

CPM、oCPM和eCPM之间区别和联系是什么？

产品名称	CPM、oCPM和eCPM之间区别和联系是什么？
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户代运营:互利互助 开户代运营:合作共赢
公司地址	TG:@APC789
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

一、CPM、oCPM、eCPM基础概念

1、CPM

CPM是展示千次的成本，即要广告投放过程中，每一千人看到该广告一次一共需要多少广告成本。这只看展现量，按展现量收费，不管用户点击多少次，或者下载多少次。比如像朋友圈广告，展现曝光了1000次就收费，或者像头条开屏广告，这种都是典型的按CPM扣费。

2、oCPM

oCPM为cpm的“自动出价”版本，本质上还是按CPM来计费，但它是在CPM的基础上加了一个o，不过它是一种针对转化目标的出价方式，它是实时的，动态的，可以随着广告主的预期效果而变化出价，可以理解为千次曝光智能出价。

3、eCPM

eCPM=CPM出价价格，例如某广告出价方式为CPM，出价为8，那么它的eCPM为：

eCPM=8，当然这个价格可以根据自己的资金成本及产品的竞争程度而改变。

二、三者之间的联系和区别？

CPM、oCPM、eCPM，三者之间是即有联系，有又区别的，cpm只表示流量的贵贱，跟流量质量无关，eCPM对很多平台来说是衡量一个广告质量的指标，eCPM值越高，说明这个广告能够给平台带来更多的收益（卖广告位的钱和用户体验），所以平台愿意给这个广告更多的曝光机会。

另外，一起来看看它们到底有哪些优缺点：

1、CPM：按照系统的固定价格

优势：价格较固定，可以避免其他竞争对手的恶意点击

劣势：无法定位到的用户，对后期的推广无法给到有力的支持

2、oCPM：OCPM出价展现计费=下一位eCPM+0.01

优势：价格可以根据实际情况出价，灵活自主

劣势：有可能每次出价都导致价格成本增多，不大适合小广告主。

3、eCPM：eCPM=预估点击率*预估转化率*目标转化出价*1000

优势：广告主可以根据自己的实际成本情况进行出价，可以利用数据、技能分析哪些用户，哪个时间段的的用户潜在消费较高，进行自主出价。

劣势：需要有一定的技能和数据分析能力，否则会因自己的判断失误，而让出价成本增加。

eCPM针对广告主，是表示高排名高曝光，是一个竞价的值，这个数值是实时变动的；每个广告每秒钟都会有好多展现，每个展现都会影响你的ecpm值评分，需要有人工固定进行监测。

如果还没领到广告投放资料包的小伙伴，可以点击下方链接获取！

加我微信免费领取广告投放资料包

三、3种计费方式对于转化效果影响

CPM是指广告主为还在收看/阅读该媒体的每1000个读者而支付给媒体的费用，并不是“真正看到过广告的消费者人数”，这其中存在潜在消费的可能性，所以对转化效果并不是很理想。

oCPM是按照广告点击来计费的，与广告展现多少次无关，只不过它不可避免竞争对手的恶意点击，但是却可以利用数据分析，预估点击率周期性的，建议用一整天或一整个长时段的点击率去计算，这样对转化效果会比较好点。

eCPM是衡量一个广告质量的指标，它与点赞，转发，浏览时长，复播率，点击，转化，浏览深度，行为欲有关，eCPM值越高，说明这个广告能够给平台带来更多的收益。