



**MOBILE
MARKETING
ASSOCIATION
CHINA 中国无线营销联盟**

**MMA 中国无线营销联盟
移动互联网广告物料标准
V.1.2**

2014 年 6 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 移动广告展示形式分类.....	3
5 移动广告物料规格	3
5.1 固定位广告	3
5.1.1 Banner 图片广告	4
5.1.2 Banner 富媒体广告	7
5.1.3 视频贴片广告	11
5.2 浮动窗广告	14
5.2.1 插页图片广告	14
5.2.2 插页富媒体广告	16
6 关于我们	18
6.1 关于 Mobile Marketing Association (MMA)	18
6.2 关于 Mobile Marketing Association China (MMA China)	18
6.3 关于 MMA 中国移动广告规范委员会	18
7 标准制作参与机构	18
8 MMA 中国标准审批程序	19
9 支持机构	19
10 参考资料	19
11 联系我们	19
12 术语词汇表	20

1 前言

《MMA 中国无线营销联盟·移动互联网广告物料标准 V.1.2》是针对中国移动互联网的广告物料标准，适用于手机端和平板电脑端的 Mobile Web 和 Mobile App 的广告投放。本标准内容包括规范移动广告展示形式、规范移动广告物料规格。

本标准旨在通过以下方式鼓励无线营销行业的发展：

- 统一移动广告物料尺寸、比例、大小、文件格式等标准；
- 减少广告主或代理商制作物料的数量，进而降低制作成本；
- 保证广告物料投放的统一性，提高用户体验；

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。

本标准的目标受众是任何制作，投放，执行移动互联网广告的公司和个人。本标准旨在建立一个被行业多方采纳的移动广告物料标准以推动市场的发展和消费者的接受度。

2 适用范围与局限

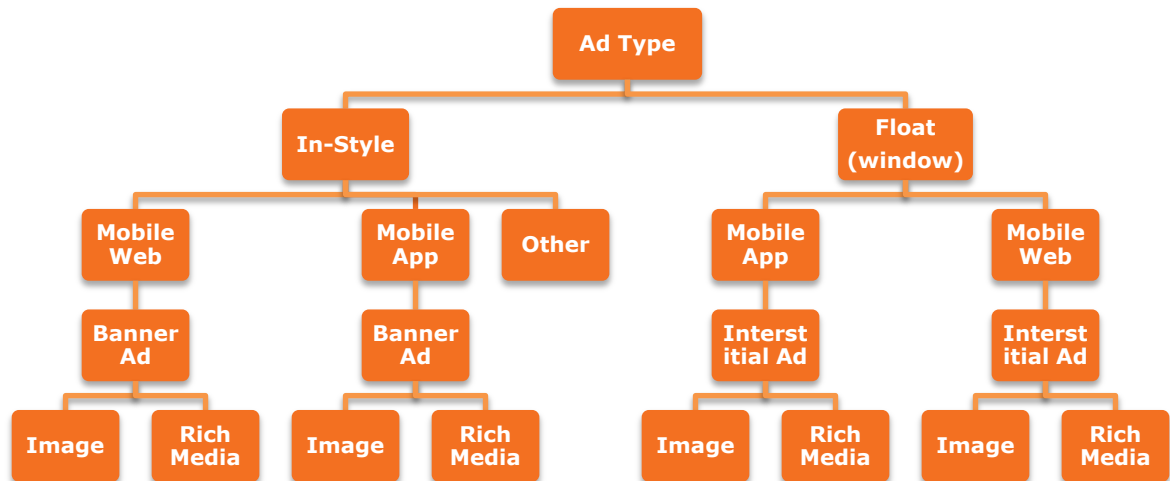
本标准仅适用手机端和平板电脑端的 Mobile Web 和 Mobile App 的广告投放。本标准不适用于 PC 端的广告投放。

针对移动互联网中的其它广告展示形式和广告物料标准，MMA 中国无线营销联盟将在未来陆续发布相关标准。

3 术语、定义和缩略语

- **PC**: 面向个人使用的计算机。
- **Ad**: 代指“广告”，是英文“Advertising”的译名。
- **Banner**: 横幅广告，网络广告的主要形式，可以使用静态图形，也可用多帧图像拼接为动画图像。
- **Mobile App**: 移动应用程序，在本标准中特指移动设备里可独立运行的应用。
- **Mobile Web**: 移动网站。

4 移动广告展示形式分类



- **In-Style** : 固定位广告，嵌入在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）内，占据已设定好的固定位置的广告形式。
- **Float window**: 浮动窗广告，浮动在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）之上或打开新的窗口内，在不影响应用户界面内容的广告形式。
- **Rich Media**: 富媒体广告，是指使用浏览器插件或其他脚本语言、Java 语言等编写的具有复杂视觉效果和交互功能的移动广告，这些效果的使用是否有效一方面取决于站点的服务器端设置，另一方面取决与访问者的浏览器是否能顺利查看。Rich Media 能表现更多、更精彩的广告内容。
- **Interstitial Ad**: 插页广告，即浮动在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）之上或打开新的窗口页面，不影响用户界面的界面样式（布局）。例如：在打开应用的功能页面或者游戏关卡的跳转页面插入的一个浮动窗广告，可以是图片或者富媒体。

5 移动广告物料规格

5.1 固定位广告

固定位广告，是指嵌入在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）内，占据固定位置的广告形式。广告占据的固定位置（置底、置顶、居中）需要根据界面开发的布局决定。

5.1.1 Banner 图片广告

1、智能机

Mobile Web +Mobile App				
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	示例
1280 x 200	6.4:1	1、GIF， PNG，JPEG 的 静态图片 2、Gif 的动画 图片	< 240 KB	
640 x 100			< 60 KB	
480 x 75			< 24 KB	
360 x 56			< 18 KB	
320 x 50 (兼容 MMAGLOBAL、 IAB 标准)			< 15 KB	
240 x 38			< 12 KB	

固定位广告占据的位置（置底、置顶、居中），需要根据界面开发的布局决定，本标准广告以置底示例。下同。

2、功能机

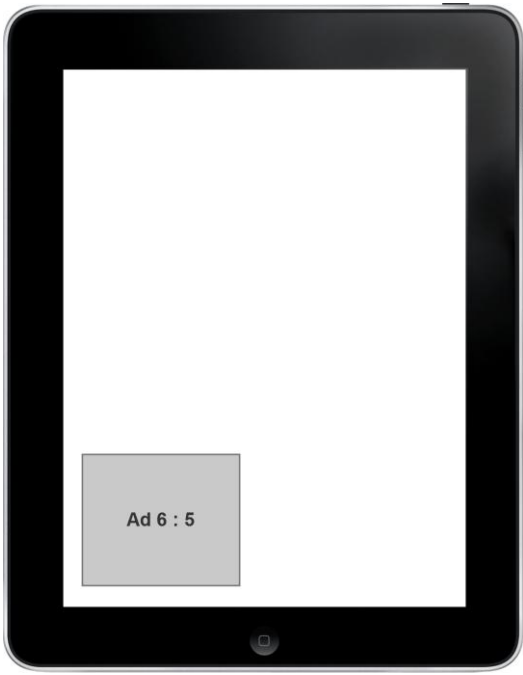

备注：此广告物料标准是功能机在浏览网页（Mobile Web 的使用环境）时，为不影响用户体验，广告为浏览器等预留出滚动条相应的宽度。


Mobile Web				
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	示例
600 x 100	6:1	1、GIF， PNG，JPEG 的静态图片 2、Gif 的动 画图片	< 60 KB	
480 x 80			< 24 KB	
360 x 60			< 18 KB	
300 x 50 (兼容 MMAGLOBAL、 IAB 的标准)			< 15 KB	
240 x 40			< 12 KB	
216 x 36 (兼容 MMAGLOBAL、 IAB 标准)			< 9 KB	
168 x 28 (兼容 MMAGLOBAL、 IAB 标准)			< 6 KB	
120 x 20 (兼容 MMAGLOBAL、 IAB 标准)			< 3 KB	

注：MMAGLOBAL 还有 4:1 尺寸的 banner 广告，在国内不适用，没有兼容，具体尺寸为：300 x 75，216 x 54，168 x 42，120 x 30

3、平板电脑

说明：本标准中的平板是指平板电脑（Tablet Personal Computer）是一种小型、方便携带的个人电脑，以触摸屏作为基本的输入设备。

Mobile Web +Mobile App				
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	示例
600 x 500	6:5	1、GIF, PNG, JPEG 的静态图片 2、Gif 的动画图片	< 120 KB < 30 KB	
300 x 250				
936x120	7.8:1			
468x60				

1456x180	8.1:1				
728x90					

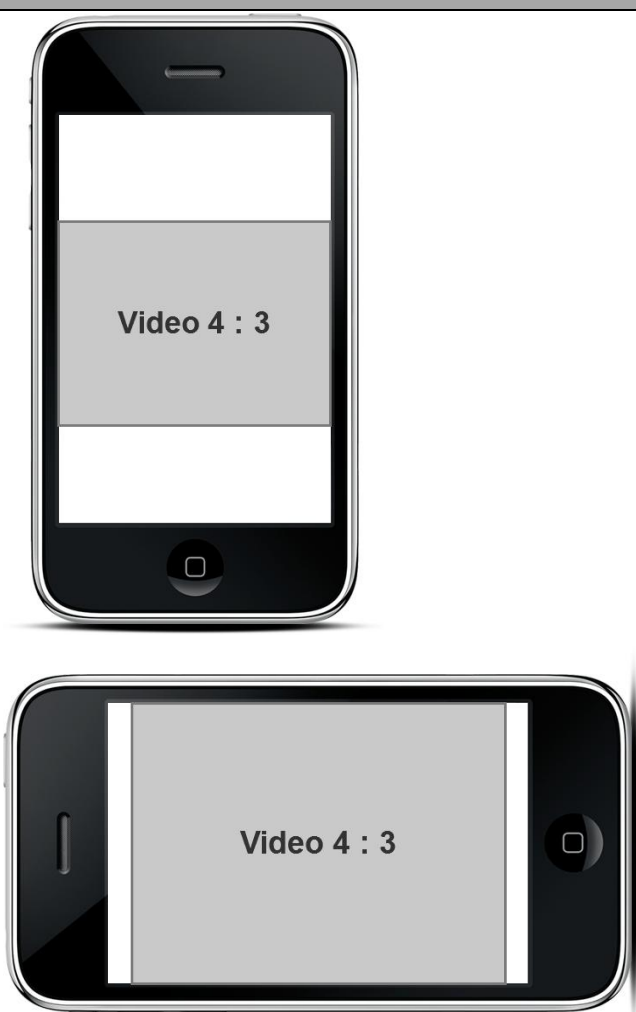
5.1.2 Banner 富媒体广告

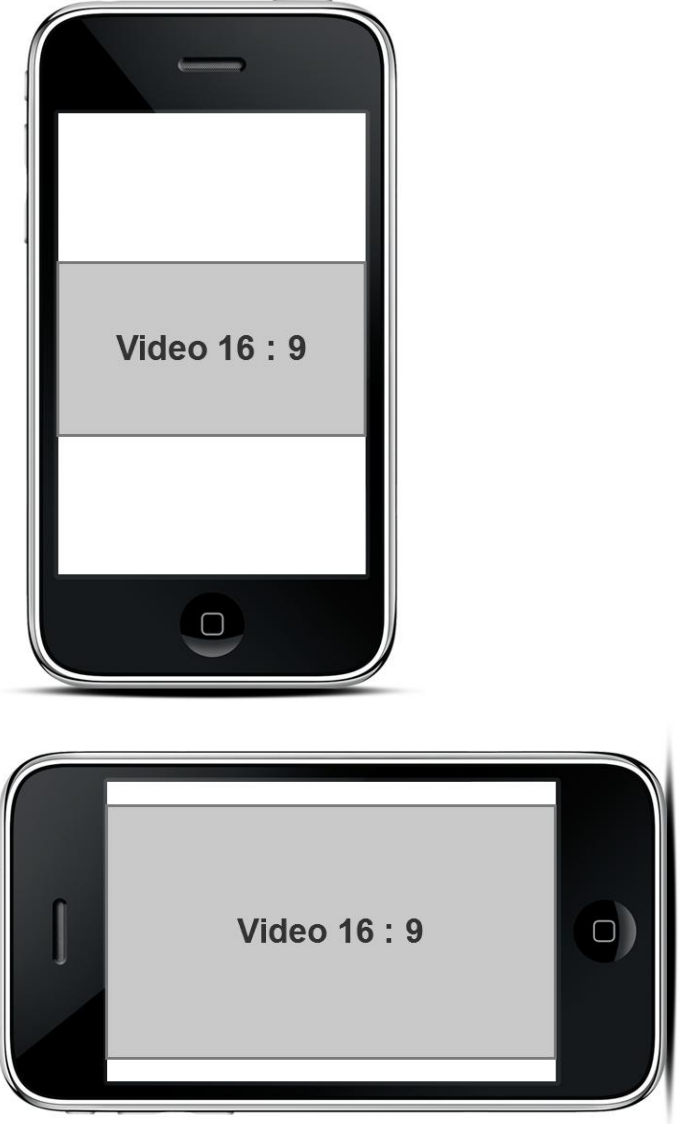
是指在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）内，点击固定位广告 Banner 后扩展播放富媒体视频或展开网页窗口进行动画。

Mobile Web +Mobile App						
尺寸	扩展方式	扩展尺寸	媒体规格	物料大小	动画时长	视频时长
同智能手机 Banner 广告物料标准	点击 Banner 播放 富媒体 视频	视频内容 宽高比： 4:3 或 16:9	格式：MPEG-4 扩展名：mp4 编码格式：H.264 帧率：15fps 视频码率：160kbps - 1.1Mbps 音频码率：> 16kbps	Banner < 240 KB 视频 15s < 2MB 30s < 4MB		30s 15s

	点击 Banner 展开 网页窗 口	全屏	HTML5, HTML4	Banner < 240 KB 文件 < 300KB	< 15s	
--	--------------------------------	----	--------------	-------------------------------	-------	--

点击 Banner 后扩展效果示例


扩展方式	扩展比例	示例
点击 Banner 播 放富媒体视频	4:3	



	16:9	 <p>The image shows two smartphone screens illustrating the 16:9 video format. The top screen is in portrait orientation, and the bottom screen is in landscape orientation. Both screens display a grey rectangular area in the center with the text "Video 16 : 9".</p>
--	------	--

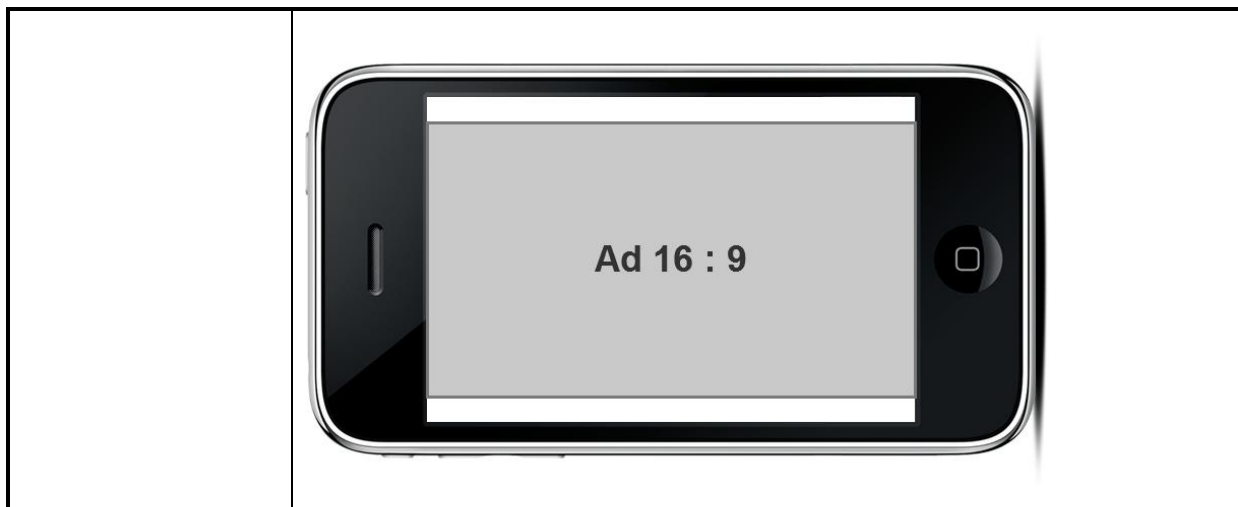
<p>点击 Banner 展 开网页窗口</p>	<p>全屏</p>	
------------------------------	-----------	---

5.1.3 视频贴片广告

Mobile Web+Mobile App			
广告名称	位置	视频规格	图片规格
Pre-Roll only (前贴片广告)	视频播放前	时长: 5s、15s、30s 宽高比: 4:3、16:9	格式: .JPG, .PNG 宽高比: 4:3、16:9 大小: < 150KB
Mid-Roll only (中间贴片广告)	视频播放中	大小: 5s< 700KB	
Post-Roll only (后贴片广告)	视频播放后	15s< 2MB 30s< 4MB 格式: WMV, AVI, MOV, MPEG2, 3GP, MP4 编码格式: H.264 音频码率: > 16kbps 视频码率: 160kbps - 1.1Mbps	


比例	示例
4:3	

	 <p>Ad 4 : 3</p>
16:9	 <p>Ad 16 : 9</p>



暂停广告

以下为各端最大尺寸，根据具体机型屏幕适配。

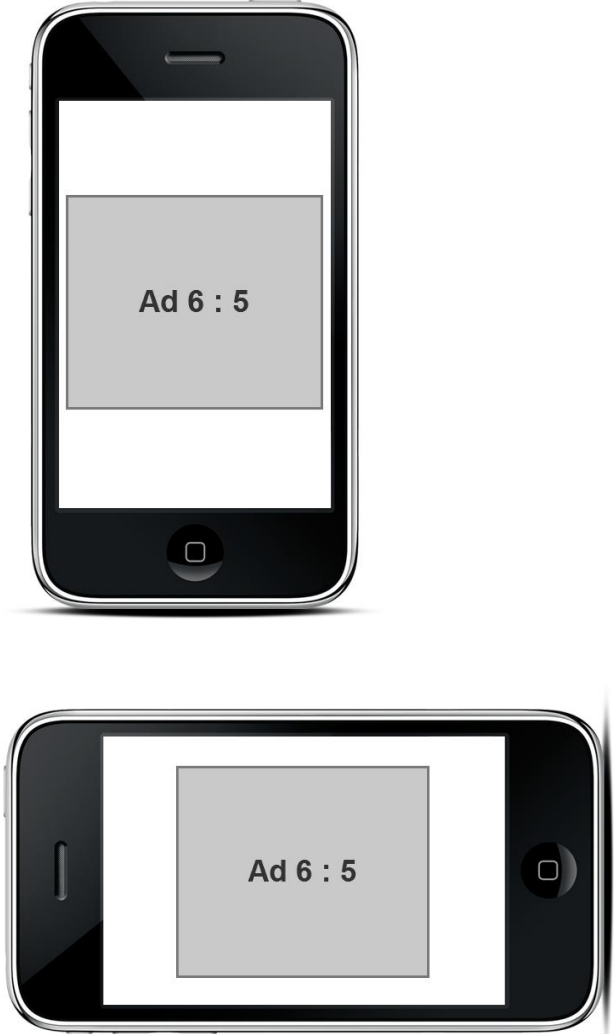
Mobile Web +Mobile App				
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	示例
iPad: 950x790 (retina 屏、横竖屏通用)	6:5	jpg, png, gif, html5	< 120 KB	
iPhone: 450x375 (retina 屏)				
GPhone: 385x320 (800x480 分辨率)				
GPad: 710x590 (1280x800 分辨率)				

此示例为 retina 屏的 iPad，其他终端示例在此不在列举。

5.2 浮动窗广告

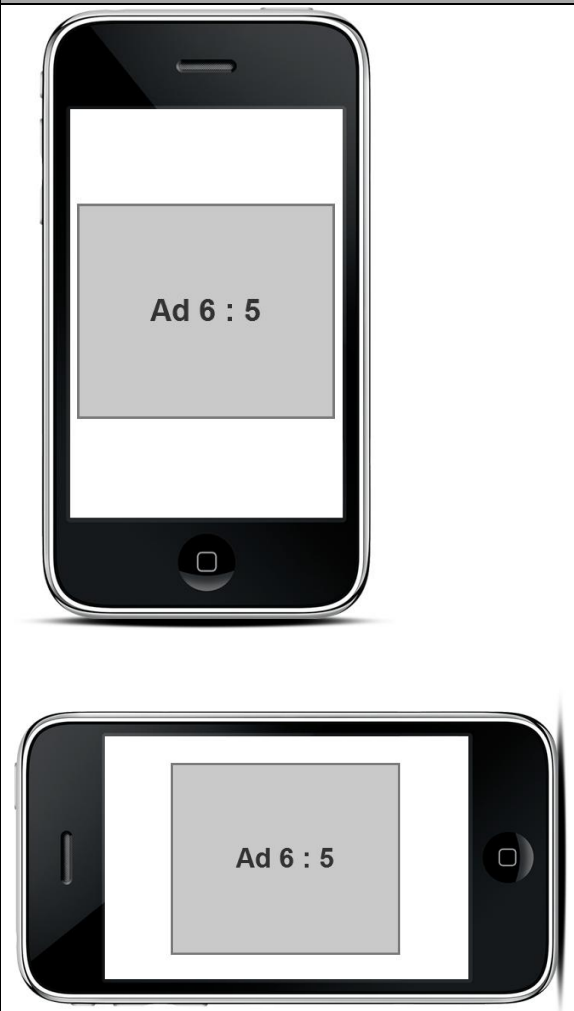
浮动在 Mobile App 或 Mobile Web 用户界面样式（布局）之上或打开新的窗口内，在不影响应用户界面内容的广告形式。

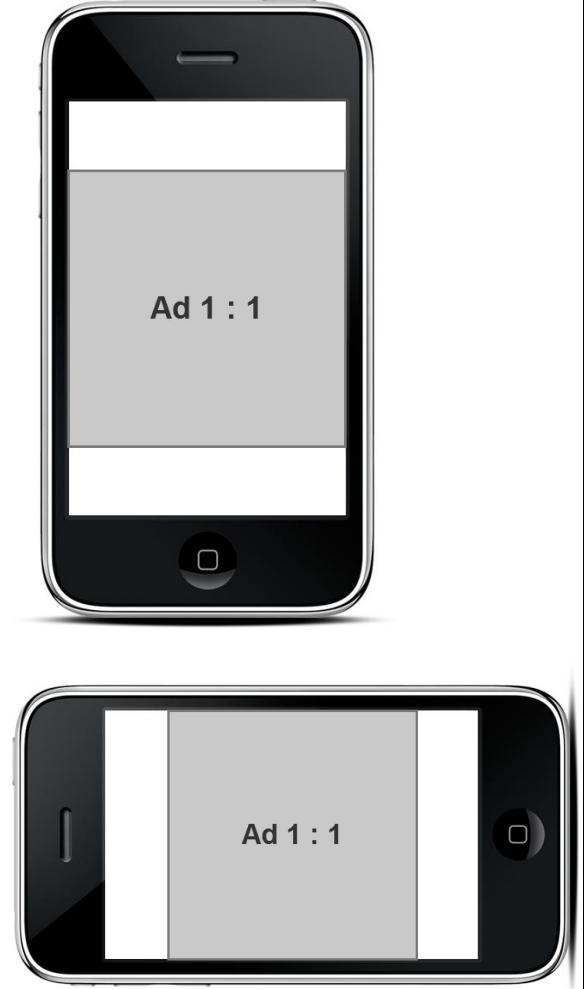

5.2.1 插页图片广告

Mobile Web+Mobile App				
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	示例
1200 x 1000 600 x 500 300 x 250 (300 x 250 兼容 IAB 的 广告标准)	6:5	1、GIF, PNG , JPEG 的静 态图片 2、Gif 的 动画图片	< 480 KB < 120 KB < 30 KB	

<p>1280 x 1280 640 x 640 320 x 320</p> <p>(320 x 320 兼容 MMAGLOBAL 的广告标准)</p>	<p>1:1</p>		<p>< 640 KB < 160 KB < 40 KB</p>	
<p>1280 x 1920 640 x 960 320 x 480</p> <p>(320 x 480 兼容 MMAGLOBAL 的广告标准)</p>	<p>2:3</p>		<p>< 960 KB < 240 KB < 60 KB</p>	

5.2.2 插页富媒体广告

Mobile Web+Mobile App						
尺寸	宽高比	媒体格式	物料大小	动画时长	视频时长	示例
600 x 500 300 x 250 (300 x 250 兼容 IAB 的广告标准)	6:5	HTML5	文件<300KB	<15s	<30s	

640 x 640 320 x 320	1:1					
640 x 960 320 x 480	2:3					

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 ; www.mmachina.cn

6.3 关于 MMA 中国移动广告规范委员会

MMA 中国移动广告规范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·移动互联网广告物料标准 V.1.2》，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。MMA 中国移动广告规范委员会由亿动广告传媒和秒针系统领导。

7 标准制作参与机构

参与本标准制定的 MMA 中国移动广告规范委员会成员包括：亿动广告传媒、精硕科技、秒针系统。

参与本标准讨论的 MMA 中国移动广告规范委员会成员包括：邑智、3G 门户、艾德思奇、艾瑞咨询、安沃传媒、多盟智胜、谷歌、邑盟、人人公司、易传媒、威朋广告、可口可乐、联合利华、百胜餐饮、PHD、好耶、安索帕、传立、凯帝珂、浩腾媒体、宏盟、伟视捷、阳狮锐奇、Airpush、架势、互动通、Tapjoy、巨流无线、友盟、哇棒、帷千动媒、掌握传媒、触控科技、传睿广告、凤凰网、网易、人民网、优酷土豆、PPTV 聚力、爱奇艺、搜狐、腾讯、中国联通沃商店、

VIVA 移动阅读平台、央视市场研究、DCCI 互联网数据中心、尼尔森、地幔、全天通、瑞丽、云适配、力美、新网迈、欧安派、点媒、电众数码、电通、科思世通、积点网络、迪尔希、飞拓、Beintoo。

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

[2] Mobile Phone Creative Guidelines
<http://www.iab.net/mobileguidelines>

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：mmachina@mmaglobal.com
官网：www.mmaglobal.com ; 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

* * *