



eBay 广告运营指导手册

- 广告产品重塑与统一
- 便捷的操作界面
- 灵活的广告管理

eBay 广告团队 2026年第一季度

目 录

- 01 广告管理区 (Advertising Dashboard)
 - 01-1 广告管理区 (Advertising Dashboard)
 - 01-2 广告活动管理区 (Campaign Dashboard)
- 02 促销刊登 (Promoted Listings)
 - 02-1 常规活动策略 (General campaign strategy)
 - 02-2 优先活动策略 (Priority campaign strategy)
- 03 站外推广 (Promoted Offsite)
- 04 店铺推广 (Promoted Stores)
- 05 第三方合作伙伴 (Third-party Partners)





广告管理区

ADVERTISING DASHBOARD

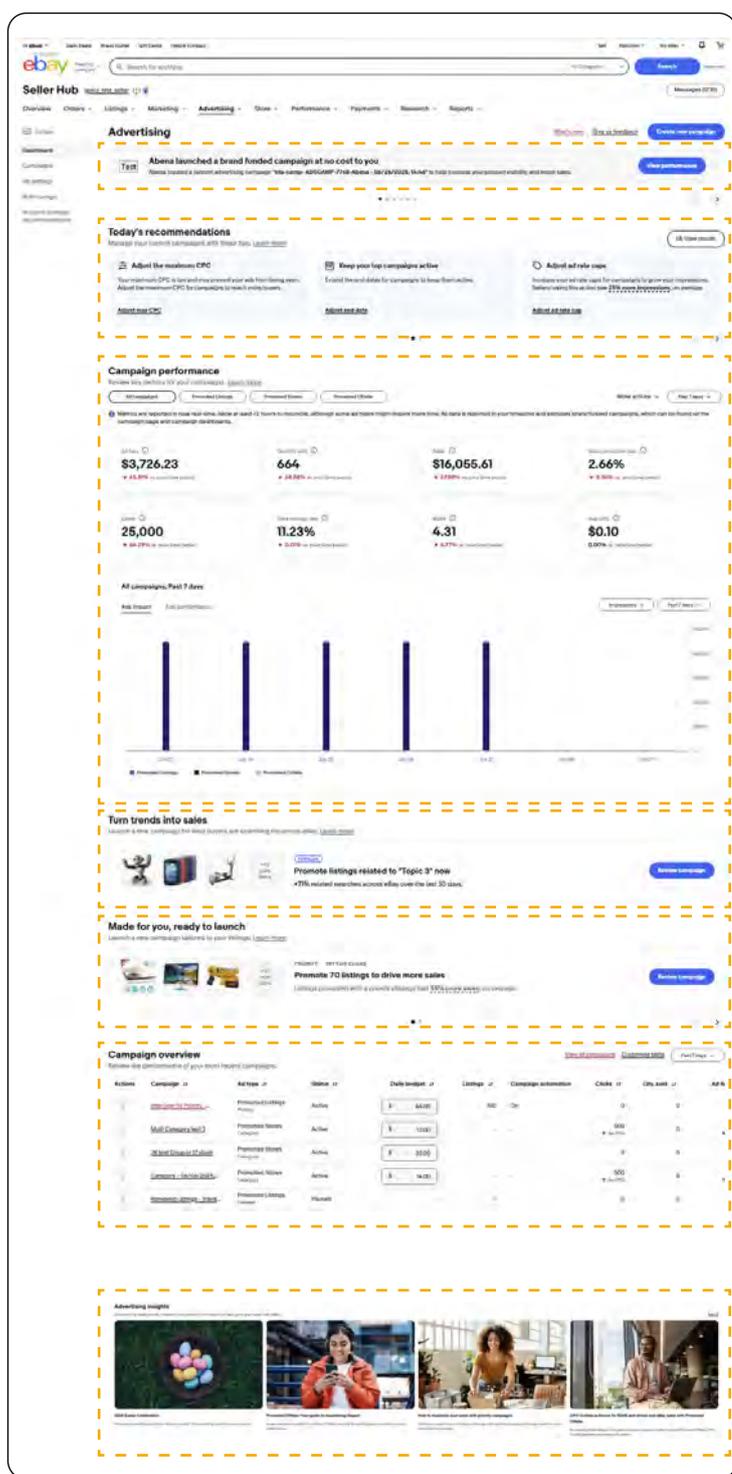
- 01-1 广告管理区 (Advertising Dashboard)
- 01-2 广告活动管理区 (Campaign Dashboard)

eBay 广告团队 2026年第一季度

01.1 广告管理区

▶▶▶ 广告管理区：Advertising dashboard

对于所有新的和现有的广告活动，您都可以查看广告活动洞察、推荐建议和绩效指标，以帮助您在新的广告管理区中优化物品刊登的表现，从而在eBay上发展您的业务。



此处查看横幅，了解优惠和促销信息。

今日推荐
(Today's recommendations)
获取个性化、可操作的建议，以优化您的广告效果。

广告活动表现
(Campaign performance)
深入了解每种广告产品的表现。

基于趋势的活动
(Trend-based campaigns)
利用eBay.ai 为您设计一个可立即启动的活动。

推荐活动(Suggested campaigns)
基于历史数据和eBay最佳实践，为您设计的随时可开启的广告活动。

广告活动概览(Campaign overview)
查看您近期运营的广告活动。

广告数据分析(Advertising insights)
从eBay广告博客了解最新的行业新闻、研究和产品公告。

01.1 广告管理区

今日推荐 (Today's recommendations)

每日提供定制化的广告活动建议，帮助优化您的广告活动，从而提高销售潜力和广告支出回报率。

Today's recommendations

Manage your current campaigns with these tips. [Learn more](#)

Improve ad visibility

Add keywords to <campaign name>. Sellers who added relevant keywords to campaigns with low impressions saw **2x more clicks**, on average (data from Sep 2023 to Dec 2023).

[Adjust keywords](#)

Stay competitive

Increase keyword bids in <campaign name>. Sellers who increased keyword bids for campaigns with low impressions had **3.5x more clicks**, on average (data from Sep 2023 to Dec 2023).

[Adjust bids](#)

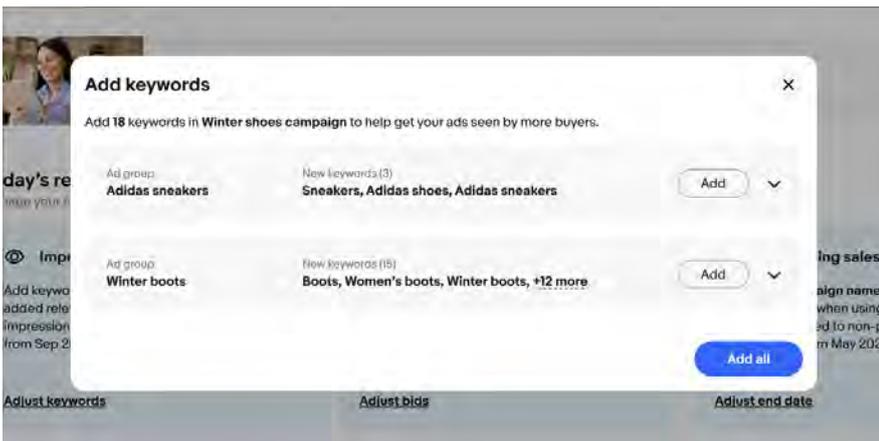
Keep driving sales

Relaunch <campaign name>. Sellers saw over **30% more sales** when using a priority campaign strategy compared to non-promoted items, on average (data from May 2023 to Oct 2023).

[Adjust end date](#)

如何使用？

为了帮助您最大限度地提高促销刊登广告活动的成功率，eBay密切关注关键绩效指标，例如您的广告投资回报率 (ROAS)、物品刊登质量、您的广告如何有效地吸引潜在买家以及最新的市场趋势。



1 选择您想要应用于广告活动的建议。

2 在弹出窗口中查看广告活动建议并应用于您的广告活动。

如果出现以下情况，您可能无法看到今日推荐：

- 您的广告活动效果良好，不需要任何建议。
- 您的广告活动是全新的，尚未积累足够的获取相应建议。

01.1 广告管理区

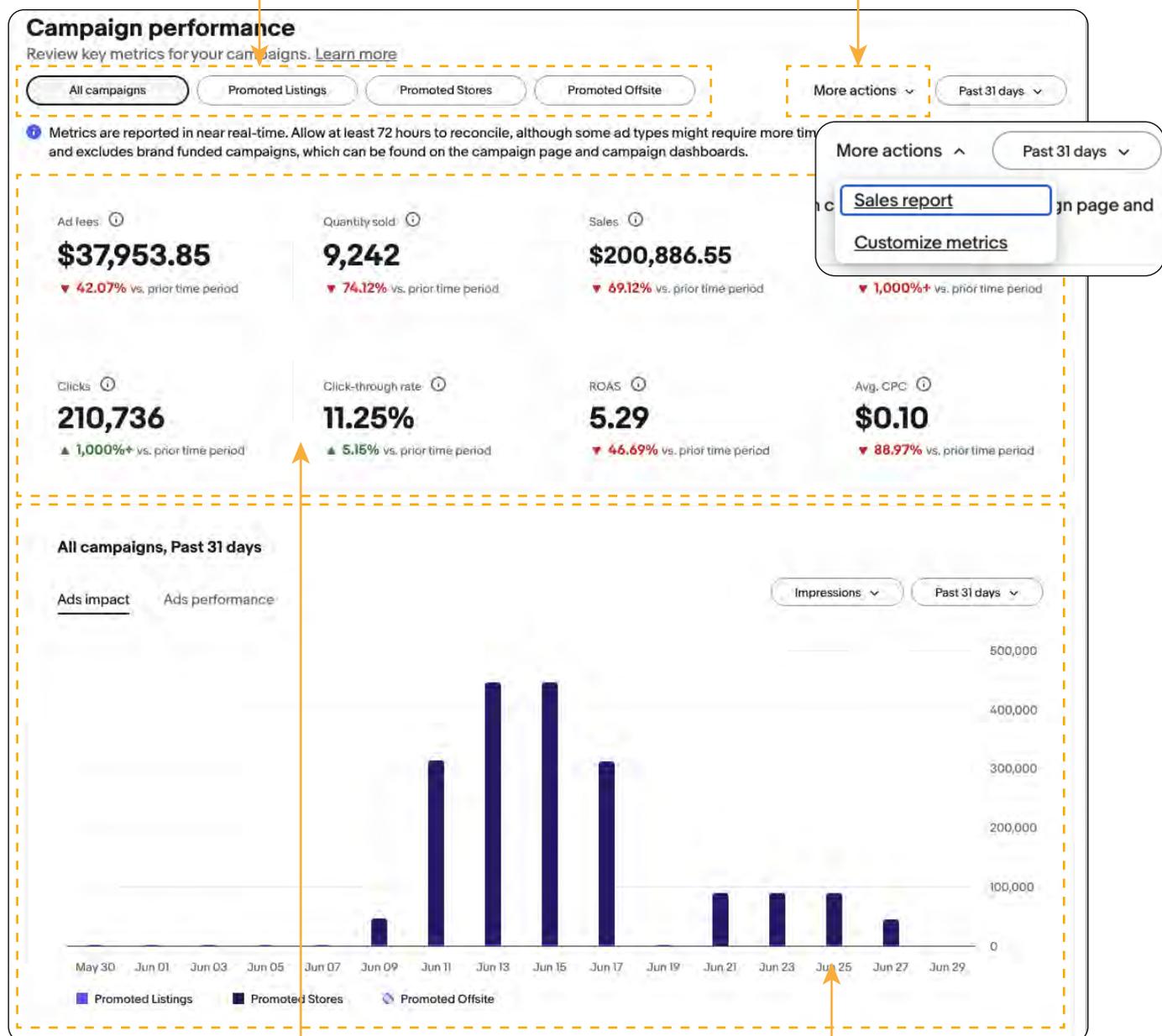
▶▶▶ 广告活动表现 (Campaign performance)

通过实时数据深入查看每种广告类型的效果，以此优化您的广告活动。

上方展示广告在对应时间段各个指标的数据表现；下方查看广告曝光次数、点击次数、销售额和自然销售额的趋势分析。

在此处筛选不同的广告类型，以查看对应数据。

在此处，下载sales report或者自定义展示的数据类型。



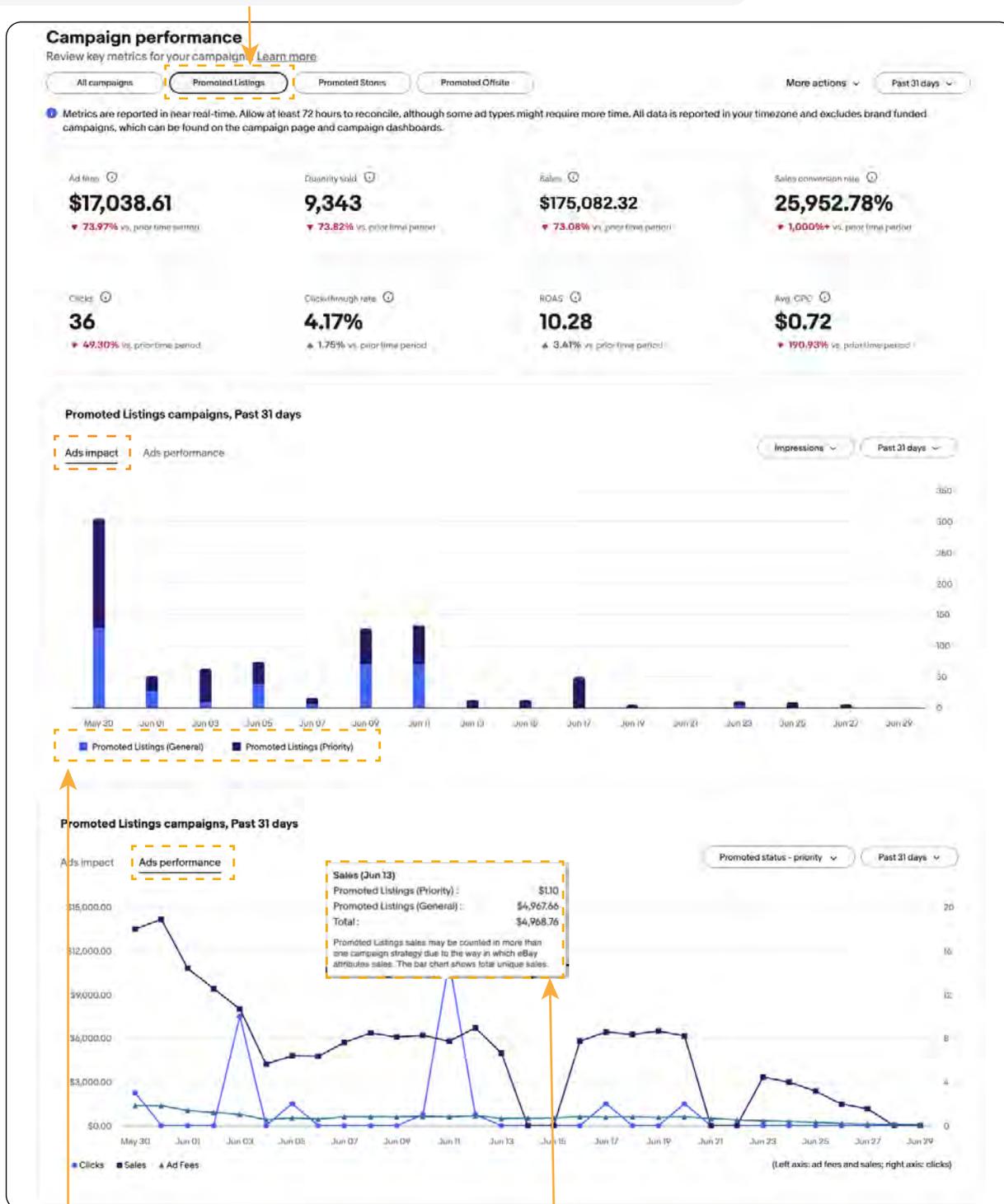
查看关键指标数据表现和趋势。

通过图表查看不同指标数据表现。

01.1 广告管理区

▶▶▶ 广告活动表现 (Campaign performance)

点击“Promoted Listing” (促销刊登), 查看相关数据。



在“Ads Impact” (广告影响)下找到条形图。此图表将显示代表常规活动策略&优先活动策略的颜色编码块, 直观地比较它们的效果。

如需更详细的见解, 请转到 "Ads Performance" (广告效果) 部分并找到显示点击次数、销售量和广告费用的折线图。将鼠标悬停在此图表上的数据点上, 可查看两个策略活动的效果指标。

01.1 广告管理区

▶▶▶ 广告活动概览 (Campaign overview)

查看您近期的 eBay 广告活动的效果，在此处可以快速访问广告活动管理区，并简单地编辑广告活动。

Actions	Campaign	Ad type	Listings	Status	Daily budget	ROAS	Qty. sold	Avg. CPC
⋮	jpsl Priority - 03/06/2025, 17-24	Promoted Listings (Priority)	100	Active	\$ 7.00	0.00	0	\$0.00
⋮	Pranay Test 2	Promoted Offsite	-	Active	\$ 16.00	7.80 ▼ 73.65%	0	\$0.10 ▼ 6.11%
⋮	for jahao - https: adsunified2275.stratus.qa.ebay.com	Promoted Listings (Priority)	100	Active	\$ 7.00	0.00	0	\$0.00
⋮	Test Campaign Guidance1741251684037	Promoted Listings (Priority)	1	Active	\$ 1000.00	8.67	2,330	\$1.19
⋮	Test Campaign Guidance1741251681913	Promoted Listings (Priority)	1	Active	\$ 1000.00	8.67	2,330	\$1.19

🔧 如何使用？

点击“Action”列中的三个点，此处可以编辑、结束广告活动，并生成广告活动报告。

点击“View all campaigns”即可查看所有广告活动。

Actions	Campaign	Ad type	Listings	Status	Daily budget	ROAS	Qty. sold	Avg. CPC
⋮	jpsl Priority - 03/06/2025, 17-24	Promoted Listings (Priority)	100	Active	\$ 7.00	0.00	0	\$0.00
⋮	Pranay Test 2	Promoted Offsite	-	Active	\$ 16.00	7.80 ▼ 73.65%	0	\$0.10 ▼ 6.11%
⋮	for jahao - https: adsunified2275.stratus.qa.ebay.com	Promoted Listings (Priority)	100	Active	\$ 7.00	0.00	0	\$0.00
⋮	Test Campaign Guidance1741251684037	Promoted Listings (Priority)	1	Active	\$ 1000.00	8.67	2,330	\$1.19
⋮	Test Campaign Guidance1741251681913	Promoted Listings (Priority)	1	Active	\$ 1000.00	8.67	2,330	\$1.19

点击广告活动名即可访问广告活动详情页，获取更多数据指标和详细信息。

在此处可以修改广告活动预算。

01.1 广告管理区

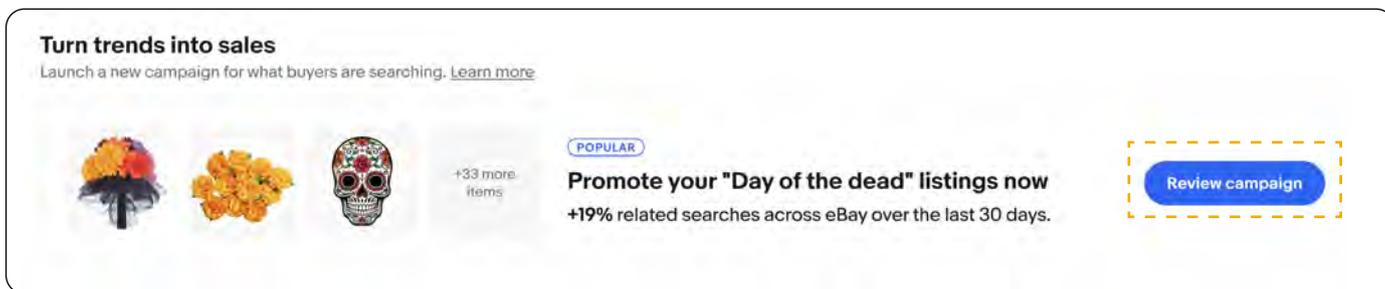
▶▶▶ 基于趋势的广告活动 (Trend-based campaigns)

基于趋势的广告活动关注当前新兴趋势。eBay 不断识别站点上搜索的新兴趋势，当发现与您的刊登相关的信息时，会为您推荐一个已配置好的广告活动。您可以一键开启，或者调整设置后随时开启。

注意：基于趋势的广告活动仅使用**优先活动策略 (Priority campaign strategy)** 来推广您的物品刊登。

🔧 如何使用？

1. 选择“Review campaign”来查看您准备启动的活动。



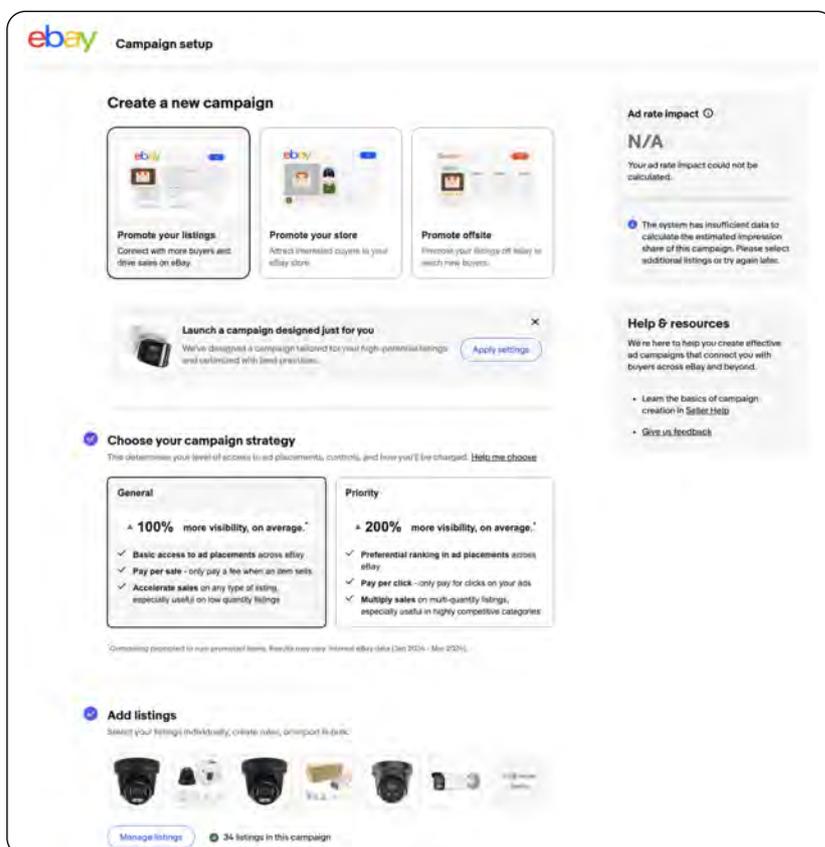
Turn trends into sales
Launch a new campaign for what buyers are searching. [Learn more](#)

POPULAR

Promote your "Day of the dead" listings now
+19% related searches across eBay over the last 30 days.

[Review campaign](#)

2. 查看预先构建的广告活动详细信息，包括广告活动类型、竞价等，在准备就绪后启动广告活动。



ebay Campaign setup

Create a new campaign

- Promote your listings: Connect with more buyers and drive sales on eBay.
- Promote your store: Attract interested buyers to your eBay store.
- Promote offsite: Increase your listings off eBay to reach new buyers.

Ad rate impact
N/A
Your ad rate impact could not be calculated.

Help & resources
We're here to help you create effective ad campaigns that connect you with buyers across eBay and beyond.

- Learn the basics of campaign creation in [Seller help](#).
- Give us feedback.

Choose your campaign strategy
This determines your level of access to ad placements, controls, and how you'll be charged. [Help me choose](#)

General	Priority
▲ 100% more visibility, on average.*	▲ 200% more visibility, on average.*
<input checked="" type="checkbox"/> Basic access to ad placements across eBay	<input checked="" type="checkbox"/> Preferential ranking in ad placements across eBay
<input checked="" type="checkbox"/> Pay per sale - only pay a fee when an item sells, especially useful on low quantity listings	<input checked="" type="checkbox"/> Pay per click - only pay for clicks on your ads
<input checked="" type="checkbox"/> Accelerate sales on any type of listings	<input checked="" type="checkbox"/> Multiply sales on multi-quantity listings, especially useful in highly competitive categories

*Comparing promoted to non-promoted items. Results may vary. Internal eBay data (Oct 2023 - Mar 2024).

Add listings
Select your listings (individually, create rules, or import from...)

[Manage listings](#) 34 listings in this campaign

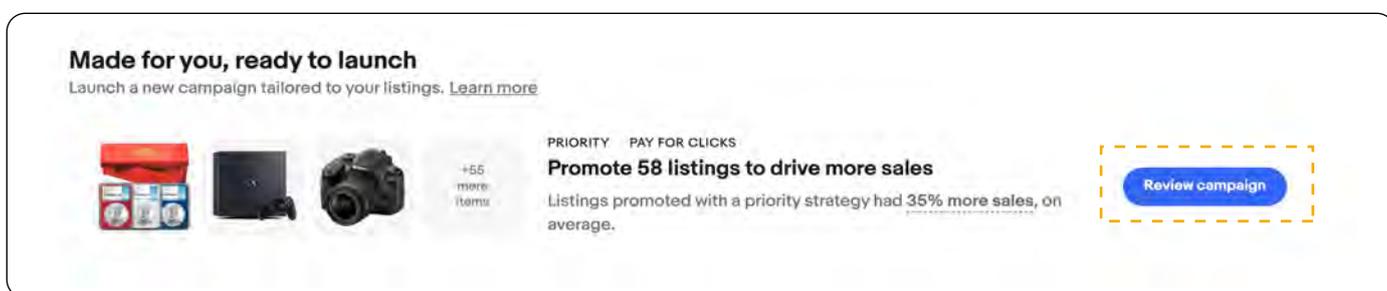
01.1 广告管理区

▶▶▶ 推荐活动 (Suggested campaigns)

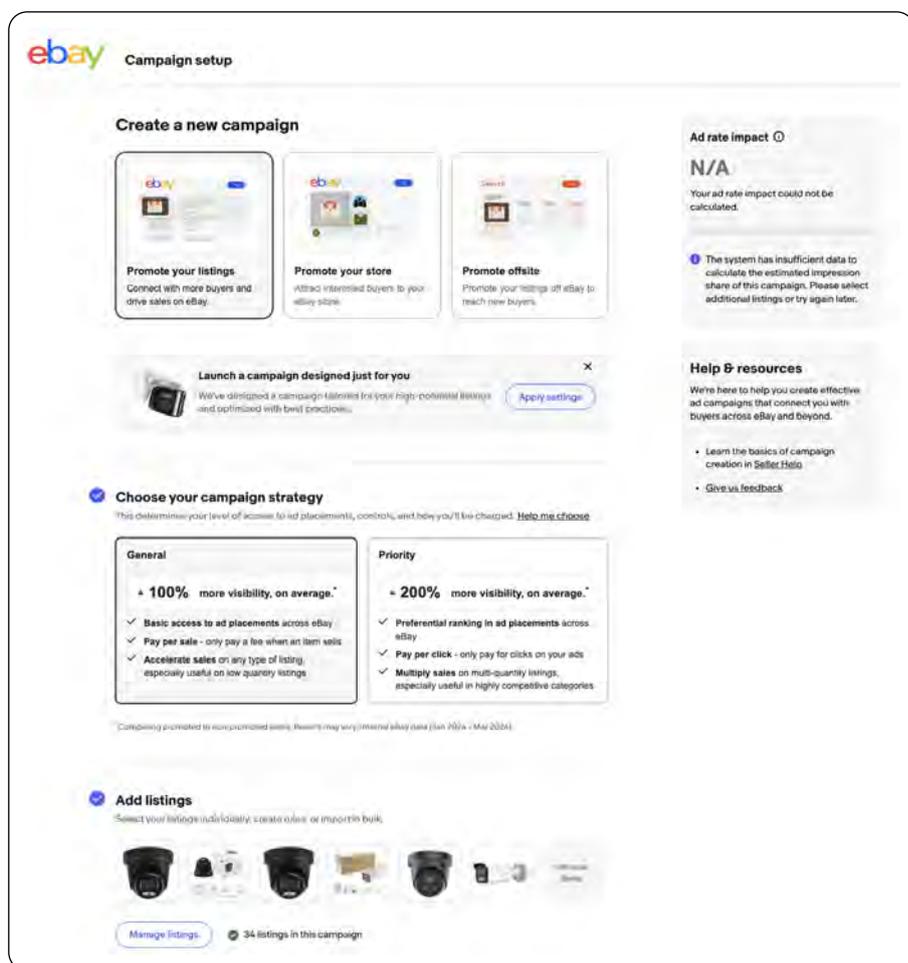
推荐活动根据历史数据和 eBay 最佳实践为您的物品刊登设计可立即启动的活动。推荐活动将创建完全优化好的广告活动，以便您能够更快地销售更多商品。

🔧 如何使用？

1. 选择 “Review campaign” 来查阅推荐活动。



2. 查看预先构建的广告活动详细信息，包括广告活动类型、竞价等，在准备就绪后启动广告活动。



01.2 广告活动管理区

▶▶▶ 广告活动管理区 (Campaign Dashboard) 概览

★ 如何找到广告活动管理区：

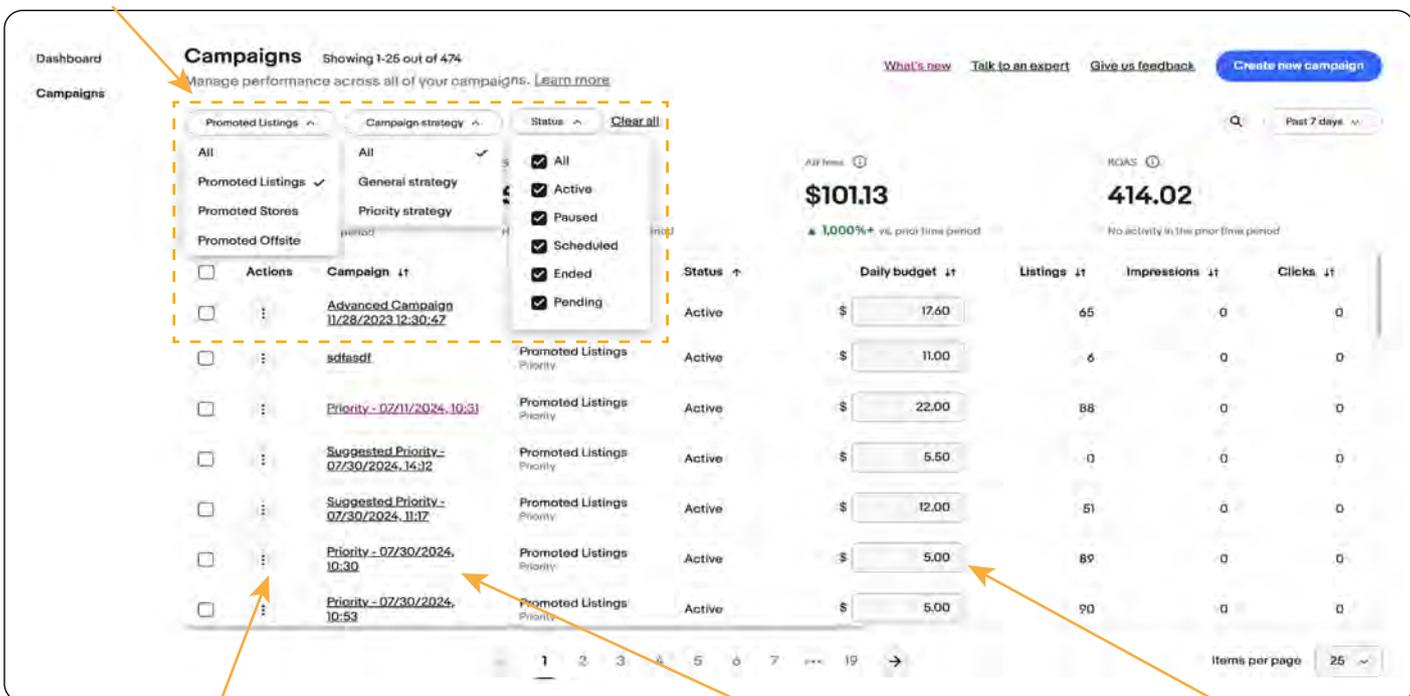
- 路径 1: 进入广告管理区(Advertising dashboard), 在广告活动概览(Campaign overview) 模块点击“View all campaigns”。
- 路径 2: 进入广告管理区(Advertising dashboard), 点击左侧导航菜单中的“Campaign” 标签。

🔧 如何使用？

在此查看所筛选广告活动的点击次数、销售额、广告费用和ROAS。



在此处筛选不同的广告类型、广告策略、广告状态，以查看对应广告活动。



点击“Action”列中的三个点，此处可以编辑、结束广告活动，并生成广告活动报告。

点击广告活动名即可访问对应的广告活动详情页，获取更多数据指标和详细信息。

修改广告活动预算。

01.2 广告活动管理区

▶▶▶ 广告活动管理区 (Campaign Dashboard) 概览

★ 如何进入广告活动详情页：

路径 1:

进入广告管理区(Advertising dashboard)，在广告活动概览(Campaign overview)模块点击单个广告活动名称。

路径 2:

在广告活动管理区中点击单个广告活动名称。

🧠 如何使用？

查看关键指标数据表现和趋势。

此处可查看和编辑广告活动基本信息。

Dashboard | Campaigns | Sabar b test - 2 Priority - 09...

Generate report Edit campaign

Campaign: Sabar b test - 2 Priority - 09/09/2024... Campaign status: Active Limited by budget Ad type: Promoted Listings Priority Targeting: Manual Dynamic bidding Target daily budget: \$14.00 Campaign duration: Sep 9, 2024 - Continuous

Your campaign was paused 75.0% of the time over the last 7 days because you reached your daily budget. Update to suggested budget: \$16.00

Campaign performance

Metrics are reported in near real-time, allow approximately 72 hours to reconcile. All reporting data will be in your site timezone.

Sales: \$3,144.60 (51.29% vs. prior time period)
Clicks: 2,904 (48.74% vs. prior time period)
Quantity sold: 1,768 (43.78% vs. prior time period)
Ad Fees: \$0.00 (0.00% vs. prior time period)

Performance chart showing Clicks, Sales, and Ad Fees from Jun 23 to Jun 29.

Listings in this campaign

Showing 1-25 out of 207

Photo	Title	Ad group	Status	Current price	Available quantity	ROAS
	0-05c5ec10-b0d3-47f1-87fb-a24d7a82328e Test Item-1724371382008 160035616399	Nepal (test_0-0020d5d52-06-59-4064-909b-b161c71f54-...	Active	\$57,425.00	10	0.00
	0-07290d5e-14cd-4c45-86c0-00b10b595dba Test Item-1724366377396 160035616398	Books (test_0-00821f5d-1f91-403f-b98c-79a59c18bc29-...	Active	\$13,372.00	10	

此处查看广告活动详细信息，如物品刊登、广告组和关键词，并可添加其他内容。



促销刊登

PROMOTED LISTINGS

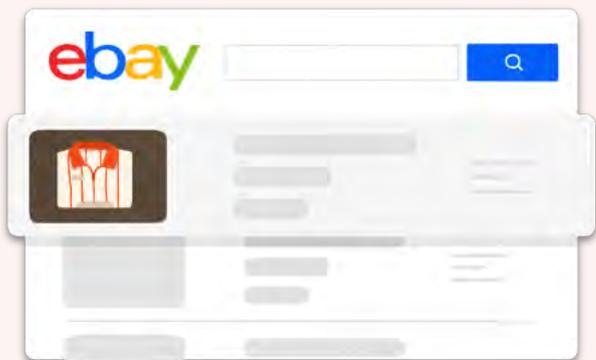
- 促销刊登简介
- 常规活动策略 (General campaign strategy)
- 优先活动策略 (Priority campaign strategy)

eBay 广告团队 2026年第一季度

02 促销刊登

▶▶▶ 促销刊登是什么？

★ 通过向卖家推广展示您的物品刊登，从而帮助您提高销量。



使用促销刊登，您可以：

- 通过广告位展示物品刊登，从而提高物品刊登的可见性，以吸引更多买家并推动销量。
- 灵活且可控地完成您的业务目标。
- 通过便捷的管理页面创建并管理您的广告活动。

当您使用促销刊登时，有两种广告策略可供选择，以满足您独特的业务需求：

优先活动策略 (Priority campaign strategy)

常规活动策略 (General campaign strategy)。

卖家&物品刊登准入条件



可投放站点： eBay美国站、英国站、德国站、澳洲站、意大利站、法国站、加拿大站、西班牙站

卖家资格： 店铺评级高于标准 (Above Standard) 或优秀 (Top Rated) 的帐号

刊登资格： 固定价格刊登(Fixed Price)、拍卖刊登(Auction)(只适用于PLG)

- 无法推广以下类目的物品刊登：批发和批量销售(Wholesale)、汽车 (Cars, Vehicles)、摩托车(Motorcycles)、活动门票(Events Tickets)、财产(Property)、电子烟(E-Cigarettes, Vapes) 及其配件。
- Auction和Auction Buy It Now中的物品刊登只能采用常规活动策略(General campaign strategy)进行推广。
- 符合上述标准的二手物品可进行推广。创建广告活动时，只有符合条件的物品刊登才会出现在您的物品刊登选择 (Add listing)页面中。

02 促销刊登

▶▶▶ 促销刊登的两种广告策略差异

优先活动策略 (Priority campaign strategy)

- 付费模式：**按点击付费 (CPC)**
- 广告位：搜索结果页、商品详情页、其他位置
- 核心优势：
 - 更多曝光机会：**您的物品刊登将在优质广告位中展示。
 - 洞察市场动态：**您可以通过关键词报告、买家搜索词报告了解买家搜索行为，洞察市场趋势。
 - 提升物品刊登综合排名：**合理地使用优先活动策略有助于更快提升物品刊登的曝光、点击率、转化率等核心指标。
- 使用场景：

优先活动策略适合有明确的营销计划、希望定位买家搜索行为的卖家；适合用于推广新品、热销品、高利润商品。
- 广告费用：

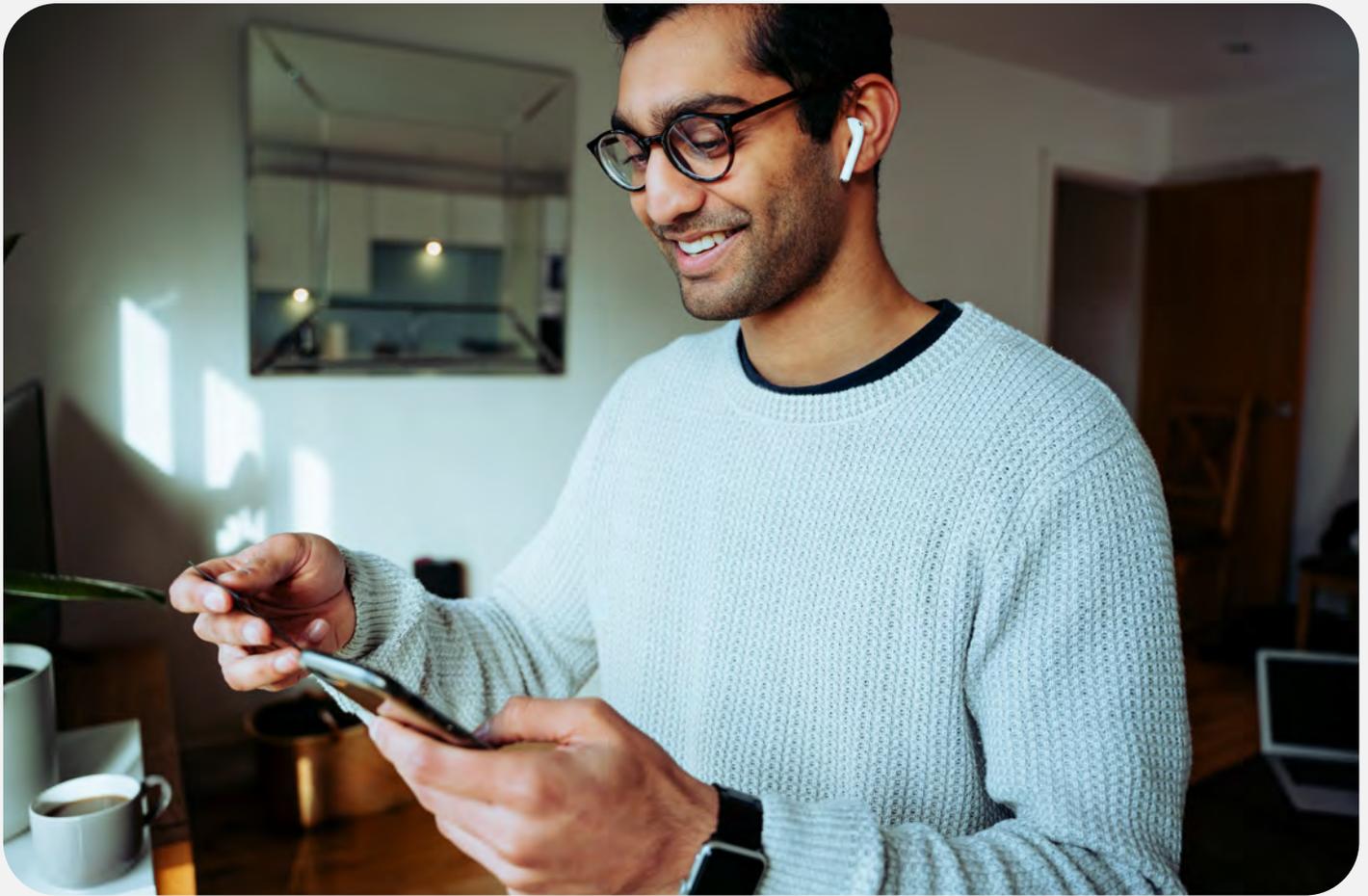
广告费用由每个物品刊登在一天内收到的所有每次点击用费(CPC)的总和决定。

常规活动策略 (General campaign strategy)

- 付费模式：**按成交收费 (CPS)**
- 广告位：搜索结果页、商品详情页、eBay 站内其余位置、eBay 站外
- 核心优势：
 - 触达更多卖家：**在尝试使用广告的同时吸引更多买家。
 - 仅在销售时付费：**只有当买家点击推广的物品刊登并购买时才需要付费。
 - 轻松投放广告：**通过简单的设置帮助您开启和管理广告活动。
- 使用场景：

适合刚接触广告的卖家或希望在eBay上扩大业务的卖家；适合店铺内所有的物品刊登。
- 广告费用：

当您的某条物品刊登通过常规活动策略广告获得订单，您将被收取广告费。



常规活动策略

GENERAL CAMPAIGN TRATEGY

- 概览
- 广告花费
- 广告活动设置
- 投放建议
- 广告报告

eBay 广告团队 2026年第一季度

02.1 常规活动策略 - 概览

▶▶▶ 什么是常规活动策略?

常规活动策略(General campaign strategy)，是一种按成交付费(Cost-Per-Sale)的广告营销策略。通过访问eBay站内外广告位来帮助提高您的物品刊登的知名度，从而帮助您接触更多的买家。

常规活动策略准入标准



卖家资格：店铺评级高于标准 (Above Standard) 或优秀 (Top Rated) 的帐号

刊登资格：固定价格刊登 (Fixed price)、拍卖物品刊登 (Auction)

- 适合刚接触广告或希望在 eBay 上扩大影响力的卖家。
- 您可以考虑推广各种物品刊登，常规活动策略更适合提高物品刊登知名度，适合全店铺通投。

▶▶▶ 常规活动策略广告位中显示的物品刊登由什么决定?

eBay 算法根据相关性、物品刊登表现和广告费率来确定广告曝光度。

帮助物品刊登获得曝光的技巧：



不断优化物品刊登(图片、标题、详细描述、属性等)，这有助于算法更好地判断广告相关性并有助于提高广告效果。



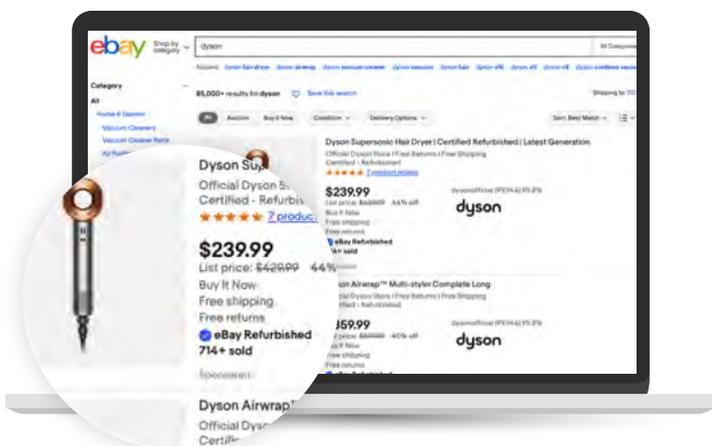
物品刊登历史表现非常重要，转化率低的物品刊登可能无法通过常规活动策略获得任何曝光度。



设置有竞争力的广告费率。广告费率越高，您越有可能通过常规活动策略广告获得曝光。

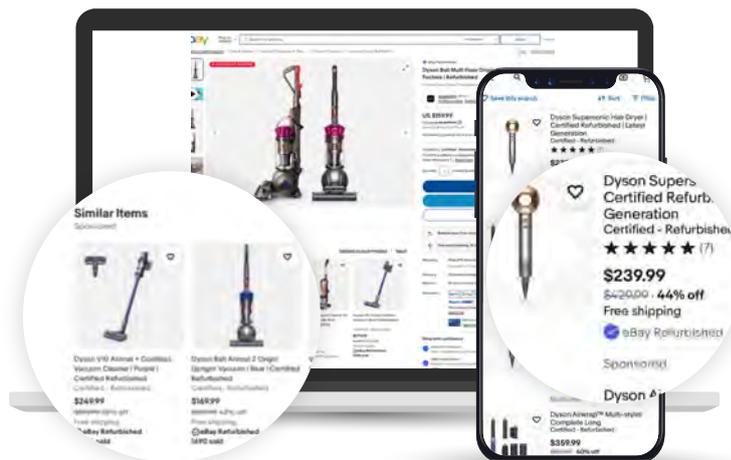
02.1 常规活动策略 - 广告位

▶▶▶ 常规活动策略广告位



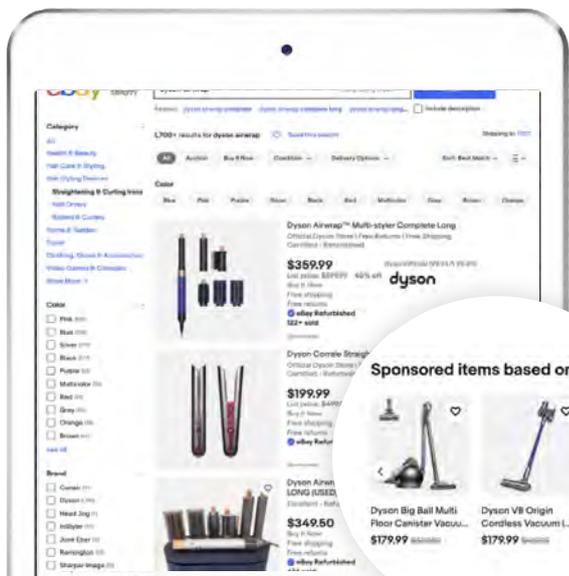
搜索结果页

位于搜索结果页的广告位示例
(不包括搜索结果页第一个广告位)



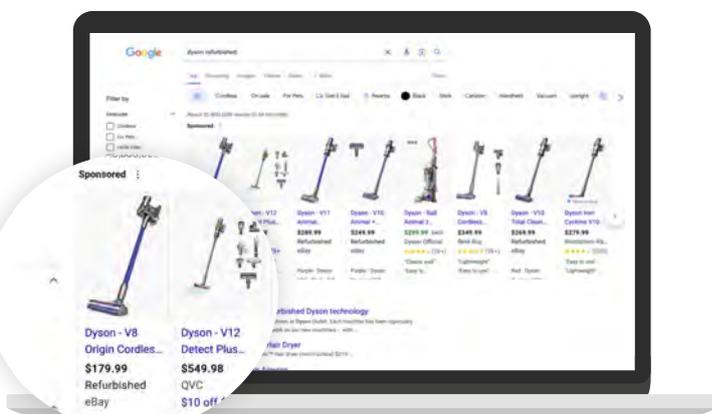
商品详情页

商品详情页中的广告位示例



eBay 站内其余位置

My eBay, 出售或结束的商品, 首页, 以及更多



eBay 站外

包括合作伙伴网站和搜索引擎上的物品刊登

02.1 常规活动策略 - 广告花费

▶▶▶ 广告费用如何收取？

当您使用常规活动策略 (General campaign strategy) 推广您的物品刊登时，您只需在物品刊登售出时付费。您支付的金额取决于广告费率 (Ad rate)，或当买家在30天内点击并购买您使用此策略推广的任何物品刊登时收取的总销售额(包括物品刊登价格、运费、税费和任何其他适用费用) 的百分比。

▶▶▶ 广告费率策略

固定费率 (Fixed ad rate)

固定费率一旦设定就不会改变。您可以在广告活动期间随时修改广告费率。固定费率可帮助那些重视控制广告活动成本而非市场竞争力的卖家。

动态费率 (Dynamic ad rate)

动态费率会自动根据 eBay 每日推荐的广告费率更新您的广告费率。使用此策略，您无需进行手动更新，即可让您的广告活动在eBay市场波动的情况下保持竞争力。

寻求轻松保持广告活动竞争力的卖家可以使用动态费率自动调整。

如何控制费率？

无论您使用何种广告费率策略，您都可以控制物品刊登的费率，从而控制广告花费。

- **动态费率：**通过设置广告费率上限、广告费率修正值控制所有物品刊登费率。
- **固定费率：**可以选择对所有物品刊登应用统一、固定的广告费率，也可以为单条物品刊登设置单独的广告费率。

02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 常规活动策略广告活动创建流程



第1步

进入卖家中心 (Seller Hub) 点击“广告(Advertising)” 板块。

第2步

点击“创建新的广告活动”(Create new campaign)

第3步

选择“促销刊登”(Promote your listings)

第4步

选择“常规活动策略”(General)

第5步

添加物品刊登 (Add listings)

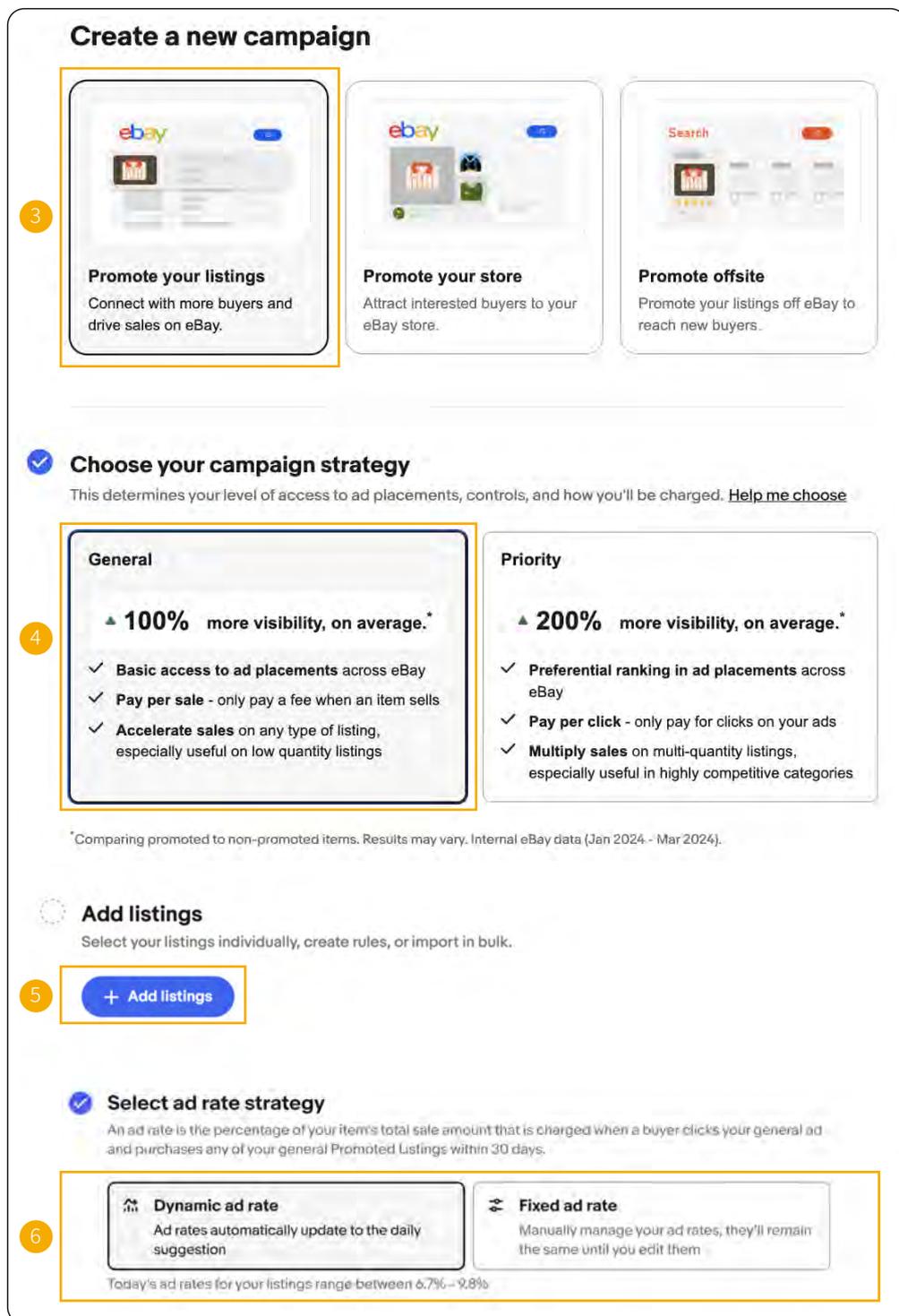
第6步

选择广告费率策略 (Ad rate strategy)

动态广告费率(Dynamic ad rate)会自动更新为每日推荐费率，无需更改即可保持竞争力。

■ 选择动态广告费率 (Dynamic ad rate), 请查看第7步。

■ 选择固定广告费率 (Fixed ad rate), 请查看第8步。



02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

广告活动创建流程

The screenshot displays the 'Manage ad rates' interface. At the top, there are two options: 'Dynamic ad rate' (selected) and 'Fixed ad rate'. Below this, there are two sections: 'Advanced settings' (step 7) with checkboxes for 'Set an ad rate cap' and 'Set ad rate modifier', and 'Apply single ad rate' (step 8) with a text input field set to '9.0 %'. Below that is a 'Customize individual ad rates' link. The main area shows a table of 'Campaign listings' with columns for Photo, Title, Price, Quantity, Days on site, Today's suggested ad rate, and Your ad rate. The 'Your ad rate' column for the first listing is highlighted with a box and labeled '9.0 %'. Below the table is the 'Settings' section (step 9) with a 'Name your campaign' field and 'Set campaign dates' fields. At the bottom right, there is a 'Launch' button (step 10) and a 'Cancel' button.

第7步

选择动态广告费率(Dynamic ad rate)时, 您可设置:

- 广告费率上限(Ad rate cap)-可设置每日建议广告费率的^{最大值}。
- 广告费率修正值(Ad rate modifier), 可设置高于每日建议广告费率的^{百分比}。

第8步

选择固定广告费率(Fixed ad rate)时, 您可设置:

- 为所有物品刊登设置统一的固定广告费率(Apply single ad rate)。
- 自定义每个物品刊登广告费率(Customize individual ad rates), 建议使用推荐广告费率(Today's suggested ad rate)作为^{指导}。

第9步

设置广告活动信息

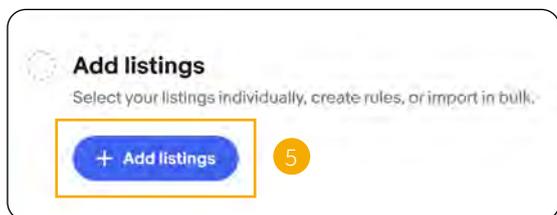
- 输入活动名称
- 设置活动开始和结束日期

第10步

广告活动设置完成后, 点击“Launch”启动广告活动

02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 广告活动设置 - 添加物品刊登



在“**第5步**：添加物品刊登(Add listings)”时，您可以使用多种方法将物品刊登添加到您的广告活动中。

基于规则添加 (Rule-based)：

使用此项添加方式将自动选择物品刊登并节省管理广告活动的时间。通过设置一些规则，例如品牌、类目、价格和其他条件，任何符合该规则的物品刊登都将自动添加到您的广告活动中。

系统会每天评估您的库存，以确定是否有任何新上架的、经过修改的或新符合条件的物品刊登符合您所设定的规则。如果有任何物品刊登符合您所设定的规则，它们将自动添加到广告活动中，同时任何不再符合规则的物品刊登将被移除。

Add listings to your campaign

Manual **Rule-based** CSV Item IDs

Create a rule to automate listing selection
Current and future listings will automatically be added and removed from your campaign based on the rule you set. Rules are set for the duration of your campaign.

Add current and future listings that match these criteria [Reset](#)

Category **All**

Price range **All**

Brand **All**

Condition **All**

Only recommended listings

Your campaign will automatically include listings in all categories priced any price from all brands that are in any condition.

276 qualifying listings

Qualifying listings already included in a paused general campaign can't be promoted using rules. To add these listings to this campaign, remove them from the paused general campaigns or end those campaigns.

Photo	Title	Price	Category
	0-001fb471-c275-4f30-b701-3646aed453f...	\$74,872.00	Malaysia (1963-Now)
	0-012f5625-f925-468e-824a-83789a85d1fc...	\$38,277.00	China
	0-01f8dbd3-e851-4a2a-9e71-cccd037a0bb...	\$1,078.00	Action Figures
	0-023aa3f5-bfal-457c-ba81-272e14394552...	\$82,584.00	Confederate States
	0-02aAd671-D64b-4043-bd78...	\$21,337.00	India (1947-Now)
	0-03cac047-2b2f-411f-8f4b-8239d5295728...	\$3,778.00	Other Lenses & Filters
	0-03f251a3-7f4b-4113-9aac-b553d6f1273b...	\$10,731.00	Men's Clothing
	0-0406ca4d-26de-4952-80be-57e5e5e9cd...	\$29,819.00	Action Figures

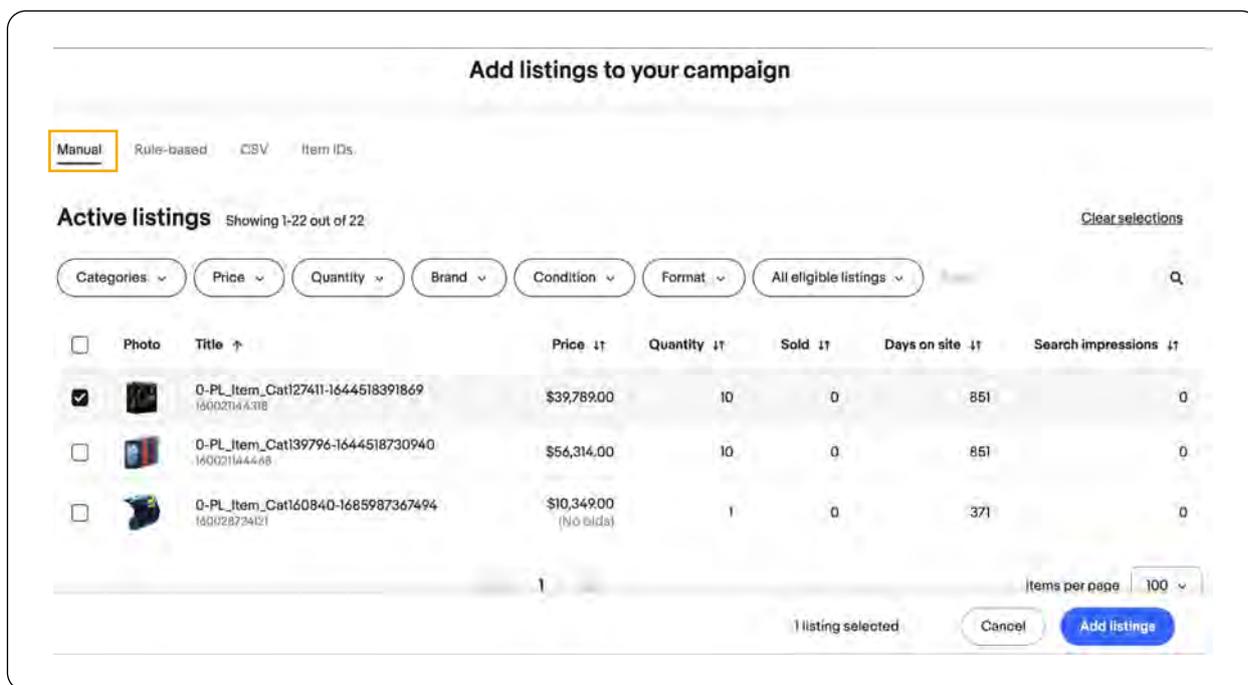
[Cancel](#) [Create new rule](#)

02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 广告活动设置 - 添加物品刊登

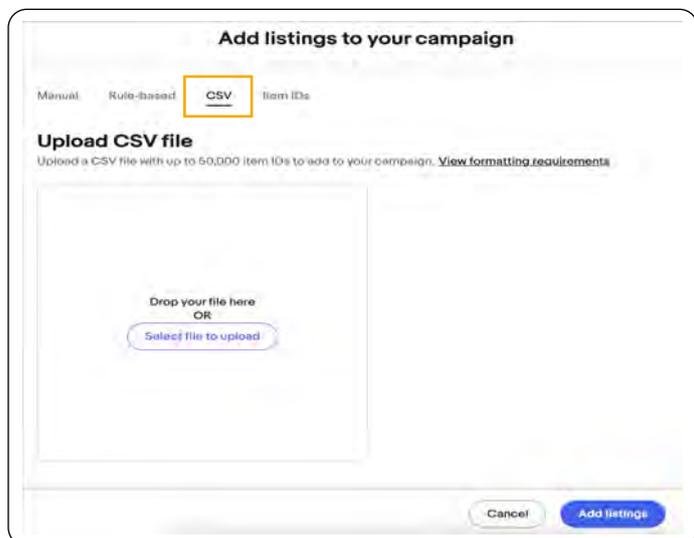
手动添加 (Manual):

您可以根据业务目标(例如类目、价格、库存、品牌等)灵活地选择物品刊登,从而更好地控制广告活动。



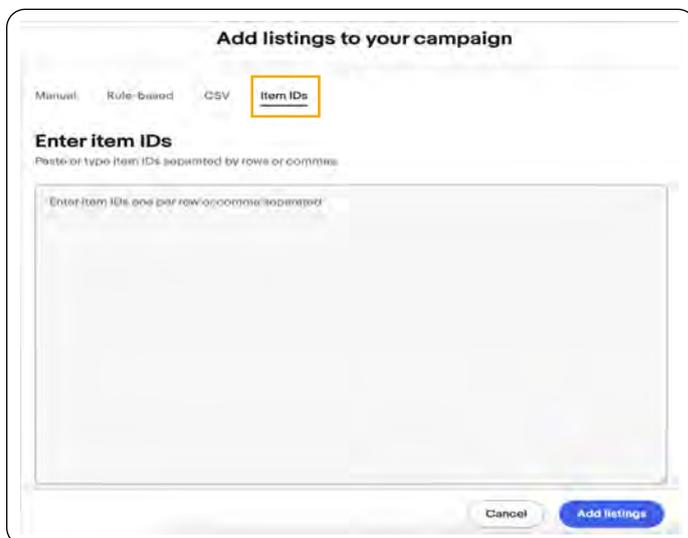
上传CSV文件:

上传包含您的商品ID和所对应广告费率的CSV文件。



上传物品刊登ID (item IDs):

您可以上传商品ID以快速添加要推广的物品刊登,通过输入或复制粘贴商品ID(以行或逗号分隔)添加。



02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 广告活动设置 - 广告费率策略

如果您选择动态广告费率(Dynamic ad rate)，则您广告活动中列表的广告费率将每天更新为 eBay 推荐的广告费率。

您可以使用下方的高级设置来进一步管理您的广告费率。

 **Select ad rate strategy**

An ad rate is the percentage of your item's total sale amount that is charged when a buyer clicks your general ad and purchases any of your general Promoted Listings within 30 days.

 **Dynamic ad rate**
Ad rates automatically update to the daily suggestion

 **Fixed ad rate**
Manually manage your ad rates, they'll remain the same until you edit them

Today's ad rates for your listings range between 6.7% - 9.8%

Advanced settings ^

- Set an ad rate cap ⓘ
- Set ad rate modifier ⓘ

广告费率上限 (Ad rate cap)

限制每日推荐广告费率的最高金额。如果您的广告费率上限为 7%，即使每日推荐广告费率为 10%，您的广告费率仍将更新为 7%。

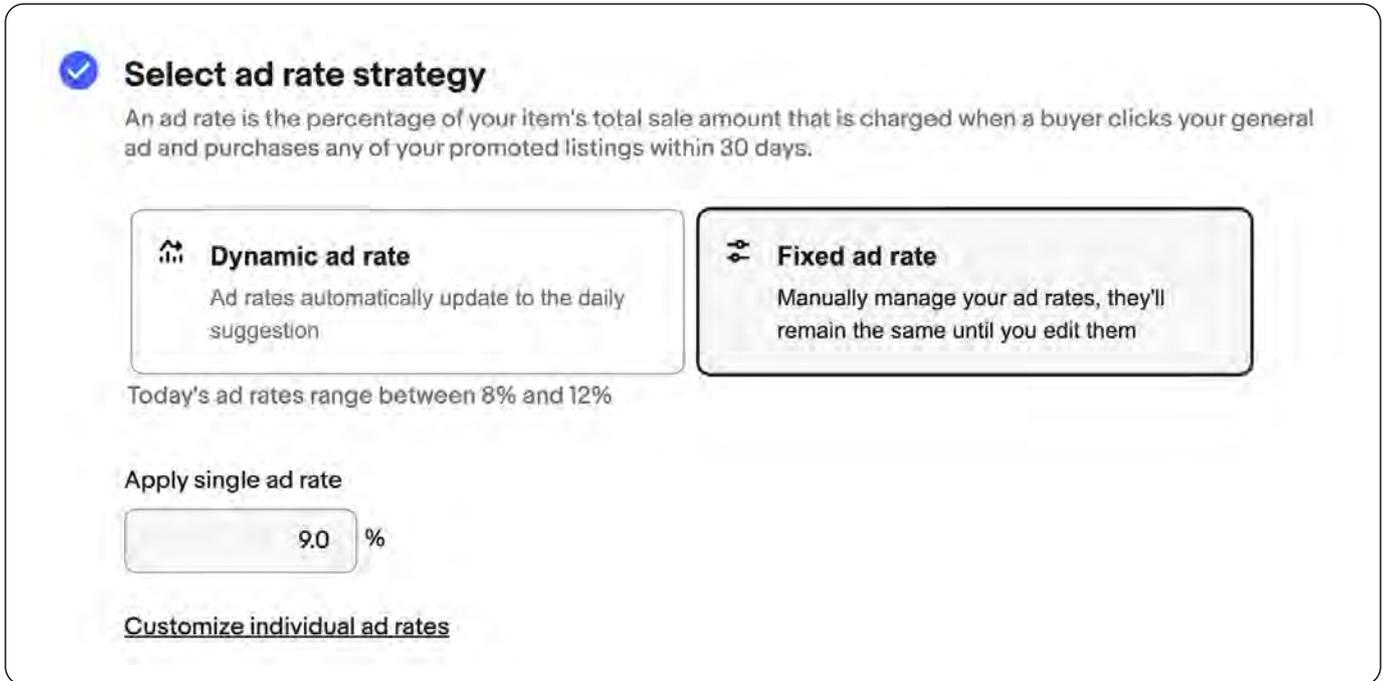
广告费率修正值 (Ad rate modifier)

通过选择高于您愿意支付的每日推荐广告费率的百分比来调整您的动态广告费率。

02.1 常规活动策略 - 广告活动设置

广告活动设置 - 广告费率策略

如果您选择固定广告费率(Fixed ad rate)，您的广告费率将保持一致，一旦设置就不会改变。您可以在广告活动期间随时修改您的广告费率。



Select ad rate strategy

An ad rate is the percentage of your item's total sale amount that is charged when a buyer clicks your general ad and purchases any of your promoted listings within 30 days.

Dynamic ad rate
Ad rates automatically update to the daily suggestion

Today's ad rates range between 8% and 12%

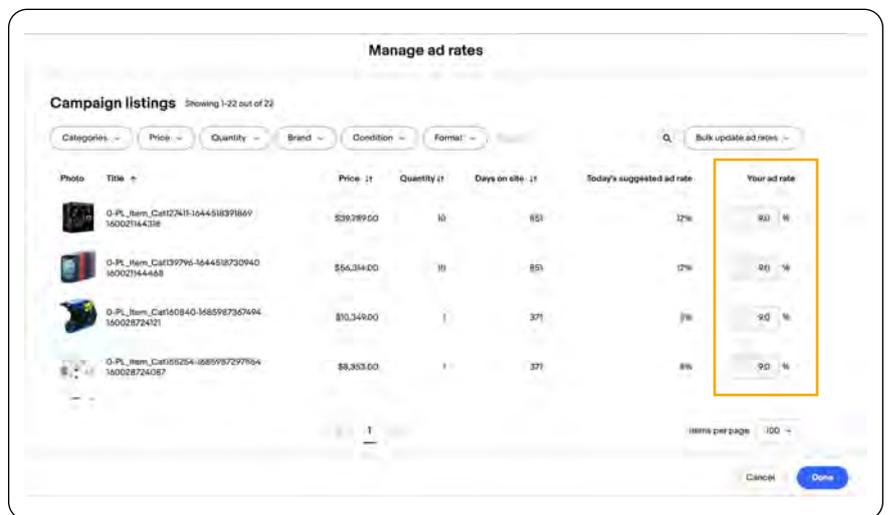
Fixed ad rate
Manually manage your ad rates, they'll remain the same until you edit them

Apply single ad rate

9.0 %

[Customize individual ad rates](#)

- 您可以为广告活动中的所有物品刊登设置统一的广告费率，在“Apply single ad rate”下方输入您的广告费率金额。
- 您可以自定义广告费率，点击“Customize individual ad rates”跳转到广告费率设置页面。
 - i. 可以为每个物品刊登设置单独的固定广告费率
 - ii. 或选择批量更新广告费 (Bulk update ad rates) 率以更改广告活动中所有物品刊登的广告费率



Manage ad rates

Campaign listings Showing 1-22 out of 22

Categories Price Quantity Brand Condition Format

Photo	Title	Price	Quantity	Days on site	Today's suggested ad rate	Your ad rate
	D-Pl_Item_Cat127A11-1644518391869 160021144318	\$29,289.00	10	851	12%	9.0 %
	D-Pl_Item_Cat139796-1644518370940 160021144488	\$56,314.00	10	851	12%	9.0 %
	D-Pl_Item_Cat140840-1685987307494 160028724021	\$10,349.00	1	371	18%	9.0 %
	D-Pl_Item_Cat165254-1685987297964 160028724087	\$8,303.00	1	371	8%	9.0 %

items per page 100

Cancel Done

02.1 常规活动策略 - 投放建议

▶▶▶ 常规活动策略投放建议 (仅供参考)

推荐优先使用动态广告费率(Dynamic ad rate):

利用动态广告费率让您的广告费率自动更新为每日推荐费率。您可以设置广告费率上限来控制您的动态广告费率。从而使广告始终保持竞争力。

关注物品刊登的转化率:

- 曝光高但是转化差或者不出单的物品刊登，如果广告费率已经较高，且物品刊登本身没有问题，可以考虑暂停。
- 有点击但转化率差的物品刊登，查看物品刊登是否有优化空间，通过标题、图片、产品描述等优化物品刊登质量。

▶▶▶ 常见指标解释

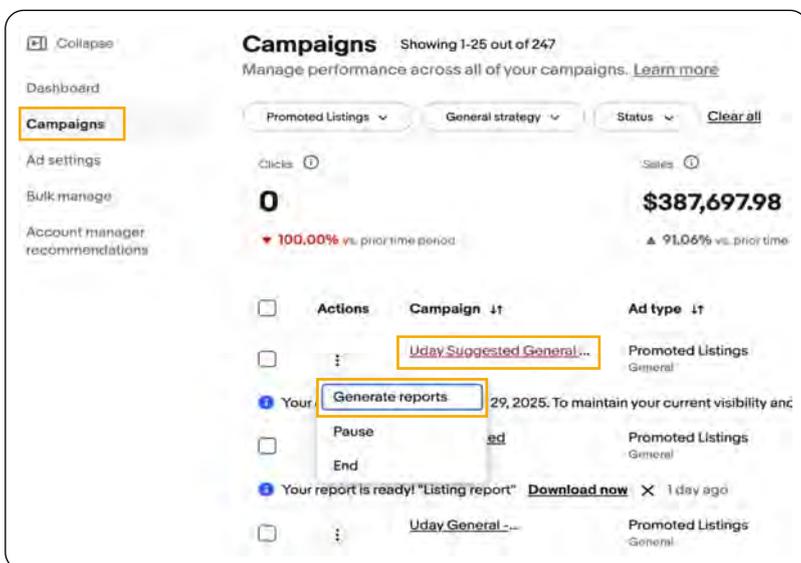
维度	数据指标	中文解释	具体定义
点击维度	Click	点击	广告被卖家点击的次数。
	CTR (Click-through-Rate)	点击率	点击率为 (点击数 / 曝光数), 点击率越高说明您的物品刊登对买家越有吸引力。可以通过优化主图、标题等提高点击率。
转化维度	CVR(Sales-Conversion -Rate)	转化率	广告带来的销售订单量/点击量。
	Quantity sold	销售订单数	点击广告后，归因周期内广告引导的销售订单量。
	Ads Sales	广告销售额	点击广告后，归因周期内产生的销售总金额。
花费维度	Ad fees	广告费	使用广告所花费的金额。
	ROAS(Return on Advertising Spend)	广告投资回报率	广告带来的销售额/广告投入的比值，如ROAS=5，即花\$1的广告费，带来\$5的销售额，因此ROAS越高，广告表现越好。

02.1 常规活动策略 - 广告报告

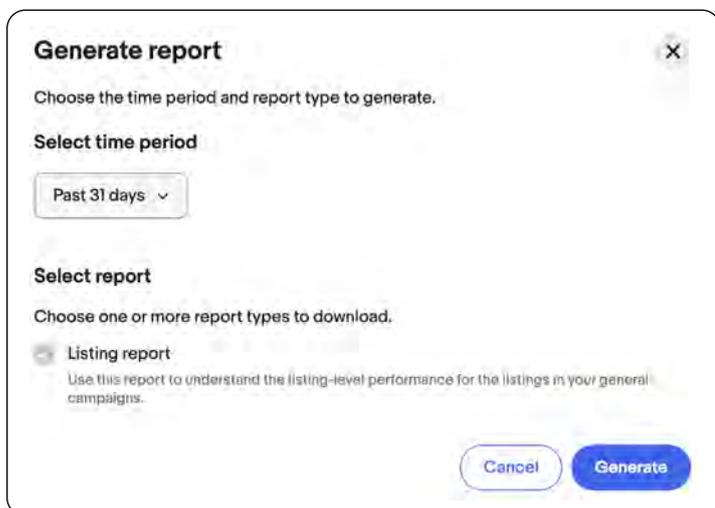
如何下载报告?

您可以从广告活动管理区、广告活动详情页、卖家中心的“报告”板块下载活动报告。

■ 在广告活动管理区下载报告：
进入广告活动管理区，点击“操作”(Action) 栏中您广告活动旁边的按钮，选择“生成报告”(Generate reports)。



■ 在广告活动详情页下载报告：
在广告活动管理区中，找到您要下载报告的广告活动，单击广告活动名称跳转到广告活动详情页，点击“编辑活动”(Edit campaign)旁的“生成报告”(Generate reports)。

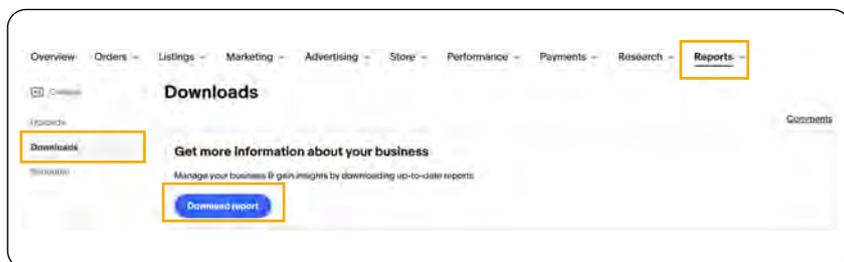


在广告活动管理区与广告活动详情页中，均可下载物品刊登报告(Listing report)报告。选择您想要下载的报告日期范围并下载报告。

02.1 常规活动策略 - 广告报告

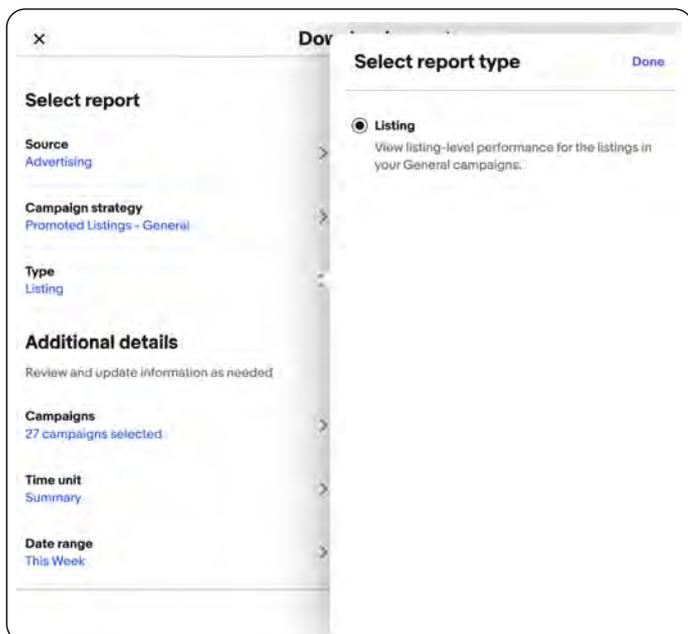
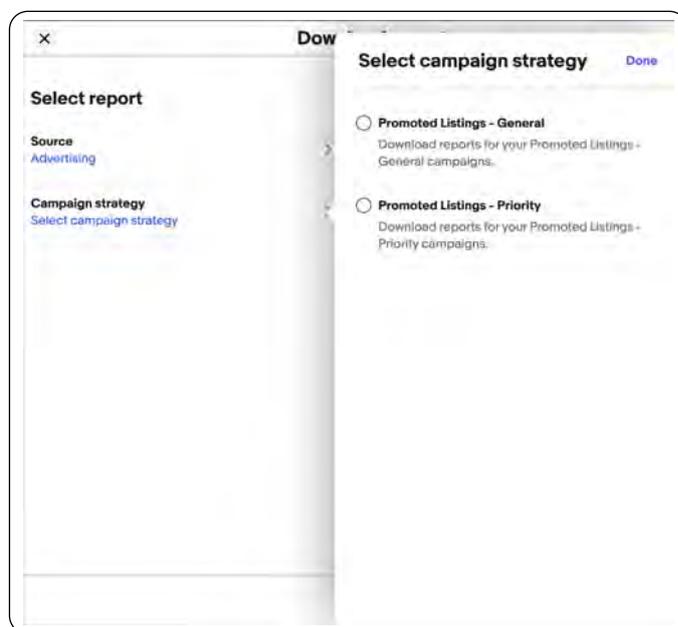
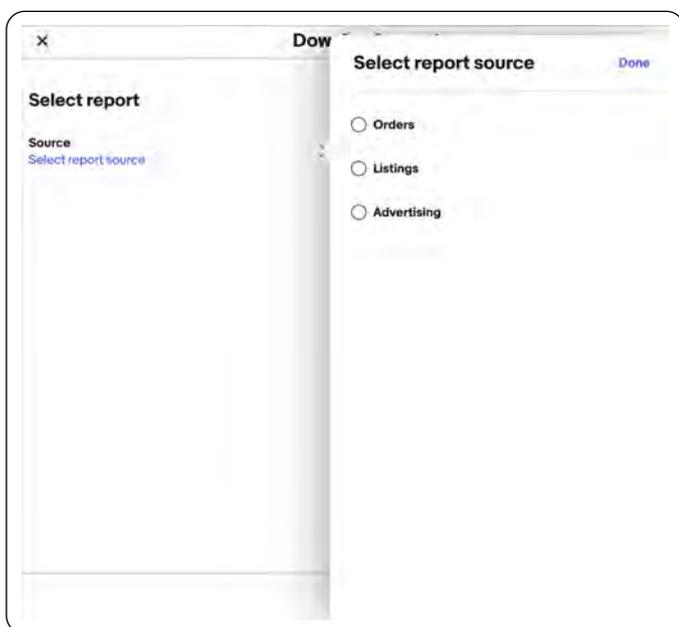


如何下载报告？



在“报告”(Report)板块中下载：
在报告选项卡中，从菜单中选择“
下载”(Downloads)，点击“下载
报告”(Downloads report)按钮。

选择“广告”(Advertising)，然后选择“常规活动策略”(Promoted Listings - General)



选择您想要下载的报告日期范围并
下载物品刊登报告(Listing report)。



优先活动策略

PRIORITY CAMPAIGN STRATEGY

- 概览
- 广告花费
- 广告结构
- 广告活动设置
- 投放建议
- 广告报告

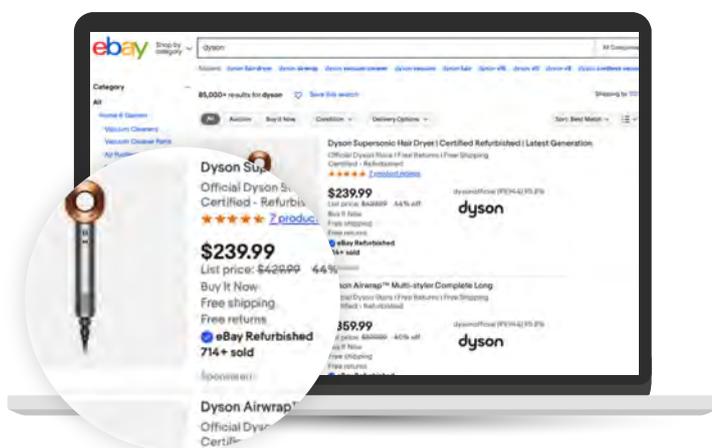
eBay 广告团队 2026年第一季度

02.2 优先活动策略概览

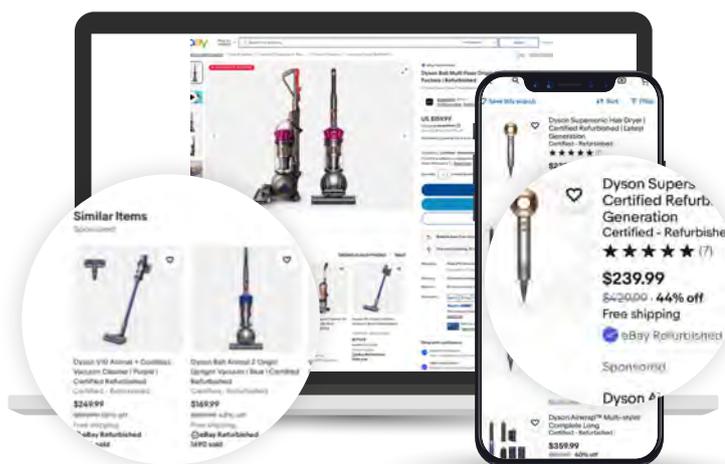
▶▶▶ 什么是优先活动策略?

优先活动策略(Priority campaign strategy) 是一种按点击付费的广告营销策略,您可以通过投放关键词和管理预算等多种高级设置控制广告活动,将广告展示在多个广告位上,从而有效提高物品刊登的流量并提高销量。

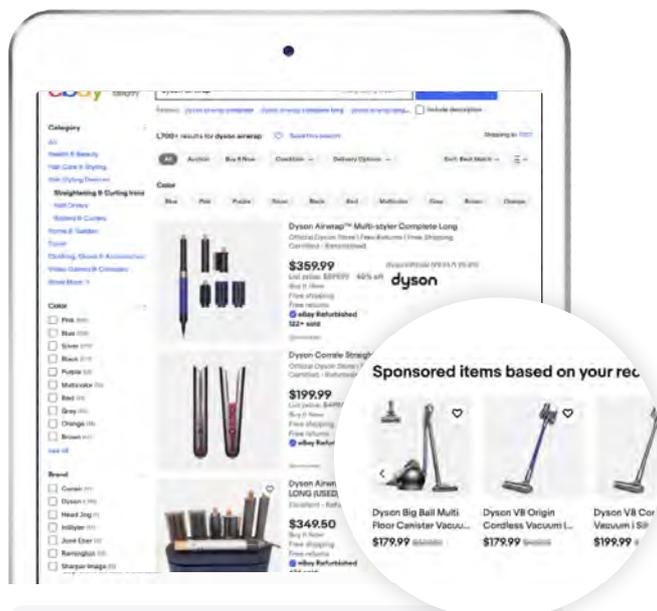
▶▶▶ 优先活动策略广告位



搜索结果页
位于搜索的顶部、中间和底部的广告位示例



商品详情页
商品详情页中的广告位示例



其他位置
My eBay, 出售或结束的商品, 首页, 以及更多

02.2 优先活动策略概览

优先活动策略适用帐号



卖家资格：店铺评级高于标准 (Above Standard) 或优秀 (Top Rated) 的帐号

刊登资格：固定价格刊登

- 新上架的物品刊登有助于增加流量。
- 店铺内热销的高质量物品刊登有更高的可能性抢占广告位。
- 需求量大、受欢迎的物品刊登，可以快速将点击转化为销售。

▶▶▶ 什么决定了优先活动策略广告位中显示的物品刊登？

优先活动策略 (Priority campaign strategy) 广告位并非独有，但优先活动策略中的物品刊登可以**优先展示**在这些广告位。

为了展现在搜索结果首页等广告位，优先活动策略设置需要：



要想在优先活动策略广告的竞价过程中赢得曝光机会，物品刊登本身的质量也很重要。



物品刊登与对应的买家搜索词足够相关(不相关的物品刊登将被过滤掉)，因此遵循物品刊登的最佳实践并选择相关度高的关键词非常重要。



表现不佳的物品刊登将被过滤掉。影响表现的因素中最重要的是转化率，即转化不佳的物品刊登可能会被过滤，无法获得曝光。



竞价应当超过相应关键词的推荐竞价的最低值(竞价低于推荐竞价最低值将有可能被过滤，无法获得曝光)。

02.2 优先活动策略 - 广告花费

▶▶▶ 广告费用如何收取？

优先活动策略 (Priority campaign strategy) 广告费用受到以下因素影响：

您的竞价、广告点击次数、广告位竞争情况

- 每个广告活动将在一个日历月内优化花费，但不会超过每日目标预算的30.4倍。在任何一天，您的广告花费可能会低于您设置的每日目标预算，或最多为当天有效的**最高每日目标预算的两倍**。
- 每天的广告费用取决于所有推广的物品刊登一天内所有每次点击费用(CPC)的总和，您为每次点击所支付的广告费用基于**第二竞价原则**。
- 当您使用优先活动策略推广您的物品刊登时，两种**不同的定位策略**(手动定位、智能定位)对您的广告竞价的设置也不相同。

Keyword	Match type	Today's suggested bid	Your bid
<input type="checkbox"/> nationalism	Exact	\$0.41 (\$0.28 - \$0.75)	\$ 0.41
<input type="checkbox"/> lanet	Exact	\$0.59 (\$0.16 - \$0.73)	\$ 0.59

使用**手动定位**

你需要为每一个关键词设置竞价并设置匹配类型。每次点击费用(CPC)不会超过您设置的竞价。

Set a target daily budget

Your target daily budget determines how much you could be charged for clicks on your ads. [Learn more](#)

The suggested daily budget considers factors like item specifics and marketplace competition to find the optimal balance of performance and cost.

\$9.00 per day

\$10.00 per day

\$11.00 per day

[Choose your own budget](#)

Advanced settings

使用**智能定位**

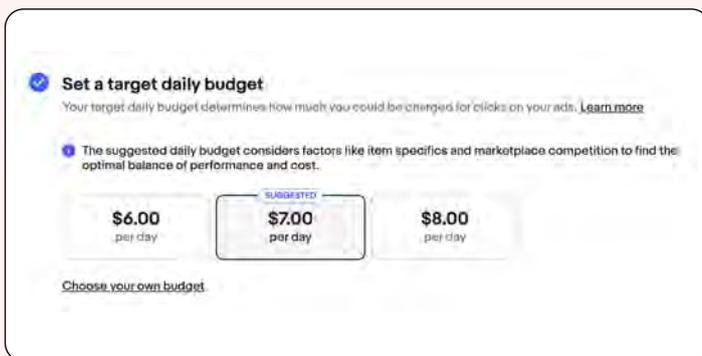
系统会自动生成竞价，实际每次点击费用不会超过您设置的/系统默认的每次点击费用上限(Maximum CPC)数额。

虽然可能会对同一买家的多次合法点击收费，但eBay会进行检查以过滤无效点击。您将只会为自己被点击过的广告付费。

02.2 优先活动策略 - 广告花费

▶▶▶ 每日目标预算

- **每日目标预算 (Target Daily Budget)**是您愿意在每日为单个广告活动花费的金额。从2025年6月18日开始,我们将通过实施月度预算,即,从每周过渡到每月平均预算,来增强优先活动策略的表现。
- 您的广告活动将在一个日历月内优化花费,但不会超过每日目标预算的**30.4**倍。在任何一天,您的广告花费可能会低于您设置的每日目标预算,或最多为当天有效的**最高每日目标预算的两倍**。
- 您的每日目标预算将作为计算潜在月度预算的参考。我们将优化整个月的广告花费,帮助您在高机会日投入更多广告预算,并在其他日期减少花费。这种方法确保您的广告活动更有效,并利用销售高峰期获得更佳效果。



您可以选择系统推荐的每日目标预算。也可以点击“选择您自己的预算”(Choose your own budget)来填写您的预算。

▶▶▶ 预算调整

https://www.ebay.cn/newcms/Home/ads_info/44

- 了解月中进行预算调整时会出现的变化,随着预算方式的转变,请考虑以下重要场景:

月中开启广告活动,您的月度总花费不会超过:

每日目标预算 x 日历月内剩余的天数(包括预算设置开始日)

月中调整预算,您的月度总花费不会超过:

已花费的金额 + 新的每日目标预算 x 日历月内剩余的天数

月中调整预算,您的月度总花费不会超过:

每日目标预算 x 从日历月开始到广告活动结束日期(包括结束日期)的天数

02.2 优先活动策略 - 广告花费

▶▶▶ 第二竞价原则

关键词每被搜索一次，即视为一次竞价。eBay 将对卖家的优先活动策略广告的所有有效点击收费，每次点击费用(CPC)基于**第二竞价原则**，这意味着收取的费用将由物品刊登质量、关键词相关性、您的竞价金额、其他卖家的竞价等因素决定。

如果您赢得竞价，您的广告可能会展示在符合条件的广告位中，并且每次点击您的广告时，您都需要支付您的竞价与下一个最高竞价之间的费用。

举例1：当买家搜索“red shirt”时						
卖家	物品刊登质量	竞价	eBay 匹配出价结果 →	竞价结果	曝光结果	扣费结果
A	高质量	\$1.50		未赢得竞价	广告不会被展现	没有广告费用产生
B	高质量	\$3.00		赢得竞价(由于竞价更高)	在此次搜索中曝光	每次点击支付的费用将在\$1.50至\$3.00之间但不会超过\$3.00

举例2：当买家搜索“red shirt”时						
卖家	物品刊登质量	竞价	eBay 匹配出价结果 →	竞价结果	曝光结果	扣费结果
A	高质量	\$1.50		赢得竞价(由于物品刊登质量高且竞价合适)	在此次搜索中曝光	每次点击支付的费用将在\$1.00至\$1.50之间但不会超过\$1.50
B	低质量	\$3.00		未赢得竞价	广告不会被展现	没有广告费用产生
C	高质量	\$1.00	未赢得竞价	广告不会被展现	没有广告费用产生	

由于物品刊登、关键词、竞价和广告活动结构都是独一无二的，因此每次点击费用(CPC)的计算都是动态的。

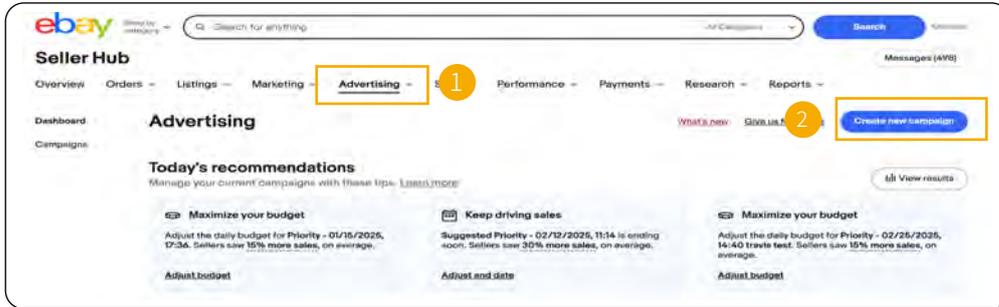
02.2 优先活动策略 - 广告结构

▶▶▶ 优先活动策略广告结构

结构与介绍			建议&注意事项
物品刊登 (Listings)	<p>手动(Manual):通过手动添加, 您可以根据您自己的业务目标选择要推广的物品刊登</p> <p>基于规则(Rule-based):设置您的物品刊登添加规则(例如品牌、类目、价格和条件), 之后任何符合该规则的物品刊登都会自动添加到您的广告活动中。</p> <p>批量-Bulk(Item IDs): 您您可以上传商品ID以快速添加物品刊登。</p>		如果您在此添加物品刊登环节选择了基于规则 (Rule-based), 那么根据广告产品设定, 接下来只能选择智能定位(Smart Targeting)。
定位策略 (Targeting strategy)	智能定位 (Smart targeting) 平台自动优化广告活动设置。	手动定位 (Manual targeting) 您可以完全控制您的广告活动, 设置关键词及其匹配类型、竞价等。	建议使用智能定位以便轻松设置自动优化的广告活动。
关键词竞价策略 (Keyword bidding strategy)		<p>动态竞价(Dynamic) 自动将您的关键词竞价更新为每日推荐竞价。</p> <p>固定竞价 (Fixed) 手动设置关键词竞价并且保持不变, 可在任何时候编辑修改。</p>	动态竞价可以自动维持有竞争力的关键词竞价。
广告组 (Ad groups)		广告组会被自动创建, 您可以编辑自动生成的广告组, 或手动创建新的广告组并更新关键词和竞价。	建议按类目和价格将物品刊登分组。
关键词类型 (Keyword types)		<p>推荐关键词 (Suggested keywords) 关键词匹配类型: 精准匹配 (Exact)、词组匹配 (Phrase)、宽泛匹配 (Broad)。</p> <p>否定关键词 (Negative keywords)</p>	建议每个广告组至少使用20个关键词。定期更新关键词可以优化广告效果。
竞价设置 (Bid selection)		<p>您的竞价 (Your Bid) 为每个关键词选择您自己的竞价。</p> <p>推荐竞价 (Suggested Bid) 通过商品属性、季节性、历史表现、关键词等因素进行计算得出。</p>	竞价过低可能会影响曝光质量、点击率和转化率。
预算 (Budget)	<p>每日目标预算 (Target daily Budget) 您每日愿意为单个广告活动花费的金额。您的广告活动将在一个日历月内优化花费, 但不会超过每日目标预算的30.4倍。在任何一天, 您的广告花费可能会低于您设置的每日目标预算, 或最多为当天有效的最高每日目标预算的两倍。</p>		所有的物品刊登共享单日预算, 充足的单日预算有助于提高点击次数并避免停止投放。

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动创建流程



第 1 步

进入卖家中心 (Seller Hub) 点击“广告(Advertising)” 板块。

第 2 步

点击“创建新的广告活动”(Create new campaign)

第 3 步

选择“促销刊登”(Promote your listings)

第 4 步

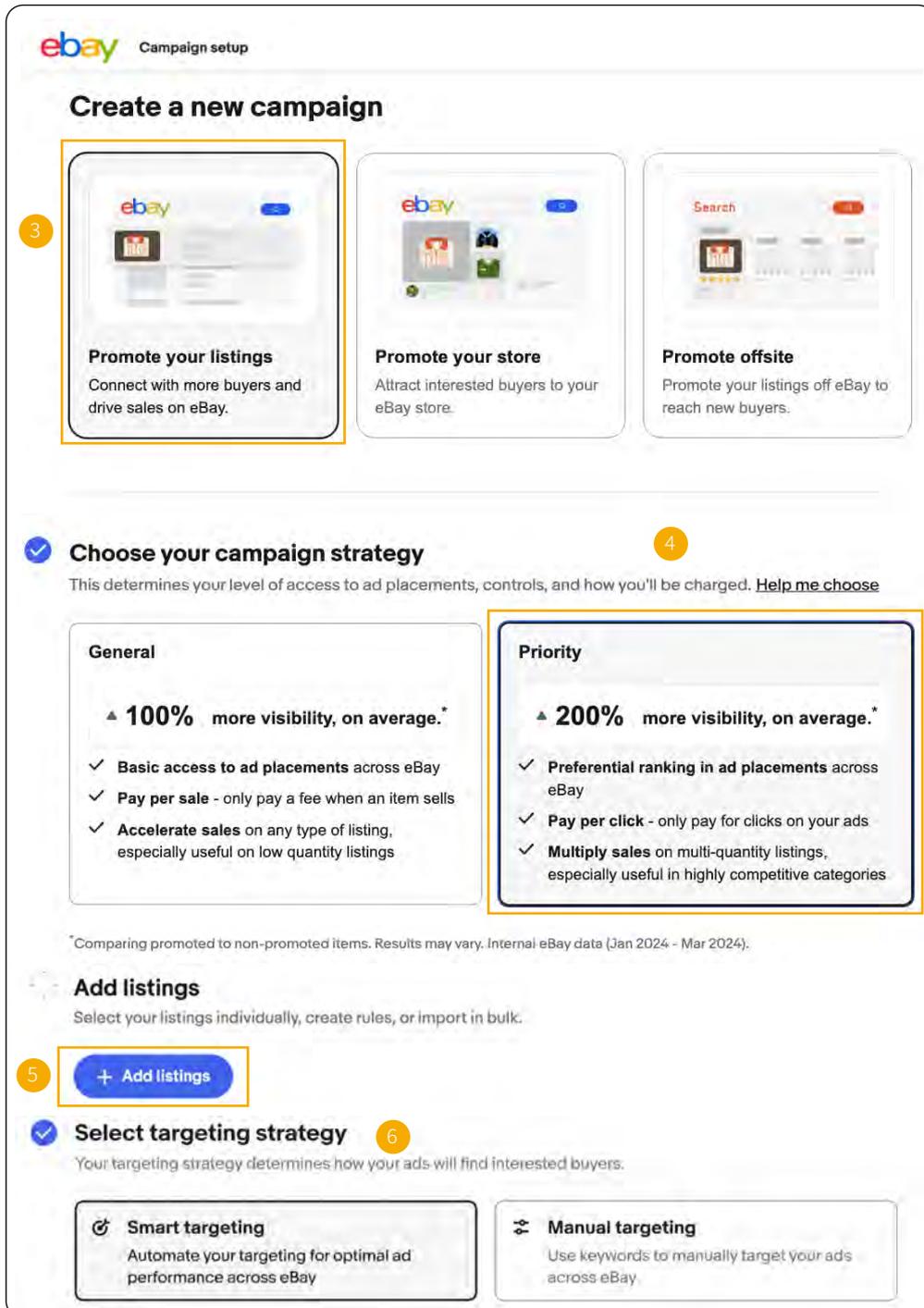
选择“优先活动策略”(Priority)

第 5 步

点击“添加物品刊登”(Add listings)

第 6 步

选择定位策略(Targeting strategy)



■ 建议使用智能定位 (Smart targeting) 轻松设置已优化广告活动。

■ 如果选择智能定位，请跳至第13步：设置每日目标预算。

■ 手动定位 (Manual targeting) 允许您选择关键词竞价策略并管理您的广告组。

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动创建流程

7 Select keyword bidding strategy
Your keyword bidding strategy is how you'll manage the amount you pay for each click on your ad.

Dynamic bidding
Bids automatically update to the daily suggested bid to keep your ads competitive

Fixed bidding
Manually manage your keyword bids, they'll remain the same until you edit them

8 Manage ad groups
Your listings are organized into ad groups, targeted by the same keywords and keyword bids. Powered by eBay.ai

Ad Group Name	Listings	Keywords	Bid range
Art Posters (0-pl_item_cat6 0432-1644519071825)	1	3	\$0.35 - \$0.64
Art Prints (0-pl_item_cat721 82-1644518737812)	1	10	\$0.40 - \$0.61

9 Manually edit 9 ad groups created for you based on your listings

10 Edit ad groups

Ad Group Name	Listings	Keywords	Today's bid range	Action
Napal (test, 0-002d5d52-0659-4064-909b-b161c77f154b, 0-012f5625-1925-468e-824a-8	30	bubble mailers 8.5x12, +9 more	\$0.39 - \$0.66	Edit
Nash (test, 0-00fb471-c275-4f30-b701-3644aed9453f, 0-01382096-3768-4664-857c-ab	30	fuato olio 20 fl, +9 more	\$0.36 - \$0.65	Edit

11 Keyword targeting
Your keywords should match search terms that you think buyers are using to find the items in your ad group. Learn more

Add keywords: Suggested (61) Add your own Negative

Keyword	Match type	Monthly searches	Keyword	Match type	Today's suggested bid	Your bid
dress	Exact	865	andscape	Exact	\$0.38 (\$0.01 - \$0.79)	\$ 0.38
colonialism	Exact	757	propeller guards	Exact	\$0.44 (\$0.20 - \$0.71)	\$ 0.44
postage stamp	Exact	174	pre-independence movement	Exact	\$0.56 (\$0.25 - \$0.99)	\$ 0.56

第7步

选择关键词竞价策略(Keyword bidding strategy)

提示: 动态竞价 (Dynamic bidding) 会自动维持有竞争力的关键词竞价

第8步

查看广告组

物品刊登将自动组成广告组, 并使用eBay推荐的关键词和竞价进行投放

如果您无需修改自动生成的广告组, 请跳至第13步: 设置每日预算

第9步

手动编辑广告组

如果您需要更改/新增广告组, 点击“手动编辑”(Manually edit)

第10步

编辑广告组

■ 点击“编辑广告组”(Edit ad group) 修改当前广告组

■ 点击“添加广告组”(Add group)新增广告组

第11步

关键词设置

选择关键词(Keywords)标签
您可以添加推荐关键词(Suggested)、自己的关键词(Add your own), 否定关键词(Negative), 并选择关键词匹配类型(Match type)

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动创建流程

第12步

调整固定竞价 (Fixed bidding) 的金额

Keyword targeting
Your keywords should match search terms that you think buyers will use to find the listings in your ad group. [Learn more](#)

Add keywords
Suggested (10) Add your own Negative

Keyword	Match type	Monthly searches
ye piece	Exact	574
globalization	Exact	937

Targeted keywords (26)
1 selected

Keyword	Match type	Suggested bid	Your bid
andscape	Exact	\$0.38 (\$0.01 - \$0.79)	\$ 0.38
propeller guards	Exact	\$0.46 (\$0.20 - \$0.71)	\$ 0.46

Callout box options: Update bids ^, Apply suggested bids, Apply custom bid (12)

您可以对每个关键词单独设置竞价，也可以通过“批量更新竞价(Bulk update bids)”对所有关键词制定竞价。

- 统一采纳推荐竞价，点击“Apply suggested bids”
- 统一采纳自定义的竞价，点击“Apply custom bids”并设置金额

在第7步中选择固定竞价 (Fixed bidding) 时您可调整竞价；选择动态竞价 (Dynamic bidding) 可跳过此步骤。

Set a target daily budget 13
Your target daily budget determines how much you could be charged for clicks on your ads. [Learn more](#)

The suggested daily budget considers factors like item specifics and marketplace competition to find the optimal balance of performance and cost.

Options: \$6.00 per day, **\$7.00 per day (SUGGESTED)**, \$8.00 per day

Choose your own budget

Automatically increase the daily budget by [] when your ads are limited by budget if the average ROAS exceeded [] and the campaign has been out of budget for two or more consecutive days.

Settings 14

Name your campaign
Campaign name: Priority - 07/08/2025, 00:11

Set campaign duration
Start date: 07/08/2025, End date: 08/08/2025, Use a continuous end date

Automatically extend the end date by [] weeks if the average ROAS exceeded []

Launch 15

第13步

设置每日目标预算 (Target daily budget)

您可以选择预设的预算，或选择自主填写预算。

此功能能够让卖家根据广告活动的表现 (ROAS) 自动增加每日预算。这个控制功能旨在优化表现优异的广告活动，避免因预算不足而错失良机。

第14步

设置广告活动信息

- 输入活动名称。
- 设置活动开始和结束日期。

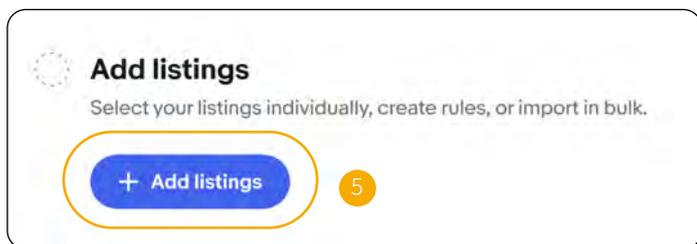
此功能能够让卖家根据广告活动的表现 (ROAS) ，自动延长结束日期。这个控制功能旨在优化表现优异的广告活动，避免因广告活动过早结束而错失良机。

第15步

广告活动设置完成后，点击“Launch”启动广告活动。

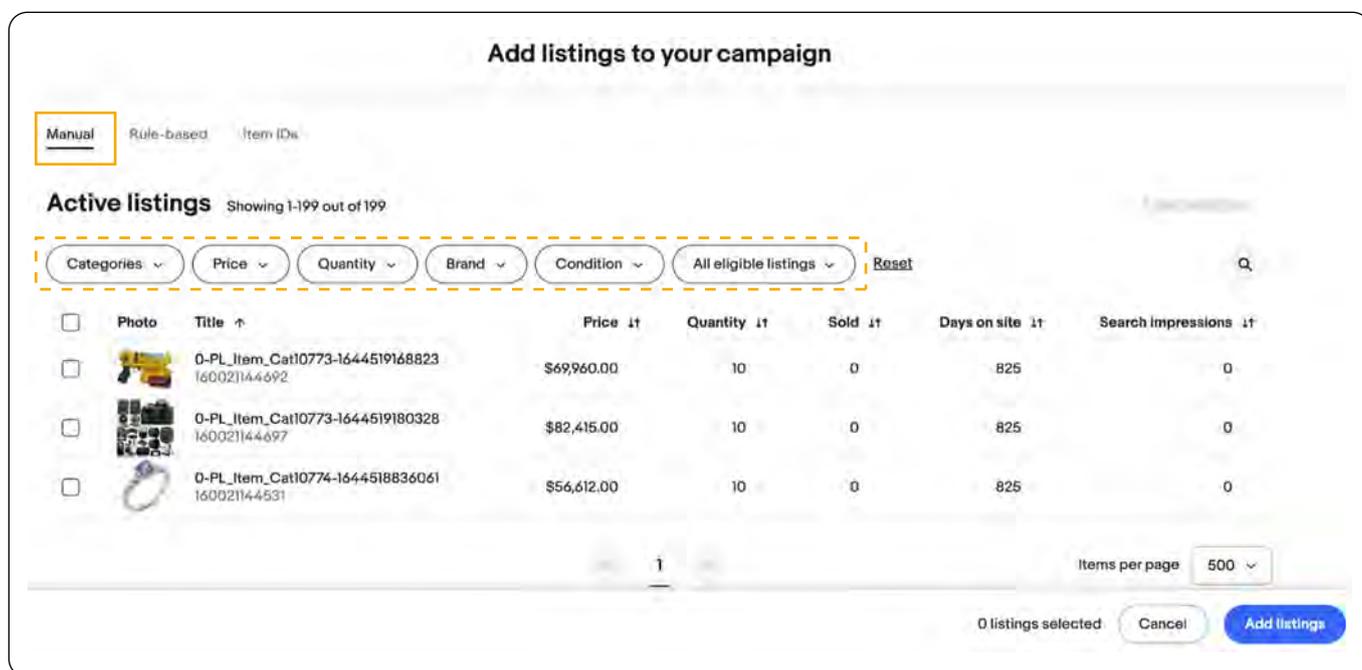
02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置-添加物品刊登

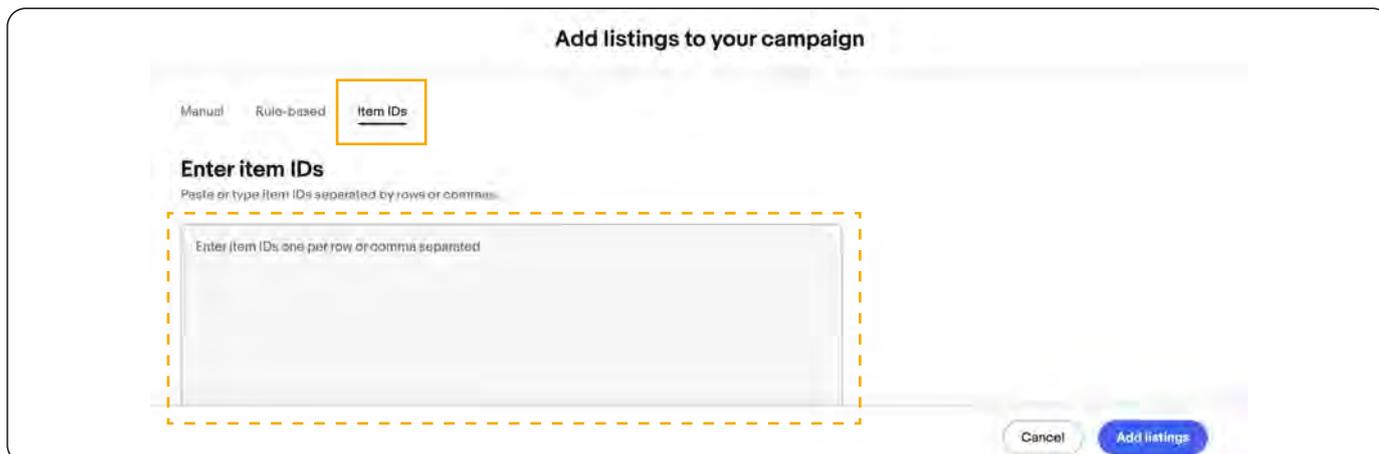


在“第5步：添加物品刊登 (Add listings)”时，您可以使用多种方法将物品刊登添加到您的广告活动中。

手动添加(Manual)：您可以根据业务目标(例如类目、价格、库存、品牌等)灵活地选择物品刊登，从而更好地控制广告活动。



批量添加-Bulk (Item IDs)：您可以输入或复制粘贴商品 ID（以行或逗号分隔）添加，批量上传商品 ID，快速添加要推广的物品刊登，有效节省时间。



02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置-添加物品刊登

基于规则添加 (Rule-based) :

使用此项添加方式将自动选择物品刊登并节省管理广告活动的时间。通过设置一些规则，例如品牌、类目、价格和其他条件，任何符合该规则的物品刊登都将自动添加到您的广告活动中。

系统会每天评估您的库存，确定是否有任何新上架的、经过修改的或新符合条件的物品刊登以符合您所设定的规则。如果有任何物品刊登符合您所设定的规则，它们将自动添加到广告活动中，同时任何不再符合规则的物品刊登将被移除。

★如果您使用基于规则添加 (Rule-based) ，那么根据广告产品设定您将只能使用智能定位。

Manage campaign listings

Manual **Rule-based** Item IDs

Create a rule to automate listing selection

Current and future listings will automatically be added and removed from your campaign based on the rule you set. Rules are set for the duration of your campaign.

Add current and future listings that match these criteria Reset

Category **All**

Price range **All**

Brand **All**

Condition **All**

Only recommended listings ⓘ

Your campaign will automatically include listings in all categories priced any price from all brands that are in any condition.

448 qualifying listings

Photo	Title ↑	Price ↓↑	Category
	Q-001fb471-c275-4f30-b701-3646aed453... 160035614207	\$74,872.00	Malaysia (1963-Now)
	Q-00d226c3-057f-449a-b304-... 160036061019	\$65,747.00	Women's Clothing
	Q-012f5625-f925-468e-824a-83789a85daf... 160035615910	\$38,277.00	China
	Q-01f8dbd3-e851-4a2a-9e71-cccd037a0b... 160035616240	\$1,078.00	Action Figures
	Q-023aa3f5-bfal-457c-ba81-272e14394552... 160035616766	\$82,584.00	Confederate States
	Q-03cac047-2b2f-411f-8f4b-8239d5295728... 160035616663	\$3,778.00	Other Lenses & Filters
	Q-03f251a3-714b-4113-9aac-b553d6ff273b... 160036060994	\$10,731.00	Men's Clothing

Cancel Create new rule

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

优先活动策略广告活动设置 - 定位策略



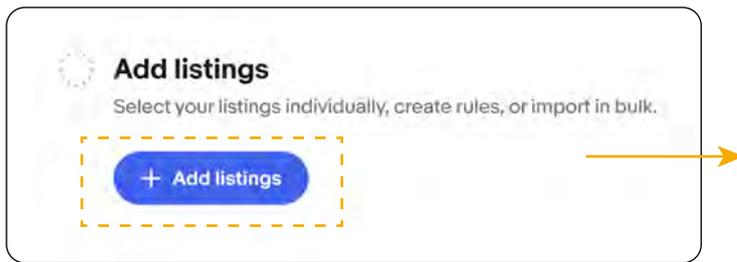
在**第6步**：选择定位策略 (Targeting strategy)时，您需要选择一种定位策略来确定您的优先活动策略广告如何触达买家。

定位策略	智能定位 - Smart targeting	手动定位 - Manual targeting
含义	<p>智能定位将自动地将您的广告投放至感兴趣的买家，让您轻松设置、优化广告活动。</p> <p>您的广告活动将随着时间的推移自动更新并不断优化。</p>	<p>手动定位可让您通过关键词和竞价进行高级控制，因此您可以获取广告每次点击对您的价值。</p> <p>您可以自主管理广告活动、控制广告活动细节，以此持续优化，帮助您的广告活动保持竞争力。</p>
如何控制	<p>您可以通过设置每日目标预算 (Target daily budget)来控制广告花费。</p> <ul style="list-style-type: none"> 您的广告活动将在一个日历月内优化花费，但不会超过每日目标预算的30.4倍。在任何一天，您的广告花费可能会低于您设置的每日目标预算，或最多为当天有效的最高每日目标预算的两倍。 	<p>手动定位会将您的物品刊登组织成按关键词和关键词竞价投放的广告组。</p> <p>您可以设置符合广告目标的关键词、关键词匹配类型、关键词竞价，让您完全控制您投放的广告活动。</p>
适用卖家	<p>适合刚接触优先活动策略广告的新手卖家，以及希望广告活动能够自动更新，以保持竞争力的经验丰富卖家。</p>	<p>适合想要全方面控制广告活动创建和优化各个步骤的卖家。</p>

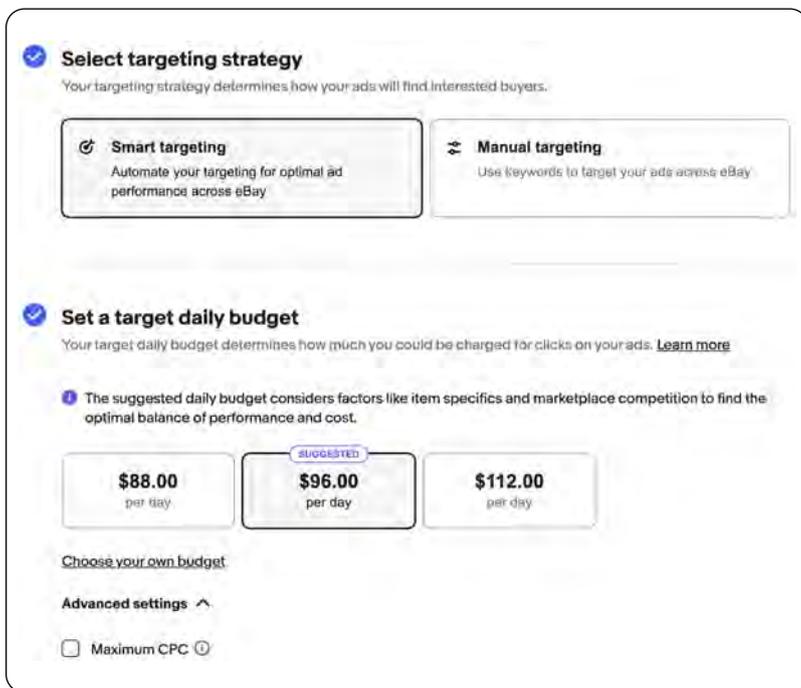
02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 智能定位设置建议与注意事项

添加物品刊登后，您只需设置每日目标预算 (Target daily budget)，选择性设置每次点击费用上限 (Maximum CPC)，eBay将自动优化剩余的广告活动设置。



添加物品刊登时，如果您使用基于规则 (Rule-based) 添加物品刊登，则根据广告产品设定，您只能使用智能定位。



每次点击费用上限 (Maximum CPC) 是您愿意为广告的每次点击支付的最高金额，目前仅存在于优先活动策略的智能定位广告活动中。

新创建的智能定位广告活动，您可以自行选择设置 (或不设置) 每次点击费用上限 (Maximum CPC)。

- 如果您未在“Advanced settings”处设置每次点击费用上限，那么eBay将自动优化每次的竞价。您的广告支出可以变得更加灵活，与市场状况和刊登的竞争力保持一致。
- 如果您设置了每次点击费用上限，则广告活动将保持原来的竞价策略，即实际的每次点击费用不会超过该数值。

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 管理广告组

在“第8步：查看广告组”时，您的物品刊登将根据您的商品属性自动生成广告组，并根据eBay推荐的关键词和推荐竞价进行投放。

Manage ad groups
Your listings are organized into ad groups, targeted by the same keywords.
Powered by eBay.ai

Ad Group Name	Listings	Keywords	Today's bid range
Women's shoes	25	14	\$0.80 - \$0.95
Men's shoes	16	8	\$0.65 - \$0.75

+2 more ad groups

[Manually edit](#) ✔ 4 ad groups created for you based on your listings

Edit ad groups

Ad groups (4)
Ad groups organize your listings so you can target them with shared keywords and keyword bids.

[Delete all](#) [+ Ad group](#)

Your ad group [Name] has no keywords.

Ad Group Name	Listings	Keywords	Today's bid range	Delete	Edit
New ad group	35	No keywords have been added.	N/A	Delete	Edit
Women's shoes	35	Ugg boots, Women's shoes, +12 more	\$0.80 - \$0.95	Delete	Edit
Men's shoes	15	Men's Nikes, Air Jordans, +9 more	\$0.80 - \$0.95	Delete	Edit

[Done](#)

如果您想查看已经生成的广告组等更多信息，您可以点击“手动编辑” (Manually edit) 来查看或修改您的广告组。如果您无需修改自动生成的广告组，点击“完成” (Done) 返回广告活动创建页面，完成剩余广告活动设置。

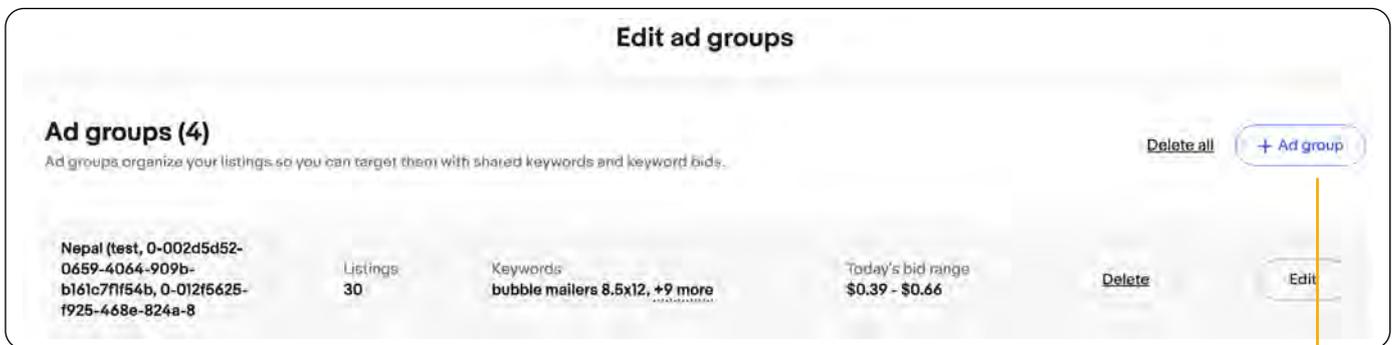
02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 管理广告组

选择手动编辑(Manually edit)后，您将进入编辑广告组页面，手动编辑您的广告组。在这里，您可以查看所有广告组，并查看每个广告组的物品刊登数量、关键词和关键词竞价范围概览。

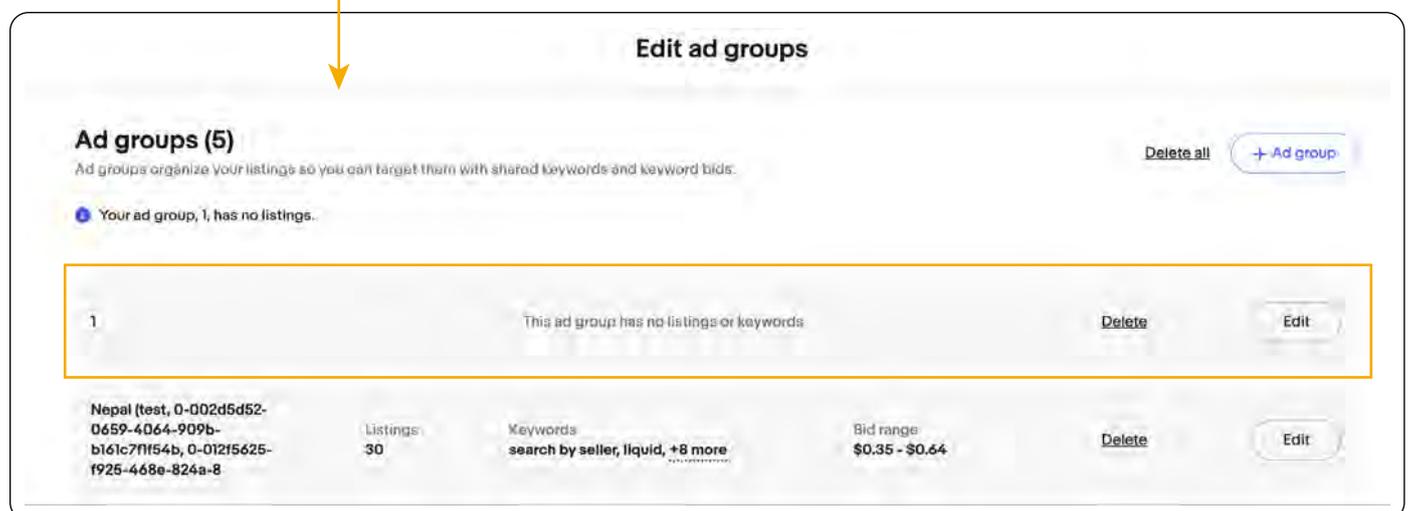
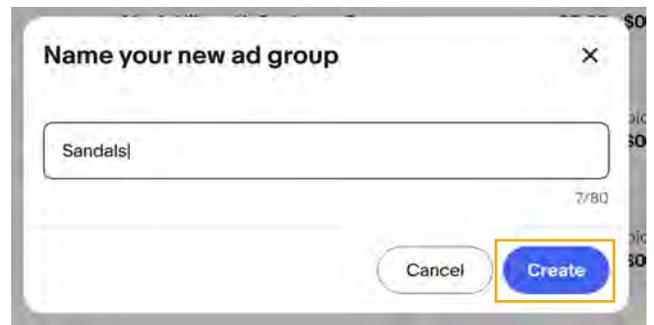
如何设置？

删除广告组：您可以选择“删除所有”(Delete all)删除所有自动生成的广告组。您也可以选择“删除”(Delete)删除单个广告组。



添加广告组：点击“+ Ad group”，为新广告组命名，然后选择“创建”(Create)。

- 您将在编辑广告组页面上看到空的广告组。选择“添加列表”(Add listings)为此广告组添加新的物品刊登。

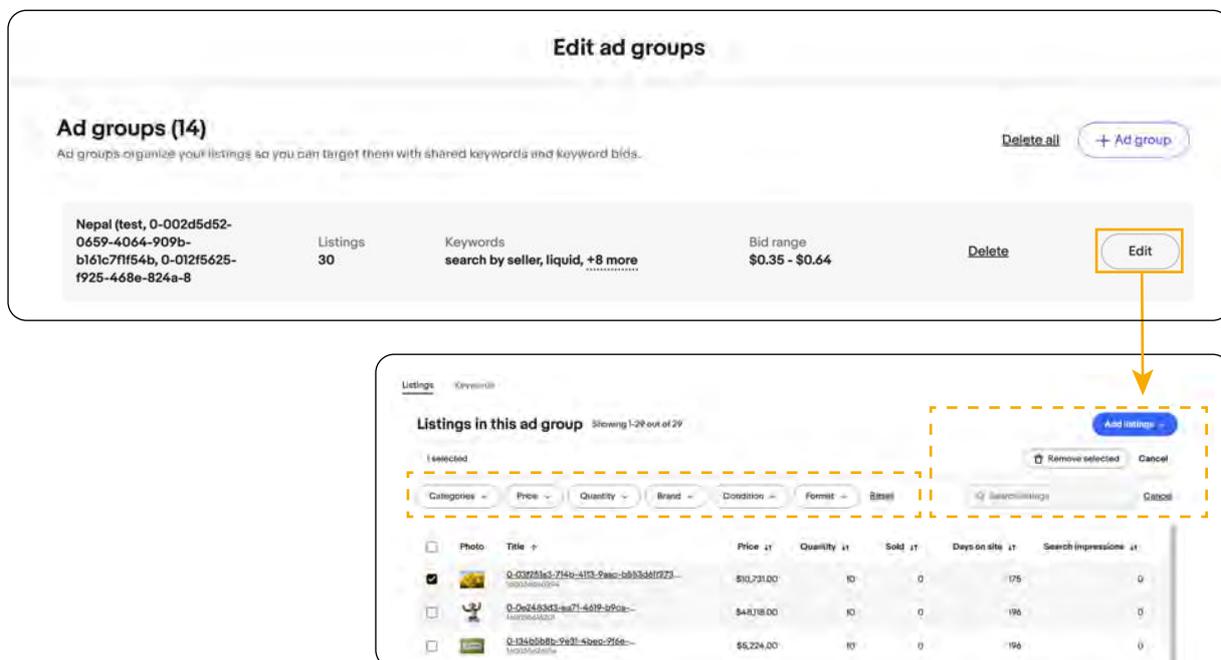


02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

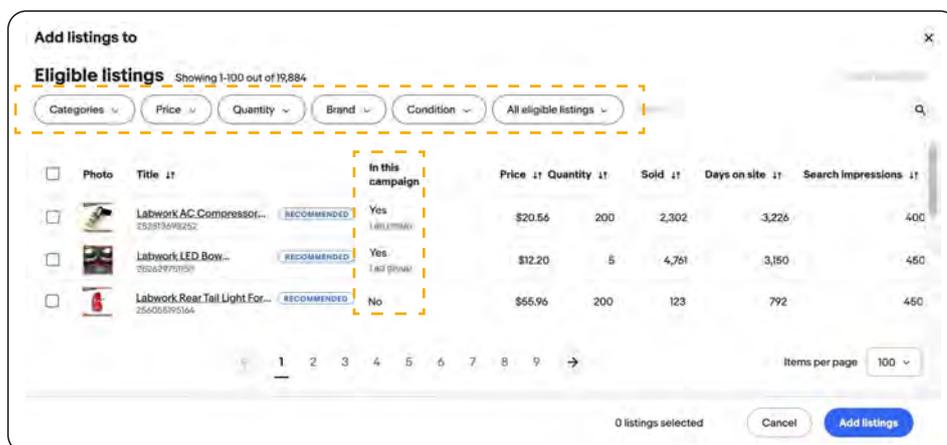
▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 管理广告组

如何设置？

编辑广告组： 点击“编辑广告组” (Edit)修改广告组中的物品刊登与关键词、关键词竞价。您可以选择“添加物品刊登” (Add listings)按钮，继续在此广告组中添加物品刊登。还可以通过多种筛选方式筛选对应物品刊登，选择“删除所选” (Remove selected) 按钮删除所选物品刊登。



添加物品刊登： 选择“添加物品刊登” (Add listings) 后，您将能够快速决定是要手动选择物品刊登(Manually select listings)，还是使用商品 ID 添加物品刊登(Add listings by Item ID)。您可以筛选并添加物品刊登。“此广告活动” (In this campaign) 列可以帮助您确定此广告组中已有哪些物品刊登以及它们位于哪些广告组中。



02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 管理广告组

将物品刊登添加到广告组后，选择“关键词” (Keyword) 标签以添加关键词和否定关键词来投放此广告组中的物品刊登。

有三种方法可以为您的广告组添加关键词：

1 推荐关键词 (Suggested)

The screenshot displays the 'Keyword targeting' section in the eBay advertising interface. It features two main panels: 'Add keywords' and 'Targeted keywords (26)'. The 'Add keywords' panel shows a list of suggested keywords with columns for 'Keyword', 'Match type', and 'Monthly searches'. The 'Targeted keywords' panel shows a list of keywords with columns for 'Keyword', 'Match type', 'Bid amount', and 'Your bid'. Annotations A, B, C, and D highlight specific features: A points to the 'Add keywords' button, B points to the 'Monthly searches' column, C points to the 'Match type' dropdown, and D points to the 'Match type' filter in the targeted keywords section.

Keyword	Match type	Monthly searches
<input checked="" type="checkbox"/> yepiece	Exact	574
<input type="checkbox"/> globalization	Exact	937
<input type="checkbox"/> ripod	Exact	464
<input type="checkbox"/> collecting	Exact	172
<input type="checkbox"/> philately	Exact	83

Keyword	Match type	day's suggested bid	Your bid
<input type="checkbox"/> andscape	Exact	\$0.38 (\$0.01 - \$0.79)	\$ 0.38
<input type="checkbox"/> propeller guards	Exact	\$0.46 (\$0.20 - \$0.71)	\$ 0.46
<input type="checkbox"/> pre-independence movement	Exact	\$0.56 (\$0.26 - \$0.98)	\$ 0.56
<input type="checkbox"/> pendants	Exact	\$0.42 (\$0.29 - \$0.95)	\$ 0.42
<input type="checkbox"/> aterproof	Exact	\$0.54 (\$0.30 - \$0.89)	\$ 0.54

eBay将根据以往搜索结果等因素为您的物品刊登提供推荐关键词 (Suggested)。

- 请选中关键词和匹配类型组合的复选框，然后选择添加关键词 (Add keywords)。
- 可以查看每个推荐关键词的月搜索量 (Monthly searches)，以便您做出决定。
- 您可以点击每个关键词的匹配类型进行修改。
- 您可以通过基于匹配类型 (Match type) 的过滤来简化对于关键词的筛选。这确保您可以轻松找到并定位正确的关键词。

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

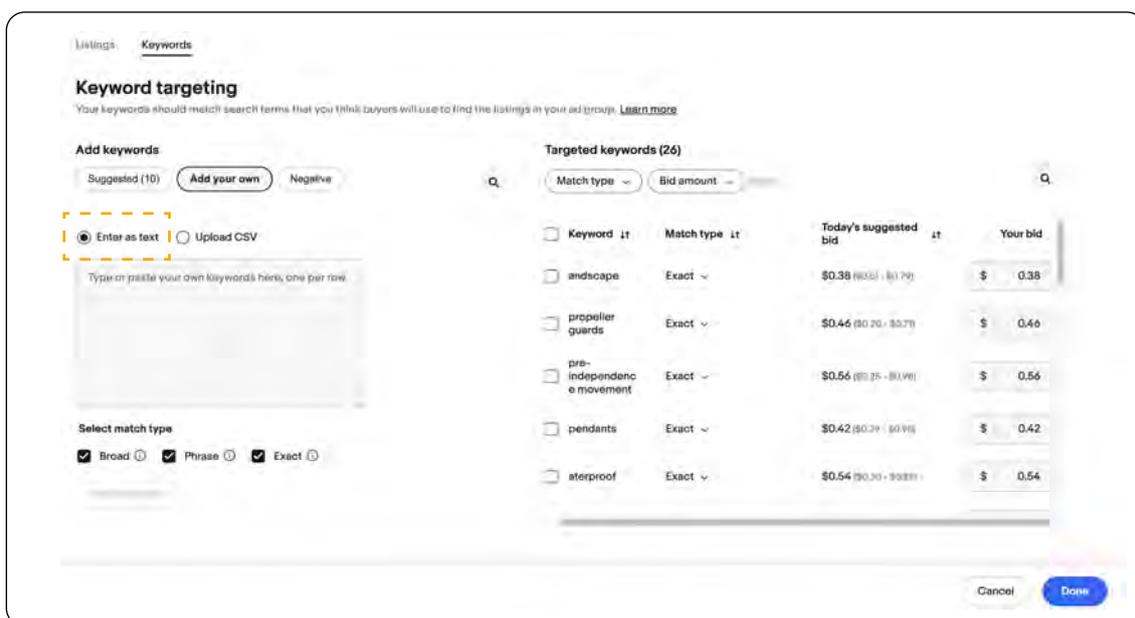
▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 管理广告组

将物品刊登添加到广告组后，选择“关键词” (Keyword) 标签以添加关键词和否定关键词来投放此广告组中的物品刊登。

有三种方法可以为您的广告组添加关键词：

2 添加自己的关键词 (Add your own):

输入文本或通过CSV上传，并为每个关键词选择匹配类型。

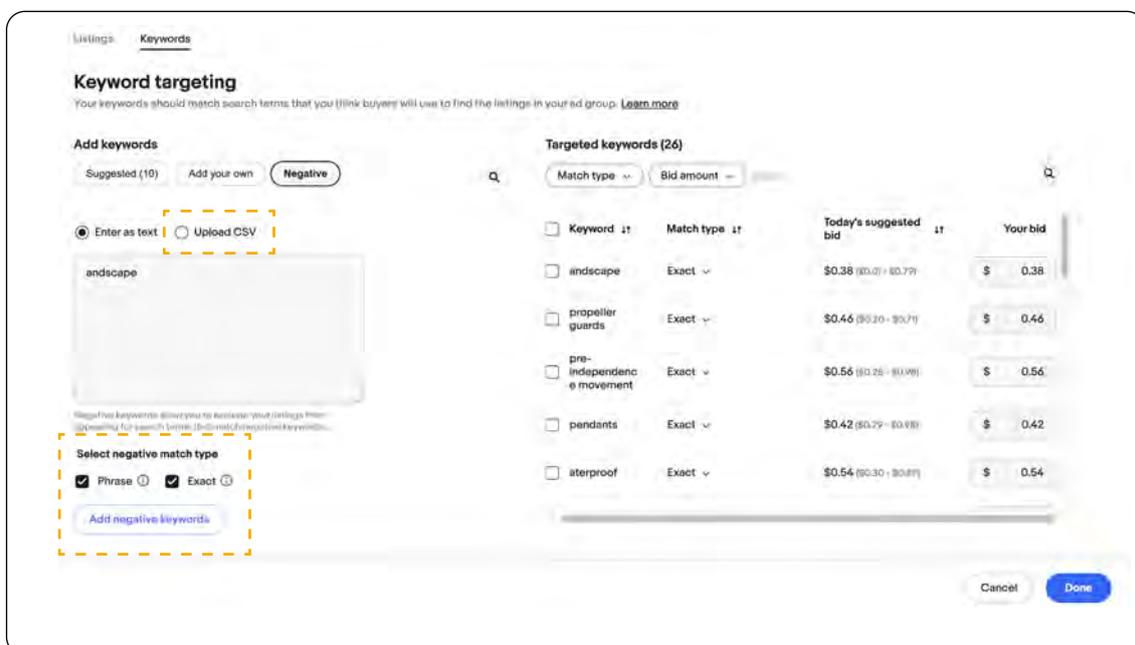


The screenshot shows the 'Keyword targeting' interface. On the left, under 'Add keywords', the 'Add your own' tab is selected. Below it, the 'Enter as text' radio button is selected, and a text input field is visible. The 'Select match type' section has 'Broad', 'Phrase', and 'Exact' options, with 'Exact' selected. On the right, the 'Targeted keywords (26)' table is displayed. The table has columns for 'Keyword', 'Match type', 'Today's suggested bid', and 'Your bid'. The following table represents the data shown in the screenshot:

Keyword	Match type	Today's suggested bid	Your bid
andscape	Exact	\$0.38 (\$0.00 - \$0.70)	\$ 0.38
propeller guards	Exact	\$0.46 (\$0.20 - \$0.71)	\$ 0.46
pre-independence movement	Exact	\$0.56 (\$0.25 - \$0.98)	\$ 0.56
pendants	Exact	\$0.42 (\$0.29 - \$0.93)	\$ 0.42
waterproof	Exact	\$0.54 (\$0.30 - \$0.87)	\$ 0.54

3 添加否定关键词 (Negative)

输入文本或通过CSV上传，并为每个否定关键词选择匹配类型。



The screenshot shows the 'Keyword targeting' interface with the 'Negative' tab selected. The 'Enter as text' radio button is selected, and the text input field contains 'andscape'. The 'Select negative match type' section has 'Phrase' and 'Exact' options, both of which are selected. The 'Targeted keywords (26)' table is the same as in the previous screenshot.

Keyword	Match type	Today's suggested bid	Your bid
andscape	Exact	\$0.38 (\$0.00 - \$0.70)	\$ 0.38
propeller guards	Exact	\$0.46 (\$0.20 - \$0.71)	\$ 0.46
pre-independence movement	Exact	\$0.56 (\$0.25 - \$0.98)	\$ 0.56
pendants	Exact	\$0.42 (\$0.29 - \$0.93)	\$ 0.42
waterproof	Exact	\$0.54 (\$0.30 - \$0.87)	\$ 0.54

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 关键词

- **关键词**是使用手动定位时向买家投放使用的字词或短语。
- **推荐关键词**由系统根据已经选择好的物品刊登展现的相应词,可以帮助您更好的识别买家搜索习惯。
- **否定关键词**是指防止您的广告出现在不符合您业绩目标的购物搜索结果页面上的词或词组。这意味着,当买家搜索您已添加为否定关键词的字词时,您的广告将无法展示。

▶▶▶ 关键词匹配类型

匹配类型	宽泛匹配 Broad match	词组匹配 Phrase match	精准匹配 Exact match
定义	在卖家设置的关键词的前后或中间均可添加词,且关键词的同义词也有几率被展现	买家搜索词与卖家投放的关键词词义匹配,且关键词的前后均可添加词	买家搜索词与卖家投放的关键词词义匹配
匹配识别	关键词+关键词前后或中间添加词关键词的同义词	关键词 + 关键词前后添加词	关键词+细微差异(单复数/大小写/常见拼写错误及缩写)均可匹配
关键词投放举例	outdoor lights	outdoor lights	outdoor lights
可展现广告的买家搜索词	Outdoor solar lights Lawn lights Solar lights for garden	LED outside lights LED Yard lights for Philips LED Outdoor illumination	Outside light Exterior lamp Yard lights
无法被展现广告的买家搜索词	Outdoor grill Outdoor heater	LED lights for Kitchen Automobile head lamps	Outdoor LED lights Philips Outside lamps

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 关键词

📝 为什么要使用否定关键词？

减少不必要的支出

向广告活动添加否定关键词, 有助于防止您的广告出现在不符合您业绩目标的购物搜索结果页面上。

提高消费者互动度

提升购物搜索结果的相关性, 可能会提高消费者的互动度。

▶▶▶ 否定关键词匹配类型

匹配类型	否定精准匹配 Negative exact match	否定词组匹配 Negative Phrase match
定义	买家搜索词须与否定的关键词完全匹配才可被屏蔽	在否定的关键词的前后可添加单词, 但买家搜索词必须与否定的关键词顺序一致才可被屏
匹配识别	否定关键词 + 细微差异 (单复数 / 大小写 / 常见拼写错误及缩写)	否定关键词 + 否定关键词前后添加单词
否定关键词 投放举例	yellow socks	yellow socks
无法被展现广告 的买家搜索词	yellow socks YELLOW socks yellow sock	large yellow socks yellow socks womens
最佳使用时机	1. 精准排除表现不佳的关键词流量 2. 适合类型: 与产品有关但表现不佳的词	1. 排除表现不佳以及其相关关键词的流量 2. 适合类型: 与产品无关的词

注意例外情况: 请留意效果较差的特殊关键词。例如, 用于提高新发布商品知名度的通用关键词可能效果并不是很理想, 但不应作为否定关键词使用。

02.2 优先活动策略 - 广告活动设置

▶▶▶ 优先活动策略广告活动设置 - 关键词竞价

- 您的关键词竞价是您愿意为每次广告点击支付的最高金额。
- 推荐竞价是根据各种因素计算得出的，这些因素可能包括商品属性、季节性、过往表现、关键词匹配类型和当前竞争情况，以便在效果和成本之间找到最佳平衡。

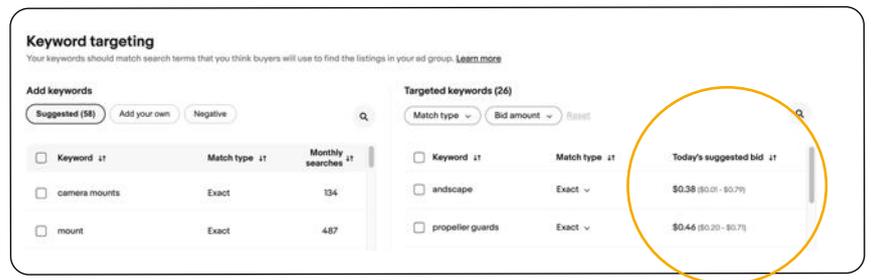
关键词竞价策略

在第7步：选择关键词竞价策略时您需要选择一种策略来决定竞价的设置方式。



动态竞价 (Dynamic bidding):

动态竞价会自动将您的关键词竞价更新为每日推荐竞价。当您编辑广告组时，关键词竞价无法修改。

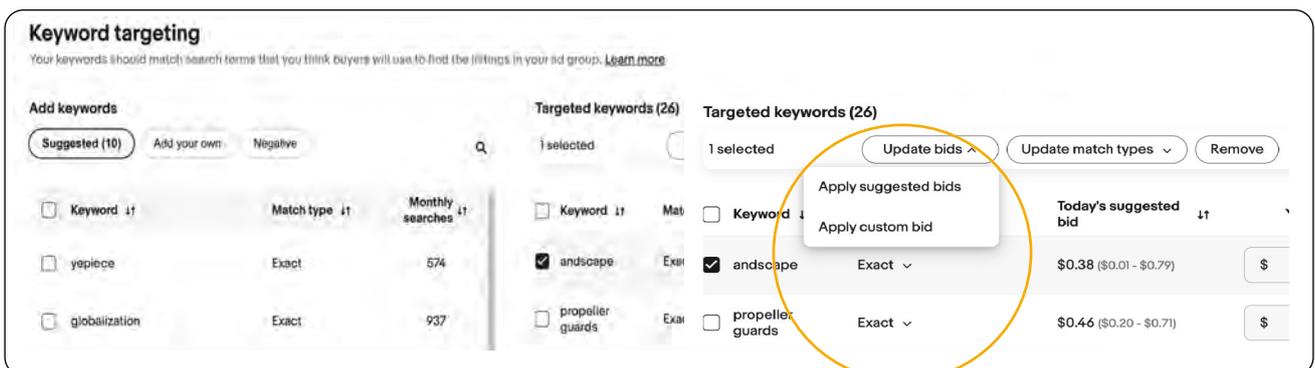


您可以通过基于竞价金额-Bid amount筛选对应竞价区间的关键词

固定竞价 (Fixed bidding): 使用固定竞价时，您的关键词竞价将需要手动管理，一旦设置就不会更改。您可以在广告活动投放期间随时修改竞价。

您可以为每个关键词输入自己的竞价，您也可以批量更新竞价-Update bids

- 点击“采纳推荐竞价-Apply suggested bids”可对所有关键词使用推荐竞价
- 点击“采纳自定义竞价-Apply custom bids”，所有关键词都将使用您设置的统一竞价。



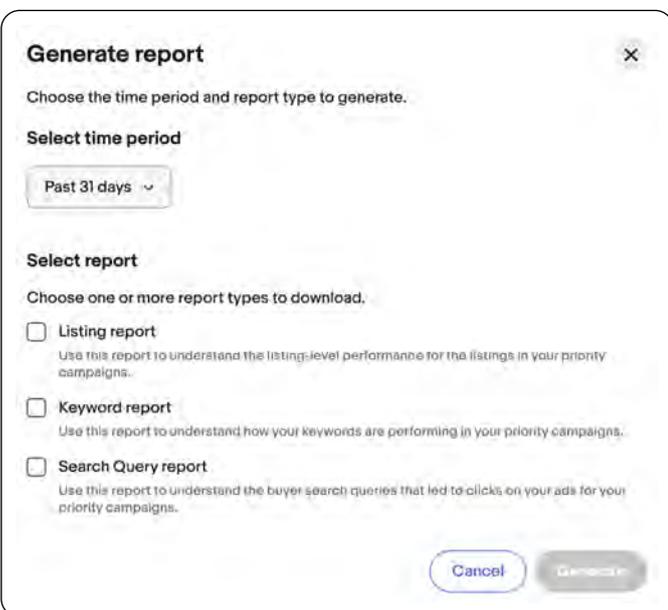
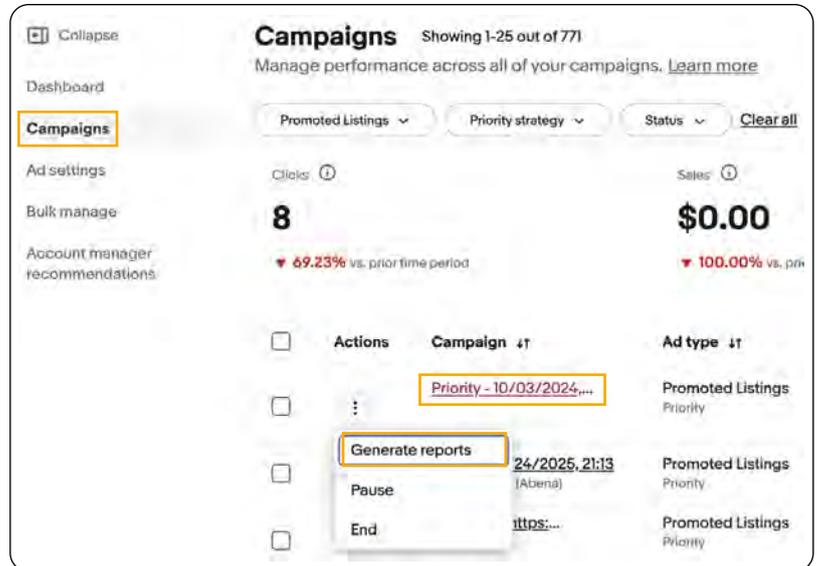
02.2 优先活动策略 - 报告

如何下载报告？

您可以从广告活动管理区、广告活动详情页、卖家中心的“报告”板块下载活动报告。

■ 在广告活动管理区下载报告：
进入广告活动管理区，点击“操作” (Action) 栏中您广告活动旁边的按钮，选择“生成报告” (Generate reports)。

■ 在广告活动详情页下载报告：
在广告活动管理区中，找到您要下载报告的广告活动，单击广告活动名称转到广告活动详情页，点击“编辑活动” (Edit campaign) 旁的“生成报告” (Generate reports)。



在广告活动管理区与广告活动详情页3种报告可供您下载：

- ➔ 物品刊登报告(Listing report)
- ➔ 关键词报告(Keyword report)
- ➔ 买家搜索词报告(Search query report)

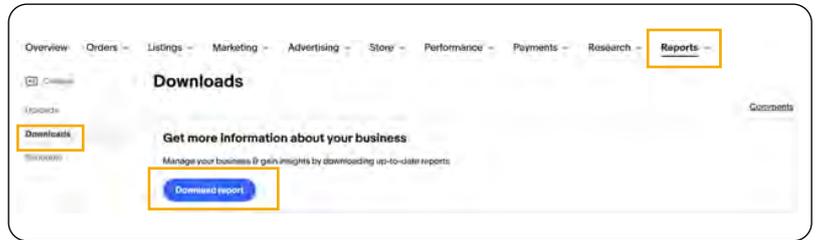
注意：智能定位广告活动不提供关键词报告，下载关键词报告时不会有数据。

02.2 优先活动策略 - 报告

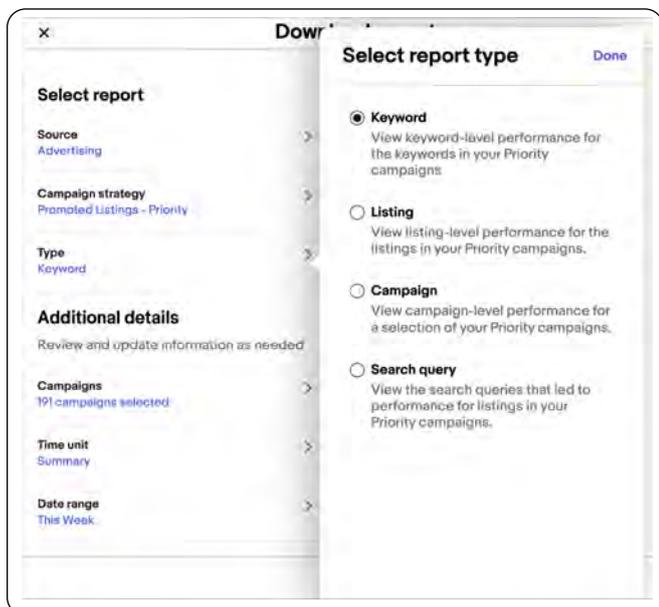
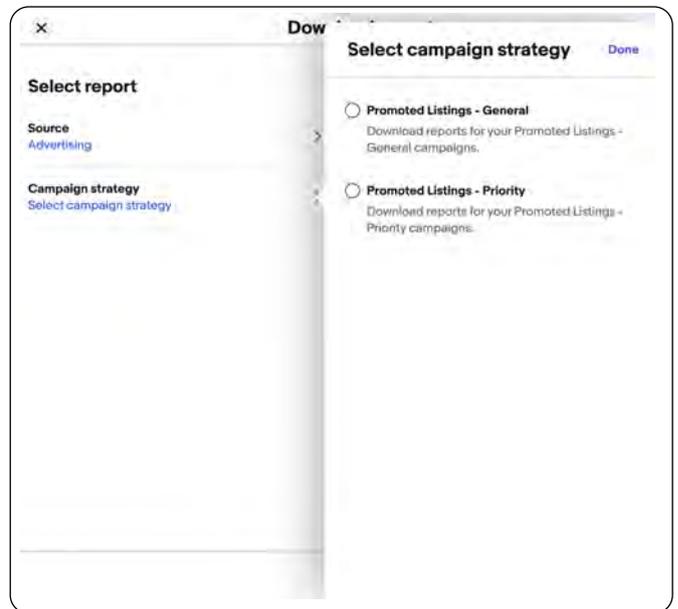
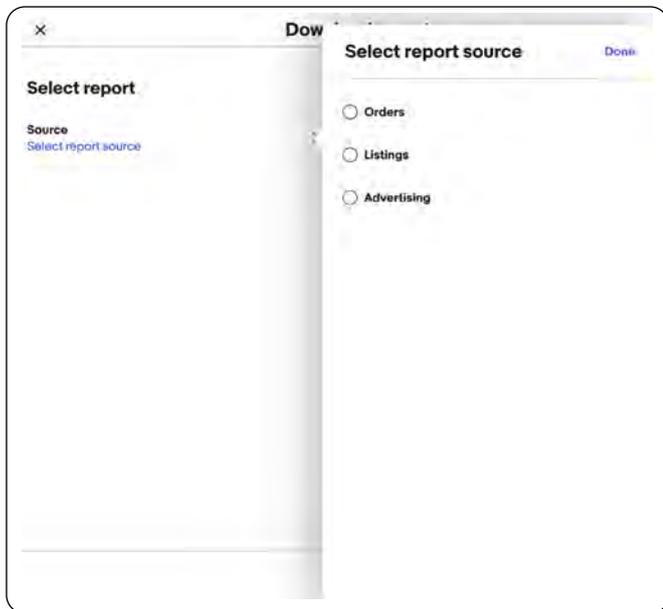
▶▶▶ 如何下载报告？

在“报告”(Report)板块中下载：

从菜单中选择“下载”(Downloads)，选择“下载报告”(Downloads report)按钮。



选择“广告”(Advertising)，然后选择“优先活动策略”(Promoted Listings - Priority)，有4份报告可供下载。



- ➔ 广告活动报告(Campaign report)
- ➔ 物品刊登报告(Listing report)
- ➔ 关键词报告(Keyword report)
- ➔ 买家搜索词报告(Search query report)

注意：智能定位广告活动不提供关键词报告，下载关键词报告时不会有数据。

02.2 优先活动策略 - 广告报告

▶▶▶ 常见指标解释

数据维度	数据指标	中文解释	具体定义
曝光维度	Impression	曝光	广告被展示的次数
点击维度	Click	点击	广告被卖家点击的次数。
	CTR (Click-through-Rate)	点击率	点击率为 (点击数 / 曝光数), 点击率越高说明您的物品刊登对买家越有吸引力。可以通过优化主图、标题等提高点击率。
	Avg CPC (Cost-per-Click)	平均点击费用	某个关键词每次被点击时花费的平均费用。
转化维度	CVR(Sales-Conversion-Rate)	转化率	广告带来的销售订单量/点击量。
	Quantity sold	销售订单数	广告带来的销售订单量。
	Sales	广告销售额	广告产生的销售总金额。
花费维度	Ad fees	广告费	使用广告所花费的金额。
	ROAS (Return on Advertising Spend)	广告投资回报率	广告带来的销售额/广告投入的比值, 如ROAS=5, 即花\$1的广告费, 带来\$5的销售额, 因此ROAS越高, 广告表现越好。
广告组设置	Bid	竞价	卖家愿意为广告单次点击所支付的最高单次点击费用。
	Keywords	关键词	投放特定关键词, 当买家搜索该关键词时, 广告可被展现。
	Search query	搜索词	买家在eBay平台搜索栏位搜索的词组。

02.2 优先活动策略 - 投放建议

▶▶▶ 优先活动策略投放建议 (仅供参考)

- **设置足够的每日预算：**您的每日预算将在单个广告活动中的所有物品刊登上共享，拥有足够的预算可以帮助您最大限度地提高商品点击率并避免暂停投放。
- **建议至少每两周查看广告数据：**通过下载报告查看数据，不断优化广告活动设置，以提高广告流量精准度，提高广告活动效果。
- **提高物品刊登质量：**通过编写清晰简洁的标题、添加准确的描述和高质量的照片，以及包括品牌、型号、尺寸、颜色和款式等商品细节来提高物品刊登质量。

针对智能定位：

- **通过智能定位反哺手动定位：**深入了解智能定位广告物品刊登报告和买家搜索词报告。
- 获取表现良好的搜索词和物品刊登，并使用它们创建新的手动定位广告活动(或将其添加到现有的手动定位广告活动中)。
- 获取表现不佳的搜索词，并将其作为否定关键词添加到手动定位广告活动中。

针对手动定位：

- **围绕共同的主题或目标构建广告组：**广告组可帮助您根据共同的目标或类目，将同一类目、相似价格的物品刊登归为一组。
- **确定您的关键词策略：**建议使用推荐关键词，以更好地提高广告投放的精准度。针对同一个关键词，建议尝试多种匹配类型。
- **设置有竞争力的关键词竞价：**设置有竞争力的竞价以确保您的广告出现在 eBay 页面上的优质广告位，从而有机会提高您广告可见度并带来更多流量。
- **定期获取更精准的关键词：**通过关键词数据调整优化关键词竞价与匹配类型。通过买家搜索词报告进行拓词，将表现好的搜索词添加到现在的广告活动中进行投放；将表现不好的搜索词加入否定关键词进行屏蔽。



站外推广

PROMOTED OFFSITE

- 概览
- 广告花费
- 广告活动设置
- 投放建议
- 广告报告

eBay 广告团队 2026年第一季度

03 站外推广 - 概览

▶▶▶ 什么是站外推广?

站外推广 (Promoted Offsite) 是一种可以**让您轻松地在 Google 等外部渠道上推广其所有符合条件物品刊登**的广告解决方案。

站外推广 (Promoted Offsite) 介绍	
付费类型	单次点击付费 (CPC)
广告位	Google 等外部渠道
刊登资格	固定价格刊登
卖家资格	店铺评级高于标准 (Above Standard) 或优秀 (Top Rated) 的帐号，并拥有足够的帐号活跃度
预算管理	设置每日最高预算(Target daily budget)

为什么使用站外推广?



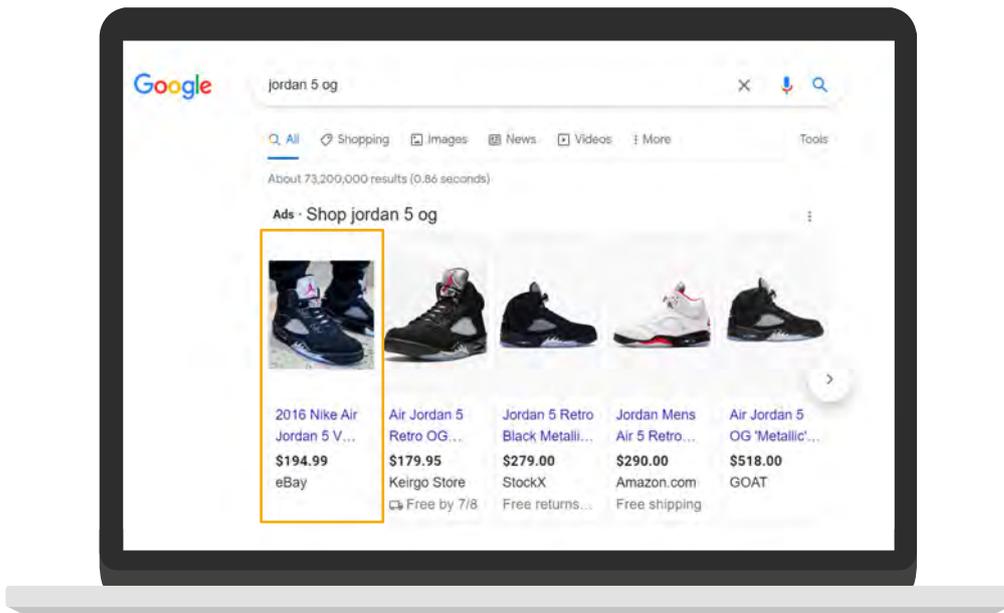
- 扩大投放范围：通过热门外部渠道上的广告吸引更多感兴趣的买家来关注您的 eBay 物品刊登。
 - * 使用促销刊登的常规活动策略 (General campaign strategy) 投放的物品刊登，有资格出现在外部渠道上，但不能保证获得展示位置。
- 高效展示：将您的物品刊登直接展示在那些对您正在销售的商品有强烈意向的买家面前。
- 设置简单：广告活动创建流程简单，您只需点击几下即可启动广告活动。

03 站外推广 - 概览

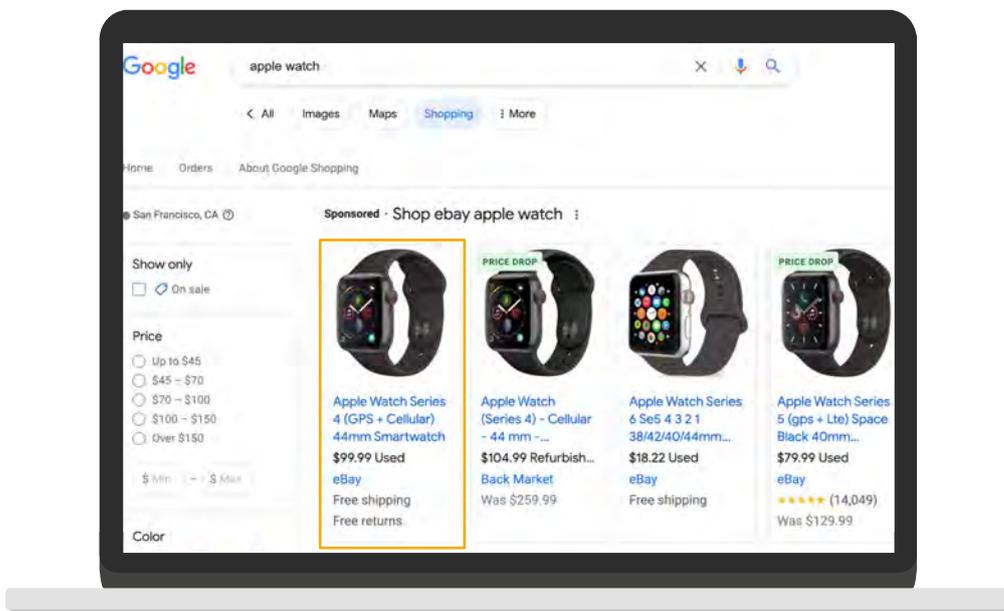
▶▶▶ 站外推广在哪里展示?

- 站外推广所投放的广告将出现在 Google 等外部渠道上。
- 如果买家点击您的站外推广广告，他们将被引导至商品详情页查看商品并进行购买。

Google搜索结果顶部



Google购物广告



03 站外推广 - 广告花费

▶▶▶ 广告费用如何收取?

站外推广的广告费用基于：

- ① 动态每次点击费用 (Dynamic CPC)模式，您将根据广告的点击次数付费且不会超过您的目标预算。
- ② eBay 将每天根据历史平均每次点击费用 (Average CPC) 自动调整每个物品刊登的每次点击费用(CPC)。
- ③ 您的每日目标预算(Target daily budget)决定了您每月将为广告点击支付的费用，在广告活动投放期间，eBay将在每个日历月向您收取站外推广费用。

▶▶▶ 每日目标预算

- 随着市场需求和环境的变化，站外推广可能会在某天支出比您所设置的每日平均预算更多或更少的费用，以便获取感兴趣的买家的流量。自然日当天最高广告费用支出将**不会超过您所设置的日预算的2倍**，最低广告费用支出为0。

举例：如果您为连续的站外推广活动设置的每日平均预算为10美元，则每个日历月向您收取的站外推广费用不会超过 304 美元。不过，您每天可能需要支付最高 20 美元或最低 0 美元的站外推广费用。但在整个广告活动期间，您平均每天支付的站外推广费用不会超过10美元。**如果您提前结束广告活动，您可能需要支付最高为每日平均预算额2倍的广告费用。这是因为原定的广告活动期限缩短，无法将总预算额平均到原定广告活动期限的每一天。**

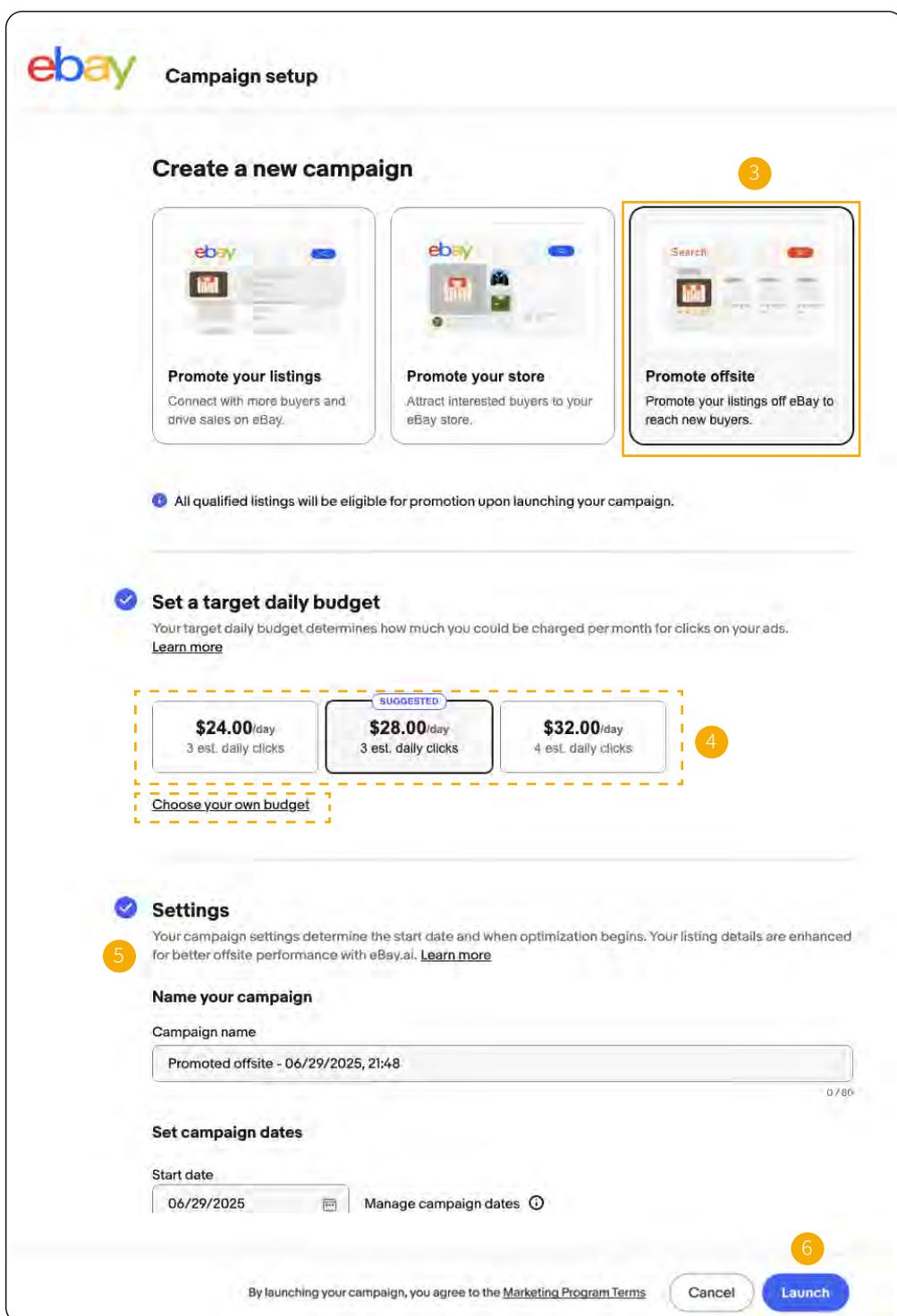
03 站外推广 - 广告活动设置

广告活动创建入口



第1步

进入卖家中心 (Seller Hub)
点击“广告” (Advertising) 板块



第2步

点击“创建新广告活动”
(Create new campaign)

第3步

选择“站外推广”
(Promote offsite)

第4步

设置您的每日目标预算
(Targeted daily budget)

第5步

设置广告活动信息
■ 输入活动名称
■ 设置活动的开始时间

第6步

广告活动设置完成后，点
击“Launch”启动广告活
动

03 站外推广 - 投放建议

▶▶▶ 站外推广投放建议 (仅供参考)

- **投放广告活动期间要有耐心:**启动广告活动时,系统学习优化广告效果需要时间,因为算法需要收集数据。
- **设置连续的结束日期:**较长的广告活动持续时间将有助于系统学习并更有效地优化广告效果。
- **提高物品刊登的质量:**点击率高而转化率低的物品刊登,需要提高物品刊登的质量,包括:标题、图片、产品描述等。
- **使用每日目标预算:**如果每日预算过低,会影响物品刊登在站外平台获取点击数。使用推荐预算从而使广告始终保持竞争力。

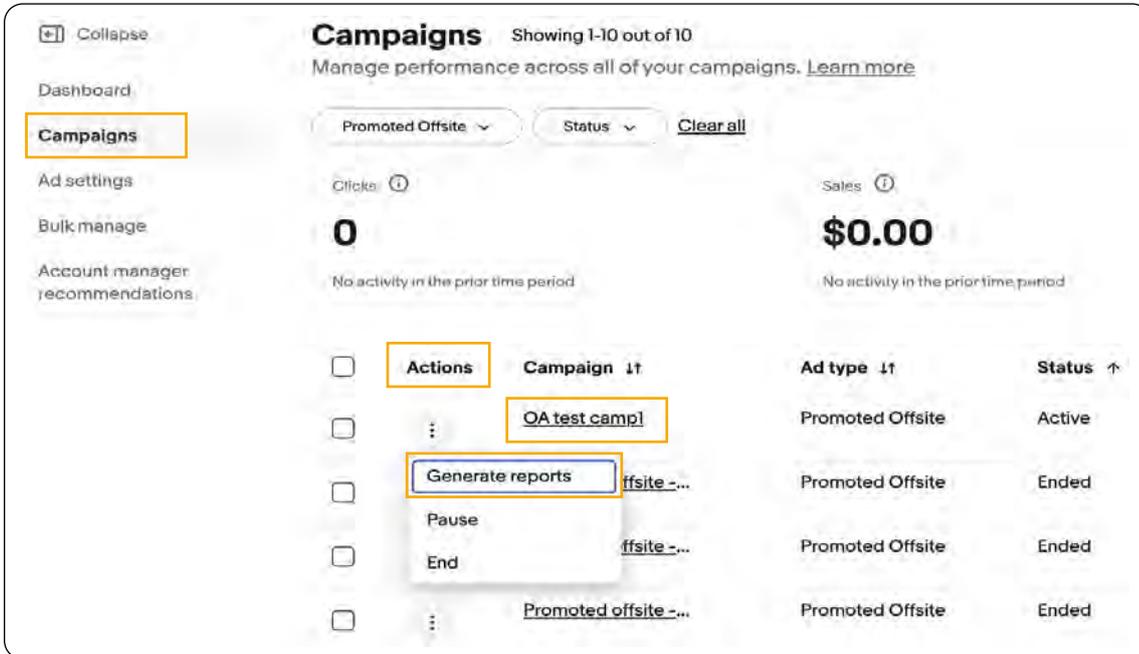
▶▶▶ 常见指标解释

数据维度	数据指标	中文解释	具体定义
点击维度	Click	点击	广告被卖家点击的次数。
	CTR (Click-through-Rate)	点击率	点击率为(点击数/曝光数),点击率越高说明您的物品刊登对买家越有吸引力。可以通过优化主图、标题等提高点击率。
	Avg CPC (Cost-per-Click)	平均点击费用	某个关键词每次被点击时花费的平均费用。
转化维度	CVR (Sales-Conversion-Rate)	转化率	广告带来的销售订单量/点击量。
	Quantity sold	销售订单数	点击广告后,归因周期内广告带来的销售订单量。
	Ads Sales	广告销售额	点击广告后,归因周期内产生的销售总金额。
花费维度	Ad fees	广告费	使用广告所花费的金额。
	ROAS (Return on Advertising Spend)	广告投资回报率	广告引导来的销售额/广告投入的比值,如ROAS=5,即花\$1的广告费,带来\$5的销售额,因此ROAS越高,广告表现越好。

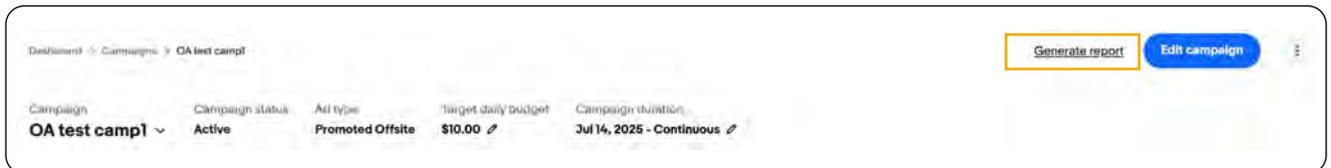
03 站外推广 - 广告报告

如何下载报告?

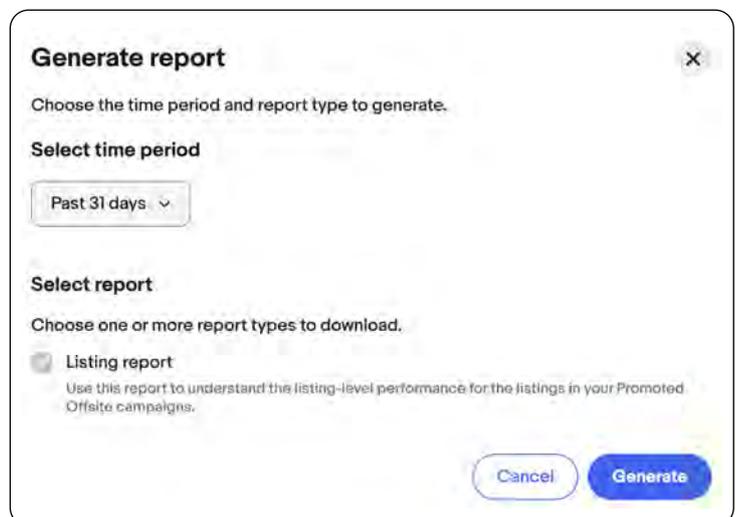
- 在广告活动管理区下载报告：进入广告活动管理区，点击“操作” (Action)栏中您广告活动旁边的按钮，选择“生成报告” (Generate reports)。



- 在广告活动详情页下载报告：在广告活动管理区中，找到您要下载报告的广告活动，单击广告活动名称转到广告活动详情页，点击“编辑活动” (Edit campaign) 旁的“生成报告” (Generate reports)。



- 选择“生成报告”后，选择您想要下载的报告日期范围并下载物品刊登报告(Listing report)。





店铺推广

PROMOTED STORES

- 概览
- 广告活动设置
- 投放建议
- 广告报告

eBay 广告团队 2026年第一季度

04 店铺推广 - 概览

▶▶▶ 什么是店铺推广?

店铺推广(Promoted Stores) 广告能帮助您吸引感兴趣的买家到您的 eBay 店铺。这些广告突出显示您店铺中的优惠券(coupon)或商品类目(category), 并包含您店铺的名称、店铺logo、标语、店铺链接以及一些表现最佳的物品刊登。

店铺推广(Promoted Stores)介绍	
付费类型	每次点击付费模型 (CPC)
广告位	商品详情页、搜索结果顶部
刊登资格	固定价格刊登
卖家资格	店铺评级高于标准 (Above Standard) 或优秀 (Top Rated) 的帐号, 并拥有足够的帐号活跃度与活跃店铺订阅率

▶▶▶ 如何收取广告费用?

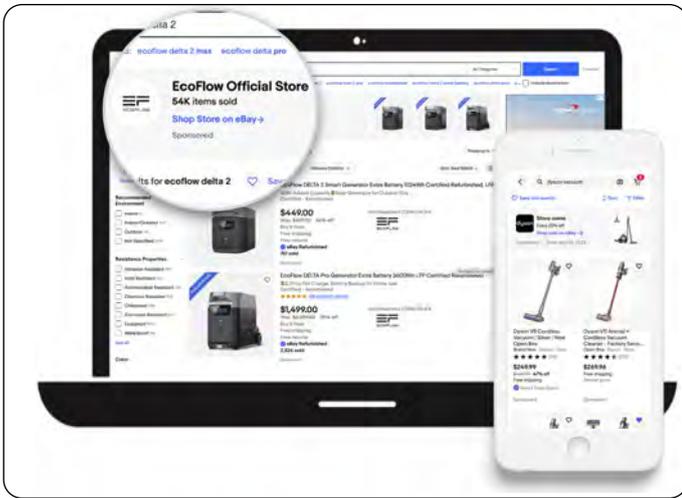
- 店铺推广 (Promoted Stores) 使用单次点击付费 (CPC)模型, 这意味着您只需为广告的点击次数付费, 最多不超过您设定的每日预算。
- 对于每个广告活动, 优先活动策略每日所收取的广告费用总额, 不会超过您设置的**每日预算**。
- 每天的广告费用取决于所有推广的物品刊登一天内收到的所有每次点击费用 (CPC)的总和, 您为每次点击所支付的广告费用基于**第二竞价原则**。

主要优势

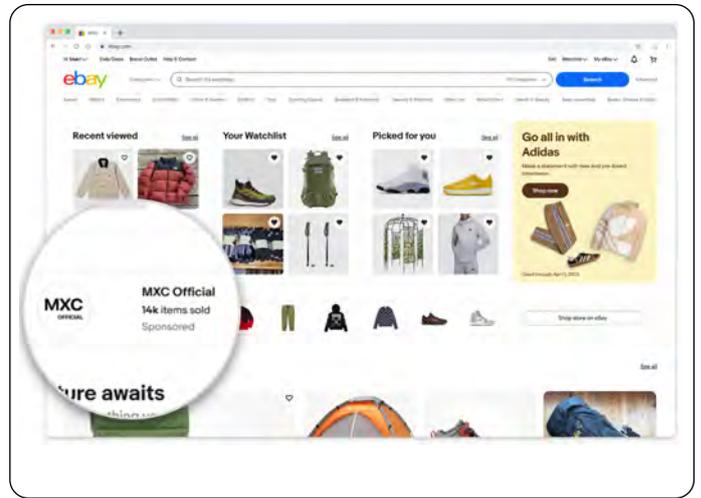
- **有效定位:**通过引人入胜的、且视觉上吸引人的广告吸引有兴趣购买类似商品的买家注意力。
- **打造您的品牌:**通过独特的广告展示位置吸引更多买家。
- **设置简单:**广告活动创建流程简单, 您只需点击几下即可启动广告活动。

04 店铺推广 - 概览

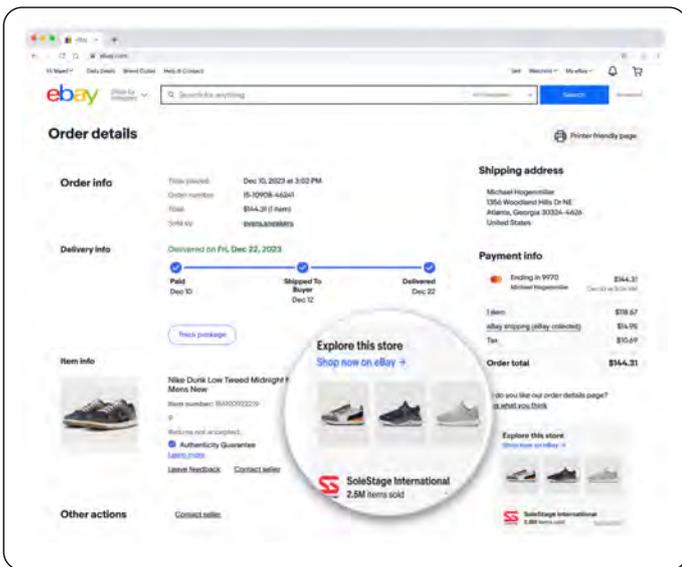
▶▶▶ 店铺推广在哪里展示?



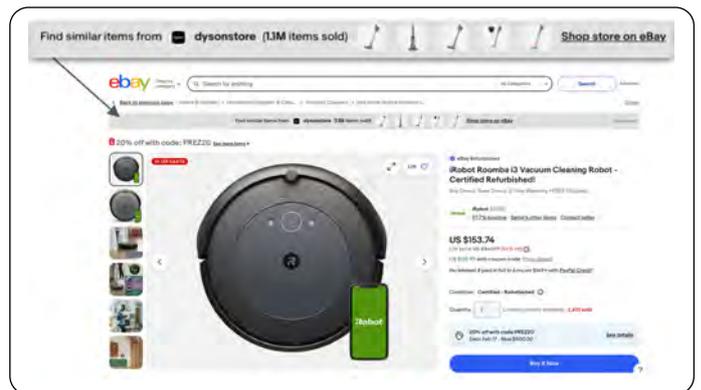
搜索结果顶部



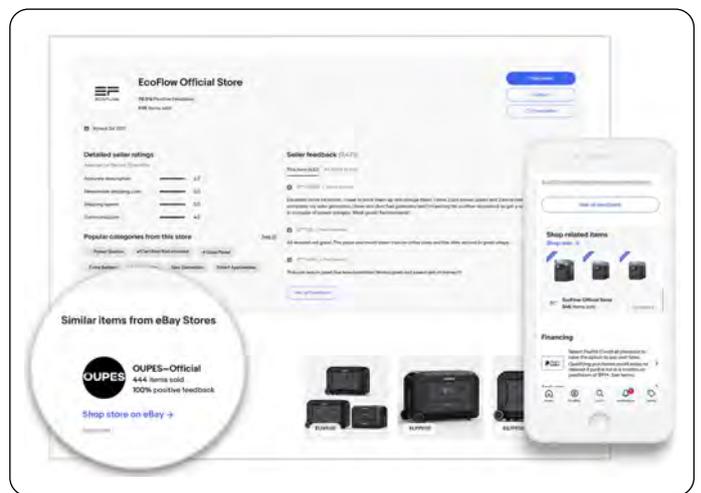
主页



订单详情页



商品详情页上方



商品详情页下方

04 店铺推广 - 概览

▶▶▶ 选择店铺推广突出展示的广告内容

店铺推广(Promoted Stores)有两种推广方式：优惠券(coupon)、类目(category)

- 在这两种选择中,广告都将展示:您店铺的名称、店铺logo、标语、店铺链接以及一些表现最佳的物品刊登
- 点击广告后的跳转页面取决于您选择的优惠券(coupon)或类目(category)

注意:如果买家点击物品刊登图像,只会跳转至该商品详情页

▶▶▶ 类目 - Category

如果您希望将流量引至店铺中特定类目的商品,可以选择类目投放。

▶▶▶ 优惠券 - Coupon

- 如果您希望提高人们对您的优惠券印象,可以选择优惠券投放。

Choose your ad's landing page

Select where a buyer will land when they click on your ad. [Learn more](#)

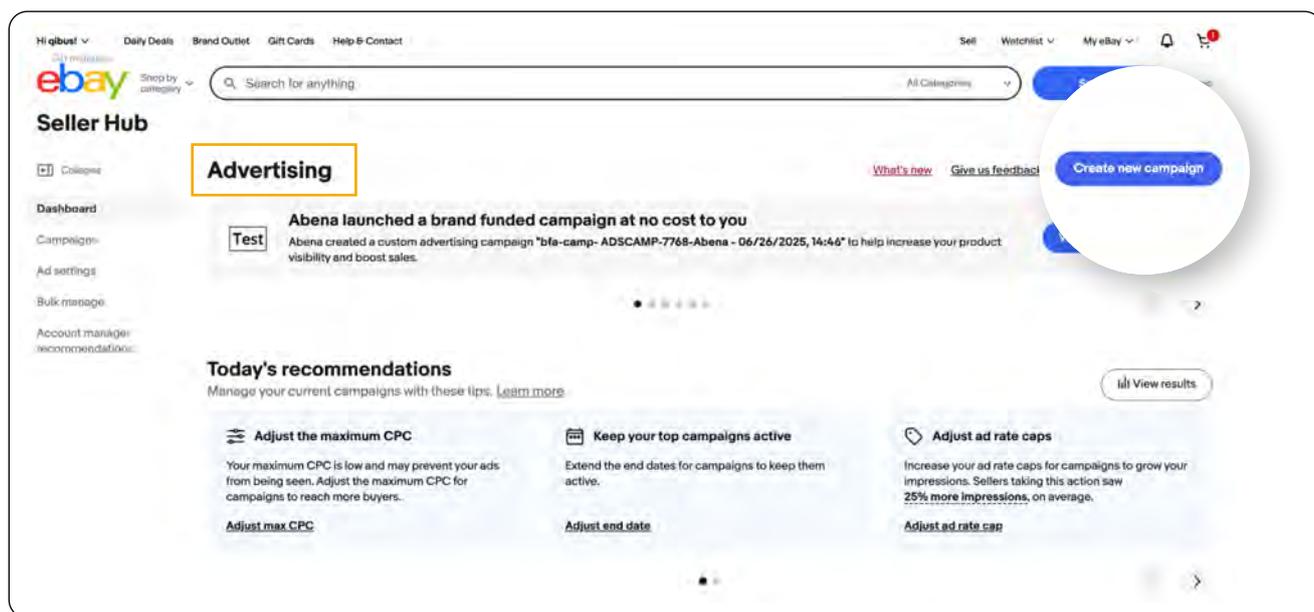
-  **Category**
Drive buyers to a category page of your store by promoting your top inventory.
-  **Coupon**
Attract and motivate buyers by promoting your coded coupon.

04 店铺推广 - 广告活动设置

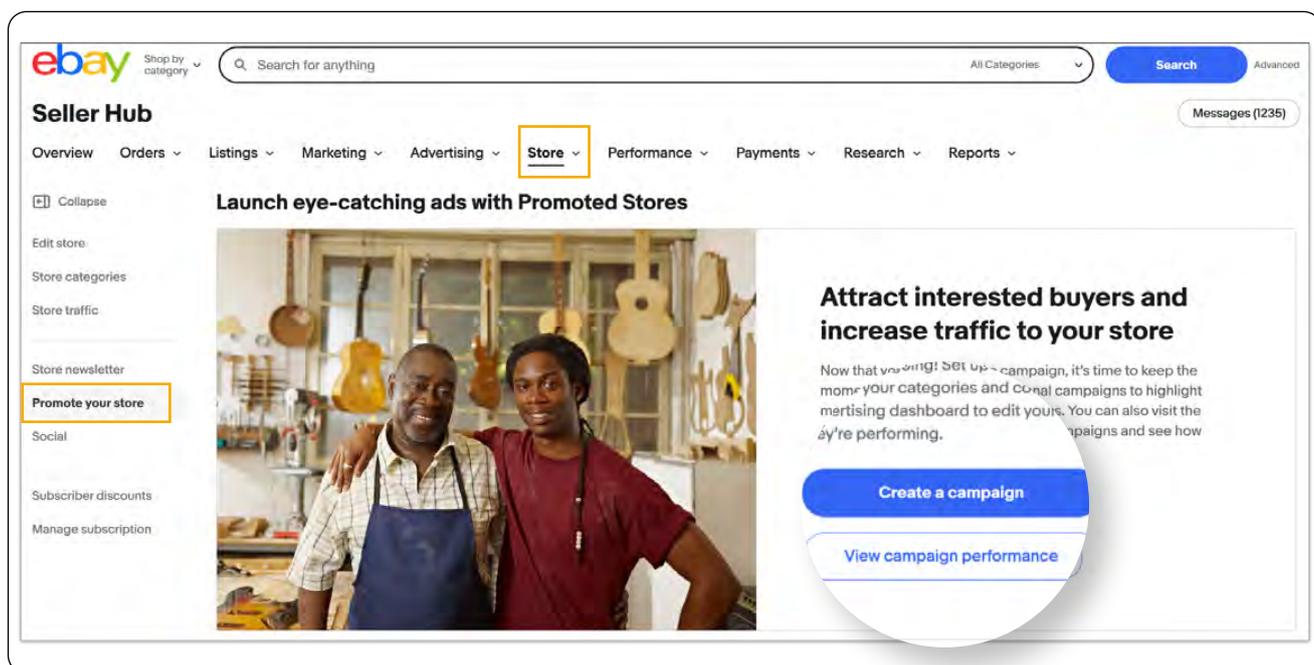
▶▶▶ 广告活动创建入口

您可以在卖家中心(Seller Hub)的“广告”(Advertising)板块或“店铺”(Store)板块中创建店铺推广(Promoted Stores)广告活动。

- 选择“广告”(Advertising)后, 点击“创建活动”(Create a campaign)。



- 或选择“店铺”(Store)板块后, 在左侧导航栏选择“推广您的店铺”(Promote your store), 点击“创建活动”(Create a campaign)。



04 店铺推广 - 广告活动设置

广告活动创建流程

The screenshot displays the 'Campaign setup' process on eBay, divided into five numbered steps:

- Step 1: Create a new campaign** - Shows three options: 'Promote your listings', 'Promote your store' (highlighted with a dashed orange box), and 'Promote offsite'.
- Step 2: Choose your ad's landing page** - Shows options for 'Category' and 'Coupon'. Below these are dropdown menus for 'Select a category' (set to 'Consumer Electronics (3)') and 'Select a coupon' (set to 'Extra 20% off - GTS2024SUMMER10'). A 'Preview example of ad landing page' link is also visible.
- Step 3: Preview your ads** - Shows a preview of ads for 'Gokul Test Seller Store' on mobile and desktop. The ads include 'Shop related items', 'Sponsored' listings, and a 'Shop sale on eBay' announcement.
- Step 4: Select targeting strategy** - Shows two options: 'Smart targeting' (Automate your targeting for optimal ad performance across eBay) and 'Manual targeting' (Use keywords and sub-categories to target your ads across eBay).
- Step 5: Select keyword bidding strategy** - Shows two options: 'Dynamic bidding' (Bids automatically update to the daily suggested bid to keep your ads competitive) and 'Fixed bidding' (Manually manage your keyword bids, they'll remain the same until you edit them).

第 1 步

选择“店铺推广” (Promote your store) 板块

第 2 步

选择“类目” (Category) 或“优惠券” (Coupon)，从类目或优惠券列表中选择有效的“立即购买” (Buy it Now) 物品刊登或优惠券代码。

如果您选择投放“类目” (Category)，必须选择“立即购买” (Buy it Now) 物品刊登。

第 3 步

预览您的广告

您的实际广告可能与预览的示例广告不同。

第 4 步

选择定位策略 (Targeting Strategy)

建议使用智能定位 (Smart Targeting) 轻松设置并帮助自动优化广告活动。

如果选择智能定位，请跳至第 9 步：设置每日目标预算。

手动定位 (Manual Targeting) 允许您选择关键词竞价策略并管理您的广告组

第 5 步

选择关键词竞价策略 (Keyword Bidding Strategy)

提示：动态竞价 (Dynamic Bidding) 会自动维持有竞争力的关键词竞价

04 店铺推广 - 广告活动设置

▶▶▶ 广告活动创建流程

6 Review keyword and sub-category targeting
Confirm your ad targeting and the amount you're willing to pay for each click on your ad. [Learn more](#)
Powered by eBay.ai

Consumer Electronics (3) Keywords: 8 Sub-categories: 2 Bid range: \$0.39 - \$0.69

[Manually edit](#) 8 keywords and 2 sub-categories will be targeted.

7 Edit targeting

Keywords Sub-categories

Keyword targeting
Selecting and bidding on keywords related to your inventory can increase the likelihood of your ads being displayed to buyers who are searching for similar items. [Learn more](#)

Suggested keywords

Keyword	Monthly searches
romance book lot	941

Targeted keywords (4)

Keyword	Monthly searches	Today's suggested bid	Your bid
hasselblad 500 cm	805	\$1.20 (\$1.00 - \$1.44)	\$ 1.20
elf party	492	\$1.20 (\$1.00 - \$1.44)	\$ 1.20
spyderco harpy	178	\$1.20 (\$1.00 - \$1.44)	\$ 1.20
dance leggings	120	\$1.20 (\$1.00 - \$1.44)	\$ 1.20

Keyword bids range from \$1.20 to \$1.20 [Cancel](#) [Done](#)

7 Edit targeting

Sub-category targeting
Your ads are dynamically adjusted for the selected sub-category so that relevant items are displayed to interested buyers. [Learn more](#)

Suggested sub-categories

Sub-category	Monthly visits
Camera Drones	1,738,500
Filters	281,000

Targeted sub-categories (18)

Sub-category	Monthly visits	Today's suggested bid	Your bid
Digital Cameras	7,612,000	\$0.69 (\$0.69 - \$0.87)	\$ 0.69
Lens Adapters, Mounts & Tubes	272,500	\$0.69 (\$0.69 - \$0.87)	\$ 0.69
Telescopes	231,000	\$0.69 (\$0.69 - \$0.87)	\$ 0.69
Camera Drone Accessories	217,500	\$0.69 (\$0.69 - \$0.87)	\$ 0.69

Sub-category bids range from \$0.69 to \$0.69 [Cancel](#) [Done](#)

第6步

查看关键词并选择投放的子类目

系统会默认采纳推荐的关键词和子类目，您可以采纳默认设置启动广告活动。

如果您需要更改关键词/子类目，点击“手动编辑(Manually edit)”。

如果您无需修改自动生成的广告组，请跳至第9步：设置每日预算。

第7步

调整关键词和投放的子类目

点击“手动编辑(Manually edit)”后，点击关键词(Keywords)或子类目(Sub-categories)

提示：推荐关键词、推荐子类目有助于吸引正在寻找类似商品的买家。

第8步

调整竞价

- 您可以对每个关键词/子类目单独设置竞价，也可以通过基于竞价金额-Bid amount筛选对应竞价区间的关键词/子类目。
- 或在选择关键词/子类目后批量更新竞价-Update bids：
 - 采纳推荐竞价，点击“Apply suggested bids”
 - 采纳统一的自定义竞价，点击“Apply custom bids”并设置金额
- 设置完毕后点击“完成”(Done)。

04 店铺推广 - 广告活动设置

▶▶▶ 广告活动创建流程

✔ Set a daily budget
Your daily budget is the maximum amount you are willing to spend each day for this campaign.

Daily budget 9
\$ 22.00

✔ Settings 10

Name your campaign
Campaign name
CATEGORY - 05/18/2024, 00:00 28 / 80

Set campaign duration
Start date: 2024-05-18 📅 End date: Continuous 📅

11
By launching your campaign, you agree to the [Marketing Program Terms](#) Cancel Launch

第9步

设置每日预算(Daily budget)

第10步

设置广告活动信息

- ❑ 输入活动名称
- ❑ 设置活动开始和结束日期

第11步

广告活动设置完成后，点击“Launch”启动广告活动

04 店铺推广 - 投放建议

▶▶▶ 店铺推广投放建议 (仅供参考)

- **定制您的店铺信息:**通过设置您店铺的名称、店铺logo、标语,以建立您的品牌形象并帮助建立与买家的信任。
- **优化您的店铺设置:**创建自定义或自动库存条来展示最畅销的商品和最受欢迎的类目,以吸引买家的注意力并帮助推动销售。
- **创建多个广告活动:**针对不同类目和优惠券发起不同的广告活动,以吸引更多买家到您的店铺。
- **设定有效的竞价:**在对子类目和关键词设置竞价时,使用推荐竞价作为指导,以创建具有竞争力的广告活动。在启动广告活动后定期监控数据,以优化广告效果。
- **添加新的建议广告定位:**您的广告活动中有时会出现新的推荐关键词和推荐子类目。时常编辑您的广告设置,将其及时添加到您的广告活动中。

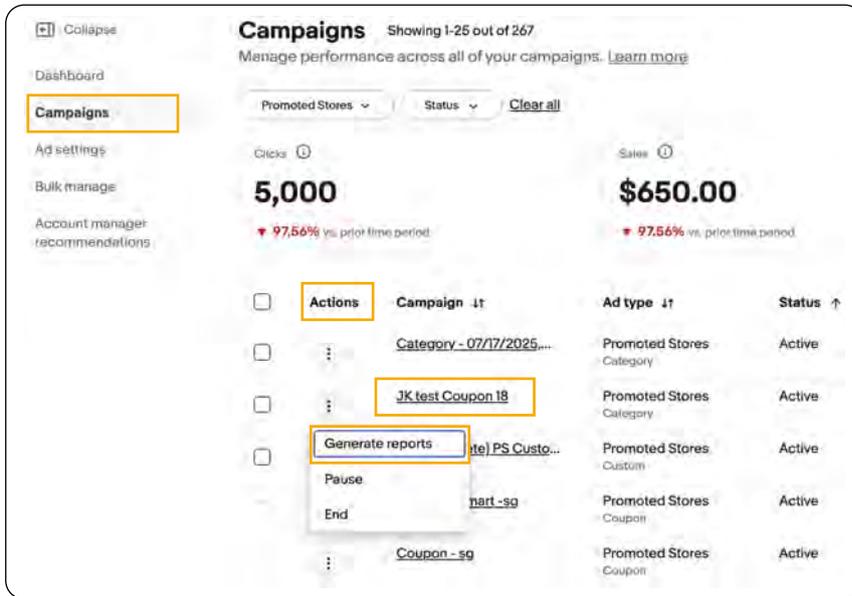
▶▶▶ 常见指标解释

数据维度	数据指标	中文解释	具体定义
点击维度	Click	点击	广告被卖家点击的次数。
	CTR (Click-through-Rate)	点击率	点击率为(点击数/曝光数),点击率越高说您的物品刊登对买家越有吸引力。可以通过优化主图、标题等提高点击率。
	Avg CPC (Cost-per-Click)	平均点击费用	某个关键词每次被点击时花费的平均费用。
转化维度	CVR (Sales-Conversion-Rate)	转化率	广告带来的销售订单量/点击量。
	Quantity sold	销售订单数	点击广告后,归因周期内广告带来的销售订单量。
	Ads Sales	广告销售额	点击广告后,归因周期内产生的销售总金额。
花费维度	Ad fees	广告费	使用广告所花费的金额。
	ROAS (Return on Advertising Spend)	广告投资回报率	广告引导来的销售额/广告投入的比值,如ROAS=5,即花\$1的广告费,带来\$5的销售额,因此ROAS越高,广告表现越好。

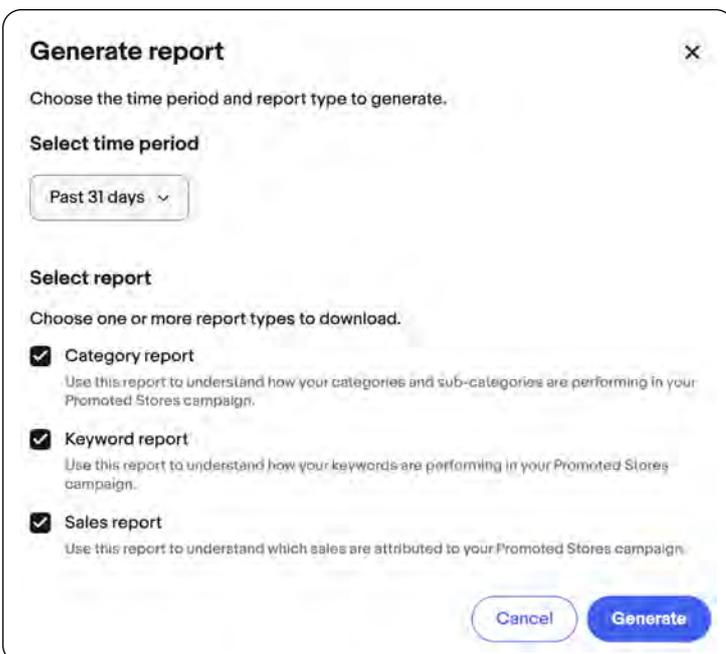
04 店铺推广 - 报告

如何下载报告?

- 在广告活动管理区下载报告:进入广告活动管理区,点击“操作”(Action)栏中您广告活动旁边的按钮,选择“生成报告”(Generate reports)。



- 在广告活动详情页下载报告:在广告活动管理区中,找到您要下载报告广告活动,单击广告活动名称转到广告活动详情页,点击“编辑活动”(Edit campaign)旁的“生成报告”(Generate reports)。



选择“生成报告”后,选择您想要下载的报告日期范围和类型:

- 类目报告(Category report)
- 关键词报告(Keyword report)
- 销售报告(Sales report)



第三方合作伙伴

3PP

eBay 广告团队 2026年第一季度

05 第三方合作伙伴

▶▶▶ 第三方合作伙伴介绍

卖家可使用以下第三方平台管理优先活动策略 (Priority campaign strategy) 广告，通过使用多种高效智能工具，提高运营效率。

大中华区 - 第三方合作伙伴		
1	PushAuction	https://www.ebay.cn/newcms/Home/selecte_provider/pushAuction
2	DataCaciques	https://www.ebay.cn/newcms/Home/selecte_provider/28
3	SoldEazy	https://www.ebay.cn/newcms/Home/selecte_provider/SoldEazy
4	TongTool	https://www.ebay.cn/newcms/Home/selecte_provider/iSunor