

安全可信任成广告生态“定海神针”

巨量引擎2024商业信任与安全年度报告发布

文/王丹阳 图/受访者提供

近年来，随着人工智能、大数据等技术的飞速发展，不仅推动各行业变革，也为互联网广告平台注入创新活力，让广告不仅好看，还能成为“有用的信息”。这一体验升级的背后，是互联网平台对前沿科技的巧妙应用，为用户营造安全、纯净的广告生态环境。来看平台企业的科技“定心丸”是如何炼成的。

1月15日，由巨量引擎主办的“商业安全开放日”在北京举行。活动现场，巨量引擎重磅发布《2024商业信任与安全年度报告》（以下简称《报告》）。《报告》指出，2024年巨量引擎在不良广告治理、智能工具应用、用户指标创新、治理机制建设、后链路跟踪、广告主教育激励等方面进步显著。



巨量引擎重磅发布《2024商业信任与安全年度报告》

科技织密安全之网，不良广告无缝可钻 黑灰产广告账户自动处置率提升268.4%

《报告》中，巨量引擎透露了平台维护广告生态秩序的态度和目标。对于底线风险，绝不姑息；对于虚假宣传，分类治理；对于不良导向内容，严厉打击。通过引入智能工具，黑灰产广告账户的自动处置率也提升了268.4%。此外，平台积极响应监管要求，开展多个民生领域广告治理专项，并配合开展App隐私合规化等工作，处置未备案违规App 3582个。

活动现场，巨量引擎商业安全风控专家朱林源表示，筑牢真卖防线，关系广告主和平台长期价值的实现。靠炒作内容博取的短暂流量是虚假繁荣，也经不起时间考验。平台构筑防线的初心是坚决且持续的，维护

用户权益的同时，也鼓励商家规范自身行为获取长期价值，进而推进平台生态的长期繁荣。

具体到平台治理实务，《报告》介绍了平台在底线设立、攻防精细化、智能工具应用、民生专项治理、抑制不良导向等方面体系建设，展示了治理案例和成果。当下，不良广告新形式层出不穷，隐蔽化、技术化、擦边趋势明显，给平台治理带来严峻挑战。如何实现精准识别、精细化处置、高效引导，巨量引擎体系化的治理举措值得行业借鉴。

广告后链路虽然游离于平台之外，却又直接影响到用户对平台的印象和评价。后链路的治理既是行业难题，也是用户痛

点。针对这一顽疾，《报告》指出广告治理应该避免“一锤子买卖”思想，保障广告后链路的高效落地，才能提升用户体验感。

巨量引擎商业安全风控专家李世泽认为，广告后链路这块治理“硬骨头”，更需要技术和指标创新来“死磕”。后链路游离于平台之外，精准收集用户反馈的难度大，阻断广告主不良行为的及时性难以保证。针对这一特点，巨量引擎推出了系列措施。例如，逐步上线的隐私号功能，有效保护了用户隐私不被泄露，降低了用户留资风险。同时，平台还设置安全监督员作为“防火墙”，核验履约质量，已封停违规广告账户超17000个。



巨量引擎商业安全风控专家朱林源



巨量引擎商业安全风控专家李世泽



巨量引擎商业安全运营专家周宇



中国广告协会法律与道德委员会专家委员、中国消费者协会专家委员会专家朱巍

首创广告CCR指标驱动治理
有效提升用户后链路履约体验

特别值得一提的是，广告风险治理也需要从用户的负反馈度量风险和体验。巨量引擎在广告行业治理中首创了CCR指标，将用户心声数字化可视化，有效提升了平台解决广告问题的精准度和及时性。履约CCR全年下降了48.6%，显著提升了用户后链路履约体验。

惩处和建设是治理的一体两面。《报告》还从安全可信任广告生态构建层面，介绍了巨量引擎的系列措施：完善用户权益保护机制，持续建设用户体验反馈通道，增设广告举

报通道，推行用户保障计划。2024年因广告后链路履约导致的经济损失问题解决率提升至90%。巨量引擎商业安全客户运营专家周宇表示，引导用户和广告主同平台一道，共同维护广告生态健康，是提高生态内容的丰富度最佳方案。

据周宇介绍，平台也积极为广告主提供合规精确指引，助力广告主智能创作交易。截至目前，平台广告主咨询一次解决率已超95%。

中国广告协会法律与道

德委员会专家委员、中国消

费者协会专家委员会专家朱

巍认为，《报告》发布对于提

高互联网广告行业自律水准

是一种督促，也为管理部门处

理违规问题提供了支持作

用。《报告》体现了当下主流平

台的态度和决心，从消费者层

面看，未来正确表达消费决策

，免受不良广告干扰将得到

更多保障。

《报告》结尾，巨量引擎呼

吁社会各方力量携手共进，共

同推动互联网广告行业健康发

展。让互联网广告在实现自

身价值的同时，更好地服务社

会与大众，让效率与真实可

信和谐共舞。

抖音电商发布2025年货节数据： 3713个商家成交额破千万元

文/杭莹
图/受访者提供

1月24日，“抖音商城2025年货节”数据报告（以下简称“报告”）发布，呈现蛇年春节年货销售情况及大众购买偏好。数据显示，1月2日至22日，抖音商城日均成交额较去年同比增长69%，超值购商品卡成交额同比增长88%，中小商家搜索渠道成交额同比增长77%。辞旧迎新之际，年货市场供需两旺，众多商家借力年货节迎来生意增长。本次大促期间，71个商家成交额破亿元，3713个商家成交额破千万元。

乙巳蛇年春节是我国首个“非遗”春节，消费者对国潮文创的消费热情不断攀升。抖音电商平台上的各类文创节庆类产品日均成交额环比增长435%。“玉蛇”毛绒玩偶、“巳蛇祥瑞”流沙冰箱贴、“蛇墩墩”盲盒等将非遗与生肖元素巧妙结合的文创产品，成为返乡青年行李箱里的“新年货”。

好内容 带来文创新生意

文创节庆类产品日均成交额环比增长435%
文创手绳/手链类产品成交额同比增长309%
文创冰箱贴成交额同比增长586%

最受欢迎的节庆好物TOP5



短视频和直播内容推介下，含有“蛇”元素的扇子红包、立体对联、卡通生肖福字、创意窗花、福桶摆件成为最受欢迎的五大节庆好物。在助力消费提质扩容之外，抖音电商还始终重视消费者的购物体验，在年货节期间升级了生鲜坏了包退、家电以旧换新、珠宝先鉴后发等服务权益。抖音电商相关负责人表示，平台致力于联合商家与达人，提供价优物美的商品，方便消费者一站式备齐年货；同时用“好内容”链接供需两端，为激活新春消费市场再添一份助力。

【创新实践】
点都德

齐齐来饮茶 广东过大年

新春佳节之际，作为广东新年标配，早茶不仅是一种饮食文化习惯，更是人们的情感纽带。在热闹喜庆的新年，点都德成为众多市民和游客欢聚一堂、共度佳节的热门选择。

每一款点心里， 都有新年“好意头”

广东人讲究“好意头”，点都德在热门点心中植入了美好的新年祝福。红米肠谐音“鸿运当头”，虾饺谐音“每天笑哈哈”，叉烧包寓意“包罗万有”，年糕代表“步步高升、一年更比一年高”，蒸排骨寓意“蒸蒸日上”。点都德品牌中心负责人介绍，小到点心，大到茶楼，处处都有“好意头”。“点都德，读音出自地道的粤语口头禅，意为怎样都没有问题、样样都好，我们希望借助一句带有品牌温度的新春祝福——祝你新年点都德，来为新老朋友们加持好运，也寓意新的一年，样样都好！事事顺利！”

新春惠客， 热闹欢喜过大年

点都德开展一系列新年惠客活动，诚邀广大食客品尝一盅两件，体验广州饮茶文化：



福利一：即日起至2月12日，用家乡话说出“新年点都德”的意思，录制视频并发布于小红书、抖音、微信视频号任一平台，带#家乡话说新年点都德#话题，有机会赢100元饮茶券！

福利二：即日起至2月12日，点都德会员参与积分大抽奖，最高可赢2025元点都德储值金，更有手信礼盒、代金券、点心券等海量好礼即兑即用！

食在广州， 早茶第一站

近日，广州市市场监管局、市商务局、市文化广电旅游局联合举办第二届“食在广州”品牌发布会。点都德长隆店、点都德白云万达店、点都德大茶楼获评第二批“食在广州”评价认证的星级餐厅。

“食在广州”品牌建设旨在全面提升广州食品服务质量，打造群众识别度高、代表广州饮食文化的品牌。上榜的星级餐厅严格按照评价认证标准，据了解，第二届品牌评选更加注重消费者评价的广泛性和客观性。此次通过“食在广州”评价认定，不仅是对点都德高品质的产品品质和服务的高度认可，也是对其多年来坚持品牌建设和市场规范运营的肯定。作为广州老字号的广府茶楼，点都德充实践饮茶文化底蕴，首创全时段茶市经营模式，从出品、服务到环境都做到承前启后的锐意创新，用品质满足老中青幼全龄客群，超千名点心师门店现作，发展至今已在11个城市自营近100家门店，使没有饮早茶习惯的城市也爱上老广州饮茶文化。下一步，点都德将持续聚焦“传承老广州饮茶文化”使命，让市民和游客更安心、更舒心地享受广州美食和优质服务。

（资讯图文来源于点都德）