



**MMA 中国无线营销联盟
移动视频广告投放协议 V.1.1**

2016年11月

Mobile Marketing Association China

MMA 中国无线营销联盟

目录

1 前言	4
2 适用范围与局限	5
3 术语、定义和缩略语	6
4 VAST 机制	6
4.1 VAST 工作方式	7
4.2 VAST 支持的广告形式	12
4.2.1 线性广告	13
4.2.2 伴随广告	13
4.2.3 非线性广告	14
4.2.4 广告组合 (Ad Pod)	14
5 VAST 合规性	15
5.1 广告服务器	15
5.2 视频播放器	16
5.2.1 请求 VAST 广告格式	17
5.2.2 强制约定 VAST 结构	17
5.2.3 可见曝光	18
5.2.4 广告验证服务	19

5.2.5 互动素材文件	19
5.3 VAST 格式合规	20
5.4 最低合规要求	20
5.5 Flash 和 JavaScript 浏览器安全性	21
5.5.1 针对 Flash 的 crossdomain.xml	21
5.5.2 针对 JavaScript 的 Cross Origin Resource Sharing (CORS)	22
6 通用 VAST 文档结构	22
6.1 声明 VAST 响应	22
6.2 <Ad>根节点	23
6.3 <Wrapper>节点	24
6.4 <InLine>节点	24
6.5 VAST 监测	25
6.6 <Creatives>节点	25
7 格式合规的 VAST 规范	26
7.1 线性广告格式	27
7.2 可跳过的线性广告	27
7.3 伴随广告格式	27
7.4 非线性广告格式	28
7.5 广告组合	29
8 关于我们	29
8.1 关于 Mobile Marketing Association (MMA)	29

8.2 关于 Mobile Marketing Association China (MMA China).....	30
8.3 关于 MMA 中国移动广告规范委员会.....	30
9 标准制作参与机构.....	31
10 MMA 中国标准审批程序.....	31
11 支持机构.....	32
12 参考资料.....	32
13 联系我们.....	33
14 术语词汇表.....	34

1 前言

IAB 的 Video Ad Serving Template (VAST)规范作为普适的 XML schema , 定义了视频播放器的广告投放 , 并描述了视频播放器应如何执行 VAST 格式的广告响应。

《MMA 中国无线营销联盟·移动视频广告规范 V.1.1》在 VAST 4.0 的基础上针对中国移动视频广告市场的独特性进行定制 , 并在以下两个方面针对中国市场进行了优化 :

- (1) 支持服务器端向广告服务器发出广告请求 , 获取 VAST 广告响应 ;
- (2) 支持不同码流来适配多样的网络环境。

随着移动视频领域的快速发展 , 视频媒体更多通过视频流内的广告来对其内容进行货币化。在 VAST 规范产生之前 , 业界没有一个通用的视频流广告协议 , 因此无法在不同视频播放器上进行规模化的广告投放。第三方广告投放机构为了在各家媒体私有的异构的视频播放器上投放广告 , 需要针对每个媒体、每个视频播放器定制不同的广告响应。这种方式不但成本较高 , 而且不便扩展。

VAST 提供了一个通用的协议 , 使广告投放机构只需采用一种广告响应格式即可在不同的媒体或不同的视频播放器上投放广告。IAB 于 2008 年引入了第一版 VAST , 并从那时候开始 , VAST 逐步被业界广泛采用和发展 , 目前已经更新到

第四版。VAST 4.0 对之前的版本向前兼容，增加了更多特性和更丰富的数据报告。

基于 VAST 4.0，视频媒体可以支持点播和流媒体两种模式的广告投放，也可以扩展支持互动广告，程序化购买等。各家媒体可以根据自己的业务模式而只支持部分广告投放模式。

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投放，执行和监测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视频广告投放协议以推动市场的发展。

视频广告播放器需要根据本投放协议进行升级，并遵循本文档中约定的行为。广告投放机构也需要保证其广告响应的格式正确，并遵循本文档中约定的规范。

2 适用范围与局限

本标准仅适用于移动互联网中视频广告的投放，标准定义了视频流内广告投放的

数据组合方式和沟通协议。本标准不适用于其它媒体形式或广告投放形式。

视频流内广告相关链条上的各方均能受益于本标准,视频媒体或视频广告投放机构可采用此文档作为实现相关技术的标准。

3 术语、定义和缩略语

- API : Application Programming Interface , 应用程序编程接口。
- HTML : Hypertext Markup Language , 超文本标记语言 , 用于描述网页文档的一种标记语言。
- HTTP : Hyper Text Transfer Protocol , 超文本传输协议 , 互联网常用的数据传输协议。
- JavaScript : 一种网页开发常用的脚本编程语言。
- 广告请求 : Advertisement Request , 由用户的移动终端向广告平台发送请求广告的行为。
- 广告展示 : Advertisement Impression , 根据用户的请求 , 广告平台向用户移动终端发送广告素材 , 并在用户的移动终端上进行一定时间的展示。
- VPAID: 视频播放器广告接口定义(Video Player-Ad Interface Definition)。

4 VAST 机制

通过浏览器投放的在线广告 , 广告展现和广告数据监测均可通过 HTML 在不同

网络和服务器间传递数据。但视频广告是通过视频播放器来投放和展现，因此无法采用 HTML。不同视频播放器的实现基于不同的技术方案，如果广告投放机构要对不同的视频播放器投放广告，则需要根据不同的技术方案开发广告 Tag。

VAST 定义在广告服务器和广告播放器之间传递广告数据的统一方式。如同 HTML 使浏览器能展现任意网站的内容，VAST 则使视频播放器能呈现任意视频广告服务器投放的广告。

只要视频播放器能请求和解析 XML 文档，VAST 则可对其投放视频广告。VAST 独立于设备或平台，支持以下场景的视频广告投放：

- 网页内的视频播放器
- 针对移动端优化的网页内视频播放器
- 移动应用内的视频播放器
- 互联网电视的视频播放器
- IPTV 或机顶盒的视频播放

4.1 VAST 工作方式

尽管 VAST 最初用于视频广告的标准广告响应，但现在已经涵盖了视频播放器处理广告响应的一系列相关要求。最新版本的 VAST 对这些要求进行形式化定义，对视频播放器应如何展现和数据跟踪 VAST 广告提供了相关规范。

4.1.1 客户端广告投放

VAST 支持的广告投放过程包括视频播放器请求视频广告，显示 VAST 响应，并将广告展现和其他事件相关的数据传回服务器。这个过程可能发生在视频播放器和单个广告服务器之间，也可能发生在视频播放器和多个广告服务器之间。

为了提供更好的用户体验，避免视频播放器与多个广告服务器之间来回传输数据导致的延迟，减少用户的缓冲等待时间，本协议对 VAST 进行了增强，针对中国移动视频广告的独特性进行了优化，支持视频媒体的后端服务器对第三方广告服务器发出请求，并接收 VAST 广告响应，从而最终将广告数据传递给前端视频播放器。

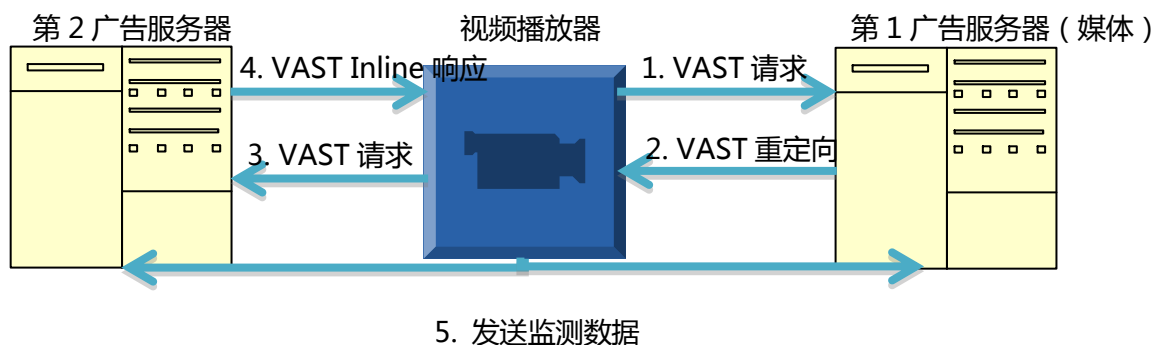
当广告直接从媒体的广告服务器发送到视频播放器，VAST 广告投放过程如下：



1. VAST 请求：视频播放器对广告服务器发出请求
2. VAST 响应：广告服务器返回 VAST 响应，包含所有的媒体文件和监测 URL
3. 发送监测数据：监测事件发生时，视频播放器向监测 URL 发送请求

在上述场景中，只涉及单个广告服务器。VAST 的优点在涉及多个广告服务器时越发明显。

下图描述了包含两个广告服务器时的广告投放流程：



1. VAST 请求：视频播放器向第一广告服务器（媒体）发送广告请求；
2. VAST 重定向：在广告创建时，广告主（可能是广告代理或广告网络）会提前提供一个 VAST Wrapper 来标识第二广告服务器上的资源。下面是 VAST Wrapper 的示例片段：

```
<VAST><Ad><Wrapper> ...
<VASTAdTagURI>
```

```
http://SecondaryAdServer.vast.tag
```

```
</VASTAdTagURI>
```

```
...</Wrapper></Ad></VAST>
```

3. VAST 请求：解析 VAST 响应以后，视频播放器利用其中包含的 URL 向第二广告服务器发送请求；

4. VAST inline 响应：第二广告服务器返回 VAST 响应，包含展现广告所需的所有必要信息。示例如下：

```
<VAST><Ad><InLine>
```

```
...
```

```
</InLine></Ad></VAST>
```

5. 发送监测数据：当广告的特定事件发生时，视频播放器向指定的监测 URL 发送通知。

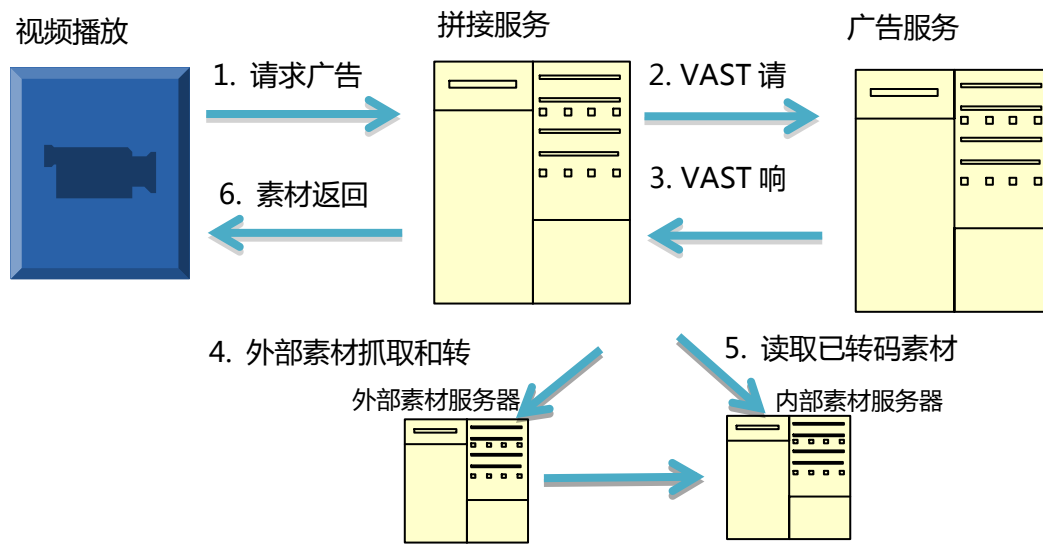
上述场景包含了两个广告服务器。广告投放场景非常容易拓展到两个以上的广告服务器。第二个广告服务器可以再次返回一个 VAST Wrapper，指向另外一个广告服务器。但是最终链条上的广告服务器需要返回一个 VAST Inline 响应。

4.1.2 服务端广告投放

在流媒体广告展示中，需要动态地在视频流中插入视频广告。由于流媒体播放器的能力限制，有可能无法直接向广告服务器发起 VAST 请求和广告监测。这时候

就需要由流媒体服务端，作为一个代理，来实现向广告服务器发起 VAST 请求，然后把广告和视频内容拼接成一个流，返回给播放器。这个过程也称为广告拼接。

典型的广告拼接流程如下：



1. 播放器向广告拼接服务器发起广告请求；
2. 广告拼接服务器向广告服务器发起 VAST 请求；
3. 广告服务器返回 VAST
4. 广告拼接服务器解析 VAST 中的素材的全局广告 id (UniversalAdId), 判断素材是否已经存在。如果素材不存在，就会根据 Mezzanine 下载原始的高清素材文件，并转码成播放器可以兼容的格式。示例如下：

<Creative>

<UniversalAdId> </UniversalAdId>

...

<Linear>

<MediaFiles>

<Mezzanine> </Mezzanine>

</MediaFiles>

</Linear>

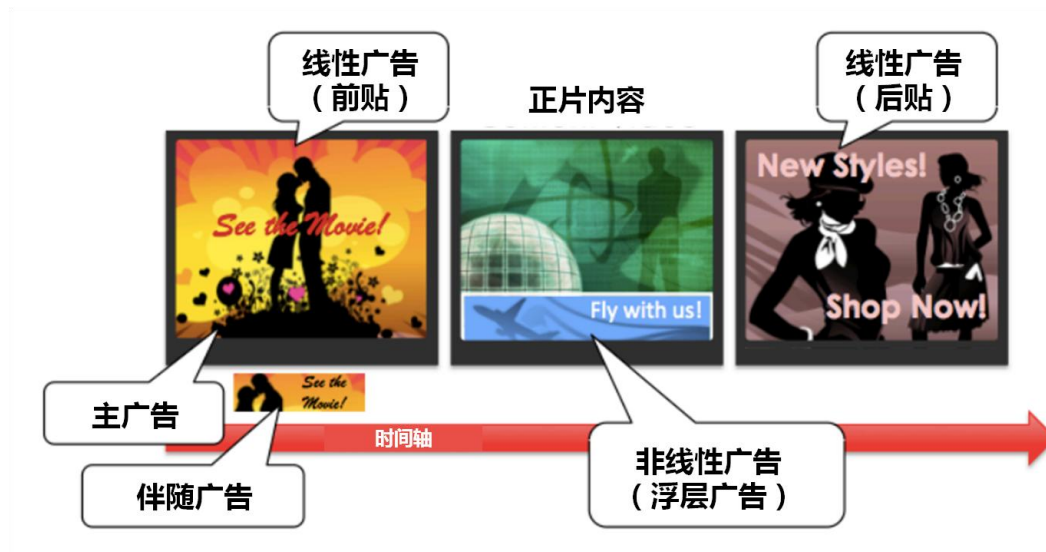
</Creative>

5. 如果素材已经存在，并经过转码，直接选择这个素材；
6. 把转码完成的广告素材拼接成视频流里返回给播放器。

4.2 VAST 支持的广告形式

视频流内的广告可能是一个视频片段，在正片内容播放之前、之后或中间进行播放，这被称为线性广告；或者广告形式可以是一个图片广告，在正片内容播放过程中覆盖在视频内容之上，这被称为非线性广告。

下面更详细地对线性和非线性广告形式进行描述。



4.2.1 线性广告

线性广告通常是一段视频，但也可能包含静态图片，并沿着正片内容的时间线串行播放。播放时间可以是正片之前（Pre-Roll）、正片之中（Mid-Roll）或者正片之后（Post-Roll）。在其他技术支持下，例如 VPAID，线性广告的持续时间可能根据用户的交互而有延长。

4.2.2 伴随广告

伴随广告跟随线性广告和非线性广告一起投放，但是展现在视频播放框之外。伴随广告在视频广告结束后能在界面上继续留存展现，从而能更好地触达用户。伴随广告通常展现为旗帜广告或富媒体广告，也可能是包在视频播放框外面的皮肤广告。伴随广告可以是一个或多个。

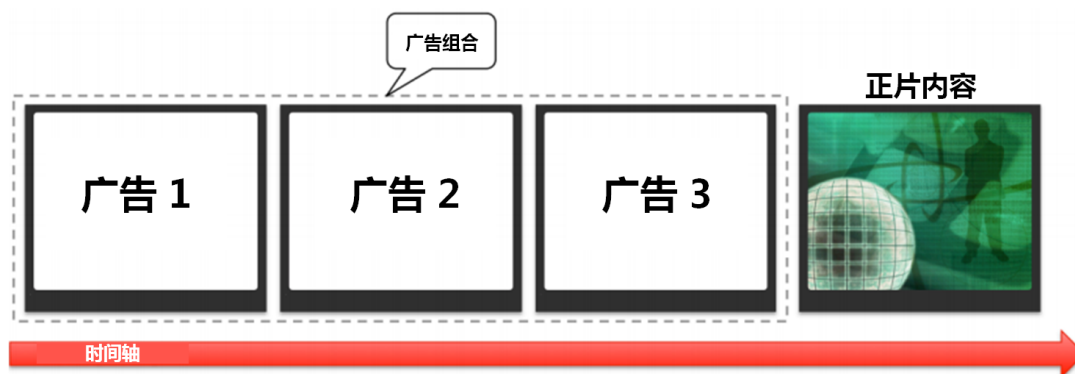
4.2.3 非线性广告

非线性广告通常是图片广告（也称为浮层），并在视频播放过程同步展现在正片之上。非线性广告一般覆盖正片顶部或底部的五分之一内容，以文字或静态图片形式展现 10-20 秒。

利用其他技术方案，例如 VPAID，非线性广告可能具有互动性，并可能暂停正片内容来播放更多广告信息。但通常只允许用户触发后才发生这种交互。

4.2.4 广告组合 (Ad Pod)

广告组合是指一系列连续的线性广告。下图表示包含三个广告的广告组合，在正片内容之前逐个播放。广告组合可以在正片之前、中间或之后播放，如同电视广告一样包含多个广告位。



5 VAST 合规性

VAST 定义了广告响应的格式以及视频播放器处理响应的方式。为了保证 VAST 的有效性，广告服务器和视频播放器均需要采用本标准定义的规范。

通常来说，视频播放器只需接收其真实请求的广告，然后以期望的格式展现。例如，视频播放器请求了非线性广告，但收到了线性广告，那么视频播放器无需展现该线性广告。同样的，如果请求了标准线性广告，却收到了可跳过的线性广告，那么视频播放器也无需展现可跳过广告，更无需以线性广告的形式展现该可跳过广告。

5.1 广告服务器

VAST 合规的广告服务器必须能发出符合 VAST XML schema 的广告响应。广告服务器需要能在视频播放器解析和执行 XML 广告响应后，继续接收后续的广告

监测和错误反馈。

在程序化购买中，参与方常常会用 VPAID 作为一个广告加载器返回给播放器。VPAID 会占位，并向参与方发起请求。但这时如果参与方没有按照播放器预期正常返回广告，就会造成媒体方的库存浪费。为了媒体方有足够的时间提前请求备选广告，来应对这种广告推送被参与方退回而造成的浪费，需要服务端在响应中声明这是一个可退回的广告。VAST4.0 中在 <Ad> 节点上增加了 conditionalAd 属性。广告服务器需要在 VAST 响应中 根据广告是否可能退回，正确设置这一属性。

5.2 视频播放器

VAST 合规的视频播放器必须能根据 VAST 广告响应和视频播放器声明支持的广告格式正确展现 VAST 广告，包括：

- 正确呈现广告内容；
- 遵循广告服务器 VAST 响应的指令，以及在 VAST Wrapper 系列响应链条上所有其他广告服务器的指令；
- 对支持的用户交互进行响应；
- 发送广告监测数据至广告服务器；
- 支持 XML 规范，包括标准注释语法。(<!--comment-->)

5.2.1 请求 VAST 广告格式

VAST 4.0 中有些广告格式不作为 VAST 合规的强制要求。媒体需要声明支持哪些广告格式，广告播放器也需要在请求广告时声明支持哪些广告格式。VAST 未明确定义具体的声明机制。

5.2.2 强约定 VAST 结构

VAST 协议鼓励媒体对广告素材和广告格式设置合理的约束，例如文件大小、视频类型、伴随广告的规范等。广告主在建立广告投放之前也需要与媒体沟通相应的约束条件。

但是，如果媒体要求 VAST 广告响应只含有符合他们要求的信息，那么 VAST 提供的跨平台广告投放优势就失去了。

例如，VAST 支持广告服务器在广告响应中包含多个媒体文件，分别对应不同的视频播放器。每个视频播放器只需解析 VAST 响应来获取符合要求的媒体文件。这种 VAST 响应能跨多个视频播放器投放广告，而无需任何修改。

但是如果某个媒体强制要求 VAST 响应只包含合乎其要求的元素，那么这种 VAST 响应就只能发送给该媒体和其他刚好有同样要求的媒体。

强制约定 VAST 结构剥夺了广告服务器创建动态 VAST 响应来满足大范围需求的能力，也同样限制了 VAST 的优点。尽管 VAST 规范并不禁止媒体对 VAST 结构进行强制约定，但不鼓励这种做法。相反，媒体应该考虑接受任意包含了必要信息的 VAST 响应，并忽略其不支持的细节。

5.2.3 可见曝光

VAST4.0 引入了可见曝光 作为媒体监测的可选项。支持可见曝光的媒体播放器，可以通过 <ViewableImpression> 节点获取广告的可见曝光监测地址。

可见曝光可以分为 3 种具体的情况，分别有一条独立的监测地址：

可见：<Viewable>

不可见: <NotViewable>

无法确定:<ViewUndetermined>

可见曝光的发送标准由供给方(媒体)和采购方协商决定 ,如果没有具体的协议，以 MRC 委员会的可见曝光指导意见为准。

5.2.4 广告验证服务

VAST4.0 新增了对广告验证的支持。播放器应该去检查<AdVerifications>节点下的检验代码，并尝试执行。如果无法执行，上报错误。每个验证方有一个<Verification>节点，支持多家验证方。每个<Verification>节点包含<JavaScriptResource>和<FlashResource>，通常检测方会设置两者之一。<ViewableImpression>是供验证方检验可见曝光的监测地址，播放器不需要处理。示例如下：

```
<AdVerifications>
  <Verification>
    <JavaScriptResource> </JavaScriptResource>
    <FlashResource> </FlashResource>
    <ViewableImpression> </ViewableImpression>
  </Verification>
</AdVerifications>
```

5.2.5 互动素材文件

VAST4.0 要求<MediaFile>节点只能包含视频媒体文件。而类似于 VPAID 这样具有 API 接口的互动式广告素材由<InteractiveCreativeFile>表示。

5.3 VAST 格式合规

VAST涵盖了多种独特的视频广告格式，但是广告投放机构和视频媒体未必能支持所有的格式。例如，有些供应商只支持带伴随广告的线性广告，有些媒体只支持非线性广告。

VAST 4.0定义了五种广告格式，视频广告投放机构可以支持这些广告格式的子集，并仍然保持VAST合规。

VAST合规的格式包括如下：

1. 线性广告
2. 非线性广告
3. 伴随广告
4. 可跳过的线性广告
5. 广告组合

5.4 最低合规要求

如果某个组织要满足VAST合规，不管声明支持哪些VAST格式，其所有的广告服务器和视频播放器需要针对以下普适VAST功能满足合规要求：

1. Inline和Wrapper广告，支持多个广告投放供应商；

2. 监测事件
3. 错误上报
4. 行业标志

在对接任何VAST合规的技术时，可以期待上述功能都能正常支持。

5.5 Flash 和 JavaScript 浏览器安全性

现代浏览器禁止 Adobe Flash 和 JavaScript 运行环境跨域获取数据。由于 VAST 响应通常来自第三方服务器，所以需要采取相应的措施。

5.5.1 针对 Flash 的 crossdomain.xml

为了使 Flash 视频播放器接收 VAST 响应，广告服务器需要在其 HTTP 根目录下提供 crossdomain.xml 文件。例如，adserver.com 需要提供如下文件：

<http://adserver.com/crossdomain.xml>

Flash 视频播放器会在接收数据时自动检查该服务器的根目录。

该文件包含的信息如下：

```
<cross - domain - policy>  
  
<allow - access - from domain=" *" >  
  
</cross - domain - policy>
```

Domain 属性为*，表示任意 Flash 视频播放器均可从该服务器获取数据。

更多信息可参考：http://kb2.adobe.com/cps/142/tn_14213.html！

5.5.2 针对 JavaScript 的 Cross Origin Resource Sharing (CORS)

为了使 JavaScript 能接收 VAST 响应，广告服务器需要在 http 头包含 CORS，示例如下：

Access - Control- Allow- Origin: <origin header value>

Access - Control- Allow- Credentials: true

这些 HTTP 头能使广告播放器读取任何广告服务器的 VAST 响应。

Access-Control-Allow-Origin 的值需等于广告请求中 Origin 头的值。

将 Access-Control-Allow-Credentials 头设为 true，可保证 cookie 能正常发送和接收。

更多信息可参考：<http://www.w3.org/TR/cors>！

6 通用 VAST 文档结构

VAST 合规的广告响应是格式良好的 XML 文档，需要遵守标准的 XML 规范。而且广告响应必须通过 VAST 4.0 XML Schema Definition 的 schema 校验。

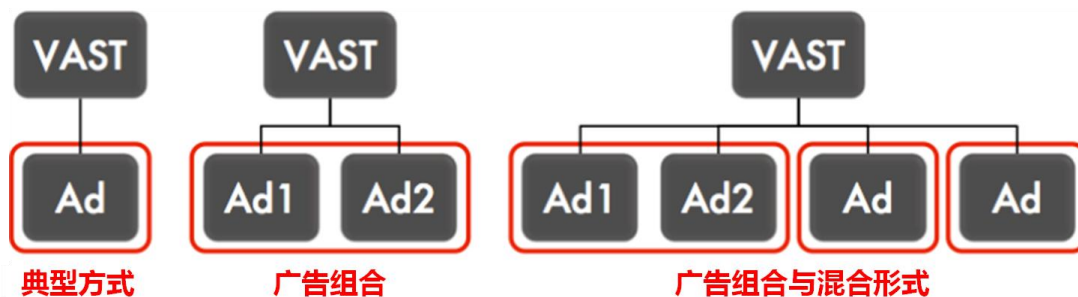
6.1 声明 VAST 响应

所有的 VAST 响应遵循相同的结构。示例如下：

```
<VAST version=" 4.0" >  
<Ad>  
<!--ad details go here -->  
</Ad>  
</VAST>
```

6.2 <Ad>根节点

<VAST>节点内包含一个或多个<ad>节点。<ad>节点包含了视频播放器用于展现和跟踪广告创意的所有信息，并常常与投放合同中的某个资源位相关联。一个 VAST 响应可包含多个广告，下图描述了<ad>节点在 VAST 响应中的表现形式。

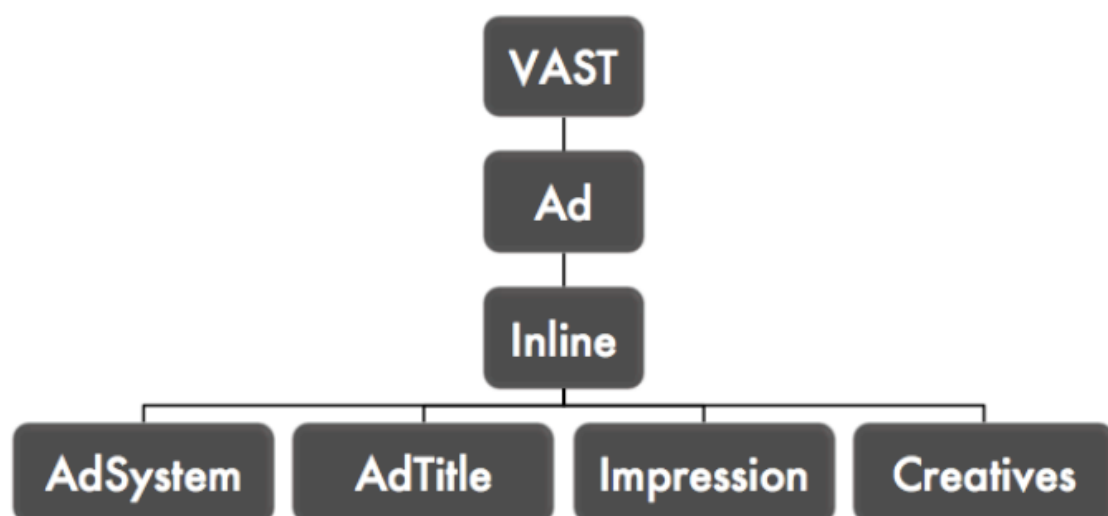


6.3 <Wrapper>节点

<Wrapper>节点包含一个 URI，指向第三方广告服务器。目标广告服务器或者返回包含<InLine>节点的 VAST 响应，或者返回包含另一个<Wrapper>节点的响应，指向另一个广告服务器。最终，链条中最后一个广告服务器需要包含展现广告所需的所有信息。

6.4 <InLine>节点

链条上最后一个广告服务器包含<InLine>节点。<InLine>节点内的各个元素提供了展现广告所需的各种文件和 URI。<InLine>节点内必须包含的元素有<AdSystem>，<AdTitle>，<Impression>，<Creative>。



6.5 VAST 监测

VAST 响应中包含一组监测相关的元素，对 VAST 广告的监测可通过这些监测元素完成。每个监测元素包含一个指向特定资源文件的 URI。该资源文件通常是一个 1x1 的透明像素点，广告服务器接收到请求该资源文件时则记录一次相应的事件。

6.6 <Creatives> 节点

<Creatives> 节点可包含不同的广告形式，例如线性、非线性、伴随广告等。相同的广告形式也可包含多个不同技术格式的 Creative，从而用户的设备或视频播放器可选择最合适的文件进行播放和展现。但不管 Creative 的种类和数量有多少，这些创意文件应该都对应同一个概念上的创意，包含相同的视觉内容。

为了更好的用户体验，同一段视频可能被编码为不同的码流，从而保证用户在各种网络环境下都能获取最好的播放体验，因此本标准针对中国移动视频广告投放的情况补充了相同创意，不同码流的情况。目前实践中广告素材通常保存在媒体的服务器上，第三方广告服务器将广告素材上传到媒体服务器，媒体服务器

会进一步将素材转码为多条码流，例如高清、标清、极速等。第三方广告服务器返回的 VAST 响应只需包含创意 ID，即<Creative>节点的 id 属性，而不要求提供准确的 URI。准确的播放 URI 由媒体根据用户的实际网络情况和用户的偏好进行适配。

7 格式合规的 VAST 规范

视频播放器在保持 VAST 合规的同时可根据需要决定支持哪些视频广告格式。视频播放器可选择下述五种 VAST 广告格式：

- 线性广告 (Linear Ads)
- 可跳过线性广告 (Skippable Linear Ads)
- 伴随广告 (Companion Ads)
- 非线性广告 (NonLinear Ads)
- 广告组合 (Ad Pods)

不同的广告格式需要在 VAST 响应中包含不同的节点和属性。下表总结了各种广告格式及其属性。在系统实现时可根据下表快速识别 VAST 响应中的广告格式。

VAST 广告属性	VAST 广告格式				
	线性广告	伴随广告	可跳过广告	非线性广告	广告组合
<Ad> (no sequence)	√	√	√	√	
<Ad sequence= "n" >					√
<Linear> (no skipoffset)	√	√			√
<Linear skipoffset = "HH:MM:SS" >			√		
<NonLinearAds>		√		√	
<CompanionAds>		√			

7.1 线性广告格式

视频广告行业中最常见的是线性广告，即广告展现的区域与正片内容一致，但是展现的时间可以是在正片之前、中间或之后。

7.2 可跳过的线性广告

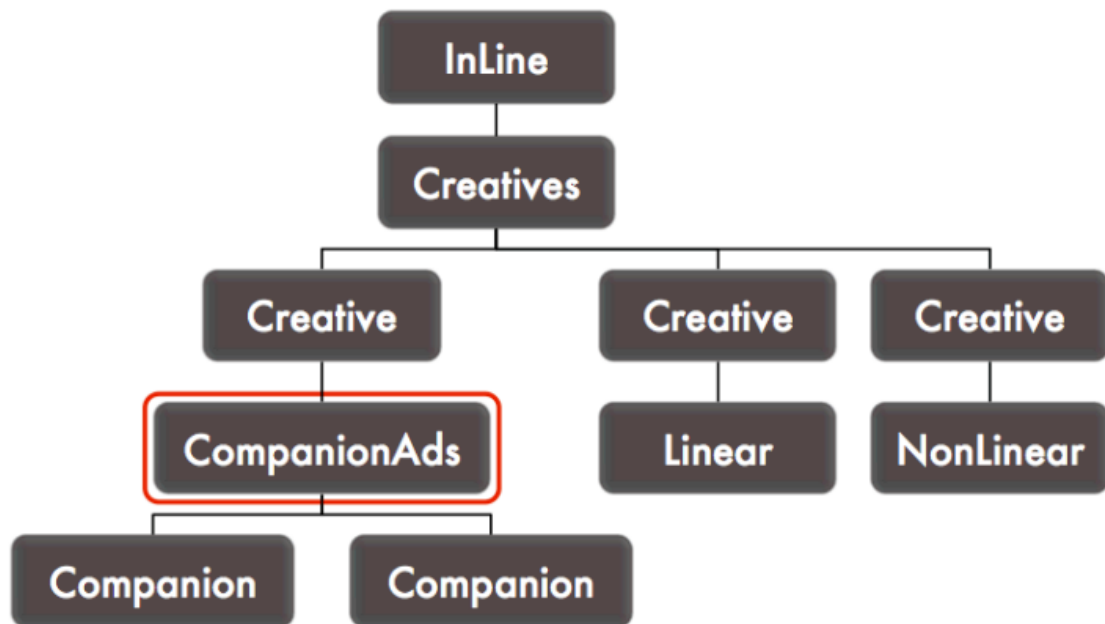
在展现可跳过的线性广告时，通常在固定几秒钟以后，用户可选择是否跳过。可跳过广告提供了更加的用户体验，更低的跳出率，并且媒体和广告主可基于广告的播完情况进行协商费用。

7.3 伴随广告格式

伴随广告展现在播放框之外，常常与前贴片一起投放，所以也称为“前贴片伴随”。

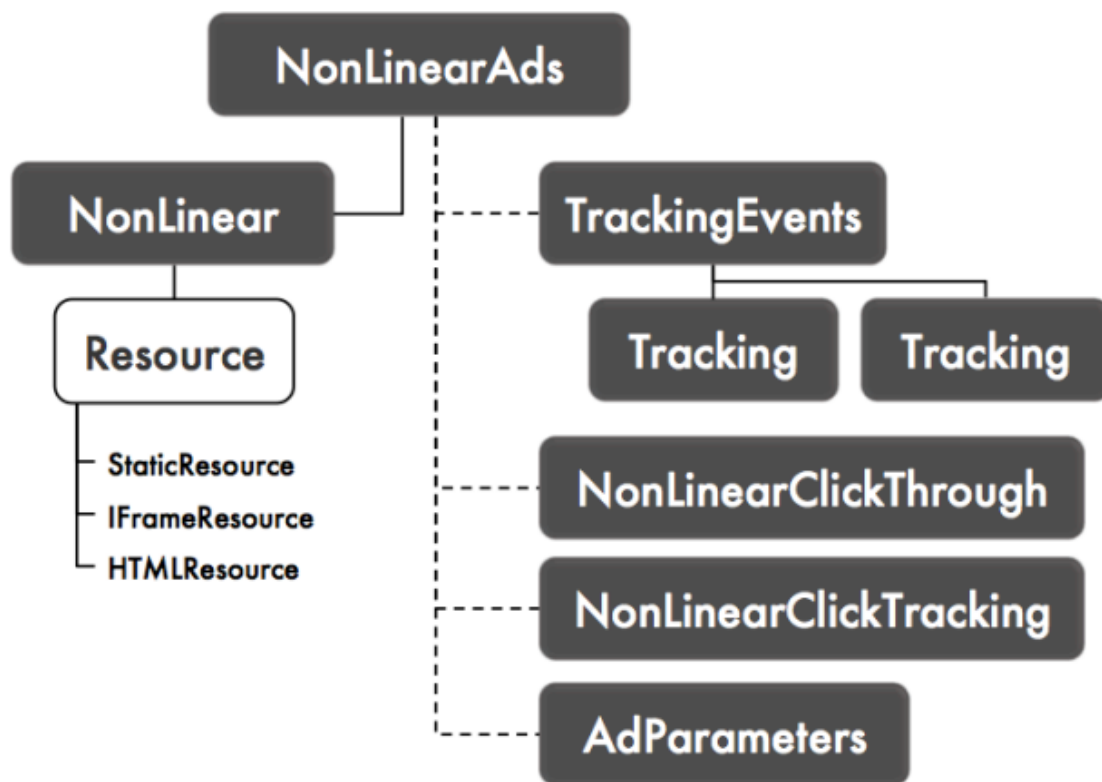
VAST 4.0 及之后，VAST 合规的视频播放器可选择是否支持这种格式。

下图描述了包含线性广告和伴随广告的 VAST 结构：



7.4 非线性广告格式

非线性广告（也称为“浮层”）不会打断正片内容，而是在正片播放时展现于播放区域的底部或顶部。下图描绘了非线性广告的 VAST 结构：



7.5 广告组合

广告组合是指一组前后连续播放的线性广告。电视上的商业广告即为这种形式的例子。广告组合通常用于长视频，以营造跟电视端相同的广告体验。

8 关于我们

8.1 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。

8.2 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

8.3 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 API 监测标准 V.1.1》,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。

9 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：

爱奇艺、亿动广告传媒。

参与本标准讨论的 MMA 中国移动广告规范委员会成员包括：AdMaster、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、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、帷干动媒、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、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、秒针系统、阿里、AdBug、触宝、蓬景数字、魅媒思、臻科广告、Amplifi / Amnet、仟传、实力传播、In、云联科技、新生代、嘉道、Zenith、宽通、乐视、新浪、筷子科技、品友。

10 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。

11 支持机构

待定。

12 参考资料

[1] Mobile Marketing Association

www.mmaglobal.com

[2] Mobile Rich Media Ad Interface Definitions (MRAID)

www.iab.net/mraid/

[3] Mobile Rich Media Ad Interface Definitions (MRAID) v.1.0

www.iab.net/media/file/IABMRAIDVersionOnefinal.pdf

[4] Self Regulatory Principles for Online Behavioral Advertising
Implementation Guide 2009

www.iab.net/media/file/ven-principles-07-01-09.pdf

[5] Digital Video Ad Serving Template (VAST) specifications

[http://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/04/VAST4.0_Update
d_April_2016.pdf](http://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/04/VAST4.0_Update_d_April_2016.pdf)

13 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：sammi.gong@mmaglobal.com



MMA 中国无线营销联盟
移动视频广告投放协议 v.1.1

官网：www.mmaglobal.com；www.mmachina.cn

14 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

* * *