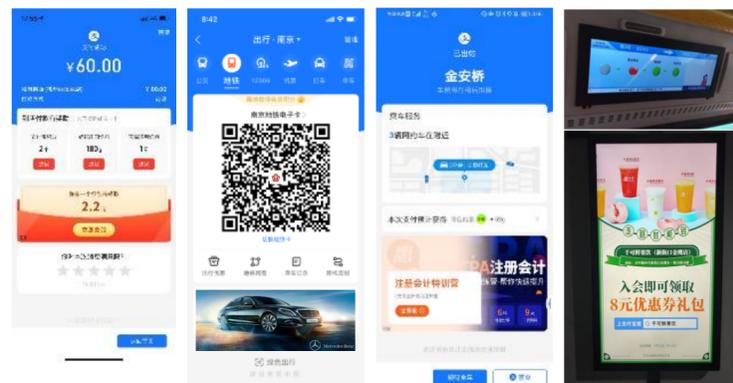
通勤场景

商超便利

购票订票

美容美发

时尚零售



支付

大出行

线下屏

服务型场景

用户使用各类生活服务的垂直场景
适合交叉营销+关联商品/服务推广

民生政务

充值缴费

优惠红包

旅游外出

就医问诊

二手租赁



充值缴费

我的快递

会员积分

IP互动型场景

营销IP或大促会场互动场景
品牌联合营销+内容创新投放

平台大促

营销互动

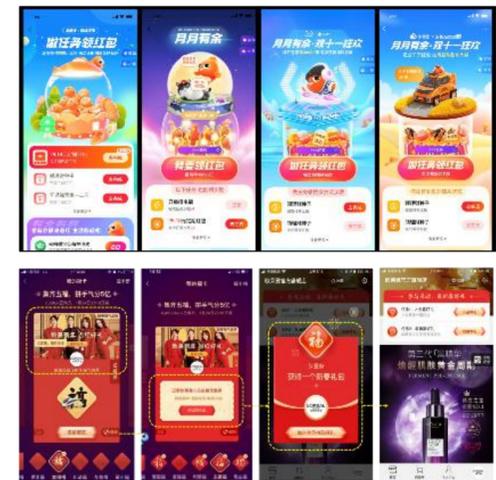
亚运赛事

IP联名

新品推广

余额宝

五福



2022支付宝场景营销的合作模式

品牌营销



曝光型投放 / 周期型

以IP活动/互动内容合作，提升品牌认知及加强用户互动

IP+流量

互动红包场景

- 支付宝五福
- 消费券会场

大促优惠场景

- 双11生活节
- 618大促 / 双11大促

IP联名场景

- 余额宝月月有余

场景+流量

首页场景

- 首页腰封
- 首页推荐card
- 首页地下室营销

会员场景

- 主题营销
- 品牌自营销

线下场景

- 店内屏
- 电梯数字屏
- 公交数字屏

玩法+流量

出行定制营销

- 品牌定制绿色出行皮肤
- 品牌联名出行优惠红包

NFT区块链营销

- 品牌NFT一站式营销

按资源包合作，GD保量投放

行业营销



效果型投放 / 长效型

以数字化营销能力提升小程序引流及转化效果

特色场景营销

- 芭芭农场 - 支付宝端特色互动玩法场景 - Feeds流CPC竞价合作

线下场景营销

- 餐饮场景/商场场景/超市场景/医院场景/校园场景 - 线下场景营销

小程序私域营销

- 校园/出行/二手租赁/汽车服务/智能售卖/互动营销 - 私域场景营销

搜索场景营销

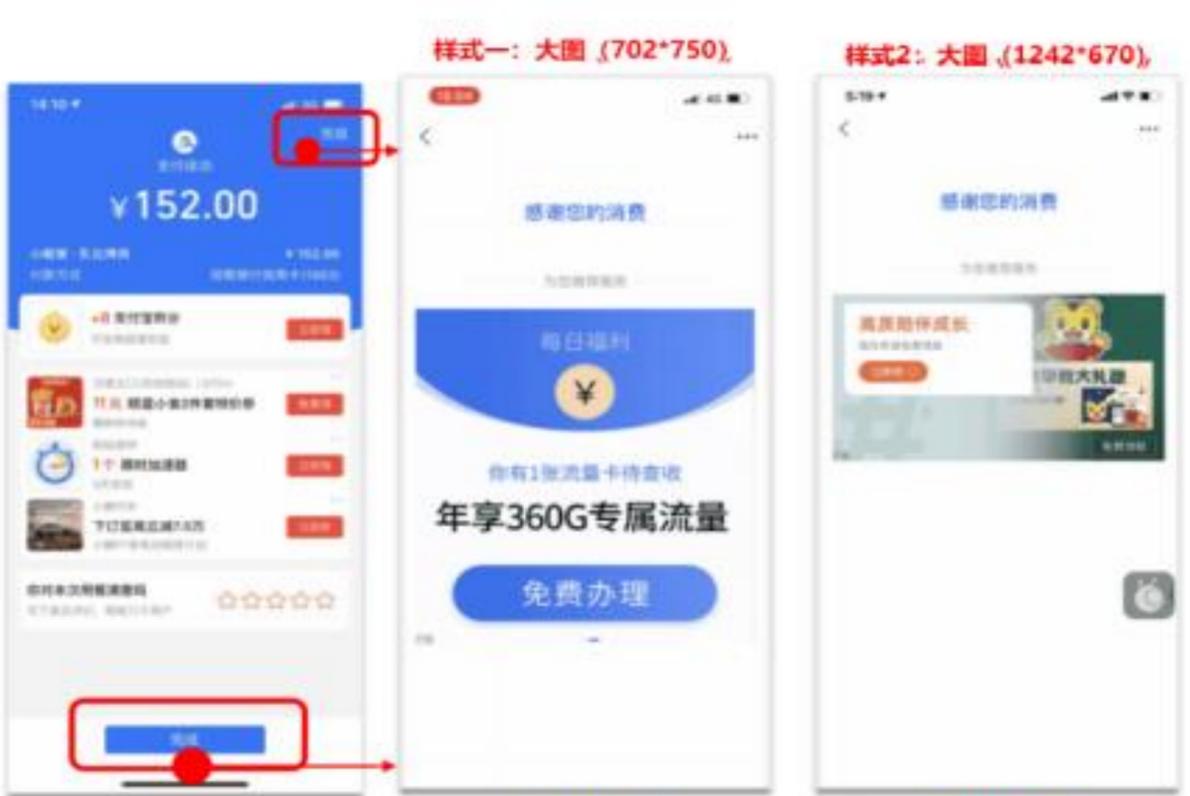
- 搜索场景 - 关键词精准场景营销

按点击付费合作，CPC计价投放

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

- 1、计费模式：CPM-按照展示千次广告的价格计费
- 2、投放承接链路：小程序/生活号/H5等
- 3、适配行业：生服、数字金融、教育、保险、汽车、家装、电商等

4、下方表格内容为支付宝商业化广告资源刊例展示

首页腰封	支付完成页按钮
 <p>产品形式：banner 广告位置：支付宝首页-腰封第2帧</p>	 <p>产品形式：banner 广告位置：首页-付款完成-点击右上角“完成”后跳转广告-样式1banner</p>
<p>广告形式：静态/lottie 计费方式：CPM 起售价格：1000个CPM起</p>	<p>广告形式：静态 计费方式：CPM 起售价格：1000个CPM起</p>
<p>承接页要求：小程序</p>	<p>承接页要求：小程序</p>

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

我的快递-feeds

支付完成页按钮



产品形式: feeds

广告位置: 首页-我的快递-屏幕下滑

广告形式: 静态/lottie

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)



产品形式: banner

广告位置: 首页-付款完成-点击右上角“完成”后跳转广告-样式2banner

广告形式: 静态

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

支付宝首页-出行-公交&地铁刷码页banner

支付宝首页-出行-公交&地铁结果页banner



产品形式: banner

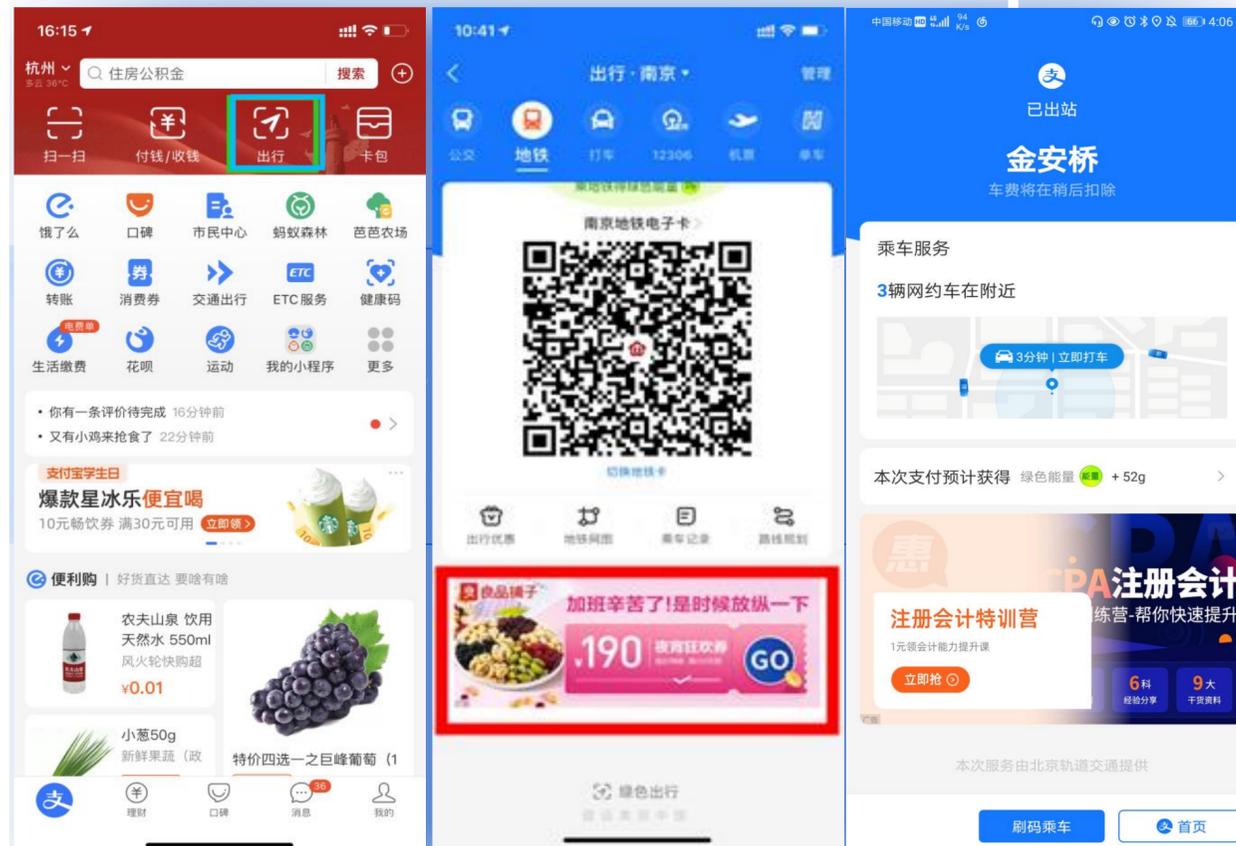
广告位置: 首页-出行-公交/地铁二维码下方位置

广告形式: 静态

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)



产品形式: banner

广告位置: 首页-出行-公交/地铁刷码完成后

广告形式: 静态

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

支付结果页card



产品形式：图片+文案形式

广告位置：首页-付款码-付款完成下方-最后一个位置

广告形式：静态

计费方式：CPM

起售价格：1000个CPM起

承接页要求：小程序/生活号（针对h5需单独报备）

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

会员任务广告



产品形式: 图片+文案形式

广告位置: 我的-支付宝会员-每日签到-做任务赚积分-下滑倒数第二个坑

广告形式: 静态

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

菜鸟裹裹-feeds

产品形式: feeds
广告位置: 首页-菜鸟裹裹-屏幕下滑

广告形式: 静态
计费方式: CPM
起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

消费金-feeds



产品形式: feeds

广告位置: 首页-消费金-点击金币弹出宝箱-点击宝箱-屏幕下滑

广告形式: 静态

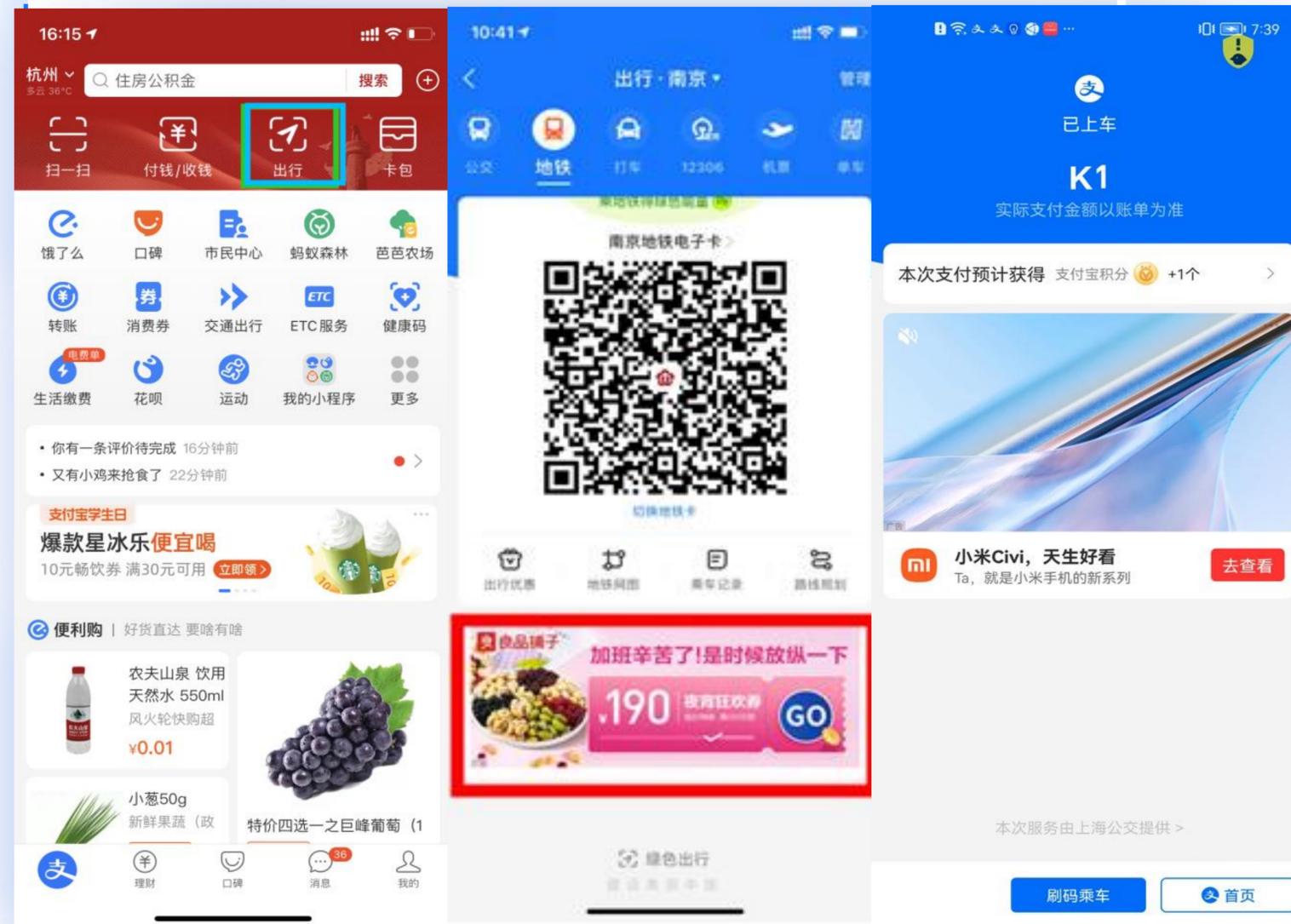
计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)

支付宝数字推广平台产品-支付宝品牌 (GD) 广告

支付宝首页-出行-公交&地铁广告视频



产品形式: 视频

广告位置: 首页-出行-公交/地铁刷码完成后

广告形式: 动态

计费方式: CPM

起售价格: 1000个CPM起

承接页要求: 小程序/生活号 (针对h5需单独报备)

02 / 效果广告

- 展示类场景
- 任务类场景
- 浏览类场景
- 搜索类场景

支付宝数字推广平台产品-智能投手A：全域整合投放

智能投手：支付宝数字推广平台全新推出的投放模式，该模式将整合支付宝端内流量，智能优化投放效果

计费模式：CPC/OCPC（ocpc根据转化目标和客户预设的成本进行动态智能出价）

投放模式：RTB-计划单元创意-日预算设置方式；承接链路：必须为小程序

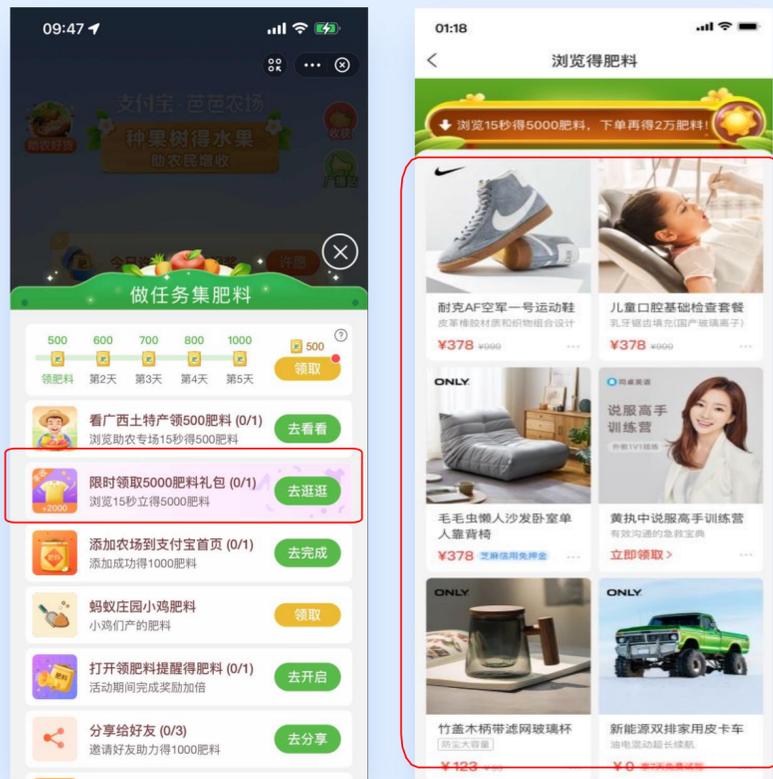


支付宝数字推广平台产品-智能投手B：芭芭农场feeds流

适配行业：生服、数字金融、教育、保险、汽车、家装、电商等

计费模式：CPC/OCPC（ocpc根据转化目标和客户预设的成本进行动态智能出价）

投放承接链路：小程序/支付宝数字推广平台-自建站(自建站仅适用于低频或者非标准服务的行业使用，暂不开放零售行业使用)



- 互动链路：电商轻店入会/小程序收藏（CPC）等
- 投放模式：RTB-计划单元创意-日预算设置方式

- 投放优势：
计划单元控制日预算

- 场景优势：
预估亿级别曝光能力，消费者在逛FEEDS流时，根据个人意愿，作出点击行为，点击精准性较强；

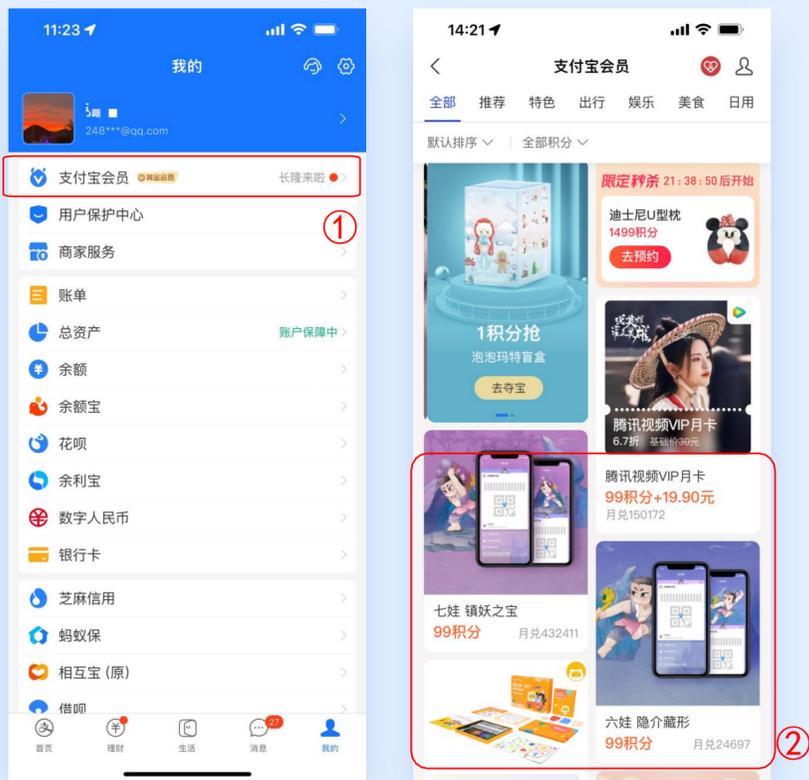
- 效果预期：
低频行业线索获客成本优异（50-300元内预估，根据行业情况），商品交易ROI优异（ROI 1-6，根据行业情况）

支付宝数字推广平台产品-智能投手C：支付宝会员积分兑换购feeds流

投放承接链路：

支付宝商家独立小程序（具备单独的APPID，且可以做一定程度改造，符合会员频道要求）

小程序链路必须投放商品类页面，并需要配券提供权益



- 投放模式：订单式投放-可约定订单周期与订单整体金额
- 计费模式：CPC/OCPC（ocpc根据转化目标和客户预设的成本进行动态智能出价）

- 订单投放优势
通过订单投放，约定周期与预算，简化操作门槛与复杂度；
- 场景优势
支付宝会员场景，日均亿级别曝光能力，消费者在逛FEEDS流时，根据个人意愿，作出点击行为，点击精准性较强；
- 优化能力优势
支持优化积分兑换成本，获客精准

支付宝数字推广平台产品-展示类场景Banner -A

Banner: 用户在支付成功页\出行\小程序\快递\生活号等入口可见的静态图，支持多轮广告。

售卖方式/计费模式: CPC竞价；CPC是指点击计费，按照每次广告点击的价格计费

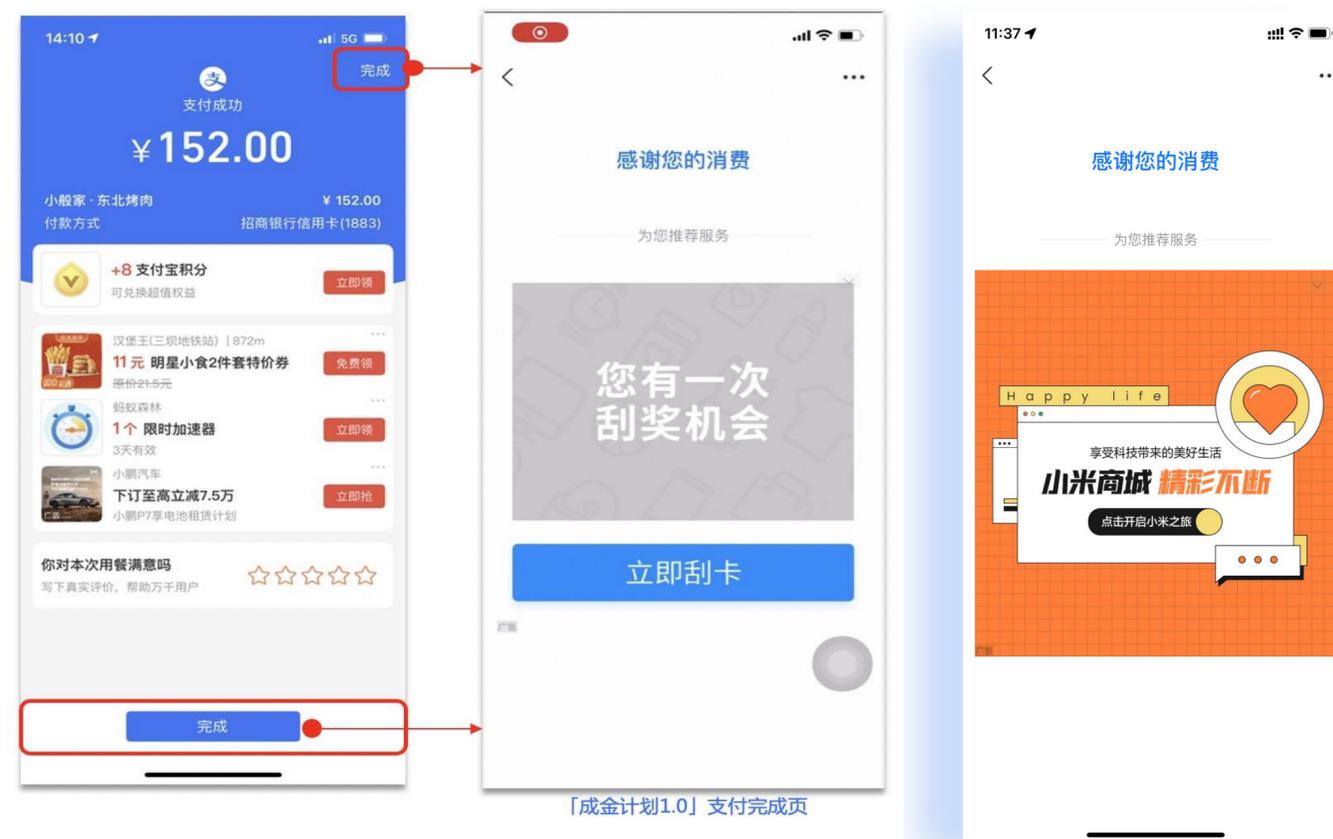
1、腰封banner



2、支付成功页banner



3、支付完成页banner

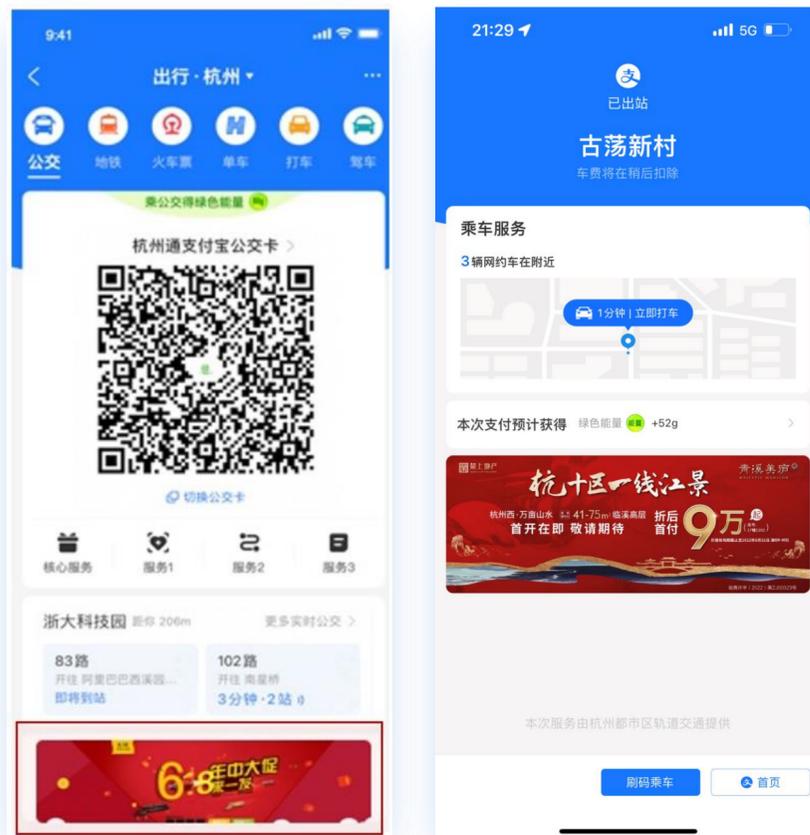


支付宝数字推广平台产品-展示类场景Banner -B

适配行业：生服、医美、汽车、口碑丽人

支持的互动链路：生服行业CPC留资/交易，小程序收藏（CPC），电商轻店入会

1、出行-首页底部banner



2、我的快递-首页腰封banner



3、小程序banner



4、菜鸟裹裹banner



支付宝数字推广平台产品-任务类场景：支付宝超级互动 -A

互动广告模式：以沉浸式互动任务的玩法 满足用户欲望进而激发用户进一步完成转化等后链路行为按照CPA计费向广告主收费的广告模式

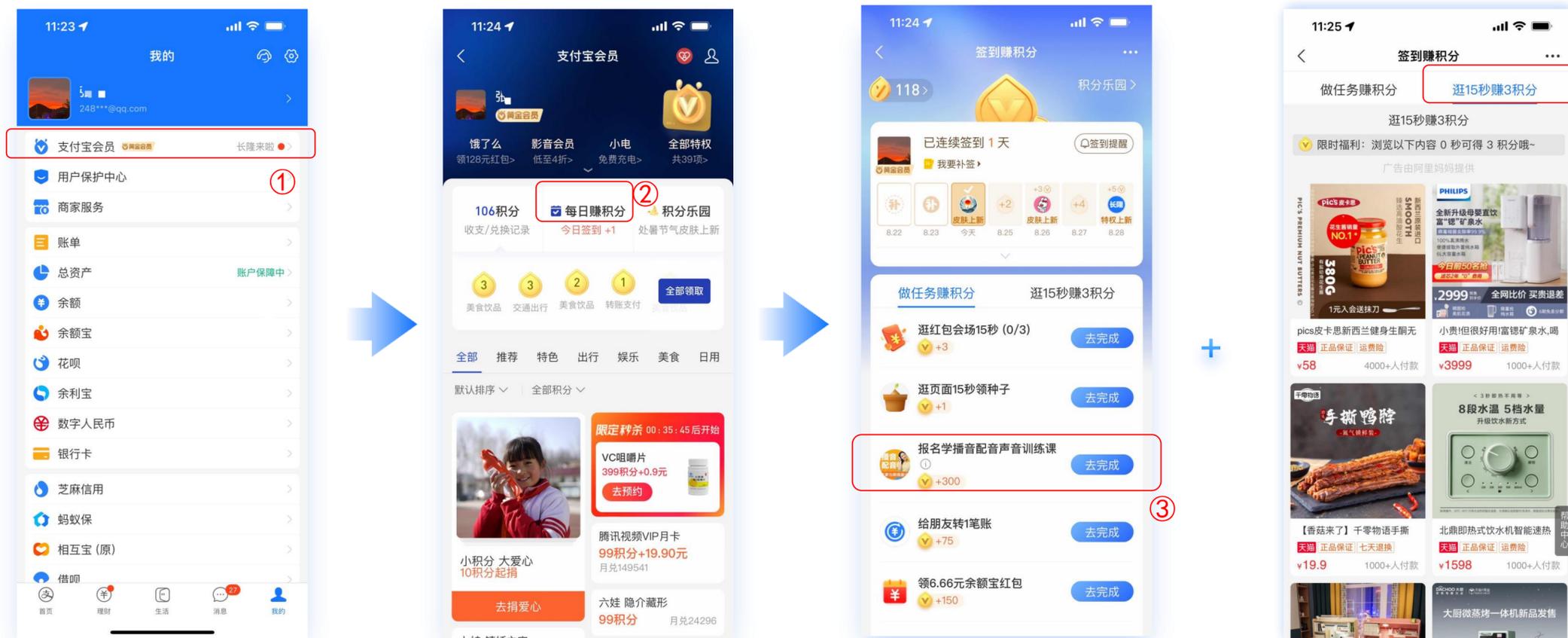
客户价值：以效果付费，帮助客户在阿里/蚂蚁生态内完成流量沉淀、粉丝运营、用户唤醒等营销诉求

用户价值：通过对用户情感激发和互动玩法，提升用户在支付宝的停留时长和粘性

支持的广告投放类型：旗舰店入会、淘宝店铺加粉、生活号关注、生活服务线索收集、保险开保等

Demo：会员领积分

支付宝会员——每日赚积分——逛一逛赚积分/做任务赚积分



CPA

CPC

会员位置
会员签到页feeds+

计费方式
任务 cpa3元起
feeds cpc0.5元起

广告主行业
电信服务、教育、
保险、生活服务

支付宝数字推广平台产品-任务类场景：支付宝超级互动 -B



特惠充

特惠充小程序——选择完充值金额——出现广告任务——完成广告任务——获得充值红包



集分宝A

集分宝-首页底部-做任务赚集分宝



集分宝B

集分宝天天领区块_REWARD:
集分宝-首页天天领集分宝-限时领-顶部聚合任务



支付宝数字推广平台产品-任务类场景：支付宝超级互动 -B



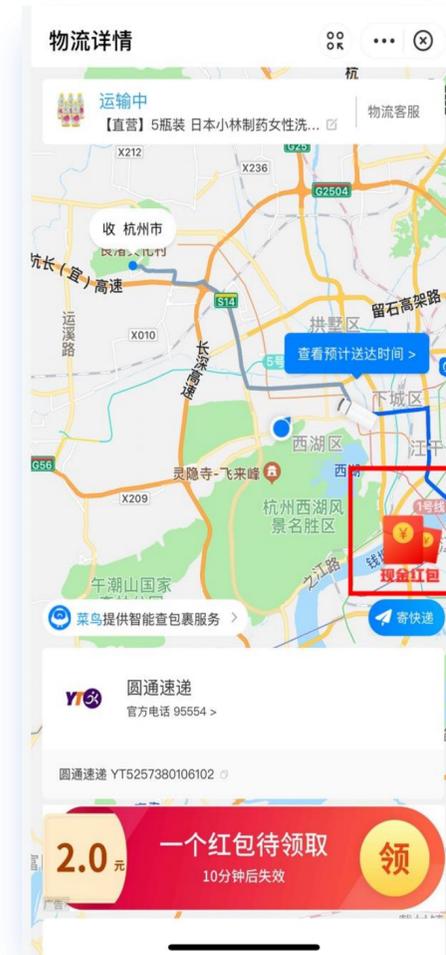
信用卡还款

信用卡还款-权益-做任务赚额度



手机充值

特惠充任务-手机充值-充话费/
特惠充-x元话费立即领取



集菜鸟裹裹

悬浮

支付宝数字推广平台产品-任务类场景：支付宝超级互动 -B

【售卖方式】CPA竞价：按行动付费，一种按照广告投放实际效果计费的方式。

【创意要求】

- 入会前示意素材尺寸为106x106，大小小于100KB，为旗舰店店铺LOGO
- 入会后示意图素材尺寸为340x340，大小小于100KB，例如：可引导去手淘旗舰店领取入会礼等

【支持的投放链路】

- 淘系店铺关注
- 电商轻店入会
- 生服行业CPA留资
- 电商视频入会（目前仅针对集分宝流量场景，用户进入入会授权页之前先观看5-15s视频广告）

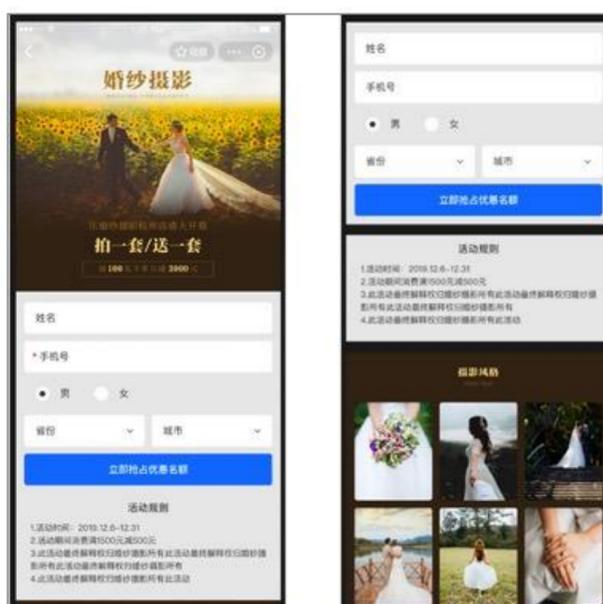
轻店入会



生活号关注/小程序收藏



本地留资



通过**权益激励**用户完成广告主的入会、留资、交易等任务。

激励权益可由业务方**自主定制**，
例如花呗金、集分宝、充值红包等等

支付宝数字推广平台产品-浏览类场景Feeds：超级互动 -A

芭芭农场feeds

会员首页feeds



售卖方式

CPC竞价：指点击计费，按照每次广告点击的价格计费

支持的互动链路

- 电商轻店入会 / 小程序收藏 (CPC) / 生活号关注 (CPC) / 等+

适配行业

生服、数字金融、教育、保险、汽车、家装、电商

Feeds： 用户浏览支付宝内容时的原生图文广告，例如：我的快递，向用户推荐信息流广告。

支付宝数字推广平台产品-浏览类场景Feeds：超级互动 -B



我的快递
任意快递物流信息
首页底部feeds



菜鸟裹裹
Feeds



集分宝
惊喜红包悬浮球

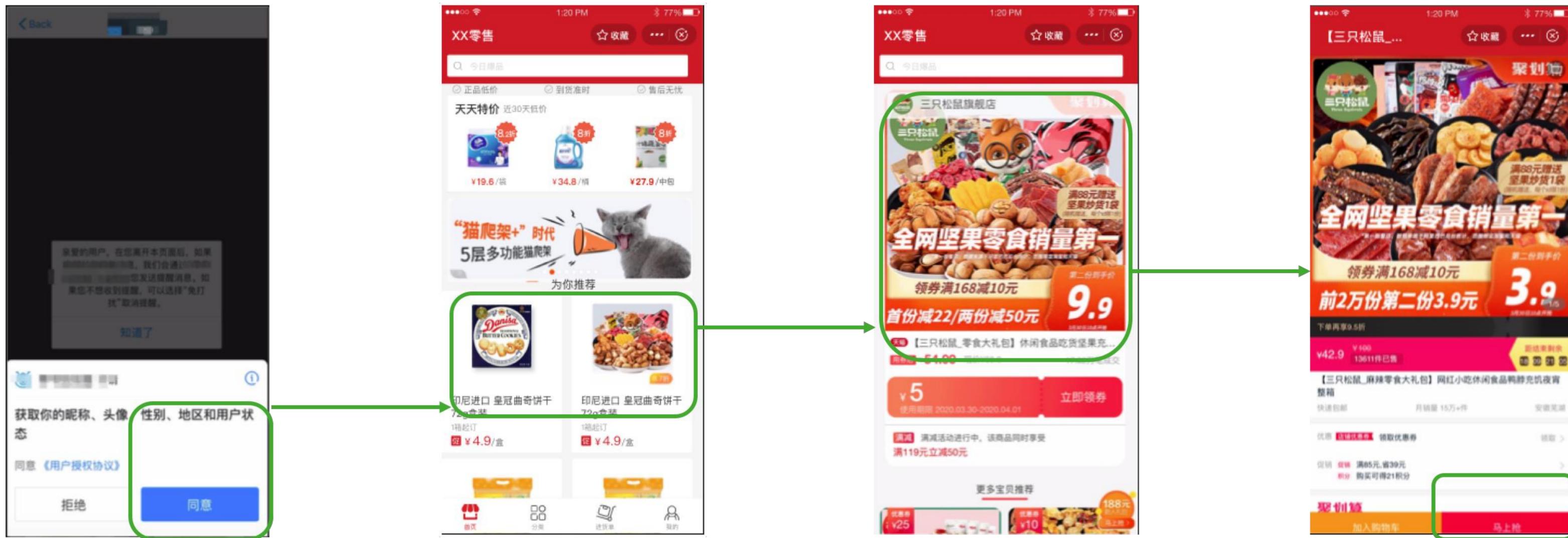


消费金
右下方赚金币

支付宝数字推广平台产品-任务类场景：支付宝超级互动 -C

小程序场景下：使用Feeds插件后，用户浏览广告流程如下：

1. 用户进入商家小程序。
2. 点击到相应广告。
3. 点击商品后，跳转到落地页。



支付宝数字推广平台—效果导向资源A

本地低频 - CPA留资广告

通过广告获取销售线索，并按单个销售线索的竞价价格来获取流量

适合客单高，消费决策复杂，消费者购买前需要与商家详细沟通的行业



会员入会

- 零售电商品牌，旗舰店会员沉淀，注重会员长线运营和转化

销售线索

- 本地低频行业，消费者决策周期长，注重留资/获客成本

线上成交

- 生活服务或数字金融行业，通过低价券/低价商品促成交，吸引新客转化

零售电商 - CPA入会广告

定制拉新策略，促进会员规模扩展、优化拉新成本和效率
提升投放链路承接效率、增强主动运营活跃度；帮助会员首购转化



线下到店

- 助力线下品牌商户/商圈，精准引导线上客流到店转化

餐饮到家

- 高频餐饮外卖行业，低客单高毛利

会员服务

- 线上小程序推广，追求品牌注册/交易会员，提升订单数

支付宝定价广告 首批优质资源 -搜索广告

搜索广告优势：

- √ 精准营销：客户主动搜索，对目标人群精准营销
- √ 品牌推广：市场营销导向，传播品牌热点
- √ 品牌形象：提升品牌影响力，凸显品牌调性
- √ 原生展示：搜索结果页展示内容，用户接受程度高



搜索推广

洞察用户的真实意图，
让你的推广
在用户需要的时候触达

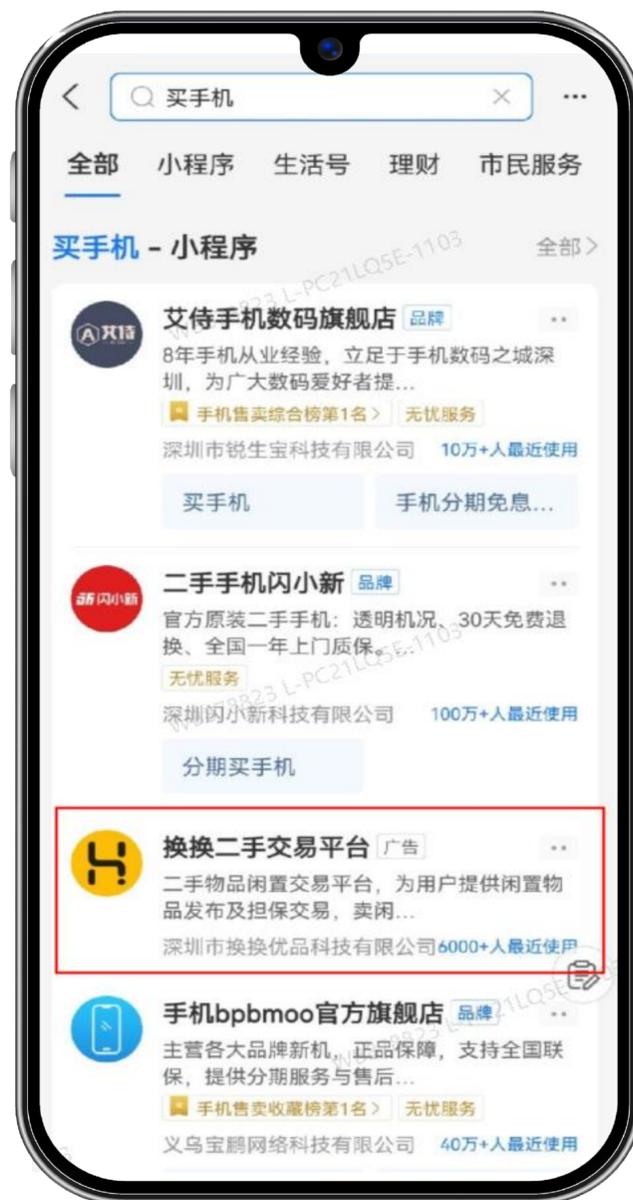
搜索RTB



1.1 搜索推广

- 搜索效果推广主要针对用户在支付宝搜索框搜索时跳出的广告，使用关键词投放，该广告位按CPC计费模式，广告会有“广告”标志，目前支持小程序推广投放，更多投放目标类型逐步开放中。

- 搜索推广词语匹配支持以下三种类型：
 - 1、精准匹配
 - 2、短语匹配
 - 3、宽泛匹配
- 可根据客户不同的需求进行模式的切换

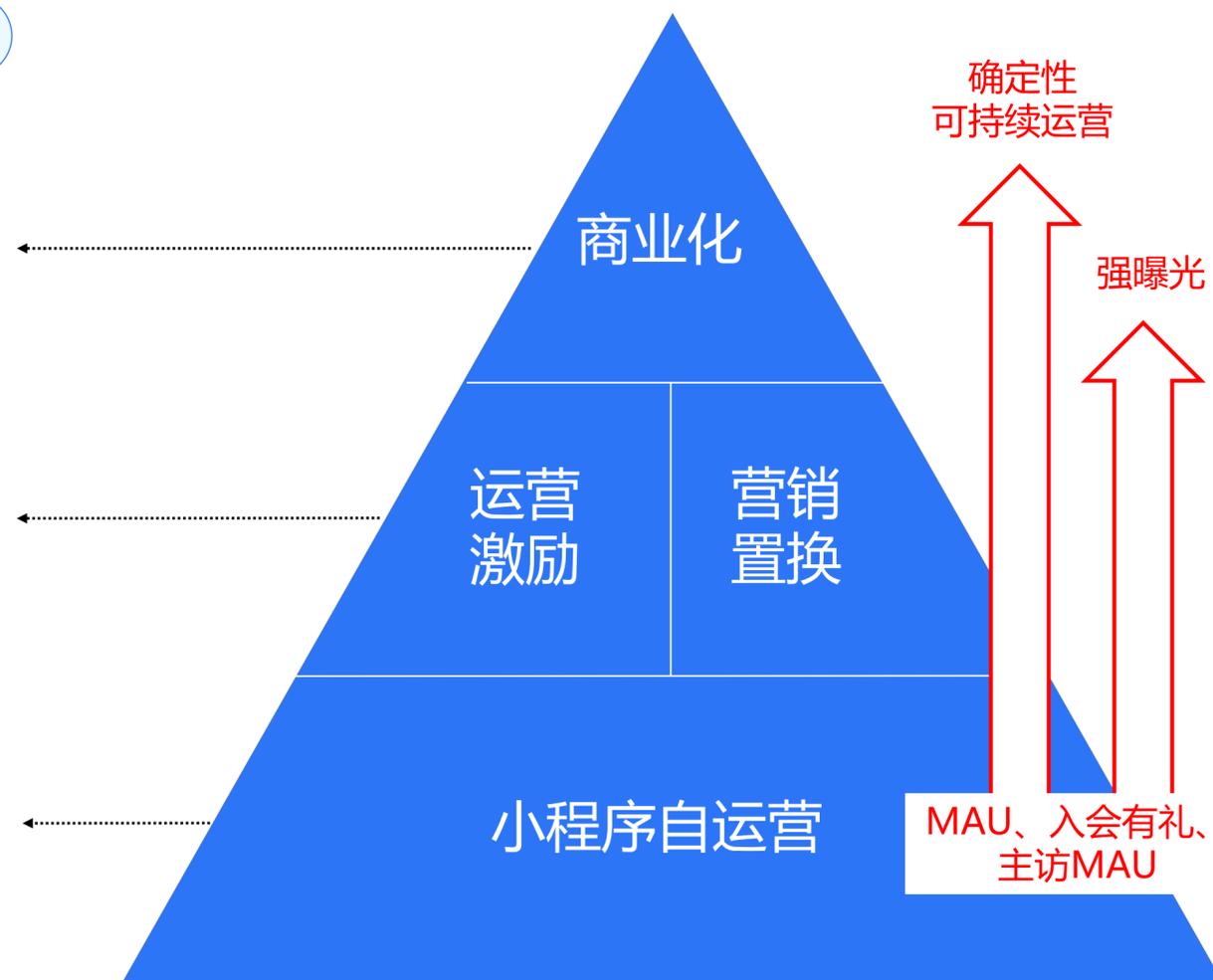


附：2022支付宝商家营销金字塔

支付宝独特的场景营销+丰富的营销激励
助力商家曝光效能与用户资产沉淀

营销特点

- 通过支付宝独有的**线上线下支付+服务场景**，将用户行为场景与消费场景有效结合，提升商家券发放与用户留存
- 激励：通过参与平台激励、置换政策，获取私域运营流量加持
- 置换：参与**平台大促特定时间营销或主题合作**，获得集中品牌大曝光、并产生事件营销转化
- 通过商家的运营能力提升用户对商家的**持续性关注与转化**，以获得长期有效的用户资产



合作形式

- 品牌营销 (IP大促合作、品牌定制上新、GD投等)
- 行业营销 (场景交叉投放、智能投手等)
- 繁星计划 (小程序成长激励)
- 丝路计划
- 消费生活节/活动大促 (消费券会场权益招商)
- 垂直场景合作 (森林绿色能量、数字藏品、会员宠粉日等)
- 留存-订阅/消息、群运营
- 召回-搜索、我的小程序、IOT、NFC

THANKS

如果您对支付宝数字推广平台运营相关有任何需求及建议，可发送邮件至：
ad.cooperation@service.alipay.com 邮箱与我们反馈