



短视频平台政策&规则汇总

微播易-媒介部/商业运营

2019.3

CONTENTS



1、抖音



2、快手



3、B站



4、小红书



5、美拍



6、微博



/01

抖音平台

抖音星图开户&下单

一、开户

- 新客户投放，需要联系抖音直客销售为客户生成注册链接，完成账号注册并绑定微播易账户下单，开通时长1-2天，第一联系人@郭玲，第二联系人@王霆。
- 开户需客户提供：与品牌主公司营业执照一致的主体名称。
- 禁投行业及产品请参考：http://ad.toutiao.com/academy/help/?category_id=6576854386096472071。
- 极少部分销管名单客户，抖音强制要求搭配硬广投放，硬广与达人配比10:3，具体以开户反馈结果为准。

二、下单

- 星图平台报价分为【1-20秒】和【21-60秒】两档价格，需要沟通清楚客户需求，按对应时长下预约。
- 星图固定每月1日调整价格，如需求沟通跨月需提前对客户做出预警或提醒客户于当月完成下单。
- 平台下预约订单时，下一个订单即可，应约报价为一口价，包括达人星图实时价格、授权、全平台分发及线下差旅等费用，无需拆分订单。
- 目前，星图平台服务商由【必选】变为【可选】，星图下单时无需再选择服务商；如客户指定服务商，会导致价格溢出10%。



抖音星图合作注意事项

三、注意事项：

- 1、星图直发视频：官方不建议安排直发视频，但目前达人同意、且不违规的条件下可以下单，要求如下：
 - 只能安排一个达人发布，多个达人发布同一或类似视频，后发的视频会被判搬运，导致后发的视频被屏蔽，无法放出。
 - 一般视频按星图正常流程下单，脚本、视频需线上审核，审核通过后方可发布；若视频中含有影视剧、明星等镜头画面，需要提供相关授权，此种情况下单前可联系@郭玲，先与官方确认可下单后，再进行下单。
- 2、抖音直播目前未商业化，无法走星图，暂时只能线下跟达人沟通合作。
- 3、星图现在实行线上审核，审核周期在1个工作日左右，请协调客户和达人提前确认并上传视频，无法线下催审核进度。
- 4、星图达人购物车挂客户商品链接，需满足以下条件：
 - 达人开通了橱窗；
 - MCN和达人同意挂链接；
 - 目前仅支持挂淘宝和天猫的链接，不能挂京东的链接；
 - 符合达人视频购物车规范。

抖音星图合作注意事项

●达人视频购物车规范：

(1) 达人视频「购物车」命名

原则：以描述商品本身属性为目的，保证购物车与视频中展示的商品具有相关性。

购物车不合规命名：

- ◆购物车名称与视频中商品本身无关，粉丝无法直接认知商品本身；
- ◆标题党：点击领红包、点击参加抽奖、点击看美女；

正面案例：

- ◆包含商品品牌+商品名称
- ◆仅包含商品名称

(2) 内容电商视频营销规范

①版权法律风险

- ◆不能使用未授权的第三方的名字、logo、形象、图片、音频、视频等；
- ◆不能使用抖音平台不能出现的艺人、红人相关素材；
- ◆不可使用未授权的影视剧、综艺片段等素材；
- ◆不可搬运站内外视频；

注：若购物车链接或视频中，含有上述需授权的信息，下单前需先联系@郭玲，跟官方确认是否可下单，确认后再进行下单。

抖音星图合作注意事项

②未成年风险

- ◆ 未成年不可开放电商购物车功能；
- ◆ 未成年不能作为代言人拍摄商业营销内容；
- ◆ 未成年可参与营销视频的拍摄，但不能单独出境；
- ◆ 高风险行业（食品、美妆、游戏、酒水、医疗、OTC药品、医疗器械、皮草等）严禁出现任何未成年人相关元素；

③电商相关性

视频和商品须保持一定的相关性，如果不满足以下条件中的任意一项，可下架商品

- ◆ 商品在视频中出现；
- ◆ 商品为视频中人物、画面的衍生ip产品，比如动漫ip的商品为自己的周边；
- ◆ 视频中提及商品或商品当中的信息；
- ◆ 视频展示出商品产生的效果，如商品为手机广角镜头，视频为手机广角镜头拍摄出的画面；
- ◆ 其它弱相关场景；

抖音星图合作注意事项

(3) 视频购物车「商品信息审核」

①商品标题

- ◆ 商品标题中各商品属性内容应客观真实，且与实际商品和商品详情页相关联；
- ◆ 商品标题中禁止使用“国家级”、“最**”、“第一”等夸大或误导性的极限词；
- ◆ 商品标题不得重复关键词或出现无关的关键词；
- ◆ 预售商品需在标题里注明具体发货日期；

②商品主图

- ◆ 图片需清晰展示商品，容易辨识；
- ◆ 第一张主图必须为商品主体正面实物图，其余辅图需包含侧面、背面、平铺及细节等；
- ◆ 商品图片和详情中不得进行与商品信息无关的描述，比如出现外部网站的联系账号、二维码等广告信息；
- ◆ 主图图片不能过分暴露；
- ◆ 禁止展示集合页；
- ◆ 至少上传5张；

抖音星图合作注意事项

③商品详情

- ◆ 商品详情需如实描述，不得含有虚假、夸大的内容，应确保描述内容符合批准的功能功效或与商品实际功能一致，相关信息发生变更时，应当及时更新展示内容；
- ◆ 商品图片和详情中不得进行与商品信息无关的描述，比如出现外部网站的联系账号、二维码等广告信息；
- ◆ 详情图片不能过分暴露；
- ◆ 禁止展示集合页；

(4) 确认购物车可挂链接后，需跟官方走报备流程：

销售需提前发购物车挂链接的需求邮件给媒介，抄送@郭玲、@王霆、@雷华；

邮件包含以下内容：品牌名称、店铺链接、商品链接、项目名称、合作预算、上线档期、合作达人。

抖音星图审核规范

一、星图视频审核规范：

- 1、限制联系方式：**不可出现联系方式、微信号、二维码、链接、地址等元素等诱导用户跳转的信息。
- 2、限制低质营销：**不可长时间（不能超过总体时长的1/3）主体展示商品、产品、品牌、logo、app界面等。
- 3、限制招揽信息：**不可出现具体的促销活动、打折满减、优惠券、价格等无法核实真伪的招揽信息。
- 4、限制恶性引导：**不可出现抽奖、赢奖品、送红包、送实物奖品等类似无法核实真伪的活动。
- 5、限制未成年：**未成年不能作为代言人独立拍摄商业营销内容。
- 6、限制虚假宣传**
 - 推广内容不得使用“国家级、世界级、第一、顶级、绝对、驰名商标、纯植物提取”等绝对性用语。
 - 涉及食品的推广内容不得使用虚假性、夸大性、明示或暗示有治疗作用、带有封建迷信色彩的用语。
 - 涉及化妆品的推广内容不得使用医疗术语以及明示或暗示有治疗作用的词语，不可保证效果。
 - 涉及交友、视频的推广内容不得使用大尺度，身体部位过度暴露、姿势暧昧等内容。
 - 推广内容中禁止以“评比，排名”等名义，推销产品。
 - 推广内容不得涉及半永久、祛痘、整容整形等隐含动刀性质的医美类内容。
 - 不得引用第三方的负面信息，不得进行攻击、贬低、诋毁以及对比性评价。
 - 推广内容不得涉及“一元购、一元抢、一元买、夺宝”等名义，推销高价值类产品。
 - 不可以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者，如根本不存在的产品。

二、星图社区内容规范

- 不能涉及国家领导人、公检法军、国家机关、国徽国旗等形象或词语。
- 不能涉及社会负面事件、热点事件、敏感事件、红歌军歌、革命烈士等。
- 不能涉及邪教宗教、封建迷信、反动组织等相关元素。
- 不能涉及违法违规、低俗色情、血腥恐怖、危险行为、博眼球等相关元素。
- 不能出现违反公序良俗、社会价值观相关元素，如低俗、出轨、家暴、炫富、歧视、引战、抽烟、脏话、整蛊、恶搞、虐待等。
- 尊重版权，推广内容不得使用侵犯第三方合法权益的元素（包括文字、图片、视频、创意等）。
- 不能出现危害未成年或残疾人身心健康的内容。
- 不能出现其它抖音平台认为不适合出现的推广内容。

抖音星图违约判单规则

星图合作违约管理规则：

- 1.达人上传脚本前，取消任务无需支付任务金额；
- 2.达人上传脚本后，取消任务需要支付任务金额的10%；
- 3.达人上传视频后，取消任务需要支付任务金额的*50%；
- 4.客户完成两次视频反馈后（即驳回两次后），取消任务需要支付任务金额的*100%。

注：为避免星图达人执行过程中或执行完成后出现纠纷，需严格按照星图流程执行，有问题先沟通客户和达人解决，沟通不了按星图判单规则执行。



/02

快手平台

快接单开户 & 价格

1. 开户

- (1) 一个广告主ID仅可绑定一家服务商，同一个广告主的不同产品需对应多个广告主ID；
- (2) 开户资质需提供：加盖公章的营业执照、网站链接、产品名称、ICP、注册快手的手机号、快手号密码；
- (3) 准入标准详见：<https://yiqixie.com/s/home/fcAC33y0SsGkHbE68eZyCDkG1>；
- (4) 目前仅支持添加天猫/淘宝、有赞品牌落地页链接，不支持添加 App 下载链接，如需添加推广链接，请在开户时一同申请。
- (5) 任何祛斑、祛痘、美白、生发、去狐臭等特殊功效类产品不予开户投放。
- (6) 已开户的相关功效产品，如需继续投放，视频内容、视频文案及落地页链接内不得出现美白、祛斑、祛痘等相关词汇（擦边文案也不可，如：淡化斑点/修复痘印等）。
- (7) 关于开户有任何问题，请联系@雷华；

2. 快接单价格构成

快接单平台整合网红发布费、税费、第三方支付费用，统一展示对外发布价格，具体价格咨询媒介经理查询。



高峰发布费&置顶服务

1、高峰发布费

- 1) 快接单平台将在下单支付时预收一笔高峰发布费；
- 2) 发布时间在【每周五凌晨0:00-周日晚23:59】的订单，结算时此费用会确认扣除，给到平台；非高峰期发布则不收取，于5个工作日内原路退回至支付方。

3) 费用计算

该费用会根据市场行情等综合因素动态调整。

2、置顶服务

- 1) 置顶服务为快接单标准增值服务，目的在于提升达人视频播放量；
- 2) 展现逻辑：达人粉丝关注页置顶展现一次；
- 3) 价格：根据达人情况系统自动计算价格；

3、高峰发布费/置顶服务询价及下单流程

发送快接单高峰/置顶询价邮件给：张雷华、李娇婷，抄送：张晓月、孙凯昂、王薇、张熠

邮件内容包含：快手达人名称、快手达人ID、写明要询的是高峰费还是置顶费以及预计下单时间。

根据回复的价格建拓展活动（公司选择微播易，活动类型选择采购第三方服务费），回复拓展活动ID（注：快接单下单当天询价为准确价格，否则价格会有变动，提前询价的价格只供参考）。



快接单发布限制 & 注意事项

一、发布限制

快接单平台规定，单个网红96小时内只能发布一个视频，网红单条广告发布前后48小时不能发布广告，请合理安排投放。

二、注意事项：

- 1.任务/视频审核：周一至周五审核时间为 9:30—19:00，节假日审核时间为 14:00—19:00。在审核工作期间，单个订单/视频审核时间为24小时。请在视频发布前为审核预留出时间。
- 2.视频发布之后，快接单强制保留1天，之后可自行选择继续展示或者删除；如客户需要更长展示时间，可由媒介经理与达人沟通约定。
- 3.快接单不支持客户给到视频，达人直发的形式，判断是否直发的基础为网红是否参与视频内容创作。
- 4.快接单需求需要写的非常直白，不要有引发歧义的点，达人普遍不专业。
- 5.快接单视频，不要有太复杂的剪辑、拍摄美观度需求，达人不会而且太麻烦就可能毁约没有法律意识。

快接单网红入库&改价

网红入库及改价：

1. 如广告主待下单网红暂未在库，可联系@雷华 向快接单提交入库申请。

(1) 建议提交粉丝数量大于30w的网红。

(2) 每周三18:00审核入库，若审核入库通过，网红可在快手app中的【菜单-设置】里，看到【快接单】入口。完善信息后，服务商可在广告主后台搜到该网红。

(3) 如未通过审核，可等待3个月后再次提交该位网红尝试入库。

2. 网红改价：

(1) 快接单允许达人每14天修改一次价格，为维护市场稳定，新报价生效后14天内不再支持修改。

(2) 如发现达人下单价格与最初报价不符，先联系媒介经理确认达人是否有在近期调整价格；如确有调整，可申请调价，但调价最大幅度不得高于达人参考报价的20%（参考报价为快接单系统给到达人的建议报价）。

(3) 快接单每周三18:00审核价格批改，原则上没有加急通道。



快接单审核规范

快接单视频及文案审核规范：

- 1.使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽
- 2.使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；
- 3.使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；
- 4.损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；
- 5.妨碍社会安定，损害社会公共利益；
- 6.危害人身、财产安全，泄露个人隐私；
- 7.妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；
- 8.含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
- 9.含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- 10.妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；
- 11.法律、行政法规规定禁止的其他情形；
- 12.香烟或吸烟图片和场景；
- 13.侮辱及使用人民币图样作为广告宣传场景；
- 14.禁止以新闻报道形式做广告；

快接单审核规范

- 15.广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康；
- 16.广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务；
- 17.广告不得含有虚假或夸大的内容，不得欺骗、误导消费者；
- 18.广告不得含有低俗流行语、痞话、脏话，避免使用消极文字，对于网络用语，需判断是否为低俗、痞话等负面相关用语，如“傻逼”、“SB”、“草泥马”、“屌丝”、“死”等；
- 19.不得出现、荒诞、违反历史、科学规律的文字及画面；
- 20.广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示；
- 21.广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式，并提交活动备案；
- 22.如涉及有奖销售，最高奖的金额不得超过人民币 5000 元，活动金额较大或与实际价格差距较大时需保证该活动真实有效；
- 23.出现随意免除对提供的商品或者服务依法应当承担的保证责任（如“售出概不退换”“最终解释权归本店所有”等霸王条款）的宣传
- 24.不得使用“国家免检产品”等涉及质量免检的内容；禁止在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志；
- 25.假冒他人的商标，擅自使用知名商标特有的名称、包装，或使用与知名商标近似的名称、包装，造成商品混淆；
- 26.不得在创意中使用第三方名义宣传，不能利用某机构或个人推荐名义，不得使用名人形象，若创意中含有名人形象或名称、影视书籍作品名称、第三方机构名称，需提供广告代言人、涉及版权的作者或第三方机构的授权证明并加盖公章；
- 27.广告创意中涉及专利产品或专利方法的，应标明专利号和专利种类，未取得专利权不得谎称取得专利权，禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利做广告；



快接单审核规范

28.含有过分刺激感官的元素，包含令人恐惧、骇人听闻、对人无礼或过度暴力的内容，低俗、消极、血腥、恐怖、丑陋、不美观等易引起不适的场景；

29.标题文案或首帧文字出现诱导点击用词，如“出事儿了”、“是真男人就下载”等；频中出现诱导点击的按钮，如鼠标手、动态指示按钮、模仿系统消息等；

30.标题及描述符合不符合逻辑，句式、词组不通顺，文字忌过于简洁而推广主题不明确，或有歧义；出现中文错别字和英文错误拼写，若借用某字为谐音字，需要在该字上加引号以示区别，禁止提交繁体字（除注册商标及企业名称外），用普通话撰写广告标题及描述，不得使用方言等特殊语种

31.产品关联性低，未体现宣传产品或服务名称；

32.图片模糊、变形、拉伸，文字不可重叠、堆积；

33.首帧图片需填满宫格，不得出现黑边；

34.首帧图片仅使用简单文字或 LOGO，需进行设计和修改；或首帧图片为纯色，无体现任何产品信息；

35.首帧图片使用高饱和度或刺眼颜色，如亮黄、亮红等，不得出现引起用户反感的干扰性闪烁效果（如背景及文字强亮光效果、强震动效果、图文过快变换等）

36.每帧图片或图片与视频内容需有关联性，如首帧图片为美女图片，视频内容迅速变为游戏打鬥画面

37.视频有声音，须完整且正常无杂音，广告播放时间内须持续有声音，不得出现突兀的声音，包括但不限于爆破音、尖叫声等；

38.背景音乐不得出现国歌相关片段，涉及相关版权的需提供相关授权；

39.文字、图片、视频内容不得出现禁投行业或相关文案、形象、场景；

40.文案、视频内容不得出现联系方式，包括但不限于电话、QQ、微信、二维码、微博账号等。





/03

B站

B站商单



政策及规则：

- 1.除宅舞、时尚美妆板块up主本人露镜外，其余板块up主多为不露脸，涉及到实拍、露脸直播等合作需要提前确认。
- 2.B站资源广告内容保留时长1个月-3个月之间不等，可根据客户需求沟通保留时长。
- 3.文案中不能加链接，如果有可以放在评论区由课代表发出。
- 4.涉及原创视频，请需求中标注好是单品还是合集，是种草还是测评，如果是合集达人的视频时长一般是10-15分钟，客户产品会占到2-4分钟不等。
- 5.动态转发请注明发布后多长时间内不能发其他动态，否则达人 not 保证。
- 6.一些UP主是不会写脚本或者脚本确定后视频不接受任何修改，所以请客户知晓。
- 7.一部分up主的涨价幅度没有规律遵循，比较随性，一般是一个月调整一次价格。

B站邀约广告

1、什么是邀约广告

- B站新商业化产品，呈现在up主商单视频下方的卡片式广告，目前支持H5落地页和品牌页落地，h5落地页支持二跳电商，暂不支持下载、第三方曝光和点击监测，H5落地页需客户提供；
- 展示规则：默认随视频永久展示（视频删除后邀约广告失效），客户也可自定义投放展示时段；

2、售卖政策

暂不收取任何费用，通过微播易平台投放的UP达人即可（仅限B端），后续正式收费**将另行通知**；

3、下单和执行

- 达人商单广告预约需求如同以往，B端平台创建预约需求即可，如同步有邀约广告展示需求请在需求中明确【需要邀约广告】
- 邀约广告物料在平台需求应约后，**至少提前三个工作日**以线下邮件方式发送至媒介经理
- 邀约广告素材要求：
【标题字数】2-18个字符
【图片尺寸】小图400*400，大图640*360，客户可自行选择一种展现样式。



B站邀约广告常见问题

常见问题

Q：适用邀约广告的up主有哪些？

A：所有微播易平台上展示up主均可合作，但建议优先选用@付强 输出的《B站商单up主名单》，非名单外资源涉及到拓展沟通流程，执行及效率无法保障。

Q：邀约广告免费活动什么时候结束？

A：官方预计会在Q3季度开始收费。

Q：不采购达人商单广告，是否可以单独投放邀约广告？

A：不支持单独采买，也仅能展示在购买商单广告达人视频的下方，非商单视频或其他up主视频无法展示。



/04

小红书

小红书推广笔记政策与规则



1.所有品牌主均需要官方“品牌账号”认证后才能推广：

●品牌认证链接：<https://ares.xiaohongshu.com/ares/login>

●选择已认证“品牌合作人”的达人，或满足条件未认证的达人，通过官方报备投放，报备由达人自行完成。

●选择不满足认证“品牌合作人”条件的达人，通过推广内容添加利益相关性形式投放（插播一条小广告）。

2.未认证“品牌账号”的品牌主推广时，将出现屏蔽、限流等风险。

3.认证品牌账号的优势有：专属品牌标示、推广笔记、数据分析、店铺绑定等，认证流程由品牌自行完成，审核时长2周左右。

4.如参与品牌发起的试吃、试用、晒单或线下活动，需要标明品牌名+活动类型（试吃/试用/晒单）或通过“参加XX品牌发起的试吃/试用、晒单等加以说明”；

5.对于有品牌官方账号的，还需要在声明中@品牌账号；没有小红书官方账号的品牌也需要在声明中加入品牌标签。

小红书推广内容注意事项

以下内容均会影响到“品牌主账号”“品牌合作人账号”所发布的内容，即品牌主注册认证的小红书官方账号，认证小红书品牌合作人的达人账号：

1、品牌账号发布笔记、评论时，必须遵守社区规范。

- 1) 笔记中禁止含有不文明语言或大尺度信息，不允许侵权非原创及其他违反社区规范的内容发布。若笔记违规，该笔记失去曝光机会，品牌账号笔记发布功能将受到限制，累计违规3次将被永久封号。
- 2) 品牌账号发布或投放笔记、发布评论时不能含有导流信息，包括但不限于导流至其他账号、除小红书外其他平台、电商店铺及线下实体店。若笔记中含有导流信息，笔记将被限制曝光，累计违规3次将永久封号；若评论中含有导流信息，评论将被限制曝光，累计违规10次将被永久禁止评论。

2、只有通过品牌账号认证后，才可以在社区进行推广笔记发布和投放，未认证品牌账号的品牌在社区内的一切推广行为都将被视为违规。

- 1) 品牌邀请品牌合作人或达到品牌合作人条件的达人发布推广笔记，必须使用品牌报备系统；
- 2) 未达到品牌合作人条件的用户，在发布推广笔记时必须声明利益相关性；
- 3) 品牌相关违规推广笔记累计一定数量后，品牌相关笔记和品牌相关搜索结果的曝光都将受到限制；
- 4) 品牌账号在社区内发起商业推广活动时，必须引导用户在笔记中带有特定形式话题，话题形式为#品牌名称+活动形式，如#品牌名称+晒单/试用/抽奖等。推广笔记中若有其他形式的活动话题单独出现，都将被认为没有声明利益相关性；
- 5) 若品牌投放的推广笔记中含有诱导互动内容，如通过抽奖形式引导用户点赞、收藏、关注等行为，或笔记中出现同质化、引人不适、不实宣传等不符合内容，都不会被推荐，且将被限制曝光；

3、社区严禁一切人工干预数据及数据造假行为。

- 1) 若品牌投放的推广笔记中存在互动数据造假，违规笔记将被限制曝光；
- 2) 若品牌账号存在自身粉丝数和互动数据造假，将被限制笔记发布功能，累计违规3次永久封号；
- 3) 若品牌存在人为干预或恶意投放大量推广内容的行为，将被永久封号，且品牌相关搜索结果30天内不予展示。





/05

美拍

美拍M计划



政策及规则

1.作用：美拍原创短视频/直播广告防屏蔽

2.支持形式：

- 创意视频：客户提供视频主题，达人创作视频，用自己的美拍账号发布。
- 直播：客户提供直播主题、素材，达人创作直播内容，用自己的直播账号发布。
- 注：M计划不支持客户给到视频、达人直发的形式，直发判定以审核视频为准。

3.接单时间限制：达人收到M计划任务之后24小时之内接单（超过24小时会流单）。

4.发布时间要求及限制：达人接单之后，即可发布视频/开直播，在商家设置的最晚交付时间内发布；从下单起，发布时间不能超过一个月。

5.达人发布视频/开直播时需勾选对应所接的M计划任务（未勾选的即为没有通过M计划执行，此广告有被屏蔽的风险，现行屏蔽方式为此视频/直播回放仅达人可见）。

6.M计划平台仅收取走单服务费，即不包含达人到手价，达人到手价正常在微播易平台提现。

美拍 M 计划注意事项

注意事项

- 1.平台不参与任何商业合作沟通，商家与达人（或MCN）合作需求沟通、确认合作形式、定价等都属于两方行为；平台只监控达人发布广告内容，广告视频需商家为达人支付低额走单费用以保证广告顺利发布。
2. 视频/直播发布之后，M计划强制保留30天，之后可自行选择继续展示或者删除。
- 3.未走M计划视频/直播会受管控：现行管控为视频仅达人自己可见。



/06

微 博

微任务 / weiq & 粉丝头条

1.什么是微任务/weiq ?

- 微任务/weiq：新浪官方微博推广平台。
- 作用：新浪微博广告内容防屏蔽。
- 微任务/WEIQ，官方保留24小时。

2.粉丝头条：

- 价格：博主这条链接发出后以微博平台实际显示金额为准，即实时价格。发出内容是否带链接，带链接是否为外链，内链，纯文字内容均会对价格造成影响，链接为决定价格关键条件。博主即时粉丝量的大小也会影响到实际购买价格。
- 估价原则：根据博主30天内发出相似条件内容预估购买价格，价格仅为预估。
- 时效：1h、6h、12h、24h、48h、72h，一般选择24h。
- 购买限制：购买粉丝头条时显示微任务惠的微博无法代为购买粉丝头条。



新浪和你一起，实现微博的价值

微任务
唯一新浪官方微博推广平台

官方全面保障！任务推广、微博营销全无后顾之忧！
海量企业用户，任务多到不可想象，最大程度实现微博价值！

最 丰富的资源账号

最 权威的价格评估

最 透明的发布价格

最 安全的交易保障

自助发布任务需要首次充值不低于2000元。如小额投放或需要更多服务，请联系客服任务客服。

进入微任务

关注微任务官方微博



WEIQ 自媒体平台广告交易平台
微博推广

输入自媒体名称

搜索

首页 推广中心 直播网红推广 微信推广 微博推广 阅读加



微博推广

为企业提供精准社交营销
传播范围广，影响力大，有助于树立客户品牌口碑
平台入驻**60万+**微博博主、行业意见领袖
为超过**30个**垂直行业客户提供服务

微任务 / weiq 投放注意事项

1.文案注意事项：

- 字数限制：直发字数不超过1900，若存在链接，链接在100字以内，否则链接会被折叠影响效果，转发语字数不超过130。
- 文案内有表情需要使用微博pc端表情代码，手机表情不兼容。
- #话题#、@后面必须加空格，否则容易产生话题错误@串联等错误。
- 文案中，话题是不超过3个，@不超过5个。
- 特殊要求：英文大小写区分、有特殊标识等，需要注意事项请先提醒。

2.链接注意事项：

- 视频链接不要使用短连接，短链接会不展示视频框【如果这条秒拍链接被屏蔽，视频框同样不会展示】且链接都需要PC端链接。

3.图片注意事项：

- 图片不能从Word里面取，Word提取图片像素会压缩，GIF动图会变成静态图。
- 多图，压缩包内编辑好顺序，单张动态图片不超过5M，多图格式一致，最佳图片格式jpg、png。

粉丝头条注意事项

1、是否可以防屏蔽？

并不能完全防屏蔽，尤其购买时效较短的粉条。

2、效果：

- 精准快速涨粉；
- 增加优质曝光；
- 引爆微博互动传播；
- 快速打开微博营销的大门并且成为粉丝的头条！
- 参看官方说明书：<https://weibo.com/3587960280/EcozA4m11>

3、由于粉条购买受限于第三方平台，询价和下单希望能尽量提前，工作日至少提前一天，如果需报备新浪微博、至少提前12小时提供执行内容和执行时间。

4、微播易售卖流程：询价-----创建公司拓展业务活动-----购买-----结果反馈-----金额复核

询价：邮件发送到张雷华，财务张晓月，孙凯昂。抄送张熠，高彬斐，毕建华。

邮件主题：购买粉丝头条XXXXXX

内容应包括：公司简称，微博昵称，博链接，预计投放时间，是否含链接，若可具体是什么链接最佳，是否含话题，购买粉条时长等。

THANK U

